

4 地域内外との対流を起こす仕掛け

地域内外との対流の原動力となるまちづくりの仕掛けについて、仕掛けのあり方や実現のノウハウを整理する。

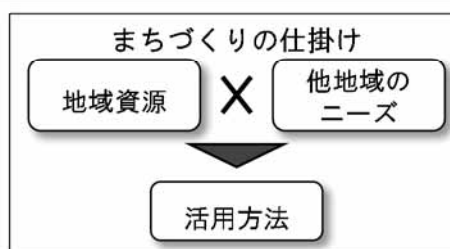
4.1 地域内外との対流に係る動向

- ・ 体験・交流、田園回帰など地域内外との対流に対する志向の変化
- ・ 地域の内発的取り組みにより、持続的な取り組みが必要

4.2 地域内外との対流の原動力となるまちづくりの仕掛け

4.2.1 まちづくりの仕掛けのあり方

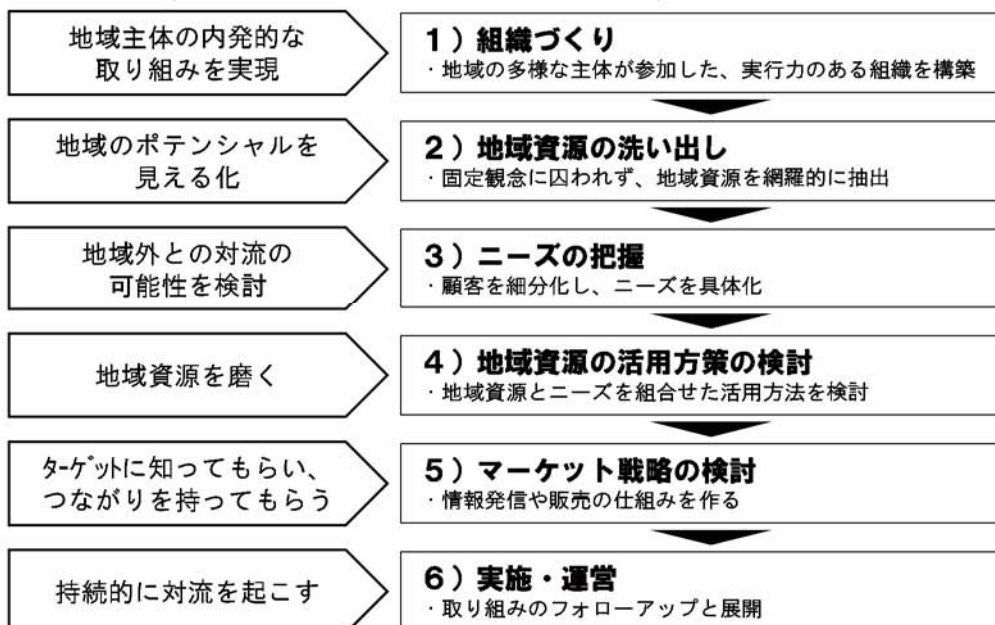
- ・ 独自の地域資源を見つけ、他地域のニーズを踏まえた活用方法を検討
- ・ 対流の持続性を確保するための工夫も必要



4.2.2 まちづくりの仕掛けを作るノウハウ

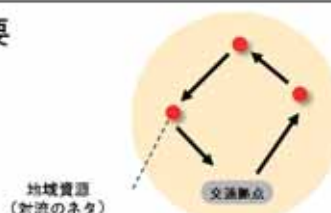
(目的)

(実施内容)



4.3 地域内外との対流により生じる交通需要

- ・ 複数の対流ネタを起こし、地域内の回遊交通を創出することが重要



4.1 地域内外との対流に係る動向

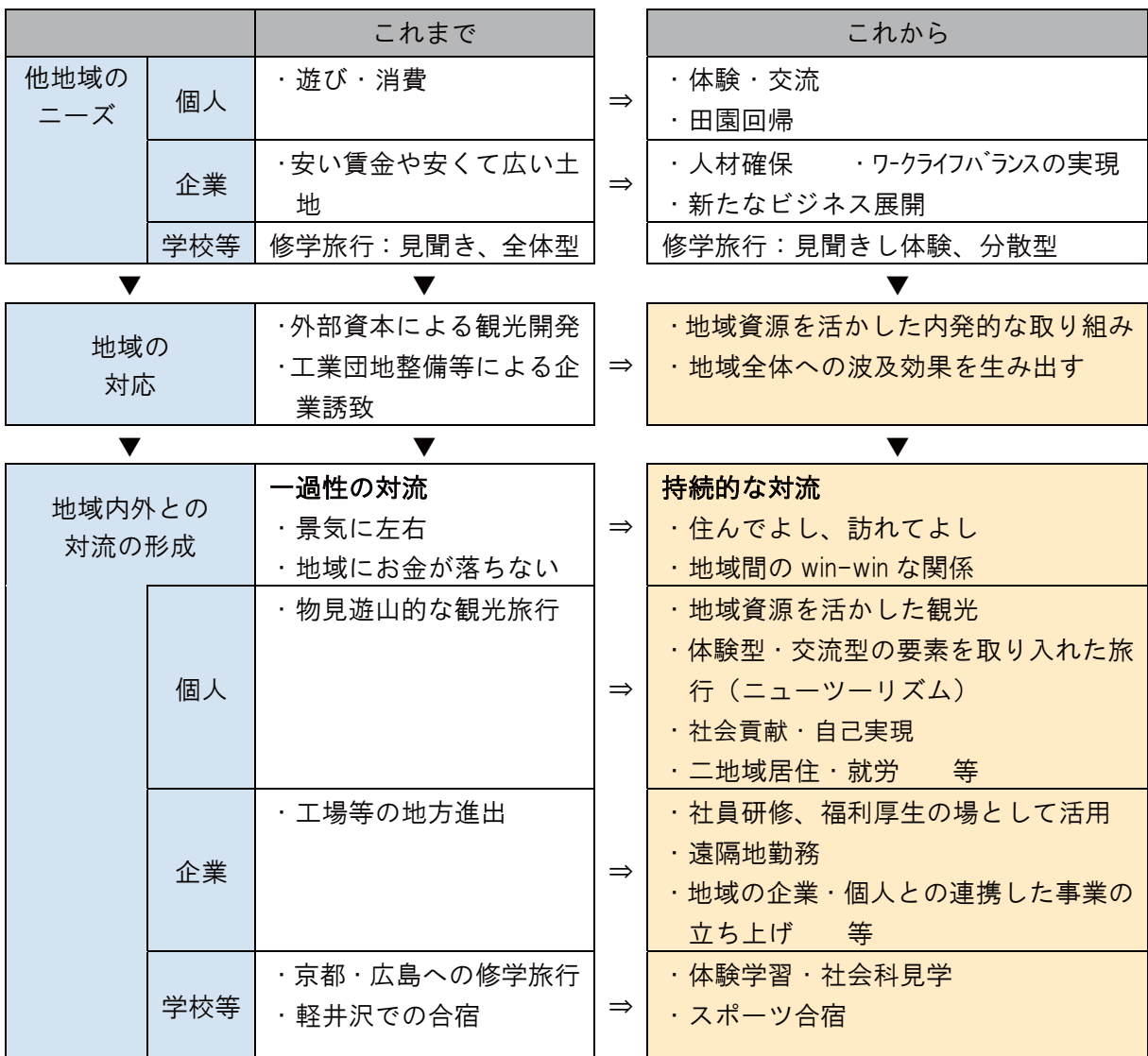
・体験・交流、田園回帰など地域内外との対流に係る志向の変化を踏まえ、地域主体による内発的な取り組みにより、地域内外との持続的な対流促進の取り組みが求められる。

