

# 企画書:「観光・防災デジタルマップ」×「地域おこし協力隊」による、持続可能な地域事業モデル

## はじめに(ご提案のまとめ)

このご提案は、「平時の観光振興」と「有事の防災情報」をひとつの地図上で提供する高機能デジタルマップ(以下、本基盤)を、国の制度である「地域おこし協力隊」と組み合わせて導入・運営する計画です。

この計画の最大のポイントは、「3年後の起業(生業化)」を見据えている点です。

- 自治体様には、「最初の導入費用(初期投資)」をお願いします。
- 地域おこし協力隊の制度を活用し、最もコストがかかる「現地での営業・情報収集の人件費」を国の予算で賄います。
- 3年の任期終了後、隊員はその運営を自分のビジネス(生業)として引き継ぎ、地域に定住します。

自治体は、マップ代金を支払うだけで、「地域に詳しい運営事業者(元隊員)」と「情報が充実したマップ基盤」という2つの財産を手に入れることができます。これは支払ったコストの何十倍もの見返りが期待できる「未来への投資」です。

---

## 2. 背景(いま、自治体が抱える共通の悩み)

今の自治体には「観光・経済振興」と「住民の安全確保(防災)」という2つの大きな役割がありますが、デジタル化において以下のような悩みがあります。

1. **情報がバラバラ:**「観光マップ」「防災マップ」「グルメサイト」が別々にあり、見る人にとって不便です。
2. **人手不足:** 情報を足で稼いで集めたり更新したりする担当者が、役所の中にはいません。
3. **長続きしない:** 補助金でサイトを作っても、翌年から更新されず「使われない地図」になってしまいます。災害時に古い情報が残っていると、かえって危険です。

このマップは「観光と防災を一つ」にし、協力隊制度を活用することで「ずっと使い続けられる(持続的な運営)」を実現します。

---

## 3. この計画がもたらす「地域活性化」への具体的な貢献

このマップの導入と協力隊の活用は、「経済」と「地域社会」の両方を元気にします。

### 3-1. 経済の活性化(稼ぐ力と経済循環)

- **観光消費が増える**：情報が充実したマップがあれば、観光客の滞在時間が延び、「ついで買い」が増えます。
- **お金が地域で回る**：大手サイトへ手数料を払わなくて済むので、地域で稼いだお金が地域に残ります。
- **小さな店のデジタル化支援**：協力隊が直接お店を訪問して許可を取ることで、パソコンが苦手なお店も負担なくネット発信ができ、新しいお客さんを呼べます。
- **新たな「生業(仕事)」と雇用の創出**：最大の効果は、元協力隊員が「地域の情報代理人」として起業し、定住することです。将来的に新たな雇用を生む可能性もあります。

### 3-2. 地域社会の活性化(つながりと郷土愛)

- **郷土愛(シビックプライド)が育つ**：地域の魅力や安全情報が集まることで、住民が自分たちの町の良さを再確認できます。
- **「助け合い」の基盤ができる**：協力隊がハブとなり、行政、防災組織、企業をつなぎます。顔の見える関係づくりが、災害時の助け合い(共助)を強くします。
- **「定住モデル」ができる**：協力隊員が移住し、起業して定住する姿は、次の移住希望者にとって最高のお手本になります。

### 3-3. まちの基盤強化(安全・安心という強み)

- **「安全・安心」な地域ブランド**：「防災情報もしっかりしていて信頼できる」という安心感は、観光地として選ばれる強い理由になります。
- **情報基盤が無くならない**：役所の人が異動しても、独立した元隊員が事業として続けるため、民間の手による持続可能な基盤が残ります。
- **公式情報へしっかり誘導**：災害時、SNSなどの情報に加え、地図上から公式情報(避難所など)へ確実に案内し、混乱を防ぎます。

---

## 4. この計画の仕組み(みんなが得をする流れ)

行政、協力隊員、地域社会(お店・住民)の全員が得をする「三方良し」の仕組みです。

### 自治体(市区町村)

- **投資**：マップの導入費(初期費用)を出します。
- **採用**：「現地での営業・情報収集」を行う協力隊を募集します。
- **収益**：隊員の活動期間中に得た収益(有料プランなど)は、自治体の収入になります。
- **契約**：隊員の卒業後は、基本的な運営業務を委託します。

