

6月5日（木）1コマ目

半島地域振興等に必要な経費（国土政策局）

【説明者】 国土政策局でございます。それでは、半島地域振興等に必要な経費につきまして、お手元のパワーポイントの資料を用いまして説明させていただきます。よろしくお願いたします。

まず、1ページ目でございますが、事業の概要です。厳しい条件にある半島地域において、半島地域の自立的発展、地域住民の生活の向上、半島地域における定住促進等を図るため、自治体や民間事業者による交流・定住促進や産業振興、そして防災・物流強化に関する取組を支援するものでございます。

その必要性ですが、半島地域は三方を海に囲まれている等の制約があり、人口減少や高齢化が進展しております。この中で、多様な主体の連携及び協力を促進しつつ、広域的かつ総合的な対策を実施することが必要であるということから実施しているものでございます。

お手元右側でございますが、半島振興法の目的が書いております。このように6点、半島地域の自立的発展ですとか定住促進、半島防災などを目指すものでして、こうした半島振興法の目的ののっとして、この事業も行っているものでございます。

具体の事業の概略ですけれども、左側です。大きく2つの取組をやっております、1つ目が、これは当初予算でやっている、半島振興広域連携促進事業です、半島振興対策実施地域、23の地域がございまして、この地域の自治体や民間事業者等の複数の主体が連携して実施される、交流・定住促進に関する取組、また産業振興に関する取組、そして防災・物流強化に関する取組を支援しているものでございます。

なお、この防災・物流強化に関する取組につきましては、令和6年の能登半島地震を踏まえまして、今年度から新たに追加したメニューでございます。

もう1つのメニューですが、半島のブランド化推進実証調査、こちらは補正予算を用いてやっているものでございます。先ほどの半島振興広域連携促進事業というのは、各半島での取組をそれぞれ個別に支援しているものでございますけれども、そうではなくて半島というものの全体を消費者の方、国民の方に広く知ってもらおうという意味での、半島全体のプロモーションですとかブランディングをしていくということ、民間事業者の協力を得て進めているというものでございます。

想定される論点につきましては、以下、個別に説明させていただきます。

2ページにつきましては、半島の地域の現状を示すデータでございまして、人口減少と高齢化が全国平均よりも進んでいるというものを示しているものでございます。

3ページ目をお願いいたします。まず、論点1つ目の短期的なアウトカム設定の在り方でございます。

これまで、こちらのテーマにつきましては、短期的なアウトカムとして、個別にやっている事業ごとに設定した事業終了年度の成果目標の達成割合を設定してきているところでございます。

この考え方ですけれども、2つ目の矢羽根になりますが、複数のメニューの中から、各半島地域での事業主体で何を選択し、具体的にどのような事業を実施するかということにつきましては、各事業主体が策定する事業計画で決めることになっておりますので、一律の目標を設定することは困難であることから、この事業計画で事業に設定している目標についての達成状況を見ているところでございます。

ただ、その表現の仕方というのが、あまり十分ではなかったのかなと考えているところでございます。具体的には、この一番下の参考というところを見ていただければと思うのですが、これまでも達成の状況を割合で示しておりまして、全体としては7割のプロジェクトがうまくいけばいいということで、70%を一つの成果指標としているわけですが、その表し方が、例えば令和4年でありますと、5件あったものが5件とも事業の目標を達成したので、5分の5の100%ということで、70分の100で140%という形で表現しておりました。

分かりにくい内容になっていたかなと思っておりますので、この辺りは見直していきたいと思っております。実数ベース、件数ベースで表して、全体としてそれが7割を超えればいいという目標設定に変えてはどうかと考えているところでございます。

次のページをお願いいたします。これに関連する内容でございますけれども、各事業主体で、事業計画の目標を設定して取り組んでいただくということでございますが、その目標設定、当然内容はばらばらで、それぞれあるわけですが、これまで、それについてはこちらのほうもあまり関与してこなかったというところがございます。

ただ、できる限り定量的な目標を設定して実績評価を行えるように、目標設定の考え方につきまして周知をしていくですとか、また、キャッチボールしながら一緒に考えていくということで、しっかりやっていければいいのではないかと考えているところでござい

す。

次のページをお願いいたします。今まで説明してきたのは、当初予算における個別の半島地域の取組に関するものでございますが、補正予算につきましても、代表的な短期アウトカムを設定してはどうかと考えているところでございます。

補正予算の取組につきましては、例えばウェブサイトでプロモーションするようなものですか、ECサイトなどを用いて半島産品を特集してまとめて示していくというようなものなどを行っているところでございますが、こういう中でどういうものを短期アウトカムとして設定するかということでございます。

もちろん、最終的には需要の観点で、どう需要が喚起されたかを表すのが一番望ましいかと思っておりますけれども、現時点ではそのような目標設定をされているところはなくて、ECサイトにおける期首の目標として、ふるさと納税サイトやECサイトでの商品掲載数というものを一つの目標に設定しているものがございます。

これが広い意味では、半島の産品の振興という形では全体を捉えられるのかなど、代表できるのかなと考えておりますので、こういうものを一つの短期アウトカムとして設定してはどうかと考えているところでございます。

次のページをお願いいたします。6ページ目でございます。

次は中期的なアウトカムの設定でございます。これまで、この分野におきましては、短期アウトカムと長期アウトカムだけでございまして、中期アウトカムの設定をしてきておりませんでした。

短期アウトカムは先ほど説明した内容でございますが、長期的なアウトカムは、その結果としての人口の社会増減率というもので捉えていたところでございますけれども、その間のプロセスについて、もう少し丁寧に、この短期と長期をつなぐ中間的なアウトカム指標が設けられないかということの御意見、御議論もありましたので、それらを踏まえて検討しているところでございます。

