

館山市サテライトオフィス誘致戦略書

HUG NATURE TATEYAMA～食と癒しの感性都市～

令和7年3月

	はじめに	P.3
1.	全国のサテライトオフィス誘致に関して	P.4
2.	新型コロナウイルス感染症による サテライトオフィス誘致に対する影響	P.18
3.	テレワーク実施企業の地方進出ニーズ	P.35
4.	サテライトオフィス誘致による自治体への効果、課題	P.44
5.	サテライトオフィス誘致の今後の予測	P.61
6.	企業側のニーズ等	P.68
7.	館山市誘致戦略	P.76
8.	今後の流れ	P.129

本事業の目的（仕様書より抜粋）

館山市では、第4次館山市総合計画「後期基本計画」及び「第2期館山市まち・ひと・しごと創生総合戦略」に基づき、多様な雇用の創出や産業振興に繋がる企業誘致活動に取り組んでいる。

本業務は、全国の他の自治体が行っているサテライトオフィス誘致支援事業と差別化するために、館山市の地域資源の活用や地域課題の解決に資するサテライトオフィス誘致戦略を策定するとともに、受託者が有する誘致に関するノウハウを活用し、サテライトオフィスの誘致あるいはサテライトオフィス拠点への企業進出を目指し、新たな魅力ある雇用の創出、地域に根差した新規ビジネスの創出、地域経済の振興を図ることを目的とする。

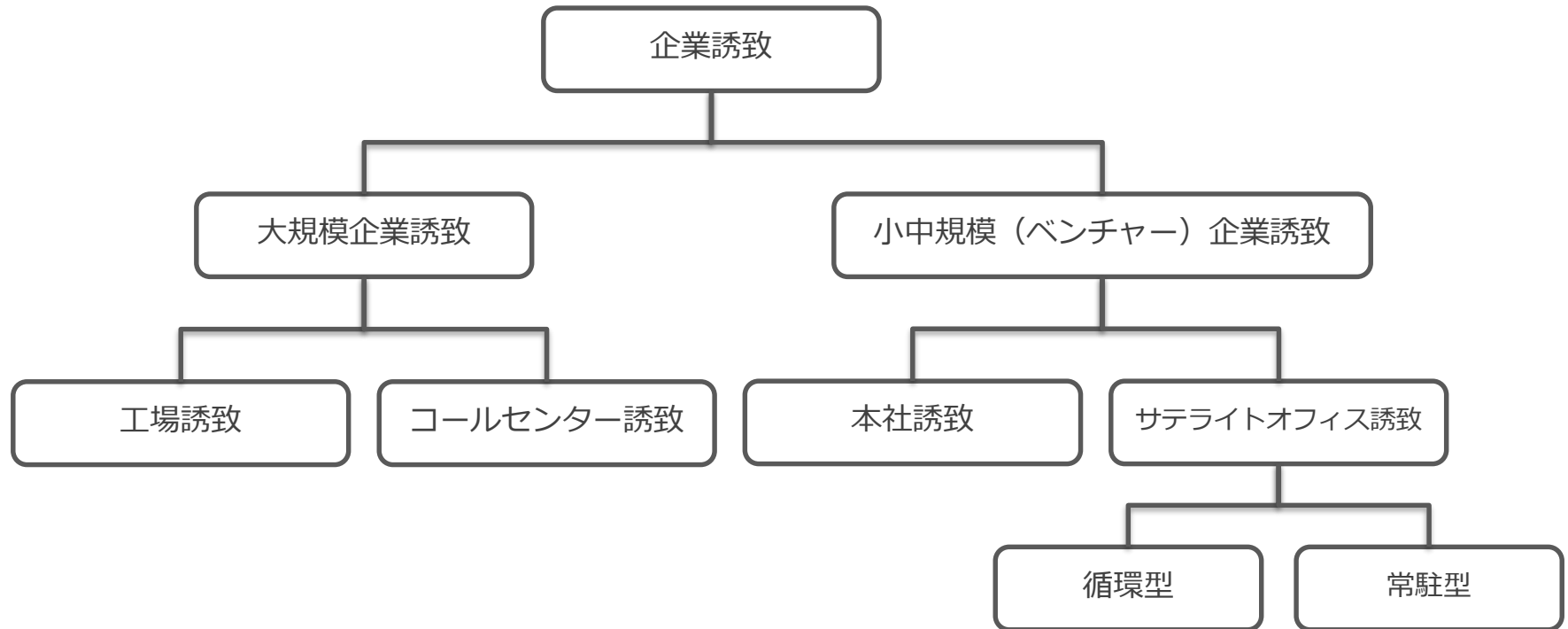
戦略書の構成

上記の目的を達成するために「誘致戦略」を策定し、本資料を館山市サテライトオフィス誘致戦略書として戦略を表現していく。構成としては、「サテライトオフィスを取り巻く環境の整理・分析」を新型コロナウイルス感染症の影響やそれをふまえて館山市において重要と考えられる計画や状況を考察し、「企業側のニーズ」から今後、館山市が狙うべきターゲットを明確にする。そして、上記より導かれる「館山市誘致戦略」を記載し、具体的な内容に落とし込み、最後に、「今後の流れ」として具体的アクションまで記載していく。

1.全国のサテライトオフィス誘致に関して

1.全国のサテライトオフィス誘致に関して

1-1. 企業誘致の種類



これまでの企業誘致は、雇用創出を主目的とした工場やコールセンターといった大規模企業誘致が中心だった。しかし、2015年以降、総務省がサテライトオフィス誘致支援の取組を始めると、自治体によるサテライトオフィス誘致が拡大してきた。現在のサテライトオフィスは、常勤の社員を配置せず、短期的に利用する「循環型」と常勤の社員を配置している「常駐型」とに大別される。

1.全国のサテライトオフィス誘致に関して

1-2. 企業誘致活動の比較

	従来の企業誘致	サテライトオフィス誘致
主な参入目的	安い労働力 BCP対策	新規事業開発 人材の確保
業種	製造業、コールセンター	IT、クリエイティブ関連
参入コスト	高い	安い
土地	広大な土地が必要	執務環境さえあれば可

サテライトオフィスで進出する企業は**30人規模**が多い。従来の企業誘致と比べて広大な執務スペースなどがないため、立地や補助金に頼らず誘致に取り組める。また、若者の就職ニーズにマッチしやすい。

1.全国のサテライトオフィス誘致に関して

1-3. サテライトオフィスの種類

循環型オフィス

地方にオフィスを所有せずシェアオフィスやコワーキングオフィスを利用しながら、都市部と地方を行き来して実施する形態。

館山市においては、以下の施設が循環型オフィスに利用することが出来る。
JRE Local Hub 館山、コワーキングスペース sWORK、ROKUROなど



常駐型オフィス

スタッフが常駐し、古民家や空き家などをリノベーションしたオフィスを活用しながら実施する形態。



ワーカー誘致

地域に自社オフィスは持たないが、社員が地域に移住し、社員の地域内の住居もしくは、地域のシェアオフィスを活用している形態。



1.全国のサテライトオフィス誘致に関して

1-4. サテライトオフィスの定義

定義	内容
基本的な定義	サテライトオフィスは、企業本社から離れた場所に位置し、従業員がリモートワークやコミュニティに近い場所で働けるオフィススペースを提供する。（総務省,2020年）
リモートワーク促進のための定義	リモートワーク促進のためのサテライトオフィスは、従業員が通勤時間を削減し、より柔軟な働き方を可能にするための拠点である。（経済産業省,2021年）
モバイルワーカー向けの定義	モバイルワーカー向けサテライトオフィスは、会員制の形で提供され、柔軟な働き方を求める個人や企業に利用されている。（Japan Times,2019年）
多拠点居住をサポートするための定義	多拠点居住に対応するサテライトオフィスは、都市と地方を行き来する生活者に対して、どこでも仕事ができる柔軟な働き方をサポートするために設けられている。（日経ビジネス,2022年）

サテライトオフィスは、企業本社から離れた場所に設置された小規模オフィスで、リモートワーク促進や地方創生、地域課題解決、人材採用の拠点として機能する。社会貢献や働き方改革のシンボルとしても位置づけられ、地域活性化や多拠点居住のサポート、柔軟な働き方を支えるという様々な役割を担うものとして機能している。

1.全国のサテライトオフィス誘致に関して

1-5. サテライトオフィスの変遷、歴史

初期：サテライトオフィスの実験的設置から、一般的な認知まで

1980年代は、アメリカで普及していたテレワークが日本にも上陸し始めた時期である。そんな中、1984年に、東京・吉祥寺で日本初となるサテライトオフィスがNECによって開設された。その後、1988年には、富士ゼロックス、内田洋行、NTTグループ、鹿島建設、リクルートが、「志木サテライトオフィス（埼玉・志木市）」を共同設置。これをきっかけに、“**新しい時代の働き方**”として、「サテライトオフィス」が広く世間に認知されるようになった。

中期：バブル崩壊によって、サテライトオフィスの目的に変化が

バブル経済の最盛期（1988～1992年）には、全国的に地価が高騰したため、郊外にサテライトオフィスが数多く設置された。1993年にバブルが崩壊すると、都心のオフィス賃料が下がり、一転、サテライトオフィスの開設は下火に。しかし、その後、1990年代後半になるとパソコンが普及し始め、在宅勤務が再評価されるようになる。同時に、**サテライトオフィスが地方での雇用創出やハンディキャップを持つ人たちのために使われるようになる**など、**サテライトオフィスが果たす役割が多様化**してきた時代でもある。

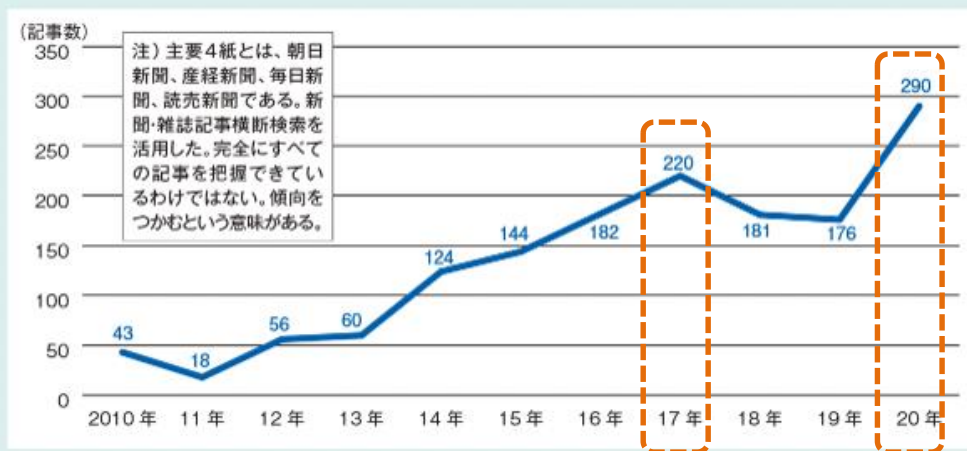
直近：ICTの進化と、生産性向上や働き方改善への意識の高まり

21世紀の前夜から、ICT（情報通信技術）が急速に進化したことにより、パソコンやインターネットの利用が一般的に普及していく。それに伴って、テレワークやサテライトオフィスが再び注目を集めるようになる。バブル期のサテライトオフィスは、「地価の変動対策」として開設されることが多かったが、この頃には、**「生産性の向上」や「ワークライフバランスの改善」を目的に導入**されるようになってきた。“企業目線のニーズ”から、“**ワーカー目線のニーズ**”へ。大きな転換期でもある。

1.全国のサテライトオフィス誘致に関して

1-6. サテライトオフィスの時事テーマとしての注目度

図表 主要4紙における1年間にサテライトオフィスの記事が登場した回数



出典: @niftyの新聞・雑誌記事横断検索 (<https://business.nifty.com/gsh/RXCN/>) から筆者作成

出典: 牧瀬 稔. "時事テーマから斬る自治体経営「サテライトオフィス」の注意点". 事業構想オンライン. 2022年1月号. 事業構想大学院大学出版部.
(<https://www.projectdesign.jp/articles/d1a0a09d-60c1-419d-b52a-e0f5cac3bb79>)

月刊「事業構想」が、「サテライトオフィス」というキーワードが記事に登場した回数をグラフにしたものだが、2011年から右肩上がりで上昇を続け、**2017年には220件/年**も掲載された。そして**2020年には2017年の掲載回数を超え、290件/年もの掲載実績**となった。では、2017年、2020年に掲載回数に影響する事項はあったのだろうか、その点を深掘りすることにする。

1.全国のサテライトオフィス誘致に関して

1-6. サテライトオフィスの時事テーマとしての注目度

時期	概要
2016年（平成28年）	おためしサテライトオフィス（総務省） 目的：地方での勤務体験を通じて、サテライトオフィスの開設を促進すること。 内容：企業が地方で短期間勤務を試みることで、地方での働き方や生活環境を体験するプログラム。
2020年（令和2年）～ 2021年（令和3年）	新型コロナウイルス感染症に対する複数回の緊急事態宣言 【2020年4月】 対象地域：埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県、大阪府、兵庫県、福岡県の7都府県 期間：2020年4月7日から5月6日までの1か月間 【2020年7月】 対象地域：全国 期間：2020年7月24日から8月31日まで
2021年（令和3年）	地方創生テレワーク（内閣府地方創生推進室および内閣官房デジタル田園都市国家構想実現会議事務局） 目的：地方に住みながら、都市部と同じ仕事をテレワークで行うことを支援すること。 内容：地方のサテライトオフィスや自宅から、ICTを活用して柔軟に働くことを推進する取組。

2016年のおためしサテライトオフィスや**2021年の地方創生テレワーク**といった、地方への人流を作ることとを目的とした施策に加え、**2020年から感染拡大が始まった新型コロナウイルス感染症**が後押しとなりサテライトオフィスへの注目度が高まったことがわかる。

※新型コロナウイルス感染症の変遷とサテライトオフィスへの影響に関しては別途分析を行う。

1.全国のサテライトオフィス誘致に関して

1-7. サテライトオフィスのターニングポイント

【参考】おためしサテライトオフィス

お試しサテライトオフィス

H29当初予算 1.2億円

- 地方公共団体が都市部のベンチャー企業等にとって真に魅力的なサテライトオフィスを提供するためには、
 - ① 都市部の企業の具体的なニーズが把握できない、
 - ② 誘致に向けた戦略やノウハウがない、といった課題の解決が必要。
- このため、総務省が平成28年度に実施する三大都市圏の民間企業等の基本ニーズ調査の結果を活用し、地方公共団体が民間企業のニーズを実践的に把握して、地域の特性を活かした誘致戦略を策定することを支援。

総務省の
基本ニーズ調査
(H28実施)

対象 : 三大都市圏内に本社が所在する民間企業 等
調査項目 : 「サテライトオフィス」検討の有無、その理由、地方公共団体に求める条件 等



採択団体の取組に関心のある企業を抽出し、その情報を提供

採択団体
の取組

空き公共施設等での「お試し勤務」等の受け入れを通じ、
① より実践的な企業ニーズ調査
② 執務環境、立地環境、生活環境などの必要条件の整理 などを行い
⇒ 「誘致戦略」を策定（地元企業・人材、通信環境、地方公共団体の支援方策等を反映）



誘致戦略に基づき、サテライトオフィスの開設・誘致に向けた具体的な取組を行い、都市から地方への新たなヒトの流れや、地元企業・人材と連携したビジネスの創出に結びつける



自然に囲まれた
豊かな職住環境



都市部の
ベンチャー企業等

「お試し勤務」等を通じて、
実践的にニーズ調査等



東京などの大都市
オフィスと同水準の
ICT環境を提供 1

おためしサテライトオフィスは、企業が地方で短期間の勤務を試みることで、地方での働き方や生活環境を体験するプログラムである。これにより、地方でのサテライトオフィス開設の可能性を探り、地方への人材流入が促進されることが目的であった。実施後の効果検証では、**地方の活性化や企業の業務効率向上、従業員のワークライフバランスの改善**が確認され、実際に地方進出を果たした企業も複数存在している。

出典：総務省.おためしサテライトオフィス事業概要

1.全国のサテライトオフィス誘致に関して

1-7. サテライトオフィスのターニングポイント

【参考】地方創生テレワーク

地方創生テレワークの推進

- 新型コロナウイルス感染症の拡大を契機として、地方で暮らしてもテレワークで都会と同じ仕事ができるとの認識が拡大。
- 地方におけるサテライトオフィスでの勤務など地方創生に資するテレワーク（地方創生テレワーク）を推進することで、地方への新しい人の流れを創出し、東京圏への一極集中是正、地方分散型の活力ある地域社会の実現を図る。
- 各種支援策を講じるとともに、産業界や自治体等の関係者を巻き込むための取組や、企業のICT環境、労務面などの環境整備を進める。

空き家等をサテライトオフィスに改修、
企業に貸し出し（福島県 会津若松市）



民間所有の施設を共用サテライトオフィスに整備
企業や個人等が利用（北海道 北見市）



【地方創生テレワークの推進に向けた主要な支援策】

○地方創生テレワーク交付金の創設

新たに交付金を創設し、地方創生テレワークを推進する地方公共団体の取組（サテライトオフィスの整備等）を支援

○地方創生テレワーク推進事業【新規】

地方への新たなひとの流れの創出に向け、情報提供体制の強化、企業による取組の見える化等に向けた調査・広報等による環境整備を実施

○地方創生移住支援事業の対象拡充

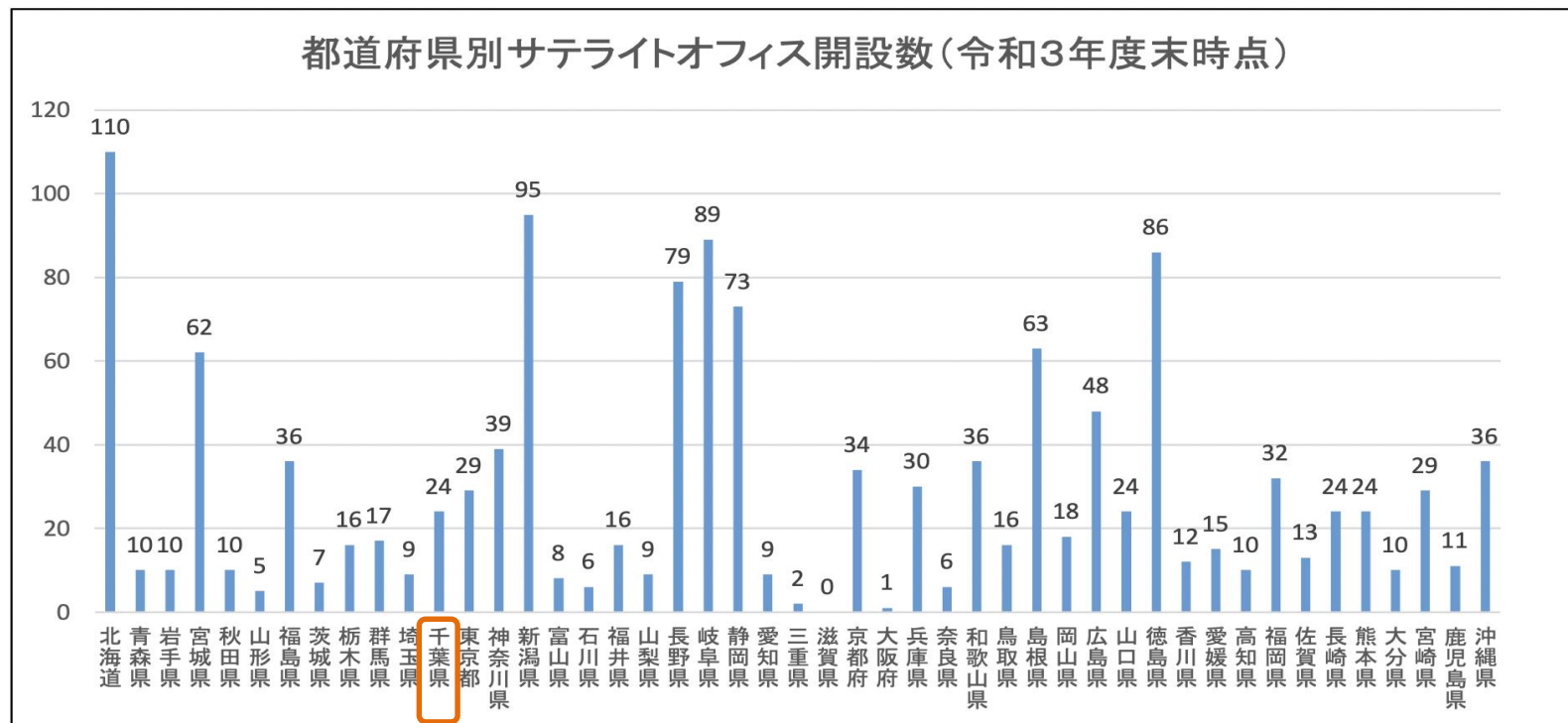
東京での仕事をテレワークにより続けながら移住する場合も支援

地方創生テレワークは、地方におけるサテライトオフィスや自宅からのテレワークを推進し、地方の活性化を図る取組である。ICTを活用して時間や場所にとらわれない柔軟な働き方を実現することが目的とされている。実施後の効果検証では、**地方経済の活性化、企業の業務効率向上、従業員のワークライフバランスの改善**が確認された。また、**地方への移住促進や地域コミュニティの強化**にも寄与している。

出典：内閣府地方創生推進室および内閣官房デジタル田園都市国家構想実現会議事務局,地方創生テレワークの推進について（令和4年11月9日）

1.全国のサテライトオフィス誘致に関して

1-8. 全国のサテライトオフィスの開設状況（都道府県別）



出典：総務省.地方公共団体が誘致又は関与したサテライトオフィスの開設状況調査結果（令和4年10月26日）

北海道が全国トップのサテライトオフィス開設数となっている。ワーケーションの推進及び札幌市の人口規模や財政力を活かした、人材採用の機会提供や充実した助成制度が要因と推測される。新潟県や岐阜県においても開設数が多くなっており、それぞれ人口の集中している新潟市、岐阜市への進出が多く、札幌市と同様の理由だと考えられる。また、首都圏からのアクセスの良い長野県や静岡県、先駆的に取り組んでいた地域である徳島県や島根県が開設数が多くなっている。

千葉県では、市原市と鴨川市に4社、次いで松戸市と東庄町に3社、銚子市と長南町に2社と複数自治体に進出実績があるものの、全体の誘致社数と比較すると伸び代はあるといえる。

1.全国のサテライトオフィス誘致に関して

1-9. 自治体のサテライトオフィス誘致に対する意欲

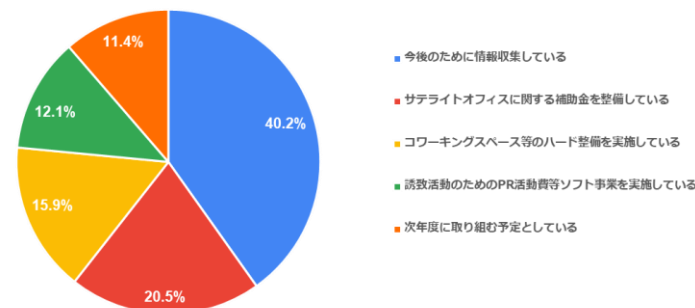
サテライトオフィス等を設置した地方公共団体数

2018年	2022年	2024年度	2027年度
600自治体	654自治体	1,000自治体 (予定)	1,200自治体 (予定)

出典：総務省「ふるさとテレワークセミナー2018」資料P10、
内閣官房デジタル田園都市国家構想実現会議事務局「デジタル田園都市国家構想について」P11より
サテライトオフィス等を設置した地方公共団体に関する数値を抜粋し作成

「サテライトオフィス誘致」については、どのように取り組んでおられますか？（複数選択可）

132件の回答



出典：（2023年11月）アンケート

総務省、内閣府の資料を確認すると、2022年8月の時点でサテライトオフィス等を設置した地方公共団体の数は654自治体とされており、2018年に総務省が公表した数よりも54件増加している。また、内閣府は2027年度までに同自治体数を1,200件まで増加させるとしている。

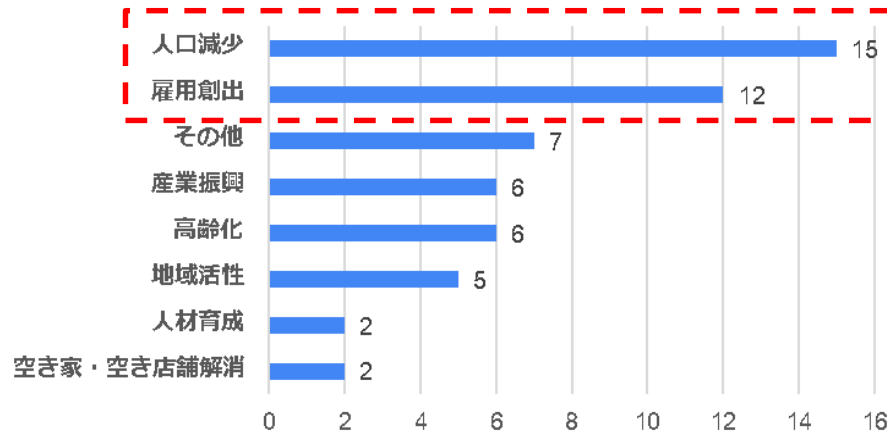
加えて、サテライトオフィス誘致に関連したセミナーに参加した自治体へのアンケート調査を実施すると、サテライトオフィスの誘致事業に取り組んでいる自治体の約半数以上が既にサテライトオフィス誘致に取り組んでおり、自治体の**サテライトオフィス誘致に関する意欲は高くなっている**。

1.全国のサテライトオフィス誘致に関して

1-9. 自治体のサテライトオフィス誘致に対する意欲

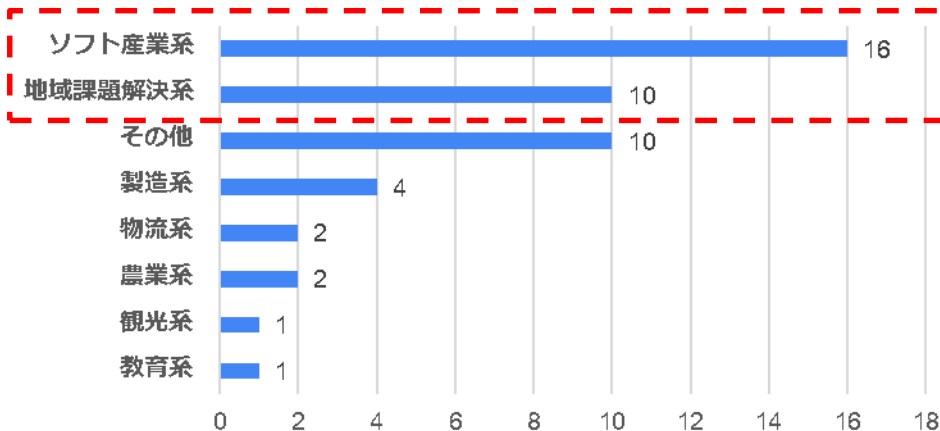
現在抱えている地域課題を教えてください

(回答数:55件)



誘致をする際のターゲット企業を教えてください

(回答数:46)



出典：イベント見学自治体アンケート（令和5年7月11日）

さらに別のアンケート調査では、サテライトオフィス誘致に関心のある自治体は「人口減少」「雇用創出」を地域課題と多く挙げており、誘致をする上でターゲットとしている企業の分野は「ソフト産業」や「地域課題解決系」の企業である。このことから、**サテライトオフィス誘致に関心のある自治体は働く場所にとらわれず、地域の課題を解決してくれる企業を誘致したい傾向**にあり、これは、後に示す民間事業者のサテライトオフィス進出のニーズにも沿っていると言える。

すなわち、近年の**自治体におけるサテライトオフィス誘致の取組と民間事業者の進出ニーズはマッチし始めている**と考えることが出来る。

1.全国のサテライトオフィス誘致に関して

まとめ

これまでの企業誘致は、工場やコールセンターなど大規模施設を誘致することで、地域の雇用創出を目的としてきた。しかし、近年の働き方の変化やテクノロジーの進歩により、サテライトオフィスが新たな誘致対象として注目されている。2015年以降、総務省のサテライトオフィス誘致支援策がきっかけとなり、全国の自治体が積極的に取組を始めている。このような取組は、従来の大規模施設の誘致とは異なり、企業と地域の双方にとって柔軟な働き方や地域振興を促進する手段となっている。

サテライトオフィスは、本社や主要オフィスから離れた場所に設置され、企業のリモートワークの拠点として機能するだけでなく、地方創生や地域課題解決にも大きく貢献している。これにより、地域での新しい働き方が生まれるとともに、地方における活性化や多拠点居住の促進が期待されている。特に、サテライトオフィスの役割は「循環型」と「常駐型」に大別され、それぞれの企業ニーズに応じた柔軟な活用が可能である。この柔軟性が、企業にとっての利便性と地域にとっての成長機会の両立を実現している可能性が高い。

自治体にとっても、サテライトオフィスの誘致は、地域の活性化に加え、地方の人口減少対策として有効な手段になっている。特に、都市部から地方への人材流入を促進し、企業の地方進出をサポートすることにより、地方経済の活性化が期待されている。今後も自治体と企業のニーズが一致することで、サテライトオフィスの設置はさらに拡大し、地方と都市の双方に利益をもたらす新しい経済モデルとして定着する可能性が高い。

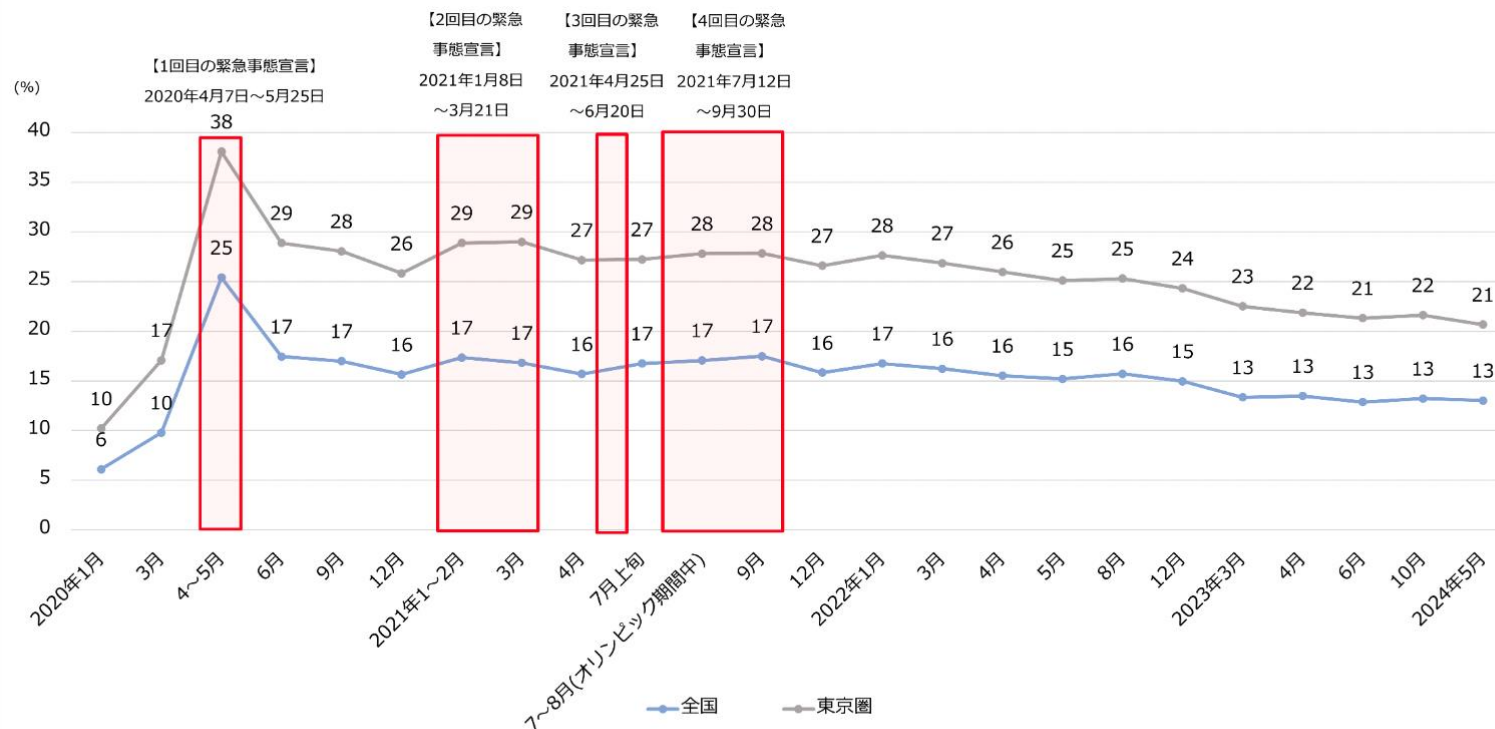
このように、サテライトオフィスは地域と企業の双方に多様なメリットを提供し、地方創生や柔軟な働き方の実現に向けた鍵となっている。

次の章では、サテライトオフィスの導入が進んだ背景として大きく影響を及ぼした、新型コロナウイルス感染症による市場の変化を捉えていきたい。

2. 新型コロナウイルス感染症による サテライトオフィス誘致に対する影響

2.新型コロナウイルス感染症によるサテライトオフィス誘致に対する影響

2-1.新型コロナウイルス感染症の変遷とテレワーク利用率の推移（全国）



全国 (2020年1~3月:n=10,516、4~6月:n=12,138、9~12月:n=10,523、2021年1~4月:n=9,796、7~9月:n=10,644、12月~2022年1月:n=10,113、3月~5月:n=10,595、8月~12月:n=9,804、2023年3月:n=9,779、4月~10月:n=10,726、2024年5月:n=10,670)

東京圏 (2020年1~3月:n=3,467、4~6月:n=4,049、9~12月:n=3,514、2021年1~4月:n=3,261、7~9月:n=3,539、12月~2022年1月:n=3,333、3月~5月:n=3,477、8月~12月:n=3,277、2023年3月:n=3,201、4月~10月:n=3,550、2024年5月:n=3,597)

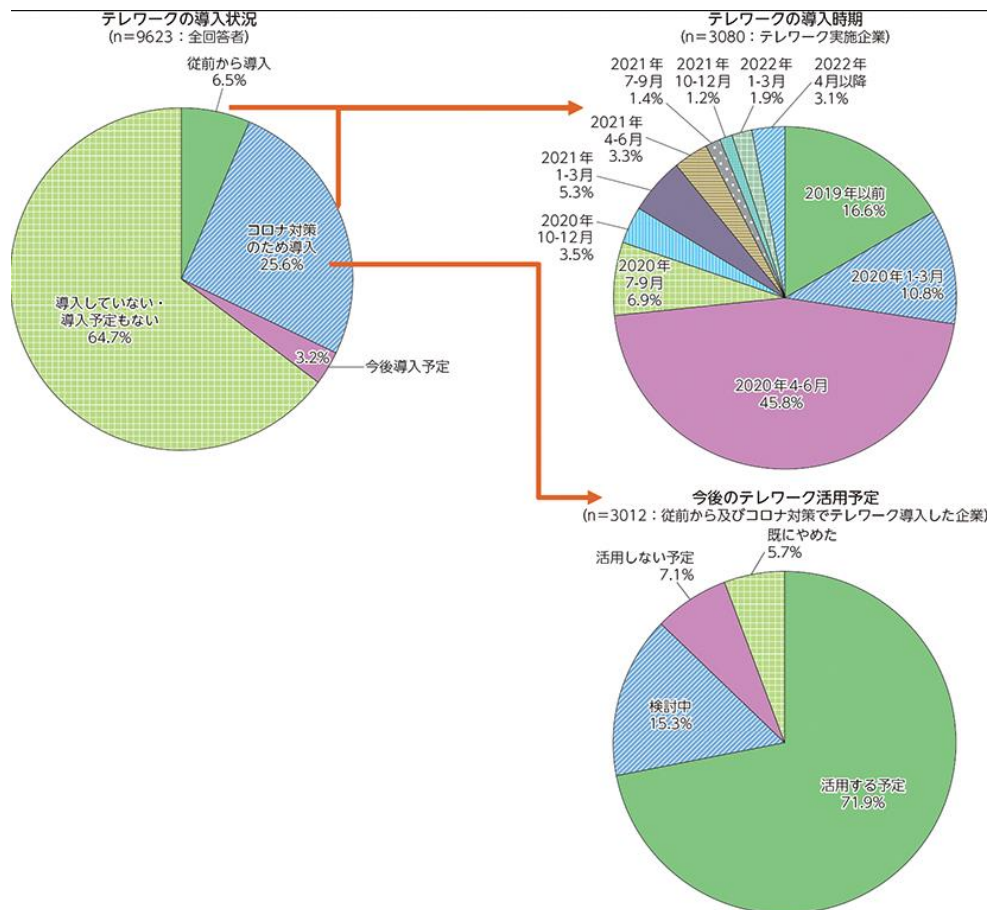
(注) 緊急事態宣言は東京都に発令されていた期間を示している。

出典：NIRA総合研究開発機構、第1回デジタル経済・社会に関する就業者実態調査、2024年7月26日

全国のテレワーク利用率の推移は、**第1回目の緊急事態宣言が出された2020年4~5月は25%まで大幅に上昇**したが、**6月の緊急事態宣言解除後には17%に急速に低下した**。その後、2022年12月までおおむね横ばいで推移した。2023年3月には13%まで低下し、**それ以降は安定的に推移し、2024年5月時点も13%となった**。調査ごとに結果が異なるため、別の調査結果を引用し考察を深めていく。

