

地域創生の取組事例

2015年2月17日

 **DBJ** 株式会社日本政策投資銀行
東北支店 東北復興支援室長 佐野成信

人口減少・高齢化の消費への影響

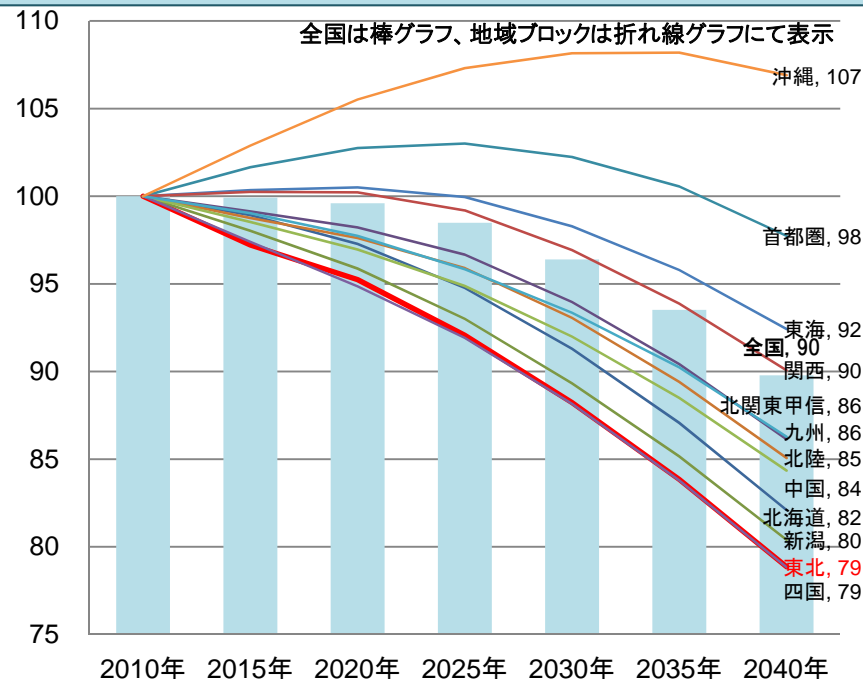
地域ブロック別の総消費見通し

- 地域ブロック別・年齢階層別の将来推計人口に、年齢階層別の総消費を乗じて算出した地域ブロック別の総消費の将来推計が図表2となる。ゼロ成長と平均消費性向が不変であるという仮定のもとでは、2040年に地域の総消費が2010年を上回るのは沖縄のみで、その他の地域ブロックでは総消費が減少する。とくに東北、四国では21%減少する。
- こうしたことから、地域の需要の下支えには地域経済の成長が不可欠であることが分かる。
- 留意点としてこれらの予測は、年齢階層別の支出構造は将来にわたって不変であると仮定しており、生まれた年によって各年齢層に達した際の支出行動が変化する効果(世代効果)を織り込んではいない。

図表2

地域ブロック別の総消費推計 (2010年=100とした指数) ゼロ成長と平均消費性向不変を仮定

地域ブロック	2010年	2015年	2020年	2025年	2030年	2035年	2040年
北海道	100	99	97	95	91	87	82
東北	100	97	95	92	88	84	79
新潟	100	98	96	93	89	85	80
北関東甲信	100	99	98	97	94	90	86
首都圏	100	102	103	103	102	101	98
北陸	100	99	98	96	93	89	85
東海	100	100	101	100	98	96	92
関西	100	100	100	99	97	94	90
中国	100	99	97	95	92	88	84
四国	100	97	95	92	88	84	79
九州	100	99	98	96	93	90	86
沖縄	100	103	106	107	108	108	107
全国	100	100	100	98	96	94	90



(出所)総務省「全国消費実態調査(2009年度)」、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(平成25(2013)年3月推計)」よりDBJ作成