これに関連しましては、2つ目の矢羽根でございますけど、半島振興法、今般3月に改正されて、今後10年間の取組を行うことになりました。この半島振興法では、各道府県が半島振興計画を策定して、それに基づいて様々な取組をするとなっているところでございます。

そして、今回の改正におきまして、この半島振興計画の中で、各道府県におきまして振興の目標を立てる、そしてその評価に関することを記載するという形にされたところでござ

ございます。これを活用いたしまして、各半島地域における半島振興の取組の中間的な進捗状況というものを活用して、これを把握できないかと考えているところでございます。

なお、法律につきましても、今回10年間の延長がされたわけでございますけれども、5年を経過した段階で施行状況について検討を加えるとされているところでございまして、この中間的な評価というのは活用できるのではないかと考えております。

事業との関係でございますけれども、半島振興広域連携促進事業は半島地域そのもので行っておりますので、その中の交流とか産業振興に関する取組は、中間段階でも評価できるかなと思っておりますし、また、ブランド化実証調査、これは民間事業者を使っているものでございますけれども、具体的な取組に当たりましては、各半島地域の自治体ですとか事業者と連携しながら進めているものでございますので、その成果として、各半島地域の産業振興の取組が途中段階でどこまで行っているかという評価として使えるのではないかと考えているところでございまして、この半島振興計画を活用して、両事業の進捗を確認したいと思っているところでございます。

最後に、8ページ目でございます。長期的なアウトカムの設定でございます。

こちらは、これまで半島振興法に基づきまして、長期的なアウトカム、人口の社会増減を表しておりますけれども、これまで、長期アウトカムと言いながら、直近5年間と直近1年間を比較しながら毎年ずらして見ていたので、長期アウトカムとしてふさわしくないのではないかと考えているところでございます。

つきましては、今回、半島振興法、10年タームで取り組みますので、これまでの10年間での社会増減率に対して、今後これから取り組んだ後の10年後の社会増減率で、それが改善しているのかどうかを比較してはどうかというふうに考えているところでございます。

以上、簡単でございますが、事業の概要と論点に関する説明でございます。

【黒須参事官】 本事業に関して、論点を3つ提示させていただきます。

1点目は、自治体・事業者が自主的にアクティビティを選択するという本事業の性質を踏まえ、短期的なアウトカムをどのように設定すべきか。

2点目でございます。長期的なアウトカムは本事業以外の要素に大きく左右されると考えられる中、長期的なアウトカムを補完する中期的なアウトカムを設定すべきではないか。

3点目。長期的なアウトカム設定は適切か。

以上3点を基本に、御議論いただければと思います。

ここからは、本日取りまとめ役をしていただきます杉本先生を中心に、御議論をいただきますようよろしくお願いいたします。

それでは、杉本先生、よろしくお願いいたします。

【杉本委員】 取りまとめ役の杉本でございます。よろしくお願いいたします。

それでは、ここから30分間、議論していただきたいと思います。御質問、御意見のある先生方、挙手のほうでお願い申し上げます。

【亀井委員】 ありがとうございます。亀井です。この間本当にいろいろとお手間を取りましたけれども、ありがとうございます。現地調査もそうですし、あるいは事前の検討においてもいろいろとやり取りをさせていただきましたけれども、適切な改善が進められたなというふうに感じております。この点は大いに評価をしたいというふうに思います。

1点だけ、やや老婆心ながら申し上げておくと、4ページでございまして、自治体に目標設定の考え方を周知するというところ、これは恐らく、正しく、既に担当部局においては御理解されていらっしゃると思うんですけども、これはややもすると国土交通省全体においても見られることですし、国土交通省に限らず政府全体で見られること、あるいは自治体にも見られることですので、ここは老婆心ながら申し上げるところなんですけれども、どうしても目標設定ばかりが独り歩きしてしまう傾向があります。

その目標設定が必達であるみたいな形になってしまって、それができたかできなかったか、それをまた私たちのような外部の人間に厳しく問われるみたいな悪循環に陥ってしまうということ、これは本来のEBPMでは全くないというところを考えますと、今、政府全体で基礎的なEBPMというものが進められていますけれども、これが適切に進められるように、ぜひ自治体とはコミュニケーションをとっていただきたいなというふうに思います。

具体的に申し上げれば、政策の目的を達成する、これは半島という極めて難しい地域において、かつ難しい目標を達成していかねばならない、非常に困難な事業なわけでありまして、そういう中で、それであっても政策の効果発現の経路をしっかりと考えていただくことが大切ですし、それを自らのもくろみにしていただく、したたかにもくろみとして考えていただくということが極めて大事でありまして、そこから自然に出てくるものがその目標であるということでもあります。

目標を先につくるのではなくて、きちんと効果発現の経路を考えて、ここから目標が出てくるというところを、きちんと自治体と共有していただくことが重要なのではないかな

と思いますので、この点、ぜひ改めてお願いをさせていただきたいなと思いました。

この件について、もし担当部局としてお考えがあれば、いかがでございましょうか。

【説明者】 ありがとうございます。非常に貴重な御意見かと思っております。私も、目標だけが全ての目的ではないと思っております。

ただ、目標から大きく乖離した場合などは、何か原因があったのかとかは探っていただく必要はあるかと思っております。そういう意味では、この4ページ目にも2行目に書いていますが、7割を達成しないときに何がいけなかったのか、災害だったのか、何かあったのかをやってもらって、次に進めてもらうように考えているところでございます。

あと、幸いといたしますか、この対象事業の範囲、エリアが限られているところでございます。なので、対象もあっても20ぐらいというところでございますので、しっかり丁寧に、一個一個の個別性がありますので、コミュニケーションを取りながら、よりよい事業になるようにやっていきたいと思っております。

