

「地方創生：デジタルで救う地方社会・経済」刊行から1年半

安岡寛道（やすおか ひろみち）
明星大学経営学部経営学科

1. 「地方創生とデジタルビジネス研究部会」

本研究部会は、地方の中小企業を中心に、政府が推進する Society 5.0 の社会の実現（新たな地方創生）に向け、デジタルビジネスがどのように活用できるかを探っていた。

（既にアフターコロナであるが）コロナ禍において、都心と地方のデジタルビジネスへの取組み方にはさらに差がついてしまっていると考えられる。周知のとおり、オンライン社会が急激に進化した。オンラインで物理的制約が緩和されるため、都心の企業や研究機関は、地方でも同様な業務や研究ができると考えている場合が多いが、それは都心中心の考え方であり、それらは意外にもあまり理解されていなかった。

また、地方創生やデジタルビジネスの各々の研究成果は報告されているが、両者を掛け合わせた研究成果は未だ少なかった。

日本社会や日本経済は数多くの地方（自治体や企業等）で支えているため、それらを救うことで日本全体を底上げすることもできる。これらに関して、地方創生とデジタルビジネスの本質について研究を行った。

2. 本研究部会にて発刊した書籍

表題にもあるとおり、本研究部会の14名のメンバーのうち、11名にて「地方創生：デジタルで救う地方社会・経済」（安岡ほか、2023）（以降、本書）を2023年5月に、中央経済社から発刊した。

それから1年半以上が経過し、その時の情勢とは変化してきている。それらについて、簡潔に取り上げていくこととする。

3. 本書の内容（概要）

本書は、8章構成であり、21事例も含んだ大作であると自負している。その内容について、簡単に以下に記載しておく。

特に本書の中心となる事例紹介（3章～7章、①～⑤の5区分）では、都市中心の社会か、地域は皆平等か、これらの両論を踏まえた上で、地方を取り巻く課題に対して、その地方を創生してきた内容を解説した。

事例紹介の5区分（①～⑤）は、政府のまち・ひと・しごと創生会議「基本政策検討チーム報告書」の第2期の総合戦略で示された4つの基本目標（（1）～（4））の意味内容を踏まえている。まず、（1）を2つに分けて①と②とした。また、（2）を③、（3）を④、（4）を⑤として、全体で5つに区分した。

この4つの基本目標（（1）～（4））とは、（1）稼ぐ地域をつくるとともに、安心して働けるようにする、（2）地方とのつながりを築き、地方への新しいひとの流れをつくる、（3）結婚・出産・子育ての希望をかなえる、（4）ひとが集う、安心して暮らすことができる魅力的な地域をつくる、である。

■本書の構成（第1章～第8章）

【第1章】地方に関する現状議論

地方を取り巻く環境（序論）／地方創生の政策枠組みの特徴と5つの事例分野／どうしたらより多くの人々を地域活動に動員できるのか？／グローバル視点でみた地方創生／ローカル視点でみた地方創生

【第2章】地方創生の事例紹介に向けたフレーム整理
地方創生の推進7ステップ／デジタル化とDXの意味付け／政府系のDXの取り組み

【第3章】事例紹介①仕事をつくる

1. 地域内外のリソースを活用したアクセラレー

ターによる起業支援／2. 地方企業・産業のスケールアップ戦略／3. デジタル技術での地方創生／4. 地方の空き家活用

【第4章】事例紹介②人材を育成する

1. 大学におけるSDGsポイント活用／2. Blendedな人財育成とネットワーク構築／3. 技術研修による地方課題解決／4. イノベーション創出の拠点／5. 自治体DXの人材獲得と育成

【第5章】事例紹介③人流をつくる

1. 地域内関係人口による地域再生／2. 地域交通(MaaS)の活用／3. 「ひと」の想いの見える化によるシティプロモーション／4. デジタル時代の新たな事業承継スキーム「サーチファンド」

【第6章】事例紹介④働き方を変える

1. ワークেশンの先にあるもの／2. デジタルでの居場所／3. 同一労働同一賃金の働き方改革／4. 自治体DXによる働き方改革

【第7章】事例紹介⑤地域間／地域内で連携する

1. デジタル地域通貨／2. スマートファーマーによる地域活性化／3. 住民主体による協働のまちづくりの理念貫徹と実践／4. 医療デジタル化構想

【第8章】おわりに

地方を救うための政策提言／まとめ

4. 本書の提言のまとめ(抜粋)

