

第2回 福知山市まち・ひと・しごと・あんしん創生有識者会議[分科会Ⅰ]

- 1 日時 平成27年5月28日(木) 10:00~12:00
- 2 場所 市民交流プラザふくちやま(ききょう) 4階 4-1会議室
- 3 参加者 委員 7人
傍聴 5人
事務局 5人

<委員>

○農業分野で活動している。補助金なども活用して、地域特産に付加価値をつけたい。市内飲食店に九条ねぎを提供している。本市ならではの名物料理をつくりたい。

<委員>

○パワーオンネットで、産学官金の連携によって、中小企業単独ではできない事業に取り組んでいきたい。取引業者30社ほどのうち20社が北近畿の企業。雇用をどう創るかが課題と考えている。

<委員>

○「漆」を世界に発信したい。しかし、儲からない。儲からないと、誰もやりたがらない。海の京都でバスの模様漆を使用する等、PRも行っている。最近、若い後継者が来てくれた。福知山で名物をつくりたいという思いで、近年京地どりの生産もしている。

<委員>

○森カフェ、あまづキッチンができ、これまでになかった障害のある人の働く場ができた。朝市では地元との関わりができた。

<委員>

○おでかけ情報誌を作っている。観光の形が変わるなか、「どうやって地域の魅力を伝えるか」のため、弊誌のリサーチセンターができた。そこで、京都府全域を担当している。

○地域の中に入って、実際に地域がどう考えているか、どうやって儲けるか、

をプロデュースなどしている。

- 大江地域において今年 3 月ワークショップを開催し、外からみた魅力を伝えた。最近、国内観光が、減っている。そして、「見る」から「感じる」に変わってきている。交流を求める若者も増えている。
- 個人的には婚活が大事と考えている。地域に家庭が創られなければならない。女子ウケする婚活ツアーなど考えたい。

<委員>

- 自分のポジションは、行政から情報を得て地域に還元すること。そのためにも、これから行政はどのような動きをするのかにも注目している。京都北部がメイン。
- ステージをつくる必要がある。地元の企業など、やっていることを小さい頃から見せないといけない。漆はその最たるもの。例えばプレートを漆塗りにとか。全ての基本は物づくりと考える。
- どこで、どんな野菜作りしているかを地元の人にも知る必要がある。

<委員>

- 市内社会福祉法人の運営する施設に米を提供させていただいている。農業では地元で採れたものを地元の組織へ、という信頼関係が大事と考える。
- おいしいものはいっぱいある。法人の数を増やすことで、いいものを守りたい。

<委員>

- 本当にいいものは、むしろ安い方が売れない。栗のスイーツや丹波栗。しっかりとしたコンセプトがあるなら高くても売れる。

<委員>

- 発着型の農業、観光にむすびつかないか考えている。「どこでつくってるか」とかに興味を持ってもらい、実際に来てもらう。企業と連携して山里を避暑地に使ってもらうことなども考えられる。

<委員>

- いいものはいっぱいあるが、ブランディングが難しい。たとえ、同じものをつくっても売り方が違う。見せ方、発信の方法が重要である。

<委員>

○情報をどう伝えるか。例えば、福知山が丹波地域といった認識がされていない。京都であり、丹波であるということを知った時、とても贅沢な地域だと感じた。非常に価値の高い地域力をもっている。

<委員>

○小豆の選別機は 1,000 万円ぐらいするが、これがあれば、福知山産のブランド確立にも役立つかもしれない。

<委員>

○機器については、企業との連携は図れるかもしれない。

<委員>

○光秀は全国的な知名度を持つ武将であるが、どこのまちもうまく発信できてない。どう発信するか。福知山より丹波の方が、いいイメージと考える。しかし福知山は地元愛が強いと考えている。写真の撮り方など見せ方、センス、で伝わり方は変わる。それをみんながもっと勉強すべき。現状は一部の洗練されたところだけが残っている。それらの店舗や企業、商品にはしっかりとストーリーがある。

