

※2025年3月のRESAS新システムへの移行に伴い、従前のマップ・メニューと内容が異なる場合があります。そのため、新システムが正式に稼働しますと、一部記載のとおりに授業を進められなくなりますことをご了承ください。



# 「地方から世界へ」を考える

内閣官房新しい地方経済・生活環境創生本部事務局 内閣府地方創生推進室 ビッグデータチーム  
RESAS副教材作成委員会

# 「地方から世界へ」を考える

地域理解・政策立案・ビジネス創出

1

## この授業のねらい

### この授業のミッション

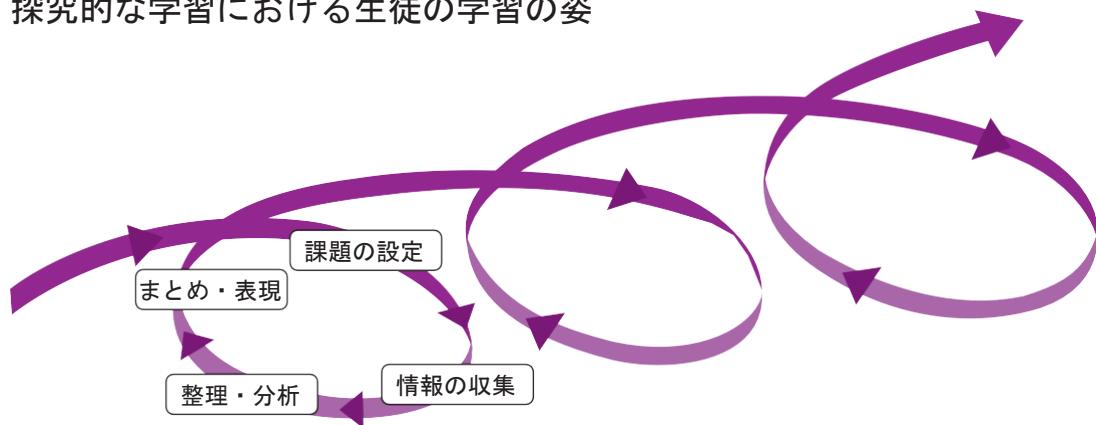
地方で新たなビジネスモデルを生み出し  
稼げる商品・サービス・システム  
を立案せよ

# 1

# この授業のねらい

## 探究学習のステップ

探究的な学習における生徒の学習の姿



## 学力の3要素

主体性・  
多様性・協働性

変化の激しい時代において  
課題解決に必須のチカラ

思考力・  
判断力・表現力

これまでの試験では  
十分に問えていないチカラ

知識・技能

思考力や主体性の土台となるが  
知識偏重の教育を生みがち

学力の3要素を育てる三段階の学習 = 「習得・活用・探究」

「習得・活用」では生徒は「与えられた問いを解く」

「探究」では生徒自身が「自ら問いを立てる」

# 1

## この授業のねらい

### 探究学習のステップ

#### 産業社会で求められる能力

- 基礎学力
- 標準性
- 知識量・知的操縦の速度
- 共通尺度で比較可能性
- 順応性
- 協調性・同質性

#### 知識基盤社会で求められる能力

- 生きる力
- 多様性
- 意欲・創造性
- 個別性・個性
- 能動性
- ネットワーク形成力・交渉力

これからの能力を身につけるために「**探究**」が重要である

## 問い合わせの立て方



ポイント

問い合わせには規模と深さが大切！

規模が非常に狭い

今日の夕ご飯は何にするか？

規模が非常に広い

2040 年に世界はどうなっているのか？

深い問い合わせ

恐竜とは何か？

深い問い合わせ

なぜ恐竜は絶滅したのか？

## 2

# 課題設定

問い合わせの立て方 ステップ 1  問いの規模と深さを学ぶ

1万円札の肖像画は誰か答えよ。(2020年3月現在)



問い合わせの立て方 ステップ 2  問いの規模と深さを学ぶ

福沢諭吉が行ったことを3つ挙げよう!



問い合わせの立て方 ステップ 3  問いの規模と深さを学ぶ

福沢諭吉の著書である「学問のすすめ」どのような事が書かれているのかを説明せよ。



問い合わせの立て方 ステップ 4  問いの規模と深さを学ぶ

「慶應義塾」や「学問のすすめ」は当時の日本にどのような影響をもたらしたか  
200字以内で説明しよう。



## 2

# 課題設定

ステップ 1 1つの単純な知識を問う問題

ステップ 2 1つの知識からそれ以外の情報を問う問題

ステップ 3 1つの知識を論理的に情報を答えさせる問い合わせ

ステップ 4 1つの知識から関連するそれ以外の情報を論理的に説明させる問題

このように、問い合わせによって、1つの知識から思考を深めていくことで  
「どの程度の知識であるか」「どの程度の思考の深さが必要か」を見ることができるつ  
まり、思考が深い問い合わせになるような情報収集が不可欠である!



問い合わせの立て方 ステップ 5 問いの規模と深さを学ぶ

あなたなら時代の変革時にどのような行動を取り、  
世の中の人が主体的に生きるきっかけを作りますか。600字以内に答えなさい。



# （3）

## データ分析の必要性について学ぶ

これから訪れる未来とは？

2030年の世の中を想像してください。

どのような

世の中になっているでしょうか？

## これから訪れる未来とは?

---

1990年代以降、インターネットやスマートフォン等の急速な普及が進み、大量に生み出された情報が世界中を駆け巡り、インターネットを経由して大量の情報やデータにアクセスし、分析することで、新たな価値を次々と生み出すことが可能な時代となってきた。今、社会は更に大きな変革に直面しようとしている。



これから訪れる未来とは?

