

# 会 議 録

会 議 名	令和元年度第2回橋本創生総合戦略審議会		
日 時	令和2年2月27日（木）午後1時30分～		
場 所	教育文化会館 4階 第5展示室		
出 席 者	委 員	藤田 武弘 平家 利也 深海 君彦 森川 嘉久	乾 幸八 大原 康平 中嶋 浩晶 森下 祐治 澤村 優希 小林 俊治  【出席委員：10名】
次 第	1. 開会 2. 議事 (1) 橋本創生総合戦略案について (2) 意見交換 (3) その他 3. 閉会		
資 料	資料1：橋本創生総合戦略（事務局案） 資料2：橋本創生総合戦略進捗状況【指標一覧】 資料3：橋本創生総合戦略審議会委員提案について		

## 1. 開会

- ・事務局より開会の挨拶、資料確認を行う。

## 2. 議事

### (1) 橋本創生総合戦略案について

(会 長) それでは総合戦略案について事務局の説明をいただきたいと思いますが、前回の会議で現在設定されている総合戦略の達成状況が見えてこなかったもので、その説明からまずはお願いしたいと思います。

#### 【資料2：橋本創生総合戦略進捗状況【指標一覧】】

- ・事務局が資料に基づき総合戦略進捗状況について説明。

(会 長) 相当たくさんの項目があげられているので、主だったところを中心にご説明をいただきました。

- (会 長) 我々の総合戦略策定のミッションはこの指標を踏襲すべき項目なのかどうかというのを検討しながら議論していくことになるので、この数字自体についてここで詳しく議論をするというわけではないんですが、前回宿題として出ていたところに対する回答となるかと思います。  
今の説明に対してご意見やご質問はありますか。
- (委 員) 例えばですが、親元就農者数という指標があるが、就農者の数だけが目的となるのではなく、具体的な策というのを示していくほうが良いのではないかと。
- (会 長) 私も同じことを考えていたのですが、指標を実現するためにどんな取り組みをしたのかを評価しなければ議論はできないわけで、制度を用意するだけではなく、制度を普及するとかのプロセスをどうしたのかが見えなければ検証ができないし、この審議会で設定する指標については、どんな取り組みを行っていくのかという記載をしていかなければ実現は難しいのではないかと。  
これまでの指標については他の項目についてもそうですが実際に中身で何をやって達成できているのか、達成できていないのかが見えてこないものとなっている。
- (委 員) 基準値、目標値の設定方法について教えてください。
- (事務局) 基準値については平成26年度の実績がもとになっています。  
目標値については総合戦略の終了年次で達成したい目標を各担当課で設定しています。
- (委 員) 例えばコミュニティバスの利用者数については増加の見込みとしていたが、実績は大きく下回っているが何か原因はあるのか。
- (事務局) 当初は敬老パスという無料の乗車券を発行していたが、それを廃止したため利用者が減っているのが大きな原因です。
- (委 員) 敬老パスを廃止したら利用者数が減るのがわかっていたのに目標値を基準値より高く設定したのか。

(事務局) コミュニティバスの再編等については予算や乗降調査によって行いますが、目標値の設定当時には敬老パスの廃止は考慮されていませんでした。

(委員) 地場産業についてなんですが、最終製品開発件数は開発を行った会社の数かと思うんですが、1社だけが製品開発を行うというよりは、加工段階に応じて近隣の事業者を巻き込んでいくことが重要になってくるのではないかと。

もう一つは、製品のブランディングも大事かと思うが、事業所のブランディングも重要になってくる。というのは、雇用が集まらないので事業所自体を魅力的なものにしていく必要があると考えるからで、例えば制服がかっこいいとか、場所がきれいであるとかの事業所自体のブランディングをしていくことが重要な時代になってきている。

