

- 以前から議論してきたことが形になり、具体的な施策に落とし込まれ、政策が進んでおり、素晴らしい進捗だと思う。今回、特に若者・Z世代を応援ということで、何か次の展開ということとなるが、基本的にはこれまで考えてきたような、新しい時代の流れに必要な形の政策をどれだけ打っていきけるかがすごく重要になる。

個人的な感想としては、シビックプライドという言葉と、移住施策という言葉が並列されているのが今っぽいと感じる。シビックプライドは郷土愛などと訳されるが、ローカルと密接に結びついた、ザ・郷土愛、地縁や血縁に紐づくような郷土愛ではなく、社会学では選択縁などというが、好きな人同士やニーズが近い人が集まって作る縁があって、その中でコミュニティを作り、今の時代のシビックプライドが生まれている。よって、移住の推進とシビックプライドの醸成とは全く矛盾するものではなく、移住を推進しながら、その中で、自分から望んで兵庫に来た人も、配偶者についてきて兵庫で子育てをするようになった人も、プライドが持てるようにする。それがひいては、今の若い人たちの移住を促進することにもつながると思う。

移住者の調査を色々なところで行っており、話を聞いていると、働くママ、子育て世帯は割とニーズがはっきりしていて、行政に望むことは何かと聞くと、いろいろと話してくれる。そのあたりに関してはやるべきことははっきりしていると思うので、地縁も血縁もない兵庫県に来た女性が、安心して子育てができるようなコミュニティを支援していくための施策は続けていただきたい。

もう1つ、子育て世帯とは別に、単身世帯の人たちをどう惹きつけていくかという時に、働く場所を魅力的にしていく働き方改革も一緒に挙げられており、すごく大切だと思う。旅行と居住がすごく近く、時に合わさるような状態を指す「旅住」という言葉がある。トランスローカルにいろんな地域を転々とする若い人達に、この地域に一生住むつもりはあるのかと尋ねると、「骨を埋めるつもりはないがこの地域は好き」といった意見が出てきたりする。アメニティを重要視して色んなところを転々とするような、旅住的な住み方をしている若い人たちが増えていると感じる。彼らはもちろん住んでいる場所は好きだが、一生骨を埋めたいとは思っていない。しかし、そのまちに対する愛情はある。そういった、トランスローカルな動きをしている若い人たちにもシビックプライドを与えることができるような施策をどれだけ打っていきけるか、また、こういった動きをする優秀な人たちをいかに惹きつけることができるかが、1つポイントになってくる。

もう1点、トランスローカルな層と対照的に、「移動格差」などと最近言われるが、その場所にいなければならぬ人も存在する。さきほどまでの話が、比較的元気のいい若い人達だとすると、移動が限られ、兵庫に居なければいけない人達、そこでないと生活していけないような、社会的、身体的に弱い立場の人達もいる。そういった人たちにも配慮したような両睨みの取組がいる。地域を股にかけて活躍する元気な人材にとって魅力的なまちであるのと同時に、兵庫から出ることの難しい、弱い立場の人たちにも住みやすいまちにしていく施策が必要である。

基本的な路線としては、このままでしっかり考えられているなどと思うが、その辺りをより強化

してもらいたい。

- いくつかのターゲットがあって、それぞれに応じた施策をしっかりと打っていくことが重要であるとの意見である。

トランスローカリティということで、比較的流動性の高い若い元気な方々にシビックプライドをどう持ってもらうか、というところについて、すごく大事なことだと思っているが、具体的にどういうことをしていけば、そういうふうな感覚が醸成されるのか。また、比較的定住性というか、いわゆる土着というか、ずっと兵庫の地域にいる方との関係性について、問題になると思っている。そのあたりについて、もし何かあればお聞かせいただきたい。

- 調査をしていると、そういったトランスローカリティ層と土着層の間には、良い言い方をすると住み分け、悪く言うと断絶というのがある。その間をどう繋いでいくかが、今後の大きな課題。

また、トランスローカルな若者にとってのシビックプライドに関して言うと、今日の午前中、アンカー神戸で仕事をしていたが、クリエイティブな人たちの集まるハブ、「クリエイティブハブ」と呼べるような場所が、神戸のみならず兵庫にはすごくたくさんある。そういうところに、優秀な若い人たちが集まっていろいろな仕事をしている。地域の魅力を高めていくことや、生活のしやすさ、インフラを整えることも大切だが、魅力的なまちには彼らが交流できるような場所が必ずある。場所を用意するだけではなく、きちんと機能するようにしていくことも重要である。また、こうした場所がローカルな定住層に開かれていけば、そこに、両者の対話の可能性が生まれるかもしれない。

- 基本的に地方の活力、人口問題等というところで、様々な施策を打たれていて、幅広にやられている。特に人口関係に関して、色々な観点で施策を打たれていると理解している。これからに関して申し上げますと、日本全体で人口が減っていく中で、兵庫がプラスに転じるということは、物理的に年々難しくなっていくことを踏まえた上で、政策や、目標設定、かつそれを前提にした社会づくりが不可欠であると感じる。一方、兵庫の強みとしては、ファミリー層の転入超過や、移住ニーズの高さは厳然たるものであり、それを受け入れるような政策も引き続き必要。さらに加えると、資料の中の後期2ヵ年というところに、Frontier・Return・Futureとある中のFrontierに産業施策が入っているが、人口動態というものはすべからず産業の強みに連動するため、強い産業がある、成長するエリアは人口が増え、雇用も増えるという流れがあり、ここは非常に大事だ。

他に、これからの数年間は全世界でGXが極めて大きなテーマであり、キーワードである。その中で、兵庫は、特に水素を中心にサプライチェーンを含めた極めて強い企業が集積しており、ポテンシャルは厳然たるものがある。そのあたりをぜひ掘り起こしていただき、そこを起点に置くようなGX施策や、産業の裾野の拡大、それに伴うインフラの構築、その先にある雇用の創出も含めて書いていただきたい。そういったものがあれば当然人口動態にもはね返ってくるため、

期待したい。

さらに、次期戦略というのは、2025年から29年の期間かと思うが、2030年には神戸空港国際化が控えており、さらにI Rも2030年前後に開業する。おそらく関西を取り巻く観光のマーケットも、人の流れを含め一変する。兵庫の観光も今以上に盛り上がり、おそらく1つの柱になるので、GXや観光、もともと強い医療健康も意識したような施策を作り、そこから発展するような社会づくりとして外国人雇用、さらに人口の増加も含めた戦略を構築していただきたい。

