

平成 29 年度
公益財団法人山梨総合研究所自主研究

地域おこし協力隊の地元への貢献 についての調査研究

公益財団法人 山梨総合研究所 主任研究員 三枝 佑一



平成 30 年 3 月
公益財団法人 山梨総合研究所

目次

1 はじめに	1
2 地域おこし協力隊とは.....	2
3 地域協力活動	3
4 隊員数及び受入自治体数の推移	4
5 協力隊導入の効果	5
6 今後の展開.....	6

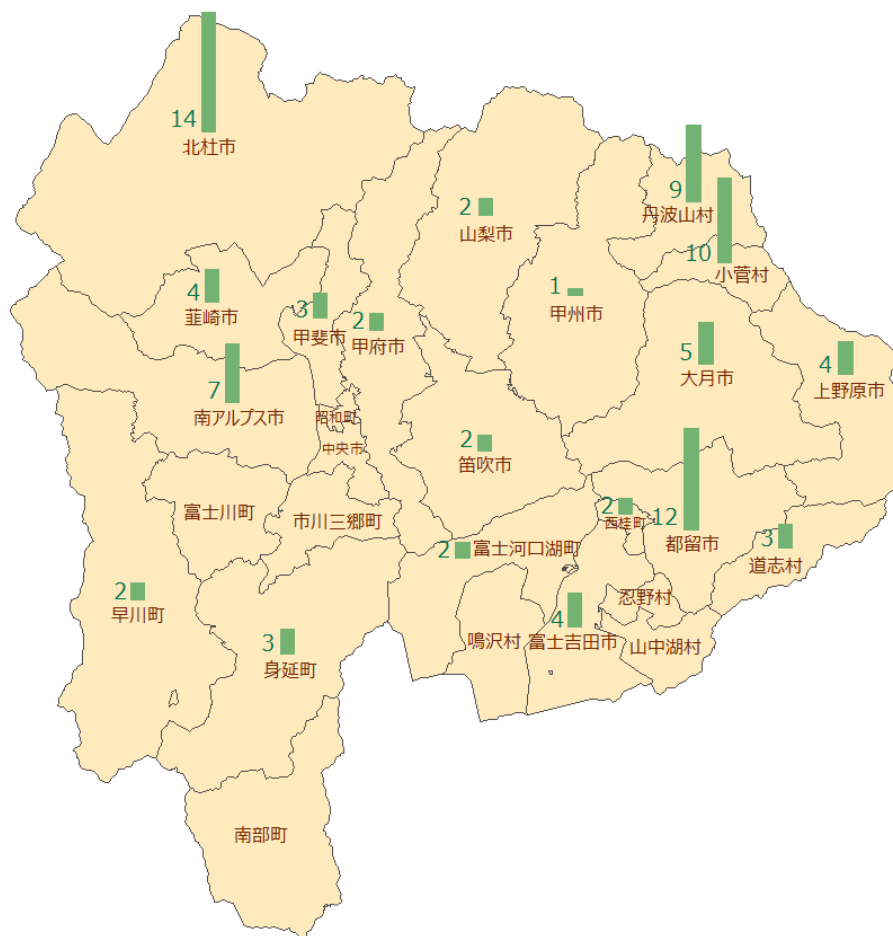
1 はじめに

「地域おこし協力隊」は、総務省は平成 21 年に創設した制度であり、都市部の若者等が、地方自治体の募集に応じて委嘱を受け、国から生活費等の支援を受けながら、一定期間地方に移り住み、住民の生活支援や地域の活性化に取り組む活動で、その地域への定住・定着も図る取り組みである。

初年度の隊員数はわずか 89 人と、受け入れ自治体も 31 団体に過ぎなかったが、制度の使いやすさと認知度の高まりとともに、本制度の活用が全国的に広がっている。平成 29 年度の地域おこし協力隊員は、全国 997 の自治体において 4,830 人にのぼる。

