

平成 29 年度第 1 回地方創生会議 会議録—意見要旨

日時 平成 29 年 5 月 31 日 10 : 00-12 : 00

場所 大台町役場大会議室

1. 出席者

- 委員 西村委員、野崎委員、小野委員、遠藤委員、森山委員代理小倉氏、呉山委員、大西委員、余谷委員、野田委員、(欠席)大松委員、阿部委員
- 説明課長 谷産業室長、檜井産業課長、産業課野呂主幹、辻本企画課長
- 事務局 企画課 辻本課長、岡本

2. 会議の進行

- H28 に実施をした加速化事業について、各課長より説明を行い、制作したプロモーション動画の視聴、続いて委員より実施事業などへの意見を頂戴した。

3. 委員意見要旨

西村座長

それでは、ご報告いただいた内容を元に検証のための意見交換をということですが、説明いただいた事業がいいかどうかというよりは、これからどう活かしていくのかという前向きな意見をいただければと思います。

正直な感想ですが、私は、良くやりましたねと思いました。コンテンツとして、プロモーション動画もすごいなと思いましたし、広葉樹関連商品、下駄など、交付金を活用してすごいコンテンツをよく作ったなと思います。これらをどう活用していくかというところも含めてみなさんからご意見をいただければと思います。

3つの事業、観光 DMO の推進、ユネスコエコパーク PR 事業、森林資源を活用した地域内循環型ビジネス構築事業、ひとつひとつやっていっても大変だと思うので、お一人ずつ感想のようなものをそれぞれお聞きしてもよろしいでしょうか。

遠藤委員

プロモーションについては、どう活用したらいいのか、ちょっと今思いつかないんですが、副読本は、回覧板で一部ずつ取って下さいという形で配られまして、子どもが見やすい内容で、3、4年生の授業でも使ってもらえるということですし、いい内容だと思いますのでずっと使っていただければと思います。

西村座長

子どもたちの反応についてですが、多分、小学校の教科書と同じようなベースで使うん

でしょうね。コピーではなく、本になった立派なものというのは、立派な印象を受けるんですよ。算数とか国語の教科書と同列に思えるので、すごく立派な教科書のようなものに大台町が取り上げられているんだと、自分たちの町を印象として格上げして見るようになるんですよ。見やすいということの他に、大台町のことを誇りに思うというような反応ってなかったでしょうか。

遠藤委員

知っていることや知っている人が本に載っているよという感じで見てはいましたね。

西村座長

昔の話ですが、近所の子どもが、ケーブルテレビでしゃべっている姿をずっと映して見ていたんですが、そこに知っている人が出ると、この人何という風になるんですよ。何が言いたいかという、こういうものを作ること、子どもたちに見せることで、子どもたち自身が自分たちの町を誇りに思うようになるんですね。そういう活用方法として、意味のあるものだなと僕は思いました。

他どうでしょう。この（広葉樹）商品見ましたか。町中で、どこかで売っていたとか、PRされてたとか、見てませんか。

遠藤委員

どこかに展示してあるんですか？

谷産業室長

総合支所へは展示してありますが、正直、行政側の感覚としては、地域でというよりは地域外への発信を先に考えていました。ただそれを、今度は地域へ浸透させていくために、地域の中で販売店を募集しているところです。あとネット販売の方も募集してまして、数名手を挙げていただいていますので、これから商品を地域へ浸透させていきたいなと思っています。

町の中でのイベントへは結構出しておるんですが、最終的にこのおしゃれな形になったのは、28年度の終わりで、これから町内PRをしていこうと思っています。

副町長

道の駅におけるといいんですが、匂いの関係で置けないので。

谷室長

ですので、道の駅の離れたところで何かやりたいなどは思っているところです。

西村座長

ではこれから PR ということですね。これについては、後から議論を深めていきたいと思
います。遠藤さん商品のデザインはどう思われますか。

遠藤委員

個人的には、縁がなさそうな感じですが、いいなと思われる方はみえるでしょうね。

西村座長

思ったより垢抜けた感じですよ、大台町らしくないと言い過ぎですが。
大西さんいかがですか。

大西委員

ユネスコエコパークは、名前は聞いたことはあってもあまりどういうものか認識がなか
ったのですが、今日も松阪の方から来まして、エコパークの看板はいつからあったのかな
というふうに見させていただきました。

私の地元も田舎ですが、そこと比べるといろいろと資源があって、実際活用していくと
いうことでは大変な部分もあると思うんですが、観光資源にも結び付けていけるのかなと
いうところで羨ましくも感じました。

田舎に育ったものからすると、キャンプやトレイルランニングといってもあまり興味
がないのですが、都会の方には自然の多いところへの興味はあるのかと思いますのでどう発
信していくのかは難しいのかも知れませんが、その辺でうまくヒットしていくと、つな
がっていくのかなと思います。

確かにこちらの（広葉樹）商品についても、東京というと極端になるのかも知れませ
んが、外から周知していくというのは何となく分かる気がします。継続的な販売収益だけ
でなく、大台町の知名度 UP にもつながると思います。

