



共同研究プロジェクト

研究成果集

— 「地方知 (Local knowledge) 」
を結集し新しい政策を提案・実行 —

自立と分散で日本を変えるふるさと知事ネットワーク

平成24年8月

新しい政策づくりを目指す10の共同研究プロジェクト

地域主権の推進

1. 「ふるさと希望指数」研究プロジェクト P 1
2. 分散型国土形成への展望プロジェクト P 3
3. 「地域コミュニティの活性化」研究プロジェクト P 5

地域福祉の充実

4. 「婚活応援」プロジェクト P 7
5. 「地方における保育支援」プロジェクト P 9
6. 効果的な健康づくり施策検討プロジェクト P11

広域観光の振興

7. 「外国人観光客の誘致」研究プロジェクト P13
8. 歴史・文化をテーマとした広域観光ネットワーク研究プロジェクト P15

農林業と環境

9. 「森林吸収量の市場取引制度」研究プロジェクト P17
10. 企業等の農業参入支援プロジェクト P19

「ふるさと希望指数（LHI）」研究プロジェクト

リーダー県：福井県

参加県

11県（青森県、山形県、石川県、福井県、山梨県、長野県、奈良県、鳥取県、島根県、高知県、熊本県）

助言者

東京大学社会科学研究所 玄田有史 教授、佐藤慶一 准教授
福井県立大学地域経済研究所 南保 勝 教授、江川誠一 講師

＜研究成果の概要＞

将来や次世代の「幸福」の維持・実現には、現世代の「幸福」だけでなく、将来に「希望」を持ち、具体的な「行動」を起こすことが必要である。

本研究プロジェクトでは、人々の「希望」がどのような要素から生まれるのかを明らかにし、人々の「希望」を高めるために行政は何をすべきかを探ることを目的に、東京大学社会科学研究所が進める「希望学プロジェクト」知見の活用、約4,000人の全国規模のアンケート調査によって、人々の「希望」につながり、「行動」によって達成できる5分野20の要素を抽出し、「ふるさと希望指数(LHI:Local Hope Index)」としてとりまとめた。

また、「ふるさと希望指数(LHI)」を基点に、各県が「希望」を高める政策を学び合うため、各県の先進政策をとりまとめた「希望の政策バンク」を作成した。

ふるさと希望指数(LHI)とは

現在の暮らしに対する満足度などから得られる「幸福」だけでなく、より良い将来を実現するため、人々の「希望」につながり、「行動」によって達成できる要素を抽出したもの。(5分野20要素)

ふるさと希望指数(LHI)のポイント

- ① 未来志向 ②「希望」を見える化 ③行動重視

＜ふるさと希望指数(LHI)を構成する5分野・20要素＞

仕事

やりがいのある仕事に就き、一定水準の収入を得ることが、人々の「希望」につながる

【希望につながる主な要素】

- 就業している
- 正規の職員・従業員として働いている
- 世帯当たりの収入が高い
- 仕事のためのスキルアップや自己啓発を行っている



家族

お互いに信頼し、支え合うことのできる家族を持つことが、人々の「希望」につながる

【希望につながる主な要素】

- 結婚して新しい家族を持つ
- 子どもを持つ
- 家族でコミュニケーションがとれている
- 夫婦のワークライフバランスがとれている



健康

子どもから高齢者まで、健康で元気に暮らしていけることが、人々の「希望」につながる

【希望につながる主な要素】

- 病気やけがなどがなく健康である
- 健康に長生きする
- 健康の維持に努めている
- 子どもの基礎体力が高く元気である



教育

学力や教養、社会性や挑戦力などを身につけ伸ばすことが、人々の「希望」につながる

【希望につながる主な要素】

- 子どもの学力が高い
- 子どもの道徳心や社会性が高い
- 子どもが夢や目標を持って物事に挑戦している
- 大学等の高等教育機関で学ぶ



地域・交流

地域に魅力(誇り)を感じ、社会貢献活動や地域活動などを通じて、地域や他者とのつながりを持つことが、人々の「希望」につながる

【希望につながる主な要素】

- 社会貢献活動に参加している
- 子どもが地域行事に参加している
- 学校や職場だけでなく、様々な人々と交流している
- 犯罪や交通事故が少なく、安全・安心な地域である



「ふるさと希望指数（LHI）」研究プロジェクト

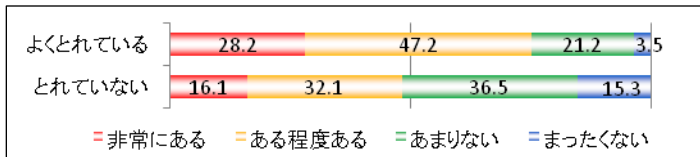
＜「希望」に関する意識調査(アンケート)から希望につながる要素を抽出＞

(回答数) 14都府県 3,935サンプル

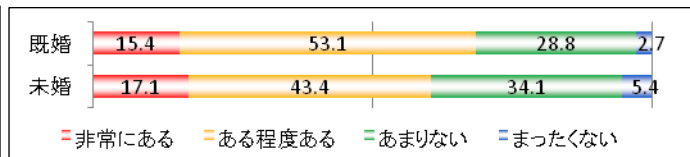
- ・客観的分析: 個人の生活パターンや属性と「希望」の有無との相関関係を分析
 - ・主観的分析: 個人の意識(「希望」を持つために重要と考えていること)を分析
- 希望につながる要素を抽出

◆アンケート結果の分析(家族の例)

＜「希望」と家族間のコミュニケーションとの関係＞

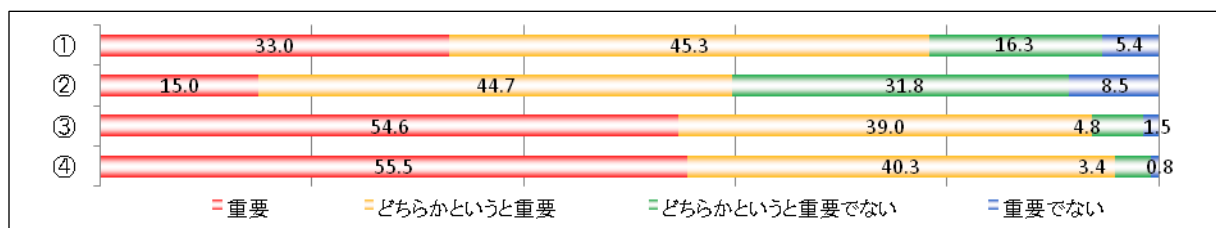


＜「希望」と結婚との関係＞



＜人々が「希望」を持つために重要と考えていること＞

- ①結婚して新しい家族を持つこと
- ②多くの子どもや孫を持つこと
- ③家族のコミュニケーションがよくとれていること
- ④家庭と仕事のワークバランスが良いこと

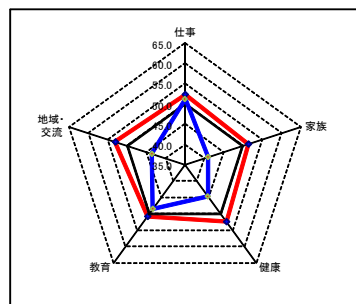


＜希望につながる要素の参考統計と「現状」および「変化率」を示すレーダーチャート＞

「希望」につながる20の要素の内容を客観的に示していると考えられる統計を参考統計として選定し、「現状の水準」と「過去からの向上」という複眼的視点からデータ化

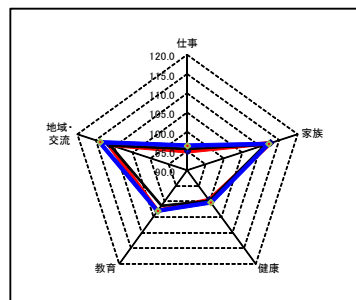
分野	希望につながる要素	参考統計
仕事	就業している	就業率
	正規の職員・従業員として働いている	正規就業率
	世帯当たりの収入が高い	実収入(勤労者1世帯当たり1か月)
	仕事のためのスキルアップや自己啓発を行っている	職業訓練・自己啓発実施率
	結婚して新しい家族を持つ	結婚率
家族	子どもを持つ	合計特殊出生率
	家族でコミュニケーションがとれている	子どもの家族交流率
	夫婦のワークライフバランスがとれている	家庭内ワークライフバランス率
	病气やけなどがなく健康である	健康実感率
健康	健康に長生きする	自立調整健康寿命[0歳以上]
	健康の維持に努めている	健康診断受診率
	子どもの基礎体力が高く元気である	子どもの体力
教育	子どもの学力が高い	子どもの学力
	子どもの道徳心や社会性が高い	子どもの道徳心・社会性
	子どもが夢や目標を持って物事に挑戦している	子どもの夢・目標・挑戦力
	大学等の高等教育機関で学ぶ	大学等進学率
地域・交流	社会貢献活動に参加している	ボランティア活動の年間行動者率(15歳以上)
	子どもが地域行事に参加している	子どもの地域行事への参加率
	学校や職場だけでなく、様々な人々と交流している	交際時間(15歳以上)
	犯罪や交通事故が少なく、安全・安心な地域である	刑法犯認知件数+交通事故発生件数

◆現状[統計数値(偏差値)]



※ 赤線は地方、青線は三大都市

◆変化率(基準年を100として表示) ※基準年は原則09年前



	地方	都市	全国平均
仕事	52.3	51.2	50.0
家族	51.5	41.1	50.0
健康	52.4	44.7	50.0
教育	50.8	48.5	50.0
地域・交流	53.1	43.6	50.0

	地方	都市	全国平均
仕事	94.9	96.4	95.6
家族	112.6	112.2	111.2
健康	99.5	100.3	99.8
教育	103.1	103.0	101.3
地域・交流	111.3	113.8	111.0