<委員>

○グルメ開発も変わってきた。昔は「いいものをどう売るか」だったが、「売れるものをどうつくるか」という時代になった。「伝える」と「伝わる」は違う。ストーリーが形作られたものをどうつくるか。地域の人には「いいものを造る」ことは得意である。

<委員>

○うちの地鶏は東京では 6,000 円/kg で売られている。「京都」がつくと売れる。しかし味もしっかり追求したい。クリームナスというものを旅行先で知った。これは一本 400 円で売れる。旅行したときでも、発見がある。農業でもいつもそういう視点を持つべき。夜久町の観光は桜の時期だけ人が来て、金を落とさずに帰る。玄武岩公園への途中の石切り場が、石捨て場になっている。それを避けるのではなく、その文化、その仕事風景を観光にする発想が必要である。

<委員>

○「その地に人が来る」というのは魅力があるということ。話を聞いて「行き

たい」と思える見せ方が必要と思う。地域への入り込み客数が増えた、ということでは喜ぶのではなくお金が落ちるように、というのは全国的課題。

<委員>

○中小企業の連携は製造業のみにこだわっているわけではない。兼業農家の社員もいる。農業がうまく企業につながられればと考えている。

<委員>

○農業分野に建設業者が参入できないか、と考えている。建設業者と一緒に農地を守っていくということもこれから必要ではないか。

<委員>

○京都や大阪への移動時間の1時間半が「近い」と思えるためにどうしたらいいか。企業PRするときにも高校・大学との連携をしっかりと、ニーズや適切な時期をとらえてPRする必要がある。「くの一大会」は全国から集まるが、市内の知名度は低い。あのイベントは大阪城ではできない。福知山ならではのイベントである。

<委員>

○漆は誰でもできるものではないのでTVに取り上げてもらうこともある。新聞、メディアの効果は非常に大きいと感じる。産官学連携によってただつくるだけでなく、研究によって質も高めることや、丹波漆の価値の見える化などを図っている。

<副市長>

○高校まで福知山に住んでいた。地元の人でも気づかないものをまずは棚卸したい。もっと連携すれば経済もよく回り地域循環する。稼ぐことで持続力が産まれる。ここで誇りを持って生きるためには最低限の経済性も必要である。

第2回 福知山市まち・ひと・しごと・あんしん創生有識者会議[分科会Ⅱ]

- 1 日時 平成27年5月28日(木) 13:30~15:30
- 2 場所 市民交流プラザふくちやま(ききょう) 4階 4-1会議室
- 3 参加者 委員 7人
傍聴 4人
事務局 4人

<委員>

- メディアの視点で地域とどんな話をしたかを紹介したい。大江地域から、自分達の地域の魅力を再発見したいという要望あった。
- そして、「その魅力をどう活かすか」までをワークショップした。
- 大江地域には年間25,000人の観光客が来ている。地域でどうお金を使ってもらうか。
- 弊誌では地元の人が推し出したいというものをメディアで再編して発信している。
- 「伝える」≠「伝わる」
- 大江地域の人の感想「住んでいるのに気づかなかった。」

<委員>

- 観光協会だよりを市民向けに刷新し、地元新聞で各世帯に配布している。こんな観光資源があるのか、という刷り込みが大事である。少しずつ根づかせたい。
- うまいもの展も、食だけでなくもっと様々な要素と合わせていいものにした
- い。
- このエリアをもっと有名に、長期的には全国区にしたい。海の京都観光圏についても大いに活用したい。

<委員>

- 非正規労働者や長時間労働、出生率など、京都府は全国的に悪い。働き方を変えるような意識改革も推進していかなくてはならない。また、女性が働きやすい社会にしたい。
- 近年の有効求人倍率は1を超えている。しかし、面接会の頻度を増やしても

