



移住を前提としない

自治体の未来

—シリーズ：「移動」に対応せよ②—





# 目次

はじめに	3
第1章 3つの観点からみる個人のバリューシフト	4
(1) 地域への関心の高まり	
(2) 選択の自由や柔軟性を重視する消費志向	
(3) 自己実現的・自律的なキャリア観	
第2章 理想の生活様式を実現するための「移動」ニーズ	6
理想の生活様式を実現するための「移動」ニーズの高まり	
個人の「移動」を前提とした企業経営の推進	
第3章 「移動」を前提とした循環型の新しい地域モデルへ	7
人の「移動」を前提とした考え方への転換	
「循環型」の地域モデルへの転換	
第4章 自治体に期待されるフロー型の思考とアクション	10
ストックからフローの思考へ	
①特徴的で可変的な地域づくり	
②価値提供先の拡大	
③広域のステークホルダーの継続的な巻き込み	
第5章 「移動」が実現する社会の将来像	14





## はじめに

コロナ禍で生活様式やワークスタイルの変化・多様化が進み、人々の大切にしたい価値観やありたい姿が見つめ直されています。

地方移住したい、期間に縛られずに家を自由に住み替えたい、副業・兼業など組織を超えてキャリアを設計したいなど、自由な「移動」を求めるニーズが高まっています。今後求められるのは、人が移動し、それに伴って、物や住居などの有形のリソースと、スキルや経験・体験などの無形のリソースが柔軟に移動できる社会です。

このような変化を踏まえて「移動」ニーズに対応できる自治体は、日本で人口減少が進む中でも、将来にわたって豊かな地域を維持・実現することができるでしょう。

本レポートでは、人々の定住を前提とせず、各地域がそれぞれ異なる役割や特徴を持ち、地域間を人が移動する「循環型」の地域モデルを自治体が目指すことを提案します。

そして、自治体の思考やアクションが「フロー型」に変わること、地域社会としてひらける可能性について説明します。

具体的には、①特徴的で可変的な地域づくり、②価値提供先の拡大、③広域のステークホルダーの継続的な巻き込み、の3つを提案します。

なぜ自治体は今「移動」に積極的に関わっていくべきなのか、第1章から順を追って解説していきます。

※第1章は、企業に視点を置いて同様のテーマを取り上げたレポート「企業は「移動」に対応せよ—個人のバリューシフトに寄り添う企業経営—」の第1章を引用しています。ここでは自治体と企業にとって共通の出発点である、個人の価値観の変化について解説しています。第5章では、同レポートの終章で掲げている、社会のあるべき将来像について解説しています。ぜひ併せてお読みください。

# 第1章

## 3つの観点からみる個人のバリューシフト

コロナ禍を機に、デジタル化が進みリモートワークの広がりや都心に住む必要がなくなった他、これまでの通勤や会食時間を副業・兼業などに充てる人も増えるなど、生き方や働き方の多様化が進んでいます。

そのような中で、**理想の生活様式や価値観の変化、すなわち「バリューシフト」が進んでいる**と私たちは考えます。この章では、3つの例を挙げ、それぞれの観点からバリューシフトが進んでいる現状について説明します。

### (1) 地域への関心の高まり

地域との関わりを求める動きが拡大しています。コロナ禍を機に地元や全く縁のない地域に移住を決めた人、地域を転々とし多拠点生活をする人、休日に地域に足を運び自身のスキルを活かして地域活動に参加する人。このように、移住する「定住人口」や、観光に行く「交流人口」、地域と多様な形で関わる「関係人口」など、さまざまな形で地域に関心を持つ人が増えています。

こうした人々の増加はこれまでもみられましたが、コロナ禍でリモートワークが当たり前になったこともあり、地方への関心がさらに高まっています。2022年7月の内閣府の調査<sup>1</sup>では、東京圏在住者で地方移住への関心を示した人の割合は約34%で、コロナ禍前の2019年12月の約25%から増加しています。また、国土交通省の調査では、全国18歳以上の人口のうち、約2割弱（推計1,827万人）が特定の地域を訪問している関係人口であるとされています<sup>2</sup>。

### (2) 選択の自由や柔軟性を重視する消費志向

近年、ECやシェアリングエコノミーの普及により、あらゆる物やサービスを気軽に売買・共有できる日常が当たり前となりつつあります。それに伴い、自身の好みや気分に応じて消費をカスタマイズしたり、選択をスイッチしたりするコストは低下しています。

また、不動産や自動車などにおいてはサブスクリプションサービスの利用が増加するなど、「所有」から「利用」へのシフトもみられます。こうした変化の背景として、消費者が物を所有することよりも、選択の自由や柔軟性をより重視するようになっている点が挙げられます。また、将来への不確実性がますます高まる中で、柔軟に切り替えができる余地を残したいといった価値観も広まっていると考えられます。

### (3) 自己実現的・自律的なキャリア観

働き方の改革・多様化が進んでおり、「一律なルール・場所・時間で」「1つの仕事を1つの会社で」といった、これまでのようなワークスタイルは見直されています。

総務省の労働力調査<sup>3</sup>によると、2021年平均の正規雇用の転職等希望者数は466万人で、2014年比で1.5倍以上となっており、2020年に入って増加ペースが加速しています。

転職に加えて、フリーランスや副業・兼業などのキャリア上の選択肢の多様化も進んでいます。自発的にキャリアやワークスタイルの設計を行い、真に叶えたい仕事やワークライフバランスなどを実現したいという価値観が広がっていると考えられます。