### 地域おこし協力隊員

- **実行**：3年間の任期中(給与あり)に、現場を回って営業し、観光や防災のデータを入力します。
- **関係づくり**：地域のお店や防災組織と信頼関係を作ります。
- **起業**：卒業後、自治体からの委託業務をベースに、運営事業者として独立・起業します。

## 地域社会(事業者・住民)

- ・ 平時のメリット: お店は訪問を受けるだけで掲載でき、住民や観光客は便利な情報を得られます。
  - ・ 有事のメリット: 最新の避難所や AED の場所がすぐにわかり、安全性が高まります。
- 

## 5. 導入・実行のスケジュール(4 年計画の案)

### 準備年度(0 年目): 合意形成と採用準備

#### 1. 自治体への提案・予算化

- 観光・防災・デジタルの各課に対し、「3 年間の人件費を国の制度で賄える、コスパの良い事業」として提案し、導入費と将来の委託費の予算を確保します。

#### 2. 協力隊の募集・選定

- 募集要項に「地図の運営」と「卒業後の起業・定住」を明記します。
- 重要: デジタル技術よりも、「会話が得意(営業力)」で「簡単な PC 入力ができる」人を重視して採用します。

### 1 年目(導入・基盤構築): マップ稼働と情報収集

#### 1. 隊員着任・マップ稼働

- マップシステムを稼働させます。

#### 2. 営業・情報収集活動(二正面作戦)

- 観光: 全事業者を回って許可を取り、指定の表に入力します(地図への登録は本部がやります)。
- 防災: 自治体(防災課など)からデータをもらい、指定の表に入力します。
- 目標(KPI)を設定して進めます(例: 100 件達成など)。

### 2 年目(拡充・関係深化): 情報の充実

- ・ 関係づくり: 事業者向け勉強会や、住民参加型の情報収集(例: こども 110 番の家の確認)などを行います。
- ・ 独自企画: 隊員の自主性で、モデルコース作成やコラム発信などを行っても構いません。

### 3 年目(自走準備): 生業化への移行

- ・ 事業計画づくり: 卒業後に独立するための計画を立てます。
- ・ 引継ぎ準備: 自治体は、卒業後に結ぶ「業務委託契約」の仕様書を作ります。隊員は有料プランの営業を始めます(収益はまだ自治体に入ります)。

### 4 年目以降(持続的運営フェーズ): 独立・事業化

- ・ 卒業・起業: 隊員が「地域運営パートナー」として開業します。
- ・ 契約締結: 自治体と委託契約を結び、安定した「基礎収益」を得ます。

- ・ 自走: さらに独自の収益(有料プランなど)を増やし、事業を拡大させます。

---

## 6. 「仕事にする」ための詳しい稼ぎ方

元協力隊員(運営パートナー)が食べていくため、複数の収入源を作ります。本部はこれらを全面的にサポートします。

### A. 基礎収益(継続型): 自治体からの業務委託費

- ・ 内容: 行政からのお知らせ入力、お店の基本情報修正、避難所情報の年次更新など。
- ・ 役割: いわゆる「固定給」の役割を果たし、起業初期の経営を安定させます。

### B. 事業者向け上位プラン収益(継続型)

- ・ 協力隊時代に作った信頼関係を元に、無料のお店へ「有料プラン(例: 月額 3,300 円)」を提案します。
- ・ 内容: 新メニューやイベント情報の入力代行、求人情報の掲載など。

### C. パートナー独自の個別営業(都度契約型/本部支援あり)

- ・ 本部のサポートを受けながら、以下の仕事を受託して稼ぎます。
  - ホームページ作成受託
  - Google インドアビュー(店内写真)撮影代行
  - IT 活用相談(SNS 運用、Google マップ対策など)
  - その他、動画制作やチラシデザインなど

### D. 収益の分配(パートナー制度)

- ・ 上記の B(有料プラン)や C(個別営業)、広告などで得た収益の「70%」が元隊員の取り分になります。
- ・ (残りの 30%は本部が受け取ります)
- ・ 頑張った分だけ自分の収入になるので、やる気が続きます。

