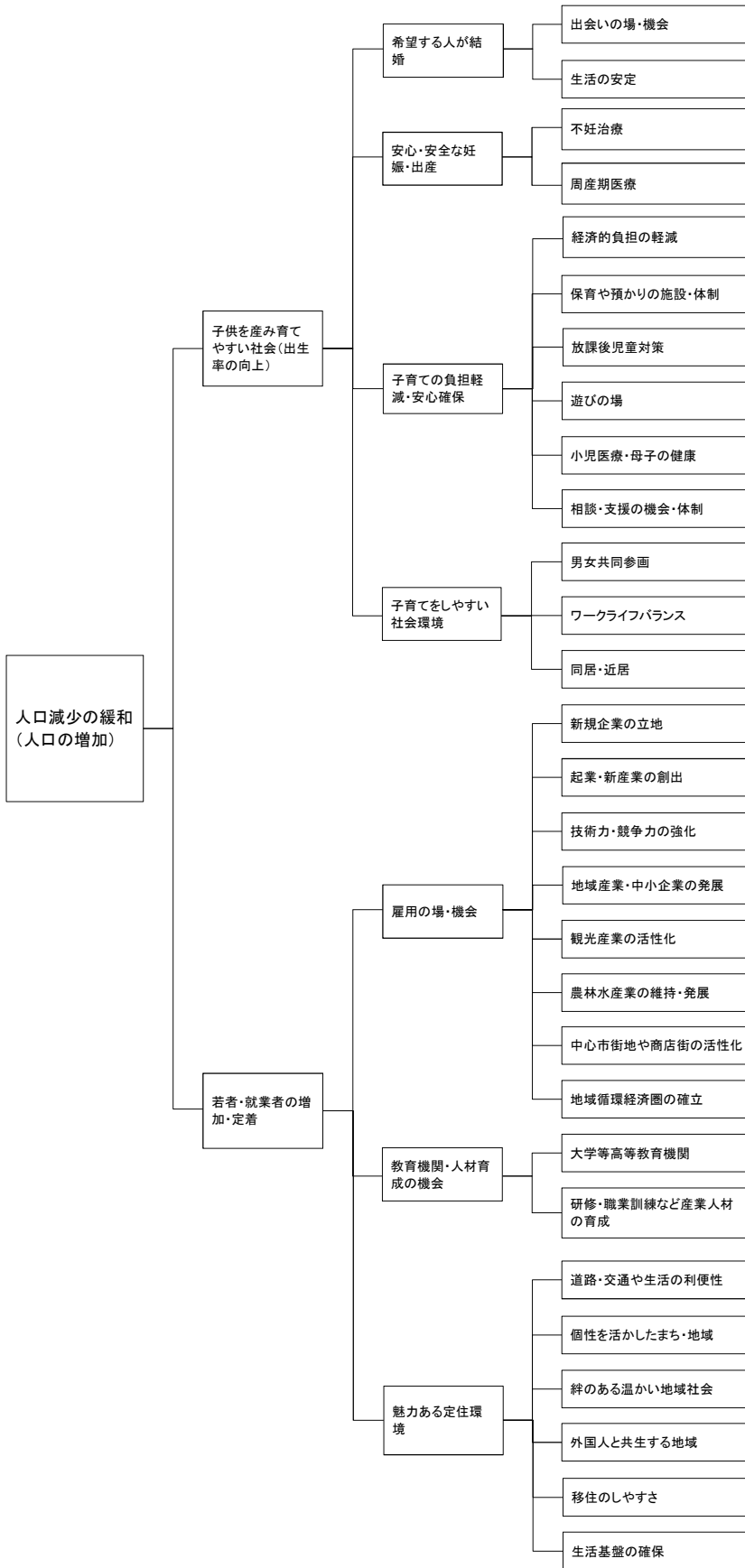
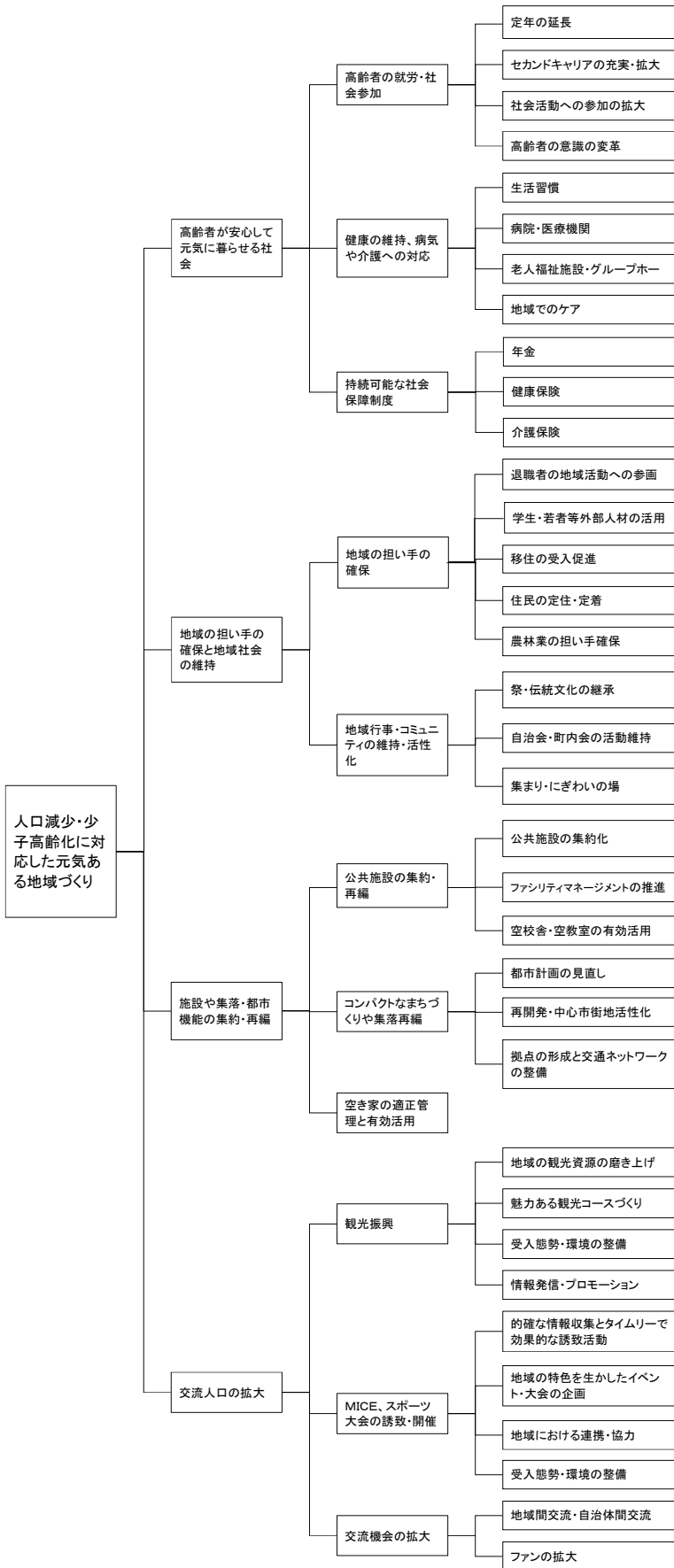