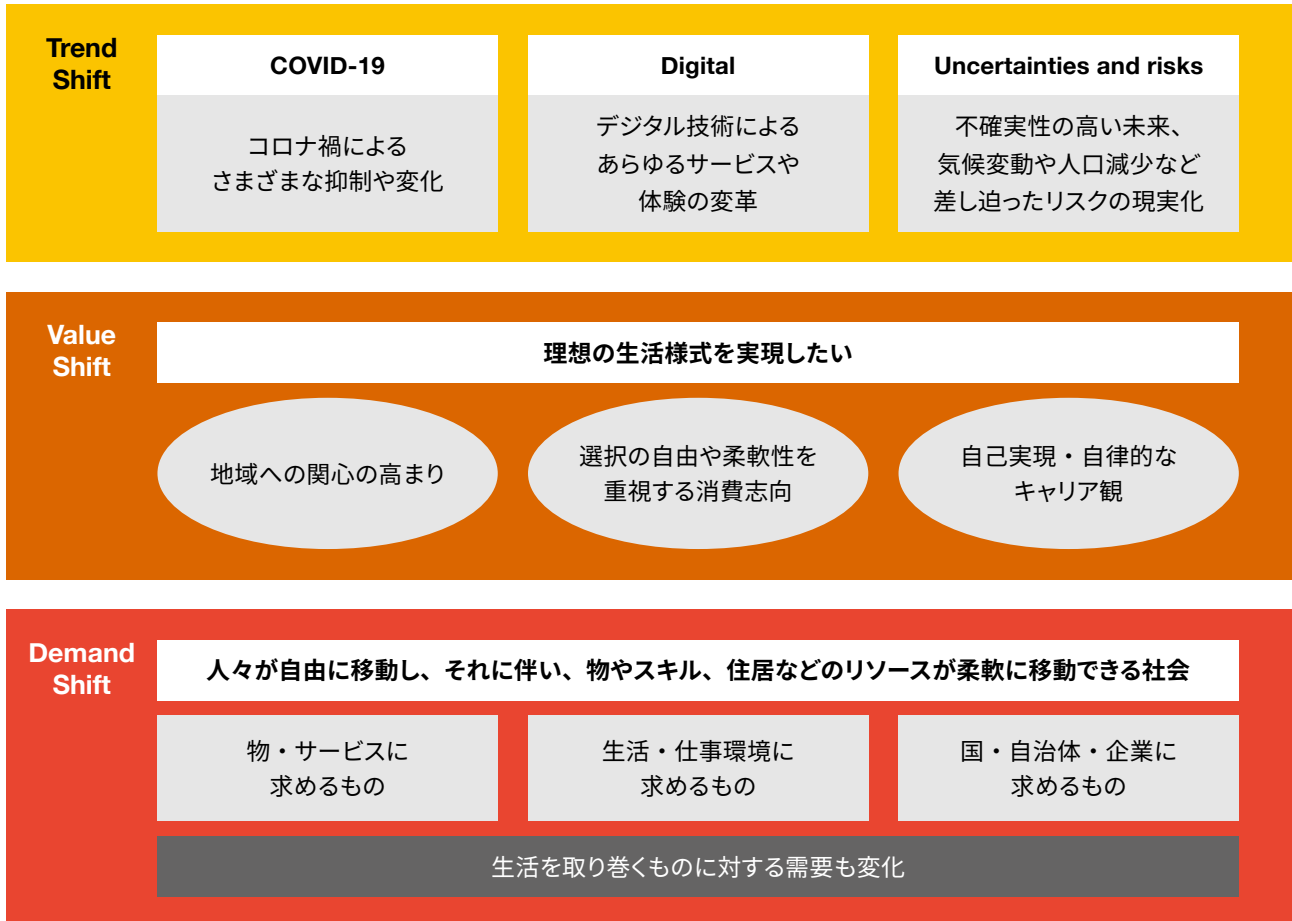


1：内閣府、2022.「第5回 新型コロナウイルス感染症の影響下における生活意識・行動の変化に関する調査」（設問「地方移住への関心（東京圏：東京都、埼玉県、千葉県、神奈川県在住者）」において、「強い関心がある」「関心がある」「やや関心がある」と答えた人の割合の合計）

2：国土交通省、2020.「地域との関わりについてのアンケート」（関係人口（訪問系）の比率・人数）

3：総務省、2022.「労働力調査（詳細集計）2021年（令和3年）」

図表1 個人のバリューシフト



出所：PwCコンサルティング合同会社作成



## 第2章

# 理想の生活様式を実現するための 「移動」ニーズ

この章では、第1章で説明したバリューシフトが進む中、理想の生活様式の実現を実現するために人や物、スキルなどの「移動」が求められている点について明らかにします（以降は、このさまざまなリソースを対象とする広義の移動を「移動」と記します）。そして、民間企業でこうした「移動」のニーズを受け入れ、それを支援することで企業自身の成長につなげようとする取り組みについて説明します。

### 理想の生活様式を実現するための 「移動」ニーズの高まり

これまでみてきたように、人々の理想の生活様式や価値観は変化しています。第1章でみた3つの変化には、共通点があります。それは「移動」です。地域に移住したい・関わりたい、消費する物を柔軟に切り替えたい、場所や組織を超えてキャリアを設計したいなど、理想の生活を実現するために有形・無形のリソースを移動させたいという点で共通しています。つまり、**人やその暮らしを形づくるリソースが柔軟に移動できるような社会が求められているのです。**

