

第3回(平成27年2月17日開催)

ゲストスピーカー 池田 弘 NSGグループ代表 「地方創生へ向けた提言」 発表概要

1. 人を惹きつける「まち」創り

- 地元である新潟の印象は、長い間、明るいものでなかった。“豪雪地帯”、“人・食料・エネルギーを大都市へ供給する地”、“シャッター通り”の街・・・。「住み続けたい街」「青春時代を過ごしたい街」として人を惹きつけるため、まずはそうしたマイナスイメージを払拭すべく、スポーツによるまちの活性化に取組み。
- スポーツの“おらがチーム”は、人心を集約し地域を活性化。スポーツの発信力は、人種・宗教の違いを超え世界共通であり、多くの国で街づくりに活かされている。「スポーツ不毛の地」と言われ、サッカー人口も最少だった新潟でも、“アルビレックス新潟”の成功で実証。
- 翻って埼玉県は、東京圏に属し人口が流入、既に多くのスポーツチームも有し、現状では活気があって恵まれた環境との印象。

2. 事業創造による「しごと」創り

- “おらがチーム”で地方のイメージを改善しても、それだけでは産業や人の流出を止められない。新潟では、新幹線開通によるストロー現象の影響等で、多くの企業・人が撤退。他の多くの地方都市も人口流出で衰退する一方、大都市では出生率が低下し、スパイラル現象となって日本全体の人口を減少させている。従って、地方が大都市に人を供給するという構造を変えなければ大変なことになるというのが、政府の地方創生戦略の前提となっている。
- そうした構造を変えるには、既存の産業・企業での雇用を増やすということだけでは不十分であり、地域の企業やベンチャー企業が新しい事業を創造し、魅力的な仕事・雇用を生み出す必要がある。

3. チャレンジする「ひと」創り

- 事業創造には、それにチャレンジする人材が不可欠。米国や新興国では、優秀な人材ほどそうしたイノベーションに挑戦するのは対照的に、日本では、優秀・高学歴な人材ほど大企業等への就職を望む「安定志向」が強固。打開策として、創業に関心のある人材を集めて育てるべく、地元新潟に、MBA(経営管理修士)を取得できる事業創造大学院大学を設立。
- 併せて、社会のニーズに合った魅力ある教育の場を創ることで、若者の地元への定着に尽力。海外の“その道一番”の国(例えば、介護ではスウェーデン)との提携等によって、地方の学校であっても日本一あるいはオンリーワンの教育を目指し、現在では新潟県内だけで26種類の専門学校を展開し、県外から約3割、海外からも約1割の学生が在籍。折角集まった人材の地元定着のため、地域ぐるみで雇用の場も創出。
- イノベーションに挑戦する人材を育成するには、ネットワーク形成支援や金融支援も不可欠。現在の日本における、挑戦に積極的でない社会風土や保証制度、さらにリスクマネー供給に及び腰な金融機関の融資態度も足枷に。かつては日本でも、各地の旦那衆(地元の企業オーナー等)が地元の優秀な若者に対し創業支援を行っていたように、企業・個人・金融機関が地域ぐるみで関与できる“旦那”ファンドや“エンジェル”ファンドが各地で組成され、創業に挑戦する人材を応援する環境整備が重要。今般、個人向けエンジェル税制に加え、法人によるベンチャーへの投資にも税制上の優遇措置(企業のベンチャー投資促進税制:ベンチャーファンドを通じての出資企業に対し、出資額の80%を上限に損金算入可)が講じられるようになり、現在、制度上では日本は最も創業しやすい国の一つになっている。