

平成26年度 政務活動報告書

宍粟市議会 会派 光風会
東 豊俊
福嶋 斉
岸本義明

研修 ・日程 平成26年8月6日（水）～ 7日（木）

・会場 アットビジネスセンター（八重洲通りハタビル）東京都中央区八丁堀1-9-8

根本祐二 東洋大教授 特別講座 in 東京（主催 地方議員研究会）

テーマ 地域はどう評価されているか

- ・地球規模の地域間競争
- ・人口減少時代にどう生きていくか

地域分析の背景

- * 地域のことは地域にいないと分からないか。
 - ・地域のことは地域の人知っているか。
 - ・もし、そうだとすると、知っている人が取り組んでも解決しない地域問題は永遠に残されるはず。
(地域の再生には、再生しなければならなくなった人達を、再生のメンバーには、入れないこと。 例えば、商店街の活性化等。)
 - ・逆の発想をしてみよう。
 - ・地域にいと逆に見えないこと、知っているつもりで、実は知らないことも多いのではないか。
 - ・地域分析とは、そうしたニーズにこたえるもの。
- * 地域規模での地域間競争
 - ・地域は、地球規模の地域間競争にさらされている。
 - ・競争の項目 人
 - 定住地（仕事、物価、公共サービス）
 - 観光地
 - 企業（雇用、補助金、インフラ、資源）
 - ・住居を強制する権利は無い。
地域政策とは、地域という商品を、人や企業という消費者に販売すること。
- * 地域は他者から選んでもらうものであり、選んでもらっている。
 - ・人口増加、観光集客、企業誘致などをしたければ、客観的な魅力づけが必要である。
(企業は大きなエリアで考えている。)

人口分析

- ・ 定住人口（夜間人口）
 - ・ 従業通学人口（その地域への通勤・通学人口）
（その地域から他へ通勤・通学人口）
 - ・ 観光入込み客数
- * 定住人口が一番重要。税収の源泉（個人、法人とも）
- ・ 魅力が無いと人も企業も離れる。
 - ・ 地域は移動出来ないが、人や企業は移動出来る。
例えば、補助金や雇用の確保が容易であることから、企業がその地域を選ぶ。
交通の便が良いことから、その地域で住宅を購入する。
人口の変動は、こうした競争の結果で起きている。

- * 定住人口の統計を注視する。（年代の分類が大切。）
- | | | |
|--------|-------------|-------------------------------------|
| 年少人口 | （14歳まで） | 乳幼児期、小学生期、中学生期 |
| 生産年齢人口 | （15歳～64歳まで） | 高校生期、大学生期、就職期、
子育て世代、中高年世代、高年齢世代 |
| 高齢人口 | （65歳～） | 高齢世代 |

さらに詳しく、0歳～4歳 5歳～9歳 10歳～14歳

15歳～21歳	22歳～24歳	25歳～29歳	30歳～34歳
35歳～39歳	40歳～44歳	45歳～49歳	50歳～54歳
55歳～59歳	60歳～64歳	65歳～69歳	70歳～74歳
75歳以上			

- ・ 地域から一度は出るが、帰って来る場合。→ 若者世代は、仕事がある。
高齢世代は、故郷へ。

・ 要素

15歳～19歳（20歳～24歳）→ 子供の進学、就職の進路先としての適地性

25歳～29歳（30歳～34歳）→ 雇用機会の存在

35歳～39歳（子供が5歳～9歳の親）→ 子育て場所としての適地性

40歳～49歳（子供が10歳～14歳の親）→ 子育て場所としての適地性、
マイホーム確定期

50歳～65歳（65歳以上）→ 退職前後の住居地としての適地性

* 産業別従業者の数も多いに参考となる。

全国平均としては、農林漁業	0. 65	パーセント
建設業	7. 39	パーセント
製造業	16. 81	パーセント
運輸郵便業	6. 11	パーセント
卸売り小売業	21. 72	パーセント
金融保険業	2. 72	パーセント
不動産業	2. 65	パーセント
学術研究技術サービス業	3. 05	パーセント
宿泊飲食サービス業	9. 75	パーセント
生活関連娯楽業	4. 64	パーセント
教育学習支援業	2. 95	パーセント
医療福祉	9. 63	パーセント
その他	11. 93	パーセント

* 地域が、どうであるかを（特徴）を考える。

- ・交通の利便性
- ・自然環境
- ・生活の利便性（買い物、食事、娯楽等）
- ・地域イメージ
- ・公共施設の充実度
- ・教育環境
- ・医療機関
- ・住居費 等々。

* 無作為抽出アンケートも必要と考える。

結論は、住みやすい環境づくり。

以上