

地域特性を活かした魅力ある地域環境の創出

平成25年6月20日

地 域 政 策 局

目 次

1	目指すべき方向	・・・1
2	実現のためのシナリオ	・・・2
3	論点	・・・4
4	「実現のためのシナリオ」に沿ったアプローチ(仮説) ～論点1	・・・5
5	各種調査結果のサマリー	・・・6
6	地域の魅力を構成するファクター	・・・7
7	議論の前提	・・・8
8	「実現のためのシナリオ」に沿ったアプローチ(仮説) ～論点2, 3	・・・9
9	多様な人材の集積・定着に向けた地域の魅力強化のための取組	・・・11

目指すべき方向

- 国際的な知名度や都市と自然の近接性といった広島県の地域特性や資源を最大限に活かし、効果的に組み合わせながら、大都市圏にはない地域的な魅力を強みとして、内外からイノベーションの原動力となる「多様な人材」を惹きつけ、集積を促す。

実現のためのシナリオ

■ ストーリー ~イノベーションの原動力となる多様な人材の集積に向けて~

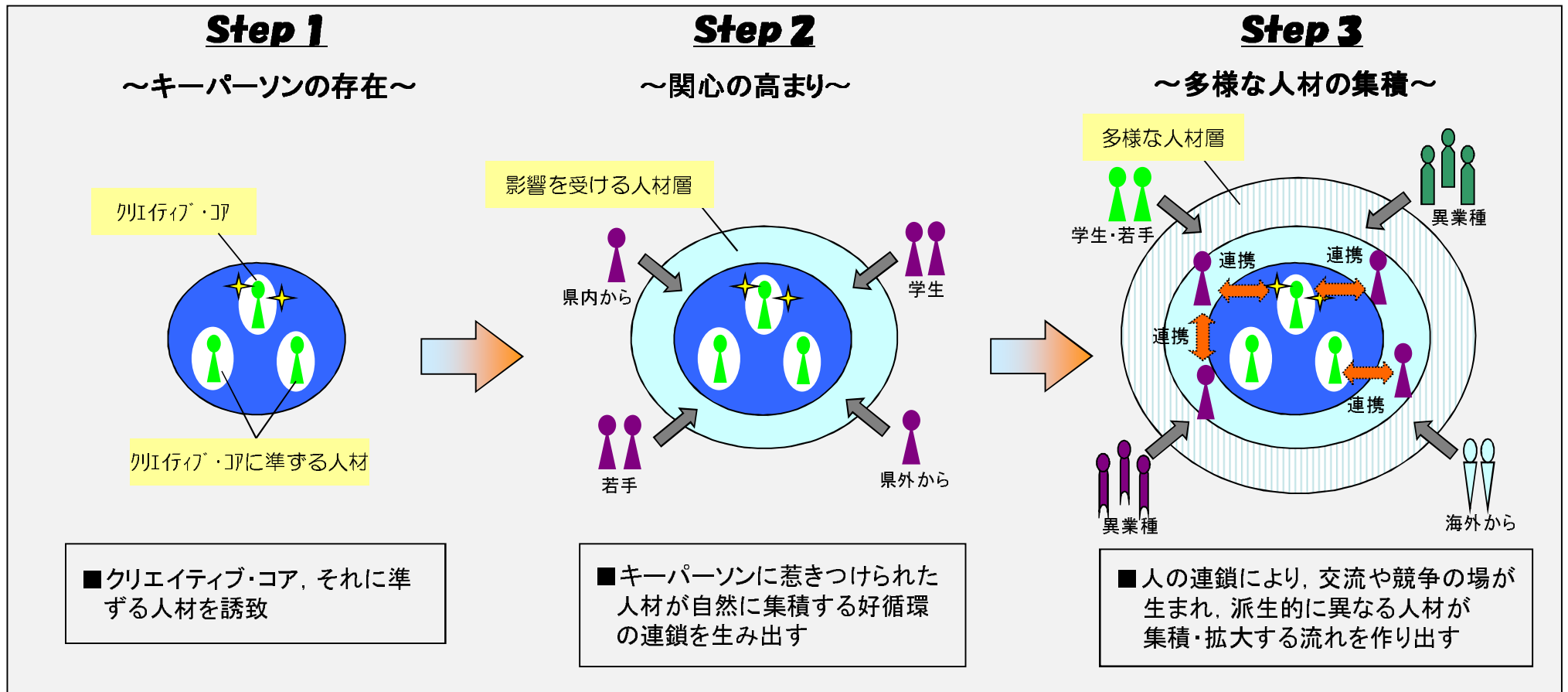
- それぞれの分野において、影響力、引力のある人材（クリエイティブ・コア、以下「コア人材」）を誘致する。
- このことにより、コア人材に直接繋がりのある人材の集積が起こるとともに、間接的に繋がっている人材やクリエイティブ・コアにより活性化された分野に魅力を感じる人材などが雪だるま式に集積する。
- この結果、地域の魅力と活力が向上し、分野を超えた人材の集積が起こり始め、多様な人材の集積が図られる。

※ 「クリエイティブ・コア」とは

- ① それぞれの分野の核となる人材であり、その分野を牽引し、そこで活躍している人に対して影響力、引力のある人材
- ② 広島県に魅力を感じたり、興味を持つ人材

※①及び②を満たす人材

クリエイティブ・コアの誘致による多様な人材の集積(イメージ)



コア人材を呼び込むための取組
⇒ 論点 1

人材の集積・定着に向けた地域環境面の取組

- 取組の方向性
- 地域特性や資源などの「強み」を活かした魅力の強化
 - 際立たせる視点による魅力づくり

⇒ 論点 2, 3

論 点

1. 人材に影響力、引力のあるコア人材をどのように呼び込むか。

- ▼ コア人材を直接的に誘致する有効な方策には、どのようなものがあるか。
- ▼ 直接的な誘致方策以外には、どのようなものがあるか。

2. 他と比較して差別化できる広島県の魅力とは何か。

- ▼ イノベーションの原動力となる人材が重視する魅力ある地域（生活）とは何か。
- ▼ 一方で、広島県が有する大都市、他都市と比べて、優位に立てる強みには、どのようなものがあるか。 *ex.* 「都市と自然の近接性」など

3. 広島県の魅力を最大限活かして、内外からイノベーションの原動力となる人材を惹きつけ、本県への定着・集積を図るために有効な方策は何か。
また、今後、どのような機能を強化していくべきか。

「実現のためのシナリオ」に沿ったアプローチ(仮説)

論点 1

コア人材を呼び込むための方向性

<資料1-2(具体的な方策) P1>

■ コア人材の誘致促進

今後の取組
(イメージ)

- 直接的な誘致策の実施
 - ・ ターゲット（人材，分野）の選定
 - ・ インセンティブ，条件の整理
 - ・ 誘致活動を展開できる体制づくり（首都圏でのコンシェルジェ機能の強化）等
- 首都圏ネットワーク（NPO等）の活用による広島にゆかりのある人材の誘致

■ コア人材の活躍の場の創出（イノベーションの原動力となる人材の育成）

今後の取組
(イメージ)

- コア人材を講師とする人材養成機関（人材育成塾など）の設置

各種調査結果のサマリー

～イノベーションの原動力となる多様な人材にとっての魅力的な地域環境の創出に向けた調査～

文献調査

- イノベーションの創出には、新しいアイデアを生む人材が重要
- 創造的環境をいかに作り、運営していくかが重要
※創造的環境……
アイデア、発明を生み出すためのハード(教育, 文化施設等), ソフト(物事を結びつける構造等)両面の都市基盤
- 中規模都市において、クリエイティブ人材を惹きつけるためには、平均的でない、特徴的な魅力が必要
- 教育施設のイノベーションにおける役割・拠点性は大きい。
- 都心における緑, 水辺, 自然, 公園などの充実が重要
- 専門性, 創造性等を必要とするサービス業を伸ばすためには、「特色のある人材育成機能」の充実とともに、都市の美しさなど都市の質的向上を図り、「創造性を育む環境」を創ることが必要

ヒアリング調査

- 交流を通じて新たな知識を創造するプラットフォームやネットワークが必要
- 広島は世界的な知名度がある。留学生には大阪よりも知名度がある。
- 住環境もいいし、都市と田舎がそれほど離れていない広島の魅力は、他の地方都市にもあるため、それらの魅力を上手く活用していく仕掛けが必要
- 文化的な発信力は十分ではなく、補強が必要
- 交流の場を作るなら、様々な人を繋いでいく人材が必要であり、重要
- (人材集積を)持続可能なものにするには、産業と直結した特化した大学があり、学生が集まってくることが効率的

アンケート調査

- 魅力向上における重要な要素
「交通手段の利便性」
「治安の良さ」
「医療機能の充実度」
「居住コストの安さ」
「職業選択の多様性」 など
 - 広島都市圏の強み
「国際的知名度の高さ」
「水産物・農産物」
「自然災害の少なさ」
「自然との近接性」 など
 - 今後、強化すべき要素
「職業選択の多様性」,
「交通手段の利便性」,
「育児・保育機能の充実度」 など
- （東京都在住広島県出身者は、
「高度な教育・研究機能の充実度」,
「ものづくりの技術力の高さ」
県内企業経営者や県内の支店長は、
「娯楽・レジャー施設の充実度」
に対しての指摘も多い傾向

イノベーションの原動力となる人材にとっての「地域の魅力を構成するファクター」

※各種調査結果により整理

住む／利便／健康	刺激／文化・スポーツ	ビジネス／働く	教育／学習
<ul style="list-style-type: none"> ■ <u>多様なニーズに対応した居住環境</u> ■ <u>生活の質を高める自然との「ふれあい」, 「癒し」の環境</u> □ 生活の利便性を高める都市基盤の充実 □ 医療体制の充実強化 	<ul style="list-style-type: none"> ■ <u>生活を刺激する質の高い都市環境</u> □ 良質な文化・芸術及びスポーツに触れ, 楽しめる環境 	<ul style="list-style-type: none"> ■ <u>人材の活躍の場としての地域の魅力向上</u> ・ <u>交流の場</u> ・ <u>実践の場</u> ・ <u>人材ネットワーク</u> □ 所得と雇用の着実な拡大 ■ <u>国際的知名度の活用</u> 	<ul style="list-style-type: none"> □ 新たな挑戦を支援する学習環境の強化 (大学・社会人) □ 教育環境の魅力向上 (小・中・高)

議論の前提

住む／ 利便／ 健康	<ul style="list-style-type: none"> ■多様なニーズに対応した居住環境 ■生活の質を高める自然との「ふれあい」「癒し」の環境 	<ul style="list-style-type: none"> ● 多様なライフスタイルの提供という観点から、大都市圏にはない居住環境の強みとなる。 ● にもかかわらず、未だ、この地域特性を活かして人材を呼び込むための方策が見出せていないため、今回、効果的な取組に向けた検討を行う必要がある。
	<input type="checkbox"/> 生活の利便性を高める 都市基盤の充実	✓ 対象となる都市インフラ(道路、街路、公共交通など)は、その大部分が広島市など市町管理・整備であり、そのあり方については、別途、協議しながら検討を進める必要があるため、議論の対象から除く。
	<input type="checkbox"/> 医療体制の充実強化	✓ 別途、経済財政会議において集中議論を予定しているため、今回の議論の対象から除く。 第2回 健康医療サービスの競争力強化
	<input type="checkbox"/> 良質な文化・芸術及びスポーツに触れ、楽しめる環境	✓ 現在、広島市中心部の大規模未利用地の活用策として、「文化芸術機能」や「スポーツ・レクリエーション機能」の配置に関する検討が行われていることから、今回は議論の対象から除く。
文化・スポーツ 刺激／	<ul style="list-style-type: none"> ■生活を刺激する質の高い都市環境 	<ul style="list-style-type: none"> ● 建築物や界隈の雰囲気、若者のインスピレーションをかき立てるような広島らしい空間形成について、これまで議論を行っておらず、取組が十分でないため、今回、掘り下げた議論を行う必要がある。
	<input type="checkbox"/> 良質な文化・芸術及びスポーツに触れ、楽しめる環境	✓ 現在、広島市中心部の大規模未利用地の活用策として、「文化芸術機能」や「スポーツ・レクリエーション機能」の配置に関する検討が行われていることから、今回は議論の対象から除く。
ビジネス／ 働く	<ul style="list-style-type: none"> ■人材の活躍の場としての地域の魅力向上 	<ul style="list-style-type: none"> ● 所得や雇用の拡大などの経済産業面からは「地域イノベーション戦略推進会議」において議論を行っているが、地域環境面での議論が十分でなく、取組の方向性が見出せていないため、今回、掘り下げた議論を行う必要がある。
	<input type="checkbox"/> 所得と雇用の着実な拡大	
教育／ 学習	<ul style="list-style-type: none"> ■国際的知名度の活用 	<ul style="list-style-type: none"> ● 「国際的な知名度」は、本県の強みとして、あらゆる面で効果的に活用する必要がある。
	<input type="checkbox"/> 新たな挑戦を支援する 学習環境の強化	✓ 別途、経済財政会議において集中議論を予定しているため、今回の議論の対象から除く。 第3回 グローバル人材の育成、大学のあり方
	<input type="checkbox"/> 教育環境の魅力向上	第4回 中高一貫教育

