

様式第 2 号

| | | | |
|---|----------------------|----|--------|
| 視察研修先 | 地方創生 EXPO (幕張メッセ) | 氏名 | 後藤 健一郎 |
| 視察研修項目 | 地方創生に関する取り組みと最新情報の収集 | | |
| <p>現在、全国各地で地方創生に関わる取組みが推進されています。観光振興や移住・定住促進、自治体の ICT 利活用促進、地域経済活性化など、地方創生の推進を支えるあらゆる企業・サービスが出展しているのが「地方創生 EXPO」です。</p> <p>観光支援や産業支援等、地域が抱える様々な課題解決に向け、現在提供されている（あるいはこれから提供される）最新情報が集まる展示会ですが、業界第一人者によるセミナーも充実しているために足を運びました。企業にも話を聞きましたが、研修を中心に報告します。</p> <p>■ 人口減少社会に対応した、まちづくりとスマートシティの将来像 (講師：元総務大臣・現日本郵政社長 増田寛也氏)</p> <p>○ 人口減少社会に対応したまちづくりとスマートシティの将来像 東京圏への転入は、ほとんどが 30 歳以下。目下最大の課題は人口減少・少子化・高齢化。</p> <p>1) 人口急減と高齢化も進行。労働不足も深刻化。 → 持続可能性という視点で人材・雇用、地域・街づくり、税制・社会保障等を総合的に検討することが必要。</p> <p>2) 時間軸を持ち、日本全体を俯瞰しながら検討することが必要。人口動態は、中期・長期で様相が異なる。地域によっても状況や課題も異なる。</p> <p>課題</p> <p>1) 人口増化前提モデルから人口減少モデルへのチェンジ 2) SDGs や Society 5.0 (※ 1) の視点から、コンパクト・プラス・ネットワークシティの実現。</p> <p>※ 1 Society 5.0 とは：サイバー空間（仮想空間）とフィジカル空間（現実空間）を高度に融合させたシステムにより、経済発展と社会的課題の解決を両立する、人間中心の社会 (Society) 。</p> <p>狩猟社会 (Society 1.0)、農耕社会 (Society 2.0)、工業社会 (Society 3.0)、情報社会 (Society 4.0) に続く、新たな社会を指すもので、第 5 期科学技術基本計画 (平成 28 年 1 月 22 日閣議決定) において我が国が目指すべき未来社会の姿として初めて提唱された。</p> <p>事例</p> <p>1) 都市の外延化</p> <p>・ 松江市の場合：2005 年時点の市人口は 1960 年の約 1.2 倍となったが、その間に DID の面積は約 3.8 倍に拡大。都心部の空洞化が顕著。市は拠点連携型の都市構造を目指している。理想上は街をコンパクトにすればいいが、強制力がないのでなかなか進まない。国はコンパクト・プラス・ネットワーク (国交省施策) を推進。</p> <p>・ 宮崎市の場合：中心市街地において空き店舗、空き地等の低未利用地が増加している。このままの状態が放置されればコンパクトシティや中心市街地活性化のボトルネックとして加速度的に都市の衰退を招く恐れも懸念される。</p> | | | |

2) 個々人の希望をかなえる少子化対策／誰もが活躍できる地域社会の実現

- ・輪島市の場合：居場所と役割のあるコミュニティづくり（全世代・全員活躍）

○2040年単身世帯の割合：全世帯において単身世帯数ランキングは都市部の名前が並ぶが、65歳以上というデータだと、都市部だけではなく地方都市の名前もランキングに並んでくる。

○Society5.0（※1）時代の地方の各分野におけるイメージ

- ・テクノロジーを使っていけば、以前のようなコンパクトシティではなくても、かなりのサービスができるようになるのではないかな？

特に医療・教育分野において、地方に住むことの壁を低くできるのではないかな？

地方で仕事を作ることにもつながるのではないかな？

地方のハンデがなくなるのではないかな？（地方に暮らしながら新しい仕事ができる）

- ・これから特に新しく実用化されるもの（高齢者の移動手段・自動運転）、Maas等により、暮らし方が地域によって固定的だったものが変わる可能性がある。

- ・どうやったら地域が良くなるのかな？

政府が発表している様々な施策の中から、自分たちの地域で今必要ないものは除外し（全てに対応するのは難しいので）、必要なものだけを採用し推進していく必要がある。

自分たちのリソースをどうやって生かしていくのかな？が鍵。

○第2期「まち・ひと・しごと創生総合戦略」のポイント

- ・地方への人・資金の流れが強化される。Society5.0やSDGs等の新しい時代の流れを力にする。人材を育て活かす。民間と共働する。

- ・解決の鍵は、地方都市をプチ東京にしない事。また自治体にありがちな横並びをやめ、改革を阻むしがらみを壊す事。地方創生の作り手を育てる事。

- ・SMAP +passion（simple・mismatch・action・photogenic）+passion

- ・来ればわかる、食べればわかるではなく、良さをしっかりと伝える、見せていく必要がある。それにテクノロジーを使う。

・世阿弥の用いた初心「おりあるごとに古い自己を断ち切り新たな自己として生まれ変わらなければならぬ」。つまり「初心忘れるべからず」は、「恐れず変化し続けなさい」という意味。地域が変わることの難しさはよくわかる。しかし変わらなければならぬ。

