

農村コミュニティ強化アクションプラン第5回政策検討会議議事録

1 日時 平成31年3月6日(水) 13時30分～15時30分

2 場所 京都府職員福利厚生センター第2・3会議室

3 議事

○今年度事業としてはどのようなことを行なったのか。

(回答) 話し合い活動が2地区、経済活動のためのハード整備が2地区である。(京都府)

○●●地区の計画にはデザイナーが入っていると思うが、今後、地域が(計画づくりに)デザイナーを入れるよう京都府として関わっていくと、見せ方が変わるので良いと思う。

(回答) デザインを変えれば受け止め方が変わってくると思うので、地域の方向けの勉強会などをしていきたい。(京都府)

○デザインを請け負える人材バンクが府にあれば良いと思う

○●●町の場合は、地域おこし協力隊としてこられた女性にデザインをお願いした。

○加工品開発の取り組みで最も不幸なのは出口(販売先)が無いこと。自分たちはトレードショーなどに出展して活動しているが、地域の団体ではそのような活動も難しいと思う。京都産業21や京都府農業会議などに繋がりを作ってもらっているが、なかなか難しいと思うのでそういった支援をしてあげて欲しい。デザインは、商品の背景をしっかりと掴んでいかないとできない。自分たちは4-5年かけてデザインを作り上げた。

○スーパーや道の駅など重要な施設がなくなるタイミングには、地域にエネルギーが出ると思う。そのような機会を前向きに捉えて、できるだけ危機感を持ちながら日常生活環境を維持してもらいたいと思う。きっかけがあれば求心力がぐっと高まると思う。

○アクションプランの大きなテーマとして外部との連携があると思うが、連携先の持続性についてはどうなのか。大学は学生が変わるので実は心配である。

(回答) 将来的には、協定などの形ができれば良いと考えている。(京都府)

○外部との連携はあくまで個別に行うものなのか。外部機関同士でつながりがあるということではないか。

(回答) 現状は個別のつながりになっている。(京都府)

○学生と先生と一緒に活動するのは3年くらいが1サイクル。その中で販路を作るというのが一つの到達点になるのではないか。学生が地域に行くばかりでなく、龍谷大学生協に米を販売する仕組みづくりなど、そういう支援の形が良いのではないか。

○南山城にも学生が来てくれたが、あくまで授業が主になるので、地域の特産品でメニューは作ってくれるが、そこから先に繋がらない。お金を回していくところまで誰がコーディネートしていくのか、という課題がある。受ける側もビジョンを組み立ててやらないといけない。

○直売所が開発した加工品に大学名入りの焼印を押した事例がある。PR面でメリットがあったと思うし、大学ができることはそこまでではないか。

○道の駅の駅長は、協力隊のOB。そのように、受け入れ側がビジョンを見せて受け入れなければならない

○協力隊をグリップするのは市町村になるが、財政部局から特別交付税についてあまり理解が得られていないという課題がある。また、任期終了後の任用が決まっていない場合や、役所の臨時職員のような位置づけで募集すると(任期終了後を見据えて地域と連携した活動を行うことは)難しい。

○協力隊との連携については課題と認識しており、来年度1地区は協力隊と連携して進めたい。協力隊のミッションが明確なところはしっかり活動されているが、その点があやふやになっていると難しかったりしている実態があると感じている。(京都府)

○協力隊は特定地域に張り付くことになるので、地域のニーズをビジネスに変えていくのが一般的な形。このアクションプランが関わるとすれば、市町村を通じて地域と話し合っどどのように連携するのかという絵を描

かなくてはならない。府から直接伝えると、協力隊があちこちから色々言われてパンクしてしまう懸念がある。

○現在4地区となっているが課題について説明いただきたい。

(回答) 地域をどのように経済活動に向けていくのか、という話し合いを行うまでにかかなりの時間を要している。来年度は地区数が増えていくが、思ったより時間がかかる実感を持っている。(京都府)

○ある地区の計画づくりに関わっているが、良いものに仕上げるには2年ほどかかる。その後、誰が主体になるのか、というところにはまだ至っておらず、さらに経済活動となるともっと時間が掛かってしまうのが実態。実際には、話し合いに来ている人たちは自分が経済活動の主体になるとは考えていない。サラリーで働いている人に事業を起こしてもらうのは難しいので、農業をしている若手を入れてビジネスにしていく仕掛けが必要では無いか。

