

提言にあたって

「地方消滅」リスクが顕在化するなか、地方の衰退は都市部ひいては日本全体の衰退につながる。われわれは持続可能な地域社会の礎となる若者たちに注目し、地方と若者を「ヴァーチャルな絆」と「リアルな絆」で繋ぐことで、若者が地方でいきいきと暮らし、活躍できる仕組み作りを提言する

人口減少時代の日本の現状

日本全体の現状

人口減少、合計特殊出生率低下が止まらず、高齢化比率も2050年には37%に。経済成長を支える「働き世代」の減少が国家的な課題。

首都東京の実態

人口1,300万人を抱えるも、出生率低い。地方からの人口誘因に頼る構造。

地方の実態

東京や中核都市への人口流出により、若者は減少傾向。地方消滅のリスクが顕在化。

若者の実態

非正規雇用の増加により低所得に苦しむ若者が多い。結婚の意思はあるものの収入や雇用が安定せず結婚を遠ざけている側面も。

高齢者の実態

活発なアクティブシニア増。若い世代との交流や地域コミュニティへの参加にポジティブな高齢者も多い。一方、老後の貯蓄や収入に不安を抱えるひとも。

人口減少に対する我々の問題意識

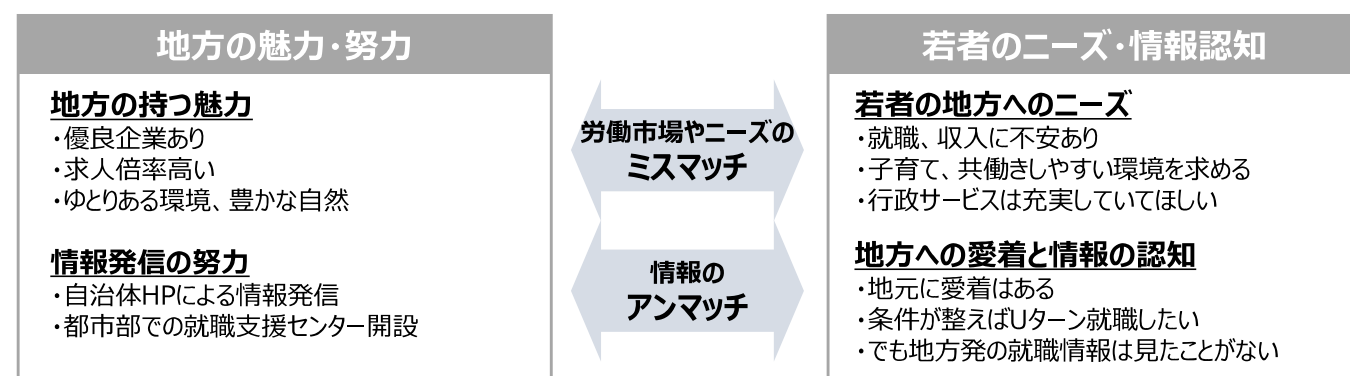
地方における若者の減少が、日本全体の人口減少をさらに加速させている。

地方で若者が減るデメリット

- 『税収減』
- 『地域経済の停滞』
- 『人口再生産率の低下』
- 『事業や文化継承の担い手の減少』

若者を地方に引き戻すことが、日本全体の成長力につながる

若者の地方移住に向けた考察



地方は若者にとって一定の魅力を持す ⇒ その魅力を正しく伝えること、さらなる魅力向上の努力が必要

地方と若者を「絆」で繋ぎ『効果的な情報発信』と『地方の魅力向上』を図る

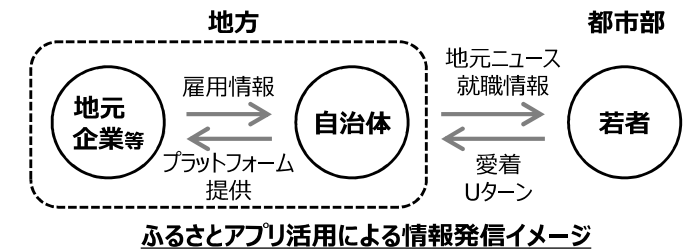
提言① ヴァーチャルな絆：ふるさとと若者を繋ぎ続けるソーシャルメディア

◆「ふるさとアプリ」による情報発信

出身地方の情報発信に特化したSNSアプリ



- 進学等で都市部に移住した若者に**プッシュ型の情報発信**が可能
- 同窓会、卒業アルバム機能を実装、**高校卒業時に初期登録**を促す



ふるさとアプリ活用による情報発信イメージ

◆アプリ導入のねらい

魅力的な情報発信による地元への意識の底上げと実効性のある施策によるUターンの促進を行う

Uターン積極層

- ・地元へ帰って就職したい

Uターン潜在層

- ・地元へ帰る意向はあるが積極的に情報収集はしない

Uターン消極層

- ・地元へ帰る意向なし、仕事面等でネガティブイメージ

↑ 実効性のあるUターン促進施策

↑ カジュアルな情報発信 地元へのロイヤルティ向上

◆具体的な活用例

基本機能 ～タイムラインへの掲載～

- カジュアルな情報** 地元ローカルニュース（祭り、街の変化）イベント告知（移住セミナー、同窓会）地元商店（ローカル商品販売）
- 求人や不動産情報** 地元企業の求人情報 空き家情報

応用的活用 ～オープンデータ化～

「特定地方の出身者」という貴重なデータを民間協業で有効的に活用
転職エージェント
 都会の若者 技術や経験を蓄えたが活かしきれていない → **マッチング** → 地元企業 社内変革できる人材 幹部(後継者)候補

離れても繋がり続ける「ヴァーチャルな絆」の構築

提言② リアルな絆の構築：プラットフォーム『すりこみ特区』

◆Phase 1：プラットフォームの構築

若者が求める行政サービス
 ⇒ 家事代行 / 託児所 / コミュニティバス / 空き家シェア etc

自治体が充実したサービスを提供するには「**財源**」や「**労働力**」の確保が課題

《仕組み1》高齢者(アクティブシニア)の活用

世の中の役に立ちたい
 何らかの社会参加活動に参加したい } ⇒ **得意分野を活かし、ボランティアとしてサービス提供の担い手に**

《仕組み2》食事クーポンの提供

従業員はボランティア、場所は自治体施設の利用等の工夫でコストダウン
 安価にクーポン発行できる仕組みを導入
 ⇒ **将来の収入に不安を感じる高齢者に対するさらなるモチベーション**

◆Phase 2：コミュニティの形成

「**食堂**」 = 交流の場提供
 ・食事クーポン利用の高齢者集まる
 ・リノベーションによりコスト抑制 (台北市URSの仕組み参考)

⇒ **若者・子ども・障がい者等があつまる居心地の良い「ごちゃませ」のコミュニティ**

◆Phase 3：次世代へのすりこみ

若者・子どもが安心して暮らせる空間
 ⇒ **住み続けたいという想いを「すりこんでいく」**

・障壁となりうる規制や法令の緩和
 ⇒ **「すりこみ特区」**

いつか帰ってきたいと思える「リアルな絆」の構築