

「地方創生」は行政主導ではなく、地元企業との協業推進が本来のスタイルではないでしょうか。それには「社会貢献」「ボランティア活動」「働き方の改革」の3つの取り組みを実行する必要があります。地元で活動し根付いた中小企業だからこそできる「地方創生」を一緒に考えてみましょう。

中小企業が中核となり 地方創生を推進させる 3つの取り組みポイント

株式会社コンフォタブル・
ライフ・コンサルティング
代表取締役

宮代 勉

URL <http://c-l-c.nagoya>
E-mail info@c-l-c.nagoya

なぜ、地元の企業が 地方創生を推進するのか

● 地方創生のお復習い

日本は少子高齢化と人口減少、東京一極集中傾向の加速化が進み、首都圏と地方の「稼ぐ力」の格差は開くばかりです。各地方が自律して継続的に経済活動を保ち、地方を再生することで日本全体の活力を向上させる政策が「地方創生」です。

そして、理念として「まち・ひと・しごと創生の総合戦略」が掲げられ、その基盤となる基本目標が次の4項目になります。

① 地方にしごとをつくり、安心して働けるようにする

② 地方へ新しいひとの流れをつくる

③ 若い世代の結婚・出産・子育ての希望をかなえる

④ 時代にあつた地域をつくり、安心なくらしを守るとともに、地域と地域を連携する

行政の大きな役目は地方創生を推進する方向性を示し、それに必要な考え方や仕組みを準備し提供することです。まずは、行政が地方創生の重要性和必然性を説き地盤を固めることが必要なのは明らかで

す。その後、地方創生を実践していく段階で、地元企業が中核となり推進していくことで理想的な地方創生が図れます。

良い商品は、机上の理論から生まれるのではなく企業間の競争や絶え間ない努力によって生み出されるものです。地方創生の考え方や仕組みは、良い商品を生み出すための重要な部品です。その部品を有効活用して推進していくのは行政ではなく、地元根付いて現場で地域社会を支えている企業が適任ではないでしょうか。

地方創生は、単なる制度の導入ではありません。地方を再生していく「ひと」と「まち」を巻き込んで「しごと」を生み出す政策なのです。

地方を再生する 目的を明確にする

● 「利益+社会貢献」

「地方創生」を推進する上で明確にしておかなければならないことがあります。それは、中小企業

が中核となり地方創生を推進していく「目的」の存在です。

では、中小企業が地方創生を推進する企業としての目的とは一体何でしょうか？ 答えは、企業が存続するための目的と何ら変わりません。それは「利益」を上げることです。

しかし、単に利益を上げるということでは、普段のビジネスと変わりません。地方創生を推進するために「社会貢献」という目的をプラスし「利益+社会貢献」を地方創生の目的として取り組むことで、ビジネスを進めると同時に社会に認められる企業として発展する機会を得る大きなチャンスとなります。

そして、解決しなければならぬ課題は地方によって様々です。

- ・人口の減少、特に若い世代の流出をおさえない
- ・地場産業を現代社会に合った形で復活させたい
- ・大型商業施設に左右されない活気のある街を作りたい

・海外からの観光客を誘致して世界遺産に登録したい

では、これらの課題と中小企業の関係を探ってみましょう。例えば、会社の将来を支える優秀な人材がほしいが、地方に人材が集まることは難しい…。それを、結びつけます。つまり、

「地元企業が優秀な人材を求める」「地元の人口を増加させたい」

この2つは「魅力があり移住したいと思うような街づくりが人口を増やすと共に、地元企業で働くという選択肢につながる」ことになるわけです。

その施策を進める上で重要なのが利益ですが、地方が「ひと」を集めるイベントを開催する際に陥りがちなのが、利益を度外視したイベントです。やればやるほど赤字が拡大していきます。しかも、予定通りに集客できない二重苦に陥るケースも少なくありません。そこに企業のビジネスとしての観点と知恵が加わることで、それを解消する可能性が出てくるわけ