【亀井委員】 ありがとうございます。何というか、目標は達成したからオーケーというよりは、目標を達成しても次なる改善がある、目標を達成できなくても次なる改善があるというのが、今の政策の正しい姿、政策立案の正しい姿だと私は思いますので、この点も含めて、ぜひ展開をしていただければなというふうに思いました。

今回の担当部局と私どものやり取りって、基礎的なEBPMを正しく理解していく上でとても、一つのよいプロセスであったなというふうに思っていますので、ぜひ取りまとめ部局のほうでも、この事例を踏まえて、基礎的なEBPMを省内全体に展開できるように、ぜひ進めていただければなというふうに思いました。

以上です。

【杉本委員】 ありがとうございます。

それでは、ほかに。池田先生、お願いいたします。

【池田委員】 池田でございます。御説明ありがとうございます。2つございます。

1つ目は、今、亀井先生がおっしゃっていたのは3ページのところだと思うんですけども、私も目標設定について、それありきということではないのかなと思うんですけども、一定の難易度といたしますか、かなり個別性が高いというのは分かるんですけども、この辺の難易度に相当ばらつきがあると、結果的な数字についても少し蓋然性という観点で、ということだと思いますので、この辺の難易度というのはどういうふうに今管理されている——管理といたしますか、どのように把握されて、どのように方向性を示していただいている

るのかというのを、ぜひお聞きしたいというのが1つ目でございます。

2つ目は、5ページ目の短期的なアウトカム、これは多分補正の話ということで、半島全体のブランドに関わるお話だと思うんですけども、ここに書かれている、新たに短期的アウトカムとして、ECサイトとふるさと納税サイトの特設ページの掲載というのがあるんですけども、これ自体、ある意味認知を広げるという意味ではいいと思うんですけども、この数というのはどちらかというとアウトカムまでは行っていないのかなというふうに思っていて、今回、半島全体のブランドということ考えたときに、その魅力だとか、そういったものがどのように伝わっているのかと。とりわけ半島の魅力とか特徴というのがあると思うんですけども、どういう点を訴求したいというか、個別の半島のもちろん特徴はあると思うんですけども、半島というものの認知と魅力度を上げて、そしてそこにいろんな方々に来ていただいて、最終的には移住・定住というようなお話もあったかと思うんですけども、アウトカムという観点で行きますと、これをどのくらいの方々が見ている、それによってこの半島ブランドの魅力をどれくらいの方々が感じて、一度観光とかボランティアで行ってみる、あるいは移住・定住につながるということが非常に重要なのかなと思うんですが、ここについては、そういったアウトカムの設定、もう少し踏み込んだところがあってもいいのかなと思うのですが、お考えがあればぜひお聞かせください。

【説明者】 ありがとうございます。まず1点目の、個別の事業の目標設定の在り方につきましては、先ほどもありましたが、テーマも取り扱う内容もばらばらでございますので、そこについてはどういうことをするのかとかを個別にお伺いしながら、甘くなり過ぎていないかとか、無謀ではないかとか、そこは丁寧にやっていきたいと思っております。

あと、2点目の補正事業につきましては、代表的なものとしてこれを設定させてもらっているところでございますけども、内容につきましては、しっかりまた、その後どういう効果があったか——個別性があるので、何とも一律には難しいかもしれませんが、フォローアップとかヒアリングとかをしながら、それが数年たってどうなったのか、もし協力いただければそういうこともやっていきたいと思っております。

【池田委員】 ありがとうございます。私としては、掲載するということが自体は多分アウトプットで、それによってどれくらいの方が見られていて、どのくらい知名度とか認知度が上がった、あるいは魅力度が上がったかというところを、ぜひ工夫していただきたいなというふうに思います。ありがとうございました。

【杉本委員】 よろしいですか。

それでは、長谷川先生、お願いします。

【長谷川委員】 御説明及び事前勉強会ではお答えいただいております。

私どもからは2点お聞きしたいなと思うんですけど、実は私、昨年、英国のEBPMの取組なんかを少し調査させていただいた機会があって、もちろん、我が国、御省とは、EBPMの分析等に割かれている人数とか予算は全く違うものだというのは承知していますが、1点目、最終的な長期アウトカムとしては社会増減率というのを、なるべく過去より下げ止まるというか、1未満に持っていくということを目標にされているんですけど、1点目として、この予算があった場合となかった場合で、この最終的な長期アウトカムにどれぐらいの差が生じるのか、そういう観点で、分析なり御検討されたことがあるのかというのが1点目でして、2点目は、冒頭1ページのほうにいろいろ事業が各種並んでいまして、交流とか産業振興とか、さらに令和7年度には防災・物流強化が加わって、さらに補正でブランド化がついているとありますけど、これ、それぞれ、この4つの事業の中で、どれが一番、最終的には長期アウトカムに寄与するのかどうか。過去も予算をつけられてきてきた中で、それが、皆さんが予算の配分であったり、自治体からいろんな計画が個別具体的に上がってくると思うんですけど、そういう審査のときに、その重みづけとか優先順位とか、そういったことの検討みたいなことは過去にされていたりするのでしょうか。

【説明者】 御質問ありがとうございました。1点目は、この予算そのものの、いわゆる長期的アウトカムへの寄与度というようなお話かと思えますけれども、その点につきましては、事前のときも御説明させていただきました、例えば参考資料の14ページに、この半島振興というのは幅広い内容をやっている、産業だけ、定住だけではなくて、福祉とか医療とか教育とかも含めて取り組んでいく、しかも、この事業だけではなくて、各省庁とか本省でもいろいろそういうのを地域でやっていく中での、結果としての人口の社会増減率となっておりますので、この事業だけでの評価というのは、なかなか長期的には難しい、そこまでの貢献というか、関与度は難しいかなと思っておりますのでございます。