2.新型コロナウイルス感染症によるサテライトオフィス誘致に対する影響

2-2. テレワークの導入状況

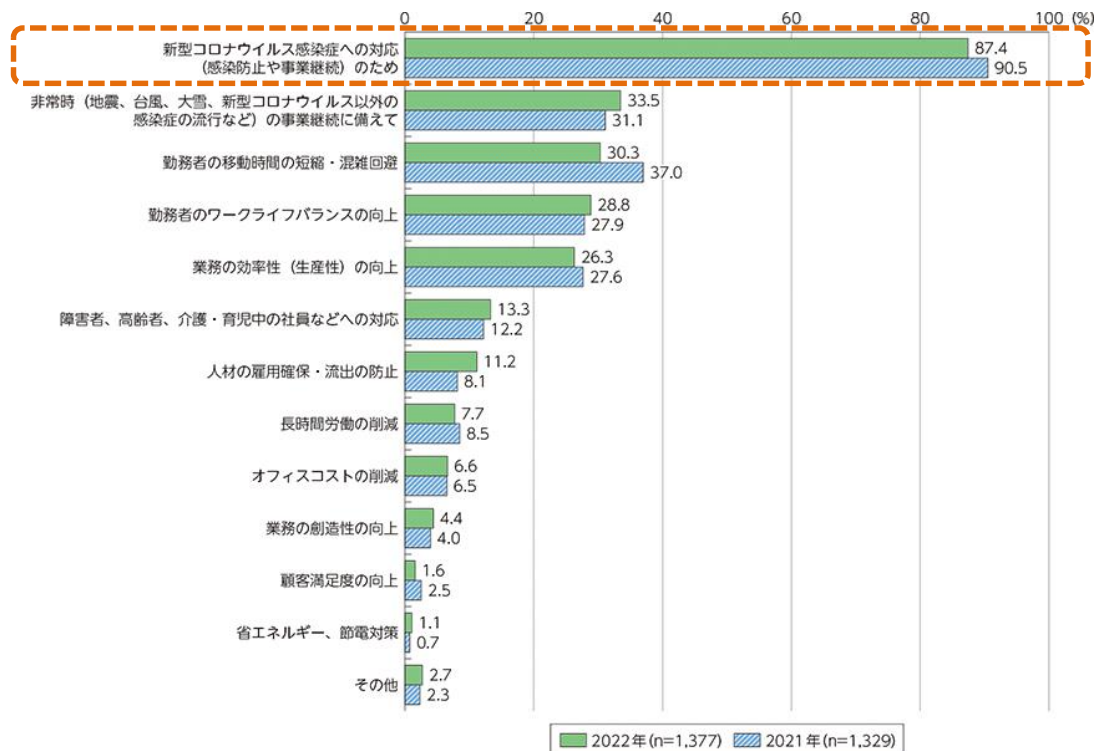


新型コロナウイルスの流行をきっかけに**テレワークを導入した企業、今後導入予定の企業が約30%**おり、**2019年以降～2020年と感染拡大傾向にある時期に80%以上の企業が導入している。**

出典：総務省、白書令和5年度版情報通信白書データ集

2.新型コロナウイルス感染症によるサテライトオフィス誘致に対する影響

2-3. テレワークの導入目的

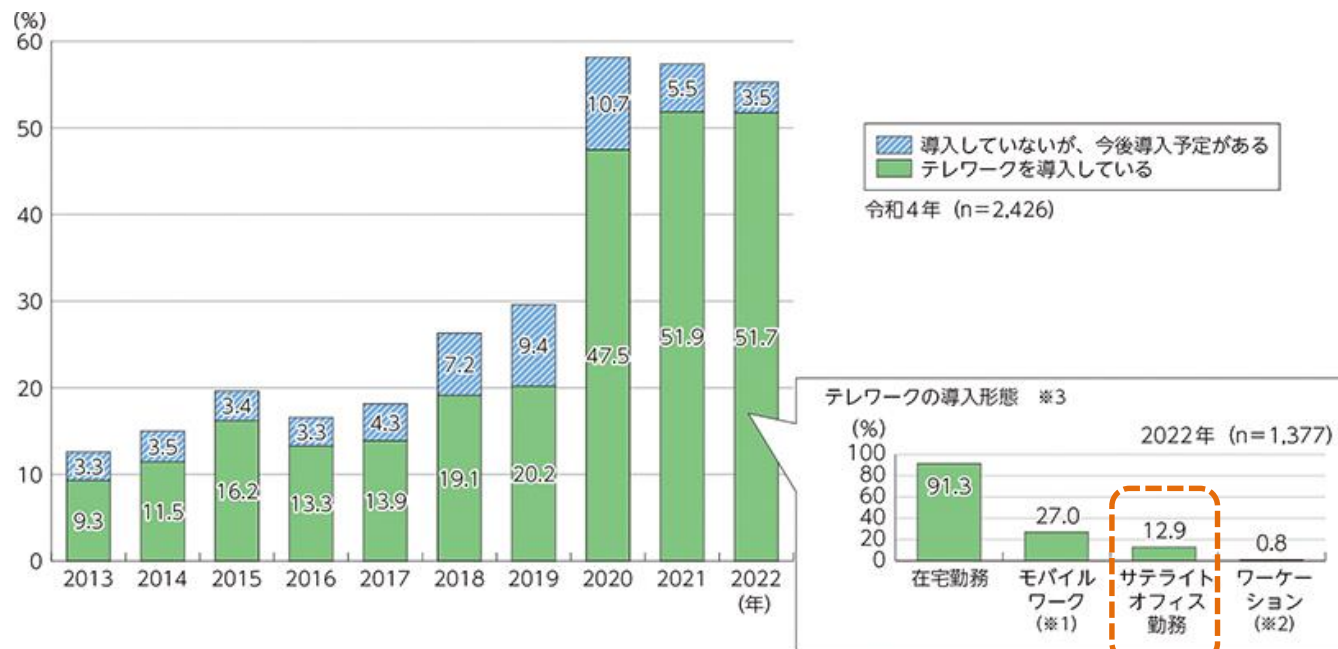


出典：総務省.白書令和5年度版情報通信白書データ集

2021年と2022年のテレワークの導入目的を見てみると、「**新型コロナウイルス感染症への対応**」が**2021年では87.4%、2022年では90.5%と大多数を占めており**、その後にBCP対策、ワークライフバランスの向上、業務効率化など企業ニーズや従業員の柔軟な働き方の実現に寄与するような要因が続いている。

2.新型コロナウイルス感染症によるサテライトオフィス誘致に対する影響

2-4. テレワークの導入率の推移



※1 営業活動などで外出中に作業する場合。移動中の交通機関やカフェでメールや日報作成などの業務を行う形態も含む。

※2 テレワークなどを活用し、普段の職場や自宅とは異なる場所で仕事をしつつ、自分の時間も過ごすこと。

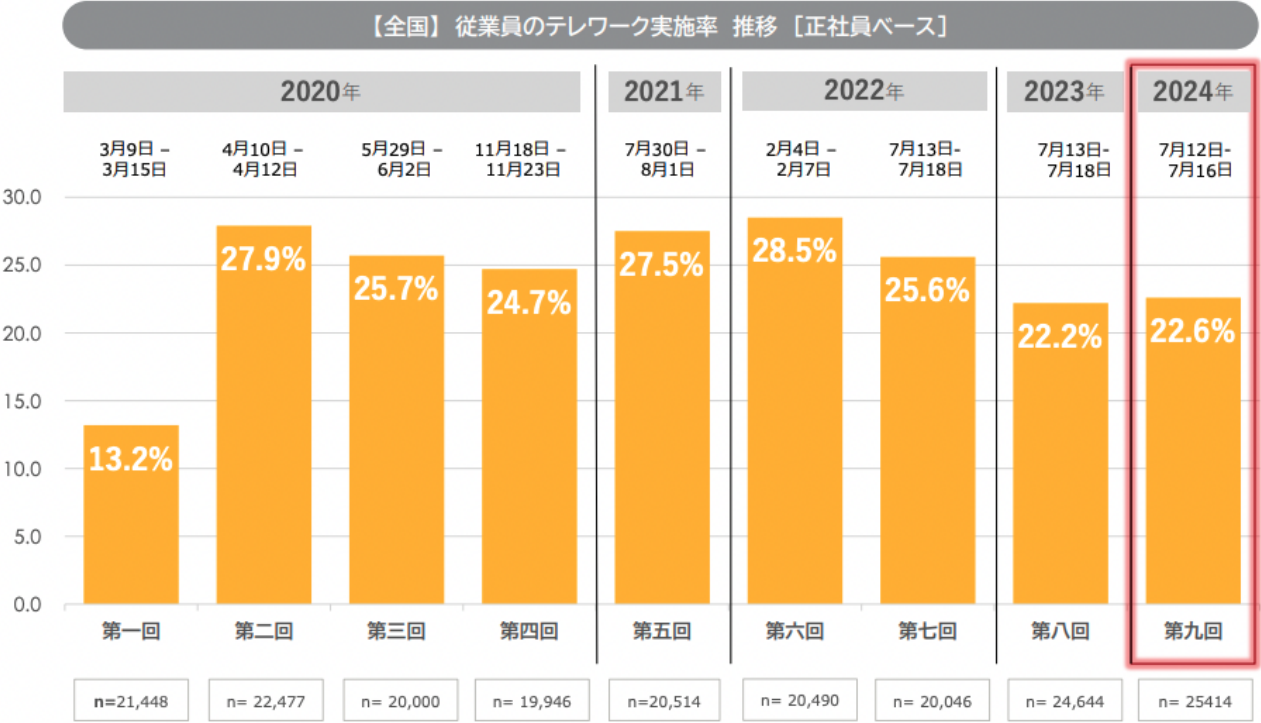
※3 導入形態の無回答を含む形で集計。

出典：総務省、白書令和5年度版情報通信白書データ集

テレワークを導入している企業は2020年で47.5%、2021年では51.9%、2022年では若干減少し51.7%と**調査対象の企業のうち、半数に至る**。また2022年の導入形態をみると、圧倒的に多いのが91.3%の在宅勤務ではあるものの、**12.9%はサテライトオフィス勤務**を占めている。

2.新型コロナウイルス感染症によるサテライトオフィス誘致に対する影響

2-5. テレワーク実施率推移

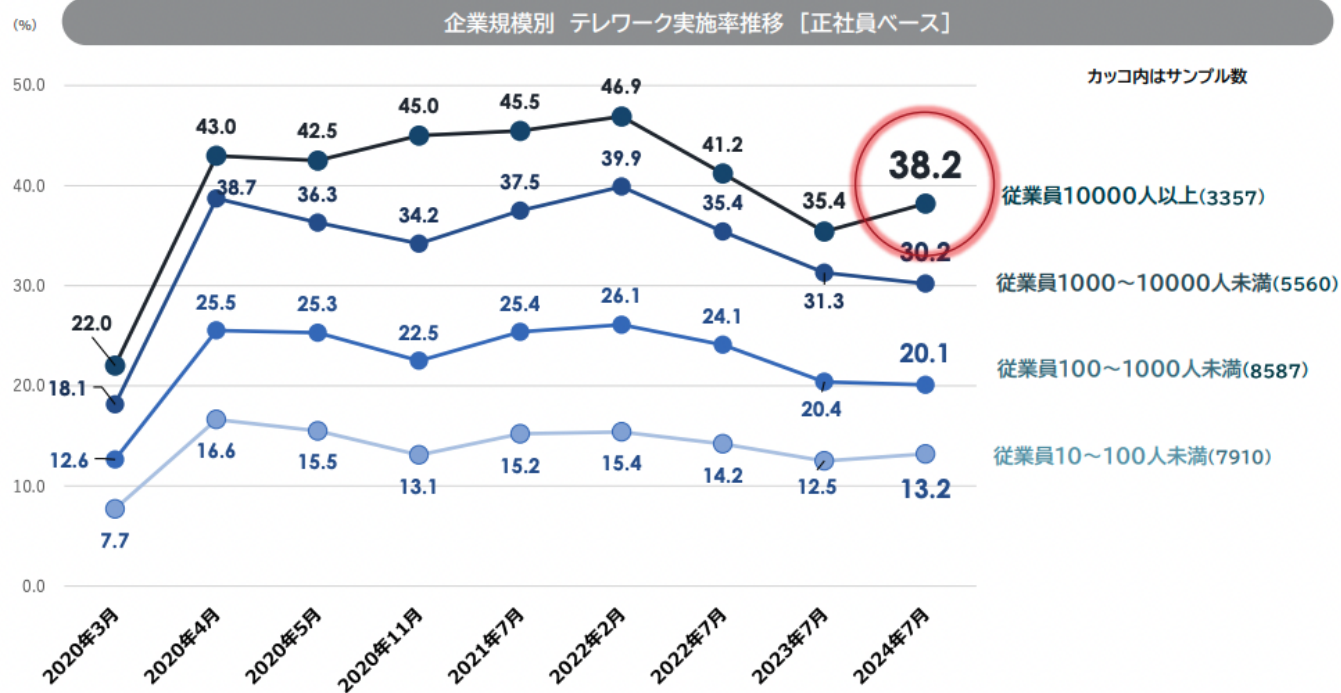


出典：株式会社パーソル総合研究所シンクタンク本部、第九回・テレワークに関する調査（2024年7月）

新型コロナウイルス感染症が拡大傾向にあった2020年の4月頃と比べると2024年7月のテレワーク実施率は22.6%と5%程減少するものの、前年同期比でわずかに微増している。**テレワークが定着する傾向を見せていると推測できる。**

2.新型コロナウイルス感染症によるサテライトオフィス誘致に対する影響

2-6. 企業規模別テレワーク実施率推移



出典：株式会社パーソル総合研究所シンクタンク本部、第九回・テレワークに関する調査（2024年7月）

企業規模別のテレワークの実施率の推移をみると、企業規模が大きいほどテレワークを実施していることがわかる。そして2022年の2月でピークを迎え、その後減少傾向にあったものの、**従業員1万人以上の企業では前年同時期と比較して2.8%増加**、そして**従業員100人～1,000人未満の企業と10人～100人未満の企業においては、前年同時期と比較するとほぼ横ばいに推移**している。

2.新型コロナウイルス感染症によるサテライトオフィス誘致に対する影響

2-7. 大企業・職種別テレワーク実施率

大手企業・職種別 | テレワーク実施率(%)

カッコ内はサンプル数

		2024年	2023年	増加率(pt)
商品開発・研究	(327)	62.7	56.9	5.8
IT系技術職	(280)	75.7	70.9	4.8
営業職(個人向け営業)	(171)	13.5	8.8	4.6
営業事務・営業アシスタント	(138)	33.3	31.3	2.1
生産技術・生産管理・品質管理	(279)	32.6	31.2	1.4

数値のブレを防ぐ観点で、2年連続100サンプル以上・テレワーク実施率10%以上の職種のみを分析

大手企業・職種別 | 1週間に2-3日以上のテレワーク実施率(%)

カッコ内はサンプル数

		2024年	2023年	増加率(pt)
企画・マーケティング	(128)	45.3	37.6	7.7
IT系技術職	(280)	63.2	58.6	4.6
営業事務・営業アシスタント	(138)	26.1	21.9	4.2
営業推進・営業企画	(129)	31.8	29.8	2.0
財務・会計・経理・法務	(138)	36.2	36.0	0.2

数値のブレを防ぐ観点で、2年連続100サンプル以上・テレワーク実施率10%以上の職種のみを分析

出典：株式会社パーソル総合研究所シンクタンク本部、第九回・テレワークに関する調査（2024年7月）

企業規模1万人以上の大手企業に限定して、どの職種のテレワークが増加したのかを見た結果、**テレワーク実施率は「商品開発・研究」「IT系技術職」「営業職（個人向け営業）」などで増加している。テレワーク頻度は、「企画・マーケティング」「IT系技術職」「営業事務」などで1週間に2～3日以上のテレワーク実施者が増加した。**

2.新型コロナウイルス感染症によるサテライトオフィス誘致に対する影響

2-8. 業種別テレワーク実施率

業種別テレワーク実施率 [正社員ベース]

	24年の サンプル数	24年7月 (%)	23年7月 (%)	1年前からの 実施率変化 (pt)
建設業	(1689)	18.5	17.5	1.0
製造業	(7104)	23.8	22.2	1.6
電気・ガス・熱供給・水道業	(516)	24.8	23.5	1.3
情報通信業	(2045)	56.2	55.3	0.9
運輸業, 郵便業	(1753)	9.5	9.0	0.5
卸売業, 小売業	(2651)	14.1	15.9	-1.8
金融業, 保険業	(1581)	23.5	24.3	-0.8
不動産業, 物品賃貸業	(613)	25.3	24.2	1.1
学術研究, 専門・技術サービス業	(330)	36.9	28.6	8.3
宿泊業, 飲食サービス業	(538)	11.0	10.6	0.4
生活関連サービス業, 娯楽業	(499)	11.8	13.1	-1.3
教育, 学習支援業	(509)	22.8	19.8	3.0
医療, 介護, 福祉	(2216)	7.2	7.7	-0.5
その他のサービス業	(2069)	21.9	23.4	-1.5
上記以外の業種	(1302)	32.6	30.9	1.7

出典：株式会社パーソル総合研究所シンクタンク本部. 第九回・テレワークに関する調査（2024年7月）

業種別に見ると、**情報通信業が変わらず56.2%で実施率が最上位**である。次いで「**学術研究, 専門・技術サービス業**」で**36.9%**。**3番手に「不動産業, 物品賃貸業」と続く。**

2.新型コロナウイルス感染症によるサテライトオフィス誘致に対する影響

2-9. 職種別テレワーク実施率

職種別テレワーク実施率 [正社員ベース]

	24年の サンプル数	24年7月 (%)	23年7月 (%)	1年前からの 実施率変化 (pt)
コンサルタント	(69)	60.4	61.4	-1.0
IT系技術職	(1675)	59.0	58.2	0.8
Webクリエイティブ職	(82)	52.4	64.5	-12.1
企画・マーケティング	(421)	50.1	49.1	1.0
経営企画	(621)	47.0	44.9	2.1
広報・宣伝・編集	(120)	43.4	44.1	-0.7
商品開発・研究	(936)	41.1	39.7	1.4
クリエイティブ職（デザイン・ディレクターなど）	(153)	35.4	32.2	3.2
営業推進・営業企画	(657)	30.9	36.1	-5.2
総務・人事	(1938)	30.9	29.3	1.6
資材・購買	(357)	30.0	31.3	-1.3
営業職（法人向け営業）	(1892)	25.9	27.5	-1.6
財務・会計・経理・法務	(1422)	25.7	25.6	0.1
営業事務・営業アシスタント	(814)	22.1	23.5	-1.4
建築・土木系技術職（施工管理・設計系）	(463)	20.5	13.7	6.8
事務・アシスタント	(2563)	20.2	19.4	0.8
顧客サービス・サポート	(553)	20.2	18.3	1.9
その他専門職	(324)	19.3	20.5	-1.2
生産技術・生産管理・品質管理	(1559)	18.0	15.7	2.3
その他	(1318)	17.8	19.5	-1.7

	24年の サンプル数	24年7月 (%)	23年7月 (%)	1年前からの 実施率変化 (pt)
受付・秘書	(133)	14.8	12.4	2.4
教育関連	(139)	14.5	15.2	-0.7
営業職（個人向け営業）	(767)	12.0	10.1	1.9
建築・土木系技術職（職人・現場作業員）	(230)	8.7	5.5	3.2
医療系専門職	(436)	8.4	9.1	-0.7
【飲食】接客・サービス系職種	(259)	7.9	6.6	1.3
軽作業（梱包・検品・仕分／搬出・搬入など）	(92)	6.7	7.2	-0.5
設備・清掃・ビル管理	(337)	5.6	2.9	2.7
福祉系専門職（介護士・ヘルパーなど）	(770)	4.8	4.6	0.2
配送・倉庫管理・物流	(472)	4.0	3.6	0.4
製造（組立・加工）	(1876)	3.9	4.2	-0.3
販売職（販売店員、レジなど）	(745)	3.9	3.0	0.9
幼稚園教諭・保育士	(180)	3.2	6.3	-3.1
【飲食以外】接客・サービス系職種	(399)	2.7	2.3	0.4
ドライバー	(604)	1.7	1.5	0.2

出典：株式会社パーソル総合研究所シンクタンク本部、第九回・テレワークに関する調査（2024年7月）

職種別に見ると、「**コンサルタント**」「**IT系技術職**」「**Webクリエイティブ職**」「**企画・マーケティング**」が順に高い。1年前からの実施率変化に着目すると、「**建築・土木系技術職（施工管理・設計系）**」が前年より**6.8ポイント増加**しており、テレワークの実施が飛躍的に進んでいることがわかる。

2.新型コロナウイルス感染症によるサテライトオフィス誘致に対する影響

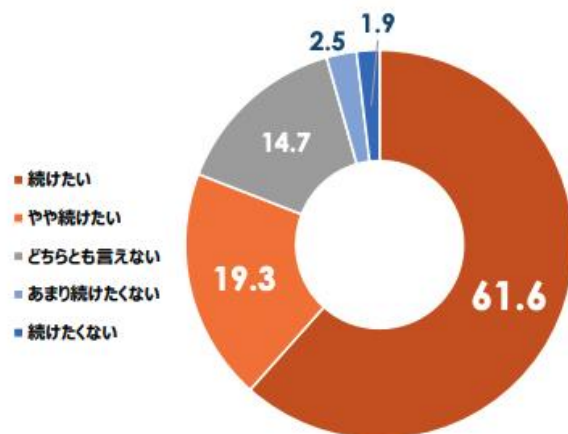
2-10. テレワーク継続希望意向 推移

テレワーク継続希望意向（％）

今後も、テレワークを続けたいですか。続けたくないですか。

正社員
n=5737

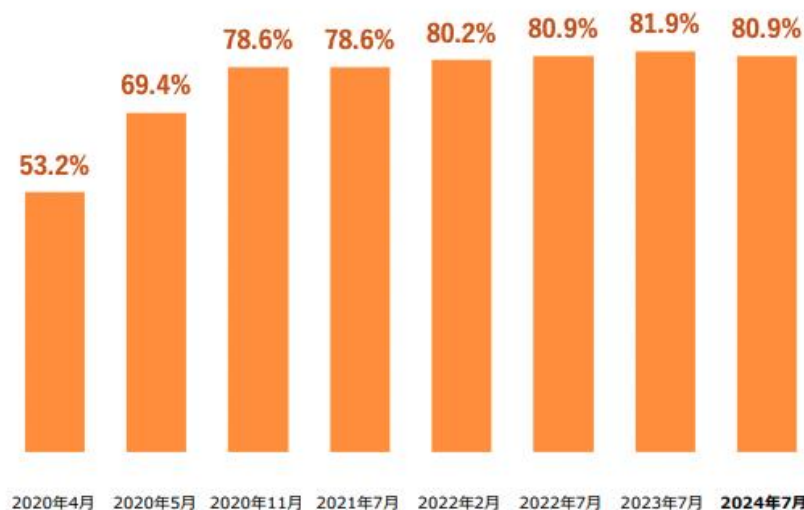
続けたい計 **80.9%**



テレワーク継続希望意向 推移

正社員

続けたい+やや続けたい計（％）

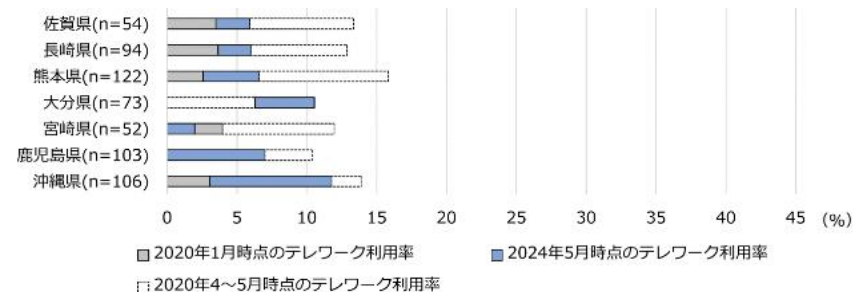
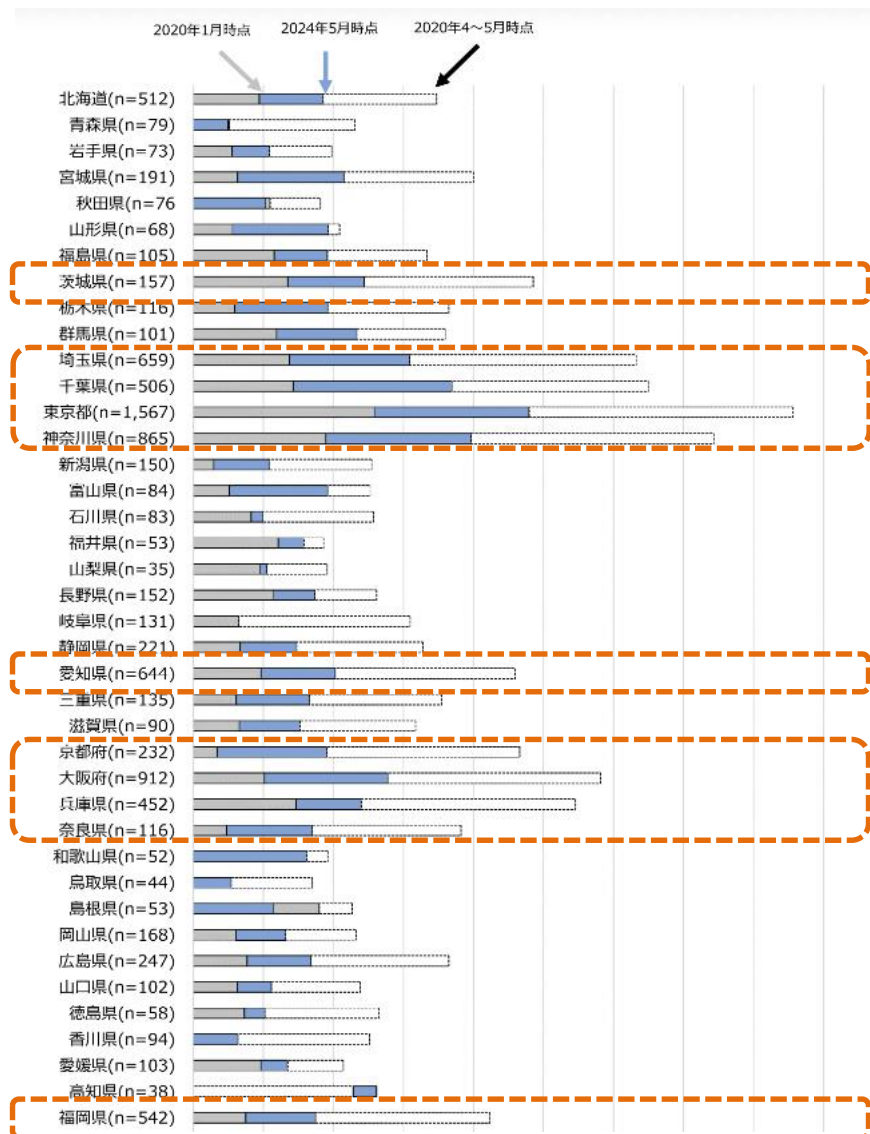


出典：株式会社パーソル総合研究所シンクタンク本部、第九回・テレワークに関する調査（2024年7月）

テレワーク実施者に、今後のテレワーク希望を調査したところ、「**続けたい**」が合計で**80.9%**と、ここ数年高止まりの状態が続いている。

2.新型コロナウイルス感染症によるサテライトオフィス誘致に対する影響

2-11. 居住都道府県別でみたテレワーク利用率の推移

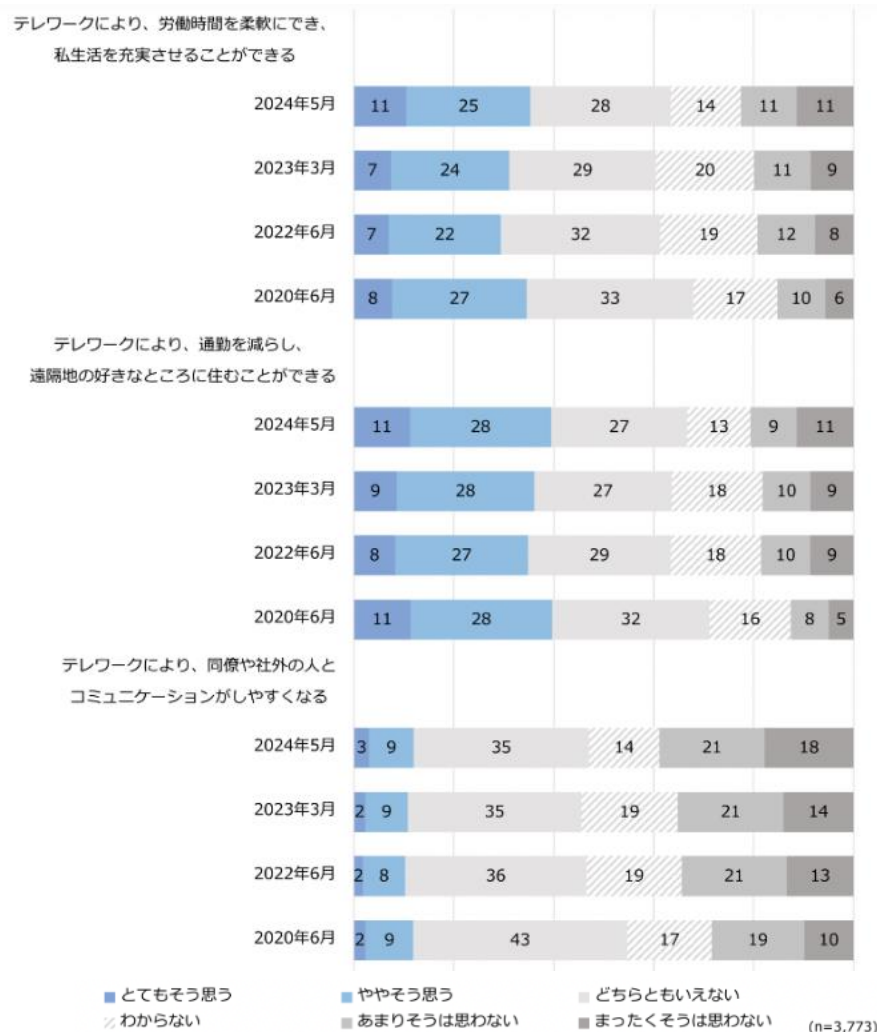


出典：NIRA総合研究開発機構, 第1回デジタル経済・社会に関する就業者実態調査（2024年7月）

居住都道府県別にテレワーク利用率をみると、1回目の緊急事態宣言時にテレワーク利用率が伸びた大都市圏で、ピーク時からのテレワーク利用率の低下が目立つ。全体的なテレワーク利用率としては**首都圏（東京都、神奈川県、千葉県、埼玉県、茨城県）名古屋圏、大阪圏（大阪府、京都府、兵庫県、奈良県）、福岡県**の導入率が高く、三大都市圏と地方都市の順で利用率が高いという結果になった。

2.新型コロナウイルス感染症によるサテライトオフィス誘致に対する影響

2-12. テレワークに関する働き方や生活に関する考え

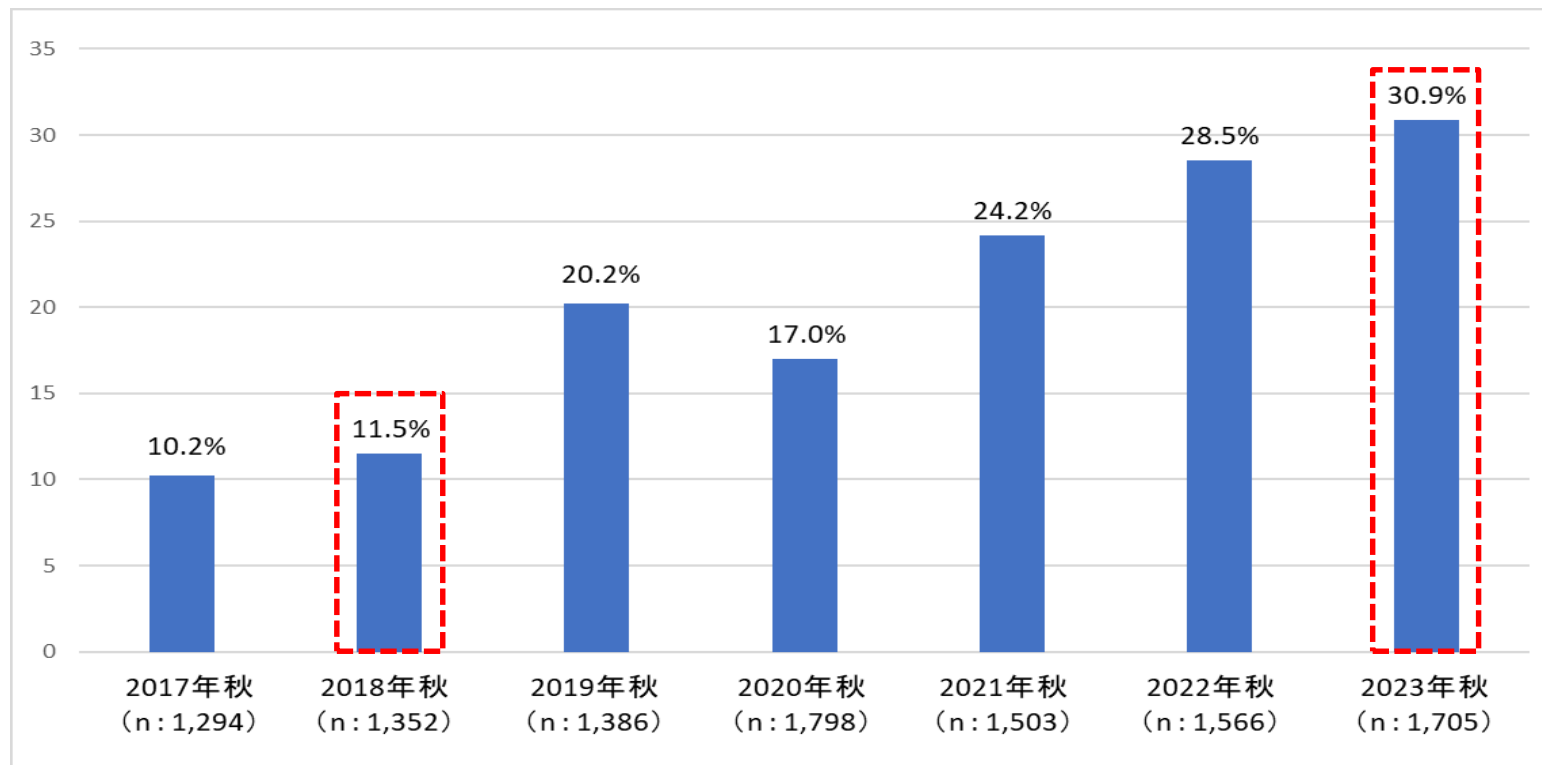


テレワークに関する働き方や生活の考えについて、その変化を確認するため、2020年6月、2022年6月、2023年3月、2024年5月の調査すべてに参加したサンプルに限定した集計結果を掲載する。

全体的には、「テレワークにより、同僚や社外の人とコミュニケーションがしやすくなる」を除き、肯定的な意見（「とてもそう思う」と「ややそう思う」の合計、以下同）が、否定的な意見（「まったくそうは思わない」と「あまりそうは思わない」の合計、以下同）を上回る結果となった。**「テレワークによる通勤を減らし、遠隔地の好きなところに住むことができる」という結果の肯定的な意見が40%近くにも及ぶことも注目に値する。**

2.新型コロナウイルス感染症によるサテライトオフィス誘致に対する影響

2-13.民間企業のサテライトオフィス導入率



出典：ザイマックス不動産研究所.大都市圏オフィス需要調査2023秋（令和6年1月18日）のデータを参考に作成

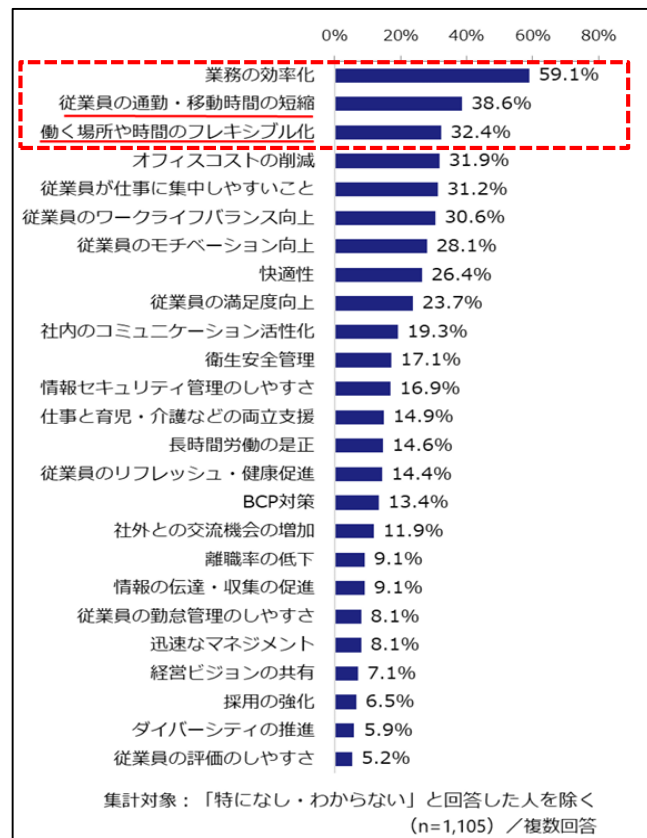
新型コロナウイルス感染拡大（コロナ禍）前である2018年（平成30年）秋時点の民間事業者のサテライトオフィス導入率は全体の11%であるのに対して、コロナ禍後の2023年（令和5年）秋時点ではサテライトオフィス導入率が30.9%と**3倍近く増加**している。

