



名家 觀點

VIEWPOINT

借鏡日本地方創生， 啟發臺灣未來推動地 方創生的新思維

日本政策研究大學院大學訪問研修生 謝子涵

壹、前言

貳、臺灣人才消滅論？企業留不住員工、政府留不住官僚

參、日本地方創生三支箭

肆、日本地方創生補助金與其他補助金的差異

伍、結論

壹、前言

若用白話文形容日本地方創生就是——地方人留下來、腦袋進來、數位真善美軟硬體進來、錢進來、多元旅人進來、永續模式輸出聯合國，大家一起活到老、學到老、和金孫一起發大財。

面臨少子高齡化的時代，為避免人口與資源過度集中在東京，日本於 2014 年安倍內閣提出地方創生政策（まち・ひと・しごと創生），旨在倚重多元官僚人才的領導力量，吸引人回流到地方，提升地方產業經濟活力、改革生產力、解決人口減少問題，貫徹「地方版安倍經濟學」（ローカル・アベノミクス），促進地方民間投資，並活絡地方經濟圈。

同時，為即將到來的 2019 大阪 G20 高峰會、2020 東京奧運、2025 大阪世界萬國博覽會等世界盛事中，一展日本創新永續治理的成果。

政策包括以訂定相關法律、設定國家戰略特區鬆綁法規來營造良善的環境，中央訂定的地方創生戰略目標，接著要求地方政府提出相對應的「地方版綜合戰略計畫」，過程中必須盤點調查居民的需求、分析所有市町村的人口願景，以及產業的挑戰與機會，再提出符合地方需求的解方，透過爭取地方創生補助金獲得建設地方的資源，而補助金計畫撰寫需導入設定計畫 KPI（Key Performance Indicator，關鍵績效指標）、以及 PDCA（Plan-Do-Check-Action，績效管理循環）年度政策績效改善制度，確保政策的永續性。

貳、臺灣人才消滅論？企業留不住員工、政府留不住官僚

爬梳攸關臺灣國安的人口課題，特別是人才外流問題，臺灣有什麼樣的舞台優勢，讓年輕人願意留在臺灣實踐理想？很多政策政府都已經在推了，然而吸引號召企業與官僚一同投入的動機是什麼？成效又該如何檢視？政府的政策產品要如何行銷給全臺人民，讓人民買單？

政治舞台就像是一個交易市場，從供給和需求來看，供給者是政治人物、黨派和官僚，需求者是選民與納稅人，而政治產品則是公共利益。從此一角度切入來看，在公共選擇理論中認為，人類是追求自我利益極大化的個人，對於公共政策的設計與執行，認為引進市場機制，比劃政府端出來的政策牛肉，透過民營化、簽約外包、績效獎金薪俸等手段，加強官僚體系競爭，追求政府最大效率。

為瞭解決什麼樣的社會問題，而產生什麼樣的政策，日本地方創生政策，為了就是希望藉由制度設計，鬆綁僵化的官僚行政體系，並放手讓公務員主導策劃在地政策。期許公務人員扮演振興地方經濟的關鍵領導角色，進而解決人口問題，包含少子高齡與人口外移。透過地方創生三支箭的政策工具來實踐，這過程考驗的不只是中央政府，還有地方政府的執行力，而這樣的責任，並不是全由政黨或政治人物

承擔，應是由上引領，由下一同合作執行，公民、政府、企業缺一不可，細分到產業、官僚、研究機關、金融機構、公民、與媒體也缺一不可。

叁、日本地方創生三支箭

日本地方創生政策射出三支箭，第一支箭，是情報網站 RESAS (Regional Economy Society Analyzing System) 地方經濟分析系統¹，提供情報資訊與社群服務，包括全日本各地開放資料 API (Application Programming Interface)，像是人口結構 (自然人口、社會人口增減、就職求學人口、未來人口推估)、地區經濟循環 (生產、分配、支出及勞動生產力)、產業構造、企業活動 (情報、海外拓展、研究開發)、觀光 (國內外旅客組成、旅宿設施)、道路公共建設、雇用及醫療福利以及地方財政等數據，皆能用圖示的方式查詢。

