

## 第2期「まち・ひと・しごと創生総合戦略」の改訂

～新型コロナウイルス感染拡大を踏まえて～

政策・経済研究部 研究員 齊藤 奏子

### 1. 第1期「まち・ひと・しごと創生総合戦略」の成果と課題

人口減少や東京一極集中の是正、地域の活性化等に取り組み、活力ある日本社会の維持を目指すための地方創生戦略として、政府は2014年12月に第1期「まち・ひと・しごと創生総合戦略（以下、総合戦略）」（2014年度～2019年度）を策定した。この総合戦略では、「ひと」と「しごと」を好循環させ、それを支える「まち」に活力を取り戻すことが目標とされた（図表1）。

第1期総合戦略の成果としては、東京圏以外の延べ外国人宿泊者数、農林水産物・食品輸出額、東京圏以外の就業者数の増加等があげられる（図表2）。しかし、この総合戦略で最も重視されていた東京一極集中の是正については、2020年までに東京圏の転入超過数をゼロとするという目標に対し、逆に東京圏への転入超過数は増加し、大きな課題が残る結果となった。

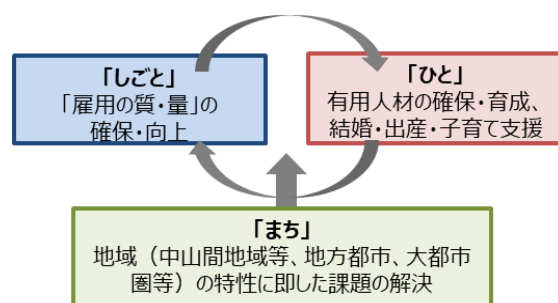
### 2. 第2期「まち・ひと・しごと創生総合戦略」の策定

第1期の振り返りを踏まえ、政府は2019年12月に第2期総合戦略（2020年度～2024年度）を策定した。第1期からの基本目標の変更点は以下の通りである（図表3）。

- ・基本目標①では、生産性を高め「稼ぐ地域」をつくることを重視
- ・基本目標②では、関係人口（注）の創出・拡大を含め、「地方とのつながり」を構築することを重視
- ・基本目標④では、地域の特色ある資源（豊かな自然、観光資源、文化、スポーツ等）を有効活用し、「ひとが集う魅力的な地域」づくりに注力

（注）関係人口…移住した「定住人口」でもなく、観光に来た「交流人口」でもない、地域や地域の人々と多様に関わる人々のこと

図表1 総合戦略のイメージ



出所：まち・ひと・しごと創生本部 まち・ひと・しごと創生「長期ビジョン」「総合戦略」パンフレットより作成

図表2 第1期総合戦略の成果と課題

主な成果	2014	2019
東京圏以外の延べ外国人宿泊者数（万人泊）	2,743	7,804
農林水産物・食品輸出額（億円）	6,117	9,121
東京圏以外の就業者数（万人）	4,486	4,674
課題	2014	2019
東京圏の転入超過数（万人）	10.9	14.6

出所：まち・ひと・しごと創生本部 第2期「まち・ひと・しごと創生総合戦略」（2020改訂版）より作成

図表3 第1期総合戦略と第2期総合戦略の基本目標の比較

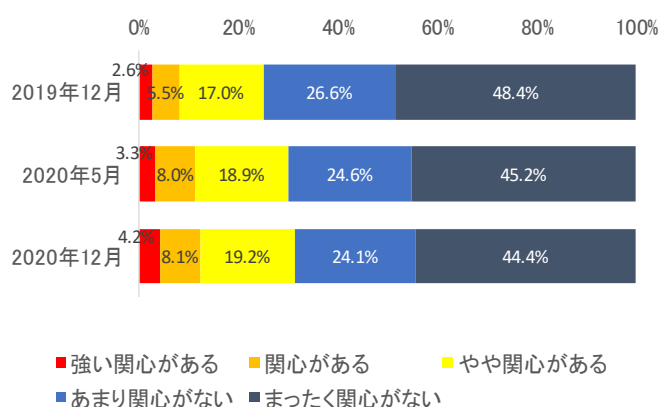
第1期基本目標		第2期基本目標	
①	地方にしごとをつくり、安心して働けるようにする	①	<b>稼ぐ地域をつくる</b> とともに、安心して働けるようにする
②	地方への新しいひとの流れをつくる	②	<b>地方とのつながりを築き</b> 、地方への新しいひとの流れをつくる
③	若い世代の結婚・出産・子育ての希望をかなえる	③	結婚・出産・子育ての希望をかなえる
④	時代に合った地域をつくり、安心な暮らしを守るとともに、地域と地域を連携する	④	<b>ひとが集う、安心してくらすことができる魅力的な地域をつくる</b>

