

21世紀 WAKAYAMA

Wakayama Institute for Social and Economic Development

VOL.99

一般財団法人 和歌山社会経済研究所

講演会（要旨）

どうなる日本の政治と経済

読売新聞特別編集委員 橋本 五郎 2

寄稿

1 和歌山県の「移住・定住大作戦」について

和歌山県企画部地域政策局移住定住推進課長 橋爪 正樹 4

2 地域商社「ロカリスト」について

(株)ロカリスト 代表取締役 稲田 貴一 8

3 EBPM（証拠に基づく政策立案）に資する統計データ利活用

総務省統計局・独立行政法人統計センター
統計データ利活用センター センター長 赤谷 俊彦 12

4 エル・スール～南へ

作家 吉村 喜彦 16

研究成果報告

1 アンケートの設問間の関係を分析する

(一財)和歌山社会経済研究所 主任研究員 長谷川 強 19

2 関係人口創出による地域活性化とまちづくりのあり方

(一財)和歌山社会経済研究所 研究員 春木 吉彰 24

経済指標

「ウィズコロナ」における企業の取組事例～商業事業者を中心に～

(一財)和歌山社会経済研究所 研究員 藤本 迪也 30

グラフで見る和歌山県経済指標 34

和歌山ブラぶらウォッチング 39 38

研究所だより 39

編集後記

「気候変動学」真鍋氏にノーベル賞—— アラスカで遭遇した洪水の思い出 40

どうなる日本の政治と経済

■日時：2021年10月28日(木) 13:00～14:30

■会場：ホテルグランヴィア和歌山 6F ル・グラン

■講師：読売新聞特別編集委員 橋本 五郎 氏



こんにちは、よろしくお願いします。今日は私なりに考えている今の政治状況、これからどうなるのだろうというお話をしたいと思います。

まず、この日曜日には衆議院選挙の投開票日が迫っておりますが、私はいつも選挙の前日の読売新聞の一面に「拝啓、有権者の皆さんへ」という記事を書きます。何を書くかという、一体私たちは何を基準に投票すればいいのだろうかということなのです。

1つは衆議院選挙というのは政権選択選挙だということです。政権選択選挙というのは、この政党に政権を取ってもらいたいと思って投票する。それは自公の政権なのか、野党の政権なのか、というのがまず1つの選ぶ基準です。

次は実績の評価です。自民党政権に対する評価は、4年前に衆議院選挙、政権選択選挙をやったわけですが、安倍政権で3年、菅政権で1年、この4年間にやってきたことに対する評価です。

一方、野党に対する評価はというと、国会で少数であろうが、その立ち居振る舞いはどうだったのか、野党なりに少ない数の中でどうやってきたのかというのが評価の基準になります。

また、今度の場合非常に大きいのは、共産党と立憲民主党の間での限定的な閣外協力という話があります。閣外協力とは大臣を出さないで外から協力する。政府の方針を決めたり、法案を決めたりする閣議に人を出さないで、それに対して反対する余地を残すということです。協力は協力でも一枚岩の協力ではないのです。野党のそういう限定的な閣外協力をどう考えるのかも、1つの大きな基準になります。

しかし、どちらがいいかといっても、どうやって判断するのだという話になります。

それは、さっき言ったこれまでの実績と、もう1つは出している政策で比べます。

政策を見ると、みんな、あれをやります、これをやりますといいことしか書かない。いいことを書いていると、それをやってほしいと思いますが、一方でこれはきちんと財源の裏づけがあるのかどうかを公約から見なければいけません。ただ受動的に聞くというのではなくて、私たちも考えなくてははいけません。

しっかり自分で考えて政策を見たとしても非常に難しいのは、1つの政党の全ての政策に賛

成だということは、まずないでしょう。私はそのときにいつも言っています。そのときは、自分の中で政策に優先順位をつけ、自分の中の大事だと思われるものについて、それぞれの党の政策を比較して、こっちのほうがいいなと思う方に丸をつける。それを順々にやって全体として私はこの党のほうを支持する、という具合に考えたらどうかと言っているのです。

私はいつも、誰かが100%正しくて、誰かが100%間違っているなどということは政治の世界ではあり得ないと言っています。ベストを求めてはならない。求めても無理。ベターもないかもしれない。「政治というのは悪さかげんの選択だ」と。これは福沢諭吉が言っています。



今度の自民党の総裁選では、派閥の論理だとか、いろいろと言われましたが、私はそうではないと思います。基本的に人間が信頼されなければトップにはなれません。マキャベリは「トップになるには愛されるよりも恐れられなければならない」と言っていますが、私は信用されることも大事な要素だと思います。総理大臣なんか一人でできるものじゃない。チーム力と発信力が必要なのです。

一方、なかなか女性の宰相候補が出てきません。今度の総裁選では女性が2人出て、その色合いが違ってきました。これを突破口に女性宰相を早く実現してほしいと思います。

自民党総裁選の候補者討論のとき、私は「皆さん、私は50年近く政治記者生活を送ってい

ますが、今の国会はいけません。ののしり合いの国会になっている。みんなそれぞれが国民の代表として選ばれた人たちです。敬意を持たなければいけない。これは何ですか」と聞きました。

ただ、立場の違いがあるだけで、それなりに人で選ばれているわけですから、そこは十分尊敬し合いながら議論してほしいと思います。

最後に、これから3回目のワクチンとかがありますが、まずこれをきちんと進めていくということが大切です。政治の役割ってすごく大きいのです。それから、私は一律10万円みたいなことにはずっと反対だった。もう一律支給はやめたほうがいい。本当に困っている人に渡る政治というのをやらなければいけない。Go To トラベルにしたって失敗することを恐れなくて、どんどん戻っていったほうがいいと思う。そうすると希望が少し出てくるんですよ。そこをどうやって迅速にするか、そのために政治があるのだから、そのリーダーシップを総理大臣にはもっと発揮してもらわないといけません。

そして、それを発揮するためには日頃から入念な準備をしなければならない。それとできるだけ多くの人に関与する形で。それと同時に、なぜこれをやるのかを十分に説明しなければいけない。紙を読む必要はない。気持ちを伝えるだけでいい。とにかく昔のいい日常をみんなを取り戻すために私は命を張ってやっているんだという姿さえ見せればいい。具体的なことはほかの人がやればいいのだから。私はそう思います。(了)





寄稿 1

和歌山県の 「移住・定住大作戦」 について

和歌山県企画部地域政策局移住定住推進課長

橋爪 正樹

1. はじめに

新型コロナウイルス感染拡大により、私達の生活は一変した。密になることを避け、テレワークやオンライン会議の実施が求められ、他人と直接会う機会が減り、今まで当たり前であった通勤自体が減った人もいる。

2021年6月4日に内閣府が発表した「第3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」によると、東京圏在住者の33.2%が、地方移住への関心を持っており、感染拡大前に行った調査の25.1%より8.1ポイント増えている。地方移住への関心がある人の理由をみると、「感染症リスク」と答える人は12.2%と、その半年前の調査より3.3ポイント減少する一方、「自然豊かな環境の魅力」が35.1%、「テレワークなら地方でも働ける」が25.4%、「仕事重視から生活重視に変えたい」が21.7%となっている。また、「感染症と関係ない」という人も22.9%あり、緊急避難的に地方に移住するというよりも、コロナ禍のこの機会に、自分達のライフスタイルをもう一度見つめ直すことを考えている人が多くなっていることがうかがえる。

2. 背景

国勢調査によると、日本の人口は2010年の1億2805万人をピークとして、それ以降は減少に転じている。和歌山県は、それより早く人口減少が進み、1985年の108.2万人をピークとして、2015年には96.3万人、速報値であるが2020年には92.3万人まで減少している。

そのため、和歌山県内では早い時期から都市農村交流や移住促進の取組が始められ、過疎化・高齢化が進む地域の活性化策として「わかやま田舎暮らし支援事業」を2006年から開始し、県と市町村、そして地域住民と一緒に移住支援の体制づくりを行った。

市町村には、移住相談に対応する「ワンストップ・パーソン」を配置し、地域では行政と住民

の間で中間支援を行う受入協議会を設置、県は市町村を取りまとめ情報発信を行うとともに、市町村間の情報共有や取組全体の調整を行っている。この取組は、当初は県内5市町村でスタートし、2017年には「ワンストップ・パーソン」が30市町村すべてに配置され、受入協議会が22市町村において設置されるに至った。(阪井(2021)を参考)

東京一極集中を是正し、地方の人口減少に歯止めをかけ、日本全体の活力を上げることを目的とした一連の施策である「地方創生」が、2014年に発表され、それを機に地方自治体ではより一層、移住定住施策に取り組むこととなった。和歌山県では2015年から、「くらし」「しごと」「住まい」の3つの側面を県が支援し、和歌山への移住促進とそれに伴う地域の活性化を図る「移住・定住大作戦」に取り組むこととなり、予算も増額した。若年移住者への奨励金や現地体験会の開催など移住のインセンティブとなる支援や機会を創出するとともに、東京に相談窓口を設置、県内では移住希望者に対し仕事や生活情報を提供する相談窓口を一元化し、また、空き家バンクを創設して住まいを確保する施策などにも取り組んだ。

3. 令和3年度の和歌山県の取組

2015年から開始した「移住・定住大作戦」については、世の中の情勢を反映しながら事業をスクラップアンドビルドし、2021年(令和3年)度については、主に以下の事業に取り組んでいる。

1) キャリアチェンジ応援プロジェクト

しごと

転職成功までの様々なサポート業務を行うキャリアアドバイザーを東京と大阪の相談窓口配置

2) 「しごと」のある「くらし」体験

くらし しごと

農業やカフェなど移住希望者のニーズにあった仕事を体験するとともに、ゲストハウス等に宿泊し、地域の暮らしを体験するお試し移住を支援

3) 移住支援金 くらし しごと

東京23区からマッチングサイトを通じて就業した方に対する支援金(世帯100万円、単身60万円)を支給しているが、2021年から、テレワークにより東京での業務を和歌山で継続する場合等を追加

4) 空き家の活用支援 住まい

「わかやま空き家バンク」に地域の空き家情報を集積して公開するとともに、空き家の改修費(補助率2/3、最大80万円)や家財道具の片付け費用(8万円)を支援(ただし対象地域の条件あり)

5) 移住者向け住宅設備 住まい

市町村が整備を行う、移住者向けシェアハウスや古民家の改修費用等に対して補助

また、人口減少が進む中、地域の活力維持や将来の移住につながる「関係人口」の創出が重要であることから、2021年度の新政策として、大学生をターゲットとした「学生関係人口創出マッチング」にも取り組んでいる。この事業は、若者の減少により地域の活力が低下している地域と、コロナ禍により大学内外での活動が減少し、地域とつながる方法が分からない学生とをマッチングするものである。和歌山大学が受託研究事業として実施し、大学生自らがプロジェクトチームに参画、学生の視点に立ったアプリケーションを開発した。体験プログラムには、農作物の収穫体験、イベントの運営、地域伝統工芸の共同作品の開発などが登録されており、2021年10月から運用を開始している。

4. 今後について

前述したように、東京圏在住者の33.2%が地方移住への関心を持っているが、テレワークが普及しても定期的に出勤する必要がある場合、東京圏近郊への移住が増えることがあっても、遠く離れた和歌山への移住を加速することはできない。

そのために、次の4方面へのターゲットに向けた取組が必要と考えている。

1) 企業誘致に伴う移住

地価が高い都心に大きなオフィスを構えていた企業は、テレワークが進むことによりオフィスへ出勤する人が少なくなると、オフィスを縮小したり、サテライトオフィスを作って、分散しようとするであろう。その際、企業の全部門を和歌山にと言うのは難しいかもしれないが、その一部を和歌山に開設する、ということは大いに考えられる。例えば、2021年10月25日に和歌山県と進出協定を締結した、株式会社Relic（レリック）（本社：東京都渋谷区）は、和歌山市にシステム開発拠点、白浜町にインサイドセールス拠点を開設することとなった。

2) 転職なき移住

2021年10月15日に和歌山県とワーケーション・移住に関する協定を締結した富士通株式会社（本社：東京都港区）は、固定的な場所や時間にとらわれない新しい働き方「Work Life Shift」を推進しており、テレワークを活用した遠隔勤務により、転職することなく、和歌山に住むことが可能である。今後このような働き方を推進する企業が増えていくことが予想されるため、そのような企業にPRし、和歌山に呼び込む必要がある。

3) 個人移住

従来は、「田舎に暮らして自分らしい生活をしたい」「退職後は家庭菜園でもしながらのんびりしたい」という田舎暮らしをしたい人が和歌山に移住してくるケースが多かった。最近では、「東京23区や大阪の中心のようなゴミゴミし

たところは嫌だが、田舎でなくもうすこし便利な街に住みたい」と考える人が随分いると感じている。例えば、和歌山市や田辺市や橋本市というようなところである。今後はこのような新しい考え方を持つ個人移住の人達もターゲットとして考えていく必要がある。

4) 農林水産業の担い手として移住

「果樹王国和歌山」「木ノ国和歌山」「生マグロ日本一」など、和歌山の農林水産業のポテンシャルは高いが、国勢調査によると2015年の第一次産業の従事者数は約39,000人で、30年間で約半分に減っており、産業維持のため、担い手不足が課題となっている。県内在住者だけでなく、移住者の就業支援についても力を入れており、農業経験のなかった移住者が、トレーニングファームなどで研修を受け、農林水産業に取り組む事例も増えている。

和歌山への移住者・定住者を増やすためには、今住んでいる人達が和歌山に住んで良かったという満足感を得ることができる「ふるさとづくり」が大切である。行政だけが頑張るのではなく、地域の人々が「人ごと」でなく「自分ごと」で考え、行動することで、もっともっと和歌山に人を呼び込むことが可能になると思う。

【参考文献】

阪井加寿子（2021）：都市農村交流事業による地域づくり 農村における中間支援機能に注目して．筑波書房．

多様なニーズに応じた移住・定住大作戦

現状・課題

- コロナ禍を契機に大都市圏から地方へ移住する機運が高まる中、移住希望者のニーズが多様化
- 全国的に人口減少が進む中、地域の活力維持や将来の移住につながる「関係人口」の創出が必要



