

「新しい地方創生」アンケート等調査レポート

～ポスト・コロナの新たなチャレンジあふれる地域の 実現に向けて～

令和3年10月21日

一般社団法人 日本パブリックアフェアーズ協会 (JPAA)
地方活性化官民有志WG

序：ポスト・コロナの新たなチャレンジあふれる地域の実現に向けて

- 2014年に日本創生会議が提示した「消滅可能性都市」は（<http://www.policycouncil.jp/pdf/prop03/prop03.pdf>）、自治体、企業、教育機関、個々人にとって自分事化され、各地の行動変容を生み出し、内閣(官房)に「まち・ひと・しごと創生本部」が設置され、地方創生の動きが大きく加速しました。
2020-21年に感染症が全国・世界の意識や行動変容を生む中、これまでの地方創生を振り返り、ポスト・コロナ時代、地域発全国・世界へ「新しい地方創生」で**各地・各人が『元気になるポジティブなメッセージ』**を発信するタイミングとなりました。
- 2021年4月、JPAA代表の増田寛也氏が委員長の日本文学性本部 社会ビジョン委員会では、時間や場所にとらわれない働き方を踏まえた「企業から個人へ」の主体の変化、都会か地方かの二極論でない「多極共生型」を目指す必要性が提言されました。（<https://www.jpcc-net.jp/research/detail/005170.html>）
また、今後地方はこれまでの地方創生を継続することに加え、「働き方改革」、「デジタル・トランスフォーメーション（DX）」、「グリーン・トランスフォーメーション（GX）」の実現に向け『人・情報・財』を地域横断で『対流』させる重要性も指摘され、『人・情報・財』の地域を超えたシェアリングや、地域間で個人が連携してイノベーションを起こすエコシステム醸成など、『新たな取り組みをもって変革を実現すること』が求められます。
その変革の担い手は、自治体や企業という組織の観点ではなく、『熱量高く、挑戦する個人』（≡(社会)起業家。地方にも都心にも存在し、ウィズ・コロナで活躍）であり、各地の産官学民が連携し、その個人に対し『人・情報・財』の側面から地域横断で互いに補完していく環境・制度等仕組づくりが、地方を活性化し世界とつながる各地域に立つ「新しい地方創生」の木の幹やKPIとなり、岸田新内閣の掲げる「デジタル田園都市国家構想」の具体的実現に繋がっていくのではないのでしょうか。
- これらを踏まえ、JPAA地方活性化官民有志WGでは『地方における新たなチャレンジ≡起業』に着目し、「まち・ひと・しごと」とそれを支える地域エコシステムの実態と将来像を炙り出すべく、『新しい地方創生』アンケート調査等を実施しました。
 - (1) 地域による起業の魅力と課題、連携の在り様の変化についての調査
 - (2) JPAA官民有志WGによる新たなチャレンジを志す方々へのアンケート調査
 - (3) JPAA官民有志WGによるビッグデータ解析
- 今回、調査によるファクトとなるデータの収集・解析を通じ、地方における起業の魅力と課題、エコシステム連携の実態及びその成功事例（小さな取組も含む）を抽出することで、今後地方から世界・未来へ、ポスト・コロナの新たなチャレンジを目指す
1. 個人・企業あふれる地域の実現に向け、2. 人のつながり、3. 情報、4. 財、お金の側面から、地域横断で互いに補完していく環境、5. 地域(まち・ひと・しごと)エコシステム（SDGsの対象となる経済・社会・環境の生態系）をつくり、地域に新たな産業を生み、世界の未来をリードするメッセージを具体的な目標やKPI候補とともにレポートとして取りまとめました。

「新しい地方創生」アンケート等調査レポート：目次

序：ポスト・コロナの新たなチャレンジあふれる地域の実現に向けて

1. 新たなチャレンジを目指す「個人～多様な起業家」あふれる地域づくり
～地域に関わる起業の魅力と課題、連携の在り様の変化について各種調査結果より～
2. 産官学民「ひと」×「情報(まち・しごと)」のデジタルを駆使したつながり
～JPAA官民有志WGによる新たなチャレンジを志す方々へのアンケート調査結果より～
3. 新たなチャレンジを支える「情報」の蓄積・発信～「地域ビッグデータ」へ
～JPAA官民有志WGによるビッグデータ解析結果より～
4. 新たなチャレンジを支える「お金」のつながり～「地域ファンディング」へ
～地域の「ひと」×「情報(まち・しごと)」を財・価値に～
5. 新たなチャレンジを支える「地域(まち・ひと・しごと)エコシステム」へ
～地方を活性化し世界とつながる「新しい地方創生」の生態系の構築に向けた提言～

概要： 1. 新たなチャレンジを目指す「個人～多様な起業家」あふれる地域づくり ～ 地域に関わる起業の魅力と課題、連携の在り様の変化について各種調査結果より ～

多様化する地域課題解決に向けた新たなチャレンジの必要性【P.10】

- 地域が新たにチャレンジすべき課題は、コロナ禍により改めて浮き彫りになったことで、急激に増大しています。
- 地域の多様な課題に対し、これまでの地域内での「人・情報・財」のみで対応することは困難です。今後地域に求められるのは、地域課題に対し、主体的に課題発見と解決、新たな産業や地域社会を生む未来創発にチャレンジする「人や企業」ではないでしょうか。

新たなチャレンジは、『熱意ある個人が主体』

- **【P.11】** 中小企業白書によると、「起業家の半数以上は、個人での起業で、雇用していない企業も含むと大多数が個人からのスタート」です。
【P.12】 また、ベンチャー白書によると、「社会課題解決したい、自分のアイデア・知識を活用したい」、というきっかけでの起業が約7割を占めています（設立5年以内のベンチャーへのアンケート調査）。
- **【P.13】** 加えて、リクルートキャリア社が実施した調査によると、副業を実施または実施を検討している人々の8割近くが、「地方の手助けとなるような副業（同社はふるさと副業と表現）」に興味があると回答しています。
- こうした地域活性化の意思と熱量あふれる起業・副業人材の活躍が、ポスト・コロナの地域課題解決の糸口となる可能性があります。

一方で、JPAA官民有志WG「新しい地方創生」アンケート調査結果より、熱意ある個人の多くは『マイルド・チャレンジャー』

- 熱意ある個人の実態をより詳細にとらえるべく、JPAA官民有志WGでは独自アンケート調査を実施し、約250名からの回答を得ました。
- **【P.14】** その回答の中で特徴的なのは、起業家/活動家として新たなチャレンジを推進したい層も一定程度いますが、「拠点は移さずに出張やリモートで関わりたい」、という生活の主軸は変えずに新しい地域に足を延ばしたい層も多く見られました。
- **【P.15】** さらに、新たなチャレンジに必要な後押しとして、「共に活動する仲間たちの存在」、「現在の所属組織からの承認（副業・兼業OK等）」、「地域の企業や自治体からの手伝ってほしいというオファー」、等が入っており、積極性は高いものの、自分が先頭に立つのではなく、集団として進みたい、そして、拠点・主軸を移すことなくまずは副業的に取り組みたい、いわゆるマイルドなチャレンジ志向を持つ人たちも多いという実態が見えてきました。

これらの結果を踏まえると、ウィズ・コロナ、ポスト・コロナの「新しい地方創生」に不可欠な、地域活性化の意思と熱量あふれる個人は、

- ① SDGsなど地域や社会の役に立ちたい、何かしたい・行動したい
- ② 自分の力を生かしてくれる仲間と共に動きたい（必ずしも現在の組織としてとは限らない）
- ③ いきなり現地に飛び込むのではなく、デジタルツールも駆使しながら、関係人口としてのマイルドなチャレンジを志向するという実態が見えてきました。

概要：2. 産官学民「ひと」x「情報(まち・しごと)」のデジタルを駆使したつながり ～ JPAA官民有志WGによる新たなチャレンジを志す方々へのアンケート調査結果より ～

新たなチャレンジに求められる「ひと」x「情報(まち・しごと)」の支援とは？【P.16】

- **【P.17】** JPAA官民有志WGアンケート調査によると、新たなチャレンジに必要な事項として、自治体や国に、「資金面でサポートして欲しい」という要望が目立つ一方で、地域の住民や企業に「仲間となり一緒に主体的に活動して欲しい」、地域の住民や企業に「仕事の一部でも協力して欲しい」、地域の住民や企業に「情報(人や企業や制度)を紹介して欲しい(SNS等も含む)」という、**地域と繋がる交流の場を求めていることが分かります。**
- **【P.18】** 加えて、「**成功事例や失敗事例**」などの**事前情報**や、「**デジタル人材などの専門性の高い人材**」との**交流**を求めています。
- デジタルを駆使し、人と情報の交流を更に活発化させることが、地域の新たなチャレンジを促進することに繋がる可能性があります。

デジタルを駆使した“インフォーマル・コミュニティ/グループ”で地域を拓く

- **【P.19】** 今回、JPAA官民有志WGでは、今後の活動の展開等に向け、Slackを使用してメンバー間の相互コミュニケーションができる手段(「マイまち・ひと・しごとPF」)を整えた上で、ワーキング・グループ自体への参画ニーズについての回答を求めたところ、**半数近い回答者から、ワーキング・グループ(JPAA地方活性化官民有志WGやSub-WB)への参加を希望するとの回答を得ることができました。**
- このことは、特定の地域、特定の組織の枠にとらわれることなく、デジタルツールを駆使し、人と情報のやり取りのハードルを下げ、**『人・情報・財』の側面から地域横断で互いに補完していく環境・制度等仕組づくりができる可能性**があるということではないでしょうか。
- こうしたデジタルも駆使した繋がり形成は、チャレンジに対して必ずしも自らが旗振り役とならないマイルドチャレンジャー層の誘致にも有効となると考えられ、岸田新内閣が「デジタル田園都市国家構想」を掲げる下、当WGのような**リアル/バーチャルを組み合わせたコミュニティの形成と地域をまたがった参加者の促進と情報連携の機会**は、官民で今後ますます増やしていくべきと考えられます。

【P.20】 地方創生に向けた新たなチャレンジに必要なのは、個人・企業の熱意を支える**社会関係資本(Social Capital)**として、

- ① **チャレンジする熱意ある個人に対する、人と情報を支援する産官学民「ひと」x「情報(まち・しごと)」のつながりであり、**
- ② **多くの人材同士が協力関係を築くために、特定の地域・特定の組織の枠にとられない地域・都市部・海外ともつながる“インフォーマル・コミュニティ”を全国各地域横断で、デジタルツールを駆使して構築していくことが有効ではないでしょうか。**

時間や場所や組織の制約にとられない“インフォーマル・コミュニティ/グループ”※の質・量確保を通じて、これまで地域にはなかった情報・ノウハウ・人脈の獲得、更にそれらの新たな社会関係資本(Social Capital)を通じた財の獲得を、**具体的な目標やKPIとして設定し、後押ししていくことが、熱意ある個人を中心とする新しい地方創生の鍵となる**のではないのでしょうか。

※参考:「消滅可能性都市」を提示した日本創生会議も、英国王立国際問題研究所<チャタムハウス>も、ガバメントではないインフォーマル・グループとして国内外で歴史的な役割を果たしてきました。(<https://www.chathamhouse.org/>「チャタムハウスから世界へ 日本復活を本物に」(きんざい)御友重希(編著))

概要： 3. 新たなチャレンジを支える「情報」の蓄積・発信～「地域ビッグデータ」へ ～ JPAA官民有志WGによるビッグデータ解析結果より ～

「ひと」だけでなく「情報」も東京一極集中【P.21】

- **【P.22】** JPAA官民有志WG参加メンバーの調査(株式会社PRTIMESのデータを活用し株式会社みらいリレーションズが分析)によると、年間40万件程度の企業や自治体が発信するプレスリリース情報のうちの半数以上が東京に本社を置く企業からのものとなっています。
- **【P.23】** 他の地域における発信は、それと比較すると少なく、東京に次いで多い大阪や名古屋(愛知)でも東京の10分の1の規模、福岡や兵庫では1万件にも達していません。
【P.24】 また、他県企業による新たな事業やサービスに頼っている地域も多く、他県からの関係発信も含めて、情報発信を強化し、関係人口への興味関心度を高めていく必要があります。
- リアルタイムに蓄積・活用されている地域ビッグデータとターゲット発信は、4の地域移住・移転・投融資促進の鍵となる価値創造の源で、この地域差を埋めるためには、地域から、官民・内外企業・関係人口問わず積極的な情報発信が必要です。

不足する地方・地域発・着情報

- また、東京一極集中の「発信情報格差」は、コロナ禍で変化するボトムアップのエビデンスに基づく決定が求められる中、地方における実態がビッグデータ等のボトムアップの情報不足によりわからないという「地域発信情報不足課題」と、溢れる情報を処理するための情報収集リテラシーが育たず、国や大企業のトップダウンの政策であったとしてもパブリック情報が必要な人に届かないという「地域着情報不足課題」、2つの課題を同時に生み出している可能性があります。
- 一方で、既に情報自体はオンライン上に掲載されているものが非常に多くあるため、デジタル化されたパブリックデータを自分に必要な意味ある情報として受け取るための土台(ビッグデータ解析により自分にとって意味ある情報をAIが収集展開すること等)を構築し、加えてインフォーマルコミュニティの中でニュースに関する引用を用いた対話を行いコミュニティ内のメンバーが情報発信・収集リテラシーをお互いに高め合うことができれば、情報格差の是正や地方活性化による日本再興にもつなげていける可能性があります。
- こうした活動を、**【P.25】** 国内ではSansan株式会社の神山高専プロジェクト、**【P.26】** 米国ではCenter on Rural Innovation, CORIなどの内外先行成功事例を参考にしつつ、RESAS(地域経済分析システム)(<https://resas.go.jp/>) はじめ官民連携した「地域ビッグデータ」を利活用した、新たなチャレンジを支える「地域情報発信信力強化」を目標やKPIとして目指す必要があるのではないのでしょうか。

「地域情報発信信力強化」により世界とつながる「地域ビッグデータ～デジタル田園都市国家構想」

- 国内では東京に情報が集中していますが、世界全体でみるとアジア太平洋でも中国語圏、英語圏、大西洋に行くにつれて日本そのものの情報発信力の不足が指摘されてきた背景があります。そのため我が国では、東京五輪や大阪万博はじめG7/G20など国際会議招致、MICE、インバウンドなどの努力を行ってきました。自動翻訳等進んだ今、これを日本語のせいにはできません。
- デジタル化は、こうした努力を更に容易に、幅広く拡大できる大きなチャンスとなります。経済社会システムのデジタル化と併せ、デジタルを駆使した「地域情報発信信力強化」の目標化が、日本全体のプレゼンスの底上げに繋がっていくのではないのでしょうか。

概要： 4. 新たなチャレンジを支える「お金」のつながり～「地域ファンディング」へ ～ 地域の「ひと」×「情報(まち・しごと)」を財・価値に ～

新たなチャレンジに対し『公的資金やクラウドファンディングが頼り』の状況【P.27】

- **【P.28】** JPAA官民有志WGのアンケートでは、新たなチャレンジに必要なお金として、公的資金やクラウドファンディング等の手段を求める方が多くありました。
- **【P.29】** これらの資金は、返済する必要が少ないお金であり、お金の面ではリスクヘッジ策を重視している可能性があります。また、地域で、融資のみでなく投資のリスクマネーを成長ステージに合わせて供給する体制・環境も引き続き官民で構築する必要があります。

個人としての資金調達ではなく『新たな活動に対し資金調達』が必要

- 熱意ある個人にはマイルド・チャレンジャーも多くおり、大きな単位での資金を借り入れや株式等を個人が中心となって資金調達すること困難さを伴います。そのため、新たな活動・課題解決の取り組みを軸に、地域商社や地域ファンド、Social Impact Bond, SIBなど、大きな投融資の資金を動かせる母体・組織・チーム等を段階的に作り上げていく必要があります。
- ただし、組織を作り上げる手前の段階では、銀行にしろ、国にしろ、自治体にしろ、個々人が資金調達を行うか、法人化した後に資金調達を行うかのどちらかの手段しか現状持ち合わせていません。
- 今後は、地域金融機関や地場企業、自治体等が、地域のインフォーマル・コミュニティのような、組織化以前の状態に対し、熱意ある個人の集まる場としての価値を認め、資金調達と組織化を目標・KPI化し、後押しをしていくことが求められるのではないのでしょうか。
- **【P.30-31】** 加えて、組織化には資金だけでなく、プロフェッショナル人材戦略、先導的人材マッチングなど、経営人材面の強化も必要となり、人材マッチング事業を強化する地域金融機関が、「財(お金)+ひと」支援という、新たな役割も求められるのではないのでしょうか。

組織化後の取り組み維持拡大に向けた地域を横断した『財』の必要性

- 組織化がなされた後は、公的資金やクラウドファンディングのような手段では、大きな資金を得ることは困難です。
- そのため、ベンチャーキャピタル、大手企業のCVC、海外投資ファンド等、より大きな資金を獲得し、地域に根差し先端的な取り組みを推進し続ける組織体・事業体を育成していく必要があります。
- こうした投資環境も現在、東京一極偏重の傾向があり、グローバル・スタートアップ・エコシステムや地方取引所、地域金融機関等の取り組みなどと連携し、地域発の組織を増やしつつ資金の地域間流動性を目標とし高めていくことが求められるのではないのでしょうか。

地域内外の「ひと」×「情報(まち・しごと)」で移住・移転・投融資を促進する『新たな地域ファンディング』へ

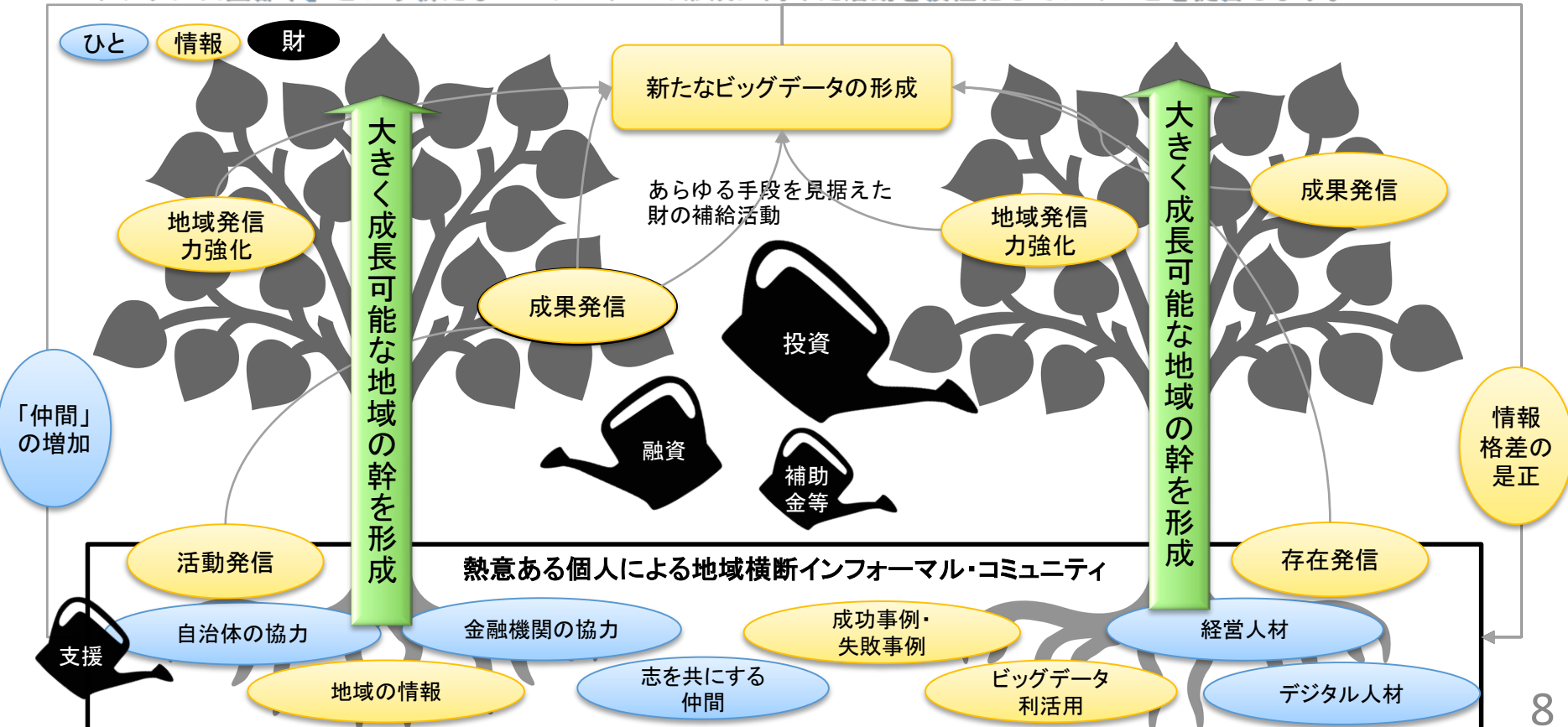
- 地域の「ひと」×「情報(まち・しごと)」が集積するインフォーマル・コミュニティを「デジタル田園都市研究開発拠点」と見立て、活動の出発拠点に対して、具体的な目標やKPIを設定して、ファンディングをしていく必要があるのではないのでしょうか。
- 加えて、組織化・事業拡大が進む際に、明確な目標・KPIと積極的な情報発信を武器に、地域を跨った大きな投資機会を醸成し、『新たな地域ファンディング』で地域間の資金流動性を高めていくことが必要となるのではないのでしょうか。

