

平成 27 年度 南三陸町総合戦略推進会議 (第 6 回)	
日 時	平成 28 年 1 月 13 日 (水) 18:30~20:50
場 所	南三陸町役場庁舎 2 階 大会議室
次 第	1 開会 2 挨拶 3 審議等 1) 南三陸町総合戦略 (素案) に対する意見募集結果について 2) 南三陸町総合戦略 (案) について 3) 国の地方創生関連予算について 4) 南三陸町総合戦略パンフレットについて 4 その他 (事務連絡等 (次回日程、他)) 5 閉会 <資料> 「第 6 回会議次第」 資料 1 「パブリックコメントについて」 資料 2 「南三陸町総合戦略 (案)」 資料 3 「南三陸町人口ビジョン (案)」 資料 4 「国の地方創生関連予算」 資料 5 「南三陸町総合戦略パンフレット (案 1)」 資料 6 「南三陸町総合戦略パンフレット (案 2)」 <その他資料> 「南三陸をプロモーションする外部団体のイメージ」
出 席	委員 (敬称略): <出席: 13 名> 高橋未来 (住)、伊藤孝浩 (産)、佐藤太一 (学)、高橋直哉 (産) 稲本都志彦 (産)、甲斐茂利 (金)、安藤仁美 (住)、及川美香 (産) 小山祥子 (住)、佐藤克哉 (産)、重富裕昭 (言)、齋藤めぐみ (住) 最知明広 (官) <欠席: 3 名> 小野寺邦夫 (産)、小野寺さとみ (労)、渡辺公子 (住) 事務局: 5 名 (阿部課長、檀浦室長、太齋係長、阿部主査、畠山主査) 事務局補助 (南三陸町復興まちづくり支援事務所): 6 名 傍聴: 3 名 マスコミ: 0 名

第 6 回 南三陸町総合戦略推進会議 会議録

< 1. 開会 >

< 2. 挨拶 >

会 長： 前回皆さんに素案を承認いただき、その後、パブリックコメントを実施しました。本日の河北新聞の第一面が国勢調査の結果で、南三陸町は人口減少率が県内で第二位（29%）でした。悪いことだけではなく、隈研吾先生の案が新国立競技場の第一案に採用されました。本町の南三陸材が有効に使われることを期待してご挨拶に替えたいと思います。

- ・事務局より、本日の進行、今後のスケジュール及び資料の確認、説明を行った。

< 3. 審議等 >**1) 南三陸町総合戦略（素案）に対する意見募集結果について**

・事務局より、資料 1「パブリックコメントについて」の説明を行った。

会 長： 2 人の方から計 8 件のパブリックコメントがあり、子育てに関する意見が中心でした。意見に対して、町の考え方を整理しています。

委 員： 3 番目の意見に、「子育てクーポン券で子ども用品を買いたいけれど、子ども用品を購入できるお店が町内に少ない」とあります。それに対する回答が、「子育てクーポン券の配布を予定しております」というだけです。これでは、結局クーポン券は町内で使えないということになると思います。

委 員： 「今後、対象店舗が増えるように交渉していきます」というような文言を入れておかないと、回答としては不十分かもしれません。

会 長： 「今後、対象店舗を増やしていきます」というような文言も付け加えていただきたいと思います。

委 員： 前回の会議では現物支給という話も出ていました。

会 長： 現物支給については配布の方法や用途を検討する必要があるので、もう少し時間がかかります。前回の会議で皆さんと合意したことは、町内で経済を循環させることが大事であるということでした。

事 務 局： 現物支給について補足しますと、上履き等の種類が学校によって異なる等、調整が難しいのが現状です。

委 員： そのような点にも少し触れたほうがいいです。「取扱店舗も含めて用途に関しては柔軟に検討して行きます」というように説明した方が伝わりやすいです。4 番目の意見では、産婦人科と小児科の医師について触れられていますが、回答は小児科医師の確保についてだけです。「産婦人科・小児科医師の確保」と書いた方がいいのではないのでしょうか。

会 長： 医師の確保となると大変なので、目指しては行きますが、これ以上は書けないのが正直なところです。

委員： 現実的には難しいというのは皆理解しています。目指しているのであれば町の方針として示した方が親切だと思います。

委員： 2 番目の意見に、子どもが病気の時の対応ということがあります。回答に「ニーズに対応した病児・病後児保育のあり方について検討して参ります」とありますが、具体的なアイデアはあるのですか。

