

点から線へ
無関心の壁
を壊す為の
事業提案

政策提言書



愛する郷土、松阪のために

平素は松阪商工会議所青年部(以下松阪YEG)の活動に、多大なるご支援、ご協力を賜り、心より御礼申し上げます。私ども松阪YEGは1990年10月に地域社会の健全な発展を図る商工会議所の一翼を担い、青年経済人として能力向上・人格形成を目指し地域商工業の発展に寄与することを目的に設立されました。これまで住みよい地域社会を創造するために数々の研修会や地域交流事業の研鑽を積み重ねてまいりました。そして今年度は未来を見据えた地域活性化に繋がる事業を活動目標に掲げ、「政策提言委員会」を設置いたしました。

現在、松阪市の人口は約16万人であります。2009年以降は10年連続減少しており、2040年には14万人を下回ることが推測されております。総人口だけではなく生産年齢人口はさらに大きな減少が予想されており地域経済に与える影響は非常に大きくなることが想像されております。

そこで松阪YEGの8月例会におきまして政策提言委員会が中心となり、松阪市議会議員様、松阪市役所職員様をお招きして、未来の松阪についての意見交換会を開催いたしました。その意見の中から抽出したことの調査研究を行い、未来を担う松阪在住の高校生にアンケート調査を実施し精査してまいりました。今回の提言はまさに地域の生の声を収集したものであり、その課題解決の一助になることと考えております。

この政策提言活動は行政にただお願いを申し上げるものでなく、行政と松阪YEGが互いの利点を活かし、繋がっていくことにより今後の松阪を作り上げていく一歩になると考えております。その実現に向けて松阪YEGは一丸となって活動に取り組んでいく所存でございます。この政策の内容を松阪市並びに関係機関の皆様でご査収いただくと共に、未来の実現に向けてご協力していただくことをお願い申し上げます。

最後になりますが、愛する郷土である松阪のために、未来を見据え、今できることを真剣に考え継続して活動してまいります。この政策提言書の作成にあたり、多大なるご理解とご協力をいただきました関係者の皆様に厚く御礼申し上げます。今後とも我々の活動に対するご指導、ご鞭撻を賜りますことを心よりお願い申し上げます。巻頭のご挨拶とさせていただきます。

松阪商工会議所青年部
会長 小倉 秀幸

CONTENTS

ごあいさつ	1
松阪の現状	3
松阪YEGが考える政策提言の基本方針	4
大学がないことをポジティブに考える	5
松阪を巣立つ若者たちの想い	5
無関心の壁	7
松阪YEGの政策提言	8
おわりに	14

松阪の現状

令和元年6月21日に閣議決定された「経済財政運営と改革の基本方針2019」、所謂「骨太の方針」において「人口減少・少子高齢化の進行」、「地方経済の活性化」が直面する課題として挙げられている。



そのため、今後地方への新たな人の流れを創出していく方針ではあるが、松阪の現状としては、図1に示す通り自然減、転出超過が続いており、今後も人口は減少していくと予測されている(図2)。

