

< 4 班 > 魅力的な生活空間の創出 ほか

課題	だれが	なにをする	備考
①環境整備・不満点の解消			
豊かな暮らし空間の「静岡スマートシティ」の提案	県	行政特区（静岡県が提案する豊かな空間を創出する街）の構築	住環境の改善（P4）から静岡モデルの提案、行政主導で民間と連携し実施。県はコンセプトを提示。
豊かな暮らし空間の「静岡スマートシティ」の提案	市町	県のコンセプトを基に実施	
豊かな暮らし空間の「静岡スマートシティ」の提案	企業	県と連携	税制優遇（法人税）
豊かな暮らし空間の「静岡スマートシティ」の提案	移住者	県、市町と連携	住民税優遇
交通格差縮小			
今住んでいる人の幸福度を上げる	県	インフラの充実（交通関係、教育の状況、医療）	静岡の良いところ⇒日照時間が長い。
交通の利便性の改善	県	バスの路線、運行頻度を増やす。	
交通の利便性の改善	県	無料駐輪場を増やす。	
県内移動の活性化	県	南北の交通の発達	東西は新幹線があるが、南北は不便。
県内移動の活性化	県	パルクルという自転車を借りられるシステムはとても便利であると思う。	
移住・定住、豊かなくらし空間の目指す姿	県	豊かなくらしに対する価値観は人それぞれであるが、私個人的に、住まいには、落ち着くことができる空間が必要であると思う。多忙な仕事から帰ったときに、くつろげる、そんな空間が必要である。	
職業の充実	県	移住者だけでなく、現在暮らしている人々への職のマッチング	自分がやりたいこと、やりたい職種が静岡にはないと感じる。稲垣さんが仰ったようなことが静岡でもできるのであれば、「埋もれている職」を知りたい。
移住・定住・Uターン等	県	企業の誘致、農業のブランド化・推進	仕事の斡旋、農業への仕事のしやすさ
交通について	県	道路整備	住民が交通利便が良くなる
空き家	地主	雑木、雑草、手入れ	手入れしないと、3か月で雑木林となる。
空き家	地主	台風、家事	維持管理、保守点検
空き家	地主	シロアリ	シロアリ退治
本来の意味での豊かなくらし空間の実現（インフラ）	県	移住者向け金銭的支援を減らすため、現住民の幸福度を高める施策にシフトする。	移住者向けの支援はもう十分。インフラ（特に交通）の整備、女性、JRやバス会社への働き掛け。
本来の意味での豊かなくらし空間の実現（インフラ）	住民	県市町への働き掛け。	不便なことは不便とはっきり意思表示することいで、もしかしたら解決できるかも。
本来の意味での豊かなくらし空間の実現（インフラ）	企業	JR、バス会社は本数を増やし、SDGsの視点からも利用するよう企業へ働き掛け。	本数を減らすから不便だと、更に利用者が減ることを認識すべき。

