

明日をひらく地域活性化のための情報誌

地域づくり

本編

2022
7

ISSN 1340-8917



社会減克服の取り組みで地域を元気に

本誌は、宝くじの社会貢献広報事業として助成を受け作成されたものです



1 巻頭エッセー／人と環境、活力が調和したアジアのリーダー都市 高島宗一郎（福岡県福岡市長）

特集

社会減克服の取り組みで地域を元気に

日本の人口は2008年をピークに減少傾向にある。地方では大都市圏に先行して減少が進み、これに歯止めをかけることは極めて重要な課題だ。域外からの転入促進など人口の社会減克服に向けた各地の取り組みを特集する。

- | | | | |
|----|--------|-----------------------|--|
| 2 | 基調論文 | 人口減少の克服をコミットする地域づくり | 金岡省吾（熊本大学熊本県立生推進機構・教授
地域連携部部長 福山大学名誉教授） |
| 6 | 北海道東川町 | 豊かでゆとりある「適疎な町」 | 村中 豪 |
| 8 | 埼玉県北本市 | シティプロモーション「&green」を展開 | 林 博司 |
| 10 | 愛媛県西条市 | 「移住×プロモーション」が生む好循環 | 田邊智将 |
| 12 | 副基調論文 | 東京一極集中の是正に向けた取り組みについて | 石切山真孝（静岡県浜松市財務部長（前総務省地域力
創造グループ地域政策課理事官）） |

【特集編では基調論文、全12事例を全て掲載～特集編のみに掲載される事例は以下の通り】

- | | | |
|----------|----------------------|-------|
| ●岩手県紫波町 | 地域への愛着、プライドを高める取り組み | 須川翔太 |
| ●神奈川県真鶴町 | 「つながり」大切に移住や企業誘致推進 | ト部直也 |
| ●兵庫県淡路市 | 「あわじ環境未来島構想」を推進 | 谷口紗矢香 |
| ●島根県江津市 | 起業人材を呼び込む | 田中理恵 |
| ●島根県雲南市 | ゆるやかな他者への依存が育む豊かな暮らし | 總山 萌 |
| ●岡山県新庄村 | 「社会増」達成へ等身大の移住定住施策 | 稲田大知 |
| ●徳島県神山村 | まちを将来世代につなぐプロジェクト | 松田一輝 |
| ●長崎県五島市 | アナログ・デジタル双方からアプローチ | 平野 梓 |
| ●沖縄県うるま市 | 地域みんなの「やってみよう」を後押し | 田中啓介 |

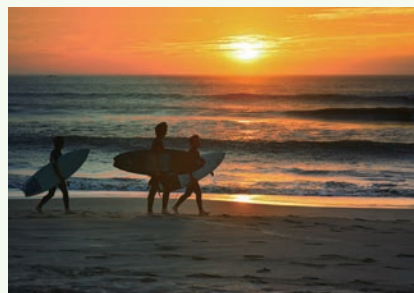
レギュラーレポート

- 16 移住・定住・交流推進支援事業 徳島県阿南市
マリンスポーツ振興からSDGs×観光へ
岩浅壮泰
- 18 地域づくりは人づくり
地域で経験を積み世の中変えるリーダーを育成
小松洋介
- 20 国内調査報告①
広島県竹原市・秋田県大館市・北秋田市・小坂町・上小阿仁村
動物×インバウンド観光による地方創生
- 22 国内調査報告② 秋田県、新潟県、神奈川県横浜市
地域活性化とIT企業誘致

- 24 地域づくりの現場から
有限会社シュシュ 長崎県大村市
6次産業による地域の活性化
山口成美
- 26 センター通信
ふるさとの魅力発信を応援します！
- 28 首長の思い
未来へつなぐまちづくりを市民とともに
高木晴雄（山梨県山梨市長）

グラビア

- 27 都道府県漫遊 【大分県】
手前みそですが…【大阪府千早赤阪村】



朝の一宮海岸

問い合わせ先＝一宮町企画広報課
（0475・42・2113）
（写真提供＝一宮町観光協会）

千葉県一宮町は、九十九里浜の南端に位置し、町の東側には美しい海岸線が広がり、西側には丘陵台地をひかえた、風光明媚で温暖な気候の地域です。古くは上総一宮一万3000石の城下町として栄えた歴史をもち、その後は、日本一といわれるガラス温室団地など、ハウス栽培を中心として、トマト、メロン、梨の産地として農業を基幹産業にしています。そして、一宮町の海は、年間を通じてサーフィンをするのに適した波が打ち寄せることから、国内屈指のサーフポイントであり、年間約60万人のサーファーが訪れます。2021年7月に開催された東京2020オリンピック競技大会では、オリンピック史上初となるサーフィン競技が釣ヶ崎海岸で行われました。世界のトップアスリート達が熱戦を繰り広げた一宮町の「波」を身近に感じられるように、今年4月に会場跡地に観光案内所、芝生広場や駐車場を整備しました。この夏はぜひ一宮町にお越しください。

サーフィンと生きる町。OCHINOMIYA

表紙

人と環境、活力が調和した アジアのリーダー都市

福岡県福岡市長 ● 高島 宗一郎



福岡市は、海に育まれた歴史や文化、豊かな自然環境と充実した都市機能、多彩な人材など、さまざまな資源に恵まれており、人口増加数・増加率ともに政令市で1位など、元氣なまち、住みやすいまちとして国内外から高く評価をいただいております。

福岡市は古来、大陸との交流の窓口であり、人や物が交流することで発展を続けてきました。第3次産業が9割を占める福岡市において、人の交流は、まさに福岡市の成長エンジンであり、新型コロナウイルス感染症の影響を受けた交流人口の回復は、地域経済の活性化に不可欠となっています。

今後コロナウイルスの状況には注視が必要ですが、不確実な世の中だからこそ、この状況をチャンスに変えるしたたかさ、変化を恐れないしなやかさを持つことが大切になります。みなさまがポジティブなマインドを持てるよう、福岡市も新たなチャレンジを行っていきます。

新型コロナウイルス感染症を契機とするニーズの変化にも対応したMICEの誘致や開催支援のほか、二酸化炭素の排出抑制や環境保全に資する観光振興に取り組みます。令和5年の「世界水泳選手権福岡大会及び世界マスタース水泳選手権九州大会」については、大会成功に向け、引き続きしっかりと準備を進めてまいります。

街づくりに関しては、エリアごとに個性がある福岡市の特徴をいかし、コントラストのあるまちづくりを進めます。都心部では、天神ビッグバン、博多コネクティッドにより、民間の力を最大限に引き出しながら、今後、ビルの建て替えが目に見える形で一気に進みます。そこに高付加価値な企業が入居し、新たな雇用やビジネスが生まれることで、福岡市は優秀な人材や若者が自己実現でき、夢をかなえることのできる街になっていきます。

また、博多部の歴史・伝統・文化を際立たせる「博多

旧市街プロジェクト」、市民の憩いの場となる「セントラルパーク構想」、身近な自然の魅力を高める「Fukuoka East & West Coastプロジェクト」や「油山市民の森・油山牧場リニューアル」など、数々のプロジェクトが進行中です。そして、福岡市美術館や福岡アジア美術館のこれまでの取り組みをさらに発展させ、彩りにあふれたアートのみちをめざし「Fukuoka Art NEXT」を推進します。身近にアートに触れる機会を創出するとともに、スタートアップ都市としての強みを活かし、新しい価値の創造にチャレンジするアーティストが、成長し活躍できる環境づくりや国内外への魅力発信などに取り組みます。

一方、少子高齢化は、日本のみならず世界が直面する大きな課題です。テクノロジーを活用し、誰も取り残さない、新しい社会のあり方を示していく必要があります。福岡市ではDXを推進し、2022年度末には、行政手続きのオンライン化率を90%以上に引き上げます。また、九州大学箱崎キャンパス跡地では、未来に誇れるモデル都市実現を目指す「Fukuoka Smart EAST」を進めます。さらに、人生100年時代に誰もが心身ともに自分らしく暮らせるまちを目指すプロジェクト、「福岡100」も産学官民オール福岡で推進します。

世界ではウェルビーイング、ダイバーシティ、脱炭素といった「人」や「環境」にフォーカスした、経済的な価値以外の要素が意思決定の重要な判断基準となり、あらゆる分野で、人や組織の行動変容が起こっています。

福岡市は、これまでも「人と環境と都市活力の調和がとれたアジアのリーダー都市」の実現に向けて取り組んできましたが、今後も世界から選ばれる都市であり続けるため、「人」「環境」「都市活力」それぞれの要素をさらに高い次元で調和させていきたいと考えています。

社会減克服の取り組みで
地域を元気に

人口減少の克服を「ミット」する地域づくり

―地域に若者を惹きつけ人口流動を変える!―



熊本大学熊本創生推進機構・教授／地域連携部門長
富山大学名誉教授

● 金岡 省吾

「地方創生とは？」と講演や講義で尋ねると多くの確に答えられません。日本創生会議(注1)が地域消滅の回避に「地方の人口流出を変える」を示し、まち・ひと・しごと創生本部(注2)が、地方創生として「活力ある地域づくりにより人口減少に立ち向かう」を示しました。そこで本稿は、「社会減克服へがんばる地域」とはどのようなのかを深耕するため、地域活性化センター「地方創生セミナー(2020年10月)」の講義内容を新たに原稿として書き起こし紹介することで、「活力ある地域づくり」「人口流出を変える」「人口減少に立ち向かう」を考えたいと思います。

人口減少時代の地域づくりとは

従来の地域づくりは、経済成長期における人口増加・産業発展を目指し、全国総合開発計画(以下「全総」)のもと、インフラ整備による企業誘致を目標として、モデル地域、拠点開発に代表さ

れる成長極の理論(注3)をベースとする、新産業都市、テクノポリス、中核工業団地などの地域開発や、クラスター、6次産業、農商工連携、地域資源活用などの集積の形成・活用に資する地域活性のナレッジを蓄積しました。しかしその後、日本の総人口は2008年をピークに減少に転じ、人口減少基調の地域づくりへ考え方を大きく転換し、「21世紀の国土のグランドデザイン(5全総)」「まち・ひと・しごと創生総合戦略」「国土形成計画/第1次、第2次」で、さまざまな新たな地域づくりの戦略・戦術が示されています。

したがって、現在の活力ある人口減少時代の地域づくりは、人口増加時代に培った従来の地域開発、地域づくりのナレッジを生かし、人口減少時代の新たな地域づくりとして示された「新たな公」「地域ビジネス」「CSV(共通価値の創造)」「地域イノベーション」「産学官金連携」「起業増加町」「小さな拠点」「関係人口」など、新しい考え方を

筆者プロフィール

金岡 省吾氏
(かなおか・しょうご)

千葉大学大学院でランドスケープ研究を、都市銀行系シンクタンクで国土・地域政策、経済社会領域の学際的調査研究に従事しつつ、室蘭工業大学大学院で工学博士取得。2006年、縁故のない富山大学にIターンし、地域再生人材育成/CSV(共通価値の創造)創出塾、地域定着教育/COC+(地(知)の拠点大学による地方創生推進事業)、それらナレッジの高校移転に取り組む。2021年より熊本大学にて、熊本・和歌山・富山7拠点での産学官金共創によるCSV創出塾を基軸とするローカルプロジェクトアカデミーを展開中。

融合することが必要です。

人口減のメカニズムと処方箋

各自治体は、地方創生戦略立案の際に人口ビジョンを検討し、目標人口達成へ人口流入や出生状況を明らかにしています。ここでA市を事例に人口の変化要因を考えると、①人口維持に必要な合計特殊出生率 2.07 （人口置換水準）との対比はどうか②時系列の年齢階級別純移動数（図1）に示す、Point1＝大学卒業時のU・イターンの状況、Point2＝子育て層20～30歳代の社会移動、Point3-1、3-2＝中学・高校卒業時の社会移動――が人口減少に関与します。これらの人口減少要因の克服のため、「まち・ひと・しごと創生総合戦略」（注2）は、地方創生として「人口減少を和らげる」「地域内経済循環」「人口減少に適した地域づくり」を掲げ、地方に住みたい、地方とながら、稼ぐ地域をつくることで、人口ビジョンの目標達成／社会減克服をコミット（約束）することを地域に求めています。

人口減に立ち向かう 活力ある地域づくりとは？

人口ビジョンの策定は、日用品を買う店舗やガソリンスタンドの閉店、路線バスの廃止、山間部ばかりでなく都市中心部での限界集落の出現による、シャッター商店街、コミュニティ機能の低下による子育て環境の喪失など、人口減少による生活サービス機能の崩壊を予見しました。このような困り事に対し、地域課題を解決する地域ビジネスとして、住民出資によるガソリンスタンドの運

営、コミュニティバスの運営、廃校舎調理室のレストランへの改装と配食サービスの提供など、「新たな公」「小規模多機能自治」とも呼ばれる、これまでとは異なる地域ビジネスが地域を支え始めています。このような地域づくりの展開には、人口増加時代に取組まれたクラスター、農工商連携、地域資源活用等の各政策展開により蓄積したナレッジとともに、ハズオン支援、産学金連携などのノウハウを応用し、消失した日常生活サービスを地域発ローカルイノベーションとして共創し、地域の稼ぐ力をつくり出すことが必要です。これが地方創生として人口減、社会減克服に求められる新しい地域づくりであり、国として目指すべき目標です。第2次国土形成計画においても、将来人口がどうなるのかを地域で考え、従来の企業城下町ではなく、地域発イノベーションによる「起業増加町」を目指し、資金調達の方法を変え、地域の担い手を育成し、地域課題解決に資するビジネス展開を提唱し、泉のようにプロジェクトが噴出する共創の場づくりを地域に求めました。

イノベーションが 湧き起こる共創の場

熊本大学と和歌山県田辺市は、産官学金連携による実践的リカレント教育として人材育成塾「たなべ未来創造塾」（14回、8カ月）を展開しています。これは座学で修了証を授与することが目的で

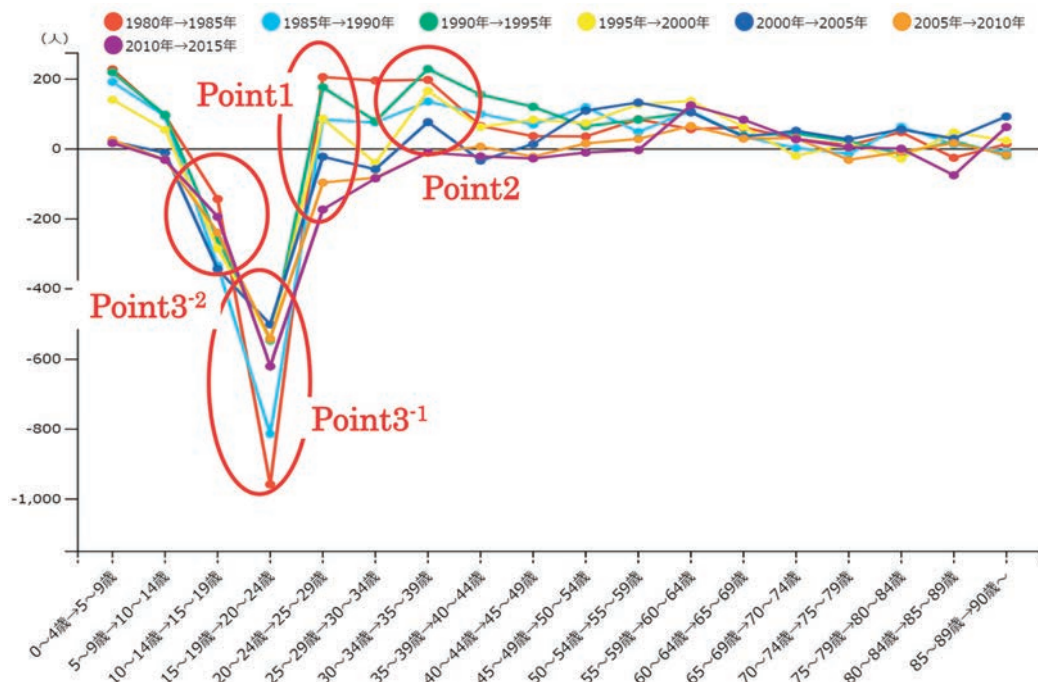


図1 年齢階級別純移動数の時系列分析（熊本市）

【出典】総務省「国勢調査」、厚生労働省「都道府県別生命表」に基づきまち・ひと・しごと創生本部作成
<https://resas.go.jp/populationsociety/#/movement/43/43210/2/1/1/2020/5.333900736553437/41.42090017812787/142.29371418128918>

【注】リーサスから転用した図表を、一部、筆者が加工・加筆

はなく、地域の若手経営者が地域課題解決型ビジネスを創出するため、PBL（課題解決型学習）を行い、KPI（重要業績評価指標）として塾生の稼働率60%を設定し、地方創生のエンジンとして能動的に地域が動き出す、人口減少時代の地域活性へ新しいインフラづくりに大学と市役所が取り組むものです。人材育成塾に参加した小さい企業が取り組む地域ビジネスを紹介します。

農家発の地域ビジネスと連鎖

農業従事者の高齢化による耕作放棄地の増大が、シカやイノシシによる鳥獣被害→農作物収入の不安定化→さらなる耕作放棄地の増大との負のスパイラルを生み、流出する若者の地域や農業への魅力をさらに低下させていました。この連鎖を断ち切ろうと、若者衆（図2）が鳥獣捕獲にのりだし、この動きに共鳴して、県外流出していたジエ料理コンテストで優秀な成績を収めた若手シェフがフレンチレストランを山の中に開店。この活動にマーケットも共鳴し始め、クラウドファンディングでの資金調達、わくわくする仕事を作ってここに住みたいとプロボノ（専門知識等を生かして活動するボランティア）、関係人口といわれる若い人も集まり始めました。立ち上がった若者衆は、何人もの若手を地区に戻し、地域の小さな経済が回るための稼働力として、商品開発、農作業代行、農地回復などの地域ビジネスをつくりだしました。この取り組みは、成長の極により経済を回し、クラスター政策、農商工連携の考えを肌感覚で動かすもので、現在は地域商社機能を形成すると言いました。

地方デザイナーと価値連鎖

デザイナーの塾生がカミキリムシの被害を受けたアカネ材に注目した地域ビジネスを提案すると、同期塾生の家具屋さんが相乗り案を、苗木生産する林業家の後輩塾生も同調、さらには塾生外の製材所、一級建築士も呼応し、入り口から出口までのサプライチェーンが、経営学用語の価値連鎖としてつながり、SDGsに先駆けるプロジェクトチーム（図3）が稼働しました。山を守る商品づくりが、今まで入り込めなかった企業への新たな営業ツールになるなど、地域の壁を乗り越える新たな企業行動が生まれました。「頭脳立地法」で地方集積が企

図されたデザイン業は、安い単価、見知らぬ企業を受け入れづらい雰囲気等、地方では開業しにくい実態もありますが、デザイナーの塾生は6次産業化、クラスター化などの従来型地域づくりと、CSV実践といった新しい地域づくりの理論を融合する新たな武器を手に入れ、無意識に、肌感覚で人口減少時代の地域づくりを展開し、デザイン業の地域定着を実践しています。

CSVによる稼げる地域づくり

紹介事例は、地域課題解決をボランティア／受動的CSR（社会的責任）としてではなく、取り組む企業が、自社の強みや本業を生かした地域課題解決のストーリーを語り始め、地域の将来がどうなるかのCSVをすべてのステイクホルダーで考えることによって、企業課題と地域課題の双方



図2 自分たちの畑は自分たちで守る。若手農家で「チーム HINATA」結成



図3 虫食い材（アカネ材）に光を！「BokuMoku」プロジェクト

を解決する地域ビジネスを稼働させるもので、みんなで助け合う「三方よし」を実践し、事業承継する、第二創業による起業増加町づくりです。あの塾生とこの塾生がつながり、さらにこの塾生とこの塾生がつながるなど、全総時代の6次産業、クラスター政策の考え方が踏襲されています。事業承継に興味を示す地域金融機関をはじめ、地域のステイクホルダーは、直感的にみんなを感じ合っているように動いています。田辺では5期58人の塾生を送り出し、稼働率71%、41の地域課題解決ビジネスが稼働し、さらに塾生同士のクラスター化、ステイクホルダーもが連動する共創の場の形成など、「自分たちが動けば地域は変わる！」という自治体を作ったキャッチコピーの通りに、読者の方は地域が大きく変わり始めていることを直感的にご理解いただけたと思います。多様なステイクホルダーが、見えざる手に促され、自らのために

それぞれの役割を担います。

地方で活躍するのが格好いい

ある大手企業は「地元が大好きな、あなた『イノベーションを起こしませんか』『地方創生という言葉にわくわくする。社会の課題解決に役立つ仕事をしたい方』就職しませんかと、地方創生をリクルーティングの武器にしています。残念ながら、地方企業にはこうした採用行動はみられません。

一方、人材育成塾の関係者が大学で共創の場や地域ビジネス例を講義すると、学生から「こんな知らなかった」「地方創生は面白い」との声が上がり、就職先としての県内魅力度が統計的に有意に向上（注4）し、前述の大手企業のように、地方創生に取り組みたいとの若者のポジティブな職業選択の受け皿としての雇用創出の必要性も明らかにになりました。実際に、田辺の塾生企業を自ら探し出し就職する大都市学生も現れ、社会減克服にコミットする稼げる地域づくりは、単なる売上げ増でなく、企業ブランド（価値）を向上させ、若者をひきつけ人流を変える可能性を秘めています。

さらに、この意識変化のナレッジ移転を、魚津市の私立高校で取り組みました。大学・市役所が協働する地域課題解決型キャリア教育（図4）として、塾生OBが協力し、生徒が地域の良さと地域課題を理解するとともに課題解決能力を身に付け、「地域に残り、地域を支える若者の育成」を目指すものです。取り組みの結果、近隣の公立高校が定員割れするなか、激減していた専願数、入学者数が回復しました。専願者の増加要因を理事長・校長は、受験生や親御さんの高校に対する見

方が変化し、進学校ではない高校が地域の中で存在感を示し、高校のブランドイメージを向上させたのではないかと推察しています。塾生以外の企業も費用負担を伴う地域連携教育への協力の申し出もあり、取り組みの輪が拡大中です。

社会減克服に何をコミットするのか

社会減克服をコミットする地域づくりは、まずは大学の敷地で試作システムを動かし、サテライトとなる共創の場を魚津市に、次に大学と魚津市がタッグを組んで高岡市に、さらに、大学・2自治体により移動距離6時間を要する県外の田辺市へとナレッジ移転した結果、3地域で塾卒業生165人、109人稼働、稼働率66・1%（2020年6月）となりました。その後、田辺市・南砺市、熊本県八代市へのナレッジ移転、さらに筆者の熊本・伊達市・玉名市、菊池市）へ拡大し、地域課題を解決するビジネスを生み出す泉の形成へ、自治体の枠、県域の枠を超え、相互に協力し合い、熊本・和歌山・富山の広域7拠点で知の対流を促す共創の場が生まれました。大学で開発した共創の場は、従来、重視されてきた目利き力で動かすのではなく、価値連鎖により地域が能動的に自走し始める仕組みに加え、将来、大学生や高校生が関係人口として地域外から関わりたい、あるいは地域に戻りたい、さらには子供が事業継承したい、地方での活躍が格好いいと思わせ、若者をひきつけ人の流れを変える仕組みづくりです。このため、熊本で人材育成塾を展開する地域の高等学校が、稼げる地域づくりと連動する高校ブランドイメー

ジ向上に興味を示し始めています。

社会減克服への地域の取り組みの意味するところは、稼ぐ地域づくりにより、地方に住みたい、地方とつながりたいとの意識変化を生じさせ、人口減少克服をコミットする地方創生であることを紹介してきました。おんぶに抱っこではなく、ステイクホルダー各々が自ら汗をかき、ナレッジを蓄積する新たなリカレント教育として共創の場を大学と各自治体が提供しています。共創の場形成による地域再生塾と大学生・高校生の意識変化の連関は、全国各地の多様な場所で応用可能と確信しています。自治体、高校関係者の読者の方々、社会減克服にむけ一緒に共創してみませんか。



図4 高校へのノウハウ移転

注1 http://www.policy.council.jp/pdf/prop03_prop03.pdf
「少子化・地方元気戦略」日本創生会議・人口減少問題検討分科会 2014/5/8 p13~15
注2 <https://www.chisou.go.jp/sousei/info/pdf/t12-20-senryakupdf>
「第2期まち・ひと・しごと創生総合戦略」内閣府 2019/12/20 p21~83
注3 国土計画の変遷・効率と公平の計画思想 2008/4/1 川上征雄（著）1151ページ、鹿島出版会 p53~54
注4 尾山真・金岡省吾・塩見一三男・小松重紀子・市村恒士（2021）：富山大学における地域の担い手教育による地域定着意識の変化に関する研究・ランドスケープ研究 84（5）、645-650、日本造園学会

豊かでゆとりある「適疎な町」

—「写真の町」東川町が実践する町づくり—



東川町適疎推進課適疎推進室 主任 ・ 村中 豪

◆◆◆
適疎な町とは

東川町は、北海道のほぼ中央に位置し、町内東部には北海道の自然を代表する旭岳を始めとする大雪山連峰を有しており、大雪山からの伏流水が豊富で町内には上水道がなく、住民すべてが良質な地下水で生活している人口約8400人の町です。かつては人口減少が進み、一時は7000人を割り込みましたが、その後およそ30年で20%増加しています。

町づくりで中心となる考え方が「適疎な町」です。町では、令和4年1月機構改革により、「適疎推進課」を設置しました。「適疎」という言葉はあまり聞きなれない言葉かもしれませんが、私たちは、「適疎」を過密でもない過疎でもない「適当に疎がある」状態であると定義しています。自然豊かな場所では、「疎」、つまり間（ま）があることにより都市とは違うゆとりのある空間と時間、そして顔の見える仲間との関係性があり、しっか

りとした地域コミュニティが存在する中で、暮らしが豊かさにつながると考えています。町づくりの事例をいくつか紹介することにより、私たちが目指している「適疎な町」とはどのようなものなのかについて、その一端を紹介できればと思います。

