

# 第2編 重点戦略

第1章 重点戦略の位置づけ

第2章 重点戦略の個別プログラム

## 重点戦略 目次

第1章 重点戦略の位置づけ .....	53
1. 第2次美浦村まち・ひと・しごと創生総合戦略としての位置づけ .....	53
2. 重点戦略の構成と施策 .....	53
3. 美浦村総合戦略の成果指標の達成状況 .....	54
第2章 重点戦略の個別プログラム .....	55
1. 基本目標に基づく重点戦略の体系 .....	55
【基本目標1】見たい・訪れたい・体験したい美浦づくり .....	56
【基本目標2】住んでみたい美浦づくり .....	63
【基本目標3】住み続けたい美浦づくり .....	70

# 第1章 重点戦略の位置づけ

## 1. 第2次美浦村まち・ひと・しごと創生総合戦略としての位置づけ

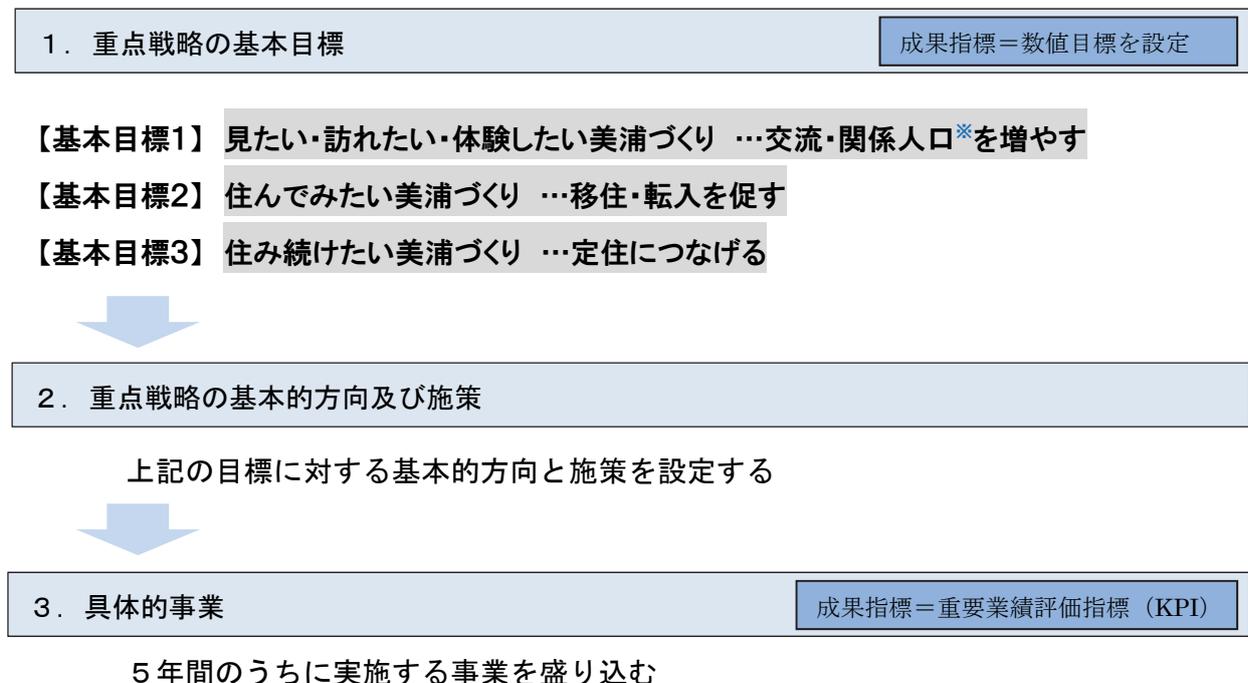
平成26(2014)年11月に「まち・ひと・しごと創生法(以下、創生法という。)」が施行され、国において平成26(2014)年12月に「まち・ひと・しごと創生総合戦略」が策定されました。また、市町村においても、「市町村まち・ひと・しごと創生総合戦略」の策定に努めるものとされました。

美浦村においても、「創生法」に基づき、人口減少問題の克服、地方創生施策を進める上での基本目標や目指す方向性や具体的な取組を定めた「美浦村まち・ひと・しごと創生総合戦略」(以下、美浦村総合戦略という。)を平成28(2016)年3月に策定しました。

美浦村総合戦略は、これまで進めてきた総合計画を踏まえた上で、さらに地方創生に係る特定の施策を掲載する戦略として位置づけ、両計画の整合性を図りながら実施するものとして策定されました。このことから、美浦村総合戦略の改定時期にあわせ、総合計画と一体的に策定するものとし、美浦村総合戦略は基本計画における重点戦略として位置づけられることとなります。

## 2. 重点戦略の構成と施策

重点戦略は、基本目標を実現するための基本方向と施策、具体的事業により構成されます。基本目標「数値目標」、具体的事業「重要業績評価指標(KPI)」に対して、それぞれ成果指標を設定します。



### 3. 美浦村総合戦略の成果指標の達成状況

#### 基本目標1「新しい「美浦村」づくり」の総括

平成30(2018)年の実績からみた令和元(2019)年の達成状況について、「地域交流館の年間延べ利用者」は81.2%で増加傾向にあります。

また、施策1「小さな拠点の推進」のKPI「物産館等での販売額」や「買い物地元吸収率」、施策3「美浦ブランドの確立」の「商品開発数」の目標を達成や産地づくり事業(パブリカやマッシュルーム等)の生産量も着実の増加傾向となっており、地域交流館に関連する様々な取組が成果を見せてきている状況です。

#### 基本目標2「見たい・住みたい・住み続けたい魅力あるまちづくり」の総括

平成30(2018)年の実績からみた令和元(2019)年の達成状況について、「転入者」は目標に近い値まで減少している状況にあります。

施策2の「地域活性化の推進」の交流人口の促進におけるイベント等の来場者数や参加者数が目標を達成している状況であり、交流人口拡大への取り組みが成果を上げている状況となっています。一方で空家の活用などのハード整備が今後の課題となっています。

#### 基本目標3「子育て・子育てにやさしいまちづくり」の総括

平成30(2018)年の実績からみた令和元(2019)年の達成状況について、「出生数」は少子高齢化の中で現状維持する目標となっていますが、減少傾向となっています。一方で、施策1「子どもの保育・居場所の充実」や施策2「子育て世代に対する経済的支援」、施策3「美浦教育の質の向上」などの目標の達成度が高い分野となっています。

#### 基本目標4「安心して暮らしやすいまちづくり」の総括

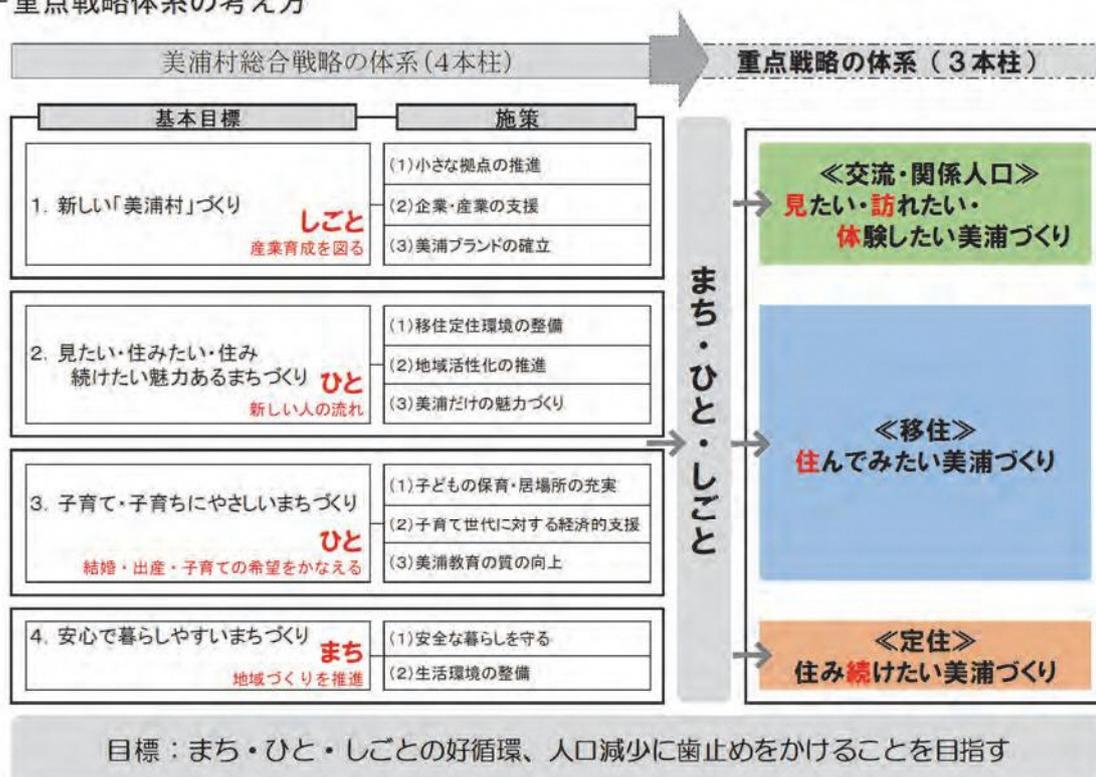
平成30(2018)年の実績からみた令和元(2019)年の達成状況について、「転出者数」は目標に向かって転出者の抑制ができてきている状況となっています。

