

第2回若年人口増加に向けた検討会

日時：令和6年7月12日（金）15:00～17:00

場所：高知県人権啓発センター 6階ホール

出席：委員6名中5名出席（オンライン出席2名を含む）

議事：○ 本県の人口減少における課題分析と施策の追加・強化の方向性について

- (1) 若年層へのヒアリング調査について
- (2) 本県の人口減少における課題分析について
- (3) 若年人口の増加に向けた施策の追加・強化の方向性
- (4) 若年人口増加に向けたプロモーションの方向性について

【意見交換】

○課題分析や施策の追加・強化の方向性に対する意見

1 開会

2 意見交換

・議事について、県から説明し、意見交換を行った。

※以下、意見交換の内容を発言委員ごとに掲載（以下、常体で記載）

（中村理事）

前回の検討会において、森委員からは、日本では子供を育てることが世帯の自己責任になっており、社会全体で子どもを育てることができなければ少子化からの脱却は達成できず、高知県でも子育て費用の社会負担を検討すべきというご意見をいただいた。

ご意見を踏まえて、若年層へのヒアリング調査において、子育て費用の軽減などにおける認識をヒアリングする予定である。その結果も踏まえ第3回に向けて強化策を検討していく流れになると考えているが、少子化対策について、さらに追加でご意見はあるか。

（森委員）

行政が主導して若者同士の出会いの機会を創出し、結婚まで支援することは非常に難しい。また、そもそも結婚を前提にした子育てということ自体が非常に難しく、家族のあり方ということから大きなテーマとして考えなければいけない。

同時に今からできることとして、世代間の所得移転も必要である。すでにヨーロッパでは実施されていることで、子育て世帯に対する経済的支援により、社会で子供を育てることが必要である。

（中村理事）

産業振興に関連して、元気な未来創造戦略の「魅力のある仕事をつくる」という部分で、中山間地域が多い高知県において、1次産業をいかに魅力のあるものにするかということ、担い

手、主に若者に対して取り組みを進めているところであるが、ご意見はあるか。

(森委員)

長期的視点に立って対策しないといけない。急激に人口が減少していくということは避けられず、人口を維持するとか、今の8割ぐらいを維持するとかというのは不可能だと思う。100年後には10万人ぐらいの人口になるという想定のもとで、その人口規模でも成り立つ対策を検討しなくてはならない。

1次産業は高知県に大きなアドバンテージがあると思う。高知県が優位性を持つところについて後押しすることが大事であり、儲かるビジネスがあればおのずと魅力が出てくる。

他の自治体にある魅力のあるもの、若者が好むものを持ってきて、人口を増やすという発想は、おそらくうまくいかなくて、高知県でしかできない非常に優位な産業に注力し、10万人でもワークするようなビジョンを持つ必要がある。

人口を維持することばかりがいいわけではなくて、人口が少なくても成り立つ地域はあり得る。そもそも人口を維持することは非常に難しいという前提のもとで、対策を立てていく必要がある。

(中村理事)

比較的、高知県の林業は魅力のある産業という認知はされており、人口減少局面においても新規的林業従事者は横ばいという状況である。そうした強みを生かしながら、産業振興計画においてイノベーションという言い方をしているが、例えば、木材を単なる建築用のマテリアルではなく、付加価値のあるマテリアルに変えていくとか、そうしたイノベーションの取り組みを進めていく必要があると感じた。

(森委員)

林業など一次産業に関しては、国から資金が投入されていると思うが、高知県の従業者が横ばいということであれば、国からの財政支援に支えられてる部分大きいと思う。指向しなければいけないことは、国から流れてくるお金ではなく高知県で自前でできることだと思う。

(中村理事)

第1回の検討会において、江崎委員には、学生がふるさとの就職先にアクセスできていないのではないかと。そもそも高知県の事業者が県外事業者と同じ土俵に立てていないのではないかと。というご意見を賜っている。このご意見を受けて、ヒアリング調査において、県内企業情報の認知度などについて、現在調査しているという状況である。

(江崎委員)

現代の若い人は、ひたすらインターネットで情報が入ってくる。日々、そういう情報が流れてくる中から、自らの行動を選択しているわけであるが、就職活動も同様である。

例えば、学生食堂のテーブルに就職案内の掲示があったりするが、QRコードを読み込むとオンライン説明会に参加できるなど、そのような就職情報が随所にある。首都圏で就職活動するとなると、情報の山の中で周囲の友人も含めてみんなと同じような流れで情報収集をやって

