

第4回徳島東部地域定住自立圏推進協議会 会議録

日 時：平成24年2月10日（金）10時～12時

場 所：ホテルクレメント徳島 3階 金扇

1 開 会

（司会）

第4回徳島東部地域定住自立圏推進協議会を開会いたします。

2 講演会

テーマ 「地域間競争に打ち勝つために必要なこと

～とくしまマルシェやLEDアートフェスティバルの経験から～」

講 師 公益財団法人徳島経済研究所 田村 耕一 専務理事

（司会）

本日は、公益財団法人徳島経済研究所の田村耕一専務理事さんをお迎えした講演会を企画いたしました。

はじめに、本日はご講演いただく田村専務理事さんをご紹介します。

田村専務理事さんは、日本銀行徳島事務所長、国際局企画役を経て、平成15年に徳島経済研究所専務理事にご就任され、徳島経済に関する指導者として、多方面でご活躍されておられます。

同時に、現在、「とくしまマルシェ」や「LEDアートフェスティバル」の企画・運営に中心的に携わっていただくなど、徳島県全体の活性化に向けて活動され、数々の有益なご提案もされておられるなど、徳島を代表する識者であります。

本日は、「地域間競争に打ち勝つために必要なこと ～とくしまマルシェやLEDアートフェスティバルの経験から～」と題しまして、徳島東部圏域を取り巻く社会経済の動向や、今後の徳島東部地域が他の圏域との地域間競争にいかにか打ち勝っていくのか、その方策等について、現在、ご自身が携わられている取組事例を交え、ご講演をいただきます。

（講師：田村専務理事）

徳島経済研究所の田村と申します。

本日は、このような素晴らしい場でお話させていただく機会をいただきまして、ありがとうございます。約1時間、よろしくお願いいたします。

さて、徳島経済研究所でございますけれども、徳島経済の活性化につながるような調査・研究を中心に活動しておりまして、今年で創立27年目に入っております。

各市町村の皆さまには、私どもの出版物を定期的に送らせていただいておりますので、ご覧いただいている方もいらっしゃると思いますけれども、「徳島経済」という季刊誌を年2回発行しておりまして、研究員の論文、巻頭では、私が徳島ゆかりの方と対談を

させていただき、その内容を記事として掲載しております。大塚ホールディングスの社長さんをはじめ、最近では竹内園芸さんですとか、徳島県内の企業の方に出させていただいておりますけれども、最初のころは、瀬戸内寂聴さん、「眉山」を書かれたさだまさしさんとか、お鯉さんなどの文化人にも出ていただいております。

また、「徳島県の経済と産業」は、毎年の中身を更新しておりますが、これを読んでもただくと徳島経済の基礎的な知識が分かる解説書となっております。毎回、徳島ゆかりのイラストを表紙にしております、今回は「とくしまマルシェ」をイメージしたものになっております。

ここで、私の経歴を少し申し上げますと、高松市で生まれましたが、親父の仕事の関係ですぐに広島市に移りまして、高校まで広島で過ごしました。日本銀行に入ってから全国転勤もありましたが、日銀徳島事務所勤務で十四、五年前に初めて徳島にまいりました。その後、日銀本店に戻りましたが、阿波銀から、徳島経済研究所にこういうポストがあるというお話をいただきまして、徳島が非常に大好きだったものですから、二つ返事でお引き受けして、今年で9年目に入っております。

徳島には日銀の転勤で初めて来ましたが、吉野川を橋で渡って、まず、その広大な風景に圧倒されました。最初の住まいが新町小学校の近所で、荷物を整理して、商店街がすぐ近くにありましたので、そこでご飯でも食べようかと、夜7時過ぎに食事に出かけましたら、ほとんどの店が閉まっております、非常に人通りも少なく、その前は吉祥寺に住んでいましたので、吉祥寺の商店街というと夜でも非常に賑やかなので、そういうイメージがあったものですから、非常に寂しいところに来たというのが第一印象でした。ただ、その頃は、秋田町とかの繁華街を知りませんでしたので、ちょっと足を伸ばせば、夜でも賑やかなところもあるということは、その後すぐに分かりましたけれども、最初はそんな印象でございました。

徳島は、自然はとにかく素晴らしいですし、今でも阿波おどり、人形浄瑠璃、藍染めをはじめとする伝統文化が脈々と息づいているという、これだけでも他の地域にはめったにない、素晴らしい財産だと思います。さらに、ゴルフとか釣りはもちろんですが、いろいろなアウトドアスポーツを楽しめると、生活するには非常にいいところだなと、住めば住むほど徳島が好きになってきた訳でございます。

