

第3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6月25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 5人
傍聴 5人
事務局 5人

<委員>

- 異業種がつながる場がとても大事である。商工会議所青年部もその意味では非常に有用だと感じている。そういうつながりが福知山単位であればいいと感じる。
- すごく良いものを作っているのにデザインがよくないような場合に、それが得意な人と組むことで、お互いのよさを活かしあうことができ、より良いものができる。
- みんなが好きなものを創るのではなく、半ば強引にでも、「これ」と決めてみんなで作ることでそれが有名になるのではないか。計画的に同じものを作成して一気に攻める。

<委員>

- 障害のある人もそうでない人も、それに関わらず多様な人達が働き、素質や能力を発揮できる場を創造することで、人の面での新たな価値が生まれる。
- ブランド化のためには調査研究や、異業種間の連携による相乗効果が必要である。
- エネルギー問題の解決、水資源や再生可能エネルギーの活用もこれから必要ではないか。

<委員>

- いいものがあっても、それで稼げるかはまた別の問題と考える。
- 丹波など、大きなくりのブランドで売りたいという人とそうでない人がいる。自分だけのブランドで「オンリーワンがいい」という人もいるため、そういう人を引き込んで一つのものを作ることは難しい。
- 福知山として、丹波として売りたいという人で集まる、集める必要がある。

- 道の駅など、発信の拠点が必要ではないか。賞味期限の問題でお土産になりにくいものもあるため、福知山の本当に素晴らしいものが置かれなかった場合もある。
- 今しかない、ここしかないものを発信できる場所をつくる。旧三町などからも集まれるような拠点があればいい。
- ソーシャルによる発信方法もあるが、フェイス to フェイスのかかわりやそれによる発信も大事であると思う。

<委員>

- 漆産業でも漆をかく人、塗る人、道具を作る人、文芸品を作る人、売る人など様々。漆そのものも、文化芸術の一つのパーツと考えている。
- 自分たちが生産し、うるしの館がそれを販売してくれるという役割分担である。
- 漆は季語になっているため、俳句とのかかわりもある。
- 福知山にどんな地場食材があるのか、飲食店の人も知らない。やはりもっと発信が必要だと感じる。
- 最近では、京地鶏がウリのある市内飲食店以外でも使ってくれている。知っていればもっと早く使ったのに、と言われた。
- 福知山産の農産物を飲食業などにもっと売り込めばよいのではないか。
- 福知山に行っても何を買ったらいいのか分からない、という声ある。お土産を買うところが福知山には無いと言われている。
- 福知山市内の店舗はできるだけ福知山産のものを使うような仕組み・制度があればいい。

<委員>

- 農、工、商の連携を考えたときに、ある市内飲食店など、農と商の連携ができてきている事例がある。それがどんなニーズから生まれたのか、掘り下げることとも必要である。
- 企業と、大学、高校の連携や交流ももっと必要と思う。
- 福知山には大小さまざまな企業があるが、大学、高校向けにしっかり PR できていない部分もある。
- 学生が福知山の企業のことをもっと知ること、企業側には学生にアピールすることが必要であり、それを促す機会が必要と感じる。
- できない、できていないのであれば、それはなぜかを掘り下げて考える必要がある。
- I ターンについては、福知山市に住むメリットを伝えなければならないが、自

然などであれば、どこの市町でも同じようなことを謳っている。やはり、京阪神へのアクセスの良さが福知山のウリだと考える。

<委員>

○売り方やストーリー性も大事だが、売れるときに売りすぎてもいけない。流行り廃りがあるものならそれは顕著で、市場に出回りすぎると価値が下がる。

<委員>

○東京都板橋区のアンテナショップの件は声をかけてほしかった。板橋区というエリアはこれまで売ってきたところと少し客層が異なる。出店により、地元新聞に載るということが大事ではないか。

○卸が売り込むのと、生産者が売り込むのでは、伝わり方が違う。

○自分のブランドにこだわりを持ってつくっているところは、地域ブランドとして他と一緒にされることを嫌がる。

○ある程度の質が確保されたブランドの場合、低質なものが混ざること全体イメージが下がってしまう。

○地鶏の鶏糞を漆の木の肥料として活用するなど、いくつかの要素をうまく組み合わせるストーリー化できないか。

第3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6月25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 4人
傍聴 4人
事務局 4人