どんな社員さんがどんな雰囲気働いていてどんな地域活動をしているのかという考え方が必要になってきていて、モノのブランディングだけでは足りなくなっている

そういう点からも最終製品の開発については1社ではなく工程別にできるだけ数多くの地元事業者さんに関わってもらって、極力最終製品に近いものを地元で作っていく、「橋本工場」のような形で進めていくのがよいのではないかと。

一社でつくるのもよいが、広がりがないし連携を取りづらい。事業所のブランディングにも関わるが、各社がコンセプトをもって取り組めるような施策や指標として計れるようなものがあれば入れていってほしい。

(会長) 総合戦略で設定される数値からすぐには見えないかもしれないが、数字の中の質的なところを見る努力というのはKPIの下部の目標を設定していくということをやっているところもある。

前回の議論でもあったが、今回の総合戦略で重要と becoming のは、いわゆる関係人口づくりとなる。

1つの動きがあった時に、どういう人たちがどんな風に関わってきて広がりをもっているのか、1という数字の中で関わっている人たちの質的な部分を独自に拾っていく努力が必要になるのではないかと考える。今回策定する計画についてはたくさん目標をつくるよりも、重点的な目標とか、必ず実現するためにどんな企画が必要なのかという議論をしていくことになります。

(会 長) これまでの目標はよく言われる絵に描いた餅となっていると思うので、今回 2020 年度から 2024 年度の 5 年間をつくれる大きなターニングポイントである。今までの項目は多すぎるかもしれないので、重点的なものに絞り込んで、ここまでは絶対に実現したいという議論をしていければと思います。  
こういったことも含めて総合戦略の中身の議論に入っていきたいと思います。  
事務局から案についての説明はありますか。

【資料 1 : 橋本創生総合戦略 (事務局案)】

・事務局が資料に基づき総合戦略政策体系について説明。

(2) 意見交換

(会 長) それでは本日は基本目標の 1 から議論を始めたいと思います。  
まずは 9 ページから 15 ページまでのところ、賑わいと活力を創出する地域産業づくりから始めます。  
ここに関わっての提案を委員からいただいているので、提案の趣旨を踏まえながら意見交換ができればと思います。  
提案書をいただいている方から紹介いただければよろしいでしょうか。

(委 員) ここで提案しているのは、総合戦略としては焦点がぼけているのではないかということで、前回の総合戦略はあまりにも項目が多すぎる。今回はまち・ひと・しごとに関わり込め、地に足の着いた計画にならないと、市民も行政もやっていけないのではないかという考えで、各主体が何をすべきかを具体的に定める必要があるのではないかと考える。  
例えば農業の振興で言えば、「高野山麓精進野菜」や「はたごんぼ」について、具体的にどのように展開していくのかということを経営戦略に書き込んでいくべきではないかと考える。  
KPI からでは取り組みがわからないので、施策の展開に具体的なことを記載していくほうがわかりやすいのではないかと考える。  
観光分野についても、橋本には宿泊施設や食の提供が少ない中で、行政としてどのように展開していくのかというのを書き込んでいけばよいのではないかと考えます。

(会 長) 事務局案中のはしもと産品というところに「高野山麓精進野菜」等が含まれているようだが、それを具体的に書き込んで、それに関わる人をどれぐらい増やしていくのか、品目をどれぐらい作付していくのか、ということを目指としてあげたほうがいいんじゃないかと私自身も思いました。  
なので、総花的ではなく、重点的にこれだけは達成しようということを具体的に書き込んでいってもよいのかと思います。  
農業部門を中心とした提案もいただいていますので説明をお願いします。

(委 員) 長期総合計画の10年後のイメージは理想的なことが書かれているんですが、それに対して総合戦略の目標値は漠然としているので、具体的な施策はどんなことをしているのか、その進捗はどうなっているのかというのが知りたい。  
それをふまえた上で次の総合戦略の目標を設定していければと考えています。