また、施策2「生活環境の整備」の住宅リフォーム改修補助事業などが少し成果を上げている状況にあります。一方で、防犯防災対策や住宅整備の事業などを充実させていくことが課題です。

#### 参考：美浦村総合戦略の体系をベースとした重点戦略の体系

美浦村総合戦略の体系をベースに、まち・ひと・しごとの目標を共有しつつ、“交流・関係人口(行きたい)”、“移住(住みたい)”、“定住(住み続けたい)”の3つの考え方にまち・ひと・しごとが絡み合う体系とします。

表一 重点戦略体系の考え方



## 第2章 重点戦略の個別プログラム

### 1. 基本目標に基づく重点戦略の体系

以下の3つの基本目標を掲げ、これを実現するために講ずべき施策に関する基本方向と、具体的に取り組む施策を以下のように、重点戦略の体系としてまとめました。

また、基本目標と基本的方向からなる各施策には、短期から長期的な施策の展開を示した具体的事業を位置づけています。

基本目標	基本的方向	施策
[基本目標1] <b>見たい・訪れたい</b> <b>・体験したい美浦づくり</b> (ねらい) 交流・関係人口を増やす	1. ココロを掴む仕掛け ～美浦に思いを馳せる～	①ココロに刺さるプロモーションをする
		②行きたいと思わせる仕組みをつくる
		③イメージ(印象)を高める総合的な展開を図る
	2. 充実した時間消費のコンテンツの提供～美浦にしかない体験がある～	①観光コンテンツの質を高める
		②観光コンテンツを組み合わせる
		③観光コンテンツの種類を増やす
	3. リピーターに繋がる仕掛けづくり ～美浦にこだわる～	①記憶に残る観光コンテンツをつくる
		②訪れる機会をつくる
		③何回も訪れるようなサイクルを創る
[基本目標2] <b>住んでみたい美浦づくり</b> (ねらい) 移住・転入を促す	1. 関心(興味)を高める住環境 ～美浦らしい住まい方～	①ニーズに合った住宅施策の展開を図る
		②近隣都市からの関心を高める住宅施策の展開を図る
		③遠方からの関心を高める住宅施策の展開を図る
	2. 共感を高めるライフスタイル ～美浦らしい暮らし方～	①共感できる個性を生かした暮らしの環境を充実させる
		②共感を高める多様なライフスタイルの展開を図る
		③共感から移住へと促す新たなライフスタイルの展開を図る
	3. 住んでみたくなるきっかけづくり ～美浦だから住んでみたい～	①住んでみたいをサポートする
		②多様な情報との接点を仕掛ける
		③住んでみたくなるきっかけをつくる
[基本目標3] <b>住み続けたい美浦づくり</b> (ねらい) 定住につなげる	1. 安全・快適に住み続けられる環境～美浦だから安心～	①暮らしの中の不安を小さくする
		②不安なく暮らすことができる
		③誰もが快適に住み続けられる環境を整える
	2. 夢を見つけ、夢を叶える環境 ～美浦だから育てる～	①子ども達が夢をもつことができる
		②夢を叶えることができる
		③ずっと住みたい・将来戻ってきたいと思える環境をつくる
	3. つながり、支えあう元気な地域 ～美浦だから楽しい～	①村民同士が顔を合わせる機会を提供する
		②コミュニティを強くする仕組みづくり
		③コミュニティを力(協働)にする体制を整える

# 【基本目標1】 見たい・訪れたい・体験したい美浦づくり

基本目標1について、その実現に向けて講ずべき施策に関する基本方向を以下のように定め、推進していくものとします。

## 基本的方向1-1 ココロを掴む仕掛け～美浦に思いを馳せる～

多くの人々が同じ価値観で観光に訪れるような「大ヒット」する観光は少なくなってきたなかで、ターゲットを絞り、その対象に向けてPRを仕掛けていくようなプロモーションを行い、美浦村を訪れたいと思わせる戦略を考え、展開していきます。

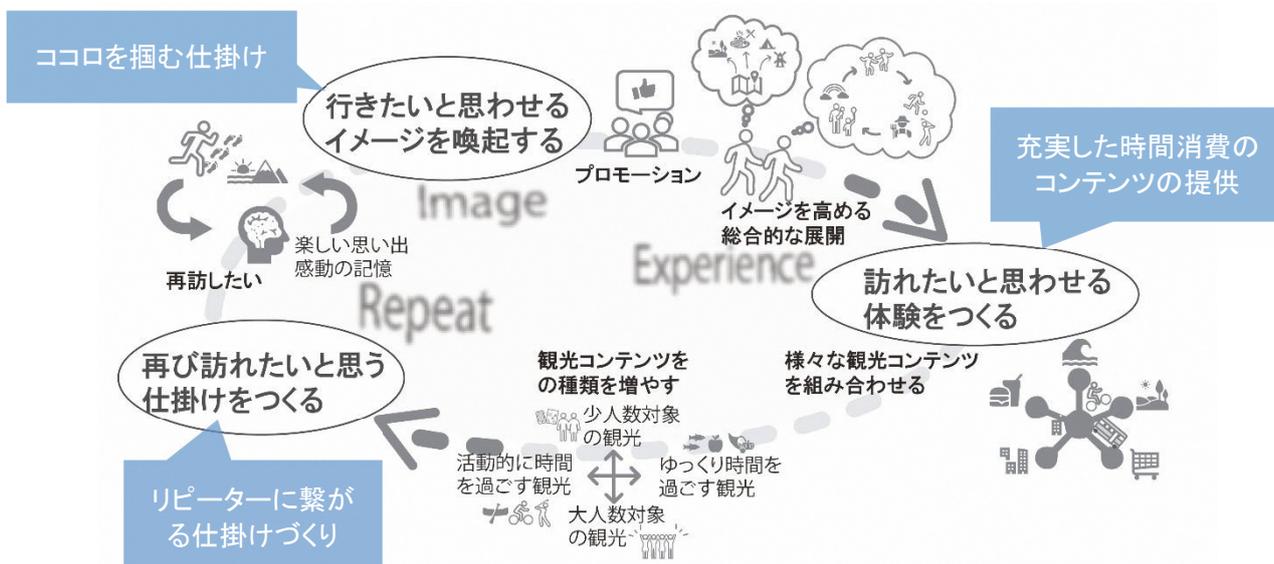
## 基本的方向1-2 充実した時間消費のコンテンツの提供～美浦にしかない体験がある～

ただ見て楽しむだけの観光では、観光客のニーズに応えられなくなっている時代です。記憶に残る体験・何度も行きたくなる体験・人に自慢したい体験など、美浦村でしか味わえない・体験できない「モノ」や「コト」、「トキ」の観光コンテンツを増やし、訪問時の満足度を高めます。

## 基本的方向1-3 リピーターに繋がる仕掛けづくり～美浦にこだわる～

「それきり」で終わらない、一度来たら何度でも来たくなるリピーターになってもらえるよう、何度訪れてもまた来たくなる、飽きさせない観光コンテンツづくり、そして美浦村を訪れることが非日常から日常のイベントへと定着していくサイクルを創り出し、立ち寄りの観光から美浦村を目的として訪れる観光づくりを目指します。

数値目標	現況値 (令和元 (2019) 年度)	目標値 (令和6 (2024) 年度)
滞在人口 (平日・休日) 14 時 ※実績は RESAS における滞在人口より ※平成 30 (2018) 年実績の最大値を掲載	平日 12,295 人/年 休日 11,127 人/年 (平成 30 (2018) 年実績)	平日 約 12,500 人/年 休日 約 11,500 人/年
グーグルトレンド※における「美浦」キーワードの過去 1 年間の上昇率 ※実績は令和元 (2019) 年 (1 年間) の集計値	-0.0008 %	上昇率を+に (%)
観光入れ込み客数 (年間延べ人数) ※実績は平成 30 (2018) 年観光客動態調査報告より	85,200 人/年 (平成 30 (2018) 年実績)	約 85,000 人/年



## 基本的方向1-1 ココロを掴む仕掛け～美浦に思いを馳せる～

PRの手法を「情報発信」から「プロモーション（情報伝達）」というレベルにステップアップさせ、伝えるターゲットにあわせた「行きたい」と思わせるコンテンツを磨き上げ、これらを総合的に展開する中で、新しい美浦村のイメージを牽引していきます。

### 施策1-1-① ココロに刺さるプロモーションをする

情報過多の時代にあって、ただ単に情報発信するだけでは埋もれてしまいます。美浦村の良さを多くの人々が知り、興味を感じ、そして実際に美浦村を訪れていただくため、「情報発信」から「プロモーション（情報伝達）」へと発展させ、美浦村の良さを丸ごと伝えながら、心に訴え人々の「気になる」を呼び起こします。

