

公共政策ワークショップⅠ 最終報告書

プロジェクトA

故郷を元気にするオリジナルな地域振興政策の研究

令和4（2022）年度

はじめに

地域振興・地域活性化の重要性が叫ばれて久しい。そうした課題提起の端緒には、古くは明治期における中央集権による強力な東京一極集中構造等であろう。主要因の一つとして、現代の我が国における国土構造に至る経緯が挙げられる。第二次世界大戦前の中央集権的な政府主導の下、軍需色の強い重化学工業化が図られる中で、京浜工業地帯等の資源輸入に有利な臨海型の工業配置が太平洋側に形成された。その後、戦後の経済成長等を背景した産業の集積や就業機会を求めての農山村地域から都市部への人口移動により、太平洋ベルト地帯に都市が集中する結果となった。

加えて、地域振興が求められる背景には、我が国において全国共通の課題である、人口減少がもたらす悪影響への危機意識であろう。人口減少の要因として、女性人口の減少や高齢女性の割合の高まりといった構造的な要因¹に加え、未婚化・晩婚化・晩産化の進行による出生率低下及びそれによる少子化が挙げられる²。藤波(2021)は国立社会保障・人口問題研究所の実施した出生動向基本調査等の調査結果を踏まえ、若年層が子どもを持つことを躊躇う一因を、若年層の経済的苦境や雇用環境・経済環境の悪化等の社会経済的な要因に求めることができると指摘する。

少子高齢化の進展や、それに伴う生産年齢人口の減少は、国内需要の減少による経済規模の縮小、労働力不足、我が国の投資策としての魅力低下による国際競争力の低下、医療・介護費の増大など社会保障制度の給付と負担のバランスの崩壊、財政危機、基礎自治体の担い手の減少など、社会的及び経済的な課題が深刻化することとなる³。そのため、日本政府においては諸外国の事例等にも学びつつ、出生率上昇に寄与する骨太かつ中長期的な少子化対策を講じることにより、生産年齢人口の増加による就業者数の向上を図ることが必要となろう。

一方で、地方圏の人口減少については上述した人口の自然減に加え、人口移動に伴う社会的増減の影響もある。細尾(2016)は都道府県別の人口純流入数の2016年時点における過去10年間の合計値から、地方の道府県における人交流出と、首都圏を中心とした大都市部の都府県における人口流入の傾向が顕著であると指摘する(図表 0-1-1)。中でも、図表 0-1-1 を見ると、東北地方は他の地域と比して人口流出が深刻であることが分かる。

加えて、人口移動が起こる背景として、細尾は経済発展の度合いの相違による

¹ 藤波(2021), 31-34 頁.

² 内閣官房まち・ひと・しごと創生本部事務局(2019), 1 頁.

³ 総務省(2019), 2 頁.

賃金格差を挙げる。実際、人口の移動率と賃金を見ると、賃金の低い道府県ほど人口流出率が高く、逆に賃金水準の高い都府県ほど人口流入率が高いことが分かる(図表 0-1-2)。また、総務省が全国の自治体を対象に実施したアンケートにおいても、約 9 割の自治体が「良質な雇用機会の不足」を人口流出の原因と捉えており、労働者にとって魅力的な就業機会が地方に不足していることを裏付ける結果であると言える。他方、雇用主である企業は、地域や業種を問わず多くの企業が人手不足を訴えており、その傾向は近時急速に加速している。

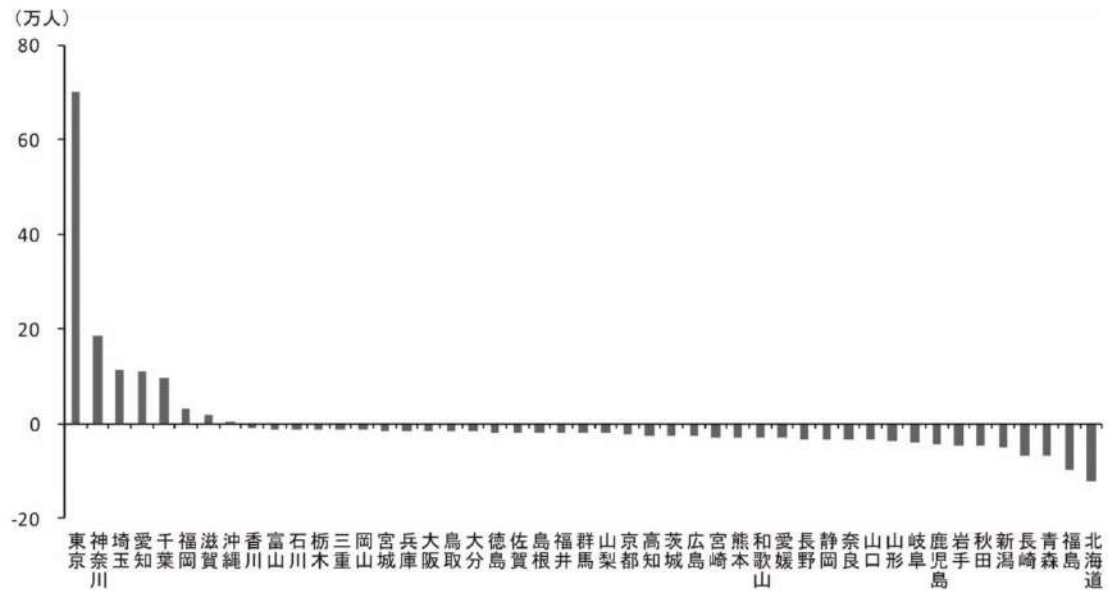
このように、労働者側からみた「雇用不足」は、企業側からみた「人手不足」という一見矛盾しているように見える。この現象について、総務省(2016)は地方における「雇用の質」の問題を挙げる。すなわち、地方では賃金や安定性、やりがい等の点で良質な雇用機会が不足しており、若者を中心に労働者が相対的に良質な雇用を求めて東京圏をはじめとする大都市圏に流出するという事態が起きている。

東北大学の所在する仙台市についても、東京圏との関係において同様のことが言える。東北 6 県から仙台市への転出入者数については、2005 年以降一貫して転入超過が続いている一方で、東京圏へは一貫して転出超過が続いている⁴。こうした背景には、後述の通り、就業に向けた若年層の大規模な転出が定常的に生じていることなどが要因として挙げられよう。

地方における若年層の流出による人口減少は、労働力の減少と消費市場の縮小という形で地域経済の供給面と需要面の双方に悪影響を及ぼし、地域経済を負のスパイラルへと陥らせていると言えよう(総務省, 2016)。そして、こうした課題は地方圏とされる東北地方のみならず、我が国全体の課題であると考ええる。

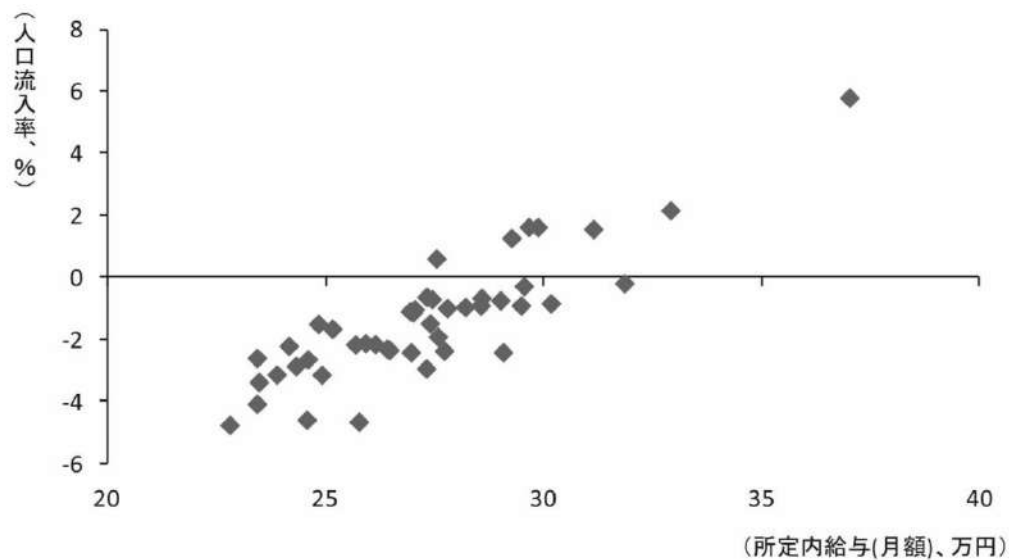
⁴ 仙台市(2021), 10-11 頁。

図表 0-1-1 人口の純流入数



出典：細尾(2016)，132 頁.

図表 0-1-2 人口移動と賃金水準



注1：人口流出率は、2006～15年の社会移動による純流出数の合計値を2006年の人口で除したもの

注2：所定内給与額は、2006～15年の平均値

出典：細尾(2016)，133 頁.

国民世論に地域振興の重要性について一石を投じることとなった契機は、日本創生会議における地方消滅の可能性に関する議論であり⁵、その延長線上にあり本論の命題でもある「地方創生」について国を挙げての取組が始まったことであろう。日本創生会議は2014年に公表した人口減少問題検討分科会報告の中で、大都市圏への人口集中は今後も継続する可能性が高いことを念頭に、結果として地方圏の地域経済は壊滅し、少数の大都市に人口が局在する「極点社会」が出来ると主張した。地方消滅と極点社会の到来による人口激減という終末を回避するため、全国における国民経済の持続的な成長を実現するにあたっては、地方圏から大都市圏への人口流出を抑制し、地方圏への移住を促進するとともに、地方への資本移転及び所得向上機会の創出を図ることが要請される。

国民的な危機意識を背景に、政府は日本創生会議による上述した一連の問題提起を基に、地方創生の司令塔として、内閣官房に「まち・ひと・しごと創生本部」を設置した。2014年のまち・ひと・しごと創生法の制定に伴い、同本部はマスタープランとしてまち・ひと・しごと創生総合戦略（以下「創生戦略」）を策定しており、自治体にも地方版総合戦略の策定を求めている。

地方創生に向けたこうした取組及びその経緯等は全国共通の課題である。他方、実際に地域振興に向けて各地域が取り組む際には、それぞれの地域の有する産業構造や人口動態などの特性に着目し、計画の策定及びその実行が求められよう。加えて、幅広い政策分野を包摂する地方創生の実現に向けては、有意義な国内外における先行事例について、取組の背景や意義、政策効果等を考慮し、他の地域での水平展開等を検討する必要がある。そこでは、地域の実情に即した提言の実施が求められる。

そこで本書では、創生戦略における政策体系上の基本目標に向けた取組の実現に当たり、重視される視点として掲げられる以下6項目（以下「重点枠組」）を軸とし（図表0-1-3, 4, 5）、政策提言に向けた議論を進める。

図表 0-1-3 重点枠組一覧

- | |
|----------------------|
| (1) 地方への人・資金の流れを強化する |
| (2) 新しい時代の流れを力にする |
| (3) 人材を育て活かす |
| (4) 民間と協働する |
| (5) 誰もが活躍できる地域社会をつくる |
| (6) 地域経営の視点で取り組む |

出典：内閣官房まち・ひと・しごと創生本部事務局(2019)「地方創生の現状と今後の展開」より WSA 作成。

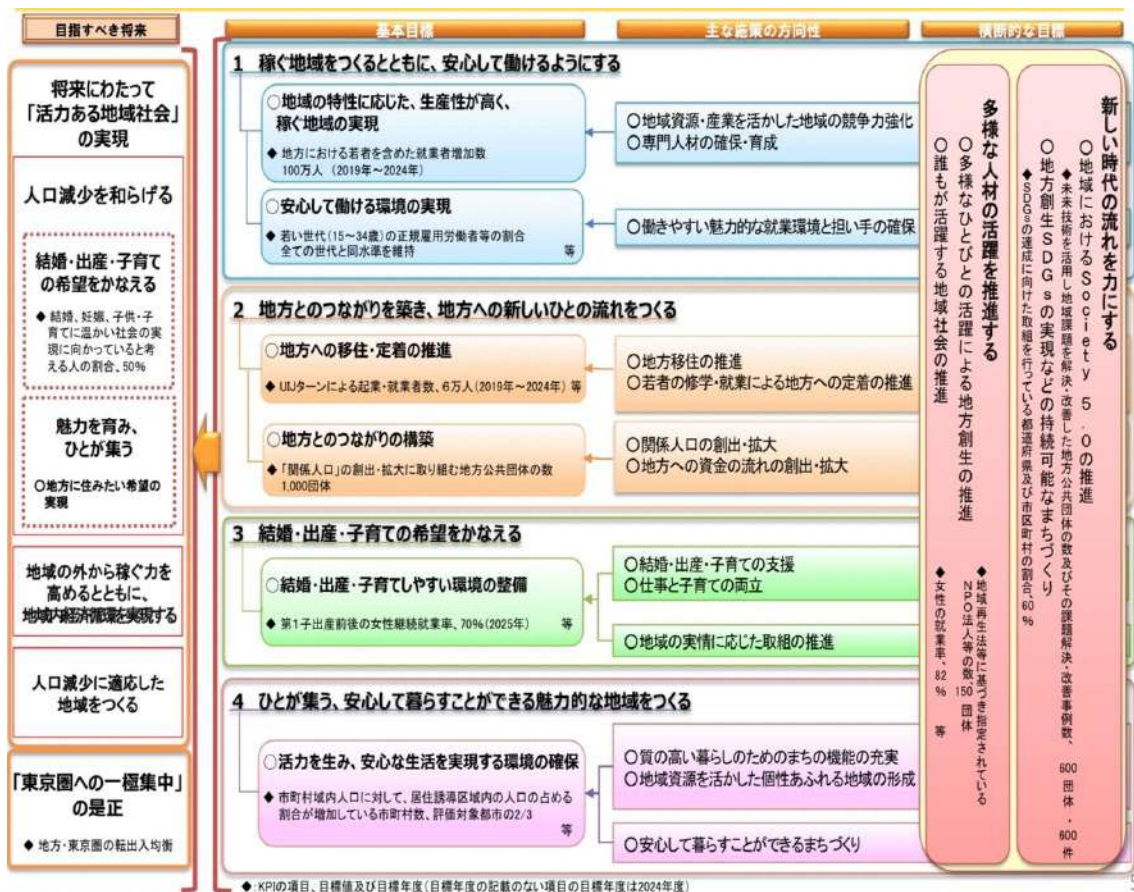
⁵ 中澤(2016), 285 頁。

その上で、国及びWSA 各員の出身地域である基礎自治体等に目を向け、先行事例を参照しつつ、当該地域を対象とした地方創生に向けた具体的な政策の提言を行う。なお、提言先については、政策効果の検証や課題の抽出などの実施により、地域の実情に即した政策展開を実現するという観点から、WSA 各員が知見を有する各員の出身地域となる基礎自治体等を選定した。

本書の構成は以下の通りである。第 1 と 2 章では重点枠組のうち「地方へのひと・資金の流れを強化する」に関連して、農泊による関係人口の創出、さらには農業金融を考察する。第 3 章では、重点枠組の「新しい時代の流れを力にする」に関連し、農林水産物・食品の輸出促進政策について説示する。第 4 章では重点枠組の「人材を育て活かす」に関連し、農業の担い手拡充及び教育に向けた専門職大学設立等について検討する。第 5 章では重点枠組のうち、「民間と協働する」及び「誰もが活躍できる地域社会をつくる」に関連し、地域における労働力確保に向けた行政による情報発信等について論じる。第 6 と 7 章では重点枠組のうち「地域経営の視点で取り組む」という見地から地域経済の主要なアクターとしての顔を持つ商店街の振興政策と地域交通のあり方を踏まえたまちづくり政策について検討する。

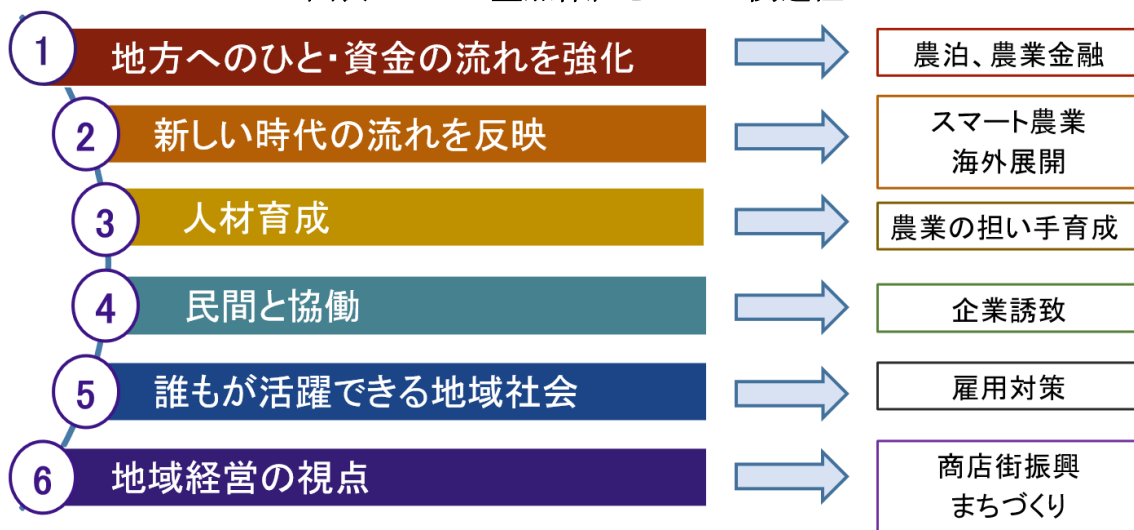
本書は、いくつかの地域振興に関する現状分析を行い、それぞれの課題を浮き彫りにしたうえで、総合的かつ個別的な政策を提言するものである。なお、本書の考察は、2022 年 12 月 23 日に内閣官房デジタル田園都市国家構想実現事務局より公開されたデジタル田園都市国家構想総合戦略（以下「デジタル戦略」）を念頭に置いたものである。

図表 0-1-4 まち・ひと・しごと創生総合戦略第二期の政策体系



出典：内閣官房まち・ひと・しごと創生本部事務局(2019)，5頁。

図表 0-1-5 重点枠組と WSA の関連性



出典：内閣官房まち・ひと・しごと創生本部事務局(2019)より WSA 作成。

参考文献一覧

書籍・論文

- ・中澤高志(2016)「「地方創生」の目的論」『経済地理学年報』(経済地理学会), 第62巻, 285-305頁.
https://www.jstage.jst.go.jp/article/jaeg/62/4/62_285/_pdf/-char/ja
(最終閲覧 2023 年 1 月 26 日)
- ・藤波匠(2021)「わが国出生数急減の背景と少子化対策の課題」『JRI レビュー』(日本総合研究所), Vol. 7, No. 91, 28-49 頁.
<https://www.jri.co.jp/MediaLibrary/file/report/jrireview/pdf/12600.pdf>
(最終閲覧 2023 年 1 月 26 日)
- ・細尾忠生(2016)「人口減少が地域経済に与える影響～商業、製造業が衰退、サービス業、農業が活性化のカギ」『季刊 政策・経営研究』(三菱UFJリサーチ&コンサルティング), 132-133 頁.
https://www.murc.jp/wp-content/uploads/2016/11/201604_129.pdf
(最終閲覧 2023 年 1 月 26 日)

官公庁等刊行物

- ・仙台市(2021)「第2期仙台市まち・ひと・しごと創生総合戦略(人口ビジョン及び総合戦略)」, 10-11 頁.
http://www.city.sendai.jp/machizukuri-kakuka/shise/zaise/kekaku/documents/dainikisougousenryaku_202208teisei.pdf
(最終閲覧 2023 年 1 月 26 日)
- ・総務省(2016)「平成 27 年版情報通信白書」, 110-111 頁.
<https://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/h27/pdf/n3100000.pdf> (最終閲覧 2023 年 1 月 26 日)
- ・総務省(2019)「平成 30 年版情報通信白書」
<https://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/h30/pdf/n1000000.pdf> (最終閲覧 2023 年 1 月 26 日)
- ・内閣官房まち・ひと・しごと創生本部事務局(2019)「第2期「まち・ひと・しごと創生総合戦略」」1 頁.
<https://www.chisou.go.jp/sousei/info/pdf/r1-12-20-senryaku.pdf>
(最終閲覧 2023 年 1 月 26 日)

目次

はじめに.....	2
第1章 農泊推進による関係人口創出.....	12
はじめに	12
第1節 農泊推進に関する政府の取り組み	13
第1項 国の取り組みー農山漁村振興交付金.....	13
第2項 「農泊推進のあり方検討会」と農泊の現状.....	15
第2節 政策提言	22
第1項 糸満市への政策提言.....	22
第2項 東北農政局への政策提言	27
おわりに	29
参考文献	30
第2章 農業金融総合プラットフォーム事業による都市農業振興の可能性 ー神奈川県川崎市を例としてー.....	32
はじめに	32
第1節 農業金融	33
第1項 農業金融の意義と現況	33
第2項 農業金融における課題	36
第2節 川崎市における農業分野から見た地域振興.....	37
第1項 都市農業.....	37
第2項 川崎市の産業及び農業における現況.....	37
第3節 政策提言 ー「あぐり融資の扉」の設立.....	39
第1項 あぐり融資の扉の概要	39
第2項 先進事例	40
第3項 期待される政策効果と課題.....	42
おわりに	43
参考文献	44
第3章 輸出促進による地方創生.....	47
はじめに	47
第1節 これまでの輸出支援.....	48
第1項 国による輸出促進の現状.....	48
第2項 自治体による輸出促進の現状	50
第3項 輸出の専門機関による支援.....	52
第2節 ヒアリング調査の結果.....	53
第1項 静岡市の課題	53

第2項 課題の原因分析	54
第3節 今後の方向性.....	56
第1項 国への政策提言	56
第2項 静岡市への政策提言.....	59
おわりに	61
参考文献	62
第4章 地方創生における農業振興、農業の担い手育成	64
はじめに	64
第1節 農業の担い手育成・確保のための施策.....	65
第1項 農業の担い手の現状について	65
第2項 自治体における主な農業政策、農業の担い手育成・確保のための施策	66
第2節 ヒアリング等を通じて得られた課題.....	74
第1項 各自治体の課題	74
第2項 農業の担い手に農地を集約させるための課題	77
第3節 課題に対する提言と効果	80
第1項 各自治体への提言	80
おわりに	82
参考文献	83
第5章 労働力の確保	87
はじめに	87
第1節 現状分析	88
第2節 仙台市まち・ひと・しごと創生総合戦略	92
第3節 解決策.....	93
第1項 若者の定着.....	94
第2項 地域企業の成長促進.....	95
第3項 情報発信	97
おわりに	98
参考文献	99
第6章 商店街振興	100
はじめに	100
第1節 商店街再生の意義.....	103
第1項 商店街再生の必要性.....	103
第2項 商店街再生の目的.....	104
第2節 商店街再生の現状と課題	105
第1項 全国の商店街の現状と課題.....	105
第2項 国・ふるさとの商店街振興の方向性と課題.....	110

第4節 ふるさと仙台市への政策提言.....	115
おわりに	117
参考文献	119
第6章 京都市における都市機能向上に向けた交通・まちづくり政策.....	121
はじめに	121
第1節 京都市の課題.....	121
第2節 これまでの京都市の取組みを巡る状況.....	123
第3節 提言：「スルっとしない？京都」	126
第4節 ロードプライシングの導入に関して.....	128
おわりに	132
参考文献	133
おわりに.....	135
参考文献	139
ヒアリングの記録.....	140
資料編 第1部 総論.....	249
はじめに	249
地方創生	250
資料編 第2部 各論.....	262
第1章 中国農家楽.....	262
第3章 輸出促進	265
第4章 農業振興・農業の担い手育成.....	270
第5章 労働政策	272
第6章 商店街振興.....	281
第7章 交通・まちづくり政策.....	292

第1章 農泊推進による関係人口創出

はじめに

本書では、地方創生重点枠組み第一の柱「地方へのひと・資金の流れを強化」を念頭に置き、農泊推進について検討する。「農泊」とは、農山漁村において日本ならではの伝統的な生活体験と農村地域の人々との交流を楽しみ、農家民宿、古民家を活用した宿泊施設など、多様な宿泊手段により旅行者にその土地の魅力を味わってもらふ農山漁村滞在型旅行である⁶。宿泊を提供することで、旅行者の地域内での滞在時間を延ばしつつ、滞在中に食事や体験など地域資源を活用した様々な観光コンテンツを提供して消費を促すことにより、地域が得られる利益を最大化とすることを目指すものである。

日本で言う農泊に近いのは中国の農家楽である。中国では、都市から離れた自然豊かな郷村の農家を整備し、宿泊をはじめとする各種アクティビティを楽しめる施設が近年続々と増えており、農業の景観や資源を活用した農村観光やレジャーを楽しむ農家楽が一気に広がっている。農業部の統計によると、2011年中国の農家楽の数がすでに150万軒を超えており、年間延べ6億人を受け入れ、営業収入は1500億元に達し、1500万人の農家はそれによる利益を受けた⁷。

一方、日本政府は2017年に「観光立国推進基本計画」において、「農山漁村滞在型旅行をビジネスとして実施できる体制を持った地域を創出し、2020年までに500地域を目指す」と設定し、2019年8月末時点で目標値の500地域創出は達成された。2020年度末時点で554地域、2021年度末時点で全国計599地域は農泊推進対策を採択している。

また、政府は「まち・ひと・しごと創生基本方針2021」において、地方とのつながりを築き、地方への新しいひとの流れをつくる目標を掲げ、農泊について、食や景観を活用した高付加価値なコンテンツの開発、古民家等を活用した滞在施設の整備等、関係人口拡大につながる取組を支援することを決定した。「関係人口」の増加は、その地域の担い手として活躍することにとどまらず、地域住民との交流がイノベーションや新たな価値を生み、内発的发展につながるほか、将来的な移住者の増加にもつながることが期待される⁸。人口減少の歯止めがかか

⁶農林水産省(2022a)。

⁷中国政府網(2012)。

⁸内閣官房デジタル田園都市国家構想実現会議事務局(2020)，36頁。

らない今、関係人口を増加させるきっかけづくり・土壌づくりといった農泊は、地域振興における関係人口の創出・拡大につながると考えられる。

さらに、農泊推進の先進地域である沖縄県糸満市で調査したところ、糸満市は閑散期解消のため、サマースクールの受入を実施したり、インバウンドや大人向け体験メニューを開発したり、地元テレビ放送等において、農家も参加した PR 活動を実施したりすることで、糸満ブランド農泊を樹立し、農家の所得向上に貢献した。

しかし、糸満市でもインバウンドにおける言葉の壁や農家の高齢化などの課題を抱えている。そこで、第 1 節は農泊推進に関する政府の取り組みを整理し、第 2 節は課題を抽出し、分析したうえで、政策提言をまとめる。

第 1 節 農泊推進に関する政府の取り組み

第 1 項 国の取り組み－農山漁村振興交付金

まず、農泊に関する政府の取り組みを説明したい。農林水産省は、将来自立的な運営を目指す農泊をビジネスとして実施できる体制を持った地域を 500 地域創出するためには、主要観光地に集中しているインバウンドを含めた旅行者を農山漁村に呼び込み、宿泊者や農林水産物の消費拡大を図り、現場実施体制の構築、地域資源を魅力ある観光コンテンツとして磨き上げる取組等を支援しなければならないと考え、2017 年度から農山漁村振興交付金の交付対象事業に「農泊推進対策」を創設し、農泊実践地域に対する支援を開始した。

この農山漁村振興交付金の政策のポイントは、「地域の創意工夫による活動の計画づくりから農業者等を含む地域住民の就業の場の確保、農山漁村における所得の向上や雇用の増大に結びつける取組に対し、取組の発展段階に応じて総合的に支援し、農林水産業に関わる地域のコミュニティの維持と農山漁村の活性化及び自立化を後押し」することにある。

また、事業内容は最適土地利用総合対策、中山間地農業推進対策、農山漁村発イノベーション対策、情報通信環境整備対策、都市農業機能発揮対策、5 つに分けられているが、このうち農泊推進対策は農山漁村発イノベーション対策の項目の一つとして位置づけられている。2022 年 4 月 1 日付けの農山漁村振興交付金（農泊推進対策）実施要領によると、支援内容は 6 つの事項に細分化され、具体的な事業内容は図表 1-1-1 を参照されたい。

図表 1-1-1 農山漁村振興交付金（農泊推進対策）の支援内容

事項	事業内容
1 農泊推進事業	農泊を観光ビジネスとして持続的に活動できる体制の確立、農山漁村に賦存する伝統料理等の「食」、美しい景観等の地域資源を観光コンテンツとして磨き上げる取組、情報発信等の取組
2 人材活用事業	今後の取組を担う地域外の人材（研修生）を活用する取組
3 農泊地域高度化促進事業 ①インバウンド対応 ②高付加価値化対応 1) 食 2) 景観 ③ワーケーション対応	キャッシュレス環境の整備、Wi-Fi 環境の整備、多言語対策、トイレの洋式化の整備等のインバウンド対応の高度化に資する取組 1) 地元食材を活用した商品開発、地元生産者との供給・連携体制の構築 食事メニューの開発、提供、食文化体験プログラムの開発等の高付加価値化に資する取組 2) 地域の景観を活用した体験プログラムの開発、案内看板の設置等の高付加価値化に資する取組 Wi-Fi 環境の整備、オフィス環境の整備、企業等への情報発信等のワーケーション受入対応の高度化に資する取組
4 農家民宿転換促進費	旅行者の受入拡大を図るため、農家民宿へ転換する取組
5 施設整備事業 ①市町村・中核法人実施型	古民家、廃校舎等を活用した滞在施設、農林漁業・農山漁村体験施設等を整備する取組

②農家民泊経営者実施型	旅館業法に基づく簡易宿所の営業許可の取得に最低限必要となる設備の整備 個人旅行者を呼び込むために必要となる宿泊施設の質の向上のための設備の整備
6 広域ネットワーク推進事業	農泊地域の魅力を効果的に情報発信する取組、農泊に係る取組の拡大を図るための取組、専門家の派遣、経営能力向上のための研修等を行う取組

出典：農林水産省資料を基に WSA 作成.

第2項 「農泊推進のあり方検討会」と農泊の現状

(1) 「農泊推進のあり方検討会」

国は、先に述べた農泊支援の新規予算の編成に併せ、予算による支援を開始した2017年度の冬から、2020年以降の農泊推進施策の展開方向について幅広い視点から検討を進めることを目的として、有識者からなる「農泊推進のあり方検討会」の開催を始めた。この検討会は2018年12月25日に第1回が開催されてから5度にわたって行われた。

その5回の中でも、中間とりまとめ（2019年6月）から現在までの状況変化を踏まえ、また、農泊推進対策のフォローアップとして、2022年度農山漁村振興交付金（農泊推進対策）が交付された同年12月2日に、農泊推進に向けた施策の今後の方向性を検討する第5回「農泊推進のあり方検討会」は、2023年後半目途に、2025年頃を見据えた新たな農泊推進の実行計画を取りまとめることが目標と設定された回でもある。これについては特に重要と考えられるため、以下の通り紹介する。この第5回検討会において、今後、農泊の推進に当たって、課題として整理された内容は次の図表にまとめた。

図表 1-1-2 第5回農泊推進のあり方検討会における農泊の課題

課題	内容
コンテンツ整備	①取組が持続的なものとなるような仕組みづくりや効果的な支援、地域まるごとホテルの取組への支援が必要 ②空き家の活用や、農繁期の農作業手伝いなど地域課題の解決につながるような

	仕組みが必要 ③ワーケーション受入整備や泊食分離など、コロナ後のニーズを踏まえた宿泊施設の整備が必要 ④温泉・日本遺産など、地域特性を活かした多様な取組が進むような支援が必要 ⑤地域外からの来訪者との交流が深まるような体験プログラムの構築を引き続き推進が必要
アクセス環境	①JNTOとも連携しつつ、地方部・農泊地域への来訪に結びつくようなプロモーションが必要 ②外国語やオンライン予約への対応、プロモーションを見た方がすぐに予約に移れる体制整備、予約管理システムの高度化に資する支援が必要 ③農泊ポータルサイトの有効活用等を通じ、実際の訪問・宿泊につなげられるような更なる情報提供が必要 ④インバウンドに対応する引き続き利便性向上に向けた地域の環境の整備が必要
推進体制整備	①海外に向けて多様なターゲットや形態を包含する日本の「農泊」を「NOUHAU」として打ち出し、支援対象のターゲット・形態をはっきりさせて、効果的な情報発信・受け入れ環境の整備が必要 ②地域協議会が観光地域づくりの拠点やランドオペレーターとしての機能をより効果的に発揮するような仕組みが必要 ③地域おこし協力隊やJA、DMO、道の駅などとの役割整理や有機的な連携をさらに図っていく必要

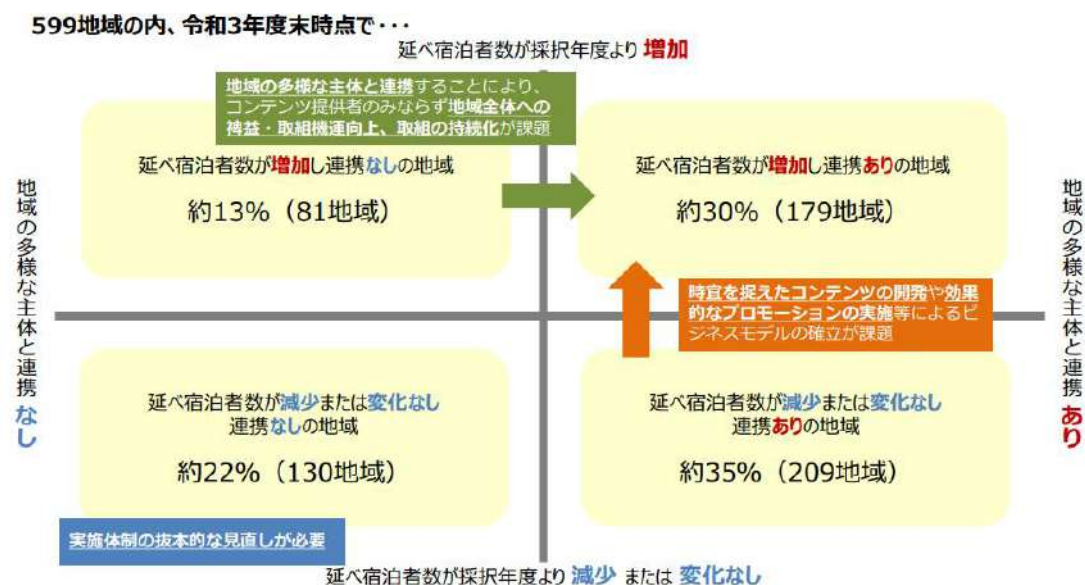
出典：農林水産省資料を基にWSA作成.

(2) 農山漁村振興交付金による補助後の各農泊地域の現状について

この検討会を通じて、有識者が 2017 年から農泊支援事業の効果を分析したところ、2017 年度から農山漁村振興交付金の農泊推進対策により、2021 年度末時点で約 30% の地域において、地域の多様な主体の連携を図りながら取組を進め、延べ宿泊者数も増加するなどの政策効果が認められた。

一方で、地域協議会への DMO をはじめとする多様な主体の参画の不足や地域協議会と構成員の間で役割分担の不明確化のため、約 22% の地域においては農泊の活動が協議会構成員内でとどまっており、かつ延べ宿泊者数も低迷しており、将来実施体制の確保・継続に懸念が生じる状況にあるなど、取組開始から 5 年が経つ中で課題が見られる地域が存在することも判明した（図表 1-1-3）。

図表 1-1-3 農山漁村振興交付金による補助後の各農泊地域の現状



出典：農林水産省(2022c)。

(3) 農泊推進の次期目標⁹

この検討会で定めた新たな目標については、新たな観光立国推進基本計画における政府全体の方針に沿いつつ、農泊地域に係る裾野の拡大・地域のコンテンツ充実・インバウンド取り込みの成果を測る指標として、2025 年度に向け、2019 年に約 589 万人泊であった農泊地域の宿泊者数の回復、及び一層の積み上げを目指すことされた（図表 1-1-4）。

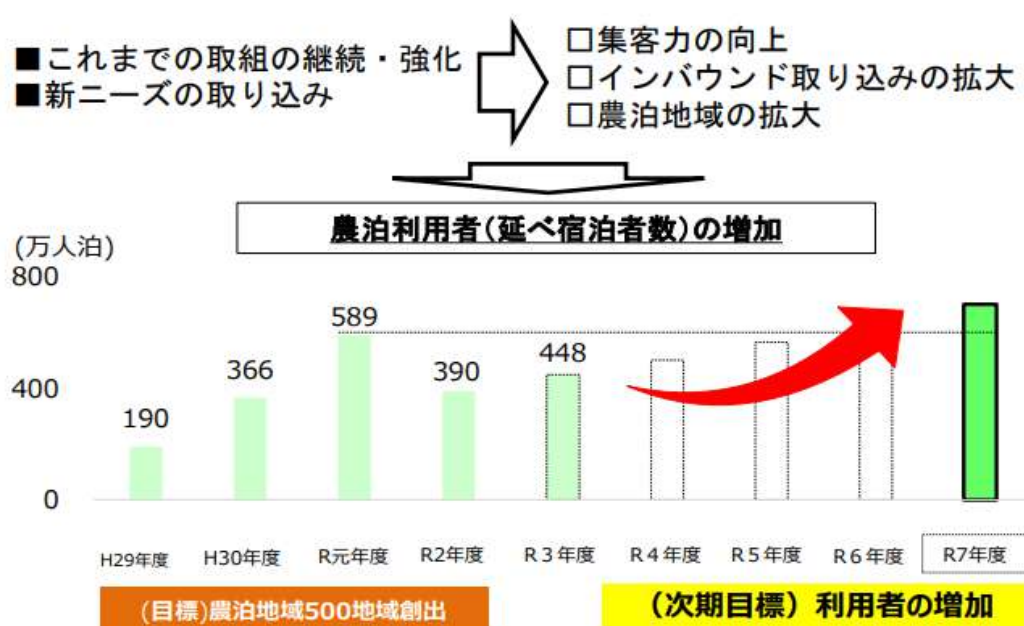
この政策目標に関しては、農泊地域の展開にはまだ地域ブロック・都道府県ごとに温度差があり、未だ裾野の拡大の余地も大きいことからその達成が期待で

⁹ 農林水産省(2022b)。

きると推察される。だが、単に数の目標の達成を目指すのではなく、農山漁村地域の活性化・所得向上、移住・定住も見据えた関係人口の創出の観点も踏まえ、各地域の取り組みを進化させながら目標達成に取り組む必要があると考える。

また、目標を達成し、農泊の取組を持続的なものとするためには、コンテンツ提供者のみならず地域の多様な主体（自治体、DMO、旅行会社等）との更なる連携が必要であると思われ、資金面での支援にもとどまらず、事業期間中のフォローアップも重要であると捉える。この地域の連携を広げるためには、単に地域単位、市町村単位ではなく、地域ブロック・都道府県単位という視点に立った取組の展開がより重要となることも、併せて述べておきたい。

図表 1-1-4 農泊推進の次期目標



出典：農林水産省(2022b)。

第3項 沖縄県糸満市の農泊

(1) 糸満市農泊の概要

糸満市では、修学旅行民泊だけでなく、行政・市民・民間事業者・関連団体が一体となり、「農」・「漁」・「観光」を連携させた農泊事業を展開させ、糸満市ならではの様々な地域資源を活用した日帰り体験（農業、漁業、伝統）を構築し、年間を通した受入の充実を図った。

また、糸満市は、琉球料理体験（東道盆）、サマースクール、インバウンドの受け入れ、文化交流プログラム等の取り組みを実施し、「糸満ブランド農泊」を

推進した。沖縄本島最南端のまち糸満で、一緒に沖縄の家庭料理を作ったり、家業の手伝いをさせたり、ここ糸満でしかできない民泊体験のため、民家は勉強会を積極的に行なっている。

ホテル・旅館ではない一般家庭に泊まる体験を通し、「いちやりばちょーでー¹⁰」の心を感じ、「命どう宝」の思いを持ち帰ってもらう為、民家は、平和学習や歴史文化講座など座学、実地調査まで真剣に学び、民家受入家庭の資質向上の為に努力している。具体的な取り組みは図表 1-1-5 を参照されたい。

さらに、糸満市の農泊は、2017 年に、内閣官房及び農林水産省の「強い農林水産業」「美しく活力ある農山漁村」の実現に向けて、農山漁村の有するポテンシャルを引き出す事により地域の活性化、所得向上に取り組む団体や地域の優良事例を選定する「ディスカバー農山漁村の宝」に全国 844 件の応募の中から選ばれ、年間を通した民泊の受け入れ体制の強化や農家の所得の安定といった課題を解決するため、各種講習会を実施し、地元の特産でもあるマンゴー収穫体験など観光資源を活かした体験メニューの充実を図るなど地域活性化に一翼を担っていることが評価された（図表 1-1-6）。

図表 1-1-5 糸満市民家受入家庭の資質向上ための取り組み

項目	内容
①防災・救急救命講座	応急手当の基礎知識など地元の消防と連携しながらどんな時も冷静に対応できる事を目的に心肺蘇生法や AED 操作、自宅の消火器・火災報知器に関する知識の習得と使い方指導を受けた
②食品衛生法・食物アレルギーの勉強会	アレルギーを起こしやすい食べ物の知識や対応の仕方、食中毒予防の三原則などを学び、安心・安全な民泊受け入れに備える目的で、保健所及病院など地域の関係機関と連携して勉強会を実施した。対応については、様子を見る、病院を受診する、救急車を呼ぶなど冷静に判断する事、民泊受け入れの際には、アレルギー反応が起こると思われる食べ物を提供しない事と、民泊希望学校からの食物アレルギーの事前情報が必要だと強く感じ、エピペンの使い方の指導も受けた
③料理講習会	地元糸満の食材を紹介し、地元の食生活の魅了を伝え、民泊受け入れ時の共同調理のヒント作りを目的に地元出身の講師、シニア野菜ソムリエの先生より島野菜の魅了や、栄養の引き出し方、美味しい調理方法など習得した

¹⁰ 沖縄の言葉で「一度会ったら皆兄弟」を意味する。

④体験メニュー勉強会	民泊家庭の体験学習を発表し参考になる事で、自らの体験メニューと共同調理の幅を広げる目的で実施した
⑤平和学習	平和学習を終えてきた受け入れの子供たちと、より深く平和について語る目的で、修学旅行生が立ち寄る施設を地元のガイドさんに案内してもらいながら、南部の歴史文化を学んだ
⑥読谷村視察研修道の駅かでな見学	基地と共にある沖縄を真剣に学んできた受け入れの子供たちと、より深く沖縄について語り合える事を目的に、嘉手納空軍基地と隣り合わせるの「道の駅かでな」や、戦前・戦中・戦後・未来の沖縄が見れる読谷村を回ってきた
⑦世界遺産を知る	受け入れの子供たちに「沖縄の歴史・文化を自信を持って伝える」目的で、OCVBの講師を招いて座学とフィールドワークを行い、わかりやすい説明と実際に修学旅行生が学ぶコース（首里城／玉陵）を廻り、沖縄の世界遺産の魅了を改めて感じ、益々沖縄の歴史に興味を持った
⑧地元を知る	糸満の魅了を再発見して、受け入れの子供にきちんと糸満の魅了を伝える事を目的として、まち歩きガイド糸満コースを地元ガイドと歩いて、糸満の歴史を学んだ。旧暦文化の濃い糸満の行事のしきたりや白銀堂に伝わる教訓や普段何気なく通っている道の魅了を改めて感じた
⑨南城市視察研修	民泊の疑似体験をする事で生徒側の気持ちを理解し、民泊のプログラムの幅を広げる事を目的に、日頃より協力体制のある、南城市の民泊の受入家庭へプチ民泊してきた。民泊の疑問点や受入のやり方など情報交換する事ができ、大変勉強になった

出典：糸満市観光まちづくり協議会資料を基に WSA 作成.

図表 1-1-6 糸満市農泊推進の概要と成果

概要	成果
①閑散期解消のため、サマースクールの受入を実施 ②インバウンドや大人向け体験メニューの開発 ③簡易宿所営業許可取得の指導や英語講習会など、受入農家をレベルアップ ④地元テレビ放送等において、農家も参加した PR 活動を実施	①修学旅行の受入者数は、約 500 人から約 3,400 人に増加（H24-H28） ②年間を通しての活動の場の広がりにより農家の所得向上に貢献 ③メールや SNS を活用した情報発信等の広報活動が活発化

出典：ディスカバー農山漁村の宝の資料を基に WSA 作成.

（2）現在の活動状況

糸満市観光まちづくり協議会は 2017 年 7 月、8 月に教育民泊の閑散期の取り組みとして、サマースクール農泊体験ツアーを実施し、県外からのツアー企画（図表 1-1-7）も検討したが、コロナ禍の影響により民泊の利用者数が減少したため、日帰りの体験メニュー（農業体験、漁業体験）を中心に活動している。また、2020 年 5 月～2021 年 3 月まで、地域の食材を使用した「農園カフェぐらんま」を土日限定でオープンし、食育の体験型講習会等を開催した。そのため、地産地消や食育の推進だけでなく、高齢者の新たな雇用創出の場ともなった。また、糸満市観光まちづくり協議会では、ホテルと連携しての体験の提供（いとまん遊びクーポン等）や他県と連携した食農体験ネットワーク協議会の活動等により、幅広い協力体制の形成に努力している。

今後、ポストコロナにおいて、農泊推進先進地である糸満市も連携の広がりを目指す活動の強化に取り組んでいる。具体的には、糸満市内だけではなく、八重瀬町や南城市等の南部地域という、地域を越えた連携を強化し、農泊に関する活動の拡大を目指している。また、食べ物は観光においても重要なコンテンツであり、糸満市は学校等で食農体験ソムリエを中心とした食育活動をさらに推進しようとしている。

図表 1-1-7 糸満市観光まちづくり協議会の取り組み

2019 年 11 月・12 月	日帰り体験・東道盆料理体験（シンガポール・中国・台湾・香港）
2020 年	日帰り体験（シンガポール）
2020 年 11 月	県外からの移住就農体験（3 週間受入 7 名）（関東地区）
2021 年 11 月	2 泊 3 日 40 万円ツアー（東道盆料理体験）日本人富裕層
2022 年 1 月	八重瀬町と連携 観光メニューの開発（山形県南陽市中 学生交流セミナー実施）

出典：糸満市観光まちづくり協議会ヒアリング資料を基に WSA 作成。

第 2 節 政策提言

第 1 項 糸満市への政策提言

(1) 政策提言－留泊プロジェクト

糸満市はインバウンドに特化した旅行社（4 か所）とのタイアップし、多言語チラシ、農泊動画多言語ナレーター活用・ビデオ作成等の方法を通じ、東南アジア・中国からの誘客に成功したものの、インバウンドに関する課題も生じた。

まずは言葉の壁であり、これはインバウンドにおける避けて通れない課題である。次は文化の壁による受入家庭の不安である。この二つの壁を乗り越えることが急務であり、その鍵は連携の幅広げることにあると捉える。

前にも触れたように、糸満市観光まちづくり協議会はインバウンド農泊誘致を推進していたものの、言語・文化の壁による受入家庭の不安を招き、取り組みの結果から見ると、インバウンドの人数が少ないと考えられる。

言葉の壁を乗り越えるために、鳥取市ではタクシーに多言語音声翻訳システムを活用した音声翻訳機を設置する実証実験を行い¹¹、他の観光地は自動翻訳機の導入を試み、糸満市でも翻訳機の購入を考慮したものの、イニシャルコストや維持費がかかるので、補助金がなければ、そこまで儲からない農泊事業で翻訳機を導入するのは難しいと予想される。そこで、インバウンドに繋がり、言葉の壁を解消できる対象への誘致が目指すべき一つの方方向性であろう。

¹¹ KDDI ヒドラ（2016）。

そのため、日本人学生向けの修学旅行やインバウンド農泊にとどまらず、県内在住の外国人留学生への誘致にも重要であると捉える。法務省の告示によると、2022 年 11 月 15 日時点で沖縄県内における認定された日本語教育機関は 23 校となる¹²。

図表 1-2-1 沖縄県内における認定された日本語教育機関一覧

①異文化間コミュニケーションセンター附属日本語学校	⑬日琉国際言語学院
②沖縄アカデミー専門学校	⑭日本文化経済学院
③沖縄 JCS 学院	⑮ライフジュニア日本語学校
④学校法人南星学園サイ・テク・カレッジ那覇日本語科	⑯琉球国際学院日本語学校
⑤学校法人フジ学園専門学校 IT カレッジ沖縄	⑰泉日本語学校
⑥国際言語文化センター附属日本語学校	⑱海邦文化学院日本語学校
⑦SAELU 学院	⑲沖縄浦添日本語学校
⑧JSL 日本アカデミー	⑳名護日本語学校
⑨尚学院国際ビジネスアカデミー	㉑ 南部尚学院日本語学校
⑩ステップワールド日本語学院	㉒沖縄日本語学校
⑪東洋言語文化学院	㉓南西日本語学校豊見城校
⑫日亜外語学院	

出典：出入国管理庁資料を基に WSA 作成。

続いて 2021 年 5 月 1 日現在の沖縄県における日本語教育機関に在籍する留学生数は、コロナの影響により、わずか 187 人であったが¹³、2019 年 5 月 1 日時点で在籍する留学生数は 1282 人に達した¹⁴。実は、日本語教育機関でも一泊二日の研修旅行¹⁵、修学旅行¹⁶があり、農泊も修学旅行の一つの方法として適していると予想される。日本語教育機関の学生なら、一定な日本語の能力を持ち、日常生活を通し、日本の社会、文化をある程度理解できると言える。そのため、受け

¹² 出入国在留管理庁『出入国管理及び難民認定法第七条第一項第二号の基準を定める省令の留学の在留資格に係る基準の規定に基づき日本語教育機関等を定める件』平成二年法務省告示第百四十五号、最近改正、令和四年十一月十五日法務省告示第二百九号。

¹³ 日本学生支援機構(2022)。

¹⁴ 日本学生支援機構(2020)。

¹⁵ 東京ワールド日本語学校 (2019)。

¹⁶ 成田日本語学校 (2018)。

入れ家庭の不安を多少解消できると見込まれる。そこで、糸満市観光まちづくり協議会と文部科学省と連携し、沖縄県内の日本語教育機関で農泊を宣伝し、留学生を農泊に誘致する留泊プロジェクトを提言する。

実は、子ども農山漁村交流プロジェクトにおいて、総務省、内閣官房、文部科学省、農林水産省、環境省が連携し、農林漁業体験・宿泊体験活動を推進している。そこで文部科学省は送り側（学校）を中心に活動支援、情報提供などの支援に取り組んでいる。今回の留泊プロジェクトにおいて、送り側（日本語教育機関）に同じような支援が期待される。

（2）この提言から期待される効果

まず、日本語教育機関の学生を対象に宣伝することによって、糸満市農泊の概要を理解し、魅力を感じさせることができるだろう。また、学生にとって、これは日本の文化を体験し、日本語で会話できる良い機会であり、一部の学生は、将来農泊を体験し、日本にいる友達や自国にいる親友にその経験を伝え、インバウンド農泊の誘致に至ることが期待される。

糸満市への政策提言を通じて、修学旅行の期間外の際でも農家の所得の安定化による地域振興が実現されることが見込まれる。最後に、関係人口の創出・拡大に繋がり、将来的に定住・移住することも期待できる。

（3）これからの展望

沖縄県の日本語教育機関にとどまらず、全国で展開すべきである。まずは将来、東京圏や大阪圏における日本語教育機関への宣伝も必要であると考えられる。沖縄県より数多くの日本語教育機関は東京圏に集中している。統計によると、2021 年関東地方に在籍する日本語教育機関の留学生数は 25823 人、すなわち 63.7%の留学生は関東の学校に通っている。とりわけ 25823 人のうち、21331（82.6%）人は東京の学校に在籍する。東京における日本語教育機関で宣伝すれば、効果的になると考えられる。

図表 1-2-2 2021 年度日本語教育機関に在籍する留学生数(都道府県別)

(人)

地方名	留学生数	構成比	都道府県	留学生数		地方名	留学生数	構成比	都道府県	留学生数	
北海道	141 (370)	0.3% (0.6)	北海道	141	(370)	近畿	7,523 (10,071)	18.5% (16.6)	三重	161	(370)
									滋賀	10	(0)
									京都	1,591	(1,854)
									大阪	3,923	(6,129)
									兵庫	1,697	(1,616)
東北	506 (1,255)	1.2% (2.1)	青森	0	(0)	中国	671 (886)	1.7% (1.5)	和歌山	141	(102)
			岩手	0	(0)				鳥取	104	(124)
			宮城	471	(1,148)				島根	25	(11)
			秋田	0	(0)				岡山	292	(420)
			山形	0	(0)				広島	211	(280)
関東	25,823 (37,977)	63.7% (62.4)	福島	35	(107)	四国	9 (27)	0.02% (0.04)	山口	39	(51)
			茨城	213	(222)				徳島	0	(0)
			栃木	199	(236)				香川	0	(0)
			群馬	344	(433)				愛媛	9	(27)
			埼玉	1,672	(2,229)				高知	0	(0)
中部	3,040 (4,791)	7.5% (7.9)	千葉	1,150	(2,094)	九州	2,854 (5,437)	7.0% (8.9)	福岡	2,498	(3,874)
			東京	21,331	(30,628)				佐賀	65	(302)
			神奈川	914	(2,135)				長崎	61	(131)
			新潟	43	(21)				熊本	0	(5)
			富山	5	(84)				大分	8	(46)
計			石川	0	(0)				宮崎	0	(15)
			福井	20	(46)				鹿児島	35	(83)
			山梨	108	(197)				沖縄	187	(981)
			長野	94	(179)						
			岐阜	266	(453)						
計			静岡	702	(1,192)				計	40,567	100.0%
			愛知	1,802	(2,619)					(60,814)	(100.0)

()内は2020年5月1日現在の数

出典：日本学生支援機構(2022)，21 頁。

将来的には、日本語教育機関と異なり、各大学における宣伝も不可欠であろう。一部の大学に在籍する留学生数は図表 1-2-3 を参照されたい。

図表 1-2-3 留学生受入れ数の多い大学 (2021 年 5 月 1 日現在)

学校名		留学生数
東京大学	国立	4,084人 (4,076人)
早稲田大学	私立	3,967人 (4,742人)
日本経済大学	私立	2,984人 (3,355人)
立命館大学	私立	2,752人 (2,462人)
京都大学	国立	2,493人 (2,600人)
立命館アジア太平洋大学	私立	2,465人 (2,509人)
大阪大学	国立	2,408人 (2,521人)
九州大学	国立	2,261人 (2,328人)
筑波大学	国立	2,171人 (2,247人)
東北大学	国立	2,044人 (2,081人)
北海道大学	国立	1,991人 (2,078人)
名古屋大学	国立	1,937人 (1,870人)
東京工業大学	国立	1,818人 (1,804人)
慶應義塾大学	私立	1,784人 (1,925人)
東京福祉大学	私立	1,705人 (1,784人)
東洋大学	私立	1,661人 (1,743人)
広島大学	国立	1,622人 (1,785人)
日本大学	私立	1,571人 (1,379人)
明治大学	私立	1,477人 (1,566人)
京都情報大学院大学	私立	1,313人 (1,335人)
東海大学	私立	1,301人 (1,241人)
帝京大学	私立	1,170人 (1,164人)
東京国際大学	私立	1,149人 (1,067人)
神戸大学	国立	1,107人 (1,227人)
同志社大学	私立	1,094人 (1,207人)
関西大学	私立	1,083人 (1,110人)
京都精華大学	私立	1,081人 (931人)
上智大学	私立	1,078人 (1,144人)
法政大学	私立	1,074人 (1,090人)
拓殖大学	私立	1,037人 (1,080人)

()内は2020年5月1日現在の数

出典：日本学生支援機構(2022)，11 頁.

第2項 東北農政局への政策提言

(1) 政策提言－農ハローアプリ（仮称）の開発

内閣府沖縄総合事務局へのヒアリング中、沖縄県内における農泊実施地域数は10であったが、農政局より主催されるお互いの勉強会・交流会がなかったということがわかった。すなわち、県内農泊のネットワークの構築は弱いと言える。

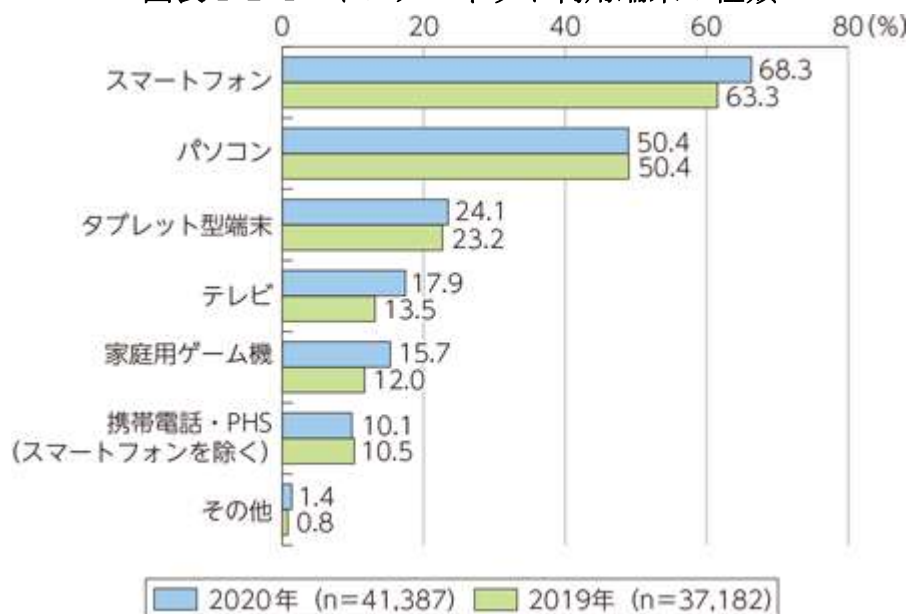
沖縄県のような農泊に関するネットワーク構築が弱いことは、実は宮城県でも同じである。宮城県では、各農泊推進協議会がバラバラで農泊を推進していたが、うまくコーディネートしていく機能がない。しかし、JR 仙台駅2階中央改札前コンコースでは、年間を通して全国各地域の商品を販売するイベントが実施されている。

このように、いかに各地域における農泊協議会をつなぐかが重要な課題であり、県を越えた観光資源の利用や地域の農泊の質を向上するために、一定の文化・観光資源を共有する地域ブロックの連携が今後重要となってくると思われる。そこで、市でもない、県でもない、地域を跨ぐ農政局はその役割を果たすべきであると考えられる。前にも触れたように、有識者会議の報告によると、2019年に農泊ポータルサイトの検索機能やコンテンツ情報の拡充等の改修を実施したが、情報の網羅性、検索性、メンテナンス等十分とは言えない。また、地域における情報更新体制にも課題である。そのため、デジタル化に応じたウェブサイトからアプリへの移行が期待される。

総務省の統計によると、端末別のインターネット利用率は、「スマートフォン」(68.3%)が「パソコン」(50.4%)を17.9ポイント上回っている¹⁷。

¹⁷ 総務省(2021), 308頁.

図表 1-2-4 インターネット利用端末の種類



注：当該端末を用いて過去1年間にインターネットを利用したことがある人の比率

出典：総務省(2021), 308頁.

これからインターネットにおけるスマートフォンの利用率がより一層高まると予想される。パソコンより、初回にストアからダウンロードする手間をかけるものの、一度ダウンロードすればワンタッチで簡単にアクセスできる。また、プッシュ通知を起用すると、随時アプリからのおすすめのメッセージをチェックすることが期待できる。実際に中国重慶市では、市民が政府の各部門とよりよくコミュニケーションをとるために、個人的な事務処理と政府とのコミュニケーションを一体化したアプリ「渝快辦」を活用し、政府機関と市民の交流を促進した。このように中国では、アプリを使った行政機関の連携の強化に一定の成果を収めている。

そこで、デジタル技術を活用による地域の農泊アプリ農ハロー（仮称）を開発し、ネットワークづくりを構築することを提言する。アプリについて、まずはまち・ひと・しごと創生本部と農林水産省が連携し、農泊ポータルサイトをモデルとして、それを開発する。次に各農政局は都道府県を単位に農泊推進実施している協議会を登録させ、地域内の運営権を協議会に委ねる。続いて協議会は農泊の情報を随時更新する。最後に、農政局は定期的に地域ごとの情報を整理し、各都道府県を単位にオンライン勉強会・交流会を開催することが望まれる。

(2) アプリ農ハローのキラーコンテンツ

アプリを活用すれば、農家のことを知ることができる。例えば農家好きな地域食材、地酒、民謡、または地域で一番好きな場所や最高の過ごし方などの紹介が見える。そのため、利用者側はどのような地元の人と交流できるのかを事前に把握でき、利用者側の不安を解消することが期待される。続いて、地域協議会と農泊推進課の間の交流の場を作ることができる。アプリの中のチャット機能を利用し、農泊推進課は取りまとめる新たな政策を地域協議会に送信することが期待される。

(3) この提言から期待される効果

東北農政局への政策提言から期待される効果として、勉強会・交流会の開催によって、地域内の農泊推進に関する先進事例を学ぶことができる。また、デジタル化によって、情報を共有しやすくなるだろう。ひいては農政局側がより実施状況を把握し、対策を立てやすくなる。最終的に、地域の農泊の質を向上させ、地域のネットワークづくりを構築することが期待される。

おわりに

以上の通り、本章では、第2期「まち・ひと・しごと創生総合戦略」に基づき、ヒアリング調査やフィールドワークを実施した経験を踏まえ、地方創生の目線から農泊推進について提言した。本章が課題の解決の一助となることを望む。

SDGsに基づき、持続可能な観光が提唱された今、農山漁村の所得向上、関係人口の創出・拡大に繋がる農泊はこれから観光における新たな潮流になると期待される。それが活気ある産業になるためには、これまで修学旅行を中心に推進してきた農泊をビジネスとして展開しなければならない。今後、ビジネスとしての推進については引き続き検討していきたい。

参考文献

- ・新海宏美(2016)「日本型グリーン・ツーリズムの現状と課題」『経済集志』(日本大学商経研究会), 第85巻第4号, 41-49頁.
- ・村山慶輔(2020)『観光再生』, プレジデント社.
- ・沖縄県糸満市(2016)「糸満市観光振興基本計画(概要版)」.
<https://www.city.itoman.lg.jp/docs/2016033000021/files/keikakugaiyouban.pdf>
(最終閲覧 2023 年 1 月 26 日)
- ・KDDI ヒドラ(2016)「言葉の壁をなくせ! 鳥取のタクシーが挑む”同時通訳”とは?」. <https://time-space.kddi.com/digicul-column/digicul-joho/20160219/> (最終閲覧 2023 年 1 月 26 日)
- ・総務省(2021)「令和3年版 情報通信白書」.
<https://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/r03/pdf/01honpen.pdf> (最終閲覧 2023 年 1 月 26 日)
- ・中国政府網(2012)「我国已有逾 150 万家“农家乐” 年收入超 1500 亿元」. http://www.gov.cn/jrzq/2012-05/16/content_2138901.html
(最終閲覧 2023 年 1 月 26 日)
- ・東京ワールド日本語学校(2019)「2019 年 研修旅行に行きました」.
<https://twla.jp/news/3899/> (最終閲覧 2023 年 1 月 26 日)
- ・成田日本語学校(2018)「2018 年 成田日本語学校 修学旅行」.
<http://njls.jp/home.html> (最終閲覧 2023 年 1 月 26 日)
- ・日本学生支援機構(2020)「2019(令和元)年度外国人留学生在籍状況調査結果」. https://www.studyinjapan.go.jp/ja/_mt/2020/08/date2019z.pdf
(最終閲覧 2023 年 1 月 26 日)
- ・日本学生支援機構(2022)「2021(令和3)年度外国人留学生在籍状況調査結果」. https://www.studyinjapan.go.jp/ja/_mt/2022/03/date2021z.pdf
(最終閲覧 2023 年 1 月 26 日)
- ・農林水産省(2019)「農泊推進のあり方検討会 中間とりまとめ」.
<https://www.maff.go.jp/j/nousin/kouryu/nouhaku/attach/pdf/arikata-20.pdf> (最終閲覧 2023 年 1 月 26 日)
- ・農林水産省(2022a)「農泊を中心とした都市と農山漁村の共生・対流」.
<https://www.maff.go.jp/j/nousin/kouryu/170203.html>
(最終閲覧 2023 年 1 月 26 日)

- ・農林水産省(2022b)「農泊推進に係る目標の考え方について」.
<https://www.maff.go.jp/j/nousin/kouryu/nouhaku/attach/pdf/arikata-22.pdf> (最終閲覧 2023 年 1 月 26 日)
- ・農林水産省 (2022c) 「農泊推進の現状と課題について」.<https://www.maff.go.jp/j/nousin/kouryu/nouhaku/attach/pdf/arikata-27.pdf> (最終閲覧 2023 年 1 月 26 日)
- ・農林水産省(2022d)「令和 4 年度における農泊推進対策の支援内容について」.https://www.maff.go.jp/j/nousin/kouryu/nouhakusuishin/nouhaku_top.html (最終閲覧 2023 年 1 月 26 日)
- ・ディスカバー農山漁村の宝「糸満市観光まちづくり協議会」.
<https://www.discovermuranotakara.com/sentei/select4/no31/>
(最終閲覧 2023 年 1 月 26 日)
- ・糸満市観光まちづくり協議会「糸満の民泊」.
<https://www.itomanstay.com/> (最終閲覧 2023 年 1 月 26 日)

第2章 農業金融総合プラットフォーム事業による都市農業振興の

可能性 ―神奈川県川崎市を例として―

はじめに

本章では、前章に引き続き、総合戦略における重点枠組のうち「地方への人・資金の流れを強化する」観点から、農業金融を用いた地域経済活性化の在り方について考察する。

すでに本書で指摘したように、我が国では人口減少に伴い、地方を中心とした深刻な労働力の減少や消費市場の縮小が懸念される。そうした中で、継続的な人の往来や居住を実現するには、地域の稼ぐ力を高め、魅力的な仕事や雇用機会の創出が欠かせず、誰もが安心して働くことのできる環境の整備が重要である¹⁸。そのため、自治体などの行政による地域企業の生産性向上による収益構造の改善を図ることが重要となり、技術開発、デジタルトランスフォーメーション(DX)や販路開拓等への支援を強化することが必要であると考ええる。

この点について内閣官房まち・ひと・しごと創生本部事務局(2019)は、「地域の特色・強みを活かした産業の振興や企業の競争力強化を図り、効果的に域外から稼ぎ、効率的に域内で富を循環させる地域経済構造を構築」することの重要性を指摘する。具体的なビジョンとして、製造業、農業など、それぞれの地域が強みを有する産業を見定め、設備投資等における集中的な支援を行うとともに、地域の産業・企業と地方大学との連携等を中心に継続的な地域発のイノベーションの創発等に取り組むことを挙げている。

農業においては、他の一次産業と併せ、その成長産業化の必要性が官民において唱えられている。総合戦略の後継に当たるデジタル戦略では、農林水産業・食品産業の成長産業化に向けて次の三点を示している。①地域の経済やコミュニティの活性化に向けた、生産力向上や環境負荷低減等の持続性を両立する「みどりの食料システム戦略」(以下、「みどり戦略」という)に基づく施策の実行、②2030年5兆円の輸出額目標に向け、改定された「農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略」等に基づく我が国の農林水産物・食品の輸出拡大・促進、③AI、ICTを活用した生産現場のスマート化等のスマート農業の実装促進等である。また、日本経済団体連合会(2018)も、Society5.0時代の食農産業の在り方を見据え、スマート農業の利活用を念頭に置きつつ、農業界、経済界、研究機関、国・自治

¹⁸ 内閣官房まち・ひと・しごと創生本部事務局(2019), 30頁。

体が相互にデータ共有を図りつつ、協働することの必要性を提唱している。

以上のことから、地方創生を見据えた農業の成長産業化や地域振興の実現には、農業分野におけるイノベーションへの投資を増やし、生産性の向上を図ることが求められる。他方、我が国の農業は現状において、①後継者不足などに代表される従業者の減少、②規模拡大の遅れ、③災害や異常気象の増加による経営安定性の欠如等の多くの課題を抱えており、農業者や新規就農希望者等が十分な設備資金を調達することは容易でない(中田, 2022)。

以上の問題意識のもと、本章では、農業分野への資金供給の中核を担ってきた公的金融をはじめとする農業金融に着目し、地域振興に向けた今後の望ましい設備資金供給の在り方を明らかにする。さらに、得られた結果を手掛かりとして、全国及び神奈川県川崎市における農業者への新たな設備資金供給スキームを提言する。農業分野の政策金融に関する先行研究として、内野・中里(2018)や中田(2022)等があるが、先行研究と比して、本章の特徴は、提言先を神奈川県川崎市に着目していることや、新たな設備資金供給スキームについて信金中央金庫による事業等の先進事例等を念頭に提示していることにある。

本章の構成は以下の通りである。第1節では、農業者への設備投資に当たって農業金融が有する意義や現状を明らかにする。さらに、農業金融として2023年1月現在で行われている取組として、財政投融资制度に基づく日本政策金融公庫(以下、「日本公庫」)等による官民の主要な事業を整理する。第2節では、神奈川県川崎市における同市の地方創生に向けた取組を紹介するとともに、同市の農業の現況や課題について明らかにする。第3節では、国及び川崎市を対象に、農業分野における設備資金供給スキームを提言する。

第1節 農業金融

第1項 農業金融の意義と現況

(1) 金融面での農業支援の重要性

農業分野においては、6次産業化の推進、農林水産物・食品の輸出拡大及び促進、中山間地域の振興等の諸政策課題は、一般会計を原資とする農政によって取り組まれている。一般会計では、公共事業による基盤整備や補助金による政策誘導が展開されている。中田(2022)は、農林水産関係予算の対一般歳出比より、経済活動別GDPで農林漁業が占めるシェアと比較し、相対的に大きな予算措置が取られていることを指摘する(図表2-2-1)。

図表 2-2-1 農林水産関係予算(当初)の推移

(単位: 億円、%)

区 分	24年度	25年度	26年度	27年度	28年度	29年度	30年度	元年度	2年度	3年度	4年度	5年度(概算決定)
農林水産関係予算	(▲4.3) 21,727	(5.7) 22,976	(1.3) 23,267	(▲0.8) 23,090	(0.0) 23,091	(▲0.1) 23,071	(▲0.2) 23,021	(0.4) 23,108	(0.0) 23,109	(▲1.1) 22,853	(▲0.3) 22,777	(▲0.4) 22,683 ▲94
公 共 事 業	(▲5.7) 4,896	(32.9) 6,506	(1.1) 6,578	(0.2) 6,592	(2.6) 6,761	(1.1) 6,833	(0.4) 6,860	(1.5) 6,966	(0.3) 6,969	(▲0.2) 6,978	(0.0) 6,980	<30.8> 6,983 (0.0) 3
非 公 共 事 業	(▲3.9) 16,831	(▲2.1) 16,469	(1.3) 16,689	(▲1.1) 16,499	(▲1.0) 16,330	(▲0.6) 16,238	(▲0.5) 16,161	(▲0.1) 16,142	(▲0.1) 16,120	(▲1.5) 15,875	(▲0.5) 15,797	<69.2> 15,700 (▲0.6) ▲97
農業関係予算	17,190	17,128	17,396	17,302	17,308	17,325	17,336	17,297	17,285	17,151	17,135	16,980 (▲0.9) ▲155
林業関係予算	2,608	2,899	2,916	2,904	2,933	2,956	2,997	2,992	3,006	3,025	2,977	3,057 (2.7) 80
水産業関係予算	1,832	1,820	1,834	1,818	1,784	1,774	1,772	1,892	1,875	1,870	1,881	1,872 (▲0.5) ▲9
農山漁村地域整備交付金	96	1,128	1,122	1,067	1,067	1,017	917	927	943	807	784	774 (▲1.3) ▲10

出典：河川(2022)，6頁。

加えて、次に掲げる3点に代表される産業面の特性から、公的部門による農業への金融面での支援が必要であると言える(中田，2022)。第一に、地震や洪水など近年激甚化している自然条件による影響を受けやすい。第二に、収益が市場価格や市場の動向などの外部要因に左右されやすい。第三に、農地整備等に多額の資金を要するものの、設備投資に投じた費用の回収には、一般に非常に長い期間を要する。そのため、短期の運転資金や長期の設備資金のいずれに関しても、民間金融機関が行うにはリスクが大きく、十分な資金供給が期待できない。

したがって、我が国における農業金融を担う機関は、人為的・政策的金融機関とされる農業協同組合(以下、「農協」という)や公庫にほぼ限定される(齋藤，1971)。実際、図表 2-2-2 によれば、国内銀行や信用金庫については、全貸出のうち農林業向けが占める割合は1%未満である。また、他産業と異なり、農林業向け貸出に占める民間金融機関のシェアは小さいことが読み取れる。他方、近年は地方を地盤とする地方銀行(以下、「地銀」という)を中心に、民間金融機関が農業者向けのアグリビジネスとして、農業向けローンやビジネスマッチングに取り組む事例が見られる。そのため、農業金融はかつての「閉鎖的かつ非競争な状態」(泉田，2013)という趨勢から変わりつつあると考える。

このように、政策的見地から有意義と見做される水準の農業生産に必要な資金を民間金融機関から十分に調達できない場合、公的部門が金融仲介に関与することに妥当性が生じる。農業分野における制度資金は2種類に大別され、1つは都道府県が関与するもの、もう1つは財政投融资を原資とするものである。

(2) 都道府県が関与する制度資金

都道府県が関与する制度資金は、都道府県が利子補給をする資金と原資を拠出する資金に分類できる。都道府県が利子補給を実施している制度資金として、農業近代化資金¹⁹が挙げられる。

これらは設備資金や長期運転資金を用途とする長期固定金利の融資であり、主として JA バンクなどの系統金融機関が貸出先となる。借入条件は各都道府県により様々だが、2021 年 9 月時点では基準利率 1.5%に対し、都道府県が 1.3%の利子補給を行い、0.2%の利率が適用されることが一般的である。償還期限は用途によって異なるが、原則として 15 年以内とされる。系統金融機関は組合金融機関の中核を占めているが、図表 2-2-2 からは、農業向け貸出に占める組合金融機関のシェアは、政府系金融機関と並び大きいことが読み取れる。

(3) 財政投融资を原資とする制度資金

2023 年度の財政投融资計画の規模は当初計画段階で約 16 兆円であり、用途別に分類すると、このうち約 7,660 億円が農林水産業に振り分けられている。そのほとんどが、日本公庫農林水産事業本部による長期・固定金利の融資として農林漁業者に供給されている。ただし、全てが日本公庫から農業者に対して直接貸付が行われるのではなく、資金の種類によっては系統金融機関や民間金融機関を通じて委託貸付も行われる。

財政投融资は国債の一種である財投債を主たる原資としていることから、利率は非常に低く、日本公庫農林水産事業の実施する融資における基本利率は、2023 年 1 月現在で 0.8%となっている。融資期間や資金の種類等で利率は異なるが、ほとんどの融資の利率は 0.80%から 0.95%の間で設定されている。図表 2-2-2 の通り、日本公庫の実施する低利融資は、系統金融機関等による制度資金とともに、農林漁業者にとって主要な資金調達手段となっている。

日本公庫の農林漁業への融資の特徴の一つは、長期の設備資金の供給を行っている点にある。例えば、農業に関しては返済期間が 10 年を超える融資が半数以上である。また、加工・流通業向けの融資は全て返済期間が 10 年を超えている。農協等の系統金融機関を除き、民間金融機関から長期資金の供給を受けることが容易ではない農業者にとって、日本公庫や沖縄振興開発金融公庫(以下、「沖縄公庫」といった政府系金融機関による長期固定金利の低利融資は経営の安定化や事業拡大に際して重要な支援と言えよう(中田, 2022)。また、一般会計より拠出される補助金と、財政投融资を原資とする制度資金を比較すると、補助金は相対的に単年度ごとなど比較的短期のスパンで交付されるのに対し、日本公庫

¹⁹ 農業者が農業経営の近代化や合理化を進めるために必要な資金を農協などの融資機関が融資する場合、その利子を県が融資機関に利子補給することにより、農業者が低利で利用することのできる制度資金。

等の制度資金は長期かつ低利で供給される特徴がある。そのため、農業の成長産業化に向け、各農業者が一事業者として営農活動に従事するに当たっては、制度資金の利用や民間金融機関からの借入によって、メリハリのある経営を行うことが望ましいと言えよう。したがって、各金融機関の農業者に対するコンサルティング機能の発揮がますます重要となることが見込まれる。

図表 2-2-2 金融機関別に見た農林業向け貸出残高（2020 年 3 月末）

		合計	農業関連	林業関連
国内銀行銀行勘定	億円	5, 142, 693	8, 147	
信用金庫	億円	726750	1, 490	
その他民間金融機関	億円	46, 879	344	
政府系金融機関	億円	490, 830	29, 340	
組合金融機関	億円	491, 047	20, 961	88

出典：中田(2022)より WSA 作成。

第 2 項 農業金融における課題

ここでは、主たる課題として、農業金融に係る窓口が統一されていないことに起因する影響を取り上げたい。上述の通り、農業制度金融における利子補給については、主に都道府県等の自治体において取り組まれているが、このように、日本公庫や沖縄公庫のような公的部門をはじめ、農業金融に係る窓口は民間金融機関を含め様々であるが、融資における窓口もそれぞれの金融機関ごとに分かれている。

このように、一次的な相談窓口が一元化されていないため、農業者は相談内容に最適な金融機関等にダイレクトに相談することができず、各金融機関間での紹介等で融資がなされるまでに時間を要する。実際、全国の各地域で農業金融の主たるアクターが異なるといった事例が散見される。例えば、沖縄県内では沖縄公庫、神奈川県川崎市であれば地域の農協組織である JA セレサ川崎が挙げられる。

第2節 川崎市における農業分野から見た地域振興

第1項 都市農業

農業は中小自治体を中心とした地方圏における基幹産業として位置づけられており、本章の冒頭で述べた通り、地域振興の実現に際してはスマート農業の実装などの取組による農業の成長産業化が欠かせない。

こうした農業振興に向けた取組やその意義は、地方だけでなく、東京圏をはじめとする大都市圏においても、農業振興や地域経済の活性化等の観点において共通である。都市部で営まれる農業、すなわち都市農業については、新鮮な農産物の供給はもとより、近年は農作業体験の場や災害時の避難場所の提供といった多面的機能に対する評価する向きが強まっている（農林水産省農村振興局，2012）。一方、都市計画という観点からも、人口減少と超高齢化を背景とし、農地に対する評価が高まっている（国土交通省都市局，2012）。

こうした状況を受け、国は都市農業の安定期的な継続や都市農業の有する多様な機能の適切かつ十分な発揮による良好な都市環境の形成を目的とし、2015年に都市農業振興基本法を制定した。その後、翌2016年5月には都市農業振興基本計画が閣議決定され、市街化区域内農地の位置付けを「宅地化すべき農地」から、都市環境を形成する上で「あるべき農地」へと大きく転換した。

都市農業の意義について市街化区域内農地は全農地のうちわずか1.4%程度であるが、都市住民との距離が近いという立地を活かした農業を行っており、都市農業経営体数は全国の12.4%を占め、農業産出額は全体のうち僅か6.7%に上る。また、個々の経営面積は一般的に小さいが、温室等の施設を利用し年に数回転の野菜生産を行うなどの取組により、農産物の年間販売金額が500万円を超える事業者も約17%存在するなど、大消費地における生産活動が行えるという地理的な優位性を活かした生産が行われている。

第2項 川崎市の産業及び農業における現況

本節では、都市農業の典型例の一つである川崎市の取組に着目したい。川崎市は神奈川県最東端に位置し、東京都と横浜市に挟まれた地域にある。人口は2022年12月12日現在で154万超、地価は2022年平均で28万円/㎡超であり、いずれも上昇が続いている。同市は高度経済成長期以降の東京圏への人口及び事業所の集中により、北部の多摩丘陵地域は東京のベッドタウンとして宅地開発がなされ、市街化区域の全域において都市化が進展した。また、市内を流れる多摩川による水利の便や東京・横浜といった大都市に隣接する地の利から工場

の進出が相次ぎ、農林漁業村から工場都市へと変貌を遂げ、京浜工業地帯の中核として発展を遂げた。

こうした都市化の進展により、市内の営農環境は悪化しているが(川崎市, 2016)、一方で人口増加によって大消費地としての強みを有すると言えよう。また、市内農業の特色として、消費者ニーズを敏感にとらえる情報力とそれに対応した多様な営農形態が挙げられる。その一例として、川崎市(2016)は生産・販売が個別の農業者やグループで完結する直売を指摘する。例えば、農業者の庭先や個人直売所、グループによる共同直売所での販売、更には観光農業²⁰等の多種多様な販売形態が存在する。梨、メロン、ブドウ、シクラメン等については、贈答用の宅配や沿道での直売等が中心に行われている。中でも、市内で生産される梨には「多摩川梨」というブランド名が付けられており、北部地域を中心に梨の収穫等の体験が可能な体験農園等の取組も盛んである。このほかにも、多摩区、麻生区、宮前区といった市内区域の一部について、2020 年より内閣府の構造改革特別区域である「かわさきそだちワイン特区」として認定を受けており、ワインの製造・販売等がなされている。さらに、JA セレサ川崎が運営する大型農産物直売所「セレサモス」での販売や、市場の出荷、スーパー・飲食店等の小売店へ独自に販路を開拓し、販売を行う農業者も存在する。

市内農業の抱える課題として、ここでは担い手・後継者の育成、および、農業経営支援について取り上げる。第一に、担い手・後継者の育成が求められる。農業従事者の高齢化は、農山村地域等の地方だけの課題ではなく、都市農業が営まれる川崎市においても共通である。農林業センサスによれば、2010 年時点における基幹的農業従事者の平均年齢は 64.6 歳であり、今後もさらに高齢化が見込まれる。加えて、担い手・後継者の問題については、多くの農業者が危機感を持っており、2012 年に川崎市が市内の農業者を対象に実施した農業実態調査では、後継者について、就業予定を含め「あり」と回答した市内農業者は 49%となっている。佐藤(2020)は川崎市を対象に、高地価水準の都市における生産緑地の維持意向と農家属性の関係性について、農地の維持意向を持つ農業者は、世帯内後継者が存在する割合、経営耕地面積、生産緑地が高いことを明らかにしている。このため、川崎市における農業の持続的発展には、各農業者が営農を継続できる取組に加え、新規就農の促進や農業経営体の法人化、企業の農業参入等の担い手確保が求められる。

第二に、市内における農業経営支援である。川崎市は「農業経営基盤強化に関する基本的な構想」において、効率的かつ安定的な農業経営体が目標とする年間農業所得を、1 個別経営体当たり 650~750 万円程度としている。しかし、2012

²⁰ 農村と都市との交流を進める観光形態の一つで、身近な観光農業は、フルーツ狩りなどの収穫体験が代表例。

年に川崎市が実施した川崎市農業実態調査によれば、年間 600 万円を超える農業所得を得ている世帯は全体の 7.6%に留まる。同調査において、農業者が必要であるとする市による農業振興策として、約 3 割の農業者が農業経営安定支援を回答している。そのため、市などの行政は JA セレサ川崎などの民間金融機関とも連携し、より効果的かつ効率的な経営支援を行うことが求められる。

また、川崎市は 2020 年度に策定した第 2 期まち・ひと・しごと創生総合戦略の中で、農業分野においては主に、①都市農業の強みを活かした農業経営の強化、②農地の保全・活用と「農」とのふれあいの推進に重点を置き、取り組むこととしている。

第 3 節 政策提言 — 「あぐり融資の扉」の設立

第 1 項 あぐり融資の扉の概要

以上の点を踏まえ、我が国及び川崎市における農業分野からの地域振興に向け、農業金融総合プラットフォーム（仮称：「あぐり融資の扉」）の設立を提言する。あぐり融資の扉とは、資金調達のニーズがある農業者と、資金供給の主体となりうる日本公庫や JA グループをはじめとする金融機関等を一元的なプラットフォーム上で結びつける事業である。前述の通り、農業金融における課題は各機関で個別の窓口が設けられており、農業者にとって相談先が分かりにくいこと、また、農業者への資金供給主体のほとんどが公庫か JA であり、都市銀行等の民間金融機関からの農業者への融資は低調であること等がある。あぐり融資の扉の活用により、農業融資に係る相談窓口の一元化等を図ることが可能となり、ひいては民間金融機関による農業者への融資件数増加が見込まれる。

あぐり融資の扉の運営主体は、農業融資のノウハウを有する日本公庫や JA グループ、さらには地域における様々な業種の中小企業への融資等を行う信用金庫をはじめとする地域金融機関や信金中央金庫を想定している（図表 2-4-1）。なお、金融機関間での利害の対立等を調整することが必要であり、また、あぐり融資の扉を専門的に運営する人材が重要になると考えられる。そのため、あぐり融資の扉に一般社団法人などの法人格を付与し、同法人を農林水産省が所管、さらには上述した金融機関に加え、農林水産省等の関係省庁からの出向者で同事業を運営することが望まれる。こうして事業の円滑化を図ることができようになると見込まれる。

さらに、あぐり融資の扉の有するプラットフォーム機能を用い、融資に留まらない様々な課題解決の実現に取り組む。具体的には、農業者の相談内容に応じ、

IT、損害保険など様々な他業種の企業、「食」のサプライチェーンにおいて川下にあたる飲食店などの食農産業事業者、さらには利子補給などの制度資金を有する自治体等の行政を農業者へマッチングを行うことである。

図表 2-4-1 あぐり融資の扉のイメージ



出典：WSA 作成.

