

商工会議所における まちづくりの取り組みについて

2019年5月30日

日本商工会議所 地域振興部

商工会議所とは

- 商工会議所は、地域のあらゆる規模・業種の商工業者を会員とする「**地域総合経済団体**」。
- 民間の商工業者の自主的な意思により、商工業者自らが組織している。

<商工会議所のミッション>

中小企業・小規模事業者の活力強化

地域経済の活性化

総会員 125万会員

各地商工会議所 515カ所

日本商工会議所

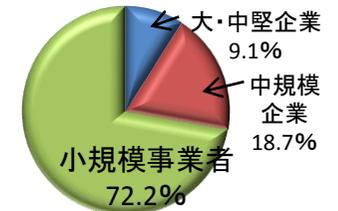
政策提言・要望活動

政府・政党

会員はあらゆる規模・業種の商工業者で構成
(72.2%が小規模事業者)

- 会員は、業種別の部会に属し、意見を表明。
- 役員・議員が、商工会議所の意思を決定。
- 若手経済人で構成される**青年部(3.2万会員)**、女性経営者で構成される**女性会(2.3万会員)**を設置

(会員企業の構成比)



商工会議所の創設は、1878(明治11)年



東京商法会議所
(1878年3月設立)
初代会頭 渋沢 栄一



大阪商法会議所
(1878年8月設立)
初代会頭 五代 友厚

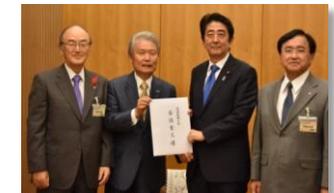
- 現在は商工会議所法(1953年)に基づき設置
- 職員数は9,600人
→うち経営指導に従事する職員:5,219人(うち経営指導員:3,437人)

日本商工会議所の創設は1922(大正11)年

- 現在は商工会議所法(1953年)に基づき設置



日本商工会議所
第19代会頭 三村 明夫



安倍総理大臣に提言

現場主義、双方向主義の徹底の下、幅広い意見を取りまとめ政策提言

(主な政策提言項目) 経済対策、中小企業対策、税制、社会保障制度改革、科学技術・知的財産、規制改革、環境・エネルギー、雇用・労働問題、TPP、観光、社会資本整備、オリンピック・パラリンピック、震災復興など

◆商工会議所の特徴

- ①地域性—地域を基盤としている
- ②総合性—会員はあらゆる業種・業態の商工業者から構成される
- ③公共性—特別認可法人として極めて強い公共性をもっている
- ④国際性—世界各国にある経済団体

商工会議所の役割・歴史

- 商工会議所の母体は、中世より近世にかけて西欧諸都市において商工業者の中で結成された「ギルド」だといわれている。世界初の商工会議所は、1599年のフランスのマルセイユに組織されたマルセイユ商業会議所。以来、ヨーロッパ大陸諸国には、フランスに範をとった商工会議所が続々と設立された。
- 日本においては、1878(明治11)年、江戸時代に欧米列強と締結した「貿易に関する不平等条約」の撤廃を目的に、東京、大阪、神戸の3都市に、『商法会議所』として設立。1892(明治25)年には、15の商業会議所が、その連合体として商業会議所連合会(現在の日本商工会議所)を結成。今日では商工会議所法に基づく認可法人の位置付けとなっている。

1878年(明治11)

英国の商工会議所(加入・脱退自由、会員会費により運営)を模範に「東京商法会議所」設立。その後、大阪(8月)、神戸(10月)と続き、1885(明治18)年までに32の商法会議所が誕生。

1891年(明治24)

全国の経済の発展と国際化の進展に伴い、会議所制度の強化が必要とされ、条例が施行。

1892年(明治25)

全国15の商業会議所の連合体として「商業会議所連合会」設立。

1922年(大正11)

商業会議所連合会の常設の機構・事務局を設置(事実上、日本商工会議所誕生)。

1928年(昭和3)

商工会議所法の施行に伴い、「日本商工会議所」が成立。

1943年(昭和18)

「商工経済会法」施行。商工業者の自治機関から、行政機構の下部機構的な制度に変質し、全国144商工会議所は47(各都道府県単位)の商工経済会に再編成された。



▲大阪商法会議所 初代会頭
五代 友厚



▲東京商法会議所 初代会頭
渋沢 栄一



▲日本商工会議所
(当時商業会議所連合会) 初代会頭
藤山 雷太



▲神戸商工会議所 初代会頭
神田 兵右衛門



▲日本商工会議所 第19代会頭
三村 明夫



▲東京商工会議所ビル
(2014年当時)



▲マルセイユ商業会議所
(世界初の商工会議所)



▲東京商法会議所(設立当時)

1950年(昭和25)

(社団法人)商工会議所法施行。本法律に基づき既存商工会議所を検討した結果、301商工会議所が新商工会議所として再出発。

1953年(昭和28)

現「商工会議所法」施行。翌年には、本法律に基づき、「社団法人東京商工会議所→東京商工会議所」「社団法人日本商工会議所→日本商工会議所」として特別認可法人に改組。

1954年(昭和29)

商工会議所法第三章の「日本商工会議所」に基づき特別認可法人となる。

1960年(昭和35)

小規模事業振興のため、経営改善普及事業が開始される。

1973年(昭和48)

商工会議所の提唱による小企業経営改善資金(マル経)融資制度が発足。

2002年(平成14)

前年の「特殊法人等整理合理化計画」に関連して特別民間法人に改編される。

現在

全国515商工会議所、125万会員を有する。

民間主導のまちづくりタスクフォース報告書

未来を拓く
商工会議所

民間主導のまちづくり タスクフォース報告書

～ 民間の創意工夫に基づく持続可能なまちづくりに向けて ～

2018年3月

日本商工会議所 地域振興部
民間主導のまちづくりタスクフォース

日本商工会議所
The Japan Chamber of Commerce and Industry

未来を拓く
商工会議所

目次

第1章 いまが分岐点	4. にぎわいの消失
1. 人口の長期推移	5. 地域の投資価値（魅力）の減退
2. 世帯数の長期推移	6. いまが分岐点
3. 人口の減少	
第2章 20年後の「まち」の姿	3. 成功する「まち」のイメージ
1. 失敗する「まち」	
2. 求められる新しい視点	
第3章 民間主導のまちづくり・まちそだて	3. 実践者の想いと行動
1. 「民間が主導し、行政が支援」の必要性	4. 「本気」のまちづくり・まちそだての事例
2. 新しい潮流	
第4章 まちづくりに対する施策等	3. 政府対応の現状等
1. まちづくり関連法制の変遷	
2. これまでの日本商工会議所の意見等	

日本商工会議所
The Japan Chamber of Commerce and Industry

1. 失敗する「まち」

- 民間も行政もまちづくりに動き出さず、居住地は拡散、総人口の減少とともに人口集中地区は消滅、地価の低下により固定資産税収も減少の一途。
- 税収減に合わせて、相対的に人口密度が高い地域すら行政サービスが縮小、郊外は投資されず荒れ放題となる。
- 故意に放置される不動産が増え、空き地・空き店舗など低未利用空間は拡大の一途、所有者不明不動産も増加。
- 公共交通機関は崩壊し、地域コミュニティも雲散霧消。

失敗する「まち」のイメージ

日本商工会議所
The Japan Chamber of Commerce and Industry

3. 実践者の想いと行動（イメージ）

民間が「本気」になり覚悟をもってまちづくりを行うことが重要

自分たちの地域、「まち」を...

- このままでは...
- 自分たちの生活の場がなくなる！
- 商売の場が消滅してしまふ！！
- 自分たちの地域はこんな「まち」だ

自分たちの地域、「まち」を...

- どんな姿で、子供や孫たちに引き継ごう？
- みんなと一緒に●●なまちにしていきたい！！
- ローカルファースト Buy(By) Local
- コミュニティがしっかりしているから団結できる

「本気」を持続させるためにも、リターン（ビジネス）意識をもつべき

日本商工会議所
The Japan Chamber of Commerce and Industry

タスクフォースの検討状況

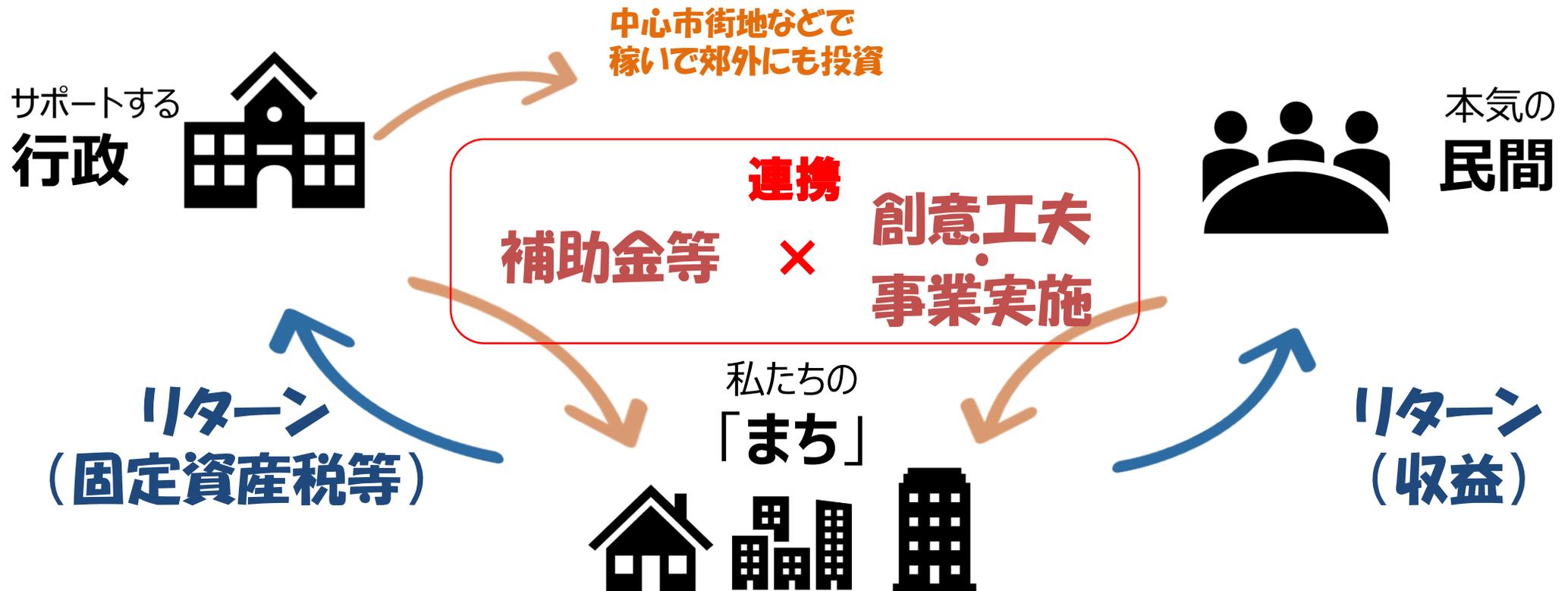
1. メンバー

	氏名	所属・役職	所属企業・役職
座長	足立 基浩	和歌山大学 副学長	
委員	亀井 信幸	茅ヶ崎商工会議所 会頭	亀井工業(株) 代表取締役社長
"	阿部 眞一	佐久商工会議所 副会頭	(有)和泉屋菓子店 代表取締役社長
"	河木 照雄	豊田商工会議所 副会頭	(株)山田屋 代表取締役
"	二宮 啓市	都城市中心市街地活性化タウンマネージャー	
第2回ゲスト	古川 康造	高松丸亀町商店街振興組合 理事長	