＜問い合わせ先＞

福井県総合政策部政策推進課

(TEL)0776-20-0225 (FAX)0776-20-0623 (E-mail)seisaku@pref.fukui.lg.jp

＜ホームページ＞

<http://www.pref.fukui.lg.jp/doc/seiki/furusatotijinetto/lhi.html>

分散型国土形成への展望プロジェクト

～ 都市から地方への移住を促進する視点からの考察 ～

リーダー県：高知県

参加県

7県（青森県、山形県、福井県、奈良県、鳥取県、島根県、高知県）

＜研究成果の概要＞

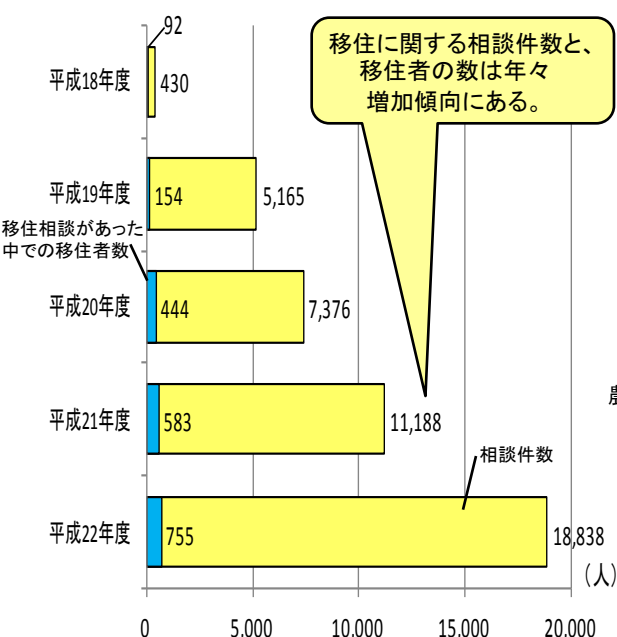
人口減少と少子高齢化がもたらす様々な課題が、今後、長期にわたって我が国を悩ますものと予想され、こうした構造的な課題の解決に向けて、若者を地方に留めることはもちろん、何よりも地方が活力を取り戻し、都市と地方の間で人口を流動化させる必要がある。

そこで、現実に都市部から地方への人の移動を生み出している都市部からの移住やUJターンに取り組みに着目し、そこから見えてくる実態や課題の洗い出しと併せて今後の人口動態を視野に入れた考察を行い、以下のとおりとりまとめを行った。

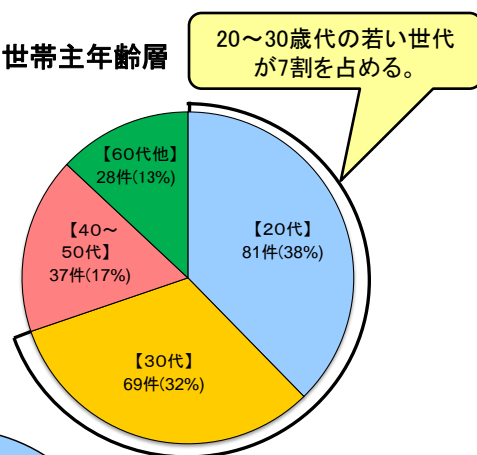
- ① 都市部を中心に、移住への関心が高まっており、30歳代までの若年層の移住が多くなっている。移住の際の最大の関心事は、移住先での仕事の確保となっているが、世代を問わず、生活の質や豊かさなどを求める傾向が現れてきており、こうした多様な価値観に柔軟に対応できるよう、各県が知恵を出し、工夫をこらすことが求められている。PTの7県では、相談窓口機能の充実・強化、移住者受入のための体制整備やPRなどに取り組んでいる。
- ② 今後、地方では、老年人口は大きな増加とはならないが、都市部においては、生産年齢人口の急減と併せて老年人口の増大が見込まれ、介護保険や医療保険などの社会保障サービスの確保と財政負担などが課題となることが予想される。これらの社会保障サービスは、経済波及効果と雇用の創出につながることから、地域の特性や事情等を踏まえて取り組む必要はあるが、高齢者も含めた形で都市部から地方への移住を促進することは、地方の活力を取り戻し、都市と地方が共存していける関係の構築につながる可能性がある。
- ③ 都市部から地方への移住を促進していくためには、地方の側での積極的な取り組みが必要なことはもちろんであるが、支援制度の創設や制度面での見直しなどの後押しがあれば、さらなる進展につながる可能性があり、それぞれの県が地域の資源や特色を活かしながら、きめ細やかな取り組みを行うことが求められる。

＜移住の促進に向けた取り組みの現状と課題について＞

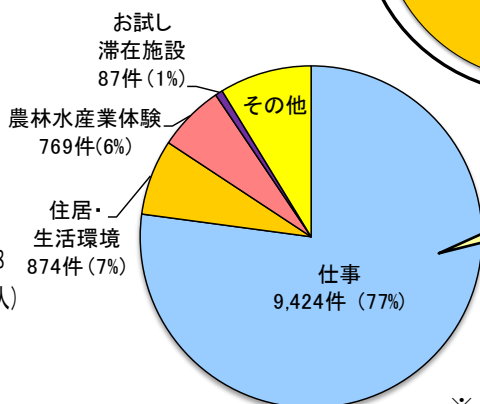
■ 移住相談件数と移住者数（平成18～22年度）



■ 移住者の世帯主年齢層



■ 移住の相談内容



※ PT7県の状況とりまとめによる

分散型国土形成への展望プロジェクト

～ 都市から地方への移住を推進する視点からの考察 ～

■ 移住の促進に向けた課題事項

課題1 移住先での仕事の確保

課題3 移住支援体制の充実と強化

課題5 情報発信力と
勧誘力の強化

課題2 住まいの確保

課題4 きめ細やかな支援の必要性

■ 移住の促進に向けたPT7県での取り組み事例

1 相談窓口機能の充実・強化

- あおもりキャリアセンター
- すまいる山形暮らし案内所
- 福井県ふるさと帰住センター
- 奈良県地域振興部南部振興課
- 鳥取県移住定住サポートセンター
- (公財)ふるさと島根定住財団
- 高知県移住・交流コンシェルジュ

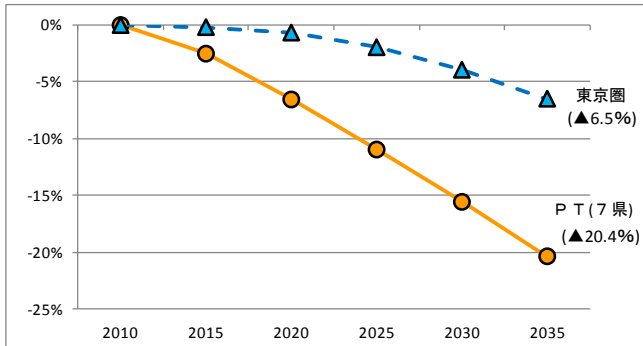
2 移住を促進するための具体的な取り組み

- 移住者受入のための体制整備 【あおもり移住・交流推進プラットフォーム(青森県)、NPO法人ふるさと福井サポートセンター(福井県)、ふるさと復興協力隊(奈良県)、鳥取県田舎暮らしコーディネーター(鳥取県)、市町村定住支援員(島根県)、あったか高知暮らし住宅支援システム(高知県) など】
- PRや体験 【美知の国あおもり“癒し”スポットプロモーション(青森県)、ふるさとワークステイ(福井県)、鳥取県IJUターンBIG相談会(鳥取県)、しまねUターンフェア(島根県)、地域暮らし体験実施事業(高知県) など】

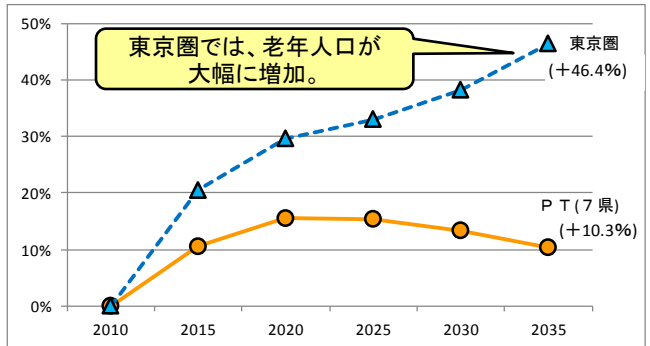


<都市と地方で大きく異なる高齢化の実態を踏まえた移住の促進について>

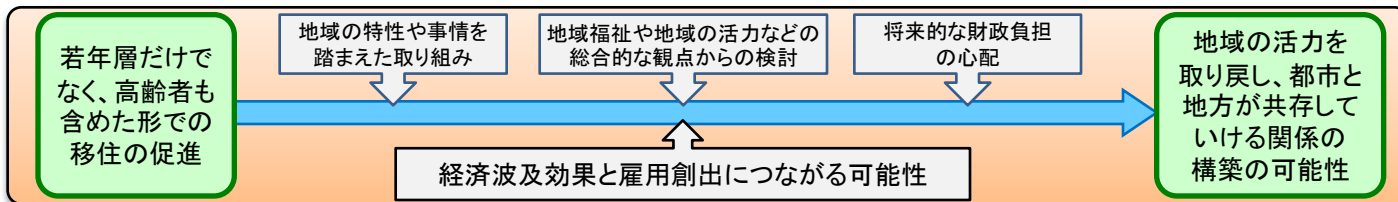
■ PT(7県)と東京圏における総人口の減少率(対2010年比)