再來是舉辦程式政策大賽、地方創生 RESAS 資料運用論壇² 以及地方創生 Open Data 黑客松³，藉由競賽及座談的形式，達成地方經濟資料的運用，以及地方創意政策發想，同時將所有發表錄影上網，做為日後教育推廣與紀錄，以辦活動做為行銷政策的手段，本質上還是希望能達成政策目標，將政府外包產出的資料內容，回饋於公民應用。

第二支箭為地方創生人才培育，日本政府認為人才育成制度不只是計畫發包，且培育對象應以地方公務人員為中心，實體人力訓用資源包括：

(一) 地方傳道師⁴：羅列出地方產業專家名單，補助各地方政府及團體向傳道師諮詢，過程中公開每一次的地方諮詢報告，從中不斷共享地方遇到的課題、解方與未來方針，同時，盤點各領域專家，以觀光交流、地方農工商產業創新合作、地方社區營造、地方交通與資通訊傳播、地方醫療社福教育、環境

¹ <https://resas.go.jp/#/10/10210>

² <https://forum.resas-portal.go.jp/2017kansai/>

³ <https://opendata.resas-portal.go.jp/contest/index.html>

⁴ <https://www.kantei.go.jp/jp/singi/tiiki/ouentai.html>

以及農林水等產業為分類。2017 年共計 364 位登錄名單，實地派遣 13 名傳道師至日本 15 個區域，希望創造地方更多工作機會並活絡地方人才交流。

(二) 地方窗口平台⁵及人才支援制度⁶：地方窗口平台是一個全日本地方創生承辦人網頁，希望藉此讓地方公共團體皆能快速找到府、省、廳共 976 名承辦人，做為全國地方綜合戰略施政的實體入口，並提供活用教學手冊，做縝密的政策溝通橋樑，讓民眾能一目了然。人才支援制度將相關人才（如公務員、大學研究員、民間專家等）派遣至 5 萬人以下的市町村 1 至 2 年，這些人才 1 年將召開 4 次的全國派遣幹部會議，適時交流政策成效。

(三) 地方振興協力隊：為維持地方的人力，地方政府提出 1 至 3 年的專案，提供 14 萬元以上的月薪，招募外部人才來協助振興地方，希望協力隊的人才資源能在專案結束後定居地方。

(四) 網路平台與資源：除實體資源之外，日本以地方創生大學計畫⁷，在網路上提供人才百堂網路課程，內容包括地方官民合作，戰略制定管理、公共政策、共生社會、文化經濟、地方自治財政、非營利組織、觀光資源、企業組織等方面全盤瞭解地方治理，換言之，這樣的網站成了地方創生的數位知識庫，供所有關係人隨時學習。再來是地區專業人才戰略入口網⁸，全國各地中小企業實體支援中心一起提供網實合一的陪伴服務。最後是地方創生實習平台⁹提供大學及地方公共團體刊登媒合實習資訊。

第三支箭是財政支援，包括地方創生交付金、企業版故鄉納稅，以及強化地方據點稅制。地方創生交付補助金制度於下一章節詳述。企業版故鄉納稅制是讓企業投資地方可抵稅，由地方政府與公共團體共同訂定地方綜合戰略，並配套地方再生

⁵ <https://www.kantei.go.jp/jp/singi/tiiki/concierge/index.html>

⁶ <https://www.kantei.go.jp/jp/singi/sousei/about/jinzai-shien/index.html>

⁷ https://chihousei-college.jp/_home.html

⁸ <http://www.pro-jinzai.go.jp>

⁹ <https://www.kantei.go.jp/jp/singi/sousei/internship/index.html>

計畫，經由內閣府核定計畫後，企業可藉由提供計畫所需的資金，進而減免國家法人稅、地方法人住民稅與法人事業稅。強化地方稅制，則是針對當東京的企業欲移轉至地方投資事務所時，給予企業設備投資折抵，以及新進人員雇用減稅措施，種種財政措施都是為了達成平衡國土，政府與企業一同促進地方發展。

