

稼げるまちづくり・小さな拠点・人材育成を巡る現状と課題

平成 28 年 3 月 26 日
まち・ひと・しごと創生本部

I. まちづくり

1. まちづくりを巡る現状 <資料 3 - 3 ~ 3 - 7 参照>

(1) 全体的な人口減

流出の激しい若年者。加速する賑いの減少。

居住人口の減少に伴い、域内の需要が減少。ネット通販が普及する中、地方の小売店は、店舗数・売上げともに、減少する傾向。

地域における賑わいの中心となるまちが衰退することによって、地域経済全体が疲弊。

(2) まちの姿の変化

車社会の浸透によって、人が歩かないまちに。

高齢化の進展に伴い、移動手段や生活交通の確保という課題に対応する必要。

→ 地域経済の持続可能性を確保するためには、① 域内からの過度な需要流出を防止することに加え、② 域外の需要を取り込むことが必要。

まちにおいて、「密度の経済」を実現するとともに、その「稼ぐ力」を高めることを目指す。

2. 先進事例から得られる示唆と課題

(1) 分析・戦略：需要に伸び代がある「強み」を選択し、「稼ぐ」柱に

- ① 国内外の観光客需要の取り込み
- ② 高齢者等の健康長寿サービス需要への対応
- ③ 若年者・創業者による新たな需要の開拓 等

(2) 実践・育成:官民のリスクシェアにより実践を促進、担い手を育成

- ① 様々な官民のリスクシェア方式の整理・確立
 - 地域運営方式、活用提案型指定管理方式等を試行
- ② 社会的利益に着目した様々なファイナンスの組合せの模索
 - 社会的インパクト投資、クラウドファンディングなどを実践

(3) PDCA/KPI:PDCA サイクル/KPI を徹底重視し、共感の輪を地域全体に広めるコミュニケーションマネジメントを実践

- ① 客観的なデータ分析を基に、広く関心を抱き起こす。また、現状分析に基づき、まちづくりのビジョン・ストーリーやアクションプランを策定する。その際には、「何を実現するのか」、「何をどう稼ぐのか」、「稼ぐために何をするのか」といった点を明らかにするとともに、それらの取組の目標となるKPIを設定する。
- ② アクションプランの実行に当たっては、一つの大プロジェクトより、同じ志を持つ小さなプロジェクトをたくさん抱き起こす(=「当事者」と特定の人に限定させないよう気をつける)。その中で、中心となるプロジェクトを明確化しつつ、徐々に地域全体を巻き込み、産官学金労言の巻き込みを厚くする。
- ③ アクションプランの進捗状況、KPIの達成状況等を点検した上で、目標の再設定、取組の軌道修正、充実・強化を含め、アクションプランの見直しを行う。

II. 小さな拠点を巡る現状と課題 <資料3-8参照>

地域再生法により、小さな拠点を形成するためのフレームワークを法制化。

- ① 「地域再生拠点」への生活サービス施設の集約
- ② 優良農地の保全・利用を通じた農林水産業を振興
- ③ 集落と地域再生拠点を結ぶネットワークの確保
- ④ 生活サービスを提供する担い手を確保

などを柱とした、ビジョンの形成を促したところ。

しかし実態として、多くの地域において、地域運営組織の立ち上げや運営に関し、課題を抱えている状況が見られる。

III. 人材育成・確保を巡る現状と課題 <資料3-9参照>

各地方公共団体が、地方版総合戦略に基づき、より具体的な事業に本格的に取り組む段階にきているにもかかわらず、施策や事業を推進できる高度な専門性を有する人材等が、地方公共団体にも地域企業にも不足。

しかしこうした人材の育成手法等については、地方公共団体や地域企業には知識やノウハウが乏しいのが実情である。

また、地方へのプロフェッショナル人材の還流を進めるに当たっては、“都落ち感”を払拭するための全国的な機運の盛り上げや、人材供給源となる大企業との人事交流の接点の拡大といった、全国的な動きと地方の動きとの巧みな連携が不可欠となっている。

以上