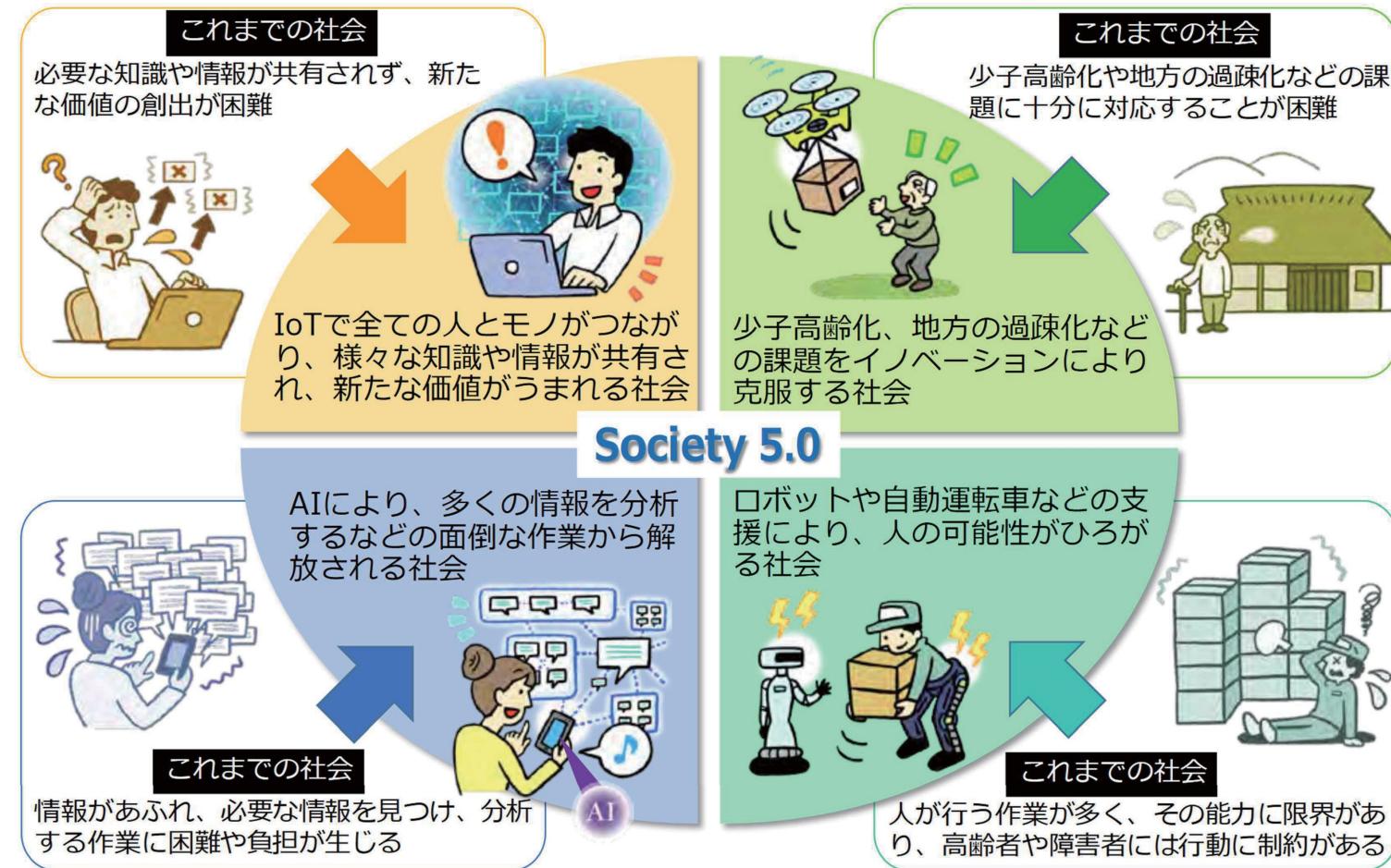
## Society 5.0とは

サーバー空間とフィジカル（現実）空間を高度に融合させたシステムにより、経済発展と社会的課題の解決を両立する、人間中心の社会（Society）



〔内閣府作成〕

## Society 5.0で実現する社会



[内閣府作成]

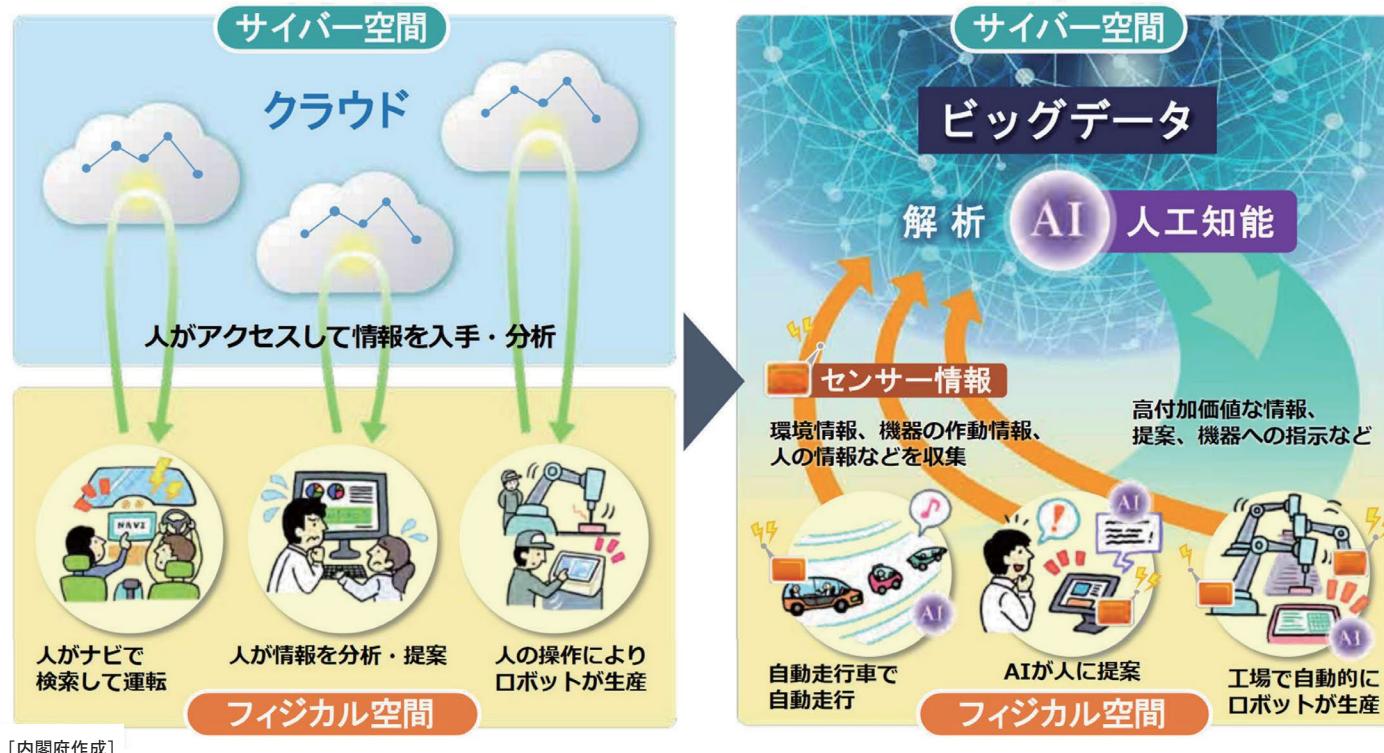
これから訪れる未来とは?

## サーバー空間とフィジカル空間の高度な融合

フィジタル（現実）空間からセンサーとIoTを通じてあらゆる情報が集積（ビッグデータ）  
人工知能（AI）がビッグデータを解析し、高付加価値を現実空間にフィードバック

これまでの情報社会（4.0）

Society 5.0



## 経済発展と社会的課題の解決を両立する「Society 5.0」へ

### 経済発展

- Ⅰ エネルギーの需要増加
- Ⅰ 食料の需要増加
- Ⅰ 寿命延伸、高齢化
- Ⅰ 國際的な競争の激化
- Ⅰ 富の集中や地域間の不平等

### 社会的課題の解決

- Ⅰ 温室効果ガス（GHG）排出削減
- Ⅰ 食料の増産やロスの削減
- Ⅰ 高齢化に伴う社会コストの抑制
- Ⅰ 持続可能な産業化の推進
- Ⅰ 富の再配分や地域間の格差是正

IoT、ロボット、事頭能（AI）、ビッグデータ等の先端技術を  
あらゆる産業や社会生活に取り入れ、格差なく、  
多様なニーズにきめ細かに対応した  
モノやサービスを提供

経済発展と社会的課題の解決を両立

これから訪れる未来とは?

## 経済発展と社会的課題の解決の両立

イノベーションで創立される新たな価値により、格差なくニーズに対応したモノやサービスを提供することで、経済発展と社会的課題を解決を両立



予防検診・ロボット介護



健康寿命延伸・社会コストの抑制



Society 5.0



エネルギーの多様化・地産地消



安定的確保、温室効果ガス排出削減



農作業の自動化・最適な配送



食料の増産・ロスの削減



最適なバリューチェーン・自動生産



持続可能な産業化の推進・人手不足解消

[内閣府作成]

# グループで考えてみよう!

グループワーク 1

Society5.0時代で  
新たにどのようなことが実現可能だろうか?



# グループで考えてみよう!

グループワーク 2

Society5.0時代を生き抜く

私たちに必要なチカラは何だろうか?



