

## 令和3年度 第二回 兵庫県地域創生戦略会議 企画委員会 記録

日時：令和3年10月28日（木）10：00～11：30

場所：兵庫県庁2号館2階 参与員室

### （委員）

今日の会議の成果については、戦略会議に提案することになります。ここで重要なのは、今の説明にあったように、新しい施策を作るとか、施策を改良する時に、どのような指標でもって測定すべきなのかというところも踏まえながら考えないといけないということが、第一点です。

もう一つは、これまで地域創生の取組をやってきましたが、なかなかマクロ的なインパクトが弱いということが、兵庫県のおそらく一番大きな問題だと思います。そのため、マクロ的なインパクトを持つようなことを考えないといけないと思っています。

これら二点をよろしくお願いします。それではどなたからでも構いませんので、ご発言をいただきたいと思います。

ご提案ももちろんですけども、事業に反映したい具体的なご意見をいただければと思っています。

### （委員）

今「地方創生」という文脈のなかで、但馬地域を中心に、他地域から色んな方に来ていただいて、ファムトリップのような形で但馬地域にある魅力は何であるかというのを外の視点から発見してもらおうというような事業の取組をさせていただいています。そのなかで、兵庫以外から来る方してみると、もう素晴らしいものがたくさんあるという評価をいただいている、実際にビジネスに繋がっているということもちらほら出てきています。

ただ先ほど言われたみたいに、マクロ的にどうなのかと言われると、但馬というなかでやるビジネスのため、そもそもそんなに大きくないので、大きなインパクトにはなっていないというところは、私自身も理解はできています。

私が今日申し上げたかったのは、その話の延長ですけども、中学校高校の修学旅行の在り方のような話のなかで、コロナのせいで外にあまりいけないというところで、近隣で修学旅行をやろうという企画がすごく高まっているんですね。

そのなかで私、自分の母校、高校の修学旅行のお手伝いさせてもらっているんですけども、単にもともとあった工場とか史跡を巡ろうという話ではなくて、他の地域から兵庫県内に地域おこし協力隊として来てくださっている方、この兵庫県内に魅力を感じて、来て事業をやろうとしてくださっている方にお話を聞きに行ったりというのを企画に混ぜさせてもらっています。

協力隊のなかで、海外からいらっしゃってる方がいて、世界から見てみた地域の魅力というもの、それが何であるかというものを世界基準で彼らに話をしてもらう。それを高校生の間で聞くことができるのはものすごく良い修学旅行になるのではないかと考えていて、外の世界を知ることが大事なことだと思うんです。

ただ、外から少なからず兵庫県に入ってきてくださっている方がいて、その人た

ちは何かの魅力があつて来ている。でもそれを県内の人が理解できてなかったり、先生が知らなかったりして、上手く子どもに伝えられてないのはものすごく大きな損をしている気がする。外に出て行くということは全然いいことだけれども、中にもこれだけの魅力があるということも同時に教えないと、流出がこの大きな流れのなかで防げないのではないかと思います。

域外より来ていただいた方は、兵庫だからという視点ではなく、この土地固有のなにかを探している。そして、それを抽象化して捉えてビジネスにしようと考えている人が多い。

経済的なインパクトは小さいが日本の縮図とも言える兵庫県の状況は課題先進県として域外のヒトには写っていて、その課題を解決できれば他でも転用できる。そのためのビジネスとして捉えているというレベル感の方にお越しいただいている。

もう一つはやはり、一旦外に出た後に戻ってきたいと思う時のアンカリングというのが弱くなっているというのもそのあたりにあると思っていて、いかに自分の町が魅力的なのかということとか自分が生まれ育ったところが評価されているのかということ、理解させるような機会を修学旅行の際など、学校の授業にもう少し織り込んでいくようなこともできたらいいと思いました。

### (委員)

大きくは二点ありますけれども、資料1の1番の「成長・投資を呼ぶ地域政策」で、「働く場」増加のためベイエリアを中心とした本県牽引地域への県内企業、とありますが、農業だと思ふんです。