- 県の地域創生戦略だが、各市町もそれぞれが地方創生ということで色々な政策に取り組んでいる。そういう中であって、限られた観点での話になるが、地方の小さな町は昭和40年代ぐらいからずっと人口が減少してきた。国全体として人口減少社会に入ったことで、国が地方創生という旗を振って、地域の人口ビジョンづくりなど子育て支援や人口増に繋がる施策につながっている。ただ、すでに10年以上こういうことを取り組んでいる中で、特殊事情があればまた別の話ではあるが、各自治体それぞれのお互いの競争で人の移住や定住ということで引っ張り合いをしても、統計的にそれによって人口が増えたという結果につながらないのが現実。

国全体として、人口、出生率を上げていくためにも、子育てへの支援や子育てしやすい環境を作っていくことは非常に大事だ。地域に目を向けると、例えば佐用町は非常に子育てしやすいということは言っている。一方で、未就学児を持つ若いお母さん方が、子どもが小学校高学年から中学生ぐらいになると都会の学校に子どもを通わせたいという会話をされていると聞く。県においても、国においても、教育の無償化など、子育て支援に非常に力を入れている。教育の無償化は、兵庫県全体でかさ上げはできるかもしれない。しかし、教育無償化は地域の町にとってどういう影響があるかという点、例えば小さな町には私立学校はない。私立学校では、それぞれ魅力的で時代に合った色々な学科や、カリキュラムを作って子どもたちを集める。今まで私立高校の授業料にかかっていた月5万~6万円が無償化となることによって私立学校へのハードルが非常に低くなり、高校、中学校から都会の学校へ通わせる。大学も同様であり、なかなか帰ってこないという影響がある。地域を担っていく、地域をこれから支えていく人材を地域で育てていきたいと思っても、一生懸命子育て支援をし、いろいろな施策をして、社会人となって地域を支えていく年頃になったときに、それがみんな外へ出て行くというジレンマがあり、非常にここは私たちが悩むところである。

また、行政を担う役場の職員を募集し、一生懸命人材を確保しようとしている。しかし、同じ公務員でも、地方公務員、それも小さな自治体の公務員と県職員、国家公務員、これも格差がある。そういうところを全く国は是正しない。地方で働こうとしても、若い人達は色々な子育ての支援があったとしても、基本的には自分たちの給与とそのレベルで計算をし、生涯賃金を考えたときに、同じ公務員として働くのであれば、大きな町の公務員、県の職員、国家公務員の方が良いと考える。加えて転職ということが今の時代はあるので、転職も含めて考えている。また、若い人たちが就職活動をする際、私たちの町も受けてくれるが、合格しても、国家公務員や県職員に合格したのでそちらにいきますと言われる。

若者・Z世代応援パッケージの支援政策は、県全体としてのボリュームは上がるのかもしれないが、小さな町の人口の増加には繋がらないということが現実の問題としてあるということは知っていただきたい。

- 若者Z世代への応援について、支援ではなくて応援とした点はとてもいいと思っている。支援だと上下関係がある形になる。応援だとフラットな形になる。Z世代はデジタルネイティブなので、フラットな関係性の中に生きている人達である。施策展開もフラットな関係で考えると、理念的に正しいと思う。

支援ではなくて応援であるため、選抜型ではなくて普遍型の制度にしていくこと、例えば所得や年齢の要件を可能な限り緩和していくことが、応援パッケージとして重要である。

1つ論点として提案したいのは、応援パッケージを兵庫県が持っていることを内外に浸透させるために、広報がとても重要であるという点である。広報の仕方を工夫すべきで、細かい仕組みを伝えるよりも、兵庫県は若者Z世代の応援をする行政であるという点について、理念やメッセージを伝えることに重点を置いた方がいい。行政はどうしても細かい制度を伝えたいがるが、むしろメッセージの方が大切。選別せず普遍的に応援するというメッセージは、兵庫県が掲げている誰も取り残さないという行政のあり方と親和性がある。

ここまでは今現時点の感想であるが、ここからは私の考えがまとまっていないが何となく思ったことを言う。経済雇用政策については別の審議会があるので、そちらで話をする。

施策パッケージについてこれはこれでいいが、もう少し深い議論が必要ではないか。若者Z世代とはどういう世代なのか。Z世代といっても幅広いわけで、どういう層をターゲットにするか、レイヤーをどうすべきなのか。私は大学で教えているので、若い世代とずっと付き合っているが、彼らの中の漠然とした不安に対して、この社会はどこも対応できていないのではないかと考えている。将来の不確実性がどんどん増してきて、真面目な学生ほど不安感にさらされている。昨日、無人コンビニを利用したが、社会が便利になっている一方、人間が不要になる時代がもう来ている。チャットGPTはこれからもどんどん人間の仕事を奪っていくわけで、便利になればなるほど誰かが失業しているという状況を、若い人たちは結構正しく認識している。そのため、若者Z世代が漠然とした不安に苛まれるのは当然と思う。今は昔よりも社会がとても複雑化しているのに、今の社会はすぐに答えを出したがる。Googleで検索するとすぐに答えらしきものが出てくるが、そんなに社会は単純ではなく、若者に限らず大人も早い回答をすぐ求められる社会になっている。これは望ましい社会のあり方ではないのではないかと考えている。すぐに答えが出ない問題について深く考えることができる人材というのが、私は次代を担うと思っている。こういった深く考えることができる人材をつくり出せるかどうか重要で、これは高校や大学、行政の仕事ではないかと考えている。

ただし、どうやればよいかは具体的にはわからない。ただ、問題意識は共有して認識していくべきなのかなと思っている。具体的にどうすべきか私はわからないが、若干の方向性は考えてみたい。行政として、若者Z世代と話し合う時間をたくさん持つことを考えたほうがいい。現時

点はこれしかないと思っている。彼らに参画してもらう機会を増やせないか。意見を聞くというよりは議論する機会が重要。何かすぐに答えを出すのではなくて、答えが出ない問題を考える機会を持つことに意義がある。このような深い思考プロセスを経た経験を持つこと、その経験を兵庫県でやったということが、本当の意味の応援に繋がっていて、将来の地域創生に繋がるのではないかと漠然と思っている。