### 個人の「移動」を前提とした企業経営の推進

「移動」のニーズの高まりを受けて、民間企業も、そのニーズを支援することが優秀な人材の確保や新たな事業機会の創出につながると捉え始めています。

昨今では、企業が勤務場所の制限を撤廃したり、副業・兼業を許容し組織を超えたキャリア形成を推奨したりするなど、従業員の自由な「移動」を促進する動きがすでに増加しています。これに加えて、従業員と移動先の地域との関わり合いも視野に入れ、包括的な施策を行う企業も現れ始めています。

大胆な例では、本社機能を都心から地方に移転させ、従業員の住居探しから交通環境の整備、教育施設の設立まで幅広く手掛けるケースも出ています。さらに、移転先地域の産業や雇用の創出にまで携わることで、企業のPR効果に加えて、新たな収入源の獲得や人材採用力の強化などの波及効果も生まれています。

近年は人的資本経営に注目が集まる中、従業員の能力や経験、意欲などへの投資がより一層重要視されています。私たちは、このような従業員への支援を、従来の働き方改革や福利厚生の延長線上ではなく、優秀な人材の確保や新たな事業機会を生む投資として捉え、競争力の維持・強化につなげていくべきだと考えています。

このように一部の企業は、個人が「移動」を求める現状をこれからのニューノーマルとして受け入れ、それを支援することで企業自身の成長につなげようとし始めています。





## 第3章

# 「移動」を前提とした 循環型の新しい地域モデルへ

第1章・第2章でみてきたように、個人の価値観の変化が進む中、人が自由に移動し、それに伴って物や住居など有形のリソースと、スキルや経験・体験など無形のリソースを柔軟に移動できる社会が求められています。

それに応じて、民間企業の経営が変化すると同様、地域のあり方も変化する必要があります。この章では、これからの地域モデルがどのように変化していくべきかについて解説します。

### 人の「移動」を前提とした考え方への転換

理想の生活様式を実現したいと考える個人を定住人口として迎え入れようと、自治体や国は支援を強化しています。人口減少・人口流出に歯止めをかけるため、住居や資金面での補助や、地域交通の改善、新しい雇用の創出に取り組んでいます。

さらに、定住はしないものの地域経済にメリットをもたらしてくれる関係人口として、地域と継続的なつながりを生み出す機会を促進しています。ワーケーションや地域活動への参加ニーズの取り込みが一例です。しかし、関係人口の創出に向けた施策は、将来の定住候補者の裾野拡大への呼び水と位置づけている自治体が多いのが現状です<sup>4</sup>。

こうした施策においては、最終的には定住してもらうことで地域を活性化する、という考え方がベースとなっています。

**今後自治体が新たな価値観に対応するためには、「移動」を前提とした考え方を取り入れることがより一層重要になります。この考え方は、定住や定職など、人が1つの場所や組織にとどまることを前提としていません。人が地域内外で移動し、人流が生み出され、熱量が増加することで地域が活性化する、という発想をベースとしています。**

移動といっても、目的や滞在期間はさまざまです。観光やワーケーションといった数日間の滞在、多拠点生活など数週間から数カ月単位での往来、キャリアアップによる数年単位での住み替えなどがあります。

自治体は、こうした別の地域に移るニーズをもとに人を集め、また、目標を達成した人が別の地域に発展的に移動していくことを支援します。すなわち、人々を囲い込まずに移動を促す形が、「移動」を前提とした考え方に基づいた地域づくりです。

「移動」を前提とした考え方では、人の出入り自体が生み出す効果で地域を活性化させることが重要となります。多様な価値観やスキル・ノウハウを持った人々が結びつき、新しいアイデアや賑わいが継続的にもたらされる点に目を向ける必要があるでしょう。

