

# 地域出身の若者等を地域へ戻すプロジェクト

## 人の流れをつくる多様な取り組み

船田 学

株式会社日本総合研究所  
総合研究部門社会・産業デザイン事業部  
インフラ・地方創生グループマネジャー

### やりがいある仕事を

政府のまち・ひと・しごと創生・総合戦略において、まち・ひと・しごとの創生と好循環の確立が掲げられている。「しごと」が「ひと」を呼び、「ひと」が「しごと」を呼び込む好循環を確立するとともに、その好循環を支える「まち」に活力を取り戻すというものである。

「しごと」の創生においては、若い世代が安心して働ける「相応の賃金、安定した雇用形態、やりがいのあるしごと」という「雇用の質」を重視した取り組みが重要とされている。

「ひと」の創生においては、地方への新しい人の流れをつくるため、若者の地方での就労を促すとともに、地方への移住・定着を促進すること、また安心して結婚・出産・子育てができるよう、切れ目ない支援を実現することが重要とされている。

「まち」の創生については、地方で安心して暮

らせるよう、中山間地域等、地方都市、大都市圏等の各地域の特性に即して課題を解決することが重要とされる。

まち・ひと・しごとのうち、特に実際に戦略を検討する際に直面するのは「しごと」と「ひと」の関係である。多くの地域では、「しごと」を提供できる企業数が限定的であり、また既存の企業においても大幅に雇用数を増加させることができない。さらに地方では都市部に比べ起業を志す者も少なく、新たな企業も生まれにくい。よって必然的に地方への就労の機会が公務員、地銀、電力会社、ガス会社等に限られることになる。地方に「しごと」をつくり、「ひと」を呼び込むことについては、現時点において明確な答えは存在しないが、それでも各地域において「しごと」と「ひと」に関する果敢なチャレンジが開始されている。

### 大学1、2年の長期インターンシップ

第一の事例は、「地域の企業への大学1、2年

生時からの長期インターンシップ」である。

そもそも若者を他の地域に奪われたくないというのが各地域の本音であるが、優秀な人材が大学等への進学に際し都市部へ転出するのは応援すべきことである。よって、大学進学等で都市部に若者が流出することは是認した上で、どのように都市部に進学した若者を地域へ戻すのかということを考えなければならない。そこで考えられる施策が、地域の企業への大学1、2年生時からの長期インターンシップである。

通常、インターンシップとは就職を直前に控えた大学生等が、特定の企業で取り組むものであるが、これを大学1、2年生時から長期に、また地域の複数の企業で実施するものである。時期は、大学1、2年生が夏休みや冬休みなど長期休暇中に実家に帰省しているタイミング等を活用する。近年では、人材派遣会社や各種リサーチ会社が、出身地別の大学生等のデータベースを構築しており、これらの企業と連携することで、自治体

は、自らの地域出身で高校卒業後全国の大学に進学した学生に対してアプローチすることができるようになる（図表参照）。

一方、インターンシップを受け入れる地域の企業等については、地銀・信金等の地域の金融機関の協力を得て募集することとなる。これらの学生と企業を、インターンシップを通じてマッチングさせることにより、地方出身の大学生が就職を検討する際に、地方企業への就職という選択肢を提案するものである。

一見単純な取り組みに見えるが、これまでの既存の取り組みの振り返りの上に立脚している。これまで地域の中小企業による就職フェアが都市部で開催され、地方出身の学生との接点を持ち、一定の成果を創出している。しかし、中小企業の場合、優れた商品や技術を有していても、それをうまくPRすることが不得手な場合が多く、就職フェア等の瞬間的な接触では、なかなか自らの魅力を伝えにくい。その点インターンシップであれば、企業の中に学生が数日間入り込む形になるので、暗黙知や雰囲気も含め、その魅力が伝わりやすい。また、学生が地方の中小企業等へ就職する際に大きなハードルとなるのが、親の理解である。やはり親心としては、地方の中小企業への就職を懸念するわけであるが、今般のプロジェクトでは地銀・信金等の地域の金融機関が参加企業を募集することで、金融機関の目利きによるいわゆる「お墨付き」という印象が付加され、親の理解

（安心感）が得られやすい仕組みとなっている。

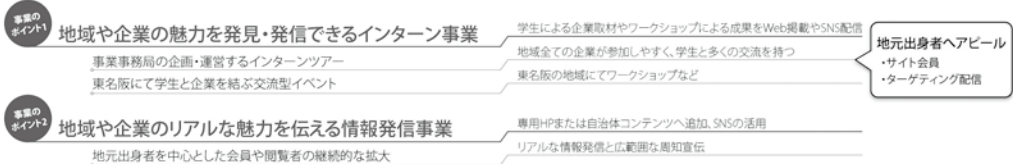
## パッケージで誘致

第二の事例は「仕事と人をパッケージで誘致する方法」である。そもそも都市部へ流出した若者等の期待（職種、報酬等）に応えることのできる職を地域で用意するのは困難であることから、地方でも成立し得る仕事を生業とする人を誘致し、仕事と人をパッケージで地方へ呼び込もうというものである。

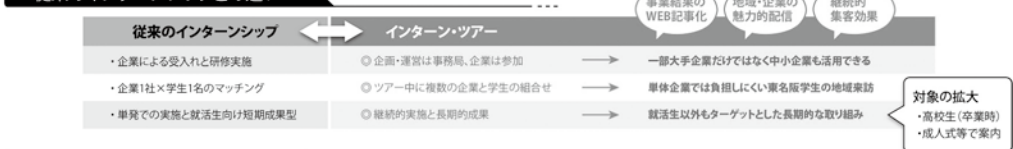
このような取り組みで大きな成果を上げたのが徳島県神山町である。地域全体に光ファイバーを配備し、積極的な誘致策を展開することで、人口約5800人の町に、情報通信技術（ICT）系の企業9社を誘致することに成功している。古民家等の施設をリノベシ

