

「ビジョンを語る会」主な意見 西脇で活躍されている方(デザイナー、播州織関係者、移住者)

実施日： 12月17日(木) 人数：12人

(西脇市への企業誘致)

西脇市の課題は、働く場所がないことと人口減少。西脇市は素晴らしい地場産業である播州織に頼りすぎていて、地場産業だけでやっていけるという過信から、企業誘致に積極的でなく、今の低迷を生んでいるのではないか。今の子どもたちが、西脇市に働く場所がないと言って、出て行ってしまえばどうなるのか。西脇市への企業誘致、若手デザイナーの西脇市での起業などが望まれる。

(関係人口を増やす)

アーケード商店街や銭湯の跡を使ってイベントを開催している。前は 800 人を超える集客があった。京阪神からの出店者が多く、「次も出店させてほしい」「西脇の人は温かい」といった声がある。大きい企業を誘致するのも大事だが、それ以上に関係していく人たちを増やすことが大事だ。

(未来の働き方)

特定の会社に所属せず、テレワークのような働き方をする人が増えるだろう。都市部に住まずに好きなのところに住む。そういう人たちを受け入れる北播磨であるべき。「受け入れよう」「個人の頑張りを応援しよう」という空気感が大事だ。

(機屋の高齢化と若者離れ)

播州織の普及と維持、西脇市の振興を目的に活動している。播州織の機屋の高齢化や若者離れをどう食い止めるかを模索している。播州織の特徴である先染めの良さをいろんな人に感じてもらいたい。

(西脇市でも仕事ができる)

西脇市はバスや電車が少なく、子どもたちにとっては不便な町。進学しようとする町に出るしかない。就職先もないので町に出ようとする人が多い。今、コロナ禍で、リモートワークが進んできた。西脇市でも企業の仕事ができることをアピールしていけたらと思う。実は、西脇市にも就職先はたくさんあるのに、地元にもあまり知られていない。もっと皆に発信できればと思う。

(地元資源への気づき)

西脇の人は「西脇には何もない」とよく言う。面白いところや魅力あるところがあるのに「何もない」という言葉にかき消されている。観光協会の依頼で観光マップを作っているが、「こんな情報は初めて知った」という声もあり、地元の人が地元のことを知らないと感じる。

(リモートが当たり前になる時代)

西脇には就職の場がないから、能力のある人は東京で就職してデザイナーとして活躍しており、もったいない。リモートが当たり前になってきたら、家で仕事をするのが普通で「昔は通勤ラッシュがあったのか」という時代が来る。そうなった時は、都会より田舎の方が子育てに適している。そういう流れをサポートする仕組みがあればいい。

(製造現場で働く人の増員が課題)

自社が得意とする織物を SNS や展示会で発信して、オリジナル性を出している機屋さんが増えて
いる。しかし、作る人がいなくなると続けられない。お客さんをつかんでいくと同時に、製造現場
で働く人をどうやって増員するかが今からの課題。地道な仕事で続けることが難しい。

(オリジナリティを出していく)

日本の地場産業は素敵なのにうまく発信できていなくて、もったいない。これからは個性の時代。
オリジナリティを出していけないと淘汰される時代が来る。今の時代にあうやり方で、新しいこと
に挑戦していく。また、人とのつながりや温かみはリモートではなかなか感じられない部分なの
で、デジタルとともにアナログも大切にしていきたい。

(播州織を残したい)

移住してきて織物元受けの商社でデザイナーをしている。播州織を残していきたいと強く思い、縫
製の工場を作った。今だと、中国の縫製工場に生地を持って行ってシャツに加工してから日本に戻
ってくるので、播州織なのにメイドインチャイナになってしまう。そこを変えていきたい。

(高齢者を置き去りにしないまちづくり)

大阪から移住してきた。家の近所に子どもたちが遊んだり、近所の人、高齢者が交流したりできる
ようなスペースを作った。まちづくりは大学の先生などの発想だけでは、現地の高齢者たちを置き
去りにしがちである。地元の間が心配りをしたまちづくりができるようにしたい。

(子どもたち、若者が主役の社会)

30年後に幸せな社会にするためには、子どもたち、若者が主役になれる社会にしないといけない。
高齢者が踏ん返って若者に指示するような社会にはいけない。今住んでいる地域はお年
寄りが多いし、若い人は入ってこない。何でも「例年と同じ」ばかり。それを伝統というなら、そ
んなものがあるだろうか。例えば消防団などは典型。その意義・仕組みを再考すべき。