

特集にあたって

現代社会が直面している大きな課題として、人口減少と急速な少子高齢化が挙げられます。国立社会保障・人口問題研究所の最新の推計によれば、2015（平成27）年には、1億2,709万人であった人口が、50年後の2065年には、8,808万人にまで減少する（出生中位推計による）とされており、極論すれば、愛媛県規模の地方自治体が、2年に1回消滅することを意味しています。また、2015年の国勢調査では、高齢者の割合が26.6%と4人に1人が高齢者という超高齢社会に入っており、さらなる高齢化率の上昇が当然視されております。

このような状況のもと、国においては「まち・ひと・しごと創生法」を制定し、その取組指針となる「まち・ひと・しごと創生長期ビジョン・総合戦略」を閣議決定したところであり、全国の自治体は「地方版総合戦略」と「地方人口ビジョン」を策定し、施策を展開しているところです。

今号のECPRでは、その地方版総合戦略を実現し、地域活性化を図るために重要な施策の一つである「農山漁村におけるブランド化戦略」について特集しています。地域ブランドを確立させる必要性やプロセスなどを根源的な視点から考察するとともに、地方と都市を結びつける6次産業化の推進、全国各地で増加する廃校の利活用など、地方創生を図る上で重要な観点から現代社会が抱える農山漁村における地域課題とその解決への取組みなどについて検証しています。

今後、地域社会が抱える課題はさらに増加し、多様化していくものと思われます。その課題解決のために大切な概念の一つは、シビックプライドを醸成しながら地域住民が「協働」と「連携」を行い、行政や団体等を巻き込んだ大河にすることであると考えます。地域住民がそれぞれの地域の現状把握に努めるとともに、協働と連携を図ることで実効性のある解決策が得られます。

魅力ある地域の創出と希望のある地域社会の実現のために、本誌をご活用していただければ幸いです。

平成30年10月

(公財) えひめ地域政策研究センター

所長（専務理事）豊田 秀樹