

特定テーマに関する調査研究報告書

1 テーマ

多様な地域資源の効果的な活用による地域の元気づくりについて

2 調査・研究の内容

(1) 県の施策（地域再生大作戦）

① 集落再生支援事業（集落等が主体）

集落活動を維持・継続するための取組や将来構想づくりを支援

② 「がんばる地域」応援事業（集落等が主体）

イ 広域的地域運営組織支援事業

集落を越えた広域単位による6次産業化、広域的資源管理等を支援

ロ 地域おこし協力隊起業化モデル事業

地域が地域に関わる人材（地域おこし協力隊、集約支援員等）と協力して、買い物支援等の起業化する場合に支援

ハ U J I ターン促進事業

田舎に帰ろうプロジェクト、空き家活用支援事業、戦略的移住促進モデル事業

ニ 「がんばる地域」交流・自立応援事業

地域が自主的に企画・提案する地域活性化活動や遊休施設を活用した稼ぐ仕組みづくりを構築する取組に対してソフト・ハード両面から支援

ホ ふるさとにぎわい拠点整備事業

合併市町の旧中心部等を再生する取組として、計画策定、ソフト事業、施設整備を支援

ヘ エネルギー自立のむらづくり支援事業

地産地消によるエネルギー自立型の地域づくりを支援

ト 中山間“農の再生”推進対策

農業振興対策による中山間地域の活性化を支援

③ 地域再生促進事業（集落等の取組を側面から支援）

イ 多自然地域アンテナショップ運営事業

都市部での生鮮品・加工品等の販売を通じた地域PR

ロ 集落元気交流会の開催

地域再生大作戦取組集落等による物産品販売・PR等を実施

ハ 大学連携による地域力向上事業

大学による稼ぐ仕組みづくり等の活動に対する支援

- ニ ひょうご地域再生塾
地域資源を生かした取組を実施できるリーダー人材の育成
- ホ 地域おこし協力隊等ネットワーク構築事業
地域再生を担う人材の交流・レベルアップ
- へ 地域再生プロジェクトチームの設置
産・官・学連携による「集落対策のプラットホーム」の構築

(2) 学識者からの意見聴取

- 開催日 平成29年2月14日
- 場所 議会運営委員会室
- 報告者 公立大学法人大阪府立大学 橋爪紳也 教授
- 主な報告内容 《地域資源等を生かした元気な地域づくりについて》

① 地域と国際集客

世界では空前の人口増加（主に巨大都市への人口集中）が進む一方、日本では少子・高齢化、生産人口の減少が深刻な事態となっているため、地方都市の生活機能を確保し、地域間で連携したコンパクトなまちづくり（コンパクトシティ・プラス・ネットワーク）を進めることが重要とされている。

また、交流人口の増加と集客に関する総合的な政策が必要である。

イ 国際集客都市の構築

- ・ ビジター（来県者・滞在者）も地域の担い手と発想
- ・ 研究都市・医療都市の活用（大学生・研究者が滞在、ヘルスツーリズム等）
- ・ 地域のサポーター、リピーターを増やす創意工夫
- ・ 来県者にホームタウンの意識を持ってもらう仕組み
- ・ ビジター産業を基幹産業の一つと意識して振興

ロ 国際観光の地域間競争

- ・ 集客産業が地域の基幹産業の一つ
- ・ 国際観光のマーケティング戦略（特に中国～東南アジア圏に焦点、地域固有の魅力を追求）
- ・ 時間帯と季節のマーケティング（ナイトライフ、オフシーズンの開発等）

