

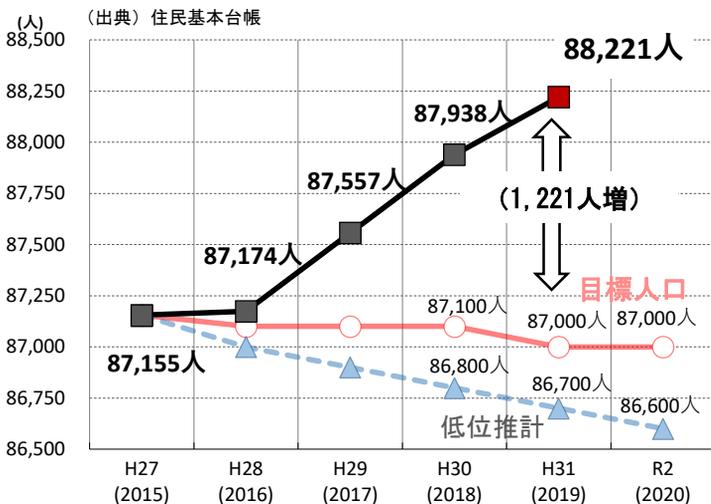
## 第6回 創生会議「首都圏部会」



日：令和元年7月1日

場：都市センターホテル 701会議室【千代田区平河町】

## 社会の変化を敏感にキャッチし、地域の実態と照らし合せながら、変革し続ける姿勢が大事！



### 第1期「総合戦略」の総括

<b>■ 挑戦1 若者が魅力を感じるまちづくりへの挑戦</b>  電子黒板付プロジェクター (H27~H30) 市内全ての小・中学校に全教室「完全配備」 総合評価  総合評点 3.1
<b>■ 挑戦2 ふくろい「場のチカラ」を向上させる挑戦</b>  令和元年「ふくろい」まちづくり大会開催 総合評価  総合評点 3.7
<b>■ 挑戦3 健康づくりをリードする袋井の新たな挑戦</b>  WHO 認定AFC 健康増進 5部門受賞と技術 総合評価  総合評点 2.0

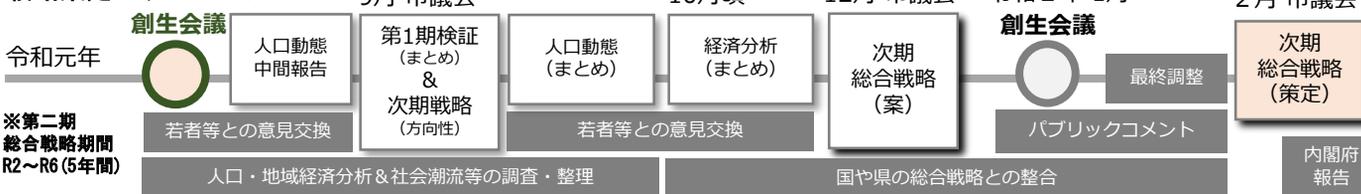
### 概ね順調

第1期総括



- 人口が増え、高齢化率も低いことは全国的にも稀であり、「まちの強み」として活かすべき。
- 若者に選ばれ、20代の転入者は増えているが、就学時を境に子育て世代が近隣市へ転出していることのほか、近年、減少傾向にある出生数の回復も克服すべき課題である。
- 生涯活躍など時代を先取りした取組をいち早く展開したほか、まちづくりへのICTの積極的な活用など、社会の変化を的確に読み、地域の課題解決に向けた新たな試みにも果敢に挑戦し続けていくことは今後とも大切であり、交付金の活用も含めた積極的な姿勢は評価すべき。

### 戦略策定スケジュール





輝く“ふくろい”まち・ひと・しごと創生会議 [首都圏部会] メンバー

凸版印刷株式会社	特別相談役	足立直樹	ココカラファイン株式会社	代表取締役社長	塚本厚志
株式会社大和総研	主席研究員	内野逸勢	イービストレード株式会社	代表取締役社長	寺井良治
ネオファーマージャパン株式会社	代表取締役	河田聡史	株式会社大和コンピューター	代表取締役社長	中村憲司
株式会社三菱総合研究所	主席研究員	北井渉	楽天カード株式会社	常務執行役員	幡鎌大介
株式会社JTB	人財開発部長	鈴木良照	株式会社コクーン	代表取締役	松本朋丈