住めばその良さが分かるのですが、それでは今、全国の方から見て徳島の魅力はどの程度理解されているのかということでございます。

日本経済新聞系の「日経リサーチ」が、2年ごとに全国約2万人を対象に地域ブランド力調査を実施しております、各都道府県や都市が、どれくらい住みたいのか、あるいは愛着があるのか、魅力があるのか、独自性があるのか、そういった観点から、どの程度認識されているかという調査を実施しております。直近の2010年の調査の結果をご紹介しますと、全国47都道府県では、魅力度で徳島県は38位でございました。四国では高知県が20位、愛媛県が23位、香川県が24位ということで、徳島県が一番低い結果でございます。同じ魅力度で、全国809都市も調査していますが、その中で徳島市は130位ということで、高知市が53位、松山市が62位、高松市が93位ということでございます。

このようなアンケート結果をそのまま受け取る必要はないと思いますが、やはり全国から見て、そういう魅力度であるということ、まず認識した上でいろいろなことをやっていく必要があると思います。徳島県にしても、徳島市にしても、このランクというのは甚だ心外でございまして、もっともっと実情が伝われば上位に行くはずだというふうに思っておりますが、いつもこのアンケートを見るたびにもっとがんばらなければいけないと思っております。

お手元の資料に人口の推移がございまして、徳島県全体でもどんどん人口が減っておりますけれども、2005年から直近の2010年国勢調査、その5年間で徳島東部地域定住自立圏では、人口が5,231人減っております。推計人口は、2010年に444,955人くらいになるだろうと推計しておりましたが、実際の2010年国勢調査ではそれより631人少ないということでした。

さらに、2035年までの推計人口が出ておりますが、2010年国勢調査の実際の数字と2035年の推計値を比べますと、徳島東部地域定住自立圏内で約6万8千人、人口が減るということでございます。急激に人口が減ってまいります。2035年までに現在の小松島市と石井町を合わせたくらいの人口が、この圏域からなくなるという見通しでございます。唯一、藍住町だけが853人プラスという見通しになっております。

また、企業ですが、お手元の次の資料を見ていただければと思いますが、私どもの経済研究所の2007年のアンケート調査結果ですけれども、県内の1,300社以上の企業から回答を得まして、県内の企業が10年後、20年後存続していますかというアンケートをしました。そうしますと、県全体では10年後、企業が4.5%減ります。20年後には13.4%が廃業をせざるを得ないということで、企業の数もどんどん減っていきます。徳島東部地域で見ましても、10年後には4.1%、企業が減りますし、20年後はそのまま放っておけば、11.2%も企業が減っていくという状況になっております。

それから、次の資料ですけれども、小売業の店舗数もどんどん減ってきておまして、1997年から2007年までの10年間ですけれども、徳島県全体では10年間で3,700店以上の小売店が減って、減少率は29.6%となっております。この徳島東部地域定住自立圏内でもこの10年間で1,798店の小売店が減って、減少率は27.9%ということで、人口も減りますし、企業もこのまま放っておけば減ってきます。小売店もどんどん減っているというのが現状でございます。それを何とか食い止めなければいけないということで、やはり雇用力のある産業を圏域内に育成する、あるいは、他所から誘致をしていくことが基本的に必要だと思います。

取りあえずは、このような努力をしていく必要がございまして、それに加えて、やはりこの地域にたくさんの人に来ていただいて、要するに交流人口を増やすということにも力を入れなければいけないと思っております。

しかしながら、都道府県別の宿泊客数を見ますと、徳島県が47都道府県で最下位でございまして、徳島県に来る観光入込み客数を見ましても、明石大橋ができ、それまでよりもぐっと増えましたけれども、その後、ほとんど増えていないということで、数字で見ると、明石大橋が開通以降は、観光客が増えたという数字になっていないというのが現状でございます。

また、観光庁の資料を見ますと、日本全国でどんどん定住人口が減っていつていますが、定住人口が減ると、その人たちがそこで消費する購買量が減ってくるということが一つ大きな問題ですけれども、交流人口を増やすことによって人口減少分をカバーできるという観光庁の試算がございまして、例えば、定住人口が1人減った場合、その消費と同じくらいの金額を、宿泊客を24人呼べば消費額はそれに見合う、あるいは日帰りでも79人来てもらえれば、定住人口が1人減る分の消費額をなんとか相殺できるという資料も出しております。

