

事業の名称:ひとで繋ぐまちづくりプロジェクト

交付対象事業の背景・概要

地方創生として目指す将来像(交付対象事業の背景)

- ・少子高齢化や人口減少が進む本市においては、地域コミュニティの維持や地域課題の解決のために、行政と住民が協働で地域づくりを推進することが極めて重要であり、2020年3月に策定(2024年3月に改訂)した「郡上市まち・ひと・しごと創生総合戦略」(計画期間2020～2026年度)においても「次代の郡上市を担う人材の育成」や「移住・定住施策の充実、および関係人口の獲得」を掲げて取り組んでいる。
- ・地域に根差した仕事づくりと移住・定住の両方を実現する取組として実施した「郡上カンパニープロジェクト推進事業」では、戦略的に地域活性化に必要な人材を獲得し、市民とともに新規事業を創出するなどの成果を上げている。
- ・しかし、若者たちの市外への流出や住民の地域づくりに対する意識の低下などにより地域づくりの担い手は減少している。
- ・それを食い止めるため、さらなる施策として、地域づくりを担うことができる人材を市内外で育成・獲得していき、同時に、住環境や働き口、市の施策に地域を担う若い世代の意見を取り入れられる機会など、担い手が活躍できる環境を維持・創造していくことで住民のウェルビーイングを向上させ、持続可能な自治体を目指す。

地方創生の実現における構造的な課題

【地方創生の担い手の育成・確保】

- ・人口減少や高齢化の中で、持続可能な地域を作っていくためには、地域住民が地域課題を自分ごとと捉え、積極的に地域づくりに参加していくことが必須であるが、2023年度に実施したまちづくりアンケートでは、「市民の手による地域づくりの活動や、ボランティア、NPOの取り組みに参加している、もしくは参加したいと思う市民」の割合は27.8%であり、2020年の33.6%より低下している。
- ・また、市民のシビックプライドを育むことは、地域社会の活性化や魅力の向上に寄与し、住民の協力を促進する重要な要素であると考えられるが、2023年度の同アンケートにおいて、「自分の住んでいる地域に誇りを感じている市民」の割合は49.2%、2020年の54.0%よりも低下しており、地域に誇りを感じている市民の減少が、地域づくりに積極的な市民が減少している要因の一つと考えられる。
- ・大学等の高等教育機関がない本市においては、高校卒業後約9割が市外に流出している状況である。（2024年度：市内高等学校卒業生277人中256人が市外へ流出（92.4%））
- ・これまでに郡上市ではワンストップ窓口の設置や移住イベント等への参加など移住・定住施策を実施しており、2024年度には58世帯101人の移住者を受け入れている。
- ・しかし、過去5年間の移住者の内訳において、Uターン者は移住者全体の約33.1%と少ない傾向にある。
- ・シビックプライドの高さと定住率は比例関係にあるとも言われており、シビックプライドを高めることで人口流出の抑制やひいては移住定住者を引き寄せることにつながっていくと考えられるが、前述した通り、地域に誇りを感じている市民の割合は低い状況である。
- ・これまで郡上市では、郡上市の歴史、文化、自然、産業を学び、故郷への愛着を深める施策「郡上学」を進めてきたが、多様な体験活動を通じて、地元の魅力や価値を理解する人材を育成し、地域への一体感を醸成することに一定の成果をあげてきているものの、単なる教育講座化している部分や講座参加者の固定化や高齢化、情報の周知不足などの課題が浮き彫りになってきており、地域の担い手づくりにつながる新しい施策が必要となっている。