会長： 一つは病児・病後児託児のようなことを考えています。高齢者の方々や実際に子育てを経験した方々に面倒をみてもらうことを考えているのですが、やはりリスクがあります。具合が悪い子を預かるので、なかなか登録してもらえないのではないかと懸念しています。もう一つは、例えば授業参観の際に、小さい子どもがいる場合には、元ママさんみたいな方々に登録制で預かっていただくことを考えています。

委員： 公立病院の看護師 OB 等はいないのでしょうか。

会長： 病気の子どもが常にいるわけではないので、そのための要員を抱えるのは難しいです。登録制にするのがいいと考えています。ただし、登録しても、子どもの症状によっては見られない場合も出てきて、ニーズに応えられないこともあるかもしれない心配があります。

委員： 病気の子どもを自宅に置いていくしかないから誰かに来てもらうわけですが、いざ病状が悪化した時に、病院に連れていく等の対応ができる人でないといけません。町で託児所は経営してないですが、例えば役場の中に保健室のような場所を設けて、病気の子どもを預けられるようにするという方法はどうでしょうか。

会長： 他の自治体の例を聞くと、リスクを抱えることがあるので非常に難しいようです。

委員： そのような制度がなければ、親だけが病児、病後児を個人のリスクとして抱え込まざるをえません。子どもを預けられる場所は用意するが、最終的なリスクは親にあるということをお互いに了解した上で行うことはできないですか。

委員： 預けた時は熱が 37 度ぐらいだったけど、その後熱が上がり、重篤な障害を負ったというようなことがあると、なぜ病院に連れて行かなかったのか等問題になるので、その基準がすごく難しいです。

企業側が、突発な急用の時に休めるように意識を変える等、働きやすい環境づくりをする方が早いと思います。

委員： 両方だと思います。企業側には従業員の緊急時には柔軟な対応をするべきという意識を広め、一方でやはり病児、病後児託児サービスも必要だと思います。企業側の意識が広まるまでにはタイムラグが生じます。

委員： 休みづらい会社に勤めていても、子どもの体調が本当にひどい時には、とりあえず自分の体を空けるように努力して、病院に連れて行く等の措置をします。1、2 日で回復すればいいですが、体調が完全に回復するまで一週間かかるとなる場合には、さすがにそれだけ会社を休むのは厳しいです。子どもの体調が一番悪い時ではなく、ある程度症状が落ち着いてきたが、まだ子どもを 1 人にできないといった時に支援が必要であると思います。

会長： 企業も、子どもの具合が悪ければ早く帰すものの、一週間休まれると大変だということですね。子どもの病状にもよりますが、結局病児、病後児は集団の場ではみられないので、病院や個人の家、あるいは登録してある方のお宅に行くことになります。

委員： そこを差別化できるかどうか、この町の魅力として人を集められるかの境目になると思います。この町が住みやすい町であり続けようとする、住民が皆で子どもを育てる意識を持てるような感覚をつくり上げることが大事だと思います。そのような町にするというメッセージを発信できるといいと思います。

2) 南三陸町総合戦略（案）について

<資料修正箇所>

資料 2「南三陸町総合戦略（案）」

○P14 施策 2-1-②「住宅確保の推進」の KPI について

（修正前）30 人（累計） → （修正後）70 人（累計）

会 長： 総合戦略及び人口ビジョンについては、既に町のウェブサイト公表していますので、現時点での修正は原則できませんが、参考までに皆さんの意見を頂戴したいと思います。実は総合戦略には入れられなかったのですが、不妊治療費を補助する事業についても来年度以降実施していこうという話があります。

委 員： その事業は総合戦略に加えられないでしょうか。

事 務 局： 皆さんに総合戦略を精査いただいた後に出てきた話であることと、また人口目標に対してどれだけ効果があるのか分からないという点も踏まえ、掲載しないという判断になりました。

委 員： 地域おこし協力隊の受け入れについて、最近他の県で運用がうまくいっていない事例がいくつか耳に入ってきています。協力隊の方は志を持って来るのですが、受け入れ側のフォローアップが足りず、全然違う方向に行ってしまう、やめてしまう等の話を聞きます。受け入れるからには、密なコミュニケーションやフォローアップが大事だと思います。

事 務 局： 南三陸町は現在、復興応援隊を受け入れています。今後その方々が地域おこし協力隊として発展していくと思いますので、本町の場合はある程度の素地はできていると考えています。

