

経済だけに  
とられない  
視点が重要に

# 若者が地元を活性化し、地元が若者を成長させる「新しい地域再生のかたち」

高齢化率や過疎化率の上昇、地域コミュニティの崩壊、自治体の財政不安…。

「地方の危機」が叫ばれるようになって久しい。

その一方で、地方再生に向けた動きも全国各地で徐々に活発化してきた。

若者の価値観の変化ともリンクしたこの新しい潮流は、日本のどのような未来とつながっているのだろうか？ そして、そこで若者が果たす役割とは？

取材・文／伊藤敬太郎

## 2060年の日本の人口は8674万人 人口減少と高齢化は地方でより深刻に

「地方の危機」の背景にある最大の問題は、やはり人口減少と高齢化率の上昇である(図1)。

日本の人口は2015年の国勢調査で初めて減少に転じ、今後も減り続けていく。今の高校生が60歳前後になる2060年の人口は1億人を大きく下回る8674万人と推計されている。一方で高齢化率は上昇。1970年には7.1%に過ぎなかった65歳以上の割合は、2015年には26.8%(推計値)になり、2060年には39.9%に達する。もちろん人口減少も高齢化も日本全体の問題だが、その進行は地方のほうがより早い。国立社会保障・人口問題研究所の推計によれば、2035年の全国平均の高齢化率は

33.4%だが、この時点で、秋田県は41.0%、和歌山県は38.6%、青森県は38.2%に達してしまう。

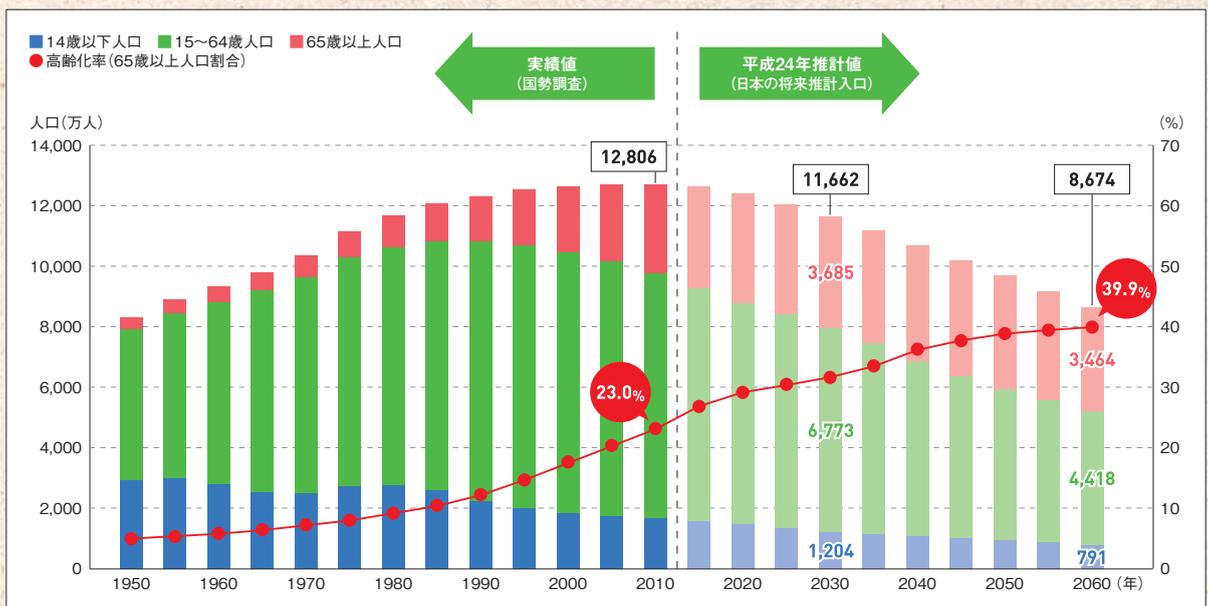
現在の過疎化の状況を示したのが図2だ。各都道府県の全市町村に占める過疎地域市町村の割合は、鹿児島県、北海道、島根県など、高い都道府県では8割前後となっている。

地域コミュニティの中心だった商店街の衰退も著しい。図3に示したように全国の半数近くの商店街が、2015年の時点で「やや衰退している」「衰退している」と回答している。