人口減少・高齢化の消費への影響

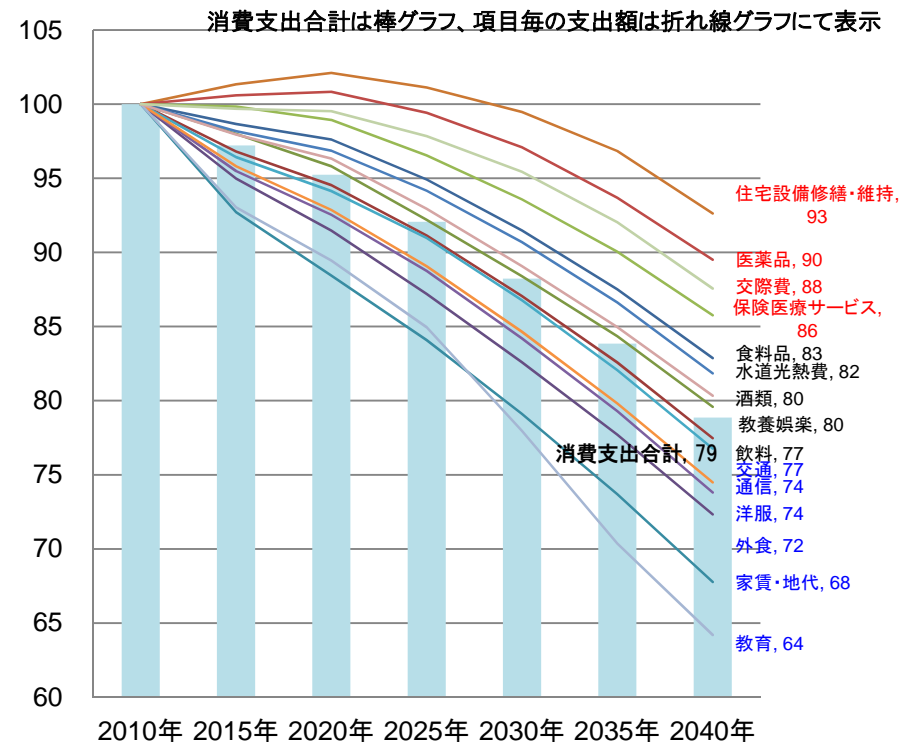
人口減少・高齢化に伴う消費見通し（東北）

- 主な支出項目別の年齢階級別1人あたり支出額に年齢階層別の将来推計人口を乗じて各支出項目の支出額の将来推計を行った。
- 推計の結果より、今後は、**若年人口の減少に伴い、教育産業や交通での需要減少が予想**される。外食産業については、支出の多い若年層の減少はマイナスに寄与するが、今後、宅配などのビジネスモデルが普及すれば高齢者の新たな需要を掘り起こす可能性がある。
- 一方、**高齢化により医薬品等ヘルスケア関連産業の需要の増加が見込まれる**ことに加え、余暇の拡大や人間関係の充実を図る傾向が高まることにより、ギフト等の需要が増加することも期待される。

図表3

主要な消費支出項目別の支出額推計（2010年＝100とした指数） ゼロ成長と平均消費性向不変を仮定

項目	2010年	2015年	2020年	2025年	2030年	2035年	2040年
食料品	100	99	98	95	91	88	83
飲料	100	97	95	91	87	83	77
酒類	100	98	96	92	88	84	80
外食	100	95	91	87	83	78	72
家賃・地代	100	93	88	84	79	74	68
住宅設備修繕・維持	100	101	102	101	99	97	93
水道光熱費	100	98	97	94	91	87	82
医薬品	100	101	101	99	97	94	90
保険医療サービス	100	100	99	97	94	90	86
洋服	100	95	93	89	84	79	74
交通	100	96	94	91	87	82	77
通信	100	96	93	89	85	80	74
教育	100	93	89	85	78	70	64
教養娯楽	100	98	96	93	89	85	80
交際費	100	100	100	98	95	92	88
消費支出合計	100	97	95	92	88	84	79



（備考）食料品は、飲料・酒類・外食・購入費を除く。

（出所）総務省「全国消費実態調査(2009年度)」、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(平成25(2013)年3月推計)」よりDBJ作成

地域の声(170件)ヒアリングから導かれる地域創生へのDBJ提言(平成26年10月)

～ 地域みらいアクションプランの策定 ～

地域創生は、国の長期ビジョンに加え、地方圏・大都市圏の分配の問題や地域間の限られたパイの奪い合いとしてではなく、従来の行政区域を超えた地域経済取引実態を考慮した域内企業の経営や都市計画上の指針となる現実的かつ具体的な中期・長期のアクションプランを策定すべき

まちづくりのあり方

1. 人口減少、高齢化に対応したまちづくりの枠組み
 - ・「地域生活コンティンジェンシープラン」の策定と、同プランに基づく公有資産マネジメントの早期実施：PPP/PFIの促進(PFI推進機構の活用等)
2. 個性を持ったまちづくりと広域エリアマネジメントの推進
「ミニ東京」ではない固有の特性

ひとづくりのあり方

1. 地域の人材ニーズに合った(高等)教育システムの構築、高度化
2. 労働市場改革(女性、高齢者、外国人労働力の活用)
 - ・地域における女性、高齢者等の雇用を促進し、産業活動を安定的に支えるため「地域労働市場改革プラン」の策定・継続的取り組み

しごとのあり方

1. 地域を支える企業(大企業の地方拠点、地域企業等)が継続的に立地できるよう地域産業立地取り組みの転換
2. 地域中核企業(バリューチェーンコア企業等)の成長への取り組み(事業高度化・新規事業立ち上げを含む)支援
3. 地域中小企業の円滑な事業承継・第二創業や再編を支援する仕組み
4. 研究開発・オープンイノベーション
5. 海外企業等の域内投資、地域企業の海外展開支援
6. 地域資源を活用した産業を育成・支援するための新たな枠組み