(会 長) 具体的な施策の取り組みにまで落とし込んで進捗管理をしていかないといけないということですね。  
確かに、案の農林業のところを見ていると国の農業白書が実現すべき目標のようなことが書かれているので、橋本の今の課題や強みを活かして、どんなことに集中的に取り組むのかということに特化した書き方をすべきだと思います。  
観光と雇用についてもご意見をいただいていますので説明をお願いしますか。

(委 員) 私が今まで視察に行った中から、橋本で実現できるのではないかとこの事業としてクライנגルテンであったり、観光を中心とした集客ということでサイクリングロードなどが流行っているののでそれに関連して新しいことが出来ないかと思い提案しました。

(会 長) 提案を拝見して、クライנגルテン曾爾もそうですけど、滞在型の市民農園、中山間地の遊休地を有効活用するという、週末利用型の滞在型農園をするという形と、東京の練馬あたりがやっているようなコミュニティをつなぐという形の非農家を中心の地域で農家が仕掛けていくような農業体験型農園があります。  
これは2つとも従来型の貸しっぱなしの市民農園ではなくて、農

業者との交流や地域との交流を含んだ新しい農業のあり方なので、関係人口づくりという点で言うと、それに資する取り組みになる。実際、東京の練馬ではそれがきっかけとなり新たな就農が発生しているので、こういった新しいタイプの農園というのも戦略に落とし込んでいくことが出来れば、5年後までに何件を目指していくとか、それを目指すための講習会をどれぐらいの規模でやっていくとか、その事業にかかわる農家を増やしていくとかという目標を書き込んでいってもいいかもしれません。あともう一人提案をいただいていますので説明をお願いします。

- (委員) 提案の説明の前に、豊かにしていくというのは、税金を増やすことでそれだけまちにお金を使えるという豊かさを指すのか、幸福度の高さを豊かさと捉えるのかという話がある。両方ともそろえばいいが、行政が目指す落としどころはどうしてもお金がかかってくることになる。例えば、地元産業のブランディングをすることで、どれぐらいの法人税をこのまちで稼ぐのかというところが豊かさの中身になってくるのではないかと思う。あまり詳しくはないですが農業についても、産業として捉えるのか、食の確保として地元の農業技術を継承していく、農業を続ける環境を確保していくものと捉えるのかでも目標が変わってくると思う。例えば提案なんですけど、食品の輸入が止まってしまったときにでも最低限の自給自足ができるように、農家の方には公務員になっていただいて、ある程度の食糧を確実に作ってもらう。そのための人材には橋本市にある空き家や農地を提供し都会から来てもらい、最低限の食糧を生産してもらうことで収入を保証するということがあってもいいのかなど。これは、食の確保というのと、人を外部から呼んでくるということになります。スポーツ観光の話も先ほど少し出ましたが、橋本の一番の強みは、川と山と池だと思うんですね。これを活かして、例えばサイクリングの後にはため池で釣りをする。そこでは製竿組合さんのへら竿を使うとかカヌーで釣りができるとか、その近くでジビエ料理やバーベキューができるとかといった絡め方ができないかと考えています。そして、そこで足りなくなる食材や物品などを直接お店に買いに

行くのではなく、地元の商工会と連携して、デリバリーを行うシステムができれば、店舗に駐車場がなくても商品を購入することが出来るし、それが発展していけばドローンを活用した配送になってくるかもしれない。

そういった柔軟い発想というのも必要ではないかと思う。

また、産業の全般的なこととなるが、補助金やブランド化などの支援制度があるのはわかるが、その前にしなければならないのは企業の正常化であると考えます。

企業が正常に経営を行えるように立て直しをしないと、いくら補助金などで支援をしても基盤がしっかりしていないと活用しきれない。

そのためには経営者も勉強しないといけないし、経営診断の中で現状を明確に把握する必要がある。その中で何を努力するのか、何を支援するのかということを経営戦略に書き込んでいかないと浸透していかない。ここに書かれていてもほとんどの事業者さんは意識することがないと思われるし、補助メニューがたくさんありすぎて使い方がわからないということもある。ちゃんと勉強をしていれば同じ申請方法で対象となるものもあるが、そこまでできていないことがたくさんある。橋本市は変に恵まれているところがあり、事業者に危機感がない。どれぐらいの基準で経営をしなければいけないのかを診断していき、それによって支援メニューを選んでいくということもしないと良くならないのでは。