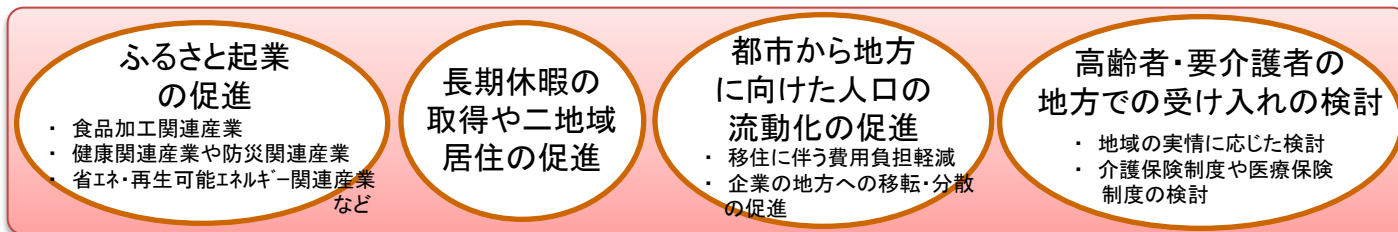
■ PT(7県)と東京圏における老年人口の増加率(対2010年比)



(注) 東京圏は、東京都、神奈川県、埼玉県、千葉県の一都3県



<さらなる移住の促進に向けて>



<<問い合わせ先>>

高知県総務部政策企画課人口問題対策室

(TEL)088-823-9335 (FAX)088-823-9267 (E-mail)111601@ken.pref.kochi.lg.jp

<<ホームページ>>

http://www.pref.kochi.lg.jp/soshiki/111601

「地域コミュニティの活性化」研究プロジェクト

リーダー県：青森県

参加県

5県（青森県、山形県、福井県、島根県、高知県）

＜研究成果の概要＞

人口減少・少子高齢化が進む中、持続可能な活力のある地域社会を形成するためには、もっとも基本的な社会単位であるコミュニティの活性化が不可欠である。

このため、中山間地域等や都市部の各地域コミュニティで起きている問題を探り、この問題を解決するため、①「安全・安心な地域づくりによるコミュニティの活性化」、②「中山間地域と都市部との連携によるコミュニティの活性化」、③「地域コミュニティの活性化を実現させるための仕組みづくり」の3つを研究テーマとして、各テーマの現状と課題を研究し、関連する取組事例も参考としながら対応策をとりまとめた。

各地域コミュニティで起きている問題

都市部

- ◎商店街での空き店舗の増加
- ◎民生委員等の高齢化
- ◎商店の後継者不足
- ◎生活交通手段の確保
- ◎県営住宅・団地等における
- ◎高齢者等の孤立化 etc
- 高齢(単身)世帯の増加

中山間地域等

- ◎点在する小規模集落
- ◎休校・廃校の増加
- ◎過疎化・高齢者の増加
- ◎農業・漁業の後継者不足
- ◎生活交通手段の確保
- ◎耕作放棄地の増加
- ◎買い物弱者の発生
- ◎里山の崩壊 etc

■テーマ1 安全・安心な地域づくりによるコミュニティの活性化 ～生活支援・地域福祉の観点から～

視点① 買い物支援・生活交通手段の確保

■現状と課題

生活物資の確保が困難・・・日常の買い物が困難な「買い物弱者」の増加

生活交通手段の確保が困難・・・乗合バスの多くは利用者減少で、路線の廃止や運行本数が減少

■対応策

“届けよう”
移動販売・配達サービス、御用聞き販売など

◆事例
・福井県

“作ろう”

共同店舗など

◆事例
・高知県四万十市

“出かけやすく”
オンデマンドバス・ボランティア輸送など

◆事例
・島根県飯南町谷地区

視点② 高齢者の安全・安心への配慮

■現状と課題

命にかかわる不安・・・高齢者の孤独死、災害時の対応など

楽しく生活するために・・・高齢者自身も地域の担い手になるために、健康で元氣生活することが重要

■対応策

高齢者の見守り・防災など

◆事例
・高知県
・山形県

高齢者の生きがいづくり

◆事例
・青森県新郷村

■テーマ2 中山間地域と都市部の連携によるコミュニティの活性化 ～産業・雇用の観点から～

視点① 地域資源を活用したコミュニティビジネスなど

■現状と課題

中山間地域における経済的基盤の確保・・・地域独自の資源を活用し、産業に結び付けていくことが必要

■対応策

農家レストラン
や軽トラ市

◆事例
・山形県

農地の有効活用

◆事例
・島根県飯南町

商店街での
産直施設

「地域コミュニティの活性化」研究プロジェクト

視点② 中山間地域と都市部の交流促進

■現状と課題

都市部の住民による中山間地域の豊かな自然や文化、地域住民との交流を求めるニーズの高まり・・・中山間地域と都市部の交流人口の拡大は、地域コミュニティの活性化に有意義

■対応策

グリーンツーリズムや各種体験ツアー

- ◆事例
- ・青森県鱒ヶ沢町
- ・福井県

その他都市との交流

- ◆事例
- ・高知県

テーマ3 地域コミュニティの活性化を実現させるための仕組みづくり

視点① 地域内住民の連携や多様な主体との連携・協働のあり方

■現状と課題

地域の担い手不足の中、多様化している地域課題に対応していくのは困難
 ・地域住民・NPO等多様な主体の力を結集することが求められており、各主体間の連携・協働体制を調整する組織が必要

■対応策

組織のあり方・県職員による取組

- ◆事例
- ・島根県
- ・高知県

NPO・住民等との連携・協働やネットワーク

- ◆事例
- ・高知県
- ・山形県

視点② リーダーとなる人材の育成・発掘

■現状と課題

人材自体の確保が困難・・・地域の核・リーダーとなって活動できる人材の発掘・育成や地域活動への理解者・協力者の増加を図ることが必要。また、外部人材の投入を進めることが必要

■対応策

地域リーダー育成

- ◆事例
- ・福井県

集落支援員・地域おこし協力隊等への支援

行政職員研修等

視点③ 行政相互の連携

■現状と課題

各分野における地域コミュニティの活性化策・・・県と地域住民に身近な市町村が共通認識を持ち、あらゆる分野で一体となった対策が必要

■対応策

庁内横断的な会議の設置や他部との連携事業の実施

- ◆事例
- ・青森県

県と市町村合同研究会や市町村職員研修

まとめ

地域コミュニティの活性化のためには、
地域のやる気を喚起し、**地域住民自らが主体的**に地域の課題を見つけ、解決に取り組む

“**地域主体型コミュニティへの転換**”が必要

- ◆ 地域の主役は、そこに住む地域住民であり、地域住民が主体的に地域の課題を見つけ、解決に取り組む力を高めることが必要不可欠。
- ◆ そのために、行政はさまざまな人的・財政的支援を行いながら、地域が力を高めるための支援を、市町村と一緒に進めていくことが重要である。

〈問い合わせ先〉

青森県企画政策部企画調整課

(TEL)017-734-9174 (FAX)017-734-8027 (E-mail) kikaku@pref.aomori.lg.jp

「婚活応援」プロジェクト

リーダー県：山形県

参加県

5県（山形県、福井県、長野県、奈良県、高知県）

助言者

中央大学文学部 山田 昌弘 教授

全国地域結婚支援センター 板本 洋子 代表

《研究成果の概要》

生涯未婚率は、30年前と比較して、男性は2.6%→20.1%(7.7倍)、女性は4.45%→10.6%(2.4倍)と大幅に上昇している。こうした晩婚化・未婚化の進行は、少子化の、そして人口減少社会の大きな要因となっている。

未婚者を対象にした調査によれば、9割の方がいずれ結婚したいと考えており、こうした願いが叶うよう支援することは、結婚から出産へとつながり、少子化の流れを変えていく効果も期待される。

プロジェクトでは、参加県の「婚活」支援の取組みを中心に、その特徴や効果、課題等を検証し、行政が結婚支援に取り組む意義と、施策の方向性について研究を行い、報告書に取りまとめた。

ここで取上げた事例を参考にして、全国の都道府県や市町村等において「婚活」支援が展開され、社会全体で「婚活」を応援する気運が盛り上がることを期待するものである。

報告書の構成

I 「婚活」支援の背景

- 1 晩婚化、未婚化の現状
- 2 晩婚化、未婚化の要因
- 3 晩婚化、未婚化が社会全体に与える影響

II 「婚活」支援の現状

- 1 最近の「婚活」事情
- 2 行政による「婚活」支援

III 「婚活」支援事業の効果の検証

- 1 施策展開のポイント
- 2 事業効果の検証
- 3 事業実施上の課題

IV 行政体による「婚活」支援の展開方向

- 1 行政が「婚活」支援に取り組む意義
- 2 行政に求められる「婚活」支援策

プロジェクトチーム活動状況

平成22年度

第1回検討会議 (H22.10.21 東京都)
第1回共同研究会議 (H22.12.22 東京都)
中間まとめ作成 (H23.3.31)

平成23年度

参加県担当者研修会 (H23.5.27 東京都)
第2回検討会議 (H23.5.28 東京都)
知事会合で中間報告 (H23.8.3 奈良県)
参加県による検証・取りまとめ (H23.12~H24.3)
最終報告書作成

《問い合わせ先》

山形県子育て推進部子育て支援課

(TEL)023-630-2668 (FAX)023-632-8238 (E-mail) ykosodate@pref.yamagata.jp

「婚活応援」プロジェクト

【晩婚化・未婚化の要因】

結婚意欲

- ・未婚者の約9割は、「いずれ結婚したい」と考えているが、未婚化が進行
- ・結婚しない（できない）理由は
 - ① 適当な相手にめぐり合わない 56.4%
 - ② 結婚後の生活資金が足りない 32.1%