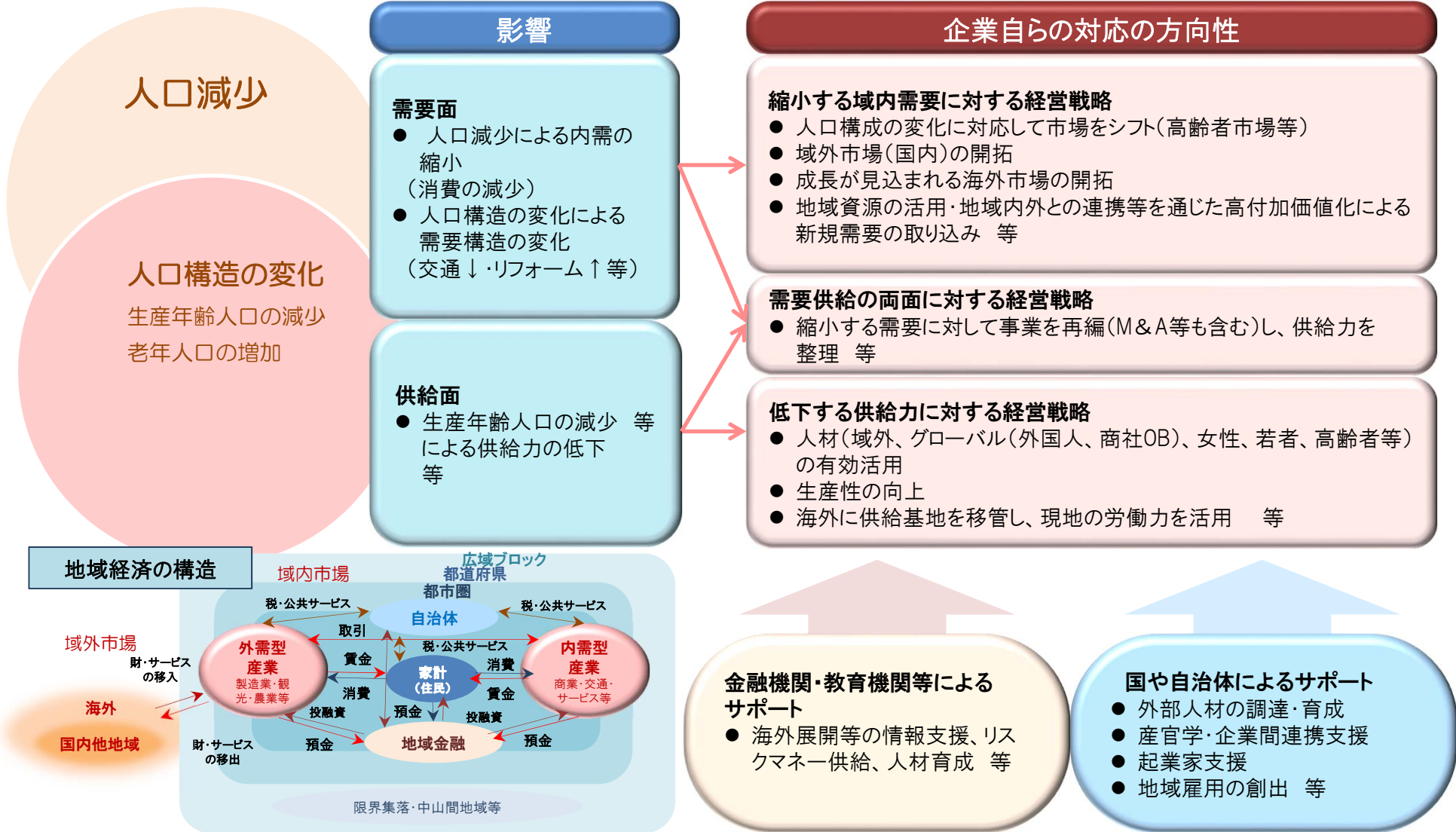
課題解決に向けて ～ 地域連携プラットフォーム形成等による関係者の連携・協創 ～

地方自治体、企業、金融機関、教育研究機関等地域の関係者が一同に介するプラットフォームを形成し、地域の強みと弱みを共有した上で地域の自立戦略を決定し、それを推進する連携・協創スキームを策定・実施することが有効
地域実態の「見える化」→ 関係者間の共通認識 → 過去の成功体験、しがらみを超えた議論 → 「ないものねだり」ではなく「あるもの」を最大限活かす施策

