

2.石見地域の産業振興

金山英生（石央商工会） 戸田光明（浜田港振興会（浜田市役所））
大屋一幸（浜田市産業政策課） 森岡和生（江津市農林商工課）
齋藤道夫（津和野町健康保険課） 杉原裕一（しまね産業振興財団）
福代美保（島根県地域政策課（川本町駐在））

はじめに

「石見地域」は島根県西部の4市5町で構成されており、土地面積は県全体の約半分を占めている。

一方で、人口は約3分の1、製造業における事業所数・従業員数も3分の1程度で出荷額等は約5分の1であるなど、県東部、いわゆる「出雲地域」とは産業をはじめとした様々な面でその規模や構造が大きく異なっている。

また、言葉や気質といった統計データでは表されない部分にも違いが存在する。

私たちは、こうした「違い」を見つめ「石見地域のポテンシャルは何か」「石見ならではの産業振興・地域活性化の方策は何か」の検討を行った。

1. 石見地域の概要と課題

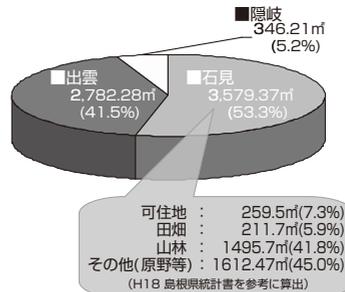
(1) 地理

島根県全体の面積は6,707.86㎡（H20.10 国土地理院調査）。

石見地域の面積は3,579.29㎡と県全体の53.3%を占める一方で、可住地は出雲地域が420.61㎡（出雲地域全体の15.1%）であるのに対し、259.5㎡（石見地域全体の7.3%）に過ぎない。



総面積比較（県全体：6,707.86㎡）



(2) 人口

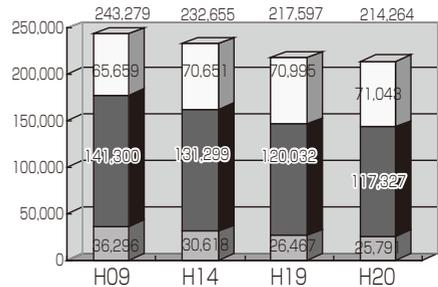
島根県の人口は昭和30年の929,066人（総務省国勢調査より）以降減少を続け、平成20年度県調査では725,202人であり、石見地域は214,264人と全体の29.6%を占めている（出雲地域は67.4%）。

また、石見地域と出雲地域とを年少人口（0～14歳）・生産年齢人口（15～64歳）・老年人口（65歳以上）に区分し比較すると以下のとおりとなり、老年人口割合全国第1位とされる島根県の中でも少子高齢化傾向が顕著である。

県・石見地域人口構成推移比較（単位：％）

		H09	H14	H19	H20
年少	島根県	15.7	14.2	13.3	13.3
	石見地域	14.9	13.2	12.2	12.0
生産年齢	島根県	61.2	59.8	58.6	58.1
	石見地域	58.1	56.4	55.2	54.8
老年	島根県	23.1	26.0	28.1	28.6
	石見地域	27.0	30.4	32.6	33.2

石見地域人口推移（単位：人）



また、石見地域における平成20年県外転入出の状況は、転入4,009人・転出5,386人と転出が多く、それぞれ主な理由は転入：転勤382人・就職352、転出：就職1,067人・就学卒業491人となっており、県外就職による若者の県外流出を見ることが出来る（H20市町村・移動理由別移動者数）。

石見地域の転入・転出状況（単位：人）

	県外転入	県外転出	差引
島根計	13,181	16,546	-3,365
石見計	3,679	4,990	-1,311
転勤	425	364	61
就職	276	951	-675
転職転業	236	179	57
就学卒業	122	444	-322
結婚縁組	113	108	5
新築転居	112	114	-2
その他	1,283	1,565	-282
不詳	380	497	-117
同伴者	732	768	-36

