

平成25年度 わくわく市民懇談会

1 日 時 平成25年8月20日(火) 午後6時30分～午後8時00分

2 場 所 北永江集会所

3 出席者 里わの会 会員12名、高野議員
市長、随員職員2名

4 次 第

- (1) 開会
- (2) 里わの会 会長あいさつ
- (3) 高野議員 あいさつ
- (4) 市長 あいさつ
- (5) 里わの会 紹介
- (6) 市長講話
- (7) 質疑応答・意見交換会
- (8) 閉会(午後8時)

5 講話内容

「これから期待したい ～中野市の未来に向けて～」

6 質疑応答・意見交換

冒頭のあいさつ

豊田地域の皆さんは、自分たちの地域のことをこれまでずっと考えてこられて、結束してあたってきている地域と認識しています。これから人口が減っていくなかで、今全国的にも『自分たちでできることは自分たちでしよう』という動きで、政府でも県レベルでも施策を打ち出してきている。それをこの「里わの会」の皆さんは既にやっていると認識している。そこでこれから必要なのは、それをどう進めるかということで、知恵を出し合って、少し視野を広げていただいて、キーワードは持続性・継続性です。それがボランティアレベルの話でなく、ちゃんとした収益に結び付いていくという「事業化」がこれからのキーワードだと思います。それに向けてどういう行動をとるかがこれからの課題です。それに関しては皆さんと一緒に、中野市を盛り上げるためには地域で盛り上がり上げてもらわなければならないというのが私の考えで、逆に今日はお知恵を拝借してご意見をいただいて今後の市政に生かしていけたらと考えています。

「市長講話」

人口減少時代の Policy of Local Administration

- ご説明したいことは、まず日本の人口はこれまで鎌倉時代の700万人位からずっと増え続け、ピークアウトする2006年には1億3000万人まで増えました。しかし人口推計はこれから放物線のように下がる一方です。ここで考え方を改め、今までのようなおねだり主義などではなく、将来を見通して人が減るから戦略的にどうするかという発想が必要です。
- その時にどうしても必要なのが、交流が増える、人が来てくれるということで、住んでいる人は動かないが来てくれる人がお金を使ってくれる仕掛け、仕組みです。発想の転換が必要です。日本政府も海外の人に来てもらえるような仕掛けを考えていこうと観光に力をいれています。翻って中野市はこれまで、観光という面にはどちらかというと無関心で、生産拠点・農業拠点として考えてきました。これからは観光を経済戦力のひとつとして積極的に位置付けていけなければいけません。人を寄せるような政策が必要です。そのために、もう一度自分たちの地域の良さを再発見・再確認し自信を深めていただき色々な政策を行っていきましょう。
- 企業誘致は難しいが起業人誘致はできると考えています。中野市に来たら新しい知識が得られて、起業、事業が行えるなど魅力があれば人はやってきます。現在全国

の19歳から30歳の若者の中で、330万人のニートがいると言われていています。その人たちはたまたまミスマッチで、やりたい仕事がない、ということで出来ていない人も中にはいるでしょう。そういう人たちが来てもらえればここにはありますよとすることができる、それが農業であったりするかもしれません。

- お年寄りが増えます。より効率的に公共交通網を整備していかなければなりません。
- 市民参加でいわゆる「里わの会」の皆様のような会・集団に対して私は積極的に支援していきたい、ないしは知恵の交換をしたいと思っています
- 経済の活性化は、常に手段と目的を取り違えないようにして、きちっと明確な戦略目標を立ててこれからは行政にあたるべきだと考えている。

中野市の政策展開の視座

- 都市間競争があります。これから人は流動化します。そういうこともこれから考えていかねばならない。
- 豊田は『故郷のふるさと』です。ふるさとの歌が世界的に有名になったことはとても資産価値があることです。これは継続して発信していかなければいけません。
- 北陸新幹線の開通により、関東より関西の人の方がこの地域に近くなります。マーケットは関西であると思っていただいたほうがいい。