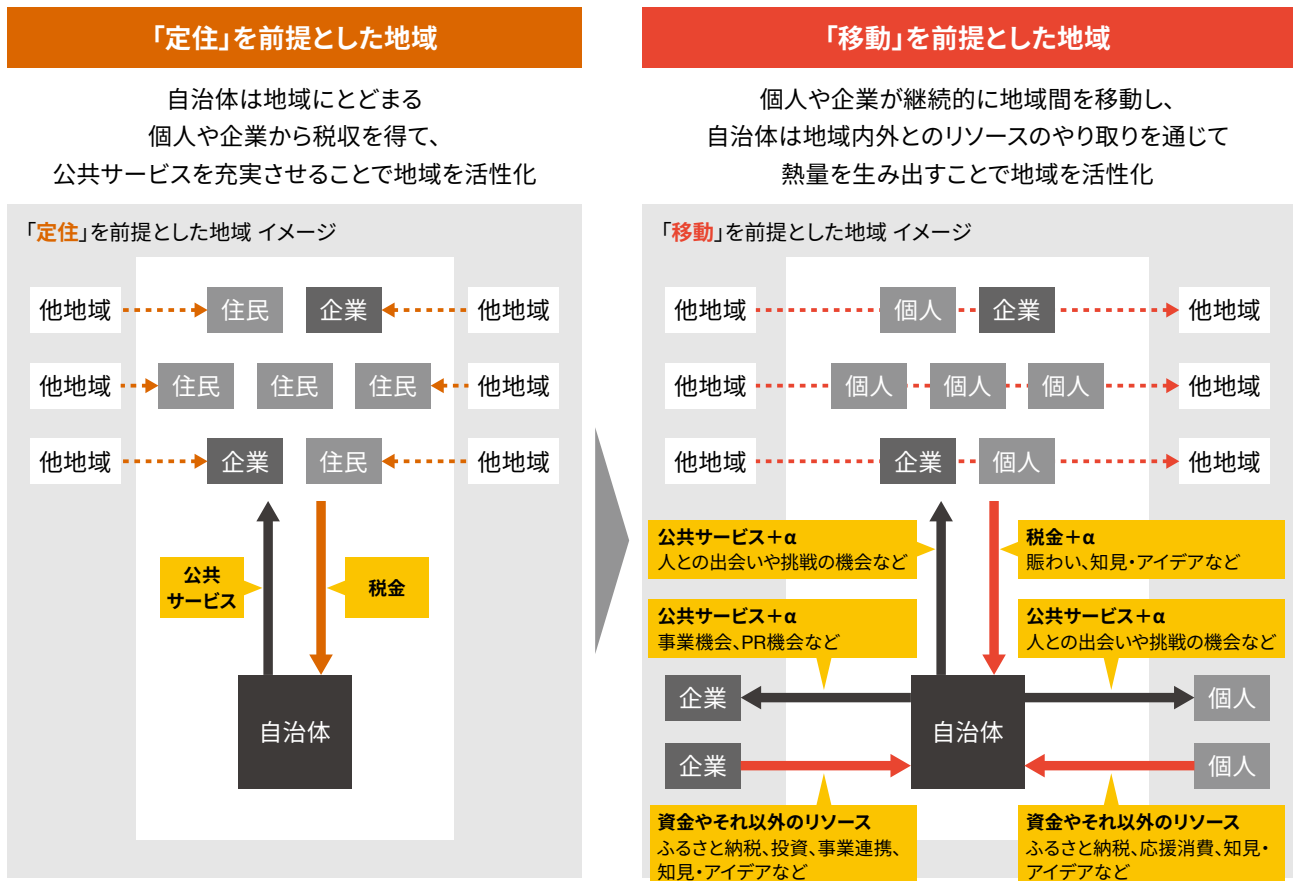
人の移動が原動力となって地域が活気づく例は増えていきます。例えば、魅力的な教育機関を強みに国内外から学生を集め、卒業生を次の活躍の場に送り出すことで、絶えず新しい賑わいを生み出している自治体があります。また、地域の自然資源を活かして教育プログラムを開発し、高校生や子育て世帯などの特定層を集めている自治体もあります。

財源確保方法の多様化も、「移動」を前提とする地域づくりを後押しする要素と言えます。近年では定住民や企業からの税収以外にも、独自財源やクラウドファンディングなど新しい手段が増えています<sup>5</sup>。また、ふるさと納税による資金調達活動から生まれた地域外の人々とのつながりが、地域活性化に結びつく例も出てきています。

4：地方公共団体において関係人口の創出に向けた取り組みを担う部署は「移住・定住」関連の部署が最も多いという調査結果（出所：内閣官房，2022。「令和4年度 関係人口の創出・拡大に向けた取組状況調査（概要版）修正」）

5：2021年度のふるさと納税の受入額は約8,302億円と、10年前と比べると約68倍にまで拡大（出所：総務省，2022。「ふるさと納税に関する現況調査結果」）

図表2 「定住」を前提とした地域と、「移動」を前提とした地域の違い



出所：PwCコンサルティング合同会社作成

### 「循環型」の地域モデルへの転換

自治体におけるこれまでの地域活性化施策では、人々がどこに定住して納税するかという議論がベースにありました。よって政府や自治体の地方創生戦略<sup>6</sup>では、人を各地に分散させる地方分散型の地域社会を目指しています。

しかし、分散型の地域モデルでは各自治体で人口を奪い合うことになるため、国全体として豊かになる将来像を描くことは難しいのではないのでしょうか。

目指すべきは、人の「移動」を前提とした「循環型」の地域モデルです。そこでは、各地域がそれぞれ異なる役割を持って協調し、地域間で人が循環して活気・熱量が高まっていくことを目指します。このモデルでは大都市と地方の対立構造ができることはなく、また似たような特徴を持つ地域

が複数存在するといった問題も発生しづらくなります。そして、人々が自己実現に必要な環境を求めて、地域間を循環できるようになります。例えば、

- ① 学生時代は、留学生が集まる大学がある地方のまちに移動する
- ② 自動車産業でのキャリアを展望するようになり、就職に合わせてその産業に強みを持つ地域に移動する
- ③ その後ライフステージが変わって子育てに専念したくなり、子育て環境に強みを持つ郊外に移動する

といった循環のイメージです。

6：政府の戦略では「地方への新しいひとの流れをつくる」ことが基本目標の1つとして掲げられている（出所：内閣官房，2020.「まち・ひと・しごと創生総合戦略」、内閣官房，2022.「デジタル田園都市国家構想総合戦略」）



地域の特徴が独特であればあるほど、人々がそこにしかない環境や価値を求めて循環が生まれやすくなります。特定の産業やライフステージ（学生期、子育て期、リタイア期など）、ライフシーン（働く、遊ぶ、学ぶ、休むなど）に特化した多種多様な地域が存在することが理想的です。

また、人が地域間を柔軟に循環できるように、人の物理的な移動以外にも目を配る必要があります。人の移動とともに、物や住居などの有形のリソースに加えて、スキルや経験・体験などの無形のリソースも柔軟に切り替えられる環境の整備が必要です。人を取り巻くリソースの「移動」も円滑にすることで、人々が自己実現に必要な環境を求めて、地域間を臨機応変に移動することができます。