人口問題に関するロジックモデル(1)



人口問題に関するロジックモデル(2)



| 地方創生事業の広域展開 | |
|------------------|---|
| テーマ(候補) | <p><基本的な考え方></p> <p>平成 27 年度は、地方創生総合戦略の策定年度となることから、「地方創生事業の広域展開」をテーマとして取り上げ、地域が一体となって取り組むべき広域的な戦略事業をリーディングプロジェクトとして位置付け、主要プロジェクト推進プランを策定する。</p> |
| リーディングプロジェクト(候補) | <p>①「ほの国」東三河ブランド戦略の推進【提案 東三河総局】</p> <p>②産学官連携による産業人材の育成・確保 【提案 豊橋技術科学大学、(株)サイエンス・クリエイト】</p> |
| ねらい | <p>東三河の知名度・好感度を向上させることにより、企業の進出、若者をはじめとする転入者の増加、観光等による交流人口の拡大、東三河の製品・商品の販売拡大などにつなげるため、「ほの国東三河」の地域ブランドとしての確立と普及を図る。</p> <p>産学官で組織する「社会人キャリアアップ連携協議会」を核として、各機関個別の人材育成メニューの情報共有や地域の活性化に資する新たな育成メニューの開発、専門人材の活用などを進める。</p> |
| 主な検討項目 | <p>○住みやすさ・働きやすさや食・花・炎等を活かした地域ブランドの戦略づくり</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 「東三河」の地域ブランドとしての現状・評価 ・ ブランド確立・向上のための課題と方策 など <p>○ブランド発信事業の推進</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 首都圏等における「ほの国東三河」情報発信イベントの実施 ・ 「ほの国東三河」情報発信誌の検討 ・ 首都圏における東三河の人材バンク、企業バンクの整備 など <p>○人材育成メニューの情報共有化と更なる活用、各機関のプログラムの拡充</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 地域の諸機関、諸団体などで行われている人材育成プログラムの連携を図り、協議会ホームページやメーリングリストにより情報共有化と更なる活用を促進。 ・ 今後の講習会のニーズ・計画についての協議を通じて、それぞれの機関の育成プログラムの拡充につなげる。 <p>○専門人材の活用、地元企業とのマッチング支援</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 地域産業を支える専門人材の育成・確保策や、地元企業の魅力を伝える仕組みづくり、実践的な長期的インターンシップのサポート体制の検討 など |
| 企画委員会での意見 | <ul style="list-style-type: none"> ○ 「地方創生」は、今、必須のキーワードであり、「まち・ひと・しごと」の創生の観点からプロジェクトの検討が必要。 ○ 地方創生総合戦略でも「広域連携」が重視されており、リーディングプロジェクトにより新たな連携事業を打ち出せるとよい。 ○ 地方創生総合戦略にリーディングプロジェクトを位置付けることで、持続発展的な事業推進をめざすとよい。 ○ リーディングプロジェクトは、行政だけでなく、産学官の連携により取り組むもので、「地方創生」にも合致する「地域ブランド」と「人材育成」がふさわしい。 |