

鳥取県知事

平 井 伸 治 様

鳥取県の地方創生総合戦略策定に向けた提言

平成27年7月30日

とっとり創生若者円卓会議

鳥取県の地方創生総合戦略策定に向けた提言

[1 はじめに]

私たちは、日々、各々の立場で仕事、学業、地域活動等に取り組んでいますが、このたび「とっとり創生若者円卓会議」に参加して地方創生総合戦略策定に向けた意見等を提出する機会をいただきました。この会議に参加することにより、地方が抱える人口減少などの重大な課題を認識することができましたし、日ごろから感じている鳥取県の魅力・すばらしさに加えて、鳥取県がまだまだこれから大きく伸びる可能性を秘めていることを確認しあうことができました。

このような貴重な機会を与えていただいたことに感謝しつつ、5回にわたり開催された「とっとり創生若者円卓会議」での意見・アイデア等を分野別にとりまとめました。

[2 現状・課題の認識と課題解決に向けて]

I 大いなる自然の恵みに生きる

1 観光・交流

① 現状・課題の認識

都市部から鳥取県までの交通アクセスは一昔と比較して劇的に改善されたが、まだ十分とはいえない。鳥取県には豊かな水量を誇る温泉地、水質A Aの海水浴場や中国地方最高峰大山などに整備されたスキー場などのレジャー施設、四季折々に収穫・漁獲される美味しい食材など、多くの強みがあるが、他地域と比較すると鳥取県の認知度は依然として低く、観光誘客に繋がっていない。

② 課題解決に向けた主な意見

○情報発信戦略

- ・ 鳥取県の認知度は低い。東京での県立大学開設（既存の教育機関を活用した公開講座、生涯学習講座等）など、鳥取県の外で他県民を対象に「鳥取県を知るきっかけ」を提供すると観光や移住に繋がる。
- ・ 豊岡だったら「コウノトリ」、出雲なら「縁結び」、隠岐の島の「さざえカレー」といった、そのキーワードを聞くと一言で鳥取をイメージできるような合い言葉があると知名度が上がる。「晴れの国岡山」はイメージしやすくて良い。
- ・ 他県から観光に来てもらえるよう、地域独特の味「若桜のSL」「智頭の杉」などを全面的にアピールする取組をするべき。
- ・ 「わざわざ行きたい鳥取県」と認知されるには、旅費と移動時間などのコストに勝る魅力づくりを県内各地で行われることが必要。その魅力の一つにつないだストーリー性のあるPRを都市部で継続的に展開することができれば効果は絶大。

○交通インフラ整備

- ・ 交通インフラは昔と比較すると明らかに改善されたが、まだ十分ではない。国道9号線は全区間4車線化を、山陰本線は鳥取県区間の複線電化を目指すべき。輸送量の増加は鳥取県経済のプラスに働き、災害時等においても大きな力になる。

○S Lの活用

- ・ どうせ遅いJRなら、逆手にとってS Lを走らせるのも誘客になる。若桜のS Lを鳥取、倉吉、米子まで走らせる。県内に良い写真スポットが沢山ある。撮影した人がフェイスブック等で勝手にPRしてくれる。

○体験型観光の推進

- ・ 鳥取県の良さは、一度鳥取県に来てみないと分からない。一泊、二泊して果樹園体験してもらうなど、実際に鳥取に来て楽しんでもらう企画が必要。
- ・ 農業体験など体験してもらうことは「思い出づくり」になる。また、ストーリーがあると呼び込みやすい。
- ・ 観光客に「見てもらう」だけではダメ。「見て」「触れて」「体験して」「食す」。これらが一連のものになっていないと記憶に残らない。このことで一日以上の滞在につながる。

2 農林水産業

① 現状・課題の認識

鳥取県は豊かな自然を背景に「海の幸」「山の幸」が豊富であり、第一次産業は将来に向けても大きな可能性を秘める鳥取県の主要産業である。「オレイン55」、「なつひめ」、「とろはた」等のブランド化の動きはあるが、単発的で観光業界との連携もまだまだ余地があると感じる。

また、就業者を増やすべく手厚い就業支援策が講じられているにもかかわらず、実態は高齢化と後継者不足。多くの県民は第一次産業への新規就業に向けた相談機関や支援策等について知識を有していない現状がある。

② 課題解決に向けた主な意見

○ブランディング・マーケティング

- ・ 鳥取県の農業は豊かな大自然の中で良質なものを作っている。高額で売りたいが、たとえ良い物であっても単体で売っていくのは困難。ブランディング、マーケティングの委託や企業化を進めてみても良いのでは。

○農業と観光との連携強化

- ・ オレイン55の発生率は2～3割。ロット数は少ない。少ないからこそ鳥取に食べに来てもらう手法が有効。飛騨牛はほとんど岐阜県内で消費される。飛騨牛を食べるためにお客さんが来る。農業と観光は密接な関係。連携強化が必要。