このように、地域間を人やそれを取り巻くリソースが循環できるようになることで、それぞれの地域が発展していく形が、理想の地域モデルと言えるでしょう。



図表3 集中型・分散型・循環型の地域モデルの違い

	集中型	分散型	循環型
地域活性化の方法	人が地域に定住することで地域が活性化		人が地域間を循環することで地域が活性化
都市部と地方の関係性	都市部と地方の対立		地域の協調・役割分担
地域モデルのイメージ			

出所：PwCコンサルティング合同会社作成

# 第4章

## 自治体に期待されるフロー型の思考とアクション

第4章では、第3章で述べた将来のあるべき地域モデルを踏まえて、自治体がどのように思考しアクションを起こしていくべきかを、「ストックからフロー」の概念を用いて、3つの側面から提案していきます。

### ストックからフローの思考へ



これまで、自治体は住民や法人から税収を得て、その対価としてサービスを提供することを重視してきました。そこでは受益者が地域住民・企業に限られ、またステークホルダーも地域内で完結することが大半でした。こうした自治体の施策は、地域における既存のストックを念頭に置いた発想、すなわち「ストック型」の思考がベースとなっています。しかし、人々の「移動」を前提に置いたとき、ストック型の思考をベースとした自治体の施策は今後効果が薄れてくる恐れがあります。

第3章で述べたように、人の「移動」を前提とした場合、将来の地域モデルは「循環型」が理想です。そのような、人々が常に循環する環境下では、「フロー型」の思考をベースとした自治体の施策が有効になると考えられます。

言い換えると、地域は最終地点（デスティネーション）になることを目指すのではなく、全ての地域が途中下車地点（ストップオーバー）になるという発想へと転換していくことが重要となります。全ての地域が人を呼び込むだけでなく次の地域に受け渡すような考え方を持つことで、「循環型」の地域モデルに対応していくのです。

本章では、3つの側面から自治体に期待するフロー型の思考とアクションを提案していきます。

図表4 ストック型・フロー型の考え方の違い

		ストック思考	フロー思考
地域の目指す姿の考え方	—	全ての地域が最終地点（デスティネーション）を目指す 	全ての地域が途中下車地点（ストップオーバー）を目指す 
① 特徴的で可変的な地域づくり	地域の特徴	特徴は変わらないもの	特徴は変わるもの
	特徴の見出し方	昔からある特徴・アセットをどう活かすかを考える	既存アセットと外からのアセットの掛け算で新しい特徴を見出す
② 価値提供先の拡大	価値提供の対象	地域に定住する個人や企業	より広い地域の個人や企業、地域に往来する個人や企業
③ 広域のステークホルダーの継続的な巻き込み	連携の対象	地域内のステークホルダーが主	地域内外にわたる、組織体を限定しない幅広いステークホルダー

出所：PwCコンサルティング合同会社作成

## ① 特徴的で可変的な地域づくり

まず、地域それぞれが異なる役割を持って途中下車地点となるには、画一的ではない特徴的な地域づくりがポイントです。

自治体は公共性を求められる立場上、各領域に資金を均等に配分する傾向があるため、施策の効果が表れづらくなるという問題があります。

これからの自治体に求められるのは、総花的・平均的な施策ではなく、戦略的・重点的な投資配分をもとにした施策です。すなわち、人が目的を持って往来したくなるような尖った特徴を見出し、ターゲット層に対して戦略的にアプローチしていくことが重要になります。そのためには、自治体がマーケティングやブランディングの視点を持つことが必要でしょう。

また、**地域の特徴は時代のニーズとともに変わっても良い、というフロー型の思考**が必要です。ストック型の固定概念にとらわれず、人々の価値観や生活様式の変化に応じて新しい特徴や強みを見出し、それに賛同する人や魅了される人が地域に集まってくる。こうしたプロセスを繰り返していくのです。

例えば、共働き子育て世帯の呼び込みに成功したある自治体では、最初から子育て世帯に優しい環境を持ち合わせていたわけではなく、時代のニーズに合わせて特徴を変えたことが成功につながりました。また、企業のサテライトオフィスやワーケーションを受け入れて賑わいを集めている自治体も、価値観や働き方の変化を捉えて特徴を変えた例と言えます。

さらに、地域の特徴を見出す上では、既存のインフラ施設や不動産、人材などのアセット、すなわちストックを改善して使うだけではなく、それらに固執しないことも重要です。前述した子育て世帯にフォーカスした自治体の中には、大規模なハード整備に頼らずに、利便性の高い保育園児の送迎サービスを導入するなど、実際の生活者目線で行政サービスをリデザインして新しい特徴を見出すケースもあります。これは、**既存アセットの一部は残しつつ、新しいアセットを取り入れ、その掛け算で化学反応を起こすことで、常に特徴を変化させながら地域として進化していく、というフロー型のアプローチ**です。

もちろん、地域の特徴を進化させていくことは容易ではありません。新しい産業形成を数年単位で達成するのは難しいでしょう。地域の関係者の合意形成に時間がかかる場合が多いのも、可変的な地域づくりを難しくしている背景の1つかもしれません。しかし、地域を変えるには必ずしも大がかりな取り組みは必要ありません。時代の価値観や暮らし方、働き方の変化を巧みに捉え、新しいアセットと既存のアセットを流動的に組み合わせることができれば、地域として進化し続ける可能性がひらけるはずです。