いくことが通常になっていると思う。

そういった状況において、高知県の選択肢をどのようにしてもってもらえるかを考えないといけない。

(商工労働部 濱田副部長 (総括))

都市部の大学の学生だけではなく、高知県内の学生も、就職をする際、ほとんどの方が大手就職サイトを活用していることを改めて認識した。県内の企業もそのようなツールを活用した採用活動をしないと学生の検討のテーブルに上がらない。また、大手就職サイトに登録している高知県内の企業数は全国最少だと聞いているが、一方で、そういったサイトの活用は費用がかかる。採用活動に費用をかけるだけの体力がある企業が少ないという実態もあるが、高知県内の企業がどのように対応していくことができるのか、行政でどんな支援をできるのかという視点で検討していきたい。

今年、県の商工労働部に、「県内の大学生に県内に残っていただく、県外に出た学生に県内に戻っていただく」ための専門の組織を立ち上げた。現在、関係者にヒアリング等もして検討を進めているところである。

(江崎委員)

高知県出身で、東京都や大阪府の大学に行っている人たちの日頃のネットワークを強化できるとよいのではないかと。学生同士のつながりがあると、「あの人は高知に戻るらしい」という話も、直接伝わったりもあるかもしれないし、そこに高知の就職に関する情報を乗せていければ、日頃からのネットワークの中で県内就職について意識できるのではないかと。

(商工労働部 濱田副部長 (総括))

そこは県としても、苦勞しているところで、個人情報保護の観点から個人のつながりを活用してアプローチするということがやりづらくなっている状況である。

古典的ではあるが、高校の卒業生の同窓会や大学の高知県人会の活用に加えて、最近で言えば携帯電話の位置情報を活用したデジタルマーケティングなど、試行錯誤しながら何とか高知出身、あるいは高知に興味のある学生に企業の情報を届けていくことを検討していきたい。

(中村理事)

第1回の検討会において、藤井委員からは、婚姻数を増やす取り組みとして、都会にいる高知県出身者も対象として、大都市圏の自治体とも連携しながら進めればよいということや、女性に対するヒアリング調査では結婚観や家族観の本音を引き出して分析して欲しいというご意見であった。ご意見を踏まえてヒアリング調査を実施しているところである。

また、魅力的な仕事・住環境・子育て・教育環境をしっかりと整えるということで、第1回検討会でいただいた提供資料等も分析をしているところ。

(藤井委員)

元氣な未来創造戦略を拝見して、住まいの部分の取り組みが少し弱いという印象である。

第1回の検討会においては、子ども女性比について都道府県レベルでの分析を紹介したが、

今回は市区町村レベルで2005年から2020年にかけて30%以上上昇した市区町村がどこかということ調査した。加えて、人口が5万人以上であり、子育て世帯が流入しているところはどこかという視点で分析を行った。

結果として、30%以上子ども女性比が上昇して、かつ、子供の流入が流出より大きいところは5つの自治体しかなく、千葉県印西市、東京都千代田区、福岡県福津市、千葉県流山市、名古屋市東区であった。これらは、2つのパターンに類型化され、千代田区のように都心のマンション開発が盛んなセントラルビジネスディストリクトか、印西市のように東京圏の郊外エリアで、この期間住宅の供給が非常に盛んであった場所である。

本当に若年人口を増やそうとするならば、出ていった人を戻すだけでは増えない。転出した以上に若年人口に入ってきてもらわないと人口は増えていかない。高知県の出身以外の人口の転入が必要と考える。

若年人口を増加させるための視点として、コーホート（同世代に出生した集団の分析）という視点でお話する。

例えば、2020年に20歳から44歳になった人は、1996年から2000年に生まれた人であるが、この人たちが5～9歳だった2005年時点での高知県の人口は、男17,665人、女16,670人だった。それが2020年には男13,072人、女11,946人となっており、男は4,593人の減少、女は4,724人の減少となっている。女性が減っていると分析されていたが実際に女性も減少率が▲28%、男性が▲26%であり、女性ばかり減少しているという感じでもなく、ほぼ誤差の範囲内におさまっている。

一方、高知市だけに注目すると、男性が▲15%で女性が▲7.8%と、女性の方はあまり出ていない。高知県全体では女性が出ていることは確かかもしれないが、高知市に限ってみればそんなことはない。

