

令和5年度 大台町地方創生会議 会議録

日時 令和5年7月18日(火)

午前10時から12時

場所 大台町役場2階 会議室

出席者(敬称略)

- 座 長 西村訓弘(三重大学教授)
- 委 員 清水裕介(株式会社中日新聞社松阪支局長)、竹岡直人(株式会社百五銀行三瀬谷支店長)、村上裕行(松阪公共職業安定所雇用指導官)、橋本昌幸(昴学園高等学校校長)、野田綾子(株式会社V e r d e大台ツーリズム)、西尾真由子(大台町副町長)
- 説明職員 尾上町民福祉課長、西本企画課長、伊藤生活環境課長、上瀬産業課長
- 事務局 西本企画課長、宮本

開会(10時00分)

開会

○西尾副町長

皆様、おはようございます。副町長の西尾でございます。本日は、お忙しい中、大台町地方創生会議にご出席をいただきまして、誠にありがとうございます。

本日、ご出席の皆さま方には、それぞれのお立場から、本町のまちづくりにご協力、ご尽力をいただいておりますことに、この場をお借りいたしまして、厚く御礼を申し上げます。

さて、加速化する少子高齢化や人口減少については、全国の多くの自治体において歯止めがかかっておらず、本町においても、例えば高齢化率が43%を超えるなど、行政運営を継続していくにあたり、大きな問題となっております。

三重県庁においても、今年の4月、人口減少対策の一環として、地域の子ども・子育て支援の充実を図るため、市町が地域の実情を踏まえて実施する独自事業に対し、人口減少率が高い市町については補助率を3分の2とする県単独補助金を創設しました。本町からも6月末に補助申請をし、採択を待っているところです。

これまでも、令和2年3月に策定した「大台町まち・ひと・しごと創生総合戦略」に基づき、「いつまでも住み続けたいと思える魅力あるまち」という「目指すべき将来の姿」を実現するため、取組を進めてまいりました。

本日は、様々な取組の中から抜粋して、令和4年度の実績、進捗状況をご報告させていただく予定でございますが、抜粋した取組だけでなく、委員の皆様方それぞれのお立場から、大台町のまちづくりについて、忌憚のないご意見をいただけると大変ありがたいと思ってお

ります。

本日の会議において、活発なご議論をしていただきますことをご期待申し上げ、私からのご挨拶とさせていただきます。ありがとうございました。

各自自己紹介

事務局説明

○西本企画課長

それでは、改めまして、事務局から本日の進行等についてご説明させていただきます。

○事務局（宮本）

まず、はじめにお配りしました資料の説明をさせていただきます。

資料1をご覧ください。

令和2年度からの第2期大台町まち・ひと・しごと創生総合戦略に掲げました目標とその達成状況をまとめたものとなっております。

資料2につきましては、それぞれのプロジェクトの取組の指標として設定しておりますKPIについて示したものとなっております。

資料3につきましては、この後、それぞれ事業を担当する町民福祉課、産業課、企画課、生活環境課から、プロジェクトの中から4つの事業につきまして、令和4年度の実施状況などをご説明しますので、こちらの資料をご覧くださいながらお聞き取りいただければと思います。

資料4としまして、今回検証していただくプロジェクトに関する部分を抜粋した「第2期大台町まち・ひと・しごと創生総合戦略」をお配りさせていただきました。

それでは、資料1によりまして、事務局から基本目標達成状況についてご説明させていただきます、そのあと資料3によりまして、担当課からご説明をさせていただきます。

資料1をご覧ください。

基本目標1については、第2期の目標としまして、商工会員数351人を目標としており、これは、平成30年度末の会員数と同数であり、人口減少に伴い会員数も減少が予想されますが、さまざまな施策を実施し、現状維持を目標としています。

令和4年度末の状況としましては、商工会員数358人で目標を達成しております。

基本目標2については、第2期の目標としまして、過去3年間の平均値での出生数50人を維持できるように努めています。

令和4年度末の状況としましては、過去3年平均の出生数39人で目標未達成となっております。

基本目標 3 については、第 2 期の目標としまして、観光入込客数は、平成 30 年度の約 10% 増加の 570,000 人を目標とし、また、転入者数と転出者数を比較した社会増減数につきまして、転出者数を減少させ、-30 人を目標としておりますが、令和 4 年度末としましては、観光入込客数 434,351 人、過去 3 年平均の社会増減数-89 人で、いずれも目標未達成となりました。

基本目標 4 については、第 2 期の目標としましては、令和 6 年度実施予定のまちづくり町民アンケート調査での「住みやすいと思う人の割合」50%を目標としております。

この後、事業担当課から資料 3 によりまして、11 ありますプロジェクトの中から地方創生推進交付金事業を含め 4 つの事業を抜粋してご説明させていただきます。

また、交付金事業につきましては、外部有識者で構成される検証機関により評価を行うこととされておりますので、担当課の説明の後、委員の皆様から様々な角度からのご意見を頂戴したいと思っておりますのでよろしくお願いいたします。

以上で事務局からの説明を終わります。

○西本企画課長

続きまして、担当課長より主な事業の進捗状況等について説明をさせていただきます。

まず初めに町民福祉課長から、プロジェクト 3「すくすく育つ 各ステージに応じた切れ目のない支援」についてご説明申し上げます。

資料 3 の 2 ページ、資料 4 の 4 から 5 ページをご覧くださいながらお聞きください。

○尾上町民福祉課長

「各ステージに応じた切れ目のない支援」についての取組状況について説明します。

各ステージというのは、子育てを支援していく上での各ステージという意味で、子どもを望む夫婦に対しての不妊、不育治療に対する支援、妊娠期、出産、乳幼児期、保育園、小中学校の各ステージで、役場の係も変わっていく中で、支援が途切れてしまうことなく、切れ目のない支援に取り組んでいます。

まず、妊娠期では、不妊・不育症の治療に係る費用の助成や母子健康手帳交付時の面談や講座の充実を図っています。出産後は、赤ちゃん訪問や各種相談、産後に心身の回復や育児に不安がある母子に対しては、産後ケア事業などで、安心して子育てができる環境整備に努めています。また、「子育てにやさしいまちづくり」ということで、近くに祖父母などの育児を手助けしてくれる人がいなかったり、移住者で地域に知り合いがなかったり、また、この地域で生まれ育って家族がいる人でも、少子化で近所に年齢の近い子どもがいなかったり、親にとっても子育てのことを話ができる同年代の親がいないというような状況があります。そのため、同年代の子どもたちや親たちが交流でき、また、子育てのことを相談できる場所として、子育て支援センターの充実を図っています。

小学校の入学にあたっては、入学前、入学後に保育園と小学校で情報交換を行い、子どもた

ちがスムーズに移行できるよう努めています。また、小学校では、いのちの学習会などで、こどもたちに命の大切さを実感してもらい、正しい知識を習得する機会を設けています。これらの取組を町民福祉課内にある「子育て世代包括支援センター」が中心となって進めることで、切れ目のない支援に努め、子育てしやすいと思う人の割合を増やしていきたいと考えています。

○西本企画課長

続きまして、産業課長から、プロジェクト6「『エコパークのまち』環境整備と観光誘致」についてご説明申し上げます。

資料3の3ページ、資料4の8から9ページをご覧くださいながらお聞きください。

○上瀬産業課長

産業課長の上瀬と申します。よろしく申し上げます。

私の方からは、資料3の3ページ、総合戦略基本目標3「魅力と住みやすい町を発信し人をひきつける」のうち、プロジェクト6「『エコパークのまち』環境整備と観光誘致」に係る実施事業としまして、「エコパークのまちへの誘致に向けた環境整備」につきまして、ご説明をさせていただきます。

「エコパークのまちへの誘致に向けた環境整備」としまして、取り組んでまいりました活動としましては、まず、「エコパークモデル環境の整備」としまして、「自然と人びとが共生し、未来へつなぐ観光振興」を目指す姿と掲げ、令和4年6月に大台町観光振興計画を策定いたしました。

このなかで、安全で環境に配慮した移動手段の確保を図ることとしまして、自転車利用の促進を位置付けております。このことから、現状では、奥伊勢フォレストピアではE-BIKEを6台導入し、宿泊客を中心に観光スポットなどへの周遊のためのツールとして、また、大台町観光協会ではE-V-BIKEを6台導入し、令和5年6月からの観光入込客を対象としたレンタルに向けた実証実験などに取り組んでまいりました。

また、当町の集客拠点である「道の駅奥伊勢おおだい」の施設につきましては、平成11年8月にオープンした施設であり、老朽化が著しく、時代のニーズに対応できていない箇所が多々見受けられることから、令和3年度から2年をかけ、施設利用者の利便性、安全性に配慮した環境整備事業を実施しました。工事概要としましては、観光協会を取り込んだ24時間休憩できる「奥伊勢テラス」や交流広場及びトイレの建て替え、施設利用者の事故などが危惧されていた駐車場のレイアウト変更などの整備をしました。

次に、「エコパーク体験モデルの造成」としまして、コロナ前になりますが、資料下段にあります、インバウンド集客に向けて茶畑や熊野古道伊勢路を巡るコース設定とパンフレットを作成いたしました。

また、E-BIKEやE-V-BIKEの導入に関連しましてYouTubeチャンネルを活用し、

「E－B I K Eで行く！初心者自転車女子部」というタイトルで、町内各所をE－B I K Eで巡り、大台町の魅力を発信しています。また、周遊ルートを形成し、サイクリングマップ化を進めており、令和5年7月の完成を目指しているところです。自転車通行空間の整備では、令和4年11月に策定しました「大台町自転車ネットワーク計画」により、道の駅奥伊勢おおだいと奥伊勢フォレストピアを基本の発着点としまして、資料下段中央にありますような矢羽根型路面標示を令和4年度・5年度の2年間で整備する計画です。

次に、「公共施設の未活用スペースの活用」としまして、奥伊勢フォレストピア宮川山荘に隣接します森の国工房の用途を一新しました。皆さまもご承知かもしれませんが、奥伊勢フォレストピア宮川山荘では、ペットの同伴が認められていないため、新たな集客強化を図るため、“愛犬と家族が楽しむ”森のドッグイベント事業の導入や、多様なニーズに対応できる宿泊施設の整備を行うことで、新たな顧客開拓を目指しているところです。