金融機関に求められる役割 ～ 地域コーディネーター ～

- (1) 全国的なデータや地域経済循環モデル等を活用し、地域の現状に関する客観的な情報を把握・分析、「あるもの」を「見える化」する
- (2) 上記分析に基づく現実的な将来予測の実施や、地域関係者の「ナマの声」を集めた上で、所在地域毎の「強み」と「弱み」を関係者に提供し、地域の弱点を冷静に認識してもらったうえで、地域独自の成長と課題解決に向けたとりまとめをサポートする

人口減少に対応した地域企業経営の対応の方向性



地域企業の取組事例 ～ 馬路村農業協同組合(高知県)

事業内容	地場農産物等の加工・販売
本社所在地	高知県安芸郡馬路村
設立	1948年
出資金	1.9億円
従業員数	70名(ゆず関連)
直近業績	ゆず関連商品の販売額 31億円



ゆず化粧品



事業経緯

- 馬路村は、面積の約96%を山林が占めており、元々、林業を主力産業とする村であったが、1960年代に入り、林業が衰退の兆しをみせ始めると、自家消費目的で細々と行われていたゆず栽培が安定的収入を維持するための手段として見直されてきた。
- こうした状況のなかで、馬路村農協の組合員であった東谷氏(現組合長)が、地元のゆずを活かした加工品の生産・販売に着目し、1979年に本格的に事業を開始。
- 試行錯誤の上、事業が軌道に乗るまでに10年程度を要したが、生産・販売規模は徐々に拡大し、現在は、販売額が年間30億円を超えるまでに成長。

特徴

- 既存の衰退産業(林業)への依存から脱却し、地元資源を活用した地域振興へシフトするため、**地域の「ゆずの食文化」に特化した加工品開発**を展開、年間30億円超の売上と約70名の雇用を創出。(→高付加価値化)
- 「馬路村」のブランド化戦略として、商品名に村の名前を入れ、宣伝ポスター、パッケージ等に地元の子どもや村民を起用するなど、「『馬路村』を丸ごと売り込む」というコンセプトを徹底。
- 地元TVやCMを活用した情報発信を展開し、全国に「馬路村」ファンをつくり、知名度アップによる村民の村への自信・愛着の向上やターン・Uターンの増加につなげた。その結果、全国各地から年間200～300団体の視察団を含めた、6万人超の観光人口を実現。
- **地元を重視したエリアマーケティングによる需要喚起**を行うため、販路開拓は、原則、まず高知県内から行き、「ゆずの食文化」がある地元での需要を喚起した上で、**高知県内の顧客が勤める商品という形で県外へと販路開拓していくプロセス**を採用。
- 百貨店などの催事場出店による顧客開拓⇒ 通信販売 ⇒ インターネット販売へと販売チャネルを拡大した。(→域外需要)

その他

- 2009年以降、ゆず製品の販売が伸び悩んでおり、さらなるリピーター顧客の獲得が望まれる。また、2012年からゆずを原料とした化粧品を本格的に販売しており、売上の拡大が今後の課題である。

(出所) 馬路村農業協同組合公表資料ほか

地域企業の取組事例 ～ (株)いろどり(徳島県)

事業内容	地場農産物等の加工・販売
本社所在地	徳島県勝浦郡上勝町
設立	1999年
資本金	1千万円
従業員数	6名
直近業績	当社が関与する「つまもの」の 販売額2億5千万円



事業経緯

- 上勝町は、元々、ミカン栽培、林業を主力産業とする町であったが、1981年の大寒波によるみかん枯死、輸入材との価格競争による林業の衰退により、収入源を失う状況に合った。
- こうした状況を見て、地元農協の営農指導員であった横石氏が、**地域の資源を活かした日本料理の「つまもの」の生産・販売に着目し**、1986年に事業を開始。
- 試行錯誤の上、事業が軌道に乗るまでに10年程度を要したが、生産・販売規模は徐々に拡大し、現在は、当社の取り扱う「つまもの」が、全国シェアの80%を占めるまでに成長。

特徴

- 高齢者、とりわけ女性の活用(事業に参加者の平均年齢70歳)、売上成績をリアルタイムで示すことにより個々の農家の競争心を活用したシステム、通信機器(92年～FAX、98年～パソコン、2011年～タブレット)を活用した生産・販売システムの構築により、**交通の便の悪い過疎地域に立地しながら、「つまもの」の全国シェアの80%を占めるまでに成長(→人材活用、域外需要)**。
- **当社の事業に参加する農家は約200軒。当社が関与する「つまもの」の販売額は2億5千万円程度で、収入の多い人では年収1千万円を超える。**
- 上記取組は、営農指導員として、**域外から移住してきた横石社長の経営手腕、努力に依拠(→人材活用)**。
- 横石社長は、いろどり事業の他、しいたけ栽培に係る第三セクターも立ち上げる等、町内での各種事業に関与しており、これらの事業合計では10数億円の売上規模に達している。

