

◎若い世代に訴求する住職近接の仕事づくりゼミナールを通じて、実現可能性の高いアクションプランを創出

No.03	多摩地域在住者のワークライフバランスに寄与する NPO 等の活動に対するコーディネート支援事業 (H24)		
実施主体	株式会社 タウンキッチン	実施市町村	東京都 多摩地域

◎事業の背景

多摩地域は全国と比較して年少人口比率が高く、世帯構成においても「夫婦と子ども（核家族）」世帯の比率が全国と比較して高い状況にある。つまり、多摩地域は「夫婦二人による子育て」の課題先進地域と言える。

多摩地域の通勤者の動きは都内他地域への「流出超過」となっている。このことは「仕事（ワーク）の場」と「生活（ライフ）の場」の地理的分断を意味し、「稼ぎの場と子育ての場の分断」につながっている。

多摩地域の女性は区部と比較して就業率が低く、配偶者がいる割合が高い。全国と比較して 30 歳代に仕事から離れる人が多く、仕事への復帰時期も遅い傾向が見られる。また、30 歳代後半からの女性有配偶者の就業率も低い。こうした統計から、「夫（男性）は他地域に稼ぎに行き、妻（女性）は地元で子育てをする」という性別役割分業の傾向があると言える。

以上より、対症療法として子育て支援や男女共同参画促進を行うとともに、根治療法として職住近接（地域の仕事の場づくり）の実現が重要と考える。

◎事業の概要

**【事業 1】多摩地域の新しい公共の担い手とコミュニティ大学との連携の構築**

新しい公共の担い手である NPO 法人 tadaima!（多摩地域を中心に子育て支援や男女共同参画社会の形成の促進を図る活動）と、多摩地域をフィールドとするコミュニティ大学である東京にしがわ大学の相互連携のもとで、現役世代を対象としたワークライフバランスの課題解決ゼミナールの実施計画を策定した。その中で、NPO 法人 tadaima!の活動を多摩地域の現役世代に対して普及啓蒙するために必要となるコンテンツ（ゼミナール）の企画開発（カリキュラム設計など）や普及対象者にリーチするためのノウハウ（広報など）に関するスキルの向上を図った。

**【事業 2】現役世代対象のワークライフバランスの課題解決ゼミナールの実施**

多摩地域の現役世代（主に区部に通勤し、在住地域との接点が少ない 20~30 代の社会人）を対象とした課題解決ゼミナールを実施した。ゼミナールは、NPO 法人 tadaima!の活動の普及啓蒙を図りながら、「地域の仕事の場づくり」に主眼を置いたカリキュラムとした。具体的には、ゼミナールの受講者が主体となった「地域の仕事の場づくり」に向けてのアクションプランを立案することをゴールとし、そのために、地域の仕事の場づくりを実践するゲストを招聘し、必要な学習・体験の機会を提供するものとした。結果として、地域の仕事の場づくり（課題解決の継続的事業化）に向けた人材の育成とその経営スキルの向上を目指した。

**【事業 3】課題解決ゼミナール修了者による地域の仕事の場づくりの活動支援**

課題解決ゼミナール修了後、地域の仕事の場づくり（課題解決の継続的事業化）を目指してアクションを開始する者に対して、地域の企業や金融機関・創業支援機関・コミュニティビジネス事業者と連携を図りながら、その活動支援を行った。具体的には、多様な地域主体を招集したアクションプラン発表・検討会を開催し、アクションプランへの多様な地域主体の参画を生み出すことを目標とし、これによって、現役世代単体ではなく多様な地域主体との協働による、より現実的な「地域の仕事の場づくり」の実現を図った。

ステークホルダー	役割
①株式会社 タウンキッチン	事業全体の企画・運営、協力先との連携
②東京にしがわ大学	事業1に関して、若い世代（20～30代）を対象とした社会的企業を支援するセミナー等の設計に関する指導・アドバイス
③CESA くにたち	事業2ではゼミナールのメンターとしての役割を担い、事業3ではアクションプランの立案及び実現に向けた助言・アドバイスを実施
④多摩信用金庫	事業2ではゼミナールのメンターとしての役割を担い、事業3では多摩地域の中小企業等への参加の呼びかけを実施

