

# I

## 第2章

## 本格的な人口減少社会における 国土・地域づくり

### 第2章

#### 本格的な人口減少社会における国土・地域づくり

第2章においては、地域の活性化に資するヒト・モノ等の流れ（アクティビティ）と、それを支える地域構造（ストラクチャー）の2つのパートに分け、まず第1節「ヒト・モノ・カネ・情報の流れ」において、地方移住の要因や傾向の分析、地域の魅力の定量化を試みるとともに、観光、物流や地域経済循環を通じた地域活性化の取り組みを紹介する。

そして、第2節「時代に合った構造的な地域づくり」において、「国土のグランドデザイン2050」の基本コンセプトである「コンパクト＋ネットワーク」の効果・取組事例の紹介等を通じ、対流促進型国土の形成に向け、地域構造（ストラクチャー）面での考え方として、「コンパクト＋ネットワーク」が重要である旨を述べる。

### 第1節

### ヒト・モノ・カネ・情報の流れ

第1節では、地域を活性化させる流れ（アクティビティ）に着目し、始めに東京一極集中の是正への対応に当たって重要である地方移住等「地方へのヒト（定住人口）の流れ」についての現状把握、分析を行う。次に、地域を支える「ヒト（交流人口）・モノ・カネ・情報」の流れとして、観光、物流・情報、地域経済循環の各分野について、それらを通じた地域経済への効果や具体的な取組事例を紹介する。

まず「1. 地方移住等地方へのヒト（定住人口）の流れ」では、「(1) 地方移住、地方回帰の現状」で最近、都市住民の間で地方での生活を望む「地方回帰」の意識が強まっているとの調査結果等を受け、地方移住・地方回帰の現状を明らかにするとともに、「(2) アンケート調査を踏まえた人々の意識の分析」で、その要因や背景を独自のアンケート調査により分析する。

次に、「(3) 地方移住の流れをつくる「地域の魅力」の分析」において、地方移住に当たっては豊かな自然環境等の「非金銭的価値」を含む「地域の魅力」が大きく影響していることを踏まえ、生活コストや収入面について都市と地方の比較を行うとともに、移住の背景にある「地域の魅力」について、どのような要素にどの程度の魅力があるのか、定量的な評価を試みる。

さらに、「(4) 二地域居住の動向」において、移住には至らないまでも、積極的に地域に関わることで移住のきっかけにもなり、また、地方へのヒトの流れを促進していくために重要な「二地域居住」について紹介する。

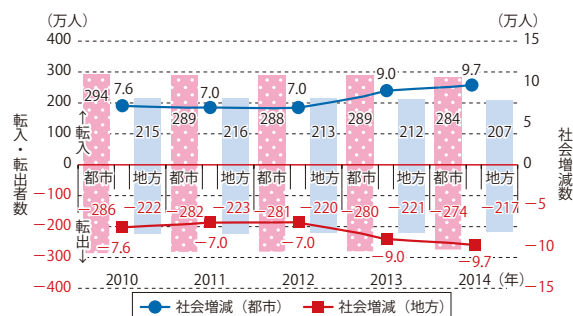
# 1 地方移住等地方へのヒト（定住人口）の流れ

## (1) 地方移住、地方回帰の現状

(統計から見る地方回帰の流れ)

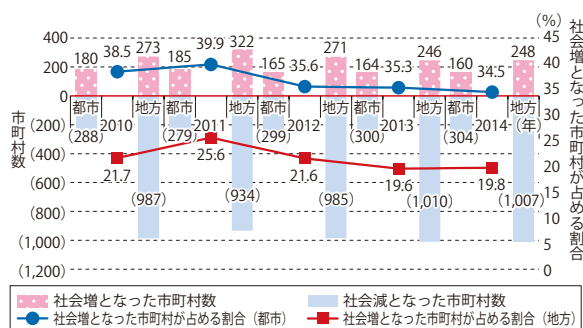
第1章で見てきたように、近年では地方<sup>注18</sup>から都市への人口流出の傾向が再び強まっている<sup>注19</sup>。2010年から2014年の5年間について住民基本台帳人口移動報告<sup>注20</sup>を見ると、都市への人口移動は継続していることが分かる(図表2-1-1、図表2-1-2)。少し視点を変えて、過疎地域<sup>注21</sup>の市町村と過疎地域以外の市町村を比較しても都市部への人口移動の傾向は変わらない(図表2-1-3)。ただし、社会増を実現した市町村数が占める割合に着目すると、過疎地域で社会増を実現した市町村が占める割合が横ばいないし微増傾向にある(図表2-1-4)。

図表2-1-1 社会増減数の推移  
(三大都市圏と三大都市圏以外)



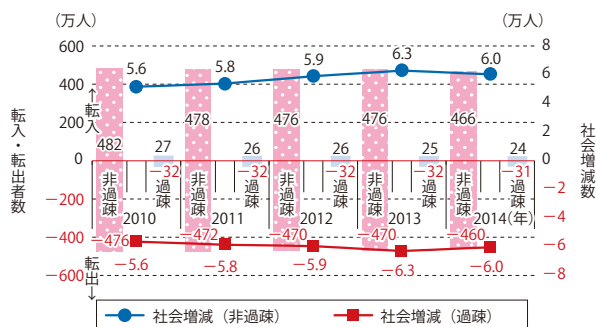
資料) 総務省「住民基本台帳人口移動報告」より国土交通省作成

図表2-1-2 社会増減市町村数の推移  
(三大都市圏と三大都市圏以外)



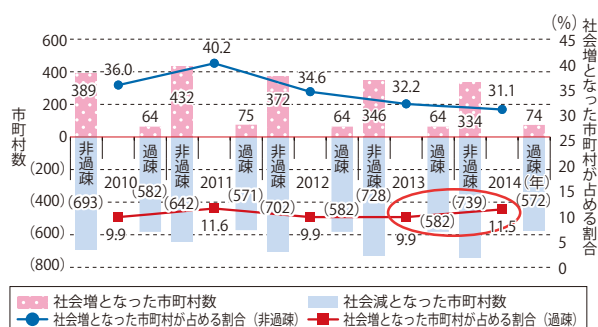
資料) 総務省「住民基本台帳人口移動報告」より国土交通省作成

図表2-1-3 社会増減数の推移  
(過疎地域以外と過疎地域)



資料) 総務省「住民基本台帳人口移動報告」より国土交通省作成

図表2-1-4 社会増減市町村数の推移  
(過疎地域以外と過疎地域)



資料) 総務省「住民基本台帳人口移動報告」より国土交通省作成

**注18** 本項では三大都市圏を都市、三大都市圏以外を地方と定義。

**注19** 第1章1. (1) 図表1-1-5参照。

**注20** 矢祭町(福島県)は住民基本台帳ネットワークシステムに接続していないため、転出者数及び転入超過数は「住民基本台帳人口移動報告」には該当数値がないが、本集計では該当数値がある転入者数を転入超過数に組み入れた。

・国立市(東京都)は住民基本台帳ネットワークシステムに接続していないため、転出者数及び転入超過数は「住民基本台帳人口移動報告」には該当数値がない(2010年及び2011年)が、本集計では該当数値がある転入者数を転入超過数に組み入れた。

・国立市(東京都)は2012年2月より住民基本台帳ネットワークシステムに接続した。したがって、転入者数は2012年2月1日から12月31日までの結果である。転入超過数は転入・転出の期間が異なるため、「住民基本台帳人口移動報告」には該当数値はないが、本集計では上述の転入者数及び転出者数を転入超過数に組み入れた(2012年)。

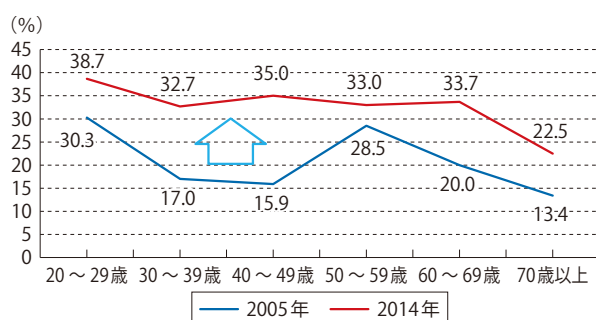
**注21** 過疎地域とは、「過疎地域自立促進特別措置法」第2条第1項に規定する市町村の区域と同法第33条第1項の規定により過疎地域とみなされる市町村の区域とした。

## (足下で見られる地方回帰)

統計データにより地方への人の流れの傾向を全国的に読み取することは困難であるが、経済一辺倒の豊かさではなく、自然や地域との触れあいを大切にする生き方も求められており、田園回帰と呼ばれるように、地域を志向し地域を大切にしたいという若者も増えてきているとの指摘がある。

内閣府が実施した世論調査では、確かに若い世代の田園回帰の意識の高まりが現れている。都市住民の農山漁村地域への定住願望についての調査によると、2005年調査に比べ2014年調査では、30代の農山漁村への定住願望が17.0%から32.7%へ、40代では15.9%から35.0%へと伸びている（図表2-1-5）。ただし、2014年の同調査では、農山漁村への定住願望が「ある」、「どちらかというところ」とした者のうち、すぐにでも農山漁村地域に定住したいと考える者の割合は60代、70歳以上で高い値を示しているものの、30代で4.0%、40代で1.3%、5年以内に定住したい者を含めてもそれぞれ10.0%、5.3%と必ずしも差し迫った願望にはなっていない（図表2-1-6）。

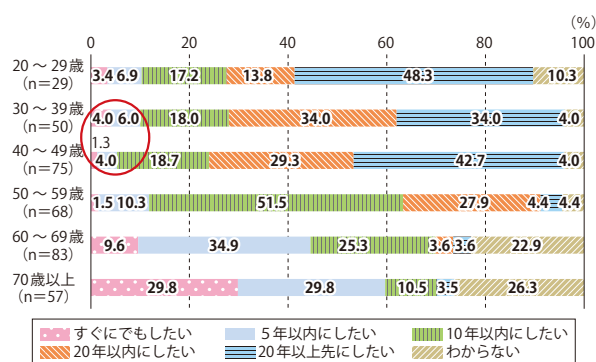
図表2-1-5

都市住民の農山漁村への定住願望  
(ある・どちらかというところ)

資料) 内閣府「都市と農山漁村の共生・対流に関する世論調査 (2005年11月)」、「農山漁村に関する世論調査 (2014年6月)」より国土交通省作成

図表2-1-6

農山漁村地域への定住実現の時期



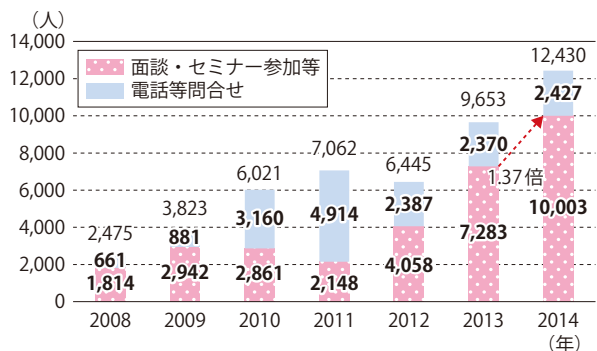
資料) 内閣府「農山漁村に関する世論調査 (2014年6月)」より国土交通省作成

特定非営利活動法人ふるさと回帰支援センター<sup>注22</sup>では、地方移住を希望する都市住民と、約800の移住・交流を支援する地方公共団体とのマッチングを行っている。同センターでは、問合せの件数や利用者の年代についてアンケートを実施しており、2014年の利用実績を見ると、来場者は2013年の約1.4倍となっている（図表2-1-7）。同センターの認知度向上により相談件数が増加したこと等を考慮する必要はあるが、同センターの性質を考慮すると、真剣にIターン等地方への移住を検討している、又は検討したいと考えている者が一定程度存在し、同センターを利用していることが推察される。また、ここでも40代までの若い世代の利用者数の増加が特徴的であり（図表2-1-8）、先に示した世論調査の結果と整合するものである。

注22 正式名称は「認定特定非営利活動法人100万人のふるさと回帰・循環運動推進・支援センター」。

図表2-1-7

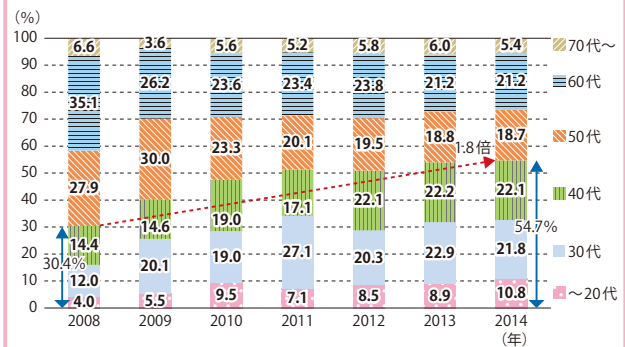
特定非営利活動法人ふるさと回帰支援センター（東京）問合せ・来場者数の推移



資料）特定非営利活動法人ふるさと回帰支援センター資料より国土交通省作成

図表2-1-8

特定非営利活動法人ふるさと回帰支援センター（東京）利用者の年代の推移



資料）特定非営利活動法人ふるさと回帰支援センター資料より国土交通省作成

## ■山梨県北杜市の事例

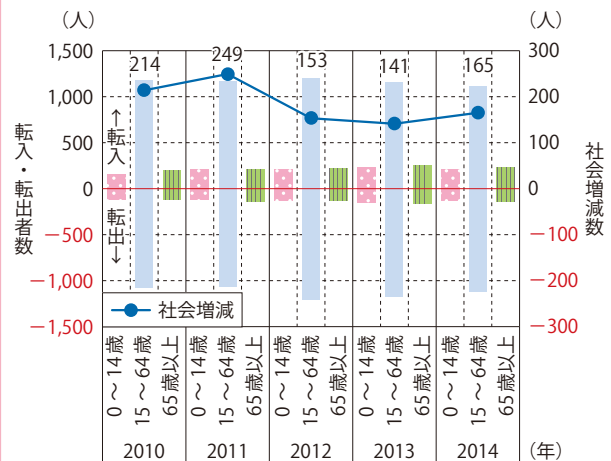
個別具体の例では山梨県の北杜市（図表2-1-9）のように継続的に人口の社会増を実現している市町村もある（図表2-1-10）。北杜市では山梨県外からの転入者の割合が転入者全体の7割を占め、八ヶ岳等美しい山岳や日本一の日照時間等、豊富な地域資源を求める都市圏からの転入者が多いことが特徴である。この背景には、都市圏から比較的近くにあり中央自動車道等によるアクセス手段が充実していることのほか、企業誘致や耕作放棄地の解消等雇用の場の確保に取り組むなど、田舎に住みたい人を支援する制度を充実させていることが挙げられる。

図表2-1-9 山梨県北杜市の位置図



資料）北杜市

図表2-1-10 山梨県北杜市の人口社会増減



資料）総務省「住民基本台帳人口移動報告」より国土交通省作成

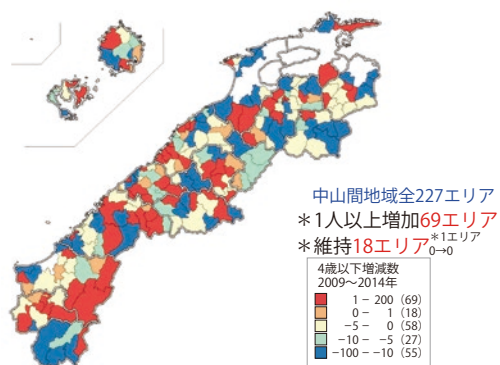


## ■島根県の中山間地域で起きている田園回帰

島根県中山間地域研究センターの調査によると、島根県の中山間地域<sup>注23</sup>を住民基本台帳の市町村単位よりも細かく小学校区や公民館区等の基礎的なコミュニティ単位（一次生活圏に相当、平均1,370人）で見ると、子供や30代女性が増えている地区が目立つという（図表2-1-11、図表2-1-12）。島根県の中山間地域を227のエリアに分け、2009年と2014年を比較すると、4歳以下の子供の数は69エリア（約30%のエリア）、30代女性の数は96エリア（約42%のエリア）で増加している。同センターでは集落現地への聞き取り調査等を実施しており、中山間地域に入る者は利便性や金銭を求めているわけではなく、子育て環境や伝統、人、自然とのつながり等を求めている者が多いと分析している。

図表2-1-11

島根県中山間地域での4歳以下の  
子供の増減数（2009～2014年）

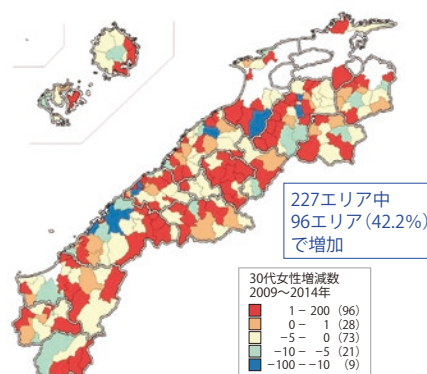


\*住民基本台帳による日本国籍を有する住民を対象として比較

資料) 島根県中山間地域研究センター

図表2-1-12

島根県中山間地域での30代の女性の  
増減数（2009～2014年）



\*住民基本台帳による日本国籍を有する住民を対象として比較

資料) 島根県中山間地域研究センター

\*2009年に30～39歳であった女性グループの増減

## (2) アンケート調査を踏まえた人々の意識の分析

周知のとおり、移住には出身地に戻るUターンと、出身地とは異なる地域への移住であるI/Jターン<sup>注24</sup>がある。(株)三菱総合研究所が生活者モニターを対象に経年調査を行っている「生活者市場予測システム」<sup>注25</sup>によると、他の都道府県からの移住者は、都市で約36%、地方では約21%であり、特に都市では比較的大きな割合を占めていることが分かる（図表2-1-13）。また、国土交通省が実施したアンケート調査（以下「国民意識調査」という。）<sup>注26</sup>では、地方の住民について更に詳細に内訳を調査しており、地方では、定住者が約23%、Uターン者が約55%、I/Jターン者が約14%となっており<sup>注27</sup>、一度も他の市町村に出て生活したことがない者は比較的少数であることが分かる（図表2-1-14）。

**注23** 中山間地域とは、農業統計上用いられている地域区分のうち、中間農業地域と山間農業地域を合わせた地域を指す。

このうち、中間農業地域は林野率が主に50～80%で、耕地は傾斜地が多い市町村を指し、山間農業地域は林野率80%以上、耕地率10%未満の市町村を指す。

**注24** I/Jターン：Iターンは都市で生まれ育った者が地方へ移住すること、Jターンは地方で生まれ育った者が都市に移住し、その後生まれ育った地域でない別の地方に移住すること。

**注25** (株)三菱総合研究所が2011年より毎年実施しているインターネットアンケート（回答数は、2011年は20～69歳で30,000、2014年は70歳以上も含めて34,183。なお、経年比較の際は、2014年も20～69歳で30,000としている。）。

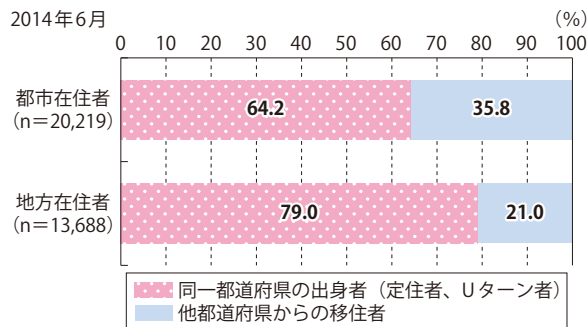
**注26** 2015年2月に、全国の個人を対象としてインターネットを通じて実施（回答数3,000）。

**注27** 国民意識調査では、以下のとおり定義した。

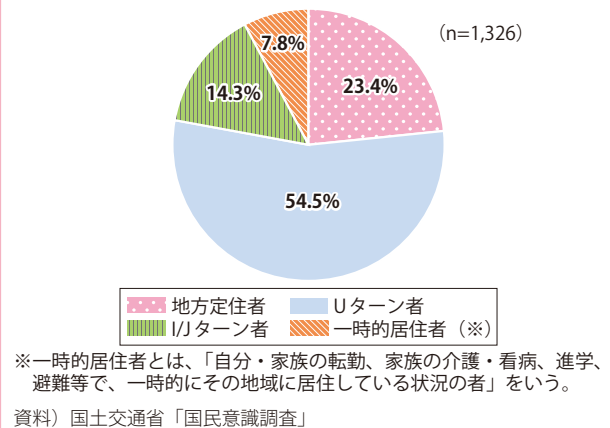
- ・地方定住者：現在の居住地が三大都市圏以外で、現在の居住地と出身の道県が一致し、他の市町村に住んだことがない者
- ・Uターン者：現在の居住地が三大都市圏以外で、現在の居住地と出身の道県が一致し、他の市町村に住んだことがある者
- ・I/Jターン者：現在の居住地が三大都市圏以外で、現在の居住地と出身の都道府県が一致しない者

なお、同一道県内の市町村間の移動者もUターン者に含まれている。

図表 2-1-13 出身者と移住者の割合



図表 2-1-14 地方在住者の内訳



次に、世代や地域、定住者・移住者等の属性に分けて国民意識を分析する。

### (地方に縁が「ある者」が「ない者」より地方への移住希望が高い)

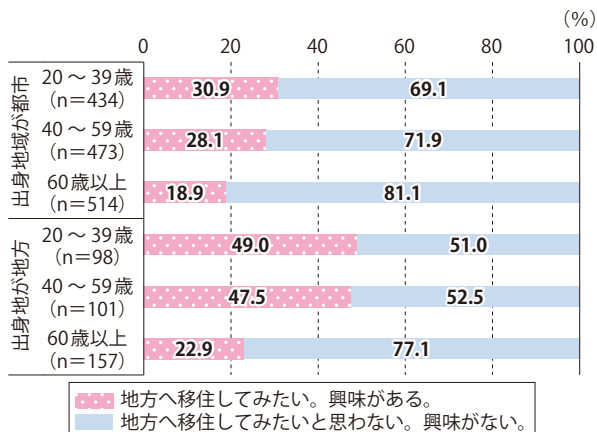
国民意識調査で地方への移住の希望を調査したところ、都市在住者の中でも、地方に縁のある者の方が地方に縁のない者より地方への移住を希望していることが明らかとなった。具体的には、都市に居住している地方出身者や、転勤や家族の介護、進学等で現在一時的に地方に居住している都市在住者の方が、都市出身の都市在住者より地方移住を希望する割合が高い傾向にある(図表2-1-15、図表2-1-16)。また、都市在住の地方出身者が、最も出身地に誇りを抱いていることも明らかとなっている(図表2-1-17)。

これは、地方に居住していた(又は一時的に居住している)経験により、都市より地方に魅力を感じている者が一定程度存在するためであると推察される。

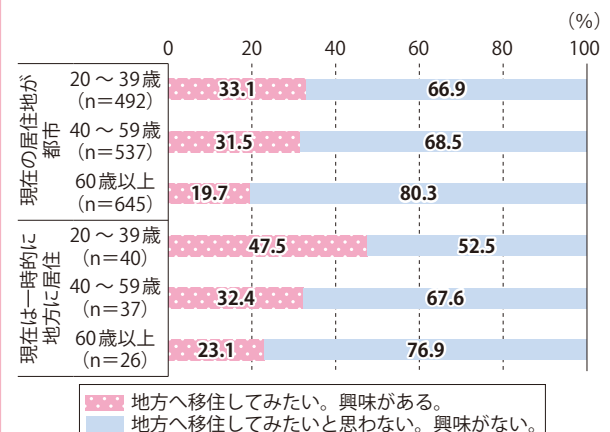
これらのことは、二地域居住等の交流人口の拡大が、地方移住へのきっかけになり得ることを示唆している。

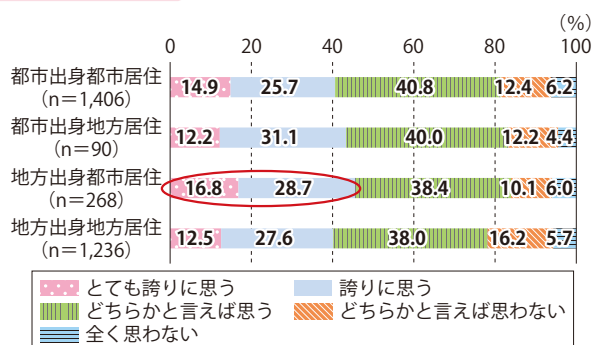
また、3年前と比較すると生まれ育った場所に住みたいとする者は減ってはいるが(図表2-1-18)、地方在住者の方が都市在住者に比べ各世代とも比較的生まれ育った場所に住みたいという願望が高い(図表2-1-19)。

図表 2-1-15 出身地域別の地方移住希望 (都市在住者)

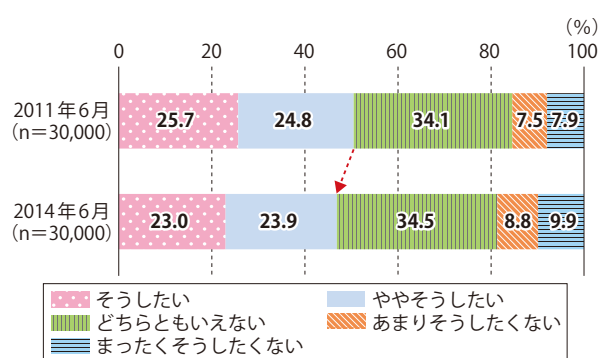
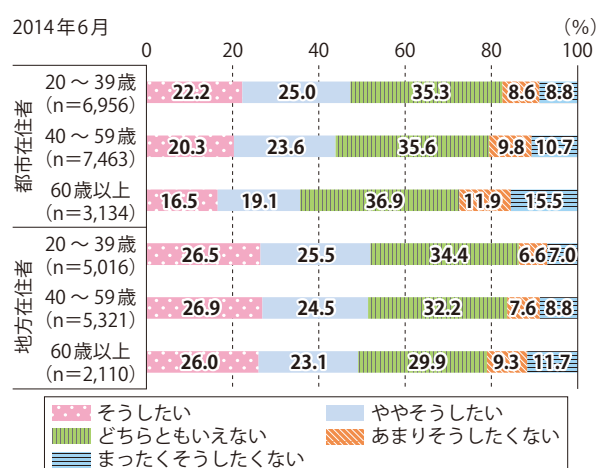