例えば、行政の委員会等への参加機会を、若者Z世代に広げてはどうか。よく行政としてありがちなのは、若者Z世代の意見を聞く機会を設けて意見発表などをさせるが、こういった会議に出てくる若者Z世代は、意見があって話すことができコミュニケーション能力が高いレイヤーである。それがすべての若者Z世代を代表するわけではないことを私たちは認識すべきだ。要はサイレントマジョリティが確実にいて、むしろそちらの方が割合として多くて、彼らを応援すべきで、彼らの社会への参画を促す必要があると思っている。こういう観点からも議論すべきではないか。例えば応援パッケージについて行政から一方的に提案するよりは、その応援パッケージそのものを考えてもらう機会があってもいい。

最後に、新しい施策を考えることが大切であるが、従来の施策をどう改善するかの視点も重要。例えばトライやるウィークをやっているが、若者Z世代の応援という新しい理念から考えたときに、どのような改善が考えられるか、既存事業の見直しという視点も重要ではないか。行政の資源は無限ではないので、今の資源をいかに効果的に管理していくのかという観点から考えることが重要である。

フィールドパビリオンについて、若者Z世代に地域を知ってもらうことが重要であれば、彼らにも参加してもらうことが大切。この時に、若者Z世代をお客さん扱いしないという発想がとても重要。フィールドパビリオンそのものはインバウンドに来てもらうという設計になっているが、今既に県内に住む若者Z世代がお客さんであるかもしれない。次世代の担い手でもある。そういう意味ではフィールドパビリオンの提供側を体験する機会を持つということも、参画を促す視点から考えてもいいかもしれない。

以上のまとめであるが、第1に支援ではなく応援であることが大切だということ、第2に選抜型でなく、普遍型にしていくことが大切だということ。第3に理念やメッセージを広報することが大切だということ。第4に考える機会、参画する機会をふやすことが、本当の意味の若者Z世代の応援になるのではないかということ。第5に新しい理念から既存事業を見直す視点が重要だということ。私が伝えたいのは、簡単に施策の手段を考えるのではなくて、理念やメッセージが重要ということであって、理念に沿った施策立案が重要である。

- 私は兵庫県にUターンし会社を起業した。事業内容は、自治体や企業へのデジタルマーケティングや広報PRの支援である。会社の事業内容がデジタルマーケティングということもあり、若者が活躍できるような業務も多くあるため、弊社は大学生のインターンシップを常に10名程度受け入れており、社員も若い世代が多い。そのため、私はZ世代と日々関わる機会が多く、一緒に仕事をしていることもあり、その中でいろいろ見つけた共通点や分かったことなどを、皆様に

共有したい。また、本日のメンバーの中では、私がおそらくZ世代に一番近いと、恐縮ながら若手代表としていろいろとお話させていただく。

私が考えるZ世代の特徴や共通点は、選択肢や情報があり過ぎるが故に、考えて悩んで、結局何も行動に移せない人が多いと思っている。だからといって何もしたくないのではなく、情報がありすぎる故に考え過ぎて勇気が出ない、アクションまで至らない方が多いのではないかと考えている。

その中で、私が今日主張したい部分は、きっと制度はたくさん作られていて、それをありがたいと思う学生や若者Z世代がたくさんいるが、おそらく彼ら彼女らはありがたいな、で終わる。利用にまで至る一歩がでない方が多いと思われる。制度を作って終わり、支援を作って終わりではなく、それらを活用できるような、「プッシュ型」のサポートも含めてパッケージの中に盛り込んでいただきたい。先ほど発言にあったリアルなコミュニケーションの場やZ世代が大好きなSNS上で、先ほどのメッセージを発信することもできることの1つである。制度を用意して終わりではなく、一歩を踏み出せない彼ら彼女らの背中を押してあげるところまでを、パッケージにして応援するというのを兵庫県が言っていけたら、本質的な応援になっていくのではないかと考える。

もう1点は、Z世代や若手の方々にはロールモデルを探している人が多いと感じる。弊社にもたくさん悩みを持った若者が相談に来るが、私の子育てしながら仕事をしている姿を、理想として見てもらい、話を聞いてもらう機会がある。そのため、少し広報的な部分になるが、女性活躍という言葉が毎回入れられているが、それがただ憧れで終わるのではなく、リアルに自分の近くにできている人がいるということや、交流や発信を通して、何かそれが自分事にできるような、ロールモデルを見せてあげる機会を作っていくことも重要ではないか。

それが確信に変わったことが先日あった。武庫川女子大学でキャリアデザインという授業を200人以上の学生に講演した際に、仕事も子育ても工夫次第で両立できるということや行動することでしか道は開けないということを熱く語ると、勇気が出ない学生たちが、「私も明日からこれに挑戦してみようと思いました」といったメッセージをSNSで送ってくれた。この体験を通して、やりたいことや、やってみたいことはあるが、本当は勇気が出ないだけで、背中を押して欲しい、身近なロールモデルを探しているZ世代が多くいることに気づいた。

- 若い人に魅力のある職場を増やしていかないといけない中で、若い人は何を求めているのか。1つは待遇かもしれないし、チャレンジできる環境や成長実感だとかいろいろあるが、若い人に活躍して稼げる地域を作っていくことが、人を集めるために非常に重要ではないか。

その中の1つとして、兵庫県もスタートアップ、起業の部分にも従来から力を入れており、高校生や中学生といった若者のアントレプレナーシップの育成といった事業もやっている。こういったアントレプレナーシップを発揮できるような場を、仕事だけには限らないが、社会や地域の活動などにおいても作っていくことが重要ではないか。稼げる地域、稼げる産業を作っていくと、いけないという中でスタートアップは非常にいい。時間がかかる話なので、年度ごとに事業

を考えて、継続的に注力をしていって欲しい。医療産業ヘルスケアの分野においても、バイオモノづくりの芽も出ているので、様々なことをやらないといけないが、従来から力を入れているものも引き続きやっていただきたい。

また、最近では他都市のいろいろな商業施設を見て回る中で、地場産品は付加価値をつけて高価格で売れるのではという事例を幾つも見ている。兵庫県の中にもいろいろな地場産品があるが、フィールドパビリオンの取り組みなどと合わせて、ぜひ応援していただきたい。