「しごと・暮らし・住まい」を全力でサポート

しごと&暮らし <1.2億円>				
キャリアチェンジ応援プロジェクト	東京・大阪相談窓口にキャリアアドバイザーを配置			
「しごと」のある「暮らし」体験	移住希望者のニーズに合わせた「お試し移住」			
Wakayama Love ドラフト	市町村が必要とする人材を公募しスカウト			
住まい <0.5億円>				
空き家の活用支援	わかやま空き家バンクに地域の空き家情報を集積し公開さらに、空き家の改修費や片付け費用を支援			
移住者向け住宅整備	移住者向けにシェアハウスや古民家等の住宅整備を行う市町村を支援			
多様な働き方への支援 <0.9億円>				
転職	テレワーク移住	起業	継業	農林水産業
最大100万円	最大100万円	最大400万円	最大100万円	最大50万円
東京23区からの移住	移住支援金（世帯100万円・単身60万円） 拡充		テレワークにより東京での業務を継続する場合を対象に追加	

1 新しい世界への挑戦

企画部 移住定住推進課 [2930]
商工観光労働部 労働政策課 [2791] 企業振興課 [2760]

令和3年度：254,196千円
(248,586千円)

大学生をターゲットとした関係人口の創出・拡大

STEP1 学生関係人口創出マッチング 新規

- 学生と地域双方のニーズをマッチングするアプリを開発し、地域と学生の継続的な関わりを創出



援農・草刈り・お祭りスタッフ・高齢者見守り・・・

STEP2 「しごと」のある「暮らし」体験

- 移住に関心のある学生に、しごと・暮らしをセットで体験できる「お試し移住」の機会を提供
- アプリの通知機能により参加学生に効果的にPR

地域の担い手となる若年移住者の増加



寄稿 2

地域商社 「ロカリスト」について



(株)ロカリスト 代表取締役

稲田 貴一

1. 会社概要・理念

2021年1月に設立された地域商社「株式会社ロカリスト」についてご紹介いたします。

地域商社事業について、一般的には地域の優れた産品・サービスの販路を新たに開拓することで、従来以上の収益を引き出し、そこで得られた知見や収益を生産者に還元していく」とこととされており。

地域産品の商品力と販売力を強化するためには、消費者の方々が求めるもの、欲しくなるものを知る必要があります、こうした情報を生産者に還元し、ときには生産者とともに新たな価値を生み出すことが地域商社に期待される役割であるということです。

「ロカリスト」という社名は、「Local」（地域）と「Ist」（人）を掛け合わせており、「地域人・地元の人たち」「地域の課題解決のために努力し続ける人」「ローカルを取り入れたライフスタイルを楽しむ人」などを表しています。地域商社に期待される役割を果たすために、社名のとおり、地域に関心を持ち、地域の方々とともに魅力的な和歌山を創り出すことを目指して活動を行っております。

<紀陽銀行との地方創生に関する包括連携協定>

当社は、設立と同時に株式会社紀陽銀行（以下、同行）との間で「地方創生に関する包括連携協定」を締結いたしました。この協定は「和歌山県内の地域経済活性化に寄与する」ために両者が協調して地域特産品等の販売促進や地域産業発展の推進に向けた取組みを連携して行うことを目的としています。

協定に基づく最初の取り組みとして、同行が従来使用していた南海なんば駅2階中央改札口前の「なんばスクエア」を賃借し、和歌山県の特産品を大阪エリアの方々に紹介するとともに、地域特産品と同行および当社のブランディング拠点として活用することといたしました。

会社設立の準備段階から地域特産品の販路拡大をお手伝いすることを事業の柱のひとつとして捉えており、その第一歩を「なんばスクエア」から踏み出しております。

2. 地域特産品の販売

<フルーツ王国和歌山>

「なんばスクエア」を活用した活動にあたっては、まずは「フルーツ王国和歌山」の特色を生かし、和歌山産フルーツをPRすることから始めることとしました。和歌山県といえばみかん、柿、梅などが生産量日本一として有名ですが、桃やレモン、キウイフルーツなども全国的に上位の生産量を誇るなど多種多様な果物が栽培され、パイナップル以外の果物はすべて生産されているといわれています。

ところが、このような「フルーツ王国和歌山」の姿はまだ知られていないことも多く、果物を通じて和歌山県の魅力を幅広く発信できればと考え準備を進めました。

<特産品販売の準備>

和歌山産フルーツのPRを通じたブランディングを行うにあたり、設立されたばかりの当社には当然ながら果物はもちろん「モノ」を販売した経験がないこともあり、生果ではなく比較的賞味期限が長い加工品（ジャム、蜂蜜等）を取扱うこととしました。

まずは、当社の存在と活動趣旨をお伝えするために和歌山県内の加工品メーカーや農業生産者など200を超える事業者を訪問し、紀陽銀



行との連携協定に基づく取り組みなども含めてご説明することからスタートしました。そのなかで、当社が取り組もうとしている地域商社事業の趣旨については、ほぼ皆様にご理解いただき、賛同を得ることができたのではないかと感じました。また、当社での加工品取扱いについても、商品の供給等にご協力いただけるというお声を頂戴することができました。

一方で、会社設立時の当社社員は6名全員が銀行出身者または銀行からの出向者であり、前述通り仕入れや販売の経験がないことから、訪問先での生産や卸、小売に関する話題が全てと言ってもいいほど新たな発見の連続でもありました。

「ジャムなどの加工品は取り扱いやすいが故に参入が容易であり事業展開が難しい」「小売店を運営する場合、レジでの最大処理件数が売上の限界」といった販売に関するものや「加工品のもとになる農産品の生産人口の減少」「繁忙期の人手不足」といった生産農家の現状、また、当初は認識していなかったような作り手の存在など、事業計画の微調整や修正へのアイデア、新たな取り組みのヒントとなるようなお話を多数聞くことができました。この経験が現在の事業活動の大きな礎となっています。

<準備段階での気づき>

「なんばスクエア」でのフルーツ加工品販売に向けた準備を進めるなかで痛感したことがひとつありました。

それは自社ブランドを確立され、自社で相応



の販路をお持ちのメーカーは、できたばかりの当社が販路拡大のお手伝いをするにさほどの期待を持たれていないということでした。当社の理念や活動趣旨には賛同いただける一方で、本格的な活動を行っていない当社に大きな期待をすることはできないという至極当たり前の現実です。当社としましては、こうしたメーカーの方々からは教えていただくことばかりで「ギブアンドテイク」ではなくて「テイクアンドテイク」の状態であり、当社がお力になるには「時期尚早」であることが浮き彫りになりました。当社としても「自分たちにできることは何なのか」ということを改めて考えるよい機会となりました。

このように多くの方々からの助言などをいただき、日々の新たな気づきを通じて「今できること、すべきこと」として以下の点に取り組むこととしました。

- ① 商品の供給力に余力はあるが販路に課題を抱えているメーカーのお手伝い
- ② 市場（特に大阪圏内）にあまり流通していない特徴ある商品の紹介
- ③ 「ロカリスト」の名前を知ってもらうこと

<「なんばスクエア」店舗をオープンしてみよう>

準備段階でいろいろ気づきがあり少しずつ「今できること、すべきこと」が見えてきた「なんばスクエア」の拠点ですが、当初の4月29日の予定からコロナ禍の影響で約2か月遅れの6月24日に開店いたしました。

開店当初は和歌山県内の20を超えるメーカーから約80種類のジャムや蜂蜜などを仕入れさせてもらい、多品種の品揃えにより「フルーツ王国和歌山」のインパクトを感じてもらえればという期待をもってスタートしました。最初のうちは物珍しさもあり、この戦略が功を奏したかのように1日あたりに購入いただくお客様の数、売上金額、個数も予想以上の数字となりました。同時に、和歌山のフルーツや産地、

メーカーについても店頭でお尋ねになられることがあるなど一定の効果は得られたものだと感じていました。

しかしながら、開店後2週間を過ぎた頃から徐々に購入いただくお客様の数が減り始めるということになりました。いろいろな要因があるとは思いますが、「賞味期限が長い」というジャムの特性が回転率を低下させているのも一因ではないかと感じました。フルーツ加工品を通じた和歌山の魅力発信を続けながら、次なる商品展開、独自性の打ち出し方など新たな課題に直面した次第です。

ただ、そのなかでもリピーターが多く、開店から今に至るまで安定的に購入いただいている商品もあります。それが『レモンカード』です。

『レモンカード』は有田市でフランス料理店を営んでいた「喜多亭」様が製造する「プレミア和歌山」にも認定されている商品ですが、和歌山県外では期間限定の催事等を除いてどこにも販売されていませんでした。当社としても開店準備を進めるなかで商品ラインナップにバリエーションを持たせる必要があると考えていたこともあり、純粹に美味しい一方で知名度が高いとはいえない『レモンカード』の取扱いを決めました。そのなかで、特別感を出すとともに「ロカリスト」の名前を知ってもらうために「喜多亭」様とも話し合い、当社のPB（プライベートブランド）での製造を委託、PB商品として店頭での販売に至ったものです。

PB商品として店舗のセンターテーブルに陳列したこともありますが、多くのお客様に関心を持っていただき、現在まで店舗全体の売上金額、個数ともに約3割を占める商品となっています。

「今できること、すべきこと」の①②③の実現に近づくことができた事例であると考えていますが、現在は「第2のレモンカード」を創り出すために和歌山県内を駆け巡っているところであります。

3. 現在の活動と今後の構想

和歌山県産品の販路拡大のお手伝いとブランディングが当社事業の柱であり、「なんばスクエア」での販売事業以外にも幅広い取り組みが必要ですが、「今できること、すべきこと」の①を愚直に進めていくことがその原点であると考えています。

現在、障がい者の方々の就労支援施設にPB商品の製造を委託し、「なんばスクエア」で販売することも始めています。就労支援施設では、障がい者の方々のために職業訓練や職業のご提供を行っており、みかんジュースやゼリー、バウムクーヘンなど和歌山県の特産品を使った加工品も多数製造しています。丁寧な工程で製造された商品は一味違った特色があると考えており、こうした商品を広くご紹介することにより、就労支援施設の収益拡大を通じた障がい者の方々の就労環境向上という形で地域にも貢献できるとともにSDGsの取り組みにもつなげることができるのではないかと考えています。

就労支援施設とのコラボレーションは当初は全く思いつきもしなかったことですが、多くの生産者やメーカーの方々とお話をするなかで当社でお手伝いできることがあるのではないかと考えることができました。当社の活動は、地道に地域の方々と向き合い、地域で起こっていること、皆様が課題と思っていることをいかに多く発見できるかが鍵であると感じています。

また、「なんばスクエア」での対面販売だけでなく、特産品を幅広く知っていただくためには多様な販売機能、チャンネルが不可欠です。チャンネル拡大の一環として11月にはECサイトを開設いたしました(<https://localist-w.co.jp>)が、将来的には卸機能を有することも視野に入れる必要があるのではないかと考えます。卸機能については、受発注から商品保管、配送等物流面の体制整備が必要であり、実現には時間がかかるものと思われそうですが、できることから着手していきたいと考えています。

さらには、これまでの特産品販売を進めるための活動を通じて、耕作放棄地、空き家、空き店舗が深刻な問題となりつつあることも認識しました。このような問題に対しても、地域商社としてできることがないのかということを探求していきたいと考えています。

最後に、できたばかりの会社でありまだまだ力不足ではありますが、こんな会社があるということをもまずは覚えていただき、何かあればロカリストにお気軽にお声かけください。

今後ともよろしく願いいたします。



寄稿 3

EBPM（証拠に基づく 政策立案）に資する 統計データ利活用



総務省統計局・独立行政法人統計センター
統計データ利活用センター センター長

赤谷 俊彦

統計データ利活用センターについて

平成30年4月に和歌山県に「統計データ利活用センター」が開設され、3年半がたちました。

統計データ利活用センターでは、先進的なデータ利活用の拠点として、大きく3つの取組を行うこととしております。

1つ目は、高度で詳細な分析を実現するための「統計マイクロデータの提供」です。これにより、我々の持つ信頼性の高いデータがより多様に活用されることとなり、社会や経済の発展を生み出す新たな発見につながることを考えております。

2つ目は、「EBPM（Evidence Based Policy Making、証拠に基づく政策立案）やデータサイエンスに役立つデータ利活用の推進」です。地方公共団体においても、統計マイクロデータを始めとする、各種のデータを活用した課題解決の取組は、極めて重要となっております。これに対する支援や、共同研究、優良事例の横展開などを行ってまいります。

3つ目は、「データ利活用に関する人材育成」です。データから価値を生み出すことのできるデータサイエンティストの育成は、今日我が国の大きな課題となっております。我々としても、行政におけるデータサイエンス力の高い人材の育成や広く社会の統計リテラシーの向上に向けた取組を進めてまいります。

これらを推進することにより、国、地方、国民の合理的な意思決定の基盤の一翼をなすことが当センターの重要な意義となっております。

EBPMとは

さて、前項でも言及しましたEBPMとはどのような取組を指すのか、ご存じでしょうか？

EBPMとは、

- ① 政策目的を明確化させ、
- ② その目的達成のため本当に効果が上がる政策手段は何かなど、政策手段と目的の論

理的なつながりを明確にし、

- ③ このつながりの裏付けとなるようなデータ等のエビデンス（根拠）を可能な限り求め、「政策の基本的な枠組み」を明確にする取組

をいいます（EBPM 推進委員会 EBPM 課題検討ワーキンググループ取りまとめ（令和3年6月23日）（内閣官房行政改革推進本部事務局）を一部加工）。これにより、限られた資源を有効に活用し、国民により信頼される行政を展開することが期待されています。

従来の意思決定は、ややもすると、たまたま見聞きした事例や限られた経験をもとになされていました。いわば「エピソード・ベース」の立案で、これでは効果の分析が十分に行えません。これに対し、変化が生じた要因についての事実関係をデータで収集し、どのような要因がその変化をもたらしたかをよく考え、データで検証しようという動きが活発になっており、行政においてもここ数年でEBPMの名で重要視されてきています。和歌山県に統計データ利活用センターが開設されたのも、国・県ともその重要性を強く認識していることの表れであると認識しています。

では、エビデンスとは具体的にはどのようなものを指すのでしょうか。統計学を活用したビッグデータの分析ツールを開発・提供する企業である株式会社データビークルによれば、エビデンスにはレベルがあり、大きく分けて4～5段階に分かれます。皆様におかれても引