これまで、地域に人を呼び込むためには、リゾート開発による観光客誘致や工業団地整備による企業誘致など様々な取り組みが行われてきた。

しかし、人口は減少し、旅行の個人化などによる旅行者ニーズの多様化や、産業の空洞化などから、従来型の取り組みでは、継続的な対流を生み出すことは困難となりつつある。

そのため、各地域においては、地域住民・企業などが主体となり、地域に密着した独自の個性を磨き、地域外から人を呼び込むことが求められる。

<地域内外との対流の変化>



4.2 地域内外との対流の原動力となるまちづくりの仕掛け

4.2.1 まちづくりの仕掛け方

- ・独自の地域資源を見つけ、他地域のニーズを踏まえた活用方法を検討する。
- ・対流の持続性を確保するための工夫も必要である。

地域は、何が対流を引き起こす個性（地域資源）であるか、他地域のニーズを踏まえて、その個性をどう磨くか（活用方法）を地域で検討する必要がある。

また、一過性で終わることなく、持続的な取り組みとするためには、対流による効果の地域への波及や、対流の量や種類の拡大等の工夫も必要である。

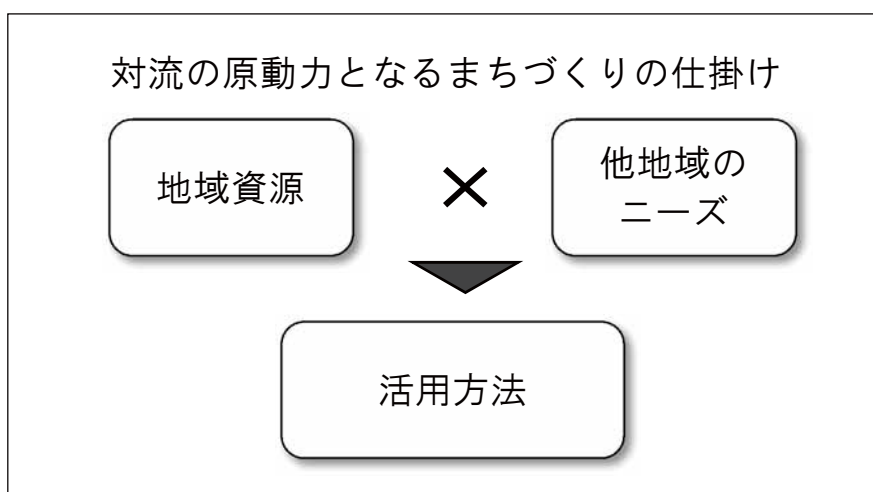


図 9 まちづくりの仕掛けのイメージ

1) 地域資源

・地域の自然、歴史・文化といったものに限らず、生活に密着したものが地域資源になる。

地域の個性となる地域資源には、自然、歴史・文化といった、いわゆる観光資源以外にも、生活様式、食文化を始めとする生活文化、農林水産業など生活に密着したものも含まれる。また、地域によって、居住環境や高齢化の進展状況が異なり、地域間の構造的・時間的な違いも対流を生み出す要素となることもある。

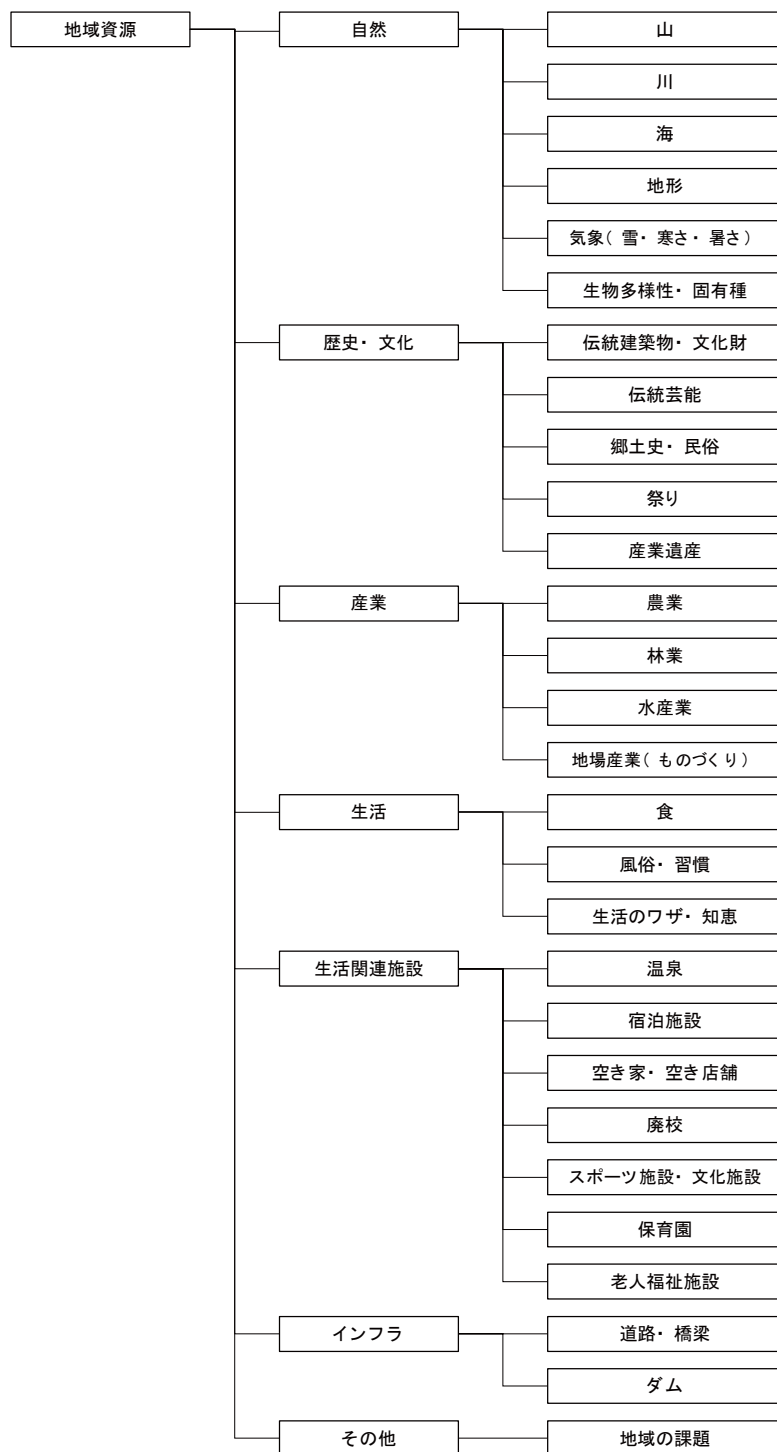


図 10 地域資源の例

2) 他地域のニーズ

・個人・企業など様々な視点から他地域のニーズを想定する。

他地域には、様々なニーズが存在する。個人だけでなく、企業においても、地域に求めているものはある。こうした様々なニーズを十分考慮し、地域資源の活用方法（磨き方）を検討する必要がある。