# Society 5.0時代で求められるチカラ

AI等の技術革新が進んでいく新たな時代においては、人間ならではの強み、すなわち、高い志をもちつつ、技術革新と価値創造の源となる飛躍的な知の発見・創造など新たな社会を牽引する能力が求められる。また、そのような能力の前提として、文章の意味を正確に理解する読解力、計算力や数学的思考力などの基盤的な学力の確実な習得も必要である。

## そのためには

- 1 膨大な情報から何が重要かを主体的に判断し、自ら問い合わせ立ててその解決を目指し、他者と協働しながら新たな価値を創造できる資質・能力の育成
- 2 ①を前提として、これから時代を生きていく上で基盤となる言語能力や情報活用能力、AI活用の前提となる数学的思考力をはじめとした資質・能力の育成につながる教育が必要不可欠である。

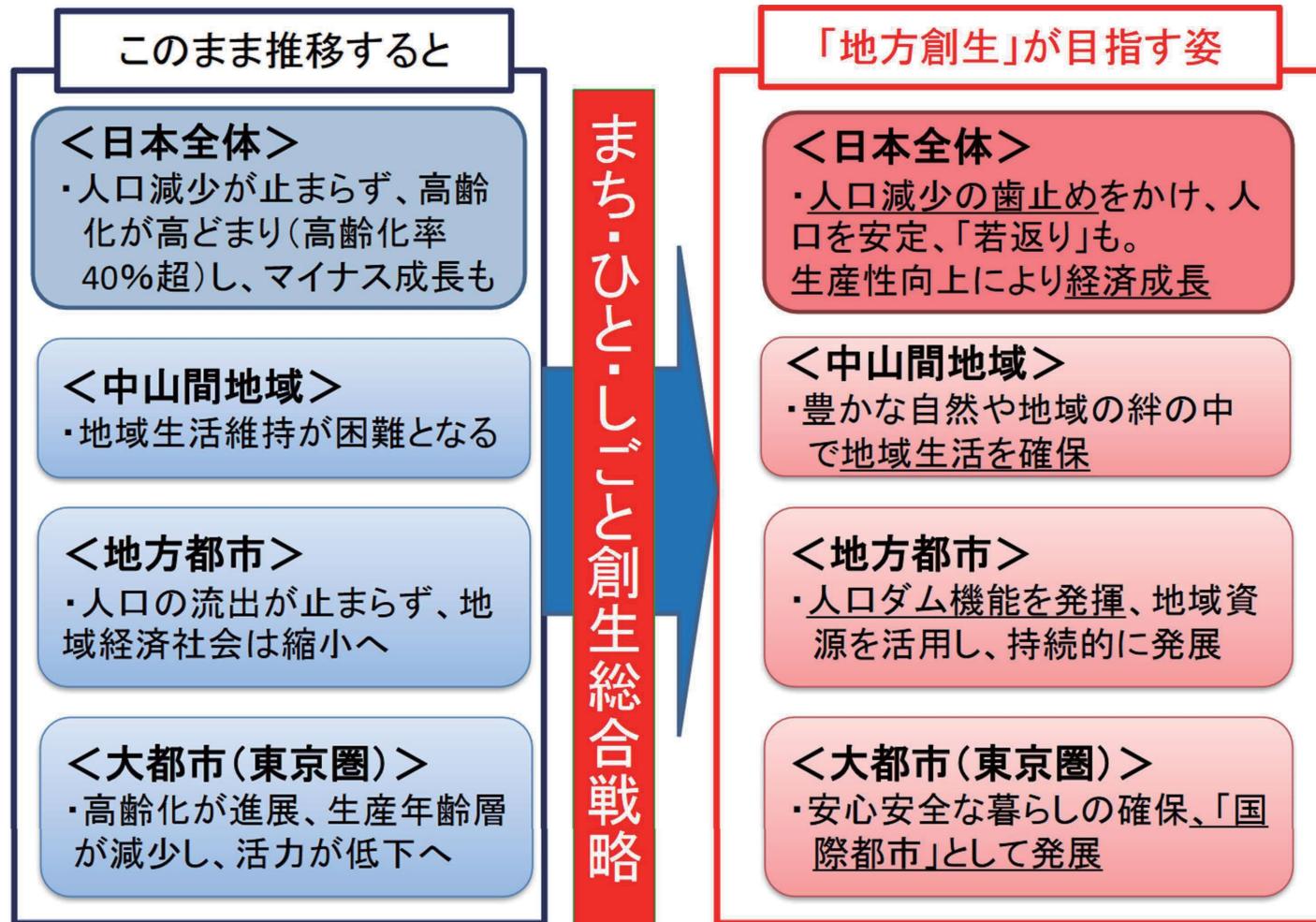
第1期 「まち・ひと・しごと創生総合戦略」を読み解く

資料 4

第1期 「まち・ひと・しごと創生総合戦略」  
の概要について

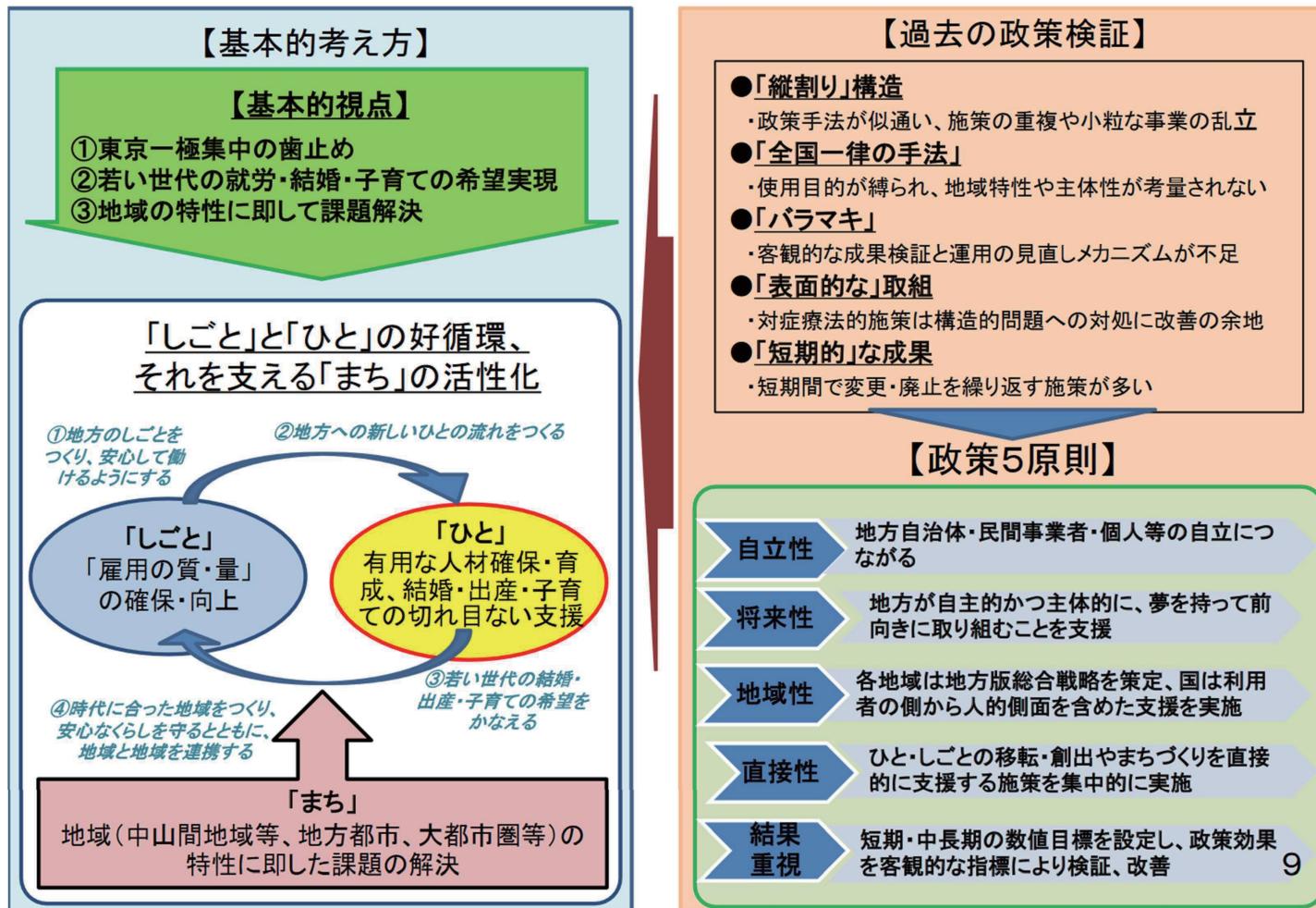
平成31年時点で  
内閣官房まち・ひと・しごと創生本部事務局となります。

## 「地方創生」の目指す方向



[出典：内閣官房まち・ひと・しごと創生本部事務局]

