

地方創生2・0（次代の地方創生モデル）

テーマ型連携、連携中枢都市圏、交通網ネットワーク連携

今般は、地方創生の動向に関する俯瞰的な理解や、中長期的な展望について考えてみることにしたい。

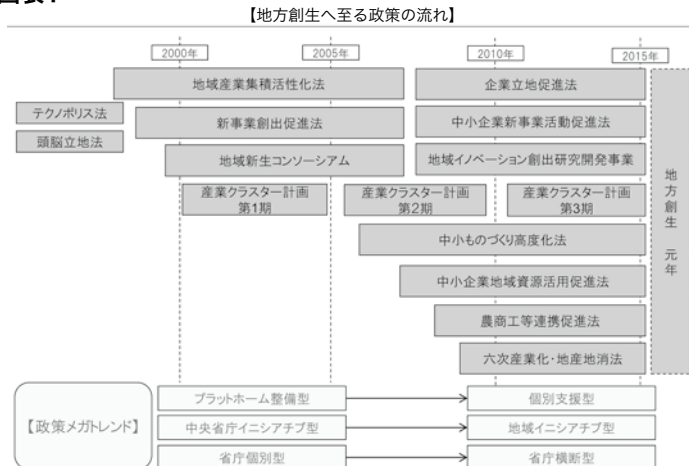
1. 政策の潮流

まず始めに、地方創生に至る過去の政策の流れについて整理した。図表1は、主に経済産業省の施策を2000年前後からプロットしたものである。これにより3点の潮流変化が整理できる。

第一にはさまざまなステークホルダー（利害関係者）が連携しコンソーシアムが形成されるようなプラットフォームを整備する政策から、個別の企業やプロジェクトを支援するようになるといった変化である。これはプラットフォームが一定程度整備されたことで、個別の企業やプロジェクトの活動が円滑に進むようになった効果が存在するものと考えられる。

第二には、中央省庁イニシアチブ型から地域イニシアチブ型への変化である。中央省庁が考える政策を地域へ展開する方法から、各地の能動的か

図表1



出所：日本総合研究所作成

つ独自性のあるプロジェクトを中央省庁が支援する形態への変化が窺える。

第三には省庁個別型から、省庁横断型への変化である。特に中小企業地域資源活用促進法以降の施策では、経産省、農林水産省、国土交通省、文部科学省などが横断的なシナジー効果の創出を目指した流れとなっている。

このような政策の潮流を踏まえて地方創生を改めて捉えると、地方創生はこれらの政策にさらに横串を刺す政策と考えることができる。省庁横断的な政策を受けて、地域がイニシアチブを取って具体的な戦略を構築し、地域が考える新規性や実現性の高い個別プロジェクトに対し、さまざまな支援が提供されるようになっていく。

現状や課題等を正確に整理する「分析力」、また地域の課題を克服するとともに、強みを伸ばし未来の成長につなげていくことができる高い「企画力」が、各地域に問われる時代となった。「地域主役」の時代を迎えつつある一方で、自治体の能力次第で「地域格差」が生じ得る厳しい時代を

船田 学

株式会社日本総合研究所
総合研究部門
インフラ・地方創生グループマネジャー

迎えた側面も存在する。

2. まち・ひと・しごと創生総合戦略の 策定プロセスの振り返り

年度内には全国の市町村において「まち・ひと・しごと創生総合戦略」が完成することになる。この作成プロセスを振り返ると、「地域経済分析システム（REASS）」の利用や「人口ビジョン」の作成において地域の課題を抽出し、「総合戦略」において課題の解決策や未来への成長戦略を検討するというフローであった。

この策定プロセスにおいて、多くの地域で漠然と認識していた地域の課題が、「見える化」され、かつ人口については将来予測が「定量的」に整理されたことで、地域の置かれている現状が正確に共有された。地域のさまざまなステークホルダーが同じスタート地点に立ち、一定の統一感を持った将来を目指すことができた点は、地方創生元年の大きな成果であると言える。

3. 地方創生2・0（次代の地方創生モデル）

2016年度以降がいよいよ地方創生の本番となるわけである。2015年度は、内閣府等により「まち・ひと・しごと創生総合戦略」の策定プロセスの手ほどきがあったが、2016年度からは地域主導による実践のフェーズとなる。国からの要請により作成した「まち・ひと・しごと創生総合戦略」を卒業し、自らの能動的な成長に向け

たPDCAを推進するための「まち・ひと・しごと創生総合戦略」に昇華させなければならない。いわば、「地方創生2・0」のフェーズを迎える。現在の各自治体の横並びの状態から、数歩抜け出す自治体が現れ、地域独自のモデルが提案される段階へと至ることが想定される。

それでは、地方創生2・0を迎えるに当たり、どのような成長戦略が想定されるのか。今般は「広域連携」を切り口として、三つのパターンを提案したい（図表2）。

第一のタイプは「テーマ型連携」である。「まち・ひと・しごと創生総合戦略」において類似したテーマを有する自治体が連携し、その実現に向けて知見やノウハウを共有する考えである。2015年度、弊社でも各地域の「まち・ひと・しごと創生総合戦略」の策定をサポートしたが、多くの自治体で共通する課題が存在する一方で、各自自治体が単独でその解決策をゼロベースで検討していた。共通するテーマを掲げる自治体が見え、ノウハウを共有できれば、効率的な検討を進めることが可能になるはずである。テーマの類似性があれば、地域的な近接性は条件とはならない。

具体的には、「まち・ひと・しごと創生総合戦略」において中心的な施策に掲げるテーマによるまとまりが想定され、例えば「創業・起業」「6次産業化支援」「観光」「ヘルスケア」「女性の社会進出」「子育て支援」「移住高齢者の地域共同体（CCRC）」等のテーマ別に、それらを主な施

