事例No.	2869
公表年度	R5
団体の属性	都道府県
団体名	秋田県

事例区分	地域活性化

タグ	・移住定住 ・関係人口

事例種類	関係人口

事例内容・タイトル

若者チャレンジ応援事業

出典

地域づくり人材の養成に関する調査研究会（第5回）

都道府県名	秋田県
事　業　名	若者チャレンジ応援事業

概　要

○秋田県の将来を担う若者が行う地域活性化に寄与する起業等の戦略的取組を応援（補助金交付や伴走支援）する事業。

創設経緯等

○若者の県外流出に歯止めがかからないことから、若者の取組みを応援しながら地域の活性化を図ろうと令和元年度から秋田県庁が全庁的に推し進めている事業。

○県知事も期待をかけている事業として、予算規模は年々増加している。県議会も事業に肯定的である。

事業の特徴

○事業に参加することで起業等のノウハウが取得でき、実行するための財政的な支援（補助金）が得られる。

○若者ならではの発想を大事に、粗削りでも斬新なアイデアを期待。
・事業の中心となる補助金の使途の自由度は比較的高い。
・メンタリングを行っている方が多様で、町づくりに従事している方、中小企業診断士・投資家などビジネス視点からも懸案を評価しながら、伴走支援をしていく。

○メンターを活用して企画書案の作成など支援。取組みは半年間近くに及ぶため、中間審査、最終審査に向けて採択者を集めて交流する機会を設けている。

○審査までのプロセス、申込（７月）→プレゼン採択（１２月）において、メンター（アドバイザー）がアシストし、プレゼンのスキルを磨き、提案者の「提案の質」を高める取組みも行っている。

○メンタリングは、期間中６、７回程度実施。回数は採択者とメンターで相談し、調整している。

○県外への若者の流出を防ぎ、県内で着地ができるような活動を実施していくことが最大の目的・目標。また、採択者以外の周りの人が共に取り組みの輪に加われるのが成果であると考える。

○交流会やSNS等を通じて地域活性化に寄与しようとする人同士の繋がりが生まれる。

○事業の実施期間は最長2年間で、年度単位でカウント。大半の採択者は、2年計画で実施。

市区町村との連携等

○現時点で活動地域の市町村との連携等はなし。

○事業は、県が単独で実施するもの。若者支援の情報等が市町村まで行き届いていないのが実

情。

○市町村と会話をすることがない。この事業をやっていることすら知らないのではないか。市町村に対してその温度差を解消するのが課題。

○市町村にとっても、この事業は、地域の起業、雇用の創出、地域の活性化が期待できると思われる。

受講費等

○採択者の費用負担なし。

参加者属性等

○年齢要件は、１８歳以上４０歳未満としている。男女比については、現在、特にルールを設けていない。社会人の参加者がほとんどである。

○参加者の職種としては、個人事業主、病院勤務、議員等である。

実施方式等

○外部委託方式で実施。コンサルティングから広告掲載まで包括的な役割を担っている。

受講生の反応等

○過去、採択された１９件の状況、成果を映像化（YouTube）しようと取り組んでいる。県の HP、「若チャレ（※)」などでも取り組みを見ることはできる。映像化できたら SNS などで発信していく予定。また、成果が出た人は、県知事表敬を行う等、事業の認知度を上げたい。

※https://www.akita-wakachalle.com/

○県から採択者同士の関係維持についての働きかけは特にないが、採択者間で個々に SNS 等で繋がっている。

意義等

○若者には、「秋田県には何もない」というネガティブな考えを持つ人がいる一方で、「秋田県を変えてやろう」というポジティブな気持ちを持っている人もたくさんいる。そういう人を発掘し、応援していくことが地域活性化に繋がるのではないかと考える。それがこの事業の役割だと考える。

○テキーラの原料を使った新しいお酒の醸造、特にこの醸造に関しては、男鹿市の旧駅舎を利用しているため、市内では盛り上がっているとのこと。

○過程を応援する事業であることから、ゲストハウス、ワインづくり等１９件の事業が一つも脱落せずにやってきていることが成果であると感じる。

今後の展望

○継続は必要。また長期にわたって継続すべき事業であると考える。そのために、申込者を増

やしたい。どのようなプロモーションをしていくのが最適かは検討している。

○成果指標（ＫＰＩ）の設定には苦慮している。

その他（募集等）

○従前は、ポスター・チラシ等の紙媒体で募集してきたが、今年度は SNS 広告で募集した。結果、これまで応募者が減少傾向となっていたが、今年度は増加傾向に転じた。若者は SNS を見ていると感じた。