県内においても、平成 29 年度は、19 市町村（12 市 4 町 3 村）で計 91 名の隊員が活動を展開している。新たに、山梨市や甲斐市でも初めて隊員を採用するなど、県内でも広がりを見せている。

市町村別地域おこし協力隊数



総務省データより作成

2 地域おこし協力隊とは

地域おこし協力隊の概要は、次のとおりである。

制度概要

3大都市圏など都市地域から過疎地等の条件不利地域に住民票を移動し、生活の拠点を移した者を地方公共団体が「地域おこし協力隊員（以下、「隊員）」として委嘱する。隊員は、一定期間、地域に居住し、地域ブランドや地場製品の開発・販売・PR・観光振興等の地域活性化の支援や、農林水産業への従事、見守りサービスや買い物サポート等の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。

活動期間

概ね1年以上3年以下

総務省の支援

隊員の募集等に要する経費、隊員の活動に要する経費および隊員等の起業に要する経費について、特別交付税による財政支援がある。

- 隊員の活動に関する経費：隊員1人あたり400万円上限
- ① 報償費（給与）等 最大250万円
- ② その他の経費 150万円

その他の経費は、活動旅費、作業道具等の消耗品費、研修等の経費などで、具体的には隊員と自治体が話し合っていて決めている。この中から、隊員の住居の家賃とパソコン代、車両代、ガソリン代などを支出している自治体も多い。

- 隊員の起業に要する経費：最終年次又は任期終了翌年の起業する者1人あたり100万円上限
 - 隊員の募集等に要する経費：1団体あたり200万円上限
- 人件費のほか活動経費についても財政支援の対象となっており、自治体にとっても使い勝手のよい制度である。また起業についても考慮されていることで、活動範囲の広がり・進展が期待できるといえよう。

3 地域協力活動

「地域協力活動」とは、地域力の維持・強化に資する活動で、地域おこし協力隊推進要綱に活動例として次のとおり例示されている

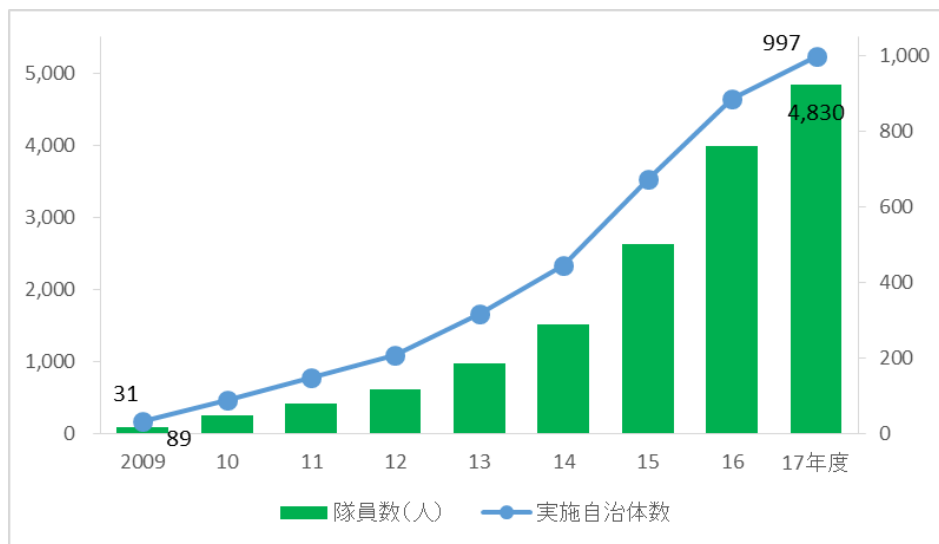
- 地域おこしの支援（地域行事やイベントの応援、伝統芸能や祭の復活、地域ブランドや地場産品の開発・販売・プロモーション、空き店舗活用など商店街活性化、都市との交流事業・教育交流事業の応援、移住者受け入れ促進、地域メディアなどを使った情報発信 等）
- 農林水産業従事（農作業支援、耕作放棄地再生、畜産業支援 等）
- 水源保全・監視活動（水源地の整備・清掃活動 等）
- 環境保全活動（不法投棄パトロール、道路の清掃 等）
- 住民の生活支援（見守りサービス、通院・買物のサポート 等）
- その他（健康づくり支援、野生鳥獣の保護管理、有形民俗資料保存、婚活イベント開催 等）