参考：H20年人口増減（単位：人）

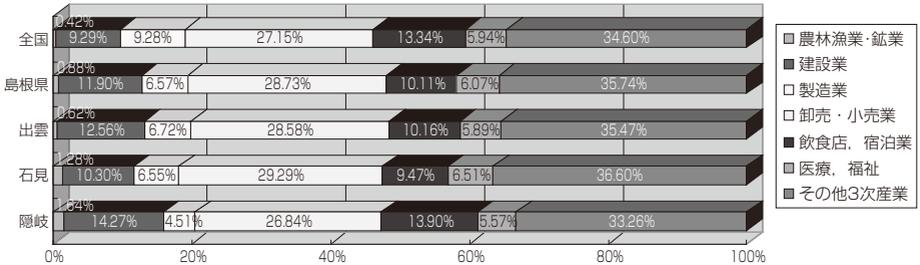
	人口増減	自然増減	社会増減
島根県	-6,450	-3,173	-3,277
出雲	-2,717	-1,231	-1,486
石見	-3,333	-1,735	-1,598
隠岐	-400	-207	-193

（H20市町村別人口動態より）

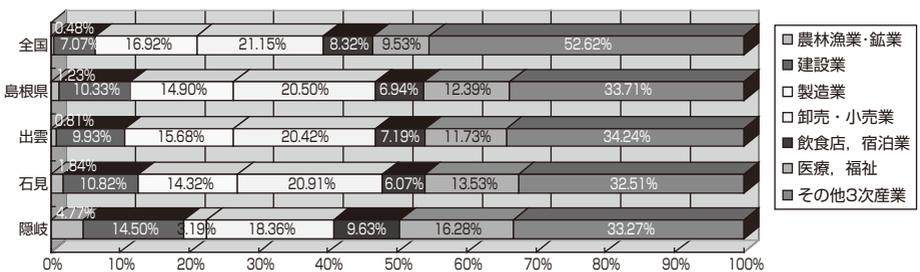
(3) 産業

事業所数・従業者数の業種別割合を全国と比較して見た場合、石見地域では一次産業、建設業、医療・福祉関連業種の割合が大きく、一方で製造業の占める割合が小さいことが分る。また、卸売・小売業については比較的小規模な事業所が多く存在していることが伺われる（H18事業所・企業統計調査 総務省）。

構成比較 1（事業所数）



構成比較 2（従業者数）



また、外貨獲得のための中心的業種として位置付けられている製造業について県内の状況を見ると、事業所数は約3分の1、従業者数は約4分の1であり、出荷額等・付加価値額は5分の1程度に止まっている（H19工業統計）。

（単位…事業所数：社 従業者数：人 金額：百万円）

	事業所数	従業者数	製造品出荷額等	付加価値額
全国	258,232	8,518,545	336,756,635	108,656,444
島根県	1,547	45,444	1,201,501	405,826
(全国比)	(0.6%)	(0.5%)	(0.4%)	(0.4%)
出雲	1,015	33,107	95,799,569	32,068,301
石見	508	12,117	24,047,944	8,321,637
隠岐	24	220	278,956	181,553

(4) 石見地域の産業振興に向けて

以上を踏まえながらグループ内にてSWOT分析・検討を行った。

強みとしては立地や自然由来の資源、弱み（脅威にも繋がるものでもあるが）には

人材や産業規模が、また、機会としては消費者意識の変化やインフラ（情報インフラ等）の発達、脅威には昨今の世界的な景気の悪化によるもの等が挙げられた。主だった事項は下表のとおりである。

強み(S)	機会(O)
浜田道・山陰道(物流・観光) 浜田港での輸出入 人脈（国際取引等々） 島根県立大学の存在 水産物・農産物・森林・観光資源	「食」の安全・健康志向 地域ブランドへの関心 IT 化情報ネットワークの普及 価値観の多様化
弱み(W)	脅威(T)
過疎・高齢化 若年者の流出 後継者不足 製造業が少なく零細 少ない平地	景気の悪化と円高 公共事業の減少 物価上昇・材料費高騰 輸出入の制限(外国経済政策)

これらを受け、石見地域の産業振興を図る上でのテーマは以下のとおり。詳細は次項にて説明する。

- ①石見の特徴を活かした産業振興
- ②石見の地域資源にこだわらない産業振興
- ③石見における雇用確保・人材確保と起業

2. 石見の特徴を活かした産業振興

～ 石見に誇りを持ち地域資源を最大限に活用する事業展開 ～

- 「食」の安全、健康志向
→ 輸入食品の安全性の問題、健康志向
- 価値観の多様化
→ 少量、多品目
- 消費者ニーズの変化
→ 高くても本物を求める。
- 豊かな地域資源（自然的、文化的）
→ 高度経済成長から取り残されたが、反面多くの自然的、文化的資源が残っている。

