



2024年度  
大学コンソーシアム熊本

# 地域課題解決のための 政策アイデアコンテスト

「政策とはなにか」  
「課題への取組み方、進め方」

大学コンソーシアム地域創造部会長  
尚絅大学現代文化学部長 柳田紀代子



# これから、政策アイデアコンテストに取り組む皆さんへ

今回、多くの学生個人、ゼミ・研究室・サークルなどのグループにエントリーいただきました。ありがとうございます。今後、取り組むにあたっての注意点を説明します。

- ・政策アイデアコンテストの目的
- ・政策とは何か
- ・政策アイデアへの流れの把握
- ・政策アイデアコンテストへの取り組み方の理解
- ・ディスカッション、レジュメ、パワーポイント作成、プレゼンテーションのポイントなど

# 今年度の地域課題

- ①【熊本県】 熊本県内への移住定住に関する取組について
- ②【熊本市】 熊本市における人口減少対策に資する取組について
- ③【自由設定】 自ら地域課題を設定して取り組む

自由設定は今年度初めて設定してます。熊本県、熊本市の課題を含めて共通の項目を説明しますが、熊本県、熊本市の課題については、別途説明があります。

# 1 人口構成の変化

- 人口の減少と少子化・超高齢化の加速度的な進行



## 地域

# 2 社会構造の変化

- 核家族世帯や単身世帯の増加
- 地域コミュニティの希薄化



# 3 行政課題の変化

- 厳しい財政状況
- 地域の課題に応じた行政サービスの必要性



## 政策アイデアコンテストの目的

- ・地域のシンクタンクの取組みのひとつとして令和3年度より実施し、地域の課題解決に取り組むことで、**学生の課題把握、政策立案能力の修得・向上**を図る。
- ・発表会を開催し、優れたアイデアを表彰し、発表会には行政、産業界からも審査員として参画することで、**産学官の問題意識の共有と、三者の連携を促進**する。

# 政策とは何か

政策という言葉は多義的である

例1)「〇〇政策」「政策・施策・事業」

例2)「政策税制」「政策法務」

例3)「政策推進課」



参考資料:自治体における政策づくりの 意義と方法 平成29年度市町村セミナー(第129回) 7月14日(金) 菅原優

# 政策とは何か

## 定義を見てみよう

（行政評価法第2条2項）

行政機関が、その任務又は所掌事務の範囲内において、一定の行政目的を実現するために企画及び立案する行政上の一連の行為についての方針、方策その他これらに類するものをいう。

「目的性」「企画（立案）性」の2つが挙げられている  
この2つをもとに考えることが重要である



# 今回のコンテストで求める政策は



今回はこの自治体の政策を考えてください!



# 政策アイデアへの流れ



## 政策**目的**の設定

- ① 問題の発見
- ② 問題の検討
- ③ 課題の選定
- ④ 目標の設定



## 政策手段の**立案**

- ① 手段の探索
- ② 手段の発想
- ③ 手段の選定



政策アイデア

# 政策目的の設定

## 政策**目的**の設定

① 問題の発見

② 問題の検討

③ 課題の選定

④ 目標の設定

皆さん達はすでにコンテストにエントリーをされているので、ある程度問題認識はあると思います。

### ①現状の把握

データを集めて分析します

### ②問題の発見

あるべき姿と現状のギャップ

### ③課題の選定

問題を解決するために行なうべきこと

# 課題の選定

今回、皆さんが考えていただくのは、**自治体の政策**です。その前提に立って、自由課題の場合は、どのように課題の選定をすればいいのか？を説明します。



## 【公共性の基準】

- ① 社会性のある問題であること（個人・家族の問題＝私的问题ではないこと）
- ② 民間団体では解決できない問題であること（民間企業やNPO団体の活動によっては解決が期待できない問題であること）
- ③ 自治体が解決すべき問題であること（例えば、生活環境整備（社会保健・社会保障・社会資本）に関する問題であること）

# 現状分析

分析の手法はたくさんありますが、ここではよく使われるSWOT分析を説明します。

|      |                     |                  |
|------|---------------------|------------------|
| 内部環境 | 強み<br>(Strength)    | 弱み<br>(Weakness) |
| 外部環境 | 機会<br>(Opportunity) | 脅威<br>(Threat)   |

