

# 平成30年3月23日ビジョン懇談会：委員意見の反映状況

## 【連携事業に対するご意見】 農水部門

ビジョン懇談会意見	意見反映状況
<b>新規漁業者等就業支援事業</b>	
<p>◎新規就業者への研修</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・中学生、大学生といった若年層のインターンシップを実施する。</li> <li>・短期アルバイトを通じて漁業技術を習得してもらうプログラムを実施。</li> <li>・各市町の持つ空いた施設を有効活用して宿泊型の研修プログラムを実施。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・中学生の職場体験については、現在、学校からの依頼に基づき水産センターにおいて受入を実施しております。</li> <li>・着業後の支援として、技術支援等の研修等を実施します。</li> <li>・体験プログラムについては、事業開始1年目の成果等検証するとともに、各市町の担当者及び漁協等からの意見聴取を行い、検討を行います。</li> </ul>
<p>◎若年漁業従業者等の交流</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・「カッコよくて稼げる」漁業をつくる。</li> </ul> <p>FISHERMAN JAPANのような、若い漁業者が自発的に活動を行うような仕組みづくり、支援を行うことが必要。そのために若年漁業者の交流を図る。</p>	<p>自治体及び漁協の枠を超えて、漁業者の親睦や情報交換のための交流会を実施予定です。さらに、人的なネットワークの構築につながるような取組を今後検討していきます。</p>
<p>◎新規就業者への情報提供</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・漁船や網といった漁業に必要な道具を購入するためのデータベース、マッチングシステムの検討。</li> </ul>	<p>中古漁船について、情報収集及び情報提供を行う予定ですが、今回意見としてありました漁具についても、今後含めて事業実施を行うよう検討します。</p>
<p>◎その他</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・現状、新規就漁希望者は年に1～2名。組合の承認を得るのにも時間がかかる。家業としては利益が出づらいので継がせたくないという人もいる。</li> <li>・産業として利益を出せることが若手呼び込む根本的な対策。そうして若い新規漁業者が加入することでイノベーションが起き、さらに競争力が強化される。</li> <li>・競争力強化のために、奨学金の創設、保存技術を開発することによる販路の拡大(遠路まで)、産地直送の居酒屋の経営による販路拡大・ブランド化などを検討してはどうか。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・「栽培漁業の広域連携事業」において、水産センターの機能強化により、種苗の安定供給や高付加価値の種苗開発、漁船漁業者でも養殖可能な低コスト養殖用種苗の供給を行うなど、漁業者の経営安定・所得向上を図ります。</li> <li>・「水産資源の増殖対策及び漁業生産環境等改善事業」において、漁獲量につながる魚種の放流を実施し、また、経営の多角化を図るため、養殖漁業等の研究や生産性の高い技術の開発等、漁業者の所得向上を図る取組を予定しております。</li> <li>・本事業において、経済的な直接支援は予定しておりませんが、漁業者からの意見等を参考に、現実に即した助成事業等について、国・県への要望等を検討します。</li> </ul>
<b>農水産物等特産品販路拡大事業</b>	<b>※ 重点事業</b>
<p>◎関西・関東など大都市でのイベント</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・地理的に大都市圏から距離があることもあり、国内の大都市を目指すのではなく、海外輸出を視野に販路拡大を検討すべき。また、逆に都市圏の飲食店経営者を圏域に招き、気に入った産品を使ってもらい取り組みもよいのではないかと。</li> <li>・イベント出店によるB to C(※)だけではなくB to Bの販路開拓も必要。法人向けのイベントを開催してみてもどうか。</li> <li>・ブランディングにはストーリー性が大切。歴史的、地理的背景に基づくストーリーを。</li> </ul> <p>(※)B to C【Business to Consumer】企業が一般消費者を対象に商取引を行うビジネス形態のこと</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ラグビーワールドカップや東京五輪といったインバウンド需要の高まりも期待されることから、圏域農水産物の海外認知度向上対策として、海外での消費拡大イベントを組み込みました。また、都市圏の飲食店等の産地招へいについては、既に事業化を計画しています。</li> <li>・BtoC対策については、具体の計画に至っておりませんが、情報発信サイトの立ち上げにより、同サイトの充実化を図り、電子商取引等を検討していきたいと考えております。</li> <li>・国内、海外とも、産品の価値はもとより、その産品ができた背景等のストーリーが重要視されていることは認識しているところであり、今後、事業を煮詰めていく段階で販促方法の一手段として関係団体と検討してまいります。</li> </ul>

