水戸市中心市街地活性化協議会　基本計画に盛り込まれた事業一覧

■主体・やり方を検討する事業
2017.3.7現在

No.	事業名	事業の目的	事業の概要	事業主体	事業費及び収支概要	想定する事業化へのプロセス（または課題）	部会	基本計画	該当ページ
1	介護保険サービス事業所のまちなかへの誘導事業 ※介護予防拠点施設整備。運営事業を2017.2月に修正	まちなか居住促進のため、まちなかに福祉事業所の集積を進め、まちなかでライフサクルの完結を目指す。 ※　まちなか居住の高齢者は、要介護度が高くなると郊外の特別養護老人ホーム等の施設への入居あるいは介護保険サービス事業所を利用せざるを得ない傾向がある。住み慣れたまちでできる限り生活することを目指す。	住み慣れた地域でできる限り自立した生活を営むことができるよう介護保険サービス事業所の誘導を行う。	市・介護保険サービス事業者	（賃貸：改装費）　2,000 ×　3　＝　6,000（千円）	①　まちづくり会社によるまちなか居住者による居住ニーズ調査（まちなか居住促進のためのニーズを調査するため、保育や介護等の福祉だけでなく、教育、労働、娯楽、都市インフラ等生活全般について）の実施 ②　不足するサービスを企業誘致あるいは空き店舗対策等のインセンティブよりも上乗せしたインセンティブ設定による立地誘導（市）	プロモーション	高齢者支援センターによる高齢者支援及び居住サービスの充実	P80

No.	事業名	事業の目的	事業の概要	事業主体	事業費及び収支概要	想定する事業化へのプロセス（または課題）	部会	基本計画	該当ページ
2	生活密着サービス まちなか託児所整備、推進事業	○子育て世代の負担削減 ○中心市街地への雇用促進 ○中心市街地への移住促進 ○中心市街地居住の価値向上 ○中心市街地と住民のコミュニティ構築 ○子供の安全確保	仕事の多様化とともに働き方の多様化は進んでいる。世帯収入を増やすために共働きを選択する親も増えており、どんな状況でも健全な子育てができる安心感を作ることが急務である。また、中心市街地には飲食業を営む若者も多いことから、夕方から夜間の子供預かり需要は、今後とも増えていく。 中心市街地のビジネスパーソンの幼児を預かるだけでなく、小学校の開放学級後の時間帯に子供を預かれる学童保育などを、中心市街地に設置する。厚生労働省の育環境改善事業等事業を活用する。 この支援策では、利便性の高い立地での賃貸物件を活用した保育サービスなどを求めている。 費用は、個人負担ではなく、利用者の所属企業が負担できる仕組みを作る。企業単独での子供預かり施設は容易には作れないため、企業横断の福利施設として機能させる。 中心市街地に子供預かりの施設を整備するにあたり、既存の民間企業が新設する場合や、既に中心市街地に立地している施設が拡充させる場合に利用できる助成制度を作る。	水戸市 まちづくり会社 民間企業（不動産業、民間託児所）	厚生労働省の育環境改善事業等事業を活用する。 厚生労働省の心こども基金（賃貸物件による保育所整備事業）を活用する。 厚生労働省の事業所内保育施設設置・運営等支援助成金を活用する。		プロモーション	まちなかの保育ニーズに対応した保育サービスの充実	P81

No.	事業名	事業の目的	事業の概要	事業主体	事業費及び収支概要	想定する事業化へのプロセス（または課題）	部会	基本計画	該当ページ
3	まちなか共同利用託児所事業	〇都市部居住者の付加価値創出 〇ロハスな街のイメージ作りによる、居住希望者獲得 〇水戸市の豊かな資源をPR 〇コミュニティーの交流	中心市街地で買い物や飲食などサービスを受ける際に、子供を預かってもらう施設を整備する。仕事や非仕事時間の多様性を支える事ができる。例えば、友達と食事に行く際に子供を預けたり、仕事仲間との飲食時に預けたりすることが可能になる。また、ファミリー世帯が夫婦だけで買い物を済ませたい時などに、一時的に預ける事ができる。 大型商業施設や郊外のモールなどではデベロッパーなどが運営をしているが、中心市街地では運営主体やコストの問題から取り組めていない。 中心市街地の小売店、飲食店、サービス提供店舗などが利用料を負担し、共同運営をしていく形式にする。 時間制限のある、短時間の子供預かりとして、専門スタッフだけでなく、学生ボランティアや、アクティブシニアにも参加していただけるように整備する。 H28　調査、参加事業主の募集 ⇒中心市街地意識アンケート、企業向け意識調査 H29　運営スタート ⇒運用開始、PDCA 〇事業の実施場所・エリア ⇒中心市街地、市民会館内、水戸駅周辺 〇整備する施設等の機能，想定される規模 広いものが2，3か所あれば良いのか、10人程度のものが数か所あった方が良いのか、調査や社会実験をしていく。 〇イベントの内容，出店者数・参加者数など想定される規模 一時預かり中に、遊具の利用を始め、体験コーナー、英会話、モノ作り（工作）教室などを開催する。	まちづくり会社 水戸市	H28 10,000（千円） H29 20,000（千円） H30以降、年度ごとに 17,000（千円） 〇事業の収支内容 収入：企業サポーター賦課金　20,000千円 （@100千円×200店） イベント収入　2,500千円 支出：広報　1,000千円 家賃　5,000千円 人件費　10,000千円 人材募集　1,000千円		プロモーション	まちなかの保育ニーズに対応した保育サービスの充実	P81

No.	事業名	事業の目的	事業の概要	事業主体	事業費及び収支概要	想定する事業化へのプロセス（または課題）	部会	基本計画	該当ページ
4	街なかビルリノベーション（テナントミックス＆アーティストレジデンス）	〇空きビル対策 〇街なかテナント誘致 〇来街者増加、街なか消費拡大 〇街なか～文化施設連携	空きビルをリノベーションしテナントやアーティストを誘致。単体での誘致ではなくビル内ワンフロアやビルごとリノベし同系列の個店（やアーティスト）を連結させる事により魅力度を複合的に向上させる。（1～3） また、空きビルをリノベーションし街なかサードプレイス（たまり場）として活用。自由に使える空間として、「コミュニティカフェ」「街なか図書室」「インフォメーションセンター」「カルチャースクール」等を運営。（4～6） 1、石川ビル（泉二）／1~3号棟に5~10坪程度の個室が多数あり、表通り沿いから裏水戸へ迷路のように誘い込める立地を利用し、若手テナント（クラフト系？）を誘致。 2、大東旅館（天王町）／廃業した旅館がそのまま残る。個室や共同風呂などを利用し、アーティストレジデンスとして活用。 3、レオ参拾番館ビル（南二）／「かなでち」「炉蓮（ロハス）」の入居するビル。飲食店チャレンジショップを誘致し、昼間人口の多い南町に屋台村として活用。 〇改装費はビルオーナー負担（1/2補助）。オーナー負担分は賃料収入にて回収。 〇テナントは内装費と家賃負担。チャレンジショップ補助を利用。	〇不動産業者〇アート系NPO〇まちづくり会社〇アートライン柏〇芸術館〇あおぞらクラフトいち〇街の駅	1,改装(1,000K*10店舗)＋運営(200K*12月)=12,400K 2,改装(15,000K)＋運営(200K*12月)=17,400K 3,改装(10,000K*3F)＋運営(200K*12月)=32,400K 4,改装(10,000K)＋運営(200K*12月)=12,400K 5,改装(8,000K)＋運営(200K*12月)=10,400K 6,改装(10,000K)+運営(200K*12月)=12,400K （K=千円）	① ランドオーナー会議 ②リノベーションデザイン ③運営計画 ④テナントミックス ⑤アーティスト誘致 ⑥カフェ誘致 ⑦図書室誘致	デザイン（まちづくり会社）	リノベーションによる居住環境整備事業 まちなかリノベーション事業	P86 P90