上記のとおり幅広い活動が認められているが、その具体的内容は、個々人の能力や適性及び各地域の実情に応じ、地方自治体が自主的な判断で決定するものとされている。

4 隊員数及び受入自治体数の推移

隊員数及び受入自治体の推移をみると、年度を追うごとに隊員数・受入自治体数が大幅に増加している。

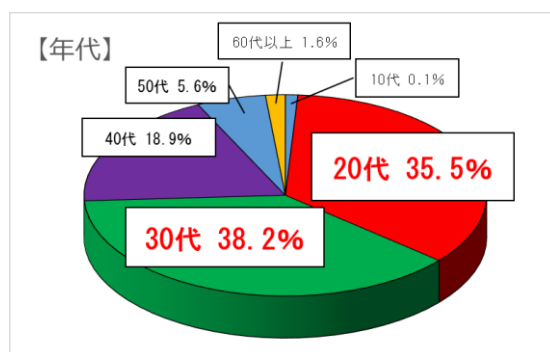
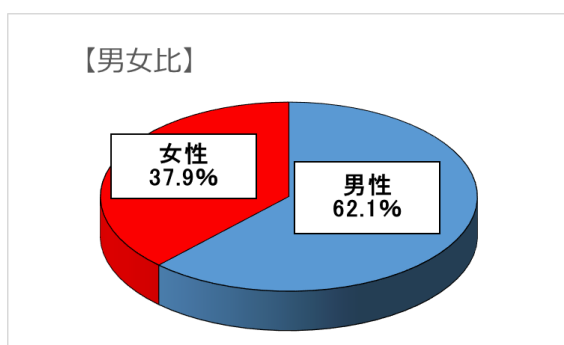
当初は振るわず、初年度の隊員数はわずか 89 人、受け入れ自治体も 31 団体に過ぎなかったが、平成 26 年度に千人を超えてから、毎年急ピッチで拡大している。



【出典】総務省HPより

国は、総合戦略のなかで、協力隊の拡充を掲げ、隊員数を 2016 年に 3 千人、20 年に 4 千人との目標を設置したが、すでに目標を大きく上回っている。

また、特徴として、①隊員の約 4 割が女性であること、②隊員の約 3 / 4 が 20 歳代と 30 歳代であること、があげられる。



【出典】総務省HPより

5 協力隊導入の効果

(1) 導入の効果

協力隊導入の効果として、隊員・受入地方公共団体・地域にとって、次の通り「三方よし」の取組であることがあげられている。

「隊員」にとって

- 自身の才能・能力を活かした活動
- 理想とする暮らしや生き甲斐の発見

「地域」にとって

- 斬新な視点（ヨソモノ・ワカモノ・バカモノ）
- 隊員の熱意と行動力が地域に大きな刺激を与える

「地方公共団体」にとって

- 行政ではできなかった柔軟な地域おこし策
- 住民が増えることによる地域の活性化

(2) 定住状況

本制度の目的の1つとして「その地域への定住・定着も図ること」が掲げられているが、総務省「地域おこし協力隊の定住状況等に係る調査結果」（平成29年9月22日）によると、要点として次の点があげられている。

- ① 任期終了後、約6割の隊員が活動地と同じ地域に定住
- ② 同一市町村内に定住した隊員の約3割は起業

総務省は隊員の6割が定住していることについて「まずまずの数字」と評価しているが、さらなる定住率の引き上げを目指している。また起業についても、隊員の自らの手で雇用の場をつくり出し、自らの定住の基盤をつくり出すとともに、地域を活性化させるという大きな効果がある。先の調査結果によると、以下のような起業についての取り組みが報告されている。