【連携事業に対するご意見】 商工部門

ビジョン懇談会意見	意見反映状況
<p><b>商店街の広域連携(まちなかエリアマネジメント)</b></p>	<p>※ 取下事業</p>
<p>◎商店街の情報発信</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・商店街を活性化させるという意識自体を変える必要がある。商業を単独でとらえず観光との連携を図りながら効果的な情報発信を行うことが重要である。</li> </ul>	<p>いただいたご意見(課題)につきまして、課題としては普遍的なものであり、その解消については地域特有の状況等を踏まえた対応が必要となります。</p> <p>エリアマネジメントによる商業活性化については、既存の成功事例等を参考にしつつ、まずは民間主体による「地域に根差した活動」が重要であり、行政としてはこれを側面からサポートすることが効果的であると考えます。</p>
<p>◎人材育成</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・現在の経営者に期待をするのは高齢化も進展している中で現実的に難しい。</li> <li>・若者や地域おこし協力隊など外部の力を借りながら人材育成を進めていくことが重要である。</li> </ul>	
<p>◎空き家(空き店舗)・空き地(不動産)活用</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・利用したいが持ち主が解らず利用できないケースが問題となっている。</li> </ul>	
<p>◎買物環境</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・飲食店は比較的経営が継続されているが、小売店の衰退が著しく問題となっている。</li> </ul>	
<p><b>地域商社設立事業</b></p>	<p>※ 取下事業</p>
<p>◎ブランディング・情報発信</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・地域の産品は確かに良いものが多いがブランディングが弱い。</li> <li>・統一的なブランドデザインは効果的であり、くまモンのように自由に利用できるものが理想的である。</li> <li>・各地域には道の駅が立地している。この資源を効果的に連携させることでブランディングの推進を図る。</li> </ul>	<p>まずは、道の駅広域連携事業として、圏域内道の駅間の回遊性を高めることを目的とする事業を予定しています。</p>
<p>◎営業活動</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・結局、誰がやるかがポイントであり、プロが絡まない限り失敗するケースが多い。</li> <li>・ジャパネットなど地元のプロとの連携など、持続可能な体制づくりが重要である。</li> </ul>	<p>地域商社は、単に販路開拓を行うだけでなく、生産段階から流通・販売までを一貫して見据えたマーケティングを行う存在と理解しています。また、経営の自由度が重要度あり、そのためには自走できる財政基盤と地域内外に様々なネットワークを持つ人材が不可欠です。こうした点を考えると、現在活躍している事業者を支援して組織・機能を高めていく場合も考えられます。</p>

【連携事業に対するご意見】 生活部門

ビジョン懇談会意見	意見反映状況
<p><b>地域医療を守るための取組</b></p>	
<p>◎緊急医療体制の維持</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・人材不足・財政不安の課題解決が急務。地域間で「人」・「金」をまとめる体制の構築。</li> <li>・医師等の人材が豊富な長崎エリアと連携した体制の構築。</li> <li>・圏域外への人材流出を食い止めるための圏域の奨学金制度の設立。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・医療従事者の確保については、県が主として進める政策であることから、まずは県の基金事業（長崎県医療介護総合確保基金）を活用した医療人材確保対策について、現在、二次医療圏内の市町及び医師会と検討中です。</li> </ul>
<p>◎地域医療を守るための市民啓発</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・一般市民向けの救急医療の現状のPR、啓蒙活動の推進。</li> <li>・高齢者受け入れ体制の拡充。</li> </ul>	<p>事業名「地域医療の確保に関する取り組み」の中で、圏域住民への医療に関する啓蒙活動として、医療機関の適正受診等のチラシ・リーフレット等を作成予定です。（H31年度事業）</p>
<p><b>婚活サポート推進事業</b></p>	
<p>◎婚活マッチングシステム構築</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・世話焼き人の整備など、男女を出会わせる中間人材の整備。</li> <li>・婚活事業のPR強化。</li> <li>・職場間のマッチングの促進。</li> <li>・安全安心を担保するための個人情報管理の徹底。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・「婚活サポート推進事業」にて、研修を実施し、お世話役を認定しています。</li> <li>・広報誌、情報誌、ホームページ、企業訪問等を行い、広報周知をしています。</li> <li>・個人情報については、お世話役にも、適切に管理するように周知しています。</li> </ul>
<p>◎婚活イベント情報の共有</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・民間活力を活用したイベントの実行・情報共有。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・まずは、広域連携事業において、連携各市町が実施する婚活イベント等情報の一元化・発信を検討しています。</li> </ul>
<p>◎婚活セミナー合同開催</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・親を対象としたセミナーの開催</li> <li>・ワークライフバランスや育休制度などの周知も兼ねたセミナーの実施。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・広域連携事業において、親も対象とした婚活セミナー等の合同開催を検討しています。</li> </ul>
<p>◎中高年齢層へのケア</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・中高年齢層を対象とした婚活イベントの企画・実施。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・中高年齢層を対象とした婚活イベントについては、今後連携事業の協議の中で、検討課題にしたいと考えています。</li> </ul>

