

令和元年度 三遠南信地域における地域計画資料収集・データベース整備業務に関する調査業務委託 実施概要①

(愛知大学三遠南信地域連携研究センター 委託事業)

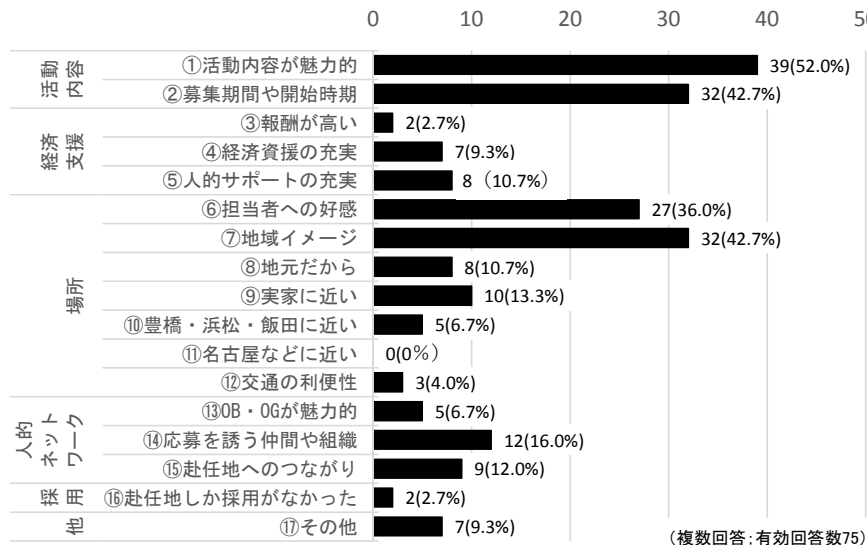
1.業務目的

①東三河地域を中心とした三遠南信地域の地域計画資料の収集整理、②第2次三遠南信地域連携ビジョン重点プロジェクトに関する実態調査、③スーパー・メガリージョンに関する地域調査を行い、従来の基礎的学術資料以外に、地域計画に即した計画資料を蓄積し、スーパー・メガリージョンなど、今後の三遠南信地域に関する実態調査を進めることを目的とする。

2.業務概要

1.東三河地域を中心とした三遠南信地域の地域計画資料の収集整理、2.第2次三遠南信地域連携ビジョン重点プロジェクトに関する実態調査(地域おこし協力隊、軽トラ市)、3.スーパー・メガリージョン(ナレッジ・リンク)に関する地域調査。

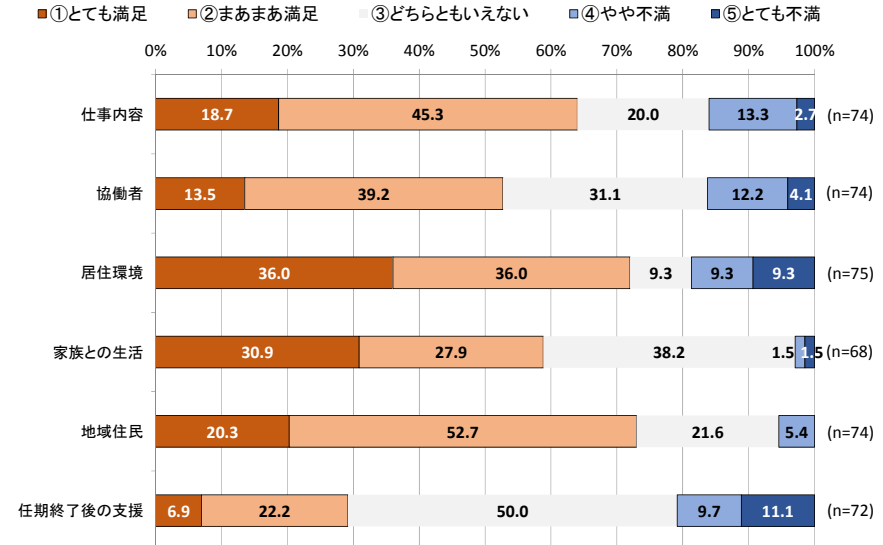
3.業務結果(一部抜粋)



協力隊赴任地の選択理由

(2.第2次三遠南信地域連携ビジョン重点プロジェクトに関する実態調査より)

- 最も多いのは「活動内容が魅力的」が39人で52%、次に「募集内容や開始時期」と「地域イメージ」が32人で42.7%と、活動内容が赴任地の選択には重要視されていることが分かる。
- 「担当者への好感」も27人で36%と多く、人材も選択理由に大きく関わっている。
- 一方、「報酬が高い」(3人)、「経済支援の充実」(7人)、「人的サポートの充実」(8人)の経済支援についてはそれほど重要視されていないことが分かる。



地域おこし協力隊事業への評価

(2.第2次三遠南信地域連携ビジョン重点プロジェクトに関する実態調査より)