委 員： 5 年間の KPI を設定していますが、見直すのは 1 年ごとだと思います。1 年後の指標となる数値は決まっているのでしょうか。

事 務 局： 1 年ごとの目標は、直線回帰を用いて設定することを基本に考えています。また、今後は年 2、3 回の推進会議の開催を予定しており、中間評価と年度の最終評価をしていきます。そこでの議論の中で、実績を踏まえて目標値を変更することは可能です。

委 員： 事業 1-3-①「南三陸町創業支援」は、町内の方を対象に考えているのでしょうか。

事務局： 特に町内の方に限った事業ではありません

委員： 町外から来て起業を希望する人にとって、この町でどのような支援があるか情報がなければ、何をしたいか分かりません。東京の若い人で地方に行きたいという人が大勢いるのですが、彼らの多くは何をしたらいいのかが分かりません。彼らを連れてくるには、フォローアップの体制も大事ですが、町の産業界の人たちと話し合いながら、この町でできることのアイディアをつくっていくことが必要だと思います。

事務局： 「各基本目標に共通する取り組み」の中の施策 4-2「南三陸ブランドを輝かせる（地域シンクタンクの創設）」に記載している取り組みがそれに該当すると思います。地域資源の研究やブランドの育成をし、PR すべきものや地域が誇れる資源を発掘し、研究してそれらをどのように使っていくかを考えます。教育や子育ても地域資源と考えています。創業支援については、支援パッケージが経済産業省の制度としてあるので、金融機関の方やコーディネーターの方々とも一緒になって行っていくということになります。

3) 国の地方創生関連予算について

- ・事務局より、資料 4「国の地方創生関連予算」の説明を行った。

委員： 南三陸ブランドの育成と管理ということであれば、ブランドロゴ、ブランド商品等を登録制にすればいいのではないのでしょうか。

事務局： 今後つくり上げたい地域シンクタンクのイメージがこちらの資料「南三陸をプロモーションする外部団体のイメージ」です。南三陸ブランドの育成と管理をここで一元的にやりたいと思っています。それから、地域資源の活用や情報発信の充実等の役割も持たせたいです。また、官民連携の担い手としてこの外部団体をプラットフォームにして、色々なところと繋がりたいと考えています。来年度に設立まで持っていきたいです。今後、設立準備会をつくり、目的、手段、町の係をどうするか等を決めて、来年度に設立したいと思っています。

委員： 要するにまちづくり会社のことでしょうか。

事務局： 町も出資するような、あるいは出演するような外部団体のイメージです。資料「南三陸をプロモーションする外部団体のイメージ」右上の「法令等に基づく実施可能性を要検討」と書いてある青囲みの部分の記述ですが、これについては難しいです。内容を精査した結果、ふるさと納税や寄付を充てるのは制度的に難しいということになりました。

事務局： ふるさと納税や寄付をいただいた企業に、共同研究の優先等の優遇措置をつけたいと思っていたのですが、年始に国が示した制度を見ると、こういった優遇措置は不可能でした。ただし、税額の減免はあります。総合戦略に記載した事業の中で、それに賛同した企業からのふるさと納税や寄付を受け付けるということなので、この外部団体の運営に対して寄付したいと思ってくればそれをお願いするという事は可能かもしれません。

事務局： この外部団体をつくる頃に、全国一斉で企業版ふるさと納税が始まります。その時に南三陸町に納税すると一緒に共同研究ができると言いたかったのですが、それはできないですと国から指針が出されました。そのため、純粹に共感してもらえるようなことをするとか、あるいは元々関係のある自治体に寄付するという話にしかならないのかと思います。

外部団体の設立目的は南三陸ブランドの育成と管理です。この施策の KPI は何になるのでしょうか。今は「事業進捗に合わせて設定」と記載していますが、色々な知恵を拝借したいです。そもそも南三陸ブランドとは何かということなのですが、おそらくまちの将来像（森里海ひといのちめぐるまち 南三陸）になると思います。将来像を分かりやすく具体化して、かつ数値目標として数えられるものです。将来像をしっかり言える人が 5 年後に増えているのが目標になると思います。

委員： ブランドを登録制にして、ブランドの数や出荷数等を KPI とするのはどうでしょうか。

事務局： 「南三陸ブランド」というのは、なんでもかんでもというわけではなく、ある意味ブランド価値を約束されていますよね。

委員： ひまわりのタオルのように分かりやすいロゴ等、その印が入っていれば認証されたものと分かる共通のものがあるといいです。

委員： ある程度何か基準等があって、それに見合っているかどうかは管理の一部として行うべきだと思います。

事務局： 町内で FSC 認証を取得し、これから ASC 認証を目指そうとしています。町が認証の取り組みをバックアップして、その認証面積を対象にするのはどうでしょうか。