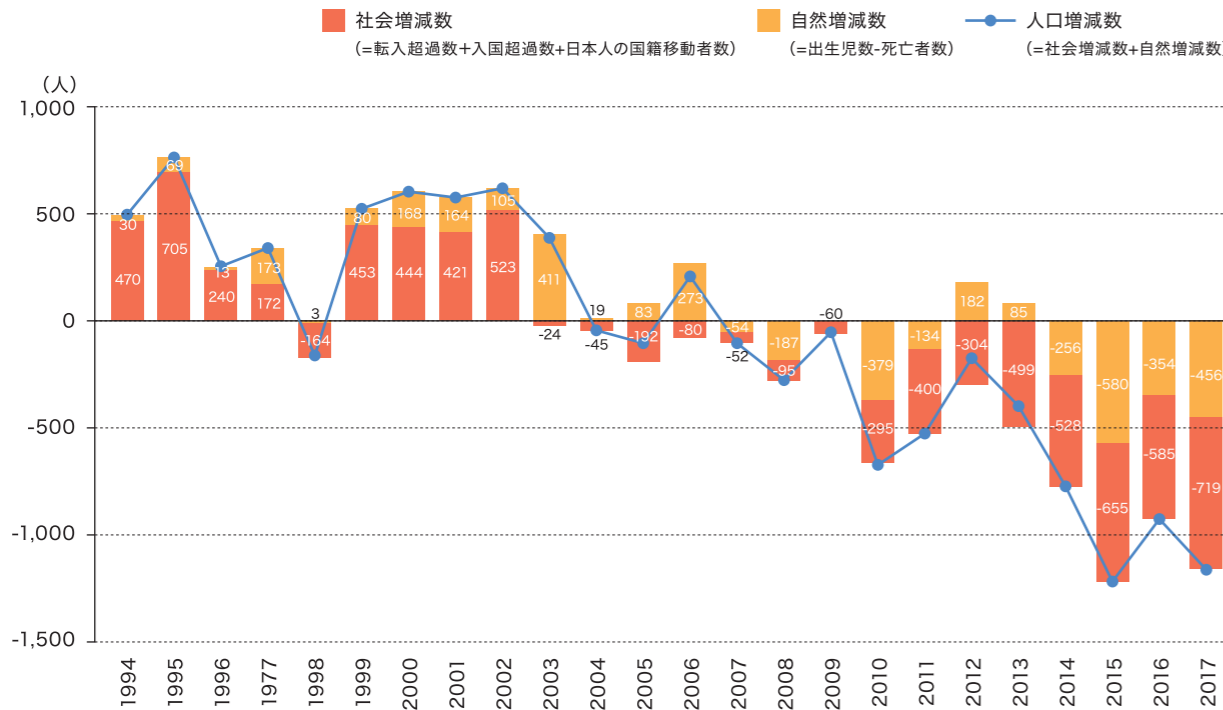


図1.松阪市の自然増減・社会増減の推移

【出典】 RESAS自然増減・社会増減の推移(抽出対象地域:三重県松阪市)

また、人口減少も問題ではあるが、人口の内訳も問題である。人口の内訳をみると、働き手である生産年齢人口(15歳以上65歳未満)の全体に占める割合は2045年には約1割減少し、50%以下になると予測されている。さらに問題は生産年齢人口が減少するだけではない。生産年齢人口は、企業における働き手という役割だけではなく、子育て、超高齢化に伴う介護、自治会の運営など、地域社会にとって重要な役割も担っている。

人口が減っていく中、企業、地域、家族など様々な役割を担うことは現実的に極めて困難であることは容易に想像できる。もちろん松阪市総合計画のなかでも、上述の問題は挙げられているが、松阪市だけで解決できる問題ではない。我々松阪商工会議所青年部は松阪で企業を営んでいる若手経営者の集まりである。

生産年齢人口の減少は企業経営に直接影響があり、企業にとっても極めて重要な問題でもある。行政と企業が一体となってこの人口問題に取り組める提言を本提言書にて示したい。

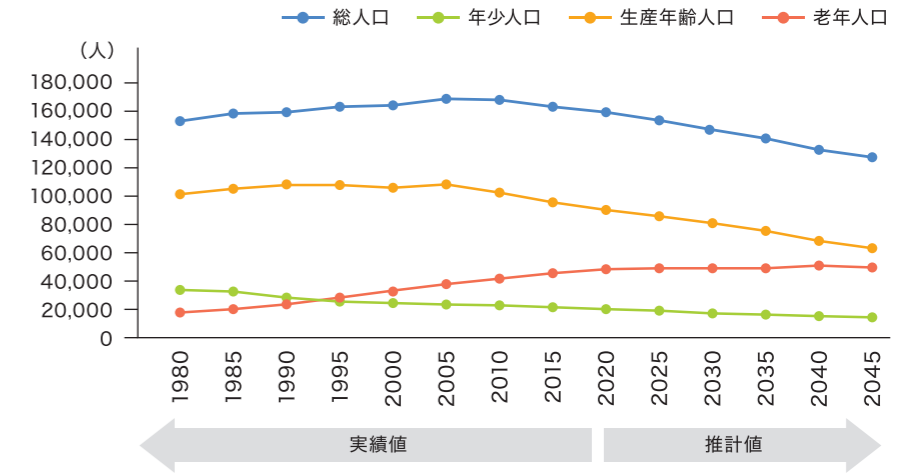


図2.松阪市の人口推移

【出典】 出典RESAS人口推移(抽出対象地域:三重県松阪市)