人が集まらないことがある。職種によって雇用の場はあってもミスマッチがあり、人が足りない状況もある。

<委員>

- 田舎型のインバウンドや民泊と民宿について研究している。
- 観光は単に見て回るものから交流に主眼が置かれるようになってきた。
- 「交流」という言葉があるが、これは人と人との行うもの。例えば「天橋立」と交流することはできない。農家民泊などは、人と人との交流である。
- 高齢化は問題も多くあるが、農家民泊は高齢者がいないと受け入れもできない。高齢者が新しく何かを生み出すことは難しいが、農家民泊ならできる。
- 福知山が北近畿で一番の都市機能がある、といっても全国的に見ると強く発信できる魅力ではない。

<委員>

- 2009年に移住し、2012年から農家民宿を営んでいる。今では月平均で40人ぐらい来てくれる。その9割が外国人。
- 農家民宿といっても、農業はほとんどしない。元々、とにかく人と人の交流する場が作りたかった。
- グリーンツーリズムというか、来た人はのんびり過ごされる。中には、観光地はもういい、という人もいる。
- 三和地域で、地域協議会の立ち上げに関わった。今は定住促進部会に入っている。
- 私は、福知山市全体を見ているより、三和地域、そしてその中でも川合地区が好きで活動している。
- 人が増えないとまちは元気にならないと考えるため、今の活動をUIターンにむすびつけたい。安い賃金でも移住することができるシェアハウスなどしたいと考えているが、使える空き家がない。
- 丹波というエリアでグルメをキーワードに国際的に通用するブランドにしたい。「TAMBA」は外国人にとって響きがいい。
- 日本人は外から評価されて初めて良さに気づくことがある。
- 今課題と感じるのは、外国人対応可能な農家民宿が国内にほかにないため、自分のところがダメなときに他を勧められない。もっと、そういう農家民宿を増やしたい。

<委員>

- 観光でいえば、3年前と今でインバウンドが全く変わった。舞鶴市に多くクル

一ズ客が来るが、海上自衛隊はうまく観光向けに売り出していると感じる。
本市の陸自も観光の視点でうまく活用できれば。

<委員>

○定住促進は重要だと考えているため、住宅ローンだと二世帯同居の場合の金利減とかも検討している。また、福知山の魅力向上のため、ミシュランの活用や、ドラマの誘致も必要と考える。

<委員>

○最近、登録者が金銭のやり取りなしで、労働などを対価として宿泊場所と食事の提供を行う（得る）「WWOOF（ウーフ）」という制度が注目されている。ウーファー（WWOOF を活用して旅する人）の状況はどうか。

<委員>

○農家民宿だがウーファーは一日あたりでいうと 2 人ぐらい来ている。最長で 6 ヶ月間、農作業や掃除などを手伝ってもらっている。9 ヶ月でのべ 40 人程度。
○ウーフは全国で 400 件のホスト（登録受入先）がある。利用者も提供者も登録制で、インターネットサイトにより利用者とのマッチングが行われる。

<委員>

○私の農家民宿へはインターネットを見てこられることが多いと考える。通常のお客さんも、ウーファーも、それぞれがネットを通じて、良さを発信してくれるのではないか。

<委員>

○しっかり発信するには、しっかり稼がなくてはならないと考え、観光協会は法人化した。
○イベントなどもしっかり企画し、質を上げていってリピーターを増やしたい。将来的には旅行代理業も考えている。

<委員>

○三和地域から近い綾部市には工業団地があるが、移住者は、やはり農家などで働きたいと考えている。

<委員>

○縦貫道と若狭道の結節などもありイメージでは綾部のほうが元気。工業団地にも新しい企業が入っている。しかし、住むところがない、という声がある。

<委員>

○住むところがないといっているが、空き家だらけ。持ち主が貸さないし、売らない。三和地域の川合から綾部市までは15分であり、三和地域に住んで綾部市の工業団地に通うこともできる。