用しがちな有識者・専門家の意見は「権威の意見や理論」の段階に該当し、エビデンスとしては最もレベルが低いものとされています。レベルが低い順に「権威の意見や理論」、「事例報告」、「調査データの分析」、「ランダム化比較実験¹⁾」、「メタアナリシス²⁾」となっており、「調査データの分析」以降がデータの利活用が必要なエビデンスです。よって、EBPMを推進するためには、証拠となる統計等の整備・改善が重要であり、逆にEBPMを推進することにより、ニーズを反映した統計等が一層求められることになります。政策の改善と統計の整備・改善が有機的に進むことから、EBPMと統計の改革は車の両輪として一体的に進めていくことが必要なのです。

ビジネスにも役に立つ地方公共団体のEBPM推進事例

統計データ利活用センターでは、地方公共団体における統計データ利活用推進事業の支援として、統計データ利活用推進に係る研究、セミナーや研修会の開催、行政データ等と統計データを組み合わせた行政課題解決に資する取組などを推進しています。

そして、データ利活用・分析に関する優れた取組を行う地方公共団体を表彰するとともに、地方公共団体のためのデータ利活用支援サイト（Data StaRt：データ・スタート）で優良事例として取組内容を紹介しています。



地方公共団体のためのデータ利活用支援サイト（Data StaRt） <https://www.stat.go.jp/dstart/>

一例として、地方公共団体における統計データ利活用表彰（第4回）で総務大臣賞を受賞した「葉山町きれいな資源ステーション協働プロジェクト」をご紹介します。

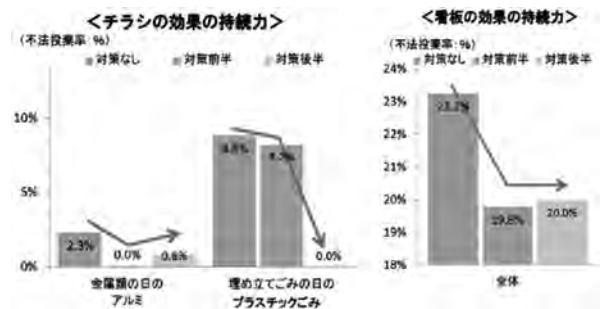
本取組は、町内にある資源ステーション（資源集積所）に取り残されるごみを無くすために取り組んだプロジェクトです。町内（自治）会との協働により、資源ステーションをモニタリングし、どのようなごみがどれだけ取り残されているかをデータ化し、分析を行いました。す



この取組は、ビジネスにおいてもマーケティングの手法としてそのまま応用が可能なものになっていると考えられます。すなわち、市場や顧客ニーズのモニタリングを踏まえ、広告や販促ツールの活用の効果をランダム化比較実験（もしくはランダム化比較実験の考え方をもとにしたA/Bテスト）の事例としてとらえると、大変興味深いのではないかと思います。

ほかにもData StaRtには多くの事例を紹介するとともに、「EBPM活用塾」として解説や演習を掲載しているため、是非お役立てください。

ると、モニタリングの結果から、要因は「不法投棄」ではなく「単純な分別間違い」や「収集後の後出し」と判明したのです。そのため、以降は分析を踏まえた仮説を立て、これに基づく対策として「チラシのポスティング」「『収集終了』看板の設置」を新たな対策として行い、その効果をランダム化比較試験にて測定しました。測定の結果、『収集終了』看板の設置が効果的であることが確認されたため、看板を町内の全ステーションに設置しました。



先進事例
「葉山町きれいな資源ステーション協働プロジェクト」
(モニタリング・検証のイメージ及び実際に配布したチラシの例)

統計データ利活用イベントのご紹介

統計データ利活用センターでは、Society5.0など新たな時代を見据え、データから価値を創造するデータサイエンス分野の人材育成やその実践を推進しています。

令和2年度においては、ビジネス活用を始めとして広く統計データの利活用を進めるため、ビジネスパーソンを対象とした統計オープンデータ（e-Stat、jSTAT MAP等）の活用に資するイベント「ビジネスパーソン向け統計データ利活用1dayセミナー」をweb開催しました。全国から約140名に受講いただき、大変好評

をいただいております。セミナーの様子は統計データ利活用センターのサイトに掲載されておりますので、ご覧いただけますと幸いです。

(<https://www.stat.go.jp/rikatsuyou/training/index.html>)

社会生活のあらゆる場面で統計データが利用されるようになり、統計データを正しく読み解く力が社会全体で必要となっていることを踏まえ、今後もビジネスやキッズも含め幅広い層の統計リテラシーの向上に関する取組を推進してまいります。

統計データが国民にとって合理的な意思決定を支える基盤であることに鑑み、統計データ利活用センターは今後も皆様に有用な情報を発信してまいります。各種ご相談にも応じておりますので、お気軽にご連絡をいただけますと幸いです。

(お問合せ先：総務省統計局 統計データ利活用センター data-rikatsuyou@soumu.go.jp)

i 治療などの介入効果を科学的に分析・推論する手法。対象者をランダムに2グループに分け、ある政策手段の対象とするグループ（介入群）と対象としないグループ（比較対照群）間の比較を行い、政策効果の分析・推論を行うこと。

ii 過去に行われてきた種々の研究を集積し、その分析結果に対する分析を行うこと。



寄稿 4

エル・スール～南へ



作家

吉村 喜彦

ぼくが生まれたのは 1950 年代半ば、南海沿線の泉大津という街である。

大阪と和歌山を結ぶその鉄道に、子どもの頃、「黒潮号」という「南紀直通特急」が走っていた。南海本線は和歌山市までなのだが、列車は国鉄に乗り入れて、紀勢本線を南に向かって走っていくという。

——和歌山のずっと向こうまで行くんだ……。

まだ見ぬ白浜や新宮というまちに憧れ、「黒潮」という言葉を知ったのも、そのときだった。なんて豪快でカッコイイ名前なんだろう。「黒潮号」は南海本線のふつうの特急よりも停車駅が少なく、ずっと速く走る。しかも、南海のシンボルカラーであるグリーンやライトグリーン of 電車ではなく、ダークブルーの客車で、とても目立っていた。

「黒潮号」以外にも、「きのくに号」という国鉄の準急も南紀直通で乗り入れていて、クリーム色と朱色の国鉄色の車両だった。こちらはディーゼルカー。走っていく音も電車とは違っていた。

鉄道好きの少年にとって、南紀直通列車「黒潮号」や「きのくに号」は特別な存在だった。あの列車に乗って、南に行きたい——そういう夢のような存在だった。

和歌山とのぼくの出会いは、ここからはじまっている。

* * *

思えば、はじめて夜光虫を見たのも和歌山。箕島沖にある初島の海だった。

高校一年生の夏休み。水泳部の仲間と一緒にキャンプに出かけ、初島でテントを張った。その夜、海で泳ぐと、水をかく腕や、水をうつ脚が、あやしく青白く光ったのだ。ぼくらは不思議なそのひかりに魅せられ、なぎさを走ったり、海の水をかけあつた。すると、青い炎がからだの周りで、鬼火のように音もなく燃えるのだった。

その数日後、大阪に帰って水泳の試合に出たのだが、海で泳いだせいか、からだ妙に重たく、みんなさんごんの成績だった。そして、泳ぐ自分のまわりに、あの青いひかりがなくて、妙に寂しかった。

いまから思えば、思春期のリビドーのひかりが、あの夜光虫の青白い炎だったような気がする。

* * *

なにより、ぼくにとって和歌山といえば、新宮生まれの作家・中上健次さんだ。

大学時代に、中上さんの著作『岬』や『枯木灘』など熊野サーガを読み、光と影にくっきりと彩られた物語に心ひかれた。『紀州 木の国・根の国物語』というルポルタージュにも感動した。中上さんが生まれ故郷の製材所や食肉センター、漁協などで土地の人たちや地霊の声を聞き取っていく。その姿に心打たれた。

その後、1986年、ぼくがサントリー宣伝部で働いていた頃、ひよんなことで中上さんと直接会うことになった。電通の営業部長から、当時電通にいた作家の新井満さん（中上さんとは同人誌『文芸首都』の仲間だった）と中上さんを紹介してもらったのだ。中上さんがおカネに困っていて、そのことを友人の満さんに相談し、満さんからサントリー担当の営業部長に話がきて、「じゃあ、サントリーの部長と担当者とお話しようか」ということになったのだと思う。ぼくは、その担当者だった。そんなこととはつゆ知らず、憧れの中上健次に会えるのだと、いそいそと店に出かけていった。

はじめて会った中上さんは、作品からの印象とはまったく違っていた。シャイで、繊細で優しい印象だった。新宿での酒を飲んでの暴力沙汰など、いろいろ聞いていたが、それは、きっとガラス細工のような中上さんのところを不用意に傷つけた人間が、殴られたのだらうと思った。熊のような大男を予想していたが、それも

まったく違っていた。背丈もぼくとそれほど変わらない。

中上さんは、はにかみながら名刺を出した。と、そこには「作家」ではなく、「ミュージック・プロデューサー」と書いてある。「どうして、ミュージックなんですか？」と訊くと、「文学は音楽なんだよ」中上さんがささやくような小声で言う。

なにより、その声が素敵だった。すーっと心のひだに入ってくるような、おいしい水のような声——ぼくが中上さんを好きになった瞬間だった。

宴が終わって、中上さんと新井満さんは、赤坂の夜の闇に消えていったが、ふたりのその後ろ姿がとてもスマートだった。あの姿を見たことが、ぼくの物書きの道への入り口だったのかもしれない。

* * *

それ以降、中上さんからちよくちよく会社で電話がかかってきては、新宿二丁目に飲みにつれていってもらった。よく飲んだのは、「西武門」という沖縄料理屋。石垣島生まれの女将がやっている店で、そこでこたま泡盛を飲んでカラオケに行ったり、サウナで夜を明かしたりした。

韓国・ソウルにも行き、サムルノリというパークッション・バンドの練習所を訪ね、サントリーホールでのライブ出演を、ふたりで依頼したこともあった。新宮の実家で、『枯木灘』に登場する中上さんのお母さんの茶粥を食べさせてもらったときは、感動した。

都はるみさんを主人公にした小説『天の歌』の出版記念パーティーも、担当させてもらった。那智勝浦の仕事場に泊めてもらい、補陀洛渡海ふだらくとかいのことを教えてもらったこともあった。

数えきれない思い出が、中上さんと知り合ってから六年間にある。「お前は、ひとが着ている袴かみしもを脱がす天性がある」と褒めてくれ、弟

のように可愛がってもらった。

当時、ぼくは文学周りの人間ではなかったから、たぶん、要らぬ緊張感をもたずに接することができたのだろう。

* * *

中上さんから教えてもらったことはたくさんある。

なかでも、いちばんは、「南」や「ボーダー（境界）」の魅力でないか。

泡盛に開眼したのも、中上さんと「西武門」で飲みはじめてからだ。女将とは中上さんが亡くなってからも長くつきあわせていただいた。（残念ながら、女将も他界された）

サントリーを辞めて独立したぼくは、小説もノンフィクションも書いているが、モチーフとして沖縄やボーダーは欠かせない。いちじは沖縄に年に五、六回往復し、おかげで多くの友だちができた。ぼくの出身地＝大阪と同じくらい、たいせつな土地になっている。

拙著『ウイスキー・ボーイ』という小説を書く際に、補陀洛渡海のことをあらためて調べると、なんと那智勝浦から沖縄に漂着した僧が二人いた。沖縄本島の西原に着いた禅鑑と、金武ぜんかん きんにたどりついた日秀にっしゅうだ。黒潮の流れに逆らって、よくぞ生きて沖縄まで到着できたものだ。

那智勝浦にある補陀洛山寺で、復元された補陀洛渡海の舟も見したが、全長6メートルほどの小さな舟だった。わずかな食糧と灯油を積み、横になるのがやつの船室は、逃げ出さないように釘が打たれた。「漂流する棺桶」にのって、僧たちは、南の海にあるといわれる観音浄土に旅立った。

禅鑑と日秀は、現世と来世のボーダー（あわい）に身をおきながら、南へ、南へと、黒潮を上ったのである。

* * *

日秀は、漂着した金武に観音寺を創建。境内

には巨大な鍾乳洞があり、いま、その鍾乳洞の一部では泡盛の古酒（ケース）が貯蔵されている。ぼくもそこでケースを預かってもらったことがあるが、鍾乳洞のなかは、まさに「根の国」だった。泡盛は、闇のなかで熟成を重ねていくのだ。

しかし、その闇は、来世へのひかりに満ちた、充実した闇である。泡盛（酒）は、現世と来世のあわいを旅しているのだ。

老子は「衆妙の門は玄なり（すべての根源は闇である）」と書いている。

中上さんは、熊野を「光と闇が瞬時に入れかわる世界＝光が闇であり、闇が光である世界」として繰り返し描いた。浄土とはまさにそういう世界でないか。

「きのくに」とは「気の国」。たましいの国のことだ。

「ねのくに」とは「根源の国」。

たましいの充ち満ちた根の国＝紀州は、また、闇の国であり、光の国である。矛盾を包摂し、死と再生をつかさどる土地。その闇は、根源へと、天へと通じている。

紀州熊野のひと＝中上健次は、そう、ぼくに教えてくれている。

アンケートの設問間の 関係を分析する

(一財)和歌山社会経済研究所 主任研究員

長谷川 強

1. はじめに

通常、アンケートを行うときには複数の設問の項目があり、項目に対する回答は相互に関連があるという可能性を想定する。特に、注目している項目の回答結果には、その要因や要素として他の回答に求めようとする、ということがよくある。

そのような場合は、クロス集計表を作って2つの項目の関連を評価する。ところがそれは意外に難しい。2つ項目 A,B の回答が共に「はい」「いいえ」の二者択一であり、A が「はい」なら B も「はい」、A が「いいえ」なら B も「いいえ」、というような傾向が明らかである場合(表 1.1) はよいが、それが微妙な配分の場合(表 1.2) に関連がある、もしくはないと言い切ることに躊躇することが少なくない。また、回答が3つ以上の場合にはますます評価が困難になる。(こういったクロス集計表を評価するには「カイ二乗検定」という手法があるが、ここでは割愛する。)