## 総合戦略の基本的な考え方



# まち・ひと・しごと創生「長期ビジョン」と「総合戦略（2018改訂版）」全体像



[出典：内閣官房まち・ひと・しごと創生本部事務局]

# まち・ひと・しごと創生「長期ビジョン」と「総合戦略（2018改訂版）」全体像

## ＜基本目標①＞地方にしごとをつくり、安心して働けるようにする

### ①生産性の高い、活力に溢れた地域経済実現に向けた総合的取組

- ・地域の技の国際化、地域の魅力のブランド化、地域のしごとの高度化
- ・創業支援・起業家教育、事業承継の円滑化、事業再生・経営改善支援、人材確保等
- ・ICT等の利活用による地域の活性化、地域経済牽引事業の促進、近未来技術の実装等

### ②観光業を強化する地域における連携体制の構築

- ・DMOを核とする観光地域づくり・ブランディングの推進、受入環境整備
- ・多様な地域資源（文化、スポーツ、産業遺産等）を活用したコンテンツづくり

### ③農林水産業の成長産業化

- ・需要フロンティアの拡大、バリューチェーンの構築、農業生産現場の強化、林業の成長産業化、漁業の持続的発展等

### ④地方への人材還流、地方での人材育成、地方の雇用対策

- ・女性・高齢者等の活躍による新規就業者の掘り起こし、「プロフェッショナル人材戦略拠点」の活用促進、地方における外国人材の受入れ等

## ＜基本目標②＞地方への新しいひとの流れをつくる

### ①政府関係機関の地方移転

- ・文化庁等の中央省庁等の地方移転の推進、サテライトオフィスの継続実施等

### ②企業の地方拠点強化等

- ・本社機能の移転や地方での拡充を行う事業者に対する支援措置の一層の推進等

### ③地方創生に資する大学改革

- ・日本全国や世界中から学生が集まるような「キラリと光る地方大学づくり」、東京23区における大学の定員抑制、地方と東京圏の大学生の対流促進等

### ④地域における魅力あるしごとづくりの推進等

- ・起業・創業の促進、東京に本社を持つ大企業等による地方での雇用機会の創出、地方創生インターナシップの推進、奨学金返還支援制度の全国展開等

### ⑤子供の農山漁村体験の充実

- ・取組の一層の推進に向けた財政支援の拡充、受入側の情報等を盛り込んだコーディネートシステムの構築、農山漁村体験の教育効果についての広報等

### ⑥地方移住の推進

- ・「生涯活躍のまち」の推進、「地域おこし協力隊」の拡充、地方生活の魅力の発信、UIJターンによる起業・就業者創出等

〔出典：内閣官房まち・ひと・しごと創生本部事務局〕

# まち・ひと・しごと創生「長期ビジョン」と「総合戦略（2018改訂版）」全体像

## ＜基本目標③＞若い世代の結婚・出産・子育ての希望をかなえる

### ①少子化対策における「地域アプローチ」の推進

- ・「地域働き方改革会議」における取組の支援、先駆的・優良な取組の横展開等

### ②若い世代の経済的安定

- ・新卒者等への就職支援、フリーター等の正社員化支援

### ③出産・子育て支援

- ・幼児教育の無償化、待機児童の解消

## ＜基本目標④＞時代に合った地域をつくり、安心なくらしを守るとともに、地域と地域を連携する

### ①まちづくり・地域連携

- ・連携中枢都市圏の形成、定住自立圏の形成の促進
- ・エリアマネジメント等によるまちづくりの推進
- ・都市のコンパクト化と周辺等の交通ネットワーク形成に当たっての政策間連携の推進
- ・中枢中核都市の機能強化

### ②「小さな拠点」の形成（集落生活圏の維持）

- ・地域住民による集落生活圏の将来像の合意形成及び取組の推進

### ③大都市近郊の公的賃貸住宅団地の再生・福祉拠点化

- ・公的賃貸住宅団地のストック活用や建替え時の福祉施設等の併設による団地やその周辺地域における高齢者の地域包括ケアの拠点の形成等の推進

### ④地方公共団体の持続可能な開発目標（SDGs）の達成に向けた取組の推進

- ・地方公共団体によるSDGs達成に向けた「SDGs未来都市」・「自治体SDGsモデル事業」の推進、「地方創生SDGs官民連携プラットフォーム」を通じた官民連携の促進等

【出典：内閣官房まち・ひと・しごと創生本部事務局】

## グループで考えてみよう！

### グループワーク 1

第1期 「まち・ひと・しごと創生総合戦略」

において特に重要だと考えた政策、

自分たちが実行していきたい

と考えた政策について、3つ挙げよう。

[出典はRESAS副教材作成委員会]



## 第1期 の成果を確認する

第1期 における地方創生の取組

## (1) 第1期の取組

- 人口減少・少子高齢化という課題に対し、政府一体となって取り組むため、「まち・ひと・しごと創生本部」を設立。(平成26年9月3日)
- 「まち・ひと・しごと創生長期ビジョン」と併せ、今後5か年の目標や施策を提示する「まち・ひと・しごと創生総合戦略」を閣議決定。(平成26年12月27日)
- 概ねすべての地方公共団体において「地方版総合戦略」を策定。
- 国としても、
  - ・地域経済分析システム(RESAS)などの情報支援
  - ・地方創生人材支援制度などの人材支援
  - ・地方創生推進交付金、まち・ひと・しごと創生事業費などの財政支援 等により、意欲と熱意のある地方公共団体を積極的に支援。

## (2) 地方創生に関連の深い状況変化

- 平成27年4月に子ども・子育て本部が設立。少子化について、少子化社会対策大綱(27年3月20日)に基づいて推進。
- 平成28年9月に働き方改革実現推進室が設立。働き方改革について、働き方改革実行計画(平成29年3月28日)に基づいて推進。
- アジア等において中間層が成長。
- Society5.0の実現に向けたAI・IoTなどの情報通信技術の利活用や北陸新幹線などの交通ネットワークの整備が進展。

[出典：内閣官房まち・ひと・しごと創生本部事務局 平成31年4月9日]

## 第1期 の成果を確認する

第1期 における地方創生の取組

## (3) 第1期の期間の成果と課題

## ①経済の好転（2018年ベース）

- ・農林水産物の輸出は2018年9000億円超、外国人観光客も3000万人の大台を達成
- ・中小・小規模事業者の倒産もこの四半世紀で最低
- ・全都道府県で、地方の法人関係税収も4～5割増加 等

## ②人口減少の進行

- ・生産年齢人口：2014年 7,785万人 → 2017年 7,596万人（▲189万人）  
※そのうち、地方：2014年 5,474万人 → 2017年 5,287万人（▲187万人）
- ・出生数、出生率：2014年 100.4万人、1.42 → 2018年 92.1万人、1.43  
※東京圏の割合は増加傾向（2010年：27.8%→2014年：28.5%→2017年：29.0%）
- ・就業者数：2014年 6,371万人 → 2018年 6,664万人（+293万人）

