

産業経済部会 会議録

（出席者） 委 員：13名
事務 局：3名（農政課：2名、政策推進課：1名）
アドバイザー：1名
ファシリテーター：1名

（会議の内容）

議論のポイントについて

資料「議論のポイント」に基づき、事務局から説明しました。

1. はじめに

資料1に基づき、ふり返しシートの質問について事務局から説明しました。

資料2に基づき、第2回まちづくり市民会議（第1回部会）の会議録について内容を確認し、意見があれば、事務局まで連絡することになりました。

2. 今後の検討スケジュールについて

資料3に基づき、今後の検討内容とスケジュールについて事務局から説明しました。

3. 総合計画の人口フレームについて

資料4に基づき、総合計画の人口フレームの方向性について確認を行いました。

※資料4を差し替え、差し替えの理由も説明しました。

4. 戦略プロジェクトについて

資料5に基づき、戦略プロジェクトについて意見交換を行いました。（意見交換の内容は次ページ以降に掲載。）

5. 市民評価について

会場を講堂に移し、「トライアスロン大会支援事業」について市民評価を行いました。（市民評価の判定結果は次ページ以降に掲載。）

6. アドバイザー総括（阿部アドバイザー）

25年の歴史はそう捨てたものではないというのが、市民評価をしながらの感想である。今まで続いてきたには、それなりの理由があると思う。裏を返すと、今こういった問題が議論されるのは、当初の目的が、ただ仕事をこなすだけの形で少し忘れ去られてきたのではないか。目的、意義などについて、再度確認するための良い機会になったのではないか。目的、意義などをしっかりと市民、競技者、ボランティアに受け次いでもらう努力が必要だと思った。市民の税金を使っ

で行っている競技なので、費用対効果、経済効果などは測定し、公開することが必要である。財政が厳しい中で、問われることである。

また、PR、情報発信などは、なかなか難しいのは理解できるが、発信の方法を考えていく必要がある。協力者、協賛、スポンサーを増やす努力をし、目的、事業の意味を伝えていくことが必要である。

最後になるが、先ほど地域ならではのおもてなしが大事であると説明があったが、それも市民の理解なしでは不可能である。この地域を知ってもらうPRの一環として、ぜひ続けてほしいと個人的には思う。

7. その他

次回開催日程は、4月25日（水）19時からに決定しました。

ふり返しシート、市民評価アンケートを配布し、後日、提出をお願いしました。

主な意見（産業経済部会）

項目	現状・課題
人口について	<p>(アドバイザー) 田原市も人口減少や少子高齢化は避けられない。人口増加対策と、住みやすさを同時に進めていかなければならない。東三河地区は全体で人口減少が進んでいるが、西三河地区では大きな減少はない。西三河地区の市町村と連携し、人口対策についての検討を進めていくことが必要ではないか。</p> <p>(委員) 田原市は産婦人科が少ない。出産するためにわざわざ豊橋市まで行く人もいる。子どもの死亡率を軽減するためには、ワクチン接種の補助をすればいいのではないか。</p>
戦略プロジェクトについて	<p>(委員) キャベコロというキャベツを材料にしたコロッケを県知事にも食べてもらったことや、常春部会というキャベツ農家の部会が内閣総理大臣賞をもらったことなど、良いニュースが続いた。</p> <p>(委員) 大臣賞をもらった後、広告を大きく新聞に載せてもらえた。マスコミを活用すると良い宣伝になる。</p> <p>(委員) そのような積み重ねがブランド化につながる。取材の受け入れ体制もできていた。キャベコロは大変評価がよかった。</p> <p>[事務局] ブランド化は、日本語に訳すと差別化するという意味である。田原のキャベツと他のキャベツの違いを出していかないと、消費者は食べてくれない。違いを明確にし、PRしていくことが必要である。</p> <p>(委員) 東京の市場でも常春ブランドが一番高値で引き取ってもらえ、キャベツの中でも日本一のブランドという評価をいただいている。</p> <p>(委員) これを食べたら健康になる・長生きするという食品は爆発的に売れる。生活や健康と結びつけた方がいいと思う。</p> <p>[事務局] 健康や美容につなげるのもいい。</p>

	<p>(アドバイザー) 地元の人「渥美のキャベツ」と呼んでいるが、出荷する時は「JA愛知みなみ」「JA愛知みなみ常春部会」というブランド名で出荷される。「JA愛知みなみ」では、インパクトが弱い。中身も大事だが、名前も重要である。</p> <p>(委員) 蔵王山には以前はレストランなども入っていたが、長続きしなかった。蔵王をメジャーにするのは難しいのか。</p> <p>[事務局] 観光客にとって蔵王はどういった位置づけになるのか、もう一度検討する必要がある。遠足や林間学校などで賑わす方法もある。</p> <p>(委員) 蔵王の権現の近くに住んでいるが、平日にお年寄りが山に登っているの、下の駐車場は満車である。山に登った時に、何かあるといいのではと思う。</p> <p>(アドバイザー) 蔵王はあまり知られていないので、最初に蔵王に登ってみようと思うPRの方法があるのではないかと。</p> <p>(委員) 田原市以外の小学生がよく権現の森へ遠足に来るので、蔵王へつなげる工夫をしてはどうか。権現の森へ入ったところに空き家があるので、宿泊できるようにしてはどうか。</p> <p>[事務局] 子どもや家族連れが登るには手頃な山だと思う。地域、行政が一体となって清掃するなど、盛り上げ方があるのではないかと。</p> <p>(委員) キャベツのPRは新聞もいいが、テレビが一番効果的だと思う。お金は安くならないのか。</p> <p>[事務局] キャベツをテレビでPRする場合、キャベツ以外の野菜の問題もある。キャベツ一本で売るという理解が得られればできる。</p> <p>(委員) 蔵王山に、今の天皇が皇太子の時に訪れた際の石碑がある。メガソーラーができるので、記念で皇太子に来ていただくのはどうか。</p> <p>(委員) 戦略プロジェクトはどこまで革命、革新的なものを求めるのか。蔵王は素晴らしいが、観光名所としてやっていくには、他にも組み合わせを考える必要がある。ブランド化についても、最近は通信販売もあり、現地でなくても安く購入できる。海外でも、日本の生産物は人気が高い。場合によっては世界に誇れる田原ブランドとなるかもしれない。どれだけ多くの消費者をつかまえるかだと思う。</p>
--	--

市民評価（産業経済部会）

《評価対象事業名》：トライアスロン大会支援事業
《事業の方向性に対する判定結果》
現行どおり：2名 一部改善：3名 抜本的改善：2名
《今後の事業実施に関する意見、改善点等の提案等》
<p><現行></p> <ul style="list-style-type: none">・アンケートの取り方の再考。継続する事が大切。 <p><一部改善></p> <ul style="list-style-type: none">・フェリー等で客を呼ぶ方法など、PRの方法に工夫を。成章、農校生の参加協力についても検討すべき。・参加者を増すために団体戦やリレー等の競技を取入れる。・競技参加者への応援のあり方を考えそれ自体が観光資源となる様な内容にする。・事業の目的の一つである田原市のPRという部分に関しては、少し改善していく必要がある。・トライアスロンの競技としては伝統もあり良いと思う。 <p><抜本的改善></p> <ul style="list-style-type: none">・事業の現状認識を今一度して欲しい。・評価方法の狙いが明確でなく、事業内容の改善方向が検討しにくいのでは。