<委員>

- 中間支援組織というが、これが支援じゃなく自分達が稼ぐ生業としての民宿、上から協力してあげる、ではなく、協力してもらう、といった立場にならないといけない。
- 受入窓口の組織体制を整える必要がある。組織が行政から手を離れてもやっていける最低限の人件費の確保は必要となる。
- 何十人の雇用を産むわけではないが、うすく広く地域にお金が落ちるのが農家民泊である。

<委員>

- 大学、高校をうまく活用する、というのはつまり、地元に残ってもらうために、在学時にいかに地域のことを知り、学ぶ機会があるか重要となる。
- 新しい公立大学は福知山に役立つ大学にならないといけない。現状、大学は地域と距離がある。地域の知の集積という立場になって欲しいと考える。
- 域外の人に来てくれる仕掛けとしてはやはり体験型であろう。福知山ならではのまちと自然との近さを生かした、手軽に自然体験できるような仕掛けがあれば人は来る。

<委員>

- 地域にお金が落ちる事業を考えるとやはり農家民宿がいいのではないか。外国人を対象として広げることで、うまくいけば土日以外も安定的に収益を得ることができる。
- 問題となる言葉の壁を克服するため、行政でも、学習の機会をつくることができなにか。
- ほか、交流事業としてウーフは地域にとっても参加者にとってもいい仕組み

- であるため、これの福知山版のシステムをつくるのもいいのではないか。
- WWOOF Japan は企業としてやっている。会費をとっているため、それが収益となる。民間主導で、福知山独自の取り組みにできればよいのではないか。
 - 里山、自然は世界で共通する価値であり、その資源を整理し発信すればインバウンドでやっていける。そのためには発信はただの英訳などでなく、しっかりターゲット絞って、外国人が欲しい情報として伝えることを考えないといけない。

<委員>

- 1~2泊ならただ「ゆっくり」する。自転車で回る。散歩など。
- 3泊であれば竹田城など近隣に観光に出ることもある。
- ウーファーには、掃除、草刈り、料理などしてもらおう。
- 宿泊者のほとんどはネットで見つけてくれている。民宿の英語対応のホームページは少ないためか、google でもトップに上がる。

<委員>

- いくつか農家民泊が盛んなところがあるが、そのほとんどが高齢者の経営者が農業傍らに営んでいる。委員の経営する三和地域の民泊のようなスタイルのものは非常に珍しい。
- 島根や鳥取はまちぐるみで修学旅行受け入れなどしている。

<委員>

- 福知山の人で、受け入れ者を探すのはむずかしい。地域に魅力を感じて、やる気のある人であれば地元の人でなくてもいいと考える。

<委員>

- まだ、福知山は観光資源を外部発信できてない。
- 福知山にお城があることを知らない人もいる。例えばスイーツは南丹市以北であれば福知山ぐらい。
- 情報を誰にどういう目的で、という発信ができていない。
- 発信の仕方、見せ方でうまくいった最たる例が竹田城ではないか。雲海であれば大江山でも発生する。
- 大江山の鬼伝説のことも知らない人が多いのではないか。

<委員>

- 市内も最近できた古本+カフェの店やパン屋とか、一つ一つは良いのだが商

店街が一体のものとなっていない印象がある。

<委員>

- 英語のレベルは、どの程度でウーファーなどに対応できるのか。
- 地元の人にはもう魅力を感じていないのだろうが、外国人が何に魅力を感じているのか。
- 例えば三和荘に対応者がいればそれでもいいのか。

<委員>

- 外国人にとっては、田んぼだけでもめずらしく面白いもの。米がどうできるかも知らない。段々畑や、朝もやなどの景色を魅力的に感じる
- 語学能力については、基本的な案内もそうだが、日本の生活や文化を伝えることのできるようなレベルであれば、非常に喜ばれる。
- そういう人がいれば、外国人のお客さんと人と人のつながりができる。旅の楽しみは人との出会いの部分大きい。
- しかし、ネイティブに話す必要はない、会話を楽しむ、もてなす気持ちがいまず大事である。