② 都市（地域）の魅力創造

文化遺産の利活用等による地域の価値を高め、投資を呼び込むとともに、規制緩和やエリアマネジメントにより、民間主導型の地域ビジョンを構築することを提案する。

イ フェスティバル都市の研究

- ・ 世界のフェスティバルの調査・研究
- ・ 日本各地での展開事例

ロ ライブエンターテインメントとツーリズムの研究と提案

- ・ 中国の動漫（アニメ・漫画）産業の調査
- ・ 浙江大学や常州大学と連携

ハ フードツーリズムの研究と提案

- ・ 世界の「美食ツーリズム」「美食都市」の事例調査
- ・ 日本における「美食都市政策」の提案

ニ 公共空間の利活用

- ・ パークマネジメント、B I D（ビジネス活性化地区）の実践

③ 兵庫県の魅力創造

イ 都市圏の課題

- ・ 具体的な都市戦略の不在
- ・ 都市機能の単一固定化の傾向
- ・ 快適な都市空間の不足

ロ 国際集客の振興を手段とした地域的創造

- ・ 競争による国際化
- ・ 内なる多文化の再評価
- ・ 観光集客による国際化
- ・ グローバル人材の集積

■ 主な意見

- 交流人口の場を提供する集客イベントとして、元々ある伝統的な催事をフェスティバル化し、それぞれの催事がうまく融合した良い例もある（フランス・リヨンの光の祭典など）。
- 世界中の先進事例を参考にしながら、あえてそれと異なる突き抜けたインパクトのある発信を試みるとともに、それを先導する地域における人材の発掘が必要である。
- 最初のアイデアを大事に応援し、伝統を育てる仕組みや仲間づくり（協力体制）が重要である。
- まちづくりは、人口対策のみならず、中核都市を中心とした周辺エリアとのネットワークの構築を視点として考えるべきである。
- 当然歴史は重要であるが、伝統文化は絶えず創られており、現代人の目で評価する中に発見がある。
- 昔からの伝統を砕いて、試行錯誤する中で現代の価値観に合ったものが生まれる可能性を見極める必要がある。
- 歴史的な資源に対して現代的な意味づけを投げ掛け、そこで何かを発見できるようなプロデュースの発想のもとに官民連携事業を探るべきである。

(3) 事例調査

■ 兵庫県立西脇高等学校【県民との意見交換会】

(平成 28 年 11 月 21 日：東播・淡路地区)

県立西脇高等学校では、平成 26 年から「スーパー・プロフェッショナル・ハイスクール (SPH)」事業の指定を受け、播州織の再発見と西脇産ブランドの発信に向けた取組を行ってきた。

具体的には、①播州織の再発見と最先端技術から「新・播州織」の研究、②地域産業を生かした新たな「家庭に関する専門学科」のあり方の提案、③NSHブランド(西脇高校生活情報科ブランド)の発信、④播州織で織りなすまちづくりの研究を進め、地域に根ざしたプロジェクトとして、国内のみならず世界にも播州織ブランドの魅力を発信している。

また、管内調査では、西脇市の特産物を使用した取組として、近年、酒米・山田錦の生産に移行する農家が増えたことで生産者が減っているゴマを使ったレシピを考案して発信する「第二次金ゴマ革命」のプレゼンテーションの発表もあった。

① 主な発表内容

イ 播州織で織りなすまちづくり

- ・ プレゼンテーション
- ・ ミニファッションショー

ロ 第二次金ゴマ革命

ハ 英語スピーチコンテスト「Banshu-ori Connects People's Heart」

② その他の主な意見

○ 地場産業と関わる取組を通じて発見したことについて

- ・ 播州織をはじめとする西脇市にある魅力を発見し、人口減少などの抱えている問題も理解することで、私たちの時代が重要であることを認識した。
- ・ 高齢者と触れ合う中で、播州織の歴史やこれまでの技術の進歩を改めて発見するとともに、播州織の存在に感謝することができた。
- ・ さまざまな角度から播州織の魅力を知り、それを発信できる取組ができることに幸せを感じている。

○ 将来目指している夢(職業)について

- ・ 夢はグラフィックデザイナーであるが、進学して専門分野の知識を習得し、西脇市の良さを伝えられるポスターなどを制作する仕事をしたい。
- ・ 大阪の生活科学系の専門学校で学び、経験を積んだ後は西脇市に戻って地域の特産品を使った商品の販売等を通じて、西脇市のことを発信していきたい。
- ・ 世界中に伝えられるような英語力を習得し、「西脇ファッション都市構想」の展開に関わって世界に発信するような仕事をしたい。
- ・ 県内の大学で栄養学を学び、地産地消をテーマに西脇市の食材を発信していきたい。