最後，地方創生政策輔以特區戰略，包括規劃國家戰略特區、綜合特區及構造改革特區，只要地方政府主動向內閣府提案，便能在特區內進行法規、財政金融等制度支援，用以突破現行有礙經濟發展、窒礙難行的法規，實踐結構改革，集中政策資源，打造好振興地方經濟的軟硬體，共創公民想過的生活。

肆、日本地方創生補助金與其他補助金的差異

日本在推行地方創生政策前，有「故鄉創生」政策，提供一億元給地方政府做建設，然而效果有限，沒有「可經得起檢驗」的成果，也無制定「政策評價」機制，遭到許多批判；因此，稅金到底該如何有效率地被使用，便成了現行地方創生補助金政策的關鍵，申請的經費由地方政府出一半，中央政府出資另一半。

日本地方創生交付金，是有目的的地方補助金，是地方發展產業的銀彈，由地方政府與公共團體自主申請，以中央政府的「地方創生戰略」為目標藍本，提出相對應的「地方版」地方創生目標，透過設定計畫 KPI、以及 PDCA 年度政策績效改善制度，依計畫成效逐年提撥補助金，以推動地方永續經營為前提目標，同時也視地方執行成效來逐年反饋給中央，中央會依整體狀況全盤做政策調整。

在提案時，日本政府整理出訂定一個成功的 KPI 計畫必須要有的「驅動要素」，分別是：

一、自立性

在申請補助時，要確保計畫是「能賺錢的」，換言之，不依靠補助也能活下去的計畫，有「價值」的企劃才是符合自立性的提案。像是長良川流域觀光推進協

會¹⁰，由岐阜縣、岐阜市、關市、美濃市、郡上市的相關行政、觀光團體組成，一起挖掘長良川流域的「觀光內容」，攜手當地 DMO (Destination Management Organization，精通當地觀光資源，包括景點、自然、食文化、藝術、風俗習慣、藝能的地方法人)，一起「推銷」，推銷的手法包括人員行銷、廣告、促銷活動、直效營銷及公共關係，他們推動「舞妓列車」¹¹、「地酒列車」¹² 主題鐵道旅遊與「漁舟旅遊」，希望振興地方觀光產業。KPI 包括使用當地付費觀光設施的旅客數量、旅宿設施新企劃商品數量、新的額外付費旅遊商品數量、訪問兩個以上長良川流域地區比率。

二、官民聯合製作

政府的角色並不只是用「看」的方式與地方公共團體合作，而是一起投身參與製作，且透過公私合作挖掘民間更多投資。舉例來說，早稻田大學的都市 地方研究所與岩手縣 石町內的利益關係者 (stakeholder 像是照護機構、建築事務所、物產企業、福利機構等) 組織一個「綜合計畫推進示範計畫檢討委員會」，依照當地待檢討的社會問題盤點結果，提出了新的 CCRC (Continuing Care Retirement Community) 計畫¹³，希望能活用「小岩井農場」旁的町有地 14ha、同時提供多項服務，包括「身障者活動中心與農業活用就業設施」、「讓高齡者安心住的高齡者住宅」、「跨世代多功能圖書館和能交流的咖啡餐廳」、「地方產材、農業和地方能源等地方資源活化的環境共生企業」。KPI 設定為移居諮詢人數、移居體驗活動參加人數，以及經過諮詢後移居的人數。

福井縣的鯖江市是眼鏡、纖維、漆器的產地，甚至被稱為「眼鏡聖地」。由政府協助媒合補助相關企業研究技術，企業則響應政府開發新商品與醫療器材技術，

¹⁰ <https://nagaragawa.onpaku.asia/freepages/area>

¹¹ <http://www.tabirai.net/bus/column/column.html?cid=143#plan>

¹² <https://nagaragawa.onpaku.asia/programs/5afe7107421aa922880022a9>

¹³ <http://www.town.shizukuishi.iwate.jp/docs/2017072800016/>

如此一來地區內的企業除了更容易「被看到」之外，更有機會成功創造出跨業種的創新產業。KPI 設定包括：醫療器材海外試驗採用件數、醫療器材訂單交易額、可穿戴式機器技術洽談件數、東京與鯖江的眼鏡直銷店來店者數量。