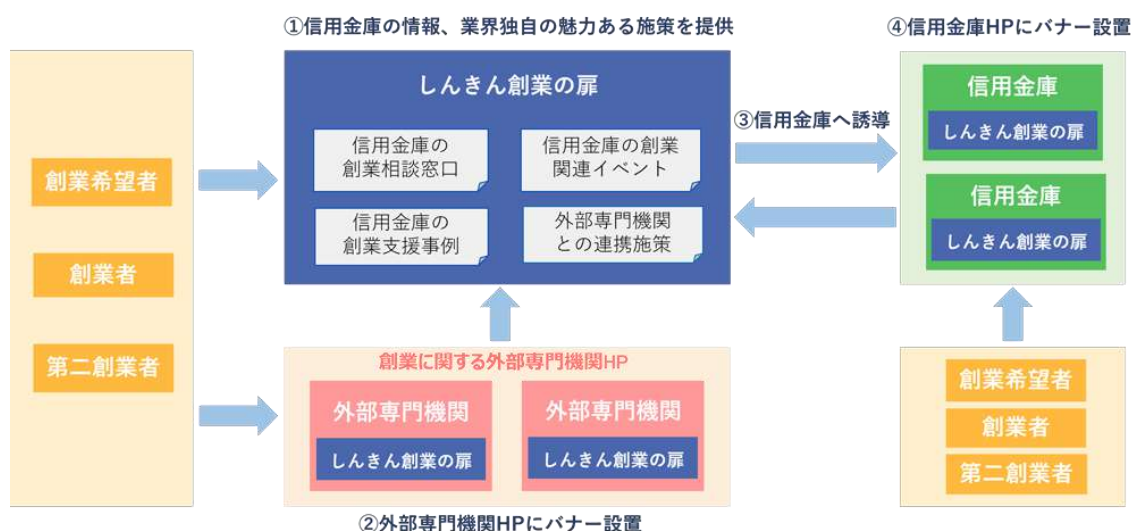
第2項 先進事例

(1) 信金中央金庫による「しんきん創業の扉」

「しんきん創業の扉」（以下、「創業の扉」という）とは、信金中央金庫の実施する信用金庫業界独自の創業支援プラットフォームである。中小企業の後継者問題の深刻化や新型コロナウイルス感染症（以下、「感染症」という）の影響が長期化する状況を鑑み、地域の活性化を創業支援からサポートすることを目的に構築された。

創業の扉におけるプラットフォームは、インターネット上に専用の Web サイトを開設しており、外部専門機関と連携した業界独自のコンテンツを提供している。これにより、潜在的な創業ニーズの掘り起こしを行い、創業希望者と各地の信用金庫をマッチングする機能を生じさせたい（図表 2-4-1）。

図表 2-4-1 「しんきん創業の扉」の利用イメージ



出典：信金中央金庫(2021)，1 頁。

具体的な事業の流れとそれによって見込める効果は、次の①~④の通りである。

① 信用金庫の情報、業界独自の魅力ある施策を提供

信用金庫の相談窓口、支援事例及びイベント情報を掲載するとともに、APAMANグループ等の外部専門機関と連携し、信用金庫業界独自の魅力ある施策を提供する。

② 外部専門機関ホームページ上へのバナー設置

中小企業庁が 2016 年に実施したアンケート調査によれば、創業希望者の約半数は、インターネットを情報収集ツールとして利用している。そこで、ナビサイトにて閲覧上位である日本公庫や中小企業基盤整備機構等のホームページ上に創業の扉のバナーを設置し、本プラットフォームの閲覧機会を向上させる。

③ 信用金庫へ誘導

本プラットフォーム及び外部専門機関ホームページの閲覧を契機とし、閲覧者を創業希望地の信用金庫のコンテンツ等へ誘導する。

④ 信用金庫ホームページ上へのバナー設置

各信用金庫のホームページ上にも、上述したようなバナーを設置し、信用金庫のホームページ閲覧者も本プラットフォームのコンテンツを活用することを見込む。

(2) オランダ・ラボバンクによるスマート農業促進

スマート農業による農業の成長産業化や、川崎市をはじめとする都市農業に際してニーズが高まっている施設園芸の推進に当たっては、我が国におけるス

マート農業に係る諸政策の手本とされているオランダの施設園芸が参考となろう。オランダの農業は、EU 域内の分業を背景に特定品目へ特化しており、土地・資本を集約した農業経営を行っている。そのため、高度な情報機器を用いた農業生産が行われている。加えて、このようなオランダの農業体系を支える民間金融機関として存在するラボバンクによる融資等のスキームの中でも、スマート農業への融資について、いくつかの先進的な点があると考えられる。

ラボバンクは、単なる事業に対する融資に留まることなく、相談窓口の段階から農業専門金融サービスの提供主体としての精度の高い事業性評価を実施することが求められる。加えて、ラボバンクが実施する、リレーションシップバンキングの一種とされるハウスバンクサービス、すなわち総合金融サービスの提供により、専門知識の融通やサプライチェーンの接続といった生産過程に踏み込んだ多角的な支援を行う点に特徴を有する。特に、施設園芸において、ラボバンクが金額またはリスクの点で単独の貸出に躊躇する際、リスク分散を目的としたシンジケート融資や公的保証の付加、さらにはリース子会社 DLL のサービスを用いてスマート農業に用いるアグテック機器をリースするなど、柔軟な対応を行っている。

第3項 期待される政策効果と課題

あぐり融資の扉の設立により、農業者への資金供給スキームの抜本的な強化及び確立が期待される。前述の通り、現在の農業金融における相談窓口は多岐にわたり、金融機関ごとに強みを有する分野や各地域での農業者との結びつきが強さも様々である。

また、現在農業分野においては、農林水産物・食品の輸出促進やみどり戦略への対応、さらにはスマート農業による農業生産等における生産性の向上や省力化など、変化する社会の動きに合わせ、農業者のニーズが変容していくことが予想される。そこで、あぐり融資の扉におけるプラットフォーム機能を用い、ワンストップで様々な金融機関と農業者をマッチングさせることで、農業者にとって最適かつシームレスな金融機関への相談を実現することが見込まれる。

さらに、ラボバンクや創業の扉と同様、あぐり融資の扉は地域金融機関や他業種の企業、バリューチェーンの川中や川下に位置する事業者等と農業者を結びつける機能を備える。そうした点等から、あぐり融資の扉の導入により、融資に留まらないより広範な総合金融サービスを提供することができると考える。例えば、農業者の販路拡大や農家レストランの開設等の6次産業化に向けた取組に当たっては、前者については地域内外の小売店等、後者については空き店舗やその家主とのマッチングを図ることができよう。新規就農を希望する者にもこ

の取組の対象を広げることで、担い手の確保にも資すると考えられる。

民間金融機関の農業融資に関する知見の蓄積、さらには国や自治体といった行政との協働により、農業融資や収入保険といった既存の制度の認知度向上にも寄与するであろう。

おわりに

本章では、重点枠組のうち「地方への人・資金の流れを強化する」観点から、農業金融を用いた地域経済活性化の在り方について論じた。国及び川崎市を対象とし、農業分野における設備投資に向けた資金供給の新たなスキームとして、あぐり融資の扉による総合金融プラットフォーム事業を提言した。

同事業により、農業者のニーズに対してベストな金融機関による融資の実行や、輸出に向けた商流の確保や販路拡大等の相談をシームレスに解決することが期待される。また、同事業を通じた各金融機関や行政機関の人事交流や農業融資のノウハウ蓄積により、日本公庫と地方銀行等の民間金融機関の協調融資の拡大等が見込まれる。

参考文献

書籍等

- ・ 泉田洋一(2013)「日本の農村金融・マイクロファイナンス」, 農林統計協会.
- ・ 内野逸勢, 中里幸聖(2018)「農業金融と成長戦略 大規模化推進が資金需要増加へ」『大和総研リサーチレポート』(大和総研), 1-10 頁.
https://www.dir.co.jp/report/research/policy-analysis/regionalecnmy/20200319_021403.pdf (最終閲覧 2023 年 1 月 26 日)
- ・ 齋藤仁(1971)「農業金融の構造」, 東京大学出版会.
- ・ 佐藤忠恭(2020)「高地価水準の都市における生産緑地の維持意向と農家属性 —神奈川県川崎市を対象として—」『農業経済研究』, 日本農業経済学会, 第 92 巻, 第 1 号, 34-39 頁.
https://www.jstage.jst.go.jp/article/nokei/92/1/92_34/_pdf/-char/ja (最終閲覧 2023 年 1 月 26 日)
- ・ 竹中久二雄, 日暮賢司(1981)「営農に役立つ農業金融の基礎と実態」, 楽游書房.
- ・ 中里幸聖(2020)「地銀のアグリビジネスへの取組み」『大和総研リサーチレポート』(大和総研), 1-10 頁.
https://www.dir.co.jp/report/research/policy-analysis/regionalecnmy/20200319_021403.pdf (最終閲覧 2023 年 1 月 26 日)
- ・ 中田真佐男(2022)「農業分野における資金供給の効率性向上に向けた課題」『フィナンシャル・レビュー』(財務省財務総合政策研究所), 通巻 147 号.
https://www.mof.go.jp/pri/publication/financial_review/fr_list8/r147/r147_04.pdf (最終閲覧 2023 年 1 月 26 日)
- ・ 丹羽哲夫(2009)「金融機関のアグリビジネス戦略」, 金融財政事情研究会.
- ・ 萩原英樹(2013)「農村金融市場に関する新制度派経済学的研究 —タイ王国を対象として—」, 農林統計協会.
- ・ 山村延郎(2019)「オランダのスマート農業における金融機関の役割 —ラボバンクの貸出業務とリレーションシップバンキング—」『経営経理研究』(拓殖大学経営経理研究所), 116 号.
https://takushoku-u.repo.nii.ac.jp/index.php?action=pages_view_main&active_action=repository_action_common_download&item_id=294&item_no=1&attribute_id=22&file_no=1&page_id=13&block_id=21 (最終閲覧 2023 年 1 月 23 日)

官公庁等刊行物

- ・神奈川県(2022)「農業近代化資金」.
<https://www.pref.kanagawa.jp/docs/f6k/cnt/f75/p2300.html>
(最終閲覧 2023 年 1 月 26 日)
- ・川崎市(2016)「川崎市農業振興計画」.
<https://www.city.kawasaki.jp/280/cmsfiles/contents/0000075/75039/nousinkeikaku2syo.pdf>(最終閲覧 2023 年 1 月 26 日)
- ・川崎市(2022)「川崎市の世帯数・人口、区別人口動態、区別市外移動人口(令和 4 年 12 月 1 日現在)」.
<https://www.city.kawasaki.jp/170/page/0000145933.html>
(最終閲覧 2023 年 1 月 26 日)
- ・川崎市財政局資産管理部資産運用課(2022)「川崎市の地価情報(令和 4 年地価調査)」.
<https://www.city.kawasaki.jp/230/cmsfiles/contents/0000038/38652/04chikacyousa.pdf> (最終閲覧 2023 年 1 月 26 日)
- ・河川健児(2022)「令和 5 年度農林水産関係予算のポイント」, 財務省, 6 頁.
https://www.mof.go.jp/policy/budget/budger_workflow/budget/fy2023/seifuan2023/15.pdf (最終閲覧 2023 年 1 月 26 日)
- ・国土交通省都市局(2012)「社会資本整備審議会 都市計画・歴史的風土分科会 都市計画部会 都市計画制度小委員会中間とりまとめ 都市計画に関する諸制度の今後の展開について」.
<http://www.mlit.go.jp/comrnon/000222986.pdf>(最終閲覧 2023 年 1 月 26 日)
- ・財務省(2022)「令和 5 年度財政投融资計画の概要」.
<https://www.mof.go.jp/policy/filp/plan/fy2023/r05seifuan/zt002.pdf>
(最終閲覧 2023 年 1 月 26 日)
- ・信金中央金庫「創業支援プラットフォーム 「しんきん創業の扉」 の構築について」 1-2 頁.
https://kyodonewsprwire.jp/prwfile/release/M105237/202106307044/_prw_PR1f1_S1nmEd3P.pdf (最終閲覧 2023 年 1 月 26 日)
- ・中小企業庁(2017)「2017 年版中小企業白書」, 124 頁.
https://www.chusho.meti.go.jp/pamflet/hakusyo/H29/PDF/chusho/00Hakusyo_zentai.pdf (最終閲覧 2023 年 1 月 26 日)
- ・内閣官房デジタル田園都市国家構想実現事務局(2022)「デジタル田園都市国家構想総合戦略」 72-76 頁.
https://www.cas.go.jp/jp/seisaku/digital_den/en/pdf/20221223_honbun.pdf (最終閲覧 2023 年 1 月 22 日)

- ・内閣官房地方創生推進事務局(2020)「かわさきそだちワイン特区」.
<https://www.chisou.go.jp/tiiki/kouzou2/nintei50/pdf2/03.pdf>
(最終閲覧 2023 年 1 月 26 日)
- ・内閣官房まち・ひと・しごと創生本部事務局(2019)「第 2 期「まち・ひと・しごと創生総合戦略」」.
<https://www.chisou.go.jp/sousei/info/pdf/r1-12-20-senryaku.pdf>
(最終閲覧 2023 年 1 月 17 日)
- ・日本経済団体連合会(2018)「農業 先端・成長産業化の未来 ―Society 5.0 の実現に向けた施策―」, 6 頁.
https://www.keidanren.or.jp/policy/2018/074_honbun.pdf
(最終閲覧 2023 年 1 月 23 日)
- ・日本政策金融公庫農林水産事業(2023)「利率一覧(令和 5 年 1 月 19 日現在)」, 1-4 頁.
https://www.jfc.go.jp/n/rate/pdf/kinrikaiteimikomi_050119b.pdf
(最終閲覧 2023 年 1 月 23 日)
- ・農林水産省農村振興局(2012)「都市農業の振興に関する検討会 中間とりまとめ」.
https://www.maff.go.jp/j/nousin/kouryu/tosi_nougyo/attach/pdf/kento-64.pdf(最終閲覧 2023 年 1 月 23 日)

第3章 輸出促進による地方創生

はじめに

本章では、「まち・ひと・しごと創生総合戦略」の重点枠組における6項目のうち、2番目の「新しい時代の流れを力にする」について検討する²¹。輸出促進による地方創生に着目した背景には、新しい時代の流れがある。例えば、デジタル技術の進展やSDGs(持続可能な開発目標)の普及等は、地方創生に良い効果をもたらしている²²。さらに、後述するように、農林水産物の海外需要の増加を活かすことが重要であり、このことは、時代の流れを反映した地方創生に繋がると言える。つまり、国内だけでなく海外にも目を向けながら地域振興を行うことは近年重要性を増してきている。

そこで、本章では、地方の地域資源である農林水産物の海外展開を通じた地方創生の在り方について考察する。具体的には、ふるさとである静岡市の茶業振興に着目し、国と静岡市に対して農林水産物の輸出促進・ブランド化に向けた政策提言を行う。静岡市は政令指定都市であり、温暖な気候を活かした農業が行われていることが特徴的である。したがって、地方都市における農業振興の取組を他の地域にも反映させていくために、静岡市の地方創生に着目することは一定の意義があると言えよう。

本章では、このような時代的背景に基づき、第1節では行政や輸出の専門機関による支援の現況を概観する。海外への輸出は生産者や事業者を主体としつつ、国・自治体・独立行政法人等の多様な関係機関が一体となって推進するものである。例えば、国は日本ブランドの確立、自治体は地域ブランドの確立を担っている。国と地方は、日本貿易振興機構(JETRO)や日本食品海外プロモーションセンター(JFOODO)等と連携しながら幅広い伴走支援を行っている。一方、更なる輸出拡大を目指すには課題も山積している。そこで、第2節ではヒアリング調査で明らかになった現場の声を踏まえ、今後対応すべき課題について整理する。更に第3節では、輸出促進に向けて取り組むべき施策を提言する。

²¹ 内閣官房デジタル田園都市国家構想実現会議事務局(2019)。

²² 同上。

第1節 これまでの輸出支援

第1項 国による輸出促進の現状

世界人口の増加や海外の経済成長に伴い、世界の食市場の拡大が見込まれることは輸出促進施策を講じる上で注目に値する²³(図表 3-1-1 参照)。このような海外需要の高まりを受け、政府は農林水産物・食品の輸出額を 2025 年までに 2 兆円、2030 年までに 5 兆円にすることを目指してきた²⁴。その結果、我が国の農林水産物・食品の輸出額は増加傾向にあり、とりわけ農産物の輸出額は大幅に伸びている²⁵(図表 3-1-2 参照)。

そして、目標の達成に向け、輸出促進法の改正(2022 年施行)をはじめとして近年では日本の食を海外に広めるための国の取組みが加速している。法改正について言えば、生産から販売までの幅広い関係事業者で構成される法人を輸出の品目別に組織化することが新たに定められ、品目ごとにオールジャパンで輸出を推進することが期待されている²⁶。また、農林水産省が推進している「農林水産物・食品輸出プロジェクト(以下、GFP)」の支援では事業者同士が相互にネットワークを築くことや、専門家による無料の輸出診断を受けることが可能である²⁷。加えて、各都道府県に特化した GFP の体制構築も国で検討されており、今後は地域の主体性を尊重した輸出支援施策も拡充されるであろう²⁸(図表 3-1-3 参照)。

このように政府が日本産食品の海外展開に前向きである背景には、海外市場が拡大しているものの従来は国内市場向けの生産が中心であるため、海外の潜在的なニーズを活かしきれていないという現状がある²⁹。具体的には、日本の農産物が海外と比較して高品質でも海外で安定的に供給できるほどの量を生産することが難しいという問題がある。そして、輸出先の残留農薬の基準を満たせないために輸出を断念するケースが多いことが挙げられる³⁰。

そのため、国が旗振り役となり「量・価格・品質・規格」において海外が求め

²³ 農林水産省(2020), 7 頁.

²⁴ 農林水産省(2022a), 2 頁.

²⁵ 農林水産省(2021a), 4 頁.

²⁶ 農林水産省(2022b), 2 頁.

²⁷ 農林水産省(2022c), 1 頁.

²⁸ 農林水産省(2022d), 3 頁.

²⁹ 農林水産省(2022d), 2 頁.

³⁰ 同上.

る水準を満たす農林水産物を継続的に輸出するための支援体制の強化が行われている³¹。まずは、国レベルで輸出の必要性や支援の枠組みを国民全体に対して明示することが重要だと言えよう。また、国は「海外で評価される日本の強みがあり、輸出拡大の余地が大きく、関係者が一体となった輸出促進活動が効果的」である 29 品目の食品を「輸出重点品目」として選定した³²。これらは海外から見た日本産食品のニーズを意識した取組であり、従来よりも戦略的な輸出拡大を目指す政府の姿勢が窺える。

図表 3-1-1 世界の飲食料市場規模の将来見通し

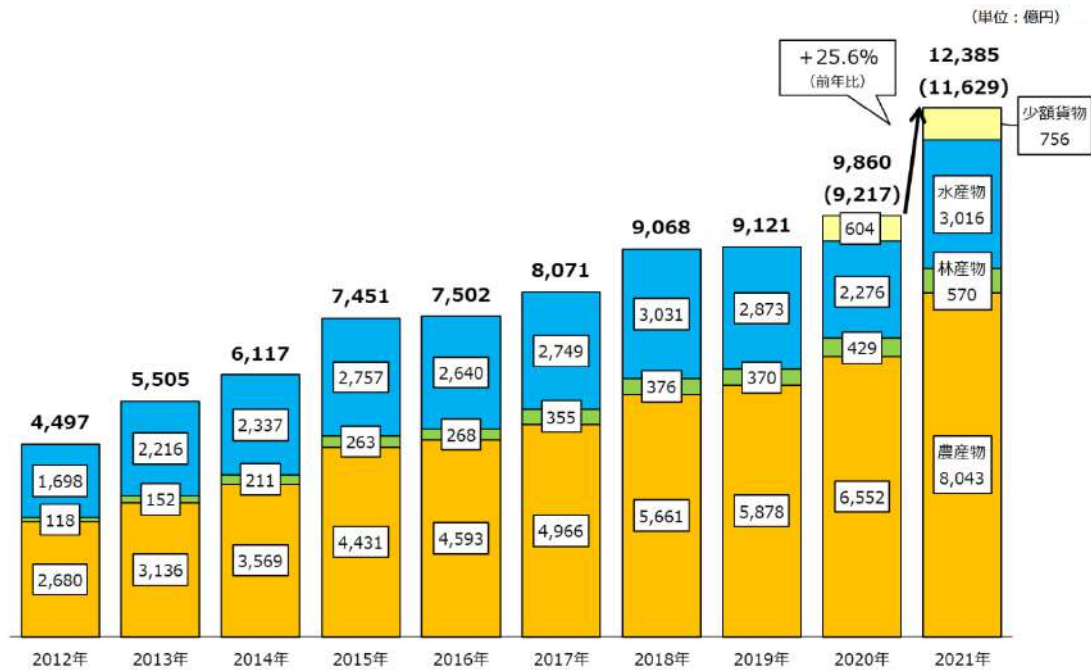


出典：農林水産省(2020)，7 頁.

³¹ 同上.

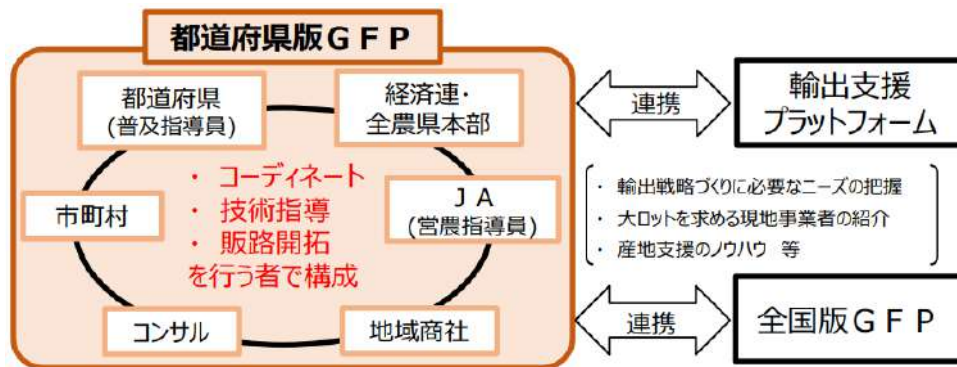
³² 同上，3-5 頁.

図表 3-1-2 農林水産物・食品の輸出額の推移



出典：農林水産省(2021a), 4 頁.

図表 3-1-3 都道府県版 GFP の組織化について



出典：農林水産省(2022d), 3 頁.

第2項 自治体による輸出促進の現状

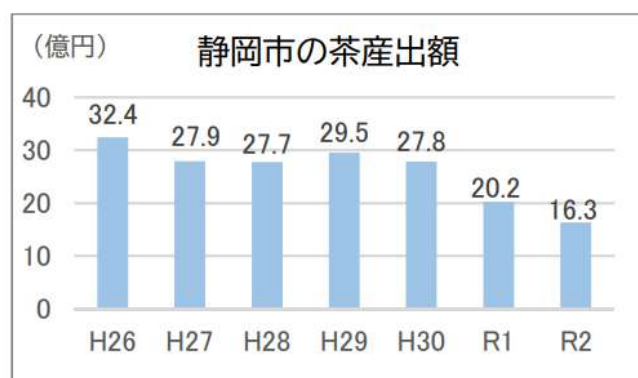
輸出を通じた農業振興は、国だけでなく地方においても同様に推進されてきた。例えば、茶の生産が盛んな静岡市は、茶業振興の基本計画において「茶業の

成長産業化」を将来の目標としている³³。この背景には人口減少に伴う国内需要の縮小により茶の産出額が下落しているため、収益力の向上は安定的な農業経営に繋がるということが挙げられる³⁴(図表 3-1-4 参照)。

また、収益化には国内外での消費の拡大が求められる。特に、海外での健康志向の高まりや和食の普及により茶の海外輸出は重点施策の一つとして位置付けられている³⁵。これまで静岡市は、茶の輸出量を 2018 年から 2030 年にかけて 10 倍に増やすという意欲的な数値目標を掲げてきた³⁶。実際、静岡市は輸出に対応できるような生産体制の整備や国内外向けのプロモーションを、行政が茶業者と連携を図りながら推進してきた³⁷。茶業振興に関する静岡市の具体的な取組については図表 3-1-5 を参照されたい。

さらに、茶の海外輸出は他県の産地においても積極的である。例えば鹿児島県の「輸出促進基本構想」によれば、特に欧米で需要が高い有機抹茶の輸出に向けた生産体制・販売体制の整備に力を入れていることが窺える³⁸。このように国と地方の施策を概観すると、重要なのは人口減少に適応することであり、各地域が誇る農林水産物を海外に輸出することである。

図表 3-1-4 茶の産出額の推移



出典：静岡市(2023b), 1 頁.

³³ 静岡市(2020b), 20 頁.

³⁴ 同上, 20-21 頁.

³⁵ 同上, 22 頁.

³⁶ 同上, 24 頁.

³⁷ 同上.

³⁸ 鹿児島県(2018), 12 頁.

図表 3-1-5 静岡市の茶業振興に関する事業の実施状況

事業の実施状況								
・主たる事業：事業対象が専らお茶に関わるもの								
・関連事業：事業対象の一部がお茶に関わる、またはお茶に関する活動等に活用できるもの								
(数字：事業数)								
基本方向	基本的方策	具体的方策	主たる事業			関連事業		
			R2	R3	R4	R2	R3	R4
《産業》 人々の心を引きつける お茶をつくるまち	1 人材育成	今後の茶業を担う中心的経営体の育成						
		集散地機能の強化	2	3	3	2	2	2
		新規就農・参入者の育成・確保						
	2 体制整備	茶園の基盤整備の推進						
		茶工場の再編と強化	9	11	11	10	9	9
		山間地茶業の支援						
	3 販売力強化	認証取得等による品質管理の強化						
		国内販路拡大推進	7	8	7	2	2	2
		海外輸出力の強化						
	4 商品・技術革新	お茶を活かした産学連携の推進	2	2	2	1	1	1
		消費者ニーズに合う新商品・新技術の開発						
	《生活/文化》 お茶が生活・文化の 一部となり心やすらぐ まち	1 普及促進	お茶の愛飲促進	16	18	17	9	9
お茶を飲み、触れ合う機会の創出								
2 生活創造		静岡市「お茶の日」の普及	6	6	6			
		飲食業連携とお茶を介した食習慣の提案						
3 価値向上		カフェ文化の創出・育成	1	1	1			
《都市/交流》 お茶を中心に交流の輪 が広がるまち	1 情報発信	お茶の効能の研究・活用	1	1	1			
		J R静岡駅における情報発信	1	1	1			
	2 認知度向上	産地間連携の推進と産地の情報発信力の強化	12	17	14	8	8	8
		市外・県外へのプロモーション						
	3 魅力向上	キャッチフレーズ等を活用した情報発信						
		お茶ツーリズムの推進	2	2	2	1	1	
計			58	69	64	33	32	29

出典：静岡市(2023b)，3頁。

第3項 輸出の専門機関による支援

海外に販路を拡大するには、行政支援のみならず日本貿易振興機構(JETRO)や日本食品海外プロモーションセンター(JFOODO)といった独立行政法人による支援も欠かせない。まず、JETROは輸出に向けた商流の構築を担っている。日本の農産物が海外の消費者に届くまでの過程には、事業者・輸入業者・卸売業者・小売店やレストラン等、様々な主体が関わっている。JETROはそれぞれの主体が円滑に輸出を行えるように関係機関を繋ぐ役割を果たしている。具体的には商談会・展示会の開催や海外市場の情報提供、専門家による個別の相談支援等、幅広い伴走支援が挙げられる³⁹(図表 3-1-6 参照)。

さらに、JFOODOは一般消費者向けのプロモーションを担っている。この取組の特徴は、品目ごとのプロモーション戦略の策定や海外向けのPR動画の作成等、海外の消費者に近い視点から輸出支援に携わっているという点である⁴⁰。例えば、JFOODOは茶の輸出に関しては、現地の高級和食店を対象に日本茶の理解を深めるセミナー等を実施しており、まずは海外における日本茶の認知度を高めるこ

³⁹ 日本貿易振興機構(2022)9-16頁。

⁴⁰ 日本食品海外プロモーションセンター(発行年不明)。

とを目指している⁴¹。

以上のように我が国の輸出の現状について概説してきたが、行政や輸出の専門機関では多様な支援事業を推進していると言える。一方、海外への販路の拡大には課題もあり、次項ではヒアリング調査を依拠しながら現状分析を行う。

図表 3-1-6 海外見本市について



SIAL Paris 2018 ジャパン・パビリオン

出典：日本貿易振興機構(2022)，13 頁．

第 2 節 ヒアリング調査の結果

第 1 項 静岡市の課題

本節では輸出促進に関して静岡市が抱える課題とその原因についてヒアリング調査の結果を参考に考察していく。静岡市によれば、まず海外需要の拡大により日本茶の輸出は好調だが、静岡市で生産された茶葉の輸出量は多くない。また、背景には近年まで国内市場向けの生産で成立してきたため輸出への対応が進んでいない。さらに、有機栽培が遅れており残留農薬の基準を満たす茶の生産が難しい。加えて、静岡茶は高品質であることが特徴的なため、比較的単価が高いも

⁴¹ 日本食品海外プロモーションセンター(2022)，23 頁．

のを海外のニーズに応えながら効果的に販売することも課題である。

静岡市のこうした現状を踏まえ、茶の海外輸出を今後推進していくには主に2つの課題に対応していくべきであろう。まず、茶の輸出を行えるように生産体制を整備するには、茶業者が輸出の必要性を認識しており、海外に販路を拡大することに対して意欲的であることが前提となる。したがって、一つ目の課題として茶業者の輸出への意識を高めることが挙げられる。政令指定都市である強みを活かし、茶の海外輸出に対する気運の向上を静岡県内の他の地域に波及させていくことも可能だと言えよう。

二つ目の課題としては、茶の高付加価値化を目指すことが挙げられる。長年輸出に取り組んできた企業への取材によれば、値引き等の価格の条件を付けて売らなくても十分なニーズがあり、ブランドを確立できれば、海外ビジネスの人の縁にも自然と恵まれやすい。そのため、単価が高くても納得感を得られるような静岡茶の魅力を海外に十分発信し、地域ブランドを築いていくことが重要であると考えられる。

第2項 課題の原因分析

輸出の意識を高めることと高付加価値化を目指す上で障壁となる課題について、行政・事業者・JETRO 等への取材に基づき、以下の図の通り整理した(図表3-2-1 参照)。

図表 3-2-1 輸出促進の課題

1 輸出の意欲向上に向けた課題	2 高付加価値化に向けた課題
・ コストの負担（渡航費等） ・ 情報提供 ・ グローバル人材の不足	・ 商品のストーリー作り ・ 現地での PR 人材の拡充 ・ 観光での地域資源活用

出典：ヒアリングの記録を基に WSA 作成。

第一に、輸出の意欲向上には①コストの負担・②情報提供・③グローバル人材の不足が課題となる。経済的負担については海外への渡航費や商品サンプルの輸送費、展示会の出展費等の工面で非常に苦労しているという声を事業者から伺った。つまり、輸出には多額のコストがかかるため、企業リスクとの兼ね合いにより海外展開に挑戦しにくい企業が多いという課題がある。

情報提供は海外市場の状況や支援制度の周知に限らない。JETRO への取材内容

によれば、既に輸出で成功している企業の良かった点や苦労話等、事例を交えた情報提供は特にニーズが高い傾向にある。海外展開をより具体的にイメージできるような情報支援が求められていると言えるだろう。

また、海外輸出には現地との交渉が必須となるが、特に中小企業は人手不足が深刻であるため英語を話せる人材が少ない。「翻訳アプリ等が発達してきたが、もう少し柔軟い表現ができれば詳細に魅力が伝わるため、より良いブランディングや SNS での発信に活かせるのではないか」という声が事業者から JETRO に多く寄せられている。したがって、輸出促進におけるグローバル人材は日本産食品を正確に伝えるだけでなく、関心を持ってもらえるように伝えることが期待されるという点で貴重である。

第二に、高付加価値化については、①商品のストーリー作り・②現地での PR 人材の拡充・③観光での地域資源の活用が課題となる。地域資源の中には日本より海外の方が需要の高いものもあり、海外展開の可能性が見過ごされやすい。そのため、農産物に関しては美味しさを前提とした上で地理的特性等の多角的な魅力を明確にすることが重要である。

この点については、例えば、宮城県庁の取材によれば、新しい品種のブランド米を作るとは可能な反面、本質的な意味でブランドを磨き上げていくにはストーリー性を作ることが大切である。

また、事業者が海外へ頻繁に渡航することは難しいため、現地のバイヤーへの働きかけには限界がある。そのため、日本産食品についての専門的な知見があり、アンバサダーとして海外で日本食製品の魅力を発信する人材を増やすことも求められる。例えば、泡盛の輸出振興では上記の取組が推進されているため参考になるだろう⁴²。

次に、観光を通じた高付加価値化について述べていく。地方創生を推進する国の機関(内閣官房デジタル田園都市国家構想実現会議事務局)への取材を通じて、地域資源の高付加価値化には観光振興に着目することが重要であることが明らかになった。これには主に2つの理由が挙げられる。1点目に、地方には観光資源が豊富にあり、観光名所で貴重な体験ができることは地域そのもののイメージ形成にも繋がる。

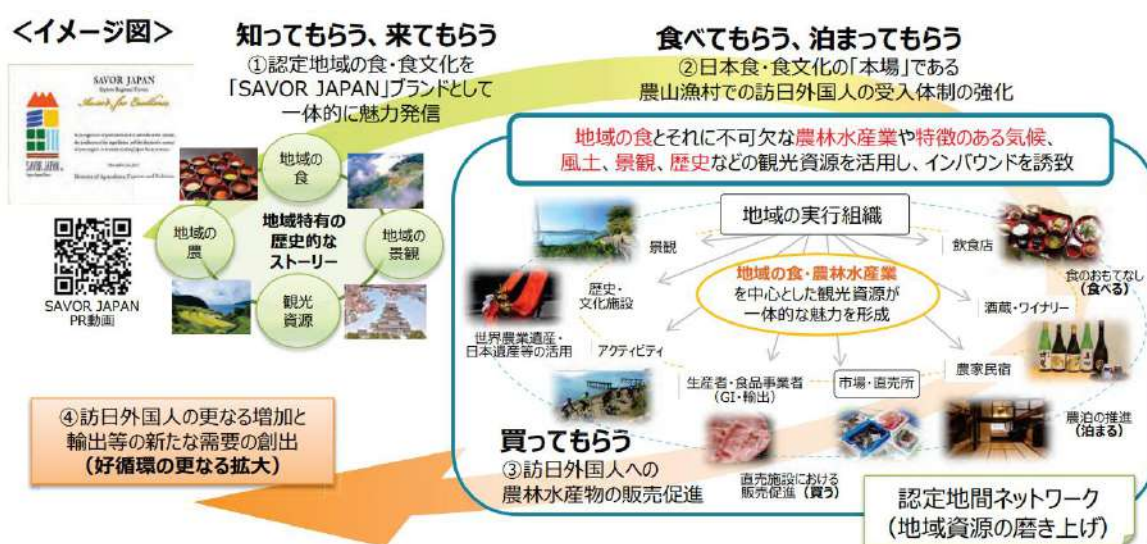
2点目に、インバウンド振興を行うことで訪日外国人が日本の食を味わう機会が増え、海外から見た地域資源のニーズに日本の事業者が気づくきっかけを作ることができると言える。また、訪日外国人観光客が増えると、輸出促進に関する相乗効果も期待できる(図表 3-2-2 参照)。日本への観光を通じて訪日外国人に日本のファンになってもらうことは、帰国後の日本産食品の消費を促すことに繋がる。そして、海外で継続的に日本食が消費されると海外での日本の知名度

⁴² 沖縄県酒造組合(2022)。

が上がり、ブランド力が強化されるため輸出量が拡大し得ると言えるだろう。つまり、観光振興は輸出促進、更には地方創生の推進に向け、地方にとって重要な政策分野であることが窺えよう。

このように、輸出の促進には意欲の向上と高付加価値化という 2 つの側面から取り組むことが必要である。次項ではこれらの課題を改善するための国と地方の解決策について述べていく。

図表 3-2-2 インバウンド振興を通じた海外需要の創出について



出典：農林水産省(2021)，4 頁。

第 3 節 今後の方向性

第 1 項 国への政策提言

第 1 項では、事業者の輸出への意欲を高める上で課題となるコストの負担やグローバル人材の不足について、国が主体となって行うべき対応策を検討する。1 点目のコストの課題に対しては、既存の補助金制度に加えて経済的支援を充実化すべきである。その背景には、第 2 節で前述したように輸出には多額の費用がかかるため、現行の制度では支援が不十分だということが挙げられる。

そこで、今後の方向性としては輸出に前向きな企業がより手厚い補助金支援を受けられる制度を導入すべきだと考える。輸出に必要とされる費用の負担を軽減するには融資による支援等、他のアプローチも考えられ得るだろう。ここで

は返済が不要で利用のハードルが低く、事業者への取材で認知度が高かった補助金支援に着目する。具体的には、前年度からの海外売上伸び率等、実績に応じて補助金の増額や交付期間の延長を行うことを提言する。加えて、定額補助金の使途を拡大することで、事業者の幅広いニーズに応えることも併せて推進すべきである。施策の効果については、事業者の輸出へのモチベーションを高めることが可能である。

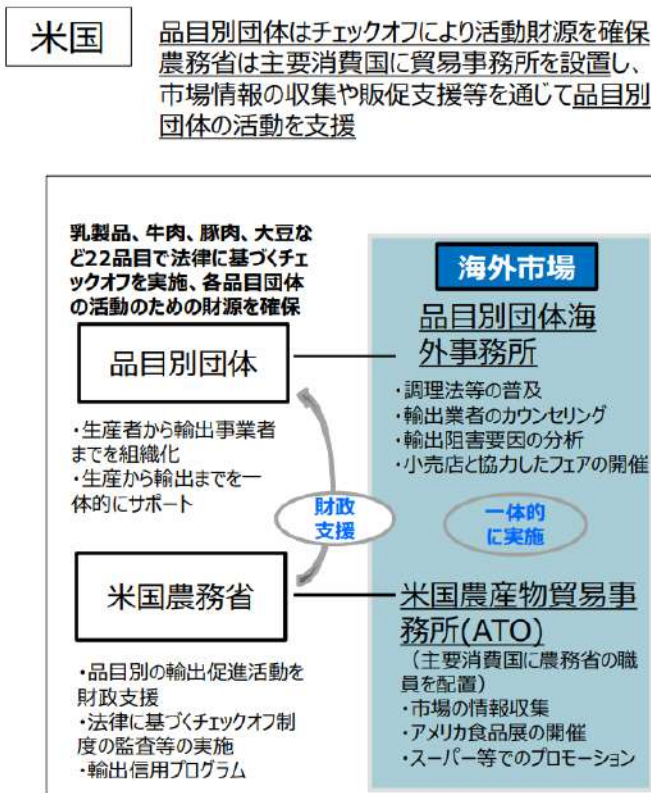
施策の実現に向けては米国の取組が参考になる。第 1 節で述べた品目団体の創設は米国とノルウェーの事例に基づいており、諸外国の輸出促進施策に対する政府の注目度は高いと言える⁴³(図表 3-3-1 参照)。米国の場合は、輸出額におけるシェアの度合に応じて品目別に輸出促進資金を配分している点が特徴的である⁴⁴。加えて、米国では資金の配分にあたっては「輸出促進活動の効果の高い品目には手厚く、効果の薄い品目や大企業が多い品目には少なくするなどの配慮」も行われている⁴⁵。つまり、輸出の実績が高い品目に対して、より充実した経済的支援が行われているということである。本書の提言は個々の事業者の実績に応じた支援を想定しているが、経済的なインセンティブを重視している点は参考になると言えよう。

⁴³ 農林水産省(2021c), 7 頁.

⁴⁴ ビー・アイ・エーリミテッドライアビリティカンパニー(2010), 64 頁.

⁴⁵ 同上.

図表 3-3-1 米国における品目別団体について



出典：農林水産省(2021)，7 頁．

また、将来的に我が国における品目団体の認定が進んだ場合、2 点目の課題であるグローバル人材の不足に対応しやすくなると考える。例えば、品目団体ごとに事業者間でグローバル人材を派遣し合うことで、人材不足を補うことが可能となるのではないだろうか。先述したように、人材不足は地方において深刻であり、特に小規模経営の企業ではグローバル人材が少ない。そのため、まずは個々の事業者が品目ごとに各地域で協力し合える体制を築くことが大切である。例えば、山形県では酒蔵同士の活発な交流が日本酒の技術力の向上をもたらし、GI（地理的表示）の認定にも繋がった⁴⁶。山形県酒造組合の特別顧問によれば、「小さい酒蔵同士が競い合うより、お互いの技術を高めることが重要」である⁴⁷。

品目別団体の組織化が法改正で定められたことにより、地域における品目ごとの事業者の一体感は今後更に高まるだろう。輸出の意欲を高めるには国民全体への働きかけが効果的であると考え、国が主体となってコストの負担やグローバル人材の不足等の解決に努めることは意義が大きいと言える。

⁴⁶ 山形県(2018)。

⁴⁷ 同上。

第2項 静岡市への政策提言

本項では、地域資源の高付加価値化を目指すために観光振興に着目しながら静岡市に対して政策提言を行う。第2節で示したようにインバウンド振興は海外での日本産食品の認知度を高め、輸出促進に関して相乗効果を生むだろう。実際、観光分野と農業分野の連携は近年重要視されつつある(図表 3-4-1 参照)。また、地域資源を活かした観光振興は地域ブランドの確立にも繋がる。例えば、日本酒の輸出促進に関しては酒蔵ツーリズムを推進する機運が高まっていることを事業者への取材で伺った。これらを踏まえ、静岡市の茶の輸出量を伸ばすには「お茶ツーリズム」⁴⁸を海外向けに推進することが重要だと考える。

インバウンドを活用した輸出促進に向けては、参加のハードルの高さや認知度の低さ、受入環境の整備の遅れ等が課題として指摘されている⁴⁹。そこで、このような課題への解決策について以下で述べていく。

まず、最新の VR 技術を活用して静岡市内の各地の茶畑をオンライン上で楽しめるコンテンツを作り、市のホームページ上で「茶畑 VR ツアー(仮称)」と称してプラットフォーム化することを提言する。その背景には、2022 年 12 月に第2期「まち・ひと・しごと創生総合戦略」が抜本的に改訂され「デジタル田園都市国家構想総合戦略」が新たに策定されたことが挙げられる。その中で「デジタルの力を活用した地方の社会課題の解決・魅力の向上」は施策の方向性の一つとして掲げられている⁵⁰。

また、提言内容の効果については海外の人が実際に茶の産地に行きたくなくなるきっかけを作り、お茶ツーリズムに対する参加のハードルを低くすることができると考える。特に、行政が主体となって観光資源のデジタル化を実施することは施策の影響力が大きいと言えよう。

さらに、「茶畑 VR ツアー(仮称)」の実現にあたっては県内の優れた IT 企業と行政が連携すべきだと考える。具体的には、事業の趣旨に賛同して協力してくれる IT 企業に対して、通信環境の整備や設備投資等への助成を行政が行うべきである。つまり、行政と企業が相互にメリットを得られる仕組み作りを行うことが大切である。

地域資源をデジタルで楽しめるようにする取組は、他の地域でも推進されているため参考になる部分があるかもしれない。例えば、仙台市内では歴史的建造

⁴⁸ 静岡市(2023a)。

⁴⁹ 静岡市(2020b), 2-3 頁。

⁵⁰ 内閣官房デジタル田園都市国家構想実現会議事務局(2023)。

物を VR で楽しんでもらう取組が行われている⁵¹。「伊達な歴史の新体験」と称したこのプロジェクトではデジタルの力を観光振興に活かしていることが窺えよう⁵²。

また、海外向けのお茶ツーリズムを効果的に推進するには 2 つの取組を行うことが必要だと考える。1 点目に、茶業者を対象とした行政の相談窓口を設置することが挙げられる。相談窓口の対応では、生産現場のグローバル対応を促進することを目指している。2 点目に在住外国人や若い世代を対象として、茶の高付加価値化に関する商品アイデアを行政主体で募集することが挙げられる。この取組では、お茶ツーリズムの海外からの参加者に対して帰国後も静岡茶を楽しむようなギフトを提供することを想定しており、体験内容の充実化を促すことを目指している。このような施策の実現により、静岡市の茶業振興において更に輸出を拡大することは可能であると考ええる。

図表 3-4-1 農観連携の取組



出典：内閣官房デジタル田園都市国家構想実現会議事務局(2021)，41 頁。

⁵¹ 仙台市(2018)。

⁵² 仙台観光国際協会(発行年不明)。

おわりに

「海外から稼ぐ」地方創生について、農産物の輸出促進を中心にこれまで検討してきた⁵³。我が国の輸出額を増やすには、まずは取組の主体である事業者の輸出への意欲を高めることが重要である。そして、そのためには行政や関係機関による伴走支援が欠かせない。本稿では、費用の負担軽減とグローバル人材の確保について解決策を検討したが、課題の深刻さはヒアリング調査で現場の声を伺ったことにより改めて明らかになった。今後は支援制度を充実化するだけでなく、十分に活用されることが課題となるだろう。

更に、輸出の促進には地域資源そのものの魅力を高めることも大切である。上述したように高付加価値化にはインバウンドの視点が効果的であるため、地域資源を活用したツーリズムを推進していくことが必要である。ツーリズムの取組自体は既に行われている場合もあるが、今後は訪日外国人を視野に入れた体験プログラムを増やすべきである。その際、デジタル技術を活用することは効果的な手段だと言えよう。

⁵³ 内閣官房デジタル田園都市国家構想実現会議事務局（2021），41 頁．

参考文献

- ・沖縄県酒造組合(2022)「琉球泡盛(世界へ!泡盛ジンブナー)」.
<https://okinawa-awamori.or.jp/jinbner/> (最終閲覧 2023 年 1 月 27 日)
- ・鹿児島県(2018)「かごしま有機抹茶輸出促進基本構想」.
https://www.pref.kagoshima.jp/ag06/documents/64999_20180327123259-1.pdf (最終閲覧 2023 年 1 月 27 日)
- ・静岡市(2020a)「第 2 次静岡市茶どころ日本一計画」.
<https://www.city.shizuoka.lg.jp/000853488.pdf> (最終閲覧 2023 年 1 月 27 日)
- ・静岡市(2020b)「地域再生計画(「海外から茶で稼ぐ」お茶のまち静岡市推進事業)」.
<https://www.chisou.go.jp/tiiki/tiikisaisei/dai59nintei/plan/y364.pdf> (最終閲覧 2023 年 1 月 27 日)
- ・静岡市(2023a)「お茶ツーリズム」.
<https://www.ochanomachi-shizuokashi.jp/tourism/> (最終閲覧 2023 年 1 月 27 日)
- ・静岡市(2023b)「第 2 次静岡市茶どころ日本一計画見直し概要(案)」.
<https://www.city.shizuoka.lg.jp/000963961.pdf> (最終閲覧 2023 年 1 月 27 日)
- ・仙台観光国際協会「伊達な歴史の新体験」.
<https://www.sentabi.jp/culturalproperty/> (最終閲覧 2023 年 1 月 26 日)
- ・仙台市(2018)「『伊達な歴史の新体験』を実施します」.
<https://www.city.sendai.jp/sesakukoho/gaiyo/shichoshitsu/kaiken/2018/08/27datenarekishu1.html> (最終閲覧 2023 年 1 月 26 日)
- ・内閣官房デジタル田園都市国家構想実現会議事務局(2019)「地方創生の現状と今後の展開」.
https://www.soumu.go.jp/main_content/000635353.pdf (最終閲覧 2023 年 1 月 27 日)
- ・内閣官房デジタル田園都市国家構想実現会議事務局(2021)「地方創生に関する施策説明」.
https://www.chisou.go.jp/sousei/meeting/shisaku_setsume/01_lbu_shiryou.pdf (最終閲覧 2023 年 1 月 27 日)
- ・内閣官房デジタル田園都市国家構想実現会議事務局(2022)「デジタル田園都市国家構想総合戦略」.
https://www.cas.go.jp/jp/seisaku/digital_denen/pdf/20221223_honbun.pdf (最終閲覧 2023 年 1 月 27 日)
- ・日本食品海外プロモーションセンター(2022)「2022 年度 米国における日本茶プロモーション取り組み方針」.
https://www.jetro.go.jp/ext_images/jfood_o/pdf/project/greentea/2022_greentea_outline_2.pdf (最終閲覧 2023 年 1 月 27 日)

- ・日本食品海外プロモーションセンター(発行年不明)「主な活動」.
<https://www.jetro.go.jp/jfoodo/activities/> (最終閲覧 2023 年 1 月 27 日)
- ・日本貿易振興機構(2022)「ジェトロのサービス」.
https://www.jetro.go.jp/ext_images/services/pdf/jetroservice202208_1.pdf (最終閲覧 2023 年 1 月 27 日)
- ・農林水産省(2020)「GFP(農林水産物・食品輸出プロジェクト)の取組について」.
https://www.gov-online.go.jp/tokusyu/COVID-19/img/policy/pdf/food-exportation_saga_01.pdf (最終閲覧 2023 年 1 月 27 日)
- ・農林水産省(2021a)「2021 年の農林水産物・食品の輸出額」.https://www.maff.go.jp/j/press/yusyutu_kokusai/kikaku/attach/pdf/220204-3.pdf
(最終閲覧 2023 年 1 月 27 日)
- ・農林水産省(2021b)「インバウンドを通じた海外需要の取り込み・創出」.
https://www.maff.go.jp/j/nousin/kouryu/nouhakusuishin/attach/pdf/suishin_kenkyu-16.pdf (最終閲覧 2023 年 1 月 27 日)
- ・農林水産省(2021c)「農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略について」.
https://www.maff.go.jp/j/shokusan/export/e_action/attach/pdf/210118-2.pdf (最終閲覧 2023 年 1 月 27 日)
- ・農林水産省(2022a)「農林水産物及び食品の輸出の促進に関する法律等の一部を改正する法律の背景及び概要について」.<https://www.maff.go.jp/tohoku/kihon/yusyutu/attach/pdf/caravan-2.pdf> (最終閲覧 2023 年 1 月 27 日)
- ・農林水産省(2022b)「農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略～マーケットイン輸出への転換のために」.<https://www.maff.go.jp/j/shokusan/export/progress/attach/pdf/index-1.pdf> (最終閲覧 2023 年 1 月 27 日)
- ・農林水産省(2022c)「農林水産物・食品輸出プロジェクト(GFP)の取組」.
<https://www.maff.go.jp/j/shokusan/export/gfp/attach/pdf/gfptop-7.pdf>
(最終閲覧 2023 年 1 月 27 日)
- ・農林水産省(2022d)「5 兆円目標に向けた更なる取組の強化について」.
<https://www.maff.go.jp/j/shokusan/export/progress/attach/pdf/index-8.pdf> (最終閲覧 2023 年 1 月 27 日)
- ・ビー・アイ・エーリミテッドライアビリティカンパニー(2010)「日本産農林水産物・食品の総合的輸出拡大戦略ー他国の輸出拡大促進プログラムの比較分析と日本型フードバスケット戦略の実現可能性 調査報告書」.http://www.promarconsulting.com/site/wp-content/uploads/files/promar_export.pdf (最終閲覧 2023 年 1 月 27 日)
- ・山形県(2018)「世界に誇る日本酒を産地・山形で」.<https://www.pref.yamagata.jp/020026/kensei/joho/koho/mailmag/gensenyamagata/nihonsyu.html> (最終閲覧 2023 年 1 月 27 日)

第4章 地方創生における農業振興、農業の担い手育成

はじめに

国内には、都市部と異なり、農業等第一次産業が依然主幹産業である地域も多くあり、地方創生を実現する上で、農業・農村の振興は避けて通れない政策課題である。

2014年に元総務大臣の増田寛也を座長とする「日本創生会議・人口減少問題検討分科会」⁵⁴よりいわゆる「増田レポート」として発表された報告書では、「地方を建て直し、再興を図る」ための施策の一つとして「農林水産業の再生」を挙げており、さらに新規就農者を増やす支援が必要と提言を行っている⁵⁵。

しかし一方では、農業は他の産業と比較して生産性が低いため、無理に人的な担い手を増やさずに、スマート農業等を活用して生産性を上げる施策をとったほうが効率がよいといった考えもあろう。

そのような現状を踏まえながら、2014年11月28日に「まち・ひと・しごと創生法」が公布され、我が国の将来の人口減少に対応するための総合戦略が閣議決定、5か年の政策目標および施策が策定されている⁵⁶。

その後、2017年4月に初代地方創生担当大臣であった石破茂はその著書『日本列島創生―地方は国家の希望なり―』の中で、「今後の地方創生について、今までのように公共事業と企業誘致で元気だったからといって、それらにもう一度頼るのは難しい。今後は農業・漁業・林業または観光サービス業等の業種の潜在力を発揮することで、地方を活性化させることが最適の方法である。そしてこれらの産業は、伸びしろが相当あると考えられる。」と述べている⁵⁷。

以上のようなことから、この章では国の「まち・ひと・しごと創生戦略」の6本の柱のうち「人材育成」について、特に農業の担い手を育成・確保する観点から調査・研究を行ったことについて述べていく⁵⁸。なお、その対象先としては、農業が主幹産業の典型的な自治体である都道府県として「山形県」を、それを構成する単位となる自治体として特徴的な施策を実施している「山形県寒河江市」およびWSAメンバーの故郷である「山形県中山町」を選定した。

⁵⁴ 日本創成会議・人口減少問題検討分科会(2014)。

⁵⁵ 増田寛也編(2014)。

⁵⁶ 首相官邸(2014)。

⁵⁷ 石破茂(2017), 375頁。

⁵⁸ 内閣官房まち・ひと・しごと創生本部事務局(2019), 16頁。

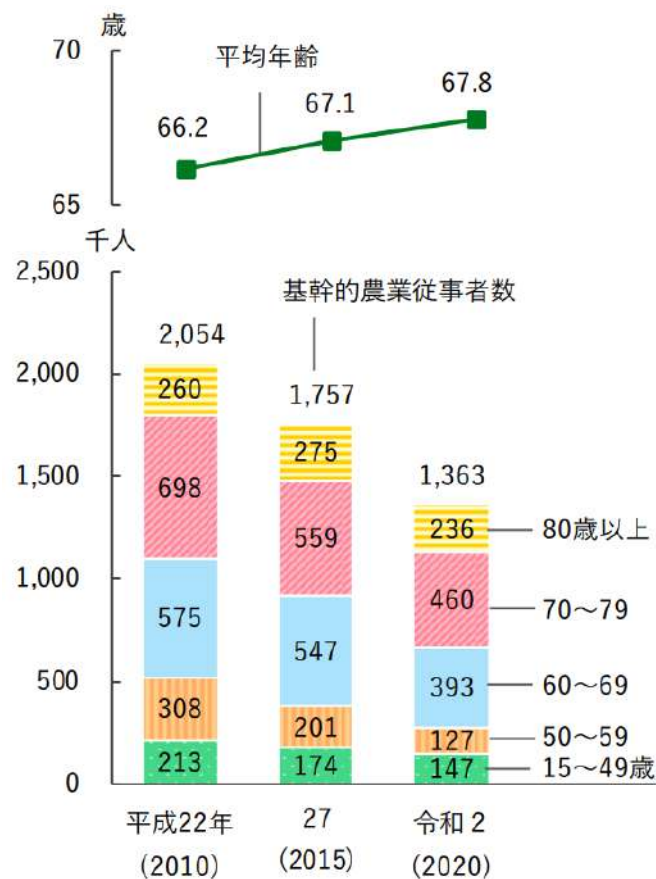
第1節 農業の担い手育成・確保のための施策

第1項 農業の担い手の現状について

最初に、農業の担い手の現状について、時系列で調査を行った。その結果、個人経営体の世帯員である基幹的農業従事者数は年々減少傾向が続いており、2020年は136万人と10年前の2010年と比較して約70万人も減少している。（図表4-1-1）

また、基幹的農業従事者の平均年齢については、2010年が66.2歳であったのに対し、2020年には67.8歳とより高齢化が進んでいる実態がわかった⁵⁹。

図表4-1-1 基幹的農業従事者数と平均年齢



出典：農林水産省(2021), 136 頁.

⁵⁹ 農林水産省(2021), 136 頁.

第 2 項 自治体における主な農業政策、農業の担い手育成・確保のための施策

(1) 山形県

山形県は、東北地方の日本海側に位置しており、東京からは北に約 300km の距離にあり、面積は 9,323 km²、人口は約 110 万人である。また耕地面積は、800ha で全国第 11 位、総農家数は 39,628 戸で全国第 20 位、農業産出額は 2,508 億円 で全国第 13 位となっている⁶⁰。(図表 4-1-2、4-1-3、4-1-4)

1) 第 4 次山形県総合発展計画（長期構想）

山形県では、本計画を 2020 年 3 月に策定。その内容としては、2020 年度から概ね 10 年間を計画期間とする「長期構想」と 2020 年度から 2024 年度までの 5 年間を計画期間とする「実施計画」がある。

その中では、県づくりの 5 つの政策を策定しており、第 1 の柱として「次代を担い地域を支える人材の育成・確保」を、第 2 の柱として「競争力のある力強い農林水産業の振興・活性化」を掲げている。

さらに、第 1 の柱では最初に「学校教育の充実」をあげ、また第 2 の柱では、「やまがたの農業を支える人材の育成と基盤形成」をあげているが、農業以外の各分野でも人材育成に最重点で力を注ぐ内容であることがわかる⁶¹。

2) 新規就農者確保・育成のための具体的な取組み

多様な新規就農者を確保・育成するために、希望者の就農意欲を喚起しながら準備から定着までの支援を行っている。

具体的には、動機付け段階、就農準備段階、就農初期段階、経営確立段階、経営発展段階のステージごとに研修等を通じて行う人的支援、融資や助成金を通じて行う各種金融支援などをパッケージで実施し新規就農者への対応を実施している。

さらに、2022 年度は「山形県元気な地域農業担い手育成支援事業」として、補助金の対象とした次の 4 つの取組みを行っている。最初に、「地域農業を支える組織的な取組み」に対し、上限 800 万円の補助金の支給を行う。次に「担い手の経営発展の取組み」に対し、上限 200 万円の補助金の支給を行う。3 番目に「女性農業者の活躍促進の取組み」に対し、上限 100 万円の補助金の支給を行う。そ

⁶⁰ 農林水産省(2022)。

⁶¹ 山形県(2020)、3-6 頁。

して最後に、1 番目と 3 番目の取組みを広域で行った場合は、該当取組みの上限額までの補助を行う⁶²。

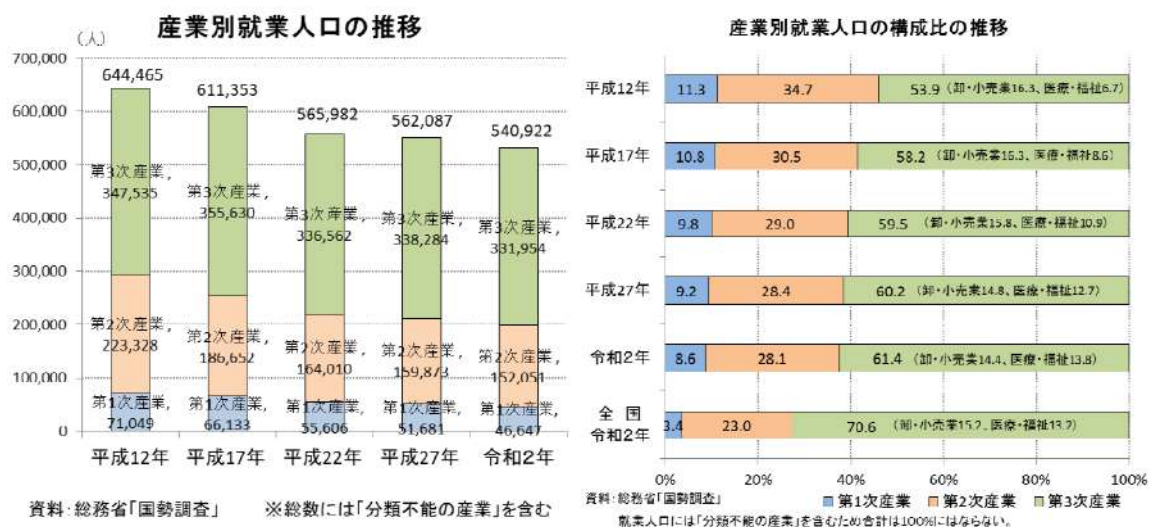
3) 将来の農業の高度な担い手人材の育成

今までは、農業を学ぶための高等教育機関としては、農業改良助長法の基づく「農業大学校」および、学校教育法に基づく「大学」の農学部があった。

そのような中、本県では新たな学校種として 2017 年 5 月 24 日の学校教育法の改正によって誕生することが可能になった専門職大学⁶³の設置により、今までもより実践的で高度な教育を通じた農業担い手の人材育成策を計画している⁶⁴。

専門職大学は、将来山形県だけでなく、東北地方の農業を牽引していくリーダーを育成すべく、県立の東北農林専門職大学（仮称）として 2024 年の開学を目指している。なお、農林系でかつ国公立の専門職大学の設置は、2020 年に全国で初めて開学した静岡県立農林環境専門職大学について 2 校目となる⁶⁵。

図表 4-1-2 山形県の産業別就業人口及び構成比の推移



出典: 山形県(2022a), 6 頁.

⁶² 山形県(2022b), 51-53 頁.

⁶³ 金子元久(2017), 4-13 頁.

⁶⁴ 山形県(2022c).

⁶⁵ 東北農林専門職大学(発行年不明).

図表 4-1-3 山形県の農業の状況 1

耕地面積

区 分	山 形 県	全 国	全国順位
耕地面積	115,800 ha	4,349,000 ha	11
田	91,600 ha	2,366,000 ha	9
畑	24,200 ha	1,983,000 ha	19
普通畑	11,900 ha	1,126,000 ha	20
樹園地	10,100 ha	263,200 ha	8
牧草地	2,190 ha	593,400 ha	13
参考) 総土地面積	932,313 ha	37,797,463 ha	9

出典：「令和3年耕地面積（7月15日現在）」、「令和3年全国道県別市町村別面積集計」（国土交通省国土地理院）

農業経営体数、農家数及び集落営農数

区 分	山 形 県	全 国	全国順位
農業経営体数	28,241 経営体	1,075,705 経営体	18
法人経営体	626 経営体	30,707 経営体	22
総農家数	39,628 戸	1,747,079 戸	20
販売農家	26,796 戸	1,027,892 戸	18
参考) 世帯総数	398,015 世帯	55,830,154 世帯	38
集落営農数	479 集落営農	14,490 集落営農	13

出典：「2020年農林業センサス（令和2年2月1日現在）」、「令和2年国勢調査」（総務省統計局）、「集落営農実態調査（令和3年2月1日現在）」

荒廃農地面積

区 分	山 形 県	全 国	全国順位
荒廃農地面積	2,443 ha	281,831 ha	35

出典：「令和2年の都道府県別の荒廃農地面積」

担い手への農地の集積状況

区 分	山 形 県	全 国	全国順位
担い手への集積面積	78,871 ha	2,535,115 ha	6
集積率	67.5 %	58.0 %	5

出典：「農地中間管理機構の実績等に関する資料（令和2年度版）」

注：農地中間管理機構を介さないものを含む。
令和3年3月末の数値である。

基幹的農業従事者数及び認定農業者数

区 分	山 形 県	全 国	全国順位
基幹的農業従事者数	39,034 人	1,363,038 人	12
男	24,620 人	822,144 人	11
女	14,414 人	540,894 人	16
65歳以上	26,645 人	948,621 人	14
基幹的農業従事者数に対する65歳以上割合	68.3 %	69.6 %	-
認定農業者数	9,400 経営体	233,806 経営体	6
法人数	552 法人	26,080 法人	20
参考) 総人口数	1,068,027 人	126,146,099 人	36

出典：「2020年農林業センサス（令和2年2月1日現在）」、「認定農業者の認定状況（令和2年3月末現在）」、「令和2年国勢調査」（総務省統計局）

出典：農林水産省(2022)，3 頁。

図表 4-1-4 山形県の農業の状況 2

農業産出額

区 分	山 形 県	全 国	全国順位
農業産出額	2,508 億円	89,557 億円	13
米	837 億円	16,551 億円	4
麦類	x 億円	521 億円	- *
雑穀	4 億円	77 億円	6
豆類	11 億円	712 億円	14
いも類	4 億円	2,391 億円	46
野菜	465 億円	22,520 億円	18
果実	729 億円	8,741 億円	4
花き	68 億円	3,080 億円	12
工芸農作物	3 億円	1,553 億円	31
その他作物	x 億円	697 億円	- *
畜産	376 億円	32,279 億円	25
肉用牛	115 億円	6,863 億円	18
乳用牛	85 億円	9,310 億円	21
生乳	74 億円	7,798 億円	21
豚	137 億円	6,596 億円	15
鶏	35 億円	8,724 億円	37
鶏卵	13 億円	4,577 億円	40
ブロイラー	x 億円	3,621 億円	- *
その他畜産物	4 億円	787 億円	13
加工農産物	3 億円	436 億円	18

出典：「令和2年生産農業所得統計」

注：1 「全国」の値は、都道府県別に推計した農産産出額を合計した値であり、全国推計した農産産出額とは一致しない。

2 「*」印がある区分の順位は、秘密の保護上統計数値を公表していない都道府県を除いた順位である。

農畜産物の生産状況

区 分	年次	山 形 県	全 国	全国順位
西洋なし	収穫量 R2	19,100 t	27,700 t	1 *
おうとう	収穫量 R2	13,000 t	17,200 t	1 *
すいか	収穫量 R2	28,500 t	310,900 t	3
ぶどう	収穫量 R2	15,500 t	163,400 t	3
ばら	出荷量 R2	14,700 千本	200,800 千本	3
りんどう	出荷量 R2	7,220 千本	81,700 千本	3
アルストロメリア	出荷量 R2	6,430 千本	54,300 千本	3
水稲	収穫量 R3	393,800 t	7,563,000 t	4
りんご	収穫量 R2	41,500 t	763,300 t	4 *
メロン	収穫量 R2	10,600 t	147,900 t	4
もも	収穫量 R2	8,510 t	98,900 t	4
肉用牛	飼養頭数 R3	40,900 頭	2,605,000 頭	18

出典：「果樹生産出荷統計」、「野菜生産出荷統計」、「花き生産出荷統計」、「作物統計」、「畜産統計」

注：「*」印がある区分の順位は、秘密の保護上統計数値を公表していない都道府県を除いた順位である。

農業生産関連事業の年間販売金額及び事業体数

区 分	山 形 県	全 国	全国順位
農産物直売所	総額 21,512 百万円 事業体数 700 事業体	1,053,366 百万円 23,650 事業体	20 9
農産加工	総額 9,418 百万円 事業体数 700 事業体	946,841 百万円 32,400 事業体	32 16
観光農園	総額 982 百万円 経営体数 210 経営体	35,943 百万円 5,290 経営体	14 7

出典：「令和元年度6次産業化総合調査」

令和4年3月10日時点における最新の統計等の公表データを使用

出典：農林水産省(2022)，4 頁。

(2) 寒河江市

寒河江市は、山形県のほぼ中央にある人口約 4 万人の地方都市で、西村山地方の中心都市である。面積は、139.03 km²、うち農地（田と畑の合計）は、30.77 km²となっている。また、産業別就業者数でみると農業従事者は 1,975 人で産業別就業者数内の構成比としては 9.2%である⁶⁶。（図表 4-1-5、4-1-6、4-1-7）

農業においては、水稻と果樹栽培を両輪とした複合経営が主体となっており特に、サクランボは、県内でもトップクラスの生産量を誇っている。そのようなことから、主な農業施策としては施設農業と観光を組み合わせた「寒河江型農業」の推進、観光農業の推進に注力をしている⁶⁷。

1) 「新第 6 次寒河江市振興計画」の策定

本市においては、地方版総合戦略を包括するものとして、2021 年度から 2025 年度を計画期間とする「新第 6 次寒河江市振興計画」を策定した。

その中で農業の振興に関する施策として次の四つを掲げている。具体的には、一つ目として「農業経営の安定」を、二つ目として「地域と連携した営農環境改善」を、三つ目としては、「生産体制強化及びブランド力向上」を、そして最後に施策の四つ目として、「新規就農者の確保・育成」である。

それにより、担い手への農地の集積による生産性の向上、農業環境の整備、農産物のブランド化による収益の拡大、新規就農者の確保・育成を目指している⁶⁸。

2) 新たな農業の担い手育成・確保のための施策

担い手確保のための具体的な施策として、最初に後継者への円滑な経営移譲の支援を行うこと、そして新規就農者の受け入れ体制の拡大（受入農業経営者への支援等）を行うこと、さらに新規就農者（U ターン者等を含む）の確保の強化を行うことや、法人経営体の新規設立支援を行うことを目指している。

更に新規就農者等に対する特に金融面からの具体的な支援事業としては、次のようなものを行っている。一つ目として、まず国の制度を利用した「新規就農者育成総合対策（経営開始資金）」である。つぎに、本市の単独事業がふたつある。一つは「新規就農者定住促進支援事業」があり、もう一つは「新規就農者住宅支援事業」事業である。二つ目は、「新規就農者営農支援事業」である。

さらなる本市単独事業として、「担い手新規就農支援事業」があり、その具体的な事業としては「施設設備等支援事業」、「農地集積支援事業」、「海外研修事業」を実施している⁶⁹。

⁶⁶ 寒河江市(2022a).

⁶⁷ 寒河江市(2021).

⁶⁸ 寒河江市(2022b).

⁶⁹ 寒河江市(2022c).

また、「地域おこし協力隊」の活用を積極的に行っており、隊員のうち3名の農業関係担当者を配置し、地元の農業従事者と行政の橋わたし役として活動を行っている⁷⁰。

図表 4-1-5 寒河江市の産業別就業者数

単位：人(各年10月1日)

区 分	17		22		27		令和2年	
	総 数	構成比 (%)	総 数	構成比 (%)	総 数	構成比 (%)	総 数	構成比 (%)
総 数	22,247	100.0	21,027	100.0	21,445	100.0	21,081	100.0
第1次産業	2,729	12.3	2,232	10.6	2,183	10.2	1,975	9.4
農 業	2,706	12.2	2,187	10.4	2,135	10.0	1,934	9.2
林 業	22	0.1	45	0.2	47	0.2	41	0.2
漁 業	1	0.0	—	—	1	0.0	—	—
第2次産業	7,751	34.8	7,233	34.4	6,992	32.6	7,050	33.4
工業、採石業、 砂利採取業	13	0.1	14	0.1	13	0.1	15	0.1
建設業	2,185	9.8	1,822	8.7	1,890	8.8	1,852	8.8
製造業	5,553	25.0	5,397	25.7	5,089	23.7	5,183	24.6
第3次産業	11,728	52.7	11,523	54.8	11,861	55.3	11,972	56.8

出典：寒河江市(2022a), 15 頁.

図表 4-1-6 寒河江市の総農家数

(単位：戸)

年 次	総農家数	令和2年	
		販売農家数	自給的農家数
平成2年	3,047	2,500	547
平成4年	2,985	2,443	542
7	2,850	2,327	523
9	2,763	2,223	540
12	2,601	2,030	571
17	2,485	1,794	691
22	2,158	1,310	848
27	1,944	1,215	729
令和2年	1,794	1,091	703

出典：寒河江市(2022a), 23 頁.

⁷⁰ 寒河江市(2023).