（順不同、敬称略）

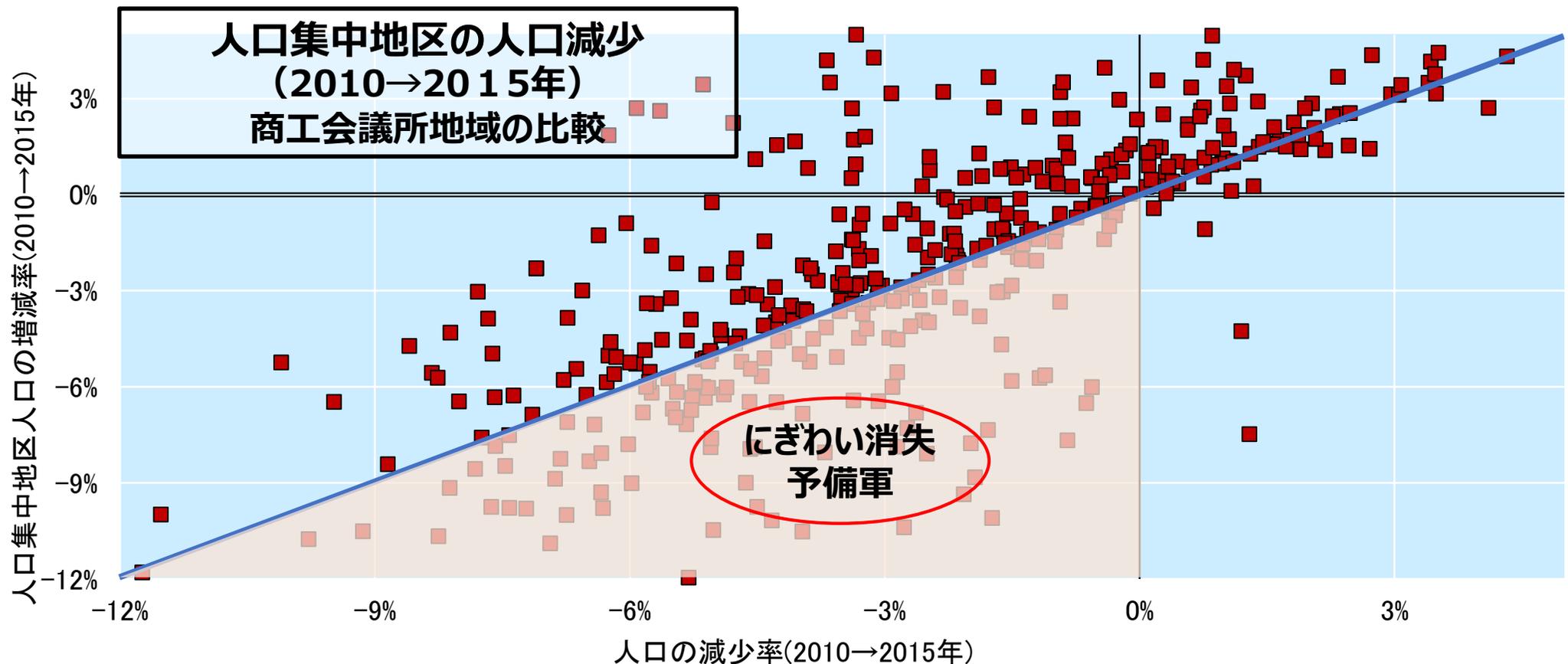
本報告書で伝えたいこと

- 一般的に、魅力ある「まち」は人が集まり(にぎわい)、経済活動が活発に行われる(消費)、という循環のあるところだと言え、それは集客機能が集中した中心部(市街地)を指すことが多い。
- 魅力がアップすることで地価が上がり、自治体の固定資産税収も増える。
- 元来、地価が高い(固定資産税収が多い)まちの中心部にお金を使う(まちづくりの投資を行う)ことで、まちの魅力がさらにアップしてにぎわい、消費、そして地価が上がるという好循環が生まれる。



第1章4. にぎわいの消失

- 全国の商工会議所エリアの中でも、人口減少によりにぎわいの基礎となる人口集中地区*が消失している地域が現れはじめています。
- 2015年時点で人口集中地区がないエリアは41地域。ここ5年間だけでも新たに6地域の人口集中地区が消滅。
- ここ5年間(2010→2015年)で総人口が減少したエリアは481地域。そのうち、総人口の減少を上回るペースで人口集中地区の人口が減少した、いわば「まちのにぎわい消失予備軍」は167地域にのぼる。



*市町村の区域内で人口密度が4,000人/km²以上の基本単位区が互いに隣接して人口が5,000人以上となる地区

第1章6. いまが分岐点

- 今後、まちづくりに取り組まない地域（指標として固定資産税収が減少する地域）は、人口減少を背景とした社会経済構造の変化に耐えることができず、いわゆるシャッター通りすら存在しなくなる可能性がある。
- このまま放置しておくと、地方自治体の財政のみならず、商工会議所活動の基盤となる地域経済活動が停滞する恐れがある。
- いまが、最後の分岐点である。

いま動き出さないと……

やりっぱなしの行政

任せっぱなしの民間

リターン（税収）が
考慮されない補助金

放置される中心市街地

負のスパイラルに
陥る自治体財政

まちの消滅

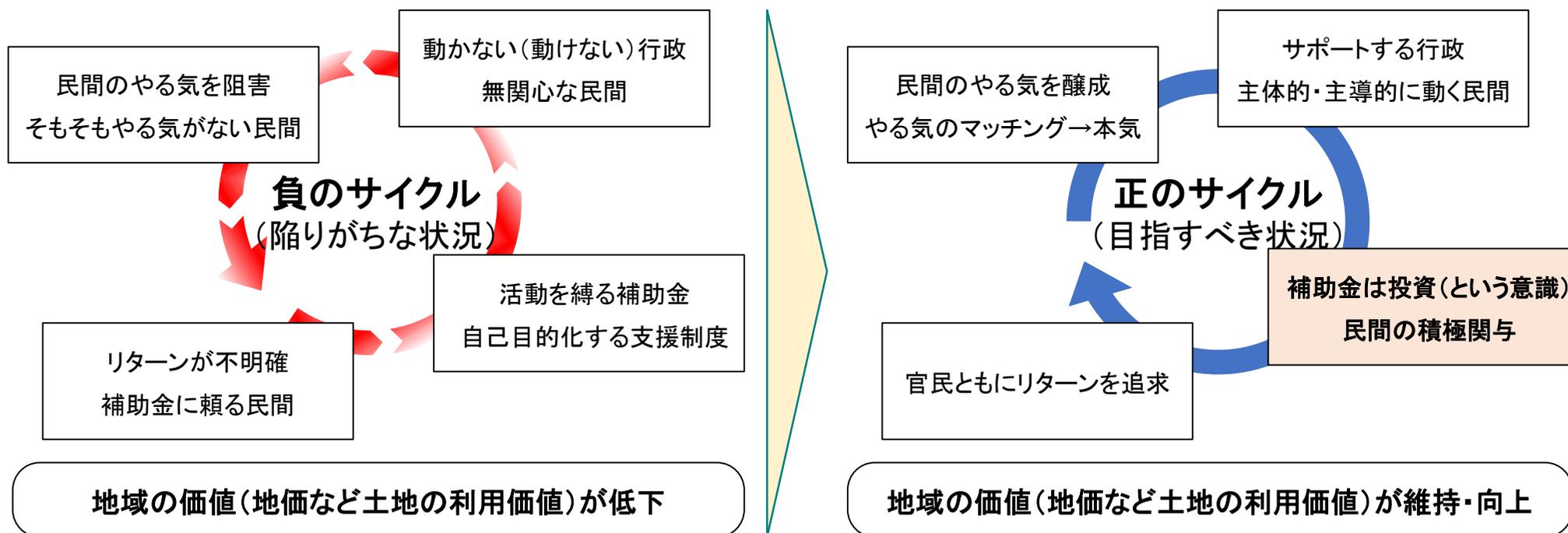
逃げ出す住民



第2章2. 求められる新しい視点

- 補助金を投資と認識し、その投資に見合うリターンを生み出すことが本来のまちづくりのあり方である。
- 同じ商業施設でも、郊外型と市街地型で固定資産税負担が異なるといった競争条件の違いなどによる不公平感も、民間のやる気を阻害している。
- 陥りがちな負のサイクルを回避し、目指すべき正のサイクルへと転換するためには、利益や地価（土地の利用権を含む）・税金などに代表される地域の価値を最大化するよう、官民ともにリターンを意識することが重要である。そのための条件整備に向けた行政との交渉なども商工会議所の役割である。

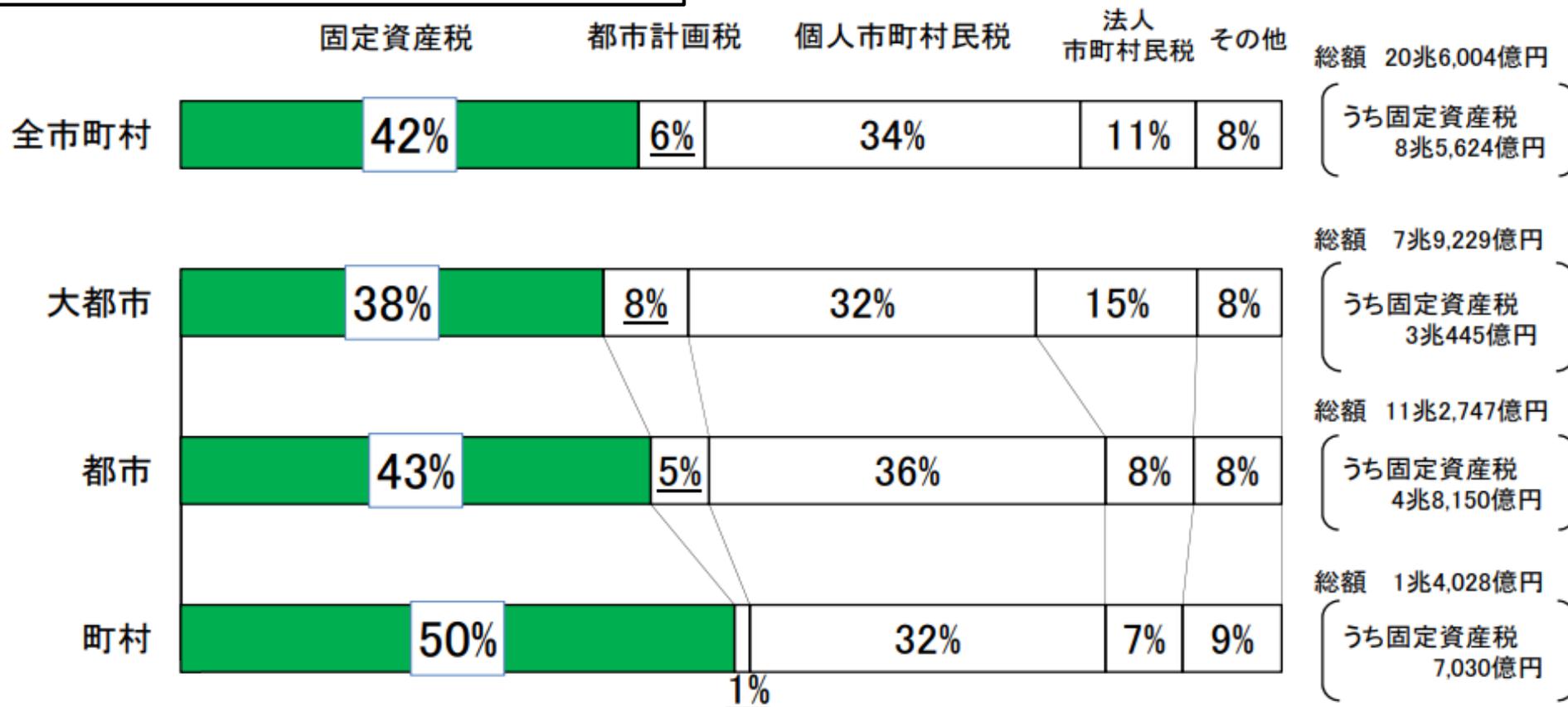
まちづくりのサイクル



[コラム]行政による投資(補助金)のリターンは固定資産税

- 市町村税収の約4割は固定資産税収であり、その割合は、大都市より、都市・町村の方が高い。
- 地方自治体は、補助金を投資と考え、固定資産税というリターンを得て、それをより投資効率の高い中心市街地に再投資するという意識を持つ必要がある。

地方税収の内訳 (2015年度決算)



