

# 市認証制度を活用した地域活性化 に関する調査研究

平成 30 年 3 月

茨城県 つくばみらい市  
一般財団法人 地方自治研究機構

# 市認証制度を活用した地域活性化に関する調査研究

平成 30 年 3 月

茨城県 つくばみらい市  
一般財団法人 地方自治研究機構



## はじめに

少子高齢化の進行に伴う本格的な人口減少社会の到来や、厳しい財政状況が続くなど、地方を取り巻く環境が一層厳しさを増す中で、地方公共団体は、住民ニーズを的確に捉え、地域の特性を活かしながら、産業振興による地域の活性化、公共施設の維持管理等の複雑多様化する諸課題の解決に自らの判断と責任において取り組まなければなりません。

また、近年、様々な自然災害が頻発しており、安心・安全への住民の関心は極めて高いことから、地方公共団体は万全の備えを行い、住民の生命と安全を守る態勢を整えることが求められています。

このため、当機構では、地方公共団体が直面している諸課題を多角的・総合的に解決するため、個々の団体が抱える課題を取り上げ、当該団体と共同して、全国的な視点と地域の実情に即した視点の双方から問題を分析し、その解決方策の研究を実施しています。

本年度は4つのテーマを具体的に設定しており、本報告書は、そのうちの一つの成果を取りまとめたものです。

本研究の対象である「つくばみらい市」は、(株)東洋経済新報社で全国791都市を対象に行われている「全都市ランキング」において、「成長力ランキング」で平成27年度「全国第1位」、平成28年度は「全国第2位」ですが、それでも高齢化の進展や将来的な人口減少が見込まれており、地域ブランドによる地域活性化は重要性を増しています。本調査研究では流入人口が増加する中、田園に恵まれた緑豊かな市の魅力を内外に広めるため、市認証商品の更なる普及を目指し、市認証制度の在り方、認証商品の在り方、認証商品を通じた市の魅力発信の在り方について検討を行いました。

本研究の企画及び実施に当たりましては、研究委員会の委員長及び委員を始め、関係者の皆様から多くの御指導と御協力をいただきました。

また、本研究は、公益財団法人 日本財団の助成金を受けて、つくばみらい市と当機構が共同で行ったものであり、ここに謝意を表する次第です。

本報告書が広く地方公共団体の施策展開の一助となれば大変幸いです。

平成30年3月

一般財団法人 地方自治研究機構  
理事長 山中 昭 栄



## 目次

序章 調査研究の概要 .....	1
1 調査研究の背景・目的・視点 .....	3
2 調査研究の流れと全体像 .....	5
3 調査研究の体制とスケジュール .....	6
第1章 つくばみらい市の現状 .....	9
1 市の自然・社会的な背景 .....	11
2 つくばみらい市における市認証制度の現状 .....	28
第2章 認証制度の動向と課題 .....	37
1 地域ブランドとしての「みらいプレミアム」の現状 .....	39
2 Web サイト調査に見る「みらいプレミアム」の課題 .....	46
第3章 基礎調査結果の分析 .....	59
1 先進事例調査 .....	61
2 販売店意向調査 .....	73
3 市民マーケティング調査 .....	81
4 事業者意向調査 .....	114
第4章 既存認証品の評価結果と磨き上げ方針 .....	123
1 商品改善（磨き上げ）の方向性 .....	125
2 商品改善（磨き上げ）の方針 .....	126
3 商品改善の方針グループ別に見た商品改善（磨き上げ）の取組提案 .....	130
第5章 認証制度の見直しに関する方向性 .....	135
1 調査結果に基づく認証制度の課題と対策 .....	137
2 新たな「みらいプレミアム」普及の方向性 .....	141
3 新たな「みらいプレミアム」認証制度の方向性 .....	143
4 新たな「みらいプレミアム」認証制度の確立に向けて .....	146
第6章 つくばみらいブランド普及のための今後の取組方針 .....	151

1 つくばみらい市におけるブランド普及のための取組の方向性.....	153
2 更なる地域ブランド普及のためのコラボレーション.....	156
3 つくばみらい市におけるブランド普及のための取組スケジュール案.....	158
4 つくばみらいブランド普及のための取組期待.....	159
調査研究委員会名簿.....	161
資料編.....	165
市民アンケート調査票 つくばみらい市_「みらいプレミアム」に関する調査.....	167

## 序章 調査研究の概要





## 序章 調査研究の概要

### 1 調査研究の背景・目的・視点

#### (1) 背景と目的

つくばみらい市では、豊かな自然、文化、歴史のもとに生産される地元農産物及び加工品のブランド化を推進し、産業の振興と元気で活力のあるまちづくりのために、地元特産品の市認証制度「みらいプレミアム」を平成25年度から始め、地域活性化に取り組むこととした。

「みらいプレミアム」を開始してから4年が経過し、現在、32品目の市認証特産品が認証されているが、つくばみらい市民に認知されているとも言い難い状況にある。

また、生産者にとっても認証によるメリットが十分得られているかも明らかではなく、現状のまま「みらいプレミアム」商品を認証するだけの取組では不十分であるとの認識である。

つくばみらい市は成長力の高い、発展途上の市であり、もともとはコメ作りを中心としてトマトやニンジンなどの野菜栽培も盛んな地域である。しかし、農作物の多くは東京の市場へと流れ、地域で消費される機会は少ないというのが実情である。そのため、地域性の高い特産品自体はほとんどなく、周辺市町村との差別化の難しい市でもある。

そのような市で地域ブランド商品を選定し、普及させることは目立った特徴が少ないだけに難しいという側面がある。また、平成の大合併で誕生した市であるが、つくば市と守谷市というつくばエクスプレスの急行停車の発着駅に挟まれるなど、市単独でアピールするにはやや不利な立地でもある。

「みらいプレミアム」は、つくばみらい市で生産された原料や製造された商品として認証されている商品である。今後更なる特産品のブランド化を推進するに当たり、自立的な取組への移行も想定しつつ、本市の知名度を上げるために、専門家による現状の調査・分析を詳細に行うことにより、売れる商品や販売ターゲットを選定し、地域特産品の開発や販路拡大に対する支援が消費者ニーズの多様化に十分対応できるようにするなど、「みらいプレミアム」認証制度のブランド化を推進することによって、地域資源を有効に活用することができ、販路拡大や市の知名度アップが交流人口の増加につながるようにすることや、都市型農業（地産地消、6次産業の推進）の形成によって所得向上や生産意欲などの相乗効果が期待される取組となるよう、今後の方策について検討する。

## (2) 調査研究の視点とゴール目標

本調査研究ではマーケットインかプロダクトアウトかという2者択一論ではなく、双方のバランスをとることで地域ブランドとしての「みらいプレミアム」の進展を図る方策を検討する。具体的には、マーケットインの観点から顕在化しているニーズ及び潜在的なニーズを探りつつ、プロダクトアウトのもつ潜在的なニーズを引き出すことでバランスの取れた形での戦略転換が図れないか検討する。

そのため、認証済みの商品の現状を評価するとともに、各商品の今後の在り方を検討しつつ、現在の認証制度の問題点も明らかにし、現在の市認証制度の改善に向けた検討を行う。

なお、ブランド化における行政の取組として公平性や継続性の確保に配慮する。

また、現行認証商品はプロダクトアウトであることから、プロダクトを原材料として6次産業化などマーケットインからの商品企画等を通じた転換に向けての連携アプローチなど、市認証制度における「みらいプレミアム」の選定に関わる制度の在り方から普及に向けた戦略まで、全体を俯瞰した調査研究を行う。

ゴール目標は以下のとおりである。

- ・ 既存認証品を磨く方法と新たにブランド対象を創造する方法の両面からのアプローチを包含する考え方と戦略を描くこと。
- ・ 潜在ニーズを探りつつ32品目の磨き戦略と認証制度の改善を含めた今後のブランド化支援・戦略の方向性を描くこと。