西村座長

大西委員の地元ともちょっとだけ組んで、度会町そこにもたくさん自然がありますよ
ね。でも普段いると気づかないんですよ。山に石がいっぱい転がっていて、トレイルラ
ンニングとかロッククライミングとかするにしても非常に面白いんでしょうね。地元の人
たちには当たり前なんですね。ですから発信をどうしていくかということは非常に重要な
んですが、どうやって伝えるかがわからないんですよ。

質問をしたかったのは、発信も重要なんですが、参加した 210 名に大台町はどう見えた
のか、感想はどうだったのかということなんですよ。どういうことかと言うと、都会か
ら見ても自然のある町はたくさんありますが、その中で大台町はどうひっかかったのが
重要だと思うんですよ。いかがですか。

野呂主幹

今回ですね、共催という形で観光協会と一緒にさせてもらいましたので、Verde 代表の野田さんからちょっとお願いしたいと思います。

野田委員

トレイルランニングについては、確か 2 年前のこの会議で、大台町でこんなイベントがあると素敵だなということを勝手に話しさせて頂きました。トレランのプロの方にコースを見ていただいたり、去年は観光協会の職員としても実施に向けて動かしていったりということで、DMO の部分と併せてさせて頂きました。

発信ということになると、実は、トレランと言いつつ、いろんな種目を絡めたフェスティバルとして実施しましたので、トレイルランニングの層の方たちだけではなくて、例えば、SUP やカヤック、トレランや登山など、複合的な遊びを大台町でできるんだよということをキーワードにして発信をしたつもりです。

とはいっても、トレランが好きな人は、SUP とかノルディックがやりたい訳ではないんですね。トレランの方については、どこで走れるのかを常に見ている方が多いので、

そういう方たちに引っかかるようなプロモーションをしたつもりです。例えばマラソンの RUN net、Verde や観光協会の facebook での発信など、いろんな手法で広く発信しました。トレイルランニングはもうちょっと人数がいた方がよかったかなと思いますが、受け入れ側のキャパシティを考えると第 1 回としては、雨が降って非常にしんどかったんですが、まずは一歩やってみたことは価値があったかなと思っています。

西村座長

参加者の感想はどうですか。

野田委員

参加者の感想はですね、トレランの場合は、スタッフの方の動きをみていて、拍手をたくさんくれたよとか、あったかい雰囲気やってくれてありがとうございましたとか、スタッフへの感想が多かったですね。

コースの感想については、3 パターンのコースをつくりましたが、いいコメントをいただいたコースもあれば、ただの山登りじゃないかという意見もありました。

西村座長

やってみていろんなことがわかったということですね。

野田委員

そうですね。やってみないとわからなかったですね。

西村座長

これからこれは継続していくような形にはなるのでしょうか。

野田委員

なるんでしょうね。

野呂主幹

はい、なります。

野田委員

関わらせてもらったので、Verdeとしても、アウトドアをキーワードにしていきたい会社でもあるので、アウトドアフェスティバルは、Verdeと大台町共通のキーワードとしてそれぞれPRにもなるので、出来る範囲のことを整理しながら続けて取り組んでいきたいと思っています。

西村座長

本来、自然のクオリティーは高いんでしょうね。これはもう財産だと思いますので。最終的には、いろんなコメントを頂きながら、どんどん熟成させていくと、結構いい場所になると思うんですよね。

別件で南伊勢町で聞いたんですけれども、南伊勢町も、去年は海泳いで山走るというような良く似たイベントをしてますし、紀北町でも尾鷲でもよく似たイベントをしているようです。

モンベルが県との連携で結構入り込んできていて、南部地域一体を連携地域にして県は支援していくとそういうことなんで、県がやるということではなくて、それぞれの地域でやっているものを県が束ねるという形で、三重県南部一体をそういう地域にしていこうとモンベルが結構計っている可能性があるんですよね。だからそういう少し追い風みたいなものもあるので、じゃあ大台町と言えばその中でどう際立つのかというやっぱり水と森林だと思うので、別に南伊勢町と対抗する必要はないと思うんですが、この地域一体が日本の中でも、モンベルが宣伝しきってくれる、トレイルランでもメッカというか、みんなの憧れの場所となると面白いかなと思いますね。

そういうことを森林が一番だったら間違いなくトレイルランニングでも一番になる気がするんですよね。そういう風な継続性みたいなものやっていくとですね、単独でやるのは大変だと思うので、そんな中で第1歩としてはいいのかなと思いますね。

SUPも大変でしょうけど、山も使って自然全体を使って、複合的に遊ぶというのは非常

にいいことだと思うので、もうちょっと複合的というところを、今作ったものが全部がちょっと絡んでないなと思います。

大西委員

モンベルのイベントなんかに乗られるといいなと思います。ほかに岩を登る競技なんかも大杉の奥の方でもどこまで使えるのかわからないですが。

西村座長

協調していく形で積極的に一緒になって作り上げていく形、特に、モンベルとかそういう団体とかと、前向きな協働作業になっていくと面白いことができるんだと思いますね。副読本と同じで格が上がるんですよ、格が付くところが聖地のようになっていて、プロのようなひとたちというのは絶対荒らさないですから、そういう格調の高さみたいなものを森林が一番、水が一番のところは目指すべきだと思うんで、やるんだったら一番を狙って欲しいですね。