Uターンのポテンシャルということ考えると、20～24歳に絞って考えてみた場合、県全体では流出した9,317人がUターンしてくる可能性があると言える。この9,317人がUターンするにはどうしたらよいかという話に繋がっていくと思うが、おそらく結婚や就職のタイミングが考えられるが、転出した方々が配偶者を連れて、高知県に戻ってくるというパターンがよいと考える。流出した9,317人の8割が結婚し、そのうちの半数が配偶者を連れて高知県に戻ってくるとすると、 $9,317 \text{人} \times 80\% \times 0.5 \times 2 \text{人} = 7,454 \text{人}$ (3,727世帯)が単純に増加するという計算になる。

一方で、20歳から24歳でこのコーホートの親世代は1970年代前半生まれの、いわゆる団塊ジュニア世代で、2020年時点で45歳から49歳になっている。この世代が40年前の1980年と比べてどのくらい転出しているかという点、約15,000人が流出したままである。この団塊ジュニア世代が、親の介護で高知県に戻ってくるタイミングで、その団塊ジュニアの子どもが20歳前後であり、子どもが結婚するのに合わせて、一緒に住宅を建てようという話になれば、若年人口だけにアプローチするやり方だけではなく、団塊ジュニア世代の介護で戻ってくる方と併せて、世代包括的な政策を打つことができるのではないかと考える。

したがって、若年人口増加ということ考えた場合の中心ターゲットとしては、

(1) 1996～2000年生まれの2020年時点で20～24歳の団塊ジュニアの子ども世代

(2) 1971～75年生まれの2020年時点で45～49歳の団塊ジュニア世代

を想定した、大都市圏郊外地域を競合物件とする大規模住宅地開発が良いのではないかと考える。

今、東京都心部では不動産バブルとなっており、坪単価が700万円を超えている。ある都心部の駅前のマンションでは坪単価750万円なので、70㎡のマンションであれば、1億5,880万円となる。そこで現在、持家取得は郊外化する動きがあり、都心部から30km圏ぐらいの郊外エリアでも住宅価格は上昇し、子育て世帯は増加している。

そこで、これから2035年までに開発するならば、「郊外で70㎡ぐらいのマンションを5,000万円で買うならば、同じ値段で高知市内の100坪の庭付き戸建」という選択肢はあり得るのではないか。

また、住宅そのものに付加価値が高い商品として、近代建築の名作を再現するならば、建築好きは高知に縁がなくとも一時期だけでも住んでみたいと思うかもしれない。

立地としては、高知市内で利便性が高い場所でないと大都市圏の競合物件とは勝負できない。“空港まで車で15分”であればアピール力はあるのではないか。

高知市が大都市圏郊外地域よりも優れているのは、「①大自然（→健康、アウトドア）」、「②歴史（→文化、子どもの教育によさそう）」、「③生活費の安さ」であり、この3つは十分にアピール力がある。

大都市圏の競合物件と勝負するための条件としては、大規模ショッピングセンターや都会と違って習い事に行かなくてもいろんな経験ができる、伸び伸び育てられる特色のある小・中学校があること、小児科を含む病院医療機関、テレワーク環境が整備されていることが大事だと思う。

もし大規模住宅開発を実施するとするならば、タイミングとしては、団塊ジュニア世代が介護のために戻ってくる今の時期から、団塊ジュニアの子ども世代が結婚して新居を構える時期がもっとも効果的（人口ボリュームの大きな世代）である。これを逃すと、どんどん人口規模が小さくなり、効果がなくなっていく。

最後に、今まで述べてきたことも踏まえ、資料3に基づいた提案を5つしたい。

1つ目は、先ほど提案した超優良な住環境の創出ということで、大都市圏の郊外地域に競合するようなものをぜひ開発したらどうかということ。総額を抑えるならば、土地は借地権とするのも一案である。

2つ目は、結婚予定あるいは結婚後5年以内の夫婦を含む世帯の世帯人員は、10年間住民税をゼロにする。世帯人員というのは、団塊ジュニアの親世代も含めたもので、今の50代ぐらいの人たちも一緒に戻ってくることを考えれば、非常にアピールになると考える。

