

第 3 回

IT革命と農山村等地方からの 情報発信研究会

平成12年11月6日(月)

経 済 企 画 庁

第3回 IT革命と農山村等地方からの情報発信研究会

議事次第

日 時 平成12年11月6日(月)

14:00～16:00

場 所 経済企画庁長官官房会議室

(708号室)

1. 開会

2. 都市と農山村の新たな関係を構築するためのITの活用方策について

3. 閉会

(資料)

資料1 IT革命と農山村等地方からの情報発信研究会委員名簿

資料2 都市・農山村間でのITの活用

資料3 調査地名一覧

資料4 IT革命と農山村等地方からの情報発信研究会スケジュール

IT革命と農山村等地方からの情報発信研究会委員名簿

○委員（１０名）

座 長	中 川 聰七郎	愛媛大学農学部教授
委 員	飯 塚 克 己	群馬テレビ（株）制作部ディレクター
〃	大 野 良 彦	（株）リクルート地域活性部プランニング マネジャー
〃	菅 野 健 一	福島県総務部財政課主査
〃	小 林 義 人	（株）読売新聞社編集局地方部次長兼内信課長
〃	長谷川 文 雄	東北芸術工科大学副学長
〃	秦 章 人	（社）日本農村情報システム協会事業企画統括 部長
〃	藤 井 宏 一	（社）農山漁村文化協会電算センターシステム 開発部
〃	前 田 博	（有）前田支度事務所代表取締役
〃	森 内 眞 人	青森放送（株）制作局テレビ制作部副参事・ ディレクター

（中川座長） ただいまから開会させていただきたいと思います。

本日は皆様方にはご多忙の中をお集まりいただきまして、ありがとうございました。

ただいまから、ＩＴ革命と農山村等地方からの情報発信研究会の第３回会合を開催させていただきます。

本日は、都市と農山村の新たな関係を構築するためのＩＴの活用方策というテーマについてご議論をいただきたいと思っております。

ご参考までに事務局が作成いたしましたお手元の資料２、「都市・農山村間でのＩＴの活用」をごらんください。本日は、主に資料２について各項目ごとに委員の皆様にご議論いただきたいと思っております。

テーマが８つございます。各テーマごとに一応予定としてはそれぞれ１０分ぐらいと申しておりますけれども、テーマの中身によって時間が長くなったりということも考えられますので、とりあえずはお手元の資料の内容について事務局から一通りご説明していただくこととして、その後に各項目ごとにご議論いただきたいと考えておりますので、よろしくお願ひしたいと思います。もし時間が足りないようでしたら、テーマについて次回に持ち越してやるということも十分あり得ることでございますし、議論していただいた方がいいと思いますので、時間には余りこだわらずに議論させていただきたいと思います。

事務局から、資料２について各項目ごとに事前に全体説明をいたしますけれども、ご議論につきましてはこの資料にこだわらずにご議論いただいてももちろん結構でございますので、よろしくお願ひいたします。

それでは、よろしくお願ひします。

（事務局） それでは、資料２の方をごらんいただきたいと思います。これまでの議論を受けまして、我々事務局４人がいろいろ議論して、都市・農山村間でのＩＴの活用ということで考えていかなければならない項目としてはこんなことではないかと挙げたものでございます。先ほど議長から説明がありましたように、８つの項目に分けておりますけれども、これを一通り説明させていただきたいと思います。

まず１つ目は、ＩＴと情報の受発信ということで、ＩＴの活用ということを考える際に、そもそもＩＴとはどういうものかということをごきちんととらえておく必要があるのではないかとということでまとめたものです。まず、従来情報の受発信というものは、新聞・テレビ、それから電信・電話という２本立てで形成されていた。すなわち、新聞・テレビとい

うのは不特定多数に一方的に情報を伝達するものであり、電信・電話は相互に知っている者同士で双方向で情報交換するという性格のものであった。ところが、インターネットによりこの2本が接近してきているというのが今の現状です。すなわち、これによって普通の人々が低コストで不特定多数に対して情報発信を行うとともに、そのリアクションを受けられるということが可能になってきた。これがITというものの本質ではないか。

すなわち、次のところなんですけれども、テレビ放送が開始され、キー局を中心に一元的な放送が日本全国で行われてきた。これが今までの地域の独自性というものにかなり影響を与えてきたのではないかと。これと逆のことが起こり得るのではないかとということで、下のところなんですけれども、1,000万人見ないとテレビというものは放送するということになることに対して、インターネットの場合は1,000人に1人がその情報に興味を持つというものでも十分な有効な情報ということになっていくのではないかと。すなわち、下に書いてあるところなんですけど、インターネットにおいての情報の受発信ということは、身の丈に合った範囲で十分対応が可能である。特に大受けを狙う必要はないのではないかと。もう一つの特徴としては、情報のエンド・ユーザー同士での情報交換が可能になっている。すなわち、ちょっとした情報内容の他との差であっても、かなり情報そのものあるいはコンテンツそのものが差別化されるのではないかとという性格を持っている。

3つ目としては、これも認識しておく必要があるということで書いたんですけれども、iモードがかなりのスピードで普及した。このiモードというのは、一つは携帯性があるということであるんですけれども、それよりもこのiモードということで何を世間に知らしめたかということ、コンピューターというものでなくてもインターネットの活用ができるんだということを初めて世の中に認識させたのではないかとということで取り上げております。すなわち、今後インターネットというものが低コストな情報発信の道具としてかなり有効性を持っていくという認識がまず持てるのではないかと。

それに基づきまして、2の方にいくんですけれども、ではなぜ農山村から情報の発信をするんだということが、この2に書いているところです。

まず1つは、都市住民の「行ってみたい」「買ってみたい」という欲求に対応するものなんですけれども、コミュニケーションというものはそもそもちょっと振り向かせるということが語源と聞いておりますし、そのためにはここに書いているグリーンツーリズム、グリーンインダストリー、それから地域情報発信、これを組み合わせた形でやっていくということが考えられるのではないかと。これは後でこの方式をいつも言っていらっしゃいま

すG委員の方からご説明願いたいんですけれども、いわゆるディズニーランド方式とG委員がおっしゃっているものでして、ここに書いているような小さなアクションの組み合わせによって大きな効果を得るということができないかと考えているものです。

飛びまして次、3ページ目へいただきたいと思いますけれども、「行ってみたい」「買ってみたい」という目的に対応するもう一つのものとして、教育的なものがあるのではないかとこのまとめをしたわけなんです。過去の経済成長と都市化の時代に衰退というレッテルを貼られた地域に住んでいる人にとっては、自然や歴史を背景とする通常の生活でありながら、都市の人にとっては非日常に映るようなものの中に、学びや習いに直結するものがあるのではないかとこの考え方です。例えば、最近では、農産物がどういうふうに育てられるのかとか、あるいは里山はどういうふうに人間と自然が共生しているのかといったこと、あるいは最近は飲み水だけではなく化粧水といったものでも天然水が都市の特に若い女性の関心を生んでいるわけなんですけれども、そういう天然水そのものがどのように循環しているのかという情報、あるいは身の回りにある昆虫の生活などはどういうふうに営まれているのかという情報、これなどは十分都市の人に受ける情報、1,000万人に受けるとはならないにしても、かなりの関心と呼ぶ情報となってきたのではないかと。

では、そういう情報をどういうふうに発信していけばいいのかというのが、3のところでございます。情報受発信のための組織・体制ということです。

まず、情報受発信ということを考えた場合には、何か新しいものを整備するということではなく、今あるものをうまく利用するんだという取り組みが重要ではないか。すなわち、ナショナルスタンダードから見て何か足りないということを考えるのではなく、地域に今あるメリットをいかにアピールするかという考え方が重要であろう。

それから、情報は常に新しいものでなければならないということ。できるだけリアルタイムであることが望ましい。しかしながら、ここで情報というのは、通常のマーケティングと若干違うのではないかと。すなわち、需要があるものを情報化するという考え方は必ずしも必要はないのではないかとこのこと。

3つ目としては、情報を発信する場合には、それは情報ということだけで完結するのではなくて、何か情報に基づいて行われた行為、これがきちんと対応していないとまずいだろう。発信の担い手が単なるメディアとなるのではだめである。発信による反響をきちんと受けとめる体制が取り組まれていないとだめでしょうということです。

そのためにはどういうことを考える必要があるかという、4ページになりますけれども、そもそも地域振興ということの基本である集団活動を組織化するということにつながっていかないとだめなのではないか。すなわち、性別、世代、それから地域内に住んでいるか住んでいないかといったことに関係なく、できるだけ多くの人が参加するという組織としていく必要があるのではないか。

そのためには、ボランタリーベースでの仕事を中心になると考えられてくるわけなんですけれども、その際にはその組織を安定的なものにするということで、まず最低限のルールを明文化すること、あるいは何らかの能力を高める研修を体系化して、その研修を修了した人に対しては社会的な評価をするという仕組みを構築しておく必要があるのではないかということ考えたところです。