「実現のためのシナリオ」に沿ったアプローチ(仮説)

論点 2

差別化できる広島県の魅力

- ✓ 他の大都市にはない広島の優位性は、「都市と自然の近接した生活環境の良さ」、「国際的な知名度の高さ」であり、差別化できる要素と捉えることが可能。
- ✓ 地域の魅力を強化する取組を行う上では、東京等に対しても優位性がある「都市と自然が近接した生活環境の良さ」を活用するとともに、この「強み」に磨きをかける観点から、高い質感を備えた魅力的な都市環境の創出を目指した取組を推進することが必要。

「実現のためのシナリオ」に沿ったアプローチ(仮説)

論点 3

人材の定着・集積を図るために有効な方策

✓ 大都市圏と差別化できる広島県の「強み」の活用

<資料1-2(具体的な方策) P2~P3>

《都市と自然の近接性》

■ 「自然と共生した地域づくり」

- ・ 高度な都市環境と豊かな自然が一体化した地域づくりに向けた理念（ビジョン）の整理
- ・ 市町との共有化による街づくりへの反映

■ 「近接性」の魅力向上と情報発信

- ・ 都市と農業生産地の近接性を活かしたマルシェの設置
- ・ 古民家再生等による施設確保と賃貸借の仕組みづくり
- ・ 「広島型ライフスタイル」の定着, 普及

■ 定住のための生活総合コンシェルジュの設置

■ 広島型ライフスタイルのイメージ

- 都市で生活しながら, 平日も休日も, 都心の多様な都市機能と, 身近な自然(癒しの環境, アクティビティ施設等)を, 1日のうちで楽しめる。
- 豊かな自然の中で, 海, 川, 山, 農地等を活かした生活をしながら, 都市の便益も享受できる。

✓ 高い質感を備えた魅力的な都市環境の創出

<資料1-2(具体的な方策) P4~P11>

【主な取組例】

《感性を刺激する空間の形成》

■ 公共物を活用した空間のデザイン化(公共空間, 公共建築)

■ ハイセンスな飲食店(カフェ, レストラン)の誘致 ~優遇措置や規制緩和(交通, 営業)

《創造的環境の創出》

■ 多様な人材の交流の場づくり, ネットワーク化(人材データベースの構築), 異業種コーディネート

多様な人材の集積・定着に向けた地域の魅力強化のための取組

	地域の魅力を構成する要素	既の実施している主な取組の例
住む／ 利便／ 健康	多様なニーズに対応した居住環境	・子育て住環境の整備
	生活の質を高める自然との「ふれあい」, 「癒し」の環境	・瀬戸内海クルージングの促進
刺激／ 文化 ・スポーツ	生活を刺激する質の高い地域環境	・魅力ある建築物の創造 ・みなとの賑わいづくり
ビジネス／ 働く	人材の活躍の場としての地域の魅力向上	・産業イノベーション創出の支援
	国際的知名度の活用	・海外ビジネス展開の支援 ・広島空港ネットワークの充実 ・ポートセールスの強化 ・国際平和拠点ひろしま構想の推進



今後、新規・拡充する取組イメージ
<input type="checkbox"/> 都市と自然の近接性の活用 <input type="checkbox"/> 自然と共生した地域づくり
<input type="checkbox"/> 都市と自然の近接性の活用 <input type="checkbox"/> 近接性の魅力向上と情報発信 <input type="checkbox"/> 定住のためのコンシェルジュ機能の強化
<input type="checkbox"/> 魅力的な都市空間づくり <input type="checkbox"/> 公共物のデザイン化による質の高い空間の創出 <input type="checkbox"/> 公共空間や農地等を活用した芸術祭の開催 <input type="checkbox"/> 「魅力ある建築物創造事業」の取組拡充 <input type="checkbox"/> ハイセンスな飲食店(カフェ・レストラン)の誘致
<input type="checkbox"/> 交流の場, 人材ネットワーク <input type="checkbox"/> 多様な人材の交流促進環境の創出 <input type="checkbox"/> 実践の場 <input type="checkbox"/> イノベーションに繋がる起業に対する支援
<input type="checkbox"/> 魅力的な都市空間づくり(再掲) <input type="checkbox"/> 公共物のデザイン化による質の高い空間の創出 <input type="checkbox"/> 公共空間や農地, 古民家等を活用した芸術祭の開催

(参 考 资 料)

(参考資料)

目 次

- 1 平成24年度調査概要等 …… 1
 - ・ 文献調査
 - ・ ヒアリング調査
 - ・ アンケート調査
 - ・ その他の調査等(H16インターネット調査など)

- 2 「資料2 具体的な方策」関係資料
 - ・ 各種取組案に係る資料 …… 19
～都市と自然の近接性の活用, 魅力的な都市空間づくり, 交流の場・人材ネットワーク, 実践の場～
 - ・ 有識者等へのヒアリング状況 …… 23
～都市と自然の近接性の活用について, 価値創造人材の交流について～

- 3 広島県の地域イメージ …… 25

平成24年度調査概要等

□ 文献調査

<p>チャールズ・ランドリー</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ 芸術文化の持つ創造性は、雇用の創出、創造性の刺激、持続可能な都市づくりなどに効果が高い。 ■ 創造的環境をいかに作り、運営していくかが重要。 <p>※創造的環境 = アイデア、発明を生み出すためのハード、ソフト両面の都市基盤</p> <div style="border-left: 1px solid black; border-right: 1px solid black; padding: 0 10px; margin-left: 40px;"> <p>ハード面…教育施設, 文化施設, 輸送施設など</p> <p>ソフト面…物事を結びつける構造, 社会的なネットワークなどのシステム</p> </div>
<p>リチャード・フロリダ</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ イノベーションの創出には、新しいアイデアを生む人材が重要。 ■ クリエイティブな人材の招致においては、旧来型のインフラ開発はあまり効果がなく、豊富な高品質な体験や多様性を受け入れる開放性などが重要。
<p>内田純一 (北海道大学)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ 中規模都市において、クリエイティブ人材を惹きつけるためには、平均的でない、特徴的な魅力が必要。
<p>経済産業省研究 (注1)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ 地域に根づく文化などの地域固有の資源を積極的に活用すべき。 ■ 教育施設のイノベーションにおける役割・拠点性は大きい。
<p>国土交通省研究 (注2)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ 都心における緑, 水辺, 自然, 公園などの充実が重要。 ■ 専門性, 創造性等を必要とするサービス業を伸ばすためには、「特色のある人材育成機能」の充実を図るとともに、都市の美しさなど都市の質的向上を図り、「創造性を育む環境」を創ることが必要。

(注1)経済産業省研究:「平成23年度 知的財産権ワーキング・グループ等侵害対策強化事業」

(注2)国土交通省研究:「都市に活力を生み出す人材が求める都市環境に関する研究(2006)」,「広島都市圏に必要なことを探る(2005)」

□ ヒアリング調査

魅力ある地域環境	<ul style="list-style-type: none">■ 他都市と差別化された、世界が注目するものを創ることが必要。■ 交流を通じて新たな知識を創造するようなプラットフォームやネットワークが必要。■ 交流の場を作るなら、様々な人々を繋いでいく人材が必要。■ (人材集積を)持続可能なものにするためには、産業と直結した特化した大学があり、学生が集まってくるのが効率的。
広島県の強み,弱み	<ul style="list-style-type: none">■ 広島は世界的な知名度がある。留学生には大阪よりも知名度がある。■ 東京から人を惹きつけるよりも、世界から直接惹きつけるほうが可能性がある。■ 住環境もいいし、都市と田舎がそれほど離れていない広島の魅力は、他の地方都市にもあるため、それらの魅力を上手く活用していく仕掛けが必要。■ 広島都市圏の文化的な発信力は十分ではなく、補強が必要。
広島都市圏が 中長期的に目指す姿	<ul style="list-style-type: none">■ ソウルはデザインキャピタル。何かの分野においてキャピタルとなることを目指す。

平成24年度調査概要等

□ アンケート調査

【魅力向上に必要な要素】

項目	調査結果状況				
東京都在住の広島県出身者	交通手段の利便性(41%)	治安の良さ(26%)	職業選択の多様性(24%)	医療機能の充実度(23%)	居住コストの安さ(19%)
広島県内の企業経営者	交通手段の利便性(56%)	治安の良さ(28%)	居住コストの安さ(24%)	職業選択の多様性(24%)	医療機能の充実度(22%)
全国規模企業の支店長	交通手段の利便性(61%)	治安の良さ(41%)	医療機能の充実度(30%)	自然災害の少なさ(27%)	居住コストの安さ(23%)

【広島都市圏の強み】

項目	調査結果状況				
東京都在住の広島県出身者	都市の国際的知名度の高さ(74%)	水産物・農産物(74%)	自然災害の少なさ(66%)	気候(56%)	自然との近接性(53%)
広島県内の企業経営者	自然災害の少なさ(77%)	都市の国際的知名度の高さ(72%)	水産物・農産物(64%)	気候(59%)	自然との近接性(52%)
全国規模企業の支店長	自然災害の少なさ(73%)	都市の国際的知名度の高さ(64%)	水産物・農産物(63%)	観光名所(59%)	自然との近接性(57%)

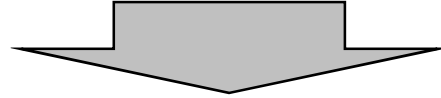
【広島都市圏の強化すべき要素】

※「広島都市圏の強化すべき要素」の()内の数値は、「とても強化・改善が必要」、「強化・改善が必要」の合計数値

項目	調査結果状況				
東京都在住の広島県出身者	職業選択の多様性(78%)	交通手段の利便性(77%)	高度な教育・研究機能の充実度(71%)	ものづくりの技術力の高さ(68%)	育児・保育機能の充実(67%)
広島県内の企業経営者	交通手段の利便性(88%)	育児・保育機能の充実度(77%)	福祉機能(71%)	職業選択の多様性(71%)	医療機能の充実度(69%)
全国規模企業の支店長	交通手段の利便性(84%)	職業選択の多様性(68%)	娯楽・レジャー施設の充実度(65%)	育児・保育機能の充実度(60%)	医療機能の充実度(60%)

区分	配布対象	配布数	回収数	回収率
東京都在住の広島県出身者	東京広島県人会(全会員)	1,900	483	25%
広島県内の企業経営者	広島都市圏の資本金4千万以上の企業の経営者	1,219	384	32%
全国規模で事業展開する企業の県内支店長	広島商工会議所支店長会	203	83	41%
合計		3,322	950	29%

「広島都市圏の活性化に向けた調査・検討」
(平成24年度:広島県地域政策局調査)



■ 魅力向上に重要な要素

「交通手段の利便性」, 「治安の良さ」, 「医療機能の充実度」, 「居住コストの安さ」, 「職業選択の多様性」は、セグメントに共通して、魅力向上における重要な要素とされている。

