

## 村山創生懇談会における発言要旨

### 【テーマ】ポストコロナを見据えて

日 時：令和4年5月13日（金）

13:15～14:40

開催方法：Web会議方式

#### 【1巡目】 仕事や暮らしについての現状や課題等

##### 【大山 真吾 氏】（大山精機 専務）

- ・尾花沢市で製造業を行っている。
- ・オンラインの利用を営業方法に取り入れたことによって、電話やメールでのやり取りと比べ、コミュニケーションが安易に取りやすくなった。
- ・ただ、製造業のIoT化、AI化が進むと、だんだん日本の製造業のレベルが平準化し、その会社が持っていたアナログの強みの部分が薄れていってしまうのではないかと懸念している。つまり、誰でも同じプログラムを作って、同じ加工をすれば、同じ製品ができてしまう。そうするとあとは価格勝負でしかなくなってしまうので、いかに安い単価でできる会社だけが生き残っていってしまう、というような流れになりつつあると感じている。

##### 【佐藤 恒平 氏】（地域振興サポート会社 まよひが企画 代表）

- ・地域振興サポート会社まよひが企画の代表。まちおこし、地方創生に関する仕事等をしている。
- ・代表的な活動は、朝日町のゆるキャラ「桃色ウサヒ」の活動。コロナ禍の中で出演できるイベントがほとんどない状態が続いていたが、今年度に入ってから徐々にゆるキャラも参加してのイベントが各地で行われるようになってきた。また、町内の企業等とコラボしてキャラクターグッズを作成し、そちらはコロナ禍でも順調であった。
- ・古民家のゲストハウスの運営は、コロナ禍でお客はどんどん減少していく傾向にあったが、そのゲストハウスを、月2回、県内の不登校児とその親が集まり、意見交換や遊んだりできる場として提供している。昨年度末からは適応指導教室（不登校児が指定施設に来ると登校したものと認定してもらえる制度）の指定も受けている。
- ・棚田での田植え体験等も主催し、5年前から合鴨ロボットというロボットを使った除草を行っている。棚田の形を型取った棚田カレーも製作し、県庁や農水省の方でも提供してもらった。
- ・学校教育においては、ボードゲームを使った地域教育の学習に関わっている。また、最近朝日町立朝日中学校の空き教室にサテライトオフィスを構えさせてもらった。自分達が働いている姿を子供達に見てもらおうことで、働く大人の姿、特に、地域の中でこんな仕事があるんだということを知ってもらおうきっかけになればと考えている。

**【佐藤 千草 氏】**（株吉田屋旅館 代表取締役）

- ・蔵王温泉で、吉田屋旅館とホテルオークヒルという2件の宿泊施設を運営している。コロナにより観光業は大きな打撃をこの2年間受けた。
- ・今年1月からお客様にお米をお渡しするというキャンペーンがあったが、それがとても好評だった。持ち帰りやすく、誰にとっても無駄にならず、人にあげても喜ばれる。やはり山形の観光は食が切っても切り離せないものなので、これからも続けていただきたい。
- ・東北中央道を関東の方が割と知らない。随分前に開通し、無料区間等も続けているのに、あまり周知されていない。
- ・春旅等がとても好評で、閑散期の4月にもコロナ前以上にお客様が来ていただき、とても感謝している。
- ・蔵王は、古い建物が多く、高齢化も進んでおり、商店や旅館が辞めると、今までは朽ち果てて行くだけだったが、最近はずぐに新しい人が入って来るようになった。コロナも収束も見えてきたので、その波に乗って蔵王も発展していきたい。

**【田中 麻衣子 氏】**（株キャリアクリエイト ヤマガタ未来ラボ編集長）

- ・山辺町出身であるが、今は東京に住所がありつつ、山形市の(株)キャリアクリエイトのメンバーとして働いている。
- ・仕事は、転職や学生の就活の支援、大学生のインターンシップのコーディネート、企業の研修、有料職業紹介等を行っている。また、ヤマガタ未来ラボ、ヤマガタ仕事ラボというウェブメディアをやっており、UIターン支援や関係人口を増やす支援も行っている。
- ・コロナ前後で変わったことの一つは、全てにおいてオンライン化が進んでいること。企業と求職者との面談、大学生のインターンシップにおいても、オンラインが当たり前になっている。県内の企業は、オンラインのインターンシップを積極的にやっているところとやってないところの差が大きいと感じる。採用においてはオンラインをいかにうまく使っていかかがとても大事である。特に新卒の学生の傾向が毎年変わり、都度人の動きをキャッチアップしていくことが大事だと感じている。