松阪YEGが考える政策提言の基本方針

松阪が気骨ある若者で溢れかえるような仕組みを作る

上述の通り、生産年齢人口の減少は行政、企業、地域にとって重要な問題であるが、外国人雇用や高齢者・女性の活躍など単純労働力の確保では根本的な解決にはならない。やはり地域の活性化、事業所の発展を強く願う気骨のある若者がひとりでも増えることが必要不可欠だと我々は考えている。松阪YEGでは行政、企業、地域が一体となり「若者のUターン就職」を促進する活動を通じ、豪商のまち「松阪」が気骨ある若者で溢れかえるような仕組みを作ることを基本方針として政策提言をまとめていきたい。



大学がないことをポジティブに考える

前出の自然増減・社会増減の推移グラフによると、2014年以降共にマイナス推移している。自然減については少子高齢化が主な要因であると考えられる。対して社会減については、前年の2013年に三重中京大学(旧松阪大学)が閉学しており、松阪市内に大学がなくなったことが一つの要因として考えられる。これについては、青年部内外で行った意見交換会でも少なからず意見が挙がっており、「松阪にもう一度大学を」「若者が松阪から出ていかななくてもいい環境を(近隣都市の学校への進学など)」という声が聞かれた。しかし、同時に「若者が進学で市内・県外に出ていくことは悪いことではない」という意見も多く、今回の提言は後者の考えに同調するものである。

商人の世界には、古くは江戸時代から「丁稚奉公」という文化があり、これは松阪商人においても例外ではなかった。有名な例では、江戸の兄の元で丁稚奉公し、松阪に戻った三井高利が挙げられる。今後の松阪市及び事業所がより成長し、経済が活性化するためには、多種多様な能力を持った若者の活躍が必要不可欠であり、若者が市外・県外で見聞を広めることは、むしろ肯定されるべきことである。大切なのは、松阪を巣立ち大きく成長した若者が、松阪に戻りその能力を存分に発揮できる環境を作ることである。若者が戻ってこようと思えるように、また戻ることができるように、松阪市と若者との間に信頼関係を築き、迎え入れる環境を整えていくことこそが、今後の松阪市において必要なことであると考えられる。

松阪を巣立つ若者たちの想い

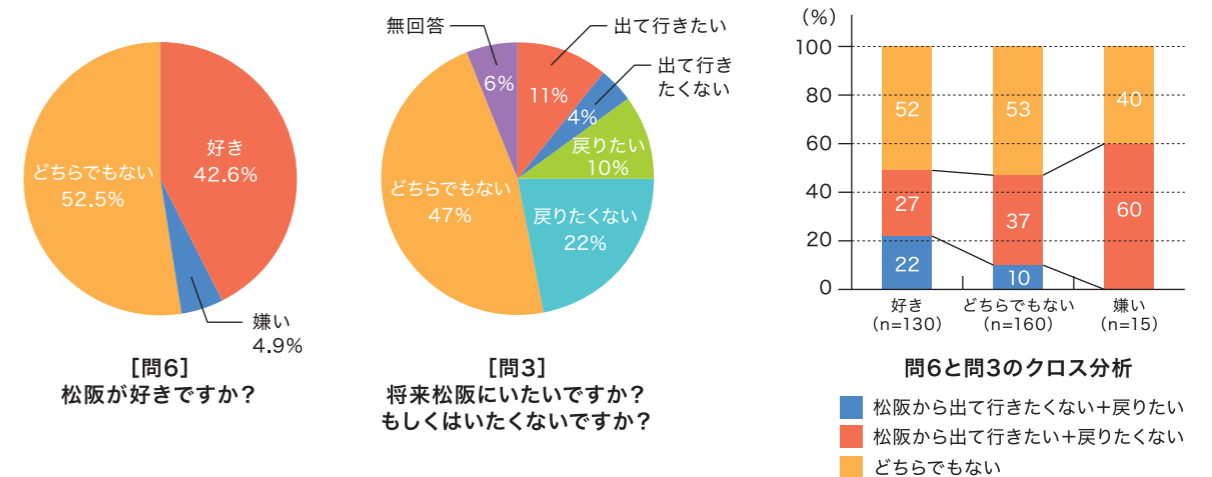
では、松阪市に若者が戻ってくるためには、何が必要なのか。まず、高校卒業をきっかけに松阪から出ていく若者が多いことから、若者が高校を卒業するまでにつながりを作る必要がある。また、彼らが何かしらの理由でUターンを検討するタイミングまでつながりを持続させる取り組みも必要である。さらに、これと並行して、Uターンしやすい街づくり、PRのために、非常に広範囲にわたる取り組みが必要となる。