【担い手の受け入れ環境】

- ・地域住民とUターン者や関係人口等の市内外両方の担い手育成及び獲得が重要であるが、同時にその担い手たちが活躍できる場所の確保など環境を整備していくことも必要である。
- ・郡上市では、空き家の増加が問題となっている。空き家は、特に市外からの担い手候補となる人材の住宅等として有効に活用していきたいものであるが、一方でその増加は、景観の悪化や地域の価値の低下等を招くもので、そこに住みたい、住み続けたいという思いを阻害する要因にもなる。
- ・空き家バンク施策により、空き家の活用は増加しているものの、持ち主と連絡が取れなかったり、荒廃等により、すぐには活用が難しい状況になっているケースなど、空き家をうまく活かさない場合が多く発生している。
- ・それらを未然に防ぐため、後継者がいない高齢者が住む空き家予備軍等に対する対策等が必要である。
- ・市内企業の維持や充実も、担い手たちの働き口として、また、郡上市が持続可能な自治体となっていくためには、必要不可欠なものである。
- ・学生のインターンシップの参加率が年々増加している状況下であるが、市内企業の受入実績、ノウハウは少なく、学生が市内企業へ就職を希望するきっかけとなる機会を増やす意味でも、企業存続のための雇用を確保していく意味でも支援が必要である。
- ・2024年11月に実施した市内の「働き方に関するアンケート調査（回答：市内事業者95社、市民527人）」では、従業員不足を感じる事業者は86%と企業の人材不足が課題となっている。
- ・一方で、現在無職ですぐにでも働きたい人は21%おり、就職しない理由としては、子育てが43%、家族や親族の介護が14%と働きたいのに働けない方が多くを占めることが判明した。また、そのような方は短時間勤務など多様な働き方や自らが持つ資格や外国語を話せるなどの専門スキルが活かせる職場を探しており、人材不足に悩む市内企業と自分の働き方・スキルにあった職場を探す人材をつなぐ対策を講じる必要がある。
- ・2024年に実施した市内中学3年生を対象としたアンケートでは、「将来郡上市で暮らしたい理由」において、「産業や観光の将来性がある」と回答した生徒は最も少なく、都市部で習得した知識、技術等を活かすことができる魅力的な就業機会がないことや都市部との所得格差もUターンを躊躇する要因の一つになっていると考えられる。
- ・大容量高速通信が地方まで普及し、デジタルデバイスを活用したりリモートワークが可能となった社会においては、地方においてもデジタル活用による成長が求められている。
- ・これからの郡上市を担っていく若者世代が地域づくりに活躍する機会が求められる。
- ・市内7地域に住民自治推進組織である地域協議会を設置しているが、委員数114人のうち、60歳以上が53人（46.4%）、40歳以下の委員は9人（7.8%）となっており、若者の参画が少ない状況である。
- ・総人口に対する生産年齢人口が少ないことから意見が届きにくいことに加え、仕事や子育てで忙しい年代であり、地域づくりとの関わりが持ちづらい状況があるが、10年後、20年後に地域を担う世代に移住、定住をしてもらうためには、その世代のウェルビーイングの実現が必要であり、意図的に若者の意見を取り入れる機会や活躍できる環境を提供していかなければならない。また、それらを市内外へ広く発信していくことで若い世代の定住や移住につながる。
- ・しかし、郡上市では、2023年に、関係人口、郡上ファン、若者世代を主な対象とした情報発信を行うLINEアカウントIROIRO郡上（郡上市公式LINEとは異なる）を整備したが、情報の掲載回数や内容の充実が不十分で、現在の登録者数は1,135人（2026年1月現在）と同年1月時点の登録者数330人からは増加したものの、対象者へより効果的な発信や実際に郡上市の様々な催事等に関わってもらう仕掛けが必要である。

