

社会共創コンテスト 2017

伝統産業の後継者不足を解決する移住希望者とのマッチングサイトの可能性
～「リクナビ trad」は日本の伝統産業の救世主になるか～

岡山学芸館高等学校

スーパーV コース 3年 藤原麻希

伝統産業の後継者不足を解決する移住希望者とのマッチングサイトの可能性
～「リクナビ trad」は日本の伝統産業の救世主になるか～

1. はじめに

このレポートで明らかにしたいこと

私は、「地域活性化」に貢献したい。2015 年には地方創生担当大臣が内閣に新設され、人口減少が進む地域社会の改善に寄与したいと思っている。様々な手段・方法による、「地方創生」「地域活性化」のアイデアがなされているが、継続的な施策を投下し続ける必要があるだろう。

私が特に着目したのは、地場産業特に地域の伝統文化を脈々と受け継ぐ、「伝統産業の活性化」という点である。私が住む岡山県にも、「備前焼」や「和気こいのぼり」、「撫川うちわ」などの伝統産業があり、これが産業として地域社会の発展に貢献し、またこうした産業の存在が県民の誇りであると感じている。

しかしながら、全国規模で捉えると、伝統産業の中には、経営者・職人の高齢化が深刻であり、「後継者不足」に悩み、その文化が廃れかかっているという現状がある。では、若者は本当に地方に魅力を感じていないのか。昨今では、「地方移住ブーム」でもあり、東日本大震災をきっかけに、災害の少ない岡山県への移住は大変多くなった。これは岡山県に限らず、「子育て」「健康」「ストレスの少ない社会」などの環境を求めて、都心ではなく、「田舎暮らし」をしたいと考えている若者も少なくない。ただし、そのためには生活基盤が必要であり、「地方に行っても仕事がない」というイメージが顕在し、移住の足かせになっている面もあるのではないだろうか。

地方社会では伝統産業の人材不足、一方で都会の人々は地方に行きたいが仕事が無くて不安なため移住に踏み切れない、という相互に情報不足による社会的矛盾ができていていると考える。こうした問題点を解決する為に、私は「伝統産業と移住希望者とのマッチングサイト」を提案したい。

私がこのテーマを選んだ理由

私は岡山県赤磐市で生まれ育ち、家は農業を営んでいる。私も、将来的には家業を継ぎ、この地元を活性化する商品開発などに携わりたいと考えている。しかし、私の家の周囲にある同業農家は、近年の少子高齢化、過疎化により後継者がおらず、困っている例も多い。同級生の中にも、私とは異なり「都心へ出たい」や「農家はやりたくない」という友人も多い。職業選択は個人の自由で、都会への憧れなどを持つのは自然なことだと思う。ただし、誰も後継者がいなければ、その地の産業は廃れてしまう。それは農業に限らず、土地固有の技術を伴う産業、すなわち伝統産業でも起こりうる問題ではないかと考え、今回のテーマに至った。

2. 伝統産業の後継者づくりと地域活性化

「伝統産業」の定義

辞書や地理用語集によると、「伝統産業」としての記述はなく、関連用語として「地場産業」が掲示される。ここでは「近代以前からその地域の原料や技術などと結びついて発達してきた地域性の強い産業。工芸品の生産など伝統的な在来工業も含まれる。木工品・酒造・陶磁器・漆器などがあり、特産地化している場合が多い。また高度の技術を生かして広い市場を持つものもある」とされている。このように「伝統産業≡地場産業」という構図が見てとれる。

「伝統産業」の活性化は地域の発展にどうかかわるか

先行研究となる、海上氏の論文(2016)によると、伝統産業を含む地場中小企業は、地域住民や移住者にとって有力な就職先となる。継続雇用を旨として、人を大切にする経営を実践していることも多く、移住者にとっては溶け込みやすい職場になると考えられる。また伝統産業の良さや、面白さを広めることでその特産品の生産地が有名になることを目指すことができるなど、「伝統産業の活性化」は地域活性化と密接にかかわることがうかがえる。