No.	事業名	事業の目的	事業の概要	事業主体	事業費及び収支概要	想定する事業化へのプロセス（または課題）	部会	基本計画	該当ページ
4	街なかビルリノベーション（テナントミックス＆アーティストレジデンス）	〇空きビル対策 〇街なかテナント誘致 〇来街者増加、街なか消費拡大 〇街なか～文化施設連携	4、ホテルシルバーイン1F（銀杏坂）／旧スタバ跡地。水戸の玄関口のコミュニティスペースとして来街者を街なかへ誘導。 5、横須賀ビル1F（南三）／旧美容室ライブ跡地。中心街のコミュニティスペースとして街なかや文化施設へ誘導。 6、トモス水戸1F（大工町）／西の玄関口のコミュニティスペースとして来街者を街なかへ誘導。 〇改装費はビルオーナー負担（1/2補助）。負担分は賃料収入にて回収。 〇運営者は、「コミュニティカフェ」「カルチャースクール」にて家賃及び人件費を負担。 〇コミュニティカフェは、コーヒー@300円×100杯×25日＝750,000円及び、ランチ@500円×50食×25日＝625,000円。計1,375,000円。 〇カルチャースクールは、@2,500円×3回（日）×25日＝187,500円 〇合計1,562,500円にて運営。	〇不動産業者〇アート系NPO〇まちづくり会社〇アートライン柏〇芸術館〇あおぞらクラフトいち〇街の駅			デザイン（まちづくり会社）	リノベーションによる居住環境整備事業 まちなかリノベーション事業	P86 P90

No.	事業名	事業の目的	事業の概要	事業主体	事業費及び収支概要	想定する事業化へのプロセス（または課題）	部会	基本計画	該当ページ
5	リノベーションスクール運営（収益事業）	不動産オーナーとテナント候補者とデザイナーを繋ぎ、個別に事業化を促す仕組みづくり。	・具体的な内容 3泊4日の短期集中。受講生が7?8人のチームに分かれ、対象となる空き物件を調査。 オーナーにしっかりヒアリングする。 事業性や投資回収のメドなどを盛り込んだ具体的な計画を作り上げる。 自治体の補助金に頼らずに、民間の資金を活用する「民間自立型」の提案が原則。 オーナーに提案が通れば、事業が実際にスタート。 ・具体的な事業 スクールの運営と仲立ち、事業化支援	まちづくり会社			産業創生（まちづくり会社）	リノベーションによる居住環境整備事業 まちなかリノベーション事業	P90
6	水戸芸術館チケット半券の有効活用	水戸芸術館の来場者は，鑑賞後，まちなかへ行かずに帰る傾向がある。それは，まちなかの店舗や水戸の見どころがわからないからではないだろうか。そのため，水戸芸術館で鑑賞後，水戸のまちを回遊してもらう仕掛けをつくり，歩行者通行量の増加や店舗来客数の増加を図る。	〇事業の実施場所：水戸芸術館周辺 〇事業の内容　： ・水戸芸術館の半券チケットをまちなかの店舗で提示すると，ワンポイントサービスを受けられるようにする。 ・ワンポイントサービスを受けられる店舗は，登録制にし，特製マップに掲載する。 ・店舗の登録及び特製マップの作成は，水戸芸術振興財団が行う。 なお，特製マップのデザインは，文化デザイナー学院が授業の一環で行う。マップには，スタンプを押す欄を設け，お客さんには店舗をはしごしてもらう。 〇事業の出店数　：30店舗程度（見やすいマップであり，かつ，歩きやすい範囲とするため，選りすぐりの30店舗とする。） 〇事業の予算　：50万円 ※　特製マップ印刷費。約10万部を印刷。市の一般財源による対応	①事業実施主体 ：水戸芸術振興財団 ②財源 ：水戸市（水戸芸術振興財団への委託事業） ③特製マップのデザイン ：文化デザイナー学院 ④ワンポイントサービスの提供 ：店舗（店舗から広告費を徴取しない代わりに，ワンポイントサービスに協力してもらう。）	500千円		プロモーション	水戸芸術館パートナーショップ制度の導入、推進	P93

No.	事業名	事業の目的	事業の概要	事業主体	事業費及び収支概要	想定する事業化へのプロセス（または課題）	部会	基本計画	該当ページ
7	クリエイティブリーダー育成計画	〇水戸発の起業家を育てる 〇起業家志望の優秀な学生を水戸に集結させる 〇空き店舗を有効に教室として活用し地域に貢献する活動を行う 〇若者人口を増やす 〇水戸の地域産業を活性化させる 「ひと・まち・しごとの創世」	条校として専門職業大学制度化される（文部科学省　2019年開校） ＊現在設置基準を検討中（文部科学省今年度中に決定） 〇専門職業大学の今までの大学と違う点（日本初） 　講師が企業人であること　技術実習が中心の授業 　地域・企業と連動していること（各授業ごとに出資可能） 　地域と密着していること 〇専門職業大学院（日本初）クリエイティブリーダースクール（日本初） 　専門分野を4年間学んだ優秀な学生でチームを組んでビジネスをクリエイティブ に考えていく　様々な専門分野の学生がチームを組むのが味噌 　チーム例）調理・建築・マーケティング・経理　を学んできた学生でチームをつくる	〇文化デザイナー学院→専門職業大学　文化デザイン研究所（仮） 専門職業大学院クリエイティブリーダースクール（仮）	特に費用はかからない 今ある施設の共同使用許可を頂ければ可能 例）市立図書館　水戸芸術館　びよんど施設内 中心市街地空店舗	① 設置基準決定 ②設置調査 ③見積もり予算 ④水戸市との協議 ⑤茨城県との協議 ⑥文部科学省に申請	デザイン	クリエイティブリーダー育成事業	P105
8	文化コンテンツ強化プロジェクト	水戸のアート・映画・音楽・演劇・ダンス・クラフトなどの文化コンテンツならびにシーンをグラデーション的に強化し、発信・育成を目的としたプロジェクト。	既存の映画、アート、音楽、演劇、ダンス、クラフトなどのコンテンツをフォローし、相互的に繋げ、賑やかしではない重層的な文化のグラデーションを構築する。個々に行っている活動をスポイルすることなく、連携し、深化させることを目的とする。まちなかでのイベントの質の向上を担うと共に、外部に向けての発進力を強化する。●各文化ジャンルに於いて水戸芸術館を頂点とした環境（トリ・グラデーション）を構築する ●各ジャンル間の相互交流を担う（コラボ・連動イベントやアートマンス事業） ●交流拠点の構築（クリエイターズカフェやレジデンス、コワーキング・シェアオフィスなど） ●情報発信媒体（ポータルサイト・冊子）の編集発行・運営	NPO法人、業務委託			プロモーション	文化コンテンツ強化プロジェクト	P105