■ 広島都市圏の強み

「都市の国際的知名度の高さ」, 「水産物・農産物」, 「自然災害の少なさ」, 「自然との近接性」は、すべてのセグメントに共通して、高い評価を受けている。

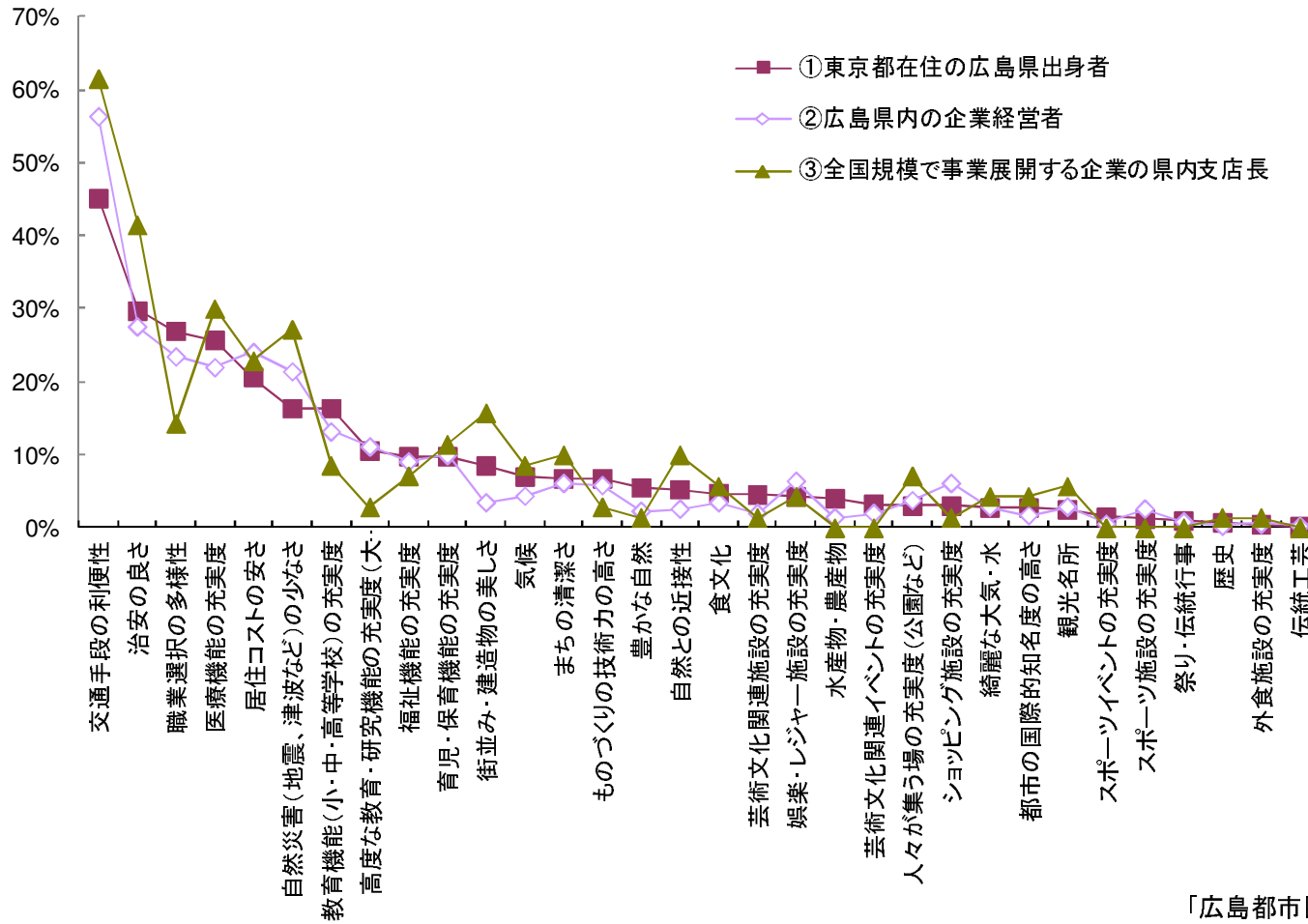
■ 広島都市圏の強化すべき要素

すべてのセグメントに共通して、「職業選択の多様性」, 「交通手段の利便性」, 「育児・保育機能の充実度」は、強化すべき要素として指摘されている。その他に、「高度な教育・研究機能の充実度」, 「ものづくりの技術力の高さ」, 「娯楽・レジャー施設の充実度」に対する指摘も多い。

平成24年度調査概要等

□ アンケート調査

居住・就労を行う視点から、都市の魅力において最も重要だと思う項目

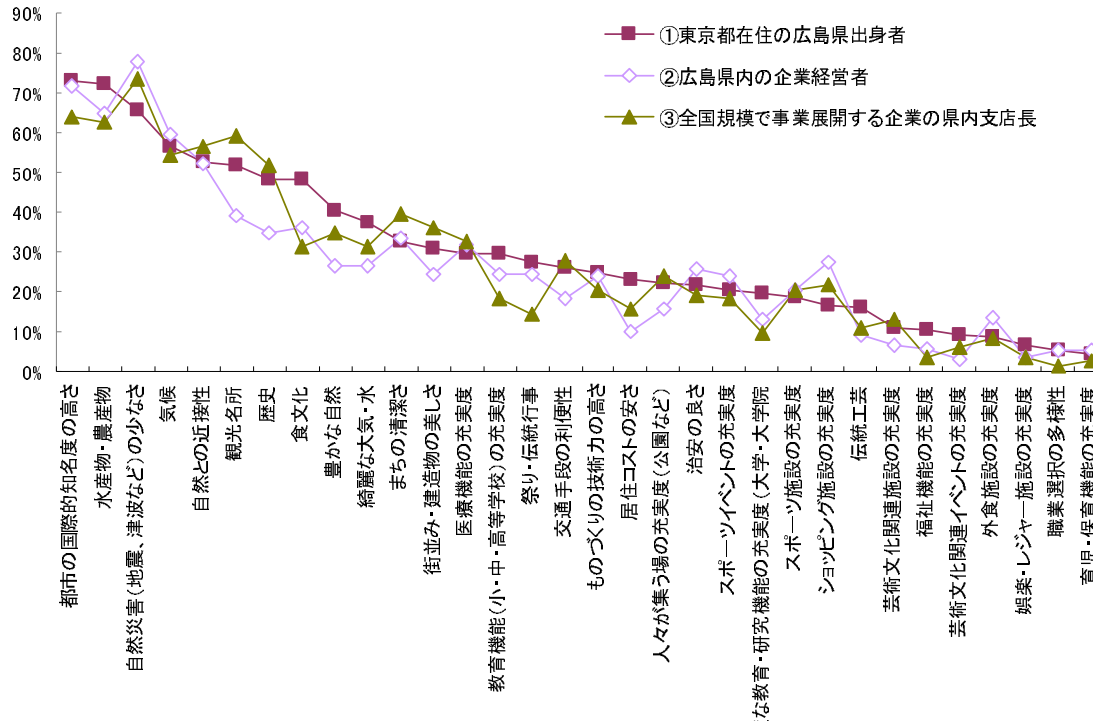


- 「交通手段の利便性」,
「治安の良さ」,
「医療機能の充実度」,
「居住コストの安さ」,
「職業選択の多様性」は、
セグメントに共通して、
重要とされている。
- 県内支店長では、
「街並み・建造物の美しさ」
が他のセグメントよりも高く、
6番目に重要とされている。

「広島都市圏の活性化に向けた調査・検討」
(平成24年度:広島県地域政策局調査)

□ アンケート調査

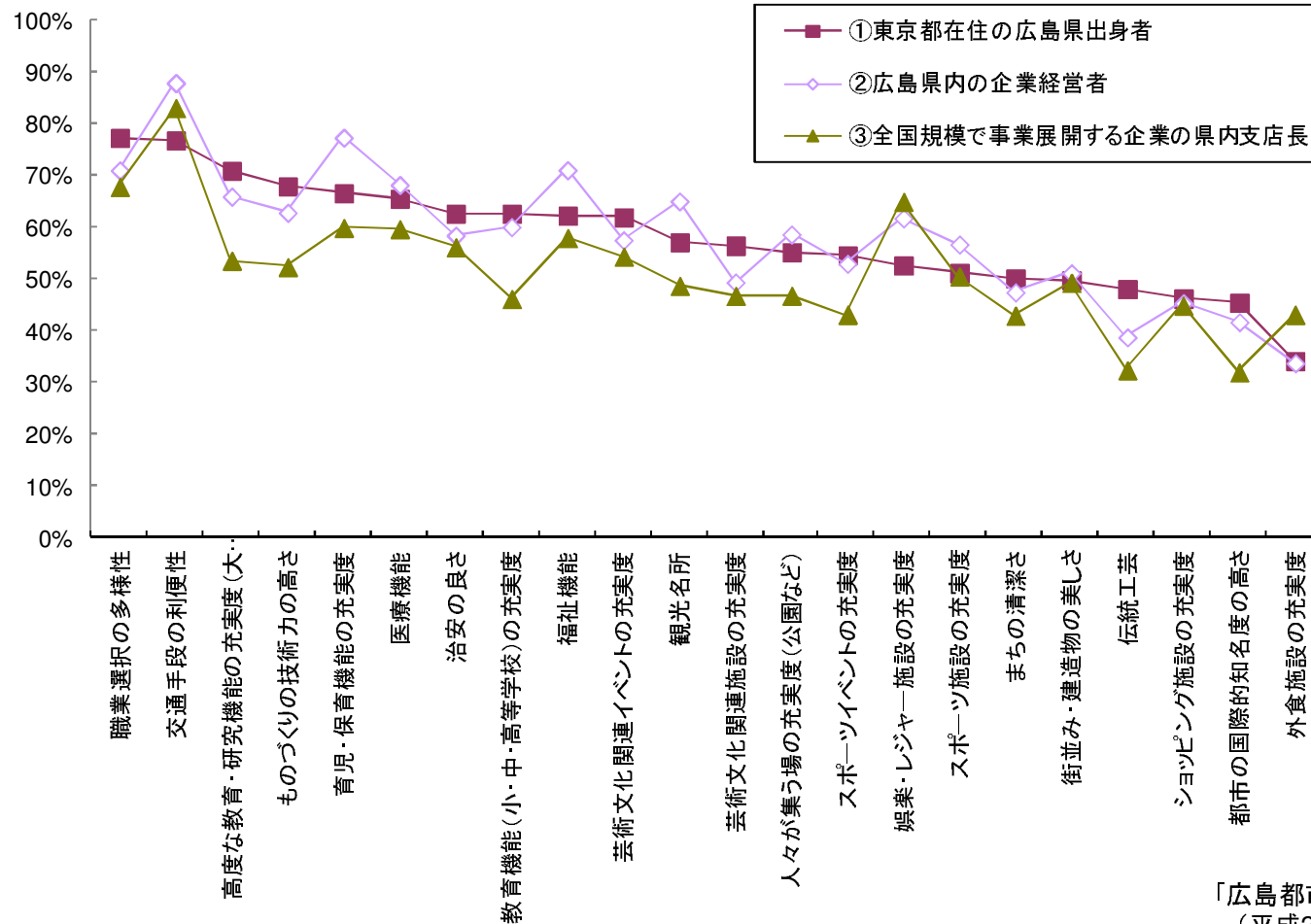
居住・就労を行う視点から、広島都市圏の強み・魅力だと思う項目



- 「国際的知名度の高さ」,
「水産物・農産物」,
「自然災害の少なさ」,
「自然との近接性」は、
すべてのセグメントに共通して、高い評価を受けている。
- 大局的には
3セグメントともに
同様の傾向であるが、
支店長は「食文化」,
「教育機能の充実度」,
「祭り・伝統行事」の
評価が低い傾向。

