

【意見交換の概要】

《コーディネーター》 一般財団法人 みやぎん経済研究所 主任研究員

杉山 智行 氏

《出席者からの主な意見等》

1. 地域や企業の魅力を強く伝えていくために必要なこと

- 企業と学校と行政がもっと密接に繋がって、もっと小さい時期から地域のことに理解を深め、自分たち自身で地域の将来ビジョンを描くような機会を作っていくことが若者の流出を食い止めるために重要。まだまだ企業の関わり方が乏しいと感じる。
- 若者が地域と密接に関わる仕事をしている地元の中小企業と接する場を沢山作り、現場を見せ、地域と企業を知っていくことで視野が広がり、自分のやりたいこと探しにも繋がっていくのではないかな。
- 質的人材の機会損失を解決していくための機会を、もっと作っていく必要があるのではないかな。例えば、宮崎県が実施している「中山間盛り上げ隊¹」にも、もっと多くの企業の方に参加してもらい、一緒に発信して欲しい。
- 宮崎県内の就活イベントは企業の業務説明だけというのが多いが、東京だと学生から話を聞いたうえで、学生の意向に沿ったアドバイス・判断をしてくれる企業が多い。このような体験からこういう会社で働きたいとのイメージが出てくるので、企業側が若者の話をよく聞いてもらうことが必要だと思う。
- 受け身でなく、企業側から出向いて行ってどんどん働きかけることが大事。地元で愛着を持ってもらい、地元から出たとしても、将来戻ってきてもらえるような地道な取組を長く続けていかないと効果は出ない。



【コーディネーターの杉山氏】

2. 企業経営者の意識醸成、地域ビジョンの明確化に必要なこと

- 企業は企業経営だけではなく地域の経営に積極的に関わっていくことが大事。
- 企業のビジョンや課題を、企業経営者が地域と繋げて説明・提示することで地域のビジョンや課題が分かり、こういうビジョンを目指すのであればこういった課題を解決しなければならないということが分かっていくのではないかな。
- ギャップに気づく人間がいれば、そのギャップを埋めようとする努力が出てきて、それを埋めるためには何が必要か考えることになる。それが必然的にイノベーションに関わってくるし、自分たちの持つ理想のビジョンに近づいていくことになるのではないかな。

3. イノベーションに必要な人財を具体的にどう育成していくか

- 人材育成に関する外部研修は県内外を含め色々あるが、自社の課題に合わせた解決のための研修は少ない。このため、自社内で幹部育成プログラムを作成し運営しているが、非常に有効に機能しており、遠方からも参加があるなど周りの中小企業にも波及している。
- 民間同士で良いところを取り入れながら一緒に成長していく、こういった取組が地域に面的に広がっていくことが重要。
- 人口減少の中、(第一部の話に出た)「質的人材」をどうやって増やしていくか、一人一人の熱量をどれだけ上げていくことが出来るかが重要。そのためには、我々先輩が若者の背中をポンと押してあげる

¹ 中山間地域の各種活動を支援し、これらの支援活動を通じて都市と中山間地域との交流促進を目的に設立された組織

こと、例えばビジネスコンテストなどに参加してもらい、成功体験を通じて自信をつけてもらうことで、更にステップアップしていけるのではないかと、それが我々の役目だと思う。

- 若者に宮崎で働くことの魅力を伝えきれているかということに集約されるのだろう。宮崎県は何を大事にしているかを見える化し、価値観を共有できる人と共に地域を活性化させていきたいのだが、その取組が若者に十分に伝わっていないと実感した。我々が目指しているものと一緒に並走できる人が一番の戦力。企業も地域も同じだと思うが、トップがビジョンを若者に語り、そのビジョンを共有・共感できるかが重要で、そうすることが人材育成ひいては人材確保に繋がっていくと思う。
- 地域や企業がビジョンを描く場合に、時代の変化を捉えつつ、若者の心を動かすようなものを発信し続けることができるかがポイント。そのためには、ビジョンを共感するレベルではなく共鳴出来るレベルまで磨いて掘り下げていくことが重要であり、そうしなければ、「質的人材」の育成には繋がっていないのではないかと。

4. 企業間における人材共有（シェア）の課題

- 人口減少の中においては、人材の総和が大事になってきており、一人が二つ三つのことをしないと廻らない状況になっている。また、ビジョンがない地域はおそらく滅びていくのだと思う。高移動社会の中で、もう一つの軸をその地域に置いて良いと選ばれるためのキャラクターのようなものを持っているかが非常に重要なのではないかと。
- 若い人云々といった世代の議論ではなく、時代の議論をしなければならないのではないかと。今の若者の世代では、自分のやりたいことを見つけていくために、二つ三つの会社をスキップしていくことを自然に捉えており、自立意識が非常に高まっている。一方で、我々中小企業というのは、一生自分の会社で働いてくれるような人材を探りたいと考えており、双方に違和感が生じている。また、検索文化のある世代、30代半ばから上と下ではきれいに分かれていく。その辺りの読み解きを議論した上で、全体の社会性といったものを考えて行く必要があるのではないかと。

5. 官民ともに求められている支援とは

- 現状、様々な支援機関があるにも関わらず、どの支援機関がどういった支援をしているのかが十分認知されていない。どこに行けばどういった支援が受けられるのかを分かりやすく、もっと一元化・見える化する必要があるのではないかと。
- イノベーションを具現化するためには、財政面や人事面で様々な支援を行うことが必要。また、イノベーションは若者が起こすという考えだけではなく、成功体験を持っている年配の方との話し合いを繰り返し行っていくことも必要。
- 人口減少や高齢化が進むマイナスイメージがある宮崎であるからこそ実は伸びしろがあるのではないかと。宮崎を「自分のやりたいことが出来る地域」と感じてもらい、最初の一步を踏み出せる地域にしたいという考えの下、金融機関の立場から、若者や女性への具体的サポートをしていく取組を更に進めて行きたい。
- 「宮崎には何もない」といった話しをよく聞くが、宮崎の良さを、子どもの頃から知ってもらい、宮崎に誇りを持たせるような取組を進めていくことが人材の育成にも繋がるのではないかと。
- 宮崎県が実施したアンケート調査では、県出身者の3割が本県にUターンしたいと考えており、更にそのうちの7割が地元の企業の情報を知らないと回答している。都市圏や福岡県にある同窓会組織などを通じ様々な情報を伝えることで、優秀な人材に宮崎へ帰ってきてもらうような取組が必要ではないかと。