あと、個別の分野との関係でございます。こちらについて、これまでやってきたかと言われたら、個別には分析というところまでは取り組んでいなかったというのは事実でございます。

なお、これまで半島振興広域連携促進事業の中で主に使われているのは、定住とか移住に関する周知キャンペーンですとか、そういうものに使われてきたのがメインだったかと

思っております。

以上です。

【長谷川委員】 ありがとうございます。先ほど私が述べさせていただいたことは、別に御省とか担当部局だけで解決できる問題ではないと思っておりますけど、ただ、いろいろ英国なんかで調べたことを受けて言うと、予算を使うとか、使った効果に対してのアカウンタビリティというものが著しく、非常に低いというのを相対的に感じたものですから、事前に使うに当たっては、ある程度科学的であったり数学技術的なものを使って、これぐらいの発現経路で効果を出そうと思うというのは、海の向こうのイギリスなんかでは必死に説明をしていたりしますので、そういったところは、この場だけではないですけど、少し思ったところがございます。

【杉本委員】 では、西川先生、お願いします。

【西川委員】 西川でございます。御説明の中で、当初予算と補正予算を意図的に区分しながらお話しいただいたこと、僕はすごくよかったなというふうに思っております。

とりわけ補正予算の割合が大きい事業の場合には、そういった整理のしかたが必要じゃないかと改めて思ったところです。その意味でよくできた内容だと認識しています。

私からのコメント、本当は多々あるんですけど、お時間も限られていますので一番思ったことを一つだけに絞りたいのですが、それは、我が国は人口減少なので、その中で人口というものをターゲットにするのは、条件不利地域でははなから難しいのは分かっているので、何を目指さなければいけないかというのを直視してみたら、そこに生きている方々が豊かさを感じる事が多分一番重要なキーワードだと思うのです。しかし、心みたいなものというのは実は測れないんです。アンケートみたいなもので測ったつもりなることはできますけれども。

僕は経済学部なので、豊かさの代替指標として所得みたいなものにターゲットを当てると、人口減少していることが、実は1人当たりの生産性を上げるチャンスではあるんです。仮にアウトプットが一定だとするならば、割る人口が小さくなれば増えるものなので。

そのためには、例えば今、国土交通省がやられているたくさんの施策、この前の事前勉強会の中でも申し上げましたが、集住みたいなものを図ることを通じて行政コストを下げていくことで負担を減らすこともできるでしょうし、それを通じて、今までは広く薄くインフラをやることにお金を使っていたんだけど、もっと個別にターゲットを絞ることによって集中的にお金を——お金という言い方は語弊があるかもしれませんが、人や物を

投入していくことで生産性を上げるといったチャンスがあるんじゃないかと思っています。

なので、ターゲットに所得や一人あたり生産性みたいなものを入れるというのはどうなのかということ、コメントというか、お話をさせていただきたいと思いました。

以上です。

【説明者】 ありがとうございます。長期アウトカム、人口の社会増減率の1本足ではなくて、もう少し多角的な評価もあるのではないかと御指摘だと思いますので、そこにつきましては、どういうのがいいか検討を加えていきたいと思っております。ありがとうございます。

【杉本委員】 伊藤先生、お願いします。

【伊藤委員】 伊藤です。よろしく申し上げます。今の西川先生の話と、まず1点同じところで、やっぱり量での勝負は、もうこれは難しい。今、アウトカム自体も、ほかの本島に比べたら、当然ながら人口減少率が高いところをどう下げとまらせるかというところが今アウトカムに入っているかと思うんですが、こことともに、やはり質をどうやってアウトカムの中に入れていくかというのがかなり重要なことだと思っていて、なかなかこれ、質の数値化はほかのことも含めて難しく、やろうとすると満足度とか幸福度みたいな話になるけれど、これは主観の世界になってくるので取りにくいとは思いますが、ただ、実はそこを少しでも取ることが、半島に住んでいる皆さんの一つの愛着心とか誇りにもつながるのかなと思っていて、そこは、過去、今までそういうものって何か取られたことってありますでしょうか。

【説明者】 住民アンケート、特にこの半島地域に限定した住民アンケートのようなことは、我々のほうでやったことはないと思います。

参考になるかは分かりませんが、資料の中で、今日は説明しませんでした7ページに、これまでの10年間、ちょうど今回、令和6年までで10年間、取組を行ってきたので、その時に実際の取組としてうまくいったのかどうかを行政に対して聞いたものでございます。この中で、計画を立てたけれど本当にうまくいったのかどうかというのを聞いたものがありまして、そういうのをやってきました。特にどの分野がうまくいって、どの分野がうまくいかなかったとかというのを聞いているところでございますので、これはまた今後、次の10年に向けてもやろうかなと思っておりますし、さっき中間アウトカムが途中の5年と言いましたけれど、当然、通期としての10年間たってどうだったのかというのは捉えていこうと思っておりますので、そういうのも活用しながら、長期アウトカムについて

少し幅を広げて捉えられるように工夫したいと思います。ありがとうございます。

【伊藤委員】 私、一回、これは半島ではなくて離島でなんですけれど、離島のまちづくりに関わったときに同じ話がやっぱりあって、離島はより人口流出率が高い中で、今いる住民がどう思っているのかというのを幅広くヒアリングをしていくと、出ていくのは仕方ないけれど、自分たちはここにいるから、ここにいながらどうするかということを考える、この質の部分はどう示していくかというのは、これは我々もかなり悩みながらつくっていたところがあって、結構そこは、やっぱり出してみるというのも重要なというふうに思いました。

もう1点だけ、補正でやっているブランド化実証のほうなんですけど、この事業としては補正なのでワンショットの事業だとは思っているのですが、過去でいくと、魅力向上であったりとか類似のことはやっているなというふうに認識をしまして、ブランド化という意味では初めてかもしれないんですけど、半島をどう盛り上げていくかという観点は、過去にもやっているなと思っているんです。