○参入する若者と指導者への支援

- ・ 若者が農業、林業に参入したくても、どこに相談したら良いか分からない。例えば農地を借りたい人がどこに相談したら良いか分からない。仲介してくれる人(組織)が必要。
- ・ 第一次産業への就業支援は手厚いが、高齢化、後継者不足は改善していない。参入しようとする若者がいても、指導を行う指導者のなり手が無い。指導者側に更に手厚い支援が必要では。
- ・ 第一次産業については、必ず儲かるという訳ではないが、一度チャレンジできる仕組みが必要。そして周知も必要。

○ノウハウを活かした儲かる農業

- ・ 作るだけではお金にならず意欲が低下している。鹿野の果樹園では、原風景の中で、観光客にとって食べてもらう。美味しい果実の見分け方を農家の人が教えるなど、持っているノウハウを活かしながらお金になるよう取り組んでいる。発想の転換が必要。

○情報発信

- ・ 一般的に「農業は儲からない」とのイメージがある。農業の仕事内容とその対価（収入）について情報がオープンにされると新規参入の検討材料になるし、新規参入者も増えると思う。

3 エコスタイル

① 現状・課題の認識

鳥取県には豊かな大自然が残っている。高度成長期にも開発されなかった中山間地域がある。これは県民生活の糧となり、また癒やしの場でもあるが、同時に本県から発信し得る大切な財産（資源）でもある。その財産（資源）を維持しながらも、県民が将来にわたりその恵みを享受できるよう長期的スパンで利活用を考えて行かなければならない。

② 課題解決に向けた主な意見

○ヘルスツーリズム・スローライフ

- ・ ヘルスツーリズムとスローライフを発信し長期に滞在してもらう誘客も可能。鳥取県には温泉がある。
- ・ 観光のあり方が変わってきている。旅行会社を通さず、自ら計画を立てネットで予約する。空港でレンタカーを借りて田舎をドライブしたり、田舎で農業体験したり、非日常を求める旅行者が多い。「健康リゾート地 鳥取県」として発信しても良いのでは。
- ・ 「健康なら鳥取県」を打ち出すエリアを広げ、若桜町のSL、山陰ジオパーク、皆生トリアスロンなどと結びつけた情報発信することが効果的と考える。

○子どもの自然体験

- ・ 将来の鳥取県を担う子ども達に自然を大切にする心を醸成するためにも、子どものうちから自然に触れる機会を設ける必要がある。県内全保育所の園庭や学校の校庭を芝生化して、芝産地鳥取県のブランドとして定着させてはどうか。子育てに優しい鳥取県の発信にも繋がる。

II めくもりの絆に生きる

1 出会い・子育て

① 現状・課題の認識

鳥取県は子育て王国を標榜している。子育て支援の取組は市町村も含めて充実しており、他地域と比較して子育てしやすい環境が整っていると認識しているが、人口の自然減は続いている。それは若者の流出に加えて、結婚しない若者の増加や晩婚化も原因と考えられる。

② 課題解決に向けた主な意見

○婚活に向けた取組

- ・ 学校を卒業し、就職先を決めるまでに、結婚時期など自らの将来について真剣に考える機会を設け、将来設計を描くことが必要。この時期に積極的に子育て王国の情報提供を。また、必要なときに婚活イベントなどの情報が届く仕組みが必要。

2 人財とっとり

① 現状・課題の認識

県内には多くの地域活動者があり、それぞれ個人・団体で活動を行っている。ボランティア活動の希望を有し、地域活動者（団体）等とのマッチングを望む大学生等が多いが、情報が届いていない現状がある。

また、商店街では空き店舗が目立っており、集落に古くから伝わる麒麟獅子舞などの伝承が途絶える地域があるなど、まちづくりの担い手育成（意識醸成）は急務である。

② 課題解決に向けた主な意見

○ボランティア活動に関する情報提供

- ・ ボランティア活動を希望する大学生は多いが、どこに問い合わせたら良いかわからない。情報提供を。

○「大学生と社会人」「高齢者と若者」の連携

- ・ まちづくりに係るお金（行政の支援）があっても「スキル」と「プレイヤー」がない。まちづくりには「大学生と社会人」、「高齢者と若者」といった連携が重要。連携の中から「自らがやる！」といった意識の醸成をしていくことが必要。

○地域の担い手育成

- ・ 大学等在学中にカフェでアルバイトをしながら、そこで経営ノウハウを学ぶなど、卒業後に活かせるような仕組みがあれば大きな魅力であり、地域の担い手育成になる。

○地場産業活性化

- ・ 地場産業の活性化については、素晴らしいアイデアはあっても、「誰が事業を行うのか」「地域が一丸となれるのか」が最大の課題で、コーディネーターの存在が重要。地元で人材を育てるか、外部から呼ぶか、又は市町村長がトップダウンで自治会、地元企業等に働きかける方法もある。