■持続可能な地域のためのデスティネーションマネジメント

（講師：DMO推進機構 代表理事 大社 充）

※DMO（Destination Management Organization デスティネーション・マネジメント・オーガニゼーション）とは、観光物件、自然、食、芸術・芸能、風習、風俗など当該地域にある観光資源に精通し、地域と協同して観光地域作りを行う法人のこと。

観光庁が規定した日本版DMOの定義：地域の「稼ぐ力」を引き出すとともに地域への誇りと愛着を醸成する「観光地経営」の視点に立った観光地域づくりの舵取り役として、多様な関係者と協同しながら、明確なコンセプトに基づいた観光地域づくりを実現するための戦略を策定するとともに、戦略を着実に実施するための調整機能を備えた法人。

○デスティネーションマネジメントの必要性が叫ばれるようになった背景

- ・マネジメントが大事。

観光は、住民全てにとっていいわけではない（いわゆる観光公害）。これまでは観光エリア

と居住エリアとに分けてきた。近年観光は団体から個人になり、エージェントより個人が知っている（観光客向けの場所だけではない）ところにも来るようになった。

○ここ 15 年ぐらいにおける変化

・人口の減少は一般に、地域内の消費活動の縮小につながり、やがて生産活動の停滞にもつながっていく。特に地方部は、元の人口規模が小さいため、都市部と比較して人口減少の影響が大きくなる。定住人口 1 人当たりの年間消費額は 124 万円。これは、外国人旅行者 10 人、国内旅行者（宿泊）26 人または国内旅行者（日帰り）83 人の地域での消費額に相当する。

・観光のあり方しくみが変わってきた。これまで観光は観光で商売している人のものだったが、観光地と居住エリアが分け隔てなくなってきたため、それ以外の人も携わるように変わってきた。他所から人が訪れても、住んでいる人（暮らしている人）にとってもいいまちでなくてはならない。「住んでよし・訪れてよしの観光まちづくり」。

○観光振興は誰のためにやるのか？

・観光客が増えても、地域の人が豊かにならなければ、税金を観光に投入することに住民の納得が得られないのではないか。

・ディスティネーションマネジメントの重要性が増す背景：キャパシティ以上の観光客が押し寄せるオーバーツーリズムの対策。

・カテゴリーに顧客を分類。近年注目されているのが「スポーツツーリズム」。

・世界中が地域づくりの方にハンドルを切っている。観光と地域振興は同じようで違う。

○ディスティネーションマネジメントの要素の整理

・経済効果分析：観光振興をして、どれぐらい地元の人に還元できているか？何のためにやっているのか？

「ビジョンづくり／ディスティネーションの定義／PASTEL 分析／SWOT 分析／土地利用・開発／交通とアクセル等々」（出典：The guide to best practice Destination Management）の項目ごとに、民間のノウハウ・テクノロジーを使って解決して欲しい。

・なぜこれらの技術が地域に導入されないのか？

地域の人と課題を共有して寄り添って解決して欲しいが、開発者達が技術を売り歩きしているためなかなか導入されない。それが解決できれば、横展開ができる。観光にかかる地域経済の循環（一例：高知県黒潮町・砂浜美術館）

・観光カリスマはたくさんいた。でも「あの人の取り組みは俺はできない。（体系化されていない）」→DMO 組織の経営（体系化されている）。

・地域マネジメント：多様なステークホルダーとの協働とプロセスコントロール→在りたい未来の姿・VISION・目標値 KGI

■地方創生のさらなる飛躍に向けて～第 2 期「まち・ひと・しごと創生総合戦略」を中心に～（講師：内閣官房まち・ひと・しごと創生本部事務局地方創生総括官補 多田健一郎氏）

○第 1 期の成果と課題

・若者の就業率、訪日外国人旅行者数、農林水産物食品輸出額は増加。しかし東京圏への転入超過数も増加している。

・人口減少・少子高齢化も長期的に減少傾向（合計特殊出生率は下げ止まり）。

・転入超過：実は大学に入学する世代（10 代）は横ばい。仕事を求めて 20 代が増えてきてい

る。リーマンショック・東日本大震災以降女性の方が多い（理由：やりがいのある仕事がある・情報通信など成長している仕事は東京圏に集中している・レジャー文化娯楽が東京圏に集中している。）

○第2期総合戦略

・首都直下地震があると被害が非常に大きい（リスクが高い）→将来にわたって「活力ある地域社会」の実現と東京一極集中の是正。

1) 東京一極集中の是正

地方への移住・定着の促進+地方とのつながりを強化（関係人口の創出・拡大、企業版ふるさと納税の拡充）→地方移住の裾野を拡大。

2) まち・ひと・しごと創生の横断的な目標に基づく施策の推進

多用な人材の活躍を進める・新しい時代の流れを力にする（Society5.0、SDGs等）

○第二期の主な施策

・地域資源・産業を活かした地域の競争力強化

1) 中小企業の生産性向上

2) 地域未来牽引企業に対する集中的な支援

・地方への移住・定住の促進：就業した場合や起業した場合への補助。

・関係人口の創出・拡大（総務省の取り組み）：関係人口を受け入れる地域へのアドバイスや都市住民と地域ニーズのマッチングを行う中間支援組織等の活動を支援、プロフェッショナル人材戦略拠点の体制を強化・倍増し、地域企業に対する、副業を含めたマッチング。