## 1 次期総合戦略に向けて

- ▶ これまでの取組を振り返ると、地域の活性化に向け国交付金等を積極的に活用し、多様な主体と取り組んできた点は評価できる。一方で、子育て世帯の転出超過は大きな課題。女性が働きながら子供を産み育てていけるまちへ、より一層の取組が必要。
- ▶ 戦略を実現する上で重要なのは「誰がやるか」だ。主体的に関わりを持つ人、それを支える関係者との連携がとれなければ、絵に描いた餅。計画づくりも大切だが、実際にやってみる実践に重きを置かなければ、地域の実態（強みや弱み）をしっかりと把握した上で、「誰」と「どうやるか」を戦略的に進めるべき。
- ▶ 自治体は地域との密着度をさらに高め、現状をより詳細に把握し、地域・産業の未来をどう描き、どう育てていくか深く考える必要がある。特に、「所得向上」に向けた取組の優先度を上げたい。
- ▶ 次期戦略は、県や近隣市町の計画との整合性を図ることも大事。
- ▶ SDGsをふまえた持続可能なエコシステムの構築は、グローバル社会におけるスタンダードな考え方。働き方を考える上でも非常に重要であるため、次期戦略はSDGs理念の盛り込みを。



## 3 稼ぐチカラをどう高めるか

- ▶ 「稼ぐチカラ」の向上は、内需・外需ともに重要。地域内での消費を増やす仕組みのほか、地域経済を牽引する企業や創業希望者らを商工団体、金融、大学、市が役割分担のもと補完的に支援する体制を強化し、「しごと→ひと→まち」の順で活性化を目指してみたらどうか。産業分野としては、農業、製造業、観光が成長とイノベーションのカギを握るだろう。
- ▶ AI等のIT技術や各種データなどに基づく需給予測などを意思決定に積極的に活用していくことが重要。生産性向上には、実際の業務とIT技術の双方が理解できる人材育成と活用が官民間問わず必須。また、官民データの相互利用も大切な視点。
- ▶ 袋井の観光をさらに盛り立てるには、観光案内所が「道案内をするだけ」ではなく、遠州三山などの地域資源の魅力や価値を様々な角度から伝えられる「情報発信基地」になることが必要。
- ▶ 「個人女性客」をターゲットに絞り、「昭和・団体客」から脱却した熱海のように、PR戦略でまちのイメージは変えられる。
- ▶ 「スタービレッジ阿智」が日本一の星空を観光資源として地域ブランドを構築（人を呼び込むことが）できたのは、観光関係者のほか、地域内・外の多様な人々と志を共有し、一つの目的に向かって知恵を出し合い地域ぐるみで取り組んだ結果。
- ▶ ご当地レベルの商品を無理に全国PRしても定着しない。まずは品質を磨いて地元で愛される「地元ブランド銘品」を目指し、次に全国ブランド銘品に発展・移行させていくことがポイント。

## 2 Society5.0時代のひとづくり

- ▶ 技術の進展により、今やスマホで農業ができる時代。Society5.0の社会では、働き方だけでなく職業自体の在り方さえも大きく変わるが、現時点ではまだ予見できないことが多い。
- ▶ 企業の人手不足等を背景に、テクノロジーを用いた効率化はさらに進む。「便利だから」という理由だけで、社会全体が技術偏重になると、弱者が置き去りとなる（技術を活用しきれなかったり、ついていけない人が出る）など、落とし穴もある。その時代を生き抜く力、人づくり（人材育成）こそ、基礎自治体が大切にするべきことだと思う。
- ▶ Society5.0の社会で生き抜くチカラは「自ら問いを立てて学びながら解決する（解決しながら学ぶ）」こと。主体性を伸ばす「探究的な学び」が必要になる。今後、子どもと学校の先生だけの関係ではなく、地域社会とも情報を連携しながら、新たな学びの場（学童保育の発展形）のエコシステムを構築することで、全国的な先進モデルケースとなる可能性がある。
- ▶ 教育環境が魅力的なものになれば、子育て世代をはじめ、人や企業を惹きつける地域となると思う。
- ▶ ここ数年で企業の人手不足感は急増した。定年退職後の高齢者も「自分の生活や暮らしの充実」のために働くことを望むなど意識の変化が現れている。シルバー人材センターに求められる役割も、これまで単純労働の割り振りから大きく変革が迫られており、タスカルネットワークの取組は今後一層重要となる。



## 4 これからの5年間

- ▶ 今後10年間の日本経済の成長率は、実質+0.9%程度と予測。就業者数は減少し、人手不足がさらに深刻化。世代間の所得格差が拡大し二極化する時代が到来する。
- ▶ 今後の地域づくりでは、関係者で共有する「情報」の重要性がさらに増す。「情報」が人と人をつなげ、新たな展開の可能性を生み出すカギとなる。
- ▶ 従来の制度や仕組み、各種団体の役割などに対して「社会が求めるもの」が大きく変化している。次の5年間は、社会の流れをしっかり汲み入れながら、時代に乗り遅れないよう社会仕組みやサービスを時代に合わせていく試行錯誤が官民ともに必要で、挑戦するマインドこそが新たな道（未来）を拓くと思う。
- ▶ Society5.0社会では、新たな結びつきが価値を生み出す時代。これまでなかった新たな「つながり」や「暮らし」が次々と登場するだろう。市民には社会の変化をいち早く体験でき、未来を生活を自らイメージできるような取組が展開されるとよい。