

2. 本事業実施地域における事例

(1) 地域再生を担う人づくり支援事業フォローアップアンケート調査

ここでは、平成 20 年・21 年度において「地域再生を担う人づくり支援調査」に参画した実績のある市町村に対してアンケート調査(調査票参考資料 P81 掲載)を行った。

本事業においては「地域住民が主体的に地域づくりを考えるきっかけになった」「交流施策のビジネス化のヒント」となった等の声が聞かれるが、本アンケート調査においては、事業を振り返って頂くとともに、現在の人材育成、地域づくり・地域再生事業等に関する状況を把握することで、本事業が果たしてきた役割のほか、市町村の事業達成状況を把握すること等を目的に実施したものである。

『地域再生を担う人づくり支援事業フォローアップアンケート調査』調査概要

目的	：平成 20 年度・21 年度において、地域再生を担う人づくり支援事業を実施した地域における、人材育成、地域づくり・地域再生事業の実態把握を目的に実施。
視点	：本事業の実施効果・成果の確認 地域づくり・地域再生事業における本事業の活用のされ方
対象	：平成 20 年度・21 年度において事業を実施した 17 市町村
方法	：郵送方式によるアンケート調査(回収は、メール及び FAX でも受付)
期間	：平成 22 年 11 月 1 日～平成 23 年 2 月 4 日
回答数	：17 市町村

※集計結果については小数点第二位以下を四捨五入したものを表記している。

※グラフ・数表上に記載の「N」＝「有効回答数」、「SA」＝「単数回答」、「MA」＝「複数回答」を示す。

※自由回答は同様の内容等を整理し一部抜粋したものを表記している。

■現在の活動組織（問 1）

- 現在、地域づくり・地域再生の取組を行っている活動組織の状況について尋ねたところ、最も多かった回答は「事業実施時の活動主体が引き続き実施している」（47.1%）というものであった。【図表 2-1-1】
- 「現在活動主体は存在しない」（11.8%）については、その理由を「本事業実施のために時限的に作ったものであり解消した」「現在、新しい取組主体を構築中であり休止のような位置づけである」としている。【同上】
- 「その他」（11.8%）については、その理由を「新たに任命する委員による活動を予定している」「協議会は解散したものの、地域住民が出資して設立した会社があり、そこでの活動を通じて地域振興の取組を行っている」としている。【同上】
- 活動組織の形態としては既存の協議会を活用したり、発展的解消を行った上で、新たな活動組織を設立若しくは設立準備を行っている団体が多く、総じて、活動自体は継続して実施している団体が多いことが窺える。【同上】

図表 2-1-1 活動組織の状況 (SA) (N=17)

項目	実数	比率
平成20年度又は平成21年度の地域再生を担う人づくり支援事業を実施した活動主体が引き続き実施している	8	47.1%
平成20年度又は平成21年度の地域再生を担う人づくり支援事業を実施した活動主体とは異なる活動主体が実施している	5	29.4%
現在、活動主体と呼べる組織は存在しない	2	11.8%
その他	2	11.8%
無回答	0	0.0%
総計	17	100%

■事業実施による目的・狙いの達成度（問2）

- 事業実施による目的・狙いの達成度について尋ねたところ、「概ね達成できた」（52.9%）とする市町村が最も多く、「全く達成できなかった」（0.0%）とする回答は皆無であった。【図表 2-1-2】
- このような回答に至った理由を尋ねたところ、「活動主体・計画はできたが実践には至っていない」「事業実施時に掲げたときの目的は概ね達成できたと考えるが、その後のつながりに展開していない」「意識の変化は現れているが、人材が不足している」等の理由が挙げられている。こうした回答が多い理由としては、対象年度が平成 20 年・21 年度であり、現在も地域づくり・地域再生の取組を進行中の市町村が大半であるため、達成度について自己評価しにくい状況にあることが要因として挙げられる。【図表 2-1-3】
- 総じて、達成度に多寡はあるものの、本事業実施が“きっかけ”となり何らかの形で地域に変化を及ぼしている市町村は多く存在していることが窺える。【同上】
- 次に、現在の活動組織の状況と目的・狙いの達成度との関係を見ると、「同様の活動主体で実施している市町村」は、参加者の地域再生・地域振興に関する意識が変わり引き続き意識を醸成できるような活動を実施したいと考えている市町村が多く、「異なる活動主体が実施している市町村」は、商品開発・雇用・観光ビジネスに取り組んでいきたい等の目的がより具体化している傾向が窺える。そのため、例えば観光に関しては、より具体的に行動ができる観光協会に活動内容を移管するなどし異なる組織が実施しているケースが見られる。【図表 2-1-4】