3 支え愛

① 現状・課題の認識

近年発生した自然災害を受け、防災対策など安心・安全な生活を実現するために、地域コミュニティが注目されている。少子高齢化が進行しており、今後は日々の買い物等に苦慮する高齢者が増えてくることも予想される。

② 課題解決に向けた主な意見

○買い物支援

- ・ 鳥取県内全ての地域で買い物などの便利さを追及することは困難で、ある程度集中することはやむを得ないが、住民の要望に応じて移動販売車等で便利さを補うことは必要で、それを永続的に担っていく体制づくりが必要。

○NPO法人との協働

- ・ 米子市では自治会機能が低下しているがNPO法人は多い。それぞれ課題を見つけて地域貢献的活動や新たな創出型の活動までしているが、そういった団体も取り込んでコミュニティ機能を活性化することが必要。

Ⅲ ゆったり刻む時を生きる

1 移住・定住

(1) 県民に対するアプローチ

① 現状・課題の認識

移住・定住を促進するために、他県民に対して鳥取県の良さ（強み）を発信することは当然に必要であるが、人口の社会増減（転入・転出のトータル）を見ると、転出超過が続いており、それを改善するための対策が急務である。

② 課題解決に向けた主な意見

○鳥取県の魅力

- ・ 小学生は農業体験や社会科見学があるが、中学生、高校生は勉強ばかり。高校3年生の進路を考える時期に自らの将来について考えさせる。このときに鳥取県の魅力やすばらしさ、鳥取県で暮らすことのメリットをしっかりと教えることが必要。人口流出を防ぐことに繋がるし、一度県外に出ても必ず戻ってくる。記憶の刷り込みを。
- ・ 給料などの待遇の差で都会に人材が流出する。でも給料が安くても鳥取では十分暮らしていける。そのことを若い世代にしっかりと伝えることが必要。
- ・ 県外に出ている大学生も多いが、東京の大学に通う友人は「鳥取にはない服を買う」と言う。鳥取の交通も良くなった。ネットショッピングで買い物もできる。都会と変わらない。鳥取に戻った方が心のゆとりとか暮らしやすさがある。比較しながら鳥取のすばらしさに気づかせることが必要。
- ・ 県外出身者（県外からの転勤者）から「遊びに行くところが多い。」「食べ物が美味しい。」と鳥取県の良さを聞くが、そのことを地元の人が理解していない。
- ・ 東京に行って毎日いい服を着て、いい給料をもらうのがいい生活なのか？「鳥取で暮らすと賃金は安いかもしれないけど、こんないいことがあるよ」とアピールが必要。

○奨学金制度

- ・ 奨学金を借りている大学生は多いが、鳥取県に帰ってきたら返還を免除する制度の創設を。

(2) 他都道府県民に対するアプローチ

① 現状・課題の認識

近年、鳥取県への移住者は増加する傾向にあるが、未だに「陸の孤島」などの暗いイメージが払拭できていないと感じる。唯一高速道路のない県庁所在地と言われていた鳥取市に無料の鳥取自動車道が開通するなど、交通アクセスは劇的に改善されており、打ち出し方（発信の仕方）によって大幅に移住者が増加する可能性はあると認識している。

② 課題解決に向けた主な意見

○鳥取県の良さの発信

- ・ 保育所の待機児童がいないことや保育サービスが充実していることなど、子育てしやすい環境が整っていることを、もっと強くアピールすべき。
- ・ 鳥取に移住する前は、「何もないところ」と聞いていた。来てみると、海・山が近いとか、人柄が良いとか、近所の人子どもに声をかけてくれるとか、良い点がたくさんあることに気づいた。そのようなことも発信すべき。

2 働く場

① 現状・課題の認識

鳥取の若者を県内に留めるためにも、I J Uターンを促進するためにも、働く場の確保は大変重要。また企業にとって必要な人材確保は企業収益に直結するものであり、事業拡大や新たな雇用にも繋がる。第一次産業をはじめ旅館業など必ずしも人材確保ができていない現状もあり、雇用のミスマッチの解消は急務。

② 課題解決に向けた主な意見

○就職・企業情報の発信

- ・ 高校等に県内全域の求人情報が伝わっていない。県内求人情報をしっかりと学校に届ける必要がある。就職希望の生徒は就職指導教諭の指導を受けながら学校に届いた求人情報から就職先を探す。その中で県内に希望職種がなければ、県外に就職先を求める現状がある。
- ・ 人材を求めて就職フェアに参加したくても、企業の参加希望が多く参加できない企業がある。参加を希望する企業が全て参加できるよう改善が必要。
- ・ 大手企業はお金をかけて企業イメージをCM発信している。商品のCMでなく企業のイメージアップのためのCMで人材確保に繋げている。中小企業には困難。
- ・ 旅館業は毎年求人をしている。求人を欠かしたことはない。雇用のミスマッチ解消を望んでいる。