◆◆◆
写真の町事業

取り組みの一つ目は、写真の町事業です。東川町は、昭和60年、当時全国の市町村が「一村一品運動」により地域おこしを図ろうとする中、ある企画会社から「写真」を軸とした町づくりを提案され、「写真の町」宣言をおこないました。そして、今日に至るまで30年以上の長きに渡りさまざまな写真の町事業を展開してきております。数多い事業の中でも代表的なものが写真甲子園です。

写真甲子園は、全国の高校の写真部や写真サークルから共同制作による作品を募集し、応募作によって優秀な高校を選抜したうえで東川町に招

き、同一条件のもと、全国一を決定する大会です。写真甲子園には多くの特徴がありますが、町づくりという側面から見たときに重要な点は、町民を含む多くのボランティアによって大会が成り立っていることです。

東川町に来た高校生はまず、町内の自治振興会、農協や商工会の女性団体が中心のボランティアによって作られたおいしいごはんに迎えられる。また、開会式直後には、町民の家に一晚ホームステイをして一層の歓迎を受けるのです。

このように写真甲子園を始めとする写真の町事業は、多くの町民参加により成り立っています。これは、町内に「顔が見え挨拶がある仲間」という関係性があり、適疎な町を目指す東川町ならではの文化があったからこそ考えます。また、町民が参加することにより、事業の継続性が担保され、今日まで続く「写真の町」東川町があるので

す。

長年実施してきた写真の町事業により、交流人口や関係人口といった言葉が使われるようになる以前から、町は写真業界や写真甲子園に出場する学校、高校生たちと交流を続けてきました。その結果、写真甲子園への出場経験者の中に役場職員になる人があるなど、町の魅力発信における重要なファクターとなっています。また、町民にとっても「写真の町」であることが東川町のアイデンティティーのひとつであるとの認識が深まり、シニアクラブにおける写真活動や、子どもたちによる写真少年団といった目に見える活動のみならず町の魅力向上に大きな役割を果たしています。



豊かな自然と共存する東川町の町並み



町立日本語学校での授業の様子

ゼロカーボンに取り組む適疎な町宣言

近年 世界各地では猛暑や豪雨など
地球温暖化が原因とみられる異常気象による災害が多発しており
もはや「気候危機」と言うべき深刻な状況は
これまでに経験したことのない豪雨や台風などにより

私たちの町もその影響を受けています

気候変動への対応として 2015 年 12 月に採択された「パリ協定」によって
2020 年以降の温室効果ガス排出削減のための国際的な枠組みが規定され

2021 年 11 月に開催された COP26 では

「1.5℃目標」に向かって世界が努力することが正式に合意され
この目標を達成するための取組が世界全体で加速化しています

大雪山の麓で生きる私たちは

「顔が見え 挨拶を交わし 会話が弾む 自分らしく生きるための 仲間 時間 空間」

がある「適疎な町」を目指し

二酸化炭素の吸収源である豊富な森林に守られながら

地下水の恵みにより豊かな生活を営み

「自然」「人」「文化」が調和する町づくりを進めてきました

私たちは この自然豊かな地域を未来へ繋ぐこと

将来に渡って安心して暮らすことのできる持続可能な社会を実現するため

この町で暮らす一人ひとりが「共に」

気候変動の原因となる温室効果ガス削減に取り組むことで

2030 年の削減目標を確実に達成し

2050 年までに二酸化炭素排出量実質ゼロの実現を目指すことをここに宣言します

2022 年 3 月 7 日 写真文化首都「写真の町」ひがしかわ

ゼロカーボンに取り組む適疎な町宣言文

町立日本語学校の開設

続いて、日本語学校の取り組みについて紹介します。事業のきっかけは、町内の専門学校の卒業生である韓国の方から、卒業後来町した際に「韓国の学生にこの町で日本語を勉強させたい」と提案を受け、平成21年から日本語研修生の受け入れを始めたことにさかのぼります。当初は数カ月の期間で日本語を学んでもらうという事業でしたが、長期の日本語研修についても需要があることを把握したことで、6カ月から1年間という期間で日本語教育を行う町立日本語学校を平成27年に開校する運びとなりました。

当初は、異なる文化圏からきた多くの留学生に対する町民の戸惑いの声が少なからずありました。しかし、留学生と、適度な「疎」の中に存在

する町民コミュニティとのつながりが生まれることで、そうした声は徐々に減っていきました。

例えば、ある留学生はシニアクラブの芸能発表会に出演し、美しい民族衣装を着て踊りを披露して拍手喝采を浴びました。また、とある町内で商店を営む方が、多くの留学生に対し分け隔てなく手助けし、相談を受け、あたたかなサポートで留学生の不安や寂しさを取り除き、留学生が安心して生活できる環境を生み出している、といったケースもあります。さらに、夫婦で協力し、留学生を自宅に招き悩みを聞いたり手料理をふるまったりしている方もいらっしやいます。こうした留学生と町民との交流により、東川町の日本語学校運営は継続が可能となっています。

この日本語学校事業も東川町の価値向上に大きな役割を果たしています。東川町に滞在した留学生が母国に帰り、町の宣伝をしてくれることでさ

らなる交流人口や関係人口の増加につながっているほか、多い時で300人ほどの留学生が町に滞在することは町にとってかなり大きな経済効果となっています。

ゼロカーボンに取り組む適疎な町

東川町は、令和4年3月に「ゼロカーボンに取り組む適疎な町宣言」を行いました。これは、2050年に向け適疎な町を目指しながらゼロカーボンを達成するという旨の方針を宣言したものです。これまで紹介してきたとおり、適度な「疎」があり、「顔の見える仲間との関係性」があることが東川町の魅力です。その魅力がより一層深化したものとなるよう、世界的な課題であるゼロカーボン実現に向けた町づくりを推進していくことが今の東川町の取り組むべき課題の一つです。

シティプロモーション

「&green」を展開

—「三つの意欲」で測る新たな指標が奏功—



パブリシंक株式会社代表取締役
前北本市産業観光課商工労政・観光担当 主査

・林 博司

市外からの移住増を目指さない

北本市は埼玉県中央に位置する人口約6万5000人の小さなベッドタウンです。

2019年時点で人口減少が他近隣自治体と比べても進んでおり、消滅可能性都市の一つとしてあげられるなど、特に若年層の減少が進んでいました。こうした状況に対応するため、2019年4月にシティプロモーション担当（2名）が新設され、配属されました。

そこで改めて人口減少対策として自治体は何をしていくべきなのかを考えました。

当時、シティプロモーションや定住・移住促進事業というと、転入や子育てに関する補助金を創設し、制度面から他自治体と差別化を図る、または大手広告代理店に委託料を払って、打ち上げ花火的なプロモーション事業を行い、一時的にまち

の知名度を上げるといえるものが主流であったと思います。

私はそうした状況に強い疑問を感じていました。お金をかけて便益を提供していく、宣伝していく方法は、市の財政状況が厳しくなった場合には続けられません。また、経済的なメリットで呼び込む方法で本当にまちを愛する人たちに来てもらえるのか。そもそも外から人を連れてくるという手法は単に人口移動が行われているだけで、日本全体を見ればメリットはありません。

そこで、北本市では外から人を呼ぶのではなく、①今住んでくださっている人たち（特に転出が著しい20〜40代半ばの若い世代）に、まちに愛着を持ち住み続けてもらう②仮に人口が減ったとしても、多くの人がまちの活動に参加し関わることで、まちの活力を維持していく——この二つの状況を生み出すことをシティプロモーション事業の核として事業を実施していくこととしました。

成果指標「mGAP」の採用

まちへの愛着というと、どこか曖昧で成果指標に設定するには客観性が欠けると考えました。また、人口増減に代わる成果指標を探していました。そんな中で出会ったのが、東海大学河井孝仁教授の提唱する、まちへの①推奨②参加③感謝——の三つの意欲を成果指標とするmGAP（エムギ ャップ・修正地域参画総量指標）です。

mGAPでは、仮に人口が減少しても意欲を高めることで、成果をプラスにもっていくことができます。このmGAPを全国で初めてシティプロモーション事業の正式な成果指標とし、河井教授からのアドバイスや庁内研修を受けながら事業を実施することとしました。2019年に3000人に対するまちづくり市民アンケートでmGAPを測ったところ、1019と大幅にマイナスに振れ、特に推奨意欲（他の人に自分の住むまちをお薦めする気持ちの程度）が低いことが分かりました。

シティプロモーションコンセプト
「&green」

まちへの推奨意欲が低い状況を改善する必要があるりました。そこでまず、市民の皆さんが北本市に暮らす魅力をどのように捉えているのかを知るために、市民ワークショップ「きたもと暮らし研究会」や、市役所若手シティプロモーションプロジェクトチーム「きたもとグリーンラボ」を立ち上げ、検討を行いました。



市内の里山空間を利用したイベント（撮影：北本自然観察公園）



市内の雑木林を活用したイベント



屋外仮設マーケット（市役所芝生広場）の様子

これからは北本市がまちの魅力を高めていくよう、一歩一歩努力を続けていきます。

その中で、暮らしていく上でのまちの魅力を改めて整理したところ、

- ・首都圏近郊の小規模で平地のベッドタウンでありながら、荒川沿いの里山空間は全国でも屈指の動植物の宝庫となっており、市街地にも適度に雑木林が残され緑被率は約50%を保持している
- ・緑を生かした「きたもと緑の森めぐり」や「秋の収穫祭」といったおしゃれな屋外仮設マーケットが開かれている
- ・市内に70カ所以上農産物の直売所があり、地産地消が進んでいる
- などがあげられました。

そこで、これらの魅力を今後統一的に発信し、高めていくために、「&green —豊かな緑に囲まれた、ゆったりとした街の中で、あなたらしい暮らしを—」というシティプロモーションコンセプトを定め、各種取り組みを行っていくこととしました。

17年ぶりの人口社会増

「&green」の魅力を伝える冊子の発行、WEBページの開設、動画の作成を行いました。また、▽農業体験など日々の暮らしの魅力を体感するツアー「&green 暮らしの学校」を実施▽「&green」デザインガイドラインを作成し、市封筒・名刺等発行媒体へ印字▽北本産農産物のブランド名を「&green food」として展開▽公設民営のカフェ名を「&green cafe」とする——など2019年から2021年度の3年間で、「&green」をコンセプトに庁内外に横串をさす形でさまざまな取り組みを行ってきました。

その中で現在最も効果的と捉え、力を入れて取り組み組んでいる事業が屋外仮設マーケット事業です。屋外仮設マーケットはコロナ禍でも機能する売り買いの場としてだけでなく、&greenの魅力

を知り、地域で活動している人たちがつながれる場としても機能しており、北本に暮らす人や関わる人がまちを知る・好きになる・参加したくなるきっかけとなる大きな可能性があると考えています。そこで、北本で日常的にマーケットが開催されるよう、まちの皆さんとともにマーケットの価値と展開を考えるワークショップ「マーケットの学校」を実施。その実践の場として月1回市役所芝生広場で「&green market」を行ってきました。

こうした一連の取り組みを通し、成果指標であるnGAPは2021年に1618となり2019年から401ポイント上昇しました。また人口増減での実績を見ると、2020年は17年ぶりの社会増、2021年は若年層世代（20代から40代前半）でも社会増に転じました。

この結果から、補助金や広告で外から人口を引っ張ってくることを目指さずとも、着実にまちの魅力を見つけ、内側から発信し、高めていくことを続けていけば、おのずと外部からも評価され選ばれるまちになっていくのだと思います。

「移住×プロモーション」が生む好循環 —オンラインワンの移住体験ツアーを実施—



西条市経営戦略部シティブロモーション推進課
専門員兼シティブロモーション推進係長

・田邊 智将

移住全国1位のまち

愛媛県西条市は、宝島社が発行する『田舎暮らしの本』で発表された「2022年版 住みたい田舎ベストランキング」若者世代部門において、全国1位を獲得しました。若者世代が住みたい田舎部門は2020年、2021年に引き続きの1位であり、3連覇を達成しています。この「ナンバーワン」という結果は、コロナ禍においても強力な「呼び水」となり、テレビ、ラジオ、雑誌や新聞、WEBサイトなど、多くのメディア露出につながりました。そしてこれら一連の「移住施策を軸としたプロモーション」は、移住検討者だけでなく、西条市民にとってもセンセーショナルな出来事として、西条の良さやまちづくりを見つめなおし、語り合うきっかけにもなりました。

移住プロジェクトは2018年度にスタートしましたが、西条市への移住者数は、2017年度106人、2018年度289人、2019年度

346人、2020年度358人、そして2021年度は、前年度にコロナの影響で伸び悩んだ反動で1177人と大きく増加しており、その約8割が若者世代です。本市が2017年に策定した「西条市シティブロモーション戦略」中、アウトプロモーションにおける「ヒト」を呼び込むためのターゲットを、「首都圏や関西圏など人口集中地域在住の若者」としているので、この結果はまさに狙い通りと言えます。

徹底した「見える化」

私たちのチームでは、「見える化」に似た「見える化」という言葉をよく使っています。「見える化」と「見える化」には、「自分が見たいものを見るようにする」という意味と、「常にターゲットの目に飛び込んでくるようにする」という違いがあります。私たちがこの「見える化」を使う際には、「ターゲットに好印象を与えられるよう、徹底的にプロモーションする」という意味も含めて

使っています。西条市ではこれまで、移住施策に集中してこの「見える化」を徹底してきました。

移住検討者に向けたセミナーや体験ツアー、空き家バンクの運用など、移住施策そのものは移住推進課が担当し、移住推進課と連携しながら情報発信面で全面的にサポートしているのが私たちシティプロモーション推進課です。私たちは、ホームページや公式SNSなどのオウンドメディア（自己管理媒体）はもちろん、テレビやラジオ、YouTubeなどさまざまなメディアをミックスし、移住に関



宝島社発行『田舎暮らしの本』の「住みたい田舎ベストランキング」で3連覇を達成

	2017年度	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度
移住者数	106人	289人	346人	358人	1,177人
うち県外から	49人	152人	229人	240人	636人

西条市の移住者推移（出典：西条市作成）



移住推進課が実施する体験ツアーの様子



全国広報コンクールで総務大臣賞を受賞（広報紙市部門で特選：全国1位）

心の高い方々（若い子育て世代）へのアプローチを行っています。例えば、関東圏や関西圏のローカルテレビ番組を企画・制作、都内での移住検討者向けイベントの開催、また、その後開催予定の移住関連イベントへの誘導を図りました。

「移住全国1位」を言えるわけ

私たちは今、移住の文脈で「全国1位」と評されるが多くなりました。そして、そう言える根拠について取材を受けることもたびたびあります。もちろん、「住みたい田舎ベストランキング全国1位」という外からの評価も理由のひとつですが、私たちは西条市の「移住体験ツアー」がナンバーワンであるとともに、オンラインでもあ

ると自負しています。

移住推進課が実施している体験ツアーは、複数の家族に同じコースを提供するいわゆる「団体パック型」のツアーではありません。徹底した移住者目線により生まれたのが、現在も実施している「オーダーメイド型」の無料個別移住体験ツアーです。この体験ツアーは、往復の交通費や宿泊費、食費も全て無料、しかも土、日、祝日大歓迎で実施しています。ただ、ここまでの内容であれば、他の自治体でも実施されており、決して珍しい取り組みとは言えません。このツアー最大の特徴は、場所への案内ではなく、「人へのアクセス」を優先し、参加した移住検討者それぞれのライフスタイルや関心事に合わせてカスタマイズし、先輩移住者や地元農家、企業の社員や学校の先生など、

人と人をつなぐといった「密着軸」（差別化の観点の一つ）で実施すること、移住後の生活をしっかりとイメージしてもらうことです。こうした「密着軸」によるツアーを実施するためには、市民との連携が不

可欠です。効率を度外視し、足しげく何度も通うという、「アナログ」で築き上げた市民との信頼関係があるからこそ、私たちは「移住全国1位」を堂々と名乗ることができています。

また、このハートフルな「密着軸」戦略は、「広報さいじょう」にも生かされ、人に寄り添い、人の表情や思いを形にして、読者の心を動かして行動につなげる「伝える」広報紙を目指した結果、全国広報コンクールで全国1位に輝きました。

「移住×プロモーション」から「事業×プロモーション」へ

西条市では、「地方移住といえば西条市」と言われるよう、「移住×プロモーション」を徹底し、コロナ禍においても一貫して「相手の目線に立った施策」に取り組んできました。その結果、「メディアがメディアを呼ぶ」好循環に加え、移住者が自身の体験を（メディアを通じて）広く発信し、検討層に波及させることで、「移住者が移住者を呼ぶ」という二つの好循環が生まれたと感じています。また、この好循環はさらに、西条市民、市内企業や団体、関係人口ともつながり合い、「活動の好循環」にもなっています。

今後は、「移住×プロモーション」を、さまざまな成果や好循環を生んだ成功体験として、庁内すべての部署に広く伝える必要があると感じています。各担当者が自身の業務遂行にあたり、「事業×プロモーション」、すなわち「その事業が誰のためか、何のためか、どのような行動変容を促すためか」を意識するようになれば、成功する事業が増えていくものと考えます。

社会減克服の取り組みで
地域を元気に

東京一極集中の是正に向けた 取り組みについて

—総務省地域力創造グループの施策を中心に—



静岡県浜松市財務部長
(前総務省地域力創造グループ
地域政策課理事官)

・石切山 真孝

本年1月28日、令和3年の住民基本台帳人口移動報告の結果が総務省より公表された。これによると、令和3年の1年間において、東京圏（東京都、神奈川県、埼玉県及び千葉県）への転入超過は引き続き続いているものの、その超過幅は2年連続の縮小となっている。とりわけ、東京都特別区部については、外国人を含む集計を開始した平成26年以降、初めて男女ともに転出超過となった。

過度な東京一極集中については、災害リスクや、過疎・高齢化が進む地方における地域社会の担い手不足などの点から、国においても、その是正に向けて各種の取り組みを進めてきている。これらに加え、さまざまな要因が複合的に作用した結果として、こうした新たな動きにつながっているのではないかと考えられる。

本稿においては、国民の意識調査等をもとに、新型コロナウイルス感染症の影響も踏まえた、都市部と地方の間の人の流れの現状やその背景を考

察するとともに、一極集中の是正に向けた施策について、総務省地域力創造グループにおける取り組みを中心に解説することとしたい。

なお、文中意見にわたる部分は、筆者の個人的見解であることを、予めご承知おきいただきたい。

地方への移住に対する関心の高まり

新型コロナウイルス感染症の影響下における国民の生活意識・行動の変化に関しては、内閣府が累次の調査を実施している。

冒頭、「住民基本台帳人口移動報告」において、東京都特別区部における転出超過の動きがみられたことに言及したが、内閣府の令和2年6月の調査でも、年代別では20歳代、地域別では東京23区に住む者の地方移住への関心が高まっている（資料1）。

また、同じく内閣府が令和2年11月に実施した

調査においても、地方移住への関心に関し、20歳代の関心は高く、さらに東京都23区においては、東京圏全体よりもその傾向が強い（資料2）。実際の人の流れの変化の背景に、こうした意識の変化があったことが読み取れる。

同調査においては、地方移住への関心の理由についても、「人口密度が低く自然豊かな環境に魅力を感じた」という点とともに、「テレワークによって地方でも同様に働けると感じたため」という回答が多くみられ、実際、同調査において、テレワーク経験者は、ワークライフバランス、地方移住、仕事に対する意識が変化した割合が高いという傾向も示されている。

新型コロナウイルス感染症の感染拡大に伴い、人口集中のリスクが改めて浮き彫りになるとともに、テレワークが新しい働き方・有効なツールとして広く認知され、活用が進んだことで、より現実的に移住を考える土壌が形成されてきたことも要因の一つであろう。

総務省における取り組み

(1)都市から地方への移住・交流等の推進

前述の通り、地方での暮らしに対する関心が一層高まっている機を捉え、総務省においては、都市部人材が地方へ移住・定住する具体的な行動へと結びつけられるよう、さまざまな地方回帰支援施策を実施していくこととしている。

①「地域おこし協力隊」の推進

「地域おこし協力隊」は、都市地域から過疎地

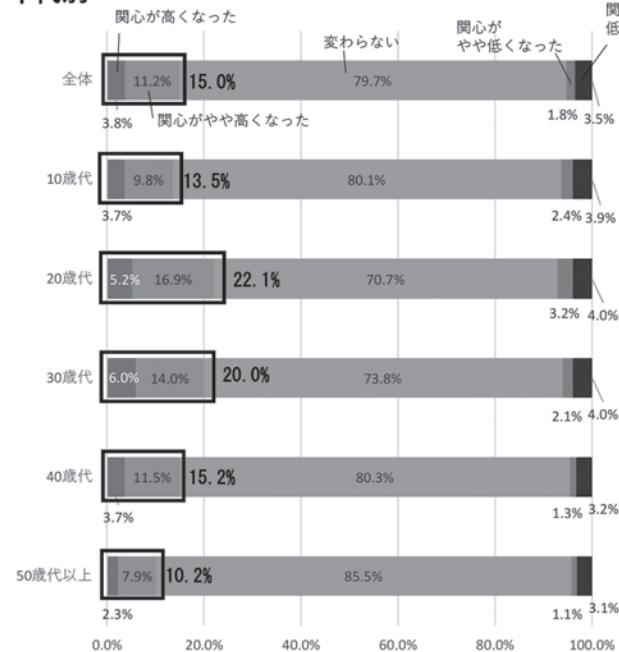
資料 1 地方移住への関心

【令和2年6月21日 内閣府】
第1回新型コロナウイルス感染症の影響下における生活意識・行動の変化に関する調査

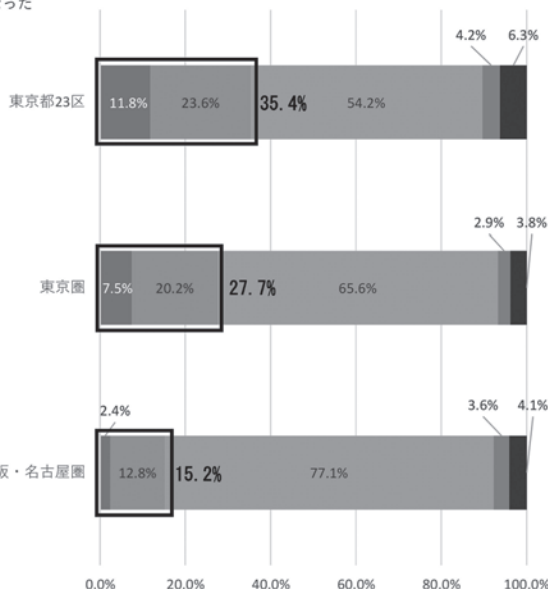
〇年代別では20歳代、地域別では東京都23区に住む者の地方移住への関心は高まっている。

質問 今回の感染症の影響下において、地方移住への関心に変化はありましたか。（三大都市圏居住者に質問）

年代別



地域別（20歳代）

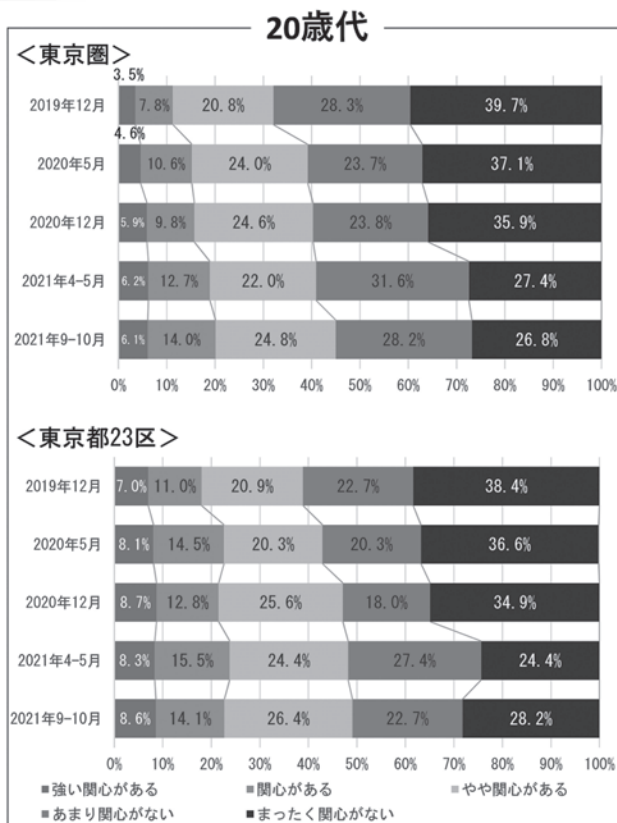
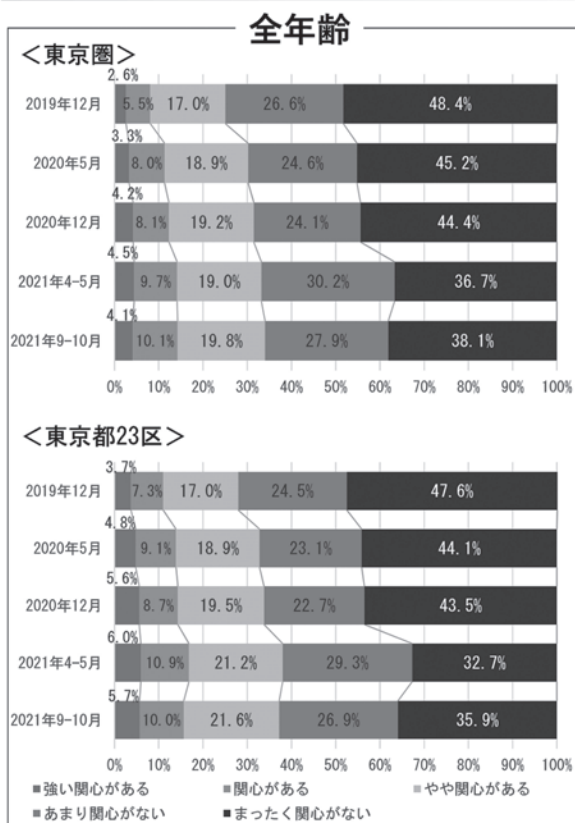


（備考）三大都市圏とは、東京圏、名古屋圏、大阪圏の1都2府7県。
・名古屋圏：愛知県、三重県、岐阜県

・東京圏：東京都、埼玉県、千葉県、神奈川県
・大阪圏：大阪府、京都府、兵庫県、奈良県

資料 2 地方移住への関心（東京圏在住者）

【令和3年11月1日 内閣府】第4回新型コロナウイルス感染症の影響下における生活意識・行動の変化に関する調査



域等に住民票を異動し、生活の拠点をいった者を、地方公共団体が隊員として委嘱し、地域ブランドや地域産品の開発・販売・プロモーションなどの地域おこし活動や、農林水産業への従事、住民の生活の維持のための支援といったさまざまな「地域協力活動」に従事してもらうものである。