(会 長) 幸福度というのはなかなか KPI にはなじまないところがあって、どうしても数値的なところが KPI となってくる。具体的な税収や金額だけでなく、例えば参加者数であったりとかの指標でどう置き換えていくのかというところで意識の変化について検証していくことになる。そのため指標づくりというのは他の委員会等でも苦勞する部分なので、ここでも苦勞することになると思います。農業の公務員化に関しても非常に大胆なご意見かと思いますが、1次産業全体が公的な価値を担っていると言えるので、それに代わる施策的な支援というのはたくさんあると思います。世界の都市では行政が中心となって市民に農業をしてもらおうということに力を入れており、そういう発想は日本にも必要なのかという気もします。ただ、そうすると常に行政が関わることになるので、農業経営の一環として参入していくという形であればもっと長続きすると思います。そういった点で言えば、新しい農業の

形でコミュニティを育んでいくというのもいいのかなという気がします。

事務局の方から提案に対して何かありますか。

(事務局) いただいた提案については担当課に確認も行ったうえで行動指標に落とし込んでいくことが出来ればと考えています。  
サイクリングロードについては、総合戦略に記載していませんが、河内長野市・五條市とでつくる協議会で今後事業を行っていく予定です。

(委員) サイクリングロードの関係なんですが、10年ほど前に和歌山県に提案させてもらったのが、吉野川紀の川と人をつなごうというので、人のつながりができるコミュニティロードをつくりたいというものです。他にも、JRの橋本駅から高野口駅までをトロッコでつなぐとかというのも提案をしました。  
その後、サイクリングロードが作られたんですが、外からくる自転車の人ばかりが利用し、地元の歩行者が弱者となっている。地域のコミュニティという観点から、地元の高校生が駅のスペースを使ってカフェを運営するとかの市民の憩いの場をつくってもいいのではと考えます。

(会長) 今いただいたアイデアを目標としてすべて乗せてしまうと地域にとっても重荷になりかねない、かといって今の指針はあまりにも数字の羅列でしかないので検証ができない。橋本市が実際に今後事業を行っていく「高野山麓精進野菜」であるとか「はたごんぼ」とかを手掛かりにして関係性を増やしていく、生産者を増やしていくような動きであるとか、農家の所得を上げていくとかいった具体性のあるところに行動指標を落とし込んだほうがいいのではないかという意見はあるかと思えます。

(委員) 今回の総合戦略には広域行政の推進というのがあるが、橋本周辺では300万を超える観光客があるので、その中心として橋本市が起点となり、周辺市町村と連携した取り組みを行うということを記載するべきだと考えます。

(会長) 他の市町村の目標までは記載できませんが、大きな連携というところで記載するのは差し支えないと思います。先ほど話にあった



府県間を超えたサイクリングロードなんかは観光庁が広域観光圏ということで推進もしているので、橋本が中心を担って取り組んでいるという書きぶりでも構わないと思います。

(委 員) 歴史的に橋本という地域がどういう文化で成り立っているのかというのも大事だと思う。地域外から見たときに橋本がどんな役割をしていたかというのを意識して施策を行っていかないと、この地域に向いてないことをいくらやっても意味がない。全てを変えていくのではなく、過去からの役割を洗いなおすことで未来の目標に繋がっていくのではないかと思います。

