

創政クラブ・高山市議会公明党・無会派合同視察

鹿児島県錦江町

Mirai づくりプロジェクト



平成 30 年 10 月 4 日実施

視察先：鹿児島県錦江町

視察内容 「Mirai づくりプロジェクト」について

創政クラブ・中田清介・橋本正彦・水門義昭

・車戸明良・倉田博之・谷村昭次・伊東寿充

高山市議会公明党・中箴博之・山腰恵一

無会派・岩垣和彦・松山篤夫

中田清介

視察の目的



本年7月、議会総務環境委員会は北海道ニセコ町に自治基本条例の視察をしました。内容は自治基本条例の制定についてでしたが、自治基本条例とまちづくりの関係で説明を受ける中で、企画環境課長：山本契太さんから、住民主体のまちづくりに取り組んでおられる自治体として、鹿児島県錦江町の事例をご紹介いただきました。地方創生がらみの最近のプロジェクトということで、町村部では唯一政府の認定団体として選ばれたことを見ていましたので、視察地として選びました。議会は市内支所地域の地域振興について、都市計画の手法も駆使して地区調査を徹底し、高山市第八次総合計画の後期計画への見直しを契機に、その振興計画を策定して地域の未来像をしっかりと示すべきだと主張してきました。その前提となるものは住民と支所との結びつきを再確認し、住民の皆さんのやる気を引き出す仕組みを整えることだと認識しています。鳴り物入りで導入した「まちづくり協議会」についても、地区の構成範囲や役員構成、将来像について早くも齟齬が出ている状況です。そうした事を主眼として錦江町の取り組みについて研修させていただくこととしました。

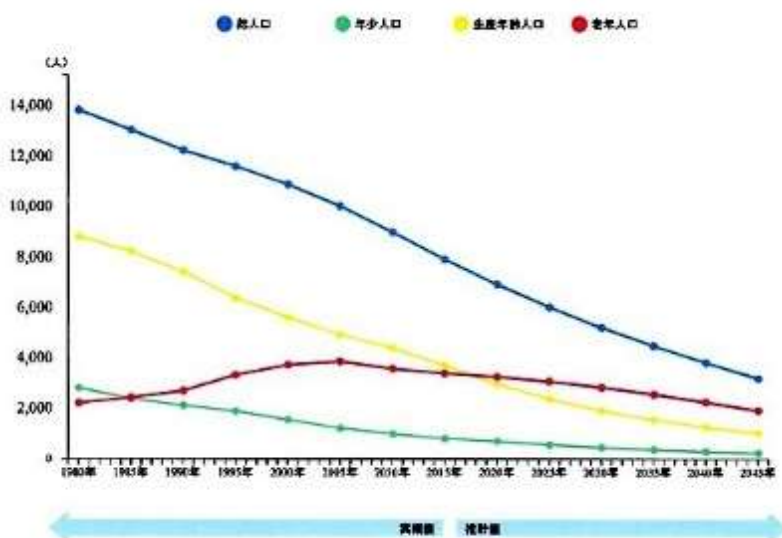
錦江町の概要：平成17年1月24日旧大根占町及び旧田代町による合併で錦江町が誕生。

人口：7,923人 年少人口・817人、生産年齢人口・3,704人、高齢者人口・3,402人

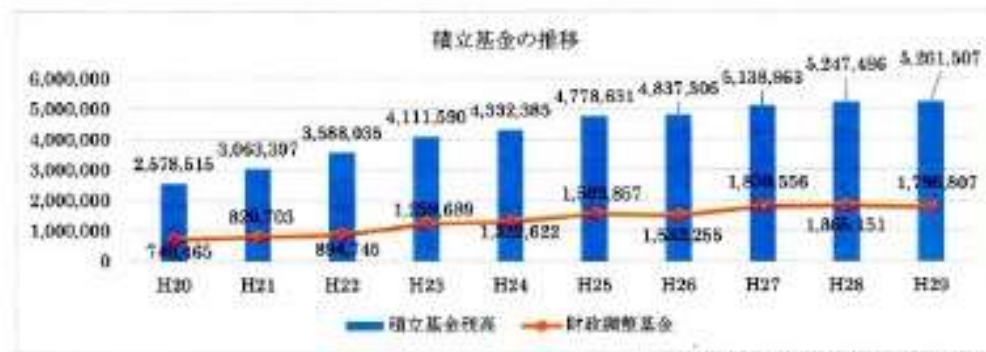
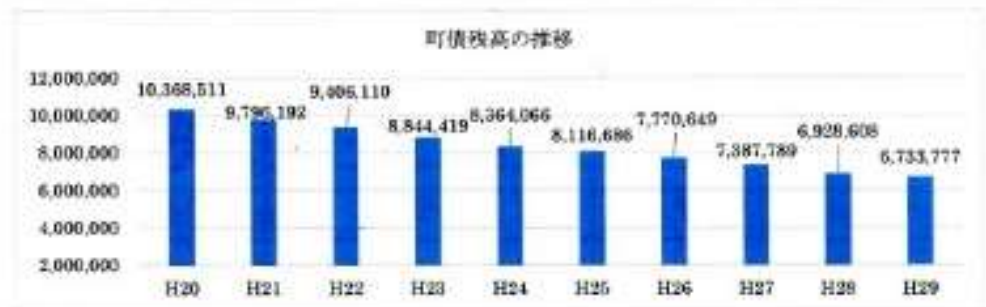
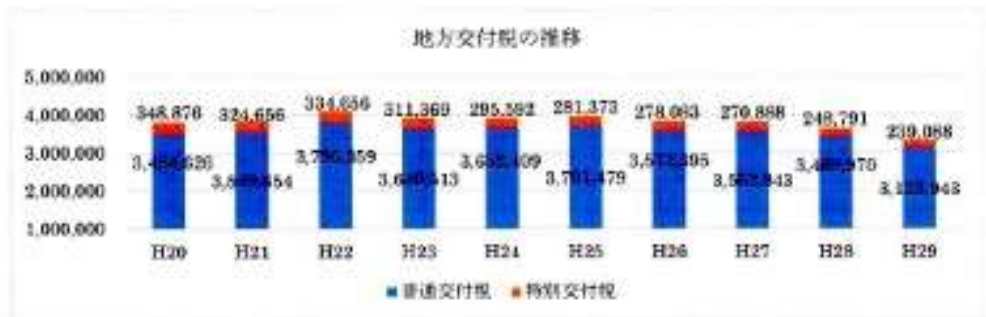
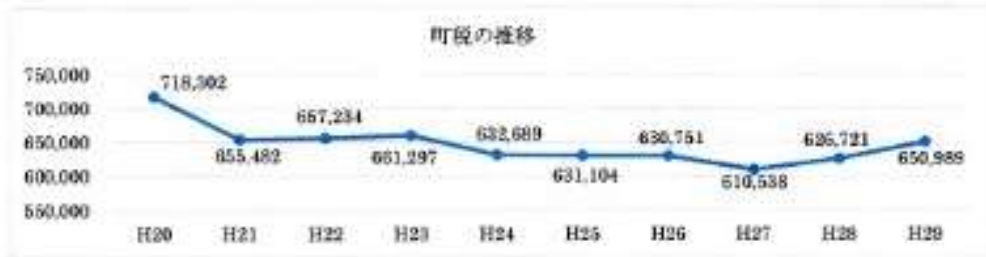
世帯数：3,442世帯 面積：163.19k m²