さらに、クロス集計表はあくまで2つの項目間の関係だけの評価に留まり、3つ以上の項目の関係性を評価しようとする、2つのときと比べて一層複雑で項目数の多い表(表 1.3) となり、評価が難しくなる。

これらの課題を解決する手法として、多変量解析の一つである数量化理論を用いる。

表 1.1 評価が容易なクロス集計表の例

項目 A \ 項目 B	はい	いいえ
はい	80	10
いいえ	5	40

表 1.2 評価が容易でないクロス集計表の例

項目 A \ 項目 B	はい	いいえ
はい	40	25
いいえ	30	35

表 1.3 3 設問のクロス集計表の例

項目 A \ 項目 C	はい			いいえ		
	良い	ふつう	悪い	良い	ふつう	悪い
はい	10	25	5	30	20	10
いいえ	30	35	10	10	10	10

(数値はサンプル数、以下同じ)

2. 数量化理論

2.1. 数量化理論とは

「数量化理論」とは、非常に大雑把に言うと、回答に数値（点数）を割り付け、その値の大小や合計値で事象を説明しようとする理論である。

本稿では、実際のデータに数量化理論を適用して、その特徴や留意点を述べる。そのデータはある地域で行った観光動態調査であり、その調査項目の一つである観光客の全体的な満足度（以下「全体満足度」という）と他の設問項目との関連を分析することをテーマとする。

このように「満足（した・しなかった）」のような「質的データ」を判断基準（数量化理論では「外的基準」という）として、「個別項目の回答」のような「質的データ」を数量化する手法は、「数量化Ⅱ類」と呼んで区別している。

2.2. 数量化の流れ

ここでは、各項目の回答に点数付け、言うなれば配点を行い、その回答の有無で合計値を求めて、全体満足度の満足「した」「しなかった」を判定できるようにすることを目的とする。例えば、「景観・雰囲気良かったか」という項目に対して「はい」に 1 点、「いいえ」に -0.5 点、というように配点し、各回答者における各項目の合計値で全体満足度の「した」「しなかった」の判定が出せるようにする。

3. 実データへの適用

3.1. 個別の満足度との関連

3.1.1. 分析対象の概要

計算の元となる理論及び数式化の過程は専門書に譲ることにして、本稿では数量化Ⅱ類が実用的に使えるか、分析対象に実データを用いて検証する。

アンケートは、全体満足度を含めた 9 項目について、満足度を 6 段階で回答する形式である。これらの回答それぞれに配点を行い、合計値を算出する。ある回答者 A の配点例を表 3.1 に示す。表中の○印が A の回答箇所であり、その合計値で判定することになる。

表 3.1 ある回答者 A の配点例

項目	非常に満足	やや満足	ない どちらでも	やや不満	不満	わからない	(無回答)
満足度-景観・雰囲気*	2.04				△10.97		
満足度-宿泊施設	4.29	13.95	△64.49	△98.25	0.00	△2.40	△2.55
満足度-おもてなし	5.78	5.80	△10.84	△39.39	4.48	4.48	0.89
満足度-特色	12.61	8.81	△9.81	△31.59	1.22	1.22	△8.71
満足度-旅行前情報	7.11	1.63	△12.59	7.32	△2.58	12.23	0.74
満足度-旅行中情報	△8.74	△6.52	8.45	23.07	△7.48	△12.30	2.51
満足度-飲食	5.12	13.95	△53.10	△101.15	△150.22	13.40	21.20
満足度-買い物	4.87	5.19	△3.28	△31.00	0.00	△4.26	△11.60
配点(○印)の合計値	△124.87						
全体満足度(実際の回答)	満足しなかった						

*分析の都合上、2 値とした。

なお、判定の対象とする全体満足度は「大変満足」「やや満足」と回答したサンプルを「満足した」とし、それ以外（「わからない」、無回

答を含む）を「満足しなかった」というように 2 値に置き換える。A の場合は「満足しなかった」である。

ひとまずこの配点をふまえた上で、全回答者の配点の合計値を表すグラフを図 3.1 に示す。グラフの折れ線のデータは以下の流れで作成した。

- 全体満足度「満足した」「満足しなかった」で回答者のグループを作る。
- 「満足しなかった」回答者を満足度の合計値の数値の小さい順に並べる。

- 小さい順に並んだ回答者の順位（全数を 1 としたときの割合）を縦軸に、回答の合計値を横軸に折れ線を作成する。
- 「満足した」回答者を数値の大きい順に並べる。
- 大きい順に並んだ回答者の順位（全数を 1 としたときの割合）を縦軸に、回答の合計値を横軸に折れ線を作成する。

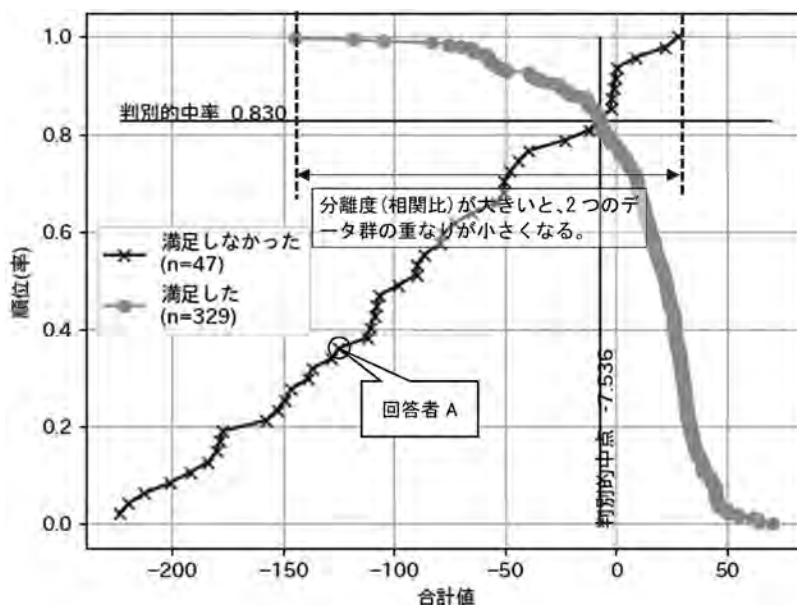


図 3.1 回答者の配点合計値と回答者順位（率）の関係（プロット図）

3.1.2 判定の精度

このグラフを作成することで、2つの折れ線の交点が、回答者の満足度の合計値で「満足した」「しなかった」を判断する境目、と考えることができる（「判別的中点」という）。この境目から右にある、すなわち合計値が大きい回答者は「満足した」グループの判定が成功となる。一方、境目から左にある（合計値が小さい）回答者は「しなかった」グループの判定が成功となる。

同時に、交点より下の回答者は「満足した」「しなかった」の判定がいずれも成功していることから、交点における順位（率）の値を「成功率」ということができる（「判別の中率」という）。

判別の中率は高いに越したことはないが、そ

もそも2つの折れ線の重なりが小さければ自ずと判別の中率は高くなる。この重なり（の小ささ、言うなればグループの「分離度」と連動する数値として「相関比」というものがある。相関比は0と1の間であり、大きいほどグループ分けがうまくできている、と言える。

本稿の例では判別の中率は0.830と0.75を超えておりそこそこの精度があると言えるが、相関比は0.486と0.5を下回っており、この点ではあまり精度が良くない結果となった。

3.1.3. 満足度の判定に対する項目及び配点の影響

配点の合計値と配点の関係に着目すると、配点（合計値）が大きいほど「全体的に満足した」と判定さ

れるようになっている。したがって、項目における配点の最大値と最小値の差（「配点差」）は、

回答者の合計値を左右することから、判定との関連度とみなすことができる（表 3.2）。

表 3.2 個別の満足度の配点差

項目\回答	非常に満足	やや満足	どちらでもない	やや不満	不満	わからない（無回答）	配点差
満足度-景観・雰囲気*	2.04				△ 10.87		13.01
満足度-宿泊施設	4.29	13.95	△ 54.49	△ 98.25	0.00	△ 2.40	△ 2.55
満足度-おもてなし	5.78	5.80	△ 10.84	△ 39.29	4.48	4.48	0.89
満足度-特色	12.61	8.81	△ 9.81	△ 31.59	1.22	1.22	△ 8.71
満足度-旅行前情報	7.11	1.63	△ 12.09	7.32	△ 2.58	12.23	0.74
満足度-旅行中情報	△ 8.74	△ 6.52	8.45	23.07	△ 7.48	△ 12.30	2.57
満足度-飲食	5.12	13.95	△ 53.10	△ 101.15	△ 150.22	13.40	21.20
満足度-買い物	4.87	5.19	△ 3.28	△ 31.00	0.00	△ 4.26	△ 11.60

※分析の都合上、2値とした。

この表から、「満足度 - 宿泊施設」「満足度 - 飲食」は配点差が大きく、他の項目と比較して全体満足度の判定との関連度が大きいと言える。なお、「満足度 - 旅行中情報」については、全体的な満足との相関が非常に微妙なため、配点の計算結果は直観と逆になっている。一方で配点差は小さく、全体満足度の判定との関連度の小ささが反映されている。

結果への影響は小さい、という事象が発生している。これは、「多重共線性（マルチコリニアリティ、multicollinearity）」と言われる。分析ではどちらか一方を除外して多重共線性を切り離す。

表 3.3 相関関係にある項目での配点

項目\回答	触れた	触れなかった	配点差
史跡名所1	△ 43.26	15.04	58.29
風景2	57.29	△ 20.19	77.48

項目の組合せ	配点の合算	サンプル数 (全体の割合)
両方触れた	14.03	25.8%
両方触れなかった	△ 5.16	73.9%
風景2だけ触れた	72.33	0.3%
史跡名所1だけ触れた	△ 63.45	0.0%

3.2. 他の設問との関連

3.2.1. 観光資源

全体満足度との関連があるものとして、観光資源に触れる機会を挙げることができる。ここではそれらとの関連を分析する。

アンケートでは、史跡・名所、飲食店、物販店、みやげ物、文化・自然体験などの観光資源を選択肢として列挙し（「その他」を含む全73種類）、触れたものがあれば選択する（複数可）という形式で回答していただいた。回答は各観光資源1つにつき「触れた（行った、買った、体験したなど）」「触れなかった」の二者択一となる。

3.2.2. 多重共線性

「史跡名所1」と「風景2」については、配点がそれぞれ逆転した値となっている（表 3.3）。データを確認したところ、「風景2」を訪れた人の99%（=25.8/（25.8+0.3）*100）が「史跡名所1」を訪れていた。その結果、配点差は大きいですが、回答者ごとに配点を合算した

3.3. 全体的な関連

観光資源、個別の満足度に回答者属性（年齢・性別、出発地など）を加え、改めて分析した結果として、設問の配点差における上位10項目を表 3.4 に示す。ここから、各回答との相対的な関連度の差を知ることができる。たとえば、「満足度 - 宿泊施設」と「満足度 - 飲食」の配点差は満足度以外の他の回答に比して大きく、表 3.2 における分析と同じ傾向である。ここから、「全体満足度は飲食、宿泊施設と関連が最も高く、他の要素との関連は相対的に小さい」ということができる。なお、判別率の中率は0.899とまずまず、相関比は0.532で一応の精度を確保した。

表 3.4 全体的な項目の配点差 上位 10 項目

項目	非常に満足	やや満足	どちらでもない	やや不満	不満	わからない (無回答)	配点差
満足度-飲食	7.17	13.41	△ 48.47	△ 87.72	△ 132.33	1.96	17.35
満足度-宿泊施設	9.25	25.87	△ 56.32	△ 79.72	0.00	△ 121.15	△ 11.87
満足度-特色	11.34	9.52	△ 5.84	△ 39.47	△ 131.4	△ 131.4	△ 8.08
満足度-おもてなし	3.37	4.23	△ 8.00	△ 36.34	1.87	1.87	7.23
満足度-買い物	5.47	9.03	△ 7.14	△ 31.63	0.00	△ 15.27	△ 11.87
満足度-旅行中情報	△ 0.03	△ 7.90	9.38	18.83	10.16	△ 12.63	△ 0.96
温泉5	行った △ 19.02	行かなかった 5.64					
出発地	南大阪 12.53	北大阪 2.99	県内 △ 8.87	近畿 △ 10.48	その他 △ 3.25		
年齢	30代以下 14.97	40代 △ 2.19	50代 0.63	60代 △ 7.07	70代以上 2.90		
旅行の主目的	温泉 4.99	宿泊 △ 13.95	飲食・買い物 △ 6.66	その他 △ 4.63			

一般的に、説明変数を増やせば増やすほど判別の中率及び相関比は増加する。ただし、計算の所要時間は加速度的に長くなること、変数間に相関があると多重共線性が発生して、各回答と全体満足度の関係を判断することが難しくなることなどのデメリットも生じる。

4. まとめと今後の課題

以上のことから、アンケートを全体的に分析、評価する手法として数量化理論（Ⅱ類）が実用面から適用が可能であることを明らかにすることができた。一方で、多重共線性とそれに伴う説明変数の選び方など注意すべき点があることも明らかになった。

説明変数の選び方に関して実務においては、説明変数の追加・削除、再計算、他の説明変数への影響をチェック、という作業の繰り返しになる。このプロセスに、改善の余地があると考ええる。

それらをふまえながら、クライアントにより良い情報を提供できるよう、今後も研鑽に努めたい。

参考文献：

- 涌井良幸、涌井貞美「多変量がわかる」技術評論社,2016
- 菅民郎「多変量解析の実践（下）」現代数学社,1993

酒井隆「図解 アンケート調査と統計解析がわかる本 [新版]」日本能率協会マネジメントセンター,2015

岡本安晴「いまさら聞けない Python でデータ分析」丸善出版,2019

堀田敬介「判別分析・数量化Ⅱ類・数量化Ⅲ類」,文教大学 Hotta Lab. 講義資料 最新版資料 倉庫 (https://www.bunkyo.ac.jp/~hotta/lab/courses/2003seminar/ch4-4_5_hotta.pdf)

福井正康・細川光浩「社会システム分析のための統合化プログラム7 — 多変量解析 —」福山平成大学経営学部紀要 (<https://www.heisei-u.ac.jp/ba/fukui/pdf/analysis7.pdf>)