### 施策1-1-② 行きたいと思わせる仕組みをつくる

プロモーション（情報伝達）では、伝える中身の力も重要です。既にある美浦村の資源の見方を変えるだけでなく、美浦村の一つひとつの観光の資源のレベルアップを図り、「気になる」から「行きたい」へと誘導し、「ちょっと足を運んでみる」行動を促す仕組みを創ります。

### 施策1-1-③ イメージ（印象）を高める総合的な展開を図る

美浦村の持つ資源の力には限界があるため、湖岸の観光拠点化を進め、点としてのコンテンツをエリアとして広げたり、スポーツや歴史といったテーマを意識した観光ツアーを実施しネットワーク化するなど、今後は観光資源の総合力向上により、美浦村のイメージアップを図ります。

図 施策の展開のイメージ図



◇施策の展開のイメージ図の見方：短期的に実施できる施策から、中期・長期的に取り組む施策を3つの段階（ホップ・ステップ・ジャンプ）に分けて示しています。

## 具体的事業

事業名・概要	担当課
<p><b>事業No.1 絵になる写真掘り起こし事業</b></p> <p>美浦村の魅力表現した写真を募集し、公表・表彰する美浦村フォトコンテストの開催のほか、プロの写真家や村外の写真愛好家などによる本格的な写真からスマートフォンなどによる気軽に撮影できる写真まで、様々な人々の参加・協力によって「美浦村を含む霞ヶ浦南岸地域の魅力」を掘り起こす写真を集め、“写真”というツールを活用し、美浦村の魅力を発信する。</p>	経済課
<p><b>事業No.2 情報インフラ・交通インフラ観光活用事業</b></p> <p>美浦村アプリの拡充や Twitter 等の SNS*による積極的な発信、デジタルメディア (Miho Vision) の活用など、美浦村において整備されている既存の ICT*インフラの活用を図り、情報発信の拡充を図る。また、霞ヶ浦南岸における観光資源への誘導を図るため、案内板 (サイン) の整備など村外の訪問者を誘導する仕組みを、既存の施設やサービスの拡充を図る中で推進する。</p>	企画財政課
<p><b>事業No.3 霞ヶ浦南岸観光地化事業</b></p> <p>美浦村で観光レクリエーション資源として活用することが期待できる各種地域資源などの発掘を図るとともに、モデル的な観光レクリエーションシナリオの構築を図り、観光地化に資する計画を立案する。特に、東京医科歯科大学霞ヶ浦分院跡地や鹿島海軍航空隊スロープ跡地 (大山グレンデ)、美浦ロードパーク、木原城址城山公園、大須賀津湖畔農村公園等のある霞ヶ浦南岸エリアを核とした観光拠点化に向けた検討及び各種の事業を進める。また、豊富な資源を活用して、フィルムコミッションを充実させ、ロケーション数の増大を図る。</p>	企画財政課 経済課

重要業績評価指標 (KPI)	現況値 (令和元(2019)年度)	目標値 (令和6(2024)年度)
美浦村フォトコンテスト開催回数	隔年開催	継続実施
フィルムコミッションロケーション数	3作品/年	5作品/年
東京医科歯科大学霞ヶ浦分院跡地の活用日数 ※ロケ撮影及び視察以外の日数	0日/年	1日/年以上
木原城山まつり来場者数	3,500人/年	3,500人/年

## 基本的方向1-2 充実した時間消費のコンテンツの提供～美浦にしかない体験がある～

美浦村を訪れた方に「来て良かった！」と満足してもらうためには、美浦村でしか味わえない・体験できない「モノ」や「コト」、「トキ」があるかどうかで決まります。美浦村を訪れる方の心をキャッチする観光コンテンツづくりを行うため、個々の観光資源の質の向上や既存観光資源を組み合わせ、バリエーションの拡大等に取り組みます。

### 施策1-2-① 観光コンテンツの質を高める

美浦村の自然を味わう産品づくり、ワクワクを実感する体験の場の充実、立ち寄り観光の拠点整備などを通じて、今ある観光資源の磨き上げを行うとともに、観光コンシェルジュ※のような存在の案内人を育て、両者の活動の相乗効果で、質を高めます。

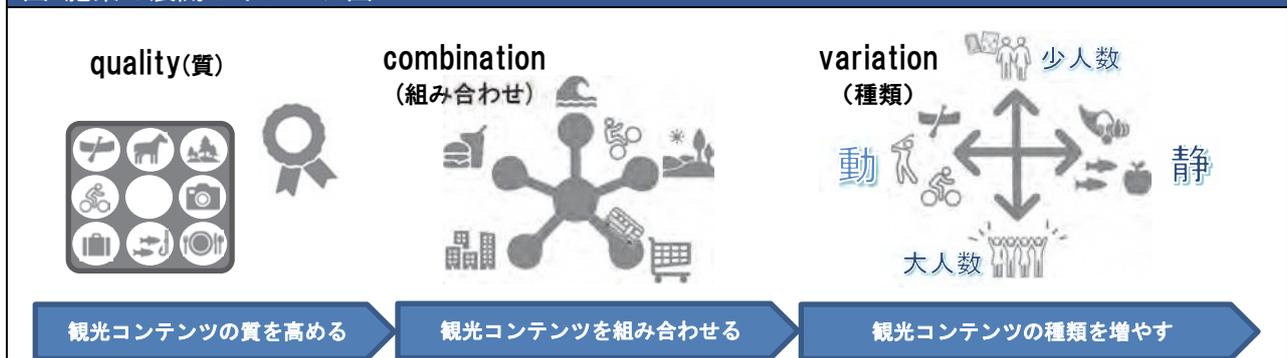
### 施策1-2-② 観光コンテンツを組み合わせる

観光客が訪れる拠点から周辺に誘導する仕掛けとして、美浦村ならではの自然を満喫できるツアー商品の開発や馬をテーマとしたコースの設定など、個々の観光資源を組み合わせ美浦村でしか体験できない観光づくりを行います。

### 施策1-2-③ 観光コンテンツの種類を増やす

観光のバリエーションの多様化に対応したコンテンツ充実に取り組みつつ、美浦村にないものは広域エリア全体で確保し、それらを結ぶことで、多様化する観光ニーズに対応します。また、広域的な観光の取組と関連させ、広域交通結節点（鉄道駅等）からのアクセス性向上にも努め、立地環境のマイナス面を補います。

図 施策の展開のイメージ図



◇施策の展開のイメージ図の見方：短期的に実施できる施策から、中期・長期的に取り組む施策を3つの段階（ホップ・ステップ・ジャンプ）に分けて示しています。

## 具体的事業

事業名・概要	担当課
<p><b>事業No.1 こだわり美浦産品づくり事業</b></p> <p>農林水産物を活用した6次産業化*などを通じて、こだわりのある美浦産品づくりを行う。また、近隣自治体との広域連携による同品目の共通販路の開拓を行うとともに、JRA 美浦トレーニング・センターで利用した敷きワラ完熟たい肥を利用し、化学肥料・農薬を減らしたJA水郷つくばのブランド米「美浦そだち」購入者に、作付け圃場での体験事業を行うなどでブランド力を高め、市場競争力の強化を図る。</p>	<p>経済課 企画財政課</p>
<p><b>事業No.2 美浦の歴史・風土を体験する学習事業</b></p> <p>縄文土器作りや縄文時代の食事を作って体験するなど、縄文人になりきっていろいろな体験を通じて学ぶ学習事業を行う。また、近隣の農業施設と連携した農業体験など、様々な学習体験ができるフィールドづくりを行う。</p>	<p>生涯学習課 企画財政課</p>
<p><b>事業No.3 スポーツツーリズムの環境整備事業</b></p> <p>つくば霞ヶ浦りんりんロードや乗馬体験施設、光と風の丘公園等の施設（ディスクゴルフ等の施設）、水上スポーツの拠点（大山ゲレンデ）、民間ゴルフ場などの施設と連携し、自然豊かな美浦村ならではの体験型のスポーツツーリズム*環境の充実を図る。 特に、美浦村ならではの資源である JRA 美浦トレーニング・センターと連携し、さらなる関係人口の増大に努める。</p>	<p>生涯学習課 企画財政課</p>

重要業績評価指標（KPI）	現況値 （令和元（2019）年度）	目標値 （令和6（2024）年度）
「美浦そだち」に関わる農業体験者数	45人/年	60人/年
縄文体験学習の参加者数	964人/年	1,000人/年
JRA 美浦トレーニング・センター連携事業数	0件/年	3件/年

### 基本的方向1-3 リピーターに繋がる仕掛けづくり～美浦にこだわる～

美浦村を訪れた方がリピーターとなり、再び訪れてもらうためには、訪問した時の出会いや感動の記憶が残るインパクトを残すことが重要です。さらに、何度来ても飽きさせない観光コンテンツづくり、そして美浦村を訪れることが非日常から日常のイベントへと定着していくサイクルを創ります。

#### 施策1-3-① 記憶に残る観光コンテンツをつくる

観光の印象は、訪れた観光資源自体のすばらしさよりも、出会った人の印象や楽しかったシーン、味など五感に響くインパクト、感動や驚きといった心に響く体験などのファクターが大きいと言われることから、美浦村を訪れたことが記憶に残ることを意識した観光コンテンツづくりに努めます。