概要： 5. 新たなチャレンジを支える「地域(まち・ひと・しごと)エコシステム」へ ～ 地方を活性化し世界とつながる「新しい地方創生」の生態系の構築に向けた提言～

地方を活性化し世界とつながる「新しい地方創生」、『地域(まち・ひと・しごと)エコシステム』へ【P.32】

- 各地域が形作るべき新たな木の幹やその目標・KPIを創るその木の根は、地域を跨る知恵やノウハウの集合体です。『ひと・情報・財』が地域をまたがって相互補完する環境から、新たな地域をボトムアップで創り上げる「研究開発拠点」が必要と考えられます。そのためには、地域や組織の枠を超えた“インフォーマル・コミュニティ”や地域ビッグデータを構築し、その質・量・影響力等を目標・KPI化する必要があるのではないのでしょうか。
- その後、新たな地域の「木の幹」を生み育てるためには、国や自治体の資金のみならず、企業(地場産業資本)・個人(クラウド・ファンディング)等の地域を超えた財の補給活用(地域ファンディング)が求められ、地域発の新産業創造力として目標・KPI化する必要があると考えられます。
- いずれの場合においても、取り組みそのものを積極的かつ効果的に対外発信していかなければ、賛同者や共感を得ることはできません。そこで、インフォーマル・コミュニティ、地域ファンディング等に加え、地域発着信力強化が新たな「地域エコシステム」や「デジタル田園都市」構築の鍵となります。

これらを踏まえ当WGでは、ひと「インフォーマルコミュニティの形成」×情報「地域発信力強化」×財「地域ファンディング」＝「デジタル田園都市」という新たなエコシステムの形成に向けた活動を積極化していくことを提言します。



参考：JPAA地方活性化官民有志WGメンバー（一部）

- JPAAの下、地方創生やまち・ひと・しごと創生、地方活性化を担当する国・地方で広く活躍する官民有志からなるWG、インフォーマル・グループ（個人の立場で参加、JPAAとWG事務局の管理の下、時々業務量やニーズに応じ参入・退出自由）
- 現在活動中の主なメンバーは以下

➤ 官民有志（敬称略、各50音順、適宜追加ご案内）

明石 卓也 北九州市役所 企画調整局地方創生推進室次長
畔上 靖 株式会社シー・トゥ・ディ 代表取締役
荒澤 勇太 Sansan株式会社 Sansan事業部 金融・公共営業部
上村 章文 一般社団法人SDGs Innovation HUB顧問、地域創生プラットフォーム代表、
一般社団法人食の拠点推進機構理事長
加藤 百合子 株式会社エムスクエア・ラボ 代表取締役
指出 一正 ソトコトプラネット 代表取締役、雑誌「ソトコト」編集長
正能 茉優 株式会社ハピキラFACTORY 代表取締役、慶應義塾大学大学院 特任助教
高田 育昌 株式会社PR TIMES
芳賀 雅彦 シエンプレ株式会社 顧問、株式会社フューチャーアクセス プロデューサー、
慶応大学経済研究所 研究員
福田 次郎 横浜市役所 デジタル統括本部副本部長/最高情報統括責任者(CIO)補佐監/
最高データ統括責任者(CDO)補佐監/政策局政策部データ活用推進担当部長
舩田 貴司 株式会社PR TIMES
増田 寛也 東京大学公共政策大学院 客員教授
柳川 範之 東京大学大学院経済学研究科 教授
米倉 ユウキ 一般社団法人SDGs Innovation HUB 理事、慶應大学大学院 講師
若泉 大輔 株式会社CE Space 代表取締役
（アンケート調査やWG議論等テーマに応じ事務局等と相談の上、全国各地に適宜ご案内※）
※まち・ひと・しごと創生本部事務局等からも有志として個人参加している。

➤ 一般社団法人 日本パブリックアフェアーズ協会（JPAA）

増田 寛也 JPAA 代表理事（再掲）
岩本 隆 JPAA 理事、一般社団法人SDGs Innovation HUB 理事
酒井 光郎 JPAA 理事
双津 森雄 JPAA シニアポリシーフェロー



一般社団法人
日本パブリックアフェアーズ協会
JAPAN PUBLIC AFFAIRS ASSOCIATION

(<https://www.j-paa.or.jp/>)

➤ 事務局

齋藤 康平 株式会社みらいリレーションズ 代表取締役、「ソトコトNEWS」プロデューサー

1. 新たなチャレンジを目指す「個人～多様な起業家」あふれる地域づくり ～ 地域に関わる起業の魅力と課題、連携の在り様の変化について各種調査結果より ～

多様化する地域課題解決に向けた新たなチャレンジの必要性

- 地域が新たにチャレンジすべき課題は、コロナ過により改めて浮き彫りになったことで、急激に増大しています。
- 地域の多様な課題に対し、これまでの地域内での「人・情報・材」のみで対応することは困難です。今後地域に求められるのは、地域課題に対し、主体的に課題発見と解決、新たな産業や地域社会を生む未来創発にチャレンジする「人や企業」ではないでしょうか。

新たなチャレンジは、『熱意ある個人が主体』

- 中小企業白書によると、「起業家の半数以上は、個人での起業で、雇用していない企業も含むと大多数が個人からのスタート」です。
- また、ベンチャー白書によると、「社会課題解決したい、自分のアイデア・知識を活用したい」、というきっかけでの起業が約7割を占めています（設立5年以内のベンチャーへのアンケート調査）。
- 加えて、リクルートキャリア社が実施した調査によると、副業を実施または実施を検討している人々の8割近くが、「地方の手助けとなるような副業（同社はふるさと副業と表現）」に興味があると回答しています。
- こうした地域活性化の意思と熱量あふれる起業・副業人材の活躍が、ポスト・コロナの地域課題解決の糸口となる可能性があります。

一方で、JPAA官民有志WG「新しい地方創生」アンケート調査結果より、熱意ある個人の多くは『マイルド・チャレンジャー』

- 熱意ある個人の実態をより詳細にとらえるべく、JPAA官民有志WGでは独自アンケート調査を実施し、約250名からの回答を得ました。
- その回答の中で特徴的なのは、起業家/活動家として新たなチャレンジを推進したい層も一定程度いますが、「拠点は移さずに出張やリモートで関わりたい」、という生活の主軸は変えずに新しい地域に足を延ばしたい層も多く見られました。
- さらに、新たなチャレンジに必要な後押しとして、「共に活動する仲間たちの存在」、「現在の所属組織からの承認（副業・兼業OK等）」、「地域の企業や自治体からの手伝ってほしいというオファー」、等が入っており、積極性は高いものの、自分が先頭に立つのではなく、集団として進みたい、そして、拠点・主軸を移すことなくまずは副業的に取り組みたい、いわゆるマイルドなチャレンジ志向を持つ人たちも多いという実態が見えてきました。

これらの結果を踏まえると、ウィズ・コロナ、ポスト・コロナの「新しい地方創生」に不可欠な、地域活性化の意思と熱量あふれる個人は、

- ① SDGsなど地域や社会の役に立ちたい、何かしたい・行動したい
- ② 自分の力を生かしてくれる仲間と共に動きたい（必ずしも現在の組織としてとは限らない）
- ③ いきなり現地に飛び込むのではなく、デジタルツールも駆使しながら、関係人口としてのマイルドなチャレンジを志向するという実態が見えてきました。

中小企業白書（2020年版）より： 起業家の半数以上は「個人での起業」
フリーランスではないが雇用していない起業家も含むと大多数が個人で始める

第1-3-37図 起業家の内訳



資料：三菱UFJリサーチ&コンサルティング(株)「中小企業・小規模事業者における経営者の参入に関する調査」

(注) 1.「起業家」は、起業したことがあり、起業後10年以内である者と定義した。

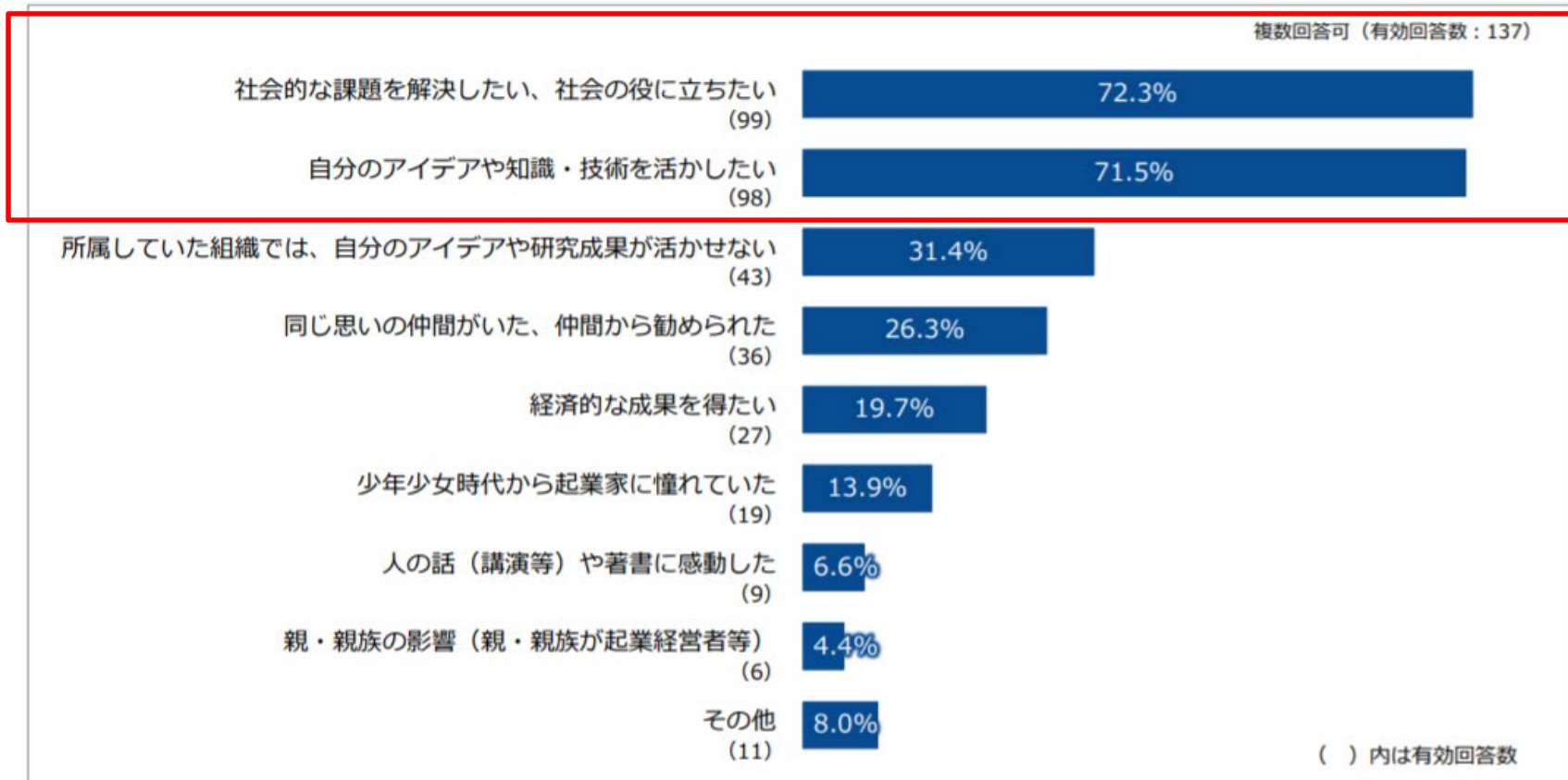
2.「フリーランス起業家」とは、本調査で「本業で雇用をしていない起業家（フリーランス）」と回答した者をいう。

3.「副業起業家」とは、同じく「副業で雇用をしている起業家」又は「副業で雇用をしていない起業家」と回答した者をいう。

4.「フリーランス・副業起業家以外の起業家」とは、「本業で雇用をしている起業家」又は「本業で雇用をしていない（フリーランスを除く）起業家」をいう。

ベンチャー白書2020より： 設立5年以内のベンチャーへのアンケート調査によると、
社会課題解決×自分のアイデア・知識の活用を動機とする企業が約7割を占める

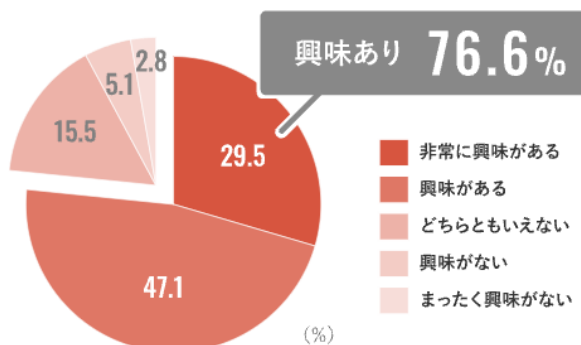
図表 4- 2 起業の動機（主因）



副業人材の7割が、ふるさと副業に興味。また、副業をまだ実施していない人材も3割がふるさと副業に興味ありと回答しており、地方での副業市場の活性化は、副業市場を押し上げる可能性（リクルートキャリア社調査）

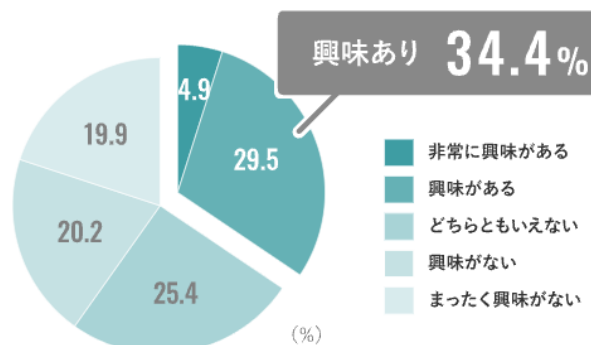
Graph ふるさと副業への興味
[兼業・副業実施中 + 実施意向あり]

(単一回答 n=1,090)

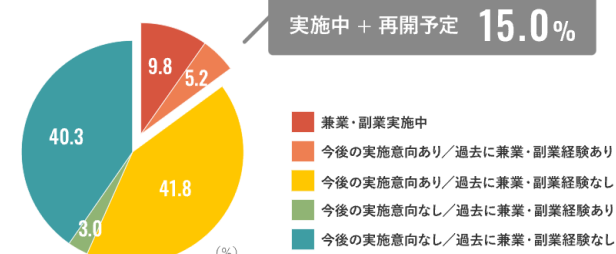


Graph ふるさと副業への興味
[兼業・副業実施意向なし]

(単一回答 n=366)



Graph 兼業・副業の実施状況 (2020年12月時点) (単一回答 n=7,937)

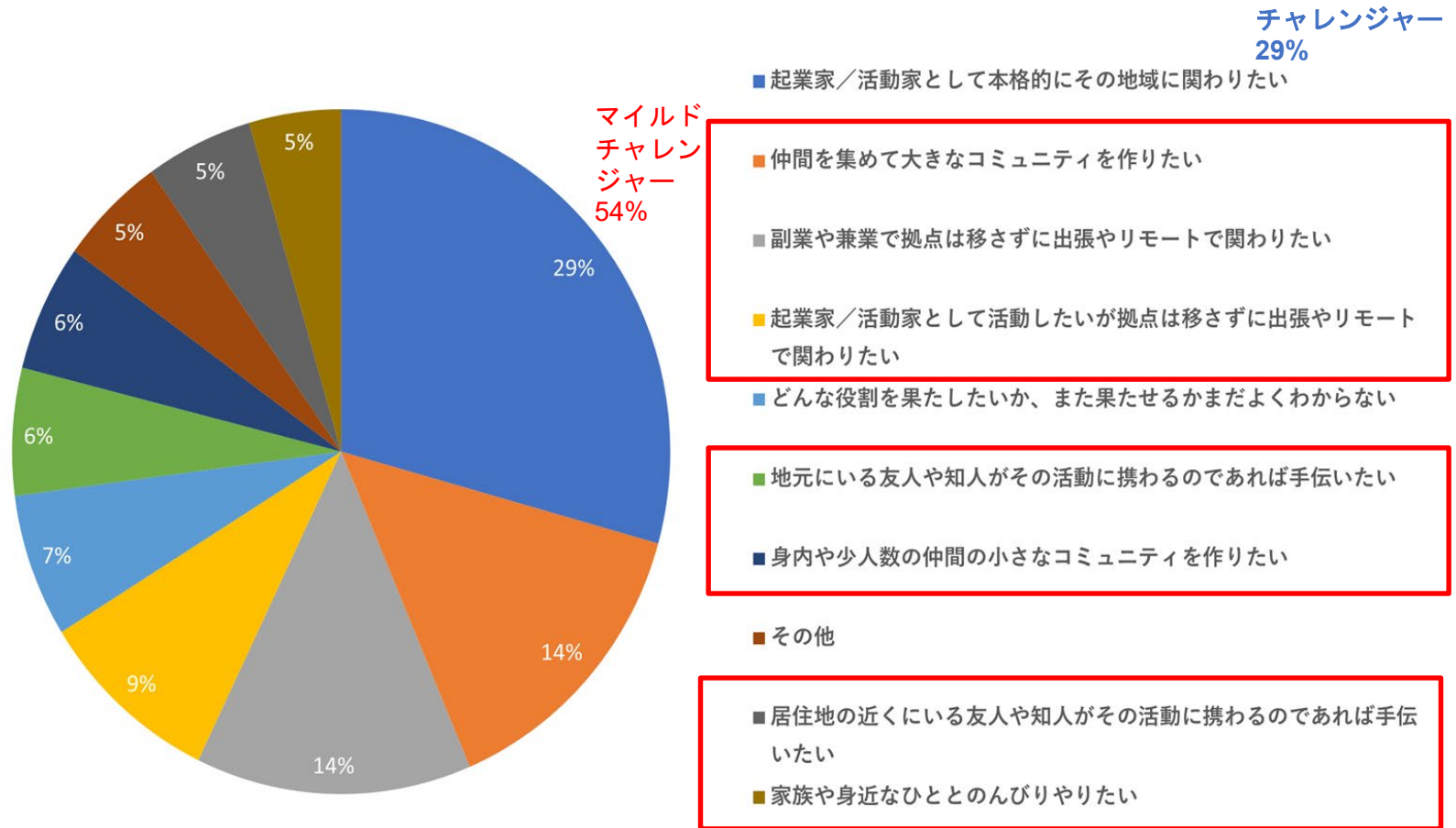


「ふるさと副業」に興味がある理由としては、「兼業・副業実施中+実施意向あり」の人たちは、「兼業・副業自体に興味があるから」の選択率が68.3%と最も高く、「自分に関わりのある地域に貢献したいから」(27.8%)、「地域問わず、地方創生に興味があるから」(27.3%)という結果でした。

