

都市特性評価におけるまちづくりへの活用事例集

令和6年4月

国土交通省 都市局まちづくり推進課

目次

1.	はじめに	P2
	1-1. 背景・目的	P3
	1-2. 主な評価指標・ツール（例）	P4
	1-3. 活用事例一覧	P5
2.	活用事例紹介	P6
	① 兵庫県加古川市－地域幸福度（Well-Being）指標の活用検討－	P7
	② 東京都渋谷区－日本の都市特性評価を活用した産業・観光施策の推進－	P9
	③ 秋田県大仙市－RESAS・地域経済循環分析を活用した6次産業化の取組－	P11
	④ 茨城県龍ヶ崎市－RESAS・地域経済循環分析を活用した定住促進施策－	P13
	⑤ 埼玉県川越市－RESAS・地域経済循環分析を活用した企業立地施策の検討－	P16
	⑥ 大阪府高槻市－RESASを活用した定住促進プロモーション－	P18
	⑦ 北海道松前市－REPOSを活用した陸上・洋上風力発電の推進－	P20
	⑧ 千葉県山武市－地域ブランド調査を活用した市のPR施策－	P22
	（参考資料）主な評価指標・ツール一覧	P24

1. はじめに

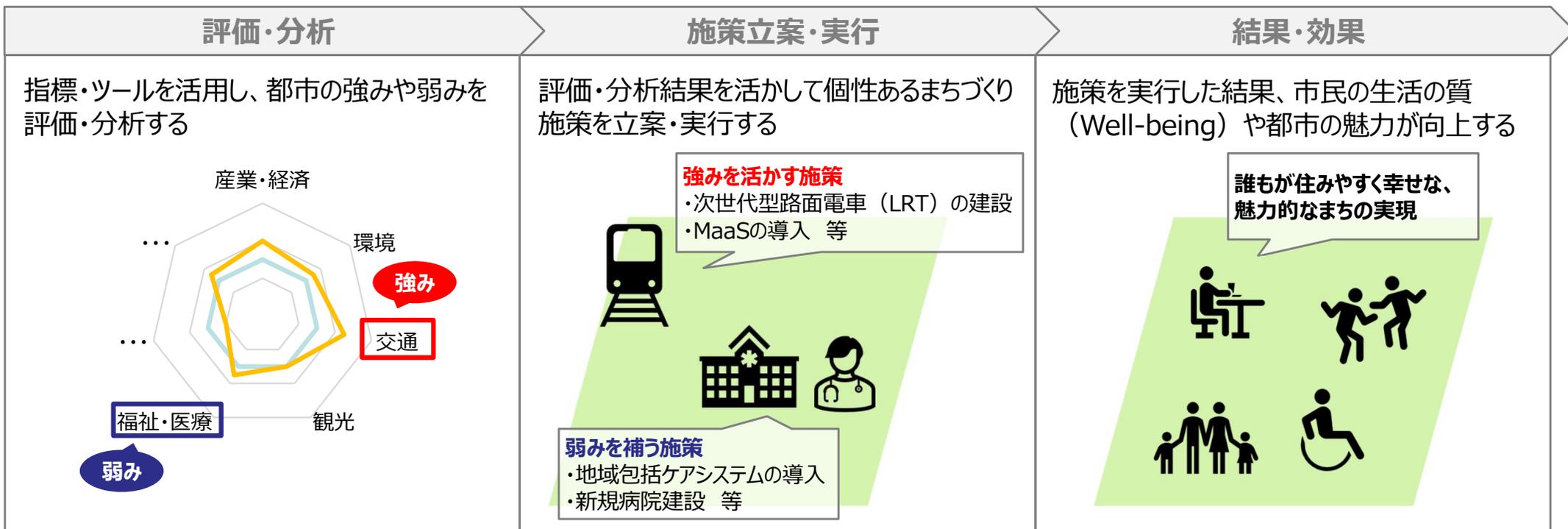
1-1. 背景・目的

本事例集は全国の自治体が魅力あるまちづくりに取り組むにあたり、**各都市の強み・弱み等の特性について相対的に評価・分析するための指標・ツール**の活用状況についてまとめたものです。

様々な団体により、**特定の観点から都市の強み・弱みを相対的に評価・分析する指標・ツールが整備**されています。

そこで、自治体におけるそれらの指標・ツールの活用事例等について掲載することにより、これらの事例を参考として、まちづくりの実践者（自治体職員や民間事業者）が**指標・ツールを活用し、各地域で個性を生かしたまちづくりに取り組み、都市の魅力向上に繋げていただくことを目的に**、本事例集を作成いたしました。

■ まちづくりの取組イメージ



1-2. 主な評価指標・ツール（例）

全国の自治体へアンケート調査を行い、各都市の強み・弱み等の特性について相対的な評価・分析するための指標・ツールのうち、各自治体で実際に活用されている主な指標・ツールを整理いたしました。

分野	指標・ツール名	作成者	概要	掲載事例	参考資料
総合	地域幸福度（Well-Being）指標	デジタル庁	客観指標と主観指標のデータをバランスよく活用し、市民の「暮らしやすさ」と「幸福感（Well-being）」を数値化・可視化した指標である。	兵庫県加古川市（P7-8）	P26
	都市特性評価	森記念財団	日本の各都道府県における主要都市を対象として、都市の力を定量・定性データをもとに相対的かつ多角的に分析し、都市の強みや魅力といった都市特性を明らかにする指標である。	東京都渋谷区（P9-10）	P27
まちづくり	都市モニタリングシート	国土交通省	都市のおかれている状況を客観的に把握するための例示資料として、都市に関する多様なデータを一元的にまとめ、「全体表」と「個表」（市町村毎）に整理したものである。	—	P28
産業・経済	RESAS（地域経済分析システム）	内閣府・経済産業省	地方創生の様々な取組を情報面から支援するために、産業構造や人口動態、人の流れなどの官民ビッグデータを集約し、可視化するシステムである。	秋田県大仙市（P11-12） 茨城県龍ケ崎市（P13-15） 埼玉県川越市（P16-17） 大阪府高槻市（P18-19）	P29
	地域経済循環分析	環境省	地域経済の長所と短所を分析することで、地域所得の流れを可視化し、地域経済の全体像や所得の流入・流出、地域内の産業間取引を把握するツールである。	秋田県大仙市（P11-12） 茨城県龍ケ崎市（P13-15）	P30
環境	REPOS（再生可能エネルギー情報提供システム）	環境省	地域における環境に配慮した再生可能エネルギーの導入促進を目的として、ポテンシャル情報や環境情報、自治体が行っている再生可能エネルギー関連施策情報等をわかりやすく発信・共有するツールである。	北海道松前町（P20-21）	P31
福祉・医療	地域評価指標	内閣官房	少子化対策に関連する客観的指標を用いて、地域間の比較を行うことによる“地域特性の見える化”につなげることを目的に、地域の様々な指標のデータを収集・整理して分析に活用する指標である。	—	P32
	地域包括ケア「見える化」システム	厚生労働省	都道府県・市町村における介護保険事業（支援）計画等の策定・実行を総合的に支援するための情報システムである。	—	P33
観光	地域ブランド調査（魅力度ランキング）	ブランド総合研究所	1,047の地域（1,000市区町村、及び47都道府県）を調査対象とし、全国3万人が各地域のブランド力を徹底評価する日本最大規模の消費者調査である。	千葉県山武市（P22-23）	P34

1-3. 活用事例一覧

本事例集では、前ページにて取り上げた指標・ツールを先進的に活用し、個性を生かしたまちづくりに取り組み、都市の魅力向上に繋げている8事例を取り上げ紹介いたします。

各事例の詳細は「2. 活用事例紹介」を参照

No	自治体名	概要	活用指標・ツール	掲載ページ
1	兵庫県加古川市	地域幸福度（Well-Being）指標の活用検討	地域幸福度（Well-Being） 指標	P7-8
2	東京都渋谷区	日本の都市特性評価を活用した産業・観光施策の推進	日本の都市特性評価	P9-10
3	秋田県大仙市	RESAS・地域経済循環分析を活用した6次産業化の取組	RESAS 地域経済循環分析	P11-12
4	茨城県龍ケ崎市	RESAS・地域経済循環分析を活用した定住促進施策	RESAS 地域経済循環分析	P13-15
5	埼玉県川越市	RESAS・地域経済循環分析を活用した企業立地施策の検討	RESAS 地域経済循環分析	P16-17
6	大阪府高槻市	RESASを活用した定住促進プロモーション	RESAS	P18-19
7	北海道松前町	REPOSを活用した陸上・洋上風力発電の推進	REPOS	P20-22
8	千葉県山武市	地域ブランド調査を活用した市のPR施策	地域ブランド調査	P22-23

2. 活用事例紹介

都市概要

- 都市名** 兵庫県加古川市
- 市域面積** 138.48km²
- 人口** 256,328人 (令和6年時点)
- 財政力指数** 0.89 (令和3年)

取組概要

- 兵庫県加古川市においては、総合計画における将来の都市像「夢と希望を描き幸せを実感できるまち」を目指している。**市民の幸福感をより定量的に把握するため、地域幸福度 (Well-Being) 指標を活用**している。
- 地域幸福度 (Well-Being) 指標の活用により、市民の幸福度と結びつきが強いとされた市の施策分野を認識した上で、その分野を所管する課の長を対象に**OASIS研修を実施し、地域幸福度を活用した施策立案の手法を学んだ**。
- 令和6年度の**施政方針でも地域幸福度調査の結果に触れ、今後の施策展開における対外的な根拠**として活用した。

活用ケース (1/2)

背景・目的

- 市では**スマートシティの取組** (見守りサービス) を行うなど、「**夢と希望を描き幸せを実感できるまち**」を目指したまちづくりを行っている。
- 市の施策を市民の幸福感の向上を実現するための手段と捉え、定性的な人の幸せを可視化するとともに、**人の幸せを定量的に測れる指標を検討**した。
- 市民の幸福感に即した施策の検証・立案を行うため、デジタル庁によって活用が推奨されている「**地域幸福度 (Well-Being) 指標**」を活用することとした。

<加古川市におけるスマートシティに関する取組>

- 市政課題である刑法犯認知件数が兵庫県内でワーストに近い状況をきっかけとして見守りカメラをはじめとするスマートシティの取組を実施している。
- カメラ設置から約4年で刑法犯認知件数が半減した。市民からも、犯罪の未然防止策としての見守りサービス※への期待が高まっている。

※見守りサービスとは、BLE (ビーコン) タグを持った子どもや高齢者など見守り対象者が、見守りカメラ付近を通過すると、保護者や家族にアプリで見守り対象者の位置情報履歴を伝えるサービスである。

活用の場面

評価・分析 (1/2)

ワークショップや庁内で加古川市のWell-Beingを検証し、市独自の地域幸福度指標を抽出。市民の幸福度と結びつきが強い既存施策を確認した。

① ワークショップの開催	学生との協議の中では具体的な地域住民を想定したり、学生自身のWell-Beingな状態とは何かを確認した。
② 幸福のシナリオの作成	政策企画課の職員が、加古川市民の幸福のシナリオを仮説として25例を作成した。さらに、 幸福のシナリオに記載した因子ごとに、関連する地域幸福度指標を抽出 した。
③ 調査方法	従来の市民意識調査に、抽出した地域幸福度指標108項目を追加し、調査を実施した。



学生のワークショップ 【出典】加古川市資料

活用ケース (2/2)

評価・分析
(2/2)

④分析結果

市民意識調査の結果から、**幸福度と相関のある市の施策分野として、教育・福祉・市民協働分野を抽出した**。また、国が実施した全国調査の結果からは「**健康状態**」、「**地域とのつながり**」、「**文化・芸術**」、「**公共空間**」等の因子が幸福感と相関が強いことを確認した。