以上、これらの取組の成果としまして、K P Iの目標と掲げました奥伊勢フォレストピア入込客数について、説明させていただく前に、数字の訂正をお願いします。資料では、2022年を52,692人と記載させていただきましたが、正しくは41,319人が正しい数字であることが資料作成後に判明しました。誤記となりました原因は、本年度は、奥伊勢フォレストピアの日帰り客と宿泊客のトータル数で記載させていただきましたが、前年度の報告数を確認したところ、日帰り客のみの計上となっておりますので、改めて訂正させていただき、お詫びを申し上げます。

ということで、2022年の奥伊勢フォレストピア入込客数は41,319人となっております、前年度より2,107人の増となっております。しかしながら、目標の77,000人には遠く及ばない残念な結果となっております。要因としましては、やはり新型コロナウイルス感染症の影響が大きいものと考えておりますが、本年度からはようやく、コロナの影響をうけることなく、社会では平常を取り戻す活動が活発化しており、日増しに人流は回復傾向にあることから、これまで以上に、情報発信や環境の整備などの取組を進め、目標値の達成を目指して邁進してまいりますので、ご理解のほどよろしく申し上げます。

○西本企画課長

続きまして、プロジェクト7「人が集い、繋がるまちづくり」のご説明を企画課からさせていただきます。

資料3の4ページ、資料4の10から11ページをご覧くださいながらお聞きください。

このプロジェクトにつきましては、大台町では年々人口減少が進んでおり、人口減少に伴って、同じように空き家が増えています。空き家対策としましては、平成24年度から空き家バンク制度を創設し、空き家の利活用を進めており、令和4年度末で売買契約と賃貸借契約を合わせまして123件の成約と249名の利用に繋がっています。

近年では、町内の熊野古道伊勢路の沿線に、ギャラリーやカフェ、古民家民泊などを起業される方もみえ、町の賑わいに貢献していただいています。

また、宮川地域の江馬地区でも、かつて商店街があった区画の空き店舗を利用して、飲食店や雑貨店などを開業された方が見えます。さらにはすぐ近くにあるスーパーも経営者が農協から町内の民間企業に変わりました。以前は土日祝日が定休日でしたが営業されるようになり、この区画はかつて「江馬銀座」と呼ばれていた頃の賑わいを取り戻そうとしています。

当事業では「事業概要」にも記載のとおり、【クラフトマンストリート：かつての往来を再び】と題し、旧川添郵便局を活動拠点として、沿線の空き家等を活用しながら地域づくりに取り組んでまいりました。

それでは事業概要の主な実施内容を説明させていただきます。

当事業は「空き家の利活用」、「クラフトマン支援」、「人材づくり」の3つの柱で事業に取り組んでまいりました。

まず、「空き家の利活用」につきましては、町内への移住を希望する方の受け皿として、町内の空き家を有効活用するため、利活用可能と思われる空き家の内観調査を実施しました。町内には空き家が多く存在するものの、空き家バンクに登録される空き家がまだまだ少なく、当町へ移住を希望する方に紹介できる十分な供給体制がないことで、当町への移住を断念された事例が多く存在します。そのため空き家を空き家バンクに登録していただくための呼び水としての効果も期待し、令和3年度から引き続き空き家の内観調査を25件実施しました。

その結果、調査件数25件のうち空き家バンクへ登録していただいた件数が14件、また、そのうち売買契約や賃貸借契約を結び、空き家の利活用につながった件数が6件となりました。

次に「クラフトマン支援」ですが、町内にはモノづくりを生業にしている方や、モノづくりを支えるお仕事をしている方がたくさんいらっしゃいます。

改めてふるさと大台町の魅力を再発見していただくため、また、これからモノづくりをしたいと考える方のために、町内外から参加者を募集し、町内でモノづくりをする方の工房や活動拠点を巡るバスツアーを開催しました。

このツアーでは町内にある5か所の工房を訪れました。そのうち4か所は近年当町へ移住された方の工房です。中には当町の空き家バンクを通じて、当町へ移住され、モノづくりをされている方も見えます。このような現場を見ていただき、工房オーナーから説明を受けたり実際に作業体験をしたりして、新たなクラフトマンを引き寄せる、人が人を呼ぶような企画としました。

次に「人材づくり」では、当町に限らず地方では、若い世代が進学や就職を期に都市部へと転出してしまうことが人口減少の要因のひとつとなっています。そのため、大台町で暮らしたい気持ちを育て、町で暮らせるスキルを伝えるため、「場所を選ばない仕事スキル講座」として、大台町へ移住されたイラストレーターを講師に迎え、若い世代を対象にグラレコ作成講座を全3回にわたって実施しました。

グラレコとはグラフィックレコーディングの略で、会議やミーティングなどの内容を絵や図形を使ってわかりやすくまとめる手法で、日本企業はもとより NASA や Google などの世界的な企業においても幅広く採用されているとのこと。

令和3年度に開催しました YouTube 講座につづき、令和4年度はグラレコ作成講座を開催しました。

最後に先ほどご説明しました当事業の3つ柱に加えて、4年度は「情報発信」として、子育て世代のクラフトマンの移住・定住を促すことを目的に、「大台町空き家・移住相談窓口 AWA サポートデスク」のサイト内に、大台町の子育て支援や、自然を生かした保育環境等を紹介するページを増設しました。

なお、当事業は令和2年度から令和4年度まで地方創生推進交付金を活用し、事業を進めてまいりました。

また、KPI では拠点運営者の仲介を通じた開業数を掲げていますが、令和4年度は目標値1社に對しまして、実績は1社でした。また令和4年度までの累計は5社となりました。

以上でプロジェクト7の説明を終わります。

続きまして、生活環境課長から、プロジェクト10「豊かな環境を未来につなぐ」についてご説明申し上げます。

資料3の5ページ、資料4の14から15ページをご覧くださいながらお聞きください。

○伊藤生活環境課長

令和4年度より ICT を活用した情報発信の取組として、ごみの分別方法や減量化・リサイクルに役立つ情報を発信・提供できるごみ分別アプリ「さんあ〜る」を導入しました。

ごみの出し方や収集日の通知機能、分別方法などを簡単に確認でき、時間や場所を問わずに情報の確認ができます。また、問い合わせ対応業務の低減や町民に向けた情報発信の多様化、町民の方にとっての利便性の向上が挙げられます。ごみの処理量についても、令和3年度は約2,075 t、令和4年度は1,972 tのごみが排出され、1年間で約103 tのごみが減少しました。1人当たりで換算すると、令和3年度は597.3g/日、令和4年度は577.9g/日と約20gのごみが減少しました。

「さんあ〜る」の利用登録者も増加してきているため、引き続きアプリを活用し情報発信を行います。また、資源化できる紙類や容器包装プラスチック類の分別、生ごみの堆肥化を行い、ごみの減量化を推進します。

さんあ〜るは、自治体の3R（スリーアール）運動を高機能・低コストで支援する事を目的とした画期的なアプリケーションです。

令和4年度の利用登録者は406人でございました。

参考でございますが、令和5年6月末では、483人となっております。

このアプリは、一般的なごみ分別として、搭載しております。

下の絵はスマートフォン画面となっております。1週間や毎月のカレンダー機能、ごみの出し日の通知機能・分別方法が確認できます。また、50音順に仕分け区分などの分別機能などもあります。

最後に KPI でございますが、生活系のごみ減量化目標を示します。

この目標設定につきましては、国及び県のごみ減量化・再資源化目標をふまえた上で、2018年度を基準に、様々な取組を推進することにより、2034年度の最終目標値を設定いたしました。

令和元年度（2019）より、プラスチック容器の資源回収を開始しているため、これまで、可燃ごみに含まれていたプラスチック類のごみが大きく減少すると考えられます。

また、生ごみの減量・紙類の資源回収などの減少要因があると考えられます。

○西本企画課長

以上で現在の取組内容、進捗状況等をご報告させていただきました。

それでは、ここからは西村先生に進行をお任せして実施事業の効果等を検証して頂きたいと思っております。西村先生よろしく申し上げます。

意見交換

○西村座長

ありがとうございました。12時頃を目安にさまざまな意見交換をしながら、町の方々にいろいろとお伝えできればと思います。まず、野田さんから言ってしまったら申し訳ないかもしれません。この順番で今のご説明についてのご質問や、ご意見をいただければと思います。感想でも構いませんので、よろしいでしょうか？

○野田委員

はい。ご説明いただいてありがとうございます。お話を伺いながら観光のことなど、さまざまなことを考えさせていただきましたが、「さんあ〜る」についてのお話を伺い、大変感銘を受けました。さきほどダウンロードさせていただきました。

これは広報に掲載されていませんか？

○伊藤生活環境課長

はい、そうです。広報とチラシに載っています。

○野田委員

そうですか。ごめんなさい、私は初めてこれを知りました。ダウンロードして、大変画期的な取組だと感じました。これから観光の分野だけでなく、人々に知ってもらおうということに

デジタルトランスフォーメーションは不可欠だと思いますので、このような取組を町が行っているのはとても頼もしいと感じています。まずはそれが感想です。

そこにつなげてということなんですけど、観光面のこと、エコパークの町への誘致に向けた環境整備ということをご説明いただきました。日帰りの人数で、フォレストピアの人数が約77,000人が目標値であったということと、また、コロナ禍での困難な部分もあったということをご説明いただきました。私は大台町というエリアはやはり観光は自然であり、ユネスコエコパークであることがキーワードになっていると思っており、実際にコロナ禍は非常に大きなチャンスであったと思っています。今年はコロナが収束し、たくさんの人が訪れることが期待される1年ではなく、去年のようにコロナ禍でも来てくれた方が次にはディズニーランドや、外国、または違うエリアを選択することを、実際に感じています。

フォレストピアなどとも、情報交換しながらで、やはりこの夏休みも予約の状況が遅いよねと、予約が入ってくる状況が遅いということを言うておりました。他の宿泊施設も同様です。なので、町としてはコロナ禍が終わった今、何を打っていくのか、何をプロモーションしていくのかというのはとても大切だと思っています。

