

施策251：南部地域の活性化

担当部：地域連携部

基本事業	事務事業	意見	当初予算要求への反映状況等
1	南部地域活性化推進事業（総合調整事業）費	<ul style="list-style-type: none"> <li>●複数の市町が連携できる仕組みづくりやプログラムは、基金事業の大きな特徴であり、特に市町単独ではカバーできなかったが、基金で可能になった部分などの情報収集など、基金活用の積極的な成果の発信を期待したい。それが、次期の県民指標設定の土台にもなるはずである。</li> <li>●各市町からのふるさと納税の特典や、県内高校の同窓会報などと併せて定住促進に向けた情報発信を行う等、更なる工夫を求める。</li> <li>●移住者のターゲットを絞って取り組むのはどうか。例えば、専門職の人、香川県の直島はもともと空き家が多く、それを売れてない芸術家に貸してアトリエとして使ってもらおうようにしていたそうだが、結果的には島全体が美術館のような感じになり、観光客が絶えない。そういう戦略もありうると思う。</li> </ul>	<p>○課のHPに基金の項目を新設し、市町連携による基金事業の成果等を積極的に発信していくとともに、その他の効果的な発信方法についても検討していきます。</p> <p>○定住の促進に向けた取組については、引き続き南部地域活性化推進協議会や部会の中で市町とともに検討していきます。</p>
2	第一次産業の担い手確保対策事業費	<ul style="list-style-type: none"> <li>●農林水産の所管部署と連携しながら、そこでカバーできない部分をどのように補完していくのかが見えてくるとなるとよい。農林水産業の新規就業は専業志向がベースであるだけに、若者の地方移住に顕著な、多就業志向の側面などはむしろこのような事業に馴染みやすいかもしれない。</li> <li>●就農希望者の県内での円滑な就農に向けて、サポート体制の充実を望む。</li> <li>●個別事業としての意義は理解できる。ただし、施策の目的から考えると、そもそも実際、成功したidealtypを提示することが最も重要だと思う。つまり、無理に3次産業の職に就くより、第1次産業の漁業、加工業で就いたほうが経済的に余裕があることを示せばよいのではないか。移住に悩む理由の一つは、ずっと働きながらいられるかどうかである。</li> <li>●現地体験をした方たちへのフォローを行い移住につなげてほしい。</li> </ul>	<p>○移住までの相談役として新規就農者である就農サポーターや指導農業士等ベテラン農家である就農サポートリーダーを配置し、就農の指導だけでなく生活全般についてもサポートしています。</p> <p>○SNSなどを活用し相談者との情報交換を始めたところです。</p>
3	移住交流推進事業費	<ul style="list-style-type: none"> <li>●移住対策としては全県での取組に拡張方針、ということだが、1次産業ベースでの地域資源の空間活用は南部地域ならではのあり、全県の中でもひととき南部地域の特性や魅力に特化したアピールには工夫の余地が大きいのではないか。</li> <li>●3市町以外への取組の拡大も期待する。</li> <li>●移住がどの程度実現できたのかを検討する必要がある。たとえば、市町へ要請して集計してもらえば、県としては個人情報に触れずに本事業の成果を客観的に評価できる。ぜひとも調べてほしい。</li> <li>●移住セミナーではどういう話がされているのかが気になる。移住にあたっての金銭的なシミュレーションなどといった綿密なバックアップがされているのか。</li> <li>●また、移住者がすぐ地域外に出てしまったら、意味がない。そのため、実際に移住してきた人に対してのインタビューやアンケート調査を行い、どのような要因が一番決め手であったか等を実態ベースで調べる必要がある。</li> <li>●できれば、移住者の生の声を届けるのが、移住を進めるには最も効果的だと思う。</li> </ul>	<p>○南部地域の特性を踏まえた第1次産業の体験などを加えた体験ツアーを企画しています。</p> <p>○平成28年度からは5市町での取組となります。 ・相談会や体験住宅、空き家バンクの設置等総合的な取組により移住者数の把握に努めます。</p> <p>○平成27年度に、半島地域において移住者アンケートを実施して実態を調査しており、その結果を今後の移住促進につなげていきます。</p> <p>○体験ツアーの中で、移住者と交流する機会を増やしています。</p>