No.	事業名	事業の目的	事業の概要	事業主体	事業費及び収支概要	想定する事業化へのプロセス（または課題）	部会	基本計画	該当ページ
9	水戸クリエイティヴウィーク プロジェクト	・既存プロジェクトの発進力強化 ・交流人口の増加・宿泊者の増加・外食産業への貢献・購買意欲の増進 ・まちなかでのクリエイティヴ（既存の枠組みに囚われない）なプログラムの構築発信 ・水戸のまちなかのブランド品質UP・水戸の魅力発信強化・長期的ブランドの育成	茨城県の県庁所在地である水戸は、水戸芸術館をはじめ数々の文化施設を有し近隣エリアだけでなく日本の文化をリードしてきた。その土地で地に足をつけながら成長してきたプロジェクト「水戸短編映像祭」や「あおぞらクラフトいち」、「カフェ・イン・水戸R」など水戸発人気イベントを核にしながら連続したまちなかでのイベントとして開催するのが『水戸クリエイティヴウィーク』。水戸の街をもっとクリエイティヴに、水戸の魅力をじっくり味わえる週間とする。 質の高い顧客への具体的な誘客動機となるとともに、より具体的に魅力を発信する機会を創出する。 ●コアイベント（2015年度） 「水戸短編映像祭」「あおぞらクラフトいち」「カフェ・イン・水戸R」ほか	現状任意団体（実行委員会方式）→後NPO法人化も視野にいれる 後援：水戸市・水戸観光協会	イベント運営・調整費100万円～広報費（周遊告知マップ・ポスター）100万円～ のぼり制作・設置20万円～ ポータルサイト制作・運営構築50万円～+運営発信業務120万円（年間）		プロモーション	文化コンテンツ強化プロジェクト	P105
10	水戸クリエイティヴウィーク プロジェクト2	水戸クリエイティヴウィークを核としながら、「クリエイティヴ」に街中の賑わいを構築していく。 ・交流人口の増加・宿泊者の増加・外食産業への貢献・購買意欲の増進 ・まちなかでのクリエイティヴ（既存の枠組みに囚われない）なプログラムの構築発信 ・水戸のまちなかのブランド品質UP・水戸の魅力発信強化・長期的ブランドの育成	カフェ・イン・水戸の定期開催 水戸芸術館現代美術ギャラリーが主管し街中にも展開する「カフェ・イン・水戸」はフェス型アートプロジェクトとしては日本でも先行した試みだったと記憶する。より街中と連動した、地方都市型アートプロジェクトとして定期開催し（現在は不定期開催）、多くのアートファンの来水へとつなげ交流人口の増加を狙う。また、街中のクリエイティブ層との協働、新しい事業との連動を視野に入れる。	現状任意団体（実行委員会方式）→後NPO法人化も視野にいれる	イベント運営・調整費100万円～広報費（周遊告知マップ・ポスター）100万円～ のぼり制作・設置20万円～ ポータルサイト制作・運営構築50万円～+運営発信業務120万円（年間）～		プロモーション		

No.	事業名	事業の目的	事業の概要	事業主体	事業費及び収支概要	想定する事業化へのプロセス（または課題）	部会	基本計画	該当ページ
11	水戸らしいライフスタイル（文化交流） ①交流機会の創出 カフェ・イン・水戸、水戸クリエイティブウィークを中心としたプロジェクト （c）MITO・アート・マンス（澤幡）	アート系のNPO団体が中心となり、市民の主体的な文化芸術活動をサポートする体制を構築する。NPOは、企画内容の相談受付や広報協力、事務局業代行など、企画立案から実現に向けたサポートを行い、市民の主体的な参画と小規模文化団体の育成を促進する。	カフェ・イン・水戸や水戸クリエイティブウィークをベースとし、まちや市民との隙間を埋めていくプロジェクト。 文化芸術にまつわる活動を幅広く紹介し、開催を支援する登録型のプラットフォーム型事業。小規模文化団体の育成・支援を目的に広報協力、事務局業務代行、企画立案から実現に向けたサポートを行うことで、市民の主体的な参画を促進。多彩なプログラムがまちを彩る。前述のクリエイティブ・スペースとの連携も視野にいれる。 ■具体案：カフェ・イン・水戸や水戸クリエイティブが定着化し、市民側より参加意識が高まったタイミングでの事業化。 ●参考事例ベップ・アート・マンス（ベースは別府現代芸術フェスティバル「混浴温泉世界」） http://www.beppuartmonth.com	アート系のNPO団体（まちづくり会社のスタッフとして、アーティストを雇用することでも可。地域おこし協力隊の活用なども検討の余地あり。）	現在、水戸市で開催されている「水戸市芸術祭」（水戸芸術館を中心会場として，約4か月間にわたり、美術・音楽・芸能など9部門22事業を実施）に係る予算をベースに、現代美術系・クラフト系の活動も行えるような予算を付加できないか。		プロモーション	文化コンテンツ強化プロジェクト	P105
12	映画コンテンツ強化プロジェクト	「映画の街・水戸」 水戸市が保有するゆかりの映画監督深作欣二の資料を活かしたコンテンツを充実させるとともに、名前を冠した映画上映イベントや豊富なロケ地を背景とした映画製作支援事業を展開し、名実共に「映画の街」としてブランディングしていく。 ・交流人口の増加・水戸ブランド品質UP・水戸の魅力発信強化 ・長期的ブランド「映画の街・水戸」育成	深作欣二資料室（館）の設立運営 名前を冠した映画上映イベントの開催 →水戸映画祭の実質的復活 映画製作支援事業（フィルムコミッション+制作支援） →魅力発信課のフィルムコミッション業務委託と水戸発の映画製作発信	NPO法人シネマパンチ	深作欣二資料室（館）の設立→水戸市及び公的外郭団体 施設での管理運営？ イベント運営・調整費? 映画製作支援事業?		プロモーション		

No.	事業名	事業の目的	事業の概要	事業主体	事業費及び収支概要	想定する事業化へのプロセス（または課題）	部会	基本計画	該当ページ
13	学生プロジェクト ※）歴史資産を利用した学生プロジェクト「彰往考来」を2017.2月に修正	・学生が中心となって、様々なコンテンツ、文化のジャンルを組み合わせた、魅力的な水戸ならではの「若者が活躍する場」を創出する。 ・多世代交流（学生と学生、学生と企業や団体など）を通して出合うきっかけ、気づくきっかけ作りを行い、地域の担い手の育成や、地元愛を育み、就職や定住を考えた時に都会ではなく、まず「水戸」となって欲しい。 ・他地域（県内外、海外など）の学生同士による交流を行い、情報発信や観光を含めた水戸の魅力を高めた交流人口の増加を目指す。	・水戸の文化や歴史、自然、観光地、文化遺産など（過去をあきらかにして）を学び、それらをベースに若者の視点で発展させたイベントや事業（未来を考える）を学生が主体となって企画から運営をする取組み。若者が楽しいと思うコトを自分達で実施する。※過去をあきらかにして、未来を考える→彰往考来（徳川光圀が彰考館を命名する由来になった言葉） ・地域で活躍するNPOや各団体の方とのディスカッションや勉強会などを学生が企画運営を行い、自分達が学びたいこと、体験したいことを自主的に実施、行動する。 ・実行委員会を組織し、年数回のイベント、勉強会などを行う。入学・卒業や就職などでメンバーは年ごとに変わるので、反省点や情報・経験を蓄積させる方法を考える。 ・各団体が行うイベントなどの情報共有や企画運営・協力など連携も行う。	学生が主体となった任意団体（水戸商工会議所学生サポーターC’s・mitokawaiiproject他） 後援：茨城県、水戸市、教育委員会、水戸観光協会	イベント・事業　年2回と想定　25万円×2　50万円／年（内容による） 勉強会などは商工会議所や市民センターの会議室を無料で使用（後援を利用する） HPは無料のを使用し、学生がSNSなども含め運営する 事業資金は企業協賛や自己で賄える仕組みを考える	SNSなどで学生の募集・後援申請→実行委員会を組織→勉強会、実行委員会の実施→企業協賛などで資金の確保→SNSや市報などでイベント・事業等を告知→イベント・事業の実施→反省会、勉強会、交流会などの実施　※繰り返す	プロモーション	文化コンテンツ強化プロジェクト	P105