## 四街道市のSWOT分析

### Strength(強み)

- 総人口の増加トレンドは持続
- 74.2%「住み続けたい」

### Weakness(弱み)

- 県内、若年層にも知られていない
- ニュースの発信が少ない

### Occasion(機会)

- 千葉県全体では転入超過が継続
- ターゲットの30代人口はボリュームゾーン(団塊ジュニア後期)

### Threat(脅威)

- 少子高齢化、人口減少
- 東京への人口一極集中
- 船橋、印西、流山等の人気上昇



「住めば都」だが、市名も特徴も知られていない



| <div> <div>外部環境</div> <div>社内環境</div> </div> |                                                                                                                                     | 強み                                                                                                                                                                                                                                | 弱み                                                                                                                                                                          |
|----------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 機会                                           | <ul style="list-style-type: none"> <li>通信販売の普及</li> <li>機械からコンピューターへ</li> <li>輸送の多頻度化</li> <li>EC市場の拡大</li> <li>中古車輸出の増加</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>代表者の営業力</li> <li>地域での認知度</li> <li>大手運送業者とのコネクション</li> <li>中古車仕入のコネクション</li> <li>運送トラック整備に関する技術とスピード</li> <li>手許のキャッシュが潤沢</li> </ul>                                                        | <ul style="list-style-type: none"> <li>後継者の不在</li> <li>会社が代表者に依存</li> <li>従業員の高齢化</li> <li>地域依存(関東に依存)</li> <li>IT/データ活用に弱い</li> <li>社内に緊張感がなく仕事が流れ作業になっている</li> </ul>      |
|                                              | 脅威                                                                                                                                  | <p>【強み×機会】<br/>強みで機会を活かすためにどう行動すべきか？</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>地域の整備ニーズをより取り込む</li> <li>販売した中古車の整備を取り逃さない</li> <li>大手運送業者へ稼働余力をアピールする</li> <li>地域の宅配業者(小規模物流)へ営業する</li> <li>輸出中古車の整備を開始する</li> </ul>             | <p>【弱み×機会】<br/>機会を逃すことのないように弱みをどう改善する？</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>輸送の多頻度化を睨みエリアを拡大する</li> <li>輸出車メンテナンスを請け負う方法を検討する</li> <li>顧客データが見える化し追客確度を高める</li> </ul> |
|                                              |                                                                                                                                     | <p>【強み×脅威】<br/>脅威を除去するためにどう強みを活かすのか？</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>大手運送業者からの受注を死守する<br/>⇒同時に他の運送業者にも営業をかける</li> <li>販売ではなく整備で収益を確保する</li> <li>EVに強い、など技術力をアピールする</li> <li>何か新しい事業を検討する<br/>⇒運送業、自動車リース業など</li> </ul> | <p>【弱み×脅威】<br/>最悪の状況を乗り切るために弱みをどう改善する？</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>フットワークを軽くし、若年層を採用する</li> <li>リース会社などからリース車メンテを請け負う</li> <li>本店以外の地域に出店し商圏を拡大する</li> </ul> |

# 政策アイデア（解決策）の考え方

- 機会×強み 強みと機会を活かし、大きな成長を目指す
- 脅威×強み 強みを活かし、脅威を乗り越えるような提案をする
- 機会×弱み 弱みを改善し、機会を活かすための対策を行う
- 脅威×弱み 弱みの対策を行い、脅威の影響を減らす



# 政策手段の立案

## 政策手段の立案

① 手段の探索

② 手段の発想

③ 手段の選定

## 政策手段の探索

① 複数の手段がありうる（政策課題を解決するための方法は1つではない）

⇒ 手段整理プロセスがある

② そのなかで選ばれたものが政策手段となる⇒ 手段選定プロセスがある

# 政策手段の立案

## 政策手段の立案

① 手段の探索

② 手段の発想

③ 手段の選定

## 政策手段の探索

① 複数の手段がありうる（政策課題を解決するための方法は1つではない）

⇒ 手段整理プロセスがある

② そのなかで選ばれたものが政策手段となる⇒ 手段選定プロセスがある

※ここで、行政が行なっている  
政策や成果も確認しておきましょう。



# プロセスとして大事なものは



## (1) 情報収集

- ・国や県、市町村のページを検索する
- ・気になるワードで検索する（新聞、雑誌、論文、インターネットなど）

⇒ 多様なメディアを駆使して、情報を収集する

## (2) 現地視察

①人口規模、市街化状況、課題の特性などの基準から視察する自治体を選定する

②実際に現地視察に行き、担当者や関係者から話を聞く  
(実施理由、苦劳していること)