石見地域は、長い海岸線と海まで迫った山々、そして、その海岸線に沿うように走る国道9号とJR山陰線が主要な交通インフラとなっている。安い労働力と海外市場を視野に外国へ進出している企業を、こうした、平地が少なく交通、通信インフラの整備が遅れているこの地域に誘致するのは至難の業といわざるを得ない。

しかしながら、大量生産、大量消費の時代が去り、多様化する価値観のなかで少量、多品目の商品が好まれるようになってきた現在、陸の孤島といわれた石見地域においても、地域の特異性を活かした隙間産業的な部分にこそ、これからの石見地域の産業振興を図るための一筋の光明が見られるのではないかと考える。

以下、「地元こだわった産業振興」について考えてみる。特に、石見地域がそのポテンシャルを活かして産業振興を図るためには、長期的視野にたった方策の展開と、即効的な効果を狙い、石見地域の優位性を伸ばす方策（長所進展法）の大きく二つの方法が考えられる。特に今回は、SWOT分析から導き出された、石見地域が得意とする豊かな自然とそこから生み出される産物を活かした「農林水産分野の振興」と、その農林水産分野と有機的に連携した「観光分野の振興」について考えてみたい。

(1) 農林水産分野の振興

①農林水産業の現状

主要先進国のなかでも、100%を超える食料自給率を誇るオーストラリアやカナダ、アメリカ、フランスは別格としてもスペイン、ドイツ、スウェーデン、イギリスなどの先進国でも70%を超える自給率を保っている。こうしたなか、自給率が40%を切る日本の食料事情は、深刻を通り越してもはや危機的な状況といえる。

石見地域においては、少子高齢化からくる農業後継者の不足や遊休農地、耕作放棄地の増加等といった課題はあるものの、県ベースで見ると60%を超える食料自給率を保っている。地域的な活動としては、西いわみヘルシー元氣米の台湾への輸出や、全国の有機農業を推進する核となるモデルタウンに、吉賀町が中国地方で唯一選ばれるなど、有機農業分野でも先駆的な取り組みが行われている。

また、石見地域には、2年連続水質日本一に輝いた一級河川高津川がある。この川は、本流から支流にかけてダムのない国内でも稀有な川で、毎年サケやサクラマスが遡上するなど日本の原風景を保っている。かの徳川無声も「これはこれ、日本一の鮎どころ」と絶賛したといわれる高津川の鮎は絶品で、この鮎を直送している東京の鮎正が、「ミュッシュランガイド東京2009」で一つ星に選ばれている。鮎の他にも、地元では秋の味覚として親しまれているツガニ（モクツガニ）や天然うなぎ、手長えびなどが獲れるが、鮎とツガニ以外は流通に乗らない状況で、宝の持ち腐れといった感をぬぐえないのが現状である。

一方、海産物を見てみると、その貝殻が高級な基石にも使われていた*チョウセンハマグリと近年最も高価になった魚の一つであるノドグロが注目される。チョウセンハマグリは高津川と益田川が流れ込む限られた海岸でのみ獲れるもので、全国的にハマグリ漁獲量が減少しているなか、天然のハマグリが獲れる地域は大変貴重である。平成19年には5トンを超えるなど安定した漁獲量を誇っている。また、

マグロのトロにも匹敵する脂ののりが売りのノドグロ（アカムツ）は、島根県沖から山口県沖にかけてが日本有数の漁場で、最近では東京の店でも浜田産のノドグロとして出回るようになってきた。

このように、石見地域は、全国レベルの食材がありつつも、うまく活かされていない地域であり、これらを有効に活用することにより産業の振興を図ることができるのではないだろうか考える。

- ※ 日本に生息するのはハマグリとチョウセンハマグリ2種。漢字で書くと「汀腺蛤」、名前を聞いただけでは朝鮮半島の産物ようだが、れっきとした日本産である。桑名の焼きハマグリで有名なハマグリは、内湾の干潟に生息するものだが、チョウセンハマグリは外洋性のハマグリ。まだ知名度は低いものの、益田でも近年漁獲量が回復し、市内のスーパー等にも出回るようになった。水質の悪化等で国産ハマグリ漁獲量は減少傾向にある。また、現在国内で流通しているハマグリのうち、国産の物は7%（平成10年）にも満たないので、国産のハマグリは今後貴重な資源となる。