では、そういう情報のまとめりとしてはどんなものがあるのかというのが4番のところです。

まず、農山村からの情報発信ということで、今ホームページがいろいろ立ち上がっているわけなんです、うまくいっているというのはなかなか少ないのではないかな。したがって、複数の農山村の連携等によって一体的な情報発信としていく地域連携ということが必要となってくるわけなんですけれども、ただ情報の信頼性ということを考えてみると、やはりその情報が face to face で確認できるような範囲、すなわち車で1時間程度で移動できる範囲というものを一つのメルクマールと考えてもいいのではないかなといった提案でございます。

5ページをお願いします。5つ目としては、教育機関との連携ということが今後こういう農山村からのITを通じた情報発信ということでは必要ではないか。すなわち、2001年度までに公立の小中学校はインターネットに接続され、研修なども行われるということになってきますと、生徒、教員のITリテラシーはかなり向上するのではないかな。他方、地域の情報発信を行うということは、発信者の地域への関心を高めるということが考えられる。こういうことを考えてみますと、地元にある教育機関といかに連携するかということが非常に重要になってくるのではないかな。

情報をどのように編集するかということ、今後教育機関で学ぶということになると思うんですけども、それと同時に自らが属する地域のアピールに貢献するというシステムを組み込むことができないかな。すなわち、公立小中学校に導入されるITの利用体制と、それから地域情報の発信体制、これをどういうふうに関連していったらいいのかなという点を一

つ考える必要があるのではないか。

もう一つは大学教育との連携ということになるんですけども、情報発信と考えても、やみくもにやっていいというものではない。すなわち、地域の個性を印象づけるためには、それらの素材を編集して、他との優位性をアピールするというものにしていく必要があると思うんですけども、地元にある大学と連携するということがこの問題を解決する上で非常に有効ではないか。すなわち、地域振興に関心を持つ学生、それから情報発信に関心を持つ学生を育む教育というものが地方の大学に求められるとともに、このような学習に適した場を持つためには、地元の協力をいかに構築していくかということが重要ではないかという提案でございます。

6つ目なんですけれども、情報発信を中心とする公的支援ということになってくるとどうということが考えられるかということです。

まず、前回までの議論の中にあった教育プログラムだとか、あるいは酒づくりみたいな話などについて、純民間ベースでできるような情報発信を通じた交流というものを考えるわけですけども、やはり里山とか棚田の整備とか、農作業の手伝いということになってくるものが多いということがあって、地方自治体がかなり関与していくというのが見られます。

6ページなんですけれども、そもそもそういうものは無償労働を前提とした取り組みということで、コマーシャルベースだけでやっていくというのは難しいと思うんですけども、本当に最後まで地方自治体が関与していいのかというのは疑問ではないか。すなわち、公共機関が関与する場合に、地域の自主性が妨げられるという部分が出てくるのではないかと、あるいは他地域との差別化をもたらし特色ある取り組みというものが阻害されがちになってくるのではないかといったことが懸念される。

他方、こういう情報発信を中心とする地域振興プロジェクトの特色を見てみると、イニシャル・コストが余りかからない。あるもの勝負ということになるということかもしれませんが、余り最初の投資は要らない。ただし、かなりのランニング・コストがかかってくる。継続的な情報発信ということになってくると、どうしてもそのランニング・コストが大きな問題になってくる。

こう考えてくると、イギリスの方でやっているわけなんですけども、無償労働を中心にした支援体制を組む。すなわち、無償労働そのものを仮想の金額計算をして、その無償労働に相当する部分と同額を公的支援する。すなわち、いかにボランティアな事業を仕組む

かということで、できるだけボランティアなベースを中心とする事業にしていくというやり方ではないか思っているところです。

7つ目として、こういう情報発信をやった場合に、地元の情報産業というものを育てていく必要があるでしょうということです。ローカル放送局とか、あるいは地元自治体というところの協力のもとに、情報を受け、理解し、編集し、新しい情報を創造し、他地域へ発信する仕事をメインにするような仕事を地元につくり出していくということを早急に進めていかないとだめではないかということです。

8つ目、最後なんですけれども、地域全体でＩＴリテラシーの向上を図るということを考えた場合に、防災訓練というものを利用して地域全体のＩＴリテラシーを向上していくという考え方がとれないかということです。すなわち、インターネットを通じ地域情報を他地域に対し発信するという訓練は、まずＩＴを不得意とする人とＩＴに通じた人との連携をどうするかということが中心になっていくと考えられますので、地域全体がＩＴを通じた情報発信を行う体制を整えていくプロセスに大きく寄与することが期待できるということでございます。

以上、簡単ですが、これらについて事務局で考えてみたのですが、ここで議論していただけばありがたいということでございます。

（中川座長） どうもありがとうございました。

それでは、早速ご検討いただきたいと思います。

資料２については、８つのテーマがございますけれども、その一つ一つについて順次ご議論いただきたいと思います。それで、一応事務局から割り当てられた時間は１項目１０分ということですが、何もそれにこだわりませんので、必要なところでは十分に時間をとりたいと思います。

それでは、まずテーマ１、ＩＴと情報の受発信という事項に関しまして、一応メモを先ほどご説明いただきましたけれども、この内容に関して、どなたからでもご発言いただければと思います。

これは基本的には、ＩＴと情報の受発信に関する現段階に至る足取りを整理されたという感じがあります。このこと自体は余り疑問はないのではないかなと思うんですけれども、あえて言えばこういうことになるかということでＥ委員、どうですか、何か１の項目に関して。まあこんなところだということかもしれないんですけれども。

（Ｅ委員） ただ、１ページの一番最後に「エンド・ユーザー同士での情報交換が可能で

あり、情報内容のわずかな差でも他との差別化が可能である」ということなんです、このところは「わずか」と言うよりは、何かに特化するか、そういう差別化でと言う方が、今インターネットを見ますと情報発信になります。これは一般的な言い方なんです、ウェブにホームページをつくったときに、いかに利用してもらえるかということの理論と同じだと思います。自分でホームページをつくっていかにもうけるかといったときに、いかに皆さんに見てもらえるかと。そういったときにテーマの選定というのがかなり重要になってくるかと思うので、「わずかな差別化」と言うよりは「特化した」と言う方が良いと思います。

（中川座長） ほかに何か。C委員、どうですか。

（C委員） これは大変ですが、3,300の自治体がもしもやってしまうとすると、今、E委員がおっしゃったように、少しぐらいの差ではちょっとほかの差別化というのは難しいということはあるでしょうね。例えば3,300を300ぐらいに分けるとしても、地域からの情報発信というのはそんなに違うというか、地域によってドラスティックに違うようなことは考えにくいと思うんです。だから、これは大変なことは大変だと思います。

（中川座長） この地域からの発信という場合に、前段テーマの中で言えば、公的支援の問題とか、組織体制のあり方とか、要するにその地域からの発信の地域というのは、地域であることの主体というのをどこら辺に想定するかということは、今は自治体とおっしゃいましたけれども、これは後でちょっと議論しないといかん問題だろうと思うんです。

（中川座長） D委員、どうですか。

（D委員） 2点ほど考えたんですけれども、上のパラグラフのところで言うと、確かにこのとおりだと思うんですけれども、結局、今までの一方的なメディアだと、スイッチさえ入れておけばもう向こうで一方的におもしろおかしく情報を流してくれたんですけれども、IT時代にここに書いてある状況になると、アクセスする側の主体性というんでしょうか、自分で何を見たいとか、何をしたいという気持ちがないと、これは余り楽しくないメディアだと思うんです。つなぎっぱなしにしておいてもインターネットのホームページってほとんど変化しないわけですから、ところが、今のテレビですと、時間帯に合わせてニュースも流してくれるし、野球中継もやってくれたりするわけです。ですから、そういう状況になっていったときに、近づいてくるんですけども、見る方からすると、つまりアクセス側が主体性を持っていないと、何を見たいということがはっきりしていないと、どうなのかなというのが1点。

それから、ここに書いてあるように、だれでも発信できるといっても、今見ていますと、ほとんど自分のひとり言のように絵日記みたいにずらずら自分のホームページで書いているのがあっても、それを見るのもつまらないわけではないんですけども、そういうものがたくさんふえても、今、C委員がおっしゃられたように、どうやってそれを見るのか。だから、その結論の一つとしては、一種の検索エンジンというんでしょうか、そういうものが既に今地域に関する検索などですぐれたものもありますけれども、そういうものがうまくマッチしていないと、せっかく3,300が一斉にやって、それが目にとまるという機会がなかなかないですから、目にとまるような仕掛けを、今日的な言葉でいうと検索エンジンとかいうことになると思うんですが、一方では何か、公的なところがやるかどうかは別として、そういうものをしていかないと、ただ全国一斉にみんなが情報を発信したから何かうまくいくとか、そういうものでもないんじゃないか。そんな2点を思いました。