出所：まち・ひと・しごと創生本部 第2期「まち・ひと・しごと創生総合戦略」より作成

### 3. 第2期「まち・ひと・しごと創生総合戦略」の改訂

内閣府の「第2回 新型コロナウイルス感染症の影響下における生活意識・行動の変化に関する調査（2020年12月）」によると、東京圏在住者（全年齢）で、地方移住への関心の程度について「強い関心がある」、「関心がある」、「やや関心がある」と答えた人の割合は新型コロナウイルス感染拡大前（2019年12月）の25.1%から2020年12月には31.5%へと上昇した（図表4）。企業についても、本社の地方移転や社員の地方移住の推奨に取り組む企業が出てくる等、意識・行動の変化の兆しが見られるようになった。これらの変化を地方創生に活かし、さらに、新型コロナウイルスが地域経済・生活に与える影響にも対応するべく、2020年12月21日に第2期総合戦略（2020改訂版）が閣議決定された。

図表4 地方移住への関心（東京圏在住者）



出所：内閣府「第2回 新型コロナウイルス感染症の影響下における生活意識・行動の変化に関する調査」より作成

第2期総合戦略（2020改訂版）では、主に以下の6つの取組みを推進することとされた。

① DXの推進と脱炭素社会実現に向けた取組み

コロナ禍で三密回避等が求められる中、デジタル化の遅れが顕在化したため、地方創生においてもデジタル技術の活用を改めて強化する

② 地方創生テレワーク

首都圏にいながらの単なる「テレワーク」や、「転職を前提とする移住」の推進に留まらず、地方におけるサテライトオフィスやシェアオフィスでの勤務等、地方創生に資するテレワークを推進することで、地方への新しい人の流れを創出する

③ 魅力ある地方大学の実現と地域産業の創出・振興

地方大学等への進学、地方企業への就職という流れをさらに促進し、地方への若者の定着を図るため、魅力ある学びの場づくりと、地域の中核的産業の振興とそれを担う専門人材の育成を推進する

④ 関係人口の創出・拡大

地方への移住・定着の促進と、地方とのつながりを強化していくために、地方の暮らしを体験する、地方と都会の暮らしを使い分ける、ボランティア等で定期的に関わるといった取組みに加え、オンライン関係人口等必ずしも現地を訪れない形での取組みも支援する

⑤ 企業版ふるさと納税（人材派遣型）の創設

2020年10月に創設された企業版ふるさと納税（人材派遣型）は、企業が地方公共団体へ専門人材を派遣し、その人件費相当額を含めて寄附をすることで、当該費の最大約9割に相当する税の軽減を受ける制度である。これにより、寄附活用事業・プロジェクトに従事する専門知識を有する人材が増え、地方創生の取組みをよりいっそう強化することができ、関係人口の拡大にもつながる

⑥ スーパーシティ構想

2020年5月に成立したスーパーシティ法に基づき、国家戦略特区において複数分野の規制を一括緩和し、AIやビッグデータ等を活用して「丸ごと未来都市」を構築する。行政手続、移動、医療、教育など生活全般にまたがる幅広い分野で利便性を向上させる

#### 4. 今後の課題

地方創生のためには、大都市の住民が実際に地方へ移住することに加え、移住せずとも地方創生に参画することも重要である。

まず、地方への移住者を増やすためには、大都市の企業と地方自治体の双方は、地方でも働くことができるような環境を整備する必要がある。大都市の企業は、大都市の住民が転職をしなくても地方移住が可能になるように、ICTを活用したテレワークシステムの整備等が求められる。一方、地方自治体は、それぞれの地域の特色（自然、文化、産業、等）を活かし、新たな雇用を創出することのサポートが求められる。

また、地方へ移住せずとも地方創生に参画するためには、大都市の企業が地方の抱える地域課題の解決や地域の発展に寄与するプロジェクトに取り組むことが考えられる。その際、地方自治体だけでなく大都市の企業もメリットを享受できる関係を構築できるような仕組みづくりが必要であろう。大都市の企業にとってのメリットは、①自社が持つ技術やノウハウを活かして新規事業を創出できる、②社会的責任を果たすことで企業価値を向上できる、等が考えられる。今後は、大都市の企業と地方自治体のビジネスマッチングの取組みや、前述の企業版ふるさと納税（人材派遣型）等、大都市の企業と地方自治体が協働するための取組みについて、具体的事例に注目していきたい。

※本レポートは、明治安田総合研究所が情報提供資料として作成したものであり、いかなる契約の締結や解約を目的としたものではありません。掲載内容について細心の注意を払っていますが、これによりその情報に関する信頼性、正確性、完全性などについて保証するものではありません。掲載された情報を用いた結果生じた直接的、間接的トラブルや損失、損害については、一切の責任を負いません。またこれらの情報は、予告なく掲載を変更、中断、中止することがあります。

●照会先● 株式会社 明治安田総合研究所 〒102-0073 東京都千代田区九段北 3-2-11 TEL03-6261-6411