図表 4-1-7 寒河江市の経営耕地状況

(単位：a)

年 次	総 数	田	畑	樹園地	1 戸当たり
平成 4 年	287,427	180,024	18,722	88,681	96.3
7	279,030	170,810	21,002	87,218	97.9
9	266,394	163,712	19,850	82,832	96.4
12	249,599	153,680	19,145	76,774	96.0
17	233,385	142,754	22,174	68,457	125.2
22	225,541	140,009	21,376	64,156	149.5
27	208,820	131,137	19,658	58,025	156.0
令和 2 年	197,954	124,388	20,225	53,341	167.8

(注：平成 12 年以前は総農家の値)

出典：寒河江市(2022a)，25 頁。

(3) 中山町

中山町は、山形市と寒河江市の間に位置する人口約 1 万 1 千人の自治体である⁷¹。面積は 31.15 km²で山形県内の自治体では最も狭い。主幹産業は農業であるが、県内他市町村と比較して平地の割合が高いことから、米作のみならず柑橘類以外の果樹はほぼ何でも栽培が可能という地域性を持っている。

(図表 4-1-8、4-1-9、4-1-10)

1) 第 6 次中山町総合発展計画の策定

国の第 2 期「まち・ひと・しごと創生総合戦略」が 2019 年に閣議決定されたことを受け、中山町においても計画期間を 2021 年度から 2025 年度までの 5 か年を計画期間とした総合戦略を策定している。

この総合戦略の中では 4 つの基本目標を掲げているが、1 番目の目標として「なかやまの資源や立地条件を活かした創業支援と雇用の創出」がある。そして目標を達成するための施策の一つに農業の振興による雇用の確保を挙げており、その具体的な事業として、新規就農者の確保と人材・組織等の育成、町内農産物を加工した 6 次産業化の推進、スマート農業の推進等により、魅力あ

⁷¹ 中山町(2023)。

る・稼げる農業を確立することを目指している⁷²。

2) 新たな農業の担い手育成・確保のための施策

同町における主な農業施策としては、まず農業の担い手等対策として「認定農業者・集落営農組織の育成への積極的な取組み」、「稼げる農業の確立を目指す、農業生産基盤の強化を促進」、「農地利用集積の推進により、担い手への面積集積、経営規模の拡大を図ること」を掲げて実施している⁷³。

次に、新規就農者等に対する支援事業として「農業次世代人材投資資金」の活用をおこなっており、さらに、「人・農地プラン」として農地を引き受ける担い手や農地を提供する農家などを地域の話し合いで決定している。

図表 4-1-8 中山町の産業別就業人口推移

(各年10月1日現在)

産 業	平成17年			平成22年			平成27年		
	総数	男	女	総数	男	女	総数	男	女
総 数	6,590	3,713	2,877	6,018	3,387	2,631	6,103	3,430	2,673
第1次産業	889	514	375	698	409	289	651	381	270
農 業	888	513	375	690	403	287	646	376	270
林業・狩猟業	1	1	—	8	6	2	5	5	—
漁業・水産業	—	—	—	—	—	—	—	—	—
第2次産業	2,007	1,322	685	1,821	1,241	580	1,772	1,222	550
鉱 業	1	1	—	—	—	—	—	—	—
建 設 業	634	530	104	541	455	86	539	455	84
製 造 業	1,372	791	581	1,280	786	494	1,233	767	466
第3次産業	3,685	1,872	1,813	3,488	1,727	1,761	3,371	1,632	1,739
卸・小売業	1,156	594	562	1,025	506	519	903	432	471
金融・保険業	145	65	80	131	47	84	117	42	75
不動産業	22	12	10	42	22	20	51	21	30
運輸・通信業	374	280	94	358	303	55	265	228	37
電気・ガス・水道業	34	28	6	36	27	9	26	21	5
サービス業	1,737	724	1,013	1,714	684	1,030	1,797	717	1,080
公 務	217	169	48	182	138	44	166	133	33
分類不能の産業	9	5	4	11	10	1	36	18	18

出典：中山町(2018)，29 頁。

⁷² 中山町(2021)。

⁷³ 同上。

図表 4-1-9 中山町の農家数と農家人口

(各年2月1日現在)

年 次	農 業 戸 数					農 家 人 口			農 業 就業人口
	総 数	専 業	第1種 兼 業	第2種 兼 業	自給的 農 家	総 数	男	女	
平成 2 年	1,041	96	172	773	—	5,232	2,551	2,681	1,531
平成 4 年	957	88	148	721	—	4,810	2,353	2,457	1,446
平成 7 年	929	81	187	661	—	4,557	2,234	2,323	1,394
平成 9 年	869	94	160	615	—	4,223	2,066	2,157	1,278
平成 12 年	829	80	130	440	179	3,951	1,935	2,016	1,143
平成 17 年	762	88	122	369	183	2,714	1,358	1,356	1,054
平成 22 年	725	106	70	277	272	2,024	1,025	999	762
平成 27 年	636	102	48	187	299	×	×	×	556

※専業農家：世帯員に兼業従事者がいない農家。

※第1種兼業：農業所得を主とする兼業農家。

※第2種兼業：農業所得を従とする兼業農家。

※自給的農家：経営耕地面積が30a未満かつ農産物販売金額が年間50万円未満の農家。

出典：中山町(2018)，30 頁。

図表 4-1-10 中山町の農家の経営耕地面積

(各年2月1日現在)

年 次	総 数	田	畑	樹 園 地				
				う ち 普 通 畑	総 数	う ち 果 樹 園	う ち 桑 園	う ちその他 樹 園 地
平成 2 年	975.69	647.19	74.90	62.81	253.60	247.33	0.77	5.50
平成 4 年	954.87	626.60	64.97	51.73	263.30	257.23	0.55	5.52
平成 7 年	947.14	617.88	64.72	54.40	264.54	261.99	...	2.55
平成 9 年	918.46	596.96	59.09	47.68	262.41	259.29	...	2.02
平成 12 年	890.94	581.29	55.60	43.23	254.05	252.72	...	1.33
平成 17 年	818.73	563.10	45.02	35.65	210.61	...	...	...
平成 22 年	814.40	557.55	43.44	25.19	213.41	...	...	...
平成 27 年	767.20	561.93	25.54	18.25	179.73	...	...	...

出典：中山町(2018)，31 頁。

第2節 ヒアリング等を通じて得られた課題

第1項 各自治体の課題

(1) 山形県

山形県における農業の担い手の育成に関する施策の中で最も注目したのは、新しい高等教育機関により高度な知識および技術を持った農業の担い手を育成しようとする試みである。有識者等による「専門職大学基本計画検討委員会」が2022年9月までの間に計6回開催され、最終報告を経て2024年4月の開学を目指し、2022年10月に文部科学省に認可申請を行っている⁷⁴。しかし、同種の大学は全国でも2例目であり、かつ今後急速に少子化の進展が確実視される中、入学者確保のための具体的な方策が明示されていないという課題がある。同大学は、県立大学であることから、入学者が確保できなかった場合、県民の税負担等の増加が懸念される。また、現在県内には小規模な県立大学が2校と短期大学が1校設置されており、さらに公設民営の私立大学が2校設置されている。それらはいずれも小規模な単科大学であり、将来的に県全体での大学の再編等を検討せざるを得ない時が来ると考えられる。

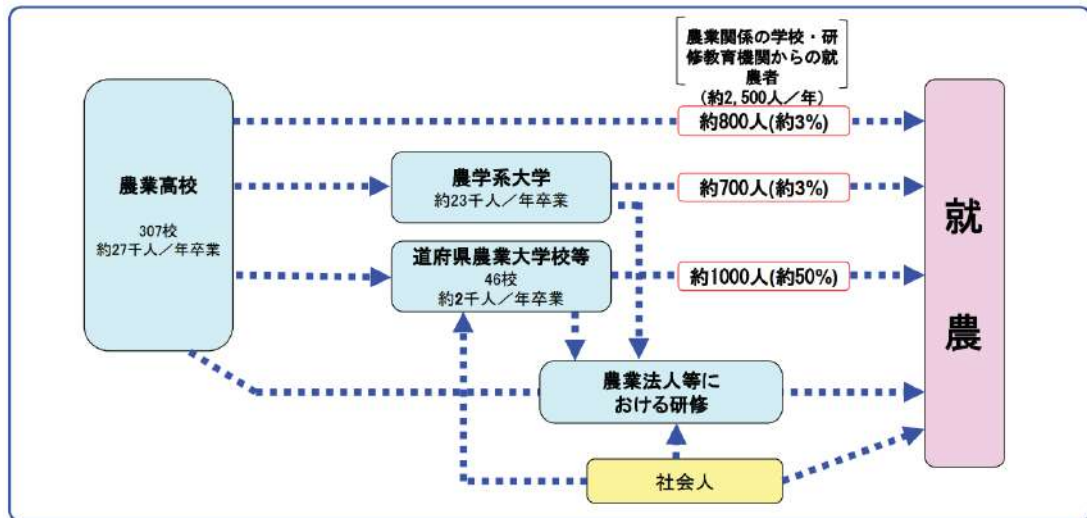
また、先例がほぼない状態からのスタートでもあり、専門職大学としてのカリキュラムの妥当性については随時検証と改正が必要と思われる。

さらに、専門職大学としての根幹とも言える各市町村での農業実習が、単なる農作業の補助に終わることなく、高度な知識等を兼ね備えた次代の農業のリーダーを育成する教育の場となるかは、大学と受入れ市町村における事前の十分な準備にかかっていると言っても過言ではない。

なお、本件の専門職大学教育による新たな農業の担い手育成については、同様課題に関する先行研究である2020年度の本学WSDによる研究においては触れられていないテーマであったことから、以下のとおり新たに本WSで調査研究を行ったものである。

⁷⁴ 東北農林専門職大学（仮称）（発行年不明）。

図表 4-2-1 農業関係の学校等からの就農状況



出典：農林水産省(2014)，13頁.

1) 先行開学した専門職大学の現況調査の必要性

前述のとおり、2017年5月に学校教育法の一部を改正する法律が公布されたことに伴い、2019年4月より「専門職大学」および「専門職短期大学」が創設されることになった。

これを受けて、農林水産省では各道府県に設置されている農業大学校の専門職大学化を推進する動きを後押しする姿勢を示した。

こうした状況から、2020年4月には静岡県で、そして2校目として2024年開学を目指して山形県で進捗している状況である⁷⁵。(図表4-2-1)

一方で、農業分野以外においても専門職大学の申請がなされたが、大学設置・学校法人審議会大学設置分科会より、次のような指摘がなされ改めて専門職大学設置にあたってはハードルが高いことが認識された。まず、「専門職大学の特色である実習の内容、評価基準、実施体制の検討が不十分」であること。「実践的かつ創造的な専門職業人材の専門性の支えとなるべき理論の教育が不足している等の大学教育としての内容・体系性が不十分」であることなどの不備により、初年度は認可申請された17件のうち3件が設置認可を受けたに留まった⁷⁶。

以上のことから、山形県において開学予定である「東北農林専門職大学(仮称)」について、先行開学した「静岡県立農林環境専門職大学」との比較、また開学後の状況調査等を当面常時行うことが必要と考える。

たとえば、大学の設置に関する基本的な方針で、静岡県では、既存の農業大学

⁷⁵ 静岡県立農林環境専門職大学(2022)。

⁷⁶ 鈴庄ほか(2019)。

校を附属の専門職短期大学としたのに対し、山形県では既存の農業大学校は短大化せず、いわゆる各種学校扱いのままに残したことなど両県の取り組み方が一部異なっていること、また、公立大学法人を設立せずに県立の直営大学としたことなど、そのメリット・デメリット等の検証が必要となることが考えられる。

2) 入学者の確保について

前述のとおり、今後少子化が急速に進んでいく中で、新設大学であることから知名度等も既存大学と比較して劣ることや、都会志向の強い若年者が山形県新庄市の地に設置される大学に本当に興味を示すかなどの理由から、入学者の確保が最も重要な課題といえる。

現在、山形県内の高等教育機関としては、国立大学 1 大学、県立大学 3 大学（うち、短期大学 1 大学）、私立大学 5 大学（うち、短期大学 2 大学）および国立高等専門学校 1 校があるが、私立大学のうち 2 大学はいわゆる公設民営の大学であり、山形県や設置場所の自治体が設置及びその後の運営の両面で支援してきた経緯がある。さらにそのうち 1 大学については公立化への移行を検討している。

その様な状況から、今後の少子化の展開を考慮した場合、県内他大学を含めた入学者確保の対策が喫緊の課題になると考えられる。

(2) 寒河江市

2018 年度に実施した国庫事業である「経営体育成支援事業及び担い手確保・経営強化支援事業」について、目標年度（2020 年度）において目標が未達成となったため、今後の目標達成に向けた取組方向等を事業実施要綱に基づき公表している⁷⁷。

その理由としては、担い手への農地の集積化が予定通り進まなかったことが挙げられているが、今後、中心経営体の育成・確保をより具体的に進めるとともに、人・農地プランの見直しや企業等による農業参入についても検討する余地があると考えられる。

また、寒河江市における喫緊の課題としては主力農産物であるサクランボの収穫の繁忙期における人手不足、それに対する人員確保があげられる。この課題は、農業の担い手育成とは一線を画すが、長期的には、現在のボランティアに頼った一時的な対応策ではなく、寒河江市全体の問題としてサクランボ栽培が経営として成り立つための施策が必要と考える。

さらに、本市においては複合農業として米作と果樹だけでなく、果樹と果樹の複合農業を実践する際に、たとえばサクランボのみならず、近年世界的にも需要

⁷⁷ 寒河江市(2018)。

が高い高付加価値果樹のシャインマスカット等の収穫の増加が現在では困難な状況にあることがあげられる。その理由としては、シャインマスカットの場合、2回のジベレリン処理⁷⁸が必要であるが、その時期がサクランボの収穫時期と重なるためとのことである。

(3) 中山町

第6次中山町総合発展計画を2021年3月に策定、その中の第4部「中山町まち・ひと・しごと創生総合戦略」で農業の振興による雇用の確保のための施策として、新規就農者の数値目標、6次産業の推進、スマート農業の推進等を掲げているが、具体的な対策はまだ模索の状況にある⁷⁹。

また、前述のとおり、多種多様な農作物（特に果樹）が産出されるが、まちの特徴的ないわゆるブランド農作物がないという欠点があり、また東北一の収穫量を誇っていたプラム（すもも）についても、隣接自治体に東北一の座を奪われる可能性が高いとのことである。

第2項 農業の担い手に農地を集約させるための課題

(1) 荒廃農地・耕作放棄地の現状

全国における荒廃農地の現状として、農業就業者の7割を占める60歳以上の世代が高齢化等によりリタイアした際に、農地などの経営資源や農業技術が適切に承継されず、農業の生産基盤が一層ぜい弱化する危惧があるが、それに対し、国では国家戦略特区を利用した一般企業の農地取得の解禁や、農地バンク法の改正による一層の担い手への農地の集積・集約化推進を図る取組みを行っている。

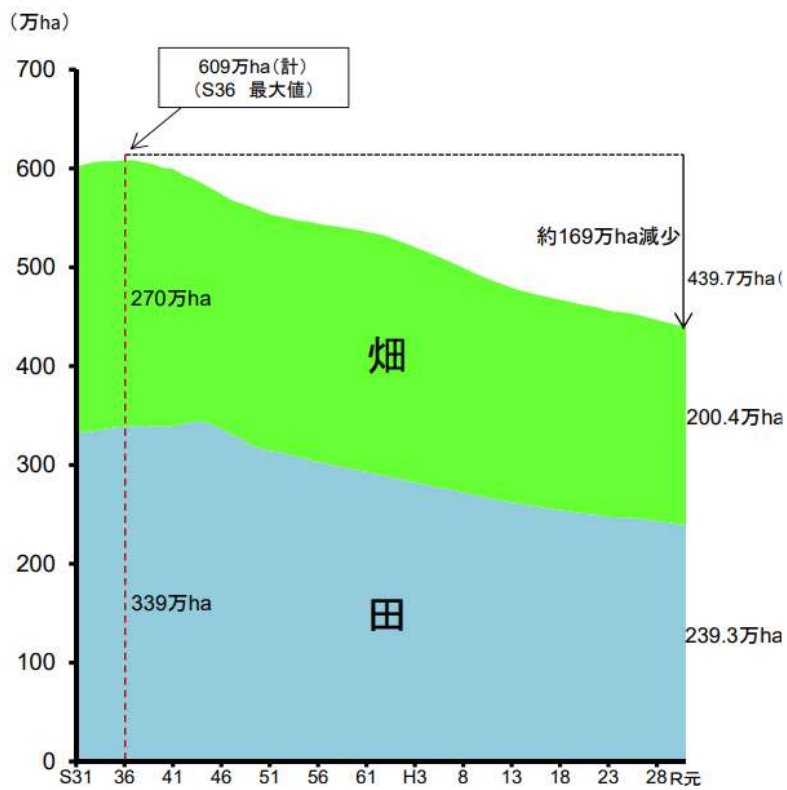
しかし、荒廃農地の面積は横ばい傾向にはあるものの、内訳としては再生利用困難な土地が増加傾向にある。また、耕作放棄地については、年々増加の一途をたどっている⁸⁰（図表4-2-2、4-2-3、4-2-4）。

⁷⁸ 島根県（発行年不明）。

⁷⁹ 中山町（2021），113-117頁。

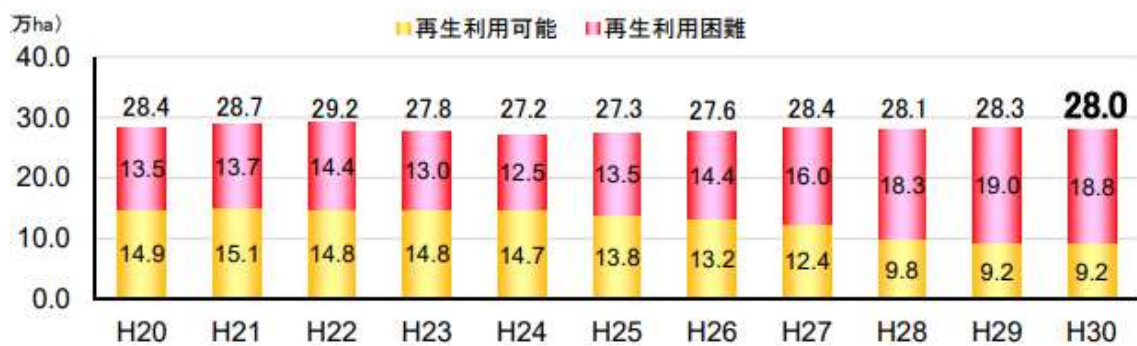
⁸⁰ 農林水産省（2020），2頁。

図表 4-2-2 農地（耕地）面積の推移



出典：農林水産省(2020)，2 頁.

図表 4-2-3 荒廃農地面積の推移



出典：農林水産省(2020)，2 頁.

図表 4-2-4 耕作放棄地面積の推移



出典：農林水産省(2020)，2 頁。

(2) 荒廃農地・耕作放棄地に対する課題

2022 年 12 月 22 日に開催された国家戦略特区諮問会議で、兵庫県養父市に限り認めている企業による農地取得の特例を全国に展開しないことを決めている。その代わりとして、国が特区を指定する「国家戦略特区」から、地方自治体が計画を申請し国が認定する「構造改革特区」に基づく事業に移行されることが決まった。しかし、自治体が間に入り農地の不適切な利用を防止する仕組みを維持するという観点からすれば、各自治体の負担はより増すことが想定され、企業による農地の所有については、今後も進展しないことが予想される⁸¹。

またリース方式について、海外資本による農地の買占めや、新たな耕作放棄地の発生リスクが小さいことからメリットは理解できるが、企業側の立場から言えば、土地のリース方式では植物工場の建設などの大規模な投資がし難いというデメリットが大きく、そのため、設備投資の比較的にかからない路地での栽培植物に限定されるという可能性がある。

以上のようなことから、一般企業による農地の取得については、売り手側、自治体、そして企業側においてもまだ課題は多い。

次に、平成 28 年度税制改正大綱において、耕作放棄地への課税強化が 2017 年度から実施されることになったが、具体的には、「農地法に基づく農業委員会による農地中間管理機構の農地中間管理権の取得に関する協議の勧告を受けた遊休農地について、固定資産税における農地の評価において農地売買の特殊性を考慮し正常売買価格に乘じられている割合(2015 年度の評価替えにおいて 0.55)を乗じないこととする等の評価方法の変更を 2017 年度から実施するため、所要の措置を講ずる」とされている⁸²。しかし、歴史的背景などからも農家の土地に対する所有意識は強く、やはり農地の流動化に対し賃貸や売買に結びつくことは難しいものと推察される。

⁸¹ 全国農業新聞(2022)。

⁸² 総務省(2015)，1 頁。

第3節 課題に対する提言と効果

第1項 各自治体への提言

(1) 山形県への提言

学生確保のための提言として、新設大学の開学意義や魅力等について入学希望者に対し如何に内容を周知できるかがカギであるが、ネット（HP, SNS 等）通じた情報発信だけでなく、直接相手先に出向いて連携を結ぶことが（特に開学初期においては）最も重要であると考ええる。つまり、関係先である農業高校との「高大連携」、農業大学校との「校大連携」、既存大学農学部との「大大連携」の3つの連携を徹底推進することである。

そのためには、マンパワーが必要となるが、その人材としては、高等学校を定年退職した学校長等を充てることが適任と考えられる。

なお、このような取り組みは首都圏私立大学では既に実施をしているところが多い。山形県内では、東北公益文科大学が民間企業（銀行等）退職者等を雇用して実施している⁸³。

(2) 寒河江市への提言

繁忙期における安定的な人材確保先としては、やはり学校関係が最も有効と考えられる。そのために、東北各地の大学・農業大学校・農業高校との連携が必要と思われる。ただ、それを無償のボランティアで対応するのではなく、山形県では既にスマートフォンのアプリを利用したアルバイト募集（応募）は行われているが、安定的な雇用を確保するには適切な対価を支払う有償ボランティアでの対応が有効と考えられる。

なお、その財源としては、「ふるさと納税」資金の活用が考えられる。（寒河江市の2020年度のふるさと納税額は、約56億円）⁸⁴

また、近隣市町村の「地域おこし協力隊」のネットワーク等を活用し、他県での活動をしている地域おこし協力隊員の活用の可能性も探るべきである。

さらに、サクランボ以外の高付加価値のある果樹等を生産するためには、繁忙期を分散させるために、農業試験場や山形県との共同研究等による科学的根拠に基づく時期分散の可能性の検討が必要と思われる。そしてその効果としては、高付加価値果樹の収穫増による農家収入の増加があげられる。

⁸³ 東北公益文科大学（発行年不明）。

⁸⁴ 総務省（2022a）。

(3) 中山町への提言

当町は、人口が 1 万人規模のまちであることから、外部からの新規就農者等の確保が担い手の育成・確保に効果的であると考えられる。以下三つの政策を提言したい。

一つ目の提言として、「地域おこし協力隊」の活用が考えられる⁸⁵。当町においては、現在隊員が 3 名在籍しているが、農業関係に携わっている人材はいない。一方前述の寒河江市では、3 名の隊員が農業関係の業務に従事していることから、参考にすることも有効であると考えられる。

なお、全国で 2021 年 3 月 31 日までに任期を終えた隊員数は 8,082 人でその内、約 4 割にあたる 4,292 人が活動をした同一市町村内に定着しており、さらに約 1 割の 495 人が就農・就林をしている⁸⁶。

二つ目の提言として、それ以外の移住新規就農希望者には、住居の提供の支援等を行うことが有効であると考えられ、その財源としては、寒河江市と同様に「ふるさと納税」資金の活用が考えられる。

三つ目の提言としては、6 次産業化の積極推進である。これにより農業の担い手だけでなく第 2 次・3 次産業の担い手を結び付けていくことが可能と考える。

現在は、中山町には他市町村と比較しいわゆるブランド作物がないが、前述のとおり、年間を通じて多種の果樹が産出されることから、それを利用した月ごとのスイーツシリーズ等の企画も有効であると考えられる。たとえば「ひまわりスイーツシリーズ」等のネーミングで売出すことなどである。

同町には比較的規模の大きい食品関係製造会社が立地しており、また隣接した寒河江市や天童市を含めると、大規模な食品製造会社が複数あることから、共同開発を行う可能性を探ること。また地元スーパーや菓子店を巻き込み「クラウドファンディング型ふるさと納税」⁸⁷等を利用した商品開発や設備投資を行うことも有効な手段と思われる。そしてそれが実現することにより、雇用の拡大やふるさと納税額の増加にもつながることが期待される。

なお、クラウドファンディング型ふるさと納税は、自治体が行う寄附制度で、自治体が抱える問題解決のため、寄附金の使い道をより具体的にプロジェクト化し、そのプロジェクトに共感した人々から寄附を募る仕組みである。

これらの政策は、埼玉県久喜市をはじめ、全国の自治体ですで行われていることから、本中山町だけでなく、前述の寒河江市でも有効に活用できる制度と推察される。

⁸⁵ 中山町(2020)。

⁸⁶ 総務省(2022b)。

⁸⁷ 久喜市(2023)。

おわりに

以上のとおり、農業の担い手確保・育成の問題は、農業が主幹産業である東北の自治体にとって非常に重要な課題であることが改めて確認された。そのようなことから、各自治体はそれぞれの状況を踏まえて様々な戦略を作成し、施策を実施していることが確認された。さらに、今回の調査・研究において自治体の担当者から直接ヒアリングを行ったことにより、現在の様々な課題を明らかにすることができた。

一方、2022年12月23日に内閣官房デジタル田園都市国家構想実現会議より、「デジタル田園都市国家構想総合戦略」が発表されたが、その中でも「デジタルの力を活用した地方の社会課題解決」をする具体的な施策の一つとして、「農業の担い手のほぼ全てがデータを活用した農業を実践」を掲げているように⁸⁸、今後は、担い手育成だけでなく農業全般においてもデジタルトランスフォーメーション（DX）実現に向けた取り組みが加速していくと考えられる⁸⁹。

⁸⁸ 内閣官房デジタル田園都市国家構想実現会議事務局(2022a), 4頁.

⁸⁹ 内閣官房デジタル田園都市国家構想実現会議事務局(2022b).

参考文献

書籍・論文

- ・五十嵐敬喜(2022)『土地は誰のものか：人口減少次代の所有と利用』，岩波書店.
- ・石破茂(2017)『日本列島創生論：地方は国家の希望なり』，新潮社.
- ・小田切徳美(2014)『農山村は消滅しない』，岩波書店.
- ・金子元久(2017)「「専門職大学」の意味するもの」『日本労働研究雑誌』（労働政策研究・研修機構），59 巻 10 号.
- ・木下斉(2018)『凡人のための地域再生入門』，ダイヤモンド社.
- ・増田寛也編(2014)『地方消滅：東京一極集中が招く人口急減』，中央公論新社.
- ・吉川洋(2016)『人口と日本経済：長寿、イノベーション、経済成長』，中央公論新社.

官公庁等刊行物

- ・「企業農地特例は全国展開せず 構造改革特区へ移行 政府方針」『全国農業新聞』電子版（2022. 12. 23）. <https://www.agrinews.co.jp/news/index/126160>（最終閲覧 2023 年 1 月 26 日）
- ・久喜市(2023)「クラウドファンディング型ふるさと納税を募集しています」. https://www.city.kuki.lg.jp/shisei/kifu_kobai/furusato/crowdfunding.html（最終閲覧 2023 年 1 月 26 日）
- ・寒河江市(2018)「平成 30 年度 担い手確保・経営体育成支援事業 目標未達成理由等の報告書」. <https://www.city.sagae.yamagata.jp/jigyounou/nougyou/R3mitaturiyukohyo.files/H30keieitaiikuseisienzigyotasseijyokyo.pdf>（最終閲覧 2023 年 1 月 26 日）
- ・寒河江市(2021)「農業の概要」. <https://www.city.sagae.yamagata.jp/jigyounou/nougyou/nougyounogaiyo.html>（最終閲覧 2023 年 1 月 26 日）
- ・寒河江市(2022a)「寒河江市の統計」. <https://www.city.sagae.yamagata.jp/shisei/tokei/toukei2022.html>（最終閲覧 2023 年 1 月 26 日）
- ・寒河江市(2022b)「新第 6 次寒河江市振興計画」. <https://www.city.sagae.yamagata.jp/shisei/keikaku/shinkokeikaku/new6>

- [th_pp.files/shindai6jikeikaku.pdf](#)（最終閲覧 2023 年 1 月 26 日）
- ・寒河江市(2022c)「新規就農者等に対する支援事業」
<https://www.city.sagae.yamagata.jp/jigyounougyou/shunoshashien.html>
(最終閲覧 2023 年 1 月 26 日)
 - ・寒河江市(2023)「地域おこし協力隊」<https://www.city.sagae.yamagata.jp/jigyouchiiki/chikiokoshi.html> (最終閲覧 2023 年 1 月 26 日)
 - ・静岡県立農林環境専門職大学(2022)「2023 年度大学案内」.
https://www.d-pam.com/shizuoka-norin-u/2210749/index.html#target/page_no=1(最終閲覧 2023 年 1 月 26 日)
 - ・島根県(発行年不明)「ハウスぶどう(デラウェア)栽培指針」.
<https://www.pref.shimane.lg.jp/nogyogijutsu/gijutsu/budou-sisin/>
(最終閲覧 2023 年 1 月 26 日)
 - ・首相官邸(2014)「まち・ひと・しごと創生法の概要」.
https://www.kantei.go.jp/jp/headline/chihou_sousei/pdf/siryou1.pdf
(最終閲覧 2023 年 1 月 26 日)
 - ・鈴庄美苗, 高原悠, 村上聡江, 福塚祐子(2019)「次世代を担う農業者教育は成功するか」(三菱 UFJ リサーチ&コンサルティング).https://www.murc.jp/library/column/sn_190603/ (最終閲覧 2023 年 1 月 26 日)
 - ・総務省(2015)「平成 28 年度税制改正の大綱の概要」.https://www.soumu.go.jp/main_content/000392155.pdf (最終閲覧 2023 年 1 月 26 日)
 - ・総務省 (2022a)「令和 4 年度ふるさと納税に関する現況調査について」.
https://www.soumu.go.jp/main_sosiki/jichi_zeisei/czaisei/czaisei_seido/furusato/topics/20220729.html (最終閲覧 2023 年 1 月 26 日)
 - ・総務省(2022b)「令和 3 年度 地域おこし協力隊の定住状況等に係る調査結果」.
https://www.soumu.go.jp/main_content/000799461.pdf
(最終閲覧 2023 年 1 月 26 日)
 - ・東北公益文科大学(発行年不明)「大学総合案内」.https://www.koeki-u.ac.jp/about_us/index.html(最終閲覧 2023 年 1 月 26 日)
 - ・東北農林専門職大学(仮称)(発行年不明).
<https://www.ynodai.ac.jp/university/> (最終閲覧 2023 年 1 月 26 日)
 - ・内閣官房まち・ひと・しごと創生本部事務局(2019)「地方創生の現状と今後の課題」.https://www.soumu.go.jp/main_content/000635353.pdf
(最終閲覧 2023 年 1 月 26 日)
 - ・内閣官房デジタル田園都市国家構想実現会議事務局 (2022a)「デジタル田園都市国家構想総合戦略(概要)」.https://www.cas.go.jp/jp/seisaku/digital_denen/pdf/20221223_gaiyou.pdf (最終閲覧 2023 年 1 月 26 日)

- ・内閣官房デジタル田園都市国家構想実現会議事務局(2022b)「デジタル田園都市国家構想総合戦略」.https://www.cas.go.jp/jp/seisaku/digital_deneu/pdf/20221223_honbun.pdf(最終閲覧 2023 年 1 月 26 日)
- ・中山町(2018)「数字で見るなかやま 平成 30 年版」.
<https://www.town.nakayama.yamagata.jp/uploaded/attachment/3950.pdf>
(最終閲覧 2023 年 1 月 26 日)
- ・中山町(2020)「地域おこし協力隊活動情報」.
<https://www.town.nakayama.yamagata.jp/soshiki/3/chiikiokoshi-katudou.html>
(最終閲覧 2023 年 1 月 26 日)
- ・中山町(2021)「第 6 次中山町総合発展計画」.<https://www.town.nakayama.yamagata.jp/uploaded/attachment/4693.pdf>(最終閲覧 2023 年 1 月 26 日)
- ・中山町(2023)「中山町の人口・世帯」.
<https://www.town.nakayama.yamagata.jp/> (最終閲覧 2023 年 1 月 26 日)
- ・日本創成会議・人口減少問題検討分科会(2014)「ストップ少子化・地方元気戦略」.https://www5.cao.go.jp/keizai-shimon/kaigi/special/future/wg3/0729/shiryou_05-1.pdf (最終閲覧 2023 年 1 月 26 日)
- ・農林水産省(2014)「人材の育成・確保に関する資料」.
https://www.maff.go.jp/j/council/seisaku/kikaku/bukai/H26/pdf/140422_02_03.pdf (最終閲覧 2023 年 1 月 26 日)
- ・農林水産省(2020)「荒廃農地の現状と対策について」.
https://www.maff.go.jp/j/nousin/tikei/houkiti/Genzyo/PDF/Genzyo_0204.pdf (最終閲覧 2023 年 1 月 26 日)
- ・農林水産省(2021)「令和 2 年度 食料・農業・農村白書」.https://www.maff.go.jp/j/wpaper/w_maff/r2/pdf/zentaiban.pdf(最終閲覧 2023 年 1 月 26 日)
- ・農林水産省(2022)「都道府県の農林水産業の概要(山形県)(令和 4 年版)」.
https://www.maff.go.jp/j/kanbo/tiho/attach/pdf/todouhuku_gaiyou2022-06.pdf (最終閲覧 2023 年 1 月 26 日)
- ・山形県(2020)「第 4 次山形県総合発展計画 長期構想(概要版)」.<https://www.pref.yamagata.jp/documents/18162/shiryou3-4dai4jikensougou.pdf>
(最終閲覧 2023 年 1 月 26 日)
- ・山形県(2022a)「山形県産業の現状」.
https://www.pref.yamagata.jp/documents/30862/08_sankoushiryou.pdf
(最終閲覧 2023 年 1 月 26 日)
- ・山形県(2022b)「農業及び農村の動向等に関する年次報告」.
<https://www.pref.yamagata.jp/documents/26767/r0302nenjihoukoku.pdf>
(最終閲覧 2023 年 1 月 26 日)

- ・山形県(2022c)「専門職大学基本計画検討委員会資料第1回－6回」.
<https://www.pref.yamagata.jp/140035/sangyo/sangyoushinkou/jinzaiikusei/senmondaikeikakuinkai.html> (最終閲覧 2023 年 1 月 26 日)

第5章 労働力の確保

はじめに

本章では、地方創生重点枠組の第4の柱「民間と協働」、第5の柱「誰もが活躍できる地域社会」について論じる。

今後、本格的な人口減少が進む中で、就業者を始めとする「担い手」の減少が懸念されている⁹⁰。平成の30年間の社会保障制度改革は、①機能の強化と②財政面の持続可能性の強化の2つの軸で実施されてきた。今後は、3つの方向性（①人生100年時代、②担い手不足・人口減少、③新たなつながり・支え合い）に沿った改革、特に、担い手不足・人口減少の観点からサービス提供面を含めた「持続可能性」の強化が重要である。また、デジタル・トランスフォーメーション（DX）への対応も不可欠になっており、「ポスト・コロナ」の社会も展望しつつ、社会保障制度改革について、国民的な議論を深めていくことが必要である⁹¹。

我が国のこのような環境において、生産力・供給力を維持するためには、雇用者と労働者のミスマッチの解消や労働移動の円滑化により均衡失業率を低減させる取組に加え、女性や高齢者、障がい者等、これまで労働参加率が低かった人材の活用がますます重要になる。他方、このような人材がこれまで活用されなかったのは、さまざまな事情でフルタイムの勤務が難しいなど、労働に当たっての制約があったことが背景として考えられる⁹²。我が国では、今後も人口の減少、高齢化が長期にわたって継続することが見込まれる。さらに、我が国における経済の活力を維持する観点からも、女性や高齢者等が自らのライフステージや希望に応じて就業できる環境の整備が急務である。

地方においては、若者や女性を中心に労働力の流出が生じている中で、高齢者の割合が高くなっており、高齢者の活躍を推進することは、地方創生という観点からもきわめて重要である。このような状況を踏まえ、まち・ひと・しごと創生総合戦略（2019年12月20日閣議決定）では、地方に、「しごと」が「ひと」を呼び、「ひと」が「しごと」を呼び込む好循環を確立することを目標として掲げている。この目標の実現のためには、企業が柔軟な働き方を受け入れ、多様な人材を活用することが不可欠である。今後、これらの取組には、縦割を無くし、

⁹⁰ 厚生労働省(2020a)。

⁹¹ 同上。

⁹² 中小企業庁(2019)。

産官学民が連携したこれまでにない「柔軟な取組」が求められているのではないだろうか。

第1節 現状分析

(1) 人口動態

若者世代の東京圏転入超過は、地方の労働市場を支えるべき地元の高卒・大卒労働者が都市部へ流出していることを表している。彼らが地方に留まらない大きな理由は魅力的な仕事がないからであろう。若者が働きたくなるような、魅力ある労働環境を整備することが今後、政策的に重要だといえる。

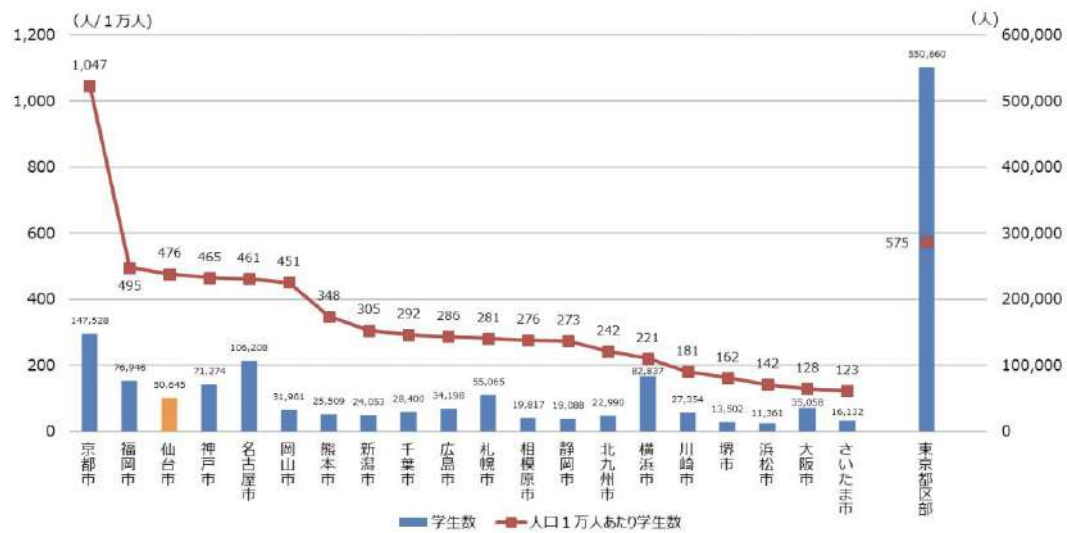
東京圏の転入超過の状況は、年齢階級によって異なるが、進学や就職の年代である15～19歳、20～24歳、25～29歳が転入超過となっている⁹³。大学進学や就職のために東京圏へ転入した若者が、そのまま定住することで、労働力の東京圏一極集中が起きていると考えられる。

本章では、仙台市を事例として取り上げたい。なぜなら、仙台市は、人口あたりの学生数比率が全国で極めて高く、就職時期の東京圏への転出が多いという特徴があるためである。仙台市は、「学都」と呼ばれ、人口10,000人当たりの学生数は、政令指定都市で3番目に高く（図5-1-1）、人口当たりの若者（15歳～29歳）の割合は、東京23区より高い（図5-1-2）。年齢別階級別純移動数を見ると、10～14歳から15～19歳になるときに転入超過となっているのに対し、2010年から2015年にかけては20～24歳から25～29歳になるときに5,960人減少となり、転出超過となっている（図5-1-3）⁹⁴。また、20代の転出数を地域別に見ると、東京圏への転出が約4割となっている（図表5-1-4）。1万人を超える規模の若者世代のこうした転入転出が、過去から定常的に見られるのが仙台市の特徴である。

⁹³総務省統計局（発行年不明）。

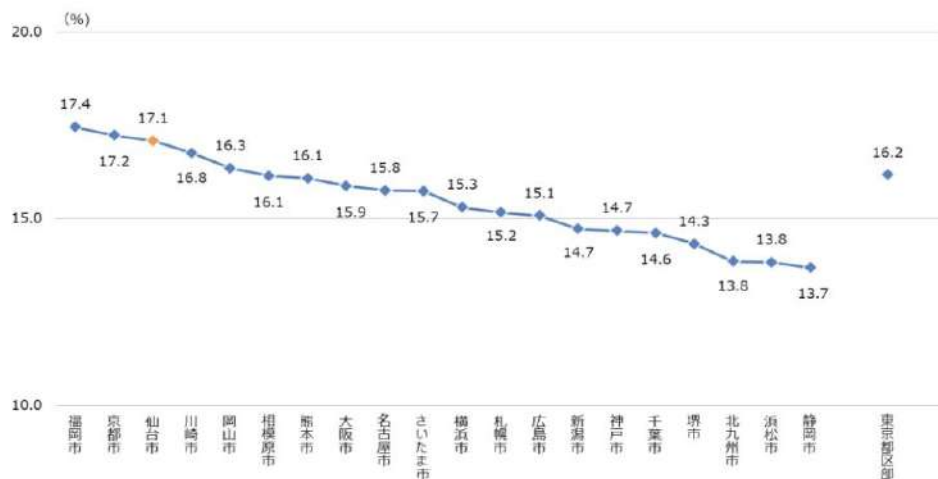
⁹⁴仙台市（2021）。

図表 5-1-1 人口 10,000 人当たりの学生数の比較



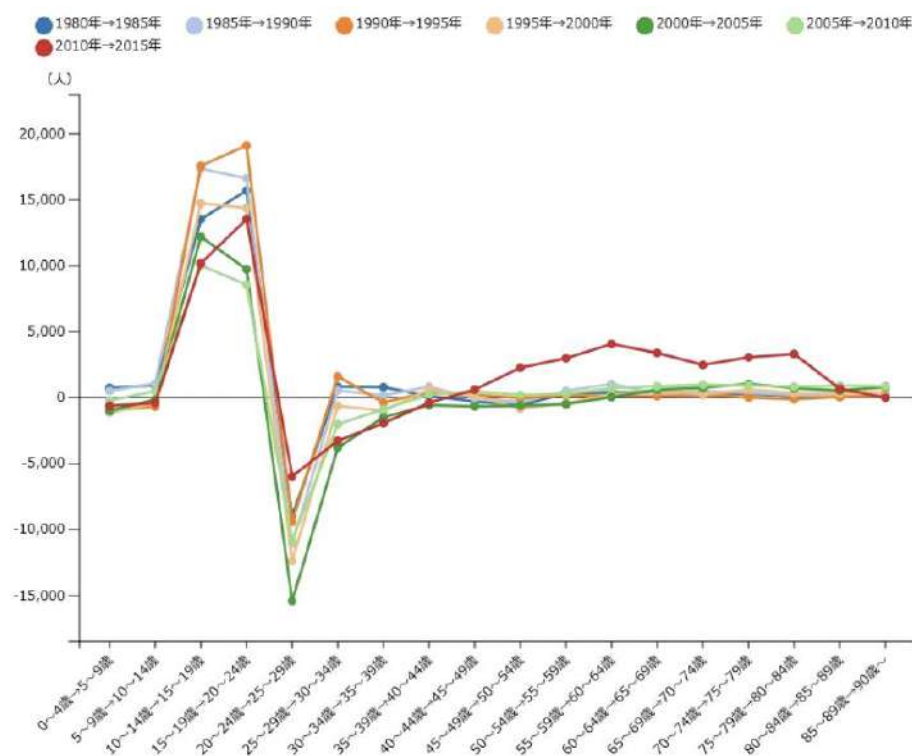
出典：仙台市(2021)。

図表 5-1-2 人口当たりの若者（15～29 歳）の割合



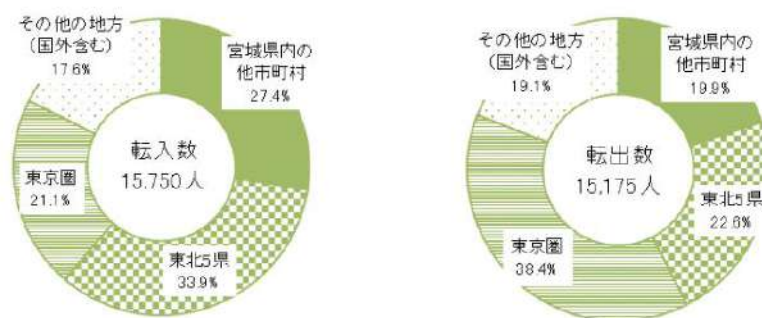
出典：仙台市(2021)。

図表 5-1-3 仙台市の年齢階級別純移動数の時系列分析



出典：仙台市(2021)。

図表 5-1-4 転出入の地域別割合—20～29 歳（2019 年）



出典：仙台市(2021)。

第2期仙台市まち・ひと・しごと創生総合戦略では、仙台で学んだ若者が住み続け、東京圏からもひと・企業を呼び込み、新たなひとの流れをつくることを目標として掲げている。現在は東北各地の若者を集め、育て、就職で東京圏へ送り出している状況となっているため、この特徴的な若者世代の流れをどう変えるかが地方創生の鍵を握っていると考えられる。同時に、この取組が成功すれば、

東京圏への一極集中是正にもつながるだろう。まち・ひと・しごと創生法の目標は、東京圏と地方とで転出転入を同数にすることである⁹⁵。人口減少対策の重要なポイントは、転出する若者世代の流れをどう変えるかである。

（２）産業人口の構造

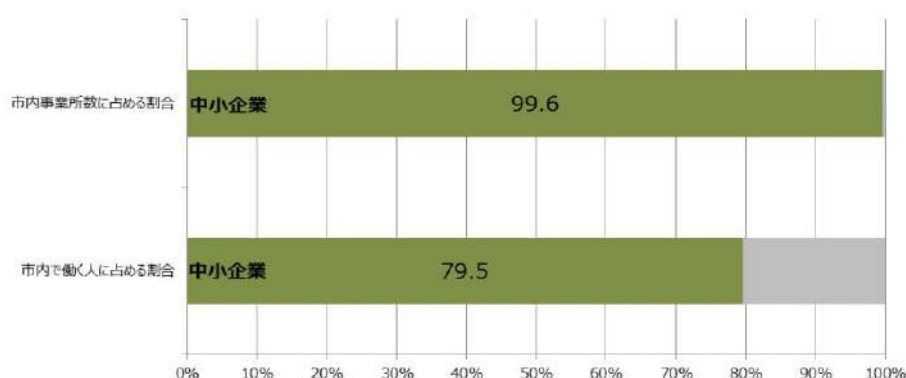
仙台市の事業所及び従事者全体の約 9 割は第 3 次産業に属している。指定都市においても、仙台市の第 3 次産業の従業者数割合は 3 番目に高い。また、仙台市経済は、「支店経済」と評されるが、担い手の中心は中小企業である（図表 5-1-5, 5-1-6）。

図表 5-1-5 仙台市の産業別事業所数及び従業者数

	第 3 次産業	第 2 次産業	第 1 次産業	合計
事業所数	43,500	5,984	71	49,555
構成比	87.8%	12.1%	0.1%	100%
従業者数（人）	488,632	72,339	565	561,536
構成比	87.0%	12.9%	0.1%	100%

出典：仙台市(2021)。

図表 5-1-6 仙台市内に本社を置く中小企業の割合



出典：仙台市(2021)。

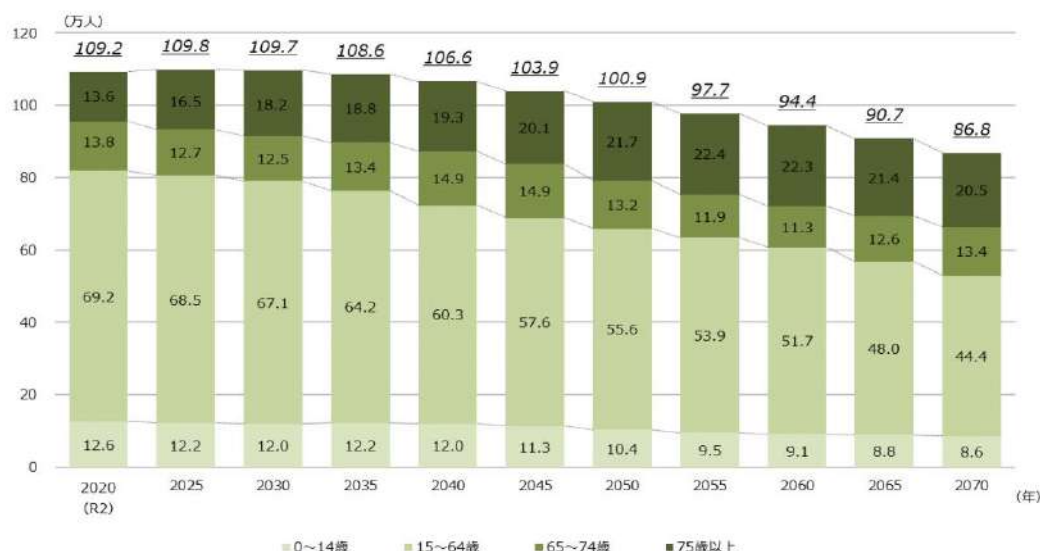
⁹⁵ 2022 年 11 月 29 日に実施した内閣官房デジタル田園都市国家構想実現会議事務局へのヒアリングによる。

第2節 仙台市まち・ひと・しごと創生総合戦略

2022年7月12日に仙台市へヒアリング調査を行った。若者の定着について、今後どのような施策を講じるのかという問いに対し、同市から以下のように回答を得た。仙台市は企業の支店の数が全国1位で、本店が少ないため、支店経済から脱却すべく企業誘致を行っている。グローバルな仕事をしたい優秀な若者が活躍できるような大企業、特にIT企業の誘致に力を入れており、すでに誘致した企業は株式会社メルカリや楽天グループ株式会社である。同時に、スタートアップ支援にも力を入れ、震災以降増加傾向にある起業を後押しして地域経済を活性化したい。さらに、すでにある中小企業の成長促進を支援し、東京圏へ行かずとも活躍できるような魅力ある就職先づくりに取り組んでいる。

仙台市が独自に推計した将来人口推計に基づく、2070年において、2020年比較の生産年齢人口（15～64歳）は約5割に減少し、高齢人口（75歳以上）は約2倍に増加すると見込まれている（図5-2-1）。100万都市としての存立がいつそう長期にわたって保たれるべく、転出する若者世代の流れを変え、これまで仙台市に人材を供給してきた東北各地へ活力を還流するためにも「東北のダム」としての機能を果たして行くため、各種対策を講じる。

図表 5-2-1 将来人口推計



出典：仙台市(2021)。

「しごと」が「ひと」を呼び、「ひと」が「しごと」を呼び込む好循環、その好循環を支えるまちの活性化といった「まち・ひと・しごと創生」の取り組みにあたっては、仙台市の現状や特性を踏まえ、次の6つの基本目標が掲げられて

いる。

- ① 地域経済の中心である中小企業を活性化し、魅力ある「しごと」をつくる。
- ② 仙台の魅力を創出・発信し、交流人口の拡大と地域経済の活性化を図る。
- ③ 仙台で学んだ若者が住み続け、東京圏からも人・企業を呼び込む、新たな「ひと」の流れをつくる。
- ④ 希望する方が安心して結婚、出産、子育てできる社会の実現に取り組む。
- ⑤ 豊かな自然環境と防災・減災への取り組みが調和した、持続可能でしなやかな「まち」をつくる。
- ⑥ 地域特性に合わせ、誰もが安心して暮らし、活躍できるまちづくりを進める。

本章では特に①、③に着目し、まずは、「しごと」づくりを基本とし、次に、「ひと」が呼び込む流れを作る取り組みを考案したい。第3次産業が中心となる仙台市経済においては、今後見込まれる高齢人口割合の急激な増加に対し、域外からの需要獲得や、産業の高付加価値化を進めていくことに加え、質・量ともに変化していくニーズへの適切な対応を通じて、地元中小企業の活性化を図っていかなくてはならない。新型コロナウイルス感染症の影響で打撃を受けた地域経済の回復を進めるとともに、変容する社会理念や価値観へ対応するためのデジタル化や新しいビジネススタイルへの転換を図っていく。また、地域経済を牽引するリーディング企業を生み出すとともに、本市のポテンシャルであるICT関連企業の集積を活かした市場拡大が見込まれる分野の産業との融合や産学官連携による近未来技術の実装を促進するなど、魅力ある「しごと」の創出を目指す⁹⁶。

第3節 解決策

人口減少という状況で労働力を確保するためには、縦割をなくし、各機関の提携を促すことが必要である。それら機関の各主体は、第一に、県・市・労働局などであり、これら公的機関の連携が不可欠である。第二の主体としては、大学や高校などの高等教育機関がある。第三に、非営利団体である商工会議所・社会福祉協議会がある。

後述のように、この三つの主体・組織が適切に連携し合うことが肝要である。すなわち、公的機関が高等教育機関の学生へ地域企業の職場紹介を行うことで学生の地元定着をめざし、他方で公的機関は、地域の企業を魅力的なものとするために、女性、高齢者、障がい者等多様な人材の活用ノウハウを企業に提供する。

⁹⁶ 仙台市（2021）。

こうして企業の成長を促進し、地域の活性化を試みる。この観点からここで提言したいのは、以下で示すように、①若者の定着、②地域企業の成長促進、③情報発信である。

第1項 若者の定着

仙台市へのヒアリング調査でも課題として挙げられた通り、同市には東北各地から学生が多く集まるが、その学生の多くは就職時期に東京圏へ流出している。この状況を改善するには、学生の就職活動の段階で、仙台市で働き、住み続けられるように働きかける必要がある。ところが、現在は学生への就職支援は学校に任せ、企業誘致は自治体に任せ、企業の魅力づくりは企業に任せており、縦割の状況になっているのではないだろうか。

仙台市の特徴である若者の転出を抑えるため、仙台で学んだ学生が住み続けられるよう地元企業の魅力を学生へ発信することが重要である。学生への就職支援は、各学校が取り組んでいるが、学生の多くは就職ナビサイトを利用する。そこでは東京圏の企業が多く登録されており、登録された企業が就職先となりやすい⁹⁷。そのため、サイトに登録されていない地元企業を就職先として選択してもらう機会を増やす必要があろう。そこで、宮城県・仙台市・宮城労働局・商工会議所・社会福祉協議会が連携し、地元企業の情報を発信し、「仙台で働くこと」を学生に具体的にイメージを共有するという縦割のない工夫を導入することが望ましいと考える。同時に、以下のように、国や自治体で現在取り組んでいる施策をより活用できるよう、情報をより積極的に発信すべきである。

その具体的な取組内容としては、次のような仕組である。すなわち、各都道府県にある労働局（厚生労働省出先機関）が県・市を通して学校へ情報を伝えるが、その際、商工会議所・社会福祉協議会が地域企業を選定し、労働局のユースエール認定企業⁹⁸（図 5-3-1）やくるみん認定企業⁹⁹（図 5-3-2）の情報を伝える。地域企業は、事業内容等の基本情報のほか、企業の見学ツアーや社員へのインタビューを動画撮影し、実際に企業で働くイメージを具現化する。こうした形で学生が東京圏に出なくとも、その能力を活かせる職場があるということを彼ら彼女らにアピールできれば、学生が仙台に留まり、住み続けることになると期待でき

⁹⁷ 仙台青葉学院短期大学遠藤憲子教授へのインタビューに基づく（2022年11月26日）。

⁹⁸ 厚生労働省（発行年不明）、ユースエール認定企業：若者の採用・育成に積極的で、若者の雇用管理の状況などが優良な中小企業を厚生労働大臣が認定する制度。

⁹⁹ 厚生労働省（2022）、くるみん認定企業：『子育てサポート企業』として、厚生労働大臣の認定を受けた企業。

るだろう。

同時に、ユースエール認定制度やくるみん認定制度をより多く普及させ、優良企業であることをアピールできる企業を増やしたい。宮城労働局管内の2022年度現在のユースエール認定企業（2015年度開始）は18社、くるみん認定企業（2008年度開始）は59社となっており、決して多い数ではない。認定数は、今後、普及を拡大する工夫が必要であると考えられる。その対策については第3項で検討する。

図表 5-3-1 ユースエール認定マーク



出典：厚生労働省（発行年不明）。

図表 5-3-2 くるみん認定マーク



出典：厚生労働省（2022a）。

第2項 地域企業の成長促進

地域企業の成長を促進するためには、これまで労働参加率が低かった人材の活用が不可欠な解決策の一つであろう。例えば、障がい者雇用において、社会福祉協議会や商工会議所を仲介させ、すでにノウハウを持っている企業と、これから雇用したい企業をマッチングさせ、企業間の連携を促進する。障がい者の特性に合わせた合理的配慮の方法がより多くの企業に共有できれば、雇用の拡大お

よび継続が期待できる。

ノウハウを他社へ展開している例として、西友グループがある。同グループは、積極的に障がい者雇用を行っている¹⁰⁰。同グループにおける一例として、株式会社西友の特例子会社である株式会社西友サービスの事例が挙げられる。同社は、障がいを持つ人の職業的・社会的自立と会社としての自立をめざすことを経営理念とし、独自に確立した障がい者雇用のノウハウを他社へ展開する研修を実施している。障がい者は、身体・精神・知的に区分されるが、このうち、比較的雇いやすい身体障がい者を雇用する企業が多い。身体の特徴さえ考慮すれば、業務内容やコミュニケーションにおいて健常者と同様の扱いをしやすいことがその理由の一つといえよう。しかし、求職者には知的・精神の障がい者も多く存在する。株式会社西友サービスでは知的・精神障がい者を 1 : 1 の割合で雇用し、健常者と障がい者が共に働く工夫として「thanks カード」を取り入れ、毎月、社員同士で互いに感謝を伝える取り組みを実施している。障がいを持つ社員が、人の役に立つことの喜びを知ること、労働力として自信を持つことができ、多くの社員が勤続している。このような優れた取組は、全国に拠点を持つ西友グループであっても、埼玉県内での展開に留まっており、今後の拡大が期待されるものである。

また、労働局では、もにす認定制度¹⁰¹（図表 5-3-2）により、障害者雇用促進法に基づく障害者雇用の促進及び雇用の安定に関する取組について、その取組の実施状況が優良であることの基準に該当する中小企業主を「障害者雇用優良中小事業主」として認定している。2022 年度現在、宮城労働局管内の認定数は 4 社（2021 年度開始）であり、決して多いわけではない。今後、普及を拡大する工夫が必要であると考えられる。その対策については次の項で述べる。

図表 5-3-2 もにす認定マーク



出典：厚生労働省 (2020b)。

¹⁰⁰ 高齢・障害・求職者雇用支援機構 (2022)。

¹⁰¹ 厚生労働省 (2022b), もにす認定制度：障害者の雇用の促進及び雇用の安定に関する取組の実施状況などが優良な中小事業主を厚生労働大臣が認定する制度。

第3項 情報発信

第1項「若者の定着」、第2項「地域企業の成長促進」で挙げた通り、すでに優れた認定制度や先進事例が存在するが、いずれにも共通する課題は、広く普及されていないことである。このような良い取組が、社会に知られず埋もれてしまっている現状は非常に勿体ないことであり、そうした取組が社会全体に普及するならば、労働力不足問題の一助になるのではないかと考えられる。

そのための情報発信の先進事例は農林水産省の広報 YouTube である。農林水産省の広報 YouTube は、2019 年に農林水産大臣の「こんな堅い広報じゃ誰も見てくれない。若い人に伝わるような広報を。」という一言から始まった。この試みは、若手職員自らが YouTuber となるという画期的な取組であり、「やわらかい広報」のトップランナーといえよう。実際、この広報 YouTube は、2022 年 12 月現在チャンネル登録者数 16 万人を突破している。流行するという意味の「バズる」と、農林水産省の英字表記から取った「マフ」を掛け合わせ「BUZZ-MAFF」と名付けられた（図表 5-3-3）。

図表 5-3-3 BUZZMAFF ロゴ



出典：農林水産省（発行年不明）。

制度を普及させるためには、役所が自ら発信することも重要であろう。本論では、農林水産省のこの試みを全省庁へ水平展開することを提言したい。労働力確保に関する情報発信については、厚生労働省版 YouTube チャンネルを開設し、「BUZZ-JOB（ばっじょぶ）」（図表 5-3-4）と名付ける。本論では、この「BUZZ-JOB」の企図を特に宮城労働局へ提案することを企図し、その実現を期待したい。

図表 5-3-4 BUZZ-JOB ロゴ



出典：WSA 作成.

おわりに

この提言から期待されることは、産官学民の縦割を取り払い、一体となって地域の課題に取り組むことである。その問題を解決するうえでの難点の多くは、情報の不足によるものと考えられる。多くの政策は、HP への掲載やリーフレットの掲示・配布により周知を図ってきたが、文字数が多く、かつ、理解しにくい文言もあり、なかなか市民へ浸透させられなかったように見受けられる。情報をわかりやすく伝える新たな手段として、デジタル技術を活用して、主に動画配信により情報発信を効果的に行いたい。

労働力確保という課題に対しては、個人等の情報の保護に留意しつつも、各機関が持つ情報を共有するということが必要不可欠である。国、自治体、企業や学生等が一体となって政策を進めていくなれば、地方、ひいては社会全体をも再生させることになろう。本提言が地方の活性化の一助になることを切に願う。

参考文献

- ・厚生労働省(2020a)「令和2年版 厚生労働白書」.
<https://www.mhlw.go.jp/content/000735866.pdf> (最終閲覧 2023 年 1 月 26 日)
- ・厚生労働省(2020b)「障害者雇用の取組が優良な中小事業主の認定マークのデザイン・愛称を決定しました。」.https://www.mhlw.go.jp/stf/newpage_12160.html (最終閲覧 2023 年 1 月 26 日)
- ・厚生労働省(2022a)「くるみんマーク・プラチナくるみんマーク・トライくるみんマークについて」.https://www.mhlw.go.jp/stf/seisakunitsuite/bunya/kodomo/shokuba_kosodate/kurumin/index.html (最終閲覧 2023 年 1 月 26 日)
- ・厚生労働省(2022b)「障害者雇用対策」.
https://www.mhlw.go.jp/stf/seisakunitsuite/bunya/koyou_roudou/koyou/shougaishakoyou/index.html (最終閲覧 2023 年 1 月 26 日)
- ・厚生労働省(発行年不明)「ユースエール認定制度」.<https://www.mhlw.go.jp/stf/seisakunitsuite/bunya/0000100266.html> (最終閲覧 2023 年 1 月 26 日)
- ・高齢・障害・求職者雇用支援機構(2022)「障がい者雇用事例」.
<https://www.ref.jeed.go.jp/18/18846.html> (最終閲覧 2023 年 1 月 26 日)
- ・埼玉県(2022)「埼玉版働き方改革ポータルサイト」.<https://www.pref.saitama.lg.jp/workstyle/> (最終閲覧 2023 年 1 月 26 日)
- ・仙台市(2021)「第2期仙台市まち・ひと・しごと創生総合戦略」.
http://www.city.sendai.jp/machizukuri-kakuka/shise/zaise/kekaku/documents/dainikisougousenryaku_202208teisei.pdf (最終閲覧 2023 年 1 月 26 日)
- ・中小企業庁(2019)「2018 年版中小企業白書」.
https://www.chusho.meti.go.jp/pamflet/hakusyo/H30/PDF/chusho/00Hakusyo_zentai.pdf (最終閲覧 2023 年 1 月 26 日)
- ・農林水産省(発行年不明)「BAZZ MAFF(ばずまふ)」.
<https://www.maff.go.jp/j/pr/buzzmaff/> (最終閲覧 2023 年 1 月 26 日)

第6章 商店街振興

はじめに

本書で既に指摘したように、近年、人口減少、少子高齢化が進展している。日本の総人口は、今後長期の人口減少過程に入り、2048年には9913万と1億人を割り、2060年には8674万人になると推計されている¹⁰²。また、総人口が減少する中で、高齢化率は上昇が続き、2035年には33.4%、2060年には、39.9%に達し、国民の約2.5人に1人が65歳以上の高齢者となる社会が到来すると推計されている¹⁰³。

これは日本の経済に深刻な影響を与えると考えられる。内閣府は、人口が減少することは、労働力人口の減少・需要の減少に直接結びつくとしている。また、少子高齢化によっても、生産年齢人口が減少し、それに伴って生産性の減少、成長率の低下が起こることが懸念されるとしている¹⁰⁴。このように人口減少や少子高齢化が進展することで、経済に悪影響を与える可能性が非常に高いと考えられる。

例えば、仙台市は東北の中心都市として機能しているが、すでに本書でも指摘したように、将来は人口の減少が予想されている。2028年の約110万人をピークにそこから減少が進み、2070年には約92万人となり、100万人を切ることが予想されている。また高齢化率については2070年まで上昇を続けることが予想されている¹⁰⁵。それらに伴って、地域経済も衰退していくことが予想される。仙台市は、第三次産業が大部分を占める産業構造となっており、需要の減少や人材不足、企業の移転など、人口減少・少子高齢化の影響を大きく受けると考えられている。また東北地方の経済の中心として、周辺地域から支えられて経済が成り立っているが、東北地方は人口減少・少子高齢化の課題先進地域である。人口減少は全国平均と比べて約2倍のスピードで進むことが見込まれているほか、2040年に20～30代の女性が50%以上減少すると推測される「消滅可能性都市」が、東北地方では8割に上ると予想されている¹⁰⁶。

¹⁰² 内閣府(2013), 4頁.

¹⁰³ 同上, 5頁.

¹⁰⁴ 内閣府(2014), 110頁.

¹⁰⁵ 仙台市(2022a).

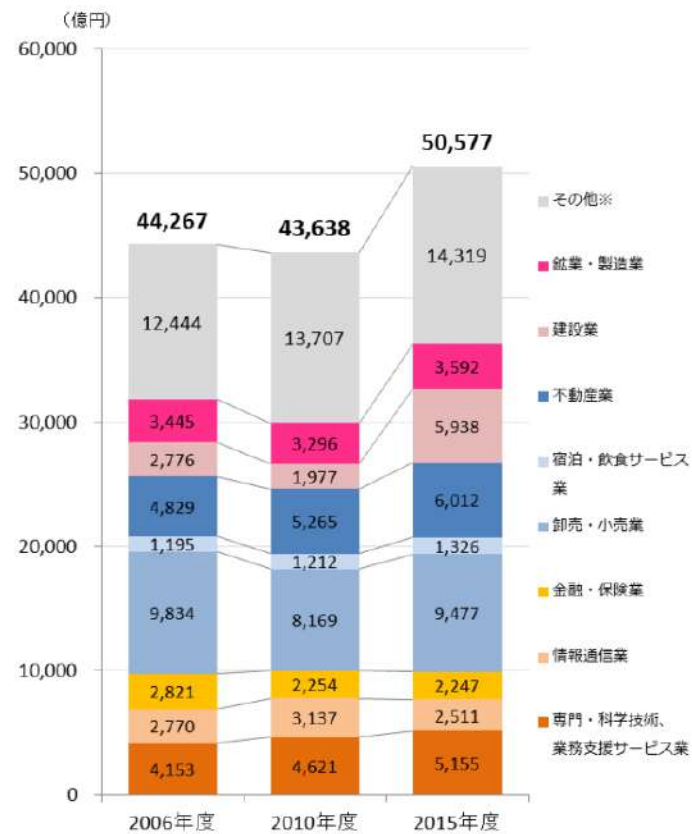
¹⁰⁶ 仙台市(2021), 7頁.

図表 6-0-1 仙台市の将来人口推計



出典：仙台市(2022)。

図表 6-0-2 仙台市の産業構造



出典：仙台市(2021)，7 頁。

図表 6-0-3 全国と東北地方の今後の人口減少・少子高齢化の比較

	全国	東北
65歳以上の人口割合 (2035年)	32.8%	38.9%
人口減少率 (2015-2045年)	16.3%	31.0%
消滅可能性都市の割合	49.8%	79.7%

出典：仙台市(2021)，7 頁.

これらのことから分かる通り、人口減少や少子高齢化の対策は急務ではあるが、効果の発現には長期を要するため、仙台市がそう遠くない将来に直面すると考えられる地域経済問題に対して、人口減少・少子高齢化を前提にどのように取り組んでいかなければならないのかを今から真剣に考えていかなければならない。

そのような中、地方都市で衰退の象徴の一つとなっているのが商店街である。戦後からその数を増やし、地域経済の中心となっていた商店街は、人口減少に加えて、大型商業施設、チェーン小売店の拡大、さらにはECの普及に伴い、利用者や売上の減少、後継者不足などといった問題に悩まされている。仙台市においても商店街の衰退は顕著である。昔は人が集まり、賑わいが絶えなかったが、今では駅前の商業施設や郊外のショッピングセンターに顧客を奪われて閑散とし、シャッターを下ろす商店の数も年々目立ってきている。実際、2020年に宮城県の商店街組織を対象に行われた調査では、商店街の最近の景況は、「衰退している」または「やや衰退している」と回答した商店街が全体の約9割を占める結果となっている¹⁰⁷。

一方で、商店街の特性を活かし、所得と消費が地域内で循環する場として活性化させることは、地方の経済を活性化させることに大きく寄与すると考えられる。先ほども述べた通り、商店街は昔から地域の経済活動の中心であり、店主も顧客もほとんどは地元の住民である。商店街を活性化させ、そこでの消費を喚起することで、地元店主や地元企業に直接資金が回り、その資金がまた地域内で消費されることにつながると考えられる。

また、上述の通り、かつて栄えていた地元の商店街が、現在は閑散とし、地域の賑わいが失われている状況を日々目の当たりにして、商店街の変革を行うことで、かつての活気を取り戻すべきであるが、同時に、地域経済の活性化を実現する上で、商店街振興は最も重要な要素の一つであると考えられる。

¹⁰⁷宮城県(2020)，2 頁.

これまで商店街振興について、国・地方それぞれからさまざまな施策が講じられてきたが、現状その衰退に歯止めがかかっているとは言い難く、地域経済の活性化にもつながってはいない。そのような中、内閣官房まち・ひと・しごと創生本部事務局は6つの重点枠組を掲げ、そのうちの一つとして「地域経営の視点」に基づく地方創生を挙げた¹⁰⁸。これにある通り、地域の経済構造を俯瞰してマネジメントを行い、地域に根ざした商店街を作り上げていくことが重要である。そして、それが今後の地方経済活性化の鍵になると考えられる。

そこで本章では、地域に寄り添った商店街の形成・振興を通じた地域経済の活性化の実現に向けて、現状分析とそこから考えられる課題、具体的な政策提言とその効果について検討を行う。

第1節 商店街再生の意義

第1項 商店街再生の必要性

検討に移る前に、まず、商店街活性化の必要性について論じる。近年、ECの拡大や、チェーン小売業の台頭により、私たちの生活スタイルは大きく変化をしている。それに伴って、従来の買い物の場であった商店街のニーズや果たす役割は大きく減少し、結果的に商店街の売上や客足の減少につながっている。これに対して、商店街活性化を目指し、さまざまな施策が講じられている一方で、商店街の必要性についての議論も多くなされており、実際に商店街は必要ないとの声も聞かれる。実際ECやチェーン小売業、大型商業施設によって市民の生活の利便性は向上し、かつての商店街を練り歩いて買い物を楽しむといった生活スタイルは一変した。そのような現在の状況では、商店街の再生・振興など行わず、大型商業施設やチェーン小売業に置き換えてしまうべきであると考えるのは合理的であるかもしれない。実際、ヒアリングの中でも、商店街の必要性は薄れ、かつての商店街をそのまま再生することには意義がないのではないかとの意見が聞かれた。そのような中で、地域住民からの必要性が失われつつある商店街を振興するために、なぜ多額の税金を投じ、行政や企業など多くの関係者を巻き込みながら、活性化を行う目的や意義があるのか、これを明らかにすることが、検討を行う上で重要である。

¹⁰⁸内閣官房まち・ひと・しごと創生本部事務局(2019), 16頁.

第2項 商店街再生の目的

まず、商店街振興の目的を明確にすることが重要である。商店街振興によって、最終的に実現を目指すのは地域の活性化である。ここでいう地域の活性化の定義として参考になるのが、中心市街地の活性化に関する法律の第3条である。そこでは、「中心市街地の活性化は、中心市街地が地域住民等の生活と交流の場であることを踏まえつつ、地域における社会的、経済的及び文化的活動の拠点となるにふさわしい魅力ある市街地の形成を図ることを基本とし、地方公共団体、地域住民及び関連事業者が相互に密接な連携を図りつつ主体的に取り組むことの重要性にかんがみ、その取組に対して国が集中的かつ効果的に支援を行うことを旨として、行われなければならない。」とされている。この条文から、地域の活性化は、(ア)地域経済の活性化、(イ)都市機能の増進の大きく二つに分けることができ、この2つをその地域に関わるもの全てが連携することによって目指していくことが読み取ることができる。

(ア)地域経済の活性化

これを参考にそれぞれについて見ていくと、(ア)については、お金が地域内を循環し、新たな投資機会が生まれることが重要である。つまり、地域住民が消費したお金が、首都圏に流出するのではなく、地元の事業者に渡り、それをもとに地元企業が、地元金融機関を中心に資金調達を行える状態になることが求められる。これを軸に考えると、商店街はまず、地域の経済機能を有している。中小小売業が集積し、また、その多くが地場企業である。地場企業の商品を地域住民が購入する場となっている商店街は、まさに地域の資金循環の場として見ることができる。これに対して先ほど挙げたチェーン小売業や大型商業施設のほとんどは本社が首都圏にあり、地方での売上も最終的には都市部へと集められることになる。つまり、消費したお金が地方に還元されることは少ないのである。

(イ)都市機能の増進

都市機能の増進については、地域住民同士の交流の場や伝統行事を継続するための場になるなど、経済機能だけでなく、地域住民の生活を支える役割を増進することも重要である。商店街は地域住民の生活に根ざし、地域資源を多く抱えている。また昔から、地域コミュニティの担い手として、防犯や福祉、子育て、文化の創造など、都市機能として住民に買い物をする場以外にも、多くの役割を提供していると考えられる。

このように商店街は、さまざまな側面において、地域活性化の担い手となる可能性を秘めている。大型商業施設の誘致などに頼るよりも、このような役割を持った商店街を活性化させることは、最終的な目的である地域の活性化に大きく寄与すると考えられる。

時代の流れや消費者のニーズに合わせた商店街を再構築しつつ、いかに地域の活性化を実現するか。以下では、この理念のもとに具体的政策提言を行うこととする。また、最後にはそれらの提言が仙台市以外の商店街に対しても有効であるかという点についても検討を行う。

第2節 商店街再生の現状と課題

第1項 全国の商店街の現状と課題

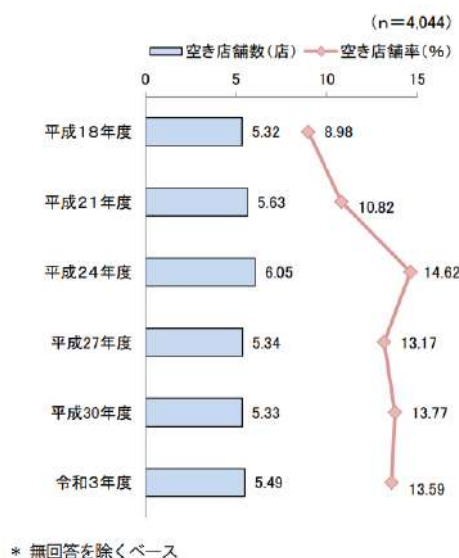
(1) 全国的な商店街の衰退

ここでは商店街再生の現状と課題について検討する。国と地方公共団体それぞれの現状や今後の方向性、それを実現していく上での課題とはいかなるものであろうか。まず、全国の商店街の現状と課題について整理する。中小企業庁によって全国の商店街を対象に行われた、2021年の「商店街実態調査」の中から、商店街の現状を表すいくつかのデータを示す。

(ア) 空き店舗率

空き店舗率について、2006年では8.98%であったのが、2021年では13.59%と増加している。また、空き店舗率が10%以上の商店街は全体の43.3%となり、こちらも前回調査から2.0ポイント増加していることがわかる¹⁰⁹。

図表 2-1-1 全国の商店街の空き店舗の推移



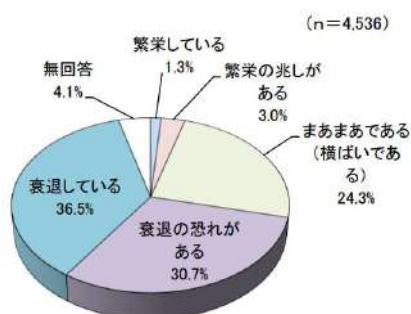
出典：中小企業庁(2022)，5頁。

¹⁰⁹ 中小企業庁(2022)，5頁。

(イ) 商店街の最近の景況

商店街の最近の景況については、以下の図表が示すように、「衰退している」が 36.5%、「衰退の恐れがある」が 30.7%となった。また、「繁栄している」は前回調査より 1.3 ポイント減少の 1.3%、「繁栄に兆しがある」は前回調査より 0.3 ポイント減少の 3.0%となり、全国的に商店街の衰退が進行していることが読み取れる¹¹⁰。

図表 2-1-2 全国の商店街の最近の景況

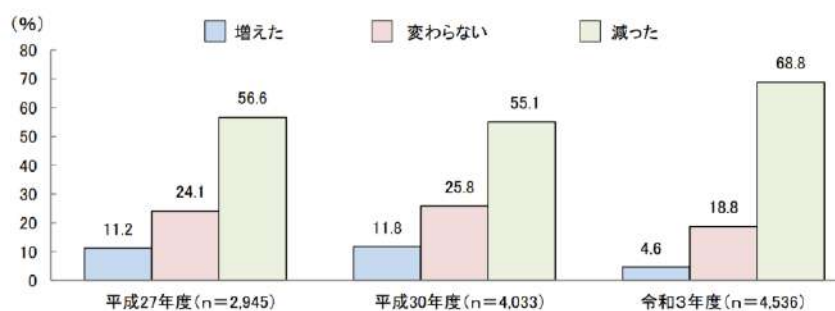


出典：中小企業庁(2022)，10 頁。

(ウ) 最近の商店街への来訪者

商店街の景況に関するデータとして、最近の商店街への来訪者の動向も挙げられている。最近 3 年間の来訪者について「減った」と回答した商店街は前回調査から 13.7%増加の 68.8%となった一方、「増えた」の回答は、7.2 ポイント減少の 4.6%となった¹¹¹。これらのデータは新型コロナウイルスによる影響もあると考えられるが、過去と比較して賑わいが失われつつあることがこれらのデータから読み取ることができる。

図表 2-1-3 全国の商店街の最近 3 年間の商店街への来街者の変化



出典：中小企業庁(2022)，11 頁。

¹¹⁰ 中小企業庁(2022)，10 頁。

¹¹¹ 同上，11 頁。

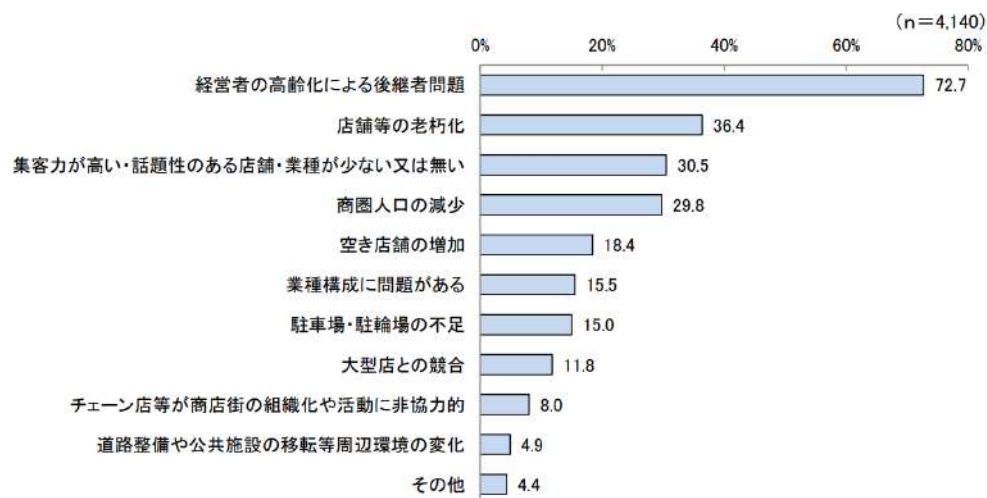
(2) 全国の商店街が抱える課題

ここでは、(1)で述べた全国の商店街の衰退が進行している原因・課題について整理する。これについても2021年の「商店街実態調査」にて、いくつかのデータが示されている。

(ア) 商店街の抱える課題

商店街関係者に対するアンケートの結果、商店街が抱える課題としては、「経営の高齢化による後継者問題（72.7%）」、「店舗の老朽化（36.4%）」、「集客力・話題性のある店舗が少ない又は無い（30.5%）」、「商圈人口の減少（29.8%）」が上位を占める結果となった¹¹²。

図表 2-1-4 全国の商店街の抱える問題(複数回答：3 つまで)



出典：中小企業庁(2022), 12 頁.

