

地域活性化に向けて

～地域の人づくりと人・カネ・サービスの還流～

平成 31 年 2 月 26 日

竹森 俊平

中西 宏明

新浪 剛史

柳川 範之

人口減少、人手不足に悩む地域経済の活性化のためには、次世代型行政サービス実現の取組と並行して、地域外から人・カネ・サービスを自律的に引き寄せるための取組を、官民一体となって加速させる必要がある。

特に、二地域居住・就業がより行いやすい環境を整えることは、住みたい・働きたい場所の選択肢を広げ各人の幸福度を高めるだけでなく、各地域で活躍できる人材を、実質的に増やすことにつながる。人手不足解消の有力な手段となり得るだけでなく、その地域の担い手の育成等にもつながれば、さらなる雇用の創出も期待できる。ただし、真の活性化につなげるためには、地域金融システムの強化も不可欠である。それによって、活躍できる人材や企業に、適切な形で資金が流れ、次世代型行政サービスも、より有効に機能し得る。

さらに、外需と海外活力を継続的に取り込み、各地域の持続的な活性化につなげていく、そのための環境整備も重要であり、特に大都市圏と比べ、海外での周知度が少ないと同時に、海外情報にも乏しい地域の情報ギャップ克服が鍵になる。

- (1) インバウンド観光需要については、2020 年オリパラや 2025 年関西万博に伴う需要が見込めるものの、それを一過性のものに終わらせず、持続的な地域の稼ぐ力にしていく取り組みが欠かせない。ここでも技術革新を活用しつつ、活躍できる人材を確保することがカギであり、滞在型観光を増やす等の工夫も必要となろう。
- (2) 農林水産業の輸出を促進していくことも、外需の取組としては重要な要素となる。日本食等については、外需の持続的増加が見込まれるが、各地域の産業発展につなげるための、官民あげた一層の工夫が求められる。
- (3) 地域の産業発展につながる対日直接投資も、海外活力を取りこむための有効な手段の一つであり、今後促進していくべき分野の一つである。現在は、各地域が直接海外の各地域とつながり、地域間連携・企業間連携が可能な時代である。地域・外国企業間のマッチング強化等、十分な情報提供を強化し、地域への直接投資につなげていくことが必要となる。

ただし、これらは各府省・自治体が個別に取り組むだけでなく、デジタルガバメントや次世代型行政サービスへの改革を積極的に展開することと合わせ、上記の施策全体を一体的に実行して、持続可能な地域の稼ぐ力＝「地力」の強化につなげていくべきである。

1. 地域の人づくりと人・カネ・サービスの還流

(1) 二地域居住・就業の促進

- 二居住地を前提としたメンバーシップの活用や税制・社会保険制度への改革、就労支援
- 地域を基盤とした新たな法人(コミュニティ組織、事業協同組合等)の活用を通じ、多様な分野での担い手を確保・供給
- 担い手育成に向け地域の長を最大限に引き出す教育改革(STEM 人材の育成に向けた地方大学の改革、高大連携に向けた高校・大学改革の一体的推進 等)
- 地域における医療・介護提供体制の再編

(2) 資金の地域における有効活用

- 地域に蓄積された資産を地域金融機関が活用し、その地域に還流させることを通じて、投資収益性が高まるような取組(PPP プラットフォームの活用 等)
- 企業と自治体が連携して地域課題の解決に取り組む地域 CSR の促進に向けた企業寄附とそのインセンティブの拡大

(3) 人手不足の中での雇用吸収分野の拡大

- ロボティクスや AI 活用などを通じた生産性の向上による魅力ある就労環境の創造、付加価値の高い国内観光サービスへの転換(宿泊数の増加、ナイトタイムエコノミー、コト消費の充実)、第二の人生・居住の場としての就農促進

2. 外需や海外活力の継続的な取込み

以下の3分野において、オリパラ後から 2025 年や 2030 年頃までを見据え、KPIと工程を具体化し一体的に推進すべき。

(1) インバウンド観光

地域へのインバウンド需要喚起に向け、観光戦略実行推進会議のイニシアチブの下、官民連携により、訪日リピーターや滞在日数の増加に注力すべき。

- SNS 等を活用した訴求力の高いプロモーション、観光資源の多言語発信・自動翻訳、広域観光周遊ルート等付加価値が高く魅力的な商品開発の後押し
- DMO¹の集客効果の検証、広域化・外部経営人材活用・自主財源の強化・事業計画及び報告の作成・公表(PDCA)等による機能向上

(2) 農林水産業輸出

中高所得層の成長が続くアジアからの我が国農林水産物・食品への潜在的需要を最大限に活かすため、官民で以下に取り組むべき。

- 進みの遅い我が国農産物の国際水準 GAP²取得数や食品製造の HACCP³導入割合の飛躍的向上の後押し
- アジアを中心に輸出相手国の検疫条件等輸入規制の緩和に向けた交渉の加速、戦略的な知的財産管理体制の抜本的強化

¹ Destination Management/Marketing Organization。地域の多様な関係者を巻き込みつつ、科学的アプローチを取り入れた観光地域づくりを行う舵取り役となる法人。2020 年度までに世界水準の DMO(先駆的インバウンド型 DMO)を 100 組成することが目標となっている(2018 年 7 月時点の DMO 登録数は 208)。

² Good Agricultural Practice(農業生産工程管理)。

³ Hazard Analysis and Critical Control Point(危害要因分析・重要管理点)。2017 年度時点で HACCP 導入済の食料品製造事業者は 21.3%。

- 緻密なマーケティングに基づく対象品目・市場選定と持続的プロモーション

(3) 対日直接投資

生産性向上と、円滑な事業承継など地域活性化につながる対日投資の更なる拡大に向け、ビジネス環境改善や地域・外資間のマッチング強化に注力すべき。

- 法人設立審査の電子化・ワンストップ化による「手続き数1、所要日数1日」の 2020 年度中の確実な実現とともに、AI を活用した法令の外国語訳⁴の抜本的加速などビジネス環境改善に向けた新たな目標の設定
- 地域と海外企業のマッチングについて、雇用創出・経済波及効果の高いサービス業での拡大等に向けた実効性のある支援体制への強化
- 海外投資家の安心感を高めるため、コーポレートガバナンスコードやステュワードシップコードの具体的な実施状況の点検、海外への積極的な発信

⁴ 法令の英語への翻訳は全体の1割程度にとどまっている(韓国では6割が翻訳済み)とされる。