宮崎縣高鍋町的「設計計畫」¹⁴，由高鍋町與高鍋信用銀行簽訂合作協定，並與信用中央金庫及日本設計振興會，有錢出錢，有設計出設計，形成非常明確的官民行銷分工。KPI 設定為新設計產品數、銷售成長額、新雇用人數以及新通路數量。

三、跨地區合作

申請計畫時，盡量與企劃內容有關或鄰近地方政府合作，廣泛發揮彼此長處。像是山形縣寒河江市與朝日町，一起提出以戰略農作物為核心的成長循環計畫¹⁵，希望能合力解決彼此面對高齡化人手不足的課題，一同振興地方農業。其設定的 KPI 包括：成立出口海外組織、成立六次產業推動組織，也就是傳統一級農業，向二級農產品加工，以及農業服務業三級產業，藉以延伸其附加價值、提升外國人觀光客數量，以及增加栽培面積與輸出量。若更細看 KPI，還有分綜合成效 (Outcome)，目標是提高農產量與外國觀光客數量，計畫施行後紅秀峰櫻桃的生產量、出口數量、以及採摘櫻桃的遊客數；而產出 (Output) 則是栽培面積、生產者支援者數量、精通海外市場的人才育成數量、紅秀峰櫻桃的認知度、採摘櫻桃觀光的認知度，以及入境觀光活動的參加者數量。

佐賀縣觀光企劃¹⁶，結合當地觀光 DMO、食文化、傳統產品等觀光內容，運用 LINE 和網站等工具，並整合縣內所有周遊工具，強化當地所有觀光相關團體企業的知能。KPI 為外國旅客住宿人數、日本本地觀光客住宿人數。

¹⁴ <http://manpuku-takanabe.net>

¹⁵ http://www.city.sagae.yamagata.jp/michinoku_yamatabi/power.html

¹⁶ <https://www.asobo-saga.jp/idaku/>

四、跨政策間合作

不只是單一個政策目的為出發點，而是通盤來看，發揮地方創生相關的政策效果，並整備滿足利用者的需求。新瀉縣上越市欲打造一個商業城鎮，利用當地高田地區兩棟百年建築料理亭和電影院發展歷史文化接到再生的觀光，同時結合了產業振興政策，與首都圈的 IT（Information Technology）企業衛星辦公室，一起合作將地方空屋改建為共享空間（Share house），並進行市場導向的社會實驗，促進定居人口成長。KPI 設定為空屋活用數、街區集客人數、百年建築來客數，以及街區平日與假日步行人數。

五、計畫的推動主體明確

為了形成有效以及可持續的推動計畫，在眾多利害關係人中，必須要有一個具領導力的計畫推動主體，確保計畫有能力被實施。長野縣的振興信州酒谷 NAGANO WINE 計畫¹⁷，是一個從栽培、釀造、到販賣的一貫計畫，由地方相關團體、市町村組成推動合作會議，地方的中心人物（Key Man）主導協調合作，向國內餐廳行銷，並成為海外貴賓桌上的貴賓酒。KPI 第一年為縣內酒的釀造量以及酒廠數量，後增加酒的販售量、相關商品販售量以及酒廠觀光人數。

擁有 3000 多家製造業與服務業的岡山縣津山市，成立產業支援中心¹⁸，與當地美作大學、津山高專、金融機關及商工會等單位合作，協助企業提高產業附加價值、企業媒合、強化行銷、創設地方品牌 MADE IN TSUYAMA，希望找回地方企業的元氣。KPI 為新產品開發件數、企業支援諮詢件數，以及支援企業的營業額提升量。

¹⁷ <http://www.nagano-wine.jp/charm/>

¹⁸ <http://www.tsuyama-biz.jp>

六、確保培育地方創生人才

地方創生計畫推動過程中，要確保能培育地方人才，育成後的人才無論是在當地定居或是自行創業，都盡量要繼續有培育新人才的好循環。

長野縣岡谷市、諏訪市、茅野市、下諏訪町、富士見町和原村，為了培育精密工業人才，由信州大學航空宇宙研究中心與地方工業企業共同舉辦小型火箭製作計畫，讓諏訪圈的研究生與企業能互相交流學習，並於當地高中舉辦教育座談會，確保留下將來的宇宙機器技術人才。KPI 設定為小型火箭人才育成研究會參加人數、醫療健康機器類人才育成研究會與研討會參加人數、新產品開發件數、展覽會貿易商談簽約數、全區域新雇用人數與製造產品的出貨金額。