## ② 価値提供先の拡大

自治体は住民や企業からの税収を得るため、定住者向けのサービスという発想を基本としてきました。しかし、各地域が途中下車地点となることを前提とすると、**最終地点として定住してもらえる住民に対してのみ自治体が公共サービスを提供するだけでは不十分です。より広い地域の人々や、地域に往来する人々にもメリットのある公共サービスを考える必要があります。**ここでも必要になるのはフロー型の思考へのシフトです。

すでに、地域を訪れる関係人口に対して、サービスや機会などの価値を提供する多くの例が生まれています。地域の仕事を体験する機会や、自治体を持つ coworkingスペースの提供などがその一例です。

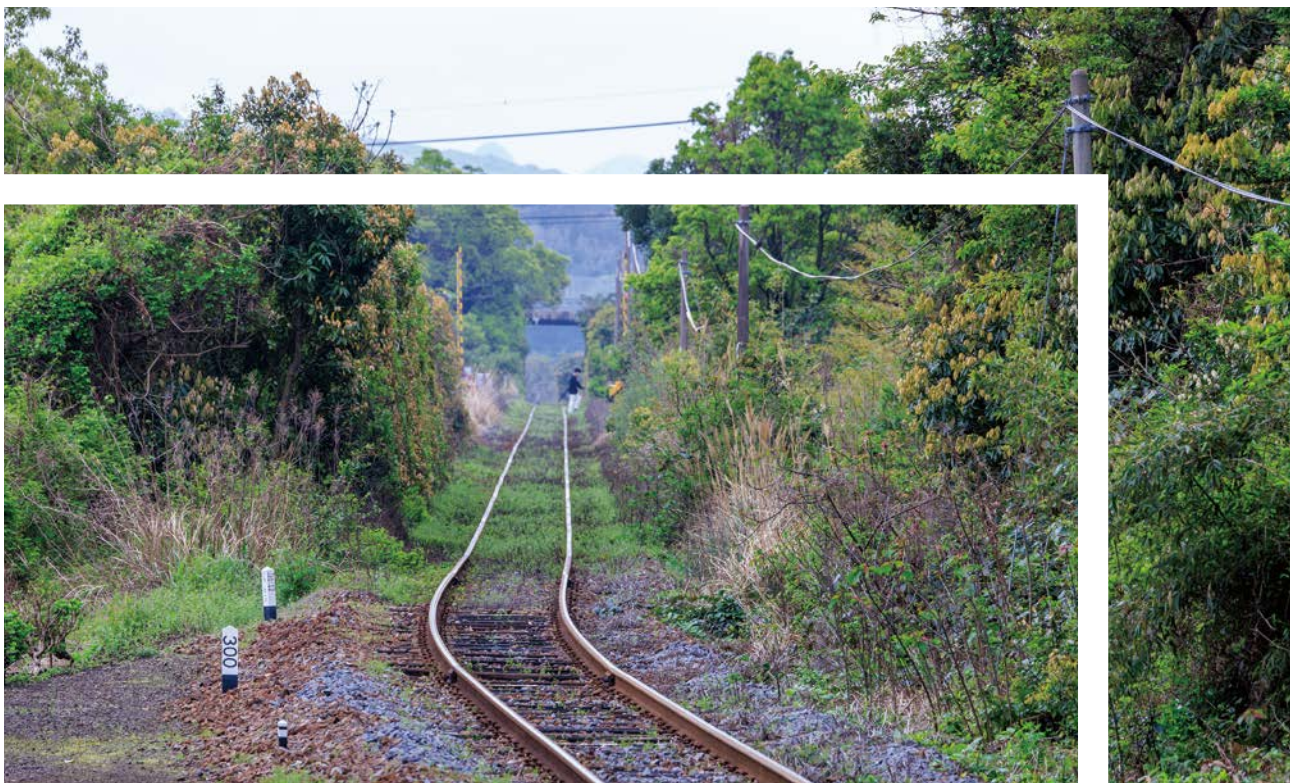
さらに、地域を訪れたことがない人や地域に住居を持たない人に対してデジタル住民票を発行し、市民に準じた行政サービスを受けられる制度を設ける例も出てきています。

それ以外に、機会や感情的価値などの無形価値を提供することも方向性の1つとなります。例えば、大都市圏から副業・兼業人材を募り、地元企業とマッチングさせることで、地域ならではのチャレンジングな仕事や新しい社会的つなが

りを提供するといった取り組みが挙げられます。また、地域にゆかりのあるアイドルやアニメ・映画の聖地巡礼など、コンテンツを軸として民間企業とまちおこしを行い、ファン同士をつなげる場や機会を提供することで、熱狂という感情的価値を提供する自治体もあります。

しかし、以上のような取り組みはまだ多くはありません。その要因として、価値の提供先が広がるがゆえにターゲットが見えづらい点が考えられます。見えないターゲットに対してどのような価値を提供するか、どのように効果を測るのかを判断することは非常に難しくなります。

**価値の提供先を広げるためには、他の自治体と連携したり、マーケティングの視点を持った民間企業と協力したりすることが重要です。**これにより、見えづらいターゲットをより明確に把握するための情報を得たり、共同で効果的にアプローチしたりすることが可能になります。現在も一部の自治体で進められているように、他の自治体や企業・大学など、地域内外・組織体を問わず広域のステークホルダーと連携することで、新しい人流の創出と、単一地域に閉じない新たな価値提供が可能となるでしょう。