<委員>

- インバウンドでも、都会と日本の原風景とでニーズは2種類あると考える。
- 福知山は、観光地化していないのが良いと捉えることもできる。
- しかし、まちなかに関してははっきり観光資源を発掘し、観光ビジネスの浅い部分から土台を固める段階だと考えている。

<委員>

- 福知山の宿泊数は多いが、そのほとんどがビジネス利用である。観光という認識は少ない。
- しかし、ビジネスの需要があるならそのときに、今度は観光しよう、という次につながるような仕掛けもできる。

<委員>

- ビジネス泊のあと、少しでも勧めることができるような場所でもあれば違う。しかし、地元の人が「何もない」と言ってしまうとがっかりして帰ることになる。

<委員>

○よく、田舎の人も「何もない」という。それも見せ方。よくまちあるきマップなど作るが、そう言われる。

<委員>

○昔は情報がなかった。今は情報があふれている。需要に対して供給が多すぎる。マップについても同様で、情報が多いとどれを見たらいいか判らない。やはりターゲットを絞ることが大事。飲み屋マップとか。

<委員>

○市民が観光に来た人を案内できない。情報や知識をもっていない。知り合いが来ても説明ができない。
○いかに市民に地元のことを知ってもらうかも、地味だが観光にとっては非常に大事と思う。

<委員>

○情報があり過ぎる場合、そこから選択し、伝える目利きが必要である。地元の人には目利きができないといけないと考える。
○例えば、家族経営の宿が望まれるのは、この宿に行くといつもこの人に案内してもらえることが大きい。

<委員>

○あれもしょう、これもしょうでは中途半端になる。福知山にはビジネス客が多いのなら、そこをターゲットに特化するなど必要と考える。

<委員>

○彦根など、お店やまち全体にウェルカム感がある。
○まちが観光業としてやっていけば、当然ウェルカムになるが。ほとんどの人は、ただ生活しているだけ。
○お金が落ちることに関われなければ観光客が来ることは迷惑でしかない場合もある。

<委員>

○ある程度お客さんが増えればそのエリアに勝手に民間が店を出す、そんなるまでが難しい。

<委員>

- 広小路はそこで食べることができないのがもったいない。京都の綿小路もイートインできるようにして、一気に売り上げが伸びた。
- まちなかのまち家をうまく活用すればいい資源になる。大都市でなく、地域性のあるまちで商売したいという人もいる。空き家がただ取り壊されて普通の人に入ってもらうのではなく、それをいかせる仕組みも必要である。
- 外から来ている高校生に在学中にいかに関心してもらうかも大事ではないか。

<委員>

- 大学、高校生には地域のことを知ってもらう意味でも、地域活動や農業などにバイトとしてでも参加してもらう機会が必要である。

<委員>

- 本当にその地域のことを知るには、4、5日の体験ではなく、2週間以上の経験が必要である。

第3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6月26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>

- 親しみやすいコミュニティがあるが、田舎に行けばいくほど、入りにくいコミュニティが依然としてある。
- ネイティブな人と話が出来るような学習の機会は福知山にも必要である。
- 人口減少は30年前から分かっていたこと。
- パイは限られている。人を増やすためによそから、ただ、ひっばってくるのはどうか。UIターンなど福知山に関わりを持った人に来てもらうべきである。

<委員>

- 子育てサークルに入っている人は、もともとつながりが欲しい人である。
- 子育て支援センターを増やすため、利用率の低い老朽化した児童館などを支援センターとして活用してはどうか。
- 福知山市は子育てに関する情報発信が下手である。
- LINEなどもっとうまく使ってはどうか。LINEは結構見られている。

<委員>

- キーワードだけ見てもピンとこなかったので「住居」があったときにどうやったら楽しめるか、を考えた。
- 何もなくても開拓して楽しめる人なら、今から一切何も変わらなくても楽しめる。そういう人に来てもらいたいなら、どうしたらいいかを考えた。
- 田舎の家を借りる場合1万円以上は高い。
- 住居を見つけてもずっと住んでもらうには、その住居ではなく地域を見てもらわないといけない。
- 「この物件」ではなく「この地域」がいい、とならないと。