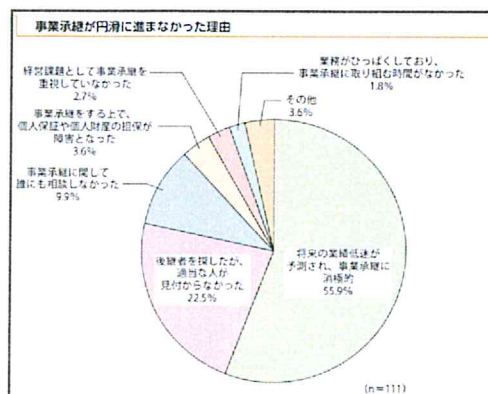
3. 伝統産業の経営者・職人の現状

後継者不在による廃業

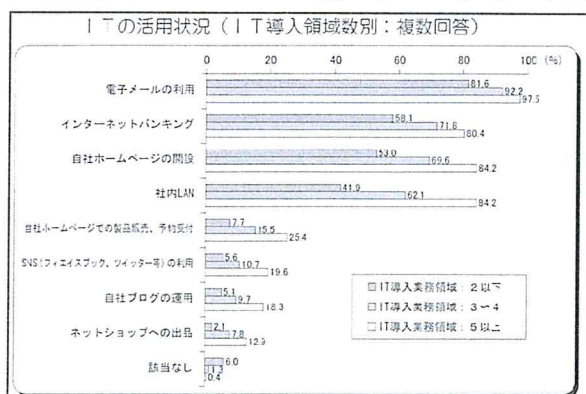
図1のグラフからわかるように、事業継承が進まない理由の中で、「後継者がみつからない」項目は22.5%と高い。この調査の「事業継承について相談しなかった理由」という項目では、約80%の経営者が「相談しても解決しそうになかったから」と、答えており後継者問題については非常に深刻な状況といえる。これは伝統産業にも当てはまるだろう。このように、「後継者不足」というのは伝統産業において大きな問題となっていることが分かる。

伝統産業の職人・経営者のIT活用の現状

商工商業研究所の調査による図2によると、地場の中小企業において、ほとんどの企業がITを導入しているが、人事や給与への導入が多く他の業務の導入は進んでいない。その使用範囲の狭さからは経営者のIT活用能力の不足がうかがえる。このことから、若者の世代が少ない伝統産業ではこの課題が大きくあると考えられ、WEBを使つての伝統産業の人材採用活動を行っている企業は極めて少ないだろう。



【図1：事業継承が円滑に進まなかった理由（参考文献6より）】



【図2：地域の中小企業のIT活用状況、(商工 2016 より)】

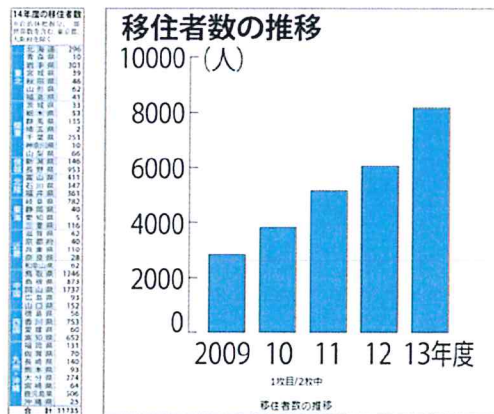
4. 伝統産業の後継者と移住希望者とのマッチング

移住希望者の増加状況

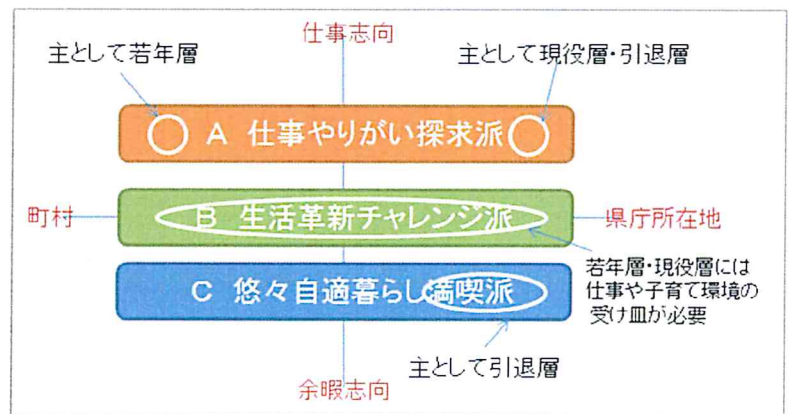
下記の図3,4から見て取れるように、日本国内で東京や大阪などの都心部から、地方への移住者の人口は増加しており、特に岡山県、鳥取県、長野県を筆頭に地方へ移住する人が増加していることがわかる。移住ブームと言っても過言ではないだろう。また、地方自治体による地方移住促進の予算が大きく採られている動きをみると移住希望者は今後もさら増加すると考えられる。

移住希望者のニーズとは

総務省の資料によると、図 5 にあるように、移住希望者の意識は 3 つのグループに分かれる。今回ターゲットにしたいのは、A と B のグループである。上記の、A の仕事やりがい探求派は、やりたい仕事をする、お金には変えられない価値を目指す、移住先で夢を追い求める、など自己実現を可能にすることを目的としている。B の生活革新チャレンジ派は、A ほど自己実現への意識は高くないが故郷や新天地での生活革新や新たな出発にチャレンジしたいという意識がある。また、移住先へ環境面や仕事面でのよい環境をもとめる傾向にある。こうした点から、全国から職人になりたい、仕事にやりがいを感じたい、田舎に行って新しいことにチャレンジしたいという人を探し出したい。