#### 施策1-3-② 訪れる機会をつくる

訪れるたびに美浦村の良さを深く知り、ディープにハマる観光コンテンツづくりを行い、また訪れたい観光エリアの形成に努めます。

#### 施策1-3-③ 何回も訪れるようなサイクルを創る

通年で美浦村を訪れるような機会や場づくりを行い、美浦村を訪れることが非日常から日常のイベントへと定着していくサイクルを創ります。

図 施策の展開のイメージ図



◇施策の展開のイメージ図の見方：短期的に実施できる施策から、中期・長期的に取り組む施策を3つの段階（ホップ・ステップ・ジャンプ）に分けて示しています。

## 具体的事業

事業名・概要	担当課
<p><b>事業No.1 美浦産品を通じた交流ふれあい事業</b></p> <p>地域産品直売所でマルシェ等のイベントを開催するほか、フリーマーケットや軽トラ市、各種のイベント・お祭り（みほ産業文化フェスティバルや木原城山まつり、陸平縄文ムラまつり）において美浦産品を販売し、直に販売することを通じて美浦産品を伝え、交流活動の一助とする。</p>	経済課
<p><b>事業No.2 人とつながる情報発信・交流促進事業</b></p> <p>美浦村出身者等「地縁ある人々」を会員とする美浦村人会など、美浦村とのゆかりのある人々とのつながりを強くする仕組みや、ふるさと応援寄附金を活用したみほファンづくりを進め、村外の様々な人とのつながり、美浦村の応援者を増やす。また、インフルエンサー（ネットメディアエージェント・ブロガーなど世間に与える影響力が大きい行動を行う人物のこと。）の招聘など、美浦村の魅力を伝える人を増やす取り組みを進める。また、JRA 美浦トレーニング・センターには、既に全国区のジョッキーや調教師の方々がおられるため、日本中央競馬会と協力しながら、村の情報発信に協力を仰ぐ。</p>	経済課 企画財政課
<p><b>事業No.3 霞ヶ浦沿岸地域ならではの観光ツーリズム事業</b></p> <p>美浦トレセンにおける調教見学ツアーイベントを実施するほか、霞ヶ浦沿岸地域に隣接する博物館等と連携したツアーも関連機関と連携し、競馬や戦争遺跡、考古学など、ターゲットを絞った観光ツーリズムの商品の開発を行う。</p>	経済課

重要業績評価指標（KPI）	現況値 （令和元（2019）年度）	目標値 （令和6（2024）年度）
地域産品直売所売上額	105,036 千円/年	135,000 千円/年
地域産品直売所でマルシェ等のイベント回数	12 回/年	12 回/年
調教見学ツアー（JRA 主催）との連携事業 年間実施件数	0 件/年	3 件/年
「美浦の馬」に関係する等身大パネル設置数	0 枚/年	3 枚/年

## 【基本目標2】住んでみたい美浦づくり

基本目標2について、その実現に向けて講ずべき施策に関する基本方向を以下のように定め、推進していくものとします。

### 基本的方向2-1 関心（興味）を高める住環境～美浦らしい住まい方～

身近な移住者を始めとして首都圏からの移住者をターゲットとした、美浦村らしい特徴を生かした住んでみたいと思う“関心”を高める事業（主にハード事業）を展開します。

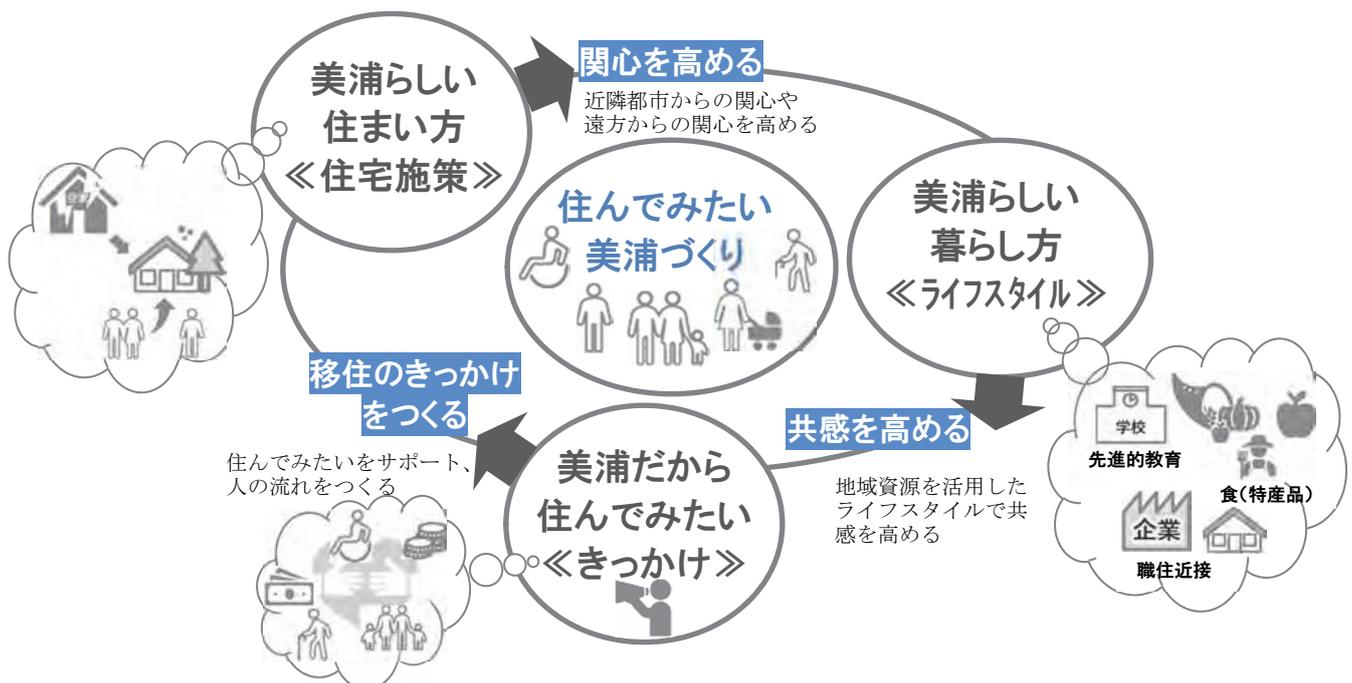
### 基本的方向2-2 共感を高めるライフスタイル\*～美浦らしい暮らし方～

美浦村の地域資源と暮らしを組み合わせ、美浦村らしいライフスタイルを生かし、住んでみたいと思う“共感”を高める事業（主にソフト事業）を展開します。

### 基本的方向2-3 住んでみたくなるきっかけづくり～美浦だから住んでみたい～

関心と共感を高める施策の展開を支える移住サポートやPRなどにより、美浦村だから住んでみたいと思う戦略的な事業を展開します。

数値目標	現況値（令和元（2019）年度）	目標値（令和6（2024）年度）
空き家バンク*成約件数	1件	5件
新規企業誘致数	0件/年	2件/年
社会増減数（＝転入者－転出者数）	-148人/年	-30人/年



## 基本的方向2-1 関心(興味)を高める住環境～美浦らしい住まい方～

身近なところから少しずつエリアを拡大させ、住んでみたい美浦村らしい住環境を整え、関心・興味を持ってもらい移住者を増やす施策を展開します。まずは、身近な村内の住宅ニーズに対応し、既存ストックを活用した住宅施策に取り組みます。次に、美浦村のコンパクトなまちの特性を生かし暮らしの質を高めた住宅施策で近隣市町から、そして、大都市にはない自然資源を生かした住宅政策で遠方から、移住してみたいと思う人を増やす取組を積極的に推進します。

### 施策2-1-① ニーズに合った住宅施策の展開を図る

現状として村内で求められている住宅ニーズを把握し、住宅ニーズに合った住宅施策を展開します。施策の展開にあたっては、美浦村で増加する空家や空き地等の既存ストックを積極的に活用するとともに、移住者の受け皿として地区計画を推進します。

### 施策2-1-② 近隣都市からの関心を高める住宅施策の展開を図る

美浦村の小さく既にコンパクトにまとまったまちの特性を生かし、地区計画に位置づけられている「役場周辺地区」や「大谷周辺地区」を中心に暮らしに必要な機能（店舗や事業所、住宅、学校、公共施設等）が集まり身近な範囲で快適に生活できる地区の形成を図ることで、近隣都市からの関心を高め、移住したいと思う人を増やす施策を展開します。

### 施策2-1-③ 遠方からの関心を高める住宅施策の展開を図る

美浦村の筑波山を望む霞ヶ浦や田園環境をはじめとした自然資源等を生かし、湖岸沿いの暮らしや霞ヶ浦でのアクティビティ※を楽しむ暮らしなど、自然と共存した暮らしの住宅整備を進め、首都圏などの遠方からの関心を高め、移住したいと思う人を増やす施策を展開します。