令和2年度には隊員数が5560人まで増加しているが、約6割が任期終了後も活動地と同じ地域に定住するなど、人の流れの創出とあわせ、地方への定着という観点からも一定の成果を上げている。

「令和6年度までに隊員数8000人」を目標に掲げ、引き続き、隊員のなり手の掘り起こし、未導入団体等へのフォローアップ、女性隊員の活躍促進、現役隊員・自治体職員双方へのサポートの拡充を図っていくこととしている。

②「地域プロジェクトマネージャー」の推進

ポストコロナの社会を見据え、地方公共団体が地域活性化につながるプロジェクトを進めていくうえでは、現場責任者として、外部専門人材、地域、行政および民間などの多様な関係者間を橋渡ししつつプロジェクトをマネジメントすることのできる人材が不可欠である。そこで、そのような人材を「地域プロジェクトマネージャー」として任用し、地域のプロジェクトを進める市町村に対して地方財政措置を講じている。

③「地域活性化起業人」の推進

「地域活性化起業人（企業人材派遣制度）」は、地方公共団体が、三大都市圏に所在する民間企業

等の社員を一定期間受け入れ、そのノウハウや知見を生かしながら地域の魅力や価値の向上等につながる業務に従事してもらうものであり、所要の経費について特別交付税措置を講じている。

令和4年度からは、市町村の求める人材ニーズを総務省が定期的に照会してとりまとめ公表する取り組みを開始し、さらに多くの企業人材の参加を促しており、引き続き、制度の活用を推進していくこととしている。

④「移住・交流情報ガーデン」の運営等

東京駅八重洲口至近に平成27年3月に開設した「移住・交流情報ガーデン」において、地方移住に関する一般的な相談のほか、関係省庁（厚生労働省、農林水産省）とも連携し、仕事情報や就業支援情報に対応できる専門の相談員が常駐しているほか、地方公共団体等による移住相談会やセミナー、フェアなどを随時開催している。

今後も、各地方公共団体による夜間セミナーの開催など取り組みの充実・強化を図っていく。

⑤子ども農山漁村交流推進事業

都市部の子どもの農山漁村宿泊体験活動（子ども農山漁村交流プロジェクト）について、農林水産省等の関係省庁と連携して推進している。

総務省では、受入側の農山漁村における地域資源を効果的に活用した体験プログラムの提供と、送り側の学校・地方公共団体における負担軽減を図るため、受入側の計画策定支援や送り側・受入側双方が連携して行う実施体制構築支援を行っている。コロナ禍にあっても子どもたちの体験交流

機会を確保することは非常に重要であり、令和4年度は、感染防止対策や対面での交流の効果を高めるためのオンライン交流も対象としている。

⑥「ふるさとワーキングホリデー」推進事業

「ふるさとワーキングホリデー」は、主に都市部の人たちが一定期間（2週間～1ヵ月程度）地域に滞在し、働いて収入を得ながら地域住民との交流や学びの場などを通じて、地域の暮らしを体感する機会を提供するものである。

本事業を通じて生まれた参加者と地域とのつながりを、都市から地方への人の流れの創出や、地方における人手不足の解消や移住・定住のきっかけづくりとすべく、令和4年度も、企業向け説明会の開催や、経験者を交えた座談会等の情報発信により、裾野の拡大を図ることとしている。

⑦サテライトオフィス・マッチング支援事業

近年、雇用機会の創出や移住定住の促進等に向けて、サテライトオフィスの開設・誘致に取り組む地方公共団体が増えているが、そうした地方公共団体からは、「サテライトオフィス設置に関心のある企業の情報を提供してほしい」「誘致に向けた支援策を企業に情報発信したい」といった声が多く寄せられている。

そうしたニーズに応えるため、サテライトオフィス設置に関心のある企業と、誘致に取り組む地方公共団体のマッチングのためのセミナーを、令和4年度も引き続き実施していくこととしている。

(2) 自立分散型地域経済の構築

過度な東京一極集中の是正のためには、前述した、都市部から地方への人の流れの創出とあわせ、地方への資金の流れの拡大、そして地方における経済の活性化を図るとともに、地域内で資源・資金が循環する、「自立分散型地域経済」を構築していくことが重要である。

近年の経済環境の変化、そして新型コロナウイルス感染症の拡大は、サプライチェーンの寸断を世界規模で生じさせ、グローバル展開している多くの日本企業にも当然ながら大きな影響が及んだことで、その製造工場等が立地する国内の地方公共団体においても、地元雇用や地域経済にも大きな影響が見られることとなり、その重要性は一層大きくなっている。

①「ローカル10、000プロジェクト」の推進
総務省では、平成24年度以降、「ローカル10、000プロジェクト」として、関係各省庁が連携し、産学金官の地域ラウンドテーブルを基盤に、全国各地における地域密着型事業（①地域金融機関の融資を伴うもの、②雇用吸収力の大きなもの、かつ③地域の資源を活用するもの）の立ち上げを支援してきている。

具体的には、地方公共団体が、地域密着型企業の立ち上げに当たり、必要な初期投資額と金融機関の融資可能限度額との差額を補助して支援を行った場合に、当該地方公共団体に国費（地域経済循環創造事業交付金）を交付（原則、地方公共団体による補助額の2分の1）することにより、資金面から支援を行うものである。

中でも、特定の分野に係る取り組みについては、「重点支援」の対象として、地方公共団体による補助額に対する国費交付率のかさ上げを実施しており、令和3年度からは、「生産性向上に資するデジタル技術の活用に関連する事業」（補助率10分の10）を、令和4年度からは、地域における脱炭素の取り組みを強力に支援すべく、「脱炭素に資する地域再エネの活用に関連する事業」（補助率4分の3）を、それぞれ対象に加えている。

②「分散型エネルギーインフラプロジェクト」の推進

我が国のエネルギーは、電力をはじめ、化石燃料など外部資源によるところが大きい。このため、地域を活性化させるほどに地域経済の原動力であるエネルギーを外部から購入することとなり、地域の資金が域外に流出する構造となっている。

そうした構造から脱却し、エネルギーの地産地消を実現することにより地域経済の好循環を生むことが必要である。

そこで、総務省においては、「分散型エネルギーインフラプロジェクト」として、間伐材や家畜糞尿などの地域資源を活用したエネルギー事業を立ち上げるべく、マスタープランを策定する地方公共団体を、資金面から支援するとともに、情報提供の充実を図っている。令和4年度においても、地域経済循環創造事業交付金を財源とし、引き続きマスタープラン策定に要する経費に対する支援（上限2000万円、交付率原則2分の1（財政力に応じたかさ上げあり。また、新規性・モデル性の極めて高いものについては交付率10分の10）

を継続することとしている。加えて、関係省庁と連携した相談窓口を開設し、マスタープランの実現可能性の向上や、事業化に向けた課題解決に資する助言等も行っていく。

さらに、令和4年度からは、専門的な知見・人材が不足している地方公共団体に対し、脱炭素の取り組みに係る各分野の外部専門家（学識経験者、先行自治体の職員、エネルギー関係企業の社員等）を招へいする際の費用を新たに補助対象とし、人材面の支援について拡充を図っている。

おわりに

以上、都市部から地方への人の流れの現状とその背景、そしてその流れをより確かなものにすべく進められている取り組みについて紹介した。

本稿においては、総務省地域力創造グループの施策を中心に紹介したが、移住支援や地方創生テレワークをはじめとした内閣官房・内閣府における地方創生関連施策等、関係府省庁において、連携を図りながらさまざまな施策を推進しているところであり、それらについても参照頂ければ幸いである。

●関連URL

https://www.soumu.go.jp/main_sosiki/jichi-kyousei/c-kyousei/
https://www.chisou.go.jp/sousei/policy_index.html

マリンスポーツ振興からSDGs×観光へ

―サステナブルツーリズムから始まる

循環型経済創造事業―



阿南市企画部ふるさと未来課
移住促進コーディネーター

● 岩浅 壮泰

都市から地方への移住・交流は、人口減少社会における地域活性化策の柱として期待される。地域活性化センターでは、「移住・定住・交流推進支援事業」として、地域団体もしくは市町村等が自主的・主体的に都市住民を受け入れる事業などを支援している。

今回、令和3年度に同事業を活用した徳島県阿南市の事業について、同市の岩浅壮泰氏にご紹介いただいた。

(企画・人材育成グループ)

四国の右下最東端のまち

阿南市は、四国の最東端に位置する海に面したまちで、海、山、川など自然環境にも恵まれていながら、市内には、大手のみならず中小、ベンチャー企業が立地し、自然と調和した産業都市として県南部圏域における中核的な機能を担っています。

阿南市がある徳島県は、全国的にみて「観光後進県」であり、宿泊者

数は5年連続全国ワーストである

上、阿南市を含む徳島県南部はそれなりの観光スポットが点在するものの県内でも観光客数の少ないエリアとなっています。そのため「観光でもうける」意識は希薄であり、「観光地」を包括的経営体としての視点から捉える「観光地経営」の面では立ち遅れている状況でした。

阿南SUPタウンプロジェクト

このような状況を打破するため、

阿南市では「SUP」(スタンドアップパドル)を活用して関係人口の創出・拡大・深化に取り組み、地域経済の拡大及び地域ブランディングにつなげていくことを目的とした「阿南SUPタウンプロジェクト」を立ち上げています。当プロジェクトがスタートし「SUPタウン阿南」としての認知度向上に伴う波及効果として、マリンスポーツグッズ販売およびサービス提供事業者の新規開業のほか、パドラー同士の交流やイベント企画による地域住民との関わりが土台となって「関係人口」に対する地元意識の醸成が図られるなど、経済的、社会的効果が現れてきていました。

しかしながら、業種・地域は限定

的であり、次のフェーズとして、当プロジェクトの成果を他地域にも横展開していくとともに、事業内容をさらにブラッシュアップして普及展開していくことが必要でした。そこでSUPをはじめとするマリンスポーツ愛好者は、環境問題に対する意識が高く、「サステナブルライフ」を実践している人が多い傾向にあり、環境問題に対して意識の高い関係人口を「EARTH SHIP CREW ANAN」(ESCA)として認定・登録する一方、ESCAを「おもてなし」する事業者や環境に配慮した経済活動を行う事業者等を「EARTH SHIP PARTNER ANAN」(ESPA)として認定・登録した上で、登録した事業者のみが「阿南市版ふるさと納税」の返礼品調達事業者として参入できる仕組みとし、「環境保全」と「地域経済の好循環」の両立を図っています。地域と事業者双方のブランド力を高めるプラットフォームを構築し、環境配慮活動を支援していくことで「環境意識の高い層から支持され、選ばれるまち」を目指していました。この目標達成に向け令和3年度に「サステナブルツーリズムから始まる循環型経済創造事業」を企画し、環境意識が高い方をターゲットとしたSDGsと観光を掛け



阿南市で催される SUP TOWN ANAN CUP



廃材を使って自転車ラックを作成中



みんなで阿南市をボタリング（のんびりと自転車で散歩すること）

合わせながら2泊3日で阿南市を巡る「アースシップツアー」を開催しました。

路線バスに 折りたたみ自転車で移動

「アースシップツアー」のコンセプトは環境負荷の低減を軸とした「地域課題解決型観光」と設定しました。

- ① ツアー参加者はマイバッグ、マイボトル、マイ箸を使用
- ② ツアー中の移動は、公共交通機関と自転車を利用
- ③ ツアーコンテンツのひとつに環境美化活動を取り入れる

- ④ 地域の自然・歴史・文化に触れる
 - ⑤ ESP A登録事業者での宿泊、飲食、体験、土産物の優先的購入等
- 以上のコンテンツとSUP体験を取り入れたモニターツアーを企画・催行しました。

本ツアーは、公共交通機関（路線バス）に折りたたみ自転車載せて移動（輪行）することになるため、企画段階から運行事業者に要望し、輪行を認めてもらいました。

「環境に負荷をかけない」は、イコール「人（参加者）に負担をかける」ことでもあるため、無理なく続ける範囲の負荷がどの程度なのか、観光関連事業者等の意見を聴取する

とともに、参加者が楽しみながらサステナブルの本質を理解できるようにコンテンツづくりを行いました。

2泊3日の「アースシップツアー」の初日はSUP体験がメインで、自転車とバスを使って海水浴場まで移動しました。この日は少し波があり、やや難易度の高いコンディションでしたが、ツアー参加者の皆さんには初めてのSUPを楽しんでいただけました。2日目以降も、阿南の食材でバーベキュー、廃材を活用したDIYや農園見学をとってツアーを楽しみながら、ESP A登録事業者のSDGsへの思いにも触れていた

ツアーの反響とその後

ツアー終了後の参加者アンケートの結果（回答者5名、未回答2名）によると「ツアーに参加してSDGsに対する理解が深まったか」との問いに対し、5名中4名が「そう思う」と回答したことから、「楽しみながらSDGsの本質に触れる観光モデル」としての方向性やコンテンツに大きな課題がないことを確認できました。

なお、ツアー参加者7名の内、1名が大阪府から阿南市に移住されました。また1名は、阿南市の取り組みに共感し、「阿南市のシティプロモーションに協力したい」との意向から、複業マッチングプラットフォーム「ANTHER WORKS」を介して、SNSによる本市の地域情報の発信や東京都内で開催した移住セミナーのトータルプロデュースに無報酬で携わりました。本市の関係人口登録制度「ESCA」にも登録するなど、事業終了後においても本市と継続的に関わっており、阿南市が目指す「環境配慮活動を支援していくことで市としての価値を高め、環境意識の高い層から選ばれ、まちを創造する」ことに関して大きな成果を得ることができたのではないかと考えています。

地域で経験を積み 世の中変えるリーダーを育成

◎ 小松 洋介 氏プロフィール

1982年宮城県仙台市生まれ。大学卒業後、(株)リクルートへ入社。

東日本大震災をきっかけに同社を退職し、2011年から女川町で活動。2013年にNPO法人アスヘノキボウ(同町)を立ち上げ代表理事に就任。国内外、セクターを越えてチームを作り、起業、事業開発、移住促進、人材育成、ヘルスケアなど多岐にわたる事業を展開する。2022年3月末に代表理事を次世代の若手リーダーに任せ、現在は理事として活動中。



NPO法人アスヘノキボウ 理事
小松 洋介 氏

「地域づくりは人づくり」では、編集室が人材育成をテーマに全国のさまざまな方取材し、その熱い思いや取り組みを紹介しています。今回は、NPO法人アスヘノキボウの理事で、就職でも起業でもない新たなキャリアの選択肢を提供する事業「VENTURE FOR JAPAN」を運営している小松洋介さんにお話を伺いました。

震災からの復興を後押ししたい

「NPO法人アスヘノキボウを立ち上げた経緯について教えてください。」

東日本大震災をきっかけに、生まれ育った宮城をなんとかしたいという思いが湧き、2011年に宿泊施設の立ち上げの話があつて女川町に来ました。地元の方々が女川町復興連絡協議会を立ち上げていて、私は事業者の再建や起業支援を行いました。業務の増加で私だけでは手が回らなくなったことや同じ思いを持った仲間がいたこともあり、2013年4月にNPO法人アスヘノキボウ(以下「アスヘノキボウ」)を立ち上げました。

復興に向けた事業から 地域をつくる事業へ

「アスヘノキボウについて教えてください。」

前職時代の先輩、部下や大手のメガバンクに勤めていたメンバーの計4人でスタートし、設立から2016年までの3年間は、事業者の再建や起業支援、まちづくりの会議への参加、関連する式典のオペレーション、北前船を迎え入れるイベント

トの運営など、復興支援のために何でも取り組んでいました。

2016年に、今後の事業をどうするかを考え、復興というより地域をつくる目的で事業を考えることになりました。起業や新規事業の立ち上げ、地域に関わりたい人との関係を作り関係人口を増やすこと、企業との関係をつくるのが復興後も必要だと考え、現在は主に三つの事業を行っています。

一つ目は活動人口創出事業で、お試し移住プログラムや創業本気プログラム、企業研修等を通じて、女川で活動する人口を増やすプロジェクトを実施しています。

二つ目はフューチャーセンター事業で、町内外さまざまな業界や立場、世代の方が集まる機会や場所を提供しています。

三つ目は、VENTURE FOR JAPAN事業(以下「VFJ」)です。将来起業したいと考えている新卒や第二新卒の若者が、2年間という期間限定で地方の中小企業や地方ベンチャーの経営者直轄の事業責任者として働くプログラムで、私たちは若者と企業のマッチングや若者へのセミナー、メンタリング等でサポートします。

就職でもない起業でもない 新たなキャリアの選択肢を提供

「VFJで得られるものや参加者について教えてください。」

VFJは、地域の企業で新規事業、既存事業拡大や人事部立ち上げといった、経営者直轄の新し

い事業に取り組みます。「将来、起業したいと思っているが具体的には決まっていない」「やりがいがあり、成長できる環境で働きたい」と考えている若者に最適なプログラムです。経営の意思決定に立ち合ってコミットするからこそ、セミナーとは違った、生きた経営力が身につきます。

また、経営者はもちろん、VFJに参加した同期、先輩、後輩、メンター陣など、年齢も業種も得意分野も異なる多くの人々とネットワークを構築できることや、専門のメンターによる月1回のメンタリングで、人生をかけて取り組みたいテーマは何かなど自己分析を行うことができます。

参加者は、2019年度から2021年度まで10人おり、主に東京都内の大学、地方国立大学やアメリカの大学などの卒業者です。学生時代から高校生向けスクールを開催するなどアクティブに動いていた学生が多い印象ですね。参加者からは、新規事業を任せてもらえ、経営者と一緒に仕事ができるので、事業の作り方や経営者としての



VFJの研修の様子



経営者と打ち合わせをする参加者



VFJの活動としての勤務の様子

在り方など起業する上で大切なことを直接学べ、貴重な経験になったと聞いています。

向かない人には他の選択肢提示も

―受入企業やプログラム終了後の進路について教えてください。

水産、衣料品、医薬品関係などさまざまな企業で受け入れています。受入企業については、他の企業から紹介いただくことが多く、私たちが経営者と話をし、VFJについて理解していただいた上で募集します。2022年5月末時点では15社で募集を行っています。

VFJを終了した第1期生の2人は、いずれもプログラムの2年経過後も会社に残りました。1人は携わった新規事業を拡大させたいということ、もう1人は事業が軌道に乗っていない中で辞めては責任を果たせないから軌道に乗るまでやり切りたいという理由でした。

前者は今も継続して働いており、後者は事業が

軌道に乗り黒字化した段階で退職し、現在は大手企業で挑戦をしていると聞いています。
―小松さんがVFJの運営で大切にしていることなど教えてください。

特に参加者とのコミュニケーションを大切にしています。参加者からは、どのような挑戦がしたいか、自身のキャリアをどう築きたいかを聞き取って、その人に合う進路を提示してしています。VFJに向かない人には、ミスマッチを防ぐためにも他の選択肢を伝えるなど誠心誠意その人と向き合っています。

意欲ある人材を育て流動性高める

―小松さんにとってのこれからの「地域づくり」「人づくり」には何が必要か教えてください。

主に大事なことが二つあり、一つ目は、地域で経験を積んで世の中を変えていくようなリーダーを育成することです。VFJで起業したいとか社会を変えたいと考える若者は、VFJ終了後、外に飛び出してさまざまな経験を積んでいきます。そのような若者と企業が2年経過後も継続してつながることにより、新規事業を立ち上げるなど事業の幅が広がっていくと思います。

二つ目は、地域を支える若者の育成です。2年間という期限に関係なく、地域に密着して地方の企業でモチベーションを高く維持して仕事をする人材を育てる必要があります。
強い意欲をもって活躍してくれる人材を育てながら、先ほどのリーダーも含めて流動性を高めていくことで、地域や地域の企業はよりよくなっていくのではないかと考えます。

地域活性化センター副参事

●塚本悠太（熊本県上天草市より派遣）

動物×インバウンド観光による地方創生 — ターゲットに応じた情報発信の工夫と効果 —

近年、動物が訪日外国人観光客の集客コンテンツとして注目を浴び始めている。しかしながら、日本には珍種や希少種の動物は少ないことから、訪日外国人観光客は単純に動物を求めて訪日しているのではなく、別の要因も含まれているのではないかと考えた。そこで、訪日外国人観光客の消費動向がモノ消費からコト消費に移行しているとされ、また、出発前の情報収集ツールとして個人が情報発信するSNSやブログを重視する傾向にあるとみられることがこの要因と仮定し、先進事例地を調査・検証することで、他地域での活用可能性について分析した。



大久野島のうさぎ（筆者撮影）

うさぎ島を中心とした インバウンド観光施策

広島県竹原市の大久野島には、毎年、多くの訪日外国人観光客が訪れている。大久野島が訪日外国人観光客の注目を浴びたのは、2014年に大久野島に来島した外国人がインターネット上で「うさぎと触れ合え

るうさぎ島」として大久野島の動画を配信したことに端を発している。

竹原市では、大久野島のうさぎ島としての知名度が高まってきたことから、さらなる訪日外国人観光客の誘客と観光消費の拡大を目指し、2015年度に「外国人目線で作る竹原ブラッシュアップアクションプラン」を策定し、訪日外国人の滞在中の満足度向上のため、無料Wi-Fiを始めとした情報インフラの整備に取り組んだ。この取り組みも相まって、2013年に

378人であった訪日外国人観光客は2016年には、1万8157人に急増した（図）。

一方で、これらの観光客が竹原市内に訪れていないことや大久野島の急激な観光客増加により、餌の与えすぎによる個体数の激増といったオーバーツーリズムの課題がある。こうした課題を解決するため、2017年度に「観光消費戦略アクションプラン」を策

定し、市内紹介も含めた観光ガイドの多言語化、市内での外国人のニーズに沿ったグルメ、お土産などの開発、そして、竹原市内から大久野島への週末限定の航路「うさぎの思い出」の開港ならびに近隣の県と連携して瀬戸内海の島々を巡る観光船「シースピカ」を就航させ、市内回

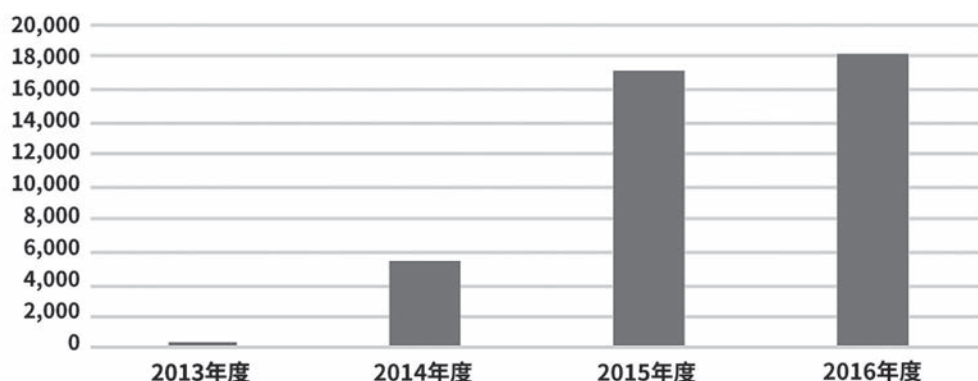


図 大久野島の外国人観光客数の推移（単位：人、竹原市からの情報提供により筆者作成）

遊につなげる取り組みを行っている。

オーバーツーリズムを解消するため、2018年度に大久野島未来会議が発足し、観光マナーなどのSNSによる情報発信や船でのアナウンス、大久野島のゴミ拾いイベントの開催などを担っている。

新型コロナウイルス感染症の終息後には、市内回遊の促進やオーバーツーリズムの解消によるうさぎにも人にも環境にも良い観光地化が期待

されている。

秋田犬を活用した 最大限の話題化

秋田県北部の大館市、北秋田市、小坂町、上小阿仁村の4市町村では、国内外の観光客から観光地として認知されていないことを共通課題として抱えていた。

このため4市町村は、観光交流人口を増やし、稼げる仕組みを創出して地域経済を維持していくため、2016年4月に地域連携DMO「一般社団法人秋田犬ツーリズム」を設立した。秋田犬が世界的に知名度が高いことからインバウンドに着目し、海外へ地域の魅力を発信していくこととした。

効果的な発信を狙い、秋田県への訪日観光客の中でも8割がリピーターであるという「台湾人観光客」をコアターゲットとして定めた。コンテンツをインパクトのあるものとするため、ア

イドルの体に秋田犬の顔を持つ史上初の秋田犬アイドルグループ「MOFU MOFU ☆ DOGS」(モフモフドッグス)が結成され、そのデビュー曲「Waiting」(モフモフさせてあげる)のミュージックビデオを制作した。

親日的である台湾人の特徴として、日本で流行っているものを好む傾向があることから、動画発信において最大限「話題化」を図るため、まずは日本で話題となったタイミン

グで台湾へ「輸出」する情報の流通経路を設計した。日本では2016年「犬の日」の11月1日、午前11時1分(ワンワンワン)に合わせ「日本初!? 秋田犬アイドルグループがデビュー!」という、見出しとともに配信。

YouTube動画はウェブサイトや新聞などで数多く取り上げられ、公開してわずか2週間で再生回数が100万回を突破した。そして100万回となったタイミン

グで「100万回再生! 今、日本で話題の動画!」として台湾へ情報をリリースした。

その結果、台湾内でも多くの反応を獲得し、国内外の299件のメディアで報道され、話題を呼んだことから「PR Awards Asia 2017」をはじめ三つの国際的なPR業界賞を受賞した。

人団体客は動画公開の翌2017年に初の1万人を突破し、その内訳は全399団体のうち2団体を除き、すべてが台湾からだった。

新型コロナウイルスの影響により、現在インバウンドは大打撃を受けているが、いずれ到来する「リベンジ旅行」のチャンス逃さないため、現在はデジタルマーケティングの強化、台湾やシンガポールとオンラインでの複数回農泊体験イベントを実施するなど、常に回復期のインバウンド誘客を意識し「ファン」を増やしつつ、受け入れ態勢の整備、旅行商品の充実を推進している。