(図 3.4 移住者の推移に関するデータ)



(図 5 移住希望者の意識に関する 3 つの分類)

5. まとめ ～マッチングサイトはどうあるべきか～

伝統産業と地域活性化に貢献する新たな「リクナビ trad」

ここまで、「伝統産業が地域活性化のためには非常に有益である点」と「伝統産業における後継者不足」および「伝統産業経営者の IT 活用状況」について述べてきた。これを以て、いかなるマッチングサイトが必要かを考えてみると、以下のような要素が重要と考える。

- ① 伝統産業の企業の PR を的確に表現すること
- ② 中小企業が多いため費用が比較的安いこと
- ③ 移住希望者が多く閲覧もしくは会員登録すること
- ④ 企業 PR 以外にもその地域の魅力を発信できること
- ⑤ 企業情報を多く掲載する為、信頼を得られる企業であること

これらを考えると、人材採用サイト「リクナビ」の伝統産業版「リクナビ trad (仮称)」を作るようなイメージが合致する。新卒採用という市場の「リクナビ」、転職採用という市場の「リクナビ next」は多くの人が耳にしたことのある有名サイトである。その新しい形で、地方移住を促進する、伝統産業への就業のための「リクナビ trad」というのは、どうだろうか。この実現の可能性については、「リクナビ」を運営する㈱リクルート・キャリアの方に直接問い合わせて本レポートのアイデア・概要について見ていただき、以下のようなコメントを頂いた。

=====

㈱リクルートキャリア 大西哲朗マネジャーからのコメント

■肩書 株式会社リクルートキャリア ユーザーエクスペリエンスデザイン部マネジャー

■職責 「リクナビ」および「リクナビネクスト」のカスタマーマーケティング戦略設計の責任者

大変興味深く拝見しました。地方の雇用を活性化させる際の障壁の一つとして、「大都市の求人需要に対抗するのが難しい」ということがあります。その打ち手の一つとして魅力的な職：伝統産業のPRを拡大する、ということに目をつけられたのはとても良い着眼点だと思います。

一方で、ビジネスにおいて最も重要なことの 하나가、事業を継続してその価値を発揮し続けることです。そのためには、そのビジネスが安定した利益を生み出し続けられるかどうか、そのための潜在的な需要が存在するかどうかということも重要になってきます。前提として、求人広告は、「お金を出して掲載したとしても、自社が求めるような人材を採用できるとは限らない」ということがあります。「事業の拡大のために、短期的な事業運営や利益だけでなく、中長期的な視点を持って自社のパワーやコストをかけ、人材を採用することが必要である」という強烈な動機が存在するかどうか、ということがポイントです。そういう伝統産業の企業は全国に何社あり、事業運営として成り立ちうるサイズに拡大できるかということを考えてみるとよいかもしれません。

ご参考までに、たとえば、日本には100万を超える法人企業がありますが、お金を出してでも新卒採用広告を掲載する企業はおおむね3万社程度と言われています。これを見ると、伝統産業の企業に特化したサイトの事業運営を考えると、とても難しいことのようにも感じますが、後継者不足に悩む伝統産業の今後の発展と、地方で暮らしたいと考える人々が希望を叶え、いきいきと日々を過ごすことができる未来が実現できれば、とても素晴らしいと思います。どのような「伝統産業と移住希望者のマッチングサイト」を考案されるのか、とても楽しみにしています。難しいと思われることを実現することが、事業を考える醍醐味でもあります。

=====

上記のようなコメントを真摯に頂くことができた。事業としての可能性はゼロではないが、様々なハードルをクリアする必要がある。これから、大学に進学するに当たり、こうした意識をもちつつ、いつか日本の伝統産業の後継者不足の課題解決に貢献できるように学んでいきたい。

6. 参考文献

1. 「地域の雇用を支える中小企業の量的な実態と3つの地域類型」(2016,海上泰生)『地域社会に果たす中小企業の役割』,P45-57,同友館出版
2. 『地域産業の活性化と人材の確保・育成』梶原 豊著 第二章 地域産業の活性化と人材 P61-73
3. 『図説 日本の中小企業 2016』一般財団法人 商工総合研究所 第三章トピックス 中小企業のIT活用の状況 P54-5
4. 『後継ぎがない会社を圧倒的な高値で売る方法』岡本雄三著 2015年幻冬舎
5. 『地域産業の振興と経済発展 地域再生への道』西田安慶・片上洋 編著 2014年三学出版
6. 『平成21年度 都市から地方への移住・交流の促進に関する調査報告書』(総務省,平成22年3月作成)

URL http://www.soumu.go.jp/main_content/000078625.pdf

7. 『毎日新聞』(インターネット版,2015年12月20日)

URL <https://mainichi.jp/articles/20151220/ddm/001/040/146000c>