図表 2-1-16 現在の居住地別の地方移住希望



図表2-1-17 出身地への誇り  
(出身地・居住地別)

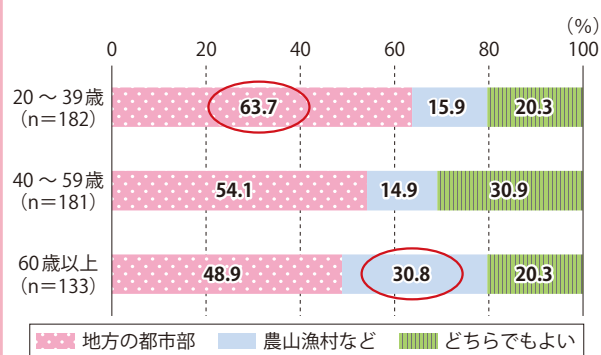
図表2-1-18 生まれ育った場所に住みたい

図表2-1-19 生まれ育った場所に住みたい  
(都市・地方、年代別)

### (地方移住希望者が移住したい地域は地方の中でも都市部が多い)

地方移住を希望している若い世代は、地方の中でも都市部への移住を希望する傾向が強い。また、60歳以上の世代も地方の都市部に移住したいと思う者が多いものの、若い世代と比較すると、農山漁村への移住を希望する者が多いことが分かった(図表2-1-20)。地方回帰というと、田園回帰やスローライフの実現といったキーワードで語られることも多いが、地方の都市部への移住を求めている者、農山漁村地域への移住を希望する者と、異なる潮流があり、割合的には前者の方が高い傾向にあることが見てとれる。

さらに現在の地域に居住している理由を尋ねると、Uターン者は、実家や家業を継ぐために居住している者の割合がその他の者と比べて高く、I/Jターン者はやりたい仕事があるから居住しているという回答が突出して高い(図表2-1-21)。これは、I/Jターン者の方が自由意思で仕事を選

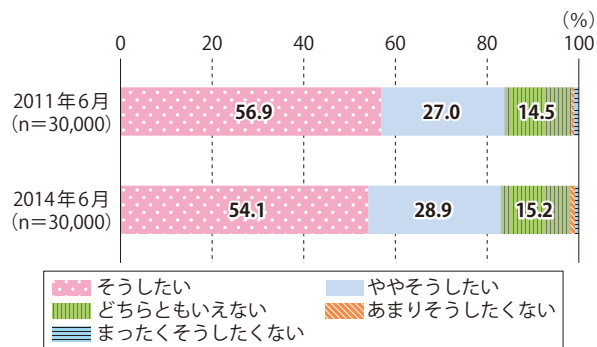
図表2-1-20 地方移住希望者が住みたい地域  
(年代別)







図表 2-1-24 地震や津波の被害の少ない安全な場所に住みたい



資料) (株) 三菱総合研究所「生活者市場予測システム」

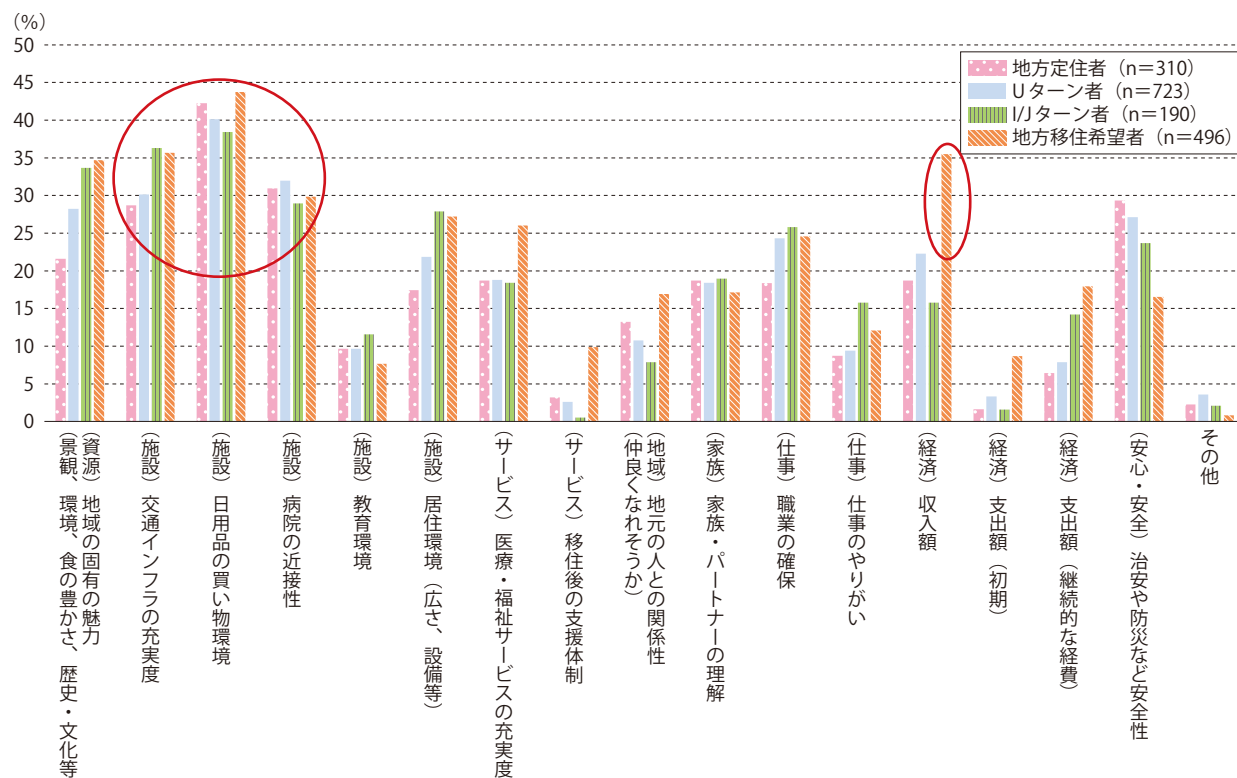
**(インフラはすべての層で重視されている)**

いずれの層も、買い物環境や交通インフラの充実度、病院の近接性等インフラを重視している（図表2-1-25）。地方の都市部に居住している者や、地方の都市部に移住したいと考える者は、このインフラを重視する層であると推察される。特に、地方移住希望者は、日用品の買い物環境を重視する者が多く、次いで交通インフラの充実度を重視している。また、地方移住希望者やI/Jターン者が定住者やUターン者に比べて、交通インフラの充実度をより重視しているのは、複数の移住候補地から選ぶ場合には、利便性も享受したいと考えている者が多いことによるものと推察される。

**(地方への移住希望者は収入を重視し、実際の移住者はそれほど重視していない)**

地方移住希望者は収入額を重視する者が突出して多く（図表2-1-25）、地方へ移住することにより現在の職を離れ、収入が低下することを懸念していることが推察される。この収入への懸念が、図表2-1-6に現れているように、すぐにでも移住したい、5年以内に移住したいと考える者が少ないことの要因となっているとも考えられる。

図表2-1-25 移住・定住に際し重視した（重視する）条件



資料) 国土交通省「国民意識調査」

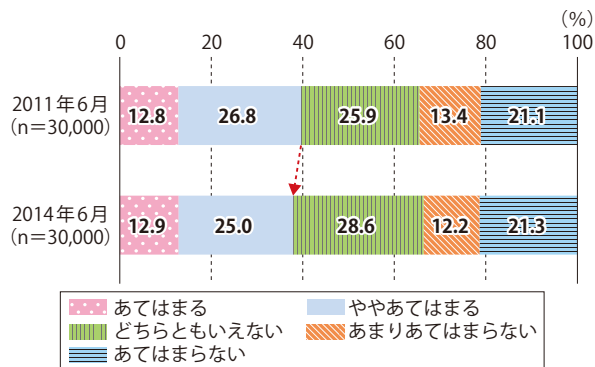
次に地方移住に密接な関係があると推察される、仕事に関する価値観を分析したい。

### （若い世代で仕事に対する期待感が減っている）

3年前と比較して、平日に家族団らんの時間があるとする者が微減となっている一方で（図表2-1-26、図表2-1-27）、特に20代の若い世代で、仕事に満足感や充実感を感じている者が減っている（図表2-1-28、図表2-1-29）。これに呼応するように、会社の中で地位の向上（出世）を常に目指したいと考える者の割合も減っている（図表2-1-30）。特に20代の若い世代で、2011年には「そうしたい」、「ややそうしたい」とする者が、「あまりそうしたくない」、「まったくそうしたくない」の合計を上回っていたが（29.9%：27.6%）、2014年には逆転している（24.4%<sup>注28</sup>：31.7%）（図表2-1-31）。このような仕事に対する期待感の減少は価値観の多様化の表れの一つとも見てとれ、地方へ移住する際の引き金となっている可能性もある。

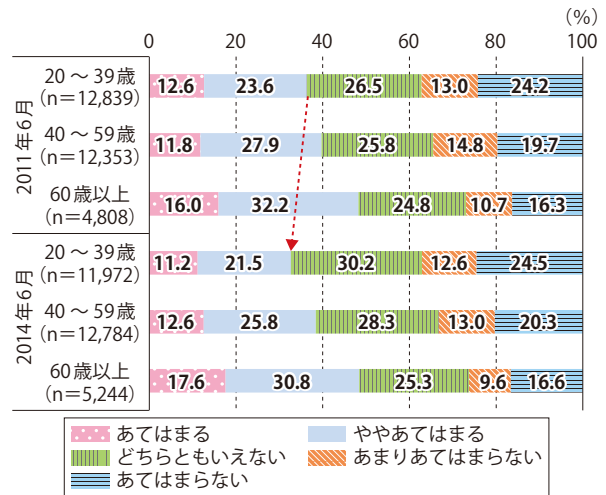
注28 小数点第2位以下により図表中の合計数値と一致していない。

図表 2-1-26 平日に家族団らんの時間がある



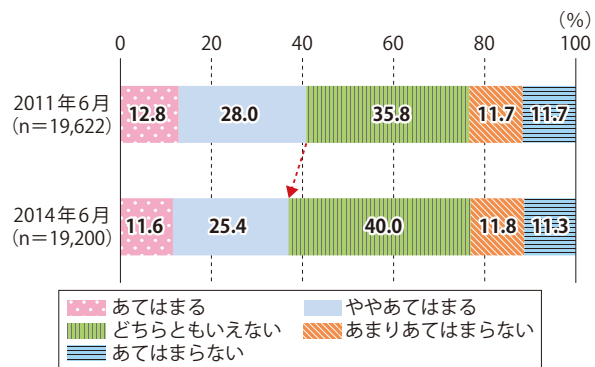
資料) (株) 三菱総合研究所「生活者市場予測システム」

図表 2-1-27 平日に家族団らんの時間がある (年代別)



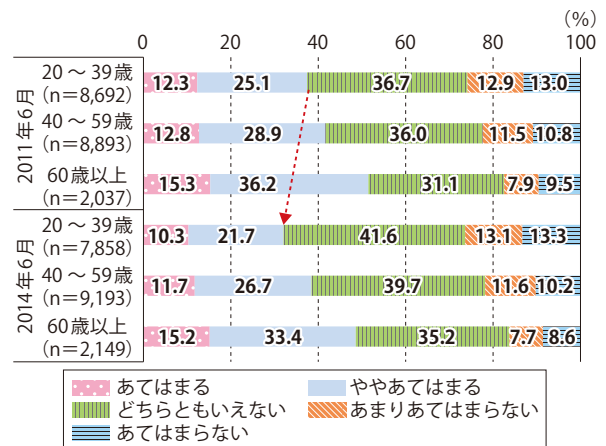
資料) (株) 三菱総合研究所「生活者市場予測システム」

図表 2-1-28 満足感や充実感のある仕事をしている



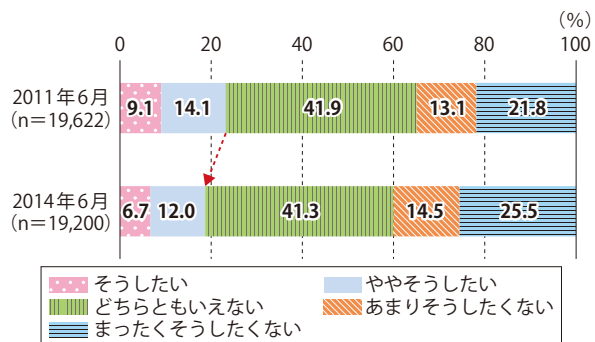
資料) (株) 三菱総合研究所「生活者市場予測システム」

図表 2-1-29 満足感や充実感のある仕事をしている (年代別)



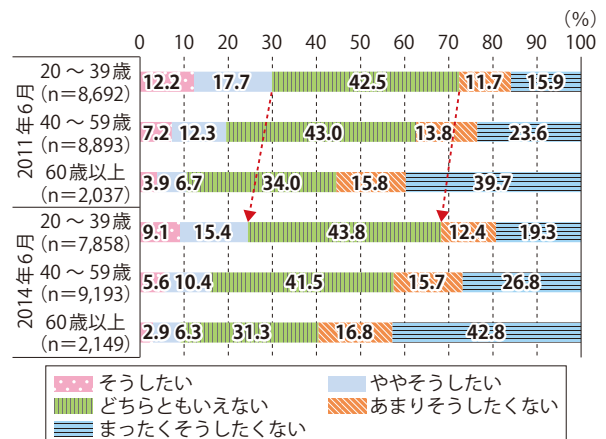
資料) (株) 三菱総合研究所「生活者市場予測システム」

図表 2-1-30 会社の中での地位の向上 (出世) を常に目指したい



資料) (株) 三菱総合研究所「生活者市場予測システム」

図表 2-1-31 会社の中での地位の向上 (出世) を常に目指したい (年代別)



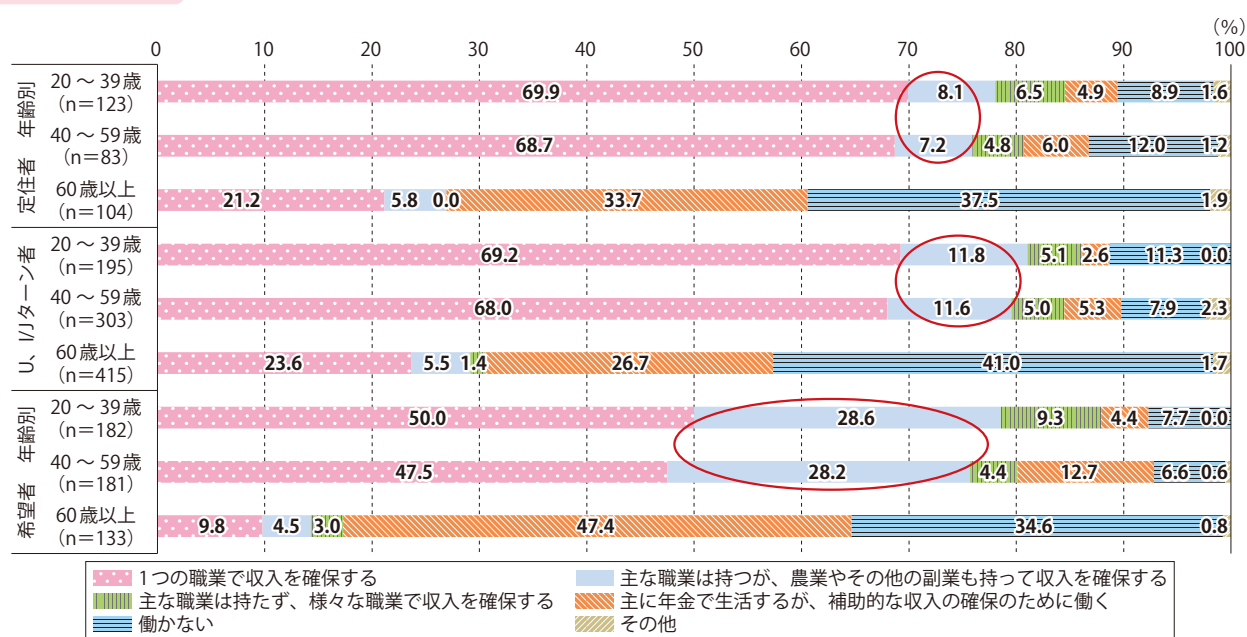
資料) (株) 三菱総合研究所「生活者市場予測システム」



(地方移住希望者は、主な職業を持ちながら農業等の副業をもって生計を立てたいと願う者も多い)

現実に地方に在住している現役世代は一つの職業で収入を確保している者が多く、地方移住希望者の多くも一つの職業で収入を確保したいと考えている。ただし、地方移住希望者は主な職業を持ちながら農業等の副業をもって生計を立てたいと願う者が地方に在住する者に比べて多いことがわかった(図表2-1-32)。いわゆるスローライフを求めている者が一定程度存在することを示していると思われる。確かにU、I/Jターン者は、地方定住者に比較して主な職業を持ちながら農業等の副業をもって生計を立てている者が多いが、移住希望者が望むほどの割合は占めていない。このギャップを埋めるためには、地方に複数掛け持つことができるような多数の小さな雇用(近隣集落での就農や、福祉、6次産業等での臨時雇用等)を用意することが必要であろう。

図表2-1-32 地方在住者の働き方と地方移住希望者が希望する働き方



資料) 国土交通省「国民意識調査」

次に、実際に移住した者が、移住する前後で感じたギャップについて見ることによって、移住者がその地域に定住し続けるための課題を見る。

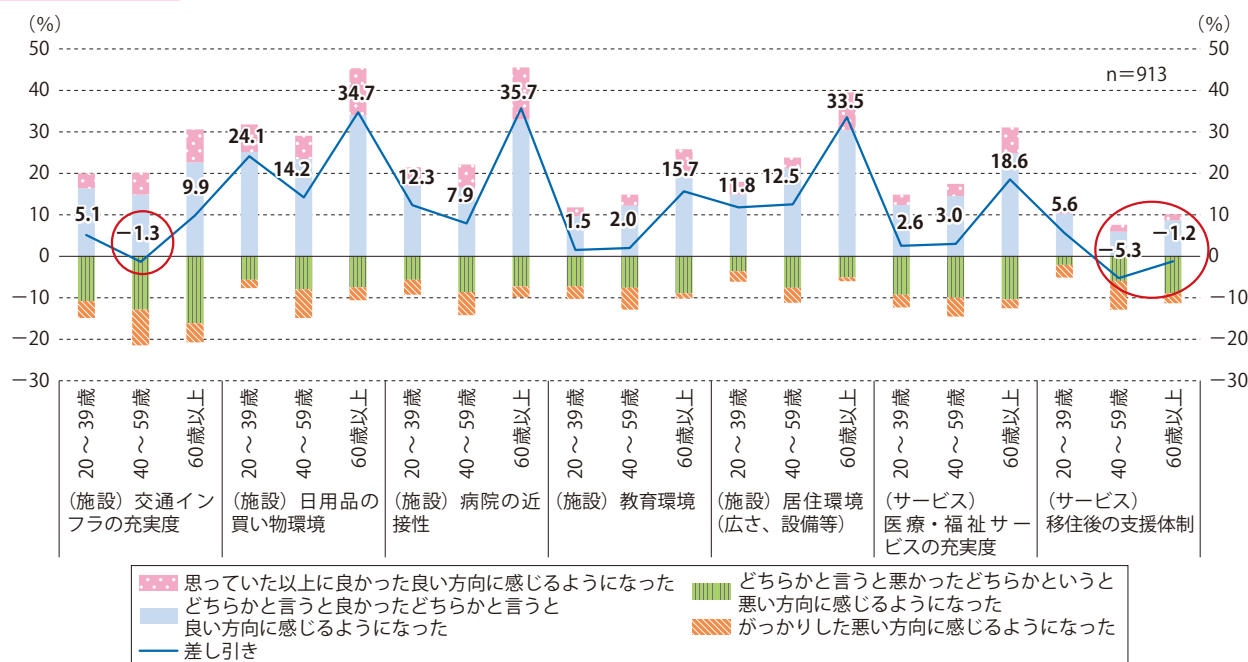
(移住した前後で、生活環境に良い方向のギャップを感じている者が多い)

買い物環境や、病院の近接性、居住環境については想定より良い方向にギャップを感じている者が多い一方、教育環境や医療・福祉サービスの充実度については、特に若い世代でほぼ想定していたとおりという回答である(図表2-1-33)。買い物の利便性や病院の近接性は、利用してみて初めて実感することであり、教育や医療・福祉は全員が必要とするサービスではなく、必要と感じる者は事前に調査した上で移住することが想定されるため、ギャップが少なかったものと推察される。

一方、交通インフラの充実度(40～59歳)、移住後の支援体制(40～59歳、60歳以上)には悪いギャップを感じた者が良いギャップを感じた者より多く存在し、移住後の持続的な定住のための課題があるといえる。

なお、高齢の世代は若い世代より良い方向にギャップを感じている者が多い。

図表2-1-33 Uターン、I/Jターン者が移住した前後で感じたギャップ（生活環境）



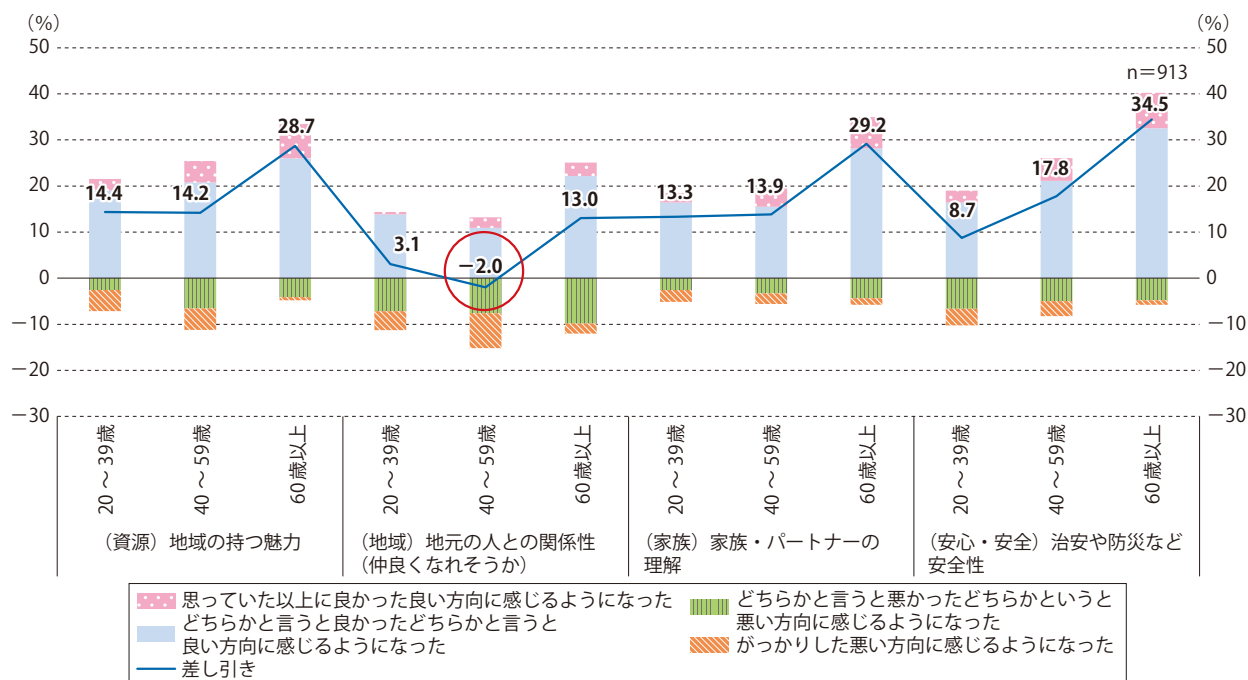
### (移住した前後で、地域の特性等に良い方向のギャップを感じている者が多い)

地域の魅力や治安や防災等の安全性は、想定より良い方向にギャップを感じる者が多い（図表2-1-34）。家族・パートナーの理解が、移住後に良い方向に振れたとする者が多いのは、従属的に移住した家族やパートナーの満足度が向上したということであり、実際に居住することにより地方の魅力が実感されたものと推察される。

一方で、地元の人と仲良くなれそうか（40～59歳）については、悪い方向にギャップを感じる者が多く存在し、移住者の心構えや地域の受け入れ体制等に改善の余地があることが分かった。