従いまして、交流人口として、観光、あるいは視察など、いろいろな形で人に来てもらうということは非常に重要ではないかと思えます。

しかし、それを本格的にやっていくためには、かなり特殊なノウハウが必要ですので、実際に集客に結び付けられるようなプロフェッショナルな人材を育成する、あるいは外部から招へいし、ある程度の裁量権を与えてやってもらうということを本格的にやらなければ、なかなか観光客や交流人口の増加にも結びつき難いと思っております。

私どもの直近の「徳島経済」で観光に関する論文を書いているのですが、その中から全国のがんばっている事例をいくつか紹介しております。

例えば、堺市ですけれども、今まで堺市というのはあまり観光地というイメージがなかったのですが、政令指定都市になったのを契機に観光に力を入れようということになりまして、JTB出身の方を観光戦略のチーフとして招いております。なんとその方は、以前「アスティとくしま」の館長をやっていた方ですけれども、その人の下に、さらに他の旅行会社出身の民間の方を配置して、民間活力を積極的に活用しておりました。その結果、「堺モデル」と言われる観光のワンストップサービスを確立いたしました。堺市観光コンベンション協会では、ワンストップサービスで旅行に関するさまざまなことをやっております、例えば旅行会社や一般の団体客に対する電話一本での情報提供から、観光コース、食事の提案、観光施設の予約まで全てワンストップサービスで行い、観光客を非常に増やしております。

また、松山市では観光産業振興課の中に観光カリスマ的な行政マンがおりまして、その人を中心に行政の強みを発揮して、地域の観光戦略を自ら積極的に作成して、徹底的に着地型、滞在型の商品を磨き上げて発信をしています。しかも、県境を越えた広域の提案をいろいろしてまして、例えば、広島との提携で、宮島と道後温泉を結ぶルートを定番化させたり、また、観光客を呼ぶには、観光客の出発地での情報発信というのが非常に重要なので、そこに戦略的に広報を行っていくとか、旅行会社との日ごろからの綿密な提携など、かなり踏み込んだことを行政が行った上で観光客増加に繋げていくという事例がございまして。

従いまして、本格的に観光等の交流人口を増やそうと思えば、それなりの体制で本腰を入れてやらなければ、情報提供、情報発信程度では、今の世の中、なかなか人は来てくれないということではないかと思えます。

それでは、私どもの経済研究所では、「とくしまマルシェ」と「LEDアートフェスティバル」を提案して、実現をさせていただきました。その経験を踏まえて、これからの地域間競争に打ち勝つにはどういうことが必要なのかということの後半、申し上げた

いと思います。

まずは、実際に来られていない方も多くと思いますので、簡単にどういうものかということを少し紹介させていただきます。

「とくしまマルシェ」ですけれども、お手元には資料として毎月のPRチラシとマルシェの商品をネットでも売る仕組み「とくしまネットマルシェ」の資料を配布してございます。「とくしまマルシェ」は、私ども研究所が提案をいたしまして、一昨年12月から、毎月最終日曜日に徳島市の新町川沿いのボードウォークで朝9時からお昼3時までやっております。ここでは、県内全域から集めてきたこだわりの農産品とそれを使った加工食品が、おしゃれなコミュニティの中で展開されております。これまでに、延べ14回開催しております。台風には、今まで2回あたりでしたが、近くの中心商店街のアーケードの中で開催しまして、とにかく必ず毎月最終日曜日にはやるということでこれまでやっています。台風の時でも、5、6千人の方が来ていただいていますし、平均して毎回1万2千人の方に来ていただいております。

後ほど、映像を映したいと思っておりますので、雰囲気は、その映像を見ていただければと思います。

最近、リピーターの方もすごく多いですけれども、県外からもたくさんの方が来てくれるようになりまして、去年の11月には、松山市から観光バスが3台、「とくしまマルシェツアー」ということで約130の方が来ていただいていますし、それ以外にも、いろいろなツアーが企画されております。ツアー客だけではなくて、ブログとか、いろいろなところで情報発信されていますから、それを見て知ったということで、個人客の県外の方もたくさん来るようになってきておりまして、出店者も「とくしまマルシェ」では、消費者と直接話ができていろいろなニーズも聞けるし、出店者同士の研鑽と申しますか、商品の売り方にそれぞれ工夫をして販売するようになってきているので、刺激もすごく受けると、あるいは出店者同士でコラボして、「とくしまマルシェ」で出す新商品を開発したりですとか、いろいろな展開もしています。また、藍住町の「ゆめタウン」からも依頼があり、常設コーナーが店内にもできております。