本調査研究のゴール目標一覧

No.	目標	目標達成のための活動
1	市認証制度の改善	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 事例研究によるブランド化成功要因からの要素診断項目の洗い出しを行う。</li> <li>・ 事例研究ではブランド化マーケティングと地域活性化へつなげるための地域ブランディング事例を参考とする。</li> <li>・ 診断項目に係る関係者ヒアリングを通じて、プロダクトアウトとマーケットインの接点をもつ選定基準を検討する。</li> </ul>
2	既存の32品目の戦略策定	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ ヒアリング・インタビューを通じて現在の問題点、改めるべき点、改善への糸口（潜在的なニーズの引き出し方策）を探索する。</li> <li>・ 事例研究に基づく戦略的アプローチへの基本的考え方やマーケティング理論に基づく診断（カルテの作成）等を行う。</li> <li>・ 市民の声と理論に裏打ちされた客観的な診断結果を重ね合わせることにより、あるべき方向性への課題と打ち手を整理する（商品の魅力アップ・磨き上げ）。</li> </ul>
3	「みらいプレミアム」の今後のブランド化戦略構想の策定	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 事例研究とヒアリング等による現状の課題と、32品目の今後の戦略等を踏まえ、マーケットインとプロダクトアウトの連結への取組支援の在り方を検討し、地域への波及、地域活性化に繋げるための販路拡大の在り方を整理する。</li> </ul>

## 2 調査研究の流れと全体像

### (1) 認証制度の現状・課題に関する関係者ヒアリング調査

認証制度及び認証商品に関する現状を関係者へのヒアリングを通じて整理する。

- ・ 現在の認証基準と今後の認証予定の商品について確認する。
- ・ 認証目的と認証プロセスを確認する。
- ・ 現在の認証品目の将来性について確認する。
- ・ ブランド特性に関わる全国初又は全国 No 1 素材の有無を確認する。

### (2) 認証制度に関する優良事例の Web 調査や視察

文献及び Web 調査により、地域ブランド戦略に係る先進事例を俯瞰し、その上で、今後の戦略の在り方を検討する上で参考となるポイントを整理する。

また、認証制度の詳細やブランド推進の成功要因や課題等の把握のため、現地視察を含めたヒアリング調査を実施する。

- ・ ブランド化事例研究：地域ブランドの基本的なマーケティング戦略の俯瞰
- ・ ブランド化成功要因の把握：ブランド化成功に必要な要素の把握、ブランド化の進め方に関するポイント等
- ・ 一貫性・ストーリーなどブランド・アイデンティティへの着目
- ・ 事例調査等に基づく地勢を踏まえたブランド化展開の成功要因の把握
- ・ 認証制度やブランド戦略事例の現地視察及びヒアリング実施

### (3) 「みらいプレミアム」認証商品の改善戦略検討に向けた調査

マーケットインとプロダクトアウトの両面からの調査として、生産者から見た課題、販売店から見た課題、消費者から見た課題等を把握する。また、既存の認証商品の磨き上げと新たな認証商品の方向性を探るため、上記課題調査と合わせて、販売事業者や製造事業者等へのヒアリング、市民等消費者へのグループインタビューによる調査等を実施する。

- ・ ブランド認証商品事業者の意向ヒアリング調査
- ・ 市内販売店の意向ヒアリング調査
- ・ 消費者の意向ヒアリング（グループインタビュー）調査
- ・ 流通事業者等の意向ヒアリング調査

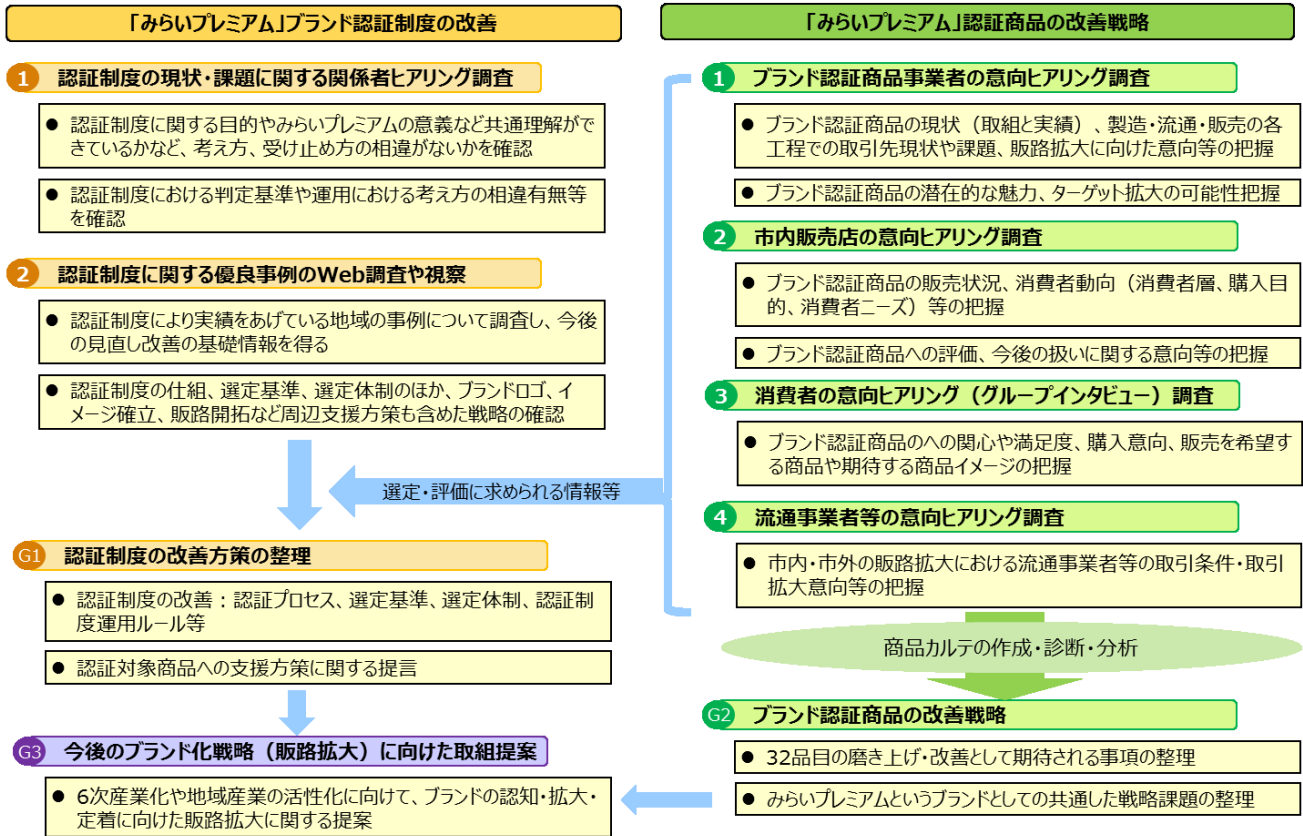
### (4) つくばみらい市における今後のブランド化戦略の方向性の検討整理

本調査研究のゴールとして、以下の検討を行う。

- ・ 認証制度の改善方策の整理
- ・ ブランド認証商品の改善戦略

- ・ 今後のブランド化戦略（販路拡大）に向けた取組
- 調査研究全体の流れは以下のとおりである。

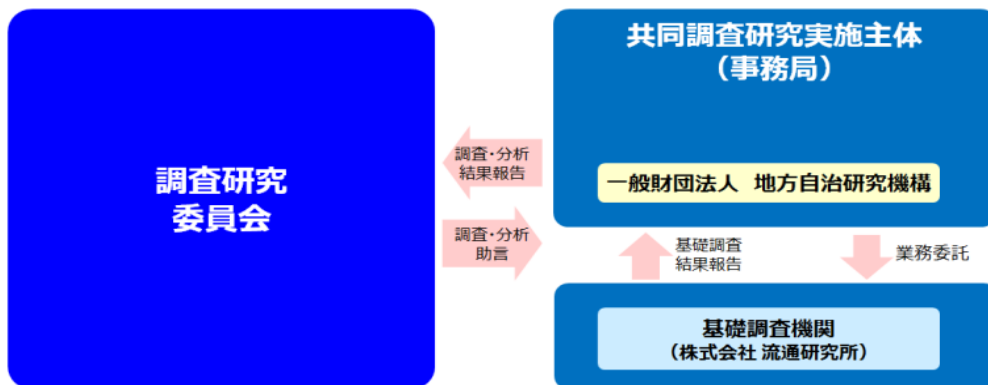
図表 序-1 調査研究の全体像



### 3 調査研究の体制とスケジュール

本共同調査研究は、つくばみらい市及び一般財団法人地方自治研究機構を実施主体として、調査研究委員会の指導及び助言の下、基礎調査機関として株式会社流通研究所の協力を得て実施した。