動物活用の可能性について

両事例から、動物は言葉を用いずとも視覚的に魅力が伝わるのが強みであり、視覚は音声や文字よりもいち早く伝わることから、言語の壁のあるインバウンドへ関心を向かせるためのフックとして、動物の活用はとても有効であることが分かった。コンテンツの情報発信における、コアターゲットの設定、情報の流通経路の構築といったテクニクは、さまざまな広報活動に活用できる大きな学びであった。

地域活性化センター副参事

地域活性化センター副参事

●小菅 旭央

●柚原 孝平



秋田犬と秋田県ツーリズムの公式ロゴ (出典: 秋田犬ツーリズム令和3年度活動報告)

地域活性化と IT 企業誘致 —若年層に魅力ある地域産業の創出に向けて—

若年層における東京圏・地方圏への移動に関する意識調査では、3割の学生が「進学、就職をするために東京圏へ移動した」というデータが出ている。なぜ、地方の若年層が東京圏へ移動・定住してしまうのか。

就職活動を行う学生を対象にしたアンケートによると、志望業界の第1、第2希望ともにIT業界がトップだった。IT業界が就職先として選ばれる背景には「成長性がある」「専門スキルが身に付く」といった理由が挙げられる。学生を中心とした若年層にとって魅力ある働き口であるIT業界。地方圏でのその立地が若年層の流出抑制につながると考えられる。

今回はIT企業誘致に取り組む地方自治体を対象とし、助成金をはじめとする誘致までの支援制度と誘致後の取り組みについて調査した。

誘致企業が 県内大学に講師派遣

秋田県は、県内IT企業への就職を促進するため、県の職員がICT相談員として秋田県出身学生が多く在籍する大学を訪問するほか、オンラインフェア、関連企業が主催する転職フェアなどに参加し、県内IT企業のPRや就職相談等を行っている。

また、企業が、コロナ禍で計画通りに採用できない環境の中、ニーズや状況に沿った支援制度を提供し、きめ細かいフォローアップにより事業計画の変更などにも柔軟に対応している。

さらに、研究や人材確保の面で企業と大学に協力関係を築いてもらうため、県の各課室が連携し、大学に誘致企業を紹介している。株式会社ブロードバンドセキュリティなど実際に複数の誘致企業が秋田大学や秋田県立大学に講師を派遣しており、それぞれの知名度アップにつながっている。進出後、継続的な人材確保を行うためにも企業と大学をつなぐことは有効な手段となる。

イノベーション拠点の整備

新潟県は、産業の活性化と魅力的な企業誘致により若年層のU・Iタ



新潟市の NINNO

インを促すことを目指している。

新潟市内には、スタートアップ企業や地元企業、行政、教育機関などが入居するイノベーション拠点施設NINNOがあり、首都圏から県内に進出した企業の多くがNINNOに拠点を置いて事業を展開している。

NINNOは、市内に本社を置く株式会社木山産業が令和2年10月に整備したもので、オフィスに加え、入居企業が自由に使用できる共用スペースや、使用料を払えば誰でも利用できるコワーキングスペース、幅14メートルの大規模スクリーン、カフェ、会議室、テレブースなどが設置され、入居企業や利用者が共創して新たな事業を構築することを目指している。

横断的プラットフォームで交流

横浜市は平成31年1月、研究者・技術者や起業家、市内の30大学の学生等が組織を越えてネットワークを広げ、新たなイノベーションを横浜市から創出するため「イノベーション都市・横浜」を宣言し、交流を生み出す拠点としてYOXOBOX（よくぞボックス）等の整備を進めている。

YOXOBOXは、令和元年に関内周辺地区に市が整備したスタートアップ成長支援拠点で、スタートアップ企業に対して、成長支援プログ

ラムやビジネス講座、専門家による個別相談、交流・ビジネスイベントなどを実施している。

市は、横浜経済圏の強みを生かしたプラットフォーム（業種や企業規模の枠組みを超えて、参加者同士の連携を実践する場）を二つ運営している。

一つは、ものづくり・IT産業の集積を生かした「I・TOP横浜（I・TOPインイノベーションパートナーズ横浜）」である。参加者同士のマッチングにより、「C」やAIなどのテクノロジーを活用した新ビジネスの創出や社会課題の解決につながるプロジェクトを進めている。

もう一つは、ライフサイエンス産業の集積を生かしつつ、単なる底上げではなく若年層をひきつけられるような持続的イノベーションを目的とした「LIP横浜（横浜ライフイノベーションプラットフォーム）」である。

IT企業誘致成功のポイント

今回の調査を通して、秋田県では企業との信頼関係の構築、新潟県ではイノベーション拠点の整備、横浜市ではプラットフォームの構築に注力していることがわかった。

今後、国や企業の動向を踏まえ、NINNOやYOXOBOXのようなイノベーション拠点で施策を充実させていくことは、都心の若年層に

とって魅力的な地方で働くという選択肢が増えることにつながる。補助・助成制度による企業の取り扱いではない、これからの地方創生の姿と言えるのではない

か。

また、多様な補助・助成制度を効果的に運用するためには、地方自治体職員のスキルや知識の向上はもちろん、職員同士での横断的な連携、若年層の視点を持つことが求められる。

若手職員が企業の取り組みや雰囲気を感じ取るためにも、人事交流制度等を活用してIT企業に出向させるといったことも検討すべき課題である。

地域活性化

センター副参事

● 友松 宏和

● 野坂 菜未

移住・交流

推進機構参事

● 尻無浜 貴



横浜市のYOXOBOX

地域づくりの 現場から

地域づくり団体全国協議会
登録団体の紹介

有限会社シュシュ
(長崎県大村市)

団体プロフィール

設立=1998年
代表者=山口成美
会員数=70名
〈連絡先〉
〒856-0005
長崎県大村市弥勒寺町486
TEL 0957-55-5288
E-mail info@chouchou.co.jp

活動の経緯

シュシュがある長崎県大村市は、約40年前から『フルーツの里ふくしげ』（福重地区）を中心にナシ狩りやブドウ狩りの観光農業の振興に取り組んでいます。しかし、ナシやブドウの収穫期は8月から9月と期間が短いため、一年中観光客が訪れる

6次産業による地域の活性化

—多彩な商品開発とグリーンツーリズム推進—



有限会社シュシュ代表取締役

● 山口 成美

ような農業テーマパーク構想へと夢が膨らみました。手始めに、ビニールハウスで農産物直売所を開設、翌年に地元の牛乳や卵、フルーツをふんだんに使用したジェラート店『手作りジェラートシュシュ』をオープンし、その後、農業交流拠点施設を建設する運びとなりました。

平成10年に地元専業農家8戸が集まり、地域農業の活性化を目的に農業生産法人を設立し、平成12年4月に自分たちの農地を切り開き総額4億円を投じて農業交流拠点施設『おむら夢ファームシュシュ』をオープンしました。

その後、平成17年4月に直売所の増設および洋菓子工房の新設をし、さらに平成20年度に農産物加工センターを整備しました。現在では年間に約49万人の方に来場していただいています。

新商品で

農家所得の大幅増加に寄与

現在、農業の6次産業化に積極的に取り組んでいます。シュシュでは、ジェラートが一番人気の商品です。パン工房では、地元小学生と大学生が考案したフルーツサンド『^{ドリーム}夢サンド』が、洋菓子店では、地元の牛乳や卵、野菜、果物をふんだんに使用したスイーツが人気です。レストランでは、地元産の旬の食材をふんだんに使用したランチバイキングや、長崎和牛、豚肉、鶏肉を使用した焼肉を提供しています。今では結婚式や法要まで取り組んでいます。

また、農産物加工センターでは、地元で生産された規格外の農産物を商品化してほしい、という地元農家からの要望を受けて、ジュースやジャム、ケチャップ、焼き肉のたれ、ジュレ、ドレッシング、ジュレdeミ

ルク等の商品化を行い、農家所得の大幅な増加に寄与しています。これらの商品は、長崎県特産品新作展で過去5回最高賞の知事賞を受賞する等、高い評価を受けています。



オリジナル加工品の数々



現店舗全景



食育体験でウインナーづくりをする子どもたち



グリーンツーリズムでイチゴの収穫を楽しむ旅行客



天皇杯受賞時の様子

今後、農産物の販売はもちろんのこと、地元農産物を使用した商品開発に積極的に取り組み、農業が成長産業と言われる産業になることを夢見て事業に取り組んでいきたいと思っています。

令和4年9月には西九州新幹線がいよいよ開通するため、観光客も増加が期待されます。さらなる発展を目指して地域づくりに取り組んでいきたいと思っています。

今後ともよろしく願っています。

このほか、イチゴ狩り、ブドウ狩りが楽しめる体験農園、農泊等インバウンドの受け入れにも積極的に取り組む等、さまざまな事業を行っています。

さらに、食育体験も積極的に取り組んでいます。県内外の小中学生の親子を中心に、ウインナー作りやピザ作り、イチゴ大福作り等を通して、食の大切さや作る喜びと感動を体験してもらっています。子どもさんはもちろんのこと、保護者の方々からも大変好評です。また、農業塾の実践や行政と連携したインターンシップを実施し、新規就農促進を図っています。

地域連携で グリーンツーリズム

大村市グリーンツーリズム推進協議会と連携（事務局にシユシユ職員が常駐）して、フルーツ狩り（イチゴ狩り、ナシ狩り、ブドウ狩り、ブルーベリー狩り）等を通年で行っており、国内のお客様はもちろんのこと、最近では農泊を含めたインバウンドのお客様にも大変好評を頂き、年間利用者約2万人に上ります。

食育体験やフルーツ狩り等の体験活動の利用者は、従来、子どもや家族中心でしたが、最近では、企業等の家族交流会やレクリエーションに

も利用されており、今後の利用者の増加が見込めます。

長崎県大村市は大産地ではなく少量多品目の産地であり、その長所を生かして事業を拡大し、農業者の所得向上に取り組んでいます。全国的にも長崎県においても人口減少が進む中、大村市は県下で唯一、人口が増加しており、農業後継者も積極的に活動しています。

6次産業においては、農家が生産・加工・販売まで一貫して行うのは加工技術面や労力的に難しいため、最近では県内外から委託加工の依頼も増加しています。依頼者の要望に沿うには、作業の効率化が必要なため、

農業を成長産業に

加工機械器具の充実を図っていききたいと考えています。

さまざまな事業を展開するにつれて雇用が生まれ、現在では約70人を雇用するなど地域活性化に大きく貢献しており、令和3年2月に6次産業化アワードで最高賞の農林水産大臣賞を受賞しました。また、従業員の約8割の58人は女性社員であり、女性活躍社会の模範として高い評価を受けています。

さらに令和3年11月には農林水産祭多角化経営部門において天皇杯を受賞しました。

ふるさとの魅力発信を応援します！

— 日本全国ご当地情報満載 —

「ふるさと情報コーナー」から自治体アンテナショップを
見つけられるようになりました！

地域活性化センターでは、全国の都道府県・市区町村の旬な情報を気軽に見つけることのできるWEBサイト「ふるさと情報コーナー」を運営しています。観光・イベント・物産など、地域の気になる情報が満載！ また、東京都内の自治体アンテナショップ巡りに便利なデジタルマップを作成しましたので、ぜひ活用ください。

さらに、ふるさとの魅力を発信するプロモーションを支援するため、今年度も「地域プロモーションアワード」を開催します。地域プロモーションアワードの入賞作品は、ふるさと情報コーナーのWEBサイトでも公開予定です。地域の魅力をたっぷり詰め込んだ、こだわりの作品を募集します！

詳しくは以下のQRコードからそれぞれのWEBサイトにアクセスしてください。

※地域活性化センターが入居する日本橋プラザビルの1階東側にはデジタルサイネージを設置しています。タッチ操作で簡単に「ふるさと情報コーナー」や「自治体アンテナショップ」を閲覧でき、いつでもふるさと巡りを行うことができます。



「ふるさと情報コーナー」
WEBサイトはこちらから



地域プロモーション アワード2022 作品募集受付中！

募集期間 7月1日(金)～8月31日(水)

📖 パンフレット大賞 🎬 動画大賞

地域の魅力を独自のセンスで発信している
＼パンフレット・プロモーションを発掘します！／

詳しくはWEBをご確認ください▶



通信センター

一般財団法人
地域活性化センター
Japan Center for Regional Development



山梨県山梨市長 高木 晴雄

未来へつなぐまちづくりを 市民とともに

山梨市は、人口約3万4000人、甲府盆地の東部に位置し、平成17年に旧山梨市・牧丘町・三富村の合併により誕生しました。

面積の8割以上を山林が占め、特に北部一帯は秩父多摩甲斐国立公園内に属し、日本百名山・甲武信ヶ岳をはじめ、日本三大峠の一つ・雁坂峠、「森林セラピー基地」「平成の名水百選」などにも選定されている西沢渓谷などを有し、魅力的な観光地として多くの方々を訪れています。このほか、官民共同で自然保護活動が行われている乙女高原や、私が敬愛する武田信玄公が戦国時代に築いた防水林が残る万力公園など、多彩な自然環境が山梨市の誇りです。これら豊かな自然は本市の重要な構成資産となっており、令和元年には、秩父多摩甲斐国立公園を中核とする1都3県、総面積約19万㊦が甲武信ユネスコエコパークに登録されました。

この豊かな自然に育まれた肥沃な大地を生かした果樹産業は、県内有数の生産量を誇るブドウ・桃をはじめ、キウイやサクランボ・イチゴ・スモモ・柿など、さまざまな果樹が生産されており、本市の基幹産業となっています。特にシャインマスカットは近年、ふるさと納税の返礼品として全国的に人気が高まり、ふるさと納税額急増の大きな原動力となっています。

一方、持続的な果樹産業発展の大きな課題である後継者不足を解消するため、新規就農しやすい環境の整備や助成制度などの支援策の充実、親元で生産技術を習得する場合の支援強化およびスマート農業施策を図っているほか、小規模ワイナリーの開設を可能にする「ワイン特区」の認可を受け、果樹産業の6次産業化にも果敢に挑戦しています。

平成29年には山梨市を含む峡東地域（県内3市）の果樹農業システムが日本農業遺産に認定され、現在、世界農業遺産認定に向けた取り組みを関係自治体とともに進

めているところです。

JR山梨市駅と東山梨駅の中間地域の市街化整備事業に関しては、公募により名称を「アザレアタウン」に決定し、現在早期工事着手に向けた準備を進めています。定住人口増加の切り札である本事業を「山梨市百年の計」に位置づけ、今後も着実な進展を図っていきます。

一昨年から続く新型コロナウイルス感染症はいまだ収束が見通せず、長い闘いを余儀なくされています。本市ではこれまで全世帯へのマスクや衛生用品の配布、市内医療機関、事業所、子育て世帯へのさまざまな支援策を講じてきました。また、ワクチン接種においても65歳以上の小規模巡回接種を実施するなど、市民に寄り添った、きめ細やかな市独自の新型コロナウイルス対策を行い、命と健康を守り、暮らしを支えることで、市民の安全・安心の確保に努めてきました。

今後も、引き続き感染症対策に取り組むとともに、ポストコロナを見据えた地域の飛躍的な発展を図るため、直面するさまざまな課題に対し、市民の声を真摯に受け止めながら、スピード感を持って対応していきます。

私のモットーは「初心を忘れない、ぶれない、結果を出す」です。種をまき、大きく育て、花を咲かせ、実を結ぶよう、全力で取り組むことで、誰もが、「この街に住んで良かった」と思える山梨市を築きあげるとともに、未来につなぐまちづくりを、市民と手を携えながら進めていきます。

7月から9月にかけて、桃・ブドウの生産が最盛期を迎えます。市内には個性豊かな温泉や甲府盆地を一望でき、新日本三大夜景や恋人の聖地にも選ばれている笛吹川フルーツ公園など魅力あふれるさまざまな観光スポットがあります。多くの皆さまに「山梨市」の自然と旬な味覚を楽しんでいただければと心から願っています。

千早赤阪村は大阪府唯一の村です。府の南東部に位置し、大阪市中心部から直線距離で20～25[※]、車で約1時間というアクセスの良い場所にありながら、山々や田畑、清流が織りなす自然豊かな美しい風景を味わうことができます。

府内で最も高く、村のシンボルでもある金剛山は、古くは古事記や日本書紀の時代から山岳信仰の舞台としてあがめられてきた歴史があります。金剛生駒紀泉国定公園にも指定されており、自然の宝庫として季節を問わず多くの登山客などでにぎわっています。また、南北朝時代に活躍した武将・楠木正成公の生誕地やゆかりのある史跡などの歴史資源が存在し、多くの人々が観光に訪れています。

千早赤阪村では「元気なあいさつで みんなで創る『唯一』と である 金剛山のむら」を将来像としてまちづくりをすすめています。南河内いちごの楽園プロジェクトによって誕生した「ちはや姫」などのとれたていちごや大阪府で最初に登録された道の駅など村の「唯一」とであいにきませんか。

千早赤阪村では「元気なあいさつで みんなで創る『唯一』と である 金剛山のむら」を将来像としてまちづくりをすすめています。南河内いちごの楽園プロジェクトによって誕生した「ちはや姫」などのとれたていちごや大阪府で最初に登録された道の駅など村の「唯一」とであいにきませんか。



大阪府唯一の村、 千早赤阪村

金剛山

大阪府内最高点を誇り日本山岳遺産にも登録されている。初心者でも気軽に登山ができる



道の駅「ちはやあかさか」

大阪府で最初に登録された道の駅。売店では、地元で採れた野菜・果物などを販売



楠公誕生地

楠木正成誕生の地という伝承が残る場所。楠木氏館跡と考えられている候補地のひとつ



村立郷土資料館

1階は古代から近世までの郷土の歴史資料、2階には民具を常時展示している



国の史跡千早城跡

楠木正成が南北朝時代に築いた山城。この城の守りは固く、正成は少数ながら幕府軍と互角に渡り合えたことで広く知られている



スイセンの丘

毎年1月～2月中旬にかけて約5万本のスイセンが奉建塔のふもとに咲き、一帯には甘い香りが漂う



特産品いちご
村では12月～5月頃まで、採れたての新鮮な完熟いちごを収穫・販売

地域づくり7月号

2022年7月1日発行 編集・発行＝一般財団法人地域活性化センター

東京都中央区日本橋2-3-4 日本橋プラザビル13階 電話03-5202-6131(代)

<https://www.jcrd.jp/> 印刷・製本／株式会社太平印刷社

法律で許可された場合以外に本誌からの無断転載を禁止します

落丁・乱丁はお取り替えします。編集室 (03-5202-6139) E-mail: hensyuu6139@jcrd.jp まで、ご連絡下さい。



地域活性化
センターからの
メールマガジン
登録はこちら

宝くじは、みんなの暮らしに役立っています。



移動採血車



ユニバーサルデザイン施設
ピクニックテーブル



一輪車



宝くじ桜



こどもの国 ふれあい学び館



地震免震体験装置



星空観察映像展示施設



ドリームジャンボ絵本



消防団防災学習・災害活動車両



テント



総合検診車



フラワープランター

宝くじは、図書館や動物園、学校や公園の整備をはじめ、災害に強い街づくりまで、みんなの暮らしに役立っています。



一般財団法人日本宝くじ協会は、宝くじに関する調査研究や公益法人等が行う社会に貢献する事業への助成を行っています。

一般財団法人
日本宝くじ協会
<https://jla-takarakuji.or.jp/>



社会減克服の取り組みで 地域を元気に

地域づくり 特集編

目次

表紙裏 グラビア

2~5 基調論文／金岡省吾
人口減少の克服をコミットする地域づくり

6~7 北海道東川町／村中 豪
豊かでゆとりある「適疎な町」

8~9 岩手県紫波町／須川翔太
地域への愛着、プライドを高める取り組み

10~11 埼玉県北本市／林 博司
シティプロモーション「&green」を展開

12~13 神奈川県真鶴町／ト部直也
「つながり」大切に移住や企業誘致推進

14~15 兵庫県淡路市／谷口紗矢香
「あわじ環境未来島構想」を推進

16~17 島根県江津市／田中理恵
起業人材を呼び込む

18~19 島根県雲南市／總山 萌
ゆるやかな他者への依存が育む豊かな暮らし

20~21 岡山県新庄村／稲田大知
「社会増」達成へ等身大の移住定住施策

22~23 徳島県神山町／松田一輝
まちを将来世代につなぐプロジェクト

24~25 愛媛県西条市／田邊智将
「移住×プロモーション」が生む好循環

26~27 長崎県五島市／平野 梓
アナログ・デジタル双方からアプローチ

28~29 沖縄県うるま市／田中啓介
地域みんなの「やってみたい」を後押し

30~33 副基調論文／石切山真孝
東京一極集中の是正に向けた取り組みについて

2022年7月1日発行 編集・発行＝一般財団法人地域活性化センター ©2019 jcrd.jp

東京都中央区日本橋2-3-4 日本橋プラザビル13階 電話 03-5202-6131 (代) <https://www.jcrd.jp/> 印刷・製本／株式会社太平印刷社

本誌は、宝くじの社会貢献広報事業として助成を受け作成されたものです



社会減克服の取り組みで地域を元気に

日本の人口は2008年をピークに減少傾向にある。地方では大都市圏に先行して減少が進み、これに歯止めをかけることは極めて重要な課題だ。域外からの転入促進など人口の社会減克服に向けた各地の取り組みを特集する。



② 岩手県紫波町 (p8-9)
酒粕生クリームのフルーツサンド



① 北海道東川町 (p6-7)
写真甲子園で町民の歓迎を受ける高校生



④ 神奈川県真鶴町 (p12-13)
青空の下での起業体験プログラム「ハッカソン」



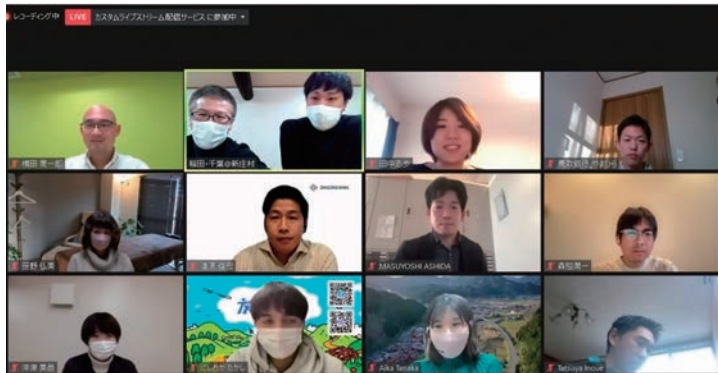
③ 埼玉県北本市 (p10-11)
市内の雑木林を活用したイベント



⑥ 島根県江津市 (p16-17)
ビジネスプランコンテストGo-conの最終発表会



⑤ 兵庫県淡路市 (p14-15)
淡路市夢舞台サスティナブル・パーク



8 岡山県新庄村 (p20-21)
Zoomを利用した伴走型の起業支援プログラム



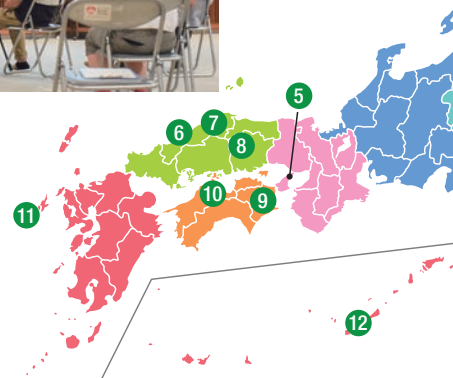
7 島根県雲南市 (p18-19)
「地域おせっかい会議」の様子。世代や分野を超えて、地域住民が集まる場となっている



10 愛媛県西条市 (p24-25)
移住推進課が実施する体験ツアーの様子



9 徳島県神山町 (p22-23)
農村環境改善センターで開催された「つなぐプロジェクト報告会」



12 沖縄県うるま市 (p28-29)
自分たちで企画したワタクシプロジェクト1・2期生合同のマルシェ



11 長崎県五島市 (p26-27)
美しい自然の中でのワーケーション

社会減克服の取り組みで
地域を元気に

人口減少の克服を「ミット」する地域づくり

―地域に若者を惹きつけ人口流動を変える!―

熊本大学熊本創生推進機構・教授／地域連携部門長
富山大学名誉教授

● 金岡 省吾

「地方創生とは？」と講演や講義で尋ねると多くの確に答えられません。日本創生会議(注1)が地域消滅の回避に「地方の人口流出を変える」を示し、まち・ひと・しごと創生本部(注2)が、地方創生として「活力ある地域づくりにより人口減少に立ち向かう」を示しました。そこで本稿は、「社会減克服へがんばる地域」とはどのようなのかを深耕するため、地域活性化センター「地方創生セミナー(2020年10月)」の講義内容を新たに原稿として書き起こし紹介することで、「活力ある地域づくり」「人口流出を変える」「人口減少に立ち向かう」を考えたいと思います。

人口減少時代の地域づくりとは

従来の地域づくりは、経済成長期における人口増加・産業発展を目指し、全国総合開発計画(以下「全総」)のもと、インフラ整備による企業誘致を目標として、モデル地域、拠点開発に代表さ

れる成長極の理論(注3)をベースとする、新産業都市、テクノポリス、中核工業団地などの地域開発や、クラスター、6次産業、農商工連携、地域資源活用などの集積の形成・活用に資する地域活性のナレッジを蓄積しました。しかしその後、日本の総人口は2008年をピークに減少に転じ、人口減少基調の地域づくりへ考え方を大きく転換し、「21世紀の国土のグランドデザイン(5全総)」「まち・ひと・しごと創生総合戦略」「国土形成計画/第1次、第2次」で、さまざまな新たな地域づくりの戦略・戦術が示されています。

したがって、現在の活力ある人口減少時代の地域づくりは、人口増加時代に培った従来の地域開発、地域づくりのナレッジを生かし、人口減少時代の新たな地域づくりとして示された「新たな公」「地域ビジネス」「CSV(共通価値の創造)」「地域イノベーション」「産学官金連携」「起業増加町」「小さな拠点」「関係人口」など、新しい考え方を

筆者プロフィール

金岡 省吾氏

(かなおか・しょうご)