※1 税収は、「地方財政状況調査」(総務省)における決算額である。

※2 大都市は、政令指定都市及び東京都23区(都が徴収する分を含む)。都市はその他の市。

※3 四捨五入により計が一致しない場合がある。

[コラム] 高松丸亀町商店街 (リターンを追求して高齢化に対応)

丸亀町商店街再生の特徴は、定期借地権制度を活用した土地問題の克服にある。

市中心部の活性化は新たな収入(利益)と新たな税金を生むという、官民ともに開発効果／リターンを意識したまちづくりが、丸亀町商店街の持続性の基礎となっている。

民間にとっては土地の利用権の向上およびそれによる地価の上昇、行政にとっては固定資産税金の増加が、まちづくりの目的であり成果の一つである。

関係税金を合算した7街区完成時の税金増予想額

	税金増予想額
国	60,900万円/年
県	16,485万円/年
市	22,024万円/年
合計	99,409万円/年

投下された補助金に対する利回りは6%



これこそが、中心市街地を活性化させる意義

新たな先駆的取り組みとして

丸亀町「医・食・住のまちづくり」

「50歳を超えると郊外は苦痛です。公共交通がないから軽い買い物でも、車が必要。しかし、80歳前後で免許を手放して、そのまま引きこもり気味になってしまう。だから、車がなくても全部歩けるような安心安全な街をつくらうと思いました。」

高松丸亀商店街振興組合理事長 古川康造氏

- 在宅で、高度医療、終末医療まで担保された賃貸住宅・マンションを建設
- 予防トレーニング & 健康チェックができる「Body Bank」設置、健康レストラン「菜園's CAFE」も開設
- 2018年4月には、まちなか医療施設の拡充に向け、「高松まちなか地域包括ケア」の中核をなす「丸亀町総合医療モール」を開設予定



厚生労働省の試算(2010年1月)によれば

1万歩で14円の医療費削減効果

歩いて暮らせるようにすることは、官民ともにメリット

日本人の1日平均歩数を3,000歩増やすことにより、糖尿病や脳卒中等にかかる医療費を約5.5%削減することができる(約2,700億円/年間)

[コラム] 高齢者も消費者

■ 高齢者世帯も、若年世帯に負けず劣らず、消費している。業種によっては、高齢者世帯の方が大口顧客である。

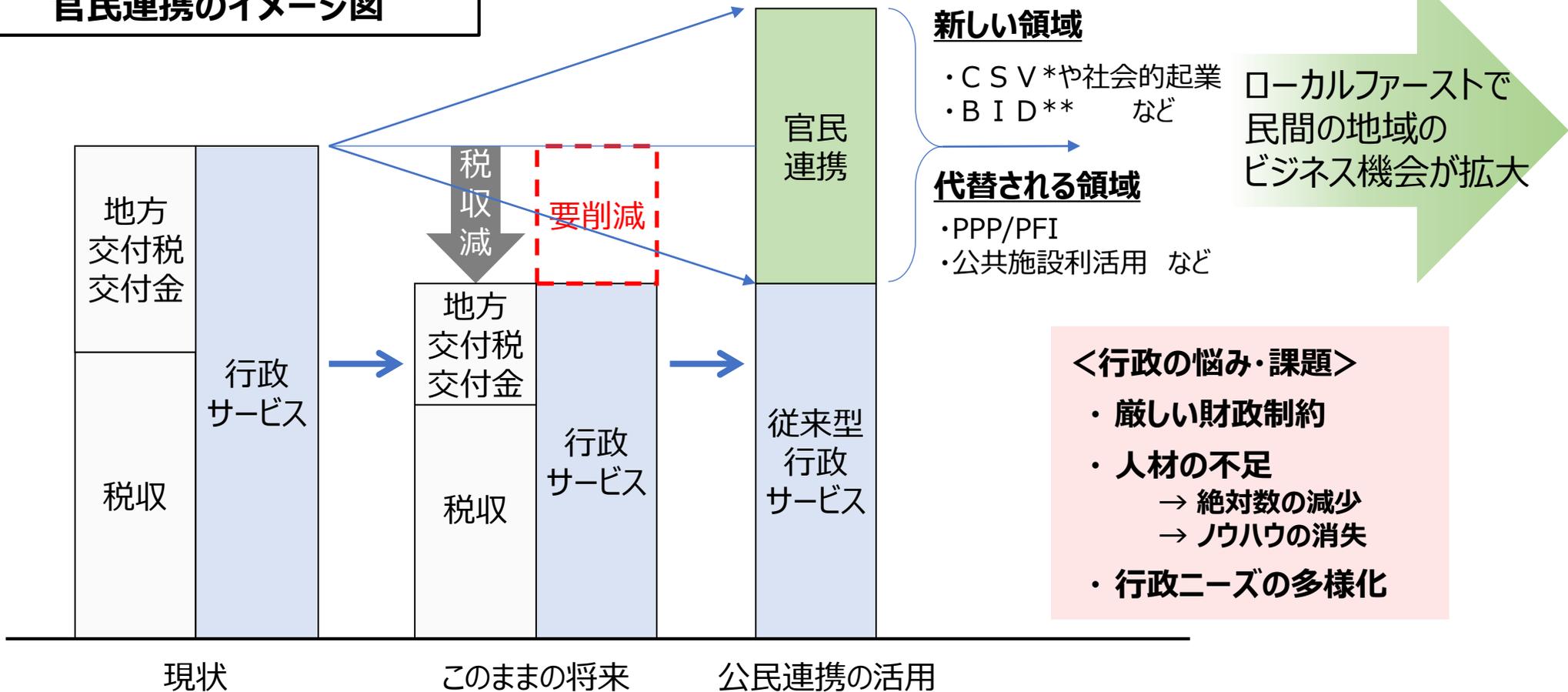
世帯主年齢別の1人あたり月額支出額（2016年）

項目	～24歳	25～29歳	30～34歳	35～39歳	40～44歳	45～49歳	50～54歳	55～59歳	60～64歳	65～69歳	70～74歳	75歳～
食料品	11,668	12,774	12,419	11,872	13,633	15,169	17,048	19,004	20,784	22,881	23,304	22,997
飲料	1,740	1,936	1,581	1,134	1,303	1,391	1,501	1,682	1,627	1,591	1,477	1,439
酒類	427	766	649	745	1,043	991	1,240	1,480	1,505	1,678	1,378	1,129
外食	9,337	8,712	6,898	4,769	5,181	5,165	5,429	5,537	4,987	4,799	4,269	3,465
家賃・地代	29,363	22,797	13,291	5,599	6,197	4,751	4,400	4,124	2,568	2,635	2,304	2,823
設備修繕・維持	65	276	738	652	861	1,138	1,973	3,104	5,353	4,803	4,789	6,841
水道光熱費	6,718	6,274	5,479	5,076	5,765	6,302	7,085	7,797	8,330	8,874	9,211	9,698
医薬品・摂取等	501	461	477	511	595	794	1,118	1,368	1,586	1,992	2,155	2,384
保険医療サービス	1,788	2,288	2,501	2,279	2,249	2,417	2,823	3,125	3,918	4,657	3,837	4,676
洋服・履物	5,106	4,637	4,872	3,688	3,832	4,108	4,913	5,328	4,785	4,475	4,041	3,766
交通・自動車	14,355	11,232	10,030	8,118	8,424	9,874	12,698	14,625	12,405	11,623	10,282	7,254
通信	7,815	6,360	5,508	4,682	5,018	5,586	6,501	6,165	5,261	4,762	4,293	3,874
教育	487	1,269	2,736	4,329	5,890	9,372	9,784	5,053	1,286	443	270	265
教養娯楽	15,192	13,123	8,313	8,102	9,362	9,188	9,978	11,372	11,889	14,163	13,980	12,303
交際費	4,807	5,490	4,540	3,264	3,079	3,909	5,681	8,569	9,293	10,872	11,522	11,318
その他	13,028	12,226	12,558	11,134	12,496	16,263	23,213	25,642	19,759	19,266	17,905	17,468
消費支出合計	122,396	110,621	92,590	75,956	84,928	96,417	115,385	123,975	115,338	119,512	115,019	111,699

第3章1. 「民間が主導し、行政が支援」の必要性

- 将来的に行政サービスは限定的にならざるを得ない。
- 行政にとっては民間の活力を活用する必要に迫られており、特にローカルファーストの精神を持つ民間にとっては新しいビジネス機会の拡大となる。

官民連携のイメージ図



<行政の悩み・課題>

- ・ 厳しい財政制約
- ・ 人材の不足
 - 絶対数の減少
 - ノウハウの消失
- ・ 行政ニーズの多様化

*Creating Shared Value (社会的価値/共通価値の創造)

**Business Improvement District (ビジネス開発特区)

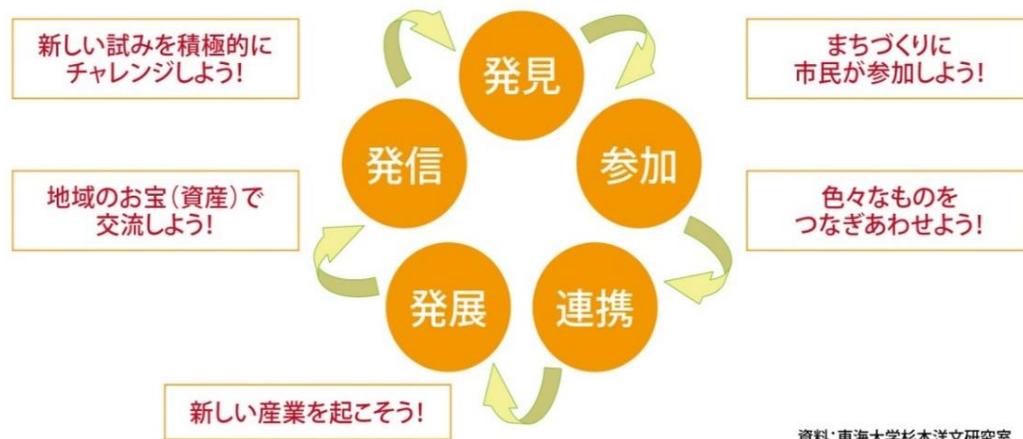
[コラム] ローカルファースト

地域一番、地元優先、地産地消などと解釈される場合もあるが、それはほんの一例。

幅広く奥深い意味があり、いろいろな可能性につながる含蓄のある言葉。

それが「ローカルファースト」

「ローカルファースト」なまちづくりの仕組み



「ローカルファースト」は、地域資源・資産である人・モノ・情報に着目して、持続的な地域の魅力をつくりだす考え方。

発見・参加・連携・発展・発信を繰り返すことによって、地域らしさのある魅力を生み出し、地域の個性をつくりだすことができる。

ローカルファースト研究会 前代表

亀井信幸氏(茅ヶ崎商工会議所会頭)

まちの歴史や文化、風土、地勢に基づいた個性を生かしたまちづくりを目指し、地域でできることは地域の市民や企業が責任をもち、私たち一人ひとりが地域を盛り上げていかねばなりません。そして、できないことのみ、全国的な組織の会社やサービスなど他の地域の力を借りるべきと考えます。

「ローカルファースト」という言葉を皆で育てていきたい。豊かな生活のあり方、豊かな地域のあり方を「ローカルファースト」という視点から創っていきたい。

ローカルファーストの広がり

- 「ローカルファースト」は、アメリカで非営利団体や地域の経営者団体を中心に広がった「Buy Local キャンペーン」とともに、浸透していった言葉である。
- その先駆的な都市の一つがポートランド(米国オレゴン州)である。1960年代まではよくある車社会の都市で、中心市街地は衰退、郊外は乱開発による自然破壊が進んでいた。これに危機感を抱いた市民が行政を動かし、思い切った「成長管理政策」が導入され、今では全米で最も住みやすい街の一つとなった。その特徴を表すキーワードは「コンパクトシティ」「ウォークブルシティ」「サステイナブルシティ」など様々であるが、これらの根底にあるのが「ローカルファースト」である。
- そしていま、日本でも茅ヶ崎から全国へ広がろうとしている。