図表 2-1-2 目的・狙いの達成度 (SA) (N=17)

項目	実数	比率
全体的に達成できた	1	5.9%
概ね達成できた	9	52.9%
一部は達成できた	7	41.2%
全く達成できなかった	0	0.0%
無回答	0	0.0%
総計	17	100%

図表 2-1-3 目的・狙いの達成度（自由回答）

○全体的に達成できた
・ 交流を推進する人材、ものづくりを推進する人材とも、当事業をきっかけに地域に芽生えてきた。今後とも活動を続けたい。
○概ね達成できた
・ 現在設立した協議会が主体となって、プロジェクトの企画・調整、ツーリズム開発、ガイド養成、特産品開発等の事業を実施している。
・ 当事業をきっかけとして、まちづくり団体間の横断的な連携が図られ、様々な取組が行われたことで、協働を推進するための基盤が整いつつある。
・ 各まちづくり団体の活動を支援し、ネットワーク内部のコーディネートを行う人材の育成により、地域づくりの核となるまちづくりのネットワークが構築された。
・ 新たな定住者及び雇用創出については、多くの実績ができています。起業する方も出始めており、特産品の目標販売額もほぼ目標に達している。
・ 観光ガイドの養成は行うことができたが、観光プログラムの商品開発には至っていない。
○一部は達成できた
・ 当時の協議会では、現状の分析と課題の整理や進むべき方向性などを検討した。現在、それぞれの立場で活躍しているが、行動を共にしていこうとする人材がまだまだ少ない。
・ 活動主体の母体は出来たが、運営資金、人材が不足している。
・ 人材育成には時間を要することもあり、意識の醸成は進んでいるものの、短期間では実現が難しい。
・ 地域が主体となるような自由な討議が進められたことで、地域の様々な課題が明らかになり、地域の組織のあり方や行政の業務に関する組織等の見直しを行う必要があるという方向性は確認することができたが、実践には至っていない。

図表 2-1-4 活動組織の状況×目的・狙いの達成度（SA）（N=17）

項目 (上段:実数、下段:比率)	全体的に 達成できた	概ね達成 できた	一部は達成 できた	全く達成で きなかった	無回答	総計
平成20年度又は平成21年度の地域再生を担う人づくり支援事業を実施した活動主体が引き続き実施している	0 0.0%	3 37.5%	5 62.5%	0 0.0%	0 0.0%	8 100%
平成20年度又は平成21年度の地域再生を担う人づくり支援事業を実施した活動主体とは異なる活動主体が実施している	1 20.0%	4 80.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	5 100%
現在、活動主体と呼べる組織は存在しない	0 0.0%	1 50.0%	1 50.0%	0 0.0%	0 0.0%	2 100%
その他	0 0.0%	1 50.0%	1 50.0%	0 0.0%	0 0.0%	2 100%
総計	1 -	9 -	7 -	0 -	0 -	17 -

■具体的な目標の設定と達成状況（問3）

- 本事業実施時には、具体的な目標設定を行っているが、その目標項目は多岐にわたる。それらの目標項目を「人材育成」「交流人口増加」「特産品・メニュー開発」「販売額増加」「活動拠点・交流の機会作り」「定住人口増加」「雇用創出」に項目分けしたところ「人材育成」（18件）との回答が最も多く、次いで「交流人口の増加」（11件）と続く結果となった¹。【図表 2-1-5】
- 各市町村において計画した目標数の多寡はあるが、平均1市町村当たり 3.4 本を計画している。例えばツーリズムの担い手となる協力者を増やすとして観光ボランティアやツーリズム受入世帯を増加させるとする内容から、消費者のニーズを満たすために特産品・メニュー開発を行う内容や具体的にそれらの売上目標額等を設定しているところまで様々である。【同上】
- 目標項目の達成状況を見ると、「達成できた」若しくは「概ね達成できた」との回答の合計値が最も多い項目は「活動拠点・交流の機会づくり」（87.5%）であり、「特産品・メニュー開発」（75.0%）・「販売額増加」（75.0%）、「人材育成」（61.1%）と続く。【図表 2-1-6】
 - 「交流人口増加」については、「達成できた」とする回答と達成状況に関わらず「達成できる見込みはある」との回答との合計で 90.9%を占めた。
 - 「雇用創出」に関しては「概ね達成できた」と「全く達成できていないが達成できる見込みがある」との回答がそれぞれ半数であった。
 - 「定住人口増加」に関しては「概ね達成できた」との回答が 33.3%ある一方で、達成状況に関わらず「達成できる見込みがない」とする回答の合計が 66.6%を占めた。
- 総じて、目標に向かって様々な取組を実施したり、地域づくり・地域再生に取組地域住民や特産品・メニュー開発等により交流事業の質が向上したことが窺える。【同上】
- なお、雇用創出・定住人口増加に関しては、目標に設定した市町村も少ないが、短期間での取組は達成することが難しく、他の施策との連動性が高いこともあり、萌芽が見られるものの評価できないとする声も聞かれた。【同上】