No.	事業名	事業の目的	事業の概要	事業主体	事業費及び収支概要	想定する事業化へのプロセス（または課題）	部会	基本計画	該当ページ
14	教育・人材②　創造的活動支援事業「ばba」 ※2017.2月に内容を修正	かつて水戸の街中に数多く存在した映画館。それぞれの映画館では、多様な映画、多才な人に出会い、時にはクリエイティブな活動が生まれた場でもあり、水戸の文化を育んできました。情報が溢れその情報が供給過多のためより良いものを選択するのが難しい今日、人々の行動や思考はわかりやすいものへと流れやすく、多様性が失われつつあります。今一度、水戸のまちなかに映画館という「場」を作り、多様なもの、異質なもの、に出会う機会を創出し、「ひと・もの・こと」が混じり合うことで、水戸がより一層文化度の高いまちになることを目指します。	（1）映画事業 映画と映画館がもつ大衆と文化の力（もともと水戸にあるもの）を生かし、文化的に豊かなまち作りに貢献する。 （2）映画資料館事業 深作欣二監督の遺品の公開や水戸の映画史の資料展示を行い、水戸の映画文化を世界に発信する。 （3）ソーシャル系大学事業 「学びの場としてのサードコミュニティ」を目指し、地域に根づき、地域のなかに学びの場を創り出す。「学び」を通してクリエイティブなマインドを醸成します。	310+1シネマプロジェクト 現在、市民団体として活動。数年後には法人化を目指す。	（1）映画事業（31,100千円） 人件費700万／映画料1750万／家賃360万／広報費120万／光熱費180万 （2）映画資料館事業（4,800千円） 人件費240万／広報費120万／管理費120万 （3）ソーシャル系大学事業（5,400千円） 人件費240万／講師招聘費120万／広報費120万／会場借用費60万 ※事務所及び映画館開設費用は別	課題 ・物件選定 ・雇用及び人材育成 ・会員組織 その他 ・公共性が高い事業を継続して行い、新しい市民会館内での事業展開を目指し公設民営の場を創出できるような組織体を目指す。	プロモーション	創造的活動支援事業	P105

No.	事業名	事業の目的	事業の概要	事業主体	事業費及び収支概要	想定する事業化へのプロセス（または課題）	部会	基本計画	該当ページ
15	ラ・フォル・ジュルネ・オ・ミト事業	○市民会館の、市民発想による利活用促進 ○首都圏からの来街促進 ○文化的イベント開催による、水戸ライフの豊かさ付加 ○水戸アートのポテンシャルをアウトプットし、注目度UP ○来街者増による中心市街地のにぎわい創出	ラ・フォル・ジュルネは、フランス・ナント市が発祥のまちなか音楽イベント。 まちなかのいろいろな場所でミニ演奏会を実施。 出演者はプロや市民団体、部活動など様々な団体が対象。 まちを歩く人は誰でも自由に見学をすることができる。 中心市街地全体が音楽ホールとなり、まちの一体感を創出。 中心市街地の魅力を高める。 個々のパフォーマンスを短く細切れにし、個々のチケット価格を低く抑える。 ラ・フォル・ジュルネ・オ・ジャポン熱狂の日音楽祭実行委員会と連携し、水戸市の実行委員会を設置、協賛団体を広く募っていく。 開催他都市との連携を活発化することで、新たな文化形成に発展させていく。 開催都市　⇒東京 （http://www.lfj.jp/lfj_2015） 新潟、金沢、びわ湖、鳥栖 プロの演奏に加え、地元の学校やアマチュアも出演する。 水戸芸術館を始め、アート関連のイベントやアーティストともコラボしていく。 ○実行委員会結成 ○参加アーティストのブッキング ○協賛企業の募集 ○PR、チケット販売 ○会場設営、運営 ○事業の実施場所・エリア ①市民会館、水戸芸術館周辺 ②中心市街地やその周辺の各ホール、集会所、店舗 ○イベントの内容，出店者数・参加者数など想定される規模 まちなかの各ポイントでクラシックやジャズをテーマにした演奏やワークショップを開催。 3日間開催で参加者3万人	ラ・フォル・ジュルネ・オ・ミト実行委員会 （ラ・フォル・ジュルネ・オ・ジャポン熱狂の日音楽祭実行委員会と連携し組織結成） まちづくり会社	○事業の収支内容 収入：イベント収入 15,000千円　（@¥500×3万人） 支出：広報（案内チラシ、配布）　500千円 アーティスト出演料 12,000千円 会場使用料　2,000千円 人件費　500千円 事業収益：　0円 ○支援処置 ①中心市街地活性化ソフト事業　/総務省		プロモーション	市民主体による活性化事業への支援	P106

No.	事業名	事業の目的	事業の概要	事業主体	事業費及び収支概要	想定する事業化へのプロセス（または課題）	部会	基本計画	該当ページ
16	アペリティフ365 in 水戸事業	○水戸の文化的発展、経済的発展による、中心市街地の価値向上 ○飲食店、食物販、流通各業種の活性化 ○首都圏からの来街促進 ○水戸アートのポテンシャルをアウトプットし、注目度UP ○来街者増による中心市街地のにぎわい創出	6月第1木曜日は、「アペリティフ（フランス語の食前酒）」を愉しむ日 フランスのワインや飲み物はもちろん、食材も含め食関連産業の振興のフラッグシップ 日本では、フランス農業・農産加工業・林業省とフランス食品振興会（SOPEXA JAPON）が主催する「アペリティフ365」というイベントが、東京の会場を中心に、毎年開催されていて、2015年で12年目。著名人を招いたセレモニーや、フランス料理の名店が参加する飲食イベントを実施。全国各都市でも、規模を変えて実施している。 水戸市は文化的な素地があるため、アペリティフ365の食文化促進というテーマと繋げた独自企画として、アーティストによる食をテーマにしたワークショップや、食育などの勉強会なども同時開催し、市民全体への波及性を見込む。 市民会館や水戸芸術館をメイン会場としセレモニーやワークショップなどを開催。 中心市街地の飲食店などと連携し、各店の店頭や店内でアペリティフ体験。 （空間・時間、飲みもの、食べ物などの総合演出） 紙媒体のマップやネットなどを利用した案内を作成、会場から各飲食店に誘導。 フランス食品振興会と連携し、水戸市の実行委員会を設置する。 フランス食品輸入業者や飲食関連企業などを対象に協賛団体を広く募っていく。	アペリティフ365 in 水戸実行委員会（フランス食品振興会と連携し組織結成） 一般社団法人日本ソムリエ協会 公益社団法人全日本司厨士協会水戸 バー・バル・バール実行委員会 Domaine MITO株式会社 まちづくり会社 共催：フランス農業・農産加工業・林業省／フランス食品振興会	○事業の収支内容 収入：イベント収入 2,500千円 （@¥2500×1千人） 企業協賛 300千円 支出：広報（案内チラシ、配布） 500千円 ケータリング 1,000千円 ワイン 800千円 謝金 200千円 会場使用料 100千円 人件費 100千円 事業収益： 100千円 ○支援処置 ①中心市街地活性化ソフト事業 ／総務省		プロモーション	市民主体による活性化事業への支援	P106

No.	事業名	事業の目的	事業の概要	事業主体	事業費及び収支概要	想定する事業化へのプロセス（または課題）	部会	基本計画	該当ページ
16	アペリティフ365 in 水戸事業	○水戸の文化的発展、経済的発展による、中心市街地の価値向上 ○飲食店、食物販、流通各業種の活性化 ○首都圏からの来街促進 ○水戸アートのポテンシャルをアウトプットし、注目度UP ○来街者増による中心市街地のにぎわい創出	開催他都市との連携を活発化することで、新たな文化形成に発展させていく。 開催都市　⇒東京 （http://www.aperitifjapon.com） 仙台、埼玉、横濱、太田、静岡、豊橋、名古屋、岐阜、 富山、金沢、琵琶湖、高松、土佐、徳島、広島、宮崎 ○実行委員会結成 ○出展内容募集 ○協賛企業の募集 ○PR、チケット販売 ○会場設営、運営 ○事業の実施場所・エリア ①市民会館、水戸芸術館周辺 ②中心市街地やその周辺の各店舗 ○イベントの内容，出店者数・参加者数など想定される規模 著名人や有名シェフを招いたセレモニー（市民会館・芸術館） 食をテーマにしたワークショップ（芸術館） 中心市街地各飲食店でアペリティフの提供、企画実施 1日開催で参加者1000人　／　売上2,500千円	アペリティフ365 in 水戸実行委員会（フランス食品振興会と連携し組織結成） 一般社団法人日本ソムリエ協会 公益社団法人全日本司厨士協会 水戸バー・バル・バール実行委員会 Domaine MITO株式会社 まちづくり会社 共催：フランス農業・農産加工業・林業省／フランス食品振興会	○事業の収支内容 収入：イベント収入2,500千円　（@¥2500×1千人） 企業協賛　300千円 支出：広報（案内チラシ、配布）　500千円 ケータリング　1,000千円 ワイン　800千円 謝金　200千円 会場使用料　100千円 人件費　100千円 事業収益：　100千円 ○支援処置 ①中心市街地活性化ソフト事業　/総務省		プロモーション	市民主体による活性化事業への支援	