(会 長) 様々な意見が出てきていますが、他に産業の部分で具体的な目標を掲げてはどうかという意見はありますか。  
私が一つ思ったのは、林業の部分で持続性のある林業を展開したいという目標がある中で、和歌山県は企業の森をつくった先駆けで、県内で60社ぐらいがCSR活動で森づくりをしています。橋本には森林組合こうやがあるがCSR活動をしていない。橋本市清水には企業の森の候補地があるのでCSR活動として、間伐や自然体験をするなどで森林組合と三社提携などを行うことで橋本に関わる人口を増やせるのではないかと思います。  
もうひとつ面白いと思う制度が和歌山県の企業のふるさとという制度があって、橋本の西畑では「はたごんぼ」と井関農機が実施しています。連作障害や担い手不足により継続が難しいという話もありますが、興味を持っている人が一定数いるので、そういうところに地域おこし協力隊などを入れて移住定住につなげたり、将来的には新規就農してもらおうことを目指してはどうかとも思う。

(委 員) 農業分野に関して案を重点的に読んで思ったのが、橋本市として農業のどの分野の優先順位を高くしているのかということだった。例えば「はたごんぼ」とかだと、西畑地域だけの狭いエリアの話となり、関わる人が少ない。力を入れていくべきなのは関わる人が多い分野のほうがいいのではないかと思います。  
「高野山麓精進野菜」は間口が広いのでそちらを重点的に戦略に盛り込んでいくべきではないか。

(会 長) 大きいところと言うと橋本市の農業生産は 41 億円ほどで、果樹は 22 億円を占めている。野菜はそれに対して 5 億円ほどだが、直売所がこれだけやっているのならば、自給農家を販売農家に変えていくこともできるし、それに伴って精進料理で提供される野菜を 100%橋本産でまかなうという取り組みもできると思う。確かに、柿の大産地ではあるが、どんなストーリーを作れるのかというのをもっと練りこんでいかないと、プッシュが弱くなってしまうのでそこを考えていきたい。

(委 員) 和歌山県は柿の生産量が日本一なのに他の県での認知度が低いし、フルーツの中でもマイナーなものとなっている。都道府県や市町村がもう少しマーケティングをしていくことで柿の地位を高めていけるのではないかと思うので、これまでやってきたことをおろそかにするべきではないと思う。実際他府県に和歌山の柿を持っていくと美味しいという評価をしてもらえる。そういう地道な活動が成果につながるので、市民と行政が一緒になって、この取り組みを続けていくことが大切だと考える。

(会 長) それは、柿の商品開発になるのか、販路開拓となるのかで、一般消費者だけでなく加工事業者にも知ってもらおうということなのかどのあたりでしょうか。

(委 員) 柿は生で食べるのが一番なので、季節を感じる時期に PR 活動を行っていきたい。

(委 員) 実際会社でも取引先に柿を送るととても喜んでもらえる。食べたことのない人はこんな美味しい柿があるというのを知らない。もう一つは、海外に向けてプレゼンを行うのはどうかと考える。一度世界大会で柿を提供したらファンになって食べてくれたので、海外で注目を集めることで日本国内での注目に繋がっていくのではないかと考えます。

(会 長) 輸出に関して言うと、多額のプロモーション費用を使っている割に効果が薄い。実際に儲かっているのは輸出業者で地域の農家にまで効果を受けることが出来ていない。地域に来てくれた人にしっかりと味わってもらおうということの方