また、ここでも高齢の世代は若い世代より良い方向にギャップを感じている者が多い。

図表2-1-34 Uターン、I/Jターン者が移住した前後で感じたギャップ（地域の特性等）

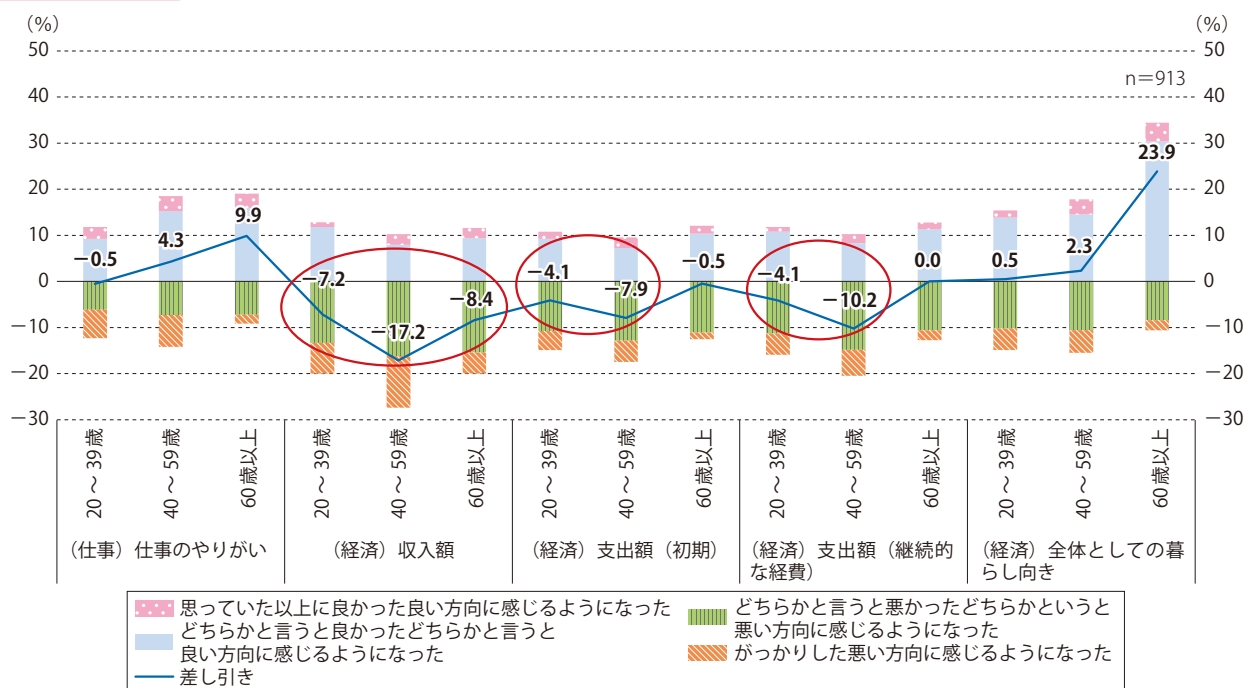


### （移住した前後で、若い世代は経済環境に悪い方向のギャップを感じている者が多い）

若い世代のUターン、I/Jターン者は、経済的環境に悪い方向のギャップを感じている層が多いことも分かった（図表2-1-35）。特に収入額は想定していたものより悪いと感じており、支出額についても予想以上に減っていないと感じている者が多いことがうかがえる。一方で、全体の暮らし向きについてはそれほどギャップを感じておらず、想定範囲内と見ることもできるが、例えば、子供が成長し、進学に伴い域外に出ること等を想定すると、仕送りが発生することになり、生活コストが増加することも考えられる。前述のとおり、生活環境や地域の特性等については、おおむね良い印象を感じている者が多いため、若い世代の定住を持続的なものにするためには、収入面・支出面の改善が重要であることが分かる。

なお、ここでも高齢の世代は若い世代より良い方向のギャップを感じていることが分かり、高齢の世代は、移住に関して総じて満足度が高いことが分かった。

図表2-1-35 Uターン、I/Jターンが移住した前後で感じたギャップ（経済的環境）



資料) 国土交通省「国民意識調査」

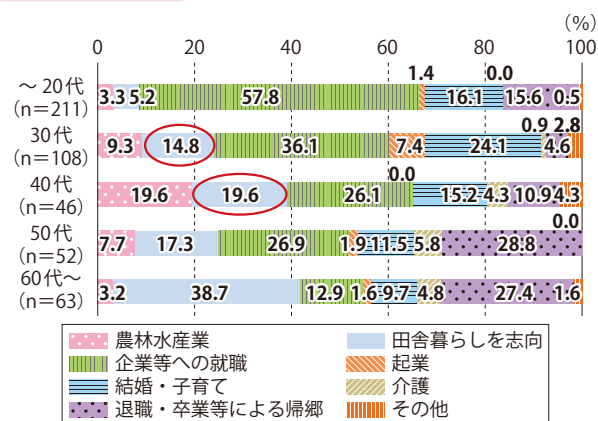
以上、述べてきたように地方移住には様々な動機や目的があるため、様々な主体に対して様々な地方の魅力の創出が必要である。一律に、若者世代は利便性の高い都市部に、高齢世代はスローライフを求めて農山漁村への移住を志向しているわけではない。実際には、農山漁村を志向する若者も存在し、地方都市を志向する高齢世代も存在する。

例えば、2009年度から農林水産省が実施している「田舎で働き隊」制度では、20~30代の若者を中心にこれまで1,100名が農山漁村に派遣され、派遣期間終了後も半数以上の者が地元で定住し、農林水産業や地域活性化等の活動に従事している。また、2009年度から総務省が実施している「地域おこし協力」制度では隊員の約8割が20~30代であり、2014年度までに3,865名が過疎地域等に派遣されている。そのうちの約6割（2013年6月調査）が任期終了後も同じ地域に定住しているという。

また、鳥取県では、2011年度から市町村の協力を得て、把握した移住者に対してアンケート調査を実施している。2013年度の状況を見ると、20~40代は就職や結婚・子育て等を理由に移住してきた者が多く、50代以上は、退職による帰郷や田舎暮らしを志向しての移住が中心となっているが、田舎暮らしを志向して移住する若い世代も一定程度存在していることが見てとれる（図表2-1-36）。

また、都市へ流出した人の流れを地方へ取り戻すためには、図表2-1-20で見たように裾野が広いと考えられる地方都市への移住希望者の願望を

図表2-1-36 年代別・理由別 移住世帯数（鳥取県・2013年度）



資料) 鳥取県資料より国土交通省作成



叶えることが効果的である。すなわち、就業の場を用意し、買い物環境や交通インフラの充実等、都市的な利便性を一定程度提供することで、Uターン希望者等の地方回帰の流れを加速させることが可能になると考えられる。多くの地方移住希望者が地方都市に魅力を感じつつ、自然の豊かさにも魅力を感じていることが分かったため、地方都市と農山漁村の間のネットワークを構築することにより、地方の都市部の自然への近接性を高めることも一定の効果が見込まれると推察される。

様々な主体に合致した地方の魅力をつくりあげ、交流人口を増やすことで、その魅力を訴えていくことが地方回帰を促進するために重要であるといえる。

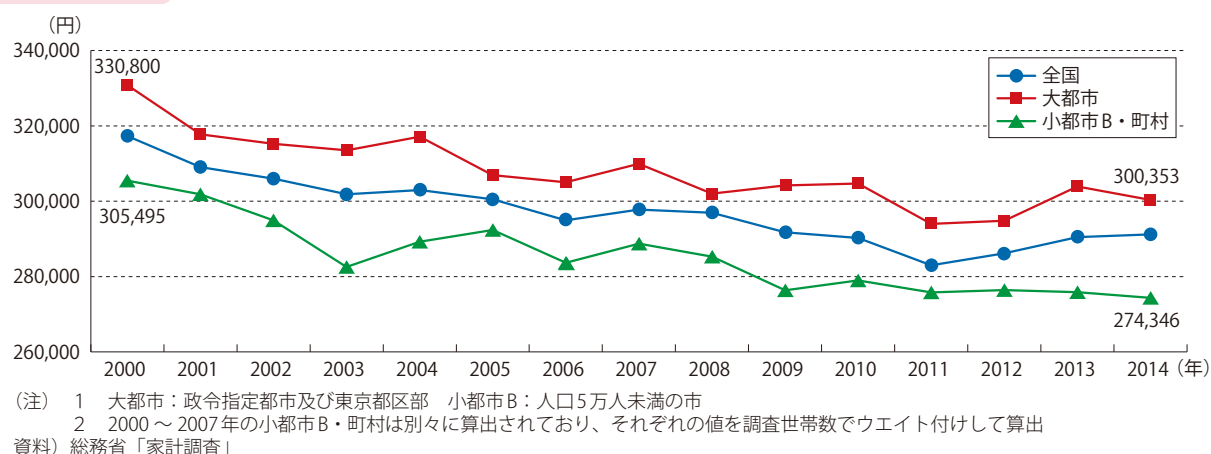
### （3）地方移住の流れをつくる「地域の魅力」の分析

第1節図表2-1-25からもわかるように、移住志向者は収入や職業の確保などの金銭的側面を重視しながらも、利便性や自然環境等の金銭換算されない側面も重視している傾向にある。ここでは、移住に伴う家計の変化及び個々人が感じる「地域の魅力」について考察していく。

#### （大都市と小規模市町村の消費支出の比較）

総務省「家計調査」により、都市規模別の月間平均消費支出の推移を見ると、2000年以降いずれの都市規模においても消費支出はおおむね減少傾向にあったが、2011年以降は三者三様の動きとなっている。大都市では増加に転じたのち直近は減少、全国では増加傾向が続き、小都市B（人口5万人未満の市）・町村は緩やかな減少基調である。また、小都市B・町村の消費支出は大都市と比べて1.5～3万円少ない状態が続いている（図表2-1-37）。

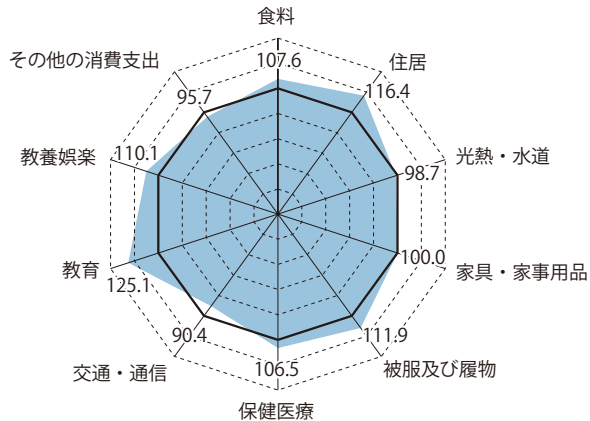
図表2-1-37 1世帯当たり月間平均消費支出の推移（2人以上世帯）



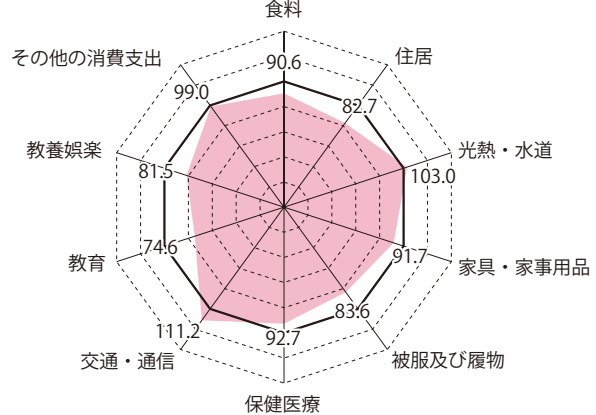
次に、1世帯当たりの月間平均消費支出の項目別内訳について、全国平均を100とした場合の大都市と小都市B・町村の割合を見ると、大都市では、食料、住居、被服及び履物、保健医療、教育等が平均を上回っているのに対し、小都市B・町村では、光熱・水道、交通・通信が平均を上回っている（図表2-1-38）。大都市と比べた小規模市町村の消費支出は、食料、住居、被服及び履物をはじめトータルでは少ないものの、電気代や灯油代等をはじめとする光熱・水道や、交通・通信に含まれる自動車関連支出（自動車購入費、維持費、ガソリン代）は多いという傾向が見てとれる（図表2-1-39）。

図表 2-1-38 1世帯当たりの1ヶ月平均消費支出の項目別割合（2014年、2人以上世帯）

大都市

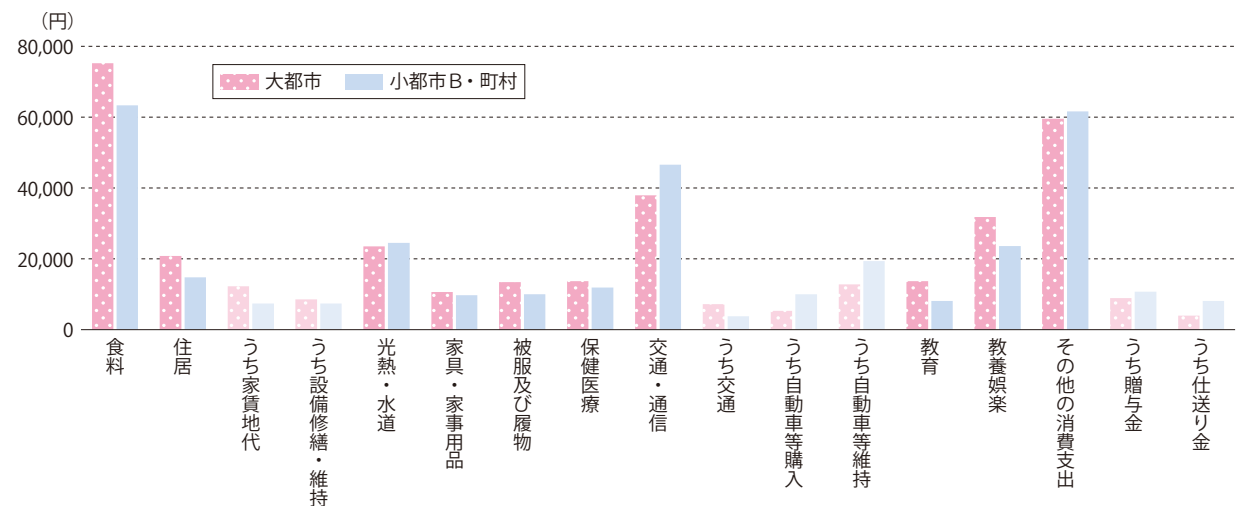


小都市B・町村



(注) 全国の項目別支出額を100とした場合の割合  
資料) 総務省「家計調査」より国土交通省作成

図表 2-1-39 1世帯当たりの1ヶ月平均消費支出額（2014年、2人以上世帯）



資料) 総務省「家計調査」

### (小規模市町村に居住している人々の生活実感)

前項では、大都市と小規模市町村の消費支出について比較したが、小規模市町村での生活における、金銭換算されない定性的な部分の評価はどうなっているのだろうか。(株)NTTデータ経営研究所とNTTコム リサーチが実施した「小規模市町村における移住・定住の要因と生活状況に関する調査<sup>注29</sup>」によれば、小規模市町村での生活における満足度は「食事」、「居住環境」、「睡眠時間」が高く、これに次いで「買い物」や「ブロードバンド環境」といった項目も高くなっている。

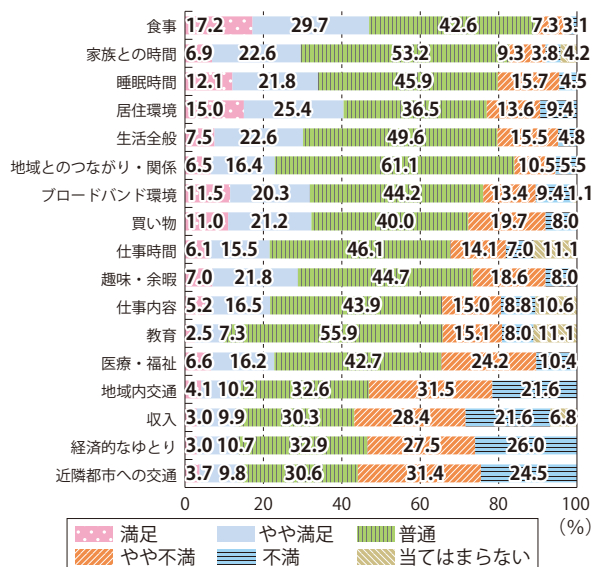
その一方で、「近隣都市への交通」、「地域内交通」といった交通面や「収入」、「経済的なゆとり」といった経済面での不満が高くなっている(図表 2-1-40)。収入に関して、総務省「家計調査」によると平均年収<sup>注30</sup>が大都市644万円に対し小都市B・町村571万円と約1割少ない傾向にある。

注29 2014年7月に人口4万人未満の市町村の住民を対象に実施したアンケート (n=1050)。

注30 2014年調査で2人以上世帯の年収。

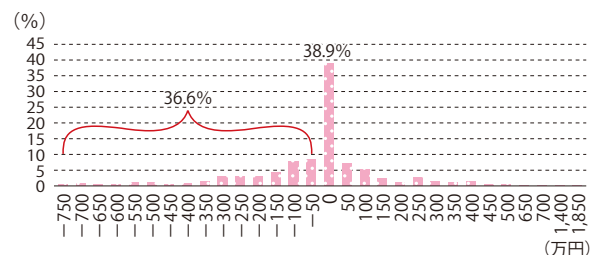
実際に「地域ストック」の豊かさに関する意識調査<sup>注31</sup>で地方移住者<sup>注32</sup>350名の移住前後の収入の変化を調査したところ、収入は変わらない、又は減少したと答えた者が全体の約76%を占めている。また、可処分所得の変化については変わらない、又は減少したと答えた者が全体の約73%を占めており、移住により収入や可処分所得が改善する者は比較的少数と言える（図表2-1-41、図表2-1-42）。

図表2-1-40 生活における満足度



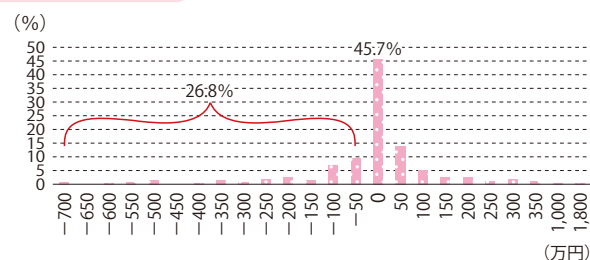
資料) (株)NTTデータ経営研究所/NTT コムリサーチ「小規模市町村における移住・定住の要因と生活状況に関する調査」

図表2-1-41 移住による年収の変動額



資料) 国土交通省「「地域ストック」の豊かさに関する意識調査」

図表2-1-42 移住による可処分所得の変動額



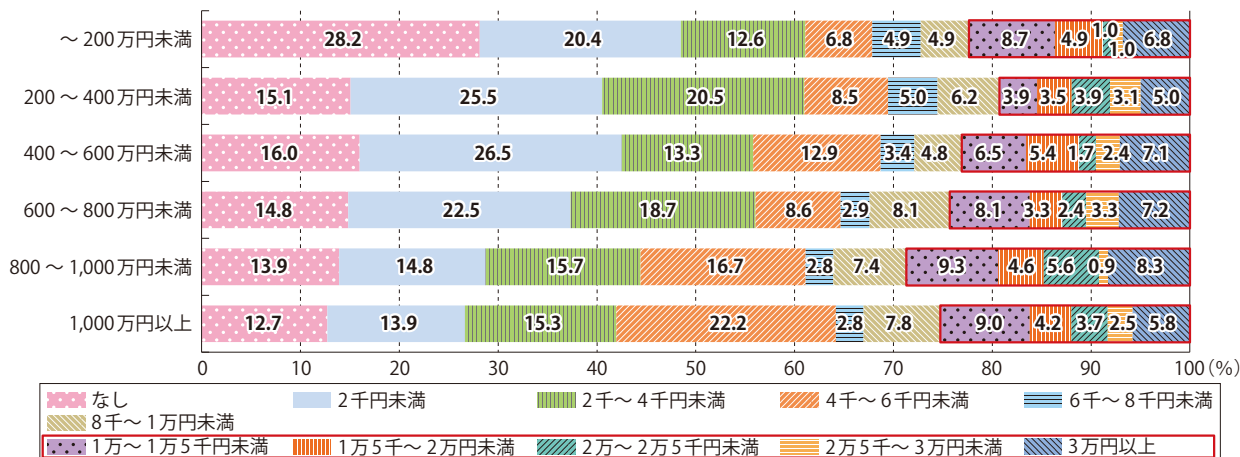
資料) 国土交通省「「地域ストック」の豊かさに関する意識調査」

以上のように経済面については、小規模都市の居住者や地方移住者に優位性があるとはいえないことから地方移住の背景には金銭化されない「地域の魅力」が影響していると考えられる。ここで金銭化されない「地域の魅力」が間接的に金銭的な生活コストに影響を与えている事例として、自給自足やお裾分けについて触れたい。自給自足やお裾分けの実施度合を月額換算額で見たところ、月額1万円以上相当の自給自足・お裾分けを実施している割合はどの収入額でも大差なく20%程度となっており、小規模市町村において、自給自足・お裾分けが食費を補完している側面があることがうかがえる（図表2-1-43）。

注31 2015年4月に全国の個人を対象としてインターネットを通じて実施。

注32 三大都市圏から三大都市圏以外へ自分の意志で移住した者。

図表2-1-43 収入別「自給自足・お裾分けの月額換算額」



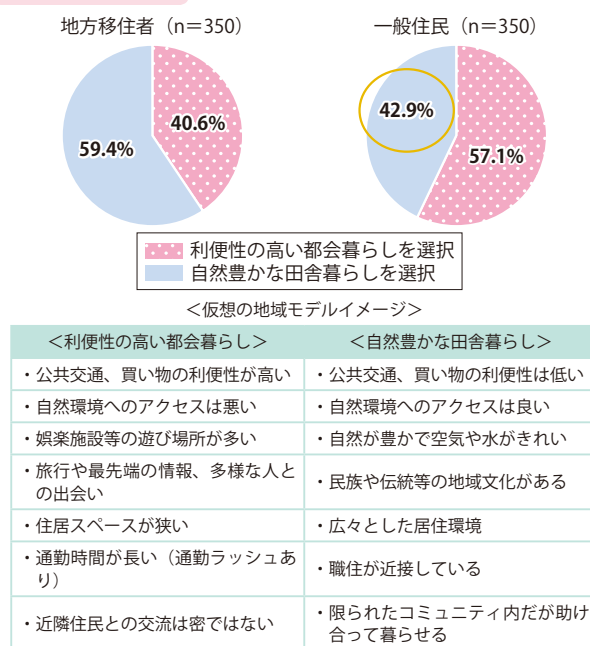
資料) (株)NTTデータ経営研究所「小規模市町村における移住・定住の要因と生活状況に関する調査」

### （「地域の魅力」の金銭価値化）

以下では、地方移住の流れに大きな影響を与えている「地域の魅力」を定量化するため「地域ストック」の豊かさに関する意識調査を実施し、人々の「地域の魅力」に対する評価額を調査<sup>注33</sup>することで、金銭価値化を行う。

2つの仮想の地域モデル（「利便性の高い都会暮らし」、「自然豊かな田舎暮らし」）を設定し、居住を希望する地域モデルを調査すると、一般住民と地方移住者ではその傾向に違いが見られ、地方移住者は「自然豊かな田舎暮らし（以下「田舎暮らし」という。）」を選択する者が多く、一般住民は「利便性の高い都会暮らし（以下「都会暮らし」という。）」を選択する者が多い（図表2-1-44）。ただし、一般住民を日本の人口分布の縮図と考えると、国民の約4割は「田舎暮らし」を志向しているとも解釈することができる。

図表2-1-44 志向する地域モデルの傾向



資料) 国土交通省「地域ストック」の豊かさに関する意識調査

次に地方移住の背景となっている「地域の魅力」を分析するため、「田舎暮らし」を選択した者がどのような要素にどの程度の価値を見いだしているのかに着目していく。「地域ストック」の豊かさ

**注33** 対象：一般住民（全国から人口分布に従い抽出された）350名、地方移住者350名

設問：①仮想の地域モデル「利便性の高い都会暮らし」と「自然豊かな田舎暮らし」のどちらに暮らしたいか、②選択しなかった暮らしから選択した暮らしに移住する場合の年収の減収許容金額はいくらか（100万円以下は25万円刻み、100万円超は50万円刻みの選択肢とした）、③①の暮らしを選択した理由は何か（5つの要素から重み付けし合計が100%となるように回答）

※前提条件として、移住の際、引越に要するコスト、生活コスト、住宅維持費、近隣医療施設の充実度や医療機関へのアクセス等は変わらないものと仮定

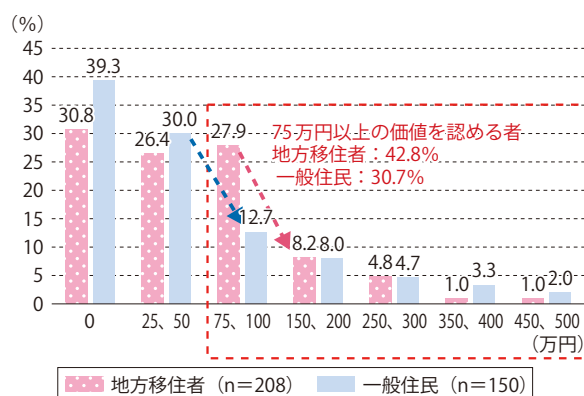
※「地域の魅力」の要素別評価額は、上記②と③のクロス集計により算出



に関する意識調査」にて、移住に当たって許容できる年収の減収額（許容減収額）を、地域に対する金銭価値と見なし調査を行ったところ、「田舎暮らし」を希望する地方移住者の約43%、一般住民の約31%は75万円／年（約6万円／月）以上の価値を認めていた。また、地方移住者は許容減収額が150万円に達すると「田舎暮らし」を希望する者が大きく減少する一方で、一般住民は75万円に達すると大きく減少しており、地方移住者の方が高い価値を認めている者が多い。しかし一般住民の中にも「田舎暮らし」に対し非常に高い金銭価値を認めている者が少数ながらいることもわかる（図表2-1-45）。

