

令和元年度 官民共同ワークショップ (提案概要書)

チーム名	f a r m e r s
研究タイトル	農業を中心とした楽しい山形ライフ!!
提案概要	<p>1 テーマ選定の背景</p> <p>山形県は農業立県で豊富な農産物を有しているが、生産者の減少や高齢化により、農業者が減少傾向にある。山形県の強みである「農業」分野で人口増に繋げるためにはどうしたらいいか検討を行う。</p> <p>2 現状分析</p> <p>① <u>生産者不足と高齢化</u> ⇒ 若年層の農業離れ</p> <p>② <u>消費量の減少</u> ⇒ P R 戦略、売り先ルートの確保</p> <p>③ <u>人材育成</u> ⇒ 楽しい農業ができていないのではないかと(就農しても続かない)</p> <p>④ <u>環境整備</u> ⇒ ノウハウや資金援助システムの不十分</p> <p>3 提案</p> <p>農業者の減少と高齢化が進行する山形県の農業を継続していくために、新規就農する者を増加させる必要がある。</p> <p>中でも、近年、減少率が高い兼業農家を増加させていくため、以下の対策を提案する。</p> <ul style="list-style-type: none">・ 本業をテレワークで行いながら、兼業として農業を行うための環境整備・ 現在の助成金制度の改正・ 売り先の確保のため、I C T 技術を活用し、農産物の定期便の仕組み、地域内での農産物売買を活性化させるためのシステムを構築 <p>4 2030年の山形</p> <p>提案を実施することで、新たに県外から新規就農者や販売に携わる関係者などの移住者を、金山町で100人増加させる。</p> <p>さらに、これらの事例を参考にして、全県的な展開を図ることにより、県全体の人口増加を図る。</p>

発表に対するコメント (farmers)

(発言順に掲載)

尾花沢市

尾花沢市においても農業を通じた移住、農業を通じてどのように定住に結び付けるかというところは1つの施策として取り組んでいるところである。特に、兼業農家の支援という点では、現在の助成制度の拡充を図り、制度を活用しながら地域就農できるというアイデアは大変興味深かった。

地域就農者が農業収入だけで生活していくのはなかなか大変であるため、それ以外で何か収入を得られて、山形で農業を頑張っていこうという体制が出来ればいいのではないかと思った。

今回の提案は、移住してからの安定した生活というところに着目した内容だと思うが、そういった施策を都市部のどのような世代にPRしていくのかという点についても考えていく必要があるのではないかと思った。

株式会社NTT東日本-東北 山形支店

山形の特徴である農業に着目して、人口が増やせないかと考えた点は良かったと思う。ただ、なぜ兼業農家が減ったのかという点について、もう少し掘り下げた分析があれば良かった。

なぜ農業離れがあるのかについては、高齢化もあるかもしれないが、それ以外に、例えば、農業は朝が早くて大変というイメージがあり、なかなか手を出せないところがあると思う。その辺を解消する方法として、例えば、先月、舟形町での人工衛星画像を使った稲の生育状況を管理するシステムの導入に関する報道があったが、山形県ではスマート農業にも積極的に取り組んでいるということなども、人を呼び込むためのひとつのPRになるのではないかと思う。そこを解消できないと、自治体の助成金やテレワークだけでは難しいところがあるので、その辺がもう少し具体的にあればさらに良かったと思う。



佐藤農林水産部技術戦略監（兼）次長

今回の提案は、都市部から新たに農業をやる方・志す方を呼び込もうということであったが、実際入っていただくと、作物が相手なので、非常に課題が多い。自ら農業者という経営者を目指すのも1つの手ではあるが、農業を営むには結構お金がかかり、農地・機械・施設等をフルに準備するには、少なくとも1千万円以上ないと無理だと思う。そこで、県内の農業法人で従業員として働く雇用型の就農というのも人を呼び込む手であると思う。テレワークの提案もあったが、一つのものだけに収入源を頼るのではなく、兼業でいくつかの収入を持つことも重要である。