図 施策の展開のイメージ図



◇施策の展開のイメージ図の見方：短期的に実施できる施策から、中期・長期的に取り組む施策を3つの段階（ホップ・ステップ・ジャンプ）に分けて示しています。

## 具体的事業

事業名・概要	担当課
<p><b>事業No.1 既存ストック活用による移住促進事業</b></p> <p>空家バンク制度を活用し、移住希望者やセカンドハウス（二地域居住<sup>※</sup>）として利用者等それぞれのニーズに合わせ、美浦村の良さが伝わるような事業運営を展開し、村の住みよい環境の維持と人口の増加につなげていく。</p> <p>移住を促すための事業として、空家住宅リフォーム工事経費の一部を支援するとともに、災害への意識の向上と、安全な街づくりを進めるため耐震診断派遣委託する。</p>	生活安全課・都市建設課
<p><b>事業No.2 地域活性化（沿道利用）事業</b></p> <p>現在整備が進められている国道125号大谷バイパスの開通に合わせて、道路沿道については、利用ニーズを把握するとともに、地域交流館みほふれ愛プラザを中心に、地域活性化に寄与する施設の誘導を促進し、賑わい、集い、憩い機能を備えた沿道空間の整備を進める。</p>	都市建設課
<p><b>事業No.3 地区計画等を生かした住宅整備事業</b></p> <p>地域づくりの将来像にも位置づけた「みほふれ愛地域」を中心に子育て・交流・生活の利便性の向上を図るとともに、役場周辺地区の地区計画区域内への住宅整備を進め、小さな拠点のさらなる推進を図る。</p> <p>また、市街化区域外においては、豊かな自然と共生した暮らしが実現できる都市計画制度の導入を進める。</p>	都市建設課 経済課

重要業績評価指標（KPI）	現況値 （令和元（2019）年度）	目標値 （令和6（2024）年度）
住宅リフォーム助成及び耐震改修促進事業件数	10件	15件
空き家バンクの登録件数	42件 （平成30（2018）年度）	50件
地区計画区域内の住宅着工件数	2件	4件
地区計画区域内の店舗や事業所等の進出数	1件	1件

## 基本的方向2-2 共感を高めるライフスタイル～美浦らしい暮らし方～

ターゲットを少しずつ広げて、住んでみたい美浦村らしいライフスタイルに共感し、移住したいと思う人を増やす施策を展開します。まずは、美浦村の個性を生かした暮らしの環境に共感する人が移住したいと思える施策を展開します。次に、美浦村でしか味わえないライフスタイルに共感する特定のターゲットが移住したいと思う施策を展開し、さらにあらゆる世代が移住したいと思える安定した暮らしのあるライフスタイルの実現に向けた取組を推進します。

### 施策2-2-① 共感できる個性を生かした暮らしの環境を充実させる

職住近接の市街地や採れたての野菜が身近で手に入る、先進的なICT教育環境が整っているなどの“美浦村の個性を生かした暮らしの環境”に共感する移住者を増やすための施策の充実に取り組みます。

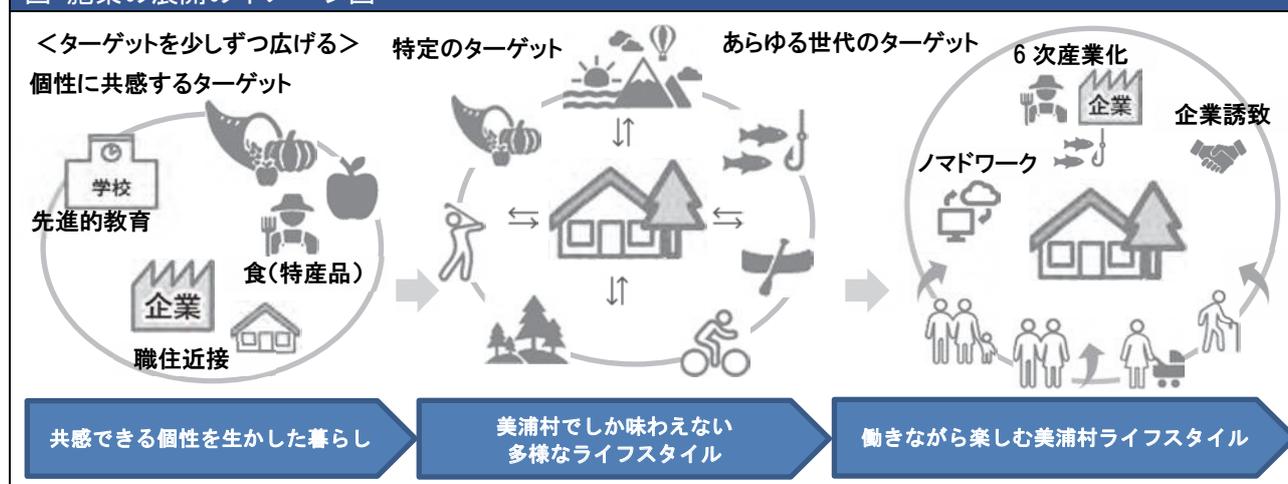
### 施策2-2-② 共感を高める多様なライフスタイルの展開を図る

美浦村の資源を生かした霞ヶ浦の湖岸でのアクティビティのある暮らしや自然と共存した暮らし、週末居住（二地域居住）など“美浦村でしか味わえない多様なライフスタイル”に共感する特定のターゲットが移住したいと思う方を増やす施策を展開します。

### 施策2-2-③ 共感から移住へと促す新たなライフスタイルの展開を図る

美浦村らしいライフスタイルに共感した方が移住したいと思える“働きながら暮らせる”あらゆる世代をターゲットにした仕事のある安定したライフスタイルを展開します。そのため、美浦村の強みを生かしたワークスタイルを展開し移住者を増やす施策に取り組みます。

図 施策の展開のイメージ図



◇施策の展開のイメージ図の見方：短期的に実施できる施策から、中期・長期的に取り組む施策を3つの段階（ホップ・ステップ・ジャンプ）に分けて示しています。

具体的事業

事業名・概要	担当課
<p><b>事業No.1 採れたて野菜が食べられるまち事業</b></p> <p>「売れる米づくり」の具現化を早急に進めると同時に、転作による米以外の作物振興（レンコン・イチジク・梅・苺・パプリカ・マッシュルーム等）を図り、産地、生産技術向上、作付面積拡大を推進し、市場競争力の強化を図る。</p> <p>また、公共施設の跡地等を活用した次世代農業推進（地域ブランド化）などにより、産地づくりの強化を図り、人の交流・雇用・所得を生み出すことで地域活性化につなげる。</p>	経済課
<p><b>事業No.2 企業誘致事業</b></p> <p>美浦村に進出や事業拡大した企業に対しての優遇制度を設け、村内における産業の振興及び雇用機会の確保、歳入の確保を図ることで安定した財政運営を目指すとともに、民間企業と進出交渉を行うだけでなく、地権者や関係機関との橋渡し役等、進出・事業拡大に向けてのサポートを行う。</p> <p>また、本社機能の移転・拡充で様々な優遇する制度を創設するほか、国土強靱化地域計画の策定に合わせて、行政と事業者等の関係者が協力し、事業活動の継続に向け、防災・減災を図るための地域連携BCP<sup>※</sup>（事業継続計画）の策定促進などにより、災害に強いまちの特徴を強化し、優良企業の誘致を進める。</p>	都市建設課 経済課 企画財政課
<p><b>事業No.3 自然と共存した暮らしの整備事業</b></p> <p>中高年齢者（ヤングシルバー）が希望に応じて地方に移り住み、地域の多世代の住民と交流しながら、健康でアクティブな生活を送り、必要に応じて医療・介護を受けることができる地域づくりを目指す生涯活躍のまち（日本版CCRC<sup>※</sup>）構想を推進する。</p> <p>また、スポーツやアクティビティ、歴史や文化に触れるなど週末を美浦村で過ごすライフスタイル（二地域居住）を推進するため、既存ストック活用による移住促進事業と連携しながらニーズ調査や二地域居住のPR、コンテンツの充実化を図る。</p>	企画財政課

重要業績評価指標（KPI）	現況値 （令和元（2019）年度）	目標値 （令和6（2024）年度）
美浦ブランド商品開発数（累計） （平成28（2016）年度開始）	13商品 （平成30（2018）年度）	17商品
二地域居住者を推進する年間事業件数	0件/年	2件/年

## 基本的方向2-3 住んでみたくなるきっかけづくり～美浦だから住んでみたい～

住んでみたいと思う様々な美浦村らしい仕掛け（きっかけ）を移住サポートや多様な情報発信による接点づくり、移住のきっかけを仕掛ける戦略などにより、移住したい、住んでみたいと思う“きっかけ”をつくる戦略的な事業を展開します。

### 施策2-3-① 住んでみたいをサポートする

移住サポート（補助）により移住のきっかけをつくり、美浦村に住んでみたいと思う補助事業の拡充などにより移住をサポートする戦略を展開し、住んでみたいと思う人を増やす施策に取り組みます。