- ごはん会の可能性の高さを感じている。回数を増やせば増やすほど地域の関係がよくなっていく。
- 家のあるなしで考えなくても、いい地域をつくることができれば、移住につながる。
- 晩御飯を子どもと2人きりでずっと摂っていたりすると、世界がそこだけ狭まるような気になる、と言う声。そこに別の人が何人かいれば気がまぎれる。
「孤食」
- つながれる場は多いが、食事を一緒に摂るような機会は少ない。支援というより、普通の生活のなかにつながりが生まれるような。
- 特別なことをしてもそれに労力がかかるようなら続かない。日常生活の中の無理のない子育て支援があれば。
- 移住者に対してではなく、受け入れるための空き家改修に補助があれば。

<委員>

- どういう風に受け入れるか、コミュニティの問題、住居の問題いろいろある。すべての理由が満足なくても残る人はある。総合的な事。
- やはり、食べていけないと。就業、職。
- お店持ちたい願望は今の若者にもあるのでないか。そういう人たちをどう取り込むか。
- 福知山にも農業法人がいくつもあるが、市役所やJAとの関わりが少ないのでないか。農業法人から学ぶ機会も必要。
- おもしろい中小企業もまだまだあるのでないか。ユニークな企業のビジネスをどう拡大していくか。

<委員>

- 空き家の改修制度は。
 - ある。定住促進のため空き家登録されたもの。
- 児童の施設がうまく使えない、というのはどこかとの比較か。
 - サークルの人からの情報。児童館の開館時間や中の様子などがホームページに載ってないからイチイチ聞かないといけない。
- 児童館のイベントの情報が地域の回覧板などでまわるが、それがホームページなど全地域でみられたら。
 - ・見る手側への配慮が少ない。広報全体的に。

<委員>

- 子どもの施設が整ってないのは、女性の目が入ってないからではないか。利

用者が市と一緒に考えるべき。

- すごい数のサギが飛ぶ景色を見た。あれは十分観光資源になり得るものだと考える。

<委員>

- 今、田舎に住むのがブームになっているといえる。しかし、移住者が地域とうまくいかないという事例が結構ある。地域としっかりつき合っていくには、自分も変わららないといけない。

<委員>

- 自分は変わることがおもしろいと考えている。今うまくいっていないのは自分の型を変えられない人ではないか。
- 柔軟性も育てたり、作るものだと考える。

<委員>

- ハードでなくソフトの柔軟性が大事。市も地域も NPO などにもレジリエンスが必要である。

<委員>

- 田舎にとけ込みたいと考えている人には、柔軟性がある。全員がそうである必要はないが、行政はそれらを邪魔はしないようにしてほしい。

<委員>

- コミュニティの中で、一緒に食事をするというのは重要な意味をもつ。距離を縮める、つながりを作るための食事会はかなり有効と思う。

<委員>

- 子育てサークルでもやはり食事の場があると交流が一気に深まる。ただのイベント参加では交流にならない。

<委員>

- 色んな地域で食べる会をつくって広げたらどうか。それを仕事として、NPO とかでなく、企業として立ち上げられるのではないか。
- 社会的な企業として稼ぐことを考えないといけない。

<委員>

○地産地消が必要。儲けることは重要で、それは働く場を作ること。それにより人を呼ぶこともできる。

○ボランティアでは質を確保できない。ボランティアのほうがかえって金がかかる場合がある。

<委員>

○新しく地域に住むというのはハードルが高い。しっかり地域のことを知るには、外から見ているだけでは分からない。地域の人との食事などもして1泊や2泊でなく1週間とか暮らしてみないと。