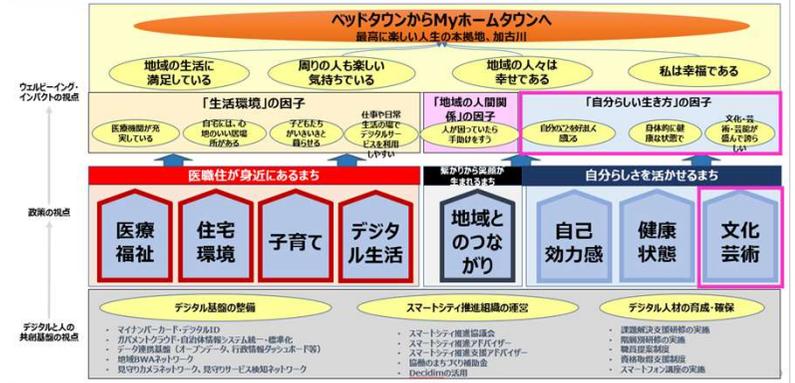
市全体の施策分野の評価分析の結果を踏まえ、市民の幸福度と相関の強い分野を所管する課の長に対して**施策立案の手法を学ぶOASIS研修を実施**。また、国が実施した調査結果等も踏まえ、**既存取組における今後の施策展開における対外的な根拠として活用した**。

■ 今後の施策立案

人材育成プログラムの実施

- 市民の幸福度の向上に寄与する施策や事業の立案を目指すため、一般社団法人スマートシティ・インスティテュートの協力のもと、**Well-Being人材育成プログラム (OASIS研修) を実施した**。
- 研修では、抽出した幸福度と相関のある施策を所管する課の長を対象に、地域幸福度調査から市の特徴を分析し、**公共政策として注力すべき領域を選択、政策のゴールとして市のあるべき姿を定め、目標達成に必要なことを検討するとともに、対象となるペルソナの幸福度を上げる施策立案の手法を学んだ**。
- **今後は、従来のPDCAサイクルにおける施策立案スキームの中で、調査分析結果を活用した仕組みの構築を検討している**。

加古川市が実践すべきウェルビーイング政策の全体を整理した「統合マップ」



OASIS研修：施策立案検討の一例

■ 市の目指すべき指針

既存取組の施策展開の根拠

- 令和6年度の「施政方針」において、地域幸福度調査から抽出した加古川市民の幸福度と相関のある分野を明言。「音楽のまち」を掲げ、取組を強化する中で、「文化・芸術」と幸福度の相関を確認できたことにより、**施策展開について対外的な根拠として活用した**。

活用の場面 (2/2)

施策立案・実行 (結果・効果)

都市概要

- 都市名** 東京都渋谷区
- 市域面積** 15.11km²
- 人口** 230,609人 (令和6年時点)
- 財政力指数** 0.96 (令和3年)

取組概要

- 日本の都市特性評価を活用した分析の結果、**経済・ビジネス**（経済規模、人材の多様性、ビジネスの活力）や**文化・交流**（ハード資源、ソフト資源、受入環境）について課題を抱えていることが判明した。
- 日本の都市特性評価や経済センサスの結果を踏まえ、**産業・観光ビジョン**を策定した。（2020年4月）
- ビジョンに基づき、複数の施策を立案し実行することで、渋谷区が持つ強みを伸ばし、弱みを改善している。

活用ケース

- 東京オリンピック・パラリンピック2020を契機として、**世界に誇れる成熟した国際都市を目指し、渋谷区らしい産業・観光振興事業を展開するため、「渋谷区産業・観光ビジョン」を策定**することとした。
- 「いま」の渋谷の特性を定量的に把握するため、**ぼんやりとしたイメージだけではなく、渋谷区の都市特性を把握**することが求められた。

背景・目的

活用の場面 (1/2)

評価・分析

分析の結果、**経済・ビジネス**（経済規模、人材の多様性、ビジネスの活力）や**文化・交流**（ハード資源、ソフト資源、受入環境）について課題を抱えていることが判明した。

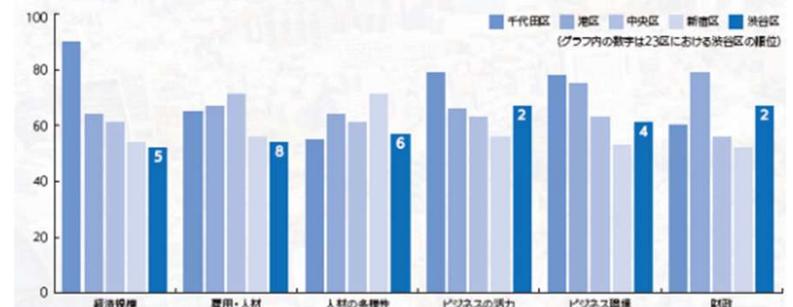
現状の把握：日本の都市特性評価を活用して、都心5区で各指標グループを分析したところ、**経済・ビジネス**（経済規模、人材の多様性、ビジネスの活力）や**文化・交流**（ハード資源、ソフト資源、受入環境）について課題を抱えていることを認識。

渋谷区の強み			渋谷区の弱み		
分野	指標グループ	指標	分野	指標グループ	指標
経済・ビジネス	ビジネスの活力	新設事業所割合	経済・ビジネス	経済規模	地域内総支出
	ビジネス環境	フレキシブル・ワークプレイス密度※		人材の多様性	外国人就業者割合
	財政	財政力指数		ビジネスの活力	特区制度認定地域数
文化・交流	交流実績	休日の人の多さ	文化・交流	ハード資源	景観まちづくりへの積極度
		行楽・観光目的の訪問の多さ		ソフト資源	イベントの数・評価
	ソフト資源	クリエイティブ産業従業者割合		受入環境	宿泊施設数

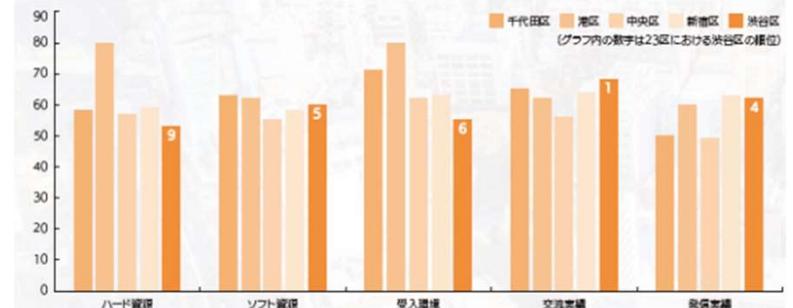
※日本の都市特性評価における定義に基づき、「喫茶店数」と「コワーキングスペース数」を、それぞれ市街化区域面積で除して指数化した値。

【出典】日本の都市特性評価2019

■経済・ビジネス：指標グループ別偏差値



■文化・交流：指標グループ別偏差値



活用ケース

渋谷区産業・観光ビジョンを策定し、渋谷区らしい強みや特性をさらに伸ばすとともに、課題指標を改善するための複数の施策を立案・実行している。

分析の結果、課題として抽出された、経済・ビジネスや文化・交流に関して、渋谷区らしい強みや特性をさらに伸ばすとともに、課題指標を改善するため、以下のような施策を立案し、実行している。

目指す姿 日本を代表する成熟した国際都市への進化

1 チャレンジできるまち。新しいビジネスが生まれるまち。そして、大きくはばたけるまちへ

- ✓ コワーキングや交流スペースなどの整備 (右事例参照)
- ✓ ビジネスマッチングやテストフィールドの提供
- ✓ 海外企業・外国人起業家への支援
- ✓ 産官学連携による起業人材の育成
- ✓ スタートアップ企業と地域との交流
- ✓ 楽しく働ける。そして住みたくなる環境づくり

勤労福祉会館の用途転換

会議室の稼働率が低下していたため、スタートアップ企業などが活用できるコワーキングスペースを整備



【出典】渋谷区HP

2 商店街や中小企業が輝くまち

- ✓ 関係団体と連携した経営支援
- ✓ 特色ある産業振興
- ✓ 雇用確保・人材育成の支援と産官学の連携
- ✓ 商店街の活性化
- ✓ パブリックスペースの活用 (右事例参照)
- ✓ シェアリングエコノミーによる効率的な事業運営の促進
- ✓ 中小企業のデジタル化推進の支援

まちラボ「ササハタハツ」

笹塚・幡ヶ谷・初台駅を魅力的なまちにしていきたいため、産官学民の多様な人材が参画し、暮らしの質の向上を目的に「アイデアやチャレンジを実践・検証」



【出典】ササハタハツHP

3 常に新たなカルチャーやエンタテインメントが生まれるまち

- ✓ ナイトタイムエコノミーの推進 (右事例参照)
- ✓ エンタテインメント施設の増加と情報の発信・集約化
- ✓ イベントの実施・支援
- ✓ 地域に愛される拠点を来街者にも愛される拠点へと発展させていく取り組み
- ✓ 道路空間・壁面・公園等を活用したカルチャーの創造と発信
- ✓ 新たな技術の活用
- ✓ 代々木公園の文化的・多機能的活用

SHIBUYA NIGHT MAPの作成

渋谷区観光協会により、渋谷駅周辺ナイトタイムエコノミーにフォーカスした渋谷エリアMAPを作成



【出典】PLAY! DIVERSITY SHIBUYA

4 だれもが快適かつ安全・安心に滞在を楽しめ、賑わいが活力につながるまち

- ✓ 来街者へのマナー啓発
- ✓ オーバーツーリズム対策
- ✓ 災害等緊急時の対策
- ✓ 観光情報発信の強化
- ✓ 周遊性の向上 (右事例参照)
- ✓ 観光案内所の連携促進
- ✓ インバウンド対応の支援
- ✓ 宿泊施設増への対応
- ✓ ユニバーサルツーリズムへの取り組み
- ✓ ボランティアの仕組みづくり

回遊型のアート&カルチャーイベント

「DIG SHIBUYA」開催

区内の公共空間やクラブ・ミュージックバーなど点在するベニューを一つの分散型の美術館に見立て、国内外からアーティストを招きアートのインスタレーションを展開



【出典】DIG SHIBUYA HP

【出典】渋谷区産業・観光ビジョン

都市概要

- 都市名** 秋田県大仙市
- 市域面積** 866.79km²
- 人口** 75,080人 (令和6年時点)
- 財政力指数** 0.34 (令和3年)

取組概要

- **地域経済循環分析**を活用して、経済循環の現状と課題の把握を行ったところ、**基幹産業である農業を強みとして育てるためには、付加価値の創出が必要**だと把握した。
- また、**RESAS**を活用して、経済や産業の構造を分析し、**農業や製造業が地域の核となる産業**であることを把握した。
- 施策実施後、**誘致企業数の増加等の効果が見られる**が、施策との因果関係については検証が必要である。

活用ケース

- 人口減少が加速し、政策に割り当てる財源に限りがある中で、**より効果的に資源を重点化する根拠になると考え、RESASの活用を決めた。**
- 人口減少に歯止めをかけるには、生産年齢人口、特に若い世代の人口を維持・増加させることが重要であり、そうした世代に選ばれるまちづくりを進めるには、**移住・定住の際の重要な決め手の一つである「働く場の増加」を図る必要**があり、そのアプローチについて検討した。

RESASから産業構造の現状を把握したことで、**企業支援を推進していく必要性を理解した。また、地域経済循環分析にて市の基幹産業を農業と把握したことで、他産業と連携を取りつつ農業をさらに生かす施策の必要性を理解した。**

分析①：産業構造に関する分析

RESASの活用：**RESASや産業連関表**を活用して、市内の全産業の構造を分析したところ、**3次産業を中心**にしつつも、**地域で得意としている産業は農業・林業・製造業**であることを把握した。

分析結果：RESASを活用して、製造業の構造・業種別特化係数・労働生産性を分析したところ、**建設業が市の経済を牽引していることを把握した。また、多様な産業を継続し、新たに誘致するためには、既存の企業支援策の見直しが必要**であると理解した。

分析②：基幹産業に関する分析

地域経済循環分析の活用：**地域経済循環分析**を活用して、**農業が地域内の基幹産業**であると把握した。域外からも所得をもたらしており、他産業への影響も大きい一方、**労働生産性は低い**状況にある。

分析結果：さらなる強みとして伸ばしていくためには、**ICT等の活用や基盤整備、法人化等による労働生産性の向上、6次産業化等による付加価値の創出を図ることが必要**であると理解した。

項目	地域の得意な産業	地域外から所得を稼ぐ産業	稼ぐ力の強い産業	地域の取引の核となる産業
指標	産業別修正特価係数	産業別移輸出額	産業別従業者1人当たり付加価値(労働生産性)	影響力係数・感応度係数
1	林業	建設業	情報・通信機器	農業
2	農業	農業	鉄鋼	鉄鋼
3	金属製品	金属製品	金属製品	非鉄金属
4	繊維製品	水道業	電気業	電子部分・デバイス
5	水道業	住宅賃貸業	水道業	その他の製造業
6	建設業	その他のサービス	情報通信業	建設業