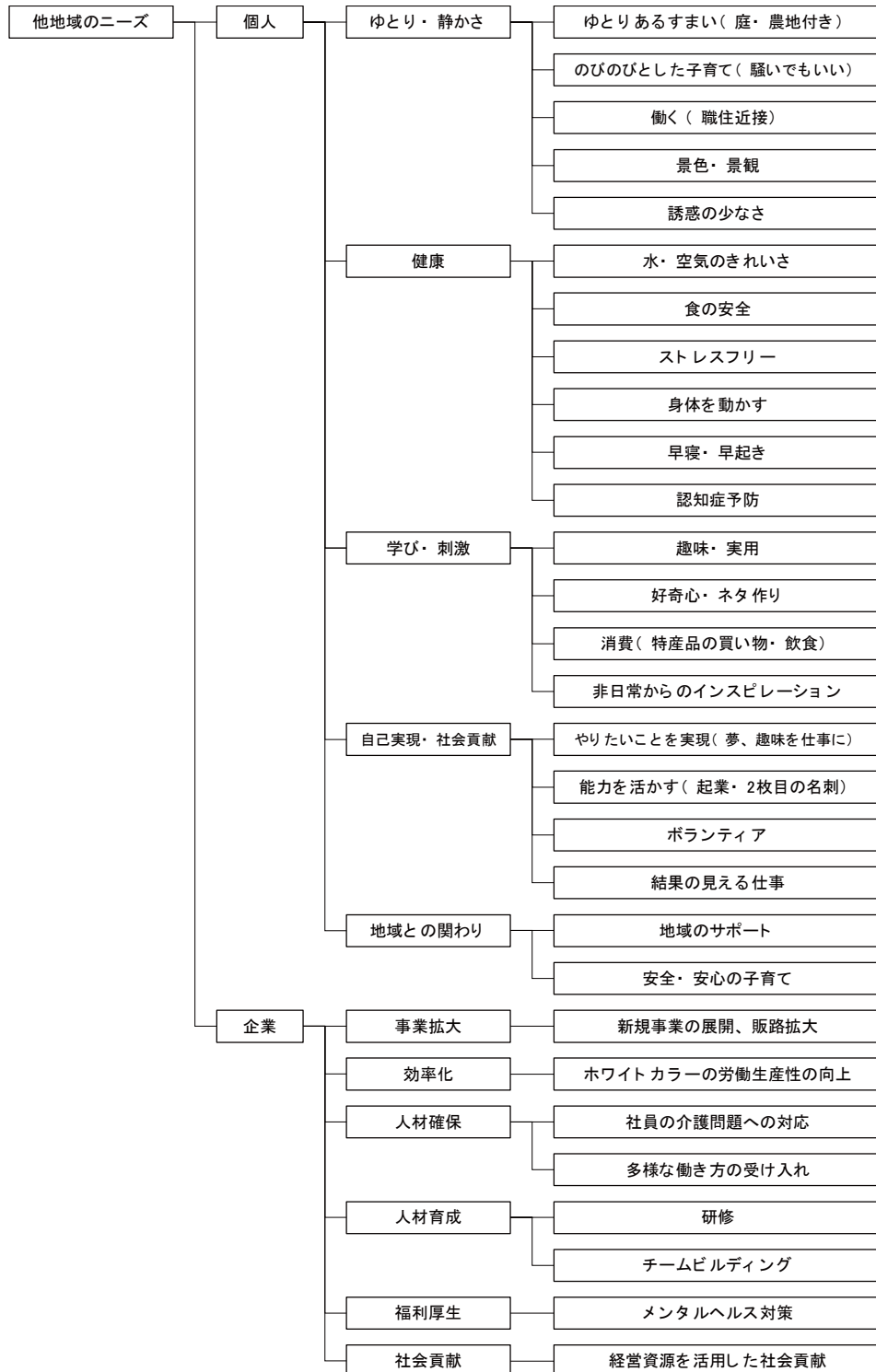


図 1 1 他地域のニーズ例

3) 地域資源の活用方法

・継続的な対流を生み出す、地域資源の活用方法を検討する。

地域外の個人・企業等の地域への関わり方により、地域における個人・企業等の行動は様々なものが想定される。地域資源の活用方法を検討する際には、個人・企業等の地域への関わり方を念頭に置き、地域資源の活用方法を検討することが必要である。



図 1 2 地域資源の活用方法の類型

表 4 地域資源の活用方法の類型

類型	内容	例
地域資源のネットワーク化	地域資源をテーマやストーリーによって繋ぎ合わせ、来訪者等の地域内回遊を促進	・ワインツーリズム ・ジオパーク 等
催事・イベント開催	地域資源を使った催事・イベントなどを開催	・アウトドアスポーツイベント ・アートイベント 等
体験・滞在プログラムの開発	地域産業の体験や自然環境を活かした滞在ができるプログラムを開発	・農業体験プログラム ・ヘルスツーリズム等
体験学習・研修等の受入体制の整備	地場産業の体験や地域コミュニティ活動等を取り込んだボランティア・体験学習・研修などの受入体制を整備	・ボランティア受入制度 ・山村留学受入制度 ・企業研修受入制度 等
地域外個人等の主体的活動の支援体制の整備	地域外の個人・企業等が地域において行う主体的な活動を支援するための環境を整備	・起業支援 ・アーティストインレジデンス 等
滞在環境の整備	地域外の個人・企業等が地域に定期的・長期的に滞在するための環境を整備	・空き家バンク ・シェアオフィス 等