あとは先ほどから発言があるが、メッセージの発信はすごく大事である。細かい施策を並べて1個1個検討すると、決して兵庫県は他の地域に負けているとは思はないが、一般の方々には細かいところまで見ずにイメージで見るので、その辺りの発信の仕方にもぜひ力を入れていただきたい。

GX、水素といった産業も継続してやっていかないといけない。取組を続けていて、しっかり根づきつつあるものもあるので、ぜひ継続をお願いしたい。その中で、若い人達がアントレプレナーシップを発揮できるような場を持っていただければと思う。

- 法律に基づいて商工会議所・商工会は全国津々浦々にある。兵庫県内もすべての市町にどちらかの団体がある。その中で商工会というのは県下で28あり、面積で言うと県の4分の3。一方人口は100万程度で5分の1。これだけで商工会地域の性格というもの大体わかってもらえると思う。市町合併で、28商工会に18商工会議所を足したら46で、実は5つの市に商工会議所と商工会が併存している。ただ管轄地域は棲み分けされている。

そういう中で持続可能な商工会を旗印にやっているが、なぜ持続可能な商工会かと言うと、県全体が人口減少であるが特に商工会地域は人口減少が著しい。国勢調査では、平成17年から令和2年の15年間で、県人口は2.25%減っている。大きい目で見るとほぼ横ばい。一方、商工会地域は10%を超える減少率になっている。特に但馬、西播磨、丹波、北播、中播、淡路は軒並み15%から20%の減少。商工会でも芦屋や川西などの阪神間、播磨町や稲美町、太子町などでは横ばい。そういう状況で、当然、事業所の数も減っているため、持続可能な商工会、持続可能な地域を作っていくことを旗印にしており、まさにそういう意味では、地域創生は商工会の目的に全く一致するものと思っている。

現在認定されているフィールドパビリオン190のうち95が商工会地域。商工会地域にフィールドパビリオンとして魅力があることが証明されていると喜んでいる。

そういう中で、兵庫県全体を1つの塊として見ると、大きな間違いを起こすのではないか。県の中には、それぞれの地域があってそれぞれの地域創生がある。そういう視点で物事を考えていただきたい。社会増や自然増の切り口で見ると、県下1つの切り口になっているのではないか。もう少し地域性を細かく見て対策を立てていただきたい。

兵庫県から東京や大阪に出て行って、それ以外の県から兵庫県に入ってくる。その合計が社会減。5千人の減少という形で表れている。県内だけ見ても、地方部から神戸や阪神間や姫路に人が移動しており、社会減の細かな減少というのがある。要するに各地域から人が兵庫県全体の活

力を高めるために都市部に来ている。それが継続されなければ、血液の供給が減り都市部の活力も減っていくことにも繋がる。商工会地域的なところに新しい血液を生み出す、そういう政策を作っていただきたい。それが生み出したものが、阪神間や姫路といった都市部の活力になる。そのような視点でもう少し細かく、社会増や自然増のところを見ていただきたい。県には、都道府県間の競争に勝つためのパワーを兵庫県全体として発揮してもらい、そこで得た果実を地域部分、その毛細血管部分に供給してもらおう。そして、それが地域で再生されて、また都市部に来るといいう、そういう県全体のパワーを高める地域政策と県内の各地域バランスを再生産していく2つの政策で、兵庫県の地域創生戦略を打ち立てていただければ、商工会地域としては非常にありがたい。

- 日頃は各地域の活性化につながる活動を行っている。本日は地域の活性化の取組という観点で発言させて頂く。

まず1点目は、他の委員の方からも話題が出ているフィールドパビリオンである。大阪・関西万博を契機として、たくさんの方に兵庫県に来て頂いて兵庫県の魅力を発信していくフィールドパビリオンの方向性は正しいと思っている。この夏に行われた兵庫のデスティネーションキャンペーンは周知を目にする機会が多く、しっかり周知ができていると感じた。一方、万博の開催まで残り1年4か月。11月の終わりには500日前イベントがあり、次は4月に1年前イベントだが、万博自体が今、盛り上がりには欠けている。現場で取引先と話をしていると、このフィールドパビリオンについて、言葉もなかなか浸透していないと感じる。行政と話をしていると、そこはやっていかなければならないという話も出てくるが、民間への浸透というところではどうなのか。残りの期間でしっかりと民間を巻き込んだ取組が必要と感じている。

信用金庫業界では、きめの細かい店舗網を使い、地域の住民の方と連携して、地域の活性化につながるような活動を日頃からしている。新型コロナウイルスが収束し、この秋口から様々な地域でイベントが多くなっている。

今年の個人的に印象に残っている取組は、関西学院大学や大阪大学の学生が自ら企画した尼崎の地域活性化イベントである。イベントは地域住民の方と連携するため、普段は来られる方も地域の方ばかりであるが、今回は関西学院大学や大阪大学の学生が実施したというところで、地域外の方もたくさん来られた。特に関西学院の学生が実施したイベントについては1日で1万人が来られて、地域の魅力を発信する非常に大きなイベントとなった。その方々が実際に来られて、その地の魅力を感じて頂いた点において、フィールドパビリオンの取組の地域の魅力を知って頂くところに相通ずるものがあるのではないかと。交流人口や関係人口という言葉がよく聞かれる。冒頭で、民間を巻き込んだ取組という発言をさせて頂いたが、我々ももっと、地域団体や学生を巻き込んでやっていくことが大事である。地域活性化の取組は自己満足ではなく、外部の方を巻き込んで活動を大きくしていくことが大事。フィールドパビリオンについても、なお一層、様々な連携を考えて頂ければありがたい。