未婚者の交際状況

- ・未婚者の半数以上は交際相手がいない
- 「交際している相手がいない」人の割合
 - 男性 61.4%
 - 女性 49.5%

若者の雇用・経済状況

- ・若年層の非正規雇用の増加
- ・若い世代の所得の伸び悩み

女性の就労継続状況

- ・非正規雇用、育児休業が利用できないなど就業継続の見通しが立たない職場は、未婚率が高くなる傾向有

晩婚化・未婚化の進行

生涯未婚率

	〈昭和55年〉	〈平成22年〉
男性	2.6%	→ 20.1%
女性	4.5%	→ 10.6%

将来の社会経済への影響

- ・出生数減少による労働力人口の減少
- ・単身世帯の増加
- ・自主住民活動、過疎地集落等の維持困難

対応する施策としての「婚活」支援策

■ 自治体が「婚活」支援を行う効果 …【キーワード】安心感、連携力、波及効果、話題性

■ 課題 … 安全性の確保、スキルアップ、事業効果の把握、長期的支援

方向性	推進すべき支援策	
	効果的な「婚活」支援のための視点	新たな施策の展開に向けた視点
① 安心感・安全性の確保	個人情報 の徹底した管理 ・独身者に安心感を与え、安全性を確保する仕組み	・持続可能な実施（支援）体制の構築 に向けた検討
② 地域を巻き込んだ取組み	地域の有用な人材 の活用 ・地域で自主的に活動に取り組んでいる人の掘り起こしとネットワーク化に向けた取組み ・支援者のスキルアップのための取組み 企業との連携 ・企業自身が当事者意識を持ち、事業に参加してもらうための取組み 地域活性化 ・まちづくりや定住対策等を目的とする団体との連携した取組みの推進	・次世代を対象とした施策の検討 （コミュニケーション力や社会性の育成、ライフデザインについて考える機会の提供
③ 独身者の多様なニーズに合った施策の提供	・携帯電話やWebサイトを活用した情報発信の取組み ・気軽に参加できる工夫のあるイベント企画の促進に向けた取組み ・出会いの場の提供、お見合い支援など、支援メニューの多彩化に向けた取組み ・コミュニケーション力を高めるなど、交際につながりやすくするための取組み	
④ 総合的な環境づくり	若者が結婚しやすくなるための総合的な環境づくり ・「婚活」支援策実施と併せた、雇用の改善、若者の経済的安定を図るための施策の推進 ・夫婦ともに仕事と子育てを分担しながら生活するという意識・環境づくり	

「地方における保育支援」プロジェクト

リーダー県：長野県

参加県

7県（青森県、山形県、福井県、長野県、奈良県、高知県、熊本県）

＜研究成果の概要＞

地方分権推進の一環として、保育所最低基準については、国の示す基準をもとに地方自治体に条例委任された。

保育事業については、実施主体が市町村であり、県が関与できる部分は限られているが、基準の条例制定にあたり情報交換を行うとともに、地方における保育の質や保育サービスの向上に向け、県レベルでの支援策について情報交換等を行った。

＜情報交換の内容＞

- ・保育所最低基準の条例制定に向けた参加県の進捗状況（条例内容・検討方法等）
- ・参加県の子育て支援施策の状況（H24年度）
（保育所最低基準の条例制定に向けた参加県の進捗状況は、H24年度も情報交換を行う）

■ 児童福祉施設（保育所関係）の設備及び運営に関する基準の条例委任等に係る準備状況（平成24年3月現在）

※「地方における保育支援プロジェクト」参加県の状況

◆ 条例改正の議会への上程予定時期等

時期	参加県状況
平成24年6月以降の議会	青森県
平成24年9月議会	長野県、熊本県
平成24年12月議会	福井県、奈良県、高知県
未定	山形県

◆ 条例内容の検討方法（審議会等設置状況）

検討方法	参加県状況
新たに審議会等を設置	長野県、熊本県
社会福祉審議会で審議	青森県、山形県
その他	
○市町や民間保育園関係者との意見交換会を通じて聴取	福井県
○未定	奈良県、高知県

◆ 条例施行日

条例施行日	参加県状況
平成25年4月1日	山形県、福井県、長野県、奈良県、高知県、熊本県
その他（条例案上程議会の時期による）	青森県、山形県

◆ パブリックコメントの実施

規定状況	参加県状況
実施する	青森県、山形県、福井県、長野県、奈良県、熊本県
実施しない	無し
未定	高知県

「地方における保育支援」プロジェクト

◆「従うべき基準を上回る基準」を条例に規定するか

規定状況	参加県状況
有り	無し
無し	無し
検討中	青森県、山形県、福井県、長野県、奈良県、高知県、熊本県

◆「参酌すべき基準」と異なる基準を条例に規定するか

規定状況	参加県状況
有り	無し
無し	無し
検討中	青森県、山形県、福井県、長野県、奈良県、高知県、熊本県

- 青森県…例えば、食事、非常災害対策の基準に、県基準を上乗せすることを検討中
- 長野県…外部評価、個人情報の扱い、苦情への対応、衛生管理について検討中
- 「青森県・長野県」以外の県…未定

◆県独自の基準を規定するか

規定状況	参加県状況
有り	無し
無し	無し
検討中	青森県、山形県、福井県、長野県、奈良県、高知県、熊本県

- 青森県…施設等の意見交換会を開催し、関係者から意見聴取をした内容を参考に検討
- 長野県…環境への配慮、事故報告について検討中
- 「青森県・長野県」以外の県…未定

◆条例制定にあたっての意見聴取

実施状況	参加県状況
実施する	青森県、山形県、福井県、長野県、奈良県、高知県、熊本県
実施しない	無し

- 青森県…県内保育関係団体と情報交換
- 福井県…説明会を開催(参集範囲:民間保育園、市町村)
- 長野県…文書による意見聴取(対象:市町村、民間保育園、認可外保育施設)
- 奈良県…説明会を開催予定(参集範囲:市町村、関係団体)
- 熊本県…県内保育関係団体との意見交換会、熊本市(中核市)との情報交換

■ 子育て支援事業に係る施策の状況(平成24年度)

○:事業実施

	青森県	山形県	福井県	長野県	奈良県	高知県	熊本県
保育料減免支援	○	○	○			○	○
保育士代替制度	○	○	○	○	○	○	○
認可外保育施設支援	○	○		○		○	○
施設整備環境改善		○					
低年齢児保育士加配		○	○	○			
障害児保育士加配			○		○		
放課後児童クラブ推進		○					
その他					○	○	○

《問い合わせ先》

長野県健康福祉部こども・家庭課

(TEL)026-235-7098 (FAX)026-235-7390 (E-mail)hoiku@pref.nagano.lg.jp

効果的な健康づくり施策検討プロジェクト

リーダー県：奈良県

参加県

9県（山形県、福井県、山梨県、長野県、奈良県、鳥取県、島根県、高知県、熊本県）

政策アドバイザー

東京大学高齢者総合研究機構 辻 哲夫教授

＜研究成果の概要＞

我が国では、高齢化の進展により、住民の医療・介護需要が今後益々増加することに伴い、医療・介護従事者や家族の負担増を始め、医療費等社会全体の負担が増加すると予想される。将来における社会全体の負担を軽減するためには、「健康づくり」の取組は重要な要素であり、県として「健康づくり」を効果的に進めていく必要がある。

本プロジェクトでは、各参加県の取組事例の研究などから、効果的な健康づくり施策の実施には次の3つの手法が有効であると分析した。①統計データの分析 ②ポピュレーションアプローチの実践 ③ITで健康づくり。そこで、これらの手法を提案すると共に、具体的な取組事例をとりまとめた。