産業構造：第1次産業・35.1%、1,393人。第2次産業・15.5%、614人。

第3次産業・49.5%、1,965人



錦江町人口の推移と推計です。ご覧のように今後年少人口と共に、生産年齢人口の減少が進みます。その反面高齢者の人口は高いレベルで推移します。2020年前に生産年齢人口と高齢者人口は逆転してしまいます。こうしたところに「厳しい現実を逆手にとって、子や孫のために希望溢れる未来を創りつなぐ必要性」が生まれています。



(各年度地方財政状況調査より)

錦江町の財政状況は以上のとおりです。合併後の推移を見れば、平成 29 年度で財政力指数 0.18、経常収支比率 89.8、実質公債費比率 7.8 というところです。そうした中で起債残高の縮減、基金積立額の増額に努力しています。

錦江町Mirai プロジェクトの取り組み

2017年、錦江町地方創生総合戦略として錦江町Mirai プロジェクトはスタートしています。先に見たように、今そこにある危機に立ち向かうために地域の在り方を再構築していく取り組みです。

・どんなまちを目指しているのか 目指すべき4つの未来像

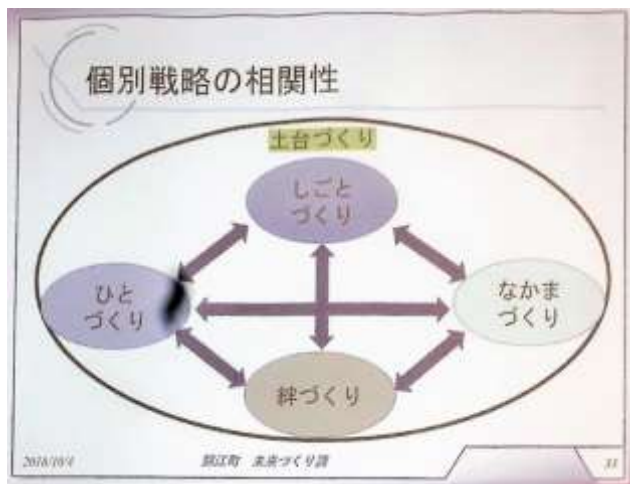
- ① 住民や移住者が明日への希望をもってビジネスや地域づくりにチャレンジできる町、そして彼らを本気で応援できる町
- ② 住民と移住者が一緒になって、世界で勝負できる価値創造型ビジネス作りや新たな集落支援活動にチャレンジできる町、そして彼らを本気で応援できる町
- ③ なりたいもの、やりたいことがある子供たちが、夢にチャレンジできる町、そして彼らを本気で応援できる町
- ④ 町民が胸を張って「錦江町に住んでいる」と誇れる町、誇りとワクワク感に満ちた希望の「MIRAI」が想像できる町

・錦江町Mirai プロジェクト基本戦略

錦江町「MIRAI」づくりプロジェクトとは

平成28年度にまちの総合戦略を抜本的に見直し、地方創生事業の柱を「みらいづくり」に大きくシフトしました。この地方総合戦略に係る事業の総称が「錦江町 MIRAI づくりプロジェクト」です。

プロジェクトを支える土台作り



町を活性化していくためには町民の皆さんと行政が町の現状と未来を一緒になって考え、協働していくことが大切。この「町民みんなで未来づくり」＝「土台」をしっかりと築く為の事業を実施し、町の様々な問題を「未来志向で」乗り越える大きな原動力にしていきます。

**町民のまちづくりにかける熱量増加
「自分事」として捉え、
主体的に「未来づくり」に参加**

を目指します。

皆で考える未来づくり：町民・議員・役場幹部・職員が一緒にベンチマーク地へ視察研修。

未来づくり委員会スタート：話し合いと実践。町民参加型の自助、共助、公助的な未来。

づくりへ挑戦

- ① しごとづくり：国内全体で進行している人口減少問題は、商売をしている人にとっては、これまでの様な消費額や生産量の「総量増加」が難しくなることを意味し、それは残念ながら簡単に止めることは出来ません。これを受け錦江町では、量ではなく質を上げることにこだわり、町内事業者の皆様の利益の増加や子供たちが憧れる様な「新しいビジネス興し」、そしてその環境整備を支援する事業を進めていきます。

ア	町内で頑張っている農林水産・商工事業者の「利益増加」や後継者・承継者「誘致」の仕組み整備
----------	--

イ	子供たちが憧れ、町内にUターン就職したいと思えるような未来ビジネスの創出
ウ	10年以内に必ず現実となる第4次産業革命を担える人材輩出を強く意識した環境整備
エ	高齢者の方々による社会貢献型の小規模ビジネスの推進