¹ なお、1市町村あたり人材育成に関する目標を「ガイド養成」「ツーリズム受入家庭養成」等の場合は、人材育成プログラムを2本有しているものとして計算した。

図表 2-1-5 本事業実施計画時の目標数合計と目標例 (MA) (N=17)

○人材育成 (18 本) ・観光ボランティア登録団体数：0 名→13 団体 ・ツーリズム受入世帯：12 戸→50 戸 ・観光ガイド育成研修：0 名→128 名 ○交流人口増加 (11 本) ・交流人口：85 万人→90 万人 ・観光客数：21 万人→25 万人 ・観光関連施設の入込数：2 万人→6 万人 ・宿泊者数の増加：5 千人→6 千人 ○特産品・メニュー開発 (8 本) ・地域ブランド認定数：0 ブランド→15 ブランド ・ツーリズムメニュー開発：0 コース→3 コース ・環境学習体験プログラムの完成：0 本→6 本	○販売額増加 (8 本) ・特産品販売額目標：13,000 千円→15,000 千円 ・新規土産品等販売額：0 円→6 千万円 ○活動拠点・交流の機会作り (8 本) ・情報発信拠点：5 か所設置 ・季節体験交流会：2 回開催 ○定住人口増加 (3 本) ・I ターン等移住受入世帯：0 世帯→9 世帯 ○新たな雇用創出 (2 本) ・新規雇用創出：0 人→5 名
--	--

※目標数は全市町村合計で 58 本。1 市町村あたり平均 3.4 本。

図表 2-1-6 本事業実施計画時の目標別達成度 (SA) (N=17)

項目 (上段:実数、下段:比率)	達成 できた	概ね達成 できた	あまり 達成できていない		全く 達成できていない		総計
			達成できる 見込みは ある	達成できる 見込みは ない	達成できる 見込みは ある	達成できる 見込みは ない	
人材育成	6	5	4	2	1	0	18
	33.3%	27.8%	22.2%	11.1%	5.6%	0.0%	100%
交流人口増加	4	0	2	0	4	1	11
	36.4%	0.0%	18.2%	0.0%	36.4%	9.1%	100%
特産品・メニュー開発	1	5	1	1	0	0	8
	12.5%	62.5%	12.5%	12.5%	0.0%	0.0%	100%
販売額増加	0	6	0	1	1	0	8
	0.0%	75.0%	0.0%	12.5%	12.5%	0.0%	100%
活動拠点・交流の機会作り	4	3	0	0	0	1	8
	50.0%	37.5%	0.0%	0.0%	0.0%	12.5%	100%
定住人口増加	0	1	0	1	0	1	3
	0.0%	33.3%	0.0%	33.3%	0.0%	33.3%	100%
雇用創出	0	1	0	0	1	0	2
	0.0%	50.0%	0.0%	0.0%	50.0%	0.0%	100%
総計	15	21	7	5	7	3	58
	-	-	-	-	-	-	-

■事業実施時において認識していた課題と課題対応策（問４）

- 本事業実施時において当初認識していた課題について尋ねたところ、「リーダーシップを発揮できるような人材の不足」（94.1%）との回答が最も多く、次いで「地域の活動を支える参加者の不足」（76.5%）と続く。【図表 2-1-7】
- 次に、それぞれの課題の解決を図るにあたり、どのような手法・内容を実施したかについて尋ねたところ、概してリーダー、若手世代、参加者などいわゆる人材不足に対しては「セミナー、講演会等を実施」や「ワークショップ等を実施」することで対応する市町村が多い傾向が窺える。【図表 2-1-8】
- 活動実践の場所・機会の不足に対しては「事業の施行」等、トライアル的にイベント等を施行する市町村が最も多い結果となった。【同上】
- ネットワークに関しては「学識経験者の活用」（57.1%）が最も多く、次いで「ワークショップ等を実施」（42.9%）との回答が多いが、概ね一過性の場合が多いセミナー・講演会より、ワークショップを複数回開催するケースが多く、そのアドバイザーやコーディネーターとして学識経験者の方を活用していることも影響しているものと考えられる。【同上】
- 当初認識していた課題について対応できたかを尋ねたところ、「取組の参考となるような他市町村等の事例等の情報の不足」に「対応できた」「やや対応できた」とする回答の合計が 90.0%と最も多く、「リーダーシップを発揮できるような人材の不足」（87.5%）、「地域の活動を支える参加者の不足」（84.6%）と続く。【図表 2-1-9】
- 総じて、いずれの項目においても対応できた・やや対応できたとの回答が多く、対応の多寡はあるものの一定の課題解決を図ることができた市町村が多いようである。但し、今後の地域を担う若手世代の不足に関しては、あまり対応できなかった・全く対応できなかったとする回答も 45.5%を占めている。この点については、本事業で人材育成を行う対象を高齢者と限定して事業を行っている市町村もあることなどが理由として推察される。【図表 2-1-9】