都市部ではない多自然地域の農業が相当に疲弊していて、今特に養父の農業特区にうちの研究員が入って調査していますが、地元が近い企業であれば比較的スムーズに入ってきて、土地の区分等もその規模だったらうまくいく。ただ将来的にその農地を企業に任せていいのか、集落営農も大規模にもう一度、限界をチャレンジしていいのかというのはこれからチャレンジするところなんです。

やはりこの委員会でも何回か出てきたように、多自然地域で住む場合、新しいビジネスだけというのはリスクが多くて、半農半Xではないですけども、農業しながら新しい自分のやりたい事にもチャレンジできるということがあると思う。

ですから農業への企業参画や新規就農者の就職など、そういうことも少し、表に出るような政策というものを考えたらどうかというのが、一つあるんです。

二つ目がそれを支える基盤として、地域計画の策定をちゃんとした方がいいのではないかと思います。700ぐらいの集落に対して、新しい方を受入れますかと聞いた人がいますが、「受入れる」と言った集落が一つもないらしいです。だから入ろうと思っても、そもそも入りたい意欲が強く、切り込んで行ける方しか進めない。

もしくは行政がピンポイントで支援して当てはまったところしか、定住というか、なかなか難しいというのがあって、大規模に「来てください」というにはまだ具体化がしっかりしていない。市町村も頑張っているが、やはり市町村の目は地元の方に向けてしまって、地元の要望というものを中心に直接的な支援等に注力してしまうので、エリアできちんと人が定住、色んなタイプで定住できるようなことは、県として支援してもいいのかなと思いました。

## (委員)

資料1の1番の話ですが、やはり1番が一番重要かなと思っておりますし、1番が解決したら、2も3も4も解決するということだと思っております。

日本全域を見たときに、「兵庫県が何が強いかな」と見たら、単なる田舎だけで売ると、他にもっと強い田舎があって、都会だけで見ると、もっと強い都会があって、単体では売りにくいというところがある。やはりその両方のイメージをミックスさせて売るとというのが、一番ポイントなのではないかなと思っております。つまり、神戸とそれ以外というところをちゃんと一体的に見せる、というところが重要で、行政的にも、神戸市と兵庫県というのは、もっとイメージ戦略をつくったほうがいいのではないかなというのは、前々から感じるところです。

もう一つ言うと、やはり会社に来てもらおうと思うと、今グローバル企業や大企業がイメージ戦略を考えています。イメージというか、世の中SDGsと言われて、環境に配慮したとか、色んなことに配慮したというようなことが求められるなかで、それを踏み込んでやっていかないと社会的には生きていけないという時代になってくると思います。

外国では、会社は当然ながらサステナブルなこと、それとオープンマインド、女性、外国人、性的マイノリティ、障害者を取り入れたり、ローカル中心の消費をしようとかいうことをかなり積極的に、イメージという概念や観点ではなく、社員に対してもそういうマインドを植え付けるような教育活動をしています。

正直なところ、日本の社会や兵庫県の企業は多分、そういうのをつくろうというのが、まず全然なっていないが、そこにおいて先進性がないとなかなか引っ張っていくのは難しいのかなと思っています。

なのでそういう社会のムードをつくっていくことが重要だと思っています。実際ターゲットになると、やはりもともと外資企業がたくさんいた地域でもあり、外国人が占めるインフラや病院もあるので、外資系企業に対して、コロナや東日本大震災、リーマンショックなどがあつたなかでBCP、事業継続計画として、いわゆる分散投資をするという流れのなかで、東京以外の拠点を持ちましよう、という営業をするのが一番、合理的だと思う。そのなかでもそういう地域のマインドみたいなものがないと実現しないと思うので、それをつくっていくというのが非常に重要かなと、思っています。

あと、大企業誘致だけではなくてベンチャーをつくる、育てるという意味でも、重点投資するのは何なのか、単なるITや単なる〇〇ではなくて、もう少しそのなかの分野をかなり掘り下げていくということも重要だと思います。

あと最後に、一点だけ。兵庫県の出身の経営者というか有名人の方が、東京にはたくさんいらっしゃると思いますし、そこが起点になって動きが増えてくる可能性があると思っています。当然ながら有名人や経営者と何らかさされているとは思いますが、すけれども、経営者の方が有名人か、地元で愛着がある人が兵庫県にどんと地域に来てもらうような場づくりのような場があってもいいのではないかなと、思いました。