**【堀川 裕志 氏】**（羽陽建設株 代表取締役）

- ・羽陽建設は、土木・建築を全てやる総合建設業。
- ・コロナの影響は、世界の物流が止まってしまったことが大きかった。特に中国からのものが止まったために、パナソニック等の国内メーカーの中国工場の製品が止まり、すべてのものの納期が見通しがつかなくなった。
- ・木材、石等の材料も国内のものを使用することになり、単価が上昇したことにも悩まされた。現在は全てのものの物価が上昇している中だが、景気もまだ良くなく、お客様にコストの負担をお願いできずに苦労している。
- ・コロナ禍の対策としては、コロナ対策のために必要な設備投資をしなければならないお客様のために、もしもの時の工事中止を最小限に留めるための取組みに注力した。朝礼や全体会議をなくし、現場への直行直帰、報告はメールやズームで行うことを徹底した。しかし、現場間のやりとりが少なくなったために、仕事がスムーズに行えないことも出てきた。
- ・その後、部門ごとの少人数の会議を複数立ち上げたところ、意見が出やすくなり、社内の

活性化、社内の問題の顕在化が進み、会社の雰囲気も良くなったという利点もあった。

**【村山 恵子 氏】**（特定非営利活動法人クリエイティブがしね 理事・事務局長）

- ・東根市の「さくらんぼタレントクルセンター」と「あそびあランド」で子育て支援の活動をしている。
- ・これまでは不特定多数の親子が一堂に集まったの子育てサロンや、祖父母との世代間交流等を積極的に行ってきたが、コロナ禍となってからは、利用対象はほぼ市民限定、時間制限、人数制限等、参集する活動がほぼ中止となり、交流の場の確保が困難な状況となっている。
- ・核家族の増加と近所付き合いの希薄化により、これまで以上に周囲からの援助を受けられず、孤独と不安の中で子育てに悩む親が増えている。自粛疲れによるストレスのはげ口として、子供に当たってしまう方、県外に里帰り出産ができず産後鬱に苦しむ方、夫婦げんかが増えて離婚について考えるようになった方等からの相談も増えている。
- ・子供についても、ストレスフルな生活から心身への不調を訴える子供も増えている。自分が他の子のように学校に行けないことの苦しみや、そのことで自分が親に迷惑をかけているという自責の念にかられて、世間の目に触れないように身を潜めて生活する子供の話を聞く機会が増えている。そのような現状から、さらに見えづらくなっている家庭教育への支援と、そういった生きづらさを抱える子供、若者への支援の必要性を強く感じている。

**【山蔭 瞬 氏】**（山形市基幹型地域包括支援センター 第一層生活支援コーディネーター）

- ・山形市より委託を受け、第一層生活支援コーディネーター（第一層：市全域、第二層：中学校区、第三層：町内会単位）という仕事を行っている。
- ・生活支援コーディネーターは、誰もが住み慣れた地域でいつまでも安心して生活を送るために、地域の課題や必要な仕組みを、地域住民と共に考え、共に作っていくことを使命としている。
- ・コロナ前には、地域住民が集まって体操や筋トレ等を行う住民主体の通いの場、福祉施設の送迎車を活用した買い物支援バス等の取組みを行っていた。また、従来から地域住民やNPO法人等が実施してきた家事支援、移動支援、居場所づくり等といった取組みの継続の応援、紹介も行っている。
- ・コロナによる影響を特に受けたのが、お茶飲みサロンや通いの場といった人の集まる場所である。再開と自粛のいたちごっこになっている状況。買い物支援や施設、学校を拠点とした活動についても、コロナを外から持ち込まないよう活動が再開できていない状況が続いている。
- ・一方で、お茶飲みや歌を歌う等の活動を、体操や脳トレ等マスクを外さないでもできる活動に変更することや、時間をずらして密にならないようにする等の工夫をしながら、交流、生活を支える活動を再開、継続している方々もたくさんいる。