一方で、「兼業・副業実施意向なし」の人たちでは、「兼業・副業自体に興味があるから」の選択率が61.1%と最も高く、「地域問わず、地方創生に興味があるから」(33.3%)、「自分に関わりのある地域に貢献したいから」(15.1%)という理由が続きました。

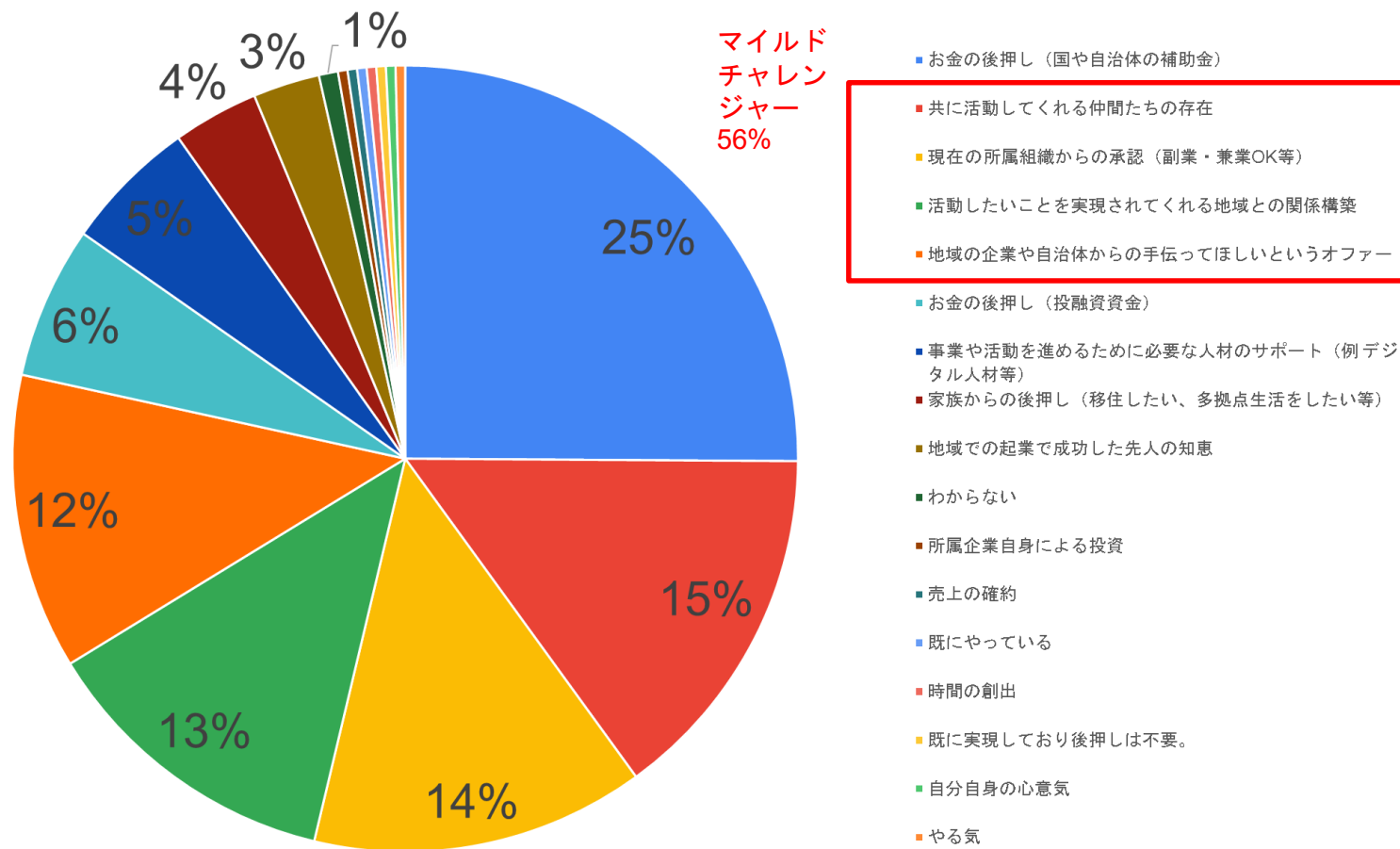
独自アンケート調査より： 半数以上は過度なリスクを取らず仲間と共に、またはリモートという手段を用いてチャレンジしたいマイルドなチャレンジ志向

今やっているチャレンジや今後やってみたいチャレンジを実行・実現するうえで、自分としてどんな役割を果たしたいですか？自分の想いに最も近いものを選んでください。



独自アンケート調査より： 新たなチャレンジを行う後押しとしても、仲間、承認、
 オファーなどが必要と答えるマイルドチャレンジャー層が半数以上を占める

今年、来年にでも新しいチャレンジに着手するとしたらどんな後押しがあると始められると思いますか？



2. 産官学民「ひと」x「情報(まち・しごと)」のデジタルを駆使したつながり ～ JPAA官民有志WGによる新たなチャレンジを志す方々へのアンケート調査結果より ～

新たなチャレンジに求められる「ひと」x「情報(まち・しごと)」の支援とは？

- JPAA官民有志WGアンケート調査によると、新たなチャレンジに必要な事項として、自治体や国に、「資金面でサポートして欲しい」という要望が目立つ一方で、地域の住民や企業に「仲間となり一緒に主体的に活動して欲しい」、地域の住民や企業に「仕事に一部でも協力して欲しい」、地域の住民や企業に「情報(人や企業や制度)を紹介して欲しい(SNS等も含む)」という、**地域と繋がる交流の場**を求めていることが分かります。
- 加えて、「成功事例や失敗事例」などの事前情報や、「デジタル人材などの専門性の高い人材」との交流を求めています。
- デジタルを駆使し、人と情報の交流を更に活発化させることが、地域の新たなチャレンジを促進することに繋がる可能性があります。

デジタルを駆使した”インフォーマル・コミュニティ/グループ”で地域を拓く

- 今回、JPAA官民有志WGでは、今後の活動の展開等に向け、Slackを使用してメンバー間の相互コミュニケーションができる手段(「マイまち・ひと・しごとPF」)を整えた上で、ワーキング・グループ自体への参画ニーズについての回答を求めたところ、半数近い回答者から、ワーキング・グループ(JPAA地方活性化官民有志WGやSub-WB)への参加を希望するとの回答を得ることができました。
- このことは、特定の地域、特定の組織の枠にとらわれることなく、デジタルツールを駆使し、人と情報のやり取りのハードルを下げ、『人・情報・財』の側面から**地域横断で互いに補完していく環境・制度等仕組づくり**ができる可能性があるということではないでしょうか。
- こうしたデジタルも駆使した繋がり形成は、チャレンジに対して必ずしも自らが旗振り役とならないマイルドチャレンジャー層の誘致にも有効となると考えられ、岸田新内閣が「デジタル田園都市国家構想」を掲げる下、当WGのようなリアル/バーチャルを組み合わせた**コミュニティの形成と地域をまたがった参加者の促進と情報連携の機会**は、官民で今後ますます増やしていくべきと考えられます。

地方創生に向けた新たなチャレンジに必要なのは、個人・企業の熱意を支える**社会関係資本(Social Capital)**として、

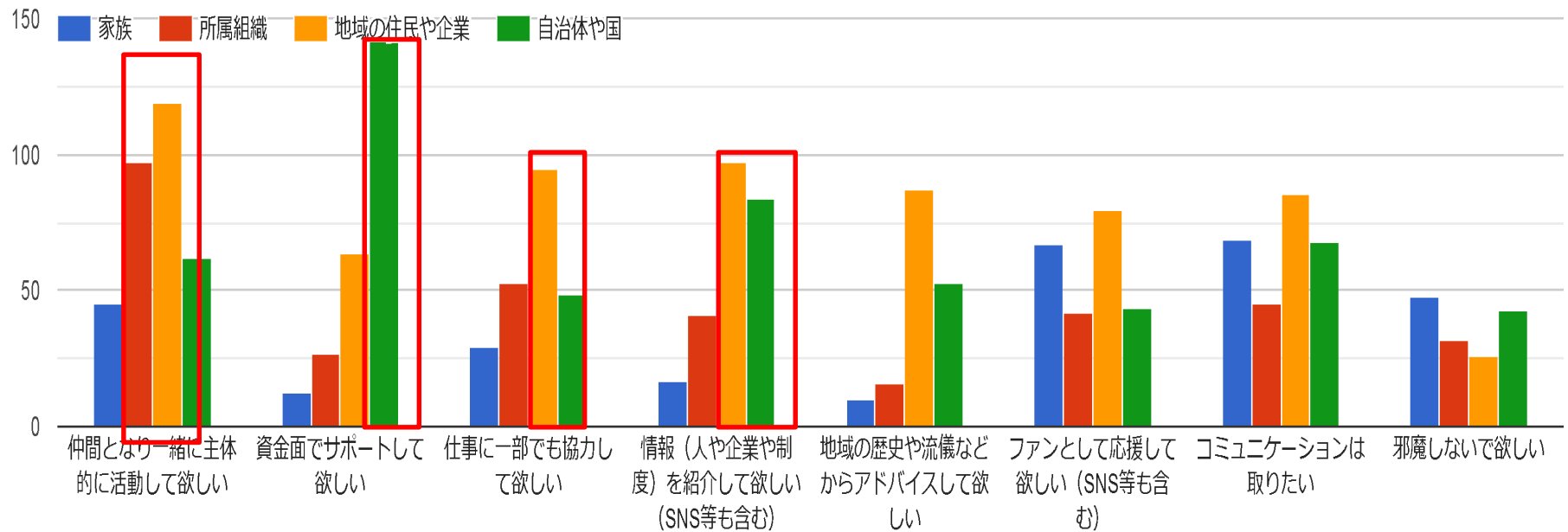
- ① チャレンジする熱意ある個人に対する、人と情報を支援する**産官学民「ひと」x「情報(まち・しごと)」のつながり**であり、
- ② 多くの人材同士が協力関係を築くために、特定の地域・特定の組織の枠にとられない**地域・都市部・海外ともつながる“インフォーマル・コミュニティ”**を全国各地域横断で、デジタルツールを駆使して構築していくことが有効ではないでしょうか。

時間や場所や組織の制約にとられない**”インフォーマル・コミュニティ/グループ”※の質・量確保**を通じて、これまで地域にはなかった**情報・ノウハウ・人脈の獲得**、更にそれらの新たな社会関係資本(Social Capital)を通じた**財の獲得**を、**具体的な目標やKPIとして設定し、後押ししていくことが、熱意ある個人を中心とする新しい地方創生の鍵となるのではないのでしょうか。**

※参考:「消滅可能性都市」を提示した日本創生会議も、英国王立国際問題研究所<チャタムハウス>も、ガバメントではないインフォーマル・グループとして国内外で歴史的な役割を果たしてきました。(<https://www.chathamhouse.org/>「チャタムハウスから世界へ 日本復活を本物に」(きんざい)御友重希(編著))

独自アンケート調査より：新たなチャレンジにおいて、国や自治体には資金や情報を、地域や所属組織には仲間としてのかかわりを求めている

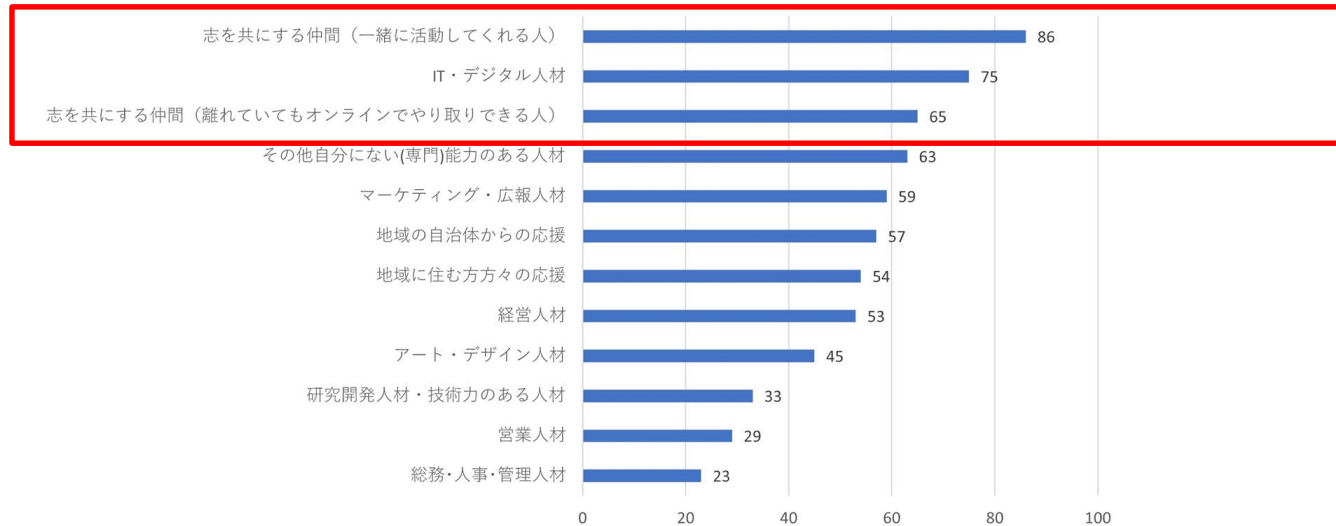
あなたの新しいチャレンジを、家族、地域、所属先組織、その他企業・教育機関や自治体・国の出先等にどのように応援して欲しいですか？



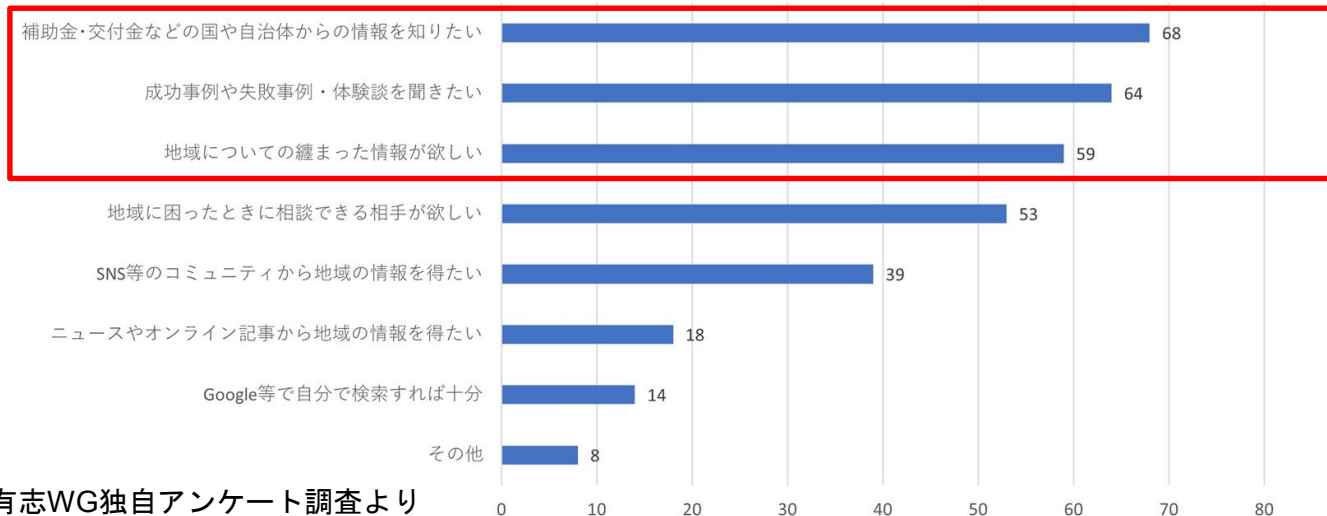
JPAA官民有志WG独自アンケート調査より

独自アンケート調査より： 新たなチャレンジに必要なのは 共に活動する仲間や自分にはない専門性を持つ「ひと」とのかかわりと事前情報

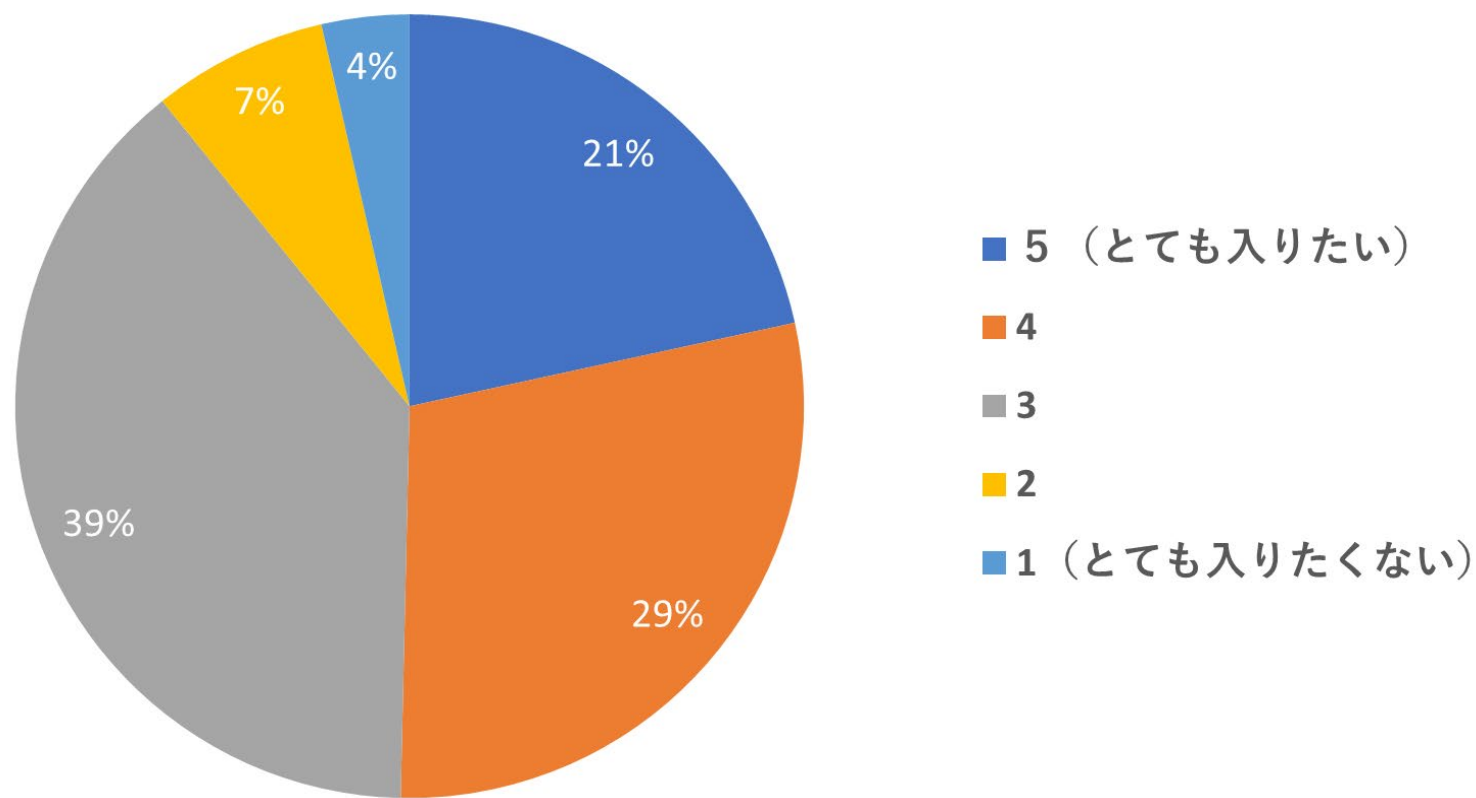
今やっているチャレンジや今後やってみたいチャレンジに、どんな『ひと』とのかかわりが必要ですか？（複数選択可）