○郷土芸能によるビジネス

- ・ 郷土芸能に関わりたい若者がいるが、既存の郷土芸能の多くは地域のボランティアで存続されており、新たな活動（創作神楽等）は地元では受け入れられない。でも、創作神楽等は旅行客等に人気がありビジネス（働く場）になる。

3 まちづくり

① 現状・課題の認識

商店街には若者が集えるような場所（店）が少なく、閑散として空き店舗も目立つ。また住宅地にも空き家がある。まちづくり（にぎわい創出）に若者を参画させることと、空き店舗・空き家対策に繋がる取組を進めていくことが、今後のポイントになると考える。

② 課題解決に向けた主な意見

○起業に対する支援

- ・ 起業を目指している若者に鳥取県で起業してもらおうような仕組み（支援）が必要。空き店舗の活用にもなる。

○空き家活用

- ・ 空き家利用のシェアハウスは若者が集まれる場となる。更に祭りなどのイベントを通じて地域の方々とのコミュニケーションもとれる。まちづくりに繋がる空き家対策を。
- ・ 鳥取の原風景が良いという人は多い。空き家になっている古民家等を活用しては。

○「たまり場」

- ・ 大学生等の若者にとっては、友達づくりに繋がる気軽に行ける「たまり場」が必要。何か食べながら、何か作りながら、気軽に参加できる場があると良い。
- ・ 商店街には1 Fに店舗等の若者が集まれる場、2 Fに学生寮みたいな、大学だけでなく地域内で交流できるような仕組みがあると良い。

【3 とっとり創生若者円卓会議で出されたその他の意見】

I 大いなる自然の恵みに生きる

1 観光・交流

- ・ 鳥取県は砂丘のイメージしかなかった。行ってみると観光客が少なく「ほっ」と癒やされたが、もっと積極的にPRすべき。
- ・ 観光と農業のコラボは有効。知ってもらい、県内産をアピールする。例えば、商品が完成するまでの過程を見せる。
- ・ 鳥取の水道水は美味しい。このことも売りになる。
- ・ 歴史・言い伝え（ストーリー）を発掘し、また地域の強みを活かして「〇〇の里」、「〇〇の聖地」「〇〇の発祥の地」「〇〇日本一の町」と銘打ったまち全体での観光戦略を図る。
- ・ 県民にもあまり知られていないが、県内には映画やドラマのロケ地となった場所や施設等があり、「〇〇のロケ地を巡る」など観光誘客にもっと積極的に活用しては。（例えば、鳥取市立遷喬小学校旧校舎は、映画「ALWAYS 3丁目の夕日」や朝ドラ「ごちそうさん」のロケ地になった。）
- ・ 大遷宮やその報道もあり、出雲大社を訪れる旅行者は急増している。出雲大社が目的の旅行者は鳥取県東部・中部には足を運ばない。また、現在、島根県では人気グループEXILE を登場させて、島根県全域を「ご縁の国しまね」として積極的に発信しており、鳥取県東部・中部は今まで以上に苦戦することが予想される。鳥取県の観光の基本は「東から西」。姫路から鳥取に入る流れを早急に作る必要がある。
- ・ 6月補正予算の「滞在型観光受入支援事業」について、ゲストハウスや簡易宿泊施設で長期滞在型観光に対応することは理解できるが、旅館業法等の制約を受けない「民泊」は推進するべきではないと考える。既存の温泉旅館の衰退に繋がる恐れがある。
- ・ はわい温泉に注目が集まったのは、数年前のソフトバンクのCM。反響が大きかった。全国的CMは効果が大きい。今後も何かきっかけがあれば注目を浴びる可能性はある。全県的なプロモーションが必要。
- ・ 交通インフラはとても大切。でも良すぎると通過される懸念があり微妙。
- ・ これからは海外からのお客様に「どのようにしてお金を落としてもらおうか」といった視点も重要になる。境港で入国後、他県に行く前に米子市など鳥取県内でお金を使ってもらおう。受け入れる側の理解と準備が必要。
- ・ アジアからの多くのお客様が日本に来られるが、PM2.5など大気汚染があるところでは、マスクをしたり、子どもを外で遊ばせることを控えたりしている。現地の人には気にしている。鳥取では気にしなくても良い。気にしないで生活できる。他県にない強みを打ち出すことが必要。
- ・ アジアから鳥取は近い。海外旅行は文化が異なる非日常の中で「新鮮み」を求めるもの。鳥取は大都市ではないから体験できることがある。呼び込みやすいと思う。
- ・ 人口が少なく人間関係が密なところも本県の特徴。「とりの話し場」など人との出合いを大切にして、「この人に会うためにまた来たい。」と思ってもらうのも有効。婚活にも繋がる。
- ・ 修学旅行の受け入れを始めた。本県への修学旅行のメリットを発信する必要がある。修学旅行の思い出があると、大人になってもまた来てもらえる。
- ・ 滋賀県の事例で、夜は大人の街だった地域が、女子でも歩ける街に大転換したところ、修学旅行客が増えた。鳥取県内は現状でOK。官民一体のプロモーションが必要。