**【横尾 友栄 氏】**（有壽屋 代表取締役）

- ・東根市で壽屋という漬物屋を営んでいる。販売方法としては、店舗販売、通信販売がメイン。完熟梅の砂糖漬け「あかね姫」や、地元で伝わる漬物、本格醸造りんご酢等を販売して

いる。

- ・ これまでは週末を中心に仙台からの多くのお客様の来店があったが、コロナ禍によってすっかり途絶えてしまった。バス等による観光客の受け入れも途絶え、御法要、結婚式等の引き出物の需要も減少した。ゴールデンウィーク、お盆、年末年始の帰省客の来店も途絶え、コロナ禍によって本当に大きな痛手を受けている。
- ・ 消費動向の変化が、コロナ禍によってより進んでしまったと感じる。お歳暮、お中元商戦が以前よりも盛り上がりなくなっているのに加え、ゴールデンウィーク等で帰省をし、お土産をたくさん買い、近所の方々や友達に配るといった習慣もこのコロナによって一気に減ってしまったと痛感した。このため、お客様の数がたとえ戻ったとしても、売上は決して上がらないという結果に繋がっている。
- ・ お金を使わない世代が消費の中心世代になってきていることを非常に感じる。ただでさえお金を使わない世代が、コロナによってよりお金を使わなくなり、その世代への移行がこのコロナで一気に進んでしまったと感じる。

#### 【渡辺 誠一 氏】（大江町就農研修生受入協議会「OSINの会」 会長）

- ・ 大江町就農研修生受入協議会、通称「OSINの会」の会長をしながら、農業をやっている。
- ・ OSINの会も設立から今年で10年目を迎え、独立が今年で18名になった。また、今年の春から研修を始めた人が5名いる。コロナ禍ということで、勧誘活動が思ったようにできない中でも、今年5名が入ったということで、農業を希望する方が増えているように感じる。
- ・ 大江町もかなり人口減少しているが、OSINの会絡みで、家族を含め約60名が町内に移住している。明日、明後日に有楽町のふるさと回帰センターで、農業に関するセミナーをやる予定。申し込みが5名あるということで期待してがんばってこようと思う。

### 【2巡目】 村山地域の発展に向けた中長期的な取組みの方向性

#### 【大山 真吾 氏】

- ・ ここ3年ぐらい、会社の経営における価値軸を変えてみた。これまでは高精度、高難度の加工ができる会社が、儲かる会社だというのが製造業の常識だった。ただ、それを追いかけていくと、それに伴ってコストが上がっていくことにとっても違和感を抱いた。
- ・ そこで、物（モノ）に対する価値ではなく、事（コト）に対する価値に価値軸を変えた。今ある技術以上のことは追い求めないことにし、むしろ、簡単なものをお客様が喜ぶスピードと対応力でやることに取り組んだ。そのように価値軸を変えることによって、会社の経営というものが本当に大きく左右される部分を感じた。
- ・ 今地域に住んでいる大人達は固定概念により常識にとらわれない考え方があまりできていないと感じる。子供達には、地域の大人達が気づいていない価値に気づき、最終的に自分達はその地域の資源を使って仕事ができるような、物の見方を変え、常識にとらわれない考え方ができるようになってもらいたいと考える。

### 【佐藤 恒平 氏】

- ・ これからの地域のあり方を考えていくときに、いかに子供達と関わり、これからいい未来を見せていけるかが、自分達にできる使命なのではないかと考える。
- ・ 学習指導要領の改訂により、探究学習等で、地域づくり等を学ぶ機会を設けている学校が増えている。その中で大事にしたいことが二つある。
- ・ 一つは、山形に生まれたから山形を好きにならないといけないということを強制するのではなく、もっと前段に、好きとは、愛とは何だろうか、といった自分の心の大事な部分をもっと学校の中で考えた上で、だから山形が好きだ、というところに持っていかないと押し付けになってしまう。そういった押し付けの郷土愛教育にならないようにすることが大事である。
- ・ もう一つが、地域に開かれた教育だけでなく、学校に根差した地域も大事だと考える。地域にいる多くの人々が、もっと学校のあり方、学校の可能性に参画してくれる場を作っていけないかと考える。