## (委員)

1番の労働需要のところ、県外企業の誘致施策というところがありますが、ど

ういうふうに誘致していくか、という点において、従業員の暮らしや生活環境の豊かさというものを加味していくことが重要ではないかと思えます。特にこのベイエリア、阪神間というのは「暮らす」ということの魅力がとても強く大きい。

これは神戸に限らず、芦屋、西宮、最近では尼崎もですけど、働く人にとって日常的に暮らす場所が豊かであることの魅力が、きちっとPRされている必要があるのではないかと、思いました。昔、1980年代に、神戸市がアーバンリゾートという言葉を使っていました。今でも大変魅力的な言葉だと思っているんですけども、そういう考え方は言葉できちっと説明できるようにし、従業員も働いて楽しい、豊かだ、と感じられることが重要ではないかなと思えます。

あと、先ほどおっしゃっていた、地元愛が強い起業家の方については、県外におられる影響力のある方だけではなくて、地元企業にも地域LOVEを持っている方が多くおられると思えます。そういう方々を把握して、そして県内企業に、魅力ある就労場所があるということを若い子らにちゃんと伝えていく、というのが重要があると思えました。

また、県外におられる影響力のある方については、例えば「移住大使」のような名前を付けて、その方のご紹介を通じて、移住してもらえというような考え方もあるかもしれないな、と思っておりました。

それともう一つ、高卒の就職者の方が8割くらい地元企業に勤めているという話がありまして、これはすごい資産だと思ったわけです。大学に入ると専門性が高くなり、付き合いの範囲が減るけれども、高校時代の友達というのは、色んな職種に勤めている。高校の同窓生の繋がりというものは、地域活性化のような話、あるいはその地域への就労というものに繋がりやすいのではないかと、このことを感じています。つまり、地域と同級生を繋ぐ橋渡し役として高校の同窓会等の役割があるのではないかと、このことをお伝えしておきます。

### (委員)

やはりエリアによる取組には工夫が必要だと感じました。兵庫県は非常に広いので、例えば、大阪で働きながら兵庫で住むということが実現できるエリアとそうでないエリアもあると思えます。そうすると、そのエリアごとで、具体的な仕事、そのエリアに居住すると考えたときに、具体的な仕事は何なのか、その地域で新しく仕事を探すのか、個人で新しい仕事をするのか、あるいは外に働きに行くのか。こういったことも、同時に検討していく必要があるかと思いました。

もちろん、これが例えば但馬など農業に力を入れているところであれば農業の支援もできるかもしれませんが、やりたい人がその地域に移住を検討することもあり得るかと思えます。

一方で、三宮や西宮のエリアだとか、都会にこだわる方であれば、先ほどの但馬のような暮らし方を望んでいるわけではないと思えます。

ただし、三宮エリアは非常に便利ですが、三、四十代の子育て世代が住みやすい物件や価格帯ではないと考えられます。ですので、先ほどの仕事というところも関連してきますが、この子育て世代の三、四十代をターゲットにするのであればこの方々がどれくらいの年収や所得を望んでいるのか、それが実現できるような仕事があるのか、例えばどんな仕事なのかということを示していくことも必要かと思えます。

やはり仕事は何もないという状態で移り住むというのは、子育て世代にとっては非常に怖いことで、なかなか移住には繋がらないと思いますので、こうしたエリア別の仕事のあり方や暮らし方を検討する必要があると思いました。

あと中小企業の困っていること、若い世代の離職率の高さなど、そういった話を聞くことが多いんですが、その会社が若い世代に、近い未来へどのような約束が果たせるのかということが非常に重要ではないかと考えております。やはりその期待が外れた時に離職というようなことがあり得るので、これは地域でも同じことではないかと思うんですね。その地域ではこんな暮らし方ができますというような、ポジティブなことだけではなくて、現実、例えば地域によってはかなり地元の方々のコミュニティにコミットするのに時間がかかるとか、実は買い物が不便だとか、そういったことも踏まえた上で、その地域に暮らしていくということも重要になると思います。プラスの面も含めて若い世代にどのような約束事を果たせるのかということを示していくことが重要かと思いました。