若者の連絡先の収集(つながり作り)、リクルートサイトとの連携による就職支援(Uターンサポート)など、県・市も継続的に施策・事業を講じている。しかし、若者とのつながりを持続させるためには、常に彼らの希望、不安



に目を向け、ニーズを把握し、的確な情報・サービスを提供していく必要がある。

まず我々は、2つの意見調査を行った。1つ目は、松阪市の高校生から「松阪に対する印象」、「卒業後の生活に対する希望・不安」についてのアンケート調査。2つ目は近隣大学の教諭、学生に対して、「卒業後の進路」「地元に対する印象」についての意見交換会を実施した。以下に、その調査結果をまとめ、傾向分析の概要を記す。



1 松阪が好き(42%)×松阪に定住・Uターンしたい(22%)=9.2%

松阪を嫌いだという意見は非常に少なく、これは郷土愛教育への取り組みの成果だと考えられる。また、松阪を好きと答えた人は、「松阪に定住したい」「Uターンしたい」と考えている割合が他に比べて多い傾向が見られる。ただし、定住・Uターン希望者は、率にすると全体の約10%程度であり、十分な数字とはいえない。

2 松阪が好き(42%)×松阪から出ていきたい・戻りたくない(27%)=11.3%

松阪への好印象が定住・Uターンにつながる傾向がある反面、松阪を好きだと答えた人の中でも、「松阪から出ていきたい・戻りたくない」という回答が、定住・Uターンを希望する回答を上回った。さらに「松阪が嫌い・どちらでもない」と答えた人には、「松阪から出ていきたい・戻りたくない」という回答が多くあることから、定住・Uターンに否定的な意見が大きく上回ることになる。

若者が高校を卒業するまでにつながりを作る必要があることを前提とすると、松阪市が数々の施策・事業を行っているにもかかわらず、現状はまだ不十分であると言わざるを得ない。なお、大学教諭や学生との意見交換会では、「地元に戻るのではなく、家族の住む場所に戻る」という意見を聞くことができた。「郷土愛」だけでなく「郷人愛」という考え方も意識する必要がある。

松阪を巣立ち新天地で生活する若者は、その土地でどんどん新しい情報を吸収していく。連絡先など物理的なつながりだけでなく、精神的・情動的なつながりを作り、維持していくことがUターン促進には必要不可欠であると考えられる。

無関心の壁

我々は本提言に関する調査を行う中で感じた問題として「無関心の壁」を挙げる。

前項のアンケートにおいて、「松阪が好きか嫌いか」の質問に対して、「どちらでもない」と回答した人は全体の50%強。さらにその中の90%が「松阪から出ていきたい・戻りたくない」「どちらでもない」のどちらかを選択している。また、どちらでもないと考えている人の半数は、「将来のことにに関して未定であるから」と理由付けしており、他にも「松阪でしたい仕事に就けるか分からない」「どっちでもいい」など、松阪で生活していくビジョンが描けていないことに起因する回答が多く見られた。