### 【佐藤 千草 氏】

- ・ 蔵王のプロモーションにおいて、樹氷にあまり頼りすぎるのも一つの問題だと思っている。樹氷の状態が 10、20 年前とは大分違ってきているのと、2 月 20 日を過ぎて樹氷がなくなってしまうと蔵王のスキーシーズンは終わりだと、特に海外の方は思ってしまう。3 月の蔵王は天気が穏やかで、雪の降らない所から来る方にとっては滑りやすくとてもいいスキー場なので、それをアピールすることや温泉を売る等、樹氷に頼らないプロモーションをすることによって蔵王のスキー場に来るインバウンドは、2 月で終わらず、3 月いっぱい伸ばすことができると考える。
- ・ 今年はガスが高騰し、光熱費が非常に高くなっているが、温泉熱を活用した暖房システムを取り付けたところ、脱炭素、コスト削減にとってもよかった。電気を使用したロードヒーティングだと 1 シーズンで電気代が 1000 万円かかるところが、温泉の場合は、非常に低いランニングコストで済むので、温泉を活用した熱利用を進めていただきたい。山形県は、すべての市町村に温泉のある唯一の県なので、山形モデルの脱炭素を進めていけたらいいと考える。

### 【田中 麻衣子 氏】

- ・ 若ければ若いほど、山形はこれしかない、何もないとなりがちである。多様性のある選択肢が山形にはあるのだと感じられることが大事だと考える。
- ・ 山形の中小企業は人事専任の方がほとんどおらず、毎年変わる学生や転職者の動向をキャッチアップするのは 1 社だけでは難しい。みんなで手を取り合って、山形で働くことの良さを、塊になって伝えていくということをしないと、山形を選んでもらえないだろうと考える。企業同士が横で連携してがんばろうと言え、悩みを吐露し合え、こうやるとよかったよといった情報交換ができる、そういうコミュニティ、ネットワーク形成を、行政の方には仕組みとして整えていただきたい。
- ・ 今就職・転職活動している人のマッチングだけやっても、最近は大手企業がオンライ

ンで積極的にアプローチしてきており、その時点で既に遅いところがある。そこで、早い段階から緩やかに繋がることや、伝え方を工夫していくことがとても大事だと思っている。そのような今々の採用、転職の前に、企業や個人の方が地域の若者等とナナメの関係（親や教師といったタテの関係でも、友達といったヨコの関係でもない第三者との関係）で繋がっていくという仕組み作りを、民間と自治体がタッグを組んでやっていくべきではないか。

#### 【堀川 裕志 氏】

- ・建設業に入ってくる労働力が減少する中でリクルートを行っていくために、また、地元への企業認知度を向上していくために、C I（コーポレートアイデンティティ）に取り組んでいる。効果として、定期的な新入社員の入社、他社からの優秀な技術者の転入等が続いており、技術者の平均年齢が若い活力ある会社になっている。
- ・コロナ禍で変わったことは、どこに住んでいても仕事ができることが認知されたということ。その中で、日本の中から山形を住む場所として選んでもらうためには、人口減少社会の中で、地域を再生することが必要。そのためには、専門家やコンサルに最初から丸投げするのではなく、地元の魅力をよく知っている人達みんなで考え、場合によっては専門家の力を後から借りる、ということが必要ではないかと考える。建設業もまちづくりに関わり、地元の魅力を上げるために、他業者の人達と協力して地元をブランディングし、それを行政から協力してもらおう。建設業にしかできない協力の仕方や地域貢献を通じて、地元の魅力等を発信し、多くの人に山形を選んでもらうことにより仕事を作っていく、ということにチャレンジしていきたい。

#### 【村山 恵子 氏】

- ・核家族の増加により、両親だけで仕事、育児、家事を行い、時間や心の余裕のない親が増えている。また、乳幼児との関わりを持たないまま親になることで、子供の気持ちや接し方がわからない保護者も増えている。自信のない親に育てられれば、子供も自信がなく育ってしまうという負のスパイラルが起こっていると感じる。
- ・子育ての不安から、小さいうちから専門家に託す傾向も増えているが、コロナ禍により子育て支援センター等の施設の中で対応することが難しいからこそ、地域の中で支え合うことがより強く求められていると感じる。
- ・県の事業施策の第1項目に、「子育てするなら山形県」の実現が掲げられているが、内容を見ると施策の大半が経済的な支援であると感じた。是非、子供や子育て当事者の視点に立った施策の推進を盛り込んでいただきたい。学校、家庭、地域が一体的に、NPO等の市民団体とも連携を深めながら、事業展開できたらと考える。