岡山縣西粟倉村提出擴大地方投資計畫，由當地活化林業產業公司西粟倉森的學校¹⁹創辦人，創設地方創業孵化器 A0²⁰，做為地方創業學校，提供創業人才育成與投資支援。KPI 為創業者數、移居人數、投資活用產業團體數、據點設施設備利用當地產的木材量。

熊本縣南小國町為推動阿蘇火山登錄世界遺產²¹，進行阿蘇草原再生計畫²²，由於草原管理不易，因此和地方團體、企業（Corporate Social Responsibility, CSR）合作守護草原志工旅遊（Volunteer Tourism）計畫、開發阿蘇品牌商品、提高野草推肥採草面積、減少野燒放牧，共同管理草原。KPI 為野燒放棄地面積、志工參加人數、志工旅遊參加、活用當地資源的商品開發件數、野草堆肥採草面積。

此外，為了確保提出的計畫能有效被檢驗，關鍵績效指標該怎麼訂，同時藉由成果管理循環（PDCA），保證「不走別人走過的冤枉路」、「不花沒有切合地方創生綜合戰略目標的錢」，其指標必須要有「客觀性」、「直接性」、「高水平」。

¹⁹ <https://zaimoku.me>

²⁰ <https://www.a-zero.co.jp>

²¹ <http://www.giahs-aso.jp>

²² <http://www.aso-sougen.com>

(一)「客觀的」成果指標

為了活用中央政府給予的交付補助金，設定的 KPI 要表現出客觀的「計畫 Outcome」成效，再來為了進行計畫的評價與改善，要設定使用交付金後的「計畫 Output」。另外，KPI 不能為主觀的滿足程度，而是要量化的客觀數值。

例如：「移居相關計畫」中的 KPI 設定，要設定為——經過顧問後移居者數量，而不是移居諮詢服務的數量。

「街區再生相關計畫」的設定則是要訂街區空店舖減少率，而不是街區居住者的生活滿足度。

(二)補助計畫效果的「直接性」

為了使補助金能確實達成計畫，設定 KPI 目標時要有使用補助的明確因果關係，能說明投入多少後，成效是可看得見的。

例如：「創業支援計畫」中要設定為透過計畫輔導而創業產生的新雇用人數，而不是地方公共團體定居人口數，這和支援計畫沒有因果關係。

「觀光行銷計畫」中，要檢視計畫中舉辦的特定活動參加人數，而非檢視市町村全體的觀光人數。

以不同計畫分類（城鎮、人、工作創生的類別有分地方創新創業、農林水產、觀光振興、地方人員移動、工作方法改革以及社區營造）來看 KPI 設定例子²³，參照下表。

²³ 日本內閣府地方創生推進事務局，《地方創生事業實施のためのガイドライン 地方創生推進交付金を活用した事業の立案・改善の手引き》，頁 14。

表 各項計畫種類的 KPI 例子

計畫種類	計畫	綜合 outcome	計畫 outcome	計畫 output
		政策全體效果	個別計畫直接效果	個別計畫活動量
		KPI 例子	KPI 例子	KPI 例子
地方創業	創業支援	地方創業人數	創業僱用人數和銷售額	創業家支援研討會、研修課程活動數量
	中小企業支援	地方中小企業業績	新開發商品的銷售額、業績恢復的中小企業數	企業參加數
農林水產	6次產業化支援	地方農林水產就業人數	新開發商品的銷售額	商品開發數
	生產性向上、系統化支援	地方一手產業就業所得	增加的銷售額、單位面積增加的產量	技術、系統開發數和導入數
觀光振興	入境觀光基礎建設改善	一個人觀光消費額	完備設施後的收入提高數	完善的設施數量
	觀光行銷	觀光來客數	專案行銷活動入場者數、活動的觀光消費額	專案行銷活動數量
地方人口移動	移居諮詢	移居者數	經過移居諮詢後的宜居數	參加諮詢人數
	實習	當地就職率	實習後留在當地就職者數	相關活動學生參加數
街區營造	小節點生活整備	定居人口數	小節點店舖使用者數量及銷售量	地方營運組織數量
	街區再生	街區居住人口	新的開業數、新僱用者數以及補助地區的空電減少率	