そこは類似の事業だからこそ、過去やってきたことをどうつなぐか、うまくいったか、もしくはうまくいかなかったかという総括があった上での、この実証になっているといいかなと思うのですが、そこはいかがでしょうか。

【説明者】 そうですね、十分にできているかという点と、多分これまでは、そこまでのつながりができていなかった可能性はありますので、そこら辺は我々も、過去のものと成果とかも見ながら、今後につなげていければと思います。

【伊藤委員】 ちなみにこれは、今はワンショットだろうと思って言ったんですけど、今年度の補正とか、そちらのほうにつながっていくものなんですか。

【説明者】 そういう意味では、これが始まったのは、ちょうどコロナでいろんな人の交流がなくて、半島がすごく遠い存在になっていたときにこういうのをやろうということで、令和3年度の補正予算からやっています。ちょっとずつ内容も変えたりしながらやっております、できればそういうこともまた引き続きやっていければと思います。

【伊藤委員】 その時に、今、短期アウトカムが商品数5,000というふうになっているのですが、これはやっぱり——勉強会でも同じことを言いましたけど、アウトカムというよりこれはアウトプットのほうだなと思っていて、この商品数が出た上でどれぐらい——本当は購入されるかどうか自体も、これは必ずしもアウトカムとは言えないかもしれないけれども、これによって認知度がどれだけ上がっていくか、ブランド化されていくかと

いうところが、何か指標ができたらいんじゃないかなというふうに思いました。

【黒須参事官】 質疑時間があと10分ほどになりましたので、先生方にはコメントの記入を進めていただければと思います。よろしく願い申し上げます。失礼しました。

【杉本委員】 よろしいですか。

では、お願いします。

【男澤委員】 ありがとうございます。4ページ目にございました、短期的なアウトカムの設定のところでございます。

この資料のほうには、主な事業における成果目標の設定例ということで、各地域の特色を生かした目標について、御紹介いただいているところでございます。

また、先生方のお話にもございましたけれども、例えば離島振興等も同じような課題等を抱えつつ、各自治体で取組が行われているのかなと思うところがございます。

この目標設定の考え方を周知といったときに、先生方の御指摘にもありましたとおり、目標が先に来てはもちろんいけないと思うんですけれども、例えば、こういった適切な目標を設定されて、それがうまく機能しているといった事例の共有ですとか、そういった取組が行われているのかといったあたりについて、お話聞かせていただけますでしょうか。

【説明者】 私どものほうもそういう取組はしているところございまして、いい例とかこういうのがあるよというのは、横連携でほかの地域にも伝えるようにはしているところでございます。

【杉本委員】 よろしいですか。

【男澤委員】 ありがとうございます。

【杉本委員】 では、ほかの先生は……今、記入中でしょうかね。では、私のほうから簡単に御質問させていただきたいと思います。

この事業、EBPM、ロジックモデルをつくるというのはとても大変だったんだろうなという、まず、そこを感じました。特に、個別性が非常に強い部分がありますので、そもそもその一つ一つの施策について、目標設定、それからロジックモデルそのものも変わってくるんじゃないのかなと。

先生方も御指摘がありましたけれども、一番重要なのは、そこが共有されているのかどうか、自治体と現地の方に共有されているのかどうかというところが一つテーマになり得るのかなと。

例えば、もうなさっているのではないかと思いますけど、ワークショップなどを開いた

ときに、そこで事業目的をはっきりさせた上でワークショップをなさっているのか。ただぼんやりとしていても。これは国の事業としてやっているんだ、その目標はこうなんだということ、その走り方はこういうふうなことを想定しているんだということを経験しながらやっていくということが、一つソリューションとしてあるのかなというふうに思いました。

それから成功事例の共有、これもなさっていると思うんですけども、そこら辺、前半の事業についてですけども、相当進んでいると思いますが、現状どういう状況でございましょうか。前回説明していただいた、事例としていただいたところは当然なさっていると思いますが。

【説明者】 今お質しいただいた件についてお答えさせていただきますけれども、先ほどもお尋ねがございました、よい事例の共有でございますけれども、半島地域に指定された道府県単位や市町村単位で、協議会というような構成体を彼らのほうでつくってございまして、定期的に彼らも会を開きながら、我々もそこに顔を出させていただいて、最近の情勢や好事例なども含めてお話しさせていただく機会を設けさせていただいてございまして、そういった機会を使いながら、これまでもやってまいりました。

また、今回法改正もございまして、新たに国が基本方針を策定することが法律にも盛り込まれたところでございます。その法律の中でも、計画の期間や達成状況の評価なども盛り込んでいただきましたので、法律の字面だけではなく、しっかりと地域のほうでも実施していただけるように、これまでよりも一層丁寧に、機会を設けて、浸透させていただくというような取組が必要だと考えてございます。

【杉本委員】 ありがとうございます。

それから、もう反面では、補正予算で手当てしていただいている随意契約のブランド化事業のほうなんですけど、これは前回勉強会の中でも委員の方から御指摘がいろいろありまして、私もその後、資料を改めて見ますと、行政事業レビューのために御提示いただいたんだと思うぐらい突っ込みどころが満載の事業になってございまして、例えば、大手企業を中心に発注されているわけですけども、ここのロジックモデルですとか、あるいは、そもそも随意契約でやる必要があるのか、それから、落札率が全部99%なんですよね。そろって、全部。