## ③東京一極集中の継続

転入者数 491,003人 転出者数 355,403人 転入超過数 135,600人（2018年）

〔出典：内閣官房まち・ひと・しごと創生本部事務局 平成31年4月9日〕

第2期 「まち・ひと・しごと創生総合戦略」を読み解く

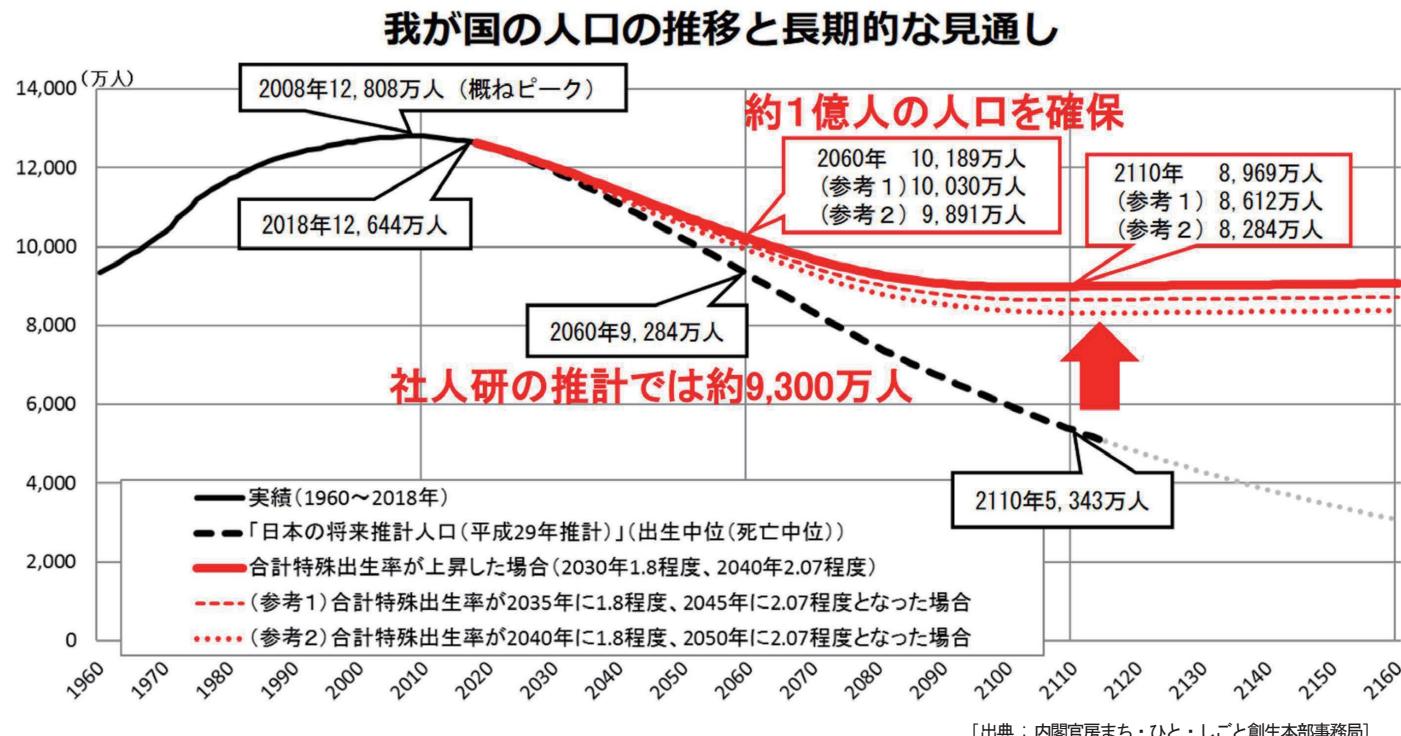
まち・ひと・しごと創生長期ビジョン  
(令和元年改訂版)及び

第2期 「まち・ひと・しごと創生総合戦略」

概要

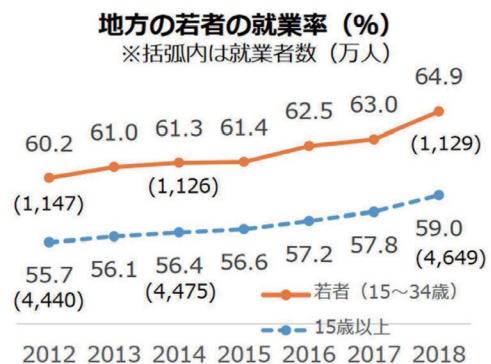
# まち・ひと・しごと創生長期ビジョン（令和元年改訂版）

- 社会研の推計<sup>(注1)</sup>によると、2060年の総人口は約9,300万人まで減少。仮に合計特殊出生率が上昇<sup>(注2)</sup>すると、2060年は約1億人の人口を確保。長期的にも約9,000万人で概ね安定的に推移すると推計。
- 仮に合計特殊出生率の工場が5年遅くなると、将来の定常人口が約300万人少なくなると推計。



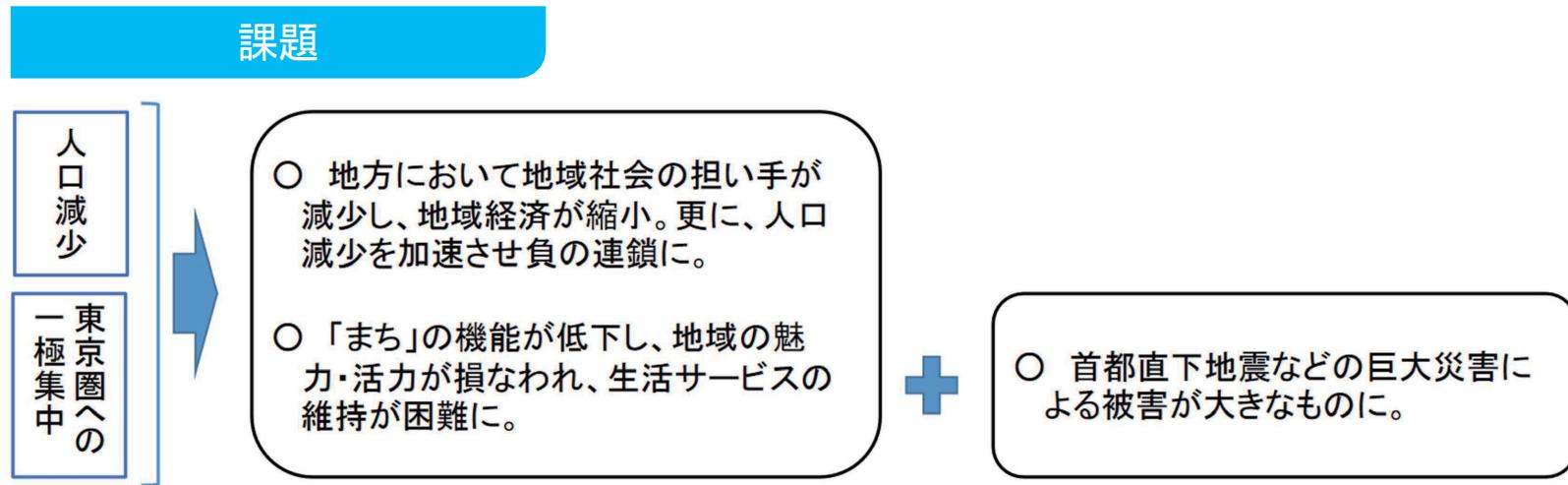
## 第2期「総合戦略」〈第1期の成果と課題〉

- 地方の若者の就業率、来日外国人旅行者数、農林水産物・食品の輸出額は一貫して増加傾向にあるなど、しごとの創生に関しては、一定の成果が見られる。
- 一方、東京圏への移入超過は、2020年の均衡目標に対し、2018年は13.6万人となっている。景気回復が続く中、バブル崩壊後のピークの15.5万人（2007年）より下回っているが、地方創生がスタートした2014年からは一貫して増加しており、更なる取組が必要。