地域を豊かにする経営思想について

- 地域経営や地域創造の担い手とは皆さんのことですが、一定の識見と理念を持っていただきたい、自信を持っていただきたい。この地域は高野辰之先生を生んだ『故郷のふるさと』なんだ、世界に発信できるんだ、ということで既にブランドはできています。それをどうやって発信するか。
- あとは食文化、服飾文化です。さきほど里わの会の色々な資産を見させていただきました。歴史的なものから、新しいドッグランのようなものがありましたが、どこに焦点を当てるか重要で、まさにストーリーです。

政策ディメンションについて

- 旅の形が変わっているということで私の思いを言いますと、観光・経済に力を入れていきたいということですが、「交通の便は結果と無関係だ」と言っている先生がいます。長野新幹線が開通し10何年かたつが、それによって松本、白馬、南信州方面への人が減ったかという減っていません。要は「安・近・短」が「高・遠・長」に勝っているとはいえないということであり、交通の便ばかり考えなくてもよいです。
- 地域資源の良し悪しも関係ないです。自分たちが「ここはいいところなんだ」と自信を持つだけで人はやってくる。何か新しいものを作ろうとか新しい仕掛けを考えようとかするよりも、そこに堂々と住んでいる自負心、それが重要です。
- 成功している地域に共通していることは対外型です。事業者自身、私も含めて皆さんも集団的な努力をしています。努力しなくても地域でやってこられた時代は終わりました。努力しましょう。情報発信しましょう。私も来年度にむけて情報発信に力をいれていこうと思います。色々側面から支援していきたい。
- 先ほどこちらで紹介していただいたもののなかに、歴史的資産・神社などとてもいいものがあるなあと思いました。人が来て巡り歩いてくれるような魅力あるものにしていくためには、新しい仕掛けは必要ないです。あるがままのものを人は求めてさまよい歩く、『ツーリズム』がこれからの主体になります。そういう人たちは何を求めているかという、非日常でなく『過ごしたかった日常』です。「もし私がこの地域にいたら、違う世界にいたらこんな生活が営めるんだ」というものが提供できればいいです。ホテルで出すような食事を用意する必要はない、それがツーリズムです。
- 豊田の「里わの会」の皆さんの地域のブランドは世界に誇れるものです。『故郷』という歌で既にブランドはできています。これは豊田の歌であるということはどうやって情報発信するかが重要です。それについては市でもこれから考えていきたいです。
- 地域活性化のかぎは人です。自分のお金で個人客として経験を多く積んでいる人で地域のチャンネルが多い人、自腹で回ってきた人だけが自分の地域をどうしようかよくわかります。
- 男尊女卑の風土には女性客は来ません。よく言われるのがまず若い女性の心を掴

めということです。若い女性が憧れてくることにより、人がよりたくさん来るようになります。

- 媚びることなくいばることなく、地域ブランドを良くするために周囲を巻き込む努力を惜しまないでほしいです。自分たちに自信を持ってもらいたいです。
- 中野市にはものすごい資産があります。基本的には交流連携で何かをやりたい。今ゾーニングを考えているのが豊田地域です。豊田地域はツーリズムが出来る地域と考えています。来ていただいてゆっくり歩いていただけたところであると考えています。例えば看板に書いてある言葉を変えるなど、宣伝のしかたひとつでイメージが変わります。この地域はツーリズムでも重要な地域になります。それから今、飯山駅を降りてからのルートを考えているところです。
- 中野市は唱歌の里で、高野辰之、中山晋平、久石譲とつながっています。上手に使いたい、考えていきたいと思っています。
- 発想を転換し、中野市の地図を逆さに見た場合、関西方面から来た人が飯山駅で降りると、豊田の道の駅が表玄関になります。色々つながってくるのではないかと考えています。
- 「豊田の原風景を訪れることができるのは、『1日10組限定』というふうにしたらいいのでは」と言われたことがあります。1日10組しか入れないというふうにしたら観光客が殺到するのではと。あるがままの故郷の風景を提供すれば人は来る、それでいいと思います。
- 豊田のこの地域は残された観光地になるはずですが。普通の観光地にしたら面白くない、観光バスが何台も来る観光地を想像するとだめになるでしょう。豊田のこれからの観光的なポテンシャルは高い、あとは宣伝の仕方如何です。信越9市町村で見たときにも、中野市の魅力でもあり9市町村の魅力でもある『故郷のふるさと』は共有されているので北信州のひとつの要になる。
- 観光バスが何台も来る観光地では面白くない、通り過ぎるだけの観光地になってしまいます。あるがままの地域をどうやって提供するか、その仕掛けを考えたほうがいいです。むしろそういうところを人は望んでやってきます。どこに行っても同じような観光地はいらぬということです。

