

論点案

第1回・第2回会議の主な意見

<第2回会議の意見を赤字で記載>

1. 総論

(1) 議論に当たって認識しておくべき事項

- ◆ (人口について) 地方と東京の配分だけでなく、人口を増やす政策を考えるということも前提として認識しなければいけない。
- ◆ UIJターン対策は「人の奪い合い」であり、同時に人口増の議論が必要。
- ◆ 性別や年齢にとらわれることなくフリーな視点で、例えば若者が高齢者を支えるという発想を捨てて、オール・サポーター・オールという発想で議論を進めるべき。
- ◆ ドイツで議論しているベーシックインカムのように、古い考え方を捨てて、完全に新しい、世界中でニュースになるような政策をやったほうがいい。
- ◆ 人口減少は悪いことなのか。30～60軒の集落はお互いに顔が分かり居心地もいい。減ることが悪いというよりは活動する人口を増やす、世代の分断、暮らしと仕事と子どもの分断を繋げていく、という視点もあればいいのではないか。
- ◆ 今朝の会議で定年制は必要ないと主張したが、年配芸人と年配マネージャーのように年寄と年寄が助け合う形もあるし、老人ホームと幼稚園を併設するように年寄と子供が助け合う形もあり、APUの混ぜる教育は大変ヒントになる。
- ◆ 他国と比較してなぜ日本は首都圏に人口が集中するのか、分析があれば今後の取組の大きなヒントになる。

論点案

<第2回会議を受け加筆した点を赤字で記載>

2. 若者を中心としたUターン対策の抜本的強化

(1) Uターンを意識するきっかけ、動機づけにはどのようなものがあるか。

(2) Uターンを拡大するためにどのような取組が必要か。
特に若者が「地方にこそ、チャンスがある」と感じられるような、従来の発想にとらわれない大胆な方策として、どのようなことが考えられるか。

例) ① 地方公共団体が個別に実施している様々な施策（地元高校卒業生等への就職案内の発信、複数県合同による東京圏在住学生への地元就職説明会の開催等）の全国展開

② 地方ならではの魅力・強みの発信(3. に再掲)等

第1回・第2回会議の主な意見

<第2回会議の意見を赤字で記載>

- ◆ 10代後半は何になりたいかよりどう暮らしたいか、どう生きたいかを重視。仕事から入っても根付かないが、暮らしから入ると根付く。課題解決型インターン、企業インターンだけでなく、地方で暮らす、地域の人から学ぶ受け皿も考えられるといい。
- ◆ 貯蓄といっても若者にはなかなか刺さらないのではないか。地方にこそ活躍の場がある、こうやって自分は活躍できるといったことを具体的な人なりで示す必要があるのではないか。
- ◆ 何となく東京にいるのではなく、自分の生き方、子育てで何を大事にしたいかということへの気づきを促すようなきっかけが必要ではないか。
- ◆ いい学歴・いい会社に入れば将来安泰という時代では無い中で、母親の価値観を変化させ、地方で子供を育てることを考えてもらうことが重要ではないか。
- ◆ 子どもの教育について、判断力、精神力、リーダーシップといった能力は、地方での自然との触れ合いにより養われるものではないか。
- ◆ Uターンの拡大に向けて重要なのは、企業や行政の情報ではなく、生き方、暮らし方のバリエーションを示すこと。
- ◆ 個人の移住施策に手厚く取り組むよりも、3年程度、地域で働いてくれる若者達を5～10名程度連れてきて優遇策を講じる「コミュニティ移住」といった提案は新しくいいのではないか。
- ◆ どういう人生を送るかを高校や大学で考え、地方で暮らしたいと思えば2～3年の休学を可能とする。企業もそういった人を重視する。そういったことができるといい。
- ◆ 住まいについて、役場に問合せがあっても提案できるものがないが、一方で地域は空き家だらけ。ミスマッチングがあるので解決できればいい。若者のトレンドであるDIY、小屋暮らしについても、助成金が少ないといった点について取り上げてもらえるといい。

論点案

＜第2回会議を受け加筆した点を赤字で記載＞

2. 若者を中心としたUIJターン対策の抜本的強化

(2) UIJターンを拡大するためにどのような取組が必要か。
特に若者が「地方にこそ、チャンスがある」と感じられるような、従来の発想にとらわれない大胆な方策として、どのようなことが考えられるか。