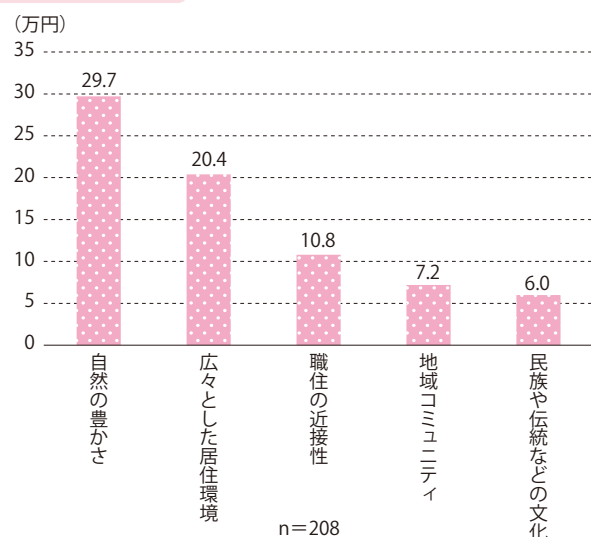
要素別の金銭価値を平均化したものが図表2-1-46と図表2-1-47であり、地方移住者、一般住民ともに「田舎暮らし」の「自然の豊かさ」を最も高く評価し、「広々とした居住環境」が続いている。「自然の豊かさ」については、地方移住者よりも一般住民の方が高い価値を感じていることから、一般住民の中には自然に対する「あこがれ」等から、「田舎暮らし」に対し高い価値を認める者がいると推測される。

図表2-1-45 「自然豊かな田舎暮らし」の金銭価値



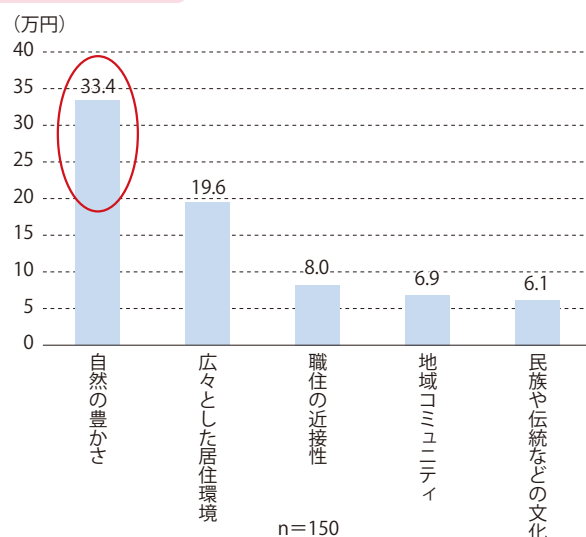
資料）国土交通省「「地域ストック」の豊かさに関する意識調査」

図表2-1-46 「自然豊かな田舎暮らし」の要素別金銭価値（地方移住者）



資料）国土交通省「「地域ストック」の豊かさに関する意識調査」

図表2-1-47 「自然豊かな田舎暮らし」の要素別金銭価値（一般住民）



資料）国土交通省「「地域ストック」の豊かさに関する意識調査」

このように、「自然豊かな田舎暮らし」に対して高い価値を見いだしている者は、田舎に住むことによって都会に住むよりも多くの価値を得られる可能性が高い。例えば、「自然豊かな田舎暮らし」を志向する一般住民は「自然豊かな田舎暮らし」に見いだす金銭価値の合計を74万円（150名の平

均値)としており、これはアンケートに参加した一般住民150名の平均年収の約13%の価値があることになる。つまり、このように田舎により大きな価値を見いだす者であれば、田舎に住むことを選択することが経済的にも合理性があると考えられる。

これは、人々が地域の要素に対して持つ価値観は様々であり、画一的な価値観を持った個人のみを想定して都市や地域の政策を考えることが必ずしも適切でないことを意味する。

例えば、集積の経済を前提とすると、一定程度の都市に住む方が合理性を有することになるが、ストックとしての田舎の価値を重視する者と都市の価値を重視する者の両方がいて、仮に何らかの理由で収入が減少するなど経済的な条件が変化した場合、各自の価値観に照らして田舎を選択する方が合理性を有する者も出てくると思われる。このような場合、重要となるのは居住地選択の柔軟性と多様性であると考えられる。

このためには、良質な既存住宅を安心して売買できるよう、欧米諸国に比べ低水準である我が国の既存住宅の流通を活性化させることや、空き家の利活用、空き家物件に関する円滑な流通・マッチング等により住み替えの自由度を上げることも効果的である。

また、地方が持つ「地域の魅力」に高い価値を感じていながらも都市に居住している者の流動性を高めることも重要である。例えば、漠然と地方に魅力を感じている者に対して、移住関連の情報を提供し、地方とのマッチングを進めることや、お試し移住等の移住体験等を通じて地域の魅力に接する機会を創設すること、さらには移住による経済環境の変化を抑制するため地方における雇用の創出等の地域経済自体の活性化を進める取組みを行うことも重要である。

## コラム

### 移住女子

## Column

女性の移住は、かつては婚姻によるものが多数を占めていました。しかし、近年ではボランティアやインターン、自然体験ツアー等様々な取り組みへの参加をきっかけに、その地域や住んでいる人々に魅力を感じ、移住を決意する独身女性が増えてきています。

若い女性が、生まれ育った地域でも、学生時代に慣れ親しんだ地域でもない土地に移住する。移住についての話を切り出されたとき、彼女たちの両親はいったいどのような顔をしたのでしょうか。きっと一度は考え直すよう意見をしたのではないのでしょうか。

強い「思い」を胸に移住を決意した彼女たち「移住女子」。出身地も移住時期もそれぞれで、移住した地域も同じではありません。お互いの存在さえ知らず、自身の「思い」と見守ってくれる人々に支えられ、怖さと不安を乗り越えていたそうです。恐らくどの地域に移住したとしても、同じ状況であろうことは想像に難くありません。

新潟県内外の中山間地域に移住し、「中山間地の生活を伝えたい」との思いを共有した移住女子4人が、地域応援クラウドファンディングサイト「FAAVO」を利用して、2013年8月に「ChuClu (ちゅくる)」<sup>注</sup>という冊子を創刊しました。

冊子は移住女子たちの実際の生活、移住前と移住後でのお金の使い道の比較、恋愛事情等、地域で暮らしているからこそ分かる、良いことや悩み事を「女子」らしい目線を交えながら発信する内容となっています。

<sup>注</sup> 季刊フリーペーパー。新潟県、長野県以外に東京都のアンテナショップでも配布されている。

その中の一人、坂下可奈子さんは昨年、移住先の池谷集落で知り合った男性と結婚しました。移住女子が中山間地域にやってきた「第一章」から、家族をもつ「第二章」がはじまります。

図表2-1-48 「ChuClu（ちゅくる）」を編集・発行する移住女子の皆さん



資料）ちゅくる編集部

季刊フリーペーパー「ChuClu（ちゅくる）」



資料）ちゅくる編集部

#### （4）二地域居住の動向

全国の総人口が減少する中で「定住人口」の増加をすべての地域で実現することはできない。また、地方の生活に関心がある人にとっても、求めている環境や条件と実際の状況が違った場合のリスクを考えると、一足飛びに「移住」することは必ずしも容易なことではない。

「移住」に至らないまでも、これまであった交流人口を取り込み地域づくりに参加させることで「協働人口」を拡大し、積極的に地域に関わるライフスタイルを広げていくことも、地方への人の流れを促進していく上で重要である。

このような意味で、従来から促進されてきた「二地域居住」というライフスタイルを推進することも重要である。

#### （二地域居住という住まい方）

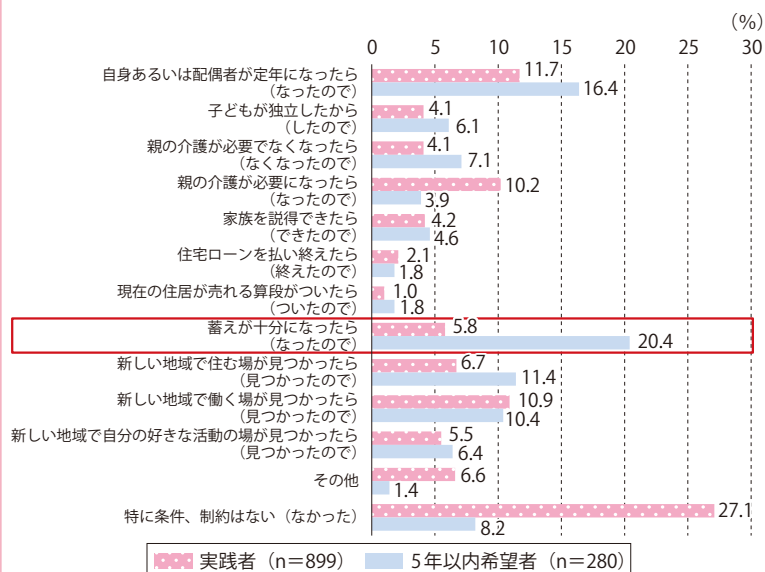
二地域居住人口の増加により、地域の消費需要や住宅需要等が増加し、新しい雇用機会の創出も期待できる。また、本節1. の地方に縁がある者の方が移住希望が高いとの意識調査結果にもあるとおり、二地域居住をする都市住民の一定割合が、地域の魅力を実際に体験することによって、定住人口となることも期待できる。さらに、二地域居住は、災害に対するセーフティネットとしての役割も持ち、特に、震災等の災害に対しては、緊急の避難先の選択肢の一つとなるなどの効果がある。

近年、公共交通機関や道路網の整備推進による時間距離の短縮や、ソーシャルメディアやスマートフォンの浸透、有線・無線による高速情報通信網の整備等のICT（情報通信技術）ツールの発達によるコミュニケーション手法の高度化・多様化によって、時間・距離・場所の制約は緩和されてきている。

一方で、二地域居住を実践するた

図表2-1-49

二地域居住の実施上の条件・制約に関するアンケート調査結果



資料）国土交通省「平成24年度社会情勢の変化に応じた二地域居住推進施策に関する検討調査業務」

めには、交通費や滞在費等の費用が発生するため、二地域居住を希望していても、費用負担を理由に断念した人もいると思われる。二地域居住に関するアンケート<sup>注34</sup>結果を見ると、二地域居住希望者は二地域居住実践者以上に「資金」を障壁に挙げる人が多い（図表2-1-49）。そのため、空き家や公的賃貸住宅の活用、LCCの参入促進等費用負担の軽減を図る様々な取組みを推進することが重要である。

また、今後は、単なる居住にとどまらず、生活・就労といった形でより積極的に2つの地域に関わりを持つ「二地域生活・就労」といったライフスタイルを拡大していくことも重要である。

### （お試し居住）

前述のとおり、二地域居住を実践するには、一定の費用が発生する。そのため、実践後に自分たちの求めている環境や条件と実際の状況が違ったとしても、新たな場所に住み替えることは容易ではない。

また、移住や二地域居住をするためには、まず、移住地・居住地探しが必要である。特に、都会生まれの都会育ちといった、田舎に縁の少ない者が円滑に移住地・居住地探しを行うためには、行政だけではなく、民間、NPO等様々な主体が連携することによって、必要な情報の流通を活発化させる必要がある。そして、実地での移住地・居住地探しがスムーズに進められるためにも、長期休暇を積極的に活用した滞在型の観光等を促進する必要もあろう。

そこで、移住や二地域居住を実践するためのステップとして、複数の地方公共団体では、一定期間、その地域に滞在し、実際に暮ることができる「お試し居住」が実施されている。

### ■北海道体験移住「ちょっと暮らし」

北海道では、市町村やNPO等と連携して様々な移住・交流を促進する事業が実施されており、その中の一つに道内の市町村等が実施する「北海道体験移住「ちょっと暮らし」（以下「ちょっと暮らし」という。）」がある。

「ちょっと暮らし」とは、北海道への移住や二地域居住等を希望している人が、生活に必要な家具や家電が備え付けられた住宅等に一定期間居住し、その地域での生活を体験するものである。提供する住宅には、空き家のほか、廃校を機に使用されなくなった教員住宅等既存の住居を活用しているものもある。

2013年度には、前年度比14.6%増の2,264人が「ちょっと暮らし」を利用し、2006年度に集計を開始してから初めて2,000人を超え、過去最高を記録した。また、長期で利用する人が多く、平均滞在日数は継続して20日を超えており、観光目的のみではない、より地域に根ざした交流人口が増加していることがわかる（図表2-1-50）。

利用者の居住地別割合を見ると、首都圏が42%、近畿圏が28%、中京圏が10%と三大都市圏が全体の80%を占めており、都市圏在住者の北海道暮らしへの関心が高いことがわかる（図表2-1-51）。

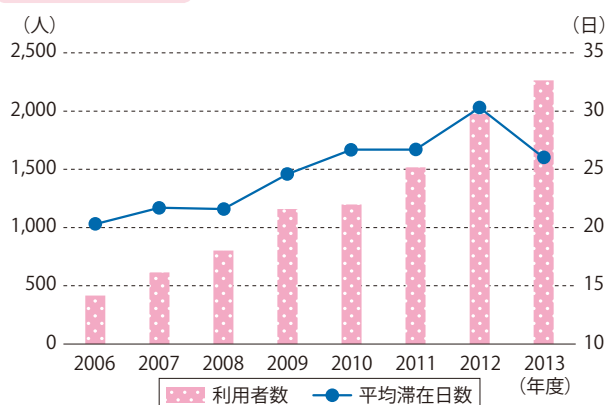
利用者アンケートの結果を見ると、利用目的としては、シーズンステイが全体の約半数を占めているが、移住候補地探しや二地域居住地探しの利用者も多い（図表2-1-52）。「ちょっと暮らし」を利用

**注34** 2013年1月に国土交通省が実施。本アンケートでは「二地域居住」を、「生活拠点とは別の特定の地域に生活拠点（ホテル等も含む）を設け、旅行や年末年始の帰省、出張等といった一時的なものではなく、年間で通算しておおむね1ヶ月以上の期間を過ごすこと」としている。



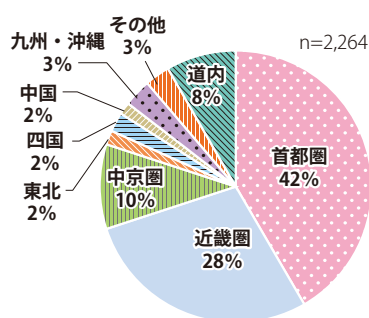
用し、実際にその地域で生活することで、今後の北海道への移住や二地域居住の実践に結びつくことが期待されている。

図表2-1-50 利用者数・平均滞在日数の推移



資料) 北海道体験移住「ちょっと暮らし」平成25年度実績より国土交通省作成

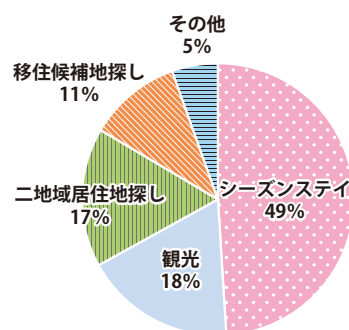
図表2-1-51 利用者数の居住地別割合



資料) 北海道体験移住「ちょっと暮らし」平成25年度実績より国土交通省作成

図表2-1-52 「ちょっと暮らし」利用者アンケート調査結果

今回の「ちょっと暮らし」の利用目的は何ですか。(n=551)



(注) 複数回答

資料) 北海道体験移住「ちょっと暮らし」平成25年度実績より国土交通省作成

## コラム

### 都市農村交流による地域振興 ～群馬県川場村と東京都世田谷区の縁組協定～

群馬県川場村は、群馬県の北部、武尊山の南麓に位置し、村の総面積の約80%が森林で占められた自然豊かな農山村です。総人口は3,445人（2015年2月末現在）であり、古くから農林業を基幹産業としていましたが、1975年以降、農業従事者の高齢化の進行と兼業農家の割合が増えたことにより、遊休農地が増え、田園風景の荒廃が懸念されていました。

一方、東京都世田谷区では、都会で望めなくなった豊かな自然の恵みに触れながら、地方の方々と相互に協力して都市と山村の交流を深めるための「第二のふるさと」が求められていました。このような中、恵まれた自然環境と田園景観を活かした「農業プラス観光」の基本方針のもと、村の活性化に取り組んでいた川場村と構想が一致したことから、1981年に「区民健康村相互協力に関する協定（縁組協定）」が結ばれました。

川場村では、1986年に二つの区民健康村（なかのビレジ・ふじやまビレジ）を建設し、世田谷区内の各小学校の移動教室を受入れ、村めぐりや登山等村内の自然や営みを学ぶ体験を毎年

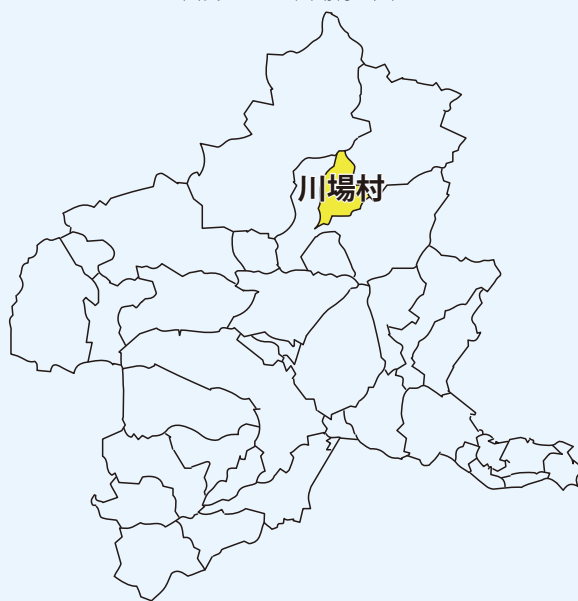
行っています。また、区民健康村を活動拠点として、世田谷区民による森林保全活動やレンタルアップル<sup>注</sup>等の地元農家での農業体験が行われるなど、多くの世田谷区民が訪れており、毎年50,000人程度の方が区民健康村を利用しています。

さらに、世田谷区のお祭りやイベントの際には、川場村から太鼓演奏の団体等が参加し、農家が農産物の直売をするなど川場村民も世田谷区を訪れています。

そのほか、世田谷区との交流をきっかけにつくられた道の駅「川場田園プラザ」では、地域資源を活かし、地元農産物の直売や果物狩り、陶芸等の体験やイベント等により、村民と来訪者の交流の機会を提供するなど取り組んでいます。

このような「農業プラス観光」の取組みにより、川場村への観光客数は増加傾向にあり、2013年度には「川場田園プラザ」の知名度が向上したこともあり、観光入込客数は約150万人を記録しました。田園プラザの盛況は農産物の売上げが拡大するとともに、安定的な農業経営、就労の場の拡大等村の活性化につながっています。

図表2-1-53 川場村の位置



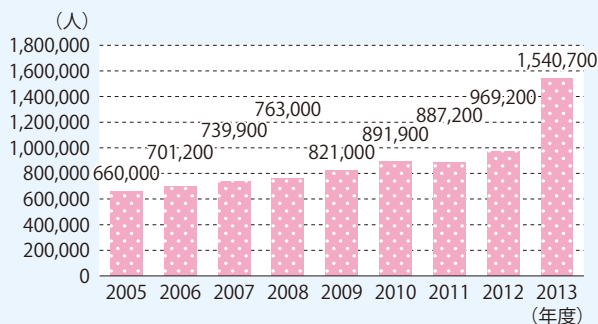
資料) 国土交通省

図表2-1-54 こども里山自然学校の様子



資料) 世田谷区民健康村ウェブサイト

図表2-1-55 川場村観光入込客数の推移



資料) 群馬県「観光客数・消費額調査(推計)結果」より国土交通省作成

**注** 川場村のりんご農家より木を借りて1年間オーナーになる制度。

## 2 地域を支えるヒト(交流人口)・モノ・カネ・情報の流れ

第1節2. では、1. で扱った「定住人口」以外のヒト・モノ・カネ・情報の流れとして、観光(交流人口)、物流・情報、地域経済循環の各分野について、それらを通じた地域経済への効果や具体的な取組事例を紹介する。

まず、「(1) 観光(交流人口)」において、地方における消費税免税店数の推移や地域別国内宿泊旅行消費額の収支等、訪日外国人や日本人観光客による地域経済への効果を紹介・分析した上で、県内資本として初めて免税店許可を取得し主に地域産品を販売する「秋田まるごと市場」と、クルーズ

船寄港で実績を上げている青森港の事例を紹介する。

次に、「(2) 物流・情報」において、インターネットの普及と物流分野への影響を概観し、物流が地域社会に貢献している例として、石川県における大型物流センター立地による雇用創出と、山口県における道の駅を拠点とした物流事業者による地域支援の取組事例を紹介する。また、ICT（情報通信技術）の普及による新しい働き方として、テレワークの普及やサテライトオフィスの例（神山町）を紹介する。

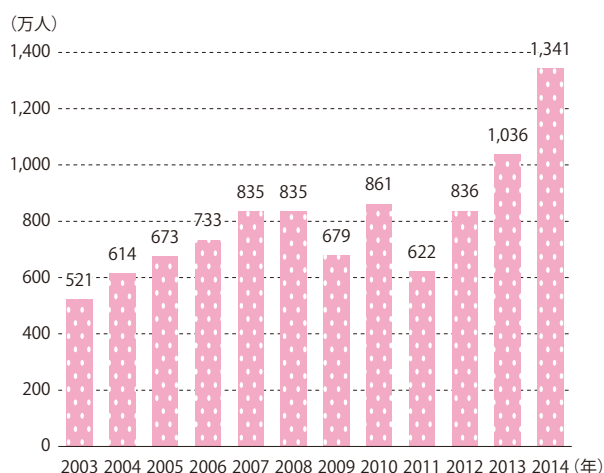
最後に、「(3) 地域経済循環と地域づくり」において、「資金の流れ」から見た地域づくりとして、地域経済循環の概念と仕組みを紹介し、その改善策を「地域外からの資金の獲得」、「地域外への消費流出の抑制」、「地域内での投資手法の多様化」、「地域の不動産を活用した投資」の4つの側面から考察する。また、地域経済循環分析に基づく地域活性化の取組を行っている熊本県水俣市の取組を紹介する。

## (1) 観光（交流人口）

### （訪日外国人の動向）

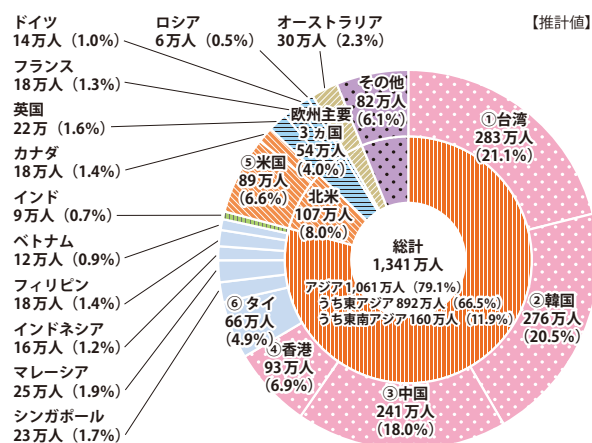
2014年の年間訪日外国人旅行者数は、前年比29.4%増の約1,341万人となり、過去最高を記録した（図表2-1-56）。国・地域別に見ると、台湾が約283万人、次いで韓国が約276万人、中国が約241万人の順となっている。また、東南アジア6箇国<sup>注35</sup>については、過去最高の約160万人を記録し、訪日外国人全体に占める割合は、東アジアで66.5%、東南アジアで11.9%を占め、アジア全域で79.1%を占めている（図表2-1-57）。

図表2-1-56 訪日外国人旅行者数の推移



(注) 2014年の数値は推計値  
資料) 日本政府観光局 (JNTO) 資料

図表2-1-57 2014年の訪日外国人旅行者数及び割合 (国・地域別)



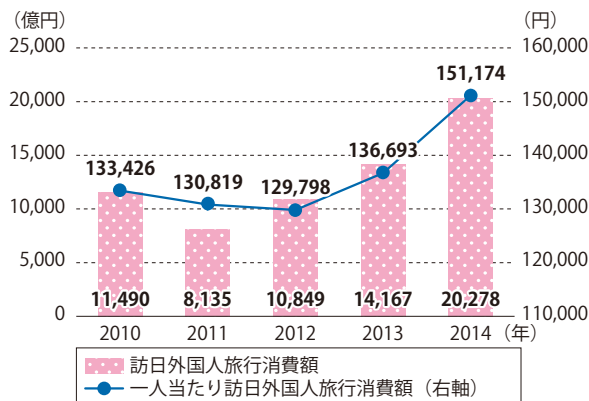
(注) 1 ( ) 内は、訪日外国人旅行者数全体に対するシェア  
2 その他には、アジア、欧州等各地域の国であっても記載のない国・地域が含まれる。  
3 数値は、それぞれ四捨五入によっているため、端数において合計とは合致しない場合がある。  
資料) 日本政府観光局 (JNTO) 資料より観光庁作成

次に、2014年の訪日外国人旅行消費額を見ると、前年比43.1%増の2兆278億円、一人当たり訪日外国人旅行消費額は前年度比10.6%増の15万1,174円となり、過去最高を記録した（図表2-1-58）。また、訪日外国人旅行者が日本で支払った金額と日本人旅行者が海外で支払った金額の差を示す旅行収支は回復傾向にあり、2014年4月の旅行収支は大阪万博開催中の1970年7月以来の黒字を

注35 タイ、シンガポール、マレーシア、インドネシア、フィリピン、ベトナム

記録した（図表2-1-59）。

図表2-1-58 訪日外国人旅行消費の推移

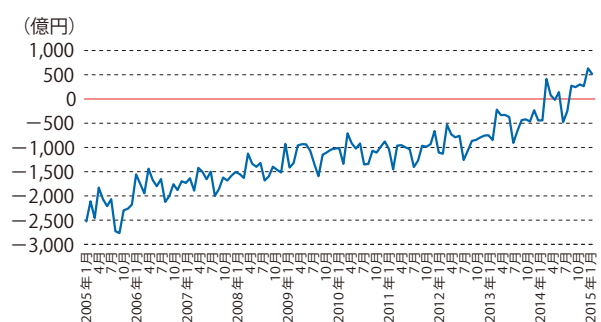


資料) 観光庁「訪日外国人消費動向調査」

この訪日外国人旅行者数と旅行消費額の増加は、為替相場が円安方向へ推移したことにより、日本への旅行や日本での買い物が割安になったことに加え、外国人旅行者向け消費税免税制度の拡充やビザの発給要件の緩和のほか、首都圏空港の発着枠の拡大やLCC路線数の増加等が要因となっている。特にLCC国際線については、2010年以降に東アジア、東南アジアの国・地域における路線数が急速に増加している。