【質疑応答・意見交換】

◆情報発信について

A氏：何らかのかたちで情報発信していきたいとおっしゃっていましたが、具体的にありますか？

市長：実は面白いシステムがありまして、今まではどちらかという、1箇所情報を集めてホームページのようなものを作って情報発信するかたちだったが、今は自分自身がいいなと思うところにストーリーを加えてあげると、それが集約されて同時に情報発信できてしまう、というようなWebサービスがあります。

A氏：今の若い人は携帯電話を介してサイトに書き込みしたり見たりする。そこへ書き込みをしたりしてそれを情報発信に利用できないか？

市長：プラットフォームは作りたいと思っている。今日知り合いが来て、中野市を案内したらもうホームページが更新されている。このように簡単に情報発信でき、宣伝出来てしまう。費用はかからないが、ただこれを行政機関として、プラットフォームを作るとか何かやろうとすると、いわゆる閲覧権と製作する担当、要するにガバナンスをきちっととらないといけない。民間の人が個人的に情報発信するのはいいが、公でそれを管理するとなると情報の信頼性とか著作権とかが難しい。やり方の検討が必要。いずれにしても皆さんが自分の思いを自由に表現できる場ができれば、オムニバス方式でいろんな情報が入ってくるので、それが自動的に仕分けになって情報発信される、それはそれで楽です。

◆NPOにしたほうがよいか？

B氏：こういう里わの会のような団体もNPOとかにしたほうがいいと思いますか？

市長：目的によると思います。

◆景色を守っていくためには？これからの地域について

C氏：この豊田の景色を見て周りの人にはいいといわれるが、われわれはいつも見ているからそう思わないが、いかに地域を守っていくか？この景色を維持していくにはどうしたらいいか？今年あった替佐からのウォーキングというイベントでも、変なおいに対しての苦情があったのではないかと心配していたが、市の職員に確認したら特に苦情はなかった。そこを迂回するコースになっていて安心した。訪れた人が荒れた畑や放置された車を見たり、変なおいがしたりしたら嫌なんじゃないか？我々は地域をいかに守っていくか考えていかねばならない。

市長：きれいじゃなくてもいいと言われていています。「手が入っている」という姿が見えればそれでいい。

C氏：自分たちも高齢化している。今はなんとか頑張っているがこの先心配。

D氏：里わの会ではまだ色んなことを協議したことがない。我々が何のためにこの会を持つのか、どういう地域にしたいか哲学的に考えなければ。若い人がずっと住んでくれる環境を作っていないといけない。自分たちで住みたい地域でなければだめだと思う。里わの会も始まったばかりだから考えていきたい。

市長：いろんな地域を実際に見に行ってもらいたい。今、四国の限界集落に、若い人たちが移り住んで人口が増えているという地域もある。仕事のあり方も考え方も変化してきていて、コンピューター1台あれば仕事ができるしまう時代。中野市内にも実は世界的に有名な企業が来ている。なぜ中野市か？と聞くと仕事は通信でできてしまう。ただ「この環境がいい。北信州の環境がいい」ということで住んでいる。そういう形態も考えられるので可能性は無限にある。そんな意味でも、いろんな地域に目的意識を持って何をやっているか見に行く。そういう情報は意識をもってアンテナを張っていると必ず入ってくる。意識がないと引っかからない。

市長：情報化といっても、最終的には「Face To Face」ふれあいである。だから情報は与えるがやはり来てもらわなければいけない。来てもらって何かしら感じてもらってつながっていく、ということはどうやって仕掛けていくか重要。ファンが増えれば投資してくれる。あれをぜひ残してくれなど。そういう時代になるだろう。

