

行政視察報告書

委員会名	建設産業委員会
派遣委員	委員長 川辺 隆 副委員長 安東 鉄男 委員 河野 巧 委員 匹田久美子 委員 武生 博明 委員 牧 宣雄
日 程	令和7年10月16日(木) 14:30~16:30
視 察 先	茨城県常総市
調査項目	アグリサイエンスバレー整備事業について

1. 調査目的

茨城県常総市において、生産・流通・販売が一体となり、「食と農と健康」をテーマに6次産業化を軸としたまちづくりと地域活性化を官民連携で取り組んでいる「アグリサイエンスバレー整備事業」による農業を核とした地域活性化の状況や農産物の6次産業化、産品開発、さらに事業の持続性に向けた官民それぞれの役割などについて、調査・研究を行いました。

2. 調査内容

(1) 視察先の概要

常総市は、平成18年1月1日に、旧水海道市と旧石下町が合併して誕生し、茨城県の南西部、都心から55km圏内に位置しており、人口は約6万人で、面積は、123.64km²の市です。

市のほぼ中央には一級河川の鬼怒川が流れており、河川沿岸の肥沃な土壌を生かした農業や水運等の産業を背景に発展してきました。また、近年は、田園都市づくりと工業開発や住宅地開発に取り組み、首都圏における生活拠点及び住宅地供給の役割も担い、利便性の高い快適で安心して暮らせる都市づくりを目指しています。

(2) 調査結果

アグリサイエンスバレー整備事業は、常総市が、担い手不足、人口減少、米価下落による「農業衰退」、農業衰退に伴う「基幹産業衰退」、働く場や生活の場が少ないことによる「人口流出」、また、平成27年9月に発生した関東・東北豪雨による甚大な被害からの復興という地域課題の解決を図るため、常総インターチェンジ周辺地域、圏央道と国道294号線の交通結末点において実施しているまちづくり事業です。

事業の実施に当たっては、大規模施設園芸や観光農園のある農地エリアと、道の駅・直販所等の民間集客施設や流通施設等の産業拠点施設のある都市エリアを一体的に整備、生産・加工・流通・販売が集積した、地域農業の核となる産業団地を形成し、令和5年5月に「アグリサイエンスバレー常総」として、開業しました。

事業の推進体制としては、常総市と事業協力者(戸田建設)と地権者組織の3者が一体となって官民連携体制をとり、3者の協定を平成27年6月30日に締結しています。農地エリアと都市エリアの一体的な整備を行った日本初の取り組みということです。

戸田建設は、常総市の公募型プロポーザルによる協力企業の募集に応じて、土地区画整理事業の事業代行、集客施設の企画・運営、自社農園の設立・6次産業化の挑戦など、アグリサイエンスバレー事業の全面において参画していました。

アグリサイエンスバレー常総への来場者数が、令和5年度は年間350万人、令和6年度は年間450万人、令和7年度も令和6年度並みが見込まれています。固定資産税は、年間4億円以上の増収し、新たに創出された雇用がすべての施設を合計すると約2,000名程度あったとのことでした。

道の駅常総は、アグリサイエンスバレー整備事業の集客施設の中核として、令和5年4月28日に開業しました。年間来場者数が、和5年度は年間200万人、令和6年度は年間300万人、令和7年度も令和6年度同様を見込んでいるとのことでした。売り上げは、令和5年度、令和6年度のどちらも、年間20億円以上だったとのことでした。運営は、指定管理者制度により民間企業が担っており、これまでのところ、市から管理費を支出することなく、売り上げの一部が市に納入されているとのことでした。出品については、指定管理事業者に任せ、常総市の特産品よりも集客に重きを置いており、一番の売れ筋商品は、メロンパンと芋けんぴとどちらも指定管理事業者のオリジナル商品でした。また、一時避難所として機能するよう、豪雨災害でも浸水しないレベルとした上で、太陽光発電設備、受水槽、防災倉庫、かまどベンチなど、防災設備も整備しています。

3. 委員会の所感

アグリサイエンスバレー整備事業は、大都市圏に近接し、交通結末点である立地から、集客が見込まれたため、民間事業者との協力体制が実現したと推察され、白杵市において、同事業の規模を即座に実施することは多くの課題があると感じました。

しかしながら、道の駅の設置を検討にあたっては、国道やインターチェンジなど交通結末点周辺など、都市からのアクセスのよい立地とすることや、様々な産業や企業を集約し、魅力的、かつ、複合的な施設とすること。また、運営にあたっては、設置の目的や成果を明確にしながら、民間のアイデアやノウハウが活かすことで集客につなげるなど、様々な視点で参考となる事業だと感じました。

道の駅では、地元の特産品を集約して売り出すというイメージがありましたが、道の駅常総で行われていた民間事業者に運営を任せ、地元の産品以上に、民間事業者のオリジナル商品や県内全域の産品など、より魅力的で集客力のある商品から売り出していくという運営手法に驚き、その結果としての来場者数や売り上げなどを踏まえた視点も重要であると感じました。

4. 視察状況