とにかく人が、なかでも若い人がいなくなっていることで、共同体も市場も財政も崩壊しつつあるのが地方の現状だ。

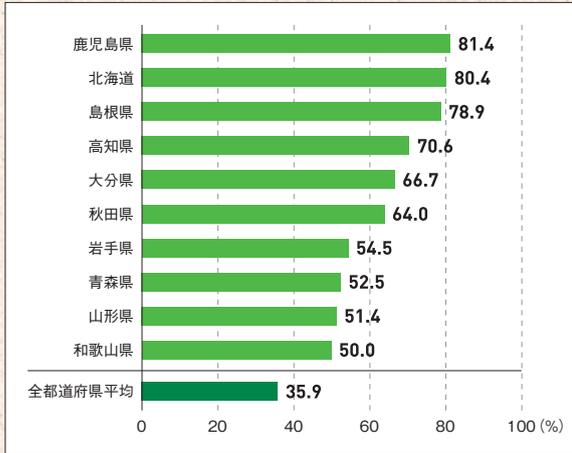
では、今後、地方には悲観材料しかないのだろうか？ 人と人をつなぎ、持続可能な地域の発展に貢献する「地域コーディネーター」(図4)の養成や、中高生・大学生と地域の企業をつ

図1 我が国の高齢化の推移と将来推計



出所／2010年までは国勢調査、2015年以降は国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口(平成24年1月推計)」の出生中位・死亡中位仮定による推計結果

図2 過疎地域市町村の比率が高い県 (2014年4月現在)



出所 / 全国過疎地域自立促進連盟「過疎地域のデータバンク」

なく実践型インターンシップ事業などに取り組むNPO法人ETICの代表理事である宮城治男氏の見方は異なる。

「もちろん人口動態などを見れば地方が危機的な状況にあるのは明らか。しかし、課題は地方にも都市部にもあります。むしろ、私は地方にこそ新しい可能性を感じているんです。実際、リーマンショック後、特に東日本大震災を契機に、若い人達が地方に入る動きが徐々に起こっている。その背景には、若い世代のなかで起きている価値観の変化があります」

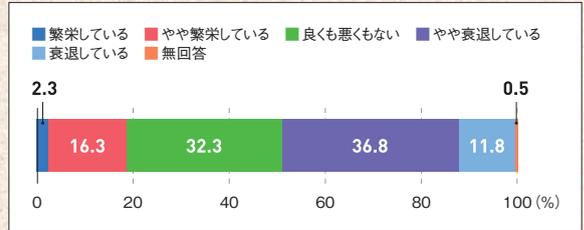
明治以降、日本社会は、東京への一極集中を進めながら大きな成長を遂げてきた。優秀な若者は、「勉強をして、偏差値の高い大学に行って、いい会社に入る」ことを良しとする画一的な価値観のもと、地方から東京へと流出を続けた。しかし、もはやこのモデルには限界が来ていると宮城氏は指摘する。ここに来て、若い世代は本当に自分達にとって大事なものを模索するようになり、価値観の多様化が進んでいるというのだ。

### 地域に入っていくことで 若者に新しい価値観が生まれる

「ふるさとへの愛着というプリミティブな感情に向き合った結果、Uターンする人もいます。自然環境や食を大切だと考えて地方に入る人もいます。人とつながることや子育てに最適な環境を求めて移り住む人も多くですね。彼らは、たとえ年収が減っても地方での暮らしのほうが豊かだと考え、ポジティブな気持ちでアクションを起こしています。震災ボランティアで東北に入った大学生が、『石巻すばらしい!』『女川の人達に惚れました!』とって住み続けるといった例も増えています」