私はコロナ禍で大台町が一周遅れで先頭に立っている地域だと思っていました。コロナ禍において何ができるのかということは非常に大切だという意識で取り組んでいたんですけど。まあ、自分の事業としてはそういうつもりでした。

町としては、次に、というところで、私はやはり、この大台町の自然環境のPRと、それだけではなく、保全をどうするかということと、保全のプロモーションが非常に必要だと感じています。そして、これは先ほどのアプリとは違いますが、現在全国的には、コロナ禍で釣り人が爆発的に増えて、マナー違反により多くの漁協や漁港が閉鎖状態になっています。それを防ぐために、釣りの同じようなアプリで人数制限をしたり、ルールやマナーを教えるアプリを活用した自治体も出てきています。宮川も、恐らく宮川地域を休日に通られる方はよく見かけると思いますが、さくらの里公園や、もみじの里公園など、この3連休もまさにオーバーツーリズムの状態です。

さくらの里公園やもみじの里公園では、公園内だけでなく、路肩に駐車されることもあったり、昨日は大きなレガッタの大会があったりと、さまざまな状況が起こります。例えばB&Gから数多くのレガッタの選手たちが上まで来て、SUPの方々と接触しそうになることもありました。私たちはガイドツアーを行っており、こういった状況のアナウンスも担当するのですが、最近では個人の利用者が増えているので、個々人に向けたルールやマナーの案内、また、駐車場へのアナウンスなど、その他のソフト面の対応も必要だと感じています。このような取組を行っていること自体がプロモーションになり、しっかりと取り組んでいる当地域への期待を高め、利用者を増やすことにつながるのではないかと思います。私はこれが大切だと、ずっと考えてきています。

このフォレストピアの目標値の77,000人はただの数字だと思っているので、この数字というよりは、消費額やいくら使ってくれたか、あるいはどんな人が実際に来ているのかという

要素が重要だと思います。申し訳ありません、まとめがあまりうまくできていないのですが、よろしくをお願いします。

○西村座長

はい、あの非常に重要な点を指摘しているとともに、少し目を通すと、思ったのですが、恐れ入りますが私から一言述べさせていただくと、この1年、2年で大変に世情が変動したという事実を把握しておくべきです、というのが一つで、さきほどのアプリの話に戻りますが、このアプリは非常に優れています。ただ、これは全世帯の何パーセント程でしたか？483人というのは。

○伊藤生活環境課長

世帯数は4,000ですが、パーセントは忘れまして。

○西村座長

ね、ですよ。4,000のうちの、500ぐらいですか？

○伊藤生活環境課長

はい、去年の5月から始めまして。

○西村座長

それは去年の5月の話ですね。ただし、例えばチャットGPTのようなものは、2、3週間で100万人急増するなど、2、3日でそのような状況になりますね。それを言ってしまうてはいけないかもしれませんが、こういったものが普及すると、瞬時に広まるため、私はそれを否定しているわけではなく、良いものを伝えて使ってもらう作業の方が重要だと思います。良いものが作られたので、ここに全世帯が入ったら、次回は全体水準を下げることは難しいでしょうね。

なので、何が言いたいかというと、良いと思う施策を立てているのですが、何かが足りずに適切に動かせていないケースが多いように感じます。その一番の原因と言われれば、到達したい状態を明確に想像し、そこから逆算して何をしなければならぬかを考えることが重要です。例えば、すべての家庭にアプリを届けるとしたら、4,000の世帯がそれを使っている様子、高齢者も含めて利用している状況を想像しながら、彼らがどのようにごみ減量を実現していくかを思い描くことです。そうやって逆算してみると、この一年間で何をしなければならぬかが見えてきます。最初に積極的に伝える人から口コミで情報が広がり、デジタルデバイドといった問題でアプリに触れることが難しい高齢者に対しては一軒ずつ訪れ、使い方を教えるなどの対策が必要となります。全体を網羅しようと思えば決して不可能ではありません。

ですから、そのようなことも含めて伝えると、大変効果的で、使い勝手などは、当然良いと考えています。そして、野田さん、すみませんね。野田さんのお話を取って申し訳ない。野田さんが触れた観光のオーバーツーリズム問題等、それもこのようなアプリを利用することで解決することは可能ですね、ほぼ間違いないでしょう。例えば、駐車場の入り込み状態であるとか、そこへの誘導などやろうと思えばやり方いくらでもありますからね。どこまで踏み込んで進めるかを考える必要があるでしょう。

また、よくテレビ商法で、すごい人が出てて、ホテル大変なことになって、東京のホテルの値段が高いとおっしゃるケースがありますが、それは事実とは異なる場合が多いです。私自身、頻繁にホテルに滞在し、さまざまな地域を観察していますが、確かに一時期、ホテルの宿泊費用は上昇しました。しかしその理由は、働く人材が不足し、稼働率を一時的に下げたことにより、いっぱいいっぱいに見せかけたからこそ価格が上昇したという現象です。現在は確実に予約が取れ、宿泊料も下がっています。また、空室の状況について言えば、直前の予約であっても十分に空きがあることが多いです。APAホテルを例にとると、最後まで空室が埋まらないという証拠に、値段が下がっています。これらを考慮すれば、私たちは異なる視点で観光業界の現状を見ることができ、何をすべきか考えることが可能となります。

批判的に聞かえたら大変申し訳ありませんが、持っているリソースが非常に良いのに、十分に活用していないように感じました。分かりにくい部分があるかもしれませんね。申し訳ありません、一部割り込んでしまいました。

このような雰囲気で行くと、皆さんが少しやりづらいかもかもしれませんので、気楽に進めてください。では、野田さんありがとうございました。次に、橋本先生、いかがでしょうか？

○橋本委員

はい、ありがとうございました。日頃からいろいろとありがとうございます。今の話を伺って、われわれはすべての施策に関わる可能性を持っています。まあ、可能性を持っているというのと、もう実際やっていただいとるのと、そういうのがあります。

最近野球ばかりが話題に上りますが、野球部員は200人中30人しかいません。平日に来ていただいても野球の様子はありません。放課後と土日だけです。その中にいる生徒はですね、もう企画課でもだいぶお世話になっているんですが、今年一年間学校へ留学してくる生徒がいます。何のために来たかという、将来大学へ行って、地方活性化についての勉強をもう少し深くしたいということで来て、実際に自分でそれを目で見て確かめるという意味で、本校に来て勉強しています。とても積極的です。自分からですね、この前もリーサスを使って、地方活性化の発表に経済産業省の事業ですが、それを発表したいので、先生、手伝ってくれませんか？とわざわざ校長室まで言いに来たんですが、こういう生徒もいるんです。なので、ぜひ、先日の自転車の時もお話ししましたが、企画の段階で生徒をどこかの形で関わらせていただくとありがたいと思います。

さらに述べますと、グラレコのこれも、実は写真に写っているのはうちの生徒です。しかし、

これらの子どもたちは行きたいがために参加しているというよりも、ある程度このようなものがあるから、という理由で参加しているのです。そういった授業が、実は結構行われていきます。いろいろな場所で多様な授業を受けています。また、メタバースの会議も開催させていただいています。ただし、それぞれの授業は授業で終わってしまい、最終的にそれをすべてつなげる一本筋がない、つまりどこに向かっているのかという点が生徒自身の感触となっています。

企画課のコーディネーターの方に来ていただいているのですが、今回の授業はどこに向かっているのか、僕はその都度聞いています。それはある程度見えてくる部分に関しては積極的に生徒に広めます。ただし、この授業をやるための授業ならば、最小限の人数にしてほしいとはっきり言っています。生徒の時間を取ることなので、非常に生徒にとっては、良くない効果を生んでいます。目の前にあることはいいかもしれませんが、これをやり切った終わりでは、どうやって活用するかという部分がなければあまり意味のない授業になってしまうと思います。

これは全体を通して思うのですが、対象をどこに持っていつているのでしょうか？というのが、個人的な質問です。それぞれの事業の対象は誰になりますか？先日もフォレストピアに少し話をさせていただいたのですが、今回、本校の1年生の4割が県外の方です。県外の方も今のタイミングで宮川に結構来ます。お泊まりいただけますので、この時期に何かのプランや企画をしていただきたいですね。そうすれば親御様も喜んで、また来ていただけるのではないのでしょうか。その話をしにフォレストピアに行ったつもりなのですが、まだ積極的でないと感じています。ぜひ、対象をもう少し明確にする方がよいと思います。これはただの私見です。

自分のことですが、昨年度1年間ここで学ばせていただき、今年2年目に入りました。これまでの経験から、生徒募集する際の手法を変えなければ生徒は集まらないということを感じました。対象エリアを日本全国に広げるとともに、私たちの学校が何ができるのかを具体的に明示し、正確な情報を適切に伝えることが大切だと思います。情報提供の方法としては、現在主流のインターネットを活用すべきだとも考えています。さらに、教員だけでなく、実際に動いている生徒がその実像を伝えるっていうことをすれば、全国的な認知が一気に広まるなっていうのがよく分かりました。昨年度の80名から90名へと応募者数が増えたことは大きな手応えを感じました。今後はこの流れをどう継続し、学校の質を如何に充実させるかという問いに対して、現在模索しています。これは、大台町が進行しているプロジェクトと共通の課題でもあります。宮本さんなどと度々話す中でその点を実感しています。

自分のことも含めて、思い付きで勝手なこと言わせてもらって申し訳ないですけど、よろしくをお願いします。

○西村座長

ありがとうございました。貴重なご意見ですね。ところで、先生、大台の昴学園は、何年間も定員割れしていて、県内の子供たちだけだったからですかね？県外からも生徒を受け入れるようになって、一気に変わったのではないのでしょうか？これは先ほどおっしゃったように、学校の中身を見直しながら PR を積極的に行っていたのですか？何が一番効果的だったのでしょうか？申し訳ありませんが、個人的な質問で恐縮です。