◆方向性に対するご意見◆ 観光部門

ビジョン懇談会意見	意見反映状況
<p>◎エリア全体の情報発信 各地域に限定した情報発信ではなく、広域地域に情報が周知できるようにハウステンボスなどの情報発信力が高い施設と連携を図る。</p>	<p>圏域の周遊観光を促進するため、HTBなど集客能力の高い施設との連携による情報発信にも取り組みます。</p>
<p>◎連携したPR 個々の自治体や観光施設だけで情報発信するのではなく、連携したプロモーション活動を行う。</p>	<p>圏域のプロモーションは、周遊コース毎に関係市町と連携して行います。</p>
<p>◎連携したHP開発 自治体や観光施設や協同したHPの作成を行い、観光客が一括して情報を得られるツールを開発する。</p>	<p>佐世保観光コンベンション協会が中心となり、圏域観光の一元的な情報窓口となるよう、HP作成やツール開発を進めます。</p>
<p>◎観光機関との連携 観光機関同士が連携を図るために、定期的に顔を合わせる機会を設けて情報共有を図る。</p>	<p>佐世保観光コンベンション協会を中心とし、圏域内の観光地域づくりを行うために関係機関による情報交換や協議の場を設け、情報共有や課題の解決を図ります。</p>
<p>◎マスメディアの変化への対応 若年層や高齢者などの世代に合わせた情報発信ツール(SNS・スマートフォンアプリ)を選択する。</p>	<p>情報発信を含むメディア対応は、時々々のトレンドに見合ったツールや、各世代層を意識した方法で行います。</p>
<p>◎セグメント毎の商品開発 観光客の年齢ごとにお土産等の商品開発を行いながら、個々のブランド力を活かしながら他市町村との差別化を図る。</p>	<p>物産品の開発と活用は、高齢者、子育て世代、若者、外国人など、観光客の階層を意識して行い、ブランド化や差別化を図ります。</p>
<p>◎連携した体験型のツアー 商品だけでなく体験型ツアーを充実させることにより、観光客の満足度の高いサービスを提供する。</p>	<p>体験型、学習型の観光商品づくりを行い組み込むなど、魅力ある周遊観光コースを目指します。</p>
<p>◎ユニバーサルデザイン・言語対応 ・HPやパンフレットを英語や中国語など多言語対応の媒体を作成する。 ・既に外国人観光客に対応している観光施設のノウハウを活用して外国人観光客の対応を図る。</p>	<p>他の観光地の事例も参考にし、案内看板や飲食店のメニューなどの多言語化を図るとともに、ピクトグラムを採用などイメージでわかるような観光地づくりを目指します。</p>
<p>◎通訳タブレット活用 アプリなどの通訳タブレット等を活用しながら小さな観光地でも英語対応可能とする。</p>	<p>観光施設へのWi-Fi導入や、通訳タブレット・通訳アプリの活用を促進します。</p>

観光分野の広域的方向性

- ・圏域内観光資源を有機的に結び付け、域内交流人口の拡大及び経済活動活性化を検討します。
- ・共通するコンセプトを持った自治体と観光資源を共有し、共同でマーケティング・プロモーションを検討します。
- ・自治体が所管する観光施設は各々が適正に管理することが最適ですが、自然保護や自然教育というソフト面での視点によって、各施設の魅力向上に繋げる連携を検討します。