②振興のための方策

石見地域の埋もれた農林水産資源を活用して産業振興を図るためには、「食材」として直接消費者に提供する方法と「食」として圏域への流入人口の増加につなげる方法がある。後者については、後述する観光分野の振興で述べるとして、ここでは、食材としての可能性について考えてみたい。

輸入食材の安全性の問題から近年、食材の生産地に敏感な消費者が増えてきた。こうした傾向は、地方にとっては追い風であり、売り出すには絶好のチャンスである。売り出しの一つの方法としては、現在JFしまねが大手スーパーのイオンと直接取引しているように、石見地域の漁港であがった鮮魚を、都市部の業者に直接販売する方法が考えられる。このことにより、自ら価格を決めることのできない漁業者の所得の安定を図るとともに、消費者にも新鮮で安全な魚介類を提供することができる。また、鮎やツガニ、チョウセンハマグリ、ノドグロ等の一級の食材や、珍しい赤テンなどの加工品は、ネットを通じて積極的に通信販売ルートに乗せるほか、首都圏の島根県出身者の店等で使ってもらえるように売り込みをかけ、徐々に知名度をアップさせる地道な努力も必要であろう。いずれにしても、CAS冷凍などの最新技術を導入し大間のマグロや関アジのようなブランド力を持つことが重要である。

また、少し遊び心を持った振興策として「廃栗園を活用したイノシシの飼育」はどうだろうか。ブドウや柿に比べるとマイノリティーな存在の栗であるが、一時期は県の振興作物として石見地域には多くの栗園が造成された。しかし、輸入栗の増加等による価格の低迷や高齢化などで、現在では廃園した栗園が目立つようになってきた。この廃園となった栗園を柵で囲い、施肥をして栗の実をならせ、罾等で捕獲した子どものイノシシをその中で飼育するのである。スペイン西部で飼育されて

いるイベリコ豚は有名で、この豚は、樫やコルク樫の森への放牧によって、そこでドングリなどを食べることにより、肉質がサラリとして脂身に甘みがあるのが特徴である。以前、猟師の人に、「秋に栗を食べて育ったイノシシの肉は美味しい」ということを聞いたことがあるが、いうなれば石見版のイベリコ豚（猪）である。

(2) 観光分野の振興

① 観光産業の現状

石見地域の産業振興で忘れてはならないのが観光産業ではないだろうか。石見地域には、ユネスコの世界遺産に登録された「石見銀山とその文化的景観」をはじめ、2年連続水質日本一に輝いた一級河川の高津川など、一級の文化と豊かな自然資源がある。しかし、それらの資源を十分に活用しているとはいいい難いのが現状ではないだろうか。

② 振興のための方策

農林水産分野でも記述したように、観光産業の振興にあたって重要な要素となるものの一つに「食」がある。全国には、マツバガニやズワイガニのようにその名前を聞くとその地名が頭に浮かび、毎年多くの人がある地の幸を食べるために、わざわざバスを仕立ててやってくる地域がある。前述したように石見地域には一級の食材があることから、その食材を積極的にPRし、集客を図ることが重要である。石見地域には、高津川や江の川等の一級河川があり、支流を含むこれらの川からは、鮎やツガニ、うなぎ、スッポン、ヤマメ、ゴギ（イワナの亜種）などが獲れる。また、海からはノドグロやイカ、チョウセンハマグリなど一級品の海の幸が獲れるのである。これらの食材を石見地域のホテルや旅館、民宿等で食べることができるよう食の流通システムを構築するとともに、これらの食材にこだわった料理店を石見地域の観光地に配置するのである。

また、これから注目される分野としてエコツーリズムが考えられる。石見地域には豊かな自然と文化が多く残されているが、大型の宿泊施設はほとんどないため、一度に多くの観光客が訪れても対応しきれないのが現状である。したがって、これからの石見地域の観光は、エコツーリズムのように、個人や小グループをターゲットにした観光が適していると考えられる。このエコツーリズムのメニューとしては、海を使ったシーカヤックや川を使ったカヌー、トレッキング、石見銀山など様々なものが考えられる。