千葉大学大学院でランドスケープ研究を、都市銀行系シンクタンクで国土・地域政策、経済社会領域の学際的調査研究に従事しつつ、室蘭工業大学大学院で工学博士取得。2006年、縁故のない富山大学にIターンし、地域再生人材育成/CSV(共通価値の創造)創出塾、地域定着教育/COC+(地(知)の拠点大学による地方創生推進事業)、それらナレッジの高校移転に取り組む。2021年より熊本大学にて、熊本・和歌山・富山7拠点での産学官金共創によるCSV創出塾を基軸とするローカルプロジェクトアカデミーを展開中。

融合することが必要です。

人口減のメカニズムと処方箋

各自治体は、地方創生戦略立案の際に人口ビジョンを検討し、目標人口達成へ人口流入や出生状況を明らかにしています。ここでA市を事例に人口の変化要因を考えると、①人口維持に必要な合計特殊出生率 2.07 （人口置換水準）との対比はどうか②時系列の年齢階級別純移動数（図1）に示す、Point1＝大学卒業時のU・イターンの状況、Point2＝子育て層20～30歳代の社会移動、Point3-1、3-2＝中学・高校卒業時の社会移動――が人口減少に関与します。これらの人口減少要因の克服のため、「まち・ひと・しごと創生総合戦略」（注2）は、地方創生として「人口減少を和らげる」「地域内経済循環」「人口減少に適した地域づくり」を掲げ、地方に住みたい、地方とながら、稼ぐ地域をつくることで、人口ビジョンの目標達成／社会減克服をコミット（約束）することを地域に求めています。

人口減に立ち向かう 活力ある地域づくりとは？

人口ビジョンの策定は、日用品を買う店舗やガソリンスタンドの閉店、路線バスの廃止、山間部ばかりでなく都市中心部での限界集落の出現による、シャッター商店街、コミュニティ機能の低下による子育て環境の喪失など、人口減少による生活サービス機能の崩壊を予見しました。このような困り事に対し、地域課題を解決する地域ビジネスとして、住民出資によるガソリンスタンドの運

営、コミュニティバスの運営、廃校舎調理室のレストランへの改装と配食サービスの提供など、「新たな公」「小規模多機能自治」とも呼ばれる、これまでとは異なる地域ビジネスが地域を支え始めています。このような地域づくりの展開には、人口増加時代に取組まれたクラスター、農工商連携、地域資源活用等の各政策展開により蓄積したナレッジとともに、ハズオン支援、産学金連携などのノウハウを応用し、消失した日常生活サービスを地域発ローカルイノベーションとして共創し、地域の稼ぐ力をつくり出すことが必要です。これが地方創生として人口減、社会減克服に求められる新しい地域づくりであり、国として目指すべき目標です。第2次国土形成計画においても、将来人口がどうなるのかを地域で考え、従来の企業城下町ではなく、地域発イノベーションによる「起業増加町」を目指し、資金調達の方法を変え、地域の担い手を育成し、地域課題解決に資するビジネス展開を提唱し、泉のようにプロジェクトが噴出する共創の場づくりを地域に求めました。

イノベーションが 湧き起こる共創の場

熊本大学と和歌山県田辺市は、産官学金連携による実践的リカレント教育として人材育成塾「たなべ未来創造塾」（14回、8カ月）を展開しています。これは座学で修了証を授与することが目的で

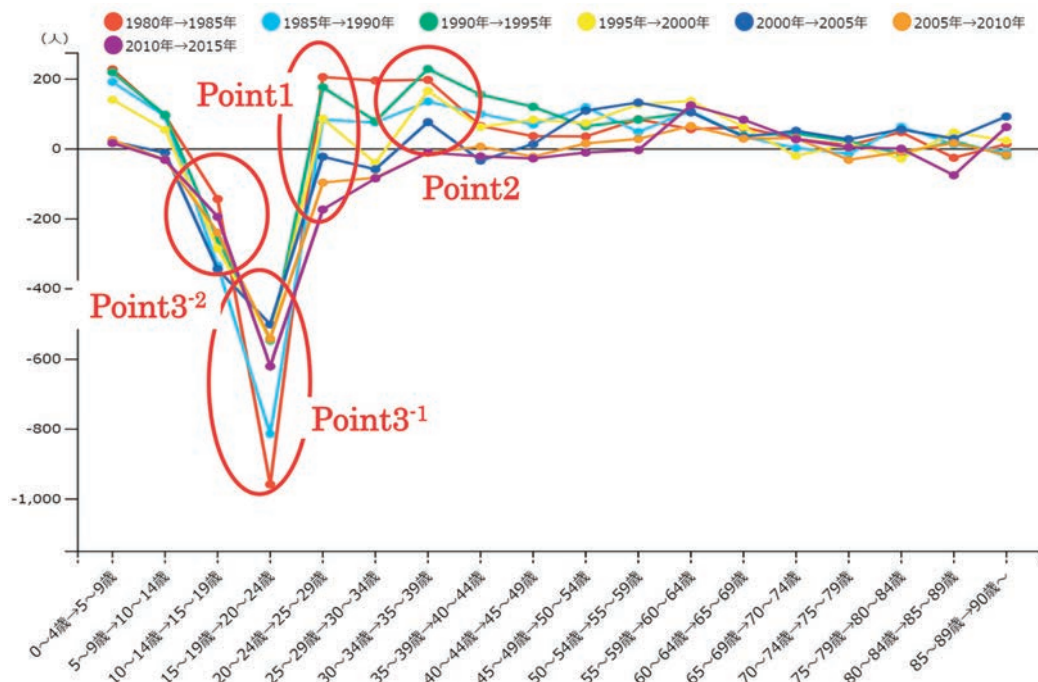


図1 年齢階級別純移動数の時系列分析（熊本市）

【出典】総務省「国勢調査」、厚生労働省「都道府県別生命表」に基づきまち・ひと・しごと創生本部作成
<https://resas.go.jp/populationsociety/#/movement/43/43210/2/1/1/2020/5.333900736553437/41.42090017812787/142.29371418128918>

【注】リーサスから転用した図表を、一部、筆者が加工・加筆

はなく、地域の若手経営者が地域課題解決型ビジネスを創出するため、PBL（課題解決型学習）を行い、KPI（重要業績評価指標）として塾生の稼働率60%を設定し、地方創生のエンジンとして能動的に地域が動き出す、人口減少時代の地域活性へ新しいインフラづくりに大学と市役所が取り組むものです。人材育成塾に参加した小さい企業が取り組む地域ビジネスを紹介します。

農家発の地域ビジネスと連鎖

農業従事者の高齢化による耕作放棄地の増大が、シカやイノシシによる鳥獣被害→農作物収入の不安定化→さらなる耕作放棄地の増大との負のスパイラルを生み、流出する若者の地域や農業への魅力をさらに低下させていました。この連鎖を断ち切ろうと、若者衆（図2）が鳥獣捕獲にのりだし、この動きに共鳴して、県外流出していたジビエ料理コンテストで優秀な成績を収めた若手シェフがフレンチレストランを山の中に開店。この活動にマーケットも共鳴し始め、クラウドファンディングでの資金調達、わくわくする仕事を作ってここに住みたいとプロボノ（専門知識等を生かして活動するボランティア）、関係人口といわれる若い人も集まり始めました。立ち上がった若者衆は、何人もの若手を地区に戻し、地域の小さな経済が回るための稼働力として、商品開発、農作業代行、農地回復などの地域ビジネスをつくりだしました。この取り組みは、成長の極により経済を回し、クラスター政策、農商工連携の考えを肌感覚で動かすもので、現在は地域商社機能を形成すると言いました。

地方デザイナーと価値連鎖

デザイナーの塾生がカミキリムシの被害を受けたアカネ材に注目した地域ビジネスを提案すると、同期塾生の家具屋さんが相乗り案を、苗木生産する林業家の後輩塾生も同調、さらには塾生外の製材所、一級建築士も呼応し、入り口から出口までのサプライチェーンが、経営学用語の価値連鎖としてつながり、SDGsに先駆けるプロジェクトチーム（図3）が稼働しました。山を守る商品づくりが、今まで入り込めなかった企業への新たな営業ツールになるなど、地域の壁を乗り越える新たな企業行動が生まれました。「頭脳立地法」で地方集積が企

図されたデザイン業は、安い単価、見知らぬ企業を受け入れづらい雰囲気等、地方では開業しにくい実態もありますが、デザイナーの塾生は6次産業化、クラスター化などの従来型地域づくりと、CSV実践といった新しい地域づくりの理論を融合する新たな武器を手に入れ、無意識に、肌感覚で人口減少時代の地域づくりを展開し、デザイン業の地域定着を実践しています。

CSVによる稼げる地域づくり

紹介事例は、地域課題解決をボランティア／受動的CSR（社会的責任）としてではなく、取り組む企業が、自社の強みや本業を生かした地域課題解決のストーリーを語り始め、地域の将来がどうなるかのCSVをすべてのステイクホルダーで考えることによって、企業課題と地域課題の双方



図2 自分たちの畑は自分たちで守る。若手農家で「チーム HINATA」結成



図3 虫食い材（アカネ材）に光を！「BokuMoku」プロジェクト

を解決する地域ビジネスを稼働させるもので、みんなで助け合う「三方よし」を実践し、事業承継する、第二創業による起業増加町づくりです。あの塾生とこの塾生がつながり、さらにこの塾生とこの塾生がつながるなど、全総時代の6次産業、クラスター政策の考え方が踏襲されています。事業承継に興味を示す地域金融機関をはじめ、地域のステイクホルダーは、直感的にみんなを感じ合っているように動いています。田辺では5期58人の塾生を送り出し、稼働率71%、41の地域課題解決ビジネスが稼働し、さらに塾生同士のクラスター化、ステイクホルダーもが連動する共創の場の形成など、「自分たちが動けば地域は変わる！」という自治体を作ったキャッチコピーの通りに、読者の方は地域が大きく変わり始めていることを直感的にご理解いただけたと思います。多様なステイクホルダーが、見えざる手に促され、自らのために

それぞれの役割を担います。

地方で活躍するのが格好いい

ある大手企業は「地元が大好きな、あなた『イノベーションを起こしませんか』『地方創生という言葉にわくわくする。社会の課題解決に役立つ仕事をしたい方』就職しませんかと、地方創生をリクルーティングの武器にしています。残念ながら、地方企業にはこうした採用行動はみられません。

一方、人材育成塾の関係者が大学で共創の場や地域ビジネス例を講義すると、学生から「こんな知らなかった」「地方創生は面白い」との声が上がり、就職先としての県内魅力度が統計的に有意に向上（注4）し、前述の大手企業のように、地方創生に取り組みたいとの若者のポジティブな職業選択の受け皿としての雇用創出の必要性も明らかにになりました。実際に、田辺の塾生企業を自ら探し出し就職する大都市学生も現れ、社会減克服にコミットする稼げる地域づくりは、単なる売上げ増でなく、企業ブランド（価値）を向上させ、若者をひきつけ人流を変える可能性を秘めています。

さらに、この意識変化のナレッジ移転を、魚津市の私立高校で取り組みました。大学・市役所が協働する地域課題解決型キャリア教育（図4）として、塾生OBが協力し、生徒が地域の良さや地域課題を理解するとともに課題解決能力を身に付け、「地域に残り、地域を支える若者の育成」を目指すものです。取り組みの結果、近隣の公立高校が定員割れするなか、激減していた専願数、入学者数が回復しました。専願者の増加要因を理事長・校長は、受験生や親御さんの高校に対する見

方が変化し、進学校ではない高校が地域の中で存在感を示し、高校のブランドイメージを向上させたのではないかと推察しています。塾生以外の企業も費用負担を伴う地域連携教育への協力の申し出もあり、取り組みの輪が拡大中です。

社会減克服に何をコミットするのか

社会減克服をコミットする地域づくりは、まずは大学の敷地で試作システムを動かし、サテライトとなる共創の場を魚津市に、次に大学と魚津市がタッグを組んで高岡市に、さらに、大学・2自治体により移動距離6時間を要する県外の田辺市へとナレッジ移転した結果、3地域で塾卒業生165人、109人稼働、稼働率66・1%（2020年6月）となりました。その後、田辺市・南砺市、熊本県八代市へのナレッジ移転、さらに筆者の熊本・イターンに伴い、熊本県4カ所（阿蘇広域地域、天草市、玉名市、菊池市）へ拡大し、地域課題を解決するビジネスを生み出す泉の形成へ、自治体の枠、県域の枠を超え、相互に協力し合い、熊本・和歌山・富山の広域7拠点で知の対流を促す共創の場が生まれました。大学で開発した共創の場は、従来、重視されてきた目利き力で動かすのではなく、価値連鎖により地域が能動的に自走し始める仕組みに加え、将来、大学生や高校生が関係人口として地域外から関わりたい、あるいは地域に戻りたい、さらには子供が事業継承したい、地方での活躍が格好いいと思わせ、若者をひきつけ人の流れを変える仕組みづくりです。このため、熊本で人材育成塾を展開する地域の高等学校が、稼げる地域づくりと連動する高校ブランドイメー

ジ向上に興味を示し始めています。

社会減克服への地域の取り組みの意味するところは、稼ぐ地域づくりにより、地方に住みたい、地方とつながりたいとの意識変化を生じさせ、人口減少克服をコミットする地方創生であることを紹介してきました。おんぶに抱っこではなく、ステイクホルダー各々が自ら汗をかき、ナレッジを蓄積する新たなリカレント教育として共創の場を大学と各自治体が提供しています。共創の場形成による地域再生塾と大学生・高校生の意識変化の連関は、全国各地の多様な場所で応用可能と確信しています。自治体、高校関係者の読者の方々、社会減克服にむけ一緒に共創してみませんか。

図4 高校へのノウハウ移転

- 注1 http://www.policy.council.jp/pdf/prop03_prop03.pdf
「少子化・地方元気戦略」日本創生会議・人口減少問題検討分科会 2014/5/8 p13~15
- 注2 <https://www.chisou.go.jp/sousei/info/pdf/t12-20-senryakufu.pdf>
「第2期まち・ひと・しごと創生総合戦略」内閣府 2019/12/20 p2~83
- 注3 国土計画の変遷・効率と公平の計画思想 2008/4/1 川上征雄（著）1151ページ、鹿島出版会 p53~54
- 注4 尾山真・金岡省吾・塩尻一三男・小松重紀子・市村恒士（2021）：富山大学における地域の担い手教育による地域定着意識の変化に関する研究・ランドスケープ研究 84（5）、645-650、日本造園学会

豊かでゆとりある「適疎な町」

―「写真の町」東川町が実践する町づくり―



東川町適疎推進課適疎推進室 主任

・村中 豪

◆◆◆ 適疎な町とは

東川町は、北海道のほぼ中央に位置し、町内東部には北海道の自然を代表する旭岳を始めとする大雪山連峰を有しており、大雪山からの伏流水が豊富で町内には上水道がなく、住民すべてが良質な地下水で生活している人口約8400人の町です。かつては人口減少が進み、一時は7000人を割り込みましたが、その後およそ30年で20%増加しています。

町づくりで中心となる考え方が「適疎な町」です。町では、令和4年1月機構改革により、「適疎推進課」を設置しました。「適疎」という言葉はあまり聞きなれない言葉かもしれませんが、私たちは、「適疎」を過密でもない過疎でもない「適当に疎がある」状態であると定義しています。自然豊かな場所では、「疎」、つまり間（ま）があることにより都市とは違うゆとりのある空間と時間、そして顔の見える仲間との関係性があり、しっか

りとした地域コミュニティが存在する中で、暮らしが豊かさにつながると考えています。町づくりの事例をいくつか紹介することにより、私たちが目指している「適疎な町」とはどのようなものなのかについて、その一端を紹介できればと思います。

◆◆◆ 写真の町事業

取り組みの一つ目は、写真の町事業です。東川町は、昭和60年、当時全国の市町村が「一村一品運動」により地域おこしを図ろうとする中、ある企画会社から「写真」を軸とした町づくりを提案され、「写真の町」宣言をおこないました。そして、今日に至るまで30年以上の長きに渡りさまざまな写真の町事業を展開してきております。数多い事業の中でも代表的なものが写真甲子園です。

写真甲子園は、全国の高校の写真部や写真サークルから共同制作による作品を募集し、応募作によって優秀な高校を選抜したうえで東川町に招

き、同一条件のもと、全国一を決定する大会です。写真甲子園には多くの特徴がありますが、町づくりという側面から見たときに重要な点は、町民を含む多くのボランティアによって大会が成り立っていることです。

東川町に来た高校生はまず、町内の自治振興会、農協や商工会の女性団体が中心のボランティアによって作られたおいしいごはんに迎えられる。また、開会式直後には、町民の家に一晚ホームステイをして一層の歓迎を受けるのです。

このように写真甲子園を始めとする写真の町事業は、多くの町民参加により成り立っています。これは、町内に「顔が見え挨拶がある仲間」という関係性があり、適疎な町を目指す東川町ならではの文化があったからこそ考えます。また、町民が参加することにより、事業の継続性が担保され、今日まで続く「写真の町」東川町があるので

す。

長年実施してきた写真の町事業により、交流人口や関係人口といった言葉が使われるようになる以前から、町は写真業界や写真甲子園に出場する学校、高校生たちと交流を続けてきました。その結果、写真甲子園への出場経験者の中に役場職員になる人があるなど、町の魅力発信における重要なファクターとなっています。また、町民にとっても「写真の町」であることが東川町のアイデンティティーのひとつであるとの認識が深まり、シニアクラブにおける写真活動や、子どもたちによる写真少年団といった目に見える活動のみならず町の魅力向上に大きな役割を果たしています。



豊かな自然と共存する東川町の町並み



町立日本語学校での授業の様子

ゼロカーボンに取り組む適疎な町宣言

近年 世界各地では猛暑や豪雨など
地球温暖化が原因とみられる異常気象による災害が多発しており
もはや「気候危機」と言うべき深刻な状況は
これまでに経験したことのない豪雨や台風などにより

私たちの町もその影響を受けています

気候変動への対応として 2015 年 12 月に採択された「パリ協定」によって
2020 年以降の温室効果ガス排出削減のための国際的な枠組みが規定され

2021 年 11 月に開催された COP26 では

「1.5℃目標」に向かって世界が努力することが正式に合意され
この目標を達成するための取組が世界全体で加速化しています

大雪山の麓で生きる私たちは

「顔が見え 挨拶を交わし 会話が弾む 自分らしく生きるための 仲間 時間 空間」

がある「適疎な町」を目指し

二酸化炭素の吸収源である豊富な森林に守られながら

地下水の恵みにより豊かな生活を営み

「自然」「人」「文化」が調和する町づくりを進めてきました

私たちは この自然豊かな地域を未来へ繋ぐこと

将来に渡って安心して暮らすことのできる持続可能な社会を実現するため

この町で暮らす一人ひとりが「共に」

気候変動の原因となる温室効果ガス削減に取り組むことで

2030 年の削減目標を確実に達成し

2050 年までに二酸化炭素排出量実質ゼロの実現を目指すことをここに宣言します

2022 年 3 月 7 日 写真文化首都「写真の町」ひがしかわ

ゼロカーボンに取り組む適疎な町宣言文

町立日本語学校の開設

続いて、日本語学校の取り組みについて紹介します。事業のきっかけは、町内の専門学校の卒業生である韓国の方から、卒業後来町した際に「韓国の学生にこの町で日本語を勉強させたい」と提案を受け、平成21年から日本語研修生の受け入れを始めたことにさかのぼります。当初は数カ月間の期間で日本語を学んでもらうという事業でしたが、長期の日本語研修についても需要があることを把握したことで、6カ月から1年間という期間で日本語教育を行う町立日本語学校を平成27年に開校する運びとなりました。

当初は、異なる文化圏からきた多くの留学生に対する町民の戸惑いの声が少なからずありました。しかし、留学生と、適度な「疎」の中に存在

する町民コミュニティとのつながりが生まれることで、そうした声は徐々に減っていきました。

例えば、ある留学生はシニアクラブの芸能発表会に出演し、美しい民族衣装を着て踊りを披露して拍手喝采を浴びました。また、とある町内で商店を営む方が、多くの留学生に対し分け隔てなく手助けし、相談を受け、あたたかなサポートで留学生の不安や寂しさを取り除き、留学生が安心して生活できる環境を生み出している、といったケースもあります。さらに、夫婦で協力し、留学生を自宅に招き悩みを聞いたり手料理をふるまったりしている方もいらつしやいます。こうした留学生と町民との交流により、東川町の日本語学校運営は継続が可能となっています。

この日本語学校事業も東川町の価値向上に大きな役割を果たしています。東川町に滞在した留学生が母国に帰り、町の宣伝をしてくれることでさ

らなる交流人口や関係人口の増加につながっているほか、多い時で300人ほどの留学生が町に滞在することは町にとってかなり大きな経済効果となっています。

ゼロカーボンに取り組む適疎な町

東川町は、令和4年3月に「ゼロカーボンに取り組む適疎な町宣言」を行いました。これは、2050年に向け適疎な町を目指しながらゼロカーボンを達成するという旨の方針を宣言したものです。これまで紹介してきたとおり、適度な「疎」があり、「顔の見える仲間との関係性」があることが東川町の魅力です。その魅力がより一層深化したものとなるよう、世界的な課題であるゼロカーボン実現に向けた町づくりを推進していくことが今の東川町の取り組むべき課題の一つです。

地域への愛着、

プライドを高める取り組み

―ファンを巻き込み深く長く愛される町へ―



紫波町産業部商工観光課商工観光係長

● 須川 翔太

大切なのは住民の「熱量」

全国の多くの自治体において人口減少と少子高齢化が進行しています。縮退社会の時代において、行政として向き合うべき課題とは何でしょうか。地域経済の低迷、空き家の増加、地域コミュニティの衰退などさまざまな課題が考えられます。

しかし、克服すべき課題は行政が一方的に決めることなく、当事者としてその地域に暮らす住民と行政と一緒に考えていくものです。課題とは、目指すべき目標と現状とのギャップを埋めるためのものです。地域の将来像を考えたとき、もし住民自身が現状から何も変える必要がないと考えるのであれば、克服すべき課題はないのかもしれない。よって、まずは行政と住民が自分たちの暮らしと地域に向き合い、将来について考えることが大切ではないでしょうか。

それを阻害する大きな要因となるのが、人口減少と少子高齢化の進行に伴う地域の活力の低下だと考えられます。地域の活力が低下すると、そこで生まれ育った人たちの地元への愛着やプライド、すなわち「熱量」が低下し、自分たちの暮らしと地域に無関心になってしまいうことが想定されます。従って、行政として向き合うべき重要な課題の一つは住民の感情であり、地域に対する熱量を上げていくという視点が求められます。

オガールプロジェクトと 紫波町のまちづくり

紫波町は岩手県内においてベッドタウンの役割を担っています。町の中央部は市街地化が進み、特に子育て世代の転入が顕著です。しかし、少し中央部を離れると田園地帯などの農村部が広がっており、人口減少と少子高齢化が加速しています。加えて、令和2年から令和3年にかけて農村部の

小学校の統廃合が進められたことも相まって、行政に対して反感を抱く農村部の住民も現れました。このようなネガティブな感情が生まれてしまうと、自分たちが住む地域への熱量は低下し、地域に対して無関心になり、地域の活力が低下するという負のスパイラルが生まれてしまうことが懸念されました。

一方で、地方創生の成功事例として取り上げられることが多いオガールプロジェクト（紫波中央駅前都市整備事業）は全国的にも注目度が高く、オガールがきっかけで紫波町を好きになった方、オガールに関わりたくて紫波町に移住した方など、高い熱量をもって紫波町に関わってくださる方が多くいらっしゃいます。そして、そのような方々はそれぞれの視点で紫波町の魅力や価値を見出し、充実した紫波町ライフを満喫されています。

このような状況を踏まえ、縮退社会における紫波町のまちづくりは、人口という「量」の問題に捉われるのではなく感情という「質」の部分に焦点を当て、まちのことを好きだと言ってくださる方、まちの情報を一緒に発信してくださる方、まちのことを一緒に考えてくださる方などの「まちのファン」の方々と共に進めることとし、そのための新たな仕掛けとして、①熱量を持つファンを巻き込むこと②ファンの熱量をさらに上げていくこと③ファンの熱量が伝わっていく仕組みを作ることを――を始めました。

若者のエネルギーを熱源に

①については、熱源を持つファンは特に若年層



地域おこし協力隊



酒粕生クリームのフルーツサンド



つばめの森

に多いことを見込み、大学生の実践型インターンシップと地域おこし協力隊の採用を行いました。実践型インターンシップは、想いを持った地域の企業と、大学を飛び出し地域で働きたい学生がタッグを組み、新規事業の創出や経営課題の解決に取り組む本気のプロジェクトです。主に首都圏の大学から町内の酒蔵やワイナリーに学生を受け入れた結果、さまざまな企画が立ち上がりましたが、その中でも地元商店街の飲食店と酒蔵が連携した酒粕メニューの開発では「酒粕生クリームのフルーツサンド」という特色ある商品が誕生し、商店街活性化の起爆剤となっています。

また、地域おこし協力隊については「紫波タウンインベーターズ」という名称で隊員を募集し、地方での起業を希望している方を対象に採用を進めました。現在は、協力隊をやりながらカフェを経営している隊員、本を出版している隊員、農業をやっている隊員、看護師資格を持っている隊員など、個性豊かな面々がそれぞれの特技を生かしながら活躍しています。そして、熱源を持つ協力隊の周りには新たなファンが生まれ、さらに互いに熱量を高め合う相乗効果が生まれています。

WEBとリアルをつなぐ コミュニケーション

②、③については、タウンプロモーション施策として実施することとしました。行政が実施するプロモーションは主に移住促進や魅力発信のため

に行われるものがほとんどで、インターネットを活用して広く沢山の情報を届けることが重要視されてきたように思います。しかし、紫波町が行うプロモーションは熱量を伝播させることを目的としており、ヒト・モノ・コトの距離を縮めたり、関係を構築したりすることを目指しています。一方的なデジタル情報を大量に発信するのではなく、熱量が込められた情報を正確に届けていくことで人々の心を動かしたい。そうように考え、WEBサイトとLINE公式アカウントを連動させた「つばめの森」というサービスを今年3月に立ち上げました。町のさまざまなヒト・モノ・コトを紹介することで新たなつながりを生み出したり深めたりするとともに、ファンの一人ひとりの距離をより一層縮めながらファンやコミュニティの活動を支援していきま