これに対して、住民側が商店街を含む、今後の中心市街地に期待する役割を示したデータがある。2019 年に内閣府地方創生推進事務局が行った「中心市街地活性化に関するアンケート調査」によると、経済的な役割よりも、「幅広い世代が暮らす場」や、「観光交流の場」、「多様な都市機能が集積したコンパクトシティの拠点」など、地域住民の生活に密着した役割を住民は望んでいることがわかる¹¹³。

これらの結果から、アンケートで直接把握できる課題の他に、商店街関係者と地域住民で商店街のあるべき姿について解釈の齟齬があることも課題として挙げられるのではないかと考えられる。つまり、商店街関係者は話題のお店などに

¹¹² 同上, 12 頁.

¹¹³ 内閣府地方創生推進事務局(2019), 45 頁.

よって集客を図ろうとしているのに対して、地域住民は商店街には地域生活の拠点としての役割を今後は求めており、ニーズに合っていない活性化の施策が講じられていることが、商店街祭市営・振興に結びついていないのではないかと
いうことである。

(イ) 経営者の後継者難に対する商店街の取組状況

先ほど挙げられた課題のうち、最も割合が大きかった「後継者問題」について、対策を行っているか調査したところ、「対策は講じていない」が全体の 96.0% を占め、ほとんど対策がなされていないことがわかる。これについては、経営状況なども関係しており、商店街関係者や商店主だけでは、対策することが難しいという背景があることも考えられるため、公的な支援の実施、拡充も検討すべきであろう。

図表 2-1-5 全国の商店街における後継者対策



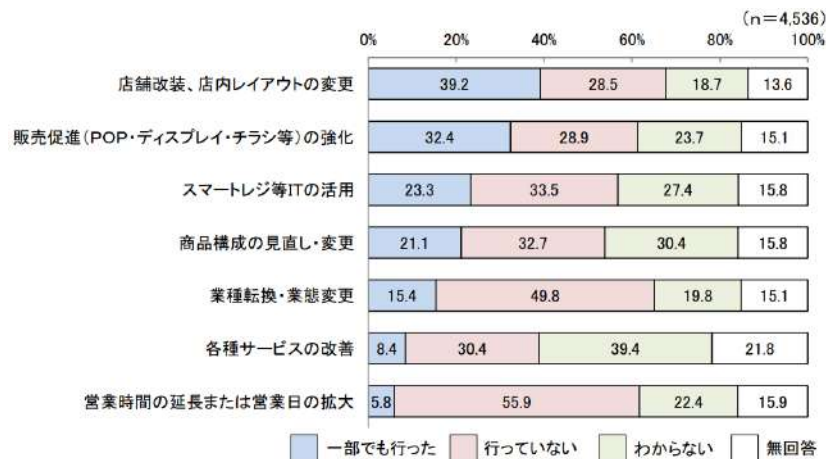
出典：中小企業庁(2022)，13 頁。

(ウ) 個店の魅力向上のための取組状況

魅力ある店舗を形成するための策について、それぞれの取組状況を示したものが以下の図である¹¹⁴。レイアウトの変更や、スマートレジなどの導入などが行われている一方、地域住民のニーズに合わせた取組については、そもそもなされていないところが多い。ハード面の整備も重要ではあるが、利用者のニーズに即したサービスを提供するといった、ソフト面の整備、改善も重要であろう。

¹¹⁴ 中小企業庁(2022)，15 頁。

図表 2-1-6 全国の商店街における個店の改善策・活性化策について

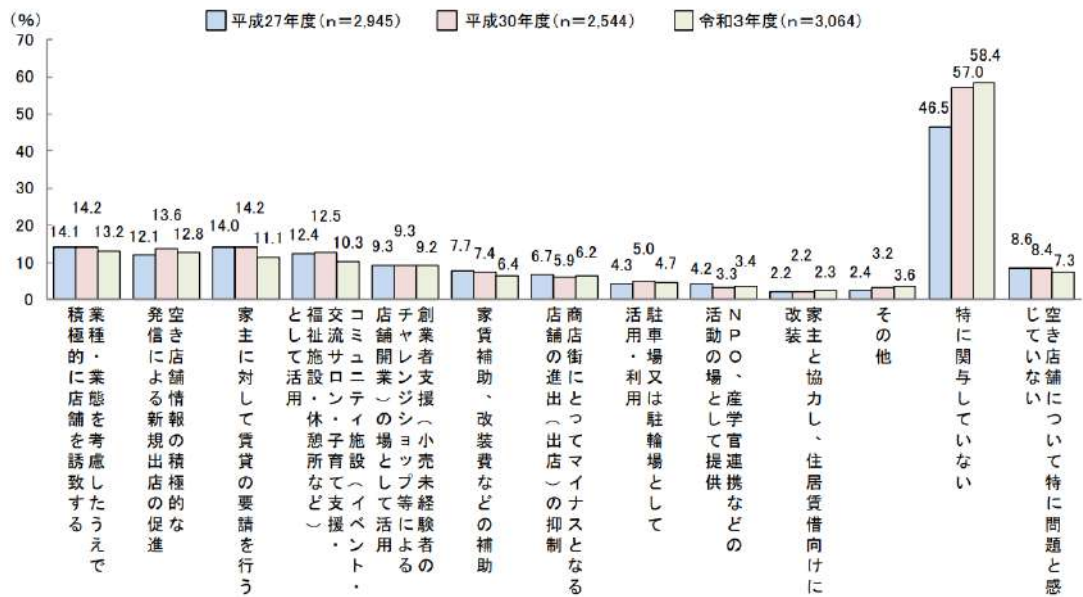


出典：中小企業庁(2022), 15 頁.

(エ) 空き店舗の発生に対する商店街の取組状況

空き店舗の発生に対する取組については、前回調査と比較して 1.4%増加の 58.4%が「特に関与していない」と答えている。一部では、他の用途に活用するために場所を提供したりなどといった取組を行ってはいるが、全体としては僅かであり、商店街主導ではほとんど対策が講じられていないということが読み取れる¹¹⁵。

図表 2-1-7 全国の商店街における空き店舗の発生に対する取組



出典：中小企業庁(2022), 16 頁.

¹¹⁵ 中小企業庁(2022), 16 頁.

第2項 国・ふるさとの商店街振興の方向性と課題

(1) 国の商店街振興の方向性と課題

(ア) 国の商店街振興の方向性

第1項では、全国の商店街の現状と課題について述べた。ここでは、それらに対する国の商店街振興の現状と今後の方向性、またそこで課題となっていることを整理し、次節での政策提言につなげたい。

商店街を含む地域経済活性化政策は経済産業省を中心に取り組まれてきた。モータリゼーションの進展や、大型小売店立地の規制が緩和されたことに始まり、人口減少・高齢化の進展、ライフスタイルの変化が続き、商店街衰退が進展した。そこにECの拡大や新型コロナウイルスの蔓延が重なり、衰退はより深刻なものとなった。商店街の衰退に対して、大型小売店などが台頭してきた2006年ごろは、それらに対抗するために、商店街が持つ経済機能の側面の強化・向上に注力した政策を行い、商店街の売上向上、活性化を図っていた¹¹⁶。しかし、駐車場を備え、豊富な品揃えを擁し、かつ安価で提供する大型小売店に、商店街の小売店が対抗することは厳しいのが現状である。そこにさらにインターネットの発展による生活スタイルの変化もあり、住民にとって、商店街はかつての「地域の商業の中心」という役割への期待は失われ、商店街自体の変革が求められるようになった。

(i) 商店街の役割の転換

そこで、国は、地域のニーズに合わせた商店街を形成するために、政策の方向性を転換した。まず、商店街を一概に捉えるのではなく、地域の実情や商店街の機能別に分類し、その商店街にフォーカスした対応を行うべきであるとした。また、商店街が置かれている状況の客観的把握に努め、住民のニーズを踏まえた方向性の検討、取組の推進が今後は求められるとした。加えてこれまで以上に地方公共団体と協調していくことが必要であるとした。

中小企業庁が2020年に出した商店街支援の今後のあり方について述べた資料では、国と地方公共団体による協調した支援のあり方の一つとして、商店街が目指す方向性については、地方公共団体が中心となって地域の選択を行い、その上で、「地域の実情に応じて、住民の暮らしを支える視点」と、「広域的な視点経済社会全体の大きな変化への対応の視点」の両面から、地方公共団体と国が役割分担しながら、相乗効果を発揮する形で支援を行うという案が示された¹¹⁷。

(ii) デジタル化の推進

また、まち・ひと・しごと創生本部にヒアリングを行った際に、上述の新たな

¹¹⁶ 中小企業庁(2020), 17頁.

¹¹⁷ 中小企業庁(2020), 24頁.

商店街の形を模索し、地域のニーズに応えた商店街形成に向けて支援を行っていくという方向性に加えて、デジタル化の推進も重要であることが示された。

2022年12月23日に閣議決定されたデジタル田園都市国家構想総合戦略でも、生産性や利便性を向上させ、地域の魅力を高める大きな可能性を秘めたデジタルに着目し、わが国の経済社会を持続可能なものとしていくために、各地域の実情に応じたデジタルトランスフォーメーションを強力に推進することが求められるとした¹¹⁸。

(イ)国の商店街振興で今後求められること

国の方向性は上述の通り、(ア)商店街の役割の転換、(イ)デジタル化の推進の大きく2つに分けることができる。このそれぞれ2つに対して実現のために今後求められることを以下に示す。

(i)商店街の役割の転換

まず、(ア)商店街の役割の転換についてである。その課題は、すでに方向性の箇所でも述べたが、支援の対象が、「売上の向上・経営改善」や「商店街の整備」などといった商業機能にフォーカスした政策が多くなっており、地域のニーズに応えた商店街の形成については、支援が十分なされていないことである。

経済産業省も、新たな商店街政策の在り方検討会の中で、「平成27年度からは、アーケード整備やカラー舗装等のハード整備への支援を止め、商店街組織が行う社会的課題に対応して行う全国的なモデルとなるようなソフト事業を集中的に支援することとしている」¹¹⁹としている。そのため、今後は地域のニーズに応えた商店街の役割転換に向けて、商業機能に着目した政策だけでなく、社会的課題の解決や、公共的な役割を果たすための取組に対しても支援対象を拡大させた政策が求められよう。

(ii)デジタル化の推進

デジタル化を促進するためには、まず各地域がデジタル技術を活用するのに十分な通信インフラを整備することが必要であり、それから地方公共団体に働きかけて、地域にデジタル技術の普及を働きかけてもらうという大きく2段階のステップを要する。つまり、デジタル化の促進で今後求められることとしては、(a)通信インフラの整備、(b)デジタル技術の導入の促進の2つが挙げられ、これらを実行・支援する政策が必要であると考ええる。

一方で、(a)通信インフラの整備については、総務省が策定した「デジタル田園都市国家インフラ整備計画」¹²⁰の中で、光ファイバー、5G、海底ケーブル等、

¹¹⁸ 内閣官房(2022), 1-2頁.

¹¹⁹ 新たな商店街政策の在り方検討会(2017), 19頁.

¹²⁰ 総務省(2022a).

6G について具体的施策と今後取り組むべき事項のロードマップが示されている。また、(b)デジタル技術の導入の促進については、2022 年 12 月に閣議決定された「デジタル田園都市国家構想総合戦略」の中で、各分野でデジタル技術導入の促進を図る施策が検討されている¹²¹。そのため、本書では、デジタル化の推進については提言を行わず、今後の研究対象とする。

(2) ふるさとの商店街振興の方向性と課題

(ア) ふるさと仙台市の商店街振興の方向性

ここでは、仙台市の商店街振興の現状と今後の方向性、またそこで課題となっていることを整理し、次節での政策提言につなげる。

東北の中心として栄える仙台の中心部にある商店街もすでに述べたものの例外ではなく、近年衰退が進展している。第 1 項で提示した仙台市の人口・高齢化率のデータからも分かる通り、現状仙台市の人口は微増の傾向にあり、高齢化率も他の東北地域と比較すると低い値といえる¹²²。しかし、駅周辺の再開発や郊外の大型小売店の進出などにより、商店街の現状は厳しいものとなっている¹²³。将来は仙台市も人口減少・少子高齢化に苦しむと想定されており、商店街は一層厳しい状況に立たされると考えられる。

(i) 仙台市の現状の施策

そのような中で、宮城県や仙台市も様々な施策を講じている。宮城県では、「商店街ステップアップ支援事業」¹²⁴や商店街 NEXT リーダー創出事業¹²⁵などが行われている。仙台市では、「頑張る商店街応援事業」¹²⁶や「商店街環境整備事業」¹²⁷などが行われている。どちらについても、商店街の売上の向上や集客、商店街の環境整備が中心の施策となっている。

(ii) 仙台市の商店街振興の方向性

仙台市の今後の商店街振興の方向性として、1 つの参考になるのが、2019 年 3 月に仙台市から出された「仙台市経済成長戦略 2023 年」である¹²⁸。この中で、戦略の全体像として、仙台・東北で暮らす人々が、経済的な豊かさを享受することはもちろん、社会的課題の解決を通じて生活の質の向上を実感できる未来を掲げている。それを実現するための取組として、「地元企業や産業の競争力強

¹²¹ 内閣官房(2022), 56-318 頁.

¹²² 仙台市(2022a).

¹²³ 宮城県(2020), 2 頁.

¹²⁴ 宮城県(2023).

¹²⁵ 同上.

¹²⁶ 仙台市(2022b).

¹²⁷ 同上.

¹²⁸ 仙台市(2021).

化」、「経済成長と社会的課題解決の両立」、「東北の持続的発展への貢献」の3つが必要であるとした¹²⁹。

これらは、商店街振興の方向性とそこに必要な視点にも通ずる。商店街はかつての商業機能だけでなく、地域住民の交流の場など社会的機能、側面もより一層求められるようになった。商店街振興によって地域経済の活性化、地方創生を実現するためには、(a)商店街の地元企業の差別化・競争力の強化、(b)住民のニーズに応えた商店街形成によって地域の社会課題を解決すること、(c)商店街の持続可能性を確保していくことが求められる。

また、宮城県庁でのヒアリング等を通じて明らかになったのは、今後商店街を振興する上で、行政主導の施策ではなく、地域住民のニーズを反映し、個人の想いや感覚を重視した施策を講じていく重要性である。

まとめると、仙台市の今後の方向性ないし目標は、地元の企業の差別化・競争力の向上や持続可能性の向上の支援を行うとともに、地域住民のニーズや想いを反映した商店街の形成を行なっていくというものである。

(イ)仙台市の商店街振興で今後求められること

仙台市の現状の施策と方向性は上述の通りである。方向性ないし目標を実現する上で、今後求められることについて次に述べたい。進むべき方向性は、上述の通り、地元企業の差別化・競争力の向上、持続可能性の向上、地域住民のニーズを反映することである。これらを踏まえて先ほどの現状の施策を見ると、商店街についての情報発信や集客、売上の向上を目的とした施策は多く講じられている一方、商店街自体の差別化の促進については拡充の余地がある。

以上から、仙台市の商店街振興施策の課題、今後求められることとしては大きく2点挙げられると考える。

1つ目は、地域資源の発掘・活用の促進を通じた、大型小売店などとの差別化である。商店街は古くから地域経済の中心として役目を果たし、地元の商店主たちによって支えられてきた。そうした特徴や背景から、財・サービスや景観など、その地域特有のものも多く、地域資源の宝庫であるといえる。例えば仙台市では、定禅寺通や仙台七夕まつりなどが地域資源として挙げられる。また、宮城県庁の志賀総務部長からうかがったように、これらを行政が主体となっていくのではなく、利用者である地域住民の目線・ニーズに沿って地域資源を発掘することや、既存の地域資源の活用を促進していくことが今後求められる。

2つ目は、後継者や商店街の担い手の発掘である。方向性ないし目標として、持続可能性の向上が挙げられているものの、現状一番の課題になっているのが、

¹²⁹ 同上、11頁。

後継者不足である¹³⁰。これに対して、商店街 NEXT リーダー創出事業¹³¹など施策が講じられているが、改善には至っていない。この原因は、現状の施策では、新規事業を起こす者にとって一番ネックとなるリスクの問題にアプローチできていないことであると考えられる。商店街で事業を行うためには、ほとんどの人が今行なっている仕事を止める必要がある。衰退が進む商店街で、自らの職を手放してまで、事業を起こすことには大きなリスクが伴う。開業の資金援助やセミナー等を行なってもこのリスクの根本的な解決にはつながらない。今後は補助金やセミナーなどに加えて、起業者のリスクを軽減し、後継者・担い手の裾野を広げていくことが求められる。

第3節 旧まち・ひと・しごと創生本部への政策提言

国の商店街振興の課題、求められることとして、第2節では、(1)商店街の役割の転換、(2)デジタル技術の導入促進の2つを挙げた。ここではそのうち商店街の役割の転換について、旧まち・ひと・しごと創生本部に相当する内閣官房デジタル田園都市国家構想実現事務局へ政策の提言を行う。

名称：「イキイキ街創出プロジェクト」

(ア)提言の概要

ニーズに応えた商店街形成を支援し、従来の商業機能中心の商店街から地域住民の生活に寄り添った商店街へ役割の転換を促す政策として、「イキイキ街創出プロジェクト」を提言する。

この提言の概要は、地域住民のニーズに応えたコミュニティ形成に対して新たな KPI を設定し、その向上に取り組む地方公共団体に対して交付金による支援を行うというものである。従来は売上向上や商店街整備に取り組む自治体に向けて、交付金を与え、支援を行っていた。しかし、今後、商店街の役割転換を促進するために、売上など経済的な側面だけでなく、交流人口や、通行歩行者量など社会的側面の向上に向けた取組にも支援を拡大し、役割の転換の促進を狙う。

(イ)KPI の例

新たな KPI の例としては、交流人口や、歩行者通行量などを想定している。これらを想定したのは、愛知県名古屋市の円頓寺商店街や、佐賀県基山町の基山モール商店街の実例が背景にある。

¹³⁰ 宮城県(2020), 4 頁.

¹³¹ 宮城県(2023).

(i) 円頓寺商店街

外国人観光客が増加したことを踏まえて、JR 名古屋駅と名古屋城の中間に立地しているという特徴を活かし、閉店した老舗喫茶店を改装するなどし、商店街内に観光客向けのゲストハウスを整備した。その結果、外国人観光客と地域住民の交流が生まれ、商店街の活気が増したとともに、国際的な雰囲気が若年層の集客にもつながり、ゲストハウスの整備から 4 年後には、商店街の売上高も 50%増加した¹³²。

(ii) 基山モール商店街

福岡県の主要都市までアクセスが良い立地にあるという特徴を活かし、保育ニーズの高まりによって広い場所への移転を検討していた近隣の保育園を商店街に誘致した。また、保育園に通う園児の保護者に商店街で使える割引券等を配布し、送迎にきた保護者に商店街内での買い物を促すことにより、商店街の歩行者通行量は 24%増加した¹³³。

これらの事例を見ると、地域の特徴を活かし、住民などの課題やニーズに寄り添った施策を講じることで住民の交流や歩行者通行量の増加に繋がり、そのことが最終的には地域の活性化や売上の向上につながっている。このように売上だけでなく、交流人口や通行歩行者量など、社会課題の解決や住民のニーズにフォーカスした KPI を設定し、その達成に向けた取組に対しても支援を行うことで、最終的には商店街、地域経済の活性化につなげることができると考えられる。

(ウ) 期待される効果

この提言によって、商店街の役割の転換を促進することができる。また、その過程で円頓寺商店街の例のように、地域資源の発掘、活用を通じた地域の魅力向上、競合との差別化を図ることにつながる。最後には、商店街、地域経済の活性化実現に寄与することが期待できる。

第4節 ふるさと仙台市への政策提言

ふるさと仙台市の商店街振興の課題、求められることとして、第2節では、(1) 住民目線に基づいた地域資源の発掘・活用の促進、(2) 新たな後継者・商店街の担い手の発掘の2つを挙げた。ここでは、この2つの大きな課題に対して、仙台市へ2つの政策の提言を行う。

¹³² 中小企業庁(2020), 15 頁.

¹³³ 同上, 14 頁.

(1)住民目線に基づいた地域資源の発掘・活用の促進に関する提言

名称：アプリ「あつまれ！仙台市民の杜」

(ア)提言の概要

行政主導ではなく、住民の目線、感覚に基づいた地域資源の新規発掘、活用を促進し、魅力ある商店街を実現するための政策として、「あつまれ！仙台市民の杜」のアプリ開発・運営を提言する。

この提言の概要は、商店街の利用や商品の購入をおこなった際、アプリ上で商品やサービス等に関するフィードバックを送ることができ、それに応じてスタンプが付与され、一定数スタンプを獲得すると、商店街で利用できるデジタル商品券を獲得できるというものである。

ここでのフィードバックの内容としては、商品やサービスなど店舗に関する内容に限らず、商店街の施設や魅力など幅広く、かつ、利用者が感じたことについて自由に送信できるものを検討している。

また、アプリの機能としては、フィードバックとデジタル商品券の機能の他に、先述の地域電子通貨や、セールや期間限定商品の販売など、商店街に関するお得なニュースを通知する機能などを候補として検討している。

(イ)先行事例

このアプリを提言するに至った背景として、仙台で現在行われている、「めぐってトクするデジタルスタンプラリー」において用いられている「仙台まちいこ」アプリがある¹³⁴。概要は、対象エリア内で1000円以上の買い物をした場合、スタンプを1つ獲得することができ、4つで2000円分の商品券が得られるというものである。

これによって商店街を含む対象エリアでの購買を喚起でき、商店街振興・地域経済に貢献すると考えられる。一方で、現状は集客や売上の向上に止まり、商店街の魅力向上などを通じた商店街の継続的な利用につなげることは難しいだろう。

そこで、現状のアプリの運営技術等は引き継ぎ、その内容を先述の提言にブラッシュアップすることで、商店街の魅力向上に繋がり、最終的には更なる売上の向上が見込めると考える。

(ウ)期待される効果

期待される効果として、まず今後求められる住民目線からの地域資源の発掘、活用が促進されることが挙げられる。実際に利用した顧客から直接フィードバックを得ることができるため、店舗の経営状況の改善だけでなく、今まで商店街や行政が認知していなかった地域資源やニーズを捉えることができ、それを取組に反映・活用することで、商店街の魅力の向上、競合との差別化が期待できる。

¹³⁴ 仙台市(2023)。

また、対象エリアを商店街に限定し、商品券についても商店街のみで使えるようにすることで、商店街でお金を消費することが促され、商店街の振興、そして最終的には地域経済の活性に大きく貢献することが見込まれるだろう。

(2) 新たな後継者・商店街の担い手の発掘に関する提言

名称：「仙台 BASE」

(ア) 提言の概要

商店街で事業を行う上でネックとなっているリスクを解消することで、参入障壁を低減し、商店街の大きな問題である後継者・担い手不足を解決するための政策として、「仙台 BASE」を提言する。

この提言の概要は、空き店舗となっている場所で、希望者に特定の曜日限定など、短期間の出店をしてもらうというものである。仙台市は、商店街組織、商工会議所と協議会を設立し、空き店舗と出店者の仲介になることを想定している。

なお、この協議会において、仙台市は行政として、私人の利害関係や権利関係の調整を行うことを期待している。また、「あつまれ！仙台市民の杜」などを通じて得られた情報やニーズを提供することで、試験的な出店者に対して出店後の支援を行うことも期待している。

(イ) 期待される効果

出店を考えている者の多くはすでに職業に就いており、出店する場合、その職業を止める必要があるのがほとんどである。そのような状況で、衰退が進む商店街で出店することは大きな不安やリスクが伴い、それがネックになっていると想定されよう。

この政策によって、職に就いていても短期的に出店できるため、商店街事業への参入障壁が下がり、商店街事業に対する興味関心の増加、後継者・担い手の確保を期待できる。また、比較的短期間で店舗が変わることで、消費者は、多様な商品ラインナップのもと、毎回新鮮さを感じることができる。その結果、この政策は商店街の特徴・強みの一つになりうるだろう。加えて、地元住民が出店者になり商品を販売するならば、それは、新しい地域資源の発掘・創出にもつながるだろう。

おわりに

本章では、総合戦略の重点枠組における 6 つ目の視点、すなわち「地域経営の視点で取り組む」に基づきながら、地域に寄り添った商店街の形成・振興を通じ

た地域経済の活性化の方策を検討し、政策を提言した¹³⁵。本章では、国と仙台市の今後の商店街振興の在り方について 1 つの方向性を示すことができたのではないかと考える。

一方で、特に仙台市への提言において、対象は同市の中心部に位置する商店街であり、これを前提に提言をおこなった。本章では、基本的な対象を仙台市に特定したが、地方創生を考える上では、十分な客の来街がある程度期待できる商店街や、地方の中心都市の経済を活性化させることだけでなく、すでに人口減少・高齢化が進展し、客の来街が期待できない商店街や、すでに衰退した地域でいかに対応していくかということも重要である。

それを踏まえて、今回の提言を振り返ると、仙台やそれと同等の規模の商店街・地域にのみ適応できる提言にとどまっている。しかし、地域の規模や特徴によって類型化し、それぞれが抱える難問に応じた政策提言を行うことも可能であろう。その検討は、ひいては地方全体の活性化を実現させることにつながると考えられる。

¹³⁵ 内閣官房まち・ひと・しごと創生本部事務局（2019），16 頁。

参考文献

- ・新たな商店街政策の在り方検討会(2017)「新たな商店街政策の在り方検討会
中間取りまとめ(案)」. https://www.meti.go.jp/committee/kenkyukai/chuki/shotengai_seisaku/pdf/005_01_00.pdf (最終閲覧 2023 年 1 月 26 日)
- ・仙台市(2018)「パンフレット『仙台の再開発』」. <https://www.city.sendai.jp/saikaihatsu/kurashi/machi/kaihatsu/kaihatsu/saikaihatsu/pamphlet2.html> (最終閲覧 2023 年 1 月 26 日)
- ・仙台市(2021)「仙台市経済成長戦略 2023」. <https://www.city.sendai.jp/kezai-chose/kurashi/machi/kezaikoyo/koyo/jore/senryaku2023.html>
(最終閲覧 2023 年 1 月 26 日)
- ・仙台市(2022a)「将来人口推計」. <https://www.city.sendai.jp/chosatoke/hise/toke/shoraijinko.html> (最終閲覧 2023 年 1 月 26 日)
- ・仙台市(2022b)「頑張る商店街応援事業助成金」. <https://www.city.sendai.jp/shogyoshinko/download/bunyabetsu/shigoto/ushi/kofu.html> (最終閲覧 2023 年 1 月 26 日)
- ・仙台市(2022c)「商店街振興」. <https://www.city.sendai.jp/shogyoshinko/jigyosha/kezai/jigyosho/shien/shotengai.html> (最終閲覧 2023 年 1 月 26 日)
- ・仙台市(2023)「仙台の商品券メグトク」. <https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwjPi9Cwz9z8AhUTsFYBHQgsDWwQFnoECAsQAQ&url=https%3A%2F%2Fwww.sendai-stamprally.com%2F&usg=A0vKaw0b6g8NWRHxoIqX-f-B4z2M> (最終閲覧 2023 年 1 月 26 日)
- ・総務省(2022a)「デジタル田園都市国家インフラ整備計画」. https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwj7zKuI3t78AhWHGYgKHcHHAm8QFnoECAOQAQ&url=https%3A%2F%2Fwww.soumu.go.jp%2Fmain_content%2F000803507.pdf&usg=A0vVaw0GXa5LAXMF07J-acF-8Be (最終閲覧 2023 年 1 月 26 日)
- ・総務省(2022b)「地域社会のデジタル化に係る参考事例集【第 2.0 版】」. https://www.soumu.go.jp/main_content/000835268.pdf
(最終閲覧 2023 年 1 月 26 日)
- ・中小企業庁(2020)「地域コミュニティにおける商店街に期待される新たな役割と支援のあり方」. https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwiJs97px9z8AhU_mFYBHQGB2sQFnoECBIQAQ&url=https%3A%2F%2Fwww.meti.go.jp%2Fshingikai%2Fsme_chiiki%2Fjizoku_kano%2Fpdf%2F002_02_01.pdf&usg=A0vVaw2LFMJ-iut2aCYaJqZspeuZ

(最終閲覧 2023 年 1 月 26 日)

- ・ 中小企業庁(2022)「令和 3 年度商店街実態調査報告書 概要版」.
<https://www.chusho.meti.go.jp/shogyo/shogyo/2022/download/220408shoutengai01.pdf> (最終閲覧 2023 年 1 月 26 日)
- ・ 内閣官房デジタル田園都市国家構想実現事務局(2022)「デジタル田園都市国家構想総合戦略」.
https://www.cas.go.jp/jp/seisaku/digital_denen/pdf/20221223_honbun.pdf (最終閲覧 2023 年 1 月 26 日)
- ・ 内閣官房まち・ひと・しごと創生本部事務局 (2019)「地方創生の現状と今後の展開」.
https://www.soumu.go.jp/main_content/000635353.pdf
(最終閲覧 2023 年 1 月 26 日)
- ・ 内閣府地方創生推進事務局(2019)「中心市街地の活性化に関するアンケート調査 結果概要」.
https://www.chisou.go.jp/tiiki/chukatu/renrakukaigi/h31_dail/siryo2.pdf (最終閲覧 2023 年 1 月 26 日)
- ・ 内閣府(2003)「平成 15 年度 年次経済財政報告」.
<https://www5.cao.go.jp/j-j/wp/wp-je03/03-00302.html> (最終閲覧 2023 年 1 月 26 日)
- ・ 内閣府(2012)「平成 24 年版 高齢社会白書 (全体版)」.
<https://www8.cao.go.jp/kourei/whitepaper/w-2012/zenbun/index.html>
(2023 年 1 月 26 日最終閲覧)
- ・ 宮城県(2020)「令和 2 年度宮城県商店街実態調査結果」.
<https://www.pref.miyagi.jp/documents/25914/843211.pdf> (最終閲覧 2023 年 1 月 26 日)
- ・ 宮城県(2022)「商店街振興に係る各種補助事業のご紹介」.
<https://www.pref.miyagi.jp/soshiki/syokokin/hojyo-main.html>
(最終閲覧 2023 年 1 月 26 日)
- ・ 宮城県(2022)「商店街ステップアップ支援事業費補助金 (再募集)」.
<https://www.pref.miyagi.jp/soshiki/syokokin/stepup.html>
(最終閲覧 2023 年 1 月 26 日)
- ・ 宮城県(2023)「商店街 NEXT リーダー創出事業」.
<https://www.pref.miyagi.jp/soshiki/syokokin/nextleader.html>
(最終閲覧 2023 年 1 月 26 日)
- ・ 宮崎大学(2022)「宮崎-バン格拉デシュ・モデルがクローズアップされました」.
<https://www.miyazaki-u.ac.jp/newsrelease/international-info/--.html> (最終閲覧 2023 年 1 月 26 日)

第6章 京都市における都市機能向上に向けた交通・まちづくり政策

はじめに

本章では、総合戦略における重点枠組のうち、6本目の柱である「地域経営の視点」を念頭に置きつつ、交通・まちづくり政策について検討する。人口減少や少子高齢化の進展は全国的に見られており、そのため、今後、税収の減少が考えられる。そうすると、税金をもとに運営されている国や地方自治体が行っている公共サービスは質・量ともに減少する可能性がある。これにつき、まちづくり・交通の側面から、住宅や店舗などの郊外立地化が進み、市街地の拡散、低密度な市街地形成といった例が少なくない。この点、人口減少が見込まれ、厳しい財政状況下で、広範囲にわたる居住者の生活を支えるサービスを提供することは、将来的に困難になると考えられるからである。こうした中で、持続可能な都市の基盤となる交通・まちづくり政策に着目した。

本章では、第1及び第2節で京都市の課題、これまで京都市の取組みをめぐる状況についてそれぞれ分析する。その上で、第3節では提言として「スルッとしない？京都」を提言する。第4節ではロードプライシングの京都市への導入に際して考えられうる主な課題等について論じる。

第1節 京都市の課題

(1) 京都市の基礎情報・現状

京都市は、京都府南部に位置する内陸都市であり、面積は京都府面積の5分の1以上を占める。人口は、約140万人を有する政令指定都市であり、京都府人口の約半分が集中している。現在、京都市は、同市を中心として京都府南部や滋賀県南西部に及ぶ京都都市圏を形成するとともに、大阪市、神戸市と並ぶ近畿地方の大都市の一つとして、京阪神大都市圏を形成している。

京都市は、平安京開設以来1200年以上の歴史を積み重ねてきた都市であり、市内中心部は、平安京造営の際の南北と東西の道路が垂直に交わる碁盤目状の道路構成を基礎として形成されてきており、京都市の市街地は、都市部や伏見の中心部など古くから市街地であったところを中心に拡大した経緯があり、きわめて歴史的な背景を持っている。

京都市の人口は、2022年1月1日現在の住民基本台帳をもとにした総務省の

調査では 138 万 8807 人であり、前年の同時期より、1 万 1913 人減少している。その減少数は全国の市町村で最多となっており、今後も人口減少、高齢化が見込まれている¹³⁶。

また、京都市の財政は厳しい状況下にあり、コロナ禍の影響も受けて 2021 年度以降毎年 500 億円～600 億円程度の財源不足が生じ、2025 年度までの 5 年間で計 2800 億円の財源不足が生じる見込みとなっている¹³⁷。そのため、一部で財政再生団体に陥る可能性があると言われている。

(2) 市内における交通の現状・課題

京都市内の交通手段のうち、まず自転車について見ておこう。同市は、生活に身近な施設が比較的コンパクトに集約しており、坂が少ないといったまちの特性から、自転車を保有し、利用している割合は 58.8%、自転車の利用頻度は週 1～2 日以上が 87.1%であり、そのうち、毎日利用が 21.4%と高い利用率にある¹³⁸。

また、市内の鉄道・バスについて、新型コロナウイルス感染症拡大の影響で、2020 年以降、利用者数が一時的に減少しているものの、経年的には 2009 年以降増加傾向で推移している¹³⁹。これは、市内の公共交通網が発達していることも影響している。居住地から最寄りの鉄道駅・バス停への到達し、待ち時間も含めて乗車するまでに要する時間は、市内居住人口の約 70%が 15 分以内、96%が 30 分以内となっている。また、運行頻度が 1 日 30 本以上の鉄道路線およびバス路線の徒歩圏人口カバー率は、92%というデータもある¹⁴⁰。

この影響を受けて、市内中心部の自動車交通量は道路交通量調査によると 2005 年から 2015 年にかけて 9%減少している¹⁴¹。一方、交通渋滞は市内中心部及び観光地周辺で局所的に発生している。市内中心部では、旅行速度 20km/h 未満の路線が多数存在し、全国 (34.3km/h) や政令指定都市の中でも最も遅い値になっており¹⁴²、これは渋滞が要因であると推察される。京都市内の主要渋滞箇所数は 100 箇所である¹⁴³。特に市内主要エリア（堀川通、五条通）や観光エリア（東大路通、嵐山周辺）では多くの渋滞が発生している。

¹³⁶ 日本放送協会 (2022)。

¹³⁷ 京都市 (2021), 13 頁。

¹³⁸ 京都市 (2021), 30 頁。

¹³⁹ 同上。

¹⁴⁰ 京都市 (発行年不明 a), 3 頁。

¹⁴¹ 国土交通省 (2018)。

¹⁴² 京都市建設局 (2014)。

¹⁴³ 将来道路ネットワーク研究会 (2018)。

(3) 公共交通の課題

京都市への年間観光客はコロナ禍前の 2019 年は 5352 万人と、2012 年から 7 年連続 5000 万人を超えており、うち、外国人観光客数は 886 万人に上っている¹⁴⁴。2017 年の京都市バスと市営地下鉄の 1 日あたりの乗客数は 75 万 5 千人（前年度比 1.8%増）となっており、市バスは前年度比 5 千人増の 36 万 8 千人、市営地下鉄が 8 千人増の 38 万 7 千人である¹⁴⁵。

こうした中で、2017 年の観光満足度調査では、観光客の「電車・バスなどの公共交通機関の混雑」の残念度が上位にあり、日本人観光客の残念度は 2016 年度 12.3%から 2017 年度 9.7%¹⁴⁶と高止まりし、外国人観光客の残念度は 2016 年度 9.5%から 2017 年度 14.2%¹⁴⁷へ増加している。このことからすると、インバウンドなど観光客の増加が見込まれる中、バスの定時性、車内混雑、乗車待ちへの不満への対処が必要であると考えられる。

さらに、観光客の増加・集中は、地元市民の生活にとっても大きな負担となっている。例えば、バスの運行では、渋滞が原因で延着が発生することがあり、定時性が損なわれている課題がある。

第 2 節 これまでの京都市の取組みを巡る状況

(1) 京都市の行政施策・取組み

1895 年の日本初の路面電車開通、1928 年の京都市バス開業など、京都市は近代交通の最先端にあった。戦後、大きな戦災を免れた影響を受け、旧来の道路網が残り、その後の高度成長期の自動車の利用増加への対応が道路の拡幅、整備等の面で他都市に比べ不十分なものとなった。

1960 年代後半にマイカー規制等の自動車交通量抑制施策を実施したものの、道路混雑の抜本的な解決に至らず、1978 年には利用者減等により、市内路面電車が廃止され、市バスが受け皿となった。3 年後の 1981 年に市営地下鉄烏丸線の開業、1997 年の市営地下鉄東西線が開業され交通基盤の充実が図られた。

その後、2010 年には人と公共交通優先のまちの実現を目指して「歩くまち・京都」総合交通戦略を策定し、非自動車（徒歩・公共交通・自転車）分担率の 80%超えを数値目標として設定した。これに関連して、2012 年に将来の都市構造として「エコ・コンパクトな都市構造」が掲げられ、交通拠点の周辺に都市機能を集積させることなどが明記された。具体的には、四条通の歩道拡幅をは

¹⁴⁴ 京都市(2019).

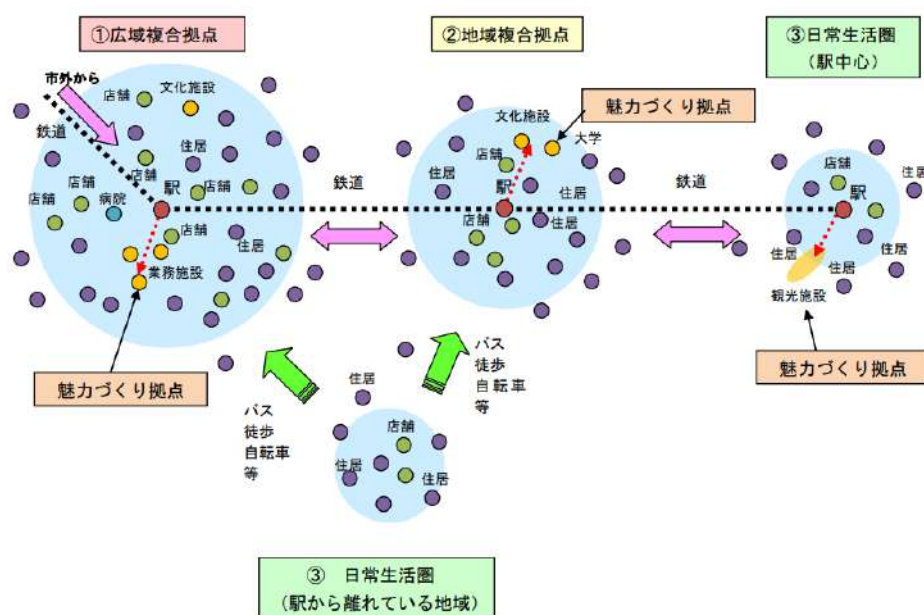
¹⁴⁵ 京都市交通局(2017).

¹⁴⁶ 京都市産業観光局(2017).

¹⁴⁷ 同上, 36 頁.

はじめ、京都駅八条口前の整備、パークアンドライドの通年実施などの取組がなされた。特に、四条通の歩道拡幅は「歩くまち・京都」の象徴とされた。2005年に四条繁栄会商店街振興組合からの四条通の混雑緩和の要望を受け、2007年には、片側2車線の車道を1車線減らして歩道を広げ、バスやタクシー以外を締め出す社会実験を実施した。しかし、周辺で渋滞が発生し、住民の生活に支障が出た。そこで、市はバス停集約や荷さばきスペースを設けたうえで、一般車を通す方針に変更され、そのための整備が実施された。

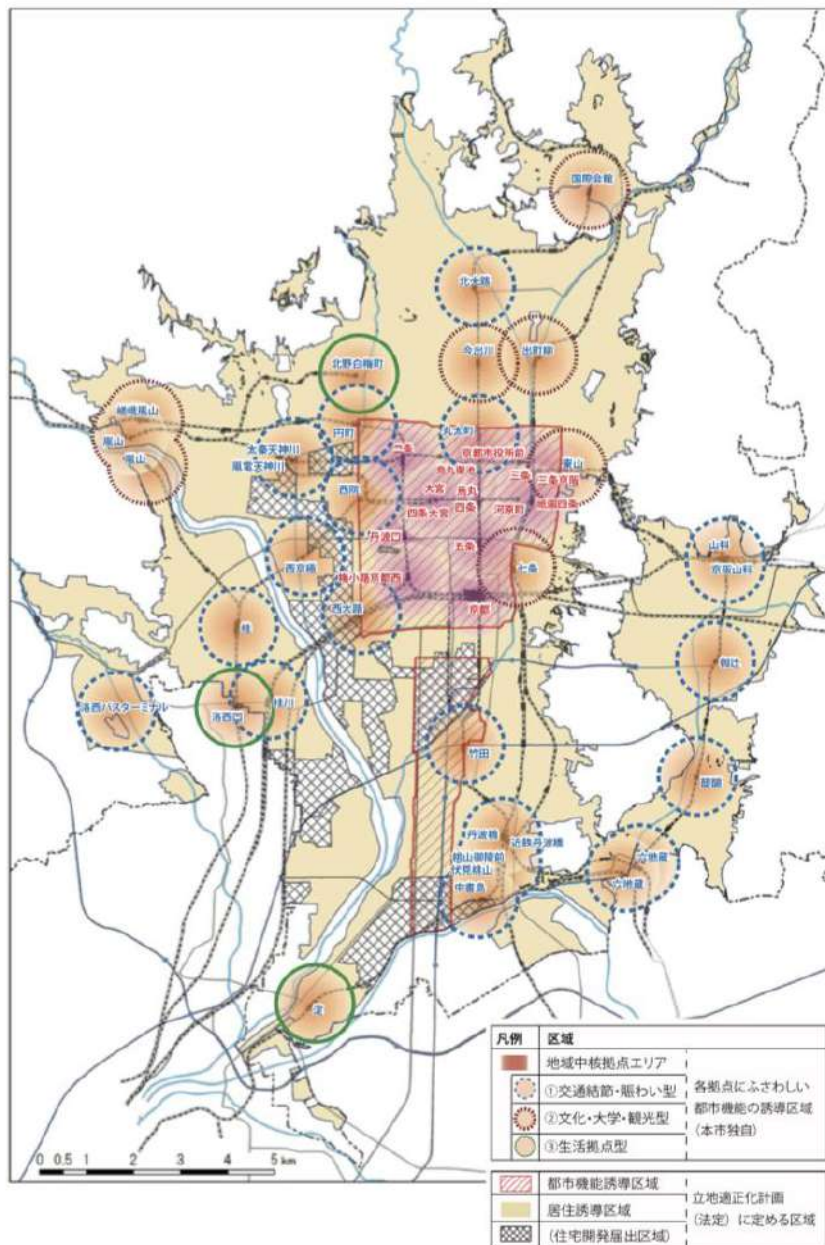
図表 7-2-1 「エコ・コンパクトな都市構造」のイメージ



出典：京都市(発行年不明 b), 1 頁.

そして、2019年には「京都の特性を踏まえた『持続可能な都市構造』」が掲げられ、都市活力の向上と安心安全・脱炭素社会を実現する都市構造の形成にむけ、交通拠点を中心とした都市機能の強化、鉄道等の公共交通をはじめとした都市軸の活用などの方針が示された。また、京都市は2022年に「歩くまち・京都」総合交通戦略2021を策定し、2040年に目指す姿として、以下の点が掲げられた。①発達した公共交通ネットワークによる魅力と活力のあるまち、②魅力的な道路・歩行空間による「出かけたくなる」「歩きたくなる」まち、③「歩くこと」を大切にし、スマートなライフスタイルが定着しているまちが掲げられた。数値目標として、非自動車分担率は85%以上を目指すとして設定された。

図表 7-2-2 京都市における各拠点のイメージ



出典：京都市(2019a)，17 頁.

(2) 「歩くまち・京都」施策に対する関係者の受け止め

市は、歩行者優先の街づくり政策「歩くまち・京都」の象徴として四条通の歩道拡幅を位置付け、工事に約 30 億円を投じた¹⁴⁸。効果としては、四条繁栄会商店街振興組合によると、2015 年 11 月の歩行者は前年より 6.4%増加し、12 月

¹⁴⁸ 朝日新聞デジタル(2016)。

は 12.5%増加した¹⁴⁹。これについて、四条繁栄会商店街振興組合の堀部泰弘理事長は、「歩行者の評判は良い。周辺のにぎわいにつながれば¹⁵⁰」と期待する声があると述べている。

一方、車道減少を知らない車の進入や外国人観光客の急増に伴うバスの乗降に手間取る等により、大渋滞が発生することがあった。こうした中で、市の歩くまち京都推進室の担当者は、「車の流れをコントロールするのは難しい。想定甘さと周知不足で迷惑をかけた¹⁵¹」と悔やむ声があった。

京都市民の中からは、「以前は人にぶつかりそうで子連れで歩きにくかった。今日は店をのぞきながら、ぶらぶら買い物できた。¹⁵²」と評価する声がある一方、歩道は歩きやすくなったが、車道が狭くなり市バスを追い越せなくなったことに不満を持つドライバーは多く、タクシー運転手からは「足の悪いお客様など歩きにくい人もいる。車は四条通に入るなというのは乱暴だ¹⁵³」という声や「四条通の歩道が広くなったことはいいが、渋滞を招いた¹⁵⁴」と疑問視する声があった。

四条通の歩道拡幅に伴う混乱の影響から、市は、地元住民や清水寺、八坂神社等を訪れる観光客が歩きやすいように、車道を減らし歩道を広げることを検討してきたが、反対する声が高まり、2015 年 12 月、東山区を南北に抜ける東大路通の歩道拡幅工事の当面の断念が決まった。

これを受け、市の担当者は「京都を車でうろうろするのは損だ、というイメージを持ってもらわなくては。もっと攻める発信も必要だと自覚している¹⁵⁵」としている。

第3節 提言：「スルっとしない？京都」

以上のことから、歩きたくなる空間整備、交通渋滞の緩和、公共交通の利便性向上の3つの柱が重要になると考えた。そこで、これらを目指した具体的な施策として「スルっとしない？京都」を提案する。

(1) 市内中心部・観光地での車両通行制御

市内中心部・主要観光地等の混雑が発生しているエリアでの通行制御を強力

¹⁴⁹ 同上。

¹⁵⁰ 同上。

¹⁵¹ 同上。

¹⁵² 同上。

¹⁵³ 同上。

¹⁵⁴ 同上。

¹⁵⁵ 同上。

に推進し、観光と地元住民の暮らしの調和をはかり、観光と暮らしの両面から安全確保と居住空間の質的向上を実現させることが重要である。そのための具体的施策の1つとして、交通渋滞の緩和に向け、市内中心部・主要観光地など混雑が見込まれる特定のエリア内への流入量制御の方策としてロードプライシングの実施を検討すべきである。これは、特定の時間帯に車両を乗り入れる際に、課金されるシステムを導入するものである。エリア内の住民、事業者が所有する車両やタクシー、バス、緊急車両は対象とせず、料金の徴収は自動料金収受システム(ETC)等を用いることで、車両のスムーズな通行を可能とする。加えて、郊外の主要鉄道駅付近に駐車場の整備によるパークアンドライド駐車場の設置を促進により交通混雑緩和を図ることが必要であると考え。その際には、同時に公共交通の利用を促進するため、当該駐車場利用者に対して、バスや地下鉄等の公共交通利用に使えるポイントを付与することも有効であると考え。

(2) 公共交通の利便性向上・利用促進

バスの遅延等が課題となっている。これに対して、バスのスムーズな運行と待ち時間解消を実現し、バスの定時性を確保するためにバス専用レーンを整備し、運用を徹底していくことを提案する。そのために、色分けによるバス専用レーンの強調、公共車両優先システム(PTPS)の導入、接続バス導入を提案する。接続バスは、従来のバスに比べて一度に多くの乗客を乗せることができるため、運行回数が少なく、人件費削減、運転手不足解消につなげることができ渋滞緩和につながるほか、コスト削減、CO2 排出削減につながる。これらを導入することでBRTによる大量高速輸送が可能となる。また、現状、道路交通法で定められているバス専用レーンの運用は、取り締まりが事実上行われていない。運用徹底のためには、一般車両の通行等を一部制限しなければならないが、ルール順守と公共の利益を優先するという観点から運用徹底を図る必要があると考える。取り締まりについては、運用徹底のため京都府警との連携を行う、又は監視員を導入することが有効であると考え。

また、時期・車の通行量に応じた乗車価格の変動を導入することで、特に車の通行量の多い時に、公共交通機関の利用を促すことができ、渋滞緩和に資すると考える。

これらを通して、交通渋滞の緩和、公共交通の利便性向上を実現させ、自動車利用を抑制した上で、更なる歩きたくなる空間整備に向けた施策を講じていく必要がある。

次節では、本節で提案した政策のうち、ロードプライシングについて先進事例等を踏まえ、京都市における同施策の導入に関して論じる。

第4節 ロードプライシングの導入に関して

(1) ロードプライシングの意義

交通渋滞等の発生している道路、地域、時間帯での自動車利用に対して、それらの社会的費用を反映した課金をすることで、より合理的な自動車利用を促し、全体として自動車利用の抑制を促すというものである。ロードプライシングは、自動車利用に対して、市場メカニズムを活用し、代替交通手段、交通マネジメント等の施策を並行して実施することで大きな効果を見込まれる施策である。既に、シンガポールやソウルで実施され、他にもロンドン等の海外諸都市でも導入が検討、実施されている¹⁵⁶。

(2) 課題と京都市の考え

京都市へのヒアリング等を通して浮かんだ課題についてここで述べる。①いわゆる「公道」においては、「無料公開の原則」により、原則として通行料を徴収しないこととされていること、②円滑に課金・徴収する技術・仕組みが存在しないことが課題とされる。また、京都市として、現状では市内交通量、流入量、自動車分担率等が全体的に減少傾向にあること等から、積極的に導入する状況にないと考えていることがわかった。

一方、財源確保の観点から、将来の備えとしてロードプライシングの研究は有用と考えており、他都市の検討の事例等注視しながら研究を続けるとしている。

(3) 京都市における導入実施案

①対象区域、時間帯、時期

ロードプライシングの目的から自動車交通量の多い時期、時間帯、区域に課金する必要がある。現状、全体として京都市における自動車利用は減少傾向にあるが、時期（特に秋）や区域によって渋滞が今なお発生している。図表 7-4-1 において、秋の観光シーズンにおける京都市内の渋滞発生の傾向を見ると、15時から17時頃にかけて交通量が増加し、渋滞が発生している。その後、18時頃から20時頃にかけて交通量が減少し、21時頃には渋滞は解消している。

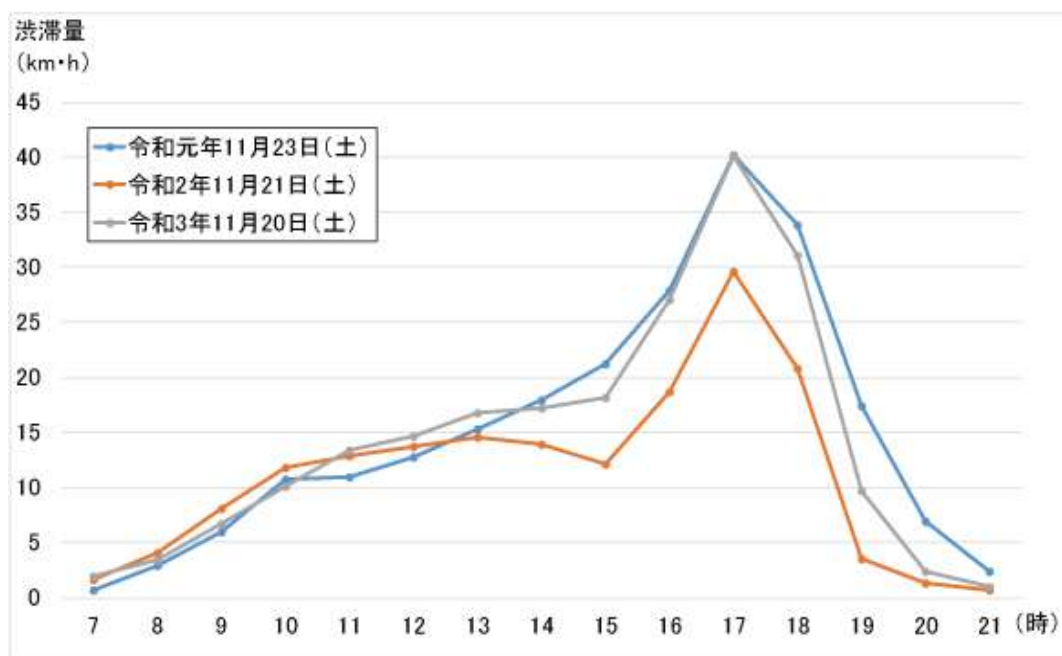
そこで、秋（10月末～11月）の時期に、15時～17時頃にかけて中心に導入を検討すべきことが示唆される。

次に、対象区域については、図表 7-4-2 の渋滞ポイントを参考に考える。中でも、京都市は広範な地域を有するため、市内中心部に注目して論じる。京都市中心部に関しては、道路単位で実施した場合、他道路へ自動車が流れ、結果的に渋滞の解消につながらない可能性がある。このことから、道路単位ではな

¹⁵⁶ 早川(2019)。

く、一定の範囲を持ったエリア（区域）単位で導入すべきである。具体的には、御池通以南、堀川通以東、五条通以北、東大路通以西の四角形状のエリアを大まかな範囲として詳細な導入エリアを検討すべきであるとする。

図表 7-4-2 秋の観光シーズンにおける京都市内の渋滞発生傾向の時間帯推移



出典：京都市情報館（発行年不明）。

図表 7-4-2 渋滞が発生しやすい場所



出典：京都観光交通情報（発行年不明）。太枠は WSA 作成。

② 除外対象車

次の自動車については、課金対象外とすることが考えられる。

1. 道路交通法で定める緊急用務に使用する自動車（消防用自動車、救急用自動車、警察用自動車、自衛隊用自動車、医療機関の応急運搬車等が該当）
2. 公共交通機関であるバス（市バス）
3. 障害を持つ者の移動に必要な自動車（下肢機能等に障害を持つ者等）
4. 導入エリアの住民、事業者等の所有する車両
5. その他、特別に認められる車両

③ 課金システム

まず、通行する個々の自動車を高い精度で認識する機能（通行認識）については、入域証方式、カメラ方式、DSRC（電波・光）方式、電子ナンバープレート方式、GPS 方式、PHS 方式等がある。各方式の内容等については、下記の通りである（図表 7-4-3）。

図表 7-4-3 通行認識の各方式

方式	内容等
入域証	・自動車に掲示された入域証を監視員が目視し、確認するもので、シンガポールのロードプライシングにおいて1975～1998年の間実施されています。 ・目視確認のため、監視員の数に応じて認識精度が変わってきます。また、入域証の発行、確認手続上入域毎の課金は困難なため、1日単位などになります。
カメラ	・ナンバープレートをデジタルカメラで撮影して自動車使用（保有）者を特定するもので、2003年からの実施を検討しているロンドンのロードプライシングにおける方式です。 ・ナンバープレートの汚れ等によって認識精度が多少劣ります。
DSRC※ （電波）	・車載器と路上の通信機器間で電波により通信するものです。ロードプライシングの課金システムとしてシンガポールにおいては1998年から、オスロ（ノルウェー）では電子タグ方式によって1991年から実施されています。また、日本においても2001年3月から有料道路の料金収受に利用されています。 ・車載器の搭載が必須となりますが、自動車の固有情報が得られるため、認識精度が高くなるとともに、課金の自動収受も可能な方式です。
DSRC※ （光）	・車載器と路上の通信機器間で光により通信するものです。マレーシアにおいて1999年から有料道路の料金収受に利用されています。 ・車載器の搭載が必須となりますが、自動車の固有情報が得られるため、認識精度が高くなるとともに、課金の自動収受も可能な方式です。
電子ナンバープレート	・ナンバープレートに自動車の固有情報を記憶させたICチップなどを搭載し、路上の通信機器間で電波により通信するものです。日本では2000年から路車間通信の試験が実施されています。 ・高い認識精度が得られます。
GPS	・カーナビゲーションなど人工衛星を利用して走行状況を把握し、車載器と路上の通信機器間で通信するものです。香港で1998年に実験が行われています。 ・車載器の搭載が必須となりますが、自動車の固有情報が得られるとともに、高い認識精度が得られます。
PHS	・端末機が所在する位置をおおよそ把握できる機能を利用するもので、検討段階にあります。

（注1）DSRC：狭域通信。限られた場所を対象にした通信手段や技術。

（注2）方式名は本検討用に呼称したものです。

出典：東京都環境局（2018）。

次に、課金の徴収については、主に①入域する前に課金を納入する方法、②入域前に支払手段（銀行口座引き落とし等）を登録する方法、③個々の自動車の通行認識から被課金者を特定し、事後徴収する方法の3方式が考えられる。各方式ともそれぞれに特徴があるため、住民や事業者等の理解を得やすい方式となるように各方式の組み合わせを含めて検討する必要がある。

④ 事業費

通行認識にあたっては、方式により差異があるが、カメラや路上の通信機器等の設備導入費、関係する人件費、設備の維持管理費が必要になることが考えられる。初期投資の償還や人件費を含め維持管理費を念頭に課金水準を考える必要がある。

⑤ 周囲への影響予測と対策

第1に、課金時間外については、課金時間を避ける自動車の交通量増加の可能性がある、課金時間外の交通状況に応じた対策が必要になる場合があることが考えられる。

第2に、ロードプライシング実施により、自動車から公共交通への利用転換が起き、公共交通機関の利用者が増加することが見込まれる。公共交通機関の更なる混雑が発生する可能性があり、時差通勤や輸送力増強等、車内混雑緩和に向けた施策を検討する必要がある。また、自転車等の代替交通手段についても利用促進に向けた施策を実施することも必要となる。

⑥ 法的側面からの検討

ロードプライシング導入に係る法的根拠としては、新たな条例制定による制度化、現行市税条例の改正による法定外税としての制度化、法整備による制度化が考えられる。これらの中で、京都市へのヒアリングで得られた「財源確保の観点」という京都市の考える視点を入れた上で、有効的といえる1つの方策が現行市税条例の改正による法定外税としての制度化である。これは、現行の市税条例の一部を改正し、課金を地方税法に基づく法定外普通税又は法定外目的税として徴収するものである。法定外税とは、地方税法に定められた税目以外に、地方公共団体が課税自主権により課することができる地方税であり、財源確保という本来的な性格に加え、地方公共団体の政策課題の推進を税制面から支援する性格をもっており、渋滞緩和等を図るための一般財源や必要経費に充当する観点から制度化が考えられるが、総務大臣の同意が必要となる。

おわりに

観光客の多い京都市では、観光客と地元住民の調和のとれたまちづくりが重要である。そのためには、市内中心部・観光地等の混雑状態の緩和に向けて、特定地域への車両流入を抑制し、生活環境の充実と観光都市としての魅力を高めることが鍵となる。そのために、市内において居住地から最寄の運行頻度の高い鉄道駅・バス停へのアクセス性が非常に高く、生活に必要なものがコンパクトに集約している京都市の交通環境・生活環境の充実状況を活用し、公共交通及び自転車、徒歩による移動促進を図ることが大切である。

以上、考えられる政策の実現へのハードルは高いが、世界にも数少ない千年の都、京都の人の暮らし、そして世界中の人への街の魅力の提供の両立のため、検討の歩みが進められるよう強く期待したい。

参考文献

- ・「歩くまち・京都」総合戦略推進会議(2021) 「「歩くまち・京都」総合交通戦略の今後の方向性やその実現に向けた施策などについて 答申」.
<https://www.city.kyoto.lg.jp/tokei/cmsfiles/contents/0000290/290746/test.pdf> (最終閲覧 2023 年 1 月 26 日)
- ・京都市 (2013) 「京都市の都市計画」.<https://www.city.kyoto.lg.jp/tokei/page/0000142484.html> (最終閲覧 2023 年 1 月 26 日)
- ・京都市(2019a)「京都市持続可能な都市構造プラン」.
<https://www.city.kyoto.lg.jp/tokei/page/0000249400.html>
(最終閲覧 2023 年 1 月 26 日)
- ・京都市(2019b)「令和元年(2019 年) 京都観光総合調査について 概要版」3 頁.
<https://www.city.kyoto.lg.jp/sankan/cmsfiles/contents/0000271/271655/gaiyou.pdf> (最終閲覧 2023 年 1 月 26 日)
- ・京都市 (2021) 「京都市都市計画マスタープラン」.<https://www.city.kyoto.lg.jp/tokei/page/0000115733.html> (最終閲覧 2023 年 1 月 26 日)
- ・京都市(2021)「「歩くまち・京都」総合交通戦略 2021」.
<https://www.city.kyoto.lg.jp/tokei/cmsfiles/contents/0000291/291699/senryaku2021.pdf> (最終閲覧 2023 年 1 月 26 日)
- ・京都市(2021a)「京都市都市計画マスタープラン」30 頁.
<https://www.city.kyoto.lg.jp/digitalbook/book/cmsfiles/1468/book.html>
(最終閲覧 2023 年 1 月 26 日)
- ・京都市(2021b)「行財政改革計画」13 頁.
<https://www.city.kyoto.lg.jp/gyozai/cmsfiles/contents/0000284/284994/keikaku.pdf> (最終閲覧 2023 年 1 月 26 日)
- ・京都市(発行年不明 a)「京都市における公共交通の概況 資料 6」3 頁.
<https://www.city.kyoto.lg.jp/tokei/cmsfiles/contents/0000298/298108/06-lgaikyo.pdf> (最終閲覧 2023 年 1 月 26 日)
- ・京都市(発行年不明 b)「京都市におけるエコ・コンパクトな都市構造について」.https://www.city.kyoto.lg.jp/templates/shingikai_kekka/cmsfiles/contents/0000158/158547/shiryo2.pdf (最終閲覧 2023 年 1 月 26 日)
- ・京都市(発行年不明 c)「第 2 章自転車等の利用実態と課題」, 7 頁.
<https://www.city.kyoto.lg.jp/kensetu/cmsfiles/contents/0000077/77223/2.pdf> (最終閲覧 2023 年 1 月 26 日)
- ・京都観光交通情報(発行年不明)「渋滞ポイント」.
<https://www2.city.kyoto.lg.jp/tokei/trafficpolicy/kankochi/point.html>

(最終閲覧 2023 年 1 月 26 日)

- ・京都市建設局(2014)「第3回京都市京都高速道路検証専門家委員会[2014年1月]」5頁.<https://www.city.kyoto.lg.jp/kensetu/cmsfiles/contents/000166/166890/3siryou.pdf> (最終閲覧 2023 年 1 月 26 日)
- ・京都市交通局(2018)「平成29年度 交通事業決算概要[2018年8月]」2頁.<https://www.city.kyoto.lg.jp/kotsu/cmsfiles/contents/0000020/20415/h29-settlement.pdf> (最終閲覧 2023 年 1 月 26 日)
- ・京都市産業観光局(2017)「京都観光総合調査[2017年1月～12月]」.<https://www.city.kyoto.lg.jp/sankan/cmsfiles/contents/0000240/240130/kyosa29saishu.pdf> (最終閲覧 2023 年 1 月 26 日)
- ・京都市情報館(発行年不明)「京都観光交通情報」.https://www2.city.kyoto.lg.jp/tokei/trafficpolicy/kankochi/traffic_guide/index.html#:~:text=%E3%83%BB15%E6%99%82%E3%81%8B%E3%82%8917%E6%99%82,%E3%81%8C%E7%99%BA%E7%94%9F%E3%81%97%E3%81%A6%E3%81%84%E3%81%BE%E3%81%99%E3%80%82 (最終閲覧 2023 年 1 月 26 日)
- ・京都府(2010)「平成22年度 道路交通センサス調査結果(3. 交通量調査結果整理表)」.<https://www.pref.kyoto.jp/douro/1317256048145.html> (最終閲覧 2023 年 1 月 26 日)
- ・国土交通省(2018)「全国道路・街路交通情勢調査 京都府」<https://www.mlit.go.jp/road/census/h27/data/pdf/kasyo26.pdf> (最終閲覧 2023 年 1 月 26 日)
- ・朝日新聞デジタル「【1】四条通歩道拡幅のその後は？」(2016.1.27)<http://www.asahi.com/area/kyoto/articles/MTW20160127270220001.html> (最終閲覧 2023 年 1 月 26 日)
- ・将来道路ネットワーク研究会(2018)「京都市の将来を見据えた道路ネットワークのあり方(とりまとめ)」4頁.<https://www.city.kyoto.lg.jp/kensetu/cmsfiles/contents/0000229/229741/kenyukaiiken.pdf> (最終閲覧 2023 年 1 月 26 日)
- ・総務省統計局(2012)「社会・人口統計体系の整備」.<https://www.stat.go.jp/info/today/049.html> (最終閲覧 2023 年 1 月 26 日)
- ・田村秀(2018)『地方都市の持続可能性』ちくま新書.
- ・東京都環境局(2018)「ロードプライジング検討委員会報告書」.<https://www.kankyo.metro.tokyo.lg.jp/vehicle/management/price/report.html#cmskakinnjiki> (最終閲覧 2023 年 1 月 26 日)
- ・日本放送協会(2022)「京都市の人口減少数 全国の市町村で最多」.<https://www3.nhk.or.jp/kansai-news/20220916/2000066340.html> (最終閲覧 2023 年 1 月 26 日)
- ・早川祥史(2019)「混雑課金からスマートシティへ～シンガポールのERP～」.<https://www.nikkoken.or.jp/pdf/symposium/JRCTP20191028hayakawa.pdf> (最終閲覧 2023 年 1 月 26 日)

おわりに

本書では、我が国の重要政策である地方創生に関し、当該政策に取り組む先進事例について実地調査と研究を重ね、更にその事例を全国に水平展開するに当たっての課題やその解決策などを把握・模索することを企図している。その手法として本書は、WSA 各員の出身地域等をフィールドに展開したと仮定してその検証を行うという方法を取り、その検証結果が各自の出身地域を活性化する新たな政策につながることを目指している。

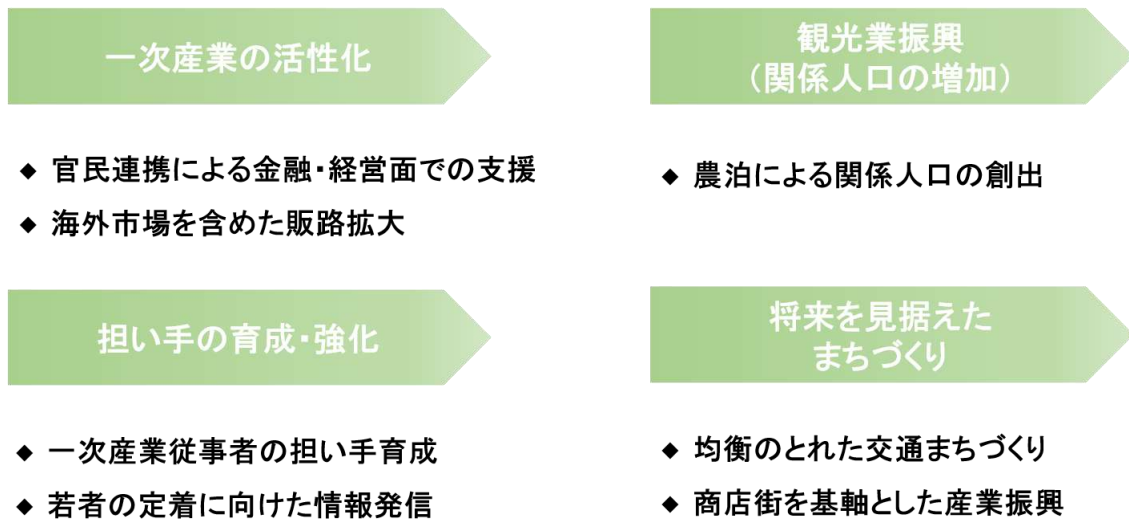
地方創生は幅広いテーマであることから、政策全体を合理的に研究するため、第2期総合戦略の重点枠組における6項目を研究対象の軸に据え、産業・労働・国土政策をめぐる考察を踏まえつつ、現状分析及び政策提言を行った。

具体的には言えば、まず、地方創生が必要とされる背景として、全国的な社会・経済的要因による少子高齢化に伴う人口減少及び生産年齢人口の減少や、地方圏における東京圏をはじめとする大都市圏への人口流出があることを指摘し、それらが我が国経済全体や地域経済へもたらす悪影響について論じた。

それらの問題や課題の打開策を探るため、ワークショップでは内閣官房デジタル田園都市国家構想実現事務局、農林水産省東北農政局、内閣府沖縄総合事務局、山形県庁をはじめとする官公庁や数多くの民間企業への聞き取り調査を行い、また、山形県寒河江市、沖縄県糸満市でのフィールドワークを通じてモデルとなる先進事例を、その施策が生まれた背景や事業内容を研究したうえで研究した。そこでは、先述のように、その個別的政策を全国で展開することの可能性をつねに視野に入れてきた。

このような活動を通じて、地方創生について研究を重ねてきたが、その結果、本書では、今後地方創生を推進する上で、特に以下4項目の重点を置いて政策に取り組むことを提唱している(図表8-1-1)。

図表 8-1-1 地方創生に向けた重点項目



出典：WSA 作成。

また、この4つの重要政策を進めるに当たっては、従来の政策立案の発想に、AI、IoT、ロボット技術などをはじめとするデジタル技術を活用することを積極的に取り入れることも提言した。

この点に関しては、国においても、「全国どこでも誰もが便利で快適に暮らせる社会」の実現に向け（内閣官房デジタル田園都市国家構想実現事務局，2022）、地方創生の新たな戦略として昨年末にデジタル戦略を取りまとめたが、同戦略においても、現在、我が国が新型コロナウイルス感染症（以下、「感染症」）が拡大したことを受け、観光業等の地方経済の柱となる産業への打撃や、地域コミュニティの弱体化など、地方の経済・社会に大きな影響が生じている中、次の点に着目している。すなわち、デジタルの活用が進展し、様々な業職種において時間と場所に捉われない働き方が可能となっていること、テレワークやワーケーションが普及し、これにより、多地域居住・多地域就労が現実となり、経済社会の分極化の重要性を再認識させる契機となったことである（内閣官房デジタル田園都市国家構想実現事務局，2022）。

さらに、ICTの進化やネットワーク化により、経済や社会の在り方、産業構造が急速に変化する大変革期を迎えており、ICTを最大限に活用し、第4次産業革命とも称される変化を先導する取組が各所で進められ、これは地方においても例外ではなく、官民の様々な主体により、デジタル技術の利活用や Society5.0¹⁵⁷

¹⁵⁷ サイバー空間（仮想空間）とフィジカル空間（現実空間）を高度に融合させたシステムにより、経済発展と社会的課題の解決を両立する、人間中心の社会（Society）。狩猟社会、農耕社会、工業社会、情報社会に続くような新たな社会を生み出す変革を科学技術イノベーションが先導していく、という意味が込められている。

の実現に向けた取組が多方面で進められ、デジタル技術は実証段階から実装の段階へと着実に移行しつつあることも戦略の中で指摘されている（内閣官房デジタル田園都市国家構想実現事務局，2022）。

このように、社会情勢の大規模なこうした変化を鑑み、地方圏におけるデジタル技術の利活用を推進することで、地方の有するそれぞれの特色を活かしつつ、地方創生に向け、地方の社会課題解決への取組を深化・加速していくことが重要であるが、このような視点は、WSA 各員が調査・研究を通じて把握した現場実態と符合するものであり、また、本書においては、農泊利用者を対象としたアプリ開発や VR での茶畑ツアーなどの農業分野におけるデジタルトランスフォーメーション (DX) や、商店街における MaaS の実装などを具体的な提言として取り上げた（図表 8-1-2）。

これらの取組の実行に際しては、国や自治体といった行政だけでなく、IT 等各分野に強みを持つ企業や大学等の様々なアクターが緊密に連携し、戦略的に取り組む必要がある。

図表 8-1-2 本書提言とデジタル技術の利活用について

デジタル技術の利活用



Society 5.0

サイバー空間（仮想空間）とフィジカル空間（現実空間）を高度に融合させたシステムにより、経済発展と社会的課題の解決を両立する、人間中心の社会（Society）

How we can solve this?

- 農泊利用者に向けたアプリ開発
- VRでの茶畑ツアー
- 商店街利用者に向けたSaaS
- スマート農業・アグテックによる生産性向上
- SNSによる行政の取組に関する情報発信

出典：WSA 作成。

成長と分配の好循環を図り、各地域の住民に寄り添った持続可能な地域活性化の実現に向けては、各地域における様々な分野において、地域の実情に応じたデジタル技術の有効活用及び DX の推進が求められる。DX の推進により、新たなサービスの創出、地域社会の持続可能性の向上、Well-being の実現等を通じ、デジタル化の恩恵を国民や事業者が享受できる社会の実現を期待したい。

最後に、残された課題として、提言に際しての先進事例への実地調査を全ての

モデル事例において実現できなかった点を指摘したい。本書の執筆に際し、東北地方のみならず農泊の先進地である沖縄や、提言先となる WSA 各員の出身地域等への調査を実施した。しかし、各提言の政策効果の分析精度を高め、政策の実行に際してボトルネックとなりうる事象の検討等を行うにあたっては、先進事例として取り上げた事例を実践するすべての各地域への実地調査も併せて実施し、得られた結果を政策立案等へフィードバックすることが望ましかったと言えよう。

WSA は今後、本書において行った提言内容を踏まえ、内閣官房デジタル田園都市国家構想実現事務局への地方創生に向けた政策提言を実施する予定である。本書における各提言先へのオリジナルな各政策提言により、国及び WSA 各員のふるさとを元気にする地域振興が実現されることが期待される。

参考文献

官公庁等刊行物

- ・内閣官房デジタル田園都市国家構想実現事務局(2022)「デジタル田園都市国家構想総合戦略」1-3 頁.
https://www.cas.go.jp/jp/seisaku/digital_denen/pdf/20221223_honbun.pdf
(最終閲覧 2023 年 1 月 26 日)
- ・内閣府(2016)「第 5 期科学技術基本計画」, 11 頁.
<https://www8.cao.go.jp/cstp/kihonkeikaku/5honbun.pdf>
(最終閲覧 2023 年 1 月 26 日)

資料集

ヒアリングの記録

No.	調査実施日	調査先
1	2022 年 5 月 31 日	東北農政局
2	2022 年 6 月 7 日	山形県
3	2022 年 6 月 14 日	山形県寒河江市
4	2022 年 7 月 12 日	仙台市
5	2022 年 10 月 11 日	独立行政法人 日本貿易振興機構(JETRO) 仙台貿易情報センター
6	2022 年 10 月 18 日	日本政策金融公庫 仙台支店
7	2022 年 10 月 31 日	内閣府沖縄総合事務局
8	2022 年 11 月 1 日	沖縄振興開発金融公庫
9	2022 年 11 月 1 日	糸満市観光まちづくり協議会
10	2022 年 11 月 8 日	株式会社東日本放送
11	2022 年 11 月 8 日	沖縄県酒造組合
12	2022 年 11 月 10 日	山形県中山町
13	2022 年 11 月 15 日	宮城県
14	2022 年 11 月 15 日	日本食品海外プロモーションセンター(JF00D0)
15	2022 年 11 月 25 日	静岡市
16	2022 年 11 月 25 日	出羽桜酒造株式会社
17	2022 年 11 月 29 日	大成建設株式会社 東北支店
18	2022 年 11 月 29 日	内閣官房デジタル田園都市国家構想実現会議 事務局
19	2022 年 12 月 6 日	リ・デザイン株式会社
20	2022 年 12 月 16 日	川崎市役所経済労働局都市農業振興センター 農業技術支援センター
21	2023 年 1 月 12 日	京都市

ヒアリング先	農林水産省東北農政局
日時	2022 年 5 月 31 日 (火) 10:00～11:30
場所	農林水産省東北農政局本局（仙台合同庁舎 A 棟）
調査の協力者	農林水産省東北農政局企画調整室長 林田 啓様 企画調整室調整官 推野博之様 生産部生産技術環境課係長 佐藤裕子様 農村振興部農村計画課課長補佐 小原敏之様 経営・事業支援部経営支援課長 藤澤和典様 経営・事業支援部経営支援課課長補佐 佐々木一豊様 経営・事業支援部輸出促進課長 財津 博様 経営・事業支援部輸出促進課 島本一仁様 輸出産地サポーター
参加者	小林由香，榊原翔平，佐藤空，高林愛，長瀬遼，山内任宏，楊瑞，松村孝典教授，鹿子生浩輝教授
調査目的	農林水産行政における政策の現況等を調査するため
事業内容	東北地区を中心とした農林水産行政

配布いただいた資料（後掲）に基づき、当ワークショップからの質問にご回答いただいた。質問事項は次の通りである。

〈農業経営〉

Q1.