■ 地域おこし協力隊【県民との意見交換会】

「地域おこし協力隊」とは、都市部から過疎地域等に生活の拠点を移し、居住地の自治体（市町）が隊員として委嘱し、一定期間、地域に居住して地域ブランドや地場産品の開発・販売・PR等の地域おこしの支援や、農林水産業への従事、住民の生活支援などの地域協力活動を行いながら、その地域への定住・定着を図る取組である。

事業主体は市町であるが、若者による地域おこし活動は大いに地域再生に資するものであり、その取組状況を聞き取るため、次のとおり地域おこし協力隊員との意見交換を実施した。

① 加西市地域おこし協力隊

（平成28年11月21日：東播・淡路地区）

イ 主な発表内容

- 加西市での取組において、自分が感じている楽しみを、市内で必要とされている人たちに感じてもらいたい。
- 自分が大切だと思うこと、守りたいと思うことに価値を見出し、次世代につなげたい。
- 当たり前の風景になっているものを発掘し、スポットを当てることで地域の魅力を再発見したい。
- 得意分野である芸術に関わる地域活動を通じて、地域おこしに取り組みたい。
- 農産物加工グループの立ち上げを支援する傍らで、夫と共に取り組んでいるぶどう栽培により、数年後にワイナリーの設立を目指している。
- 加西市は3大都市圏内に位置しているため、総務省の特別交付税措置の活用はできず、市単独で取り組んでいる。

ロ その他の主な意見

- 地域活動を踏まえた手応えについて
 - ・ 若者主体のコミュニティ・交流活動等を通じて、地域の魅力発見につながるとともに、周りの若者もまちづくりに対する意欲が向上している。
 - ・ ドライフルーツのテスト販売を通じて、新聞掲載の効果もあり、市内外からの反響が予想以上に多かったことから、情報発信の効果を感じた。
- 今後の課題について
 - ・ 地域おこし協力隊の任期終了後の自分のあり方、定住に向けた収入源をいかに作るかが問題である。
 - ・ 地域おこし協力隊と家業のワインづくりとの両立が難しい。
- よそ者目線による地域活動におけるメリットについて
 - ・ 地域にある文化が当たり前ではなく、違った角度から見ることで新たな発見が生み出される。
- 若者の弱みについて
 - ・ 歴史・伝統文化等に関する知識やものづくりに対する発想力が弱いですが、逆にそれを生かして市内に長年暮らしている人との交流が生まれている。

② 宍粟市地域おこし協力隊

(平成 29 年 1 月 19 日 : 西播地区)

イ 主な発表内容

- 廃校の跡地活用として整備した多目的宿泊施設の運営を通じて、地域の活性化に役立てるよう頑張りたい。
- 大好きな森や川の大自然の中で暮らすのが夢であり、隊員として森林セラピーの整備に関わっていることにやりがいを感じている。
- 農業や狩猟などによる自給自足の可能性を見つめるとともに、高齢化を踏まえた地域の健康づくりを通じた活動を行っていききたい。
- 田舎暮らしがしたいわけではないが、地域の活性化に興味を持っており、都市部とのネットワークによる生き残れる地域を考えていきたい。

