

令和3年度 第一回 兵庫県地域創生戦略会議 企画委員会 議事要旨

日時：令和3年8月17日（火）14：30～16：30

場所：兵庫県庁2号館1階視聴覚ルーム・オンライン

委員

- ・この委員会が兵庫県の未来をいかに楽しくするか面白くするかが大切だと思う。楽しく面白い兵庫県を作ること知恵を絞っていただきたい。また、知恵を絞るだけではなく、地域の第一線としての活躍をこの委員会の委員には期待している。
- ・問題は、若者の流出をどのように止めるか、また、いかにして一度出て行った若者に再び帰って来てもらえるようにするか。

委員

- ・私は兵庫県出身だが、高校3年間と大学の1年間の計4年間フランスへ留学、その他の大学生活・OL時代は東京で過ごした。ちょうど10年が経過した時にUターンの形で地元兵庫県に帰省。これまでの経験を活かして起業した。
- ・事業内容としては、ブランディングやプロモーション、マーケティングを手掛ける会社を運営している。なかでも、地方創生に注力しており、地方の魅力を多くの人に届けるための企画戦略を立案および実行している。
- ・兵庫県の事例では、有馬温泉の若年層の集客に苦戦をしているといった課題を解決するため、若年層に刺さるプランやデザインの追求、さらには多くの若年層が日々利用しているSNSの活用を導入した。その他、全国各地の課題を解決すべく、デジタルネイティブ世代だからこそできる提案などを通して、様々なプロジェクトに携わっている。
- ・ご縁がありこの委員会に入ったので、女性目線と若者目線から感じることを委員会では積極的に発言していきたい。
- ・今回焦点が当たっている、若年層女性という属性に私自身が該当するため、なぜ転出者が多いのか気持ちが分かる。一番問題なのは「働く」という分野なのではないか。私自身就職活動を行う際、兵庫県で働き先を探したが、自分に合った会社、また働きたい会社を見つけることができなかつたため、東京で就職した。
- ・現在は起業をして雇用する立場にあるが、一企業がそれぞれ努力を行い、若年層にとって魅力的な会社づくりに注力することが大切だと考える。魅力的な会社が多くできた際には、それらの会社の認知を促すなど、兵庫県から何らかのサポートがあるとありがたい。
- ・3万人のインスタグラムフォロワーの獲得ができているため、ネクストステップとして、その媒体をどう上手く活用して、県民に役に立つ情報を届けるのか考える必要がある。例えば「働く」といった分野のコンテンツをSNSでも積極的に発信することで、結果的に転出者の減少を食い止めることができるのではないかと。

委員

- ・15年程総務省で勤務していた。色々な自治体に出向するなかで、福島南相馬市で原発被災地の復興に携わることで、地域のかげがえのなさとは何かを考えた時

に、制度の仕事ではなく、もう少し地域に出て実際に事業をつくっていくところや、民間と行政の橋渡しをすることが大事だと思った。一年半ぐらい前に本省を辞めて、兵庫県の古民家再生の会社に転職し兵庫県に移住した。四月からは会社を退職してフリーで活動している。色々なベンチャー企業や、政府、自治体等の橋渡しをするコーディネートの仕事をフリーランスでやっている。

・論点が若者の就職、転職時の人口の移動に着目したアジェンダになっていると思うが、これもすべて大事だと思いつつ、問題の本質はそこにあるのか。兵庫県の地域創生戦略には、人口が減っていくなかで、地域の活力を維持していくということが書かれていて、そのなかで地域において一人ひとりが100%活躍できる社会をつくっていくということ、それ自体は正しい事だと思う。そのことを鑑みると、アジェンダ設定は本当に問題の本質をついたものになっているのか。

・その上で、この議論を正面からするのであれば、なぜ平成26年度は数が増えていくか原因をしっかりと分析をして、当事者にヒアリングをして、当事者に近い大学や企業にヒアリングすることで、原因を分析し、アプローチをして考えていくべきだと思う。

・大阪に転出している事態についてはそんなに悲観的ではなくて、例えば休日だけでも兵庫と関わりを持ってもらうなど、転出を前提として関係人口についてしっかり取り組んでいくことが大事だと思う。