表 5 他地域のニーズを踏まえた地域資源の活用方法例

他地域のニーズ		活用する地域資源	活用方法
個人	消費（特産品の買い物・飲食）	× ご当地グルメ	→ 「食」によるまちおこし（ブランド化）
	農業を始めたい、移住したい	× 農家、農地	→ 農業体験ツアー
	ゆとりあるすまい	× 空き家、農家	→ 家庭菜園を楽しむニ地域居住
	ものづくりへの興味	× 林地、林業、木工職人	→ 木から椅子を作るワークショップ
	ものづくり、健康への興味	× ハーブ	→ エッセンシャルオイルの抽出ワークショップ
	非日常からのインスピレーション	× 廃校、空き家	→ アーティストインレジデンス
	やりたいことを実現	× 祭り	→ 伝統の祭りへの参加ツアー
	ボランティア	× 伝統建築物・文化財	→ 伝統建築物・文化財の保存活動（清掃・修復）
	⋮	⋮	⋮
企業	新規事業の展開（6次産業化）	× 特産品、地場産業	→ 6次産業化等のマッチング
	社員の能力向上（研修）	× 地域の課題	→ 地域の課題解決をテーマにした社員研修
	多様な働き方への対応（遠隔地勤務）	× 廃校、空き家	→ 短期・定期的テレワークの受け入れのためのシェアオフィス
	⋮	⋮	⋮

4) 持続的な対流の実現のポイント

地域内外との対流により、地域を活性化するためには、対流が継続的であるとともに、地域の社会・経済との深い関わりを持つことが重要である。

こうした地域内外との対流を実現するまちづくりには、以下の視点が必要になると考えられる。

① 地域外の多様な主体のニーズへの対応

対流の継続性確保の観点から、特定の主体のみをターゲットとするのではなく、個人・企業・学校など多様な主体のニーズに対応できる受け入れ体制を構築することが重要であると考えられる。

② 地域内における消費・活動の拡大させる仕組み

地域内において、地域資源を見る・体験の活動だけでは、対流による地域の社会・経済効果は限定的である。地域内で食べる・買う・泊まる、さらに地域活動への参加など活動の幅を広げ、地域内での消費・活動を拡大させるため、地域内の様々な関係者が連携した受け入れ体制を構築することが重要であると考えられる。

③ 地域との関わりを深化させる仕組み

新規の来訪者等を獲得するには、多くの労力・コストを要する。効率的で継続的な取り組みとするためには、来訪者等が地域との関わりを深め、繰り返し訪問するような仕組みが重要であると考えられる。

④ 地域住民の参加・理解の促進

来訪者等の地域内での消費・活動の場は、地域住民の日常生活の場と重なる部分も多い。そのため、地域内外との対流に対する地域住民の参加・理解の促進も不可欠である。

4.2.2 まちづくりの仕掛けを作るノウハウ

ここでは、まちづくりの仕掛けづくりの具体的な取り組み方法を以下の6つの段階に分けて解説する。

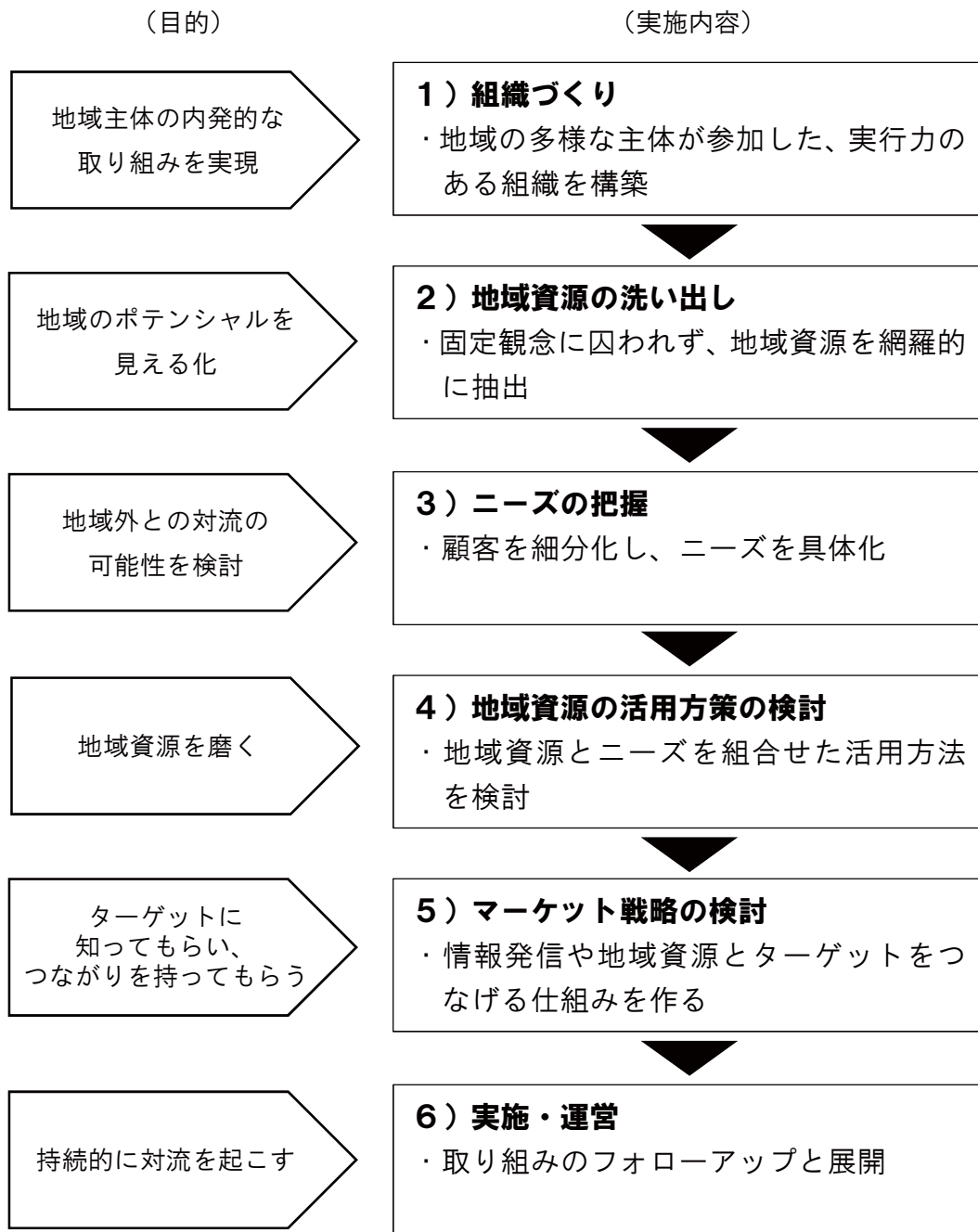


図 13 まちづくりの仕掛けを作る手順例

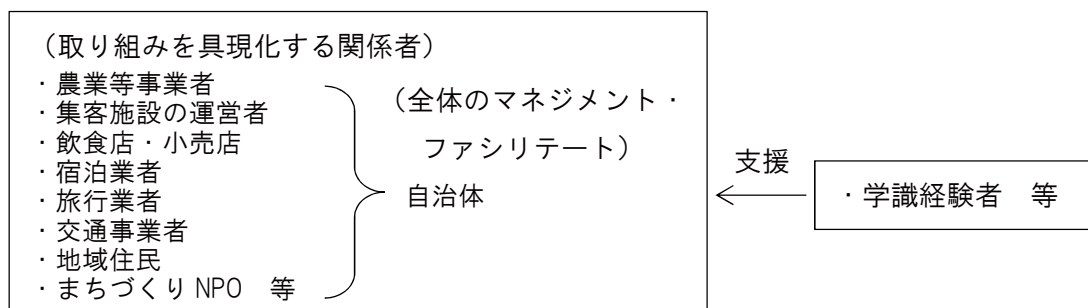
1) 組織づくり

まちづくりの仕掛けを検討・実行するための組織づくりは必要である。

地域外との対流を、地域の内発的な取り組みにより実現することが重要であることから、組織は、地域の多様な主体が参加した、実行力のある体制が求められ、以下の視点から組織のメンバーを選定することが重要である。