また、販売先の確保で地域内の買い物支援とあったが、現在でも県内の産地直売所で地元の方々に配達まで行っている直売所がある。現在は事前注文で行っているが、ネット等で注文していただき、ある程度数量をまとめることができ、配達コストの回収にメドがつけば実現の可能性があるのではないかと思った。

川北講師

ICTと農業は親和性が高そうに感じられるが、これから現場に入る人にとっては、すぐICTが使えるかという、そうではない。例えばとうがらしのように元々小規模でできて、付加価値が高いものでは有り得るかもしれないが、お米や白菜のように、露地で期間をかけて育てないといけないものは、ICTとの親和性は高くはない。ICTを加工・販売と結びつけるとか、付加価値をつけるには使えるかもしれない。ネットに強い人に入ってもらえるなら、その人達には、付加価値を徹底的に上げていくサポーターになってもらう方がいい。ラフランスやさくらんぼなど品種を特定して、ICTとこういう掛け合わせができると提案する方がそのご当地の力は活きる。もう少し間口を狭くして見せる方法も、ぜひ次の段階として検討してほしい。



研修を終えて

農業が専門ではない4人で、「人口減少にどう挑むか」という大海原に、無謀にも漕ぎ出した farmers。農業が専門ではないがゆえ、の苦悩も多くありましたが、そのことで逆に自由な発想が出来たのだと、今は思います。

研修に参加する前は、人口減少への対応策として、「育児支援の体制を強化し、出生数を上げること」といった直接的なものしか思い浮かびませんでした。研修に参加し、講師や他グループの話を聞いたり、様々なことを調べたりする中で、人口減少は非常に多くの分野に影響しており、各分野で対応策を考えることが必要不可欠であると気づかされました。

特に、私たちが取り組んだ農業分野においては、新規就農者を増やすことが必要不可欠であることは分かるが、どうすればと考えると容易ではありませんでした。

私たちが新規就農者を増やすために導き出した結論は、『これからの農業は、農業の技法を学ぶだけでなく、法人化による経営手法の学習や、PR 手法を含む販売戦略のための教育、IoT を活用したスマート農業の導入、そして、土地取得のための支援体制など、新規就農のバックアップ体制を整えることで、新規就農者の収入の安定と労働力の省力化を図り、「農業がキツイ、儲からない」という考え方を改めさせることで実現する。実現するためには、産学官民が連携し、協力体制を構築していくことが不可欠である。』ということでした。

以上のようにまとめましたが、正直、実現可能な具体策の数値目標などは未知数で、希望的観測でしかありません。

私たちの船は、沈む寸前まで追い詰められましたが、4人で最終発表まで漕ぎ着けたことは、今後、未知の課題に直面した時に、必ずや役に立つことと思います。

最後に、川北先生をはじめ、関係された皆様、そして、共に学んだ研修生の皆様に深く感謝するとともに、今後も、いろいろな場面で相互に協力し合うことができると思います。

グループ名： f a r m e r s

主査 尾花沢市 間宮 康介

副主査 金山町 水野 英治

株式会社NTT東日本-東北
山形支店

小川 実己

村山総合支庁 長谷川 慧

令和元年度 官民共同ワークショップ (提案概要書)