3つ目は、自営業者やフリーランスの人たちを対象にして、例えば、ゼロ歳児のいる世帯などには、直前の所得の100%を補償するなど、独自の育児休業制度があるとよいのではないか。育児休業は、雇用者でなければ使えない。フリーランスをターゲットにした政策を検討してはどうか。

4つ目は、PRの方法について。行政の公式なPRはなかなか届かない。そこで、高知県出身者一人一人が、“高知移住アンバサダー”となり、周囲に働きかけてもらう。その結果、住宅購入などに結びついた場合には、紹介をしてくれた人に、成功報酬100万円を贈呈する。通常不動産会社の場合には、照会手数料があり、あっせん料として5,000万円の物件であれば150万円まで入ることを考えると、“高知移住アンバサダー”が仲介役になると考えれば、100万円という報酬金額は適正であると思う。

5つ目は、高知で子育てをしている人一人一人が“高知子育てアンバサダー”となり、X、イ

Instagram、Facebook 等の SNS でポジティブな子育ての様子を日々発信してもらおう。毎年、もっともバズった、良い内容の投稿を表彰するなどしてはどうか。高知県の行政が何か言うのではなくて、一人一人の県民の方、あるいは出身者の方一人一人が、関わるような政策ができれば、ポジティブな内容が広がっていくと期待する。

(中村理事)

第1回の検討会において、守泉委員からは、高卒者も含めて、働きたいと思える職場を作っていく必要があるということや、暮らしやすさを広報することが非常に重要であること、安心して結婚・妊娠・出産・子育て支援策のPRをしっかりとしていくべきということ、交際プロセスについてデータがあるとよいということであったので、ヒアリング調査においてどのようなプロセスを経て出会いに至ったかということ調査しているところである。

各ご提案に対して、主にヒアリング調査の中に追加でさらに聞いていくというような形で、強化策を検討しているところである。

(守泉委員)

ヒアリング調査において、重要な転出の理由として、賃金の低さに言及されている。賃金については民間の活動なので、行政が介入して上昇させるというのはなかなか難しいところがある。

政策として何ができるかということ、短中期的に効果がある程度あると考えられるものとしては、経済的支援をもう少し充実させることと、働き方改革を進めていくこと、結婚支援をどうしていくかということがある。すぐ取り掛かれるがおそらく中長期的にみないと効果が出てこないものとしては、ジェンダーをはじめとした意識改革、教育の場面における少子化に対する意識改革が挙げられる。

経済支援に関しては、全国レベルで児童手当があるが、そのほかは自治体によってかなり差がある。給食費や保育料の無償化、子どもの医療費、不妊治療の助成などいろいろな手段がある。

これらは基本的に子供を持っている方向けの施策であるが、一方で未婚者を含めて全般的に支援できるものとしては住宅関係の施策があるのではないかと考える。昨年12月に決まった子ども未来戦略の中でも、おそらく初めてだが、少子化対策で住宅政策が大きな柱として取り上げられていた。

全国的には結婚を決めたカップルや子育て世帯への住宅支援はあるが、その前段階のこれから結婚していこうという人たち向けの住宅施策が手薄な状況である。生活保障としての住宅という観点は、これから日本の中でとても注目をされていく部分であると思うため、先んじて取り組めたらよいのではないかと思う。

男性の家庭進出については、おそらく男性が家事・育児に進出してくると、お金で解決できるサービスを利用したいという行動が増えてくると考えられる。ただ、現状は全国的に見ても本当に家事サービスを使う人はまだまだ少ない状況であるし、地方ではそもそもそのような事業者がないところもあるという話も聞く。経済政策で家事サービスを安価に利用できるような新規事業を県内で育て、家事を夫婦2人で全部分担するのではなく、共働きの夫婦にそうしたサービスを使ってもらおうというワークライフバランスの進め方もあるのではないか。

働き方に関しては、長時間労働という基盤が残っているままだと、子供が小さいうちなど柔

軟な働き方が適用されても、その条件がなくなったとき、仕事と育児の両立が急に難しくなってしまうので、全労働者に適用される労働環境として、まず長時間労働の是正にも取り組んでいくことは重要である。その上で、介護でも育児でも、理由がある場合は柔軟な働き方が利用できる環境を整備する形で、両方からアプローチしていく必要がある。

仕事に関しては、高知の強みでもある第一次産業の漁業や農業、林業において、自営業ではなく法人化することで、若者が社員として入ってくる形にすれば、労基法が適用されるので労働時間規制もかかり、最低賃金の保障もできるため、不安定な働き方ではなくなる。加えて、育成を社内でやらせてもらえて技術がつけられれば、若者にとっても就職の選択肢に入ってくると思う。