・他地域から来た際に感じるのは、地域のなかで連携が取れていない。市役所はじめ、関係者の体制を一元化して二日間滞在ツアーを一緒にやったが、地域のなかで「コレクティブインパクト」をつくっていくことが大事で、色々な人が同じ目標を持って同じ方向を向いて活動していくことがすごく大事だと思う。そういうかたちで行ったツアーに参加した人が、地域に魅力を感じてくれて、実際に移住者になってくれたこともある。

・人や観光の魅力もそうだが、ライフスタイルの問題がすごく大きい。なぜ自分がそこに関わるのか、そこで自分が生きていく理由は何なのか、そのあたりの共感を一つひとつ地域の住民とつくり、地域への関わりを増やしていくことが大事だと思う。

・市町レベルと県レベルではやれることが違うと思うので、県は県で大きな企業とか県の枠組みでのコレクティブインパクトをつくっていくという視点が大事だと思う。

委員

・兵庫県にいかに残ってもらうかというのが大きな課題であるということで、IターンやUターンの若い人たちの調査をしている。主に京都北部で移住者コミュニティの調査、研究をしている。京都の北部なので豊岡も近いが、日本海側の人が少なくなっているところに移住者が来ている。なぜそこに移住者してきたのか、どうして人が減ってきている場所を選んだのか、そういったところを聞いて回って、どうするかたちで人が増えているのか、そういう調査をしている。

・その話をヒントに話をさせていただくとやはり「人」が大切だと感じる。これは当たり前の話で、凡庸な話だと思うが、クリエイティブな人材が入ってくる場所は人が人を呼ぶかたちになり、どんどん移住者のコミュニティが大きくなっていっ

て、そこに紐付くように魅力的な仕事がつくられて、それが良い循環に入っていくと、ある人が外から人を呼んで、10年前は寂しかったようなところが、割と面白い人たちが増えていく。いくつかその例を見ていて、やはり人が大切だということを感じている。

・行政が前に出るといよりは、そういった面白い人たちの自然発生的な良い循環に入ったコミュニティーを行政が上手く利用していくということが大切だと思う。北部の方は大学や高校の段階で出て行ってしまいが、そういった若い人たちを魅力的な仕事、また魅力的なコミュニティーで引き止めることが出来ると思う。

・豊岡の演劇を通じたまちづくりだが、事業の見直しにかかってしまって、面白い人たちがたくさんいて魅力的なプレイヤーがいて行政的な肩入れをして、どんどん町を良くしていこうとすると足下をすくわれる。昔からいるサイレントマジョリティ層というか、演劇と言われてもと思う層がいる。そういった層にも同時に配慮していく必要がある。もちろん尖ったことや、面白い人材を外から呼んできて、ブランディングも含め、町を魅力的にしていくことも大切であるが、トップダウンでやり過ぎてしまうと、サイレントマジョリティ層が抜け落ちていく。乗っかっていけなくなって、まちづくりが二極化してしまう状況があると思うので、行政の役割として、一つは思い切った施策を打ち出していくことも大切だが、同時にローカルな、あまり発言権がない層を配慮しつつ、地道な足場固めプラス思い切った施策というようなかたちでバランス良くやっていかなければ、地域住民が分断されるといったことも起こり得るので、上からの思い切った開発プラス子育てや介護など、地道な安心感を両立しながらの取組があってはじめて、若い人たちが残ってくるのではないか。

委員

・専門が中小企業で、中小企業、中小製造業での女性活躍の研究を中心に行っている。そういったところから感じるのが、私も「働く」という視点が非常に重要になってくると思う。住まい、遊ぶ、学ぶ、働く、四つの視点について、自分の経験を踏まえて考えると、住む場所は働く前に重要な視点になるかと思う。大卒で例えば関西にいたい、そういった住まいを決めながら、働く場所があるのか、自分が働きたいと思えるようなところがあるのか、そのなかで実際に就職先や働く場所が決まっていたら住もうかというように、住まい、働く、住まいというような拠点になる地域を考えるプロセスがあるのではないか。

・重要となるのが「賑わい」という視点であるが、最近ではコロナ禍ということもあり賑わいとは何か、改めて整理しないといけないと思う。昔、人が多かった高度成長のように、人が多くそこら中の店が開いているのとはまた違った、シュリンクしていくなかでも、賑わいのあり方、人がいないから賑わいがないわけではないと思う。私はいくつかの地域の研究もしているが、寂しげに見える、汚い、女子学生はすごくそういったところに敏感である。コロナ禍で、人と人がなかなか触れ合えない、ニューノーマルに変わっていくなかでの賑わいのあり方を考えていく必要があると思う。