が、地域にお金も落ちるし良いのではないか。

- (委 員) 都会の方へ行くと地元産でないものが地元産として売られているので、現地で本物を食べてもらうというのは良いかもしれない。
- (会 長) 県ではテロワール事業を行っていて、パンフレットの資料なども大量にあるが、県の中でも連携が取れていない部分がある。もっとその資料を活用して、消費者に和歌山の柿の良さを伝えていく、ターゲットの持ち方を工夫するような書き込みが必要だと思う。
- (委 員) 柿を食べてもらうというところで、観光分野でも意見があって、旅行に行く動機の1つに、その地域の美味しいものを食べるというものがある。橋本に来てもらったときに地元産品が食べれるところが少ないので、それを増やせば地元産品を使ってもらえるところが増えていいのではないか。  
柿の食べ方についてもいろいろな事業者が新しいメニューを開発していてもいいのではないかと思います。
- (会 長) 農業の分野からこういった意見がありますが、6次産業として農商工の連携というところで、こんな体制があれば進めやすいというアイデアはないですか。
- (委 員) 今やりかけているものでは、インバウンド向けに地元企業の商品に季節のフルーツを入れたものを食べてもらったり、作るのを体験してもらうという取り組みをしている。そこで、直接農家とやり取りしてもらうことで、新しいものが生まれることもあるのではないかと思う。  
他には、柿渋を使った風呂敷を地元で作って、それに包んだものをセットで売ることによって相乗効果が狙えるのではないか。
- (会 長) 例えばその案を実現するときに農家を1軒ずつ回るのは大変なので、農協であったり、農業にかかわる組織と関わっていかないと。
- (委 員) 約1年ほど前から商工会議所、商工会と農協、行政が関わる会議を開いている。

- (会 長) それはどういったニーズからできたのでしょうか。
- (委 員) 今は具体的な目標というのはないが、お互いが全く知らない状態だったので、まずは情報交換、意見交換をしましょうということから始めた。
- (会 長) 民間でそういう動きがあるのであれば、そこをベースにして新しい農商工関係の商品開発をモデル化していくというのも数値目標として取り入れてもいいのではないかな。
- (委 員) 少し説明すると、市ではブランド推進室を立ち上げ、そこに職員レベルではあるが派遣をしてもらっている。その中で6次産業化やブランド化を進めていこうということになっている。ただ、トップのレベルでの話し合いというのはなかったが、スタートのきっかけは行政からの発信だったのかなと思う。
- (会 長) 6次産業化や農観連携を進めていこうとすればそういう取り組みは必須なので、その部署の取り組みを実質化するような数値目標をあげてもいいのではないかなと思う。
- (委 員) 今のところ販売量はそんなにないが、取り組みによって開発された商品はあるので、ブランド化まではしていない。
- (会 長) いきなり販売額をいくら達成しようという目標には無理があるので、開発件数を追っていくというぐらいしかないのではないかな。
- (委 員) 行政がいろいろな取り組みを行っていてもプレイヤーのレベルにまでは周知されていないのが現状なので、もっと周知していくことが必要だと思う。
- (会 長) その点で言うと、シティセールスという項目があるが、外に向けてのことばかりが記載されており、市民に対しての発信が弱い。内部に対する広報力が求められている時代なので、シティセールスのターゲットを絞って目標を持たないと、市民参加のまちづくりは進まないのではないかな。

- (委員) SNSなどで市民参加による外向きへの広報活動はしているが、確かに市民向けの広報にはなっていない。
- (会長) よくあるのが、市民が地域を知らないということがある。行政が広報することで地域外から来た人が地元の人に話しかけると、内容を全く知らなかったということがある。やはり、まちをあげて取り組んでいるんだとか、自分たちの地域にはこんな宝があるんだという意識を共有できることがポイントだと思います。
- (委員) 柿の話なんですけど、子どもはほぼみんな柿が嫌いです。私は市外から来たのであまり思わないんですが、周りの人達もだいたいみんな柿が嫌いだという人が多い。
- (委員) たくさんあるので、地元の人には柿の価値をあまりわかっていないのかもしれない。
- (委員) 昔は庭先に柿の木があったので、柿で儲けるという発想が昔はなかった。
- (委員) 逆に柿のない地域に持っていくとすぐに完売になるほどの価値がある。
- (委員) 今の子どもたちが育った時に柿を育てようという感覚になるのが心配です。
- (会長) 世代が変わっても何らかの形で伝えていかないといけない。
- (委員) 学校では今吊るし柿教室はしてもらっています。でも給食で柿が出るのはとても嫌がっています。
- (会長) 今は嫌がっているかもしれないが、地元を離れたときにありがたみがわかるんだと思います。ふりかえってみたときにうちの故郷はこんなに豊かだったんだなと思うことになる。そのための教育は結果がすぐに出なくてもやり続ける必要がある。