ロ その他の主な意見

- 任期終了後のビジョンについて
 - ・ 空き家バンク等を活用して市内に事務所を構え、観光業と地域創生の取組をつなげる仕事ができないかを模索している。
 - ・ 稼ぎが少なくても、スポーツインストラクターなどの副業もこなしながら、自給自足での生活を続けていきたい。
 - ・ 普通に就職して、田舎暮らしを楽しみながら定住したい。
 - ・ 生活するための収入源を踏まえながら、定住に関しては模索中である。
- 田舎での定住の流れを作るためのポイントについて
 - ・ 各市町の情報発信だけではどんぐりの背比べであり、県全体としての情報発信や相談窓口等により、自分のニーズに合った地域や活動に振り分けるような仕組みが必要である。(県としてのコーディネートの必要性)
 - ・ 都会にある移住相談窓口と田舎の受け入れ母体とのマッチングができておらず、具体的なあっせんに至っていないケースがある。
 - ・ 「田舎暮らし」という目的だけではなく、具体的な特色や活動目的(例: 林業、デザイナーなど)を明確に示した上で情報発信することが必要である。
- 地元住民(若者)との交流を通じて感じたことについて
 - ・ 都会への憧れはあるが、家庭の事情でやむを得ず実家暮らしをしている若者も多いため、田舎暮らしにある良さを再認識してもらう取組を行い、若者が元気なまちづくりをしていきたい。
 - ・ 農業をしたことがない若者が意外に多く、自分の活動を通じて農業での交流をしていきたい。
 - ・ 地域活動の中心は長年暮らしている年配の方であり、若者が溶け込みにくい環境があるため、若者主導の取組を地域になじませることを検討している。

■ 株式会社マックアース

(平成 28 年 7 月 27 日 : 但馬・丹波地区)

養父市関宮町に本社を置く(株)マックアースは、スキー人口の減少等に伴い低迷するウインターリゾートの再生を図るため、2008 年にスキー場再生事業をスタートした。スキー場を甦らせた経営戦略は全国に展開しており、数々のスキー場の入込み客数及び売上げの向上に寄与することで、リゾート再生を通じた持続可能な中山間地域の活性化に大きく貢献している。

① 主な報告内容

イ 多雪地域（スキー場周辺）の経緯

- 多雪地域では農林業の生産性が乏しく、冬期は出稼ぎにより生計を立てていたが、スキー場の開発により、地域住民は民宿やレンタルショップなどのスキー関連事業を開業し、地域の足かせだった雪を宝物に変える地域最大のイノベーションとして地域とともに発展した。
- しかしながら、近年ではスキー人口が減少し、ウインタースポーツの衰退と併せて地域の活力が失われている。

ロ スキー場再生事業の意義

- 日本のスキー文化が衰退した理由としては、1994 年をピークとした空前のスキーブームの中、後先考えない設備投資の結果、高コスト体質の設備だけが残り、維持管理が困難になった。その結果、設備が老朽化し、レジャー施設としての魅力と価値が著しく低下した。
- スキーブームが去った今、中山間地域が再び出稼ぎ地帯に戻ることは実質的に困難であるとともに、スキー場の閉鎖は地域の崩壊を意味する。
- 世界でも有数の雪質と、都市から近距離に位置する日本のスキー場は、ポテンシャルの高い環境条件が整っている。

ハ (株)マックアースのビジネスモデル

- スキー場のグループ化（売上げ増加＋コストカット）
- エリアドミナンス戦略（効果的なマーケティング＋雇用の安定）
- 地方行政との協働（ローカルマネジメントの起用、地域再生の推進）

ニ 今後の成長戦略

- インバウンド需要の更なる取り込み、事業のグローバル化
業務提携による世界トップレベルのスキーリゾート運営クオリティを確保するとともに、増え続ける外国人観光客のスキー場への誘致を促進する。
- 地方創生
道の駅や温泉施設などの指定管理業務を受けることで、地方自治体との強いパイプを生かした地域おこしモデルの構築を進める。
- 積極的なM&Aによる外部成長と、通年事業化した地域ドミナンスの確立
ゴルフ場運営にも進出するなど、夏事業の強化による従業員の通年雇用化、共通シーズン券の販売などドミナンス戦略による事業シナジーの追求を行う。

- ・ 不動産開発
スノーリゾート全体の再開発及びコンドミニアムの販売等を通じた所有不動産のバリューアップを図る。

② その他の主な意見

- 中山間地域の再生を図るポイントについて
 - ・ 幾ら地場産業をアピールしている地域があっても、生産性という観点では土木建設業に勝るものはない。スキー場のある地域においては、人を集める戦略が成功すれば、さまざまな部分（スキー場、民宿、温泉等）で収入を上げることができる。
 - ・ 観光施策の検証については、交流人口のカウントよりも観光消費高を基準に分析をすべきである。
- 海外戦略について
 - ・ 海外のスキー場に比べて、都心からアクセスしやすい日本のスキー場は魅力的であることをPRすべきである。
 - ・ 中国のウインタースポーツのマーケット拡大が進んでいるため、将来は中国に適正なウインタースポーツの文化を醸成していかなければ、日本のスキー場が生き残れる可能性は少ない。