このように、さまざまな展開が「とくしまマルシェ」に関しては出てきております。

次に、「LEDアートフェスティバル」でございますけれども、これは、私どもが提案しまして、是非やろうという徳島市長のご決断をいただきまして、徳島市役所の中に事務局ができました。体制としては、徳島市長が実行委員会委員長で、私が副委員長をやらせていただいておりますけれども、第1回が一昨年4月に9日間、手探り状態の中での開催でしたが、結果として、夜のイベントですが20万人くらいの方に来ていただきました。しかもアンケートを取りますと、8割近くの方が「よかった」と、「また是非やってほしい」ということもありまして、徳島市で継続を表明していただきまして、3年ごとにやりましょうという話になりました。

もちろん、徳島県の「LEDバレイ構想」の中で、LED発信戦略の大きな要素が「LEDアートフェスティバル」でございますので、徳島県にもいろいろご協力をいただいております。

このフェスティバルは、3年ごとの開催ですから、次回第2回の開催は来年2013年

の4月でございますけれども、来年のアートフェスティバルに向けて、今からどんどんと盛り上げていこうということで、お手元に資料が入っていますが、まず、今年4月に「とくしまマラソン」や「はなはるフェスタ」の時期に合わせまして3日間、「LEDアートフェスティバル2013 HOP」というイベントをやります。さらに秋には、国民文化祭の開催に合わせまして、「LEDアートフェスティバル2013 STEP」というイベントを行いまして、来年の本番につなげようということでございます。

また、先週、東京でシンポジウムを開催して、アートフェスティバルの全国発信のために、メディアの方等に向け情報発信をして来たところでございます。「HOP」では、日本を代表するアーティストの方々がそれぞれアートの作品を、LEDを素材にして作って、それを両国・新町と城山が主な会場になりますけれども、LEDで作ったアートの作品を展開することになっております。このアートフェスティバルにつきましても、後ほど映像を見ていただきたいと思っております。

このように、私どもが提案いたしました「とくしまマルシェ」、「LEDアートフェスティバル」が現在、順調に立ち上がっている訳でございますが、それらを立ち上げる過程、あるいは実際に実行した経験を踏まえて、地域間競争に打ち勝つには何が必要かということをおもいつくままに述べさせていただきたいと思っております。

まず、地域で何かをやって、人を集めるために一番重要なのは、その地域ならではの、他ではやっていないことをやるということが、基本的に何よりも大事ではないかというふうに思っております。

「LEDアートフェスティバル」ですけれども、今やLEDを使つてのイルミネーションやきらびやかな景観を作るということは、例えば、東京のお台場や表参道、また、世界的には上海などでやっております。

徳島県には、日亜化学というLEDの世界でナンバーワンの企業があって、LEDパレイ構想で今105社くらい県内にLED関連企業が集まってきておりますので、そういう徳島でLEDを使つて何かやるということは、全国に発信できるし、意味がある訳ですけれども、お台場とかでやっているようなLEDを使ったきらびやかな景観をいくら徳島でやっても、規模からして全然そういうところにかないません。

従いまして、私どもが提案いたしましたのは、まだ全国、世界でもどこにもやっていない現代アートのフェスティバル、その素材にはLEDを使つて作ってもらう。そのようなフェスティバルをやれば、世界あるいは全国でも初めてなので、これは全国にも発信できるのではないかということでご提案をさせていただきました。

実際に、この「HOP」、それから秋の「STEP」、来年の第2回のアートフェスティバルに関わっていただくアーティストの方々も、日本を代表する、あるいは、世界的にも活躍しているような方々がLEDを使つてアートの作品を作っていただくということになっておりますので、これは全国どこにもやっていないということでもあります。

最初にそれを提案しましたが、やはり他でやっていないようなことをやる時は、かなりリスクを取らないといけない訳でございますが、実際これをやって本当に効果が上がるのだろうかというところは、やる立場の責任者の方はリスクをどう考えるかというところで、決断をされる必要があると思っておりますけれども、おかげさまで、原市長には、