研究成果報告 2

関係人口創出による 地域活性化と まちづくりのあり方

(一財) 和歌山社会経済研究所 研究員

春木 吉彰

はじめに

わが国の人口減少は、とりわけ地方において、少子化による自然減少だけではなく、人口流出による社会減少もあり、深刻化の一途をたどっている。東京一極集中の是正に向けた「定住人口」増加を目指す地方創生策についても行き詰まりをみせているといっても過言ではない状況である。

そんな中、長期的な「定住人口」でも短期的な「交流人口」でもない「関係人口」という新たな考え方が注目されており、関係人口創出・拡大の意義と地域活性化の可能性について考察したい。

1. 関係人口とは

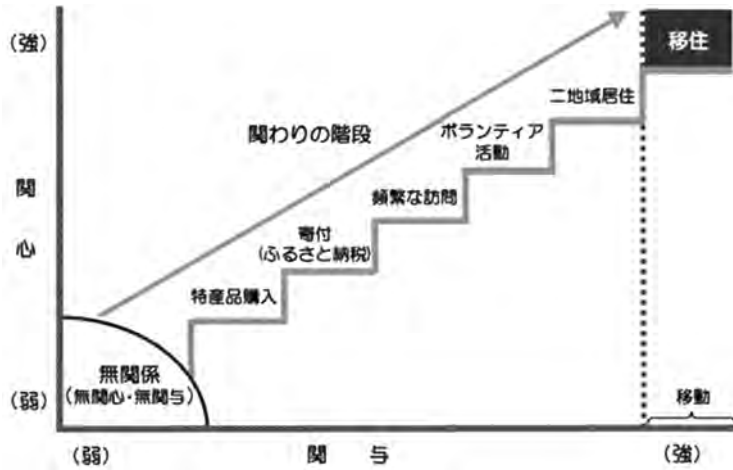
「関係人口」とは、その土地に住んでいる、もしくは移住した「定住人口」でもなく、また観光などで訪れた「交流人口」でもない、居住地とは違う地域を行き来して、地域や地域の人々と多様に関わる人々のことを指している。

「関係人口」の取組は「交流人口」（狭義の意味での観光）と「定住人口」（心理的にハードルの高い移住）の間、すなわち地域との多様で継続的な関わり方を考える取組として捉えられている。いわゆる「地域のファン」を増やすことであり、地域の課題解決にも関わってもらえる地域外の人々とのネットワークをひろげることだといえる。概念的に広範に及ぶ関係人口は、その形態も多種多様であり、様々な特性を持っている。

関係人口の議論や政策形成に深く関与している明治大学農学部の小田切 徳美 教授は、「関心」（意識）を縦軸、「関与」（行動）を横軸として関係人口の諸形態を位置付ける「関わり の 階 段」を提起している【図表1】。

また近年は、若者を中心としたライフスタイルの多様化やネット社会の進展により、働き方や働く場所も大きく変化しており、都市住民の中には、従来の大都市志向から農山漁村地域へ

図表1 関係人口の諸形態



資料：『「関係人口論」とその展開』小田切 徳美 (H29 (2017) 年国土交通省国土審議会計画推進部会第6回住み続けられる国土専門委員会資料)

の志向がひろがる傾向もみられる。

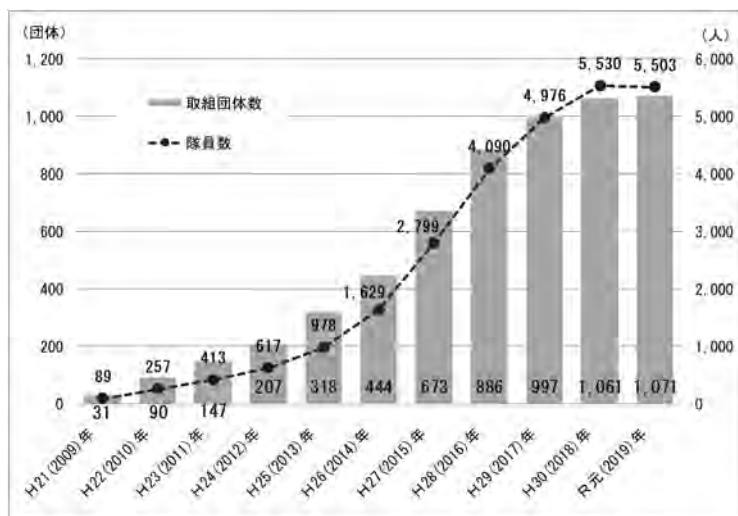
ある特定の地域に想いを寄せる地域外の人材との継続的かつ多様なネットワークを形成する中で、地域へ貢献する人材へと導くことが重要であり、ひいては地域外の人材による知恵、労力、資金などの提供が地域内の動きと結びつき、地域の活性化につながるものとする。

「関係人口」の概念は、従来の「都市か農村か」という二者択一的な考え方に変化をもたらした点に大きな意義があり、都市部と地方は対立する存在ではなく、相互補完関係にあり、多様な関わり方が存在するということがいえる。

2. 関係人口のひろがりと重要性

少子高齢化に加え、東京一極集中、地方の衰退が進む中、地域における担い手（人材）不足が大きな課題とされている。地域住民主体のまちづくりから、地域住民と行政等各主体の連携が進み、さらにはNPOや民間企業など地域内でのまちづくりの主体についても多様化してきている。地域主体の多様化に関しては、総務省がH21(2009)年度から「地域おこし協力隊※」制度を導入し、過疎地域の担い手不足を補うものとして、地域外からの人材確保の取組が進んできた【図表2】。

図表2 地域おこし協力隊の取組団体数と隊員数の推移



※【地域おこし協力隊】

都市地域から過疎地域等の条件不利地域に移住して、地域ブランドや地場産品の開発・販売・PR等の地域おこし支援や、農林水産業への従事、住民支援などの「地域協力活動」を行いながら、その地域への定住・定着を図る取組。活動期間は概ね1年以上3年以下であり、地域おこし協力隊取組自治体に対し、隊員の活動に要する経費等について、特別交付税措置を講じている。

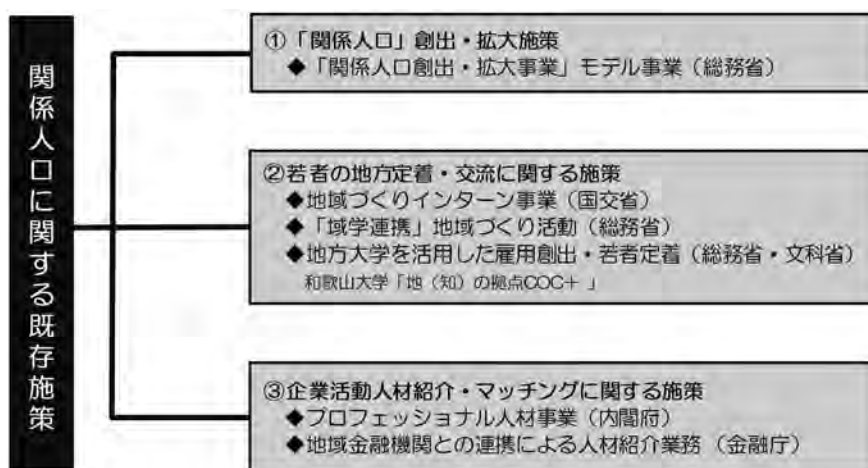
資料：総務省「地域おこし協力隊の概要」を基に作成 (H26 (2014) 年以降の隊員数は、名称を統一した「田舎で働き隊 (農林水産省)」の隊員数と合算したもの)

しかしながら隊員数をR6（2024）年度に8,000人程度に増員するという政策目標が掲げられたこともあり、自治体間では隊員の獲得競争のようなことが起こるケースもあるといわれる。これでは、「地域にどのような人材が必要なのか」、また「将来どのような地域にしたいのか」というビジョンを描けないまま、人数を確保しているに過ぎない。人口減少、地域コミュニティ・地域経済の衰退を阻止するために、自分が住んでいる場所以外の地域と関係を持ち、その地域の新たな担い手を育む一つのあり方として「関係人口」に基づく議論や関連付けた政策の展開が一層みられるようになっている。

3. 関係人口に関する既存施策

H27（2015）年度から取組が進められてきた「まち・ひと・しごと創生総合戦略」では、少子化対策や地方圏から都市部への人口流出の抑制を政策目標に掲げてきた。いくつかの地域では、特徴的な事例や効果がみられるものの、地方圏から都市部への転入増加に歯止めをかけるまでには至っていないのが現状である。関係人口を維持・増加していくための既存の施策としては、【図表3】で示したように3つの主要な方向性でそれぞれ事業展開されている。

図表3 関係人口に関する既存施策の展開について



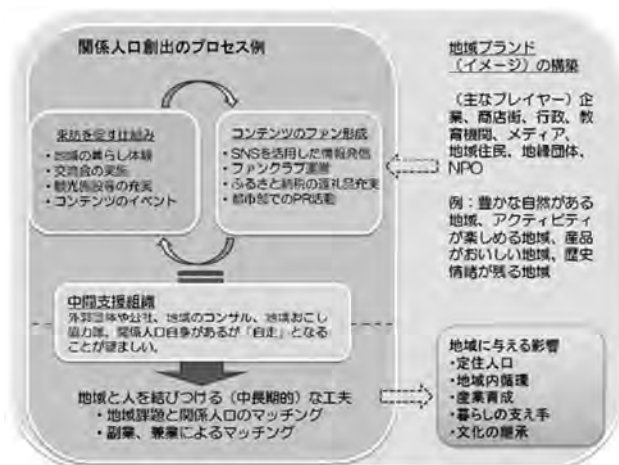
4. 関係人口をきっかけとした地域活性化への手がかかり

「交流人口⇒関係人口⇒定住人口」というステップを想定した場合、各ステップで求められる対応が多様で異なるということが重要なポイントである。関係人口の創出に向けてのコンセプト【図表4】は多様かつ広範囲であるが、普及においては、理論よりも現場での実践が先行する分野だとおもわれる。現場では、自らの取組が知らず知らずのうちに関係人口と密接に関わっているということが少なくない。関係人口の確保においては、人数的な確保だけでなく、

ターゲットとなる人材・層を明確にし、それぞれのニーズに沿ったイベントの開催や情報発信等による質的な確保、募集方法の工夫、チャンネル（経路）の多様化を進めることが必要である。

地域側にとっては、産業振興や社会的課題の解決、地域活性化につながるものであるが、人材側にとっては、自らの夢の達成や新たなライフスタイルの確立等に意義がある。イベントやまちの情報発信だけでなく、実際に関係人口となった人材や関係人口から定住人口へと転換した人材の人物像及びリアルな生活に関する情報を発信することにより、まちの「良さ・暮らし・

図表4 関係人口の創出に向けてのコンセプトのイメージ



資料：『関係人口に関する自主調査結果第4回「関係人口」創出に向けた取組みの状況(2)～「関係人口」モデル事業』の各市町村の取組～(株)インテリサーチ 公共サービス事業部ソーシャル事業推進部

しごと」を実感してもらうことが重要である。関係人口を「サポーター」「プレイヤー」「チャレンジャー」といった階層に分類したり、関心の度合いを「雑誌やSNS等による情報発信」～「移住」というように段階分けをしている事例もある。地域への想いや関心度は一様ではないため、情報発信やイベント開催、サポート体制の分類化や整備も一層求められるところである。

関係人口から定住人口への移行にあたっては、移住者の不安や疑問を払拭し、移住後の生活をイメージできるように、先駆者によるサポート支援体制の果たす役割が大きい。単なる移住時の住まいの確保への支援等にとどまらず、移住後の起業や地域住民との交流等の支援が重要である。

関心や賛同は得られるものの、資金面での課題がみられる事例もある。費用負担の大きいインフラ整備や初期投資には、ふるさと納税制度のクラウドファンディングの活用や運営における資金循環の仕組みを構築することも重要である。情報発信と合わせ、寄付やファンディング等の資金確保の仕組みを構築することは、関係人口創出に相乗効果をもたらすものといえる。

活動のひろがりへの対応・意思決定・責任の明確化という観点からすると、「法人化」によ

る組織運営も有効な手段のひとつである。NPO法人や一般社団法人などの非営利組織、また収益性や運営の独立性向上のために株式会社化を推奨する事例もみられる。

5. 関係人口創出による地域活性化の可能性と未来

地域の活性化において、「地域をどう変革させていくか」、「地域の良さや特性をどう活かしていくか」が今後の重要課題である。どの地域にも、気候や文化・歴史等他地域とは違った特色や特徴があり、利用されずに眠っていた資源や資産が、新たな価値を生み出す可能性を秘めている。

地方創生のトレンドでもある「地域特性を活かした持続可能なまちづくり」の特徴的な事例を参照し、和歌山県における今後の関係人口創出の手がかりと可能性について考察したい。

事例①「サーフィンのまち×ショートパンツ特化ブランド<宮崎県>」はサーフィンやマリンスポーツのニーズと地域の気候や特色に合わせ、オリジナル商品を作り発信することで地域ブランド力の向上に寄与している例である。ブランド『Short pants every day』の創業者は、宮崎が持つ「観光」と「マリンスポーツ」という切り口から「新しいファッションスタイルを

事例①「サーフィンのまち×ショートパンツ特化ブランド<宮崎県>」



『Short pants every day』は、サーフィンのまちである宮崎県発のショートパンツに特化したブランド。宮崎の気候やマリンスポーツの需要に合わせたアイテムで地域経済に貢献し、地元の人が地域に愛着や誇りを持つようなブランディングを展開しており、インスタグラム等SNSを通じてスタイリッシュな地方創生のあり方を演出している。

資料：『Short pants every day』ブランド オフィシャルサイト

日本全国に発信して、「地元でポジティブな風を吹かせたいというおmoi」からブランド立ち上げに至ったという。和歌山県においても、リバーレジャー（カヌーやラフティングなど）に適した河川、本州最南端のダイビングスポットとして親しまれている串本の海等、スポーツアクティビティやアウトドアのフィールドとなり得る豊かな自然環境を有しているという特徴と

優位性がある。今あるもの（地域資源）に違う角度から目を向け、発掘されていなかった価値を見出し活用することで、地域に関わる新たな人の流れ「関係人口」を生み出す可能性が秘められているのではないかと考える。