もう1点は別の切り口になる。若者が働きたいと思うように企業の魅力を向上させることにつ



いては、SDGsの推進が大事になってくる。信用金庫業界においても、中小企業の企業価値の向上を図るため、SDGsの目標達成という観点での伴走支援を実施している。県においても、SDGsの推進宣言事業、認証事業を推進して頂いている。宣言事業の方は比較的定着してきたが、認証事業についてはまだスタートしたところであり、これからというところもある。認証企業のメリットは、専用のロゴマークが使えることや専門家派遣費用の2分の1負担、また、兵庫県信用保証協会の保証料率割引やSDGs支援貸付の利用が挙げられる。中小企業のサステナビリティの推進はまだまだ必要であり、この認証事業の拡大は非常に大事なところ。そのためにも、インセンティブがもう少しあってもよいと感じる。中小企業の現場においてはGXの浸透も課題になっているので、例えば、カーボンニュートラルの促進に係るような事業に補助金が出るなどのインセンティブがあってもよい。それによって認証事業が拡大していく。兵庫県だからこそSDGsが推進できるという状況を作っていくことが非常に大事である。

- 人口という意味で、雇用は何より大切であり、戦略の中で、兵庫県の強みを活かした産業競争力の強化について、色々施策を打って頂いていることに感謝している。

特に中小企業の経営基盤の強化では、足元で倒産が増えており、新型コロナウイルスのゼロゼロ融資の返済の第一波は終わったが、今回、第二波がくる。また、社会保険が払えないという倒産も増えており、県もひょうご産業活性化センターなどで色々やって頂いているが、事前の相談をいかに受け付けてしっかりサポートしていくかが重要である。

若手という意味でいくと、スタートアップについて思っていることを申し上げたい。県も、起業プラザひょうご、ファンドや補助金など色々やって頂いていることを踏まえた上で申し上げるが、スタートアップは経済の活性化や若者を地元で定着させるという意味で不可欠である。特に今の若い人達は、ユニコーンだけではなく、社会課題の解決というところで、色々社会に貢献したいという思いがある。兵庫県は知事も言うておられるが、ゼブラ型のスタートアップが多い。こういう人たちの思いが、新たな技術やイノベーション、マーケットを生み出していく。そういう先進県になれないかと思っている。非常に優秀な大学生や高校生がいらっしやるので、こういう人を若いうちから巻き込んで、そういう風土を作っていく。スタートアップを育成すること自体は既存の企業にとっても重要である。既存の企業は、もう自前主義が限界で、自分たちで改革できない。そういう状況に陥っているため、スタートアップの競合やオープンイノベーションは非常に重要である。

この分野は、岸田総理の新しい資本主義ではないが、様々なところで取組を進めている。ついに東京都知事も真剣にやり出して、もう全然ボリュームが違う。福岡や名古屋も元気である。そういう意味でいくと、なぜ兵庫県で起業するのかをしっかりと訴求していかなければならない。例えば、神戸市はスタートアップが130ほど生まれているが、属性でいくと3つぐらいある。1つはやはり医療・バイオ系。これは医療産業都市のおかげである。2つ目は神戸大学系で、大学に色々なシーズ(Seeds)がある。3つ目は、起業プラザひょうごでもそうであるが、神戸が好きということで大阪や京都から学生がわざわざやってきてくれている。兵庫県の良さは産官学連携

の強さであるので、しっかりと連携していければと思っている。

現状は、スタートアップという意味でいくと足りないことが2つあって、1つ目はやはりお金、ファンドの部分である。これは企業や銀行もそうであるが、お金を出しやすくなるような制度を国も色々考えているので、この辺をどうやって取り組んでいくか。2つ目はキャピタリストやCFO、実際に企業を興すのにシステムをどうやって構築していくのか、そういう実際に手を動かす人材がない。これをどのように県として確保していくかが非常に重要になってくる。

最後に、外資というところがあったが、神戸市で人口が唯一増えているのは中央区と、六甲アイランドの西部だけである。中央区は当然人が集まってくるが、六甲アイランドの西部というのは、いわゆる外資系に勤めている人達、特に大阪でいくとユニバーサルスタジオや関西国際空港に勤めている人たちである。なぜ六甲アイランドに住んでいるかということ、インターナショナルスクールの影響がかなり大きい。やはり外資は日本で取り合っても仕方がない。外資をどうやって持ってくるかという意味でいくと、神戸は港があり、姫路地区は水素など新しい産業基盤がある。例えば、マイクロソフトが来ることによって結構大きなインパクトがある。この辺はぜひ行政の皆さんと一緒に、補助金なのか分からないが、外資を移してくるということも真剣にやっていく必要がある。

○ 質問させていただく。

資料の「子育て世代が暮らしやすい住まいや住環境の確保」について、まず阪神間でエリアを絞って試験的に実施と記載されているが、すでに実施をされているのか。また、まずはモデルと記載されているが、これを全県的に各地域に広げていこうとされているのか。

○ (県事務局) 子育て世帯の転入が増える可能性が高い阪神間に着目して、来年度以降、制度を整備していきたいと考えている。この制度については、数年間の実施を経て結果を踏まえ、検証する予定であり、地域の特性を考慮しながら、阪神間以外の地域にも新たな施策を展開することを検討している。

○ どのような形で効果が現れるのか、とても楽しみだ。先ほどお話しいただいた内容からも、やはり兵庫県は広く、地域によってニーズが異なる。住宅の需要や交通インフラの整備が必要とされる地域もある。そのため、地域ごとに施策を立案することが重要。

もうひとつ、政策全体の情報発信について、既にお話しされていたが、政策の打ち出し方が重要。新年度予算の発表や知事の会見など、県の都合や日程に基づいて発信される場合があるが、これだけ若者世代に訴えかける政策が打ち出されているのであれば、もう少し効果的なタイミング等を考える必要がある。例えば、不登校に関しては、学期が終わる8月の時期になると、学校に行けなくなって不登校になる傾向がある。そのタイミングで、「不登校の方々にはこういった支援を行っています」という情報を発信することができる。また、ヤングケアラーについては、ネガティブな事件が起こった直後は難しいかもしれないが、少し時間を置いてから、「こんな大

変なこともあるけれど、県ではヤングケアラーを支援する施策があります」という情報を発信することもできる。奨学金についても、国のデータがまとまった際に、「学生の方々は大変な状況にある」というニュースが出た際に、「兵庫県ではこういった支援を行っています」という具体的な情報を発信することが重要。全体的に若者を応援するという抽象的なメッセージよりも、具体的な社会課題に関連付けて発信することで、印象に残りやすくなる。したがって、情報発信のタイミングに注意が必要である。