□ アンケート調査

多様な人材等の集積に向けて強化・改善すべき項目



■ すべてのセグメントに共通して、「職業選択の多様性」、「交通手段の利便性」、「育児・保育機能の充実度」は、強化すべき要素として指摘されている。

■ 県内企業経営者は、「育児・保育機能」、「福祉機能」の改善が必要と考える傾向。

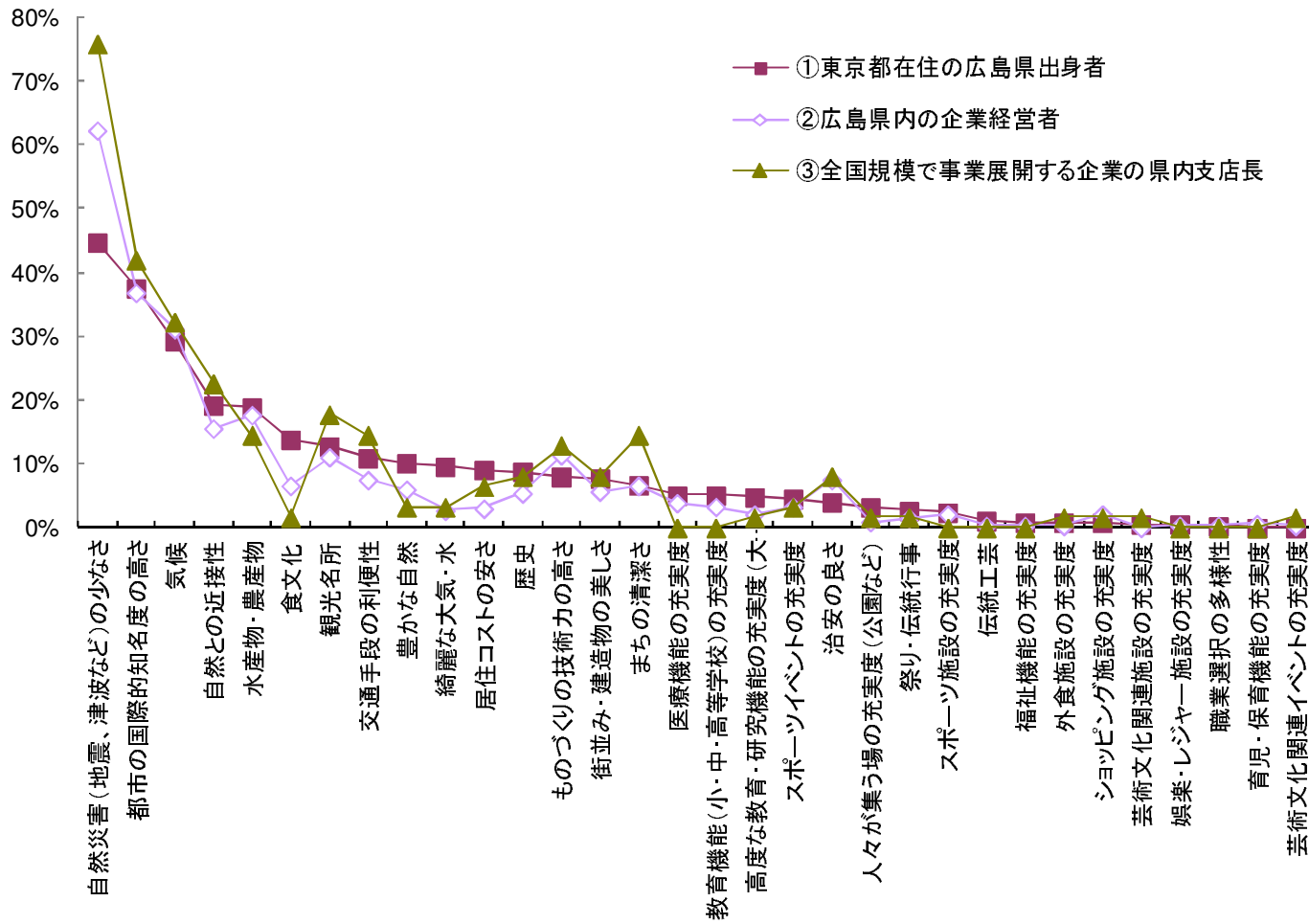
■ 県内企業経営者と支店長は、「娯楽・レジャー施設の充実」が必要と考える傾向。

「広島都市圏の活性化に向けた調査・検討」
(平成24年度:広島県地域政策局調査)

平成24年度調査概要等

□ アンケート調査

居住・就労を行う視点から、他都市圏(札幌, 仙台, 福岡など)と比較して、広島都市圏の強み・魅力だと思ふ項目



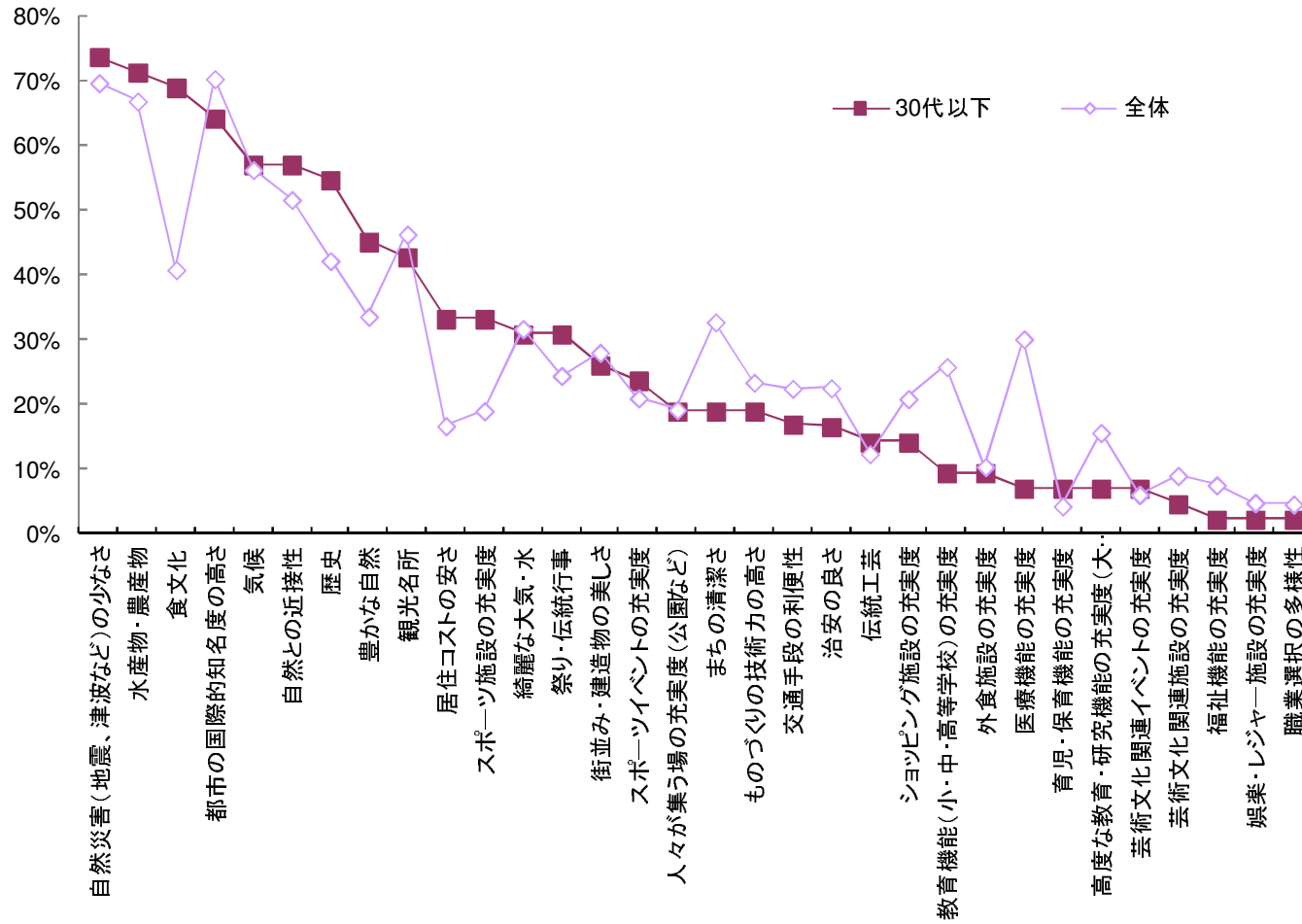
- 「自然災害の少なさ」が最も多い。この点は、特に東京都在住の広島県出身者と県内企業経営者に評価されている。
- その他、「国際的知名度」「気候」、「自然との近接性」の評価が高い。

「広島都市圏の活性化に向けた調査・検討」
(平成24年度:広島県地域政策局調査)

平成24年度調査概要等

□ アンケート調査

居住・就労を行う視点から、広島都市圏の強み・魅力だと思う項目<30代以下>



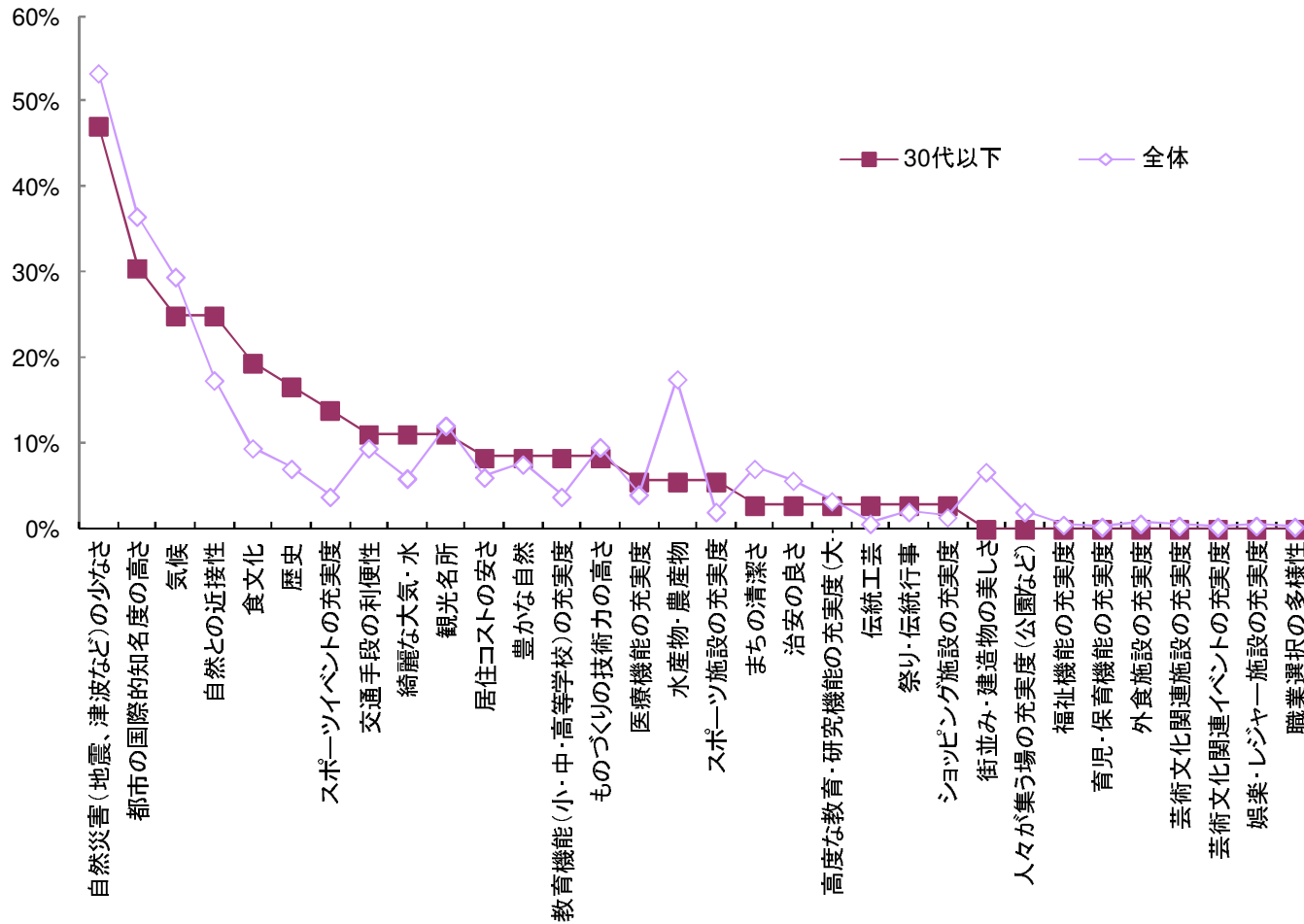
■ 3セグメント全体と比較して、「食文化」、「歴史」、「居住コストの安さ」、「スポーツ施設の充実度」の評価が高い。