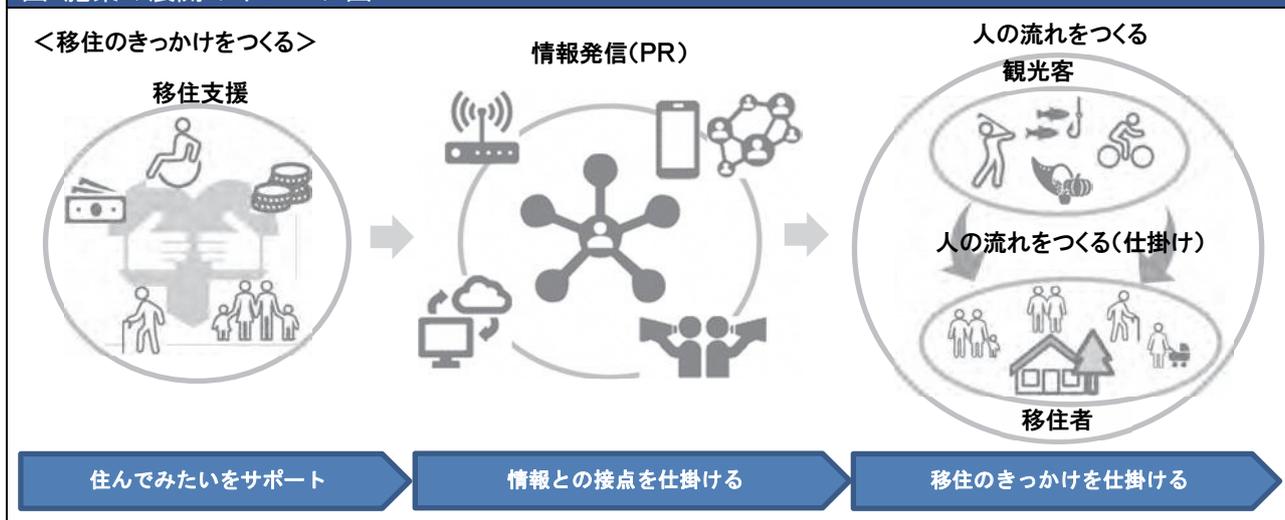
### 施策2-3-② 多様な情報との接点を仕掛ける

関心（住宅政策）や共感（ライフスタイル）を高める施策の展開に関する情報を発信するなど、様々なPR戦略により、多様な情報との接点を仕掛け、美浦村の認知率を高めるとともに、行ってみたい、住んでみたいと思う人を増やすPR戦略を展開します。

### 施策2-3-③ 住んでみたくなるきっかけをつくる

美浦村を訪れた観光客などが住んでみたいと思う新しい人の流れをつくるきっかけを仕掛け、移住したいと思う方を増やす移住環境戦略を展開します。

図 施策の展開のイメージ図



◇施策の展開のイメージ図の見方：短期的に実施できる施策から、中期・長期的に取り組む施策を3つの段階（ホップ・ステップ・ジャンプ）に分けて示しています。

## 具体的事業

事業名・概要	担当課
<p><b>事業No.1 移住定住促進の活動事業</b></p> <p>移住定住イベントや移住希望者のマッチング※、空き家・空き地の掘り起こしと利活用に向けた活動、地域ブランドや地場製品の開発・販売・PR、住民の生活支援など、地域活性化に向けた様々な活動を行いながら、その地域への定住・定着を図る。</p> <p>また、民間を活用した戦略的なシティプロモーションの展開やまちづくりとシティプロモーションを連動させた未利用地や公共施設の跡地等の活用方策を検討し、美浦村のまちのイメージを発信する。</p>	企画財政課 生活安全課
<p><b>事業No.2 農地付き空家の提供事業</b></p> <p>移住希望者に対する空家・農地の取得の支援を行い移住を促進する。</p> <p>また、空家と健康農園事業を連携し、移住体験、交流事業を通して、美浦村空き家バンクに入居する転入者が希望すれば、空き家バンクに登録のあった物件に貸し農園をつける。年度末に転入者の申請により村が定住者に補助金を交付するほか、バーベキューセットの貸出しや指導員の派遣、農具の貸出し（すべて無料）を行う。</p>	企画財政課 経済課 生活保全課
<p><b>事業No.3 定住促進事業</b></p> <p>村内に定住を目的として住宅を取得し固定資産税が賦課された方に対して、定住促進奨励金を交付することで、人口増加及び村民の定住促進を図る。</p> <p>また、美浦村出身者等「地縁ある人々」を会員とする美浦村人会をつくり、イベントや雇用等の情報を配信し、将来の定住候補者を創造する。</p>	企画財政課

重要業績評価指標（KPI）	現況値 （令和元（2019）年度）	目標値 （令和6（2024）年度）
移住相談件数のうち実際に移住した年間世帯数	0世帯/年	2世帯/年
年間移住相談件数	0件/年	10件/年
定住奨励金年間申請件数	20件/年	25件/年
美浦村人会の年間加入者数	0人/年	20人/年

## 【基本目標3】 住み続けたい美浦づくり

基本目標3について、その実現に向けて講ずべき施策に関する基本方向を以下のように定め、推進していくものとします。

### 基本的方向3-1 安全・快適に住み続けられる環境～美浦だから安心～

誰もが安全で快適に住み続けるため、“美浦村だからこそ安心”と思える、美浦村の特徴を生かした事業を推進します。

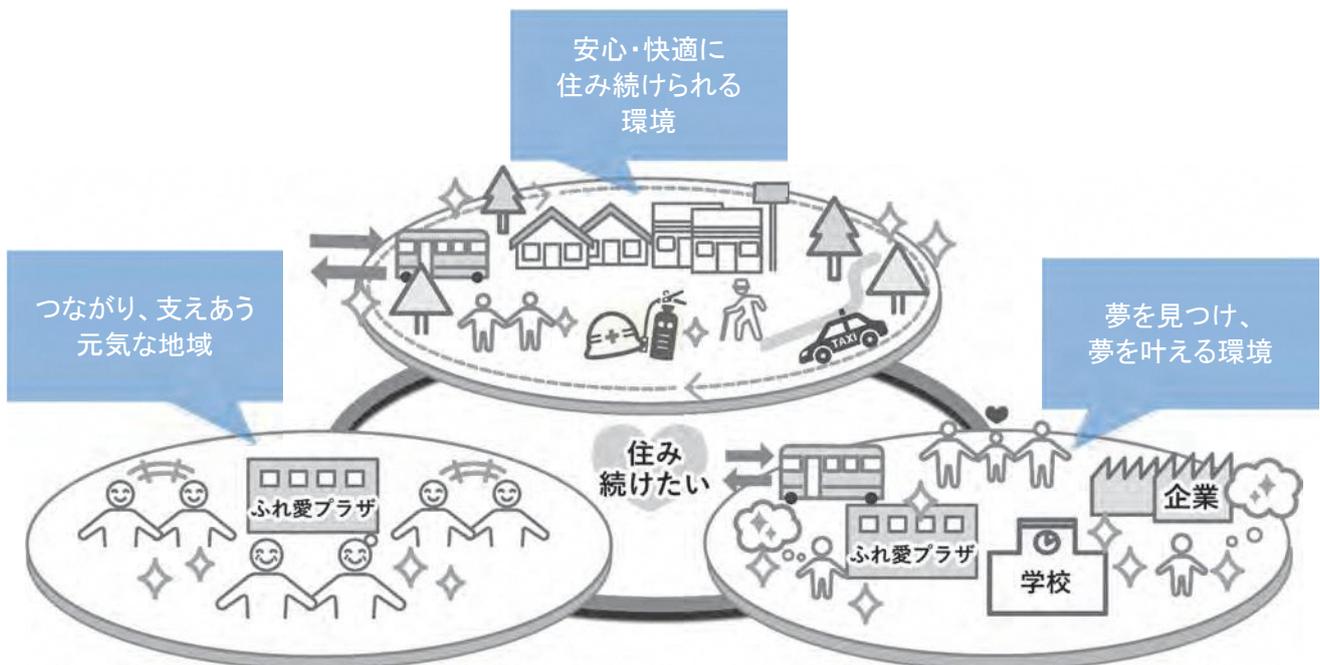
### 基本的方向3-2 夢を見つけ、夢を叶える環境～美浦だから育める～

子どもたちが夢を見つけ、追いかけて、叶えられる教育や環境づくりなど、“美浦村だから安心して育める”と思える事業を推進します。

### 基本的方向3-3 つながり、支えあう元気な地域～美浦だから楽しい～

地域の人が集まり、つながり、支えあうためのきっかけづくりなど、“美浦村だから楽しい”と思える事業を推進します。

数値目標	現況値 (令和元 (2019) 年度)	目標値 (令和6 (2024) 年度)
都市基盤の分野の満足度 (平均) (5pt 満点中) (アンケート結果)	2.5pt	3.5pt
「夢がある」と答えた生徒の割合 (アンケート結果)	63.5%	80.0%
子育て支援センター年間利用者数	14,890 人/年	15,000 人/年