これらの結果から、コロナ禍を通して民間事業者のサテライトオフィス導入率は増加したが、コロナ終息後も**民間事業者のサテライトオフィスのニーズは落ち込んでおらず、今後も増加していく**ことが予想される。

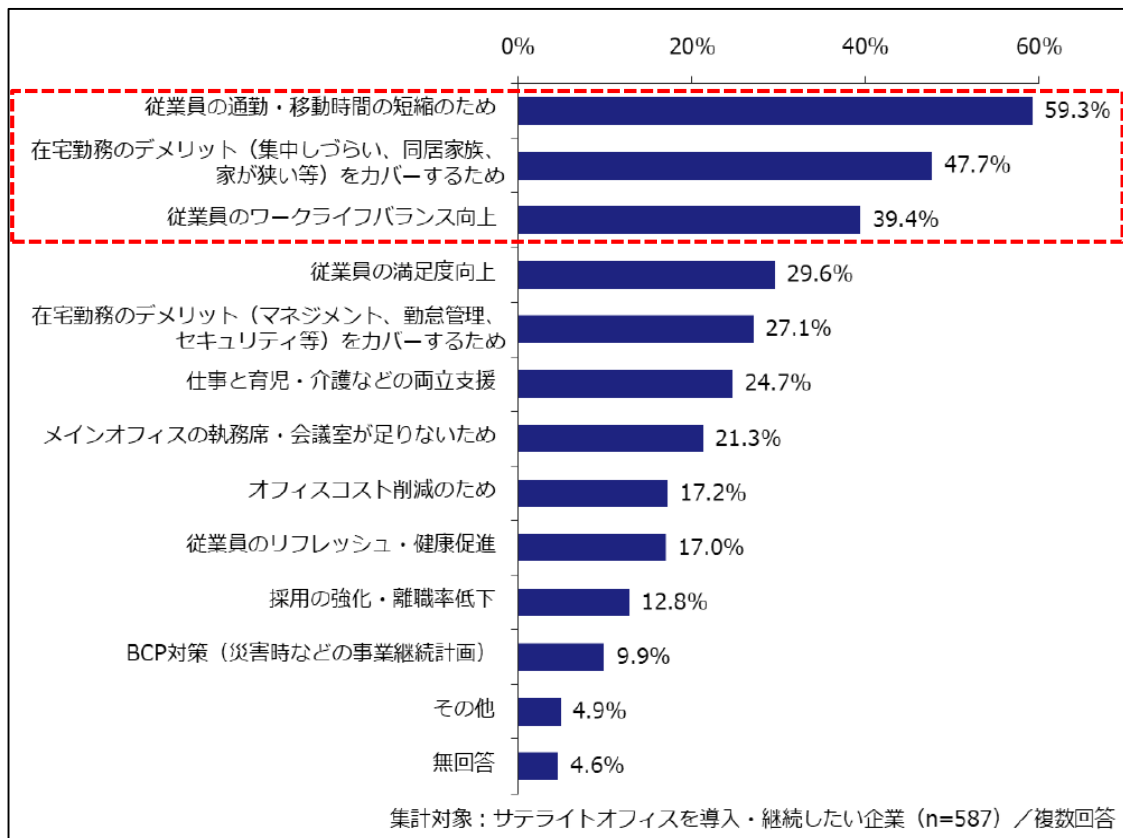
2.新型コロナウイルス感染症によるサテライトオフィス誘致に対する影響

2-14.民間企業のサテライトオフィスの利用目的の変化

サテライトオフィスに求める価値・役割



今後サテライトオフィスを利用したい理由



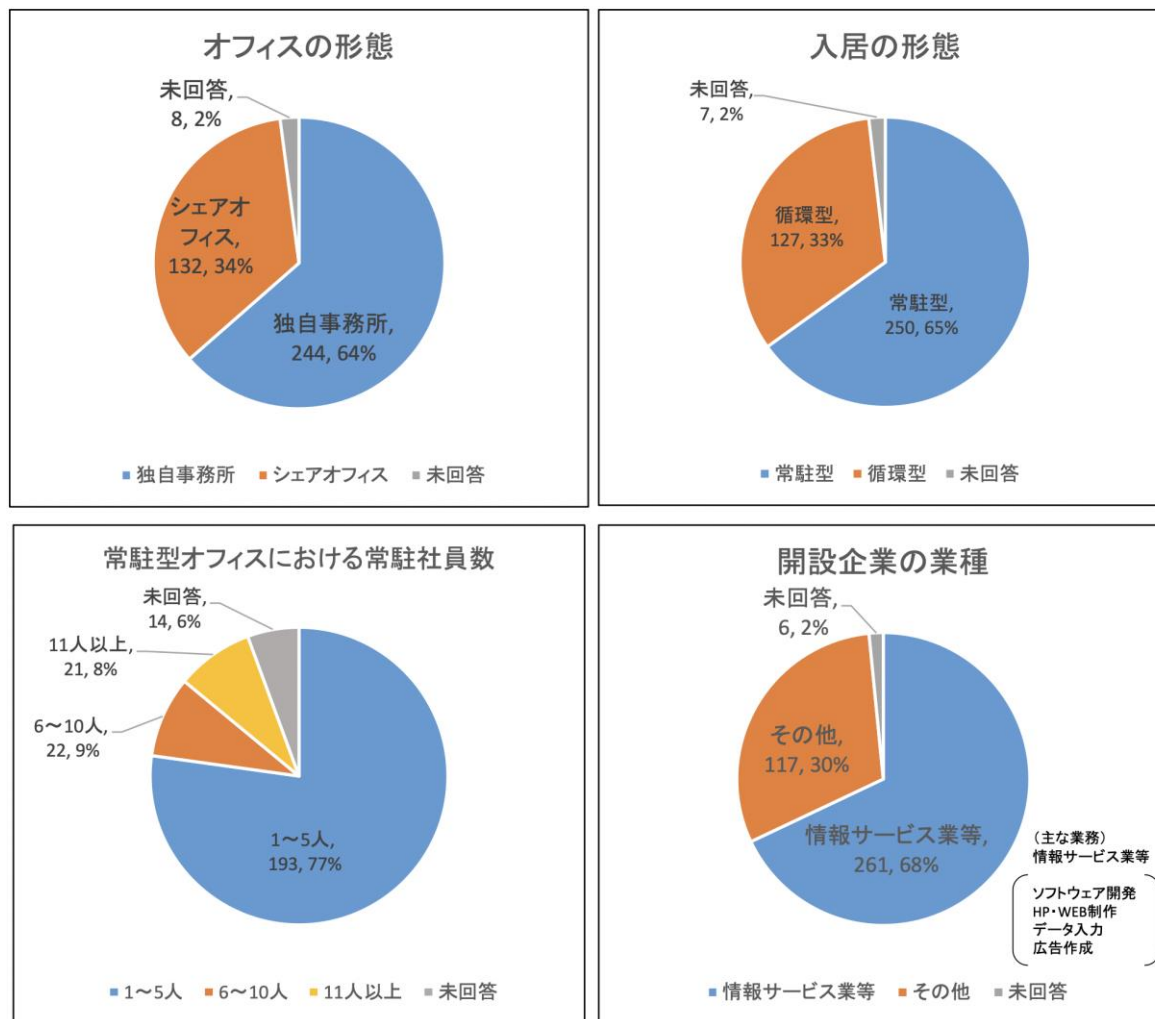
出典：ザイマックス不動産.大都市圏オフィス需要調査2020秋（令和3年12月2日）

出典：ザイマックス不動産.大都市圏オフィス需要調査2023秋（令和6年1月18日）

コロナ禍前後のサテライトオフィスにおける利用目的の変化を見比べるべく、コロナ禍、コロナ収束後のアンケート結果上位3つを見比べてみると、どちらの結果からもサテライトオフィスを業務の効率化や従業員が働きやすい場所として捉えている分かる。このことから、民間事業者は従業員の働く場所が整っており効率的な業務が行えるかという点にサテライトオフィスのニーズを持っていると言える。

2.新型コロナウイルス感染症によるサテライトオフィス誘致に対する影響

2-15.民間企業のサテライトオフィスの形態等



常駐型オフィスにおいて、**1～5人の常駐社員数が77%**を占め、小規模でのオフィス運営が多くみられる。

出典：総務省.地方公共団体が誘致又は関与したサテライトオフィスの開設状況調査結果（令和4年10月26日）

※図中データラベルは、項目名、回答総数、パーセンテージが表示されている

まとめ

新型コロナウイルス感染症の拡大を契機に、テレワークが急速に普及し、これに伴い多様なワークスタイルやライフスタイルに対する需要が高まっている。サテライトオフィスの利用も同様に増加傾向にあり、企業の働き方改革と地域振興を同時に支える手段として注目されていることがわかった。

テレワーク導入のきっかけは、新型コロナウイルスへの対応が大きいですが、その後、ワークライフバランスの向上や業務効率化といった側面も評価され、企業にとっては従業員の柔軟な働き方を実現する重要な手段として定着している。特に大手企業では、テレワークの導入率が高く、サテライトオフィスを含むテレワークの推進が企業の成長戦略に組み込まれている。また、業種や職種別にみると、情報通信業や技術職、研究職などでテレワークの実施が多く、こうした企業はサテライトオフィスの活用に積極的である。

地域ごとのテレワーク利用率にも大きな差が見られ、都市圏ではテレワークが定着している一方、地方ではその利用率が低い地域も多い。自治体は、こうした状況を踏まえつつ、企業が地方でのオフィス開設にメリットを感じるような施策を打ち出すことが重要である。

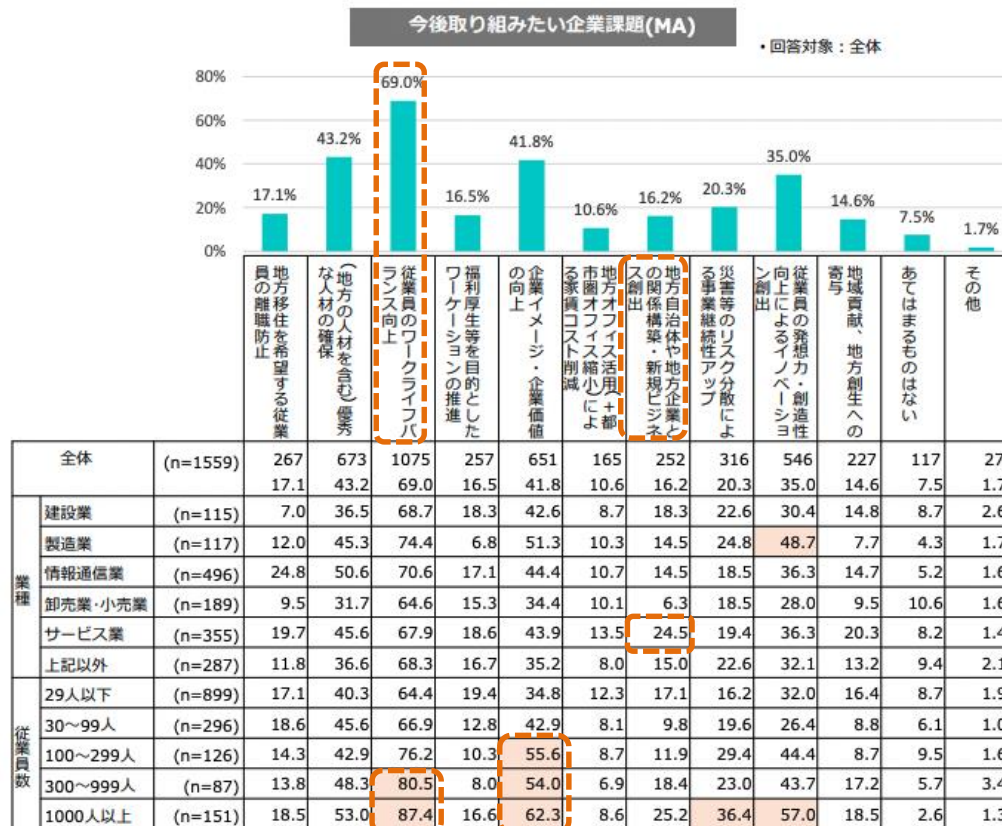
今後も新たな働き方へのニーズは継続し、企業の地方進出の可能性は広がり続けると考えられる。サテライトオフィス誘致においてもこの変化を背景に、業種や地域に合わせたターゲティングが重要となる。テレワークの普及には地域的な違いが大きく、導入状況を踏まえた戦略が求められる。ここで、地方における新たなビジネスや雇用の創出を目指す地方創生テレワーク型のサテライトオフィス利用はどれだけの需要があるのか、独自調査も含めて考察を深めていく。

3. テレワーク実施企業の地方進出ニーズ

3.テレワーク実施企業の地方進出ニーズ

3-1. 企業の課題

企業の地方志向を把握するために、まずは大都市圏でテレワークを実施中もしくはテレワークに関心のある企業に対して、地方創生テレワークの推進に関連する事項に関しての調査結果を掲載する。



今後取り組みたい企業課題を調査したところ、従業員のワークライフバランス向上が69%であり、次に優秀な人材の確保が43.2%、企業イメージ・企業価値の向上が41.8%、従業員の発想力・創造性向上によるイノベーション創出が35%と順に並ぶ結果となった。ここで注目しておきたいのが、**地方自治体や地方企業との関係構築・新規ビジネス創出が16.2%**であり、その内**サービス業が24.5%**と最も高い結果となっていることである。

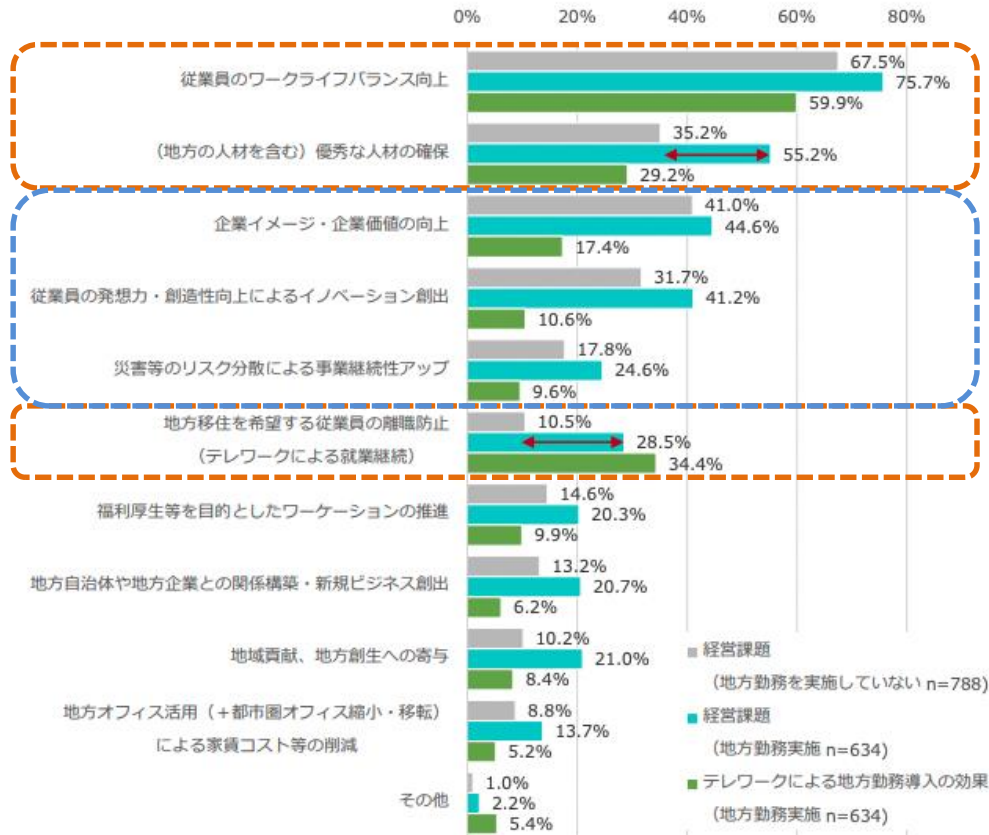
出典：株式会社パソナ.地方創生テレワーク推進に向けた調査報告書（令和4年3月）

3.テレワーク実施企業の地方進出ニーズ

3-2. 企業の課題と実際の効果

テレワークでの地方勤務を実施する企業の経営課題認識と実際の効果(MA)

・回答対象：テレワークを実施している企業



※「あてはまるものはない」の構成比は非表示

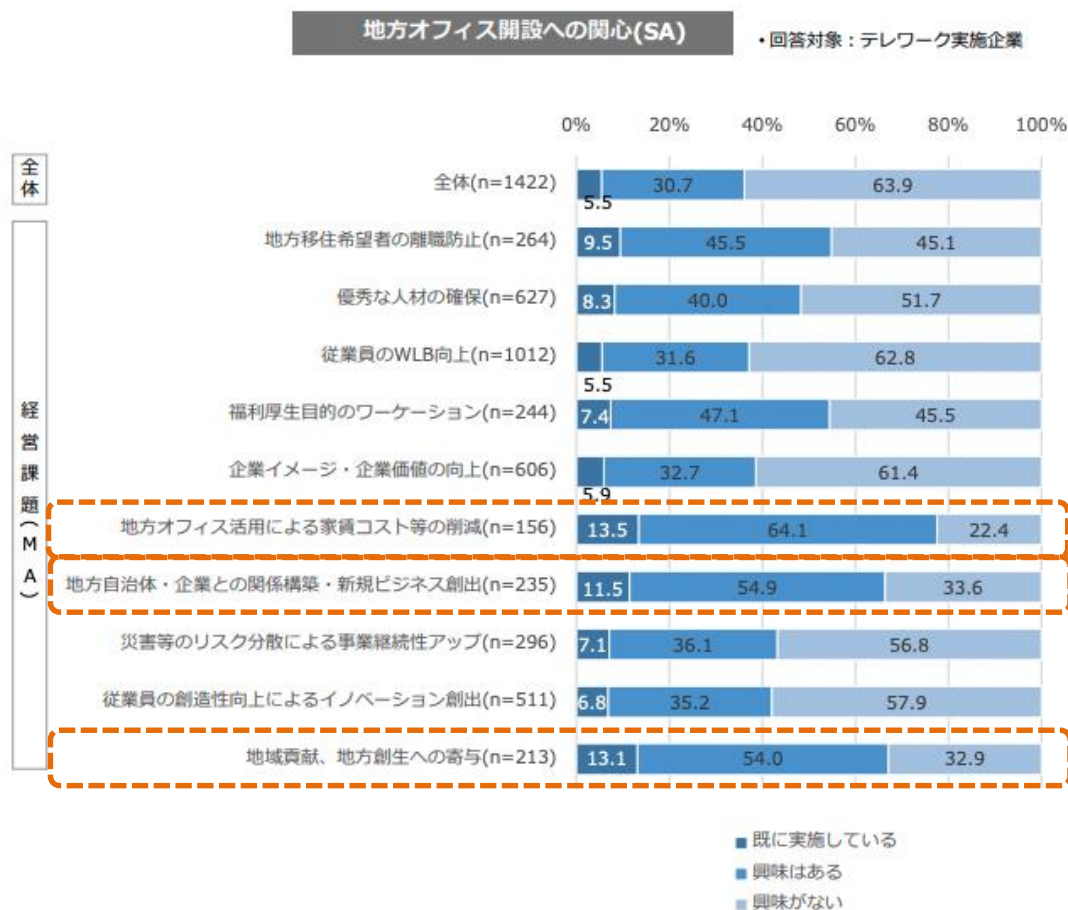
テレワークでの地方勤務導入の効果としては、「**従業員のワークライフバランス向上**」59.9%、「**地方居住を希望する従業員の離職防止**」34.4%、「**(地方人材を含む) 優秀な人材の確保**」29.2%が多い。

一方で、「企業イメージの向上」「イノベーションの創出」「事業継続性アップ」等は、取り組みたい経営課題として認識する企業は多いが、地方勤務導入の実際の効果としての手ごたえを感じてる企業の割合は少ない。

出典：株式会社パソナ.地方創生テレワーク推進に向けた調査報告書（令和4年3月）

3.テレワーク実施企業の地方進出ニーズ

3-3. 地方オフィス開設等への関心

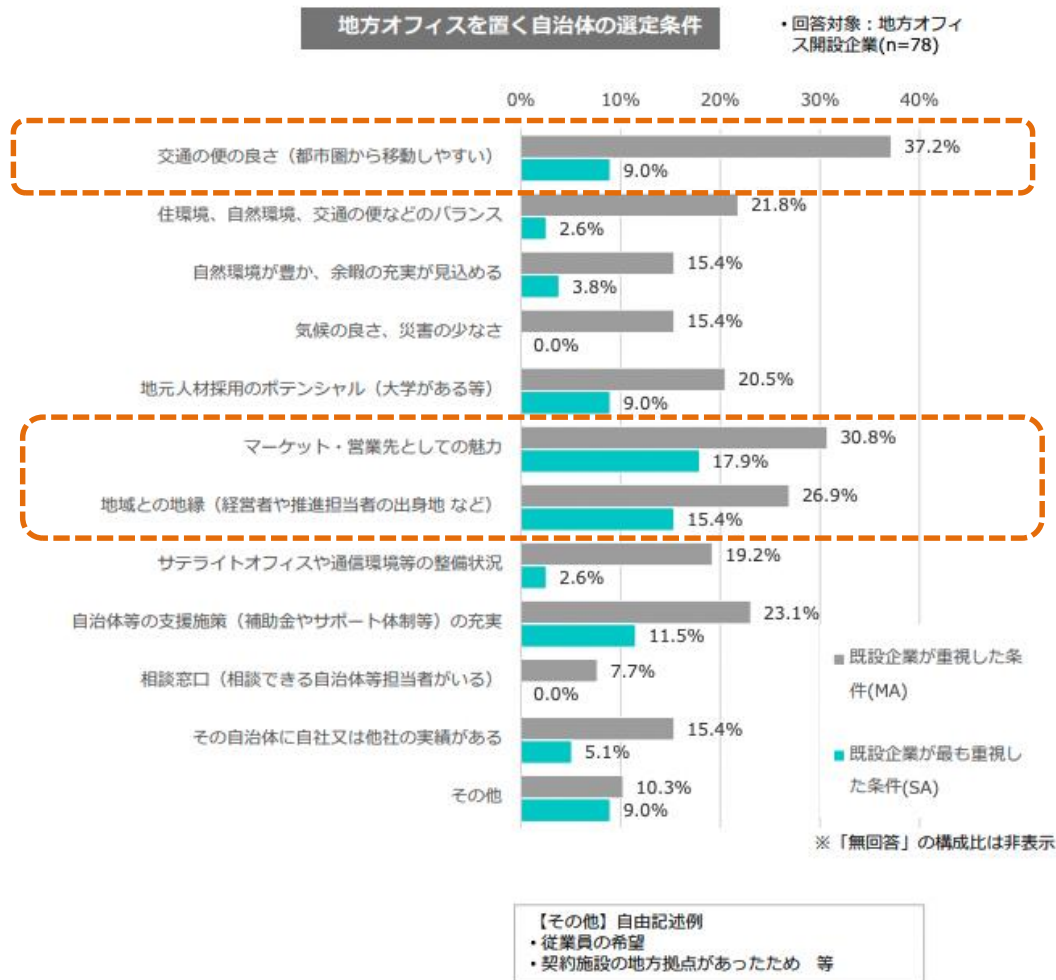


企業の経営課題別に比較すると、「**地方オフィスの活用によるコスト削減**」「**地方での新規ビジネス創出**」「**地域貢献**」に取組意向を持つ企業は、母数として多くはないものの、**地方オフィス開設に興味がある比率が高い**ことがわかる。

出典：株式会社パソナ.地方創生テレワーク推進に向けた調査報告書（令和4年3月）

3.テレワーク実施企業の地方進出ニーズ

3-4. 地方オフィスを置く自治体の選定条件（既設企業）



既に地方オフィスを開設している企業が重視した条件として多いのは「**交通の便(都市圏からの移動のしやすさ)**」37.2%、「**マーケットとしての魅力**」30.8%、「**地域との地縁**」26.9%が順に多い結果となった。もっとも重視した条件では「**マーケットとしての魅力**」「**地域との地縁**」のほか「**自治体等の支援施策**」が順に続いた。

マーケットとしての魅力度が特に関心を寄せる要素であることがわかる。

出典：株式会社パソナ「地方創生テレワーク推進に向けた調査報告書」（令和4年3月）

3.テレワーク実施企業の地方進出ニーズ

地方創生テレワーク推進に関連する調査結果のまとめ

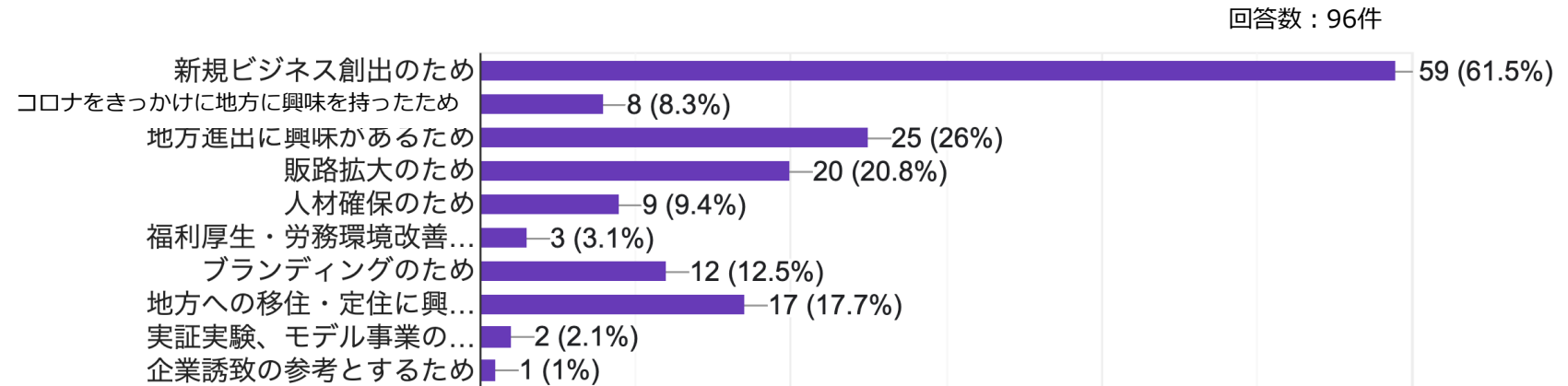
企業の地方オフィス開設に対する関心は、コスト削減や新規ビジネスの創出、地域貢献といった要素に強く結びついている。特に「マーケットとしての魅力」は企業にとって最重要視される条件であり、地方への進出を決定する大きな要因である。また、地方でのオフィス開設は、ワークライフバランスの向上や優秀な人材の確保といった効果が期待されるが、企業側が手ごたえを感じている実感はまだ十分ではない。今後、地方自治体との連携が重要なカギとなることがわかった。

ここからは自治体と企業の接点を創出するイベントに参加する企業に対して実施したアンケート結果から分析を深めていく。

※なお、「自治体と企業の接点を創出するイベント」は地方進出及び地方との連携を進めたい企業に限って集客を実施しているイベントである。

3.テレワーク実施企業の地方進出ニーズ

3-5. イベントへの参加目的（2020年7月）

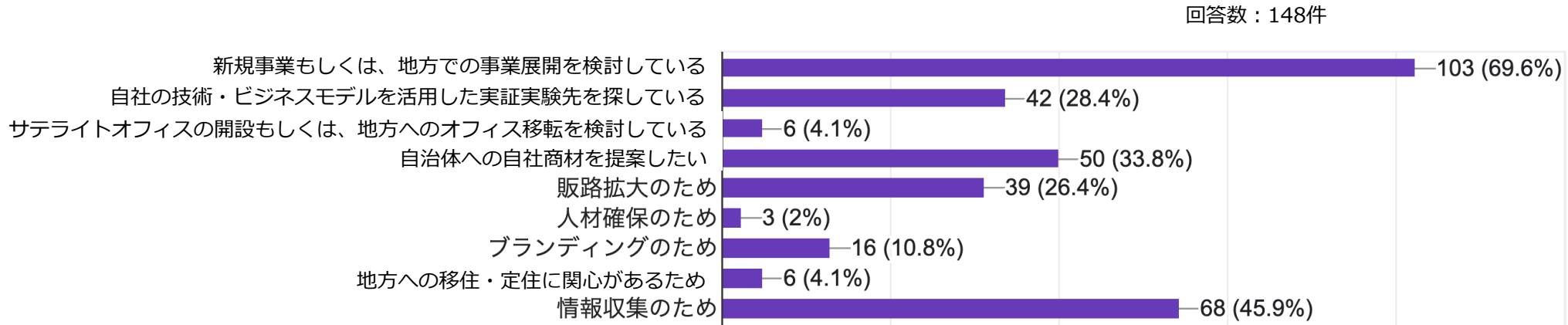


出典：2020年7月イベントアンケート結果（2020年7月8日）

新型コロナウイルス感染症に対する2回目の緊急事態宣言が発令されていた2020年7月にオンラインで実施したイベントに参加した企業にアンケート調査を実施した内容である。**61.5%が「新規ビジネス創出のため」と回答し、次いで26%が「地方進出に興味があるため」、20.8%が「販路拡大のため」と回答する結果**となった。

3.テレワーク実施企業の地方進出ニーズ

3-6. イベントへの参加目的（2024年7月）



出典：2024年7月イベントアンケート結果（2024年7月23日）

新型コロナウイルス感染症が5類感染症へと移行された2024年の同時期（7月）にオンラインで実施したイベントに参加した企業にアンケート調査を実施した内容と比較をすると、**69.6%が「新規ビジネス創出のため」と回答し、次いで45.9%が「情報収集のため」、33.8%が「自治体への自社商材を提案したい」と回答する結果**となった。

まとめ

新型コロナウイルス感染症拡大前後のアンケート結果を比較すると、2020年、2024年共に7割弱の企業が「新規事業もしくは、地方での事業展開を検討している」と回答している。先の調査結果において、「マーケットとしての魅力」は企業にとって最重要視条件であることが明確になっていたが、それは新型コロナウイルス感染症との関連性はなく、企業の経営課題に起因していることが推測される。すなわち、**新型コロナウイルス感染症が5類感染症に移行された後でも、企業の「新規事業もしくは、地方での事業展開を検討している」というニーズは変わらず存在する**ということである。

また、2020年と2024年の調査結果を比較して顕著な違いとしては、回答数の増加と「情報収集のため」とする回答結果の増加である。回答数の増加は純粹に本イベントへの関心（＝地方への関心）の増加と捉えることができる。「情報収集のため」は本イベントをいかに活用すべきかの調査段階である企業が参加していることが推測される。すなわち、こちらも本イベントへの関心（＝地方への関心）の増加傾向を示す結果だといえる。

最後に、**サテライトオフィス誘致においては、「新規事業もしくは、地方での事業展開を検討している」と回答している企業層にいかに的を得た情報を発信するかが重要**である。

4. サテライトオフィス誘致による 自治体への効果、課題

4.サテライトオフィス誘致による自治体への効果、課題

4-1. 先進事例の選定

表 1. 今年に入ってから都道府県・市町村によるサテライトオフィス誘致関連の全国紙記事

月日	紙名	記事見出し
1月1日	産経	大学院生ら奮闘 空き店舗を再生 地域おこし協力隊が行く 富士吉田、サテライトオフィスで人を呼び込め /山梨
1月17日	朝日	山梨)サテライトオフィス誘致に本腰
1月17日	日経	長野・松本市、市街地にICTビジネス拠点整備
1月31日	日経	鯖江に遠隔オフィス LIFULL系2社、子育て女性ら雇用 /福井
2月2日	毎日	東京の2社、鯖江市誘致で開設へ /福井
2月6日	日経	鯖江に遠隔オフィス あしたのチーム、顧客対応など
2月14日	日経	軽井沢でテレワークを 定着目指し体験ツアー
2月20日	毎日	白浜に 東京のウェブ会議システム最大手、県と協定 6月にも開所へ /和歌山
2月28日	日経	神戸学院大が徳島に遠隔オフィス 防災意識向上へ研究
3月1日	産経	群馬県、富岡と利根沼田にサテライトオフィス増設
3月20日	毎日	東京のウェブサイト制作会社「モノサス」、古民家利用 希望の社員移住、過疎化対策にも 周防大島 /山口
3月21日	産経	茶畑見ながら仕事しませんか 京都・和東にサテライトオフィス
3月22日	朝日	福島)テレワークの拠点、田村にオープン
3月26日	産経	笠置町の挑戦 温泉×サテライトオフィスでまちおこし /京都
3月27日	日経	アドヴァンテージ、加賀に遠隔拠点 観光業の人手確保 /石川
4月17日	日経	浜松 起業の場広がる 開業率向上へVB呼び込む
4月18日	日経	中山間地に企業誘致 山口FG系 広島県と農校活用
4月19日	日経	福井の熊川宿にシェアオフィス 東京のコンサル、古民家を改修
4月28日	朝日	静岡)東京のIT企業が伊豆市にサテライトオフィス
5月20日	毎日	サテライトオフィス誘致へ拠点開設 阿南市長「事業推進に期待」 /徳島
5月29日	読売	勝沼にシェアオフィス /山梨
5月29日	産経	新たな働き方や子育て女性想定 甲州市が県内初、公共施設でシェアオフィス /山梨
5月29日	日経	袋井市、ICTで街づくり 教育や企業支援充実 /静岡
6月28日	日経	福岡・糸島市役所の空き室にコールセンター 地元の雇用創出
7月5日	日経	徳島のサテライトオフィス61社に 月内に2社進出
7月25日	日経	長野県内でテレワーク推進活発に 軽井沢や駒ヶ根
7月26日	日経	町ぐるみでテレワーク 鎌倉・軽井沢など官民連携
8月1日	日経	起業支援のウェイビー、美馬市にサテライトオフィス /徳島
8月9日	日経	リゾート地勤務を誘致 三愛地所、和歌山県と連携
8月21日	読売	鯖江の農校に東京の企業、サテライトオフィス誘致第1号…雇用の場確保地域活性化へ /鹿児島
8月23日	日経	長野県松本市、ICT活用のビジネス拠点
9月7日	日経	愛媛・八幡浜にサテライト拠点 ベネフィット・ワン、来月

注)平成30年1月1日から9月10日までの全国紙(地方版も含む。)に掲載された都道府県・市町村によるサテライトオフィス等の誘致策及びこれに応じた民間企業等に関する記事の一覧。記事の全てを網羅したものではない。

見出しのみでは場所がわかりづらいものについては、都道府県名を付している。

資料:各全国紙電子版 HP より土地総合研究所作成。

全国で進んでいるサテライトオフィス等の立地であるが、ではその効果が自治体にどのように表れているか、課題はどういったものがあるかを分析するために、全国的な動きから先進事例を選定していく。

左の表は2018年に全国紙で記事化されたサテライトオフィス誘致関連の情報である。自治体の施策に関する情報や、企業進出のニュースが多い中で、「**徳島のサテライトオフィス61社に 月内に2社進出**」という圧倒的な誘致社数を誇る徳島県に注目したい。

4. サテライトオフィス誘致による自治体への効果、課題

4-2. サテライトオフィス誘致の先進事例：徳島県

徳島県がサテライトオフィス誘致を進める理由：課題先進地

1 全国に先駆け課題に直面“課題先進県・徳島”



2

徳島県がサテライトオフィス誘致を進める理由としては、**徳島県が全国に先駆けて直面している課題が多く存在していたことが大きい**。2015年には県の高齢化率が30%を超え、2020年には65歳以上の人口がピークに達すると予測されていた。また、過疎地域の割合が54.2%に達し、限界集落の割合は35.5%で、全国平均の2倍以上となっており、過疎化と人口減少が深刻な問題として指摘されている。さらに、南海トラフ巨大地震の発生リスクも抱えており、広範囲にわたる対策が急務となっていた。

出典：徳島県.R E S A Sから見るサテライトオフィスの効果（2015年）

4. サテライトオフィス誘致による自治体への効果、課題

4-2. サテライトオフィス誘致の先進事例：徳島県

徳島県がサテライトオフィス誘致を進める理由：環境整備

2 “ピンチをチャンスに！”の気概で、「徳島モデル」を創造！



出典：徳島県. R E S A S から見るサテライトオフィスの効果（2015年）

先に述べた理由に加え、徳島県は「ピンチをチャンスに」変えるという方針のもと、独自の「徳島モデル」を展開していたことが要因である。特に、**光ブロードバンド環境の整備に注力し、「光ブロードバンド王国・徳島」を実現した結果、ケーブルテレビの世帯普及率は88.6%に達し、4年連続で全国1位**を記録している。このインフラの強化により、過疎化や人口減少といった課題の解決に向けた可能性が大きく広がり、地元雇用や地域活性化に貢献することとなった。