農業は、自然条件により生産・収入が不安定となるほか、作物の生産サイクルが長く、収入を得るまでに時間がかかるなど、他の産業にはない特性があるため、一般市中銀行等による融資が低調となっています¹⁵⁸。そうした中で、農業法人による A-FIVE（農林漁業成長産業化支援機構）や日本政策金融公庫といった公的機関からの資金調達には、農業者がスマート農業や 6 次産業化の推進などの観点に加え、民間からの投資を呼び込みやすくなるなどのメリットがあると考えます¹⁵⁹。このうち、A-FIVE は投資実績が予測を下回るなどの理由から経営が悪

¹⁵⁸ 農林水産省（2010）「平成 21 年度 食料・農業・農村白書」

¹⁵⁹ 高山航希（2017）「農業金融の手段としての出資について ―農業ファンドに着目して―」，『農林金

化し、25 年末に廃止が決定されているものと承知しております。そこで、農業法人の資金調達のニーズに応える公的資金の融資スキームないしは政策として、どのような方向性を検討されているのかお伺いしたいです。

Q2.

現在東北管内も含め、我が国においては、少子高齢化やそれによる人口減少が及ぼす影響が喫緊の課題として位置付けられており、中でも他の産業と比較して高齢化率が高い農業は、労働力の確保などに向けた取組が大変重要ではないかと考えます。東北管内においても、圃場管理などの生産管理システムや農薬散布用ドローンが水田作、畑作で実施され、生産力の向上や作業の省力化をもたらしているものと承知しております¹⁶⁰。中山間地域や都市的地域それぞれにおける水田作、畑作へのスマート農業に向けて、課題としてどのような点が挙げられるのかご教示いただけますと幸いです。

〈輸出促進〉

Q3.

輸出の促進は商社や卸売業者など多様な事業者が関わっている分、事業者間のニーズの円滑な調整が難しいと考えます。かかる連携に関して、国として課題に感じている点がございましたらお伺いしたいです。

Q4.

貴省の「農林水産物・食料輸出プロジェクト(GFP)」という施策に関して、輸出の訪問診断など現場と近い取組では国の役割についてどのようにお考えでしょうか。

Q5.

農産品の輸出額拡大に向けて、貴省は 2030 年までに 5 兆円という目標を掲げていらっしゃるものと承知しております。この状況を踏まえ、輸出支援における予算の確保の度合について現状をお伺いしたいです。

Q6.

日本食や食文化の海外発信に関して、食品メーカーなど民間企業が主体となることも可能だと考えますが、行政がどこまで支援に携わるべきかという点について、今後の方向性をお伺いしたいです。

融』，農林中金総合研究所

¹⁶⁰ 東北農政局「スマート農業」<https://www.maff.go.jp/tohoku/seisan/smart/index.html>

〈グリーンツーリズムに関して〉

Q7.

宮城県において、グリーンツーリズムを実施している農家の事業者数はどの程度ございますか。かかる事業者数につき、都市、郊外、農村それぞれの内訳と併せてご教示賜りたく存じます。

Q8.

グリーンツーリズムを実施するにあたり、各事業者は体験農業以外にどのような事業・サービスを提供していることが多いでしょうか。

Q9.

グリーンツーリズムの事業者として登録を受けるには、具体的にはどのような手続が必要でしょうか。また、登録から認可までに要する期間もお伺いしたいです。

Q10.

貴省をはじめ、政府としてグリーンツーリズムに対してどのような支援をされていますか。

【配布いただいた主な資料】

農林水産省(2022)「スマート農業の展開について」

農林水産省農林水産技術会議事務局(2021)「食料生産地域再生のための先端技術展開事業 令和2年度成果集」

投資円滑化法による農林漁業法人等への投資（出資）の仕組み

時事通信社(2022)「Agrio 別冊 農泊がつなぐ未来 アフターコロナへの課題と期待」

宮城県農政部農山漁村なりわい課(2021)「みやぎの INAKA で遊ぼう・泊まろう みやぎの農泊宿泊先ガイド Ver.2」

ヒアリング先	山形県
日時	2022 年 6 月 7 日（火） 15：30～17：30
場所	山形県庁ミーティングスペース「そららぼ」
調査の協力者	農林水産部 専門職大学整備推進監（兼）次長 神山修様 専門職大学課 課長補佐 結城様 農村整備課 課長補佐 松木様 農業技術課 専門員 加藤様 農政企画課 主査 高橋秀昌様 専門職大学課 主査 塩野様 農業経営課 主査 中鉢様 農村計画課 主査 安藤様 農業技術課 主査 佐藤様 美味しい室 主査 鏡様 みらい企画創造部 企画調整課 課長補佐 飯野和也様
参加者	小林由香，榊原翔平，佐藤空，高林愛，長瀬遼，山内任宏，楊瑞，松村孝典教授，鹿子生浩輝教授
調査目的	山形県における地方創生に関する取組を調査する



・ 説明資料集

1. 新規就農者支援関連事業
2. 新規就農者の確保・育成から自立・発展までの支援メニュー
3. 「図説 やまがたの農林水産業（抜粋）」
4. 特集3 東北農林専門職大学（仮称）の設置に向けた取組について

5. 山形県の棚田振興 ～おこすべ、棚田！～
6. 農山漁村振興交付金
7. 高精度位置情報補正による自動飛行・自動操舵機械作業の現地実証
8. 農地中間管理機構とは
9. 山形県農地中間管理機構 PR チラシ
10. 「第3次やまがた6次産業化戦略推進ビジョン」
～ウィズ・ポストコロナ時代の新たな需要を取り込む6次産業化の展開～
概要
11. 「図説 やまがたの農林水産業（抜粋）」
(5) 6次産業化
12. 第2次山形県国際戦略（概要）
13. 「図説 やまがたの農林水産業（抜粋）」
(6) 流通販売・輸出促進 ⑤県産農産物等輸出拡大
14. 東北農林専門職大学（仮称） パンフレット
15. 山形県農地集積・集約化プロジェクト アクションプラン
16. 自治体経営 「農政」

・WSAの質問事項

【まちづくりに関して】

Q1.

平成27年に国土交通省の大都市戦略検討委員会にて、地方都市についても、「まち・ひと・しごと創生総合戦略」（平成26年12月27日閣議決定）で「都市のコンパクト化と周辺等の交通ネットワーク形成」が主な施策として位置付けられ、アクションプランにおいても必要な対応として「広域連携型のコンパクトシティの構築」が掲げられておりますが、特に、鉄道を有する地域においては「鉄道沿線まちづくり」に取り組むことが効果的であると指摘されています¹⁶¹。

貴県においても、山形県鉄道利用・整備強化促進期成同盟会などにおいて、奥羽・羽越新幹線の早期実現や仙山線の高速化及び仙台空港アクセス線への直接乗り入れなどの鉄道網の充実が議論されているものと承知しております¹⁶²。そうした中で、沿線価値や魅力の向上を見据えたまちづくりという観点から、どのような

¹⁶¹ 国土交通省都市局街路交通施設課市街地整備課都市計画課（2015）『鉄道沿線まちづくりガイドライン（第一版）』。 <https://www.mlit.go.jp/common/001112598.pdf>（最終閲覧2023年1月26日）

¹⁶² 山形県（2022）『山形県鉄道利用・整備強化促進期成同盟会』。 https://www.pref.yamagata.jp/020056/kurashi/kendo/kotsuseisaku/yamagata_tetsuri_pr.html

（最終閲覧2023年1月26日）

施策を講じられているか質問いたします。

【農業政策に関して】

（棚田地域振興）

Q1.

令和２年２月５日に、貴県は「山形県棚田地域振興計画」を策定し、「観光客を受け入れる体制整備」「農泊や空き家の利活用」という二つの施策がありました。具体的にどのような取り組みを行っているのか、そして現在の観光に関する現状を質問いたします。

Q2.

上記の計画において、「農山漁村体験や自然体験学習等、農村交流・体験の推進に資する施策」に言及しましたが、「教育活動の一環」という言葉遣いに興味があって、当時、農山漁村体験を通じて、観光客を引きつける考えがありますか。そして、もし棚田地域でグリーンツーリズムを推進したら、どのような課題があるかをお伺いしたいです。

（農業・農地の担い手育成）

Q3.

貴県における農業後継者の育成について、今後の方針等を質問いたします。

Q4.

貴県は東北初となる農林業系専門職大学として、東北農林専門職大学の令和６年４月の開学に向けて設置構想中であると承知しております。同大学の運営方針に関して、次の５点について質問いたします。

- １ 山形農林大学校との役割分け
- ２ 農業高等学校との連携について
- ３ 県内３５市町村での実習計画について（具体的な内容等）
- ４ 静岡県立農林環境専門職大学や東北各県の農業大学校との連携について
- ５ 山形大学農学部をはじめとした、既存大学の農学部との差別化または連携について

Q5.

貴県において農業の６次産業化を推進していくうえで、ネックとなっている項目について質問いたします。

Q6.

貴県における輸出に積極的な事業者向けの補助金制度について、その利用状況を質問いたします。

Q7.

海外ブランドとの差別化に関して、例えばさくらんぼの場合、アメリカンチェリーなどと競合しやすいと思いますが、山形県や日本のブランドを活かすための取り組みや今後の戦略について質問いたします。

Q8.

貴県の果物の輸出先に関して、現状では台湾やマレーシアなどのアジア圏が中心だと思いますが、将来新たな地域へ輸出を拡大する場合の課題について質問いたします。

Q9.

現在東北管内も含め、我が国においては、少子高齢化やそれによる人口減少が及ぼす影響が喫緊の課題として位置付けられており、中でも他の産業と比較して高齢化率が高い農業は、労働力の確保などに向けた取組が大変重要ではないかと考えます。東北管内においても、圃場管理などの生産管理システムや農薬散布用ドローンが水田作、畑作で実施され、生産力の向上や作業の省力化をもたらしているものと承知しております¹⁶³。中山間地域や都市的地域それぞれにおける水田作、畑作へのスマート農業に向けて、課題としてどのような点が挙げられるのか質問いたします。

Q10.

貴県は農業経営支援の方向性として、「山形県農業経営基盤の強化の促進に関する基本方針」を策定され、新規就農支援から農林水産省の所管する農地バンク事業による農地集積など幅広い分野においてご見解を示されているものと承知しております¹⁶⁴。そこで、貴県の抱える農業経営支援政策における課題とその要因などについて質問をいたします。

¹⁶³ 東北農政局「スマート農業」<https://www.maff.go.jp/tohoku/seisan/smart/index.html>

(最終閲覧 2023 年 1 月 26 日)

¹⁶⁴ 山形県 (2022) 『山形県農業経営基盤の強化の促進に関する基本方針』<https://www.pref.yamagata.jp/documents/3560/0401kibannhoukihonnousin.pdf> (最終閲覧 2023 年 1 月 26 日)

【地方創生に関して】

Q9.

地域振興策を講じるにあたり、道路や鉄道網といった陸路をはじめとする交通網を充実させることは重要であると考えます。そうした中で、貴県における地域間交通の向上について、現在抱える課題や今後の方向性について質問をいたします。

Q10.

地方創生にあたって、人口減少という問題への対応は不可欠であると考えておりますが、全国的にも人口減少は避けられないといった見方が大勢を占める中、特に東北地方の人口減少が著しくなっているものと認識しております。こうした中、貴県として人口減少の影響を低減させるにあたりどのような施策を実施していらっしゃるのか質問いたします。

Q11.

貴県では高校卒業後、大学進学等に合わせて首都圏や宮城県等を中心に一定数の人口流出が発生しており、大卒、高卒ともに県内就職率は半数以上を占める状況にあると承知しております¹⁶⁵。その要因として若年層の求める雇用の受け皿となる企業等の絶対数などに課題があるのではないかと考えております。そうした点も踏まえ、貴県における若年層の定着に向けてどのような施策を講じられているか、今後の方向性等と併せて質問いたします。

Q12.

貴県における住民の方々等の定住促進に向け、住民の方々の山形への愛着や誇り（シビックプライド）を醸成することが重要ではないかと考えます¹⁶⁶。貴県においても、鶴岡市において、その重要性を指摘されているものと承知しております¹⁶⁷。そこで、シビックプライドの醸成に向け貴県としてどのような施策を講じていらっしゃるか質問いたします。

¹⁶⁵ 山形県（2020）『山形県人口ビジョン（令和2年改訂版）』

https://www.pref.yamagata.jp/documents/8136/jinko_zentai.pdf（最終閲覧 2023 年 1 月 26 日）

¹⁶⁶ 彩の国さいたま人づくり広域連合（2018）『Thinking』http://www.hitozukuri.or.jp/wp-content/uploads/thinking19_20220307.pdf（最終閲覧 2023 年 1 月 26 日）

¹⁶⁷ 鶴岡市（2022）『城下のまち鶴岡将来構想鶴岡駅前地区将来ビジョン』

https://www.city.tsuruoka.lg.jp/shisei/koutyou/publiccomment/ekimaevision_pubcome.files/ekimaevision.pdf（最終閲覧 2023 年 1 月 26 日）

【労働政策に関して】

Q13.

社会的弱者として位置づけられる方々にとっても働きやすい雇用環境やまちづくりを推進することにより、より多様かつ多くの方々の就労機会を確保することは、市民の方々のより良いくらしの実現や雇用促進による地域経済活性化など様々な観点から重要であると考えます。貴県においては、事業者向けに障がい者雇用促進セミナーを開催するなど障がいのある方に向けた雇用促進策を講じていらっしゃるものと承知しております¹⁶⁸。そこで、障がい者の方々や女性、外国人の方々などの雇用促進に向け、どのような取組をされているのか、課題や今後の展望と併せて質問をいたします。

・質問に対する回答について

以上のとおり、WSA からの質問事項に関し、配布された資料により説明をいただいた。

なお、具体的な内容については、特に Q3, Q4 の項目へ対するものを本文各論の第 4 章に盛り込む予定であり、専門職大学の開学に関する項目については課題の洗い出しと提言を行う。

尚、詳細な回答およびいただいた資料の内容については、今後の調査・研究の参考とさせていただくのみで使用をする予定である。

¹⁶⁸ 山形県（2022）『障がい者雇用促進セミナーを開催します！』<https://www.pref.yamagata.jp/110009/sangyo/rodo/jigyosha/syougaisyaseminar.html>（最終閲覧 2023 年 1 月 26 日）

ヒアリング先	山形県寒河江市
日時	2022 年 6 月 14 日（火） 16：00～17：45
場所	寒河江市「ホテルサンチェリー」会議室
調査の協力者	農林課 課長 猪倉秀行様 農林課農政係 係長 荒木研二様 農林課農業振興係 主事 志藤佑樹様 農林課農業振興係 主事 佐藤翔太様
参加者	榊原翔平，高林愛，長瀬遼，山内任宏，楊瑞 松村孝典教授、鹿子生浩輝教授
調査目的	寒河江市における地方創生に関する取組みを調査する



出典：寒河江市ホームページ

〈さくらんぼボランティア事業について〉¹⁶⁹

Q1.

さくらんぼ労働力・質・量・多様性の確保を目的として本事業が行われていると考えるが、本事業が創設された経緯と得られた成果や課題について質問いたします。

A1.

寒河江市の「さくらんぼ」は全国的にもブランド農産物として高い評価を受けています。しかし、サクランボは収穫期が短く、出荷するためには収穫・選果・箱詰め作業など、短時間に非常に多くの労力を要しますが、高齢化や後継者不足

¹⁶⁹ さがえ未来創生戦略推進本部「さがえ未来創生戦略の進捗状況（効果検証）

<https://www.city.sagae.yamagata.jp/shisei/keikaku/s-mirai-senryaku.files/R1koukakensyo.pdf>

（最終閲覧 2023 年 1 月 26 日）

等による労力不足が大きな課題であり、サクランボ園地の維持や拡大の大きな足かせとなっています。

そこで、このような状況を少しでも改善するため、受入希望農家とボランティア希望者のマッチングを支援することで、労力不足の解消を図るものとして創設しました。

創設後、コロナの影響もあり、実績数値による成果は見えにくいですが、地元企業や学生を中心に認知されてきたと考えています。今後は「with コロナ」として万全な対策を施しながら積極的に受入れを展開していきたいと考えています。

Q2.

さがえ未来創成戦略の進捗状況（効果検証）について、令和元年度までの受け入れ人数は記載されているが、それ以降の受け入れ人数について質問いたします。

A2.

事業開始年度・・・令和元年度～（4年目）

実績・・・R1：83人、R2：289人、R3：64人

Q3.

現状さくらんぼ事業において、どの程度労働力が不足しており、本事業によってどの程度不足分を補うことができているのか、具体的数値について質問いたします。また、なお不足分がある場合、今後どのようにして補っていくのかについて質問いたします。

A3.

本市では、企業や学生によるボランティアの受入れ、1日農業バイト「day work」アプリの推進など、さくらんぼ収穫期の労力確保対策に取り組んできました。また、JAが実施している「あぐりヘルパー事業」実績からは、例年、求人数に対する応募数（県内外ともに）が足りず、人手不足解消に至っていないのが現状です。

Q4.

本事業に対して、参加者や受け入れ先農家など直接的な関係者からの評価や批判等がありましたらその内容について、また、市民など外部からの評価や批判

についてもありましたらその内容について質問いたします。

A4.

先述したように、特に収穫期においては短時間に非常に多くの労力を必要とするため、受入先農家などからは、好意的なご意見をいただいています。

一方で、特に批判的な意見などはありませんが、受入先農家を選定するうえで、アンケートなどを基に、受入可能人数や希望日数など総合的に判断し決定しますが、特定の農家に集中したりしないように留意する必要があると感じています。

Q5.

(Q3、Q4) の内容も踏まえた上で、今後も本事業を継続していくのかについて質問いたします。

A5.

先述のとおり、本市では、さくらんぼ労力確保対策として様々な取り組みを行ってきましたが、農家の高齢化・担い手不足という従来の課題もあり、依然として人手不足は大きな課題となっています。

本市のシンボリック農産物である「さくらんぼ」の持続的生産にあたっては、労力不足に直面するさくらんぼ農家への新たな支援が必要であると考えています。

無償のボランティアには限界があるので、新たな視点で事業を展開していくことが必要であり、他の方策について常に模索している状況です。

本市の取組みをさらに多くの方に知っていただき、もっと気軽にボランティアができる体制を整え、臨機応変な受け入れ態勢を構築していきたいと考えます。

〈農業の継続的な発展〉

Q1.

複合農業のデメリットとして、農繁期の労働ピークが重なりやすいという点があると考えられますが、寒河江市においても、年々農業者が減少傾向にあると思われます。つきましては、担い手の確保、あるいは省力技術の活用としてどのような取組みをされているのかについて質問いたします。

A1.

担い手確保対策としては、補助事業など新規就農者支援や移住就農に対する支援の充実を図るなど、新たに就農される方が継続して農業経営できるサポー

ト体制を構築しています。

また、さくらんぼ作業の省力化を支援するため、当市では選果機、乗用草刈機、ロボット草刈機、高所作業機、電動剪定はさみ導入の支援を行っています。ロボット草刈機に関しては、スマート農業の促進として令和 4 年度から支援のメニューに加わりました。

Q2.

寒河江市では、施設農業と観光農業を組み合わせた「寒河江型農業」¹⁷⁰の推進を行なっていますが、この形態によって、農家の収入増加・作業労力の軽減や消費者との交流創出による地域活性化が図られると考えられますが、このほかに「寒河江型農業」を行うことで見込まれる効果および、現状「寒河江型農業」が抱える課題について質問いたします。

A2.

寒河江市では、肥沃な土壌と様々な風土を活かし、果樹、花き、野菜など収益性の高い園芸作物を生産しています。また、施設農業と観光を組合わせた『寒河江型農業』も着実な展開を見せてきました。

主に、「果物狩り」を中心とした観光農業を実施してきた結果、1 年を通じて、寒河江市観光の主力コンテンツとして人気を博し、地域の活性化と市民や生産者の意欲及び所得の向上や「さくらんぼと言えば寒河江市」といったブランド力の向上に貢献してきました。

しかしながら、近年は新型コロナウイルス感染症の影響による観光客受入の制限や、異常気象による生産の不安定化など、生産者の抱える課題が多くなっています。

今後は、新しい生活様式への対応や、気候変動への対応など、生産者が安心して生産を継続する仕組みづくりが重要になってきます。

Q3.

寒河江市のブランド農作物の一つとして「つや姫」がありますが、「つや姫」の生産・普及等に関して、寒河江市が行なっている取組みと課題および、他の農作物についてのブランド化への取組みの現状および、その課題について質問いたします。

A3.

¹⁷⁰ 寒河江市（2021）「農業の概要」<https://www.city.sagae.yamagata.jp/jigyounougyou/nougounogaiyo.html>（最終閲覧 2023 年 1 月 26 日）

つや姫：当市では、高品質米生産に向けた栽培管理の徹底や環境保全型農業を実践する『つや姫ヴィラージュ』が存在し、高レベルのつや姫を生産しています。

令和 2 年度には山形県ベストアグリ賞の最高賞である「農林水産大臣賞・山形県ベストアグリ賞」受賞し、『つや姫ヴィラージュ』が本県を代表する「つや姫」の高度な技術集団としての地位を確立しています。

寒河江市ではこの『つや姫ヴィラージュ』の取組みに対して支援を行い、「寒河江市ふるさと名物応援宣言」にて「さくらんぼ」「ニット」と並び「つや姫の里」としてブランド力の強化に取り組んでいます。

つや姫は日本穀物検定協会が発表する「令和 3 年産米の食味ランキング」において、村山産「つや姫」がデビュー以来 12 年連続「特 A」認定を受けています。販売単価の高さも全国有数の品種となっており、山形県のつや姫は高価値な品種となっています。

紅秀峰：さくらんぼの品種は多岐にわたりますが、当市では、「紅秀峰」という品種のブランド化を促進しています。大粒で甘みが強く、パリッとした食感が特徴です。

支援内容としては、紅秀峰への改植支援、苗木導入支援、雨よけハウス導入の支援、紅秀峰ルビーの会への支援を行っています。ルビーの会では紅秀峰のトップブランドとして「寒河江ルビー紅秀峰」を出荷するなど、高品質な紅秀峰を栽培しています。今年度は東京日本橋三越での販売も予定しており、引き続きブランド化を推進していきます。

課題としては、他の作物とも共通しますが、高齢化、担い手不足、気象災害等が挙げられます。また、令和 4 年度にプレデビューする「紅王」との棲み分けも、ブランド化していくうえで検討が必要です。

子姫芋：村山伝統野菜・寒河江市伝統野菜の 1 つで、南部地区をルーツとした土垂という種類の里芋です。

柔らかくふわとした触感が特徴で、芋煮でいただくと甘くとろけるような触感が楽しめます。子姫芋は、令和元年度に東京で『AW キッチン』が開催する普段食べなれた野菜の秘めたチカラを追求するイベント『スゴベジ』で、寒河江市の子姫芋にスポットを当てた『スゴベジ山形寒河江～子姫ちゃんのお嫁入り』が開催され、大盛況するなど首都圏での認知度も向上している状況です。令和 2 年度には子姫芋レシピのコンテストも実施し、144 件もの応募があるなど、大いに盛り上がりを見せたイベントとなりました。本市では、生産力向上のため支援をすすめています。

食用菊、谷沢梅：子姫芋と同じく、伝統野菜として「もってのほか（食用菊）」「谷沢梅」の販路拡大や技術継承等の取り組みを支援しています。

〈農林水産物の輸出促進〉

Q1.

現状、寒河江市はさくらんぼ、すももの輸出を台湾、マレーシア、香港に向けて行なっていますが¹⁷¹、農作物を輸出する際には、残留農薬基準など、相手国の基準を満たす必要があるかと思われます。そこで寒河江市が行なっている対応策があったらお示しをお願いします。また、今後輸出を進めていく中で考えられる課題についても質問いたします。

A1.

本市では寒河江市と輸出に関心のある農家で「寒河江市海外輸出推進協議会」を平成 28 年 3 月に設立し、協議会内で相手国の農薬基準(以下防除基準という)を共有し、協議会員の防除基準に合ったさくらんぼのみ輸出することで基準農薬の遵守する必要があるので輸出できる数量は少量となってしまいます。協議会員の農家の方から積極的に提供いただけるように現地でのブランドイメージを確立させ、販売価格をいまより向上させることで、農家からの買取単価をあげるなどの農家が輸出するためのメリットを感じることが出来る体制づくりが急務と考えております。

Q2.

さくらんぼ、すももの輸出について、商品の鮮度保持が一つの重要課題であると考えられますが、輸送時における果物の鮮度保持について行われている取り組み、および現状の輸送手段や、果物の性質についての課題と今後の対応方針について質問いたします。

A2.

お見込みのとおり、本市としてもさくらんぼの鮮度保持が重要課題と認識しているところで、鮮度保持シート(ポレハシート)の活用を行っております。ポレハシートは輸出するさくらんぼの上にかぶせる形で使用しておりますが、有効性があまり実感できていない状況です。現在より効果のある鮮度保持方法を模索中です。

Q3.

近年我が国ではインバウンド需要が高まりつつあり、日本食や食文化の魅力についても、海外においてその認知の高まりが期待されています。さらにインバ

¹⁷¹ 寒河江市(2019)「寒河江市の輸出に関する取り組みと課題について」http://www.city.sagae.yamagata.jp/shisei/keikaku/tiikisaisei.files/H30_senryakuteki_kekka.pdf (最終閲覧 2023 年 1 月 26 日)

ウンド需要増大と輸出促進の好循環を生むことで、農山漁村の振興などが期待されていますが¹⁷²、寒河江市における農産品の輸出促進を担う部門とインバウンド需要増大を担う部門の間での連携による事業推進等の有無について質問いたします。

A3.

現在、インバウンド需要を担う部門間での連携はありません。本市輸出事業の主旨としまして多くの方に「寒河江市産のさくらんぼ」を知っていただくことで、海外での寒河江市産農作物のブランディングを行えるように努めたいと考えております。

¹⁷² 農林水産省（2015）「輸出促進とインバウンド増大の好循環」

https://www.maff.go.jp/j/pr/aff/1509/pdf/1509_05.pdf（最終閲覧 2023 年 1 月 26 日）

ヒアリング先	仙台市役所
日時	2022 年 7 月 12 日（火） 14:00～15:30
場所	仙台パークビル 1 階会議室
調査の協力者	経済局産業政策部 部長 杉田剛様 経済局農林部 参事(兼)農政企画課長 佐々木孝弘様 まちづくり政策局政策企画部 政策企画課長 佐藤裕大様
参加者	小林由香, 榊原翔平, 佐藤空, 高林愛, 長瀬遼, 山内任宏, 楊瑞, 松村孝典教授, 鹿子生浩輝教授
調査目的	仙台市の地方創生に関する取組みやお考えについて伺う



〈農業に関して〉

Q1.

現在東北管内も含め、我が国においては、少子高齢化やそれによる人口減少が及ぼす影響が喫緊の課題として位置付けられており、中でも他の産業と比較して高齢化率が高い農業は、労働力の確保などに向けた取組が大変重要ではないかと考えます。仙台市内においても、圃場管理などの生産管理システムや施設園芸環境制御システムが水田作、畑作で実施され、生産力の向上や作業の省力化をもたらしているものと承知しております¹⁷³。中山間地域や都市的地域それぞれにおける水田作、畑作へのスマート農業に向けて、貴市における課題としてどのような点が挙げられるのかご教示いただけますと幸いです。

¹⁷³ 仙台市（2021）『市内のスマート農業活用事例』<http://www.city.sendai.jp/sekatsushinko/kurashi/shizen/norinsuisan/nogyo/katsuyou.html>（最終閲覧 2023 年 1 月 26 日）

A1.

仙台市だからという課題ではなく、自動観測器などがスマート農業の代表格と言われており、そういったものの導入費の負担が大きい部分があります。トラクターだと 1000 万円、更に GPS 等をつけると 200 万円くらいの負担がかかると推測され、こういった機器の導入費が課題となっています。これに対して、農林水産省や仙台市において、補助事業を実施しています。

Q2.

仙台という地域ブランドを活用するために、食の魅力発信に関して取り組まれていることがございましたら伺いたいです。

A2.

仙台産の農産物を知ってもらうために「とれたて仙台」という名称を用い、SNS や冊子を用いながらその都度発信しています。イベント等に関しては、一番町の施設でイベントを開催し、「とれたて仙台プロジェクト」ということで、朝採れたての枝豆を食べられるなどの事業を推進しています。

Q3.

貴市は市内の本社を置く中小企業を対象とした、海外市場開拓支援策として「輸出入チャレンジ支援助成金」制度を実施されているものと承知しておりますが、当該制度の利用状況について伺いたいです。また、実施に係る課題や今後の展望につきましてもご教示いただけますと幸いです。更に、輸出支援に関して、タイに輸出を希望する市内の企業向けに「仙台－タイ経済交流サポートデスク」という相談窓口があると伺っています。そのような個別の支援の利用状況や、支援体制の課題について伺いたいです。

A3.

制度の利用が減ってきており、コロナによる輸出入の減退などの影響しているものと考えています。また、日本は今後人口減少が進み、市場が小さくなってくると予測されるため、今後海外の市場に進出する必要があると考えています。サポートデスクは、仙台市以外の企業も利用可となっており、輸出支援を行なっています。

〈まちづくりに関して〉

Q4.

現在、貴市はまちづくりに関して様々な取り組みを行っていると承知していま

す¹⁷⁴。日本全国で人口減少、少子高齢化が進展しており、貴市も例外ではないと承知しております¹⁷⁵。これらに対応するために、地域住民だけでなく、流入人口の増加についても視野に入れていく必要があると考えています。人口減少、少子高齢化を見据えて、今後のまちづくりにはどのようなことが必要か、もしお考えがありましたら伺いたいです。

A4.

東日本大震災がターニングポイントとなっており、それからは、復旧復興に取り組むのが中心となっていました。他の自治体は、10 年間による計画を策定したところが多かった中、仙台ではより早期の復興を目指して平成 23 年から平成 27 年の 5 年間の期間での復興計画を策定し、5 年で達成できない事業もありましたが、概ねより早く復興させるため 5 年で計画を策定し、着実に進めてきました。阪神大震災後の神戸の場合、震災からの復興需要が 1 年で、その後は下回ってしまった一方で、仙台の場合、2 年目以降も、ある程度の成長を維持しています。近年は、震災の復旧需要が先細りになる中、公共の投資の減少が課題となっており、コロナ禍の影響にどう対応していくかについても課題と認識しています。

Q5.

人口減少、少子高齢化対策に限らず、今後のまちづくり施策・予算の拡充について、貴市で検討されているか伺いたいです。また、検討がなされている場合、どれほど予算でどのような施策を拡充するのかについて、差し支えのない範囲で伺えますと幸いです。

A5.

日本全国で人口減少が見られている中、仙台は自然人口は減少している一方、社会人口は増加しており、トータルでは人口の増加傾向が維持されています。もう少して人口 110 万人に達するのではないかと推測されています。しかし、いずれ、2020 年代後半には減少していく傾向に間違いなく、対策する必要があると考えています。また、企業の進出伸び悩んでおり、企業が進出しやすいよう

¹⁷⁴ 仙台市『まちづくり』

<https://www.city.sendai.jp/kurashi/machi/machizukuri/index.html>（最終閲覧 2023 年 1 月 26 日）

¹⁷⁵ 仙台市役所（2022）『将来人口推計』

<http://www.city.sendai.jp/chosatoke/shise/toke/shoraijinko.html>（最終閲覧 2023 年 1 月 26 日）

に環境整備を推進しています。

〈人口・地方創生に関して〉

Q6.

地域振興政策を図るにあたっては、限りある財源を十二分に利活用することが大変重要ではないかと考えます。そうした点を踏まえ、貴市交通局の地下鉄事業についてどのように考えていらっしゃるかご見解を伺いたく存じます。また、上述した地下鉄事業につきましては、当初の需要予測を下回る需要となっているものと承知しております。そこで、今後人口減少が予測される中で、黒字転換する見込みや将来の展望等についてもご教示いただけますと幸いです。

A6.

地下鉄沿線への居住や商業施設誘致の推進による収益改善を図っています。また、公共交通は、経営面だけでなく、暮らしにも貢献する意義があるものと考えています。

Q7.

地域振興にあたって、人口減少という問題への対応は不可欠であると考えております。全国的にも人口減少は避けられないといった見方が大勢を占める中、特に仙台への人口供給源となっていた東北地方の人口減少が著しくなっているものと認識しております。こうした中、貴市として人口減少の影響を軽減するためにどのような取組をされているかご教示いただきたく存じます。

Q8.

貴市は「学都仙台」とも称されており、当学以外にも様々な大学や国の研究機関が集積するなど、東北地方を代表する学術都市としての地位を確立しているものと認識しております¹⁷⁶。他方、大学等を卒業後、首都圏等を中心に一定数の人口流出が発生しているおり、その要因として若年層の求める雇用の受け皿となる企業等の絶対数などに課題があるのではないかと考えております。そうした点も踏まえ、貴市における若年層の定着に向けてどのような施策を講じられているか、今後の方向性等と併せてご教示いただけますと幸いです。

A7&A8.

仙台の場合、東北全域から人口流入がある一方で、大学を出るタイミングで首

¹⁷⁶ 学都仙台コンソーシアム（2022）<http://www.gakuto-sendai.jp/>（最終閲覧 2023 年 1 月 26 日）

都圏に出ていく人が多く、企業誘致などで働きかけしていく必要があると考えています。東北地方は日本の中で人口減少が一番進んでいる地域でもあり、働きたくないような勤め先の確保を進めています。例えば、企業誘致（メルカリ、楽天などの有名IT企業の誘致、IT企業は首都圏で人材確保に課題があり、地方に進出する傾向）、スタートアップの応援（新規創業支援、震災を契機に震災のためなどといって何かやりたいという人が起業という形で課題解決に取り組む人が多かった。仙台市としても支援）、今ある中小企業の成長促進に向けた取り組みを実施しています。また、市内企業の海外展開に向けた補助金等を活用し、支店経済からの脱却を図っています。

Q9.

貴市における住民の方々等の定住促進に向け、住民の方々の仙台への愛着や誇り（シビックプライド）を醸成することが重要ではないかと考えます¹⁷⁷。貴市においても、平成30年の施政方針の中で、その重要性を指摘されているものと承知しております¹⁷⁸。そこで、シビックプライドの醸成に向け貴市としてどのような施策を講じられていらっしゃるか伺いたいです。

A9.

仙台市に住んでいる人の愛着などは重要であると考えており、仙台市基本計画にもあるように、杜の都としての魅力向上や東日本大震災の被災都市として防災環境都市プロジェクト等を通じて防災などについて発信しております。具体的には、荒浜小学校など震災遺構・メモリアル施設を通じて教訓を発信、未来に向けて、仙台ならではの災害文化を発信しています。

〈市内経済に関して〉

Q10.

これまでは復旧・復興事業により、建設業などを中心に特需の需要を受けてきたものと考えます。他方、復興特需がひと段落すれば地域経済が冷え込む可能性があるという指摘する声があるものと承知しておりますが、こうした意見に対する貴市としてのご見解を伺いたいです。

¹⁷⁷ 彩の国さいたま人づくり広域連合（2018）『Thinking』http://www.hitozukuri.or.jp/wp-content/uploads/thinking19_20220307.pdf（最終閲覧 2023 年 1 月 26 日）

¹⁷⁸ 仙台市（2018）『平成 30 年度施政方針要旨』<https://www.city.sendai.jp/machizukuri-kakuka/shise/gaiyo/shichoshitsu/shisehoshin/h30.html>（最終閲覧 2023 年 1 月 26 日）

A10.

震災後、建設業の需要があったものの、これは確実に減っていくと言えます。現在、IT 産業に着目しており、IT 産業は成長分野でもあるので、①企業誘致、②IT を介護や防災、医療を絡める等、IT を何かと掛け合わせて生み出す（クロステック）、③AI に関する資格取得支援などを通じた AI 人材の育成を行なっています。また、交流人口ビジネスということで、観光にも力入れています。通常の観光であると入り込み客数で判断する場合もあるが、仙台市は宿泊者数に着目して目標設定しております。

〈観光に関して〉

Q11.

貴市は 2022 年に『仙台市総合計画』の中で、世界から選ばれるまちを目指すとしているものと承知しております。他方、訪日外国人の行先のゴールデンルートは、東京から京都・大阪方面であると言われており、2018 年における外国人宿泊客数における東北地方のシェアは 1.5%程度となっております。こうした状況を踏まえ、今後市としてどのような形で魅力発信・観光客誘致を図っていくのかお伺いしたく存じます。

A11.

海外としては直行便のある台湾、タイをターゲットとしています。地域で連携して観光呼び込んでおり、仙台市を入り口として松島町等と連携しながら観光促進を図っております。

ヒアリング先	独立行政法人 日本貿易振興機構 仙台貿易情報センター
日時	2022 年 10 月 11 日(火) 14:00~15:30
場所	東北大学片平キャンパスエクステンション教育棟 301 教室
調査の協力者	係長 小島千佳様, 係長 塩津由希子様
参加者	小林由香, 榑原翔平, 佐藤空, 高林愛, 長瀬遼, 山内任宏, 楊瑞, 松村孝典教授, 石山英顕教授
調査目的	輸出支援の取組や課題について調査する
事業内容	企業の海外展開や農林水産物・食品の輸出支援等



<農林水産物・食品の輸出促進について>

Q1. (輸出に係る事業者・自治体間連携について)

令和4年5月に改正法が成立、10月1日に施行された農林水産物及び食品の輸出の促進に関する法律（以下「輸出促進法」という。）に基づく農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略（以下「輸出拡大実行戦略」という。）において、我が国の強みがある品目をオールジャパンで販売する体制の整備が掲げられております。

同戦略にて、貴構は「品目団体等と連携した販路開拓や戦略的プロモーション」を実施するものと承知しておりますが、輸出にあたっての産地における事業者・自治体との連携にあたっての現況や課題について伺いたく存じます。

A1.

輸出にあたっての産地の事業者や自治体との連携における課題については、

前から我々の方で品目団体の中の事業者や自治体等と連携をとって支援してきました。事業者については個々の事業者がご相談に来られる場合と団体(農協等)として来られる場合があります、輸入規制に対するご質問の対応やマッチング商談会のご紹介を継続して行っています。今回改正法が成立したことによって、品目団体と更に情報交換をしようということで、ジェトロ本部の農水部に味噌・醤油組合と地方の事務所の職員の顔合わせ会議を実施して頂いたり、職員向けに日本酒の基礎についての勉強会を開催して頂いたりしています。品目団体との連携強化によって我々が個別に知り合うことができなかった事業者の方と知り合う機会を提供して頂いています。

自治体との連携に関しては、運営上予算を頂いて色々事業をやらせて頂いているので密に連携をとっています。例えば、事業の情報交換を行い、自治体で出来ることを整理して事業者を提供しています。また、東北農政局とも普段から連携しています。農政局から事業者をご紹介頂いたり、我々からマッチング商談会のご案内をさせて頂いたり、一緒に支援するという事も行っています。

課題については、元から連携はとっているものの対応がたらい回しになってしまうことがあるので、もう少しシームレスに行政関係で連携して支援を行いたいです。その他の課題に関しては、現地でニーズがあり、日本側の事業者の輸出意欲があったとしても例えばEU HACCPのように日本側で非常に厳しい制限を課している場合があります。現地から求められている基準ではありますが、日本側で更に安全な食品を輸出するためにより厳しい基準を設定していて、基準が厳しいために輸出できないケースがあります。それだけ厳しい基準を設けているので、日本の製品は信用されているということでもあるかもしれません。

追加質問

Q. マッチング商談会というものは、先日東京ビックサイトで開催されたような試食会も含めたようなものでしょうか？

A. はい。展示商談会のようにリアルにやる場合もあれば、サンプルを送ってオンラインやるケースもあります。ホームページへの掲載などを通して個別にマッチングする場合があります。オンラインでの実施は交通費がかからず、移動時間を減らせる分たくさんの商談会に参加できるので好評を頂いています。

Q. 事業者には生産者の方もいらっしゃるが、東京青果のような卸売の形もございますが、事業者というのはサプライチェーンにいる様々な事業者全部という理解でよろしいでしょうか？

A. 我々が接しているのはどちらかというと卸さんの方です。生産者でも自分で国内に卸していたり規格を決められる場合はお話しすることもあります。JAが取りまとめて出荷している場合は、JAとお話ししています。

(※Q2とQ3は日本食品海外プロモーションセンター(JF00D0)の事業のため割愛)

Q2. (Taste of Japan 等の PR 事業における政策効果)

日本食・文化の PR に向け、貴構は JF00D0 における Taste of Japan などの日本食ポータルサイトにて各国での認知向上、興味関心の喚起を行っているものと承知しております¹⁷⁹。こちらの事業は PR による海外消費者による日本食の購買等の行動変容を目的としたものと考えておりますが、具体的な政策効果はどのように表れているのか伺いたいです。

Q3. (品目横断的なプロモーションの実施に係る品目団体間調整について)

JF00D0 では、令和 4 年 6 月に改訂された輸出拡大実行戦略を踏まえ、従来の品目別プロモーションに加え、有望品目を複数組み合わせ（例：日本酒と水産物など）のプロモーションを実施される予定であると承知しております¹⁸⁰。それに伴い、品目団体間でのプロモーションやニーズの調整などが発生することが考えられますがこの点について貴構のご見解を賜りたく存じます。（長瀬）

Q4. (人材育成について)

東北地方では近年、果樹の海外輸出に力を入れており、令和 4 年度において山形県では 7 月に、香港・シンガポールに 700 kg のサクランボ（紅秀峰）の輸出が行われました¹⁸¹。

一方、山形県では、「国際的な視座に立って、地域の農業または農山村が抱える課題に向き合う意欲がある人材」を求めて、令和 6 年度より農林系としては全国で 2 番目の専門職大学（東北農林専門職大学）の開学が予定されています

¹⁸²。

¹⁷⁹ 農林水産省（2022）「農林水産物・食品の輸出促進について」

<https://www.maff.go.jp/j/shokusan/export/meguji.pdf>（最終閲覧 2023 年 1 月 26 日）

¹⁸⁰ 農林水産省（2022）「農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略 改訂の概要」<https://www.maff.go.jp/j/shokusan/export/progress/attach/pdf/index-20.pdf>（最終閲覧 2023 年 1 月 26 日）

¹⁸¹ 日本経済新聞（2022/7/27）「山形産サクランボ 700 キロ輸出 昨年の国産全量上回る」
<https://www.nikkei.com/article/DGXZQ0CC273880X20C22A7000000/>（最終閲覧 2023 年 1 月 26 日）

¹⁸² 山形県「東北農林専門職大学(仮称)」<https://www.pref.yamagata.jp/documents/19388/pr.pdf>
（最終閲覧 2023 年 1 月 26 日）

また、大学側のポリシーとして、「グローバルな視野を持った農業経営者の育成につなげる観点から、特に英語技能を身に付けることができる学びに加え、国際的な農業事情について学べるようにカリキュラムを編成する」ことを目指しています¹⁸³。そのようなことを踏まえ、今後見込まれる農産物の海外輸出の増加に伴い、貴構ではどのような人材育成が必要になるとお考えでしょうか。

A4.

地方の中小企業で英語ができる方はレアケースなので、悩んでいる人が多いです。輸出では現地とやり取りする際に英語が必要なので、翻訳アプリを活用している企業も多いですが少し齟齬が生じやすいことが課題となっています。土地の魅力や商品の魅力を伝える時にもう少し柔らかい表現ができるとより良いブランディングや SNS の発信に繋がるのではないかという声をよく聞きます。

そういった点も含めて人材育成塾を行っています。大前提はビジネス英語の習得です。人材育成塾は、貿易実務講座というオンライン講座をまず受講して頂いた上で、商品資料を作成しプレゼンの予行演習を行い、実際に海外事務所に行って現地のバイヤーに対してプレゼンするという内容となっています。そして、国の規制や市場調査の方法の方法を講師からお伝えし、自力で輸出の計画を立てて海外バイヤーさんと商談できるまでサポートしています。具体的には、1 週間に 1 回、1 日 9 時～夕方の 17 時まで 3～4 カ月ほど講座を受講頂いています。最近では海外に行けないので、海外事務所の専門家に対してオンラインでプレゼンするという形をとっています。また、中小企業が海外輸出をする際に最も課題となっていることについてアンケート調査を実施した際に、人材育成が挙げられたことが人材育成塾を始めた背景にあります。これには英語ができる人材不足に加えて業界の人手不足もあります。

人材不足に対しては、高度外国人材の採用支援を行っています。採用の計画から実際の採用、採用後の定着まで支援しています。担当者が中小企業を訪問して困っていることを伺ったり、外国人に任せることで企業が成長できる事業内容や在留資格の切り替え等に関して助言したりしています。

Q5. (輸出を通じた地方創生について)

地方創生に向けた取り組みとして、貴構では農商工連携や広域連携を活用しながら地域ブランドを確立する「地域貢献プロジェクト」を推進されていると承

¹⁸³ 東北農林専門職大学(仮称)「基本方針(ポリシー)」

<https://www.ynodai.ac.jp/university/overview/policy/> (最終閲覧 2023 年 1 月 26 日)

知しております¹⁸⁴。食産品の輸出支援を通じて個々の企業のビジネスを拡大するだけでなく、地域全体の活性化やブランド力の向上を目指すことに関して、貴構が果たす役割についてご見解をお伺いしたいです。

A5.

ジェトロの地方事務所の運営の半分は自治体が負担しているので、地方創生に関して全般的に自治体と連携しています。自治体に対しては、輸出に良さそうな商品等を自治体の担当者に常に伺っています。前提として地方のブランドを作るなどの主体は、事業者と取りまとめている団体や自治体なので、我々はブランドの向上に役立てるように個々の事業者に対して支援しています。地域貢献プロジェクトに参加されている県内企業のサポートをするイメージです。

例えば今年は東北の日本酒をドイツで普及させるためのプロジェクトを実施しています。ドイツのベルリン事務所から、ドイツでは日本酒が普及していないので東北の良なお酒を活用して日本酒の普及をしていきたいという理由により仙台事務所に声をかけて頂きました。結果的に東北ブランドの確立に繋がればと思います。いきなり商談会をして現地の人と商談しても現地では銘柄が知られていないため、まずは現地の人のお口に合うお酒は何か等、現地の人に日本酒を知ってもらうために試飲会を実施しました。仙台事務所で取りまとめをして東北各 6 県の事務所に事業者への声掛けを依頼しています。試飲会をやるための前情報として、ドイツでの日本酒の普及具合やドイツのアルコール市場について情報提供するオンラインセミナーを先日実施しました。今後は試飲会に参加したい酒蔵を募集し、ジェトロ仙台の方で日本酒のサンプルを取りまとめてドイツに送り、現地で試飲会をする予定です。基本的にはこのような支援を無償で実施しています。サンプルをドイツに送るのに手続きが煩雑な部分があるので、ジェトロが支援しています。

農商工連携については、東北ではあまり進んでいないですが西の方では日本酒と漆器の組み合わせで輸出している事例があります。また、愛媛事務所ではアメリカの西海外に愛媛の養殖の魚を売り込むプロジェクトを実施しています。愛媛だけだと魚種が限られるので天然物の魚を提供できる東北にも声がかかり、青森と宮城が参加しました。全国に地方事務所があるので、ネットワークを活かして広域連携をしています。

¹⁸⁴ 日本貿易振興機構「地域協同の海外展開に対する一貫支援(地域貢献プロジェクト)」

<https://www.jetro.go.jp/services/regional.html> (最終閲覧 2023 年 1 月 26 日)

追加質問

Q. ドイツで東北の日本酒を普及させる取組のお話でしたが、現地の側から日本のものが普及していないという情報を頂くことは普段からよくあることなのでしょうか？

A. 本部などの全国を取りまとめている部署に連絡が来ることはありますが、地方事務所に海外事務所から直接連絡が来ることは珍しいのでドイツの事例はありがたいケースです。海外からこういうものが足りない・東北のこういう点がよいといったことを教えてもらえると、現地のニーズとぶれずに済んで成約率も高いので非常に嬉しいです。

Q6. （事業者向けの輸出支援について）

貴構では海外展開に取り組む企業に対して、輸出に詳しいプロモーターが戦略の立案や商談の立ち合い等の支援に一貫して取り組まれていると承知しております¹⁸⁵。そのような個別のサポートを活用した事業者から寄せられる声や、今後の伴走型支援の在り方について伺えたら幸いです。

A6.

輸出プロモーターは、商品は他社の製品と差別化できていて海外に出すと有望であり、輸出にやる気もあるが、輸出について右も左もわからないという方が利用しています。輸入規制や各国市場の状況の情報収集を専門家が支援していて大変好評を頂いています。また、専門家は経験豊富なので、これまで支援に携わった企業の良かった点や苦労話などについても情報提供しており、生の声が聞けるので凄くありがたいという声を企業から頂いています。面談にはジェトロ仙台の担当者も同席して情報提供に貢献しています。コロナ禍で専門家の方が海外に行けず、経験値を積むことや情報をアップデートすることが難しいので、ジェトロの海外事務所の声を活かしていきたいです。

Q7. （日本食の普及について）

国と連携した日本食のPR施策の一つに、海外の日本食レストラン等を「日本産食材サポーター店」として認定する制度がございます¹⁸⁶。日本の食材を扱う海

¹⁸⁵ 日本貿易振興機構「農林水産・食品分野の輸出専門家(プロモーター)による個別支援サービス」

<https://www.jetro.go.jp/services/export.html>（最終閲覧 2023 年 1 月 26 日）

¹⁸⁶ 日本貿易振興機構「海外における日本産食材サポーター店認定制度」

外での飲食業者や小売業者と連携したプロモーションなど、日本食の普及に向けた現地での働きかけに関して現状をお伺いしたいです。

A7. (後日メールでのご回答)

ジェトロの海外事務所では、日本産食材サポーター店の認定式を数多く実施しています。日本産食材サポーター店のイメージは、「日本食普及に協力する業者のネットワーク」です。サポーター店に認定されると箔がつくので現地の飲食店オーナーに非常に喜ばれますし、ジェトロ側も日本食材のプロモーションを実施する際にお声掛けしやすくなります。

仙台事務所の動きとしては、8月にオランダから現地のEC販売サイト及び飲食店を経営する日本食材のバイヤーが宮城にお越しになりました。三陸の水産物をお探しだったので、県内事業者2社をお連れし、訪問商談を行った結果1社成約となりました。もう1社は商談継続中です。そのバイヤーは日本食材普及のためのイベントを定期的に行っており、今回成約に至った商品を紹介することでした。ジェトロの活動の目的としては、日本企業の利益拡大のための海外販路拡大をお手伝いするということになりますので、日本食の普及がメインの目的ではないのですが、結果的に日本食の普及に貢献しているのかもしれない。

Q8. (中国におけるEC販売について)

貴構では中国EC販売に向けた取組として、フランクジャパンやD0インターナショナルなどの企業と連携して、中国でのEC市場開拓を推進されているものと承知しております¹⁸⁷。そこで、競争が激しい中国のEC市場におけるブランド口コミの拡散、商品PRに関する貴構の取り組みや、将来的な中国EC市場の開拓の展望についてお伺いしたいです。

A8.

宮城県の食品は中国の輸入制限措置により輸出できていない状況です。山陰地方や九州地方では中国のECサイトと連携して地場の物を売り込んだり、インフルエンサーを活用したプロモーションを頻繁に実施しています。ジャパンモール自体は海外のECサイトに日本の食品を買ってもらう仕組みなので、日本の企業から商品情報をジェトロに提供して頂いています。ジェトロと連携してい

<https://www.jetro.go.jp/agriportal/supporter/> (最終閲覧 2023 年 1 月 26 日)

¹⁸⁷ 日本貿易振興機構「海外におけるEC販売プロジェクト (JAPANMALL 事業)」

https://www.jetro.go.jp/services/japan_mall.html (最終閲覧 2023 年 1 月 26 日)

る EC サイトのバイヤーからのリクエストに基づいて商品の提案を行っています。EC サイトへの掲載だけでは売れないのでインフルエンサーを活用して食べ方や調理方法を発信し、日本食の普及に繋げています。そして、インフルエンサーの方に出演してもらうための場所代や出演料等、ジェトロの公費で支出しており、海外の事務所から依頼をしてインフルエンサー活用に必要な手配をしています。中国の EC 市場が非常に盛り上がっているというのは確かです。ジェトロでは専門の担当部署も設けていて、将来的にはニーズが高いことが見込まれます。

<企業誘致やまちづくりについて>

Q9. (企業誘致について)

仙台市は「学都」とも呼ばれ、仙台都市圏は多くの高等教育機関と学生を擁しています。一方で、支店経済とも呼ばれ、企業の本社が少なく、優秀な人材が首都圏へ流出しています。その解決策の一つとして、仙台で働きたい優秀な学生の就職先確保のため、魅力ある企業の誘致が求められていると考えております。

そこで、企業誘致について貴構としてどのように取り組まれていらっしゃるのか伺いたく存じます。具体的に、どのように企業を選ばれるのか、どのように自治体と連携されるのか等の①企業誘致の流れについて②これまでの実績と今後の計画について、差支えのない範囲でご教示いただけますようお願いいたします。

A9.

人材に関しては仙台事務所に高度人材育成のアドバイザーが 1 名おります。人材流出については、東北大学のキャリアセンターともお話をさせて頂いています。東北大学を中心とした「DATEntre」という人材育成プログラムはジェトロ仙台が参加させて頂いており、県内の優秀な外国人留学生の地域就職を目指すことを目的の一つとしています。具体的には、留学生向けに情報提供を行うセミナーを実施したり、地元企業でのインターンシップを企画したりしています。

このような取組では、東北大学は学生支援、ジェトロ仙台は企業支援の立場から携わっています。社長が留学生を採用したいと考えても、現場のリーダーは外国人と話したことがないというケースは多いので、コミュニケーション等のアドバイスを中小企業向けに行っています。そして、ジェトロは地元の中小企業の情報を持っていて、東北大学は外国人留学生の情報を持っているのでマッチングもしています。また、企業が海外輸出・海外拠点の設置に前向きであることは留学生にとってアピールポイントになるので、どうすれば留学生に就職してもらえるかという部分に関しても企業支援を行っています。現状では東北で 16 社、

宮城県では 4 社がアドバイス支援を活用しています。仙台市が企画している留学生向けのインターンシップや就職説明会で共催させて頂き、講師としてお話しすることもあります。

(外資系企業の誘致について)

宮城県では半導体やヘルスケアの関連分野を中心に誘致しています。熊本で台湾の TSMC の誘致が行われましたが、宮城においても工業用地の確保に関する海外からの大型案件に宮城県庁やジェトロの海外事務所と連携しながら対応しています。先日は、台湾での半導体の展示会 (SEMICON Taiwan) に参加しました。東北大学の研究センターからは 2 名の研究者に参加頂いて、半導体のプロモーションを実施しました。ヘルスケアに関しては、来月ドイツで開催される MEDICA という展示会で、ジェトロはジャパンパビリオンを設営します。その中に宮城県の企業ブースを 2 つ確保し、海外販路開拓という目的で出展して頂く予定ですが、その際、誘致も併せて行います。

企業誘致の事例について、クラフトビールを日本で作りたいというアメリカからの依頼があり、助成金を活用して秋保に誘致することになりました。外国企業の誘致には長いスパンがかかり、受け身の姿勢になりがちですが、誘致活動を推進しています。宮城県としてのアピールを行い、外資系企業に「選ばれる」ことを意識しています。

Q10. (まちづくりとビジネスについて)

貴構は、国内外に広がるネットワークを駆使して、地域・分析レポートという形で多くの多種多様な事例が紹介されていると承知しております。その中で、2022 年 3 月 29 日「EV に優しい街づくりから製造拠点の誘致まで、政府主導で普及拡大へ(シンガポール)」のように街づくりに絡めたビジネスについても触れられています¹⁸⁸。これに関連して、街づくりとビジネスはどのような関係性を有しているのかお伺いしたいです。

また、まちづくり等の公共性が高い事業における民間投資は、政府が何らかのインセンティブをもたらすことによる効果で成り立っているものと考えます。この点について、貴構としてどのように受け止めていらっしゃるかご見解を賜りたく存じます。

¹⁸⁸ 日本貿易振興機構(2022/3/29)「地域・分析レポート 特集：アジア大洋州で加速する電気自動車の普及の取り組み『EV に優しい街づくりから製造拠点の誘致まで、政府主導で普及拡大へ(シンガポール)』」 <https://www.jetro.go.jp/biz/areareports/special/2022/0302/eef67dd74d7fb734.html>

(最終閲覧 2023 年 1 月 26 日)

A10.

地方創生とビジネスについては、宮城県の事例の場合、震災で被害を受けた石巻や女川の地域再生に関して箱作りをまず行政が行い、漁業における出荷体制は一定程度整いました。一方、地域として盛り上げていく必要があるので、ソフト面の支援にジェトロも携わっています。

Q11.（商品の差別化について）

輸出促進において商品の差別化が重要であることは、商店街振興においても通じるものがあると考えます。商品の発掘に関してどのような課題があるのかお聞きしたいです。

A11.

現状では他社商品との差別化や良さに気づいていない事業者が多いです。お客様は外国人なので、商品の良し悪しをジェトロ担当者が判断するのではなく、外国の方に見て頂いて声を聞くことを心掛けています。つまり、担当者が企業の商品を見聞きするのではなく海外バイヤーの声を活かすことで自社商品の海外からの見え方を実感してもらい、商品を見直すきっかけ作りに繋がっています。東北の企業は西の地方に比べて自ら商談会に応募してくることが少ないので、ジェトロ側から可能性のある企業を探してお声掛けすることもあります。また、青だるまやこけし等、海外だからこそ人気がある物もありますし、思いがけないところに素晴らしい商品があります。

Q12.（地方創生について）

地方創生については何が課題として挙げられていて、輸出がどのように寄与しているのか、また地方創生への貢献の前提としてどのような課題を認識されているのか伺いたいです。

A12.

担い手不足が課題だと考えます。これに対しての直接的なアプローチとしては、高度外国人材の支援事業に取り組んでいます。東京よりも仙台でワークライフバランスを重視しながら働きたい留学生も結構いらっしゃるので、地道に向き合って地元の人たちと繋げるような機会を作りたいです。震災の被害で国内の販路が断たれてしまった水産加工の事業者も多いので新たな販路ということで輸出を紹介することもあります。補助金等を活用して新しい施設や高度な冷凍技術を取り入れている事業者も多いので、輸出に舵を切る事業者もいます。

ヒアリング先	株式会社日本政策金融公庫
日時	2022 年 10 月 18 日（火） 14:00～15:30
場所	株式会社日本政策金融公庫 仙台支店
調査の協力者	森本孝則様，宮原大和様，植村知史様，丹野将洋様，伊藤雄貴様
参加者	小林由香，榊原翔平，佐藤空，高林愛，長瀬遼，山内任宏，楊瑞，松村孝典教授，石山英顕教授
調査目的	政策金融機関からの視点について見識を深める。
事業内容	一般の金融機関が行う金融を補完することを旨としつつ、以下の機能を担うことにより、国民生活の向上に寄与することを目的としている政策金融機関



<輸出・6次産業化>

Q1.

直近 3 年間において、貴庫において輸出に取り組む事業者向けの融資額が近年増加しているものと承知しております¹⁸⁹。そこで、輸出に取り組む事業者の方々への融資実績が増加傾向にある背景についてお伺いしたいです。

¹⁸⁹ 日本政策金融公庫（2021）「農林水産事業のご案内」, 10 頁.
<https://www.jfc.go.jp/n/company/af/pdf/jfc21j-05.pdf>（最終閲覧 2023 年 1 月 26 日）

A1.

人口減少、高齢化によって日本のマーケットは減っています。一方、アジア圏を中心に人口は増加しており、世界の食糧需要は大きく伸びています。マーケットの広がりに合わせて、海外の需要を取り込もうということです。国としても、輸出金額を2025年までに2兆円、2030年までに5兆円という目標を掲げています。日本公庫は政策金融機関として、国の政策に基づき、融資や情報提供等の支援を実施しています。また、現場にいた際には、国が輸出に関する支援を増やしていることもあり、事業者の目が海外に向いてきた、と実感していました。

Q2.

6次産業化の推進に向けた今後の融資制度の在り方についてご見解をお伺いしたいです。

A2.

日本公庫だけでなく、地方農政局や都道府県、市町村等の行政機関とも関わりながら、6次産業化に向けた計画の策定、資金面での支援に取り組んでいます。取り組み事例の紹介など、情報提供も行なっています。また、融資後のアフターフォローが重要だと考えており、専門家紹介等を実施し、事業者を支援しています。

Q3.

民間の金融機関と連携して農業支援を行う場合の課題や貴庫の役割についてお伺いしたいです。

A3.

民間金融機関との関係づくりが重要だと思います。日本公庫は民間金融機関を補完する立場にあるので、その点を理解していただくことも必要だと考えています。

Q4.

スマート農業やブランディングなど、農業従事者や農業法人にとって新たな設備投資が必要な際、貴庫より融資を受けるといったことは多いと考えております。そこで、農業者のどのような点に着目して融資事業を行っていらっしゃるかとご教示いただきたいです。

A4.

決算書や営農状況を確認し審査をしていますが、それだけではなく、事業性

を適切に評価することを意識しています。財務や担保等にとらわれず、お客さまの経営課題の解決や経営発展、地域貢献に資するものであるかどうかについても見ています。

〈地域活性化支援〉

Q5.

貴庫は、本支援で、「お客さまや地域のニーズに合致した有益なサービスを提供」していると承知しています¹⁹⁰。そこで、地域のニーズの調査をどのように行っているかご教示ください。また、得られたニーズについて、都市部と地方ではどのような違いがあるのかについてもご教示いただけますと幸いです。

A5.

中小企業事業では担当者が 100－150 社程度担当しており、日頃から定期的なコミュニケーションを図っています。その中でお客さま個々のニーズを把握し、課題解決の支援を実施しています。

都市部と地方の課題の違いについては、2016 年のデータですが、都市部では既存企業の減少、それ以外の地域は人口減少が課題として把握されています。また、ニーズについては、都市部では販売先・仕入れ先が減っている中、マッチングのニーズ、地方では人材に関するニーズがある傾向にあります。

Q6.

本支援で、地方自治体との連携強化に取り組み、地方版総合戦略の策定実行や個別施策への参画に取り組んでいると承知しています¹⁹¹。それらに取り組む中で、自治体・地域・企業それぞれがどのような課題を抱えていると考えるか伺いたいです。

A6.

地域における経済振興に向けてのビジョンが明確ではないという課題が 1 番にあります。融資担当者としての個人的な意見ですが、地域が地域振興に向けた計画を策定しても人手や予算が限られている中では地域の企業へ情報が届きにくい、という課題もあるのではないかと考えています。かかる中、日本公庫では、融資支援の他にも、自治体と事業者をつなげるという役割、地域の関係機関に紹介する役割を担っています。仙台支店では、宮城県等との連携が取れており、制

¹⁹⁰ 日本政策金融公庫(2022)「日本政策金融公庫の取り組み」

<https://www.jfc.go.jp/n/recruit/business/business02.html#b03> (最終閲覧 2023 年 1 月 26 日)

¹⁹¹ 同上

度設計の段階で自治体と協力したり、お客さまを地域の関係機関に紹介したりしています。

Q7.

新型コロナウイルスによる人出の減少などにより、地域経済の停滞・衰退が一層進んだと考えています。コロナが地域活性化施策に与えた影響や変化について、貴庫のお考えを伺いたいです。また、コロナ禍に創業・新事業を行う上でネックとなっていることについても伺えますと幸いです。

A7.

特に飲食業が影響を受けています。飲食業については、外的要因として需要、行動制限等による下振れ要因がリスクとなっています。また、勤務先の倒産等により、やむを得ず創業する「リストラ型創業」が増えており、準備が不足した状態での創業はリスクであると考えています。

Q8.

人口減少やコロナウイルスの影響により、商店街をはじめ、仙台の商業は苦しい状況にあると一市民の目線から考えております。そのような中、貴庫は商工会議所等と密接に連携し、小規模事業者の経営改善を支援しており、仙台においても仙台商工会議所と連携した事業を展開していると承知しております¹⁹²。そこで、相談や支援を通じて貴庫が考える①新規創業時におけるニーズ、②創業後の事業者、既存の事業者のニーズ、の2点についてご教示いただけますと幸いです。

A8.

日本公庫「2021 年度新規開業実態調査」によると、開業時に苦勞することとして最も多い回答は「資金繰り・資金調達」、次に、「顧客・販路開拓」となっています。一定の自己資金は用意しながらも、資金繰りで苦勞している創業者もみられます。また、創業後のニーズは、「顧客・販路開拓」、次に「資金繰り・資金調達」と開業時と逆転しています。現在のコロナ禍においては、資金繰り支援以外にも、補助金活用の情報提供も重要となっています。

Q9.

Q8 で述べた事業によって、事業件数の増加や経営改善などの効果が見込まれると考えておりますが、それを示す具体的なデータ等がありましたらご教示いただきたい

¹⁹² 仙台商工会議所「創業応援助成金」<https://www.sendaicci.or.jp/scci-start-subsidy/>
(最終閲覧 2023 年 1 月 26 日)

です。

A9.

創業支援では、雇用創出効果という点でも重視しています。創業企業は1社あたり、平均3.2人^(注)を雇用しますが、公庫は、令和3年度に2万6千先の創業前及び創業後1年以内の企業へ融資を実行したので、年間で約8万3千人の雇用を創出したと考えられます。よって、雇用創出という形で地域の活性化に貢献していると考えています。

(注)日本公庫「2021年度新規開業実態調査」による創業時点での平均従業者数

Q10.

少子高齢化や人口減少の進展が予想される中、今後、仙台市の商業も大きな影響を受けると考えております。それに伴い、現在貴庫が行なっている事業の重要性はより一層高まると考えます。そこで、Q8で述べた事業をはじめとして、今後支援の拡大はお考えでしょうか。また、拡大を考えている場合、現状どのような問題点があると予想されるかご教示いただけますと幸いです。

A10.

融資以外には、経営課題の解決支援に力を入れています。「顧客・販路開拓」という点においては、外部専門家との連携なども行っています。例えば、「よろず支援拠点」と連携して毎週相談会を実施しています。また、事業承継支援についても、「事業承継・引継ぎ支援センター」で月2回相談会等を実施しています。販路開拓については、中小機構やジェトロ等とも連携しており、主に海外展開を見据えるお客さまに対し、オンライン相談会やセミナーを実施しています。また、東北大学とも産学連携をしています。

Q11.

郊外への大型店(イオンのような)の新規進出の歯止めと都市中心部の活性化を目的に、一部地域(青森など)でコンパクトシティ運動が起こったものと承知しております。この運動について、貴庫も中小小売店や商店街への支援という形で関わっておられたかと思えます¹⁹³。そこで、貴庫はコンパクトシティ構想にどのような魅力を感じて支援を行われたのか。どのような形で支援されていたのか。コンパクトシティ構想への支援を行った結果、どのような効果が得られたとお考えなのか。について教えて頂きたいです。

¹⁹³ 日本政策金融公庫「」コンパクトシティ「の台頭―成熟期の流通産業(完)」
https://www.jfc.go.jp/n/findings/pdf/ronbun0902_04.pdf (最終閲覧 2023 年 1 月 26 日)

A11.

商店街や中心市街地、地域活性化の支援は、従来から日々取り組んでいます。中心市街地の活性化と併せて、人口減少等の地域課題解決という点においても支援しています。例えば、移住セミナーを開催し、移住をして創業するケースがあれば自治体と連携して対応しています。

Q12.

Q3 と関連して民間金融機関との連携というところで、民間金融機関に旨味のようなものが大切なのかと考えたのですが、それにあたって何かお考えや事例がありましたら伺いたいです。

A12.

農業者全体の融資残高のうち、大半を農協系統と日本公庫が担っているという実態があります。ただ、農業者向けのアンケートでは、民間金融機関ともっと取引したいという意見もあります。日本公庫のノウハウをお伝えする等して、民間金融機関の農業参入をサポートすることも重要な役目だと考えています。

Q13.

Q2 に関連して、お話の中で6次産業化に関してアフターフォローが重要ではないかというお話があったかと存じますが、具体的なニーズをお伺いできれば幸いです。

A13.

実際に商品を作ってみたが売れなかった、という意見を伺ったことがあります。そうした際には、全国のネットワークを活かし、新たな取引先や販路開拓の専門家を紹介するなどしていました。

Q14.

事業再生、事業承継について具体的にどのように取り組まれているのか教えていただきたく存じます。

A14.

例えば65歳以上のお客さまには、後継者について確認しています。後継者未定という企業も多く、そのようなお客さまには、「気づき」という点で指摘させていただく場合があります。また、「マッチング」にも、積極的に取り組んでいます。融資担当者が、事業承継診断等を通じて今後の事業承継に向けた

取り組みを促しています。具体的には、「事業承継・引継ぎ支援センター」を紹介するなどしています。

Q15.

創業に際し実績がないところへの支援はどのように判断されているのかお伺いしたく存じます。

A15.

「どのような準備をしてきたのか」という点を見ています。例えば、これまでの経験、事業のコンセプト、ビジネスモデル（誰に何をどのような形で売るか）については非常に大きなポイントであると考えています。また、資金計画についても重要です。創業に「どこまで本気で準備をしてきたか」、「熱意を持っているか」ということを確認しています。

Q16.

東北と他地域との融資をしていくにあたって感じられた地域差についてお伺いしたいです。

A16.

農林水産事業で言うと東北は販売先が遠いといったデメリットがあるかと思います。以前関西にいたのですが、関西は農業者と比べて消費者が圧倒的に多く、両者の距離が近いので、直売所等に持っていくとすぐに売れ、運送費はあまりかからない、といった傾向にありました。一方、東北は仙台が1番の都市ですが、消費者は関東に比べると少なく、関東圏に持って行くのは運送費がかかる、といった特徴があります。そのため、全国のネットワークを活かし、既存の取引先よりも有利な条件で販売が可能な販路を開拓する等の経営改善支援に取り組んでいます。

ヒアリング先	内閣府 沖縄総合事務局
日時	2022 年 11 月 1 日（火） 16:30～17:30
場所	内閣府沖縄総合事務局 会議室
調査の協力者	農林水産部農政課 部長 福島央様 農林水産部農政課 企画係長 浅海啓一様
参加者	小林由香，榊原翔平，佐藤空，高林愛，長瀬遼，山内任宏，楊瑞，松村孝典教授，石山英顕教授
調査目的	地方創生の実現に向けた沖縄県での取り組みについてヒアリングを行う。
事業内容	沖縄の振興開発を一元的、効率的に推進するため、内閣府の地方支分部局として設けられている国の総合出先機関である。農林水産部は農林水産省の地方支分部局としての機能を持っている。



Q1.（農地面積及びその経営について）

沖縄県における農業の特徴として、耕地の約 98%が畑であるなど、畑作が大半を占めていることが挙げられます。全国的な傾向と同様、県内の耕地面積は年々減少傾向にあります。他方で牧草地は直近 30 年において概ね増加傾向にあるものと承知しております。その背景として、宮古、八重山地域を中心に肉用牛飼育が盛んであることや、県内の主力産品であるサトウキビの栽培農家の高齢化に伴う畑から牧草地への転換があるものと考えます。

そこで、県内の耕地面積について、牧草地の拡張要因について伺いたく存じます。また、県内の田畑面積の維持・拡張に向けて貴局が取り組まれている施策等がありましたら現状とその施策の効果、並びに課題について伺いたいです。

〔以下、組織的見解ではなく福島様の個人的回答としてお答えいただいた。〕

A1.

農地面積が減っている原因は、サトウキビの減少と牧草地の転換ではないです。耕地面積が減っているのは那覇近郊、沖縄本島南部であり、サトウキビの主な産地とは違います。また、サトウキビは沖縄で一番手がかからない作物とされており、牧草の方が手間はかかります。サトウキビはむしろ交付金も支給されており、農家にとっては「儲かる作物」と認識されています。そのような現状の中、沖縄はいまだに人口が増加しています。沖縄の限られた面積でどのようにして増加している住民を住まわせるかとなったときに、農地よりも宅地を優先すべきだと考えている人が多く、それによって農地が減少しているのではないかと推測しています。そのため、政策においては農地と宅地・観光地といったように、土地利用の線引きをしっかりと行うことが今後重要であると考えています。

なお、牧草地が増えている理由としては、沖縄の地理的特性上、コスト削減のため家畜の餌を自前で確保しなければいけない状況から、荒地を牧草地へと整備することが進められており、自治体としても整備・支援を行っているからであると考えています。

Q2.（農業への金融面での支援策について）

沖縄では、夏秋季に襲来する台風などの気象条件や河川がほとんど存在しないことによる水不足などの地理的条件が営農に大きな影響を与えているものと承知しております。上述した影響は金融機関にとって、農業経営体への融資に際してのリスクと評価されるものと考えております。こうした影響を踏まえ、沖縄における公的部門からの金融面なされている支援策として、沖縄振興開発金融公庫の実施する「沖縄農林漁業台風災害支援資金」が存すると承知しております。

そこで、沖縄の気象条件や地理的条件に即した農業への金融での支援策として、上述したもののほかにどのような施策が挙げられるのか伺いたいです。また、そうした施策がありましたら、施策の現状と施策の効果、並びに課題についても伺いたく存じます。

A2.

沖縄では、保険に入って備えるという文化が薄く、復旧に対して支援が厚いため、被害が起きてから対応するということが多くなっています。あらかじめ

備えさせるためにはどうすべきかを考える必要があり、金融面の一番の課題であると考えています。

低金利融資については、現状すでに金利が低いため、魅力が少ないと考えています。それよりも無担保や据置が長いなどといったほうが、ニーズは高いのではないかと考えています。

Q3.（農業の担い手政策について）

沖縄県庁は「安定的な農業の担い手育成」の施策として、最もプライオリティが高い施策は何にあるとお考えでしょうか。また、そのようにお考えの理由等についてもお教えいただきたく存じます。

A3.

経営管理能力に尽きると考えています。農業が儲かるという認識があれば、後継者不足という問題は発生しないと考えています。儲からないという認識が発生していることに課題があり、原因は損益分岐点など経営上の重要な指標を考えずに農業を行っていることにあると考えています。実際、経営をうまく行い、儲けを出している人たちは後継者に困っていないと語っていました。まず経営管理能力を向上させ、儲かる農業を実現させることが優先であり、その次に女性の活躍などを考えるなど、段階を踏んで施策を講じていくことが重要ではないかと考えています。

<沖縄における農泊について>

Q4.（農泊の推進について）

貴県では、10の地域において農泊が実施されていると承知しております。農泊を推進するためには、地域間の意見交換は不可欠であると考えております。そこで、地域間の意見交換に関する貴局の取り組みと、実施地域に対する貴局の支援状況について伺いたいです。

A4.