### （1）中間支援の特徴（取組の中で見られた工夫や取組が上手く進んだポイント等）

- …中間支援における特徴的な工夫      ●…中間支援における失敗と対応

#### 実施中（平成24年度）

#### ●若い世代（20～30代）に訴求力のある人材の起用、SNSの活用、告知ツールの工夫等により若い世代（20～30代）のゼミナール参加を促進

多摩地域の現役世代（20～30代）に特化して募集を行う必要があったことから、ゼミナールの最初に行われたトークセッションのモデレーターやゲスト、及びその後の「くらしとしごとのワークショップ」のファシリテーターやメンターとして、若い世代や子育て世代の間で人気があり知名度の高い人材を起用した（主な人材は下表参照）。

表 ゼミナールに起用した人材

氏名	肩書・所属	役割	プロフィール
兼松 佳宏	Web マガジン 「greenz」編集長	モデレーター ／ファシリテーター	<ul style="list-style-type: none"> <li>関東を中心に14万人の読者を持ち、その中心が20～30代というwebマガジンの編集長</li> <li>暮らしと世界を変えるグッドアイデアを厳選して紹介し、クリエイティブでワクワクする社会をつくるムーブメントを起こすことを目的としている</li> </ul>
中村 健太	株式会社シゴト ヒト 代表取締役	ゲスト／メンター	<ul style="list-style-type: none"> <li>求人サイト「東京仕事百科」の立ち上げ、企業を訪問し働く人の声を聞く会員制ワークショップ「東京仕事参観」の実施、シブヤ大学しごと課のディレクター等、若い世代や企業に対して新たな求人マッチングの機会を提供している</li> </ul>
藤田 ゆみ	くらすこと 主宰	ゲスト／メンター	<ul style="list-style-type: none"> <li>オーガニックな暮らしやゆったりとした子育てをテーマに、子どもと一緒に参加できるワークショップやカフェの運営等、女性が社会とつながる仕組みや場の提供に取り組む</li> </ul>

また、上記人材の起用にあたっては、彼ら自身の Facebook アカウントから「未来キャンプ」に参加する内容を情報発信してもらい、彼らをフォローする若い世代へ広く周知を図ることができた。

チラシの制作では、若い世代に響きやすい言葉の選定（キャッチコピー）に配慮した。例えば、現役世代を対象としたゼミナールの名称を「未来キャンプ」とし、サブタイトルを「くらしのそばに「しごと」をつくる」としたことで、何か新しいものにチャレンジできる要素や自分たちの将来のために考える要素等を感じられるようにした。また、素材やデザインにもこだわり、厚手の紙を使った三角形とするデザイン性の高いものとした（右写真参照）。なお、これらの検討にあたっては、アートグラフィックを専門とするデザイナーやコピーライターとともに意見交換を重ねて、若い世代をターゲットにしたデザインコンセプトを重視した。



このような工夫・配慮の結果、定員 30 名に対して 60 名の応募があり、半数以上が多摩地域からの参加で、20 代・30 代が全体の 9 割近くを占めた。

### ●ゼミナールをけん引する「本気度の高い」参加メンバーの確保

ゼミナールを単なる意見交換や動機づけに終わらせることなく、具体的な「しごとづくり」につなげるのが重要であったことから、参加者の募集にあたってはある程度「本気度の高い」参加者を確保することに配慮した。

参加者の募集にあたっては 50 名ほどのキャスティングを想定し、まずは、既に何か社会的起業をしている人を 10 名程度想定し、直接声かけをして参加してもらうようにした（支援対象である NPO 法人 tadaima! も含まれる）。それ以外の参加者としては、起業への志をもつサラリーマンを 10 名程度、主婦層が 5 名程度、学生が 5 名程度といった想定をした。

既にアクションを起こしている 10 名がゼミナールをけん引し、他の参加者への刺激になるとともに、他の参加者の新たな意見やアイデアがこの 10 名への刺激となった。