・高校生の「地域留学」の推進による関係人口の創出・拡大。

・企業版ふるさと納税の拡充。税の軽減効果を最大6割から最大9割へ。寄附時期の制限を緩和。

・地域におけるSociety5.0の推進：Society5.0を社会実装するための推進交付金の枠組みを新設。

・スーパーシティ構想の推進

・地方創生SDGsの実現

・結婚・出産・子育てしやすい環境の整備（改正女性活躍推進法）

・特定地域づくり事業の推進：農林水産業等ひとつの産業だけでは生きていけない地域に、一人が多業できる人を育成する特定地域づくり推進交付金。

○まとめ

・人口減少社会への危機意識の共有

・地域の強み・魅力を生かした地方創生の取り組みの深化。

・2020年は地方創生の新たな幕開け

・地方にこそ、チャンスがある

その他、各社が展開している・提供しているサービスについてのセミナーもいくつか受講しました。（ポイントだけ記載）

○EBPM（※2）に基づく自治体経営～データ活用による地域課題の発見手法について～（Gcomホールディング）

※2 EBPM (Evidence-based Policy Making エビデンス・ベースト・ポリシー・メイキング)とは証拠に基づく政策立案の事。政策の企画をその場限りのエピソードに頼るのではなく、政策目的を明確化したうえで合理的根拠(エビデンス)に基づくものとする事。政府が2018年6月に策定した「世界最先端デジタル国家創造宣言」では、地方のデジタル改革が重点取り組みの1つに掲げられた。クラウド導入のほか、オープンデータやシェアリングエコノミーの推進、データ利活用型のまちづくりの推進などが具体的な項目として挙げられており、データ利活用への取り組みが自治体には強く求められている。

・自治体ではあまり RESAS (※3) を活用していない：データがマクロすぎて(大きすぎて)自治体では使いづらいからではないか。

※3 RESAS とは、地方自治体の様々な取り組みを情報面から支援するために、まち・ひと・しごと創生本部事務局が提供する、産業構造や人口動態、人の流れなどの官民ビッグデータを集約し、可視化する地域経済分析システム。

・EBPM 客観データによる政策立案：成果が出ない事業について実態をデータで再確認する。データが頭に入っているのと入っていないとは大違い。以下事例

- 1) ふるさと回帰支援事業：転入者と転入世帯の推移、転入世帯の年代構成、転入世帯の家族構成、転入世帯の所得状況、転入世帯の定住地を地図に落とす。
- 2) 子育て応援事業：子供がいない世帯数、子供が1人しかいない世帯、子育て世代の所得状況。
- 3) 木造住宅耐震化普及促進事業：マップに固定資産税の台帳から建築年数を落とし、まとまっている地区を中心に説明をしていく。
- 4) 特定空き家等対策事業：データからではわかりづらい。所有者が死亡して相続人が決まっていない家庭(固定資産税の台帳から。人が死のうが生きていようが税を納めなくてはいけない)。そのデータが空き家台帳に網羅されていないといけない。上下水道の栓がしまっていれば空き家。空き家台帳と上下水道のデータがあれば9割方空き家台帳は完成できたも同じ。
- 5) 治療から予防へシフトするために実態を捕捉する「経営継承支援事業」：問題が顕在化してから対応ではお金も労力もかかる。例えば、農業ができなくなってから誰かが引き継ぐ場合、耕作放棄地になっては戻すだけで大変。また農業のノウハウを教えるだけでは食べていけないので、本当に引き継いで欲しいのは農地よりも販路。後継者のいない市内の優良農業経営者の発掘→親に農業収入があつて子供に農業収入がない。子供が農業に関わっていない農家の状況をリスト化。世帯農業所得・世帯主年齢・農地面積からわかる。

○DMM.comの地方活性化の取組について(DMM.com)

- ・包括連携協定：山形市・加賀市・金沢大学
- ・パートナーシップ締結自治体：加賀市・川崎市
- ・DMM.comができること：新しい産業や事業、人材育成、アイデアソン/ハッカソン(エンジニアやクリエイターなどが集まって一定期間内に共同開発を行なうイベントのこと)、PoC(「概念実証」の意味で、新しい概念や理論、原理、アイディアの実証を目的とした検証やデモンストラレーション)、コミュニティ形成支援
- ・地方の課題

財政課題（施策予算の確保）

人材課題（広い視野での情報収集、綿密な事業戦略が立てられない、実行できる人材がいない）

これらの課題を解決し自治体への解決策→事業会社との連携

対極的な経営目線・経験豊富なスペシャリスト人材・情報力とネットワーク・革新的なイノベーション経験を提供。

これまで 自治体→事業会社（受発注）→実行

これから 自治体連携事業会社→実行