・二つ目は、対抗する兵庫の魅力とあるが、対抗する必要がなく、大阪には大阪の良さがあり兵庫には兵庫の良さがある。先ほどの指摘にもあったように、一度外に

出なければ地域の良さがわからないと思う。若い人が進んでこの地にいたいのであれば良いが、ここにいなさいという締め付けで地域にいるのは不幸だと思う。むしろ出て行って色々なものを吸収して、補足で説明があった約7,000人というのは、どこかに出て行った後に住まい、仕事を変えたいと思ったときに選ばれる方が効果的だと思う。その可能性は非常に大きいと思う。

・中小企業での女性の活躍を研究しているが、高卒大卒で就職してやはり辞めていく人が多い。しかしながら、中途採用者が多い企業は割と定着していることもある。前の会社で嫌だったことがここではない、そういったヒアリングが多く聞かれるので、若いうちに縛り付けてもそのうち出て行く人が非常に多いので、第二新卒や、30代ぐらいの家庭を持つライフイベントが起こるときに兵庫に戻ってくるという選択肢があっても良いと思う。

委員

・コロナ前後で、東京圏と大阪圏でどういう人の流れがあるのか興味があったので一般的なデータを調べてみたが、東京都からは人が出て行っているが、東京圏には人がとどまっている。一方で大阪も実は前後で大きく流入が減ってはいるが、大阪圏で、兵庫との関係で見ると、兵庫は相変わらず流出していて、大阪は半分くらい流入が減っている、社会増は減っているが、兵庫が支えてしまっているかたちになっている。今回のコロナ禍で、大阪からのおこぼれを期待したが、そうはならなかった。

・東京は都心だけで完結して住めるだけの所得がある人は良いが、なかなかそうでない人は通勤も厳しいし、住宅コストも重たいし、生産性も鈍化していて飽和に近づいてきている。大阪はまだそこまで行っていない。大阪はまだ中心都市としてのメリットの方がデメリットより大きい。そういったフェーズなのかと私なりには感じている。

・大阪とどう付き合うのかとなると、「対大阪」はあまり意味がない。新しい知事も来て期待したいのは、関西圏としての対東京。そういったフレームをつくっていただきたい。これが一つ。

・それから若者の問題は、以前同窓会OBのネットワークを利用して、ゼミでアンケートを取って「東京に行ってみて思っていたことと違う点はどこか」という設問で、やはり住宅コスト、通勤の厳しさなど、そういった住みにくさは、これから東京に行く人には実感がわかりにくい。長期的に十分な認識を持たなければならない。相手の悪いところをアピールするのも難しい。やりたいことがあれば東京に行けばいいと思うが、そこまでやりたいことがなくても東京に出て行く人もいるのではないか。一口に学生といっても、どういう層がいて、どういう選択肢のなかで、どういう意思決定をしているのか、という調査を丹念にしていくと、この約7,300人という数字がもう少し減る可能性があるのではないか。

委員

・「対関東圏」と考えると、今はチャンスだと思っている。令和2年、東京都に行っている人が明らかに減っている。さらには、数字には現れていない、関東圏からのUターン検討者はたくさんいると思う。

・実際、東京の上場企業で働いていた20代後半女性の方が、コロナを機に弊社を見つけて転職をしてくれた。コロナを機に価値観などが大きく変わるなかで、見えない数字にもしっかりと着目をして、コロナ禍だからこそ兵庫県に戻ってもらえるような取組や情報発信の強化をしていくべきだと思う。

委員

・私は歴史が専門ということもあり、人口減少していくなかで、残したい魅力をしつかりと取捨選択していく必要があると思う。里山やライフスタイル、住環境や古民家、文化活動や農業を当事者に任せるのではなく、残す制度や仕組みを整えるのは非常に重要だ。若者が兵庫県に住まない理由で、一例になるが、鉄道を乗り換えるのが面倒といった、そういうちょっとした不便さが気になることが多いと思う。鉄道を変えるのは無理だが、現在の魅力を残すといったことは可能かと思う。緑が多いことが魅力であれば、公園による緑ではなく、マンション建設開発の制限によって、戸建ての庭による緑を維持するなど仕組みを整えていく必要がある。芦屋の六麓荘はその政策を取っているわけだが、雲雀丘など他の住宅地も自然の借景を利用して、そういった町並みを残すのであれば、残していく仕組みを整えていかなければならない。