あとは、人の出入りに慣れるということも重要かと思いました。例えば西宮は非常に人の出入りが多いこともあって、子育て世代の学校の先生たちが人の出入りに慣れている、対応等にスムーズに対応してくれるのはありがたいというような、そうしたお話を聞いたこともありますので、やはりこうした人の流れをつくっていく上では、受入側の体制づくりも重要になるかと思います。

### (委員)

最終的に政策評価の基準について考えなければいけないという話だったと思う。やはりどうしても移住者数とか、どれだけ人を増やすことができるかというのがまず第一の基準になると思いますが、質の評価みたいなものも一緒にしてもらいたいなというのは要望としてはあります。どれだけ人が入ってきたかというのは一番わかりやすい指標だとは思いますが「どれだけ定着したか」、あと「満足度がどうか」など、そういったあたりもきちっと評価に加えていかないと、持続的な取組にはならないのかなと思います。なのでその点だけどう評価するかと、数だけではない部分をどう評価するという部分もあわせて考えていただけたらと思います。

それに関係しますが、移住者のインタビューをする時に、例えば、夫の仕事の関係で入って来たという奥さんの話を聞くことも多いのですが、やはり子育て世代はセットで移住してくることが多いです。例えば子育てをする女性の側が、地域のコミュニティにいかにか馴染めるかとか、そこである種ここにあるような上質なライフスタイルというのは、オープンであり、色んな人の受入れであるとか、そういったあたりの地域のネットワーク資源みたいなものを、質みたいなものとも関係してくると思います。

なので、もちろんまず第一に働く場所で、プラス、それを支える、コミュニティみたいなものがどの程度あり、そこに対する支援もできるかという部分が大切になってくると思います。そのあたりのバランスを考えつつ、どちらかに偏ると、夫は元気だけど妻は辛いとか、奥さんは元気だけど働く場所が辛いというようなことがあると、家族の満足度としては多分低くなってしまおうと思うので、やはりそのバランスの取れた施策というのがすごく大切かなと思います。

### (委員)

スポーツの資源について、十分に活用できているのかと思っています。野球に限らず、バスケットチームなどもありますが、例えば神戸市内にスポーツのチームがかなりあって、そういったものを現状では単体の事業者がやっているのですが、行政としてできるような仕組みができたらと思う。で、プロスポーツだけではなくて、その裾野で色んなことをする、文化、産業みたいなところにうまく繋げていける可能性を探れたら、と思います。神戸市も結構前のめりになっているので、連携をされるといいと思いました。

### (委員)

移住定住対策について、三点、お話をしたいと思います。

一つ目が、移住者を増やしているのは、もともと、住んでいた人よりは県外から移住してきた人が移住前の県外との繋がりのなかで、人を呼んできているケースが多いのではないかと考えていて、移住者が移住者を呼んでくるチャンネルになることを意識した施策の方向性はもっとあっていいのかなと思っています。例えば、移住者向けに今、e-県民制度のポイントフェアのワクチンの資料がありましたけれども、地域の情報をSNSで発信したら、ポイントを付与するとか、その移住に関連する助成を上乗せするとか、何かこう移住者が情報発信するインセンティブを高めていく工夫や余地があり得るのではないかとというのが、一点目です。

二点目が、これも個別の具体施策の話ですけども、空き家バンクですが、今市町村ごとに整備をされていて、それをまとめる県のサイトもあります。地域もやはり魅力をしっかりつくっていきける人を地域に呼び込んでいきたいということを考えたときに、今、空き家バンクの情報は、基本的には「家」だったため、「どれが店舗として使えるか」とか、「ゲストハウスとして使えるか」とか、そういった観点で情報が集められてないので、外から見たときに、そこが少しわかりづらくなっていると思います。実際そういう地域の方の声はあるので、空き家や公民館を使った事業をされた経験やノウハウ、実績のある方にご協力いただいて、店舗として使いやすい物件であるとか、住居もセットでお店がやれるような物件だとか、少し情報にメリハリを持たせて、店舗として使える空き家の一覧みたいな形で情報発信をすると、よりインパクトが出ると思います。あと、ハードの物件だけではなくてそこに、飲食店を運営するノウハウだったり、コンサルティングをセットで用意をしてあげると、ソフトとハードで一体となって、地域の魅力をつくっていきけるような、人を呼び込むきっかけになる事業スキームができるのではないかと地域の方とお話しています。