### ●参加者の主体性を引き出すワークショップ等の効果的な運営により、地域の仕事づくりにつながる 15 のアクションプラン創出と推進に向けた協力関係の構築

参加者の主体性を引き出す工夫がなされたプロアクションカフェ形式の話し合いの手法を用いることで、参加者による自主的で建設的な議論の促進に寄与した。ゼミナール全体の具体的な話し合いの進め方は以下の通りである。

表 話し合いの流れ

流れ	具体的な内容
①くらしとしごとの未来を考えるトーク	<ul style="list-style-type: none"> <li>若い世代に訴求力のある人材を起用したトークセッションを実施</li> <li>若い世代が新たに仕事づくりに取り組んでいくことの大切さ等を共有し、起業等への関心を高める</li> </ul>
②くらしとしごとのワークショップ	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆プロアクションカフェ形式の話し合い</li> <li>①話し合いの初めに、15 の旗が用意され、参加者は立候補制でその 15 の</li> </ul>

流れ	具体的な内容
	<p>旗を先着順に取り、自分のプロジェクト案（しごとの芽）を発表する。</p> <p>②発表された15のプロジェクト案に関して、旗を取っていない参加者は、自分が応援したい、あるいは応援できると考える提案のテーブルに分かれる。</p> <p>③それぞれの提案ごとに、立候補者と他のメンバー間の意見交換を通じて、プロジェクト案の課題や具体化されていないところ等についてブラッシュアップし、プロジェクト案の質を高めていく。</p> <p>④話し合いでは15のプロジェクト案の間で、立候補者以外のメンバーを数回シャッフルする。これにより、立候補者はより多くの参加者から厳しい指摘やアイデアを受けることができ、よりプロジェクトの実現性を高めることができる。</p>
③オールナイト作戦会議！	<ul style="list-style-type: none"> <li>・その後はメンバーを固定し、夜から朝にかけて徹夜でプロジェクト案の実現に向けて話し合いを行う。</li> </ul>
④くらしとしごと・プレゼンテーション発表会	<ul style="list-style-type: none"> <li>・話し合った結果（プロジェクト案の内容）についてプレゼンテーション発表会を開催し意見交換を行う。</li> </ul>
⑤振り返り・ネクストステップアップ	<ul style="list-style-type: none"> <li>・発表会の結果を踏まえて、メンバーで振り返り、今後の展開にむけて話し合う。</li> </ul>

参加者の主体性を引き出す点で工夫された大きな特徴は、参加者自ら旗を取って自分のプロジェクト案を発表するという自発的参画を促す点にある。これによって、15のプロジェクトに自動的にプロジェクトリーダーが生まれ、また他の参加者が応援者となることでプロジェクト推進にあたっての協力関係の構築やファンづくりのきっかけとなった。その結果、話し合いに終始してしまいプロジェクトが実現しない状況を回避することができ、実現が期待される15のアクションプランが生まれた。

また、プロアクションカフェ形式の話し合いの後に、夜9時から明朝まで徹夜で行われるグループディスカッション「オールナイト作戦会議！」は、プロジェクト実現に向けてそれぞれのアイデアを出し尽くす濃密な話し合いであり、若い世代の参加者にとっては辛くも楽しい時間となる。この特別な時間をメンバーと共有し、何らかの答えを出し共有することを通じて、ゼミナール終了後も関係が継続するような仲間意識の醸成にもつながった。







## ●ファシリテーターに関する専門的なスキルと豊富な経験をもつ人材の起用が重要

「くらしとしごとのワークショップ」では、ファシリテーターとして専門的なスキルや経験をもつ兼松氏（web マガジン「greenz」編集長）が場の進行を担ったことで、非常に質の高い話し合いを支援することができた。一方、その後に企業を招待して実施した「アクションプランの発表・検討会（事業3）」において、参加企業を対象としたワークショップでは、参加者同士による意見交換を行うことができたが、ファシリテーターの役割など明確な定義などができていなかった等により、議論の深まりが必ずしも十分ではない面が見受けられた。