というような感じで、資料だけの表面を見ると、もう、この事業に、この時間のためにつくっていただいたんじゃないかという。ですからこれを選んでいただいたんだと思うん

ですけれども、そういうふうな、これはたまたま現象面がそうになっているだけだろうなというふうにも思いました。

ですから、数字の独り歩きというのは非常に危険なので、現象面だけを見て語るということは非常に危険なことであると思いますが、この事業というのは、我々は外部から見た素人なので、数字だけを見ると何でこうなっているんだと不思議に思うような事業でもあるのですが、私がまず第一に不思議に思ったのは、この事業はそもそも国交省の中で内製化すべきなんじゃないか。つまり、地域のブランド化とかですね。

もちろん、大手の旅行代理店とか、あるいは旅行会社さんのお力を借りるということは一部あるかもしれないけれども、そもそも地域を盛り上げるというのは国交省の役割の一つであって、そのノウハウが外部に流出してしまうということに何となく危機感を感じました。

それから、やり方としても、例えば楽天さんなんかの場合、楽天さんのプラットフォーム上でやるような事業のように見えるんです。ということは、楽天さんのプラットフォーム外の人が再利用できないんじゃないのかなと——できるのかもしれませんが、そう思っただけで。だとすると、ちょっとそこはどうなのかなと。

それから、随意契約になって、それも補正ですので、選定基準といいますか、そこら辺が多分オープンにされていると思うんですけれども、どうなっているのかなというあたりですとか、それから事業の分割ですね。例えばブランドのプロモーション部分はこの会社とか、いろいろ事業を分割していただいているのですが、金額的にはうまくいっているように思うんですけれども、どうしてこういうふうな分割方法の中の、むしろ包括的にやってもいい、例えばプロモーション部分、販売促進部分、販売拡充支援部分、管理運営事務局部分というふうに分かれている。これはたまたまですが、こんなようなものがあるのですが、この分割がそれぞれ別の会社に入っているんですよ。

こういう分割方法が、そもそもこの事業をやりやすくしているのか、やりにくくしているのか、そこがちょっと分からないなというふうに思ったところなんですけど、具体的にここら辺についての指標を考えると、これもまた指標が難しいんですよ。

ふるさと納税の新商品の数という短期指標がありましたけど、あれは供給者側の指標なので、幾ら売れたかというのだったら指標になると思うんですけど、載せるだけだったら幾らでも載せられるんですよ。そもそも指標として、普通に見たときにはあんまり適切じゃないのかなというような感じもありました。長期指標にどういうふうに結びつくのか

というところも、私としてはちょっと疑問なところもあったのですが、そこを全体として一回御説明いただけませんか。

【説明者】 ありがとうございます。まず、契約のところでございますけれども、これは最後は選定したところと随意契約になっていますが、もともとは企画競争として、我々のほうでテーマを設定して、これは幾らですという金額を示した上で、要領も審査基準も説明して公表した上で、提案があった中から委員会で選定して、一番最良なものを選んだところと最終的に随意契約するということですので、最初から、例えば個別名を言うと楽天さんとかを指名して契約したものではないということ、まず御説明させていただければと思います。

あと、テーマを分けているのは、あまり金額が大きかったら、結局大きいだけで中身の広がりが少ないのではないかとということも考えましたので、幾つか、そこら辺は我々も試行錯誤しながらですけど、今は、様々な特性、様々なチャンネルがあったほうがより広く伝わるのではないかとということで、幾つかに分けてさせていただいたところがございます。

あと、それらがばらばらではないかということにつきましては、それを横つなぎするという意味では、連携をする事務局運営のところも別途発注しておりまして、そこで協議体をつくって、それぞれが個別に全くばらばらに動くことがないようにという形で体制を取らせていただいているところでございます。

【杉本委員】 内製化についてはどう思いますか。楽天やJTBなんか頼むよりも、皆さんのほうが全然優秀ですよ。

【説明者】 ただ、やはり我々も正直言うと、物を買うときとかいきなり我々のところで選ぶかという、やっぱり知名度があるところにまずアクセスしてということもありますので、そういう意味では、そういうところを活用するほうが、より多くの方に知っていただくチャンネルが広がるのかなということで、このように考えているところでございます。

【杉本委員】 ありがとうございます。それから、全体的なアウトプット指標なんですけれども、例えば短期指標につきましては、地域関係事業につきましても、一部というかなりの部分が目標数値を上回った結果になっておりまして——数字上ですよ、ということは目標数値ではなくなっているのかなと。現段階においてですね。過去はもしかしたら機能したかもしれないんですけども。

そういうこともありますので、私のほうでちょっと考えてみたんですけど、素人が考えているので外れていることも多いので、ただ、こういうのはどうかなと。

交流イベントにつきましては、交流イベントの参加者数みたいなものを取ってみてもいいんじゃないか。それから新商品、先ほどのふるさと納税につきましては、事業者が幾つアップしたかという話ではなくて、どういう新しい商品を開発したのか、実際に売れたのか、あるいは、移住する方の相談件数とかですね。これは短期。

中期では、地域内の生産額。産業、事業という観点ですが。あるいは起業した方、新しく事業を起こされた方、あるいは空き家をどれぐらい活用するようになったのか。こんなようないきさつですとか。

あと長期も、今回10年というタームにさせていただいたのですが、事業期間に合わせて10年ということになったと思うんですけど、5年から10年になさった。それで一つあるのですが、ちょっと長期過ぎて、本当にワークするのかなというところもありますが、そこについて考えると、若年層の転出率がどれぐらい減ったかというようなことですか、雇用者数とか、こんなものも使えるんじゃないか。メインじゃなくても、併存的に使えるんじゃないかなと。

集計することそのものがエネルギーを使いますから、コストベネフィットということもあると思いますが、そこら辺、何か新しく指標とかをお考えになっているということはあるでしょうか。

【説明者】 まず、さっきの短期のところにつきまして、本当に各事業とか自治体とかのやりたいこと、やることに沿って、できるだけそれがいい形で出るようには、しっかりコミュニケーションを取ってやっていければと思っております。