まちづくりの取り組み

得する街のゼミナール（まちゼミ）（岡崎商工会議所）

■「お店」と「まち」のファンづくり

「店主が講師となり、それぞれの専門性を活かした知識や技能を受講者（お客様）に教える」。こうした発想で、2002年度に岡崎商工会議所のまちづくり担当者の呼びかけで始まったまちゼミ事業は、年2回のペースで開催され、2018年春に31回目を迎えた。当初は市費を受け実施していたが、参加店の「自主運営組織・資金確保・継続運営」の声より、スタートから5年を経た2008年4月に「岡崎まちゼミの会」を設立。現在は補助金ゼロで、「90店舗程の講師店が120以上の講座を開催し、毎回1600名近くのお客様が参加する」事業を行っている。

■「三方よし」全国に

お客様には満足を、お店には新規顧客と売上を、そして街には賑わいを。この三方よしの考え方が、まちゼミの魅力である。また、比較的低予算で実施できることも利点であろう。

受講者が顧客になる事例も多いといわれ、まちゼミの魅力が全国に広まっており、現在306地域で開催されている。



まちづくりの取り組み

アントレ・キッズ（福井商工会議所）

■ 未来を担う地域の人材を育む

アントレ・キッズとは、「企業自らが自分の職業・職種を紹介し体験する機会を提供することで、仕事の厳しさ、働くことの素晴らしさ、物づくり・サービス業の面白さを伝える魂の授業」で、2005年から福井商工会議所青年部（福井YEG）が「地域の中小企業自身が、働く意義を体験にてこどもたちに教えることで、自らの企業価値を再認識する」ためにスタート、2009年からは福井駅前周辺の実店舗でも職業体験を行っている。2012年1月には、経済産業省第2回「キャリア教育アワード」最優秀賞を受賞している。

■ 企業の「社会投資活動」

「最初は、子供たちに地域の良さを伝えたいと思って始めたが、やってみると、大人も元気になるし、自分のやっている仕事の価値を再確認することができた」。

アントレ・キッズは、「ボランティアだけの社会貢献活動」ではなく、企業が、信頼、安心という利益を得るための「社会投資活動」であり、現在、福井YEGが蓄積したノウハウを地域に波及させる活動にまで発展している。



まちづくりの取り組み

アキテンポ不動産（青梅商工会議所）

■ 本気のタウンマネージャー

青梅商工会議所や市、商店街組織は、衰退する中心市街地活性化の推進役として、タウンマネージャーの招聘を決定。2013年に雇用された翌月には、渋谷区から青梅市に引っ越してきた本気のタウンマネージャーが誕生した。

■ 若い人たちが住み、働き続ける環境をつくること

2015年4月、地域の43社が株主となる(株)まちづくり青梅が設立、アキテンポ不動産事業が始まった。タウンマネージャーらが街歩きをしながら目視で“空き店舗物件リスト”をつくり、オーナーと交渉して賃貸供給する物件を増やすという地道な努力を重ね、2016年1月に「アキテンポ展示ギャラリー」がオープン。借りる人に物件が魅力的に見える様々な工夫を重ねることで、2017年9月までのわずか1年半で10軒の契約を成立する。

■ 古い建物は地域の資源

現在では、空き店舗にとどまらず、空き家をあつめた「アキヤ不動産」も始めている。



まちづくりの取り組み

鯖江市地域活性化プランコンテスト（鯖江商工会議所）

■ 市長をやりませんか？

東京のITベンチャーに勤めていた地元出身の若手女性が元気を失った地域にショックを受け、「地域に必要なこと」を真剣に考えた思いを、鯖江商工会議所や市、商店街などが受け止め、「鯖江市地域活性化プランコンテスト」実行委員会を組成、「市長をやりませんか？」をキャッチコピーに、2008年より毎年開催している。

■ 次々に施策実現、知名度もアップ

縁のない鯖江に宿泊してまで聞き取り調査に奔走する学生を住民は温かく迎え入れ、市長自らがプランを審査、提案プランも「えきライブラリーtetote」「めがねフェス」など実現が続き、外部の若い感性が地域の新しい魅力を生み出している。また、2018年2月には第8回地域再生大賞を受賞している。

■ 全国への広がり

産学官が一体となった方式は「鯖江モデル」として注目を集め、愛知県、福岡県などにも広がっている。



まちづくりの取り組み

江津駅前ホテル事業（江津商工会議所）

- **江の川とともに古くから発展**
 - ・ 江の川河口の街として古くから発展。江戸時代は北前船（西廻り航路）の寄港地。昭和に入ってから、交通の結節点、石州瓦の産地、工場の集積地として賑わった。
- **駅前から宿泊施設消滅！**
 - ・ 2001年、ホテル建設を含む「江津駅前TMO構想」が認定されるも動きはなく、駅前にあった4軒の宿泊施設がゼロに。「このままの状態、まちを次世代に引き渡して良いのだろうか？」危機感を共有した市と民間（商工会議所）が連携してホテル誘致の本格活動を開始。
- **ホテル事業資金を広く市内企業、市民から募る**
 - ・ ホテル事業会社として(株)江津未来開発を設立。資本金は、市内企業・市民向け説明会、関西・関東江津会役員会での説明などで募集、**法人93件、個人144件の計237件の満額（約2億円）申し込み**があった。
- **そして…**
 - ・ 開業1年（2016年1～12月）の稼働率は約90%！
 - ・ 余裕資金は地域のために再投資。



駅前に公共公益複合施設「パレットごうつ」が開設
周辺に飲食店などの新規出店も生まれつつある

まちづくりの取り組み

買活!ひみ6億円プロジェクト (氷見商工会議所)

○ データの活用

- ・ 氷見商工会議所では、地方創生を契機に、行政と連携してRESASなどのデータを活用。
- ・ 氷見市は、他市町村へ働きに行っている割合が高い、従業員減少率が高いなどのほか、域内消費の落ち込みが著しいといった地域の課題を把握。

○ 域内消費の活性化へ！

- ・ 今こそオール氷見で地域を内側から活性化！という意識のもと、2015年12月に50以上の地域団体の参画を得て「氷見域内消費拡大推進協議会」を立ち上げ。
- ・ 氷見市民50,000人が月1,000円の買い物を域内で実施すれば1年（12ヶ月）で6億円の効果があるとの計算を実現すべく、地域をあげて域内消費を活性化する機運を醸成。
- ・ データによるPDCAを行うため、市民アンケートによる実績調査を実施、ここ2年間で市民の市内店利用が+12.8%増加しており、35億円の経済波及効果があったと試算。
- ・ 今後も持続可能な地域経済規模を維持するため若者向けを中心とした創業支援、関係商工会議所との連携を強化中。

自分らの住むところやもん
自分らで何とかせにゃ!

買活!
ひみ
6億円
プロジェクト

60000

50,000人 × ¥1,000 × 12ヶ月
で、経済効果 6億円

まちづくりの取り組み

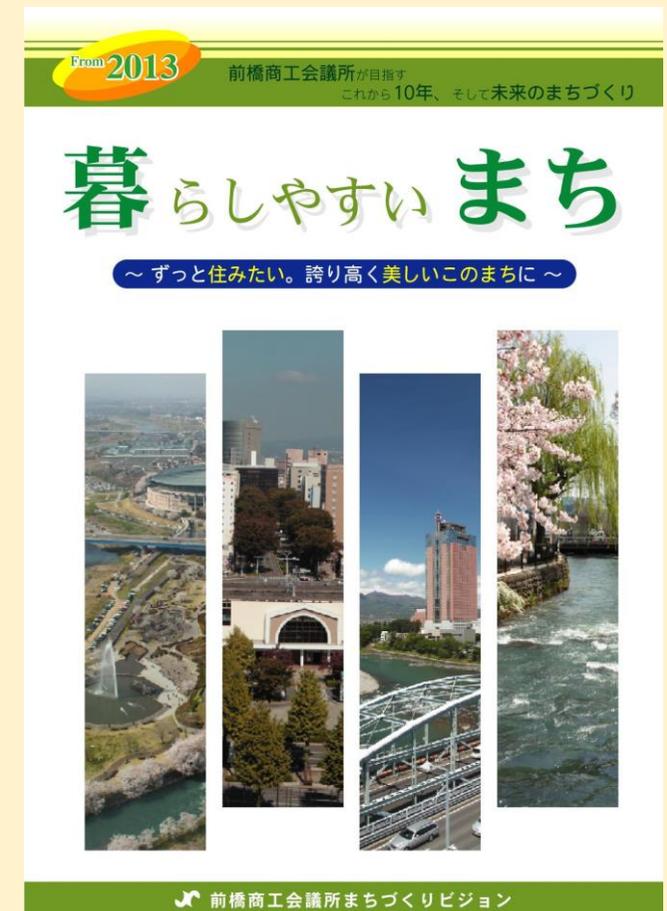
前橋の新たなまちづくり（前橋商工会議所）

○ 官民それぞれの動き

- ・ 中心市街地は、若者の姿がなく、人通りもないシャッター商店街となってしまうている。
- ・ 前橋商工会議所では「まちづくりビジョン（暮らしやすいまち）」を2013年に策定、市でも前橋立地適正化計画を2018年に策定するなど中心市街地活性化に力を入れ始めている。
- ・ 他方、民間事業者でも動きが出てきている。「自分たちの街は自分たちでつくる」という精神のもと、2016年8月、地元企業家有志により「太陽の会」が結成、毎年純利益の1%（最低100万円）を拠出し、これを原資として、まちづくり事業を行っている。

○ 民間主体による街づくり運営組織

- ・ まちづくりの力が分散しないよう、商工会議所のよびかけで、「民間主体によるまちづくりの運営組織」を構築することとなり、現在、「まちなか戦略の策定」「まちづくり組織の設計について」の2つのプロジェクトチームが動いている。



全国展開プロジェクト

○全国の商工会議所では、全国市場をターゲットに、地域資源を活用した新たな特産品や観光商品の開発を支援。2006年度のスタートから、これまでに**1,084**のプロジェクトに取り組んでいる。

出雲商工会議所（島根県）
 <「食べるお守り」シリーズがナチュラルソーンで発売>
 出雲国風土記に記されている薬草「アカメガシワ」を活用し、「大豆と米粉のシリアルバー」「米粉のクッキー」を開発。いずも薬草女子部が中心となり、**販売先をナチュラルソーンに決めて商品開発を行い**、商品コンセプト、パッケージ、食味ともに高評価を得て成約した。



萩商工会議所（山口県）
 <知られざる特産魚種を高級食材に>
 これまで地元での流通が中心だった幻の魚「金太郎」（ヒメジ）を使い、行政や漁業者など地元関係団体が一体となって、新たな商品開発に着手。ヒメジと似た魚がフランス料理で利用されていることに着目し、地中海風に味付けしたオイル漬けを開発した。



大川商工会議所（福岡県）
 <特産品「あまおう」を使った紅茶を開発>
 大川の特産品イチゴ「あまおう」を利用して、生産農家との二人三脚でリキュール酒を開発し、大ヒットさせた。一方で、開発の際に**大量のイチゴが破棄されていたことから、そのイチゴを活用**して、オリジナルのイチゴによる紅茶を誕生させた。



伊万里商工会議所（佐賀県）
 <伊万里食材から生まれたクッキー>
 伊万里産の梨、伊万里産の黒米、佐賀のブランドイチゴ「さがほの香」を活用した「ふんわりくっさい」を開発。その他にも、伊万里のねぎを使ったネギスープ、伊万里牛ジャッキー、伊万里牛しぐれ煮など、**地域の農畜産資源を活用した商品開発を積極的に推進**している。



小樽商工会議所（北海道）
 <しりべしの食材活用>
 後志(しりべし)産の未利用果実を使った**果実酒**を皮切りに、「小樽美人」のブランド化を推進し、スイーツ等の商品開発が進む。また、小樽発の日帰りバスツアー「しりべしアグリツーリズム」の開発も進めている。



恵庭商工会議所（北海道）
 <えびすかぼちゃでスイーツ開発>
 恵庭市の代表的な特産物「えびすかぼちゃ」を使用したペーストを開発。**規格外等で農協が引き取らないえびすかぼちゃを加工し、かぼちゃプリン、スイーツポテト、かりんとう饅頭**といったスイーツを次々に生み出す。