課題	だれが	なにをする	備考
都市部と山間地（へき地）間の格差をどうしていくのか。	県	格差をなくす努力をするのか。限界集落を見捨てるのか。方針を明確に。	方向性が明確でないと施策がぶれる。
ターゲットを明確に	県	静岡の富裕層は移住政策の対象から外すべき。しかし施策は都内ワーカーがターゲットなのか。	そもそも補助は不要では。
ターゲットを明確に	県	農水産業の人を呼び込む等、法的しぼりの緩和。	農業に参入しようとしても、しぼりが多く、入りにくいという声を聞く。
ターゲットを明確に	農水組合	体質改善を。	他者（新規参入）を受け入れる体制を。
移住・定住、豊かなくらし空間の目指す姿はどこか。どこを目指すのか。	県	仕事がセット。	働きやすいところ、安心して仕事ができる会社。
移住・定住、豊かなくらし空間の目指す姿はどこか。どこを目指すのか。	県	山間部はバスもない。企業がライトバス（動くスーパー）を巡回。タクシー巡回。	一人暮らし高齢者が多い。人が優しい。
元々住んでいる人々の支援	県	高齢者への援助。バスの本数を増やす。駅周辺の発展	高齢者の免許返納が遅れている。交通事故の数に影響しているかもしれない。車移動が主流になっており、駅周辺の賑わいが少なくなっている。
元々住んでいる人々の支援	市・私たち	近所の人との関わり	
住宅の整備	県	耐震工事された家作り	
住宅の整備	市	移住者も含めた防災訓練の実施	私の地元では、学生メインの訓練になっている。
南北への交通網を広げること	県・市	バスの本数を増やす。南北に気軽にいける交通サービスを始める。	住む場所によって利便性が違うと、せっかく移住した人が定住せずに出て行ってしまふかもしれないから。
地元住民の意識改革	県	交通インフラ、デジタルインフラ整備	若者が住みやすく、企業訪問しやすくしてほしい。
静岡県内の就業および賃金水準の向上	県	（特に若年層が）就業したいと思う静岡企業の情報の発信・民間企業の本部機能の誘致	移住のきっかけや定住のためには、やはり生活基盤を安定させるだけの仕事が存在することが重要だと思います。
交通アクセスの改善	県・市町	電車・バス等の見直し	
交通アクセスの改善	市町	レンタルサイクルの導入	
子育て支援	県・市町	給食費・保育費の無償化	30代の移住を重視。県内にも還元。
子育て支援	市町	見守り訪問	

	課題	だれが	なにをする	備考
②移住者のサポート				
	移住の実現		職など、移住するため、移住後のためのサポート	移住者（希望する人）の目的に合わせたサポートの踏まえ、まず静岡各地域について理解する必要がある。
③移住者と地元のミスマッチ防止				
	移住コミュニティとの融和を目指す。	県	移住者のニーズに沿った場所を紹介する。	リタイヤ組、子育て世代、単身、学生など要望はそれぞれなので、インフラの状況説明も必要。
	移住コミュニティとの融和を目指す。	市町村	個々のコミュニティのニーズを吸い上げる。	細かな状況を把握してほしいので。
	移住コミュニティとの融和を目指す。	受け入れコミュニティ	必要な仕事、職種、どんな人が来て欲しいかなどの希望を出して、どのような暮らしをしたいか考える。	今いる住民の生活を脅かしたり、カフェが何件もできて困るので。
	長期的な移住の促進（移住者の持つギャップの解消）	県	正確な情報提供	無理に移住者を増やすことが豊かさにつながるのだろうか（数より質）。
	県外へ移住した理由を調査	県	理由を集約	移住促進に役立てる
	移住後のギャップの存在	県	移住者から課題集約。最終目標は「移住⇒定住」、一時的な人口増加ではない。	
	移住後のギャップの存在	市町村	強引な方法でも良いから、交流の場創設を支援する。	行政主導でないと、当事者が交流場の必要を感じられない。
	移住後のギャップの存在	NPO法人	移住者と住民が交流する機会を作る。「知」の交流を促進する。	誰の手助けもなしに知らない人ばかりのコミュニティに飛び込むのは勇気がないと難しいから。教え学びの関係が理想的。
	長期的な移住の促進（移住者の持つギャップの解消）	県	お試し移住	
	長期的な移住の促進（移住者の持つギャップの解消）	県	原住民の幸福度の向上	移住する人は条件を吟味し、選んで静岡に来ている。では、もともと住んでいた人は。
	地区独特のコミュニティの特徴を把握する	県	調査対象を整理する。	
	地区独特のコミュニティの特徴を把握する	市町	具体的内容を把握し、県に報告。	
	移住者を受け入れる	住民	相互理解	お互いを尊重し合うのは必須。
	特区	県	法的整備	まずはやってみる。
	移住の実現	県	それぞれの市町村における地域性、県民性を広める。	