決して華美に着飾り安売りするのではなく、一つひとつの宝に磨きをかけて、本当にその価値の分かる人に提供する。これが、これからの石見地域の観光産業の振興の方向性ではないだろうか。

3. 石見の地域資源にこだわらない産業振興

～ 市場のニーズを捉え発想の転換によって展開する事業 ～

主に石見の風土が育ててきた資源の活用という観点でここまで提案をしたが、ここからは石見の地域資源にこだわらない産業振興について考えていく。

(1) 立志塾企業訪問から

この立志塾では、企業訪問という貴重な経験を通し、この石見でも全国に誇れるビジネスの存在を知ることができた。

これらの企業は「石見ならではの何か」を活かしている訳ではないが、顧客ニーズを巧みに捉え成功している。以下、平成20年8月29日の立志塾企業訪問記録からこれらの事例を振り返りたい。

<事例①>株式会社イノベート（浜田市熱田町）

- ・設立年月 2004年11月
- ・従業員数 62人
- ・事業内容 化粧品インターネット販売…約8,000アイテムの取り扱い

◇特徴

- ・起業したかったという社長の熱い意欲こそが石見では人財である。
- ・当初は店舗での化粧品販売で事業をスタートさせたが、インターネットでの販売に転換したことで急成長した。
- ・現在、光通信が主流となっているが、イノベートはサービスエリア外。ADSLしか使えない石見でもインターネットは有効であり、顧客管理においてもITは活用されている。

<事例②>農事組合法人松永牧場（益田市種村町）

- ・設立年月 1973年8月
- ・従業員数 22人
- ・売上高 12.7億円（2006年度）
- ・事業内容 和牛などの繁殖、肥育の一貫経営（H13年～）
→5,628頭を飼育中

◇特徴

- ・生産規模を拡大していく上で、経営者が金融に精通されていたことは、農業分野では人財である。
- ・生産管理の効率化はもとより、個体識別番号により生産履歴を消費者に提供す

るなど、安心・安全の面においてもITを活用している。(JAS、ISOも取得)

<事例③>マルハマ食品株式会社 (浜田市周布町)

- ・ 設立年月 1962年1月
- ・ 従業員数 287人
- ・ 売上高 41億円 (2007年度)
- ・ 事業内容 調味料、レトルト食品の製造 (OEMの割合大)
レトルト食品の製造はS62年から開始

◇特徴

- ・ ISO、HACCPの取得、加工食品は安心・安全の国産需要の高まりが追い風になっている。
- ・ 大手メーカーでは細かな仕事が不得意。中国では丁寧な仕事が保証されないという要素がある。

上記企業は「人材」、「IT」、「安心・安全」といったキーワードでビジネスチャンスを広げている。一方で、この事業を他の地域で行ったとしても同じビジネスが成立したとも考えられる。

次に、石見で事業を行うことのメリットは何かについて考えてみたい。

(2) 石見での事業を支える要素

①整備されたインフラ

交通インフラによる陸上輸送では、浜田道を中心に山陰道が東西に整備中であり、海上輸送では県内唯一の国際貿易港である浜田港が存在する。また、石見空港から東京へもアクセスできる。

情報インフラは、光通信のサービスエリアは限られているものの、ADSL以上のブロードバンドサービス提供は、島根県の全県IP網の構築によりいち早く提供されてきた。

②比較的安価な土地・建物

都市部と比較し土地や建物などの不動産物件が比較的安価に利用でき、事業初期や拡張時の投資負担を軽減することが可能である。

また、広大なスペースを必要とすることの多い大量生産型の事業ではなく、ニッチな需要を捉えた高付加価値な小ロット生産を行う事業であれば、空き家や遊休施設も有効な資源となり得る。

③顔の見える支援体制

比較的事業所数の少ない石見地域では、行政・商工団体・その他支援団体と密接

な関係を構築し易く、より適切・タイムリーな支援を受けることが可能である。

(3) 振興策

これまでの内容を踏まえ、石見の地域資源にこだわらない産業の振興策について以下にまとめる。

①事業（起業）スペースと機会の提供、起業環境の整備

行政や商工団体は地域の中にある情報が集まり易い環境にあり、積極的に利用可能な土地・建物、地域の人材、企業などの情報収集に努め、タイムリーに提供できる様にしておくことで起業を促す環境整備に繋がると考えられる。