○橋本委員

何が一番効いたという、やはりですね、学校の内容を充実させると同時に、それを生徒が発表する。

○西村座長

知らせたってということですね。

○橋本委員

今まではですね、教員が発表していました、昴学園へ進学を希望する生徒に周知していました。

○西村座長

なるほど。

○橋本委員

外へ発信しているのが、教員が「うちがこんな学校です」という説明をしていたのですが、教員は一步引くようにというお話をさせていただきまして、生徒が行くんです。どちらかというと課題がある生徒が通う学校というイメージが昴学園にはあったんですが、県外から来るお子さんは、それほどいません。そんなイメージもありません。だから過去にあったイメージを払拭するためには、思い切って、初めて聞く人たちに生徒の現状を見せるという方法を取りました。そして、今、野球というイメージが非常に強いのですが、平日に来てくださいと常にお願ひしていますが、野球の雰囲気はほぼありません。そして、200人という中の30人しかいません。他のクラブと同じような状況です。というように、土日に元気よく活動している姿から皆さんのイメージが勝手に作られていくんですが、そのイメージをどう作るかというのが、やはりある程度コントロールする必要があります。これが学校を運営するという一つの戦略なのだと思います。

○西村座長

これにはすごくヒントがあって、全寮制で、そして芸術系も含め、徹底的に夜も含めてこんなことに取り組む学校はそう多くありません。だから、野球は特徴の一つであって、その他

にも独自の特色があるのです。そしてこの地域の中に入り込み、たとえば町の政策に組み込んで、何か空き家対策などを実行できるかという視点から、高校生でここまでできるというのは、なかなか他では見られない事例です。まあ、ちょっと古い話ですが、隠岐島前のようなところはそれやって、それに次ぐような事例が多かったのですが、その中でも勝ち抜くというのは非常に大変なので、今回全国に大々的に発信したとしても、すぐには人々が訪れないでしょう。しかし、そこに差が出たということは、全国レベルの非常に高い水準と競い、ここに訪れたいと思ったということなのです。つまり、これが実力がはっきりと示されたといえるでしょう。そして、それが町へと反映されますが、大台町がそういった評価を受け得る可能性を持つという点は、貴重な資源といえます。ただし、方法やアプローチによっては、効果が出ない可能性も一つあります。しかし、やろうと思えば、1年で結果を出した昴学園が近くに存在しています。これは大いに参考になると思います。

○橋本委員

ありがとうございます。

○西村座長

最初からずっと見続けてきて、やはり、本物を出していったときの反応の仕方というのはあるんだなと感じました。すみません、少し話をとってしまいましたが、今の話というのはこの施策を真に結果を出す上で非常に重要で、意外にも短期間で変化が起こります。方法によっては、1年程度で大きく変わると言う事実は、まさに社会が1年で変わると言う事実と同じで、目の前にある身近な昴学園が1年で変わったということが、かなり大きなヒントとなると思います。

○橋本委員

1つごめんなさい。

○西村座長

どうぞ。

○橋本委員

1年でしか変わりません。徐々に変わることはありえないと思います。変えるときに変えないと変わらないです。

○西村座長

ということですね。これはかなり、重い言葉だと思いますので。ありがとうございました。村上さん、お願いします。

○村上委員

ハローワークとしましては、雇用対策という観点から、創生会議に出席させていただいております。今日もお手元に、ハローワークニュースをお配りさせていただきました。これは毎月ハローワークが作成し、情報提供を行っているものです。各企業が毎月収支決算を行うのと同じく、ハローワークの業務が現状どのように進行しているかを示すため、このような形で毎月ニュースを発行しています。

ハローワーク松阪ではご案内の通り、松阪市と、それから多気郡、大台町を含めた地域を管轄しております。こちらの一番表面のところには、求人倍率というグラフが付けられています。求人倍率とは、一人の求職者に対して、どれだけの求人があるかを示したものであり、ニュースでもよく取り上げられています。このグラフが一番下に配置されており、全国的な部分や三重県内の部分のグラフの点線が緑とオレンジ色で表されています。それに対して、ハローワーク松阪管内の部分は、黄色の線で示されています。したがって、全国の求人倍率や、三重県内の他のハローワークの倍率と比較できます。この地域の求人倍率は、一般的には中程度からやや低い程度です。

令和2年度のことですが、このコロナ禍という状況もあり、松阪のハローワークの求人倍率は0.99倍と、1倍にも満たないという状況がありました。しかし、最近では徐々にそのような求人状況も、求人倍率も回復傾向にあるのではないかという見方ができます。

1枚めくっていただきますと、裏面に求人・求職のバランスシートがあります。それぞれの職種ごとのバランスシートとなりますが、先ほど述べた大台町の場合、観光やサービス業系の需要があるといった状況です。サービス業の場合、求人募集に対して求職者が多いため、濃い紫から青色に変わります。それにより求人倍率もサービス職の場合、3倍を超えるような状況にあります。

先ほど人材づくりって言いましょうか、人口増加プロジェクトの中に、人材づくりというのが、このプロジェクトの中に掲げられているという風に伺いました。いかにして大台町に留まっただけなのか、ということで、地元企業に目を向けていただくというのが一つあると思います。それから、移住っていいましょうか、住所をこちらの方に移してみえる、都市部から移住される方に対して、補助金などが出るという話も聞いたことがあります。しかし、ハローワークで仕事をしていますと、現在東京都や都市部に住んでいても、こちらに遊びに来たときに魅力を感じ、移住を考える方がいらっしやいます。そのような方々からの問い合わせの電話を受けることもありますし、遊びに来たついでに窓口に寄っていただくこともあります。しかし、移住するということは、やはり仕事も考えなければなりません。では、どのような仕事で生活拠点をこちらに移すかとなると、マッチングが難しいという状況もあります。

そういった中で、先ほど申しました実践型地域移行創造事業については、大台町のいいところを引き出して、事業展開しようというようなことも、国の事業として過去にしていた経験

もあると思いますので、その中でいかにして仕事を作るといふか、雇用創出につないでいくかが非常に重要なのかという風に考えています。何もその雇用創出とか雇用創造というのは大台町に限らず、他の市町でもありえることかなと思います。一般的な雇用創出としては、県外の企業を誘致するという手法がこれまでありました。しかし、今の物価の高騰や資源の高騰など、さまざまな要因から企業自体が先行投資しにくい状況が生じており、かつてのような企業の移転は難しいと感じます。加えて、企業を移転させるにはそれなりの場所などの提供も必要となり、その際に大台町らしさをどこに見いだすかが非常に重要になると思います。これらのことを今話を聞きながら感じました。

情報発信というのも積極的にしていただけるようですし、情報発信でも、これだけ情報が出てきますと、その中で本当に何が正しくて何がうそで、うそというとな怒られますが、正しいものと偽物というべきか、その見極める力というのが本当に求められていると思います。かつては口コミが一般的な情報伝達だったのが、今はインターネットで誰でも情報を収集できる時代になりました。小さな子供でもスマホ一つで情報収集ができるような状況になっています。ただ、そうなってくると発信された情報が本当にいろんなところで見られてしまうというので、人の噂も75日とよく言いますが、今では人の噂は75年だという話も聞きます。また、そういった問題は世界で発信されるような状況にもなっています。本当に情報のそういった発信の仕方というのも問われている部分でもあるのかなと感じます。そういった中で、大台町の魅力と言いましょか、魅力発信、仕事作りも含めてなんです、そういったことが今後の地方創生の中で非常に重要になると思います。以上です。

○西村座長

ありがとうございます。この資料、どうでしょうか。求人が増えてきていますね。質はいかがでしょうか？

○村上委員

求人の質の部分についてはですね、そういった賃金的な格差と言いましょか、その部分もかなり。

○西村座長

例えばですが、過去10年間の市町民所得、一人当たりの市町民所得がどれ程増えたかを調査すると、多分大台町では、生産年齢人口で割り戻さなくても、全体で割ってもプラスになると思います。生産年齢人口で割ると、20%以上の伸びになるかと思えます。これは10年間での話です。つまり、これは全体の話なのですが、一人当たりの稼ぐ力や人数は減少していますが、増加の可能性があります。つまり、質の高い人材が増えているのかということなんです。その人たちが、求人に入り込んでいるのかという掘り起こしですね。町ではなく。なお、だいたいこういうのは従来のやり方はずっと町なんですよね、全てね。別件で言うと、

新たに収入を得始めた人たちが、従来のルートを使用していないか、または行政のルートを利用していないかという仮説が立つかもしれません。そうなると、商工会が会員数を増やすという目的が、本当にその地域の働く人たちの環境、条件、実態把握につながっているのか、ということなんですね。だから、会議冒頭の評価検証の前の説明で、「商工会員数が 351 人になります」ということが、確かに増えましたよねと言いますが、この質が上がったのかということと、ここと関係ないところで実はとても面白い雇用が生まれ、勝手に動いていないでしょうか？ということなんですよ。実態を見てみると、この商工会の会員数が増えました。しかし、どのような人たちが増えたのか、またどのような人たちがかえって離れていったのか。それらの人たちが本当の意味でこの地域で収入を得ている人たちと本当にリンクしているのか、という観点から見るのが重要だと考えました。ハローワークのケースでも先ほど述べたように、私が現在関わっている 1 つの事例を挙げるとすれば、浅井農園という所が津市にあり、浅井農園の浅井雄一郎氏が大いに今農業を進めているんですね。彼は特にハローワークに依頼しているわけではありません。でも、たまたま鈴鹿のハローワークに来たベルギー人が「何か仕事ないですか」と言った瞬間に、そのハローワークの方がピンと来たらしいですよ。英語が話せて、国際的な何かができる人、それは農業を全く知らない人でも、この彼ならば浅井農園で働く場が三重県の中にあるのではないかと直接電話が来たらしいですよ。掘り起こして、今は結局そのベルギー人が何をやっているかという、玉城町で行っているキウイ畑の総マネジメントをやっているんですね。彼が今ニュージーランドと浅井農園をつなげて玉城町にキウイの大きな農園を作ったし、次には津市に作るんですよ。こういう風に雇用が生まれたりとか、大きな動きが実は起こっているかもしれない。と考えると大台町の中でも同じようなことが起こっているんじゃないか、という仮説を立てた方がいいと思います。農業の分野なのか、一次産業の分野なのか、観光の分野なのか、これは分かりませんが、実態としては一人当たり GDP、一人当たりの町民所得は少なくとも過去の 10 年で 20% 平均で伸びている可能性があり、それは仕事を続けている人にとって大きな意味を持っています。だから、そういう意味で質を見ていく、実態の質をしっかりと本当に深く理解していく。把握しながら全体図を捉えるという作業をしなければ、単に数値だけを見ているだけだと、何が必要なのか分からない、という状況が生まれてしまいます。それが、私が少し気になったポイントです。