「LEDアートフェスティバル」をやろうとご決断をしていただきまして、事務局の方にも非常に頑張っていたでいて、順調に立ち上がってきているということでございます。

「とくしまマルシェ」もそうですが、徳島には、本当にこだわりの農産物や加工食品がいっぱいあるので、もっと全国に発信したいとかねがね思っております。しかし、他がやっているのと同じような形で発信しても、なかなか全国的には取り上げられないし、地域の方がそれなりに楽しむ程度のものはできると思いますけれども、これから何か地域で発信していくには、まずは地域の方が楽しむというのが大前提ではありますが、それだけでは終わらないで、それを核として、他の地域の方をいかに呼び寄せるか、そういうことをやらなければ、本当の経済の活性化にはつながらないというふうに思っております。

私は、新町川沿いのボードウォーク、水際公園が大好きで、日ごろから散歩にもしょっちゅう出かけておりますけれども、このような景観は全国でも非常に珍しくすごく整備された景観になっておりますので、そのような場所とこだわりの農産物とを結び付けて情報発信すれば、これは全国的なものになり得るだろうということで、提案をさせていただきました。

「マルシェ」というのはフランス語で「市場」という意味ですけれども、当初、いろいろと検討している中で、朝市というのは全国にも沢山ありまして、県内にも沢山ありますし、有名な高知の日曜市が身近にありますので、やはり地方で発信するときには、そういう素朴な感じの朝市でないと、徳島でおしゃれなのをやってもダメなんじゃないのという声も結構ありました。

しかし、素朴な朝市をやれば、それなりに地元の方は楽しんでいただけると思いますが、それはそれ止まりで、全国発信できるものにはならないので、やはり、他ではやっていないことをやるからこそ、全国に発信できるということで、是非、新町川のボードウォーク沿いで、全国でどこもやっていないようなおしゃれな朝市をやろうということで始めたのが「とくしまマルシェ」でございます。イメージとしては、パリの朝市ですけども、私の感じでは、雰囲気や出品しているもののレベルの高さは、パリの朝市にも全然負けていないものになってきていると思っております。

従いまして、その地域ならでは、他ではやっていないことをやる、そのためにある程度リスクを取って、決断してやるということは非常に必要ではないかと思っております。そして、やるからには徹底的にこだわってやるということが重要でございます。

「とくしまマルシェ」につきましても、出店者のこだわりというのも相当なものでございまして、普通の産直市というと、だいたい出店者を募集してきてもらうのですが、「とくしまマルシェ」の場合には、事務局が県内全域からいろいろな情報を集めて来て、安全安心、味はもちろん、こだわりのものを作っている生産者の方をリストアップして、お願いに行って、出店してもらっています。出店いただくハードルをかなり高く設定しております、そこに非常にこだわりを見せているということでございます。

さらに、毎回白いパラソルが60基くらい、ずらっとボードウォークに並んでおりますし、商品の陳列も「とくしまマルシェ」のロゴマークの焼き印が入った木箱で統一をしていただいております。また、ジャズやボサノバといった音楽のライブコンサートを

やったりとか、とにかくおしゃれな感じで買い物を楽しんでいただく雰囲気づくりに徹底的にこだわっています。これが、マルシェが成功している大きな要因ではないかなというふうに思っております。

「LEDアートフェスティバル」は、第1回目のときには学生さんがLEDを使って作品を作ったりするというようなものも出してもらいましたし、やはり、全国から人を呼ぼうと思えば、LEDアート作品のレベルの高さというのが、決定的に大きな要素になりますので、これからやる「HOP」、「STEP」、それから第2回以降のアートフェスティバルに関しては、LEDアート作品のレベルに徹底的にこだわりたいというふうに思っております。

