

2015.2.27 平成26年度COC全国シンポジウム

地方創生に関する大学との連携



人が元気、自然が元気、地域が元気

黒潮町

黒潮町長 大西勝也

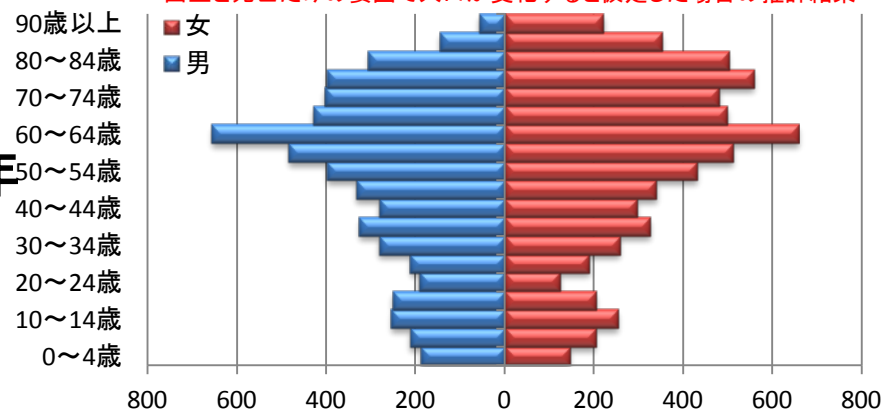
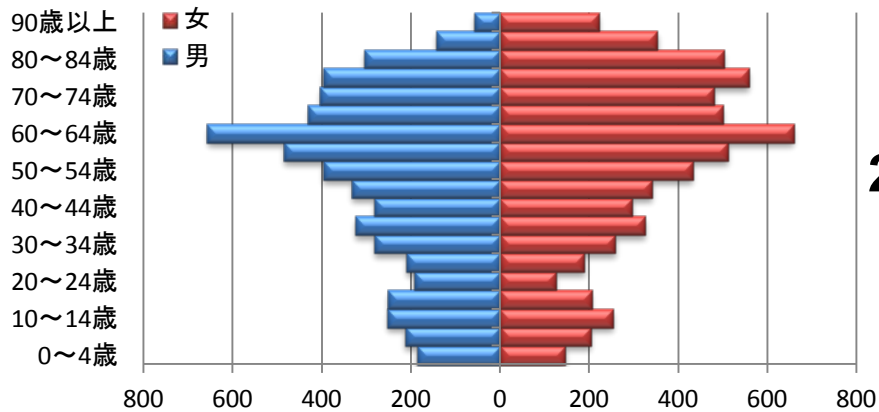
そもそも黒潮町の人口推計は？