図表 2-1-7 本事業実施計画時に認識していた課題 （MA）（N=17）

項目	実数	比率
リーダーシップを発揮できるような人材の不足	16	94.1%
今後の地域を担う若手世代の不足	11	64.7%
地域の活動を支える参加者の不足	13	76.5%
取組を実践する場所・機会の不足	9	52.9%
有用な外部有識者・組織等とのネットワーク	7	41.2%
取組の参考となるような他市町村等の事例等の情報の不足	10	58.8%
活動資金等の不足	4	23.5%
その他	0	0.0%
総計	70	—

図表 2-1-8 本事業実施計画時に認識していた課題別対応手法・内容 (MA)

項目 (上段:実数、下段:比率)	セミナー、 講演会 等を実施	ワーク ショップ 等を実施	外部コ ンサル タントの 活用	学識経 験者の 活用	優良事 例地域 等への 視察	地域資 源の見 直し	メディ ア・広 報誌等 を通じ た広報	有用な 人材の 採用・ 雇用	事業の 試行 (お試 しイ ベン ト、モ ニタ ー等)	事例 集・HP 情報等 の活用	その他	総計
リーダーシップを発揮できるよ うな人材の不足 (N=16)	12	11	4	4	3	5	1	1	3	1	0	45
	75.0%	68.8%	25.0%	25.0%	18.8%	31.3%	6.3%	6.3%	18.8%	6.3%	0.0%	281.3%
今後の地域を担う若手世代の 不足 (N=11)	6	6	2	3	3	3	1	2	2	1	0	29
	54.5%	54.5%	18.2%	27.3%	27.3%	27.3%	9.1%	18.2%	18.2%	9.1%	0.0%	263.6%
地域の活動を支える参加者 の不足 (N=13)	7	7	1	3	2	4	2	1	1	0	0	28
	53.8%	53.8%	7.7%	23.1%	15.4%	30.8%	15.4%	7.7%	7.7%	0.0%	0.0%	215.4%
取組を実践する場所・機会の 不足 (N=9)	3	2	0	1	0	0	2	1	4	0	0	13
	33.3%	22.2%	0.0%	11.1%	0.0%	0.0%	22.2%	11.1%	44.4%	0.0%	0.0%	144.4%
有用な外部有識者・組織等と のネットワーク (N=7)	2	3	2	4	1	0	0	1	1	0	0	14
	28.6%	42.9%	28.6%	57.1%	14.3%	0.0%	0.0%	14.3%	14.3%	0.0%	0.0%	200.0%
取組の参考となるような他市 町村等の事例等の情報の不 足 (N=10)	2	2	2	1	4	0	1	1	1	3	0	17
	20.0%	20.0%	20.0%	10.0%	40.0%	0.0%	10.0%	10.0%	10.0%	30.0%	0.0%	170.0%
活動資金等の不足 (N=4)	1	1	0	1	0	1	0	1	0	0	0	5
	25.0%	25.0%	0.0%	25.0%	0.0%	25.0%	0.0%	25.0%	0.0%	0.0%	0.0%	125.0%
その他 (N=0)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

図表 2-1-9 本事業実施計画時に認識していた課題別対応状況 (SA)