○空き家の管理や活用、情報把握や提供は行政もうまくできていない。地域協議会でうまくできれば。

<委員>

○田舎暮らしのニーズと現状とのギャップがある。情報と目的とのマッチングができていない。例えば子育て世帯にとっての三和地域の良さとか。ニーズの調査は必要である。

<委員>

○田舎を一つのかたまりとして捉えることは無理がある。昔ながらの農山村と、福知山のような街とでは違う。

田舎のイメージに合った場所に発信者が集まるような、そういう起業特区のようなものをつくるのもあり。

<委員>

○旧福知山市は、北近畿圏では魅力的だが、全国向けには旧三町のようなところが必要。どちらの側面も活用しなければならない。

○「田舎だから」人が来る、というように割り切らないといけない。

<委員>

○観光については、観光業という産業にしなければ雇用は産まれない。発信力があっても経済的に回る必要がある。

<委員>

○全国の修学旅行生の3分の1が京都市に来ている。その1%でも福知山に呼べれば10,000人である。その人たちが宿泊により1万落とせば1億円になる。それを農家民泊でできればと考えている。

<委員>

○人と自然とのふれあい、というのがやはり好まれる。マラソンにしても動物園にしても、その要素がある。ふれあえる動物園は、どこでもできるし、ありそうだが、案外少ない。

<委員>

○ウリ坊とみわなど、色んな要素が福知山にはあると実感している。しかしそれを単発にせず、合わせないといけない。

<委員>

○福知山市動物園のブレイクの発端は YouTube による個人的な発信だった。動画による発信はあまりお金がかからないが効果がある。それも見せ方だと感じる。外国人でも見て分かるように英語のテロップをつけるとか。

<委員>

○外国人のお客さんが求められるのは、やはり自然。今ある里山の暮らしだけで、十分に満足される。

○不足があるとすれば、きちんと案内できる人が少ないこと。教育のまちとして、市民の外国語のレベルを上げるなども必要である。

○外国人観光客は、平日関係なく、しかも多くのお金を使ってくれる。受け入れ体制が大事である。

○ただ、市街地に足を運ぶには車がないと行けないし、そもそも、市街地にはあまり魅力的なところがない。

○綾部市には酒蔵やせんべいなど、体験型のスポットがある。

<委員>

○観光ではインバウンドという全国的な大きい流れとは別に、京阪神の団塊の世代というマーケットがある。ある程度お金があって、暇をもてあましており、しかもあまり長距離移動や連泊は難しい世代であるため、日帰り旅行がニーズとしてある。

○京阪神から北近畿は、近くもなければ遠くもない、ニーズに合った地域であり、この大きなマーケットを意識する必要がある。

<委員>

○観光に関する情報については、目的のための情報「発地情報」と、現地での情報「着地情報」がそれぞれある。

○今、「食」というのが観光の目的として最も多くを占めるようになっている。

地域資源を貨幣価値に変える、というのには限界があるが、観光の動機付けとなる「食」という発地情報と地域資源との組み合わせができれば。

○例えば、日本一の縁側カフェとか。どういう人にどういう発信をすべきかを考える必要がある。

<委員>

○地域資源といって一律に考えるのではなく、情報を体系的に整理しなければならない。

第2回 福知山市まち・ひと・しごと・あんしん創生有識者会議〔分科会Ⅲ〕

- 1 日時 平成27年5月29日（金）10:00～12:00
- 2 場所 市民交流プラザふくちやま（ききょう）3階 視聴覚室
- 3 参加者 委員 5人
傍聴 4人
事務局 5人

<委員>

- 雲原地区は元々地域活動が盛んだったところ。何かやりたい、というときに府の補助金など活用しながら、色々活動している
- しかし、子育て世代はあまり活動に参加されない。子どもには会うが、親が出てこない。

<委員>

- 8月豪雨のとき子育てサークルのみんなは、盆の帰省などで被災していた人はいなかったが、福知山の情報をSNSなどで共有し合っていた。福知山に帰って来たら思った以上の被害であり、自分たちでもできることはないか、ということで呼びかけた。おひさまと風の子サロンに協力をしてもらい市の関係部署と連携することで、活動することができた。
- SNSなどを通じて、活動が認知されるのも早かった。やはり若者はネットの情報をよく見ている。被災情報をそれぞれアップできる市のサイトなどあればいいのに、と感じた。