中野市の人口推計で、2030年には3万7、8千人になる。人口減少率は中野市は豊田も含めて、マイナス15%。ところが飯山市は25%減少する。どいうことかということ人口減少下においては、より都市へ都市へと人は流れていく。そういった意味でも、中野市のポテンシャルはこれからも総じてそんなに落ちないはずで、落とさないように、なおかつ人が憧れるような土地にどうやってしていくかと考えた時に、中野市は豊田と合併しものすごい資産になっている。知人に言われたのが、「2時間ほどのところに、海あり山あり高原ありスキーあり、こんな地域はない、もしここに職があって住めるならここに住みたい」と。そういわれるぐらい、この地域はかつて上杉謙信の箱庭だったと言われているが、それだけ魅力がある地域である。信越9市町村の飯山市長とも話すが、総体としてこの地域は豊穡の地でありどうやってイメージアップしていくか。市町村単位であっちだこっちだと争っている時代ではない。「客は世界にいる。」日本は人口が減っているが、他の国は人口が増えていて富裕層がいっぱいいる。そこに売り込めばいい。ただ先ほどお話したように「1日10組限定」というふうに売りこむ。そこで地元の食材をふるまって、それで十分。そういう人は、人がごちゃごちゃいるところには行きたくない。こういうことを実際やっている地域もある。「そこにしかない絶対的な価値」を大切に、ここでいったら高野辰之先生が育ったふるさと、それを偲んでもらう仕掛け。「空気」それしかない。いえ、逆に「そ

れがある」と考えたほうがいい。それをどうやって磨き上げて情報発信するかが大切である。

◆道の駅について

E氏：1つ気になっていることがある。道の駅の出入口のことですが、中に入ると外に出づらい。それに道の駅から出ようとしている車の先端が飯山から来た車と接触する事故が多い。これから集客していこうとするなかで改善をお願いしたいと以前から思っていた。

あと飯山方面からきた観光客によく「道の駅はどこですか？」と聞かれる。通りすぎてしまう。奥まっているためわかりづらいと言われる。知らない人にしたらわかりづらいのでは。

市長：道の駅周辺については色々なアイデアをいただいているところであります。

B氏：道の駅もそうだが、インターの入り口も看板がほとんどないので、みんな通り過ぎては戻っていく。もう少しわかりやすい親切な看板がほしい。橋があってわかりづらいという面もある。

市長：発想の転換で、道の駅に誘導するような看板をつけたらおもしろい。(通り過ぎたら「お気づきですか？まだ行きそびれたところはありませんか」など…) そのぐらいの遊び心も必要。

私自身、研究所にいたとき日本全国歩いた。ただただ歩くのではなく目的意識をもって歩く。どういう道の駅がどういうウェルカムをやっているか、どんなふう売っているか。どんな看板が立っているか。アンテナを高くしていくと見える。ただ遊びに行っても見えない。

中野市にとってみれば豊田の道の駅は飯山方面からの大事な入り口になる。オランチェと一緒に。そこでどういう印象をあたえるかによって変わる。やはり『故郷のふるさと』ということで、豊田のイメージをどうやってだすか、そっちへ誘導するような仕掛けがほしい。ただ、大挙して観光バスが来ると困る。ここから先に入れる人は抽選で、などとしたとたん人がくる。

B氏：今直売所はどこも同じで面白くない。平台の上にただ並んでいるだけ。それが当たり前。何があるのかわくわく感がほしい気がする。工夫できたらいいと思う。

市長：売り場でどういった客層の人が主導権をもって買うかよく見て。例えばおむつ売り場の隣にビールを売っている店がある。父親がおむつを買いに来て隣のビールを買って帰る。これで売り上げが倍になった。こういうのはやり方です。ただ並べるのではなく客層を研究して、心理を突いて、やはりベンチマークです。最近よく見るのが、一箇所に商品を置くのではなく、同じものが色々なところに置いてあるやり方もある。売り場が広いところは日によって場所を移し、お店の中を回らせるやり方をしているところもある。やはり仕掛けることです。