No.	事業名	事業の目的	事業の概要	事業主体	事業費及び収支概要	想定する事業化へのプロセス（または課題）	部会	基本計画	該当ページ
17	クリエイティブ産業誘致・起業家支援（起業する文化の育成）（収益事業）	クリエイティブでチャレンジングな若者の創業・起業支援を通し、まちに起業する文化を定着させる。	・具体的な内容 対象は、クリエイティブな、チャレンジングな、ベンチャー的な、個性の強烈な事業。（芸術的、文化的、伝統的、歴史的なものも）生活者視点、女性視点、体感・五感に訴えるもの。小さな特化型をたくさん集積させ、まち全体で多様性を創出。 ・具体的な事業 埋もれた人材や技術、商品の掘り出し クラフト市、まちフェス、路上マーケット（有料）で見出す。 コンテストなどで事業者をピックアップ（プロもアマも）。 チャレンジングなテーマ別コンテスト。 アート、飲食ベンチャー、農業ベンチャー：小さくても高粗利益なもの。強烈な個性、地域の素材を活用した製造小売、高付加価値型サービス業を見出す。 事業の場づくり 裏通りのリノベーションスクール等、リノベ企画に参加してもらい、事業計画づくり。そして、事業者の意向を反映させたお店づくり（リノベーション）、出店。 企業・創業支援策 行政支援：補助金、優遇策、など 旦那衆の支援：サポートチーム、販路紹介、旦那衆チーム・ネットワーク、など ※小さな挑戦を地域で育てていくプロセス　＜まちなかに多様な都市型産業を集積させる＞ ＜コンテスト等で発掘＞　⇒　＜スクール＞　⇒　＜事業化＞　⇒　＜小さな特化型の集積＞ 埋もれた人材　×　遊休不動産　×　雇用創出　＝　まちなか再生 埋もれた技術・商品 （不動産オーナー）　（事業オーナー）　（都市型産業の集積） ↑　↑　↑　↑ コンテスト等起業・創業支援　リノベーション事業プラン	まちづくり会社			産業創生（まちづくり会社）	クリエイティブ起業家支援事業	P107

No.	事業名	事業の目的	事業の概要	事業主体	事業費及び収支概要	想定する事業化へのプロセス（または課題）	部会	基本計画	該当ページ
18	ジュニアエコノミーカレッジ　in みと	・小中学生が実際の職業経験を通して、社会性を学び自分力を高める ・子ども達が自分達で「決める」こと、「行動する」こと、「結果を分析する」ことを通して、キッザニアの表面的な楽しい体験ではなく、「経験」となり、地元の方とのつながりや出会いを通して、将来地元で企業する人材を育てる。 ・商売の厳しさや楽しさ、（お父さんお母さんが頑張る）お金を稼ぐことの大変さも経験することで、金銭感覚（商売を肌で感じること）を子どものうちから養い、将来のグローバル社会で戦う優位性を身につけてもらう。	・小学校5・6年生～中学校3年生までの市内（近郊）に住む学生が基本5人で1つの模擬会社を作り、セミナーや合宿を通して商売を学び、商品を企画し、株主と銀行から借り入れをして、実際に水戸まちなかフェスティバル等の中心市街地で行うイベントで出店し商売をします。（約半年間のカリキュラム） ・商売をした後には、株主配当やおこずかいを計算するセミナーを行い、売上の一部を税金という名目で、水戸市に寄付を行います。また、表彰式にはグランプリを決定し、SNSやHP等を利用して、活動を報告します。 ・商売の先生は、中心市街地で実際に商売を行う方になって頂き、子ども達が仕入れする商品は基本的に中心市街地で購入します。子ども達の考えたことに、大人は限りなく「指示や答えを教える」ことはせず、見守ることで、子ども達の責任と自分力を鍛えるように仕向けます。 ・大学生や専門学生が主体でセミナー、合宿を運営します（単位をもらえる）	後援：茨城県と水戸市の教育委員会 NPOなどの任意団体	子ども達参加費5000円×75名（15チーム）375,000円 企業等の協賛及び県、市からの助成金1,000,000円 計1,375,000円　（イベント時の準備品（テント・発電機他）、合宿・セミナー施設利用費、弁当飲料費、テキスト代、広告宣伝費、写真映像記録費、保険代　他）		プロモーション	まちなか職業体験事業	P107

No.	事業名	事業の目的	事業の概要	事業主体	事業費及び収支概要	想定する事業化へのプロセス（または課題）	部会	基本計画	該当ページ
19	拠点づくり（収益事業）	中心市街地並びにその周辺エリアでの、新たな拠点づくりを戦略的に進める。	・先回り営業で、逆算の計画づくり、経営を。公共性と市場性の一致を（皆が来る場所に、皆が欲しいものを）。 ・具体的な事業 MITOマルシェ 　釜神アパート跡地活用 （または中心市街地空き店舗、等） 地元JAの農産物販売、黄門料理 食堂、水戸藩ラーメン、黄門福包み、水戸物産 偕楽園梅炭製品、黄門チーズ（森林公園山羊チーズ）、黄門シジミ（涸沼）、MITOワイン 薬草園＋伝統工芸館（西の谷）：10年で回収 焼き物、着物、染め物、提灯、木工、鍛冶などの伝統工芸や技術（水戸藩ネタ）の伝承館 体験型、商品化、専門家育成 物産館＋駐車場（レイクサイドボウル跡地利活用）：10年で回収 物産館、駐車場、黄門ミュージアム 水戸学資料館（知事公舎）：5年程度で回収 資料館＋関連書籍の現代語訳・出版事業 　　まちかど博物館・美術館・資料館 　　リノベーションによる施設整備、水戸発のヒト、モノ、コトの展示館（＋周遊コース）	まちづくり会社			産業創生（まちづくり会社）	まちなか拠点づくり	P107

No.	事業名	事業の目的	事業の概要	事業主体	事業費及び収支概要	想定する事業化へのプロセス（または課題）	部会	基本計画	該当ページ
20	教育・人材 ① 過去に学ぶ姿勢～未来つなぐ（岩間＆寺門） 「救民妙食」 ※2017.2月に内容を修正	①「救民妙薬」という医学の歴史的財産の活用。それを観光資源につながる。 ②偕楽園に訪れた「観光客」を街中に誘致する題材になる。自ずと「文化のまち」のPRにもつながる。 ③救民妙薬は「健康食」へつながり、「女性をターゲット」とした提案になり、日常の賑わいにもつながる。 ④救民妙薬の「薬草栽培」は農業大国である茨城県の新たなる「ブランディング野菜」が産業へつながる。 ⑤新たなる観光資源は飲食店と産業を発展させ、今後の水戸市を成長させる財産へとつながる。	していきたいと思わせることが観光客を中心市街地に留まる大きな要因となる。その為に中心市街地全体のソウルフードを生み出すような試みが必要である。 ・観光客だけをターゲットにするのではなく、日常の賑わいを求めるためにも工夫が必要であり、健康ブームに載せ「健康食」を強めに訴える。それが、中心市街地の地域に住む女性を核としたニーズにつながると考えられる。 ・救民妙薬は、地元でとれる食材が元になっている。それらを栽培することは、地元の農家でもそれほど無理のない工程で可能であると考える。それが新たなるブランディング野菜が生まれることと、農業の産業の発展につながることが考えられる。 動き出している関連事業： ☑泉町二丁目商店街振興組合：「救民妙食」の発刊および、例会「あけまして泉町」にて『すっぽん雑煮』の提供 ☑水戸藩にまつわる薬草園の会による「西の谷薬草園」の運営。 ☑株式会社ジオフーズによる南町キッチン薬膳カフェの開催：毎週月火曜日、薬膳と弁当の提供や、薬膳教室、料理教室の開催、レシピの開発	実施団体：救民妙食普及向上協会 飲食店：中心市街地の飲食店 農業生産：ファーマーズマーケット、日本農業実践学園、ご協力いただける農家　等 検査実施団体：　茨城県薬剤師会公衆衛生検査センター、大学等研究機関	ブランディング：2000千円 店舗導入：1000千円 材料開発：1000千円 店舗展開：1000千円 （継続するソフト事業においては，年当たり事業費） ・畑の賃料5-10千円 ・検査費10千円 ・商標登録費用 ・パッケージデザイン：250千円 ・WEBサイト作成管理：1000千円 ・展示商談会出店：500千円 ・法被のぼり等販促費500千円 （継続するソフト事業においては，年当たり事業費）		プロモーション	まちなかの食文化発信事業	P108