三点目は、私も成果指標のところはすごく大事だと思っています、今は事業ありきで移住者数、e-県民の登録者数や交流人口数などが並んでいるんですけど、少し事業を離れて、最終的なアウトカム、誰がどういう状態になっているのが望ましいのかというようなところと、実際のアクション、因果関係のところと、それぞれの関係性をロジックモデルとして少し整理をすることが、事業の優先順位を考える上で大事なのではないかと考えています。以上三点になります。

### (委員)

市街化調整区域、つまり市街化を抑制されるような地域には、実は良い古民家がたくさん残っています。そこが実は法制度によってかなり活用が制限されるという状況があります。今、神戸市の北区でも良い茅葺民家がたくさん残っていて、その活用が求められています。法的な制限がなかなかクリアできずに、活用されづらいという状態にあります。

私が所属しているNPO法人では、神戸市からの委託もあって、活用希望者に法制度のあり方をわかりやすく示す資料をつくる、ということに取り組んでいますが、それに関する何らかの緩和等の施策というのは、必要であると思いました。

### (委員)

他の委員の方も指摘があったのですが、エリアごとに「豊かさの系譜」があると思いますが、これが人口減少のなかで消えていってしまう。これを守る努力も長い目で見て、いかないといけない。

例えば邸宅のある住宅地として成立した阪神間でも、緑が失われ、住宅地が細分化されてきた。人口減少の大きな流れのなかで、今後は、老朽化した戸建であるとか、マンション等の大規模なリノベーションをもう少しエリアごとに、その場の魅力を増すようなきめ細やかな方針を立ててやっていくというのは一つ重要なのではないかな、と思います。

豊かさを計る指標ですけれども、住環境というのはなかなかわかりづらいところもありますが、居住面積など目に見える数字でもいくらか表せられるのではないかと考えているところです。

あと上質なライフスタイルの実現のためには、実はコミュニティが必要で、例えば、面倒かどうかは人によると思いますが、「面倒な自治会」のようなことも必要なのかなど。ただ、自治会の役割を住人だけが担う必要はない。その役割を行政が吸収していくのか、法人が管理していくのかというようなところも、今後考えていく必要があるかと思いました。

最後ですけれども、兵庫県としても、他の先進地域の先例をもう少し参考にすると、色んな示唆を得られるのではないかと考えています。

例えば、他の少子化対策先進地域では20代の大学出たてくらいの方が、地域の企業と地域の学生を繋ぐプラットフォームを起業して開始されている。その活動を市や県も応援するという形で、地元への就職を促しているという例があります。そういった例も参考にしながら、兵庫県の具体的な施策へ落とし込んでいくことが必要ではないかと思います。

### (委員)

素朴に疑問というか、これは皆さんのお知恵を共有できればと思うのですが、兵庫県の県内企業の成長というのがうまくいかない課題はどこなんだろうと。環境的な問題で、東京や大阪と比べるとということ自体がもう成長できないという話なのか、それともボトルネックになっているような課題があるのか。もしくは起業の新しい発想や、スキルアップの機会をつくっていくことが必要なのか、そういったことの課題が必要なのかなど、そういうことを疑問として思っていたところです。

あと、県の地域としてのオープンマインドというか、そのクリエイティブな空気

感というのはどのように発信できるのかというか、もしくは現状どうなのかなということももう一度見直してはどうかという気がしました。

経験ですが、昔学生が同性婚のブライダルイベントをやりたいと言った時に、「兵庫県では理解が得られないのではないか」と教員に言われ、学生の案が通らなかった。クリエイティブな、開かれているというか、チャンスがある、色んなことができそうだという空気感が、どのくらい兵庫県から外に発信できているか、もしくは、学生や若い人が感じられているか、というところも問題がある気がします。学生だけでなく、もちろん、30代の若手の社員もそうだと思うのですが、そういうような発信をもっと明確にしてはどうかという気がしました。若者にとっての自己実現というような機会がどれだけ転がっているかということも兵庫県としての魅力に繋がる気がします。