- 雇用人材育成や女性活躍推進に取り組んでいる。まず、人材確保に関しては、多くの会員企業が苦戦しており、大企業でも人材確保や若年層の離職に悩んでいる。特に中小企業は大卒者の採用に非常に苦戦している。また、Z世代の学生は安定した企業に就職したいという意向があり、特に公務員や金融機関への就職希望がますます増えている肌感覚がある。他に、大学生のインターンシップ推進事業では登録企業数が約40社増加し335社になったが、残念ながら学生数は200名ほど減少し824名となった。しかし、実際に参加した学生は増加している。来年以降さらに活発化させるため、採用に苦戦している企業を中心にセミナーの開催や、さまざまな機関や大学と連携していきたいと考えている。さらに、就職支援協定締結大学についても、36校に対して訪問活動を行っている。外国人雇用サポートデスクも受託しており、受入制度の変更に伴い、セミナーや研修を行ったところ、受講者が多かったため、来年3月にも再度セミナーを開催する予定。外国人雇用に対する関心が非常に高まっている。

教育の面では、中小企業を中心に人材定着化のための施策が不十分であり、専任の教育担当者を設置することが困難な状況にある。悩んでいる中小企業も多いので、各種研修を主催しており、特に生産部門監督者向けの研修では大企業の担当者を講師に迎え、1年間の集中コースも行っている。ただし、コロナの影響で対面の研修が3年間行えなかったため、中小企業向けの研修が十分に行えていないことが残念である。しかし、今年から再度研修を復活させ、中小企業の要望に応えるために力を入れていきたい。また、Z世代の新人や若手の指導には大変さがあると会員から声が挙がっているので、2024年2月から3月にかけて研修を実施する予定である。

女性活躍推進については、女性産業人懇話会 VAL21 という組織を作り活動している。現在の会員数は32名で、働く女性の知識向上や交流の場を提供するために定例会を毎月1度開催しており、ロールモデルを提示する場としてはとても良いところだと思っている。民間企業や地方自治体の方々も積極的に参加しており、良いネットワークが構築されていると思う。今後も参加者を増やしていきたい。

新しい戦略を策定する際には、以下の3点に考慮していただきたい。まず、労働組合についての言及が見当たらないことが気になる。労働組合は仕事のやりがいや従業員のエンゲージメント向上に重要な存在であると考えている。日本と同様ヨーロッパなどでは組織率が減少している中で、法改正や様々な工夫で労働組合の役割を高めようと努力している。新しい戦略の中で、労働組合に対して新たな試みや取組を考慮していただけると嬉しい。次に、農林水産業については現在の戦略で触れられているが、製造現場や建築現場、あるいは公務員や福祉関係などのエッセン

シャルワーカーについて触れられていないように感じる。若手や他の職種に就く準備をする方々についても戦略の中で触れる必要がある。最後に、Z世代の応援についてである。昨年、NHKが行った「君の声が聞きたい」というプロジェクトが思い浮かんだ。このプロジェクトでは、昨年5月に放送された「17歳の帝国」というドラマが注目された。このドラマは、実験都市で17歳の総理大臣が新しい政治を実現しようとするストーリーである。Z世代の若者が参加するようなプロジェクトが戦略に取り込まれるべきだと考える。特に、計画立案や予算編成の際には、Z世代の意見を聞き、取り入れる必要がある。

- 資料について、方向性に大きな違和感はなく良いものになっていくと感じた。他の委員のご発言にもあったように、大人への対策ではなくZ世代への応援ということも良い。また、兵庫県の移住相談者が多いということや、「住み続けたいまちランキング」で兵庫県がトップになっているということを見ると、兵庫県の魅力が県に住んでいる人のみならず全国的にも認められているのだと言えるだろう。その上で、私の意見を4つほど述べたい。

先日、30～50代ぐらいの中小企業経営者の取組についての事例発表を聞いてきた。どれもすごく意欲的で、人口減少・高齢化、耕作放棄地などの社会課題に向き合いながら、地域の魅力を再発掘し、ビジネスにつなげていくという内容だった。しかし、何か新しいことをやりたいと思ったときに規制やルールなどが壁になり、やりたいことができなくなってしまうという報告もあった。所管が県か国なのかはわからないが、そういった規制が突破できれば、もっと新しい取り組みが広がっていくのではないかと。そういうところにも目配りが必要だと思う。

2つ目は子育て世代の方々への応援ということで、働くお父さんお母さん、育児や家事を中心的になさっているお父さんお母さんなどいらっしゃると思うが、どんな立場であっても、例えば映画に行きますとか、或いは旅行に行きますとか、そういった、大人だけの時間を持つことも必要だと思う。子どもをほんのちょっとだけ預かってもらえる場所、それも身内ではなく「第3の場所」みたいなところがあったり、予算的な支援等があったりすると、子育て支援に繋がっていくのではないかと。

3つ目は、県の広報・PRについて。マスコミに対するご期待があると思うが、マスコミにはマスコミの事情があり、県のご期待に沿うようなタイミングで発信できるとは限らない。他の委員がおっしゃったように、事件事故など何か起きたときに、県から「兵庫県ではこんな対策をやっている」というような情報をいただけるとありがたい。一方、県独自でもどんどん情報発信されたらよいのではないかと。例えば、大阪・関西万博のフィールドパビリオンについて、すばらしい取組だと思うが、街の人の声を聞くと「フィールドパビリオンってなんですか？」と言うものが大多数を占めており、まだまだ認知度が低い。マスコミも繰り返し伝えてはいるが、年がら年中フィールドパビリオンのことだけを伝えるわけにはいかない。すばらしい取組なので、ぜひ県民に届くように、県の方のさらなるご努力があってもいいのではないかと。例えば学校で子どもさんが、「今日、フィールドパビリオンについて学んできた」というふうに家に持って帰っていけば、保護者は「それは何？」みたいな形で周知広報につながるのではないかと。地域の魅力を発掘

するという学習の流れの中で、フィールドパビリオンが浸透していくといいと思う。

最後に、第二期の地域創生戦略の全体像はどれも方向性は素晴らしいと思うが、自然増対策の「婚姻数拡大プログラム」だけは昭和に戻った感じがする。結婚のきっかけづくりなどは昔のテレビ番組のような印象をうける。書き方というか、言い方というか、そのあたりが大きな課題だ。前回は申し上げたことだが、事実婚やパートナーシップ制度などいろんな家族の形がある中で、ここだけ違和感がある。そういったところも心配りいただきたい。