その他

- 高齢者中心の事業であり、次世代の育成が課題であるが、事業に参加する高齢者の家族、1ターン人材等、若い世代の参加、育成も着実に進んでいる。
- 人材育成に関しては、地域密着型インターンシップ研修プログラムを内閣府の地域社会雇用創造事業として実施しており、研修参加者から、町へ移住する人材も多い。

(出所) (株)いろどり公表資料ほか

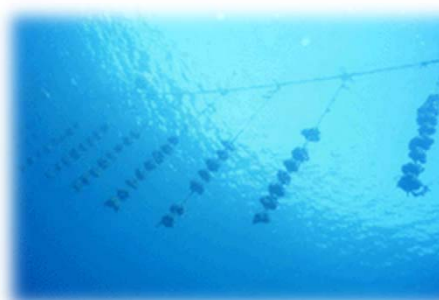
過疎地活性化の取組 ～ 島根県海士町

外部人材の活用－Iターン者の定住促進

- 人口減少、過疎化、財政負担の増大が進むなか、2002年から山内町長のもと行財政改革を推進。平成の大合併が進む中、地理的特性等から施設の統合など住民へのメリットが期待できないことから、単独町制を選択。
- 2004年に住民代表と議会と行政が一体となり島の生き残りを掛けた「自立促進プラン」を策定。行財政改革によって「守り」を固める一方、「攻め」の方策として、**外部人材も活用した新たな産業の創出、島の活性化**を戦略の中心に据える。
- 海士町役場には、観光と定住対策を担う「交流促進課」、第1次産業の振興を担う「**地産地商課**」（外部に打って出るという意気込みを現して「消」ではなく「商」の字を使用）、新たな産業創出を担う「産業創出課」の産業3課を設置。
- 町営住宅の整備、広報活動、雇用の確保、移住者へのきめ細かなフォロー等積極的な定住対策により**2004年度から2011年度までに218世帯、330人のIターン者が定住**。



Iターン人材



新商品「隠岐海士のいわがき・春香」

外部人材の活用－商品開発研修生制度

- 地域資源を有効活用し、「島まるごとブランド化」を目指す産業振興策として、第一次産業特産品の商品開発などで「よそ者」の発想と視点を活用すべく、1998年度より、島外出身者を対象に募集を開始。
- 商品開発研修生には一年契約（更新可）で毎月15万円の給与を支給し、町営住宅を割安な家賃で貸与。
- 卒業後、新商品の開発などで、海士町の経済活性化に貢献。
→ 外部人材の新たな着想と地元事業者の協力により、「島じゃ常識！さざえカレー」、「隠岐海士のいわがき・春香」、「ふくぎ茶」等のヒット商品が生まれる。



新商品「ふくぎ茶」

島根県海士町 人口2,374人 老年人口比率38.9% (2010年国勢調査)

(出所) 海士町公表資料、同町提供資料

コンパクトシティ・中心市街地活性化の取組 ～ 新潟県長岡市

背景

- 旧越後長岡藩から続く新潟県中越地区の中心地であり、JR長岡駅を中心とした公共交通の結節点。
- 大型商業施設や公共公益施設などの郊外化にともない、中心市街地が空洞化し、活力が大幅に低下。

基本方針

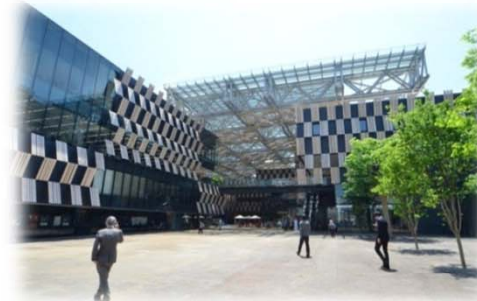
- 都市機能のまちなか回帰による長岡広域市民の「ハレ」の場となる新しい長岡の顔づくりと中越大震災からの力強い復興。
- 公共交通機関が充実し、誰でも集まりやすいまちなかに、市役所等の公共公益施設を回帰させ、あえて分散配置することでまちに訪れる人の回遊性を高め、賑わいの再生をはかる。
- 新たなまちの顔として、「市民協働・交流の拠点」を整備し、合併地域も含めた広域市民との協働によるまちづくりを実践する。
- 目標像：①来街者の多様なニーズを満たすまち、②快適で便利なまちなか居住、③魅力あるまちなか就業の場、④まちなかで花開く「市民力」

