

第5回清水町みらい会議要旨

○開催日 令和2年10月15日(木)

○会場 清水町役場4階 第1会議室

○出席者(委員)

- ・岩崎 清悟 座長 (静岡ガス株式会社 特別顧問)
- ・中山 勝 副座長 (一般財団法人企業経営研究所 理事長)
- ・植田 勝智 委員 (ファルマバレーセンター センター長)
- ・川村結里子 委員 (株式会社結屋 代表取締役)
- ・鈴木 誠一 委員 (株式会社エステック 代表取締役)
- ・三船美也子 委員 (一般社団法人日本親子体操協会 理事)
- ・矢嶋 敏朗 委員 (日本大学国際関係学部 国際総合政策学科 准教授)
- ・長倉 一正 委員 (有限会社長倉書店 代表取締役)

清水町に住みたいと思う魅力づくりについて話し合った。

1 子育て世代が住みたいと思うまち

・一番大きい移住マーケットは、出産、子育て期のヤングファミリー層だ。この層を惹きつける要素としては、文化的な要素や緑や水などの自然が挙げられる。清水町の住みやすさは“ぼんやり”していて、訴求するキーワードに欠ける。柿田川の湧水も身近なものではなく、子育てには結びついていない。ヤングファミリーが子育てしたいと思えるキーワードを作り出していくことが重要。

・「本格的」というのは大事だ。“ぼんやり”「住みやすい」では、外から見ると魅力的に映らない。

・仕事をしながら、子育てをしながら、と考えると、サントムーンのような商業施設の中で一度に用事を済ませられるのは良い。子を連れてあちこち行くのは大変なので、大きな拠点があるといい。子育て支援センターが商業施設の中にあるのは良い点だ。

2 交通基盤及びくらし環境の整備

- ・車を持たない高齢者には交通手段がない。町内を移動するためのインフラがしっかりしていない。
- ・^{※1}ウーバーを清水町発でやってみてはどうか。小さい町だからこそ先進的な移動手段を実験してみるということに、もっと取り組むべき。
- ・その他の^{※2}トランスポートーションについても工夫すればできると思う。病院回りもうまくやれるのではないか。
- ・東京ではウーバーがタクシーと連携している事例がある。地元タクシー会社との連携を模索するのもいいだろう。
- ・サントムーンの良さはたくさんの駐車場があることだが、車以外のアクセスの良さを充実させていくともっと良くなると思う。
- ・サントムーンは三島駅、沼津駅を結んでいるので、清水町内のバス路線の^{※3}ハブにできないか。町内のアクセスも良くなるし、沼津、三島に行くのにも良い。お年寄りにとって、公共交通機関、巡回バスで、町内のどこにでも行けるのはいいことだと思う。
- ・商業施設に医療機関があるといい。住む場所、医療（病院）、ショッピング、子育てが揃うと、魅力的だ。
- ・新しい図書館で、ゆっくり本を読める場所ができたのはいいことだ。柿田川と結ぶ遊歩道のようなものができるとうれしい。丸池の遊歩道もPRしてはどうか。健康長寿にウォーキングが推奨されており、町内にいくつかウォーキングコースを作ってみるのもいいだろう。
- ・清水町の特徴がなかなか思い付かない。本会議を通じて柿田川も身近なものではないと感じた。^{※4}ゾーニングを考え組合と協議しながら卸団地に尖った店を揃え、柿田川と両核を作ると、回遊しやすい町になるのではないか。

3 つながり、学びあい、チャレンジできる場づくり

- ・ワークの一方で、ライフの充実、心が充実する機会があるまちが選択される。子どもだけでなく大人も、学びあえる、チャレンジできるといった場が身近にあり、選択でき、そして互いに関わることで、心の充足を図ることができる。仕組みを作るのは大変だが、活力を持って暮らしを楽しむ、そういう充実感があるまちであれば住み続けると思う。繋がることができる場所があれば、行政区を超えても選択する。オンラインの活動でもオフラインの活動でも、いつでも活動が“見える化”されて、いつでも加われる、そんな場所がここがあれば、いつでも参加したい。

4 学生への働きかけ

- ・学生には、静岡から出ていってもいいと思っている子もいるが、大学

1年、2年あたりから地元巻き込んでおけば、卒業後も残るのではないか。町のお墨付きの企業が就職も家も斡旋する、そういう働きかけが学生を住み着かせると思う。

・柿田川があり、キラリと光る企業があり、行政の方の顔が見える。学生たちにとってはそういう距離感がいいと思う。

5 戦略的な情報発信

・柿田川について、上流で水を採取して販売するとか、長泉町より水を安くするなど、突拍子もないことのようにだが、PRできるものを持っていないとだめだ。また、メディアをうまく使うことだ。テレビやネットの話題に日本人はすぐに飛びつく。

・長泉町はPRが非常に上手い。地価が下がらなかった町全国3位など、全国ネットで情報が発信される。そうすると、皆がプライドを持つようになる。

・川端康成が伊豆序説で「伊豆はあらゆる風景の画廊である」ということを書いている。清水町は伊豆半島の入口だ。川端も認めた日本一の公園・伊豆半島を持っている清水町、と打ち出してはどうか。

・清水町には柿田川があり、まちのどこからでも富士山が見える。なぜPRしないのか。

・外の人に清水町がどんなまちに映るか訊いてみてはどうか。インターネットでいいのでアンケートをとって、住みやすいまちがどんなまちかを聞いて、出てきた意見から清水町ができることをやる。あるいは今ないものを作っていくのもいいだろう。

・外部の人が柿田川をどんな形で使いたいのか聞くのもいいと思う。関係者との調整に外からの声を活かすのも1つの手だ。外の人がこう使いたいと話すと、関係者の中でも新しいアイデアが出てくるのではないだろうか。

・住みやすさのキーになるものはサントムーンだけではなく、町内には綺麗な住宅地もある。丸池や桜、富士山なども盛り込んで、動画で清水町の魅力ある暮らし方を見せていくのもいいと思う。

・^{※5}エビデンスのある情報発信を行うべきだ。総合計画では清水町のくらしやすさを6つの指標で測っていくこととしているが、戦略的に6つの指標のどれを伸ばすのかという議論がない。清水町に住みたいと思わせるためにどれを伸ばすか、という議論を踏まえると、早く結果を出せると思う。

・清水町には4店舗の大型書店があるが、よく調べてみると、昼間人口一人あたりの書店売場面積は、清水町が全国1位だった。このように、切口を変えることで「1番」が見つかる。

6 特徴を生かして質の高い教育を

- ・“住みたくないまち”とはどういうまちか考えてみると、文化がないことや、中学・高校生のお子さんの教育の問題が挙げられる。
- ・まちに就労の条件は備わっているか。また、子育てもただ幼稚園がある、整備されているというだけでなく、しっかりした学力をつける環境が整っているか。こういったことがしっかりしていないと町全体のレベルアップができない。
- ・英語、ICT教育を進めるとなると、みんな関心を持つだろう。PRが大事だ。特徴をしっかり前面に打ち出していく必要がある。
- ・周辺の高校や大学を紹介しながら「静岡県の文京区」として売り出すのもいいだろう。

- ※1 **ウーバー**…アメリカ合衆国の企業であるウーバー・テクノロジーズが運営する、自動車配信ウェブサイトおよび配車アプリ
- ※2 **トランスポーターション**…輸送、運送のこと
- ※3 **ハブ**…中心地、結節点
- ※4 **ゾーニング**…区分すること。都市計画などで、各地域を用途別に区画すること。
- ※5 **エビデンス**…証拠、根拠