(三) 訂定「有水準」的目標

由於 KPI 的設定會與未來 PDCA 政策評價有連動關係，因此，應根據過去的績效設定更高的目標，盡量不要設定能被預期結果的目標，另外費用對效果的投資報酬率也要一併考慮。

(四) 案例

櫛木縣益子町推動「櫛木之器（とちぎの器）」計畫，目標是擴大海外行銷通路，振興地方陶器工業。櫛木的益子燒銷售額，從平成 10 年的 95 億元，漸減少到平成 25 年只有 32 億元，因此在櫛木縣和益子町主導之下，設立益子

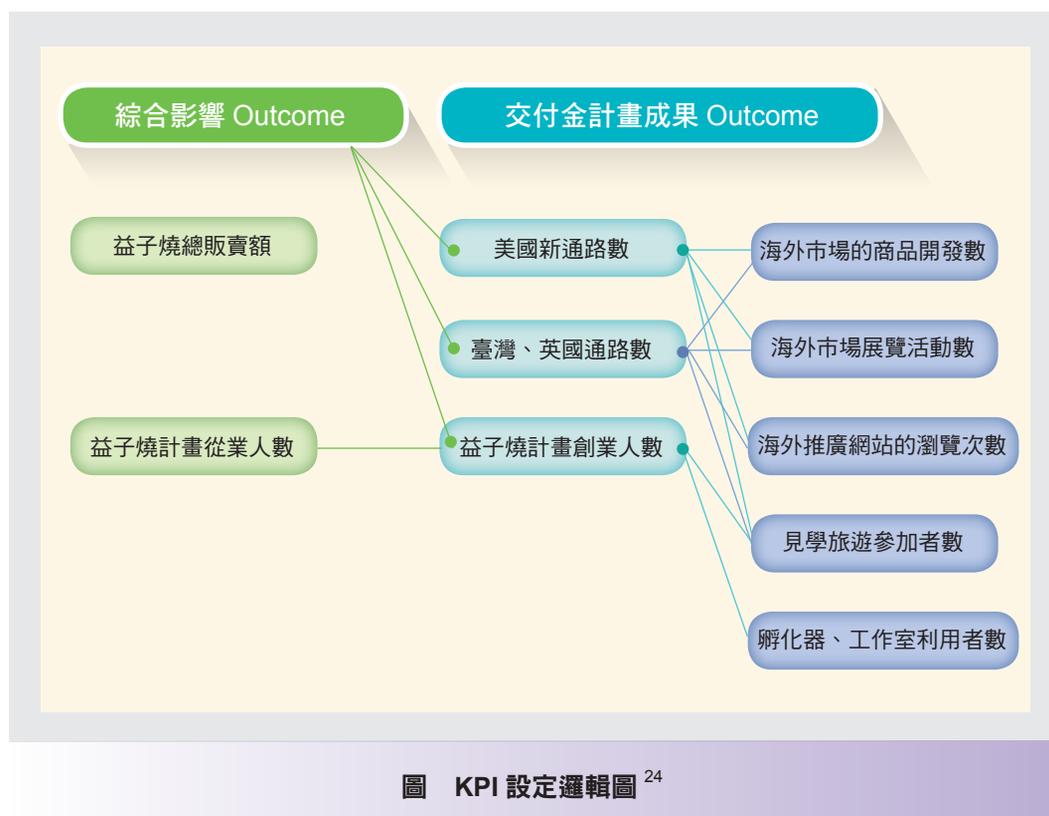


圖 KPI 設定邏輯圖²⁴

²⁴ 閣府地方創生推進事務局，《地方創生 係交付金の活用事例集》，頁 7。

燒產地關係團體「陶瓷器產地振興協議會」，成員包括益子燒合作社、同意外銷的 32 間公司、益子町商工會、亦子燒販賣店合作社，並由オフィスましこのね公司窗口對英國、臺灣和美國宣傳。主要的 KPI 為益子燒總販賣額要成長一成，增加在美國銷售「櫥木之器」的新通路。