「広島都市圏の活性化に向けた調査・検討」
(平成24年度:広島県地域政策局調査)

平成24年度調査概要等

□ アンケート調査

**居住・就労を行う視点から、他都市圏(札幌, 仙台, 福岡など)と比較して、
広島都市圏の強み・魅力だと思う項目<30代以下>**



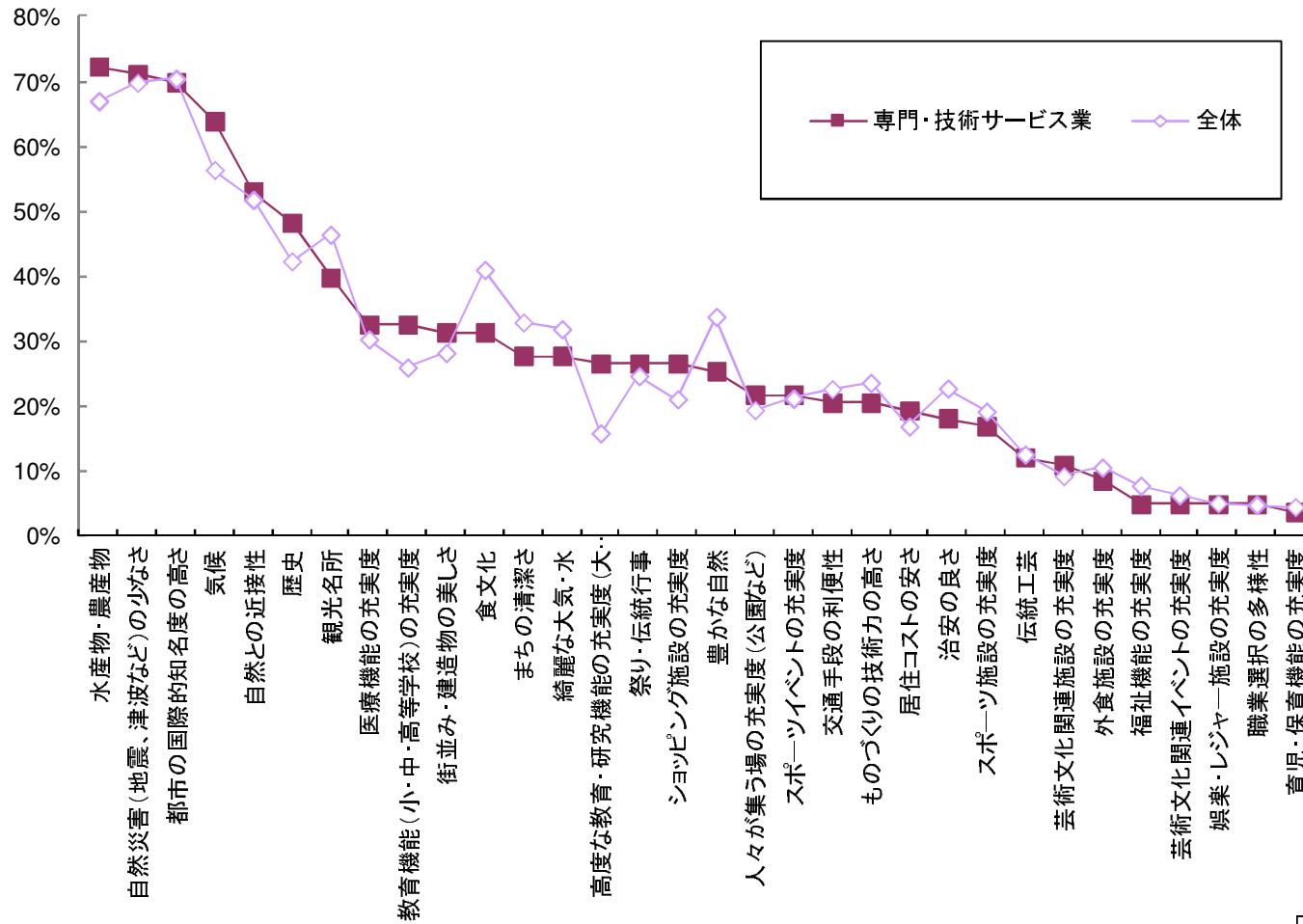
- 「自然との近接性」, 「食文化」, 「歴史」, 「スポーツイベントの充実度」の評価が高い。
- 「水産物・農産物」は全体と比較すると、評価は高くない。

「広島都市圏の活性化に向けた調査・検討」
(平成24年度:広島県地域政策局調査)

平成24年度調査概要等

□ アンケート調査

居住・就労を行う視点から、広島都市圏の強み・魅力だと思う項目＜専門・技術サービス業従事者＞



■ イノベーションの創出に関係が深いと考えられる専門・技術サービス業に従事する者についても、全体とほぼ同様の傾向。

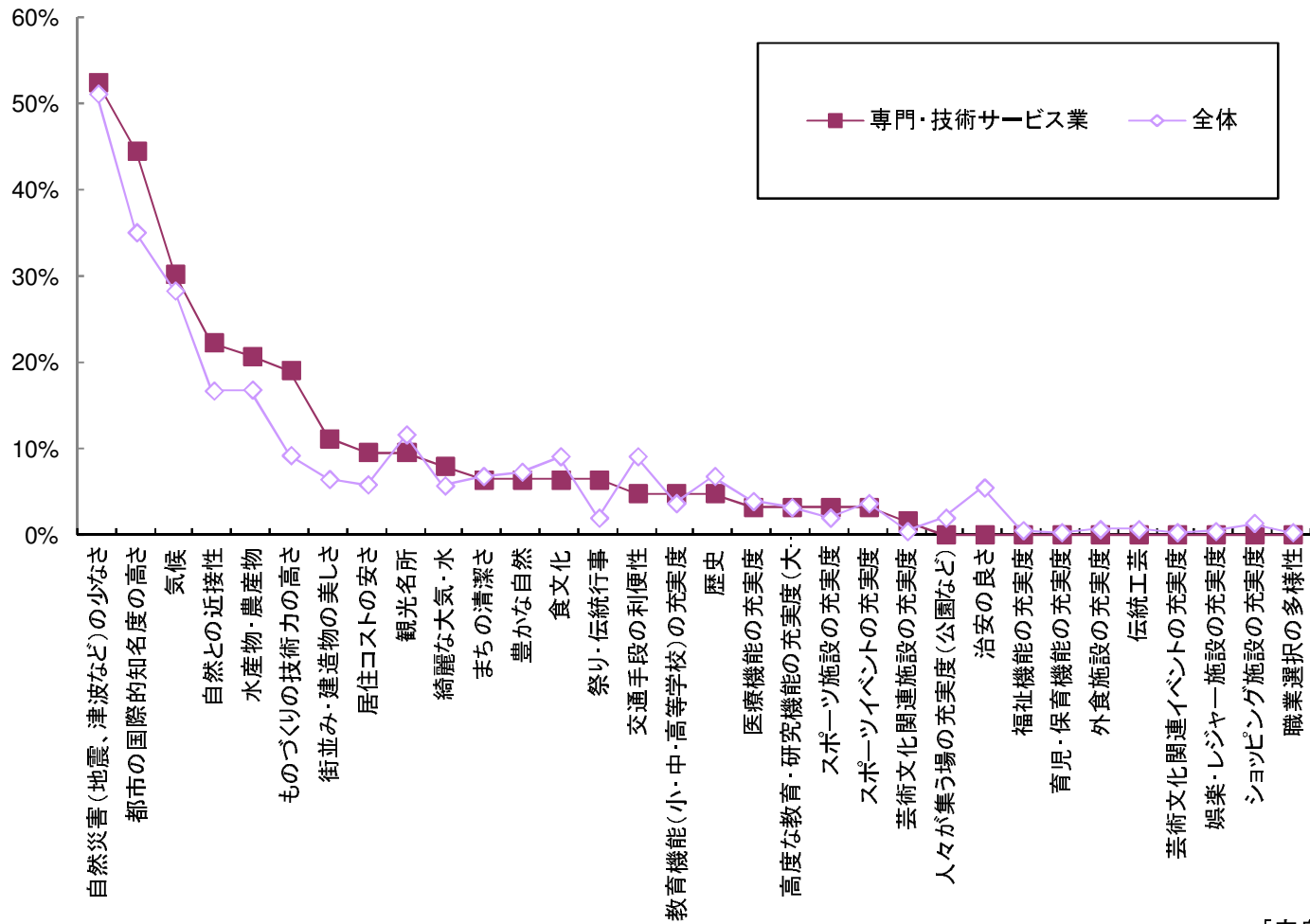
■ 「観光名所」、「食文化」、「豊かな自然」は、全体と比べると、評価が低い。

「広島都市圏の活性化に向けた調査・検討」
(平成24年度:広島県地域政策局調査)

平成24年度調査概要等

□ アンケート調査

居住・就労を行う視点から、他都市圏(札幌, 仙台, 福岡など)と比較して 広島都市圏の強み・魅力だと思う項目<専門・技術サービス従事者>



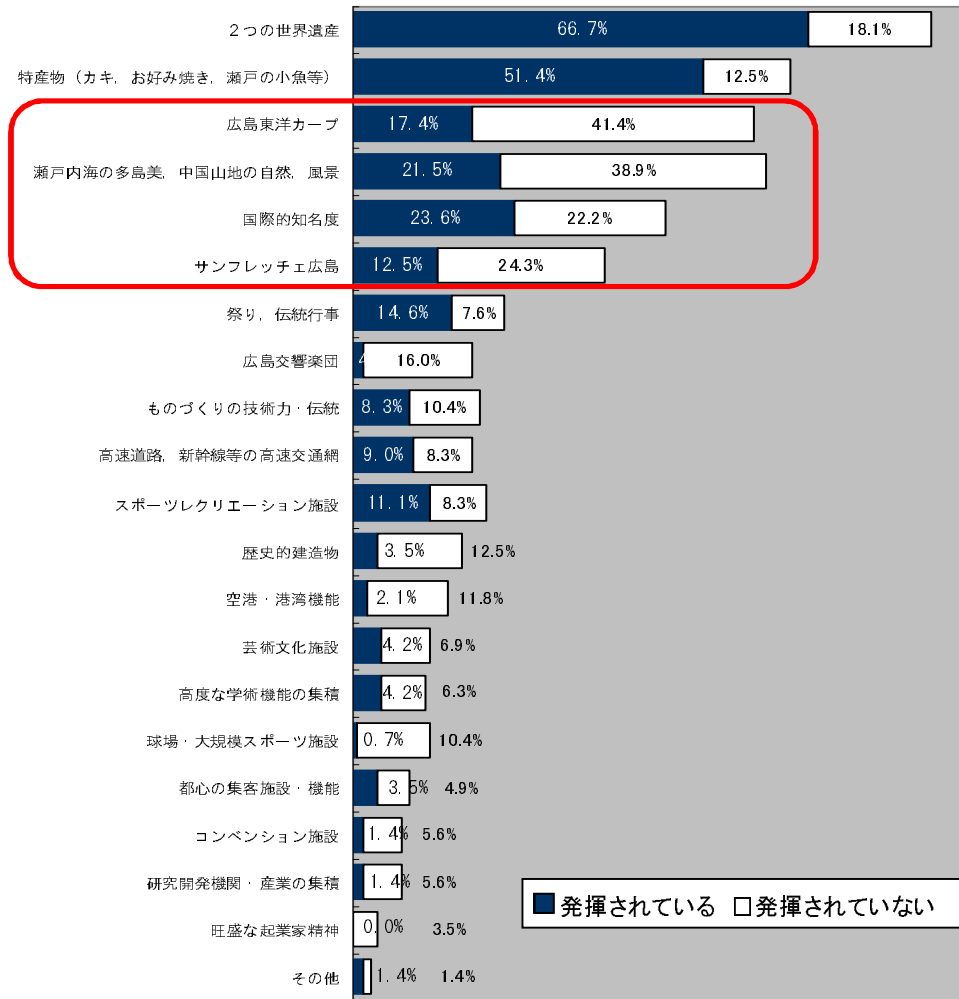
■ 3セグメント全体と比べて、
「国際的知名度」、
「自然との近接性」、
「ものづくりの技術力の高さ」、
「街並み・建造物の美しさ」、
を高く評価する傾向がある。