第1回のアートフェスティバルをやるときには、私もアートに詳しい訳ではありませんし、徳島市の中にもそんなに詳しい方がたくさんいらっしゃる訳ではないと思うので、やはりアートフェスティバルを成功させるためには、アートに関する知識が非常に深く、いろいろなアーティストとコネクションを持ってらっしゃる、そういう方をプロデューサーなりスーパーバイザーとして関わっていただくということが非常に重要だと考えました。それで、私が考えましたのが北川フラムさんという方ですが、北川さんは、「瀬戸内国際芸術祭」の総合プロデューサーもやられていますし、その前から新潟県の過疎地全域を使った「大地の芸術祭」という大掛かりな現代アートのイベントもやられて、非常に成功していらっしゃる方でございます。その方が、たまたま、我々がアートフェスティバルを打ち出した直後に徳島に来られまして、是非、周遊船に乗っていただいて徳島市を川から見ていただきたいということで、新町川を守る会の周遊船に乗っていただいて、吉野川まで出て、川から徳島を見ていただきました。北川フラムさんは、最初は徳島市にそれほど関心がなかったですけども、川から徳島市を眺めると、非常に素晴らしいということで、スーパーバイザーとして関与していただいているということでございます。そういう方にもサポートいただきながら、いかにアートのレベルの高いものを継続していくかということにこだわる必要があると思っております。

それから、地域の住民の方々に、いろいろな形で参加してもらおうということが、こういうイベントをやるときに非常に重要でございまして、「LEDアートフェスティバル」でも、作品を作る段階からサポーターズクラブというものを募集して、作品づくりに関わっていただきましたし、フェスティバル期間中には、それぞれの作品を説明するボランティアガイドにもなっていただきました。

さらに、1回目のアートフェスティバルでは、「幻聴音楽会」という川を使った大掛かりな音楽コンサートを行いました。それには600人くらいの方々が「光隊」と「音楽隊」という形で関わっていただきました。このように、いろいろな形で準備段階から住民の方を巻き込んで盛り上げていくということをやらないと、行政が考えて、上からやってくれというような形でやってもなかなか成功はしませんので、アートフェスティバルは地域の皆さんを巻き込むことでそういうことができたと思っております。

「とくしまマルシェ」も同様に、会場周辺のゴミを拾ったり、川掃除をやっていたりとか、参加していただいた方々にはマルシェの特典を差し上げたり、そういう形でいろいろ関わっていただいています。

また、「キッズファーマープロジェクト」といいまして、子どもの農業に対する関心あるいは食育に対する関心を高めるという主旨で、マルシェに出店している農家さんと契約しまして、子どもたちがその農家さんの農園で実際に農作物を植え付けから収穫まで体験して、収穫したものをマルシェの会場で販売も体験してもらおうというそういうこともやっております。このように、地域の人たちに関わっていただくというようなことを意識的にやっているとということでございます。

それから、地域が地域間競争に打ち勝っていただくためには、この地域は、ここが売りで、今後このようなことをしようとしているということを情報発信するというのが非常に重要でございまして、そういう意味では、広報戦略というのが非常に大きな要素を持っていると思います。

「とくしまマルシェ」では、いろいろな新聞、テレビ、雑誌等に取り上げていただいている、マルシェは本当によくメディアに出ているなど言われますが、やはりマルシェの魅力ももちろんありますが、マルシェに関連する動きがいろいろなところから出てきているので、私どもの徳島経済研究所からメディアに対して、トータルな情報を、逐次きめ細かく発信しております。もちろん、メディアはいくら情報発信をしても、それが価値のある情報じゃないと取り上げてくれない訳ですけども、メディアの方々に、こういうことをやっているということを知っていただくためのきめ細かい広報戦略というのは非常に重要だと思っております。

「LEDアートフェスティバル」も、徳島市の出版物とか、広報はもちろんやっておられましたけれども、それだけではやはり足りないもので、全国的なメディアも含めて、いろいろなメディアに取り上げていただくということは非常に重要でございますので、私も実行委員会の副委員長として、特に情報発信にはかなりサポートさせていただきまして、県内のテレビ、新聞、雑誌、あるいは関西圏のテレビ局、そういうところに徳島市の事務局の方と一緒に出向いて行って、非常にきめ細かく情報発信をいたしました。今後においても、このようなきめ細かい情報発信というのは、非常に重要になってくると思っております。

従いまして、各市町村においても広報を担当する方というのは、やはり非常に重要な部署だと思いますので、そこには是非優れた人材を置くということが重要になってくると思いますし、これからは、市町村のレベルでも、いかに全国あるいは、場合によっては世界に、その地域の魅力を発信していくかということが重要であります。広報を担当される方というのは、行政の全般のことを深く知っていて、その上でメディアとのつながりもあって、非常きめ細かいことをやられて、そしてある程度、自分の判断でどんどん発信できるような方を配置する必要があるのではないかという感じがいたします。