4	幹線道路を活用した誘客促進事業費	<ul style="list-style-type: none"> <li>●一過性のイベントだけではなかなか産業にならないので、サニー市の取組が情報発信・物産販売施設「城」などへの恒常的な誘客に結びつくよう、引き続き工夫してほしい。</li> </ul>	<p>・幹線道路を活用した交流人口の増加に一定の役割を果たしたと考えられるため廃止します。</p>
5	子どもの地域学習推進事業費	<ul style="list-style-type: none"> <li>●地域の小中学校、高校との連携は非常に意味のある取組であり、特に、地元にはいない大学生との接点づくりを視野に入れている点は高く評価したい。他方で、異動する教員向けの地域学習への理解を深める点も見逃せない。また、学校給食など制度的に難しいが、地元学として外せない要素にどう取り組むのかも、基金ベースでチャレンジできる部分ではないか。</li> <li>●高校段階での、いわゆる「山村留学」の促進への取組も望まれる。</li> <li>●地元愛を高めることは重要。しかし、Uターンなどに対するイメージをよくすることも必要だと思う。一例に、地方から上京した大学生に、卒業後に戻るのはどうかと聞いたところ、地元にいるときは勉強の出来がよかったので、東京から戻ってきたら街で噂されるので、帰りにくい。そういう雰囲気はUターンや移住を難しくする可能性がある。</li> </ul>	<p>○Uターンを考える県内外の大学生等若者に対し、南部地域で生活することに対して共感や憧れを持ってもらうとともに、南部地域のイメージアップを図るための取組を行っています。</p>
6	25101 市町のフレキシブルな連携 企業立地セミナー開催事業費	<ul style="list-style-type: none"> <li>●仕事づくりの部分では大事な要素ではあるが、どこまでこの部分にテコ入れするかは検討の余地もあのではないか。むしろ、既に地域にある仕事をいかにつないでいくのか、という「継業」や、若い世代が移住してコトを起こしていく「小さな起業」を支援していく取組の方が、長い目で見えた場合、根付いてくるのではないか。</li> <li>●セミナー参加者へのフォローアップをしないと効果は期待できないことから、特に町に関しては、県が代替補完するなどの積極的な支援も検討していただきたい。</li> <li>●企業誘致ができることとよいが、企業側にどのようなメリットを提示できるか、そして地域住民にもどのようなメリットがあるかを伝えることが重要。例えば、VAIOの本社が東京から長野県安曇野市に移転したが、安曇野市では、ふるさと納税の還元品としてVAIOのパソコンを導入している。納税者は、20万超えの商品を実質的には5万円程度で手に入れることができる。企業収益、市の税収、納税者のお得感がともに高い。かつ、話題性がある。</li> </ul>	<p>・平成28年度は参画市町の意向により廃止します。なお、地域おこし協力隊をはじめとする人材育成の取組や集落等自立活性化の取組において、地域でのコト起こしを支援していきます。</p>

基本事業	事務事業	意見	当初予算要求への反映状況等
7	出逢い・結婚支援事業費	<ul style="list-style-type: none"> <li>●カップリングが成立しても、移住後の仕事・生活のイメージが描けないと、南部地域への移住にはなかなか結びつかず、下手をすると、かえって相手の方の住んでいる都市部に南部地域の若者が流出していく危険性すらあることから、そうした面でのサポートが望まれる。</li> <li>●最終的な成婚数がカウントしにくい、ということだが、公金を投入している以上は、プライバシーへの配慮はしつつも、ある程度は追跡調査ができるようにしておくべきではないか。そうでなければ、公金を個人に投入することへの説明責任が果たせないことになってしまう。</li> </ul>	<p>○平成28年度から市町が行うセミナー開催や出逢い世話人の委嘱にかかる部分についても補助対象を拡充し、より手厚い出逢いの場の創出に取り組んでいきます。</p> <p>・追跡調査の方法について、市町担当者会議にて検討するとともに成婚数の把握に努めます。</p>
