専門紙誌５社2023共同キャンペーン　地方創生へ「デジタル田園都市国家構想」で未来を拓く

地方創生への課題、今後の取り組み

水嶋 智氏（国土交通審議官）に聞く

――地方創生・地域活性化、デジタル田園都市国家構想に関し、国土交通省が最も期待する分野、課題、成功例、今後の取り組みを伺いたい。

デジ田のポイントは二つあり、一つは、デジタルの力を活用した地方創生の加速化、進化だ。もう一つが、東京の一極集中の是正と多極化を図り、地方が抱える社会課題を成長の原動力に切り替えていくこと。構想を受け、7月に国土形成計画が閣議決定されている。シームレスな（継ぎ目のない）拠点連結型国土を目指すことと、デジタルとリアルが融合した地域生活圏の形成に重点が置かれている。国交省が関わる政策分野、施策は非常に広範に渡る。

シームレスな拠点連結型国土の実現には、幹線の高速交通体系が欠かせない。代表例がリニア中央新幹線の整備。また、地域の課題を成長の原動力に変える際、制約要因となるのが働き手不足で、DX化で解決していく必要がある。国交省所管分野では、交通、物流、インフラ、建築、都市、観光があり、まだまだDX化を推進する余地がある。

――ライドシェア解禁問題やタクシーの供給不足について、どのように対応していくか。

ライドシェアの議論に際し、気をつけないといけないことが二つある。一つは、ライドシェアの定義が明確に定まっていないこと。人によって、ライドシェアという言葉の使い方や概念が異なっており、相当、議論がかみ合っていない点がある。注意しながら、議論していく必要がある。二つ目は、「公共交通が現実に足りていない」という喫緊の課題だ。地域の方々の声だったり、外国人観光客の声だったりするが、それと「新しいビジネスチャンスを拡大していく」という議論は、実は違うものではないか。混同して一緒に議論するのは、必ずしも適切ではない。

規制改革推進会議のワーキング・グループの議論では、全国ハイヤー・タクシー連合会の川鍋一朗会長が矢面に立たされている。もちろん、タクシー業界に努力してもらわなければならない面もある。人手不足の時代なので、効率化のためにいろいろな設備投資をし、運賃の値上げを通じた賃上げや働き方改革を行う必要がある。利用者にとっても、働き手にとっても魅力ある産業にしていくことが大事だ。

一方で、都市部で新しいビジネスモデルを作って、ビジネスチャンスを拡大していくべきとの議論は、フェーズ（段階、局面）がちょっと違うのかなと思う。喫緊の課題を迅速に解決することをまず考えた上で、新しいビジネスモデルの提案に対しては、どういう判断をしていくか、多面的に議論していく必要がある。

大至急、取り組むべき課題は、現実に困っている過疎地の人々の生活交通の確保。それと、急増するインバウンドのお客を国策として増やそうとしている中で、インバウンドを中心とした観光客の観光地での足の不足の問題への対応だ。対策を打ち、具体的に解決していくことがまずは急務。地域や時間帯によって供給が需要に追いついていないことが、いろんなところで指摘されている。

そのためにまず、タクシーの供給力を徹底的に回復、増加させ、それでも足らないところには、自家用有償旅客運送の制度を有効に活用していくことが、地域の課題、地域の人たちの期待に応えるために重要になってくる。タクシーの供給力の徹底的な回復策と自家用有償の徹底的な活用策については、観光立国関係閣僚会議で10月18日、緊急措置として決定、公表された。

付加価値付け「稼げる産業」へ

――地方創生に向けて、各地の観光従事者、旅館・ホテル、観光施設などの経営者、従業員に何を期待しているか。

観光は、地方の社会課題を成長の原動力に転換していくための非常に重要な分野だ。例えば、地方では豊かな自然が残されたままであるとか、過去の豊かな歴史や文化が残っていることが多い。ある意味、都会から離れているという不便さが、地方の社会課題になっている中で、手付かずの自然や文化の継承を観光資源として成長の原動力に転換していくというのが、観光立国ということだと思う。観光は、これからの時代の成長や地域活性化の切り札なので、観光産業の皆さんは、自分たちが持っている社会的な意義に誇りを持ち、観光産業に従事してほしい。