<委員>

- 中心市街地の被災について、店舗が別のものになっている場合もあるが、しっかり街として再開しているのがすごいと感じた。
- 商店街の人たちの意識改革がなされていないところも感じる。

<委員>

- ぐるっと旧市街地や商店街を回ったが、どこがメインか分からない状態。新しい店もポツポツあるが、今のままではいけないと感じた。
- 「商店街がにぎわいを持つ」と「さびれていても商売が成り立つ」という

のとは別。そこにしかない特殊な店があることで、商売として継続できていることがある。

○新町商店街などでもそういう店が一つでも成功すれば、周りが引きずられていく。

<委員>

○全国 50 地区の商店街をヒアリングしていると、たいていの店は消極的な意見を言うが、いくつかは、誇りを持っている店がある。そういう店は、商品が手作りであったり、こだわりがある。「ストアー」でなく「ショップ」。

<委員>

○ショップもストアーもどちらも、まずは店という意味だが、ショップには手仕事や加工という意味が含まれる。一方ストアーは、ストック、貯蔵という意味が含まれ、つまりただ、仕入れた商品を並べているだけ。例えば本屋はブックショップとは言わないし花屋はフラワーストアーと言わない。

○ストアーではどうしても大型店には負ける。

<委員>

○自分は福知山市には興味はない。雲原地区が好きだから、雲原地区のある福知山市が好きではある。

○市街地には全てがありすぎる。そして、いらぬ関与がありすぎる。まず「やりたい」に対し否定がある。

○雲原地区が好きなのは、自分を受けとめてくれるところ。音楽を通じて地域活動をしているある若者を見ていても、かわいそうになるぐらい街中ではやりづらそう。若者のやる気をそぐような関わり方をされる。

○今の自分が楽なのは、居場所があるからだと感じる。ホッとできるから安全圏があるからチャレンジできる。多様な人がいることも大事である。

○まちづくりは、制度を整備するというより居場所をどれだけつくるかが重要と思う。

<委員>

○商店街には一回しか行ったことない。駐車場もないし「さびれている」といった刷込みもある。

○そのときは子育てママたちとポツポランドに行き、商店街も回ってみたがサービス精神が感じられない。子ども連れで行きにくい。

○平日の昼にいる人は子育てまっ最中の人。その人達と商店街側の意識が乖離

しすぎている。

- サークルをやりたい、といったときに使える場所を探したが、役所ではなかなか対応してもらえず、結局、民生委員の人を頼ったら自治会長とつないでくれた。
- 空き家や空き店舗をキッズスペースやキッズカフェなど、ママにやさしいところが、一つあるだけで、商店街はにぎわうのではないか。
- 市街地に行ったときなどに気づくがやはり地元の八百屋の野菜は安い。しかし車で行きづらいため、やっぱり大型店舗に行ってしまう。

<委員>

- 大店舗にしかないもの、というのはあまりない。しかし、日常生活に必要なものは全てある。大型店は出店時に徹底的に地域について調査をする。情報量・質に差がある。
- 商店街の空き店舗が増えているが、空き店舗の利活用が進まないのは、世間体など、個々の理由である。商店街は特にまちづくりについてなど考えてない。しかし、よその人間が「まちづくりのために」というわけにもいかないため、商店街自身の意識が変わらないと活性化しない。

<委員>

- 狭い知識からはアイデアなど出ない。その知識不足を解消するには、視野を広げないといけない。世間体など、世界が狭すぎる。

<委員>

- 日中に使わない保育園のバスを利用して高齢者宅まで迎えに行く、という取り組みもある。商店街は高齢者の保育園だと思っている。

<委員>

- 居場所づくりは家庭みたいなもので、そこにはお母さんの役割が必要だと考えている。何も言わなくても、そこにいる人のために全部一人で準備や片付けするなど昔のお母さんのようで、それではお母さんばかりに負担がかかる。
- カフェでは、セルフを取り入れ、伝統的家族じゃなく現代らしい家族の形をつくっている。発想の転換が必要である。