8	熊野古道世界遺産登録10周年キャンペーン事業費	<ul style="list-style-type: none"> <li>●「10周年」はあくまで内輪の話であり、世界遺産としての価値を保った定着のために、何が必要なのか、その点での検証がどこまで行われたのかも重要ではないか。単なる一過性のイベントであれば、10周年の意義も減ってしまうだろう。</li> <li>●事業を実質的に継続していくのであれば、10年間の成果を踏まえ東紀州の魅力をさらに高め誘客を促進できるよう、情報発信のあり方などにも、より配慮をしていってほしい。</li> <li>●世界遺産なのに、なぜか国内をターゲットにしている。海外向けのPR活動が重要だと思う。円安の今こそタイミングだと思う。Facebookの「死ぬ前まで行ってみたいところ」のようなサイトに、フォローしてもらいたいかもしれない。</li> </ul>	<p>○世界遺産登録10周年を終えて、平成27年度から事業をリニューアルして継続しています。熊野古道の来訪者が過去最多となるなど、10周年事業で得られた賑わいを次の10年につなげていくため、古道利用客の利便性向上及び東紀州地域の魅力アップを図ることで、さらなる誘客を促進し、交流人口の拡大と地域経済の活性化をめざします。</p> <p>○また、伊勢志摩サミット効果により増加すると思われる外国人客にも対応できるよう、外国語版ガイドブックを作成します。</p>
9	伊勢から熊野へ～熊野古道伊勢路魅力発信事業費	<ul style="list-style-type: none"> <li>●観光の情報発信がともすると自治体ごとに途切れてしまいがちである中で、このような「繋いでいく」ことを意識したプログラムは基金事業として大事な部分であろう。繋いだ線をより太くしていく取組を期待したい。</li> <li>●今後は、海外からの観光客も見据えた、誘客及び接客の体制の整備が課題であると感じる。</li> <li>●例えば、サンティアゴ・デ・コンポステーラ（スペイン、キリスト教3代巡礼地）のように巡礼者の証明となる手帳を提供したりするのはどうか。</li> </ul>	<p>・平成27年度は、5市町が連携した熊野古道伊勢路ツアーを実施するなど世界遺産登録されていない熊野古道伊勢路の魅力発信に取り組み、一定の認知度向上を図ることができたことから、平成28年度は廃止します。</p>
10	地域の企業と大学生マッチング支援事業費	<ul style="list-style-type: none"> <li>●南部地域の中小企業には、地場に根差した会社も多いと思われる。その点で、単に仕事のみならず、公私を通じた地域との関わりや、休日のライフスタイルなど、仕事と暮らしの両面を感じ取れるプログラムづくりが大事ではないか。その点で、学生と魅力ある地元の大人や若者との交流の場づくりも大事だろう。</li> <li>●県の事業として支援を行う以上、広く県内の全高等教育機関に参加の機会が行きわたるような調整・働きかけをしていただきたい。</li> <li>●見学だけでは仕事の内容を理解しきれない。</li> <li>●インターンシップ制度に切り替え、さらに大学と協定を結び、単位認定のコースを作れば、多くの大学生を呼べると思う。その場合、一定期間を地域に滞在することになるので、街を自然に理解できるのではないか。また、その大学生たちに、街の空き家などを活用してもらえきっかけにもなる。</li> </ul>	<p>○平成27年度から、企業見学に加え、地域で働く若者との交流会を実施することで、参加者が地域でのライフスタイルを感じ取れる場づくりを行っています。</p> <p>・参加対象の大学を広げることについては、今後、市町とともに検討していきます。</p>
11	人材育成推進事業費	<ul style="list-style-type: none"> <li>●受講者が身につけたスキルが今後発揮されることを期待する。</li> </ul>	<p>○これまでの人材育成講座に加え、実践編の講座を新設します。より専門的な知識の修得と、受講者同士がつながることで、地域でのコトおこしにつなげます。</p>
12	集落支援モデルの構築事業費	<ul style="list-style-type: none"> <li>●域学連携の取組については、南部地域では現場での動きを生み出す上で、大きな効果が出ており、引き続きの展開を期待したい。取り組んでいる地域同士の情報共有（報告会）が図られているのもよい。</li> <li>●取組結果を拝見すると、集落支援＝地域住民が大学生との交流を持つということにしか読めない。集落支援ということの意義が、取組に反映されていないのではないか。例えば、地域住民との連携から新たな商品を開発することができる、若者目線に沿った新しい販売口を確保することができるなどといった、集落全体の利益に結びつかせることが求められるのではないか。</li> </ul>	<p>○引き続き、集落支援部会、地域づくりイキイキフォーラム等の場を通じて、取組地域相互の情報共有を図っていきます。</p> <p>○過疎・高齢化の進む集落で持続的な地域活動を行うには、まずは地域住民の主体性を引き出すことが重要で、大学生と連携した取組では住民の意欲向上や合意形成を優先してきました。一方で、地域の特産物を販売するなど、しごとづくりへの機運も醸成されており、次年度からは、地域ビジネスの拠点整備等への支援も行っています。</p>