その一歩としては非常によい取り組みだったと思います。

小野委員

副読本作りにちょっと関わらせて頂きましたので、遠藤さんや先生が先ほどおっしゃっていただいたように、子どもたちが見とったよとか、よかったよとか言っていただくで作った側としてはすごく嬉しかったです。

子どもたちに住んでいる町の良さなんかは伝わることから町への愛着が湧くと思いますので、活用して行って欲しいと思います。娘が20年前に使っていた副読本は、まだ捨てることなくおいてあるんです。今度こんな新しいのができたんやよと娘に見せたら、身近な人たちが載っていてこんな素敵な本なら、子どもたちも、自分たちの町の本ということで私みたいに捨てずに残しておく子がいるのではという風に言っていました。そうなるのであれば嬉しいなと思いました。

それとやっぱり、大人でもお茶の製法など知らない部分がたくさんあったので、いい勉強させてもらったなと思いました。

西村座長

捨てられなくてずっと持っているという気持ちはなんとなく分かりますよね。知っている人が載っている本というのは他の本とは少し違う。

5000部作ってまだあるということであれば、インパクトがあるので、町を出て行った出身者で小中学生の子どもたちがいるようなところへ送るとか出来ないんですかね。自分が生まれた町はこういう町だよねとか子どもたちに見せるとか、町を出てった人たちがもう一回町を見て、親しみを感じながら繋がっていくようなことに使えないかと思いますね。

町の人たちには誇りや自信を持つということなんでしょうけど、外の人にどう使うかを考えるといいと思う。

外へ出て行った人たちには、どこかひっかけりをつくるのが出来るのではと思う。普通の移住フェアとかで出すのも効果があると思うんですけども、お盆に帰ってきた人たちにおせっかいっぽく配るとかですね、なんかできないですかね。小野さんがおっしゃったような子どもが捨てられなくなる本というのはなかなかないはずなので、もっと使い方があるんじゃないかと思いました。

小野さん、この（広葉樹）商品はいかがですか。よく出来ていますよね。どこに頼んだんですか。

谷産業室長

映像を作った名古屋の企業さんにいろんな話を聞きながら、また伊勢丹で知り合ったモデルさんにも白を基調でというような話も聞きながら、商品パッケージやパンフもしていただきました。瓶はただの牛乳瓶なのですが、枝を挿すと結構いいんですよ。田舎にはいい匂いがいっぱいありますが、結構街の方へいくと、植物系は結構あっても広葉樹はそうはありません。

あとは、こういうのをやっている先生にも来ていただいたら結構面白いということで、本当は24種類作ったんですが、ブレンドしたりするようなものも必要で、24種類作ったのであれば24種類出してくださいとも言われましたのも1つですし、もう1つ町として考えているのは、企業に広葉樹を植栽してもらって、その葉っぱから抽出したアロマを企業の匂いとしてブレンドしてやってみたいなというのもあって、富士通さんなんかは富士通の森があるので、そこから抽出したもので富士通の匂いという形のものにならないかという話も今しているところではあります。

西村座長

企業として配るケースも色々ありますし、売上げももちろん重要なんですが、これの一番重要なことは、大台町をイメージづけることだと思います。ある面、ちょっとの人数でもいいから雇用が生まれればいいんですよ。これが伝わっていくことが大台町のイメージを創っていくことになるんですよ。

谷産業室長

林業の担当なのであくまでも林業のためにということが一番大きいので、林業の副次的な効果として、例えば移住してこられた方が、例えば旦那さんは通常林業するけど、奥さんはこういうのをやるという風な感覚で来ていただかないと、なかなかここで就職したりということ暮らしていく部分は厳しいと思っているので、そういう風なことの助けにならないかなというのが一番大きなところかなと思っています。

西村座長

そこが一番聞きたかったところなんです。何のためにやるのかということ。トレイルランニングもそうですが、ちょっと間違えば、雇用を創って稼いで、これで企業を作って何十人でも雇用を産むんだというのはちょっと違う気がするんですよ。

むしろ大台町の自然をゆっくり楽しんでいくために、自分たちが生きていくために何か副収入みたいなものがあればやってみようかなというのものもあるし、もう 1 つは、なんとなく副読本もそうですし、ここに住んでいることに自信を持って生きていくための物かなという気がしますよね。

私たちは、こんなものを使わなくても普段毎日浴びているよと、でもそれをお裾分け、お福分けしてあげて、都会に大台町はこんなところですよと知らせるツール、それを買って喜んでくれる人には、それを提供するためにかけた時間とか、見合うだけのお金だけはいただきますよということで、これをどう使って活かしていくのかということの考え方の根底に何をおくのかによってこの先の姿が変わってくるんですよ。