(6) 自分のやりたいことを実現するために、どんな『情報』が必要ですか？（複数選択可）



居住地以外での起業についての情報や官・民の仲間が全国から集うオンラインコミュニティがあったら入りたいと思いますか？



参考：デジタル時代の地域の社会関係資本(Social Capital)

- デジタル時代の社会関係資本（ソーシャル・キャピタル）とは、ソーシャル・ネットワーク上で結ばれたソーシャルグラフ上の「ひと」同士の信頼、尊敬、評価、評判と定義され、**地域のつながりをデジタルにおいて再構築**するのに不可欠です。
- 「新しい地方創生」において、なぜ地域のソーシャル・キャピタルに注目する必要があるかというと、ソーシャルキャピタルがいろいろな機会を生み出したり、人を集めたり人を動かしたりすることで、結局のところ、**マネーを生み出す本質的源泉**になってきていることから、世界の**経済の成長の鍵**が、マネー・キャピタルからソーシャル・キャピタルへシフトしているからです。

世界的には10年前から社員や顧客・ビジネス・パートナーとの「つながり」を経営で最重視

- 2012年の時点で、IBMが世界主要企業のCEO（最高経営責任者）を中心に行った「IBM Global CEO Study 2012」の調査結果として、ソーシャル・メディアの進展により人々が広く深くつながっていく環境が拡大するコネクテッド・エコノミーにおいて、企業が優位性を確立するために、CEOが、テクノロジーを活用し、社員や顧客、ビジネス・パートナーとの「つながり」を重視していることが判明。
(<http://www.ibm.com/services/jp/ceo/html/ceostudy.html>)

人と人との“つながり”（ソーシャル・キャピタル）の重要性がコロナ禍で再認識

- パンデミックは、デジタルの加速度的に浸透させる一方で、人と人との“つながり”（＝ソーシャル・キャピタル）の重要性を再認識させました。

ビジネス関係人口と地域活性度に関連はあるか（DSOC Data Science Report（Sansan株式会社 DSOC））

- 地域のビジネス関係人口（ソーシャル・キャピタル）とアウトカムとの間の関連性についての定量的に検討により、第1に、**ビジネス関係人口と取引数の間に正の関連性が見られました**。名刺交換は新たなビジネスの出会いですが、これが地域の従業員数の規模に比して多い地域は、より深いビジネスの関係性を築く可能性が高いということを示唆しています。さらにその効果は、売買双方向でのビジネスの取引に対して確認されました。
- 第2に、**ビジネス関係人口と地方税歳入の間に正の関連が見られました**。これは、企業の移転や立地、その他の地域に関わる経済活動の影響と考えられます。
- さらに、今後、コロナ禍のような時代でのビジネス関係人口の重要性についての分析が重要になります。対面での出会いが困難になる中で、関係人口の価値は今後薄れていくか、既に関係人口の豊富な地域では負の影響を受けにくくなるのか、
- また、ビジネス関係人口はオフラインでの出会いを基に集計していることを踏まえ、オンラインでの地域のつながりはオフラインと同様に地域活性度との関連があるかどうか検証していくことが必要になります。ウィズコロナ・アフターコロナにおける新しい生活様式ではリモート化が促進されていくと予想されますが、それがどれほど地域に影響を及ぼすのかを考えなければならないのではないのでしょうか。

	マネタリー経済パラダイム	超情報経済パラダイム
時期	～2009年	2009年～
企業の目標	マネーキャピタルの極大化	ソーシャルキャピタルの極大化
交換媒介	貨幣	ソーシャルオブジェクト
価値の交換	貨幣とモノの交換	シェアリング
価値の源泉	希少性	アテンション、P2Pインタラクション
最適化	独占	浸透
レバレッジ	ファイナンスレバレッジ	ソーシャルグラフレバレッジ
価格	高価格	フリー（無料）+課金
価格戦略	均一の価格設定	ダイナミックプライシング
影響力の伝播	大手メディア	ソーシャルグラフ
重要な資産	強制力(影響力の独占)	影響力+可視化
	希少な資源の独占	ボランティアな資源を味方に
経済の中心プレーヤー	銀行、証券	SNS、ソーシャルグラフプロバイダー

出所：(株)ソーシャルインパクト・リサーチ

3. 新たなチャレンジを支える「情報」の蓄積・発信～「地域ビッグデータ」へ ～ JPAA官民有志WGによるビッグデータ解析結果より ～

「ひと」だけでなく「情報」も東京一極集中

- JPAA官民有志WG参加メンバーの調査(株式会社PRTIMESのデータを活用し株式会社みらいリレーションズが分析)によると、年間40万件程度の企業や自治体が発信するプレスリリース情報のうちの半数以上が東京に本社を置く企業からのものとなっています。
- 他の地域における発信は、それと比較すると少なく、東京に次いで多い大阪や名古屋(愛知)でも東京の10分の1の規模、福岡や兵庫では1万件にも達していません。
また、他県企業による新たな事業やサービスに頼っている地域も多く、他県からの関係発信も含めて、情報発信を強化し、関係人口への興味関心度を高めていく必要があります。
- リアルタイムに蓄積・活用されている地域ビッグデータとターゲット発信は、4の地域移住・移転・投融資促進の鍵となる価値創造の源で、この地域差を埋めるためには、地域から、官民・内外企業・関係人口問わず積極的な情報発信が必要です。

不足する地方・地域発・着情報

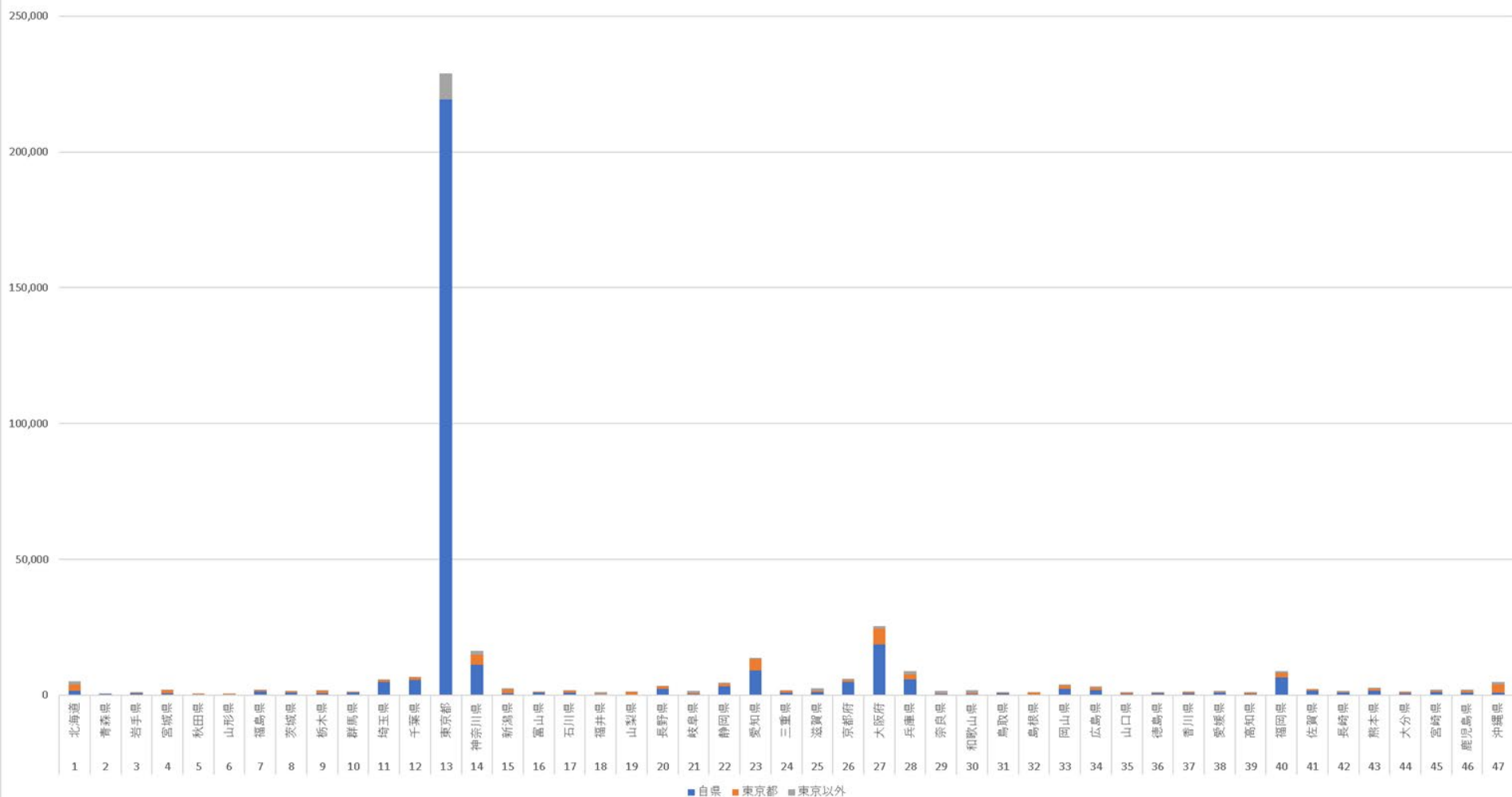
- また、東京一極集中の「発信情報格差」は、コロナ禍で変化するボトムアップのエビデンスに基づく決定が求められる中、地方における実態がビッグデータ等の情ボトムアップの報不足によりわからないという「地域発情報不足課題」と、溢れる情報を処理するための情報収集リテラシーが育たず、国や大企業のトップダウンの政策であったとしてもパブリック情報が必要な人に届かないという「地域着情報不足課題」、2つの課題を同時に生み出している可能性があります。
- 一方で、既に情報自体はオンライン上に掲載されているものが非常に多くあるため、デジタル化されたパブリックデータを自分に必要な意味ある情報として受け取るための土台(ビッグデータ解析により自分にとって意味ある情報をAIが収集展開すること等)を構築し、加えてインフォーマルコミュニティの中でニュースに関する引用を用いた対話を行いコミュニティ内のメンバーが情報発信・収集リテラシーをお互いに高め合うことができれば、情報格差の是正や地方活性化による日本再興にもつなげていける可能性があります。
- こうした活動を、国内ではSansan株式会社の神山高専プロジェクト、米国ではCenter on Rural Innovation, CORIなどの内外先行成功事例を参考にしつつ、RESAS(地域経済分析システム)(<https://resas.go.jp/>)をはじめ、官民連携した「地域ビッグデータ」を活用した、新たなチャレンジを支える「地域情報発着信力強化」を目標やKPIとして目指す必要があるのではないのでしょうか。

「地域情報発着信力強化」により世界とつながる「地域ビッグデータ～デジタル田園都市国家構想」

- 国内では東京に情報が集中していますが、世界全体でみるとアジア太平洋でも中国語圏、英語圏、大西洋に行くにつれて日本そのものの情報発信力の不足が指摘されてきた背景があります。そのため我が国では、東京五輪や大阪万博はじめG7/G20など国際会議招致、MICE、インバウンドなどの努力を行ってきました。自動翻訳等進んだ今、これを日本語のせいにはできません。
- デジタル化は、こうした努力を更に容易に、幅広く拡大できる大きなチャンスとなります。経済社会システムのデジタル化と併せ、デジタルを駆使した「地域発情報発信強化」の目標化が、日本全体のプレゼンスの底上げに繋がっていくのではないのでしょうか。

独自ビッグデータ解析より：東京と他地域に存在する圧倒的な「情報発信格差」

プレスリリース全体（2020/4～2021/3） 全体件数（青：自県発自県話題、オレンジ：東京発自県話題、グレー：東京以外他県発自県話題）

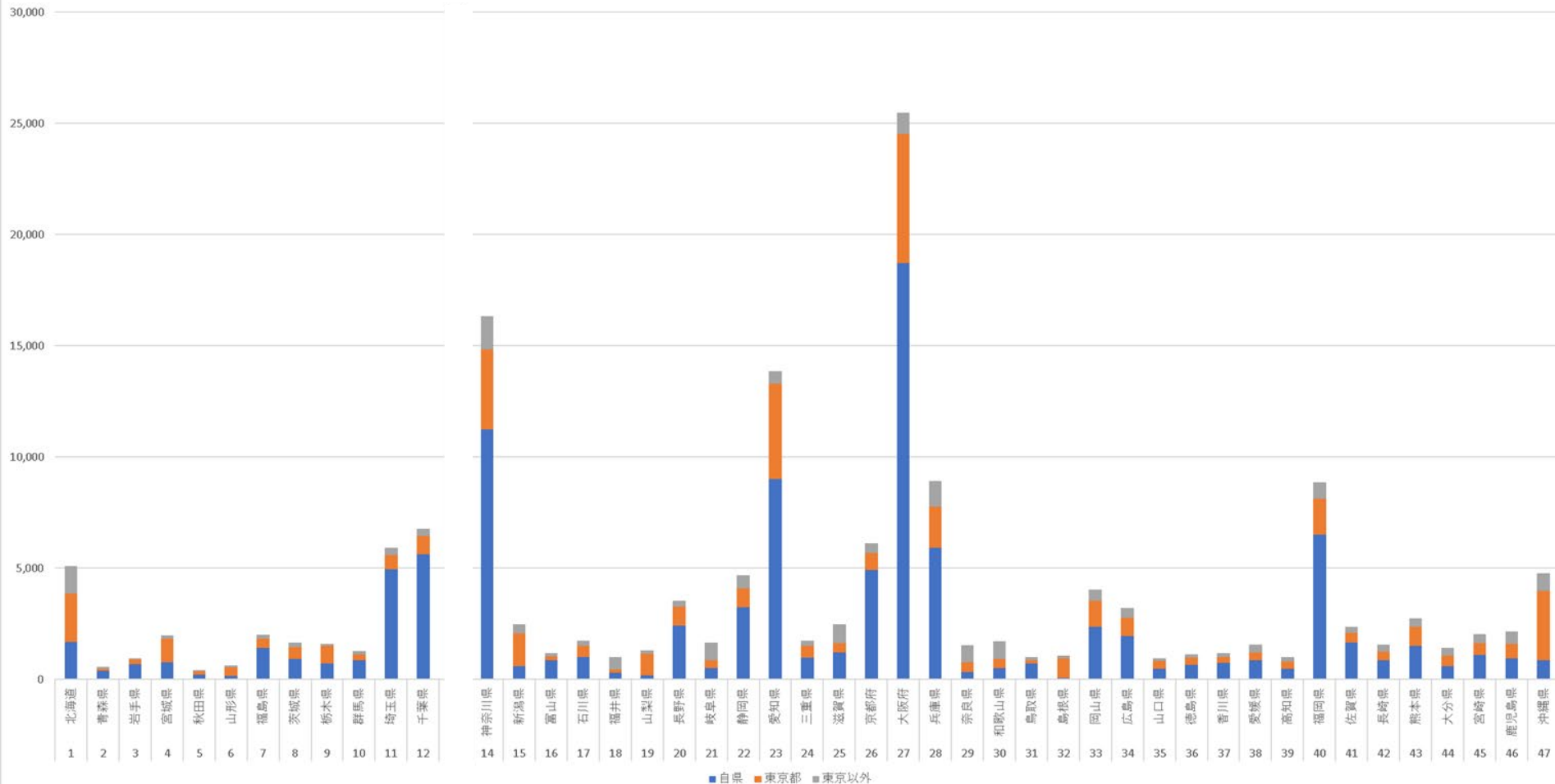


JPAA官民有志WG独自ビッグデータ解析より（株式会社PRTIMESのデータを活用し株式会社みらいリレーションズが分析）

独自ビッグデータ解析より：政令指定都市以外は年間の企業や自治体発のプレスリリース件数が5000件にも満たない（参考：オンライン記事は1日10万件）

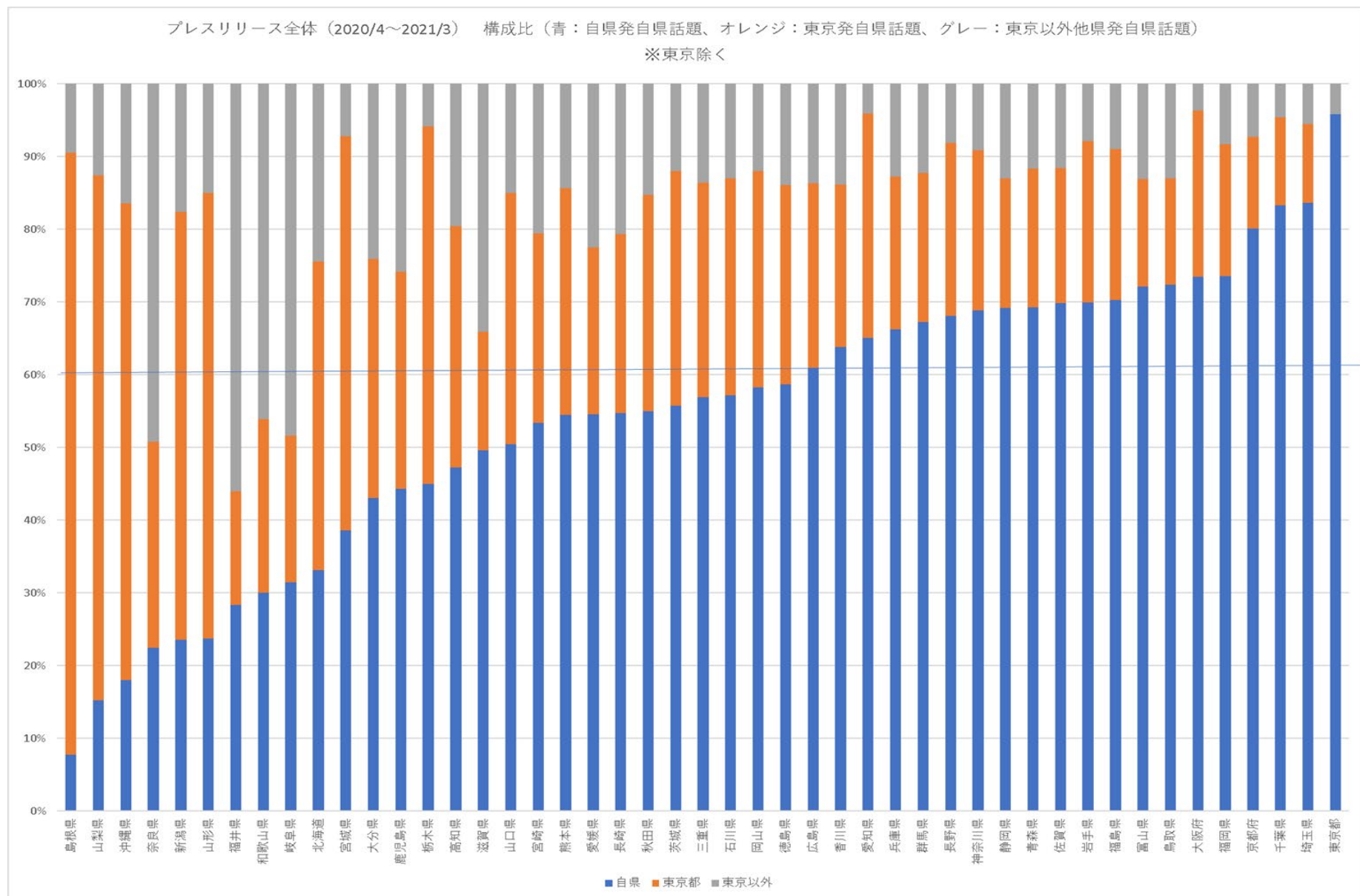
プレスリリース全体（2020/4～2021/3） 全体件数（青：自県発自県話題、オレンジ：東京発自県話題、グレー：東京以外他県発自県話題）

※東京除く



JPAA官民有志WG独自ビッグデータ解析より（株式会社PRTIMESのデータを活用し株式会社みらいリレーションズが分析）

独自ビッグデータ解析より：また、他県企業による新たな事業やサービスに頼っている地域も多い。
他県からの関係発信も含めて、情報発信を強化し、関係人口への興味関心度を高めていく必要がある