「効果的な健康づくり施策」の3つの手法

1. 健康づくり施策を推進するために

手法①

統計データの分析



※エビデンスに基づいた健康づくり施策の推進

▶ 「なら健康長寿基礎調査」を実施し、健康寿命との関連分析などを行う。（奈良県）

▶ 「平均自立期間算出プログラム」を活用。都道府県別の値を継続的に算出するシステムをH24年度に構築。（島根県）

2. より多くの人々が「健康づくり」を実践するために

手法②

ポピュレーション
アプローチの実践



※ポピュレーションアプローチ：病気や不健康な人に対してのみならず、健康な方を含めた住民全体への「健康づくり施策」の普及啓発が重要であるという考え方

▶ 「糖尿病予防の推進」に向け講演会、家族ワークショップの開催。民間産業や商店街との連携。（山形県）

▶ 特定健診受診率向上に向け医療機関との連携を図る。（山梨県）

▶ 部局全体で関係機関・団体等に「食育強化キャンペーン」への参加協力を依頼。（長野県）

▶ 県と後期高齢者医療広域連合が共同し、地域巡回指導・普及啓発事業を開始。（奈良県）

▶ 「高知県歯と口の健康づくり実態調査」を実施。この結果を踏まえ、むし歯、歯周病等の予防啓発を行う。（高知県）

3. 若者の健康づくり意識をどのように醸成するために

手法③

ITで健康づくり



※パソコンや携帯電話を活用して、禁煙やウォーキング等健康づくりの普及啓発を行う

▶ ネットを活用した「みんなで歩こうプロジェクト」において、チーム部門、個人部門、イベント参加部門を設け幅広く参加者を募る。（福井県）

▶ ネットを活用した「禁煙マラソン」による禁煙の推進。（奈良県）

▶ 「ケータイで健康づくりウォーキングシステム」を構築。記念ウォーキング大会を開催する。（鳥取県）

効果的な健康づくり施策検討プロジェクト

<島根県> 都道府県別健康寿命の算出と分析に関する研究

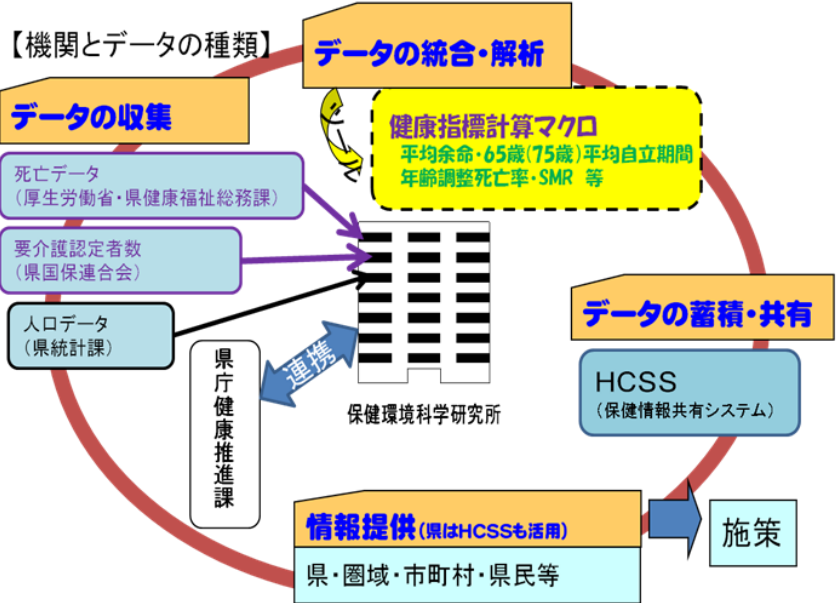
健康増進計画の評価や健康寿命延伸に向けた取り組みにつなげるため、都道府県別の健康寿命(平均自立期間・平均余命等)を継続的に算出するシステムを構築する<23年度>

- (1) 他県から算出に必要なデータの提供を受ける
- (2) 島根県が開発し、平成12年度から運用している「健康指標算出プログラム」を使用し、65歳平均自立期間・平均余命等を算出する

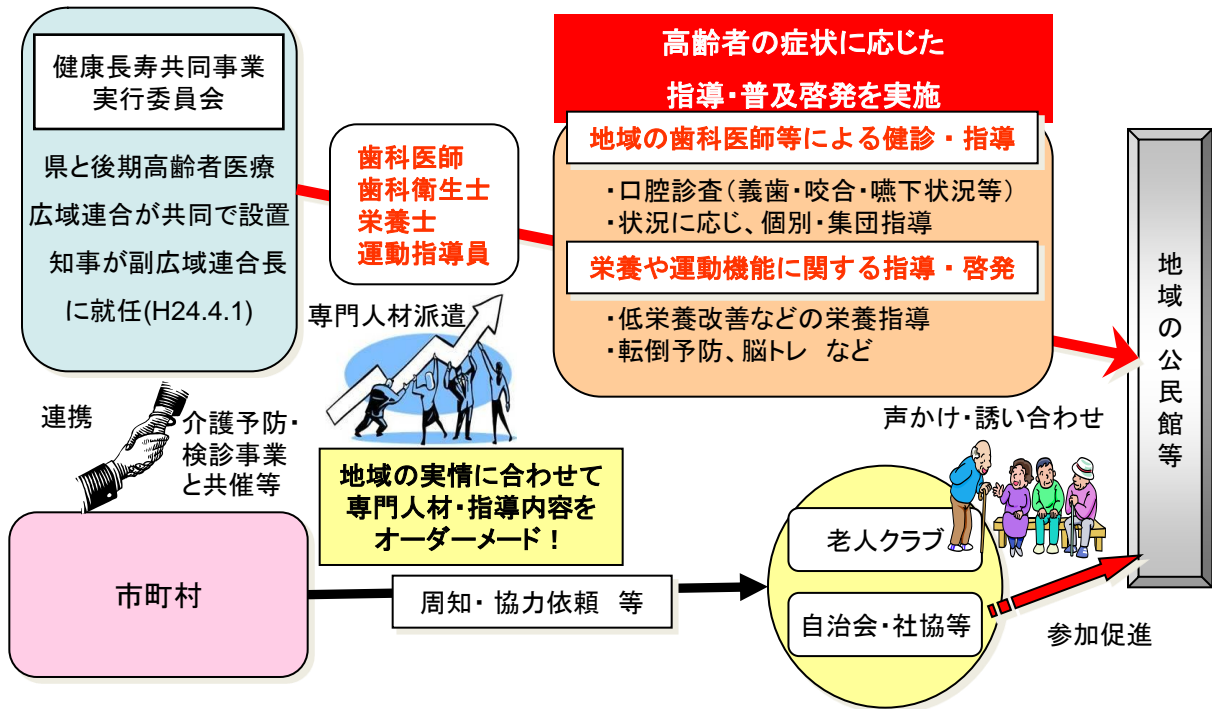
<24年度>

- (1) 算出結果の還元
- (2) 地域差に関連する要因の分析

平均余命・平均自立期間算出等にかかるシステム



<奈良県> 「地域巡回指導・普及啓発事業」について 一保険者の機能として健康増進を推進一



・実施実績(H23年度) : 12市町村内※ 26回 延581名参加

※大和郡山市、天理市、橿原市、五條市、御所市、宇陀市、田原本町、上牧町、河合町、黒滝村、上北山村、川上村

・75歳以上の参加率・・・54%

《問い合わせ先》

奈良県健康福祉部健康づくり推進課

(TEL)0742-27-8682 (FAX)0742-22-5510 (E-mail)kenkou@office.pref.nara.lg.jp

《ホームページ》

http://www.pref.nara.jp/dd_aspx_menuid-19354.htm

リーダー県：山梨県

参加県

5県（山形県、山梨県、長野県、奈良県、島根県）

《概要》

外国人観光客の誘致を促進するため、海外におけるプロモーション活動をどのように展開すれば、より高い効果が得られるか、「効果的なプロモーション方法」について研究する。

本プロジェクトでは、参加県がこれまで取り組んできた海外プロモーション活動の経験を踏まえ、課題を整理する中で、各県に共通する課題を抽出し、これらを解決するためのポイントを設定する。また、このポイントを基に、モデル事業案を作成する。

《研究成果》

効果的な海外プロモーションを展開するために、「広域観光ルートの設定」と「連続した事業展開」をポイントとして設定した。

プロモーションにおいては、多様なニーズに応える魅力的な観光ルートの設定が必要であることから、各県のもつ観光資源とターゲットを整理する中で、参加5県を基本とした広域観光ルート案を作成した。

また、作成した観光ルート案を商品として造成し、販売を促進するためには、市場の特性に応じた連続したプロモーションの展開が必要であることから、市場特性や旅行形態により、タイ、中国、韓国・香港・台湾・星国の特徴的な3つの市場に分け、それぞれの市場における事業展開のモデル案を作成した。

効果的な海外プロモーションの展開

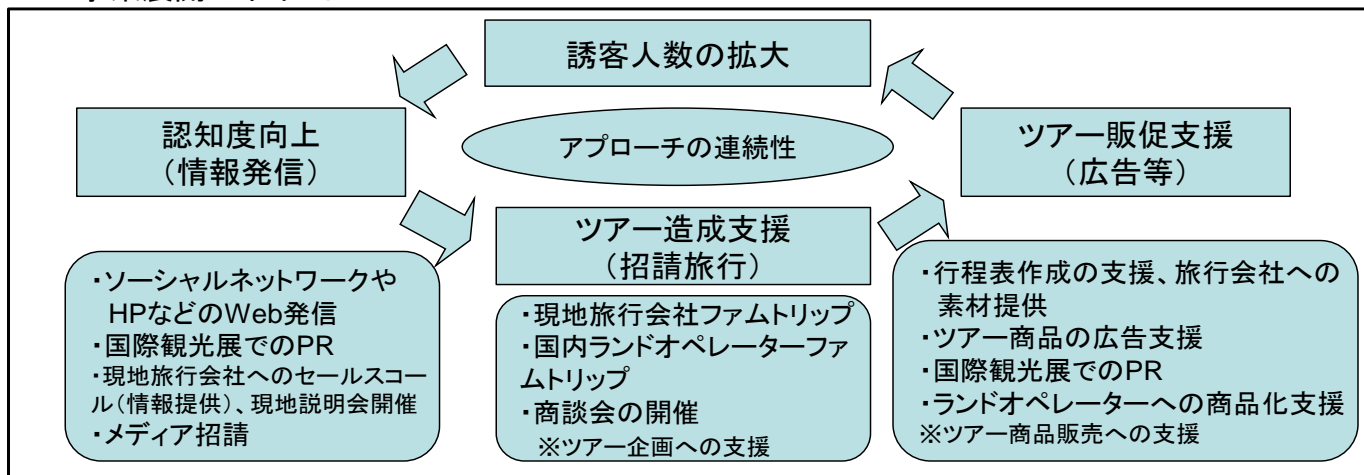
共通した課題

- 自県の強みを活かしながら、相手方のニーズに添った魅力的な広域観光ルートを設定
- 旅行商品造成につなげるための複数事業の連携、連続した事業展開が必要

1 広域観光ルート設定のポイント

- 外国人旅行者の入国から出国までを考慮したルートを設定
- 自県の強みを活かすとともに、他県との連携により、自県にない資源を補うことで、多様なニーズに応える工夫

2 事業展開のポイント



参加5県を基本とした広域観光ルート案

(1案) 山形県・長野県・山梨県ルート

○テーマ: フルーツと自然

○ターゲット: タイ、シンガポール、中国

○モデルルート

◆ 催行時期: 通年催行

◆ ルート概要:

羽田空港in→(庄内空港へ)→**山形県**
(フルーツ(さくらんぼ、ラ・フランス、りんご、雪
中いちご)／自然景観(蔵王の樹氷など)／日
本酒酒蔵体験)→**長野県**(フルーツ(りんご、
なし)／自然景観(雪、高原リゾート))→**山
梨県**(フルーツ(もも、ぶどう)／ワイン／富士
山)→(東京都:ショッピング)→羽田空
港out