委員： FSC 認証は山林に対する認証です。認証をとれた面積が KPI になるでしょう。ASC 認証は海の養殖に対する認証で、認証件数が KPI になると思います。

委員： 管理というのはサステナブルな環境で行っているということなので、そこからできたものが南三陸ブランドになるのですね。環境配慮型の一産業であり、それはまさに「いのちめぐるまち」ということになると思います。

事務局： 山林に関して言えば、CO₂吸収量という KPI もあると思います。

委員： エコツアーも実施の際のルールがあり、そのような形でツアーをしていることもブランドですね。その地域、自治体が持っている独特の価値基準を明確にして、それに当てはまったものをブランドにすればいいですね。

事務局： 本町では既にバイオマス産業都市構想に取り組んでいて、生ごみを集めて液肥にして畑に返したり、エネルギーつくったりしています。その回収率や液肥を使用して収穫した野菜の数等も KPI になるかと思います。

委員： 基準づくり自体は KPI になるのでしょうか。

事務局： 基準が無いところに、基準をつくることも方法の一つです。5 年後の到達地点と人口減少に対する寄与度の評価が難しいですが。

委員： 認証があり、それによってブランドが作られて、環境保全がされている。そのような環境の中で子育てができる町だから人が来るようになる、ということですね。

事務局： ブランドがあると露出機会が増えます。いいものが露出すればニュースの数や認知度、そして共感性が上がると思います。そうすると来訪者や応援する人が増え、移住・定住者が増えるのではないかと思います。

委員： 例えば南三陸町内の FSC 認証、ASC 認証で作られた商品を販売するところでメンバーシップ制をつくる等、共感してくれる人を集めてクラブメンバーをつくるのはどうでしょう。

事務局： 共感が増えることが、ブランドをつくる最大の意味であるという気がします。共感を得るための目標をどこに絞ればいいのでしょうか。その時の KPI は何になるでしょう。

委員： 共感を測る指標は、ブランド認証された商品の購入数というのはどうですか。

委員： FSC 認証や ASC 認証の面積も一つの共感です。面積が増えるのは仲間が増えることで、仲間になってくれるということは、共感してくれるわけですから。

委員： さんさん商店街等に食事しに來たり、観光に來る人々に対して、この町はいいですよ、自然は大切ですよ、それを一生懸命維持するために町として頑張っています、ということアピールして、共感した方はカードに名前を書いてくださいというようなことをやってみるのはどうでしょうか。

また、かつて町の事業として、子どもたちが民泊をして色々な自然体験をさせていたことがありましたよね。津波でなくなってしまうましたが、その運動を別の形でつくるのはどうでしょうか。説明することはできるので、津波の経験等を各場所で行うというのはどうでしょうか。

事務局： 町の取り組みについての掲示カ所、といった指標でしょうか。

委員： 掲示してそこに賛同する方は書いてもらい、それで共感者数をはかります。この町に來たボランティアの方たちがそのまま応援団になっているのは、ボランティア経験があったからだけではなく、この町が良いと思ったからであるはずですよ。それを見える化して、訴えかけるようなものをつくっていくといいと思います。

委員： コミュニティの部分の共通認識で、町はこうしていると役場だけが言っても何もならないので、町民の意識付けのために町内掲示や説明する人がいるのは良いと思います。

委員： 町民の皆さんと外部の人が感じているギャップを埋める方法にもなると思います。町のいいところを意識して言うようになると、自分の町のよさがよく分かります。子どもたちにも伝わっていくだろうし、大きな住民運動みたいになっていきます。

事務局： 外部団体でそのようなパッケージ事業をつくって、その掲示を置いてくれるところをプロモーションしていくという感じでしょうか。

委員： 共感する人が増えることは、観光としてもプラスですよ。

事務局： 循環でいうと、生ごみから液肥をつくり、その液肥によって野菜ができ、また生ごみになる、というサイクルがありますが、その視点はいかがでしょうか。

委員： 私の畑でも液肥を使っていますが、生産方法を示す看板が掲げられています。もしかしたらそれが今挙げられている町内掲示箇所ということになるのかと思います。その存在を知っていると、道路を走っていても見えて「あ、ここでも使っているんだ」となります。