チーム名	山形出版
研究タイトル	蔵王をアウトドアのアジアの聖地へ
提案概要	<p>1 テーマ選定の背景</p> <p>山形県全体の観光客数は年々微増しているが、月別観光客数で見ると冬季の観光客数が目立って少ない。</p> <p>現在ある既存の観光資源を活かして移住者を呼び込みたいが、実際は呼び込めていない。</p> <p>2 現状分析</p> <ul style="list-style-type: none">他の都道府県との差別化が出来ていない。山形県の観光客は微増傾向であるが、原因は「道の駅」の新設等であり、温泉・スキー場・名所名跡等の既存の観光地は減少している。現状の山形県の観光地の魅力度は全都道府県中上位にランクインしているものの、人口が減少している中 10 年後、20 年後も魅力をキープできるのかという懸念がある。既存のスキー客・湯治客の囲い込みだけでは先細る一方であり、全く新しいターゲット及び観光客・移住客を呼び込む土壌が必要。 <p>3 提案</p> <p>県・市町村・大手アウトドア関連会社・地元温泉組合・地元索道会社でDMOを立ち上げ、グランピング特区をつくる。(場所は蔵王温泉を想定)</p> <p>【県】 事業者の募集、移住定住支援、DMO立ち上げの旗振り、特区申請事務</p> <p>【市町村】 場所の提案、事業費補助、特区申請事務</p> <p>【企業】 温泉組合等の協力及び参加、アウトドア事業者の企画支援・県外からの雇用</p> <p>蔵王温泉の既存の魅力(食・温泉)を活かし、広いゲレンデを使ったアクティビティ等と併せ、地域全体で新しいターゲット(若者、ファミリー・インバウンド)に魅力的に感じられる観光資源をつくりあげる。</p> <p>4 2030年の山形</p> <p>【定住人口】 本事業単体で定住人口 50 人増</p> <p>【交流人口】 蔵王温泉利用者数を現在の 35 万人から 38 万人へ増</p>

発表に対するコメント（山形出版）

（発言順に掲載）

斎藤観光文化スポーツ部次長

蔵王温泉は県内で最大の温泉地・観光地であるので、その蔵王が今後どうなっていくかというところは、今後の本県の観光にとって非常に重要な意味を持つと思っており、そういった中でグランピングというのは、これまでにない手法だと思った。本県はこれまで50代以上の男性が多く訪れるところだったが、今後、少子化や団塊世代のリタイヤ等で主力が若者に移っていく中で、ターゲットを若者、ファミリー、インバウンドといったところに設定した商品を積極的に作っていくというのは非常に大事である。特に若い女性もそれを受けられることが必要になってくるので、ファミリー層、インバウンドといったところは大事になると思って聞いたところである。

また、インバウンドに関しては、他の所にはないものを目指して来るという傾向があるので、冬以外のシーズンにも個性的なものを求めるお客様のニーズに合うサービスを提供するという点では非常に有効な考え方だと思った。

株式会社きらやか銀行

蔵王に目をつけたのは白馬やニセコの成功例を考えると、非常に自然な流れだと思った。話の展開もモノ消費からコト消費と考えると、グランピングというところに行き着いているのは、非常に自然な流れで違和感なく聞くことができた。ただ、他の成功事例があるのであれば、それでどれだけ数が増えたのかという分析があれば良かったと思う。また、前段で既存の観光地を活かせていないという分析がありながら、温泉旅館、索道といったところとの連携について触れられておらず、少し説得力に欠ける部分があったかと思う。

交流人口目標を35万人から38万人としているが、少なくとも10年後には倍、15年後には100万人を目指すぐらいの結論を持ってきてもいいのではなかったか。蔵王にはそれぐらいの潜在力や材料があると思うので、それぐらい踏み込んで提案していただきたかった。



日本電子山形株式会社

頭だけで考えるのではなく、実際行動したという点は評価したい。ただ、なぜ蔵王の観光客が激減しているのかといったところをまず考えていかないと、グランピングだけではその補填から向上、増加に繋がらないと思う。蔵王は国内では有数のスキー場という認識はあるが、それが集客に至っていないということが一番大きいのではないかと考えているので、魅力が薄れてコンテンツがないのか、それとも持っているけれどもコンテンツ自体が古いのか、その辺からきちんと検証していく必要がある。また、年間を通して仕事がないと定住者は増えないので、冬期間以外のアクティビティを考えたところは良かったと思うが、蔵王だけでは長期間の滞在は難しいので、蔵王を拠点とした周辺でいろいろなアクティビティができるような環境づくりが必要だと思う。