項目 (上段:実数、下段:比率)	対応できた	やや 対応できた	あまり 対応できなかった	まったく 対応できなかった	無回答	総計
リーダーシップを発揮できるよ うな人材の不足 (N=16)	8	6	2	0	0	16
	50.0%	37.5%	12.5%	0.0%	0.0%	100%
今後の地域を担う若手世代の 不足 (N=11)	2	4	3	2	0	11
	18.2%	36.4%	27.3%	18.2%	0.0%	100%
地域の活動を支える参加者 の不足 (N=13)	4	7	2	0	0	13
	30.8%	53.8%	15.4%	0.0%	0.0%	100%
取組を実践する場所・機会の 不足 (N=9)	5	3	1	0	0	9
	55.6%	33.3%	11.1%	0.0%	0.0%	100%
有用な外部有識者・組織等と のネットワーク (N=7)	4	1	2	0	0	7
	57.1%	14.3%	28.6%	0.0%	0.0%	100%
取組の参考となるような他市 町村等の事例等の情報の不 足 (N=10)	2	7	1	0	0	10
	20.0%	70.0%	10.0%	0.0%	0.0%	100%
活動資金等の不足 (N=4)	2	1	1	0	0	4
	50.0%	25.0%	25.0%	0.0%	0.0%	100%
その他 (N=0)	0	0	0	0	0	0
	-	-	-	-	-	-

■地域の変化（問5）

- 地域再生を担う人づくり支援事業並びに地域振興・再生に関連した取組の前後を比較した上での地域の変化を訪ねたところ、「増加・拡大した」という回答は、「地域住民の理解・参加」との回答が 70.6%と最も多く、「地域づくり団体等との連携」（58.8%）・「商品開発」（58.8%）、「有益情報・ネットワーク等」（82.3%）と続く。

【図表 2-1-10】

図表 2-1-10 地域の変化状況（事業実施前後）（SA）（N=17）

項目 (上段:実数、下段:比率)		増加・ 拡大した	変化なし	減少・ 縮小した	わからない	該当しない	無回答	総計
人口	定住人口 (例、居住者・居住人口等)	1	7	5	0	1	3	17
		5.9%	41.2%	29.4%	0.0%	5.9%	17.6%	100%
	交流人口 (例、観光、買い物客数等)	7	8	0	0	0	2	17
		41.2%	47.1%	0.0%	0.0%	0.0%	11.8%	100%
	雇用者・従業者 (例、観光施設等の従業員・従業者等)	2	7	0	2	2	4	17
		11.8%	41.2%	0.0%	11.8%	11.8%	23.5%	100%
産業	既存産業の展開 (例、生産加工ラインの増加・増床、 既存商工会活動等)	3	7	0	1	3	3	17
		17.6%	41.2%	0.0%	5.9%	17.6%	17.6%	100%
	新規産業・事業 (例、コミュニティビジネスの種類、創 業・起業数等)	5	5	0	3	1	3	17
		29.4%	29.4%	0.0%	17.6%	5.9%	17.6%	100%
	商品開発 (例、土産物の種類・ツーリズムメ ニューの種類等)	10	5	0	0	1	1	17
		58.8%	29.4%	0.0%	0.0%	5.9%	5.9%	100%
販売・ 流通	商品取り扱い販売場所・機会 (例、販売場所数・販売イベント数 等)	6	6	1	0	1	3	17
		35.3%	35.3%	5.9%	0.0%	5.9%	17.6%	100%
	顧客・売上 (例、顧客数・売上高等)	8	5	1	0	1	2	17
		47.1%	29.4%	5.9%	0.0%	5.9%	11.8%	100%
	所得水準 (例、従業員等の所得水準等)	0	8	2	3	1	3	17
		0.0%	47.1%	11.8%	17.6%	5.9%	17.6%	100%
情報・ その他	有益情報・ネットワーク等 (例、人脈・ネットワーク、有益な情報 ストック等)	9	5	0	1	0	2	17
		52.9%	29.4%	0.0%	5.9%	0.0%	11.8%	100%
	地域住民の理解・参加 (例、活動への参加者数等)	12	4	0	0	0	1	17
		70.6%	23.5%	0.0%	0.0%	0.0%	5.9%	100%
	地域づくり団体等との連携 (例、NPO、協議会等の参加・連携 団体数等)	10	5	0	0	0	2	17
		58.8%	29.4%	0.0%	0.0%	0.0%	11.8%	100%
	その他	0	0	0	0	0	17	17
		0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	100%

■今後の取組・その他（問6）

- 地域振興・地域再生の取組を行うにあたり、今後、重点的に取り組みたいと考えている事柄について尋ねたところ、いずれの項目においても「とても重要である」・「重要である」との回答が多いが、「次世代育成のために知見・ノウハウを若手世代に引き継ぐような機会・場所の創出」並びに「県や国等による支援策の活用」については、「とても重要である」・「重要である」との回答合計がそれぞれ 100%となっており、特に重要度が高いことがわかる。【図表 2-1-11】
- 自由回答としては「持続的な収益を確保する」として、新規産業の創出並びに交流事業の展開を図るという内容のほか、収益事業の確保を行うための仕掛けとしてはネットワークが必要であるとの回答などが寄せられた。【図表 2-1-12】
- いずれの地域においても本事業を実施するにあたり中心的な役割を果たしていた世代は 50 代以上が多いが、自らが地域のリーダーとなり、交流事業のメニューづくりや特産品開発等を行い、若手世代が生活していけるという土壌を創った上で参画を求めたいとする声もヒアリング等では挙げられた。
- また、県や国等による支援については、支援策を活用する以前に、どのような支援策があるのかを知りたいというニーズが高く、そうした情報の入手先（地元の自治体や有識者等からの紹介）を確保することが先決だとの声も寄せられている。