これらは必ずしも松阪の実情に起因するものばかりではなく、若者が

- 松阪の企業・事業所に関する知識がない
- 自らの将来に対する関心が低い

といった本人たちの知識・意識の低さに起因することも多いと考える。我々はこれをUターン促進を阻害する「無関心の壁」と呼ぶ。

では、なぜ「無関心の壁」は生まれるのか。三重県、松阪市においてもUターンを促進する施策は継続的に行われており、講演などでの市長の発言からもその想いは強く感じることができる。ただ、我々が県や市の関連部署に聞き取り調査を行ったところ、「市外・県外に出た若者の、その後の動向を把握していくことが難しい」「Uターン人口の詳細データを集めることが難しい」など、ターゲットに確実にリーチできているかという点においては疑問が残る回答であった。また、我々事業者側の課題として、県・市の施策に対して関心が低い事業所も多く、Uターン希望者の受け入れ先となる企業を十分に確保できていないことが挙げられる。例えば、松阪市や県が行っている企業紹介事業に率先して登録表明する企業・事業所は全体の何%だろうか。松阪商工会議所に登録されている企業・事業所だけで見ても、十分な数とは言えないであろう。結果的に、受け入れ先を大手企業の誘致に頼る必要が出てくるが、これは地元事業者にとっては必ずしもプラスに働く傾向ではないと予想できる。また、市役所内でも、各部署同士がお互いの施策・事業に対してどれほど把握できているだろうか。本来、連携すれば得られるはずの効果が得られていない。多くの施策・事業が連動できていない、企業・事業所の協力が十分に得られていないことが「無関心の壁」を生む要因だと考える。

アンケート全体の50%を超える「どちらでもない」と回答している層をメインターゲットに、既存の施策・事業がより効果的に成果を上げる仕組みを構築すること。「無関心の壁」を壊すことが、Uターンを促進するためには必要である。