○ 昨年からご指摘いただいている貴重な部分かと思っている。何らか反映できれば、そのメッセージの伝え方が変わってくると思うので、検討していただければと思う。また、県の広報のあり方についてご質問いただいているが時間の関係もあるのでまた時間があれば、事務局からお話をいただくという形にさせていただきたい。

○ 私は兵庫県には住んでおらず、関西人でもなく中部地方から来ている。今日は岐阜県から来たのだが、こういう総合戦略は岐阜県でも作っている。そういう外側の目線で、少しだけ申し上げる。また私は兵庫テロワール旅にも関わっていたので、兵庫デスティネーションキャンペーンにおいて、県内をかなり回ってきた。もしかしたら兵庫県庁の皆さんよりもいろいろな場所を回っているかもしれない。それで地元の方と実際にお話もしてきたが、実は兵庫県は観光の立ち位置でいうともうすごいポテンシャルがある魅力に満ちた県である。私は岐阜県出身なので、今までずっと、岐阜県や地方部をいかに世界に売っていくかということプロモーションしてきたが、兵庫県には日本の原風景や日本の大事な本質がたくさんあり、実は様々なルーツがあるということも知った。そういった外側の目線で述べさせてもらう。

まず、地域創生戦略の全体像の資料には、基本理念に「五国の多様性を生かし」と書いてある。また「一人一人が望む働き方や質の高い暮らしが実現できる地域へ」ということが書いてあり、この基本理念はすごく重要。何にしても基本理念はすごく重要で、このミッションに向かって兵庫県は頑張る、これを兵庫県の大きな特徴にしていく、ということの宣言だと思っている。ただ、五国の多様性を生かした各論の重点目標などが無い。あるのはあるが、果たして多様性が生かされているのか、ということと思う。どうしても県庁がやると、皆に平等な言葉になってしまうのは仕方がないが、兵庫県の五国のそれぞれの違いがどう生かされていくのか。それぞれの地域に住んでいる人たちの暮らしぶりは全然違う。所得のレベル感や、都市部と地方部も当然違う。所得が低いところでも充実した暮らしをしている方がおり、そういう地域に移住して住みたいと思っている方も、人数は少ないかもしれないが、増えてきている。こんなに多様性のある県はほとんどないのだから、他の府県でも通用する言葉ではなく、たとえば「ひと・まち・産業元気プログラム」のようなものを、兵庫県らしい言葉で解釈して発信して欲しい。それがコミュニケーションやプロモーションの1つの手段にもなっていく。すべてをそうする必要はないが、重点目標の中のメインの部分は、兵庫県ならではの言葉が生かされたものにしていただきたい。それができる県である。

観光産業は、それぞれの地域のポテンシャルを観光資源ととらえて発信し、それに従事する人が生まれる。一人一人の望む働き方という理念では、そんなに収入はないが、すごく充実した働き方ができ、それは新産業だと思っている。観光に限らず、兵庫県には様々な産業がある。兵庫県には新興的な産業・中心産業があると思うが、兵庫県らしい地域資源を生かした地域基幹産業というものを作っていくことで、若者がそれにコミットしたい、子どもたちが大人の姿を見て、ここに住み続けたい、夢が実現できると思ってもらえるようになるのではないかな。

2つ目は、五国をオーガナイズしている県が、そういった地域間連携などをどのように出せるかという部分を戦略の中にもう少し入れたらいいと思う。それをやろうとしているのがフィールドパビリオンだと思うが、「2025 関西万博を見据えた」と書いてあるが、見据えるのではなくて万博は契機、きっかけだと思っている。こういったところも、県民の皆さんに、県庁がどんな未来像を描こうとしているのか伝えるときに大事な言葉であるので気をつけていただきたい。戦術ではなく戦略であるので、「ふわっ」とした言葉で書かれるのはしかたがないが、読んだ方が元気になる言葉や夢がある言葉も加えていただけたらと思う。観光には役立つ部分があるので、上手に書いていただけると嬉しい。それは先ほどのプロモーション手法にも少し関わってくる。

最後に若者への応援パッケージについて「優秀な人材を育てたい」の「優秀」って何だろうと思いながらお話を聞いていた。いろんな優秀があっという、というのが「一人一人が望む働き方」という理念の部分に重なっている。優劣って本当はないはずだと考える。いろんな意味においての「優秀な」という意味でいうと、例えば、学校教育を無料にしようなどと書いてあるが、子どもたちは多様なスタイルで学んでいる。学校へ行かないで学んでいる子たちもいる。あと子育てもいろんなスタイルがあり、結婚しないで子育てしている人もいる。いろんなタイプの人が出て、そういった方たちへの多様なスタイルの応援パッケージのありようを、もう少し、幅を持って解釈できるような言い方や表現をされると、兵庫県らしさが出てくるのではないかな。「ふわっ」としている部分や各論的な部分の言葉があり、読んでいて戸惑ってしまう。主役である県の皆さん、いろんな地域に住んでいる多様な方、そして普段ここに住んでいない方だけどここに来るような方に対して、共感を呼んでもらえるような表現及び施策を具体的にさせていただけると嬉しい。

フィールドパビリオンはこれからみんなで発信していこうと言っているのだから、産官学公民連携という形で見える化をしないといけない。いろんな方に聞くと、ほとんどの方が「フィールドパビリオンって何」、しかも県民の方が言っていてびっくりした。そのような状況であれば世界に通じない。どんどん発信していけたらいいと思っているので、よろしくお願ひしたい。

最後に、Z世代の話とか、あと多分アルファ世代とか、今後の若い世代に向けてということが議論されていると思うが、ここにいらっしゃる県職員の皆さんのお子さんたちにZ世代の方がいるかもしれない。もしかしたらアルファ世代のお子さんもいるかもしれない。そういう方たち、自分の家族の意見を聞いていますか。そういう地道なところから始めるというのもある。このような大人が作る会議に呼んでもらうことも子どもたちにとってはすごくいい思い出になると思う。日々の暮らしの中で、子どもたちが話しやすい働き方をしているか、そういう部分から変えていくのを県庁から頑張っていったら兵庫県庁の面白い働き方として全国に発信できるかもし