美幌商工会議所（北海道）
 <豚醤まるまんま、アスパラスープ>
 地元高校生が、**規格外の地元野菜を餌に飼育した豚から日本初となる醤油を開発**。現在は、市内飲食店等でこの豚肉醤油を活用したオリジナル商品の開発が進められている。また、**約50戸の生産者と連携し、販売に不要な切り下を加工したアスパラガス**を使ったうどんの販売をスタートしている。



長井商工会議所（山形県）
 <地元産の菊芋で6次産業化を推進>
 6次産業推進による地域活性化の観点から合同会社長井菊芋研究会を設立し、**クラウドファンディングによる資金調達に成功**。試作を重ね、菊芋チップス、菊芋のサプリメント、菊芋粉末を商品化。全国大手スーパーや通販カタログに採用されるなど、販路を広げている。



和歌山商工会議所（和歌山県）
 <和歌山ジンジャーエールの開発>
 地元特産の生姜を活用し、JAわかやま等と「和歌山ジンジャーエール」を共同開発。これまでに4種類を販売しており、2010年に発売された第1弾の「生姜丸しばり」は年間100万本の大ヒットとなり、全日空の機内販売にも採用された。



弘前商工会議所（青森県）
 <リンゴを地域資源に特産品開発を推進>
 津軽の完熟りんごを原料に、丁寧に琥珀色に濃縮した果汁を独自の技術で発酵させ、さらにじっくりとオーク木樽で熟成させたりんご酢を開発。また、**不要となったリンゴの木を利活用**し、食器等のテーブルウェアを開発。年間売上高は約800万円。



小山商工会議所（栃木県）
 <かんぴょううどん、桑の葉加工食品の開発>
 生産量日本一を誇る栃木産かんぴょうを活用し、粉末化したかんぴょうと地元産小麦を使ったうどんを開発。年間約800万円の売上で、**かんぴょうの生産事業者の育成支援にもつなげている**。パッケージデザインが海外のデザイン賞を受賞するなど、うどん本体以外の面でも高い評価。また、地元産の桑を用いた6次産業化を推進。**社会福祉法人と連携し、桑の生産から最終製品の製造を行うことで障がい者雇用の創出を実現**している。



千曲商工会議所（長野県）
 <“杏都”で商品開発>
 千曲特産の杏を活用した**ジャム、シロップ漬け、アプリコット・ドリンク等を開発**。飲食業組合などと協力体制を築き、ドリンクは市内10店舗で販売。「杏都」は商標登録し、「杏都(きょうと)」「あんずのみやこ」ブランドとしてロゴ・カラーを統一し、取組みを進めている。



厚木商工会議所（神奈川県）
 <新名産品「かぼす」を使用した商品開発>
 地元の東丹沢七沢温泉郷で採れた**新名産品「かぼす」を使用**し、かぼす酒、スパークリングかぼす酒、かぼす発泡酒、和風マドレーヌ、かぼすレアチーズ大福、かぼすゼリーなど、**商品を開発**。



須崎商工会議所（高知県）
 <須崎のうつぼで新名物を創造>
 須崎市では古くから食されている「うつぼ」の特産品開発プロジェクトを実施。**漁業協同組合との連携のもと市場調査等を行い、「うつぼジャーキー」「うつぼの蒲焼」「うつぼのすき焼きセット」を開発**。「須崎=うつぼの町」をPRし、今後商談を本格化していく。



大和高田商工会議所（奈良県）
 <地域内でサプライチェーンを構築>
 大和高田市一帯は江戸時代、綿栽培が盛んで大和木綿の産地として栄えていた。そこで、**耕作放棄地を利用して綿栽培を復活**させ、有機栽培・手摘みした綿を素材に染加工や化学処理をせず自然のままの風合いを活かした繊維製品を開発。**綿の栽培から製品開発までの域内サプライチェーンを構築**。

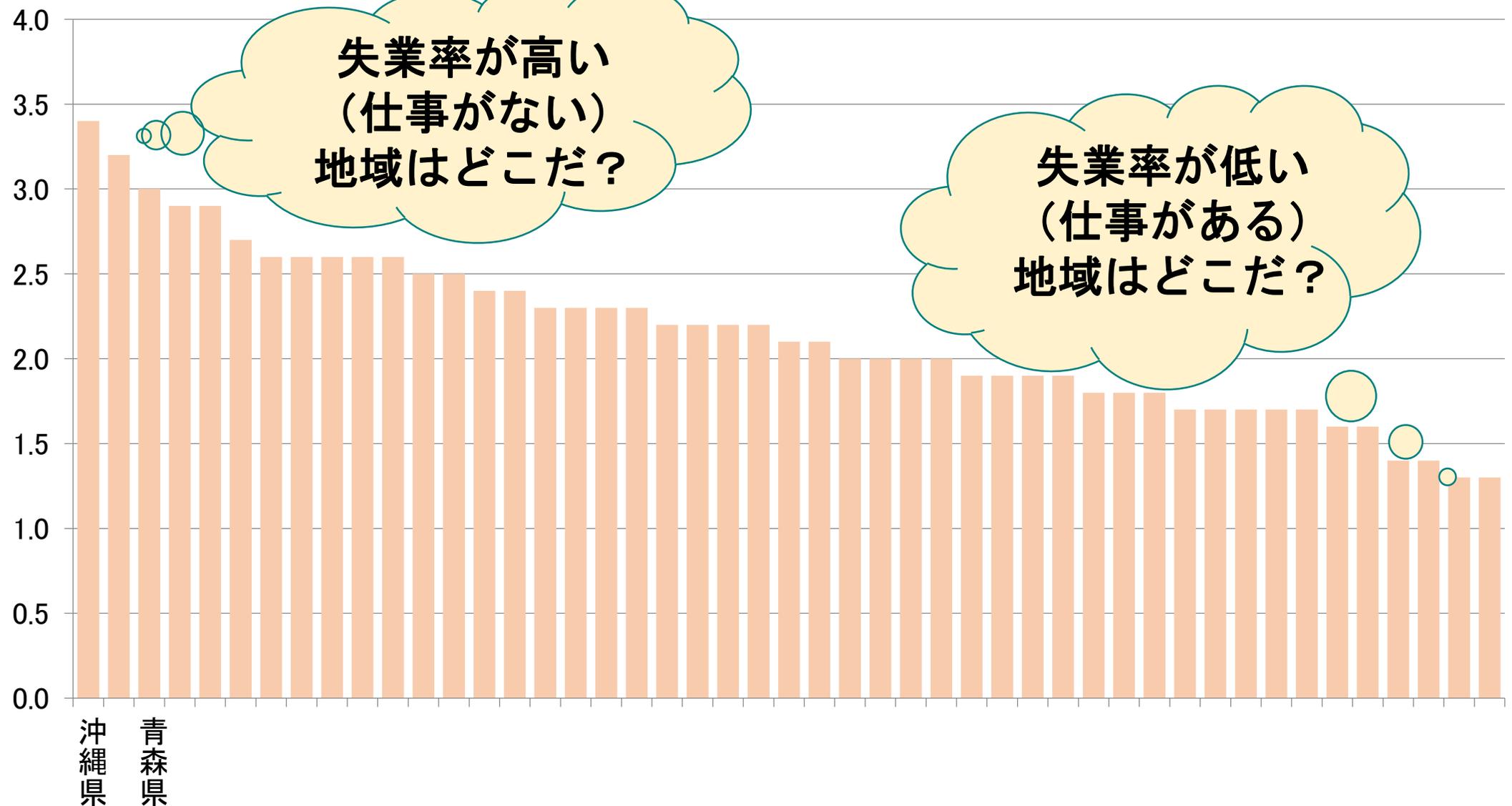


八女商工会議所（福岡県）
 <八女産オリーブ栽培で商品開発>
 八女茶に加え新たな収益の柱とするため、オリーブ栽培に着手。**八女オリーブの石鹸、リーフティー、ソルトを開発**。八女の間山での課題解決のために害獣イノシシを活用したジビエ料理との連携も図る。



まち・ひと・しごと創生にむけて

(%) 2018年 都道府県別完全失業率(モデル推計値)[年平均]

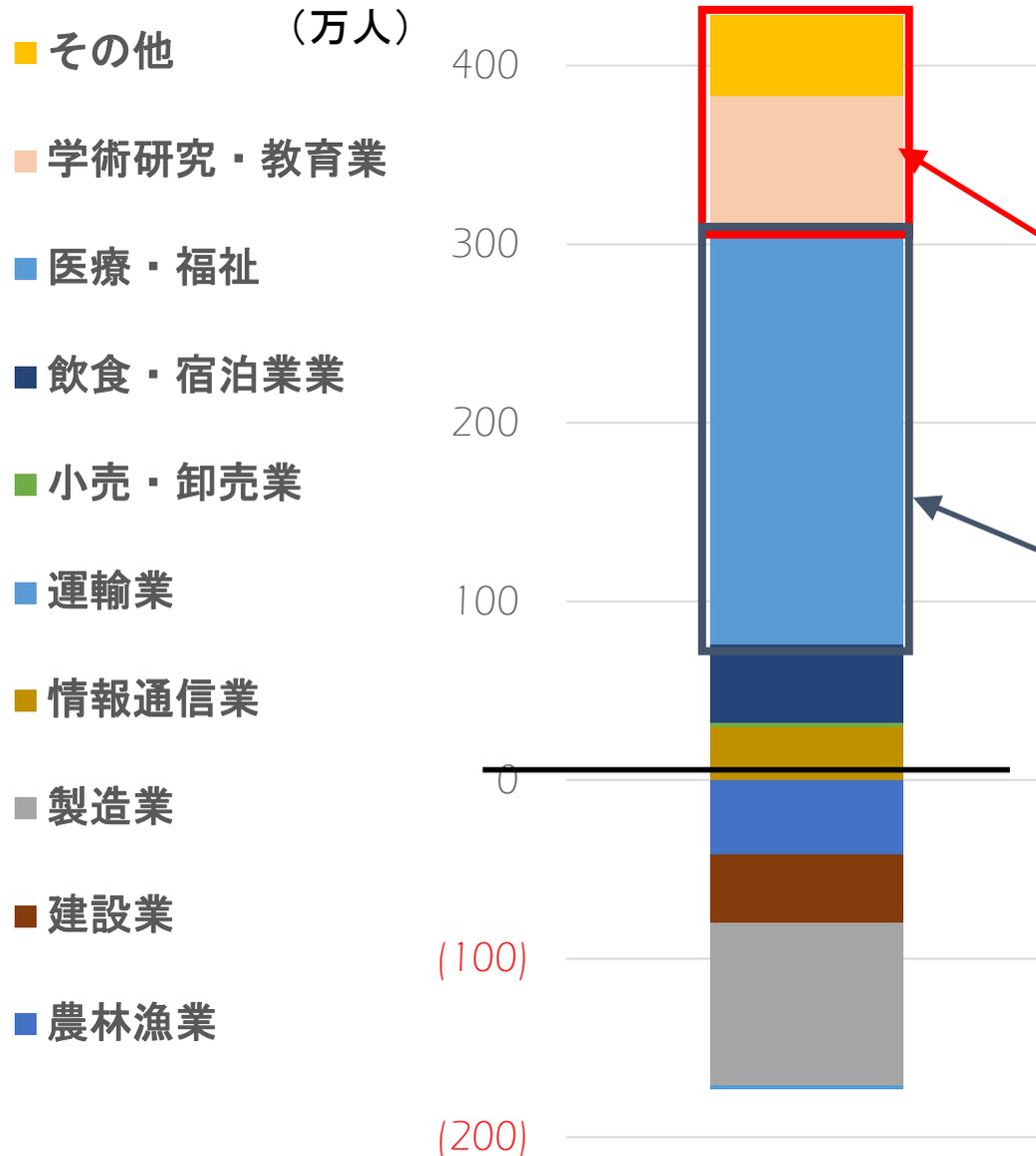


まち・ひと・しごと創生に向けて

従業者数の増減(2008年→2018年)