実践している取り組み

◇**農林水産・商工事業者への積極的な投資**

- ・生き残りをかけた新たな取り組みに対する積極的な小額投資（10万～50万円）
- ・町民主導型ソーシャルビジネスに対する積極的な小額投資（10万～50万円）
- ・起業や起農に挑戦する方への積極的な小額投資（10万～50万円）
- ・高齢者によるスモールビジネスに対する積極的な小額投資（10万～50万円）
- ・役場が導入した「錦江町頑張るビジネス補助金」申請について事業計画を一緒に考える
- ・クラウドファンディング等、新たな事業資金獲得手段を助言し取り組みを支援

◇**錦江町の未来を左右する「農林水産業」で頑張る方々を支援**

- ・町内農林水産業経営者に対し、最先端通信技術（AI/ICT）の導入支援。
さらに「儲かる」経営を共に目指します。
- ・町内農林水産業経営者に対し、フードバリューチェーン化を意識した高付加価値型の販路営業拡大を共に行います。
- ・大学などと連携し、町内製品の機能性調査による付加価値向上に積極的に取り組む
- ・ふるさと納税等を活用、町内産品売上向上に積極的に取り組む
- ・商談会参加や先進地での勉強など、経営強化につながる為の「出張」旅費・参加費支援を積極的に行う。
- ・農業後継者不足解消を目的とした移住者誘致や町出身者の回帰誘致を積極的に行う
- ・起農を希望する移住者誘致や町出身者の回帰誘致をを積極的に行う。

◇**価値低迷中の特産品に特化した所得向上を応援します**

- ・努力はしているものの、国内外情勢により価格低迷を余儀なくされている特産品の高付加価値化による所得向上を生産者とともに積極的に行う
- ・新たな生産技術導入に向けた「研修」等への参加旅費を支援します。

◇**その他**

- ・移住者の仕事探しマッチング支援をあなたの移住応援します隊と協力して行う
- ・町内の「困りごと」を価値化し、ビジネスや学びへと繋げる取り組みを行います

◇**ふるさと納税をさらに町の力に変えるプロジェクトのスタート**

- ② なかまづくり：錦江町の人口は平成72年まで減少し続けると予測されています。当町では町外から移住者を誘致するために、まずは「真っ当」で「質の高い」様々な取り組みを着実に実践し、町に移住してもらいたい方々に、国内外問わず直接PRすることで町の「想い」や「実践活動」に共感してくれた移住者を柔軟かく受け入れる体制を整えていきます。

ア	移住者を増やす	錦江町に住み、町に良い影響を与えてくれる方を増やす
イ	回帰者を増やす	町出身者で町の将来性に可能性を感じて回帰してくれる方を増やす
ウ	支援者を増やす	錦江町を強力に支援してくれる方を増やす
エ	投資者を増やす	錦江町に対して積極的に投資してくれる方を増やす

実践している取り組み

- ◇起業や起業の意志と能力を有した新規移住者及び町出身の回帰移住者誘致を積極的に行う。
 - ◇農林水産業や商工業の後継者となりうる新規移住者及び町出身の回帰移住者誘致を積極的に行う。
 - ◇町内に誘致した知的産業（IT企業等）に「就職」してくれる新規移住者及び町出身の回帰移住者誘致を積極的に行う。
 - ◇役場やNPO団体と連携して、**錦江町ファンクラブ**を作り、当町の理念や取り組みに共感し、積極的に支援。投資、参加してくれる町外在住者や町出身を増やします。
 - ◇ふるさと納税及びイベントやプロモーション活動等へも連動させ、当町の未来づくりに共感し、積極的に支援。当市、参加してくれる町外在住者や町出身を増やします。
 - ◇町議会議員による「あなたの移住応援します隊」や町外の学術機関、役場、町民と連携し、休眠資産化している「空き家」を町の力に変える思い切ったプロジェクトに挑戦します。
- ③ **ひとつづくり**：老若男女を問わず、熱い思いを待つ未来づくりの担い手が、町内各地で活躍できる啓発研修活動を行います。

町民向け	児童生徒向け
まちづくりリテラシー 農魚経営リテラシー	IOT・AIリテラシー 国際ビジネスリテラシー

実践している取り組み

- ◇町外の優秀人材や先端的組織と連携することで、子供達に対する国際感覚・最先端科学・ビジネスマネジメント等の学びの場を設置します。
 - ◇地域や集落の困りごとを逆転の発想で価値化し、ビジネスや外部の学びの場に変えます。
 - ◇高齢者を主体としたソーシャルビジネス（社会貢献型ビジネス）やスモールビジネスによる「心の活性化」を促進します。
 - ◇若手町民や役場職員を対象とした「課題解決スキル」習得プログラムを運営します。
 - ◇徹底した当会活動理念の説明による「三方良し運動」の理解促進に取り組みます。
- ④ **新しい絆づくり**：町外の人と積極的に繋がり、仲間（参加者・支援者・投資者・移住者）になってもらい一緒に町や集落の未来づくりを行える様な仕組みを作り、広げます。

ア	各世代が役割を担い、元気に活躍できる「地域」づくり
イ	ゆるやかに柔らかく繋がり、支えられる「互助関係」づくり
ウ	新住民と在来町民をゆるやかに繋げ、相乗効果を町の力に変える「場」づくり

実践している取り組み

- ◇「あなたの移住応援します隊」との共同活動による移住者支援を介した絆づくりに取り組みます。
 - ◇自助・共助・公助を強く意識した地域活動の表彰制度を作り、その活動を中心として積極的に支援します。
 - ◇全国的に過疎地の主流になりつつある「小規模多機能集落」を集中的に研究します。
 - ◇志の高い町民による自由な話し合いの場として、未来づくり委員会を設置し、「みんなで町の課題を考え、知恵を出し合い、実践する」未来づくりサイクルを積極的に展開します。
- 以上が事業の内容です。そこからは実践を通して多くに事業が生まれています。

- ・ A I と有名塾による I O T 授業：2 週間の遠隔授業等
 - ・ A I と農業プロジェクト：ミニトマト生産者と(株)ボッシュとの共同研究
 - ・ フランス有数の農業大学院との連携
 - ・ 国立台湾大学院との連携
 - ・ ニセコ町長の「秘書役派遣」
 - ・ 老若男女によつ未来づくり提言：ふるさと納税の使い方提言等
 - ・ 提言による小児科遠隔相談の導入
- などです。