### 基本的方向3-1 安全・快適に住み続けられる環境～美浦だから安心～

誰もが安心・安全で快適に住み続けるためには、まずは身近な暮らしの中での不安解消を図ることが求められます。身近な所から拡大して、地域で快適に暮らせる、村全体で不安なく暮らせる、安心・安全度が高い村づくりを進めます。

“美浦村だからこそ安心”と思える環境を整備するためには、現状で県内指標が高い（県統計より）子育て世代への支援や安全性の高さなどの強みを生かした村づくりを推進するとともに、核となる機能を誘導・集約させた人口減少高齢化社会へ対応するコンパクトなまちづくりを目指します。

#### 施策3-1-① 暮らしの中の不安を小さくする

少子高齢化が加速し課題が増えていくなかで、村民一人ひとりが自分ごととして捉える意識の醸成に努めます。また、誰もが安心・安全に暮らしていくために防犯体制の強化を図ります。

#### 施策3-1-② 不安なく暮らすことができる

全国的に自然災害が頻発しているなかで、安心・安全に暮らせるよう、より災害に強い村づくりを推進し、ずっと住み続けられる基盤づくりに努めます。

#### 施策3-1-③ 誰もが快適に住み続けられる環境を整える

少子高齢化社会が更に進展することで交通弱者<sup>\*</sup>の増加が懸念されるため、買い物や医療施設へのアクセスなど、日常生活が維持できる公共交通の確保に努めます。また、コンパクトで質の高いまちづくりを進め、誰もが快適に住み続けられる環境づくりに取り組みます。

図 施策の展開のイメージ図



◇施策の展開のイメージ図の見方：短期的に実施できる施策から、中期・長期的に取り組む施策を3つの段階（ホップ・ステップ・ジャンプ）に分けて示しています。

## 具体的事業

施策名・概要	担当課
<p><b>事業No.1 暮らし安心・安全事業</b></p> <p>日々地域で暮らしていく上で、身の回りの安心・安全について、他人事ではなく自分事として捉えてもらうような、村民一人ひとりの防犯意識の醸成のため、稲敷警察署、稲敷地区防犯協会、美浦村防犯連絡員等を中心に各地域の自治会等と連携し、防犯活動の活性化を図る。</p> <p>ボランティア等による地域での子どもの見守り活動や、村民が散歩やジョギングの際に防犯ベストなどを身につけてもらうことで、犯罪の抑止につなげつつ、防犯意識の向上を図る。</p> <p>その他、地域ごとに「暮らし安全まち歩き」を行い、危険箇所や安全ポイントを把握し、村民主体の安全マップを作成するなど、暮らしの安心・安全の確保に努める。</p>	生活安全課 総務課
<p><b>事業No.2 災害に強い美浦村事業</b></p> <p>地域系防災行政無線の再構築を進めるとともに、ハザードマップの定期的な更新に努め、美浦村内の橋梁等の整備を行い、安心・安全な基盤をつくりあげる。</p> <p>昨今、未曾有の災害が発生している中で、引き続き「災害に強い情報連携システム」を運用しながら、現在運用中の美浦村アプリ、Twitter等による防災情報の発信強化及びシステムの拡充と更なるPRに努める。</p> <p>さらに、災害発生時でも村民に対して適切なサービスの提供が行える自治体システムを継続して導入するとともに、地域においては、村民による初期消火及び避難体制の確立が重要であるため、自主防災組織の結成及び活動を行う方に対しては講習会の開催や、防災士資格等の取得のサポート、補助金交付等を行い、美浦村総ぐるみで、不安なく暮らしていける「災害に強い美浦村」づくりに努める。</p>	企画財政課 総務課 都市建設課
<p><b>事業No.3 地域公共交通体制整備事業</b></p> <p>現在、美浦村内外への移動手段は自動車移動が中心であるが、高齢化の進展に伴い、将来的に交通弱者の増加は避けられない。また、交通不便地帯もあることから、誰もが快適に暮らしていけるよう、未来を見据えた地域公共交通体制の整備に努める。</p> <p>公共交通の中心として「みほふれ愛地域」に拠点を整備し、民間運営の公共交通バスや現在の地域交通を担うデマンド型乗合いタクシー<sup>※</sup>と連携を図りながら、公共交通ネットワーク化の再編を検討し、美浦村内外へのアクセスの確保に努めるとともに地域の活力創出を図る。また、将来的に新たな地域公共交通システムの導入も検討する。</p> <p>さらに、現在美浦村内の観光・地域資源へのアクセスが不足していることから、デマンド型乗合いタクシーの拡充を図り、経済活性化に努める。</p>	企画財政課 福祉介護課

重要業績評価指標（KPI）	現況値 (令和元(2019)年度)	目標値 (令和6(2024)年度)
美浦村ついでにパトロール隊累計登録者数 (平成27(2015)年度開始)	41人	50人
災害に強い情報連携システム運営	運用する	運用する
デマンド型乗合いタクシー年間利用者数	6,901人/年 (平成30(2018)年度)	7,100人/年

### 基本的方向3-2 夢を見つけ、夢を叶える環境～美浦だから育める～

現在、将来の夢や目標がある子どもたちは6割以上で、そのうち、美浦村では夢は叶えられないと思うと回答した方は3割を超えます（令和元年度実施 中学生アンケートより）。未来を担う子どもたちが将来ずっと住み続けたい、村へ戻ってきたいと思うためには、まずは夢を育むことができる環境を整えること、さらに夢を実現することができる村づくりを進める必要があります。

教育分野が強みである（令和元年度実施 保護者アンケートより）“美浦村だからこそ”、幼児期から連続した学びや教育環境等の充実により、夢を持ち、叶えることができる、未来を担う子どもたちを育みます。

#### 施策3-2-① 子ども達が夢をもつことができる

幼・保・小・中の連携による交流機会や体験活動の充実を図り、幼児期から連続した学びへの意識を醸成します。さらに、職業体験等の機会やキャリア教育を充実させることで、子どものころから将来の夢や希望を抱き、美浦村への愛着を持つ、未来を担う子どもたちを育みます。

#### 施策3-2-② 夢を叶えることができる

学力向上や社会力の育成を目的として、ICTを活用した教育や、地域ぐるみでの特色ある教育の提供を目指すとともに、子育て家庭への支援に努め、美浦村に住みながらも夢を持ち続け、叶えることができる環境を整備します。

#### 施策3-2-③ ずっと住みたい・将来戻ってきたいと思える環境をつくる

より高水準な教育環境の継続的な提供に努め、Uターン<sup>\*</sup>等に関する取組を積極的に進めるなど、美浦村でずっと住み続けるとともに、育った村で子育てをしたいと思える環境づくりを目指します。

図 施策の展開のイメージ図



◇施策の展開のイメージ図の見方：短期的に実施できる施策から、中期・長期的に取り組む施策を3つの段階（ホップ・ステップ・ジャンプ）に分けて示しています。

## 具体的事業

事業名・概要	担当課
<p><b>事業No.1 夢を育む教育事業</b></p> <p>幼・保・小・中の連携による交流・体験活動の充実や ALT（外国語指導助手）配置による英語教育の充実を図り、幼児期から連続した学びへの意識を醸成する。</p> <p>また、多種多様な職業体験等の機会やキャリア教育※を充実を図り、未来に向けて夢を育くめる子どもたちを育成する。</p>	<p>学校教育課 子育て支援課 美浦幼稚園 各保育所</p>
<p><b>事業No.2 夢を後押しする教育事業</b></p> <p>教育は夢に向かい合うための一助であることから、学校教育においては、常に新しい時代に求められる能力の育成、ICT 機器・支援員等の活用による ICT 協働教育環境づくりを推進し、学びあい教え合う環境を整えるとともに、児童生徒一人ひとりの実態に応じた指導や、個性を生かしながら主体的な学習を促すためのチームティーチング及び少人数指導による学習指導等を行う。</p> <p>また、放課後や休日などにおいて、地域人材（ボランティア）を活用した学習（地域未来塾等）を行うなど、村ぐるみで子どもの夢を後押しする教育を推進する。</p>	<p>学校教育課 生涯学習課</p>
<p><b>事業No.3 子育て家庭見守り事業（美浦版ネウボラ※事業）</b></p> <p>子育て支援センターを子育て家庭見守りの中心拠点とし、子育て世代包括支援センター及び地域等と連携して「子ども・子育て支援事業計画」に基づく総合的な子育て支援の施策（利用者支援、ファミリー・サポート・センター事業等）を推進するとともに、子育てコンシェルジュ※の配置の検討、産前産後の母親をサポートする産前産後ママヘルパーやベビープログラムファシリテーター※の養成支援の検討など、子育て家庭が安心して利用できる環境を整備し、妊娠・出産、子育て期までの切れ目のない支援を行う。</p> <p>また、支援が必要な子育て家庭に対する経済的支援を図るとともに、村ぐるみで見守る体制を整備する。</p>	<p>子育て支援課 健康増進課 学校教育課</p>
<p><b>事業No.4 美浦U I J ターン事業</b></p> <p>官民が連携した合同起業説明会やUターン・I J ターン※就職相談会、学生を対象に地元暮らしのガイダンスを開催するなど、積極的なU I J ターン施策を推進し、学生や社会人等の若者世代の村内就職を促進する。</p> <p>また、移住希望者等への仕事に対する相談体制の整備や体験機会の創出、女性に対する就職支援、起業のフォローアップなどの支援を行い、若者世代の転出抑制を図る。</p>	<p>経済課</p>