<委員>

○地域のごはん会のビジネスモデルを考えればどうか。一人では始めるか、友達とか。資金はいくらいるのか、複数人で出し合うのか、足りなければ出資を求めるとか。

<委員>

○ビジネスモデルを考える上で、ヒントや意見をもらうための異業種交流ごはん会もあり。

○どこが主導でやるか。色々な業種の人たちが集まる場の設定を自分だけではできない。

<委員>

○様々な業種の人を集めることや、そういう場の設定ならできる。そこにごはん会をかぶせてはどうか。

○その会を継続的に実施していくには、それを支える存在として行政や商工会議所や金融機関などは必要かもしれない。

<委員>

○商社はつなげるだけで稼いでいる。ごはん会を拡大していき福知山で「つながる」「つながりたい」を軸に組織化し、30人ぐらいの規模の社会的企業にしてみてもどうか。

<委員>

○「つながる」で儲けていいのか、という葛藤がある。

<委員>

- アンリーズリナブルな考え、普通はしないことをするような人が社会的企業をやっている場合が多い。
- 儲けることと社会貢献とが同レベルで実施できるのが社会的企業であって、それで儲けることに何の後ろめたさも感じる必要はない。儲ければ儲けるほど社会に貢献できるということ。

第3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6月26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>

- それぞれの地域に暮らし続けるには、働く場があることがまず基本となる。
- そこで更に3つの「お」（「おもてなし」「おかげさま」「おもいやり」）が大切。

<委員>

- 住民は案外市全体のこと、隣の地域のことあまり知らない。合併して10年たって、「合併して良かったのか」という議論が周りではある。
- 市が主導するのでは、やはり不満がでる。地域主体で考えないといけない。
- 夜久野地域だけで考えてもダメで、もっと大きい範囲で考えないといけないと思っている。
- 防災ベストをもっと発信すべき。

<委員>

- 子育て向けのハンドブックを作ろうと考えている。それでも防災ベストは発信したい。
- 子どもがいると荷物が多くなるので、子育て世帯にも便利なもの。

<委員>

- パワーオンネットで防災グッズとしてベストを今開発中であり、それと連携など考えられる。

<委員>

- 高齢者と若者とで情報の取り方が違う。防災に関してもそのギャップを埋める必要がある。そのためには高齢者への発信の方法を工夫しなければならないと考える。

<委員>

- 平成26年8月豪雨の際には、必死で目の前のことに対応していたので情報をとるヒマがなかった。
- 自分は汗をかかずに口だけ出す人が多い。災害時にも区長ぐらいしか動いてなかった。まず自助、自分が動かないといけない。
- 地域づくりも、若者にがんばれというのでなく、自分たちもがんばるから手を貸して欲しい、という意識でないといけない。
- それと、できるだけ経済効果を産まない、理想だけでは人はついてこない。

<委員>

- 情報には色々な発信、伝え方と活用の仕方があるが、コミュニティの中で定期的に共有が図れるような仕組みが必要。
- 福知山から「防災宣言都市」など発信するのはどうか。

<委員>

- 地域での情報共有の手段が回覧板しかない。情報の伝わり方にタイムラグがあり過ぎる。
- 何かあったときのためにも一斉に同じ情報をネット上などで取得する仕組みがいる

<委員>

- 地域のつながりを強めるには、やはり食事会などが必要。

<委員>

- 自治会活動も、高齢者世帯が増えることで、持ち回りの役なども難しくなっていくし、人手も少なくなっていく。

<副市長>

- 5年前から新規就農者支援制度を実施しているが、その人たちはやる気があるのだが、続けるには、やはり一定の収益が必要である。
- しかし、信頼やつながりがなければ出荷先を確保できない。やる気のある人をどう儲かるように支援していくか。
- まちなかや商店街にしても、地域内の人を活性化するのが難しいなら、やる気のある新しく入ってくる人のサポートをどうするか。
- 中山間地で住む高齢者が一番困っているのは何か。何が一番必要なのか。

<委員>

- 食事や生活のこだわりも無くなっていて何も楽しいことがない、という人も多い。
- 金のかからないことで何か新しいもの、ことができれば。多少の利益は必要。

<委員>

- 中心市街地であれば実施主体はまちづくり会社、場所は商店街として、そこに送り迎えもする。そうやって、商店街を活かすことが考えられるのではないか。