事例②「地域特性×民泊の可能性<徳島県>」



農家民宿レストラン『きのこの里』 「美郷流マクロビオティック^{*}料理」

※【マクロビオティック】穀物（玄米等）や野菜などが中心の日本の伝統食をベースとした食事法

過去20年以上にわたり人口減少が続いている徳島県は、地域活性化に向けた観光政策や関係人口づくりの一環としてさまざまな民泊を展開している。農家民宿レストラン『きのこの里』は地元の農業文化（地産地消）を存分に味わえる農家民宿として、昨今の健康志向の高まりもあり、注目されている。

資料：『持続可能な地方創生を実現する、地域特性を活かしたまちづくり事例5選』IDEAS FOR GOOD Business Design Lab Editorial Team

事例②「地域特性×民泊の可能性<徳島県>」であるが、吉野川市美郷の農家民宿レストラン『きのこの里』は、「美郷流マクロビオティック料理」と銘打った「地産地消」の食事を一番の売りにしており、地域が持つ文化や歴史を活かし、その土地ならではの体験として提供することで付加価値を高めている。さらには、観光客やゲストとの交流がオーナーご夫婦にとっての生きがいにもつながっており、民泊を通じて観光客だけではなく地元で暮らす人々も幸せにな

るスタイルを追求している点が特徴的である。古くからある伝統的な地域資源をそのままコンテンツとして提供することで、大きな投資をせずとも地域に新たな活力をもたらしている良い例ではないかと考える。また、空家等を地域資源として捉え、体験型観光における宿泊施設への積極的な有効活用をすすめ、地域活性化につなげたいとする自治体の思惑とリンクする部分も多いと感じた。

魅力的かつユニークな宮崎県及び徳島県の取

組事例であるが、現在は新型コロナウイルス流行の影響により、観光客や宿泊客の往来が停滞しており、非常に残念な限りである。

おわりに ～新たな感染症対策・生活様式を踏まえた関係人口創出に向けて～

新型コロナウイルス感染症が猛威を振るう中、各地でイベントや行事の自粛が余儀なくされ、「関係人口」とされる人々の活動も停滞せざるを得ない状況であるが、一方で、ICT等通信技術を活用したリモート形式の交流も徐々に広まりつつある。移動や交通の負担がある種ハードルとなり、地方との交流に躊躇していた人々にとって、現地に実際に赴くことなくリモート形式で地域との交流ができるということになれば、関係人口としての新たな層の掘り起こしにつながるかもしれない。この流れにより、「リモート交流」も関係人口の一つのスタイルとなり得るのではないだろうか。

ただ、「リモート主体の関係人口」が一般化し、より多くの地域と交流できるとなると、地域への愛着や所属意識といったものが従来よりも希薄になってしまうのではないかと、という懸念もある。今後の地方創生においては、コロナ禍により従来と変わったこと、また変わらなかったことを見定め整理し、施策や取組に反映させていくことが必要であると考えられる。

これまで経験のない全国的な大災害ともいえるべき新型コロナウイルス感染症であるが、浮き彫りとなった課題（医療体制のキャパシティの問題・都市部と地方の社会的な分断等）が克服され、都市部と地方が共生できる強固で柔軟な社会の形成につながることを切に願うところである。

参考文献・引用文献

- ◆総務省 HP
- ◆国土交通省 HP

- ◆内閣官房・内閣府 総合サイト
- ◆文部科学省 HP
- ◆『関係人口の創出・拡大による地方創生の推進に関する調査研究』（一社）中国経済連合会 2020年3月
- ◆『関係人口に関する自主調査結果 第1回「関係人口」を取り巻く状況整理と、人口の総量』(株)インテージリサーチ
- ◆『「関係人口論」とその展開』小田切 徳美 (H29 (2017) 年国土交通省国土審議会計画推進部会第6回住み続けられる国土専門委員会資料)
- ◆『「関係人口」とは？～観光でも定住でもない地域の新たな戦略～』JTB 総合研究所 主席研究員 吉口 克利
- ◆『人口減少社会における関係人口の意義と可能性』作野 広和
- ◆『地方創生と関係人口』大阪産業経済リサーチ&デザインセンター 主任研究員 山本 敏也
- ◆『「地域おこし協力隊」が抱える根本的矛盾』木下 斉 ダイヤモンド・オンライン 2018年12月19日
- ◆『地方創生の促進が期待される「関係人口」の拡大』GLOCAL MISSION Times 亀和田 俊明 2019.12.30
- ◆『関係人口に関する自主調査結果 第4回「関係人口」創出に向けた取組みの状況(2)～「関係人口」モデル事業』の各市町村の取組～』(株)インテージリサーチ公共サービス事業部ソーシャル事業推進部
- ◆月刊事業構想 2020年7月号『日本は「低密度居住社会」へ感染症が可視化した一極集中のリスク』小田切 徳美 (明治大学 農学部教授)
- ◆『持続可能な地方創生を実現する、地域特性を活かしたまちづくり事例5選』IDEAS FOR GOOD Business Design Lab Editorial Team 2020年8月30日 国内外の事例コラム
- ◆『Short pants every day』ブランド オフィシャルサイト
- ◆『農家民宿レストラン「きのこの里」』HP
- ◆『コロナ禍のもとでの第2期地方創生「地方への新しいひとの流れ」は生じるか』JA 共済総合研究所 主席研究員 木下 茂

経 済 指 標

「ウィズコロナ」における 企業の取組事例

～ 商業事業者を中心に ～

(一財) 和歌山社会経済研究所 研究員

藤本 迪也

1. コロナ禍の状況 (2021年10月上旬)

○ 感染者数の減少

新型コロナウイルスの変異株(デルタ株)の感染拡大により、日本国内では7月下旬以降、新規感染者数が急増し、8月下旬には1日の新規感染者数が2万人を超えた(感染「第5波」)。ワクチン接種が進む中で、65歳以上の高齢者への感染は減少したものの、10代～30代での感染が増加した。ただし、9月に入ると、感染は収束に向かい、9月30日には、東京都など19都道府県に発出されていた緊急事態宣言が解除された。その後も、国内の新規感染者数は減少を続け、10月10日には4日連続で1,000人を下回った(2020年11月以来、約1年ぶり)。

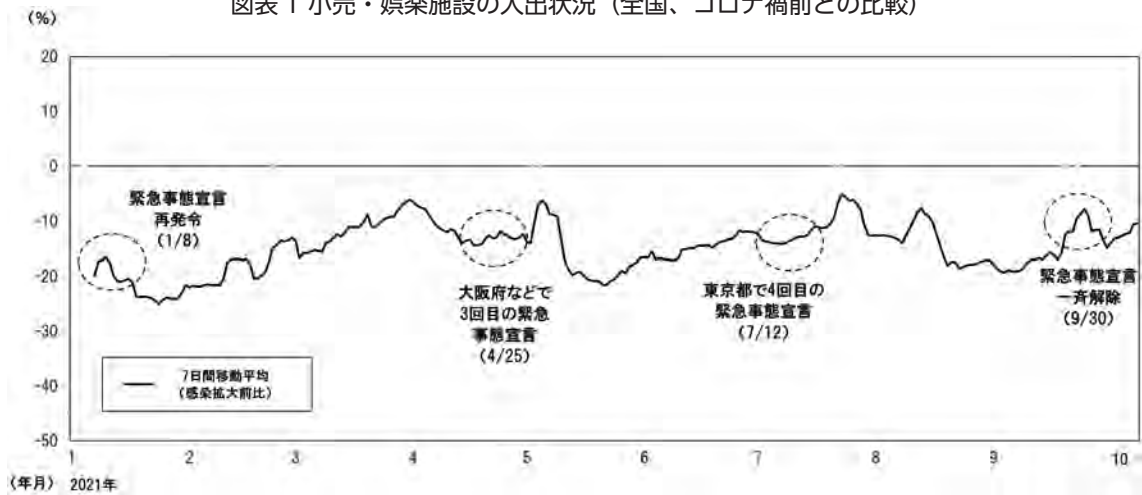
○ 人出増加するもコロナ禍前の水準に比べて1割少ない

レストランやカフェ、ショッピングセンター、テーマパークなど小売・娯楽施設への人出状況を見ると(図表1)、9月下旬の3連休前後に人出が増加し、30日に緊急事態宣言が解除された後も増加傾向にある。ただし、コロナ禍前(2020年1～2月)に比べると、1割程度少ない状況にある。

○ 感染対策への意識は高いまま

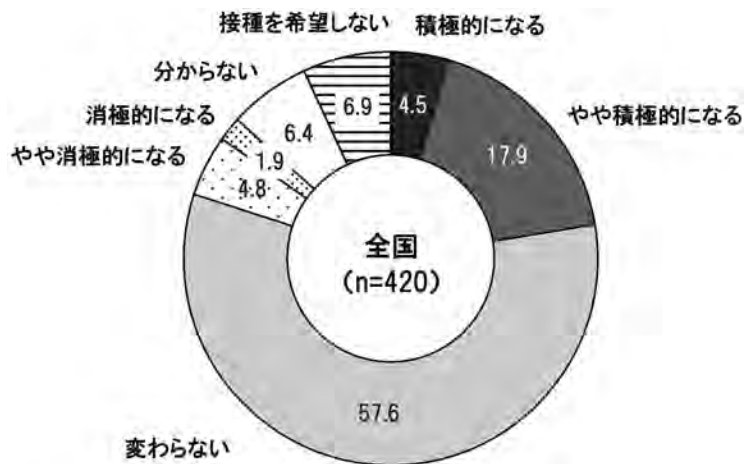
10月4日、政府は国民の6割が新型コロナウイルスワクチンの2回目接種を完了したと発表した。同じく国民の6割前後がワクチン接種を完了している欧米主要各国では、人出状況が大きく改善しており、ドイツ・イタリアでは9月中旬にコロナ禍前の水準を超える人出となった(大和総研「日本経済見通し(2021年9月)」)。日本国内においても、ワクチン接種の普及により、人出状況・消費活動が大きく改善することが期待されていたが、ワクチン接種後も感染対策への意識は高く、外食や旅行機会が大きく増加しているとは言えない¹。

図表 1 小売・娯楽施設の人出状況（全国、コロナ禍前との比較）



(注 1) 基準値はコロナ禍前（2020年1月3日～2月6日）の5週間における当該曜日の中央値。
 (注 2) 「小売・娯楽施設」はレストラン、カフェ、ショッピングセンター、テーマパーク、博覧館など
 (資料) Google「コミュニティ モビリティ レポート」

図表 2 ワクチン接種後の消費活動の変化（全国、コロナ禍前との比較）



(注) 2021年8月10日～12日にインターネット上でアンケート調査を実施。全国420名の男女対象。
 (資料) 十六総合研究所「新型コロナウイルス禍における消費意識調査」

¹ 第一生命経済研究所「第4回新型コロナウイルスによる生活と意識の変化に関する調査」（2021年9月実施）によると、ワクチン接種完了後の感染事例も見られることから、ワクチン接種者の4割以上が「感染する・させる不安」が減っていないとしている。

2. 予想されるウィズコロナ社会

○ ウィズコロナ社会に向けた動き

政府はコロナ禍においても、経済活動の制限

を最小限に抑えるため、「ワクチン・検査パッケージ」の社会実証を開始した。ワクチン接種済みまたは検査陰性者について、緊急事態宣言下においても、多人数での飲食店利用（飲酒あり）、収容率100%のイベント会場への入場、都道府県をまたぐ移動が可能となるよう、ワクチン接種証明・陰性証明の技術実証をイベント会場等で行っている。サッカーJリーグ公式戦において実施された社会実証では、観客上限数（1万人）を超えて、1800人の入場枠を追加

した。入場時にワクチン接種証明・陰性証明を確認する仕組みを採用したが、確認スタンプをチケットに押す必要があったため、普及している電子チケットが使用できず、利便性への課題が提起された。

コロナ禍においても日常生活を最大限維持する「ウィズコロナ社会」を実現するためには、上記のような取り組みが欠かせない。感染拡大時においても、国民が必要以上に感染を恐れず、日常生活を維持できるための社会環境整備が重要になっている。国内においては、感染対策への意識が強いことから、感染拡大期に行動自粛につながりやすく、日常生活における「感染リスクの低減」と「感染拡大防止」に向けた取り組みが特に重要と言える。

図表 3 ウィズコロナ社会に向けた動き

<p>《感染拡大防止》</p> <p>基本的な感染防止対策の徹底（3密回避、ワクチン接種等）</p> <p>抗原検査キットの薬局での販売</p>
<p>《感染リスクの低減》</p> <p>ワクチン接種証明書・陰性証明書の活用（社会実証中）</p>
<p>《医療体制の強化》</p> <p>感染拡大時の臨時医療施設の設置（コロナ病床の拡充）</p> <p>経口治療薬の実用化</p> <p>医療人材の確保</p>

（資料）筆者作成

○「第6波」への懸念

7月以降のコロナ感染「第5波」が落ち着きを見せる中、ワクチン接種完了者への感染事例（ブレークスルー感染）が相次いでいる。また、ワクチン接種で先行した英国、ドイツ、米国、

カナダなどの欧米各国でも、感染再拡大の動きが見られた。日本におけるワクチン接種は6月以降に大きな進捗を見せたことから、半年経過後の12月以降に感染「第6波」への懸念が残る。前述の通り、ウィズコロナ社会に向けた動きも見られるが、感染が急拡大した場合、行動自粛の動きが強まる可能性は高く、経済活動は引き続き、コロナ禍の感染状況に大きく左右されることが予想される。

3. 「ウィズコロナ」における企業の取組事例

コロナ禍による経済活動への悪影響が今後も予想される中で、県内企業を含めて、この難局に対応すべく様々な取り組みが行われている。国・県においても、このような企業の取り組みをサポートするため「事業再構築補助金」などの支援策を展開している。

以下では、ウィズコロナ社会に対応するため新たな事業活動を展開している取組事例を、コロナ禍の影響の大きい商業事業者を中心に紹介する（紹介事例は国のコロナ支援策「事業再構築補助金」の採択案件から抜粋）。