ちょっとこれも少々批判的に聞こえるかもしれませんが、結局この KPI を立てながら町を変えていく、最終的には、町民の皆様が幸せになるということが行政の最大の目的となりますよね。誰のための仕事なのかと考えたときに、町が良くなるということに本当につながっているのか、そしてそれに説得力を持って取り組んでいるのかということが大切だと感じています。目標設定や素晴らしい取組はとても賛成できますが、全体的にはその取り組み方が何となく把握しきれていないと感じ、最大の効果が得られていないように思われます。すみません、だんだんちょっと口調がきつくなってきました。大変申し訳ないですがそう思いました。はい、それでは竹岡さんいかがでしたか？

○竹岡委員

はい、この7月から、百五銀行の三瀬谷支店へ赴任してきまして、今日初めて参加させていただきました。素晴らしいことをされているなど感じていました。地方創生とは、何年も前から存在する言葉だと思っています。今日の資料を事前にいただいて、その話を聞いていく中で、一言で言えば、この地方創生の目的とは何でしょうか？恐らく、資料を見ていると、人口の維持、減少を食い止めるためにさまざまなことを行う、ということなのではないでしょうか。その辺で皆様のご意見があれば、お聞きしたいです。また、森林資源の活用という言葉があちこちに出てきますが、これはこの大台町のために活用すると考えるべきなのか、それとも、森林資源を他の県や海外などに販売し、大台町の経済規模を上げていくのでしょうか。言うならば、たぶん全部をやらなくてはならないと思いますが、以前から先生の話も出てきましたが、目指す地点のイメージが、私が勉強不足のせいかもしれませんが、なかなか掴めません。ただ、一つ一つ行っていることは、非常に素晴らしいし、なるほどと思える内容でしたので、続けていくべきだとは思いますが、ただ、一つ一つが、本当につながっているかという疑問があります。さっきの商工会員数の話が先生からもあった通り、私は銀行という立場から言わせていただくと、会員数が351名でこれは過去に比べて減っていない、増えているという、基準も大切だとは思いますが、しかし、その会員数の351名の企業の売上や、そこで働く方々の収入などはどうなっているのでしょうか？もし、そこが悪化しているのであれば、会員数を把握し、達成したというだけでは、あまり意義がないのではないかと感じています。もう少し詳細を明らかにしていくと、より具体的な改善策が見えてくるのではないのでしょうか。

申し訳ありません、初めての参加で、生意気なことを言いましたが、私の印象的な部分を含めてお話させていただきました。以上です。

○西村座長

ありがとうございます。言いにくいことも含めておっしゃっていただいたというのありがたいです。2巡目には、前向きにどうしたらよいかということのを少しアドバイスいただきたいので、皆様のご意見を頂戴した後、町の担当者の方のご意見もいただきたいと思えます。困っていることもあると思えますので、その際に再度ご発言いただければと思います。そういった形の言い方でどうでしょうか。

清水さんいかがでしょうか？

○清水委員

よろしくお願ひします。今日はいろいろご説明いただきありがとうございました。私が言いたかったことをたくさんメモしたのですが、ほとんどはこれまでの委員さんや座長がおっしゃってくださったことばかりでした。私の言いたいことをいくつか持ってきたのです

が。少々生意気な言い方になってしまい申し訳ありませんが、そもそも前提として大台町の地方創生会議は、まち・ひと・しごと創生総合戦略を評価するということですよね。基本的には町や町の事業、あるいは町がグリップした事業について評価する、という趣旨なのですよ？そのような事業ですよ？今回の会議というのは。ですので、これが、ご説明していただいた資料は全部町がグリップしている事業ですか？全部そうなのでしょうか？

○西尾副町長

そうです。

○清水委員

例えば、不妊治療の経済的負担を軽減するというのは町独自で行われているのですか？

○尾上町民福祉課長

上乘せしています。

○清水委員

例えばこのドッグイベントとか、フォレストピア、大台町観光協会がバイクを導入された際、これらは全て仕様書などに記載されておりますか？恐らく、そうではないと思います。

○上瀬産業課長

ドッグイベントや自転車に関連した事業については、指定管理者等による事業です。

○清水委員

その指定管理者の方々とか、このバイクの導入や、YouTube の制作などは、その方々が自主的に取り組んだことが含まれているのですか？全てグリップされているものなのですか？それはおそらくそうではないと思うのですが。それが悪いとは思っていません。ただ、全体像が少し理解しにくいと感じています。西村座長が先ほどからおっしゃっている中で、どれが町単体で行っているのか、どのような形で行っているのか、また、どれが町が独自で行い、どれが町が仕様書などで指定して行っているのかという部分が、理解しづらいと感じています。それに、しっかりそれを把握することで見えてくることにより、これならこうできるはずだと思ったり、もしかしたらこのように見えるかもしれないと感ずることが正直な感想です。

私も全く同じことを思いましたが、商工会員数が多ければ良い、金銭が大きければ良いという考え方は必ずしも適切ではないと思います。必要なのは、頑張っているところに対して行政が積極的に後押しをすることではないでしょうか。一方で、頑張っていないところが、ただ会員数を維持するためだけに大量の税金を使用するのは、あまり意義がないと思います。

この辺の見極めが大切だと思います。額が大きいからと言って優れているわけではなく、お金をたくさん出せ、というのではなく、頑張っているところ、成長しているところに投資するのが良いのではないのでしょうか。

後は教えていただけますか、この空き家などを活用したこの5社や8社といった記述ですが、これって累計はいつからのものなののでしょうか？

○事務局（宮本）

2年度から始まった事業なので、その前の令和元年度になりますね。

○清水委員

これって、辞めている会社ありませんか？全部続いていますか？

○事務局（宮本）

はい。続いています。

○清水委員

すべて続いていますか？続いているならそれは良いと思います。ただ、私は多くの行政について取材をしてきた経験から、初期コストを払い、その後はランニングコストを都度お願いするというケースが行政の場合には多いと感じています。これはどのような事業においてもそうです。それ自体が悪いとは思っていませんが、補助金を利用したランニングコストダウンの事業が継続するとは思えません。それが悪いとは思っていないのですが、お金だけではなく、継続しやすい環境や仕組みの提供が非常に重要ではないかと思います。指標として、開業数が増え累計が増えていくことは満足できる事象ではありますが、それ以上に継続が重要ということを感じています。

恐れ入りますが、最後に「さんあ〜る」というアプリ、これは面白いと思いますが、皆様や西村先生が言われたように、ちょっと利用者が少ないというのが課題だと感じます。また、さきほど野田委員がおっしゃったように、今知ったという方もいらっしゃったんですね。例えばですけど、他にも大台町の無料アプリがあるかと思いますが、他のアプリとしっかりリンクさせるという取組は如何でしょうか。例えばですけど、現在、美村PAYといったものもございまして、そちらとのリンクというのも一つの方法です。また、誰かがルール通りに、ゴミ捨てをしたらポイントがもらえるという施策なども考えられます。他のアプリとの共通化や、他のアプリから簡単にリンクできるような取組も視野に入れてみてはいかがでしょうか。

恐れ入ります、長々と生意気なことを述べてしまいました。

○西本企画課長

ありがとうございました。

○西村座長

ありがとうございます。最初の方のご指摘にありました、町民の皆さんが自ら動くということを引き出していくという役割を町が担います。それによって出てきた結果というものは十分に評価してもらってもよいと思いますが、そういう結果を生み出す政策の取り方と、また、一方で予算をつけながら行政主導的に委託事業にするのか、もしくは自ら動くように促すのか、その設計図を描きながら町が動かしていくという姿勢があります。住民の皆さんが自ら動いていただくように町が働きかけることと、町が主導しながら住民を巻き込んでくるというやり方、これら大きな流れが2通りあると思います。

もともと結構過去には後者でした。町が主導して予算を付けて、予算で動かしていく。予算をつけたから後は何とかなるだろうという風に投げていた時代もありましたが、それがうまくグリップしなくなるという状況です。それをうまくグリップさせるためには、やはり自ら動くことが大切です。現場というか、日々動いている人たちがもうインフラも整っているし、何でも使えるようになってきています。あとはその人たちが何かをやるという一歩、何かをやるという環境が足りないところをサポートいただければ動き出すということです。だから、自ら動ける人たちを動かしていくという施策が、施策の取り方としては現在の行政にとっては有効な手段ではないかと考えています。

だから、そういった仕分けをしっかりと行くと、この中に混在していること自体が、もしかしたらどちらか、昔のやり方という表現は不適切かもしれませんが、施策を活かすやり方としての、反映の仕方がもしかしたら、うまくいかない可能性があるのではないかというのが、先程の清水さんのご指摘の中に含まれているのかなと思います。それについて、少々割り込ませていただきました。

今回の進行について私が切り口から発言したことで、委員の皆さん全員について、ちょっと町の方々に対して批判的に聞こえたかもしれません。その場合、大変申し訳ありません。基本的には、施策はしっかりと考えられ、実行されています。そしてその結果を既に出し始めています。しかし、より効果的にこの施策を進め、最終的な目標である大台町の向上につながるためには、ここにいる委員各位のご意見をいただきたいと思っています。ここまで一気に話しましたが、皆さんの意見はいかがでしょうか？町の方々は、何か困っていることや、特定の方法を推進してほしいという意見などがあれば、お伺いしたいと思っています。副町長に聞くべきか、課長に聞くべきか、企画課長に聞くべきか、不明ですが。

○西本企画課長

町では、デジタル化に向けて今現在取り組んでいまして、ご指摘にあったように美村 PAY なり、トラベル系なり、共通のポータルサイトを作成しています。そこに業者の方々を巻き込んで、町の活性化に努めているところではございます。その中で、町の商工業者の方々に