(静岡県むらづくりワンストップ窓口の取り組みに関して)

○地域組織を管理することが難しいという意味で、県のこれまでのスタイルとは違う動き方をしていると感じた。

○NPOの存在自体が地域資源に似た性質のものだと感じた。地域にポテンシャルのあるNPOがあるかどうか、というのが一つ目のハードルになるのでは無いか。

○京都府NPOパートナーシップセンターが今年度末に終わってしまうので、その理由をしっかりと分析しておかないと同じようになる。テーマがなかったのが原因ではないか。

○京都モデルフォレスト運動もお手本になるのでは無いか。企業に名乗りをあげてもらえるコツがあるのでは無いか。

○モデルファーム、モデルフォレストの取り組みと、静岡の取り組みとの違いは。

(回答) CSRでは無いこと。(京都府)

- モデルファームとモデルフォレストとは一緒に動いているのか。既存の取組に経済活動を加えることはできないか
(回答) まだわからない。(京都府)
- 企業によっては、経済活動に移行できるのでは無いか。
(回答) 社長の思い次第と思っている。(京都府)
- 地域に食品工場が立地しているが、生産者と実需者との取り組みで終わっている。発展性はあると思っている。うまく取り持っていただくと地域としては何かできると思う。「さとボラ」は頑張ってくれている。そういう意味では NPO ではなく府がつなぎ役になる方がうまくいくのではないか。
- まずやって見せてみる、というのが必要。

(マッチング支援のあり方に関して)

- 地縁組織や行政レベルで考えてしまうと、「営利企業じゃ無いので」でどうしても逃げてしまう。個人の経済活動による間接的な利害関係を地縁関係でシェアしていく、そのためにどのようなビジネスを仕掛けていくのかというフレームを作ることが大事。
- 一次産業をサポートするために二次・三次のビジネスが回っていく必要があり、結果として地域全体に経済が回り、地域コミュニティが補完されていくのでは無いか。地域のおばちゃんの加工グループを支援しているが、それは商売として同列に扱えるものではない。
- 地域のプレイヤーと外部人材をまとめた枠組みをまず作らないと進まないのでは無いか。
- モノを作れば一足飛びに売れる、ということには絶対にならないので、ブラッシュアップしていく能力を向上させていく必要はある (中村委員)
(回答) 地域にどれだけの覚悟があるのか、というのを見極めて支援していく必要がある。(京都府)

- イベントづくりとなりわいづくりとは、支援レベルとしては不連続なので、かなり難しいこと。商売のノウハウと地域事情の双方を熟知した体制が必要になる。
- 市町村にも、市街地・周辺農村部と同等に過疎地もサポートして住民のモチベーションを上げていく覚悟が求められる。
- （市町村内に）都市計画区域と過疎地が両方ある中で、「ビジネス」になった途端に行政支援に対する反発が出てくる。それは例え山間部であっても同じ。一部の者への支援ということで（特に商工業者から）批判が強くなり、行政は引かざるを得ない。「地域商社」であれば地縁の応援があった上であれば、支援しやすい。農産物や景観であってもそれを使った商売をしている人がいる。
- 地域でビジネスをすることでどのように地域にいい影響が出るのか、を説明しなくてはならない。それをデザインする人材、実践する人材を自治体が育成しなくてはならない。
- 農福連携の枠組みで、福祉施設が利益追求する場合は批判が出ない。つまり、地縁組織であれば「景観や農地を守るため」として商売を進めるということが説明できれば、地域住民の理解が得られると思う。
- 声を上げない農業者は放っておいても大丈夫なのか。
- 「草刈りの共補償制度」（地主、耕作者、農家組合が基金拠出）を作って、地域で協議して草刈りできない世帯をサポートしている。地域住民全員が「できること」で活動に関わる仕組みが大切。できる人だけで固まってしまうと、コミュニティにはいろいろな妬みが出てくる。
- なりわいづくりの事業化の一方でみんなが参加できる仕組みづくりをすれば、批判は減っていくのでは無いか。
- 協力隊についてネガティブなことを言ったが、地域から「人がいない」といつてきたところにこれから協力隊を入れていくことにしたいと考えている。