6,409万人→6,664万人

10年間で+255万人



学術研究・教育業、その他
 東京 : + 52万人
 東京以外: + 69万人

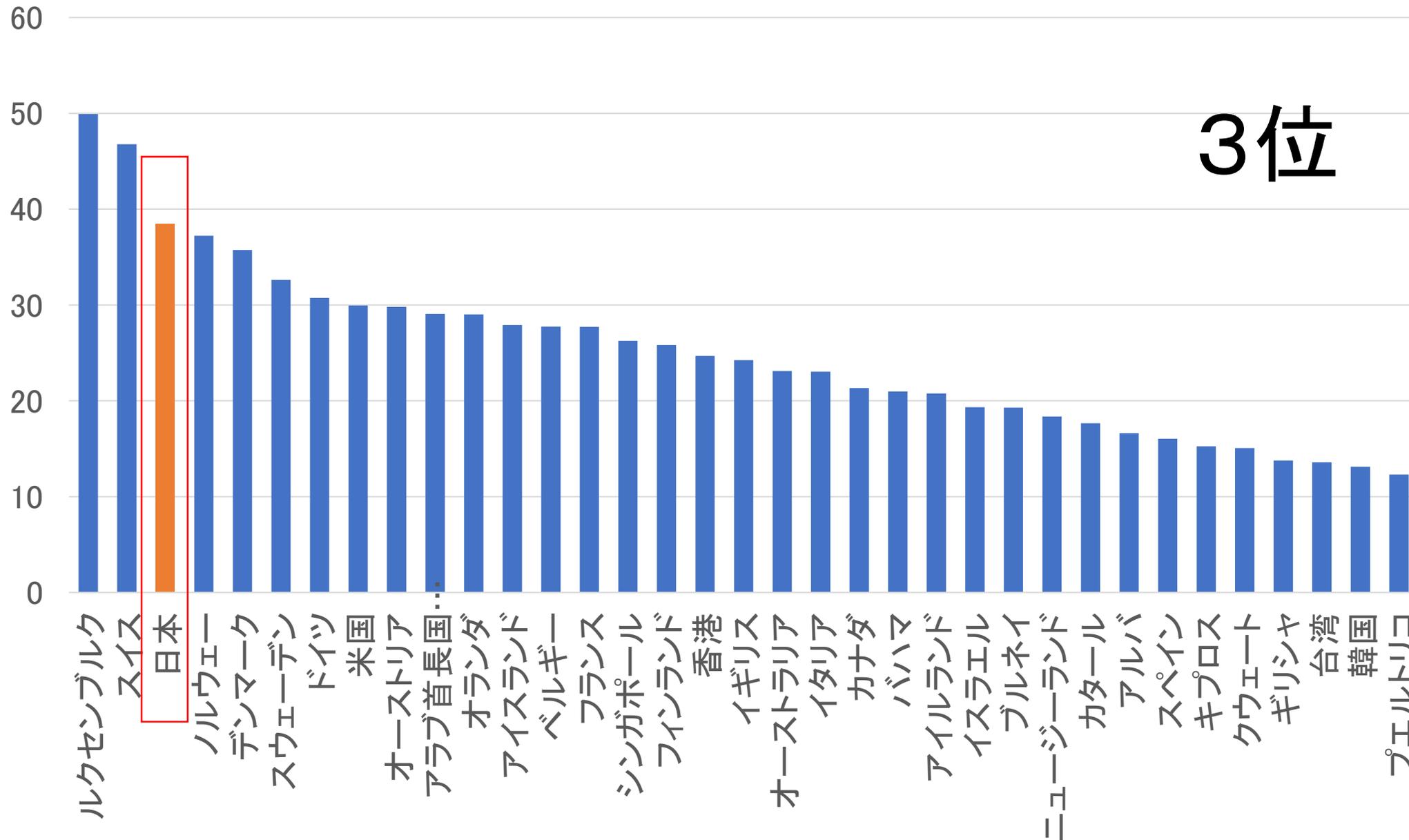
医療・福祉
 東京 : + 27万人
 東京以外: + 204万人

東京 +104万人
東京以外 +151万人
うち医療・福祉 +204万人

1人当たりGDP(US\$) 1996年

(単位:千US\$)

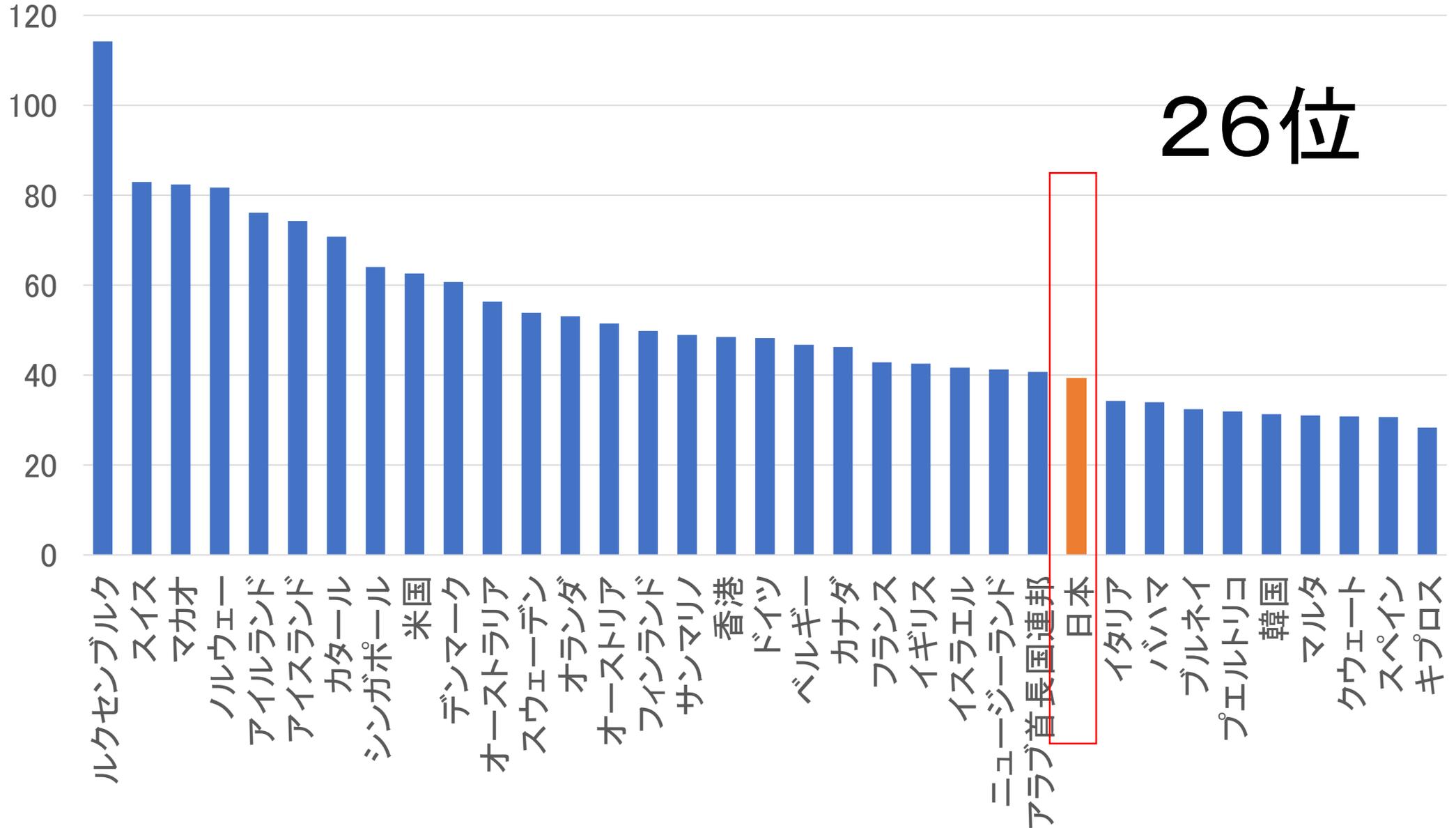
1人当たり名目GDP(1996年)



1人あたりGDP(US\$) 2018年

(単位:千US\$)

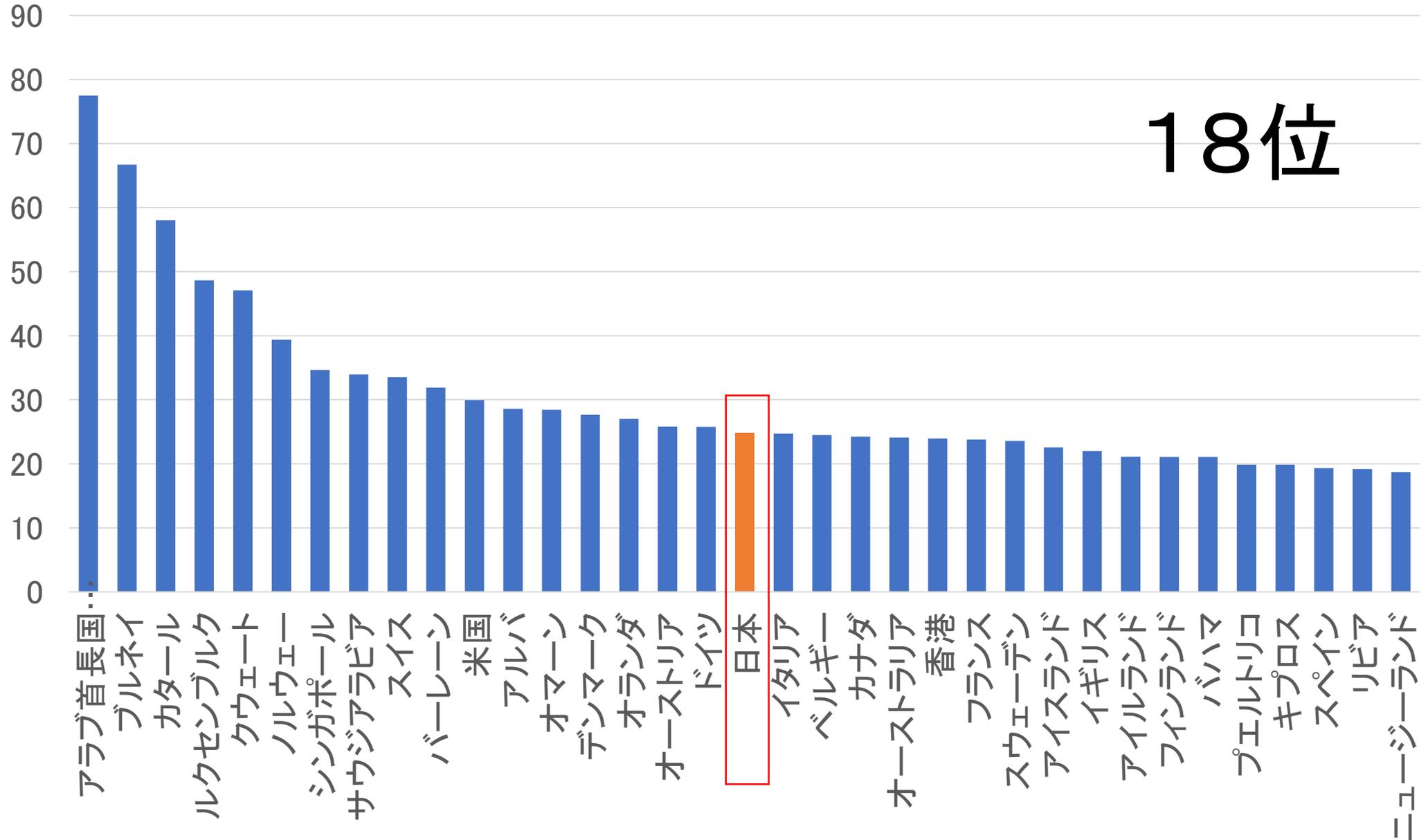
1人あたり名目GDP(2018年)



1人当たり購買力平価GDP(US\$) 1996年

(単位:千US\$)