『日本の地域別将来推計人口』（国立社会保障・人口問題研究所、平成25年3月推計）から

【封鎖人口仮定なし】

【封鎖人口仮定あり】

出生と死亡だけの要因で人口が変化すると仮定した場合の推計結果

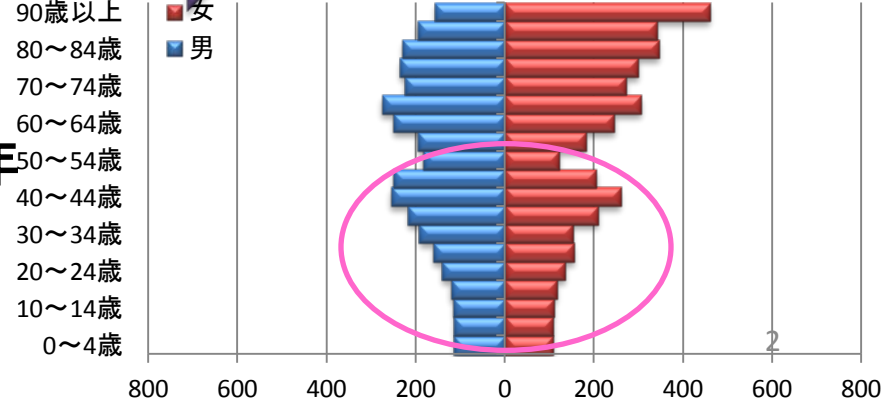
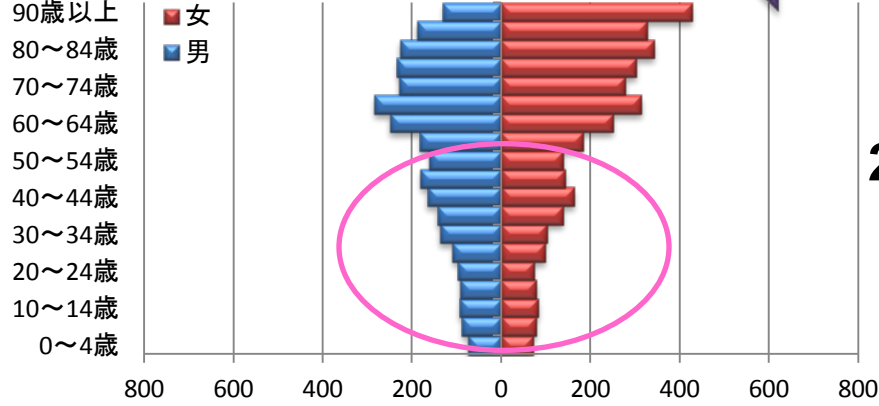
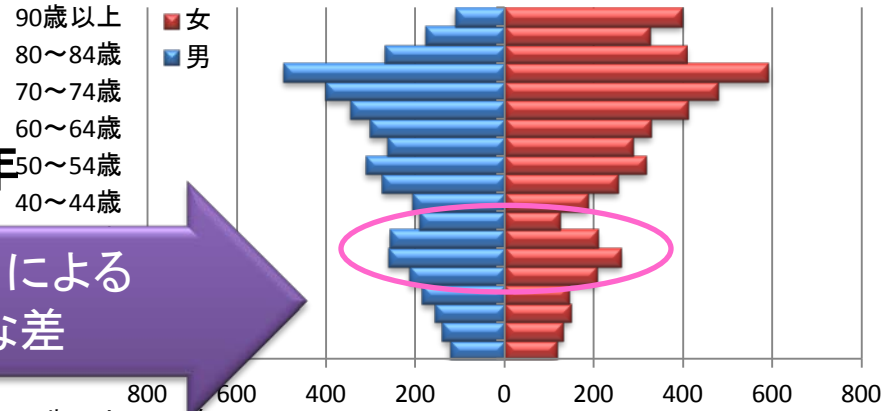
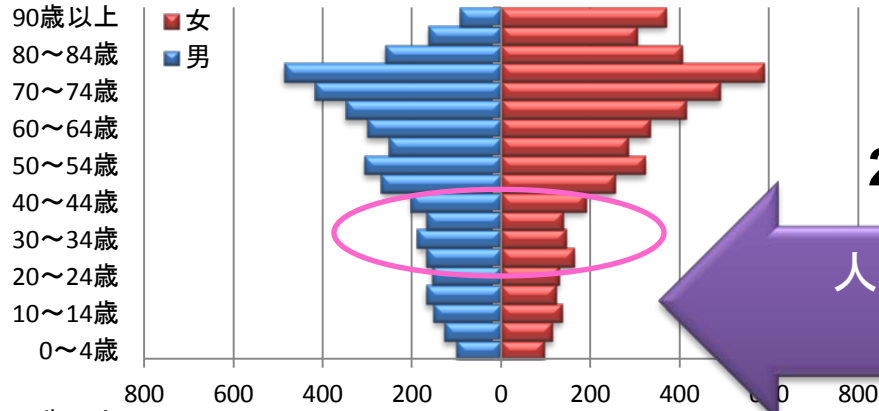