- 仕事内容への評価をみると、「とても満足」と「まあまあ満足」で約7割を占めるので、比較的満足度が高いことがわかる。
- 任期終了後の支援については、「とても満足」が「とても不満」よりも少ないが「とても満足」と「まあまあ満足」を合わせると「やや不満」、「とても不満」よりも10%程度高いことから満足度が高いとは言えないがある程度満足を感じている人がいることがわかる。

令和元年度 三遠南信地域における地域計画資料収集・データベース整備業務に関する調査業務委託 実施概要②

(愛知大学三遠南信地域連携研究センター 委託事業)

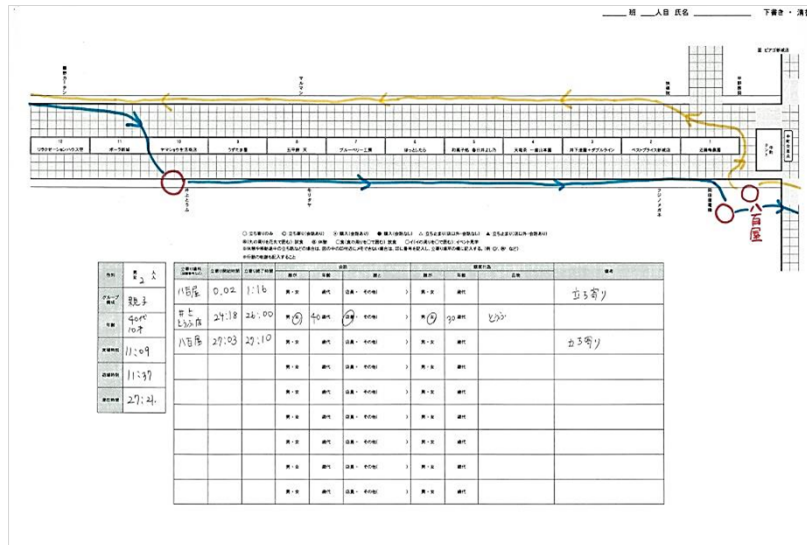
1.業務目的

①東三河地域を中心とした三遠南信地域の地域計画資料の収集整理、②第2次三遠南信地域連携ビジョン重点プロジェクトに関する実態調査、③スーパー・メガリージョンに関する地域調査を行い、従来の基礎的学術資料以外に、地域計画に即した計画資料を蓄積し、スーパー・メガリージョンなど、今後の三遠南信地域に関する実態調査を進めることを目的とする。

2.業務概要

1.東三河地域を中心とした三遠南信地域の地域計画資料の収集整理、2.第2次三遠南信地域連携ビジョン重点プロジェクトに関する実態調査(地域おこし協力隊、軽トラ市)、3.スーパー・メガリージョン(ナレッジ・リンク)に関する地域調査。

3.業務結果(一部抜粋)



軽トラ市来場者追跡行動調査

(第2次三遠南信地域連携ビジョン重点プロジェクトに関する実態調査より)

■軽トラ市来場者の行動を追跡し、店舗への立寄りや購入、会話(相手・時間)などを確認するとともに、行動の軌跡のトレースを行った。

軽トラ市来場者追跡行動調査属性表

(第2次三遠南信地域連携ビジョン重点プロジェクトに関する実態調査より)

No.	性別構成			人数	年代構成							パターン	滞在時間(分)	立寄店舗数(店)	購買件数(件)	会話(件)				店員との会話率(%)
	男	女	不明		10代以下	10代	20代	30代	40代	50代	60代					70代	店員	店員以外	不明	
1	○			1							◎	単身	1:51	23	12	12	3		15	80.0
2	○	○		2	◎				◎			—	1:27	22	4	10			10	100
3		○○		2	◎			◎				親子	1:09	9	5	6	8		14	42.9
4		○○		2		◎			◎			—	0:56	16	11	4		2	6	66.7
5		○		1							◎	単身	0:49	16	5	4	2	9	15	26.7
6		○		1								単身	0:48	16	6		1	5	6	0
7	○		○	3	◎			◎◎				夫婦(親子)	0:46	10	6	1		4	5	20.0
8		○○		2					◎◎			友人	0:42	14	4	2	2		4	50.0
9		○○		2						◎		親子	0:39	3	0		1	1	2	0
10		○○○		3	◎	◎◎						—	0:32	10	5	5	2		7	71.4
11	○	○		2		◎			◎			親子	0:29	6	2	1		1	2	50.0
12	○			1							◎	単身	0:24	6	5	5	1		6	83.3
13	○	○○		3		◎		◎◎				親子	0:23	3	2	2			2	100
14	○			1							◎	単身	0:19	2	1	2			2	100
15	○	○		2					◎			夫婦	0:16	4	3	3			3	100
16	○	○○		3					◎		◎◎	親子	0:16	6	3	4	1		5	80.0
17	○	○		2			◎◎					—	0:13	1	1	1	1		2	50.0
18	○			1						◎		単身	0:09	2	0	1	1		2	50.0

■属性では、対象とした来場者のグループ構成や年代(見た目年代)、家族構成パターンや滞在時間、立寄り店舗数、購買件数、また会話については会話の対象者やその時間、できるかぎりその会話内容についての把握を試みた。