・文化活動では映画であるとか、能や狂言は阪神間では非常に関わりがある。当事者に任せていると無理だと思った時点でなくなってしまう。そういうところが実は、付加価値が高い産業になる可能性が非常にある。クリエイティビティが高い文化芸術の分野はマーケティングをしつかりやって売り込んでいけば、かなり付加価値の高い産業になっていくので、そこに若者をちゃんと取り込んでいく必要がある。安定性が低い、給料が安定しないのではないかと、そういうイメージがどうしても普通の大学を出ていると思うわけだが、そんなことはなくて、付加価値の高い産業を育てていくような仕組みを社会全体、もしくは行政でつくっていく必要があると思った。

・農業も働く場の近くで出来るというのは非常にメリットがあると思う。農業で起業するのはすごく難しいと思われているが、JAとか既存の農業システムや起業のセーフティネットなど、みんなが知っても良いと思う。

・普通の文系の大学を出て農業で、三田で起業している男性がいる。安定的な収入を得る妻が欲しいという話をしているので、そういったところで上手くマッチングしていく可能性はまだある。

・社会全体で人口減少のなか、取捨選択をしていくのが一つ、付加価値を高めることができる産業や制度の構築と、そこへの就職を斡旋する流れがあれば良いと思った。

委員

・問題の根本は、楽しい仕事がないというか、若い人たちがやりたい仕事がない。それを変えていくには今ある仕事をトランスフォームしていくことも必要かもしれないし、かたちを変えていく、楽しい仕事に変えていくことが必要。

・またイノベーションやICTの活用は兵庫県の身の丈に合ったやり方があると思う。イノベーションは多少追求していく必要はあるかと思うが、イノベーションは

お金がかかるというか、相当研究開発費を使わないと世界で売れるような技術は生まれない。

・そこで戦いを挑むよりも、ローカルエコノミー型というか地産地消型というか、地元の物を地元で買うという当たり前の話だが、地産地消率をできるだけ高める。食品においてもまだまだ外から買っている物が多いと思うし、住宅や建設業においても外の大企業に家を建ててもらったりしていると思う。クリエイティブ産業も兵庫県なり神戸市は東京や大阪の会社にたくさん発注していると思う。適切なのかもしれないが、楽天にたまねぎを売ってもらうのはどうなのか、もっと県内の産業や県内のネット企業がたまねぎを売るのであればわかるが、県内のネット企業とかネット通販をしている企業を弱くても育ててあげるといふ姿勢でやるべき。強いところはもう当然のように強いので、プロモーションの力はあるかもしれないが、やはり県内にある弱い企業を育てる姿勢が大事。発注してあげること、どんどん発注してあげたり、行政が県内発注するムードをつくっていくことに尽きる。クリエイティブの世界もそうだし、ものづくりの世界もそういうことができるのではない

か。

・PRにおいては二つあって、一つは、兵庫県の情報発信を見ていると、なぜ神戸とセットで売らないのかが疑問である。兵庫県の自然は都会の雰囲気とセットで売った方が売りやすい。つまり都会と自然をセットで売る方が見え方としては良く見える。自然ばかり売ってしまうと他の自然豊かな地域に負けてしまうというか、他の自然豊かな地域と変わらないように見えてしまう。それは行政的に大きな壁かもしれないが、どのように神戸市と兵庫県が連携するのか、もっとそこを踏み込んでいけるのではないか。

・もう一つはSNSのプロモーションで、SNSは大事だと思うが、それよりもリアルを磨くことの方がやはり大事で、現場に良い事例が出来る、良いまちづくりが行われていると勝手に拡散されるので、そのリアルスペースの良いところをまだあまりPRせずもっと自分を磨く時期ではないか。最近SNSを見ずに人と人の付き合いや紙同士の付き合いで交流をし始めた傾向があると最近感じていて、そういうつながりも重要だと思う。

委員

・地域自主組織の設立支援をしている。そのなかで地域の計画をつくる時にアンケートを実施しているが、私に関わったところやそこ以外でも小、中、高校生向けにアンケートを実施するという事例をよく聞く。特に高校生に対してはこのあとどうするのか、という進路に関しても聞いている事例が多い。そういう事例を集めると色々な傾向が見えてくるのではないか。