○ルートのメリット

・日本一のフルーツをテーマにしたルート
・山形・長野にはない富士山、山梨・長野には
ない海、山形・長野にあり山梨にはない雪の
魅力などを広域で補うことで、ルート全体の魅
力をアップしている。
(参加県以外の魅力)
・東京でのショッピングが加わることで、さらに
コースの魅力がアップする。

(2案) 山梨県・長野県・奈良県ルート

○テーマ: 自然と伝統的景観

○ターゲット: 中国

○モデルルート

◆ 催行時期: 通年催行

◆ ルート概要:

関西国際空港in→(大阪府:買い物、食)
→**奈良県**(春日大社、奈良公園と神鹿、
橿原今井の町並み、明日香)→(岐阜県:
白川郷)→**長野県**(日本アルプス、上高地、
松本城、妻籠宿、善光寺、わさび田、フルーツ
等)→**山梨県**(富士山、フルーツ)→(東
京都:買い物、食)→関西国際空港out

○ルートのメリット

・日本らしさを有する景勝地を巡るルート
・ゴールデンルート以外の新しいルートの提案
(参加県以外の魅力)
・岐阜県の世界遺産「白川郷」をルートに組み
込み、伝統的景観の要素に厚みが増える。
・東京、大阪でのショッピングが加わることで、
さらにコースの魅力がアップする。

(3案) 島根県・奈良県ルート

○テーマ: 日本神話

○ターゲット: 成熟FIT(欧米・香港)

○モデルルート

◆ 催行時期: 通年催行

◆ ルート概要:

羽田～出雲空港in→**島根県**(出雲大社、
古代出雲歴史博物館、八重垣神社、)→(岡
山県)→**奈良県**(春日大社、神鹿、石上神宮、
大神社、大和三山・葛城山・二上山(眺望))
→(和歌山県)→(大阪府)→関西空港out

○ルートのメリット

・古事記誕生1300年を機に日本神話関連地
を巡るルート。
・日本文化の根源に興味関心のある層にス
トーリーを持ってもらえる。
・またギリシャ神話等に親しんでいるため、
神話というキーワードは入りやすい。
(参加県以外の魅力)
・和歌山県、鳥取県、岡山県など神話に登場
するエリアを組み込むことで魅力がアップす
る。

※各県が離れているため、ルートには参加県以外の県を組み込むことで、ルート全体の魅力アップを図り、PRする必要がある。

V 市場別モデル事業案 — ①タイ(成長市場)に対するモデル案

▼与件事項

市場特性	○団体旅行中心からFIT化の進行(比率5:5程度) ○有名観光地を中心に認知度が上昇、それ以外の観光地は情報が不足
旅行商品流通構造	○訪日観光旅行はビザ取得必須、旅行のためには旅行会社を通さなければならない。 ○募集ツアーを行なう大手旅行会社が少なく、特定顧客を対象にした手配旅行を行う 中小の旅行会社が多い
プロモーションのポイント	○FIT化進むも旅行会社を通じた手配が一般的。BtoB、BtoC対応を連動して実施

旅行形態 市場特性	個人旅行 (BtoC)	団体旅行 (BtoB)
成長市場	タイ	中国
成熟市場	香港・台湾 韓国・星国	

※ キーアクター: 現地旅行会社、一般消費者

▼取組むべきプロモーション内容

◆BtoB(対旅行会社)

- 国際観光展で販売されるツアー商品造成支援・手配旅行支援としてのファミ
トリップ
- ツアー販促支援(素材提供(写真提供、ルート紹介)、広告支援)
- 国際観光展でのPR(旅行会社の商品を自治体ブースでPR)

◆BtoC(対一般消費者)

- メディア招請による認知度向上
- 国際観光展でのPR(地域をPR)

▼年間の動き

- 一般消費者: 4月のタイ正月(ソクラン)休暇時が最大の旅行シーズン。これに10月の秋休みが次ぐ。
- 旅行業界: 旅行シーズン(10月、3~4月)に向けて開催される旅行展(8月、2月)での商品即売が年間活動の軸。

	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月
消費者の動き			メディア視聴					商品購入		春期休暇
現地旅行会社の動き			情報収集	ファミ参加	商品検討	商品造成		国際観光展での商 品販売		
自治体の動き	メディア招請 (7月)	現地旅行会社への セールスコール・現 地説明会 (8~9月)			現地旅行会社・国内 ランドファミトリップ (11月)	素材提供等ツ アー販促支援 (12月~)		国際観光展で のPR (2月)		
	ランドへのセールス活動(随時)									
	ブログ・ツイッター等ソーシャルネットワークやHP活用した情報発信(随時)									

「認知度向上(7月メディア招請)→ツアー造成支援(11月ファミトリップ)→ツアー販促支援(2月国際観光展でのPR)」のサイクルを一貫して実施することで効果的に商品造成と誘客へ。

《問い合わせ先》

山梨県観光部国際交流課

(TEL)055-223-1620 (FAX)055-223-1438 (E-mail) kokusai@pref.yamanashi.lg.jp

リーダー県：島根県

参加県

5県（福井県、長野県、奈良県、鳥取県、島根県）



古事記(島根県古代出雲歴史博物館所蔵)

《概要》

「旅の個人化・小グループ化」への流れの中、名所旧跡を巡る従来からの「見る」観光に加え、旅先で何ができるのか、何が得られるのかという「テーマを持って参加・体験する」観光のニーズが高まっている。

歴史・文化は、それぞれの地域の貴重な財産であり、その素材を磨き上げていくことで、観光客を引きつける魅力的な観光資源となり得るものである。

平成24年は「古事記編纂1300年」という記念すべき年であることから、古事記を中心に日本書紀、万葉集、風土記など、古代の歴史・文化をテーマとした観光振興策について研究するものである。

このプロジェクトは、まず参加する5県に関係の深い古事記等に関する観光資源の調査と情報収集からスタートした。次に、これらの情報を整理し、例えば神話の世界といった「テーマ性」と、関連する史跡、神楽などの伝統文化、自然景観といった「具体の観光資源」をストーリーでつなぎ、古事記等の神話・伝承の舞台を訪れる観光を提案することによりそれぞれの観光地の魅力を高めていくことを目指す。

また、遠隔県同士である参加5県が相互に連携した誘客対策について検討を行い、効果的な観光振興施策や、情報発信の手法についても研究を深める。

古事記ゆかりの観光資源の例

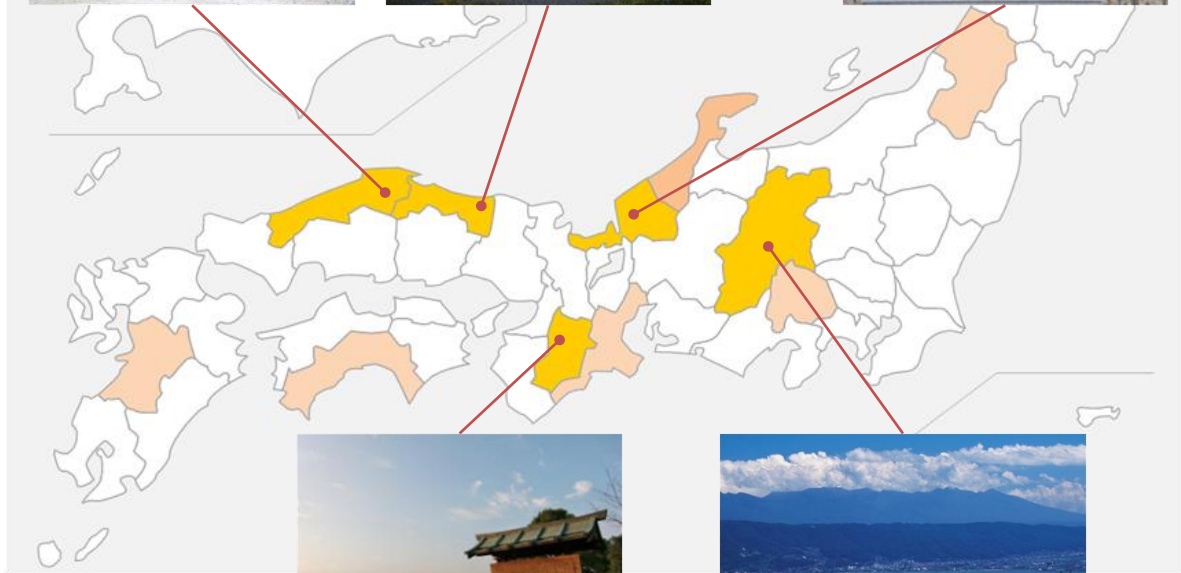
神魂神社(島根県)



白兔海岸(鳥取県)



味真野苑(福井県)



飛鳥(奈良県)



諏訪湖(長野県)

《研究成果》

＜古事記等のストーリーに着眼した観光の提案＞



古事記に登場する神話・伝承から成る8つのストーリーを取り上げ、それぞれのストーリーごとに史跡、神楽等の伝統文化、自然景観を関連づけ、神々が織りなす物語の舞台となった地を巡る観光を提示した。

- | | |
|------------------------|----------------------|
| ① イザナキノミコトの黄泉の国訪問 | ⑤ カムヤマトイワレビコノミコト東への旅 |
| ② スサノオノミコトとヤマタノオロチ | ⑥ ヤマトタケルノミコト望郷の旅 |
| ③ イナバノシロウサギとオオクニヌシノミコト | ⑦ 高志の国福井から継体天皇の足跡を巡る |
| ④ オオクニヌシノミコトと国譲り | ⑧ 古事記編纂の物語 |