美村 PAY やトラベル系などを発信し、現在その人たちから発信して使えるような仕組みにはなりました。しかしながら現状では、それらが十分に活かされていないという問題があります。それについては、美村 PAY を使うメリットがわからないという疑問があるのかもしれませんが、現状では単に現金がそれに置き換わっただけのような運用状況です。その点をもう少し詳しく説明し、その利用の利点や特典をより明確にし、商工業者の皆様に対して再度 PR しようと考えております。しかし、現状ではまだうまく運用しきれていないというのが現実です。デジタル化についてお話させていただいたのですが、適切な意思疎通がなかなかできていないと感じています。そのポータルサイトの中では、お店がポイントを伝えるために、例えば広告を打つなど、ホームページを充実させるなどさまざまな方法があると思います。そのポータルサイトで自分のお店をクリックしたら、「月曜日はこの店でこんなものがサービスされてますよ」という情報も発信できるようなサイトにしています。しかし、その利点を伝えるのがうまくいっていないか、またはうまく活用されていないというのが現状です。その点についても伝えていきたいのですが、なかなかうまく伝えることができていないのが現実です。

○西村座長

あの、いきなり美村 PAY とか言われてもですね、配布された資料の中には何もなかったもので。結局、さまざまな施策を立てるものの、それが事業者適切に伝わらず、適用されないというのが共通の問題点かと思います。また、「美村 PAY」や「ポータルサイト」の具体的な内容が分からなかったのも、もし補足情報があれば教えていただけますでしょうか。

○西本企画課長

すみません。一番主流なのが、PayPay などのキャッシュレスサービスです。それを地域の 5 町で作っていますが、明和、多気、大台、度会、紀北でスーパーシティ構想として、そこで作成しました。その中で、共通で使用できるキャッシュレスサービスとして、美村 PAY というものを作成しております。昨年 2 月から事業を開始しましたが、全体で、町で使用できる店は 100 店舗ほどでしょうか。その導入の際に決済額 1 万円に対して 2 千円のポイントサービスを提供させていただきましたが、なかなか浸透しきれていないというのが、現状でございます。

それからもう一つ、地域ポータルサイトというのがございます。それは、各町の催し物やイベントなどを発信するサイトとなっております。各町から、例えば大台町で言えば、8 月の 15 日に夏祭りが開催されますよ、とか、明和町の斎宮祭りが開催されます、といった情報を伝えるサイトとなります。

もう一つあるのが、観光ポータルサイトというものがございます。それは VISION を核として、VISION へ来たお客様が 5 つの町を周遊するのに、どこへ行ったらいいかわからないというところを、VISION を検索したら、その VISION の、5 町で作成しているポータルサイトへ案内し、その何%の方がこの近隣町を周遊したらいいというような思いで作成

しているところなのです。それを伝える、観光を目的としたサイトになっております。

○西村座長

分かりました。美村 PAY というのは、地域通貨ですよね。5つの町で使えて、入口としては VISION へ来た人たちができれば横に流れてきてほしいと。

○西本企画課長

その通りです。

○西村座長

その時に、このような地域を見たときに、この場所にはこんな特典があるというのが記載されているので、それが誘因ですよね。

一つ目はおそらく美村 PAY 自体がまず知名度が低いから、このポータルサイトにどのように紹介するかということ。もう一点はその中の地域通貨に対しての換金性、このお金はどのように換金するのですか？

○西本企画課長

お金は三十三銀行が入っていて、そこへチャージする形ですね。

○西村座長

自分がお金を入れて、チャージする形ですね。そのチャージしたときに何か%つくんですか？プラス5%、20%とか。

○西本企画課長

導入のときに1万円に対して、20%が付きます。

○西村座長

そうですね、20%引きのような形になるんですね。結果的にはね。

○西本企画課長

それではなかなか固定してくれないもので、今その1%なり、2%なり、決済額につけようかという案も考えています。

○西村座長

だから、結局割引に使える特典があれば、これに加入すれば、この町を訪れた際には便利だというわけですよね。それが地域通貨です。でも、そのためには一度換金して、チャージし

て、自分のお金をどこかの、例えば三十三銀行に預けておく必要があります。預けたお金が長期間放置されることになるかもしれませんが、訪れたときに、利用時に何%割引になるという特典があるので、どのような人が利用するのか想像してしまいますよね。それは、観光客がわざわざ10万円を入金して、VISIONで利用して、余った分でこちらに来ます。VISIONでも使えるのですか？

○西本企画課長

そうです。

○西村座長

VISIONで使い、こちらに来て使用する、という流れですので、観光客はまず観光のために何らかの予算を使い、それが20%割引になるよう利用する、という手順が一つありますね。

○西本企画課長

そうですね。

○西村座長

もう1点は、この地域の人は使わないのかな？

○西本企画課長

使えます。

○西村座長

それでは、この美村PAYをどれくらいの人たちがこの5町で使っているのでしょうか？割合としてです。ベースが定まれば、お金の流れが変わるから、町の中での資産や地域内流通などが活性化されるようになるはずですよ。地域内通貨にはその強みがあるのです。その流れを助長するために、毎日や毎週、定期的に町が地域振興券を出すなどの取組が必要なのです。それによって、町の中の産業活性化や商業活性化につながるわけです。だからこそ、町の中での使い方を増やしていくことが重要なのです。それでベースが上昇してきたら、かなり資金が増えて、売り上げが出てくるから、VISIONから流れてきたものはプラスアルファという感覚になりますね。どちらを主に置くかは問題です。現在の感覚では、どこに主眼を置くべきか理解できないし、ポータルサイトをどのような人々に伝達すべきかも分からないし、結局「作りました！」で終わってしまっていますよね。と、思うので、先ほどからの竹岡さんと清水さんと同じように、これは何を指してやっているのだろうという疑問がありますね。そこがよく見えなかったのです。私の一つの考え方としては、単純に地域通貨として、この5町の中の人々が買い物するときに町が2%程度の割引券を全て提供するという方

法にすれば、地域内での消費や購入を常に増加させることができ、まずは定着させることが可能だと思います。

○西尾副町長

大台町では西本課長たちが担当として活動し、全体としては多気町中心に活動しているところです。仕組みや枠組みは既に出来上がっています。しかし、各町それぞれが独自のポイントを付与するようなシステムを現在構築している段階です。構築のスピード感はとても遅いのが現状で、このような仕組みが存在することや、大台町にはさまざまな魅力が存在することを示すための情報発信は弱いという課題があります。誰も知らないのが現状です。たとえば私は1月1日に副町長に就任させていただきましたが、就任した際に「柚子の町おおい」と聞きました。しかし、「大台町って柚子だったの？」という驚きがありました。また、宮川物産という第三セクターがありまして、とても良い商品を作っているのですが、やっぱり発信力が弱いという現状があります。これは、宮川物産の職員も同様に認識しています。ただ、その情報を多くの方々に伝えるためには、関係各所との連携が必要と考えております。例えば、観光協会と連携したり、フォレストピアと連携したりすることで、より広範囲にそれを発信することが必要と感じております。

○西村座長

だんだんと共通点が見えてきますね。全ての施策の進行方法の中で、行っていることを知らせることに対してやはり弱いのです。これは前からずっとそうですよ。どこの町もそうやって苦労していますよ。しかし、成功した事例という失礼な表現かもしれませんが、昴学園はガラッと変えました。ということですね。使える場所をきちんと活用すれば、変わる可能性があるかもしれませんね。すみません、いろいろと話しましたね。という投げかけがあったんですが、竹岡さん、いかがでしょうか？

○竹岡委員

そうですね。個別の企業については具体的には言えないのですが、先ほどの第三セクターは銀行でも、日本全国でビジネスマッチングのようなものを行ってしまっていて、今回は東京でフードセクションというものを開催します。商工会を經由して参加企業に声をかけており、去年は参加していただいて実際に販売が上がったという報告も受けています。募集についても、私たちはお客様に積極的に情報を提供しています。ですので、さきほど申し上げましたが、資源を活用するということは、当然、大台町内で活用することや、観光で呼び寄せること、お越しいただいた方への販売も含まれると思います。さらに全国に向けて発信することもわれわれの使命としておりますので、そのようなお手伝いをさせていただきます。先程、すべてを申し上げきれませんでしたので、それらの話題につながるとお考えください。よろしければ詳細をお伺いします。

○西村座長

銀行がお持ちのネットワークを活用させていただく。当然、マスコミがお持ちの発信力も活用させていただく等々、この参加者の皆様には協力いただけたと思います。その際にどのように協力すれば良いかという点が明確であれば、より業務がスムーズに進行するでしょう。先ほどの課題について、さまざまな施策を打つことは可能ですが、誰を対象にして、どのような結果を期待するのかが明確でなければ、どのような形で、どのような要素を結びつけるべきかも不明確となります。だから一般論と一般論の交流になってくると、結果的に各論のその目的のものに対しては答えが出ないということに大抵なるんです。また戻るのですが、例えば昴学園さんのところの全国への発信は、もしかしたら、魅力化プラットフォームなどで発信されたのでしょうか？

○橋本委員

それだけではなく、生徒一人一人が。

○西村座長

生徒一人一人が発信していくっていうコンテンツが。

○橋本委員

プラス大台町の魅力化事業がありますので、それとミックスしての効果も。

○西村座長

そうですね。365 留学ですよね。そして、最初の頃は 365 留学がうまくいかなかったんですよ。1 年目、2 年目は確か、0 だったですよね。2 年目ぐらいにちょっと出てきて、そして、ガラッと変わったのはたぶん 3 年目くらいですかね。3 年目というのは魅力化が始まってからになると思います。たぶん先生がおっしゃっているように、コンテンツの内容が良かったのかどうかは別としても、発信の中に少し言い方は悪いですがバイアスがあったということですよ。先生の解釈で伝えていったことから、本当の魅力が、昴学園に来たいという生徒に伝わらなかった可能性があるということですよ。しかし、来たいと思う生徒たちに対して、生徒の感覚で生の声を伝えていったら、生徒たちが集まってきました。そして、尚且つその子たちがまたこの場所で元気でやっているってことですよ。つまり、間違っていないかという証明ではないでしょうか。そこが非常に重要なのです。この進行中の施策の中で、何を達成したいのかと言ったときに少々厳しい言い方をすると、町が関与することによって、この良いものが伝わらないという問題につながっていないでしょうか？ という視点も含めて考慮に入れると、伝えたい側の人たちからの意見を参考にこの施策を進めていく上で、どのような形で伝えるべきか、またはどのようなものを示すべきかということが、