（中川座長） F委員、どうですか。

（F委員） 地域はドラスティックに違わないんじゃないかという意見が出ているんですけども、私は3,300の市町村がそれぞれ情報発信をすることはできるし、やはり地域というのはそれぞれ全然違うと考えていますので、地域資源とか、それから地域の歴史を基礎にして農山村の文化なり産業なりというものが成り立っているわけですけども、そこに着目して、そこがコンテンツであるということが気がついて、そこを特化した差別化というのを行えば、やはりそこそこの特徴というのは出ると思います。ですから、地域に特化した情報発信をするからこそ、特徴が出ると考えますが。そのぐらいでしょうか。

（中川座長） G委員、どうですか。

（G委員） 私は今のご意見に賛成はできないんです。そんなに違いをつくるというのは難しいと思います。それぞれの地域へ行くと、よく「うちの山は日本一だ」とだれも言うんですけども、そんなことはあり得ない。それぞれその地域としてはすごく特徴かもしれないけれども、全体に埋もれてしまうと、そう特徴的につくるというのは難しい。しかも、インターネット上に公開してそれを特別扱いにして特に目立たせるということは至難のわざでしょう。

そこで、私はこの資料2で書かれいてることは何が言いたいんだろうかと考えると、既存のメディアに対してこれからのインターネットを初めとする新しいメディアがどういう特徴を持っているかということを書きたいという意図だと思うんですけども、そういう意味では既存のメディアと新しいメディアの役割分担をどうするかということ

よく議論すべきだろうと思うんです。それぞれ持ち味が違うわけですし、逆にそれぞれの地域の特色を出すのであれば、私は既存のメディアの方が都合がいい場合が多いと思ってあります。日観協が観光情報の分類といったことをやっけていて、これは5段階で整理しているんです。0段階は思いと知識、1段階は誘発情報、2段階が選択情報、3段階が計画情報、4段階が現地情報というような分け方をしています。これは、今の分け方をしますと、誘発情報まで、あるいは選択情報ぐらいまでは既存メディアの方が有利なんです。計画情報とか現地情報ぐらいのところではインターネットが有効に働いてくるわけです。これからのITを云々する以上、既存のメディアをもう一回評価して、役割分担するということを大事にした方がいいというのが私の今の意見です。

（中川座長） 今、G委員がおっしゃったこの部分とちょっと重なりますが、iモードがかなりのスピードで普及した、その部分は、これからさらにメディアが変化していくという部分の評価にかかわってくることであると思うんですけれども、ここら辺は。

（B委員） 今のG委員のお話で、基本はそうだと思うんですけれども、一個だけ思ったのは、誘発情報は従来のメディアの方がいいと。ただ、ここに書いてあるように、1,000万人が見ないとテレビ放送にならないというものではなくて、1,000人に1人という、要はマスではなくて小さな単位ということなんです。確かに、既存のメディアの方が誘発情報というものに関しては言えば効果があるとは思いますが、だからといって、今回テーマにしているものが農山村ということなので、マスでの誘客とかということは余り期待できないんじゃないかと思うんですね、もともと。そういうことを考えれば、必ずしも従来のマスメディアが一番いいというわけでもないんじゃないか、そういうわけではないケースもあるんじゃないかなと思います。

（中川座長） 事務局はどうですか。何かもう少し議論をしますか。大体大きいところは出てきているとは思いますが。

（事務局） いずれにしても、次に議論していく場合の認識の前提なので、大体こういうふうに皆さんに認識していただくと。というのは、要するにIT、ITと言っても今いろいろなものでITと言われていいますので、ここで取り上げるITというのはこういう分野なんですよということをちょっと明確にしておくというのがこのパートの役割かなと思っています。

（D委員） 一つだけ、今のところで。そうすると、これは「新聞・テレビ」と書いてあるけれども、もうここ直近の数年間のニュースを見ても、テレビも大きく変わってきて、

従来のように一方的に送ってくるというメディアだけではなくてくるということも認識しておく必要があると思うんです。これが、サーバーが内蔵されて、好きなときにいつでも1日の番組が見られるとか、そういう技術がもう間近になってきているし、あるいはいわゆるネットワークとの接続、ケーブルテレビとの接続によって、従来のテレビというカテゴリーではもう分類できなくなっている。その認識だけはしておく必要はあるかと思っています。

（中川座長） それでは、また最後に戻ってきてもらってもよろしいので、2つ目の項目に入りたいと思います。 次の2のテーマは、農山村からの情報の受発信の目的というところであります。これに関しましてはG委員がお詳しいようでありましますので、ちょっとご説明をいただきたいと思います。

（G委員） 私は前々からよく言っていることなんですけれども、地域で何で地域情報を発信すると何が得になるんだとよく聞かれるんです。得になることはいろいろあるかもしれないけれども、地域全体の振興を考える場合、どういう位置づけが地域情報発信されるべきだろうかということを説明するときに、よくこのモデルを使って説明します。

農山村というのは、一次産業が中心のところが多いんです。そのときに、ディズニーランドというのが年間1兆円もの波及効果を生み出すところなんだけれども、何でもうけていると思いますかとよく言うんです。そのときに、まずディズニーランドって何で行きたくなるかということ、子供たちが小さいときからディズニー映画を中心にテレビや映画によってアニメーションを見て行きたくなる。非常に楽しそうな場所だと。日本の場合は浦安にありますし、アメリカには2カ所ありますけれども、行ってみると、非常に楽しくて、非常に清潔であって、大人も子供も遊べる。だけれども、その2つ、情報を発信するテレビアニメーションやテーマパークという場所を維持管理するには莫大なコストがかかります。特に場所を維持管理するのは大変で、ホテルなどが典型的ですけれども、あいている部屋を忙しいところへ持っていけないという宿命を持っております。ですから、ディズニーランドもきっと暇なときもあると思うんです。けれど、お正月になるときのカウントダウンのときが一番混んでいますけれども、そのときだけディズニーランドを大きくすることはできないわけで、そういう施設産業のつらいところがあるんですけれども、ではどこでもうけているかということ、結局物を売っているではないかと。キャラクターグッズです。あれは、ミッキーマウスのぬいぐるみなんて、あんな小さいものでも相当高いですね、5,000円近くする。そういうグッズというものは、大量生産してローコストでつくって高く

売れる。そのかわり、今までやってきた場所の価値づけ、それから情報の付加価値を背負っているのが、あのミッキーマウスのぬいぐるみです。だから高くてもみんな買う。だから、情報の付加価値というものがいかに意味があるかということを申し上げるわけです。

ですから、農山村でも、そこでつくられるジャガイモやレタスが高く売れるためには、その場所の情報発信を十分した方が得ですよということを申し上げるわけです。しかも、来てその場所が気に入ってくれば、なおさらなんです。それで、直売するわけです。すぐつくったものを売る。すると、さらにもっと高い付加価値がつくわけです。ですから、直売と情報発信というのはこれから非常に重要な作業ですよということをよく申し上げます。

そういう意味では、情報発信を単独で議論するのではなくて、総合的な取り組みの一環として見ましょうというのが、私の情報発信の目的を説明するときのものの言い方ということでございます。

（事務局） G委員がおっしゃっているこういう組み合わせをうまくやることによって、例えばここの地域情報発信という部分が、さっきのところの特化するとか、大きな違いができるかどうかという議論があったんですけども、ここの情報がほとんど他と違っていても、この組み合わせがうまくいっているかいないかで、アピールする効果というのはかなり違ってくるということを考えまして、エンド・ユーザー同士でもいろいろな情報交換があるということになってくると、その情報の中に入っているいろいろなことがちょっとだけの差であっても、もう最後のまとまりとしては大きな差になっていくのではないかといったことを言った部分なんです。ですから、もしこれがうまく組み合わせとしてできているようなところは、もうかなり情報発信というものがうまくいっているかなと思うんですけども。

（G委員） ちょっと追加させていただきたいんですけども、そういう意味で、情報発信と場所の整備ということを両方やる上で非常に有効な手段が、エコミュージアムというものへの考え方です。各地で割合エコミュージアムが多くつくられています。一番早く手がけたのは、山形県の朝日町というところです。その他、岩手県の東和町とか、全国各地でやっています。これは、小さい資源を寄せ集めて情報化していくというものの考え方です。新しいものをつくるというよりも、既存の資源を活用していくという、私は資源活用型という言い方をしていますけれども、施設開発型ではなく資源活用型のやり方。それでもって地域の場所を整備し、活用していくというやり方です。これはすごくいいんですけども、

案外朝日町というところは、知る人は知っているけれども、世の中全体にはさほど知られていないです。インターネットを見れば、朝日町がそこまでやっていることはわかります。

一方富良野は、エコミュージアムということはこれからやろうということで、今行っているところなんですけれども、ただあそこは、マスメディアに非常に乗ったために、だれでも知っています。この違いというところを我々はよく考えなければいけないと思っています。両方大事だと思うんです。