地域間の意見交換については、意義は少ないのではないかと考えています。理由としては、そもそも競合となりうる地域間で意見交換が可能なのか、また、客層やターゲットも異なる地域で意見交換を行ったとして、他の地域の意見が自地域にとって有益なものになるのか疑問に感じるからです。むしろ、地域内でキャパシティなどについて情報交換を行う方が有益なものになると考えています。実際、当局の農村振興課ではそちらの方向性で支援を行っていま

す。しかし、何より重要なのは地域主導で取り組むことであると考えています。あくまで行政は支援に留まり、地域でコンセプトやターゲット層を決め、自分達の地域を創り上げていくことで初めて、魅力あるものになっていくと考えています。

ヒアリング先	沖縄振興開発金融公庫
日時	2022 年 11 月 1 日
場所	沖縄振興開発金融公庫本店
調査の協力者	融資第三部農林漁業融資班 課長 大城一也様 融資第二部生衛・創業融資班 課長 安里秀樹様 調査部 部長 大西公一郎様 調査部 地域連携情報室兼融資第一部地域振興班 室長兼参事役 徳松安史様
参加者	小林由香，榊原翔平，佐藤空，高林愛，長瀬遼，山内任宏， 楊瑞，松村孝典教授，石山英顕教授
調査目的	沖縄における政策金融のあり方等に関するリサーチ

(※後掲する資料に基づき事業内容等をご説明いただいた後、事前質問にご回答いただいた。)

<沖縄県における農業経営・金融>

Q1. (沖縄農林漁業台風災害支援資金について)

沖縄県では、夏秋季に襲来する台風などの気象条件や河川がほとんど存在しないことによる水不足などの地理的条件が営農に大きな影響を与えているものと承知しております。上述した影響は金融機関にとって、農業経営体への融資に際してのリスクと評価されるものと考えております。こうした影響を踏まえ、沖縄における公的部門からの金融面なされている支援策として、貴庫の実施する「沖縄農林漁業台風災害支援資金」が存すると承知しております¹⁹⁴。

そこで、沖縄農林漁業台風災害支援金の利用状況と事業効果、並びに課題についても伺いたく存じます。

Q2. (民間金融機関との協調融資について)

リスク評価が困難である農業部門への融資にあたり、我が国においては貴庫や日本政策金融公庫などの公的部門から農業者への中長期的な資金供給をするスキームとあるものと承知しております¹⁹⁵。他方で、貴庫は民業を補完する役割を担う政府系金融機関であることから、コザ信用金庫をはじめとする民間金融機関との協調融資に積極的にも取組まれているものと考えております¹⁹⁶。

¹⁹⁴ 沖縄振興開発金融公庫 (2022) 「沖縄公庫独自制度のご案内」

<https://www.okinawakouko.go.jp/odfc-uniquefinancing/>

¹⁹⁵ 農林水産省「創意工夫で経営を発展させたい方へー農業経営改善関係資金のご案内」

https://www.maff.go.jp/j/new_farmer/n_kasituke/syunou_shikin/pdf/annai_160407.pdf

¹⁹⁶ 沖縄振興開発金融公庫 (2018) 「民間金融機関との協調融資 平成 30 年度上半期 59 件、108 億円」

<https://www.okinawakouko.go.jp/sp/newsrelease/detail/3157>

そこで、貴庫の農業部門における協調融資の現状や課題、今後の事業の方向性についてご教示いただけますと幸いです。

Q3. (担い手育成について)

貴庫におかれましては、農業の担い手支援等の目的で「農業次世代投資事業」として融資を行っていますが、金融的な支援の後についても経営支援のコンサルティングなどは、実施されていらっしゃるでしょうか。

もし、実施されていらっしゃいましたら、具体的にどのようなことを行っているのかご教示いただけますと幸いです。

<沖縄県におけるまちづくりについて>

Q4. (自治体とのまちづくり連携について)

貴庫は、与那原町などの自治体と協定を結んでおられると承知しております¹⁹⁷。これは、まちづくりの取組に際して、プロジェクトの構想段階から金融ノウハウを活用するといった旨であると考えております。そこで、かかる協定において具体的に貴庫がどのような役割を担っているのかお伺いしたいです。

<沖縄の観光について>

Q5. (観光客の誘致について)

日本交通公社が実施した旅行意識調査によると、コロナ禍においても沖縄のハードリピーターの再来訪意向は高いものの、コロナ禍での初来訪者の再来訪意向は低下する傾向でした¹⁹⁸。そのため、貴庫では「地元も含めた沖縄ファンづくり」を推進されているものと承知しております。そこで、沖縄ファンづくりの取組と、これに関する貴庫が果たす役割について伺いたいです。

<沖縄における産業について>

Q6. (地域資源の活用に向けた金融支援について)

貴庫では、沖縄における農林水産物のブランド化や、地域産品の製造・販売を促進する取り組みとして「おきなわブランド振興資金」や「沖縄特産品振興貸付」等の支援を行われているものと承知しております¹⁹⁹。地域資源の活用には金融支

¹⁹⁷ 沖縄振興開発金融公庫（2021）「与那原町と沖縄公庫が助言業務協定を締結」
<https://www.okinawakouko.go.jp/newsrelease/detail/4282>

¹⁹⁸ 沖縄振興開発金融公庫（2022）「「コロナ禍における日本人の沖縄旅行に関する調査(2021年版)」について」
https://www.okinawakouko.go.jp/userfiles/files/news_release/2022/20220330_kisyahappy_o_korona_tyousa.pdf

¹⁹⁹ 上掲注1

援の充実化が重要であると考えますが、上記の制度の利用状況や、貴庫が政府系金融機関として沖縄の振興に果たす役割についてご見解をお伺いしたいです。

Q7. (創業・新事業展開支援について)

近年の社会情勢の変化により、社会に求められる事業内容や形態にも変化が生じたものと考えます。コロナ禍前と比較し、①創業・新事業展開を考える方の相談人数や事業内容にどのような変化があったのか伺いたく存じます。

また、創業経験のない創業希望者及び事業者の方は、事業の開始にあたり知識や情報等が不足していることもあると考えます。そこで、②創業経験のない創業希望者及び事業者の方に対し、事業計画内容等について、どのような支援をされているのかご教示いただきたいと思います。

Q8. (創業・新事業展開について)

貴庫は、創業・新事業展開を考えている方に向けて支援を行っているとして把握しております²⁰⁰。現状、沖縄で創業・新事業展開を行う際に、障壁となっている要因についてご教示いただきたいと思います。

Q9. (創業・新事業展開支援の効果について)

貴庫の事業によって、(1)創業・新事業を考えている方、(2)地域経済、それそれぞれに対してどのような効果があったか、それを示すデータ等がありましたら、併せてご教示いただきたいと思います。

【配布いただいた主な資料】

沖縄振興開発金融公庫(2022)『Report 2022』

沖縄振興開発金融公庫(2022)『令和3年度政策金融評価』

沖縄振興開発金融公庫(2022)『櫓舵』, 第8号

沖縄振興開発金融公庫(2022)『最近10年間の沖縄公庫の歩み ―創立50周年データブック―』

沖縄振興開発金融公庫(2022)『沖縄経済ハンドブック』

²⁰⁰ 沖縄振興開発金融公庫「融資・出資のご案内」

https://www.okinawakouko.go.jp/financing_investment/

ヒアリング先	糸満市観光まちづくり協議会
日時	2022 年 11 月 1 日（火） 14:00～15:30
場所	糸満市役所
調査の協力者	経済部観光・振興スポーツ課 参事兼課長 新垣行則様 経済部観光・スポーツ振興課 主幹兼係長 上原亘様 糸満市観光まちづくり協議会 合同会社ぐらんま 西智子様
参加者	小林由香，榊原翔平，佐藤空，高林愛，長瀬遼，山内任宏， 楊瑞，宮平政良，松村孝典教授，石山英顕教授
調査目的	農泊推進の先進地域である糸満市にて、糸満市農泊推進に関する概要を知り、農泊に関する現状や課題を調査する
事業内容	民泊事業として、サマースクールやインバウンド、大人の民泊、農園カフェぐらんまの運営などの取組みを通じて、糸満市への定住を促進して、地域振興の一翼を担っている。



Q1.（協議会を構成するアクター間の連携状況と解題について）

貴会においては、行政，市民，民間事業者などといった地域における多様なアクターが連携し、他の地域とは異なる特色を出した「糸満ブランド農泊」を推進されているものと承知しております。貴会の取組が第4回ディスカバー農山漁村の宝に選定されるなどの評価や実績を得られた背景として、協議会の設立に

より、官民など多種多様なアクター間で緊密な連携がとられてきたことが挙げられると考えております。

そこで、貴会の事業運営における各アクター間の連携状況、連携によって得られたと考えられる効果、及び連携に際して現状抱えられている課題について伺いたく存じます。

A1.

協議会設立以前は、主に行政と関係団体（観光協会・商工会など）で観光施策を推進していましたが、民間事業者及び市民団体などと連携が図られたことにより、地域資源の発掘・磨き上げ、地域への誘客、インバウンド受け入れ環境の整備などの地域の実態や特性に合わせた効果的な観光振興に取り組むことができたことを認識しております。

現状抱えている課題として、財源と人材の確保があります。協議会へ市からの財政支援を行っていないため、様々な調査・研究が実施できない状況にあります。

また、人材に関しては、行政を含め民間事業者もノウハウを後任へ継承する難しさがあると考えております。

Q2. （民泊体験の質の向上について）

2020 年に実施された民間のシンクタンクの調査によれば、沖縄県は都道府県の魅力度ランキングにおいて上位であり、特に貴市は前年に比べて最も魅力度が上昇した市町村として、非常に高い評価を得ているものと承知しております。そして、このような実績の背景の一つに民泊の推進が挙げられます。民泊体験の満足度を更に高めるために受入民家に対して行われている支援の状況と、現在抱えられている課題がございましたら伺いたいです。

A2.

協議会設立当初の令和 29・30 年度は、農村漁村振興交付金を活用し、先進地視察や食物アレルギーなどの各種研修会を実施していましたが、現在は活動等に対する支援を行っておりません。

課題としては、民泊受入家庭の高齢化等による離職等です。

Q3. （冬休み企画・県外からのツアー企画について）

貴会では平成 29 年 7 月、8 月に教育民泊の閑散時期の取り組みとして、サマースクール農泊体験ツアーを実施して、参加者からのニーズがあり、冬休み企画・県外からのツアー企画も検討していると承知しております。冬休み・県外からのツアー企画の具体的な内容や実施に向けた現状をお伺いたいです。

A3.

2019 年 インバウンド受け入れ（日帰り体験・東道盆料理体験）

11 月・12 月（シンガポール・中国・台湾・香港）

2020 年 インバウンド受け入れ（シンガポール日帰り体験）

県外からの移住就農体験（3 週間受入 7 名）11 月（関東地区）

2021 年 日本人富裕層（東道盆料理体験）11 月・12 2 泊三日 40 万円ツアー

2022 年 教育委員会生涯学習文化課からの委託事業（八重瀬町との連携 12 月／1 月／2 月） 自然・文化・食・環境・農業・平和を SDGs に向けた取り組みとする観光メニューの開発（山形県南陽市中学生交流セミナー実施 令和 4 年 1 月 20 日）

Q4. （インバウンド・大人の民泊の実施について）

貴会では教育民泊以外の農泊体験の展開の一環として、県内在住の外国人に宿泊体験を実施されたと承知しております。インバウンド・大人の民泊誘致に関する貴会の取組や課題について伺いたいです。

A4.

取組：インバウンドに特化した旅行社（4 か所）とのタイアップ

（多言語チラシ・農泊動画多言語ナレーター活用・ビデオ作成）→東南アジア・中国からの誘客に成功 ①日帰り文化体験 ②東道盆料理体験 ③農泊・農業体験 ④スポーツ交流民泊

課題：①言葉の壁⇒通訳機を購入 ②インバウンド受入の不安⇒定期的な勉強会実施 ③コロナ感染への不安 ④民家の減少（転職・高齢化・コロナ）

Q5. （農家への支援について）

貴市の農泊のメインは修学旅行の受入ですが、新型コロナウイルス感染拡大で修学旅行を中止せざるを得ない場合があります。コロナ禍で大きな損失を被った農家に対して、貴市として実施している支援に関する取組や指導の現況について伺いたいです。

A5.

経済的影響を受けた農家に対し、国・県の助成制度と市の事業者給付金交付に関する情報を市ホームページ及び JA 等を通して、周知しています。

Q6. （一般旅行者への対応について）

今後、少子化の影響もあり教育旅行だけで農泊経営を行っていくことは難し

く、一般旅行客をターゲットとする農泊事業も更に受け入れる必要であると考えております。しかしながらその一方で、一般旅行客のニーズは教育旅行におけるニーズとは異なり、従来とは違った対応も必要になると思われるのですが、こうした対応への考え方について何かお考えがあれば伺いしたいです。

A6.

教育旅行では、農作物の収穫や伝統文化体験が主なとなりますが、一般客への対応として、地域食材と琉球漆器を活用した東道盆料理と琉球舞踊及びコーヒー焙煎など歴史、文化、地域食材などを、組み合わせたおもてなしによる受入を推進しています。

Q7.（糸満市における農泊推進の意義と強みについて）

糸満市を含め沖縄県は観光資源が豊富にあり、既存の観光資源を活かして交流人口の増加に結び付けられるとも思われますが、あえて農泊事業をツールとした交流人口を呼び込む意義をどのように考えていますでしょうか。また、他の地域とは異なる糸満市（沖縄県）における農泊の魅力や強みをどのように考えていますでしょうか。

A7.

自然災害や価格低下などのリスク対応、人口減少対策に向けた移住者確保など農業経営と地域活性化に向け、農泊は一助になると考えています。

魅力や強みについては、県内最大級の農産販売所や今年の10月には糸満漁港北地区に高度衛生管理型荷捌き施設が開設し、新鮮な野菜やフルーツ、海鮮が豊富なことです。また、空港からのアクセス、綱引きやハーレーなどの伝統行事、伝統文化に加え、グスク（城跡）や戦跡など、沖縄をイメージさせる風景が集約され、身近に感じることができることです。

（農泊を実施したことによる、農業者の収入への影響について）（農泊受入家庭回答）

Q8.

農泊の実施により、実際に農業者の経営にどれくらいのメリットを及ぼしているのか、実際の作物出荷による収益と、農泊との収益のバランスはどのようになっているのかなど、農業者の収入に関する数値的な面での影響について、お聞きしたく存じます。

A8.

農泊家庭に聞き取りした所、農泊は訪れた方々に楽しく農業を体験させ、出会いを大切に、地域農業や魅力を知ってもらうことを意識している。収益については、客室・道具等の準備の観点から、サイドビジネスとは考えていないとのこと。また、適した物件を所有していないと参入が厳しいとの回答もありました。

ヒアリング先	株式会社東日本放送
日時	2022 年 11 月 8 日（火）14:00～15:30
場所	khb 東日本放送本社
調査の協力者	経営戦略局 荻沼雅美部長，清水紀夫室長，福原興様 （五十音順）
参加者	小林由香，榊原翔平，佐藤空，高林愛，長瀬遼，山内任宏， 楊瑞，松村孝典教授，鹿子生浩輝教授
調査目的	政策の広報について調査する
事業内容	テレビジョン放送（テレビ朝日系列）



<テレビ・メディアの役割について>

Q1.（今後のテレビの役割について）

私たちが各種情報を得る手段として、2000 年頃までは、紙媒体の新聞やラジオとともにテレビは最も重要なアイテムであったと認識しておりますが、2000 年頃以降は、急速にインターネットの利用が普及してきたことにより、情報収集の手段が多様化してきていると考えます。今後のテレビの役割はどのように変化をしていくべきか、お考えをご教示いただけますと幸いです。

A1.

地方局は地域の人との距離が近いことが特徴で、テレビ+リアルなイベント+オンラインという3つの柱でできることを模索中です。

Q2. (地方におけるメディアの役割について)

貴社は情報発信のみならず、自治体と協働した「みやぎふるさとCM大賞」の取組み等、地域住民が参加しやすい企画作りをなされていると承知しております。そこで、今後更に宮城県を活性化させるために、地方局としてどのように貢献していくべきかという点やテレビメディアの強みについてご見解ございましたらご教示頂きたく存じます。

A2.

khb ファンを作ることが重要です。いかに地域に根ざすことができるか、テレビの枠を超えていきたいと考えています。キー局は日本全体、地方局は地方の視点で制作しており、地域の解像度が異なります。解像度の高さが地方局の強みです。さらに、宮城県に範囲を限らず、広島県の自治体等と組むこともあり、1エリアだけで完結しない地方創生の拡がりを行っています。

<内容の選定・番組の制作について>

Q3. (ドキュメンタリー番組の制作について)

貴社におかれましては、毎年貴社独自のドキュメンタリー番組を制作・放映されていらっしゃることを承知しておりますが、どのような視点に基づき、また、どのような方針でテーマを選定され、番組を制作されているのでしょうか。

A3.

被災地の課題など、いま視聴者に何を伝えるべきか、また、後世に何を残すべきかという着眼点のもと時勢に則した番組を制作します。

Q4. (「東北の聖地を訪ねて」番組の制作について)

貴社では、人々の心を惹きつけて止まない「民衆の聖地」を探すことを理念とし、「東北の聖地を訪ねて」という番組を放送されていると承知しております。そこで、この番組に関する「聖地」の選定基準と、人の心を掴むために、制作する際に、貴社の工夫をお伺いしたいです。

A4.

聖地の募集をしています。横のつながりで情報が入ってきたものから、歴史的背景や視聴者にとって魅力的かどうかを社内で協議して選定しています。

Q5. （報道内容の選定について）

以前、研究活動の一環で農業ボランティアに参加した際にマスコミからご関心を頂き、報道の影響力を実感致しました。行政政策や社会課題に関して、メディアとして取り上げるコンテンツを選択する際に、より効果的な報道に向けて意識されている留意点がございましたらお伺いしたいです。

A5.

視聴者に関心を持ってもらえるかどうかを意識しています。社会課題が、世間に興味を持ってもらえるかというギャップがあります。問題だと思って取り上げようかと考えていても、難しくて伝えられないこともあります。行政はニュースリリースとして1枚にまとめた情報を出し、メディアにFAXが届きます。毎日何十枚と届く中からニュース性を考え、独りよがりにならないように、様々な観点から検討して、伝えるべきものかどうかを選定します。特に、タイトルが付けやすい、伝えたいことが明確な題材だと取り上げやすいです。例えば、「日本一」、「SDGs」といった画として綺麗なものが伝えやすいものです。

Q6. （取材先の選定について）

貴社は、商店街訪問や、地域のお店の紹介なども行っていると承知しております。その際、どのような魅力を持っているお店が選ばれるのか、お伺いしたいです。また、商店街や仙台のお店の活性化に今後求められることについて、報道の立場から何かお考えがございましたら、そちらについてもご教示いただけますと幸いです。

A6.

店自体に魅力があるお店を選定します。トレンドや工夫を見て、ディレクターが取材したいと思えるもの、愛着を持てるものを意識しています。有効な事例を紹介して、他の地域にも参考になればという思いを込めています。テレビ局に扱ってもらうためには、お店側も質を高め、地域と連携して力を借りようとしているかが重要です。コロナ禍で観光業がピンチであったため、複数の宿泊業者が連携して東京へ出向きPRしていました。地域創生や地域活性化に今後求められることは、点でなくて面であると考えます。

<情報発信・情報収集について>

Q7. (これまでの取り組みについて)

民放ローカル局の意義は、地域を取材し、地域情報を集め、発信できることにあると考えます。貴社は、企業理念に「震災復興、東北再生の実現へ寄与すること」を使命として掲げていらっしゃると思いますが、情報発信にあたってどのようなことを意識され、工夫されているのか教えてください。

A7.

震災については、発生から10年が経過した現在において、風化させないという意識が重要となりました。報道の手を緩めず、震災命日には必ず、特別番組を一本は放映しており、今後も継続していきます。ハード面での復興はほとんど終わっているため、これから先、解決できることを見つけるフェーズに入ります。子どもの心のケア等ソフト面の復興は、県内はもちろん全国に知ってもらう必要があります。全国に参考になる情報発信を通して、防災減災につながるよう意識しています。近年ではコロナの情報等、間違いのないよう、混乱を招かないよう、地域に役立てる情報発信を意識しています。

Q8. (発信したい情報を取り上げてもらう方法について)

日本の人口が減少傾向にある今、地方創生のためには、社会的弱者（障がい者、高齢者等）を労働力として社会に取り込むことが必要であると考えております。メディアを通して雇用のノウハウを企業へ伝えることができれば、新たな人材の雇用が促進されと考えます。例えば、障がい者や高齢者の雇用に力を入れている企業への取材の様子を放送いただくには、どのような方法があるのか教えてください。

A8.

中小企業にとって、雇用拡大というのは実現ハードルが高いですが、そのなかで実現できている企業がある理由が明確な事例を掘り下げ、他社が参考にできるような事例を取り上げたいと考えます。障がい者雇用は大変なイメージがありますが、例えば、東京・青山にあるフラワーショップでは、障がい者が多く働いており、クラウドファンディングで成功しています。若い女性の社長が全面に出て取材を受けていました。見出しになるような、「女性」・「若い」社長ということで注目してもらいやすかったのだと考えます。行政の取組も同様に、わかりやすく綺麗な絵を描けるものであると、メディアでも取り上げやすいです。

ヒアリング先	沖縄県酒造組合
日時	2022 年 11 月 8 日(火) 10:30～12:00
場所	オンライン(Zoom)
調査の協力者	専務理事 新垣真一様, 書記 津田隆馬様
参加者	高林愛
調査目的	沖縄県の泡盛の輸出について現状と課題を学ぶため
事業内容	泡盛の振興

Q1. (ブランド化について①)

近年、若者の泡盛離れが課題となっておりますが、若い世代に泡盛に親しんでもらう取組みの一環として沖縄県内の全酒造所が連携し合い、共通のブランドを確立されたと承知しております²⁰¹。沖縄全体で一体となったブランドをどのように活用しながら若い世代の泡盛の消費拡大に繋げていくべきか、今後の方向性についてご見解ございましたらお伺いしたいです。

A1.

若い世代は飲酒のスタート地点にいます。泡盛は度数が高いので間違った飲み方をすると美味しくないと感じ、泡盛から離れてしまう懸念があります。したがって、泡盛でも多種多様な飲み方があることをきちんと伝えることが非常に大事です。そして、楽しく伝えることで泡盛を身近に感じてもらうことが業界として必要だと考えます。そのために昨年共通のブランドを立ち上げた次第です。若い世代にも受け入れられるデザインのロゴと「あそび心、盛りだくさん。」というキャッチフレーズが特徴的です。

本年度は若い世代が多種多様な飲み方を楽しめるよう、酒造メーカーさんと若い世代がコミュニケーションを図るイベントを毎月実施しています。加えてインスタグラムを使った SNS での飲み方の発信も行っています。度数が高い泡盛をサングリアやカクテルで割ることで度数は低くなるので、イベントの参加者に泡盛の美味しさを周知することにも繋がります。また、泡盛のロゴを塗装したキッチンカーを酒造組合が酒造メーカーへ貸し出したりイベントで活用したりすることを通じて若い世代への PR に活かしています。そして各地元のスーパーに協力して頂いて、泡盛の共通ブランドのロゴやキャッチフレーズを PR したポップを設置しています。泡盛は度数が高くて美味しくないとマイナスの

²⁰¹ 日本経済新聞(2022/3/8)「『琉球泡盛』若者開拓へ共通ブランド 全酒造所が連携」

<https://www.nikkei.com/article/DGXZQ0JC149PQ0U2A210C2000000/> (最終閲覧 2023 年 1 月 26 日)

イメージを払拭させることが施策として最も重要です。まず飲んでもらわないことには美味しさは伝わりません。

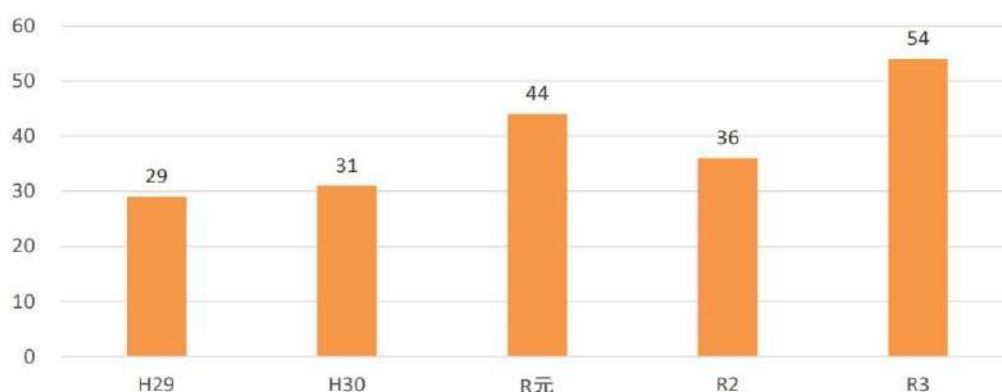
Q2. (ブランド化について②)

政府は泡盛をユネスコの無形文化遺産に登録することに前向きであり、泡盛は文化資源として注目が高まっていると考えます²⁰²。沖縄県の地域ブランドとして泡盛が国内外から高い評価を得られていることの成功要因についてご見解ございましたらお伺いしたいです。また、泡盛のブランド化や高付加価値化に関して貴組合が推進されている具体的な事業例も併せてお伺いできればと存じます。

A2.

2024年までに100キロリットルの泡盛を輸出することを目標に掲げています。輸出数量は伸びてきていますが²⁰³、国内の数量に対する海外の輸出数量は0.3%であり割合は非常に少ないのが現状です。

図表 1：泡盛の海外輸出量(単位:キロリットル)



出典：沖縄県酒造組合(2022)「令和3年琉球泡盛の移出数量等の状況」4頁

<https://okinawa-awamori.or.jp/wp-content/uploads/2022/04/f285b98b2444df440ae9644a9c0fe1a6.pdf>

(最終閲覧 2023 年 1 月 26 日)

²⁰² 琉球新報(2021/6/10)「泡盛のユネスコ無形文化遺産登録目指す 政府が方針、24 年にも審査」

<https://ryukyushimpo.jp/news/entry-1336060.html> (最終閲覧 2023 年 1 月 26 日)

²⁰³ 沖縄県酒造組合(2022)「令和3年琉球泡盛の移出数量等の状況」4頁

<https://okinawa-awamori.or.jp/wp-content/uploads/2022/04/f285b98b2444df440ae9644a9c0fe1a6.pdf>

(最終閲覧 2023 年 1 月 26 日)

最も大きな課題は泡盛が世界で認知されていないということです。海外ではSAKE＝日本酒のイメージで広く知られていますが、焼酎・泡盛はまだ海外に十分認知されていません。つまりユネスコ登録は、登録を通じて泡盛を世界に認知してもらうということが大きな目的です。「農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略(2021)」の輸出重点品目に焼酎・泡盛が入ったことは、裏を返せばまだ認知されておらずポテンシャルも高いため、政府として力を入れて後押しをしていく動きがあるとも捉えられます。政府としては2025年の焼酎・泡盛の海外での売り上げを40億円にする目標を立てています。

<高付加価値化について>

従来は個社での取組みが主でしたが、海外輸出を希望しているメーカーさんが集まる海外部会を酒造組合の中に昨年度設立しました。ブランド化で一番問題になるのが用語の問題です。これまでは、原材料の米や黒麹などを翻訳した時の海外での用語の表記が各社異なっていました。名前に対して共通の認識を持たないと、受け手もどのような酒なのかわかりません。つまり説明を統一する必要があるため、昨年は原材料の米や黒麹の表記を部会の方で統一しました。今後は古酒の英語表記・意味合いの検討が課題です。

高付加価値化が必要な背景として価格の問題が挙げられます。泡盛の海外での小売り価格は国内の2～4倍の値段になります。したがって、高くても買いたいと思わせるものが高付加価値化になると考えます。高付加価値化の一つが古酒です。日本で最古の蒸留酒、600年の歴史を持つ泡盛から焼酎ができたというルーツ、歴史、ストーリー性が特徴的です。一方、高付加価値になり得るものはありますが、認知度が低いためまずは飲んでいただくことが重要課題です。

そして、各国・地域に応じたブランディングが重要です。ブランディングとして、ハードリカー戦略を「RYUKYU1429」というブランドでヨーロッパ展開を推進している事例があります。泡盛のメーカーさん3社と輸出事業者が組んで、国の支援を受けてマーケティングや販路開拓を行っています。

新型コロナウイルスの流行以降、対面で実際に飲んでいただくことが難しいためサンプルの輸送で対応していますが、現在の円安、およびウクライナ情勢の影響も含め燃料費が上がっているため輸送のコスト面も課題の一つです。

Q3. (海外展開について①)

泡盛の振興におかれましては、国や県、貴組合等が一体となって「琉球泡盛海外輸出プロジェクト」を推進されていると承知しております²⁰⁴。そして、輸出の拡大を目指すには海外のニーズを反映した戦略の策定やプロモーションなど幅広い取組みが必要となり、官民の連携が重要になると考えます。関係機関との連携に係る課題と、泡盛の海外展開に関して貴組合が果たす役割について伺いたいです。

A3.

国は泡盛・焼酎・日本酒を国酒として海外展開を推進しているので、酒造組合では沖縄総合事務局・沖縄振興局・国税庁・沖縄県・JETRO 等と連携しています。今後も連携を継続していく必要があります。例えば、沖縄県の海外事務所と連携して泡盛のPRに取り組んでおり、関係機関と密に連携しています。多くのメーカーに海外への販路開拓を通じて売上の向上を目指していただきたいという思いは、国の目標とも一致するので支援の在り方について検討を進めています。

組合としては泡盛のチームとして支援を行い、販路開拓を目指したいです。種類の豊富さという点で海外から評価が高いですが、家族経営や少人数で経営している酒造所も多いので、コスト（資金、労力、時間）の面で海外展開に消極的になりやすく、泡盛メーカーの中では大、中規模のメーカーが海外を目指しているのが現状です。また、これまで沖縄の県産酒類は税の軽減措置がされていましたが、段階的に本土と合わせる取組み（軽減措置の段階的廃止）が2024年6月から始まり、価格の高騰や経営への影響が懸念されています。国内での販路拡大と合わせて、市場の大きい海外市場の販路開拓、拡大について、国や県の支援を頂きながら組合として、組合員（酒造メーカー）の支援を推進していきたいです。

Q4. (海外展開について②)

貴組合が推進されている「泡盛ジンプナー」の取組みにおかれましては、海外で泡盛の魅力を広める人を増やすことに非常に効果的であると考えます²⁰⁵。現地の目線に立った発信力の向上は今後の輸出促進に欠かせないと考えますが、海外向けに地域資源の魅力を伝えることに関して今後の情報発信の在り方につい

²⁰⁴ 内閣府沖縄総合事務局(2021)「琉球泡盛海外輸出 プロジェクト 行動計画(改定)」

http://www.ogb.go.jp/-/media/Files/OGB/Soumu/choki/awamori/20210405awamori/koudou_keikaku20210405.pdf (最終閲覧 2023 年 1 月 26 日)

²⁰⁵ 沖縄県酒造組合「泡盛を世界へ」<https://okinawa-awamori.or.jp/jinbner/>

(最終閲覧 2023 年 1 月 26 日)

てお伺いできればと存じます。また、この点について現在抱えられている課題がございましたらお伺いしたいです。

A4.

認知度を向上させるためには「継続した PR」と「PR できる人材」が必要です。世界的なワインとスピリッツの教育機関(WSET: Wine & Spirit Education Trust)での教育と泡盛の特別講義を受講した方たちに「泡盛ジンブナー」という形で叙勲し、現地での泡盛の PR を担っていただく目的で、泡盛ジンブナー制度が設立されました。酒の種類ごとの違いをきちんと説明できる人材が必要なので専門的教育を受けた方を対象としています。メーカーさんが海外に行っても PR することは難しいため、現地でアンバサダーとして泡盛を広めていただける人材は重要な役割があると考えます。取組みを推進する上で抱えている課題の一つに、ジンブナーはネイティブの方が多く言語・コミュニケーションの問題があります。コロナ下でジンブナーが活動しにくいですがアフターコロナを見据えた取組みもあり、例えばアメリカ向けの PR や商談でジンブナーを活用した事業を今年度進めています。

Q5. (泡盛ツーリズム事業について)

貴組合が推進されている「泡盛ツーリズム事業」におかれましては、地域のエリアごとに特色ある取組みをなされていると承知しております²⁰⁶。そして、事業を通じてインバウンド振興のみならず、外国人観光客が帰国後も泡盛を楽しむことや海外での泡盛の知名度向上、更には輸出の促進など相乗的な効果が見込めると考えております²⁰⁷。泡盛ツーリズム事業に関して、以下の 2 点についてご教示頂けると幸いです。

- 1) 現状として実感されている事業効果
- 2) 泡盛を更に海外の旅行客に楽しんでもらうために、今後対応すべき課題について

²⁰⁶ 沖縄県酒造組合「泡盛ツーリズム」<https://okinawa-awamori.or.jp/tourism/>

(最終閲覧 2023 年 1 月 26 日)

²⁰⁷ 国税庁 酒税課 輸出促進室(2020)「日本産酒類のブランド化及び酒蔵ツーリズム推進事業に係るモデル事例構築のための調査業務報告書(概要編)」9 頁。https://www.nta.go.jp/taxes/sake/boshujoho/pdf/0022003-049_01.pdf (最終閲覧 2023 年 1 月 26 日)

A5.

(事業効果と現状について)

コロナ下でインバウンドが難しかったため事業効果はまだないですが、今年度は昨年度の泡盛ツーリズムをブラッシュアップさせた取組みをしています。まずは県外の方を呼び込むことで、インバウンドという将来的な目標に向けて民間の方に事業化をしてもらう取組みを推進しています。特に酒造所を巻き込むツーリズムは地域性の部分で付加価値がつくと考えます。

(今後の課題について)

1 点目に、酒造所見学をしたいと思えるような「コンテンツの強化」、「有料化」を目指す必要があります。2 点目に、地域と連携したツーリズムのプランの構築が必要です。運転手は飲めないため、誰でも楽しめるように地域の観光資源と連動したプランを組むべきです。現在の取り組みは各市町村の観光協会や地域の宿泊施設と共に検討を進めています。

Q6. (行政支援について)

泡盛の成長産業化に向けた行政支援として、輸出促進を目指す官民参画型のネットワークの構築²⁰⁸やプロモーションの推進に向けた補助事業²⁰⁹などの取組みが挙げられます。泡盛の販路拡大や酒造業の発展に向けて、貴組合が国または沖縄県などの行政機関に対して今後特に求める支援についてお伺いしたいです。

A6. A3 で行政支援についても併せてご回答頂いたため割愛。

²⁰⁸ 九州経済産業局(2022/9/6)「『本格焼酎・泡盛輸出促進ネットワーク』の参加者を募集します～輸出に積極的に取り組まれる蔵元等の皆様への円滑な支援連携体制構築を目指します～」

https://www.kyushu.meti.go.jp/press/2102/210224_1.html (最終閲覧 2023 年 1 月 26 日)

²⁰⁹ 内閣府沖縄振興局(2017)「泡盛業界の現状・課題及びこれまでの振興策等」9 頁.

https://www8.cao.go.jp/okinawa/9/kyougikai/sake/1-1_kadai.pdf (最終閲覧 2023 年 1 月 26 日)

ヒアリング先	山形県中山町
日時	2022 年 11 月 8 日（木）10：00～11：00
場所	中山町役場庁舎内
調査の協力者	中山町副町長 秋葉秀出男様 総合政策課長 神保勝也様 産業振興課長（併）農業委員会事務局長 井上栄司様 総合政策課（まちづくり推進グループ）統括 渡邊貴之様
参加者	山内任宏
目的	中山町における地方創生に関する取組みの調査 （農業政策を中心に）



出典：山形県中山町ホームページ

WSA の調査・研究活動の一環として、山形県中山町における「地方創生に関する取組」について、以下のとおりのテーマを中心にお話を伺った。

1. 農業の担い手育成について
2. 女性の農業進出の支援について
3. スマート農業の導入について
4. 「地域おこし協力隊」の活用・支援について
5. 「第6次中山町総合発展計画」の内容について

【中山町よりの資料】

1. 「第6次中山町総合発展計画」（冊子）
2. 「なかやま未来つなぐアクションブック」
3. 「なかやまのなか：中山町地域おこし協力隊活動報告冊子（2021）」
4. 「地域おこし協力隊としての活動」（2022. 4. 7）

【質問に対する回答の概要】

1. 農業の担い手育成・対策については、次のとおりの事業を実施している。
 - ・認定農業者の支援
 - ・農業次世代人材投資資金
 - ・認定農業者等生産基盤強化支援事業補助金
 - ・農業経営基盤強化資金利子補給補助金(人・農地プランを策定、農地利用集積への支援) 等
2. 特に女性の農業進出支援に限った施策等は現在のところないが、農業の担い手の育成・支援の枠組みの中で十分対応していく。
3. スマート農業の導入について、町としては現在も推進策を継続して検討中である。

具体例としては、トラクターの無人運転や、田の消毒にドローンを利用している農家がある。
4. 「地域おこし協力隊」については、2018 年より新たに隊員を迎えており、1 期生として 2 名、2020 年の 2 期生 2 名、そして 2022 年の 3 期生 1 名の 5 名を採用している。

現在は、3 名の隊員が観光・歴史・IT 等の分野で活躍しているが、農業分野に取り組んでいる隊員はいないので、新規就農者の育成や町の中に耕作放棄地を作らないなどの面からも、農業分野での隊員採用について今後検討していきたい。
5. 「第 6 次中山町総合発展計画」の内容については、資料のとおりであるが、「中山町まち・ひと・しごと創生総合戦略」として今後 5 年間で特に重点的に取り組む施策・事業等について計画をしている。現在特に重要課題として考えているのは、今年の夏の水害をはじめ自然災害等が増加していることを踏まえ、町民の安全と安心を守るための防災対策である。また、子育て支援にも力を注いでいく。

【その他】

1. 東北有数の生産量を誇る「すもも」については、今後も継続して生産を支援していく。
2. 「柏倉家住宅」を中心とした、観光と農泊の推進にも力をいれている。

ヒアリング先	宮城県庁
日時	2022 年 11 月 15 日（火）14:00～15:00
場所	宮城県庁 5 階 総務部長室
調査の協力者	総務部 部長 志賀真幸様
参加者	小林由香，榊原翔平，佐藤空，高林愛，長瀬遼、山内任宏，楊瑞，松村孝典教授，石山英顕教授，鹿子生浩輝教授
調査目的	地方創生の実現に向けた宮城県での取り組みについてヒアリングを行う
事業内容	多様な主体と連携をとり、活力ある宮城県を作るため、「富県躍進！」という宮城県の将来ヴィジョンをもとに、さまざまな施策に取り組んでいる。



Q1.（地域資源の活用について）

貴庁は地域資源の掘り起こし、磨き上げを行うことで、需要の拡大を図っていると承知しております。このことについて、(1)地域資源の掘り起こし、磨き上げのプロセス、(2)貴庁が考える宮城県の地域資源はどのようなものがあるか、(3)既存、新規の地域資源を今後どのように活用し、需要の拡大につなげるか（例えば地域資源を活用した体験型プログラムなど）、の3点についてご教示いただきたいです。

A1.

地域資源には、食材や人間など様々な形があり、その掘り起こしの方法も様々です。その一例として、最近では、県政 150 周年を記念し、学生に一定の資金を渡し、地域資源の掘り起こしをお願いする事業を行いました。こちらについては、一定の成果を収めたものと考えています。今後は自治体先導の施策にとどまらず、当事者のリアルな感覚に基づく、体験型のプログラムを打ち出していきたいと考えています。自治体が地域資源の発掘を行う場合、市民などにアンケートをとり、宮城県の魅力 100 選などとするのが定番になっています。しかし、先ほどの事業から、今後は実際に利用する人たちの感覚で掘り起こすことが大切であると感じました。

Q2. (商店街が抱える課題について)

全国的に商店街の衰退が問題となっています。宮城県の商店街も例外ではなく、売上の減少や後継者不足など様々な課題を抱えていると考えています。(1) 宮城県の商店街が抱える課題とその課題が発生している真因、(2) その課題、真因に対してどのようなアプローチ、施策が今後求められるか、の 2 点について、貴庁のお考えを伺いたいです。

Q3. (今後の商店街の展望について)

大型商業施設や EC の台頭によって、地域における商店街の重要度が、昔に比べて大きく減少したと考えています。そのような状況の中、(1) 商店街を今後も持続させることは必要なのか、(2) 持続させる場合、今後の商店街に求められる役割はどのようなものか、(3) 商店街を地域資源の一つとして活用することは可能か、の 3 点について、貴庁のお考えを伺いたいです。

A2. 3

昔はどの地域においても、家の近くに商店街が存在しましたが、現在は減少傾向にあります。背景として、ライフスタイルの変化があります。現代は、自家用車で大型量販店に行き、まとめ買いをする様式へのシフトが見られます。車社会への疑問も呈されていましたが、自家用車の利用を抑制し、公共交通機関の利用にシフトさせていくことには疑問符がつきます。今後は商店街振興のあり方をより一層慎重に検討することが求められると考えています。

一方で、観光資源としての商店街に注目することには、一定の意義があると考えます。温泉街についても同様のことが言えます。東北地方では、山形県尾花沢市に位置する銀山温泉なども、近年は盛り上がりを見せています。地域で

商店街を支え、コンセプトをもって取り組んでいくことにより、量販店とは違う価値提供ができると考えています。

Q4. (若い世代のキャリア支援や障害者の社会参加について)

私たちの研究テーマである地方創生のためには、学生が宮城県内で就職し、暮らし続けられる環境を整えることが重要であると考えております。そして、貴庁では「富県躍進！持続可能な未来のための8つの『つくる』」という取組を推進されているものと承知しております。このような取組に関して、以下の2点について伺いたいです。

(1)「02 成長の基礎」について

若い人材の県内での就職・就業と定着を促進するとともに、高度な専門性を身につけた産業人材の育成に加え、キャリアアップに向けた学び直しを振興しているとのことですが、実際にどのような取組をされているのか、実績や今後の計画等を差し支えない範囲で具体的にご教示いただければ幸いです。

(2)「05 いきいき」について

一人ひとりがいきいきと豊かに生活できる環境をつくる取組の中で、貴庁ホームページには外国人が活躍しやすい環境づくりの記載がございます。今後人口減少に伴い労働力が不足するため、外国人のほか、社会的弱者である障がい者を社会に取り込むことが重要であると考えております。障がい者が社会で活躍するために取り組んでいることがございましたらご教示願います。

A4(1)

人材育成の議論であると捉えています。宮城県内には職業訓練の施設が以前から存在しています。そこで、就労希望者に対し、Excel や会計に関する訓練を行なっています。現在はベンチャー支援に向け、経営のノウハウの伝授や IT 関連の高度なセミナーの開催も実施しています。他方、この取り組みはさほど裾野が広いとは言えません。これから頑張りたい若年層や、スキルアップを図る層など、多様な層に向けてのセミナー等も検討しています。経済団体など、様々な事業体が窓口を有していますが、一つの窓口からワンストップで提供できるプラットフォームがあればよいと考えています。

A4(2)

障がい者の活躍に関しては、法定雇用率を遵守するよう促す取り組みを実施しています。

例えば、障害者団体にカバン等を作成してもらい、ふるさと納税の返礼品として製作物を組み込む取り組みを行っています。単純に民間企業に販売を委託す

るよりも、より幅広い人たちに発信することができます。いかにして生業を持つかが重要な視点の一つだと考えています。

Q5. （人口減少や脱炭素に対応したまちづくり・公共交通）

少子高齢化、人口減少が進み、脱炭素が謳われる中、限りある資源を有効活用していくこと、魅力あるまちにしていけることが今後のまちづくりの鍵になるのではと考えております。このような中、貴県はまちづくり・公共交通という観点において、どのような取組をされているのか、取組事例や今後の方針・計画等を教えていただきたく存じます。

A5.

大事にしていること、コンパクトシティ、IT、シェアリングエコノミーです。コンパクトシティは、特に重要だと考えています。しかし、強制的にコンパクトシティを形成するのではなく、小さな拠点づくりが必要であると考えています。

公共交通の観点からは、人間の能力を代替してくれるのが IT、自動運転、ドローンであり、これらを踏まえたまちの整備も大事であると考えています。昔のような路線バスの維持は難しく、デマンドバスも現状難しいと予想しています。現在、宮城県では、行き先が同じ人たちを、IT によるマッチングによって効率的に輸送するといったことも検討しています。県としては試験的に乗り合いで自家用車の活用を図る施策も行っています。カーシェアリングなどを想定しており、行政の支援も前向きに検討しています。交通弱者への対応という意味合いが強いです。

Q6. （人口増加地域でのまちづくり）

ここ 10 年間で仙台都心や鉄道駅に近い距離帯で人口増加が大きく、鉄道駅から 1 km 以上離れた郊外においても市街地への拡大が見られるなか、それが自動車利用増加に繋がらないように、公共交通の利用促進の取組み、また無秩序な市街地拡大抑制に向けた取組について教えていただきたく存じます。

A6.

駅から離れたところに市街地があるということもあります。都市計画制度で地図上に色塗りしていることもあります。色分けを大事にしながら、大枠としては秩序のある話を展開しています。人口が減少傾向にある中で、駅周辺ではなく、駅から離れた地域に市街地が拡大しています。都市計画で、将来を見据えたまちづくりを大切にしながら、秩序あるまちづくりをしていく必要があります。

Q7. (中山間地域における公共交通)

人口密度が低い地域では、高齢化率も高く、自動車分担率が高く、仙台市外では自動車分担率が約8割に達しているというデータがあります。こうした中で、人口密度が低く、移動需要が少ない地域において、自動車分担率の低減に向けて、どのような取組みをされているのか、事例や今後の計画などについてお伺いしたく存じます。

A7.

環境に配慮して自動車の削減をしたいということもありますが、便利であることなどから、ある程度の長距離の移動に当たって田舎では自家用車が多用される傾向にあります。太陽光パネルの設置なども行われています。自動車分担率を下げるというよりは、住民の足を守ることを重視しています。

Q8. (農業の担い手育成について)

1. 2022年11月6日付の河北新報の記事によりますと、福島県では2022年度の新規就農者数が、1999年の調査開始以降、最多の334人に上ったと報じられておりました。特に45歳未満の若年層が8割を占め、主な要因としては「お試し」などの支援策が奏功したものと分析されています。

一方、貴庁におかれましても、農業振興課(農業人材育成班)を中心に農業の後継者及び担い手育成の策を講じておられると承知しております。しかし、「令和3年度新規農業者の動向について」によりますと、宮城県における新規就農者数は、ここ数年の横ばい傾向から大きく減少しております。つきましては、今後新規就農者数を安定的に増やしていくための新たな施策をどのようにお考えかお教えいただきたく存じます。

2. 2024年4月に、隣の山形県に全国で2番目の農業関係の県立専門職大学(東北農林専門職大学)が開学予定であるとお聞きしております。それに対し、貴庁におかれましてはこの大学が開学した際には、県内の農業高校や農業大学校からの進学を含め、農業の担い手育成という面で、現在どのようなご対応をお考えになっておられるかお教えいただけますと幸いです。

A8.

新規就農者の増加が頭打ちとなっています。震災で個別の農家が廃業に追い込まれるなどの状況もあり、農地の集約などで法人経営体が多くなりつつあります。新規就農者が増えていないのは、コロナ禍による影響が考えられます。コロナで需要が少なくなっていることから、新規就農者増には至っていません。新

規就農にあたっては、ある程度の法人での就農経験をして、安定して将来を開けるものを作る事業が良いのかと考えており、県としても事業をしようとしています。山形県に3年間いたときに、山形県の吉村知事が農林専門職大学を設置する上で、東北という名称を使いたいということで、宮城県の村井知事に承知してもらえるよう言われたことがある。東北農林専門職大学について。山形と宮城は連携が不十分な部分があり、連携強化が必要だと感じています。

Q9. (農泊について)

貴庁では、農泊や体験プログラムなどを提供したい農林漁業者や農泊地域等の団体と、県内外の企業、団体、個人等とを結ぶ広域的なネットワークを構築し、農泊の推進や自立した交流ビジネスの展開による持続可能な農山漁村地域づくりを推進することを目的とするみやぎ農山漁村交流拡大プラットフォームを設置されているものと承知しております。そして、この目的を達成する一環として農泊実施地域の選定が行われています。そこで、貴庁の選定基準と、選定において最も求める点や不十分な点について伺いたいです。

A9.

農泊実施地域の選定を行っています。細かい基準があるというよりは、農泊の推進団体からの推薦を踏まえ、選定しています。農業や地域の食文化など、地域のニーズに沿って行うものである。不十分な点や課題としては、うまくコーディネートしていく機能がなく、バラバラであることが挙げられます。

Q10. (農林水産物のブランド化について)

「みやぎの『食』ブランド推進方針」を参照いたしますと、農林水産物のブランド化には美味しさや安全性だけでなく、「食材に込められた思いやストーリー、美味しさを引き出す調理法」など、地域産品の多面的な魅力・独自性を国内外に発信することが今後は重要であると考えます。宮城県産食材の更なるブランド化に向けた情報発信や食産業への補助事業等に関して、現在抱えられている課題がございましたらご教示いただけますと幸いです。

A10.

ブランドを作ることは大変な労力を要しますが、ブランド化推進に当たっては他との差別化を図る必要があります。宮城県における地域ブランドとしては、仙台牛やイチゴなどが挙げられます。こうした地域ブランドの確立は、一朝一夕に成し遂げられるものではないです。ブランド作りにあたっては、作り方等で差

別化を図りたいですが、農家は地域の農業協同組合に卸してしまうなど、なかなかうまくいきません。利府の梨もそうだが、域内で消費されている等の場合、現状少量である生産物のコストを上げてブランド化を図ることになり、域外に出していくという状況にはないです。

Q11.（農産物の輸出について）

農林水産物の海外展開に向けた行政支援として、「輸出に関する相談・情報提供」を望む事業者の割合が高いという傾向がございます。商談会の情報提供など宮城県内の事業者向けに推進されている個別支援について、JETRO や関係機関とどのように連携されていらっしゃるのかお伺いしたいです。

A11.

農産物の輸出には、元々力を入れていました。村井知事も東南アジアに行くなど、トップセールスなども行っており、現地に訪問した際には、先方からも現地への輸出にあたって好意的な受け止めがほとんどです。新型コロナウイルスによる影響も落ち着いており、今後はベトナムなどにセールスを展開する予定です。こうした事業については、JETRO と連携して進めています。

Q12.（宮城県内における農業制度金融の実施主体が持つ役割について）

宮城県内における農業制度金融の実施主体として、貴庁や基礎自治体のほかに日本政策金融公庫などが農業制度資金の窓口として事業を推進しているものと承知しております。各事業主体が目的の異なる様々な制度を運用されていると理解しておりますが、貴庁を含む宮城県内における農業制度金融の実施主体には、それぞれどのような役割があるか伺いたく存じます。併せて、制度運用にあたっての課題についてもお教示いただけますと幸いです。

A12.

ユーザーとなる農業者が自身に合ったプランを選んでいきます。一般的に、農家が少額で融資を受けるとなった場合には農協が対応することが多いですが、長期的にある程度の規模で生産環境整えるとなった場合には、日本政策金融公庫が対応しています。原料価格の高騰などがあれば、政策目的の必要が現れたときは県として対応します。

ヒアリング先	日本食品海外プロモーションセンター(JFOODO)
日時	2022 年 11 月 15 日(火) 10:00～11:30
場所	オンライン (Teams)
調査の協力者	総括課長代理 米川拓也様
参加者	高林愛
調査目的	輸出促進における品目別の取組を学ぶため
事業内容	農林水産物の海外へのプロモーション事業

(※資料に基づき事業内容をご説明頂いた後、事前質問にご回答いただきました。)

< 事業内容について >

1. JETRO と JFOODO の役割分担について

・ JETRO の役割：商流構築

事業者→輸入業者→卸売業者→小売店やレストランまでの商流を作る。具体的には海外商談会や見本市などを通じて、モノを売りたい人(日本の事業者)とモノを買いたい人(海外)の出会いの場を設けて商売を繋げる役割を果たす。また、海外の規制情報を提供したり相談に応じたり様々な取組みを組み合わせる商流を作っている。

・ JFOODO の役割：一般消費者向けのプロモーション

JETRO の支援によって商流が作られ、レストランや小売店に商品が並んだ後に、一般消費者に来店や購入を広く促す。そして、JFOODO はオールジャパンで品目カテゴリーとしてのプロモーションを行う。つまり、1 事業者・1 メーカー・1 商品アイテムのプロモーションや、特定の産地にフォーカスしたプロモーションは行わず、品目カテゴリーとしてのブランディングの底上げを行う。

2. JFOODO の取組みについて

消費者向けのプロモーションの大前提として、既に一定程度商流があり現地の店に並んでいる品目を現地の市場調査等に基づきながら選定している。なぜなら、現地でプロモーションを実施しても消費者が店で実際に買える状態でなければ意味がないためである。このような前提のもと、他国産と明らかに日本産の差別化を図れそうな訴求点を見出して戦略を策定し、「品目カテゴリーとしてのブランディング」を図っている。品目の選定にあたっては、事業予算を農林水産省から頂いているため政府の輸出拡大実行戦略や業界団体側の意向も踏まえて検討している。短期間でブランド化することは難しいため、プロモーション展開の対象地域を徐々に増やしながら継続して取り組むことが大事である。

プロモーション戦略の策定では、差別化できるコンセプトやポジショニング、現地のコアターゲット等を検討している。コンセプトとは商品の推しポイント

となる訴求点のことである。コンセプトが十分現地に受け入れられるかは事前に定量的な調査を実施している。

3. 具体的な品目事例

プロモーションでは、消費者が商品を認知するところから購入に至るまでの各段階に応じた施策を組み合わせで行っている。まずは認知してもらうために多くの人に広く発信する。その上で、興味・関心を持った人向けにレシピ動画などで更に深い内容の情報を発信し、食べたいと思ってもらう流れを作っていく。「PR 動画を見る→関心を持つ→買いたいと思う→実際に買う→他の人にもおすすめてくれる」という一連の段階で人数は徐々に減るため、最初のきっかけ作りづくりは幅広い人に働き掛けることが必要。

<事前質問のご回答>

Q1. (品目団体との連携について)

政府が定める「農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略」では、品目団体と貴センターの連携強化が求められており、例えば日本青果物輸出促進協議会と連携された事例が挙げられます²¹⁰。そのような品目団体との連携において、貴センターが果たす役割や強みについて伺いたいです。また、他の農林水産物の品目団体とも連携を推進していくにあたり、現在抱えられている課題がございましたら伺いたいです。

A1.

例えば日本青果物輸出促進協議会との連携では、JF00D0 がコンサルとして青果物のプロモーション戦略の策定や広告代理店の管理を支援しています。

Q2. (輸出促進政策との繋がりについて)

農林水産物の輸出拡大に向けて政府が掲げている「オールジャパンでのプロモーション」²¹¹という点について、貴センターとして今後どのように貢献していくべきか、お考えがございましたらお聞かせ願えますと幸いです。

²¹⁰ 日本貿易振興機構(2022/8/24)「日青協と JF00D0 が連携し、日本産青果物プロモーションを展開―東南アジア 3 カ国にて現地メディア向けキックオフイベントを開催」

<https://www.jetro.go.jp/news/releases/2022/fb129d1465a98b56.html> (最終閲覧 2023 年 1 月 26 日)

²¹¹ 農林水産省(2022)「農林水産物・食品の輸出の状況と課題について」4 頁. https://www.kantei.go.jp/jp/singi/nousui/yunyuukoku_kisei_kaigi/dai16/siryoul.pdf (最終閲覧 2023 年 1 月 26 日)

A2. 事業内容のご説明と重複するため割愛。

Q3. (品目別のプロモーションについて：日本茶)

静岡県出身のため茶業の成長産業化に関心を持っております。欧米圏での健康志向の高まり等を背景に、茶の輸出は今後も増加が見込まれると考えます²¹²。そこで、茶の海外展開を更に推進するためのプロモーションに関して 4 点お伺いできればと存じます。

- ①日本食や他の輸出重点品目と組み合わせたプロモーションの推進状況。
- ②美味しさや価格、商品のストーリー性など、どのような点での付加価値を重視しながら日本らしさを発信されておりますでしょうか。
- ③高級料理店における日本茶の有償提供²¹³を前向きにご検討されていると承知しております。現地の飲食店での戦略的なプロモーションやターゲット層の選定について、取組みの背景や今後の方向性をお伺いしたいです。
- ④海外で馴染みのある飲料と日本茶の差別化を図るために、ブランディングに関して今後対応すべき課題についてご教示いただけますと幸いです。

A3.

日本茶の輸出については、アメリカの頭脳労働者をコアターゲットにしています。そして「マインドフルネス」をコンセプトとして、成分等の科学的な根拠を交えながら PR しています。当初は EC 向けを中心に取組をスタートしましたが昨年度から外食向けの施策も始めました。中国産との差別化を図り、日本茶ならではの訴求点を見出すことが課題です。外食店では料理を頼んだ際に無料で提供されるイメージが定着しているので改善していく必要があります。

現状では、日本茶と他品目と組み合わせた取組みは実施していません。例えば日本酒の場合は魚介類との組み合わせがメインですが、将来的には和食に限らず中華料理店で魚料理を食べる際にも日本酒が選ばれるような状態を目指したいです。日本茶に関しても相性の合う料理の組み合わせがあるかもしれません。消費の拡大が目的なので、手段として他品目との組み合わせが有効な場合も

²¹² JF00D0(2022)「2022 年度 米国における日本茶プロモーション取り組み方針」4, 7 頁.

https://www.jetro.go.jp/ext_images/jfoodo/pdf/project/greentea/2022_greentea_outline_2.pdf

(最終閲覧 2023 年 1 月 26 日)

²¹³ 同上, 22 頁.

あれば必要でない場合もあり、品目によって異なります。

Q4. (プロモーションの参加事業者の募集について)

貴センターでは、プロモーションに参加する事業者を募集されていると承知しております²¹⁴。近年の募集状況や、プロモーションに対する事業者からの需要の度合について現状どのように感じられておりますでしょうか。

A4.

品目別のプロモーション戦略を Web で公開し、施策の実施に賛同・協力して頂ける企業を募集しています。2021 年のプロモーション参加登録事業者数は約 1000 件で増加傾向にあります。JETRO は知っていても JFOODO までは知らない事業者が多いので、日本国内で認知度を上げることも課題です。

Q5. (情報発信の在り方について)

新型コロナウイルスの影響により海外への渡航が難しい一方で、現地のニーズを捉えたプロモーションはこれまで以上に重視されていると考えます。日本産農林水産物の海外での認知度を上げるために、国ごとの嗜好に合わせたプロモーション動画の発信など幅広い取組みを推進されてきたものと承知しておりますが、今後の効果的な情報発信の在り方についてお考えがございましたらご教示いただけますと幸いです。

A5.

国・地域やターゲット層によっても情報収集ツールは異なるため、SNS など現地で流行っているツールの活用が大切です。今年からは対面での施策も再開したので、今後はリアルとオンラインの両方を活用して効果的な方法を選ぶことが必要だと考えます。また、継続的な発信も課題です。

²¹⁴ JFOODO 「2022 年度プロモーション参加事業者募集」

<https://www.jetro.go.jp/jfoodo/project/> (最終閲覧 2023 年 1 月 26 日)

ヒアリング先	静岡市
日時	2022 年 11 月 25 日(金)
場所	書面回答
調査の協力者	経済局 農林水産部 農業政策課 お茶のまち推進係 主査 小島直也様
参加者	高林愛
調査目的	地域資源の国内外への販路の拡大について課題を学ぶため
事業内容	茶業振興

(※書面回答につきご回答の原文を掲載)

Q1. (茶の国内消費拡大について)

貴市では、お茶まつの開催やラッピングタクシーの事業など茶の認知度向上に向けた取組みを関係機関と連携しながら幅広く実施されているものと承知しております²¹⁵。お茶のまちとして知られる静岡市の魅力を更に発信していくには、茶の美味しさだけでなく、飲み方の親しみやすさ等の付加価値を付けてブランディングを推進することが必要だと考えますが国内での今後の消費拡大に向けて重視されている施策がございましたら伺いたいです。また、首都圏に対する働きかけについても政策の実施状況を併せてお聞かせ願えますと幸いです。

A1-1. (国内での今後の消費拡大に向けて重視している施策)

本市のお茶は、主に山間地の急峻な斜面を利用して作られた高品質な「山のお茶」です。市内には様々な産地が存在し、そこで多様なお茶が作られています。お茶の味に加え、お茶が作られる地理的特性、ストーリー、産地の多様性、それぞれのお茶の個性も価値として、他産地との差別化、ブランド強化により、お茶の消費拡大につなげていく必要があります。

また、生活スタイルや価値観の変化など消費者のニーズが変化していくなか、本市がこれからもお茶のまちであり続けるためにも、これまで育んできた茶文化を引き継いでいくとともに、今の生活に合った形でのお茶の楽しみ方を発信していく必要があると考えます。

<お茶の消費拡大に向けた施策>

B to B 及び B to C の両面において、セールスプロモーションを主体としながら、本市のブランディングに資するシティプロモーションの観点も加味して施

²¹⁵ 静岡市「お茶のまち静岡市」<https://www.ochanomachi-shizuokashi.jp/news/>

(最終閲覧 2023 年 1 月 26 日)

策を実施しています。B to Bについては、茶業者の新規商流獲得を目的に、展示会への出展やビジネスマッチングを実施していきます。B to Cの観点では、市内／市外の双方について、目的・ターゲット等を踏まえた適材適所のプロモーションを展開していきます。

- ・市内におけるプロモーション

中心市街地・商店街と連携した春季の「新茶時期」を醸成させる新茶の販売イベント「茶縁」、秋季の静岡市「お茶の日」を啓発する「静岡市お茶まつり」を軸に、商業施設内での販売プロモーションや市内プロスポーツチームとの連携など、お茶に興味・関心が薄い市民に対するタッチポイントとなり得る展開を行っています。

- ・市外におけるプロモーション

今まで注力してきた首都圏におけるプロモーションに加え、全線開通した中部横断自動車道沿線地域、東日本、北日本の都市も候補地とし、観光部局等と連携してプロモーションを行っています。

<お茶ツーリズムの推進>

お茶ツーリズムは、「コト」消費の拡大の流れの中、ツーリズム体験収入による茶業者の安定的な収入、新規顧客の獲得につながるとともに、本市を訪れる交流人口の拡大やお茶のまちのブランディングに寄与する重要な施策であるため、今後も継続して推進していきます。

A1-2.（首都圏に対する働きかけについて）

平成 28 年度～令和 30 年度の 3 か年においては、首都圏の百貨店にて、期間限定のブースを設け、茶農家による呈茶と販売を実施してきました。他産地と比較して高価格帯ながらそれに見合うクオリティである本市のお茶は、百貨店の顧客と相性が良く、一定の売上と今後続くプロモーションを行うことができました。しかし、令和元年度以降は、新型コロナウイルス感染症拡大の影響もあり、実施には至っていません。



また、令和2年度には、東京都にある飲食店にて、with コロナにおける「リアル」な取組として、本市の中でも個性的な商品づくりを行う茶農家とリモートで繋ぎ、「お茶のまち静岡市」のプロモーションと商品販売を実施しました。



令和3年度からは、本市他部局と連携し、お茶×αの視点を取り込み、商業施設でのプロモーションのほか、メディア関係者などを対象に、オンラインにより静岡市のお茶に関する情報（お茶の効能、楽しみ方、製造工程など）を発信しております。



Q2. (茶の輸出促進について)

「第2次静岡市茶どころ日本一計画」の目標として「収益力が高く、強く攻めの茶業への転換」を図ることを掲げられておりますが、人口減少に伴う国内需要の縮小により、今後は海外にも販路の拡大を目指すことが重要であると考えます²¹⁶。

一方、輸出に関する情報不足やプロモーション人材の不足等の課題があり、生産者にとって輸出のハードルは高いという現状がございます。静岡茶の輸出振興を図るにあたり、行政支援の充実化に関して現在抱えられている課題や、今後特に力を入れていくべき取組みがございましたらご教示いただけますと幸いです。

A2. (輸出にあたり抱えている課題、今後力を入れていくべき取組み)

国内の需要が縮小する一方、海外における茶、特に有機栽培された茶の需要は年々拡大してことから、市場価格が年々上昇しているものも増えてきました。海外需要の拡大はしばらく続くものと考えられ、本市においても、海外に販路を拡大するチャンスであることは言うまでもありません。

しかし、市内の茶商において輸出量は増えているものの、本市で生産された茶葉の輸出量拡大が顕在化しているかという点、必ずしもそうとは言えないと思われます。この理由はいくつか考えられます。

- ・ (近年まで) 国内市場向けで成立してきたことによる、輸出への対応の遅れ
- ・ リーフ茶の生産・販売に依存してきた生産現場及び商慣習
- ・ 輸出可能 (= 輸出先国が定める残留農薬基準を満たす) な茶の生産の遅れ
 ⇨ 有機栽培の遅れ

²¹⁶ 静岡市(2020)「第2次静岡市茶どころ日本一計画」20頁。

<https://www.city.shizuoka.lg.jp/000853488.pdf> (最終閲覧 2023 年 1 月 26 日)

- ・国内でも比較的高単価な本市内産の茶と海外バイヤーが求める価格帯とのアンマッチ

小規模経営が多い本市の茶農家においても、茶の輸出を行っている茶農家もありますが、近年の輸出量の伸長に寄与するレベルの量とは言えません。

また、海外の多くの国で既に日本茶が扱われており、各国における一般的なクオリティの茶の「市場価格」は既に安定したものとなっており、高品質だからこそ高価格である本市の茶が後発でプロモートを行い、本市の茶が海外市場の中心となることはかなり難しいと思われます。

しかし、海外需要の隆盛に伴い、海外における日本茶へのニーズも多様化が進み、高価格帯の茶を求めるユーザーも増えてきました。本市の茶は、この層がターゲットになり得ると考えております。日本国内で評価されてきた本市の茶の特徴を活かしながら、海外の規制にも対応し、輸出を拡大していくためには、マーケットインの発想は欠かせません。マーケットインの発想に基づく商品づくりのためには、作り手と売り手の連携が必要です。この基本的な連携の「土台」を作ることが必要と考えており、それを実現する場としてのプラットフォーム／サプライチェーンを構築し、輸出に対して面的に取り組んでいくことが課題であり、行政が行うべき取り組みと考えております。

マーケットインの商品づくりに付帯する施策として、本市では、輸出を目的としたプロモーションを行う茶業者への費用補助を行っているほか、次年度以降は残留農薬検査への費用補助も実施予定です。

本市としては高品質なお茶の産地として、市内産の茶葉の輸出の増加、さらには茶農家の所得向上に繋がるよう国内消費と海外輸出、作り手と売り手、それぞれを俯瞰でとらえ、日本一の茶どころに向けて、適切な施策を講じていきます。

Q3.（茶業振興における行政の位置づけや連携について）

茶どころ日本一施策の実現における貴市の役割として、市民や茶業者等の意見を聴くことや、国・県の政策との密接な連携を挙げられているものと承知しております²¹⁷。具体的な連携事例や、茶業者の主体的な取組みを促すための貴市の支援の在り方についてご見解ございましたらお伺いしたいです。

A3-1.（国・県との連携事業）

本市にて推進しているお茶ツーリズムは、静岡県（中部農林事務所）のプログラム作成に係る支援事業を活用し、お茶ツーリズムに新規で取り組む団体へ支

²¹⁷ 同上、40 頁。

援しています。また、お茶ツーリズムに関する情報発信については、市ホームページにて、一般的な情報を集約し公開していますが、広域な情報発信についてはDMOが担っています。

本市では11月1日の静岡市「お茶の日」や「静岡市のお茶」が持つ魅力を広く知っていただくことを目的に「静岡市お茶まつり」を開催していますが、本年度は日本茶の魅力を世界に発信する3年に一度のイベント「世界お茶まつり2022 秋の祭典」（世界お茶まつり実行委員会）と同時開催することにより、より多くの方に来場いただき、「静岡市のお茶」「お茶のまち静岡市」を認知してもらうことができました。

また、本市では、茶の生産、販売及び消費拡大を図り、静岡市の茶産業の発展に寄与するため、静岡市茶業振興協議会を組織（静岡市農業協同組合、清水農業協同組合、静岡茶商工業協同組合、静岡市で構成）しております。

協議会の主な取組内容として、国内での消費拡大・新たな需要創出に向けた情報発信等のほか、茶農家（基幹工場がメイン）への経営課題の把握・改善のための支援、海外輸出に向けて農林水産省「G F P グローバル産地づくり推進事業補助金」を活用（令和3年度～5年度予定）し、お茶の生産から販売まで連携した体制を構築し、海外輸出に向けたプロモーション等を行っております。

A3-2.（茶業者の主体的な取組みを促すための支援）

本市では、茶業者の安定的かつ永続的な茶業経営の基盤づくりのため、小規模基盤茶園地の整備や製茶機械の導入、茶園の共同管理、補完作物への転換、防霜施設の修繕に係る費用を助成しています。

また、茶の消費拡大に資する事業に取り組む団体や、茶産地のブランド力を高めるための事業に取り組む団体等に対しても補助を行っております。

その他にも、茶の輸出拡大及び茶業の競争力強化を図るため、海外において静岡市のお茶のプロモーションや展示会等に出展するための費用補助、茶のG A P 認証の取得（又は維持・更新）に係る補助も行っております。

茶農家数や茶園面積が著しく減少する中、茶業者が将来にわたって持続可能な茶業経営を可能としていくためにも、茶業者からのニーズ等を把握し、茶業情勢や社会環境に変化に対応し、適切な形で支援していくことが必要であると考えます。

ヒアリング先	出羽桜酒造株式会社
日時	2022 年 11 月 25 日（金）10：00～11：30
場所	オンライン（Zoom）
調査の協力者	営業部 輸出担当長 鴨田直希様
参加者	高林愛
調査目的	山形県で日本酒の輸出に積極的に取り組まれており、事例研究を行うため。
事業	日本酒の製造

Q1.（海外輸出の経緯について）

貴社では、全国に先駆けて 1997 年から海外輸出に取り組まれているものと承知しております。早い段階から販路の拡大に着目され、日本酒の海外展開に前向きである背景について伺いたいです。また、今後輸出の拡大を目指されている地域についても併せて伺いできればと存じます。

A1.

輸出に本格的に取り組み始めたのは 1999 年です。アメリカ向けの輸出から始めました。

<輸出に前向きな理由>

1. 自分たちが美味しいと思う商品(酒)を日本以外の人にも飲んでもらいたい、この味を知ってもらいたいという希望が酒蔵としてあります。例えば、自分のところの優れた車を海外の人に乗ってもらえると、車のメーカーの方が嬉しいと思うのと同じです。自分の国だけでなく他国でも認めてもらいたいという欲求がまずあります。
2. 日本食は 1980 年代からアメリカで流行り始めました。日本食が広まった一番の理由は寿司です。寿司が広まる際、アメリカの大手の食材卸売業者 2 社がいろんな食材を広めたり大手メーカーさんの日本酒を広めたりしてマーケットを拡大してくれました。最初は、地酒メーカーや地方のこだわりが求められる土壌はまだ育っていません。米がとれるカルフォルニアでも酒を製造しており商売が成り立っていますが、何でも数が増えてくると差別化が進み、こだわり派が出てきます。料理がハイエンドになると酒もハイエンドにならないと駄目です。つまり、日本酒の多様化と共に地酒のニーズがタイミング良く高まってきました。
3. 日本酒は生産量・消費量共に減少傾向です。1972 年頃日本酒のメーカーは 5000 ありましたが、現在は 1200～1300 程度まで減少しました。日本の歴史上、最

も酒が出荷されたのが 1974 年で 1 年間に 900 万石(1 升瓶が 9 億本)出荷されました。当時の女性はあまり飲酒をしなかったので酒の消費は男性が中心です。しかし、現在の出荷量は 250 万石で、3 分の 1 以下にまで減りました。新しい飲み手がないことや、一人当たりの飲酒量の減少は昔から業界全体が理解しています。今後は輸出もしくはインバウンドで、消費を海外に求めていく必要があります。

<輸出地域について>

全出荷量のうち 13%が輸出で、輸出の 40%はアメリカ向けです。10%弱はアジア諸国(香港・台湾・中国)、他はイギリス・オーストラリア・カナダです。日本酒業界の定説でラテン系の国は難しく、ヨーロッパはイギリスが輸出しやすいです。拡大を目指している地域は、中国・インドなど人口が多い地域です。インドで成功しているメーカーはまだ少なく、インドネシア・アフリカや中央アジアの新興国にも関心があります。アメリカは沿岸部が中心なので今後は内陸部も目指したいです。但し、現地の良いパートナーがいないと正しく伝わらないので時間はかかります。

Q2. (海外からの評価について)

貴社の日本酒は、IWC(インターナショナル・ワイン・チャレンジ)の日本酒部門での受賞など海外から非常に高い評価を得られておりますが、このような実績の成功要因についてお考えがございましたらお伺いしたいです。

A2.

昔から鑑評会やコンテストを大事にしてきました。大会に出てきちんと評価されることで反省点も明らかになるので積極的に出場する風土があります。桜花吟醸酒(1980 年販売)は吟醸酒の歴史を作った酒であり、ヒットをきっかけに出羽桜のイメージ形成・商品開発につながりました。ルーツはコンテスト用の品質の高い酒です。

Q3. (ブランド力の向上について)

日本酒のブランド化においては、美味しさや価格のみならず、ペアリングや飲み方など付加価値をつけた販売が重要であると考えます。「商品のストーリー作り」という点に関して重視されている点や、海外輸出の際にどのように商品の差別化を図られていらっしゃるかお伺いしたいです。

A3.

美味しさが大前提です。酒の流通は非常に複雑で、希少性・珍しさの側面も大きいです。ターゲット層に応じた売り場の選定やマーケティング戦略が重要です。加えて、誰に売ってもらうか・売る人がどういう感性なのかという点も重要です。メーカーなので、一般消費者への直接販売ではなくレストラン等に卸している方への販売が中心です。

Q4. (海外での認知度向上に向けた取組みについて①)

日本酒は海外で「SAKE」として親しまれておりますが、一方「日本酒産地としての山形の世界的な認知度」はまだあまり高くないという現状があると考えます。山形県産の日本酒を海外に広く普及させていくにあたり、取り組むべき課題や今後の方向性についてご教示いただけますと幸いです。

A4.

酒蔵ツーリズムを推進すべきであり、コロナ前から気運が高まっています。産地で体験してもらうというのは非常に重要です。アメリカのワイナリーツアーが参考になります。酒造りの体験や見学、地元の料理と一緒に楽しんでもらう等の試みが必要で、地方創生にも良い効果が見込めます。取組みの現状は十分ではないですが、やらなければという危機感は大きいのでコロナ後に期待しています。地理的表示(GI)保護制度等、産地全体での取組みに行政支援も求められます。大きな目標のための設備投資に対する行政からの後押しがあるとメーカーは嬉しいです。天童温泉やスキー場とのタイアップ等、酒蔵ツーリズムは宿泊施設・観光地との連帯感が必要です。

Q5. (海外での認知度向上に向けた取組みについて②)

日本酒の輸出促進の課題の一つに「現地で正しい日本酒の情報を伝える人材の不足が挙げられます。現地の業者・飲食店・消費者等に向けた働きかけや、海外における日本酒のファンを増やすための取組みに関して現在抱えられている課題がございましたら伺いしたいです。

A5.

日本酒は正しく伝わっていない部分が多いです。海外の方にとって日本酒は日本食レストランで飲むというケースが最も多いです。海外の日本食レストランは多く、経営者が日本人でない場合もあります。そのような店では日本酒を正しく説明できない人が多いので、レストラン側が日本酒を理解することはエンドユーザーの理解が深まるということに繋がります。我々メーカーとしてはベ

ースは日本にあり海外へ頻繁には行けません。日本酒を正しく理解して、愛情を持って売ってくれる、広めてくれるパートナーを各メーカーが見つけることが重要です。

Q6. (行政支援について)

海外展開におかれましては、山形県や国税庁、JETRO など多様な関係機関との連携が重要であると考えます。例えば宮城県でのアンケート調査では、事業者が県に望む輸出支援の取組みとして「輸出に関する相談・情報提供」が上位の項目として挙げられておりますが、今後の更なる販路拡大に向けて行政に特に求める支援がございましたらご教示いただきたく存じます。

A6.

海外での展示会に行く時の渡航費のサポートの充実化がこれから求められます。海外のいいレストランに行くのも仕事の一つなので、現地での消費代がかかることを踏まえると実際非常に苦労しています。JETRO が既に行っていますが、輸出先国の税金制度など基本的な情報を広く取得して頂けるとありがたいです。大局的な情報を集めるのは時間・労力・お金がかかるので、個々のメーカーがやるより国としても推進して頂けるとありがたいです。そして、商標取得の金銭的なサポートも嬉しいです。予算の問題もありますが、最初取得する時の費用はサポートするが更新料はサポートしないケースが多いです。商品サンプルの海外運送賃も非常にかかるので、きちんと商業利用だということが広く認められるとサポートにも繋がります。

また、例えばヴィネクスポ（ヨーロッパでのワインの展示会）で国としてブースを借り上げて頂き、単独で出展すると非常に費用がかかることを国が補助金で一定程度費用負担して頂けるとありがたいです。日本酒だけの展示会は難しく、ワインを見に来たが日本酒にも関心を持っているという方はいらっしゃいます。そのような方も視野に入れたサポートが望ましいです。

実は、新しい国に輸出する時ほど手間暇がかかります。輸出が上手くいっている国の方がベースとなるレストランの数が多く、人との繋がりもあるため協力してくれるレストランのオーナーさんを探しやすいです。実際は、成功している輸出先国ほどメーカーの主体性に任せた方が上手くいくので、例えば、人口が多く GDP が上がる見込みのあるインドなど新しい地域への輸出に関して行政がコストをかけてサポートすべきです。

【追加質疑応答】

Q7.（現地のビジネスパートナーとの関係構築について）

輸出を推進する上で現地とのビジネスマッチングは大切であると考えますが、現地でのビジネスパートナーと良い関係性を築くことはどのように推進されておりますでしょうか。

A7.

良い人脈に恵まれた輸出先国ほど成功している実感があります。そして弊社の酒が好きな人に売ってもらいたいというメーカー主導の姿勢を大切にしています。1980 年にヒット商品を作れたことで今があり、商品をお客様の方から求めて頂けるケースが多いです。頑張り続けていると海外でも良いお客様が来てくださることが多く、人の縁が繋がります。そして、そのベースにあるのがブランドの力です。つまり、値引きなど価格の条件を付けて売らなくてもニーズがありきちんと商品が流れていくブランド力・商品力が大切です。

Q8.（酒造組合との連携について）

山形県酒造組合の連携に関して、組合の役割など取組みの中で感じられていることはございますでしょうか。

A8.

産地イメージ・産地力を向上させるには組合の存在は大事です。山形全体で開催するイベントや取組みもあるので、組合がなければ話が進みません。山形県は全国で 10 番目の産地であり、特色は吟醸酒です。巨大な設備でコスト削減を図る大手メーカーには価格面では勝てないので品質勝負です。

組合を中心として、お互いに山形県の酒蔵同士で技術を隠さないで酒造りの技術を上げる試みを始めました。山形県酒造組合のスーパーバイザー小関先生を中心に、製造者同士が交流を深める組織作りを推進したので今の山形があります。今年の 9 月に、食べ飲みを楽しむ「美酒県山形フェア」をワイン組合と一緒に駅前で開催しました。山形の酒のファンになってもらう取組みを積極的に推進していく必要があります。

ヒアリング先	大成建設株式会社 東北支店
日時	2022 年 11 月 29 日（火） 13:00～14:40
場所	大成建設株式会社 東北支店
調査の協力者	営業部 開発部長 瀧沢哲男様 営業部 開発部 課長代理 菅野直樹様 営業部 開発部 高橋有希様
参加者	小林由香，佐藤空，高林愛，長瀬遼，楊瑞，松村孝典教授， 石山英顕教授
調査目的	建設会社から見たまちづくりについて調査する
事業内容	「人がいきいきとする環境を創造する」を追求し、自然と調和した、次世代の夢と希望に溢れた社会づくりに取り組んでいる

(※ 質問事項のみ掲載)



Q1. （農業参入に係る資金調達の手法について）

貴社は「光エネルギーを削減した効率的な栽培システム」による植物工場等の形で、農業参入を検討されているものと承知しております。事業の実施に当たっては、民間金融機関からの融資など様々な形で資金調達を図るものと考えますが、一般的に、農業は事業におけるリスク面の評価が難しいことや収益化までに時間を要することなどから、民間金融機関からの資金調達が困難であるとされています。

そこで、貴社は農業参入に係る資金調達にあたり、具体的にどのような手法を検討されているか差し支えない範囲で伺いたく存じます。

Q2. （異業種からの農業参入について）

貴社では、農業への参入について農場を併設した高層ビルの建築や、廃校・老朽化した建築を農場にリノベーションすること等の幅広い取組みを 2030 年の未来構想として掲げられているものと承知しております。

貴社が農業への参入を前向きにご検討されている背景や、建築業界が農業に参入することのメリットについてご教示いただけますと幸いです。

Q3. （持続可能なまちづくりについて）

貴社は、人口減少が進行する中、都市のコンパクト化が進むと予測されているものと承知しております。一方で、宮城県において、直近 10 年間で仙台都心や鉄道駅に近い距離帯での人口増加だけでなく、鉄道駅から 1 km 以上離れた郊外においても市街地への拡大が見られています。

こうした中で、持続可能な都市・公共交通を支えるために、コンパクトシティの推進等に向けて、課題や展望とともに、貴社がどのような取組みをされているのか、ご教示いただきたく存じます。

Q4. （民間企業としてのまちづくりへのアプローチ）

「まちづくり」とされる都市計画などについて、一般的には公共事業として行政が主体となることがほとんどであると考えます。

そこで、民間企業の立場からのまちづくりへの関与について、企業だからこそできる観点なども踏まえ、伺いたく存じます。

Q5. （二次交通について）

貴社は岡崎市と「魅力的なまちづくり推進のための包括連携協定」を締結し、一つの取組みとして、「次世代モビリティ（電動キックボード等）を活用したまちの歩道空間や路面状況などのモニタリング」の共創事業を開始されていると承知しております。

そこで、岡崎市という中核市ではなく、二次交通問題が深刻化する一部の交通不便の地域においてこの次世代モビリティを活用しようとするとき、その実現可能性や問題点について貴社のご意見を伺いたいです。

Q6. （まちづくりによるにぎわい創出について）

貴社は、「青葉通りまちづくり協議会」にて企画・運営を行い、街のにぎわい

創出に取り組んでいるものと承知しております。そこで、仙台の市街地の課題と、今後のまちづくりの展望について、貴社のお考えをお伺いしたいです。

Q7. (まちづくりにおける商店街について)

商店街は、街のにぎわい創出のために活用できる一つの地域資源であると考えております。そこで、(1)現在の商店街の役割や街の中での役割、(2)今後のまちづくりにおいて、商店街をどのように扱っていくか、の以上2点について、もしお考えがあればお伺いしたいです。

Q8. (バリアフリーまちづくりについて)

人口減少社会とされる我が国において、労働力を確保する為に、これまで労働力とされてこなかった、いわゆる社会的弱者を労働力へ取り込む必要があると考えております。その為には、高齢者や障がい者等が就労する際に、通勤路においてバリアフリーが確保されることが必要となると考えます。

そこで、貴社では、バリアフリーを意識したまちづくりにあたり、どのような点を注視していらっしゃるか、これまでの実績や今後の課題等をご教示いただけますと幸いです。

Q9. (障がい者雇用について)

貴社は、障害のある社員の雇用について、一人一人の特性に配慮した配属と必要なサポートを行うことでいきいきと働ける環境づくりに取り組まれていらっしゃるものと承知しております。そうして培った障がい者雇用のノウハウについて、他社や社会へ還元する取組などがございましたら伺いたいです。

また、障害のある社員は周囲と馴染むことに不安を抱くのではないかと考えますが、同時に、受け入れる側の社員にも不安があるものと想起します。そこで、貴社として取り組まれている、様々な障害の特性を、本人のプライバシーに配慮しつつ社内で情報共有する際の工夫や、環境整備の方法等についてご教示いただけますと幸いです。

Q10. (次世代の担い手育成について)

次世代の担い手育成については、農業分野だけでなく建設業の分野でも重要な課題の一つであると考えております。

つきましては、貴社において、特にどのような対策を取られているか、また、どのような教育が必要とされる点について、企業内教育だけでなく学校教育（工業高校、工専、大学および専門学校等）を通じた担い手育成についてご見解を伺いたく存じます。

ヒアリング先	内閣官房 デジタル田園都市国家構想実現会議事務局
日時	2022 年 11 月 13 日(火) 15:00～16:30
場所	東北大学片平キャンパスエクステンション教育棟 301 教室
調査の協力者	内閣審議官 内田幸雄様, 主査 橋本英樹様
参加者	小林由香, 佐藤空, 高林愛, 長瀬遼, 山内任宏, 楊瑞 松村孝典教授, 鹿子生浩輝教授
調査目的	地方創生の現状を学び政策提言に活かすため
事業内容	デジタルを活用した地方創生施策の推進

〈地域経済・産業支援〉

Q1. (一次産業事業者への資金面からの支援策について)

貴局は地域経済活性化に向け、地域経済の担い手となる中小事業者の支援や事業者が商材などとして取り扱う地域資源の利活用の推進が重要であるとの立場を採用されているものと承知しております²¹⁸。多様な地域資源の中でも、基礎自治体となる市区町村へのアンケートによれば、地域活性化の切り札となる地域資源として農水産品と回答した割合が最も高い 4 割弱に上るなど²¹⁹、地域経済における一次産品のプレゼンスは高いものがあると考えます。こうした中で、農業などの一次産業に取り組む事業者の多くは零細の経営体が占めており、資金面からの公的支援の必要性が指摘されております²²⁰。以上を踏まえ、地域資源の活用を積極的に行う農業経営体などの一次産業事業者への資金面での支援として、地域振興の観点からどのようなスキームを構築することが必要となるとお考えか、ご教示いただけますと幸いです。

A1.