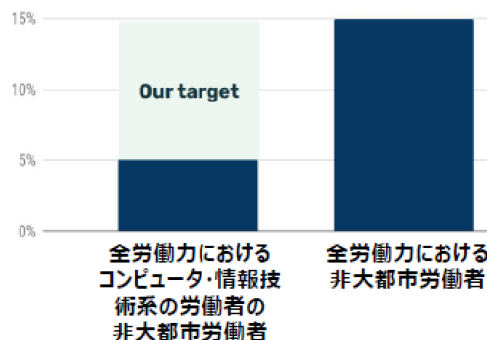


海外先行事例：Center on Rural Innovation, CORI

- 地域イノベーションセンター（Center on Rural Innovation, CORI）は、2017年に米国バーモント州議で、Google勤務経験のMatt Dunneにより設立され、LinkedIn創業者のReed Hoffmanの連携・支援を受け、全米17州、18コミュニティが、120万人の地域で年間7,000時間余のデジタル・スキル研修と地域ビッグデータ・地域ファンティングを行っています。

アメリカの地方のデジタルエコノミー

米国のコンピュータ・情報技術系職業の非都市部の雇用（2018年）



アメリカの地方の労働人口の全体の15%を占めています。しかしながら、コンピュータ・情報技術系労働者は、5%にとどまります。

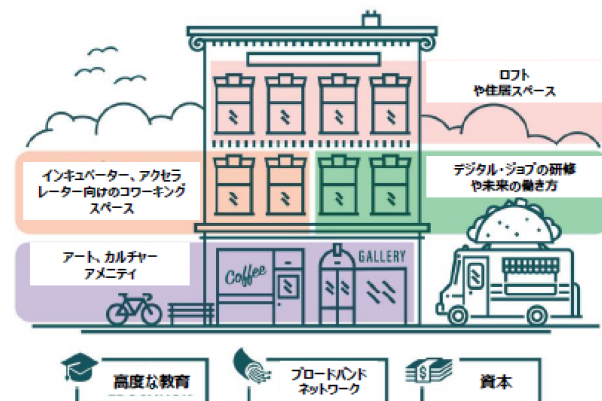
私たちの目標は、このギャップを埋めることです。コンピュータ・情報技術系の労働者の15%を地方に移動させることです。

CORIのデジタルエコノミーのエコシステムモデル



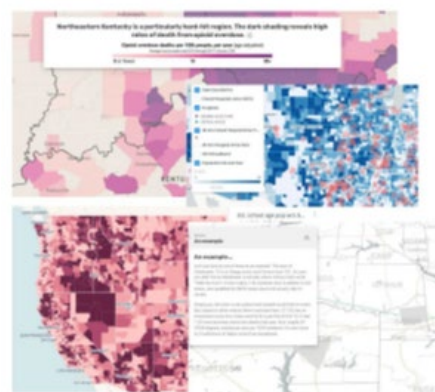
地域社会のイノベーション・ハブ構築を支援

CORIのイノベーション・ハブモデル



重要な資産を一箇所に集中して接続

マッピングとデータビジュアライゼーション



機会が顕在化

ダッシュボード、インタラクティブ・マップやデータビジュアライゼーションを作成することにより、政策立案者、投資家、非営利団体、学識経験者、ジャーナリスト、そして、地方の変革者が、全国の小さな町やコミュニティで何が起きているのかを理解し、共有することができます。

4. 新たなチャレンジを支える「お金」のつながり～「地域ファンディング」へ ～ 地域の「ひと」×「情報(まち・しごと)」を財・価値に ～

新たなチャレンジに対し『公的資金やクラウドファンディングが頼り』の状況

- JPAA官民有志WGのアンケートでは、新たなチャレンジに必要なお金として、公的資金やクラウドファンディング等の手段を求める方が多くありました。
- これらの資金は、返済する必要が少なくお金であり、お金の面ではリスクヘッジ策を重視している可能性があります。また、**地域で、融資のみでなく投資のリスクマネーを成長ステージに合わせて供給する体制・環境**も引き続き官民で構築する必要があります。

個人としての資金調達ではなく『新たな活動に対す資金調達』が必要

- 熱意ある個人にはマイルド・チャレンジャーも多くおり、大きな単位での資金を借り入れや株式等を個人が中心となって資金調達すること困難さを伴います。そのため、新たな活動・課題解決の取り組みを軸に、**地域商社や地域ファンド、Social Impact Bond, SIBなど、大きな投融資の資金を動かせる母体・組織・チーム**等を段階的に作り上げていく必要があります。
- ただし、組織を作り上げる手前の段階では、銀行にしろ、国にしろ、自治体にしろ、個々人が資金調達を行うか、法人化した後に資金調達を行うかのどちらかの手段しか現状持ち合わせていません。
- 今後は、**地域金融機関や地場企業、自治体等が、地域のインフォーマル・コミュニティ**のような、組織化以前の状態に対し、**熱意ある個人の集まる場としての価値を認め、資金調達と組織化を目標・KPI化し、後押しをしていくことが求められるのではないのでしょうか。**
- 加えて、組織化には資金だけでなく、プロフェッショナル人材戦略、先導的人材マッチングなど、**経営人材面の強化も必要となり、人材マッチング事業を強化する地域金融機関が、「財(お金)+ひと」支援という、新たな役割も求められるのではないのでしょうか。**

組織化後の取り組み維持拡大に向けた地域を横断した『財』の必要性

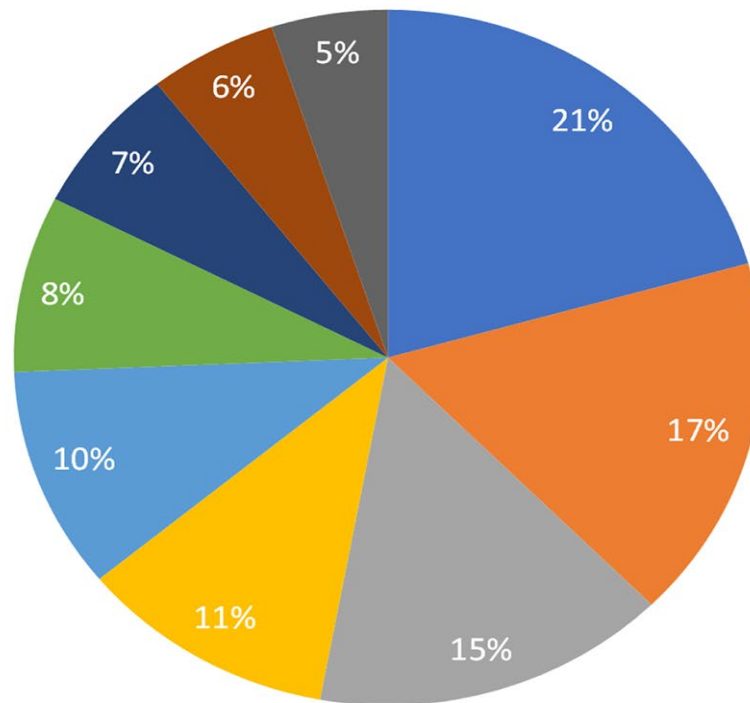
- 組織化がなされた後は、公的資金やクラウドファンディングのような手段では、大きな資金を得ることは困難です。
- そのため、ベンチャーキャピタル、大手企業のCVC、海外投資ファンド等、より大きな資金を獲得し、地域に根差し先端的な取り組みを推進し続ける組織体・事業体を育成していく必要があります。
- こうした投資環境も現在、東京一極偏重の傾向があり、**グローバル・スタートアップ・エコシステムや地方取引所、地域金融機関等の取り組みなどと連携し、地域発の組織を増やしつつ資金の地域間流動性を目標とし高めていくことが求められるのではないのでしょうか。**

地域内外の「ひと」×「情報(まち・しごと)」で移住・移転・投融資を促進する『新たな地域ファンディング』へ

- **地域の「ひと」×「情報(まち・しごと)」が集積するインフォーマル・コミュニティを「デジタル田園都市研究開発拠点」と見立て、活動の出発拠点に対して、具体的な目標やKPIを設定して、ファンディングをしていく必要があるのではないのでしょうか。**
- 加えて、組織化・事業拡大が進む際に、明確な目標・KPIと積極的な情報発信を武器に、**地域を跨った大きな投資機会を醸成し、『新たな地域ファンディング』で地域間の資金流動性を高めていくことが必要となるのではないのでしょうか。**

独自アンケート調査より：個人としてやりたいことを実現するための必要資金は、「リスクの少ないマネー」が多い

自分のやりたいことを実現するために、どんな『お金』が必要だと思いますか？（複数選択可）

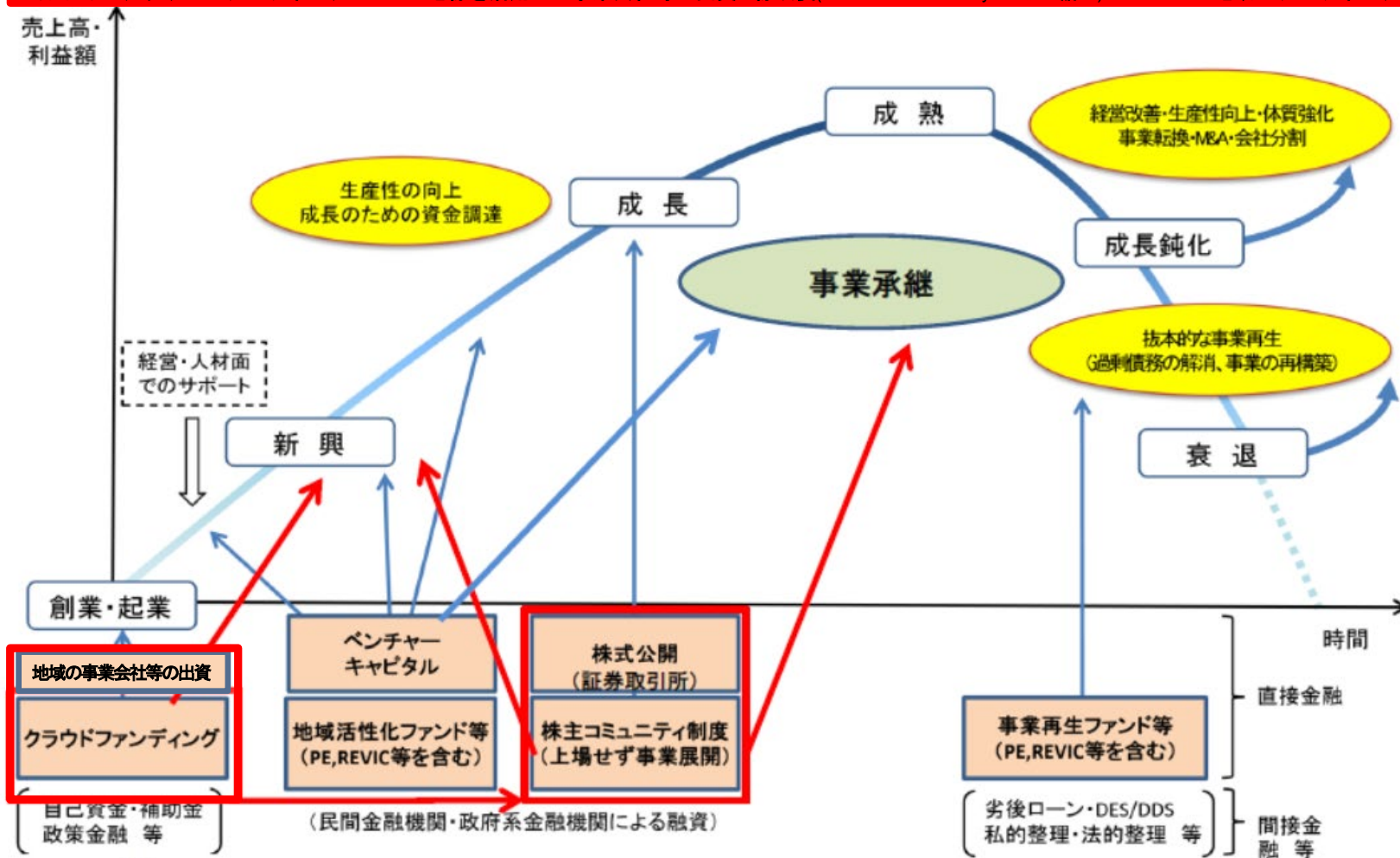


- 公的資金（補助金・交付金など）
- クラウド・ファンディング
- 官民共同事業投資スキーム等プロジェクトファイナンス
- エンジェル投資
- ベンチャーキャピタルや事業会社からの資金調達
- 融資など間接金融
- 大学・研究所の研究資金やファンド
- ソーシャル・インパクトボンド
- ジョイントベンチャー

リスクマネーを成長ステージに合わせて供給する体制・環境

- 地域金融機関や地場企業（非上場オーナー企業等）、自治体等が、グローバル・スタートアップ・エコシステムや地方取引所の取組などと連携し、地域のインフォーマル・コミュニティに積極的に参画するなど、地域で融資のみでなく投資のリスクマネーを成長ステージに合わせて供給する体制・環境※も引き続き官民で構築する必要があります。

※ 都市部のクラウドファンディング、地方の地縁を活用した事業会社等の出資・縁故債（米国 Fiends & Family・伝統的 講等）・SIB など「地域ファンディング」



出所：金融庁資料より転載。一部修正（第二種金融商品取引業協会等資料）

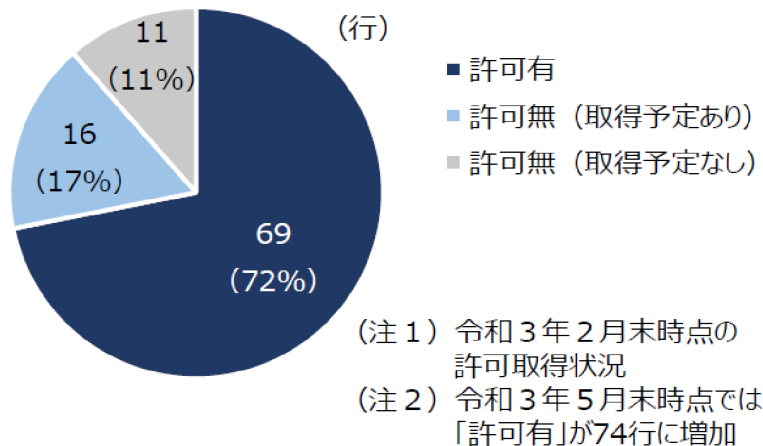
地域金融機関の「財＋ひと」支援の状況

プロフェッショナル人材戦略、先導的人財マッチングなど、

経営人材面における地域金融機関の役割を強化

- 2018年3月30日に、「中小・地域金融機関向けの総合的な監督指針」の一部改正が適用されたことにより、地域金融機関が職業紹介業への参入が解禁され、多くの地域金融機関が職業紹介業に参入しています。
- 地方企業における経営人材採用に関するニーズは高く、66.6%の企業が経営人材不足を認識しています。
- 採用されている経営人材は「常勤の若手」であり、若手の経営人材の地方への移住や地方での若手経営人材育成を促進することが重要です。地方企業が経営人材について地域金融機関に相談したいニーズは高く、経営人材面における地域金融機関の役割は益々重要になります。

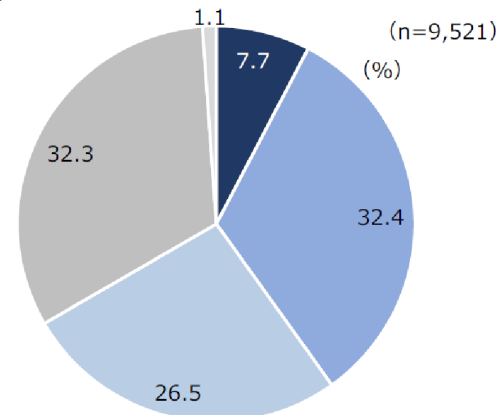
地域金融機関の有料職業紹介業の許可取得の状況 (2021年2月末時点)



回答した96行中、72%が許可取得済み
取得予定含めると、約9割

経営人材不足に関する地方企業の認識

- 経営人材は不足しており、その人材要件は明確に固まっている
- 経営人材は不足しており、その人材要件はある程度固まっている
- 経営人材は不足しているが、その人材要件はほとんど固まっていない
- 経営人材は不足していない
- その他



「経営人材が不足している」と回答した企業は66.6%
で、多くの企業が経営人材が不足していると認識

地域金融機関の「財＋ひと」支援の状況

プロフェッショナル人材戦略、先導的人財マッチングなど、
企業における経営人材紹介活動に対する満足度

	人材要件 明確化	採用サポート	定着サポート	手数料水準	採用人材の 働き
子や親族、社内従業員、知人等	3.44	3.36	3.20	3.03	3.36
メインバンクやそのグループ会社	3.58	3.58	3.30	3.34	3.97
プロフェッショナル人材戦略拠点	3.31	3.35	2.72	2.77	3.24
民間人材紹介会社	3.49	3.46	2.90	2.71	3.47
その他の支援機関	3.45	3.64	3.36	3.00	3.75
(参考) 平均	3.45	3.44	2.99	2.87	3.49

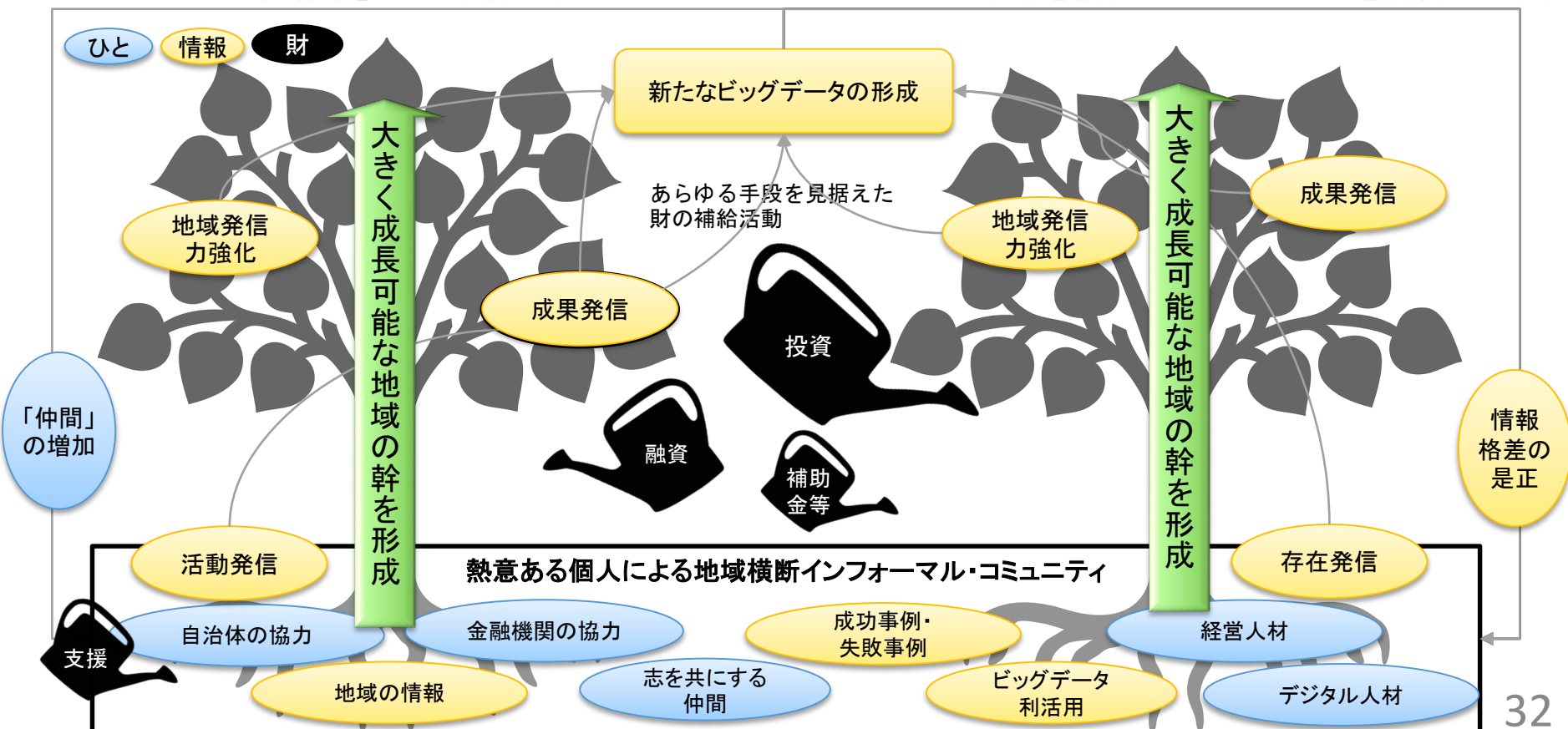
「メインバンクやそのグループ会社」に対する満足度は総じて高い

5. 新たなチャレンジを支える「地域(まち・ひと・しごと)エコシステム」へ ～ 地方を活性化し世界とつながる「新しい地方創生」の生態系の構築に向けた提言 ～

地方を活性化し世界とつながる「新しい地方創生」、『地域(まち・ひと・しごと)エコシステム』へ

- 各地域が形作るべき新たな木の幹やその目標・KPIを創るその木の根は、地域を跨る知恵やノウハウの集合体です。『ひと・情報・財』が地域をまたがって相互補完する環境から、新たな地域をボトムアップで創り上げる「研究開発拠点」が必要と考えられます。そのためには、地域や組織の枠を超えた「インフォーマル・コミュニティ」や地域ビッグデータを構築し、その質・量・影響力等を目標・KPI化する必要があるのではないのでしょうか。
- その後、新たな地域の「木の幹」を生み育てるためには、国や自治体の資金のみならず、企業(地場産業資本)・個人クラウド・ファンディング)等の地域を超えた財の補給活用(地域ファンディング)が求められ、地域発の新産業創造力として目標・KPI化する必要があると考えられます。
- いずれの場合においても、取り組みそのものを積極的かつ効果的に対外発信していかなければ、賛同者や共感を得ることはできません。そこで、インフォーマル・コミュニティ、地域ファンディング等に加え、地域発信力強化が新たな「地域エコシステム」や「デジタル田園都市」構築の鍵となります。