図表 2-1-11 地域振興・地域再生の取組を行うにあたっての重点項目（SA）（N=17）

項目 （上段：実数、下段：比率）	とても重要 である	重要である	あまり重要 でない	重要 でない	わからない	無回答	総計
これまでに得られた情報（地域資源・情報・有識者情報）等のデータベース構築	2 11.8%	11 64.7%	2 11.8%	0 0.0%	2 11.8%	0 0.0%	17 100%
同様の課題を掲げる市町村や課題解決を図っている市町村等との意見交換・ネットワークの構築	5 29.4%	9 52.9%	2 11.8%	0 0.0%	1 5.9%	0 0.0%	17 100%
次世代育成のために、知見・ノウハウを若手世代に引き継ぐような機会・場所の創出	10 58.8%	7 41.2%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	17 100%
地域住民の取組に対する理解・参加を図るため、地域イベント等のOJT機会の創出	8 47.1%	5 29.4%	2 11.8%	0 0.0%	2 11.8%	0 0.0%	17 100%
県や国等による支援策の活用	7 41.2%	10 58.8%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	17 100%
持続的な収益事業の確保	8 47.1%	4 23.5%	1 5.9%	0 0.0%	2 11.8%	2 11.8%	17 100%
その他	1 5.9%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	16 94.1%	17 100%

図表 2-1-12 地域振興・地域再生の取組を行うにあたっての重点項目（自由回答）

○地域振興・地域再生の取組を行うにあたっての重点項目
・交流プログラムの開発・提供による収益確保。 ・コミュニティレストランの開設。 ・修学旅行受入回数を増やす。 ・継続的な収益事業を取り組むためにも、全国同じ環境の地域とネットワークを組み、互いのメリットになる仕組みを展開することで、継続性が図れると考える。

■今後、支援が必要と考えられる人材育成方策（問7）

- 今後、支援が必要と考えられる人材育成方策について尋ねたところ、「現在主体的に活動している人のレベルアップを目指したもの」（82.4%）との回答が最も多く、次いで「これまで地域振興・地域再生等の取組活動をしていない人を対象としたもの」（70.6%）と続く。特にカリスマ的にオールマイティにこなせる人を育成する施策より、コアメンバーが持続的に知見・ノウハウ等が学べる機会であったり、地域振興・地域再生の取組について積極的に広報を行い、活動の協力者を増やす仕組み等を構築する必要性が窺える。【図表 2-1-13】

図表 2-1-13 支援が必要と考えられる人材育成方策 （MA）（N=17）

項目	実数	比率
現在主体的に活動している人のレベルアップを目指したもの	14	82.4%
これまで地域振興・地域再生等の取組活動をしていない人を対象としたもの	12	70.6%
資金調達等の特定分野のスペシャリストの育成を目指したもの	6	35.3%
多岐に渡る課題に対応可能なゼネラリストの育成を目指したもの	10	58.8%
地域づくり活動の参考となるようなHP等を活用した他市町村事例等の情報提供	3	17.6%
圏域等に拘らず課題解決を図れるような他市町村との連携ネットワークの構築	7	41.2%
その他	0	0.0%
総計	52	－

■地域再生・地域振興に関する市町村、まちづくり団体、NPO、大学、ファンドレイジング機関等とのネットワークの必要性（問8）

- ネットワークの必要性について尋ねたところ、「ネットワークが構築された場合、参加したい」（70.6％）との回答が最も多く、「必要性を感じない」との回答は皆無であった。その他の具体的意見としては、「目的を共有したネットワークは魅力があるが、ネットワークを作りましよう的なものは疑問」「地域の状況とメンバーを見て判断する」というものであった。【図表 2-1-14】

図表 2-1-14 ネットワークに関して

項目	実数	比率
上記の組織間で新たにネットワークが構築された場合、参加したい	12	70.6%
既に既存のネットワークに参加している(既に必要だと考える組織等とは連携している)ため、必要ない	2	11.8%
特に必要性を感じない	0	0.0%
その他	3	17.6%
無回答	0	0.0%
総計	17	100%