図表 序-2 調査研究の体制図



調査研究のスケジュールは以下のとおりである。

- ・ 事前にブランド化事例研究等を行い、本事業における調査設計案をもって第1回委員会を開催する。
- ・ 制度及び認証品目の現状と課題を把握し、今後の方向性等を見定めるためヒアリング、グループインタビュー等による詳細な調査分析を行い、今後の見直しや戦略方向性の案をもって第2回委員会を開催する。
- ・ 報告書素案を作成し、第3回委員会にて審議する。

図表 序-3 調査研究のスケジュール

主要タスク	2017/04	2017/05	2017/06	2017/07	2017/08	2017/09	2017/10	2017/11	2017/12	2018/01	2018/02	2018/03
委員会開催				▼ 第1回				▼~ 第2回		▼~ 第3回		
事務局会議	▽			▽		(適宜開催)	▽		▽			
市認証制度の改善		現状認証制度の事前確認	ブランド取組事例事前調査等	① ブランド化事例研究(地域ブランド成功要因)	② みらいプレミアム課題調査	③ 認証制度の基本的な考え方を整理			④ ブランド化認定プロセス改善検討			
32品目の戦略策定				① 生産者意向、消費者意向、販売者意向、流通事業者意向等ヒアリング調査	② カルテ作成	③ 商品カルテ作成・診断・分析	④ カルテ分析検討による戦略シート作成					
「みらいプレミアム」ブランド化戦略構想提案				② ブランド化事例研究(ブランドマーケティング戦略) 新たなブランド戦略の基本的考え方			プロダクトとマーケットの接点強化策等(関係者ヒアリング)					
										最終とりまとめ		報告書作成



## 第1章 つくばみらい市の現状





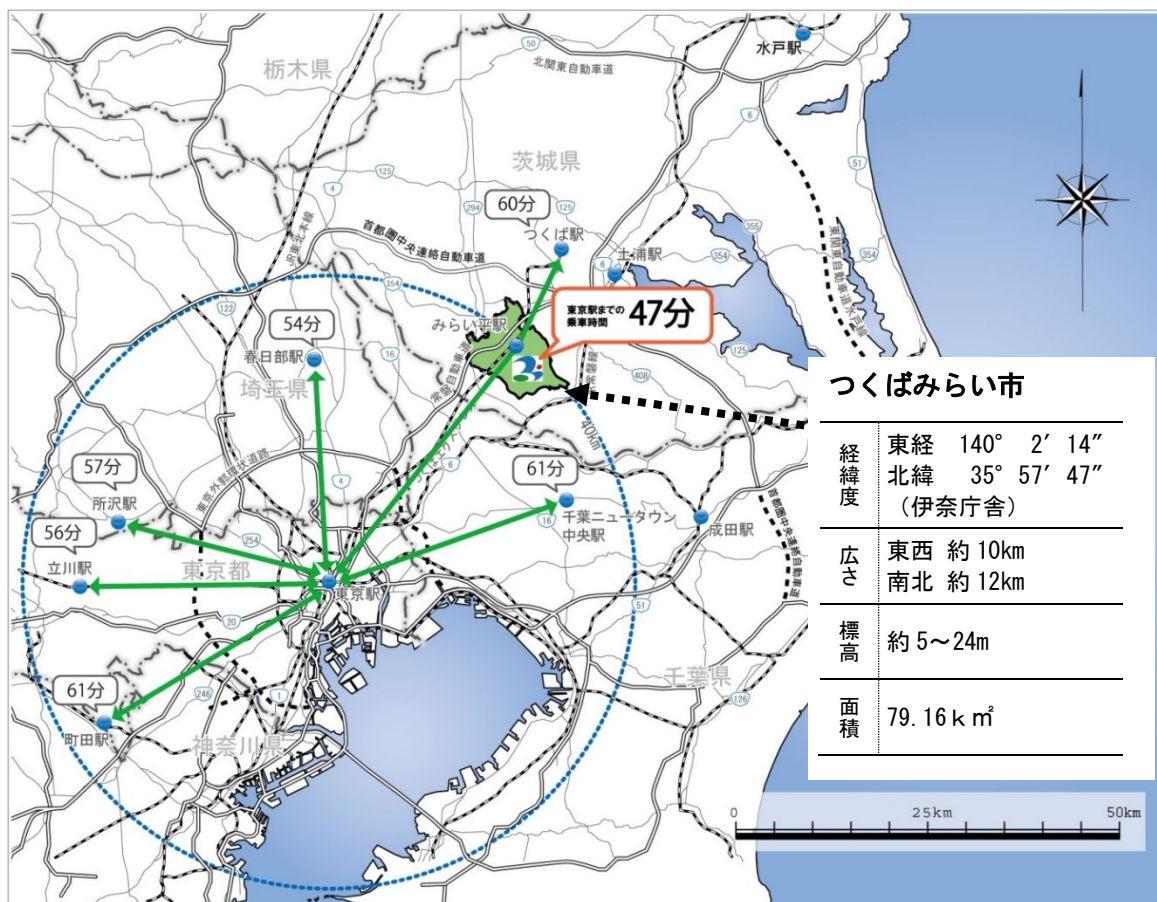
# 第1章 つくばみらい市の現状

## 1 市の自然・社会的な背景

### (1) 位置・地勢・気候等の条件からみた「つくばみらい市」

つくばみらい市(以下、本市と略す)は、茨城県の南西部に位置し、都心から40km圏に位置する。東はつくば市と龍ヶ崎市、西と北は常総市、南は取手市と守谷市にそれぞれ接しており、市域面積は79.16km<sup>2</sup>(東西約10km、南北は約12km、標高約5~24m)となっている。市内に谷和原インターチェンジを有する常磐自動車道、西部を南北に通る国道294号、北部を東西に国道354号、常磐自動車道とほぼ並行するようにつくばエクスプレス、本市を南北に常総線(小絹駅)、などの幹線交通網が各都市を結ぶ、恵まれた立地条件となっている。本市に位置するつくばエクスプレスの「みらい平(みらいだいら)駅」は平成17年8月24日に開業し、東京駅まで47分(乗車時間のみ)となり、都心までの移動時間が短縮されている。

図表 1-1-1 本市の位置



市内には小貝川、鬼怒川という二大河川が流れ、小貝川沿いの低地部は広大な水田地帯となっている。また、東部や西部は丘陵地で、畑地や低地林が広がっており、住宅団地や工業地域、ゴルフ場なども造成され、田園風景に恵まれた形で都市機能の強化が図られている。

図表 1-1-2 地目別土地利用面積（単位：千㎡）

地目	平成 19 年	平成 20 年	平成 21 年	平成 22 年	平成 23 年	平成 24 年
田	28,082	28,043	28,019	27,995	27,981	27,968
畑	15,076	14,975	14,779	14,619	14,502	14,427
宅地	9,658	9,847	9,930	10,026	10,220	10,331
山林	5,515	5,382	5,213	5,050	4,972	4,914
原野	805	789	777	764	736	733
雑種地	9,339	9,357	9,496	9,597	9,562	9,521
その他	10,664	10,747	10,926	11,090	11,166	11,246
総面積	79,140	79,140	79,140	79,140	79,140	79,140

地目	平成 25 年	平成 26 年	平成 27 年	平成 28 年	平成 29 年
田	27,957	27,771	27,692	27,654	27,631
畑	14,420	14,210	14,099	14,011	13,840
宅地	10,442	11,068	11,144	11,277	11,353
山林	4,860	4,768	4,791	4,726	4,638
原野	736	727	722	713	700
雑種地	9,407	9,366	9,541	9,651	9,866
その他	11,318	11,229	11,171	11,128	11,132
総面積	79,140	79,140	79,160	79,160	79,160

※資料：税務課「固定資産概要調書」千㎡以下を四捨五入しているため合計値と合わない場合あり

平成 29 年 1 月 1 日時点での土地利用状況は、地目別に見ると市域全体（79.16 千㎡）のうち、農地が約 52.3%（41.47 千㎡）、山林が約 5.8%（4.64 千㎡）で、宅地は、約 14.3%（11.35 千㎡）となっている。

平成 19 年 1 月 1 日時点では、農地が約 54.5%（43.16 千㎡）、山林が約 6.9%（5.51 千㎡）で、宅地は、約 12.2%（9.66 千㎡）であったことから、近年農地や山林が減少し、宅地の増加傾向が見られる。