■ NPO法人久留米ブランド研究会（福岡県久留米市）

（平成 28 年 11 月 9 日：管外調査）

地域資源や特産品等を活用して、民間企業や市民自らが企画した観光客をもてなす多様な観光プログラム「久留米まち旅博覧会」の開催を通じて、交流人口の拡大や久留米のブランド力向上に取り組んでいる。（平成 27 年度地域づくり表彰国土交通大臣賞受賞団体）

（主な意見）

- 関係業界への呼び掛けの工夫について
 - ・ 第 1 回目は関係団体に直接呼び掛けていたが、実績が上がらない団体もあったため、第 2 回目以降は、意欲のある団体だけを募り、競争による相乗効果が生まれたことで盛り上がりを見せた。
- 事業を継続できる運営の仕組みについて
 - ・ 特に大企業においては創意工夫を凝らした企画を考案しており、毎年、いかに評価されるプログラムを提案するかを試行錯誤している団体が多い。
 - ・ 地域資源を生かした取組は全国どこでも行っているが、企業等との緊張感のある関係性を保ちながら、マンネリ化することなく、魅力のあるものを創出し続けることが重要である。

■ 有田町議会（佐賀県有田町）

（平成 28 年 11 月 9 日：管外調査）

近年の安価な輸入品の流入や、ライフスタイルの変化等に伴い、「有田焼」を巡る環境は厳しい状況にある。有田焼 400 年を迎えることを契機に、持続可能な観光交流のまちづくりを目指すため、日本陶磁器発祥の地としての歴史、伝統的な町並み、豊かな自然等の豊富な地域資源を生かした地域づくりを行っている。

（主な意見）

- 有田焼の海外戦略について
 - ・ アメリカやヨーロッパで受け入れてもらうため、本来の有田焼の姿ではなく、海外で活躍するデザイナーの協力を得ながら海外向けの商品を開発した。
- 若い陶芸家（後継者）の育成状況について
 - ・ 経済的な厳しさに伴う後継者不足は喫緊の課題であるが、重き伝統にとらわれず、若者の感性を生かした新たな方向に挑戦していく機運が芽生えつつある。
- 観光客の分析について
 - ・ 九州のほか、関西圏からも多くの観光客が訪れているが、町内には宿泊施設がなく、主に昼間の観光ルートとして活用されているため、古民家を活用した宿泊施設等を検討したいと考えている。
 - ・ 有田焼ファンは中高年層が中心であるため、若者にも興味を持っていただくような新たな取組を研究している。

■ 長崎市議会（長崎県長崎市）

（平成 28 年 11 月 10 日：管外調査）

長崎市では、市内の明治日本の産業革命遺産が世界文化遺産に登録されるとともに、キリスト教関連遺産の平成 30 年の登録を目指している。また、軍艦島をはじめとする歴史的遺産を活用した交流人口の拡大、地域振興等の取組が進められている。

（主な意見）

- 産業革命遺産の世界文化遺産登録による経済効果について
 - ・ 明治日本の産業革命遺産を主目的として来訪する観光客が増えたことにより、平成 27 年度の経済効果は 2,151 億円となり、過去最高を記録した。特に軍艦島クルーズ船の利用客の伸びは著しく、観光消費額や経済効果額を押し上げている。
- インバウンド戦略について
 - ・ 九州には福岡国際空港を起点として海外の観光客が流れており、特にゴールデンルートの設定等に行っていないが、九州への観光客が多い東南アジア圏を中心に売り込みはしている。

■ 一般社団法人南島原ひまわり観光協会（長崎県南島原市）

（平成 28 年 11 月 11 日：管外調査）

行政と観光協会が一体となり、地域住民の協力のもと、農林漁業体験民泊事業を実施しており、平成 27 年度には年間 12,388 人もの宿泊客（うち修学旅行生 10,679 人）を受け入れている。