す。ファンの気持ちに寄り添ったプロモーション施策を通じてWEB（オンライン）とリアル（オフライン）をつなぐコミュニケーションを行い、まちに関わる方々の思いを育んでいきたいと考えています。

紫波町が多くの方により深く、より長く愛される町になるため、熱量が上がるまちづくりを展開していきます。

シティプロモーション

「&green」を展開

—「三つの意欲」で測る新たな指標が奏功—



パブリシंक株式会社代表取締役
前北本市産業観光課商工労政・観光担当 主査

・林 博司

市外からの移住増を目指さない

北本市は埼玉県中央に位置する人口約6万5000人の小さなベッドタウンです。

2019年時点で人口減少が他近隣自治体と比べても進んでおり、消滅可能性都市の一つとしてあげられるなど、特に若年層の減少が進んでいました。こうした状況に対応するため、2019年4月にシティプロモーション担当（2名）が新設され、配属されました。

そこで改めて人口減少対策として自治体は何をしていくべきなのかを考えました。

当時、シティプロモーションや定住・移住促進事業というと、転入や子育てに関する補助金を創設し、制度面から他自治体と差別化を図る、または大手広告代理店に委託料を払って、打ち上げ花火的なプロモーション事業を行い、一時的にまち

の知名度を上げるといえるものが主流であったと思います。

私はそうした状況に強い疑問を感じていました。お金をかけて便益を提供していく、宣伝していく方法は、市の財政状況が厳しくなった場合には続けられません。また、経済的なメリットで呼び込む方法で本当にまちを愛する人たちに来てもらえるのか。そもそも外から人を連れてくるという手法は単に人口移動が行われているだけで、日本全体を見ればメリットはありません。

そこで、北本市では外から人を呼ぶのではなく、①今住んでくださっている人たち（特に転出が著しい20〜40代半ばの若い世代）に、まちに愛着を持ち住み続けてもらう②仮に人口が減ったとしても、多くの人がまちの活動に参加し関わることで、まちの活力を維持していく——この二つの状況を生み出すことをシティプロモーション事業の核として事業を実施していくこととしました。

成果指標「mGAP」の採用

まちへの愛着というと、どこか曖昧で成果指標に設定するには客観性が欠けると考えました。また、人口増減に代わる成果指標を探していました。そんな中で出会ったのが、東海大学河井孝仁教授の提唱する、まちへの①推奨②参加③感謝——の三つの意欲を成果指標とするmGAP（エムギヤップ・修正地域参画総量指標）です。

mGAPでは、仮に人口が減少しても意欲を高めることで、成果をプラスにもっていくことができます。このmGAPを全国で初めてシティプロモーション事業の正式な成果指標とし、河井教授からのアドバイスや庁内研修を受けながら事業を実施することとしました。2019年に3000人に対するまちづくり市民アンケートでmGAPを測ったところ、1019と大幅にマイナスに振れ、特に推奨意欲（他の人に自分の住むまちをお薦めする気持ちの程度）が低いことが分かりました。

シティプロモーションコンセプト「&green」

まちへの推奨意欲が低い状況を改善する必要があるりました。そこでまず、市民の皆さんが北本市に暮らす魅力をどのように捉えているのかを知るために、市民ワークショップ「きたもと暮らし研究会」や、市役所若手シティプロモーションプロジェクトチーム「きたもとグリーンラボ」を立ち上げ、検討を行いました。



市内の里山空間を利用したイベント（撮影：北本自然観察公園）



市内の雑木林を活用したイベント



屋外仮設マーケット（市役所芝生広場）の様子

これからは北本市がまちの魅力を高めていくよう、一歩一歩努力を続けていきます。

その中で、暮らしていく上でのまちの魅力を改めて整理したところ、

- ・首都圏近郊の小規模で平地のベッドタウンでありながら、荒川沿いの里山空間は全国でも屈指の動植物の宝庫となっており、市街地にも適度に雑木林が残され緑被率は約50%を保持している
- ・緑を生かした「きたもと緑の森めぐり」や「秋の収穫祭」といったおしゃれな屋外仮設マーケットが開かれている
- ・市内に70カ所以上農産物の直売所があり、地産地消が進んでいる
- などがあげられました。

そこで、これらの魅力を今後統一的に発信し、高めていくために、「&green —豊かな緑に囲まれた、ゆったりとした街の中で、あなたらしい暮らしを—」というシティプロモーションコンセプトを定め、各種取り組みを行っていくこととしました。

17年ぶりの人口社会増

「&green」の魅力を伝える冊子の発行、WEBページの開設、動画の作成を行いました。また、▽農業体験など日々の暮らしの魅力を体感するツアー「&green 暮らしの学校」を実施▽「&green」デザインガイドラインを作成し、市封筒・名刺等発行媒体へ印字▽北本産農産物のブランド名を「&green food」として展開▽公設民営のカフェ名を「&green cafe」とする——など2019年から2021年度の3年間で、「&green」をコンセプトに庁内外に横串をさす形でさまざまな取り組みを行ってきました。

その中で現在最も効果的と捉え、力を入れて取り組み組んでいる事業が屋外仮設マーケット事業です。屋外仮設マーケットはコロナ禍でも機能する売り買いの場としてだけでなく、&greenの魅力

を知り、地域で活動している人たちがつながれる場としても機能しており、北本に暮らす人や関わる人がまちを知る・好きになる・参加したくなるきっかけとなる大きな可能性があると考えています。そこで、北本で日常的にマーケットが開催されるよう、まちの皆さんとともにマーケットの価値と展開を考えるワークショップ「マーケットの学校」を実施。その実践の場として月1回市役所芝生広場で「&green market」を行ってきました。

こうした一連の取り組みを通し、成果指標であるnGAPは2021年に1618となり2019年から401ポイント上昇しました。また人口増減での実績を見ると、2020年は17年ぶりの社会増、2021年は若年層世代（20代から40代前半）でも社会増に転じました。

この結果から、補助金や広告で外から人口を引っ張ってくることを目指さずとも、着実にまちの魅力を見つけ、内側から発信し、高めていくこと

「つながり」大切に

移住や企業誘致推進

— 民間活力・自走・自治で共創する多様な暮らし —



真鶴町政策推進課 課長補佐

● 卜部 直也

◆◆◆
今あるものの価値化

変わらない風景に価値がある。真鶴町の昔から変わらない懐かしい風景にひかれ、20代をはじめとした現役世代の移住や起業、クリエイターなどの関係人口が生まれています。

神奈川県最西部に位置し、人口6931人（令和4年4月1日現在）、面積約7平方^キという県内で2番目に小さな港町は、バブル経済期に全国で進められたリゾート開発の圧力にも屈せず、平成5年に通称「美の条例」を制定しました。全国紙の社説に「小さな町の大きな挑戦」と評された独自の地域づくりは、時を経て、新しい生き方を求める若い世代にも共感が広がり、令和元年度、11年ぶりに人口が「社会増」に転じました。

平成29年に神奈川県初の過疎地域に指定され、人口減少、特に若年女性人口の減少や地場産業の

高齢化・後継者不足という課題に直面する中、真鶴町は持続可能な地域づくりを模索しています。

◆◆◆
移住・定住対策の展開

・新しい働き方・働き場

真鶴町は、サテライトオフィス（以下「SO」）の誘致とシェアリングエコノミー（以下「SE」）の推進という2本の柱で、港町における新しい働き方づくりに取り組んでいます。

産業振興や空き家対策、高齢化・防災といった地域の課題をビジネスで解決したり、地元の雇用・仕事を開拓したりするSO誘致は、平成29年度に着手しました。観光協会や商工会・町内事業者をはじめとする公民連携組織による協働推進で、ウェブマーケティング、結婚相談、地域間交流支援、IoTシステム開発等々、計7社の企業・団体がオフィスを開設し、地元雇用を生んでいるほか、

地元事業者との業務委託や実証実験等が行われています。

SEは、子育て等で1日2、3時間しか働けない人たちや個人事業主等が時間を提供し合いチームで仕事を共同受注する「スキルシェアリング」により仕事を開拓する人材発掘・育成事業です。これにより小さな子どもがいる親も仕事ができる環境が生まれています。「新しい働き方の普及啓発」「スキル習得プログラム&体験ワーク」という事業構成で平成30年度、令和元年度、令和3年度の計3回実施し、約40人の卒業生から、SO企業への雇用、空き家バンクの業務委託、コワーキング施設の立ち上げ等、ビジネスやコミュニティが立ち上がっています。

・関係人口と空き家の利活用

平成26年度に開始した役場の中堅・若手職員と公募住民等で構成する公民連携の「真鶴町活性化プロジェクト」は、「提案より実行」を掲げ、5チームが朝市や空き家を利活用した試住体験企画、ハッカソン（起業体験プログラム）等を実施し、これまで縁のなかったITコミュニティがハッカソンを通じてつながる等、事業と共に多様な関係人口が形成されるきっかけとなりました。

平成28年度には試住体験事業「くらしかる真鶴」が始まり、毎年移住者が誕生しています。商店街にある空き家を住民と一緒にリノベーションした本事業から始まった「空き家の利活用」は、旧割烹料理店を改修した創作拠点施設「真鶴テックラボ」、民間ビジネスによる仕事の拠点「月光堂」[BlueTree]（レンタルオフィス・起業スペース等）



シェアリングエコノミーの体験ワーク



青空の下での起業体験プログラム「ハッカソン」



空き家改修&試住体験施設「くらしかる真鶴」

保育園に子どもを送った後、町内の職場に5分で仕事に入れる。仕事はイベントではなく「日々」であるからこそ、「職住近接の暮らし」は個々人に心の余裕と家族や自分のための時間を与えてくれます。自治体は現場の最前線。人口の増減数等、地方創生のKPIによる効果検証に向き合いながら、数値指標の先にある「実際の住民生活」に目を向け、自分らしい暮らし方を大事にできる地域づくりを、引き続き小さな港町から模索していきます。

や、4棟の空き家を活用した「ロッキン・ビレッジ」事業等、さまざまな形で展開されています。令和3年には全国でも珍しい公民協働による空き家バンクを開設し、子育てママグループが事業承継した真鶴未来塾が空き家バンク業務を受託、「住民目線」「住民の言葉」で空き家の発掘と情報発信等を行っています。

政策連動と民間活力による共創

SO誘致から「職場や雇用」が創出され、SEによる「人材」発掘が真鶴町にさらなるSO企業を誘引し、空き家利活用が「働く物件」を提供する。6社目となったIT企業の進出は、まさに三

つの政策が連動しました。その拠点は現在、子育てママたちが起業した店舗とサテライトオフィス等が入居し、まさに「新しい働き方コミュニティ」の場となっています。一つの政策から取り組みが熟していくことは難しく、政策連動と相乗効果・相互補完から道が切りひらかれています。

真鶴町では、補助金誘致ではなく、「地元とのつながり」を大切にした移住や企業誘致を推進しています。人口減少、仕事おこし、にぎわいづくり、空き家対策等、従来は行政課題であったテーマに対する民間主導の課題解決や価値づくり。「民間活力」「自走」「自治」という視点を大切に、地元町民や事業者自らが立ち上がる、そのために行政が環境整備や側面支援を担うというスタイルが

形成されはじめています。

令和3年度より実証実験しているDIYによる公園づくりは、公園情報をオープンデータで公開し、住民と知恵や得意技を出し合いながら公園をつくり直す「草の根オープンイノベーション」であり、公園を「自分たちでつくる」協業作業です。SO誘致も令和4年度より、公民連携組織から民間主導組織に衣替えし、ビジネスとして誘致活動が展開されます。地元が立ち上がる「内発的な力」が町の持続可能性につながる、そんな感触が少しずつ広がっています。

住民の生活に目を向ける

「あわじ環境未来島構想」を推進 —大阪湾ベイエリア活性化を見据えた企業誘致—



淡路市企画情報部企業誘致推進課 主事

● 谷口 紗矢香

淡路市の地理的条件

兵庫県南部にある淡路島の北部から中部に位置する淡路市は、平成17年4月1日に5町（津名町、淡路町、北淡町、一宮町、東浦町）が合併して誕生した市である。北は明石海峡、東は大阪湾、西は播磨灘に臨み、総面積184・24平方キロで、淡路島全体（595・63平方キロ）の約3割を占め、美しい島影と海岸線や緑豊かな自然環境に恵まれている。

中央部を縦断する尾根により、東海岸、西海岸に分断されているものの、本州と四国を結ぶ神戸淡路鳴門自動車道が鉄軌道の役割を持つことから阪神圏へは1時間以内でアクセスできるなど、豊かな自然と利便性の両方を兼ね備えた新しいライフスタイルの実現が可能となっている。

あわじ環境未来島構想における 持続可能なまちづくり

兵庫県と淡路島内3市（淡路市・洲本市・南あわじ市）では、国の地域活性化総合特区「あわじ環境未来島特区」の指定を受け、持続可能な地域づくりを目指す「あわじ環境未来島構想」を基に、人口減少、経済縮小等の課題に直面する淡路島で、恵まれた地域資源を生かして新しい地域振興モデルを創るため、持続可能な地域づくりを推進している。

この新しいまちづくりの構想では、あわじ環境未来島構想に定める「生命つながる—持続する環境の島」の実現を目指し、豊かな自然と日本有数の歴史、文化を持ち、神戸・大阪にも近いという淡路島の魅力を、環境未来島構想に定める3本施策「暮らしの持続」「農と食の持続」「エネルギーの持続」によりさらに高めることとしている。

淡路市が新しいまちづくりを進める夢舞台サステイナブル・パークは、未来島構想の重点地区に指定され、分散型エネルギーインフラ・プロジェクトマスタープランを策定し、地域資源である竹を活用したエネルギーの供給を検討している。ま

た、令和4年度には、このマスタープランがベースとなったモデル事業が環境省から評価され、同パークを中心としたエリアが脱炭素先行地域として選定された。

各施設に再生可能エネルギーを供給し、熱については放置竹林を活用したボイラーの導入実装に取り組んでいく。

しかし、これらの施策により実現される内容は恵まれた生活圏の社会的必要条件であり、それだけでは人が望む複雑で多様な生活による幸せを実現する条件とはならない。

淡路市の企業誘致について

そこで淡路市では、平成19年5月に制定された企業立地促進法を受け、「淡路市企業立地促進条例」を県内でもいち早く平成20年6月に制定し、立地に際してのインセンティブの充実や条件整備を行い、「企業が立地しやすい環境を創り出す」ことを念頭に、企業の進出を促してきた。

その結果、市内企業で33件、市外企業で34件の立地実績（令和4年4月1日現在）があり、新たな雇用の創出と地域活性化に寄与している。

特に、平成24年度からは、「夢舞台サステイナブル・パーク」の整備を進め、働く場所に加えて人が安心して暮らす「住環境」と「医療施設や福祉施設」の集積を目指し、一生涯を通して定住できる「職」と「住」を一体化したコンパクトシティとして、本市の中核となるまちづくりを推進している。

同パークは、淡路市北東部の海岸沿いに位置し、



淡路市夢舞台サステナブル・パーク



淡路市の市域と神戸淡路鳴門自動車道



廃校になった小学校を活用した商業施設

本市では夢舞台サステナブル・パークに限らず、兵庫県企業庁の産業用地や遊休施設、遊休土地について積極的な企業誘致に取り組んでいる。企業誘致の成果は、雇用確保だけにとどまらず、市民の所得と購買力の向上、そして淡路市の活性化にもつながっている。

今後においても、本市は企業誘致をさらに推進していく方針であり、民間企業の持つ英知と活力による地域経済の活性化へとつなぎ「輝く淡路市」の実現を目指していく。

周辺には国際会議場、植物園、ホテル、国営明石海峡公園があり、大阪湾が一望できる。阪神間との近接性にも優れていることから定住人口、交流人口の増加が期待できる優れた立地環境で、全体面積は約24[㍔]、上下水道、電気・通信（無電柱化）等のインフラ整備を市で実施し、企業等が立地しやすい環境を整備したことにより、現在、医療・福祉事業者が3社、ものづくり製造業4社（うち1社は本社移転）が立地している。

大阪湾ベイエリアの活性化を 見据えた新たな取り組み

2025年の大阪・関西万博や統合型リゾート

施設の誘致によって、本市を取り巻く大阪湾ベイエリアの開発はさらに活発化することが見込まれ、大阪湾ベイエリアを構成する本市においても万博会場等に近接する立地条件を生かし、今後の活性化による相乗効果とこれらを見据えた新たな土地利用における企業誘致を推進する必要があった。

このことから、夢舞台サステナブル・パーク土地利用計画の見直し（未売却地8・6[㍔]）を行い、令和2年度に「淡路島国際公園都市淡路市大阪湾ベイエリア活性化構想」を策定した。この構想は「多機能でサステイナブルな暮らしと生活感のあるコンパクトシティづくり」を基本理念とし、「集客・送客・周遊のためのプレイス」「文化・

交流・体験のプレイス」「未来型都市空間のプレイス」の三つの機能を持った土地利用の実現を目指している。令和3年度の公募で、これら利用指針に基づく土地開発が実現できる事業者として「株式会社パソナグループ」に決定した。

今後、同社により、周辺集客施設等と連携した淡路島観光産業等の活性化はもとより、2025年大阪・関西万博など大規模国際イベントのサテライトエリアとして、世界市場を巻き込んだ地域経済活性化が進み、持続可能な地球環境への貢献や多様な交流人口と定住人口の創出に期待するところである。

企業誘致が もたらす効果

起業人材を呼び込む

―ビジネスプランコンテスト「Go-Con」―



特定非営利活動法人てごねっと石見専務理事

● 田中 理恵

「東京から一番遠い（移動時間が長い）市」として高校教科書で紹介されたことがある島根県江津市。今から約10年前。当時、東京ならまだしも、島根県民でも「江津？ 行ったことはない」と聞くことも珍しくなかった。それが、若者が次々と創業する街へ生まれ変わったのだ。一連の取り組みは、総務省の過疎地域自立活性化優良事例表彰で2012年度の総務大臣賞を受賞したほか、てごねっと石見は2015年第5回地域再生大賞を受賞。コンテストの事務局を担うてごねっとは、市民の伴走者となり、まちづくりのハブ機能を担っている。

◆◆◆ 江津市の中川氏との出逢い

市の中央を中国地方随一の大河である江の川が南北に流れ、日本海に注いでいる。人口は1947年の4万7057人をピークに減少し2017年に2万4000人。石州瓦の大手が倒産、2010年には誘致企業の一つであった工場が撤退

し、両者を合わせて約400人もの雇用が失われた。

当時、江津市で事業を担当していたのが、中川^{かねえ}氏である。全国初となる空き家バンク制度をつくるなど江津市の仕掛け人として知られた中川氏は、これからは数を追求める企業の誘致ではなく、人材の誘致が必要だと考えるようになった。当時、各市町村の移住施策は工夫を凝らしたツアーやお試し住宅整備など、あの手この手のアピール合戦で盛り上がっていた。そんななか、中川氏は「誰でも来てくださいと言っても、住める空き家も限られている。仕事をつくれる人材を誘致しないとこの町の未来はない」と、2010年度に創業人材を誘致するビジネスプランコンテストの開催を企画した。さらに、社会起業家支援のNPOの代表から「ただコンテストをしても、受け皿がなければ孤独になる」と助言をいただき、受賞者を継続的に支える仕組みとしての中間支援組織の設立を考えた。これは、当時、全国でも画期的な取り組みだった。

◆◆◆ 創業人材を呼び込むコンテスト

そして2010年、ソーシャルビジネスプランコンテスト「Go-Con」が開催された。賞金総額100万円が贈られる新規創業・経営革新部門と、活動資金として月額15万円程度が1年間支給される課題解決プロデューサー部門の2部門が設けられた。プレゼン審査の他、条件として受賞後1年間は江津市を拠点に活動することを盛り込んだ。実施要項には次のような記載がある。

「本ビジネスプランコンテストの選考は、江津市の課題を解決する可能性を持ったプランを持つ応募者にどれだけの熱意があるのかを確認します。たとえプランが未熟であっても、地域の課題解決に本気で取り組むという情熱を持っている個人又は団体の応募をお待ちしています。」

このコンテストにピン！ ときて応募したのが私である。江津市から100[※]東に離れた安来市で「くすぶっていた」27歳の未熟な若者である。大学時代にまちづくりやNPOに興味を持ち、民間企業を経て島根にUターンをしたが、地域づくりの仕事に就くこともできず悶々としていた。これまでビジネスプランなど書いたこともなかったが、これまでの想いをエントリーシートにまとめ「帰ってこれる島根をつくる」というビジョンを掲げ、大学生と地域とつなぐ実践型インターンシップを提案し、課題解決プロデューサー部門の大賞に選ばれた。

その後「江津市はここが正念場。ここでやったことは全国のモデルとなる。力を貸してほしい」



2014年のGo-conの
最終審査会ポスター

と力強く語る中川氏の言葉に覚悟を決め、2011年4月に江津市に移住した。竹炭を活用した養鶏場づくりを提案して同時に受賞した男性も宮城県からIターンし、私たちは新聞等にも取り上げられ、一部の行政や地域住民に「知られた人」ようになっていた。私はNPO法人の事務局長として自分のプランの実践とコンテストGo-conの開催に取り掛かったのである。

人となりがつながるコンテスト

2011年の第2回コンテストは市から受託し、てごねっと石見が事務局となった。創業を支援する体制として、市とNPOの2者ではなく地元商工会議所、商工会、金融機関と組み、地域を挙げて応援する体制をつくった。商工会議所の創業塾にも受講を薦めるなど、応募者全員の伴走を心がけた。そうして初年度25件（市内14件、市外11件）のプランが集まり、審査会の会場には市民100人が集まった。事業計画も収支計画も完璧なプラン発表会ではなく、応募者が地域への想いとプランを等身大で語り、さらに来場者から「がんばれー！」と声援が飛ぶようなあたにかい地方

これまでの応募・起業実績

年度		2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	合計
応募者数	全体	25	23	13	11	13	9	5	7	6	7	131
	市内	6	12	4	3	4	5	4	2	2	5	59
	市外	19	11	9	8	9	4	1	5	4	1	72
ファイナリスト		6	6	6	6	6	6	3	6	5	6	56
大賞受賞者数		4	2	1	1	1	1	1	1	1	1	14
出場者による 起業件数		1	2	1	1	3	4	2	5	4	3	26

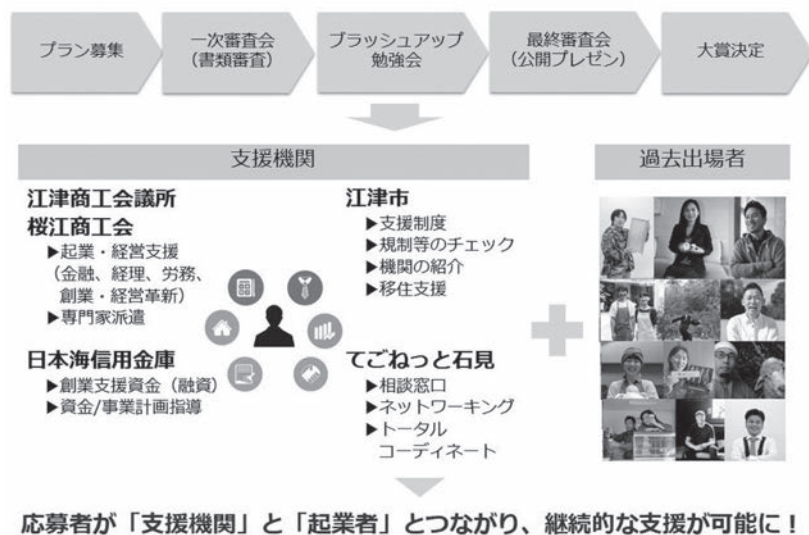
Go-conのこれまでの応募・起業実績

型のコンテストだった。

第2回の大賞受賞者は、人・食・農が交わる古民家レストラン「風のえんがわ」の多田十誠氏など。第3回は、江津の貴重な資源として古民家や古ビルを活用した空き家のリノベーション・新しい住環境を提案したデザインオフィス・スキモノの平下茂親氏が受賞した。

コンテストは、その後も続き、2010年からの起業数は26件、年間3億5000万の売上（2017年度）である。コンテストをきっかけに、市内では新たなことに挑戦しようという機運が広がっていった。江津駅前生まれ育ち、実家が弁当

Go-Conの流れ



Go-conの流れ

屋を営んでいた青年が一念発起して飲食店を始め、土産物を作る商店も開店した。さびれていくまちに心が痛み、活気を取り戻したいと思っていたという。さらに並行するように、夜市、朝市、写真展など地域でのイベントも増えてきた。（これまでの受賞者は<https://go-con.info/winner/>）

江津市は2014年にはおよそ半世紀ぶりに人口が社会増に転じ、同市のビジネスプランコンテストは山陰の総合戦略のスローガン「創造力特区」のシンボリックな存在となった。2022年度のビジネスプランコンテストの募集もまもなく始まる。今年もどんなドラマが生まれるか楽しみである。

ゆるやかな他者への依存が育む

豊かな暮らし

—おせっかい活動を通じたコミュニティづくり—

Community Nurse Company
株式会社 雲南拠点
・ 總山 萌

ついで紹介したい。

◆◆◆
取り組みの背景

私たちは、地縁や血縁といった気心の知れたものたちに囲まれること、家族だけに依拠しないその関係性に持続可能性へのヒントが隠れていると考えている。人口減少が進む地方であっても、緩やかに他者に依存することで暮らしの豊かさは成り立ち、住民の言動もより良い健康へ向かうことを意識したものに変化し、地域への愛着や人や土地に対する希望が育まれる。そんなふうに地方での日々を持続させようと発揮される市民の力が地方の持続可能性に大きく影響する場面に遭遇してきた。地縁血縁にとどまらない第3の関係性が地域の持続可能性に非常に重要であることを私たちは実感している。

以下、そのような実感につながっている島根県雲南市での「地域おせっかい会議」の取り組みに

私たちの活動の中心となっているのは、島根県雲南市という中山間地域である。雲南市は、島根県の東部に位置し、南部は広島県に接する。標高差が大きいのも特徴で、平成の大合併のタイミングで6町村が合併し誕生した人口3万6000人弱の町だ。高齢化率は40・06%（2022年2月時点）で、市内に大学はなく高校進学後は多くの学生が市外に流出する。平成の大合併を皮切りに、地域自主組織という地縁組織による小学校区単位の地域づくり「住民自治」に力を入れてきたこの町は、地域の持続可能性という観点から、次世代育成事業「幸雲南塾」を2011年より実施した。「幸雲南塾」では若手の起業家支援や市民を中心としたプロジェクトの立ち上げ支援をおこなって