徳島経済研究所でも、いろいろな情報発信をやっておりますが、経済研究所では私が広報の責任者、担当ということで、私自ら広報関係はやっております。

それから、広報するときには、インターネットの活用というのが非常に重要でございます。「とくしまマルシェ」もいろいろなメディアさんにも取り上げていただいておりますけれども、やはりマルシェに来られる方というのは、こだわりのものを買いたいという方が来ていただくのですが、そういう方々というのは、結構自分でブログとか、ツ

イッターをやってらっしゃる方が多く、個人で「とくしまマルシェ」の魅力をどんどん発信していただいておりますので、最近では、そういうものを見て来ましたという方が非常に増えてきております。

行政からの情報発信もインターネットというのをいかに使っていくかということが、これからの大きな要素だと思っております。昨日、各市町村のホームページのトップページを見させていただきましたけれども、それぞれ工夫しておられますけれども、まだまだオーソドックスなものが多く、イメージとしては地域住民の方々に情報発信するためのホームページを作ってらっしゃると思いますが、これからは、やはり、地域外や県外の方が食いついてくるようなホームページとして、さらに工夫をされてもいいのではないかと思っております。

例えば、小松島市でしたら、小松島市はタヌキで売っておられますけれども、トップページは、義経も有名ですから、鎧兜をかぶったタヌキですとか、日赤さんもあるので、お医者さんや看護師さんの恰好をしたタヌキとか、港が有名なので船員の恰好をしたタヌキとか、そのようなイラストをずらっと並べて、「小松島市のホームページによろそ」みたいなものが最初にあれば、他の地域から見てもすごくインパクトがあって、ホームページの中身を詳しく見ようというような感じになるのではないかなと思えました。

私は、今、徳島県の公衆無線LAN推進協議会の会長もやっておりまして、県内全域で情報を受けたり、発信したりできるような無線の中継機器（ルーター）をどんどん広げていこうということに関わっておりますので、インターネットを通じた情報発信の環境が徳島県内に広がっていくように私自身も努力していきたいと思っております。

それから、いろいろなところで連携をするということが非常に重要でありまして、やはりそれぞれの地域の企業との連携ということで、雇用吸収力を確保、増大するために企業の方がどう考えているか、日ごろから行政もコンタクトを密にしておくことは非常に重要だと思います。何かイベントをやったりするときにも、企業の協力というのは欠かせないので、企業さんとの連携というのは非常に重要だと思います。

また、それぞれの地域に大学や学校があれば、そのような教育研究機関との連携ももちろん必要だと思います。他の地域との連携として、例えば、観光面で言えば、今日のメンバーの中には鳴門市は入っていない訳ですが、鳴門市には観光資源も沢山ありますし、宿泊施設も沢山ありますので、ある程度連携をして、東部圏域に来ると同時に鳴門にも行くという形で、四国の他の県との連携、あるいは四国以外の他県との連携、こういうことも是非、積極的に深めていく必要があるのではないかと思います。

また、各行政の中でも縦割りではなくて、セクションの垣根を取り払っていろいろ連携していくということが非常に重要だろうと思っております。徳島市さんが、いろいろな部署の女性職員の方々を集めて、「とくしまの自慢本」というのを最近作られまして、これには「とくしまマルシェ」や「LEDアートフェスティバル」も載せていただいておりますけれども、とてもおしゃれな感じで、出来上がりのいいものになっております。このように、行政の中でも縦割りをどんどんなくして、いろいろなプロジェクトを通して連携を深めていくということが非常に必要なのではないかと思います。

いろいろなことを情報発信していくときに、普段から地域の方々のご意見を聞くのも

もちろん重要だと思いますが、やはり、サイレントマジョリティーと言いますか、日ごろ行政に対してあまりいろいろなことを言っていない方々に、いかに働きかけをしていくかということが、地域が何をやろうとしているかということを知っていただく意味では、非常に重要でございます。

そのためにも、これは私が申し上げるのは大変僭越ではございますけれども、地域の皆さま方への強いリーダーシップと発信力が必要だと思っておりますし、地域の特徴、魅力を打ち出そうと思うと、それぞれの行政でやる仕事というのは、本当に幅広い訳ですが、魅力を発信して、地域の方々、あるいは地域外の方に理解してもらう分野については、選択と集中の視点で、集中的に「金」も「人」も注力していくということをやらないと、なかなか地域の魅力というのは発信していけないのではないかなと思っております。