【出典】大仙市：地域経済循環分析表

背景・目的

活用の場面(1/2)

評価・分析

活用ケース(2/2)

分析の結果より、企業に対する支援策の見直しや、6次産業化やスマート農業の取組等を実行している。

企業支援制度

- 地域企業の事業拡大等に伴う設備投資に対する支援や、企業団地の整備、進出企業・既存企業の事業拡大に対する支援を見直しながら、継続的に実施している。

6次産業化の推進

- 6次産業化（1・2・3次産業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）を重点的に進めている。
- 6次産業化に係る機械設備導入、販売促進等に対する支援として対象業種の拡充や、加工用農産物の生産拡大に対する支援として品目拡充などを見直しを図っている。
- スマート農業の推進として、農機具関連の企業2社と連携協定を結び、①スマート農業技術の普及拡大②担い手の人材育成③農産物の高付加価値化をおこなう。また、水稻や大豆の栽培などでのスマート農業の現場実証試験や、初心者や女性への農業機械の実演試乗会、講習会を開催している。



【出典】大仙市：地域経済循環構造

施策実行後、市への誘致企業数の増加、スマート農業機械の導入件数の増加といった結果が現れているが、施策実行との因果関係は不明であるため、検証方法を模索中である。

- 市への誘致企業数は着実に増加しており、平成27年度から令和4年度まで12社が新たに進出し、雇用の創出につながっている。
- 農業分野に関しては、スマート農業機械の導入件数は増加を示しており、生産性向上につながっている。
- 今後、定量的な成果を把握することにより、雇用創出と農業生産性の向上を目指す。
- 現時点で地域循環分析を活用した成果は把握できていないものの、分析ツールを活用し、変化を継続的に把握するなどして効果を検証できないか検討している。

都市概要

- 都市名** 茨城県龍ケ崎市
- 市域面積** 78.59km²
- 人口** 75,509人 (令和6年時点)
- 財政力指数** 0.73 (令和4年)

取組概要

- 茨城県龍ケ崎市においては、定住促進施策「龍ケ崎市定住促進プロジェクト」を立ち上げ、**RESASや地域経済循環分析**を人口減少が進む市の**現状分析に活用**している。
- 若者・子育て世代を対象とした事業にキャッシュバック制度を立案**することで、市内消費を促進している。
- キャッシュバック制度**は年150～200件程度活用されており、**市民の満足度も高く、子育て世代は転入超過**している。

活用ケース

背景・目的

- 人口減少社会において、龍ケ崎市も人口減少が予想されていることから、これからの龍ケ崎市を担う若者世代の意見を施策に反映させるべく、若手職員を中心としたプロジェクトチーム「龍ケ崎市定住促進プロジェクト」が平成30年度に**結成**された。
- 当該プロジェクトの中で龍ケ崎市の現状分析を行うため、**RESASやe-Stat等のツールを活用**した。

RESASによる分析の結果、市内消費の少なさ・市外からの転入数を増加させる難しさを認識した。

幅広くデータを確認し、活用する指標を特定

RESASにて現状把握

年齢別住民基本台帳にて仮説検証



- 稲敷・利根から**転入超過**している
- 千葉・つくば・取手・牛久への**転出傾向**にある
- 近隣エリア間の転出入が多い**
- TX沿線へは**転出超過**になっている



- 雇用者所得が他市よりも低い
- 市外で稼いだお金が市内で消費されず、**市外に流出**している

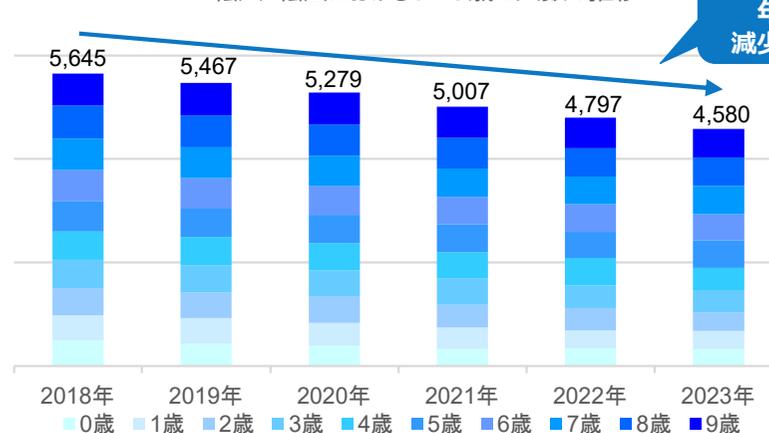


- 様々な産業がまんべんなく存在**している
- 都内への流出傾向は減少している
- 千葉からの流入増加の傾向にある
- 河内・利根からの転入は**超過傾向**にある

分析結果

これまでは市外からの転入数向上を検討していたが、既に市内に居住している市民にターゲットを変更することにより、**龍ケ崎市を勧めてくれる市民数を増やし、市内で経済を循環させる取組の必要性を認識**した。

転入・転出における0～9歳の人数の推移



子どもの数は年々減少傾向

活用の場面 (1/2)

評価・分析

活用ケース

活用の場面 (2/2)

施策立案・実行

評価・分析の結果、若者・子育て世代に対して実施されている以下の2事業において、市内消費を促進するため、キャッシュバック制度を導入した。

- キャッシュバック制度は、住宅取得もしくは婚姻から補助金申請日までの期間に**市内店舗で消費された金額を最大5万円（複数店舗での合算可）をキャッシュバック**する龍ケ崎市独自の取組。

龍ケ崎市若者・子育て世代住宅取得補助

本人もしくは配偶者が**40歳未満**もしくは**18歳未満の子がいる世帯**が、龍ケ崎市内の住宅を購入した場合に最大15万円（基本額10万円+加算額（キャッシュバック）5万円）の補助金が申請可能な制度。

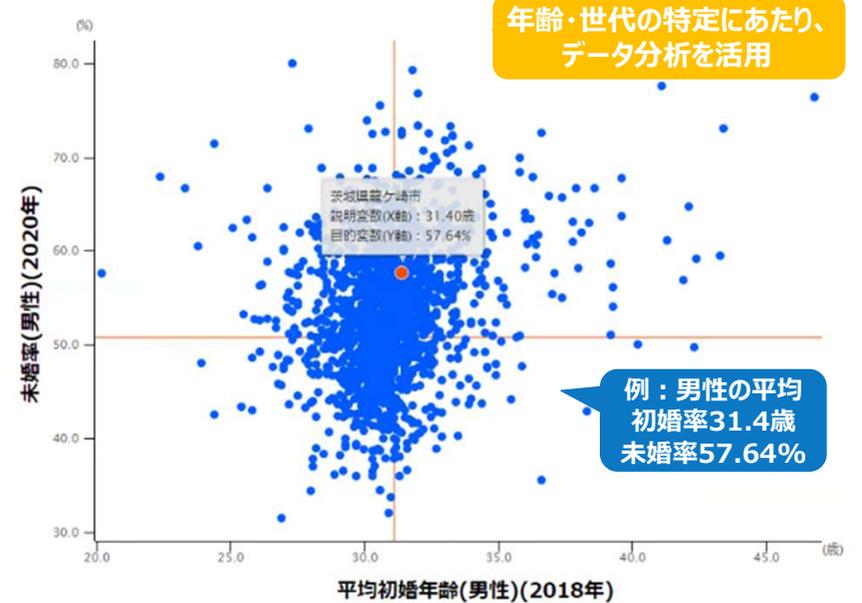
龍ケ崎市結婚新生活応援補助金事業

夫婦いずれかが**30歳未満**で婚姻し、市での居住が**3か月経過している**場合に、最大10万円（基本額5万円+加算額（キャッシュバック）5万円）の補助金を交付する制度。新生活における経済負担の軽減策として、婚姻及び定住促進に繋げる。

キャッシュバック制度の活用により、子育て世代の転入増加に効果がみえる。今後は、地域内消費に対する意識の向上が期待される。

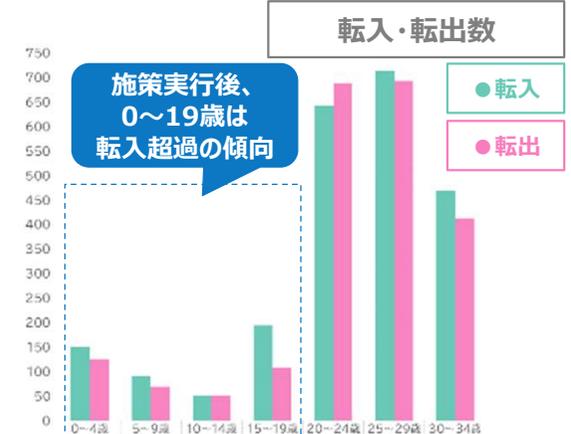
- 令和4年の住民基本台帳移動報告をみると、市全体では転出超過の傾向にあるものの、**施策の対象でもある0～19歳のこどもは転入超過であり、特に小学校入学前の未就学児が多い傾向**にある。
- 龍ケ崎市若者・子育て世代住宅取得補助においてキャッシュバック制度の活用初年度となる**令和4年度の活用実績は188人・937万円に達した**。
※龍ケ崎市結婚新生活応援補助金事業においては、令和5年度開始の事業のため活用実績はまだ把握できていない。
- 住宅取得補助利用者アンケートによると、**龍ケ崎市を選んだ理由として「生まれた市・以前住んでいた市」が2年連続して1位**となっており、地縁が大きく影響していることが判明した。
- 今後、市民に対し市内消費意識の醸成を図っていく。

結果・効果



【出典】RESAS（地域経済分析システム）-人口マップ-

(<https://www.resas.go.jp/population-nature/>) (R6.3.28に利用)



【出典】令和4年 住民基本台帳移動報告

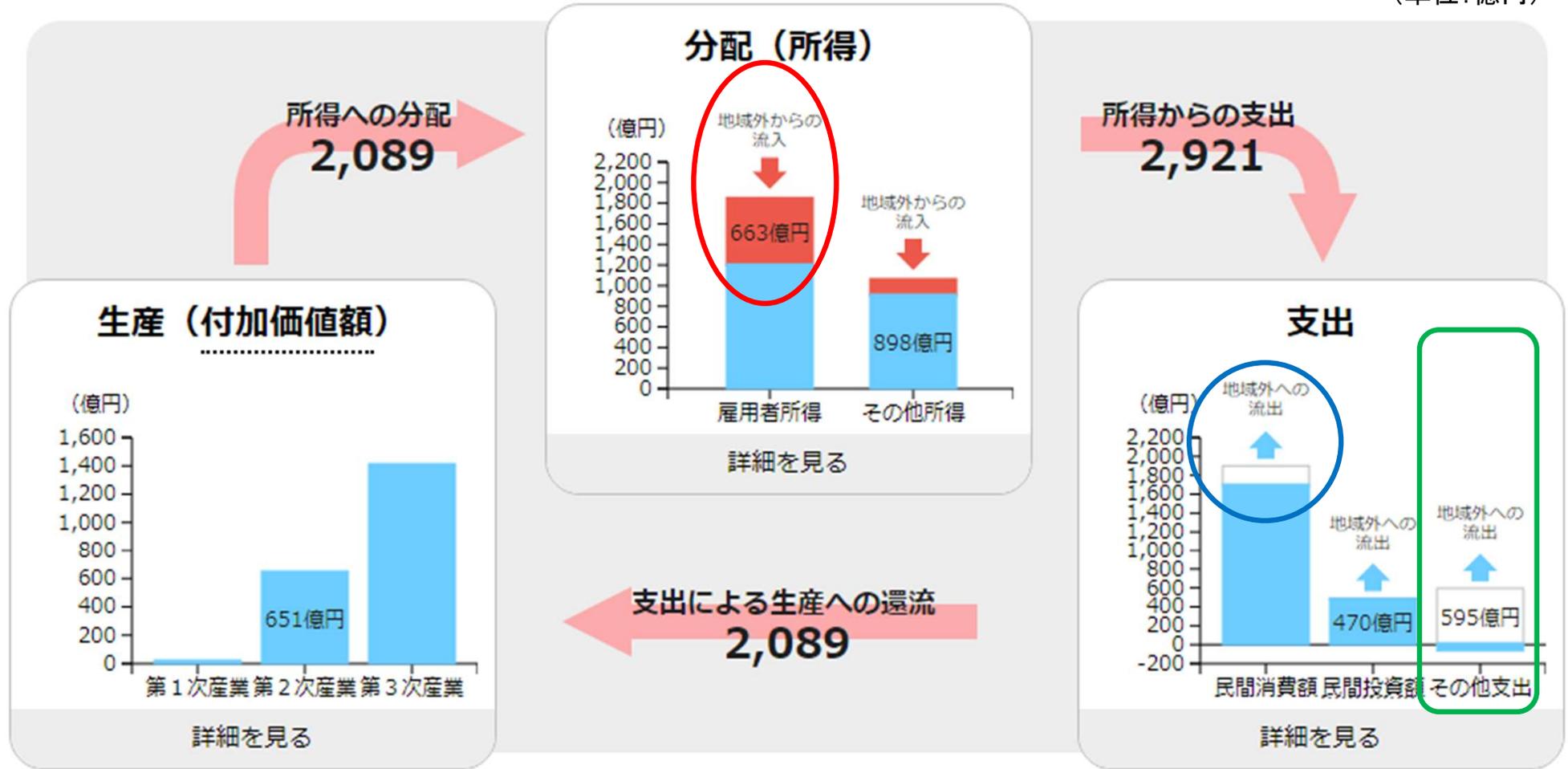
地域経済循環率
71.5%

100%未満の場合、
域外からの所得の
流入に依存している

地域経済循環図 2013年

指定地域：茨城県龍ヶ崎市

（単位：億円）



都市概要

- 都市名** 埼玉県川越市
- 市域面積** 109.13km²
- 人口** 352,300人 (令和6年時点)
- 財政力指数** 0.96 (令和3年)