外国人延べ宿泊者数の推移を見ると、三大都市圏、地方圏共に2011年以降宿泊者数が増加している（図表2-1-60）。また、2014年の都道府県別外国人延べ宿泊者数を見ると、東京都、愛知県、大阪府等の都市部や北海道等の地域に宿泊者が集中しているものの、都道府県別外国人延べ宿泊者数の対前年伸び率では、地方においても伸びを見せている（図表2-1-61、図表2-1-62）。特に、山梨県は91.3%増、滋賀県は77.0%増となっており、他の地域と比べ大幅に伸びている。

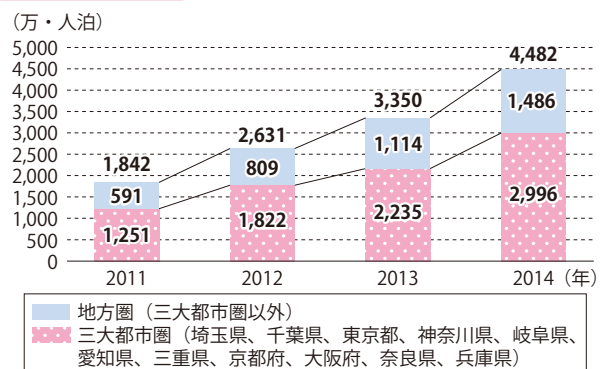
図表2-1-59 旅行収支の推移



(注) 2014年10月～12月は第2次速報値。2015年1月～3月分は速報値

資料) 財務省「国際収支状況」

図表2-1-60 外国人延べ宿泊者数の推移

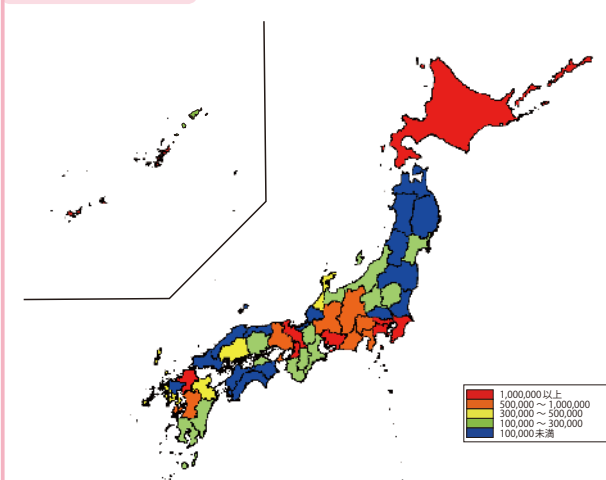


(注) 2014年は速報値

資料) 観光庁「宿泊旅行統計調査」

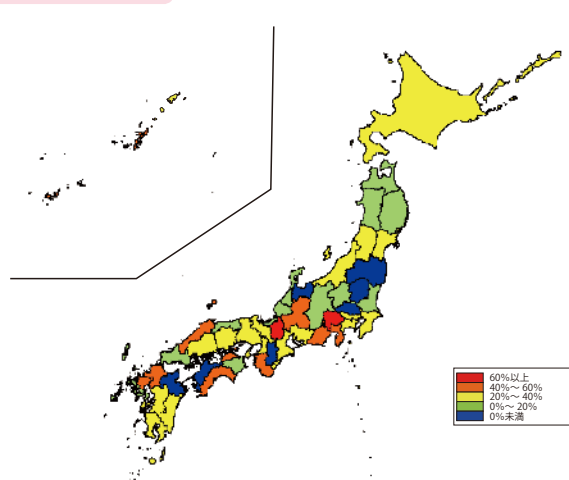


図表2-1-61

都道府県別外国人延べ宿泊者数  
(2014年)

(注) 2014年は速報値  
資料) 観光庁「宿泊旅行統計調査」

図表2-1-62

都道府県別外国人延べ宿泊者数対  
前年伸び率 (2014年)

(注) 2014年は速報値  
資料) 観光庁「宿泊旅行統計調査」

### (訪日外国人増加による地域経済への効果)

#### ①外国人旅行者向け消費税免税制度拡充による地方経済への効果

2014年10月1日より免税対象品目が拡大され、これまで免税対象から除かれていた食品類、飲料類、薬品類、化粧品類等の消耗品について、一定の不正防止措置を講ずることを前提に免税対象となった(図表2-1-63)ことで、全国の輸出物品販売場数は9,361店(2014年10月1日時点)となり、同年4月1日と比較して半年間で3,584店増加した(図表2-1-67)。

訪日外国人旅行消費額において、買い物代は全消費額の約3分の1を占めており(図表2-1-64)、また、

訪日外国人旅行者が日本で購入した物品を見ると、「菓子類」、「その他食料品・飲料・酒・たばこ」、「化粧品・香水」等の新たに免税対象となった品目の購入割合が高くなっており(図表2-1-65)、免税手続を利用した人は免税手続を利用していない人よりも購入単価が高くなる傾向がある(図表2-1-66)。

図表2-1-63

外国人旅行者向け消費税免税制度の拡充の概要

### 消費税免税制度の拡充

〈拡充第1弾〉(2014年10月1日運用開始)

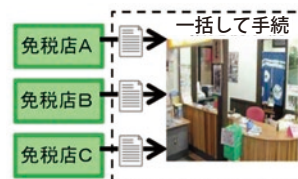
・全ての品目が消費税免税の対象となり、地方の名産品にも対象が拡大。



[平成27年度税制改正]

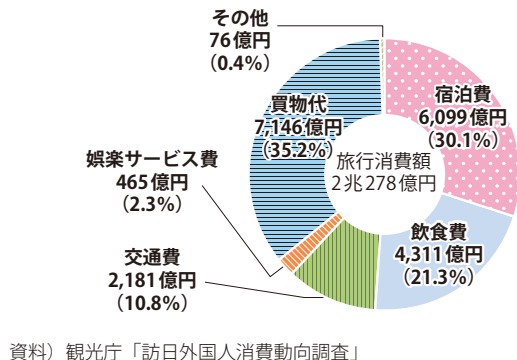
〈拡充第2弾〉(2015年4月1日運用開始)

・全ての免税手続を免税手続カウンターを設置する他の事業者に代理させることを前提とした許可制度の創設。  
・外航クルーズ船が寄港する港湾における輸出物品売場に係る届出制度の創設。



資料) 国土交通省

図表 2-1-64

2014年訪日外国人旅行消費額  
(費目別)

資料) 観光庁「訪日外国人消費動向調査」

図表 2-1-65

訪日外国人が日本で購入した物品  
(2014年)

買物代内訳

費目	購入率	購入者単価
菓子類	63.6%	9,779
その他食料品・飲料・酒・たばこ	51.7%	11,464
服(和服以外)・かばん・靴	37.2%	32,343
化粧品・香水	31.9%	22,312
医薬品・健康グッズ・トイレタリー	31.8%	18,341
和服(着物)・民芸品	14.0%	12,538
電気製品	13.5%	40,942
マンガ・アニメ・キャラクター関連商品	12.0%	10,967
書籍・絵葉書・CD・DVD	11.0%	6,370
その他買物代	9.9%	25,011
カメラ・ビデオカメラ・時計	9.4%	65,626

資料) 観光庁「訪日外国人消費動向調査」

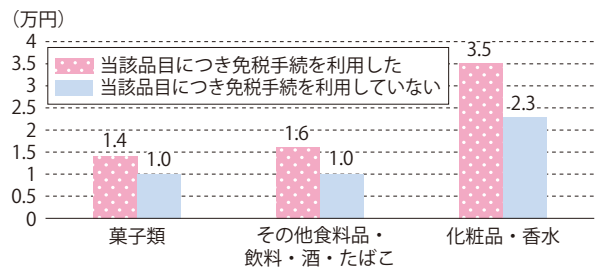
免税店数の地域割合を見ると、三大都市圏が約70%を占めており(図表2-1-67)、今後は地方の商店街等においても積極的に免税店を増やすことが、外国人の旅行消費を誘発させるために必要である。2015年4月1日から、免税手続の第三者への委託が可能となり、商店街や物産センター等において、免税販売手続を一括で行う免税手続カウンターを設置できることとなった(図表2-1-68)。これにより、外国語対応への不安や免税手続の煩雑さが解消され、地方の商店街等において免税店が増えることが期待される。また、外国人旅行者にとっても、免税手続の煩雑さが軽減されるとともに、免税手続カウンターにおいて各店舗における購入金額を合算して免税販売の購入下限額を判定することができ、旅行消費額の増加も期待される。

そのほか、外航クルーズ船が寄港する港湾における輸出物品販売場に係る届出制度が創設された。この結果、クルーズ埠頭(クルーズ船の接岸岸壁や旅客船ターミナル等)への免税店の臨時出店が容易となり、免税品を購入後直ちに船に持ち込めるクルーズ埠頭において、外国人旅行者による地元物産品等の購入が促進された。

また、免税店における購入商品等を一時預かりまたは配送することによる訪日外国人旅行者の「手ぶら観光」について、そのサービス拠点を明示するための共通ロゴマークを2015年3月に決定した。今後、一括カウンター等への共通ロゴマークの掲示の促進と併せて、訪日外国人旅行者に対する「手ぶら観光」の認知度の向上を図ること等により、一層の買物需要の喚起が期待される。

図表 2-1-66

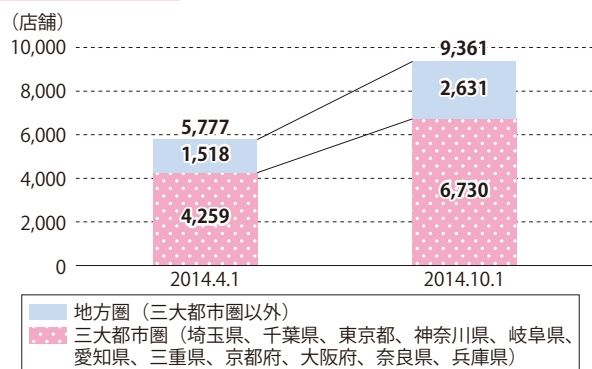
消費税免税手続の利用有無別の購入者単価



(注) 2014年10-12月期の観光客の回答を集計。

資料) 観光庁「訪日外国人消費動向調査(トピックス分析)」

図表2-1-67 免税店数の地域別割合の推移



図表2-1-68 商店街における免税手続カウンター設置のイメージ



### ■地方における免税店の事例～秋田まると市場～

秋田県秋田市卸町にある「秋田まると市場」（図表2-1-69）は、免税店としての許可を2014年12月に取得し、2015年1月下旬から免税販売を開始している。秋田県内の免税店は、免税制度が改正され対象品目が大幅に拡大した2014年10月1日時点で秋田空港国際線ターミナルや秋田市のデパート、大型ディスカウント店等7店で、いずれも県外資本の事業者であったため、「秋田まると市場」が初めての秋田県内資本の事業者となった。

「秋田まると市場」は、秋田空港や秋田港に近い場所に立地し、高速道路からのアクセスも容易であり（図表2-1-70）、また、大型バスが駐車できる駐車場やフードコートを完備しており、これまでも台湾、中国、韓国等から、毎年約1,000人以上の外国人観光客が訪れていた。秋田県内の消費が伸び悩む中、円安方向への推移等の影響により秋田県を訪れる外国人観光客は増加している。「秋田まると市場」では秋田の銘菓、特産品、生鮮食品等の県内の地域産品を販売しており、訪れる外国人旅行者の多くが、果物や食品等を購入することからも、免税店許可取得により、更なる外国人観光客による地元産品の消費が期待される。

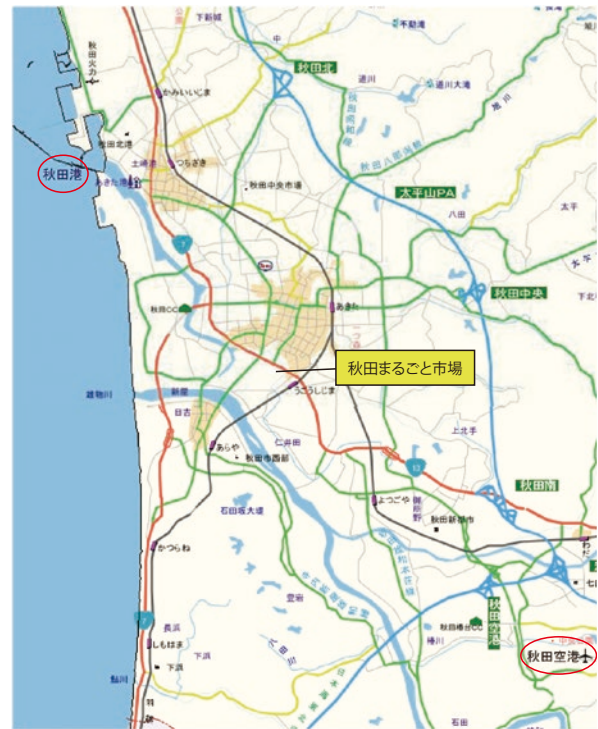
また、2015年にはクルーズ船のオプションツアーとして組み込まれており、今後更なる効果が期待されているところである。

図表 2-1-69 秋田まるごと市場（秋田県秋田市）



資料) 秋田まるごと市場

図表 2-1-70 秋田まるごと市場の位置

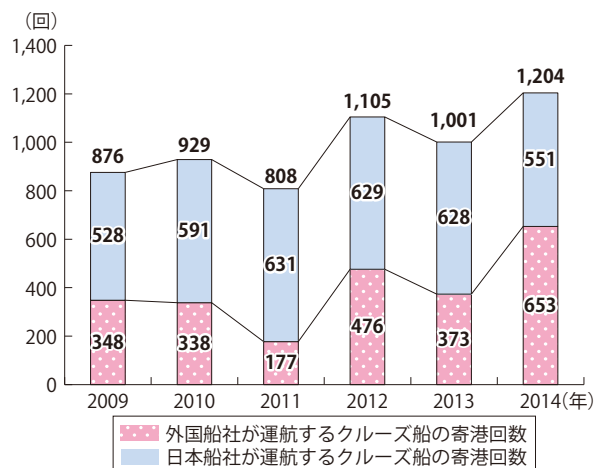


資料) 国土交通省

## ②クルーズ船の寄港による地方経済への効果

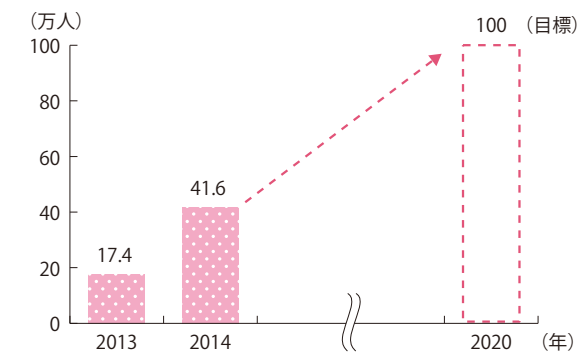
クルーズ船は地方部を含む100港以上に寄港しており、その中でも外航クルーズ船は50港以上に寄港している。我が国港湾へのクルーズ船の寄港回数は近年増加しており、2014年には1,204回と過去最高を記録し（図表2-1-71）、クルーズ船により入国した外国人旅客数は41.6万人となった（図表2-1-72）。福岡市や神戸市等の調査によると、大型クルーズ船の寄港地における経済効果は一人当たり3～4万円、1寄港当たり1～2億円と試算されており、特に母港（発着地）では、その効果が更に大きなものとなっている。

図表 2-1-71 我が国港湾へのクルーズ船の寄港回数の推移



資料) 国土交通省

図表 2-1-72 クルーズ船による外国人入国者数(概数)



(注) 1 法務省入国管理局の集計による外国人入国者数で概数（乗員除く）。  
 2 1回のクルーズで複数の港に寄港するクルーズ船の外国人旅客についても、（各港で重複して計上するのではなく）1人の入国として計上している。

資料) 国土交通省



## ■青森港におけるクルーズ船寄港の効果

青森港への2014年のクルーズ船寄港回数は東北地方では最多の20隻となっており、特に近年では外国船社の寄港回数が急激に増加している(図表2-1-73)。2014年の乗船客数は26,617人であり、外国人客は11,039人、日本人客は15,578人となっている。

2014年に青森市等が実施したクルーズ船観光客のアンケート調査によると、日本人観光客一人当たりの消費額は6,840円、外国人観光客一人当たりの消費額は8,100円となっており、日本人観光客の消費額よりも外国人観光客の消費額が多いということがわかった。

購入品目別割合を見ると、外国人は伝統工芸品が36.6%で最も多く、日本人はりんご関連が31.0%、海産物が28.8%となっており、共に青森県の地域産品の購入割合が高いことから、地域経済に一定の寄与をしているものと考えられる(図表2-1-74)。

前述の青森市等が実施したアンケート調査の消費額には含まれてないが、クルーズ船寄港時には、十和田湖や白神山地等の青森県の観光資源を活かしたオプションツアー(地域観光)が組まれているため、実際の消費額はこれよりも高い額であると推察され、観光消費の発生による間接効果を含めるとクルーズ船寄港による経済効果は更に大きなものと推察される。

このように、クルーズ船は寄港地を中心に一度に多くの観光客が訪れ、地域の活性化に寄与している。

国土交通省としては、クルーズ振興を通じたより一層の地域の活性化を推進するため、既存施設を有効活用しつつ、旅客船ターミナルの機能強化、港湾施設の諸元や寄港地周辺の観光情報を国内外に発信するウェブサイトの充実、外航クルーズ客に地域の観光情報等を提供する場としての「みなとオアシス」の活用等に取り組んでいる。

今後とも、2020年の「クルーズ船100万人時代」の実現を目指すとともに、クルーズ振興を通じた地方の創生を図るため、ソフト・ハード両面から積極的な取組みを推進していく。

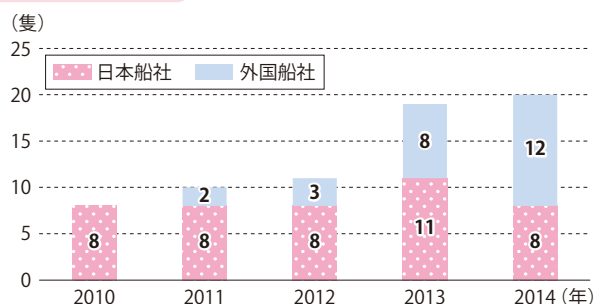
### (日本人観光客の地域経済への効果)

2014年の国内における外国人を含めた旅行消費額22.4兆円のうち、日本人国内宿泊旅行消費額は14.3兆円、日本人国内日帰り旅行消費額は4.5兆円であり、日本人の国内旅行消費額は国内における旅行消費額の80%以上を占めている(図表2-1-75)。

また、我が国の延べ宿泊数の推移を見ると、日本人延べ宿泊数・外国人延べ宿泊数共に増加傾向に

図表2-1-73

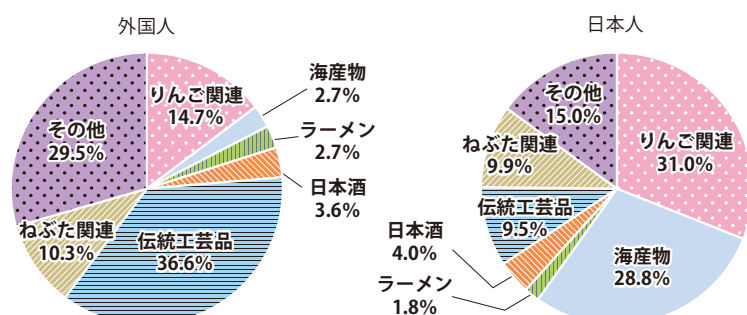
青森港のクルーズ船寄港実績の推移



資料) 青森市アンケート調査等より国土交通省作成

図表2-1-74

購入品目別割合(件数)



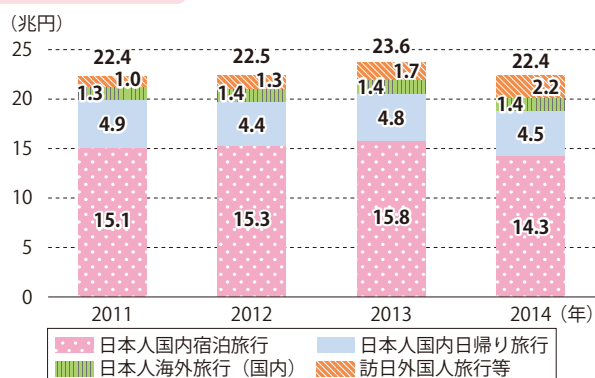
資料) 青森市アンケート調査等より国土交通省作成



あるものの、依然として外国人延べ宿泊数よりも日本人延べ宿泊数の占める割合が大半を占めている（図表2-1-76）。このため、地方経済にとっては外国人観光客だけではなく日本人観光客の呼び込みも引き続き重要である。

2014年の国民一人当たりの国内宿泊観光旅行回数は1.29回、国民一人当たりの国内宿泊観光旅行宿泊数は2.12泊となっている（図表2-1-77）。また、日帰り旅行延べ人数は前年比7.2%減の1億9,158万人・回、宿泊旅行延べ人数は前年比7.0%減の1億6,405万人・回となっており、いずれも2011年を底に回復傾向にあったが、2014年は減少に転じた（図表2-1-78）。

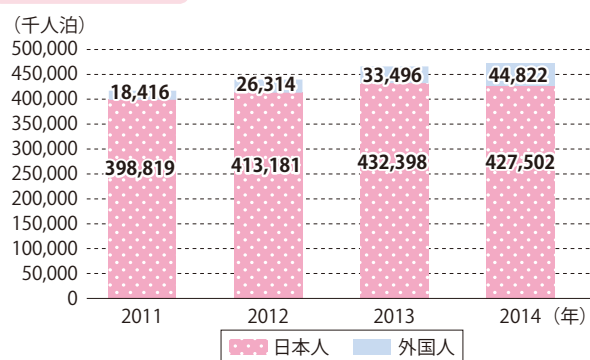
図表2-1-75 国内における旅行消費額の推移



（注）2014年は、内閣府「国民経済計算」データによる補正前の数値及び速報値

資料）観光庁「旅行・観光消費動向調査」、財務省・日本銀行「国際収支統計」より国土交通省作成

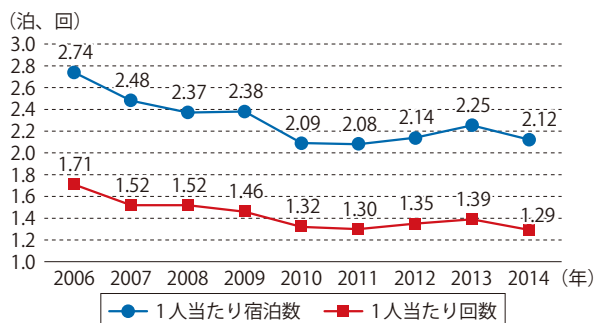
図表2-1-76 我が国の延べ宿泊数の推移



（注）2014年は速報値

資料）観光庁「宿泊旅行統計調査」

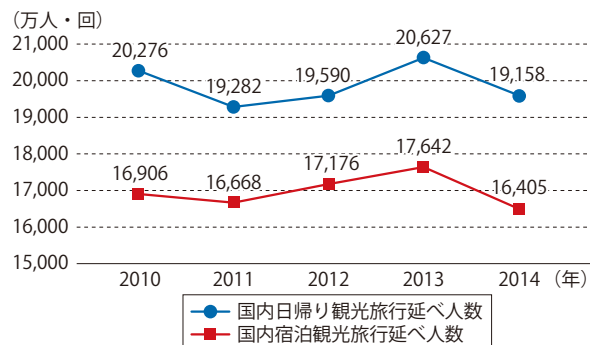
図表2-1-77 国内宿泊観光旅行の回数及び宿泊数の推移



（注）2014年は速報値

資料）観光庁「旅行・観光消費動向調査」

図表2-1-78 国内日帰り・宿泊観光旅行延べ人数の推移



（注）2014年は速報値

資料）観光庁「旅行・観光消費動向調査」

図表2-1-79は地域別に国内宿泊旅行消費額の収支を見たものだが、例えば、北海道に居住している人が観光を目的に東京で宿泊し、10,000円を消費した場合は、「観光・レクリエーション」において、居住地の北海道と目的地の関東にそれぞれ消費額の10,000円が計上される（「国内旅行全体」は、「観光・レクリエーション」、「帰省・知人訪問等」、「出張・業務」を合計したもので「国内旅行全体」のみ地域別収支を棒グラフにしている。）。これを見ると、関東、中部、近畿のいわゆる三大都市圏から地方にお金が流れている傾向があることがわかる。

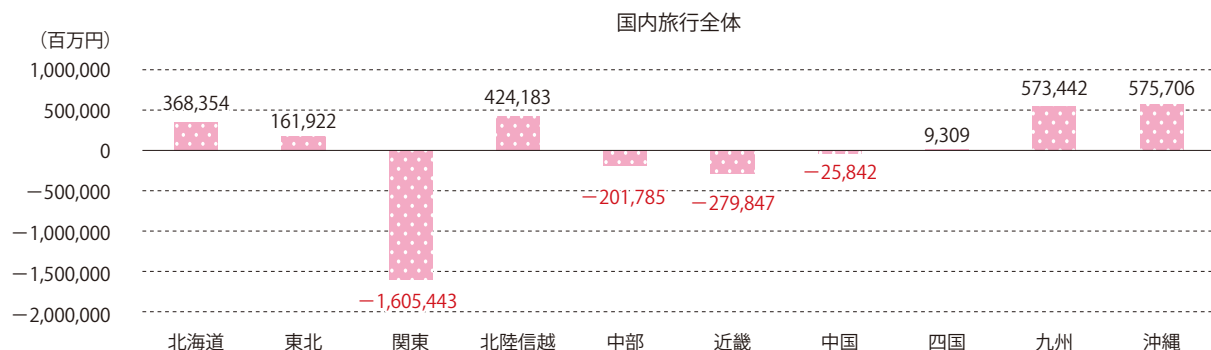
旅行消費額の大半を占める国内宿泊旅行は地域経済に大きな影響を与えるが、北海道、北陸信越、沖縄の三地域は、「観光・レクリエーション」を目的とした宿泊が特に突出しており、宿泊旅行の全体収支の黒字額を引き上げている。