ワークショップ等の話し合いで話し合いの進行や維持、新たな視点の提供等を担うファシリテーターは専門的なスキルを有する人材の配置が必須である。

## ●多摩信用金庫の信用力とネットワークを活用して企業の参加を促進

多摩地域で職住近接を実現していくためには、資金はないが起業・創業への高い意欲を持つ若者とそれを応援する企業をつないで実際に仕事にしていく必要があるという課題認識から、ゼミナールを通じて創出された複数のアクションプランを厳選し、企業を招待して「アクションプランの発表・検討会」を行った。

企業の招待にあたっては、多摩信用金庫が有する信用力とネットワークを活用し、地域貢献や地域活性化が企業の収益につながることを期待できる企業（鉄道等のインフラを担う企業、運送会社、化粧品会社等）を中心に呼びかけ、参加を得ることができた。

## ●立ち上がった15のアクションプランの自立に向けた支援

事業終了後も各アクションプランが自立的に継続していけるように、15人のプロジェクトリーダーに対しては、プロジェクト専用のFacebook ページ立ち上げやメンバー同士で次の打ち合わせ日程を決める等、プロジェクトリーダーを中心にメンバーと次の具体的なアクションにつながる行動を取るよう促した。また、プロジェクトを進める上で困ったときには何時でも相談に来ていいことを伝えた。