それともう一つ申し上げたいのは、グリーンツーリズムの先にグリーンライフを想定したいということです。農山村の課題は、交流人口を確保するだけではなくて、最終的には定住人口にそれを転化していくということが非常に大きなテーマです。グリーンツーリズムはただ遊びに来るだけですから、さらに住んでもらうということまで含めて、この図に、グリーンツーリズムの上にグリーンライフという言葉を追加していただきたいというのが私の希望です。

（中川座長） それでは、どうぞご意見を適宜出していただきたい。H委員、いかがでしょうか。

（H委員） 取っかかりとしては、これから始めるのが一番現実的かなと思います。それと、G委員のご説明は非常にわかりやすいなと思いました。

（中川座長） それでは、F委員はいかがでしょう。

（F委員） G委員は今、直売と情報発信が2つ一緒に進むことがすごく大切であるとおっしゃって、それはもう同感です。直売というのは、どこでも今ここ4、5年すごくふえたんですけれども、それをどう位置づけるのか。情報発信というものと組み合わせて生かすことが大事なんだなということがわかりましたので、大変参考にはなりました。

（中川座長） E委員は。

（E委員） 多分こういうイメージじゃないかなという感じはします。

（中川座長） そうですね。これは非常にわかりやすいですね。

D委員はいかがですか。

（D委員） 地方で最近お米で売れているところというのは、都市部の人がある特定の人なんです。例えば、私が農家で個人の名前でお米を販売していると仮定すると、そのDの田んぼでつくっている米は、ちゃんと無農薬でつくって、そしておいしいということが定評になると、もうその僕がつくったお米を買いたいというで申し込みが来るんです。それを今一部の生産者たちがやっているんですけれども、自分のつくっている商品とイン

ターネットを結びつけて、僕はいわば顔が見える商品という言い方をしているんですけども、そうすると、この人はどんな人でどういうところに育ってどんな思いで、例えばトマト1個をつくっているとか、米をつくっているとか、それをウェブ上から情報を得ることによって、この商品に対するその人の生きざまと商品が結びついて、それがまた横のつながりで、Dのお米は大変うまいですよとまた友達に伝えて、「それでは私も買いたしよう」というので、今まで農村から都市に来る一つの商品、たまたま物の例が出ているわけですけども、余り顔が見えなくて何とか農協から来たというものですけども、それを一歩超えて、こういうインターネットを使うことによって顔が見える商品というものになります。しかもそれがインタラクティブになっていますから、何かあったら質問をしたりということができることによって、商品の価値は普通より高いんですけども、それでも断るぐらいに売れている。そういうお米も現実にあらわれてきているんです。ですから、顔が見える商品の提供みたいなことで、そういうのも都会の人も最近求めてきている、無農薬とかあるわけですから、そこがうまくリンクしていくと、まさに個客の個というのは個人の個となるわけですけども、個客管理ということにもつながっていくのではないかなと思っています。

（中川座長） わかりました。

それでは、C委員はいかがでしょうか。

（C委員） 今読んでいて思ったんですけども、きょうの資料ですけども、なかなかよくできた資料だと思いました。それで、地方分権推進法がことしの4月から施行されましたけれども、もしあれが来年ぐらいに延びているのであれば、全くこれが1項目入ってもいいくらいの、つまりITを活用した地方分権、つまり地域づくりを地域で担っていくという一つの大きな項目にこれが入ったんじゃないかという気がするくらいいいだと思いますね、これは。

（中川座長） そうですね。そこで、主体をどうするかということも後でしないといけないと思うんですが、公的支援とのかかわりを含めて、そこら辺にだんだん入っていけるような感じがします。

続いて、B委員、いかがですか、こういう考えは。

（B委員） このとおりだと思います。

（中川座長） A委員はいかがですか。

（A委員） 前回にもありましたけれども、都市住民が農山村に何を求めるかということ

ともちょっと関連すると思うんですけども、前回の議論の中で都市住民が「行ってみたい」「買ってみたい」「学びたい」「知りたい」とありましたが、そのほかに多分「食べたい」とか「遊びたい」とか、そういうのもあるんじゃないのかなと思うんです、例えば観光地であればですけども。そういう本能的な部分というところでその農山村の方とかかわりたいとか、そういう気持ちというのは結構あるんじゃないかと思うんです。問題は要するに、観光地としての農山村として考えれば、そういうことをやっているよということの情報発信をどうするかということなんだろうと思うんですけども、それではどれだけ知られているか。

（中川座長） それでは、これもG委員のご説明と皆さんのご議論の中で、おおむねこういう方向だろうということで、若干D委員やA委員から観点の追加みたいなご議論はあったんですけども、基本的な認識としてはこういうことであろうということだったように思います。それでは、次にいかせてもらってよろしいでしょうか、3つ目は、3ページの中ごろ、情報受発信のための組織・体制というところで？、？、？と3つの観点から整理されておりますが、こういう考えについて、これに追加する意見、あるいはこれから離れてご自由にお話しいただいて結構ですけども、いかがでしょうか。こちら辺の基本的な観点は、D委員、どうでしょうか。3の部分です。

（D委員） これまた私の私見なんですけれども、受発信と書いてあるわけで、3,300ほどの自治体が情報を出すわけですけども、同時に自治体自体が、地域と呼んでもいいですけども、地域自体が他の地域の情報に耳を傾けられるかということが非常に重要だと思うんです。我々の行動が、東京から来る情報はいい情報なんだ、大阪から来る情報はいい情報なんだ、隣の村から来る情報は劣っているんだという意識が、やっぱり地域にあるんですね、厳然として。今回の議論は都市と地域ということの対比で議論されているわけですが、地域が都市だけに情報を送っているということだけではなくて、やっぱり地域の横の地域間ですね。ところが、なかなか日本の今の状況というのは、地域間の情報を余り重要視しないという風潮があるんです。

これはいつもいろいろなところで話すんですけども、博多モツ煮込みというのが、あるときある地方にお店ができたんですけども、もともと博多発の博多モツ煮込みなのに、できたお店ののぼりは「東京で有名な博多モツ煮込み」。そう書かないとお客が来ないんです。そうしないと山形にお客が来ないわけです。博多から入ってきたって、そこだけだとやっぱり弱いんです。東京から入ってきたというと耳を傾けるんです。その構造という

のはやはりまだ根強いものがあるんじゃないか。そこが受発信と言った以上は、発信するだけではなくて受信しなければいけないので、これはここで議論してもしょうがないことかもしれませんけれども、そういう地域自体も地域の情報に耳を傾ける構造というのが必要なのかなと思います。

（中川座長） 今のD委員のご指摘、事務局はどうですかね。必ずしも都市と農村だということでは必ずしもないのではないかと、地域間という問題もあるのではないかとというご指摘ですが。

（事務局） 農山村の持っている情報を発信する先というのは、地域もあるし、それから都市もあるということになっていくんだと思うんですけども、ではその情報を今度はどういうふうにするかとなると、都市の人はさっきのところで言うと「行ってみたい」「買ってみたい」という行動につながっていくだろうし、あるいは「学びたい」という分野も多分一部あるだろう。それに対して、では地域の人はその情報に対して「参考にします」となるのか、あるいは「私も行ってみたい」となるのか、その辺はちょっとよくわからない部分なんですけれども。ですから、農山村同士の交流というのはかなり進んでいるんだと思うんです、同じ目的意識を持っているという意味では。

（中川座長） そこはもう縦割りですわ、日本は。隣村が何をやっているかはほとんど知らないですな。隣村はわからないね。飛行機でも、やっぱり大都市間の飛行機であって、田舎同士の飛行機はほとんどないんだよね、

（事務局） その辺は、だから例えば本当に棚田サミットであるとか、ああいう特殊なものについてだけの情報交換はあるけれども、一般的な同じような地域の問題を抱えての問題意識の交換というのは余りないんですかね。

（中川座長） だんだんできてきたけど、棚田などというのは特殊性が高いんです。コミュニケーションはほとんどないですよ。どうですか、H委員。

（H委員） 私の住んでいる県には過疎サミットというのがあるんです。村、町で過疎なところが集まって、町村会館の中に事務局があって、年に1回ぐらい。出てくる問題はどこも一緒だから、解決策とかは出ない。同じレベルのところが集まって話をしてもし恵は出ないという状況はあるんです。

（G委員） そういう意味では、確かに先生がおっしゃるようにはないんです。ないけれども、最近ちょっとずつ出てきているのが、岩手の人が沖縄のある島だったかへ行って、それこそボランティアに庭木の手入れをしたりして何日か過ごすとか、そういうことが始ま

ったと。沖縄へ行ったときにそれを聞いたんですけれども。要するに何が言いたいかというと、同じようなところ、同じ寒いところと寒いところの人が集まっても傷のなめ合いみたいなものになっちゃって、温かいところ寒いところとか、海と山とか、そういう違うものを持っているところが交流する可能性は、動機づけは十分あり得る。これからはそういうものを期待したいなという気はしますけれども。