＜古事記等に関連する文化の提示＞

観光の重要な構成要素である「食」に着目し、古事記に登場する食材や、古事記が編纂された奈良時代の料理等について調査した。

また、大都市で演じられることの多い「能」にも着目し、古事記、日本書紀の影響を受けた作品についても調査した。



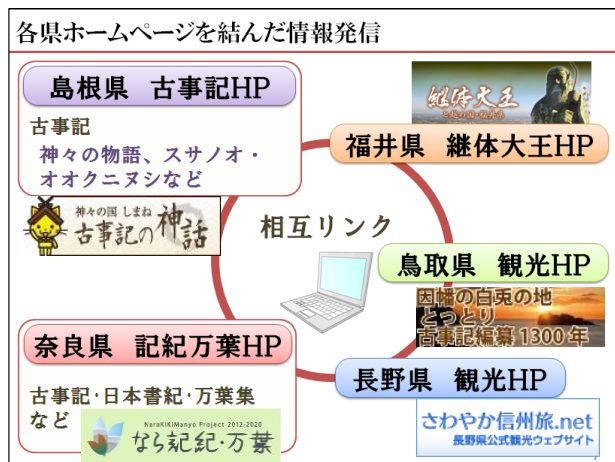
《参加県連携の実践》

＜各県のホームページの相互連携＞

この研究に参加している各県のホームページにおいて、古事記等に関する観光資源等の情報の充実を図った。

また、参加5県のホームページを相互にリンクする共通バナーを設定し、古事記等にゆかりのある情報のネットワークを構築した。

各県のホームページから、古事記等に関する他県の情報にアクセスしやすくすることで、ゆかりの地を訪れた観光客が、次にまた別のゆかりの地を訪れてみたいと思っただけのよう取り組んだ。



＜シンポジウム等での共同PR＞

この研究のメンバー県が開催する古事記等に関するシンポジウム、フォーラム、イベント等に他の参加県が相互参加し、観光PRや神楽の公演等を行った。

こうしたシンポジウム等への参加者は、歴史に造詣の深い方が多く、古事記等にテーマを絞った観光PRは好評であり、準備していた各県のリーフレットも不足するほどの盛況であった。



《神話博しまねの開催》

「古事記編纂1300年」を記念し、「神々と出会う旅」を体感する神話の博覧会「神話博しまね」を平成24年7月21日(土)から11月11日(日)まで開催



《問い合わせ先》

島根県商工労働部観光振興課

(TEL)0852-22-6669 (FAX)0852-22-5580 (E-mail)kankou@pref.shimane.lg.jp

《ホームページ》

<http://www.pref.shimane.lg.jp/kanko/>

「森林吸収量の市場取引制度」研究プロジェクト

リーダー県：鳥取県

参加県

10県（青森県、山形県、福井県、山梨県、長野県、奈良県、島根県、高知県、熊本県、鳥取県）

＜研究成果の概要＞

①目的

- ・地球温暖化対策の一つとして、国内の林業活動等により確保された森林吸収量をカーボン・オフセットに用いられるクレジットとして認証するJ-VER制度が平成20(2008)年度に創設された。
- ・これにより国内林業の活性化と地球温暖化対策としての森林の整備・保全の一層の推進が図られることが期待されているところであるが、必ずしも普及しているとは言い難い。
- ・このため、本プロジェクトチームでは、地方に森林の整備・保全のためのより多くの資金を還流させる仕組みについて調査・研究を行い、全国に向けて発信する。

②概要

以下のとおり

＜問い合わせ先＞

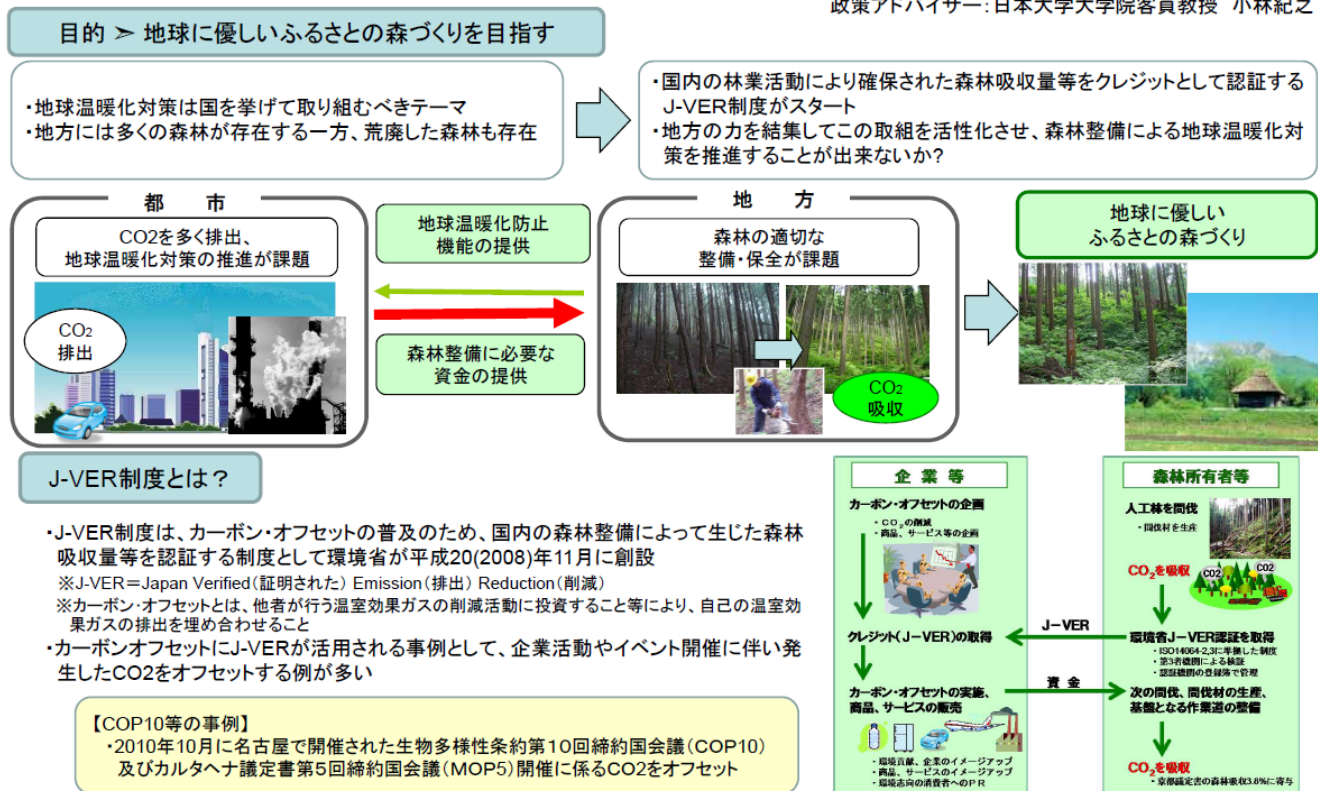
鳥取県農林水産部森林・林業総室

(TEL)0857-26-7299 (FAX)0857-26-8192 (E-mail)oonoy@pref.tottori.jp

地球に優しいふるさとの森づくり

～「森林吸収量市場取引制度」研究プロジェクト(最終とりまとめ)概要～

メンバー県：青森県、山形県、福井県、山梨県、長野県、奈良県、島根県、高知県、熊本県、鳥取県(リーダー県)
政策アドバイザー：日本大学大学院客員教授 小林紀之



一方、J-VER制度の活性化のためには以下の課題が存在

普及や認知が進んでいない

- ・J-VERの認知度は高いとは言えない状況
 - J-VERの主な買い手である企業に購入を促すよう施策誘導すべき
 - 一般の消費者に対するPRを推進し、社会全体でJ-VERの利用を盛り上げるべき

使用範囲が限定されている

- ・国内統合市場※での使用が認められていない
 - 国内統合市場でも使用可能とすべき

経費負担が大きい

- ・J-VERの認証取得には多大な経費負担が必要
 - 認証取得経費の軽減を図るべき

マッチングの場がない

- ・J-VERは相対取引が主流で取引相手を探すのが大きな負担
 - 取引手法を改善し、取引の活性化を図るべき

※企業が自主削減目標を設定、その目標達成を目指して排出削減を進める制度等からなる。目標達成のためにクレジットの取引を活用することも可能。

このため、以下の普及・利用拡大策を国に提案・要望

ふるさと森づくり税制(税制上の優遇措置の創設)

- 企業側にJ-VER購入を動機づけるため、税制上の優遇措置を付与
 - ・J-VER購入経費を法人税の損金算入対象とする
 - J-VER購入により法人税が一部軽減されるため、購入の動機づけにつながる

J-VER知名度向上対策(普及・啓発の推進)

- J-VERの普及・啓発
 - ・J-VERの主な購入者である企業だけでなく、一般国民に対するPRも積極的に実施

J-VER市場拡大対策(使用範囲の拡大)

- 企業間の排出量取引においてJ-VERも使用可能化
 - ・国内統合市場でも使用可能とすることで、J-VERの市場を拡大

J-VER購入のインセンティブ付与 J-VER取引量の拡大



一方、以下については引き続き検討が必要

共同でJ-VER制度を運営

- 都道府県J-VERを複数県で共同運営するイメージ
- プロジェクトの認証、発行を行う機関を共同で運営
- 国は制度運営に要する経費等を支援

認証取得経費を軽減

- 課題
- 制度運営に要する経費負担が問題

共同で取引市場を構築

- 森林吸収系独自の市場を構築
- 相対取引にかかる負担の軽減

取引の活性化

- 課題
- 各県独自のブランドを大事にしたいとの意見も

企業等の農業参入支援プロジェクト

リーダー県：熊本県

参加県

7県（青森県、山形県、福井県、長野県、奈良県、島根県、熊本県）

＜研究成果の概要＞

農業者の高齢化や新規就農者の減少など、農業の担い手の減少が顕著となるなか、新たな担い手の確保が大きな課題となっている。

そうしたなか、平成21年12月の農地法改正により、一般法人による、農地の解除条件付き貸借による農業参入が可能となり、多様な担い手の確保という観点から、一般企業の農業参入に注目が集まっている。