本書は、2020年後半に検討を開始し、2021年度から研究部会を立ち上げ、構想1年、執筆1年で2023年度初頭に書き上げた書籍である。読者に著者11名の思いと21事例を伝え、少しでも今後に生かされることを願った。

各々の事例紹介の章において、提言をまとめている。章内の説明を除いてそこだけ取り上げても主旨が伝わらないかもしれないが、簡潔に挙げておく。

まず、「①仕事を作る」では、以下である。

1. 優れた地域外メンターによるオンライン・メンタリングと地域コーディネーターによる地域に根ざした支援で起業家エコシステムを構築する
2. 事業戦略シート(手引)をもとに、戦略的目標を定性的から定量的に進化させ、毎年の事業戦略を策定していくことで地方中小企業の体質を変革する
3. 街づくりでの社会課題解決および地方創生のためのスマートシティ化を行い、ITを利用しデジタ

ル化による人材不足を解決する仕組みを作る

4. 空き家情報のデータベース化として、オフラインの情報収集とデータベース更新で継続的な状況管理を行い、空き家解消とそれに伴う新しいビジネスサービスを構築する

「②人材を育成する」では、以下である。

1. SDGsの本質は個人の行動や意識であり、課外活動(ポイントプログラム)の教育を通じて、個人として目的意識および危機意識を持った自発的なSDGsの行動を促す

2. 人財育成には、オンラインと対面のBlendedスタイルでの教育は有効であり、インタラクティブなコミュニケーションは、人と人とのつながりを生み、地方ビジネス活性化にもつながる

3. ITx地方の課題解決=地方創生という考えのもとでアイデアソンを実施し、データ活用、起業家マインド育成を行い、競技として点数化・表彰し、事業化の可能性を探る

4. イノベーション創出に向け、新技術活用や新ビジネス創出の仕組み作りとして、人と企業の垣根を越えた交流促進、域外も含めた多くの企業等による地域大連携で取組む

5. 地域住民のデジタルデバйд対策の「場」を設置し、住民の声に耳を傾けることで、リアルなニーズを引き出し、DXまでの地ならしをじっくりと実践する

「③人流をつくる」では、以下である。

1. DMO(Destination Management Organization)が消極的な関係人口(人)も巻き込み、情報を集約する組織として機能することで、地域内外の関係者間の交流を促進し、多様な知識を創造する

2. 「鉄道⇄路線バス⇄予約型乗合タクシー」の移動手段を“つなぐ”、また今あるものと新しく取り組むものを“つなぐ”ことで公共交通の持続可能性を高める

3. 移住者の新鮮な目で地域の人々の魅力の新たな側面を発見し、地域の「ひと」の想いに見える化し、シティプロモーションとして情報発信する

4. 地方の既存事業や会社に着目し、そこにアントレプレナーシップを有し、デジタルへの理解も深い経営者を呼び込み、それらを成長軌道に乗せ、新たな雇用を創出する

「④働き方を変える」では、以下である。

1. ワークーション中の週末やその後の旅行促進、仕事だけでない来訪者も対象にし、二地域居住などのセカンド需要を取り込み、企業主導と個人主導の地域居住を最適に組み合わせる

2. 汎用性の高いデジタルインフラ（Facebook など）を活用し、地方において公私混同で全人格的なコミュニティ・ワーカーを増やすことで、本質的な人間関係を構築する

3. 地方に住みながら都心の給与と同等に稼ぎ、地方でより豊かに暮らせる環境を作るため、どこに住んでも条件が同等な IT 人材の地方在住を進め、地域産業を活性化させる

4. CDO（Chief Digital Officer）を中心とする推進体制を早期に整え、行政 DX とともに、地域社会における新たな価値創出を目的とする地域 DX との両輪を回す

最後の「⑤地域間／地域内で連携する」では、以下である。

1. 地域通貨は、大きな概念や広い範囲で流通させ、ある程度の規模の経済を追求する、もしくはコミュニティ内の範囲の経済をとことん追求する

2. スマート農業によってデータ活用し、異業種参入・異業種連携、農商工連携による価値の創造を行い、農業生産だけでなく、例えば食品加工することで付加価値を付け、収益を増やす

3. 地域に関わるステークホルダーの主従関係と役割分担を明確にし、ノウハウと経験を有する外部者を積極的に活用し、行政手続きのスマート化と行政サービスの DX 推進を行う