こうすることで、15人のリーダーの自主性を高めるとともに、リーダーの孤立を防ぐことに留意した。

## (2) 取組の変遷

※表中青字下線部の内容は「(1) 中間支援の特徴」で詳述

	主な課題	対応・工夫	効果・成果
実施前 (平成23年度)	<p><b>○多摩地域の活性化</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>地域の課題を住民自らがビジネスの手法で解決する「コミュニティビジネス」は、信頼をベースにした暮らしやすいまちづくりや地域経済活性化の実現に向けて期待が高まっている。</li> </ul>	<p><b>○多摩CBネットワークの設立 (H21) と様々な取組の実施</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>「多摩CBシンポジウム (主催:多摩信用金庫・広域関東圏CB推進協議会)」がきっかけとなり、参加していた個人、NPO、金融機関、企業など、多様な主体が集ってネットワークを設立。</li> <li>メーリングリストを中心に交流し、年1回のシンポジウムや様々なイベントを実施。</li> </ul>	<p><b>○関係主体の緩やかなネットワークを形成</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>多摩CBネットワークの設立により、CBに関わる多様な主体の緩やかなネットワークが形成され、互いの顔が見える関係がつくられた。</li> </ul> <p><b>○協力先とのつながりが生まれるきっかけに</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>タウンキッチンがCESAく にたちや多摩信用金庫とつながるきっかけとなった。</li> </ul>
実施中 (平成24年度)	<p><b>○若い世代の起業・創業支援の必要性</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>多摩地域の就職近接を実現するために、新たな起業・創業を支援する取組が必要であった。</li> </ul>	<p><b>○国土交通省の平成24年度モデル事業に選定</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>平成24年度の国土交通省モデル事業が公募されたのを受け、以前より検討・実践してきた多摩地域での仕事づくりのアイデアをベースにした提案で応募し、モデル事業に選定され、活動資金が確保された。</li> </ul>	<p><b>○モデル事業を通じて協力先との関係を構築</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>これまで面識はあったが、モデル事業を通じて多摩信用金庫、CESAく にたちときちんと協力・連携体制を構築できた。</li> </ul>
	<p><b>○若い世代の参加促進</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>事業の課題認識を踏まえ、多摩地域に住む若い世代の参加が前提であったため、それらにターゲットを絞った参加促進が課題であった。</li> </ul>	<p><b>○若い世代に訴求力のある人材の起用とSNSの活用</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>若い世代の中で人気があり知名度の高い人材をゼミナールのゲストやメンターとして起用するとともに、彼ら自身のFacebookページを通じてゼミナールの情報を発信。</li> </ul> <p><b>○若い世代に響く言葉・デザインの追及</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>周知ツールとしてのチラシ制作では、コピーライターやグラフィックアート・デザイナーとともに、若い世代に響く表現の選定やデザインを重視した内容とした。</li> </ul>	<p><b>○予想を超える若い世代の参加数を実現</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>定員30名に対して60名の応募があり、過半数が多摩地域在住で、全体の9割近くを20~30代が占める結果となった。</li> </ul>
	<p><b>○「本気度の高い」参加者の確保</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>事業の課題認識を踏まえ、若い世代の参加が前提であったため、若い世代に特化した参加促進が課題であった。</li> </ul>	<p><b>○ゼミナールをけん引する参加者の確保</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>既に起業・創業している人材10名ほどに参加してもらえるように調整し、プロジェクト実現に向けてゼミナールをけん引する参加者を確保した。</li> </ul>	<p><b>○アクションプラン創出に寄与</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>起業・創業を経験する参加者が加わったことで、アクションプラン実現に向けた話し合いを活性化させることに寄与した。</li> </ul>
	<p><b>○参加者に当事者意識を持ってもらうことが重要</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>事業の課題認識を踏まえ、若い世代の参加が前提であったため、若い世代に特化した参加促進が課題であった。</li> </ul>	<p><b>○参加者の主体性を引き出す話し合いの工夫</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>15名限定で参加者にやりたい事を立候補して提案してもらい、他の参加者はそれらの提案を応援する形で、プロアクションカフェ形式で集中的に議論を行った。</li> <li>夜通しでの議論はメンバー間の関係性を強くした。</li> </ul> <p><b>○事業終了後のアクションをリーダーへ助言・アドバイス</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>事業終了後もメンバーとの関係を継続できるように次回ミーティングの設定やFacebookページの構築等のアドバイスを実施。</li> </ul>	<p><b>○事業終了後の継続性を確保</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>立候補で提案させたことで提案者にプロジェクトリーダーとしての主体性をもたせることができた。</li> <li>事業終了後も協力メンバーとの関係を継続させる支援を行ったことで、メンバー間のつながりを継続することができた。</li> </ul>
	<p><b>○多摩地域に関わる企業の参加</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>アクションプランの実現に向けた企業とのマッチングに向けて、可能性のある企業の参画を得ることが課題であった。</li> </ul>	<p><b>○多摩信用金庫のネットワークを活用し、アクションプランの発表会への企業の参加を確保</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>多摩信用金庫の信用力とネットワークを活用し、地域貢献や地域活性化が企業の収益につながる企業(鉄道会社、運送会社、化粧品会社等)を中心に呼びかけた。</li> </ul>	<p><b>○参加企業を確保</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>発表会へ参加する企業の参加を確保できた。</li> </ul> <p><b>○ワークショップの効果が低下</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>企業を対象とする意見交換では、ファシリテーターの役割を明確に定義できていなかったことから、議論の深まりが必ずしも充分でない面があった。</li> </ul>