松阪YEGの政策提言

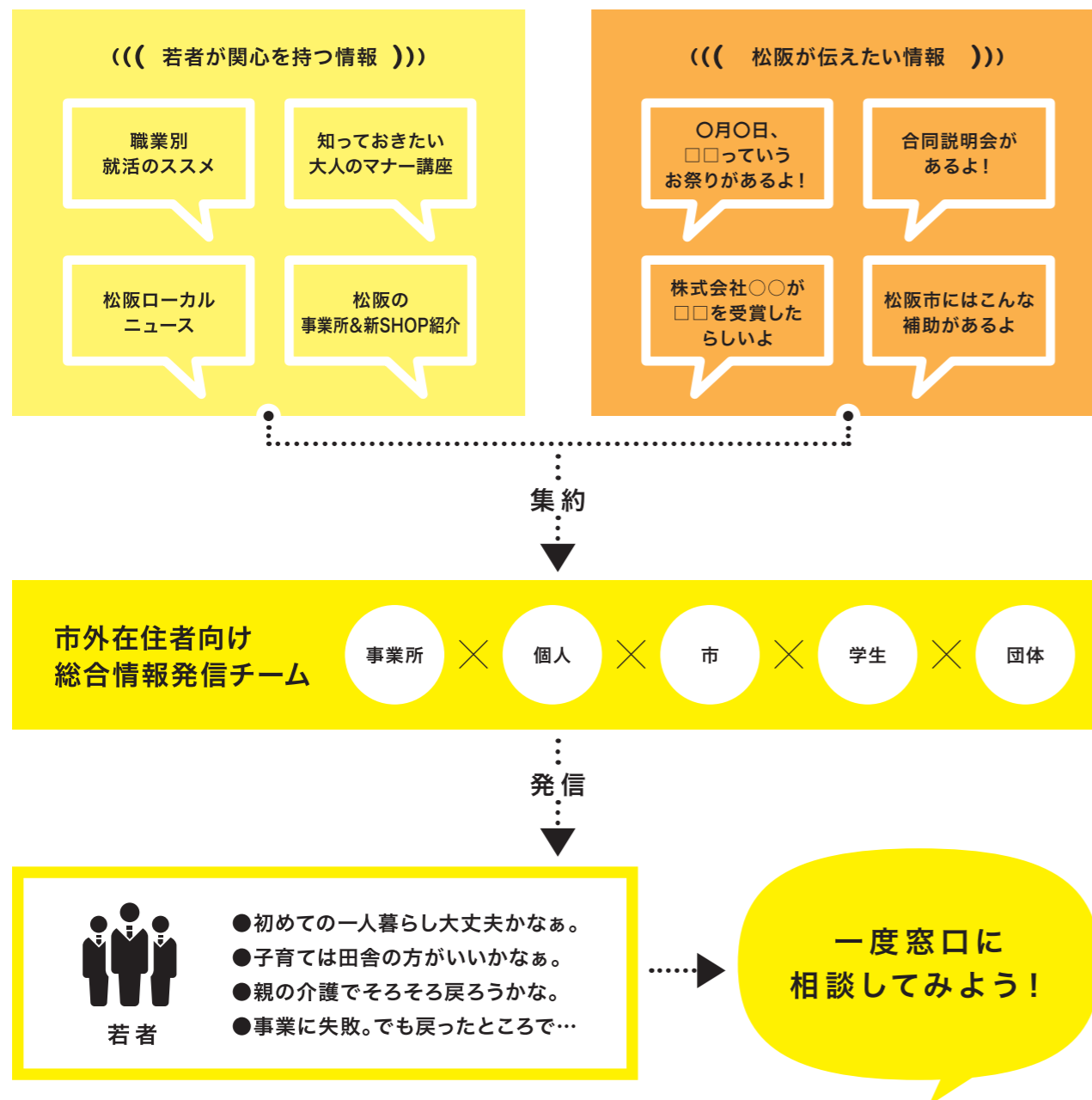
では、若者の「無関心」を
解消するためには
何が必要だろうか



「点」から「線」へ

松阪市には歴史・文化があり、企業・事業所も多く存在する。また、松阪市も常に多くの施策・事業を実施している。今の松阪に必要なのは、新たなリソースを増やしていくことではなく、周囲が興味を持てる「演出」と効果的な「発信」である。現在「点」として行われている施策・事業を「線」として連動させるため、我々は以下の事業を提案する。

【松阪商工会議所青年部 政策提言】 市外在住者向け総合情報発信チームの設立



先述のとおり、若者に松阪が伝えたい情報を伝えるためには、一方的な情報発信ではなく、彼ら知りたい、興味がある情報をくみ取ることはもちろんのこと、それを若者のニーズに合った方法、ニュアンスで伝えなくてはならない。当事業が様々な情報を集約し、若者の関心を得られる形で発信するサービスを運営する役割を担う。

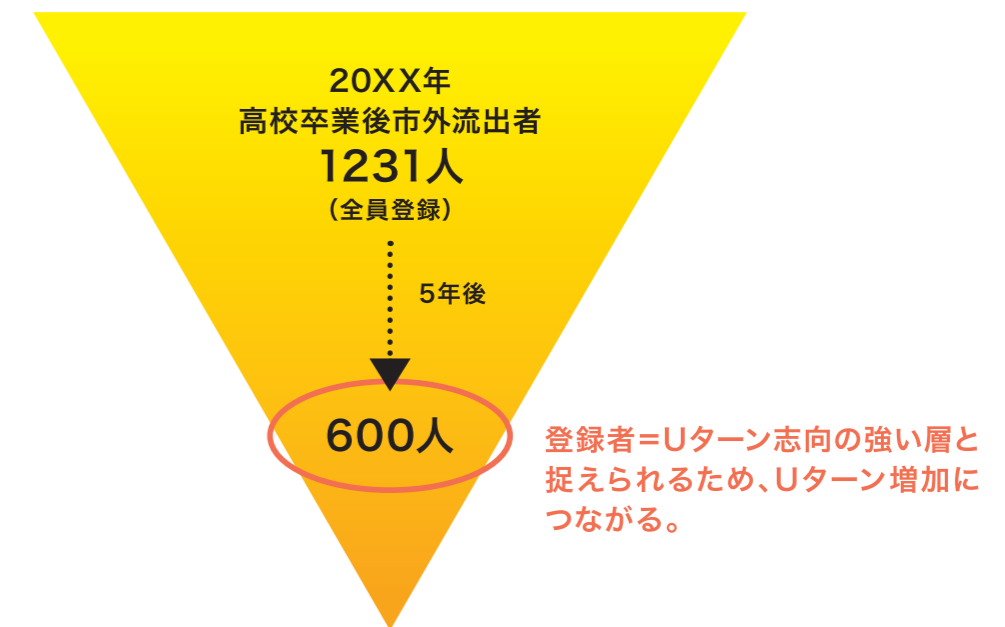
また、紙媒体、Web 媒体、動画媒体とますます増え続ける情報量の中、それらに埋もれないコンテンツを提供し続けることが必要である。市、企業・事業所、団体が連携できる体制を作ることに加え、ターゲットに最も近い感覚を有する市内の学生を巻き込むことも当事業の重要なポイントと言える。

情報発信の方法はダイレクトメール、Webサイト、アプリなど様々な選択肢が考えられるが、いずれにせよ当事業が若者と松阪をつなぎ、組織や部門、立場 を超えて施策・事業の効果を最大化するハブの役割を担うことを期待する。