4. サテライトオフィス誘致による自治体への効果、課題

4-2. サテライトオフィス誘致の先進事例：徳島県

徳島県のサテライトオフィス誘致の実績



出典：徳島県.R E S A Sから見るサテライトオフィスの効果（2015年）

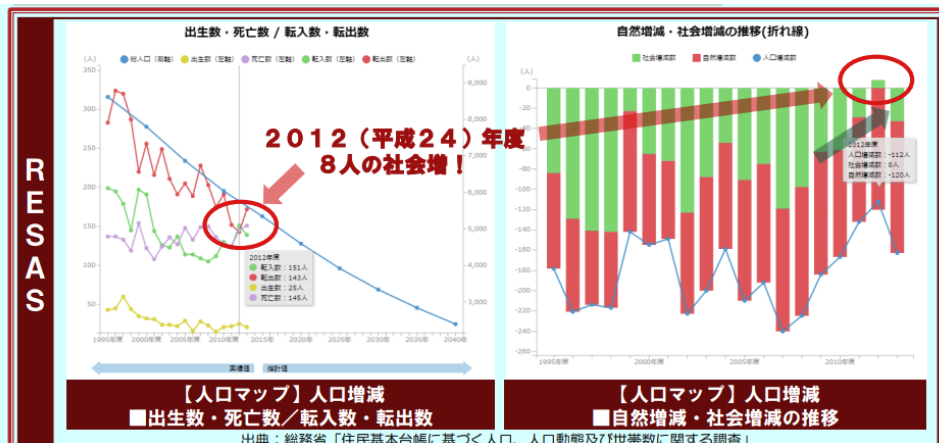
2015年時点で、**徳島県には31社もの企業が進出**を果たした。特に、**神山町と美波町にはそれぞれに12社が進出している**。神山町は、古民家をオフィスとして再利用し、ICT企業が次々と立地する地域として発展している。また、美波町でも同様に、豊かな自然とICT環境を活用し、サテライトオフィスが地域活性化のモデルケースとなっている。両町ともに、**サテライトオフィスの進出が地域雇用を生み出し、社会増を達成している**。

では、ここからは神山町と美波町それぞれで確認されたサテライトオフィス誘致の効果を深掘りしていく。

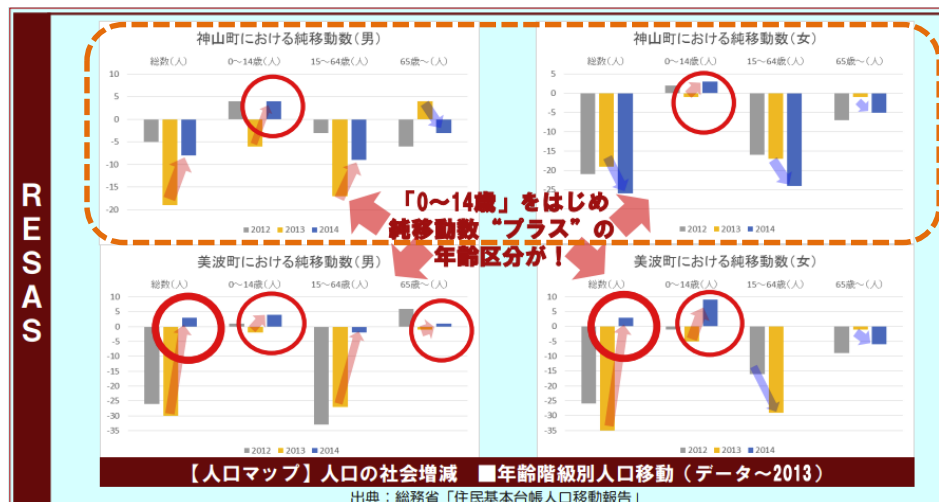
4. サテライトオフィス誘致による自治体への効果、課題

4-3. サテライトオフィス誘致の先進事例：徳島県神山町

神山町の社会増の推移



神山町におけるサテライトオフィス誘致の効果として、**2012年以降、社会増加が明確に見られる点**が特徴である。特に、**若者や子育て世帯の転入が増え、2014年には0～14歳の年齢層で転入超過を達成**した。男女ともにこの年齢層で転入がプラスとなり、子育て世帯の地方移住が進んでいる。また、サテライトオフィスの進出により、**地域内での雇用が創出され、企業と地元住民、異業種間の交流が促進**されている。さらに、古民家を活用したオフィス運営など、**地域の資源を生かした独自の発展**が進んでおり、**住民の誇りや地域に対する愛着も高まっている**。このように、神山町はサテライトオフィス誘致を通じて、人口減少対策の成功事例として全国的に注目されている。



出典：徳島県.R E S A Sから見るサテライトオフィスの効果（2015年）

4. サテライトオフィス誘致による自治体への効果、課題

4-3. サテライトオフィス誘致の先進事例：徳島県神山町

その他効果に関して

「サテライトオフィス誘致による地域経済効果に関する考察」と題して、徳島県神山町を事例に作成された資料によると、以下の効果が挙げられている。

- ・ 神山町に新たな雇用が生まれ、地方の雇用創出に貢献している。
- ・ IT技術を持つ移住者の増加が見られ、地域に新しい働き方をもたらしている。
- ・ 町内の法人税収入が増加し、自治体の財政面での効果が現れた（法人税収の約7%を進出企業が占める）。
- ・ サテライトオフィスの直接効果と視察者の支出効果を合わせ、経済波及効果は約5,800万円に達している。
- ・ 情報通信業が、これまで神山町には存在しなかった産業として地域に新たな経済的活力を提供している。
- ・ 視察や交流消費による地域外からの経済効果が発生し、観光や宿泊業も恩恵を受けている。
- ・ サテライトオフィス事業が他の産業（農業や林業など）と連携することで、地域経済のさらなる発展が期待されている。

表3 サテライトオフィス事業の直接効果（2014年）

Table 3 Direct effect of satellite office project		
項目	金額	部門
SOPの売上高	40,189,099 円	28 情報通信
視察者の支出		
飲食費	1,486,573 円	34 飲食店
宿泊費	1,388,251 円	35 宿泊業
その他	4,885,553 円	36 対個人サービス
合計	47,949,476 円	

表4 神山町サテライトオフィス事業の経済波及効果（2014年）

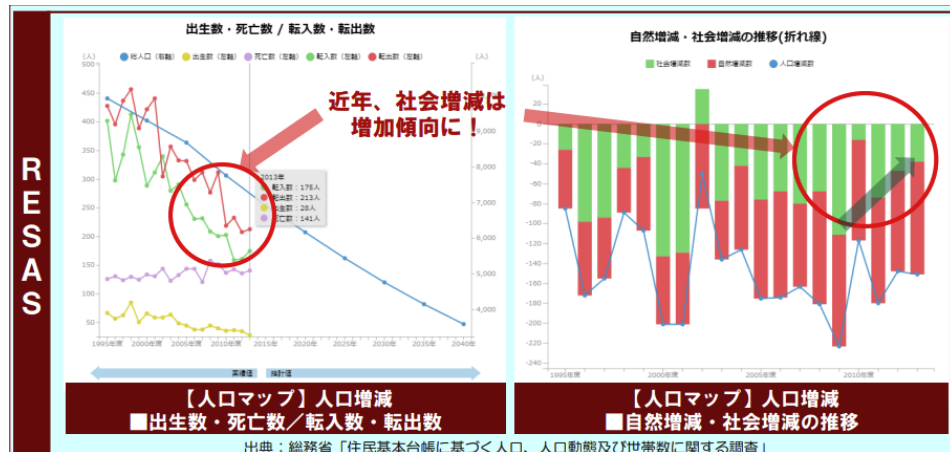
Table 4 Ripple effect of satellite office project			
	生産誘発額	うち租付加価値誘発額	
		うち雇用者所得誘発額	
第1次波及効果	54,012,799 円	35,005,258 円	10,204,973 円
直接効果	47,949,476 円	32,353,034 円	8,959,672 円
第1次間接効果	6,063,323 円	2,652,223 円	1,245,301 円
第2次波及効果	2,705,583 円	2,554,836 円	809,503 円
総合効果	57,718,382 円	37,560,093 円	11,014,476 円

出典：谷垣雅之・加藤真也 『サテライトオフィス誘致による地域経済効果に関する考察—徳島県神山町を事例として—』 農村計画学会誌（2017）

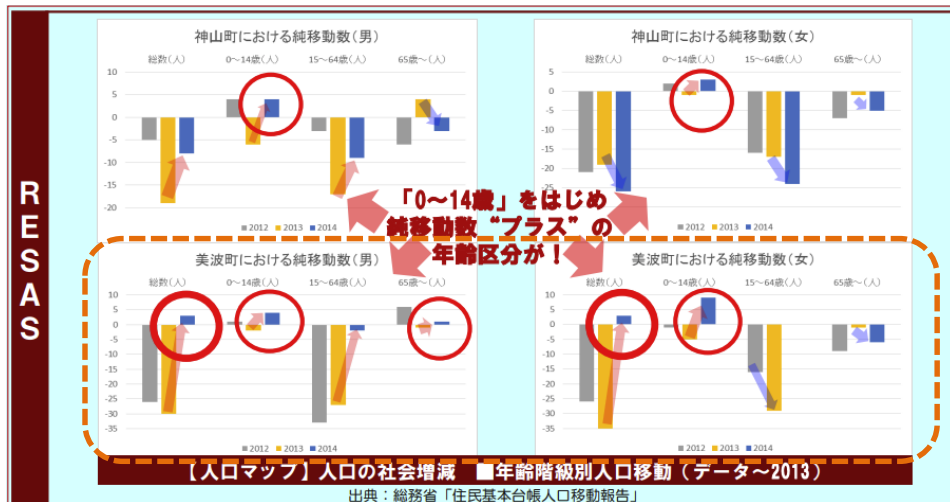
4. サテライトオフィス誘致による自治体への効果、課題

4-4. サテライトオフィス誘致の先進事例：徳島町美波町

美波町の社会増の推移



2003年以降、美波町では社会減が続いていたが、**2012年にサテライトオフィスが進出して以降、転出超過の減少傾向が見られる。特に2014年には社会増+7人を達成し**、これは従来の社会減と比較して顕著な改善である。また、**転入者の多くは若年層や子育て世帯であり、この層の転入が社会増に寄与している。**さらに、**ICT企業の進出により、地域内での雇用創出と地域住民との交流が進み、地域全体の活性化に繋がっている。**サテライトオフィスの進出が、美波町の人口減少抑制に大きく貢献しており、地方創生の成功事例として評価されている。



出典：徳島県・RESASから見るサテライトオフィスの効果（2015年）

4. サテライトオフィス誘致による自治体への効果、課題

4-4. サテライトオフィス誘致の先進事例：徳島町美波町

その他効果に関して



築96年の元遍路宿を改修してできた複合施設「at Teramae」

美波町は**2024年12月時点で29社の企業が進出**を果たしている。

サテライトオフィス誘致事業を起点として、美波町では新しい創業や起業、他業種の事業者誘致が進むなど、**人口減少が進む中でも賑やかな人の流れを創出している**という意味で「**にぎやかそ**」が生まれている。

4. サテライトオフィス誘致による自治体への効果、課題

4-4. サテライトオフィス誘致の先進事例：徳島町美波町

その他効果に関して

約10年間で29社の企業誘致に成功した実績から生じた地域への波及効果が以下のとおりである。

移住者増加



現地スタッフや、その家族の移住が期待できる。

空き家・空き店舗活用



進出企業が空き家・空き店舗を改修し、オフィスを開設。

地域自治の継承



地域の祭りや出事、消防団への積極的な参加。

起業促進



若年人口増による地域内消費の増加やPR効果により、飲食店などのサービス業が増加。

地域人材育成



テレワーカー・地域スタッフなどを雇用するために、進出企業が育成などを行う。

雇用創出



IT・クリエイティブ・地方創生関連などの若者が希望するような業種・業態が地域に増える。

地域課題の解決



防災・獣害対策・各種PRなどの地域の課題を進出企業が解決する。

教育



プログラミング・IoT・デザインの出前授業だけではなく、新たな働き方を提示。

4. サテライトオフィス誘致による自治体への効果、課題

4-5. サテライトオフィス誘致の先進事例：その他自治体

自治体名	サテライトオフィス誘致の概要と実績	効果
和歌山県白浜町	・2001年頃～開始 ・2004年にIT関連企業向けの賃貸オフィス「白浜町ITビジネスオフィス」を整備 ・2004年に2社誘致に成功 ・2007年、2010年と進出した企業2社が撤退 ・2014年から和歌山県と連携したアフターフォロー充実型の誘致事業への転換 ・2015年以降に7社の誘致が実現	・サテライトオフィス誘致先進地として全国的なブランドイメージが向上 ・県外から多くの視察が訪れ、宿泊、飲食業を中心に大きな経済効果が創出されている
徳島県美馬市	・2017年にG&Cコンサルティング(株)が古民家を改修し、「森邸」というサテライトオフィスを開設 ・まちづくり会社(株)MIMAチャレンジを2018年に設立 ・同プロジェクトからは、うだつの町並みの空き物件を利用したレストランやホテルの開業、事業承継による人気ラーメン店の復活などが実現	・内閣府主催の2021年度「地方創生テレワークアワード（地方創生担当大臣賞）」を受賞 ・空き家の増加や通過型観光地であるといった地域課題が解決
島根県松江市	・プログラミング言語Rubyの作者であるまつもとゆきひろ氏が松江市在住であることがきっかけで、「Ruby City MATSUE」プロジェクトが誕生 ・2006年に市が「松江オープンソースラボ」を開設 ・30社以上のIT企業を誘致	・2012年度から一部の市立中学の授業にプログラミング言語Rubyを取り入れた ・2016年度には全市立中学に展開 ・民間企業が開催するプログラミング教室も盛んに実施されている ・上記ポイントに魅力を感じた移住者が増加

上記自治体はサテライトオフィス誘致の直接的な効果ではなく、**間接的な恩恵**を受けている。その点を踏まえ、サテライトオフィス誘致を進める上で、その**効果測定の基準には地域全体への波及効果まで視野を広げる必要がある**。

4. サテライトオフィス誘致による自治体への効果、課題

4-5. サテライトオフィス誘致の先進事例：その他自治体

新たな企業が進出してきたことによる波及効果（主な回答）

- ・ 移住者の増加
- ・ 地元人の雇用機会の創出
- ・ 交流人口・関係人口の拡大
- ・ 空き家・空き店舗の活用
- ・ 地元企業との連携による新たなビジネスの創出
- ・ 地元住民等との連携・交流による地域の活性化

出典：「地方公共団体が誘致又は関与したサテライトオフィスの開設状況調査結果」（令和4年10月26日、総務省）より抜粋

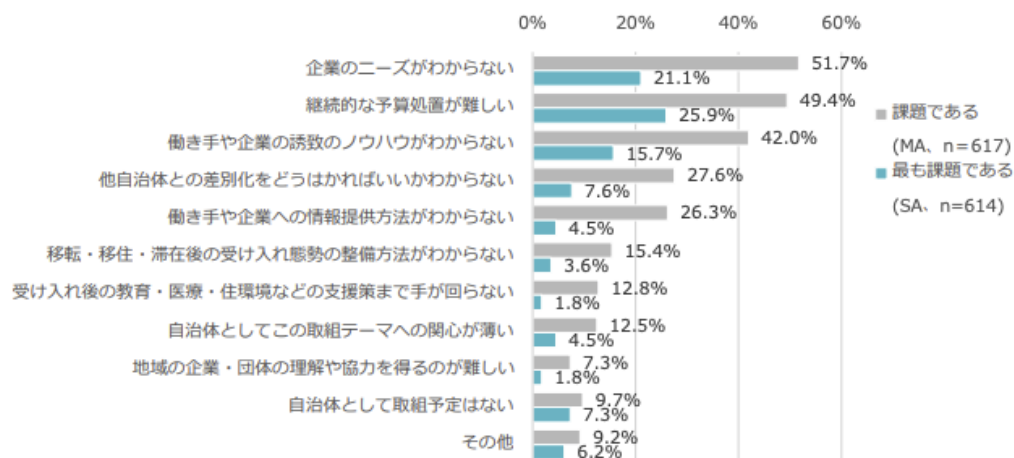
最後に、総務省のサテライトオフィス開設状況の調査結果から「新たな企業が進出してきたことによる波及効果」を抜粋した。すでに事例の中で波及効果として紹介した、**移住者の増加や地元の雇用機会の創出、交流人口の拡大**、また、**空き家や空き店舗の活用が促され、地元企業や住民との連携によって新たなビジネスが生まれている**となっている。やはり**直接的な雇用者数や税収の増加といった企業誘致でイメージされるような波及効果ではなく、地域の活性化につながる課題解決がなされていることが印象的**である。

4. サテライトオフィス誘致による自治体への効果、課題

4-6. サテライトオフィス誘致の自治体課題

先進事例の地域への効果に触れたが、サテライトオフィス誘致を進める自治体は課題も多く抱えている。ここからはサテライトオフィス誘致を進める上での課題を整理する。

サテライトオフィス誘致を進める上での課題



出典：株式会社パソナ.地方創生テレワーク推進に向けた調査報告書（令和4年3月）

サテライトオフィス誘致を進める上で、自治体が課題に感じていることの上位2番手は「**企業のニーズがわからない**」が**51.7%**、「**継続的な予算処理が難しい**」が**49.9%**と高い割合を占めている。ターゲットをいかに理解するか、サテライトオフィス誘致をどのようなパートナーと進めるかを定めることが難しいと想定される。

4. サテライトオフィス誘致による自治体への効果、課題

4-6. サテライトオフィス誘致の自治体課題

サテライトオフィス誘致を進める上での課題

以下の内容から自治体施策がうまく活用されていないことが見受けられる。企業ニーズを汲み取り、必要なタイミングで誘致につながる支援を行うことが実績を創出するために必要である。

【地方オフィス未開設企業の傾向】

- 企業が特に関心を示した自治体施策は、**補助金関連が中心**
「オフィス開設費用」「都市圏往來のための交通費」「従業員移住後の生活費用」等
- ほかに「地方企業・大学等とのビジネスマッチング」「自治体運営のサテライトオフィス」「企業誘致・移住ポータルサイト等での情報提供」等もニーズがある
- 「地方での新規ビジネス創出」に取組意向のある企業は、特に自治体施策活用への関心が高い

【オフィス開設企業の傾向】

- 実際に活用した施策は「相談窓口や現地サポート」「企業誘致・移住ポータルサイト等での情報提供」「オフィス開設費用補助」等
- 「何も活用していない」ケースも6割



- 「地方での新規ビジネス創出」等に関心のある企業は自治体施策の活用意欲は高く、特にオフィス開設費用等の補助金への関心が高い
- 地方オフィス開設企業がエリア選定をする場面で「自治体施策の充実」は非常に重視されるが、一方で、実際は自治体支援を活用していないという企業も割合としては多い
- 「自治体施策の充実」以外にも「マーケットとしての魅力」や「都市圏からの移動のしやすさ」等、様々な条件を勘案したエリア選定が行われている

出典：株式会社パソナ,地方創生テレワーク推進に向けた調査報告書（令和4年3月）

4. サテライトオフィス誘致による自治体への効果、課題

4-6. サテライトオフィス誘致の自治体課題

企業進出後の課題

新たな企業が進出してきたことにより明らかとなった（生じた）課題（主な回答）

- ・ 早期撤退企業が多いため、定着への取組
- ・ 企業が求める地元人材の不足
- ・ 進出企業への支援
- ・ 地元企業等とのビジネスマッチングの機会不足

出典：総務省.地方公共団体が誘致又は関与したサテライトオフィスの開設状況調査結果（令和4年10月26日）より抜粋

総務省が調査を行った際の「新たな企業の進出により明らかになった課題」として、**早期撤退企業が多いため定着を促す取組が必要**とされている。また、**企業が求める地元人材の不足が顕著**であり、**進出企業への支援や地元企業とのビジネスマッチングの機会が不足している**ことも課題として挙げられる。これらの課題解決が、地域での企業定着と活性化の鍵となる。

4. サテライトオフィス誘致による自治体への効果、課題

4-6. サテライトオフィス誘致の自治体課題

自治体が抱える進出企業における課題

- ・人材の確保（雇用確保等に係る支援）
- ・地元同業者等の理解
- ・定着への取組
- ・初期投資等の軽減

出典：日経BP総合研究所「自治体が関与したサテライトオフィス、5年で約6倍に増加」（2019年9月9日）

自治体が抱える進出企業に関する課題には、人材確保や雇用支援が挙げられる。また、地元の同業者との連携や理解を得ることが必要であり、企業の定着を促す取組も重要である。さらに、進出企業にとっては初期投資の負担が大きいため、初期費用の軽減策も求められている。**これらの課題は企業の長期的な定着と地域活性化をどう結びつけるかに起因するもの**と想定される。

4.サテライトオフィス誘致による自治体への効果、課題

まとめ

自治体への効果

サテライトオフィスの誘致において、地域に還元される効果は、雇用創出や税収増加などの直接的な経済効果よりも、**地域全体への波及効果が大きい**点が特徴である。徳島県では、サテライトオフィスの進出により**移住者が増え、空き家や空き店舗の活用**が進んでいる。また、**地域企業との連携や新たなビジネス創出**が促進され、地域の活性化に寄与している。これにより、地域全体が経済的に恩恵を受け、持続可能な発展が進むことが期待される。

自治体の課題

サテライトオフィス誘致を進める上での自治体の課題は、まず企業のニーズを把握する難しさがあり、ターゲット企業の理解や適切なパートナー選定が課題となっている。また、誘致担当部署だけではなく、進出企業の事業内容に関連する担当部署との連携も不可欠であるため、庁内でのサテライトオフィス誘致事業に関する理解促進も重要である。加えて、継続的な予算確保が難しいという財政面での問題も指摘されている。これに対して、企業進出後には早期撤退の問題があり、企業の定着を図るための取組が求められている。さらに、地元人材の不足や進出企業とのビジネスマッチングの機会不足も課題であり、これらの要因が企業の長期的な定着と地域の活性化に影響を与えている。企業誘致の成功には、これらの課題解決が不可欠である。

5.サテライトオフィス誘致の今後の予測

5. サテライトオフィス誘致の今後の予測

市場の動き

国の施策

複数の管轄で「地方創生」や「働き方改革」といった文脈でサテライトオフィス誘致に関連する施策が実施されている。それぞれの文脈で今後サテライトオフィス誘致がどういった展開になるのかを予測していく。

文脈	管轄	施策	内容
地方創生	デジタル庁	デジタル田園国家構想	・地方創生テレワークの推進 ・地方公共団体のサテライトオフィスの整備、運営、利用促進支援 ・内閣官房デジタル田園都市国家構想実現会議事務局、内閣府地方創生推進室との連携
	おためしサテライトオフィス	総務省	・地方での勤務体験を通じたサテライトオフィスの開設の促進 ・内容：企業が地方で短期間勤務を試みる体験するプログラム
	地方創生テレワーク	内閣官房デジタル田園都市国家構想実現会議事務局、内閣府地方創生推進室	・地方に住みながら、都市部と同じ仕事をテレワークで行うことを支援 ・内容：地方のサテライトオフィスや自宅から、ICTを活用して柔軟に働くことを推進
働き方改革	テレワーク普及促進関連事業	厚生労働省	・テレワーク総合ポータルサイトの開設 ・テレワーク推進のためのガイドラインの策定 ・テレワークモデル就業規則の策定
	テレワーク普及に係る施策	国土交通省	・テレワーク月間の実施 ・テレワーク人口実態調査の実施 https://www.mlit.go.jp/report/press/content/001733057.pdf

5. サテライトオフィス誘致の今後の予測

市場の動き

地方創生の文脈：デジタル田園都市国家構想

地方創生拠点整備タイプの概要

- 観光や農林水産業の振興等の地方創生に資する拠点施設の整備などを支援。

地方創生拠点整備タイプの概要

事業類型	対象	上限額（※） 補助率
当初予算分	原則 3 か年度以内 の事業 （最長 5 か年度）	国費： 都道府県15億円 中核中核都市10億円 市区町村5億円 補助率：1/2
補正予算分	単年度の事業	国費： 都道府県15億円 中核中核都市10億円 市区町村5億円 補助率：1/2

（※）1 団体当たりの交付上限額（目安）。高い先駆性や地方創生の波及効果が見込める場合には、交付上限額（目安）を超えて必要な経費を交付できるものとする。

（注1）申請上限件数は以下のとおり。
当初予算分：2023～27年度（デジタル田園都市国家構想の期間）を通じて1事業
補正予算分：上限なし

（注2）以下の事業については有識者審査を実施。
当初予算分：全て
補正予算分：交付額（国費）2 億円以上において有識者審査を実施

＜拠点整備タイプにおける拡充＞ R4補正から導入
～民間事業者の施設整備に対する間接補助～
民間事業者等が一定の要件を満たす公共性・公益性を有する
拠点施設等を整備する取組に対し、地方公共団体が整備費の
全部又は一部を補助した場合に、国が当該補助経費の1/2※
を交付することを可能とする。

【支援スキーム】

- 民間事業者
- 地方公共団体
- 国

施設等整備費用

全部又は一部を補助

1/2を補助

＜支援対象となる施設整備の提供例＞

- 移住や生活体験住宅として活用する集合住宅の整備
- 廃校舎を改修しサテライトオフィス、スマート農業体験施設等を整備
- 駅前施設の一部を模倣替えし官民連携のコワーキングスペースを整備
- 物販、カフェ、セミナースペース等の観光施設の整備 等

※国負担は事業費の1/3（かつ地方公共団体負担額の範囲内）を上限

地方創生推進タイプ（先駆型・横展開型・Society5.0型）の概要

- 観光や農林水産業の振興等の地方創生に資する取組など（主にソフト事業）を支援。
＜対象事業例＞観光振興、移住促進、ローカルイノベーション、地方創生人材の確保・育成、ワークライフバランスの実現、商店街活性化 等
（注）他の国庫補助金等の対象となる可能性のある事業については、補助率等に関わらず他の国庫補助金等の活用が優先され、本文付金の対象とはしない点に留意。

● 制度概要

- 地方公共団体において、事業計画期間及び交付上限額に応じて、事業類型（先駆型・横展開型・Society5.0型）を選択可能。
- 先駆型、Society5.0型の審査にあたっては、事務局審査に加えて、外部有識者による審査を行う。

事業類型	対象	上限額 補助率
先駆型	先駆性の高い 最長 5 年間の事業	国費：都道府県:3.0億円 中核中核:2.5億円 市区町村:2.0億円 補助率：1/2
横展開型	先駆的・優良事例の横展開を 図る最長 3 年間の事業	国費：都道府県:1.0億円 中核中核:0.85億円 市区町村:0.7億円 補助率：1/2
Society5.0型	地方創生の観点から取り組む、未 来技術を活用した新たな社会シス テムづくりの全国的なモデルとなる 最長 5 年間の事業	国費：3.0億円 補助率：1/2

（注1）横展開型（補正予算分）として、万博の開催を契機として、各都道府県において新たに実施する地方創生に資する取組を支援。

（注2）新規事業の通常の申請上限件数は、都道府県：4 事業、中核中核都市：3 事業、市区町村：3 事業。一定の条件を満たす事業については、通常の申請上限件数を超える申請を可能とし、最大の申請件数は、都道府県：7 事業、中核中核都市：6 事業、市区町村：5 事業とする。

評価基準（S～Dの5段階評価）

目指す将来像及び課題の設定

KPI設定の適切性

自立性

デジタル社会の形成への寄与

官民協働

地域間連携

政策・施策間連携

出典：内閣官房・内閣府総合サイト「デジタル田園都市国家構想交付金」概要説明資料より抜粋

今後のサテライトオフィス誘致の展望として、**デジタル田園都市国家構想交付金の継続**が、サテライトオフィス開設や誘致に係るソフト事業の拡大に寄与することが予測される。特に、地方創生推進タイプと地方創生拠点整備タイプが活用できる対象として注目される。

5. サテライトオフィス誘致の今後の予測

市場の動き

地方創生の文脈：改正広域的地域活性化基盤整備法

改正広域的地域活性化基盤整備法は、令和6年2月9日に閣議決定された。国土交通省が管轄しており、この法律改正は、地方の人口減少と過疎化が深刻化する中で、**地方への人の流れを促進し、地域活性化を図ることを目的**としている。特に、新型コロナウイルス感染拡大を契機に若者や子育て世帯を中心とした「**二地域居住**」へのニーズが高まり、**地方での生活と仕事を両立させる環境づくりが重要視されている**。改正法では、市町村が二地域居住を促進するための「特定居住促進計画」を作成できる制度を新設し、拠点施設整備や協議会の設置などを通じて、地方への人材流入を支援する仕組みが整えられる。

改正法に関する、メインとなる三本柱としては、以下のとおり。

- (1) 二地域居住促進のための**市町村計画**制度の創設
- (2) **二地域居住者に「住まい」・「なりわい」・「コミュニティ」を提供する活動に取り組む法人の指定制度の創設**
- (3) 二地域居住促進のための**協議会制度**の創設

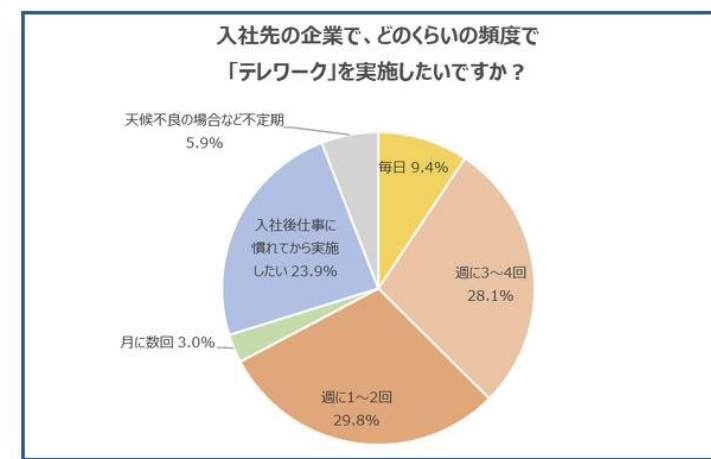
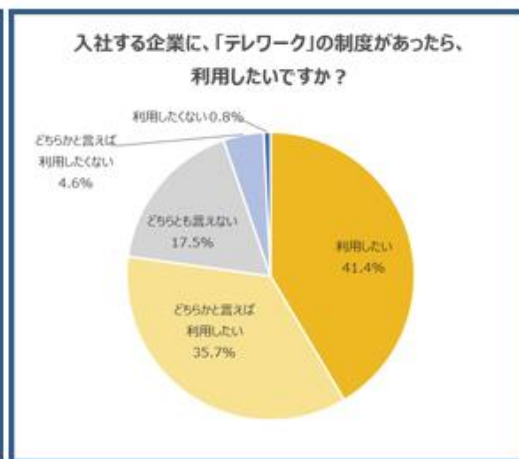
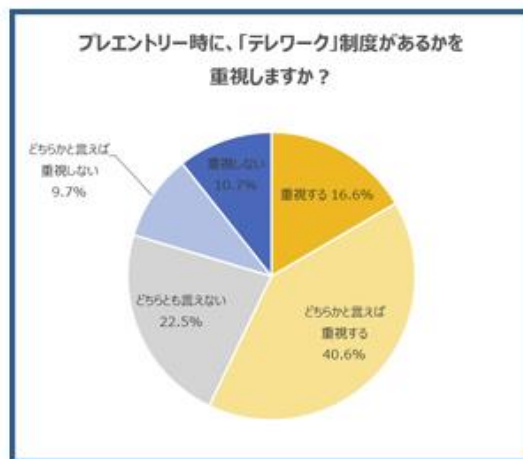
(2) の「なりわい」創出のためにサテライトオフィス誘致は改めて脚光を浴びると推測される。

5. サテライトオフィス誘致の今後の予測

市場の動き

働き方改革の文脈

2. 新型コロナウイルス感染症によるサテライトオフィス誘致に対する影響の調査結果で示したとおり、テレワークの需要は高まっており、実際テレワークを導入した企業はその流れを定着させようとしていることが汲み取れた。また、働き方としてテレワーク制度を求める声も求職者が意識していることも以下の調査結果からわかることから、**在宅勤務・コワーキングスペース・サテライトオフィスを活用したテレワークの需要は今後も継続することが予測される。**



テレワーク制度があるか重視するか（左）、テレワーク制度があれば利用したいか（＝学情調べ）

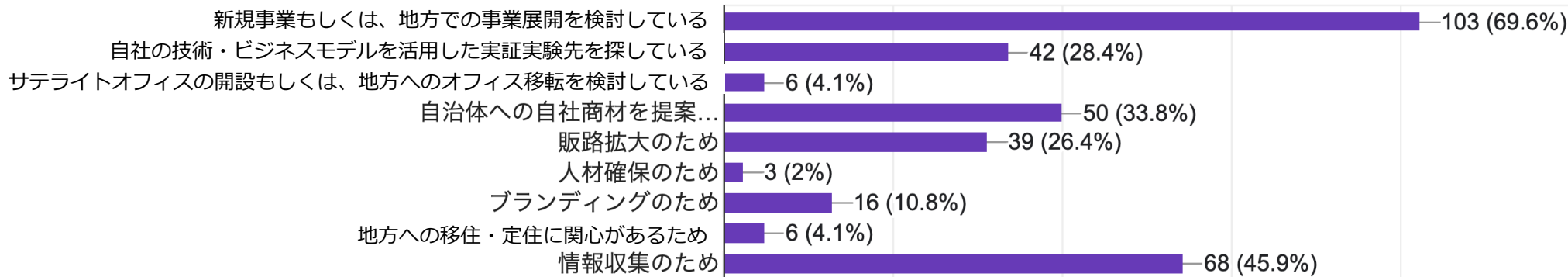
どのくらいの頻度でテレワークを実施したいか（＝学情調べ）

出典：IT mediaビジネスオンライン 「就活で「テレワーク」重視は6割 入社後の人間関係構築には不安も」（2021年2月19日）

5. サテライトオフィス誘致の今後の予測

企業の視点

回答数：148件



出典：2024年7月イベントアンケート結果（2024年7月23日作成）より抜粋

3.テレワーク実施企業の地方進出ニーズにて示した、自治体と企業の接点を創出するイベントに参加する企業に対して実施したアンケート結果にて示したとおり、**企業が地方進出及び地方との連携を進めたい企業の狙いは「新規事業もしくは、地方での事業展開を検討している」**である。サテライトオフィス誘致事業をこのニーズを持ち合わす企業の足掛かりとして活用してもらうような動き方を作ることができれば、この需要は今後も継続することが想定される。つまり、**サテライトオフィス誘致はあくまでも手段であり、企業の新規事業のニーズは変わらず存在するということ**である。

まとめ

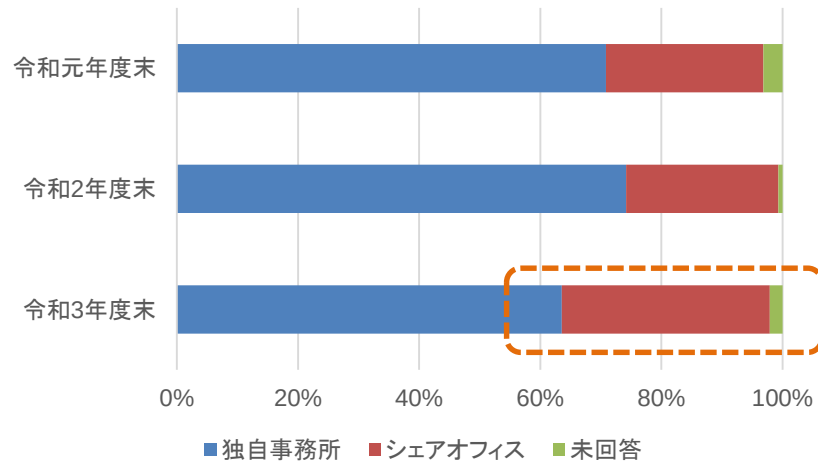
今後のサテライトオフィス誘致の展望については、地方創生や働き方改革の側面から引き続き需要が見込まれる。特に、デジタル田園都市国家構想交付金の継続がサテライトオフィス開設や誘致に大きく貢献することが予測される。地方創生推進タイプや地方創生拠点整備タイプの施策が積極的に活用され、各自治体はその特性を活かしつつ、企業誘致を進めていくことが期待されている。また、企業のニーズは新規事業の開発にあり、サテライトオフィスはその手段として位置づけられているため、企業の進出需要は今後も続くと考えられる。特に、テレワークの普及と働き方の多様化に伴い、サテライトオフィスはテレワーク拠点としての役割を果たし、地方進出を検討する企業にとって魅力的な選択肢となると予測される。