考 察

10月4日、地域活性化センター神川内にある「錦江町まち・ひと・「MIRAI」創成協議会事務局」に出向き、未来づくり課長の池之上和隆さんからお話を聞くことができました。錦江町は6つの小学校、2つの中学校を持つ農林水産業が中心のまちであり、農業生産高は90.8億円、畜産が約7割という話から入られました。そして今まで感じてきたもやもやの数々という話をされました。

・今まで行政が行ってきた施策は間違いだったのか ➡ 住民が幸せになっていない施策って？
・若い移住者を連れてこい？ ➡ 価値観の全く違う若者を温かく迎える覚悟
・労働者がいない ➡ 自分の子どもにさせたくない仕事を
・昔はよかった ➡ 本当に？

これは、人口減少化社会の到来で厳しい現実を突きつけられている地方自治体が感じている、矛盾そのものと言えます。そうした中で錦江町は平成28年度にまちの総合戦略を抜本的に大改訂。そこには「いったい総合戦略策定は（地方創生）は誰のため？、何のため？」という懊悩が次の大きな変化を生み出したと言えます。「厳しい現実を逆手にとって、子や、孫のために希望あふれる「未来」を創り、つなごう」という理念を生み出すに至っています。

・今まで行政が行ってきた施策は間違いだったのか ➡ 人口ボーナス社会から人口オオナス社会への変化を直視
・若い移住者を連れてこい？ ➡ 若者を本気で応援できる町へ
・労働者がいない ➡ 従来の労働者になる手立てを
・昔はよかった ➡ 誰もが創造できない将来
フォアキャストでなくバックキャストで考えよう

今日を原点に明日を考えると「フォアキャスト思考」、未来のある時点で目標を設定しておき、そこから振り返って現在すべきことを考える方法がバックキャスト。現状の継続では破局的な将来が予測されるときに用いられると解説されますが、的確に今の地方自治体それも地方の人口減少が進む自治体の求められる姿を表しておけると言えます。

当初、地方創生担当統括官の吉田秀政氏(元広島県安芸太田町観光協会専務理事)の、全国公募での選定とその後の活動にばかり注目していたのですが、池之上和隆課長の解説を受ける中であって、その根底にある今直面している人口減少化に伴う危機感の共有と、バックキャストの思考で捉えたその解決への道筋を総合的に組み立てることがあってこそ、全国的にその活動が認められ注目されているのだと改めて認識してきました。

プロジェクトの一つの柱である「仕事づくり」に盛り込まれた施策の数々、中でも「農林水産・商工業者への積極的な投資」への組み立てや、「農林水産業」への積極的な支援、価値低迷中の特

産品に特化した所得向上を応援 等は、現実の町の姿を足で稼いで、見て、話を聞いた結果ではないかと思えます。そうした施策の充実の上でそれらの解決法を示しているところは、他に類を見ない組み立てであり、まさにエビデンスに基づく政策の展開、又セグメント分析に基づく施策の充実と言えます。

視察の目的の中で述べましたが、議会は市内支所地域の地域振興について、都市計画の手法も駆使して地区調査を徹底し、高山市第八次総合計画の後期計画への見直しを契機に、その振興計画を策定して地域の未来像をしっかりと示すべきだと主張していますが、そうした点では錦江町のMIRAIづくりプロジェクトは大いに見本となる施策の展開です。プロジェクトの柱となる4つの政策群はどれをとっても痒い所に手が届くように手当てしています。

当町の強みを最大活用する視点と、弱みを逆転の発想で強みに変える2つの視点で、「三方よし」の思想で未来づくりにチャレンジしている姿が見て取れます。

高山市の現状を考える時

地域を公平な視点で捉え、偏った地域にのみ肩入れしていないか。

地域振興に必要な産業への支援は補助金のみに偏っていないか。

地域住民の方々の現実の姿を把握するために、役所は足で稼いでその現実を分析し、合わせてその要望をくみ取っているのか。

人口減少に対するバックキャストによる施策の充実に、行政は本気で取り組んでいるか・・・。

議会が要求している地区政策の充実には、

行政の本気度が試されています。

創政クラブ・高山市議会公明党・無党派合同視察

日南市の民間人登用による改革



平成 30 年 10 月 5 日実施

視察先：宮崎県日南市

視察内容 ・マーケティング 専門官の取り組み
・まちなみ再生専門官の取り組み
・油津商店街の再生

創政クラブ

中田清介・橋本正彦・水門義昭・車戸明良・倉田博之・谷村
昭次・伊東寿充

高山市議会公明党

中箴博之・山腰恵一

無党派

岩垣和彦・松山篤夫

中田清介

視察の目的：日南市は宮崎県南部に位置する人口 5 万人余りの都市です。油津商店街の再生や企業誘致、城下町飢肥地区の街並み再生など様々なまちづくりに挑戦し続けている都市です。2013 年に市長に当選した崎田市長は当時 33 歳で初当選。自らのネットワークを駆使した民間人の登用で、まちづくりに快走し続けています。餅は餅屋の発想で大胆に改革を進めています。その原動力である民間人の登用についてお話を伺うとともに、成果としての内需の循環や外需の獲得、さらにまちなみ再生について視察することとしました。

日南市と高山市の比較

	日南市	高山市
人口	54,090	89,182 人
世帯数	26,621 世帯	34,974 世帯
面積	536.11 k m ²	2177.61 k m ²
老年人口比率	34.91%	30.89%
生産年齢人口比率	53.18%	55.55%
年少人口比率	11.78%	13.42%
歳出決算総額	287.51 億円	467.95 億円
地方税収	54.33 億円	135.73 億円
経常収支比率	92.0%	79.8%
実質公債費比率	10.7%	9.0%
将来負担比率	89.5%	-
財政力指数	0.39	0.52
自主財源比率	31.91%	43.04%
民営事業所数	2,776 事業所	6,600 事業所
従業者数	20,807 人	46,603 人
製造品出荷額	727.40 億円	1,536.37 億円
卸売業年間販売額	300.80 億円	1,051.95 億円
小売業年間販売額	466.81 億円	1,210.70 億円
昼夜間人口比率	99.32%	101.30%
納税者一人当たり所得	253.27 万円	275.30 万円
介護老人施設数	554 人	940 人
公共下水道普及率	39.20%	84.30%