- ・ 小学生の修学旅行では民泊は不可。高校生は民泊による非日常体験もOK。民泊も上手に取り入れれば良い。
- ・ 京都、奈良は（歴史的建造物などの）風景。ディズニーランドは乗り物（アトラクション）。鳥取からは「田舎に泊まろう」「自然を感じよう」を打ち出しては。
- ・ ターゲットを絞って戦略を進める必要がある。滞在型の観光を望む方も増えると思うが、それ以外の観光もある。どこにターゲットを絞るのか、しっかりピントを合わせないといけない。小学生？富裕層？外国人？
- ・ 湖山池に現在アートの美術館を設置して欲しい。砂丘に砂像美術館がある。滞在型観光の起爆剤になると考える。
- ・ 鳥取の牛乳は日本一、世界一、乳質が良い。「鳥取に牛乳を飲みに行こう」と発信している。鳥取の食材はポテンシャルが高い。滞在型観光に繋げる取組を。
- ・ リピーターは長いスパンで見て、「人生の中で何回来てもらおうか。」という視点で戦略を立てる必要がある。

2 農林水産業

- ・ 本県の第一次産業は手厚く支援されているが、現状は高齢化と後継者不足。しっかり制度をPRして上手に若い人を引っ張ってこることが必要。若い人を集めるには若い人が動くのが得策。
- ・ 第一次産業は基本。一次産業がなければ2次も3次もない。第一次産業のことが知られていないだけ。働くところはある。しっかり周知を。
- ・ 農業、畜産の求人はあるが、就業する県民は少ない。県外から関心のある人に来て学んでもらい鳥取県内での就業・独立を推進することも必要なことと考える。
- ・ 空気が美味しい。水も美味しい。このような場所でできた農作物はおいしい。もっとPRを。
- ・ 都会以外で農業ができる場所は沢山ある。その中でも鳥取は土地を探しやすい。困っていると助けてもらえる。そういったメリットをアピールすべき。
- ・ らっきょう農家は毎年5月にハローワークに求人を出す。上手に仕事ができる人材を欲しがると必ずしもそうはならない。「人に教える暇があったら自分でやった方が早い。」といったことになる。指導（人材育成）は簡単ではない。
- ・ 第一次産業で働く人の確保は、「高齢者も含めた県民」にもっと目を向けるべき。
- ・ 鳥取県には豊富な食材はあるが、「きりたんぼ（秋田）」「カキの土手鍋（広島）」「ふぐちり（山口）」等と肩を並べる名物料理がない。鳥取県の食材を使用した「ここが本場」という名物料理を開発し誘客を図る。（例えば「サワラ鍋」のようなもの。）
- ・ 6次産業化に興味を持っている農業者は多い。農家と加工業者の出会いきっかけ作り（異業種交流会）を県で設定してほしい。マッチングを進めていくと6次産業化のハードルは下がる。
- ・ 市場の葉物部会で若い農業者に栽培方法の注意点などの相談に応じる体制を取っている。6次産業化も大切だが、本業（農業）できちんとやっていけるようにすることが農業の発展に繋がる。
- ・ 鳥取県では自然栽培の理解が不足している。身体にやさしいものを作ろうと誠実に取り組もうとするとハードルが高い。やる気のある人が取り組める環境を作る必要がある。
- ・ 新規就農を求めるだけでなく、今やっている農家に頑張ってもらうことも重要。
- ・ 漁業者がサワラの絞め方を工夫し、スポンジを敷いて「大山寒ザワラ」として出荷しようすると、漁協から釘を刺される。新しいことをやりたい人ががんばれるような支援体制が必要。

- ・ 売り方の工夫は、定期的な新聞広告、ウェブ、テレビショッピングの活用など多種多様。オレイン55はロット数が少ない。ロットが少ない商品はパッケージ化するなどの工夫が必要。