長期につきましても、先ほども様々、委員の先生方からいろんな御示唆をいただいておりますので、ちょっと、今すぐこれがというのはなかなか分からないので、引き続きその辺りはしっかり検討していきたいと思っております。

【黒須参事官】 それでは、質疑時間が30分を経過いたしましたので、質疑応答、差し支えなければ以上とさせていただきますと思いますが、よろしゅうございますでしょうか。

それでは、先生方はコメントを御記入いただいていると思いますが、まだ御記入いただけない先生は、時間が短めですみません、よろしくお願ひ申し上げます。まとめていただきますよう、よろしくお願ひ申し上げます。

【西川委員】 質疑は終わっていると思っていますので、最後コメントなんですけれども、EBPM的というのも口幅ったいのですが、一つのやり方だと思うのは、例えば、それぞれの半島の規模感とかサイズ感はあると思うのですが、例えばこの地域だったら由利本荘市と同じぐらいだとか、この地域だったら椎葉村と同じぐらいだみたいな感じで、半島ではない、似たような地域というものを比較対象にすれば、元は同じような水準だったけれども、10年後これぐらい効果がありましたみたいなことが比較可能なのではないかなと思いました。お話しをお聞きしていて、脊髓反射的に思ったので、コメントさせていただきます。

以上です。

【杉本委員】 皆さん御記入中なので、私もコメントだけ。御覧になっている人が飽きないように配慮させていただければと思います。(笑)

この事業が難しいなと思ったのは、すごく抽象的な目標設定にならざるを得ないのかなと。そこがとて、この資料を作成するとき、現場の方が御苦労されたんじゃないのかなと思いつながら見ておりました。

特に、一律の指標をつくるというのも難しいですし、例えば、下北ジオパーク交流促進事業については、日本ジオパーク再認定という目標をつくっていただいたのですが、これも、よほど何もなくてこれになっちゃったんだろうなというふうに思ったわけですが、なかな、これが目標としてどの程度直接的な効果になるのかというところもあるのかなと。

逆に、自治体のほうの肯定的な評価を採用されていると。これはなかなかほかではないように私は思っていて、測定方法についてはいろいろあるというものの、先ほどの随意契約のほうも含めて、自治体側が効果についてどう感じているのかということを見ていただくというのは、非常にすばらしい試みだなというふうに思いました。

今後、より客観性とか評価基準とかそういうものを、経験値によって上がるというところもあるでしょうから、どんどん進めていただきたいなと。

前回は勉強会で、自治体の方の声を直接聞くチャンスがあったのですが、その時、私もちょっとうっかりして聞けなかったんですけど、随意契約のほうのブランド化事業を、どの程度効果があるというふうに考えているのか、実際にどういう効果があったのかということ、質問できる機会を設けていただいたのに忘れちゃったということになりますので、それは私の仕事ではないので、皆さんのほうでこういう指標化のときに、ぜひ、

いろんな局面で聞いていただくという、もうやっていたいでいるのかもしれませんが、そうするといいかなというふうに思いました。

あとは、最終的な指標の施行、この法律の施行期間が平成27年から令和6年と、令和7年から16年というふうに分かれているんですよ、たしか。

この10年・10年で社会増減率を見るという比較になっていて、論理的、制度的にはすごくしっかりしている設定の方法だというふうに思いますけれども、10年は、民間企業ですと長期って5年ですので、ちょっと、10年で気がついて方向転換できるのかなといえますか。じゃあほかに何かあるんだといっても、並列できるような指標はさっきちょっと申し上げたんですけれども、これが駄目だというわけではないんですけども、長いなというふうに思った次第です。

それから、補正予算事業につきましては一者応札になっていて、外部から見ると必ずしも、企画競争になっている企画競争の中身がよく分からないなど。よく勉強したら分かったのかもしれませんが、すみません。よく勉強したら分かったかもしれないのですが、よく勉強しないと分からないなど。

それから、成果物とかどういうアウトプットだったのか、そこと、費用対効果といえますか、これがどういうふうに検証されたのかなというところがいまいち分からないかなというふうな感想を持ちました。でも、それはよく見れば分かるよということかもしれません。

特に、半島の食のブランド化推進のための官民連携体制構築実証調査、これが3,500万円ぐらいでしたかね、投下資本に対する販売数の増加量ということが一応挙げられるのかなと思うんですけども、あと誘客効果とか、こういうものが測定はされているのかもしれませんが、あるいはこれだけではできないのかもしれないのですが、どうなったんだろうなというふうな感触を持ちました。

全体として、アクティビティーと併せたものの因果関係といえますか、これはなかなか持ちにくい事業で、皆さんの御苦労がしのばれました。

それ以外に、補助金事業となっているんですけども、そもそも補助金事業でいいのかな。例えばほかの支援方法、コンサルティングをやるとか、あるいは人材育成に直撃行くとか、あるいはプラットフォーム構築事業に変えていくとかですね。

そういう意味では、自治体のほうの意見をどうやって反映させるのかということが別途出てきてしまうかもしれないんですけども、そもそも事業の形が、補助金事業が絶対で

はないんじゃないのかな、なんていうふうにも思いました。

特に補助金につきましては、評価基準の公開ですとか、一部競争入札の導入ですとか、それから事業者についても、ぱっと見た感じですよ、大手一部に集中しているような感じがしますけれども、もうちょっと中小の、大手じゃないとできないということなのかもしれないですけれども、中小ですごく積極的にやっているところを発見するような御努力というのも、あってもよかったのかなと。言うのは簡単なんですけれどもね。なさっているほうは大変なんです。それは分かるんですけれど。