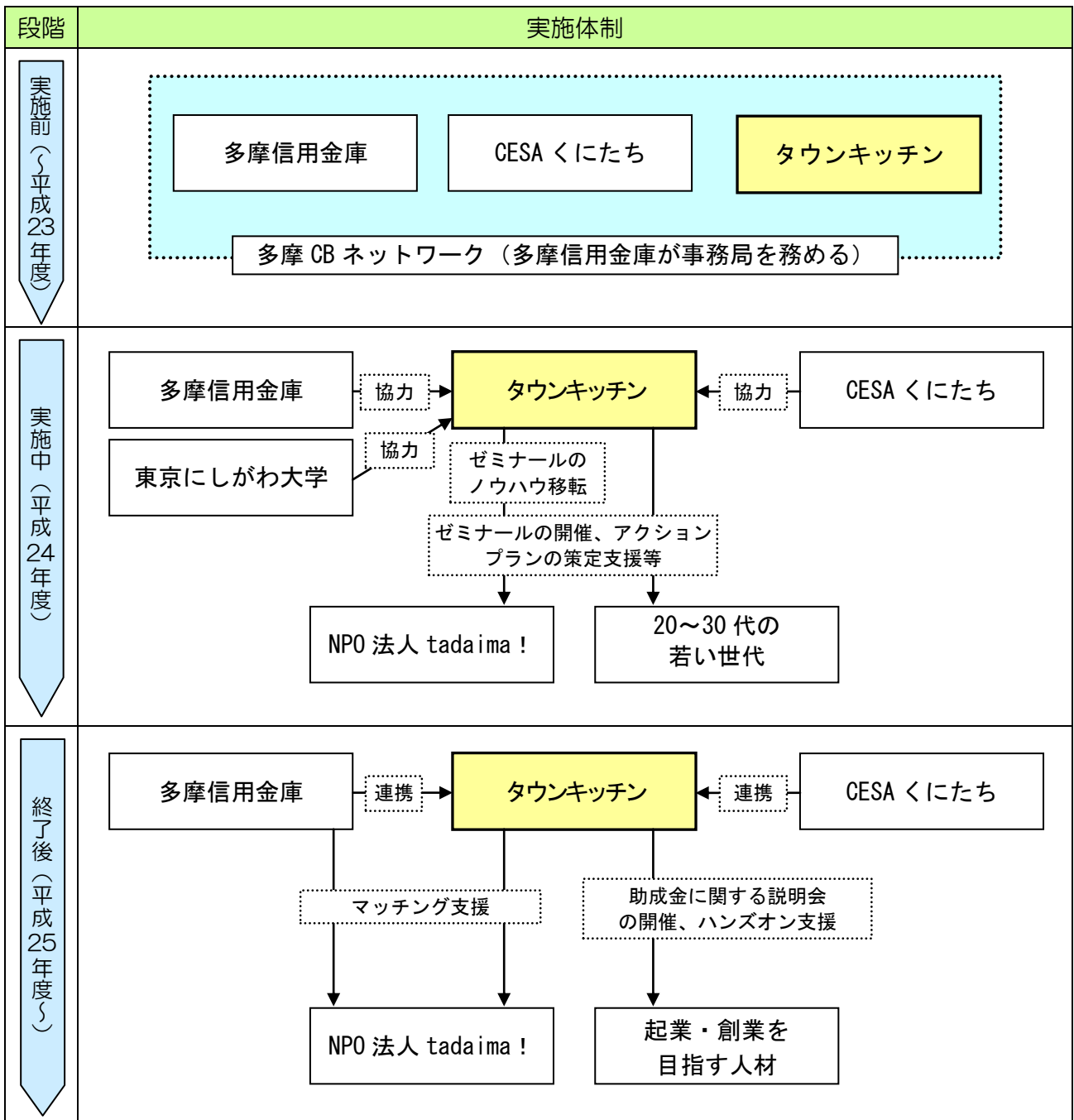
	主な課題	対応・工夫	効果・成果
終了後（平成25年度）	<p><b>○起業・創業に重点を置いた支援の必要性</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>平成 24 年度モデル事業では起業・創業へのきっかけづくりとしての取組だったが、平成 25 年度以降はより起業・創業へ重点を置いた支援が必要と判断。</li> </ul>	<p><b>○多摩信用金庫と協同で説明会の実施</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>各種補助金制度に関する説明会を多摩信用金庫と協働で開催したり、必要に応じてその後のハンズオン支援も行う等、きめ細やかに起業・創業を支援。</li> </ul> <p><b>○NPO 法人 tadaima! のアイデア事業化に向けたマッチング支援</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>平成 25 年 1 月に、ゼミナールでアイデアとして出された、まえかけと抱っこひもの 2WAY 商品の開発に向けて、多摩信用金庫と連携してエニシング（愛知県豊橋市でまえかけを制作する会社）と NPO 法人 tadaima! をマッチング。</li> </ul>	<p><b>○商品化が実現</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>マッチングにより商品開発が実現し、試作的に販売した商品は全て完売した。</li> <li>NPO 法人 tadaima! の新たな事業展開の支援につながった。</li> </ul>

### (3) 実施体制の変遷

事業実施以前より、多摩 CB ネットワークという多摩地域のコミュニティビジネスに関する緩やかなネットワークを通じて、タウンキッチン、多摩信用金庫、CESA くにたちはお互いの存在を知っている状況であった。