それでは、アートフェスティバルとマルシェの映像をご覧いただければと思います。

－ とくしまマルシェ、LEDアートフェスティバルに関する映像上映 －

これで私の話を終わらせていただきます。ご清聴ありがとうございました。

(司会)

ただ今のご講演の内容等につきまして、ご質問等はございませんか。

(各市町村長)

(質問なし)

(司会)

それでは、講演会につきましては、これにて終了させていただきます。

田村専務理事さんには、お忙しい中、大変貴重なご講演をいただきまして、誠にありがとうございました。皆さま、田村専務さんに、改めて盛大な拍手をお願いいたします。

3 協議事項等

(1) 定住自立圏共生ビジョンの取組状況について

(司会)

ここからの進行は、徳島東部地域定住自立圏推進協議会会長である原市長にお願いしたいと思います。それでは、よろしく願いいたします。

(会長：徳島市長)

皆さま、改めまして、本日は公務ご多忙にもかかわらず、「第4回徳島東部地域定住自立圏推進協議会」にご出席を賜りまして、誠にありがとうございます。

さて、定住自立圏構想につきましては、昨年9月に、皆さまにお集まりいただき、「徳島東部地域定住自立圏共生ビジョン」を策定いたしまして、10月から本格的に連携事業をスタートさせております。

今年度の取組状況につきましては、後ほどご報告いたしますけれども、計画どおり実行できているようでございます。

皆さんには、共生ビジョンの着実な実施に向けて、ご尽力を賜りましたことに、中心市の市長としてお礼申し上げます。

本日は、次第にもありますとおり、共生ビジョンの取組状況の報告、広報計画などについて、ご協議を賜りたいと思います。どうぞよろしく願いいたします。

それでは、お手元にお配りしております次第にしたがいまして、会議を進行させていただきます。

まず、「3 協議事項等」の「(1) 定住自立圏共生ビジョンの取組状況について」を議題といたしたいと思います。事務局から説明をお願いします。

(事務局)

－ 資料2 徳島東部地域定住自立圏共生ビジョンの取組状況について説明 －

(会長：徳島市長)

ただ今の説明に関して、ご質問等がございましたら、お願いします。

(各市町村長)

(質問なし)

(2) 定住自立圏に関する広報について

(会長：徳島市長)

それでは、続きまして、協議事項の「(2) 定住自立圏に関する広報について」を議題といたします。事務局から説明をお願いします。

(事務局)

－ 資料3 定住自立圏に関する広報について説明 －

(会長：徳島市長)

ただいま、事務局から説明がございました、この市町村連携による広報活動につきましては、前回の会議で皆さんからご意見をいただき、幹事会において検討を行い、まとめたものでございます。

特に、PR用情報紙につきましては、各市町村にご協力をいただき、新たに各市町村の若手職員による「広報編集会議」を設置するというのを計画しております。

若手の皆さんがお互いに知恵を出し合いながら、ひとつのものを作り上げていくという共同作業を通して、職員同士の交流や信頼関係の醸成にもつながっていくものと思っております。

この広報につきましては、こういう方向でよろしいでしょうか。

(各市町村長)

(異義なし)

それでは、皆さんにご協力いただきまして、この圏域全体で広報活動を積極的に推進していきたいと思っておりますので、よろしくお願いいたします。

これで、本日の協議・報告する事項は全て終了する訳でございますけれども、この際、お取り組み等につきましてご意見がありましたら、何からでも結構ですので、お願いしたいと思っております。

(各市町村長)

(意見なし)

(会長：徳島市長)

先ほど、徳島経済研究所の田村専務さんのご講演にもありましたように、今後、地方を取り巻く環境は、大変厳しい訳でございます、やはり地域間競争の中で、本圏域が生き残っていくためには、知恵と連携がキーワードだと私も思っております。徳島東部地域にある人、資源、情報を連携させていくことが、今後、ますます重要になると考えております。

平成 24 年度には、新たな連携事業もスタートしていきますので、これまでに以上に圏域 12 市町村の協力関係を強めまして、共生ビジョンに掲げた取組みを着実に実行していくことで、この徳島東部圏域の継続的な発展、そして、圏域住民の皆さんが、住み慣れた地域での幸福な暮らしの実現につながるよう、皆さんとともに協力していきたいと考えておりますので、どうぞ、よろしくお願いいたします。

それでは、これもちまして「第 4 回徳島東部地域定住自立圏推進協議会」を閉会させていただきます。どうも、ご協力ありがとうございました。

以 上