取組概要

- **RESASを活用**して、地域の現状や課題を分析し、企業流出の防止や企業立地推進により地域経済を循環させるべく現状と課題の把握を行った。
- 分析の結果、飲食料品小売業・卸売業、化学工業等、**市を牽引する産業を把握**した。
- 市内経済を活性化させるため、「企業を誘致する」「川越市の中核企業を育てる」「企業の流出を防ぐ」視点から、**既存の企業支援制度に加えて、具体的な施策を検討**している。

活用ケース

- 川越市内の**製造品出荷額は2015年をピークに下降**しており、**市内中核企業の市外移転等、多くの問題を抱えている**。
- RESASを活用して地域の現状や課題を分析し、**企業流出の防止や企業立地推進等に注力し、地域経済を循環させる施策の検討が求められていた**。

川越市内の地域経済循環を向上させるため、RESASから産業構造の現状を把握し、定性的・定量的な評価を行うことで、市を牽引する産業を把握することができた。

分析：産業構造に関する分析

RESAS等の活用：**RESASを活用して産業構造を分析**したところ、卸売業・小売業、製造業が主要産業であり、そのうち、**飲食料品小売業・卸売業、化学工業の売上高、付加価値額が大きい**ことを把握した。

また、**企業立地動向アンケートによると、約22%の企業が建物の老朽化による工場の建替等を計画している**ことを把握した。

分析結果：効果的な産業政策を検討するため、市の強みである12産業の候補を抽出。それらの産業について、定性的な評価であるSWOT分析に加えて定量的な評価（移輸入移輸出額、影響力指数、産業別付加価値額構成比等）を行った。

その結果、**化学工業（医薬品・その他）、業務用機械器具製造業、生産用機械器具製造業、飲食料品製造業、飲食料品小売業、飲食料品卸売業**を対象に具体的な施策を検討した。

具体的な施策を検討する上での産業の絞り込み

SWOT分析をした産業	定量的評価(2018)				定性的評価	評価	
	移輸入移輸出額	産業間取引構造	影響力指数	産業別付加価値額構成比			
化学工業（医薬品）	458億円	2位（3）	3位（1.04）	1位（684億円）	3位（4.5%）	けん引する大手製薬メーカーの存在 大手臨床検査委託企業が立地して研究開発があるの連携できるのではないかと。	◎
化学工業（その他）	458億円	2位（3）	3位（1.04）	1位（684億円）	3位（4.5%）	補修・補強工事に使用する合成樹脂材料を製造・販売している大手メーカーの存在	◎
業務用機械器具製造業	228.8億円	1位（6）	5位（1.01）	3位（497億円）	2位（6.0%）	光学機械系が多く立地。 川越ものづくりブランド「KOEDO E-PRO」認定制度による工業製品・技術のブランディング体制があり、同製造業の認定製品数も多い。	◎
生産用機械器具製造業	743.6億円	1位（6）	5位（1.01）	10位（102億円）	2位（6.0%）	ICが近く、首都圏へのアクセスが良い 市内大学理工学部などの産学連携が図れる。 川越ものづくりブランド「KOEDO E-PRO」認定制度による工業製品・技術のブランディング体制があり、同製造業の認定製品数も多い。 JETRO埼玉の活用 業況企業として業務用機械大手メーカーの存在	◎
輸送用機械器具製造業	3億円	4位（0）	2位（1.06）	6位（258億円）	8位（1.3%）	川越採石工業団地に、同事業の企業が集積 市内大学理工学部が存在しているので関連できる。	△
金属製品製造業	-22億円	2位（3）	6位（1）	8位（194億円）	9位（1.0%）	日本のものづくり産業を支える高い技術力を持った企業が多く立地している。 川越ものづくりブランド「KOEDO E-PRO」認定制度による工業製品・技術のブランディング体制がある。	△
情報通信機械器具製造業	-73億円	4位（0）	4位（1.03）	11位（30.6億円）	10位（0.4%）	都心から近く、交通アクセスが良い。	△
情報通信関連産業	-678億円	2位（3）	1位（1.07）	7位（253億円）	7位（2.0%）	都心から近く、交通アクセスが良い。 産業用地がない中で、事業に要する用地は比較的小規模ですむ。	△
飲食料品小売業	-265億円	3位（2）	7位（0.98）	2位（579.6億円）	1位（6.0%）	都心から近く、交通アクセスが良い。 地域をけん引する大企業がある。 古くから商業が栄えた街であり、現在38の商店街がある。 《埼玉県内で4位・秩父・4月》	△
飲食料品卸売業	-561億円	1位（6）	8位（0.95）	9位（175.6億円）	4位（3.4%）	埼玉川越総合地方卸売市場がある。（埼玉県内において「総合」卸売市場は2か所） 都心から近く、交通アクセスが良い。	△
食料品製造業	-202億円	2位（3）	4位（1.03）	4位（343億円）	5位（2.8%）	川越ブランドの商品が確立している。 観光業と連携した食料品製造業が立地している。	◎
飲食店（宿泊業、飲食サービス業）	-308億円	3位（2）	1位（1.07）	5位（271億円）	6位（2.2%）	資源が豊富（うなぎ、ビールなど） 「川越」「小江戸」ブランドが確立されている 市内での農業が盛んで、川越産農産物を利用したメニューを提供する「おいしい川越農産物提供店」の認定制度により、市が地産地消を後押ししている。	△

【出典】川越市公表資料

背景目的

活用の場面 (1/2)

評価・分析

活用ケース(2/2)

市内経済を活性化させるため、「企業を誘致する」「川越市の中核企業を育てる」「企業の流出を防ぐ」視点から、既存の企業支援制度に加えて、具体的な施策を検討している。

- 分析結果を受けて、特定した産業を対象に、具体的な支援施策について検討を進めている。

既存の企業支援制度

企業立地奨励金・雇用促進奨励金制度

市内に新規の立地により操業を開始した企業等に対して、**企業立地奨励金**（設置した事業所の土地・家屋等の固定資産税・都市計画税相当額の一部を支援する制度）や**雇用促進奨励金**（市民の新規雇用常用従業員1人当たり30万円 上限10人）を交付する支援制度が用意されている。

資金繰り需要に対する融資制度

市内の中小企業者（新規創業者を含む）に対し、金融機関及び埼玉県信用保証協会と協力して制度融資を実施している。

「川越ものづくりブランド KOEDO E-PRO」認定制度

市と商工会議所が連携し、川越発の優れた工業製品・技術を認定し、市内外に広く情報発信することで、認定製品・技術の販路開拓・拡大を支援するもの。令和5年度末において、49件が認定された。



【出典】川越市：公表資料

取組状況

市内への企業進出意向調査

市内牽引産業を中心に、関東近郊に立地する**約3,000企業**に対して進出意向を調査。市内立地企業による**拡張・建替需要**の他、市への立地に興味を持つ企業も複数あった。

企業立地の適地調査

新規企業を誘致可能な適地について、**アクセス、インフラ、災害リスク等の条件を満たす適地**を調査している。

各産業の特性に合わせた「企業立地の促進」、「域外への販路開拓」、「域内調達増加」を目指し、**地域経済循環の向上による経済全体の活性化を実現**する。

【出典】川越市：公表資料

施策のまとめ		RESASワークショップにおける分析、議論の結果を掲載しています。資料に掲載された施策は、実行することが決定されたものではありません。			
現状の問題点	地域で稼ぎ、地域で得た所得が他地域へ流出しており、域内企業の新たな生産販売活動に繋がらず、地域の経済循環がうまく機能していない。				
実現したい姿	地域経済循環の向上による経済全体の活性化				
産業全体の方向性	各産業の特性に合わせた「企業立地の促進」、「域外への販路開拓」、「域内調達の増加」を目指す				
中核産業の方向性	化学工業（医薬品） 医薬品製造業の コンソーシアムの構築	化学工業（その他） 産官学連携強化による、既存 分野の充実と充電電池産業等 の新分野の開拓	業務・生産用機械器具製造業 優れた製品・技術を有する既存企 業の育成 産業を超えた企業間連携強化	食品関連産業 既存優良企業の流出防止 川越ブランド確立で域外販路拡大 DX化等による効率化への取り組み	
新規企業立地	域内企業の連携強化・製薬 会社の新規誘致と新築開発 ・域内企業等へのヒアリングによる方向 性の検討 ・域外企業へのヒアリング等のアプローチ ・既存の用地の情報提供とマッチング ・新規産業用地の創出（長期）	新規先端産業研究マッチング 及び誘致 ・市内大学等にて研究連携を行っている 旨の広報（長期） ・市内大学等の研究所へのヒアリング （長期） ・研究連携可能な企業の検討（長期） ・該当企業へのアプローチ（長期）	既存企業の域内設備投資促進・業務 拡大（軽装） ・融資に対する利子補助 ・企業立地奨励金制度の見直しと拡充	企業 流出 防止	
付加価値向上	域内企業との連携強化と ベンチャー企業の受け入れ ・既存の用地の情報提供とマッチング ・市内大学等の関連研究施設を卒業 したベンチャー企業の経営支援 ・既存中核企業とベンチャー企業のマッ チング	補修材産業の販路開拓を目的 とした建設業のハブ度向上 ・産学官交流組織の立ち上げ ・マッチングイベント開催による関係 機関との連携やBtoBの促進	DX推進による付加価値・労働生 産性の向上 ・融資に対する利子補助 ・各企業におけるDX推進計画の策定	地域の食品の域外への販売拡大、 オンラインによる取引拡大 ・JETRO埼玉の活用	
			「KOEDO E-PRO」認定制度や JETRO埼玉活用による販路拡大 ・JETRO埼玉の活用 ・KOEDO E-PRO認定製品のPR補助 金制度の拡充		

都市概要

- 都市名** 大阪府高槻市
- 市域面積** 105.29km²
- 人口** 346,972人 (令和5年時点)
- 財政力指数** 0.79 (令和3年)

取組概要

- RESASによる分析の結果を踏まえ、市への転入・定住を呼び掛ける定住促進プロモーションを実施している。
- 高槻市の定住促進プロモーションを実施するうえで、**人口の社会動態の傾向を把握するためにRESASを活用し、適切な対象を設定した。**
- プロモーションのターゲット**についても、これまでのファミリー世帯から、人口移動の総数が多い20代から30代までの単身世帯や夫婦世帯といった**“準ファミリー層”へ変更することで、事業をターゲットに即した内容へ変更した。**

活用ケース

背景・目的

- 市域全体の経済の縮小に加え、地域活動の担い手の減少や空き家の増加など地域活力の低下が懸念されており、将来の担い手となる**若い世代の流入・定着による人口構造の改善が課題**であった。
- 積極的な情報発信を行うことで、高槻市を定住の地としてアピールする目的**がある。