6.企業側のニーズ等

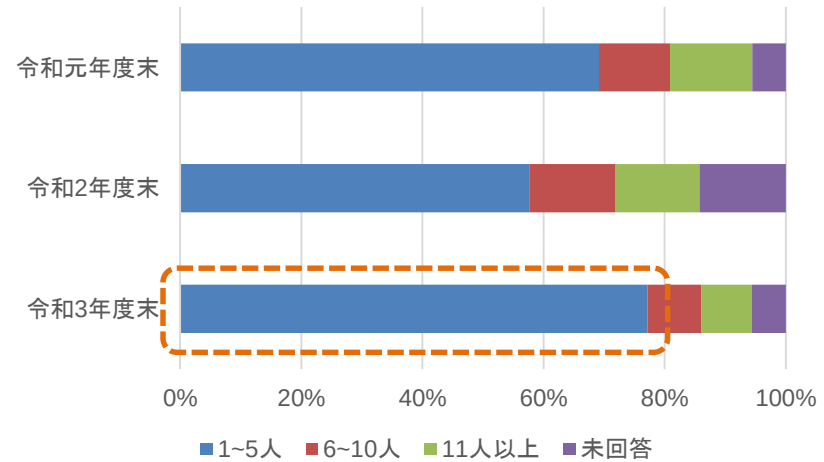
6.企業側のニーズ等

6-1. サテライトオフィスの形態等

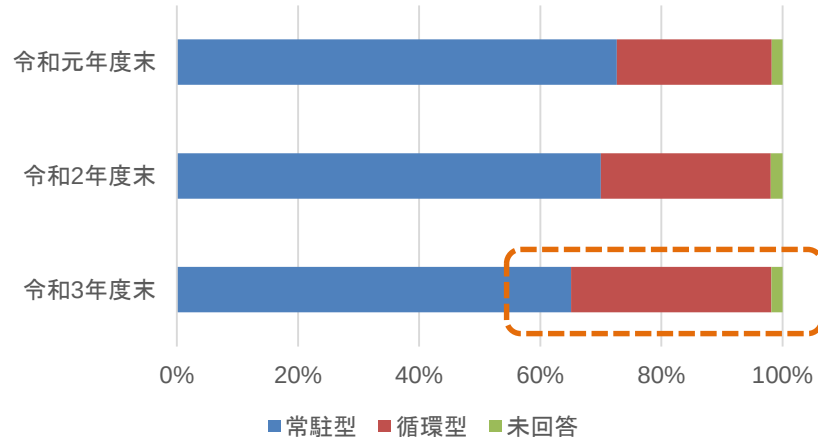
オフィスの形態



常駐型オフィスにおける常駐社員数



入居の形態



2019年度～2021年度を比べると、シェアオフィスを利用しながら、**少人数で、循環型で働く傾向**が増えつつある。

6.企業側のニーズ等

6-2. サテライトオフィス開設企業の持つ課題・要請

サテライトオフィス開設企業の課題、行政等への要請等（主な回答）

- ・ 現地での安定的な仕事供給
- ・ 地元人材の確保・育成
- ・ 地元住民、企業、大学等とのマッチング支援や交流の場の提供

出典：総務省,地方公共団体が誘致又は関与したサテライトオフィスの開設状況調査結果（令和4年10月26日）より抜粋

サテライトオフィス開設企業からは、**仕事づくり、人材の確保、地域との連携**が主な回答となっている。

6.企業側のニーズ等

6-6. 企業側のニーズ等 まとめ

- 都市部企業がサテライトオフィスを設けること自体を目的としている場合はほぼ無く、企業としてオフィス設置を行う理由は以下の3点が主となることが判明した。

新規事業開発：地域課題をビジネスチャンスと捉えて、自社技術を活かした地域課題解決を行う。既に商材化されているものではなく、実証実験段階のものを自治体の持つ地域との繋がりを活用しながら商材化を行う。

人材採用：都市部で不足しているIT人材を中心とした人材確保を目的とする。高等教育機関がある地域では、教育機関との連携を通して地元人材の採用を行う。また、地域の特性(自然環境など)を活かしてその地域で生活をしたい人材をUIターンで受け入れられるようにオフィス開設を行う場合もある。

販路拡大：既存のサービスを他地域に横展開することを目的とする。既に商材化されている為、オンラインで完結できる商材の場合は、その地域にオフィスを構えて活動を広げる理由が少なく、サテライトオフィスの設置には繋がりがづらい。

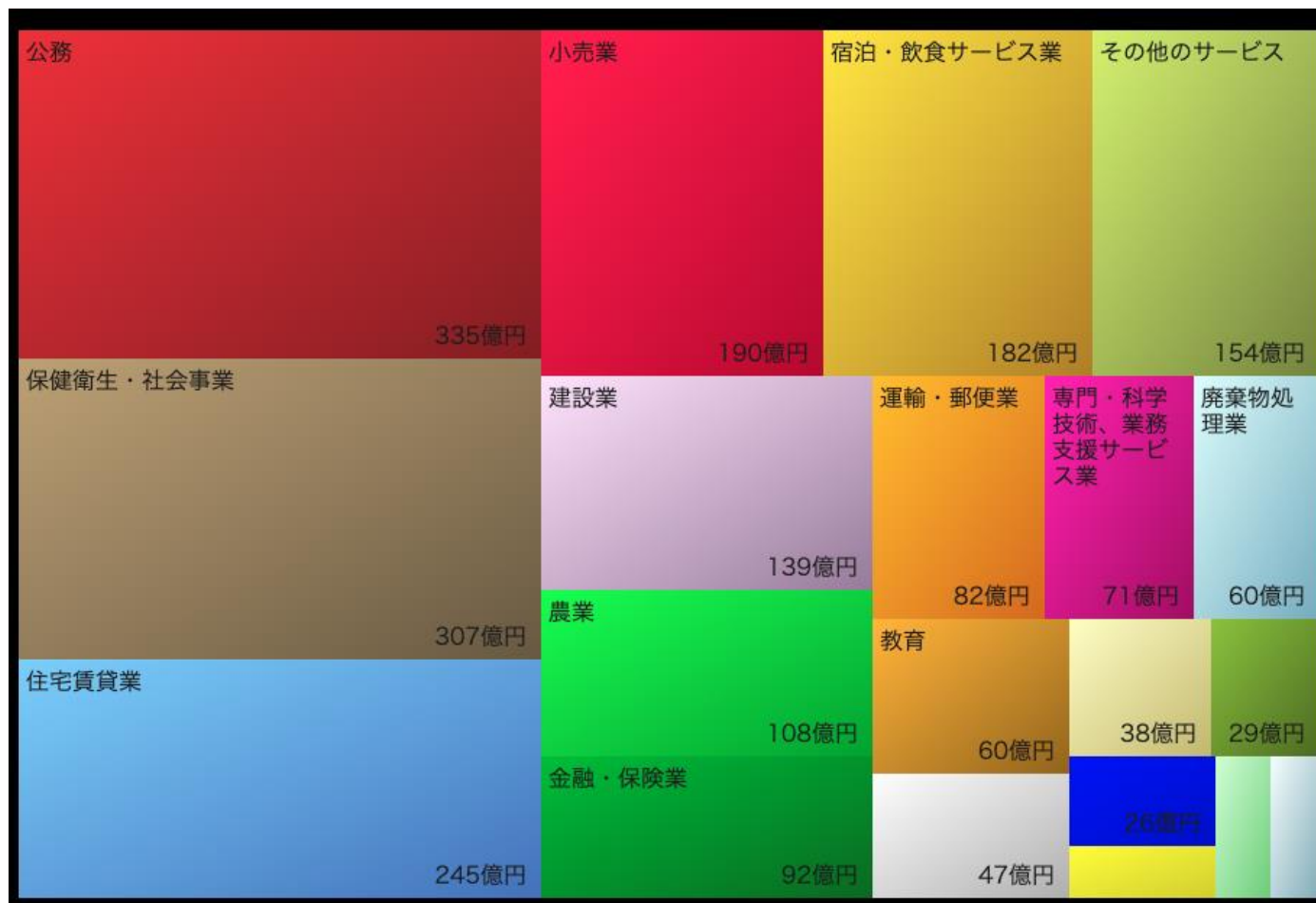
- また近年は、常駐型としてオフィスを開設せずに、シェアオフィスを利用しながら少人数で循環型として働く傾向が増えつつある。
- 全国的にシェアオフィスの整備が進んできたことや、新規事業開発等その地域に常駐せずにプロジェクトベースで地域と関わるような企業が増えつつあることが推測される。
- 全国的なサテライトオフィス誘致の事例を見ると、人材採用、地域活性化を目的に域外の企業がサテライトオフィス進出を行い、取組へ参画する事例が多く見られた。
- 館山市では、**新規事業開発を地方で実施したい企業がターゲットとなる**。また、単純に企業を呼び込むだけでなく、**ビジネスチャンスとなりえる地域課題を積極的に企業へ提示し、市に関心を持つ企業と多く接点を持っていく**。そして、**企業の取組が地域課題の解決及び活性化に繋がるような循環を創出していくことが可能である**。

7.館山市誘致戦略

7-1. 産業構造分析

まず、館山市の産業構造を分析し、地域外企業の参入余地と可能性を探るために産業構造分析を行う。

生産額（総額・2018年）中分類



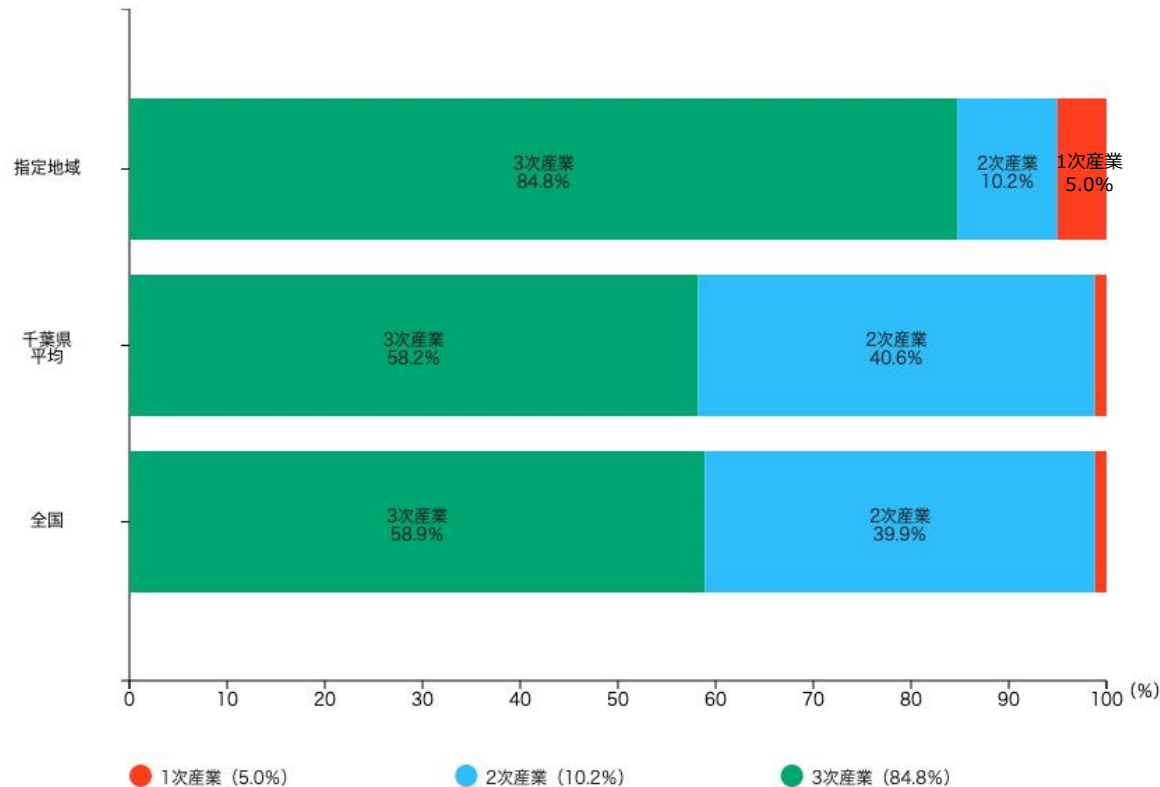
産業全体の生産額規模は2,273億円。
産業構造は、**公務、保健衛生・社会事業、住宅賃貸業、小売業、宿泊・飲食サービス業**が順に続く。

出典：RESAS 地域経済循環システム

7. 館山市誘致戦略

7-1. 産業構造分析

地域内産業の構成割合（生産額（総額））

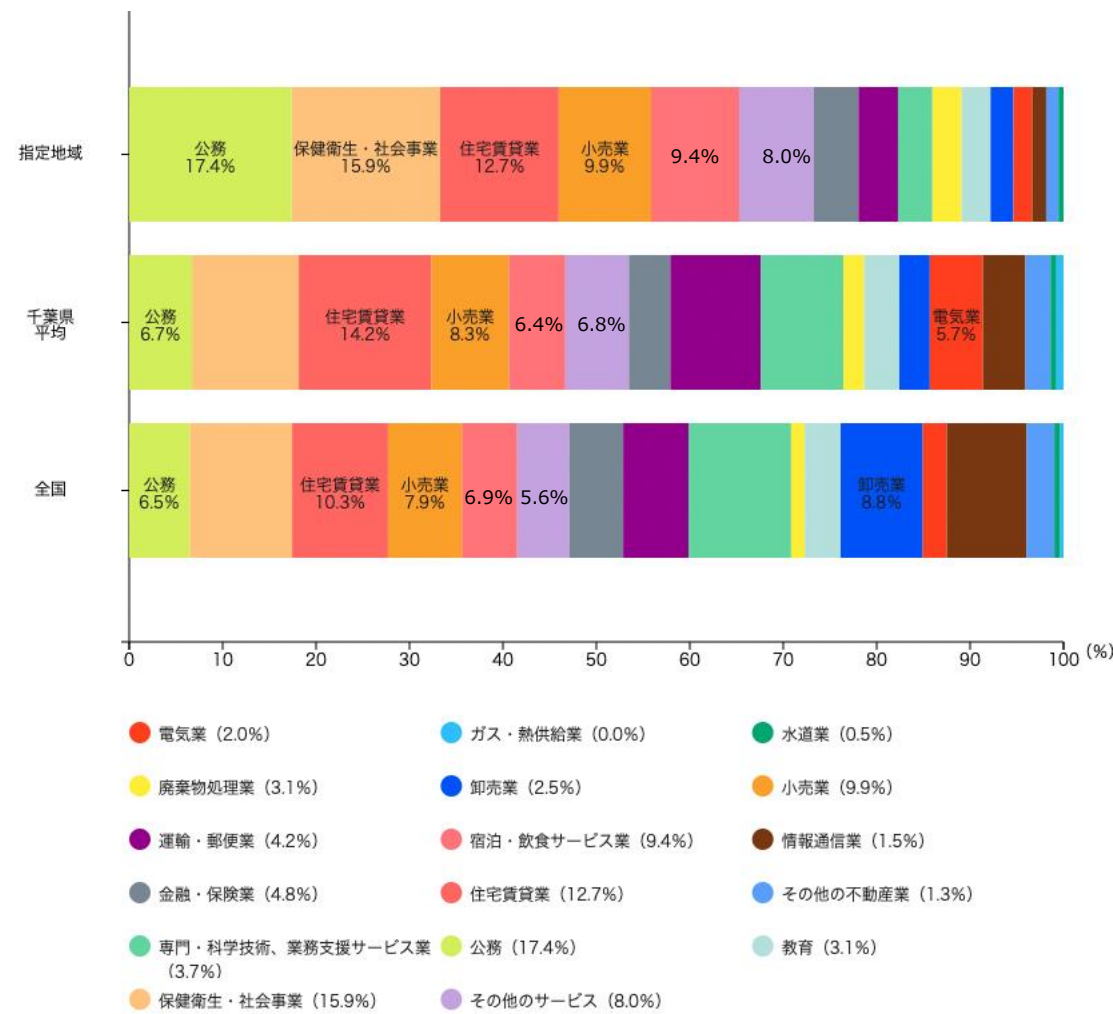


館山市は**第3次産業が盛ん**であることが特徴であり、第3次産業が発達している地域の特徴は、**都市部、観光地、交通の要所、教育・研究機関の集積地**である。館山市は観光地の要素に該当していることが想定される。

また、**第1次産業**に関しても**5.0%**と千葉県平均・全国と比較し、割合が大きいのが特徴である。

7-1. 産業構造分析

産業ごとの内訳（3次産業（総額））



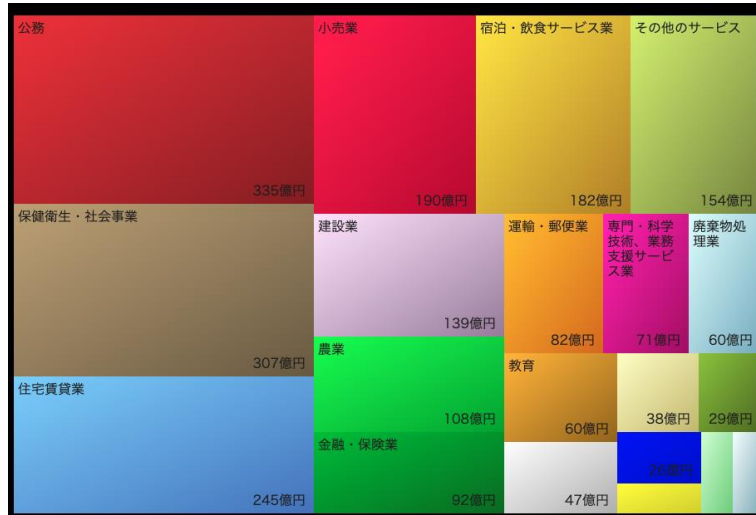
公務と保健衛生・社会事業が全体の30%近くを占めているのが特徴的だが、宿泊・飲食サービス業とその他のサービス業が千葉県あるいは全国と比較して割合が大きくなっている。

7. 館山市誘致戦略

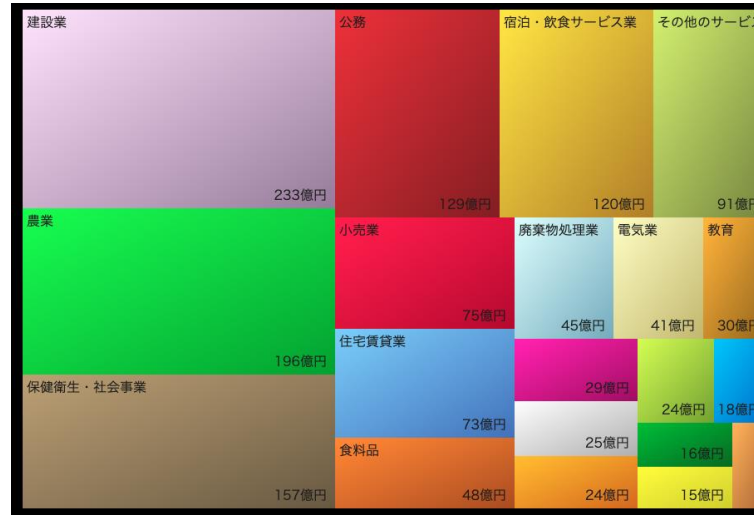
7-1. 産業構造分析 : 生産額の比較 (近隣自治体)

出典：RESAS 地域経済循環システム

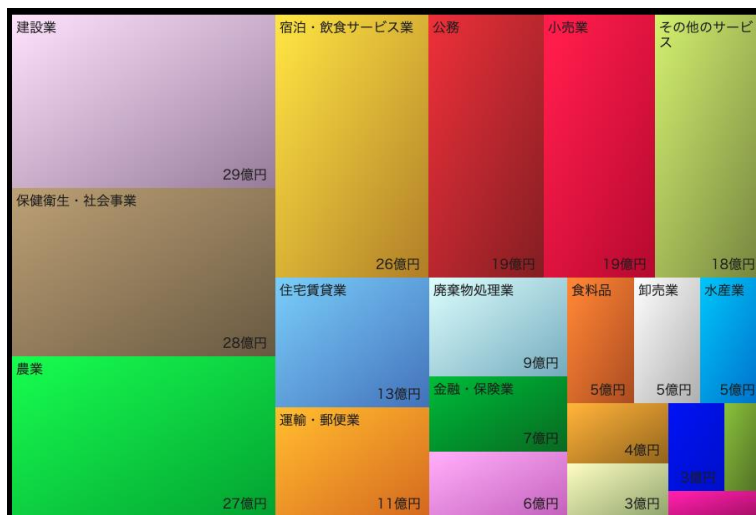
館山市 (約43,000人)



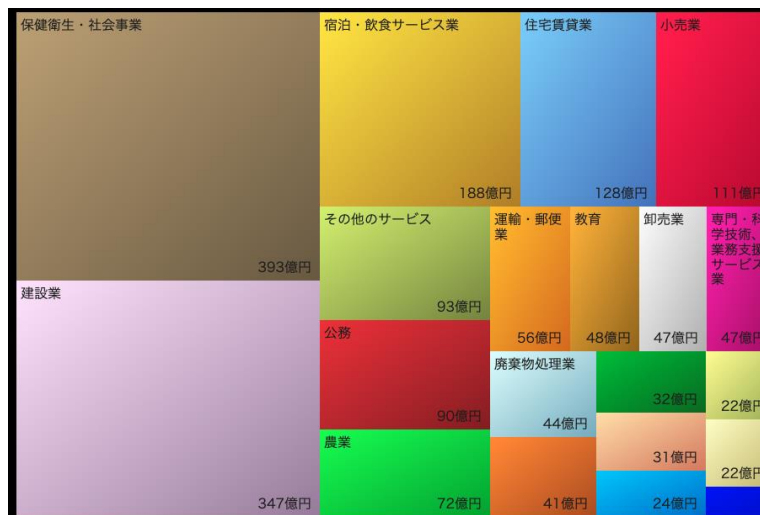
南房総市 (約34,000人)



鋸南町 (約6,700人)



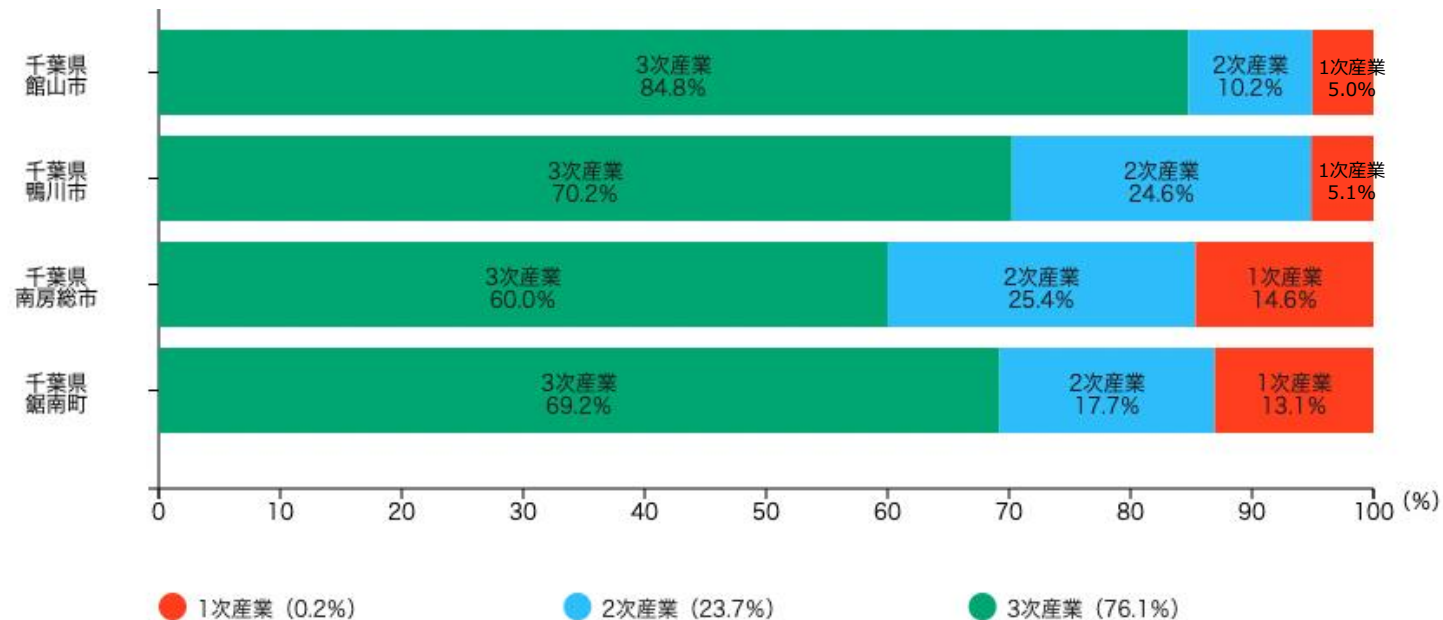
鴨川市 (約32,000人)



近隣自治体と比較した場合、構造自体は類似している自治体が多い印象を受けるため、次のページで産業構造ごとの比較を用いて分析を進める。

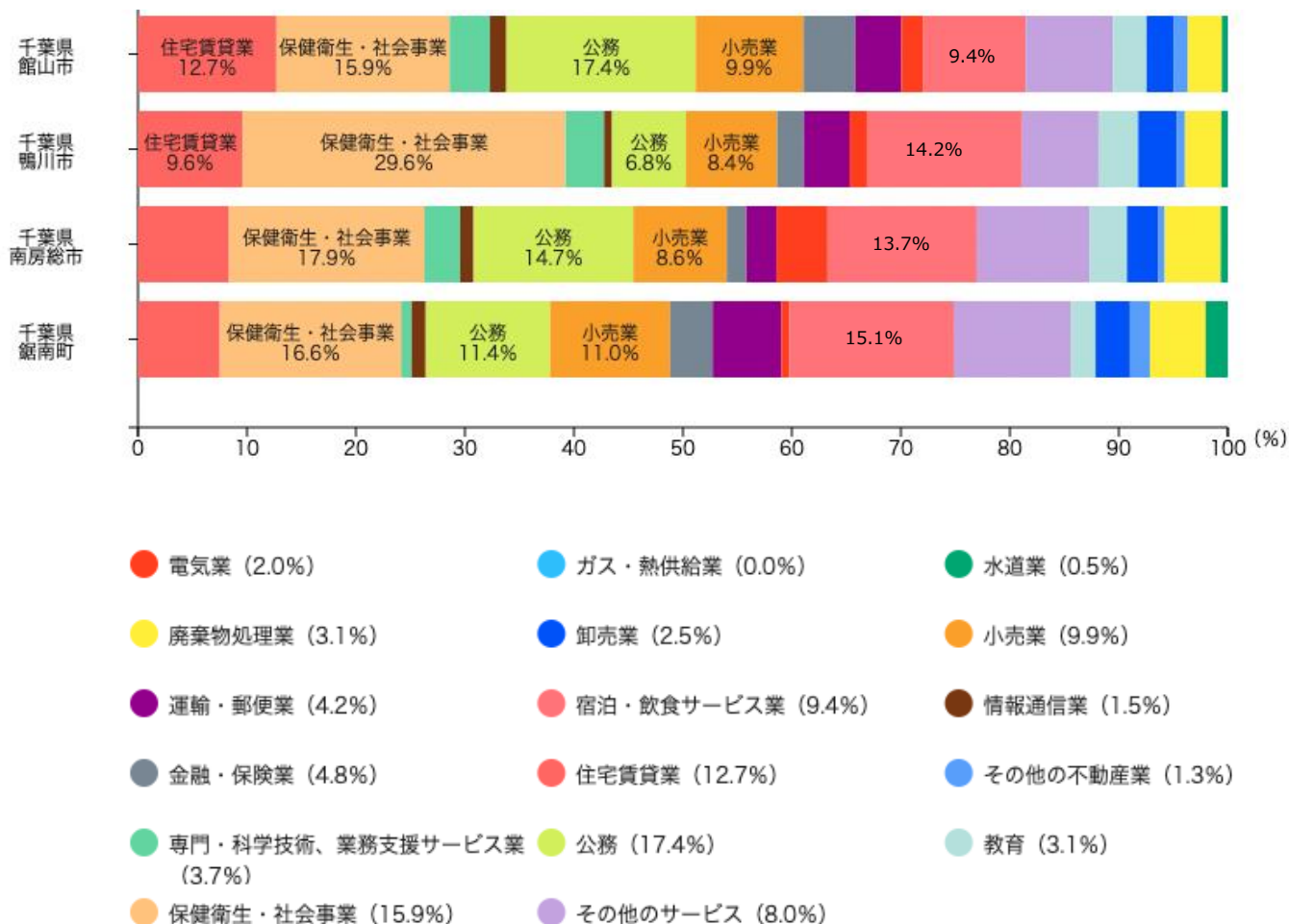
7. 館山市誘致戦略

7-1. 産業構造分析 : 生産額の比較 (近隣自治体)



7.館山市誘致戦略

7-1. 産業構造分析 :生産額の比較 (近隣自治体)



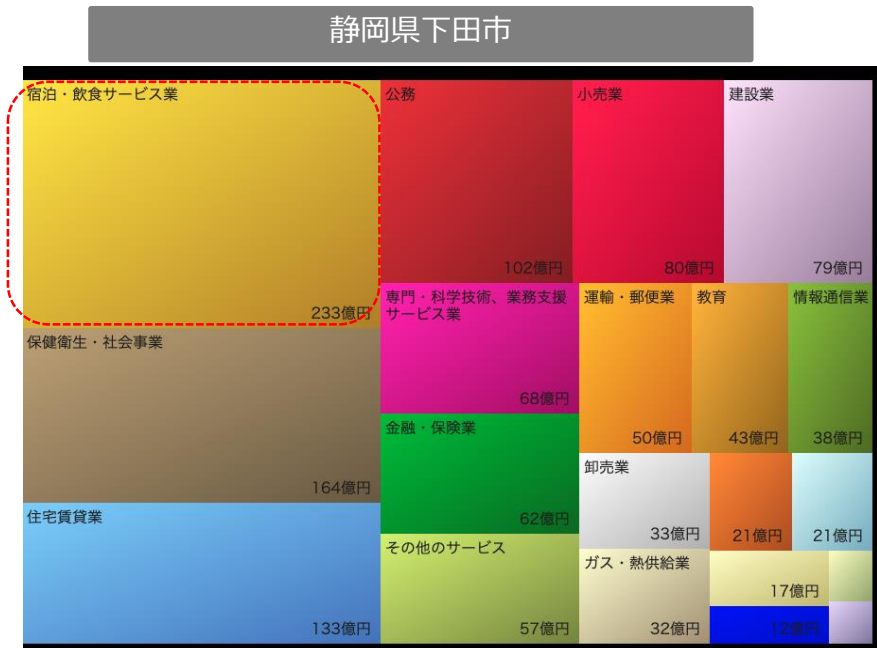
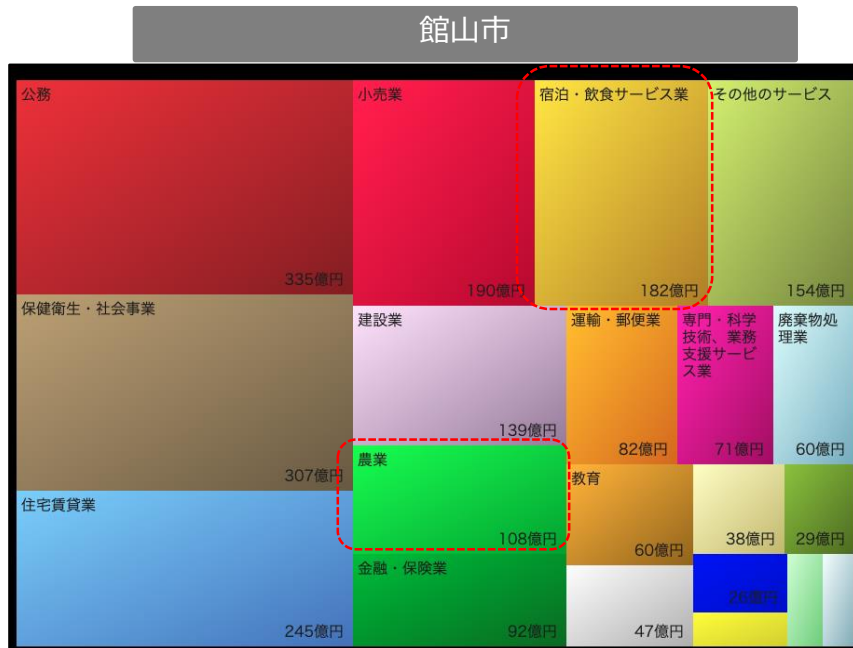
第3次産業の構成比をみると、南房総市とほぼ同じ構成となっている。**南房総地域の産業構造として近隣自治体が類似している可能性が高い。**

7. 館山市誘致戦略

7-1. 産業構造分析 : 生産額の比較 (類似条件の自治体)

出典：RESAS 地域経済循環システム

続いて、人口規模、位置条件、産業構造が近い自治体と館山市の産業構造を比較した。



- ・人口規模: 約43,000人
- ・立地: 千葉県房総半島の南端に位置
- ・東京からのアクセス (時間):
 - ・車: 約80分 (館山自動車道経由)
 - ・電車: 約2時間 (JR内房線特急「さざなみ」利用)
- ・観光客入り数: 約172万人/年 (令和5年度)
- ・観光資源:
 - 館山城、館山湾 (鏡ヶ浦)、沖ノ島、渚の駅たてやま道の駅グリーンファームたてやま海水浴場、マリンスポーツ、花
- ・産業構造:
 - 観光業、農業 (花卉栽培、野菜)
 - 漁業 (カツオ、イワシ)、商業

- ・人口規模: 約20,000人
- ・立地: 静岡県伊豆半島の南端東側に位置
- ・東京からのアクセス (時間):
 - ・車: 約3時間 (東名高速道路・伊豆縦貫自動車道経由)
 - ・電車: 約2時間40分 (JR特急「踊り子」利用)
- ・観光客入り数: 約200万人/年
- ・観光資源:
 - 下田温泉、ペリー上陸記念公園
 - 下田海中水族館
 - 多々戸浜海水浴場、黒船祭
- ・産業構造:
 - 観光業 (温泉、リゾート)
 - 漁業、農業 (柑橘類)、商業

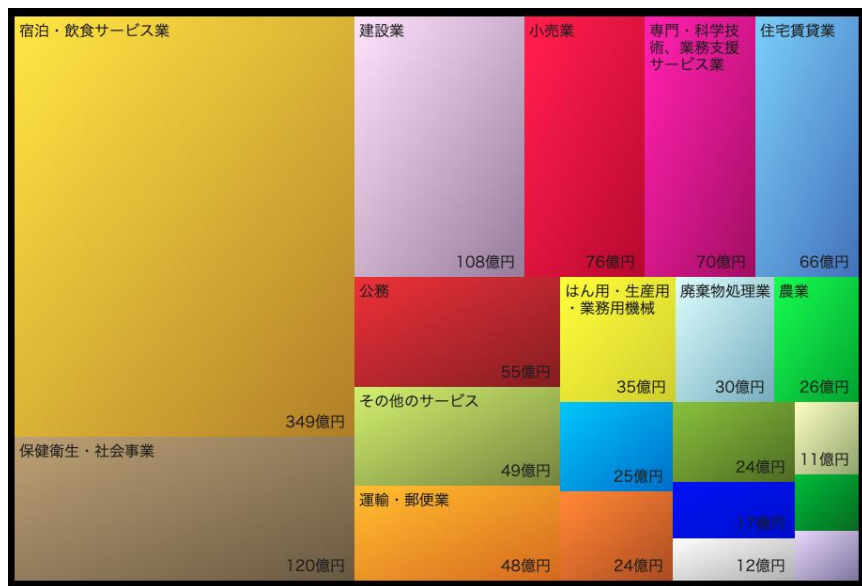


7. 館山市誘致戦略

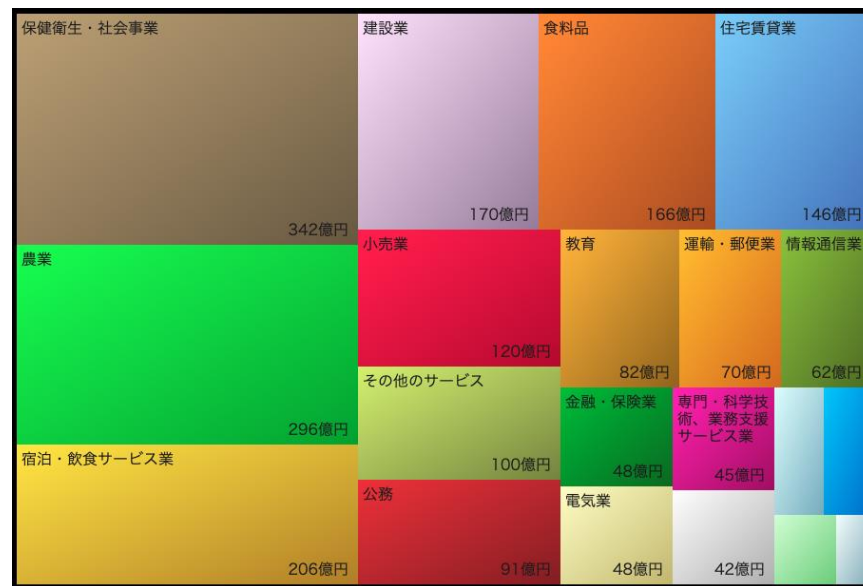
7-1. 産業構造分析 : 生産額の比較 (類似条件の自治体)

出典 : RESAS 地域経済循環システム

和歌山県白浜町



鹿児島県指宿市



- **人口規模:** 約19,000人
- **立地:** 和歌山県の紀伊半島の南西部に位置
- **東京からのアクセス (時間):**
 - 飛行機: 約75分 (羽田空港から南紀白浜空港)
 - 電車: 約2時間40分 (新大阪からJRきのくに線を利用)
- **観光客入り数:** 約140万人/年
- **観光資源:**
 - 白浜温泉、白良浜、アドベンチャーワールド
 - 海水浴場、マリンスポーツ、花畑
- **産業構造:**
 - 観光業