### ③ 広域のステークホルダーの継続的な巻き込み

ここまで述べてきたような特徴的な地域づくりや価値提供先の拡大を進めるにあたって、自治体は地域内のステークホルダーやリソースを優先して検討してしまう傾向があります。しかしこれでは自治体の実現できることが限られてしまう上に、内部の視点からでは魅力的な特徴を見落としてしまうリスクもあるでしょう。

そこで自治体が旗振り役となって、**熱量・知見・資金を持つ外部のステークホルダーを巻き込むことが不可欠**です。すなわち自治体独自に物事を進めるストック型の思考から、外部から人を巻き込むフロー型の思考への転換が求められています。

例えば外部のステークホルダーとしては、特定の地域に縛られずに人やリソースの移動を生み出すケイパビリティを持つ民間企業が挙げられます。人や物の移動を担う運輸・物流業界が思い浮かべやすい代表例でしょう。

それ以外にも、人材サービス業界は、地域に新しい専門人材を育成・派遣するプロジェクトを立ち上げ、地域や組織を超えて人材リソースを移動する仕組みづくりを支援できるかもしれません。また、不動産を含むホスピタリティ&レジャー業界は、人々の柔軟な往来・滞在を支援するサービスアパートメント・民泊などの施設を地域に取り入れることに一役買うことができるでしょう。

多くのステークホルダーを束ねて、第三者視点で利害調整をしたり、プロジェクトマネジメントを手助けしたりできる企業も、自治体のケイパビリティを補完するステークホルダーになり得ます。

こうした幅広いステークホルダーを巻き込むことで、自治体は自らのケイパビリティを補完し、より抜本的な施策の展開や、広域な視点での地域づくりを行えるようになるでしょう。

同時に、ステークホルダーを巻き込む上では、自治体が自らの明確な意思を伝えていくことも重要です。全てを民間にゆだねてしまうと、短期的な収益拡大を目的とした画一的な再開発が行われ、地域の個性が失われるリスクがあるからです。自治体が地域の声を拾い上げ、地域として変えるべき点、変えるべきでない点を把握して共有していくことが、自治体の重要な役割の1つと言えます。

さらに、継続的な推進体制を築くことも長期的には重要です。たとえ地域での新しい事業が軌道に乗ったとしても、熱意のあるキーマンや組織が離れてしまったり、優秀な人材が確保できなかったりすることで事業が継続できなくなってしまったりは意味がありません。

例えば、国が補助金を投じている地方創生やスマートシティ関連の事業では、最終的な実用化まで至らず実証実験止まりとなる自治体が散見されています。

地域を変えていく意欲のある個人や組織を巻き込み、共感を集め、取り組みに勢いをつけていくことは重要です。しかし、長期の継続を前提とすると、特定の個人の熱意やスキルに頼って進める体制には無理があります。**特定の個人や企業の能力に依存しない推進体制を築くためには、新しい人材を継続的に巻き込み続ける仕組みをつくる必要があります。**

例えば、先に述べたような、第三者視点からプロジェクトマネジメントを手助けできる企業を巻き込むことは有効でしょう。既存の利害関係から離れた第三者として、事業継続上のリスクや課題を早期発見し、不足する人材やノウハウをどう取り入れていくかを提案できます。また、自治体が舵を取って推進室などをつくり、新しい人材を呼び込む場や仕組みをつくっていくことも重要です。こうした取り組みの副次的な効果として、多様な人材の接点・交流が増えることによる、地方創生人材の育成も見込まれます。



# 第5章

## 「移動」が実現する社会の将来像

それでは、本レポートでみてきたような「移動」ニーズに対応する地域モデルの構築が進み、自治体がストックからフロー型への思考やアクションにシフトすることで、どのような社会像が生まれるのでしょうか。