もう一つ、まさにおっしゃる通りだなと思ったんですけども、移住者の人が移住者を引っ張ってきているというような感覚が非常にあります。移住者の方は、外から見たこの地域の魅力、というのがよくわかっていて、逆にその地域の方の方が、その地域の魅力が外のニーズに繋がってくるのがはっきりわかっていないようなところもあると思いますので、移住者の方による情報発信というか、移住者の人を表に立てた政策というのにも必要だと思います。

また、若者の政策提言の機会は良いと思うんですけども、学生目線だけで話をして終わりというか、言って終わりみたいな形になればただのパフォーマンスだけになってしまいかねない。実際にやるのであれば、例えば若手の地域企業の社員の方とか、移住者の方とか、学生だけではない大胆な母体をつくって、それをちゃんと多少予算をつけるなり何なりして、きちっと実行まで長期的な視野でやらせていくということをやった上で、政策に学生目線というものが入ったときに実際にどうか体験してもらい、もしくは、本当に活かして形になっていくことをやっていくのが大事なのかなという気がします。学生未来会議をこのまま背負わずと逆効果という気がしましたので、ぜひ実際に一つの集落とかそういうところに預けて、ここで一緒にやってみる、みたいなことができればと、予算をつけていただければ面白いという気がしました。

#### (委員)

今の話に関連して、4番目の学生の政策形成の参画について、委員がおっしゃった現場の重要性はかなりあると思います。幸い兵庫県の場合は、地域再生大作戦のなかで大学と地域の連携がかなり進んできているところがあって、色んなものを受入れることができる地域というのがある程度見えてきているように思います。仮に大学生がする政策形成を歓迎するという地域があれば、そのような既に受入力を持っている地域をモデルとして選んでやるということは、可能性があると感じました。

#### (委員)

先ほど移住者が、違う人や友達を連れてくるというのが大事だというお話だったと思いますけれども、すごくそれが大事だなと僕も思っていて、移住者が発信するというよりかは、移住者が人を連れてくるというケースが結構ある。要は友達が神戸に会いに来るといったケースもあるので、そこでホテル代など、そういう何か



チケットみたいなものがあると、それは移住者のみならず、地域のキーマンみたいな人が持っていて、「この人可能性あるな」と思ったらパッと渡せるみたいな、何かクーポンみたいなものがあると、人が人を呼ぶことに繋がるのではないかと思う。

あと、農業に関連する話で、我々もマイクロファーマーズスクールという半農半Xのスクールをやっている。兵庫県は新規に就農しようとする人に対して結構ガードが固いため、もう少し半農半Xに門を開いた就農制度を作っていくのは大事だと思っています。

#### (委員)

先ほど移住の受入れに積極的な地域は非常に少ないという指摘があつて、私も実際色んな地域に関わるなかで感じています。

そのなかで、移住というものに関して集落側が完全に受入れて一緒にやるという場合もあれば、分かれてそれぞれ別々に居るとか、部分的に許容して共存するなど、地域コミュニティにおける移住のあり方というのが、もう少しバリエーションを持って捉えた方がこれからの移住の可能性が広がると感じました。

#### (委員)

移住、定住の一つの問題になると思いますが、やはり若い世代が居住地を決める時に教育というのがすごく重要だと思う。小・中・高の不登校のデータが毎年公表されています。中学生のデータは、兵庫県は割合でいうと全国で7位や8位です。

実は引っ張っているのは神戸市なんですけれども、1000人中50数人など、全国平均は1000人中40人とかなので、有意に差があると思っています。

ここからは、私がデータから勝手に邪推しているところですが、受験の仕組みで、いわゆる過当競争になっている問題があるのではないかと感じています。先ほどおっしゃられていた、何で兵庫はクリエイティビティが育たないのか、というような本質的な問いにかなり関わってくる問題だと思っています。外圧的にこのままこういう教育をされていていいのかという観点と受験制度のあり方を、どこかでしっかり、閉じた議論ではなくてオープンに議論すべきだと思っています。