重要業績評価指標（KPI）	現況値 （令和元（2019）年度）	目標値 （令和6（2024）年度）
幼・保・小・中の連携による 交流・体験活動の年間実施回数	2回/年	2回/年
学習者（児童生徒）用PCの導入割合	27.8%	100.0%
地域未来塾年間登録生徒数	59人/年 （平成30（2018）年度）	65人/年
マタニティ教室参加率	30.0%	40.0%
利用者支援事業年間相談件数	370件	370件

### 基本的方向3-3 つながり、支えあう元気な地域～美浦だから楽しい～

人口減少、少子高齢化が進み、地域が過疎化し、つながりも希薄化する中、将来にわたり住み続けるためには、地域で連携し、支えあい、見守り体制を構築することが重要となります。まずは、隣近所や地域で気軽に顔を合わせるきっかけを提供すること、さらに地域での活動を支援し、各主体が連携しあう協働の村づくりを進めることが求められます。

広報等を活用し、地域活動の適切な情報を相互受発信し、気軽に集まり顔を合わせられる機会や場を提供するなど、地域活動や元気な高齢者の活動を積極的に支援し、“美浦村だからこそ楽しい”といきいき暮らし続けられる村づくりに取り組みます。

#### 施策3-3-① 村民同士が顔を合わせる機会を提供する

ホームページや広報みほなどを活用し、地域での活動情報や、必要な情報の相互受信・発信できるような情報提供体制を整えます。さらに、村民や地域のニーズに合った講座等の開催に努めます。

#### 施策3-3-② コミュニティを強くする仕組みづくり

地域交流館みほふれ愛プラザなどをコミュニティ形成の核拠点とし、気軽に集まり、活動・発表のできる場の提供に努めるなど、地域活動を積極的に支援します。

#### 施策3-3-③ コミュニティを力（協働）にする体制を整える

元気なお年寄りや地域で活動している人々を活用しながら、地域交流や学習支援、地域の見守りなどの体制を構築し、みなで支えあい、誰もがいきいきと暮らし続けられるまちづくりに取り組みます。

図 施策の展開のイメージ図



※施策の展開のイメージ図の見方：短期的に実施できる施策から、中期・長期的に取り組む施策を3つの段階（ホップ・ステップ・ジャンプ）に分けて示しています。

## 具体的事業

事業名・概要	担当課
<p><b>事業No.1 地域活動PR事業</b></p> <p>美浦村ホームページ及び広報みほ、その他 SNS 等において、美浦村で活動している団体・サークルの紹介コーナーを設けるなど、村民への積極的な情報提供に努め、地域活動の活発化を図る。その他気軽に村民が顔を出し、活動に参加できるような仕組みづくりの検討を行う。</p> <p>活動している団体・サークル等に対しては、各々の活動内容を把握し必要に応じて連携することができるよう、村と文化協会等が連携を図りコーディネートを行う。</p> <p>さらに、村民が活動等を通し、興味をもった分野において自主的に学び、活動ができるよう多様なニーズに応じた講座の提供を行う。</p> <p>各主体が必要な時に必要な情報を得ることができて、相互受発信が可能な元気な地域づくりを推進する。</p>	<p>総務課 生涯学習課</p>
<p><b>事業No.2 みほふれ愛活動支援事業</b></p> <p>地域交流館みほふれ愛プラザを地域コミュニティ※活動の中心の場としての活用を促進する。気軽に集まれるコミュニティカフェの開催、定期的なイベント等を行い、村民が顔を合わせる機会を増加する。また、地域での活動に対し助成を行う。その他、学校の余暇教室や公民館等の利用を促進するなど、各施設等と連携し、活動場所の拡充に努め、地域活動の活発化を促す。</p>	<p>生涯学習課 企画財政課</p>
<p><b>事業No.3 シルバーいきいき人財活用事業</b></p> <p>生産年齢人口が減少しているなか、シルバー人材センター及び社会福祉協議会、関係機関と連携を図り、高齢者が有する知識・経験等を地域に生かすとともに、健康的で生きがいのある生活を送り続け、いつまでもいきいきと活躍できる仕組みづくり（“人財”ボランティアバンク等）を構築する。美浦村及び地域のニーズをマッチングさせ、地域の見守り活動や子どもたちへの学習支援（地域未来塾等）、各種地域貢献活動の促進を図る。</p>	<p>福祉介護課 生涯学習課</p>

重要業績評価指標（KPI）	現況値 （令和元（2019）年度）	目標値 （令和6（2024）年度）
村 Facebook 「いいね」 の数	210 件	500 件
集落いきいき活動助成金年間交付件数	0 件/年	2 件/年
地区公民館等整備費補助金年間交付件数	2 件/年	2 件/年
シルバー人材センター登録者数	178 人	190 人

## 重点戦略 用語解説

初出	用語	解説
53p	関係人口	関係人口とは、定住人口でもなく、交流人口でもない、地域に多様に関わる・定住志向が比較的高い人々のこと
56p	グーグルトレンド	Google が提供しているトレンドキーワードの調査をするためのツールのこと キーワードに対する人気度の動向や急上昇キーワード等が確認できる
58p	SNS	Social Networking Service(ソーシャルネットワーキングサービス)の略。趣味、職業、居住地域などを同じくする個人同士の交流の促進やコミュニティ、ネットワークの構築を支援するインターネットを利用したサービスのこと
58p	ICT	Information and Communication Technology の略。情報・通信に関する技術の総称。PC だけでなくスマートフォンやスマートスピーカーなど、様々な情報通信技術を使ったコミュニケーションのこと
59p	観光コンシェルジュ	地域の情報や観光情報などを紹介・案内する人のこと
60p	6次産業	第1次産業(農林漁業)×第2次産業(工業・製造業)×第3次産業(販売業・サービス業)で6次産業。農業分野等の雇用と所得の確保のため、生産と加工・販売の一体化や、地域資源を活用した新たな産業の創出などを促進し、農産物の価値を更に高めていく体制のこと
60p	スポーツツーリズム	スポーツを「観る(観戦)」「する(楽しむ)」ためだけではなく、周辺の観光や、スポーツを「支える」人々との交流等、地域連携も付加した旅行スタイルのこと
63p	ライフスタイル	生活の様式・営み方(人生観・価値観・習慣等を含めた個人の生き方)のこと
63p	空き家バンク	空家の売却・賃貸等を希望する所有者等から提供された情報を集約し、定住等を目的として空家の活用を希望する者に対し紹介する制度のこと
64p	アクティビティ	体を使う遊びのこと
65p	二地域居住	都市部と地方部に2つの拠点をもち、定期的に地方でのんびり過ごしたり、仕事を行う等の新しいライフスタイルのこと
67p	BCP	Business Continuity Plan の略。自然災害、大火災などの非常事態の発生時に企業や行政などが重要業務を継続させる方策のこと
67p	CCRC	Continuing Care Retirement Community の略。東京圏をはじめとする高齢者が、自らの希望に応じて地方に移り住み、地域社会において健康でアクティブな生活を送るとともに、医療介護が必要な時には継続的なケアを受けることができるような地域づくりのこと
69p	マッチング	突き合わせて良さそうなものを結びつけること、あるいは、需要と供給など何かが一致したり適合したりすること
71p	交通弱者	自動車社会において、年少者、要介護者、一部の高齢者や障がい者など、自分で運転することができず、自家用の交通手段がないため公共交通機関に頼らざるを得ない方のこと
72p	デマンド型乗合いタクシー	事前予約型の運行形態で、乗り合う人を順に迎えに行き、目的地へ送迎する公共交通サービスのこと
73p	Uターン	進学・就職などの理由で都会等に居住した後、生まれ育った出身地に戻って働くこと
74p	キャリア教育	一人ひとりの社会的・職業的自立に向け、必要な基盤となる能力や態度を育てることを通して、キャリア発達を促す教育のこと
74p	ネウボラ	フィンランド語で「アドバイスする場所(neuvo la)」の意。フィンランドで制度化されている妊娠・出産・子育てに関する支援施設のことで、妊娠、出産から就学前までの育児を切れ目なく継続的に支援する
74p	子育てコンシェルジュ	子育て支援の情報や保育サービスの案内や様々な子育ての相談に応じるなど、子育て中の方を応援する人のこと
74p	ベビープログラムファシリテーター	初めて赤ちゃんを育てている母親を支援、サポートするため、子どもの発達をベースとした子育ての知識を学べる参加者中心型プログラムのこと ファシリテーターとはそのプログラムを企画し、プログラムを運営する人のこと
74p	Iターン	都市部等から出身地とは違う地方に移住して働くこと
74p	Jターン	進学・就職等の理由で都会に居住した後、故郷に近い地方に移住して働くこと
77p	地域コミュニティ	住民の相互交流が行われている地域社会や、そのような住民の集団のこと