当事業で得られる効果

当事業は、単に新しい事業を始めるものではなく、既存のものを活用、統合、発展することを念頭に置くものである。

例えば、現在商工政策課が行っている高校生の連絡先を収集する取り組み。これを松阪市全体に展開することで、当事業が情報発信のターゲットとなるユーザーを最大限に獲得することができる。このユーザーをより多く残していくことが当事業にとって指標の一つであり、松阪と若者とのつながりを持続させていくことになる。



情報発信サービスのユーザー獲得～維持イメージ

他にも、この事業の先には、市が計画している総合アプリの派生的な発展の可能性もあるかもしれない。企業案内冊子の情報や夕刊三重の取材力が活かされること、我々商工会議所青年部が行う事業と連携できることもあるだろう。市内で活動、生活する人々がお互いの取り組みを知り、連携することで、より質の高いコンテンツが生み出されることになる。

進学する若者たちが 5年先まで使ってもらえるアプリ

実用性

一人暮らし応援アプリパック
一人暮らし・大学生活で役立つ実用的なアプリセット

夕刊三重?

松阪の出来事

松阪のローカルニュースを毎日(または毎週)配信。

観光協会? YEG? JC?

帰省するならこの日

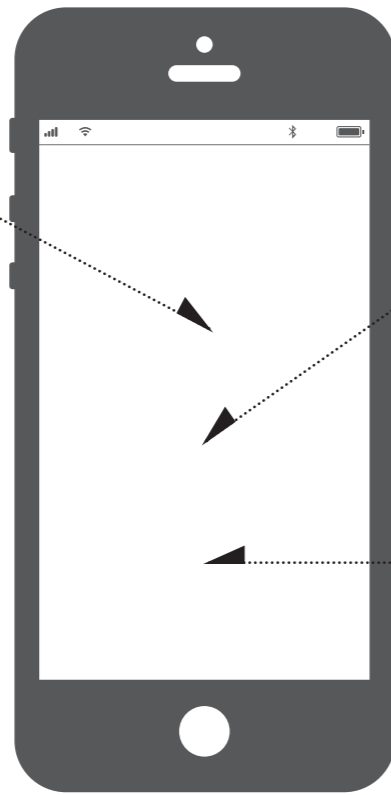
松阪で開催されるイベント情報・行楽情報を配信。

ふるさと納税?

ええもん市場

松阪の名品を購入できる。ふるさと納税できる。

行政・企業・団体が
連動することによる
多角的な
アプローチ



豪商スピリット企業?