特に今、地方創生は何のためにやっているかということ、もう一回整理されてるところがあって、石破さんが本を書かれたんですが、よくよく読んでみると地方創生は、自分たちの目標を自分たちが決めてやっていけばいいんだとありまして、その中にメキシコ人漁師とリゾートに来たアメリカ人の会話ということで例え話がありました。

メキシコ人は、日が昇った頃起きて、漁に出て、もう十分だと思ったら帰って来て、昼ごはん食べて奥さんと昼寝をして、子どもが帰って来たら子どもと遊んで、夜は友達が来てお酒を飲みながら音楽を楽しんで気ままに生きています。そこへアメリカ人が来て何を言うかということ、たくさん魚を採ったらもっと売れるので会社を作れと、そうするとお金の稼げるし、自然もいいから工場を誘致して、どんどん会社を大きくすることが出来るよと言ったそうです。メキシコ人は、なんのためにそんなことするのかを尋ねたところ、アメリカ人がこう答えたそうです。どんどん会社が大きくなれば、株式が上場するんだと。

つまり、アメリカ人の感覚で事業を大きくしながらどんどん会社を大きくして株式を上場させると、お金持ちになって何でも出来るよと。メキシコ人が、じゃあお金持ちになったら何ができるのかときくと、アメリカ人は、気ままに時間を自由に過ごして、家族や友人たちとの時間を楽しめるよと答えました。

メキシコ人は、それならもう私はそういう生き方を既にしていますと言ったそうです。

そんなことをやって結局得るものはなんだろうと言ったときに、自分たちが自分たちの生き方を決めればよくて、それに合わせた自分たちの町を創っていけばいいんだとすれば、町や自然を使っていけばいいのかなということと、何のために地方創生やっているのかということですよ。

確かにお金をたくさんもらって、目標値 KPI も立てさせられましたが、目標値を達成するためにやるのではなくて、その過程でどんなことをしていくのか、出来上がったものを

どう使って、どんな町にして、どんなライフスタイルを目指していくのが重要だとすると、広葉樹商品ができました、下駄ができました、トレイルランニングもできました、いろんなことを経験しました、そういう魂の部分が大事で、そういうことをますます住民の皆さんがそれぞれ考えて、それぞれがまた話し合っ、それを実践していくのかなと思うんですよね。

それぞれの方々の話を聞きながら、みなさんが一体何を望まれているのかを聞き取って、役場の皆さんにも理解いただいて、最終的にこれをどう使っていくのか、どう評価していくのかということで皆さんの意見をまとめればと思います。

これを創っていく趣旨が理解できましたので、皆さんにもそれがわかったと思います。

野田さんは、先ほどはトレイルランニングの感想をおっしゃっていただきましたが、いかがですか。

野田委員

3月までは観光協会の職員として、4月としてはDMO法人としての動きを少しずつスタートしているところなんです、先ほど先生言われたことで、何のためかの整理をしないと多分事業に追われて、ただただ忙しい毎日になってしまうなと思いました。自分自身もこういう会議の中で、発言させていただいたり、発言を聞いたりする中で、整理していきたいなと思います。

私たち、この事業の中の一つで、実は、観光協会さんの方から管理委託を受けてスタートさせる場所なんです。ゲストハウスのコンセプトをどうして、どう観光誘客していこうという話し合いの中で、町のいいものをたくさん味わえるような宿泊施設にしたいなと思っていて、呉山さんの和下駄や森林組合さんのアロマなどを味わえるようなそんな箱にしたいと思っています。

プロモーション担当している者からすれば、広葉樹商品があまりにも素晴らしいので、全部置きたいと言っていて、大台町にはその他にもいいものがたくさんあるので、それらを繋げることが私たちの仕事かなと思っています。Verdeとしてもそうですが、DMOとしてもそういうことかなと思っています。大きなことって難しいですが、小さなことを事業者さんとひとつひとつ一緒になってできることを増やしていくことが、やりたいことかなと、ふわっとしてますが。

西村座長

楽しいと思いますよ。ふわっとしているとおっしゃいましたが、僕もいつもふわっとして話をしています。

というのは、今移り変わりの時期なんです。いわば、ライフスタイルの軸みたいなものとか、何のためにと、哲学的になってしまうんですが、生き方も含めて大きく変わって、いろいろとしている時期なのかもしれないです。

昔は分かりやすかったんですよ。貧しかった頃から豊かになっていくときってというのは、一生懸命頑張って、一生懸命物作って、一生懸命外へ売って、毎年毎年給料が上がっていった豊かになっていくというのを盲目的に出来ていた時代は、ある意味幸せだったんですよ。でもそれを達成した後は、何を目的に、何のために生きているんだろうとなると、今 1000 個 2000 個作りました、何万個作って稼ごうというのとは違うだろうなと思ってたんですよ、そこに一生懸命やって追われてやっているのでは、何のためにここに移住してきたのかなということになるんですよ。