です。このような取り組みは、地元根付いた企業が中心にならないと推進できません。

中小企業における社会貢献の必要性

● ボランティア活動

前項で「+社会貢献」について述べましたが、代表例が「ボランティア活動」になります。実は、地域社会や地元のためにボランティア活動をしている企業は利益が上がっているというデータがあります。業績が上がる前からボランティア活動をしているのか、会社の業績が上がって恩返しとしてボランティア活動をしているのかはケースバイケースで、どちらが先ということではありません。「ボランティア活動=社会貢献」が企業の発展の一因であることは、疑いの余地はありません。

では、なぜ地元のために「ボランティア活動」している企業は利益が上がっているのか？ それは地域社会との「共存共栄」にある

と思われれます。

例えば、決して全国規模では有名でなくとも、その地方では老若男女が会社名を知っており、さらに、その企業の社有車を街で見かけると子供たちが手を振り、就職することが自慢できる地元企業があります。

地元根付いた企業は、地域社会との共存共栄を模索し、自然と働き方の改善、従業員のことを考えた仕組み作りをしています。そこには、従業員が働きやすい環境があり、仕事が楽しくなる会社があります。そして、そのような企業に共通しているのは「やりがいのある仕事」「仕事と私生活を両立させるワークライフバランス」「従業員の家族を大事する」など、従業員満足度を上げるような環境と制度があります。

● 企業ボランティアの実態

とはいえ、ボランティア活動がスムーズに企業に浸透しているかと言えば、「ノー」と言わざるを得ません。以下、厚生労働省「平

成25年・就労条件総合調査」のデータですが、社員数の規模別によるボランティア休暇を設けている企業の割合になります。

社員数が、

- ・千人以上 23%
- ・300～999人 8.7%
- ・それ以下 5%以下

と、まだまだボランティア休暇は中小・零細企業には浸透していない現実があります。

また、産業別の割合では、

- ・金融業、保険業 20.7%
- ・電気、ガス、熱供給、水道業 17.4%
- ・情報通信業 8.2%
- ・学術研究、技術サービス業 5.7%
- ・鉱業、採石、砂利採取業 5.5%
- ・その他の業種 5.0%以下

となり、一位の金融業、保険業は大手企業で、二位以下は震災や災害の復旧・復興関連が含まれると予想されます。これは、法人主導

を意味しており、まだまだボランティア休暇が日本社会には定着していないのが見て取れます。

では、勤務時間内のボランティア活動に賃金を支払うのか？ですが、ボランティア活動が労働時間の場合には賃金を支払います（労働時間 会社からの業務命令）。一方、労働時間とされない場合は賃金の支払い義務はありません。ぜひ、ボランティア休暇を付与し積極参加を促しましょう。

●社会貢献事業の事例

直接的なボランティア活動ではありませんが、自社の特色を活かした社会貢献事業に取り組んでいるケースを紹介します。

東北地方の某ゴルフ場では、冬の期のクローズ前にスタッドレスタイヤへの交換とタイヤ保管のサービス業務を実施しています。さらに、ゴルフ場から出た枯れ木を、地域に浸透している薪ストーブ用の薪に加工し販売しています。しかも、カーショップやホームセンターよりも格安で提供しており、

地域の風土や文化に自社の強みをマッチさせることで地域社会に貢献しています。このような取り組みが、延いては「地方創生」へとつながっていくのです。

地方創生に求められる 中小企業の変革

世の中は今、長時間労働、残業問題、働き方の見直し、女性活用の推進などに、真剣に取り組み始めています。そして、多くの企業が業務形態の見直しを図っています。ところが前述の通り、そのような課題に対して地域社会と共存共栄している企業は、既にそれらの問題を解決しています。

ここまで、社会貢献とボランティア活動を結びつけて、地方創生の課題解決と企業変革の糸口を解説してきました。では、何から始めたらいいのでしょうか？ 順を追って見てみましょう。

- ① 企業の状況を正確に把握する
- ② 自ら変革する意識を持つ

- ③ 働き方の見直しをする
- ④ そして、③は現代社会に見合った働き方なのかを考察する

つまり「働き方の改革」を推進することで変えていくことができます。そこには、次の3つのキーワードが存在しています。

- 働き方の多様性
(ダイバーシティ)
- 女性が働きやすい環境
- 従業員満足の上

このキーワードに関わる課題を解決することで、企業が大きく変革することができそうです。企業の変革と共に地方創生を同時に推進していくことで、企業も地方も活性化することができそうです。