（中川座長） それ以外にもここに論点が出ていますけれども、だと、今あるものをうまく活用して、他との差別化を図るという取り組みというのが大事だという話とか、またでは情報をできるだけリアルタイムにやる、需要があるものを情報化するという対応が必ずしも必要とはならないというような論点整理もあります。一方、では、きちんとしたリアルに基づくものでなくてはならないと。基本的には原則についての提案も発しているような感じがするんですけれども、ここら辺の部分も含めて、F 委員、どうですか。

（F 委員） 発信による反響をきちんと受けとめる体制が取り込めるかどうかということ、これはすごく大きな問題だと思います。情報発信をした場合、今はインターネットの場合は比較的個人が発信していることが多いんですが、物流が伴ってきたりとか、それから実際にお客さんを受け入れるという段階に入ってくる場合、もしくはプレゼントとかをやる、例えば1晩で350人とか400人とかの数の希望が来ますけれども、それに対しての受け答えとか、ちょっと発信したことに対してのリアクションというのは、かなり大きなメディアになっていますので、これを受けとめる体制、人のこともありますし、それからプログラムをコンピューターでどう処理していくかということもありますし、それとどうつなげるかというあたりのこともありますし、いずれ発信による反響をきちんと受けとめる体制といったときのかかなりいろいろなものを想定しておかないと、すごく忙しくなる。一度忙しくてこたえられないと、もう次には来てくれないんです。

（中川座長） すぐに物が足りなくなるんですね。農産物の場合は、よそから融通してくるというわけにはいかないようになっていますから。

（F 委員） そこら辺はかなりの規模の反響があるということを前提に置いた体制をつくっておかないといけないと思います。

（E 委員） ちょっとのところなんです、これはもう感覚の問題化もしれませんが、リアクションを起こすために情報を提供するというのがあって、そのためには基礎的な話で情報は常に新しくリアルタイムであるということかなという気がするんですが、そういった意味ではリアクションが起こせるというのは、ある意味では需要のある情報と言って

もいいんじゃないかなと思います。

（Ｄ委員） 今おっしゃったことの流れで、リアクションを起こす、これは非常に重要な点ですが、その裏返しになります。リアクションが起きた以上、それに対するレスポンスが、出す方はリアクションを期待して出すわけですが、来た方の情報に対してきちんと対応ができていないとすれ違いになってしまうわけですから、これはもうパッケージでできていないといけない、車の両輪のような関係かなという感じがいたします。

（中川座長） そうですね。非常に大事なご指摘をありがとうございます。

Ｃ委員、いかがでしょうか。

（Ｃ委員） このあたり、この最後に書いてあるボランタリーベースでの仕事というのが、ちょっとつらい局面をむかえるかもしれませんね。やっぱり、例えば三セクが失敗してきた例に言われるように、責任体制というか、責任が伴わないというか、そうなってしまうとちょっとつらいことになるような感じもしますね。例えば何か間違い、あるいは現実に事故があった場合に、責任を負わせることができるのかというのを含めてですが。

（中川座長） これは４ページの一番上の「集団活動を組織するという観点が不可欠である」という、この集団活動を組織する主体はだれであるかという議論もまたちょっとすべきなのと違いますか、そういう意味では。ボランタリーベースで安定組織をつくるというのは、非常に抽象的には文章としては成り立っているけれども、田舎の実態を考えたら、すぐ農協が出てきたり、役場が出てきたりするわけなんだけど、ただものすごい限界を持っているわけです。そうすると、ここに書いてあることは一体だれが受けとめるかという部分。これは、実は６番目とか、４番目も含めてちょっと議論のある部分です。

（中川座長） 事務局から４ページの上のここの部分の趣旨をもうちょっと説明してもらえませんか。

（事務局） いや、まさしく今おっしゃられたように、まず集団活動というものがやっぱり必要なんでしょう。それはわかるんです。集団活動を主体的に担っていくのは、やはりボランタリーベースな人を集めてやらないと、多分成立しないでしょう。それを要するにただ安定的な組織にするということになってくると、だれがうまくそれをオーガナイズしていくかということになっていくんだと思うんです。

（中川座長） Ｄ委員、どうですか。やっぱりさわりはここら辺ですね。

（Ｄ委員） これは後ろの方にも出てくるんですが、その一つとしては教育機関で、大学などもそのターゲットに入ってくるんですが、やっぱり、Ｃ委員が言われたように、ボラ

ンタリーという意味が全く無償という、もちろん金銭を目的にやるわけではなくて、それ自体がおもしろければ学生でも大学院生でも結構参加してくるんですけれども、ただ単なる下支えみたいな位置づけだけだと、長続きはしないのかなという感じがいたします。そうなってくると、ではどういう形でこれを回していったらいいのかという仕組みは、海外などでは、NPOみたいな組織ができて、各地域に支部があって、それをサポートする体制ができているところもあるようですけれども、日本はまだそこまで熟していないのかなと。そうなると思います。

（中川座長） 逆に、なぜ日本ではNPO的な主体が生まれにくいのか。特に田舎では生まれにくいですね。東京ではいっぱいあるんですけれども、田舎でNPOは少ないです。やってみてもほとんど動かない。

（C委員） 東京の場合には、やっぱりビジネスチャンスがあるからできるんですね。別なところできちんとビジネスもやっているでしょう。

（中川座長） そうですね。ここら辺というのは、A委員、どうですか。

（A委員） さっきプレゼントという話があったんですけれども、もしプレゼントしますという情報を仮に出した場合、要するに例えばテレビ局で言いますと、番組を見た感想をお寄せくださいと言っても全然来ないとします。ところが、それにプレゼントをつけると、そうすると応募がかなり来るんです。それはつまらないものでもいいわけなんです。何かもらえますということになれば、じゃちょっと出しておこうかというようなおもしろ半分みたいなことでいっぱい出す。では農山村でそれをやった場合、例えば農産物をプレゼントしますと。それは農協とかの組織ならできることかなという気がするんです。それを今度はNPOあるいはボランティア的な人たちがプレゼントします、その発送作業、それからそれにかかる送料、もろもろの手続をどうするんだと意味で、ボランティア的な観点だとすると、やっぱり人間って動かないんじゃないかなという気はするんですけれども。

（事務局） そうなってくると、昔はいろいろな、例えば消防団とか、そういうのが村々にあったわけですね。

（A委員） 今もあります。

（事務局） 要するにボランティアベースを中心にした集まりが。ああいう形で何かうまく実効性あるようなものができないかなという発想なんです。その場合に、一つボランティアベースの仕事に対してアシストしましょうと。すなわち、公的なお金をつけるということになってくるわけなんですけれども。それで、だんだんそれが形づくられてくると、

D委員がおっしゃったように、NPOというものができてくるのかなと。ただ、今から、ではNPOでいけというふうになっても、今ではなかなかないわけです。だから、その辺がちょっとジレンマというか、難しいところであるんですけれども。ただ、どっちが先かだと思っんですけれども、資金の受け手になりますよという、何かそういうものが仕組みとしてはあるとすれば、そこは後ででき上がってくる部分があるんじゃないんですか、組織として。

(G委員) それはちょっと無理だと思うんです。田舎へ行くと、ボランティアコール出役なんです。どこかの溝を掃除するから出てこいという、あの感覚が先に来ちゃって、ボランティアって横文字だけどすごく拒否反応が結構あって、僕はそれで、決定打はないんですけれども、むしろ都市住民の方に期待したいんです、ボランティアを。例えば、清里のキープ協会がやっているカンティフェアというのがイベント大賞を取ったと思っんですけれども、事務局は田舎にあるんですけれども、駐車場の案内から何からみんな都市住民がボランティアで下働きをやっているんです。それでイベントをつくり上げて、みんなで打ち上げをして、その打ち上げが楽しいから大いに楽しんで帰ってくる。だから、働くのも一緒に、楽しむのも一緒にやるわけです。そういう動きができないかなと。

久留米シニアネットワークというのがありまして、久留米市なんですけれども、それはシニアの人たちが、もう定年退職した人たちも多いんですけれども、ホームページをつくれるような研修を受けて、それで今度は商店街とかのホームページをつくったりしているような人たちがいるみたいなんです。そういうものの発想と、さっきの都市住民が田舎に行ってボランティアするという発想を組み合わせると、割合これから大量に都市にはシニアの高学歴のなおかつ暇な人たちが発生しますから、その人たちのボランタリーを田舎に持っていく方法はないだろうかというのは感じますけれども、いかがですか。