・私に関わった加西市のある地区だが、その結果を見ると高校生で自分の住んでいるところで働きたい人が4割ぐらい、さらに暮らしたいという人が6割ぐらいいる。

・「仕事」が一つキーワードになると思っている。神戸市のある地域では、アーティストやクリエイターを積極的に誘致すると、割と時間が経つとちゃんとした人が来るようになってきたというのがあって、それは何が大事だったか考えると、アーティストやクリエイターに職業を絞ったうえで募集をかけたことだった。これを仮に兵庫県で考えると、酒米づくりの天才がいるとか、播州織がすごいとか、兵庫のなか

の色々な特色のある産業、中小企業がたくさんあるので、そういうところをきちんと絞るということが必要だと思う。探す人にとってわかりやすくするために絞り込む。絞り込んで明確に示していつてあげる。これが各地域の特性とあわせるかたちでそういうことが出来ないかということを考えて。

・より具体的には「13歳のハローワーク」を兵庫県版として出来ないかと思う。「13歳のハローワーク」はオンラインサイトでちゃんと調べられるようになっている。働きたいと思っている高校生、大学生等にとって探しやすく見つけやすい。さらにそこを通じて実際に実践している人と話が出来る機会もつくれる、それぐらい簡単にアクセス出来るようなやり方を考える必要がある。

・古い料亭を改修する仕事を手伝ったが、ここの当主は他県から引越して来て、大変魅力的な活動を展開されている。市の事業と連動しているところもあるが、古い料亭旅館を改修したところに色々なイベントを実施されており、それが若者のたまり場になっていた。地方都市においては若い人たちが気軽に集まってたまる場所があることは大事な視点ではないかと思う。

・若い世代が好むカルチャー、例えばクラブやカフェ、フェスを上手く地域にあわせるようなかたちで導入している例があり、いわゆる地域愛の一つの根拠になる可能性があるところの事例を通じて感じた。若者のカルチャーを上手く地域にはめ込んでいくような試みは、側面的なことだが大事だと思う。

委員

・とある地区で活動しているが、まちづくり協議会の人と学生と最近移住してきた人と一緒に意見交換のようなかたちでざっくばらんに話をしたときに、大阪から今年の4月に移住してきた人が、子どもが大阪にいる時と全然違うと言っていた。大阪だと人見知りであり外に行った時は人と喋らなかつたけど、そこに来て地元の人が非常によく話しかけてくれて、子どももすごく地元の人との話が好きで、積極的に前に出るようになった。非常にそれが自分としては子育てに良いと思ってここを選んだと言っていて、受入れる地元の人の魅力、人との交流の魅力をきちんとつくれる場があれば都会の人は反応してくれる人もいるだろうということを感じた。

・あえて大卒の人を地方に残すことや引き止めることではなくて、都市部で生活して、子どもが出来た段階でもうちょっと落ち着いた静かな所に住みたいとか、そういう20代後半から30代に入ってからの人をもっと兵庫につないでいく、戻ってきてもらうような取組が大事だと思う。都市部で働きながら住む場所は都市部である必要はないというかたちで、大阪に通っても住む場所は兵庫県内で静かな所や住みやすい所、人とのつながりのなかでつくっていくことも大事。

・まちづくり協議会の年配の人で、若い人に地域の魅力があるということがわからないと言っている人もいて、学生を連れて行って話をした時に移住した人と話が出来たことは非常に良かったと言っていたが、地元の受入れ側の意識改革も必要だと感じた。

・地域の魅力をしっかり磨いておくことを、もっともっと力を入れていく必要がある。まちづくりはすごく人との焦点があるわけだが、一方で、目に映るものとか住んでいて感じられる町の風景の魅力がないと住もうとする気持ちが沸いてこないかも

しれないので、今良いところだけを発信するのではなくて、もっともっと良いところを磨き上げていく、どういう町にしていけるか、力を入れる必要がある。

委員

・転入してきた人に対する丁寧なヒアリングや転出した人にヒアリングすることが一番大事だと思う。転入してきた人が何を期待してその地域に来たのかということは、こういう場では公表されていない、調査されていない。