三浦総務部長

話題となっているグランピングに着目し、DMO を設立するという非常に新しい話題に意欲的に取り組んでおり、また、実際にキャンプを行い、グランピング施設のオーナーにインタビューもされているという、現地現物で確認をしている点は素晴らしいと思った。ただ、グランピングに着目した点についてもう少し補足があると良かった。例えば、稼働率について年間3割としていたが、その辺のニーズをどう見ているのかが具体的にないと良かった。また、DMO を作るというのは必然ではないのではと感じた。青森県では、ホテルのサービスを受けながらキャンプを行うというグランピングの例があり、その方が地元の旅館業界の皆様とより緊密な連携が可能になるのではないかと感じた。

運営想定について、飲食売上が年間1,200万円としているが、例えば、一般的な牛丼店の1店舗の年間売上を7,200万円(20万円/日×30日×12月)といわれていることを考えると、それと比較するとこの年間売上の想定は結構少ないのではないかと、さらに、営業利益率が20%という想定は高いのではないかと感じた。

川北講師

タイトルが「聖地」なので、聖地になるための要件をさらに踏み込んでもらえると良かった。聖地は、便利である必要や他と同じである必要はなく、個性的であるということが重要。旅館との連動制が高すぎると聖地感がなくなってしまう可能性もある。今回ご当地に行っていたわけど、ランキング上位の要件から見て、このカテゴリーなら勝負できると寄せていってもいいし、他がやっていないカテゴリーで勝負してもいい。今回は条件から積み上げていったが、グランピングありきで徹底して考えると、条件面を積み上げていくのではなく、個性や好みを徹底的に聞いてみたらこうなったという方法もあるのではないかと。

研修を終えて

本研修のテーマである「人口減少にどう挑むか」について、私たちのグループは「観光」を切り口に議論を重ね、取り組んできました。

第1回研修の中で「観光」をテーマにしたいと集まった3人のメンバー、そこから半ば強引な引き抜きを経て5人となり本格的にスタートした本グループでしたが、「観光」⇒「人口増加」へ繋ぐことのできる根拠をどうするかが本グループ最大の課題でした。観光に関しては県・市町村ですでに様々な政策を展開しており、一定の成果を上げているものも多い中、これからの山形を見据えたうえで効果が見込め、なおかつインパクトのある策が出せるのか？とメンバー全員で頭を悩ませました。その議論の中で古澤さんが言った「グランピングで人を呼び込めないですかね？」という言葉で本グループのテーマが決まりました。

「グランピング」をテーマにするにあたり山形の観光について調べる中で、昔からの観光資源頼みになっている山形の観光の現状と、近年ものすごい勢いで広がっているグランピングの実例や効果を調べると、うまく仕組みを考えると、これからの山形の観光の目玉になり得ると確信しました。川北先生からも様々な助言をいただきながらグループ内で活発に議論を行い、また実地調査を経たうえで政策の質を上げようと検討を重ねてきました。

最終的には数字の根拠等詰め切れない部分もありましたが、検討を重ねる中での先生からのアドバイスによる気づきや、バラバラな職種のメンバーから出る様々な発想のユニークさ等、非常に充実した研修となりました。この広い視点で政策を検討した経験は、今後のそれぞれの業務の中でも必ず役に立つと確信しています。

最後に、悩んでいるところでの的確なアドバイスをいただいた川北先生、研修に様々な面でサポートいただいた職員育成センターの皆様、本研修に快く送り出してくださった職場の皆様、そして共に研修を乗り越えた研修生の皆様に深く感謝申し上げます。

グループ名：山形出版

主査	きらやか銀行	徳正 恭一
副主査	子育て推進部	渡邊 友理
	日本電子山形株式会社	大山 誠
	ヤマト運輸株式会社山形主管支店	鈴木 志歩
	総務部	古澤 和明