(B委員) 今のご意見はそうだなと思ったんですけれども、これも極端な例かもしれませんが、例えば西表島とか、ああいうところへ行くと、まさに島民というよりも外から入ってきた人たちが集団になって、そこのガイドを組織立ててやっているとか、北海道などでも、然別のネイチャーセンターとかというところでも、内情はほとんど外から来ている本当に若い人たち。報酬的にはすごく少ないので、多分妻子持ちとかでは苦しいと思っんですけれども、若い人たちなどが入ってきてやっていらっしやるとかというのがあるかなという気がします。

あともう一つ、組織・体制といったときに、多分これは中山間地ということなので、い

きなりNPOとか集団活動を組織するというのも大事だと思うんですけども、基本的にはリーダーというか、やっぱり人材という、リーダーですね、そういう人がいないと何ともならないのかなと。そういう人がいれば逆に、NPOなのか何かわかりませんが、何とかなるのかなという気はします。例えば青森県などでも、もともと東京におられてUターンか何かされて帰ってこられた人などがリーダーになって、申し込みがあれば、地元の人をまとめて、ボランタリーチェックではあるんですけども、ある種ちゃんとお客さんからお金をもらえるような、そういうツアーもできているとか。ですから、まずはリーダーといいますが、そういう人がありきなので、いかに中山間地の中でそういう意識を持っている人を見つけ出すのか、あるいは自治体が一緒になって外から引っ張ってくるのか、そんな動きが必要ではないかという気がします。

（中川座長） F委員、どうですか。

（F委員） ボランタリーベースでやっていく方がおもしろくはなると思うんです。ではいずれどこが受け皿になるのかとって私が想定できるのが、やっぱり商工会などの中の、それも30代、40代で自分の経営を回している方がこの中心になるというのはすごく厳しい。思いはあるし、実際は動けますけれども、そうでなくて、先ほどG委員がおっしゃっていましたが、これから都市部から定年になった人が大量に地方に帰りますね。その中には、一応ネットワークとかコンピューターについてとか、それからその土地についての企画のできるようなタイプの方もかなり帰られると思いますが、実際に実務で考えると、例えば57～58から62～63ぐらいの方で新しく村に帰られた方たちを組織して、実際はスキルがあればそういう方たちはどんどん動きますから、この中にあるように、実際にその能力を高めるための研修というのが体系化されて、そういう方たちが受けられるようになってくれば、やっていけるんじゃないかなという、ちょっと希望的な観測かもしれませんが、そういう気はいたします。

（中川座長） 今、商工会と例示されましたけれども、例示の中に農協は入っていませんでしたけれども、それはどうしてですか。

（F委員） 農協は、広域の合併農協の企画課ではなくて、支所のAコープの方だったら多分やると思いますけれども。

（F委員） 地域といったときに私がイメージするのは、やっぱり学校というか、小学校校区で、旧村ですね。合併前の市町村単位。役場の支所があって、小学校があって、農協の支所がある、その単位での組織というのが一番その地域に根差しているものですから、実

効が上がるんじゃないかと。ですから農協支所は入ります。

（中川座長） なかなかいい意見がたくさん出てきましたが、事務局からはどうですか。

（事務局） あと、そのボランティアベースということでは、情報というか、直接ＩＴにかかわらずに、例えばＩＴで情報発信をして、お客さんというか、都市の住民を呼んできて、その農山村地域で例えば機織りを教えるとか、いろいろな昔からの農作業、あるいは織物とか、そういうものを教えるということを多分地元の高齢者がやるという場合に、そういう人たちがボランティアベースでそういうことに携わるというのは、やっぱり不可能なんですか。

（Ｈ委員） それはあるでしょう。

（事務局） そういうことはあるんですか。

（Ｈ委員） それは、今でも各村とか町にある、名前はいろいろ違いますけれども、伝承工芸館とか、要するに観光物産館みたいなものができておりますから、その中で体験コーナーで織物とか漬け物を漬けたりとかは今でもやっていますから。

（Ｈ委員） 車代くらいは出ているんじゃないですかね。

（事務局） その程度は出すとしても、要するに全体の、例えばさっきで言いますＴＤＬ方式の中の一つに組み込むことというのは、それは大丈夫だという認識でいいわけですね。

（Ｈ委員） 今実際にやっていますけれども、問題はないです。

（Ｉ委員） だけど、事務局がおっしゃっているような状態というのは要するに、手に技術がある、手織り機とかですが、そういう連中も今はもう 70 とか 80 のお年寄りで、もうその世代が亡くなると全部田舎にはそういうものがなくなるという、すごいぎりぎりの時期なんです。やるならもう今 5、6 年しか残っていないんじゃないかという僕の懸念はあります。

（事務局） ただ、要するに今の若い世代にとっては、我々にとっては当然だと思ったことでも、かなり同じようなことで思う部分もあるんじゃないかと思うんですけれども、それはないんですか。

（Ｉ委員） いや、もっと都会的です。50、60 ぐらいの地方の方は。

（事務局） 40、50 の主婦あるいは専業農家が持っている知識というのは、やっぱり都市の生活者にとっては今は全然役に立たないんですか。

（Ｉ委員） そんなことはないです。

（事務局） 自然との共生という観点からなんですけれども。

(I 委員) もっと言えば、今、若い 10 代、20 代と人口減少が続いているんですが、高度成長時代に流出した現在 45 歳から 60 歳ぐらいの層が非常に薄いんです。ここのへこんでいる部分を今事務局はおっしゃっているんですけども、各農村とも 40 年代に 20 歳代で流出した部分というのはものすごく大きいんです。

(F 委員) 出て、戻ってこないんでしょうか、その方たちは。

(I 委員) 戻ってきています、一部。だけど、例えば広島の中山間地域だと、早くから兼業化が始まったから、この間までは戻ってきたけれども、戻ってくる人がもういなくなっているという。要するに兼業化が一番最初 30 年代の前半に始まったわけですから、その連中が都会で定年退職して帰農していた流れというのは 10 年ぐらい続いたけれども、もう次の息子たちは絶対帰ってこないから。というのは、住んだことがないからということで。それで、広島の間山部がほとんど終わりだと思うのは、後の還流する人口がいないということ。これは非常に明快。

(G 委員) それは中国地方と東北ではちょっと違います。中国地方というのは挙家離村が非常に多いんですけども、東北は割合そう多くないです。出稼ぎしているぐらいだから。

(F 委員) 中国地方と東北地方では、10 年はずれているんです。東北ではこれから帰って、東海、近畿から中国、四国にかけてはもうこの波が過ぎちゃっているんです。

(事務局) そういう意味では、例えばそういう状況にあると、先ほどの話にあったグリーンツーリズムからグリーンライフというつながりの中では、また違った意味で何か提供できるものはあるんですか。

(I 委員) ありますね。

(事務局) そうなってくると、何かやっぱり情報発信といったものをきっかけにした流れというのは、考えられるものではどういうものがありますか。昔の人の知識とか、そういう昔の、おばあちゃんの知恵といったものにかわるものとして、まさしくワイルドライフ、アートライフというところに関係する部分だと思うんですけども。

(I 委員) 非常にいいことです。要するにガラガラだから、土地の値段がものすごく下がっているから、だれでも入っていけるんですけども、阻んでいるのは政府の規制ですね、はっきり言えば。

(事務局) 要するに土地を持てないということですか。

(I 委員) そうそう。そんな規制なんか要らんのですよ。土地の値段はものすごく下が

ととるんですから、そんなのは自由に取引させたらいいんです。例えば土地市場というのはコンピューターで公開したら一番いいんです。要するに、あそこの値段はいくらぐらいかとかというような情報が入ってくるわけですが、みんな、あそこは自分にとっては条件がいいと。それはいくらでもあるんです。それができない。これは要するに農村市場が公開されていない、そういう意味では。

（G委員） 本当にそうです。不動産の流動性が全くないです、田舎は。だから、山も畑も買えないです。それと規制がありますね。

（I委員） 農地法がありますから。

（G委員） それが一番大きくて、プラス社会的な因襲がいっぱい残っている社会ですから、新しく来る人は結構奥さんたちが苦労していますね。そういう障壁もありますし、各種障壁が大きい。

（事務局） 今のうちに、地方の人たちに外の人との接触の機会をどんどんふやしていくというのは、2つの意味で重要だということですね。教えるものがちゃんとあるだろうということと、それから地方の人たちの意識を変えることによってその地域がもっと変わっていくということがありますね。

（中川座長） そういう意味で、この情報化というのが、この双方向の情報受発信機能というのがものすごく大事なんです。だから、それができるような制度的条件を含めて議論をすべきであろうという感じがしますね。

（G委員） それともう一つ、このさっきの、自分で言いながらおかしいんですけれども、ディズニーランドモデルだけでは解決できないというか、違うフェーズもあると思うんです。それはテレワークだと思うんです。農山村に住むということは、農業を必ずしもしなくたっていいわけですから、やはり新しいワークスタイルがIT革命によって成り立てば、地元の社会と関係なく勝手に住むことだってできなくなっていくわけですが、極端な話。その意味では、今までテレワークするというのは一部の芸術家とか文学者だったりしたけれども、デザイナーとか、いろいろな可能性が出てくるわけです。そこを僕は期待したいです。それと、先ほどの不動産情報の流動性が出てくれば。