図表2-1-79 地域別国内宿泊旅行消費額の収支（2014年）

観光・レクリエーション				出張・業務			
	居住地	目的地	収支		居住地	目的地	収支
(百万円)				(百万円)			
北海道	358,444	636,841	278,397	北海道	137,209	152,057	14,848
東北	560,577	632,611	72,033	東北	224,102	186,084	-38,018
関東	3,302,539	2,242,944	-1,059,595	関東	717,034	794,286	77,252
北陸信越	474,479	841,093	366,614	北陸信越	151,770	128,999	-22,772
中部	1,129,539	1,080,707	-48,832	中部	185,898	149,719	-36,180
近畿	1,371,421	1,178,494	-192,927	近畿	481,963	346,856	-135,107
中国	441,207	379,824	-61,383	中国	91,850	75,685	-16,166
四国	194,500	192,287	-2,214	四国	91,313	56,666	-34,647
九州	703,481	857,523	154,042	九州	209,556	354,857	145,300
沖縄	89,330	583,196	493,866	沖縄	28,022	73,510	45,488
全国	8,625,518	8,625,518	-	全国	2,318,717	2,318,717	-

帰省・知人訪問等				国内旅行全体			
	居住地	目的地	収支		居住地	目的地	収支
(百万円)				(百万円)			
北海道	221,494	296,540	75,046	北海道	717,146	1,085,501	368,354
東北	215,037	342,446	127,409	東北	999,716	1,161,639	161,922
関東	1,277,876	654,098	-623,778	関東	5,297,449	3,692,006	-1,605,443
北陸信越	151,326	232,702	81,376	北陸信越	777,575	1,201,758	424,183
中部	394,840	279,588	-115,252	中部	1,710,278	1,508,493	-201,785
近畿	441,282	489,092	47,810	近畿	2,294,666	2,014,819	-279,847
中国	172,801	224,405	51,603	中国	705,859	680,017	-25,842
四国	84,471	130,391	45,920	四国	370,284	379,594	9,309
九州	291,870	564,167	272,297	九州	1,204,907	1,778,349	573,442
沖縄	21,323	58,892	37,569	沖縄	138,675	714,382	575,706
全国	3,272,321	3,272,321	-	全国	14,216,557	14,216,557	-



(注) 1 元データの居住地消費額合計、目的地消費額合計が一致しないため、上図の各目的地消費額は、元データの各目的地消費額に、元データの居住地消費額合計と目的地消費額合計の比率を掛け合わせて算出している（このため、上図においては、居住地、目的地の消費額の合計額が一致している）。  
 2 居住地：旅行者の居住地別の分類。  
 目的地：旅行者の旅行目的地別の分類。  
 3 速報値。  
 資料）観光庁「旅行・観光消費動向調査」より作成

### （地方観光圏の整備を通じた観光地域づくり）

観光庁では、「観光圏の整備による観光旅客の来訪及び滞在の促進に関する法律（観光圏整備法）」に基づき、滞在交流型観光に対応できる区域として「観光圏」の整備を促進している。これにより、ゴールデンルートにある地域だけではなく、特定のテーマを持って国内外に訴求する際立った魅力を持つ観光地域を創出し、観光を通じた地域の活性化を図っている。

2014年度に観光圏整備実施計画の認定を受けた北海道の蘭越町、ニセコ町、倶知安町の3町からなる「ニセコ観光圏」は、世界有数のパウダースノーとスキーヤー・スノーボーダーの安全確保の活動により、国内はもとより、世界各国から観光客が訪れ、日本人延べ宿泊数・外国人延べ宿泊数共に

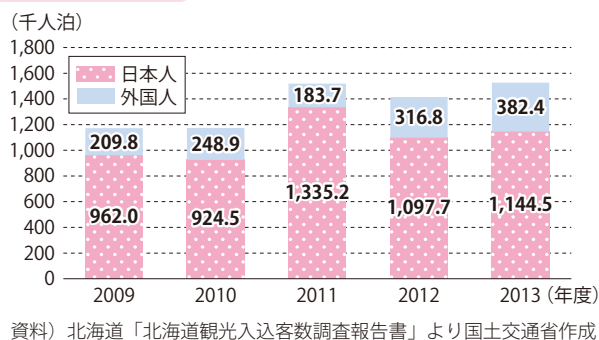
増加傾向にあり、2013年は約153万人泊となった（図表2-1-80）。

また、同計画で「雪国観光圏」として認定を受けている新潟県の魚沼市、南魚沼市、湯沢町、十日町市及び津南町、群馬県みなかみ町並びに長野県栄村の7市町村は、JR上越新幹線（乗降駅2箇所）や関越自動車道等の高速交通網が整備されている。越後湯沢駅を中心に、首都圏とは2時間弱で結ばれており、日帰り観光も可能となっている。

「雪を通じた国際観光の展開」、「雪国らしい新たな観光産業の形成」、「滞在型観光の促進」、「地域づくり・人づくりの推進」を基本方針として取り組んでおり、圏域市町村の宿泊延数は増加傾向にある（図表2-1-81）。

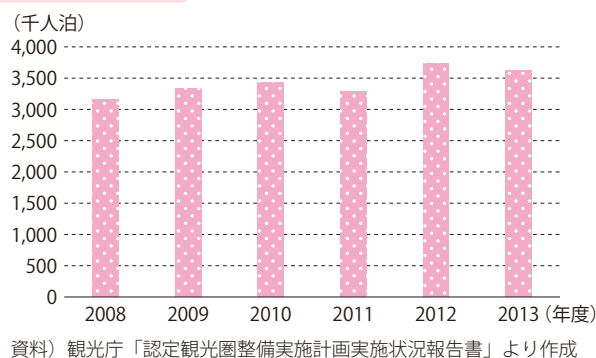
図表2-1-80

ニセコ観光圏における宿泊延数の推移



図表2-1-81

雪国観光圏における宿泊延数の推移



## コラム

### 北陸新幹線開業への期待

北陸新幹線（長野・金沢間）については、1998年3月12日に長野・上越間の工事実施計画認可を皮切りに整備が始まりました。その後、2001年4月25日に上越・富山間の、2005年4月27日に富山・金沢間の工事実施計画の認可を行い、金沢までの開業に向けて工事が進められてきました。

その結果、2014年5月24日には富山駅構内でレール締結式が行われ、長野・金沢間のレールが一本につながりました。そして、2015年3月14日、

ついに北陸新幹線は金沢まで開業しました。開業当日は、東京駅のほか、長野駅から金沢駅までの全駅で出発式が開催されるとともに、沿線の各県などが主催する開業記念式典が開催されました。国土交通省からは太田国土交通大臣が金沢駅での出発式と富山市内で開催された開業

図表2-1-82 北陸新幹線の新車両W7/E7



資料）国土交通省

記念式典に出席したほか、北川国土交通副大臣及び鈴木国土交通大臣政務官等国土交通省幹部がそれぞれすべての式典に出席しました。いずれの式典にも多くの関係者等が出席し、北陸新幹線の開業が盛大に祝福されました。

北陸新幹線（長野・金沢間）の開業により、東京・金沢間の所要時間は従来の3時間47分から最速で2時間28分に短縮されるなど、北陸地域と首都圏が大幅に近づくこととなりました。

今後は企業活動や企業立地の活発化、沿線地域の生活圏の拡大等地域の振興や経済活性化につながることを期待されるとともに、新たな観光資源の掘り起こしや観光ルートの形成により多くの観光客が北陸を訪れるなど、地域の活性化が期待されます。

なお、3月14日から16日までの開業後3日間の利用実績は、高崎・軽井沢間で前年比185%、上越妙高・糸魚川間で前年比306%となるなど、北陸新幹線は順調なスタートを切ったところでは。また、これと合わせて、開業後の2日間に金沢市の金沢城公園の入場者数は例年3月の4倍となるなど、実際に多くの観光客が北陸を訪れています。

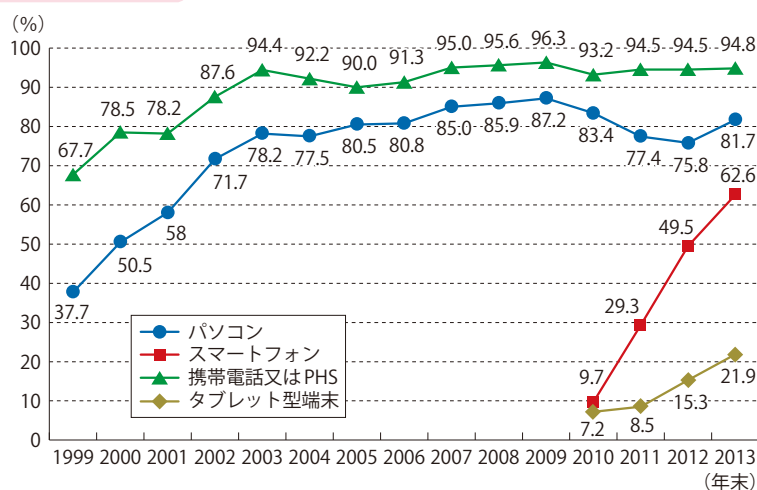
また、金沢市においては空き店舗数が5年で半減し、2015年公示地価では商業地として全国1位の上昇率を記録する地点も現れるなど、新幹線整備への期待等から都市開発が進展しています。さらに、そのほか、石川県や富山県等へ企業が本社機能等の一部を移転する例も見受けられます。

## （2）物流・情報

### （インターネット通販と物流）

ICT（情報通信技術）の発展により、時間・距離・場所を超え、世界中のヒトとつながることが可能となった。近年は、情報通信機器の普及が進んでおり、情報通信機器の普及状況の推移を見ると、パソコン、携帯電話・PHSは1990年代後半から2000年代前半にかけて普及し、スマートフォン、タブレット型端末は2010年から急速に普及している（図表2-1-83）。

図表2-1-83 情報通信機器の普及状況の推移（世帯）



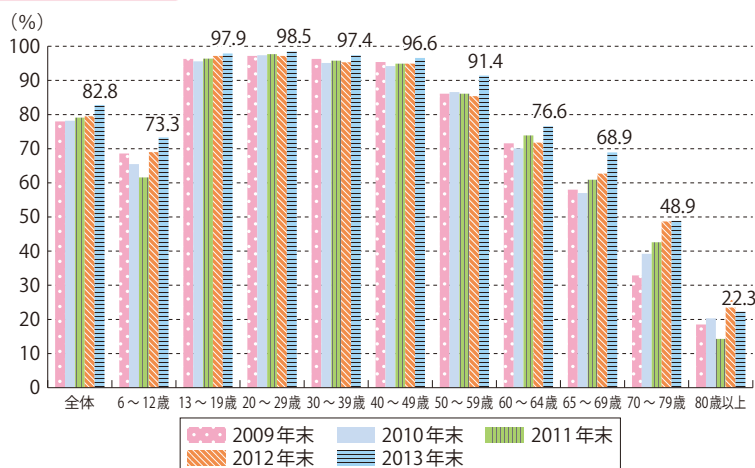
- （注） 1 「携帯電話・PHS」には、2009年末から2012年末までは携帯情報端末（PDA）も含めて調査し、平成22年末以降はスマートフォンを内数として含む。なお、スマートフォンを除いた場合の保有率は76.5%である。  
 2 「スマートフォン」は、「携帯電話・PHS」の再掲である。  
 3 経年比較のため無回答を含む形で集計。

資料）総務省「平成25年度通信利用動向調査」より国土交通省作成



情報通信機器の普及に伴い、インターネット利用率も拡大している。年齢階層別にインターネット利用率を見ると、2013年末時点で13～59歳のインターネット利用率は90%を超えており、60歳以上の年齢層においてもインターネット利用率は拡大傾向にある（図表2-1-84）。

図表2-1-84 年齢階層別インターネット利用率の推移（個人）

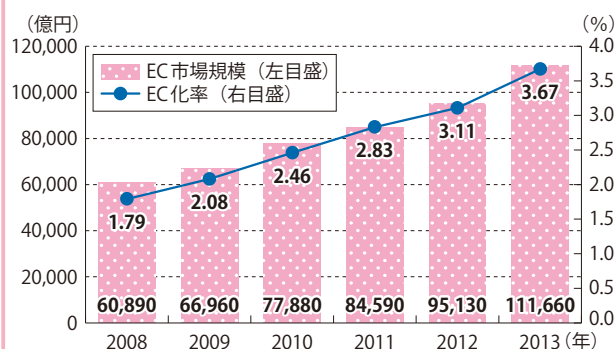


（注）「全体」は6歳以上人口をさす。「無回答者」を除いて集計。  
資料）総務省「平成25年度通信利用動向調査」

このような、情報通信機器の普及やインターネット利用率の拡大を背景に消費者の生活も変化し、消費者は時間・場所を限らず買い物ができるようになった。そのため、商取引についてもインターネットを利用した取引が増加している。

我が国の消費者向け電子商取引市場規模は着実に増加してきており、2013年は約11.2兆円、電子商取引の浸透度合を示す指標であるEC化率<sup>注36</sup>は約3.7%となっている（図表2-1-85）。

図表2-1-85 我が国の消費者向け電子商取引市場規模の推移



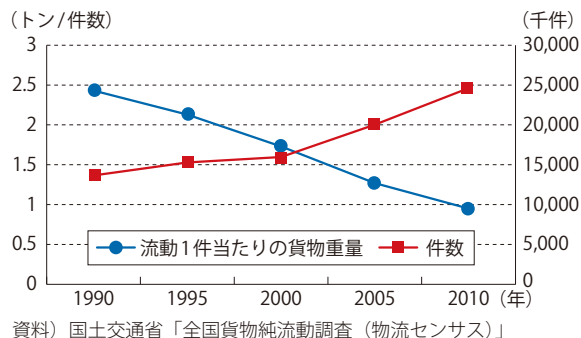
資料）経済産業省「平成25年度我が国経済社会の情報化・サービス化に係る基盤整備（電子商取引に関する市場調査）」

こうした電子商取引市場の成長や消費者ニーズの多様化は物流分野にも影響を与えている。貨物流動量の推移を見ると、流動1件当たりの貨物重量は減少しているが、件数は増加している。また、宅配便<sup>注37</sup>の取扱個数の推移を見ても、取扱個数は増加していることから、輸送単位が小口化・多頻度化していることがわかる（図表2-1-86、図表2-1-87）。

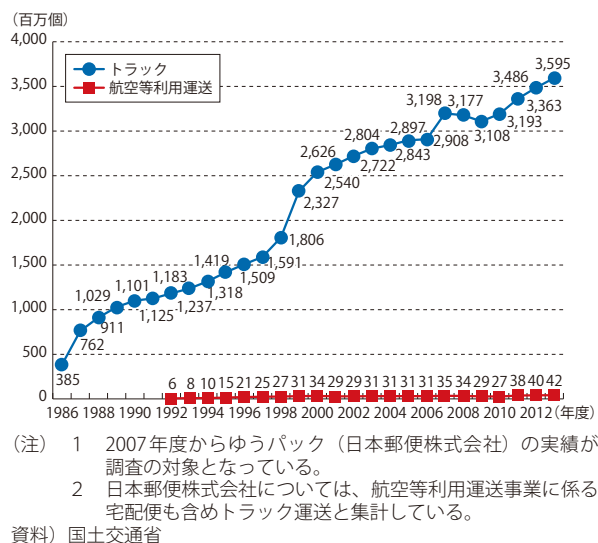
**注36** すべての商取引額（商取引市場規模）に対する電子商取引市場規模の割合。消費者向け電子商取引におけるEC化率は、小売業・サービス業における値を指す。

**注37** 一般貨物自動車運送事業の特別積合せ貨物運送又はこれに準ずる貨物の運送及び利用運送事業の鉄道貨物運送、内航海運、貨物自動車運送、航空貨物運送のいずれか又はこれらを組み合わせて利用する運送であって、重量30kg以下の一口一個の貨物を特別な名称を付して運送するものをいう。

図表2-1-86 貨物流動量の推移（3日間調査）



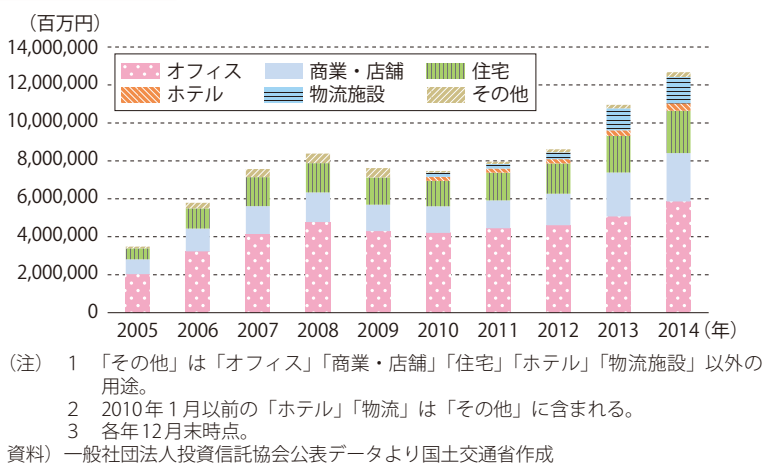
図表2-1-87 宅配便取扱個数の推移



これに伴い受取人の不在等による再配達が増加している現状を踏まえ、再配達の削減を通じた物流の効率化を推進するため、宅配事業者、通販会社等で構成される「宅配の再配達の削減に向けた受取方法の多様化の促進等に関する検討会」を開催し、宅配の受取方法の多様化の促進等を通じた再配達の削減に向けた現状把握、要因分析を行うとともにこれらに基づき諸課題及び対応の方向性に関する検討を行っている。

このような背景から、近年では物流業務の一層の効率化のため、物流施設の再編・集約が行われ、保管のみならず、荷捌き、流通加工機能、高度情報処理機能等様々な機能を併せ持った大型の物流施設が、消費者が居住する地域に近い都市近郊に立地する傾向がある。こうした物流施設の需要の高まりから、不動産投資信託の投資対象としても魅力が上っており、J-REIT<sup>注38</sup>による取得資産を見ると、従来はオフィス、住宅、商業・店舗が中心であったが、近年では、物流施設への投資が伸びを見せている（図表2-1-88）。

図表2-1-88 J-REIT投資対象の資産規模の推移について



## (物流による地域社会への貢献)

### ①物流施設立地による地域の雇用

従来の物流施設は平屋建ての倉庫で商品を保管するだけのものが主流であったが、前述のように、

**注38** J-REIT：JAPAN Real Estate Investment Trustの略。多くの投資家から集めた資金で、オフィスビルや商業施設、マンションなど複数の不動産等を購入し、その賃貸収入や売買益を投資家に分配する商品。（（一社）投資信託協会ウェブサイトより引用）

最近の物流施設は、荷物の仕分けや梱包、在庫管理等の作業も行っている。こうした多機能型の大型物流施設は、近年活発に建設されており、地方の雇用創出にも貢献している。

### ■（株）ビーイングホールディングス「白山第3SCMセンター」～石川県白山市～

石川県金沢市の総合物流輸送企業（株）ビーイングホールディングスは、同県白山市に敷地面積2,992坪、延べ床面積約3,940坪の大型の物流センターである白山第3SCM（サプライチェーン・マネジメント）センターを2014年11月に建設した。

今回建設された白山第3SCMセンターは、従来型の施設よりも多くの雇用を創出しており、（株）ビーイングホールディングスが所有している既存施設と比較すると以下のとおりまとめられる。

#### ・白山第3SCMセンター～在庫型の物流施設（2014年）

→商品を一旦保管して、物流センター内で荷捌きや梱包、検品等の流通加工を行い、配送する施設である。そのため、他の物流施設に比べると面積、従業員数共に規模が大きい。白山第3SCMセンターでは、135人を雇用しており、そのうち100人は地場採用であり、地方での雇用創出に貢献している。

#### ・金沢ケースセンター～従来型の倉庫（2010年→移転2013年）

→保管・在庫管理といった用途から従業員は1人。

#### ・長岡アオキTC（トランスファーセンター）～通過型の物流施設（2012年）

→在庫を持たず、仕分け機能を重視する倉庫であるため、従業員は従来型の倉庫よりも多く10人を雇用。

このように、近年建設されている大型の物流施設は地方の雇用創出にも貢献している。インターネット通販の拡大や多頻度小口配送の増加等により、今後も大型物流施設の需要は増えると考えられることから、物流施設立地による地方の雇用創出への期待が高まっている。

図表 2-1-89

（株）ビーイングホールディングス所有の物流施設概要

施設名	白山第3SCMセンター	金沢ケースセンター	長岡アオキTC
用途	保管、流通加工、荷役、配送	保管、在庫管理	荷役、配送
延べ床面積(坪)	3,940	250	421
従業員(人)	135	1	10
うち地場採用(人)	100	0	9

資料)（株）ビーイングホールディングス

図表 2-1-90 白山第3SCMセンターの位置



資料) 国土交通省

図表 2-1-91 白山第3SCMセンターの外観



資料)（株）ビーイングホールディングス

## ②物流事業者による地域支援の取組み

人口減少・少子高齢化や地域構造の変化等に伴い、特に地方においては食料品等の日常の買い物が困難な状況に置かれる人への対応が必要となっているほか、輸送網の維持も課題となっている。こうした課題に対し、高齢者の多い地域において、地方公共団体と物流事業者が連携し、高齢者の見守りや買い物支援等を実施し、生産者に対して販売機会を創出するなど、地域の維持・活性化に向けた取組みを実施している。このような取組みにより、例えば高齢者が庭先で作った野菜等、従来は市場に流通しなかった農産物が「道の駅」や「地域外」で販売されるようになるなど、新しい物流チャネルによるモノの流れが期待される。本格的な人口減少社会においても、このような新たな物流チャネルが全国各地でできれば、モノの流れを通じた地域の活性化や我が国の活力の源泉につながるものと考えられる。

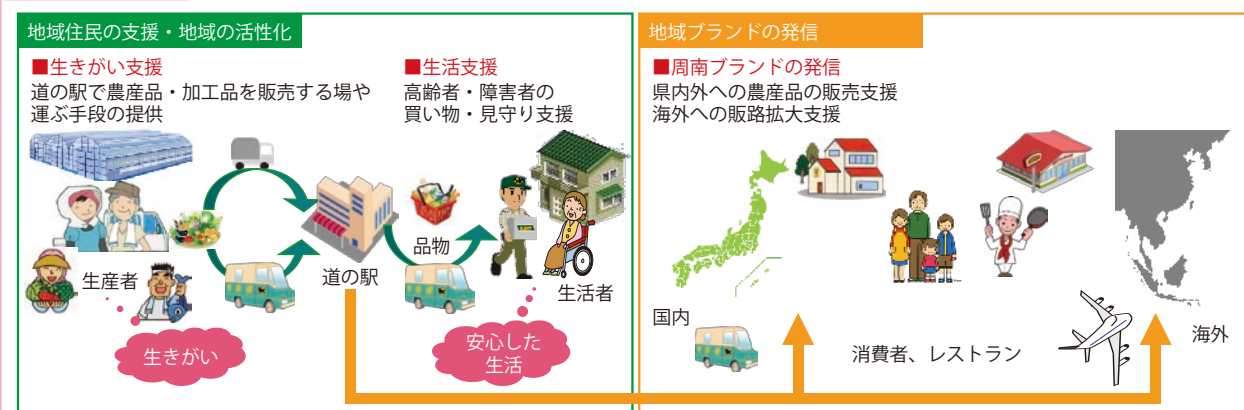
## ■宅配事業者と連携した道の駅「ソレーネ周南」～山口県周南市～

山口県周南市は市域の約68%を占める中山間地域に広大な農地を有している。近年は、過疎化・高齢化が進み、耕作放棄地の増加、農産品の生産量減少による販売機会ロス・収入減、交通インフラの衰退による移動・買い物困難等、日本各地に共通する課題を多く抱えていた。

そのような背景から、2014年5月17日にオープンした国道2号沿いの道の駅「ソレーネ周南」では、「オール周南で24時間周南ブランド発信」をコンセプトに、多くの道の駅が提供している「観光型」の機能に加え、道の駅を市民の交流・コミュニケーションの場とし「生きがい」を支える「福祉型」の機能も備えることで、地域の課題解決への取組みを行っている。

さらに、同年11月17日には、周南市と道の駅「ソレーネ周南」を運営する（一社）周南ツーリズム協議会及びヤマト運輸（株）の三者で「地域活性化包括連携協定」を締結し、官民一体となって地域の活性化及び市民サービスの向上を目指し、地域住民の生きがい支援や周南ブランドの発信に取り組んでいる。

図表2-1-92 「地域活性化包括連携協定」の取組み概要図



資料) 周南市

「地域活性化包括連携協定」による1つ目の取組みとして、これまで少量のために市場に出すことができなかった高齢者が庭先で作った野菜や地域の農産品・加工品を、1袋から自分で値段を決めて出品・販売できる場を提供している。また、交通手段がない中山間地域の農家や生産に集中したい食品加工工場等、直接持ち込むことが難しい場合には、ヤマト運輸（株）のセールスドライバーが集荷に行き、出品商品を折りたたみ式コンテナにそのまま入れるだけで、「ソレーネ周南」へ納品できる