日南市は昭和 25 年 1 月 1 日に吾田町、油津町、飢肥町、東郷村が合併し市制を施行。昭和 30 年 2 月 1 日に鶴戸村と細田町、昭和 31 年 4 月 1 日に酒谷村と榎原村大窪地区が合併し、現在の日南市になりました。温暖な気候を生かした超早場米やみかん等の農業、飢肥杉による林業、マグロ・カツオの遠洋漁業、王子製紙（株）日南工場が市の基幹産業です。

ご覧のように日南市は面積で高山市の約 1/4、人口で約 60%、財政規模は高山市が日南市の約 1.6 倍といったところです。歳出決算額では高山市の約 61%、地方税収では約 40%といったところです。民営事業所数では約 42%、製造品出荷額では約 47%、卸小売販売額では約 35%の規模です。経常収支比率・将来負担比率を見ても産業振興の必要性が見て取れます。

民間人の登用 創客創人

日南市長 **崎田恭平(39)**

民間人の登用

<p>テナントミックス サポートマネージャー 木藤 亮太 市内の消費循環の促進のために魅力ある商店街の復活を目指す。 内需の循環</p>	<p>マーケティング専門官 田鹿 倫基 市外からの「外貨」を獲得し、市内雇用の拡大を目指す。 外需の獲得</p>	<p>まちなみ再生 コーディネーター 徳永 煌季 既肥地区の空き家活用とまちなみ再生を目指す。 まちなみ再生</p>
--	--	--

日南市は平成 25 年 4 月崎田市長が「33 歳」で初当選して以来、「創客創人」のコンセプトのもと民間人を起用したまちづくりを進め、数々の成果を上げてきています。民間の視点やマーケティングをまちづくりに活かすというコンセプトです。

民間人の登用については次の 3 つの柱で対応しています。

① マーケティング専門官の起用

平成 25 年 8 月に田鹿倫基さんが 28 歳で就任。「若い人たちが帰って来られる日南市にする」、「外貨を獲得して雇用を創出する」ことを市長から要請された。民間企業と同じ目線で動く行政を目指し活動し、数々の企業誘致を推進しています。

② テナントミックスサポートマネージャーの起用

内需の拡大をテーマにしたテナントミックスサポートマネージャーには、木藤亮太さんが就任しました。市内の消費循環促進の為、魅力ある商店街の復活を目指し活動されました。4 年間で 20 店舗誘致を目指し活動し、平成 29 年 3 月末で 29 店舗の実績を残し現在は退任して新たな職場に移っておられます。

③ まちなみ再生コーディネーターの起用

既肥地区の空き家活用とまちなみ再生を目指し、平成 27 年 8 月に就任。リノベーションによる城下町の再生に取り組んでいます。地元商店街などの自主事業である食べ歩きなども始まり通過型から滞在型の観光地へと脱皮しつつあります。募集時の待遇は委託料：月額 657,625 円（税、手当等を含む）、その他調査費等です。ここにも餅は餅屋の発想からの待遇面の決断が見て取れます。

マーケティング 専門官：田鹿倫基さんの考え方

宮崎県日南市マーケティング専門官：田鹿倫基さんと千葉県流山市広報官：河尻和佳子さんとの対談がネットで見られます。対談の中に氏の考えが述べられています。

田鹿 日南市の抱える大きな課題のひとつは、若者が高校卒業と同時に、人材が日南市外に流出してしまうことにありました。それというのも、就職希望者にとっては若者が就きたいと思う仕事が少なく、進学希望者にとっては市に大学がないため、多くの生徒が高校卒業と同時に市外に出てしまっていました。その流れで農業や建設業、医療介護業界などは毎年の人手不足状態でした。つまり、若者人材の需要と供給のギャップが存在している状況なんです。そこで、日南市の若者流出に歯止めをかけるための一つの施策として、若者が就きたいと思える仕事を創出することを目指しました。そこから、**若いベンチャー企業の誘致施策がはじまったんです。**

田鹿 市民の方々には、「若者が好む仕事がこの街にあれば、お子さんが戻ってくる可能性が増えるんですよ」「年配者の皆様を支えるためにこそ、若者に残ってもらわないといけないんです」という説明をしています。日南市の方はとても気さくに接していただいている、市内のカフェで仕事をしていたら自然と話しかけてくれることが多いんです。そこでの細かなコミュニケーションがいまにつながっていると思いますね。

田鹿 企業のマーケティングはターゲットを絞って行うものですが、市役所は市民に公平でなければなりません。この矛盾は常に付きまといますね。一方で、**全国一律で叫ばれているやみくもな「移住促進」に自治体が疲弊しているのも明らかだ**と思います。

田鹿 メインの年齢層が圧倒的に若い IT 企業を中心に、この3年間で5社を誘致し、今後5年間で約100人の新しい雇用が見込まれています。なぜ IT 企業だったかといえば、彼らは遠隔でも仕事ができる職種のため、都心を離れることにあまり抵抗がない。また比較的若い仕事世代が多いので10年後に彼らの子どもが育ってきたとき、次につながるチャンスがあるからなんです。誘致にあたっては、まず日南市に招待し、地域のいいところを知ってもらえる案内をしています。そして、宮崎の美味しいものをどんどんおすすめする（笑）。移住という大きな決断に至るには、この街の魅力を知ってもらうことが一番ですからね。そして、各社の状況や要望を入念にヒアリングし、それぞれの会社に見合った日南市進出プランを最短2週間で提案しています。これも企業誘致の大きな要因となりました。

田鹿 それは幸運なことですが、この少子高齢化社会で持続可能な街を築いていくには、ただ人口を増やそうとするのではなく、逆ピラミッド化してしまう世代人口を整えることが先決だと思っています。人口動態をキレイなドラム缶型にするには、先細りがちな若い世代を市に連れてくる必要がある。そうしたマクロ視点のデータを見ながら地域の未来を考えていくことが、マーケティング担当としての役割だと思っています。

「地域行政におけるマーケティングとは」という考え方の一端を話されていると思います。又、マーケティング専門官の役割は日南市人口の動きを整えること。人口ピラミッドにおいて過不足なくドラム缶型に整える事であると力説されました。加えて日南市商工・マーケティング課は地場企業のサポート・販路開拓の補助などであると解説されました。