4. 医療連携は、本質に迫ることができる地方からであり、電子カルテのような閲覧中心の情報からでなく、まずは SNS のようなコミュニケーションツールとして始める

5. 本書の刊行から 1 年半が経過した所感

2024 年 12 月には 1 年半が経過した。コロナ禍も過ぎ、都心と地方も対面での業務、コミュニケーションが復活し、デジタル化を忘れていた場合もある。逆に、地域に根ざした起業家が生まれ、デジタルを駆使している場合もある。

いくつかの提言について、1 年半が経過した今、その時の情勢とは変化してきているため、どうなっ

ているか簡潔に触れておく。

まず総論として、デジタルでのコミュニケーションは、都心でも地方でもコロナ禍と比較して減少した。そのため、地方でのデジタルの遅れが目立たなくなったと同時に追いついた地域も存在する。

後者の例としては、日本へのインバウンド（外国人観光）が復活し、さらに拡大しているため、観光地では混雑状況がインターネット上で確認できるようになり、情報共有が進化したため、デジタル化が進みつつあると考えられる。

また、防災や災害対応、健康・医療、プログラミング教育の分野で地方のデジタル化が進んだ例がいくつか紹介されている（デジタル社会実現ラボ、2023）。しかしながら、2024 年 1 月に起こった能登の震災後、デジタル化による支援や進化はほぼ見られない。医療関連は、マイナナンバーカードは健康保険証の代替であり、医療履歴（投薬など）の共有も可能であるが、とりわけ地方において進んでいるという情報は今のところ見当たらない。教育もほぼ同様である。

さらに、野村総合研究所は 2019 年より都道府県別のデジタル度を DCI（デジタル・ケイパビリティ・インデックス）として毎年公表しているが、2023 年は東京をはじめとした大都市部が上位にランキングされ、日本の地域間デジタル格差は拡大したと結論付けている（森、2024）。ここでは、コロナ禍を通じて地方部のデジタル化が相対的に進んだとしている点もある。しかしながら、進んだ地域もあるのだろうが、本研究部会、特に著者の経験や肌感覚とは正直異なる。そもそも遅れていた地域が進むきっかけにはなり、元々の初期値が低いため、相対的に進んだとしているならば異口同音ではある。2023 年には再び大都市部のデジタル化が相対的に進んだ、つまり地方のデジタル化の成長は止まったため、都市部と地方部の格差は再び開き始めたとしている。まだ 2023 年の見解であるため、完全にアフターコロナと位置付けられる 2024 年の状況を知りたいが、さらに差がついてしまった可能性も否定できない。

2024 年 4 月には、北海道の上士幌町が「AI 車掌」を自動運転バスに先進的に導入するなど、本書で提言した MaaS 分野での進化が地方でも見られない訳ではない。一部の地方が活性化されても、従業員の

教育、企業の仕事のスタイル、その報酬（給与）などの格差の問題はそう簡単に縮まらない。少子高齢化を是正するスーパーな解決策がない限り、今後何十年も模索していかなければならないテーマでもあり、日本が消滅してしまわないよう、本研究部会のみならず、本学会そのものが取り組む課題であると考ええる。

以上のように、困難な課題であることは十分に理解している。本研究部会は、今後もこれらの課題を見据え、本書の著者（および本研究部会メンバー）が、各所で課題解決に向けたエージェントとして活躍していくことを願い、発展的な区切りとして一旦締めくくりたいと考えている。

参考文献

デジタル社会実現ラボ、『地方創生とは？ デジタル化による取り組み事例 18 選』, <https://www.digital-innovation.jp/blog/regional-development-case-study>, 2023 年 6 月 14 日。

森健『DCI にみる都道府県別デジタル度～ 2023 年は大都市圏のデジタル化が進む～』野村総合研究所, 2024 年 4 月 3 日。

安岡寛道, 大森寛文, 宇都正哲, 鷹取功, 原洋一, 伊藤智久, 谷口麻由子, 田原洋樹, 寺田知太, 広瀬安彦, 金森剛『地方創生：デジタルで救う地域社会・経済』中央経済社, 2023 年 5 月 2 日。

略歴

安岡寛道（やすおか ひろみち）

明星大学経営学部教授, Ph.D., 中小企業診断士。慶應義塾大学卒業～同大学院 SDM 研究科修了・博士 (SDM 学／総合社会文化)。野村総合研究所 (NRI) 入社後, スクウェア (現スクウェア・エニックス), Arthur Andersen (現 PwC コンサルティング) を経て, NRI 再入社。同社を再度退社後, 現職, 安岡経営コンサルティング事務所代表などを兼務。