自治体においては、総合的なまちづくりの観点や利害関係のない立場から取り組み全体をマネジメント・ファシリテートしたり、地域の様々な関係者の調整が求められる。

〈まちづくりの仕掛けを立案・実行する組織の構成（例）〉



(1) 多様な主体

対流の促進には、来訪者等が地域に来て、帰るまで一連の行動を支援する必要がある。

そのため、地域における宿泊や移動を支援する宿泊業者や交通事業者など多様な分野の主体の参画が求められる。

(2) 固定観念にとらわれない、実行力のあるメンバー

組織は、まちづくりの仕掛けを具体的なプロジェクトとして、立案・実行することが求められる。

そのため、プロジェクトのメンバーは現場を熟知し、自ら取り組みに関与することができる立場であることが求められ、単に、関係業界の代表を据えれば良いというものではなく、自ら提案し、実行できる人が必要である。

また、まちづくりにおいては、客観的に地域の状況をみることが重要であり、時には外部の意見を聞くことも重要である。地域の衰退が現に進行している状況において、外部の意見に対して、「よそ者にわかるわけがない」、「上手くいくわけがない」というような排他的な意識があるうちは、よいアイデアは生まれない。固定観念にとらわれず、建設的な議論ができる能力も求められる。

(3) しがらみのないキーパーソン

多様な分野の主体の連携を円滑に進めるためには、しがらみのないキーパーソンが重要な役割を果たすことがある。そのため、関係業界との関わりが薄いまちづくりNPO等のメンバーも加えることも重要である。

地域にこうした人材が見当たらない場合には、学識経験者等に専門的な見地からのアドバイス等の支援を受けることも考えられる。

地域が主体となった検討の進め方

- ・ 様々な関係者が連携した取り組みを円滑に進めるためには、自治体が全体のマネジメントを行うことが求められる。
- ・ しかし、自治体が最初から「たたき台」を作るなどをした場合には、関係者の当事者意識が低下することなどが懸念される。
- ・ また、役所が示した案に対して意見をもらうだけの形式の場合、役所においては関係団体と協力していることになっているが、協働とまでは言えない。関係者も意見を言っただけで満足してしまい、実態として物事が動いていないことが多い。
- ・ そのため、会議をワークショップ形式とするなど、関係者が積極的に提案を出す場として、機能させることが重要である。
- ・ これを繰り返すことにより、協働の意識が芽生え、地域が一丸となって取り組むという環境を醸成することができる。

2) 地域資源の洗い出し

地域資源には、既に観光資源等になっているものだけでなく、手を加えれば活用できるものや外部の人から見れば価値があるものなどが存在する。

そのため、地域資源の活用方法を考えるためには、固定観念に囚われず、まず地域にどのような資源があるのか以下の視点から見える化をする必要がある。

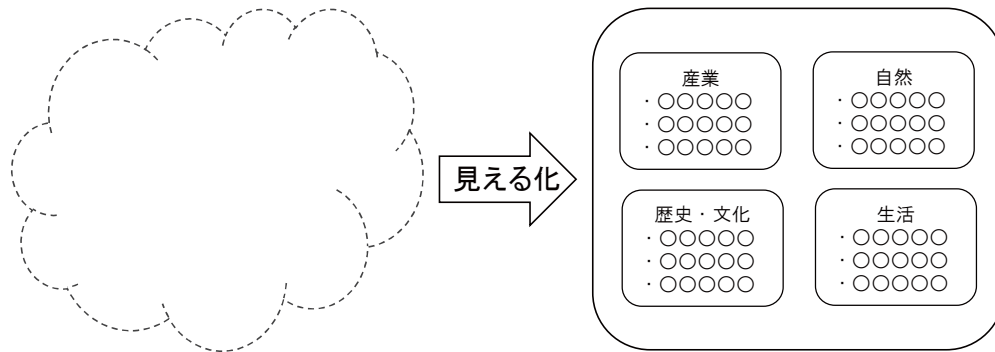


図 1 4 地域資源の洗い出し (イメージ)

(1) 網羅的な抽出

地域資源には、様々なものがある。地域の資源をできるだけ網羅的に抽出するために、次のような枠組みを設定し、地域資源を整理することが考えられる。

表 6 地域資源の分類例

分類	内容
産業	農業、林業、水産業、地場産業 (ものづくり)
自然	山、川、海、地形、気象 (雪・寒さ・暑さ)、 生物多様性・固有種
歴史・文化	伝統建築物・文化財、伝統芸能、郷土史・民俗、 祭り、産業遺産
生活	食、風俗・習慣、生活のワザ・知恵
生活関連施設	温泉、宿泊施設、空き家・空き店舗、廃校、ス ポーツ施設・文化施設、保育園、老人福祉施設
インフラ	道路・橋梁、ダム

(2) 外部の視点活用

地域資源は、地域住民にとっては、当たり前すぎて存在に気付かないことがある。そのため、地域資源を洗い出すためには、観光客、専門家など外部の視点を参考にすることも考えられる。

3) ニーズの把握

対流を促進するためには、地域資源を地域外の人々のニーズに合った、活用方法を考える必要があり、地域外にどのような顧客がいるのか、その顧客はどのようなニーズがあるのか把握する必要がある。

そのため、地域の観光客などの来訪者等の入り込みの現状や社会的なトレンドを踏まえつつ、顧客を細分化し、ニーズの具体化を図りながら、対流を起こす可能性のあるニーズを明確化する必要がある。