最終的には民間との協調融資が必要です。A-FIVE は官がコストを回収することをねらいとしていましたが収益性がなかったため募集をやめて解散することが決定されました。初期の頃は農業が抱える不安定性や不確実性を踏まえて政策金融が前に出るのは仕方がないと考えます。一方、財源に限りがあるのでいず

²¹⁸ 内閣官房デジタル田園都市国家構想実現会議事務局, 内閣府地方創生推進事務局 (2019)「まち・ひと・しごと創生長期ビジョン(令和元年改訂版)及び第2期「まち・ひと・しごと創生総合戦略」(概要)」
<https://www.chisou.go.jp/sousei/info/pdf/r1-12-20-gaiyou.pdf> (最終閲覧 2023 年 1 月 26 日)

²¹⁹ 中小企業庁 (2014)「中小企業白書 (2014 年版)」
https://www.chusho.meti.go.jp/pamflet/hakusyo/H26/h26/html/b2_2_2.html (最終閲覧 2023 年 1 月 26 日)

²²⁰ 中田真佐男 (2022)「農業分野における資金供給の効率性向上に向けた課題」『フィナンシャル・レビュー』財務省財務総合政策研究所, 令和 4 年第 1 号 (通巻第 147 号)
https://www.mof.go.jp/pri/publication/financial_review/fr_list8/r147/r147_04.pdf (最終閲覧 2023 年 1 月 26 日)

れは自立していただき、政策金融から民間金融にシフトしていただくことが理想です。

Q2. （地域経済の活性化政策について）

貴局は、「地域経営の視点」に重点をおいて、地方の商業活性化に取り組んでいると承知しております。それを踏まえ、(1)国が現在行っている政策とその課題、(2)今後の方向性、の2点についてご教示いただきたいです。

Q3. （商店街振興について）

大型商業施設の進出などにより、商店街の衰退が広く問題になっています。一方で、商店街は「住民の交流の場」であるなど、独自の役割を持っていると考えます。地方創生において、(1)商店街の活性化は必要か、また必要であるとお考えの場合、商店街は今後、どのような役割を担うべきか、(2)商店街を活性化させる上で、地方公共団体はどのようなアプローチを取るべきか、の2点についてお考えを伺いたいです。

A3.

まちづくりの鍵となるのは商店街だと考えます。旧中心街が「住民の交流の場」として復活した事例は全国に多くあるので、実際に訪れてみて地元の方の意見を伺うことも良いと思います。

Q4. （就業機会、人材の確保について）

若者が就業のために地方から東京圏へ流出してしまい、地方の人口減少が加速していることに問題意識を持ったことから、地方創生について研究しております。当学本部の所在する仙台市は政令指定都市でありながら、本社機能のある企業が少ない状況がございます。そのため、若年層は同市への居住を継続する意思があれど、就業のために東京圏へ流出せざるを得ない状況にあります。加えて、活力ある地域社会づくりのためには、地域経済の担い手としての障がい者などへの多様な就業機会を確保することが重要であると考えております。

そこで、①本社の少ない地方都市ではどのような対策が考えられるか、②高齢者や障がい者等社会的弱者の就業機会の拡大についてどのような対策が考えられるか、以上2点について、ご教示いただけますと幸いです。

A4.

農政局や岩手の復興局で勤務した経験から、東北は仙台の一人勝ちであるような印象を持っています。一方、仙台は政令指定都市でありながらも本社がある

企業が少ないので、若年層が就業のために東京の方に流出してしまうのが現状です。地方創生に向けた究極的な取組としては、東京圏と地方圏の人口移動の均衡（出ていく人と入ってくる人の均衡）を図りたいです。ツールとしては地方拠点促進税制というものがあり、企業が本社機能を地方に移す際に税制上の優遇措置を講じるという支援を行っています。法人税など、地方に本社機能が移りやすいような条件の税制度を検討することは一国一制度の原則からするとハードルが高いですが、検討する価値はあるのではないかと考えます。

Q5. （農泊受入家庭の高齢化について）

農泊は、地域振興における交流人口や関係人口の創出・拡大に繋がり、地域移住を推進することも期待されると考えております。しかし、農泊受入家庭の高齢化のため、民家が減少し、地域における教育旅行など、大人数の需要への対応が難しくなることも見込まれます。そこで、高齢化による民家の減少について何かお考えがあれば伺いたいです。

また、農泊を実施する民家の中には、公共交通へのアクセスが不便な地区に立地しているケースも散見され、自力で自動車を運転することの難しい高齢者にとって生活にも支障をきたしている状況がございます。こうした二次交通問題について、貴局としてのご見解を伺いたく存じます。

A5.

農泊受入家庭の高齢化が進んでいて受け入れができないことや大人数の対応が難しいことは実際その通りです。そして、今後は農泊だけでなく農業の若い担い手を確保することが重要です。まずは農業の成長産業化により、儲かる農業にすることが大事だと考えています。様々な国の補助金がなくても儲かるような経営体を一つでも多く作っていくと若い方も農業に取り組むようになり、農業自体の経営も若返るという効果があります。その結果、農泊の受入農家も若い世代が増えるという好循環を生み出せると考えます。

〈地方創生について〉

Q6. （地方創生における国の政策の位置づけについて）

地方創生に向けた自治体における政策立案の視点として、貴局は主に5つの原則を掲げられているものと承知しております²²¹。特に、「自立性」（地方公共団

²²¹ 内閣官房デジタル田園都市国家構想実現会議事務局・内閣府地方創生推進事務局（2021）「第2期『まち・ひと・しごと創生総合戦略』」，81頁。（最終閲覧2023年1月26日）

体・民間事業者・個人等の自立につながるような施策に取り組むこと」と、「地域性」（地域の強みや魅力を活かし、その地域の実態に合った施策を、自主的かつ主体的に取り組むこと）の視点に関しては、地域の特性を考慮した国の支援の充実化が求められると考えます²²²。そこで、例えば農業の成長産業化等、地方創生施策における国と地方の棲み分けの在り方について伺いたいです。

A6.

現在、農林水産省では①スマート農業・②輸出促進・③みどりの食料システム戦略（デジタル・輸出・グリーン）を施策の3本柱として掲げています。輸出の産地形成は、これまでは国内向けがメインであり余剰分を輸出するという位置付けでした。今後は海外への安定的な供給に向け、まずは輸出に特化した産地形成が重要です。これは、地域の実情や自然条件等、地域によって異なるので、地方でやっていただきたいと考えます。一方、国は検疫・関税など、国と国で決めることを担うべきです。震災の影響で、未だに中国・韓国・台湾では東北産の産品は輸入しませんという流れが続いています。政府として科学的なデータに基づいてきちんと交渉して、できるだけ日本からの輸出条件を改善していくことが大切です。

Q7. （地方創生の方向性について）

地方創生においては、「人口減少を和らげる」だけでなく、「人口減少に適応した地域をつくること」が今後は更に重要であると考えます²²³。第2期「まち・ひと・しごと創生総合戦略」の今後の改訂に向けて、国の施策の方向性の課題や、地方創生を通じて目指す将来の地域社会の在り方についてお考えがございましたらご教示いただけますと幸いです。

A7.

第2期まち・ひと・しごと総合戦略を抜本的に改訂して「デジタル田園都市国家構想総合戦略」を策定する予定です。従来の地方創生の取組のうちデジタルの力を使って飛躍的に物事が進むものは、デジタルを活かして改善していこうという方針です。例えばスマート農業やドローン物流などです。コロナ禍で地方で暮らしたいと思う若い方が多くなっていますが、躊躇う要因として一番大きいのが仕事と収入、次に医療・教育です。地方でも都会と同じ条件で仕事ができるよう、サテライトオフィスの整備を進めるとともに、オンライン診療、遠隔教育

²²² 同上

²²³ 同上、21-23 頁。

などを推進することで、地方に住むことの不便や不安を和らげることが大事だと考えます。

昨年、東京都から出ていった人が入ってきた人より多いという、いわゆる転出超過が 4 半期ぶりに起きました。しかし、転出先は東京から新幹線で 1 時間圏内の地域が多く、東北・四国・九州には人口が流れていかないのが課題です。少子化が進行していくことは確実で、推計よりも速いペースで人口減少が進んでいくことは間違いないです。国として少子化対策の旗を降ろすわけにはいきませんが、人口減少を前提としてまちづくり・地域づくりをすることに力を入れていくことが必要です。他方で、全国で人口減少が進んでいるなかで特定の地域に人を呼び込むことは一定の大きさのパイを奪い合うことを意味するので、移住という一番高いハードルを目標にしながらも、関係人口（観光以上移住未満）を創出することも重要です。

Q8.（地方創生推進交付金を交付された自治体の事例等について）

現在の地方創生推進交付金²²⁴は、竹下登政権下における「ふるさと創生 1 億円」事業の際に全国の市町村に一律に交付されたものと比較して、各地方公共団体や首長の企画力等が必要であるとの指摘があるものと承知しております。

そこで、地方創生推進交付金について、どのような施策や取組に対し交付され、一定の成果を収めたものと認定されているか、事業における基準や KPI 等がありましたらご教示いただけますと幸いです。

Q9.（地方創生における補助金と企業誘致について）

初代内閣府特命担当（地方創生担当）大臣の石破茂氏は自著の中で、「補助金と企業誘致の時代は終わった・・・（中略）・・・公共事業と企業誘致に頼るのは難しい」と述べられておりますが²²⁵、東北地方（山形県等）の現状を鑑みた場合、農業等の第一次産業や観光等のサービス業を柱とした地方創生においては、未だ力不足の感があるものと考えます。そこで、今後 10 年において、東北地方ではどのような施策を優先しながら地方創生に取り組んでいくべきとお考えか、ご見解を伺いたく存じます。

²²⁴ 内閣官房デジタル田園都市国家構想実現会議事務局、内閣府地方創生推進事務局(2022)「地方創生推進交付金制度要綱」<https://www.chisou.go.jp/tiiki/tiikisaisei/souseikoufukin.html> (最終閲覧 2023 年 1 月 26 日)

²²⁵ 石破茂 (2017) 『日本列島創生論』, 新潮社

A9.

地方の資源は一次産業と観光であり、東北の強みでもあると考えます。地方はまず一次産業で元気になってもらうということが大切です。そして、観光においてどのように付加価値を付けていくかということが大切です。東北は一つの地域としてまとまっているのが特徴的です、その団結性を活かしていくことが重要だと思います。

【追加質疑応答】

Q. 高齢者や障がい者など社会的弱者への支援策

A. 定年延長、障がい者雇用の促進により、高齢者や障がい者の就業機会は増えていると考えます。単なる数字上の求人数や有効求人倍率だけでなく、企業の方は「こんな方が欲しい」、働く方の方は「こんなことがしてみたい」という考えがあり、個別の一对一の関係があるので、お互いの選択の幅を広げるという観点から様々な業種・職種の企業が取り組むことが重要です。

Q. 行政面での観光支援

A. 観光 DMO の形成を支援することが挙げられます。また、観光資源を磨き上げて、ストーリーを作って高付加価値化していくことも大切です。そして、観光における DX の推進も課題です。例えば、田舎の商店では現金しか使えない場合もあるので、地方における決済をできるだけキャッシュレスにしていく取組も一考です。例えば、大分では地域通貨を活用して飲み食いが可能な取組を行っています。全国で DX 化を推進していくには通信環境を整える必要がある、ので国がきちんと支援することが重要です。

※ここからは橋本様にご回答いただきました。

Q. 事業者支援、特に商店街活性化に当たっては、事業者のキャッシュレス化への対応の支援策などが重要であると考えておりますが、現場レベルでその上で課題があることも推察されます。その要因と今後の方向性についてご教示いただけますと幸いです。

A. 中小企業庁で商店街そのものを振興するだけでなく、地方創生の観点から都道府県・市町村による主体的な取組を進めることも重要です。そして、産官学

金労言士など様々な主体の連携が重要です。商店街には、交流の場としての機能、地域の顔としての機能、都市のインフラとしての機能があると思いますので、商店街活性に取り組む主体間でどの機能を高めるか、先に議論することが大切だと思います。その議論の結果に応じて、コンパクトシティを進めることも一つの解決策だと思います。

なお、商店街活性化の事例のうち個人的には、茨城県²²⁶の「カスミガ」の取組が、独特なテナントミックスを取り入れており印象的でした。

Q. 「まち・ひと・しごと総合戦略」で掲げられている多様な人材の活躍促進と、新しい時代の流れを力にすることに関する具体的な施策

A. 個人の意見ですが、海外企業を呼び込んで対日直接投資を促していく、あるいは地方のデジタル化を促すために、デジタル人材を地方において育成したり既に活躍しているデジタル人材を地方に普及させていくことが大事だと考えております²²⁷。

Q. 地域振興を進めていくための施策

A. 観光分野で盛り上げていくことが考えられます。一つの観光地の魅力をピンポイントで紹介するだけでなく、この地域に行けばこういう体験ができるというある種のストーリーがあって始めて観光客が惹きつけられると思います。

²²⁶ 一般社団法人カスミガプロジェクト「カスミガプロジェクト」

<http://www.kamisuga.org/>（最終閲覧 2023 年 1 月 26 日）

²²⁷ 御質問に対応する具体的施策として、次の人材派遣制度があります。

- ・地方創生人材支援制度（地方公共団体に国家公務員や大学職員等を派遣）
- ・企業版ふるさと納税（人材派遣型）（地方公共団体に民間企業等の職員を派遣し、企業版ふるさと納税を活用する事業に従事してもらう）
- ・プロフェッショナル人材戦略事業（地域の中小企業に品質管理、海外仕様開拓等の専門人材を派遣）

等

Q. 農泊の予約について

- A. 農林水産省等から「nouhaku.net²²⁸」につながるリンク²²⁹があるので、HP から情報を得て、必要に応じて電話やメールで予約をするものだと理解しています。横道にそれますが、農泊を支える人材不足は様々な分野で深刻だと認識しています。旅館でご飯をつくったり、掃除をする人だけでなく、HP の整備や予約手続に従事する事務の方が少ないという問題もあると思います。

Q. 産地形成の事例

- A. 「唐津コスメティック構想」が挙げられます。北九州の地元企業が化粧品に使う原材料（農産物）を調達しつつ、海外の化粧品会社を誘致。加えて、物流拠点としてのポテンシャルも生かし、地元産品を海外ブランドの化粧品に加工して輸出した事例です。日本のブランド名で売り出すことも重要ですが、海外の会社と ODM をして売り出すことも日本の GDP の向上に繋がると考えます。

Q. 海外展開と地方創生

- A. 国が目標を定めて地方がそれに従うというやり方ですと従来と変わりません。地元の発意で地域を盛り上げていくという地方の考え方を踏まえ、地元で主体的にアイデアを出していただくことが重要です。他方で、海外の法制、検疫など、一地域だけで把握するのが困難な分野について国で伴走支援することはできると考えます。

²²⁸ JA 全農「nouhaku.net(農泊ポータルサイト)」 <https://nouhaku.net/> (最終閲覧 2023 年 1 月 26 日)

²²⁹ 農林水産省「『農泊』の推進について」

https://www.maff.go.jp/j/nousin/kouryu/nouhakusuishin/nouhaku_top.html (最終閲覧 2023 年 1 月 26 日)

ヒアリング先	リ・デザイン株式会社
日時	2022 年 12 月 6 日（火） 14:00～15:30
場所	東北大学片平キャンパスエクステンション研究教育棟 301 教室
調査の協力者	代表 天野桂介様
参加者	小林由香，佐藤空，高林愛，長瀬遼，山内任宏，楊瑞， 松村孝典教授，鹿子生浩輝教授，石山英顕教授
調査目的	地方創生について調査する。
事業内容	事業開発



株式会社あわえの事例を用いて地方創生について下記の通りご説明いただいた。

四国地方にある徳島県美波町は、昭和 35 年以降の 55 年間で人口が半減した高齢化が深刻な地域である。空き家率は全国平均を上回り、町内の高校は 0、産業が衰退した人口 6,200 人の過疎の町に、25 社のサテライトオフィスが進出した。きっかけは東京本社のサイファータック株式会社の採用強化であった。吉田社長は「職・住・遊」に着目した働き方、生き方を提唱し、個人の大切な価値観「X」と仕事「IT」を両立する生き方「半 X 半 IT」という造語を作った。美波町

に構えたオフィスは老人ホームの空き家で、入江が見える風光明媚な土地で、社員はサーフィンや狩猟、農業、釣りをたのしみながら、SE として働くことができ、進出1年で社員数が3倍に増えた。都会で抱えた人材不足を、過疎地が解決してくれた。解決されたのは会社の人材不足だけでなく、過疎地における若者は重宝され、休耕田での稲作や小中学校での出前授業、職場体験受け入れ、住民向け IT 講座、地域の祭事参加等、地域と密接に交流した。そのことが話題となり、「波乗りオフィスへようこそ」という映画が制作された。

サイファーテック株式会社の吉田社長は、この取組を拡大すべく、2013 年 6 月、社会課題をビジネスの力で解決するパブリックベンチャー「株式会社あわせ」を設立した。東京や大阪の企業に働きかけ、オフィスを誘致した。都会から IT 企業が進出することで、過疎地は人口が増加し、社員は自分が得意なことを活かし、稼ぎながら地域に貢献できることで双方にとって利点のある取組となった。IT 技術を掛け合わせた、災害対策、スポーツイベント、製炭等様々なチャレンジをしており、生産者・卸加工・事業者の3者で地域のモノとお金を循環させるハブの役割を担っている。

このような取組から、まちが元気になり、「にぎやかそ」＝にぎやかな過疎の町を宣言し、人口減少下でも挑戦者が集い、新たな変化が生まれ続けるにぎやかな町が誕生した。例えば、株式会社あわえの30歳社員が町会議員に当選し、株式会社あわえの取組が、次世代の町の担い手を生み出すところまで波及した。なぜこのように成功できたのか、天野様の考えでは3点要因がある。1つ目は、課題が明確で地域社会全体で共有しやすく、「若い人を増やし、にぎやかなまちにする」という目標を一致させやすい環境にあったことである。2つ目は、過疎とはいえ社会にネットワークがまだ生きていたことである。3つ目は、関係者の豊かな公共精神で、株式会社あわえの社長をはじめ、町長、議員、社員、神社宮司、地域の世話役、元県庁幹部等のネットワークが有効に生かされたことである。

株式会社あわえは全国から視察が絶えない。グッドデザイン賞を受賞し、全国各地へコンサルしている。宮城県は加美町に拠点を設けている。美波町と株式会社あわえの事例から、地方創生に重要なのは、関わる人間のエネルギーが強いこと、一次情報に立脚していること、論理的かつ必死に考えていること、全体観を持っていること、オープンであることだと考える。

ヒアリング先	川崎市経済労働局都市農業振興センター 農業技術支援センター
日時	2022 年 12 月 16 日(金) 14:00～15:30
場所	川崎市 農業技術支援センター（管理棟 1 階 事務所）
調査の協力者	高橋裕幸様
参加者	長瀬遼
調査目的	川崎市における農業金融における現況等の調査
事業内容	市内農業者への農産物の生産技術向上に向けた支援等

(※事前質問にご回答いただいた後、質疑応答の時間を設けていただきました。)



出典：川崎市(2022)「農業技術支援センターの概要」

Q1.（地域振興に向けた一次産業事業者への資金面からの支援策について）

内閣府デジタル田園都市国家構造実現会議事務局は地域経済活性化に向け、地域経済の担い手となる中小事業者の支援や事業者が商材などとして取り扱う地域資源の利活用の推進が重要であるとの立場を採用されているものと承知し

ております²³⁰。多様な地域資源の中でも、基礎自治体となる市区町村へのアンケートによれば、地域活性化の切り札となる地域資源として農水産品と回答した割合が最も高い4割弱に上るなど²³¹、地域経済における一次産品のプレゼンスは高いものがあると考えます。貴市においても、川崎市総合計画にて市内経済の活性化に向けた方向性として、「地産地消による都市農業の振興」を挙げられており、農業をはじめとする一次産業振興に重点を置かれているものと考えております²³²。

こうした中で、農業などの一次産業に取り組む事業者の多くは零細の経営体が占めており、資金面からの公的支援の必要性が指摘されております²³³。

以上を踏まえ、地域資源の活用を積極的に行う農業経営体などの一次産業事業者への資金面での支援として、地域振興の観点からどのようなスキームを構築することが必要となるとお考えか、貴市としてのご見解をご教示いただけますと幸いです。

A1.

中小企業庁の示す地域資源については「〔1〕地域の農林水産品を蓄積された技術・技法で加工（農林水産型）、〔2〕鉱工業品関連企業の集積により蓄積された技術・技法（産地技術型）、〔3〕自然や文化財等（観光型）の3種類に分類^{*1}」されており、本市での地域資源の活用と産業政策における農業振興の位置付けについてはかわさき産業振興プランを参照ください。

なお、本市の特産物である「多摩川梨」について、なしの生産環境改善対策を図り、生産者の経営安定並びになしの生産伝統文化を守ることを目的として、なし生産者を対象にした「多摩川ナシ保存奨励事業」を行っており、なし生産ほ場の面積に応じて奨励金を交付しています。（資料1）

また、奨励金交付のみならず、市民や一般の方々への「多摩川梨」を含めた川

²³⁰ 内閣官房デジタル田園都市国家構想実現会議事務局，内閣府地方創生推進事務局（2019）「まち・ひと・しごと創生長期ビジョン（令和元年改訂版）及び第2期「まち・ひと・しごと創生総合戦略」（概要）」

<https://www.chisou.go.jp/sousei/info/pdf/r1-l2-20-gaiyou.pdf>

²³¹ 中小企業庁（2014）「中小企業白書（2014年版）」

https://www.chusho.meti.go.jp/pamflet/hakusyo/H26/h26/html/b2_2_2.html

²³² 川崎市（2016）「川崎市総合計画」，254頁。

[https://www.city.kawasaki.jp/170/cmsfiles/contents/0000075/75895/sougoukeikaku\(3\).pdf](https://www.city.kawasaki.jp/170/cmsfiles/contents/0000075/75895/sougoukeikaku(3).pdf)

²³³ 中田真佐男（2022）「農業分野における資金供給の効率性向上に向けた課題」，『フィナンシャル・レビュー』，財務省財務総合政策研究所，令和4年第1号（通巻第147号）

https://www.mof.go.jp/pri/publication/financial_review/fr_list8/r147/r147_04.pdf

崎市産農産物の普及啓発活動を JA セレサ川崎と協力して行っており、川崎市の掲げる「かわさきそだち」ブランドを以て地産地消を推進しています。
(資料 2-1、2-2)

※¹ 中小企業白書 2007 年度版 第 2 部第 1 章第 1 節「1 地域に存在する特有の経営資源について」から引用
国立国会図書館の「インターネット資料収集保存事業 (Web Archiving Project)」ホームページ
https://warp.da.ndl.go.jp/info:ndl.jp/pid/11551249/www.chusho.meti.go.jp/pamflet/hakusyo/h19/h19_hakusho/index.html

Q2. (川崎市農業生産振興対策事業における補助対象者について)

同事業では、事業要綱第 2 条において、同事業の対象者について市内農地を有することが条件として付されているものと承知しております²³⁴。同 2 条より、同事業においては、農地の貸借等にて使用収益を得ている事業者は対象とされていないものと考えておりますが、補助対象者の要件の選定理由について伺いたいです。

A2.

土地の貸借権は使用収益権であるため、貸借等で借り受けた農地も「市内の農地について使用収益権を有する」対象範囲に含みます。その他、本事業要綱第 2 条のとおりです。

Q3. (農業分野における ICT の利活用状況を踏まえた川崎市農業生産振興対策事業の施策展開について)

近年、我が国では「スマート農業」として、官民を挙げて農業分野におけるロボット、AI、IoT 等の先端技術の利活用が推進されているものと承知しております²³⁵。そうした中で、高額な設備投資が必要となる点がスマート農業導入のボトルネックとなっていることが指摘されております。農業分野における生産性向上等を図る観点から、スマート農業の実装は川崎市内において、営農に意欲的な農業者を中心にニーズが高いものと考えます。さらに、殿町国際戦略拠点等において官民の研究所が集積するなど、研究開発拠点としての顔を持つ川崎市において、スマート農業の実証及び実装は親和性が高いものと考えます。

以上を踏まえ、同事業における農業者のニーズ、事業の現況、課題及び今後の

²³⁴ 川崎市(2022)「川崎市農業生産振興対策事業要綱」
<https://www.city.kawasaki.jp/280/cmsfiles/contents/0000093/93055/R3.4.1youkou.pdf>

²³⁵ 農林水産省(2022)「スマート農業」
<https://www.maff.go.jp/j/kanbo/smart/>

方向性についてご教示いただけますと幸いです。

A3.

本事業においては、これまでは、農業施設整備事業にて温室等を、農業機械等整備事業においては、共同利用の機械導入や予冷库の設置補助を主に行っていました。

また、川崎市農業経営高度化支援事業補助金の生産向上等支援事業においては、対象事業に「先端技術に該当する事業」を含んでおり、建築物の工事費や、設備の購入費・設置費など主にハード事業の導入に関するものの経費に対して、補助対象経費の 1/2 以内かつ 1 件あたり補助限度額 200 万円として補助金交付を行っております。詳細については本市都市農業振興センター農業振興課へお問い合わせください。

I C T等を活用したスマート農業の普及・支援方法については、経営規模が小さい本市のような都市農業では、スマート農業の効果は限定的であり、施設園芸において養液栽培の導入と温度等のモニタリングによる基本的な環境制御等への利用にとどまっています。

Q4. (川崎市農業経営改善資金利子補給における事業主体や施策の効果について)

同事業における融資主体は、市内における農業協同組合である JA セレサ川崎であるものと承知しております²³⁶。他方、農業金融の主たるアクターとして、市内においては公的金融機関である日本政策金融公庫農林水産事業横浜支店も位置づけられるものと考えます。

そこで、同事業の融資主体として JA セレサ川崎が選定された理由について伺いたく存じます。併せて、同事業の政策効果や課題、今後の方向性についてもご教示いただけますと幸いです。

A4.

融資機関としては、JA セレサ川崎及び神奈川県信用農業協同組合連合会が定められています。(県信連は過去 5 年間実績なし)

日本政策金融公庫の融資制度には、①農業経営基盤強化資金(スーパー L 資金認定農業者対象)、②経営育成強化資金(認定新規就農者等)等主要資金があります。①については、融資期間が 25 年以内と長期かつ実質無利子化の対象になっていることから利子補給の制度になじまず、②については、本市では親元就農

²³⁶ 川崎市(2020)「川崎市農業経営改善資金利子補給要綱」

[https://www.city.kawasaki.jp/templates/outline/cmsfiles/contents/0000007/7771/\(R2.7.15\)rishiho_kyuu.pdf](https://www.city.kawasaki.jp/templates/outline/cmsfiles/contents/0000007/7771/(R2.7.15)rishiho_kyuu.pdf)

が一般的で経営規模が小さいため公庫融資になじまず、いずれも本市の利子補給に適さないことから指定融資機関とはなっていません。また、公庫を含め農業者への制度融資の窓口は原則として単位農協であることから、JA セレサ川崎が融資機関として位置づけられていました。

ヒアリング先	京都市
日時	2023 年 1 月 12 日（木） 16:00～17:00
場所	オンライン
調査の協力者	安藤丈智様、末武諄也様、塩山茜子様
参加者	榊原翔平
調査目的	京都市の交通・まちづくり政策に関して調査する。

歩くまち京都推進室は、人と公共交通優先のまちづくりを進めている部署であり、平成 20 年から設置されています。平成 22 年に京都市のまちづくりのマスタープランとなる「「歩くまち・京都」総合交通戦略」を策定しており、ハードとソフト両面からの取組を定めています。これを策定して 10 年が経過し、新たに生じてきている交通に関する課題への対応や、分野を横断する新たな潮流を踏まえた戦略とするため、その改定版として令和 3 年 11 月に「「歩くまち・京都」総合交通戦略 2021」を策定しました。ここに掲げる、3 つの柱と 8 つの方針、23 の施策の下、交通まちづくりを進めています。

Q1.（観光客と住民の調和について）

貴市では、「市民生活との調和を最重要視した持続可能な観光都市²³⁷ⁱ」の実現を目指しておられると承知しております。こうした中で、観光客等の増加により、市バスの混雑や一部観光地での混雑・渋滞が発生しているという京都市ならではの課題もあるものと存じております。今後、コロナ禍の影響もひと段落し、海外観光客の増加も見込まれる中、市民生活と観光客との調和という点で重視されている施策がございましたらお伺いしたいです。

A1.（担当：産業観光局観光M I C E推進室）

「市民生活と観光客の調和」に関する取組は、「「歩くまち・京都」総合交通戦略 2021」では施策 6「混雑緩和・解消につながる交通ネットワーク機能の強化」に関連しています。

これからの京都観光は、安心・安全の確保を前提に、市民の暮らしの豊かさの向上、地域や社会の課題解決に貢献する「持続可能な観光」を目指しています。種々の取組の中でとりわけ重要となる施策を 2 点御紹介します。

① 観光課題対策について

²³⁷ 京都市情報館「『市民生活との調和を最重要視した持続可能な観光都市』の実現に向けた基本指針と具体的方策（中間とりまとめ）令和元年 11 月 20 日発表」（最終閲覧 2023 年 1 月 26 日）
<https://www.city.kyoto.lg.jp/sankan/page/0000260038.html>

観光客の時期・時間・場所の3つの分散化の取組は、コロナ禍においては密の回避にもつながります。例えば混雑状況を見える化する取組では、主要観光スポットを対象にライブカメラによるリアルタイム映像を配信しているほか、ビッグデータを活用した観光快適度（混雑状況）の予測を発信する「京都観光快適度マップ」を公開し、旅行者の方へ混雑を避けた安心・安全で快適な観光を呼びかけています。

② 市民生活と観光のより一層の調和の推進について

京都市及び京都市観光協会では、持続可能な観光の実現に向けて、観光関連事業者・従事者、観光客、市民の皆さまといった“京都観光に関わる全ての皆さま”と共に大切にしていきたい理念や行動基準を取りまとめた「京都観光モラル」を令和2年に策定しました。「京都観光モラル」に沿った行動を取られる優良事業者を表彰する制度を創設するなどにより、「京都観光モラル」の取組の輪の拡大に努めています。

その他にも、市民生活と観光の調和を図るうえでは、観光に対する市民理解をしっかりと得ることも重要です。観光が市民生活にもたらす効果等の分かりやすい周知などにも取り組んでいます。「私たちの暮らしと京都観光」というチラシを作成し、観光の効果を市民に知っていただく取り組みも実施しています。

（参考）関連ホームページ

京都観光快適度マップ

<https://ja.kyoto.travel/comfort/>

京都観光モラル特設サイト

<https://www.moral.kyokanko.or.jp/>

「持続可能な京都観光を推進する優良事業者表彰」対象事業者の募集について（広報資料）

<https://www.city.kyoto.lg.jp/sankan/page/0000306877.html>

観光の効果を分かりやすくお伝えするためのリーフレット「私たちの暮らしと京都観光」

<https://www.city.kyoto.lg.jp/sankan/cmsfiles/contents/0000296/296486/rihureto.pdf>

Q2.（「歩くまち・京都」について）

貴市において、バス専用レーン²³⁸ⁱⁱが設定されている中で、その運用が徹底されていない状況にあると承知しております。バス等の公共交通機関も渋滞に巻き込まれることで、バスの定時性確保が困難になっており、バス専用レーンの運用徹底は重要なものに位置付けられると考えております。この点、課題や展望についてお考えをお伺いできれば幸いです。

²³⁸ 京都市交通局「京都市交通アクションプログラム[2012年]」（最終閲覧2023年1月26日）。

<https://www.city.kyoto.lg.jp/kotsu/page/0000032102.html>

A2.（担当：京都市交通局・都市計画局歩くまち京都推進室）

バス専用レーンに関しては、「「歩くまち・京都」総合交通戦略 2021」の施策 4「安心・安全・快適・便利な移動につながる公共交通の利用環境整備の更なる促進」に関連しています。

（交通局）

定時性の確保は、市バス利用の促進を図るうえで、市バス事業の生命線となるものです。しかしながら、バス停留所や交差点付近の違法駐車により、一部の路線については、定時性のみならずお客様の安全確保が阻害されている走行環境となっています。

こうしたことから、本市では、警察等の関係機関と連携を図り、バス専用レーンや PTPS（※）の設置、市バス停留所周辺を中心に違法駐車車両に対する指導啓発活動を行う「中心地市街地重点路線等クリア作戦」等の市バスの走行環境改善に向けた様々な取組みを継続して行っています。

また、バス専用レーンについては、まずはその実効性を高めることが重要であることから、専門的なノウハウと支援をいただいている京都府警察に取締の強化を要望するとともに、京都府警察及び市内所轄警察署、免許試験場や市内自動車教習所における啓発チラシの配布に取り組み、継続して行うことで、市バスの走行環境改善を図っています。

※ バスなどの公共車両を優先的に走行させるため、バスの接近情報を路上に設置した装置が受信し、青信号の時間を長く、赤信号の時間を短く調整するシステム

（歩くまち京都推進室）

バス専用レーンの運用徹底については、バスの定時制確保のため重要なものと認識しているので、関係機関と協働して対策を推進している状況にあります。

京都市街地内の細街路を含む交差点が短距離で連続し、また片側 2 車線区間が多い道路状況を踏まえると左折車両の走行が避けられない現状にあります（取締りが特効薬とはなりにくい）。

そこで、

- 1) 「PTPS」を導入してバスの走行しやすい環境に誘導している。
- 2) バス専用レーンへの侵入やバス発車妨害は道路交通法違反であることをマスメディア等を通じて啓発
- 3) 警察の指導の下、違法駐車等防止指導員や地域ボランティアによる駐停車違反車に対する指導の強化
- 4) 駐車監視員による駐車違反に対する取締活動の実施

という道路環境向上に向けた対策を推進している状況であり、今後も同対策を推進します。

Q3.（「歩くまち・京都」について）

貴市は、「歩くまち・京都」施策の一環として、四条通の歩道拡幅等の施策等が実施されたことにより、非自動車分担率は上昇したものと承知しております。一方で、渋滞等が現在もなお見られる中²³⁹で、今後どのような施策に力を入れておられるのか、現在取り組まれていることやお考えをお伺いできれば幸いです。

A3.（担当：産業観光局観光MICE推進室）

「人と公共交通優先のまちづくり」の理念のもと、平成22年に「歩くまち・京都」総合交通戦略」を策定し、公共交通の利便性・快適性の向上や歩行者優先の取組を実施してきました。こうした取組もあって、市街地への車両の流入状況は減少にあり、ここ10年で約13%減少しています。また、本市では平成27年に四条通の歩道拡幅事業を完了し、事業後は四条通の自動車交通量が約4割減少したほか、歩行者通行量は12.5%増加するなど、一定の効果を上げています。非自動車分担率については令和元年に約78%となっています。

また、新技術の進展や新たな時代潮流を踏まえつつ、都市の魅力や活力の向上を図り、持続可能な都市社会の基盤となる交通まちづくりを進めていくため、令和3年には従来の総合交通戦略の改定版である「歩くまち・京都」総合交通戦略2021」を策定し、誰もが公共交通をより便利で快適に利用でき、徒歩や自転車等も“かしこく”組み合わせて出かけるスマートなライフスタイルが人々に定着していくことで、「出かけたくなる」魅力と活力のあふれるまちづくりを目指すこととしています。

しかしながら、昨年秋の紅葉シーズンにおいては、京都府外のナンバーの車両が多く見受けられ、一部の観光地周辺で渋滞が発生するケースもありました。今後も観光需要の回復が想定される中、公共交通利用の働きかけ（周知広報）¹⁾や、それでもマイカーで来られる方へのパークアンドライド利用の促進²⁾などにより、車両の流入抑制に取り組む予定です。

- 1) 交通事業者の広告媒体（00H）を活用した広報、主要駅バス停の混雑状況の提供など
- 2) P&R ホームページによる駐車場情報の提供、重点駐車場への誘導看板の設置、

²³⁹ 将来道路ネットワーク研究会「京都市の将来を見据えた道路ネットワークのあり方（とりまとめ）」4頁。（最終閲覧2023年1月26日）

<https://www.city.kyoto.lg.jp/kensetu/cmsfiles/contents/0000229/229741/kenkyukaiiken.pdf>

高速道路 SA での広報など

Q4. (ロードプライジングについて)

貴市市会の一部議員の方が、過去にロンドンやミラノ等、海外のロードプライジングの事例について視察に行かれる等²⁴⁰、貴市はロードプライジングに注目されていたものと承知しております。ロードプライジングは、「歩くまち・京都」施策で、特にまちなかにおける自動車の利用抑制に重点的に取り組んでおられる点、親和性が一定あるのではと考えるのですが、貴市のお考えや課題、展望等についてお伺いしたく存じております。

A4. (担当：都市計画局歩くまち京都推進室)

ロードプライジングについては、様々な面から検討を続けてきましたが、

1. いわゆる「公道」においては、「無料公開の原則」により、原則として通行料を徴収しないこととされていること
2. 円滑に課金・徴収する技術・仕組みが存在しないこと
3. 現状では市内交通量、流入量、自動車分担率等が全体的に減少傾向にあることなどから、積極的に導入する状況にないと考えています。

一方、財源確保の観点から、将来の備えとしてロードプライジングの研究は有用と考えています。他都市の検討の事例等注視しながら研究を続ける考えです。課金システムについても、ETC の普及率が 100%ではなく、技術的に難しい部分が多く、また法制度でも検討が必要になっています。

Q5. (地下鉄の経営・運賃等について)

地下鉄の収益改善・向上に向けた施策についてお伺いしたいです。

A5. (担当：京都市交通局)

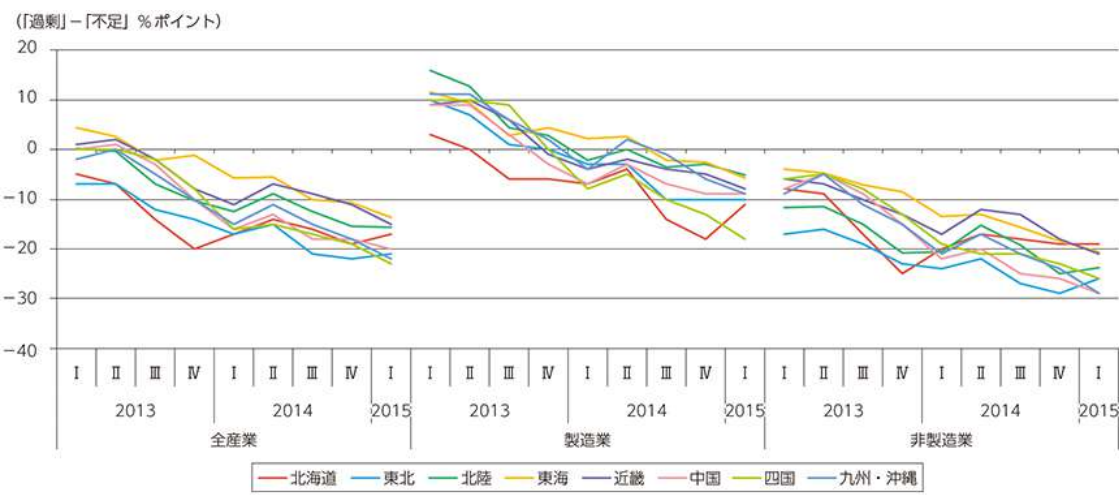
京都市営地下鉄の運賃は、全国的に見ても高いものとなっていますが、公共交通を維持し、持続可能なものとしていくために、御理解いただければと考えています。交通事業については、原則独立採算制となっており、京都市の一般財源を充てることは基本的にできません。そうした中、駅ナカビジネスの拡充など、経営状況改善・向上に向けた様々な施策を実施しているところです

²⁴⁰ 京都市議会「海外行政調査計画書〔平成 24 年〕」（最終閲覧 2023 年 1 月 26 日）
<https://www2.city.kyoto.lg.jp/shikai/img/joho/kaigai/H241122tyousakeikaku%20roadprice.pdf>

資料編 第1部 総論

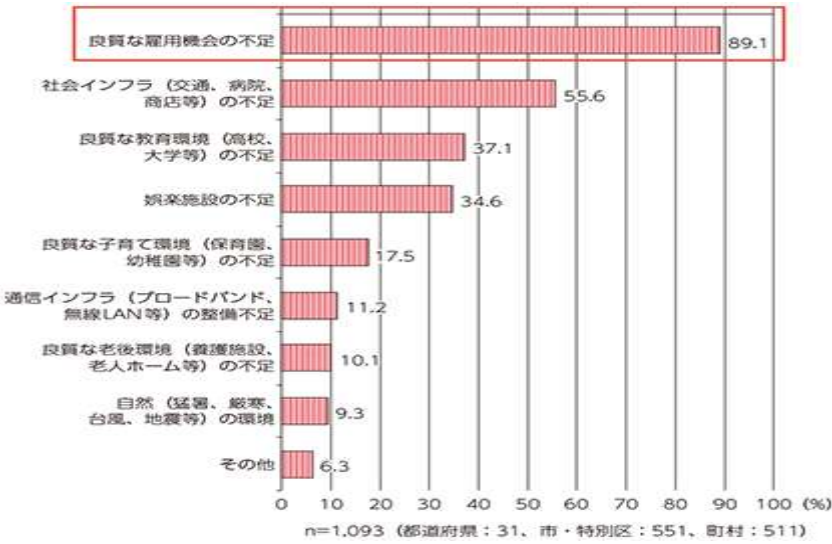
はじめに

図表 1-1 地域ブロック別の雇用人員判断DI（過剰－不足）の推移



出典：総務省「平成 27 年版情報通信白書」， 111 頁.

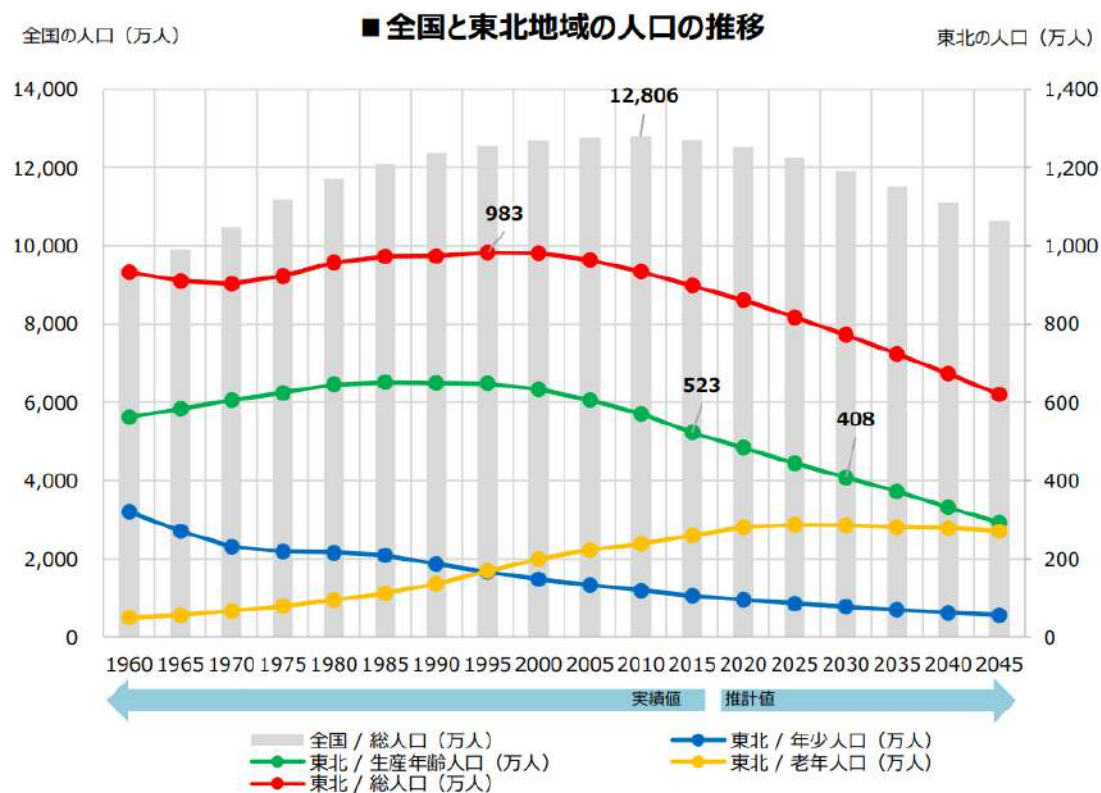
図表 1-2 地方公共団体が考える人口流出の要因



出典：総務省「平成 27 年版情報通信白書」， 111 頁.

地方創生

図表 1-3 人口減少の現状



出典：東北経済産業局(2022)「東北地域の現状と課題(データ編)」2 頁.

https://www.tohoku.meti.go.jp/kikaku/vision/pdf/22chuki_kon3_4-3.pdf

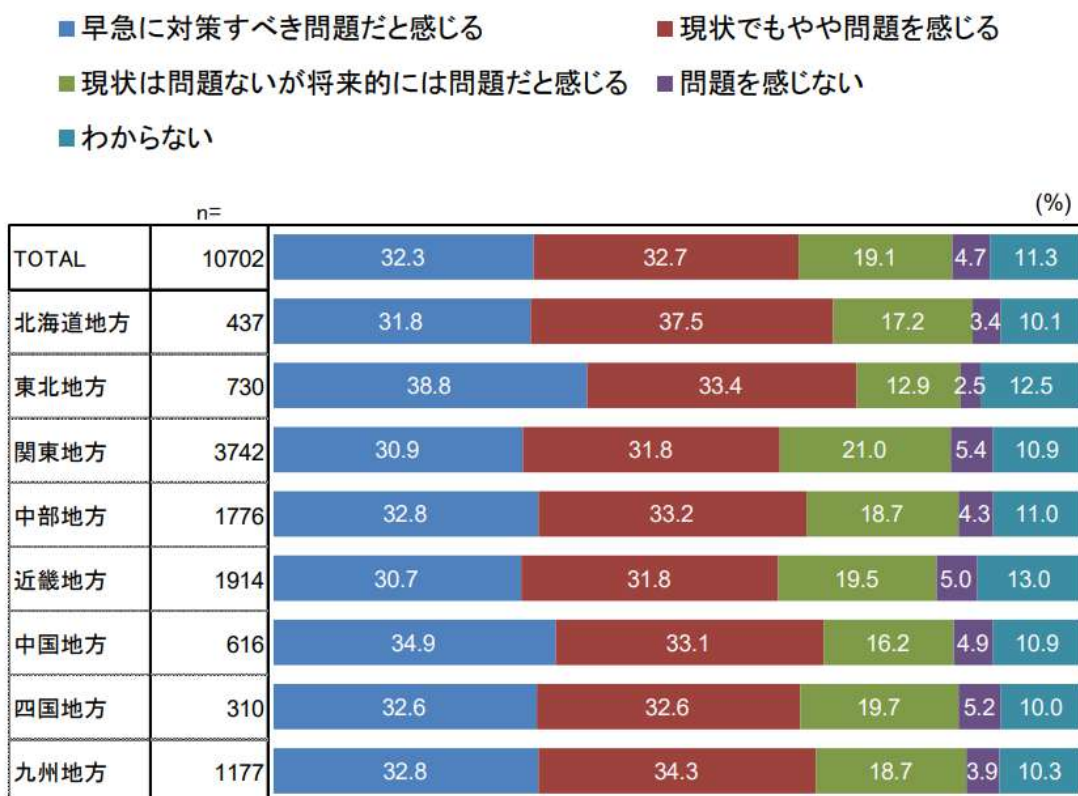
【東北地域の現状】²⁴¹

- 東北地域の生産年齢人口は、2030 年には約 408 万人となり、2015 年と比較して約 115 万人減少することが予測されている。
- 2019 年の高齢化率は 32%であり、全国(28.4%)と比較して高い水準にある。

²⁴¹ 東北経済産業局「東北地域の現状と課題(データ編)」2 頁

https://www.tohoku.meti.go.jp/kikaku/vision/pdf/22chuki_kon3_4-3.pdf

図表 1-4 人口減少への住民の問題意識



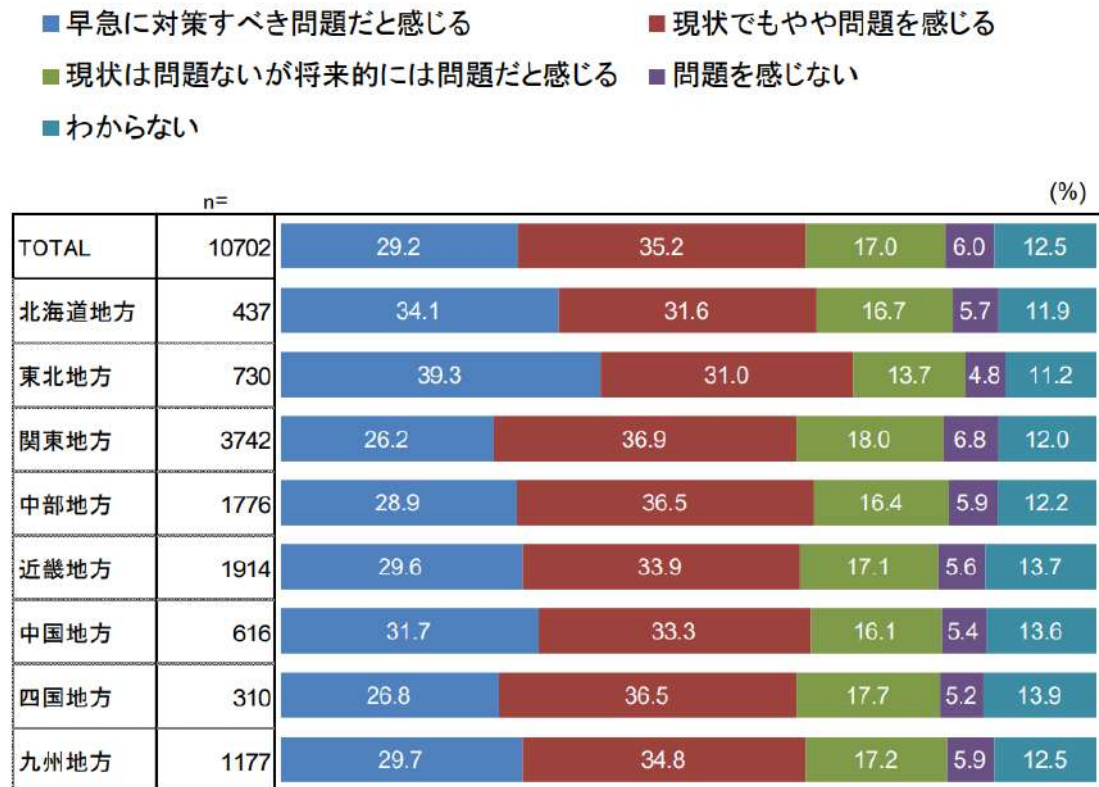
出典：内閣官房デジタル田園都市国家構想実現会議事務局（2021）「地方創生に関する施策説明」21 頁，https://www.chisou.go.jp/sousei/meeting/shisaku_setsumei/01_lbu_shiryoku.pdf

【明らかになったこと】²⁴²

- 全体では、65%程度の人が現状で人口減少を問題だと感じている。
- 地域別に見ると、東北地方、中国地方の順で「早急に対策すべき問題だと感じる」と回答した人の割合が多い。

²⁴² 内閣官房デジタル田園都市国家構想実現会議事務局（2021）「地方創生に関する施策説明」21 頁，https://www.chisou.go.jp/sousei/meeting/shisaku_setsumei/01_lbu_shiryoku.pdf

図表 1-5 人口の東京一極集中への住民の問題意識



出典：内閣官房デジタル田園都市国家構想実現会議事務局（2021）「地方創生に関する施策説明」 21 頁、https://www.chisou.go.jp/sousei/meeting/shisaku_setsumei/01_lbu_shiryou.pdf

【明らかになったこと】²⁴³

- 全体では、65%近くの人々が現状で人口の東京一極集中を問題だと感じている。
- 地域別に見ると、東北地方、北海道で「早急に対策すべき問題だと感じる」と回答した人の割合が多い。
- 関東地方においても、現状で人口の東京一極集中を問題だと感じている人の割合が6割を超えている。

²⁴³ 同上。

図表 1-6 地方創生の課題(1)

・東京への一極集中 ・地方の疲弊 にもない、様々な社会問題が生じている。

東京への一極集中(人口、所得、若者・高齢者)				地方の疲弊(財政力)	
	東京圏 (東京、神奈川、 埼玉、千葉)	地方 (東京圏以外の 43道府県)	地方と比べて 東京圏一極集中 の現状	財政力指数※(都道府県別) 【≒(収入額)÷(需要額)】	都道府県
面積(平成30年)	国土の0.6%	国土の96.4%	国土の0.6%に、全国 の3割弱が住む	1.0以上 【≒需要に十分な収入】	東京都
人口(平成29年)	3,644万人	9,027万人	東京圏の所得は地方 より94.8万円多い	0.700～1.000未満 【≒需要の7割～9割の収入】	神奈川県、千葉県、埼玉県 愛知県、大阪府、静岡県
平均所得 (平成27年度)	386.8万円	292.0万円	東京は生活費も高い	0.500～0.700未満 【≒需要の半分～7割未満の収入】	栃木県、群馬県、茨城県、 福岡県等15府県(≒東京圏以外)
年間消費支出 (2人以上世帯)	391.2万円 (東京23区)	312.0万円 (国産市の例)	若者の減少割合は地方 より1割低い	0.500未満 【≒需要の半分未満の収入】	岩手県、鳥取県、高知県、 大分県等25道県(≒東京圏以外)
若者人口 (平成12～27年)	15～29歳が 約2割減	15～29歳が 約3割減	出生数の減少割合は 地方より1.5割低い	※「(基準財政収入額)÷(基準財政需要額)」の過去3か年の単純平均値 (出所)総務省「平成29年度都道府県財政力指数表」から作成	
出生数 (平成12～27年)	約0.5割減	約2割減	東京には単身の高齢 者も多い		
高齢者単独世帯 (世帯数、高齢者がい る世帯に占める比率)	539,014, 38.3% (東京23区)	20,148, 35.9% (国産市の例)			

生じている様々な社会問題

都市部の社会問題例	過疎地域の問題例	共通の問題例
●大都市の過密・混雑 ・待機児童問題 ・大規模イベント・防災時の混雑・事故 ●地方都市のスポンジ化 ●地域コミュニティの弱体化・機能不全	●人口流出、経済・社会の持続性の低下 ・移住・交流の停滞 ・魅力ある雇用先の減少 ・観光客・住民の移動困難 ・防災時における住民所在確認の困難	●人手不足 ・医療(特に過疎地域)・介護従事者 ・教員 ●公共施設の過不足、整備・更新コスト ●観光客の動態把握の困難(観光ルート等)

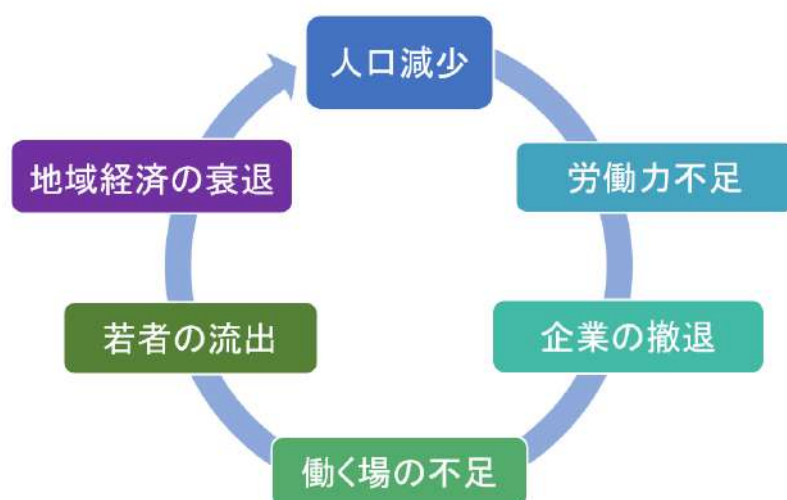
(主な出所)閣議決定「まち・ひと・しごと創生総合戦略(2018改訂版)」平成30年12月21日、国土交通省「都市計画基本問題小委員会中間とりまとめ」平成29年8月10日、総務省「自治体CIO育成地域研修教材」(平成29年度改訂版)

多様な課題に直面している「都市部」「過疎地域」別に地域・地方の課題解決の検討が必要。

出典：富士通総研(2019)「地域・地方の現状と課題」1頁。

https://www.soumu.go.jp/main_content/000629037.pdf

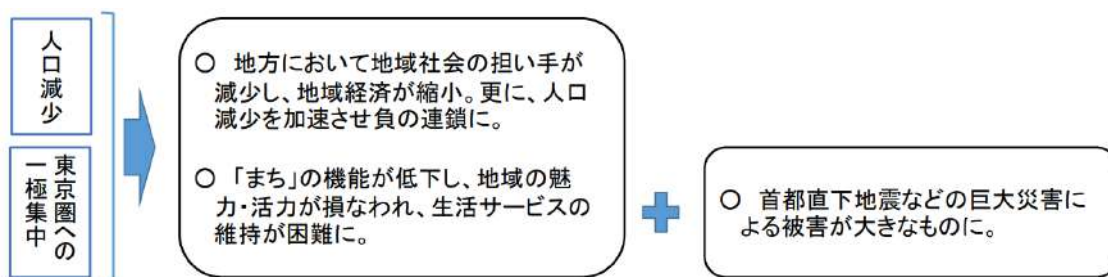
図表 1-7 地方創生の課題(2)



出典：国土交通白書(2015)第I部 第1章 第2節 図表 1-2-7「人口減少の悪循環のイメージ図」22頁

<https://www.mlit.go.jp/hakusyo/mlit/h26/hakusho/h27/pdf/np101200.pdf> を基に WSA 作成。

図表 1-8 地方創生の課題(3)



出典：内閣官房デジタル田園都市国家構想実現会議事務局（2019）「まち・ひと・しごと創生長期ビジョン（令和元年改訂版）及び第2期『まち・ひと・しごと創生総合戦略』（概要）」3頁。
<https://www.chisou.go.jp/sousei/info/pdf/r1-12-20-gaiyou.pdf>

【目指すべき地域の将来像】²⁴⁴

⇒「将来にわたって活力ある地域社会の実現」と「東京圏への一極集中の是正」を共に目指す。

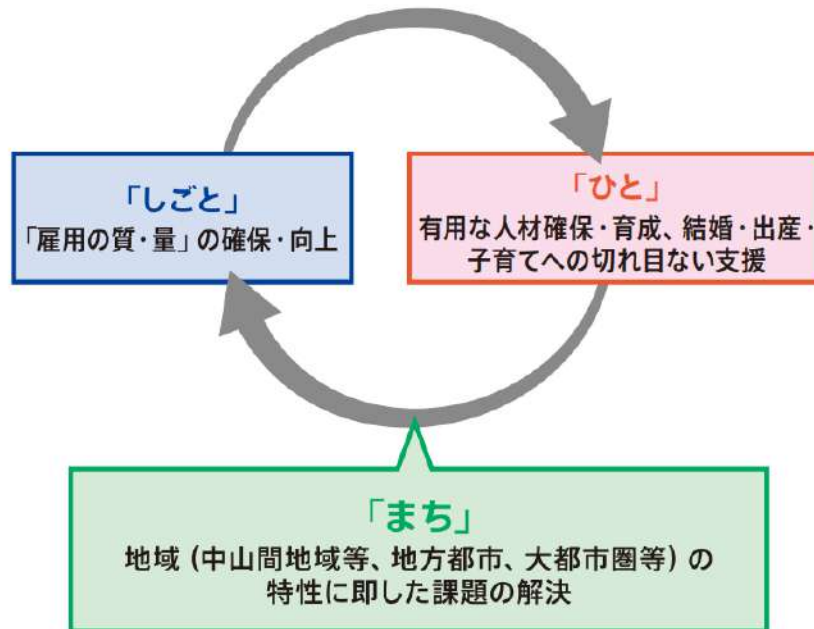
<方向性>

- 人口減少を和らげる
 - 結婚・出産・子育ての希望をかなえる
 - 魅力を育み、人が集う
- 人口減少に適応した地域をつくる
- 地域の外から稼ぐ力を高めると共に、地域内経済循環を実現する

²⁴⁴ 内閣官房デジタル田園都市国家構想実現会議事務局（2019）「まち・ひと・しごと創生長期ビジョン（令和元年改訂版）及び第2期『まち・ひと・しごと創生総合戦略』（概要）」3頁。
<https://www.chisou.go.jp/sousei/info/pdf/r1-12-20-gaiyou.pdf>

図表 1-9 まち・ひと・しごと創生の概要

「しごと」と「ひと」の好循環、
それを支える「まち」の活性化



出典：内閣官房デジタル田園都市国家構想実現会議事務局「まち・ひと・しごと創生『長期ビジョン』
『総合戦略』パンフレット」3頁.

https://www.chisou.go.jp/sousei/info/pdf/panf_vision-sogo.pdf

(最終閲覧 2023 年 1 月 26 日)

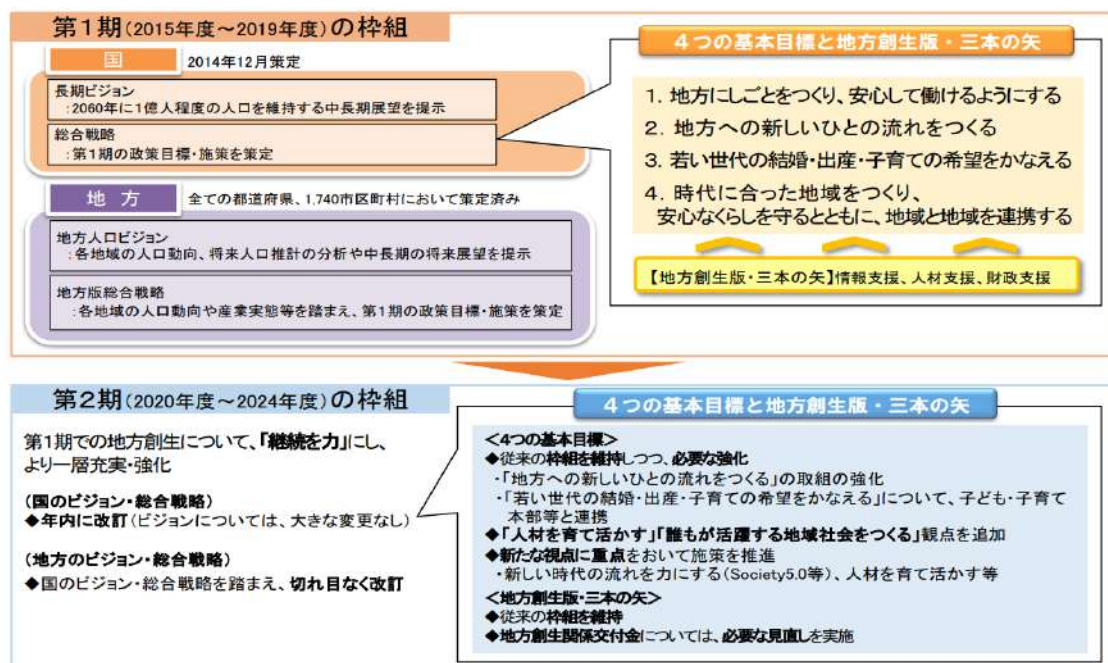
【まち・ひと・しごと創生の基本的な考え方】²⁴⁵

1. 人口減少と地域経済縮小の克服
2. まち・ひと・しごとの創生と好循環の確立

⇒ 「しごと」が「ひと」を呼び、「ひと」が「しごと」を呼び込む好循環を
確立するとともに、その好循環を支える「まち」に活力を取り戻す。

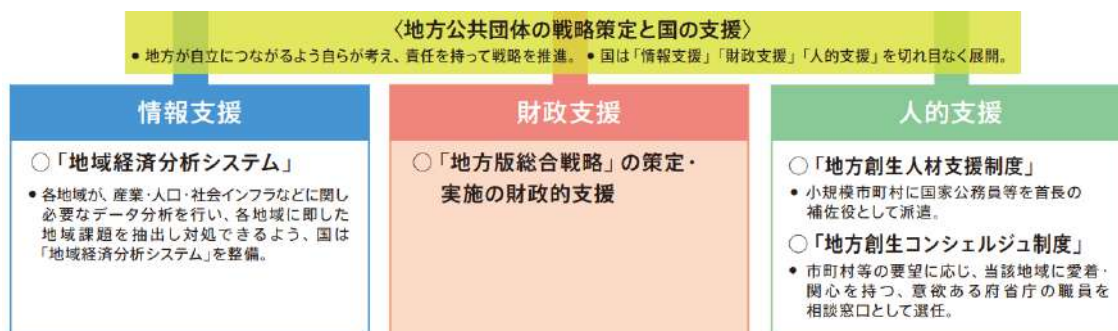
²⁴⁵ 内閣官房デジタル田園都市国家構想実現会議事務局「まち・ひと・しごと創生『長期ビジョン』『総合戦略』パンフレット」3頁. https://www.chisou.go.jp/sousei/info/pdf/panf_vision-sogo.pdf (最終閲覧 2023 年 1 月 26 日)

図表 1-10 従来の地方創生施策の概要



出典：内閣官房デジタル田園都市国家構想実現会議事務局（2021）「地方創生に関する施策説明」25 頁。
https://www.chisou.go.jp/sousei/meeting/shisaku_setsumei/01_lbu_shiryou.pdf

図表 1-11 国による支援の概要



出典：内閣官房デジタル田園都市国家構想実現会議事務局「まち・ひと・しごと創生『長期ビジョン』『総合戦略』パンフレット」, 2 頁。

https://www.chisou.go.jp/sousei/info/pdf/panf_vision-sogo.pdf

(※) 尚、第2期「まち・ひと・しごと総合戦略」は2022年12月に抜本的な改訂がなされ「デジタル田園都市国家構想総合戦略」（2023～2027年度）が策定された。政府は今後、デジタルを活用した地方創生に取り組んでいく。

基本的な考え方…全国どこでも誰もが便利で快適に暮らせる社会」を目指す。

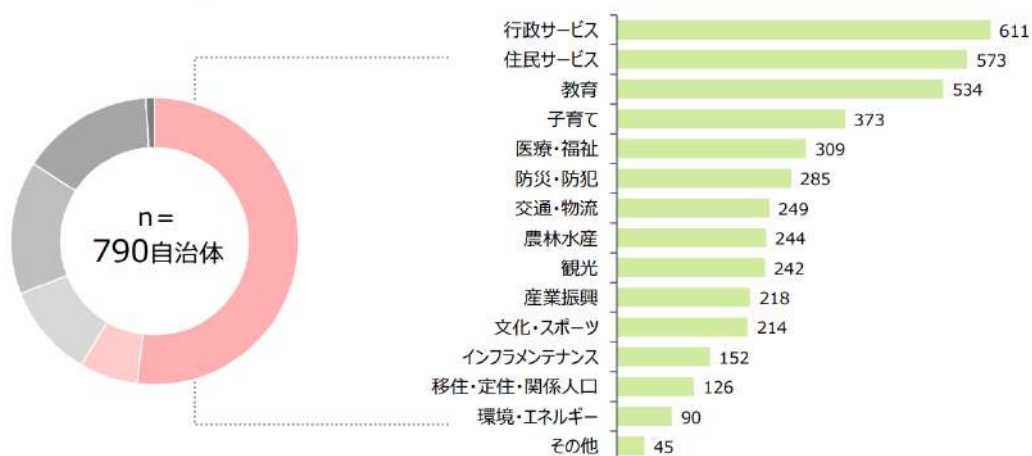
今後の方向性

- デジタルは地方の社会課題を解決するための鍵であり、新しい価値を生み出す源泉である。そのため、デジタルインフラを急速に整備し、官民双方で地方におけるデジタルトランスフォーメーション(DX)を積極的に推進する。
- デジタル田園都市国家構想の実現により、地方における仕事や暮らしの向上に資する新たなサービスの創出、持続可能性の向上、Well-beingの実現等を通じて、デジタル化の恩恵を国民や事業者が享受できる社会を目指す。
- 国は、基本方針を通じて、構想が目指すべき中長期的な方向性を提示し、地方の取組を支援する。特に、データ連携基盤の構築など国が主導して進める環境整備に積極的に取り組む。地方は、自らが目指す社会の姿を描き、自主的・主体的に構想の実現に向けた取組を推進する。

²⁴⁶ 内閣官房デジタル田園都市国家構想実現会議事務局(2022)「デジタル田園都市国家構想基本方針について」1頁. https://www.cas.go.jp/jp/seisaku/digital_denen/pdf/20220607_gaiyou.pdf

図表 1-12 デジタル技術を活用した地域課題の解決・改善への取組状況

問1-2 デジタル技術を活用したサービスを使い、地域課題の解決・改善に取り組んでいる分野を選択してください
【複数回答可】



出典：内閣官房デジタル田園都市国家構想実現会議事務局(2022)「令和4年度 デジタル田園都市国家構想実現に向けた地域課題の解決・改善の取組等に関する調査結果」10 頁.

<https://www.chisou.go.jp/sousei/about/mirai/pdf/r4gaiyou.pdf>

(最終閲覧 2023 年 1 月 26 日)

【デジタル技術を活用した地方の社会課題の解決について】²⁴⁷

国の施策の方向性

1. 地方に仕事をつくる

- スタートアップ・エコシステムの確立
ベンチャー投資や社会的投資の拡充・強化、大学・高専等との連携強化
- 中小・中堅企業 DX
中小企業等の DX の伴走型支援、キャッシュレス決済、シェアリングエコノミー等の推進
- スマート農林水産省・食品産業
農業機械等の遠隔操作、農作業の軽労化、食品産業との連携強化の推進
- 観光 DX
観光アプリの活用、決済データを活用したマーケティングへの支援
- 地方大学を核としたイノベーション創出
地方大学を核とした産官学連携の強化、オープンイノベーションの促進

²⁴⁷ 内閣官房 デジタル田園都市国家構想実現会議事務局「デジタルの力を活用した地方の社会課題解決」
<https://www.cas.go.jp/jp/seisaku/digitaldenen/about/social-issues.html>
(最終閲覧 2023 年 1 月 27 日)

2. 人の流れをつくる

- 「転職なき移住」の推進など地方への人材の還流
テレワークの推進、企業版ふるさと納税を活用したサテライトオフィスの整備
- 関係人口の創出・拡大、二地域居住等の推進
オンライン関係人口の創出、拡大、地方への移住・就業に対する支援、二地域居住等の推進
- 地方大学・高校の魅力向上
地方大学の振興、地方のサテライトキャンパスの設置、産学官の連携による地域産業の振興・雇用の創出、高校の機能強化
- 女性に選ばれる地域づくり
女性活躍に向けた意識改革や働きかけ、女性の起業支援等の取組の横展開

3. 結婚・出産・子育ての希望をかなえる

- デジタル技術を活用した子育て支援等の推進
オンラインによる母子の健康相談、母子健康手帳アプリの拡大等、デジタル技術の活用促進
- 結婚・出産・子育てへの支援
新生活への経済的支援を含む結婚支援、ライフステージに応じた総合的な少子化対策
- 仕事と子育て・介護が両立できる環境整備
育児・介護休暇の取得促進

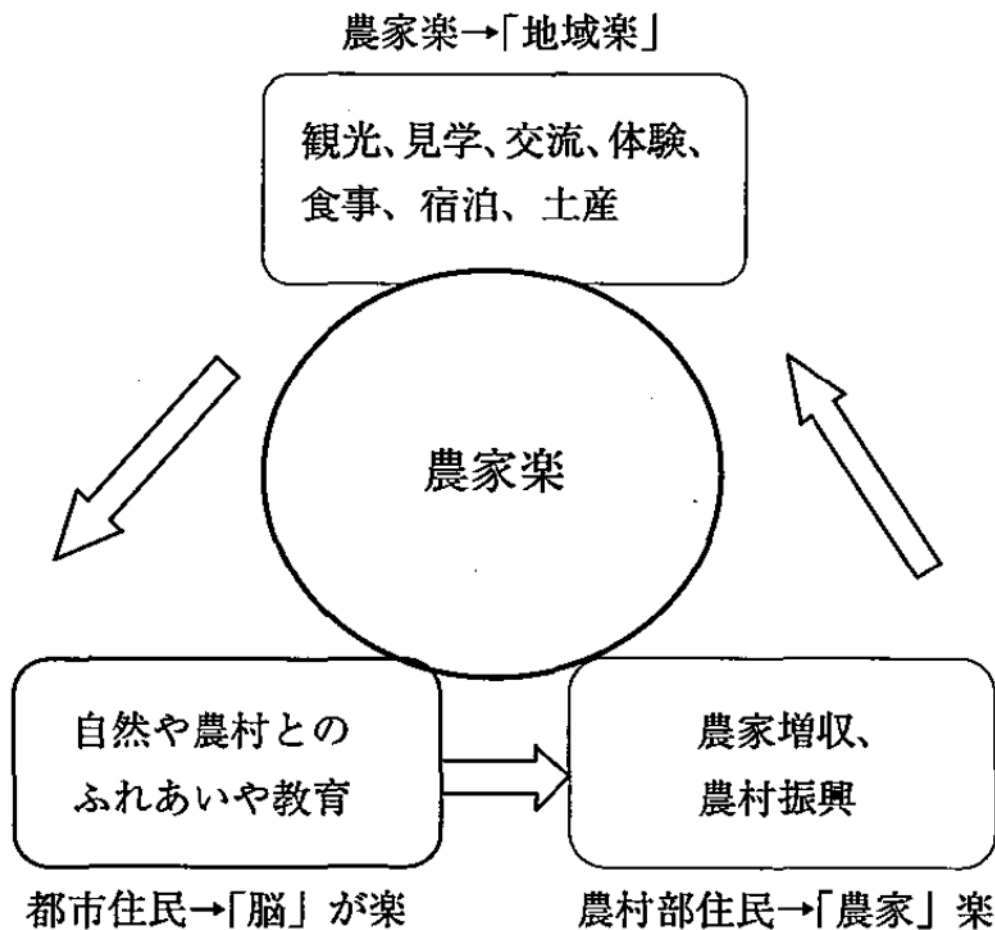
4. 魅力的な地域をつくる

- 質の高い教育、医療サービスの提供
GIGA スクール、遠隔教育(教育 DX)、遠隔医療の更なる活用等の推進
- 公共交通・物流・インフラ分野の DX による地域活性化
MaaS・自動運転等の公共交通分野のデジタル化、ドローンを用いた物流サービス、インフラ分野の DX の推進
- まちづくり DX
3D 都市モデル整備・活用、イノベーションを創発する魅力的な空間・拠点づくり
- 地域資源を活かした個性あふれる地域づくり
中山間地域の活性化、脱炭素・エネルギーの地産地消、デジタルの活用による文化・芸術・スポーツ等の振興
- 防災・減殺、国土強靱化等による安心・安全な地域づくり
デジタルの活用による防災・減災対策
- 地域コミュニティ機能の維持・強化
デジタルの活用による高齢者の見守り、社会教育施設の活用促進等、地域コミュニティを補完する取組の推進

資料編 第2部 各論

第1章 中国農家楽

図表 2-1 都市農村交流における農家楽の位置づけ



出典：桂英・橋本卓爾・藤田武弘・山尾政博・細野賢治(2010)「中国四川省における農家楽を中心とした農村振興」〔農業市場研究第 19 巻第 2 号(通巻 74 号) 2010. 9〕42 頁.