No.	事業名	事業の目的	事業の概要	事業主体	事業費及び収支概要	想定する事業化へのプロセス（または課題）	部会	基本計画	該当ページ
21	ミトロハスプロジェクト	〇ロハスな街のイメージ作りによる、都市居住の付加価値（食）創出、居住促進 〇首都圏からの来街促進 〇水戸の魅力を、口コミで首都圏に広げる 〇来街者増による中心市街地のにぎわい創出 〇来街者向け、訪問スポット作り 〇水戸市の産業をPR 〇水戸市の豊かな資源をPR 〇コミュニティーの交流 〇農村地帯と隣り合わせで共存している状況は水戸市中心市街地の強みである。都市部の利便性優先の生活をしながら、農村地帯ならではのゆとりや豊かさあるいはリラクゼーションなどをいつでも採り入れる事が可能で、また自然の恩恵ともいうべき新鮮な野菜・肉・魚がいつでも揃うというライフスタイル。この中心市街地居住者の特権をPRすることで、中心市街地への居住と産業の集積を促進する 〇クラインガルテンを設置し、週末就農に宿泊機能を追加したスタイル提案をする。滞在型にする事で、利用者の消費行動が伴い中心市街地の商業利用を促進する 〇クラインガルテンの利用者は東京都内など大消費地からの消費者であるため、利用者からの口コミやSNSによる情報発信・共有で、観光事業を活性化する	①自然体験型まちなか市場設置事業 水戸の上市の中でも紀州堀の西側は、江戸時代には商業が自然発生して発達してきた歴史がある。特に鉄砲町では札場が近く、周辺で穀市が立つことがあったことから、鮮魚を売りに来る商人が集まり、今でいうマルシェが成立していた。土地の記憶を継承して活性化させていくために、水戸公設地方卸売市場のサテライト施設を整備する。 マルシェ・ジャポン全国事務局やNPO法人Farmer’s Market Associationと連携し、水戸市独自の実行委員会を設置、協賛団体を広く募っていき、運営していく。開催他都市との連携を活発化することで、新たな文化形成に発展させていく。 開催都市　⇒東京・青山国連大学（http://farmersmarkets.jp） 　全国の開催状況はマルシェ・ジャポン（http://www.marche-japon.org） 水戸公設市場で営業している専門業者による生鮮品の販売を採り入れる事で、卸売業者ならでは陳列のボリューム感を出すことができ、いわゆるマルシェの雰囲気や賑わい感を創出していく。 ファーマーズ・マーケットも定期開催し、県内農産地のコミュニティーが来街するきっかけ作りや、双方のコミュニティー交流の場として活用していく。 また、購入した生鮮品をその場で食べられるBBQコーナーも整備する。食べ方提案や、簡単な料理教室も開催できることで、賑わいを創出する。 ②農業体験の推進拠点整備事業 都市部に生活主体を置きつつ週末就農するスタイルへの希望者をサポートする。まちなか市場を集合・解散拠点、情報受発信拠点として、当事業をPRも含めた、多機能施設として整備する。農業体験受け入れで連携する農産地域への往復は、当施設発着のシャトルバスなどで対応し、原則マイカー規制。 収穫した作物はまちなか市場のファーマーズ・マーケットで販売でき、利用者の選択によって様々な体験や経験ができるようにし、生活の豊かさを満たす。	ミトロハスプロジェクト実行委員会（マルシェ・ジャポン、Farmer’s Market Association、泉町二丁目商店街振興組合、まちづくり会社と連携し組織結成）	〇事業の収支内容 収入：賃料収入 15,000千円　（1区画1,000千円×15区画） 施設利用料　20,000千円　（1区画500千円×40区画） イベント収入　5,000千円 BBQサイト使用料 500千円　（@1,000円×500団体） 農業体験サポーター 1,000千円　（1口5千円×200人） 農業体験参加費 1,500千円　（年間3000人・回） 農産地のPR費　1,000千円 支出：広報（案内チラシ、配布）　6,000千円 減価償却　30,000千円 バス代　500千円 家賃　1,000千円 人件費　5,000千円 （フォーミュラEは上記とは別で調査中） 〇支援処置 強い農業づくり交付金/農林水産省 農山漁村地域整備交付金別紙11集落基盤整備事業に係る運用/農林水産省 社会資本整備総合交付金（都市再生整備計画事業-1）/国土交通省 地域商業自立促進事業/経済産業省		プロモーション	まちなかの食文化発信事業	P108

No.	事業名	事業の目的	事業の概要	事業主体	事業費及び収支概要	想定する事業化へのプロセス（または課題）	部会	基本計画	該当ページ
21	ミトロハスプロジェクト		③首都圏からの消費者の取り込みのためのクラインガルテン設置事業 中心市街地近郊の根本、柳河、青柳エリアのいずれかに、まちなか市場の別館としてクラインガルテンを整備する。 中心市街地との機能的なつながりを持たせるために、収穫した農作物はファーマーズ・マーケットで販売できるようにする。クラインガルテン利用者が中心市街地を利用するきっかけとなり、にぎわいを創出していく。 本事業には上位計画が必要であり、農村振興基本計画を策定する。 ④フォーミュラE 2014年秋に北京で初開催し、全世界10都市、全11戦で競われる、電気自動車によるフォーミュラカーレースを水戸市内で開催する。 偕楽園や千波湖を中心とした都市型公園から、水戸城址や水戸のメインストリートといった都市部を巡るコースを設定し、水戸の魅力が詰まったレースを企画する。フォーミュラEは公道レースのみで開催されており、テレビ中継を通して、街並みや都市景観を全世界に発信できるという強みを持つ。 コミッショナーや参加チームだけでなく、タイヤや部品メーカー、ジャーナリスト、そして多くのファンが来街することから、宿泊施設と連携をとり、水戸泊を売り込む（F1は東京に宿泊してしまう）。コミッショナーと連携を取り、また、飲食店やナイト業態も取り込み、中心市街地一体となって、誘致する。 H28　調査、場所の選定。既存の市場との調整、参加事業主の募集。 ⇒中心市街地意識アンケート、企業向け意識調査、周辺農業実態調査、 拠点設置場所選定、水戸市公設市場との実施団体設立、FIAとの調整 自民党モータースポーツ振興議連、経済産業省、電気自動車普及協会、 国内で既に誘致活動をしている自治体（横浜市、大阪府）と情報交換 H29　市場建設、PR ⇒設計・建築、PR開始、利用者募集開始、フォーミュラE誘致活動 H30 運営スタート ⇒運用開始、PDCA	ミトロハスプロジェクト実行委員会 （マルシェ・ジャポン、Farmer's Market Association と連携し組織結成） 泉町二丁目商店街振興組合 まちづくり会社			プロモーション	まちなかの食文化発信事業	P108

