

福井県民の将来ビジョン 地区別意見交換会

(丹南)意見交換概要

〔人づくり〕

- ワークライフバランスを意識し、効率よく働くことは、生産性を高めて個人の時間を生み出すことができる。それを仕事以外の生活に使うことが出来、職場以外の方との交流により多様な情報や価値観を持つことができる。
- 高齢社会では、地域のお年寄りが生活し易い環境があるとよい。農的生活を基本とし、食育を取り入れていくような方向性を希望する。
- 子どもたちが故郷のことを良く知らないで大きくなっている。どのようにして地域のことを教えるかであるが、体験を通して教える必要があり、学校教育、家庭教育の中で実践していくとよい。
- 雑誌のアンケートによると、福井県は日本で一番印象の薄い県、即ち、福井県自体にパワーがない。パワーが無いなら人を呼び込むべきで、「田舎」をどう売り込むのかを考えることが大事である。
- 県としてまず、何を売るか決めるべき。結果として人が集まれば、子どもたちも魅力のあるこの福井で産業を作り、頑張っていけるのではないか。
- 福井県人は、発表、リードするのが下手だと思う。学力が高いのはよいが、議論、討論ができない。リーダーシップ、企画力、指導力を育む教育体制づくりを推進して欲しい。
- 今、家庭教育が欠けている。親が子どもに対して叱ることができておらず、学校においても同様で、今、他人に対して叱ることができない現状である。叱ることができるような教育のあり方を考えなければならない。
- 幼少の頃からふるさとに対する愛着を育てることが大事で、ものづくりの大切さ、作る楽しさを職場体験等、いろんな形で植えつけていかなければならない。
- 地場産業等、地域産業を取り入れたふるさと教育は、体験やゲストティーチャーなど、小学校では盛んに行われているが、中学校になると思考が受験のことになり、地域教育が減り、一歩引いた形となっているのがこれからの課題であろう。
- 福井型コミュニティスクールについては、見直し・検証し、今後さらに踏み込んだ方がいいのか、大らかに進めるのがよいのか、新しい形を考える時期にある。
- 人づくりの根幹は、どう他人に思いやりのある人間を育てるかである。日本ほど思いやりの低い国はない。
- 高齢社会でお年寄りが増えていくが、行政だけに任せるのではなく、家庭で、学校で、小さい時から「思いやり」について教育すべき。

〔コミュニティ〕

- 農業や林業などは1つの世代のスパンでは考えられない。次の世代へ継承していく必要がある。定年退職して終わりではなく、その意味で、農業、林業、伝統工芸では高齢者が「知恵袋」として大切にされる。
- 不況になると大企業はセーフティーネットにならない。元気なコミュニティがセーフティーネットになる。
- お母さんの元気が地域の力になっている。また、お母さんが子どもにとっての「最大の環境」であると感じる。母親が笑顔だと子どもも笑顔になるし、母親が地域を好きになれば子どもも地域を好きになる。
- 母親の心をどう掴んでどう契機にしていくかが元気なコミュニティづくりにとって大事ではないか。
- 働く母親にとって、「子どもが病気になった時に誰に見てもらおうのだろう」という状況は必ずあると思うので、病児保育に力を入れるべきである。
- 今庄は学校までの距離が長く、スクールバスを利用している。私たちの時は幼稚園でも歩いて通学したもの。通学時、学校は何キロまで歩いていくという規定を設けるとよい。そうすることで、子どもたちの体力がつくのではないか。
- 池田町は高齢化が進んでいる。介護に若い頃に携われるようなシステムづくりが必要。
- 最近、民間の有志18人で壊される旅籠を1件借りて、「今庄旅籠塾」を新しく旗揚げした。敦賀工業、武生工業などと共同で改修を行い、NPO法人を目指している。今後、歴史の街道を大事にすることが重要ではないかと思う。

〔環境〕〔産業〕

- 平成18年に農事組合法人「ファームハウスコムニタ」を立ち上げ、グリーンツーリズムを行っている。当初は池田町のありのままを体験するプログラムで活動を行っていたが、あまり反応がなく、レジャー感覚で出来るものにシフトしたところ、反応が出てきている。しかし、最近では、20歳代の若者が60～70歳代を見て「カッコいい」という感想が多く、ありのままの体験を希望する若者が増えた。
- 漁業は、人材不足 燃料高騰等マイナス面ばかり。また、魚の値段も安くなり、収入が安定しない。越前カニは付加価値があり、価格の落ち込みが少ない。越前カニのような「魚のブランド」を構築し情報発信をする必要がある。
- 「めがねのまち鯖江」と言われているが、駅におり立ってもそのイメージない。それは長年OEM生産だったからである。
- 福井を売ることで物が売れる。まち全体をショールームになるような、地域を売る仕組みづくりが必要である。

- 環境について、二つの視点が重要である。第一に、生活環境について、県の施策と私たちの生活がマッチングしているか。第二に、環境技術の開発に取り組むことは、中小企業においてそれだけのメリットがあるか。
- 「環境」と「産業」の両立を中小企業でクリアできるかであるが、なかなか難しいのが実態である。例えば、環境のためにきれいな空気をつくったとして、行政が購入するというようなことができれば両立可能である。
- 環境産業への取り組みは、やる気のある企業は自分の力でやっている。しかしオンリーワン技術を持っていない会社は、県が詳しい事業を提案しないとできないであろう。
- 東アジアマーケットの取り込みであるが、香港の人々は花に興味がある。海岸、漁火、峠、花に人が集まり、農林水産業を含め、産業の活性化に利用できないか。
- 眼鏡が必要な人は日本の全人口の48%（5000万人）いる。これは、鯖江の生産能力から考えるとフル生産で5年かかることになり、日本にはまだいいマーケットがあると言える。
- 中国の富裕層が日本のいい製品を求めている。しかしながら輸出の制約が大きく、アジア戦略には行政の支援が必要である。地域ブランドのブランディングをいかにやるかが課題となる。
- 和紙は地域ブランド（地域登録商標）として、国内でどうやっていくか、どのように市場にアプローチするかが課題である。高齢社会はチャンスであると捉えている。
- 和紙を生業としてやりたい人もいるので、企業と引き合わせるコーディネーターが必要である。
- 国の平成22年度「JAPANブランド育成支援事業」に採択された。県、市、商工会議所の応援も得てやっていく。過去、欧米向けに見本市などをやってきたが開拓が難しい。今後は、アジア、東南アジア市場向けの戦略を考えていきたい。
- 河和田アートキャンプが縁で、東京から転居し、今月から鯖江に定住している。地域を向いている若者が増えており、地方と都市の両方で生活できるライフスタイルができれば新しい産業や雇用が生まれるのではないか。
- 食糧、食べ残し、産廃等、全県的な新エネルギーの取り組みを行うべき。
- 観光面については、私の友人が、福井の田園風景を見てホッとすると語っていた。このことを売りにするべきである。
- 今の世の中、10年で会社が倒産するくらいスピードが速い。じっとしてはいけないうことを頭においてやるべき。行政頼みではいけない。