図表 4 ウィズコロナにおける企業の取組事例

<p>川上・川下分野への進出</p> <ul style="list-style-type: none"> ・鶏卵販売企業によるスイーツ開発 / 販売 ・酒類販売事業に加えて移動販売車での生ビール量り売り事業の展開
<p>サービス事業の展開</p> <ul style="list-style-type: none"> ・SNS 発信を趣味とする個人への撮影用レンタルスタジオの貸出 ・インテリア販売に加えてガーデニングに関する個人向けコンサルティングへの進出 ・工具卸売事業に加えて工場全体の自動化システムの提案事業への進出 ・呉服販売事業から記念日向けのプレゼント提案 / 販売事業への進出
<p>非接触事業の展開</p> <ul style="list-style-type: none"> ・インターネット通販市場への参入 ・オンライン展示会運営事業への参入 ・ライブコマースの実施（インターネット上での動画実演販売）

社会課題解決型ビジネスの展開
<ul style="list-style-type: none"> ・土産物販売事業に加えてドローンを活用した農薬散布事業への展開（地域農業支援） ・スポーツ用品販売事業に加えてスポーツを活用した高齢者福祉事業の展開 ・建設資材販売に加えて、屋根工職人育成のための動画教材の制作・販売（人材育成） ・衣料品販売に加えて、顧客の持ち込む古着を再利用・高付加価値化して再販
最新技術の活用
<ul style="list-style-type: none"> ・急速凍結技術を活用した冷凍食品市場への参入 ・生花販売に加えて動画メッセージ付きフラワーギフトの販売
顧客一人ひとりのニーズへの対応（カスタマイズ）
<ul style="list-style-type: none"> ・酒類販売事業に加えて、顧客のオーダーでつくる熟成焼酎の保管・販売

（資料）中小企業庁「事業再構築補助金」ウェブサイト内「採択結果」

グラフで見る和歌山県経済指標

新型コロナウイルスの感染拡大で 和歌山県経済は個人消費が弱含むも、企業活動は持ち直しの動きが続く

日本経済の現状(内閣府「月例経済報告 2021年9月」)

景気は、新型コロナウイルス感染症の影響により、依然として厳しい状況にあるなか
持ち直しの動きが続いているものの、このところそのテンポが弱まっている

- ・「国内景気」に関する判断は、9月に本年3度目となる下方修正
- ・4度目の緊急事態宣言発令もあり、「個人消費」、「生産」において判断が引き下げられた(9月)
- ・「企業収益」は8月に、「業況判断」は7月に、それぞれ判断が引き上げられた

日本経済の見通し(内閣府「月例経済報告 2021年9月」)

感染拡大の防止策を講じ、ワクチン接種を促進するなかで、各種政策の効果や海外経済の
改善もあって、景気が持ち直していくことが期待される。ただし、内外の感染症の動向、サブ
ライチェーンを通じた影響による下振れリスクの高まりに十分注意する必要がある。また、金
融資本市場の変動等の影響を注視する必要がある。

- ・1月以降、見通しに大きな変更なし

和歌山県に関する経済指標の概況(9月公表の指標を中心に)

- 百貨店・スーパー販売額(全店、8月)は、コロナ禍・悪天候もあり前年比8.3%減
- 新車販売台数(軽自動車[乗用]含む、8月)は、半導体不足に伴う供給難で前年比5.0%減
- 新設住宅着工戸数(8月)は、4か月連続で前年を上回った
- 鉱工業生産指数(7月)は、2か月連続で上昇し、20年4月並みの水準まで回復
- 公共工事請負金額(8月)は、3か月連続で前年を下回るも、比較的高い金額水準で推移
- 有効求人倍率(8月)は、2か月連続で低下した

和歌山県内の主な経済指標の状況(前年同月との比較、一部前月との比較)

		2020年						2021年							
		7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8
個人消費	百貨店・スーパー販売額(全店)	●	●	●	●	●	●	●	●	●	○	○	●	●	●
	新車販売台数(登録車、軽自動車[乗用]含む)	●	●	●	○	○	○	○	○	○	○	○	○	●	●
	新設住宅着工戸数	●	●	○	●	●	○	○	●	●	●	○	○	○	○
	家計消費支出(除く住居等、二人以上の世帯)	○	○	●	○	●	●	●	○	●	●	○	●	●	
企業活動	鉱工業生産指数 ※前月比	○	●	○	○	●	○	○	○	●	●	●	○	○	
	公共工事請負金額	○	○	○	●	●	○	●	○	○	○	○	●	●	●
	TDB景気DI ※前月比	○	○	○	○	○	○	●	●	○	●	○	○	○	○
物価	消費者物価(コアコアCPI、和歌山市)※前月比	○	●	○	●	-	●	○	-	-	●	●	-	○	●
雇用	有効求人倍率(季節調整値)	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	○	○	○	○

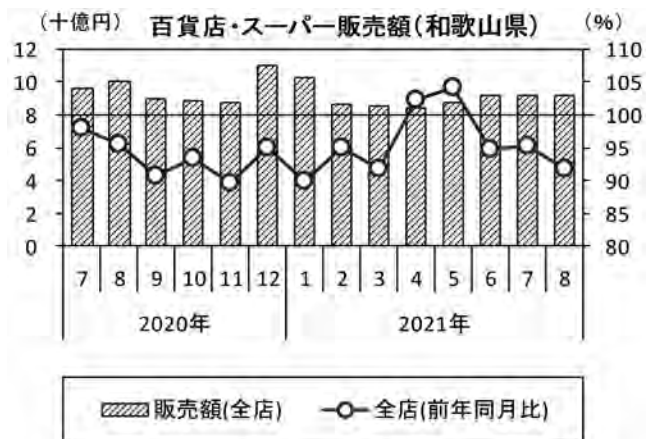
(注) ○: 上昇(増加) - : 横ばい ●: 下降(減少)、空白はデータ未発表

個人消費

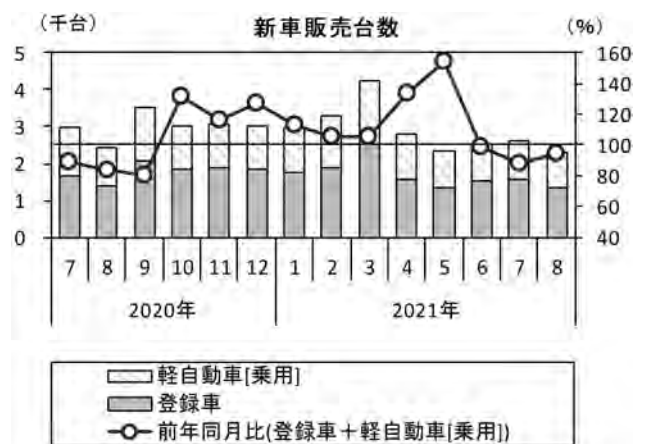
百貨店・スーパー販売額(全店、8月)は、前年比8.3%の減少となった(減少は3か月連続で、減少幅は7月に比べて拡大)。8月は新型コロナウイルス変異株(デルタ株)の感染が全国的に急拡大し、県内でも1日の新規感染者数が90人を超えた。JR和歌山駅前の人出は減少し、近鉄百貨店和歌山店の来店客数はコロナ感染「第2波」に見舞われた前年8月の客数を下回った。加えて、8月中旬には雨天が続き、例年に比べて気温の低い日が続いた。この結果、家電量販店やホームセンターの販売額も低迷し、県内個人消費には総じて弱さが見られた。

新車販売台数(軽自動車[乗用]含む、8月)は、前年比5.0%減となった(減少は3か月連続)。半導体等の部品調達難で自動車大手8社の国内生産台数(8月)は前年比16.3%減。生産遅れによる販売への影響は深刻になってきており、県内では新車登録台数(8月)が前年比4.2%減、軽乗用車の販売台数は同6.0%減となっている。9月についても、自動車大手各社は生産調整を余儀なくされており、新車販売台数は減少が予想される。

新設住宅着工戸数(8月)は、前年比11.5%増となった(増加は4か月連続)。「貸家」が前年比61.4%増となり、4か月連続で前年を上回っている。県内においてコロナ禍に係る緊急事態宣言が発出された2020年4月以降、大幅な減少が続いていた着工戸数だが、持ち直しの動きが見られる。ただし、1~8月累計の着工戸数は、コロナ禍前の19年同時期に比べて16.5%減、18年同時期に比べて13.3%減となっており、1割以上少ない水準にある。



(資料)経済産業省「商業動態統計調査」



(資料)一般社団法人全国軽自動車協会連合会ウェブサイトならびに和歌山県自動車販売協会資料



(資料)国土交通省「住宅着工統計」

家計消費支出（除く住居等、7月）は、

前年比8.0%減と2か月連続で前年を下回った。7月上旬～中旬にかけて、新型コロナウイルスの感染状況に落ち着きが見られ、東京五輪開幕時の4連休には、県内観光地にもにぎわいが見られた。ただし、下旬に入ると、感染が急拡大した。そのような状況の中で、依然として外食を控える動きは強く、「一般外食」の支出は前年比28.8%減（減少は11か月連続）となっている。「被服及び履物」の支出も前年比17.6%減少（減少は3か月連続）しており、家計消費は総じて減少傾向にある。

※和歌山市の調査対象先は90世帯程度と少ない上に、調査対象が半年（単身世帯は3か月）で変更されている点には留意。

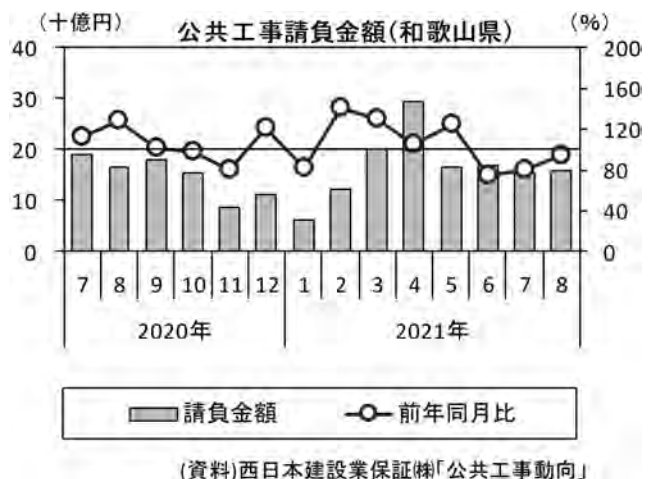
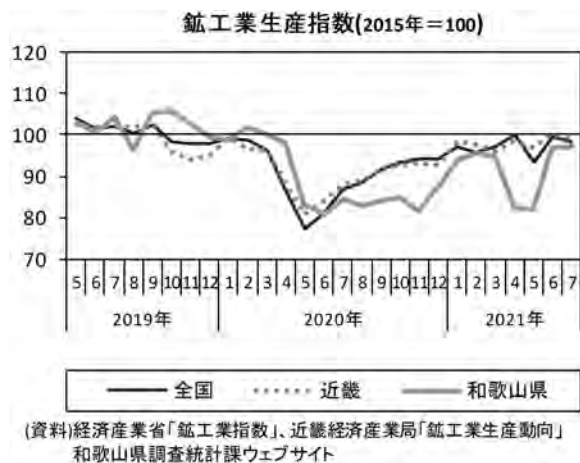
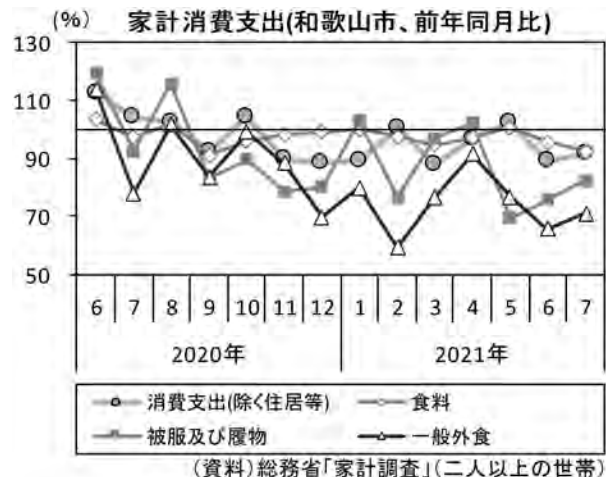
企業活動

鉱工業生産指数（7月）は、前月から0.5

ポイント上昇。4～5月には、石油・石炭製品工業や金属製品工業で生産指数が大幅に落ち込んだが、その後は持ち直しており、製造業全体でも、20年4月並みの水準を回復した。主要業種である化学工業、汎用・業務用機械工業の生産状況に底堅さが見られる。その一方で、高炉1基の休止状態が続く鉄鋼業については、コロナ禍前（2019年7月）に比べて3割程度低い生産指数となっている。生産用機械工業の生産指数は極めて低い水準からは上昇しているが、このところ、持ち直しの動きに足踏み感が見られる。

公共工事請負金額（8月）は、前年比4.7%

減となり、3か月連続で前年を下回った。4～8月累計での請負金額は前年同期比5.6%減となったが、直近5年間では2番目に高い水準にある。地域別では、湯浅地区・御坊地区など紀中エリアで請負金額が減少する一方で、串本地区・新宮地区などの紀南エリアでは請負金額が増加している（すさみ串本道路、新宮紀宝道路に係る大型工事が複数見られた）。



TDB 景気 DI (8月) は、(株)帝国データバンクが月次で実施している景気動向調査から算出された景況感を表す値である。この値が 50 を超えると、現在の景気を「良い」とする事業者数が「悪い」とする事業者数を上回る。