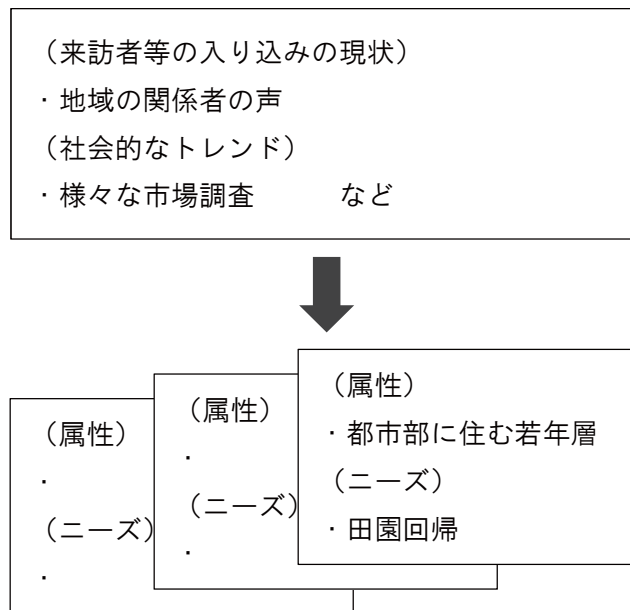


図 15 ニーズの把握 (イメージ)

(1) 顧客層の細分化

人々のニーズは多様化しており、顧客を他地域からの来訪者等として漠然と捉えるのではなく、誰が、どのようなニーズを持っているのかを把握することが重要である。

そのため、例えば、顧客を性別・年齢や個人・企業といった属性で顧客層を細分化する必要がある。

(2) ニーズの具体化

顧客のニーズには、解決したい悩みや課題、かなえたい夢や願望といったものが考えられる。来訪者等の入り込みの現状 (関係者の声) や社会的なトレンド (各種の市場調査など) などから、属性ごとにニーズを想定する。

4) 地域資源の活用方策の検討

地域資源があったとしても、比較優位性有無といった制約から、他地域のニーズに対応できるものとできないものがある。そのため、地域資源とニーズをマッチングさせ、具体的な活用方策を検討する必要がある。

活用方法を検討するにあたっては、概ね以下のような手順が考えられる。

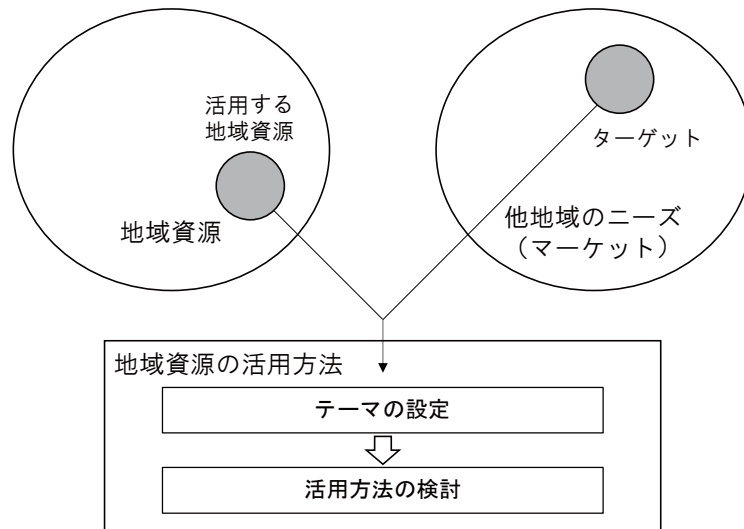


図 16 地域資源の活用方策の検討

(1) テーマ設定

洗い出した地域資源の中から、活用する地域資源やターゲットを特定し、活用の方向性を絞り込んでいく。

絞り込んでいくためには、以下の視点から洗い出した資源とニーズを分析することが考えられる。

① 他地域等との比較

地域資源が他地域と比較して、優位性を発揮できるかという視点から地域資源を分析し、地域の強み・弱みを分析する。

② 地域の想い

地域の関係者が想いを込める地域資源を活用することが、取り組みの実現・継続のインセンティブとなる。

(2) 企画の検討

活用する資源やターゲットの決定後、地域資源の活用方法を企画する。

関係者がそれぞれの案を持ち寄ったり、グループで意見交換しながら案を作成していくなど、発想の幅を広げたり、気づかなかった点を補完しあい、案を練り上げていくことが重要である。

企画の精度を高める段階で、内容の不備・不足等に気づくことも多いことから、何度でも前に戻ってやり直すことも必要である。

また、モニターツアーの実施など、実際に取り組みを試行し、その経験を踏まえ、改善することなども考えられる。

5) マーケット戦略の検討

地域資源の活用方法の決定後、ターゲット層が取り組みを知りやすい・つながりやすい状況をつくる必要がある。

そのため、ターゲット層の市場規模を把握するとともに、ターゲット層や地域資源の活用方法の特性を踏まえた、情報発信や販売チャネルの構築を行う必要がある。

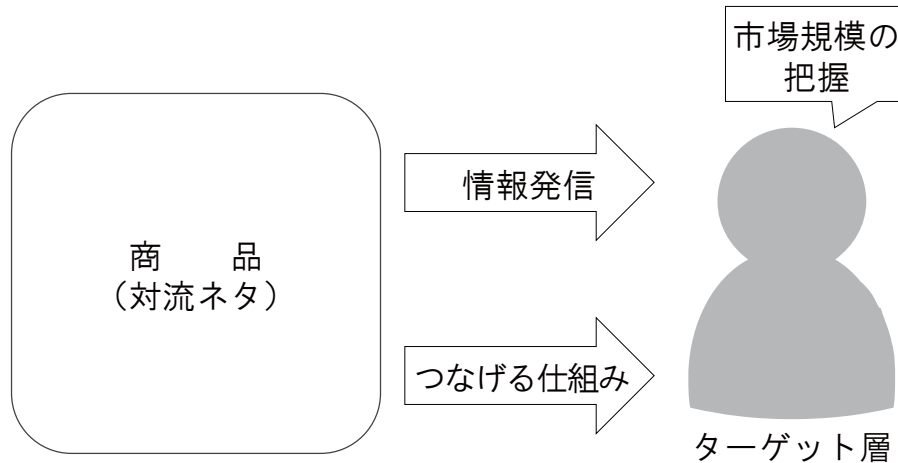


図 17 マーケット戦略

(1) 市場規模の把握

事業として成立するか否か、また商品の安定的な供給とするためには、市場規模を適切に把握することが重要である。

各種の市場調査などから、どこに・どの程度のターゲット層がいるかを把握する。

(2) 情報発信 ～知ってもらう～

ターゲット層に訴えかける的確な情報発信を行うことが重要である。

具体的な情報発信の手法としては、パンフレットの作成・配布、web サイトの作成や新聞・テレビなどのマスコミの活用などが考えられる。

ターゲット層の情報入手の特性や各媒体のメリット・デメリットを踏まえて、効率的・効果的な方法を選択する必要がある。

(3) 地域資源とターゲットをつなげる仕組みの構築 ～つながりを持ってもらう～

ターゲット層に知ってもらった上で、実際に地域資源を活用してもらうためには、地域資源とターゲットをつなげる仕組みが必要である。

例えば、チケットの購入等が必要な場合には、ターゲット層が商品を購入しやすい仕組みを作る必要がある。インターネット等により、事前に出発地で申し込んでもらうことや、地域の交通拠点や宿泊施設で申し込んでもらう、又は施設で直接申し込むことなどが考えられる。