雲南市内の景観。3月中旬から4月の中旬ごろにかけて、各所で桜が楽しめる

きた。幸雲南塾卒業生の中には、当社のような健康／ヘルスケア領域で起業する者も多く、今では雲南市内での事業連携も盛んに実施される。そのような中で2019年に当社が発起人となり、健康／ヘルスケア領域の幸雲南塾出身者に声をかけ、健康や地域の課題解決の最大化を目的に構想したのが「地域おせっかい会議」という取り組みである。

◆◆◆
分野超えた協働で
きめ細かな働きかけを可能に

この取り組みは、次のような仮説のもと構想されたものである。地域のなかでは、さまざまな企業やプロジェクトが個別に住民へアプローチしている現状がある。そこで、分野を越えて企業やプロジェクトが協働することで、各プロジェクトの隙間にいる多くの住民に健康／ヘルスケア領域に



多分野の若者同士で連携・協働が生まれている



地域住民と縁側で交流している様子



郵便局の展示会場で飾られたくじらのモチーフ。認知症のおばあさんを含む100軒以上の希望家庭で小さな編み物が作られ、それを持ち寄って製作された

おける働きかけを届けることができるのではない。同時に、この構想への関係人口が増えることで、担い手や利用できる社会資源が増え、地域の持続可能性を高められるのではないかと考えた。この仮説のもと「地域おせっかい会議」の取り組みは始まった。

取り組み体制は、当社をはじめとする幸雲南塾卒業生が中心となって事務局を設置し、会議の企画運営をしている。地域住民の「困りごとを解決してあげたい」「顔の見えるあの人に関わって喜ばせてあげたい」といった、誰かの心や身体、社会的な健康に関連するアイデアを事務局やおせっかい会議参加住民が持ち寄り、協力者を獲得する交流の場を月に1回開いている。また日常的にも、住民の相談事に対して、地域おせっかい会議の事務局メンバーが訪ねていき、縁側や交流センター、

時にはスーパーマーケットなどでアイデアを形にする企画会議を開催し、地域住民らの思いを後押ししている。

2021年度は延べ500人以上参加 認知症女性の支援の輪も

地域おせっかい会議が発足してから2年が経った。地域おせっかい会議の取り組みに共感し、アイデアを持ち込むメンバーとして登録している市民の数は、今では250人を超えている。2021年度は130回ものアイデア検討会が開催され、延べ参加者数は500人以上、実際に形となつてまちで実践された市民発の取り組みは60件以上になる。

2021年度の地域おせっかい会議では、認知症が始まった高齢者に気付いた市民からアイデア

が持ち込まれた。「認知症が始まったおばあちゃんと地域のつながりを、自然な形で作ってあげたい。おばあちゃんが得意なことで参加できて、かつ気負わない関係が広がり、おばあちゃんの変化に気を配り見守る人を増やせないだろうか?」というものだった。地域おせっかい会議で話し合った結果、おばあさんの得意な「編み物」を介してつながりを作る案が挙がった。実際に、認知症のおばあさんを含む100軒以上の希望家庭で小さな編み物が作られ、それを持ち寄って大きな製作物が完成した。それを交流スペースや郵便局の展示会場などで飾り、まちにぎわいが生まれた。おばあさんも、自分が編み方を教えた子育て中の若いお母さんや学生などとのつながりもでき、笑顔が増えた。おばあさんが散歩をすれば声をかけてくれる顔馴染みの輪も広がった。

この取り組みは、単一の事業所で固定のサービスをおこなってはいは決して拾うことのできなかつた、市民の中にいる担い手の発掘・育成の効果もあり、健康リスクのある市民への介入も早期に実施できている。また、この取り組みは、雲南市医師会や雲南市立病院の医師そして島根大学関係者による第三者評価を実施している。そこでは介護費用の削減効果が見込めるとの結果も出た。

今後は、地域おせっかい会議の全市展開の体制構築と効果検証、そして5年10年先を見越した持続する運営体制づくりと資金の仕組みづくりに向けて取り組んでいく予定である。

「社会増」達成へ等身大の移住定住施策 ―ワンストップ対応と環境整備を推進―



新庄村役場総務企画課 主事

・ 稲田 大知

新庄村は、岡山県の西北端、鳥取県との県境に位置する人口約850人、約380世帯の岡山県内最少人口の自治体である。特産の餅米「ひめのもち」の生産を行う農業および林業が主要な産業である。明治5年の村政施行以来、一度も合併がない自治体でもある。

減少し続ける人口

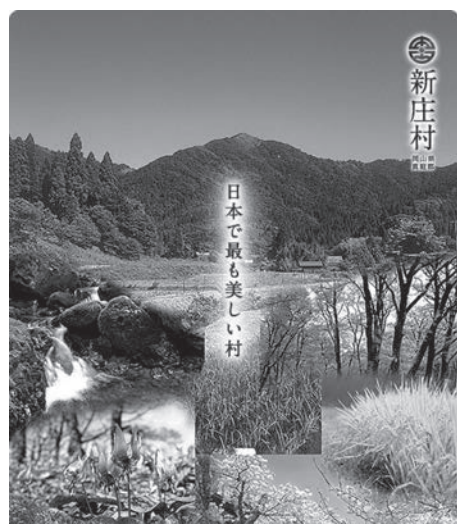
昭和55年以降、本村では人口が減少し続けており、その影響で働く場や生活を支える産業が減少している。それに伴い、若者層の人口流出が止まらず、少子化および高齢化が進行した。現在、最も重要なことは人口の減少を食い止めることである。しかし、高齢化率が40%を超えた現状では自然減が続くため、移住・定住の促進による社会増が村の活性化に不可欠であると強く認識し、平成27年度から取り組みを開始した。解決すべき課題は多々あるが小規模自治体であり、人・物・金を十分に確保することが難しい。そのため、根本に

ある人口の減少という問題の解決に大きく寄与するものに集中して資源を投入することを心掛けている。

社会増を達成した要因

移住・定住の促進を掲げ、社会増の人数を重視して取り組んだ結果、政府統計の総合窓口e-Statで情報を得ることができると直近の5年間（平成27年から令和元年）のトータルで社会増となつている。特に、平成28年度では8人、平成29年度は7人の社会増という数字になり、2年連続して自治体人口の1%程度の社会増を達成した。定量評価にこだわらず、目標を確実に達成することが住民に対する責任を果たすことにつながると考えている。

社会増の結果から分類すると、直接的に影響があった取り組み、間接的な影響があった取り組み、今後影響が出ると考えられる取り組みの三つに分類できる。



日本で最も美しい村「新庄村」

社会増に直接的な影響があった取り組みが、移住・定住に関してワンストップで対応できる体制を構築したことである。小さな自治体であるメリットを生かして、情報を担当者に一元集約し、全部署を横断した対応を行っている。

例えば、ある移住者への対応は次の通りである。

①県の移住相談会でのブース出展・説明②移住ツアアの実施による全村案内③複数回の来訪時の対応④住居物件への案内⑤移住に関するメール・電話での相談対応⑥就業先になりうる企業との連絡調整⑦企業面接日時の調整⑧住居申し込みの対応⑨転入に係る助成の申請案内⑩近隣住民へのつなぎ⑪生活に関するフォローアップ。これらが初めて相談を受けてから移住するまでの対応である。

個々の移住者の状況を把握し、可能な限りの個別対応を実施、村の事実を的確に伝え、移住者が想定する新庄村での暮らしと実情の乖離を可能な限り小さくするように努めることで、移住者の信頼感や村の生活に対する安心感を持たせることに成功している。



道の駅「がいせんざくら新庄宿」



コワーキングスペース「咲蔵家」



Zoom を利用した伴走型の起業支援プログラム

社会増に間接的な影響があった取り組みが道の駅機能強化事業である。地方創生拠点整備交付金を活用し、平成29年秋～平成30年3月の間に大規模改修を実施した。同時に商品構成の魅力化およびサービス向上などの経営改善を行い、移住者を含む新規雇用を積極的に行っている。村内に魅力的な勤務先を確保できたことは移住希望者に対して高い訴求効果があった。

社会増に今後影響が出ると考えられる取り組みがコワーキングスペース整備事業である。地域活性化・地域住民生活等緊急支援交付金（地方創生先行型）を活用し、空き家を改修してコワーキングスペースとして平成27年から運用している。コワーキングスペースとは、時間や場所にとらわれないテレワークによる仕事をする人々が誰でも利用することができる場所である。現在までにテレ

ワーカーとして移住した人はいないが、今後移住者に対して訴求効果が生まれるものと考えている。また、今後影響が出ると考えられるもう一つの取り組みとして、令和3年度から本格的に実施している、伴走型の起業支援プログラムがあげられる。これは自らのスキルを活かし、自らの手で稼ぎを作り出す個人事業主の創出および育成プログラムである。雇用が極端に限られる当村において、根底にある課題を直接的に解決する手法であるといえる。令和3年度は、地域資源を生かしたサービス開発を得意とする株式会社大王製作所と連携し、全国から集まった8人の参加者に対し本プログラムを実施した。結果として、参加者のうち4人が令和4年度から新庄村をフィールドとして、計画した事業の実証実験を行うとともに内一人が従来の居住地と新庄村との2拠点居住を実施する予定という十分な成果を残すことに成功した。要因と

しては、さまざまな経歴やスキルを持った意欲のある参加者に対して官民両方の視点から、迅速で丁寧な支援を実施し、かつ多種多様な人と交流して思考・知見を吸収することができ環境を構築したことが挙げられる。本プログラムは令和4年度以降も継続して実施予定であり、持続可能性を持った移住者の創出に努める。

現状を的確にとらえる

移住者を受け入れるにあたり課題になっていることは、移住者の住む物件数、移住者の所得を得る手段の2点である。今後この解決を進めることで、転入増は継続できるものと考えている。

前者の課題の解決のために、村産材を活用した村営住宅の建設および空き家改修による賃貸物件の整備をしており、今後も移住者の物件確保のために住宅整備に継続して取り組む予定である。

後者の課題の解決のために、前述の伴走型の起業支援プログラムの精度を高めていくとともに、令和3年度に岡山県内で初の設立となった事業協同組合を活用し、移住者の生活に持続可能性を持たせ、定住が可能となる環境を構築していく。移住・定住に関して、全国の自治体でさまざまな取り組みがなされている。しかし、社会増という明確な目標に対して、効果が高い取り組みはそれほど多いものではない。人・物・金に限られる小規模自治体であるからこそ策に溺れず、現状を的確にとらえて、資源をこれまで以上に集中して投入し、目標を達成し続けることを今後の展望としている。

まちを将来世代につなぐプロジェクト ―公社設立と見えてきた成果と課題―



神山町役場 総務課 主事

● 松田 一輝

人口の均衡を目指したプロジェクト策定

神山町の人口は1950年の2万1241人をピークに、減少の一途をたどり、2010年には6038人となった。国立社会保障・人口問題研究所のデータを元に独自に推計した結果、このまま成り行きにまかせると今後も減少傾向は続き、2040年には2443人、2060年には1145人まで減少する見込みである。「神山らしさ」を維持しながら暮らし続けるために、中長期的に3000人を下回らない人口を維持し、小中学校の学級人数が20人以上を保つ均衡状態を目指すことにした。そのためには、現在の人口増減に加え、毎年44人の転入が必要である。人が住み、留まるには地域に可能性が感じられる状況の存在が必要である。その構成要素は次の7つに要約できると考えた。①人がいる②よい住居がある③よい学校がある④いきいきと働ける⑤富や資源が流出していない⑥安全性がある⑦関係が豊かで開かれ

ている。これらの要素を部分的な課題解決ではなく、掛け合わせながら総合的に行っていくため、2015年12月に「まちを将来世代につなぐプロジェクト」を策定した。

一般社団法人神山つなぐ公社発足

プロジェクト実行にあたり、役場のみで進めると年度ごとに活動が区切られ、連続的に続けづらい。また、公平性の原理から、意欲や可能性の際だった活動を伸ばし難い。逆に、民間のみで進めると、国・県・町・近隣自治体との連携が難しく、経済合理性に偏って、公益性を保持できなくなる可能性がある。持続性のある運営を可能にするため、神山つなぐ公社を設立した。神山つなぐ公社は、行政ではなしえない柔軟な発想や手法で、必要な施策推進を迅速に手がけてゆく公益性の高い法人であり、開かれた活動拠点をもち、町職員と住民、町内外の人々がかかわり合うプロジェクト群を支援する。一方で、意志のある実行主体の発

見に至らない要推進事項についてはみずからけん引し、事業化の過程で主体を見いだすことを目的とした一般社団法人である。官民公が協働すること、連続的で、拡張性があり、継続性の高いプロジェクトを進め、成果を生み出すことが期待されている。

第1期の成果

5年間のプロジェクトを経過し、KPI（重要業績評価指標）達成度は、98%の216人であった。また、2019年度には4人の転入超となり、8年ぶりに社会増に転じた。翌年も社会増を達成し、2年連続の社会増となった。依然として課題は山積しているものの、取り組み続けることで未来は変わってくる、という手応えを得ることができた。この5年間で新たに生まれた状況や可能性も数多くある。

【事例1】大埜地集合住宅

第1期の具体的な取り組みの一つとして、若者向け集合住宅を建設した。このプロジェクトでは、広範囲に集落が点在するという町の特徴による子育て環境の悩みや、働き盛りの世代が住みやすい環境を整えるために8棟20戸分の住宅を整備した。この集合住宅は移住希望者だけではなく、町内での住み替え希望世帯も対象にしている。敷地内の歩車分離や、放課後に過ごせる共有スペース「鮎喰川コモン」を設置するなど、入居者に限らず、町内の子どもたちにも利用されるように設計をしている。また、段階的に建設を進めることで、町



農村環境改善センターで開催された「つなぐプロジェクト報告会」



「つなぐプロジェクト報告会」で耳を傾ける町民等

内業者が参入可能な規模で発注できるようにし、町産材の認定制度を設けるなど、町内での資源や経済循環も意識した計画とした。町内の高校が植栽工事に関わるなどさまざまな人材が関わりをもつことにより、町内に新たな関係性を生み出している。

【事例2】フードハブ・プロジェクト

第1期計画策定グループから、熱意と力を持つメンバーが現れ、株式会社フードハブ・プロジェクト（以下「フードハブ」という）が生まれた。第1期策定の過程で行われた住民、役場職員によるワーキンググループの中で発案され、2016

年に神山町役場、つなぐ公社、株式会社モノサスの出資により設立された。「地産地食」を合言葉に掲げ、神山の農業と食文化を次世代につなぐことを目指している。2017年に食堂「かま屋」とパンや食料品を扱う「かまパン&ストア」をオープンした。地域の食材をふんだんに使った料理やパンを求めて、町内外から多くの人が訪れている。新規就農者の育成や耕作放棄地の継承、学校での食農教育の展開、さらに、海外の料理人が訪れ、一定期間滞在するシェフ・イン・レジデンスも行っている。2018年度にはグッドデザイン金賞（経済産業大臣賞）を受賞した。「まちの農業を次世代につなぐ」ことを理念に掲げたフード

ハブは、維持の難しい農地の引き継ぎを着実に進めており、立ち上げから5年目にして、町内で最も多くの耕作地を有する生産者グループの一つとなった。国内外の料理人、農業に携わる希望のある若者たちへの求心力も高い。2022年には、子どもたちに食や農を通じた教育を支援する「NPO法人まちの食農教育」

も生まれている。

第2期への展望

2019年度より2年連続で社会増となったものの、5年全体で見ると依然として人口減少は止まらず高齢化率は上昇している。まちの人口構成の観点で考えると商圏として成り立ちにくい地域と言えるが、さまざまな人々により新たなビジネスが生まれた。具体的には地元出身者による飲食店、美容室、土業の事務所の開業や、自動車整備業、飲食店の継業が起きた。そしてイターン者による宿泊施設や小売店、飲食店、工務店も開業もした。第1期の間、商工会に16の事業者が新たに加入した。そして商工会への加入はないものの10程度の事業者が新たに商売を営んでいる。

さらに、林業や農業の課題解決を志向し、可能性を開く事業活動を展開する二つの事業者が社会的に高く評価された。1社はイタリアの国際的な賞とグッドデザイン賞、1社はグッドデザイン賞の金賞を受賞した。

こうした成果は、地域経済分析システム「RE SAS」や徳島県市町村民経済計算など定量的なデータを用いた分析では把握できない。しかし、今日の神山町に可能性を見いだした人々が、それぞれに新しい商いを起こし、事業を受け継ぐ状況が生まれていることがわかる。そして、地元出身者と移り住んできた人が混ざり合い、地域の新たな経済圏が育まれている。第2期では、第1期のよい変化の芽が育ち、地域に根付く土壌づくりに取り組んでいる。

「移住×プロモーション」が生む好循環 —オンラインワンの移住体験ツアーを実施—



西条市経営戦略部シテプロモーション推進課
専門員兼シテプロモーション推進係長

・田邊 智将

移住全国1位のまち

愛媛県西条市は、宝島社が発行する『田舎暮らしの本』で発表された「2022年版 住みたい田舎ベストランキング」若者世代部門において、全国1位を獲得しました。若者世代が住みたい田舎部門は2020年、2021年に引き続きの1位であり、3連覇を達成しています。この「ナンバーワン」という結果は、コロナ禍においても強力な「呼び水」となり、テレビ、ラジオ、雑誌や新聞、WEBサイトなど、多くのメディア露出につながりました。そしてこれら一連の「移住施策を軸としたプロモーション」は、移住検討者だけでなく、西条市民にとってもセンセーショナルな出来事として、西条の良さやまちづくりを見つめなおし、語り合うきっかけにもなりました。

移住プロジェクトは2018年度にスタートしましたが、西条市への移住者数は、2017年度106人、2018年度289人、2019年度

346人、2020年度358人、そして2021年度は、前年度にコロナの影響で伸び悩んだ反動で1177人と大きく増加しており、その約8割が若者世代です。本市が2017年に策定した「西条市シテプロモーション戦略」中、アウトプロモーションにおける「ヒト」を呼び込むためのターゲットを、「首都圏や関西圏など人口集中地域在住の若者」としているので、この結果はまさに狙い通りと言えます。

徹底した「見せる化」

私たちのチームでは、「見せる化」に似た「見せる化」という言葉をよく使っています。「見える化」と「見せる化」には、「自分が見たいものを見るようにする」という意味と、「常にターゲットの目に飛び込んでくるようにする」という違いがあります。私たちがこの「見せる化」を使う際には、「ターゲットに好印象を与えられるよう、徹底的にプロモーションする」という意味も含めて

使っています。西条市ではこれまで、移住施策に集中してこの「見せる化」を徹底してきました。

移住検討者に向けたセミナーや体験ツアー、空き家バンクの運用など、移住施策そのものは移住推進課が担当し、移住推進課と連携しながら情報発信面で全面的にサポートしているのが私たちシテプロモーション推進課です。私たちは、ホームページや公式SNSなどのオウンドメディア（自己管理媒体）はもちろん、テレビやラジオ、YouTubeなどさまざまなメディアをミックスし、移住に関



宝島社発行『田舎暮らしの本』の「住みたい田舎ベストランキング」で3連覇を達成

	2017年度	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度
移住者数	106人	289人	346人	358人	1,177人
うち県外から	49人	152人	229人	240人	636人

西条市の移住者推移（出典：西条市作成）



移住推進課が実施する体験ツアーの様子



全国広報コンクールで総務大臣賞を受賞（広報紙市部門で特選：全国1位）

人と人をつなぐといった「密着軸」（差別化の観点の一つ）で実施すること、移住後の生活をしっかりとイメージしてらっていることです。こうした「密着軸」によるツアーを実施するためには、市民との連携が不

可欠です。効率を度外視し、足しげく何度も通うという、「アナログ」で築き上げた市民との信頼関係があるからこそ、私たちは「移住全国1位」を堂々と名乗ることができています。

また、このハートフルな「密着軸」戦略は、「広報さいじょう」にも生かされ、人に寄り添い、人の表情や思いを形にして、読者の心を動かして行動につなげる「伝える」広報紙を目指した結果、全国広報コンクールで全国1位に輝きました。

◆◆◆

「移住×プロモーション」から「事業×プロモーション」へ

西条市では、「地方移住といえば西条市」と言われるよう、「移住×プロモーション」を徹底し、コロナ禍においても一貫して「相手の目線に立った施策」に取り組んできました。その結果、「メディアがメディアを呼ぶ」好循環に加え、移住者が自身の体験を（メディアを通じて）広く発信し、検討層に波及させることで、「移住者が移住者を呼ぶ」という二つの好循環が生まれたと感じています。また、この好循環はさらに、西条市民、市内企業や団体、関係人口ともつながり合い、「活動の好循環」にもなっています。

今後は、「移住×プロモーション」を、さまざまな成果や好循環を生んだ成功体験として、庁内すべての部署に広く伝える必要があると感じています。各担当者が自身の業務遂行にあたり、「事業×プロモーション」、すなわち「その事業が」誰のためか、何のためか、どのような行動変容を促すためか」を意識するようになれば、成功する事業が増えていくものと考えます。

心の高い方々（若い子育て世代）へのアプローチを行っています。例えば、関東圏や関西圏のローカルテレビ番組を企画・制作、都内での移住検討者向けイベントの開催、また、その後開催予定の移住関連イベントへの誘導を図りました。

◆◆◆ 「移住全国1位」を言えるわけ

私たちは今、移住の文脈で「全国1位」と評されるが多くなりました。そして、そう言える根拠について取材を受けることもたびたびあります。もちろん、「住みたい田舎ベストランキング全国1位」という外からの評価も理由のひとつですが、私たちは西条市の「移住体験ツアー」がナンバーワンであるとともに、オンラインでもあ

ると自負しています。

移住推進課が実施している体験ツアーは、複数の家族に同じコースを提供するいわゆる「団体パック型」のツアーではありません。徹底した移住者目線により生まれたのが、現在も実施している「オーダーメイド型」の無料個別移住体験ツアーです。この体験ツアーは、往復の交通費や宿泊費、食費も全て無料、しかも土、日、祝日大歓迎で実施しています。ただ、ここまでの内容であれば、他の自治体でも実施されており、決して珍しい取り組みとは言えません。このツアー最大の特徴は、場所への案内ではなく、「人へのアクセス」を優先し、参加した移住検討者それぞれのライフスタイルや関心事に合わせてカスタマイズし、先輩移住者や地元農家、企業の社員や学校の先生など、

アナログ・デジタル

双方からアプローチ

―移住・定住促進やワーケーション推進―



五島市地域振興部
地域協働課移住定住促進班 係長

・平野 梓

「令和42年に2万人」が目標

五島市は、九州・長崎港から西へ100^{キロ}離れた五島列島最南部にある離島自治体です。11の有人島と52の無人島から構成されており、面積は横浜市とほぼ同じ大きさの約420平方^{キロ}。人口は約3万5000人です。

社会保障人口問題研究所の推計によると、五島市の人口は減り続け、令和42年（2060年）には約1万人になると予測されています。五島市は、「五島市まち・ひと・しごと創生人口ビジョン・総合戦略」を策定し、人口ビジョンで令和42年に人口2万人を確保するという目標を掲げ、世界遺産・日本遺産の活用や日本一の椿の島づくり、マダロの養殖基地化、再生可能エネルギーの島づくりなど、さまざまな角度から人口減少対策に取り組んでいます。

U・イーターン者の支援員が好評

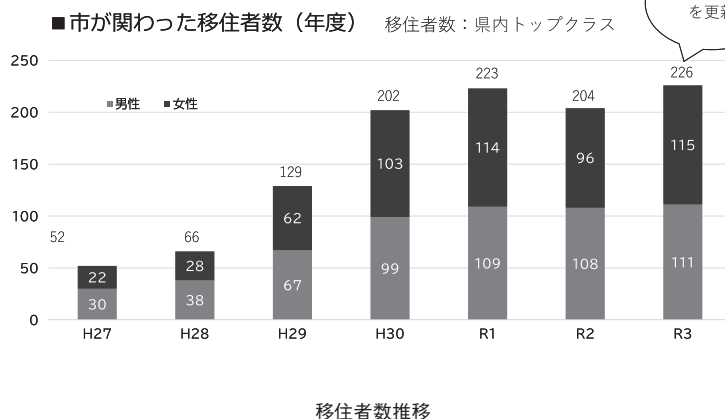
五島市は、人口減少対策のひとつとして、移住・定住促進に力を入れています。

平成19年度に移住施策を開始し、年間20人前後の移住者を受け入れていました。平成27年度に移住相談対応を専門とする移住支援員を1人配置したところ移住者数が倍増。平成30年度に1人増員し、令和2年度には2人増員し、現在は計4人配置しています。

移住支援員は全員がU・イーターン者で、年代も家族構成も異なります。自らの経験や個性を生かしつつも、相談者のニーズに沿った親切かつきめ細やかな相談対応が好評で、平成30年度以降、4年連続で200人を超える移住者を受け入れています。

移住相談は年々増えており、昨年度は500件を超えました。土日祝日・時間外の問い合わせや

移住者数の推移



移住検討熟度が低い方の簡単な問い合わせに対応するため、令和2年10月、移住定住Q&Aチャットボットを導入しました。五島市公式LINEのひとつのコンテンツとして条件分岐型で制作したため、予算ゼロで導入できました。これまでにチャットボットで受け付けた問い合わせは428件です。

今後は、対面による相談対応を大事にしながら、移住希望者・先輩移住者がWEB上で交流できるアプリケーションを運用するなど、アナログ・デジタル両面で移住に関わる人たちを支援していきます。



オンライン移住セミナーの様子

ワーケーションイベントの参加者が
市民と市民駅伝大会に参加

中心市街地にあるコワーキングスペース

たいと考えています。

ワーケーションに適した条件備える

五島市は、田舎暮らしとそこそ便利暮らしを両立できること、自然や食が豊富で観光が楽しめる一方、医療や学校、保育園などのインフラが整っていることから、ワーケーションに適した地といえます。そこで、観光閑散期対策や地域課題の解決等を目的として、令和元年度からワーケーションに取り組んでいます。その成果は、メディア掲載によるPR効果や経済波及効果、参加者の法人設立など多方面にわたっています。アンケートでは、参加者の満足度も再訪意欲も非常に高い結果が出ています。