②IT技術の活用促進

インターネットを使用する年代の幅が広がってきており、消費意欲の高い豊かな高齢者層もその中に含まれている。大消費地から離れた石見でこそ、情報媒体や販路として積極的にインターネットの活用を考える必要がある。

また、IT化を推進し、例えば食品関連産業においては、生産履歴の情報管理及び開示等により安心・安全に対するニーズに応えていく必要がある。

③人材の交流促進（企業、教育機関、行政・支援団体）

既存の事業にとらわれること無く、専門の高校なども含めた人材が持つ技術やアイデア、情報などのシーズが多く交わる場を設け、新たな事業の動きを誘発することが必要である。また、企業の少ない石見だからこそ地域を越えた連携が求められる。

行政や商工団体、支援団体が連携して情報を共有し、意欲のある企業を重点的に支援することが必要である。

企業が少なくニッチな分野が多く残る石見であるからこそ、重点的なPRを行うことで地域のナンバーワンを育てることも可能である。

4. 石見における雇用確保・人材確保と起業

～ 熱い志を持つ人材こそ石見の地域資源に～

(1) 起業（事業拡大）を促す「人材・仕事バンク」の仕組みづくり

①農業クラスターの形成

石見地域の産業として割合の高い一次産業。特に農業では、繁忙期とそうでない時期とが明確であり、扱う作物が異なると収穫期も異なってくる。このような仕事と人材とをマッチングさせることを「農業版ハローワーク」と呼称することがある。この活動をさらに発展させ、個々の雇用ニーズを分析してつなぎ合わせ、「農業クラスターの形成」として取り組むことにより、周年雇用を産み出すことができると考えられる。

また、このような体制での被雇用者は、通常のマッチングによって働く場合よりも連続して仕事に携わることができ、新規就農を視野に入れて働くことができ得る。

②「仕事バンク」の設立

一つ一つの事業としては小さいが、つなぎ合わせ、連携させることを促進する。つまり、「仕事バンク」を設立し、石見地域における小規模事業を把握・集約することで、周年雇用を生みだすことができる。

小規模事業は、特に血縁者にその事業が引き継がれることが多い。一方で、「その血縁者に事業承継の意図がない」、「そもそも後継者がいない」といった理由で廃業に至るケースも存在する。後継者がいない事業所・事業者に対し、「長期の田舎体験希望者を研修生として迎える」、「ワーキングホリデーや学生の研修を受け入れる」といった事業を実施することにより周期を問わない雇用の創出へと繋がっていくと考える。

また、若年層で、働く意欲はあっても、働く環境がないために職に就けない人材も少なくない。そこで、特に子育て中の女性などを対象に、子育てと仕事が両立できるような環境づくりを各事業所へ促進する。例えば、主婦層には、「子育て中だが仕事をしたい(収入を得たい)」、「結婚前に身に付けたスキルを活かしたい」といったニーズも少なからず存在することから、「半日や時間単位で休暇が取れる」、「育児のための急な休みに対応できる業務体制に見直す」、「事業所内に保育施設を設置する」といったことを取り入れ、再雇用に繋げていく。

そして、若年層の労働力を活かす一方、豊富な知識と経験をもつベテラン社員とをマッチングさせ、ワークシェアリングすることによって、各企業内における各分野の引継ぎ、事業承継を円滑化させる。これによって、各事業所、ひいては石見地域全体における社会の高齢化に歯止めをかけることを期待したい。

(2) 石見地域における県立大学の役割

石見地域では少子高齢化が進み、特に中山間地域では厳しい状況に陥り、そのまま企業の後継者問題へと繋がってきている。

石見地域では浜田に県立大学があるほか、専門学校等といった新しい社会人を育てる場が備わっているが、県立大学をはじめ、各学校の学生は県外就職への志向が強く、石見地域への就職へは結びついていないのが現状である。

このことには、広島・福岡といった大都市や島根東部の方が石見地域より就職の場が多く、学生の求めるものが多いといった要因がある。

次代の社会の中心となる学生達を石見地域に就職、定住させる方法の一つとして、学生たちが地域活性化事業と一緒に参加することが考えられる。事業を通して地域の人々とふれあい、よりいっそう「石見」を身近に感じることで、魅力を再