実施に当たっては、特に大規模な設備投資の必要もなく、田畑、海、恵まれた自然を生かした取組のため、地域の魅力発信に寄与するとともに、農家住民等との交流の中で心癒やされることで田舎暮らしへの関心の高まりも期待できる。（平成 27 年度過疎地域自立活性化優良事例表彰総務大臣賞受賞団体）

（主な意見）

- 民泊事業の取組について
 - ・ 当初は地域住民との交渉は非常に難航したが、強みである農林漁業への誇りを再認識させることで、次第に理解が得られるようになり、開始当初は 6 軒であったのが、平成 27 年度には 164 軒もの協力が得られている。
- 障害児や外国人の受け入れ対策について
 - ・ 受け入れ側へは一般的な研修を行っているほか、要介護者等を受け入れる場合には、学校の協力も得ながら安全対策に努めている。
 - ・ 外国人の受け入れについては、言葉が通じないという不安解消のために、言語の指差し表を準備するとともに、おもてなしの心で迎える努力をいただいている。生活環境の違いで戸惑うこともあるが、特に大きなトラブルはない。

■ 県民交流広場事業（管内調査：各地区）

県では県民交流広場のための施設整備費や活動費への助成などを行い、地域を舞台とした子育て、防犯、環境・緑化、生涯学習、文化、まちづくりなど多彩な分野の活動を通じた元気と安心のコミュニティづくりを応援している。

これらのコミュニティの推進等を通じて、新たな整備拠点を活用して地域活動が活性化されている一方で、助成期間終了後においては運営資金や後継者の不足等により、活動の運営に苦慮している地域も多い。

3 今後の方向性について

(1) 地域における現状と課題

本格的な人口減少・高齢化が進行する中、本県においても、多自然地域を中心に地域の活力が低下しつつある。

本県では、これまで、このような地域の活性化に向けた活動の運営組織づくりや、地域おこし協力隊との連携による起業、地域活動に必要な交流拠点施設の整備、その他地域の自主的・主体的な取組によるにぎわい創造や活性化、農業振興、定住等を促進するため、地域の再生・活性化を総合的に支援する「地域再生大作戦」を展開してきた。

加えて、平成 27 年 10 月、人口減少を抑制しつつ、将来にわたり活力ある地域社会を構築していくことを県政の最重要課題として、「兵庫県地域創生戦略」を策定し、平成 28 年度から本格的な施策をスタートしたところである。

一方で、本県全体で、平成 27 年は 7,409 人の転出超過で 47 都道府県中ワースト 2 位、平成 28 年は 6,760 人の転出超過でワースト 3 位となるなど、若者を中心とした人口流出による地域の過疎化には歯止めが掛からず、地域の疲弊が進行しつつある。

(2) 課題解決に向けた施策のあり方・方向性

① 魅力的な地域資源の活用

県内各地域には、五国の多様な自然環境、歴史、文化、風土など、さまざまな個性的な地域資源が存在しているが、多くはこれまで見逃され、また、十分に活用されてこなかった。このような地域資源に着目し、その付加価値を高め、魅力的な「オンリーワン」として効果的に活用することが必要である。

② 住民主体による取組

行政主導により地域住民の活動や施設整備に対して助成するだけでは、助成終了とともに活動の継続が困難に陥るケースが多い。この点、民泊事業により交流人口の拡大に成功している長崎県南島原市のように、最初は少数の住民で始まっても、少しずつ取組を拡大・継続していく中で地域全体の取組に成長していくことが望ましい。

それには、大規模な投資や助成は必ずしも必要ではなく、地域住民が自主的・自立的に取り組むことがポイントであり、このような取組の中で住民が地域の価値観を再認識し、地域への愛着と誇りを育むという効果が生まれると考えられる。