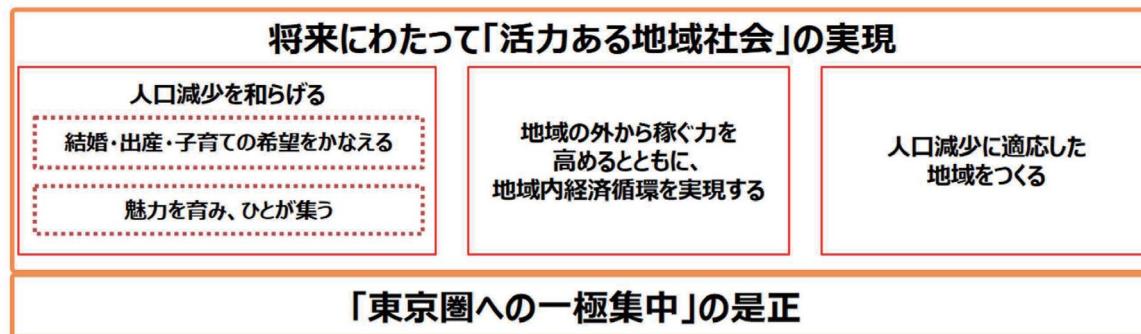
[出典：内閣官房まち・ひと・しごと創生本部事務局]

## 第2期「総合戦略」〈地方創生の目指すべき将来〉



### 地方創生の目指すべき将来

⇒ 『将来にわたって「活力ある地域社会」の現実』と、『「東京圏への一極集中」の是正』を共に目指す。



【出典：内閣官房まち・ひと・しごと創生本部事務局】

## 第2期「総合戦略」〈第2期の主な取組の方向性〉

### 【1】 東京一極集中の是正に向けた取組の強化

#### ①地方への移住・定着の促進

+

#### ②地方とのつながりを強化

- ・関係人口の創出・拡大
- ・企業版ふるさと納税の拡充



地方移住の裾野を拡大

### 【2】 まち・ひと・しごと創生の横断的な目標に基づく施策の推進

#### ①多様な人材の活躍を推進する

- ・多様なひとびとの活躍による地方創生の推進 等

#### ②新しい時代の流れを力にする

- ・地域におけるSociety 5.0の推進 等

[出典：内閣官房まち・ひと・しごと創生本部事務局]

# 第2期「総合戦略」〈第2期「総合戦略」の政策体系〉



[出典：内閣官房まち・ひと・しごと創生本部事務局]

## グループで考えてみよう!

### グループワーク 2

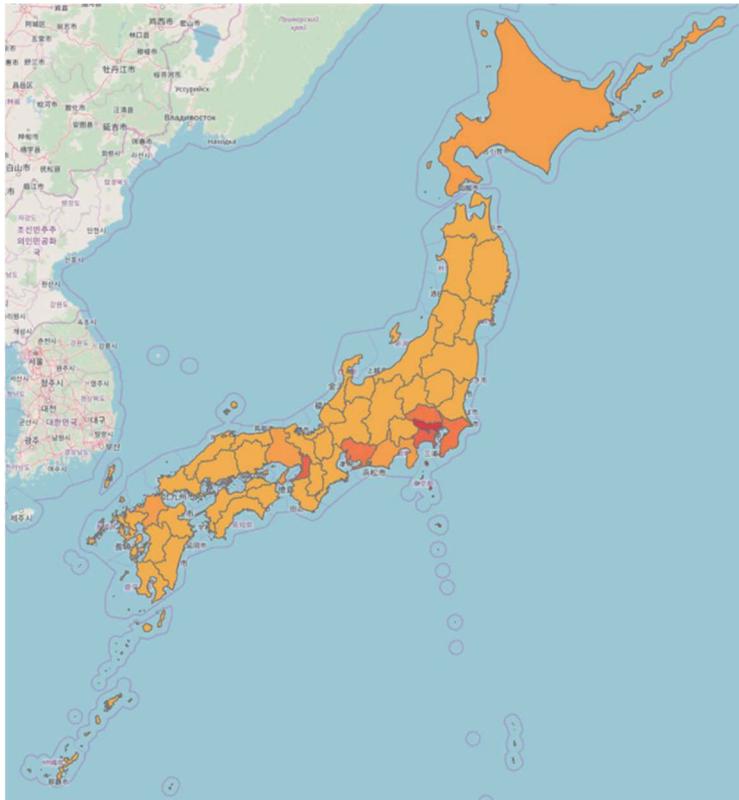
第1期 の成果についてまとめ、

第2期 「まち・ひと・しごと創生総合戦略」から  
特に重要だと考えた政策、自分たちが実行して  
いきたいと考えた政策について、3つ挙げよう。



# 【5】企画にまとめよう

## 探究テーマの設定(地域の設定)



1 | 課題解決する地域を決める

2 | 選択した地域(自治体)の  
ホームページから地域の  
情報を収集する

3 | 選択した地域にある企業を  
ピックアップする

4 | ピックアップした企業を  
産業別に分類する

# 【6】課題解決の発見

## 地域の課題点を発見する

### 【1】 基幹産業とは何か?RESASで選定地域の基幹産業を確認しよう!

(RESAS>データ分析支援>分析対象自治体を選択>第二次産業・第三次産業>で確認することができます。また、他のマップも確認してみよう。)



### 【2】 地域の政策やイベントなどは基幹産業を活かしているか?

選定地域自治体のHPを中心に取り組みについてインターネットで確認してみよう!

# 【6】課題解決の発見

## 地域の課題点を発見する

【3】 新聞やインターネットで、地域の課題点を抽出してみよう!

発展

地域をフィールドワークで調べてみよう。

(企業見学、役所訪問、住民へのインタビューなど)

【4】 基幹産業を活かして新たに以下の観点で選択した地域の課題が解決できないか?自由にアイデアを出しあってみよう!