ひと「インフォーマル・コミュニティの形成」×情報「地域発信力強化」×財「地域ファンディング」
＝「デジタル田園都市」という新たなエコシステムの形成に向けた活動を積極化していくことを提言します。



起業家（候補者と現在属する企業等への意向含む）アンケート調査

起業家（スタートアップ経営者）・起業を志す若者（フリーランスやパラレルキャリア）・現在属する企業や地域に変化をもたらしたい方（経営者や企業・自治体の熱意ある個人）らに対し、『新しい地方創生』アンケートを下記のとおり実施しました。

【調査期間】 令和3年9月21日(火)～10月11日(月)の3週間

【調査対象】 全国の企業・教育機関・自治体・団体等に属する/属さない「熱量高く、挑戦する」個人

【調査目的】 レポート（報告）として国・社会に提言・発信し、「新しい地方創生」政策等に反映

【調査結果】 Email登録で送付（ほか質問・相談等や地域起業コミュニティ(Slack G)等参加が可能）

【調査方法】 Google form返信（Sansan株式会社が情報配信等で協力/ソトコトNEWS等が解析）

【調査協力】 公益社団法人日本青年会議所、一般社団法人SDGs Innovation HUB、Sansan株式会社

【調査団体】 一般社団法人 日本パブリックアフェアーズ協会（東京都港区 代表理事：増田寛也）

地方活性化官民有志WG（事務局お問合せ先：mhs_wg@mirairelations.co.jp）

※ 匿名アンケートとなっております。

- ▶ 集計結果をご希望の方には、メールで後日お送りいたします。（メールアドレスと回答の紐づけはされません）
- ▶ 集計結果以外にも、レポート（報告）の送付やJPAA地方活性化官民有志WGへの仮参加、WGメンターへのお試し相談、WG事務局への質問などご希望をアンケートの最後にお聞きし、ポスト・コロナの『新しい地方創生』コミュニティを皆様と共創してまいります。

起業家（候補者と現在属する企業等への意向含む）アンケート調査

I あなたの「まち」とのかかわりについて

- (1) 現在関わりや関心がある地域はどこですか？（複数選択可）
- (2) 下記の中で、現在チャレンジしていることはありますか？（複数選択可）
- (3) 今後やってみたいことはありますか？（上位3位を選択）
- (4) 今やっているチャレンジや今後やってみたいチャレンジを実行・実現するうえで、自分としてどんな役割を果たしたいですか？自分の想いに最も近いものを選んでください。
- (5) 今やっているチャレンジや今後やってみたいチャレンジに、どんな『ひと』とのかかわりが必要ですか？（複数選択可）
- (6) 自分のやりたいことを実現するために、どんな『情報』が必要ですか？（複数選択可）
- (7) 自分のやりたいことを実現するために、どんな『お金』が必要だと思いますか？（複数選択可）

II あなたの「ひと」について

- (8) あなたの年齢は何歳ですか？
- (9) あなたの性別は何ですか？
- (10) あなたの家族構成について教えてください。（複数選択可）
- (11) あなたの生い立ちと将来構想について教えてください（地方や都会の定義は気にせず主観的に、一番近いものを選んでください）。
- (12) あなたの新しいチャレンジを家族は応援してくれていますか？

起業家（候補者と現在属する企業等への意向含む）アンケート調査

Ⅲ あなたの「しごと」について

- (13) あなたの「しごと」について教えてください（副業やボランティア、通学等含む）。（複数選択可）
- (14) あなたが所属している企業・団体・組織・学校の規模（従業員・職員・学生などの人数）はどれくらいですか？
- (15) あなたの新しいチャレンジを現在の所属先組織は応援してくれていますか？

Ⅳ あなたの「まち・ひと・しごと」を支える環境について

あなたの地域「まち」で仲間「ひと」とする新しいチャレンジ「しごと」を支える環境、地域エコシステム（経済・社会・環境の生態系）についてお聞きします。

- (16) あなたの新しいチャレンジを、家族、地域、所属先組織、その他企業・教育機関や自治体・国の出先等にどのように応援して欲しいですか？
- (17) 今年、来年にでも新しいチャレンジに着手するとしたらどんな後押しがあると始められると思いますか？

Ⅴ 官民有志からのご案内

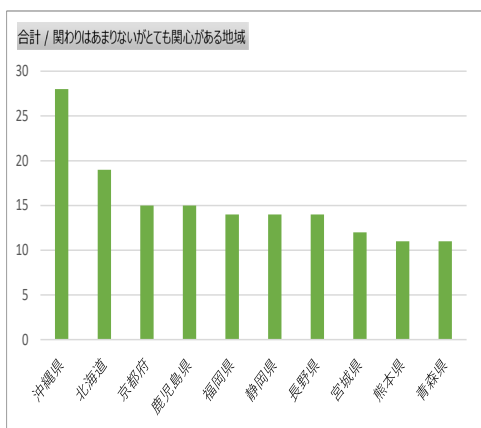
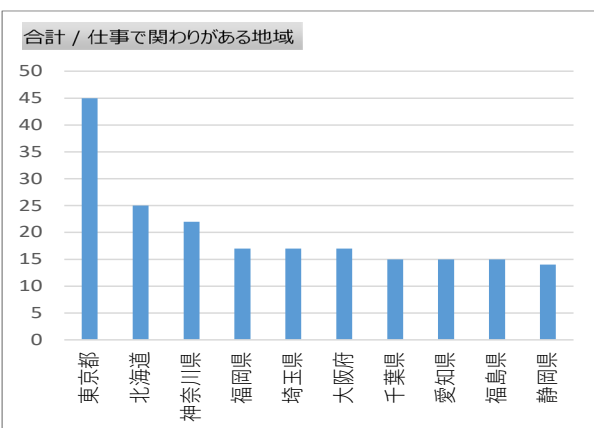
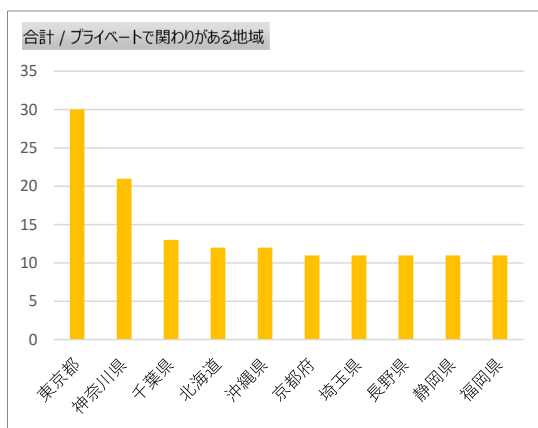
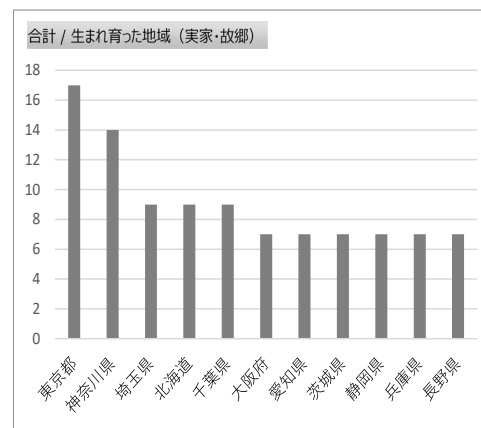
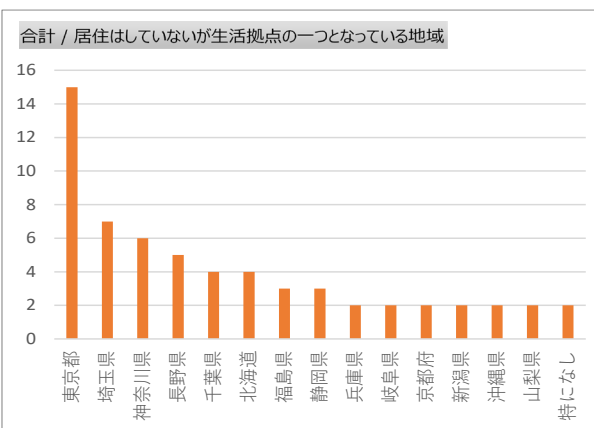
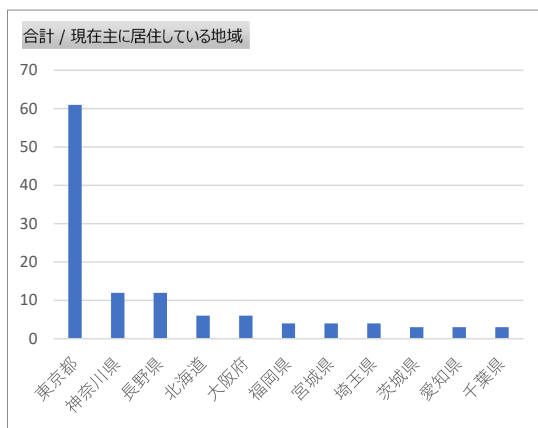
- ((1)) 現在、何れかの団体に所属していますか？（複数回答可）
- ((2)) 居住地以外での起業についての情報や官・民の仲間が全国から集うオンラインコミュニティがあったら入りたいと思いますか？
- ((3)) 本アンケート集計結果等ご希望ですか？

<((3))が希望するなら>

- ((4)) ご希望のものを選択ください。（複数回答可）
- ((5)) メールアドレスをご入力ください。

I あなたの「まち」とのかかわりについて

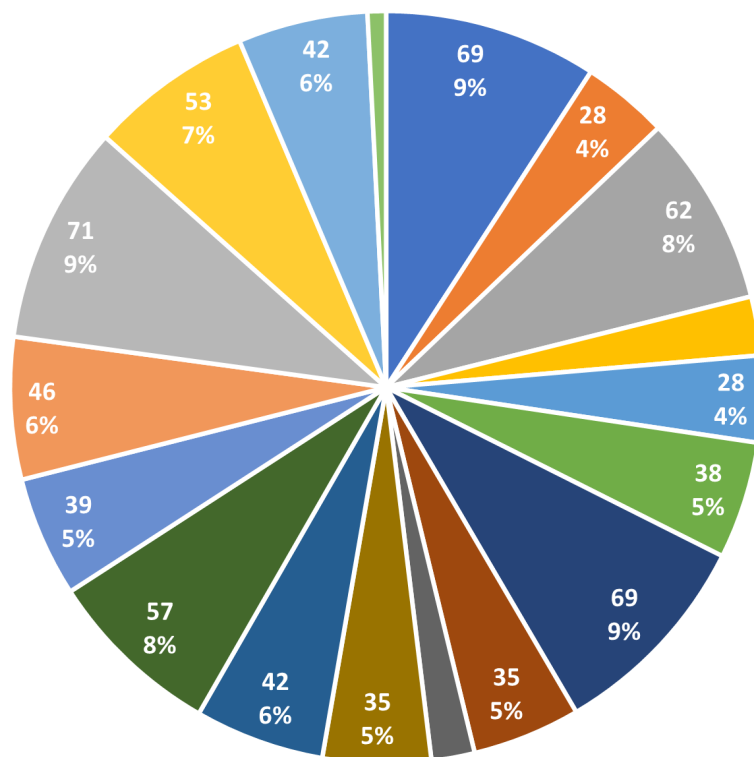
(1) 現在関わりや関心がある地域はどこですか？（複数選択可）



※選択肢ごとトップ10位まで表示。

I あなたの「まち」とのかかわりについて

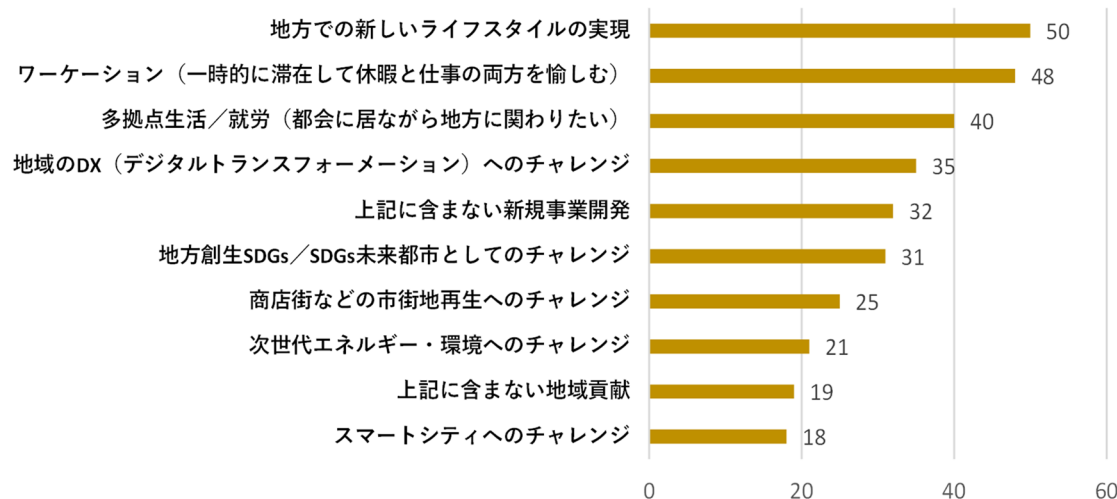
(2) 下記の中で、現在チャレンジしていることはありますか？（複数選択可）



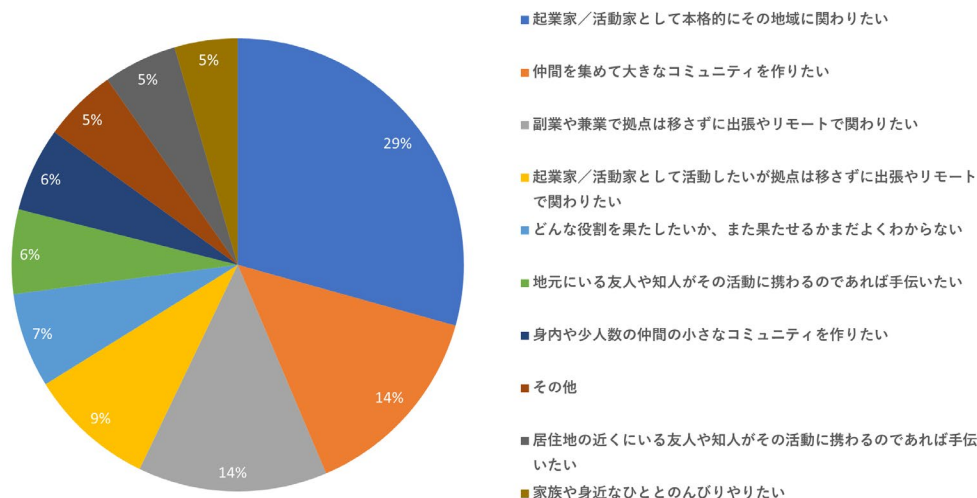
- 多拠点生活／就労（就労都市部に居ながら地方に関わりたい）
- 多拠点生活／就労（地方に住みながら都市部で働きたい）
- ワーケーション（一時的に滞在して休暇と仕事の両方を愉しむ）
- 地方での子育て／国内留学
- 感染症対策を踏まえた新たな観光事業開発
- 商店街などの市街地再生へのチャレンジ
- 地方での新しいライフスタイルの実現
- 農業へのチャレンジ
- 地域医療へのチャレンジ
- 次世代エネルギー・環境へのチャレンジ
- スマートシティへのチャレンジ
- 地域のDX（デジタルトランスフォーメーション）へのチャレンジ
- 災害対策・インフラ老朽化対策等へのチャレンジ
- 上記に含まない新規事業開発
- 地方創生SDGs／SDGs未来都市としてのチャレンジ
- 上記に含まない地域貢献
- 特にやっていることはない
- その他

I あなたの「まち」とのかかわりについて

(3) 今後やってみたいことはありますか？（上位3位を選択）

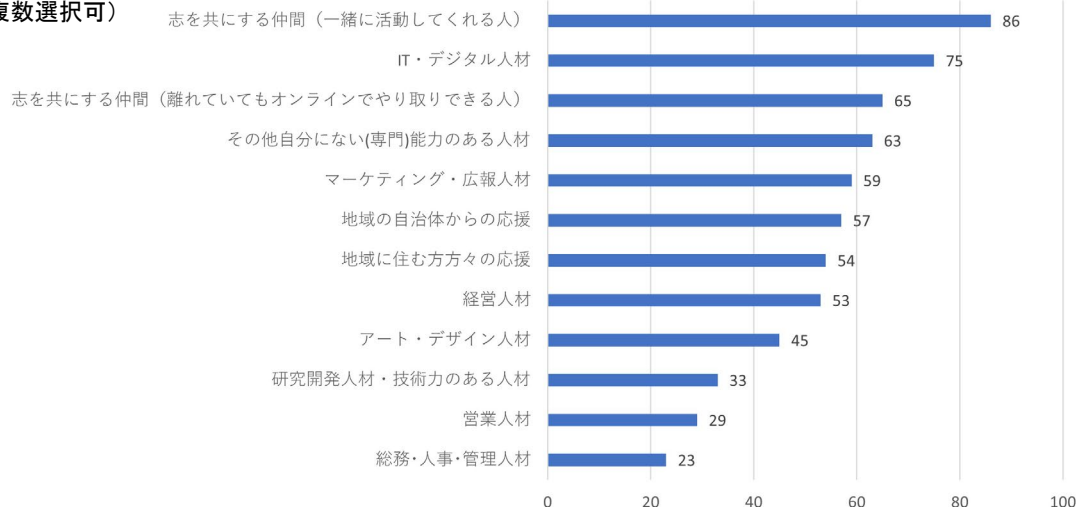


(4) 今やっているチャレンジや今後やってみたいチャレンジを実行・実現するうえで、自分としてどんな役割を果たしたいですか？自分の想いに最も近いものを選んでください。