平成 24 年度モデル事業の応募にあたり、タウンキッチンが多摩信用金庫、CESA くにたち等に協力要請したことがその後の関係構築のきっかけとなった（タウンキッチンの北池氏は東京にしがわ大学の運営メンバー）。

事業が終了した平成 25 年度以降も必要に応じて連携する関係ができており、多摩信用金庫と協働で説明会を開催したり、必要に応じてハンズオン支援を行ったりしている。





## (4) 成果と課題

### (事業の成果)

#### ◎新たな「しごとの芽となる」15のアクションプランが生まれ、1つは商品開発へつながった

「未来キャンプ」と題した1泊2日の短期集中型のゼミナールを通じて、プロジェクトリーダーを中心に多摩地域のしごとの芽となるプロジェクトについて意見交換を重ねた結果、15のアクションプランが立ち上がった。

プロジェクトリーダーの一人にNPO法人 tadaima! も含まれており、NPO法人 tadaima! を中心に話し合った男性の家事や子育て参画を目的とした商品開発のアイデアは、その後、タウンキッチンと多摩信用金庫の支援により、エニシング（愛知県豊橋市にある前掛け専門店で独自の技術を持つ）とのマッチングが実現し、まえかけと抱っこひもの両方に使える2WAY商品「WithKids」の開発につながった。

#### ◎NPO法人 tadaima! の新たな活動の広がりへ

事業終了後、NPO法人 tadaima! は、男性目線でとりまとめられた「家事シェア白書」の出版をクラウドファンディングで資金を集めて実現し、この白書の結果を踏まえてシンポジウムやワークショップの開催等に積極的に取り組んでいるなど、活動に広がりが見られている。

また、白書の出版を通じて知名度が上がり、ライオン株式会社の事業にアドバイザーとして関わる等、多方面からいろいろと声がかかるようになった。

#### ◎多摩信用金庫、CESA くにたち等とのつながり構築

タウンキッチンとしても今回の事業を通じて多摩信用金庫やCESA くにたちとの関係づくりができたことは大きな成果であり、今後も様々な場面で協力・連携を図っていくことが可能となった。

事業終了後の平成25年度には、実際に多摩信用金庫と協働で中小機構の助成金に関する説明会やハンズオン支援を行うなど、継続した連携実績も生まれている。

### (事業の課題)

#### ◎継続的なアクションプランのフォローアップ

事業を通じて生まれた15のアクションプランについて、実現に向けてさらに何らかの支援を行っていくことが重要であるが、全てのアクションプランのその後をフォローアップできていないため、継続的な支援のあり方については今後の課題である。

## (5) 今後の展望

#### ◎より起業・創業に重点を置いた支援へシフト

平成24年度モデル事業では、起業・創業への動機づけという位置づけで1泊2日の単発プログラムで実施したが、実際に起業・創業につなげていくためには長期的な支援が必要になることから、平成25年度以降は、より起業・創業支援に重点を置いた支援にシフトしている。

実際に、平成25年度には、多摩信用金庫と協働で中小機構の助成金に関する説明会を2回開催し、必要に応じてハンズオン支援も行っている。

## ◎ゼミナールの有料化

平成 24 年度は無料（食事・宿泊代 7,000 円は参加者負担）でゼミナールを開催しており、今後、有料化した場合に参加者がさらに参加費を支払ってまで参加するかどうかは難しいところである。しかし、事業を通じて、起業・創業を支援するひとつの仕組みとしてある程度つくりあげることができたことから、ゼミナールのスケジュールや内容の見直し等を図り、有料化を検討していくことも中間支援の自立に向けて重要である。

## ◎起業・創業後のステップアップを支援していく仕組みの必要性

起業・創業支援に関して、立ち上げ・初動期に対する助成等の支援は充実しているが、実際に大変なのは起業・創業後に事業を軌道に乗せていくところである。この部分に対しての支援が不足しているのが現状であり、何らかの支援策や仕組みが求められる。