A 製品

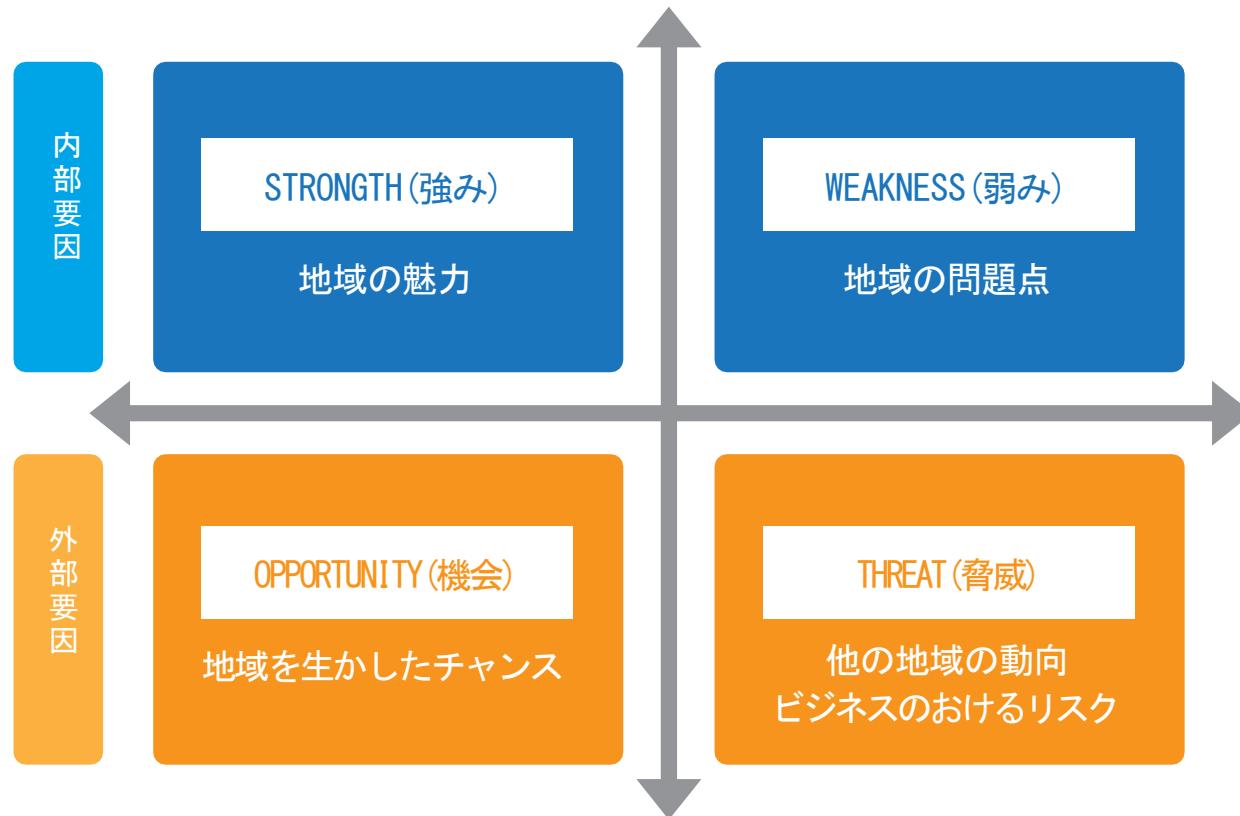
B サービス

# 7

## 地域を分析する

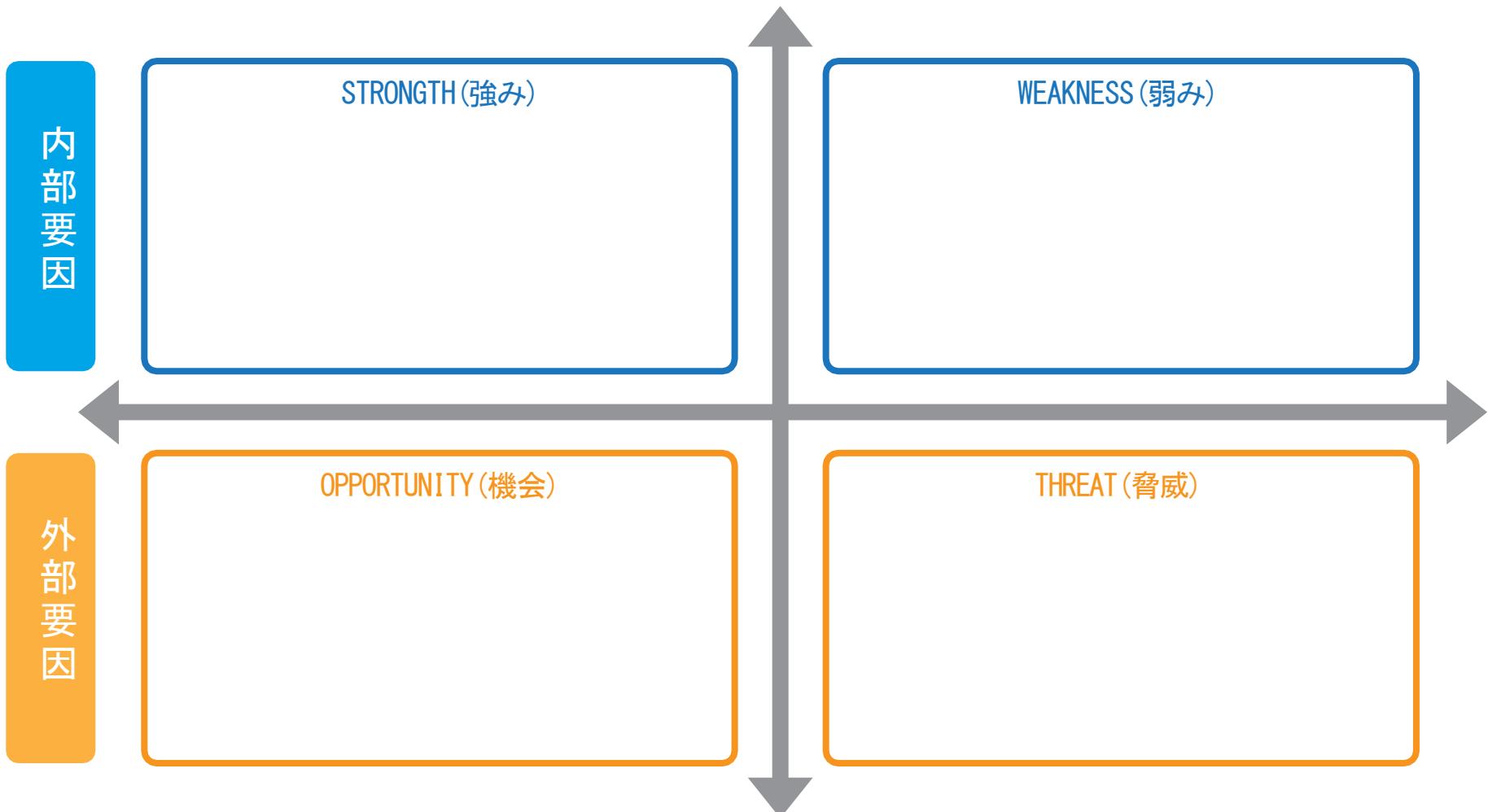
### これまで集めた情報を整理する(SWOT分析)

SWOT分析とは、Strengths (強み)・Weaknesses (弱み)・Opportunity (機会)・Threat (脅威)の4つのセクションから、内部環境や外部環境について分析を行い、方向性や改善策を洗い出し、戦略へつなげる手法です。





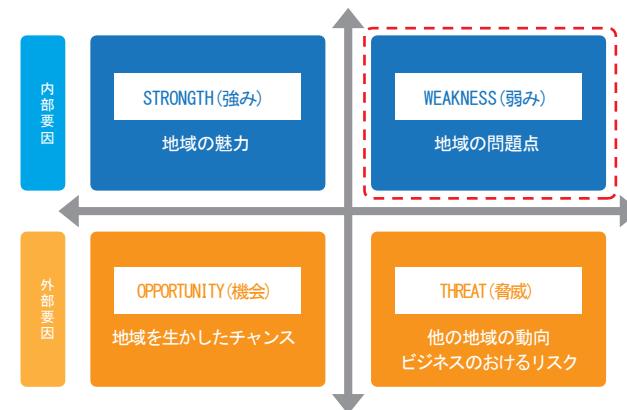
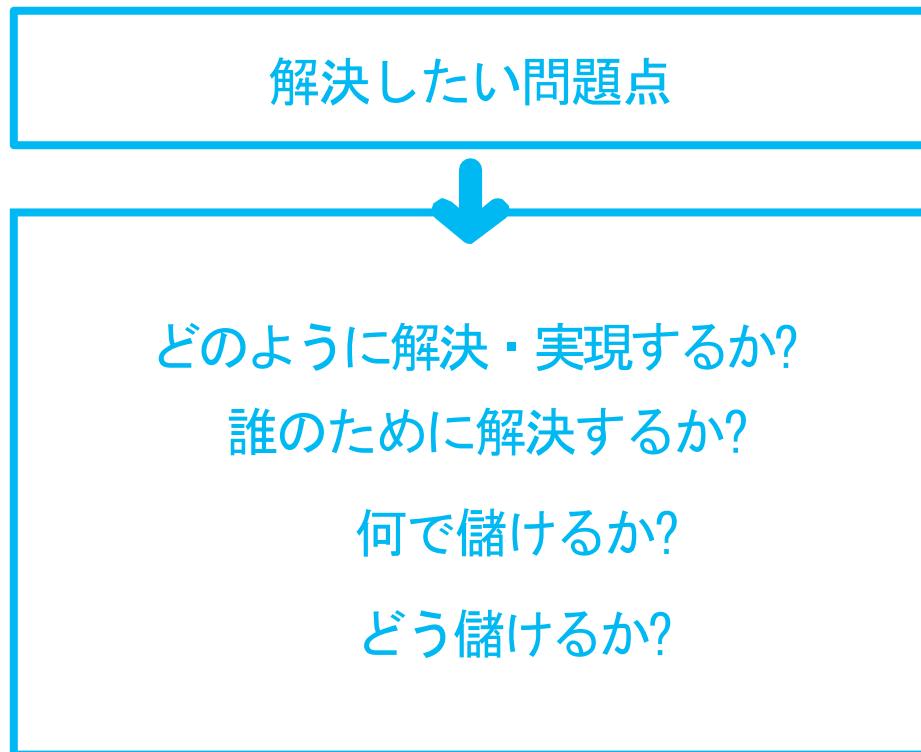
## のSWOT分析



選定地域や選定企業・団体の課題解決案の立案

これまで収集した情報を基に、  
実現可能な地域の特性を活かした  
“地域を元気”にさせるための  
ビジネスプランを構築せよ。

## 地域の課題点を発見する



## どのように解決するか?(9セルフレームワーク)

	Who(誰が)	What(何を)	How(どんな)
顧客価値	顧客は誰か?	何を提供するか?	どう実現するか?
利益	誰から儲けるか?	何で儲けるか?	どう儲けるか?
プロセス	誰と組むか?	役割分担は何か?	どの流れか?