図表 人材会社が提供している地域の企業への大学1、2年生時からの長期インターンシップ

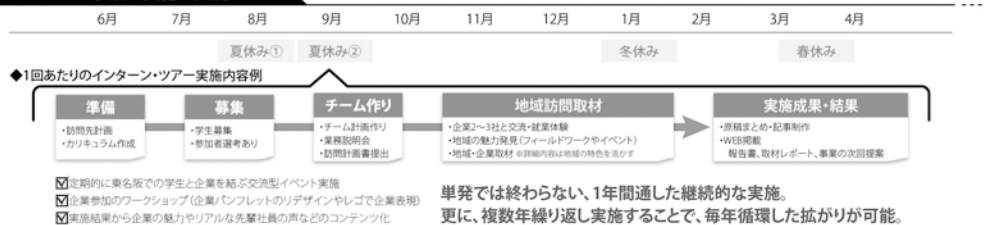
# UIターン促進のためのインターン事業及び情報発信事業



## 従来のインターンシップとの違い



## インターン事業 実施計画例



出所：総合キャリアグループ資料

ョンし、サテライトオフィス等が設けられている。本社は都市部に残したまま、サテライトオフィスが整備されていて、家族との時間を大切にしたい子育て世代の社員が、家族で移り住む。職住近接を超える職住同一のライフスタイルであり、家族のいる空間で仕事を進めることができる。NHKで放映された、河原でノートPCを開く若者の姿は、IT業界に大きな刺激を与え、高感度な働き方として認識されるようになった。

また、都心内のトピックになるが、楽天本社が世田谷区玉川へ移転したのは、今後の働き方のトレンドに対する分岐点になるかもしれない。職住近接で、ネクタイの無い、おしゃれな働き方に憧れる若者は多い。特にICT業界の理想の職場のイメージは、丸の内のオフィス街よりも、自由な発想が生まれるリラックス空間を求める傾向にあり、今後多くの地方にとってもチャンスになる可能性がある。

### 地方出身者を囲い込む

第三の事例は「地方出身の若者の囲い込み」である。地方出身の若者が、都市部へ流出したとしてもインターネット交流サイト(SNS)等の今日的な手段により囲い込み、地方の情報を継続的に発信することで、地方へ戻る若者を増やそうという試みである。具体的には、高校3年生の卒業時や、多くの若者が地方へ戻る成人式のタイミングで、メールアドレスを登録させ、フェイスブック

ク等のSNSを通じて、地域の企業の情報やイベント情報を発信するものである。

また、今後は県人会のような都市部における地方出身者の組織の活用も期待される場所である。弊社のヒアリング調査によると、都市部の人材が地方へ戻ることを検討するのは、大学卒業時、就職後10年程度で転職を考えるタイミング、親の介護が必要になる時期の三つの時期に多い。都市部に住む地方出身者と継続的な関係を持ち、情報を発信し続けることで、これらのタイミングで地方への人の流れをつくることも考えられる。

### 農産品買い取りビジネスとCCRCの融合

第四の事例は「農産品全量買い取りビジネスと(都市部の元気な高齢者を地方で受け入れる)CCRCの融合」である。本事例はCCRCとある通り、高齢者を地域に呼び込もうとするプロジェクトであるが、高齢者向けの住宅を用意するだけでなく、その近辺に畑を用意して農産品を生産いただき、生産した農産品の全量を地域の企業やJA等が買い取るものである。

背景として、地方創生の取り組みで1次産業再生や6次産業化を目指す地域が多いが、名物である農産品の生産量の拡大に悩んでいる地域が多い。広く国内外に売りたいが、売るだけの量が作れないという悩みである。生計を立てるだけの利益が確保できないため、新たな新規就農者の参画も見込めない場合が多い。このような地域において、

CCRCで呼び込む高齢者に、地域の名物である農産品の生産を依頼し、生産物の全量を買収する仕組みである。地方側としては生産量の拡大に向けた解決策になるとともに、CCRCで移住する高齢者にとっては、地方へ移住しても一定の収入を得ることができるようになる。

「しごと」と「ひと」の創生は、地方創生の本丸であるが、その解決策はいまだ明確にはなっていない。全国一律的な解決策は存在せず、地域ごとに自らの環境や地域の資源に基づいた検討を進める必要があるだろう。

一方、若者も地方創生の動きをシビアに見定めており、社会的な意義だけで若者を呼び戻すことはできない。若者が納得するだけの一定の収入を得ることができ、かつ若者がやりがいを感じる仕事を創出していく必要がある。

今後重要なポイントとなるのは若者のライフスタイルの変化を、如何に捉えていくかという点になる。地方で、職住近接で家族と豊かな時間を共有し、かつ地方に居ながら都市や世界を相手に勝負ができる環境を、「格好いい」と感じる若者は着実に増加しつつある。

何てこった！銀座の天空に  
世界最先端の「里山」が出現している!!  
漢谷浩介氏も絶賛!!

「里山資本主義」

## 銀座ミツバチ物語 Part 2

北へ南へ。西へ東へ。地域おこしの輪が広がる

田中淳夫(著)

● 四六判 223頁 ● 本体価格 1600円税別

時事通信社