主な取組

- まちなか型市役所整備事業として、JR長岡駅前のビル再開発を行ない、市民交流の拠点として、市役所(中心市街地外から本庁舎移転)、ナカマド(屋根つき広場)、アリーナ、市民交流ホールが一体となった**複合施設「シティホールプラザ アオーレ長岡」**の整備。
- **NPO法人まちなか考房**による中心市街地に係るワークショップ開催、情報発信、イベント企画。
- 市街地再開発ビルに、**マンション、公共施設、業務施設を整備**するとともに、**まちなかキャンパス事業**として、市内3大学1高専と市が協働で運営する「まちなかキャンパス長岡」を整備。
- 市街地再開発ビルに、マンションに加え、**子育て支援施設「子育ての駅ちびっこ広場」**等を整備。
- まちなか居住の促進のため、**高齢者向け優良賃貸住宅家賃減額補助事業**の実施。
- 交通対策事業として、無料駐車場とセットで、シビックコア地区と中心市街地を結ぶ便利な**シャトルバス「まちなかべんりバス」**を運行。



長岡市中心部



シティホールプラザ アオーレ長岡



まちなかキャンパス長岡

(出所) 長岡市公表資料、まちなかキャンパス長岡提供資料

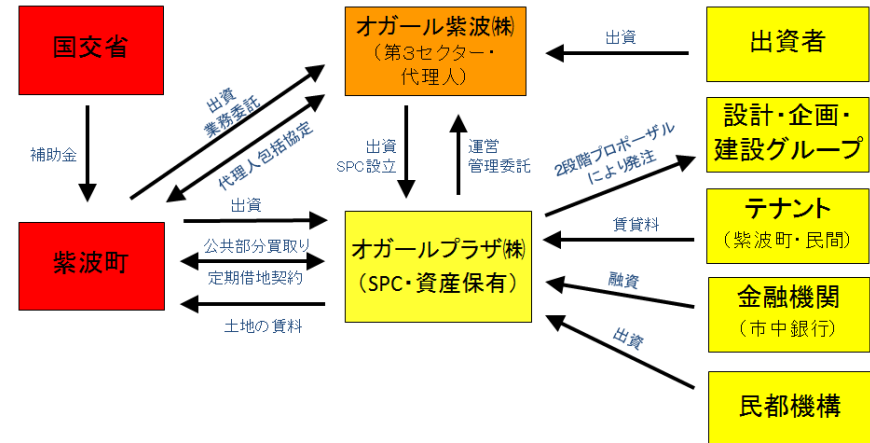
公民連携の取組 ～ 岩手県紫波町

- 岩手県紫波町は、JR紫波中央駅前の町有地10.7haを中心とした都市整備を図るため、町民や民間企業の意見も踏まえ、2009年に紫波町公民連携基本計画を策定。
- 同計画に基づき、同年より紫波中央駅前都市整備事業(オガールプロジェクト)に着手、プロジェクト推進の担い手として町100%出資のまちづくり会社「オガール紫波(株)」を設立(翌年、地元企業・金融機関等からも出資)し、包括的に公民連携事業を展開。

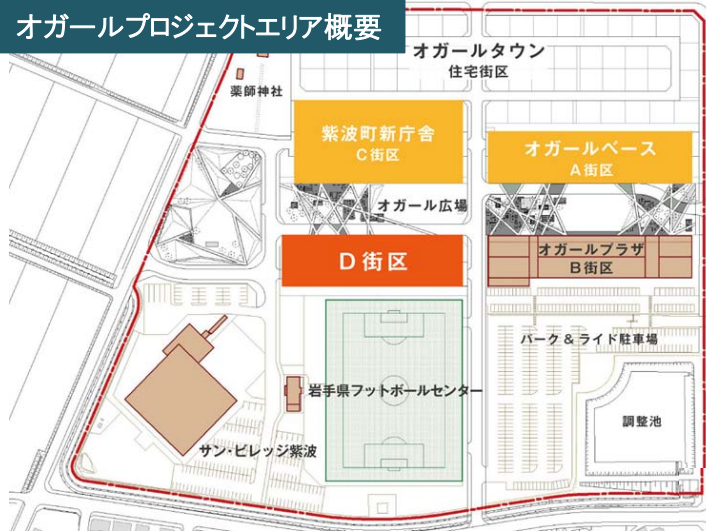
事業概要

- 事業名: 紫波中央駅前都市整備事業(オガールプロジェクト)
- 事業期間: 2009年4月～2014年3月(第1期)
- 事業費: 23.8億円
- 事業内容
 - 町有地10.7haのうち民間活用想定面積 約4.5ha
 - 基本構想段階から民間のアイデアを募集し、包括的にエリア整備。
 - 中心施設の「オガールプラザ」(2012年6月竣工)は、民間テナント(飲食・物販・医療・教育系)と町が運営する情報交流館(図書館・地域交流センター)で構成される官民複合施設。「オガール紫波(株)」のSPC子会社が運営管理。