No.	事業名	事業の目的	事業の概要	事業主体	事業費及び収支概要	想定する事業化へのプロセス（または課題）	部会	基本計画	該当ページ
21	ミトロハスプロジェクト		○事業の実施場所・エリア ①市場②推進拠点　⇒市民会館、五軒町1丁目、 太田街道の金町1丁目・北見町～大町～南町3丁目 ③クラインガルテン　⇒根本、柳河、青柳 ④フォーミュラE　⇒中心市街地⇔千波湖 ○整備する施設等の機能，想定される規模 市場のサテライト施設であるが、それほどの広さは必要無い。 物販部分より、BBQやイベントなど、フリースペースの確保が必須。 クラインガルテンは、中心市街地隣接地区に40棟。市民農園、BBQサイト併設。 ○イベントの内容，出店者数・参加者数など想定される規模 週末就農者を募ったファーマーズ・マーケットを開催。毎回10～20人規模の出店。 専門業者の店舗とともに、来場者に買い物を単身でもらう楽しみを創出。				プロモーション	まちなかの食文化発信事業	P108

No.	事業名	事業の目的	事業の概要	事業主体	事業費及び収支概要	想定する事業化へのプロセス（または課題）	部会	基本計画	該当ページ
22	街なか100円バス	○街なか交通体系改善 ○公共交通（バス）利用促進 ○街なか利用促進 ○街なか消費拡大	中心市街地のお店が、買い物をした方にバス料金が100円になるチケットを配布。 そのチケットをつかえば、どこまで乗ってもバス料金が100円になるというもの。 負担内訳は、バス利用者100円、中心市街地の個店100円、行政100円、バス会社100円とし、合計400円で100円バスを運行。 実質、バスチケットの利用者は「駅前～大工町内」の利用者が中心となるので、170円区間に400円投入する事となる。 100円バスチケットは、中心市街地の個店がまちづくり会社から購入。 バス会社は、このチケットの使用枚数に応じて、市から1枚に付100円の補助を受ける。	○まちづくり会社 ○バス会社 ○水戸市	まちづくり会社　チケット印刷費200,000円＋販促費400,000円＝600,000円（水戸市補助金） バス会社　@100×チケット使用枚数 水戸市　　@100×チケット使用枚数		デザイン（産業創生）	公共交通の利用促進	P111
23	コミュニティサイクル	○環境にやさしい ○観光客の回遊性アップ ○放置自転車の削減 ○中心市街地への脱車	会員制の自転車レンタルシステム、拠点であれば貸出・返却自由に出来 観光客の回遊の利便性をはかる。 まちなか居住者の利便性の向上。 ○事業の設置場所・エリア 水戸駅・水戸駅南・南町・泉町・大工町・弘道館・千波湖	○水戸市 ○まちづくり会社による運営	コミュニティサイクルシステム構築 　コミュニティサイクル駐輪場 　自転車　　台		デザイン（産業創生）	レンタサイクル事業の推進	P115

No.	事業名	事業の目的	事業の概要	事業主体	事業費及び収支概要	想定する事業化へのプロセス（または課題）	部会	基本計画	該当ページ
■行政に規制緩和・制度づくりを依頼・提言する事業									
24	中心市街地における小規模保育事業の設置基準の緩和	○中心市街地の小規模保育事業の設置を促進 ○空店舗・空オフィスビル等の活用 ○まちなかでの保育環境整備促進	○現在の小規模保育事業の設置基準には園庭の設置義務がある。 街中で園庭を設置する、また近隣の代替え地を確保することは困難であるため、近隣の遊休地を活用し、小規模保育園の園庭とすることを認可する。 ○芸術館でも代用できるようにする ○遊休地を提供した地権者に固定資産税の免除を行う。	○水戸市 ○NPO ○まちづくり株式会社 ○民間企業 ○水戸市民	負担無	①事業の認可 ②予算編成 ②事業者選定 ④事業開始	デザイン	まちなかの保育ニーズに対応した保育サービスの充実	P81
25	中心市街地における保育事業主への補助金	○中心市街地の充実した保育事業所の設置を促進 ○空店舗・空オフィスビル等の有効活用 ○さまざまなニーズに即した保育環境の整備	○現在中心市街地活性化エリアには駐車場・空き店舗・空オフィスビルが多数ある。 　それらを有効活用し、新築・改装等付加価値の再設定を行い有効活用する。 ○水戸市で適当と思われる基準を定め、基準に達した認可外保育所に対し、新築・改装費・運営費等の補助金を支給する。	○水戸市 ○NPO ○まちづくり株式会社 ○民間企業 ○水戸市民	年間５億円	①事業の認可 ②予算編成 ②事業者選定 ④事業開始	デザイン		
26	中心市街地における事業内保育所の整備	○現在国が定めた事業内保育事業があるが、中心市街地で単独で事業所内保育事業を展開できる企業は少ない。市民も、中心市街地の企業に勤める従業員も利用できる保育所を街中に整備する。 ○中心市街地の充実した保育事業所の設置を促進 ○空店舗・空オフィスビル・駐車場・休遊地等の有効活用 ○さまざまなニーズに即した保育環境の整備 ○街の企業・商店が一体となり、企業の従業員及び水戸市民の保育に参加する	○国の基準では補助を受けるに当たり従業員の預ける子供の数に制限があり、基準を下回ると補助金がもらえない。その為整備したくてもリスクが多く整備できない。基準を下回っても一般の子供を預かれば補助を出す基準に変更する。 ○国の基準では補助するのは開設後5年となっており、6年経過後は全額各企業の負担、保育者の負担となる。期限を設けず、基準を満たす限り補助をする。	○水戸市 ○NPO ○まちづくり株式会社 ○民間企業 ○水戸市民	年間３億円	①事業の認可 ②予算編成 ②事業者選定 ④事業開始	デザイン		

No.	事業名	事業の目的	事業の概要	事業主体	事業費及び収支概要	想定する事業化へのプロセス（または課題）	部会	基本計画	該当ページ
27	中心市街地における認可・認可外保育所の病児・病後児保育の整備に対する補助金	○現在認可保育所に対し、病児・病後児保育を整備した場合の補助金はあるが、病児・病後児保育には補助以上に相当な費用が掛かる為実際に設置している保育所は少ない。 ○子供が少し具合が悪くなっても、保護者に代わり看病し、保護者が勤務終了するまで預けられる保育施設の整備が必要。	○認可・認可外保育施設にかかわらず、まちなかの医療機関と連携、もしくは看護師等を設置して病児・病後児保育を行う保育施設に対し、その費用を全額補助する。	○水戸市 ○NPO ○まちづくり株式会社 ○民間企業 ○医療機関	1施設年間300万	①事業の認可 ②予算編成 ②事業者選定 ④事業開始	デザイン	まちなかの保育ニーズに対応した保育サービスの充実	P81
28	賃貸マンション特区（泉町）	○まちなかの居住人口を増やす ○コインパーキングの有効利用 ○遊休土地の有効利用	賃貸マンションの建設事業者に建設資金の補助・固定資産税の軽減を図り 入居者には、家賃の助成を行う。 ○事業の設置場所・エリア 泉町エリア	○民間 ○水戸市にて建設費助成	プランA　全戸1ルームタイプ 建設費 500,000千円 プランB　2DK・1ルーム混合 建設費550,000千円		デザイン	まちなか共同住宅整備促進事業	P84
29	まちなか定住者促進	○居住人口増加 ○まちなか移住の誘導 ○子育て世代への住宅購入援助 ○住宅購入者への援助	○新築マンション・新築戸建を購入してまちなかに移住 した世帯に、市民税減免（3年～5年）、固定資産税軽減, 住宅ローン利子補給，家事代行サービスへの助成を行い まちなかの居住人口を増やす。 ○助成、補助への財源確保	○民間事業者			デザイン	子育て世帯等、まちなか住みかえ支援事業	P85
30	中心市街地　緑化計画（MITO景観アドバイザー制度 と連動）	○水戸らしさをもった景観による観光を中心としたにぎわいを目指す ○歩行者通行量や個店来客数の増加を目指す ○緑の街水戸をアピールし、居住人口の増加を目指す ○「緑の街」のイメージによる周辺エリアの投資価値向上	公園のおおいまち水戸のイメージで街をつなげていく 「水戸まちづくり緑化条例」をつくりあげる ＊MITO景観アドバイザー制度と連動 ○緑化により固定資産税の軽減になるキャンペーン （敷地面積の上限20%までは固定資産税が軽減） ○コインパーキング緑化条例（メインストリートに面した場合は緑化義務がある） ○事業の実施場所・エリア：駅周辺→中心市街地 ○水戸らしい花、樹木の選定 （公募各十種類選定）	○水戸市	通常予算＋固定資産税軽減分		デザイン	メインストリートの街路の緑化推進	