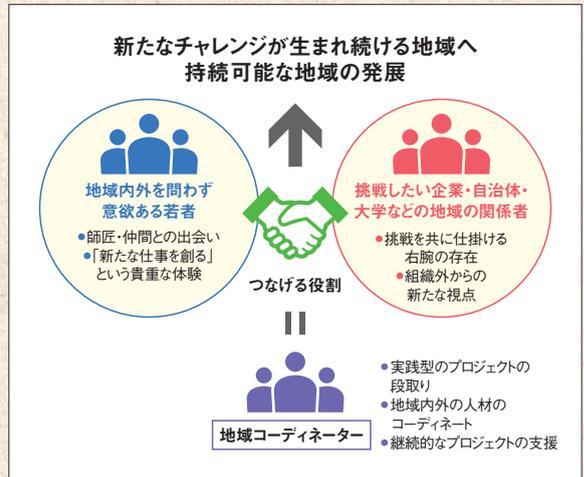
そして、地方の価値は決して自然環境や食だけにあるわけではない。「仕事」という切り口でも地方には大きな魅力がある。地方の中小企業の中には、こだわりをもって都会にはない良いものを作り続けている企業もあれば、地元を元気にするために様々な事業を仕掛けている企業・組織もある。宮城氏らが仕掛

図3 全国の商店街の景況感



出所 / 全国商店街振興組合連合会「地域商店街活性化事業成果調査」(2015年)

図4 「つなげる役割」を担う地域コーディネーター



けているのは、こうした企業等と若者とのマッチングだ。

ETICやそのパートナーである全国各地のチャレンジ・プロデューサー (NPO法人など) がコーディネート役となり、中学生・高校生・大学生らを地元の魅力的な企業に送り込む実践型インターンシップ事業は2004年にスタート。そこで起きている化学反応にこそ、宮城氏は地域再生の可能性を感じている。

「地方産業が衰退している理由の一つは、良いものはあっても、高齢化が進み、人間関係も考え方も硬直化するなかで、新しいことを仕掛ける活力が弱くなっていることです。しかし、そこに中高生や大学生達が入ると面白いことが起こる。今まで地域の人や物との接点がなかった子ども達にとっては全てが新鮮だから、新しい発想も生まれやすい。そして、高校生が目を輝かせ、『この特産品はすばらしい。僕らの誇りです!』『この農産物を使ってこんなものを作りたいんです。協力してください!』と働きかけると、大人達も動くんです。交流のなかった商店街同士やいがみ合っていた商売敵同士が手を組み合う。大人だけではできないことです」

大学生ともなると、一つの商品を任されて、Eコマースサイトを作るといった社会人顔負けの活躍例も多いという。



NPO法人ETIC. 代表理事  
宮城治男氏

このようなインターンシップ事業によって、地域の企業は新しいビジネスの可能性を見だし、中高生や大学生は貴重な実践を通して大きく成長していく。人のつながりも強くなる。そんな相乗効果が生まれているのだ(具体的な事業例は図5)。

「若者にとっては地元で活躍する『カッコいい大人』とふれ合うことも貴重な経験です。今までは、東京に行くか、地元の役所や金融機関に就職するくらいしか選択肢がなかった彼らのなかに新しい価値観が生まれる。それまでになかった地域に対する『眼差し』も養われます。地元で深くかかわった原体験を持ったことで、仮に東京へ出て行っても、彼らは将来地元に戻ってくる可能性もあります。地域の未来にとっては、こういった子ども達こそが大きな財産なのです」

### 地域を支える若者に求められるのは自分で考え、行動できる起業家精神

今後の地域再生のカギを握るのは、中高生・大学生を含む若者達だ。そして日本全国で地域再生をより大きなうねりとしていくためには、さらに多くの「地域を支える若者」が必要となる。では、彼らに求められる力とは何だろうか。

「地域に入り自分で事業を起こすにせよ、地域の企業で働くにせよ、保護者や社会に与えられた価値に従うのではなく、自分の人生を自分で切り拓いていくことができる『起業家精神』が大切になるでしょう。それを養うには、できるだけ早く実践を経験して、新しい価値観に触れ、気づきを得ることが大切です。インターンシップに参加したことで『勉強したくなった』という中高生・大学生はたくさんいます。自分で考えて行動し、地域に貢献した経験が学びのトリガーになっているのです」

宮城氏の指摘は示唆に満ちている。つまり、「教育」という視点で考えたときにも、地域での実践経験は大きな意味を持つということだ。

教育現場でもその点を意識した取り組みは生まれている。

高校では、全国の商業高校や農業高校、一部の普通科高校で、地元企業との共同商品開発など、地域に入っていく実践型の教育が展開されるようになってきている。また、総合的な学習の時間などで、地域課題の解決を目指す探究型の学習も始まっている。