結婚支援に関しては、四国4県など、広域で考える必要があるかもしれない。ただ、結婚に行政が介入するのは、非常に難しい分野だと思う。

中長期的なジェンダー平等化では、育休による男性の家庭進出を後押しする支援や、政治の世界で女性議員が増えるよう支援していくこと、アンコンシャスバイアスに関する学習していくことなどいろいろあると思う。

教育政策では、包括的性教育というアプローチで学習することに取り組んだり、乳幼児との触れ合い体験学習を推進したり、自分のライフコースにおいて結婚や出産をするかどうかも含め、さまざまな家族のあり方を学んだり、考えたりする教育を学校で取り入れてみることもよいのではないかな。また、高知の良さをしっかり子供のうちに感じて学んでもらうことが、将来のUターンにつながるなど、教育の観点からさまざまなアプローチがまだまだできるのではないかなと思う。

(教育委員会 小笠原次長 (総括))

県内の学校でもふるさと教育は力を入れているところであるが、ご意見を踏まえなお一層、ふるさと愛を高める施策の検討を図っていきたい。小中学校は地元に着した教育を行うが、高校生になるとそのような要素が少なくなってくる。県内の産業や企業に高校生の時から目を向けるような取組が必要であると考えている。あるいは、中学生の時から、将来の進路を考えるとときに県内の産業が選択肢に入るようにキャリア教育をしていくことにも力を入れたい。

(子ども・福祉政策部 近藤副部長 (総括))

不妊治療の関係であるが、今年度支援のあり方の検討会を立ち上げて検討している状況である。家事サービスへの支援についても、本県のアンケート調査でもそのような要望は上がっていたので、具体的な支援策を検討しているところである。

(中村理事) ※飯盛委員は、欠席のため事前コメントのみ抜粋

本日欠席の飯盛委員とは、事前に協議しまして、

魅力ある仕事の創出については、佐賀県では、起業家教育を産学官が連携して行う鳳雛塾という取り組みを実施しており、大きく成長した企業の創業者等も生まれている。こうした起業支援を充実させることも、高知県内に若者をとどめるためには有効ではないか。

同じく鳳雛塾では、起業家精神を育むキャリア教育の一環として、小中学生が地元資源を活用した商品開発を行う取り組みを実施している。これにより地域に関心を持つようになったと

いう声もある。

というご意見をいただいていますので、紹介いたします。

(松岡部長)

今高知県で生きている方に対してどのように向き合っていくのかというのとも考えなければならぬ中、高知県は決して財政的に裕福なところではなく、言い訳するつもりはないが、高知県が毎年自由に使えるお金が200億円しかないという中でやりくりし知恵を出しながら、皆さんのお話もお伺いながら対策を検討することが、これからの県の知恵の使いどころと考えている。

プロモーションについては、いろんなアプローチの仕方があると思うが、イメージ的には高知県で過ごして、暮らすことが若者にとって一定ステータスになる、もしくは多様性が認められて自己実現できる、といったところをどういうふうに伝えていくかという方向性ではないかと考えている。

ただ、YouTubeであろうが何であろうが埋没してしまうので、戦略的にどういうふうにやっていくのか、CMをやっても他県も実施している。森委員も仰っていたが、高知県の強みが何なのか、何を伝えるかということ議論していかなくてはいけないと考えている。その上で、どうやって伝えていくかということについて、知恵をいただきたい。

(竹村委員)

最初に森委員から、林業の話があったが、東京都の檜原村に、東京チェーンソーズという活動している林業の若い人達の集まりがあり、彼らは林業をエンターテイメントにしている。本業の林業に加えて、子供たちが遊べるような場所を作ったり、おもちゃを作ったりしている。地域のブランディングとして、ただ林業で木を伐採して売ることではなく、エンターテイメントとして見せて、なおかつ子供にアプローチしてるので、子供のころから林業に触れることで、長期的に見て職業選択の選択肢となることにもつながる。高知チェーンソーズのような取り組みはあってもよいのではないかと思った。