オガールプラザスキーム図

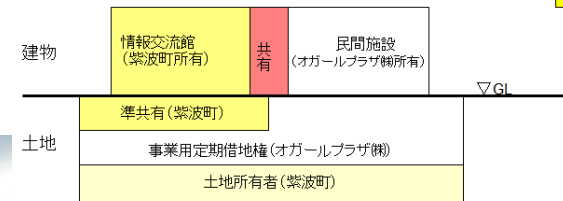


オガールプロジェクトエリア概要



オガールプラザ

【権利関係】



- ※1. 公共施設敷地の未利用部分を民間に貸し付け、官民合築施設とする。
- ※2. 官民の所有部分をそれぞれが運営維持管理する。共有部は専有面積割合で維持管理費を負担する。

岩手県紫波町 人口33,288人 老年人口比率24.2% (2010年国勢調査)

(出所) 紫波町公表資料、オガール紫波(株)提供資料

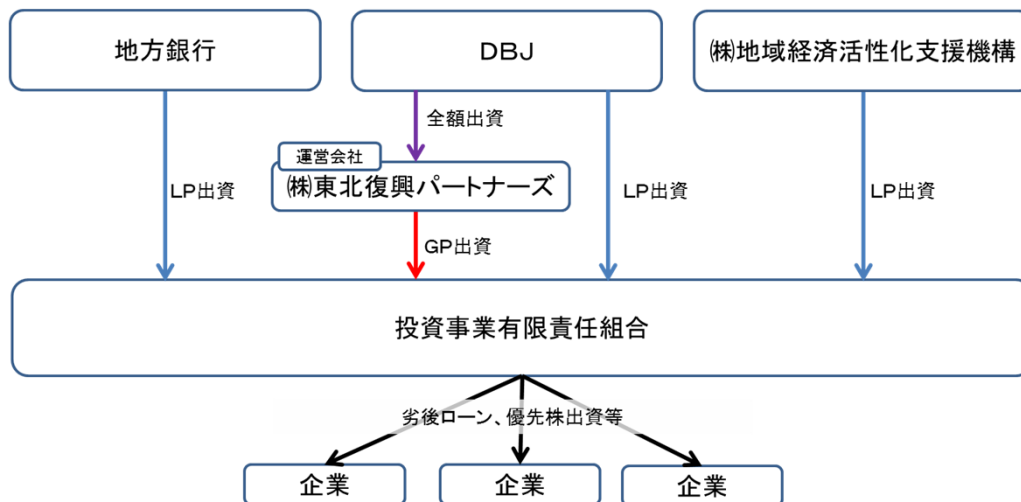
(参考)DBJの取り組み

東日本大震災 復興・成長支援ファンド

被災地域の「復興・成長」を支援する新ファンドを設立

- 震災復興を巡るステージは、震災・津波により被害を受けた生産設備等を震災前の状況に戻す復旧・復興段階から、震災で喪失した販路の回復・開拓、複数の企業の協働による産業競争力の強化、社会インフラの整備・機能強化など、地域の復興・成長段階に移行しつつあり、これらをサポートするための体制が必要。
- 既存復興ファンドの主体であるDBJと被災3県の地銀（岩手銀、七十七銀、東邦銀）に加え、平成26年5月の法改正によりLP出資機能が付与された(株)地域経済活性化支援機構も新たに出資する形で、平成26年12月に岩手・宮城・福島に新ファンド（最大300億円：100億円×3ファンド）を設立。※既存復興ファンド実績：39社約78億円（平成23年8月～平成26年12月）
- 新ファンドでは、投融资の対象を既存の復旧・復興段階から復興・成長段階まで拡大。従来のファンドで被災企業に限定していた投融资対象を震災復興に資する事業を行う事業者全体に拡大し、他地域からの進出企業や新設企業なども対象。

(スキーム図)



名称：東日本大震災 復興・成長支援ファンド
 設立：平成26年12月
 規模：当初各50億円（最大100億円まで拡大可能）
 期間：投資期間5年、存続期間7.3年（～34/3）
 （但し、投資期間で2年以内、存続期間で1年以内の延長あり）

新ファンドの対象企業の類型事例

（市場の開拓）
 新技術・新サービスの開発・展開のための長期性資金

（面的取組）
 旅館・酒蔵などの地場産業の集約化、海外需要の取込等、競争力強化のための長期性資金

（社会インフラ整備・機能強化）
 PPP・PFI、ガス、医療分野等における長期性資金

学生が考える会津日本酒プランコンテスト

学生への事前講義（2014年1月東京開催）

- 当行本店において、地域企画部より國酒レポートに基づいて日本酒業界の現状と成長戦略（業界全体）について、会津若松酒造組合（新城組合長）より福島県や会津若松市の状況についてレクチャー