図表 2-1-15 地域振興・地域再生に関する意見・感想（自由回答）

○その他、地域振興・地域再生に関する意見・感想

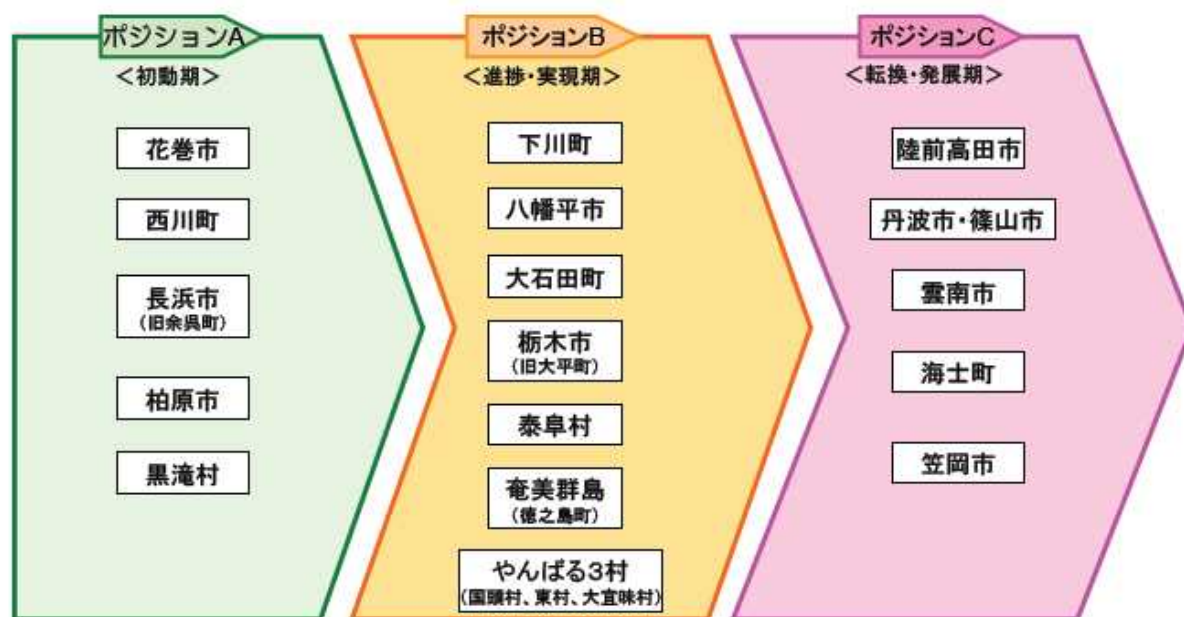
- ・この事業をきっかけにグリーンツーリズム事業に取り組めたことに感謝している。
- ・現在は、講座や研修等に参加し人材の育成を行いながら、イベント等を実施している。すぐには成果が出るとは思っていないが、必ず成果が出るように頑張る。
- ・地域再生には、若者の定住が大事であり、それを実現するためには、雇用の場（産業の創出）の確保が必要である。
- ・補助金での支援より、投資的意味合いの事業費支援をしてもらえような環境が整えば、投資する側とされる側で課題解決へのモチベーションも高くなるのではないかな。その結果、地域の再生につながると思う。
- ・今後、地域再生、地域振興を進めていく上で、関係省庁・関係団体等の支援制度について、定期的に情報提供をいただきたい。

(2) 実施地域における本事業の位置づけ・ポジショニング

事業実施地域を見ると、総じて普段から地域振興・地域再生の取組を行っているが、本事業実施をきっかけに「特産品開発」「ツーリズムの進展」等に取り組み始めた地域がある一方で、これまでに行われていた地域振興・地域再生の取組をさらに一歩進めるために本事業を活用した地域がある。

ここでは、本事業実施地域において、事業実施前から現在における地域の状況を振り返って見る中で、「初動期」「進捗・実現期」「転換・発展期」に大別し、本事業を実施した時点・ポジショニングについて整理した。