一方で、観光産業自体は、収益性や生産性が低い、あるいは、近年は人手不足と構造的な課題を抱えている。さらに、新型コロナウイルス禍によって、一時的に大幅に旅行需要が減少し、経営という意味で非常に大きな影響を受けた。債務が増大し、これから返済していかなければいけない。この産業の皆さんに、構造的な課題を解決し、「稼げる産業」に変革してもらいたい。例えば、日本の宿泊は、国際的に比較すると極めて単価が安いと言われている。私が去年の秋、岸田総理の随行で米国ニューヨークの国連総会に行ったとき、マンハッタンのシティホテルに2泊し、40万円払った。決して超豪華なホテルではない。同行者たちと夕食に行き、簡単なスパゲッティやピザを食べたら、1人1万5千円くらい、平気で取られた。通貨の問題もあるが、諸外国の物価水準は高くなっているので、特にインバウンド客との関係では、付加価値を付け、しっかりと単価を設定し、稼げる産業に変革していくのは非常に大事なのだろう。

国としても、観光地や観光産業の再生、高付加価値化や観光のDX化などについて、さまざまな支援メニューを用意している。採用活動や省力化に資する設備投資など、総合的な人手不足対策の支援を進めていく。収益性と生産性を高め、省力化を図り、職場環境の改善、賃金など待遇改善につながるようにして、観光産業の発展を支える従業員の皆さんを支えていきたい。

観光経済新聞、東京交通新聞、塗料報知、農村ニュース、ハウジング・トリビューンの5紙誌は、2023年共同キャンペーン「地方創生へ『デジタル田園都市国家構想』で未来を拓く」を展開しています。今、各地で芽吹いている地域活性化の動きを、デジタル田園都市国家構想を通じ、観光業、交通、農業、住宅・建設業などの視点でレポートします。

事例④

磐梯町（福島県）

道の駅ばんだい

「愛着人口」3万人を目指して

2年前に設立されたばかりの一般社団法人ばんだい振興公社は、魅力あるまち、「愛着人口」の拡大といったビジョンをまちと共有し、地域経済の活性化に取り組む。その事業は、地域の魅力を高めるイベント開催から観光事業、農業など幅広く、町内の経済循環の一つの要になっている。

ばんだい振興公社は、磐梯町と磐梯町商工会が磐梯町のまちづくりの推進と地域経済の活性化などを目的に2021年6月に設立した公益的民間組織だ。

磐梯町は、将来の町の姿として「自分たちの子や孫が暮らし続けたい魅力あるまち」というビジョンを掲げ、「愛着人口の拡大による地域経済の活性化」を進めている。「愛着人口」とは、公社設立とともに作った造語で、磐梯町への「来訪等の有無や住民であるかを問わず、磐梯町に対して好意を持ったり、温もりを感じたり、愛しんだりといった気持ち持つ人」を指す。関係人口や交流人口など地域外の人との関わり強化のみならず、町内で暮らす地域の人々の活動も含めた活性化を目指す磐梯町の姿勢を表すキーワードだ。磐梯町の「後期基本計画」においても、「関係・愛着人口数」を令和8年に3万人とする目標を掲げている。

振興公社は、このビジョンを共有し、具体的な事業の受け皿として機能する。具体的には、これまで町外・県外の事業者に委託していたような収益事業を手掛け、その利益を町へと還元し公益事業へと投資する。この循環を繰り返すことで、町内での経済を循環させることが狙いだ。

■　■

設立当初は、ふるさと納税に関する業務からスタートしたが、2年半で事業を拡大、町の委託による公益事業と、公社独自の収益事業を手掛けている。具体的には、「ふるさと納税・ECサイト／商品開発」「マーケティング」「道の駅運営事業」「慧日寺・庄九郎亭運営」「農業公社」などの事業を展開している。

公社の大きな目的の一つが「10年後、20年後の、町の中心人物を育てる」（企画開発グループ・鈴木孝之グループマネージャー）こと。その取り組みの一つが、2022年度、町の委託事業として開始した「オープンカフェばんだい」だ。これは地域の若者が気軽に集まり、やってみたいこと、あったらいいなということについて話し合う場づくり。毎回テーマを設定し、アイデアや課題を参加者がシェアし、自分たちができることを創造・考えていく。今年度は、5月に「スポーツ」をテーマに開催して以降、「料理」「写真」をテーマに計3回実施し、年度内にあと3回の実施を計画している。町民以外にも門戸を開き、実際、近隣の市町村、県外からの参加者も少なくなく、「愛着人口」の増加につながっている。

「愛着人口増加」の取り組みの一つの切り口が若年層に向けたアピールだ。22年度事業として株式会社JR東日本びゅうツーリズム&セールス等と連携して農泊体験ツアーを企画したが、思うように進まなかった事もあった。この経験を踏まえて「町を訪れ、何か見て帰るだけでは弱い。町の人と少しでも接点を持つ機会を」（鈴木マネージャー）と、23年度事業として新たに企画したのが地域との交流を主軸においた「磐梯町学生等地域課題解決活動支援業務」だ。大学と連携して学生が地域団体と交流を目的に滞在した場合、町がその滞在費用の一部を支援する。地域団体の指定はなく、行政区や農業団体、青年会といった組織はもとより、民間企業も含め広く想定している。交流は単なる視察・見学だけでなく、地域課題の解決に向けた取り組みであることが条件だ。既に1団体からの申請があり、今後、全国の大学にアプローチしていく。