大学でも、課外プログラムや単位が取得できる正規の科目として、半年、1年などの長期間にわたって地域の課題解決に取り組むプロジェクトを採り入れる例が増加。ETICなどのインターンシップは大学生個人が主体的に動いているものだが、大学の教育プログラムとしての地域活動が今後どのような成果や広がりを見せるのかも注目される所だ。

実践型の教育を通して、自分で考え行動できる力を養った若者が、例えばグローバルな舞台などで様々な経験を重ね、成長して地域に戻ってくる——。これからはそんな人の環流も珍しいことではなくなってくるのかもしれない。

## 図5 地域企業が若者の力を活用した実践型インターンシップ事例

NPO法人ETICをはじめとする全国のコーディネート団体(チャレンジ・プロデューサー)は、日本全国で、若者と地域企業とのマッチングを図る実践型インターンシップ事業に取り組んでいる。以下は大学生がインターン生として活躍した事例の一部だ。

|  |                          |
|--|--------------------------|
| 宮城県<br>仙台市   | 子どもの <b>教育格差解消</b> に貢献   |
| <p><b>インターン生が大学との連携や教材開発に取り組む</b></p> <p>経済的理由によって教育の機会が奪われている子ども達を支援する「NPO法人アスイク」がインターン生2人を受け入れた事例。宮城教育大学4年のインターン生は定期的に学習サポーターを確保するための大学連携事業を担当し、大学との交渉や他のNPOとの連携に取り組んだ。東北学院大学2年のインターン生は、子ども達一人ひとりと対話を重ねながら、受験生用の反復学習教材開発を実現。</p>               |                          |
| 神奈川県<br>横浜市  | マルシェ事業の <b>責任者</b> として活躍 |
| <p><b>大学生が新事業を任せられ横浜野菜の地産地消に貢献</b></p> <p>横浜野菜の地産地消に取り組む会社「よこはまグリーンピース」が新規事業のパートナーとして慶應義塾大学3年のインターン生を受け入れた事例。インターン生はマルシェ(市場)事業の責任者として、地元農家や加工業者から「生産者の思い」を聞き取り、農業への関心を高めるために他大生も巻き込みながら、開催場所の確保、仕入れ、値付けなどの実務でも奔走。マルシェ事業は年間600万円の売り上げを上げる事業に。</p> |                          |
| 石川県<br>金沢市   | 過疎地域の <b>地域資源マップ</b> を作成 |
| <p><b>10日間のインターンシップ後も町とつながり続ける</b></p> <p>過疎化・高齢化が進む中山間地域の東原町を「元気にする」ことに取り組む「NPO法人くくのち」が若者のエネルギーを求めて、10日間の学生受け入れを実施。インターン生5人は民泊をしながら、地域のフィールドワークやキーパーソンへのインタビューを重ね、地域資源マップを作成。インターンシップ後も祭りや会議に参加するなど町とつながり続け、次世代インターンシップをサポートする組織を立ち上げた。</p>     |                          |
| 愛知県<br>高浜市   | 老舗企業の <b>業務効率化</b> に成功   |
| <p><b>在庫管理の効率化を任せられ、誤出荷率を3割も下げた!</b></p> <p>老舗瓦メーカー「三州野安」が中京大学2年のインターン生を受け入れた事例。千種類以上ある瓦の在庫管理を効率化し、誤出荷を減らすという業務改善の仕事を担当。品番だけで監視していた商品データベースに自分で撮影して写真を加えたり、在庫置き場の番号を500カ所以上ペンキで表示し直したりといった地道な作業と自分なりの工夫を重ね、「社員の仕事を楽にすること」に貢献。誤出荷率は28%も減った。</p>   |                          |
| 鹿児島県<br>指宿市  | そら豆の <b>六次産業化</b> に貢献    |
| <p><b>店長とインターン生が二人三脚で新企画を実現</b></p> <p>そら豆農家が六次産業化のために立ち上げたそら豆の専門店「まめそら」と鹿児島大学2年のインターン生の事例。インターン生は、WEBの新規コンテンツ企画から新商品開発に関する調査・広報・実販売までを任せられ、8カ月にわたって取り組んだ。店長とインターン生の二人三脚で、今まで店長一人ではできなかった企画を次々に立ち上げ、実現。新製品「冷凍そら豆」の開発にも成功。売り上げ・利益ともに倍増した。</p>     |                          |