2010年

2025年

人口流出による
明確な差

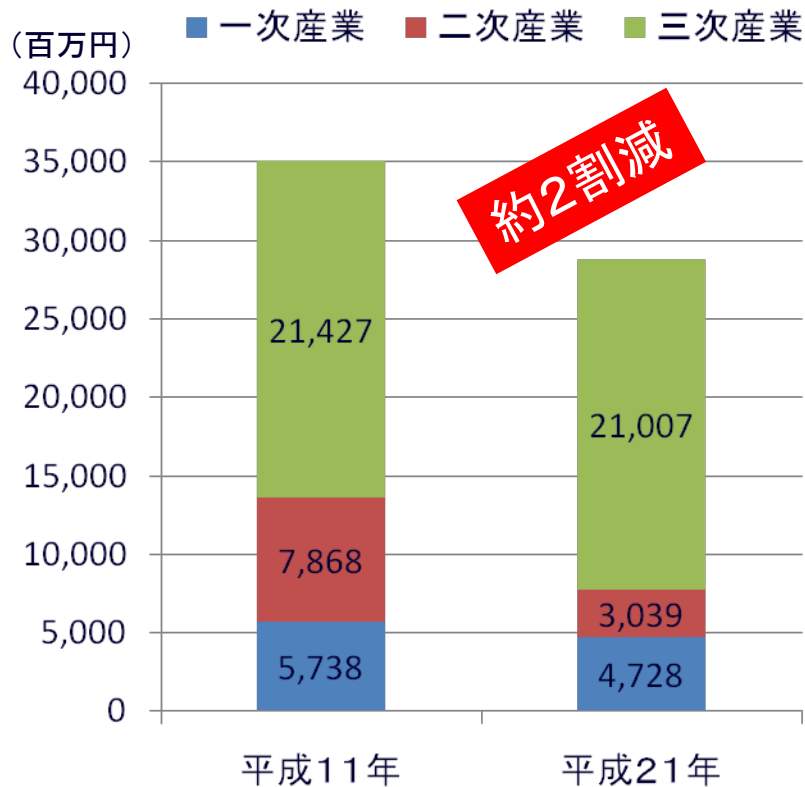
2040年



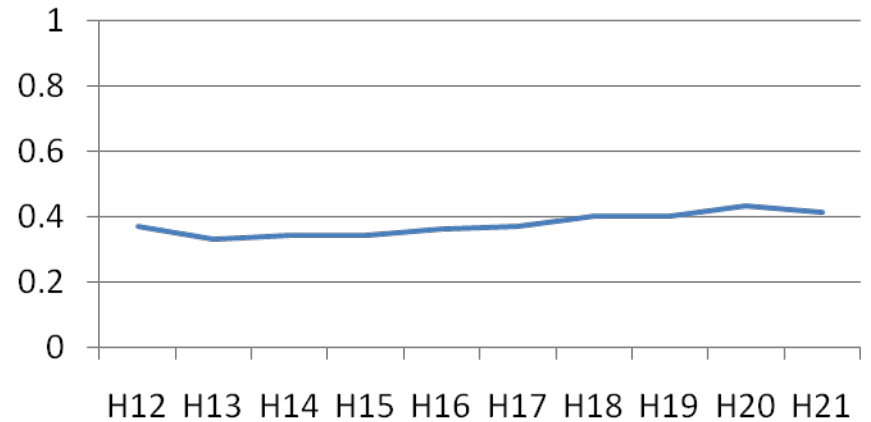
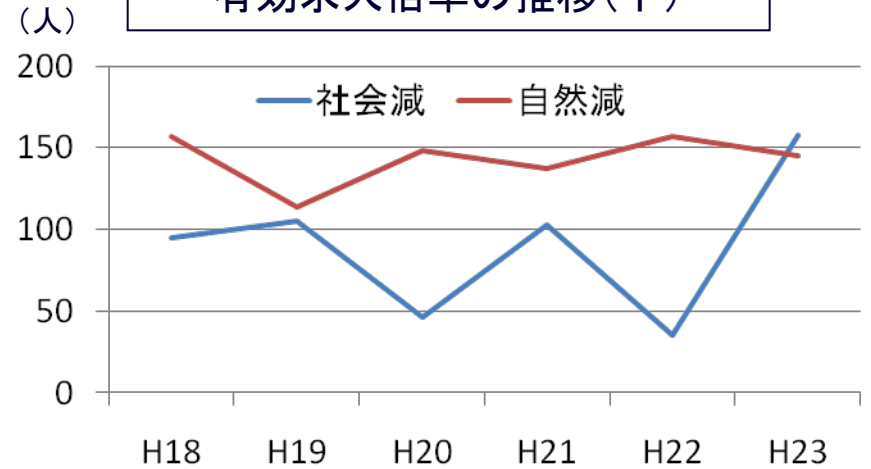
過去10年間で産業が弱り、今もなお若者が町外に出て行ってます