RESASによる分析の結果、“準ファミリー層”を主な対象とした取組の必要性を認識した。また、プロモーションエリアとして転出超過が多いエリアを把握した。

分析①：転出入傾向に関する分析

RESASの活用：**市全体では転出傾向にあるものの、若年層は転入超過していることから、ファミリー世帯の転入傾向**が見受けられる。そのため、転出入者を対象にアンケート調査を実施し、より詳細な本市の転出入傾向を分析した。

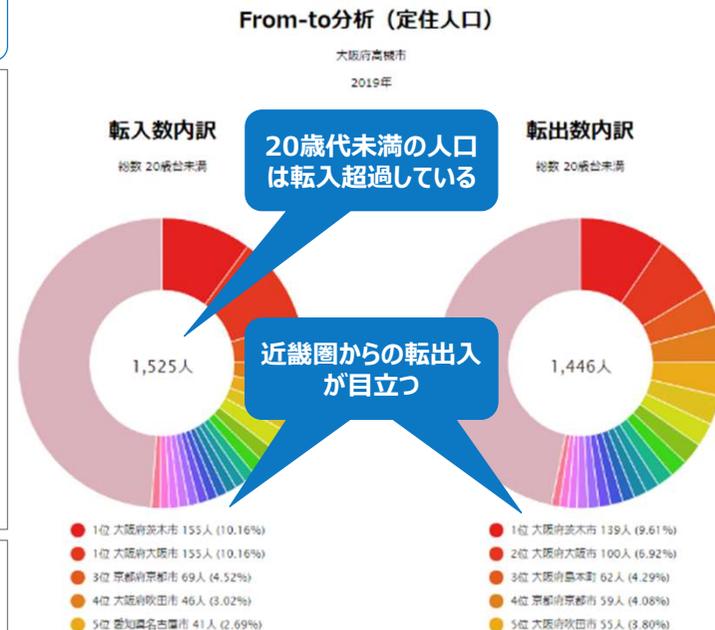
アンケート分析の結果：ファミリー世帯は転入超過している一方で、高槻市の人口動態でみると、**ファミリー世帯の割合は他世代に比べて低い**ことが判明した。また、**結婚を契機に、新居を求める世帯が一定数想定されること、「結婚等を契機に高槻市に転居してきた人が、賃貸住宅から持ち家を購入し、定住する」という傾向**が判明した。

必要な取組：人口移動の総数が多い、20代から30代までの単身世帯や夫婦世帯、いわゆる**“準ファミリー層”を主な対象とした、プロモーションの必要性**を認識した。

分析②：転出入地域に関する分析

RESASの活用：**転出入先の内訳から、高槻市への転出入が多いのは近畿圏である**と判明した。

必要な取組：**広告配信のエリアを、近畿圏中心に設定すると効果的**だと認識した。



【出典】RESAS (地域経済分析システム) -人口マップ-

(<https://www.resas.go.jp/population-nature>) (R6.3.28に利用)

活用の場面 (1/2)

評価・分析

活用ケース(2/2)

20・30代をメインターゲットとしたプロモーション内容に刷新し、プロモーションエリアを近畿圏中心とすることで、従来の取組がより効果的になるよう改善を実施した。

- 令和元年度以降は、定住促進プロモーションのメインターゲットを20代・30代のDINKS (Double Income<共働き>No Kids<子どもを持たない>夫婦)・新婚夫婦・カップルに変更した。また、キャッチコピーと広告ビジュアルを刷新し、若い世代を対象としたコンテンツ(人気声優を起用したアニメーション等)を作成した。
- プロモーションエリアとしては、高槻市からの転出入が多い近畿圏を中心に積極的な広告配信を展開した。

従来の中ぶり広告

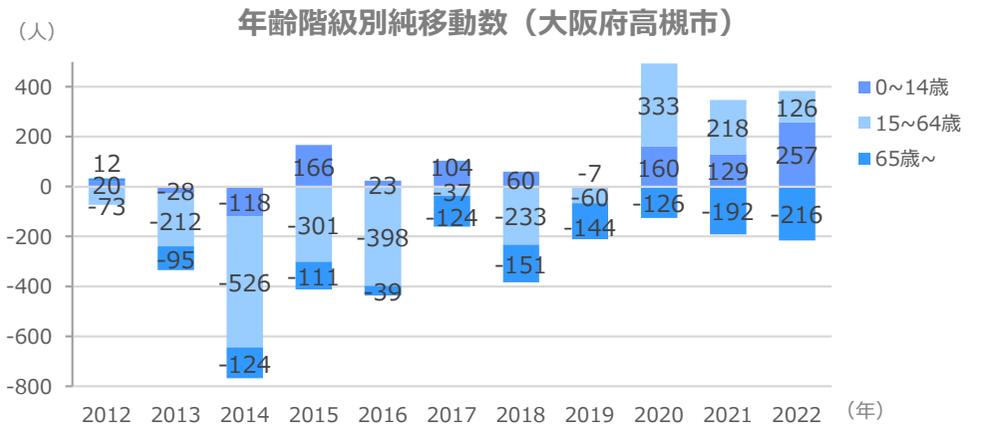


高槻市出身の人気声優を起用したアニメーション



施策の結果、人口の社会増加と、市全体の転出超過傾向の改善に効果がみられた。

- 定住促進プロモーションの見直しにより、全国的に人口減少が進む中、高槻市では、令和2年から4年連続で社会増を達成している。
- 令和元年まで転出超過にあった30代が転入超過に改善し、20代においても転出数が減少する結果になった。
- 近畿圏を中心にプロモーションを実施することで、一定の改善が図られたため、今後は転出超過が多いエリアに重点エリアを変更するなど、更なる改善を図る。



【出典】総務省：住民基本台帳人口移動報告

都市概要

- 都市名** 北海道松前町
- 市域面積** 293.25km²
- 人口** 6,030人 (令和6年時点)
- 財政力指数** 0.19 (令和3年)

取組概要

- REPOSによる分析の結果を踏まえ、**陸上・洋上風力発電を推進**している。
- 風力発電の推進の結果、**税収の増加・新たな産業の創設による雇用の増加**が期待される。
- 洋上風力発電の取組を進める等、**再生可能エネルギー・脱炭素化による持続可能なまちづくり**を進めている。

活用ケース

背景・目的

- 桜や海産物などの観光資源はあるものの、人口は年々減少傾向にあるため、**新規に雇用の場をつくり人口減少を食い止めることが課題**であった。
- 2018年の北海道胆振東部地震の際、発電所の停止により北海道全域で停電するブラックアウトが起こったことから、**災害時にも活用可能な再生可能エネルギーの必要性**を感じていたところ、2019年に日本最大級 (当時) の風力発電所が蓄電池併設型で運開した。
- 再エネの導入・活用方法の模索を行う中で、**町内の発電ポテンシャルを確認するためにREPOSの活用**を決めた。

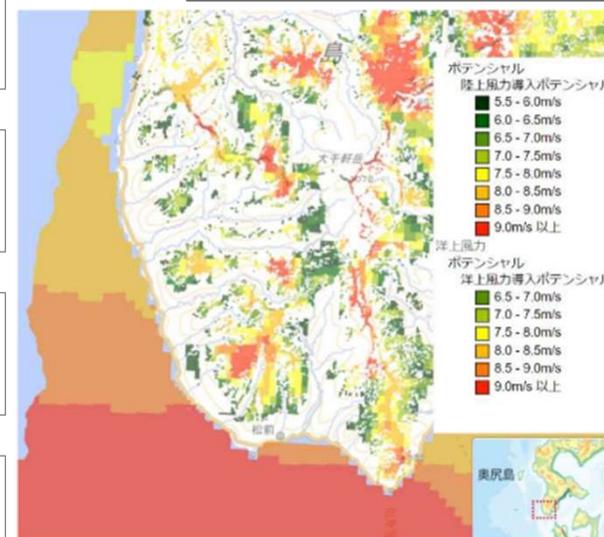
活用の場面 (1/2)

評価・分析

REPOSによる分析の結果、風力発電における再生可能エネルギーの導入ポテンシャルが高いことが判明した。

現状の把握	RESASを活用し、町の地域総合創生政策の策定に取り組んだ。環境省の地域循環分析を活用し、取組が、まちの地域経済に繋がるかの分析を行い、エネルギー代金が町外へ流出していることを認識したことで、 町内に消費をとどめるような施策の方向性を検討 した。
ポテンシャルの把握	REPOSを活用して、「陸上風力」「洋上風力」「中小水力」「太陽光」における再生可能エネルギー導入ポテンシャルの推計値が約966.2MWと認識した。内訳をみると、 陸上風力が531.9mMW、洋上風力が231.0MWと、風力発電のポテンシャルが特に高いと把握 した。
ポテンシャルの深掘	陸上風力発電において、「松前町風力発電施設 (出力50kW未満) の設置に関するガイドライン」に記載の風力発電所の建設を抑制するエリアにおける導入ポテンシャル量を差し引くことで、 正確な導入ポテンシャル量531.9MWを算出 した。
必要な取組	これまでは単に住民の課題であった風力の強さを活用することで、 陸上・洋上を問わず、風力発電によるエネルギー化の可能性を認識 した。

再エネポテンシャルマップ・風力発電 (北海道松前町)



【出典】環境省：REPOS

活用ケース(2/2)

風力発電のポテンシャルが高いことが判明したことから、「松前町脱炭素ロードマップ」で風を活用した発電事業による持続可能なまちづくりを位置付けた

取組状況
脱炭素ロードマップを整備し「松前町総合計画」へ反映
 「松前町脱炭素ロードマップ」の整備を行い、その内容を「松前町総合計画」に反映し、**円滑な再生可能エネルギー導入の推進を実施**している。
陸上風力発電の推進
 日照時間が少なく変えの風況が良いという地域特性から、**大型風力発電所40,800kWを筆頭に、小型風力発電209基3,578kW、太陽光発電4,155kWが設置**されている。また、ブラックアウトに備え、松前町でつくられた電気を一般送配電事業者の送配電網を活用し、役場や避難所に送電する**災害時地域マイクログリッド**を構築した。



【出典】電源開発 株式会社

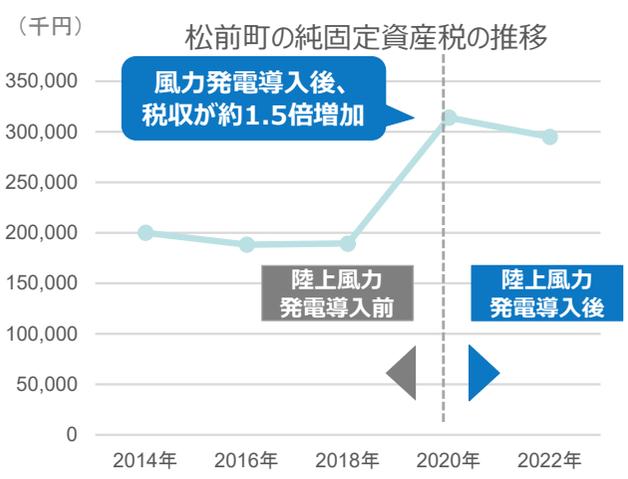
今後の取組
洋上風力発電の導入検討
 国から松前沖が**洋上風力発電有望な区域として指定**され、法定協議会が2回開催された。折戸浜沖から原口沖までの約23kmに最大21基の風車の設置が想定されている。洋上風力と漁業の共存共栄を図るため、**漁業と洋上風力発電の両立が可能な形を検討**している。

風力発電の推進の結果、**税金の増加・新たな産業の創設による雇用の増加等に効果がみられた。**

税への効果
 陸上風力発電は、**固定資産税（償却資産）が増加**している。洋上風力発電では、建設時における経済波及効果を期待しており、税金の増加も大きいことが想定される。

雇用への効果
 洋上風力発電所の設置に伴うメンテナンスにおいて、**北海道全域のメンテナンスを実施する人材としての雇用創出を検討**している。視察などにおける関係人口の増加も期待される。

今後の期待
 松前町総合計画において、事業効果を測定するためのアウトカムを設定することで進捗管理等を行い、**再生可能エネルギー・脱炭素化による持続可能なまちづくりの体制を準備**。また、再生可能エネルギーの導入における町民への恩恵として、**松前町の中で電力の流れをつくり、より安価な電気の供給**を目指す。



※松前町財政状況資料集から作成

活用の場面 (2/2)

施策立案・実行

結果・効果

都市概要

- 都市名** 千葉県山武市
- 市域面積** 146.77km²
- 人口** 48,251人 (令和6年時点)
- 財政力指数** 0.49 (令和3年)