③ 地域を担う若者の育成

地域への愛着を育むという点では、県立西脇高等学校の事例のように、子供たちが地域や学校教育の中で、地場産業や地域の特産物の振興に関する取組を行うことが効果的である。このような取組を通じて、子供たちが地域の魅力を再認識したり、また、地域が抱えている課題を理解できるようになっている。実際、都市部で学んだ後においても、将来的には地域に戻りたい、地域の魅力を発信する仕事に就きたいなどの夢を持つ子供が存在しており、このような子供たちが将来の地域づくりの担い手になることが必要である。

④ ビジター産業の振興

人口減少する中で地域を活性化するためには、定住者のみならず、来訪者・滞在者（ビジター）も地域の担い手であるとの発想を持つことが必要である。ビジター産業を地域の基幹産業の一つとして振興し、ビジターにホームタウンとしての意識を持ってもらうなど、地域のサポーター・リピーターを増やしていく創意工夫が必要である。

⑤ 民間企業等によるノウハウの活用

中山間地域の持続的活性化を企業理念に掲げる(株)マックアースが、閉鎖の危機に瀕している各地のスキー場に着目し、その再生により地域への集客に成功しているケースのように、周辺のショップや民宿、レストランにも集客の波及効果が出て、地域に雇用が生まれ、若者の流出を防ぐという好循環を生み出すことが必要である。

⑥ 伝統・文化にとらわれない新たな魅力創出

地域資源や特産品を活用した交流人口の拡大や地域活性化の取組は、全国各地域で行われつつあるが、継続して集客し続けるためには、マンネリ化することなく、いかに魅力あるものを創出し続けるかがポイントであり、創意工夫が必要である。

例えば、地域の伝統や文化は当然重要な地域資源であるが、伝統や文化は絶えず創られており、現代人の目で評価し直すことが必要である。その中に新たな発見の可能性がある。

⑦ 若者によるネットワークづくり

地域再生を担う「地域おこし協力隊」は、地域活性化に大いに貢献しているが、隊員が任期終了後も引き続き地域で活動を継続したいという思いがあっても、現実には収入源の確保がネックとなり、任期終了後、地域への定着を断念し、効果が限定的なものになってしまう可能性がある。「協力隊」による若者主体のコミュニティ・交流活動等を通じて、地域の魅力発見や若者のまちづくりへの意欲向上の効果が出ているケースがあり、「地域おこし協力隊」の活動を、当該隊員のみにとどまらせず、広く地域の若者主導の取組につなげることが必要である。

(3) 県の果たすべき役割

- ① 地域住民がその地域にある資源を生かしながら、自主的・自立的に行う地域活性化の取組に対する人材やスタッフの資質向上、情報提供その他の支援
- ② 地域や教育機関等において、若者や子供が地域の文化、歴史、特産物や地場産業と関わり、ふるさと意識を育む取組の支援
- ③ 交流人口の増加と集客に関する総合的な施策の企画・立案
- ④ 地域活性化の取組を行う民間企業との連携
- ⑤ 地域の魅力や交流活動に関する情報の外部への戦略的な広報・PR
- ⑥ 希望者の個々のニーズに対応しうるU J I ターンや移住・定住の相談窓口の充実

なお、以上の果たすべき役割については、県当局はもとより、県民を代表する議会として積極的に関与するとともに、関係団体等への働き掛けや個々の地域の魅力発信など、議員活動としても参画していくことが望まれる。

(4) まとめ

以上のような視点のもと、将来の地域を担う若者や子供に対し、生まれ育った地域に誇りや愛着を持たせ、ふるさと意識を醸成することが肝要であるとともに、地域や県民一人ひとりによる自主的・主体的な地域資源を効果的に活用した取組を促す支援策が求められる。併せて、従来からある観光拠点等を生かした画期的なにぎわいづくりを推進するため、民間企業等を巻き込んだ地域づくり活動を模索することも考えられる。

また、「ひょうご五国」の多彩な魅力を最大限に発揮するとともに、個々の地域が主体的に創意工夫を凝らした新たな魅力を広めるため、県当局と議会が両輪となって、積極的に情報発信していくことが求められる。

これらの取組により、都市住民との交流人口の拡大や、若者の定着、U J I ターン等による地域活力の再生、ひいては本県の地域創生の実現に向け、県民、市町等とともに歩み続けることが必要である。