## (2) 歴史・沿革からみた「つくばみらい市」

本市は縄文・弥生の時代から人々が住み、稲作や狩猟などで生計を立てていたことが分かっている。江戸時代初期に幕府代官頭・伊奈半十郎忠治が治水工事を起こし、常陸谷原三万石の耕地が開発され、関東有数の米どころとなった。

高度経済成長期以降は、住宅開発や工業地域の指定、常磐自動車道谷和原インターチェンジの設置、常総ニュータウンの開発などにより発展してきた。そして、つくばエクスプレスの開業やみらい平駅周辺地区の開発など、さらなるまちづくりの展開が進む中、平成 18 年（2006 年）3 月、伊奈町と谷和原村の合併により、新たに「つくばみらい市」が誕生し、現在に至っている。

<沿革>

- ・明治 22 年 (1889 年) 市制町村制施行により下記の 11 村が発足 (筑波郡小張村・豊村・谷井田村・三島村・板橋村・久賀村・鹿島村・十和村・福岡村・北相馬郡長崎村・小絹村)
- ・明治 29 年 (1896 年) 北相馬郡長崎村が筑波郡に編入
- ・昭和 13 年 (1938 年) 鹿島村・長崎村が合併し、谷原村が発足
- ・昭和 29 年 (1954 年) 三島村・谷井田村・豊村・小張村が合併し、伊奈村が発足
- ・昭和 30 年 (1955 年) 久賀村の一部が伊奈村に編入
- ・昭和 30 年 (1955 年) 谷原村・十和村・福岡村・北相馬郡小絹村が合併し、谷和原村が発足
- ・昭和 30 年 (1955 年) 板橋村が伊奈村に編入
- ・昭和 60 年 (1985 年) 伊奈村が町制施行し伊奈町となる。
- ・平成 17 年 (2005 年) 伊奈町・谷和原村合併協議会設置
- ・平成 18 年 (2006 年) 伊奈町と谷和原村が合併し、つくばみらい市が発足
- ・平成 28 年 (2016 年) 市制 10 周年

図表 1-1-3 市制 10 年の動き



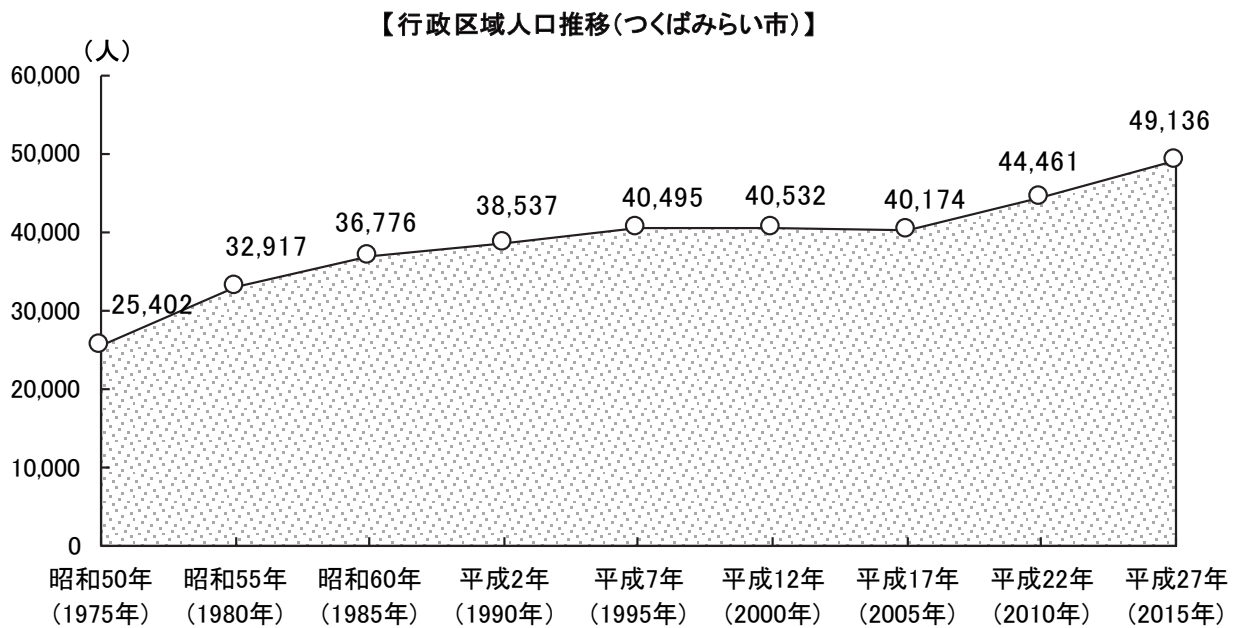
(3) 本市の現状（人口・産業）

① 人口・世帯の推移

本市の人口を5年ごとの推移で見ると、昭和50年から平成12年までは、首都圏の外延化や都市化の影響を受け急速な増加傾向となっている。その後、平成12年に一度減少しているが（減少する割合は平成12年→平成17年では0.88%減少）、平成17年の首都圏新都市鉄道つくばエクスプレス線の開通以降は、特にみらい平周辺における沿線開発によって人口集積が進み、再び大きく増加に転じ、現在も人口増加が続いている。

世帯数の推移を見ると、昭和50年からほぼ一貫して増加している。

図表 1-1-4 市の人口推移



資料: 国勢調査

※平成27年数値は速報値

■人口・世帯数の推移

(単位: 人、世帯、人/世帯)

	昭和50	昭和55	昭和60	平成2	平成7	平成12	平成17	平成22	平成27
人口	25,402	32,917	36,776	38,537	40,495	40,532	40,174	44,461	49,136
増加率	-	29.58%	11.72%	4.79%	5.08%	0.09%	-0.88%	10.67%	10.54%
世帯数(世帯)	5,718	7,770	8,974	9,794	11,195	11,979	12,563	15,273	18,137
増加率	-	35.9%	15.5%	9.1%	14.3%	7.0%	4.9%	21.6%	18.8%
世帯人員	4.44	4.24	4.10	3.93	3.62	3.38	3.20	2.91	2.71

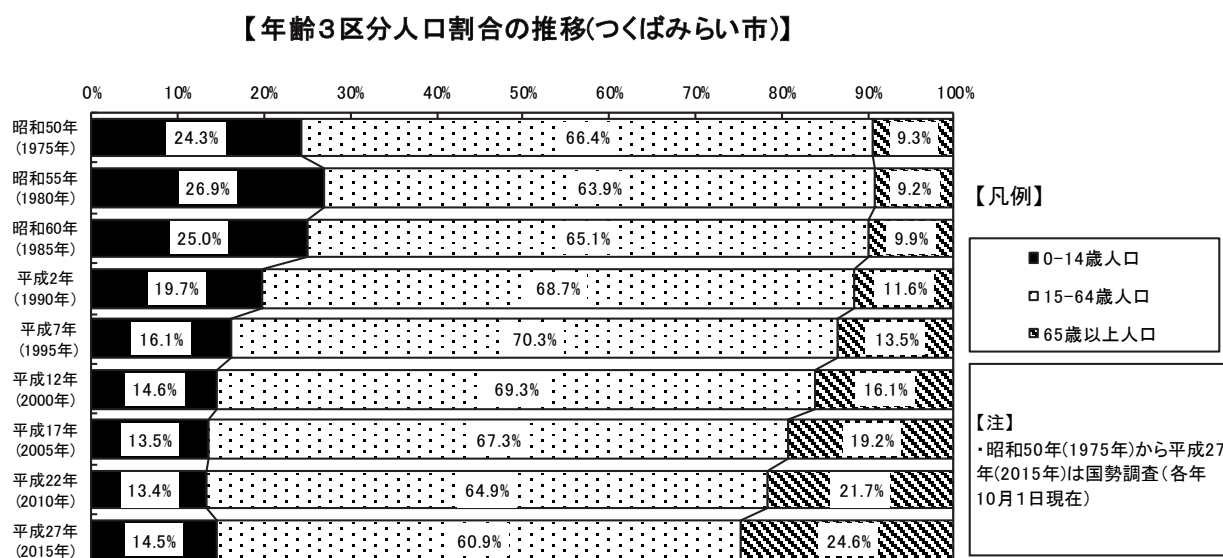
(出所: 国勢調査(総務省統計局)より作成)