---

## 7. 心配な点と、その対策(リスクヘッジ)

### 懸念 1: 人材(協力隊員)のミスマッチ

- ・ 課題: 起業する気がない、営業が苦手な人を採用してしまう。
- ・ 対策: 面接で「3 年後の起業が前提」であることを強く確認します。「移住したいだけ」ではなく「事業意欲」があるかを見極めます。

### 懸念 2: 隊員の途中離脱・挫折

- ・ 課題: 孤立したり意欲がなくなって、途中で辞めてしまう。

- **対策:** 自治体の定期面談に加え、本部も電話やオンラインで指導を行い、孤立を防ぎます。

### 懸念 3: 役所の担当者の異動・縦割り行政

- **課題:** 担当者が変わって理解が得られなくなったり、課同士の連携が取れなくなる。
- **対策:** 初年度に、行政、商工会、防災組織などを巻き込んだ「協議会」を作ります。個人の熱意に頼らず、「まちの公式事業」として位置づけ、持続性を担保します。

---

## 8. 結論: 自治体を得る「初期投資」の絶大な見返り

この計画では、最初の「マップ代金」を払うだけで、自治体は非常に大きなリターンを得ることができます。

1. **コスト削減:** 数百万円～1 千万円以上かかる「3 年間の営業・収集の人件費」を、国の制度で賄えます。
2. **収入確保:** 隊員の活動期間中の収益は、自治体の収入になります。
3. **資産の獲得:** 持続的に更新される「高品質なマップ基盤」と、地域のデジタル化を引っ張る「起業家(元隊員)」という人材が手に入ります。
4. **真の活性化:** 元隊員が雇用を生み、地域経済を回し、防災力も高めます。

自治体は、協力隊に「足を使った活動」を頑張ってもらうだけで、支払った費用の何十倍もの価値を、持続可能な仕組みとして地域に残すことができます。

---

## 9. 提供元(本部)による「伴走型」の支援体制

成功のカギは、システム提供元(本部)のサポートです。本部は、面倒な作業を引き受け、自治体や隊員が本来の活動に集中できるよう支えます。

### A. 自治体・隊員が「やらなくてよいこと」(本部の役割)

- **専門的なデジタル作業すべて:** サーバー管理、セキュリティ、機能改良は本部がやります。
- **地図への登録作業:** 隊員が表に入力したデータを地図にする作業は、本部が代行します。
- **デザイン・設計:** 専門知識は一切不要です。

### B. 協力隊員に「求められるスキル」

- デジタル技術ではありません。
- 必要なのは「地域のお店や住民と笑顔で話せる力」と「地域を歩き回る行動力」です。
- PC 操作は、「文字入力とコピペ」ができれば十分です。

### C. 隊員への「直接支援」

- **経営の指導:** どうやって稼ぐか(有料プランの売り方など)を、本部が直接教えます。

- **ツールの提供:** 説明資料やチラシの見本などを提供します。
  - **相談対応:** 活動中の悩みや質問に答え、隊員を一人にしません。
- 

## 10. 他の解決策との「違い」と「優位性」

### (1) 「大手グルメ・予約サイト」に頼る場合

- **課題:** 手数料が地域外に流出し、防災情報なども載せられません。
- **解決策:** 地域独自の基盤なので、お金が地域で回り、観光と防災をセットにできます。

### (2) 「自治体がゼロから開発する」場合

- **課題:** 数千万円の開発費がかかり、異動があると「デジタル廃墟」になりやすいです。
- **解決策:** 完成済みの仕組みを使うので圧倒的に安く、機能も常に最新です。生業として運営する元隊員がいるので、ずっと更新されます。

### (3) 「補助金で単発の地図を作る」場合

- **課題:** 補助金が切れると運営費がなくなり、すぐに使われなくなります。
  - **解決策:** 最初から「協力隊の独立・起業」を前提に作られているので安心です。
- 

このご提案は、貴自治体の「経済振興」と「安全確保」を両立し、持続可能な地域活性化の仕組みづくりに大きく貢献できると確信しております。より詳細にご説明させていただく機会を賜りたく存じますので、ぜひご検討のほど、よろしくお願い申し上げます