新しい生き方みたいなものを、哲学的にいうともうこういう生き方でやっていいんだよねということだとすると、まだそれはぼんやりなんですよ。みんなわからないんですよ。ただし、感覚的には分かり始めてきている。この自然の中にいたらいいよねといい風に。

だから今回取り組んだものというのは、大台町の良さをうまく引き出せているなと思う。ひとつの表現ですよ。大台町でこんなすごいものが創れるんだということをトレイルランニングや下駄や広葉樹商品なんかで表現できるようになってきた訳です。

だから、なんていうんでしょうね。ひとつはこういう商品が創れる、魅せれる、こういうものを経験してもらえるとということ、こういうことができる町であるということが、売ってお金になる以上に、みんなの誇りになると思うんですよ。こういう商品を町の人たちが売っている姿を見ることで、町を誇りに思える町ってなかなかいいと思うんですよ。

さっき繋ぐっていう話で、こういうのを取り扱っていくのを繋いでいくということは、トレイルランニングもそうなんです、複合的に自然全体で遊べるということと一緒にのことを言っていると思うんですよ。こういうアロマのような形、こういう化粧品的な自分の身体に使える。それは大台町が持っている最高の自然を体験するのと同じことかなと思うんですね。

こういう商品の根底には、大台町だからできる、大台町を出し切ったという商品が集まってくると、それが何か大台町を表現することになってくるから、それを取り扱うこと、それを魅せること、それを宣伝することが皆さんの誇りになる。これが大台町で生きてくることのもうひとつの表現になってくることかなと思ってきたんです。だからなんとなく自信を持つことかなと思ってきたんです。

さっきの誇りを持つことを忘れずに皆さんがやっていくと、ものすごく大量生産して薄利多売して町全部がコルク工場になっていくというのはちょっと違うし、山全体でトレイルランニングしてるというのは、目指すことかというとなんか違う気がするんですね。

そういう人たちが来て、いろんな方に楽しんでもらって、その人たちと分かち合いながら自分たちはゆっくりと生活できるというのを落としどころに、まだほんわりしていますけど、今の時代、これからの時代に向けての大台町の住み方あり方として作っていくのかなと思います。それはまだはっきりしないですが、どこかにそういう気持ちの方向性を 1 年 2 年 10 年持って考えてやっていくと、それも形になってくるんじゃないですかね。そういう意味で、野田さんの言っていることは非常に正しいなと思いました。

呉山委員

子どもの頃は、夏休みになると大台町に鮎採りに来てたんですよ。子どもの頃の大台町の印象は、鮎が採れるきれいな川のある町という印象がずっと残っていて、そういう印象が自分の中に残っていたように、今の子どもたちにも大台町に関わる人たちにも、他の方にも、大台町がどういう町なのか明確になるといいなと、また、それが明確になってきているんだろうと、事業を推進していく中で、そうなってきているんだろうと率直に思いました。

さっきのプロモーションもそうですし、体験型の SUP、トレランもそうですし、グランピングなど、万人に受けなくても引かかる人がひっかかってくればいいので、そういうツールがすごく形になってきているんだなとすごく関心させられました。

その中でも、これにびっくりしたんですよ。広葉樹がこういう商品にまで行き着くっていうのが全然想像できなかったですし、言い方あれですけど、大台町っぽくないというか、垢抜けた感じとですね。

大台町を知ってもらうためにツールが必要だと思うんですが、そういうツールがこうやって一個できると、突破口ができるんで、こういったところを僕は伸ばしていけばいいと思います。私たちの町はこういうことをしているし、自然の中から今風なこんなものができるし、テレビでやっているようなことも体験型としてできるんだということが、大台町を印象付けるブランドとして町の人たちが理解していけばいいのではないかと思います。

先ほど先生が言っていたように、冊子とかも大台町を出て行った人に送り直すというのは、大台町を忘れている人にも、ここにすればこういうことが出来るという意味で外の人が PR できるものになっていくんだなということを話を聞いて改めて思いました。

会社としては、大台町の木を使って何かできることをと思って下駄を作りました。バックヤードというかストーリーが、大台町のパンフレットにもあるんですが、履いてもらう前にどういった地域のどんな木で、また、地域の人がこういうものを作っているんだとかいうところとかを、商品そのもののよさもあると思うんですが、バックヤード、ストーリーへの共鳴があって買ってもらえると経験上感じるんですよ。

町の木で作ったということところの PR になれば、大台町を検索してみたら以外に商品だけでなく、いろんな体験ができれば自然が豊かで水も美味しいし、1回泊まりに行こうかなとか、そういうことにつながっていく、点が線になっていくと思うんですよ。1年2年では難しくても、意識をどこに持ってこれを継続していけば、線になって輪になって広がっていくのかなと正直思いました。

まだ戦略も年数があるので、見守っていきながら自分もどう関わっていけるのかなとか、自分もフォレストピアでこの夏にフォレストピアで会社のバーベキューをしようと思っておりますが、そこでの楽しい思いを伝えていけたら、また何かおもしろいことが広がっていくんじゃないかなと思っています。