No.	事業名	事業の目的	事業の概要	事業主体	事業費及び収支概要	想定する事業化へのプロセス（または課題）	部会	基本計画	該当ページ
31	MITO景観アドバイザー制度	○水戸らしさをもった景観による観光を中心としたにぎわいを目指す ○夜間の歩行者通行量や個店来客数の増加を目指す ○「ロマンチックな水戸の街」のイメージによる周辺エリアの投資価値向上を目指し、 制度化を目標とする	① 水府提灯的な街灯やファザードで夜の水戸をロマンチックにつなげていく ② 緑視率の高い都市イメージを構築する そのための有識者による「景観」を考える会の発足 ○中心市街地の人と人を結ぶハブ的な役割として機能 （中心市街地の修繕相談窓口としても機能） ○外観や内装等のデザイン相談の窓口として機能する ○景観のあるべき方向性（水戸らしさ）を指し示す指導が出来る組織を目指す ○将来的には法的申請時に相談するということが前提となるような組織を育成する ○緑化により固定資産税の軽減になるキャンペーン （敷地面積の上限20%までは固定資産税が軽減） ○コインパーキング緑化条例（メインストリートに面した場合は緑化義務がある） ○水戸らしい花、樹木の選定 （公募各十種類選定）	○水戸市より選出（コンセプトワーカー3名　建築士3名）	運営費年間100万円 月2回の審査及びミーティング （有識者に交通費の支給　調査費実費　お弁当代）	① 担当職員の選定 ② 有識者の選定 ③景観コンセプトの設定　④制度化スケジューリング	デザイン	メインストリートの街路の緑化推進	P94

No.	事業名	事業の目的	事業の概要	事業主体	事業費及び収支概要	想定する事業化へのプロセス（または課題）	部会	基本計画	該当ページ
32	まちなかプロジェクト実現センター（仮）	中心市街地で新しい事業に取り組む際に、各種手続きのワンストップ化、助成などの情報共有とサポート体制、アイデアを実現しやすい環境を恒常的につくることで、今後さまざまなプロジェクトを支援することができる。	●資金面：新規事業のスタートアップ助成申請サポート ●手続き：プロジェクトの手続きワンストップ化 ●相談：プロジェクトの実現へ向けての相談事業、サポート ●集客：広報支援（デザイナー紹介など制作面から配布・ウェブ告知など） ●記録：アーカイブ事業（事業の記録・発信）⇒批評性の介在 ⇒プロジェクトの継続化を念頭に置いたブラッシュアップサポート ⇒コミュニケーションの活発化と情報発信（中心市街地で実現できる可能性の提示） ⇒まちなか事業コンテスト（事業の品質向上） ⇒リノベーションなどの空き店舗対策をからめても良い効果が得られる	事業主体：水戸市 業務委託先：既存組織（例えば水戸クリエイティヴウィーク実行委員会やまちなか情報交流センター、水戸観光協会、VILLAGE310など）	資金：水戸市、助成金 拠点維持、人件費、 アーカイブ調査研究発行などの経費 ※新規：年間1,000万円～2,000万円、既存：年間700万円～1,400万円 （継続するソフト事業においては，年当たり事業費）	1.各種プロジェクトにおける手続きのプロセスを調査し、代行や支援の可能性を探る 2.中心市街地認定における各種助成メニューの熟知とマッチングの可能性を探る 3.空き店舗やスペース、既存プロジェクトの情報共有と連携を進める 4.相談窓口の設置（バーチャルから始めリアルでの設置を目指す） 中心市街地における事業の窓口となる要素が大きいため、まちのことを熟知し且つ日本・世界を見越したバランス感覚の良い人材が求められる。物理的に窓口を作り相談業務にあたることで、市役所側の負担を軽減するとともに中心市街地で活動を考えているプレーヤーとコミュニケーションを密にとることで新しいプロジェクトが実現しやすい環境を整えることが急務である。	プロモーション	各種ＰＲ活動の展開	P106

No.	事業名	事業の目的	事業の概要	事業主体	事業費及び収支概要	想定する事業化へのプロセス（または課題）	部会	基本計画	該当ページ
33	水府提灯ロマンティックス　提灯型街灯　＋屋台村　＋ファサード補助金	〇水戸らしさをもった景観による観光を中心としたにぎわいを目指す 〇夜間の歩行者通行量や個店来客数の増加を目指す 〇安全な都市水戸をアピールし、居住人口の増加を目指す 〇「ロマンチックな水戸の街」のイメージによる周辺エリアの投資価値向上 〇個店のHUB的な意味あいで各店につなげていく役割	水府提灯的な街灯で夜の水戸をロマンチックにつなげていく 〇事業の実施場所・エリア 優先順位①うらみとロード くろばね商店街→蔵屋敷→茶の間→みとっぽ→かにや→宮下銀座 優先順位②歴史ロード 弘道館→弘道館裏梅林→旧県庁・県立図書館→知事公社 〇提灯屋台村　→　例）東照宮前　駐車場 〇ファサード補助金 各商店が新築・改築する場合、オリジナル水府提灯看板等を設置する計画の場合 最大で建設費総額の1/2を補助する また、軒先に提灯を飾る場合は半額補助	提灯的街灯〇水戸市 LEDを使いコストダメージの少ない街灯を考案 ランニングコストも減少 屋台村〇水戸市　土地買い取り（借り上げ）　常設テントの設置と水回り環境 〇まちづくり会社（運営）→　2年間で売却 ファサード補助金〇水戸市	街灯（工事費込）200000円　26本　電線工事500万円 20m間隔　500m 屋台村→鉄パイプの建物　総工費　3000万円 収入　場所代月3万円 20ブース　720万円 ファサード補助金　上限300万円（総費用1/2まで）の補助金　水戸らしさ度率評価	① 町内会との協議 ②設置調査 ③見積もり予算	デザイン	水府提灯ロマンティックス事業	P108

No.	事業名	事業の目的	事業の概要	事業主体	事業費及び収支概要	想定する事業化へのプロセス（または課題）	部会	基本計画	該当ページ
34	まちなか駐車場整備（パークアンドライド）	○歩いて楽しい中心市街地にする ○中心市街地渋滞解消	郊外からの方は、大型駐車場に停めて、中心市街地へは、周遊バス、 オンデマンド交通、自転車を利用して歩いて楽しいまちを目指す ○事業の設置場所・エリア 千波湖周辺駐車場・西の谷立体駐車場・金町立体駐車場	○水戸市 ○まちづくり会社			（デザイン産業創生）	公共交通の利用促進	P111
35	カーシェアリングによる駐車施設附置緩和	○自動車所有者を減らすことにより 地球温暖化対策 ○マンションにカーシェア設置により近隣住民の脱車社会向上 ○分譲マンション・賃貸マンション事業者 マンション近隣住人・近隣事業者	○マンションにカーシェアリングを設置した事業敷地には、 駐車施設の附置義務の緩和をして脱車社会を目指し 余剰敷地には緑を増やし温暖化対策を図る。	○マンション管理組合 ○土地所有者 ○カーシェア設置業者 ○水戸市			（デザイン産業創生）		