情報サービス関連企業の誘致



顧客創人



日南市マーケティング専門官 **田鹿 倫基 (33)**

外資の誘致がミッション

日南市内の地域資源を活かした外資の獲得と雇用の創出。
マーケティングの範囲から商店街を支援。

日南市のマーケティング戦略

1、2年目
(H25、26)

日南市のイメージ戦略の実行

- ・企業とコラボしやすい日南市。
- ・日南市とコラボすることが「なっごいり」。

2、3年目
(H26、27)

日南市と企業のコラボを通してWin-Winの関係を築く

インキュベーション施設、コワーキングスペースなどを活用した事業誘致。

3、4年目
(H27、28)

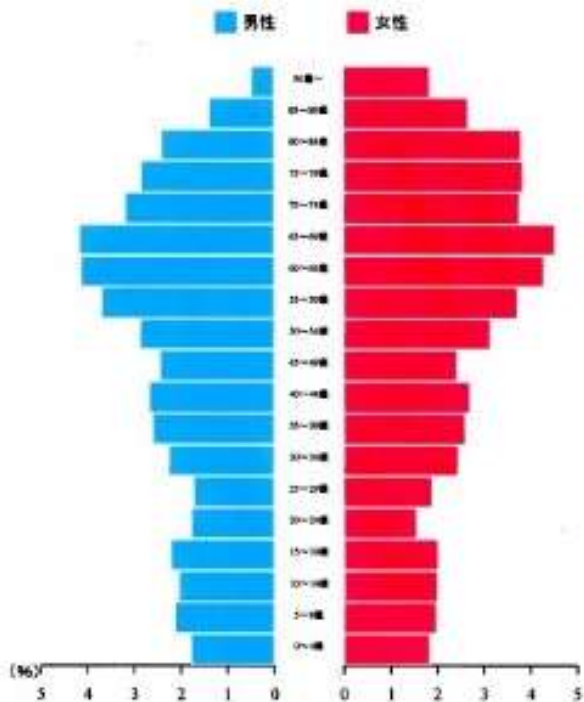
企業とのいい関係を仕組み化する

企業名宿や起業家の育成が日南発のビジネスやサテライトオフィスの設立に繋がり雇用の創出！

日南市の現状と将来像について

2015年の日南市人口ピラミッド

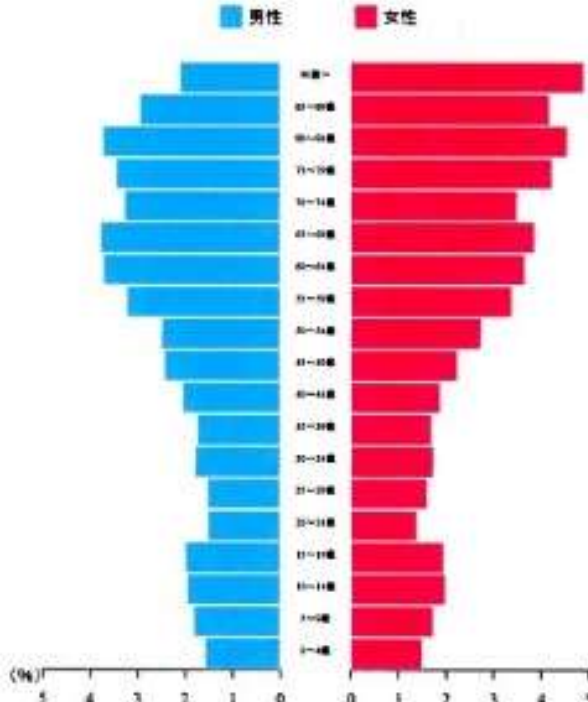
54,383人



老年人口 (65歳以上) : 18,884人 (34%) 生産年齢人口 (15歳~64歳) : 28,766人 (53%) 年少人口 (0歳~14歳) : 6,376人 (11%)

2040年の日南市人口ピラミッド

37,780人



老年人口 (65歳以上) : 15,728人 (44%) 生産年齢人口 (15歳~64歳) : 15,824人 (44%) 年少人口 (0歳~14歳) : 3,733人 (10%)

2010年から2015年までに日南市では人口が3,635人減少しました。しかし若者は減少しているが高齢者の増加は止まりつつあります。

	2010年	2015年	増減	%
0-14歳	6,973	6,376	-597	-8.6%
15-64歳	32,786	28,766	-4,020	-12.3%
65歳以上	17,902	18,884	982	5.5%
(75歳以上)	9,868	10,422	554	5.6%
計	57,661	54,026	-3,635	-6.3%

2015年と比較した2040年の推計値は上記のごとくです。

「持続可能な人口動態とは、地域の人口ピラミッドをドラム缶状に整えること。増やすのではなく整えること。」と解説されました。

ちなみに今首都圏で今起きている事については、

	2010年	2015年	増減	%
0-14歳	450	444	-6	-1.3%
15-64歳	2,346	2,317	-29	-1.2%
65歳以上	778	887	109	14.0%
(75歳以上)	350	427	77	22.0%
計	3,574	3,648	74	2.1%

2010年から2015年にかけて74万人が増加したが、18歳、22歳の流入があっても焼け石に水状態。今後は加速度的に少子高齢化が進むと予想されます。

こうした中で必要なことは個々の取り組みからの脱却であるとして

K=感

O=思いこみ

K=経験

O=思い付き からの脱却を指摘され

KOKOに陥りやすいものとして次の事項を指摘された。

- ① 宮崎は仕事がないから若者が流出する
- ② 首都圏は地方からの若者の流入で人口が増えている
- ③ 工場が出来れば若者が地元に残る
- ④ 観光客が増えれば若者が地元に残る