(五) 成果管理循環 (PDCA) 檢討流程

- Plan 計畫點子發想、檢討方法：

藉由成立振興協議會，讓益子燒利益關係人有情報交換平台，並定期開會，讓大家對業界共同的課題有共同認知。同時設立由縣主導的海外推廣組織，進行新的海外合作計畫。

- Plan 計畫具體化：

委託精通海外拓銷的公司，訂定海外市場戰略，讓縣主導協調縣內多家業者，一起以單一計畫共同體行銷海外。

- Do 實施計畫：

對於尚未有通路的海外市場（臺灣、英國），以舉辦海外展覽會的方式，瞭解當地顧客的需求，藉此建立新的海外拓銷戰略。在這過程中要確保多語言的情報發信及貿易談判人才，配置海外市場拓銷窗口。

- Check 和 Action 計畫評價、改善：

檢討海外市場的銷售戰略，設立海外商品開發研究會，邀請精通國際貿易經驗的講師協助訓練，同時為支援商品開發，配置因應國際市場需求的研發設備。另外，做為長期計畫，為確保益子燒人才育成，設立益子燒工作坊與益子燒創業孵化器，促進創業、行銷能力與商品開發力。

伍、結論

有依據地規劃 0-1 的地方政策，才能看到令人安心的地方永續性，日本推動地方創生政策，針對衡量政策的 KPI，其設定方法重視自立性、將來性、地方性、直接性以及結果性，搭配利用地方創生政策三支箭支援工具、以及 PDCA 政策評價檢討方法，商請外部組織協助客觀分析，讓行政、政策和稅金的使用方法可被檢視，然後將經驗整理、分析、並傳承，甚至將政策的出發核心目標要達成聯合國永續發展目標 SDGs (Sustainable Development Goals, SDGs)，終將能使地方發展有永續性。

期待將來在臺灣建置地方數據庫以及數據資料搜集、整理及解讀的能力之後，政府能在各地舉辦地方創生說明會，而各地方的行政單位及社會創新家能善用數據，積極盤點地方真的需求及未來可能要面對的人口課題，發揮領導力，集結有共同危機意識的地方產業、行政官員、學界、金融、勞動以及媒體（產、官、學、金、勞、言），運用政策資源手段，才能創造完整的地方創生生態系。

然而，日本地方創生在推動過程中，也遇到地方產、官、學、金、勞、言團體響應率不足的問題，因此，地方行政文化制度的領導力革新更顯重要；此外，由於東京 2020 奧運的宣傳效應，日本也遇到人口依然集中於首都的困境，因此，日本做了地方創生相關修正，限制東京區域大學招生定額、並提出促進地方大學學生於在地創業、就職的補助制度（地方大学・地域產業創生交付金）、都市企業設據點在地方將有優惠等制，這是日本自 2014 年至今，每年不斷檢視目標，做滾動式政策修正的實踐。

地方創生的道路很長，目標及具體的短、中、長期戰略與階段戰術必須明確，並且不斷地有種籽人才至地方說明，也必須適時調整修正，讓民眾明白這是一場長期的戰役，不是曇花一現形式化的政策口號。另外，政策只是手段，不能拿手段當

目標，而是清楚訂出目標，當每個都道府縣市町村，特別是快破產或要被合併的市町村，居民都能瞭解自己地方的人口現狀、自身居住地的課題，大家一起抱持創造開放的態度，靈活運用行政資源手段，包括從法律、公共數據、補助金，從藝術、歷史、文化、物產、教育、醫療、交通、觀光等不同角度視角投入地方創生，並以人口課題、創造工作為核心，改善地方經濟，致力於創造更多交流人口為初衷。過去的累積，將能成就現在的地方公民意識，而由現在的地方公民意識出發的每一分積累，終將在可以期盼的未來有所收穫。🌱