

農村コミュニティ強化アクションプラン

第2回検討会議 議事概要

1 日 時 平成29年8月18日（金）9：30～12：00

2 場 所 ルビノ京都堀川 ひえい

3 議 事

(1) 意見交換（議論①）

- 地域の元々の産業は何だったのかというところで、振興方法の手段を考えないといけない
- 日本人には、望ましい姿をビジョンに描いて、それに向けて計画的に行動するというやり方は、なじみがないのではないか
- 地域の人が、今できることを一生懸命するという気持ちになれば、ビジョンが前に進むのではないか
- ビジョンを作れば、住民の意欲がすぐに高まるというほどシンプルではない
- ビジョンを作る時点では手伝ってもらっても良いが、最後は住民自身が意識をしっかりとしないと、続かなくなる
- ビジョンを作ってから実行して行く間に、「お金」の問題が出てくるが、住民自らお金を出すというのが、結集力の基準になる
- ビジョンを作れば自動的に意欲が湧く訳ではないので、自分たちのビジョン・活動だという思いを出すために、自分から行為をするような仕組みが必要
- 住民主導のアクションが大切であり、地域に入り年に30～40回という会議を開催し、住民に思いを伝えたり危機感を共有する地道な作業が必要
- 当事者意識、課題のとらえ方が大事であり、どんな現状で、この現状が続けばどんな危機が訪れて、どんな対策が必要になるのかといったことをまとめ

る必要がある

- 林業地区のような共有財産を持っている地区は、共同で課題を解決する経験を持っているため、地域力が高い
- 1階部分を作る前の段階の「ステップ0」が重要ではないか
- 農地は個人の所有物だが、地域のものでもある
- 日本型直払の組織に、従来とは異なるメンバーが入ると、改めて地域を見たり、地域維持の思考を持つきっかけになり、それが地域活動の充実に繋がり、段階を踏んで経済活動に移ることができる
- 地域活動の次のステップとして、経済活動を当然にしていくために仕掛けるのが行政の役割
- 地域や生活になくってはならない「水」をどう守るか議論することが、地域ビジョンを描く際のモチベーションを保つ方法の1つではないか
- 新しい支援で、新しい波風や出会い創出することによって、最初は摩擦が起きるが、それを乗り越えることで大きな展開が可能になる
- 既存の地域・コミュニティから離れて、新しい時代に合う、地域・コミュニティを考える必要がある
- 女性・若者・外部など、新しい芽を中に入れないと、コミュニティに変化がなく、同じ問題を抱えたままで根本的な解決にならない
- 頑張る地域だけ支援をするのか、あるいはある程度平等に支援するのか、自治体は決断を迫られる
- ビジョンが補助金・交付金をもらうためのものになっており、ビジョンの課題が地域の人々の課題と結び付いていない
- 交付金の使い道をみんなで考えながら提案・活動することが、町づくりの基本
- 事業の要件に合うように課題を書くのではなく、地域の課題を解決できるよ

うなビジョン作りが必要

○先進地のお金の使い方の情報を集めて、学ぶことが必要

(2) 意見交換 (議論②)

○ボランティアに行く人の視点から考えないと、自らの意識で来てもらう仕組みにはならない

○外部人材として、地域を引っ張ってくれる人を呼ぶ新しい仕組みが必要

○一過性ではなく継続的・長期戦略的な人の呼び込み、特定の個人の呼び込みを考える事には同感する

○タイトルの「マンパワー不足」というのが気になるので、農村に来る人にとって魅力が感じられるような呼び込みを考えて欲しい

○地域のコーディネーターが必要であり、地域の課題を分かったうえで、どう外部人材を活用するか、人間関係をどう構築していくかが大事

○今の農村ボランティアは、行政がコーディネーター役なので続いている面があるが、年月を切り、そこからは自主運営というモデルが必要ではないか

○コーディネーターが暮らしていける仕組みが必要で、ボランティアの仕組みの継続のために、求人サイトの仕組みを農業にも取り入れることを考慮できないか

○外部人材だけでは成り立たないため、受入側の農村地域の人材も大切であり、地域で受け入れたい人、受け入れたいが受け入れたいと言えない潜在的な人材を見つける事が必要

○コーディネーターが暮らしていける仕組みとして、就職求人サイトの仕組みを模倣できないかという事だが、地域がお金を出す事は難しい

○農業法人と地域がどうあるべきか議論し、農業法人がしっかりお金を出していける法人になるのが理想

○外部人材について、ボランティアのように時々労力を提供する人と、Iター

ンのように地域に根付いて生活する人のどちらを想定するかで、施策としてのタイムスパンが異なる

- いろいろな仕掛をして、人が来てもらうきっかけを作るだけではなく、リピーターを逃さないようにするなど、コミュニティができる場面を作ることが大切
- 支援が終わった後、ビジネスモデルとして成り立つということが大切
- 農村のコミュニティの中にあつた「共助」が弱くなってきて、行政の「公助」も難しくなっているのが今の状況であり、「共助」がなくなり「公助」が不足した際にどうしようもなくなってしまう
- ボランティアにも、もう少し儲かる仕組みを入れて、ビジネスとして考える必要があり、例えばボランティアという考えではなく、エコツーリズムとして、体験としての価値を提供すればビジネスとなる
- 地域づくりと、人の受け入れを同時にやることが重要で、地域がブランドになれば、ボランティアの人はお金を出してでも行きたいとなるので、そういった仕掛作りが必要
- 地域と行政だけでなく、コミュニティ作りを横から支援するような第3の外部主体のようなものが、それぞれの考えをうまくきいて事業を支えていければ良いと思う
- コミュニティをもう一度考えて、今まではコミュニティの外側の人だったボランティアも含めるなど、コミュニティの広さを大きくするのもいいのではないか
- もう少しコミュニティを外側に広げても、距離的なものはICTなどで比較的簡単に繋がることのできるの、必要な時に顔を合わせ、実際の作業にも参加してもらうなど、少し離れたところに新しい主体を作るのも1つの方法
- 農商工連携のような形で企業と地域が連携し、ノウハウを持った企業が地域をうまくサポートすることはできないか
- 京都府はモデルフォレストやモデルファームもしているし、外部支援組織という形の中で、三極化しても良いのではないか

- ふるさと納税で体験型の返礼が話題になっているが、都道府県レベルでしているところはまだないので、京都方式としてそのような内容とボランティアをうまく組み合わせられないか
- ふるさと納税で得たお金が地域に落ちることも大事だが、コーディネーターに落ちればもっと良く、そうする事で継続的にうまく人と地域を結んでいけると思う
- 中山間基金も上手に使われているので、京都府が先進的にしてきた事をもっと集めて評価し、次のステップとして活用して頂きたい

(3) 総括

- 地域活動を担う1階部分、経済活動を担う2階部分という2階建ての構造という方向性に異論はない
- 女性・若者・外部人材の参加など、地域内に新しい波風を起こし、新しい出合いを創出することによって、地域活動を発展させる必要がある
- コミュニティの範囲について、これまで外側に位置付けられていたボランティア等も含めるなど、広く捉えても良い
- 地域・行政だけでなく、NPOや都市住民グループ等の新たな外部支援主体を取り込む仕組みが必要