- (委 員) 橋本は柿だけでなく、ブドウもレベルが高いが地元であり知られていない。
- (委 員) 柿やブドウやへら竿にしてもそうだが、全国的なシェアを占めているようなものでも、市内の人がほとんど知らないのが問題だと思う。
- (会 長) そういったことから、ふるさと教育に力を入れていかなければいけない。  
これから策定する総合戦略の目標には具体的に今取り組もうとしている動きが検証できるような数値を設定してもらいたい。  
情報コミュニティの部分が不要ではないかという意見もあります  
がどうでしょうか。
- (委 員) 情報コミュニティの項目には市の広報活動のことしか書かれていないので、地方創生とはあまり関連がないのではと思ったので、省いてもいいのではと考えます。
- (会 長) 長期総合計画と対応して網羅的に施策を上げるのではなくもう少し重点的に取り組むところに絞って記載していくことが必要なのかもしれないということですね。
- (委 員) 企業誘致という項目についてですが、力を入れて進めているので雇用が進んでいるかもしれないが、それによって地元企業への就職者が減ってきている。  
地元産業の振興と企業誘致はどちらも並行してというのは難しいのではないか。
- (会 長) そこは橋本市の難しいところかと思いますが、他の市町村なんかでは、高度成長期型の企業誘致のモデルは崩れているので、これからは農商工連携によって起業するとか、地元の産業を新しい人材によって継業していくとかが中心になってくる。  
橋本はいまだに、企業を誘致できる団地があるが、その先があるのかはわからない。  
どちらに力を入れていくのかという話になるが、中途半端となっている。

- (委 員) 地元企業としては、どちらも力を入れていくというのはあまり喜べる話ではない。もちろん、新しい企業が来ることで地元産業に需要が発生するとは思いますが、共存は難しいと考える。
- (会 長) その点から言うと、創業・起業の支援というところが、今後の取り組みに繋がっていくということですね。
- (委 員) そうですね、今ある目標の中で最終製品の開発があるが、その中でどれだけ地元企業が関わっていけるか、努力していけるかというほうが長い目で見ると続いていくのではないかと。県外の企業ばかりが増えていくと、地元の産業は雇用ができなくなり、数年後にはなくなってしまう。
- (会 長) 中山間といわれる農山村でも、橋本以外はみんなそれに気づいてるんですよ。なのでそちらへシフトしてはいますが、橋本はまだ来てくれる企業があるので。
- (委 員) 今まで良かったがこれからはもう企業は来ない。
- (会 長) 総合戦略案の中では1番目が雇用、就労関係で2番目に企業誘致が来ているので、優先順位はつけているのかもしれないが、もう少しトーンをつけて、地域の商工業者をもっと元気にするような起業家とか継業家をもっと支援するんだということを打ち出してもいいかもしれないですね。
- (委 員) 現状の両方やりますというのは、地元企業へのガス抜きのように見えてしまうので、はっきりと方向性を示してほしい。
- (会 長) 今の時代は大きな経済を農村に作るという幻想を追い続けるのではなくて、むしろ小さな経済をたくさん作る、象徴的な言葉を使うと、工場誘致ではなく工房を設置するというような2、3人の雇用をたくさん作っていくことの方が若い人が定着するし、関係人口も増えることとなる。そちらの方向を向けることが大切かもしれない。
- (委 員) 確かに創生総合戦略という観点から言えば、既存の企業を応援するようなことに力を入れていることが大事かもしれない。