委員： 「ひころの里」にある「ばっかり茶屋」では、近所のおばさんたちがつくった田舎のおかずを寄せ集めたものを食べさせてくれます。その地域が伝統的につくってきた家庭料理が集まっています。このアイデアを、ここだけでやっているとそれだけですが、もっと大きな意味合いに結び付けてブランド化していくと、「あ、これも当てはまるんだ」と、埋もれていた商品もブランドとして出てきます。それぞれが独自に持っている力をもっと露出させて、大きくまとめあげる力としての南三陸ブランド化というのがいいです。

委員： 出荷数、ブランド数よりも、商品数が重要です。商品数とは多様化し種類があることで、実際そこが課題になっています。なおかつ ASC 認証もこれから課題になるだろうし、さらに FSC 認証との連携を表現するための商品をどうするかも考えないといけません。

事務局： そのような話ができる場が必要だということですね。官民連携ではなくて、民民連携の橋渡しをする場として、官はそこに出資するという形ですね。

委員： 南三陸ブランドをうまく連携させるには、官が関わる必要があります。民間主導だけでは勝手に捉えられるおそれがあります。認証基準という話になってくるなら必ず官が入る必要があります。

委員： 公平性の担保が欲しいです。FSC 認証の場合は、そのために町が入った協議会をつくりました。

委員： KPI を商品数やブランド数等にすると、それ自体が目標になり、ただ増やせばいいというような中身がないものになるおそれがあります。また、それがどれだけ広まったか、もしくは共感した人がどれだけいるかという共感数だとしても共感の度合いという問題があります。例えばホームページへアクセスしてもらうことや、フェイスブック等で「いいね」を押してもらうことは簡単です。それではあまり意味がなくて、それよりもメンバーシップ制の会員や、〇〇アンバサダーというようなものを設定して、それらがこれだけ増えました、世の中に広まりました、と言える方がいいです。

委員： やはり商品数だと思います。南三陸町は木材や素材等の第一次産業において商品をつくるノウハウが弱いです。

委員： 対外的には商品数だとしても、国に出すものは前者の方がいいと思います。第一次産業の活性化にもなり、地方創生であるというシナリオです。もちろん外部団体としては質も追及して、ブランドとしてしっかり裏付けします。

事務局： KPI は外向けですが、一方、町内で働いている人や地元の人々の収入や生きがいアップ、誇りにもなる必要があります。

委員： 地元の中で色々なことができるようにノウハウの蓄積も大事です。今までそのような動きがなかったので、その意識を持っていくことが必要です。今の地元の第一次産業者にとって意識改革の一つのハードルであり、それを超えるのは簡単ではありません。

委員： 子どもたちには、「こういうのがあったらいいな」とか、「何でこういうのがないの」という漠然とした思いつきがよくありますよね。私たち大人では気付くことができないものもたくさんあると思うので、こうした動きに子どもたちを参加させて、町のよさを無意識のうちに植えつけていくことができればと思います。

委員： 高校ではモアイ化計画がありますね。それが本当にブランドになり、ブランドをつくるために南三陸町に残るといった動きになればいいですね。

委員： アイデアコンペを開催して、その後プロがアイデアを具現化していくというののもいいかと思います。アイデアが実際につくられるということは経験として大きいです。

委員： 気仙沼市の気仙沼西高校や本吉響高校では、お弁当を考案してローソンが商品化していますね。

委員： お弁当の彩りだけでなく、地元の食材を使う、栄養面を考える、どのくらいの原価であれば売れるのか等まで考えた上でのコンテスト入賞なので、やはり子どもたちには自信になります。本吉響高校の先生から聞いた話では、お弁当コンテストに参加したくて入学する子どもたちが増えてきたそうです。大学に行くためだけの高校ではなくて、高校でやりたいことをやるという意識付けになっているとのことでした。

委員： 林業も、木のおもちゃや文房具等色々な部門がつかれるので、コンペのようなことは取り組みやすいかもしれないですね。

事務局： その場合は何を評価しましょうか。

委員： 評価と考えると、コンペの数を今年は 1 回、来年は 4 回というように増やすものでもないでしょうし、数値目標としては馴染まないと思います。

会 長： KPI が分かりやすいことも大事です。先ほどの登録制ですと、KPI は登録している事業所や企業の数になります。それをまた掘り下げていくと、商品数や出荷数になります。全てを総括する体制自体に賛同してもらえる人の数というのは一番分かりやすいと思います。KPI は馴染まなければ次の年に変えればいいのです。