これまではコワーキングスペース等の環境整備が課題でしたが、令和2年度には、新型コロナウイルス感染症対応地方創生臨時交付金事業を活用して、民間企業のコワーキングスペース整備費を

補助することで、市街地を中心にリモートワークが可能な施設が5カ所整備されました。また、郊外にある3カ所のキャンプ施設にWi-Fi設備を整備しました。

今後の課題は、「地域課題解決型ワーケーションの確立」です。五島市におけるワーケーションは、ワーカーたちが仕事と観光をするだけでなく、これからの時代に必要な課題を設定して解決していくといったビジネススキルを磨く場になりたいと考えています。そのためには、ワーカーと市民との交流を民間ベースで促す仕組みをつくる必要があります。

これらの課題解決に取り組む、ワーケーションが実践できる場としてのブランド化を目指します。

5社と協定、100人余の雇用

企業誘致については、五島市の地域特性に応じた企業の誘致につながるよう、長崎県産業振興財

団等の関係機関と情報を共有し、連携に努めた結果、昨年度末までに5社と立地協定を締結し、誘致が実現しています。誘致企業の主な業種は、データ入力やコールセンター、アプリケーションの保守・管理です。なお、令和4年4月1日現在、正社員65人、非正規社員40人の雇用が創出されており、今後もオフィス系企業の誘致を進めることとしています。

また、立地協定の締結に至らない場合でも、有人国境離島法に基づく補助事業「雇用機会拡充支援事業」を活用して18社が五島市に進出してきています。この事業では、537人の雇用が生まれており、雇用者のうち127人は移住者です。

今後の展望

今後は、移住者の住まいを確保するため、空き家バンク運営の一部を民間に委託する実証に取り組むとともに、移住希望者や移住者が五島での生活に馴染み、安心して生活できるようにするためのきっかけ作りや前述のアプリケーション等の環境整備を進め、定着率の向上に努めます。

ワーケーションについては、新型コロナウイルス感染症の影響により、イベントの開催が困難だったため、令和3年度は情報発信に力を入れてきましたが、今年度以降は、さらなる受入体制の整備に努めるとともに、訪れる方や受け入れる市民の双方に満足してもらえる取り組みを進め、都市部にある企業等に勤めたままの移住（転職なき移住）やサテライトオフィスの誘致による地域経済の活性化につなげたいと考えています。

地域みんなの

「やってみたい」を後押し

―豊かな関係人口を育む起業支援とワークショップ―



一般社団法人プロモーションうるま
理事・地域づくり事業部統括

・田中 啓介

「100年後のうるまをつくる」をビジョンに掲げ、沖縄県うるま市をもっと本質的に豊かでおもしろい地域にしていこうと、多角的な地域づくりに取り組ませていただいている私たち。今最もチカラを入れている一つが、橋でつながった四つの島々や高速船で30分の離島など、沖縄らしい昔ながらのたたずまいが今に残る、うるま市の島しよ地域における展開です。

豊かな自然と暮らしが残る、魅力と可能性にあふれた地域ですが、一方ここ10年間で人口が20%以上減少し、必然的に空き家もどんどん増加。過去には9校もあった小中学校も今では一つに統廃合され、全国の中山間地域と同じく、コミュニティの持続的な維持・発展が大きな課題となっています。この課題にどうアプローチしていくのか。この問いに対して私たちは、「新しい活動の芽生えが次々と生まれている地域こそが、豊かな関係人口を育むポイント」「豊かな関係人口」うるま

生態系を育めると、社会課題解決に資するさまざまなリソースとの共創が期待できる」という考えから、「地域内の小さな起業支援」と「地域人材と出逢う共創型ワークショップ」の2軸で動いているところです。

◆◆◆ 小さなナリワイ支援 「ワタクシプロジェクト」

地域の起業支援＝ローカルベンチャースクールと聞くと、岡山の西粟倉村や北海道の厚真町などが先駆的な事例として有名です。私たちはそのような「先輩地域」を参考にしつつも、地域の実情に合わせて少し展開を変えています。

それは、例えば将来の地域おこし協力隊候補とあった、市外からの人材を対象にしているのではなく、あくまで地域内、しかも沖縄本島以外の島しよ地域に限定した起業支援であるということ。さらには、地域の皆さんの「やってみたい」を応



自分たちで企画したワタクシプロジェクト1・2期生合同のマルシェ

援することを主眼に、資本主義的な収益拡大の優先度は低くしています。プロジェクト名の「ワタクシ」とは、もちろん「自分自身の」という意味もありますが、実は沖縄の言葉で「ヘソクリ」。月数万円といったお小遣い稼ぎという感覚でもないから、まずは自分自身の「これをやりたいんだ！」という心の声に素直に従って一歩踏み出してみよう、私たちが背中を押してお尻を叩く役割を担いますよというプロジェクトで、山形県鶴岡市のナリワイプロジェクトに大きなヒントを得ています。私たちが大切にしていることは、

- ①担当スタッフとの1対1の対話によって、自分でもまだ自覚していない「心の声」をビジュアル化する
- ②活動領域に加え、挑戦者の人柄や特性を勘案し

て、伴走する専門家を選定

③マーケティングも兼ねたイベント企画で、同期メンバーの横のつながりも育む

2020年度からスタートし、これまでに計14組が巣立ちました。古民家をほぼ100%DIYで改修してコミュニティ食堂をオープンした事例や、これまで廃棄されていた糸芭蕉を活用して新しい織り作品を生み出している事例、父親から受け継いだ民宿を舞台に沖縄芸能の生配信と規格外野菜を使った商品開発を始めた事例など、どれもこれも味わい深い物語ばかり。まさに「島しょ地域で新しい挑戦が次々と芽生えている」という感覚をもっています。

地域の志に出会う

「共創型ワーケーション」

流行りともなっているワーケーション。元はwork × vacationの造語であり、沖縄ならやはりリゾートホテルで海を眺めながらシゴトをするというイメージかと思えます。しかしながら私たちは、この余暇型ワーケーションを手放しました。これは、オーバートーリズムも深刻になりつつある沖縄において、これまでの資源消費のあり方を見直したい、来る方だけでなく地域にとっても幸福度の高い取り組みにしたいという思いが背景にあります。

うるま市ならではのワーケーションは、work × co-creationをうたっています。1番の肝は、さまざまな志をもって動いている地域人材に出会うこと。活動紹介といった表面的なものではなく、ライフストーリーをはじめとしてもう少し深い根

っこを共有することで、共感が生まれ、共創のアイデアが生まれる。ワーケーションというツールを使って、そのための場づくりを行っています。

直近の2カ年度、このコンセプトに基づいて、各回対象を変えたモニターツアーを展開してきました。令和2年度には、個人事業主やフリーランス、企業の働き方改革を担う総務人事系の方向けに3泊4日の集合型プログラムを実施。より厳しい感染対策が求められた令和3年度は、地方創生に携わる個人・団体の皆さんや企業経営陣を対象に、少人数ごとの個別カスタマイズ方式を採用し、参加者の属性に応じてプログラム内容を柔軟に変化させつつ、合計で100人の皆さんをご案内してきました。

プログラムデザインの上で、大切にしていることは、vacant =

空っぽになる時間をつくること。これは、いつものマインドセットやスピード感のままで地域人材に出会ったとしても、表層的な共創に終わってしまうのではという懸念から、例えば誰もいないプライベートビーチで、波に漂ったり、砂に寝転んだり、思いっきりマ



コミュニティ食堂を始めた地域人材の志に触れる



沖縄ならではの美ら海でカラダもココロも空っぽになる

インドフルな時間を楽しみ、カラダとココロに余白を生むための時間です。この時間があると、自分自身との対話が生まれ、地域人材との出会いも、単に活動を理解するというものではなく、生き方やあり方を見つめる機会にもなり得ることが分かってきました。すなわち、work × transformationにもつながっていくワーケーションなんだと感じています。

今夏には、かつて中学校だった廃校舎をリノベーションした、宿泊滞在型のワーケーション拠点施設がオープンします。島の暮らしと生き方の探究がチャンプルーする（混ざり合う）みんなの学び舎として、テレワーカーたちと地域住民の交流が次々と生まれる場になっています。ぜひうるま市にお越しください。

社会減克服の取り組みで
地域を元気に

東京一極集中の是正に向けた 取り組みについて

—総務省地域力創造グループの施策を中心に—



静岡県浜松市財務部長
(前総務省地域力創造グループ
地域政策課理事官)

・石切山 真孝

本年1月28日、令和3年の住民基本台帳人口移動報告の結果が総務省より公表された。これによると、令和3年の1年間において、東京圏（東京都、神奈川県、埼玉県及び千葉県）への転入超過は引き続き続いているものの、その超過幅は2年連続の縮小となっている。とりわけ、東京都特別区部については、外国人を含む集計を開始した平成26年以降、初めて男女ともに転出超過となった。

過度な東京一極集中については、災害リスクや、過疎・高齢化が進む地方における地域社会の担い手不足などの点から、国においても、その是正に向けて各種の取り組みを進めてきている。これらに加え、さまざまな要因が複合的に作用した結果として、こうした新たな動きにつながっているのではないかと考えられる。

本稿においては、国民の意識調査等をもとに、新型コロナウイルス感染症の影響も踏まえた、都市部と地方の間の人の流れの現状やその背景を考

察するとともに、一極集中の是正に向けた施策について、総務省地域力創造グループにおける取り組みを中心に解説することとしたい。

なお、文中意見にわたる部分は、筆者の個人的見解であることを、予めご承知おきいただきたい。

地方への移住に対する関心の高まり

新型コロナウイルス感染症の影響下における国民の生活意識・行動の変化に関しては、内閣府が累次の調査を実施している。

冒頭、「住民基本台帳人口移動報告」において、東京都特別区部における転出超過の動きがみられたことに言及したが、内閣府の令和2年6月の調査でも、年代別では20歳代、地域別では東京23区に住む者の地方移住への関心が高まっている（資料1）。

また、同じく内閣府が令和2年11月に実施した

調査においても、地方移住への関心に関し、20歳代の関心は高く、さらに東京都23区においては、東京圏全体よりもその傾向が強い（資料2）。実際の人の流れの変化の背景に、こうした意識の変化があったことが読み取れる。

同調査においては、地方移住への関心の理由についても、「人口密度が低く自然豊かな環境に魅力を感じた」という点とともに、「テレワークによって地方でも同様に働けると感じたため」という回答が多くみられ、実際、同調査において、テレワーク経験者は、ワークライフバランス、地方移住、仕事に対する意識が変化した割合が高いという傾向も示されている。

新型コロナウイルス感染症の感染拡大に伴い、人口集中のリスクが改めて浮き彫りになるとともに、テレワークが新しい働き方・有効なツールとして広く認知され、活用が進んだことで、より現実的に移住を考える土壤が形成されてきたことも要因の一つであろう。

総務省における取り組み

(1)都市から地方への移住・交流等の推進

前述の通り、地方での暮らしに対する関心が一層高まっている機を捉え、総務省においては、都市部人材が地方へ移住・定住する具体的な行動へと結びつけられるよう、さまざまな地方回帰支援施策を実施していくこととしている。

①「地域おこし協力隊」の推進

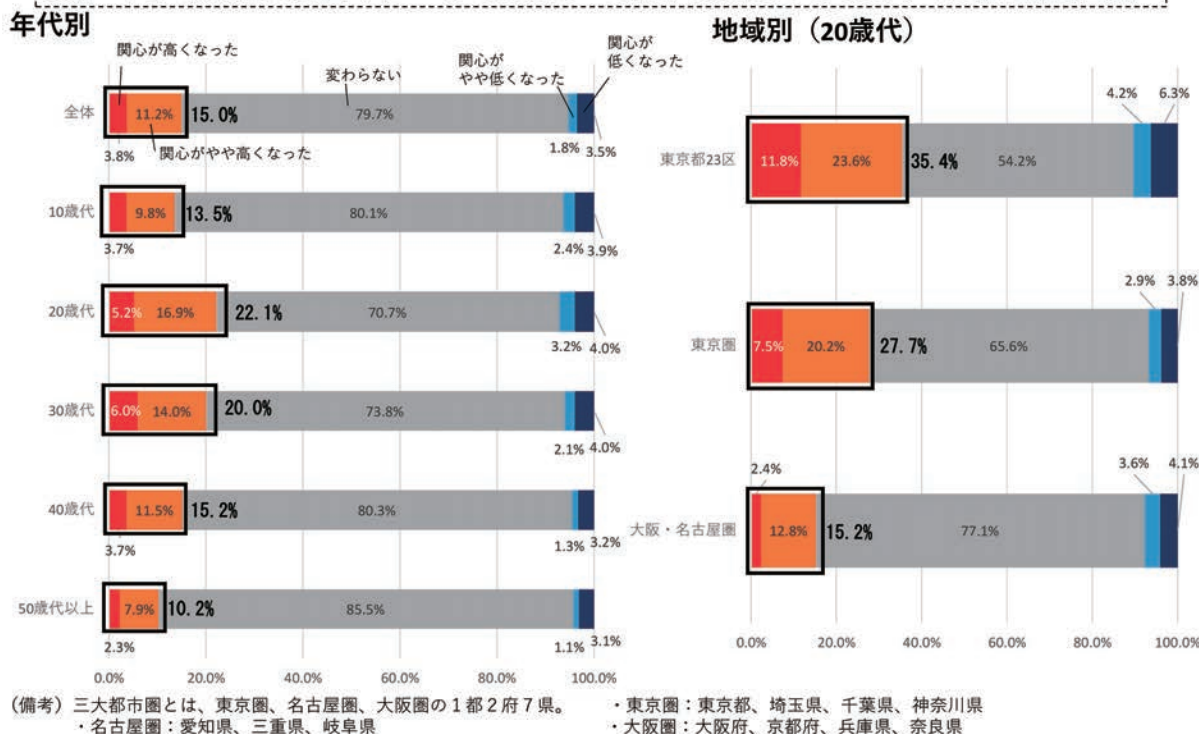
「地域おこし協力隊」は、都市地域から過疎地

資料1 地方移住への関心

【令和2年6月21日 内閣府】
第1回新型コロナウイルス感染症の影響下における生活意識・行動の変化に関する調査

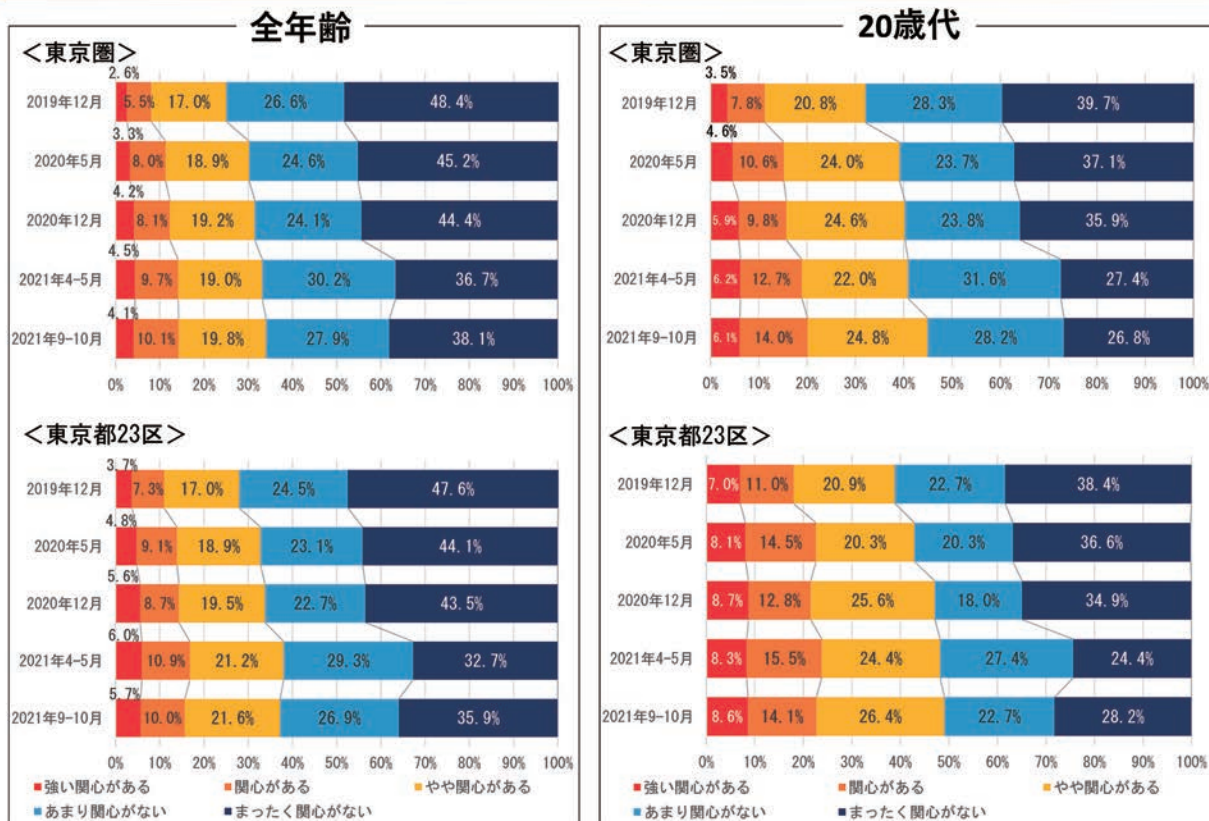
〇年代別では20歳代、地域別では東京都23区に住む者の地方移住への関心は高まっている。

質問 今回の感染症の影響下において、地方移住への関心に変化はありましたか。（三大都市圏居住者に質問）



資料2 地方移住への関心（東京圏在住者）

【令和3年11月1日 内閣府】第4回新型コロナウイルス感染症の影響下における生活意識・行動の変化に関する調査



域等に住民票を異動し、生活の拠点をいった者を、地方公共団体が隊員として委嘱し、地域ブランドや地域産品の開発・販売・プロモーションなどの地域おこし活動や、農林水産業への従事、住民の生活の維持のための支援といったさまざまな「地域協力活動」に従事してもらうものである。

令和2年度には隊員数が5560人まで増加しているが、約6割が任期終了後も活動地と同じ地域に定住するなど、人の流れの創出とあわせ、地方への定着という観点からも一定の成果を上げている。

「令和6年度までに隊員数8000人」を目標に掲げ、引き続き、隊員のなり手の掘り起こし、未導入団体等へのフォローアップ、女性隊員の活躍促進、現役隊員・自治体職員双方へのサポートの拡充を図っていくこととしている。

②「地域プロジェクトマネージャー」の推進

ポストコロナの社会を見据え、地方公共団体が地域活性化につながるプロジェクトを進めていくうえでは、現場責任者として、外部専門人材、地域、行政および民間などの多様な関係者間を橋渡ししつつプロジェクトをマネジメントすることのできる人材が不可欠である。そこで、そのような人材を「地域プロジェクトマネージャー」として任用し、地域のプロジェクトを進める市町村に対して地方財政措置を講じている。

③「地域活性化起業人」の推進

「地域活性化起業人（企業人材派遣制度）」は、地方公共団体が、三大都市圏に所在する民間企業

等の社員を一定期間受け入れ、そのノウハウや知見を生かしながら地域の魅力や価値の向上等につながる業務に従事してもらうものであり、所要の経費について特別交付税措置を講じている。

令和4年度からは、市町村の求める人材ニーズを総務省が定期的に照会してとりまとめ公表する取り組みを開始し、さらに多くの企業人材の参加を促しており、引き続き、制度の活用を推進していくこととしている。

④「移住・交流情報ガーデン」の運営等

東京駅八重洲口至近に平成27年3月に開設した「移住・交流情報ガーデン」において、地方移住に関する一般的な相談のほか、関係省庁（厚生労働省、農林水産省）とも連携し、仕事情報や就業支援情報に対応できる専門の相談員が常駐しているほか、地方公共団体等による移住相談会やセミナー、フェアなどを随時開催している。

今後も、各地方公共団体による夜間セミナーの開催など取り組みの充実・強化を図っていく。

⑤子ども農山漁村交流推進事業

都市部の子どもの農山漁村宿泊体験活動（子ども農山漁村交流プロジェクト）について、農林水産省等の関係省庁と連携して推進している。

総務省では、受入側の農山漁村における地域資源を効果的に活用した体験プログラムの提供と、送り側の学校・地方公共団体における負担軽減を図るため、受入側の計画策定支援や送り側・受入側双方が連携して行う実施体制構築支援を行っている。コロナ禍にあっても子どもたちの体験交流

機会を確保することは非常に重要であり、令和4年度は、感染防止対策や対面での交流の効果を高めるためのオンライン交流も対象としている。

⑥「ふるさとワーキングホリデー」推進事業

「ふるさとワーキングホリデー」は、主に都市部の人たちが一定期間（2週間～1カ月程度）地域に滞在し、働いて収入を得ながら地域住民との交流や学びの場などを通じて、地域の暮らしを体感する機会を提供するものである。

本事業を通じて生まれた参加者と地域とのつながりを、都市から地方への人の流れの創出や、地方における人手不足の解消や移住・定住のきっかけづくりとすべく、令和4年度も、企業向け説明会の開催や、経験者を交えた座談会等の情報発信により、裾野の拡大を図ることとしている。

⑦サテライトオフィス・マッチング支援事業

近年、雇用機会の創出や移住定住の促進等に向けて、サテライトオフィスの開設・誘致に取り組む地方公共団体が増えているが、そうした地方公共団体からは、「サテライトオフィス設置に関心のある企業の情報を提供してほしい」「誘致に向けた支援策を企業に情報発信したい」といった声が多く寄せられている。

そうしたニーズに応えるため、サテライトオフィス設置に関心のある企業と、誘致に取り組む地方公共団体のマッチングのためのセミナーを、令和4年度も引き続き実施していくこととしている。

(2) 自立分散型地域経済の構築

過度な東京一極集中の是正のためには、前述した、都市部から地方への人の流れの創出とあわせ、地方への資金の流れの拡大、そして地方における経済の活性化を図るとともに、地域内で資源・資金が循環する、「自立分散型地域経済」を構築していくことが重要である。

近年の経済環境の変化、そして新型コロナ感染症の拡大は、サプライチェーンの寸断を世界規模で生じさせ、グローバル展開している多くの日本企業にも当然ながら大きな影響が及んだことで、その製造工場等が立地する国内の地方公共団体においても、地元雇用や地域経済にも大きな影響が見られることとなり、その重要性は一層大きくなっている。

①「ローカル10、000プロジェクト」の推進
総務省では、平成24年度以降、「ローカル10、000プロジェクト」として、関係各省市が連携し、産学金官の地域ラウンドテーブルを基盤に、全国各地における地域密着型事業（①地域金融機関の融資を伴うもの、②雇用吸収力の大きなもの、かつ③地域の資源を活用するもの）の立ち上げを支援してきている。

具体的には、地方公共団体が、地域密着型企業の立ち上げに当たり、必要な初期投資額と金融機関の融資可能限度額との差額を補助して支援を行った場合に、当該地方公共団体に国費（地域経済循環創造事業交付金）を交付（原則、地方公共団体による補助額の2分の1）することにより、資金面から支援を行うものである。

中でも、特定の分野に係る取り組みについては、「重点支援」の対象として、地方公共団体による補助額に対する国費交付率のかさ上げを実施しており、令和3年度からは、「生産性向上に資するデジタル技術の活用に関連する事業」（補助率10分の10）を、令和4年度からは、地域における脱炭素の取り組みを強力に支援すべく、「脱炭素に資する地域再エネの活用に関連する事業」（補助率4分の3）を、それぞれ対象に加えている。

②「分散型エネルギーインフラプロジェクト」の推進

我が国のエネルギーは、電力をはじめ、化石燃料など外部資源によるところが大きい。このため、地域を活性化させるほどに地域経済の原動力であるエネルギーを外部から購入することとなり、地域の資金が域外に流出する構造となっている。

そうした構造から脱却し、エネルギーの地産地消を実現することにより地域経済の好循環を生むことが必要である。

そこで、総務省においては、「分散型エネルギーインフラプロジェクト」として、間伐材や家畜糞尿などの地域資源を活用したエネルギー事業を立ち上げるべく、マスタープランを策定する地方公共団体を、資金面から支援するとともに、情報提供の充実を図っている。令和4年度においても、地域経済循環創造事業交付金を財源とし、引き続きマスタープラン策定に要する経費に対する支援（上限2000万円、交付率原則2分の1（財政力に応じたかさ上げあり。また、新規性・モデル性の極めて高いものについては交付率10分の10）

を継続することとしている。加えて、関係省庁と連携した相談窓口を開設し、マスタープランの実現可能性の向上や、事業化に向けた課題解決に資する助言等も行っていく。

さらに、令和4年度からは、専門的な知見・人材が不足している地方公共団体に対し、脱炭素の取り組みに係る各分野の外部専門家（学識経験者、先行自治体の職員、エネルギー関係企業の社員等）を招へいする際の費用を新たに補助対象とし、人材面の支援について拡充を図っている。

おわりに

以上、都市部から地方への人の流れの現状とその背景、そしてその流れをより確かなものにすべく進められている取り組みについて紹介した。

本稿においては、総務省地域力創造グループの施策を中心に紹介したが、移住支援や地方創生テレワークをはじめとした内閣官房・内閣府における地方創生関連施策等、関係府省庁において、連携を図りながらさまざまな施策を推進しているところであり、それらについても参照頂ければ幸いである。

●関連URL

https://www.soumu.go.jp/main_sosiki/jichi-kyousei/c-kyousei/
https://www.chisou.go.jp/sousei/policy_index.html

宝くじは、みんなの暮らしに役立っています。



移動採血車



ユニバーサルデザイン施設
ピクニックテーブル



一輪車



宝くじ桜



こどもの国 ふれあい学び館



地震免震体験装置



星空観察映像展示施設



ドリームジャンボ絵本



消防団防災学習・災害活動車両



テント



総合検診車



フラワープランター

宝くじは、図書館や動物園、学校や公園の整備をはじめ、災害に強い街づくりまで、みんなの暮らしに役立っています。



一般財団法人日本宝くじ協会は、宝くじに関する調査研究や公益法人等が行う社会に貢献する事業への助成を行っています。

一般財団法人
日本宝くじ協会
<https://jila-takarakuji.or.jp/>