## ② 年齢3区分人口割合の推移

年齢3区分人口割合の推移をみると、0-14歳人口は、昭和55年をピークに平成22年まで減少が続いていたが、平成27年に増加に転じている。15-64歳人口割合は、昭和60年から平成7年は増加傾向にあったが、平成12年以降は減少傾向が続いている。65歳以上人口割合は、昭和55年以降、増加傾向が続いている。

このことから、本市においては、総人口は増加しているものの、年齢3区分人口割合でみると少子高齢化の傾向が表れていることが分かる。

図表 1-1-5 年齢3区分の人口割合推移



図表 1-1-6 人口・世帯数の推移(単位:人、%)

	昭和50年	昭和55年	昭和60年	平成2年	平成7年	平成12年	平成17年	平成22年	平成27年
0-14歳人口	6,161	8,862	9,176	7,578	6,534	5,906	5,428	5,940	7,025
(割合)	24.3%	26.9%	25.0%	19.7%	16.1%	14.6%	13.5%	13.4%	14.5%
15-64歳人	16,870	21,018	23,956	26,483	28,479	28,079	27,024	28,846	29,517
(割合)	66.4%	63.9%	65.1%	68.7%	70.3%	69.3%	67.3%	64.9%	60.9%
65歳以上人	2,371	3,037	3,644	4,469	5,482	6,543	7,722	9,656	11,927
(割合)	9.3%	9.2%	9.9%	11.6%	13.5%	16.1%	19.2%	21.7%	24.6%

(出所：国勢調査(総務省統計局)(各年10月1日現在、平成27年は茨城県常住人口調査(4月1日現在)による)

※年齢不詳を含まないため、合計は総人口と一致しない場合がある。

## ③ 就業構造

本市の就業者数の推移をみると、昭和55年以降、平成12年まで増加傾向を示していたが、平成17年に減少に転じている。平成22年に就業者数は再び増加しているが、総人口における就業者の割合は平成2年のレベルまで減少している。

産業別就業者の構成比では第3次産業が全産業の6割以上を占める構造となっている。

図表 1-1-7 産業別就業者数の推移（単位：人、％）

	昭和 55 年	昭和 60 年	平成 2 年	平成 7 年	平成 12 年	平成 17 年	平成 22 年	平成 27 年
総人口	32,917	36,776	38,537	40,495	40,532	40,174	44,461	49,137
総就業者数	15,483	17,442	19,189	21,001	20,970	20,416	21,972	24,181
就業者の割合	47.0%	47.4%	49.8%	51.9%	51.7%	50.8%	49.4%	49.2%
<b>第 1 産業</b>								
就業者数	4,273	3,235	2,386	1,802	1,435	1,231	970	1,070
構成比	27.6%	18.5%	12.4%	8.6%	6.8%	6.0%	4.4%	4.4%
<b>第 2 次産業</b>								
就業者数	5,015	6,584	7,688	8,182	7,824	6,774	6,273	7,096
構成比	32.4%	37.7%	40.1%	39.0%	37.3%	33.2%	28.5%	29.3%
<b>第 3 次産業</b>								
就業者数	6,194	7,587	9,087	10,979	11,488	12,182	13,618	15,086
構成比	40.0%	43.5%	47.4%	52.3%	54.8%	59.7%	62.0%	62.4%
<b>分類不能</b>								
分類不能の産業	1	36	28	38	123	229	1,109	929
構成比	0.0%	0.2%	0.1%	0.2%	0.6%	1.1%	5.0%	3.8%

（出所：国勢調査（総務省統計局）より作成）

注 1) 産業別割合は各産業別就業者数の合計を総就業者数で除したものである。

注 2) 総就業者数には「分類不能の産業」を含んでいる。

注 3) 平成 14 年 3 月に日本産業分類が改訂されたため、平成 17 年度の産業分類について分類が変更になった所については、新たに項目を設けて表に掲載している。

#### ④ 産業（農業・工業・商業・サービス業）

農産物の自由化や後継者不足などの影響を受けて、総農家数、農業産出額、経営耕地面積は減少している。農家形態については、第一種兼業農家・準主業農家、第二種兼業農家・副業農家は減少傾向であり、特に平成 27 年は大きく減少しているが、その一方で平成 7 年まで減少傾向であった専業農家が平成 12 年以降増加している。

図表 1-1-8 農業関係指標の推移

	総農家数 (戸)	自給的農家 (戸)	販売農家			農業産出額 (百万円)	経営耕地面積 (ha)
			専業農家 (戸)	第 1 種兼業 (戸)	第 2 種兼業 (戸)		
昭和 60 年	2,839	-	142	684	2,013	8,020	4,046
平成 2 年	2,693	-	145	365	2,183	6,550	3,881
平成 7 年	2,508	-	132	383	1,993	6,334	3,711
平成 12 年	2,355	235	147	247	1,726	4,900	3,453
平成 17 年	2,223	295	167	303	1,458	4,530	3,253
平成 22 年	1,650	363	191	248	1,211	-	3,091
平成 27 年	1,764	372	258	151	983	-	2,769

（出所：農林業センサス農林水産統計年報より作成）

注 1) 農業産出額の市町村別統計は平成 18 年が最終である。

工業の推移をみると、従業者数は、減少と増加を繰り返しており、安定していないことが分かる。製造品出荷額については平成2年以降、増加傾向にある。

一方、事業所数については、平成2年以降、減少傾向が続いている。

図表 1-1-9 工業の推移 従業者4人以上の事業所

	従業者4人以上の事業所		
	従業者数 (人)	事業所数 (事業所)	製造品 出荷額等 (万円)
平成 2年	4,506	139	165,146
平成 7年	4,091	114	163,291
平成 12年	3,969	119	184,729
平成 16年	3,412	103	171,321
平成 17年	3,348	100	174,680
平成 18年	3,424	99	211,475
平成 19年	4,511	99	218,072
平成 20年	4,343	97	227,228
平成 21年	4,511	99	218,072
平成 22年	3,767	83	225,921
平成 23年	5,060	89	218,497
平成 24年	3,843	80	251,536
平成 25年	3,915	82	264,553
平成 26年	3,794	82	261,257

(出所:経済産業省工業統計調査より作成)

商業の状況をみると、事業所数の減少傾向が続いているものの、従業者数は増加傾向が続いている。また、年間販売額は、増加傾向となっている。

図表 1-1-10 商業の推移

	事業所数 (所)	従業者 (人)	年間商品 販売額 (千万円)	売場面積 (㎡)
昭和 63年	352	1,327	23,947	15,955
平成 3年	351	1,470	33,333	17,484
平成 6年	335	1,663	56,043	23,243
平成 9年	322	1,725	50,345	28,690
平成 11年	327	1,887	50,122	28,660
平成 14年	310	1,963	49,673	24,465
平成 16年	306	2,022	56,516	29,682
平成 19年	294	1,966	48,904	37,951
平成 26年	237	1,993	68,264	43,626

(出所:経済産業省商業統計調査より作成)



#### (4) 県内市町村との比較に見る本市の特徴

本市の特徴を捉えるため、県内市町村との比較結果を示す。

茨城県全体では人口減となる中、つくばエクスプレスの開業により新たな街びらきが行われ、本市を取り巻く状況は大きく変化した。新たな転入者増による人口構成の変化、さらには都市化することによる住環境の整備など、若い子育て世代の増加に対応した結果となっている。

現在も人口増加が続く自治体はまれであり、このことによる影響が県内自治体での比較でも多くみられる。

図表 1-1-11 つくばみらい市が上位及び下位 10 番目にランクインしている主な項目

県内順位	概要
<ul style="list-style-type: none"> <li>・年少人口割合（4 位）</li> <li>・老年人口割合（38 位）</li> <li>・出生率（1 位）※データは平成 26 年</li> <li>・死亡率（40 位）※データは平成 26 年</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・県内でも若い人口割合が高くなっている。</li> <li>・年少人口割合が高く、出生率も県内 1 位となっている。</li> <li>・一方、老年人口割合が低いことから、死亡率も低くなっている。</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>・一般病院数（39 位）※データは平成 26 年</li> <li>・医師数（41 位）※データは平成 25 年</li> <li>・看護師・准看護師数（41 位）</li> <li>※データは平成 25 年</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・医療に関する項目は、下位に位置するものが多く、医療は他市町村に依存している。</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>・国民健康保険医療費（10 位）</li> <li>※データは平成 26 年度</li> <li>・生活習慣病による死亡者数（41 位）</li> <li>※データは平成 26 年</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・被保険者の国民健康保健医療費が多くなっている。</li> <li>・若い人口割合が高いことにより、生活習慣病による死亡者は少ない。</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>・保育所数（2 位）</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・子どもが多いため、保育所数は多い。</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>・生活保護被保護実人員（42 位）</li> <li>※データは平成 26 年度</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・生活保護の被保護者は県内でも少ない。</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>・火災発生件数（41 位）</li> <li>※データは平成 25 年</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・火災発生は年により変動はあるが、最新データでは発生件数は少ない。</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>・運動広場数（44 位）</li> <li>※データは平成 26 年</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・人口規模に対して、スポーツ・レクリエーション施設の整備が不足している。</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>・自家用自動車数（39 位）</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・市内に鉄道もあるため、自家用自動車数は少ない。</li> </ul>