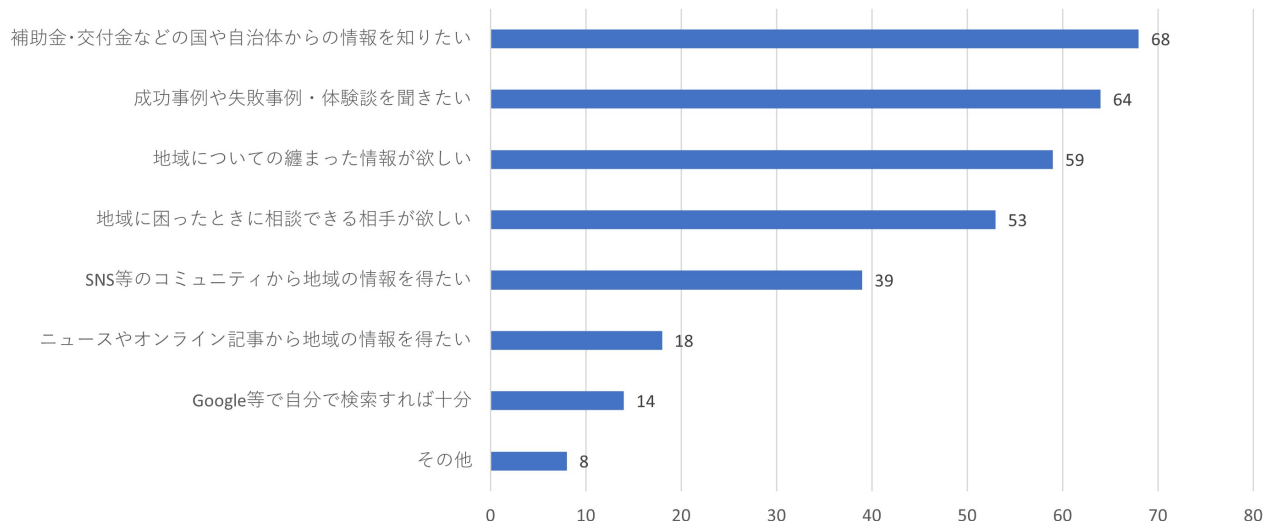


I あなたの「まち」とのかかわりについて

(5) 今やっているチャレンジや今後やりたいチャレンジに、どんな『ひと』とのかかわりが必要ですか？（複数選択可）

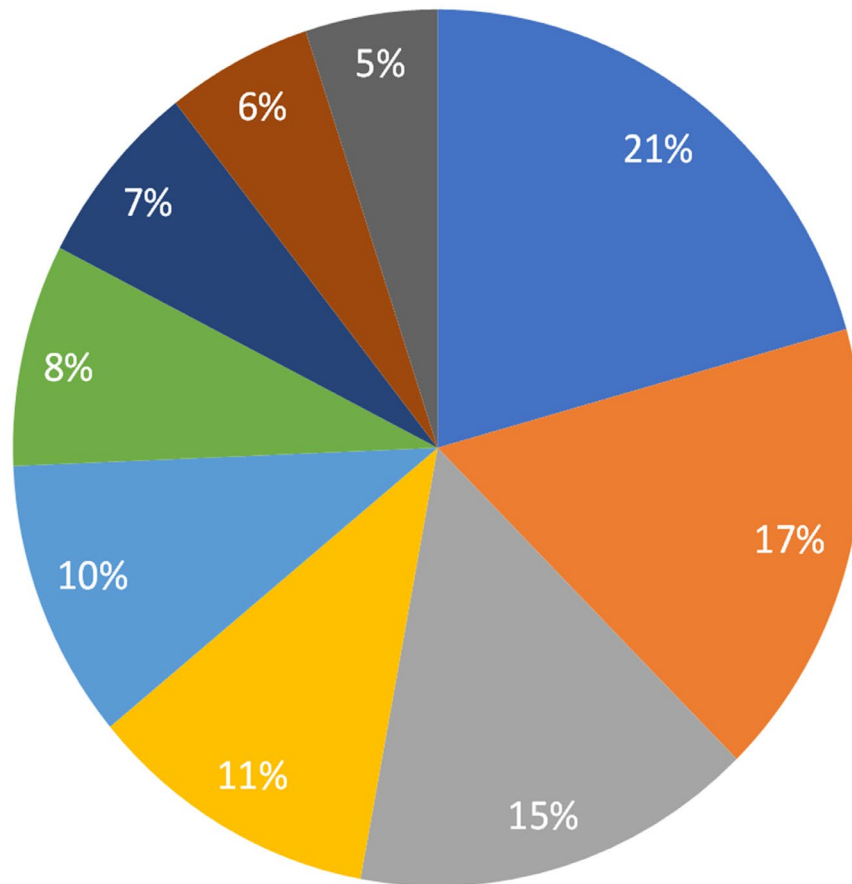


(6) 自分のやりたいことを実現するために、どんな『情報』が必要ですか？（複数選択可）



I あなたの「まち」とのかかわりについて

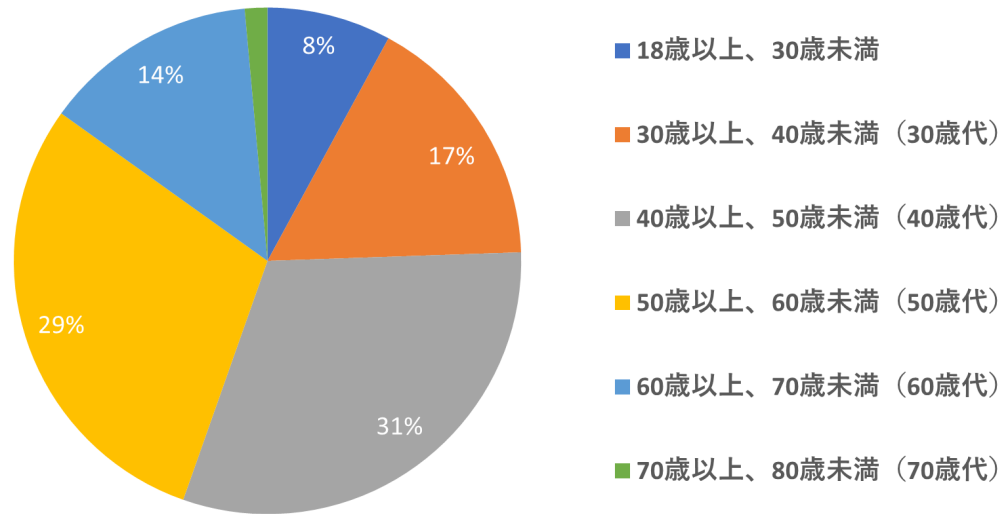
(7) 自分のやりたいことを実現するために、どんな『お金』が必要だと思いますか？（複数選択可）



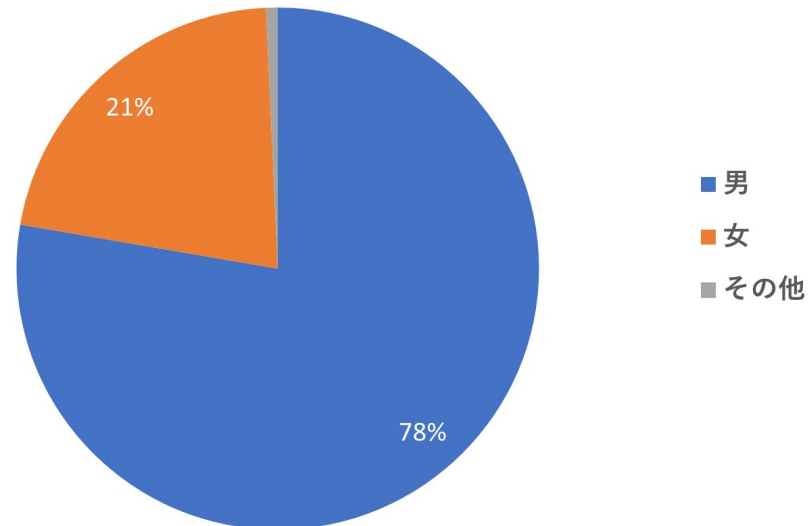
- 公的資金（補助金・交付金など）
- クラウド・ファンディング
- 官民共同事業投資スキーム等プロジェクトファイナンス
- エンジェル投資
- ベンチャーキャピタルや事業会社からの資金調達
- 融資など間接金融
- 大学・研究所の研究資金やファンド
- ソーシャル・インパクトボンド
- ジョイントベンチャー

Ⅱ あなたの「ひと」について

(8) あなたの年齢は何歳ですか？

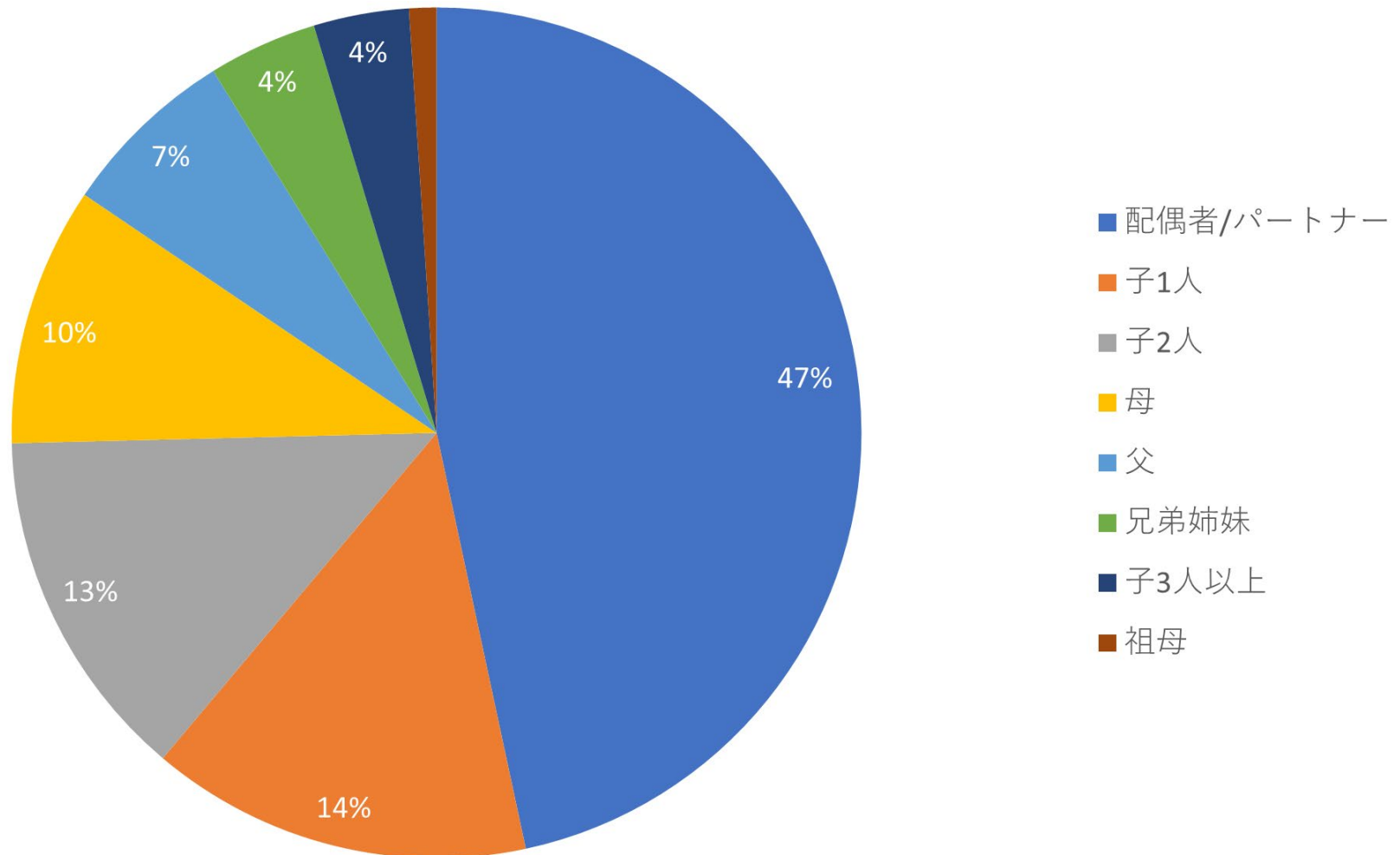


(9) あなたの性別は何ですか？



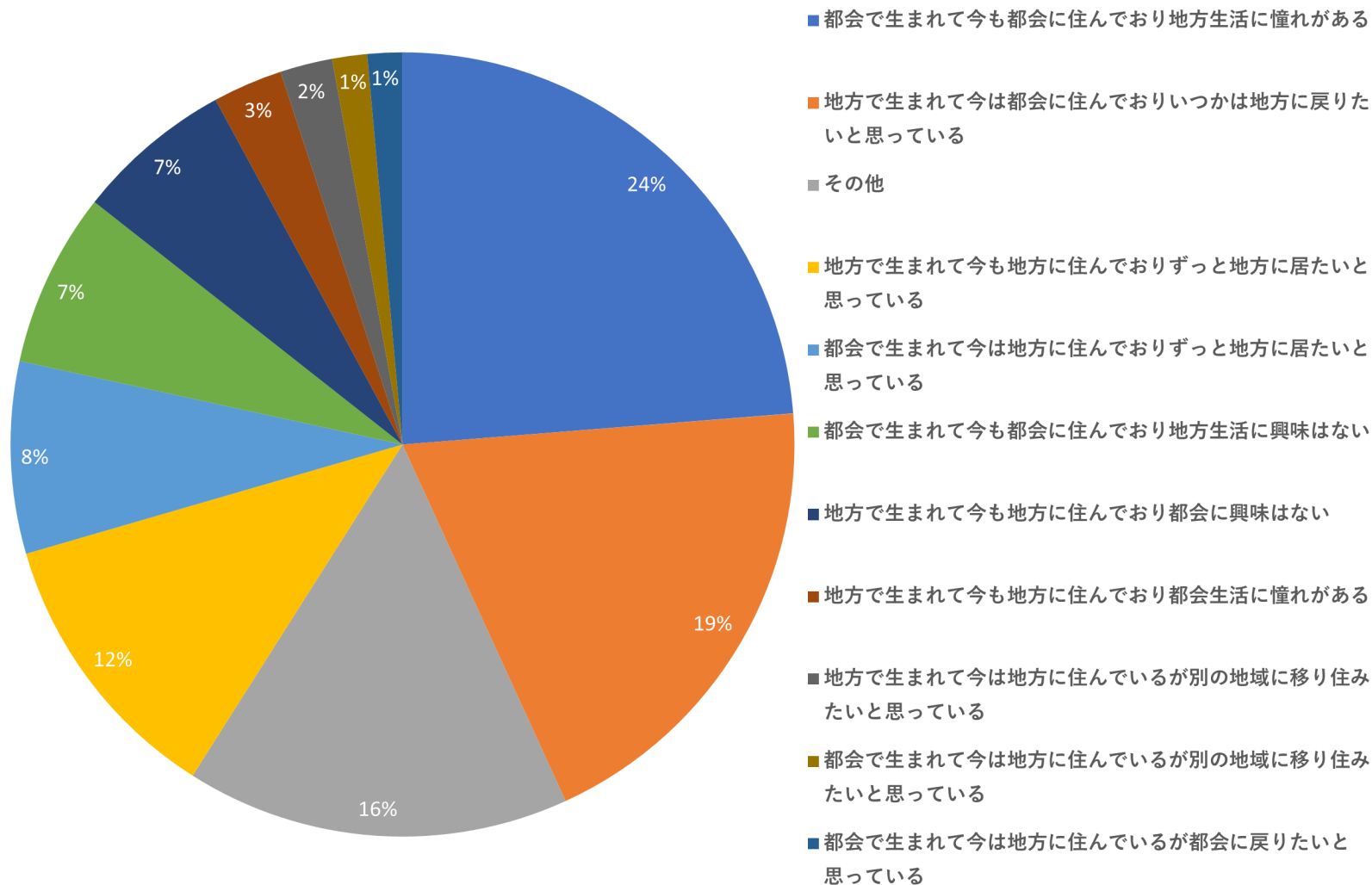
Ⅱ あなたの「ひと」について

(10) あなたの家族構成について教えてください。（複数選択可）



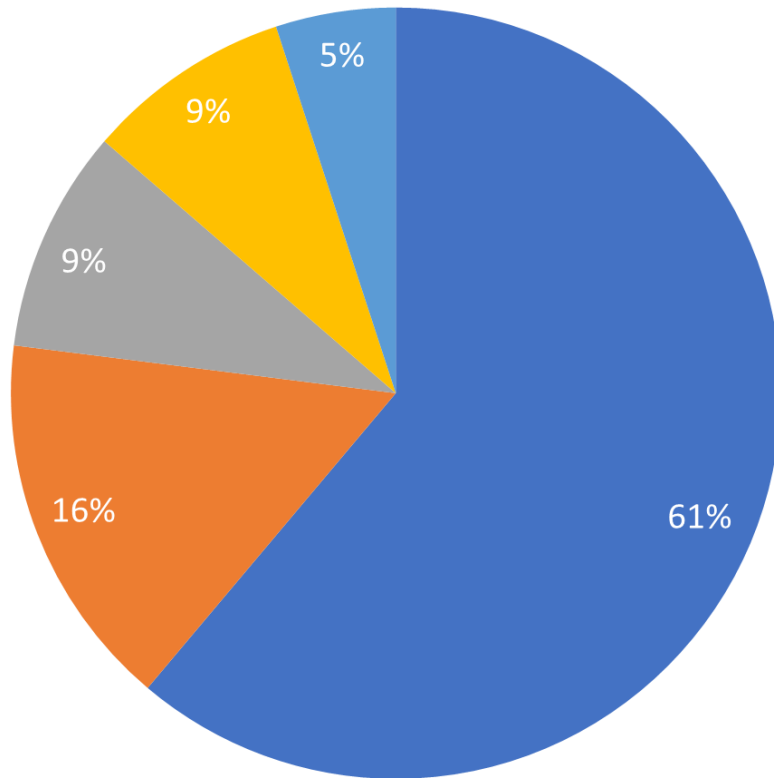
II あなたの「ひと」について

(11) あなたの生い立ちと将来構想について教えてください（地方や都会の定義は気にせず主観的に、一番近いものを選んでください）。



Ⅱ あなたの「ひと」について

(12) あなたの新しいチャレンジを家族は応援してくれていますか？

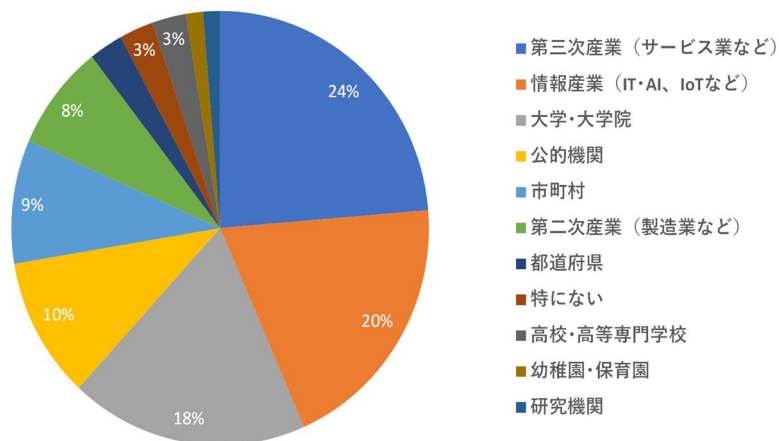


- 応援してくれており、理解・納得してくれている
- 応援してくれており、一緒に活動してくれている
- その他
- 応援しようとしているが、自分のやりたいこととギャップがあると思われる
- 応援してもらえない