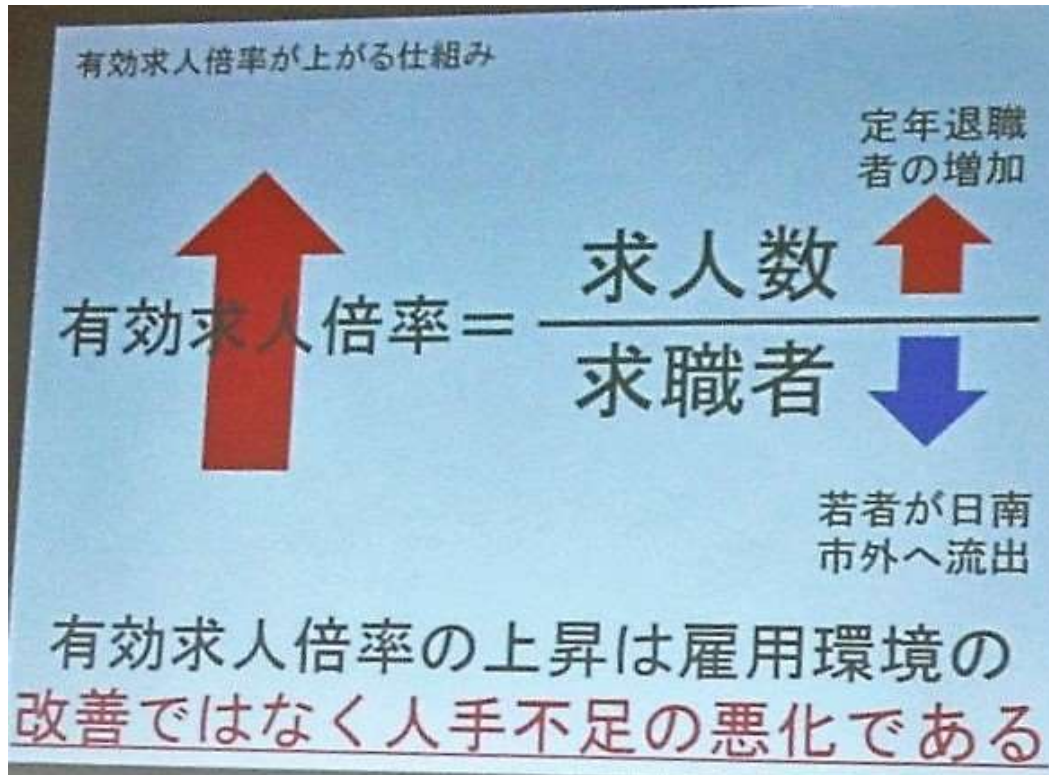
有効求人倍率と若者雇用の関係性

人口の社会減と有効求人倍率の関係は、有効求人倍率は上がっても人は流出し続ける。宮崎県だけが有効求人倍率が上がっている訳ではない。

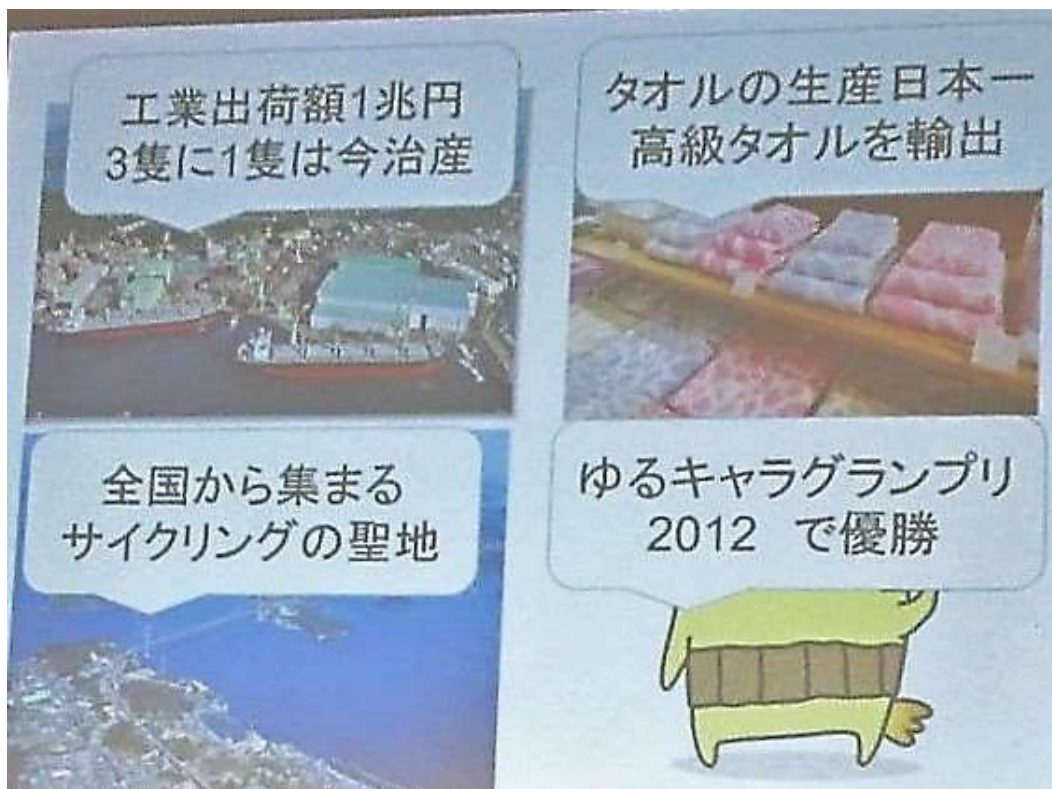
仕事は増えるのに若者は流出を続ける！

日南市でもここ数年有効求人倍率は上昇を続けている。日本全体でも同じことがいえる。

有効求人倍率の上がる仕組みは以下のような図式である。



工場が出来れば若者が地元に残るのか？



愛媛県今治市は造船業が好調、高級タオルの生産では日本一、しまなみ海道のサイクリングで世界から観光客を集める都市。ゆるキャラでも優勝している。しかし全国 1,718 自治体で**輸出超過数ワースト 19 位**。仕事は好調で有効求人倍率も高いのに、若者の転出は続くのが現実。ここにも仕事、職種のマッチングによるギャップが表れている。

箱根町の人口ピラミッドの比較とその問題点

2015年箱根町の人口ピラミッド 人口 11,786 人	2040年の箱根町人口ピラミッド推計値 8,209 人
<p>老年人口（65歳以上）：4,125人（34%） 生産年齢人口（15歳～64歳）：6,511人（55%） 年少人口（0歳～14歳）：896人（7%）</p>	<p>老年人口（65歳以上）：2,874人（35%） 生産年齢人口（15歳～64歳）：4,798人（58%） 年少人口（0歳～14歳）：537人（6%）</p>