西村座長

ありがとうございます。ところで、この和下駄はいくらで売っているんですか。

呉山委員

店によって結構違うようで、高いところでは桐の箱に入れて2万何千円で売ったりとか、商品もそればかりじゃないので、使う生地であったりとか柄とかでまた変わりますが、市場では平均で7000~8000円で売られているようです。

西村座長

ぱっと見て10000円かなと思いました。

今世の中は資本主義なので、全てはお金の尺度でなんとなく物を評価しているんですよ。逆に言うと、安くしないといけないと思って、本当の価値を、お金の尺度なのに簡単に価値を下げてしまっているんですよ。それって絶対よくなくて、高度成長期の世界均一の時代と違って、今後起こりえるのは、それぞれの真の価値を評価するようになるんですよ。真の価値を理解したらそれを置き換えるとお金という値段なんで、これ（和下駄）は真の価値が高いと思うんですよ。

デザインのいい他の靴と履き心地とかを比べたときに、こっちの方が上だと思ったら、そっちが10000円で売っているとすると、15000円の価値があると思うんですよ。そういう風に、相対的に真の価値が評価される時代に本当になって来ると思うんです。

そういう意味でも、全て、大台町らしいものを作ったと思うんですよ。93%森林という大台町で作った、広葉樹商品も下駄も、そういう意味でいうとSUPもトレランも、大台町らしいものですよ。大台町らしいものを表現した、この大台町の価値がどのくらいなのかというと、最初の会議から偉そうに言ってますが、世界でトップクラスだと思うんですよ。だったら大台町というものの自身の位置付けは、かなり上の方だと思うんですよ。

大台町らしいものとしてつくっていった、こういうアロマにしても下駄にしても、体験型の複合的に楽しむにしても、これはもっと自信持っていていいと思うし、逆に言うともっと誇りを持って堂々とそれを守るくらいの意識がないとだめだと思うんですよ。

大台町らしい商品のつくり方としては、大台町という真の価値をしっかりと知らしめるものをレベルとして作っていきましょう。それさえしっかりと守っていけば、それをやる人たちは、大稼ぎをしないかもしれないけれども、3人なり4人なりの人がしっかりとそれで生き続けられる、これってまさしく江戸時代にやってたことなんですよ。

だからこういう地域の中に住み続けるというのはそういうことだと思って、大台町というのは、他の地域と違って、大台町らしさを追求して行って表現していくようなものを提供していけば、その価値は、100人いたら100人にわかってもらわなくていいんですよ。100人いたら10人でもいいし、1人でもいいので、それにこだわるのが、結局、大台町

が地球の中で評価される真の価値だとすればそこにあわせて生きていく人間がここに住み続けるやり方も、大台町らしいものをつくるサービスを提供するということにこだわっていくと落ち着いていくと思いますけどね。

そういう意味でいうと、森林組合にある意味期待を裏切られましたね。まさかこんなものを創れるとは思ってもみなかったですね。もっと野暮ったいものを創ってくると思いますよね。これをみるとちょっと大台町もこういうレベルになったのかなと思えますね。

呉山さんもよく作ってくれたなと思いました。

野崎委員

先ほど来から先生の方からは、地域創生の魂の話といたしますか、樹でいうと幹とか根っこの話をして頂きましたけれども、私の方からは、枝葉の葉の部分程度の話をして頂きたいと思います。

まず感想の方なのですが、クオリティーが高くて、うまく大台町が表現されたものが出来上がってきたのかなと思いました。

これをいかにうまく使って雇用とか人口とか観光客を増やしていくかというのが、大台町さんの目指していくところかなと思うんですが、去年のお話の中でも出ていたかわかりませんが、基本的には口コミというのが今の時代大事かなと思っていて、口コミをする上での発信源は地域の住民の方がまずスタートかなと思っています。その中で、地域の方々の自信とか誇りを取り戻すというのはおかしいですけども、更に深めるためには、こういう副読本なんかは非常に有効なかなと思います。外へ出て行った方に副読本を送って、読み返していただいて魅力を再認識してもらおうというのは口コミの原点かなと、思いますので、まずは地域の方から大台町の魅力を理解してもらえるような策を、これらを利用してやってもらったらいんじゃないかなと思っています。

それともうひとつは、今回、ユネスコエコパークを全面に押ししてもらってあるので、ユネスコエコパークは、カタカナでインバウンドというか海外向けで使えると思うんですが、私は「奥伊勢」という言葉が非常にしっくりきてるといいますか、古感があると思っています。聞きますと、大台町くらいが奥伊勢という言葉を使えるのが、大台町くらいしかないと聞いたことがありまして、奥伊勢というのを全面に出してもらってもいいのかなという感じはしています。ユネスコエコパークと奥伊勢というのを地域の誇りとしても使っていて、口コミもうまいこと利用してもらって、情報発信してもらったらいいいのかなと思いました。