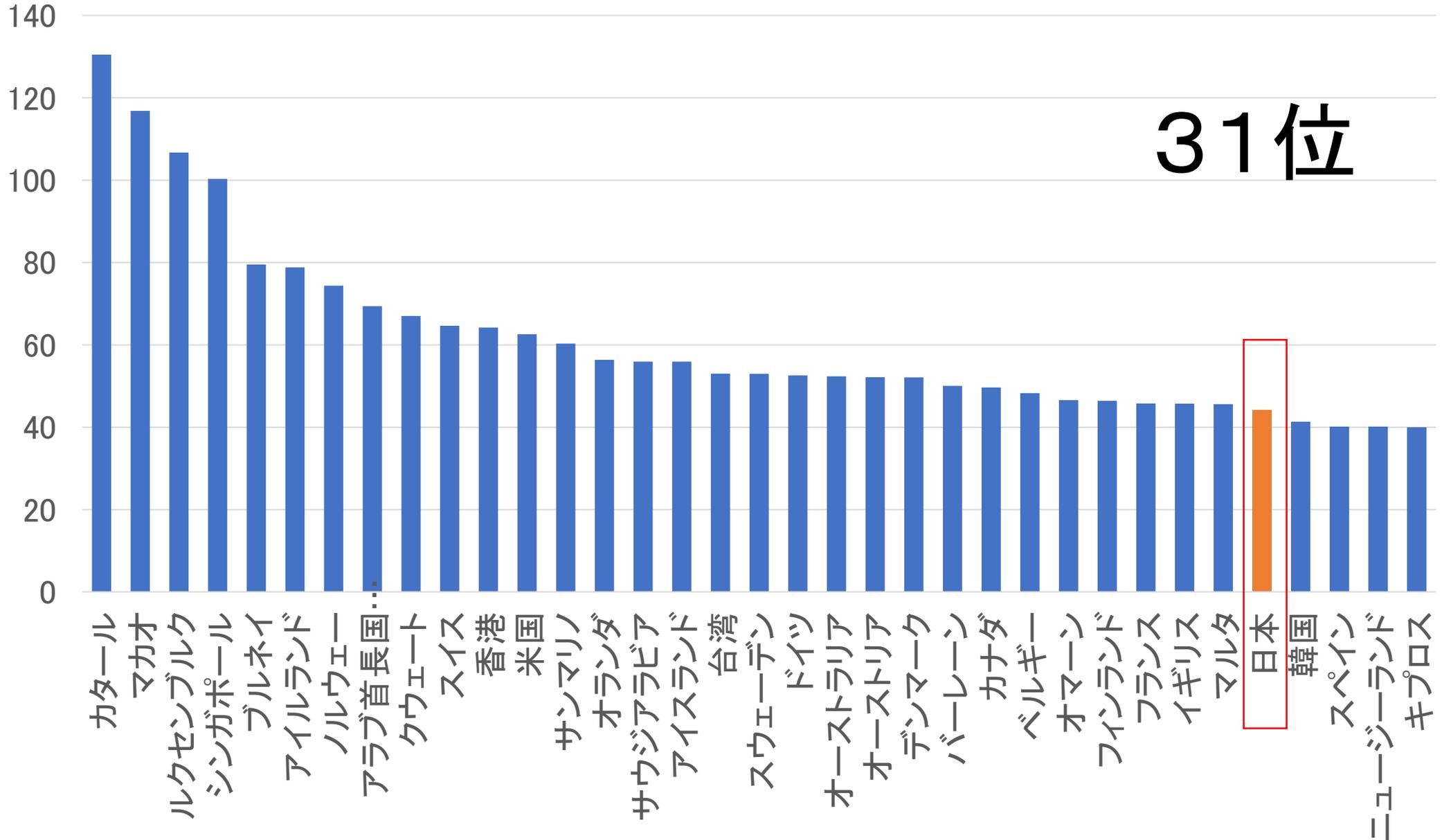
1人当たり購買力平価GDP(1996年)



1人当たり購買力平価GDP(US\$) 2018年

(単位:千US\$)

1人当たり購買力平価GDP(2018年)



31位

まちづくりに関する意見

まちづくり・農林水産資源活用専門委員会(2019年3月)

1. 地方創生をめぐる現状 (※まち・ひと・しごと創生会議(第17回)資料より)

- ◎人口減少の現状 ⇒ 2017年の総人口は、前年に比べ、22万7千人減少し7年連続の減少。合計特殊出生率は前年を下回る1.43となり、年間出生数は94.6万人となった。
- ◎東京一極集中の傾向 ⇒ 東京圏へ約12万人の転入超過、東京一極集中の傾向が継続。
- ◎地域経済の現状 ⇒ 雇用・所得環境の改善が続く一方、東京圏とその他の地域との間に一人当たり県民所得等に差が生じている。また、地方において大多数を占める中小企業は、大企業と比べて人手不足感が高まっている。

人口減少と地域経済縮小の克服
まち・ひと・しごとの創生と好循環の確立

2. 日商の基本的な考え方

人口減少は受け入れざるを得ないなか、地域経済の縮小問題を克服するためには、住民1人当たりの所得向上とともに、まちの価値を高めることが、地方創生実現のカギとなる。まちには有形・無形の資産があり、その価値を高めるためには、地域のビジョンを明確にし、民間の挑戦を後押しすることで、ヒトとシゴトが集まる魅力あるまちを創出することが必要である。今こそ、**まちづくりの主導的役割を、そこから得られる長期的なリターン(税収増等)を意識することが少ない行政から、事業経営の視点でコスト意識を持ちながら創意工夫する民間が担うべきものへと、考え方を転換**することが求められる。



3. 求められる具体的な取り組み

民間のまちづくり意欲を引き出す

地域の多様な主体がまちづくりに関与し、**まちづくり推進主体が自立的・主体的に活動できるようにすることが必要**

- (1) **まちづくり会社等がまちづくりに専念できる環境整備**
二重行政や行政の下請けとなっている現状を解消し、まちづくり事業に集中できるような環境を整備しなければならない。
 - ① まちづくり会社等に対する市町村の出資要件の削除
 - ② 中心市街地活性化協議会の継続的活動に対する財政支援
 - ③ 指定管理業務(駐車場管理等)の獲得による財政的自立
 - ④ 空き地・空き店舗等の利活用事業を実施する場合の税制優遇
- (2) **商業放棄地(※)の利活用に多様な主体が参画する機会の創出**
 - ① 商業放棄地の発生を減らすため、商業集積地域において**事業者が隣接事業者等を引き継ぐ場合の優遇措置の創設**
 - ② 商業放棄地に係る**固定資産税の住宅用地特例適用**に関し、商活動の付帯・継続を要件化
 - ③ 商業放棄地を取得し商業として再活用する、または**商業放棄地の所有者が利活用に協力する場合(貸与等)の優遇措置**(※)商業地区において所有者等が不明である、または所有者がその土地等の利活用を放棄している土地等の総称
- (3) **一極集中から多核化、そして自立型のまちづくりを**
「中枢中核都市」に(人口流出をくい止める)ダム効果を持たせるとともに、中小都市の自立に向けた支援が必要である。

まちづくりに挑戦する民間を資金面等で支える

民間資金・ノウハウの徹底活用、個人保証に頼らずにすむよう資金調達の多様化、まちづくりに挑戦する初期負担の低減などが必要

- (1) **まちづくりを民間資金活用事業(PPP/PFI)で実施**
魅力的かつ持続可能なまちづくりが実現するよう、地域企業によるPPP/PFIの取り組みを強力に促進する。
 - ① 人口20万人未満の地方公共団体にPPP/PFI手法導入優先的検討規程の策定を求めるなどPPP/PFI対象事業を拡大
 - ② 公的金融機関等の支援拡充・強化、専門家派遣など、参画しようとする地域企業に対する支援の拡充・強化
 - ③ 地域企業の連携を促進する商工会議所等の活動への支援(※)PPP=Public Private Partnership, PFI=Private Finance Initiatives
- (2) **クラウドファンディングの活用など資金調達を多様化**
まちづくりに必要な資金を、クラウドファンディングなどを活用することで、幅広く調達する仕組みが必要である。また、特定の資力に頼らない資金調達を実現するため、プロジェクトファイナンスやファンドなどの活用が求められる。
- (3) **IoTやAI、ロボティクスなどを活用した新しい地域活性化手法の挑戦を促す「まちづくり補助金」の創設**
シェアリングエコノミーやMaaS(Mobility as a Service)など、地域の社会的課題をビジネスで解決する社会的起業を促すための資金支援が求められる。また、高度な専門知識が必要となることから、社会的起業に取り組む人材の育成支援が不可欠である。

新たな施策を積極的に活用し、既存施策を見直す

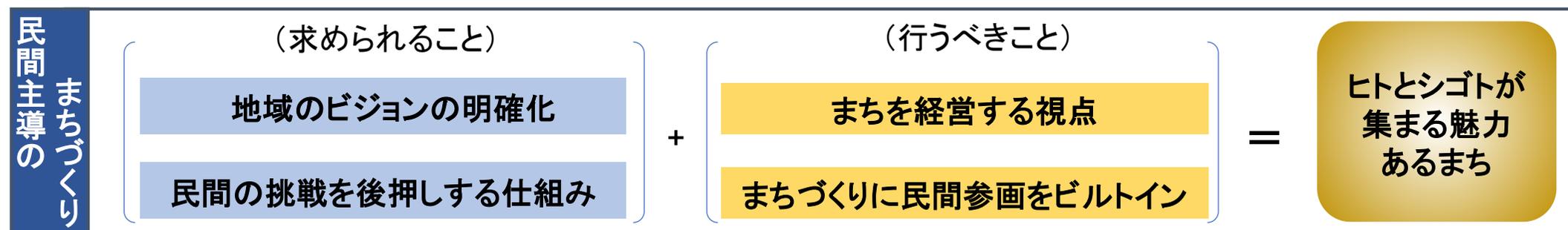
民間の創意工夫・ノウハウを取り入れるインセンティブ、地域の共生のための新しいルールづくりが必要

- (1) **地域再生エリアマネジメント負担金制度の活用促進**
地域経営(エリアマネジメント)を促すため、その費用を地域の事業者で分担する負担金制度が都市規模の大小に関わらず推進されるよう、意義や有用性を説明・周知することが必要である。
- (2) **まちづくり関連補助制度に、民間の関与度合いに応じた優遇措置を追加**
中心市街地活性化基本計画や立地適正化計画等の策定過程において、民間の関与を促す仕組み(補助金の補助率アップ等)が求められる。また、**ソーシャル・インパクト・ボンド(※)**など成果に応じた補助金給付の仕組みも有効である。
(※)民間資金を活用して社会的課題解決型の事業を実施し、その成果に応じて行政が報酬を支払う仕組み
- (3) **コンパクトシティ政策の再構築**
 - ① 歩いて暮らせるまちづくりやローカルファーストといったポスト・コンパクトシティ政策(中心・中核地域の再生策等)の検討・策定
 - ② 立地適正化制度など関連施策の**成果の見える化・検証**
 - ③ 既存ストックを有効活用する**リノベーション**やPPP/PFI等の活用による**公共サービスの広域調整**
 - ④ 人口過疎化のスピードなど地域の実情に応じ、誘導政策に加え**私権の緩やかな制限も視野に入れた都市政策の再構築**

基本的な考え方

基本的な考え方

人口減少は受け入れざるを得ないなか、地域経済の縮小問題を克服するためには、住民1人当たりの所得向上とともに、まちの価値を高めることが、地方創生実現のカギとなる。 まちには有形・無形の資産があり、その価値を高めるためには、地域のビジョンを明確にし、民間の挑戦を後押しすることで、ヒトとシゴトが集まる魅力あるまちを創出することが必要である。今こそ、まちづくりの主導的役割を、そこから得られる長期的なリターン(税収増等)を意識することが少ない行政から、事業経営の視点でコスト意識を持ちながら創意工夫する民間が担うべきものへと、考え方を転換することが求められる。



住民1人当たり所得の向上

×

まちの資産価値の向上

=

地方創生の実現

求められる具体的な取り組み

求められる具体的な取り組み

民間のまちづくり意欲を引き出す

地域の多様な主体がまちづくりに関与し、まちづくり推進主体が自立的・主体的に活動できるようにすることが必要

- (1) まちづくり会社等がまちづくりに専念できる環境整備
- (2) 商業放棄地の利活用に多様な主体が参画する機会の創出
- (3) 一極集中から多核化、そして自立型のまちづくりを