れない。

- 兵庫県内には 80 を超えるニュータウンがあるが、ニュータウンをもう一度、若い世代の居住の場にできないかと考えている。ただ、近年は共働きの夫婦が多いので、交通利便性の観点からみると、居住地に選択できない、あるいは新築一戸建てを建てたいが、そもそも戸建ての値段も上がっているという状況もあって、なかなかニュータウンが居住の選択肢に上がらないということもある。そうなってくると、ニュータウンのなかで中古住宅を買えばいいじゃないかという話があるが、中古に関しては買うときには性能に不安があったりとか、本当に住んでも大丈夫なのかという問題もあったりする。また、開発当初のニュータウンは、入る人達が一斉に子育て世代だったので、周りがみんな若い世代で子どもをもっているというようなことで非常に入りやすく、転入もしやすかったと思うのだが、今は、異なる世代とうまくコミュニケーションできるかどうか不安になる。そのこともニュータウンが敬遠されやすい要因になっている。そのような状況に対して、県外のニュータウンで民間事業者とともにやっている取組をご紹介します。ニュータウンの低層住宅を民間事業者が買い取り、まず賃貸住宅として活用する。さらに、2年～3年以内であれば、賃借人が購入出来るという事業を実験的にやっている。つまり、最初は賃貸住宅として居住し、気に入ったら購入できる仕組みである。築 40 年の住宅に実際に居住し、まわりのご近所さんともうまくコミュニケーションがとれるようであれば購入し、もしそれがうまくいかなかったら賃貸を出て、他の住宅を選べば良いということになる。まだ、賃借人による購入までには至ってないが、賃貸で居住し、気に入ったら購入できるというような、なかなか市場に出てこないものを、住宅政策として検討し、実際に供給していくことが大事ではないかと考える。

特にこれから Z 世代が住宅を購入していくときに、彼らはおそらく SNS などインターネットで色々な情報を取得することに慣れているので、ニュータウンについては、情報戦だけでいうと非常に不利である。やはり利便性が悪いとか、中古住宅には色々な不安があるということだけで、実際に住む体験もしてもらえずに居住の場としての選択肢になっていない状況があると思うので、実際に暮らしを体験する機会を提供することが、ニュータウンを若い世代の場とする際に大事である。

また、Z 世代に限らず、兵庫県のことを聞いても、自分の住んでいる町のことはよく知っているけど、県に他に五国という存在があることすら知らないとか、行ったことがない人たちも多い。これについては、大学の教育プログラムなどと連動しながら、自分が居住している、あるいは通学しているキャンパス以外のまちの状況を具体的に体験するといったようなことも促進していく必要があると思う。

- 若者の妊娠・出産、家族形成について、家族社会学の立場から研究しているが、ここ最近は各地で若者の声を拾うということをやっている。私もこちらの後期 2 ヶ年の重点方針の部分、若者・Z 世代応援パッケージを拝見して、応援パッケージという言い方は良いと思う。対等な感じがするのを若者は好むが、それはどういうことかということ、年長者から理想的なやり方みたいな

のを押しつけられないフラットな状況を嗜好しているので、この対等な関係を打ち出すような言葉遣いは非常にいいと思う。しかしながら他方で、ダイバーシティとか多様性を担保するという観点がちょっと薄くなっているのではないのかという点が気になる。

先程来から議論もあったが、例えば事実婚だとかパートナーシップというようなこともそうだし、或いは少し前ならリモートでの働き方である。多様な働き方をサポートするというような構想も県は出していたが、若い人に対しては、その多様性・ダイバーシティということは、もう少し伝わるように言葉を入れた方がより響くのではないのか。

その多様性とかダイバーシティがなぜ必要かという点、1つはもちろん実際困っているからである。多様な働き方であるとか、事実婚であるとか、シングルマザーといったような多様な家族構成という意味で、実際に困っている人を助けるということが重要である。それ以上に重要なのは、そういう多様性を包摂するようなスタンスを、行政が示していることによって、当事者ではなくても、自分たち、外部の人間、1ターンで入ってくるような地元ではない人たちが、自分たちも受け入れてもらえるのではないかと期待を持つことが出来る。その意味でも、ダイバーシティ、多様性をきちんと残しておくというのは、特に若い人にとっては重要だという点は、ひとつ確認しておきたい。

加えてあと2点申し上げる。1つ目が先ほどから議論のある元気な人を呼び込むにはどうするかという点である。多様な個の力を育むとの発言があり、またトランスローカリティ、いろんなエリアを比較した上で、兵庫県を選んでくれるような人たちにどう訴えるか。子育て支援が充実しているのは伝わっていると思うが、例えば単身世帯などの未婚者に対しては、ある程度アプローチしないといけない。先ほどのデータにあったように、未婚化晩婚化している現状においては子育て世代だけではなく、20代後半から30代前半の結婚していない人たちに対する支援もしっかりする必要がある。そういうところで多様性を打ち出していくことが重要だと思う。例えば単身であっても、引っ越し費用をもらえるというような情報があると、若い人たちに自分たちに向けての政策ということがより伝わっていくので、そういう具体性は大事である。

もう1つは、いわゆるサイレントマジョリティ層である。県に生まれて外に出て行っている、その子達をいかに呼び戻すか、或いは内部の魅力を伝えていくのかということなのだが、こちらの応援パッケージに出ている話は、県に生まれ育った子達を大事にしますというところがもしかすると少し薄いのかなと思う。高等教育の負担軽減など、県内高校支援の充実は親に向けての話しであって、20代後半から30代前半の子達が大事にされている、県に生まれた子たちが大事にされているような具体性に乏しいと思う。そこをもう少し、多様性というところにも及ぶ話であるが、どう大事にしていくのかというのがあってもいいのではないのか。兵庫県の場合、県内の移動もある。県内の移動においても、どうせ仕事を探すのだったら大阪に出るよりも、神戸市で、県内で移動した方がより充実出来るというようなことが大切である。充実した人生を送るモデルというわけではないが、そういう視点が欠けているというのが感想である。

具体的な意見としてはやはり、ダイバーシティ、多様性というところをもう少し大事にしたほうが良いということをお願いしたい。



- 今日のご意見を、今後の兵庫県の地域創生の取組にしっかりと生かしていただきたい。しっかりとメッセージが伝わるような施策形成ができるとよい。