令和元年度 官民共同ワークショップ (提案概要書)

チーム名	アートで人を増やし隊
研究タイトル	アート（デザイン）の振興により人口減少に歯止めをかける
提案概要	<p>1 テーマ選定の背景</p> <ul style="list-style-type: none">山形県の人口は右肩下がり。特に、18歳～24歳の若年層の県外転出が顕著。日々生活をしていくうえで山形に仕事があることは大事な要素であるが、その他に、「こんな山形が好き。」「山形良くなったよね。」「だから山形に住みたい。」このようなことを肌感覚で実感してもらえるような施策はないかと考え、テーマ選定を行った。 <p>2 現状分析</p> <p>人口減少 1980年：125万人 ⇒ 2020年：107万人（予想）</p> <p>3 提案</p> <p>以下の2本柱の取組みにより、人口減少に歯止めをかける。</p> <ul style="list-style-type: none">○ アートイベントとのコラボ企画 ⇒ 交流・移住定住人口の増加○ おしゃれな街やまがたの創生 ⇒ 移住定住人口増加 <ul style="list-style-type: none"><u>アートイベントとのコラボ企画</u> 東北芸術工科大学主催の山形ビエンナーレとのコラボ企画として、「食」をテーマに山形のおいしい食材や芸工大生と共同開発した加工品を販売するマルシェを開催する。<u>おしゃれな街やまがたの創生</u> 県外のデザイナーに山形に定着してデザインの仕事（⇒おしゃれな街やまがたの創生）をしてもらうため、移住費の支援やお仕事バンクを介した仕事の斡旋事業を展開する。 <p>4 2030年の山形</p> <ul style="list-style-type: none">多様な芸術や文化が息づく街、山形新しい挑戦や工夫を受け入れる街、山形 <p>この思いや取組みが広まり、若者の県外転出の減少及び移住定住者の増加を達成。</p>

発表に対するコメント (アートで人を増やし隊)

(発言順に掲載)

斎藤観光文化スポーツ部次長

今回の提案は、ポジティブ、クリエイティブな方々と共同するという点で、これまでにないような創造的な交流事業を狙ったものであったが、交流人口を増やすという立場で申し上げると、こういったコンベンション、MICE 等は交流人口の増加には有効な手段であると考えている。コラボ企画の中でスタンプラリーやマルシェ等を提案されている点は大変良かったと思うが、留意すべきところとしては、情報発信をしっかりと行った上で、その情報発信の中にスタンプラリーやマルシェなど魅力的なものがあるということを伝えるという順番があった方が良かった。

また、観光の立場で申し上げますと、もう1泊、もう2泊というところに繋げていくことが大事なので、例えばエクスカッションツアー的などところを行って、それに参加するためにはもう1泊する等、少しでも長く本県に滞在していただけるような工夫をすると、もっと地域に対する経済波及効果という面で良いのではないかと思った。

東京海上日動火災保険株式会社

山形では芸工大主催で山形ビエンナーレを2年に1回開催されているが、瀬戸内と新潟の芸術祭は、自治体が全面的に出て行っており、他に市民の協力や全国のサポーターからの協力を得て、そこからどんどん大きくしていったことが成功の要因だと思っている。今回は、今ある山形ビエンナーレとのコラボというところから始まっているが、本当に人を増やすと考えた場合は、もっと根本的などところから見直すことが必要ではないかと思った。

また、山形ビエンナーレとのコラボ企画により来場者10万人突破となっているが、なぜ10万人なのか、さらに移住者年間250人達成については、もう少し論理的な構成があると良かった。

山形版のお仕事バンクについては、事務局を芸工大が担うということであったが、人的負担を軽減するために、例えばマッチングアプリのようなIT技術を使うことも考えられるのではないかと思った。安心して仕事を受けられる、仕事を依頼できるといったところの仕組みの部分で、我々保険会社として何か役割を担うことはないかと思ったところである。