取組概要

- 地域ブランド調査を活用し、対外的な視点からの**魅力度と認知度の現状把握**に活用している。
- 魅力度・認知度ともに低いという分析結果から、**市のPR施策における改善と見直し**を図った。
- 施策の結果、**魅力度ランキングの順位の上昇や観光入込客数の増加傾向**が見られており、今後は対外的な市の魅力発信により、人口減少の抑制を期待している。

活用ケース

背景・目的

- 2020年の地域ブランド調査において、魅力度ランキングにて全国最下位タイ (997位) となった。**市内外からのネガティブな反響もあり、市民からは批判**も受けた。
- 全国的に見た山武市の知名度や魅力度といった複合的なイメージを把握**するため、2012年調査分より、冊子版地域ブランド調査を購入している。

地域ブランド調査による分析の結果、山武市の魅力度や認知度等の項目における順位が低いことを認識した。

- 2012年以降、毎年地域ブランド調査ハンドブックを購入し、**特に魅力度と認知度の指標について調査**している。
- 山武市の魅力度は例年低迷していたが、**2020年の地域ブランド調査における魅力度ランキングにて全国最下位タイ (997位)** となった。
- ネットニュース等、様々な媒体で報道がなされたことから、幅広い世代からの反響があり、最下位から脱却するような取組が求められた。

魅力度ランキング全国最下位に関する報道例 (一部抜粋)

2020年11月15日に新聞において下記のような報道がされたことが、市のPR施策強化のきっかけのひとつとなった。

全国最下位となり、市内外から『残念なことだ』と手紙や電話がくる。松下浩明市長 (59) は落胆する。山武市は成東、山武、松尾町と蓮沼村が合併して2006年に誕生。松下市長は「蓮沼ウォーターガーデンや成東イチゴなど、合併前の旧町村名を知っている人はいても、山武という名前が千葉県内ですら浸透してない。しかも『さんむ』が読みづらい。合併時に候補にあった『太平洋市』の方がよかったかも」と嘆く。

【引用】東京新聞 TOKYO Web

1,000市町村の魅力度上位と下位の5地域 ※()内は昨年度

順位	市町村	魅力度	昨年度
1位	京都市	51.9 (51.0)	
2位	函館市	51.3 (53.7)	
	札幌市	51.3 (52.9)	
4位	横浜市	48.1 (44.2)	
5位	小樽市	46.9 (48.0)	
994位	某県某町	1.8 (1.8)	
997位	某県某町	1.7 (3.0)	
	某県某村	1.7 (2.8)	
	某県某町	1.7 (1.7)	
	千葉県山武市	1.7 (1.5)	

魅力度の質問		得点
とても魅力的		100点
やや魅力的		50点
どちらでもない		0点
あまり魅力を感じない		
まったく魅力的でない		

【出典】地域ブランド調査2020

活用の場面 (1/2)

評価・分析

活用ケース

魅力度や認知度向上を目指し、シティプロモーション等の根本的な見直しを実施した。

情報発信の強化

山武市公式YouTubeチャンネルの開設

- 新たに若年層や生産階級を対象とした情報発信を行うために、**市公式YouTubeチャンネルを開設**した。
- 開設して終わりではなく、「注目してもらえる動画」を意識し、通勤電車内で広告として流せる動画や、市職員が出演しているキャッチーな動画、航空会社と協力して作成した動画などを作成。**登録者数も増加傾向**であり、市民の評判も良い。

移住定住施策の充実

山武市三世同居等支援事業

- 山武市では、結婚・就職などライフスタイルの変化を機に転出する方が多く、20～40代の減少が顕著であった。
- そこで、子育てを機会に地元へのUターンを促すために、**令和2年度より「三世同居等支援事業」を実施し、住宅の購入費等を支援**している。
- また、移住定住に特化したポータルサイトの新設や、県などの移住定住相談会等にも積極的に参加することで、**移住定住施策の周知や市そのものの知名度アップ**を図った。

商店等魅力発信事業

- 市内外を問わず、様々な方に山武市の魅力を周知するために、**令和4年度より、市内の商店や観光スポットなど、市の魅力を詰め込んだ情報誌「SAMMU MAGAZINE」を発行**した。市民からも非常に好評であり、続編も計画しつつ増刷を続けている。



施策の結果、魅力度ランキングの順位が改善し、観光入込客数に増加傾向が見られる。今後は対外的な市の魅力発信により、人口減少の抑制を期待している。

- 観光入込客数は、令和2～4年度にかけて30万人ほど**増加傾向**にある。
- 取組を始めてから4年が経過し、「**魅力度ランキング2023**」では**876位**と、2020年の997位から**大きく順位が改善**した。
- 山武市では、第3次総合計画（令和5～令和8年度）において、本市が首都圏に位置し、成田国際空港に近接しているという立地の好条件や、市の魅力を積極的に発信することで、山武市への関心を喚起し、**移住定住促進による人口減少の抑制や観光の活性化に注力**していく予定である。
- 人口減少について、市の人口を5万人に戻すことが理想目標だが、市に引き留める・Uターンの推進などで維持することが現実目標である。対策としては、**まず観光として訪れてもらい、移住・定住に繋げる**ことを最終的な効果として目指している。

山武市におけるランキングの推移

	2020年	2021年	2022年	2023年
魅力度	997位	994位	997位	876位
認知度	908位	890位	905位	838位
情報接触度	879位	853位	912位	795位
観光意欲度	990位	988位	982位	779位
居留意欲度	977位	848位	957位	580位
産品想起率（総合）	691位	809位	752位	511位
食品想起率	567位	795位	713位	474位
食品以外想起率	858位	618位	833位	633位

【出典】地域ブランド調査2023

(参考資料) 主な評価指標・ツール一覧

P4に掲載の「主な評価指標・ツール」の詳細を記載しております

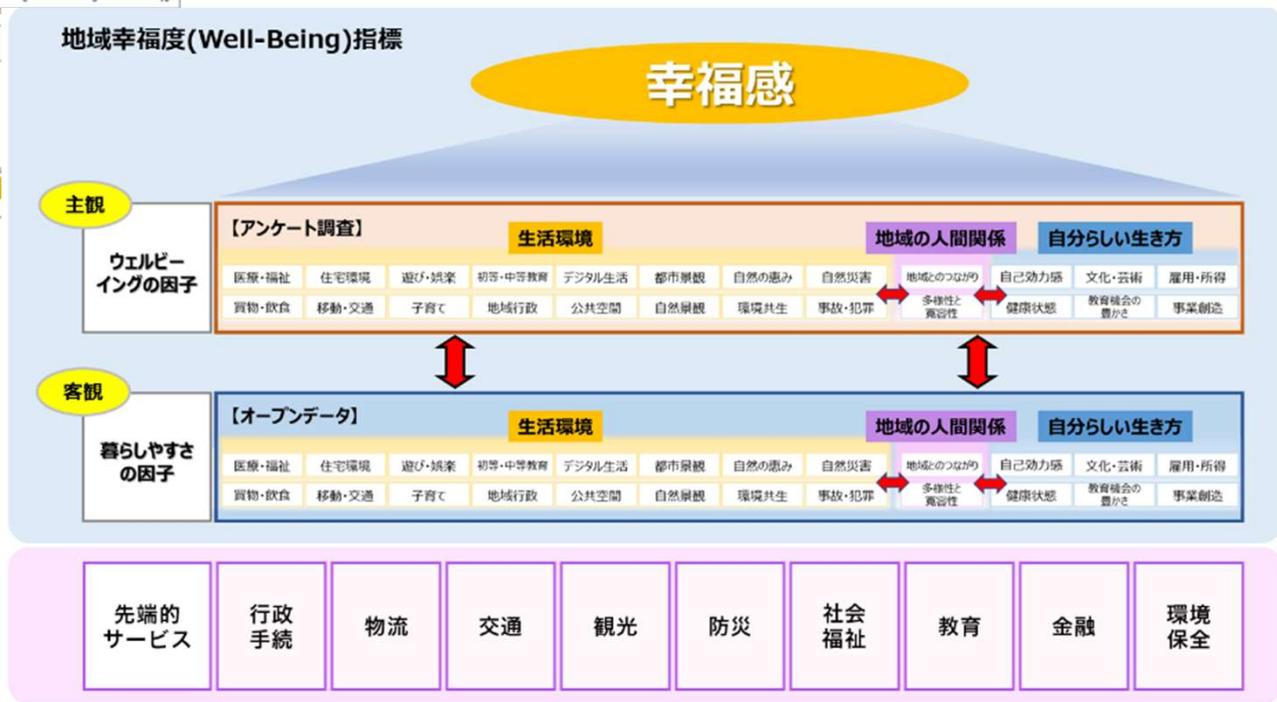
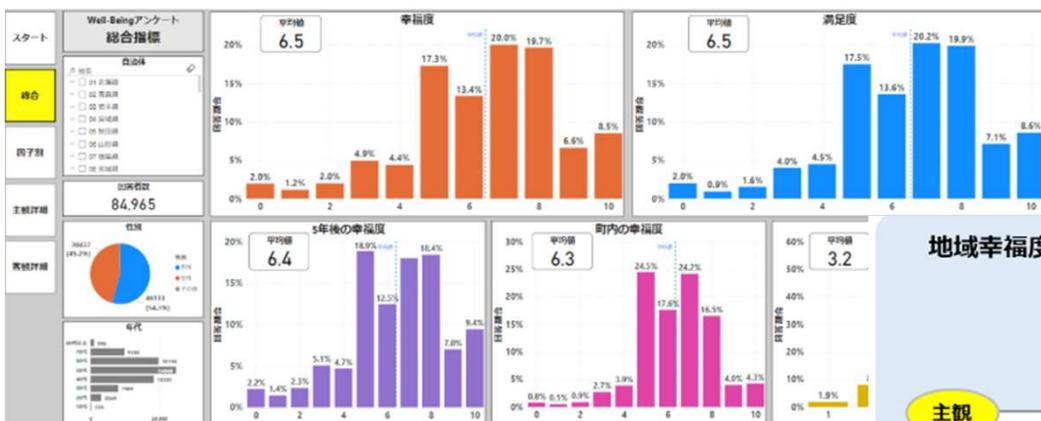
1-2. 主な評価指標・ツール（例）

全国の自治体へアンケート調査を行い、各都市の強み・弱み等の特性について相対的な評価・分析するための指標・ツールのうち、各自治体で実際に活用されている主な指標・ツールを整理いたしました。

分野	指標・ツール名	作成者	概要	掲載事例	参考資料
総合	地域幸福度（Well-Being）指標	デジタル庁	客観指標と主観指標のデータをバランスよく活用し、市民の「暮らしやすさ」と「幸福感（Well-being）」を数値化・可視化した指標である。	兵庫県加古川市（P7-8）	P26
	都市特性評価	森記念財団	日本の各都道府県における主要都市を対象として、都市の力を定量・定性データをもとに相対的かつ多角的に分析し、都市の強みや魅力といった都市特性を明らかにする指標である。	東京都渋谷区（P9-10）	P27
まちづくり	都市モニタリングシート	国土交通省	都市のおかれている状況を客観的に把握するための例示資料として、都市に関する多様なデータを一元的にまとめ、「全体表」と「個表」（市町村毎）に整理したものである。	—	P28
産業・経済	RESAS（地域経済分析システム）	内閣府・経済産業省	地方創生の様々な取組を情報面から支援するために、産業構造や人口動態、人の流れなどの官民ビッグデータを集約し、可視化するシステムである。	秋田県大仙市（P11-12） 茨城県龍ケ崎市（P13-15） 埼玉県川越市（P16-17） 大阪府高槻市（P18-19）	P29
	地域経済循環分析	環境省	地域経済の長所と短所を分析することで、地域所得の流れを可視化し、地域経済の全体像や所得の流入・流出、地域内の産業間取引を把握するツールである。	秋田県大仙市（P11-12） 茨城県龍ケ崎市（P13-15）	P30
環境	REPOS（再生可能エネルギー情報提供システム）	環境省	地域における環境に配慮した再生可能エネルギーの導入促進を目的として、ポテンシャル情報や環境情報、自治体が行っている再生可能エネルギー関連施策情報等をわかりやすく発信・共有するツールである。	北海道松前町（P20-21）	P31
福祉・医療	地域評価指標	内閣官房	少子化対策に関連する客観的指標を用いて、地域間の比較を行うことによる“地域特性の見える化”につなげることを目的に、地域の様々な指標のデータを収集・整理して分析に活用する指標である。	—	P32
	地域包括ケア「見える化」システム	厚生労働省	都道府県・市町村における介護保険事業（支援）計画等の策定・実行を総合的に支援するための情報システムである。	—	P33
観光	地域ブランド調査（魅力度ランキング）	ブランド総合研究所	1,047の地域（1,000市区町村、及び47都道府県）を調査対象とし、全国3万人が各地域のブランド力を徹底評価する日本最大規模の消費者調査である。	千葉県山武市（P22-23）	P34