西村座長

言葉の持つイメージというのが確かにあって、みなさん大台という言葉に誇りを持って、伊勢にすぎりつくのかというのがありますが、確かに奥伊勢という言葉が、なにか地域性をしっかり表現するとき、他所の方には、大台という言葉も覚えてもらうのと、奥

伊勢の町大台とかもね、ぱっとキャッチフレーズのような言葉として、誇りに思うこの町をイメージするような、外の人たちに訴えるような言葉は、あってもいいのかもしれないですね。さっき言われたように奥伊勢というのはひとつ使える言葉なのかなと思いますね。奥伊勢を使うのに決まりなんかがあるんですか。

辻本企画課長

大台と大紀が奥伊勢というイメージです。

西村座長

ユネスコエコパークというとちょっとドライな感じがするんですよね。ユネスコ奥伊勢エコパークとか、ユネスコ大台エコパークとかに変えたら怒られるんですか。ユネスコエコパークをみんな知ってたらいいんですが、奥伊勢とか大台とかをくっつけてしまうというのもどうなんでしょうね。全部便乗商売みたいですが、絶対そうしてくれというわけではなくて、使えるものは使いましょうということをお願いできればと思います。

小倉委員

多彩な事業を紹介いただきまして非常に参考になりました。本校は、他市町からの生徒が多く、大台町のことを知らない子どもも多いので、これらの事業にもボランティアなんかでも参加させて頂ければありがたいなと思います。また、学校の方でも地域の方を招いて講演会・・・(聞き取れません)

西村座長

インターンシップ的なことも昂でやっていけるとすれば、小学校向けですけど、逆によくわかるんで、何冊かおいとけば予習しといてもらうとか、いいのかなと思いました。

谷産業室長

インターンシップの話がでしたが、今年、第三セクターであるフォレストファイターズへもインターンシップに来て頂きますし、結構ボランティアとして、木の駅の手伝いに来てもらったり、この間は、東京のワイスワイスという会社も含めて、釜煎り茶の教室をしたんですが、その時も参加していただいたりして、最近は少しずつそういった取り組みをしていただいています。

あと、六本木で出している地域性苗木の実生栽（みしょうさい）という盆栽がありますが、これ道の駅だと多分 1000 円くらいだと思いますが、六本木では 3000 円から 6000 円で売ってもらっています。今回、昂の美術系の学生さんに鉢を造ってもらうようにしてして、協議会とのコラボ商品として出したいなということで話をさせてもらっています。

西村座長

昴学園さんには大台町出身者の方はどのくらい見えるのでしょうか。

小倉委員代理

5名5名で10名だと思います。各学年だいたい2桁いくかどうかといったところです。

西村座長

その子たちにこだわるわけじゃないですが、その子たちは卒業後はどうするんですか。

小倉委員代理

地元就職もありますし、外へ出て行く場合もありますね。

西村座長

昴学園に全然違う地域からきて大台町に就職する子もいるんですかね。

谷産業室長

昨年は、一人ファイターズの林業をということで就職してもらいました。

西村座長

せっかくの全寮制で昴学園に来ているので、もっと大台町を知ってもらって、大台町が誇りを持って徹底的に現在価値に直して高校生に理解してもらおうと、この町で何かしたいなと思うかもしれない。そういうことにも外から来た子たちにもチャンスをあげてもいいのかなと思ったので、インターンシップの時にも、この副読本はわかりやすいですし。

少し隔離されているわけではないですけれども昴学園と大台町の間少し垣根があるとすると、少しほぐして行って、大台町を通して今の時代の生き方みたいなものを高校生たちがわかるようになってくると、自分の価値の中で大台町でやってみようかということになれば、ひとつの流れとしては面白いなと思ったので、インターンシップとか今後どんどん町と高校が交流していくというのもこの前聞いたような気がしますので、その活動の中で、大台町の本当の価値を理解した子どもたちが、そのときに素直に反応してくるようなことが、これから起こると思うんですよ。

三重大生を見ていると思います。知らせてなかったからみんな外へ出て行ったけど、知らせ始めたら、みんな残るようになったんですよ。連れていったら、例えば尾鷲物産見たらおもしろいなって就職する子もいますしね。

むしろ、そういう機会が本当は欲しくて、見たら自分たちはもっとやりたいんだというのを、大人の先入観で、潰していたかもしれないんですよ。大企業を受けたい、都会に出たいんだろうなと思って、そういう就職案内をして、地元を全く見せなかったんですよ。

ね。社長たちの社長セミナーみたいなのをやって、三重県にこんな会社がありますよと見せたり、現場の案内をさせる、三重県の南部の紀宝町くらいまで、学生たちを連れて行くと、本当に何パーセントかの子たちはすぐ反応してきてそれを足場にしちゃうんですよ。