策と考える自治体同士の連携体を組成する。定期的に情報交換を行いノウハウを共有するとともに、連携体となることで一定の市場ボリュームが形成されることから、該当する分野でビジネスを展開する大企業等へのアプローチも可能になる可能性がある。

第二のタイプは「連携中枢都市圏」による連携である。連携中枢都市圏の範囲において、参加する自治体間で効率的な役割分担とメリハリの利いた投資を行うことで、連携中枢都市圏の範囲での人口や経済規模を維持していくようにする考えである。「まち・ひと・しごと創生総合戦略」は自治体単位で策定されたが、2020年度以降には連携中枢都市圏として共通の「まち・ひと・しごと創生総合戦略」を策定することもアイデアである。

第三のタイプは「交通網ネットワーク連携」である。これは鉄道や高速道路により結ばれている自治体同士が連携し、現実的な人の動線や経済圏に合わせた連携体を構築する考えである。鉄道沿線言えば、駅ごとに教育、医療、産業などの機能を分担し、鉄道沿線が全体として沿線価値を向上させていくことで、「選ばれる地域」に成長していくことが考えられる。この場合は鉄道会社による協力が得られることが想定され、地域の課題を鉄道会社と連携して解決していくことで、補助金等に頼らない持続的な取り組みへの発展が期待される。パブリック・プライベート・パートナーシップ（PPP・公民連携）の理念に近い取り組

みとなる。

さらに、前記の「地方創生2・0」の3類型に共通する基盤的な要素として、以下の取り組みを提案したい。

【地域インフラ企業との連携】

鉄道会社、ガス会社、地方銀行、地域に本社を置く中堅企業や大企業、さらには大学等も含め、これら地方創生に積極的な「地域インフラ企業」と定義することができ。地域インフラ企業は人口や企業の減少が収益力に直結するため、強い危機感を有しており、自治体が地方創生に取り組む上での重要なパートナーとなり得る。地域の課題解決を地域インフラ企業がビジネスとして展開することで、取り組みの持続性は大いに高まる。

【地域とグローバルをつなぐ】

（インバウンド&アウトバウンド）

情報通信技術（ICT）の発達や交通手段の充実により、各地域は東京を介さずとも直接グローバルにアクセスすることが可能な時代となった。製造業においては地域からグローバルへのアウトバウンドが重要となる。実際に、弊社における地域の中小企業の販路開拓プロジェクトでは、東京の大企業よりも海外の大企業に提案した方が高い効果を上げているケースが存在する。海外企業の場合、国内と異なり市場が成長段階にあるとともに、日本の中小企業が持つ高い技術力を欲しているためである。

また観光等のサービス業においては、特にイン

バウンドへの対応が重要となる。外国人の観光客は年々増加し、リピーターは東京、名古屋、京都大阪をつなぐ「ゴールデンルート」以外の地域にも足を延ばすようになってきている。多くの地域にとってチャンスとなり得るが、インバウンド観光客を獲得できるかどうかの最大のポイントは、観光資源よりもグローバル人材であるだろう。

これを体現するのは岐阜県の飛騨古川である。世界遺産等の観光名所があるわけではなく、日本のどの地域にもあるような里山の風景が広がるが、これを英語での魅力あふれるストーリーで解説する秀逸なガイドを育成することで、多くの外国人が訪れる有名観光地となった。外国人が利用する旅行者向けインターネット交流サイト（SNS）では常に五つ星を獲得している。

【人材は足元にあり】

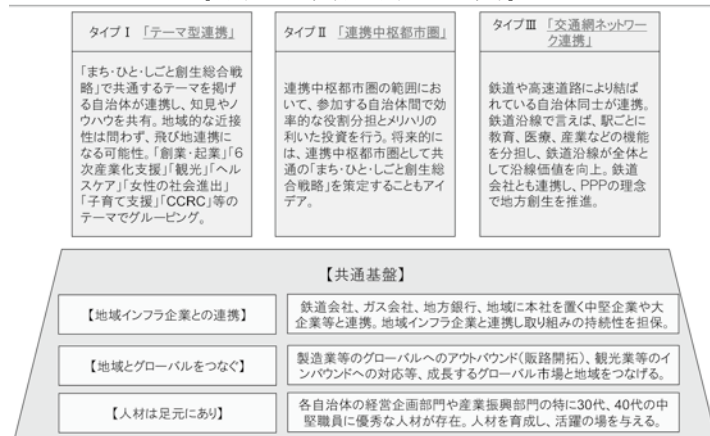
地方創生を持続的に推進するためには、地域における人材の確保や育成が重要になることは間違いない。近年は弊社でも各地の地方創生をサポートしているが、その活動の中で気付くのは、各自治体の経営企画部門や産業振興部門の特に30代、40代の中堅職員に優秀な人材が存在することだ。地域の実情を把握した上で、課題解決に向けた具体的なアイデアを自ら考え、地域のさまざまなステークホルダーを牽引（けんいん）できる人材が存在するように感じる。

このような人材を中長期的に育成するとともに、一定の権限を与えて活躍の場を提供することが必

要であると考え。まちづくりや地域の活性化を牽引する人材というと、カリスマ的なリーダーシップを発揮する企業や専門家に光が当たるケースが多いが、経営企画部門や産業振興部門の特に30代、40代の優秀な中堅職員は、自らは目立とうとせずに、カリスマ性よりは「仕組みづくり」で勝負しようとする。これこそプロフェッショナルな行政マンの姿勢であるように思う。

図表2

【地方創生2.0（次代の地方創生モデル）案】



出所：日本総合研究所作成