（出所：「市町村早わかり」より作成）

※順位は平成 27 年度現在/44 市町村中のもの

## (5) 本市の誘客資源

つくばみらい市であることが認知されていない場合も多いと思われるが、本市には映画やテレビ等を通じて多くの人が見たことのある風景が点在している。ここでは地域ブランドに関わる本市の主な集客・観光資源について、その一部を紹介する。

### ① ワープステーション江戸



(出所:つくばみらい市観光協会 HP)

ワープステーション江戸は時代劇オープンセットが建ち並ぶ、国内でも数少ない野外型ロケ施設である。

時代設定として江戸時代はもちろんのこと、戦国から昭和までを幅広くカバーし、お堀の太鼓橋や周囲の家々が当時の風情を演出、城郭や武家屋敷の佇まいが、来場者を時代劇の世界へと誘う。

他にも長屋、旅籠街、明治の下町とおりなど、豊富な場面設定が整備、数多くの映像作品が撮影されている。

ロケーション撮影実施中は入場制限もしくは一部通行制限の場合もあるが、基本的に施設内は一般公開されているため、誰でも手軽に時代劇撮影の雰囲気を楽しむことができる。

## ② 小目沼橋



(出所:つくばみらい市観光協会 HP)

小目沼橋は、昭和 31 年に小貝川両岸の村（下小目と平沼）を結ぶために作られた木製の橋である。

橋幅は狭く 1.5mほどで、欄干はない。また、大雨の後には橋全体が沈下することもある。

木橋のため車は通れないが、趣のあるその風景は、市内にあるワープステーション江戸と同様、映画やドラマの撮影に度々使用されている。

③ 福岡堰



(出所:つくばみらい市観光協会 HP)

福岡堰は関東三大堰のひとつで、茨城観光 100 選にも選定されている景勝地である。

春には約 1.8 km にも及ぶ堤に咲き誇る桜のトンネルが見事であり、桜の開花時期に合わせて「福岡堰さくらまつり」も開催され、県内外から多くの花見客が訪れる。

まつり期間中の土・日曜日には、桜並木の中心部に特設ステージを設け、各種催し物や地元物産販売などが賑やかに開催されている。

桜並木が続く堤は、遊歩道や多目的広場が整備され、散策や釣りを楽しむ人々の憩いの場となっている。

#### ④ 板橋不動尊



(出所:つくばみらい市観光協会 HP)

板橋不動尊の正式名称は「清安山不動院願成寺」であり、真言宗豊山派に属する寺院で、開創約 1200 年の歴史をもつ加持祈祷の道場である。

成田山新勝寺、高幡不動尊金剛寺で有名な関東三大不動尊の一つとも言われ、北関東三十六不動尊霊場の一つでもある。

国指定重要文化財の不動明王を本尊とし、「板橋のお不動さん」と呼ばれ、古くから関東一円の多くの方から親しまれている。

求子安産、子どもの成長安全に特に霊験あらたかと信仰され、安産祈願のお守りで知られている。

毎月 28 日が縁日で、護摩祈祷を行っており、境内には露天が立ち並び賑わっている。

参詣者の香煙絶えることのない、関東屈指の名刹である。

⑤ 間宮林蔵生家・間宮林蔵記念館



(出所:つくばみらい市観光協会 HP)

間宮林蔵記念館は、18世紀後半にこの地に生まれ育ち、江戸に出て、北方で活躍した大探検家・測量家である「間宮林蔵」を紹介するために、顕彰事業の一つとして建設されたもので、平成5年6月3日（測量の日）に開館した。

館内の展示は、間宮林蔵に関するもの及び彼の生きた時代背景などで構成され、時代に沿った紹介をしている。

全国各地から収集した数少ない資料のほか、子孫宅に伝わる遺品、林蔵にまつわる史跡などをおりませながらテーマごとに展示している。

## ⑥ ゴルフ場

### 取手国際ゴルフ倶楽部



取手国際ゴルフ倶楽部は1958年(昭和33年)に開場した茨城県でも2番目に古い、伝統的なゴルフ場である。

重厚な松林にセパレートされた長い歴史に磨かれた円熟の東西36ホールを持つ美しい景観の林間コースで、技術と戦略性が要求される関東屈指の名コースである。

平成26年から青木功プロ監修で東コースの改修工事が行われ、平成27年11月3日にリニューアルオープンしている。

## 筑波カントリークラブ



筑波カントリークラブは1959年(昭和34年)に開場した茨城県では5番目の古い歴史と伝統の名門ゴルフ場である。

高低差が少ないコース設計で、松林に囲まれた美しい18ホールの林間コースとなっている。

自然の地形をそのまま利用した、雄大かつ典雅で、バンカーを巧みに配置したレイアウトはプレーヤーの挑戦意欲を掻き立てている。1980年代には数多くの女子トーナメントが開催された。



## 常陽カントリー倶楽部



常陽カントリー倶楽部は1961年（昭和36年）に開場されたゴルフ場であり、茨城県で8番目に古い歴史を持つ。松林にセパレートされたフラットな林間コースで、茨城県内の代表的な名門ゴルフ場のひとつである。コースは瀬戸内海をイメージしてレイアウトされており、フェアウェイのアンジュレーションは波、バンカーは砂浜、グリーンは瀬戸内海に浮かぶ小島をイメージしている。また、コース上には、桜やコブシ、ツバキなど四季折々の花木が植えられている。

## 茨城ゴルフ倶楽部



茨城ゴルフ倶楽部は昭和 37 年にオープンした名門ゴルフ場の 1 つである。雄大で落ち着いた雰囲気、林間のコースはプロ選手からの評価も高く、戦略性に富んだ東西 36 ホールは自然の地形を活用して設計されている。

茨城県内でも随一のトーナメント開催数を誇り、国内女子のメジャートーナメント史上最多の来場者数を誇る「ワールドレディスチャンピオンシップサロンパスカップ」の舞台となっている。

また、平成 25 年には日本最高峰のメジャートーナメント「日本オープンゴルフ選手権」も開催されている。

## 2 つくばみらい市における市認証制度の現状

### (1) 「みらいプレミアム」発足の目的・経緯・当初目標

平成 25 年、全国各地において地域のブランド化・6 次産業化の動きが活発化し、本市もその流れに乗り、ブランド化を推進して地域産業の活性化を図る目的で、“加工品”を中心に、市認証制度が開始された。

まず、市認証特産品の名称・ロゴマークを公募し、ブランド名称は「みらいプレミアム」とし、ロゴマークも決定した。

図表 1-2-1 現在のロゴマーク



その後、立ち上げた審査会と協議会に諮り、つくばみらい市商工会で推奨していた商品を含めた計 22 品目を「みらいプレミアム」として認証した。

当初認証では、対象商品の選定は内部で行い、公募等は行っておらず「つくばみらい市商工会特産品推奨認証商品」を取り込む形で「みらいプレミアム」制度が開始した。

その後、毎年公募を実施し、認証商品を追加してきた。

- ・ 平成 26 年公募により 7 品目追加 (7/7 全品目認証)
- ・ 平成 27 年公募により 3 品目追加 (3/3 全品目認証)
- ・ 平成 28 年公募により 2 品目追加 (2/3 認証 1 品目落選)

「みらいプレミアム」の認証期間は、3 年間としているため、当初認証の 22 品目の更新審査を平成 28 年に実施。うち 2 品目は生産終了となっていたため、20 品目を審査した結果、全て更新許可（認証継続）となる。