確認するのである。

同時に、石見地域は学生達から新しい考えや活力を得て、活き活きとした街作りを行うことができる。

◇具体的事例

平成20年度、石見商工会では、商工会青年部が中心となって「ベンチャーキッズIN石見」を4日間にわたり開催した。この事業には島根県立大学が協力しており、松永先生をはじめゼミ生14名が参加した。

「ベンチャーキッズIN石見」とは将来の地域を担う子ども達を育てるため、「未来の企業家を育成しよう」を目標とし、小学校5・6年生の子ども達が「自分のお店を開こう」をテーマに、自ら事業計画の作成、仕入れ、製造、そして販売、そして決算報告といったお店づくりのプログラムを体験するものである。

本事業では、旧那賀郡を中心に5つの小学校より23名の子ども達が参加した。

今回の商品には「ミサンガ」「ビーズアクセサリー」「木製いす」「キャンドル」といった商品が提案されていた。子ども達はそれぞれ自分が興味のある商品のもとへ集まり、会社を設立するところからスタート。4日間のスケジュールの中で、融資体験など本当の企業と全く同じような体験をした。融資を受けるために、商品1個作るためにどれだけ時間がかかるか、商品1個にどれだけ材料費がかかるかを基準に商品の価格を自分たちで決め事業計画書を作成するのである。

さらに、それぞれの商品については、子ども達がデザイン等を考え工夫し、どうやったら売れるか悩みながら完成させていく。

最後の販売時には金城町の伝統ある「さざんか祭り」が販売会場として用意されている。大勢の前で実際に販売することで、商売の楽しさと難しさを体感するのである。

この事業において、学生は子ども達の良きアドバイザーとなり、一緒に考え、「初めての商売」に一生懸命取り組む子ども達の姿を目の当たりにし様々なことを感じ学んでいく。

中山間地域において、子ども達が他校との交流を深めることは用意ではない。本事業は商売の流れを体験することと同時に「交流」という上でもとても有意義なものとなっている。事業後に、「参加児童」「保護者」「学生」を対象に実施したアンケート集計からも「非常に良かった」「楽しかった」「また参加したい」という結果が出ている。

本事業が継続される中で、いつの日かベンチャーキッズスクールに参加した子ども達、そして学生の中から、これをきっかけに実際に企業家が生まれることを、そして石見地域を発展させることを期待したい。

また、本事業時において、さざんか祭り会場では松永ゼミの学生達自身も餃子を販売し、祭りを盛り上げている。そして、学生は祭りを通して多くの人と出会い、石見神楽といった伝統文化をも体感しているのである。高齢化が激しく進む金城町にとって、さざんか祭りに学生が参加することの意味は非常に大きい。

このように、実際に各事業に学生が参加すること、例え小さなことだとしても、一つ一つが継続され、つながっていくことが大きな意味をもたらすものである。

また、ワーキングホリデー、学生アルバイト等の労働を通じた体験においても農工商様々な業種の受け皿を用意し、積極的に地域で学生を受け入れ、また、学生はその中で経済やアメリカ・中国などといった留学研修を通して学んできた語学力など日頃学んでいるを活かし、石見の産業とふれあう中で発揮させていくべきである。

学生が石見を感じ、根付いていくことで石見地域全体が成長していくことが大切なのである。

(3) 石見地域への提案

① 県立大学の新設コース

県立大学をはじめとする次世代の社会人たちこそ、石見の地域振興において欠かさない存在である。そのためにも、県内での起業化促進を目的とした、“起業家育成コース” の設立を県立大学へ提案する。

② 石見「産コン」の開催

「産コン」とは、ロボコンの産業振興バージョンとでも言うべきものであり、4市5町、民間企業の課題設定に対応する産業振興コンペである。この取り組みにより、石見における新しい産業の提案と起業化を促進する。

大切なのは、ここで生まれた案を実現に結びつけるために具体的なアクションを起こすことである。

おわりに ～ 企業のコンビニエンスストアへ ～

私たちにとって、行政に限らず各支援機関・団体の各々が所属する市町村の枠を超え、それぞれの機関の長所を活かし、人脈として一つにつながり、各者の異なる視点で企業を見ることも大きな収穫であった。

今後私たちは、「地域を良く知り、広域的に連携する」ことを常に念頭に置き、今回築いた人脈を活かし日々課題解決に当たり、コンビニエンスストアのように、各企業間の多種のアイテムやシーズとニーズを上手く結び付けられる産業振興に取り組んでいきたい。