「広島都市圏の活性化に向けた調査・検討」
(平成24年度:広島県地域政策局調査)

平成24年度調査概要等

□ その他の調査等

広島県の魅力や強みだと思える資源の評価



- 「2つの世界遺産」
- ・ 「特産物（カキ、お好み焼き、瀬戸の小魚等）」
- ・ 「広島東洋カープ」
- ・ 「瀬戸内海の多島美、中国山地の自然、風景」
- ・ 「国際的知名度」
- ・ 「サンフレッチェ広島」 については、広島県の魅力、強みとして評価が高い。

- プロスポーツ、
- ・ 自然（瀬戸内海、中国山地）
- ・ 国際的知名度
- は、魅力ではあるが、発揮されていない。

（出所） H16年度第2回インターネットモニターアンケート調査結果（平成16年度：広島県総務局行政情報室）

平成24年度調査概要等

□ その他の調査等

「都市地域の活力強化に係る調査検討業務 報告書」
 (平成23年 財団法人森記念財団 都市戦略研究所等より)

広島地域の強みと弱み

①経済	<p>【強み】 <u>ビジネス環境が良い</u>(⇒完全失業率が低い, 一人あたりオフィス面積が広い)</p> <p>【弱み】 法規制・リスクの存在(⇒法人税率が諸外国と比べ高い) ※国内他地域も同様の条件</p>
②研究・開発	<p>【弱み】 研究開発成果が低い(⇒主要科学技術賞の受賞者ゼロ, 産業財産権(特許)登録数が少ない)</p> <p>受入態勢・支援制度・研究環境が悪い(⇒世界トップ200大学が無い〔広島0, 東京4, 大阪1〕)</p>
③文化・交流	<p>【弱み】 すべてにおいて弱い(交流・文化発信力, 宿泊環境, 集客, 交流実績)</p> <p>・宿泊環境が乏しい(⇒ハイクラスホテル客室数が圧倒的に少ない〔広島485, 東京10,193, 大阪3, 691〕)</p> <p>・集客施設(文化施設)が乏しい(⇒文化劇場・コンサートホール数, 有名美術館, スタジアム数が十分でない)</p>
④居住	<p>【強み】 <u>就業環境が良い</u>(⇒総労働時間が短い)</p> <p><u>住居コストが安い</u>(⇒賃貸住宅平均賃料が安い, <u>安全・安心な都市</u>(人口あたりの殺人件数が少ない))</p> <p>気候が良い(⇒年平均気温は16.3度で一年を通じて過ごしやすい気候)</p> <p>自然災害が少ない(⇒地震〔過去10年で震度5強以上はゼロ〕, 津波〔予想される高さは最大で1m〕 台風・落雷〔過去30年の台風接近数は全国でも少ない, 年間雷発生率が低い〕)</p> <p><u>安定した電力供給</u>(⇒他地域と比較して, 十分に余力のある電力供給)</p>
⑤環境	<p>【強み】 <u>汚染状況が低い</u>(⇒SO2濃度・NO2濃度が低い, 水質汚染が少ない)</p> <p>【弱み】 エコロジーではない(⇒CO2排出量が多い〔広島44, 東京6, 大阪21〕)</p>
⑥交通・アクセス	<p>【弱み】 <u>国際交通インフラ, 都市内交通インフラが弱い</u></p> <p>・都心から国際空港まで遠い(⇒アクセス時間〔広島52分, 大阪34分, 福岡11分〕)</p> <p>・国際線直行便就航都市が少ない, 国際線旅客数が少ない</p>

平成24年度調査概要等

□ その他の調査等

テキサス州オースチン校は、~~先進事例：企業と大学が互いに~~資金、ネットワークを総合的に提供しクラスター化に成功

- テキサス州オースチンは大学をコアとして研究開発型企業の集積で成功した都市のひとつ
- テキサス大学・オースティン校のビジネススクール元学長コズメツキー博士が主に次の3点を主導

オースチン・テクノロジー・インキュベーター(ATI)

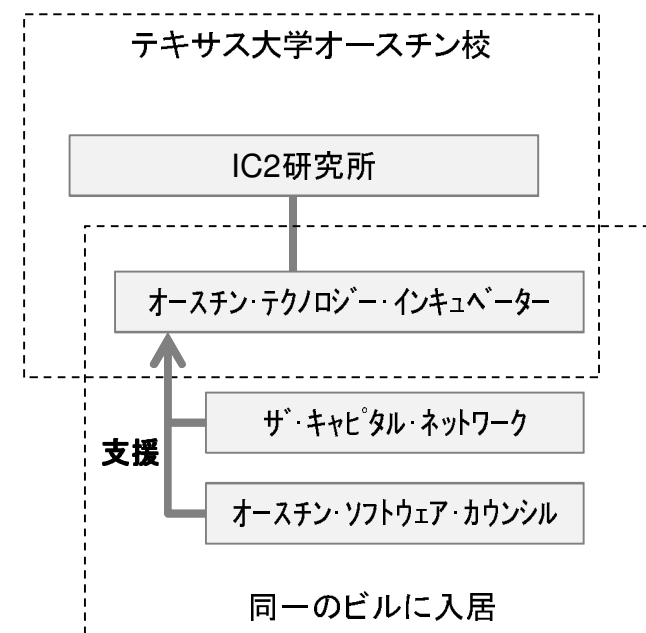
- 科学技術の商業化について研究するIC2研究所の下部組織の1つとして設立
- 大学が用意したテナントビルに、ソフト企業を中心に、常時15~20社程度のベンチャー企業を低価格で入居させる
- 入居期間は最長3年と限定
- 法律事務所、会計事務所、保険会社などを募集し、登録。必要に応じて、入居中の企業に安値でサービスを提供
- ATIが企業に低料金で、ベンチャー企業の経営相談に応じるサービスも提供

ザ・キャピタル・ネットワーク(TCN)

- 個人投資家やベンチャーキャピタルをDB、ネットワーク化
- リストを見て相性のよさそうな企業との面談の機会をセッ

オースチン・ソフトウェア・カウンシル

- 企業の従業員の福利厚生を共同で実施
- ベンチャー企業向けに会社経営の基本的な知識を教育(MBAプログラムのようなもの)



テキサス州オースチンの成功は、 「ハイテク産業」と「生活の質、住民の寛容性」の両面を追求したことにある

■ オースティンのもう一つの成功要因は環境とレクリエーション型のアメニティを充実させたこと

- 全米の都市の中で、経済分野・レクリエーション的分野・環境分野で常に高い評価を得ている
- オースティンの最優先政策は、文化、レクリエーションの表出機会の増加
 - ・ スポーツイベント、フェスティバルの充実
 - ・ 公園と湖の整備
 - ・ 芸術・音楽・演劇団体の支援
 - ・ 土地利用の効率化による交通渋滞の緩和と、住宅価格の抑制

平成24年度調査概要等

□ その他の調査等 「各種調査結果のサマリー」と「地域の魅力を構成するファクター」の対照表

調査	調査結果(関連する指摘等)	施策の分野とファクター
文献調査	■イノベーションの創出には、新しいアイデアを生む人材が重要。	全体に関係
	■創造的環境をいかに作り、運営していくかが重要。 ～アイデア、発明を生み出すハード(教育、文化施設等)、ソフト(物事を結びつける構造等)両面の都市基盤～	「ビジネス／働く」～■人材の活躍の場としての地域の魅力向上 「刺激／文化・スポーツ」～■良質な文化・芸術・スポーツを楽しめる環境 「教育／学習」～□新たな挑戦を支援する学習環境(大学・社会人) 「教育／学習」～□教育環境の魅力向上(小中高)
	■中規模都市において、クリエイティブ人材を惹きつけるためには、特徴的な魅力が必要	他地域と差別化できる、際立たせる視点
	■教育施設のイノベーションにおける役割・拠点性は大きい。	「教育／学習」～□新たな挑戦を支援する学習環境(大学・社会人) 「教育／学習」～□教育環境の魅力向上(小中高)
	■都心における緑、水辺、自然、公園などの充実が重要。 ■専門性、創造性等を必要とするサービス業を伸ばすためには、「特色のある人材育成機能」の充実とともに、都市の美しさなど都市の質的向上を図り、「創造性を育む環境」を創ることが必要。	「刺激／文化・スポーツ」～■生活を刺激する質の高い都市環境 「教育／学習」～□新たな挑戦を支援する学習環境(大学・社会人) 「教育／学習」～□教育環境の魅力向上(小中高) 「刺激／文化・スポーツ」～■生活を刺激する質の高い都市環境 「刺激／文化・スポーツ」～■良質な文化・芸術・スポーツを楽しめる環境
ヒヤリング調査	■交流を通じて新たな知識を創造するプラットフォームやネットワークが必要。	「ビジネス／働く」～■人材の活躍の場としての地域の魅力向上
	■島は世界的な知名度がある。留学生には大阪よりも知名度がある。	「ビジネス／働く」～■国際的な知名度の活用
	■住環境もいいし、都市と田舎がそれほど離れていない広島の魅力は、他の地方都市にもあるため、それらの魅力を上手く活用していく仕掛けが必要。	「住む／便利／健康」～■多様なニーズに対応した居住環境 「住む／便利／健康」～■生活の質を高める自然との「ふれあい」「癒し」
	■文化的な発信力は十分ではなく、補強が必要。 ■(人材集積)持続可能なものにするためには、産業と直結した特化した大学があり、学生が集まってくるのが効率的。	「刺激／文化・スポーツ」～■良質な文化・芸術・スポーツを楽しめる環境 「教育／学習」～□新たな挑戦を支援する学習環境(大学・社会人)
アンケート調査	■魅力向上における重要な要素	
	「交通手段の利便性」	「住む／便利／健康」～□生活の利便性を高める都市基盤の整備
	「治安の良さ」	—
	「医療機能の充実度」	「住む／便利／健康」～□医療体制の充実強化
	「居住コストの安さ」	「住む／便利／健康」～■多様なニーズに対応した居住環境
	「職業選択の多様性」 など	「ビジネス／働く」～□所得と雇用の着実な拡大
	■広島都市圏の強み	
	「国際的な知名度の高さ」	「ビジネス／働く」～■国際的な知名度の活用
	「水産物・農産物」	「ビジネス／働く」～□所得と雇用の着実な拡大 「刺激／文化・スポーツ」～■良質な文化・芸術・スポーツを楽しめる環境
	「自然との近接性」 など	「住む／便利／健康」～■生活の質を高める自然との「ふれあい」「癒し」
	■今後、強化すべき要素	
	「職業選択の多様性」、 「交通手段の利便性」、 「育児・保育機能の充実度」 など	「ビジネス／働く」～□所得と雇用の着実な拡大 「住む／便利／健康」～□生活の利便性を高める都市基盤の整備 「ビジネス／働く」～■人材の活躍の場としての地域の魅力向上 「ビジネス／働く」～□所得と雇用の着実な拡大 「教育／学習」～□教育環境の魅力向上(小中高)