・昨年から兵庫県内全部で8市訪問しているが、色々な中三間地域の市役所や商工会の人と話をするなかで、確かに移住している人はいる。そういう人と話していると、究極的にいうと効率が良いということには全く興味がない状態で、複雑であったり手間がかかったりというところに面白みを感じている。田舎ならではの狭いコミュニティでの嫌なところが逆に自分がケアしてもらえたり中心にいられたりフォローしてもらえらるというように感じられる人たちなのだと思う。単純に数字という意味合いだけでいうとなかなか表には出てこないところでそういった、確かな動きがあることを中三間地域の話だと丁寧に拾っていかないといけないのではないかな。逆にそういうところに誰も手を触れていないからクリエイティブなことであったり、ギリギリ行政が許せるか許せないかといったことが出来ることに面白みを感じて若い人たちが集まってきている現実もあるような気がしていて、通常であればローンを組むことが出来ない家屋に対して自分たちでDIYするから関係ないと、住宅ローンが欲しいわけではないというようなDIY達人であったりとか、仕事がないわけではなく、東京で稼いだからここでずっと暮らしていける人であったり、オンラインを使ってやればこの地元の物を外に売れるから問題ないというような「地産外消」を現実出来るような人たちが中三間地域に流入してきているということを感じて力強く感じる。

・特に料亭の当主は他府県出身であるが、始めたときは収入の当てがなかったようだ。ただ、何かやっていると自信だけはあったとよく言っていて、そういった人たちと、仕事がないから地元を出て行かざるを得ない人たちと同じ議論の土台に登らせても仕方がない。違うジャンルの人たちだとということで区分けして、もう少し兵庫県の魅力をアピールしていく方が良い。今、呼び込んで来るような人たちは手間が掛かるような人たちではなく勝手に自走してくれるような人たちだと思う。その地元でしか作れない、地元の面白みというものを感じられるようなそこでしか出来ない何かを使って、外貨を獲得してくる、地産外消に寄与出来るような人材だと思う。

・料亭の例が面白いのは、老舗料亭を活用して他の地域から人を呼び込んでいて、あまり地元の人たちを集客の対象にはしていない。そのために彼がやっていることは自分自身が京丹後に出かけたり鳥取に出かけたり彼自身がすごく動くので、こういったクリエイティブな人たちをどれだけ引っ張ってこられるか、それだけ大きな余地、遊べる空き地なのか建物なのか自然なのか、こんな余地が兵庫県にはあるということこそ、魅力として外に出していくべきだと思う。

・先ほども話があったが、神戸というブランドを使わない南側の人はもったいないと思っていて、もっと神戸ブランドを使うと良い。東京に住んでいて感じるのは、「兵庫県」と言われるとよくわからないが、「神戸」と言われるとハイセンスに感じ

られるので、兵庫の人はもっと上手く活用するところをやるべきだと思う。神戸をもっと活用することでリーチも大きくなるし、インパクトも大きい。

委員

・大学生と日頃から就職活動の話も含めてすることも多いが、結論を言うと、こんなにもSNS等情報が色々なところから入ってくるにも関わらず多様な働き方であるとか、生き方に対する想像力が意外にない。最終的に本当に就職するときに、結局企業しか見ていない、働き方を見ていない、就職先、企業を見てしまう。その結果どうなるかと言うと、企業を定量的な観点からしか評価しない、給料、離職率、規模、そこしか見ないので、いわゆる大企業となると大都市圏、東京であったり大阪だったりというような場所を選んでしまうというのが現状だと思う。その意味では、本当は先ほどから他の委員が言うように、人がすごく重要だったり働き方であったり、働いて輝いている人、働き方のロールモデルは実はたくさんあって、それを見て自分はこうなりたいというところが本当はあって、そこから自分の生き方であったり、働き方を決めるべきであるが、そこが全く見えないまま就職活動をしてしまう。

・それを考えると、親世代の優良企業の固定化が非常に大きくて、新しい働き方に親世代がついて行けていない。子どもたちは割とこんなことをやりたいと言うけど親としては大企業に勤めて欲しい、安定性を狙ったら公務員が良いのではないかなというようなアドバイスしか出来ていない状況で、子どもたちがクリエイティブな人と違ったことをやりたいと思っている子はいるが、なかなかそこが認められず最終的には親が安心する大企業などに就職してしまうというのが、私が見ている状況だと思う。他の先生が色々と学生を見ているとまた違う視点があるかもしれないが、少なくとも私自身を感じているのはそういう状況である。その意味では、いかに人を見せるか、働き方を見せるか、生き方や住み良さ、そこをしっかりと見せていくべきではないか。価値観が多様化しているとはいえ、意外に価値観は多様化していないと現実問題は感じているところだ。