委 員： 入り口に立てればいいのですね。

会 長： 賛同しなければ、シンクタンクには登録はしないと思います。登録し、賛同してもらうことが大事です。一番分かりやすい KPI は、シンクタンクへの登録数だと思います。賛同してもらえたら、例えばシンクタンクでポスターを刷って、これは南三陸ブランドですよというものを掲示すればいいだけです。「なるほど、ここは南三陸ブランドに登録した事業所なのだ、個人なのだ」ということが分かればいいのです。賛同してもらえるための仕掛けは大切ですけれども。

委 員： KPI はこれでいいと思います。この先の話は具体的にシンクタンクを動かしてみないと分からないと思います。

委 員： シンクタンクは官民連携推進になるのでしょうか。

事 務 局： 完全に官民連携の組織にするというのはおっしゃるとおりです。地域間連携はなかなか難しいですね。いいアイデアが出たら取り組みましょう。

4) 南三陸町総合戦略パンフレットについて

- ・事務局より、資料 5「南三陸町総合戦略パンフレット（案 1）」及び資料 6「南三陸町総合戦略パンフレット（案 2）」の説明を行った。

委員： 見やすいのは案 2 です。

委員： 案 1 は、人口ピラミッドの図が同じページにあるのが分かりやすいです。また、言葉が短くていいです。ただし、4 ページ目の図はよく分かりません。

委員： 案 2 の場合は一方的に与えられるものという印象で、案 1 は皆も参加者で、一緒に考えましょうという印象を受けます。また、4 ページ目の内容がかなり抽象的であり、具体的に書いた方がいいと思います。デザインについては、強弱がないので伝えたいことがはっきりしません。

委員： 案 1 は文字が詰まっている感じがします。メリハリもない上にほぼ同じサイズのフォントで埋められているので、窮屈な感じがします。案 2 の方がいいかなと思います。

委員： 吹き出しは分かりやすいのですが、もう少し伝えたいところははっきりさせるといいと思います。色分けもはっきりした方がいいです。

委員： 話の流れは案 1 の方がいいです。

委員： 案 1 も、案 2 のように目標ごとに枠で囲むといいと思います。案 2 が見やすいのは枠があって余白があるからです。

委員： 案 1 は必要なものを書き込みすぎていて余白が無く、山もオチもないです。いわゆるこれまでどおりの行政のパンフレットです。

委員： 読んでみると案 1 がいいですが、ぱっと見で分かりやすいのは案 2 です。

委員： 案 2 は、結果が最後にくるのが分かりやすいです。

委員： どのような位置づけで配るのかにもよります。本編の冊子と一緒に配るのか、もしくはこのパンフレットだけを広報に挟んで配るのでしょうか。

事務局： 現状、全戸配布は考えていません。

事務局： このパンレットをベースにして、広報の記事を作成するのがいいと思います。

事務局： 例えば、学校に行って町の取り組みを説明したり、企業に対して南三陸町の総合戦略の中身を説明したりするために使うことを想定しています。

委員： 町民憲章は町の色々なところに貼ってありますよね。今回の総合戦略の序文もこだわって考えているので、南三陸の美しい景色を背景に序文が載っているポスターが A3 サイズくらいであって、お店に貼っておきたくなるような見た目がいいかと思います。そして、裏側に分かりやすく 3 つの目標が書いてあるようなものもいいです。今のものだと他の書類と一緒に分かって分かってなくなってしまうそうです。

委員： 広報だと子どもの目に付かないことが多いと思うので、例えば学校等、子どもたちも目のつくところに貼ってあったらいいと思います。

委員： 子ども向けにはなっていますが漢字が多いのでふり仮名が欲しいです。子ども向けの言葉使いも必要だと思います。

会長： 小学生が見て分かるかどうかというと、「少子高齢化」等の言葉では子どもは読まないと思います。

委員： 子どもたち用と大人用と別々につくるのはどうでしょうか。

会長： 例えば「行政」という言葉も、分かりやすく噛み砕くといいです。町がどのようなことをしていて、どのようなことを考えているのかを分かってもらえることが大切です。

委員： 漫画でもいいと思います。

委員： 一番いいのは動画です。

事務局： 頂いた意見を踏まえて、次回会議までにもう一度案を提示します。

< 4. その他 >

- ・次回会議（第 7 回）の日程は、調整の上、2 月 24 日（水）18:30～、場所は役場庁舎 2 階大会議室とすることを確認した。
- ・事務局より、1 月 25 日（月）開催予定の南三陸町総合戦略住民説明会の案内を行った。

< 5. 閉会 >

以上