課題	だれが	なにをする	備考
豊かなくらし空間の実現	県	各地域別に移住者、地元の人両方が現状抱える障害を解決する。	移住者は、そこに魅力を感じて引っ越してきているため、その点においては「豊かな暮らし空間」を実現していると思う。但し、彼らが移住してきた後の問題解決や、元々住んでいる住民が抱えている障害の解消を豊かなくらし空間の実現には必要不可欠だと感じた。
地元住民の意識改革	県と民	窓口を作る	意見交換の場をもっと作る。
移住施策に関するポジティブな意識の醸成	個人	移住者に対して「都会の人は」という、境界線を引くような言い方はしない	今日も何人かの方のお話の端々で「東京の人」という言い方があったが、移住者としてはコミュニティから排斥されているように感じるので、帰属意識がわきにくい。
移住施策に関するポジティブな意識の醸成	県	移住促進する上で、もともとの静岡県に住んでいる方と移住者の軋轢ができないよう、コミュニティ形成の方針を明確にする	もともとの静岡住民のからの、移住施策に関する反発を口にされることが気になった。移住者と既住者をどう融合し、どのような県を目指すのか、それをまず県内に浸透させる必要がある。
地元住民の意識改革	県	データをとる	特区で規制緩和。民間企業の参考になるようデータを配る。

④魅力発信・魅力再発見

県民が静岡県民であることに誇りを持ちづらい点	県・市町村	県民、市民の県内旅行を促す。魅力発見レポート提出を条件に、旅行金を県で補填する。	補助金支給の条件を厳しくする（発見レポート提出）ことで、お金のばらまきを抑えつつ、県民旅行者の学びを深めることができるから。
県民が静岡県民であることに誇りを持ちづらい点	NPO法人	魅力を発見し、誇りを持ち、知人友人に静岡を案内するようになる。	
移住、くらしを豊かにすることで将来どうなるか明確でない。	県	移住者、もともといる人、それぞれがどのようなメリットを得るのか提示する。	もともといる人のメリットを示すことで、移住者を受け入れやすくコミュニティに入りやすいと思う。
静岡の良い所を県民自身が考える	県	静岡県のPRを積極的にする。	県民が静岡が良い所と自覚し、誇りをもつことで他県の方が来たいと思えると思う。
今住んでいる人の幸福度を上げる	県	静岡県民の幸福度を上げる。今の不満を解消する。	幸福度が高いというのは、移住者へのターニングポイントになるのでは、と思う。
時代の変化による閉塞感漂う社会だけに、長期的視点に立って人材の育成・教育を柱として。	県	誇りある県民を。	
施策の方向性	県	市町ごとの魅力、弱点を把握し、それぞれに対応した誘導をサポートする。→市町との具体的な連携	どこの街でも同じやり方でやる訳ではない。施策について県民に広く知ってもらうことも必要か。

課題	だれが	なにをする	備考
施策の方向性	市町・地域	おのおのの魅力を具体的にアピールする。県や企業に対する協力を明確に求める。	住民の意見、要望を吸い上げることが大切。
施策の方向性	県民	「豊かさ」を各自が考える。	
静岡らしさの発信	県	多様な静岡県の魅力を県民に見える化する。その上で、県外にアピール。	
静岡らしさの発信	市町	小中学生の教育活動として地元の良い所、悪い所を自分達で調べる時間を作る。	子どもの頃から自分の町を客観的に見る機会を持つことで、地元愛を育み、将来的に外に発信することにつながるのでは。
シビックプライドの向上	県	県の良さを、他国から（多角的に）見つける。	お金や物、サービスより、立地や気候など、他県には真似できない特徴に焦点を当てる。
静岡の魅力 “らしさ” の発信	県	多様な価値観があるため、静岡に合う価値観を持つ人への魅力を発信する。	
静岡の魅力 “らしさ” の発信	県	静岡特有の自然をもっとアピールすべきである。ずっと静岡にいる友人は、富士山はただの山と言っているが、他県から来た私は富士山を見ると、エネルギーがもらえる。	
静岡らしさの発信	県	シビックプライドの育成	まず静岡の人が誇りを持つこと。何が魅力的なのか、特別なのか強調したPRが必要。他の比較対象があつて分かるものであれば、若者の流出は厭わないか。
静岡らしさの発信	県	「人の優しさ・寛容さ」をアピールした移住の推進	既存コミュニティとの適応は移住で心配されること。土地柄、人柄までアピールに組み込む。
静岡の事について	県	スポーツ、音楽、アニメ等のアピール	趣味での移住、仕事の斡旋。静岡中部東海道線に大型施設を作る。
人口減少	県	静岡県の魅力を発信する	富士山、南アルプス、ジュビロ、サッカー、エスパルス
人口減少	県	移住（若い人）	静岡の良さ発信、温暖な気候
静岡移住をさらに情報発信	県	コミュニティに溶け込んでいく地域	お互いに理解し合う
静岡移住をさらに情報発信	県	近所付き合いが大切。移住していた人が、地域を出た人の話を聞く。	一人一人の人生を左右する。
静岡移住をさらに情報発信	県	今の住民のことを考える。	楽しみを全面に出す。
情報発信の方法	県	県民に対してのPR	お互いに理解し合う。
情報発信の方法	県	移住に対して、県民一人一人の認識を深める。	
情報発信の方法	県	移住者が住みやすくなるような地域コミュニティが必要。	
情報発信の方法	県	ライフスタイルに合わせる。静岡の魅力発信が大切。地域の人々を大切にしている県であることのPR促進が必要。	