（中川座長） それでは、時間がたってきましたのでまだちょっと不十分かもしれませんがこれぐらいにして4つ目の項目に入りたいと思います。情報の発信源としてのまとめ、ここです。これも非常に大事な部分ですね。

要するに、車で1時間程度でうろろできる程度という認識、face to faceで、結局複

数の農山村の連携という、これは要するに今の市町村域よりやや広い、数町村のかたまりという感じでやったらどうですかというご提案が具体的なような感じなんですけれども、この部分はいかがでしょうか。

（Ａ委員） 現実的な問題として、余りやっていないというのはあると思うんです。確かに、近いところ同士でもっと仲よくしなさいとか、お互いの連携をとってという状況はあると思うんですけれども、でもやっぱり田舎の村へ行けば行くほどその隣と、もちろん村長さん同士は知っているんでしょうけれども、そこで協力してやっていこうというのも、うちの方は何となくうちの方でやっていきましょう、お宅はお宅さんの方でやっていてねというような形で進んでいる。だけど、どっちかの村にやっぱり１人だれか人材がいれば、その人がある程度隣の村にも働きかけて、例えばもう少し連携していきましょうというまとまりは出てくるんじゃないかなということ。それから、ここにもありますが、例えばそれが役場のスタッフに１人いれば、その人が音頭を取る、あるいは民間の人の１人が音頭を取る。そこでまた確かに、役場の人が１人いれば、その人が相手の役場のだれかに働きかけて、スキルの向上というのも出てくるように思うんです。ですから、どうしてもその１人いる人間がどうかということが、農山村においては強い意味があるんじゃないかという気がしてくるんですけれども。

（中川座長） そうですね。これが実はなかなか難しいんですが、Ｅ委員、どうですか。農村情報化って、連携なんていうのはすごい難しいのと違いますかね。

（Ｅ委員） ただ最近、一つはケーブルテレビでインターネットみたいな話があるということと、番組づくりにもやっぱり金がかかるということを認識し始めて、最初から広域の連携型でケーブルテレビを整備したいというふうにされているところが多いんです。そういう意味では、やっぱり皆さんが認識し始めて、まとまりつつあると。あの時期それですつといろいろ考えていたのが、多分この情報発信源としてのまとまりというのは、町村対応ではなくて、もう少し皆さんで協力されたいかがですかということを書いていたんじゃないかなという気がするんです。先ほどからずっと考えたというのは、２ページ目にＴＤＬ方式がありますね。恐らく僕は、この「モノ」ってあるじゃないですか、商品販売の「モノ」。この「モノ」というのはサービス提供なんだろうと、物の販売も含めて。

（中川座長） モノもサービスの一種であるという意味で。

（Ｅ委員） そういう意味です。確かにＴＤＬ方式だと「モノ」と言った方がイメージは

早いんですが、サービス提供で、先ほど集団活動の組織化という話があったんですが、あれは恐らくリーダーというか、草の根的に動く人がいて、その方たちが組織しやすい環境づくりというか、呼び水をあげて、かつあとは周りにいる人たちを育てる環境が必要ですよ。それを受けて、発信源としてまとまっていきませんか。一つだと確かにサービスという点では一面なんだけれども、幾つも寄ればサービスは多面的に提供できますから、逆に都市住民から見てもひっかかっていきやすいということがあるんですが、かかわってきやすいという、何かそんな感じがします。

ただ、face to face で1時間程度という具体的な例がいいか悪いかというのは、ちょっと何とも言えない。まとまる場合というのは、経済的な広域圏といいますか、経済的な範囲でまとまることは結構ありますので、それはちょっと実情に応じた広がりという感じじゃないでしょうか。

（中川座長） F 委員、どうですか。

（F 委員） この「車で1時間程度で移動できる距離」というのは、ライトバンの後ろに壊れたPCを積んで、夜遅くでも親しい人に「これをちょっと直してくれ」といってPCを持っていける距離というイメージなんです。ハードウェアのサポートとかでは、要するにマンパワーだといっても、結局動くことというのはどうしてもネットワーク上あるんです。それは幾ら高速の回線が入っても。そのときに、ではどの範囲で責任を持ってもらうかということ、車で1時間程度で移動できれば、ケーブルも回せるし、壊れたPCのフォローができる。これはすごくリアルな具体的なもので、「情報の相互確認」という書き方をしていますけれども、そこはもうちょっと広く考える必要のある具体的視点だなと思います

（中川座長） 実際的に町村界を越えて農民も地域住民も動いているという実態からすると、これは非常に具体的な表現で僕はびっくりしましたけれども、そんな感じじゃないかなと僕は思います。G 委員、どうですか。

（G 委員） 同感です。やっぱり情報って何かバーチャルな感じだから、具体的なイメージがわからないわけですが、こういうふうに言ってもらった方が、僕はすごくわかりやすくいいと思います。これを僕の言葉で言うと、地方町村都市圏になるんです。広域行政権にほぼ一致していますけれども、全国に330ぐらいありますね。そのぐらいの範囲が割合都合のいい大きさと、行政的にも今後これは合併及び広域連合のどんどん進んでいる進んでいるところなので、好都合であるということも言えますし、いろいろな意味でい

いと思います。

（Ⅰ委員） しかし、現実には合併にものすごく抵抗しているし、我々が考えているほどうまくいかないけれども、だから新しい受発信主体をどういう範囲で置くかという概念としては、方向性を含めて、何か非常に適切な感じはします。

（中川座長） D委員はどうですか。

（D委員） ただあえて言うならば、一つのユニットとして出すというのはサプライサイドの発想だと思うんです。つまり、デマンド発想。ニーズからすれば、その地域を知りたい、例えばおいしいお酒を飲みたいと。そうしたら、たまたまこれは川之江の梅錦だったと。あるいは、これは富山の銀嶺立山であったとか、要するに富山のサイトへ行って、そこでおいしい銀嶺立山を見つけるということもあり得るけれども、ニーズの方からいくと、全国でおいしいお酒を飲みたいねというのがあって、たまたまそれが富山であったとか、川之江であったとか。あるいは温泉にどこか行きたいと。自分の条件に合った温泉がたまたま青森にあったとか、あるいは秋田にあったということであって、目的によって考えないと、それは農山村の方が出したいというサプライサイドの議論だと思うんです。ところが、デマンド、見たい方の人は、こういう視点で見る人ももちろんいますけれども、ふるさとを知りたいとかはあるけれども、そのニーズというのは違うだろう。冒頭に私はお話しさせていただいて、その意味では検索エンジンとかそういうものが必要だというお話をしたんですが、目的が何かということではないと、このサイトに見に行くという人がどれぐらいいるかということ、故郷だとか、自分の出身地とか、そういう人だったらあり得るかもしれないけれども、やっぱり何か目的を持っていると思うんです。それに対してうまく情報がひっかかるような発信の仕方をしないと、丸ごと我が地域を理解してと、それは自治体などが出すのは大いにやっていただいてもいいんですけれども、利用者は必ずしもそうではないと思うんです。それにも耐えられるような情報発信源という形を持っていないと、C委員がさっき言われたように、ものすごい情報量になってしまって、1カ所1分見ても3,300分かかるわけですから、大変な情報量になってしまう。そこのところが必要なのかなと。

（G委員） 今の話を聞いていて思ったんですけれども、そういうこともあるから、僕は地域的まとまりがあった方がいいと思うんです。というのは、ブランドという言葉が大事だと思うんです。地域ブランド。観光地のブランドでも、例えば木曽などというのは11町村ありますけれども、木曽は一つずつ行っても余り知らない村が多いけれども、木曽と言

うと全国知っている人が多いんです。木曽の酒というと、酒のブランドもある。木曽の御嶽山というと観光のブランドになる。検索する場合でも、レベルがあると思うんですね、段階性が。そのときに、地域のまとまりというのは結構都合のいいところが多くて、さっきの富良野の話でも、情報発信をしているから富良野でできたジャガイモは高いんです。名前がついているだけで、ちょっと高くなるんです。そういう意味では、地域の、例えば、富良野は富良野で持っているということは大事な点と。

（中川座長） 富良野というと、上富良野とか中富良野とかありますね。あれは、いわゆる富良野というのはどの辺を言うんですか。

（G委員） 美瑛の方まで全部富良野と言います。一応、旭川よりすぐ南から、南富良野の金山湖の付近まで、大きく富良野です。

（中川座長） 情報の発信主体は中富良野ですか、基本的には。

（G委員） いや、富良野市が一番大きいと思いますけれども。

（中川座長） 富良野市ね。

（G委員） だけど、それぞれありますね。美瑛は美瑛でいい景色があるから。拓真館があったりして発信しているし、それから中富良野には富田ファームがありますし、あのドラマの舞台は大体富良野市の中ですけども。