#### (委員)

活発なご議論ありがとうございます。テーマが4つありますが、1番2番3番について、この委員会では3番に偏っているなど実は思っていますけれども、本当は1番もとても重要です。ここが解決すると2番、3番が解決している可能性が高いわけですね。3番に偏っているところがあるので、そこは是正していきたい。

今からの話ですが、4番の学生の政策形成の参画について、他にご意見がある方、いかがでしょうか。

#### (委員)

先ほど冒頭で、学生さんに意見を「聞く」とおっしゃられたんですけども、私現状を知らないのですけど、「聞く」というのと、実際に実現する経験をするのとかなり違うと思うのですが、穿った見方をすると、学生から意見を聞いていますという、庁内でのある種自己満足になってないか、というところで少し教えていただきたい

んです。実際どれぐらいの学生が取り組んで、地域に影響を及ぼしているという実績があるのでしょうか。

**(委員)**

地域再生大作戦をやっていますけれども、政策形成の参画という意味では何もしていないと思いますので、これからもしもやるんだったらどうすべきなのかということを考えるという段階かと思います。

**(委員)**

政策形成に参画してもらおうという形ではないですが、農業に学生が関わる機会というのは余りにも少な過ぎるし、交通費も莫大にかかるということでなかなか行けない。少し話がずれるが、農業はかなり大きな兵庫県の主産業なので、そういう機会を設けて農業にもう少し親近感を持つ学生を増やしていくというのは施策としては重要かと思う。実際にやろうと思うとハードルは高い。色々と金銭的な支援が必要と思う。

**(委員)**

学生が政策課題に考えて取り組むということ自体は教育効果としては非常に重要だと考えています。ただし、教育効果と申し上げました通り、学生たちの考えることがどの程度現実的であるとか、あるいは学生なりに考えているとは思いますが、やはり思いつきのようなものも大変多くあるとは思いますが。

実際に本学では学生が外に出てフィールドワークをしていくような授業がかなり多くありまして、例えばこの地域をどうするか、地域の課題解決だとかSDGsだとか、かなり関心は高い。そうした側面を見ていると、人に優しい、地域に優しい、そうした視点が学生たちの心にすごく響いている。できればそうしたことに貢献したいという意欲はすごく高いので、学生が考えて取り組むということには、一つの意義はあると考えています。ぜひ、何かしらの形で進めていただきたいと思っています。

それと、学生は兵庫県のことを本当に知らない。例えば「五国」と言ってもそれ自体も知らないですし、自分たちの住んでいるエリアは多少知っていたとしても、本当に他の地域はほぼ知らないというのがありますので、ぜひこうした機会を持って自分たちが住んでいる、あるいは普段生活しているエリア以外のことも、認識できるような機会にしていきたいと思っています。

**(委員)**

一つ、学生との取組で日々考えていることですが、大学教員が適任なのかというのは、たまに感じるころがあります。もちろん専門に研究なさっている先生や実務家教員の場合は適任だと思うんですけども、例えばですが、教員以外にも地域のコーディネーターの方であるとか、行政の方とか、ある程度専門の方がいらっしやると、学生も乗り出しやすい、意見を言いやすい場になるのではないかと思います。

## (委員)

ディスカッション、議論の時間を終えたいと思いますけれども、たくさんご意見いただき、ありがとうございます。本日の議論の取りまとめ、全てカバーできないかもしれませんが、一つずつ私の方からコメントします。

・ファムトリップは非常に重要な取組だと思っています。どうやって成果を図っていくのかがとても重要で、動き出したばかりなのでなかなか難しいですけれども、発信をどのようにするか、に課題があると思いました。

・修学旅行との関わりも、協力してもらえるところはいいが、協力してもらえないところもありそうなので、そこをどういうふうにするのか、あと、その成果をどのように測っていくのかが重要ななと思いました。