3 エコスタイル

- ・ 「農業のテーマパーク」など、鳥取の特徴を活かしたテーマパークを開設すると、街全体の雰囲気、いごこちが変わる。街全体の発信に繋がる。
- ・ 鳥取県の風土を活かして、再生可能エネルギー（太陽光、温泉熱（地熱）、風力、木質バイオマス、雪氷熱）の活用を促進し、産業振興、地域活性化に繋げる。
- ・ 豊富な温泉熱や地熱を利用して、暖かい地域の果物・野菜の栽培や、暖かい地域の魚の養殖に取り組み、新たな特産品とする。

II むくもりの絆に生きる

1 出会い・子育て

- ・ 鳥取県は保育所の待機児童がない（年度当初）など、保育サービスが充実しているし、放課後児童クラブも充実している。市町村もしっかり取り組んでいる。また、人口が少ない割に、「かっこ館」や「わらべ館」など無料や格安で子どもを遊ばせる場所や子育て相談窓口が多く子育てしやすい。都市部では考えられない。とても助かっている。近所の人声がかけてくれる。子育ては孤独ではない。

2 人財とつとり

- ・ 友達は「学びたいことを学べる県外大学に進学する。」「鳥取には就職したいところがないから帰らない。」と言う。鳥取で学べないことを学んだ人こそ鳥取に帰ってきてほしいし、鳥取のためになると思う。
- ・ 高齢化・引退により技術がなくなる。今、若者に技術を伝えることが必要。そのことが定住にも繋がる。
- ・ 「生きる力」「人間力」「コミュニケーション能力」は重要で、教育の場において社会にふれあう場がもっと多く必要。学生の力が鳥取の力となる。職場体験を中学生からもっと積極的に取り組むべき。
- ・ アルバイトを原則禁止している中学・高校が多い。対価をもらう責任や、お客様と接する緊張感は若いうちに体験すべきで、働く意味を考えながら人生を設計する取組を。

III ゆったり刻む時を生きる

1 移住・定住

(1) 県民に対するアプローチ

- ・ 情報発信は大切。鳥取で暮らす自分たちがPRしていく必要を感じるが、まずは鳥取で暮らす県民自らが鳥取県の良さ（強み）を知っておく必要がある。

(2) 他都道府県民に対するアプローチ

- ・ 移住希望者等のために、空き家バンク制度を整える必要がある。雑誌はあるが費用負担が大きい。
- ・ 鳥取県は「自然が豊か」であるが、他県の田舎にも自然はある。住みよい街、都会的な便利さを兼ね備えることが必要。大自然だけではI J Uターンの決め手にはならない。
- ・ 高い年齢の人達に移住してもらうだけでなく、若い世代に鳥取県の魅力（良さ）を発信して、ずっと鳥取で暮らしてもらおうよう働きかけるのが良いのでは。
- ・ 県外から転入された方に転入の理由を聞いたり、県外から鳥取の大学に来ている学生に「鳥取のいいところ」「鳥取にないもの（あれば良いもの）」などの意見を聞くと、何をすれば移住・定住につながるのか発見できるのでは。
- ・ 何を基準に移住を決めるのかというと、地方では収入が少なくても豊かな暮らしができるということ。その中で鳥取を選んでもらうには、移住希望者に割引券のようなものを配付するなどのきっかけづくりが必要では。
- ・ 大都市は遊びに行くには良いけど、住むのはちょっと…という意見が多い。「隣人との接点がない都会と地域の人みんなが顔を知っている鳥取とどちらが良いですか？」ということ。色々な考えがあると思うが、転入する人の多くが鳥取と何らかのつながり（縁）がある人が多いのではないかと考えると、地域のつながりが深いことも売りになるのでは。
- ・ 移住を検討する際には、鳥取でどのような仕事をするかといった、経済的な部分もトータルしたうえで鳥取での暮らしやすさを考えるので、「移住者に助成金を支給します。」で終わってはダメ。
- ・ 鳥取県と都会との違いをアピール（情報発信）していくことが必要。物価が安い。給料も安いかもしれないが、十分に生活できる。しかも豊かな自然の中で生活できることをアピールすべき。
- ・ 各都道府県、各市町村が同様のことをやっている。他がやっていないことをやらないといけない。他の自治体の取組の分析も必要。
- ・ 鳥取県の知名度は低い。東京に県立大学を開設するなど（既存の教育機関を活用した公開講座、生涯学習講座等を含む。）、鳥取以外で他県民を対象に、「鳥取県を知るきっかけ」を提供すると観光や移住に繋がる。（再掲）
- ・ 鳥取での生活に関する情報を発信する際に、防災対策がしっかりしていることも大切な情報。
- ・ 移住定住に関する情報は県のものが多い。住んでいる人の生の声やなども発信しては。また、県のHPはシンプルなので、もっとおもしろいHPがあれば良いと思う。