課題	だれが	なにをする	備考
県民地震が魅力に気づくこと	県民	自ら様々な媒体で魅力を見つける。誇りを持てるようにする。	知らなければPRすることができないから。
移住者を受け入れる	県	情報を開示する。	メリット・デメリットをキチンと伝える。
地元住民の意識改革	地元民	静岡の魅力に気づく	他県出身の方が静岡の魅力を知っている。住む街の良さを改めて知ることが豊かさを生むと思う。
地元住民の意識改革	民	意識改革	良い所は、どんどん皆様が発信すると、お金をかけずに宣伝できる。
情報発信	県・個人	現在水準の情報発信・デザイン視点を身につける。ネットに慣れる。	県内を経営支援で回っているが、スマホやアプリ慣れしていない印象や、ネットでの情報発信に慣れていない印象がある。地方ではIT活用が重要。
⑤テレワーク対応			
情報発信の方法	県	テレワーク移住を促進する必要。	
テレワーク	本人	テレワーク対応リフォーム	椅子、机などの仕事ができる環境整備
テレワーク	本人	光熱費なども削減できる交通費の削減	会社に週1回通勤する。
テレワーク	本人	通信環境も良くする。	通信環境もよくなり、静岡でも東京の仕事ができる。
静岡県内の就業および賃金水準の向上	県内企業	リモートワーク化の環境促進	特に静岡県内企業では、まだリモートワーク化が進んでいないと感じる。受け入れ側がリモートに慣れないと、いかに社会がリモート化・IT化の流れがあるといっても、移住促進の誘因にはなりにくい。
その他			
「魅力的な生活空間とは？」が定義できていない。	県	多面的なデータ分析に基づき、定義を明確化する。	魅力の創出→発信→移住/定住の促進→県の発展というロジック自体は良い。
「魅力的な生活空間とは？」が定義できていない。	県	(上記定義の一例として) 実際に住んでいる住人の生活満足度が高い=魅力的という考え方を検討する。	施策調書(P4)の不満に関するデータは宝と捉えた方が良い。
ロジックの組み立て方法に改善の余地がある。	県	実施することを決めてからデータを見るのではなく、データを検討してから、方針や実施することを決めて欲しい。	課題1、2だけを見ると批判的に見えるかもしれないが、基本的な認識として、今日紹介頂いた内容は良い取組であると捉えている。更なる飛躍を期待したい。
人口減少	県	少子高齢化	結婚を望まない人が増えてきた
本来の意味での豊かな暮らし空間の実現(インフラ)	県	移住者向け金銭的支援を減らすため、現住民の幸福度を高める施策にシフトする。	移住者向けの支援はもう十分。インフラ(特に交通)の整備、女性、JRやバス会社への働き掛け。