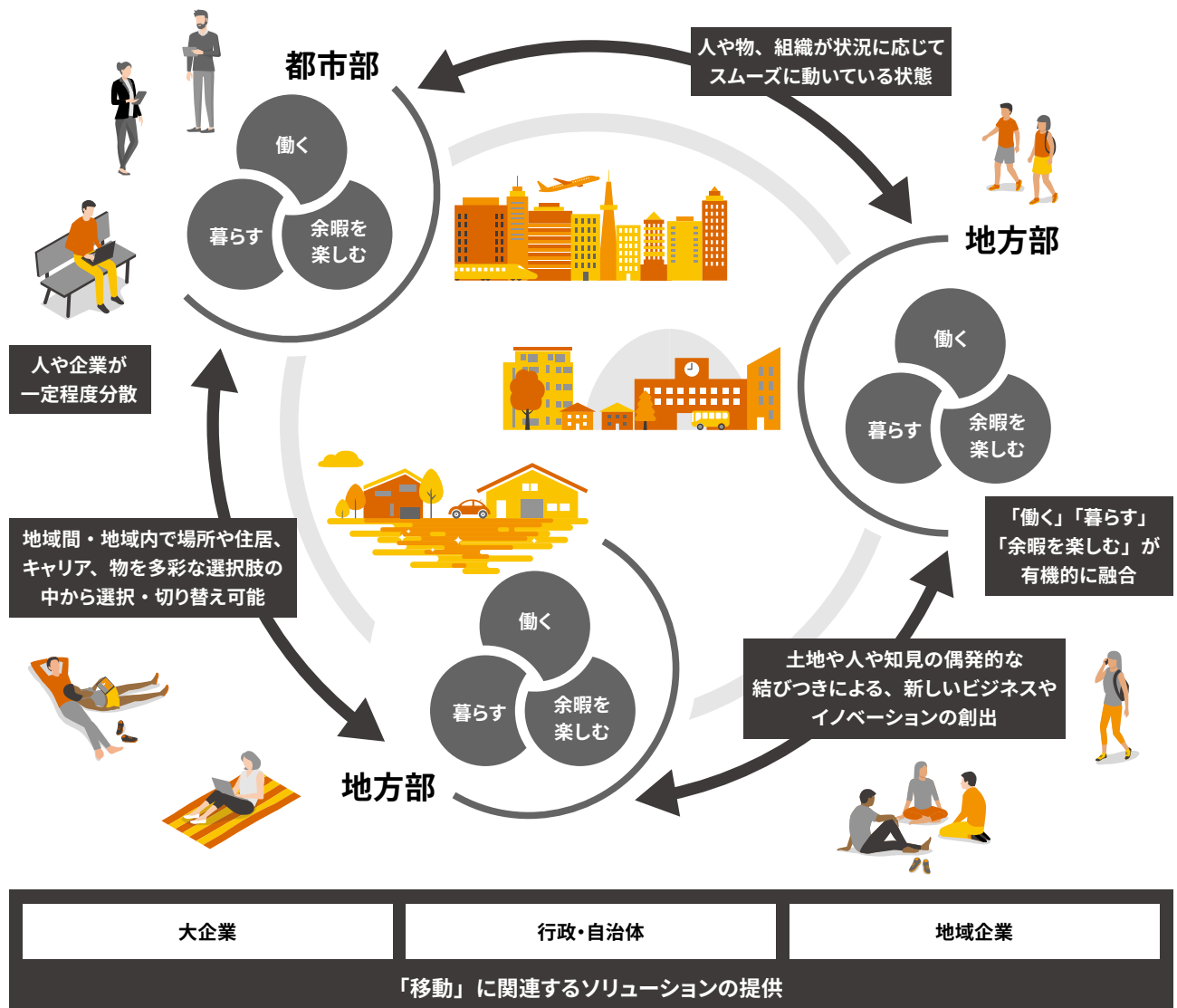
私たちが提案するのは、人の「移動」が新しいつながりをつくり出し、生活の豊かさを実現するような社会です。

自治体が他の自治体や国、企業と密接に協力し、人の「移動」を前提とした地域づくりやサービス提供を進めることで、人々が場所や住居、キャリア、物を多彩な選択肢の中から自由に選び取ることができ、スムーズかつ流動的に動けるよう

になる。都市部・地方問わず地域がそれぞれの役割・特徴を持つ形で発展し、複数の組織で働き、複数の地域で暮らす人々も増える。幅広い人々の「働く」「暮らす」「余暇を楽しむ」が柔軟に融合し、新しいライフスタイルが生まれ、一人一人が理想の生活様式を探求・実現できるようになる。社会のリソースが有機的に動きながら必要な場所に分配される。そして、土地や人や知見のこれまでにない偶発的な結びつきから、新しいビジネスやイノベーションが生まれる。

私たちはこのような世界の実現を目指しています。

図表5 移動の自由が実現し得る社会の将来像



出所：PwCコンサルティング合同会社作成



# お問い合わせ先

**PwC Japanグループ**

<https://www.pwc.com/jp/ja/contact.html>



## 執筆者



**南出 修**

PwCコンサルティング合同会社  
パートナー



**若尾 治**

PwCコンサルティング合同会社  
パートナー



**澤田 竜次**

PwCコンサルティング合同会社  
パートナー



**金行 良一**

PwCコンサルティング合同会社  
パートナー



**相馬 道広**

PwCコンサルティング合同会社  
マネージャー



**渡邊 陽子**

PwCコンサルティング合同会社  
シニアアソシエイト

[www.pwc.com/jp](http://www.pwc.com/jp)

PwC Japanグループは、日本におけるPwCグローバルネットワークのメンバーファームおよびそれらの関連会社（PwCあらた有限責任監査法人、PwC京都監査法人、PwCコンサルティング合同会社、PwCアドバイザリー合同会社、PwC税理士法人、PwC弁護士法人を含む）の総称です。各法人は独立した別法人として事業を行っています。

複雑化・多様化する企業の経営課題に対し、PwC Japanグループでは、監査およびアシュアランス、コンサルティング、ディールアドバイザリー、税務、そして法務における卓越した専門性を結集し、それらを有機的に協働させる体制を整えています。また、公認会計士、税理士、弁護士、その他専門スタッフ約10,200人を擁するプロフェッショナル・サービス・ネットワークとして、クライアントニーズにより的確に対応したサービスの提供に努めています。

PwCは、社会における信頼を構築し、重要な課題を解決することをPurpose（存在意義）としています。私たちは、世界152カ国に及ぶグローバルネットワークに約328,000人のスタッフを擁し、高品質な監査、税務、アドバイザリーサービスを提供しています。詳細は[www.pwc.com](http://www.pwc.com)をご覧ください。

発刊年月：2023年6月      管理番号：I202303-10

©2023 PwC. All rights reserved.

PwC refers to the PwC network member firms and/or their specified subsidiaries in Japan, and may sometimes refer to the PwC network. Each of such firms and subsidiaries is a separate legal entity. Please see [www.pwc.com/structure](http://www.pwc.com/structure) for further details.

This content is for general information purposes only, and should not be used as a substitute for consultation with professional advisors.