- **人口規模:** 約20,000人
- **立地:** 鹿児島県薩摩半島の南端に位置し、錦江湾と東シナ海に面する
- **東京からのアクセス (時間):**
 - 約3時間半 (羽田空港から鹿児島空港、空港からバスと電車)
- **観光客入り数:** 約200万人/年
- **観光資源:**
 - 天然砂むし温泉、開聞岳、池田湖
- **産業構造:**
 - 観光業 (温泉)
 - 農業 (蚕豆、おくら、スイカ)

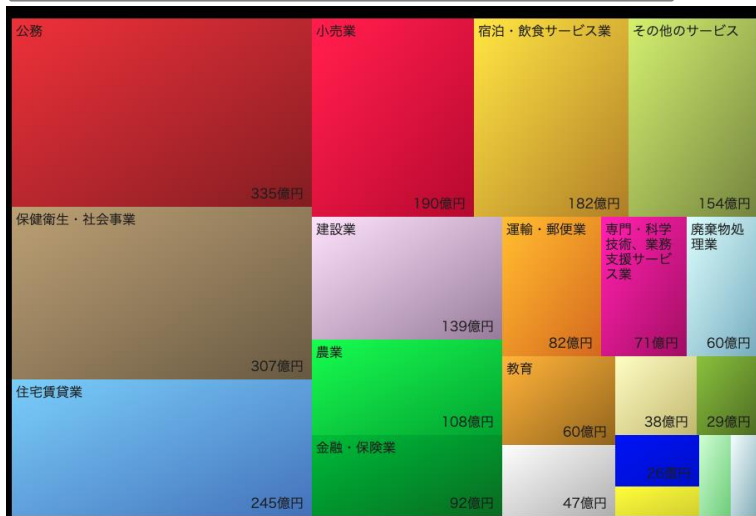


7. 館山市誘致戦略

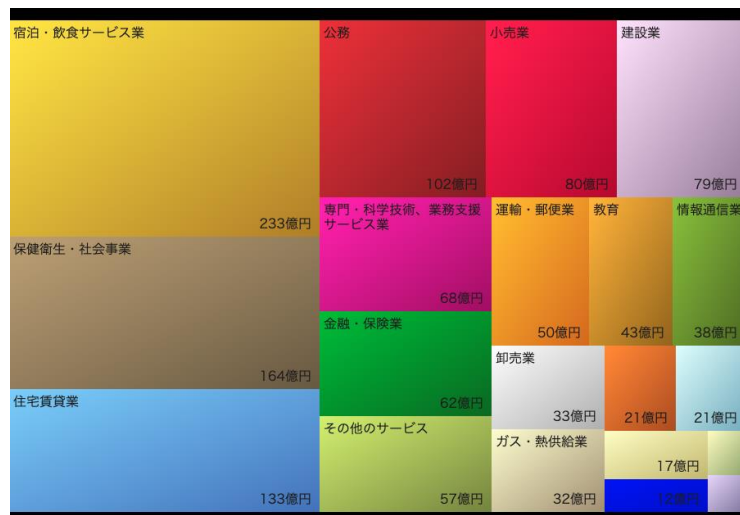
7-1. 産業構造分析 : 生産額の比較 (類似条件の自治体)

出典：RESAS 地域経済循環システム

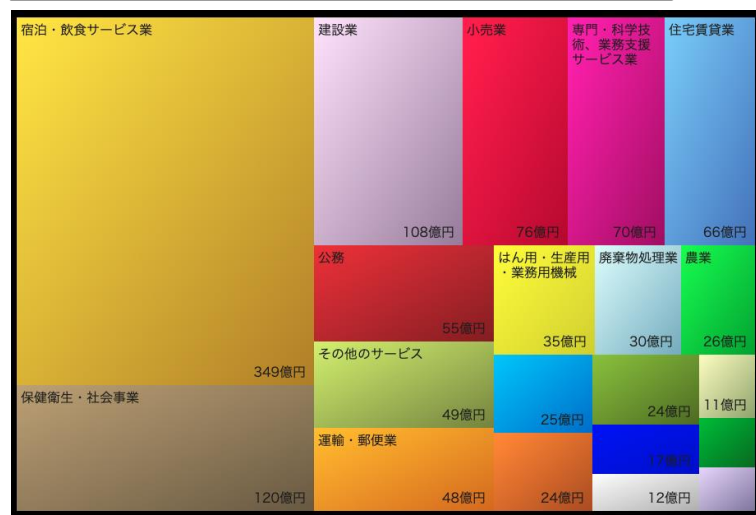
館山市 (約43,000人)



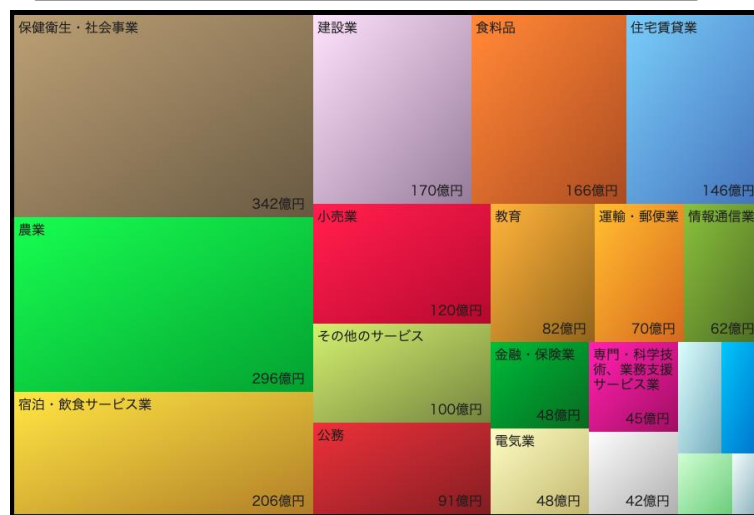
静岡県下田市 (約20,000人)



和歌山県白浜町 (約19,000人)



鹿児島県指宿市 (約36,000人)



その結果、**下田市**の産業構造が比較的類似していることが判明した。ただし、館山市の主力産業である観光業関連の**宿泊・飲食サービス業**に関しては、生産額で下田市と51億円、白浜町とは167億円の差があり、さらなる追求が必要である。

また、指宿市と比較すると、**農業**における生産額で188億円の差があること、加えて**宿泊・飲食サービス業**でも24億円の差が見られることから、これらの分野に特化してさらなる分析を進めていきたい。

7.館山市誘致戦略

7-1. 産業構造分析：観光

宿泊・飲食サービス業に影響が大きいと考えられる**観光**の分析を進めるため、観光入込客数、宿泊客数を分析する。

館山市

地域名	市町村名	観光入込客数 (延べ人数) (a+b) (単位：人・地点)	調査対象 地点 (a+b)	観光地点		行楽事・イベント		宿泊客総数 (単位：人泊)	宿泊施設 調査対象 地点数	Cのうち 外国人 宿泊客数 (単位：人泊)	Cのうち 修学旅行客数 (単位：人泊)
				調査対象 地点 (a)	入込客数 (延べ人数) (b) (単位：人・地点)	調査対象 地点 (b)	入込客数 (延べ人数) (b) (単位：人・地点)				
安房地域		9,450,447	89	75	9,156,043	14	294,404	1,693,098	317	2,418	62,686
	館山市	1,411,695	28	22	1,297,200	6	114,495	415,372	78	452	6,621
	鴨川市	2,507,344	24	19	2,392,843	5	114,501	718,060	86	873	26,119
	南房総市	4,078,066	29	29	4,078,066	0	0	482,124	138	1,054	29,946
	熊野町	1,453,342	8	5	1,387,934	3	65,408	77,542	15	39	0

出典：令和4年 千葉県観光入込調査報告書

和歌山県白浜町

◆観光客数の推移（単位：人）

年次	白浜地域			日置川地域			総計
	宿泊客	日帰り客	計	宿泊客	日帰り客	計	
平成 30 年	1,924,097	1,418,251	3,342,348	20,949	158,521	179,470	3,521,818
平成 31 年	2,005,476	1,443,614	3,449,090	21,972	160,238	182,210	3,631,300
令和 2 年	1,209,475	1,163,259	2,372,734	12,267	137,330	149,597	2,522,331
令和 3 年	1,211,883	1,244,113	2,455,996	13,717	152,710	166,427	2,622,423
令和 4 年	1,571,022	1,281,133	2,852,155	15,803	173,260	189,063	3,041,218

資料：観光課、日置川事務所

出典：2023年 町勢要覧資料編

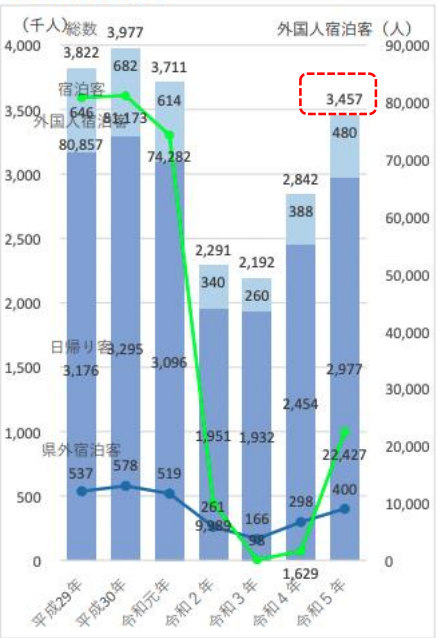
静岡県下田市

市町名	観光交流客数			宿泊客数			観光レクリエーション客数		
	令和5年度	令和4年度	前年度比	令和5年度	令和4年度	前年度比	令和5年度	令和4年度	前年度比
県計	139,602,059	124,823,501	111.8%	18,671,096	17,491,239	106.7%	120,930,963	107,332,262	112.7%
下田市	2,089,670	1,984,637	105.3%	912,422	895,538	101.9%	1,177,248	1,089,099	108.1%

出典：令和5年度 静岡県観光交流の動向

鹿児島県指宿市

56.観光客数の推移



出典：令和6年度-統計いぶすき

7-1. 産業構造分析：観光

館山市、下田市、白浜町、指宿市の観光地としてのポテンシャルを比較分析すると、各地域が持つ特徴と課題が明確になる。令和5年度の館山市の観光入込客数は約172万人であるのに対し、令和5年度には下田市が約200万人、白浜町が約304万人、指宿市が約345万人に達している。この観光客数の差は、他地域の認知度や集客力の高い観光資源の存在に起因すると考えられる。

宿泊客数を比較すると、館山市では約41.5万人に留まる一方、下田市は約91.2万人、白浜町は約160万人、指宿市は約48万人である。宿泊率では、白浜町が約50%、下田市が約45%と高い値を示しており、これらの地域が観光客の宿泊を目的とした魅力を備えていることがわかる。一方、館山市は約30%と低く、指宿市に至っては約14%とさらに低い値となっている。

興味深い点は、指宿市が宿泊率の低さにも関わらず、宿泊・飲食サービス業で館山市を上回る生産額を生み出している点である。これは、指宿市が観光客の消費単価を高める仕組みを構築している可能性を示唆している。一方、下田市と白浜町は高い宿泊率を背景に地域経済を潤しており、宿泊に関連する付加価値を効果的に生み出している。

これらの地域を「宿泊客で潤う地域」と「低宿泊率でも高生産額を実現する地域」の二つに分類すると、館山市の現状と戦略的課題が浮かび上がる。館山市はアクセスの良さが日帰り客を増やす要因となっているが、宿泊需要の喚起が課題である。一方、**指宿市のように来訪客単価を高める取組を行うことで、宿泊率が低くても経済効果を向上させる可能性がある。**

7.館山市誘致戦略

7-1. 産業構造分析：観光

宿泊施設について分析を行う。以下に館山市と「宿泊客で潤う地域」（白浜町・下田市）の宿泊施設の形態と収容人数を以下に示す。

館山市

地域名	市町村名	観光入込客数 (延べ人数) (X=A+B) (単位：人・地点)	観光地点		行事・イベント		宿泊客総数 (単位：人泊)	宿泊施設 調査対象 地点数	Cのうち 外国人 宿泊客数 (単位：人泊)	Cのうち 修学旅行客数 (単位：人泊)
			調査対象 地点 (a)	入込客数 (延べ人数) (A) (単位：人・地点)	調査対象 地点 (b)	入込客数 (延べ人数) (B) (単位：人・地点)				
	館山市	1,411,695	28	1,297,200	6	114,495	415,372	78	452	6,621
	鴨川市	2,507,344	24	2,392,843	5	114,501	718,060	86	873	26,119
	南房総市	4,078,066	29	4,078,066	0	0	482,124	138	1,054	29,946
	館南町	1,453,342	8	1,387,934	3	65,408	77,542	15	39	0

出典：令和4年 千葉県観光入込調査報告書

1 宿泊施設の状況

令和4.3.31現在

施設名	軒数	収容人数	施設名	軒数	収容人数
総数	177	5,909	簡易宿所（季節）	3	55
旅館・ホテル ※	81	4,620	簡易宿所（年間）	93	1,234
			下宿	-	-

※旅館業法改正に伴い「旅館・ホテル営業」と一本化された

資料：安房健康福祉センター

出典：館山市の統計 2023

和歌山県白浜町

◆宿泊施設（令和5年4月1日現在）

区分		白浜地域		日置川地域	
		軒数	定員（人）	軒数	定員（人）
ホテル	政府登録ホテル又はホテル協会会員	5	1,852	0	0
	ビジネスホテル	2	106	0	0
	その他	8	464	0	0
	小計	15	2,422	0	0
旅館	政府登録旅館又は国観連会員	8	3,319	0	0
	日旅協	4	421	0	0
	その他	13	1,801	3	169
	小計	25	5,541	3	169
民宿（うちゲストハウス）		85（22）	2,541（416）	10	314
国民宿舎		1	120	0	0
国民休暇村		0	0	0	0
ユースホテル		0	0	0	0
青少年旅行村		0	0	0	0
青年の家・少年自然の家		0	0	0	0
年金保養センター		0	0	0	0
寮・保養所		19	606	0	0
貸別荘		21	443	0	0
キャンプ場、バンガロー		2	325	4	814
その他		6	2,282	0	0
計		174	14,280	17	1,297

資料：観光課、日置川事務所

出典：2023年 町勢要覧資料編

7.館山市誘致戦略

7-1. 産業構造分析：観光

静岡県下田市

市町名	観光交流客数			宿泊客数			観光レクリエーション客数		
	令和5年度	令和4年度	前年度比	令和5年度	令和4年度	前年度比	令和5年度	令和4年度	前年度比
県計	139,602,059	124,823,501	111.8%	18,671,096	17,491,239	106.7%	120,930,963	107,332,262	112.7%
下田市	2,089,670	1,984,637	105.3%	912,422	895,538	101.9%	1,177,248	1,089,099	108.1%

出典：令和5年度 静岡県観光交流の動向

29 宿泊施設・収容人員数（令和5年4月1日現在）（単位：軒、人）

業 態	軒 数	収 容 人 員
計	221	10,551
ホ テ ル	9	1,061
旅 館	41	5,703
民 宿	88	1,817
外 浦	13	197
柿 崎	1	25
白 浜	25	500
須 崎	12	293
吉 佐 美	22	515
田 牛	15	287
ベ ン シ ョ ン	80	1,672
寮 ・ 保 養 所	3	298

資料：観光交流課

出典：令和5年度下田市統計書

館山市、下田市、白浜町の宿泊施設と収容人数を比較すると、館山市は他地域と比べて規模が小さい。館山市の宿泊施設は177件、収容人数は5,909人であるのに対し、下田市は221件、10,551人、白浜町は191件、15,577人と、いずれも館山市を上回っている。**施設と収容人数の規模は白浜町、下田市、館山市の順で多い。**一方で、宿泊単価が高いホテルや旅館の数では、館山市が81件（収容人数4,620人）と下田市の50件（6,765人）、白浜町の43件（7,963人）を上回っている。このことから、**館山市にはホテルや旅館は多く存在するが、収容力が限られている点が課題として挙げられる。**また、下田市と白浜町は温泉地としての知名度が高いことに加え、子連れでも利用できる娯楽施設が豊富であることが宿泊利用者の多さに寄与していると考えられる。

7.館山市誘致戦略

7-1. 産業構造分析：観光

続いて、「低宿泊率でも高生産額を実現する地域」として分類された指宿市について分析を行う。観光客の日帰り需要が宿泊・飲食サービス業の生産額にどのように影響を与えているのかを検証する。

館山市

2 目的別観光客入込状況

単位千人

年次	総数	文化観光			産業観光	
		計	社寺参詣	文化財等見学	計	果物狩り等
平成30年	2,076	614	338	276	75	75
令和元年	1,954	643	364	279	65	65
2	1,302	466	272	194	25	25
3	1,286	441	209	232	15	15
4	1,416	472	162	310	27	27

(続) 単位千人

年次	スポーツ観光					一般観光				
	計	海水浴	サーフィン	ゴルフ	スポーツイベント	計	遊園地	花見・花摘み	各種催物	その他
平成30年	352	78	144	109	21	1,035	183	69	297	486
令和元年	306	76	115	94	21	940	211	71	155	503
2	223	不開設	110	102	11	588	137	21	37	393
3	280	35	131	114	—	550	144	10	15	381
4	302	65	120	115	2	615	112	27	53	423

※令和2年より「その他」の項目にキャンプ施設利用者分を含める

資料 観光みなと課

出典：館山市の統計 2023

館山市と指宿市の目的地別観光客の状況を比較すると、**指宿市の都市型観光における集客力が目立つ**。令和5年には、買い物や飲食を目的とした都市型観光で1,218千人もの来訪者があった。この実績は「道の駅山川港 活お海道」と「道の駅いぶすき 彩花菜館」の存在に大きく依存していると考えられる。

鹿児島県指宿市

表8 年別観光施設等への入込客数

単位：千人

	R3 (2021)	R4 (2022)	R5 (2023)
自然	54	213	426
文化・歴史	392	495	471
温泉・健康	330	373	466
スポーツ・レクリエーション	210	192	180
都市型観光 ー買物・食等ー	896	1,047	1,218
その他	46	71	81
計	1,928	2,392	2,843
前年比		124.1%	118.8%
体験型観光客数	16	20	16

表9 年別市観光施設への入込客数

単位：人

区 分	R3 (2021)	R4 (2022)	R5 (2023)
知林ヶ島	22,975	25,885	25,141
開聞岳	18,457	23,618	24,146
時遊館COCOはしむれ	40,292	31,774	27,092
砂むし会館「砂楽」	101,121	153,740	232,010
ヘルシーランド温泉保養館	93,041	92,622	103,813
ヘルシーランド 露天風呂「たまたま箱温泉」	52,119	59,754	66,367
山川砂むし温泉「砂湯里」	16,352	0	0
レジャーセンターかいもん	67,565	66,673	63,882
かいもん山麓ふれあい公園	39,534	44,536	35,789
かいもん山麓ふれあい公園 観水池	0	6,551	11,242
道の駅山川港 活お海道	339,003	407,889	472,446
指宿市営唐船峡そうめん流し	106,252	137,866	168,354
道の駅いぶすき 彩花菜館	345,325	387,825	442,377
池田湖	12,289	163,987	376,367
池田湖畔庭庫	956	1,898	3,302
計	1,255,281	1,604,618	2,052,328
前年比		127.8%	127.9%

出典：指宿市の観光統計 - 令和5年 - 86

7-1. 産業構造分析： 鹿児島県指宿市 道の駅（参考）

道の駅山川港 活お海道



「道の駅山川港 活お海道」が人気である理由は、新鮮な海産物と地元の特産品が豊富に揃っている点にある。特に、地元で水揚げされたカツオやカンパチを使用した海鮮丼や刺身が評判である。また、朝市では新鮮な野菜や花が販売され、地元の農産物も楽しめる。特徴的な取組として、**地元の漁師や農家と連携し、地域の食文化を発信するイベントやワークショップを開催**している。さらに、**施設内の市場食堂では、地元の食材を使った料理を提供**し、観光客に地元の味を楽しんでもらう工夫が施されている。

道の駅いぶすき 彩花菜館



「道の駅いぶすき 彩花菜館」は地元で採れた新鮮な野菜や魚介類、加工食品、生花、焼酎などが豊富に揃っている。特徴的な取組として、**指宿特産のオクラを使った「オクラソフトクリーム」や、錦江湾で獲れた新鮮な魚を使った「海鮮玉手箱」などの料理が楽しめる**点が挙げられる。また、施設内には展望台があり、桜島や錦江湾の美しい景色を堪能できる。さらに、24時間利用可能な駐車場やトイレが完備されており、ドライブや観光の途中で立ち寄るのに便利な施設となっている。

7-1. 産業構造分析： 観光 まとめ

館山市の誘致戦略を検討するにあたり、主力産業である観光の分野において、「宿泊客で潤う地域」と「低宿泊率でも高生産額を実現する地域」の二つに分類して分析を行った。その結果、館山市は高単価な観光客を対象としたホテルや旅館を増やすには収容人数の制約があり、現状ではこうした施設を活用したサテライトオフィスの誘致は難しい状況にある。

一方、指宿市の事例に学ぶと、低宿泊率でも観光による生産額を高める施策が可能である。**指宿市では、道の駅を活用した購買意欲の喚起や、地元農業従事者との連携、地産地消をテーマとした取組が成功している。**これにより、**観光客が日帰りで訪れた場合でも消費単価を引き上げることができる仕組みが構築されている。**館山市でも、地元特産品を活用した対外的なPRや、地域内消費を促す施策の実施などの取組を強化することで、同様の効果が期待できる。

さらに、**サテライトオフィス誘致においては「食」の付加価値向上に寄与する企業をターゲットにすることが有効である。**地元の農水産物を基にした新たな加工食品の開発や、地域ブランドを活用した商品展開や**地域内流通の促進を支援する企業を誘致**することで、地域の付加価値をさらに高めることができる。また、**食文化や地元資源を活用した観光コンテンツを提供する企業との連携**も視野に入れるべきである。

7-1. 産業構造分析：ワーケーションの取組

宿泊・飲食サービス業において、観光以外の新たな需要を創出する取組として、館山市でも積極的に推進しているワーケーション事業を分析していきたい。

図1. ワーケーションを行った経験

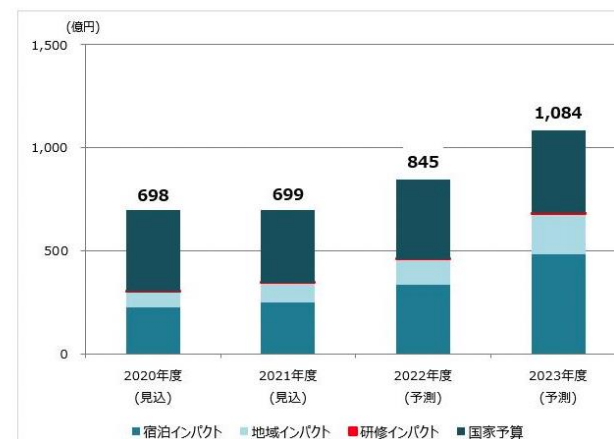
Q. あなたはこれまでに、「普段の職場や自宅とは異なる日常生活圏外の場所で、仕事(テレワーク)をしながら自分の時間も過ごした」経験がありますか。

就業者全体
n=109,034



出典：パーソル総合研究所「ワーケーションに関する定量調査」(2023年)

国内ワーケーション市場規模予測



出典：株式会社矢野経済研究所 ワーケーション市場に関する調査を実施(2022年)

2023年9月に発表されたパーソル総合研究所の「ワーケーションに関する定量調査」によると、ワーケーションの実施率は17.4%に達している。この調査はリモートワーカーだけでなく、オフィス勤務者も含めて実施されており、日本の就労人口約6,900万人を基に計算すると、1,200万人以上がワーケーションを実践していることになる。ただし、その中で「ワーケーションをしている」という意識を持つのは25.9%であり、全体の4.5%に相当する。つまり $17.4\% \times 25.9\% = 4.5\%$ が一般的なワーケーション人口といえ、就労人口と照らし合わせると**約310万人が一般的なワーケーション人口**といえる。

矢野経済研究所の試算によれば、**2023年度のワーケーション市場規模は1,000億円を超えると予測されている**。さらに、合同会社TMRによると、2024年もワーケーション人口は約310万人で推移すると見込まれ、国内旅行1回あたりの支出が平均3万円と仮定すると市場規模は最低でも930億円に達する可能性がある。さらに、平均利用回数が2回の場合、1,860億円に達することが予測され、その中間値を取っても**市場は1,300億円以上になると考えられる**。

7-1. 産業構造分析： ワークেশョンの取組

図6. ワークেশョン中（旅行中）に感じたメリット（あてはまる計/％） 🔍

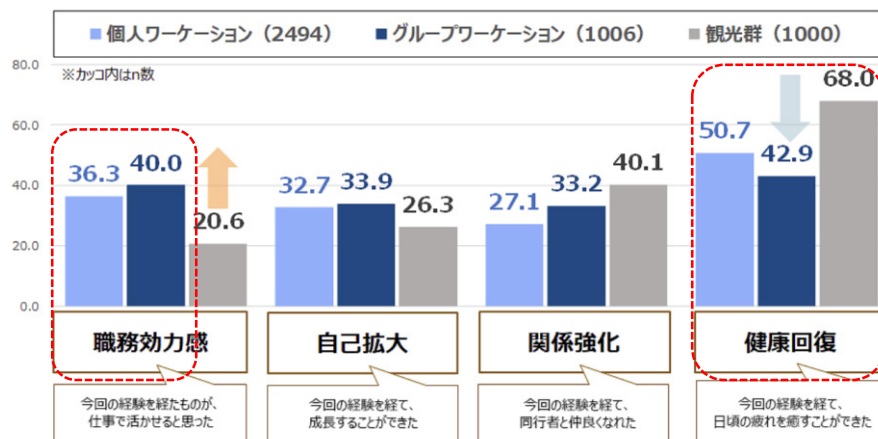


図10. ワークেশョン中に感じたメリットと効果の関係性 🔍

ワークেশョン中に感じたメリット		ワークেশョン後の効果		
		変化・成果	はたらく幸せ実感	ワーク・エンゲイジメント
今回の経験を経たものが、仕事で活かせると思った	職務効力感	+++	++	+++
今回の経験を経て、成長することができた	自己拡大	+++	n.s.	+++
今回の経験を経て、同行者と仲良くなった	関係強化	+	+	+
今回の経験を経て、日頃の疲れを癒すことができた	健康回復	n.s.	++	n.s.

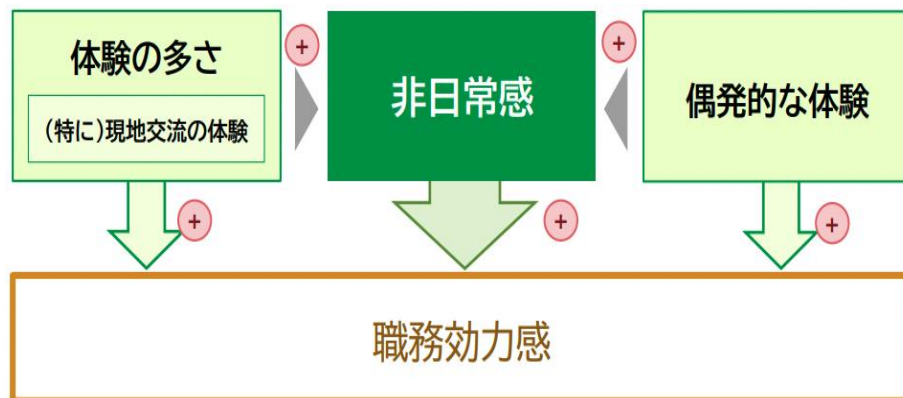
影響度（標準化偏回帰係数）
0.2以上：+++、0.1～0.2未満：++、0～0.1未満：+、有意差なし：n.s.

出典：パーソル総合研究所「ワークেশョンに関する定量調査」（2023年）

ワークেশョンにおいては職務効力感、自己拡大、関係強化、健康回復の4項目が効果として現れることがパーソル総合研究所の調査結果で明らかになっている。「日頃の疲れを癒すことができた」と感じた割合は、観光群よりも20ポイント低い傾向があるものの、ワークেশョン実施者も総じて他の要素よりも高い。職務効力感に繋がる「今回の経験が仕事に活かせる」と感じた割合は約4割で、通常の観光（観光群）よりも20ポイント高いことが調査で明らかになった。

また、**ワークেশョン後の意識や行動の変化、はたらく幸せ実感、ワーク・エンゲイジメントを高めるには、ワークেশョン中に職務効力感を向上させることが重要**であるとわかった。

7-1. 産業構造分析： ワークーションの取組



表－4 独立したサンプルのt検定

因子	平均値		2つの母平均の差の検定		
	(偶発的体験)		t値	自由度	有意確率
	あり群	なし群			
ワーク・エンゲイジメント	4.54	> 4.24	7.288	3498	***
自然満喫	3.34	> 2.92	10.585	3498	***
知識獲得	3.06	> 2.61	12.237	3498	***
現地交流	3.02	> 2.60	11.334	3498	***
新奇体験	3.35	> 2.92	13.527	3498	**
自己拡大	3.21	> 2.85	10.990	3498	***
健康回復	3.50	> 3.32	5.429	3498	***
関係強化	3.00	> 2.61	9.625	3498	***

***p<.001

出典：パーソル総合研究所「ワークーションに関する定量調査」(2023年)

出典：日本観光研究学会「ワークーション中の観光経験における偶発的体験の影響」(2023年)

ワークーションにおいて職務効力感を高めるには、「非日常感」「体験の多さ」「現地交流の体験」「偶発的な体験」が重要な要素であることが明らかになっている。これらの要素は相互に関連し、「体験の多さ」「現地交流の体験」「偶発的な体験」が「非日常感」を高める要因としても機能している。

さらに、ワークーション中の体験内容を分析すると、予期しない出来事や特別な出会いが参加者に強い印象を与え、職務効力感の向上につながることを示している。具体的には、「訪問先における歴史や文化の知識獲得」や、「それらの体験を通じた新たな同行者との関係強化・気づき」「地元の人との偶然のコミュニケーション」等が挙げられる。また、日本観光研究学会の調査によれば、**偶発的体験は健康回復、新奇体験、自然満喫、自己拡大の順に高い相関を持つことがわかっている。**

7-1. 産業構造分析：ワーケーションの取組 まとめ

2023年9月に発表されたパーソル総合研究所の「ワーケーションに関する定量調査」によれば、日本のワーケーション実施率は17.4%であり、就労人口約6,900万人を基にすると1,200万人以上がワーケーションを実践していると推計される。ただし、その中で「ワーケーションをしている」と意識するのは25.9%に留まり、全体の4.5%、約310万人が実際のワーケーション人口と考えられる。2023年度のワーケーション市場規模は1,000億円を超えると予測されており、**2024年も人口推移や支出規模を考慮すると、1,300億円以上の市場規模になる可能性**がある。

ワーケーションには職務効力感、自己拡大、関係強化、健康回復の4つの効果があるとされ、特に職務効力感が重要視されている。「仕事に活かせる」と感じた割合は観光より20ポイント高い約4割に達している。これを高める要因として、**「非日常感」「体験の多さ」「現地交流」「偶発的な体験」が挙げられ、これらが相互に作用して職務効力感を向上させる。**

館山市がワーケーションを活用した企業誘致を進めるには、**地域資源を活用した多様な体験プログラムの充実や、偶発的な体験が起こりやすい環境の整備が重要**である。非日常感や現地交流を演出することで、参加者に価値ある体験を提供し、地域の魅力を高めることが期待される。そして、**偶発的な体験が健康回復との相関係数で最も高いという結果を踏まえると、各体験プログラムの健康回復（癒し）効果を検証する取組を並行して進めることで、その効果を可視化できる。この可視化により、企業やワーケーション体験者の納得感が高まり、リピート利用にもつながると考えられる。**

7.館山市誘致戦略

7-1. 産業構造分析：第1次産業

次に、「食」に関連する分析を進めるために、先ほど「低宿泊率でも高生産額を実現する地域」として比較分析を行った館山市と指宿市の農業に関して比較分析を行っていく。

館山市

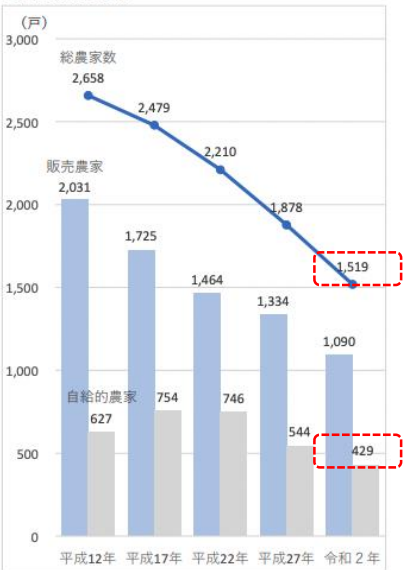
(2) 農家(個人経営体)人口及び農業従事者					各年2.1 農林業センサス			
年次, 地区	農家(個人経営体)人口				自営農業従事者数			
	総数	全人口に対する割合	男	女	総数	全人口に対する割合	男	女
平成 12 年	5,798	11.0	2,815	2,983	3,986	7.6	2,069	1,917
17	4,346	8.5	2,113	2,233	3,037	5.9	1,588	1,449
22	3,469	6.9	1,719	1,750	2,483	4.9	1,302	1,181
27	2,642	5.4	1,323	1,319	1,955	4.0	1,054	901
令和 2	1,764	3.8	906	858	1,403	3.0	785	618
館 山	459	1.4	231	228	353	1.1	194	159
西 岬	116	4.5	53	63	97	3.8	48	49
神 戸	344	12.0	178	166	268	9.3	146	122
富 崎	-	-	-	-	-	-	-	-
豊 房	300	12.8	156	144	240	10.3	139	101
館 野	256	7.4	134	122	215	6.2	122	93
九 重	289	17.3	154	135	230	13.7	136	94

(注)「農家人口」：農家を構成する世帯員の総数。
平成12年～平成27年は、「販売農家」についての数値。
令和2年は、「個人経営体」についての数値。
「自営農業従事者」：15歳以上の世帯員のうち、調査期日前1年間に自営農業に従事した者。
(農業を主業としない者を含む)
「全人口に対する割合」：各年2月1日現在の住民基本台帳人口に占める農家人口の割合(%)。
「館山」：館山地区、北条地区、那古地区、船形地区の合計。

出典：館山市の統計 2023

鹿児島県指宿市

23.農家数の推移



出典：指宿市の観光統計 - 令和5年 -

館山市と指宿市の農業構造を比較すると、両市の特徴と課題が浮かび上がる。**館山市の農家総数は1,764人で、そのうち自営農業従事者は1,403人と約80%を占めている。**一方、指宿市では農家総数が1,519人で、自営農業従事者は429人と約30%に留まる。

この違いは農業の生産額にも反映されており、指宿市の農業生産額が296億円に達するのに対し、館山市は108億円に留まる。これにより、指宿市の1農家あたりの生産額は館山市を大きく上回る傾向にある。このデータから、館山市では専業農家のほかにも趣味や副業等多様な就農体系がみられるのに対し、指宿市では商業的な効率性を重視した農業が展開されていると考えられる。

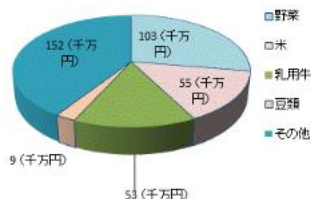
7. 館山市誘致戦略

7-1. 産業構造分析：第1次産業

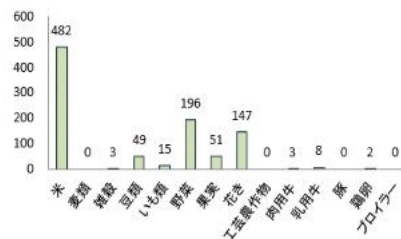
館山市

■ 農業産出額（推計）	■ 農業経営体数
合計	372 千万円 638 経営体
耕種計	293 千万円
米	55 千万円 482 経営体
麦類	0 千万円 X
雑穀	- 3 経営体
豆類	9 千万円 49 経営体
いも類	1 千万円 15 経営体
野菜	103 千万円 196 経営体
果実	8 千万円 51 経営体
花き	X 147 経営体
工芸農作物	0 千万円 X
種苗・苗木類・その他	X
畜産計	78 千万円
肉用牛	8 千万円 3 経営体
乳用牛	53 千万円 8 経営体
うち生乳	42 千万円
豚	-
鶏	13 千万円
うち鶏卵	X 2 経営体
うちブロイラー	-
その他畜産物	5 千万円
加工農産物	-

農業産出額の内訳



農業経営体数

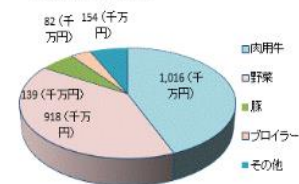


注1：農業産出額(推計)については令和3年市町村別農業産出額（推計）、農業経営体数については2020年農林業センサス。
注2：農業経営体数の合計は実経営体数のため内訳と一致しない。