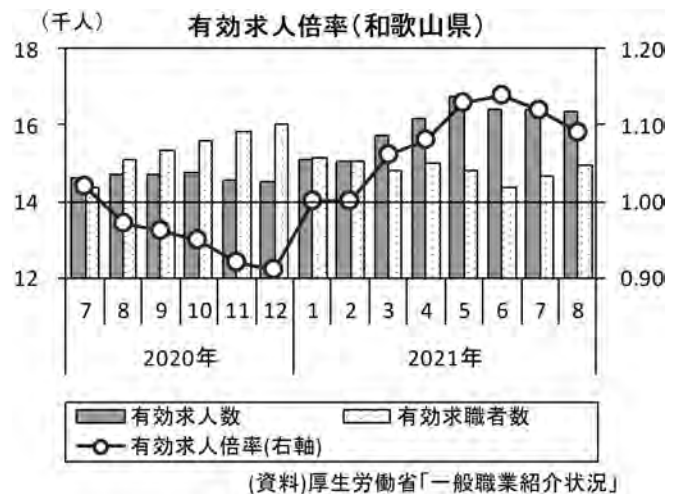
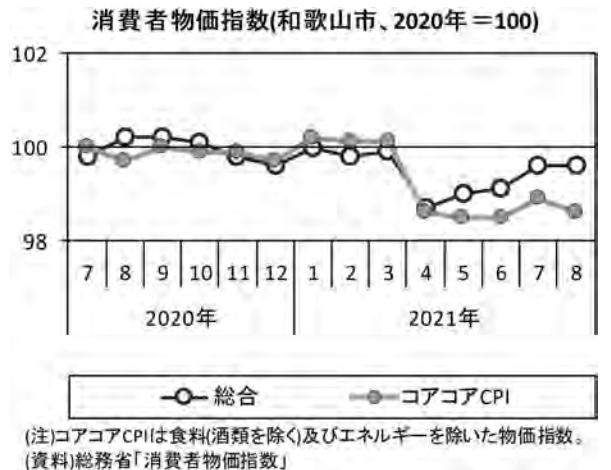
8月の景気 DI は 4 か月連続で改善。製造業・非製造業ともに緩やかな改善傾向が続いている。新型コロナ感染「第 5 波」の影響が全国的に広がる中で、県内においても人出状況は悪化したが、製造業・建設業を中心に景況感は改善している。新型コロナウイルスの感染収束が見通せない中で、先行き不透明感は強いものの、ワクチン接種が普及していることもあり、見通しに関しても、景気 DI は上昇する模様。

物 価

消費者物価指数 (和歌山市、8月) は、2020 年基準への改定の結果、携帯電話の新料金プラン (3 月提供開始) の影響が強まり、通信価格が大幅に下落した。その結果、家庭用耐久財、生鮮食品を除く食料、エネルギー価格は上昇傾向にあるものの、総合、コアコア CPI ともに前年を下回る水準で推移している。今後の物価見通しに関しては、世界的な経済活動正常化で、資源価格が高騰しており、エネルギー価格の上昇が予想される。また、天候不順による食糧価格の上昇から、マーガリン、レギュラーコーヒー、小麦粉製品などが 10 月から値上げとなる。

雇 用

有効求人倍率 (8月) は、前月から 0.03 ポイント低下し、1.09 倍 (倍率の下降は 2 か月連続)。有効求職者数が 2 か月連続で増加している。事業主都合で離職した求職者が減少する一方で、在職者による求職活動が増加している。求人状況については、建設業、製造業、医療・福祉、宿泊・飲食業などで前年に比べて増加しているものの、コロナ禍前 (2019 年 8 月) と比較した場合、新規求人数は 11.4% 減と少ない。



頭の宮 宇賀部神社

～小野田元少尉ゆかりの地～

(海南市)



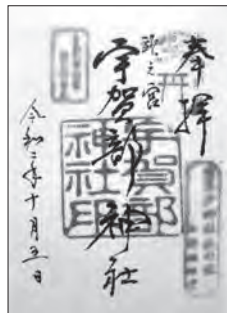
頭の宮 宇賀部神社

宇賀部神社は地元民の間では“おこべさん”と愛称で呼ばれ親しまれている神社です。頭の宮とあるように首から上の頭に関わることで、頭痛、うつ病、認知症など脳に関わる病の平癒の神として崇拝されてきたが、最近では学業成就や合格祈願で訪れる人も多いという。

この宇賀部神社の名を一躍有名にした出来事が昭和 49 (1974) 年に起きた。それはフィリピンのルバング島からこの地出身の小野田寛郎元陸軍少尉が 30 年振りに生還した事である。当時日本はこの衝撃的な救出劇の話題で大騒ぎだった。そして生まれ故郷の海南市小野田に帰還しご両親と涙のご対面になった場面は新聞や TV で広く伝えられた。小野田寛郎さんと神社の宮司さんは親戚の関係にあり、神社内には小野田寛郎さんに関わる扁額、写真、出征時の千人針など貴重な資料が展示公開されている。ご両親が住んでいた家は今はなく、神社前の駐車場になっている。10 月には小野田寛郎元陸軍少尉の生き様を描いた映画「ONODA 一万夜を越えて」が公開される。(取材 萬羽)



比軍に投降時の写真



南方熊楠記念館

～知之の巨人・自然保護活動の先駆者～

(白浜町)

南方熊楠は慶応 3 年 (1867) 和歌山市の造り酒屋に生まれた。幼少の頃より記憶力が抜群によく、8 才にして江戸時代編纂の百科事典「和漢三才図会」105 巻の筆写を始めた。読むだけでは理解した事にはならないと始めた筆写は、長じて英国留学時代でも発揮され、大英博物館の蔵書の筆写も手掛けている。熊楠の知的興味は粘菌・キノコ・動物・人間・宇宙など理系文系の枠を越えた多岐に渡った分野に向けられ、多くの論文を残している。特に粘菌の研究が特筆され、昭和 4 年 (1929) 昭和天皇に御進講された。記念館には熊楠の博覧強記ぶりを彷彿とさせる資料が展示されていて圧倒される。記念館は番所山公園の高台にあり、田辺湾や白浜温泉街、円月島などが望める風光明媚な自然公園の中にある。(取材 萬羽)



館内の廊下



南方熊楠 像



昭和天皇御製碑
「雨にけふる神島を見て 紀伊の国のみし南方熊楠を思ふ」



屋上より田辺湾を望む

◆ 不確実性が高まる中でのレジリエントなものづくり ◆

我が国そして和歌山県の中小製造業は、新型コロナウイルス感染症の蔓延下にあると同時に慢性的な労働力不足、激甚化、頻発化する自然災害、ニーズの多様化を背景とする市場の急速な変化など不確実性の高まりの真ただ中にあります。中小製造業が、こういった混乱や環境の変化を乗り越え、社会の要請に応えていくためには、変化に対応するレジリエントな（柔軟で弾力性のある）能力を身につけていかなくてはなりません。その大きな柱の1つは、限られた人的資源で新たな付加価値を創造していく能力すなわち労働生産性を高めることであると思います。本研究では労働生産性を高める為、「人手に頼りすぎず」「人の持つ能力を高め」「付加価値を創出する」ことに着目し、具体的には何をすればよいのかについて、業務フローの見直し、デジタル化、働き方の見直し、多能化教育、企業連携といった切り口で考察します。

$$\text{労働生産性} = \frac{\text{付加価値}}{\text{労働投入量}}$$

◆ 食生活の改善と健康について ◆

和歌山県民は全国の平均に対し野菜の摂取量が少なく、メタボ該当者が多いといわれています。筆者自身も健康診断の度に「食生活の改善」と「適度な運動」を求められています。そこで、健康および栄養について研究し理解を深めるとともに、食生活をはじめとする生活習慣の改善を1年間実践し、「実際にどこまで健康になれるか」、「本当に健康になれるのか」について体を張って検証していきます。併せて和歌山県の取組及び他自治体等の先進事例についても研究していきます。

本研究が「生涯を通じて心身ともに健康で長生きする」という理想の姿の実現の参考になればと考えています。



【キャベツの納豆巻】



【白菜ときのこと豚肉と根菜のうどん】

メールマガジンのご案内

当研究所発行の「WISEメールマガジン」では、HPの更新状況や、講演会・セミナー等のご案内などをお知らせしております。

登録ご希望の際は、下記アドレスの「WISEメールマガジン」から、必要事項をご記入の上、お申し込み下さい。

URL: <http://www.wsk.or.jp>

賛助会員 募集中!

◎ 会費：1口 2万円(年)

◎ 特典：刊行資料の配布、調査・研究成果の提供、講演会・セミナー等への参加、情報提供等

【編集後記】

「気候変動学」真鍋氏にノーベル賞——アラスカで遭遇した洪水の思い出

2021年度のノーベル物理学賞が、真鍋淑郎・米プリンストン大学上席研究員ら3名に授与された。「物理学賞」と聞いてイメージするのは、素粒子や原子物理学、あるいは天体・宇宙というメジャーな分野で、「気象・気候学」というやや地味な範疇は、多くの人にとって、意外なものであった。

気候は、気温や水蒸気量、風の向きや強さ等、多くの要素が複雑に相互作用する現象であるが、真鍋氏は、1967年に「一次元大気モデル」を発表、地表から垂直に立った円柱状の大気の気候分布を高度なコンピュータで再現、CO₂濃度の増加と上下方向の気温上昇の関係を定量的に示し、CO₂濃度が2倍になると、地表の温度が約2度上昇すると予測した。さらに、1969年には、三次元構造を再現するため、大気と海の間での熱のやりとりを組み込んだ「大気・海洋結合モデル」を発表、北半球の高緯度地域の温暖化が激しいとの知見を示した。

今年7月、ベルギーやドイツ西部は、記録的な集中豪雨による大規模な洪水被害に見まわれ、各地の河川で氾濫が発生した。死者・行方不明者は300名を超え、街中を流れる普段は水深1mもない川が、8mにまで増水したという。現地を視察したメルケル首相は、「とても現実の出来事とは思えない。ドイツ語には、この惨状を形容できる言葉はない」と述べた。道路や鉄道、通信網等インフラの復旧費用は数十億ユーロに達すると予想されている。

「地球温暖化」で思い出すのは、もう15年前の夏の終わりに訪れたアラスカで遭遇した、地元住民も「かつて経験なし」と、緊張と不安の表情で語った洪水である。当時、既に地球温暖化への危機感は言われていた(国連の「気候変動に関する政府間パネル(IPCC)」が発足したのは1988年である)。コロナ禍で遠のいている旅行も懐かしみ、少し紹介したい。

アラスカといえば、マッキンリーや氷河、オーロラ等の壮大で華麗な観光アイテムが揃う。当時、日本からの直行便はなく、バンクーバーで乗り継ぐか、韓国仁川や台北発アンカレッジ経由NY便だが、夏季や冬のオーロラシーズンにはJALのチャーター便が運航されていた。

アラスカ到着2日目、濃いブルーに鮮やかな黄色のラインが美しいアラスカ鉄道に乗り、グリズリーベアやムース、カリブー、白頭鷲等野生動物が自然のままに棲息するデナリ国立公園を訪れた。動物との距離は相当離れていて、双眼鏡必須である。1914年にフェアバンクスでゴールドラッシュが始まったのを機に、1923年、石炭輸送を主な目的に敷設されたアラスカ鉄道は、世界の山岳鉄道の中でも人気が高い。

コースは、アラスカ湾に面した港町スワードから北上し、アンカレッジ、タルキートナ(開拓時代の雰囲気が残り、金の採掘も。マッキンリー山への登山基地で、冒険家植村直己さんの定宿で、最後の宿となった旅籠“LATTITUDE 62”があり、私達もここで昼食をとった)、デナリ等を経て、北極圏に近い内陸の「光の都市」、フェアバンクスに至る470マイルを約16時間で結んでいる。あらゆる物資を運ぶ貨物輸送の大動脈であるが、観光列車として、旅行者でざわめき賑わう期間は1年のうち、ごく僅かである。

デナリで2泊し、アンカレッジへ戻る予定の日の朝、ホテルで私達は、車で通るはずであった橋が流され、道路が大きく陥没している光景を地元テレビのニュースの映像で見た。頼みの綱の鉄道も不通。全ての陸上交通が途絶された。

急遽、代替手段として、小型機をチャーターすることにしたものの、悪天候でフライト出来ないという。窓の外は雨、身動きの取れないまま、埒のあかない何時間もの交渉が続けられた。その夜は何とか、発着場近くの西部劇映画に出てくるような野っ原に建つ大きなモーター（外観は素朴であるが、中に入れば、日本のシティホテルより快適か？）に移り、翌日、ようやく小型双発機 3 機を手配し、アンカレッジに向け、脱出した。アンカレッジはよい天気ですごいだった。後から思えばスリリングな、そして幸運を感謝した旅であった。

地球存続への喫緊の課題である気候変動対策、地球温暖化への取り組みは、優れた学者達による研究で解決するものではなく、私達の日々の暮らしや企業の経済活動の見直しや転換、国としての政治的判断をもとめる極めて重い課題である。人間の活動が及ぼす温暖化への影響について、今年 8 月に公表された前記の国連 IPCC の報告書において、初めて「人間の活動が温暖化に関係しているのは、疑いの余地なし」と明言されたことが大きな話題となった。

折しも、本年 10 月末にイタリアで開催された G20 サミットでは、「温室効果ガスの排出量を、今世紀半ば迄に実質ゼロにする」等の首脳宣言を採択、その直後に英国で開幕した「COP（国連気候変動枠組み条約締約国会議）26」には、衆院選挙後の岸田首相も 0 泊 2 日の強行日程で駆け付け、「パリ協定」が掲げる「産業革命前からの気温上昇幅を 1.5 度に抑える」等の努力目標の実現を進める。

真鍋氏への授賞第一報を、米メディアは、「地球環境への切迫した重要性をもつ」と報じた。

真鍋氏は、受賞直後の大学での記者会見で、「…気候変動から生じる干ばつや洪水等の災害や、政治や社会に及ぼす影響は大きく、その対処は難しい。今回の受賞は、私にとって、ノーベル平和賞だと信じている。」と語ったというが、現時代におけるノーベル賞選考委の地球環境、気候危機への警鐘、メッセージともいえよう。 (谷 奈々)

21世紀
WAKAYAMA
Wakayama Institute for Social and Economic Development

VOL.99

発行 2021年12月15日
編集発行者 一般財団法人 和歌山社会経済研究所
〒640-8033 和歌山市本町2丁目1番地
フォルテワジマ6階
TEL 073-432-1444 (代)
FAX 073-424-5350
URL : <http://www.wsk.or.jp/>
印刷 株式会社ウイング

無断転載・複写を禁ずる

裏表紙の写真は、当研究所 OB 萬羽昭夫氏撮影




和歌山市民図書館



一般財団法人 和歌山社会経済研究所

〒640-8033 和歌山市本町2丁目1番地フォルテワジマ6階
TEL.073-432-1444 FAX.073-424-5350

2021年12月15日発行 和歌山社会経済研究所報 第99号

リサイクル適性 

この印刷物は、印刷用の紙へ
リサイクルできます。