コンテスト実施（2014年2月会津開催）

- 復興庁、県、市、東邦銀行等の後援を得て、東京大学、会津大学、福島大学、跡見学園女子、慶応大学、筑波大学及び広島大学の学生（22名）が参加し、コンテスト開催
- 2/20～2/21 ガイダンス、フィールドワーク、地元の方との交流会、プラン作成等実施
- 2/22 プラン発表会・講評実施
最優秀賞『親子の二十歳酒』（福大）、優秀賞『都内で会津清酒を一杯100円で提供する居酒屋』（東大）、3位「会津大生を会津日本酒の伝道師に」（会津大）



従来からの需要低迷に加え、原子力災害に係る風評被害に苦しむ会津日本酒の需要喚起を目指す

学生が考える会津日本酒プランコンテスト

コンテスト
の狙い

若者世代に受ける商品開発のマーケティング

会津の新たな地域資源の発掘

会津／会津の日本酒のファンづくり

復興庁「企業連携プロジェクト」活用を
提案・支援し、さらに商品化実現を支援

『親子の二十歳酒』
商品化実現！



(出所)会津若松酒造協同組合ホームページ

地域資源・酒蔵を活かした産業・観光振興

気仙沼と秋保温泉のコラボレーション

第1回研究会の概要（2013年10月開催）

- 「ヘルスツーリズム推進に向けた勉強会」として、秋保温泉旅館組合の経営者・料理人、関係自治体及びDBJ職員が気仙沼を訪問
- 「サメの街気仙沼構想推進協議会」会員企業の工場見学や気仙沼漁港の視察等を実施



第2回研究会の概要（2014年1月開催）

- 「サメの街気仙沼構想推進協議会」会員企業、関係自治体及びDBJ職員が秋保温泉を訪問
- 秋保温泉の旅館料理人によるサメ素材を使った創作料理のお披露目会を実施



健康食材としてのサメを活用したメニューを「秋保ブランド」のヘルシーメニューとして提供・発信等を目指す

上記取り組みを通じ、
メニュー化実現！

地場水産物を用いた健康食文化の確立により、「ヘルスツーリズムの東北拠点」として秋保地域の新たなブランド化

被災後に苦しむ東北観光業・東北水産業にとってのモデルケースとなり、東北の創造的復興を先導

人材育成 ～DBJ女性新ビジネスプランコンペティション～

第3回受賞者

DBJ 女性起業大賞



矢野莉恵(やの・りえ)
Material Wrld,Inc. 代表取締役 ニューヨーク州

ファッションの中心地ニューヨークで、服飾ブランドや百貨店と連携し、自宅に眠る中古衣服のオンライン流通サービスを構築。日本へのビジネス展開を目指す。

DBJ 女性起業復興復興賞



引地恵(ひきち・めぐみ)
一般社団法人WATALIS 代表理事 宮城県

宮城県亶理町の巾着文化を活かし、中古着物生地によるリメイク雑貨を製造。ビジネス拡大で被災地域のコミュニティの再生と雇用創出に貢献。

DBJ 女性起業優秀賞



田中美和(たなか・みわ)
株式会社 Waris 代表取締役 東京都

ホワイトカラー系の業務経験を持つ“ハイスキルワーキング マザー”向けのジョブマッチングを業務受委託の形で実現。女性の多様な働き方を提供。

DBJ 女性起業復興復興賞



御手洗瑞子(みたらい・たまこ)
株式会社気仙沼ニットイング 代表取締役 宮城県

震災を機に気仙沼に根付く編み物文化を活用し、ハイエンド手編みセーターを企画・作製。多くの地元編み手さんを育成し、新たな産業への発展を目指す。

第4回概要

表彰

- 創業期にある女性経営者による事業で、
- 技術、サービス、ビジネスモデル等において新規性あるいは高い付加価値が期待でき(革新性)、かつ、事業としての発展が期待できる(事業性)ビジネス
- はじめて事業を営む人の他、いわゆる第二創業(業態転換や新規事業への進出)も対象
～ 革新的な技術、サービスをビジネスにしたい方／従来のサービス、製品等を改善したい方／地方で光るビジネス基盤を持ち、更に発展させたい方／地域に役立つ事業を行う方など、奮ってご応募ください～

募集対象

- 事業奨励金

DBJ女性起業大賞	最大1,000万円
DBJ女性起業優秀賞	最大 500万円
DBJ女性起業地域みらい賞	最大 500万円
- 事後支援
受賞後1年間、事業計画のブラッシュアップ、起業・経営ノウハウのサポート、企業とのビジネスマッチング等事後支援を行います

スケジュール

募集期間	2014年12月15日(月)～2015年3月2日(月)
1次審査(書類)	2015年3月～
2次審査(面談)	2015年4月～
最終審査会	2015年6月3日(水)
受賞者発表	2015年6月下旬
事後の事業支援	2015年7月上旬～