黒潮町に産業を、若者が働く場をつくらなければいけない

黒潮町の市町村総生産の推移



黒潮町の人口減要因の推移(上)
有効求人倍率の推移(下)



この先5年後、10年後に何人が黒潮町で働いているかを考えます

地域活性化の産業政策から産業づくりの産業政策へ

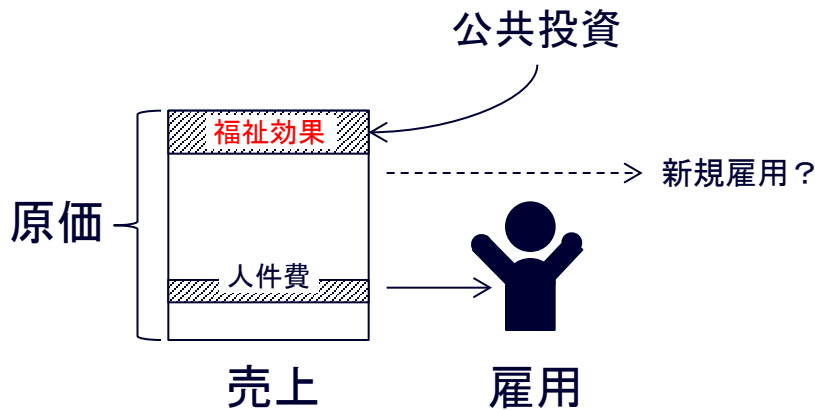
現在

誰でも参加できる
地場のものを使う



地域の活気づくり

活性化≠産業

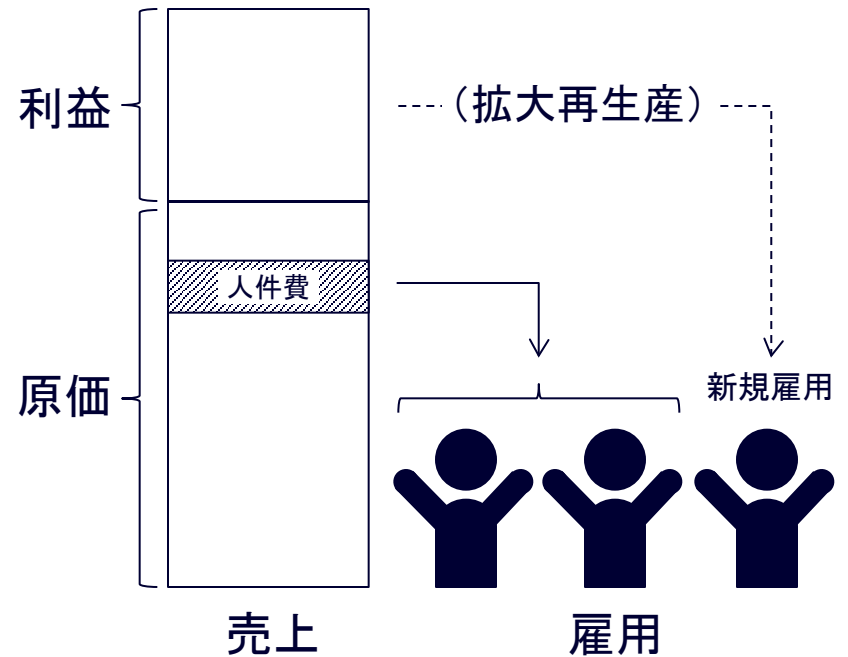


これから

産業＝ビジネスで勝負できる

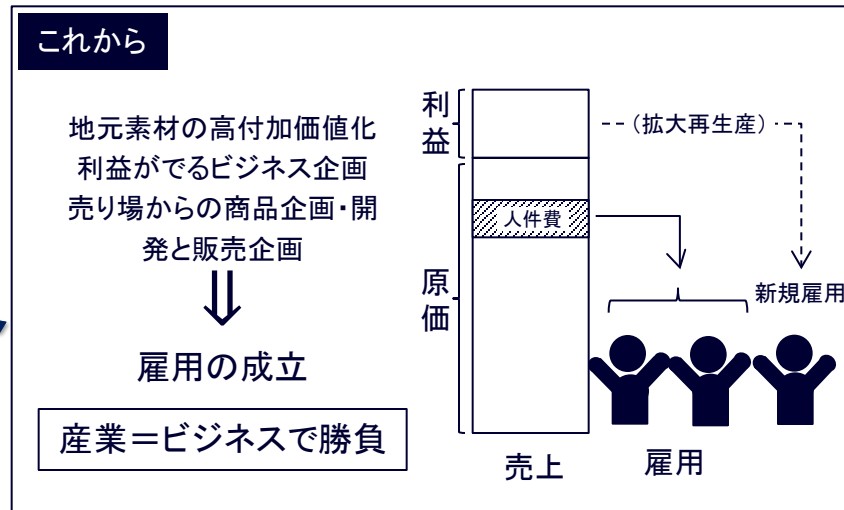
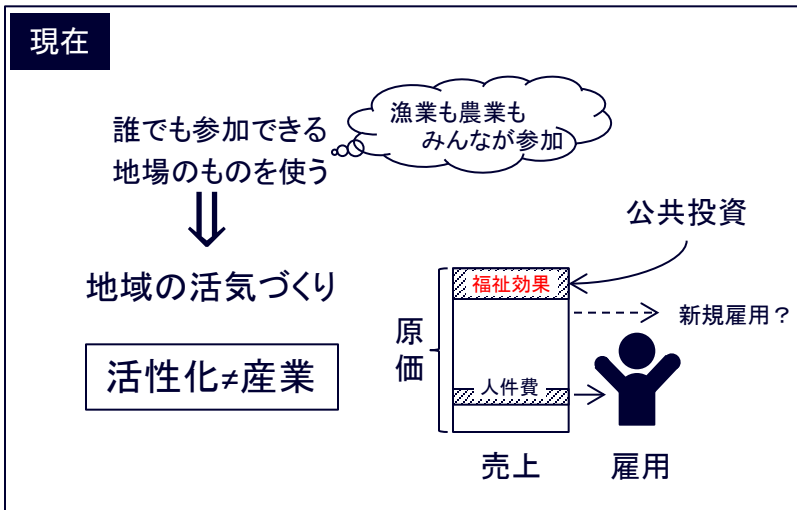


雇用の成立



この先5年後、10年後に何人が黒潮町で働いているかを考えます

地域活性化の産業政策から産業づくりの産業政策へ



- 地域づくり、地場産業おこしの支援といった活動だけでは、産業と雇用開発には至らない。
- 既存グループの支援では、地域に若者の住める仕事はつukれないのじゃないか・・・？
- 産業は生きがいづくりではない！

既存グループの強化策だけでは
新規雇用開発はむずかしい・・・？

- 例えば工場出荷額が60%でも利益が生まれる商品企画、工場づくり
- 売れても利益の出ない地場産業からの脱却へ
- 高付加価値化

・2億の原料が30億の製品になる(馬路村のゆず)。
 ・宮古島の雪塩はちんすこう(お菓子)で味がひろがった。
 ・モクモクの塩学舎はお塩が4千万円、塩ダレ・塩ポン酢で4千万円。
 →生産・加工・販売のトータル産業へ(6次産業化)

- 販売先を常にみつめた商品企画・開発・ファンづくり・パートナーづくりへ

新産業は新商品の開発から始まる。新産業は顧客開発である。

利は生産でなく、利は顧客販売にある。