平成24年度調査概要等

□ その他の調査等

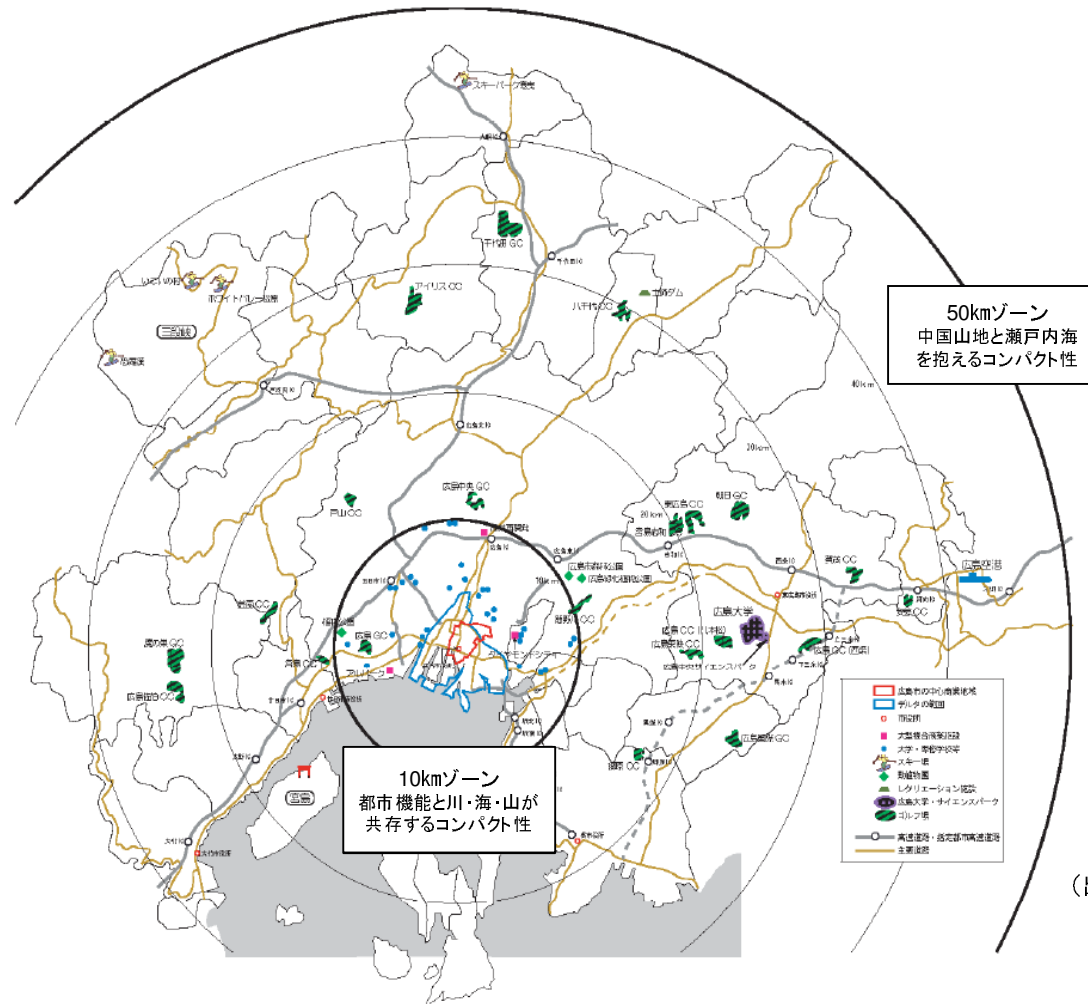
「既に実施している主な取組の例」の課題と今後の取組イメージ

分野	ファクター	既に実施している主な取組の例【H25当初予算】	課題	今後の取組イメージ
住む／利便／健康	多様なニーズに対応した居住環境	子育て環境の整備【971千円】 子育てのしやすさに配慮したマンションの認定制度を創設し、購入者に対し金利優遇等措置	多様な人材のライフスタイルやライフステージを踏まえた、都市と自然の魅力を楽しめる居住環境づくりに向けた取組が必要	都市と自然の近接性の活用 ○自然と共生した地域づくり
	生活の質を高める自然との「ふれあい」・「癒し」の環境	瀬戸内クルージング促進事業【279,625千円】 クルージングに関する情報発信や、大型艇保管係留施設の改良、大型客船誘致のプロモーション等を実施	都市の魅力とともに、海・山・川等の多様な自然とのふれあいや癒しを楽しめる地域環境づくりが必要	都市と自然の近接性の活用 ○近接性の魅力向上と情報発信 ○定住のためのコンシェルジュ機能の強化
ビジネス／働く	人材の活躍の場としての地域の魅力向上 ・交流の場 ・実践の場 ・人材ネットワーク	産業イノベーション創出支援事業【190,350千円】 「ひろしま創業サポートセンター」を創設し、セミナー・専門アドバイスによる経営面での支援や経営参加型の創業支援等を実施	新しいアイデアを基に起業を目指す人材がアイデアを磨き、知識・技術を高めてイノベーションにつなげていく実践の場が必要	交流の場、人材ネットワーク ○多様な人材の交流促進環境の創出 実践の場 ○イノベーションに繋がる起業に対する支援
刺激／文化・スポーツ	生活を刺激する質の高い都市環境	魅力ある建築物創造事業【2,869千円】 広島型建築プロポーザル方式を確立・普及させ、クリエイティブな建築家等の誘引・育成を促進 みなとの賑わいづくり事業【508,460千円】 港の賑わいづくりのため、広島港と厳島港のプロムナードや案内施設等を整備	地域の様々な生活空間において魅力づくりを促進し、生活の質を高める地域環境の創出が必要	魅力的な都市空間づくり ○公共物のデザイン化による質の高い空間の創出 ○公共空間や農地等を活用した芸術祭の開催 ○「魅力ある建築物創造事業」の取組拡充 ○ハイセンスな飲食店(カフェ・レストラン)の誘致

「資料2 具体的な方策」関係資料

□ 2.都市と自然の近接性の活用

- 広島市中心部から10kmゾーンの空間特性は、デルタを囲む山に縁取られ、瀬戸内海と島を抱え、かつ高次都市機能の約7割が集中する。
- 50kmゾーンの空間特性は、中国山地と瀬戸内海を抱え、豊富な自然資源がある。



(出所) 国土交通省中国地方整備局
「広島都市圏に必要なことを探る(2005)」

「資料2 具体的な方策」関係資料

□ 3.魅力的な都市空間づくり

ソウル市は、デザインをキーワードに掲げた政策を推進し、都市のブランド価値を高め、2010年世界デザイン首都に選定された。

ソウル・デザイン・ガイドライン適用対象

分野	対象
公共空間	道路、広場、親水空間、都市公園、公共建築物、屋外駐車場、公共構造物、公開空地など9分野22種類
公共建築	行政及び公共建築、福祉施設、教育研究施設、環境衛生施設、医療関連施設など7分野32種類
公共施設	休憩施設、衛生施設など10分野45種類
公共視覚媒体	交通安全、道路案内など19分野51種類
屋外広告物	横型看板、連立型看板など10分野10種類
夜間景観	景観照明など

(出所) ソウル・デザイン・ガイドライン

実際にデザインの統一に取り組んだ事例

案内板、キオスク、タクシー、バス、ごみ収集車、ごみ焼却場、商業広告 など

(出所) ソウル市ヒアリング結果より

Before



After



(出所) ソウル・デザイン・ガイドライン

「資料2 具体的な方策」関係資料

□ 4.交流の場, 人材ネットワーク

「交流の場」主催者へのヒアリング結果

始めた理由

個々での活動が多い。クオリティは高いので、繋がっていければ良いものが生み出せる。

(デザインナイト 木原氏)

行政の支援

バックアップがあれば、信頼感が増し、躊躇していた方も足を運びやすくなる。メディアによる告知もスムーズに進む。

(CSSナイトin広島 藤本氏)
(デザインナイト 木原氏)

交流の場の必要性

○「広島にレベルの高い活発な交流の場があることを知っていれば東京に行かなかった」
○「広島にそれがあつたのを知つたのでUターンした」

(CSSナイトin広島 藤本氏)

ネットワーク化

東京には、創つたものを発信できるクリエイターのコミュニティがある。この発信情報によつて、新たな繋がりが生まれている。

(CSSナイトin広島 藤本氏)

地域振興に携わっている外部人材へのヒアリング結果

○地域の課題解決や新たな活動を始める場合に外部人材の支援を受けることは有効である。
○外部人材と地域内の熱意を持つ人々の融合・化学反応が地域振興には必要である。
(※地域振興・活性化の起爆剤
「よそ者・わか者・ばか者が必要」)

(島根県川本町 尾野氏)

「資料2 具体的な方策」関係資料

□ 5.実践の場

「交流の場」主催者へのヒアリング結果

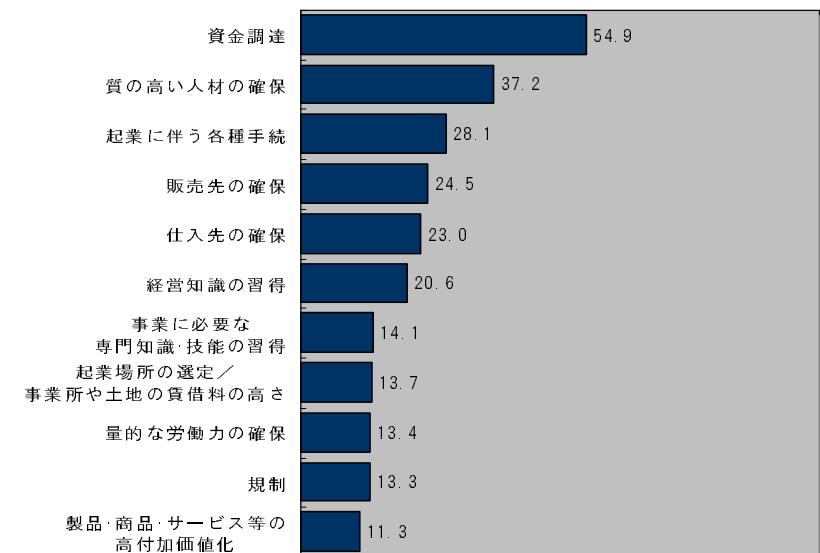
- 学校の勉強だけでは仕事にならないことを学生たちに言っている。
- 会社は即戦力を求めている。職業訓練校を卒業しても、正直使える人材とは言えない。

(CSSナイトin広島 藤本氏)

◆新しいビジネスモデル例

- 徳島県神山町
⇒IT企業のサテライトオフィスとして古民家を活用
- 島根県川本町
⇒空き倉庫等を安く借受け、古書の在庫を大量保有し、ITを活用して販売を行う

起業時の課題



(出所)中小企業庁委託「起業に関する実態調査」(2010年12月)

<都市と自然の近接性に活用について～研究者～>

広島大学大学院 地域経済システム研究センター 教授 伊藤敏安	<ul style="list-style-type: none"> ・都市については、町工場が多く残るものづくりの基盤を活用し、「アイデアを実現できる」等の新しい魅力づくりが必要ではないか。 ・自然については、高い山や透明な海でなくても触れ合うことで達成感を得られる演出を行い、時間的な距離抵抗を低減させる取組が必要ではないか。
広島大学大学院 国際協力研究科 教授 藤原章正	<ul style="list-style-type: none"> ・都市と自然の近接性を活用し、中山間地域等における広島の特徴的な地域課題を、都市の企業のハイテクで解決する広島型のリバース・イノベーションを目指すべきではないか。 ・そのようなイノベーションの土壌や人材を県がつくり、戦後復興をやり遂げた広島が、縮小時代のベクトルを変えることができれば画期的である。
広島大学 産学・地域連携センター 教授 塚本俊明	<ul style="list-style-type: none"> ・自然(中国山地や瀬戸内海)をイノベーションの場と考え、イノベーションのテーマを絞って地域を巻き込んだダイナミックな動きにすることが必要である。 ・そのためには、大学を核とした地域の連携体制を構築し、イノベーション成果の受け皿に対して地元自治体が支援することが必要である。
福岡アジア都市研究所 特別研究員 岡田允	<ul style="list-style-type: none"> ・広島市は、地方中枢都市の中では、知識創造産業の集積度が低く、分散的で、会社以外の形態が多いのが特徴である。 ・ナレッジワーカーのコミュニティ形成や人材育成に取り組み、広島が弱い分野であるソフトウェア開発等の分野に重点的に取り組むことが必要ではないか。
広島大学大学院 社会科学部研究科マネジメント専攻 教授 戸田常一	<ul style="list-style-type: none"> ・自然との距離が近い広島では、自然に都市の影響が出て原風景を喪失しているのではないか。 ・近接性を活用するなら通勤圏以上の距離が必要である。 ・原風景を多く留める島根も視野に入れて検討すべきである。
広島大学大学院 社会科学部研究科マネジメント専攻 准教授 加藤厚海	<ul style="list-style-type: none"> ・近接性も含め広島はバランスが良すぎハングリーになれないのが欠点であり、いい意味でバランスを崩し魅力を高めるには、広大に多くいる留学生と社会人のミクスチャーは有効ではないか。 ・MITでは10代の学生が普通に起業しているが、広島でもそんな風土ができればよい。