●働き方の多様性 (ダイバーシティ)

日本の企業に高度経済成長期から続いてきた「年功序列」「終身雇用」「残業ありき」の仕事スタイルは、現代社会では、特に若い

世代の従業員のライフスタイルには合わず敬遠されがちです。

自分のペースで働き、正当な評価による対価を求め、家族との時間や友人との会話を尊重し、家事を分担し、子育てにも積極的に参加するのが、スタンダードな世の中になりつつあります。

それに伴い、従来、当たり前とされてきた「通勤+規定時間」というスタイルではなく、「フレックスタイム」「テレワーク」などの働き方にも注目が集まっています。また、通勤が困難（車椅子利用や対人恐怖症など）であるが優秀なスキルや技能を持っている人や外国人を採用するなど、多様性を組み合わせることで企業人材は多岐に渡ることになり、社会貢献に寄与することもできます。

●女性働きやすい環境

日本は高齢者社会となり、労働人口の確保が急務とされています。その状況下で、女性の採用を積極的に考えてみてください。

日本における25～45歳の女性労働人口は減少しており、Mカーブ化しています。これは、20代中盤からの20年間は「結婚→出産→子育て」の期間で、会社を退職することによって発生する現象です。

しかし、子育てをしながらでも働くことは可能であり、多くの場合で企業側に受け入れ態勢や制度がないだけです。育児休暇制度の導入と助成金を組み合わせることで、退職の悩みを払拭して復職という道を選択することができるようになります。加えて、今後は女性の幹部登用を積極的に行うことが、企業の活性化を図る上でも重要になってきます。

●従業員満足の上

新入社員の退職率が高いと嘆いている経営者の方が多いです。なぜ、若者たちは早々に退職してしまうのでしょうか？以下のデータをご覧ください。

新卒者の入社3年後の退職率（2011年卒業生、厚生労働省調査）は、

・大卒32・4%

・高卒39・6%
・中卒64・8%

で、その退職理由を見てみると、
1位…キャリアが望めない
2位…残業の長さ
3位…仕事のミスマッチ
(2015年4月 Vorkers 調べ)

となり、実に、3割以上の新卒者が3年で退職している事実があります。これでは人材育成費が無駄になってしまい、経営者にとっては頭が痛い大きな問題です。まさに働き方の多様性に関わる大きな課題なのです。

繰り返しますが、現在は高度経済成長期やバブル期とはすべてが違うのです。気合いと根性で進めていた昔の仕事の仕方は通用しません。企業と従業員の価値観のベクトルと、特に若い世代の従業員とのライフスタイルとを、同じ方向へ向けることでしか解決できない課題なのです。実は、中小企業の変革の根本は、経営者がこれに気付き、このことは企業に限った

ことではなく「行政」にも言えることです。お役所的な発想や言動を今こそ変革する必要があるのではないのでしょうか。

行政と地元企業の協業で地方創生を成す

●まとめ

「社会貢献」と「ボランティア活動」を意識し地域に根ざし「働き方の改革」を進める、この3つに着手することで地方創生が見えてきます。それには、行政と中小企業が力を合わせ「ひと・しごと・まち」の連携に、真剣に取り組む必要があります(図1)。

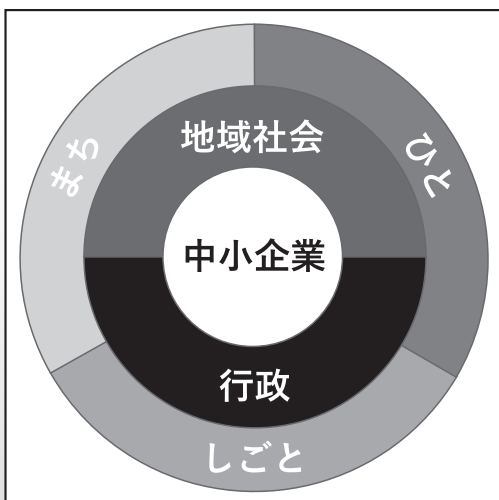


図1 中小企業が中核となる地方創生