2015年の箱根町は少子高齢化が進んだ状態ですが、それでも財政力指数は1.5という状況です。入湯税と固定資産税で財政力は高く、役所に何の不安もありません。

2040年の推計値は人口が8,209人まで減少します。年少人口がここまで減少すると社会的にも大きな問題となってきます。持続可能な自治体としてこの先やっていけるのかどうかの問題です。極端に年総人口が厳守してしまう姿には、生産年齢人口の持続可能性まで奪ってしまう恐れがあります。どうやって温泉観光の現場を維持していくのかの問題です。そうした意味でも人口構造をドラム缶状に整えることが、大きな意味を持ってきます。そうした事例を引いて、次のように指摘されました。

「観光を産業にするためには」

観光で仕事（雇用）を作るとはどういうことか

観光客×観光客単価×域内調達率 であり、とりわけ

二次調達率 三次調達率を上げることである。



考察

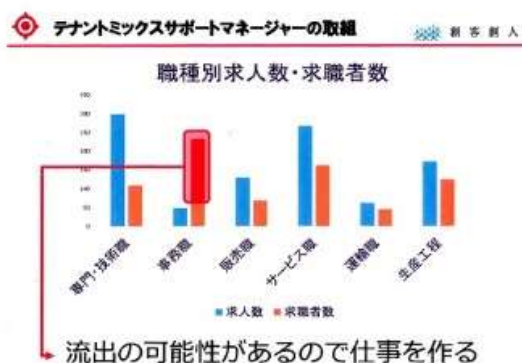
今回、日南市のマーケティング専門官：田鹿倫基さんから直接お話を伺う事が出来ました。

氏は、崎田市長誕生と同時に、平成 25 年 8 月に就任されています。市長の個人的ネットワークを駆使したヘッドハンティングであると言われていました。

今の氏の立場は月額 90 万円の嘱託であり、正職員ではありません。あくまでも成果を求められる委託の立場です。しかし席は、日南市産業経済部商工マーケティング課にあり、対外的には市の立場と委託を受けて活動する民間の立場を使い分けていると言われました。

そもそもマーケティング専門官という立場は聴いたこともなく、何をする職種なのかの問題があります。そのことについては、先に挙げた千葉県流山市の広報担当官との対談での受け答えに表れています。民間のマーケティング部門とは異なる使命を持つとして、

日南市の人口動態を整えることと説明されます。特に地域の有効求人倍率と雇用のマッチングの面からは、事務職の求人数と求職数のギャップは若者の流出の可能性のあることから仕事を創る事、他の職種の求人と求職者数のギャップを埋めるのは生産性の向上と待遇の改善が必要と言われます。



この若年層の吸収力が高い事務職を誘致することが必要であるとして、平成 25 年から 28 年まで

- ① 日南市のイメージ戦略の実行
- ② 日南市と企業のコラボを通してWin-Win の関係を築く
- ③ 企業とのいい関係を仕組み化する

を順次実行に移し、企業とのコラボレーションとして

- ① 飼料杉の商品化戦略とそのためクラウドファンディングによる資金集め、
- ② 20 万円ワーカー育成プロジェクトの立ち上げ、等に取り組まれてきました。



その結果、平成28年4月以降13社のIT企業が進出、337名の雇用に繋がっています。こうした動きは**若者がチャレンジするまち。組みやすい自治体**というブランディングが企業を呼び込んだものと評価されています。

また、こうした活動は必然的に停滞、衰退気味であった油津商店街の中に、核となる施設の建設や誘致が進み、テナントミックスサポートマネージャーの活動とも相まって、魅力ある商店街の復活を目指す動きとなっています。

ます。

今回視察研修した中であっては、これまで言われていた若年層の望む職種と求人のマッチングという点で、それを分析して導いた結論に対して、実証的にその活動を実現していった行動力に注目しました。市長のヘッドハンティングによる就任という事ですが、28歳での就任には役所の抵抗も市民の抵抗もあったものと思います。自ら月額90万円の雇われ人の立場を強調されましたが、これまでの自身の経験とネットワークを駆使した独自の組み立てと努力の成果が、それらの抵抗を押えて余りあるものがあったという事なのでしょう。

油津商店街にリノベーションされた多世代交流モール「油津Yotten」や、活用が難しいとされていたブティック跡をリノベートして誕生した南九州一美しいオフィスの誕生など、商店街を取り巻く新たな動きがソフト面でも生まれています。こうした新しい公民連携のかたちは、まず「株式会社油津応援団」の設立にあつたと言えます。

株式会社 油津応援団は、**的を絞り迅速に動き、事業を仕掛けていく「まちづくりの会社」**です。資本金は1,800万円、45名以上の出資を受けて活動しています。

近年、役所の補助金ばかりに頼らない出資によるまちづくり会社の活動が伝えられています。民間の英知を集めて設立した民間会社ですから、意思決定の速さと実行力が伴い、地域の人たちを巻き込んでいく説得力があります。まちづくりの主役として躍り出た感じです。補助金の受け皿としての商店街振興組合との差別化を図り、活動から得た収益を次の投資に回す機動性を有効に活用し、その活動領域を広げています。

今回視察した油津商店街は決して復活したわけではないと言われます。まだその途上にあるという事だと思えます。しかし、確実に次の世代を巻き込んだ活動で新しい道を目指していると見て来ました。

今回のレポートは、**日南市マーケティング専門家の活動を中心にレポート**しました。テナントミックスサポートマネージャーとの連携で、商店街にも新たな動きが定着しつつありました。新業態や新店舗の誕生も出てきています。今後とも注目していきたいと思えます。

もう一点、飫肥地区のまちなみ再生と新たな城下町商店街の活動については、台風24号の影響で、急遽5日午後からの視察日程を変更して遠く熊本県八代まで戻り、JRで帰途に就くことを決断せざるを得ませんでした。その為飫肥城周辺の視察のみで切り上げざるを得ませんでした。飫肥地区のまちなみ再生については改めて取り組んでみたいと思えます。