③聞いてきたことをもとに、本当にその政策が妥当か判断する

⇒ 自分で認識した課題に合った政策を案とする

# 情報の収集や現地視察

- ・まずは、自治体のホームページや熊本県のホームページで自分達のフィールドやテーマに沿ったデータを収集します
- ・新聞・雑誌・文献等の情報を検索します（データベースは各大学や図書館等にあると思います）
- ・フィールドワークを行ない、自分達の実情を把握します
- ・既存のインタビュー調査やアンケート調査結果を使うのもいいですし、もしくは自分達でインタビュー調査を行なってもいいでしょう
- ・地方自治体のデータをまとめたものを上手に使いましょう

地方経済情報システム RESAS

政府統計データ e・Stat

# 手段の選定

自分たちの政策案ができたなら、検証作業を行ないましょう。  
一つの事例として、3E基準と呼ばれる基準を紹介します。

## ① 有効性の基準 (Effectiveness)

政策課題の解決 (= 政策目標の達成) に効果があるのか、どの程度の効果があるのか

## ② 経済性の基準 (Economy)

それ以上費用が少なくてすむ手段はないのか、最小の費用で実施できる手段か

## ③ 効率性の基準 (Efficiency)

費用対効果がもっとも優れている (効率的な) 手段か

# 政策アイデアの事例

**政策課題：中心市街地の空洞化**

**政策目標：来街者数を20%増加させる**

**政策手段：**

- ・商店街の支援

  - アーケード設置、モール化 ⇒ 補助・助成

  - 頑張る商店街表彰 ⇒ 認定・表彰

  - 頑張る個店応援（専門家派遣） ⇒ 事業

- ・道路整備・街路灯整備 ⇒ 事業

- ・都市計画による用途規制 ⇒ 規制郊外を市街化調整区域とする（開発抑制）



# ディスカッションのポイント(グループの場合)

- 他の人の発言を否定しない。自分の意見と違っても、相手の意見を尊重して聞きましょう。根拠を明確にして自分の考えも伝えましょう。
- 相手の発言を遮らない。相手が話しているときに割り込んだり、同調の意味で口を挟んだりしないようにしましょう。相手の話を最後まで聞いてからコメントしましょう。
- 自分本位に進めない。リーダーシップを発揮することは大切ですが、自分だけで議論を進行したり、自分の意見を通したりしないようにしましょう。メンバー全員の意見を聞き入れて協力しましょう。
- 意見は簡潔にまとめる。積極的に発言することは良いことですが、長時間一人で話してしまうと、他の人の発言の機会を奪ってしまいます。意見は要点を絞って短く伝えましょう。
- 言葉遣いに気をつける。話が盛り上がっても、ぞんざいな言葉遣いやタメ口は避けましょう。敬語や丁寧語を使って正しい言葉遣いで話しましょう。

# よいレジューメ作成のポイント



## 共感を得られる内容を意識する

- ①問題・課題を明確にする
- ②根拠あるデータや具体的な事例を示す
- ③客観的で説得力のある分析内容を盛り込む  
例えば、分析ツールを使うなど
- ④成果やメリットを示す  
提案を実践したときの成功イメージを描くなど

# パワーポイント作成のポイント

審査項目を意識して作成しましょう

①共感性（住民のニーズ）

②実現かつ持続可能性

③独創性

④プレゼンテーション力（構成力／表現力）



# プレゼンテーションのポイント



- スライドはシンプルに。スライドは文字や図などが多すぎると見づらくなります。必要な情報だけを入れて、余白や色使いなどで見やすく工夫しましょう。
- 声は大きくハキハキと。声が小さかったり、早口だったりすると聞き取りづらくなります。声は大きくハキハキと話して、聞き手に伝わるように心がけましょう。
- 目線や身振り手振りも大切。目線は聞き手に向けて、身振り手振りは適度に使って、表情豊かに話しましょう。目線や身振り手振りは話す内容を補強する効果があります。
- 質疑応答では丁寧に対応する。質疑応答では、質問者の名前や質問内容を確認してから答えましょう。わからないことがあれば正直に言って、後で調べて連絡するなどの対応を示しましょう。

ご静聴ありがとうございました



コンテストに向けて、個人あるいはグループで真剣に取り組まれることを期待しています。