仕組みとなっている。

2つ目の取組みとして、高齢者や障害者の買い物・見守り支援が挙げられる。カタログ通販やネットスーパー等の活用により、「ソレーネ周南」で受注・商品のピックアップ・梱包を行い、ヤマト運輸（株）のセールスドライバーが自宅まで届けることで、道の駅まで来ることができない高齢者や障害者への買い物を支援している。また、配達時に安否確認を行い、異常時には市の担当者に連絡をすることで、見守り支援も同時に行う予定である。

3つ目の取組みとして、地域産品の域外への販売、周南ブランドの発信・販路拡大、6次産業化の支援が挙げられる。周南市の特産品・加工品や高齢者が作った農産品等を道の駅に来た地域の人や観光客に販売するだけでなく、全国の消費者やレストラン等へ向けて販売する仕組みの構築を行い、周南市の特色を盛り込んだオリジナル送り状（宅急便伝票）も作成することで、全国へのPRを検討している。また、国内輸送だけでなく海外への輸出についてもヤマトグループがサポートし、周南ブランドの国内外への発信を強化していく予定である。

以上のように、物流事業者は様々な面において、地域の維持・活性化に向けた取組みを実施している。特に人口減少・高齢化が進むと言われている地方においては、こういった地域の維持・活性化に向けた取組みが必要である。そのため、国土交通省は、学識経験者、物流事業者、地方公共団体、NPO等の関係者からなる「地域を支える持続可能な物流システムのあり方に関する検討会」を2014年10月に開催した。本検討会において、過疎地等における物流及びその他の生活支援サービスに関するニーズ、輸送実態、各地における新たな取組みの状況、課題とその対応の方向性について検討し、2015年3月には「地域を支える持続可能な物流システムのあり方に関する検討会報告書」を取りまとめた。また、本検討会における検討を踏まえ、2015年度には持続可能な物流ネットワーク構築に関するモデル事業を実施する予定である。

## コラム

### 宅配メイト（佐川ママ）～育児中でも働けます！～

働く時間を自分の都合に合わせることが可能、しかも通勤時間なし、という新たな働き方が注目されています。

近年のネットショッピングの普及等により、配達物の数は大幅に増え、かわりに荷物そのものは小型化・軽量化し、これまでより配達を担う人材が多く必要となってきています。

佐川急便では、午前中の配達効率を上げることを目的として、2012年3月から千葉北営業所管轄の地域（千葉市花見川区、稲毛区及び四街道市）で配達員の募集を行いました。この募集に対し「午前中だけ仕事ができる」～子供が幼稚園や学校に行っている時間だけ働くことができる～として、多くの主婦から応募がありました。この応募結果を受け、主婦を中心とした配達員の導入を千葉県内の事業所で試験的に行ったところ、働く側からだけでなく、顧客からも好評であったため、2014年4月から「宅配メイト」として全国的に展開し、5,000人まで拡大することを目標としています。

「短時間」、「自宅周辺」で働けるほか、小さな子供の突然の病気による「急な欠勤にも対応可能」ということです。

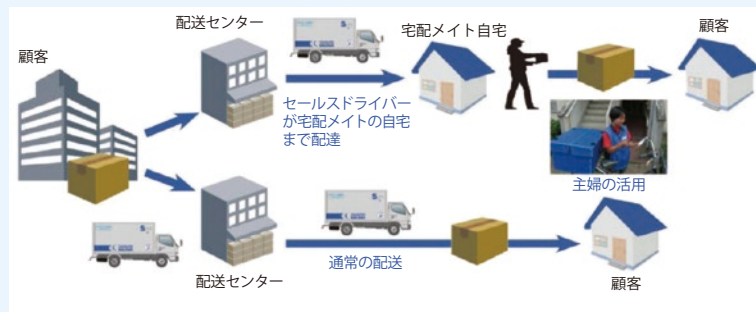
なお、宅配メイトは「個人事業主としての業務委託契約」という形をとっており、採用時には研修で必要な事項を学ぶ、実際にセールスドライバーに同行して配達フローを確認するなど、一人で配達を行っても不安のないようフォローがなされています。

柔軟な働き方のひとつとして、今後の展開も注目されそうです。

図表2-1-93 「宅配メイト」の職務内容

- ・朝、ドライバーがその日に配達する荷物を宅配メイトの自宅に届ける  
→軽くて小さい荷物中心。届け先は自宅から2～3キロ圏内
- ・配達先に、徒歩又は自転車で配達

○宅配メイトフロー図



○宅配メイト



資料) 佐川急便(株)

## コラム

### 「トラガール」 ～女性トラックドライバーの活躍促進に向けて～

トラック運送業界は、他業種に比べて女性の進出が遅れていましたが、近年は、細やかな気配りや高いコミュニケーション能力、丁寧な運転等女性ドライバーならではの能力発揮を通じた業界の活性化を図るべく、女性トラックドライバーの活躍に注目が集まっています。

国土交通省自動車局では、トラック運送業界における女性の活躍を促進するため、女性トラックドライバーを「トラガール」と名付け、様々な取組みを進めております。

#### トラガールの活躍促進に向けた取組みの必要性

現在、トラックドライバーに占める女性比率はわずか約2.4%（約2万人）にとどまっていますが、大型免許を保有する女性は全国に13万4千人以上にのぼっており、ドライバーを職業の選択肢として考える女性は潜在的には一定程度見込めると考えられます。しかしながら、現役の女性ドライバーからは、女性であることのみを理由に就職を断られたといった声や、配送先等において女性用トイレが整備されていないといった声が上がっており、女性を雇うことについての経営者の意識改革や女性が働きやすい労働環境の整備、業界イメージの改善が喫緊の課題となっています。

このため、国土交通省では、2014年をトラックドライバーの「人材確保・育成元年」と位置

付け、トラック運送業界における女性の活躍を促進していくため、積極的な情報発信や経営者に対する働きかけ等を行い始めました。

### 「トラガール促進プロジェクトサイト」の開設

2014年9月には、業界イメージの改善に向けた積極的な情報発信を行うため、国土交通省自動車局ウェブサイト内に、「トラガール促進プロジェクトサイト」<sup>注</sup>を立ち上げました。このサイトでは、運転免許の種別ごとの取得方法や、採用活動に係るイベント情報等を紹介するとともに、全国の現役女性ドライバーの声や、関係業界等からの応援メッセージを掲載しています。

### 女性トラックドライバーの活躍促進に向けて

2014年9月に行われたトラガールの総理表敬時には、安倍総理から「女性ならではの能力を活かしてぜひ頑張ってもらいたい」とのコメントがありました。国土交通省では、引き続き女性ならではの能力発揮を通じた業界の活性化を図るべく、女性トラックドライバーの活躍促進に向けて積極的に取り組んでいきます。

図表2-1-94 トラガールの総理表敬（2014年9月）



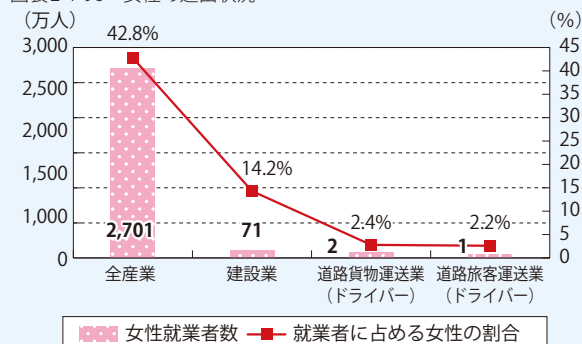
資料) 国土交通省

図表2-1-95 トラガールのロゴマーク

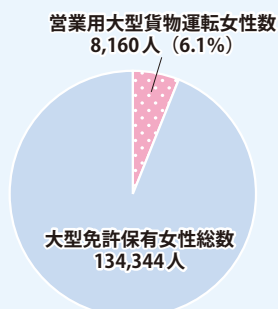


資料) 国土交通省

図表2-1-96 女性の進出状況



図表2-1-97 大型免許を保有している女性の活躍状況



<sup>注</sup> <http://www.mlit.go.jp/jidosha/tragirl/>

## (ICTの普及による多様な働き方)

### ①テレワークの普及・推進

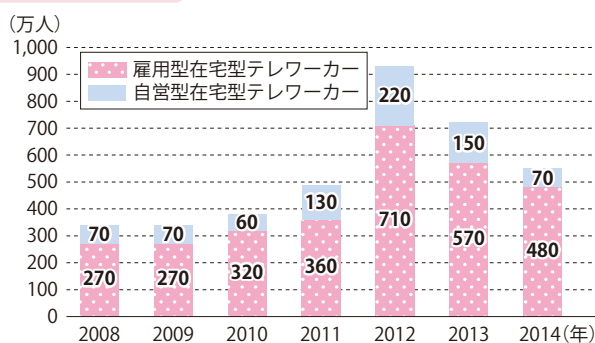
ICT（情報通信技術）を活用した、働く場所にとらわれない柔軟な働き方であるテレワークは、家庭生活との両立による就労確保、子育て、高齢者・障害者介護を担う者の就業促進、地域における就業機会の増加等による地方活性化、余暇の増加による個人生活の充実、通勤混雑の緩和等、様々な効果が期待されている。

国土交通省では「都市部への人口・機能の一極集中による弊害の解消」、「地域活性化」等を目的とした、テレワークの普及・推進に関する取組みを以下のとおり実施している。

### ■テレワーク人口実態調査

テレワーカー率やテレワーカー人口等について定量的に実態把握を行い、結果を公表することにより普及・啓発に活用している。

図表 2-1-98 在宅型テレワーカーの推移



資料) 国土交通省

### ■テレワークセンターの整備

テレワークを推進する施設として、在宅勤務の代替スペースやモバイルワークの拠点となる「テレワークセンター」（共同利用型オフィス）の整備の検討をしている。また、これまでは、大都市での整備を主に検討してきたが、人口減少・少子高齢化の中、地方都市部等においても働く場所の創出、中心市街地の空き店舗の有効活用等によるまちの賑わい創出等が求められていることから、地方都市の活性化等を目的とし、まちづくりと関連したモデル実証実験の実施を検討するなど、今後も普及・推進の取組みを拡充していく予定である。

図表 2-1-99 テレワークセンター社会実験の概要

	2007年度	2008年度	2011年度
実験箇所	2箇所 (港北NT、鶴ヶ島市)	1箇所 (横浜あざみ野)	6箇所 都心 (品川、八重洲、霞ヶ関) 郊外 (関内、多摩、幕張)
実験期間	約3ヶ月	約3ヶ月	約2ヶ月
総利用者数	330名	660名	897名

資料) 国土交通省

### ②サテライトオフィス

地方に移住をする場合は、その移住する場所に仕事がないと考えるのが普通である。しかし、ICTが普及した現在では、都心等の本拠地から離れた地域にある職場をサテライトオフィスと称し、働く場所にとらわれない生活をする事が可能となっている。

徳島県徳島市の中心部から車で約1時間程度の中山間地域にある人口6千人程の神山町では、行政と現地特定非営利活動法人グリーンバレーが中心となり地域の活性化に取り組んでいる。2004年に光ファイバー網が町全域に整備され、中山間地域にもかかわらずブロードバンド環境が構築された。



神山町では2007年に移住交流支援センターを設置することになった際、移住交流に関する業務をグリーンバレーに委託した。グリーンバレーは他市町村が行っているような抽選や先着順で移住者を決める方式は採らず、移住後に神山町で何をするか提案してもらい、その内容から移住者を決定するなど今後を見据えた戦略をとっている。また、近年ではサテライトオフィスを活用したIT関連企業等が十数社進出しており、なかでも、築90年程の古民家をガラス張りに改装するなど、現代風に再生された「えんがわオフィス」は、映像関連企業のオフィスであるにもかかわらず、地域住民や視察者等様々な人々が集まるなど、オフィス自体が人を呼ぶ施設となっており、賑わいが創出されている珍しい事例である。

また、近年ではサテライトオフィスが増えたことにより、周辺でも雇用が創出されるなど、地域活性化が図られている。

今後、他の地方圏においてもサテライトオフィス等を活用した地域活性化が期待される。

図表 2-1-100 様々な人々が集う古民家を活用したサテライトオフィス



資料) 特定非営利活動法人 グリーンバレー



ブロードバンド環境が整備されているため、このようなゆとりのある働き方も可能に



資料) 県政だよりアワーとくしま (平成24年11月号)

## コラム

### コワーキングという新たな働き方

## Column

「コワーキング」とは、従来から存在する単に働く場所を共有するだけのシェアオフィスとは異なり、働く個人がある場所に集い、コミュニケーションを通じて情報や知恵を共有し、状況に応じて協同しながら価値を創出していく働き方を意味しており、近年の新しい働き方として各地で発展しつつあります。

コワーキングを行う場所である「コワーキングスペース」は、現在は東京都内が中心ですが、各地方にも設けられており、2014年7月時点で365スペースが稼働していると推計されています。

大都市のみならず、地方都市にコワーキングスペースがあることにより、地域のコワーカーが集い、知見の共有を行い、協働することにより、地域のコミュニティが発生するなど、新しい働き方であるコワーキングが地方経済の活性化につながることを期待されています。

図表2-1-101 コワーキングスペースの一例



資料) 株式会社ひつじインキュベーション・スクエアウェブサイト  
(東京都渋谷区: PoRTal)



資料) 神山バレー・サテライトオフィス・コンプレックスウェブサイト  
(徳島県神山町: KVSOC)

参考文献: 阿部智和・宇田忠司・平本健太 (2015)「コワーキングスペースの実態調査: 2014 年度調査の概要報告」  
平本健太・阿部智和・宇田忠司 (2014)「ワーク・スタイルと地域コミュニティの展望: コワーキングから考える」

### (3) 地域経済循環と地域づくり

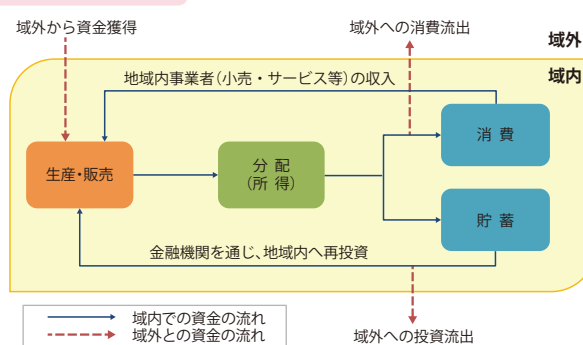
#### (地域経済循環の考え方)

地域経済を「資金の流れ」から見ると、地域がその強みを活用して生み出した財やサービスを地域外に供給することによって地域外から資金を獲得し、その資金を地域内で循環させることで地域に新たな需要を創出するという経済循環構造を構築し、地域経済を活性化することができる。より具体的に示すと、まず地域外から獲得した資金は企業の従業者である地域住民の所得となって地域内で消費される。そして、その消費は地域内の小売業やサービス業等の収入となって、その従業者

である住民の所得となり、さらに消費が行われるという循環が生まれる。また、消費に回らなかった資金は、金融機関へ貯蓄され、金融機関を通じて地域内に再投資（融資）され、新たな生産へとつながっていく（図表2-1-102）。このような経済循環構造が機能することによって、地域内の雇用や所得が生み出され、地域経済の持続性が保たれることになる。

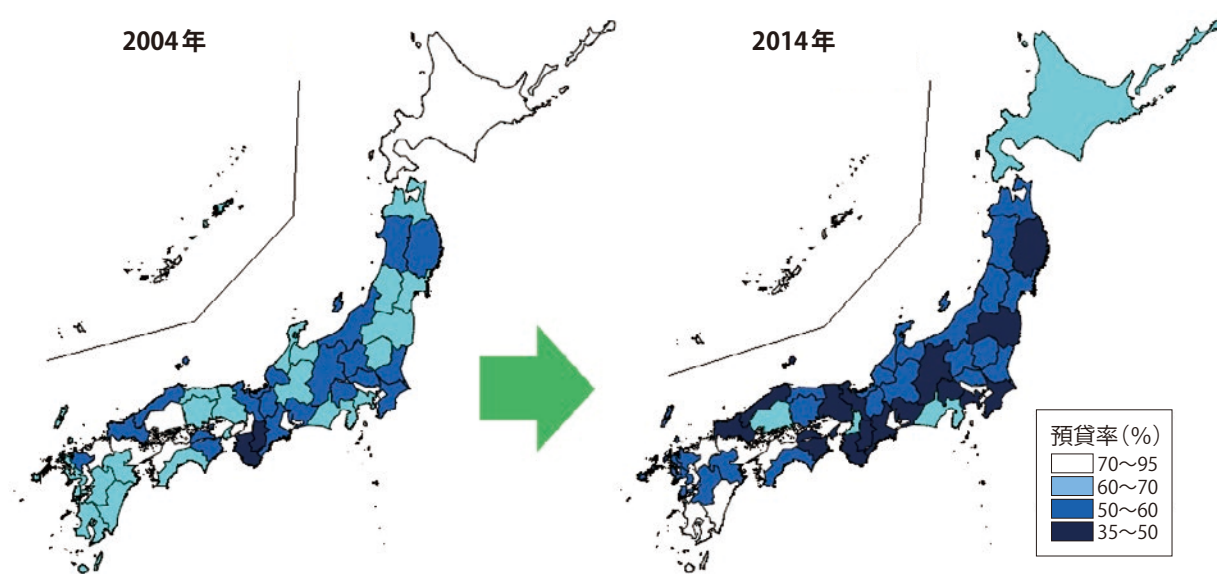
しかし、地方の市町村の多くでは、この循環がうまく機能していない状況にある。地域の基盤産業が低迷し、従前よりも地域外から資金を獲得できなくなっており、獲得した資金についても、地域外の大型ショッピングセンターやインターネット通販の利用等によって地域外に消費が流出する傾向にある。また、地域で貯蓄された金融機関の預金についても、地域内への再投資が減少しており、2004年と2014年の都道府県別預貸率を比較して見ると、多くの都道府県で預貸率が低下していることがわかる（図表2-1-103）。こうした地域内での消費や投資の減少は、雇用機会や所得の減少へとつながり、地域の活力が失われる一因となっている。

図表2-1-102 地域経済循環のフロー



資料) 国土交通省

図表 2-1-103 都道府県別預貸率の変化



(注) 預貸率＝貸出金／(預金＋譲渡性預金)×100として計算。各年3月末時点の計数。  
資料) 日本銀行「都道府県別預金・現金・貸出金」より国土交通省作成

### (地域経済循環構造の改善策)

地域の経済循環の構造を是正し、適正な循環に改善していくためには、まずは地域の経済循環について定量的な分析を行い「見える化」することによって、地域外から資金を獲得している産業や、資金の流出が多い分野といった地域ごとに異なる特性を把握することがスタートになる。また、こうした経済循環構造というフロー面の把握と同時に、自然環境、インフラ、都市構造、文化・伝統といった地域資源というストック面についても目を向けておく必要がある。

このような現状分析を踏まえ、地域の実情に合った対策を講じていくことになるが、ここでは、考えられる対策として「地域外からの資金の獲得」、「地域外への消費流出の抑制」、「地域内での投資手法の多様化」、「地域の不動産を活用した投資」という4つの側面から見ていく。

#### ①地域外からの資金の獲得

地域外からの資金を獲得するための方策としてまず考えられるのは、地域固有の資源を活かした商品や製品等の地域外への販売を促進することである。こうした観点から、各地で6次産業化<sup>注39</sup>の取り組みが積極的に推進されている。農林水産品等の第1次産品を加工して付加価値を付けた商品を域外へ販売することによって、より多くの資金を獲得できるだけでなく、加工や商品開発等を地域内で行うことで、地域内で雇用や設備投資が生まれ、資金循環を高めることにもつながる。

次に、地域外から人を呼び込み地域内での消費を促進することも、地域外から資金を獲得するための方策として考えられる。観光は、旅行業や宿泊業だけでなく、農林水産業や小売業、交通事業者までその経済効果が波及する裾野の広い産業と言われており、6次産業化と同様に多くの地域で振興が図られている。その効果を高めるためには、通過型・日帰りの観光ではなく滞在時間を長くするための仕掛けや、地域の材料を使って地域で製造・加工された土産品のプロモーション等を考えていく必要がある。

**注39** 第1次産業としての農林漁業と第2次産業としての製造業、第3次産業としての小売業等の事業との総合的かつ一体的な推進を図り、地域資源を活用した新たな付加価値を生み出す取組み。



また、観光振興だけでなく、都市と農村の交流や二地域居住の促進も含めた交流人口の拡大に向けた取組みを推進していくことも有効といえる。

## I

## 第2章

## 本格的な人口減少社会における国土・地域づくり

## ②地域外への消費流出の抑制

地域外への消費流出を抑制するということは、より多くの地域住民に地域内で買い物をしてもらい、地域で作られたものを買ってもらうことを意味する。これを検討するにあたっては、現状、住民がどこで買い物をしているかという消費の「場所」、地域外製品の購買率が高い品目はこういったものがあり、そのうち地域内産品に代替できる品目があるか、という消費の「産地」について把握する必要がある。

まず、消費の「場所」に関しては、郊外の大型ショッピングセンターやインターネット通販等の利用といった地域外での買い物の割合が高まっていることが想定されるが、都市機能の集約や公共交通ネットワーク再構築（コンパクトシティ化）による中心市街地へのアクセス改善を図り、中心市街地の利便性や魅力を高めていくことで、来街者を増加させ地域内での消費拡大を図るという対策が考えられる。

次に、消費の「産地」に関しては、地域で生産された農林水産物を地域で消費しようとする地産地消の取組みが一つの対策となる。具体的には、直売所や量販店での地場農林水産物の販売や、学校給食や社員食堂での地場農林水産物の利用等の取組みがある。これにより、地場の生産者の所得機会が創出され、地域の資金循環が高まるほか、生産者と消費者の距離が近いことで、流通コストを抑えつつ鮮度の良い産品を提供できる、地場産品への親近感が醸成されるといったメリットもある。

地産地消は、農林水産物に限らず、エネルギーについても検討することができる。ガソリンや灯油等の化石燃料は輸入に依存しており、地域外（海外）から購入せざるを得ないため、地域外へ消費が流出している代表的な品目となっている。しかし、地域に再生可能エネルギーとして活用できる自然資源等が存在する場合、再生可能エネルギーの導入によって、地域内におけるエネルギー供給が実現すれば地域外へのエネルギー代金の支払いが減少し、地域内で資金が循環することになる。

この他、省エネルギーの取組みを推進することによっても、地域のエネルギー消費量を削減し、地域外へのエネルギー代金（消費）の流出を抑制することが可能となる。例えば、省エネルギーに関連する設備投資の促進や、コンパクトシティ化による自動車依存度の低減等が考えられる。

## ③地域内での投資手法の多様化

先に記載したとおり、消費に回らなかった資金は、金融機関への預金という形で貯蓄に回り、その資金は金融機関を通じて再投資される。その投資判断は金融機関に委ねられており、将来性のある事業内容や地域のために必要な案件であっても、事業実績や収支等の問題から金融機関では取扱いが難しい案件も存在している。

近年では、金融機関を介さない新たな投資手法が広がりつつあり、こうした手法は、従前金融機関が担うことが難しかった、例えばソーシャルビジネス<sup>注40</sup>のような分野への投資を可能とし、投資案件の裾野拡大を通じて、地域内での再投資の活性化に寄与する可能性がある。また、持続的な地域づくりにあたり、公的な財源だけでは対応しきれない部分を補完するために、広く民間からの社会投資や市民からの寄付を促すという役割も担っている。

**注40** 環境保護、高齢者・障害者の介護・福祉から、子育て支援、まちづくり、観光等に至るまで、多種多様な地域社会の課題解決に向けて、住民、NPO、企業など、様々な主体が協力しながらビジネスの手法を活用して取り組むことをいう。



ここでは最近の動きとして、クラウドファンディングとソーシャルインパクトボンド（SIB）の二つの取組みを紹介する。

クラウドファンディングとは、「群衆（Crowd）」と「資金調達（Funding）」を組み合わせた造語で、事業を行いたい法人や個人が、インターネット上に開設されたクラウドファンディングのためのウェブサイト（プラットフォーム）に事業内容を掲載し、不特定多数の個人投資家等から資金募集を行う投資手法である。

クラウドファンディングには出資者へのリターンのあり方によって寄付型、商品・サービス購入型、貸付型、事業投資型といった類型に分けられる（図表2-1-104）。

クラウドファンディングの一般的なプロセスは、ウェブサイト（プラットフォーム）への掲載申込、サイト運営者による審査、資金募集ページの作成、資金募集の開始、プロジェクトの実行、出資者へのリターン（寄付型を除く）という流れになる。なお、資金募集には目標金額が設定され、目標金額を達成できなければ案件は不成立となって資金調達できない仕組みとしているものもある。

出資者へのリターンは必ずしも金銭とは限らず、従前の金融サービスでは資金調達が難しかった地域貢献活動であっても、地域のニーズに合致しており出資者の賛同を得ることができれば資金調達が可能となり、結果として新たな域内再投資の流れを生み出すとともに、地域貢献が図られるというメリットがある。加えて、資金募集の告知を通して、住民の地域への関心を高めたり、出資者の人数や資金が集まるまでの期間によって地域のニーズや課題を把握できるといった効果も考えられる。

