

## 会議録：「第5回恵那市産業振興ビジョン検討部会（林業部会）」

---

日時：平成29年10月24日（火曜日）15:00～

場所：恵那市役所西庁舎3階災害対策室

参加者：別紙参照

### 1. 開会

○商工課「これより第5回恵那市産業振興ビジョン検討部会林業部会を始めます。今回から、検討方法や方向性が部会ごとで異なるため、他の部会とは別開催としました。」

### 2. あるべき姿と現状の掘り下げ

○商工課 「前回の会議では自分たちの強みと魅力は何か、自分たちはどうあればいいのか、まず始めに何をしなければならないかという視点で意見を出していただいた。その中で、恵那の山には魅力や仕事はあるし、それをやりたい人も居る。また、活用出来る素材もあるが、それを繋ぐための『情報』であったり、活かすための『人』であったりという部分が弱いため、十分に活用出来ていない。そこからまず手をつけていくべきではないかという意見であった。今回はそれを踏まえて少し掘り下げていきたいと思います。」

#### ○部会の主な意見

- ・切り口としては二つ。出口として売っていく仕組みと、担い手を増やして行くための仕組み。二つのうち優先されるのは、売っていくための仕組み。
- ・まず出来ることとして、情報発信というテーマで考えていく。
- ・古民家リフォーム塾という取組をしていて、外部からの問い合わせがある。
- ・問い合わせをしてくる人たちは、口コミで情報を得ている。
- ・飯地町でも空き家リフォームを活用した移住定住の取組があり、若い人が入ってきている。移住者を取り込むために、地域としてインターネットを活用して情報発信の取組を始めた。やはり情報発信は重要。
- ・個人や個別事業者単体で情報発信やイベントをやっても効果は薄い。何をしていたらいいかも分からない。みんなと一緒に何かできるといい。
- ・情報は発信の仕方とその反響も効果も変わる。自分たちで何とかするのも大事だが、専門家と連携することで、魅力を引き出してもらうことが重要。恵那にもそういうことに長けた人材はいる。

- ・都市部の暮らしに背を向けて、田舎を向いている人はたくさんいる。そういう人たちに情報を届ける仕組みづくりが大切だ。
- ・「えなここ」は情報発信力がある。
- ・木材の流通情報は市場などから入ってきて困っていない。
- ・森林組合としても必要な情報は入ってきている。
- ・地元高校生を対象に職業体験などを行っているが、実際の雇用には繋がっていない。そのほか小学校などへの職業体験などの取組を細々と点的に行っているがそれが収益につながるというところまではいかない。
- ・木の暮らしに憧れる人向けの情報発信としては、地図などを使って、いつ、どこで、どんな取組を行っているか、それで何が学べるかといった情報は出していった方がよい。
- ・高校生対象にやっている職業体験の対象を大学生などに広げてはどうか。
- ・情報発信では、「ターゲット」「コンセプト」「利用シーン」という切り口で整理するとよい。この3点セットの情報が入っていなければ売れないし、響かない。また、ターゲットによって情報発信の方法は変わる。
- ・具体的にイメージ出来るものでなければならない。移住定住はここでの主たる目的ではない。ここの目的としては木材利用だ。
- ・人材育成という意味での作業体験は今までもあるかもしれないが、木材の利用増進を目的とした宿泊の体験はあまりない。木の暮らしを体験してもらい、家を作ったりリフォームしたりするときに木で作ろうと思わせるために、2泊3日くらいの宿泊体験プログラムを市がバックアップしてみんなで作り込む。それが結果的には移住定住に繋がるかもしれない。そういうことが今後出口を作っていくための情報発信になる。
- ・地域には利用出来る空き家やゲストハウスなどのハードはある程度揃っている。
- ・宿泊体験の場所で色々な小物などを販売するのもいい。そういう情報発信が一番直接的でお金がかからない。逆にお金を取ることができる。
- ・どういうものが提供できるかという所から入っても良い。宿泊施設が提供できるということであれば、それにふさわしいターゲットは誰か、そしてどんなコンセプトで、どんな利用シーンを想定するかということ考えていく。
- ・宿泊体験などの取組を紹介しながら、住宅フェアなどの展示イベントの幅や規模を拡げていく。また、外地へ出向いてイベントを開くなどの取組を考えていく。そのための費用は民間がどれだけ出して、市がどれだけ出す。国の補助金なども利用できないか検討していく。そうやって組み立てて行けば良い。
- ・リフォーム塾は最初、地域の同級生が自分たちの遊び場を作ろうということで始めたものだが、そこに若い人が入ってきて、ロコミや、手作りのチラシなどで情報が序々に拡がった。
- ・実際の移住者は60代から70代が中心だが、恵那市の課題を考えるとリフォーム作業の担い手としてでもいいので、30代、40代の層もターゲットにしていきたい。

- ・プログラムは若い層には短期型。中高年層には滞在型といったようにターゲット毎にやり方を変えて作っていく。
- ・市内各地で都市部からの若い移住者は増えている。リフォーム塾が移住定住のきっかけになっている。確実に成果はある。
- ・全てが移住希望者ではなく、費用の安さに惹かれる人、夜みんなで飲食するのを目的に参加する人もいるが、目的は様々で良い。若者の出会いを目的として参加してもらうのも良い。
- ・最初は作り手の発想で意見出しをすることもいいが、最終的に情報発信する際には、お客さんの視点で発信していかなければいけない。
- ・リフォーム塾をもっと収益の上がるモデルにしていくというのがまず一つ出来ることだ。その前段になるのか後段になるのかわからないが宿泊のプログラムを充実させなければならないので、物件を確保しなければならない。
- ・木 POINT の住宅フェアをもっと発展させたい。そのためにスポンサーなども増やす必要がある。資金面だけでなく、情報発信ツールとしても使える。イベントなどはゼロから作るのは大変なので、今ある物を発展させるのが良い。

○三輪「時間になりましたので、今日はここまで。次回は体験・宿泊プログラムと展示会について、『ターゲット』『コンセプト』『利用シーン』を考えて絞り込んでいく。苦手だとか出来ないというネガティブな意見ではなく、うちはこれが出来るというポジティブな提案をしてほしい。次回までにワークシートを記入してきてほしい。」

## 林業部会まとめ

### テーマ「担い手確保と集客できる仕組み」

#### ■出口戦略として「①売る仕組み」と「②担い手を増やす仕組み」を考える

##### ①売る仕組み

「専門家との連携による情報発信」「マップ上で、いつどこでどんな取り組みがあるか」「ターゲットをはっきりさせないと売れない」「木材利用増進を目的とした宿泊体験」「木の暮らしを体験」「体験に利用できる空き家やゲストハウスはある」「体験で小物を売る」「お金を取れる体験を」「宿泊体験などを増やし、住宅フェアなどのイベントの内容を充実させる」「若い層には短期型、中高年層には滞在型」「リフォーム塾の収益性を上げる」「木 POINT の住宅フェアにスポンサーを増やして内容充実」

##### ②担い手を増やす仕組み

「田舎志向の人への情報発信」「えなここの情報発信力」「高校生対象の職業体験は雇用につながっていない」

#### ■展望

「ターゲット」「コンセプト」「利用シーン」を設定することにより売れる仕組みを「お客さん目線」で作る。

### 3. 次回検討部会の開催について

○商工課「今回は、平成 29 年 11 月 6 日（月）15：30 から、市役所会議棟中会議室で開催します。よろしくお願いします。」

### 4. 閉会