・誰をターゲットに呼び込むかアプローチしていくかという話だが、大学生を見ていると今こんな働き方が良い、こんな働き方があると言っても結局よく分からずに数字を見てしまう。その子たちをターゲットにしても結局東京とか大阪に行ってしまうかもしれない。ではその子たちをターゲットにするのではなくて、そこでちょっと違うと思った子たちにアプローチすることが兵庫県の勝機があるところではないか。

・ある程度働くと数字では計れないところがたくさん見えてくる。それを私たちが親心で数字だけにとらわれてそんなところに行っても大変だと言っても聞かない、聞こえない。数字だけ見て就職しなさい、その代わりにそこに行って経験したら帰ってきなさいというような受け皿となるのが兵庫県であり、兵庫県の強みになるのではないか。実は卒業生で二人が今年起業したが、それぞれ大企業に勤めていて数年経って自分がやりたいことをやるというって、二人とも東京で働いていたが、それぞれ別の地域に行っている。二人とも兵庫県も出身だが、力をつけて今後また帰ってくると意気込んでいる。その意味では、新卒を狙うのではなくもう少し数年経って経験値を積んだ社会人の人たちに対して、魅力ある地域になるように魅力ある発信をするべきだと思う。そういうことをすることによって上手く環流させる、一回外

を見てまた地域を見る機会があってもう一回帰ろうというような大きな好循環をつくっていくことが重要ではないかと感じた。

委員

・これからは「仕事」が中心で、しかも良い仕事、大きな仕事、儲かる仕事であれば兵庫県より東京、大阪の方が確率が高いわけで、そうではない、自分にフィットする仕事というものを、新卒や第二新卒等に色々なかたちで提供していくことが必要だ。

・昔は 35,000 種類あった仕事が今の厚生労働省の職業の基準では 2,000 種類ぐらい。田舎に行くと色々な仕事があって、昔のように大黒柱が一つの仕事で養うというかたちなら一つしか選べないが、今は女性も仕事をしている。それぞれ一つずつの場合もあれば、一つ 30 万の仕事ではなくて、一つ 3 万の仕事を 10 個する場合もある。もしかしたら細かい仕事は色々な地域に行けば行くほど増えるかもしれない。東京で 3 万円の仕事を 10 個しようと思ったらフリーランスや特殊な技量を持った人ぐらいだと思う。分けていくと、お金が儲かる仕事の他にも人の役に立つ仕事とか健康になれる仕事など、色々な価値観が入ってきて、そういった色々な仕事があって女性も男性も満足出来る、ちょっとした仕事で地域に関わって友達とかも出来る、健康にもなれる、トータルでのライフスタイルというものを伝えていくのが非常に重要だ。

・そういった仕事が出来るということを伝えるためには、よく住みやすい指標とされている、環境や文化、歴史というイメージだが、こういったことを仕事を誘致するための条件としてもアピールしても良いと思う。農業や観光や工場の誘致にしてもこういった住みやすい環境で従業員の健康もキープしながら仕事が続けられるというようなアピールの仕方もあると思う。もしかしたら財産に関係してくるかもしれない。山の仕事をしようと思ったら財産区など固定されていたら何もできない。移住して仕事は何も出来なければ厳しくなる。そういった目で見ると今まで出て行く人、入ってくる人を評価としてやっていたが、住んでいる人のことも考えないと、地域の財産、環境、今までの暮らし、文化をどこまでオープンに共有出来るかというところが必要で、オープンにするとその地域がどう変わるか左右してしまうので、そこはもしかしたら兵庫県が施策として押さえるポイントかと思う。

・兵庫県という単位で考えても無理があって、もう少し各地域の戦略というものをやっても良いと思う。県民局の戦略について、実態は新しくすることもあまりなく、今出来ることが何かということ議論して、新しい戦略を毎年考えることもない。これは少し脆弱な気がしていて、そういうところが地域の受入れ方とあわせて、県として市町がもっとアピールしたいことを支える土台のような施策をもう一度再考していくことが重要。