松阪のお仕事・ビジネスチャンス

松阪の就職情報・起業支援情報など

これ以外にも、当事業が継続していくことで、様々なリターン促進につながる事業に派生していくと考える。

派生事業例



サービス登録情報を
活用した高校別同窓会の
一斉同報

飲食店による
同窓会利用割引情報
発信

松阪への
帰省機会増加



当事業参加企業同士の
交流

合同説明会や
合同研修の開催

雇用機会の増加
企業価値の向上



サイトアプリ上での
クラウドファンディングや
個人M&Aの斡旋

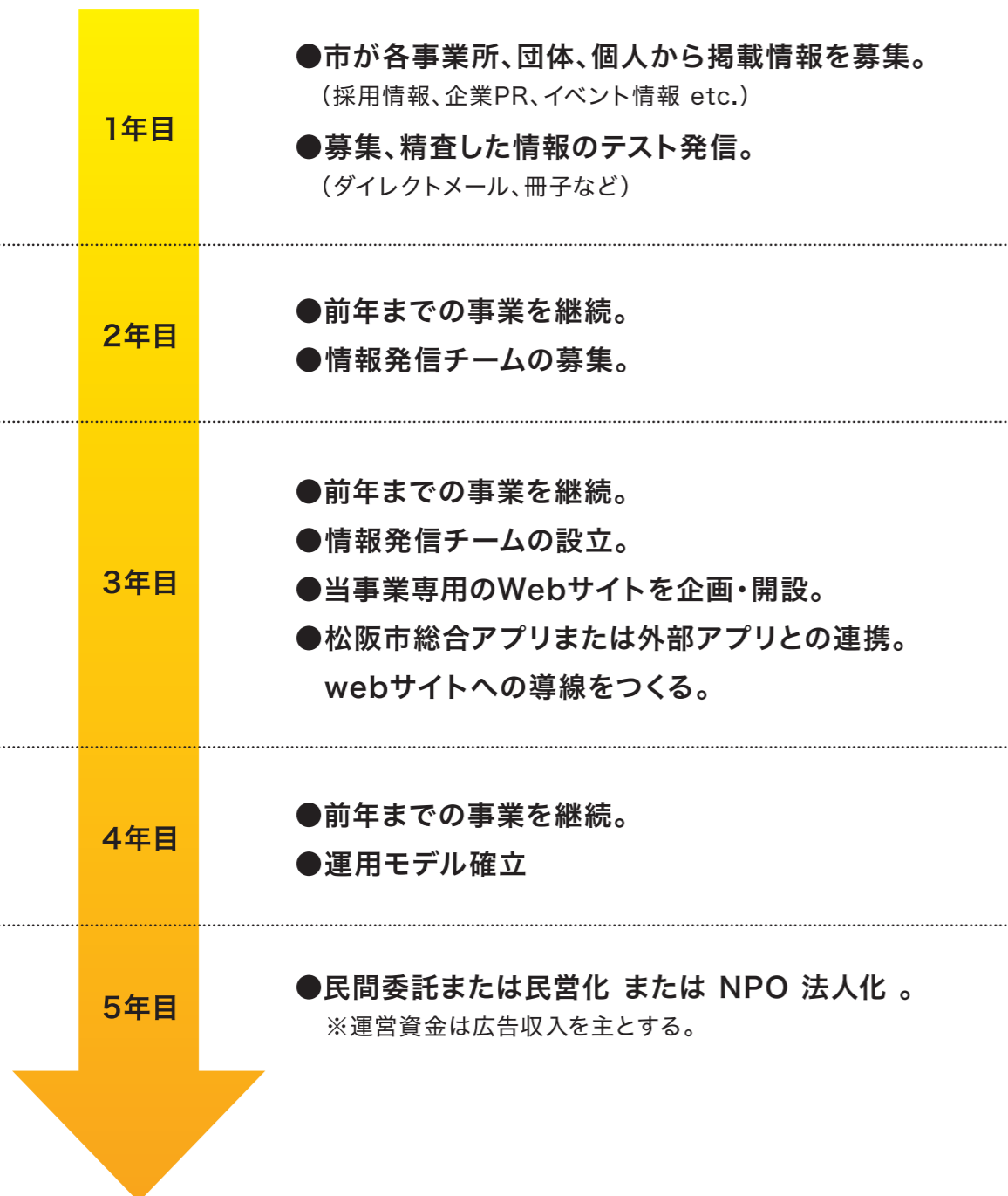
松阪商人サポート隊等
創業者支援の情報発信

若手起業希望者の増加
市内事業所の増加

これらを当事業でPR、レポートしていくことで、さらにコンテンツを充実させていくことができる。

中期的ビジョン

当事業は、様々な組織、立場の人々が参画することで効果を発揮するものである。超企業、超組織による事業をスタートさせるためには、まずは市に旗印を立てていただく必要があると考える。その反面、事業が成長するに伴い、掲載情報や参画者の選定などにおいて完全な公平性を保つことが難しくなる恐れがある。ある程度の事業成長を遂げた時点で、運営母体を変更することを視野に入れた5年間のビジョンを提案する。



おわりに

情報発信の方法が多様化し、おびただしい量の情報が氾濫する世の中で、市外に出た若者の松阪に対する関心を維持することは容易ではない。しかしながら、Uターンを促進していくためには、若者のニーズと真摯に向き合い、より実効性のある情報発信を続けていくことが必要不可欠である。

本提言で提案した事業が、松阪市に関わる全ての人々が一丸となった「帰ってきたい・帰りたい」と思わせる街づくりにつながることを期待する。

制作

松阪商工会議所青年部

2019年度会長／小倉秀幸

2019年度スローガン「The challenge of YEG ～価値ある努(ゆめ)に向かって」

政策提言委員会

担当副会長／和田貢 委員長／溝田龍之助 副委員長／阪井純子、橋本耕成 補佐／片上聡一郎
メンバー／大竹理絵、加藤泰希、北川雄一郎、高橋俊一、橘大介、辻英浩、辻橋英延、堂見啓太、
濱口周作、平井啓、前川浩一、見永季子、森島大吾、吉田穰次、米川直秀