（中川座長） ということは、実態的な行政単位みたいな話とはちょっと別に、イメージとされてくる地域のイメージとしては、こんな感じは非常に的確ですね。

あとは、C委員はどうですか。

（C委員） 情報の発信は、つまり2つあると思うんです。1つは、今全国の市町村どこでもやっているように、インターネットにホームページを開いて、その市町村のイメージアップといいますか、観光宣伝とか、桜の見どころはここですよみたいなことをやって、それでよしとするのか、あるいは本当にさっき書いているように、地域振興といいますか、まちおこしみたいな本格的な地域ビジネスを展開していこうとするのか。恐らく後者の方にシフトしつつあると思うんです。その場合に考えなくてはいけないのは、受け手が最初300、500とか、そのくらいのオーダーであれば、役場に1人、2人という形で役場はできると思うんですけれども、これが固定のユーザーが、あるいは町のファンになったという人が1万を超えたときに、もしも何かミスがあった場合といいますか、危機のときにはやっぱり危機管理をどうするのかというのも考えなくてはいけないと思うんです。情報発信をするのであれば、それ相応の体制をつくってやらなければ、ユーザーに対する責任と

いうのは果たせないんじゃないかなと思うんです。

恐らく、市町村も今からこれをつくっていったって本格的なビジネスということにすれば、やはり少なくとも片手間仕事ではできないでしょうね。

（事務局） 例えばそういう場合に、このサイトは何とかというボランティアで運営されていますと書くことによって、どういう反応が来るんですか。やっぱり、そういうのは当てにならないというふうになって、もう最初からだめなんですかね。

（Ｃ委員） 最初からエクスキューズしておくということですか。これはボランティアでやっていますからと。ただ、それですと、もしもそれが例えば観光案内とか、そういう一方的な情報だったらそれで済むかもしれませんが、一歩進んで、ここにあるように、それでもって本当にビジネスをやっていくんだと、例えば通信販売とかそういうところにつなげていくんだとすれば、やっぱりそういうエクスキューズというのは通用しないと思うんです。

（事務局） そうでしょうね。

（中川座長） それでは、５ページの教育機関との連携という項目までちょっときょうはやっておきたいと思うんですけれども、これについてはいかがでしょうか。

公立小中学校、それから地元大学との連携というのが強調されておりますけれども、これは本当にそうだと思うんです。

（Ｄ委員） 最近は割と地域と連携している例がいっぱいありまして、例えば本当に中山間地域に廃校になる小学校がありまして、分校なんですけれども、木造校舎なんて大変立派なんです。それで、いよいよ人がいなくなっちゃうんで町長が何か考えたいということで、パソコン林間学校なんていうアイデアがありまして、従来のパソコンだけを教えるのだったら、リテラシーだけを教えるのなら、別に東京のビルの一室でもいいと思うんですが、やっぱり同時にカブトムシを触らせてみたいとか、小川の水ってこんなに冷たいんだとか、星はこんなにきれいなんだと、その感動した思いをコンテンツとして、いわゆる広い意味の環境教育といいますか、そういう自然を対象にして、実際にそこでリテラシーを学んでいくというパッケージで、そこに寝泊まりしてもらおうようなパソコン林間学校、夏だけじゃないんですが、通年でできるようになったんです。これは大変今、県の方でも文部省の方でもちょっとおもしろいねというようなことで少し動き始めたりしているんですけれども、そういう形でやっていくと、それこそ古くなった家とかもあるでしょうし、そこで子供たちがどういう反応をするのかなとか、どういうカリキュラムをつくるとみんなが喜ぶ

のかなとか、そういう興味もあるんです。若干それに対する必要な基金というのは県とか市の方からも出たりするものですから、そういう形で回っていくのが一番いいのかなと。

これも、それこそボランティアな形でやっているのが幾つかあるんですが、やっぱり長続きしないんですね。関心のある学生が卒業しちゃいますと、例えばおいしいお酒づくりのところを全部回りまして、自分たちで勝手に評価しまして、何てことはない、酒を飲むのが好きなものですから、蔵元へ行って飲むのが楽しみだけなんですけれども、そういうホームページは割と人気があったんですが、その学生がやめてしまうと、もうそれをメンテナンスする人がいなくなっちゃうものですから、情報が古くなって、むしろ有害になってしまう。だから、学校で立ち上がりの部分とかそういうところにアシストするのはいいんですけれども、メンテナンスをどうしていくかというところに過剰な期待を持たれると、ちょっときついかなと。学校、研究機関に対する期待というのは何なのかな、それに対する担保をどうするのか、この辺のプログラムがきちんとされていると、それはそれなりに機能するのかなという感じはいたします。

（G委員） 今のお話は非常におもしろかったですけれども、まだやられていないですけれども、乗鞍サイバーネットワークの人たちで、無線LANを使ってペンションの23軒を全部常時接続できるようにしている仲間がいて、そこはどこの部屋でもお客さんがインターネットがただで使える状態です。そこで彼らが今後やろうとしているということは、今おっしゃったようなリゾートにおいて、そこに泊まって何日間かでインターネットをマスターして帰るというような合宿所にしたいというようなことをおっしゃっていましたけれども、それは明らかに経済ベースでいけそうです。そういうのは起こる。ただ、教育機関との連携ということではないですけれども、今お話が出ましたけれども、田舎の都市に対する比較優位性とは何かと考えたときに、一番大きいのは、さっきもおっしゃっていた環境教育の場としての優位性だと思います。バーチャルな情報じゃなくて、触覚で触っていいとわかる情報が田舎には満ち満ちていますから、それとの組み合わせが大事じゃないかと思います。

（F委員） こういうことについては大賛成です。総合的な学習ということも、今文部省の方で特に進めていますね。今おっしゃった環境教育というわけで、食べ物と農業、それから地域、先ほどから議論になっている昔からのおばあちゃんの知恵を聞き出してまとめるという、そういう総合的な学習の時間との兼ね合いでもやっていけるんじゃないかなと思います。

何かほかに意見はありませんか。A委員、どうですか。

(A委員) やっぱ、今は子供が結構詳しいと思うんです。ここに書いてあるとおり、あくまでもITというのはツールだと思うんですけども、ツールであるんだけど、やっぱり知らなくてはいかん、最低のことは知らなくてはできないわけですから、子供は例えばゲームなどを通じてでも結構知っていますから、今度はその子供が逆に、例えば農山村であれば、おじいちゃん、おばあちゃんに教えるということも多分にあり得るんじゃないかなという気がするんです。先ほどD委員がおっしゃったような、大学の先生なりあるいは学生さんが子供にそういうことを教えるシーンというんですか、そのイロハのイぐらい、あるいは口ぐらいまでは教えるというケースをもっともっとこれからそういう場というんですか。そういうことで、先ほどのパソコン林間学校などは非常にすばらしい試みなんじゃないかなと思います。

(I委員) 大学の場合だと、大学院修士課程と博士課程があって、そこに学生はたくさんいるわけなんですけれども、彼らに教育というか、リテラシーを含めて何かを教えるという奨励措置みたいなものがあったら、学生は動くかもしれませんね。これは相当戦力になる可能性はありますね。技術的にも水準は高いですから、いけるという感じはちょっとしますね。

(G委員) 何かそういう制度はつくれないですかね。

(I委員) 基本的な部分を、どういう教え方をするかということをちょっとだけ教えたら、それで後はもういいと思うんです。

(D委員) その意味では、体育大学などは、どこかの夏の海の家、海水浴で水泳のうまいのがいつも監視に契約というか、そういうふうになているんです。それと同じように、都会の大学と地域の大学間で連携しながら地球のリテラシーを向上させるという機会があっても良いのではと思います。その費用については、何らかの形で、最低限のものは出すと。そういうのが毎年毎年行くというのも良いと思います。

(G委員) ライフセーバーっているじゃないですか。だから、ITセーバーとかがあってもよい。

(I委員) いいですね。それは、何も地場のところでなくてもいいですね。学生交流もやったらいい。単位の交流もやっているわけですから、やろうと思えばできますね、それは。

(中川座長) それでは、大体時間が来たので、3つほど残っていますけれども、全体的

にもう一回次回をこれに充てたいと思いますので、また次回もよろしくお願いいたしますと思います。

次回、また追加される部分はあるわけですね。

（事務局） ええ。次回、資料3をちょっと見ていただきたいんですけども、今ここに書いている7つについて実態調査というのをやっておりまして、その報告を次回やることにしたいと思います。したがって、きょうの続きをやっていただいて、あとはこれの実態報告を事務局からさせていただくということで進めていただければと思います。

（中川座長） では、これで終わります。次回は11月20日ということで、調査結果の報告もある、残りの3アイテムについてもご議論をいただくということで、それでよろしいですか。

（事務局） はい。

（中川座長） それでは、どうもありがとうございました。これで終わらせていただきます。