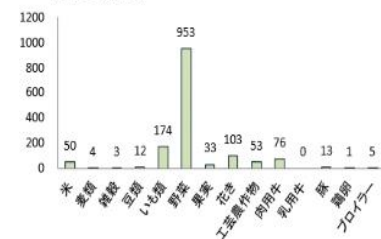
鹿児島県指宿市

■ 農業産出額（推計）	■ 農業経営体数
合計	2,309 千万円 1,164 経営体
耕種計	1,068 千万円
米	4 千万円 50 経営体
麦類	X 4 経営体
雑穀	0 千万円 3 経営体
豆類	1 千万円 12 経営体
いも類	39 千万円 174 経営体
野菜	918 千万円 953 経営体
果実	8 千万円 33 経営体
花き	X 103 経営体
工芸農作物	14 千万円 53 経営体
種苗・苗木類・その他	X
畜産計	1,241 千万円
肉用牛	1,016 千万円 76 経営体
乳用牛	-
うち生乳	-
豚	139 千万円 13 経営体
鶏	86 千万円
うち鶏卵	X 1 経営体
うちブロイラー	82 千万円 5 経営体
その他畜産物	0 千万円
加工農産物	1 千万円

農業産出額の内訳



農業経営体数



注1：農業産出額(推計)については令和3年市町村別農業産出額（推計）、農業経営体数については2020年農林業センサス。
注2：農業経営体数の合計は実経営体数のため内訳と一致しない。

出典：農林水産省の「わがマチ・わがムラ」

館山市と指宿市の農業経営体数を比較すると、館山市では米の農業経営体数が482と圧倒的に多く、**米作が地域農業の基盤**となっている。一方で、指宿市は野菜の農業経営体数が953に達し、館山市の196を大きく上回る。これは指宿市が野菜生産を中心とした農業経営を展開していることを示している。

さらに、**果物、豆類、花きにおいては館山市の農業経営体数が指宿市を上回っており、多様な農産物を生産する地域特性が見られる。特に花きの生産は館山市の農業における特徴的な強みの一つ**といえる。

7. 館山市誘致戦略

7-1. 産業構造分析：第1次産業

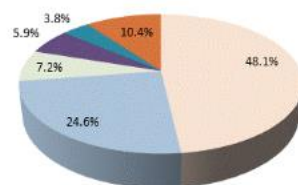
館山市

漁業

■ 海面漁業の魚種別漁獲量(うち上位10種)

合計	4,305 t
1 いわし類	2,071 t
2 さば類	1,058 t
3 あじ類	312 t
4 ぶり類	256 t
5 かつお類	162 t
6 すずき類	40 t
7 いさき	39 t
8 たい類	22 t
9 さわら類	19 t
10 貝類	18 t

海面漁業の魚種別漁獲量の内訳



いわし類
 さば類
 あじ類
 ぶり類
 かつお類
 その他

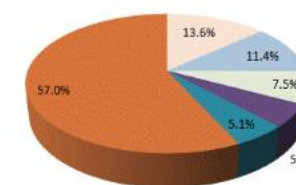
鹿児島県指宿市

漁業

■ 海面漁業の魚種別漁獲量(うち上位10種)

合計	954 t
1 ぶり類	130 t
2 さば類	109 t
3 あじ類	72 t
4 かつお類	50 t
5 たい類	49 t
6 いか類	43 t
7 いわし類	7 t
8 えび類	7 t
9 さわら類	6 t
10 このしろ	5 t

海面漁業の魚種別漁獲量の内訳



ぶり類
 さば類
 あじ類
 かつお類
 たい類
 その他

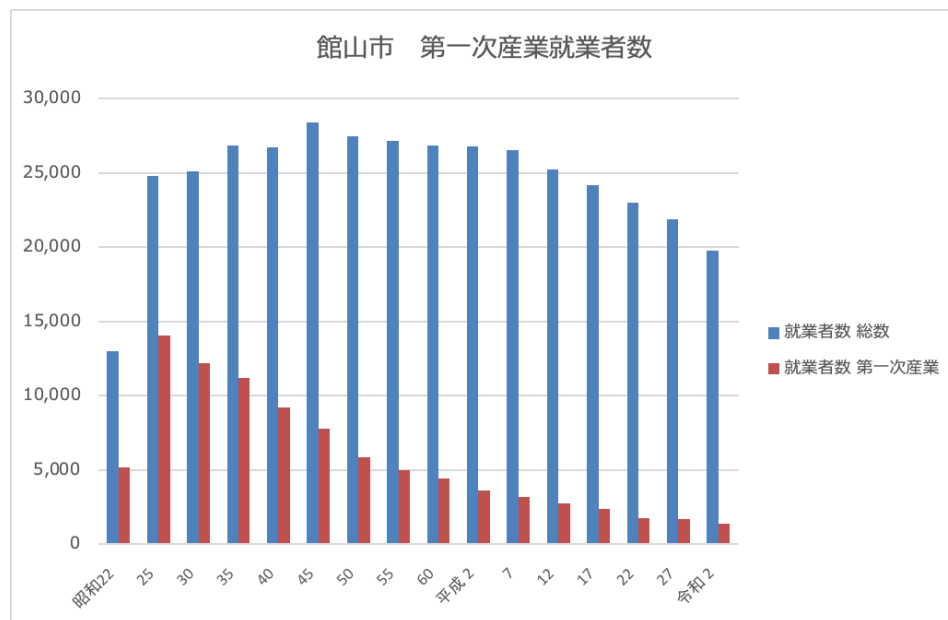
出典：農林水産省の「わがマチ・わがムラ」

館山市と指宿市の海面漁業における魚種別漁獲量を比較すると、館山市の漁業が強みを持つことが明確に示される。館山市の漁獲量は4,305トンであり、指宿市の954トンを大きく上回っている。このデータから、**館山市が海産物資源の豊富さを背景に、水産業が地域経済において重要な役割を果たしている**ことがわかる。

7-1. 産業構造分析：第1次産業 まとめ

館山市の農業・漁業の特徴は、**多様な特産品と資源の豊富さにある。品目は米に加えて果物や花き、豆類など付加価値の高い農産物の生産が盛ん**であり、**館山市の農業の多様性を象徴**している。しかし、農家の約80%が自営農業従事者であり、農作物を流通させている従事者は少なく、耕地面積は737ヘクタールと限られており、**小規模経営が中心であるため、生産額の拡大には課題がある。**

漁業においては、館山市の漁獲量が4,305トンと指宿市を大きく上回り、**海産物資源の豊富さが際立つ**。これにより、水産加工業や地産地消の推進が可能であり、新鮮な海産物を活かした観光コンテンツや飲食産業の発展余地が大きい。館山市はこれらの農水産資源を最大限に活用することで、地域経済のさらなる発展が期待できる。



一方で、館山市の第1次産業就労者数は減少傾向にあり、平成2年の3,613人から令和2年には1,400人まで大幅に減少している。この変化は、少子高齢化や農業の後継者不足など、全国的な課題を反映しているといえる。このような背景から、館山市が第1次産業を支えるためには、農業従事者への支援が欠かせない。具体的には、新規就農者への技術支援や農産物の付加価値を高めるため、加工品開発や販路拡大の取組を支援することも有効であろう。

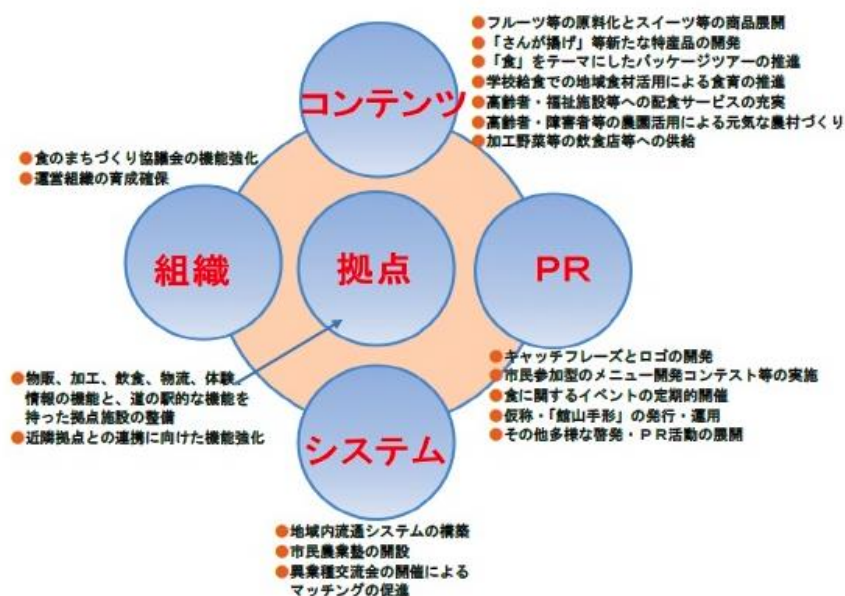
ここからは館山市の「食」に関連する取組を調査し、その強みを整理する。

出典：令和2年国勢調査（2020年10月1日）館山市の産業別就業者数を基に作成

7-1. 産業構造分析：「食」にまつわる取組

館山市は「たてやま食のまちづくり計画」を策定し、「食べる」ことを観光の重要な目的の一つと位置づけている。四季折々の料理やお土産品を通じて観光客に地域の魅力を伝えるとともに、**地産地消**を基盤とした「たてやま食のまちづくり」を推進している。これは、館山市が持つ豊かな食資源を活かした地域振興施策として、地域経済の活性化を図る取組である。具体的な取組として、直売所や飲食店などを「館山市地産地消推進店」として登録し、令和6年4月時点で121事業者が登録されている。この事業者ネットワークを活用し、農水産物の消費拡大を図るための広報活動も行われている。

また、館山市には食に関する多様な組織体が10程度活動しており、館山新・ご当地グルメ推進協議会や館山フルーツ加工協議会など、地域の特産品を支える取組が幅広い。さらに、地域には大小合わせて15か所の直売所があり、多様な特産品を消費者に提供する拠点として機能している。



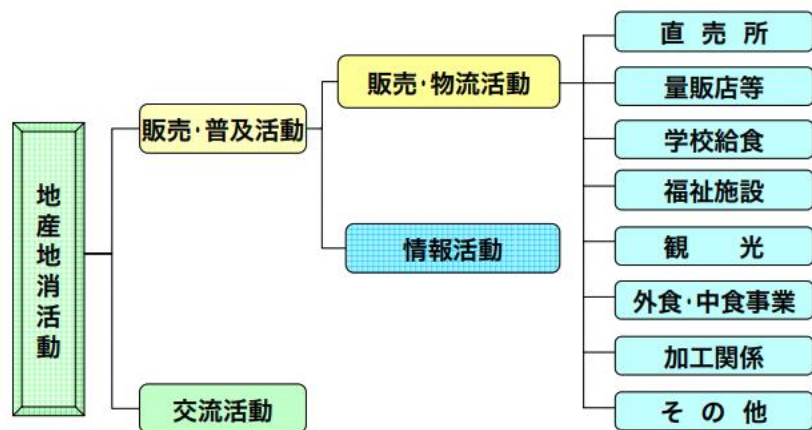
課題としては、**生産量が限られ流通していない少量多品種の農作物をどのように域内で効率的に流通させるか**が挙げられる。これをシステムチックに流通させる仕組みを構築し、流通量を増やすことが求められる。同時に、これらをコンテンツ化し、地域内外に「食のまちづくり」の取組をPRすることで、館山市の食の魅力をさらに高めることが可能である。

7-1. 産業構造分析：「食」にまつわる取組

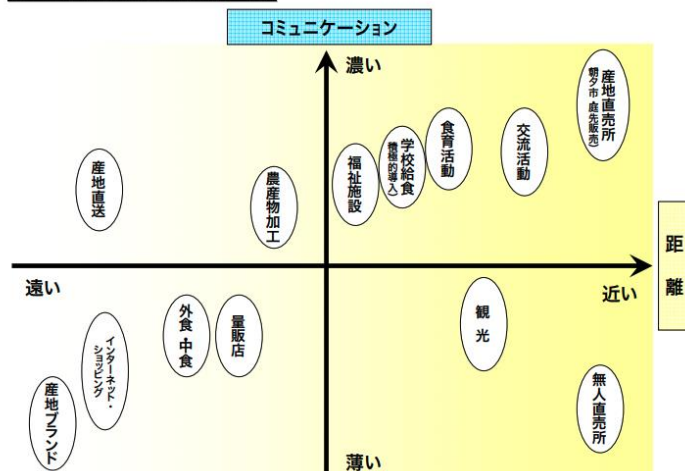
地産地消とは、「**住んでいる地域になるべく近いところで生産されたものを食べる**」という理念を基にした活動である。生産局総務課生産振興推進室によれば、農産物や食品が生産された場所とそれを食する場所の距離を短縮することを目指す取組が地産地消の本質である。この活動は地域経済の活性化やフードマイレージの削減、消費者と生産者の関係強化といった効果をもたらす。

地産地消活動は「**販売・普及活動**」と「**交流活動**」の二つに分類される。販売・物流活動に注力する場合、取り組む範囲が広がり、産地直売所の設立や新たな流通経路の開拓が重要となる。地産地消活動をプロットすると、産地直売所は消費者とのコミュニケーション量が多く距離が近い取組であるのに対し、産地のブランド化はコミュニケーション量が少なく、消費者との距離が遠い取組といえる。これらの活動の違いを理解し、地域の特性や目指す方向性に応じた地産地消の推進が求められる。

館山市においては、いずれの取組を行うにしても、**まずは少量多品種の農作物の域内流通を促進させることが最優先事項であると考えられる。**

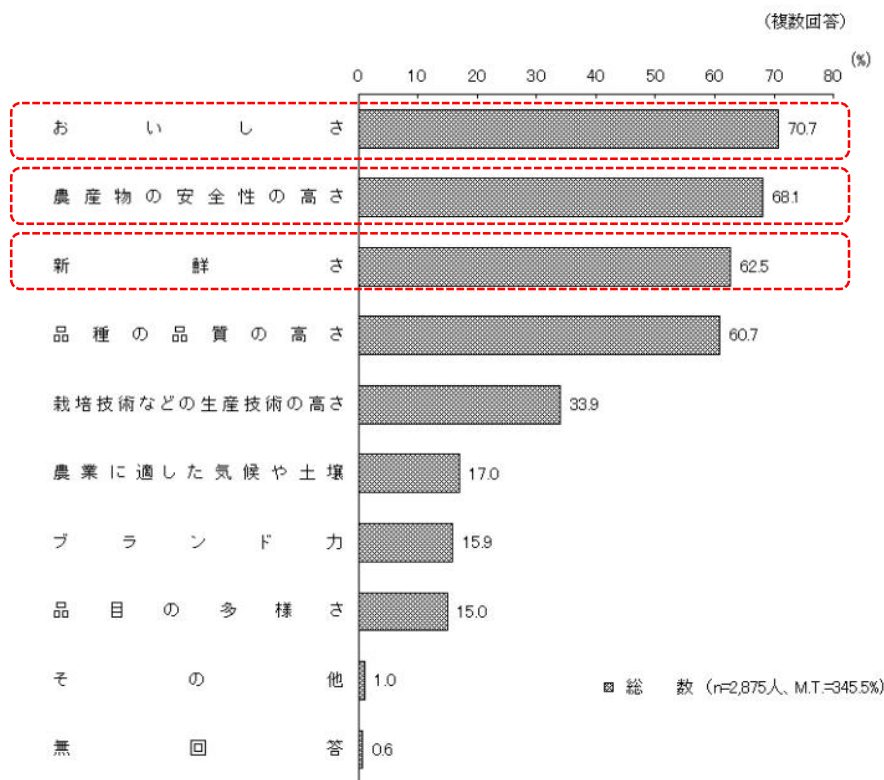


〇 地産地消の分類(イメージ)



7-1. 産業構造分析：「食」にまつわる取組

図9 日本の農業・農産物の強み、魅力に対する意識

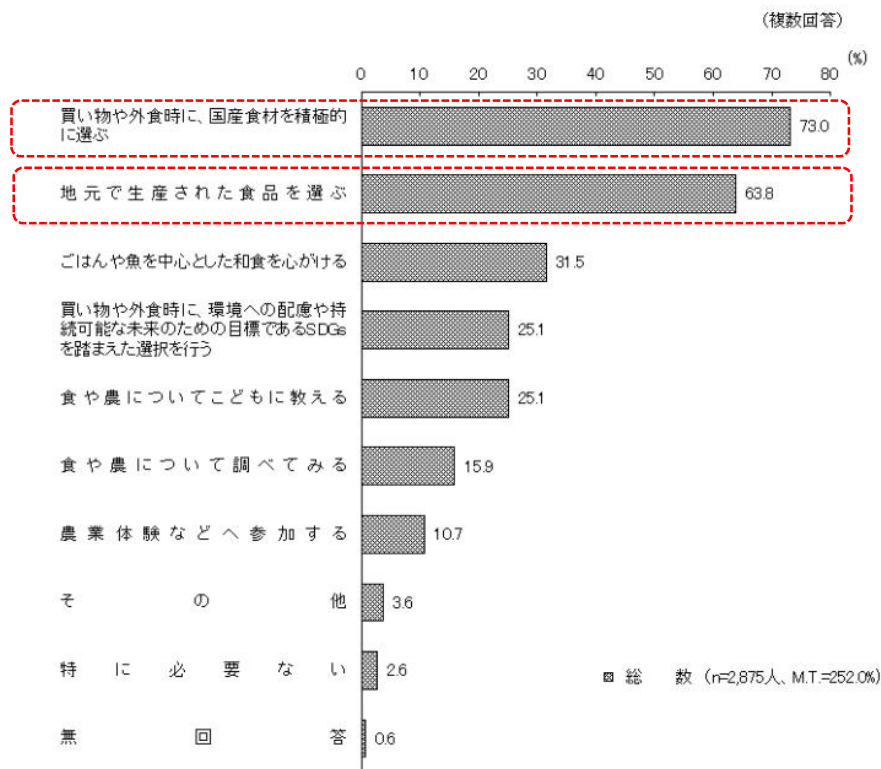


出典：内閣府 食料・農業・農村の役割に関する世論調査（令和5年9月調査）

地産地消に関する消費者のニーズを調査すると、日本の農業や農産物に対する消費者の期待が明確に見える。内閣府が実施した令和5年度の世論調査によれば、日本の農産物の魅力として「**おいしさ**」を挙げた者が**70.7%**、「**安全性の高さ**」が**68.1%**と続き、「**新鮮さ**」（**62.5%**）や「**品種の品質の高さ**」（**60.7%**）が挙げられている。特に女性では「おいしさ」や「新鮮さ」を評価する割合が高く、年齢別では「おいしさ」が30歳代、「安全性」が60歳代と70歳以上で、「新鮮さ」が70歳以上で高く評価されている。

7-1. 産業構造分析：「食」にまつわる取組

図10 消費者から見た現在の農業を維持する上での課題への対応策

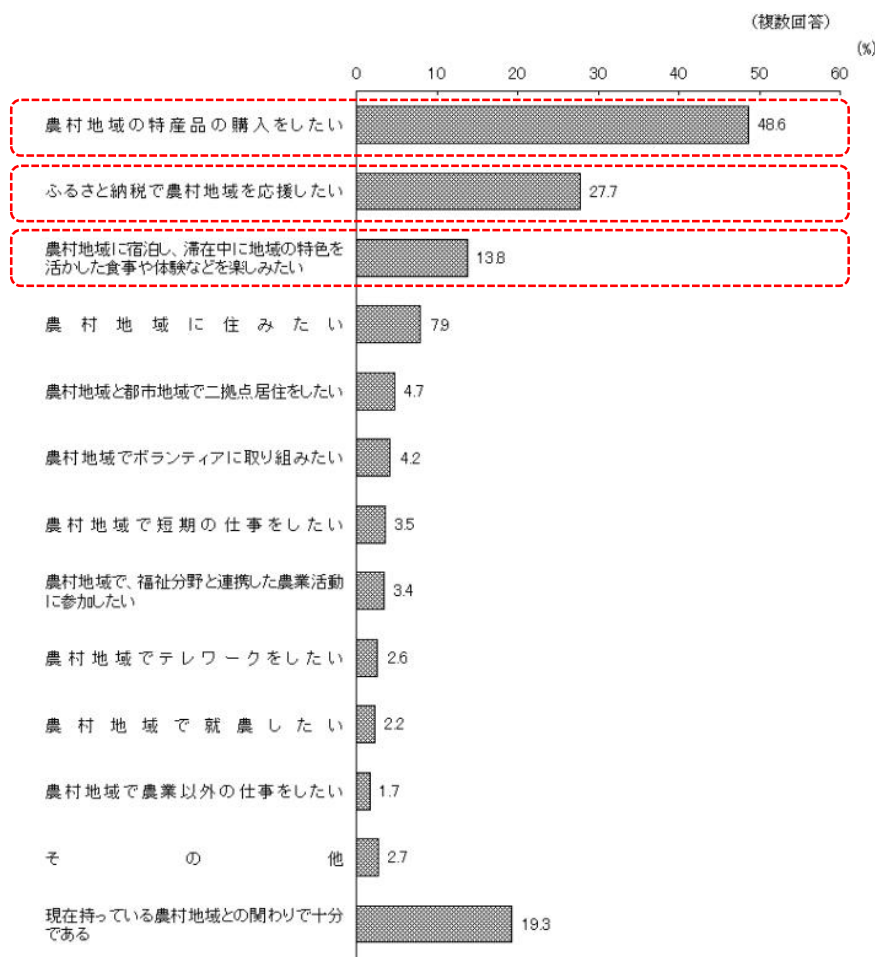


出典：内閣府 食料・農業・農村の役割に関する世論調査（令和5年9月調査）

また、日本の農業従事者数は現在120万人だが、今後20年で30万人にまで減少する可能性があり、現状の農業を維持するためには課題が山積している。このような状況下で、消費者としてできることは何だと思ふかの質問に対しては、**「買い物や外食時に国産食材を積極的に選ぶ」と答えた者が73.0%と最も多く、次いで「地元で生産された食品を選ぶ」（63.8%）**が高い割合を占めており、いずれも女性の回答が多い結果となっている。

7-1. 産業構造分析：「食」にまつわる取組

図12 今後の農村地域との関わり



農村地域との関わり方については、「**農村地域の特産品を購入したい**」が**48.6%**で最も高く、「**ふるさと納税で応援したい**」(**27.7%**)、「**滞在中に地域の特色を活かした食事や体験を楽しみたい**」(**13.8%**)が続いている。これらの調査結果を通じて、館山市が地産地消をさらに推進し、**新鮮でおいしい特産品を提供できる地域としての認知度向上や、体験機会の提供等を通じて消費者のニーズに応える施策を展開することの重要性**を再認識することができる。

7.館山市誘致戦略

7-1. 産業構造分析：「食」にまつわる取組

図2 購入経験のあるエシカル消費につながる商品・サービス

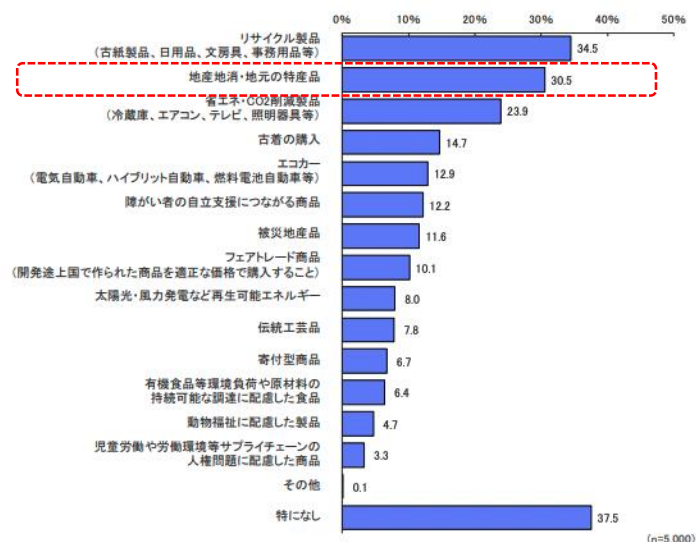
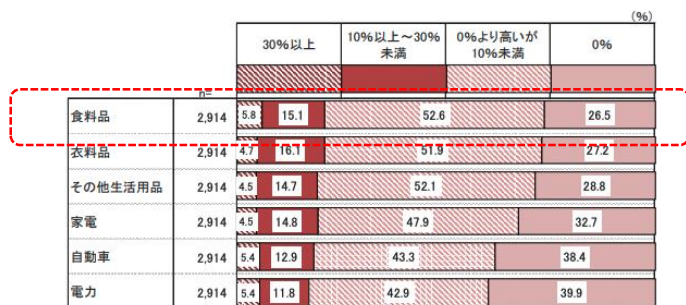


図5 エシカル消費につながる商品の価格の許容度 (商品別)



消費者庁が実施した令和5年度第3回消費生活意識調査では、「エシカル消費（倫理的消費）」に関する意識調査が行われた。その結果、「エシカル消費」の認知度は、「言葉と内容の両方を知っている」または「言葉は知っているが内容は知らない」と回答した人が29.3%に留まり、依然として低い状況にある。しかし、購入経験のあるエシカル消費につながる商品・サービスに関する質問では、「**地産地消・地元の特産品**」が30.5%で2番目にランクインしており、**地域産品に対する関心の高さ**がうかがえる。

さらに、エシカル消費につながる商品が割高であっても購入する意向を尋ねたところ、「**食料品**」が**73.5%で最も許容度が高い結果**となった。このデータは、**地産地消の推進がエシカルや環境配慮といった市場ニーズに適合しており、今後も消費者の支持を得られる可能性を示している。**

7-1. 産業構造分析：「食」にまつわる取組

館山市は「たてやま食のまちづくり計画」を策定し、「食べる」ことを観光の重要な目的の一つと位置づけている。四季折々の料理やお土産品を通じ、地産地消を基盤とした地域振興施策を推進し、地域経済の活性化を目指している。直売所や飲食店を「館山市地産地消推進店」として登録し、令和6年4月時点で121事業者が参画するネットワークを活用して農水産物の消費拡大を図っている。また、館山市には10程度の食関連組織体が活動し、15か所の直売所を拠点として多様な特産品を提供している。

一方で、課題として生産量が限られた少量多品種の農作物の効率的な流通が挙げられる。この課題に対処するには、物流の仕組みをシステムチックに構築し、流通量を増加させることが必要である。また、特産品をコンテンツ化し、地域内外へのPRを強化することで、地域の食の魅力を高めることが求められる。

地産地消の本質は、生産地と消費地の距離を短縮することで地域経済を活性化させ、消費者と生産者の関係を強化することである。この活動は販売・普及活動と交流活動の二軸で展開されるべきであり、館山市では少量多品種の域内流通を最優先に取り組むべきである。

消費者調査では、日本の農産物への期待として「おいしさ」「安全性」「新鮮さ」が高く評価されている。また、「国産食材を選ぶ」や「地元食品を選ぶ」といった行動が支持され、農村地域への関心も高まっている。

「地産地消・地元特産品」がエシカル消費の要素としても注目されており、割高でも購入される傾向が示されている。

館山市がサテライトオフィス企業誘致を進めるにあたっては、**地産地消を基盤とした地域振興施策を強化し、多様な特産品を活用した物流・販売網の拡充、エシカル消費を意識した取組の推進が鍵**となる。

7-1.産業構造分析 まとめ

館山市は、観光と地域経済の活性化を目指し、「たてやま食のまちづくり計画」を策定している。この計画では、四季折々の料理やお土産品を通じて地域の魅力を発信し、「食べる」ことを観光の重要な目的の一つと位置づけている。また、多くの市内事業者も参画し、地域製品の消費拡大に取り組んでいる。

一方で、少量多品種の農作物をいかに効率的に流通させるかが課題であり、物流の仕組みを構築することで流通量を増加させる必要がある。また、地域産品をコンテンツ化し、館山市内外へのPRを強化することが、地域の食の魅力をさらに高める鍵となる。

館山市が持つ豊かな農水産資源を活用し、付加価値の高い商品開発や流通の改善を進めることで、地域の競争力を高めることができる。また、少子高齢化や農業の後継者不足といった課題に対応するため、新規就農者への支援や販路拡大の取組も重要である。これらの施策は、地産地消の理念に基づき、地域経済の持続可能性を高める。

さらに、ワーケーション市場を活用した戦略では、地域資源を活用した多様な体験プログラムや非日常感を演出する環境整備が求められる。特に「偶発的な体験」や「現地交流」を通じて、参加者に価値ある体験を提供することで、館山市の観光とビジネス誘致の両面での魅力を高めることができる。

産業構造分析から明確となったターゲット企業

- 地産地消や地域製品の域内流通を促進することができる企業
- 観光体験や食文化をコンテンツ化する企業
- エシカル消費や環境配慮型ビジネスを展開する企業
- 体験コンテンツの癒し効果や非日常感を可視化することができる企業
- 地域資源を活用した商品開発や販売促進に取り組む企業

7-2. ヒアリング結果

オープンデータを活用したデータの分析は行なったものの、地域の実情を正確に把握するために、6日間に分けてオンライン・現地ヒアリングを実施した。まず8月14日～8月23日にかけて市役所の関係部署に概要をお伺いし、9月19日～9月24日にかけてご紹介いただいた事業者様に具体的なお話をお伺いした。そこからヒアリング内容の概要と、ヒアリング内容から読み取れた館山市の強みと課題、今後強化していきたい取組をそれぞれ整理した。

日時				概要
8/14	9:00	～	11:00	館山市 雇用商工課 オンラインヒアリング
8/22	16:00	～	16:30	館山市 環境課 オンラインヒアリング
8/23	13:00	～	14:30	館山市 観光みなと課 オンラインヒアリング
	14:45	～	16:00	館山市 農水産課 オンラインヒアリング
	16:00	～	17:00	館山市 食のまちづくり推進課 オンラインヒアリング
9/19	10:00	～	11:30	株式会社館山家守舎 漆原様 現地ヒアリング
	13:00	～	14:00	有限会社房州日日新聞社 本間様 現地ヒアリング
	15:00	～	16:30	合同会社アルコ 沖様 現地ヒアリング
	16:30	～	18:00	NPO法人たてやま・海辺の鑑定団 竹内様 現地ヒアリング
9/20	10:30	～	12:00	株式会社こがね 小金会長 & 山田様 現地ヒアリング
9/24	10:00	～	11:30	館山市議会議員 東様 オンラインヒアリング
	13:00	～	14:30	LocalLife & Culture合同会社 荒垣様 オンラインヒアリング

7-2.雇用商工課へのヒアリング内容

ワーケーションを中心とした地域活性化の取組を進めているが、いくつかの課題も浮かび上がっている。年間利用者データでは、主要施設の利用者数は少数ながら一定の需要を示しているものの、観光客との区別が不明確で、地域全体での利用実態の把握が困難となっている。また、ワーケーション推進に向けて施設の改修や誘客促進マップの作成、各種プロモーションが行われているが、都市部企業との接点が少なく、問い合わせ数が伸び悩んでいる。

「TURNSのがっこう」や異業種連携コミュニティ「MINDS」との連携を通じて、地域の課題解決に向けた意見交換やワークショップが実施され、成果も出ているが、コーディネーター不足や二次交通の整備、情報発信の強化が引き続き重要である。また、南房総市との連携事業ではデジタル人材の育成やデジタル化の推進を行っており、3か年プロジェクトの後継体制の確立が重要となっている。

館山市の強み

- ・ワーケーション施設の整備：18か所の施設で受け入れ可能
- ・地域特性を活かした体験コンテンツ：ジビエ活用や無人島探検など独自性のある素材が豊富
- ・イベントやワークショップの実施：「TURNSのがっこう」やMINDSを通じた地域課題の共有と解決
- ・南房総市との連携：デジタル人材育成や企業間ネットワークの強化
- ・ **副次効果：滞在者が地域の魅力を再発見し、関係人口の拡大に寄与**

館山市の課題

- ・ **利用実態の把握が困難：ワーケーションと観光客の区別が曖昧**
- ・都市部企業との接点不足：問い合わせ数の低迷
- ・コーディネーターの人材不足：事業推進や調整役の欠如
- ・二次交通の整備：移動手段の不便さが誘客の障害に
- ・デジタル化の後継体制の不透明さ：3か年プロジェクト終了後の継続性
- ・情報発信の不足：サイト掲載やプロモーションの効果測定が不十分

7-2.環境課へのヒアリング内容

ゼロカーボンや環境保護をテーマに持続可能な施策を進めているが、課題も多い。バイオプラスチック使用のごみ袋はコストが課題だが、温室効果ガスの低減や市民意識の啓発には寄与している。一方、海洋ごみ対策では漂流ごみや海岸漂着ごみの処理が課題となっている。特に、ボランティア清掃を支援する仕組みは整っているが、原則として、プラごみやびん、缶など無機物を回収の対象としていることもあり、全体量からすると効果が限定的で、恒久的な解決策には至っていない。海洋ごみに限らず、草木や竹など有機ごみの処理については、焼却以外の資源化手段が求められているが、現場オペレーションやコスト面でのハードルが高い。

また、ゼロカーボンに向けた取組として住宅設備補助金や民間企業との連携が進行中だが、成果は限定的である。今後の方向性として、**家庭ごみを中心とした一般廃棄物を資源化できる技術や企業の誘致が鍵となる。**館山市は**大学や研究機関との連携、資源エネルギー企業との協力を進める意向を持っており、地域特性を活かしたモデルケースの確立が求められている。**

館山市の強み

- ・市民意識の高さ：ゼロカーボンや環境保護への関心が高い
- ・ボランティア活動：市民や企業による清掃活動が活発
- ・バイオプラスチック活用：千葉県内で先行する取組を実施
- ・資源エネルギー企業との対話：民間の力を活用した施策を模索中
- ・ゼロカーボン支援：住宅設備補助金など具体的な施策を実施

館山市の課題

- ・バイオプラスチック製品のコストの課題
- ・海洋ごみの資源化と処理体制の整備
- ・有機ごみ（竹や草木）の効果的な資源化の実現
- ・産業廃棄物技術の一般廃棄物への応用の困難さ
- ・現場オペレーションと行政支援の限界

7-2. 観光みなと課へのヒアリング内容

館山市では、豊かな地域資源を活かした観光振興を推進している。館山湾においては、「館山港港湾振興ビジョン」及び「館山湾振興ビジョン」に基づき、館山港多目的栈橋や“渚の駅”たてやまを拠点とした海辺のまちづくりに力を入れており、クルーズ船やプレジャーボートの誘致を通じた観光活性化を目指している。一方で、二次交通の不足が課題として挙げられる。館山港UMIプロジェクトでは、アマモ場の再生や釣り文化の振興、みなとオアシスの活性化を軸に、地域資源の循環的利用を目指しており、市内の各機関をはじめ、日本財団やNPO法人、釣り団体など多様なステークホルダーが関与している。

また、台湾を中心としたインバウンド観光では、市長によるトップセールスや民間との連携が進んでいるが、外国人向け観光体験の充実や受け入れ体制の整備、長期滞在の促進が課題である。館山市の観光振興には、地域資源の魅力を高めるとともに、観光の付加価値を向上させる取組が求められる。さらに、市民生活との調和を図りながら観光を進めることが、持続可能な地域づくりの鍵となる。

館山市の強み

- ・ 館山港多目的栈橋や“渚の駅”たてやまを活用した観光拠点整備
- ・ アマモ場再生や釣り文化振興、みなとオアシスの活性化を軸にした館山港UMIプロジェクト
- ・ 多様な地域資源（自然環境、食文化、釣り、果物狩り、体験コンテンツなど）の存在
- ・ 台湾を中心としたインバウンド観光の実績とトップセールスの取組
- ・ 観光事業者を含む地域の関係者が主体的に取り組む協議体制の構築

館山市の課題

- ・ 二次交通の不足
- ・ 観光情報の一元化によるわかりやすい情報発信
- ・ 少数精鋭で運営されている協議会等の持続可能性の確保の難しさ
- ・ 来訪者と地域住民の調和を図る仕組みづくり
- ・ **長期滞在を促進する体験型観光コンテンツの充実**

7-2. 農水産課へのヒアリング内容

農業では温暖な気候を活かし多種多様な作物が育てられており、主に、いちご、レタス、花卉栽培、酪農が挙げられる。個人・法人等の営農形態を問わず、**生産者の所得向上が課題**となっており、一つの取組として、6次産業化があるが、一部の法人化された事業者が、生産・加工・販売を手掛けるにとどまっている。また、農業担い手の高齢化や後継者不足による耕作放棄地対策も課題となっている。このような状況の中、まずは生産者の所得向上を図るため、**「現時点で把握できていない規格外品利活用の可能性についての検討」「販売経路の整備」「資機材や飼料等にかかる経費の圧縮」**が必要と考えている。また、イノシシなどの有害鳥獣による被害の増加も課題となっている。

水産業では高齢化による後継者不足が深刻化しており、加えて近年の海洋環境変化による漁獲量の減少から安定した漁獲を得るため、**陸上養殖の可能性が模索されている**。

館山市の強み

- ・温暖な気候による多様な作物の生産
- ・館山市の果物狩り（いちご・いちじく）
- ・黒潮と親潮の寒暖両流が流れる房総沖は格好の漁場で、多種類の水産物が漁獲される

館山市の課題

- ・高齢化や後継者不足が深刻化している農水産業
- ・規格外品の有効活用と6次産業化の進展の遅れ
- ・水産資源の維持と近年の海洋環境変化に対応した安定した水産物の漁獲
- ・耕作放棄地の増加と鳥獣害による被害
- ・ワンストップ相談窓口の不十分な機能と財政的制約