でも、補正のほうについて、私が一番思ったのは内製化です。ぜひ皆さんに力を蓄えて、コンサルのほうにノウハウが流出しないようにしていただきたいなという気がいたしました。

そんなところを感じながらやっていたわけなんですけれども、ほかの先生方はどうですか。

【亀井委員】 これ、やっぱり量に縛られないでくださいというのが一番のメッセージです、率直に言って。やっぱりこれ、本当に難しいことなので。

どう質を評価するのかという話ですし、先ほど来、先生からもお話がありましたが、一つは一人一人の満足度とか暮らしだとかというところに着目する、ここら辺は多分、霞が関全体で見れば農水省が先行しているところはあると思います。既に申し上げていますがけれども、いろんなやり方はあると思います。

ただ一方で、現場の負担もどんどん増しているのも事実なので、そこら辺はあんまり数に引っ張られないでくださいというのが率直なところなのかなというふうに思いました。

いろいろと、場所を2つ並べて比較するみたいなことは、ほかの事業でも実証的共同研究みたいなのでやったこともあります。これもなかなか簡単ではないというのが率直なところですので、非常に政策の現場で、量の把握をしながら検討していくというのは簡単ではない。これは各国いろいろと苦しんでいますけれども、ということですので、まずはきちんと質が高まっているかということをつかえるところを、ぜひ率先してやっていただけたらいいんじゃないかなというふうに思います。

以上です。

【説明者】 少しコメントとして言わせていただければ、補正のほうは、我々で内製化というのができるのかというところもありますし、事業者に半島を知ってもらい、応援してもらおうという感じで今やっているというところについて、御理解いただければと思います。

【杉本委員】 すみません、事務連絡ですが、事務局のほうでコメントを回収して、主なコメントを要約して、取りまとめコメント案として紙でお渡ししております。

取りまとめコメント案のほうですが、御覧いただいて、追加するようなものがあれば追加していただきまして進めたいと思います。

では、取りまとめコメント案ですが、こちらのほうに行っちゃっていいですか。

【黒須参事官】 御紹介お願いいたします。

【杉本委員】 では、こまの1の、半島地域振興等に関する必要な経費の取りまとめコメントをさせていただきたいと思います。

本事業に関する事業の改善の方向性のうち、EBPMの観点から、担当部局が最も取り組まなければいけない事項につきましてコメントいただきました。EBPM以外の観点も含めまして、幅広く本事業の取組の改善の方向性についてコメントをいただいております。

これらの御意見を踏まえまして、この公開プロセスのコメントは、これまでのやり取りを通じて適切な改善が進められたことは大いに評価したい。事業のパートナーであり当事者でもある自治体への考え方の周知においては、目標設定の独り歩きは禁物である。政策の目標を達成するための効果発現の経路を、自らのもくろみとしてよく検討していただき、これを適切に反映し、また次の改善を見いだすためのものとして、成果目標の設定を位置づけるように徹底されたい。

我が国の人口減少を考えると、政策目標は人口ではなく、所得や行政コストの効率化などにターゲットを移すことも考えられるのではないかと。

短期的なアウトカムの成果指標は、より適切な指標に改善されていると思われまます。長期的なアウトカムの指標算定につきましても、適切な改善とは考えまます。促進事業のうち産業振興事業については、生産性の向上や所得の向上、人口以外の成果も予想されるため、より多面的な長期アウトカムの設定についても御検討いただければと思ひまます。

地域的に個別性はございまますが、事業の根本目的、共感を強化するためのワークショップ、あるいは成功事例の共有、特に大手企業への発注事情の背景や基準、より多様な事業者の発掘もテーマとなり得まます。補正予算の事業につきましましては、発注基準の明確化、競争入札の導入、包括発注、内製化、成果指標の見直しとフィードバックが必要ではないかと思ひまます。特に、ノウハウが蓄積できる内製化はいかがでしょうか。

具体的事業である交流・定住促進、産業振興、防災・物流強化、半島ブランド推進の4つにおきまして、長期アウトカムに対する効果の寄与度、影響度を過去実績から分析し、

予算の事業間配分や自治体への交付決定に活用していただきたい。

長期アウトカムにつきましては、量的な側面、例えば社会減の抑制だけではなくて、本島に勝つことができないことは明らか、量のアウトカムだけではなく、質、満足度や幸福度を指標化することで、人口減がネガティブな捉え方だけではなく、半島の住民の郷土愛の向上につながるのではないかと。

ブランド化推進実証調査につきましては、商品数、返礼品数はアウトプットと思われるので、アウトカムはそれらを通しての認知度ではないでしょうか。半島振興法、半島振興計画にのっとった事業ではございますが、その目的を達成しているか、PDCAを回していく必要がある。短期アウトカムにつきましては、達成状況を割合で表すことはよいと思いますけれども、難易度につきまして確認していく必要がある。

また、半島のブランド化推進実証調査、これは補正予算のほうですけれども、これにつきましては、半島のブランド向上のための魅力・特徴の抽出、発信を通じて、認知度、魅力度、訪問数、移住・定住等の動向を確認していく必要があると思います。ECサイト、ブランドサイトの掲載数はアウトプットの域を出ず、その閲覧数、認知度、魅力度を確認できる案を御検討いただければと思います。

長期アウトカムについて、人口の社会増減率を5年から10年に変更する点はよいと思いますけれども、移住・定住に至るプロセスを、短期・中期のアウトカムで促していく必要があるのではないのでしょうか。

このようなコメントをさせていただきたいと思いますが、ほかに追加的な御意見はございませんでしょうか。

よろしいでしょうか。それでは、先ほど述べました事項をもちまして、本事業の取りまとめコメントとさせていただきたいと思います。

その他のコメントも含め、いただいたコメントにつきましては、後日、国土交通省のホームページに掲載させていただきます。ありがとうございました。