<委員>

- 人がつながりやすい、というのは田舎ならではと感じる。イベントといって

もあまり数はないし、よく出会うことになり友達もできやすい。

<委員>

- 子育て世代の人たちは、いるけれど出てこない。それを待っているのではなく、出てきてもらうための活動、環境づくりがしたい。
- 地域づくりについては、トップの考え方でも変わる。雲原地区の自治会長は「何でもやれ」と言ってくれる人だから、雲原地区は活発である。
- 全地区に自治会があるのにそれが活用されていないとしたらもったいない。ここでもできることがあるということを知らないといけない。

<委員>

- 地域にも金儲けを一生懸命考えている人がいないとダメ。その中で面白いものが生まれる。

<委員>

- 人口を増やすことを外に依存している。しかし、地域の中に人材がいなければ、それもあり。一度行く、二度三度行き、毎日行きたいと思えば住む。資源は磨けば磨くほど価値が高まり、商売となる。3セクも金儲けを恐れてはいけない。

<委員>

- 福知山マラソンはマラソン業界紙によるマラソンランキングでかつて1位だった。それはやはり沿道の声援やボランティアがあるから。災害時の助け合いや、支援からもそういった、福知山の人々の気質はあるのではないか。
- 役所で全てやることは不可能。しかし、そういう人たちをつなぐことのできるリーダーシップを持った人は必ず居るはず。その人材の支援も必要と思う。

<委員>

- 何が好きで何がキライか向き合う場は必要。仕事にしても、まちづくりにしても、やっているが、それと向き合っていない人が多い。

<委員>

- 自治会活動についてはとにかく会議が長いイメージである。それでは若い人とのペースが合わない。
- 災害時などは自治会単位での助け合いが必要になる。

<副市長>

○人材がキーワードと感じた。中でがんばる人をつくらないといけない。そのためにも、若者がやる気をなくすという課題を何とかしないといけない。

第2回 福知山市まち・ひと・しごと・あんしん創生有識者会議〔分科会Ⅳ〕

- 1 日時 平成27年5月29日（金）13:30～15:30
- 2 場所 市民交流プラザふくちやま（ききょう）3階 視聴覚室
- 3 参加者 委員 5人
傍聴 2人
事務局 5人

<委員>

- 地域ではなく市全体の中での消防団（ファイヤーエンジェルス隊）に入っている。火災時の出動はない。そこは少し歯がゆい。しかし災害時は何か役に立てることはないか、と考えている。
- 活動内容は、火災になってからでなく、防火啓発がメインである。独居老人宅を、民生委員さんとともに回っている。
- できるだけことはやりたい。女性消防団を活用して欲しい。指導資格もとった。

<委員>

- 夜久野でそばを作っている。過疎地に住む高齢者が住んでいて良かったな、と思ってもらえるようにしたい。

<委員>

- コミュニティカフェを水、木曜日に開いている。自分は地域の消防団に入っている。入ったきっかけは、地元の若い人と会う唯一の機会だから。
- 自治会にセンスがあるかが、地域づくりに深くかかわると考えている。外から来た人の意見を聞いてくれるのが雲原地区である。
- 自治会がもっと面白く、地域の人にとって使いやすくなれば、と感じる。子ども会などは面白いがそれぞれが浮いている印象。
- 30代の主婦は外から来た人が多い。その人達にあった地域活動をつくらないといけない。