交付対象事業の概要

【地方創生の担い手の育成・確保】

- ・シビックプライドの醸成から地域の担い手確保・育成につながる「シン・郡上学」を実施する。
- ・「シン・郡上学」では、これまで自己成長や自己満足、地域への愛着を深める領域でとどまっていた「郡上学」を、地域の魅力を味わうとともに、学びの成果を地域のために還元する地域貢献型の学びへと転換することで地域の担い手を育成していく。特に今後の地域の担い手となる中高生から青年世代が住み暮らす地域について課題を見つけ、解決する場としていく。
- ・また、地域課題に当事者意識を持つことが、「地域づくり」の第一歩であり、交流等を通じた「つながりづくり」が地方創生には欠かせないと考え、地域貢献活動を通して地域や社会とつながり、ふるさと郡上に愛着や誇りを持つこと、成人、高齢者世代が、学びの成果や生活の中で身に付けてきた知見や技術を学校、地域に還元することで、人々がつながり心豊かにくらすウェルビーイングを実現した社会を形成する。また、若者が夢をもって郡上市に積極的に定住するのみならず、将来的にUターン等により郡上に還流したり、関係者に郡上の魅力を伝え関係人口を増やしたりするなど、これらの取り組みが複重化することにより、地域に新しい価値と期待をもたらす。
- ・具体的には、大人に対しては、学校や公民館など地域での奉仕作業、修繕作業等に生かすスキルや知識を学ぶ「地域学校貢献型講座」を開催する。また、学校の遠足や校外学習、公民館歩け歩け教室において、児童や地域住民に地域に伝わる神社の成り立ちや遺跡を説明する「歴史ガイド養成講座」、学校の授業で行う友釣り体験の指導者、ボランティアとしての知識や技術を学ぶ「友釣り指導者養成講座」などを実施する。
- ・これらの講座で得た知識や技術を、実際に手を動かして地域貢献することで、地域の課題解決のために具体的なスキルを持つ担い手が確保されたり、共通の趣味や関心を持つ人々が集まりやすい活動でもあるため、同じ講座で学んだ人が集まり、活動を通してつながることで新たなコミュニティが生まれ地域の担い手としての連携が強化されたりする。また、これらの活動による地域の美化や改良は、地域の魅力を高める要素となり、地域が魅力的になることで、住民が地域に愛着を持つことにつながる。
- ・これらのボランティア講師の育成等を目的とした「地域学校貢献型の学び」は「地域貢献活動」として、受講者のいきがい（ウェルビーイング）につながるとともに、小さな成功体験の積み重ね（学びの成果の還元）が、担い手意識の醸成にもなり、地域住民が地域の人とともに生きる「つながりづくり」、学校を含んだ地域をよくする「地域づくり」へと結びつく。
- ・小中学生に対しては、地域の魅力に親しむことで地域を誇りに思うことにつながる自然体験や地域体験、文化伝統体験等の体験活動を学校での授業にプラスして休日に行うことでより充実を図る。また、地域に根差した企業での体験など「地域からの学び」を実現する体験講座の充実を通じて、「自然が豊かである」「人が魅力的である」「歴史や文化が豊かである」という気づきを与え、将来、郡上市に住みたいと思う児童生徒を増やしていく。また、地域貢献活動への参画に重点を置いたプログラムを地域学校協働活動として実施することで、地域住民とつながり、地域づくりに対する意識醸成を行う。
- ・中学生に対しては、休日や放課後に行う地域クラブの文化系クラブとして「総合文化教室」を継続して開講する。郡上市に根付く短歌学習を主とした「文芸教室」「短歌道場」、地域の歴史や史跡の調査研究を学ぶ「学芸員体験教室」、ICT技術を使った地域の情報発信や地域資源を生かす「ICTプログラミング教室」、郡上に伝わる自然景観や伝統工芸を活かした芸術創作活動を学ぶ「美術教室」、郡上の多様な歴史や文化、自然、生活などを体験する「チャレンジ郡上ぶ」などの教室を通して、地域との関係性を強めていく。
- ・同時に、「郡上おどり合唱交流ワークショップ」を開催し、プロによる郡上節の演奏と合唱による交流を進め、郷土の伝統芸能を継承する心情を養う。
- ・また、中学生が、身近な地域の課題や未来を自分たちで考え、提案し、できる範囲で実践することで、地域社会で生きる力を育むキャリア教育の一環とし、地域に貢献する次世代人材の育成を図る「中学生地域ミライプロジェクト」を令和8年度より実施する。「わたしが変える地域の未来、みんなで創る未来」をテーマに、学校ごとの提案を実践し、「中学生ふれあい懇談会」で交流する予定である。
- ・高校生に対しては、大学ゼミと連携した「サテライト大学」を開催する。令和8年度には、京都大学と中京大学との連携を予定しており、郡上の地理や歴史、文化をテーマに地域への理解を深め、地域の魅力を再発見し、地域を誇りに思うきっかけとする。
- ・また、市内には多くのスノーリゾートや大型キャンプ場などの観光産業、専門性の高い優良企業、豊かな自然を生かした農林業、酪農業が存在している。これらの地場産業での職業体験やインターンシップ、企画やコンテンツ作成などに携わる機会を通して、地域の魅力を実感し、誇りをもって働く人々に接することで将来の地元での就職につながる。
- ・加えて、市内の高等学校と連携し、派遣した講師との学びの中で、高校生が郡上の現在や将来にわたり地域課題を見つめ、解決につながるアプローチを学べる機会を創出し、また、多様な郡上の人材と関わることで、郷土愛の醸成を図るとともに、コミュニケーション力を高め、将来の地域の担い手の育成につながる。
- ・そのほか、「地域づくり型の学び」として、地域の食文化や地域文化をテーマにした誰もが参加可能な「地域づくりワークショップ」を開催し、子どもから大人までの参加者が、地域課題を「じぶんごと化」することをねらう。地域課題に当事者意識を持つことが、「地域づくり」の第一歩であり、交流等を通じた「つながりづくり」が地方創生には欠かせないと考える。
- ・「地域づくりワークショップ」は郡上の歴史を地域の人とともに再発見する対話型講座で、資料の整理、デジタルアーカイブ化、口承データの記録などを、各地域を巡って実施予定。成果を学校等での伝承活動に生かす計画である。
- ・「食文化ワークショップ」は3回講座で、「おいしい郡上の資源を次の世代へ」をテーマに、郡上市の中世の喫茶文化や茶道の歴史、茶の湯体験を通して、地域資源の再発見をめざすプログラムを予定している。
- ・また、全世代を対象として、郡上市最大の伝統行事かつ有力な観光資源である郡上のおどりの講座を実施し、市民のシビックプライドの醸成及び関係人口の増加へとつなげる後継者（担い手）人材の確保・育成事業の取り組みを実施する。