鈴木氏

■　■

観光分野の取り組みも公社の大きな役割となっている。

磐梯町の中心部、町役場から近い場所に「史跡慧日寺跡」「庄九郎亭」などが集まる、いわゆる史跡エリアがある。「史跡慧日寺跡」は国指定の史跡、「庄九郎亭」は町が古民家をリノベーションしたカフェ。公社は町からこれらの管理・運営について委託を受けPRに力を入れており、年間5万人の集客を目指している。

また、ピーク時には年間10万人の来場があった「道の駅ばんだい」の管理運営も担う。来場者はコロナ禍に60万人に減少したものの、昨年は80万人に回復、売上高も前年度比57%増と大きく伸ばしており、V字回復を目指して取り組みを進める。

こうしたこれまでの町の資産を生かす取り組みに加え、新たな企画も積極的に展開。今年9月には官民共創によるイベント「フォトウォーク@ばんだい」を開催した。これは一定のコースを歩き写真撮影を行うイベントで、町内に生産拠点を持つカメラメーカーのSIGMAが機材を提供、セイコーエプソンが撮影した写真のプリントサービスを行うなど、さまざまな企業と連携して実施したことが大きな特徴だ。町内外から18人が参加、大阪や関東圏からの参加者も複数人に及んだという。

フォトウォーク@ばんだい

私たちは地域を元気にする取り組みを応援します

インバウンド対策もGOで!
2023年12月始動
ニセコモデル
観光客だけでなく地域住民の移動もサポート
地域交通でお悩みの自治体のみなさまへ
地域の交通課題解決を一緒に推進しませんか？
お問合わせ pjt_dgd@goinc.jp
移動で人を幸せに。GO

SAKURA QUALITY
観光圏・DMO・DMC等との共同品質認証制度
SAKURA QUALITY An ESG Practice
米国GSTCより基準承認を受け国際規格となる宿泊施設向けSDGs認証サクラクオリティ認証施設に提供
サクラクオリティは、安全・安心・誠実さを感じる宿泊施設に対する品質認証制度
宿泊施設の「価値」には様々あります。ホテル旅館不動産価値、事業価値、宿泊単価、顧客満足、従業員満足、社会的貢献度、地域性、文化発信力、安全安心拠点、ネットワークのハブ機能… 私共は徹底して、宿泊施設の「価値」を追及します。
サクラクオリティは、観光圏、DMO等との共同プロジェクト宿泊施設品質認証制度であり且つ品質向上プログラムです。
一般社団法人 観光品質認証協会
URLhttps://www.sakurastay.com//

ITOMIC
日本イトミックは
クリーン＆グリーン電気給湯
で地球に優しい給湯の普及に努めます
化石エネルギー　重油やガスを用いた燃焼系の給湯
電気エネルギー　CO2を排出せずクリーンな電気給湯
日本イトミックは電気給湯にこだわり、地球を汚すことのない「クリーン＆グリーン電気給湯」の普及に努め、2050年カーボンニュートラルの実現に向けて給湯分野で貢献します。
株式会社日本イトミック
URL:https://www.itomic.co.jp/

省エネで快適な住生活をグラスウール断熱材で実現する
安全・安心の国内・自社工場で原料に90%以上のリサイクルガラスを採用し生産しています。
空き瓶や使用済みの窓ガラス等のリサイクルガラスを原料としているため資源の再利用にも貢献する地球に優しい製品です。
見えないところで健康で快適な住環境の実現に貢献します。
オフィスビルや商業施設等の省エネ化、音環境改善を通して快適空間を創造します。
住宅・断熱用途　建築・内装・吸音用途　設備・保温・保冷用途
人と住まいのあいだに
パラマウント硝子工業株式会社
www.pgm.co.jp
HP　YouTube

地球にもっといいこと
わたしたちDNTは
先端コーティング力で環境を彩る企業です。
DNT大日本塗料株式会社
https://www.dnt.co.jp/
塗料相談室フリーコール0120-98-1716

HAPPY PAINT PROJECT
BY NIPPONPAINT Co., Ltd.
いっしょに「社会貢献活動」しませんか？
日本ペイント 広報室
E-mail:nptumarkpr@nipponpaint.jp
日本ペイント株式会社