6) 実施・運営

持続的に対流を生み出すことが重要である。

そのため、実施・運営の段階において、個別の取り組みの PDCA を行い、改善を図ると同時に、取り組みの規模の拡大や他の資源を活用した取り組みへの発展など、継続的な事業展開を検討する必要がある。

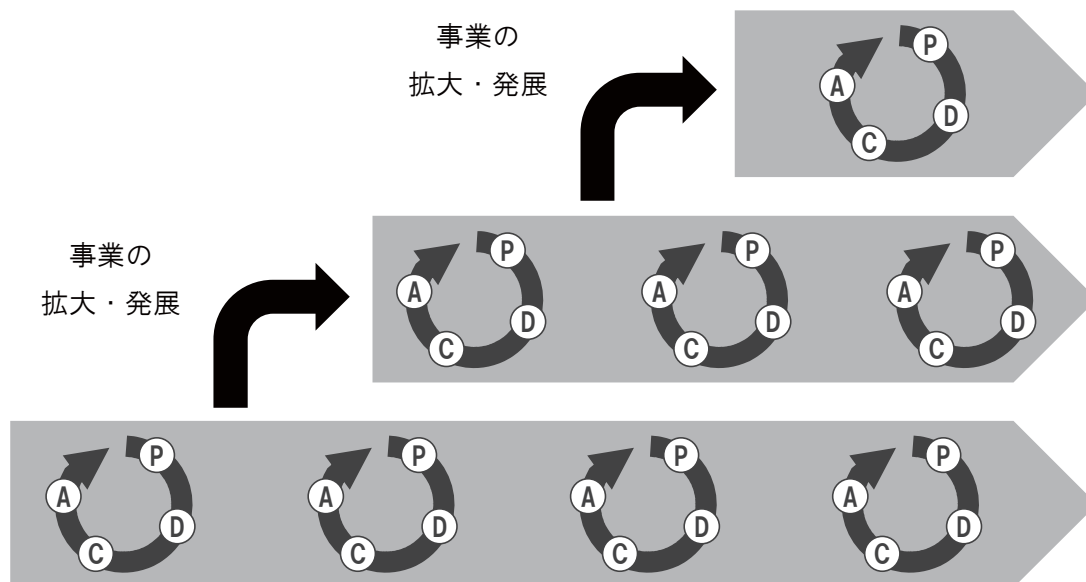


図 18 事業の実施運営のイメージ

(1) 実行を通じた継続的改善 (PDCA)

取り組みの実施・運営段階では、事前には想定されなかった問題や新たなニーズが発生することが考えられる。

そのため、来訪者等の感想や関係者の意見等を収集し、取り組みを改善させる仕組み (PDCA サイクル) を構築することが望まれる。

(2) 事業拡大・発展等の持続的な取り組みの展開

一つの取り組みを軌道に乗せたら、その取り組みにより得られたノウハウや関係者のネットワークを活かして、新たな取り組みを始めるなど、リピーターや新たな来訪者等を獲得することが求められる。

そのためには、5年後・10年後の目標を設定するなど、中長期的な視点を持ちつつ、取り組むとともに、取り組みの成果を定期的に共有するなどして、関係者のモチベーションを維持することが必要である。

4.3 地域内外との対流により生じる交通需要

・複数の対流ネタを起し、地域内の回遊を創出することが重要である。

地域内外との対流により生じる交通需要には、以下のパターンが考えられる。

地域の活性化、地域交通の需要確保の観点からは、地域内をより多く回遊してもらうことが望ましい。対流ネタを連携させるなど、取り組みを拡大させ、地域内での回遊を創出することが重要である。

