

総合戦略策定に係る「言（メディア）」との意見交換会内容

- 1 開催日時 平成27年11月18日（木）
- 2 来訪者 北海道新聞社北見支社営業部長 堤 智久 氏
オホーツク総合振興局地域政策部戦略策定支援担当 野村部長
オホーツク総合振興局地域政策部地域政策課 斉藤主査
- 3 対応者 財務企画課 佐々木課長、大水課長補佐
- 4 言からの主な意見等
 - ・人口の維持・増加のためには「子どもを増やす」「死亡を減らす」「移住者を増やす」、これしかない。
 - ・特に移住は「外から（自分の町を）どう見られているか、どう見せたいか」といった視点をしっかりもつこと。
 - ・どんな人・世代を呼び込むか、町としてもマーケティング（リサーチ・分析）を行うことが大切。
 - ・トライ&エラーはPDCAをしっかりとすることで、より効果的なトライに臨むことができる。
 - ・言の立場で自治体に対して伝えたいのは「情報発信の強化」と「教育水準の向上」。
 - ・情報発信では、PRしたい事柄についてストーリー性を持たせること。特産品で言えば、ホタテは猿払産がブランド力をもっているが、玉が大きいのはどうしてか、漁場にどんな優位性があって、水揚量が多いのか、ストーリーがあると思う。

- ・教育水準に関しては、「本を読む」「ゲームをしない」ことで学力向上することが分かっている。図書館を建てるのは良いが、いかにして本を手にするか、そのきっかけづくりの方が大切。
- ・認定子ども園を見学し、人口は減っているのに出生数が下げ止まっている→第2子・3子が増えていることの表れ。これを可視化することが大事で、（雄武町の保育所は）他市町村がまねしたくなる要素が詰まっている。
- ・漁業に関しては、就業人口はある程度、保てたとして、付加価値を上げるためにマーケティングが有効。B to B（対企業取引）はもとより、B to C（対消費者）に目を向けることも重要。ただ生産者の立場からすると、なかなか2次・3次をやりたがらない（手が回らない）のが実状のようで、加工業界が重要な役割を担う。
- ・農業の担い手住宅であるが、説明の中で雄武町では法人化が進むと聞いた。これは年中搾乳がある酪農ならではの強みであり、畑作の法人化はほとんど聞いたことがなく、地域戦略として有効である。
- ・サラリーマン就農は、シフトできちんと休日があり、外から見ても非常に魅力的に感じる。これをしっかり発信すれば人は集まる。