・農業プラスX支援については、私も重要だと思いました。半農半Xということで、そのXのところをどうするのかということですね。具体的にどういう施策が必要なのか詰めていく必要があると思います。地域計画の策定が大切という話もいただきました。市町村はなかなか地元が目が向いてしまうので、県の支えが重要だということもいただきました。

・田舎と都会をミックスしてどうやって兵庫県を売っていくのかということと、非常に重要だと思ったのは、グローバル性、持続可能性、オープンマインド、ローカル中心の消費とか、そういった、地域がこういうものだということをちゃんと把握して、発信する力が兵庫県にはあまりなさそうだとわかったので、きっちりやっていく必要があるかなと思います。

・兵庫県出身の経営者や有名人がたくさんいるということについて、私もそう思っています、特に地元愛がある人、別に県内に住んでる人だけではなくて県外におられる方でも地元愛や地元へ愛着がある方に、どうやってコネクションを持っていくのか、定期的にコネクションを作ってくるかとても重要です。私は知事に関わっていただき、そういう場を作ったほうがいいと思います。兵庫県をどうするのかということを考える会議を経営者の方に参加していただくということで、県内県外限らずやっていくということが重要ななと思っています。

・アーバンリゾートという言葉はとても響きました。特にベイエリアですが、働く人たちや従業員に対してどういう暮らしや豊かさがあるのかということイメージできるような言葉を使うのが重要だと思っています。

・エリア別により暮らし方が違うので、そういったモデルをきっちり考えるべきだという話をいただいた。その人にとって、どういう暮らし方があるのかということモデルケースを使って考えていくことが重要なのではないかとということと、特に非常に重要ななと思いました。若い人たちにどういう約束を地域ないし企業ができるのか、ということですね。そうではないと離職率が高くなってしまわないか、という話をさせていただきました。

・政策評価の基準を考えないといけない、これはとても重要なことです。なるほどと思ったのは、人の量とか量的な基準でなく、クオリティを評価しないといけないということです。これとても重要だと思しますので、今後どういう指標が望ましいのかについて詰めていかないといけないと思っています。

・スポーツをどのように活用するのかということについて、今新しくアリーナがで

きるということもありますので、特に神戸がスポーツによって地域を活性化しようという動きが出るので、そこについても考えていく必要があると思います。

・移住者が移住者を呼び込む、ということについて、確かにそうなのかなと思います。そのため「移住者にコミットするような施策」があるかなということと、空き家バンクは、空き家の家のことしか情報を提供していないけれど、その地域の魅力についてもちゃんと伝えないといけないということですね。

・古民家をなかなか活かせていない。市街化調整区域などで活かせていないので、法制度の改革、規制緩和の必要があるのではないかというお話でした。

・エリアごとの豊かさがあるため別々に見ていく必要があるということと、先進地域の事例をなかなか参考にしていないのではないかとということも指摘をいただいた。

・私も委員と問題意識が似ておりまして、県内企業の成長が上手く行かないのはどこにボトルネックがあるのか、ということはずっと考えています。ここは非常に大きな問題で、労働需要側なのか、労働供給側なのかについて、きっちり問題を分けて考えなければいけない。労働供給側だと思っていたら実は需要側だった、ということが結構あり得るのではないかと考えており、今日のテーマの一番最初の問題意識が、労働需要の増加になっています。これは実は私の問題意識です。

・あと、オープンマインドというものをどう発信するのか、広報のあり方について議論をしていただきました。あと、移住者が移住者を引っ張ってくるということや、学生参画についてもお話をいただきました。

・学生の政策形成への参画ですが、私も政策参画よりは教育効果の方が大きいような気もしています。学生が本当に参画するのは非常に難しいかなと思います。ただ、実は他の地域がこういうことをやっています、前回の会議でも言ったんですけども、ある一定の審議会に学生を入れるような形をやっています。学生が入ることによって何が変わるのかはわかりません。わかりませんが、そうすると、興味を持って、関心を持って、県の施策に関心を持つ学生が増えるかなと思いますが、それによって何が変わるのかはわかりません。

という感じで、まとめてみました。よろしいですか。ここで議論を終了したいと思います。