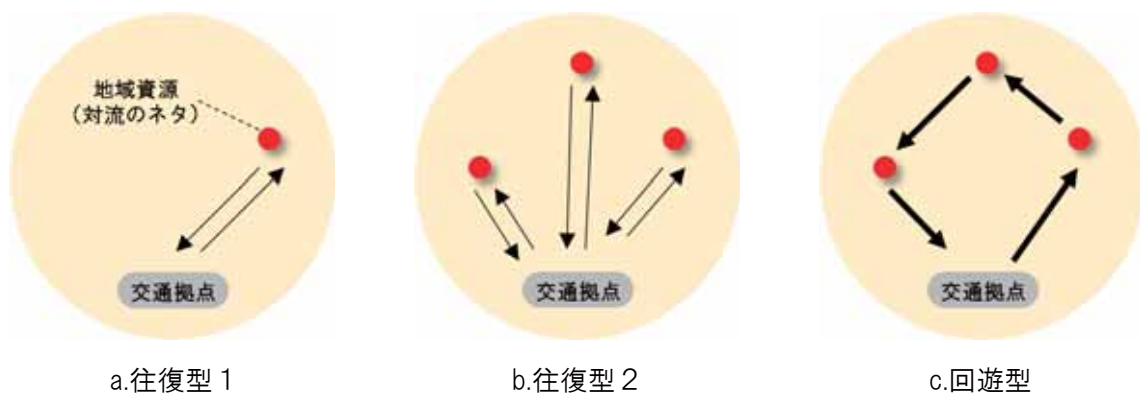


図 1 9 地域内外との対流により生じる交通需要のパターン

表 7 地域内外との対流を起こす仕掛けの事例（1/3）

No	具体例	実施都市	実施主体	活用する地域資源	都市のニーズ		活用方法					対流により生じる交通					
					個人	企業	学校等	類型									
								地域資源のネットワーク	催事・イベント開催	体験プログラムの開発	ポテトの加工・研修等の実施		運動の主体的な整備	地域の主体的な整備	滞在環境の整備		
1	かさましこ	茨城県笠間市、栃木県益子町	かさましこ観光協議会	地場産業（陶芸）	趣味・実用	個人	企業	学校等	○	○	○	○	○	○	○	②地域内における消費・活動の拡大させる仕組み ・宿泊・買い物、陶芸体験、レンタサイクル等の地域内での様々な活動のクーポン券のついた、高速バス乗車券とを販売し、地域内での回遊を促進	C
2	うつのみやジャズのみち	栃木県宇都宮市	うつのみやジャズのみち委員会・宇都宮ジャズ協会	生活文化（ジャズを中心とした娯楽活動）	趣味・実用	個人	企業	学校等	○	○	○	○	○	○	○	④地域住民の参加・理解の促進 地域の学校・住民のジャズバンドも参加できるジャズイベントを定期的に開催し、地域住民の参加を促進	C
3	ワインツリーズムやまなし	山梨県各地	合同会社セツケツカ	地場産業（ブドウ栽培・ワイン醸造）	消費（特産品の買い物・飲食）～ワイン好き	個人	企業	学校等	○	○	○	○	○	○	○	②地域内における消費・活動の拡大させる仕組み ・来訪者がワインを飲むだけでなく、地域内を回遊し、食事や買い物をするよう、ブドウ農家、ワイナリー、造り酒屋など、地元のレストラン・商店街なども巻き込んだ体制を構築	C
4	ニセコアドベントチャーシューター体験プログラム	北海道ニセコエリア	株式会社ニセコアドベントチャーシューター	山・川・雪等（様々なアウトドアスポーツができる自然環境）	身体を動かしたい	個人	企業	学校等	○	○	○	○	○	○	○	③地域との関わりを深化させる仕組み ・季節に応じた様々なアウトドアスポーツを体験できるプログラムを提供するとともに、アウトドアスポーツの大会も開催するなど、来訪のリピートを促進	b
5	かみのやまクアオルトツリーズム	山形県上山市	上山市・上山市温泉クアオルト協議会	里山・温泉・食文化	健康増進	個人	企業	学校等	○	○	○	○	○	○	○	①地域外の多様な主体のニーズへの対応 ・一般個人の参加者だけでなく、企業福利厚生等にも活用	a
6	森のビジネスセラピー	鳥取県智頭町	智頭町森林セラピー推進協議会	森林	メンタルヘルス対策	個人	企業	学校等	○	○	○	○	○	○	○	①地域外の多様な主体のニーズへの対応 ・一般向けの体験プログラム、企業メンタルヘルス対策を開発 ②地域内における消費・活動の拡大させる仕組み ・宿泊（旅館・民泊）、食など様々な分野の関係者を巻き込んだ体制	a
7	松崎町石部地区棚田保全活動	静岡県松崎町	松崎町石部地区棚田保全推進委員会	棚田（耕作放棄された棚田を再生）	能力を活かす	個人	企業	学校等	○	○	○	○	○	○	○	④リピートや地域への関わりを深める仕組み ・オーナーとなり稲刈りを体験だけでなく、地域で定期的に農作業を手伝う仕組みも導入	a

表 8 地域内外との対流を起こす仕掛けの事例（2 / 3）

No	具体例	実施都市	実施主体	活用する地域資源	都市のニーズ		活用方法					対流により生じる交通			
					個人	企業	学校等	類型							
								地域資源のネットワーク	催事・イベント開催	体験・滞在プログラム	受入体制の整備		ボランティア・研修等の実施	地域外個人等の主体的関与	滞在環境の整備
8	越後雪かき道場	新潟県、富山県、群馬県、長野県	NPO法人中越防災フロンティア	雪	能力を活かす	○	○	○	○	○	○	○	○	対流実現のポイント ③地域との関わりを深化させる仕組み ・初級～上級の3コースを設定し、繰り返し訪れるきっかけを作るとともに、除雪の担い手となるなど地域との関わりを深める仕組みを構築	a
9	ひきみ田舎体験	鳥取県、益田市、匹見地域	ひきみ田舎体験推進協議会		能力を活かす	○	○	○	○	○	○	○	○	③地域との関わりを深化させる仕組み ・一般の体験メニューに加えて、地域の車刈りや清掃除雪を行うボランティア制度もあるなど地域との関わりを深める仕組みを構築	b
10	ふれあい農業体験	福島県、喜多方市	NPO法人喜多方市グリーン・ツーリズム・サポートセンター	農地等	体験学習	○	○	○	○	○	○	○	○	①地域外の多様な主体のニーズへの対応 ・地域の農業団体が連携することで、個人レベルから学校など様々な規模の対流の受け入れが可能	b
11	企業ファーム事業	山梨県、北杜市	NPO法人えがおつなげて	耕作放棄地	社員研修等	○	○	○	○	○	○	○	○	④リピーターや地域への関わりを深める仕組み ・社員研修に加えて、地域資源を活かした企業の新商品の開発、原材料調達など事業の支援も実施	b
12	黒松内ぶなの森自然学校	北海道、黒松内町	黒松内町プラナセンター	生物多様性	能力を活かす	○	○	○	○	○	○	○	○	①地域外の多様な主体のニーズへの対応 ・一般向けの体験プログラムの他、研究者の支援制度を導入 ④地域住民の参加・理解の促進 ・地域住民等を対象とした、研究成果の報告会を開催	a
13	小布施若者会議おふせ第二町民制度	長野県、小布施町	小布施町一般社団法人日本小布施委員会	空き家等	能力を活かす	○	○	○	○	○	○	○	○	④リピーターや地域への関わりを深める仕組み ・地域での滞在支援に加え、町民との交流会（月に1～2回）などを開催し、地域との関わりを深める仕組み	c
14	土佐山ワークステイ	高知県、高知市	NPO法人土佐山ア카데미	空き家等	能力を活かす	○	○	○	○	○	○	○	○	④リピーターや地域への関わりを深める仕組み ・地域での滞在支援に加え、地域での活動を支援するため、必要な地域資源や人的ネットワークを紹介	a

表 9 地域内外との対流を起こす仕掛けの事例（3 / 3）

No	具体例	実施都市	実施主体	活用する地域資源	都市のニーズ	活用方法							対流により生じる交通				
						対象		類型						具体的な内容			
						個人	企業	学校等	地域資源のネットワーク	催事・イベント開催	人材の発掘・育成プログラム	要人・関係者のネットワーク構築等			労働力の確保・人材育成	地域外の企業・団体との連携	滞在環境の整備
15	富士見森のオオフィス（富士見町テレワークタウン）	長野県 富士見町	富士見町役場	空き施設（大学の保養所）	ホワイトカラーの労働生産性の向上	個人	○	企業	○	学校等						①地域外の多様な主体のニーズへの対応 ・個人向けのワークスペースと企業向けの個室型オフィス空間を提供	a
16	竹田総合学院（TSG）	大分県 竹田市	竹田市市役所 ※独立法人化を目指す	伝統工芸等	起業	個人	○	企業		学校等					①地域外の多様な主体のニーズへの対応 ・一般向けの歴史・文化資源再発見特別講座と伝統産業の担い手や創造産業による起業を目指す方企業・就労支援講座を開催 ②地域内における消費・活動の拡大させる仕組み・創業に必要なとなる要業に及び、関係機関の強みを生かした適切な創業支援を展開	a	
17	和歌山・南紀スポーツ合宿案内	和歌山県 南紀エリア	南紀エリアスポーツ合宿誘致推進協議会	公共施設（グランド・体育館等）	スポーツ等の練習場所	個人		企業	○	学校等	○				①地域外の多様な主体のニーズへの対応 ・1市4町が保有する様々な公共施設を活用することで、幅広い層の受け入れを実現 ②地域内における消費・活動の拡大させる仕組み・練習場所以外にも必要となる宿泊先や交通事業者等の情報も提供	b	