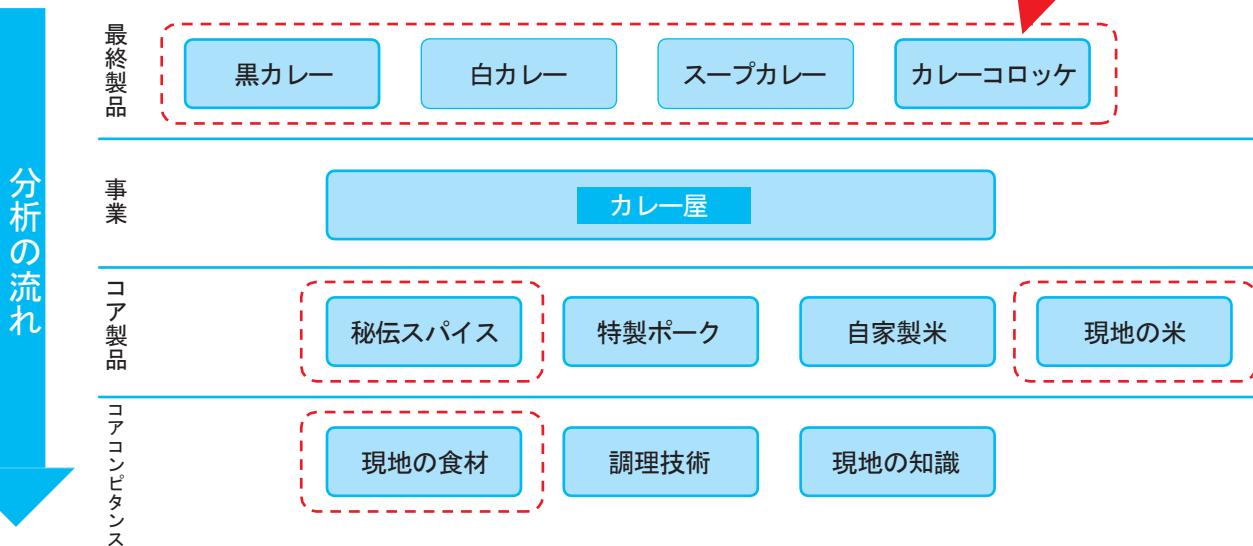
## アイデアの創出とビジネスモデルの構築(何を提供するか?)

コア・コンピタンス分析 を活用して事業の強みを見つけよう!

- 1 最終製品を挙げる。
- 2 事業を決める。
- 3 コア製品の候補を絞り込む。←事業や最終製品の強み
- 4 コンピタンス(他がまねできない特徴)の候補を考える。
- 5 コアコンピタンスを特定する。

	Who(誰が)	What(何を)	How(どんな)
顧客価値	顧客は誰か?	何を提供するか?	どう実現するか?
利益	誰から儲けるか?	何で儲けるか?	どう儲けるか?
プロセス	誰と組むか?	役割分担は何か?	どの流れか?

(例)

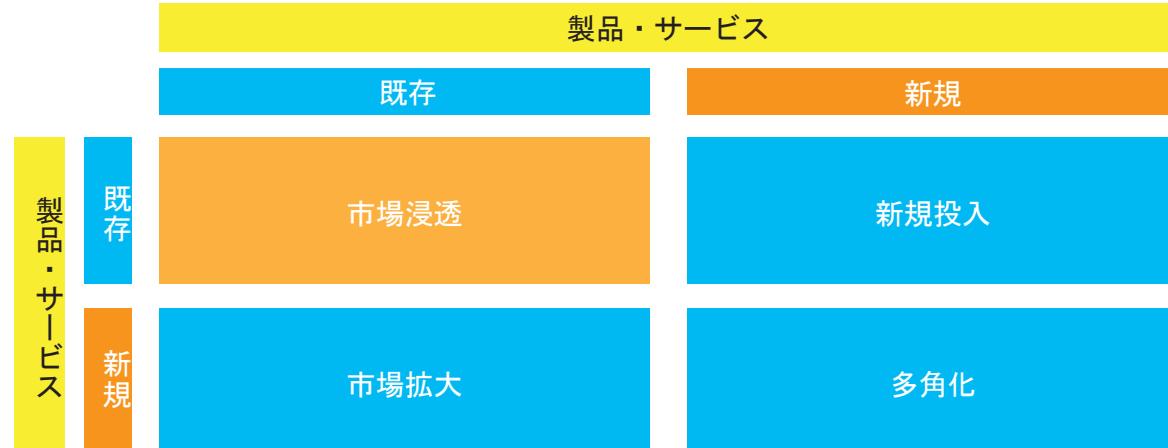


# 8 課題解決案の立案

## アイデアのブラッシュアップとビジネスモデルの構築 (どう実現・継続するか?)

アンゾフの成長マトリクス を活用して企業が成長していくための方法を整理する

- (例)
- 1 市場浸透 同じ市場に継続投入を。ラーメン街でこの味噌ラーメンが一番うまい!を目指す!
  - 2 新製品開発 同じ市場に新しいものを。ラーメン街で絶対に食べられない激辛ラーメンを開発!
  - 3 新市場開拓 新市場に既存商品を。宇宙ステーションでラーメン販売。
  - 4 多角化 新市場に新商品を。宇宙ステーションで豚丼販売。



# 8

## 課題解決案の立案

企画書(新商品発表プレゼンのスライド)の作成

企画書にはどんな項目が必要だろうか?

コア・コンピタンス分析やアンゾフの成長マトリクスを  
スライドに入れて説得力を高めたプレゼンにしよう。

また、「実現可能な地域の特性を活かした“地域を元気”に

させるためのビジネスプランになっているか」

を必ず確認しよう!

## 企画書(新商品発表プレゼンのスライド)の作成

プレゼンテーションソフトを使ってスライドを作成する

スライドの  
展開

- 1 | 地域の特色、地域の基幹産業について説明
- 2 | 地域の問題点 (RESASなどのデータで根拠を示す)
- 3 | 解決すべき問題点の提示 (「まち・ひと・しごと創生総合戦略」との整合性について示す)
- 4 | 解決する新たな商品・サービスの発表
- 5 | 商品・サービスの概要説明
- 6 | 商品・サービスの必要性 (コア・コンピタンス分析やアンソフの成長マトリクスを入れる)
- 7 | 商品・サービスがもたらす地域の特性との整合性と貢献度について説明
- 8 | 商品・サービスのアピール

# （9）

## 新ビジネス発表会

### 考えた新ビジネスを発表する

発表会の流れ

1 新商品・新サービスの発表



2 質疑応答

企業の新商品発表会を参考にして、(動画共有サイトなどを活用し探してみよう)  
新商品・サービスが消費者に受け入れられ、購入・採用する行動を起こすことができる  
プレゼンになるよう工夫する。

# 【10】授業の振り返り

## これまでの授業を振り返る

1 | 新商品発表プレゼンのスライドを企画書にまとめよう。

2 | 企画(新商品・サービスの提案)を作成した感想をまとめよう。

3 | これまでの活動を振り返り、自己分析をしてみよう。