恐らくもっと明確になるかなと思いました。どういう人たちに伝えたいのかということが分かれば、おそらく百五銀行、中日新聞のようなネットワークを活用するのも一つの選択だろうし、また、当事者として、例えば野田さんがこの町で空き家を探そうと思っている時に、本当にこういう空き家を欲しがるとか。また、事業を起こすと云ったときに、ちょっとこれも気になったのは、クラフトマンで本当にプロフェッショナルな人たち、どこでも働ける人たちをここに呼び寄せるのも、すごく良い政策だと思う。しかし、町へ移住してくる人たちの中には、フルタイムの仕事ができない人もいます。例えばハローワークに行って仕事を探し、フルタイムで働くことができるからここに来た、という敷居が高い方法が、本当に移住者から求められているのでしょうか？これは、那須塩原市のケースなのですが、本来は、初めの一步は少しから始めたい。スモールスタートから取り組みたい。しかし、いきなりトップレベルから始めなければ、起業ができません。フルタイムの働く場所しかありません。このような空き家しかありません。となると、その人たちにとっては、全てが整わないと、何かから始めたいものに対して、オーバースペックとなり躊躇します。だからこそ、移住したけれど、働いていないとか、移住はしてきたけれど、町に関わられていないというケースがあるのです。と、すると、どういう形であれ、ここに関わる人たちにとって、もしかしたら入口のところのステップのようなものを設けるだけで、この施策は有効に機能するのではないかと思います。クラフトマン養成所みたいなところに通いながら、何かステップアップできる環境が必要なのではないでしょうか。この提案は強制ではなく、そういう事例が那須塩原市の中で市民の声や移住者の意見を元に考えられたものです。例えば、野田さんたちや多くの移住者の方々の本音を聞いた結果、この施策をうまく活用する方法を模索することが必要ではないかと思ったのです。こういう発想っていうのはダメですかね、野田さん？

○野田委員

先生に「ダメですかね？」って言われて、ダメですとは言えないですよ。

○西村座長

ダメでいいんですよ。ダメでいいんですよ。

○野田委員

私も大台町に来てもう10年になります。10年前、素晴らしい家を見つけて、夫の林業の仕事も見つかったので、ここなら安心して暮らせると思いました。今は自身の会社の仕事に専念しており、観光施策や人々を呼び寄せるアイデアについてよく考えていますが、そういえば10年前って、どんなところで暮らせば自分が豊かなライフスタイルで生きていけるのかなっていうのをすごく考えていたなと思います。何か、移住者に関する情報が集まるようなコミュニティが存在しますが、私も移住して5年くらいは「あそこに誰々がいるよ」「あそ

ここに誰々が新しく来たよ」といった情報が集まっていました。しかし、最近は全く情報が入らないのです。最近は如何でしょうか？移住者は増えている感じでしょうか？大台町の観点からお話しただけだと思います。申し訳ありません、なんとなくの感覚的な質問で。

○西尾副町長

空き家を活用されてこちらに移住されているという感じで、全くゼロではなくて、急激に伸びていると言えそうではないですが、一定数の移住はあると思います。

○事務局（宮本）

企画課としましては、空き家バンクを利用されての移住者の数を把握しています。そうですね、先ほど副町長が発言しましたように、年平均で11件ぐらいの空き家が解消していますので、空き家を利用して移住される方は、十何人、十何件は毎年みえます。

○野田委員

空き家バンクを利用した方以外の数値は把握していませんか。

○事務局（宮本）

把握していません。

○野田委員

なるほど、理解しました。私もですね、アウトドアの仕事をさせていただいていると、やはり夏は特に繁忙期になります。これは、おそらくこの地域の観光業、サービス業も同様だと思います。ほとんどがそうだと思うのですが、やはり夏は人手が不足します。そこで、私たちは例えば半年間は大台町に滞在してもらい、残りの半年間は長崎で別の仕事を担当してもらうようなガイドの方々もいらっしゃいます。でも、やはり彼女としては三重県内に同じ仕事があったら、例えばうちで1年間雇用できるような体制があったら、三重県に住みたいという風に考えている子でもあります。私も何か冬の仕事をという強い思いがあるのですが、なかなか難しいと感じる部分も現実でありまして、やはり、本当に人手不足の問題はこれからも絶対的に出てくるだろうと思ったときに、一社だけで雇用するという仕組みではなく、半分はVerdeで、例えば半分は違うサービス業など、組み合わせたような働き方も可能であれば、移住ですとか、こういうエリアに定住してくれる方が、少しずつ増える可能性もあるのではないかと考えています。現在、自分が抱えている課題としては、人材育成と、特に雇用の部分について、どのように改善すればよいかと頭を悩ませています。これは、事業を運営する身としてだけでなく、来られる方も同様に考えているのかなど思ったりしています。

○西村座長

そうですね、その、なんとなくの固定観念を、さきほど言ったステップアップというのはそれに近いですが、これまでの日本的な考え方だと、どこかの場所で一つの会社で働き続けるという感覚がありました。しかし、野田さんのところに限らず、二拠点で生活する人たちも増えてきておりますし、場所についても自分の働き方をベースに選んで移る人も多いですね。だから、何となくこの施策全体の中の、こういう場所に来る人たちはどのような人なんだろう、どのような人がターゲットなんだろう、という広さの設定が、もしかしたら時代の流れのもの凄い変化なんですよ。1年、2年、この5年ぐらいで、特にコロナの影響で大きく変わったということですね。それから、複数の仕事をもちながら、その場所に住み続けるという、これは、実は50年前、もう少し前、この田舎ではみんなそうだったんですね。畑、田んぼを耕し、冬は何か違うことをして、一年をかけて収入を得ながら、子育てをしていくのが当たり前だった。それがいつの間にか給与所得社会になってしまい、一年を通してどこかの会社で働く、役場で働くというのが、当たり前になってしまった。しかし、それではなく、もう一段次のステージ、もっと豊かな時代で、自分の能力を発揮しながら、どこでも生きられるという時代が来ているという社会を想像した時に、それならばそのような働き方をする人々がこの大台町を選んでくれるということに、何の魅力を出すのだろうかと考えたら、逆のことを言うと、どこにでも住めるということは、もう行政とは関係ないかもしれないということになる。少し極端なことを言います。農業を行っている人たちが今一番困っていることは、土地をまとめることなのですよ。しかし、土地をまとめるという作業に対して積極的ではなかった場合、もういいや、他の町に行くという感じの行動をとり始めているようです。だから、行政が、今まで、住民は行政を選べないと思っていたのかもしれませんが、しかし、逆になる可能性があるということなのですね。そういう意味で言うと、この町が持つ特徴を明確に打ち出すということ、競争をしなさいというわけではありませんが、一段と重要性を増してくるかもしれません。つまり、そうした町づくりが行えるかどうか、次第に行政側に求められるようになってくるのではないのでしょうか。それが、私の感じていることです。

すみません、野田さんの話は、とても良かったのですが、僕がちょっと濁してしまったかもしれません。しかし、現状を把握してみると、「そういう事情が存在するのか」という認識が、今の野田さんのお話からも伺えます。それが示すのは、まだ町がきちんと認識していない多くの移住者が存在する可能性があるということです。その人たちの声を聞いてみると、真の意味での施策として、税金を使って行うべきことは、こういった問題に対する関与の仕方であり、その対応の精度を上げていくことが可能なのではないかと考えます。失礼ながら、少し深く掘り下げてみました。

橋本先生、今までの議論を聞きながら、何か追加でご意見あればお願いします。

○橋本委員

ここに来て2年目になりますが、大台町での校長職は非常に楽しく、また、非常にやりやすいです。ですので、大台町の皆様に本当に感謝しています。何がと言いますと、もう大台町は、その競う、競って何かするというよりも、一緒にいろんなことを考えて、発信していく、そのためにうちの高校生を使ってもらったらと思っています。Verdeさんにも言いましたが、何ができるか分からないですよ。無責任な発言をするのは適切ではありませんが、生徒を活用してください。アルバイトでも。今年からわれわれの学校では土日にアルバイトを許可しましたので、積極的に活用していただきたいと考えております。先ほどの自転車のエコパークの体験モデルの件で、高校生に何ができるかという問いを、ずっと課題としていただいているので、早速生徒会の方に、少し考えてもらうよう話を投げかけてあります。それ故、何らかの形で返ってくると思います。当校では例えば、90分授業を設けており、寮生活のため通学時間はございません。なので、放課後の時間は非常に多く用意しています。この時間をどう活用するかということが、当校の大きなメリットだと言えます。その為、短期的なインターンシップではなく、定期的にこちらの役場へ呼んであげてください。高校生を。いわゆるクラブの創設を考えているところです。名前は非常に重要ですので、外に響きの良い名前を改めて考え、大台町をどのように活性化できるかを模索する、そんなクラブの設立が面白いと思っています。以前勤めていた学校よりも、こちらの方が動きやすいです。かなり。フットワークもいいし、身動きもとりやすいですね。そういう意味では、とても楽しめると思います。だから、大台町役場にも生徒を使っていただきたいと考えていますので、よろしくをお願いします。

○西村座長

したたかにやるとしたら、そのようなことを行っていれば必ず中日新聞が注目しますよ。そして、積極的にニュースを取り上げますよ。

○橋本委員

いやあ、ちょうどね、僕、あの多気にある何とかレストランにもいたんですよ。その時の教育主任ですね、テレビにもなんか嫌な役で出ていましたけど、僕ではないですけどね。あの時も思ったんですが、結局料理を作っているだけなんですよ。でもあんなに評価されるわけですよ。なぜなのか？というのは、個人的に思っています。どう発信していくか、何がいいのか、誰を対象にするか、これさえ押さえれば、何とかなるんじゃないかと思います。先日、警察署と連携させていただいて、中日新聞からも取材を受けました。その際、夕刊三重に掲載された記事が大変よかったです。生徒がどのような言葉を伝えれば良いのかと一緒に考えました。これは本当に考えたんですよ。放課後に残って、図書館で相談するほどでした。そこで、自転車のヘルメットを私たちが着用すべきかどうかという話もしながら行いました。しかし、中身は外から見たら大したことないように見えるのですが、夕刊三重では結構、私もいろいろと話をしている、それが高校生の良さであるという話に非常になりま