県内就職の促進について、静岡県の自治体では、県内高校に協力してもらい、高校生のときにLINEで繋がることで、大学でどこに行こうか、その地域とずっと繋がってる状況を作っている。4、5年も地元から離れると、何となくその地域の人になるということがあのような気がするが、高校生から繋がることで、東京に行こうか大阪に行こうか、逐次情報が入ることで地元が身近になる。

藤井委員の住宅に関する話については、高知県は隈研吾氏が高知の林業大学の学長されている。隈先生に学ぶ若い建築家は優秀で名建築家になるかもしれない層であるので、隈先生にお願いして、この若手の方に、建築設計をお願いすることも一案ではないかと思った。

プロモーションについて、ヒアリング調査の中間報告で記載されている「仕事がない」「給料が安い」「エンタメがない」「いい男性がない」「学べない」というところでピリオドを打つと、若年女性は帰ってこないと思う。

伝え方が重要であり、「給料が安い」ではなく、「給料は高くできるかもしれない」という伝え方が必要。要するに、今あるものは安い、アクティブでやる気のある人であれば、高くできるという「可能性」を伝えることが重要。それが何かは考えなければいけないが、林業は重労働だ

ということ、実はその人はテーマパークのオーナーになっていると置き換えると、林業という職業が、面白い仕事に見えてくる。森委員も仰っていたが、今ある仕事を右から左に持ってきて人も人についてこない。

アクティブで高知を面白く元気にしてくれる人が欲しいわけで、そういう人の価値感に合う強み・価値を整理して、1つの側面ではない別の側面からもプロモーションすることができる、他県との差別化になっていくのではないかと思う。

(中村理事)

ボリュームゾーンとして、普通の人も逃さずという前提ではあるが、埋没させないようにするためには特徴のあるプロモーションをしていく必要があるという趣旨と理解した。

(竹村委員)

より特徴を強調するように話をする理由としては、LINE等でアクセスして、そして動画視聴して、ホームページを見て、それからイベントに参加して、移住相談に来る一連の流れで、移住相談に来るまでに至る人は、最初の数の0.02%ぐらいであると聞いたことがある。そう考えると、できるだけ関心のない人でも、まずは関心を持ってもらう、母数を広げるということが大事というときに、無理矢理にでも関心があるような要素を入れて、広げていくことが必要ではないかと思う。

(中村理事)

固定的な性別役割分担意識の解消というところで、守泉委員におきましては、県内向けにどういったターゲットにどういった手法でどういったタイミングで、何をPRしていくかというところを内部で考えてるところで、子育て支援のこんなに充実してるということをPRすることが答えかとは思いますが、なお、ご意見はあるか。

(守泉委員)

子育て支援については、多くの場合、子どもができるまでは情報が入ってこなくて何をしているかわからないが、子どもを持ってせっぱ詰まって調べたら、実はいろいろやってくれていたとわかった、みたいな状況になっていると思う。

例えば、妊娠届を提出するときに母子手帳をもらうが、その時に支援策の情報が詰まったカードを作って案内しておき、母子手帳に挟んでおいてもらうのはどうか。母子手帳は必ず身近に置いているので、そのカードからスマホでQRコードなどでアクセスできれば、様々なサービスがあることを知ってもらうことができる。子育てをしている母親たちがいろいろなサービスを知ったり使うようになったりすれば、たとえば職場でそうした話が出るなどして、子どもを持ってない層にも情報が広がっていく可能性がある。こうした口コミみたいなものをいかに広げていくかということに取り組めたらよいのではないか。

(中村理事)

そういった母親に向けた情報発信と共に、固定的な役割分担意識に関する情報発信をするイメージか。

(守泉委員)

そのカードに、例えば、家事サービスの案内のような情報を入れてもよいと思う。若い世代の夫婦は、家事を分担してやっている方々も多いので、家事サービスなどの支援が使えるということが認識されると、実際にそういうサービスを手配して使ってみる人も増えて、ボトムアップによって固定的な性別役割分担意識を変えていくことも可能ではないかと考える。

(中村理事)

県内向けの情報発信として、市町村長や各業界団体のトップによる推進共同宣言、テレビCM放送、YouTubeでの広告、SNS発信を考えている。その中でどういうコンテンツを使うか。主に県内向けになるので、オーソドックスな形で進めていくことになるかと思うが、竹村委員からご意見あるか。

(竹村委員)

情報発信の進め方は、一般的なSNSから始まって、PRな場につなげ、現地に来てもらうという、手法のプロセスで問題ないかと思う。

3 閉会