当初より数値目標等は掲げておらず、イメージ戦略としてより多くの商品を市が認証し、ラインナップを充実させ、市内外に PR していくことが目的となっていた。PR（販売・普及）活動は、市観光協会に補助金を支出し推進を図っている。

(2) 市の認証商品

「みらいプレミアム」に認証されている商品は以下の32品目である。

図表 1-2-2 「みらいプレミアム」一覧(平成29年9月現在)

No	商品名	生産者
1	プレミアムキャロットジュース	東郷ファーム
2	プレミアムキャロットジャム	
3	プレミアムキャロットドレッシング	
4	フルーツマトジュース(銀ラベル)	小菅農園
5	～農家の万能調味料～御肉の旨ったれ	
6	梅ジャム	あかね
7	あかねの梅	
8	こしひかり100%生麺	(株)スウィートグリーン
9	黒大豆ヘルシーミックス	
10	寒天ゼリー	
11	かあちゃん味噌(伊奈産)	JA 茨城みなみ伊奈女性部
12	かあちゃん味噌(谷和原産)	JA 茨城みなみ谷和原加工クラブ
13	フルーツマトジュース	野口農園
14	プレミアムトマトジュース	
15	ジャムっ娘	JA 茨城みなみ施設園芸部会青年部
16	ソースっ娘	
17	山わさびしょうゆ漬け	柏乗馬クラブ
18	熟成黒にんにく	
19	特別栽培米 菜菜ちゃん	つくばみらい市菜の花研究会
20	やわら三万石(日本酒)	つくばみらい市商工会
21	げんこつあられ	大久保米菓
22	太郎兵衛煎餅	(有)大久保熨斗吉商店
23	間宮林蔵最中	(株)青柳
24	黒豆めん	青木製麺工場
25	とまとそうめん	
26	伊奈の草もち	(有)大久保利通商店
27	太郎兵衛じいさんの育てたもち米	(有)本多農園
28	煎りたて麦茶	
29	あとひきおかき	
30	栗の渋皮煮 艶っ栗	(株)二葉
31	おいしい卵のプリン	社会福祉法人 ゆっこら
32	ゆっこらのブルーベリージャム	

「みらいプレミアム」商品カタログ掲載サイト [http://mirai-kankou.com/tsukubamirai/pamphlet/mirai\\_premium\\_8p.pdf](http://mirai-kankou.com/tsukubamirai/pamphlet/mirai_premium_8p.pdf)

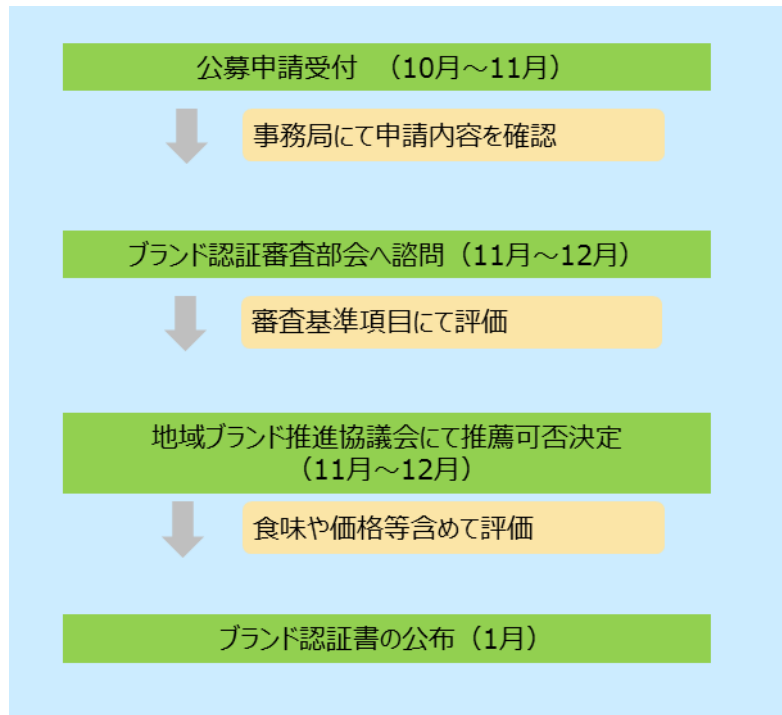
### (3) 市の認証制度

市の認証制度の概要を以下に示す。

#### ① 認証制度の流れ

新規の認証は毎年実施し、認証有効期間は3年としている。また、認証の延長は更新申請により行っており、審査方法や基準は基本的に新規の場合と同じである。

図表 1-2-3 認証の流れ



- 年1回新商品の公募を実施（10月～11月）
  - 応募があった商品を、つくばみらいブランド認証審査部会へ諮問
  - 【品質・こだわり】【信頼・安心安全】【つくばみらいらしさ】をA～C段階で採点し、総合的に評価（11月～12月）
  - 認証審査部会の答申をもって、つくばみらい市特産品地域ブランド推進協議会へ
- 地域ブランド推進協議会内で、推薦可否決定（11月～12月）
  - 【見た目】【味】【包装パッケージ】【価格】などから総合的に評価
- 推薦商品を市が認証し、つくばみらいブランド認証書を交付（1月）

認証された商品には、「みらいプレミアム」認証シール（ロゴマーク）の使用権利が得られるほか、市内外の各種イベントにおいて、市観光協会が生産者から商品を買上げて販売・PRを行っている。

## ② 審査基準

「みらいプレミアム」の認証申請において、以下の要件が必要とされている。

### ア 申請条件

- ・申請者
  - ・つくばみらい市内に住所又は、事業所を有していること
- ・申請商品
  - ・農林水産物：つくばみらい市内で栽培、採取、又は飼育されたものであること
  - ・加工品等：主な原材料となる農林水産物は、つくばみらい市内で生産されたもの、かつ、市内で製造されたものとする  
ただし、市内で製造加工できない場合は、事前に市へ理由書を提出し承認を受けることとする
  - ・市商工会推奨品：つくばみらい市商工会特産品推奨認証規定に基づいて認証された推奨品

### イ 審査基準

審査基準として、以下の項目に関して審査している。

- ・品質・こだわり
  - ・食べたいと感じる商品であること
  - ・商品の生産に関する取り組みやこだわりがあること
  - ・適正な商品表示が行われていること
  - ・他商品とは異なる優位性・独自性を有していること
- ・信頼・安心安全
  - ・生産・製造過程の情報を正しく公開することが出来る体制が整っていること
  - ・安心安全に関する情報が開示されていること
  - ・生産や販売に関する関係法令が遵守されていること
- ・つくばみらい市らしさ
  - ・つくばみらい市の自然や文化、伝統等の特性を踏まえて、つくばみらい市のイメージ向上に繋がる物語性を持っていること
  - ・生産、製造等の課程において、特色ある品種や技術により作られていること

### ウ 事業者要件

認証に際して、受証事業者に係る基準として、以下の要件を設けている。

- ・地域活性化を目的とした『つくばみらいブランド』を理解し、互いに協力し、地域ブランドの育成に貢献しようとする意識があること
- ・商品の開発や販売に対する意欲があること
- ・品質の向上や安全の確保に高い意識を持っていること

### ③ 審査体制

認証制度の流れで示したように、審査はつくばみらいブランド認証審査部会による審査を経て、つくばみらい市特産品地域ブランド推進協議会にて最終審査が行われて認証される。

#### ア つくばみらいブランド認証審査部会の概要

審査部会は、次の事項について調査検討をする。

- ・ 認証申請の(調査, 審査)に関すること
- ・ 認証マークの使用確認に関すること
- ・ 認証の取り消し審査に関すること
- ・ その他事業推進に関すること

審査会の委員は、10人以内とし、次に掲げる者のうちから組織する。

- ・ 農商工業の分野において優れた見識を持つ者
- ・ 茨城みなみ農業協同組合代表者
- ・ 茨城県県南農林事務所つくば地域農業改良普及センター代表者
- ・ 食生活改善推進委員会代表者
- ・ 暮らしの会代表者

また、委員の任期は2年とし再任を妨げないこととしている。

#### イ つくばみらい市特産品地域ブランド推進協議会

協議会は、次に掲げる事項を検討する。

- ・ つくばみらい市特産品に関すること
- ・ つくばみらいブランド創出のための特産品開発及び支援に関すること
- ・ つくばみらいブランド創出に係る広報活動、情報交換等に関すること
- ・ その他つくばみらいブランド創出のために必要な事項