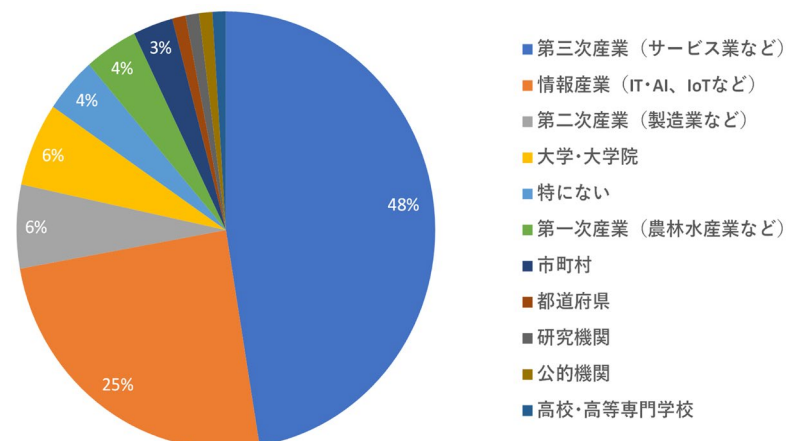
Ⅲ あなたの「しごと」について

(13) あなたの「しごと」について教えてください（副業やボランティア、通学等含む）。（複数選択可）

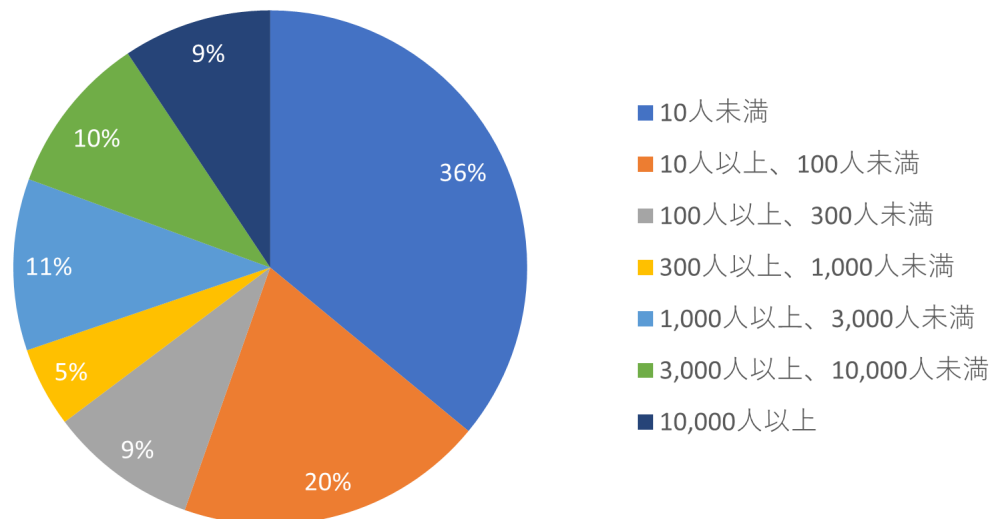
所属している



経営している

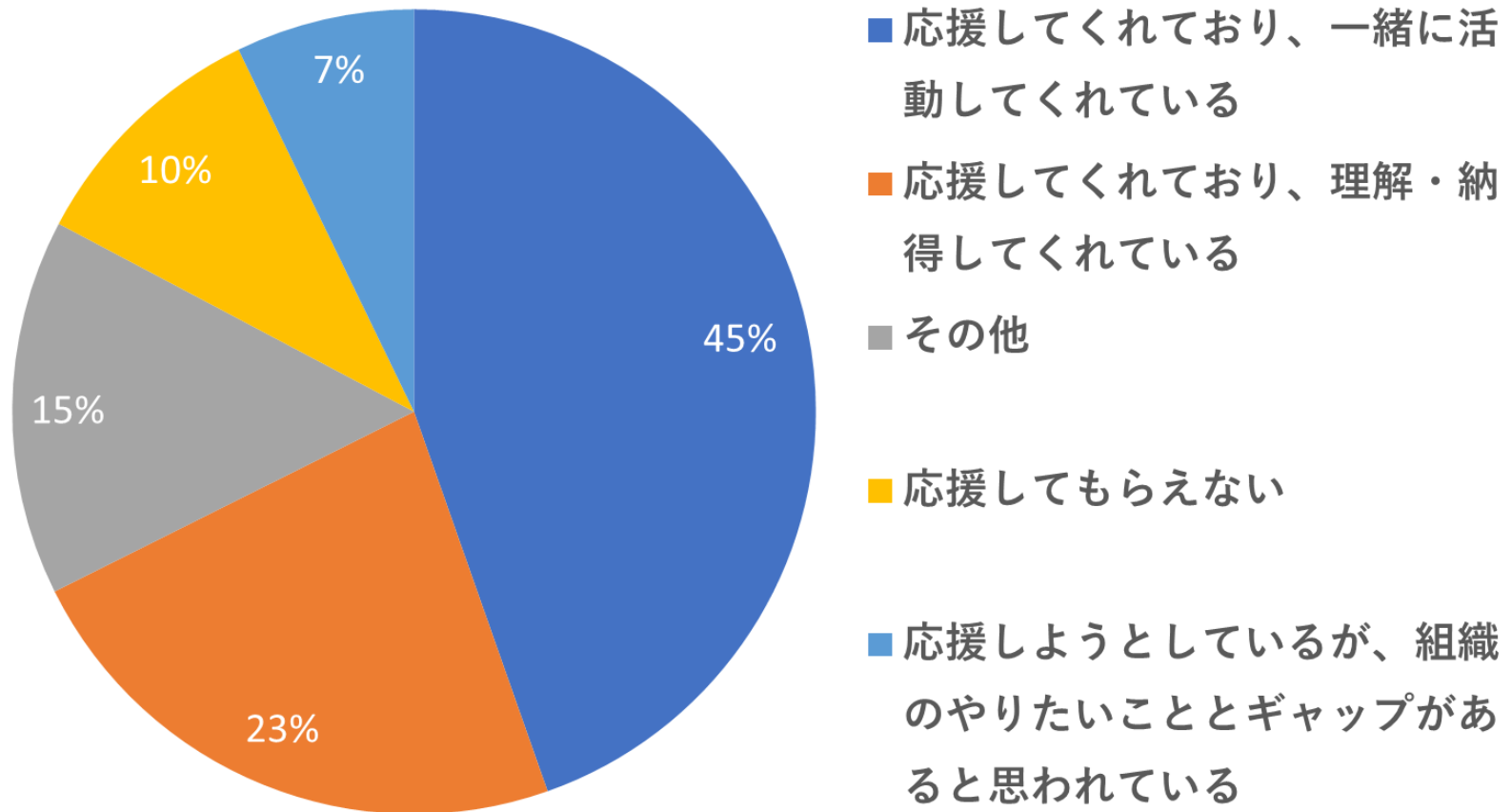


(14) あなたが所属している企業・団体・組織・学校の規模（従業員・職員・学生などの人数）はどれくらいですか？



Ⅲ あなたの「しごと」について

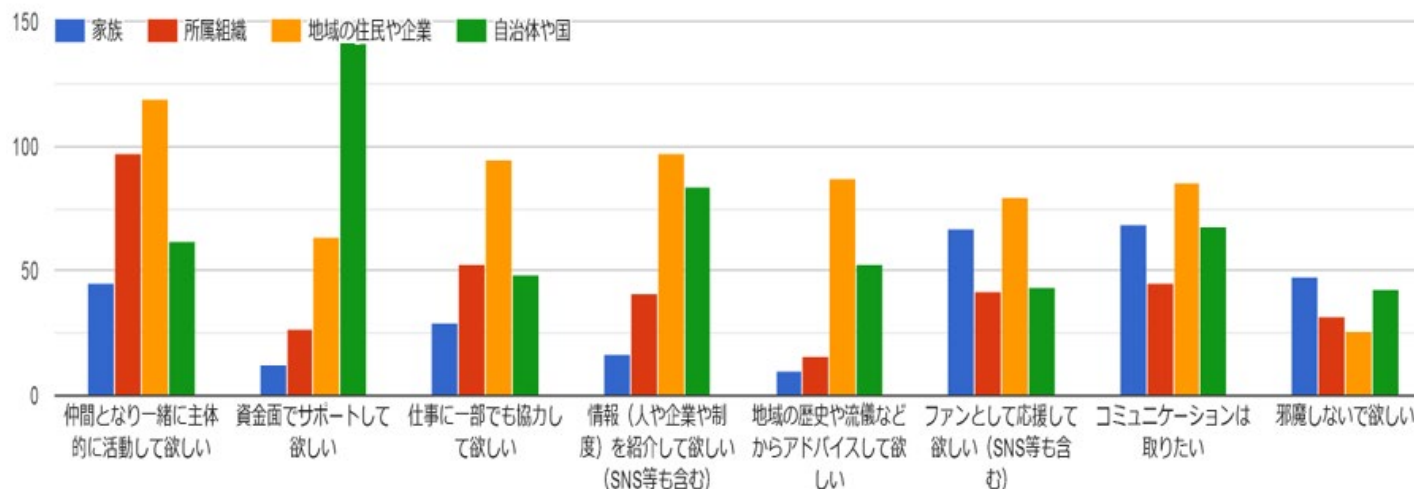
(15) あなたの新しいチャレンジを現在の所属先組織は応援してくれていますか？



IV あなたの「まち・ひと・しごと」を支える環境について

あなたの地域「まち」で仲間「ひと」とする新しいチャレンジ「しごと」を支える環境、地域エコシステム（経済・社会・環境の生態系）についてお聞きします。

(16) あなたの新しいチャレンジを、家族、地域、所属先組織、その他企業・教育機関や自治体・国の出先等にどのように応援して欲しいですか？

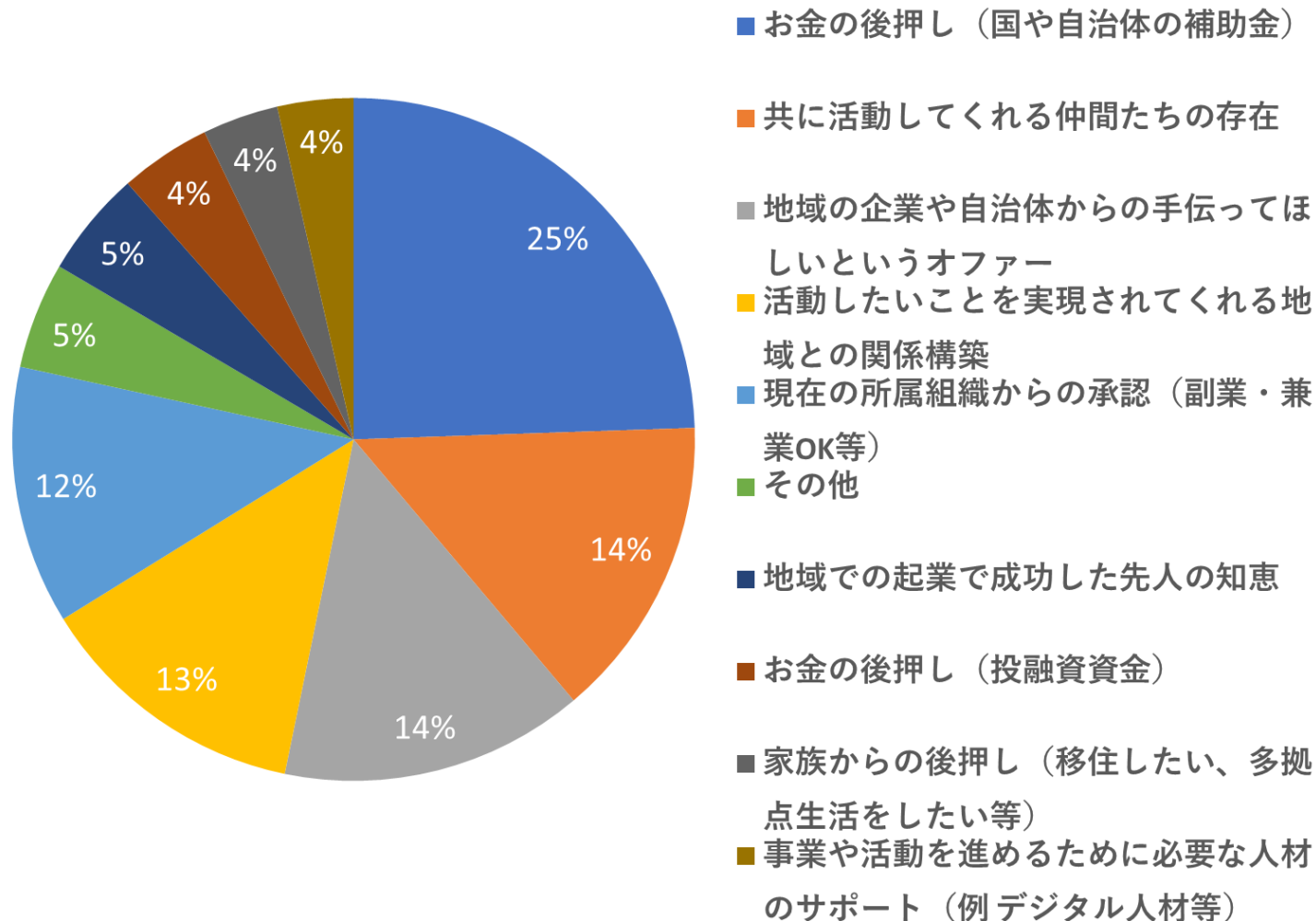


質問/選択項目	家族	所属組織	地域の住民や企業	自治体や国
仲間となり一緒に主体的に活動して欲しい	15%	27%	18%	11%
資金面でサポートして欲しい	5%	8%	10%	26%
仕事に一部でも協力して欲しい	10%	15%	14%	9%
情報（人や企業や制度）を紹介して欲しい（SNS等も含む）	6%	12%	15%	15%
地域の歴史や流儀などからアドバイスして欲しい	4%	5%	13%	10%
ファンとして応援して欲しい（SNS等も含む）	22%	12%	12%	8%
コミュニケーションは取りたい	23%	13%	13%	13%
邪魔しないで欲しい	16%	9%	4%	8%

IV あなたの「まち・ひと・しごと」を支える環境について

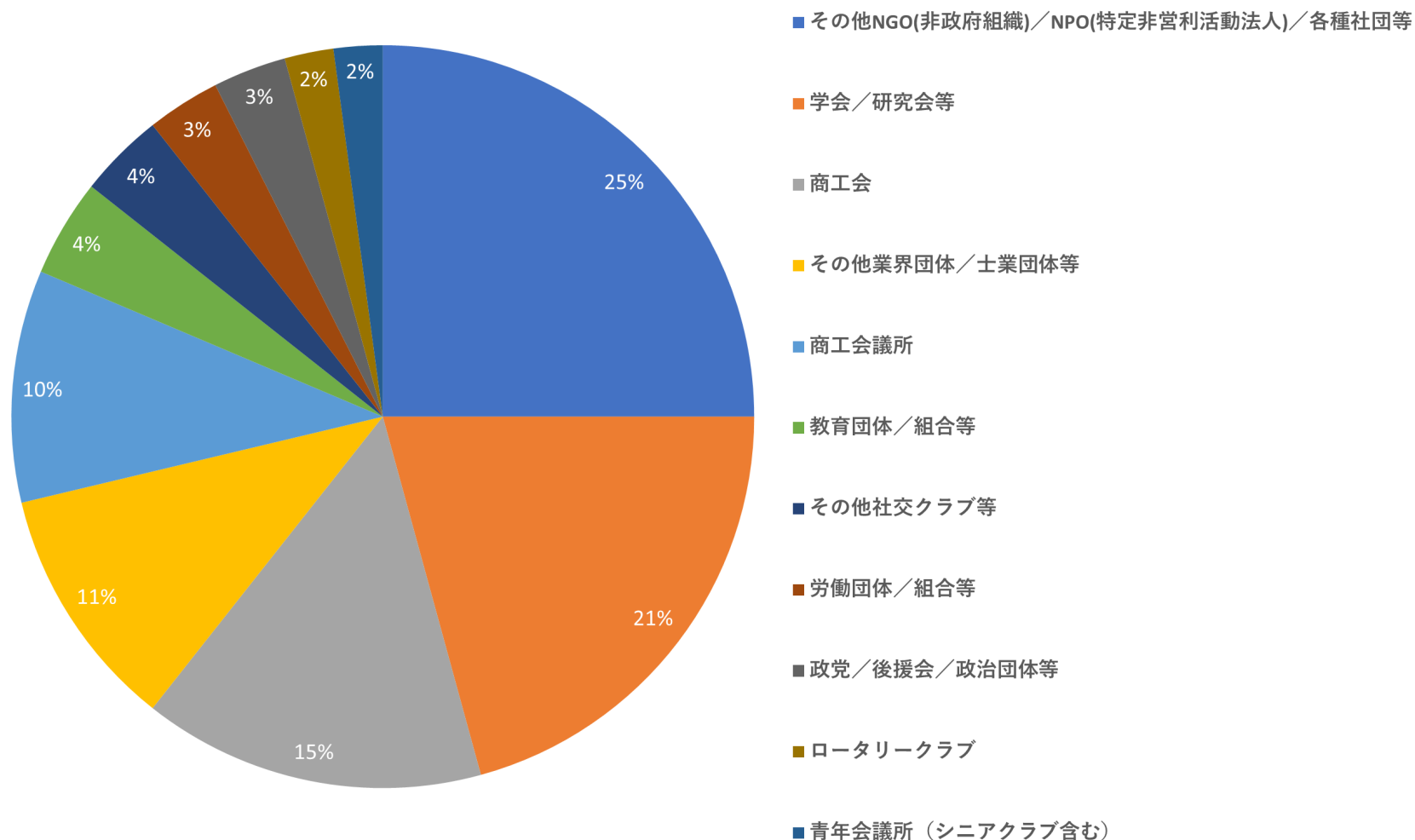
あなたの地域「まち」で仲間「ひと」とする新しいチャレンジ「しごと」を支える環境、地域エコシステム（経済・社会・環境の生態系）についてお聞きします。

(17) 今年、来年にでも新しいチャレンジに着手するとしたらどんな後押しがあると始められると思いますか？



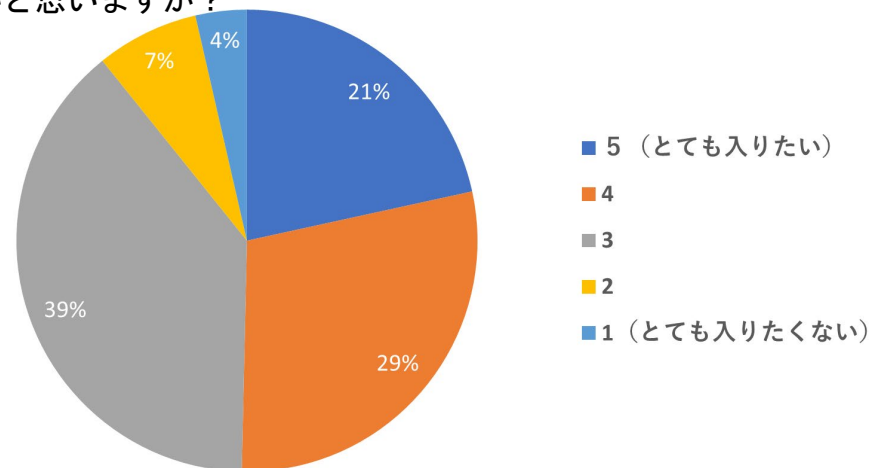
V 官民有志からのご案内

((1)) 現在、何れかの団体に所属していますか？（複数回答可）



V 官民有志からのご案内

((2)) 居住地以外での起業についての情報や官・民の仲間が全国から集うオンラインコミュニティがあったら入りたいと思いますか？



((3)) 本アンケート集計結果等ご希望ですか？

<((3))が希望するなら> ((4)) ご希望のものを選択ください。(複数回答可)