7-2. 食のまちづくり推進課へのヒアリング内容

「食のまちづくり」を推進するために多くの取組を行っているが、いくつかの課題が浮き彫りとなっている。高齢化や人手不足など担い手減少により、食資源の加工食品や飲食メニューへの活用や地域内の流通においては、ポテンシャルはあるもののマンパワー不足などがネックとなっている。加えて、B級品や規格外品の活用されていない食資源の有効活用も課題である。そこで、市内の**食資源の加工食品や飲食メニューへの活用促進**や**B級品や規格外品の有効活用**など、**館山の食資源を最大限活用する事業やネットワークを構築**してくれる企業等の担い手が求められている。

館山市の強み

- ・年間を通じて様々な農水産物が収穫され食資源が豊富
- ・豊かな自然や都市部からの好アクセス
- ・近年はご当地グルメがクローズアップされており、観光との連携でポテンシャルがある
- ・道の駅の強みを活かし、人・モノ・情報が集まる拠点である「食のまちづくり拠点施設」を整備
- ・有害鳥獣として捕獲されたイノシシ等を加工処理する施設を整備、高品質ジビエで都市部からの需要も高い

館山市の課題

- ・食のブランド力の向上
- ・**生産者と食関連事業者のマッチング**
- ・地場産農水産物（ジビエ含む）の**加工食品や飲食メニューへの活用促進**
- ・地場産農水産物の**B級品や規格外品（※）の有効活用**
※B級品や規格外品の全体量の把握は困難であり、現状収集するシステムは無い
- ・食資源を最大限活用するネットワーク（**地域内流通システム**）の構築

7-2. (株)館山家守舎 漆原様へのヒアリング内容

館山市では、「リノベーションまちづくり」を通じた地域活性化が推進され、市内の空き店舗やビルを活用し、住民や若者を巻き込みながらまちづくりに取り組んできた。行政と民間が連携しながらリノベーションスクールやイベントを開催し、地域おこし協力隊などを活用して活動を拡大。現在は館山家守舎が中心となって「自走」を目指すフェーズに入っているが、資金や人材面での課題が浮上している。漆原氏個人としても、「tu.ne Hostel」や「鯛あら汁・おにぎり吉（Kichi）」といった店舗を通じて観光と日常利用の両立を目指しているが、経済的な維持には限界もある。

今後、館山市のまちづくりを進めるには、**障害者雇用の推進やアートプロジェクトの導入、ストーリー性のある取組を強化し、地域の寛容さをアピールすることが重要**であると考えている。また、外部の移住者や起業家を受け入れる体制を整え、新たな挑戦を支援する仕組みを構築することが求められる。

今後強化していきたい取組

- ・ **障害者雇用の推進：あら汁に使用する鯛の兜の処理など具体的な雇用機会の創出**
- ・ アートプロジェクトの導入：アーティスト向け空間の提供やアートを活用した街のブランディング
- ・ 移住者の受け入れ強化：移住者を地域コミュニティに溶け込ませる体制の整備
- ・ 施設の多目的活用：観光向けと日常向けを両立させる施設経営の推進
- ・ 高校留学プログラム：実学系の学びを提供し、多様な人材を地域に呼び込む

館山市の課題

- ・ 人材不足：コーディネーターや事業承継者の確保
- ・ 地域内の賃貸物件の高価格：賃料が高く、事業継続の障害に
- ・ 移住者地元住民との共創：外部からの移住者を地域コミュニティが完全に受け入れきれていない
- ・ 多様な取組の連携不足：リノベーション、観光、福祉などの事業を横断的に調整する仕組みが不足している

7-2. (有)房州日日新聞社 本間様へのヒアリング内容

大正10年創業以来、館山市を拠点に事業を展開してきた本間グループは、「地域とともに」をコンセプトに掲げ、次の100年を見据えて自社および公民連携事業に取り組み、「住み続けたい地域づくり」を目指している。今後の地域の方向性としては、観光分野において質の高いサービス提供を通じて地域ブランドを高め、利益を地元経済で循環させる仕組みを構築することが重要と考えている。

また、住み続けたい地域にするためには、館山市ならではの特性やデジタル技術を活用し、子ども一人ひとりの選択肢を広げる教育プログラムの開発が必要であり、次世代に豊かな自然環境を残すには、館山市の地の利を最大限活かした観光産業を通じ「稼げるまち」となることが不可欠と考え、来訪者が増えるほど地域が潤い、それによって環境保全が進むという好循環を生み出すことが重要と考えている。そのためには、地域で共有できる統一ビジョンの策定が求められ、行政に依存せず、民間が主導し行政が支援する公民連携のまちづくりが必要であると考えている。**館山市の豊かな自然資源を活かし、歴史的背景も踏まえた「心と体の癒し」というコンセプトを軸としたシティプロモーション**にも、大きな可能性を感じている。

今後強化していきたい取組

- ・観光価値の向上：高付加価値な観光プランの開発と、質の高い観光客の誘致
- ・**教育環境の整備：子どもたちの選択肢を広げ、移住者にも魅力的ある教育環境を整備**
- ・地域ビジョンの統一：官・民・学の連携を強化し、地域全体でのまちづくりを推進
- ・**海辺環境の整備：東京湾の玄関口という立地を最大限に活かし、経済活動と環境保全を両立**
- ・**地域資源の活用：心身を癒す自然や文化資源を基盤とした地域ブランドの構築**

館山市の課題

- ・計画の整合性と調整：複数の計画が並行して進行しており、統一的な方針の策定が必要
- ・市民の危機感の醸成：将来に向けた地域の変化を市民全体で共有し、主体的に行動する市民の育成
- ・人材不足：地域を牽引するコーディネーターや実行力のある人材の確保
- ・資金不足：公的資金に依存せず、民間投資やビジネスを通じた資金活用の仕組みづくり
- ・移住者受け入れ体制の整備：地域で活動する人々と気軽に交流できる雰囲気や環境の整備

7-2. 合同会社アルコ 沖様へのヒアリング内容

合同会社アルコは館山市においてジビエの活用を軸に鳥獣害対策と地域資源の循環に取り組んでいる。地域おこし協力隊時代からジビエ文化の醸成に取り組み、特にイノシシ肉を活用した食文化の発展を目指している。ジビエ肉の需要は高まっているものの、安定供給には捕獲者や加工者の確保が不可欠である。また、食肉加工以外にも革や骨などの副産物を活用し、収益性の向上を図っている。

館山市内では地産地消を軸としたジビエ活用が推進されているが、地元住民の需要は必ずしも高くなく、外部市場での認知度向上が必要である。また、鳥獣害による農地被害への対策は高齢化が進む中で限界があり、若い捕獲従事者の育成が課題となっている。移住者目線では地域内のコンパクトな利便性やコミュニティの寛容性が評価されているが、地元と移住者コミュニティの間に見えない壁が存在することも指摘された。ジビエを通じて館山市の山や自然資源の価値を発信し、地域活性化に貢献することを目標としている。

今後強化していきたい取組

- ・ジビエ文化の推進：ジビエ肉の安定供給と品質向上のための捕獲従事者や加工者の育成
- ・地域資源の循環利用：革や骨など副産物の活用を進め、収益性を高める
- ・外部市場の拡大：館山ジビエの外部市場での認知度向上と販路開拓
- ・教育と啓発：食育やジビエ解体ワークショップを通じて、山の資源の価値を発信
- ・鳥獣害対策：若い捕獲従事者の育成と専業捕獲従事者の確保による持続可能な駆除体制の構築

館山市の課題

- ・鳥獣害対策の高齢化：捕獲活動の担い手不足と高齢化への対応
- ・地域間に見えない壁：移住者コミュニティと地元住民との連携強化
- ・**地元消費の促進：地元住民へのジビエ普及と需要喚起**
- ・**資源活用の未整備：山や森林資源の十分な活用が進んでいない**
- ・市場戦略の不整備：地産地消と外部市場向けの二軸戦略の整備が必要

7-2. NPO法人たてやま・海辺の鑑定団 竹内様へのヒアリング内容

NPO法人たてやま・海辺の鑑定団は、館山市の自然環境を守り継ぐことを目的に「伝える」こと、「守る・実践活動」と、そして「仕組みづくり」の三本柱で活動している。実践活動は、アマモ場再生や沖ノ島の保全など、地域の海洋環境に主に取り組んでいる。**これらの取組は生物多様性やブルーカーボンに関連し、企業との協働やCSR活動としての価値も評価されつつある。**館山市の自然はサンゴやアマモなど、東京に近い立地でありながら貴重な生態系を持つことが特徴である。しかし、近年の気候変動等の影響によるものと思われる大型台風の影響や、「磯焼け」などによる海の環境の変化が進行し、持続可能な形での環境再生活動が求められている。さらに、地域の子どもたちへの環境教育を通じて次世代の地域理解と保全意識を醸成し、地元資源を活用した新たな取組も模索している。具体的には、森と海の関係性を可視化する仕組みや、田んぼ再生による生態系復元などである。こうした活動を推進するためには、現場感覚を持ち、長期的視点で地域課題に取り組む企業や人材が必要とされている。

今後強化していきたい取組

- ・ アマモ場再生と環境保全：気候変動に伴う環境変化への対策と保全活動の継続
- ・ 環境教育の充実：地域の子どもたちや若者への自然保全意識の啓発
- ・ 地域資源の可視化：森と海のつながりを科学的に示し、保全の重要性を発信
- ・ 田んぼ再生プロジェクト：失われつつある田んぼを再生し、生態系と地域資源を復元
- ・ 企業との協働：CSR活動としての自然環境保全に賛同する企業の参加促進
- ・ 館山港UMIプロジェクトの拡充：釣りやグルメを通じた海洋資源の保全活動の推進

館山市の課題

- ・ 自然環境の維持：台風災害や気候変動等による生態系への影響
- ・ 持続可能な仕組みの構築：環境保全活動を経済的に成立させるモデルの確立
- ・ 地域資源の喪失：田んぼや自然環境の減少に伴う地域基盤の弱体化
- ・ **人材不足：長期的視点を持ち現場で活動できる人材の確保**

7-2. (株)こがね 小金会長 & 山田様へのヒアリング内容

(株)こがね（花しぶきリゾート）は、地域全体の観光活性化と第1次産業の振興を目指し、館山市の循環型経済を強化するための取組を行っている。観光業については「薄利多売で地域に還元する」という姿勢を持ち、訪問者が地元の農産物や海産物を購入することで、地域経済全体を潤す循環の構築を模索している。一方で、農漁業は高齢化や気候変動、設備の未整備などの課題に直面しており、**地域資源を活かした付加価値の高い商品の開発や、域内流通の拡充が求められている**。また、観光業への市民の理解が十分ではなく、観光が地域全体に与える経済的な恩恵を認識してもらう必要がある。今後は、インバウンド観光の促進や地域ブランドの確立、職人の育成を通じて館山市の魅力を内外に発信し、観光業の基盤を強化する必要がある。

今後強化していきたい取組

- ・ **地域循環型経済の構築：地元産品を優先的に消費し、観光客による経済効果を地域全体に還元**
- ・ **職人育成の仕組み：チャレンジショップを通じて若手職人を育成し、館山市の食文化を支える**
- ・ インバウンド観光の促進：観光インフラの整備と、海外観光客への受け入れ態勢の強化
- ・ 地域ブランドの確立：B級品の活用や、付加価値商品の開発を通じて地元産品の魅力を発信
- ・ 観光業への市民理解の促進：市民への啓発活動を通じ、観光業の地域経済への貢献を伝える
- ・ 地域全体の観光連携：近隣の観光地や観光協会との連携強化

館山市の課題

- ・ 第1次産業の後継者不足：農漁業の高齢化と新規就農、就漁者の確保
- ・ 観光インフラの未整備：特にインバウンド観光客への対応
- ・ **地域ブランドの低迷：B級品や未利用資源の活用不足**
- ・ 市民の観光業理解の促進：観光が地域経済に与える影響が浸透していない
- ・ 外部との連携強化：市全体が一体化していないため、観光振興にブレーキがかかる

7-2.館山市議会議員 東様へのヒアリング内容

ライターとして地域情報を発信してきた経験から、館山市の持つ「ほどよい自然と都市化の調和」を強みとし、観光や福祉を軸にした地域活性化の可能性を提示する一方で、地域住民と移住者間の解像度の違いや理解不足が課題であり、観光や新しい取組への参画意識の向上が必要と指摘する。また、観光業が重要な産業であるにもかかわらず、行政では手が足りておらず、行政が民業をどう支援するのか公民連携の手法への理解が進んでいない現状も課題として挙げられた。**ワーケーションやリトリートといった現代的な健康や癒しに焦点を当てた事業が、館山の持つポテンシャルを最大化する方向性として適しており、医療や福祉との連携がその成功の鍵となると考えられる。**さらに、行政と民間の連携や情報発信の強化、中間支援組織の構築が、地域の課題解決と発展につながるとされる。新たな観光資源や経済活動を生み出すには、地域住民や移住者、行政が一体となり、共通言語を持って議論しながら持続可能な成長を目指す必要がある。

今後強化していきたい取組

- ・ **観光業と福祉の連携：リトリートやワーケーションを通じて心身の癒しを提供し、観光業の基盤を強**
- ・ 地域の参画促進：地元住民と移住者が協働できる場づくりや共通言語の普及
- ・ 中間支援組織の設立：行政と民間をつなぎ、協働を促進する仕組みづくり
- ・ 情報発信の強化：観光や地域資源の魅力を効果的に伝えるプラットフォームの構築
- ・ 持続可能なビーチマーケット：観光に資するイベントとして、持続可能な運営モデルを確立

館山市の課題

- ・ 市民の観光業理解の促進：観光が地域経済に与える影響が浸透していない
- ・ 行政のリーダーシップ強化：行政をはじめ、市として観光業の振興に十分取り組めていない
- ・ 地域間の解像度の差：移住者と地元住民の価値観や意識のずれ
- ・ 情報発信力の弱さ：館山の観光資源や施策が十分に外部へ発信されていない
- ・ 観光インフラの充実：特に外国人観光客への対応力や施設整備が不十分
- ・ **福祉と観光の連携強化：地域特性を活かしたリトリートや健康観光の展開が進んでいない**

7-2. LocalLife & Culture合同会社 荒垣様へのヒアリング内容

地域おこし協力隊としての経験を基盤に、観光業やインバウンド受け入れを促進する取組を行っている。ワーケーション推進をはじめ、外国人教育受け入れや体験型観光を通じて、地域の歴史や文化を効果的に発信している。特に、鋸山など近隣の観光資源を活用しながら、館山市への訪問者を増やす仕組みづくりを進めている。また、移住希望者や観光客と地域住民の橋渡しとしての役割を果たす古民家ワークスペース交流拠点「ROKURO」では、交流関係人口を創出し、二拠点生活者や移住希望者の増加を目指している。

館山市の魅力として「サステナブルなマイクロツーリズム」や「個々の取組」を強調し、インバウンドの潜在力を活かした観光地としての発展を目指している。課題としては、多言語対応や二次交通の整備、移住者と地元住民間の相互理解、観光地化に伴う地域負担軽減が挙げられる。今後、広域連携や地域のアクティビティ支援を通じて、観光業を基盤にした地域活性化を進めていきたいと考えている。

今後強化していきたい取組

- ・ **観光と体験型ツアーの拡充：館山市や周辺地域の観光資源を活用した体験型ツアーの推進**
- ・ インバウンド対応の強化：多言語化や二次交通整備、地域アクティビティ事業者への支援
- ・ 交流関係人口の創出：古民家や体験コンテンツを通じた長期滞在者や移住希望者の受け入れ促進
- ・ 広域連携の推進：南房総全体を巻き込んだ広域連携による観光・地域活性化の実現
- ・ インナーブランディングの推進：地域住民の意識醸成と共感を得られる情報発信

課題

- ・ 多言語化・交通整備：外国人観光客向けの多言語対応や二次交通の分かりづらさの改善
- ・ 観光業の地域負担軽減：観光客の増加による地域負担を軽減する持続可能な観光モデルの構築
- ・ 若手プレイヤー不足：情報発信やWEBデザインを担う若い人材の不足
- ・ 観光地化の適度なバランス：過度な観光地化を避けつつ、個々の魅力を発信する仕組みの構築

7-2. ヒアリング結果まとめ

ヒアリング結果から様々な地域の声を踏まえ、強みと課題を整理し直すと以下のとおりとなった。

館山市の強み

「食」にまつわる取組

- ・ 温暖な気候により、多様な作物の生産が可能
- ・ 加工販売を行う6次産業化の具体的事例の存在
- ・ 地産地消を軸にした地域循環型経済の取組
- ・ 規格外品の活用やジビエ事業による食品ロス削減

癒しの地としてのポテンシャル

- ・ 温暖な気候と豊かな自然環境が提供する癒しの価値
- ・ ワークーションやリトリートを軸とした観光プランを検討される方の多さ

環境保全の取組

- ・ アマモ場再生や海洋ごみ対策など環境保全活動の実践
- ・ 参加型の環境教育を通じた意識醸成

観光資源と拠点整備

- ・ 館山港多目的栈橋や“渚の駅たてやま”を活用した観光拠点整備が進んでいる
- ・ 館山湾を活かしたクルーズ船やプレジャーボート誘致の実績がある
- ・ 台湾を中心としたインバウンド観光の成功事例と市長トップセールスの取組

7-2. ヒアリング結果まとめ

館山市の課題

農業と水産業の課題

- ・ 農業の高齢化と後継者不足が深刻
- ・ 養殖事業の推進に必要な漁業権や設備の整備が遅れている
- ・ 耕作放棄地の増加と鳥獣害対策が十分ではない
- ・ ジビエ肉の安定供給と外部に向けた普及活動が必要
- ・ 地元消費拡大に向けた普及啓発活動の充実
- ・ 6次産業化支援体制の不十分さと担い手確保

観光とインフラ

- ・ 長期滞在を促進するための体験型観光コンテンツの充実
- ・ 地元住民と移住者間の認識のズレと協働の難しさ
- ・ 観光インフラ（多言語対応や二次交通）の整備遅れ
- ・ 観光情報の統合的な発信と効果的なプロモーションの充実

環境保全への理解促進に向けた課題

- ・ 台風災害や気候変動等による自然環境の劣化への対応
- ・ 持続可能な経済モデルとしての環境保全活動の推進
- ・ 資源循環を可能にする技術や企業の誘致不足

人材と協議体制

- ・ 協議会メンバーの高齢化と持続可能な運営体制の確保
- ・ コーディネーターや実行力を持つ若手人材の確保

7-2. ヒアリング結果まとめ

最終的なターゲット企業

産業構造分析で明確にしたターゲット企業を踏まえて整理し直すと以下がターゲット企業となる。

1. 地域資源の活用と地産地消

- ・ 地域産品の域内流通を促進する企業
- ・ 地域資源を活用した商品開発や販売促進を行う企業
- ・ 規格外品や食品ロスの活用に取り組む企業
- ・ 地産地消を推進する食品関連企業

2. 観光・健康関連

- ・ 観光体験や食文化をコンテンツ化する企業
- ・ 自然資源を活用した体験型観光事業者
- ・ ワークーションやリゾート施設の運営企業
- ・ 観光と健康を融合させた事業展開を行う企業

3. 環境・持続可能性

- ・ エシカル消費や環境配慮型ビジネスを展開する企業
- ・ ゼロカーボンや廃棄物の資源化技術を持つ企業
- ・ CSR活動として環境保全に貢献する企業
- ・ 環境技術を活用したイノベーション企業

4. 付加価値創出と体験効果

- ・ 地域産品を活用した加工品や付加価値商品の開発企業
- ・ 体験コンテンツの癒し効果や非日常感を可視化できる企業

7-3. 事業コンセプト

前ページで明確にしたターゲット企業の中からコンセプトを立案する。

メインコンセプト：HUG NATURE TATEYAMA～食と癒しの感性都市～

館山市は、豊かな自然環境と農水産物に恵まれ、多様性に満ちた資源を有する地域です。この地を訪れた人々は、館山市の豊かな資源によって心身の疲れを癒し、日々の活力を得ることができています。このポテンシャルを存分に発揮するため、「癒し」という抽象的な概念をデータとして定量化し、効果を可視化させることを目指します。さらに、癒しを提供する大きな要素である館山の食と自然を守り、後世まで受け継いでいくための提案を募集します。その結果、人々の感性に寄り添える地域、癒しを求める人に選ばれ愛される地域へと館山市を進化させていきます。

ターゲット①：無駄のない食ネットワークの形成

意味

館山市は年間を通じて様々な農水産物が収穫されていますが、十分に活用されていない食材や、B級品や規格外品として廃棄されている作物も存在します。そこで、市内の豊富な食資源（B級品、規格外食材含む）を地域内外に流通させ、館山の食資源を最大限活用するネットワークを構築してくれる企業を募集します。加えて、陸上養殖に取り組む企業や、食分野と他分野との連携を図れる企業を募集することで、更なる農水産業の振興を目指します。

ターゲット②："癒しの地"としてのブランド構築

意味

館山市が有する自然環境や食、景観等は人々を癒す力があると定評があります。古くから避暑避寒の保養地であり、市内移住者やUターン者が市の魅力として実感し、「癒しの地」としてのブランド化に期待を寄せています。そこで、彼らの肌感覚だけではなく、より確固とした資源としてアピールすべく、癒しの効果を可視化しエビデンスを提供してくれる企業や、心の休息を求める方の受入施設を創出してくれる企業を募集します。これらの展開を通して、「館山＝癒しの地」としての地位を築き上げ、館山市へのさらなる関係人口の創出、魅力向上を目指します。

ターゲット③：環境保全への理解促進

意味

合同会社アルコ、NPO法人たてやま・海辺の鑑定団等は、館山市の貴重な財産である自然が失われることへの危機感を持ち、後世へ受け継ぐための活動を展開しています。地元事業者の熱い想いに共感し、環境保全活動に参画してくれるパートナーを募集します。館山の豊かな自然環境と、その自然環境を守ることの意義を、地域の方、館山市を訪れた方、そして社会全体へと発信していくことで、館山市の自然が愛され守られる土壌を育みます。

7-3. ①無駄のない食ネットワークの形成

現状と課題

- ◎温暖な気候と緑豊かな大地、豊かな漁場を有する
- ◎館山市では、地産地消で豊かな「たてやま食のまちづくり」を強力に推進
- ◎“食”の豊かさは市民にも都市住民にも高評価
- ◎道の駅グリーンファーム館山がオープン（R6.2）
- 館山市産の農産物に対する理解（関心度）の向上
- 鮮度の良い農産物を提供できる地域内流通システムの構築
- 飲食・加工品メニューへの活用促進（規格外品等）
- 従事者・後継者の不足、耕作放棄地の増加
- 気候変動による漁獲量・種類の減少



ターゲット企業

- ★館山市内の豊かな食を無駄なく流通させるためのネットワークを構築できる企業
- ↓
- ・市内の豊富な食資源（B級品、規格外食材を含む）の有効活用、加工食品等への活用、販路拡大に貢献してくれる企業
- ・売り手と買い手を結び付けるシステムを構築できる企業
- ・陸上養殖に取り組む企業
- ・食や農水産業と他分野（福祉、教育、健康、環境等）の連携が図れる企業

進出メリット

- ・館山市は、豊かな自然に恵まれ、新鮮で多種多様な農水産物が生産される「食材の宝庫」である
- ・市内のグループ企業（飲食業、宿泊業、水産業、福祉事業を展開）との協働が可能 ※花しぶきリゾート
- ・B級品の流通に関心がある水産品を集荷、販売、配送を行う市内企業の存在
- ・規格外品の活用は、館山市が参画する「全国おいしい食べきり運動ネットワーク協議会」が推進する食品ロスの削減、ゼロカーボンに資する取組で、地元生産者の収益向上・事業拡大にもつながる

7-3. ②"癒しの地"としてのブランド構築

現状と課題

- ◎「都心から一番近い癒やし系リゾート」たてやま
- ◎古くから避暑避寒の保養地、療養地でもある
- ◎豊かな自然、景観、温泉、サウナ、新鮮な農水産物に加え、多様なアクティビティ体験も可能
- ◎心身ともにリラックス、リフレッシュできる環境
- ◎県内他地域と比較して医療体制は充足
- 知名度が十分とは言えない
- 週末午後の道路渋滞が緩和されていない



ターゲット企業

- ★館山市がもつ"癒し"の効果をさらに強固にしていける企業
- ↓
- ・幅広く提供されている体験コンテンツの癒し効果を可視化してくれる企業
- ・心の休息が必要な方の受入施設を創出してくれる企業
- ・ウェルビーイングの向上に取り組む（組みたい）企業
- ・ワーケーションを実践する企業
- ・地域内外をつなぐコーディネートの役割を担う企業

進出メリット

- ・人口減少は続いているが、近年は転入者数が転出者数を上回る「社会増」の傾向にある
- ・テレワーク環境も整いつつあり、ワーケーションの適地、二拠点居住地や移住先としてのポテンシャルを有する
- ・館山市を中心に、JR東日本千葉支社や観光協会、商工会議所、地域事業者等との連携によるサテライトオフィス環境整備プロジェクトを令和4年度から展開している
- ・市内移住者やUターン者が、癒しの地としてのブランド化に期待を寄せている

7-3. ③環境保全への理解促進

現状と課題

- ◎館山市は令和3年8月に「館山市ゼロカーボンシティ宣言」をし、循環型社会の形成を目指している
- ◎海に関連するイベントとして、全国アマモサミット（R3.8）、全国ふぐ連盟総会（R6.6）などのほか、日本選手権水泳競技大会（OWS）も開催
- ◎「えさいわし」の供給基地としては全国的に有名
- ◎ジビエの有効活用の取組が進んでいる
- 令和元年房総半島台風では甚大な被害が生じた
- イノシシ（耕作放棄）、温暖化や食害等（アマモ）、害虫（ナラ枯れ・マツ枯れ）など、自然に起因する被害がみられている



ターゲット企業

- ★館山の自然の重要さを可視化したり、環境保全の啓蒙につなげることができる企業
- ↓
- ・CSRの一環で環境保全に取り組みたい企業
- ・自然資源の循環を可視化してくれる企業
 - ※1本の木がどれだけの役割を果たしているか、など
- ・ジビエにまつわるストーリーを発信してくれる企業（食から山の重要性を発信）
- ・地域内外をつなぐコーディネートの役割を担う企業
- ・オフグリッドや環境負荷の低減に取り組む企業

進出メリット

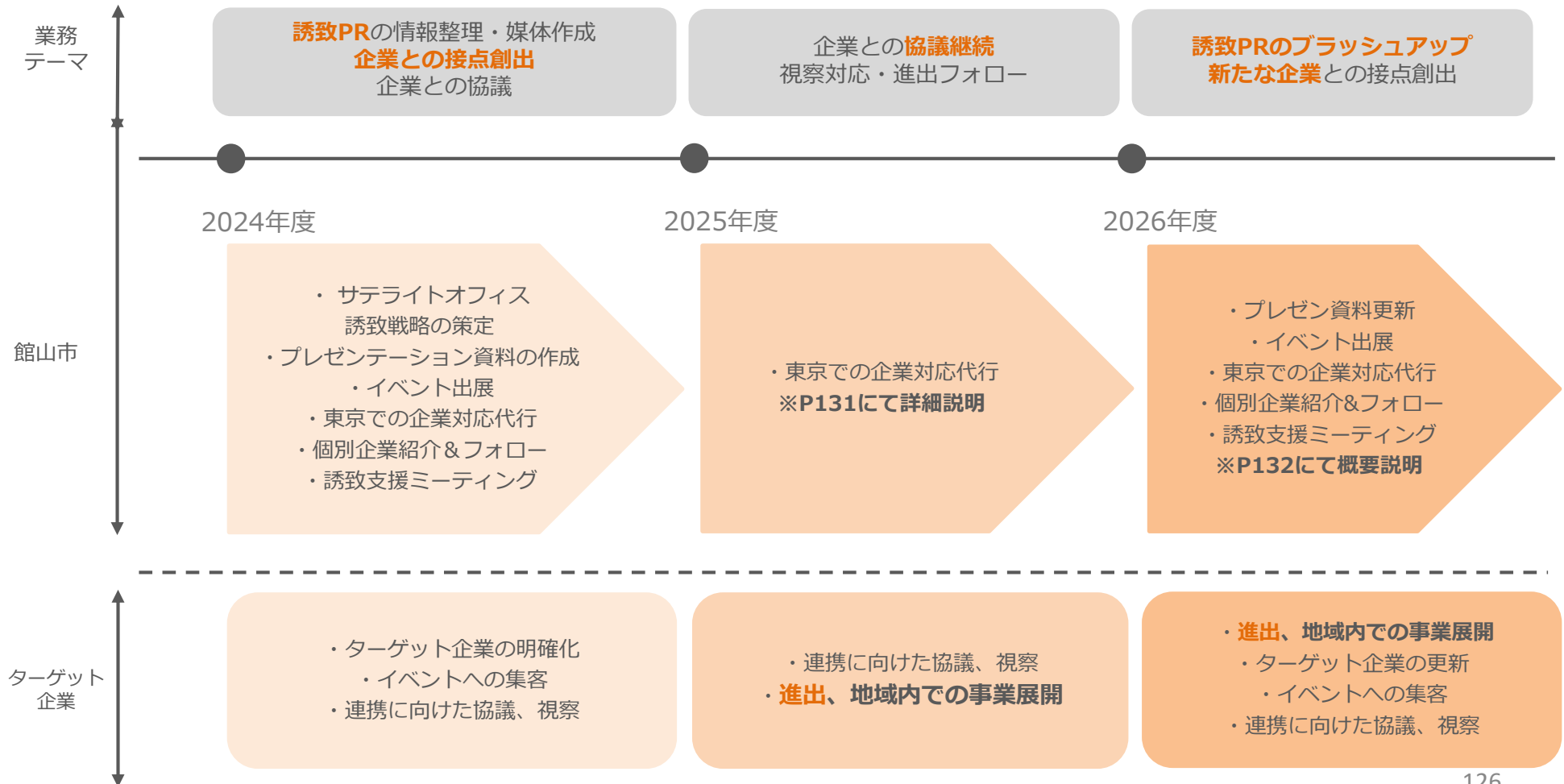
- ・合同会社アルコの沖氏（ジビエ活用）やたてやま・海辺の鑑定団の竹内氏（アマモ再生）、館山信用金庫（マツ植樹）など、館山の自然環境保全に取り組むプレーヤーがいる
- ・東京湾UMIプロジェクト（アマモ場を東京湾で再生）や「海業」（水産庁が推進）の取組を実施している
- ・近年、館山湾沖にトラフグの巨大な産卵場が形成されており、新たな資源による産業振興の可能性を秘めている
- ・地域課題である「獣害」を地域資源に変える取組（飲食：館山ジビエ、残さ活用：革製品）が展開されている

4. 今後の流れ

4. 今後の流れ

4-1. ロードマップ（2024～2026年）

ターゲット企業に対して**誘致戦略の内容を効果的にPRするため**に2026年度まで、以下業務で事業を展開していくことを提案する。2025年度は2024年度に接点を持った企業の進出フォローを行い、実績が確認された後、2026年度以降に新たな企業との接点を創出していくことを想定している。



4. 今後の流れ

4-2. 2025年度の実施業務：【参考】2024年度の業務説明

2024年度の進捗

2024年度は誘致戦略の策定およびプレゼン資料を作成に加え、地方進出検討企業との出会いを創出するためイベントに出展。計2回の出展により**合計24社との接点を創出、加えて館山市に強く関心を寄せる2社を紹介し、合計26社との協議の場を設けた。**

なお、**23社は協議を継続**して連携方法を模索中であり、そのうち**6社は館山市での本格的な進出や事業展開を検討**している（※2025年3月時点）。企業情報は次のページに掲載する。

業務内容

- ・ サテライトオフィス誘致戦略策定
- ・ プレゼンテーション資料の作成
- ・ イベント出展
- ・ 東京での企業対応代行
- ・ 個別企業紹介&フォロー
- ・ 誘致支援ミーティング

イベントの様子



4.今後の流れ

4-2. 2025年度の実施業務：【参考】 2024年度の進捗説明

企業一覧

2024年度に接点を創出した企業は以下のとおりである。2025年度はこれらの接点を創出した企業に対して、進出に向けたフォローを実施予定。

	企業名	所在地	提案内容	次のステップ
1	A社	東京都	体験アクティビティの癒し効果を測定するAIの研究開発と実証実験	活用できる補助金への情報収集
2	B社	東京都	クリエイターを活用した食の魅力発信 産地コーディネーターの育成	連携に向けた協議を継続、生産者のご紹介
3	C社	兵庫県	田んぼオーナー型福利厚生サービスの展開	市内生産者の意向調査
4	D社	長野県	地域おこし協力隊及び地域活性化起業人のサポート、 地域資源を活かす新会社の設立	市内でのニーズ調査
5	E社	神奈川県	高齢者見守りサービスの展開	市内でのニーズ調査
6	F社	東京都	館山市公認のアーバンファーマーミング展開	市内でのニーズ調査
7	G社	埼玉県	ウナギの陸上養殖展開	連携に向けた協議を継続
8	H社	愛知県	ごみを運ばず燃やさず資源化する新しい小形電熱炉の 実証実験	連携に向けた協議を継続
9	I社	静岡県	市内生産者の販路開拓、給食卸事業	市内生産者の紹介
10	J社	東京都	スナックと角打ちを掛け合わせた新拠点の展開	視察、具体的な実証時期の検討
11	K社	東京都	地域内で発生する規格外品の販路開拓	生産者への説明会の開催を検討
12	L社	東京都	地域内の教育機関と連携し、地域食材を活用したレトルトカレーの開発と販売	教育機関への提案 連携に向けた協議を継続

4. 今後の流れ

4-2. 2025年度の実施業務：【参考】 2024年度の進捗説明

企業一覧

	企業名	所在地	提案内容	次のステップ
1	M社	東京都	空き家や空き物件の買取・流通・利活用	担当部署との協議
2	N社	長野県	親子向け会員制宿泊体験事業の拠点開設	担当部署との協議
3	O社	東京都	自社開発するコミュニティプラットフォームの構築～運用による地域課題解決	条件面の整理
4	P社	千葉県	トランクルームを活用した空き家対策・二地域居住促進事業	担当部署との協議
5	Q社	東京都	AIデータ分析による宿泊事業者のマーケティング支援	市内でのニーズ調査
6	R社	東京都	EV原付バイクのシェアリングサービス	担当部署との協議
7	S社	東京都	自社旅行メディアによるPR支援、ツアー造成、観光人材の育成	—
8	T社	大阪府	ドローンを活用した観光コンテンツ造成	—
9	U社	東京都	「独立設置型ハイブリッド発電設備」の設置	—
10	V社	東京都	デジタル化による地域産業の活性化、地域の人材育成	条件面の整理
11	W社	東京都	公共ライドシェアサービスの展開	担当部署との協議
12	X社	埼玉県	6次産業化支援、ふるさと納税に関する商品開発	市内でのニーズ調査 連携に向けた協議を継続

4.今後の流れ

4-2. 2025年度の実施業務：【参考】 2024年度の進捗説明

企業一覧（紹介企業）

	企業名	所在地	提案内容	次のステップ
1	Y社	東京都	2027年開校予定の高校の地域学習として、学生の受け入れと学習面への協力	学生の滞在拠点となる施設候補の洗い出し 視察・実証実験に向けた協議
2	Z社	東京都	養殖事業の立ち上げ支援及び収益モデルの確立に向けた伴奏支援	養殖事業に関心を持つ人材の開拓 視察・市内事業者との協議

※全ての企業との連携は想定していないが、協議を進める中で優先的に連携を強化していく企業を選別し、具体的なステップや手法を協議していく予定。

4. 今後の流れ

4-3. 2025年度業務：東京での企業対応代行

目的

前ページに掲載した企業を可能な限り進出に導くべく、東京に館山市の進出検討企業用の対応デスクを常設し、2024年度に接点を持った企業との連携に向けた協議の場の設定や視察に向けたフォロー、進出までのフォローを実施する。**接点を持った企業に対してアプローチし続けることが安定的な誘致企業数の確保には必須**となる。

館山市への協力依頼

企業が地域への進出を検討するうえで、**自治体による支援の有無が非常に重要**となる。具体的には、企業が連携を希望する**地域事業者や教育機関等の紹介**、実証を行うための**候補地の選定**、地域内のことに関する**情報提供**、**広報支援**等の協力が不可欠となる。また、企業側が提示する条件が難しい場合でも、新たな選択肢を探りながら連携の余地を模索していただきたい。

業務内容

- ・企業への事前ヒアリング
- ・企業ニーズに即した館山市のPR
- ・館山市への企業情報の共有
- ・打ち合わせの場の設定、進行
- ・視察に向けたフォロー
- ・視察行程表の作成
- ・視察後の進出までのフォロー

4.今後の流れ

4-4. 2026年度の業務内容についての提案

提案

2025年度に企業フォローを行い進出や連携事業につながった場合、**2026年度に既存のサテライトオフィス誘致戦略をブラッシュアップし、更なる企業との接点創出を行う**ことを提案する。2024年度に策定した誘致戦略はあくまで館山市が抱える地域課題の一部を対象としたものであり、既に企業から多くの提案を受けている分野も存在する。そこで、2026年度には内容を見直し新たな分野での企業を募ることで、さらなる館山市の発展を見込むことができる。

業務内容

- ・ 誘致戦略書のブラッシュアップ
- ・ プレゼン資料作成
- ・ イベント出展
- ・ 東京での企業対応代行
- ・ 個別企業紹介&フォロー
- ・ 誘致支援ミーティング