<都市と自然の近接性に活用について～活動家～>

<p>有限会社エコカレッジ 代表取締役 尾野寛明 (島根県川本町)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・条件不利地域であることが、逆に起業するにおいて利点(地価が安さなど)となった。 ・適度に小さな町であるほうが、起業のための支援を受けるためにも有利となる。 ・東京や大阪などに、若い県出身者が集まる会があれば、そこから人材を一本釣りすることが可能である。 ・外部から能力・やる気のある人を呼び込むには、地域から信頼されるリーダーの存在や、後見人の存在など、必要な要素がある。
<p>NPO法人グリーンバレー 理事長 大南信也 (徳島県神山町)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・アーティストや建築家などクリエイティブ人材との連携・絆を構築した結果、人が人を呼び、移住者の増加に繋がった。人口の年齢構造適正化を目指すため、自己完結な職を持つ若年層の誘致が必要でありそれを行った。 ・地域資源よりどんな人材が集るかがポイントであり、人を適度に循環させておけば継続的に新しい何かを生み出せる。 ・地域の伝統・文化をしっかり守る意思があり、外部へ迎合しないことが外部人材の受入れには必要だ。

<価値創造人材の交流について～人材交流会主催者～>

<p>デザインナイト 実行委員会委員 木原一郎(広島)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・絶えず新規参加者を確保し刺激を維持しないと創造につながらないが、知ってもらい信用してもらって参加に繋げることはなかなか難しく、集まりやすい会場の確保にも苦慮している。 ・資金面では苦慮しているが、制約が生じるような補助であれば遠慮したい。
<p>CSSナイトin広島 実行委員会委員長 藤本勝己(広島)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・我々の活動を知って帰ってきた人、元々知ってたら東京に行かなかったという人もあり、レベルの高い交流会は人材の受け皿になる。 ・毎月開催しているが常に50人程度(新規参加者が1/3)参加しており、個人や少人数で仕事をする者にとっては、刺激を受ける場の必要性は高い。
<p>CSSナイト 実行委員会委員長 鷹野雅弘(東京)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・交流会を通じて参加者同士がつながり、ヘッドハンティングや共同起業した例は多い。 ・地方では制作側が少人数で仕事を請け、クライアントへの説明不足等からトラブルが生じることがある。制作側がクライアントとなる一般人へ業務形態やスキームを説明・周知する場があれば、地域市場の拡大につながるのではないか。
<p>KDDIウェブコミュニケーションズ 副社長 高畑哲平(東京)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・交流会の実現や発展に向けては、現在あるコミュニティやアイデアマンをサポートすることで上手くいくのではないか。サポートでは行政は前には出すぎず、会場確保等の基礎条件の支援が適当。 ・交流会の成果をより高めるためには、講義形式よりも、プレゼンテーション形式で自分の能力をアピールする場があった方がよい。

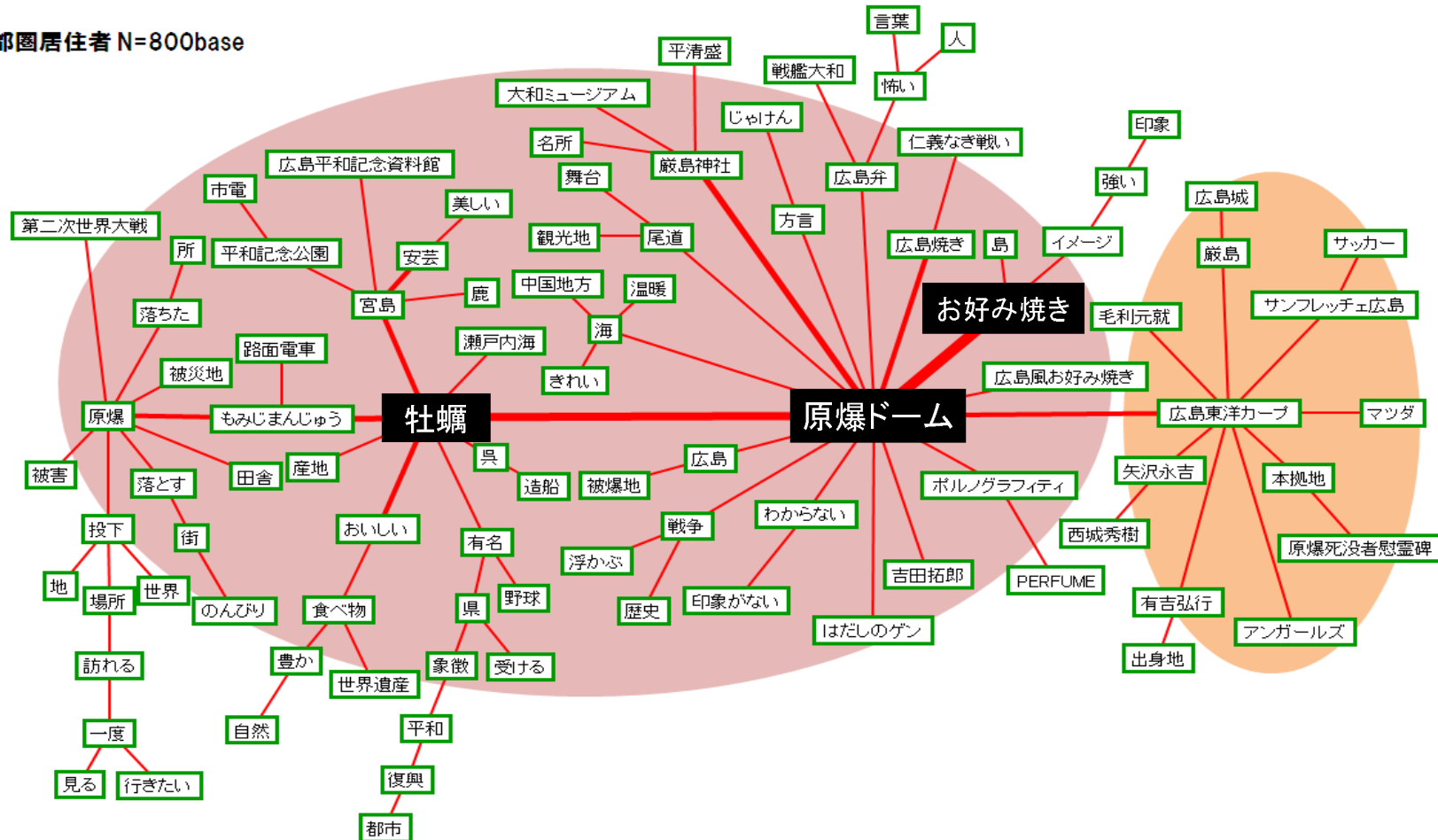
広島県の地域イメージ

外から見た「広島県」の地域イメージ

<首都圏から見た「広島県」のイメージ>

> 首都圏における広島県のイメージは、**来訪意向が非常に強い「宮島」の連想がほとんど現れず、「原爆ドーム」が連想の中心**。構造は個の資産が点的に連想されている。(関西圏においても同様の傾向)

首都圏居住者 N=800base



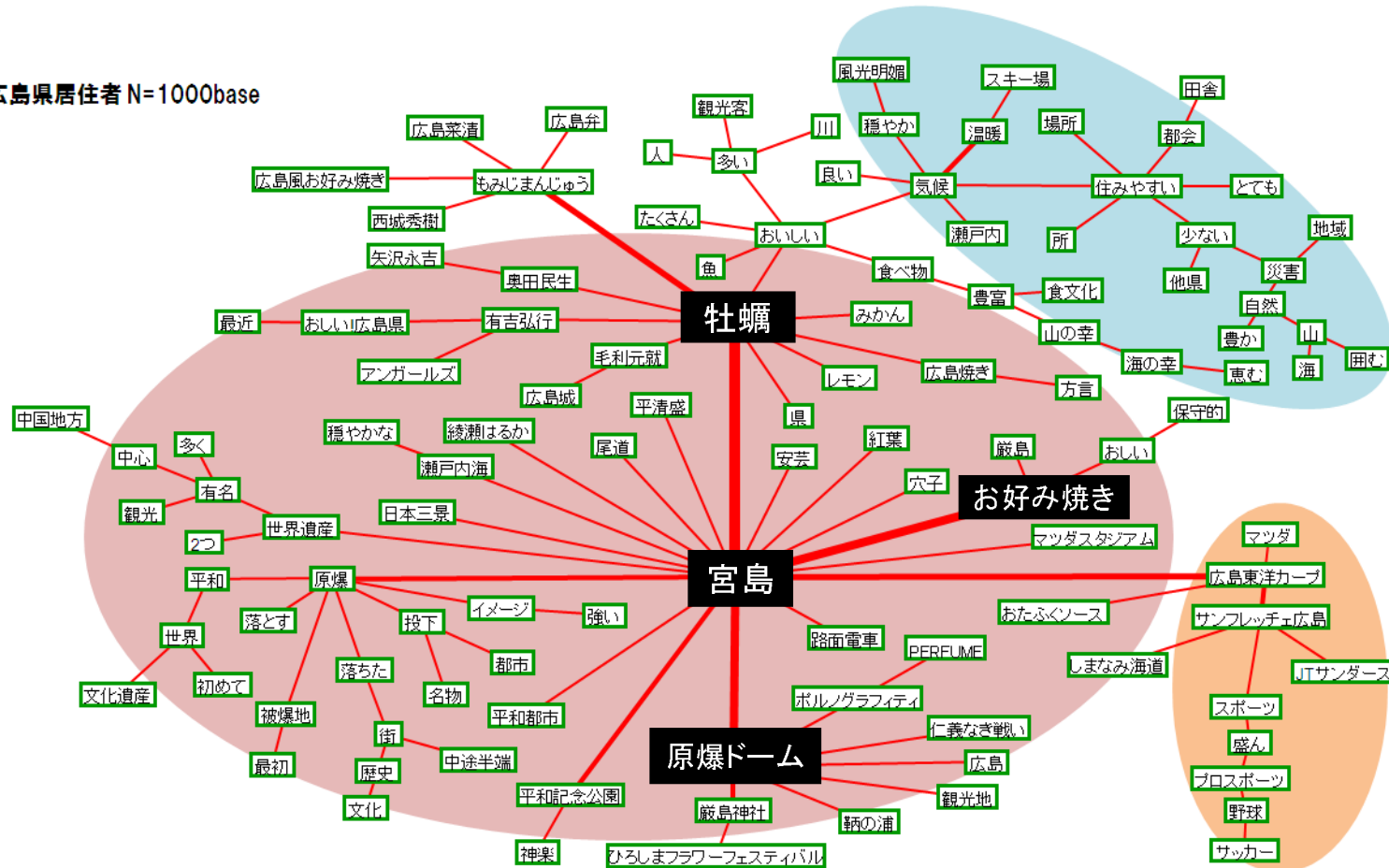
出典:「ひろしまブランド調査報告書」(平成24年度:広島県商工労働局調査)

広島県の地域イメージ

県民から見た「広島県」と「福岡県」の地域イメージの違い

<広島県民の「広島県」のイメージ>

広島県居住者 N=1000base



***連想図の見方**
真中にある言葉ほど出現率が高く、連想のハブとなっている。
また線が太いほど、言葉と言葉の結びつきが強い。

出典:「ひろしまブランド調査報告書」(平成24年度:広島県商工労働局調査)

広島県の地域イメージ

広島県の魅力

自然

瀬戸内海



スキー場(県北)



三段峡



世羅高原



まち

原爆ドーム・平和公園



尾道



本通商店街



路面電車



文化・伝統行事

神楽



宮島の管絃祭



壬生の花田植(北広島)



フラワーフェスティバル



食

お好み焼き



牡蠣



瀬戸内 広島レモン



あなごめし