した。ですから、あのよう記事を書いていただくと感謝しますし、生徒が考えていることは、それほど大したことではないかもしれませんが、ぜひ彼らにもそのような経験をさせてあげたいと思っています。昨年、議会の皆さんに、新しい提案をさせていただきました。議員の皆さんの前での発表でした。そして、多くの難題もあるかもしれませんが、そういった単純なことでも構いませんし、「大台探究」という教科を学校で設定し始めました。その中でも、さまざまな情報を発信していきたいと考えていますので、どこかで話を聞いていただければ幸いです。本当に些細なことでも構いませんので、何か実現してほしいと思っています。それにより、生徒に自信がつくことでしょう。その際は、再び中日新聞の皆様をお願いすることになると思います。すみません、少々話がそれました。

○西村座長

いやいや、何か、せっかくですから、何かね、大台町企画クラブのようなものを作って、それに入れていただいて、このように限られた施策について高校生と一緒に考えてみるというのは如何でしょうか。全てを採用する必要はありませんが、逆に言えば、吟味して使えるか使えないかを検討し、使えるものをピックアップしていくという姿勢でいいのではないのでしょうか。もし高校生だけで心配であれば、例えば町民の皆さんに集まっていただき、その案を高校生が考えプレゼンテーションすることで反応を見ると良い。それは同時に高校生を育成することにもなる。なぜ高校生を育成したいのかというと、昴学園は半分近くが県外出身だったのではないのでしょうか。つまり、完璧な関係人口を形成できるということです。彼ら、彼女たちが戻っても大台町で学んだという、大台町での経験を語り始めますよ。少なくとも、さっきの親御さんが昴学園に来たときにはフォレストピアに泊ってもらおうというのは、これは非常に良いことで、こんな宣伝効果のあるものはないんですよ。だから、町民になってもらうという働き方ができるというのは、昴学園が全寮制であることと、県外から来ることを最大限活用すれば、以前はそれがうまくできていなかったのですよね。しかし、この形が1年で出来上がったということは、どんどん使っていくべきだと思います。高校生が変わるだけでなく、高校生に巻き込まれて町民も変わっていくことができるはずなので、ぜひともそういう動きになっていけばいいと思います。

○橋本委員

大変お褒めいただきありがたいのですが、しかし、本当に日々、来年どうなるかを考えて活動しています。何か活動しないと絶対に今を維持できないと思い、とにかく積極的に活動しています。その際には、改めてよろしくお願い申し上げます。

○西村座長

すみません、なんか誘導ばかりしてしまいまして。他にご意見どうでしょうか？

○清水委員

少し聞きたいことがあります。

○西村座長

では、清水さん。

○清水委員

橋本先生に伺います。発信する側として伺いたいのですが、今回はこの一年間で先生が「この学校はいい」と薦めるのではなく、生徒さんが「この学校はいい」と発信したことが、非常に良かったのではないかと思います。お店でもそうだと思いますが、このご飯が美味しいと店員が言うのと、実際に食べた人が言うのとでは違うじゃないですか。具体的にどのような方法で情報発信をしているのですか。単に、生徒さんに情報発信をお願いしているのか、あるいはプラットフォームを設けて情報発信をお願いしているのか。

○橋本委員

具体的には何もしていません。生徒に対して言っているのは「本物に触れなさい」ということです。面白かったら、「面白い」と言います。

○清水委員

例えば県外の方に対して、生徒さんはどのようにして発信していくのですか？

○橋本委員

たぶん、スマートフォンで自分の SNS とかで発信しています。それがヒットするんですね。私は全く想定外でした。今年入学した 1 年生の中に、徳島出身の子がいます。どうして徳島から当校に来たの？と、少々失礼な質問をした時に、インターネットで検索していったら去年当校を卒業した生徒とつながったからとのことでした。中学校時代は、良いか悪いかは分からないですが、中学校時代には嫌なことが多く、面白くありませんでした。しかし、ここに来てからは自分の好きなことをする自由があり、大台町の写真を撮ったり、四季の写真を撮って載せるといったことをしていました。

○清水委員

具体的にはどのようなツールを使っていますか？例えばインスタグラムとかですか？

○橋本委員

ごめんなさい、あまり詳しく知りません。おそらくですが、当校のホームページではインスタグラムを利用しているため、インスタグラムでの発信が多いと思われそうですが、それまで調

べていません。細かすぎる指示は出さず自身で考えるようにしています。そして、キーワードは「本物をきちんと伝える」です。

○清水委員

ありがとうございます。

○西本企画課長

昴学園ではこういうホームページを作っていて、「昴へ留学！」とか、「見つけよう！君だけの輝きを」と載せていたりとか、生徒の情報を載せたりとか、こういった SNS の発信もしています。

○清水委員

すごいと思うのは、昴学園のホームページを見に行ったら、そういうのが出るところだと思います。

○橋本委員

そこまですごいというわけではありません。何か違う言葉からこうつながっているのです。

○清水委員

それがすごいと思います。

○西村座長

ネットワークとはそういうものです。同じような境遇にある子たちがつながっているのです。だからこそ共感するのですね。本物という言葉は非常に良くて、結果的に子どもたちの方が見極めていきます。感覚的にです。それを侮ってはいけません。この子たちを引きつけようとして作ったものは全て見透かされると思った方が良いでしょう。そういう意味で言えば、今のような発信、あるがままのものを、あるがままに感じ取っている子達が発信するのは、同じような境遇にある子達に非常に響いてくるので、その広がり方は尋常ではないです。これまでの口コミとは全く違います。それは一定の流れが存在するからで、その流れから逸れてしまうと先生が恐れるように、次に全く来なくなる可能性があります。しかしそれは確実に蓄積されていくものであり、だからこそコンテンツ、あるいはこの場所での過ごし方が、常に良くなると言えるかもしれません。そのためには、要するに真剣に接してあげることが一番だと思います。

○橋本委員

先生方には、「本気で取り組んでください。この生徒たちはできないからここまでだ、と勝手に決めないでください。」という趣旨の話を、4月にお伝えしました。もう一つだけお伝えたいことがあります。これは特にマスコミの皆さんに強く申し上げたいのですが、野球色にしないでください。何かの特化しすぎると、その担当がいなくなった途端に全てが終わりになります。多くのそうした学校を見てきたので、持続可能な学校にしたいのです。野球色に偏らないよう、マスコミの皆さんを中心に、よろしくご理解、ご協力をお願い申し上げます。

○清水委員

現在、発信の仕方というのは、非常に示唆に富んでいると感じています。つまりその、当事者によくある、現在インフルエンサーなどに裏でお金を払っているという問題が一部で露呈しました。それが良いかどうかは別として、このようなことは非常に重要です。

○西村座長

でも、入口と到達点は分けて考えた方がいいかもしれませんね。到達点というのは、このコンテンツが本物でなければいけない、それが伝わってきますから。だから、入口のところはいろんなルートがあって入ってくるにしても、本当の意味で大台町のようなところを引っ掛けてくる人は、たぶん感覚的にそれをよく掴む人たちです。それが来てみたら違ったということで、非常にマイナスになるパターンもあります。だからこそ、この地域のこの取組に関しては、行政の皆さんは今やろうとしていることを徹底的にやれば良いと思います。でも、その発信に関しては、中途半端な発信よりも、こちらをしっかりと作っていけば、今、おっしゃっていたような本物を伝えているような、何かそのようなもので、ターゲットは、こういうところを一番好きになりそうな人たち、その人たちにどうやって響かせるのだろう考えると、野田さんや移住者の人たちからの発信や、高校生たちの発信を普通にやってもらうだけでいいのかもしれません。その中での千三つのように千人に三人ぐらいが大台町に来るかもしれません。その千人に三人が「ここだ」と思うところを作るのが、行政が今取り組んでいるこの施策で町を盛り上げることだと思います。ここで響かなければダメであり、そういう全体像を見ながら、このような施策はどのように効果を発揮しているのか、ということを考えなければならないということが、非常に重要だと思います。そう考えると、ここにいらっしゃるメンバーの皆さんには、今日は私の勝手な方法でこのような形にしてしまい、申し訳ありません。しかしながら、皆さんそれぞれが大台町にいらっしゃいます。ですからその方々をうまく活用し、この施策を実施しましょう。私はコンテンツに対しての不満は何もありません。問題は活かし方だけだと思います。行政に閉じこもらず、できれば町にいらっしゃる方々とともに関係する全ての人を巻き込み、最良の形を追求しましょう。ここにいる人たちが町が悪くなることを望むはずがありませんから。良くなることに対して、みんなが一致団結できるのですから。その人たちを巻き込む、ということです。そう思います。

総括までする、ということでしたので、先程申し上げましたが、よろしいでしょうか？現在いらっしゃる皆さん、もう大体ご発言いただいたと思います。ということで、私の担当の評価検証については、私が行っている施策は十分に各種の結果も出されています。しかし、それをどう活用していくかというのは、もう一歩まだまだできることがあると思いますので、委員の皆さんも含めて、有効活用していただき進めていただければと思います。以上を、私からの講評とさせていただきます、進行を事務局にお返しいたしますので、よろしく願います。

閉会

○西本企画課長

皆さま長時間にわたりご議論いただきましてありがとうございます。

また、会議終了後も、改めてお気づきの点などがあれば事務局もしくは担当課へご連絡いただければ非常にありがたいと思いますのでよろしくお願いいたします。

また、次回の会議では、本日いただいた貴重なご意見を参考に新たな動き等を報告できるよう努めてまいりますので引き続きよろしくお願いいたします。

それではこれで閉会とさせていただきます。本日はありがとうございました。

閉会（12時00分）