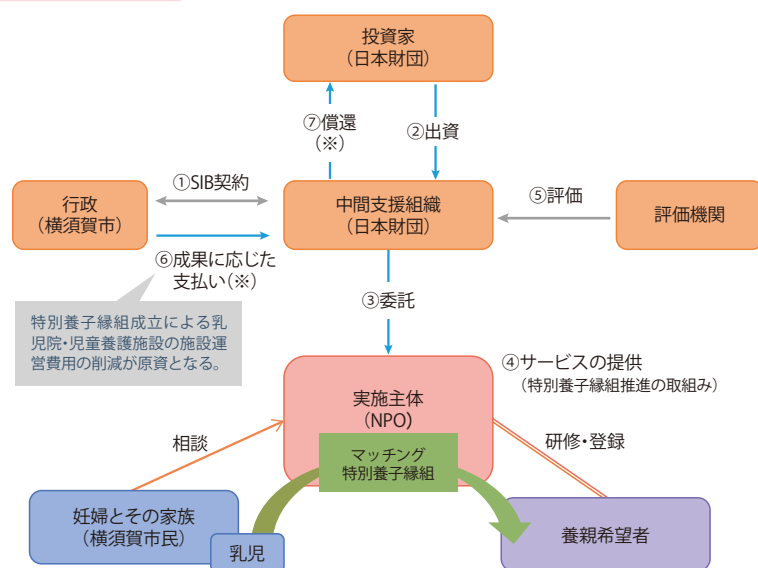
ソーシャルインパクトボンド（SIB）とは、社会的問題を解決するための事業をNPO等の主体が民間投資家からの投資を受けて実施し、その事業が社会的成果（行政コストの削減等）をあげた場合に、行政が削減できたコストの一部を投資家へリターンとして支払う投資手法である。成果が得られなかった事業に対しては、行政に支払い義務はなく、投資家にとっては投資資金が戻らずに実質的には寄付を行った形となる。SIBは2010年に世界で初めて英国で実施され、その後、米国、オーストラリア等で、受刑者再犯防止プログラムや児童虐待防止プロ

図表2-1-104 クラウドファンディングの類型

類型	金融商品取引法との関係	出資に対する対価	一人当たり出資額	資金調達規模
寄付型	無し	なし・お礼のレター	一口1円～	数万円～数百万円
商品・サービス購入型	無し	商品・サービス	一口千円程度～	数万円～数百万円
貸付型	有	金利相当の利益	一口1万円程度～	数十万円～数千万円
事業投資型	有	事業収益	一口1万円程度～	数百万円～数千万円

資料）資金調達サイト掲載情報より中小企業庁作成

図表2-1-105 SIBのスキーム（横須賀市の事例）



※本パイロット事業は、日本財団が資金提供するため、プロジェクト結果に関わらず横須賀市から支払（償還）は行われない。

資料）横須賀市資料より国土交通省作成

ラムといった予防的な施策に対して行われている。

我が国ではSIBの導入実績はまだないが、導入に向けた動きが出始めている。神奈川県横須賀市では、(公財)日本財団がSIB導入のために実施するパイロット事業に協力し、特別養子縁組<sup>注41</sup>の促進プログラムを2015年4月に開始している。

具体的な事業内容は、日本財団より資金提供を受けた中間支援組織（今回は日本財団が担う。）が、民間団体へ業務委託し、委託を受けた民間団体は、市と連携して特別養子縁組成立促進に向けたプログラムを実施するというものである（図表2-1-105）。特別養子縁組成立の効果としては、早期に子どもの家庭養護の環境を整えることができることのほか、市内における乳児院・児童養護施設の入所者数減少による施設運営費用の削減が見込まれており、この効果について検証を行う。横須賀市では、本事業を検証した結果、事業の有効性が認められた場合には、2016年度に市の事業としてSIBを組成したいとしている。

このように、SIBは事業による社会的成果に連動して、投資家への償還額、すなわち行政の支払額が決定することから、この社会的成果をいかに定量的かつ客観的に算定できるかが重要となる。様々な分野の社会的事業にこうした評価モデルが確立されることになれば、社会的事業という新たな投資案件が創出され、行政にとっても予算が限られるなかで社会的問題の解決や財政負担の軽減が期待できる。

#### ④地域の不動産を活用した投資

地域のストック面に着目した地域経済循環構造の改善策として、地域の不動産を活用した投資が挙げられる。

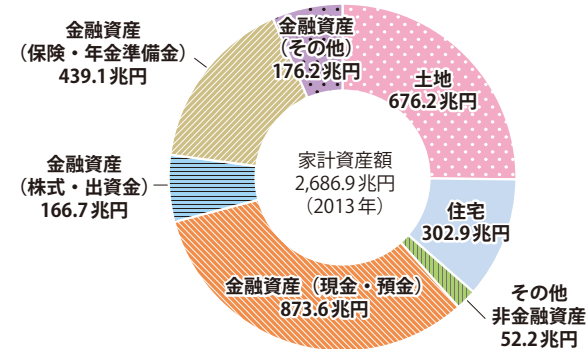
地域経済循環における再投資は、企業の設備投資等を通じて、新たな財やサービスの生産へとつながっていくのが一般的な流れである。その一方で、地域の既存の不動産を活用した投資を行うことによって、上記とはまた違った資金循環を生み出す可能性がある。

国民経済計算より、我が国の家計部門が保有する不動産を見ると、土地が約676兆円、住宅が約303兆円にのぼっており、家計の金融資産の相当部分を占める現金・預金残高の約874兆円を上回る規模となっている（図表2-1-106）。

このように、我が国の不動産は大きな規模となっているが、そのなかには利用状況の低下や老朽化等により、そこから得られる便益が低下しているものも多い。また、一定の経済的価値をもつ不動産であっても、有効に活用されず、本来の価値を十分に発揮できていない場合もある。

そこで、地域におけるこうした不動産を活用した投資を行っていくことが、地域経済循環を活性化させる手段の一つとなり得る。考えられる主な投資の例としては、「不動産の価値の向上」を目的とするものと「不動産の資金化」を目的とするものとに分けられる（図表2-1-107）。現状では、リバースモーゲージや不動産証券化といった資金化の手法は、東京圏での取扱いが中心で地方にはまだ広

図表2-1-106 家計部門の資産残高の内訳 (2013年)



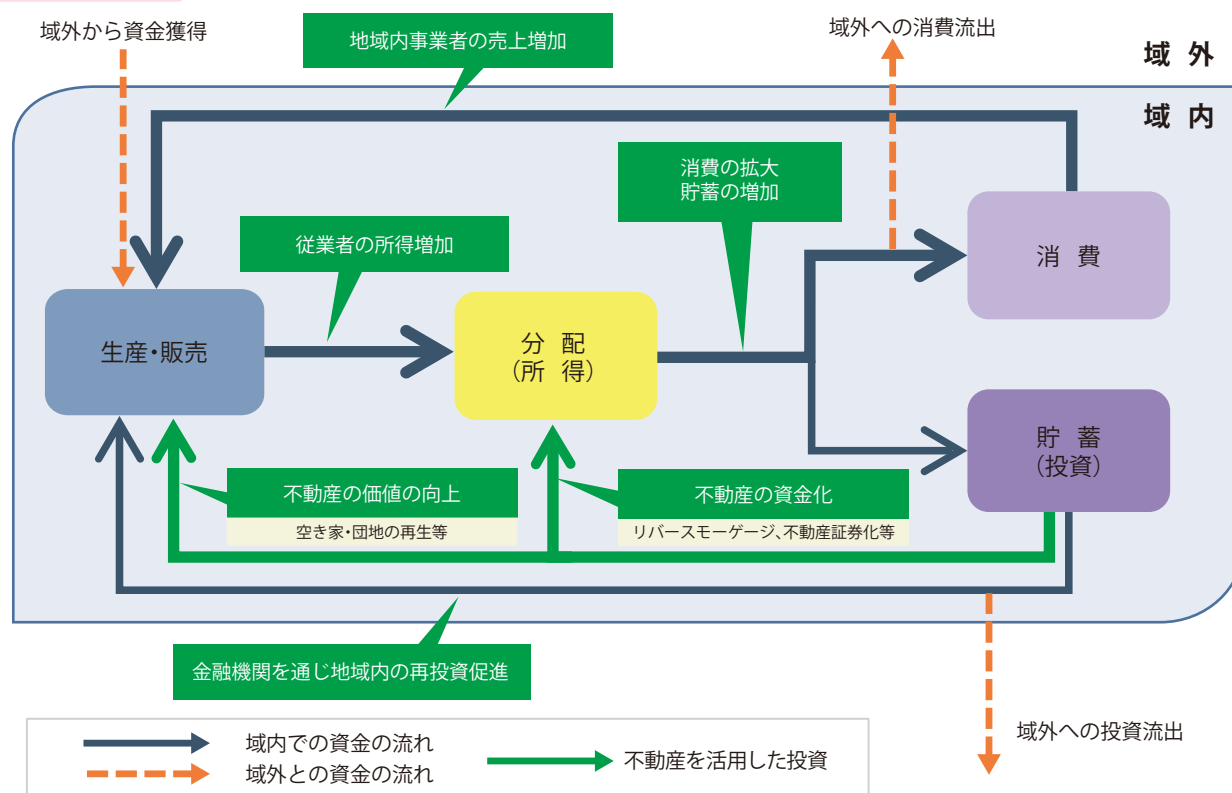
資料) 内閣府「国民経済計算」より国土交通省作成

<sup>注41</sup> 特別養子縁組とは、原則として6歳未満の子どもの福祉のため、特に必要があるときに、子どもとその実親側との法律上の親族関係を消滅させ、実親子関係に準じる安定した養親子関係を家庭裁判所が成立させる縁組制度である。

家・団地等の再生等の「不動産の価値の向上」に分類される手法は、賃料収入の獲得等によって生産の増加につながる。一方で、リバースモーゲージや不動産証券化といった「不動産の資金化」の手法は、生産の増加をもたらすものではないため、そのフローは生産には向かわずに資金化という形で分配（所得）へと向かうという点が特徴である（図表2-1-108）。

分類	手法	概要
不動産の 価値の 向上	空き家・団地等の 再生	空き家や団地をリノベーションし、賃貸収入が得られる物件へと再生する。
	公的不動産（PRE） の活用	（一例）公有地に官民合築施設を建設し、民間部門からの賃料収入により施設の維持管理費用に充当。
不動産の 資金化	リバースモーゲージ	高齢者等が自己の居住する住宅を担保として融資を受け、当該高齢者等の死亡時に住宅の売却等により一括返済するローン。
	不動産証券化	自己が所有する不動産を、法的・会計的に独立した便宜上の器＝投資ビークル（SPV）へ譲渡し、その不動産の経済的価値を裏付けとして資金調達を行う仕組み。

図表2-1-108 不動産を活用した投資による地域経済循環への影響



地域にあるストック（資源）に着目し、これを活用した投資によって、ストックの価値の向上や潜在的な価値の発揮が実現し、賃料や資金化等で新たに生まれたフローが消費の拡大や貯蓄の増加へとつながり、域内の資金循環を活性化させるものと考えられる。

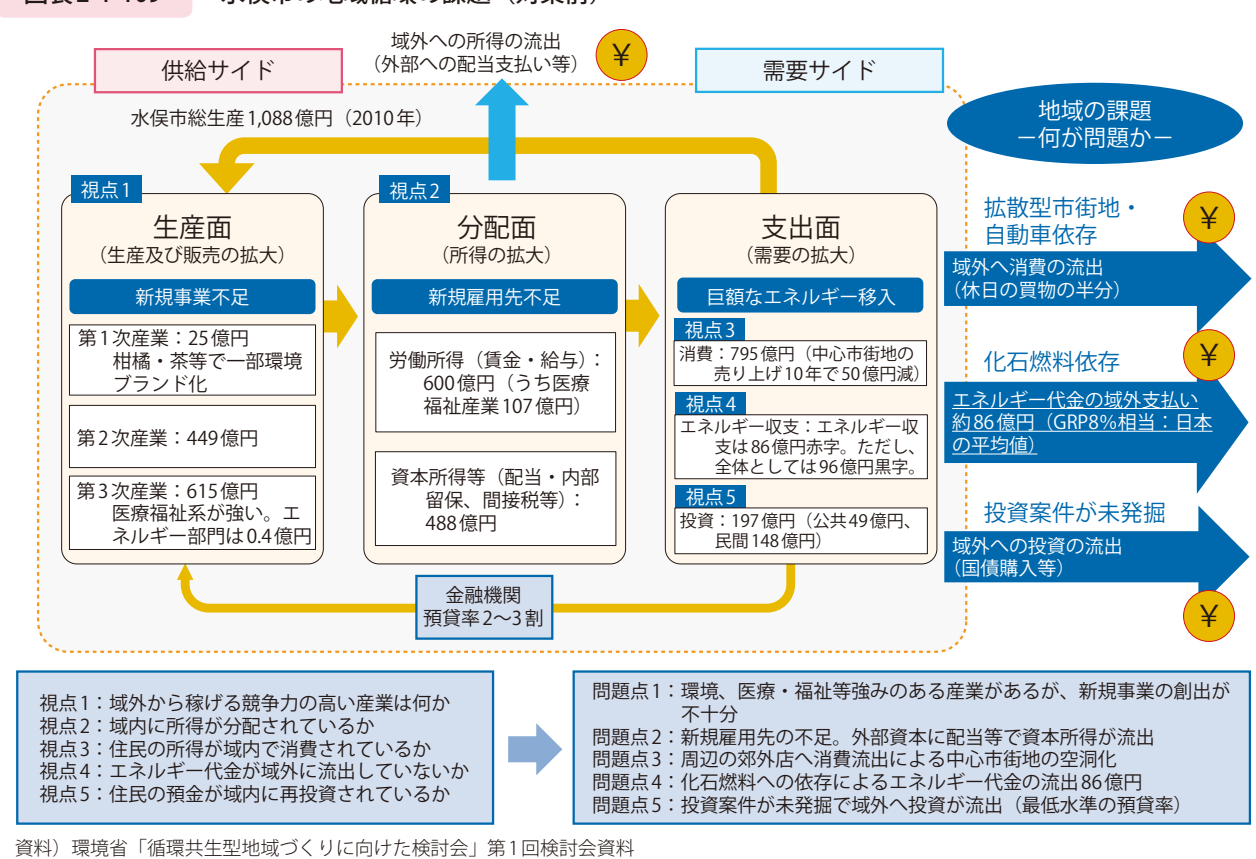
これまで見てきたような地域経済循環の分析をベースに施策を立案している地方公共団体の事例と

して、熊本県水俣市の取組みを紹介する。

水俣市では、水俣病の教訓を出発点として先進的な「環境まちづくり」の取組みを進めてきたが、その取組みは地域経済を活性化するところまでは至らず、人口減少や近年の景気低迷等も相まって、地域社会の疲弊は続いていた。そこで、こうした状況を打開し、環境関連施策を地域経済の活性化に結び付けていくために、2010年度に「みなまた環境まちづくり研究会」を発足し議論をスタートさせた。研究会での議論をもとに「平成23年度水俣市環境まちづくり推進事業」で地域経済循環分析に基づく戦略を策定し、2012年度から環境負荷を少なくしつつ、経済発展する新しい形の地域づくりを目指して、「環境首都水俣」創造事業の取組みを開始している。

地域経済循環分析によって、水俣市では休日を中心に市外のロードサイド店等に消費が流出し、中心市街地の売上額が10年間（1997年～2007年）で約50億円減少していること、エネルギー代金の支払により年間約86億円が市外に流出していることが判明した。また、投資の面では、市内の預金額に対し、市内の貸出にまわる割合（預貸率）は、2～3割と低い割合となっており、市内で貯蓄された資金が市外への投資や国債購入等を通じて市外に流出していることが明らかとなった（図表2-1-109）。

図表2-1-109 水俣市の地域循環の課題（対策前）



こうした分析で明らかになった課題を踏まえ、市内での消費と投資を拡大するために、それぞれの分野で対策が実施されている。

### ①中心市街地活性化の取組み

消費の市外への流出を抑制し、公共交通機関の利用促進と商店街の活性化を図るため、コミュニティバスを利用して商店街を訪れる人にエコポイントを発行する実証実験を「環境首都水俣創造」事



業（環境省補助）により2012年8月21日から2013年1月31日までの約6ヶ月間にわたり実施した。

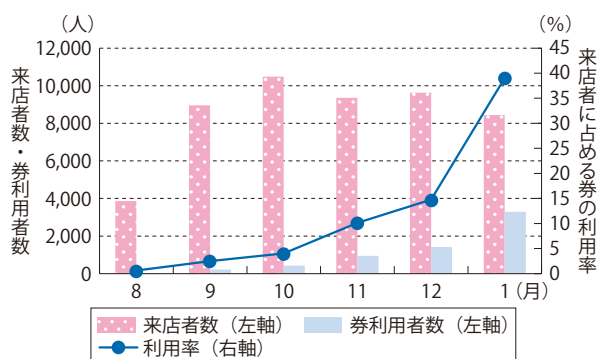
エコポイントはバス停で配布されるバス乗車の証明チケット（券）を乗客が商店街で買い物をする際に提示すると付与され、また、買い物の荷物が大きい場合にはバス利用者は無料で宅配サービスを利用できる仕組みとした。当初は事業周知が進まず、券の配布がなかなか進まなかったが、徐々にメリットが理解され、券の利用数が増えるとともに、バス利用者がこれまで入ったことのない店を訪れるなど、商店街にとって新たな顧客獲得の機会となった。また、来店者数を把握していた商店街の17店舗における、来店者数に占める券の利用者数の割合は、開始当初は1%未満であったが6ヶ月目の1月には39.0%まで上昇した（図表2-1-110）。

また、コミュニティバスの乗客数は2009年度（2008年10月－2009年9月）以降、減少傾向にあったが、2012年1月に大幅な路線見直しを実施し、どのバスも中心部（商店街、医療センター）を通るように変更し、乗客数は下げ止まっている。

こうした取組みの成果もあって、2012年の水俣市の商品別地元購買率はすべての商品で2009年に比べて上昇しており、市内での消費が活性化されたことがわかる（図表2-1-111）。

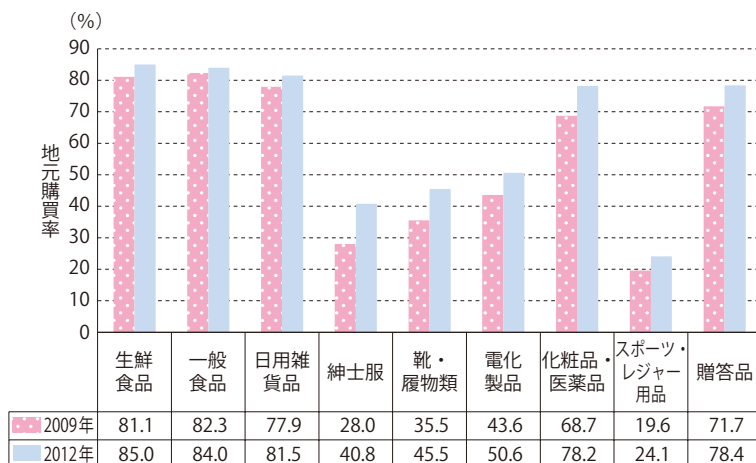
図表2-1-110

17店舗における来店者に占める利用者数の割合



(注) 8月21日事業開始のため、8月は10日分のデータである。  
資料) 水俣市「エコポイント導入システム実証実験報告書」

図表2-1-111

水俣市の商品別地元購買率の変化  
(2009年、2012年)

資料) 熊本県「平成24年度熊本県消費動向調査」より国土交通省作成

## ②観光振興～肥薩おれんじ鉄道「おれんじ食堂」

水俣市を訪れる観光客は、ピークであった1994年～1999年の70万人前後から10年間で半減しており、市内での消費を増やすための施策として、観光客の増加に向けた取組みが実施された。その中の一つとして、「環境首都水俣」創造事業（環境省補助）により、2013年3月から肥薩おれんじ鉄道に観光列車「おれんじ食堂」が導入された。

「おれんじ食堂」は、世界的工業デザイナーの水戸岡鋭治氏のデザインにより既存の車両が改造された2両編成、定員43名の列車である。「食とスローライフを満喫する列車」をコンセプトに、地産地消、旬の食材にこだわった料理が味わえ、停車駅では特産品を買うことができ、車窓からの風景を楽しみながら、新幹線では30分ほどで移動できる新八代（熊本県）～川内（鹿児島県）間を約4時間かけて運行している（図表2-1-112、図表2-1-113）。

図表2-1-112 おれんじ食堂の外観



資料) 国土交通省

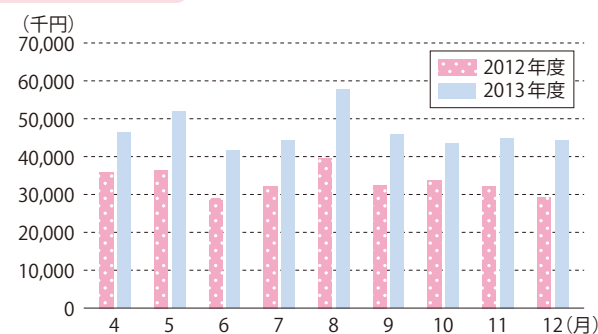
図表2-1-113 おれんじ食堂 1号車



資料) 国土交通省

「おれんじ食堂」は運行開始以来、テレビ、雑誌等で大きな話題となり、2004年の開業以降、ほぼ一貫して減少してきた肥薩おれんじ鉄道の利用者が2013年度に増加に転じ、それに伴って売上もまた増加した（図表2-1-114）。地域の自然資源や特産品を活かした観光収入の増加は、市外からの資金獲得に効果をあげていると考えられる。

図表2-1-114 肥薩おれんじ鉄道の売上（2012年度と2013年度の比較）



資料) 環境省「循環共生型地域づくりに向けた検討会」第1回検討会資料

### ③再生可能エネルギーの導入

市内のエネルギー収支を改善するための対策として、木質バイオマス<sup>注42</sup>発電とメガソーラー等の設置が計画されている。

木質バイオマス発電は、水俣市及び周辺地域の間伐材等を収集し、破碎・選別を経て加工された燃料チップを燃焼させて発電を行うものである。この事業により、バイオマス発電所の運営や、その他林業、製材関連を合わせて市内で多数の雇用創出が想定されている。

また、メガソーラーについては、市内の遊休地数か所に太陽光パネルを設置して大規模な太陽光発電を行うもので、そのうちの一部は、地元の中核企業等によって既に事業化されている。

### ④環境金融制度の導入

市内の投資を促進し、低炭素化を図るため、2013年度より地元中小企業を対象に環境関連の融資の保証料全額と3年分の利子を全額補給する、全国でもトップレベルの水準の環境金融制度「みなまたグリーン<sup>注43</sup>」を開始した。

この制度は、市内中小企業者が市内金融機関から、熊本県信用保証協会が実施する「くまもとグリー

**注42** 「バイオマス」とは、生物資源（bio）の量（mass）を表す言葉であり、「再生可能な、生物由来の有機性資源（化石燃料は除く）」のことを呼び、そのなかで、木材からなるバイオマスのことを「木質バイオマス」と呼ぶ。木質バイオマスには、主に、樹木の伐採や造材のときに発生した枝、葉等の林地残材、製材工場等から発生する樹皮やのこ屑等のほか、住宅の解体材や街路樹の剪定枝等の種類がある。

**注43** 水俣市「くまもとグリーン保証制度」利活用促進補助金制度の通称。

ン保証制度」を利用した融資を受けたときに、融資利用者が信用保証協会へ支払うべき「信用保証料」の全額と、融資を受けた日から3年以内に支払った「約定利子に相当する額」を、市が補助金として交付する仕組みとなっている（図表2-1-115）。

「みなまたグリーン」は、2013年

度中に、太陽光発電設備、低排出ガス社用車、リサイクル設備、高効率空調、LEDの導入への融資10件、約1.6億円の投資促進効果があった。こうした環境金融制度の取組みは市内の投資を促進するだけではなく、省エネルギー化によって化石燃料の消費量が減少し、市外への資金の流出が抑制されるという効果をもたらすことになる。

このように、地域における資金の流れを定量化して把握することで、地域活性化のための施策の立案やその効果の検証に活用できる。こうした考え方は、今後広がりを見せていくことが予想されるが、行政だけでなく、地域の企業や住民といったすべての主体に浸透させていくことが望ましい。

上記のような取組みに加えて、先に述べた「不動産を活用した投資」もまた有効と考えられる。例えば、水俣市の2013年の空き家率は17.1%と、全国平均13.5%、熊本平均14.3%を上回っている。こうした状況を踏まえ、街なかの空き家をリフォームし、その価値を向上させ移住者や街なかへの住み替え希望者に賃貸することによって、賃料収入が発生するだけでなく、地域内での消費が増加し資金循環が活性化する可能性がある。

地域の資金循環を考えると、フロー面を把握するとともに、新たなフローを創出できるストックの存在についても見ていく必要がある。

お金は使ってしまうと終わりなのではなく、そのお金は巡り巡って誰かのもとへと渡る。使ったお金が「地域の誰か」に渡るという意識と行動を地域全体で積み重ねていくことが、自らが暮らす地域を守り、豊かにすることにつながるものと考ええる。

## 第2節

## 時代に合った構造的な地域づくり

第2節では、時代に合った構造的な地域づくりとして、「国土のグランドデザイン2050」の基本コンセプトである「コンパクト＋ネットワーク」の効果、取組事例の紹介等を通じ、本格的な人口減少社会における国土・地域づくりの方向性について考察する。

まず、「1. コンパクト＋ネットワーク」において、背景にある現状と課題や「コンパクト＋ネットワーク」の概念を紹介した上で、その効果について、「生活利便性・ライフスタイル」、「経済」、「行政」、「環境」の各分野において定量的に紹介するとともに、地域経済循環に与える好影響について整理する。

そして、「2. コンパクト＋ネットワークの事例」において、地域特性別の「コンパクト＋ネットワーク」として、コンパクトシティ、小さな拠点の事例や連携中枢都市圏の形成に向けて取り組んでいる事例等を紹介する。

最後に、「3. 対流促進型国土の形成に向けて」において、「コンパクト＋ネットワーク」により、

図表2-1-115 「みなまたグリーン」の仕組み