中国では、「三農問題（「農村の疲弊」・「農民の貧困」・「農業の低収益性」）」を解決するのは重要な課題である。政府は人を農村観光に誘致させるために、農家楽を中心とするレジャー農業（休閒農業）の発展に力を入れた。

図表 2-2 一号文件*における郷村観光に関する記載

年	事項
2007年	・こだわりのある農業を大きく発展させ、特に郷村観光の発展を重視する
2010年	・郷鎮企業の構造調整と産業発展を推進する ・郷村観光、森林旅行と農村の第3次産業を積極的に発展させる
2015年	・郷村観光に関するインフラ整備のために財政投入を拡大する ・郷村観光の発展のための土地、財政、金融に関する政策を研究し制定する
2016年	・郷村ホテルや特色ある民宿等の郷村観光関連事業を大きく発展させる
2017年	・郷村観光の関連商品を豊富にする ・特別な郷村観光コースを開発する

注*「一号文件」とは「毎年年初に発表され、中国共産党中央委員会と国務院が、その年の重要課題を示したもの」である

出典：唐玉芬・藤原敬大・佐藤宣子（2018）「中国における農家楽の実態と三農問題対策としての有効性
—四川省宜賓市蜀南竹海を事例に—」九州森林研究，71：1，5頁．

図表 2-3 農家楽と前職の収入

(万元)

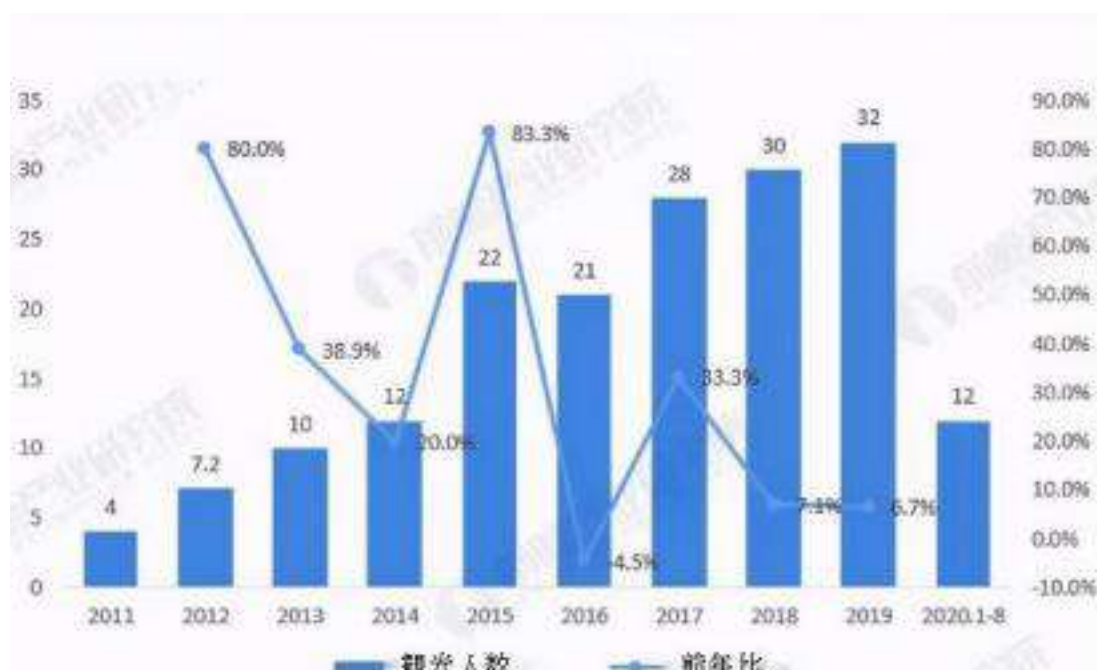
	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O
農家楽経営の収入	42.3	36.8	28.0	27.5	27.0	26.0	25.2	23.0	21.0	21.0	18.5	18.0	17.3	16.0	5.3
前職の収入	1.0	0.8	6.5	5.9	5.0	4.3	8.0	8.1	11.4	5.6	10.8	4.8	9.5	10.0	0.1
前職	小売店 経営	トラック 運転手	コック	トラック 運転手	職人	出稼ぎ (建築業)	出稼ぎ (飲食店 経営)	小売店 経営	出稼ぎ者 (工場)	コック 助手	出稼ぎ (コック)	出稼ぎ (コック)	出稼ぎ (工場)	出稼ぎ (工場)	農業
農家楽の開始年	1996	2001	2015	2009	2002	2008	2006	2010	2008	2014	2009	2003	2010	2014	1997

注：O 世帯は2010年に農家楽を廃業しているため、農家楽経営からの収入は廃業前のものである

出典：同上．

農家楽についてのデータ収集は不完全のため、レジャー農業のデータを参考されたい。

図表 2-4 2011－2020 年における中国レジャー農業と農村観光客の受け入れ
人数推移（億人、%）



出典：前瞻产业研究院「2020 年中国休闲农业和乡村旅游行业市场现状及发展前景分析」

<https://zhuanlan.zhihu.com/p/333196067>（最終閲覧 2023 年 1 月 16 日）

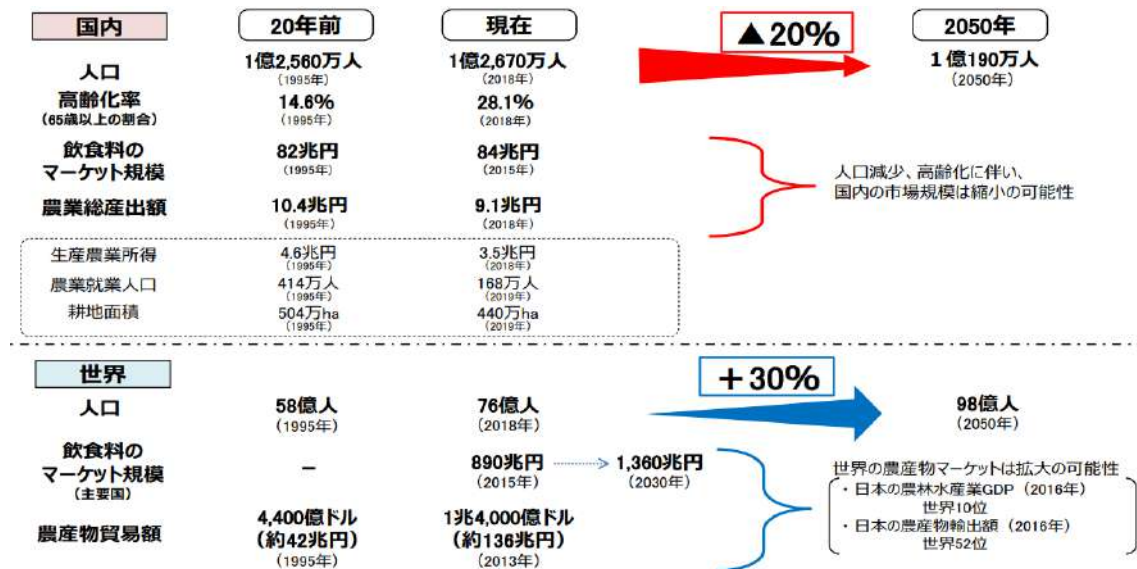
図表 2-5 2015－2019 年における中国レジャー農業と農山漁村旅行の
営業収入の推移（億元、%）



出典：同上.

第3章 輸出促進

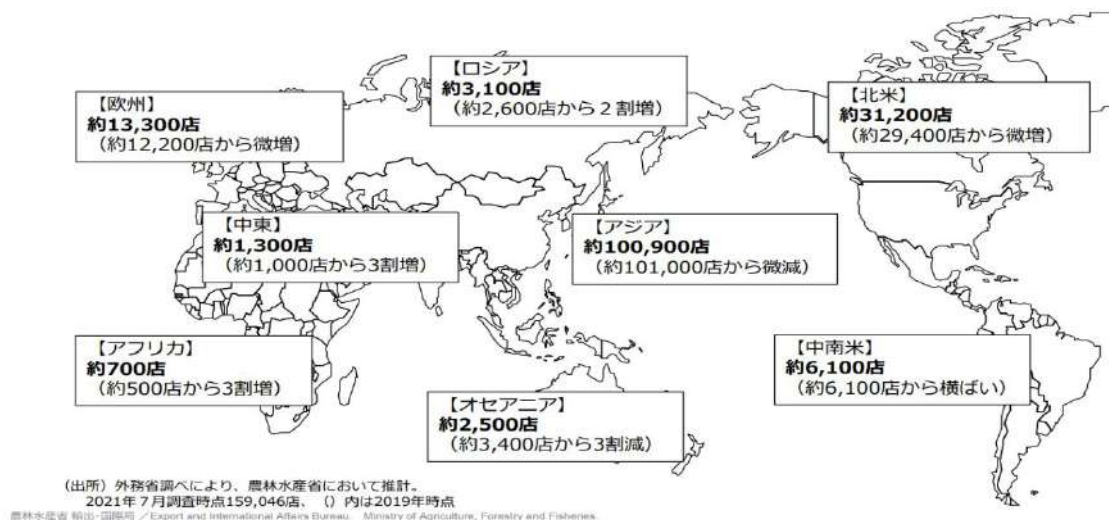
図表 2-6 国内外の需要の変化



出典：農林水産省(2020)「GFP(農林水産物・食品輸出プロジェクト)の取組について」3頁。

https://www.gov-online.go.jp/tokusyu/COVID-19/img/policy/pdf/food-exportation_saga_01.pdf

図表 2-7 海外における日本食レストランの数

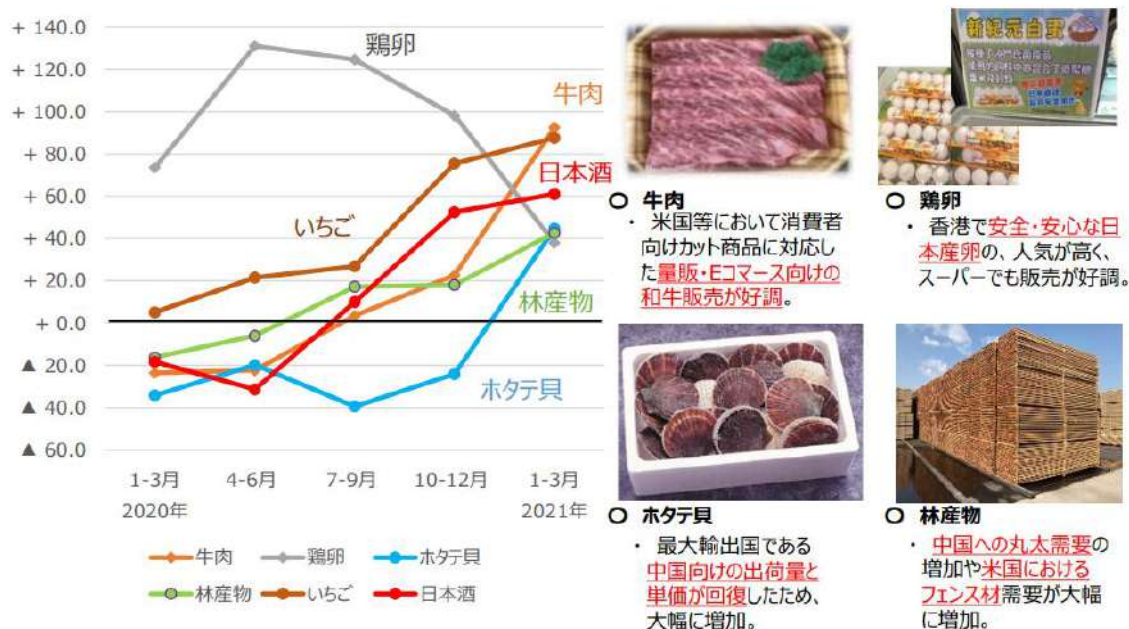


出典：農林水産省(2021)「海外における日本食レストランの数」1頁。

https://www.maff.go.jp/j/shokusan/eat/attach/pdf/160328_shokub-13.pdf

図表 2-8 品目別の輸出状況 (2021 年)

○ **新型コロナの中で、家庭食需要が増加**し、それに対応した製品の輸出が、特に昨年下半期から増加。



出典：農林水産省(2021)「農産品輸出の直近の状況と輸出拡大実行戦略フォローアップについて」1頁。

<https://www.maff.go.jp/j/shokusan/export/progress/attach/pdf/index-2.pdf>

(最終閲覧 2023 年 1 月 26 日)

図表 2-9 輸出額の増加が大きい主な品目 (2022 年)



出典：農林水産省(2022)「5兆円目標に向けた更なる取組の強化について」1頁。

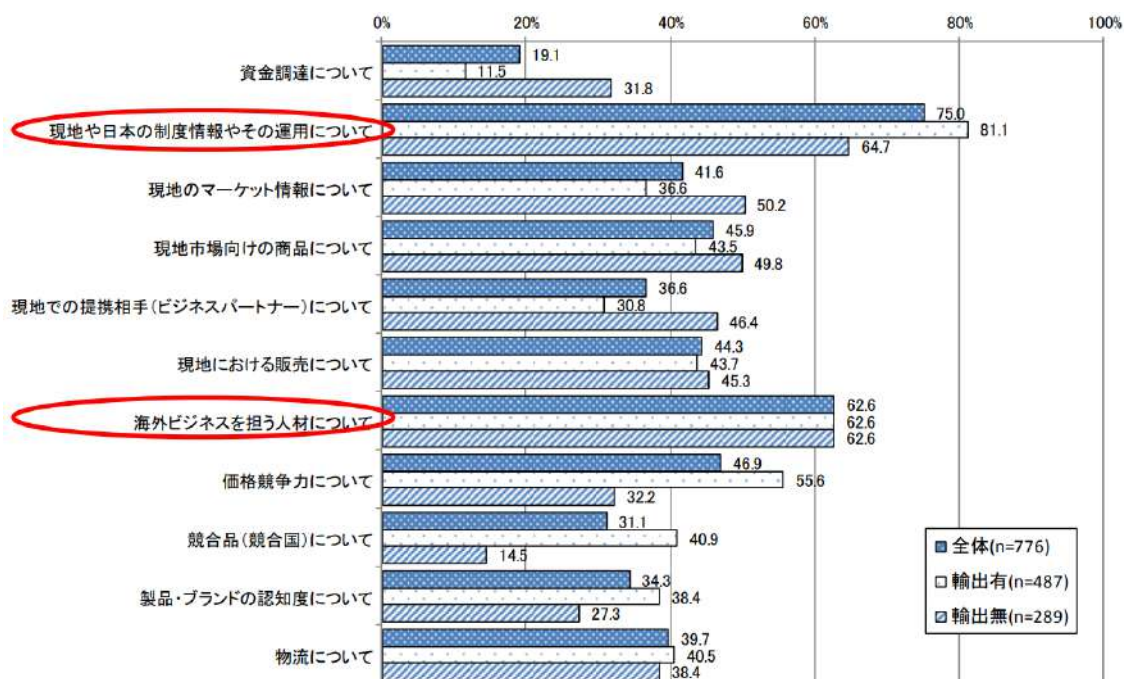
<https://www.maff.go.jp/j/shokusan/export/progress/attach/pdf/index-8.pdf>

(最終閲覧 2023 年 1 月 26 日)

【日本の農林水産物・食品を輸出する際の課題】

「現地や日本の制度情報やその運用」と「海外ビジネスを担う人材」について課題を感じている企業が多い。

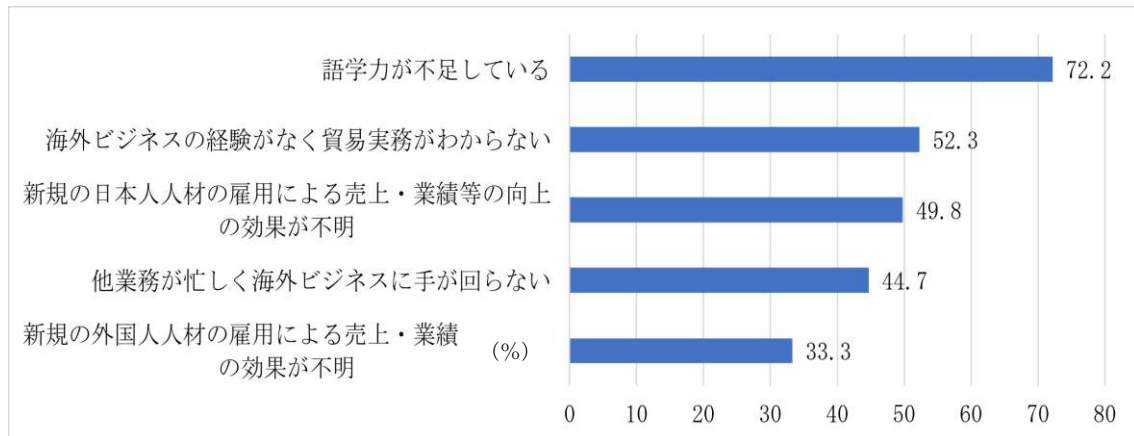
図表 2-10 課題・問題点を感じる項目 (企業向けアンケート調査)



出典：日本貿易振興機構(2017)「農林水産物・食品関連企業への輸出に関するアンケート調査 結果概要」14 頁. https://www.jetro.go.jp/ext_images/_Reports/02/2017/a3b48dbf4f54f742/food_questionnaire_youyaku.pdf (最終閲覧 2023 年 1 月 26 日)

図表 2-11 海外ビジネスを担う人材育成の課題

(企業向けアンケート調査 ※上位 5 項目)



出典：日本貿易振興機構(2017)「農林水産物・食品関連企業への輸出に関するアンケート調査 結果概要」19 頁にもとづき WSA 作成. https://www.jetro.go.jp/ext_images/_Reports/02/2017/a3b48dbf4f54f742/food_questionnaire_youyaku.pdf

【地域資源のブランド化に必要な要素】²⁴⁸

① 差別化（こだわる）	他の商品に比べ、明確に区別される特徴を持っている。
② 約束性（守る）	商品の安全・安心や特長を具体的に消費者・実需者に約束し、満足感を与える。
③ 継続性（続ける）	「差別化」「約束性」で得た内容を維持することができる。

【宮城県における「食」のブランド化に向けた課題】²⁴⁹

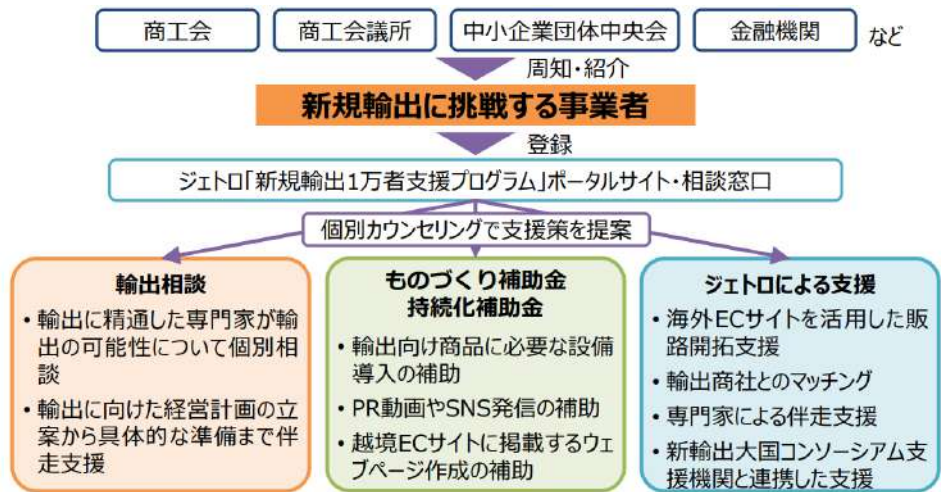
1. 品質を中心とした差別化の行き詰まり
2. 品目が持つ強みや課題に応じたブランド化手法が選択されていない
3. 地域イメージを連想させる、国内外に通用するブランドの不在
4. 観光分野と連携した取組の不足

²⁴⁸ 宮城県(2021)「みやぎの『食』ブランド化推進方針」2 頁.
<https://www.pref.miyagi.jp/documents/26027/868678.pdf>

²⁴⁹ 同上, 11 頁.

図表 2-12 新たな輸出支援施策：「新規輸出 1 万者支援プログラム」について

新たに輸出を始める事業者向けの支援制度が 2022 年 12 月に創設された。



出典：経済産業省(2022)「新規輸出 1 万者支援プログラム」2 頁.

<https://www.meti.go.jp/press/2022/12/20221216001/20221216001-2.pdf>

(最終閲覧 2023 年 1 月 26 日)

第4章 農業振興・農業の担い手育成

図 2-13 用語集

	用 語	内 容	出典等
か	基幹的農業従事者	普段仕事として主に自営農業に従事している者。	農 林 水 産 省 HP より
	荒廃農地	荒廃農地は、現に耕作されておらず、耕作の放棄のより荒廃し、通常の農作業では、作物の栽培が客観的に不可能となっている農地。	農 林 水 産 省 HP より
	耕作放棄地	以前耕作していた土地で、過去1年以上作物を作付け（栽培）せず、この数年の間に再び作付け（栽培）する意思のない農地。	農 林 水 産 省 HP より
さ	新規就農意欲喚起等支援事業	大学生や高校生等の若者の就農意欲を喚起する取り組みを支援。	農 林 水 産 省 HP より
	ジベレリン処理	ジベレリンは農薬として浸漬や噴霧散布等をし、種無しブドウの生産、果実の落下防止、成長促進などに用いられることが多い。こうした操作をジベレリン処理という。	
た	地域おこし協力隊	都市地域から、過疎地域等の条件不利地域に住民票を異動し、地域ブランドや地場産品の開発・販売・PR等の地域おこし支援や、農林水産業への従事などの「地域協力活動」を行いながら、その地域への定住・定着を図る取組み。(任期:概ね1～3年)	総務省 HP より
	(仮称) 東北農林専門職大学	令和6年4月の開学に向けて設置構想中の、東北初となる山形県立の農林系専門職大学。	山形県 HP より
な	農福連携	障がい者等が農業分野で活躍する	農 林 水 産

		ことを通じ、自信や生きがいを持って社会参画を実現していく取り組み。	省 HP より
	農業の担い手	第2次食料・農業・農村基本計画(平成17年3月閣議決定)では、効率的かつ安定的な農業経営及びこれを目指して経営改善に取り組む農業経営」と定義されている。	参議院 HP より
は	まち・ひと・しごと創生法	少子高齢化の進展に的確に対応し、人口の減少に歯止めをかけるとともに、東京圏への人口の過度の集中を是正し、それぞれの地域で住みよい環境を確保して、将来にわたって活力ある日本社会を維持していくために、「まち・ひと・しごと創生」に関する施策を総合的かつ計画的に実施するために制定された法律。(公布日:平成26年11月28日)	首相官邸 HP より
	ふるさと納税制度	ふるさと納税とは、自分の選んだ自治体に寄附(ふるさと納税)を行った場合に、寄附額のうち2,000円を越える部分について、所得税と住民税から原則として全額が控除される制度。	総務省「ふるさと納税」ポータルサイトより
や	やまがた農業女子ネットワーク	農林水産省が推進する「農業女子プロジェクト」の山形県在住メンバーが中心となり、平成31年2月15日に設立された山形県内の女性農業者で組織する地域グループ。	農林水産省東北農政局 HP より

第5章 労働政策

1. 農林水産省の情報発信「BUZZ-MAFF」について

農林水産省公式 YouTube チャンネルは、2019 年、農林水産大臣の一言「こんな堅い広報じゃ誰もみてくれない。若い世代へ発信する工夫をしよう。」から生まれた。農林水産省職員自らが、省公式 YouTube チャンネルで YouTuber となって担当業務にとらわれず、その人ならではのスキルや個性を活かして、我が国の農林水産物の良さや農林水産業、農山漁村の魅力を世界へ発信するプロジェクトである。流行という意味の「バズる」＋農林水産省の英称頭文字「MAFF」を取って「バズマフ」と名付けた。「やわらかい広報」のトップランナー。

ルールや政策を作って終わりではなく、それを真摯に国民の皆様に伝えるまでが僕たちの仕事。もちろん堅い言葉で伝えることも必要な一方で、情報を欲しがっていない人にも届けるプラスアルファとしてバズマフがある。

図表 2-14 農林水産省 YouTube チャンネルロゴ



出典：農林水産省（発行年不明）「BAZZ MAFF(ばずまふ)」 <https://www.maff.go.jp/j/pr/buzzmaff/>

（最終閲覧 2023 年 1 月 26 日）

最初の動画が公開されたのは2020年1月である。その後、1年8ヵ月で人気チャンネルの節目とされるチャンネル登録者数10万人を2021年9月下旬に達成した（2022年12月現在では約16万人）。中央省庁が運営するYouTubeチャンネルの中では突出した数字（図表2-15）である。動画コンテンツは全国21チームが企画から制作まで担当し、上司はその題材や表現方法に口出しをしないというルールとなっており、各チームに任されている。チームは1クールごとに公募され、個人や課全体で取り組むチームもある等多様な構成である。各チームにディレクションが任されており、最低限のルールとして、特定の民間企業等の宣伝になることはしない、数字などのファクトチェックはしっかり行って間違ったことは伝えない、収益化はしない等、役所の業務として当たり前のルールこそあるが、それ以外には特になく、自由に動画作成している。²⁵⁰

図表2-15 公的機関 YouTube チャンネル登録者数ランキング



出典：自治体通信オンライン

²⁵⁰ 自治体通信オンライン https://www.jt-tsushin.jp/article/shin-gyosei_01

（最終閲覧 2023 年 1 月 17 日）

2. 第2期仙台市まち・ひと・しごと創生総合戦略資料（2021年3月）

第2部 人口ビジョン

第1章 本市の現状

- ・当面は人口増加が継続
- ・若者の多い「学都」仙台／若い世代の大規模な転入転出が特徴
- ・出生数は、ここ数年は減少傾向
- ・第3次産業を中心とする産業人口

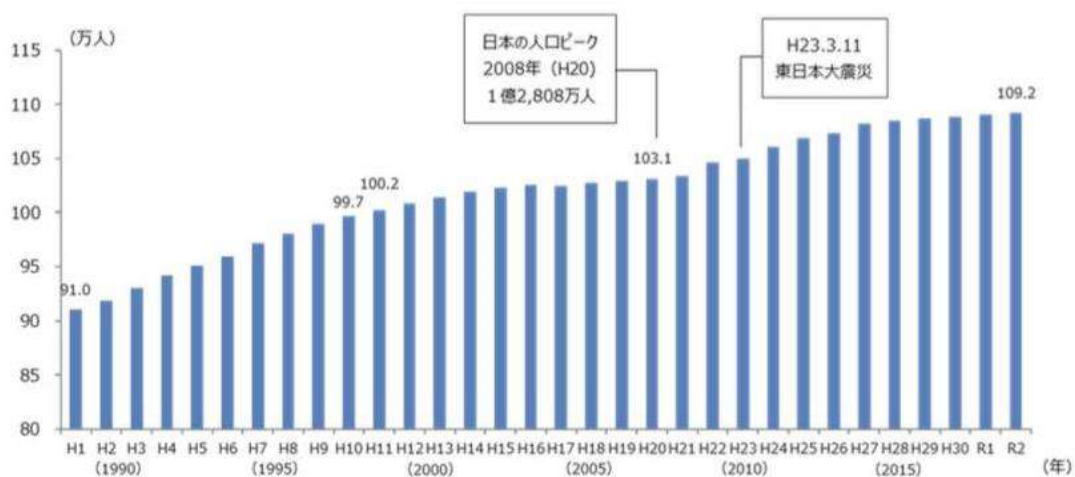
1. 本市の人口の現状と特徴

（1）総人口の増減

ア. 人口は当面のところ増加基調

全国的には2008（平成20）年をピークに人口が減少している中、本市の人口は現在のところ増加基調が継続している。2011（平成23）年3月に発生した東日本大震災の後、震災前に比べて人口が増加した。これは、復興需要や被災した他自治体からの避難などが要因と考えられる。

図 人口の推移（1989（H1）年～2020（R2）年）



出典：市民局資料、国勢調査結果（総務省統計局）

注：各年10月1日現在の推計人口、西暦表示年のみ国勢調査結果

2. 将来展望

過去の実績・傾向に重きをおいて推計した本市の将来人口推計によれば、今後5年程度で本市の人口は減少局面に転じ、2050年から2055年にかけて100万人を下回る。この人口減少の速度を極力抑制し、本市の100万都市としての存立が、より長期にわたって保たれるようにするため、次の将来展望の下、各種の対策を講じていく。

・若者世代の流出抑制

本市の人口は、東北各地の若者が10代後半に転入し、20代の就職期に転出するという社会動態の中で、本市にとどまった若者によって支えられてきた側面が強い。転出する若者世代の流れをどう変えるかが、本市の人口減少対策の重要なポイントであり、東京圏への一極集中是正にもつながる。

これまで本市に人材を供給してきた東北各地へ活力を還流するためにも、「東北のダム」としての機能を果たしていく。

・出生率の向上

国の長期ビジョンでは、国民の若い世代の結婚や出産に関する希望が実現するならば、合計特殊出生率は1.8程度の水準まで向上することが見込まれている。

本市における2019（令和元）年の合計特殊出生率は1.18であり、若い世代の希望を叶えることができるよう、結婚、出産、子育てを支えているすべての世代の協力の下、本市で子を産み育てたいと思える環境づくりを進めていく必要がある。

・産業人口の変化への対応

人口減少が進む中、少子高齢化も着実に進行する。今後、地域経済に求められるサービスの質・量が変化する中、これに柔軟に対応していく経営革新や、海外をはじめとする域外需要の取り込みなどが、サービス産業を主とする本市経済の活力を維持する上での鍵となる。また、高齢者の現役化といった生産年齢自体の拡大も、地域経済を支える担い手確保のためには重要な要素となる。

・その他本市の特性に即した課題の解決

本市は、大都市としての都心部のほか、豊かな自然に包まれた古くからの山間集落、昭和中期以降に開発された郊外団地など、様々な歴史と特色ある地域から構成されている。市全体の人口減少が今後、第一段階（若者減少・老年増加）で推移する見込みでも、地域ごとの人口構成は様々であり、それぞれの特性・人口減少段階に合わせた細やかな分析・対応が必要となる。

第3部 第2期総合戦略

1. 概要

「しごと」が「ひと」を呼び、「ひと」が「しごと」を呼び込む好循環、その好循環を支えるまちの活性化といった「まち・ひと・しごと創生」の取り組みにあたっては、本市の現状や特性を踏まえ、基本目標を立て、成果指標を設定して取り組みを進める。また、効果検証の仕組みも取り入れる。

(1) 6つの基本目標

- ①地域経済の中心である中小企業を活性化し、魅力ある「しごと」をつくります。
- ②仙台の魅力を創出・発信し、交流人口の拡大と地域経済の活性化を図ります。
- ③仙台で学んだ若者が住み続け、東京圏からも人・企業を呼び込む、新たな「ひと」の流れをつくります。
- ④希望する方が安心して結婚、出産、子育てできる社会の実現に取り組みます。
- ⑤豊かな自然環境と防災・減災への取り組みが調和した、持続可能でしなやかな「まち」をつくります。
- ⑥地域特性に合わせ、誰もが安心して暮らし、活躍できるまちづくりを進めます。

(2) 他の計画等との関係

本市では、21世紀半ばを展望して本市が目指すべき都市の姿と、それを実現するために2021（令和3）年度から2030（令和12）年度までの10年間のまちづくりの指針である「仙台市基本計画」及び、その下位計画として位置づけられ、概ね3年間の行動計画や指標を示す「仙台市実施計画」を策定している。

この本市版の第2期戦略は、我が国における急速な少子高齢化の進展、人口減少や東京圏への人口の過度の集中への対策が求められる中、2014（平成26）年11月に施行された「まち・ひと・しごと創生法」、同年12月に国が地方を支援する政策パッケージを示した国の「まち・ひと・しごと創生総合戦略」の後継である、2019（令和元）年12月に策定された国の第2期戦略の趣旨に沿った本市版の総合戦略である。同法の定める「まち・ひと・しごと創生」に沿い、国が示す政策体系等を勘案しつつ、これに本市の実情を加味した上で、本市版の第2期戦略の枠組みを作成し、「仙台市実施計画」における個々の事業を再構成して策定するものである。

(3) 計画期間

本市版の第2期戦略の計画期間は、「仙台市実施計画」との整合を図るため、2021（令和3）年度から2023（令和5）年度までとする。

なお、「国の総合戦略」、「仙台市基本計画」等が対象とする期間との比較は、次の図の通り。

【各種計画等の計画（適用）期間の一覧】

	(年度)					
	2019 (R1)	2020 (R2)	2021 (R3)	2022 (R4)	2023 (R5)	2024 (R6)
第2期総合戦略(第3部)	2015(H27)～					～2026(R8)
国の総合戦略	2015(H27)～					
仙台市基本計画	2011(H23)～					～2030(R12)
仙台市実施計画						～2026(R8)
仙台市経済成長戦略 2023						
仙台市交流人口ビジネス 活性化戦略						

(4) 効果検証の仕組み

本市版の第2期戦略では、基本目標毎に数値目標を、主な施策毎に重要業績評価指標（KPI⁷）を設定しており、これを用いて達成度や事業の進捗状況を毎年評価し、施策の効果を検証する。これらの評価、検証は実施計画と合わせて行い、この結果は、幅広い分野の有識者から構成される仙台市経営戦略会議に報告し、公表する。

また、評価・検証の上で、基本目標の実現に向けた施策、事業の見直しや改善を行うほか、国の動き等も踏まえつつ、必要に応じて、目標を含めた見直しを不断に行いながら、まち・ひと・しごと創生に向けた取り組みを推進する。

⁷ KPI：Key Performance Indicator の略称。施策、事業の進捗状況を検証するために用いる指標。

2. 基本的方向及び具体的施策

基本目標①：地域経済の中心である中小企業を活性化し、魅力ある「しごと」をつくり
ます。



「しごと」と「ひと」の好循環を確立するためには、まずは、「しごと」づくりが基本であり、安定した雇用を生み出せる地域経済の活性化がまち・ひと・しごと創生の取り組みにおいては重要となる。

第3次産業が中心となる本市経済においては、今後見込まれる高齢人口割合の急激な増加に対し、域外からの需要獲得や、産業の高付加価値化を進めていくことに加え、質・量ともに変化していくニーズへの適切な対応を通じて、地元中小企業の活性化を図っていかなくてはならない。

新型コロナウイルス感染症の影響で打撃を受けた地域経済の回復を進めるとともに、変容する社会理念や価値観へ対応するためのデジタル化や新しいビジネススタイルへの転換を図っていく。また、地域経済を牽引するリーディング企業を生み出すとともに、本市のポテンシャルであるICT関連企業の集積を活かした市場拡大が見込まれる分野の産業との融合や産学官連携による近未来技術の実装を促進するなど、魅力ある「しごと」の創出を目指す。

【数値目標】

■集中支援対象企業 累計 50 社 2019 (R1) 年から 2023 (R5) 年まで
(7 社 2017 (H29) 年度)

■本市の事業により生まれた域内の企業間取引件数
累計 400 件 2019 (R1) 年から 2023 (R5) 年まで
(71 件 2017 (H29) 年度)

【基本的方向】

- (1) 地域企業の成長促進
- (2) ローカルビジネスの持続性向上・活性化
- (3) Society5.0 を実現するイノベーションの促進
- (4) 新型コロナウイルス感染症へ対応した地域経済の再生と変革

【施策と重要業績評価指標（KPI）】

（1）地域企業の成長促進

【主な施策】

ア．地域経済を牽引する企業への集中支援

地域経済を牽引する企業の創出に向け、成長意欲が高く、地域経済への高い波及効果が期待される中小企業に対し、関係支援機関との連携を図りながら専門家等による集中的・継続的支援を実施する。

イ．ものづくり産業の振興

他産業への波及効果が大きいものづくり産業の振興を図るため、企画、製品開発、販路開拓の各段階において、中小企業に不足する人材、情報を提供することにより、中小企業の新事業展開を促進する。

ウ．企業間連携の促進とローカルブランディングの確立

地元企業の成長を促すため、成長・拡大を志向する中小企業をターゲットとして、企業間の連携による課題解決や地域商社機能を活用した販路拡大、ブランディングによる発信力の強化等の支援を通じた稼ぐ力の醸成等に取り組む。

重要業績評価指標 (KPI)	基準値	目標値
仙台未来創造企業創出プログラムによる 延べ認定企業数	2020 (R2) 年度 10 社	2023 (R5) 年度 15 社
地域商社機能を通じた商品・サービスの 売上高	—	2020～2023 (R2～5) 年度 合計 85,000 千円
企業間連携による中小企業の課題解決事 業により支援した事業の売上高とマッチ ングにより発生した取引額の合計	—	2021～2023 (R3～5) 年度 合計 80,000 千円

(主な関連事業)

経済産業政策推進事業、ものづくり産業支援事業、地元企業成長促進事業

（2）ローカルビジネスの持続性向上・活性化

【主な施策】

ア．中小企業の経営基盤の強化

中小企業の経営安定化と強化、生産性の向上などに向けて、中小企業の課題解決や経営革新への支援を行うとともに、事業継承、事業継続力強化といった組織制度に関する課題に対しても支援を行う。

イ. 中心部商店街の活性化促進

中心部商店街への来街を促進するイベントを行うほか、定禅寺通や青葉通、肴町公園などの公共空間を活用したまちづくりの取り組みと連携しながら、新たな魅力の創出や回遊性の向上を図る。

ウ. 農食ビジネスの推進

6次産業化や農商工連携の拠点となる施設を活用し、新たな取り組みへのチャレンジを支援するほか、農産物の高付加価値化、消費拡大につながる新たな加工品開発やビジネスモデルの構築・実証等に取り組むとともに、仙台産農産物の地産地消に関する取り組みの情報発信を行う。

エ. 農業経営体の育成・農業基盤の整備

担い手や地域の将来のあり方を明確化し、認定農業者、新規就農者、女性農業者、農業法人など多様な担い手への支援を行う。また、収益性の高い水田農業の確立と農業経営の安定、生産力の強化を図るとともに、農地の集積・集約化を促進し、農地の大区画化を主体とした基盤整備を推進する。

重要業績評価指標(KPI)	基準値	目標値
中小企業経営基盤強化事業によるパイヤーとのマッチング件数	2020 (R2) 年度 200 件	2023 (R5) 年度 250 件
中心部商店街の歩行者通行量	2020 (R2) 年度 313,728 人	2023 (R5) 年度 344,000 人
農食ビジネス支援事業による新商品開発件数	—	2021～2023 (R3～5) 年度 各年度 3 件
農地集積・集約化による農地利用集積率	2019 (R1) 年度 43%	2023 (R5) 年度 68%

(主な関連事業)

中小企業経営基盤強化事業、中心部商店街活性化促進事業
農食ビジネス支援事業、農業経営体育成支援事業、農業生産基盤整備事業

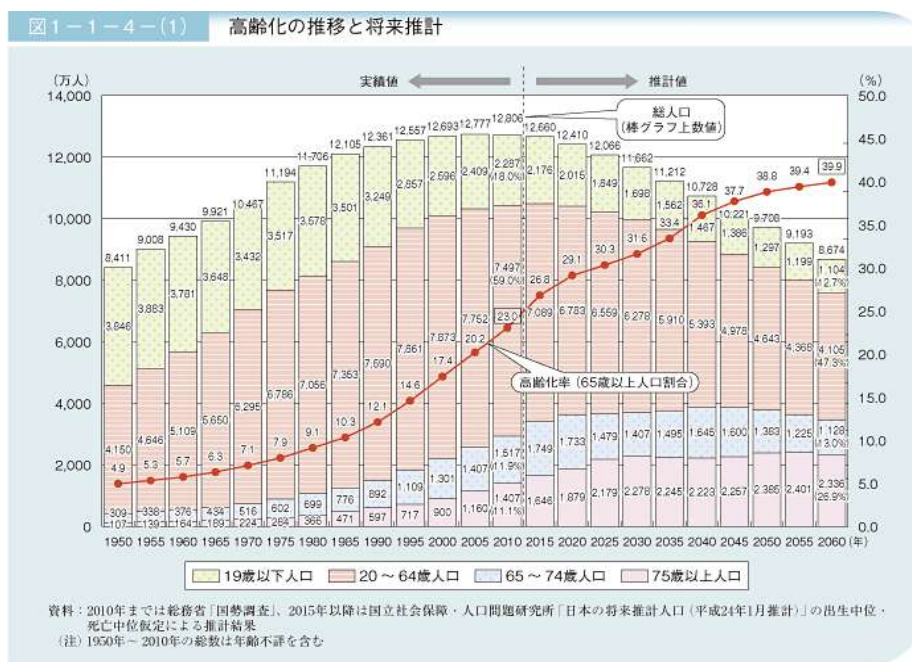
第6章 商店街振興

図表 2-16 日本の総人口の将来推計



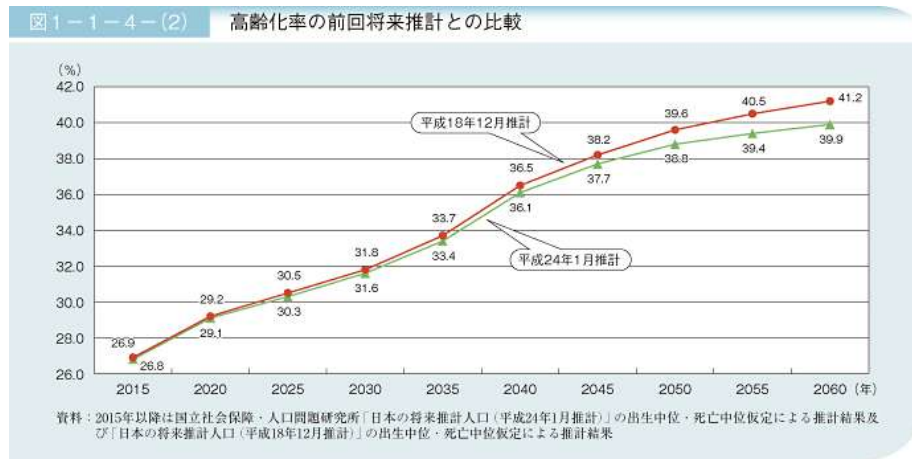
出典：内閣府(2013)，4頁。

図表 2-17 高齢化の推移と将来推計



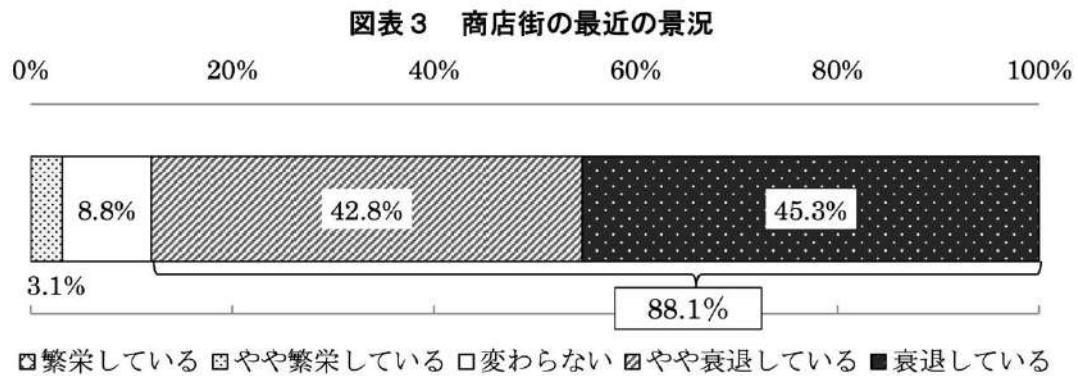
出典：内閣府(2013)，5頁。

図表 2-18 高齢化率の前回将来推計との比較



出典：内閣府(2013)，5 頁。

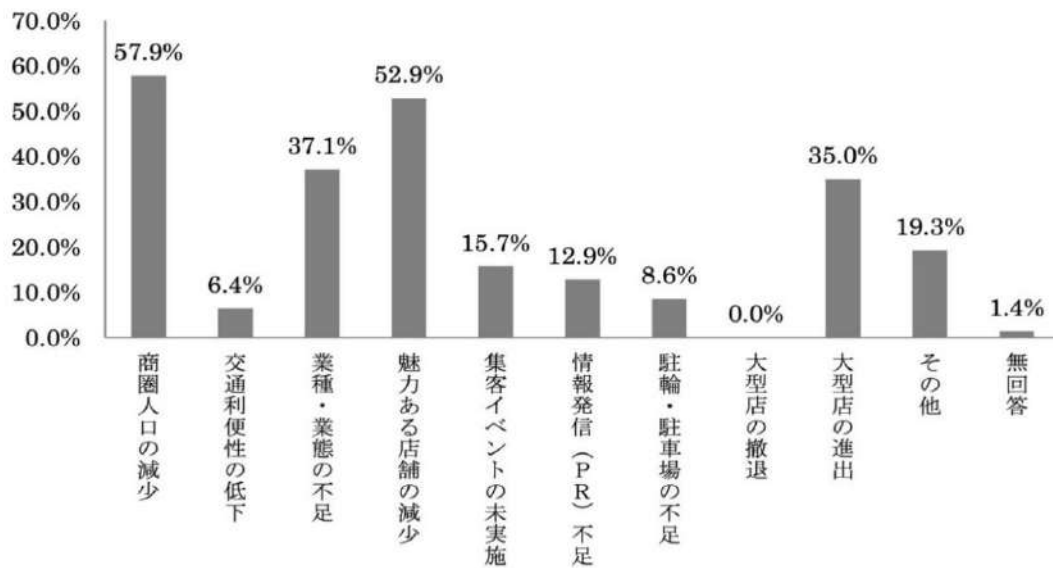
図表 2-19 仙台市の商店街の最近の景況



出典：宮城県(2020)，2 頁。

図表 2-20 仙台市の商店街の衰退している要因

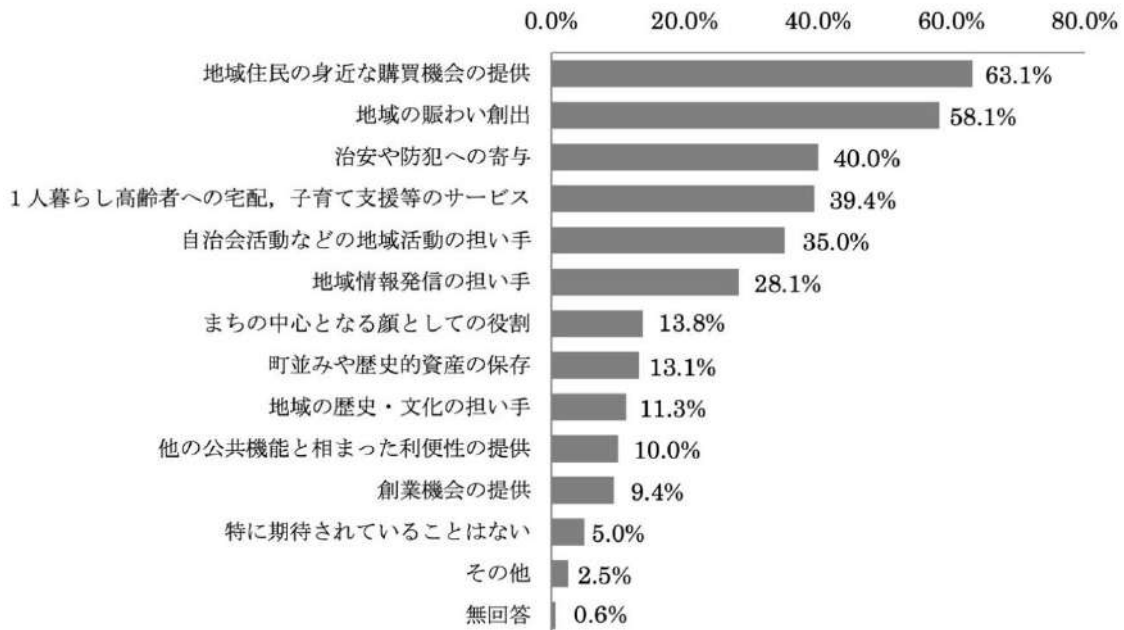
図表 5 衰退している要因（複数回答）



出典：宮城県(2020)，3 頁.

図表 2-21 仙台市の商店街に期待されていると思う役割

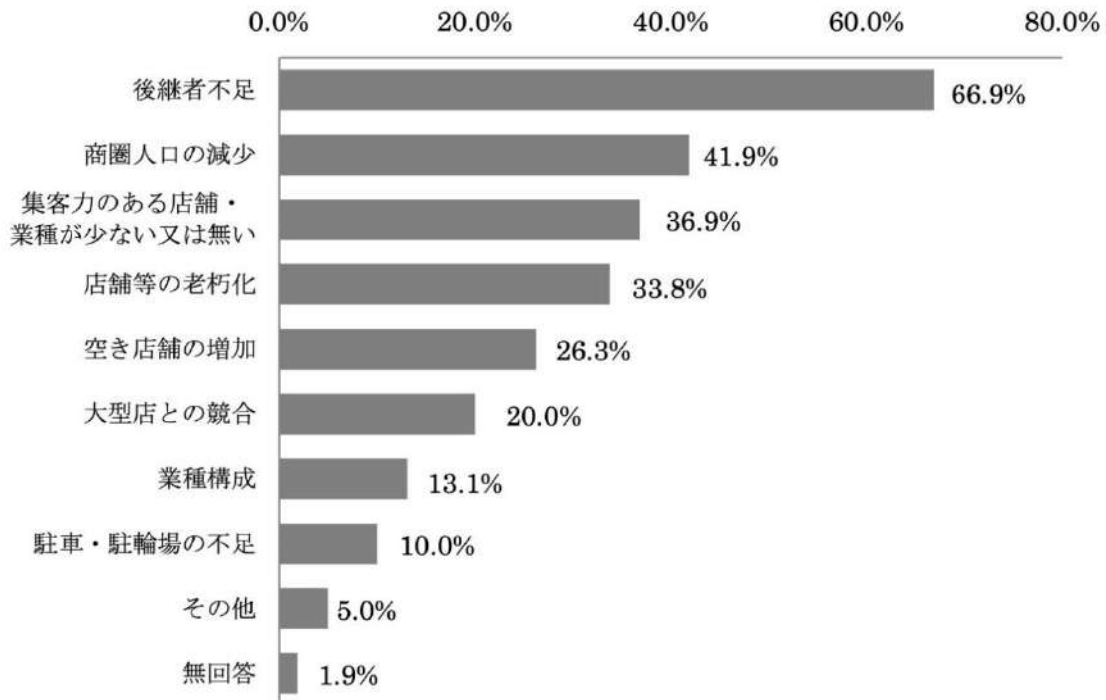
図表 6 商店街に期待されていると思う役割（複数回答）



出典：宮城県(2020)，4 頁.

図表 2-22 仙台市の商店街が直面している問題

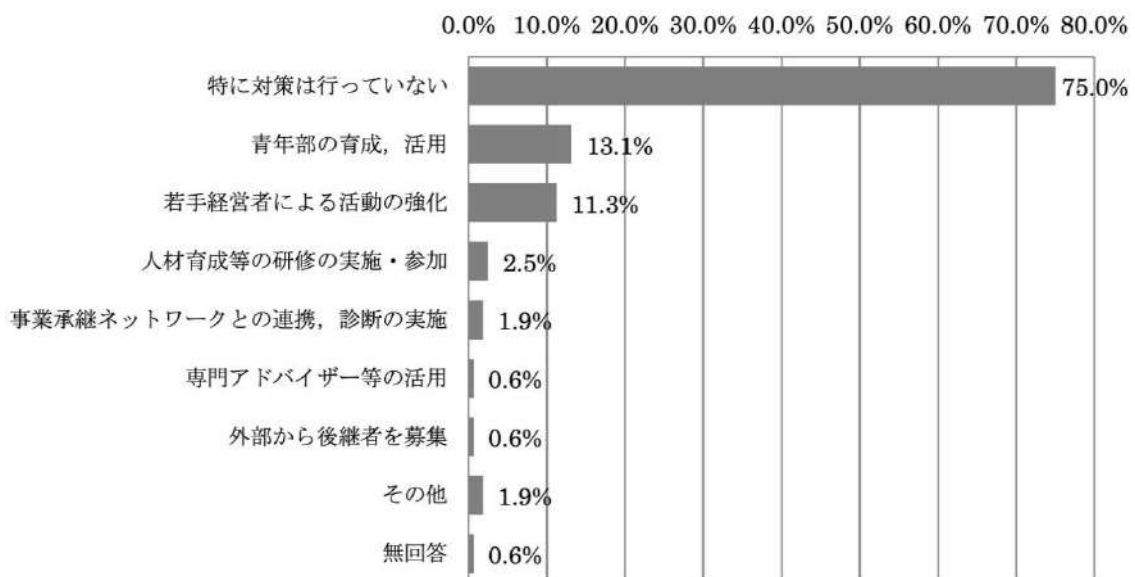
図表 7 商店街が直面している問題 (複数回答)



出典：宮城県(2020)，4 頁.

図表 2-23 仙台市の商店街の後継者対策の実施状況

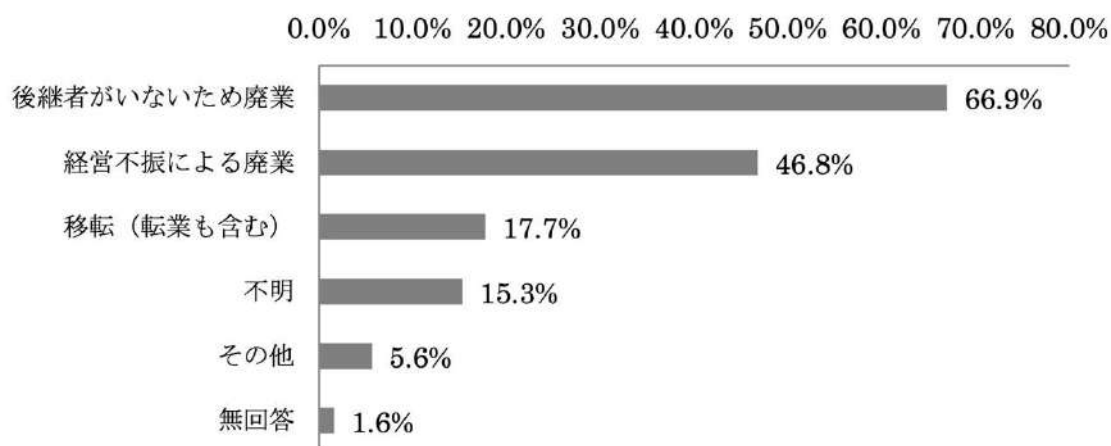
図表11 後継者対策の実施状況 (複数回答)



出典：宮城県(2020)，6 頁.

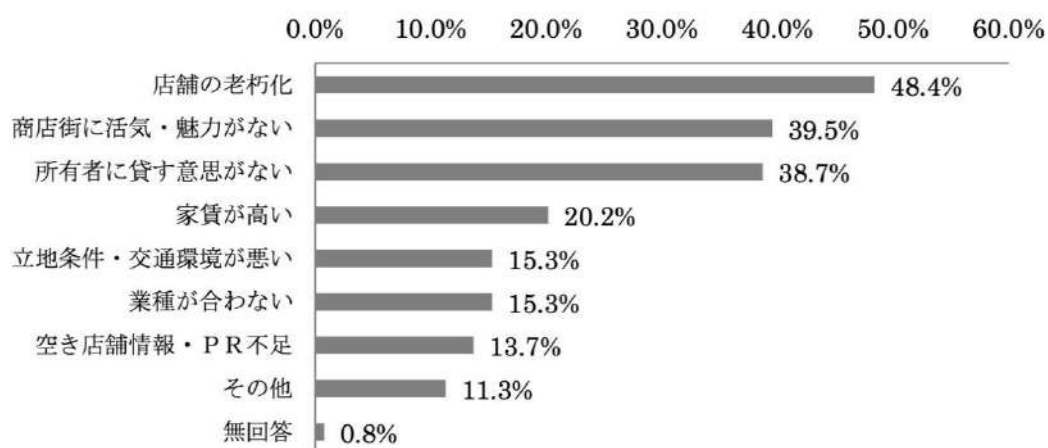
図表 2-24 仙台市の商店街の空き店舗の発生理由

図表13 空き店舗の発生理由（複数回答）



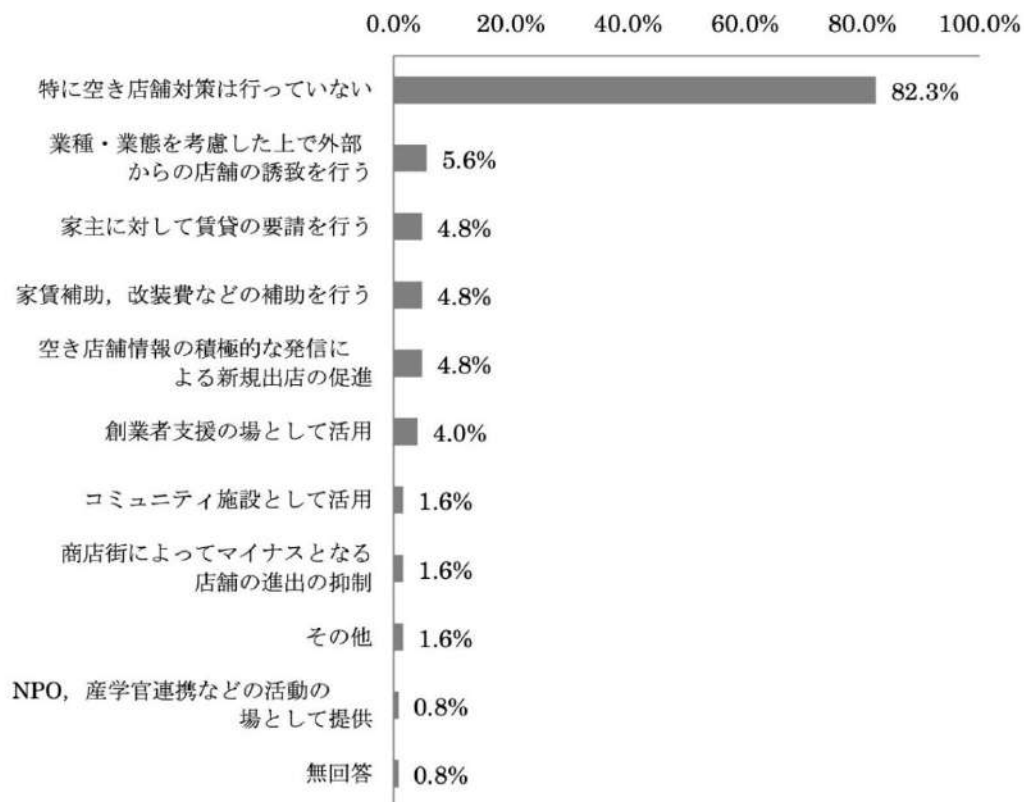
出典：宮城県(2020)，7 頁.

図表 2-25 仙台市の商店街の空き店舗が埋まらない理由（複数回答）



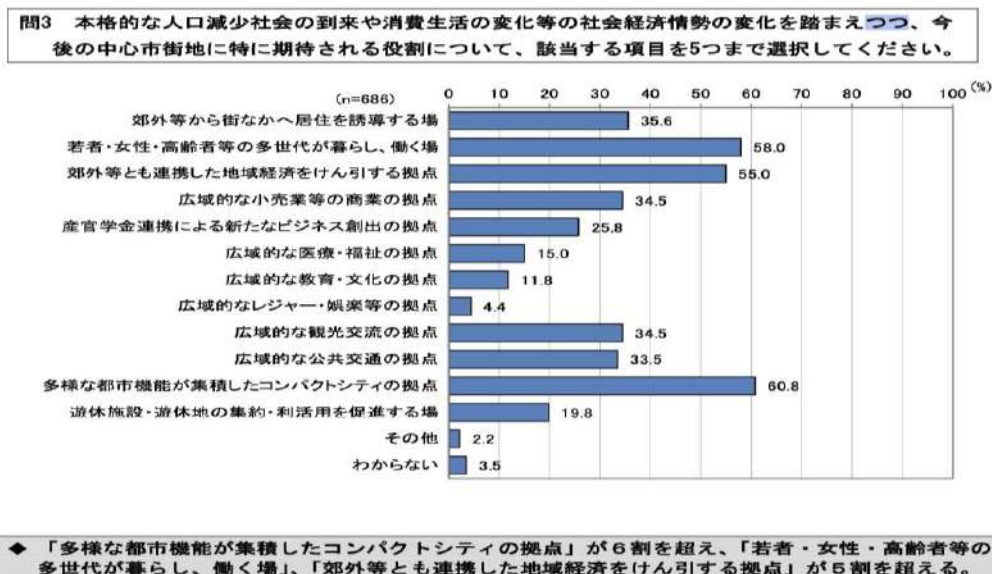
出典：宮城県(2020)，7 頁.

図表 2-26 仙台市の商店街の空き店舗対策の実施状況（複数回答）



出典：宮城県(2020)，7 頁。

図表 2-27 今後の中心市街地に期待される役割等について



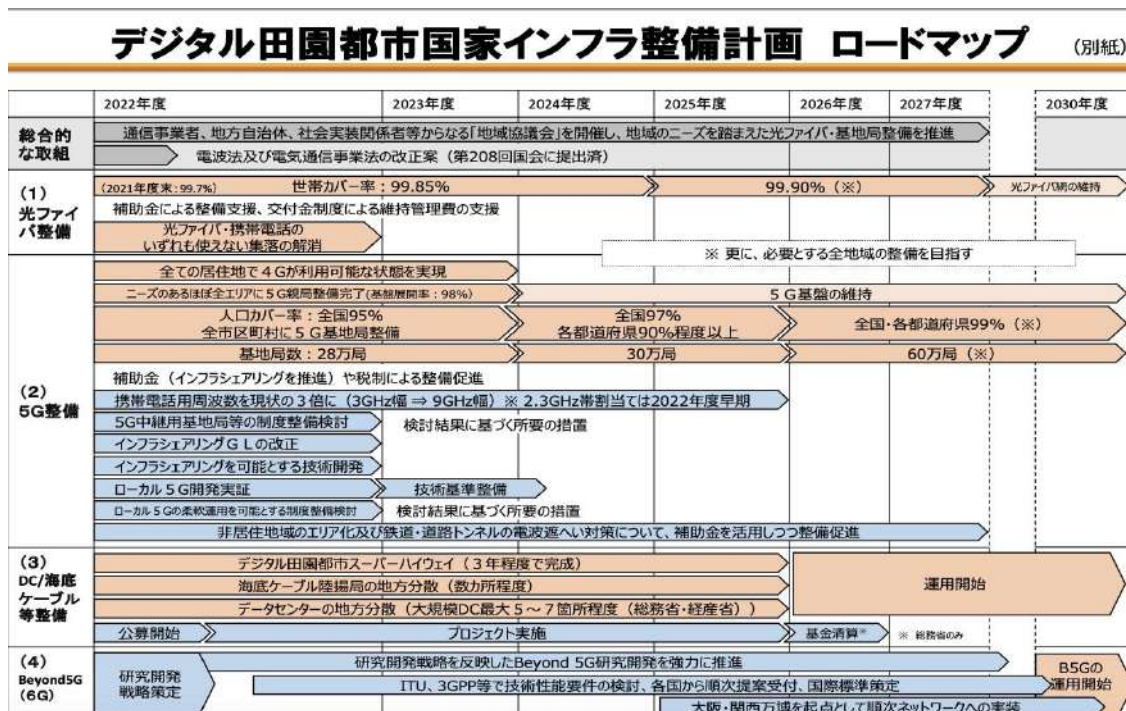
出典：内閣府地方創生推進事務局(2019)，45 頁。

図表 2-28 デジタル田園都市国家インフラ整備計画の全体像



出典: 総務省 (2022)。

図表 2-29 デジタル田園都市国家インフラ整備計画ロードマップ



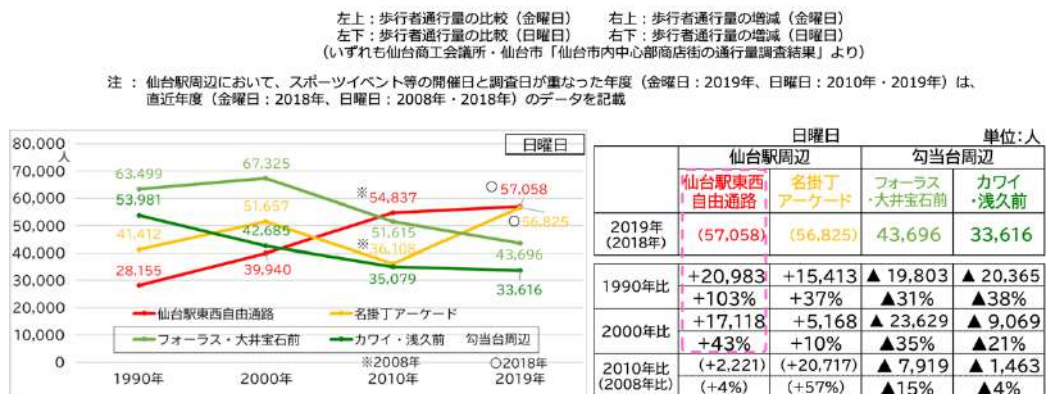
出典: 総務省 (2022)。

図表 2-30 宮城県高齢者人口調査の結果

順位	市 町 村 名	R3. 3. 31現在			R2. 3. 31現在		H31. 3. 31現在		H22. 3. 31現在	
		総 人 口	高齢者人口	高齢化率	順位	高齢化率	順位	高齢化率	順位	高齢化率
1	富 谷 市	52,370人	11,163人	21.3%	1	20.5%	1	19.8%	1	13.0%
2	名 取 市	79,459人	18,346人	23.1%	2	22.6%	3	22.2%	5	19.0%
3	大 和 町	28,311人	6,555人	23.2%	3	22.6%	2	22.0%	7	20.3%
4	利 府 町	36,033人	8,677人	24.1%	4	23.3%	4	22.5%	2	15.4%
5	仙 台 市	1,063,169人	259,838人	24.4%	5	24.1%	5	23.7%	4	18.6%
6	多賀城市	62,154人	15,692人	25.2%	6	24.6%	6	24.1%	3	18.1%
7	岩 沼 市	43,906人	11,745人	26.8%	7	26.4%	7	25.8%	6	19.4%
8	大河原町	23,518人	6,592人	28.0%	8	27.4%	8	27.0%	10	22.0%
9	大 衡 村	5,839人	1,731人	29.6%	9	29.1%	9	28.5%	13	23.9%
10	東松島市	39,401人	11,709人	29.7%	10	29.3%	10	28.7%	11	22.6%

出典：宮城県，3 頁。

図表 2-31 仙台の商店街における日常的な歩行者通行量の減少



出典：仙台市（発行年不明），4 頁。

図表 2-32 商店街 NEXT リーダー創出事業

背景・目的	【事業2】商店街NEXTリーダー創出事業費補助金
●県内の商店街は活性化に向けて様々な活動を行っていますが、活動を行う上での担い手不足やリーダーの不在といった課題を抱えています。 ●こうした課題を抱える商店街が今後魅力ある商店街へ発展を遂げるため、商店街活動の新たな担い手やリーダーの創出に向けて、先進事例を学ぶ機会の提供と、実践的な取組等に対する補助金による支援を行います。	●補助事業者 商店街団体、任意の若手・女性商業者グループ ●補 助 率 定額 ●補助限度額 上限30万円 下限20万円 ●対象事業 若手・女性商業者グループが主導するトライアル事業 《例》オリジナルロゴ・共通看板・商店街マップの作成 シャッターアート展・まちゼミ・夜市の実施 商店街団体が外部機関と連携して行う魅力発信事業 《例》SNS・動画共有サービス等を活用した商店街の 魅力や各種情報発信（※仙台市中心部は対象外）
【事業1】商店街NEXTリーダーセミナー	【事業3】ネットワークミーティング
●概 要 商店街活性化やまちづくりに関して、全国の先進事例や地域課題解決手法、情報発信力向上といった、活動に必要なスキルについて、レベルに応じて学ぶセミナー（ビギナー講座、スキルアップ講座） ●主な対象 県内の若手・女性商業者等 ●R3実施状況（視察1回・座学3回） ▼先進地視察（大船渡市、釜石市）／アフターコロナを見据えた取組／よそ者視点での活性化の取組／地域全体の価値を向上させるための取組	●トライアル事業・魅力発信事業の活動報告と交流会 ●補助事業者のほか、セミナー参加者、県内商業者、商工団体等も参加し、交流を深める機会にする

出典：宮城県(2023).

図 2-33 商店街施設設備支援事業

2.補助対象事業

商店街活性化計画等に基づき実施される、商店街の活性化を図るとともに一般公衆の利便に寄与する施設の建設・取得(土地の取得・造成を除く。)及び当該施設の補修・改修を行う事業

1 補助対象施設の具体例

1. 駐車場,駐輪場
2. アーケード,カラー舗装
3. 街路灯,公園,緑地,イベント広場,公衆トイレ等商店街の機能を高める施設（ただし,街路灯については原則として他の施設と一体的に整備されるものに限る。）

※これまでの活用事例（→商業振興に係る各種補助事業実施状況にリンク）

3.補助率等

- 県 1/4（補助限度額：1,000万円）
- 市町村 1/4以上

出典：宮城県(2016).

図表 2-33 仙台市経済の状況

1 本市産業の現状と課題

支店経済都市

市内企業のうち、支店の占める割合が政令指定都市の中で最も高く、市内事業所の所得が本社等のある市外へ流出しています。

産業構造の特徴

本市の産業構造を事業所数で見ると、8割を第三次産業が占めており、その中でも卸売・小売業、飲食・宿泊サービス業の割合が高くなっています。

また、仙台市内に本社を置く企業の99.6%が中小企業で、うち81%が従業員5人以下の小規模企業となっています。

復興需要の収束

2015年度の名目市内総生産額は5兆577億円であり、初めて5兆円を超えました。産業別に見ると、建設業が2010年度に比べ3,961億円（約3倍）の増となっている一方で、他の産業はほぼ横ばいの傾向です。これは復興需要の影響によるものと考えられますが、復興需要は今後収束すると予測されます。

人材の首都圏への流出

本市には、東北各地から進学を機に若者が集まってきました。一方で、新規大卒者の宮城県内での地元就職率は約4割と、他地域に比べて低い状況にあります。更に、2017年の東京圏への転出超過数が全国で一番多く、東北全域の若者が本市を経由して首都圏へ流出している状況です。

課題先進地・東北

本市経済は東北地方の支えで成り立っていますが、東北地方は高齢化率、人口減少率、消滅可能性都市の割合が全国平均と比べていずれも高くなっています。特に、人口減少は全国平均と比べ約2倍のスピードで進んでいくことが見込まれているほか、2040年に20～30代の女性が50%以上減少すると推測される「消滅可能性都市」が、東北地方では8割に上るとされています。

東北地方は、人口減少による消費の縮小、生産年齢人口の減少、総生産の減少などが全国に先駆けて進行する「課題先進地」と言えます。

■ 仙台市の市内総生産(名目)の経済活動別構成比



■ 東北地方の高齢化率

	全国	東北
65歳以上の人口割合 (2035年)	32.8%	38.9%
人口減少率 (2015-2045年)	16.3%	31.0%
消滅可能性都市の割合	49.8%	79.7%

出典：国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口」、日本創成会議作成資料より推計

出典：仙台市(2021), 7 頁.

図表 2-34 仙台市の持つポテンシャル

2 本市の持つポテンシャル

充実した都市機能

東北地方の中核都市として、官公庁や多くの大企業の支店等が中心市街地エリアに集積しているほか、東北大学周辺には学術・研究機関が集まっています。

また、地下鉄東西線・南北線が市内を十字型に走り、市内の主要地域をダイレクトに結んでいます。

首都圏や海外等への良好なアクセス環境

東京駅から新幹線で最短90分、東北の主要都市と結ばれた高速道路網、仙台空港や仙台湾との近接性など、各地へのアクセスが良好な環境にあります。

東日本大震災を契機とした社会的課題解決志向の高まり

東日本大震災の後、東北地方では様々な社会的課題が顕在化し、「社会のために何かしたい」という思いを持った人々が集まるようになりました。

この活動を後押しするため、本市では「女性活躍・社会起業のための改革拠点」として国家戦略特区の指定を受け、様々な規制緩和等の取り組みを進めています。

東北大学を中心にした活発な産学官金連携

指定国立大学である東北大学を中心に、多様な産学官金連携の取り組みが行われているほか、東北大学青葉山新キャンパスに「次世代放射光施設」の立地が決定したことで、今後より一層研究開発機能が集積することが期待されています。

しなやかで強靱な「防災環境都市・仙台」

本市は、震災前から進めてきた防災の取り組みと、震災の教訓を踏まえた復興まちづくりにおける「市民協働による取り組み」と「市民力」が評価され、2012年10月に防災の模範となる「ロール・モデル都市」として国連から認定を受けました。

■ 東京や国内主要都市とのアクセス



■ 国連防災世界会議(2015年)



出典：仙台市まちづくり政策局防災環境都市推進室

出典：仙台市(2021), 9 頁.

図表 2-35 仙台市経済成長戦略 2023 の全体像

1 目指す姿

仙台・東北で暮らす人々が豊かさを実感できる未来

この仙台・東北で暮らす人々が、経済的な豊かさを得られるのはもちろんのこと、社会的課題の解決が進むことによる生活の質の向上や、精神的な豊かさなどを実感できる未来を目指します。

2 取り組みの視点

視点1 ウイズコロナによる地域経済の再生と変革

新型コロナウイルス感染症の収束が見通せない中、感染症との共存を前提としながら地域経済を立て直していく必要があります。また、感染症による社会理念・価値観の変容を的確に捉え、これをチャンスに変えながら、地域経済の更なる成長を目指していくことが求められています。

視点2 地元企業や産業の競争力強化

人口減少や高齢化に伴い、国内の市場規模が縮小していきなかに、地元企業が新たな市場をターゲットにしていくことが求められています。一方で、経済のグローバル化の進展に伴い、国内外の都市間競争は激化しています。これらの競争に打ち勝つためには、本市経済の礎である地元中小企業や産業の競争力を高める必要があります。

視点3 経済成長と社会的課題解決の両立

東北地方は国内で最も人口減少・高齢化が進行しており、解決すべき社会的課題も多様化・複雑化しています。SDGsやSociety5.0の実現に向けて、行政や企業、経済界など、多様な主体が一体となり、経済成長と社会的課題解決の両立を目指していくことが求められています。

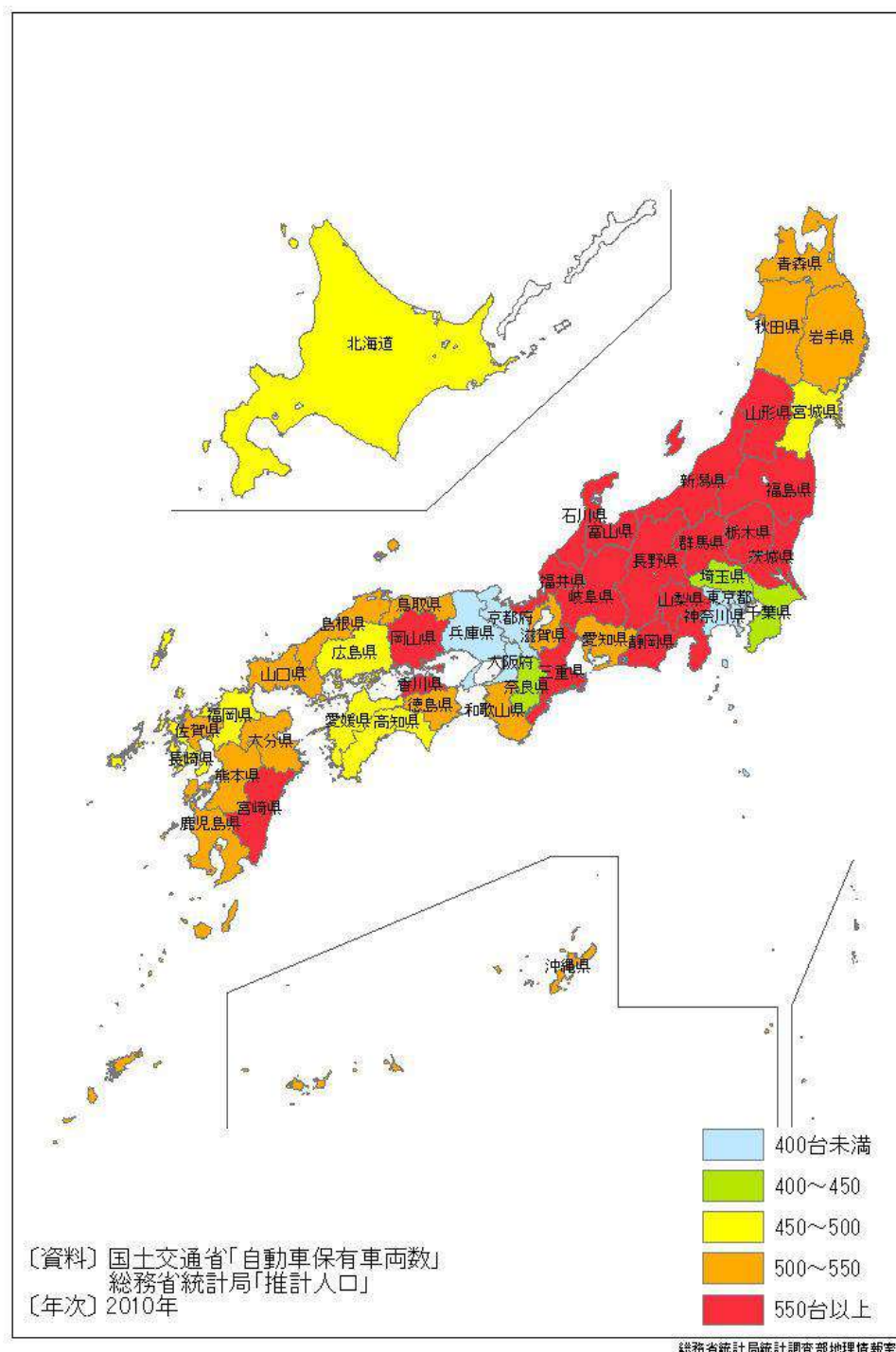
視点4 東北の持続的発展への貢献

本市の経済は東北地方全体に支えられて成長してきました。本市経済の持続的成長に向けては、本市のみならず、東北地方全体の持続的発展を意識した取り組みが必要です。

出典：同上。

第7章 交通・まちづくり政策

図表 2-36 「自家用乗用車数（人口千人当たり）」



出典：総務省統計局（発行年不明）「社会・人口統計体系の整備」。

図表 2-37 京都市の自転車保有台数の推移



出典：京都市(発行年不明)「第2章 自転車等の利用実態と課題」，7頁．

謝辞

本調査研究にあたり、関係各機関から多大なるご支援ご協力いただきましたことを熱く御礼申し上げます。また、ご指導いただきました主担当教員の松村孝典教授、副担当教員の鹿子生浩輝教授、石山英顕教授にも心より感謝申し上げます。

令和5年3月

東北大学公共政策大学院 公共政策ワークショップⅠ プロジェクトA

東北大学公共政策大学院

令和4(2022)年度 公共政策ワークショップⅠ プロジェクトA

故郷を元気にするオリジナルな地域振興政策の研究

2023年3月

メンバー：小林由香，榊原翔平，佐藤空，高林愛，長瀬遼，山内任宏，楊瑞

指導教員：主担当 松村孝典教授

副担当 鹿子生浩輝教授，石山英顕教授