#### 【山蔭 瞬 氏】

- ・地域の方が集まる場を再開するか否かという議論には二つのリスクがある。一つは、コロナに感染するリスク。もう一つは、社会参加ができず、交流・活動の機会が損なわれることで虚弱となってしまうリスクである。どちらを取るかは人それぞれであるが、社会参加を望んでもその場がないというのは、選択肢を狭めることになってしまう。

- ・そこで必要なのは、やろうとする人を応援できる環境づくりである。ウィズコロナを見据えた今、行政に望むことは、感染予防対策を講じた社会参加を積極的に応援するという姿勢である。そこに参加する方も、感染予防対策を徹底し、主催者を悪者にしないという意識づけが非常に重要だと思っている。具体的には、県民へ意識改革を呼びかけることや、コロナ対策認証店のような取組みを、地域の拠点のような場所でも展開をしていくことが有効ではないかと考える。
- ・また、ICT活用を並行して考えていく必要がある。高齢者向けのスマホ教室でもアプリのダウンロード等のやり方がわからない方が多く、スマホを持つだけでなく使えるようになるという段階に進むことの必要性を感じた。
- ・通いの場で介護予防することのメリットは、みんなと一緒に続けられるという点と、他の人と関わることで、介護予防効果が高いという点である。少人数で小規模な拠点に集まって、それらをネットワークでつなげると、ウィズコロナの中でも通いの場を継続する効果が期待できると考える。しかし、モバイルデータ通信では料金がかかりすぎるので、Wi-Fi環境が推奨されるが、現在、地域の集会所等にはWi-Fi環境はほぼない状況である。ICTを活用したメニューの充実とともに、高齢者がICTを使いやすい環境づくりも求められる。具体的には、地域の小規模拠点へのネットワーク環境の整備や、高齢者向けデジタル教室の強化等が有効なものと考えている。

#### 【横尾 友栄 氏】

- ・壽屋では、商品の販売は店舗、自社サイトでの通信販売、自社制作のカタログ販売等で、卸売販売等はわずかに留めている。それは自分達が作った商品をしっかりとお客様に理解していただきたいという思いからである。
- ・コロナ禍になり、電話やFAXでの注文の数を、ネットでの注文数が上回る勢いを見せている。ただ、通販の伸びた売り上げで店舗の売り上げをカバーするまでには至っていない。また、大手メーカーの方に通販でのお客様が流れていることを非常に感じる。
- ・コロナ禍により、一部大手ショッピングモールやショッピングサイト等への出展費用の補助金や県内バイヤーとのマッチング支援等もかなり見受けられるが、これには少々疑問を感じている。大手ショッピングサイト等に商品を出品すると、売上げは確保できても、販売手数料等が嵩み、利益が上がらないという話をよく耳にする。
- ・自社で通販や販売を行っている会社に対しての支援やより高度な指導等を期待したい。自社でしっかりと販売できる、力強い販売力を持つ会社を育てていくことによって、山形の産業経済の振興と活性化に繋がっていくのではないかと考える。

#### 【渡辺 誠一 氏】

- ・県外から移住してきた人達からは、何を食べてもおいしいし、環境もととても良く、もう向こうには帰れないと言っていたほど山形を気に入ってもらっている。しかし、移住の人気度は西日本の方が高く、東日本、北日本は低い傾向にある。
- ・何回かふるさと回帰センターに行っていると、隣の会場でやっている他県の相談会が会場ほぼいっぱいぐらい人が集まっている。山形県は宣伝が下手だとよく言われるが、山形はおいしいものがあるし、自然環境のいい中で子育てしながら農業をやれるというのは、本

当にいいと思う。県の方でももっとがんばって、宣伝や情報発信をやっていただけると、もっと移住者が増えるのではないかと思います。コロナ禍ではあるが、逆に都会にいるのが嫌になったから田舎に行きたいという人が今いる中で、がんばりどころではないかと思うので、是非ともよろしく願いしたい。