まちづくりに挑戦する民間を資金面等で支える

民間資金・ノウハウの徹底活用、個人保証に頼らずにすむよう資金調達の多様化、まちづくりに挑戦する初期負担の低減などが必要

- (1) まちづくりを民間資金活用事業 (PPP/PFI) で実施
- (2) クラウドファンディングの活用など資金調達を多様化
- (3) IoTやAI、ロボティクスなどを活用した新しい地域活性化手法の挑戦を促す「まちづくり補助金」の創設

新たな施策を積極的に活用し、既存施策を見直す

民間の創意工夫・ノウハウを取り入れるインセンティブ、地域の共生のための新しいルールづくりが必要

- (1) 地域再生エリアマネジメント負担金制度の活用促進
- (2) まちづくり関連補助制度に、民間の関与度合いに応じた優遇措置を追加
- (3) コンパクトシティ政策の再構築

地域診断サービスについて

○ 地域診断サービス

国が提供するビッグデータである「地域経済分析システム」(Regional Economy Society Analyzing System) などを活用して、地域単位(市町村単位)で、「地域が所得を稼いでいる産業は何か、そして稼いだ所得はどこで、どの程度地域外に流出しているか」などを明らかにする地域経済循環分析を中心に、観光や人口などの基礎データを加えた、約30頁の資料。

昨年度より、日本商工会議所のオリジナルコンテンツとして提供を開始、約1年で、全国100か所以上の地域の分析等を提供。

○ RESAS

地域経済(都道府県、市区町村単位)の実情を「見える化(可視化)」する、国が提供するビッグデータ・システムの代表例。

客観的なデータの取得・分析を容易にすることで、真に効果的な政策や事業の立案、実行、検証(PDCA)を支援することを目的に、2015年4月より運用を開始。

ビッグデータを活用した
高岡市の地域経済分析について
(地域診断サービス)

2018年10月25日
日本商工会議所 地域振興部

向けた取り組みを行う
とにより、その強みを活
しく、お手伝いをしてい

得の総額は等しい(これを「三
産業は何か、そして稼いだ所得は
ず、地域内で循環すること、そし
く「見える化」し、その課題や特
れた所得と、地域で支出された所得
出の地域外への流出(或いは地域
)を見る

支出
社民や企業が同た所
消費や投資にどの程
出されているか

の商店での買物(消費)

に頼らない

K(勘)
K(経験)
D(度胸)
O(思い込み)

地域経済を分析
高岡で鶴殿氏が講演

高岡市の経済について語る鶴殿氏 | 高岡商工ビル

高商工会議所(川村志会頭)の議員・評議員懇談会は25日、高岡市の高商工ビルで開き、鶴殿裕日本商工会議所地域振興部主席調査役が講演した。

鶴殿氏は昨年まで日本政策投資銀行富山事務所長を務めた。ビッグデータを活用した高岡市の地域経済分析についてテーマに、地域の産業や観光の特徴などを解説した。川村会頭があいさつし、

強み認識して
市産業・観光セミナー
魚津市は産業・観光をテーマにしたセミナーを魚津商工会議所ビルで開き、日本商工会議所主席調査役の鶴殿裕さんが講演した。鶴殿さんは、魚津市には県内でも有数の観光施設がある

RESAS

Regional Economy Society Analyzing System

地域経済分析システム

地域経済循環

地域で稼いだ所得と、分配された所得を比較して、
所得の地域外への流出(或いは地域外からの流入)を見る



生産(付加価値額)

地域の産業は、どの程度所得を稼いでいるか



例: 商品を生産・販売して得る所得

分配(所得)

地域で稼いだ所得は、地域の住民や企業にどの程度分配されているか



例: 地域住民が給料等の形で獲得する所得

地域に分配された所得と、地域で支出された所得を比較して、
支出の地域外への流出(或いは地域外からの流入)を見る

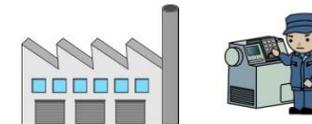


支出

地域の住民や企業が得た所得は、消費や投資にどの程度支出されているか



例: 地域の商店での買物(消費)



例: 地域の企業の設備購入(投資)

地域内での支出は、地域の生産(販売)に還流



地域経済循環の考え方

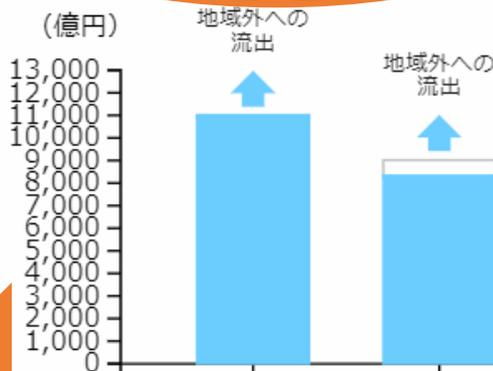
地域経済循環図

2013年

指定地域：兵庫県姫路市

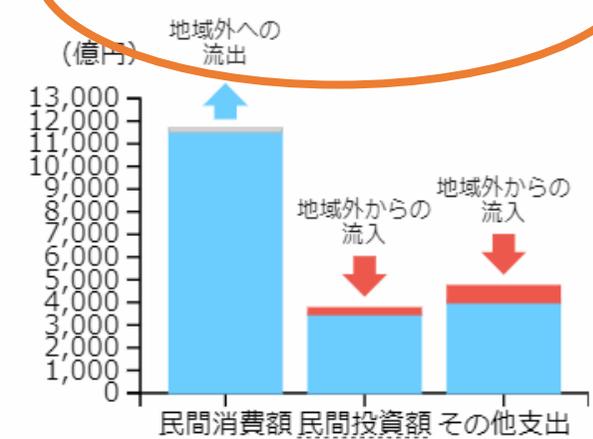
地域経済循環率
104.4%

分配（所得）

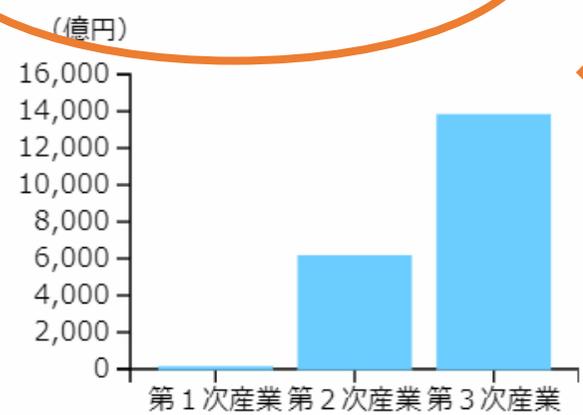


所得からの支出
19,156

支出



生産（付加価値額）



支出による生産への還流
20,000

詳細を見る

詳細を見る

富山県砺波市の地域経済循環

地域経済循環率

87.5%

地域経済循環図

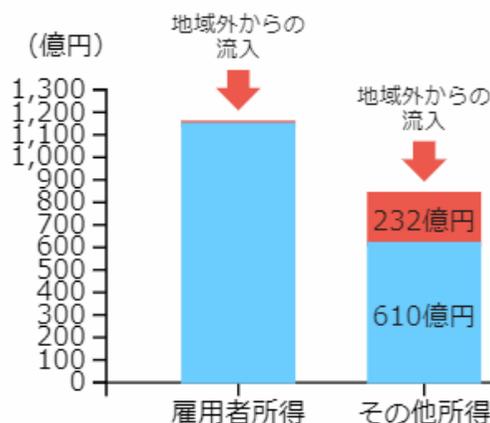
2013年

指定地域：富山県砺波市

所得への分配

1,749

分配（所得）

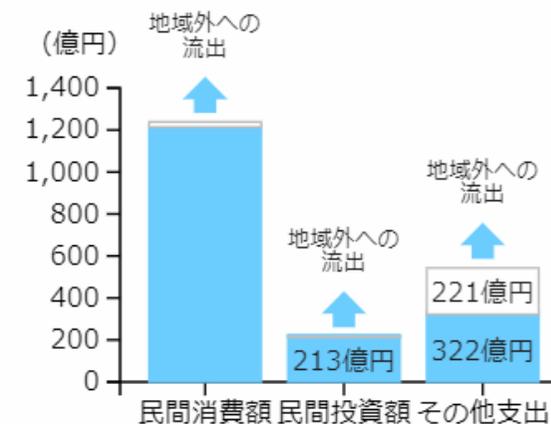


詳細を見る

所得からの支出

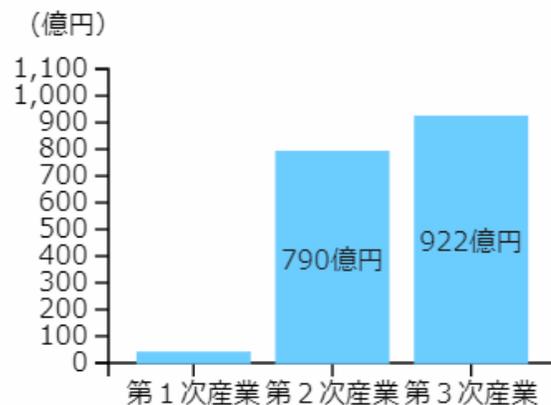
2,000

支出



詳細を見る

生産（付加価値額）



詳細を見る

支出による生産への還流

1,749

宮崎県日南市の地域経済循環

地域経済循環率

84.2%

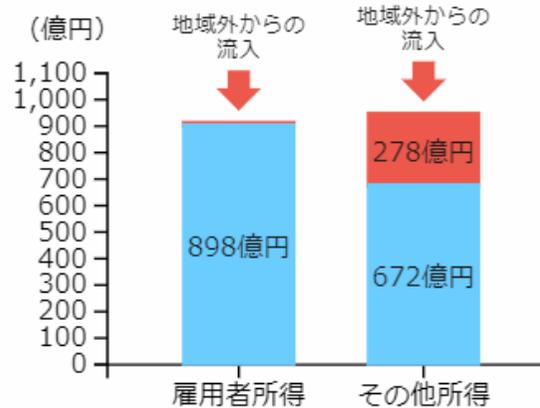
地域経済循環図

2013年

指定地域：宮崎県日南市

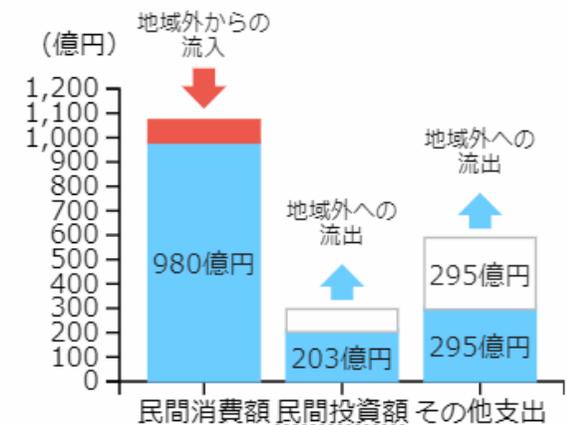
所得への分配
1,570

分配（所得）

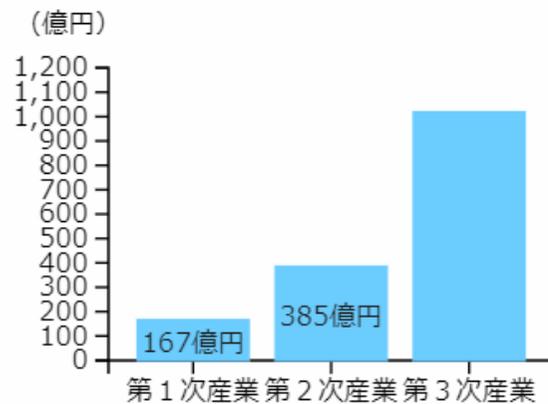


所得からの支出
1,866

支出



生産（付加価値額）



支出による生産への還流
1,570

詳細を見る

詳細を見る

詳細を見る