<委員>

- 京丹後では木質バイオマスの開発にとりくんでいるとのこと。創業支援とか、

地域の情報発信をすることがしたい。

<委員>

○女性消防団（ファイヤーエンジェルス隊）と、地域の消防団との区分けは昔からか。

<委員>

○自分が入った頃には、区分けされていて、女性は地域の消防団には入れなかった。今は、どちらでも入ることができる。

○入ったときは、当然消火活動ができるものと思っていたし、そのために入った。しかし、それでやめようとも思わなかったし、今はできることをしたいと思っている。

○防災ベストをもっと広めたい。防災ベストは非常持ち出し袋みたいなもので、釣り用のベストに必要なものを小分けにして入れたもの。

<委員>

○民生委員さんと一緒に回れるのがうらやましい。どんな仕事をしているかを知りたくても付いていかせてくれない。

<委員>

○一応本業は蕎麦を中心した事業であるが、何でもできるように組織の定款を変えながら、まわりを良くしよう、という活動を何でもしている。

○若者がやりたい、ということに対して「どンドンやれ」というものがない。

○今、地域おこし協力隊で来ている若者がいてがんばってくれている。人によっては、地域になじまずすぐ帰るものもいるが、地域の人も見習ってがんばって欲しい。

<委員>

○議論に入りさえしない、まちのことをまったく考えない人も意外と多い。

<委員>

○それは昔、がんばったけどそれが叶えられなかった経験があるのかもしれない。

<委員>

○近所付き合いを常にしていることで、いざというときに助け合いができる。

地域のつながりは大事である。地域の消防団は地域のことをよく理解している。

- 以前、自治会が大学の留学生のために、餅つきのイベントを企画した。それは今でもつづいている。色々な行事などを通じてつながっていれば何かあったときに気づくことができるし、気づいてもらえる。

<委員>

- 空き家バンクなどの制度があるが、役所では問合せ対応など個人情報のみでもうまくできていない。地域のこともあり、自治会長などを通じてうまくつなげば、と思う。
- 地域おこし協力隊ももっと人数を増やして欲しい。山東町（朝来市）などには10人も入っていると聞く。
- しかし協力隊の本人もどうやって地域の中に入ったらいいか、地域とはどういう関係をつくれればいいのか、誰も教えてくれないから色々な地域に行つて勉強したりしている。

<委員>

- 見えていないだけで、地域に人材はいるはず。そういう意味でも顔の見えるつきあいができる環境はとても重要である。知識とは広いか深いか、ではなくどう活用できるか、つまり知恵が大事と考える。自分に知恵があっても出さない人が多い。
- まちづくりは、リーダーシップのあるもの、フットワークの軽いもの、細かいことが考えられるもの、まとめることできるもの、など12の役割がそろえばうまく進む。
- まちづくりとは抱える課題を一つ一つ解決することであり、抱える課題を話さないとは始まらない。行政に頼っていたら自分達が何もできなくなる。

<委員>

- 地域活動ではどうしても年齢ごとに階層ができてしまう。多世代が交流し、新しい風が入れば変わるものもある。
- UIターン者には、雇用のこともあり住宅ローンを組むのが難しい。何らかの支援や仕組みを整備できないか、と考えている。
- 空き家について、持ち主は高齢者が多い。その方が亡くなっていくとさらに活用が難しくなるのではないか。

<委員>

○そこは説得するしかない。しかし、今は先祖代々守っていくというような考え方は少ない。特に跡取りの長男の嫁は話が早い。世間体よりも管理のほうの問題と感じているからだと思う。

<委員>

○ここに来られている実践者の方々のような人や地域のつなぎ役が必要であると感じた。

<委員>

○消防団としてなら民生委員さんと一緒に地域をまわることができるを知れてよかった。もう一度お願いしてみたい。

<委員>

○地域の人にとっては、男性の消防団員より女性が回ってくるほうが話しやすいのではないか。

<委員>

○やはり男性だと身構えてしまうが、女性消防団員であれば色々話しやすいし、家の中にも入ってもらいやすい、というような声は聞く。

<委員>

○それこそ「安心」である。あんしんという言葉はまちづくりではキーワードだと考える。

<事務局>

○自治会活動が見えない、または、伝わっていないということを指摘いただいた。安心という視点では、行政単独でつくるのではなく、自治会からの情報を元に地域で作る防災マップである「マイマップ」の作成を進めているところ。