協議会は、委員10人以内で組織し、委員は、次に掲げる者のうちから、市長が委嘱し、又は任命する。

- ・ 農商工業の分野において優れた見識を持つ者
- ・ つくばみらい市議会経済常任委員長
- ・ つくばみらい市商工会長
- ・ 茨城みなみ農業協同組合代表理事組合長
- ・ 茨城県県南農林事務所つくば地域農業改良普及センター長
- ・ 副市長
- ・ 前各号に掲げる者のほか、市長が特に必要と認める者

なお、委員の任期は2年である。

④ 「みらいプレミアム」認証製品に関する市としての補助・取り組み支援

市内の農林水産物を利用した「みらいプレミアム」等の商品開発、加工、販売、販路開拓等への主体的な取り組みを行う者に対して、予算の範囲内で「みらいプレミアム等開発育成支援事業費補助金」を交付している。

図表 1-2-4 補助事業の概要

事業名	補助対象経費	補助金の額
開発資材等 整備事業	1 施設・機械・資材等の整備に要する経費	補助対象経費の2分の1以内 とし、300,000円を限度額とする。
	2 機械・装置等の購入又はリースに要する経費	
	3 その他必要と認められる経費	
開発推進 活動事業	1 調査研究や技術習得に要する経費	補助対象経費の2分の1以内 とし、200,000円を限度額とする。
	2 外部専門家等から指導助言に要する経費	
	3 農産物や調味料等の原料の購入に要する経費	
	4 委託加工に要する経費	
	5 包装デザイン等の開発に要する経費	
	6 農産物・加工品等の成分分析に要する経費	
	7 その他必要と認められる経費	
PR 事業	1 直売所等への出品に要する経費	補助対象経費の2分の1以内 とし、100,000円を限度額とする。
	2 商品展示会等への参加に要する経費	
	3 広告・宣伝に要する経費	
	4 その他必要と認められる経費	

※補助対象経費は、消費税を除いた額

※補助金の額に1,000円未満の端数があるときは、当該端数を切り捨てた額

なお、開発資材等整備事業及び開発推進活動事業は、今後「みらいプレミアム」への申請を検討している事業者を主たる対象としている。

これまで当該補助事業の利用実績は以下のとおりである。

図表 補助事業利用実績

年度	開発資材等整備事業	開発推進活動事業	PR事業	件数
H26	2件	1件	2件	5件
H27	1件			1件
H28	1件	1件		2件
合計	4件	2件	2件	8件

利用者実績は「みらいプレミアム」の認証事業者の7事業者であり、上限に至るものはない。

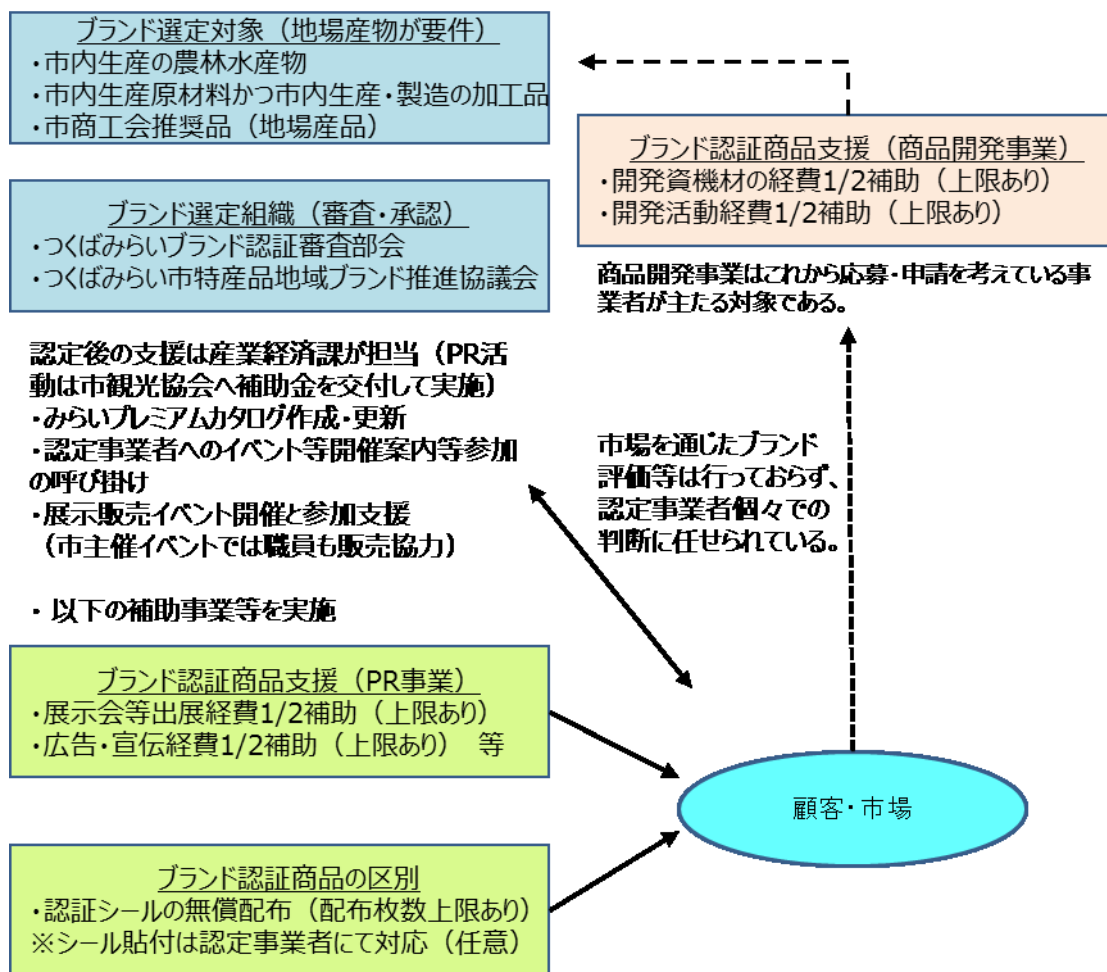


補助実績対象として、開発資機材では、冷蔵庫、貯蔵庫、印刷機、開発推進活動では試作品やパッケージデザイン、PR活動では情報誌への掲載や直売会への参加などが承認されている。

#### (4) 認証制度の現状課題

認証制度の現状の枠組みを大まかに整理すると、以下のようになる。

図表 1-2-5 現行認証制度の枠組みイメージ



現在の枠組みは、認証後の支援事業や支援活動はいくつかあるものの、ブランド全体としての戦略性や統一的な活動管理の枠組みはなく、事業者個々の活動に委ねられている。

つくばみらい市商工会で推奨していた商品を「みらいプレミアム」へ移行した際のブランド創成期の枠組みのままであり、地域ブランド発展に向けた全体枠組みの構築への進展が図られていないことが大きな課題であると言える。

また、次のような課題も表面化してきている。

### ① 消費者からの認知度の不足

「みらいプレミアム」認証品には認証のロゴシールを貼ることができるが、貼られていなかったり、見えにくい場所に貼られていたり、販売店においても他の商品に紛れて陳列されていたりするなど、他の商品との差別化が明確になされていない。

市内生産の原材料を使用していることや市内で製造されていることを主たる要件としているために、商品を見ただけでは明確なコンセプトが消費者に伝わらない状況にあり、商品を知っていても、それが「みらいプレミアム」であると認識されることは少ない。商品ひとつひとつの方向性の在り方や認知度向上等も視野に入れつつ、他市町村との差別化、独自性を原点から考える必要がある。

### ② 事業者へのメリットの不足

公募による申請となっているが、年々応募される商品が減少傾向にある。その理由としては、事業者へのメリットが少ないことが一因として考えられる。

「みらいプレミアム」が消費者にあまり認知されていないことから、認証シールを貼っても、商品の売り上げに影響することは少ない。また、市観光協会が行っている販売・PRはイベント時に限られたもので、日常的に行われているわけではない。

そのようなことなどから、事業者は敢えて応募するメリットを感じていない可能性がある。

### ③ 審査・評価の在り方

平成 28 年度の公募選考において、1 品目だけ落選となっているが、当該品目は、同じ平成 28 年に、茨城おみやげ大賞に選ばれた。

このことから、現在の審査の在り方に改善すべき課題があるものと考えられる。