〔起業内訳〕

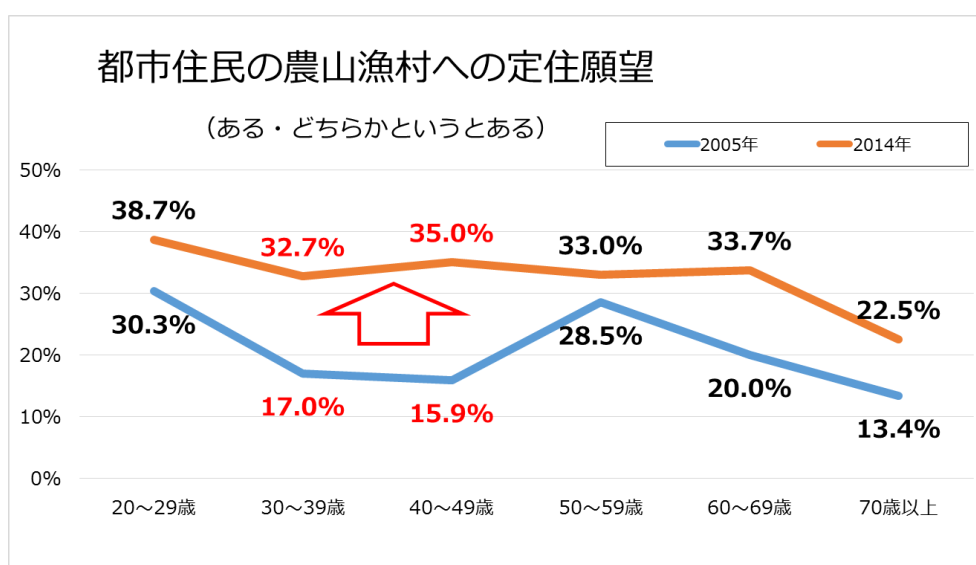
- 飲食サービス業（古民家カフェ、農家レストラン）
- 小売業（パン屋、鮮魚の移動販売、山菜等の通信販売等）
- 宿泊業（ゲストハウス、農家民宿等）
- まちづくり支援業（集落支援、地域ブランドづくりの支援等）
- 観光・移住交流業（ツアー案内、日本文化体験等）
- 出版・広告業（ライター・広報作成等）
- クリエイター・デザイナー業（Webデザイン、映像クリエイター等）
- 6次産業（猪や鹿の食肉加工・販売、ホオヅキの生産・加工・販売等）
- 整体・ヨガ・鍼灸 ほか

6 今後の展開

(1) 田園回帰の動き

若者の田園回帰が叫ばれて久しい。例えば、内閣府の「都市住民の農山漁村定住願望」調査によると、「願望がある」と「どちらかといえばある」の合計が、平成 17 年（回答数 975 人）の 20.6%から平成 26 年（回答者 1,147 人）には 31.6%に増えている。

地域おこし協力隊は、この流れを受け止める格好の制度ともいえる。



【出典】国土交通白書（2015）より

(2) 隊員のサポート

隊員の受け入れにあたっては、慣れない地域で活動が円滑に行えるように、受入・サポートのための態勢を構築することが重要である。

これは募集前に綿密に行うだけに限らず、活動開始後も状況に応じて柔軟に対応する必要がある。

(3) 誰がための活動か

活動例にみられるように、全ての地域活性化に関わる活動が認められる制度である。官（自治体）の発想だけでなく、民（住民・NPO法人・企業）の発想による地域活性化活動も、本制度を活用して、官民連携事業として取り込むことも可能であろう。

「ヨソモノ、ワカモノ、バカモノ」の3要素が必要とよくいわれる。隊員は、その“ヨソモノ”、“ワカモノ”であり、地域の役に立ちたいという熱意なくして務まらない（良い意味での）“バカモノ”でもあるが、地域の活性化は隊員の活動だけでは達成できない。

その熱意に応え、自治体、地域住民ともに活動することが何より肝要である。地域おこしやまちづくりの主役はあくまでも住民であることを忘れてはならない。