例) ① 地方公共団体が個別に実施している様々な施策
(地元高校卒業生等への就職案内の発信、複数県合同による東京圏在住学生への地元就職説明会の開催等)の全国展開

② 地方ならではの魅力・強みの発信(3. に再掲)等

第1回・第2回会議の主な意見

＜第2回会議の意見を赤字で記載＞

- ◆ 地方移転にはIT企業が向いている。インターネットを整備し、「どこでも同じ条件・早さ」を実現できるといい。
- ◆ 「正社員採用・副業可」という企業のアイデアをもらった。若者を地方企業で正社員として雇いつつ、ベンチャーに取り組んでもらう。成功すれば移ってもらっても構わない。その間の3年程度でも地域は潤う。
- ◆ 災害対策という観点からも、東京に高さ制限をかけるなど、規制をかけるものはかけるといった抜本的なものが千年単位で考える国家政策として必要ではないか。
- ◆ UIJターン者だけでなく、元々地元で育って活躍している「ローカルヒーロー」にも目配りしてもらいたい。
- ◆ 大都市の優秀な人材を地方に還流するため、都会と地方との所得格差を埋めるための財政的支援をつくっていただきたい。
- ◆ 移住に当たり、家族帯同の場合には、支度金など財政的な支援があってもいいのではないか。
- ◆ 地方企業の後継者不足に対し、事業承継や、若い経営者が事業承継した後に経営をサポートする仕組みについて議論が必要ではないか。
- ◆ 事業承継については、単なる補助金のようなものではなく、後継者の候補者を全国から公募した場合のインセンティブを設けてはどうか。
- ◆ 地方への移住が難しいとしても、定期的に都会の子供たちが地方の人と交流し、自然や地域社会の魅力を体験する仕組みがあるといい。
- ◆ 日本の教育では、判断力や考える力が必要といいながら、一日中座学で授業を受けている。フィンランドの授業は外に出て体を動かし昼で終わるが、優秀な人材を輩出している。地方でこうした教育を提供する制度がつかれないか。

論点案

<第2回会議を受け加筆した点を赤字で記載>

2. 若者を中心としたUターン対策の抜本的強化

(3) 将来的なUターンに繋げるための関係人口の取組としてどのような施策が必要か。

第1回・第2回会議の主な意見

<第2回会議の意見を赤字で記載>

- ◆ 地方移住は3年ほど前からトーンダウン。観光以上定住未満の「関係人口」という選択肢が必要。
- ◆ 「関係人口」を広く捉え、地方の親のいなくなった家と東京の家を行ったり来たりする「2地域居住」を増やすというのも重要ではないか。
- ◆ 人口の取り合いでは発展性はない、関係人口が重要というのは同感。その際、アジアを含めた関係人口が重要。
- ◆ 地域に興味を持ってもらう、移住してもらうためには、受け入れる側の魅力も大事であり、地域で関係人口を迎え入れる人たちを育てていくことが重要。
- ◆ テレビはキー局が東京に集まっているが、ネットは世界中に発信できる。テレビ以外で活躍できるエンターテインメントをアジア圏で日本が主導権を持って育てると、新しい産業のチャンスや国内にとどまらない関係人口の拡大ができるのではないか。
- ◆ 若者のフットワーク、移動のしやすさを後押しする取組(交通費のサポート等)も重要ではないか。

論点案

<第2回会議を受け加筆した点を赤字で記載>

3. 地方の人手不足に対応した女性や高齢者の活躍等の推進

- (1) 女性や高齢者の活躍等(就業率の向上)を推進するために、どのような方策が必要か。
- (2) 地方で人手の需要が供給を上回っており、新たなビジネスのチャンスがあるのではないか。
- (3) 外国人留学生を就業しやすくするために、どのような取組が必要か。
- (4) 外国人留学生以外の外国人材一般について、どういった人材が活躍できるか。

第1回・第2回会議の主な意見

<第2回会議の意見を赤字で記載>

- ◆ 公務員にも自分で事業をしたいと考える優秀な人材がいる。そういった人が休職・兼業できるようにするなど、公務員制度ももっと柔軟にできるといい。
- ◆ 移住を希望、検討している人が求める職種と地方で求められている労働力にミスマッチがあるのではないか。地方では単純労働者の需要があるが、そういう働き方は望まない。
- ◆ 地方に今ある仕事(林業や土木建築業)であってもイノベーションは求められており、視点を変えられる人を配置する必要があるのではないか。
- ◆ 有効求人倍率のデータは、正社員だけでなくパートも含めたものではないか。真庭市でも有効求人倍率が1.5くらいあるが正社員は0.3程度。正社員とパートを分けて分析しないと真の姿が見えないのではないか。
- ◆ 外国人一般で議論することも良いが、留学生という切り口、問題設定は残しておいても良いのではないか。
- ◆ 外国人留学生だけでなく、広く外国人一般についてどういった人材が活躍できるか論点に据えてはどうか。

4. 地方の魅力、夢の実現等について国民の耳目を集める周知・広報の方策

(1) 地方ならではの魅力・強みとしてどのようなものがあるか。

- 例) ①短い通勤時間、低い家賃、広い住宅等、暮らしやすい住環境
- ②仕事や研究、文化、芸術等の創造的活動に専念できる環境
- ③地域特性をいかした起業に挑戦する機会
- ④豊かな自然、新鮮な農産物・水産物
- ⑤固有の歴史・文化・伝統 等

(2) 地方ならではの魅力・強みを国民に周知・広報するためにどのような方策が必要か。

- 例) ①地方ならではの魅力・強みの「見える」化
(通勤時間、家賃、住宅面積 等)
- ②一般メディアを活用したPR 等

<第2回会議の意見を赤字で記載>

- ◆ 移住ブームが去った中で、熱量の高くない普通に暮らしたいという人向けに、キャリアで活躍するだけでない満足度の高い生活・ライフスタイルの情報を示すことが、10代後半へのアプローチとして効果的。
- ◆ 地方の魅力の一つとして、都会で挫折した人のセーフティネットや回復する場所になるという点も挙げられる。
- ◆ 地方は人手不足だが、若者にとっては地方には仕事がないという意識が広がっていると感じる。国でも、地方にも魅力的な仕事の間、活躍の間あるということ伝える取組を後押ししてもらいたい。
- ◆ 全国の都道府県で、なるべく自分の県が上位に来るような指標をつくってみてはどうか。