【担い手の受け入れ環境】

- ・Uターン者等の居住地確保に向けて、空き家バンクへの登録事務に加えて、新たに管理不完全空家等に達する前段階の空き家予備軍への対応を実施し、空き家の利活用の更なる促進を図る。(空き家バンク運営管理業務のうち、該当部分のみを対象経費とする。)
- ・UターンのきっかけづくりとUターン者の働き口となる市内企業が働き手を確保し存続していくことの支援の両方を目的として、大学と市内企業との情報交換会や大学生を対象とした市内企業へのインターンシップ、サマースクール等の実施による雇用対策の促進を図る。
- ・郡上市雇用対策協議会が学生の受入母体となり、市内企業へ学生を振り分け、各企業でインターンシップを実施する。5日間のうち1日をフィールドワークとする事で郡上市の魅力をより体感できるプログラムとする。
- ・新たに整備され、現在試験運用中の求人検索サイト「郡上お仕事マルシェ」を活用し、人材不足に悩む企業と多様な働き方や専門スキルを活かせる職場を求める人材とのマッチング支援を図るとともに、新たな雇用創出による市内企業の存続と若者・子育て世代・高齢者を含む幅広い人材の市内での就業機会を拡大する。
- ・高校を卒業して大学等に進んだ若者が都市部で就職し、故郷(地方都市)へ戻らない原因としては、大学等で取得した知識、技術などを活かせる魅力的な就業機会がないこと、都市部との所得格差が大きいことが挙げられる。登録観光地域づくり法人のCMO(チーフマーケティングオフィサー)が商工会と連携し、経営指導において、CMO、商工会、事業者の3者でデジタル社会におけるWEBサイト・SNSを活用したマーケティングができる人材を育成して、市内事業者にデジタルメディアを活用したマーケティングを普及させることで、マーケティング領域での就業機会を創出する。また、マーケティングを進めることで企業の売り上げ向上につなげ、従業員の待遇改善が行われることで所得格差の解消を図る。これらの課題解決により、高校卒業者の地元定着やUターンの促進を図る。
- ・次世代の地域コミュニティのリーダーを育成するため、市内に定住する若者が住民から地域課題の聞き取りを行い、行政や事業者と連携して解決に取り組む若者プロジェクトの支援を行う。
- ・次世代のリーダー育成と地域の活性化を目的とし、市内の若者で構成された団体が企画運営を行うマルシェ開催に伴う補助を行う。
- ・若者の定住・還流を促進するため、市内の若者と連携して、LINEアカウントを活用した情報収集や情報発信を行う。
- ・都市部に住む出身縁者やファン(関係人口や移住検討者等)に向けて都市部で開催する郡上のイベント情報やお役立ち情報のリンクの不定期発信にとどまっている現状から、市内在住の若者による同世代の目線や価値観を取り入れた移住定住促進や郡上で活躍する若者を増やすのに有効なコンテンツ制作、取材、情報発信体制としていく。