2 働く場

- ・ ハローワークに求人を出しても応募が少ない。企業説明会に参加する生徒・学生も減少。若い人を雇用したいがうまくマッチングできていないと感じる。
- ・ 県西部には鳥取大学医学部しかなく、地元を選択肢がないため県外へ流出する。戻ってきやすい方策が必要。カメラマンや映像編集の仕事は県内になり手がなく、県外から家族で移住する希望もある。
- ・ 鳥取県の産業で思いつくのは「第一次産業」。他の産業や企業の情報が不足していると感じる。県内外に多様な情報発信を。

- ・ 岡山のある企業が設備投資したが、雇用が確保できず倒産した例がある。第一次産業に限らず人手不足は深刻。
- ・ 大卒で事務職の求人は多くない。高卒や派遣が事務職で、大卒は技術職・営業職に。というのが求人側の大まかな傾向。都会に就職する者が多いと、県内企業に欲しい人材が集まらない。県内に留める方策が必要。
- ・ 学生は就活を始めるまで企業のことを知らない。学生と県内企業との気軽に出会える場が設定されると良い。企業側も学生との接点を求めている。社会人と学生との交流も場も有意義。
- ・ 就活っぽくなく、企業の方々と交流できる機会（イベント）があると良い。集まった人で何かを作っていくって、結果的に人を知ることができるようなイベント。
- ・ 成長している企業は知られているが、それ以外の県内企業の情報は全く届いていない。情報を持っている行政において発信されていると思うが必要な人に届いていない。うまく情報発信ができていないと感じる。
- ・ 非正規雇用のことがニュースになるが、実態は非正規雇用より正規雇用を求める企業の方が多いくらい。正規雇用が欲しい企業に人が来ない現状もある。ハローワークに求人を出し続けていると「あの企業は何か問題があるのでは？」と勘ぐられる。
- ・ 「正規雇用1万人チャレンジ」について、正規雇用を欲しがっている企業に人が来ない現状もあり、どこから1万人を連れてくるのか疑問。また、県が大手企業を誘致すると既存の中小企業の人材確保はますます困難になる恐れがあり。良いことなのか分からない。
- ・ 県外の大学に在学中に県内の就職先で思い浮かんだのは、銀行、テレビ局、公務員だった。県内には優良な上場企業が多くある。県外に出ている大学生にしっかり情報を伝えることが必要。
- ・ 鳥取の良い企業を高校生、大学生が知らない。合同説明会も遅い。鳥取の企業を守る取組を進める必要がある。
- ・ 他県の企業では「鳥取県の人材は謙虚でまじめ」というイメージがあり、定着率も高く鳥取の若者は高評価。鳥取県出身者を積極的に採用する県外企業もある。人材が県外へ流出しないよう、県内企業の情報を県内の若者にしっかり届けることが必要。学校の協力も必要。
- ・ 企業誘致も必要だが、既存の地場産業が鳥取県経済を支えている。若い人が入っても、福利環境が整っていないからすぐに辞めてしまう。経営に余裕がないから対応困難。「地場産業を元気に」がこれからのキーワードになる。
- ・ 就職フェアの開催時期が鳥取県は遅い。関西では3月から。鳥取県は4月・5月で参加する企業も少ない。就職活動でも鳥取から大阪に行くと午後からになる。出会える企業が少ない。大学から片道千円（2回まで）の支援があるが、県からも支援があると選択の幅が広がる。
- ・ 鳥取県は企業に対する経営革新の補助金など100種類くらいの補助制度がある。でも企業は知らない。県も縦割りで職員が他部署の補助制度を知らない。頑張っている企業に必要な情報を届ける必要がある。まんが王国なので、まんがを使ってわかりやすく周知しても良いのでは。
- ・ 人材が第二次産業、第三次産業に流れる傾向はある。第一次産業やものづくりの現場は人が足りないしなかなか定着しない。雇用のミスマッチがおきているのではないのか。何故ミスマッチがおきるのか、その分析をすることが必要。
- ・ 県内企業へ他県から人材を呼び込むため、鳥取での就活に参加する者を対象に宿泊費・交通費の支援をしてもよいのでは。観光とセットにしても良い。地元の大学生に対

する支援も当然に必要。

- ・ 県内企業の人材確保のために、例えば「鳥取フェスタ」と銘打って、都会の大学生を対象にした就職フェアを開催しては。鳥取の企業情報を提供して移住促進と人材確保に繋げる。このようなイベントは鳥取県出身者のUターンのきっかけにもなる。