13	25102 課題解決に向けた県の取組 地域資源を活用した雇用創出事業費	<ul style="list-style-type: none"> <li>●事業展開や事業拡大に向けた機運醸成につながる場づくり（異業種交流など）がまず必要ではないか。個々の事業者が互いの特徴や強みを理解し、連携して臨むような地場産業の厚みを増やしていかないと、単独での事業展開には無理があるように感じる。</li> <li>●「需要ニーズは満たしたものと考える」という根拠がいささか弱いように感じる。創業開始から10年未満の事業者を対象にし始めたのは昨年度からであり、まだ、潜在的な需要がある可能性も、あるような気がする。</li> </ul>	<p>・地域からの需要がないため翌年度は事業を廃止します。</p>

	意見	当初予算要求への反映状況等
<p>施策に関する総括的な意見</p>	<p>●地域づくりのプロセスを、「足し算」のサポート→「掛け算」のサポートと整理したとき、総じて、南部地域の施策は、前者の「足し算」のサポート、言い換えれば、外部とのつながりや機運づくり、小さな成功体験とその共有、といったベースづくりに展開意義があり、また、一部では効果を生み出しているように見受けられる。その点では、各部署が展開する「掛け算」のサポート（攻めの事業）とセットで効果を図っていく必要があるかもしれない。</p> <p>●県が南部地域を対象とする基金を創設した意義として、人・情報・資金が一体となって、現場に入り込んだ点にあるはず。現場を見守る目の数が増える安心感、他の市町を取組を県職員が媒介するようなネットワークの構築など、数値では表現できない現場の手応えが多く感じられているに違いない。定量的な指標だけでなく、定性的な成果を指標の中に組み込み、数値的にマイナスでも、現場が変化する機運が、前向きか、後向きかを示せるような、プロセスを評価できるものさしの導入が急務ではないか。</p> <p>●県民指標の生産年齢人口の減少については、自然減と社会減とを分けて考えるべきなのではないか。65歳になって生産年齢人口から抜けていく人口と15歳になって新たに生産年齢人口に入る人口を比べた際に15歳人口の方が65歳人口よりも少ないことに伴う減少率と、進学・就職・転職等で転出していくことに伴う減少率とを、分けて分析しないと、問題の本質が見えてこないように思う。</p> <p>●紀勢、熊野古道あたりの観光名所や世界遺産、さらにサミットも開催されるので、これに便乗して、この地域を国際的にPRすることが重要。例えば、バリ島では、オーストラリアのお金持ち外国人が別荘をたくさん持っている。世界に地域の魅力を伝えるのは重要。</p> <p>●県民指標だが、全人口そのものが減っているなか、生産年齢人口を増やすことが本当に可能なのかを、考えてほしい。むしろ、南部地域の税収アップにつながる対象を指標に組み込んだほうが地域の活性化になるのではないか。（⇒例えば、一部のお金持ちをターゲットにして、別荘地のような週末の釣りの街を売り込むのはどうか）</p> <p>●余談だが、南部のある市にホテルに宿泊したとき、おすすめできる市内の観光地はないとの回答があった。これは、地域住民のなかで、地域に抱く効力感のなさを表している。そういう地域マインドが、移住を妨げる可能性もある。実際、南部地域の住民は他地域からの移住をどのように捉えているのかを検討する必要がある。</p>	<p>○引き続き、地域の実情に応じて市町が連携した取組に対し、南部地域活性化基金を活用して支援を行います。また、市町の一層の連携や効果的・効率的な事業の実施を促進するため、情報共有や課題解決に向けた話し合いの場を設け、市町間や外部とのつながりづくり及び小さな成功体験の共有を図っていきます。</p> <p>○今後も、集落等自立活性化の取組や人材育成、地域おこし協力隊への支援などにおいて、積極的に現場に入り、地域を支える人材のネットワーク化を図るとともに、市町連携による南部地域活性化基金事業においても、市町職員と一体となって事業の推進に取り組んでいきます。</p> <p>・県民指標について、社会減に着目した指標とするため、「南部地域における転出超過数」としました。</p> <p>○伊勢志摩サミット開催を南部地域の活性化につなげるため、市町と連携して地域の魅力発信や誘客促進、外国語対応などの取組を進めます。</p>

注) ○は当初予算要求に反映したものを示しています。