こういうものをつくる人たち、役場を否定するわけじゃないですよ、何かを引っ張っていく人たちが持っている先入観が、結果的に今から成長していくこれから社会に出て行く子どもたちのチャンスをとってしまっている可能性もあるのかなと思いますね。大人たちの先入観が、世の中はこんなものだ、大台町はこんなものだ、そういう風に勝手に思っていて、だから子どもたちにはそうさせないでおこうという風にして、その情報や行動の隔離をしているところもあるんじゃないかと思います。結果的にその子たちは、全部を見せていってあげたときには、自分は、この選択するのに選択肢を与えなかったということにならないかという風にね。今、僕らも大学生に強く意識しているところなんです。

思っている以上に子どもたちは、隔離されています。そのことによって、小中高校、大学と、この大台町にいても普通に生活してたら、見るべきものが見れない可能性があるんですよ。僕が子どもの頃には、嫌が応にして、南島町で揉まれまくったんで、この町はこんなもんだと思って出て行ったんです。そういう時代もあったわけです。

今の子どもたちに大台町を見せきれているかということ、そうでないと思うんです。そういう意味でいうとこの副読本とか、こういう化粧品とかを作っている町だよとか、トレイルランニングやらせてもいいのかもしれないし、子どもたちもその中に放り込んでいくことで、大台町ってどんなんだろうってことを徹底的に知らしめたら、真の価値が問われる時代になってくるので、外へ出しちゃえばいいんですよ。名古屋でも大阪でも出て行って5年10年、高校でも大学でも少し出て行くといいんですよ。

あっちがどんなものか真の価値がわかる。それと比較した大台町の真の価値がわかる。真の価値同士を比較して自分の生きたい道ということで大台町をしっかりと選んだ方が、大台町で誇りを持って生きていけるんですよ。

そういうことを、本当に大人たちや町がやっているのかということ、少し問われ始めているのかなというのが、僕も大学にいながら思っていることなんですよ。

そういうことでいうと、今回の地方創生の取り組みというのは、大台町を徹底的にみんなでも知ろうということから始めようと、確か言ったような気がするんですよ。それで自分たちの30年後40年後の町がどうあってほしいというのを皆さんで持って、その根底には誇りを持って生きれる町、大台町ってなんだろうということをみなさんできちっと共通項を持ったら、人数なんてどうでもいいんですよって話をしたと思うんですよ。もしそれが4000人だったら4000人で住み続ける、自信をもって生きれる町にすればいいんですよ。そういうことだと思っんです。その第一歩目としては非常にいいものを作っていただいたと思います。

KPI からすると数字が達成しなかったとかあると思うんですが、僕はそういうことはどうでもいいと思っんです。それはあとから付いてくればいい。

一番重要なのは、5年かかっても10年かかってもいいんで、大台町に住んでる人たちが大台町を誇りに思いながら生きれるまちにしていくのが一番大事だと思うんです。

その中で大台町をしっかりと知っていく中で、本当の大台町の価値を評価したものが今回出てきたことに、ちょっと本当にびっくりしたところもあります。呉山さんの和下駄もこんな感じになると思わなかったですよ。そういう意味ですごくいいなと思いました。

ここからが、魂といいますか何か軸を持って続けていくという中に、大台町の自然、大台町の森林、住んでいる人はわかりにくいかも知れませんが、世界でトップクラスの自然を持っている、それを真の価値として、誇りに思って住み続けることを自分のいろんな場面の中で表現していけば、遠藤さんが作っている野菜も、誇り高い野菜として作れるんですよ。下駄もアロマもトレイルランもこういうレベルになるし、それを全部複合的に見ていくと、大台町らしさとしてにじみ出てくるようになる。全てを同じ場所で表現すればいいと思うんですよ。

東京で大台町ってなんですかっていうときに、全て立体的に表現したらいいと思うんですよ。そうするとわかりやすいと思うんです。化粧品から入っていつてわかる方もいるかも知れないし、トレイルランからの人、下駄からの人がいるかも知れない、それを大台町のもを全部見ていったら、全ての根底にある共通項は、100人でも10でもそういうのをわかる人が出てきたら、大台町の真の価値が確実に出来てくると思うんです。

遠藤委員

日々、盲目的に頑張っていたらいい時代があったって言われましたが、私の場合はまだそういう時代の生き方なんです。なので、地方創生会議の意味はよくわかりましたが、なかなか自分はそのようになっていないので少し反応しづらいんですが、何がいくら出来ていくから売れたといった感じなんです。

今の時代は、真の価値が評価されるようになってきているということですので、うちも町もそうなっていけばいいなとは思っています。

西村座長

大台町で採れた野菜や米も、みんな他のものと一緒にイメージを創っていくことが出来るようになると思うんですよ。森と水がきれいで、人間らしく生きれる。そういうところで作ったものというのは、消費者の人たちから見ればちゃんとわかって買っていくんじゃないですかね。

稼ぐために働くということではなく、何のためにここで生き続けるのかということをもうちよっと思っていい時代が来たんだよねと思います。東京では生活コストがかかり過ぎるので無理ですが、大台町では可能ですよね。ゆっくり考えながら暮らせる場所で抽象的ですが、そういう感じでもいいんじゃないでしょうか。