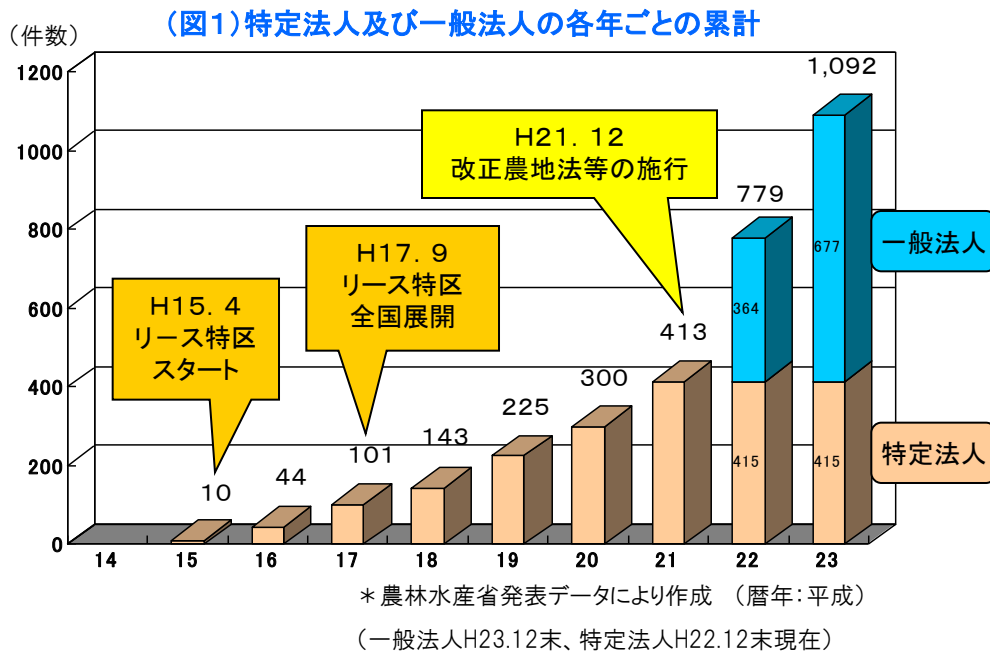
本共同研究では、企業等の農業参入について各都道府県の現状や共通課題を整理するとともに、参加7県を含む全国の都道府県における今後の効果的な「企業等の農業参入支援」の一助とするため、「プロジェクト7県調査結果」(平成23年1月)を基に、香川県による「全国都道府県アンケート調査」(平成23年1月)を参考としながら、各県の先進政策をとりまとめた「施策の体系化」を行った。

今回、浮き彫りとなった各都道府県の共通課題については今後、連携して解決できるよう取り組んで参りたい。

全国における企業等の農業参入件数の推移

全国における企業等の農業参入件数(農業生産法人による参入を除く)の推移(図1)を見ると、H15年には10法人であったものが、年々増加を続け、H23年には1,092法人となった。

特に、一般法人の参入が可能となったH21年12月の改正農地法等の施行以降、一般法人の参入数が大きく伸びている。

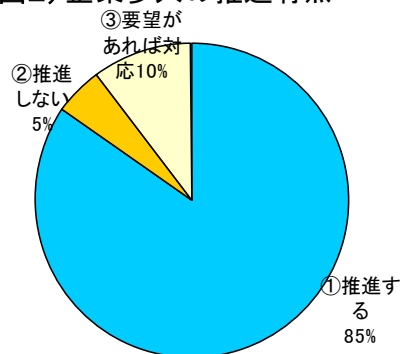


各都道府県における取り組み

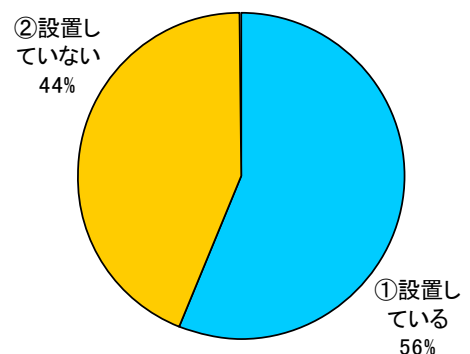
平成23年1月、香川県が実施した調査(回答道府県数:39)では、企業等の農業参入に関する推進意向について、85%(33県)が「企業等の農業参入を推進していく」と回答(図2)。

相談窓口については、設置している道府県は56%(22県)(図3)。

(図2) 企業参入の推進有無



(図3) 相談窓口の設置

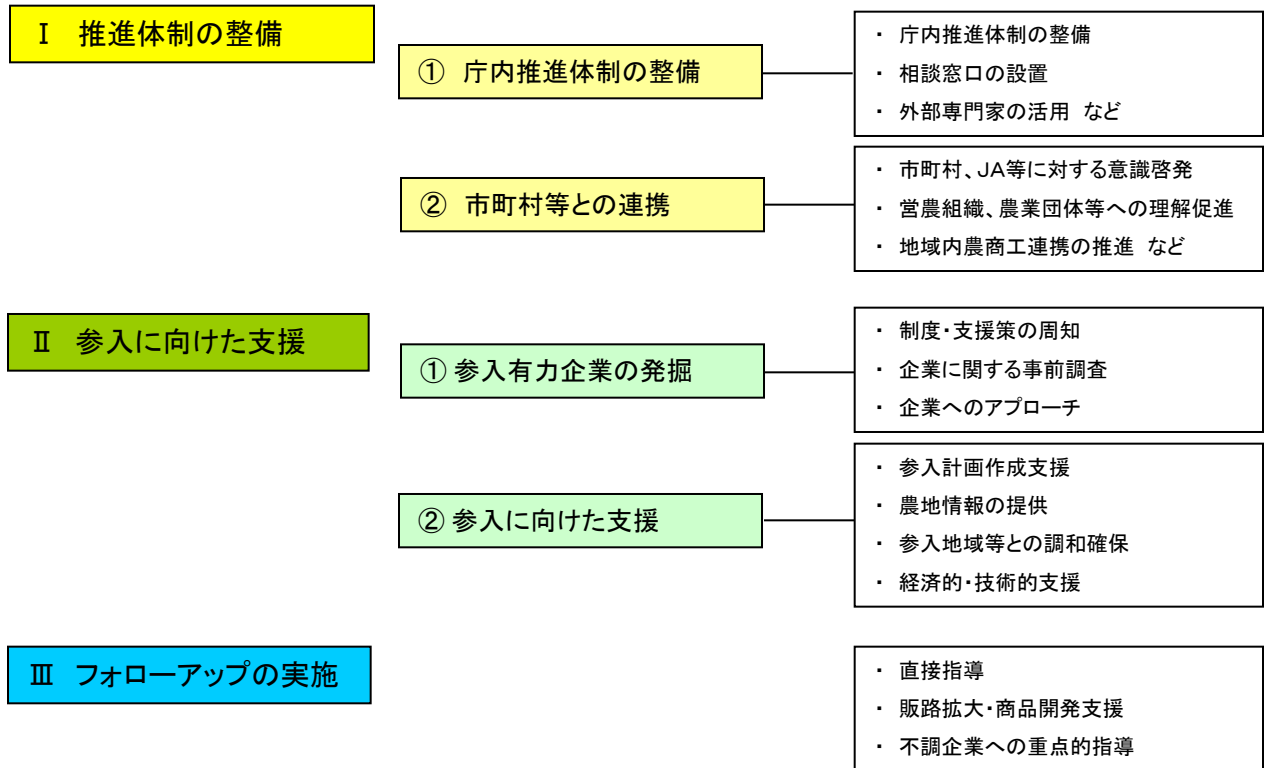


企業等の農業参入支援プロジェクト

参加7県における現状

- 本庁専任職員の配置 5県(青森県、福井県、奈良県、島根県、熊本県)
- 独自支援策の整備 6県(青森県、山形県、福井県、奈良県、島根県、熊本県)
 - ・ 情報提供(セミナー開催、ガイドブック作成) ・ 参入相談 ・ 耕作放棄地再生助成
 - ・ 新規参入・規模拡大助成(ソフト、ハード) ・ 参入後の指導 ・ 建設業の農業参入支援 など

施策の体系化(抜粋)



分析・課題等

各都道府県及び参加7県の状況を分析すると、次のような点が課題等となっている。

- 1 多くの都道府県では、企業等の農業参入を、農業の新たな担い手の確保やイノベーションの創出という観点から有望であると認識しており、何らかの支援策を講じている。一方、それを推進していく中で、さらなる推進体制の整備を図っていくことが急務となっている。
- 2 地元市町村やJAをはじめ関係機関等との連携強化が課題となっている。
- 3 実際の参入企業への対応にあたっては、次のような課題に対する効果的な施策を講じていくことが急務となっている。
 - ① 農地情報の把握や企業ニーズにあった農地の確保
 - ② 参入地域との調和の確保
 - ③ 経済的・技術的支援
 - ④ 商品開発・販路拡大への支援
 - ⑤ 不調企業への重点的指導 など

〈問い合わせ先〉

熊本県農林水産部経営局担い手・企業参入企業課

(TEL)096-333-2377 (FAX)096-382-6934 (E-mail)ninaikigyou@pref.kumamoto.lg.jp