図表 2-2-1 事業実施地域のポジショニング



■ ポジション A

地域	ポジショニング
花巻市	・「グリーンツーリズムの推進」、「地場産品を利用した加工食品等の開発・販売」等をテーマに事業を実施することとしたが、初の試みとして行政ではなく自治組織である太田地区振興会を主体として地域資源の発掘からコーディネートまでを手掛けることとした。
西川町	・自主的且つ持続的に地域振興・地域再生の取組を行う必要があるという認識の下、まずは、地域住民と行政をつなぐ素地や次世代を担う若者の話にも耳を傾けなければならないというような雰囲気・土壌づくりを醸成するような取組から始めることにした。
(旧余呉町) 長浜市	・ウッディパル余呉を中核施設として観光・交流事業を行政や財団が中心となり実施していたが、長年の経営の伸び悩みからウッディパル余呉が閉鎖する恐れもでていた。そこで、行政ではなく地域住民が主体となって観光・交流事業を行う力をつけることができるよう取組を行うこととした。
柏原市	・これまでに任意団体等で地域づくりを実施している団体はあったが、大阪府ミュージアム構想に採択されたこともきっかけとなり、地域住民が初めて系統立ててソフト事業に取り組むこととなった。
黒滝村	・豊富な森林資源を有しているが、これまで地域住民がその活用等に関して協議できるような機会や場所はなかった。しかし、本事業実施をきっかけに明確にグリーンツーリズムで地域活性化を図ると打ち出し、協議会も組成されツーリズムメニューの開発等行うこととなった。

■ ポジション B

地域	ポジショニング
下川町	・数年前より林業体験ツアーを企画したり、NPO 法人が森林ツーリズムの事業化を進めているところであるが、さらに次なる展開を目指すとして I ターン者が自ら仕事を創りだすニューツーリズムの創出を目指すこととした。
八幡平市	・温泉のほか、スキー場やゴルフ場を有する観光地として栄えてきたが、より一層交流人口の拡大を図るため、これまで「負の遺産」と考えられていた鉱山跡地の活用を検討。それに資する人材育成等の取組を行うこととした。
大石田町	・特産品である「そば」の活用を中心とした地域振興の取組を行っていたが、観光客の滞在時間の増加を図るとともに消費意欲を引き出すような観光メニュー等の開発を目指すこととした。

地域	ポジショニング
(旧大平町) 栃木市	・市民主導の活動を活発化させるべく「協働のまちづくり」を推進してきたところ NPO などを中心にまちづくりを担う団体が組成・成長しているところである。現在、次なるステージとして団体間の連携の強化が課題となっており、その実現に向けた取組を行うこととした。
泰阜村	・高齢者に対する福祉政策が充実している地域として有名であり、コミュニティビジネスと高齢者方の生きがいをマッチングさせることを目指した。
(徳之島町) 奄美群島	・これまでも奄美群島振興開発特別措置法等を活用して各種地域づくり事業等を行っていたが、コミュニティビジネスの視点を付加したいと考え、そのために必要な緒元を整理し、仕組みを構築することを目指した。
(国頭村、東村、大宜味村) やんばる3村	・やんばるの森が位置する国頭村、東村、大宜味村では各村単位で観光振興の取組が行われていた。本事業には当初国頭村だけが参加していたが、3村一体となった取組を行うことで、共通する課題の解決を図り、さらなる交流人口の拡大を目指すこととした。また、そのために必要なツーリズムメニューの開発、ガイドの育成等を行うこととした。

■ ポジション C

地域	ポジショニング
陸前高田市	・長年「生出木炭まつり」という集客イベントを行った実績を有しており、古くから住民主体のまちづくりが行われていたが、次世代への継承を意識した新たな産業づくりの取組等を大学と協働して行うようにしている。
丹波市・篠山市	・これまでも「丹波黒豆」「丹波栗」等の“丹波ブランド”を活かした特産品開発等は積極的に行われてきたが、恐竜と言う新たな地域資源の発掘を機に、これまでの取組内容等を見直し、交流人口の増加をテーマに新たなツアー商品の開発や地域全体をコーディネートできる人材の育成を目指すこととした。
雲南市	・旧吉田村は昭和 60 年から、文化と産業のパートナーシップを謳い、「鉄の歴史村」を中心にまちづくりを進めてきたが、今後はそれらを引き継ぐ次世代の発掘・育成に目星をつけるという新たな観点も含んだ、まちづくり活動を行うこととした。

地域	ポジショニング
海士町	・「ものづくり」を核に地域づくりを進め各種海産物のブランド化を図っており、こうした「ものづくり」による地域づくりに加わる人材も UJI ターン者として全国から集まってきているが、今まで以上に特産品の全国販売を通じて海士をアピールする活動を強化すると共に、さらなる雇用の創出を図れるような人材の発掘・育成ができるよう取組を行うこととした。
笠岡市	・平成8年の「ゲンキ笠岡まちづくり支援事業」を機に島おこし討論会等が進められ、各島有志による「島をゲンキにする会」が組織されたところから、笠岡諸島の島づくりがスタートし特産品開発・販売等も積極的に行っていたが、何を実施するにしても島だけでは難しい局面もあるため、新たな手法として海（島）、山（中山間地）、町（商店街）の3地域連携事業を行うこととした。