3 まちづくり

- ・ 商店街と駅前が閑散としている。若者向けの店（若者が集う場所）が少ないと感じる。
- ・ 本物の良さを知り、古い家（空き家）でも良い物を長く使うよう発想の転換も必要では。
- ・ 企業経営者は他者の良いところの真似をする。まちづくりも他地域の良い取組、成功例を取り入れて、そこにオリジナリティを加える手法も効率的ではないか。
- ・ 鳥取県は「自然が豊か」であるが、他県の田舎にも自然はある。住みよい街、都会的な便利さを兼ね備えることが必要。大自然だけではI J Uターンの決め手にはならない。(再掲)
- ・ 西部の企業が学生アルバイトを募集しても集まらない現状がある。学生がいるといないのでは活気が違う。西部地区に4年制の大学があると地域が活気づくと思う。
- ・ 米子駅のJ R南北一体化の取組が進んでいる。駅前に沢山の居酒屋ができた。支店を置いていた企業が撤退し、米子へ出張で来る人が増えているようで、駅前に宿泊した人が駅前の居酒屋を利用する。地元の若者も朝日町でなく駅前で飲むことが多くなっている。外からの玄関口である駅周辺を地元の賑わいの拠点にしていく必要がある。
- ・ 空き家対策という、「カフェ」や「ゆったりした空間」として活用することが多い。そのような空間に興味がある人は良いが、色々な人に興味を持ってもらうよう、色々な活用方法に取り組むべき。企業との連携も必要。
- ・ 鳥取県は環境が良い。空き家も環境が良い。そのような環境の中で芸術活動に取り組んでもらい発表してもらおう「アーティストリゾート構想」に鳥取県は取り組んでいる。地域活性化に繋がることから、更に積極的に取り組んでも良いのでは。

とっとり創生若者円卓会議 構成員名簿

(五十音順)

氏 名	所 属 (役職、ほか)
あきた まり 秋田 真里	公立鳥取環境大学環境学部 4年
いしくら じゅんじろう 石倉 准 次郎	米子市観光協会 事務局次長
いしだ りか 石田 梨花	鳥取銀行ふるさと振興部地域ビジネス推進室 勤務
いまじま ひろこ 今 嶋 裕子	漁業 (素潜り漁 鳥取県漁業協同組合福部支所 所属)
いわき ようへい 岩木 陽 平	鳥取大学農学部 3年
うえだ りえこ 上田 理恵子	経営会計コンシェルジュ 代表 米子商工会議所青年部まちづくり研究委員会 委員
うえやま あずさ 上 山 梓	NPO 法人遠足計画、ほか
えんどう つとむ 遠 藤 勤	漁業 (刺網漁業等を操業 鳥取県漁業協同組合夏泊支所 所属)
おおたかき あき 大高木 絢喜	鳥取湖陵高等学校 (27.3.2 卒業) [卒業後は、県内民間企業に勤務]
おおたに くひろ 大 谷 訓 大	自伐型林業事業体 皐月屋 代表
おさだ れえこ 長田 怜永子	鳥取大学医学部医学科 4年
かわかみ なおひろ 河上 直 博	(株)神戸上農林(日南町) 勤務
きしもと まさひろ 岸 本 真 広	畜産業 (繁殖肥育一貫経営 本人は肥育主体)
こうた なおと 幸田 直 人	いちまいのおさら 代表
しゅくいん ひろみ 宿 院 広美	洋菓子店「ウイーン菓子リンツ」 代表取締役 琴浦町商工会青年部 監査委員
たかはし ひろゆき 高橋 宏 之	(株)山陰ビデオシステム 代表取締役 米子商工会議所青年部まちづくり研究委員会 委員長
たに ゆうき 谷 祐 基	(一財)とっとり県民活動活性化センター 書記
たぶち ひろあき 田淵 裕 章	(株)田淵金物 代表取締役 鳥取青年会議所 副理事長
なかしま ともこ 中 島 智 子	はわい温泉 望湖楼 若女将
なかだ ゆい 仲田 ゆい	鳥取大学地域学部 2年
ひらじま かずき 平 島 和 貴	鳥取大学農学部 1年
みふね としひろ 御船 利 洋	三朝温泉 木屋旅館 専務
もりた さやか 森田 さやか	南部町「H!.N.Tプロジェクト」のクリエイター ほか
もりはら まこと 森 原 真	鳥取青年会議所理事長 ハロー保険(株)専務取締役
もりやま かなこ 森 山 華奈子	倉吉農業高等学校 (27.3.2 卒業) [卒業後は、県立農業大学校へ進学]
わたなべ ゆうき 渡 邊 裕 己	山陰合同銀行鳥取県庁支店 勤務
計	26名
いがわ あや 井川 綾	山陰中央テレビジョン放送(株)米子支社 勤務 米子商工会議所青年部
みちたに まさし 道 谷 雅	鳥取短期大学国際文化交流学科 2年

*井川綾氏と道谷雅氏は、第1回(平成27年3月8日)のみ。

性別：男性14名、女性12名

年齢：10代4名、20代8名、30代12名、40歳2名

地域別：東部12名、中部8名、西部6名