<概要>

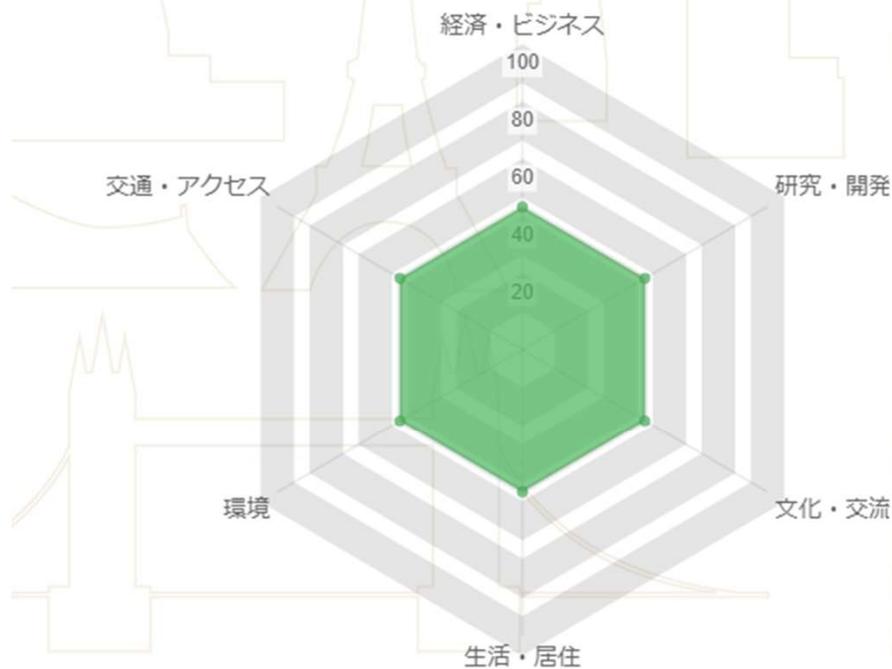
- 地域幸福度(Well-Being)指標は、客観指標と主観指標のデータをバランスよく活用し、市民の「暮らしやすさ」と「幸福感（Well-being）」を数値化・可視化した指標である。
- 政府が推進する「デジタル田園都市国家構想」において、地域におけるWell-Beingを計測する指標として活用される。
- 地域における幸福度・生活満足度を計る4つの設問と、3つの因子群（“生活環境”、“地域の人間関係”、“自分らしい生き方”）から構成され、合計24のカテゴリに細分化される。



<概要>

- 日本の都市特性評価は、日本の各都道府県における主要都市を対象として、都市の力を定量・定性データをもとに相対的かつ多角的に分析し、都市の強みや魅力といった都市特性を明らかにする指標である。
- 国内の136都市と東京23区を対象としており、6分野（経済・ビジネス、研究・開発、文化・交流、生活・居住、環境、交通・アクセス）を設定し、それらの主要な要素である26指標グループ、さらにそれらを構成する86指標にて構成される。

分野別レーダーチャート（偏差値）



指標グループ別レーダーチャート（偏差値）



<概要>

- RESASは、産業構造や人口動態、人の流れなどの官民ビッグデータを集約し、可視化するシステムである。
- 地方創生の様々な取組を情報面から支援するために、経済産業省と内閣官房デジタル田園都市国家構想実現会議事務局が提供しているものである。
- 政策アイデアコンテスト、政策立案ワークショップ等の付随した取組がある。

地域経済分析システム（RESAS）マップ一覧

①人口マップ



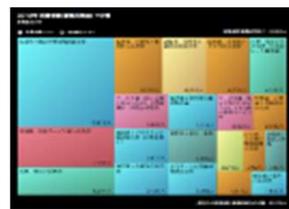
人口推計・推移、人口ピラミッド、転入転出等が地域ごとに比較しながら把握可能

②地域経済循環マップ



自治体の生産・分配・支出におけるお金の流入・流出が把握可能

③産業構造マップ



地域の製造業、卸売・小売業、農林水産業の構造が把握可能

④企業活動マップ



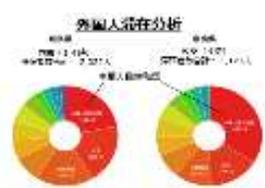
地域の創業比率や黒字赤字企業比率、特許情報等が把握可能

⑤消費マップ



POSデータによる消費の傾向や外国人の消費構造が把握可能

⑥観光マップ



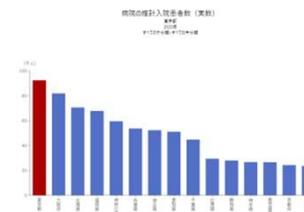
国・地域別外国人の滞在状況等のインバウンド動向や、宿泊者の動向等が把握可能

⑦まちづくりマップ



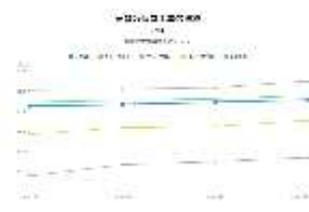
人の流動や事業所立地動向、不動産取引状況など、まちづくり関係の情報が把握可能

⑧医療・福祉マップ



地域の雇用や医療・介護について、需要面や供給面からの把握が可能

⑨地方財政マップ

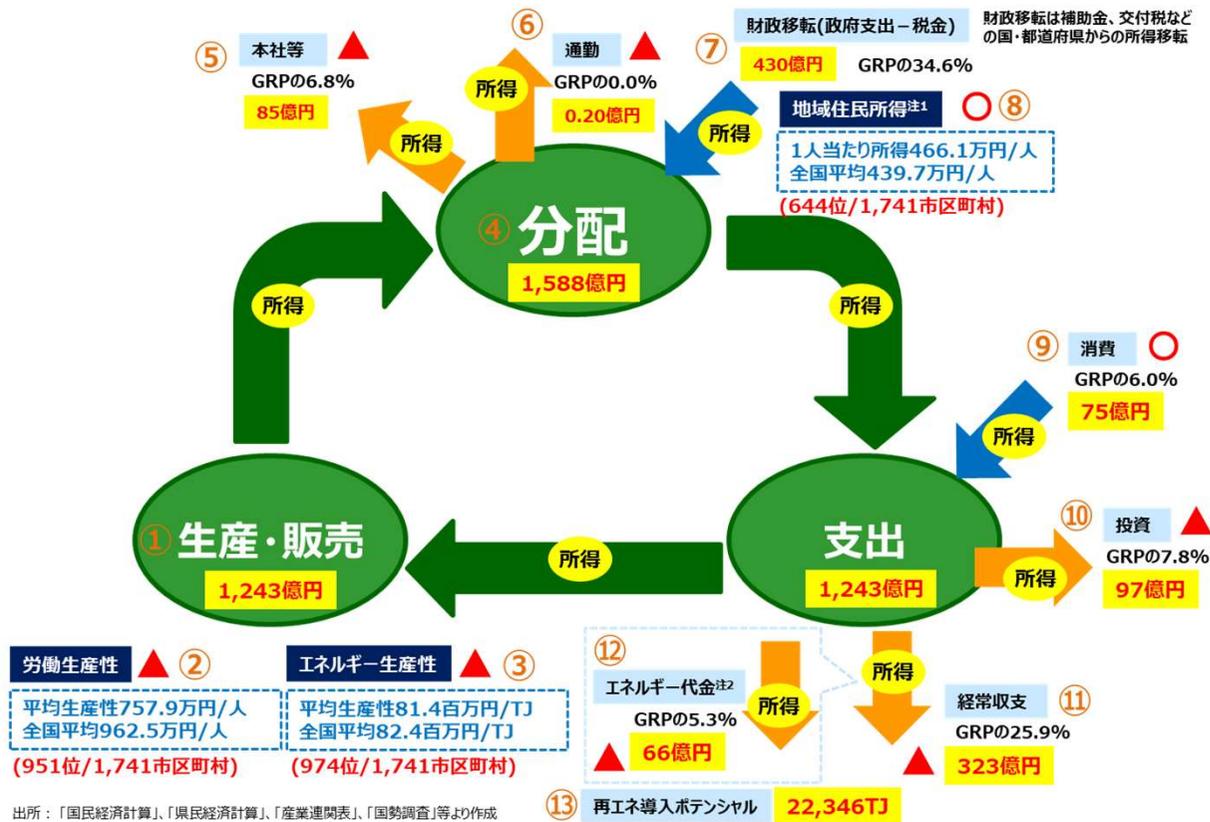


各自治体の財政状況が把握可能

<概要>

- 地域経済循環分析は、地域経済の長所と短所を分析し、地域のお金（所得）の流れを生産、分配、支出(消費、投資等)の三面から「見える化」、地域経済の全体像や、所得の流出入（お金を稼ぐ力・流出額）、地域内の産業間取引（循環構造）を把握するツールである。
- 「地域経済循環分析の自動分析ツール」と「再エネ等の経済波及効果分析ツール」の2ツールを提供している。

地域の所得循環構造



出所：「国民経済計算」、「県民経済計算」、「産業連関表」、「国勢調査」等より作成

環境省 地域経済波及効果分析ツール

環境省 地域経済波及効果分析ツール (Ver5.0)

ここでは、分析対象の施策や施策規模、事業計画等の設定を行ったうえで、経済波及効果の算出と分析資料の作成を行います。最初に、施策メニューを1つ選択し、次に、施策規模や事業計画等の各種設定を行ってから「資料を作成」ボタンを実行してください。

①環境施策 | ②地域施策 |

環境施策	
施策メニュー	施策規模の設定
1. <input checked="" type="radio"/> 太陽光発電（売電）	発電容量 <input type="text"/> kW
2. <input type="radio"/> 太陽光発電（自家消費）	<input type="text"/> kW
3. <input type="radio"/> 木質バイオマス発電（売電）	<input type="text"/> kW
4. <input type="radio"/> 中小水力発電（売電）	<input type="text"/> kW
5. <input type="radio"/> 地熱発電（売電）	<input type="text"/> kW
6. <input type="radio"/> 陸上風力発電（売電）	<input type="text"/> kW
7. <input type="radio"/> 洋上風力発電（売電）	<input type="text"/> kW
8. <input type="radio"/> 熱供給	注) 本施策に発電容量の設定はありません。
9. <input type="radio"/> 食品廃棄物リサイクル	注) 本施策に発電容量の設定はありません。

事業計画の設定

表示単位: 百万円 億円

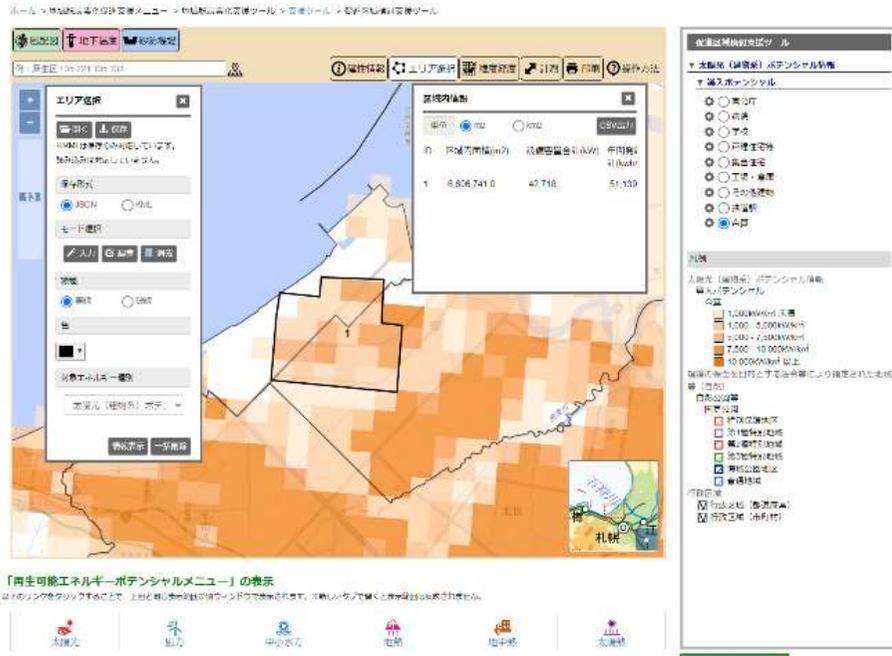
結果の出力(PPT)