佐々木企画振興部調整監（兼）次長

大学の知識・人材を活用して、地域の文化の仕掛けを作り、関係人口をつくっていき、それを一歩進めて移住に結び付けていくということで、非常に地方創生のポイントを押さえた提案であったと思う。移住に結び付けていくためには、地域の暮らし易さや楽しめる地域であるといったところを総合的に情報提供したり、生活体験するような様々な移住体験のプログラムに結び付けていくステップが必要となってくる。現在、市町村や県でも移住体験の様々なプログラムや相談機会を設けて取り組んでいるので、そういったところとコラボしてることによって実現可能性が高まっていくものと思う。

お仕事バンクについては、地方圏の場合、こうした分野のマーケットは非常に制約があるので、広域的な観点から仕事を獲得していく際の1つ有力なツールとして、ICTを積極的に活用してきちんと仕事が成り立つような環境や受け皿を作っていくという視点も必要ではないかと考える。

川北講師

おしゃれな街＝デザイナーが仕事しやすい街かということ、そうではない。東京でも、高級住宅街＝おしゃれではあっても、必ずしもデザイナーが仕事しやすいわけではなく、整いすぎると集まってこないということもある。すると、おしゃれ推しでいくよりは、仕事がしやすい環境は何なのかが、具体的にわかっていた方がいい。クリエイティブな人達が活躍し続けたいような環境作りが必要で、デザイナーが実験しやすい街になるためにビエンナーレを使うのは有り得ると思う。



研修を終えて

本研修のテーマである「人口減少にどう挑むか」、この壮大すぎるテーマに対し、受講生全員が壁にぶち当たったのではないのでしょうか。

私たちグループは、初回の宿泊研修の際に引き抜き・引き抜かれ、職場も年齢も異なるこの4人が集結しました。研修テーマに臨むにあたり、途中幾度となく方針がぶれてしまい、その度に「山形ならでは」に立ち返りグループワークを進めてきました。方針がぶれるあまり、研修では川北先生より厳しいご指導を頂いたことが今では懐かしく感じます。

最終的に私たちは「アート（デザイン）」という、研修開始当初には想定もしていなかった観点で論議していくこととなりました。研修中にはメンバー全員が「まさか自分がアートの視点で物事を考える日が来るとは思わなかった…」と常々呟いておりましたが、本研修を通して4ヶ月前までにはなかった視点で山形に向き合うきっかけを得ることができました。

研修目的にもある「多様な視点・考え方を学び、互いに刺激しあうことにより、人的ネットワークの形成を図る」のとおり、アート（デザイン）という視点で、県職員・民間企業それぞれの立場から考えを出し合い、より効果的かつ効率的な施策は何だろうかと議論を重ね、グループ一丸となり、山形の将来について考える貴重な4ヶ月を過ごすことができました。

また、私たちの提案施策の根幹となる東北芸術工科大学様のアート・デザインイベントやその他様々な取組み実績をヒアリング調査にて情報収集できたことは、非常に有益なものであったと感じています。

最終発表にあたり、現在既に様々な取組みを先進的に進めている東北芸術工科大学との連携・共同という施策提案となりましたが、この提案をきっかけに今後の山形がより生き生きとした魅力的な街となることを願いたいと思います。

最後に、ご指導いただきました川北先生をはじめ、ヒアリング調査にご協力いただいた東北芸術工科大学の地域連携推進課長様および就職部長様、県職員育成センターの皆様、共に研修を乗り越えた受講生の皆様、そして本ワークショップに快く送り出してくださった職場の皆様、その他関係者の皆様に深く感謝申し上げます。

グループ名：アートで人を増やし隊

主査	健康福祉部	佐藤	寛幸
副主査	最上総合支庁	佐藤	一仁
	企画振興部	渡邊	明日香
	東京海上日動火災保険株式会社	堀	沙恵