- (会 長) 移住定住という観点で言うと、地域おこし協力隊が地域に残って続けているのは農業とかカフェ、レストランを起業している人が多いので、そういう人たちに地域に入ってもらうことで、農業者や商工業者とのつながりができるきっかけともなる。今までの企業誘致とどちらを優先するのかを選ぶときに来ていると考える。
- (委 員) 地元企業をおろそかにすると外に出ていかれる可能性もある。
- (会 長) 企業活動もコンプライアンスやストーリー性などの売りがないと、昔ながらのモノの価値だけでは生き残っていけない時代になっている。  
そういう点では、小さいけれども地域の資源が豊富なところを活用して企業活動ができるというのはとても恵まれているので、行政でバックアップするようなことをやっていくと良いのではないか。  
今回の目標を見ていると総花的で後押ししているようには見えてこないなので、事務局には今日の意見を反映しながら重点的に取り組んでいく項目について、指標に落とし込んでいってもらいたい。できれば、目標数値の設定だけではなく、こういった取り組みによって目標を達成するのかというところの記載もしていただきたい。
- (事務局) そういった視点からも、目標の数を絞って数を減らしていきたいと思います。
- (会 長) シティセールス、情報コミュニケーションのところでは何かご意見はありませんか。
- (委 員) 移住定住の促進のところでは全国に向けて発信とあるが、ターゲットをもう少し絞り込んで進めるほうが行政としての取り組みが見えやすくなるのでは。
- (会 長) 実際シティセールス推進課ではある程度ターゲットを絞って進めているかとは思いますが、そのあたりが見えるような数値設定をすればいいかもしれない。



- (委員) 子育てのことでも、きのくに子供の村学園の小学校がとても魅力的で、昔恋野に移住しようと考えた方がいたが、条件に合う空き家等がなく、結局岡山に移住するということがあった。  
そういう思いを持って移住を考えてくれている家族をいくつか見てきたが、そこから先になかなか進めない。
- (委員) 空き家は何軒もあるが、そのすべてが売り物件となっているわけではなく、盆や正月に帰ってくる場所として残しているということもある。
- (会長) だからこそ、その問題を克服するために関係人口作りを進めておかないといけない。結局地域の人に信用力がないと、なかなか人には貸せないとなってくる。今のうちから関係人口作りを進めて地域のハードルを下げておかないと、いきなり目標を立てたからといってできるものでもない。
- (委員) 例えば、そういった需要のあるところにてこ入れをある程度すればマッチするという物件があったときに、改修の費用は市から出るんですか。
- (委員) 改修の費用はないが、お試し暮らしとして賃料の補助は行っている。
- (会長) そろそろ時間が迫ってきていますが、事務局からトータルとして次回へ持ち越す課題を確認していただいて、その後副会長にまとめていただいて終了にしたいと思います。
- (事務局) 行動指標・進捗管理目標については今日いただいたご意見を担当課に伝えるとともに、再度見直しを行い目標等を作りこんだ状態で次回ご提案できればと思います。
- (会長) 場合によっては担当課で目標の優先度を設定してもらい番号を振っておくことで、それを元に次回の議論ができるかもしれない。
- (事務局) 最重要でやっていく部分については印をつけようと思います。
- (会長) それでは最後に副会長からご意見を頂戴して終わりたいと思います。

(副会長) 皆さんからは橋本市の産業、雇用の創出について今後とも定住できるまちづくりということで貴重なご意見をいただきました。私個人が思うに橋本市全体を見たときに、農業についてもこれからの若い人に引き継いでやっていってもらわないと続いていけない。

橋本市は少子高齢化によって柿畑も遊んでいるような状況なので、誰につくってもらおうかという状況になっている。

後継者作りが大きな目標となってきたので事務局にはその辺に重点をおいて考えていてもらいたい。

### (3)その他

(事務局) 長時間どうもありがとうございました。

事務局から事務連絡をいたします。

次回の審議会日程は3月17日となりますが、それまでの間にご意見をいただければ担当課と調整もできるかと思えます。

### 3. 閉会

(事務局) それでは、これをもちまして令和元年度第2回橋本創生総合戦略審議会を終了させていただきます。長時間どうもありがとうございました。