設定値のクリア

終了

<概要>

- REPOSは、地域における環境に配慮した再生可能エネルギーの導入促進を目的として、ポテンシャル情報や環境情報、自治体が行っている再生可能エネルギー関連施策情報等をわかりやすく発信・共有するとともに、地域関係者を主体とする事業化の展開や再生可能エネルギーを通じた脱炭素化の検討を後押しする情報やツールを提供している。
- 国指定鳥獣保護区など各種レイヤ情報を重ね合わせ、計画や事業検討が可能である。



再生エネルギー目標設定支援ツール シート1: 現状シート

都道府県コード: 01 都道府県名: 北海道
市町村コード: 01100 市町村名: 札幌市

再生可能エネルギーポテンシャルメニューの表示

1. 現状の把握

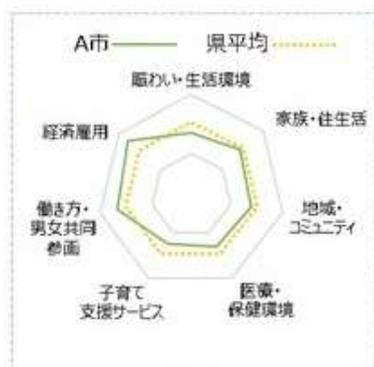
項目	単位	数値	単位	数値
現状の現状の電力量	電力量(1000kWh)	9,090,659	B97	
現状の導入ポテンシャル	再生可能エネルギーポテンシャル(1000kWh)	7,768,290	15,407	640
現状の現状の再生エネルギー実績	再生可能エネルギーポテンシャル(1000kWh)	0.090	0.090	
現状の現状の再生エネルギーポテンシャルに対する再生エネルギー導入実績の比率	比率(%)	0.0%		
現状の現状の再生エネルギーポテンシャルに対する再生エネルギー導入実績の比率	比率(%)	0.0%		

図-1 年別再生エネルギーポテンシャルの比較
現状の電力量、導入ポテンシャル、現状の再生エネルギー導入実績

<概要>

- 地域評価指標は、結婚・出産・子育てに関連する分野について、客観的な指標を用いて、都道府県平均や近隣の地方公共団体等との比較を行うことによる“地域特性の見える化”につなげることを目的として、地域の様々な指標のデータを収集・整理して分析に活用する指標である。
- 少子化対策に関連する客観的指標のデータを入力することで、地域間の比較による地域特性の見える化が可能である。

地域評価指標のひな型 / 使い方について



【「地域評価指標のひな型」を活用するメリット】

- ◎ 結婚・出産・子育てに関連する地域の様々な指標について、他の市区町村や都道府県との比較によって、**地域の特性の「見える化」をサポート**する
- ◎ 7つの分野間比較に加えて、各分野を構成する項目間の比較も可能としており、**どの点とその分野の強み・弱みなのかを掘り下げて調べることが可能**

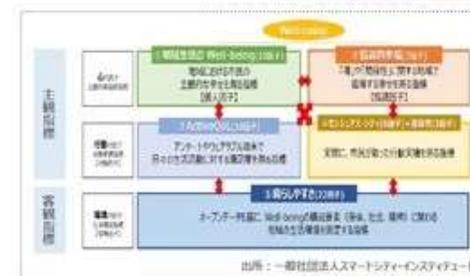
【「地域評価指標のひな型」の利用手順】

- ① 「使い方」で紹介しているデータの取得方法の記載を参考にして、各統計調査のホームページからデータを**収集**する
- ② ①で収集した地方公共団体のデータを、ひな型の入力用シートに入力する
※独自に集めたデータも入力可能
- ③ 必要なデータの入力が済めば、エクセル内の関数によって**自動的にレーダーチャートが完成**

※詳細については、「地域評価指標の使い方」を参照

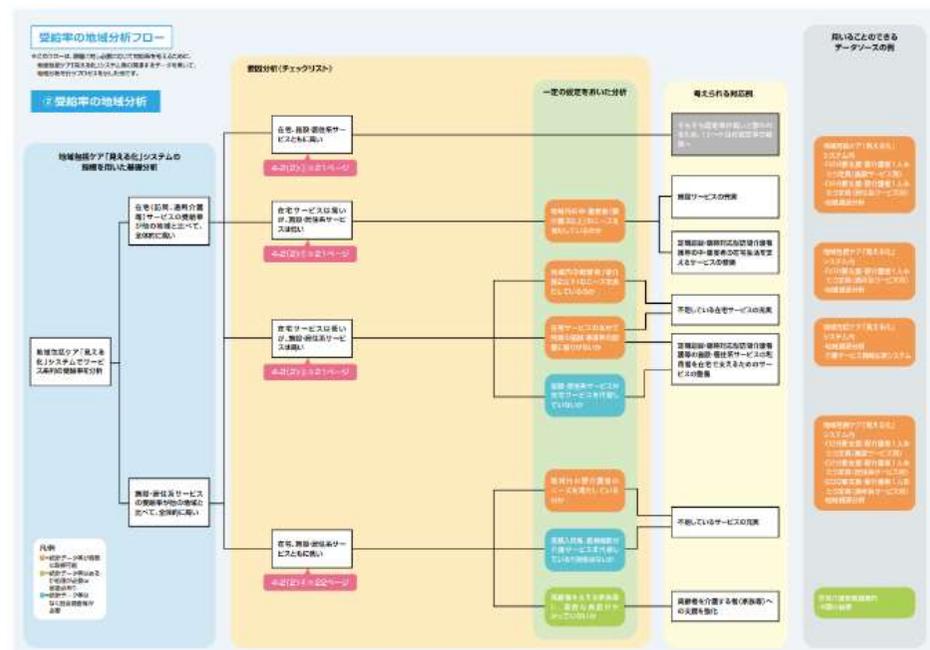
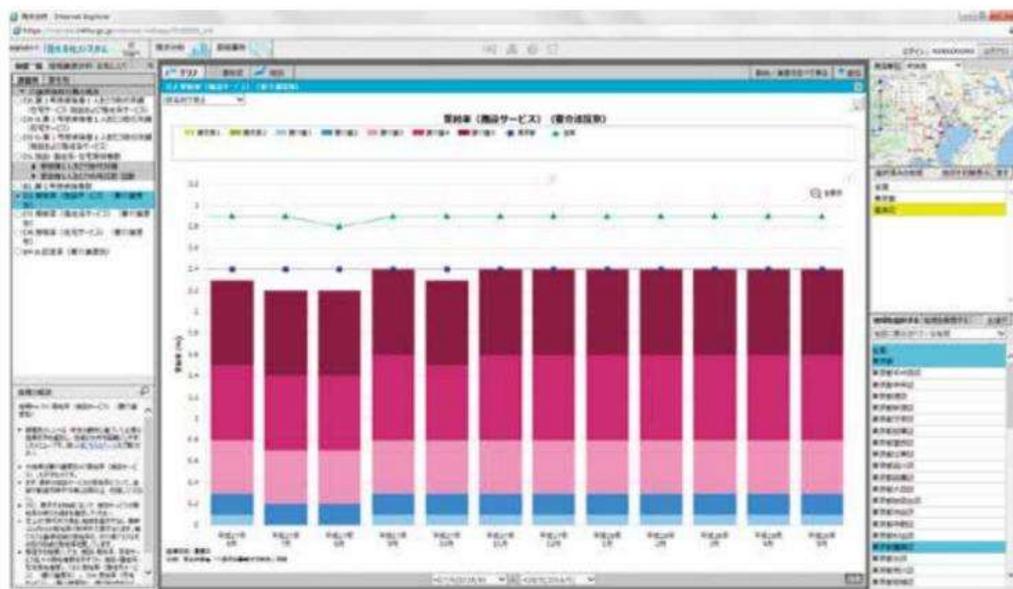
【「地域評価指標の使い方」について】

- ◎ 「ひな型」の利用方法や、7分野22項目のデータの**収集方法**を紹介しているほか、
 - ◎ データの収集・分析をサポートする関連ツールとして、**RESAS**や**地域幸福度（Well-Being）指標**などの**様々な分析ツールについて紹介**
- ⇒ あくまで、ひな型で紹介する指標は地域特性を把握するために参考となるデータの一部をまとめたものであり、これらのツールは、地域の少子化対策に限らず、**幅広い分野にわたって様々な用途での活用が可能！**



<概要>

- 地域包括ケア「見える化」システムは、都道府県・市町村における介護保険事業（支援）計画等の策定・実行を総合的に支援するための情報システムである。
- 介護保険に関連する情報をはじめ、地域包括ケアシステムの構築に関する様々な情報が本システムに一元化され、かつグラフ等を用いた見やすい形で提供している。
- 手引きにてデータを用いた分析プロセスを例示する。



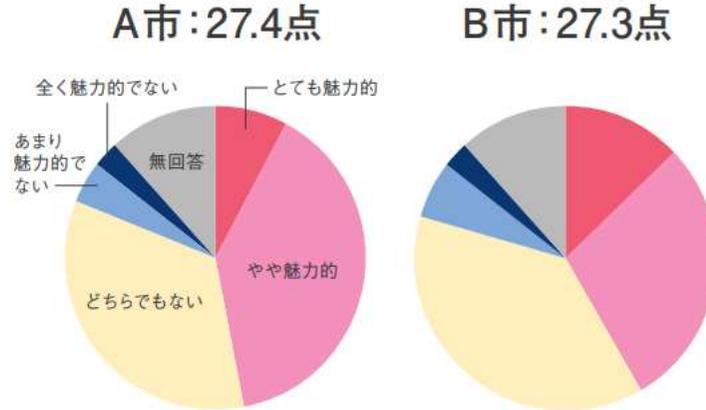
<概要>

- 地域ブランド調査は、1,047の地域（1,000市区町村、及び47都道府県）を調査対象とし、全国3万人が各地域のブランド力を徹底評価する日本最大規模の消費者調査である。
- 調査はそれぞれの地域に対して魅力度、認知度、情報接触度、各地域のイメージ、情報接触経路、地域コンテンツの認知、観光意欲度、居留意欲度、製品の購入意欲度、地域資源の評価などを質問する。
- 調査項目は全89項目で、各地域の現状を多角的に分析可能である。

順位	市区町村		都道府県	魅力度(点)	
	2022	2021		2022	2021
1000市区町村平均				11.2	11.0
1	1	札幌市	北海道	63.9	63.9
2	3	京都市	京都府	59.5	62.0
3	2	函館市	北海道	58.7	62.8
4	6	横浜市	神奈川県	56.1	52.0
5	4	小樽市	北海道	55.8	56.1
6	7	神戸市	兵庫県	55.7	50.4
7	5	鎌倉市	神奈川県	52.1	54.8
8	9	金沢市	石川県	50.9	48.6
9	12	那覇市	沖縄県	49.8	47.1
10	11	石垣市	沖縄県	49.4	47.7
11	10	富良野市	北海道	49.0	48.5
12	8	軽井沢町	長野県	48.8	49.2
13	17	熱海市	静岡県	45.8	44.1
14	13	仙台市	宮城県	45.5	46.7
15	14	日光市	栃木県	44.3	45.7
16	15	宮古島市	沖縄県	43.7	44.6
17	20	別府市	大分県	43.0	42.8
18	24	沖縄市	沖縄県	42.2	39.9
19	25	名古屋市	愛知県	41.9	37.4
20	15	屋久島町	鹿児島県	41.8	44.6
21	23	長崎市	長崎県	40.4	40.4
22	21	伊豆市	静岡県	40.2	42.1
23	18	伊勢市	三重県	39.0	43.4
24	22	福岡市	福岡県	38.7	41.5
25	19	箱根町	神奈川県	38.4	42.9

ある2地域の魅力度結果

単純集計（全国からの視点）ではほぼ同じ魅力度ですが…



年代別の回答結果を比較すると…

A市は高齢層で、B市は若年層で魅力度が上がっています

