

中長期ビジョン 30

—NEXT 吹田 YEG—

はじめに

近年、世界人口の急激な増加が続き、現在の世界の人口は 74 億人を突破、5 年後には約 80 億人になると予測されています。

これに対して、我が国の人口は出生率の低下に伴い 2010 年をピークに 8 年連続で減少しています。この傾向は今後も継続することが予測されており 2030 年には 65 歳以上の高齢者 1 人に対し、現役世代が 2 人という比率になる時代が到来すると言われております。吹田市においては、その立地性や利便性による良好な居住環境が評価され、現在も人口は増加し続けているものの、長期的にみればこの状況が持続できるとは限りません。

また、経済環境をめぐる問題は人口に関するものだけには限りません。中国やインドをはじめとするこれまで「途上国」と言われていた国の経済成長が著しく、今や世界経済を牽引するまでに至っています。AI、ロボット、IoT 等の第 4 次産業革命と言われる産業構造の変化が急速に進んでおり、企業規模の大小を問わず世界中でこの

変化への対応が求められています。

一方、頻発する地震や水害等の予測を超えた自然災害に対しても、行政にすべてを任せるのではなく、地域を支える地元企業として、災害に対し地域に密着した準備や対応能力が求められています。

このように、我がまち吹田を取り巻く様々な環境は日々変化しており、どのような状況下でも我々が目指す大きな目的に向け一歩でも近づくため、今まで諸先輩方が積み上げてきた歴史をしっかりと受け継ぎ、新たに今後 5～10 年を見据えた「吹田商工会議所青年部中長期ビジョン 30」を策定しました。

この中長期ビジョンのもと、個性豊かな吹田 YEG メンバーの持つ力を結集し、各年度のスローガンを加えてより大きな推進力を得ることで、吹田 YEG が掲げる目的に向かって着実に力強く進んでいきます。

吹田 YEG の目的の再確認

吹田商工会議所は商工業の改善・発展を目的とする公益経済団体であり、その中でも中心的役割を担っている青年部には、吹田の経済の未来が懸かっているといっても過言ではありません。経済情勢・産業構造の大きな変化の中、我々は若きリーダーとして常に先を見据えて行動し、地域経済をけん引することが期待されています。そして、我々吹田 YEG の目的は、青年の立場から商工会議所の事

業に参画することにより管内の商工業の発展に寄与し、併せて会員相互の啓発と親睦を図ることにあります。我々は、常にこの目的の達成を目指して、地域経済の発展の大きな力となり、また、会員自身の事業発展にも繋げていかなければなりません。

その実現のためには「ビジョン＝目指す未来の姿」を形にして行動に移す必要があります。

吹田 YEG の組織の歴史

吹田 YEG は、吹田商工会議所の活動をより活発にするために、青年の力を結集させる目的で平成元年に設立されました。設立当初は、会員数 60 名、予算額約 180 万円からのスタートでした。その後、卒業された先輩がシニア会員として、人的また経済的にもご支援い

ただいたこともあって、現在は、会員数約 200 名（シニア会員含む）、予算額については、約 550 万円の規模で運営されるまでに至りました。活動内容についても、公開例会や市民向けの対外事業も積極的に進めるようになりました。

吹田 YEG の現状と課題

平成 24 年以降、吹田 YEG の会員数は飛躍的に増加する傾向が続いており、現役会員数では 150 名に迫る規模となりました。これにシニア会員を加えると 200 名近い会員を抱える吹田市内でも有数の団体となります。

会員数の大幅な増加により、吹田バル、ガンバ大阪関連事業（パブリックビューイング等）や FanFun 魅ウォーク、吹田大冒険など大規模な対外事業を実施することが可能な団体となりました。また産業フェアにおけるブース出店や運営への参加についても、年々規模を拡大してきました。その他、吹田まつりへの参画等、吹田 YEG

の影響力が年々大きくなり、他の団体からも協力を求められる存在となりつつあります。

我々吹田 YEG が吹田市内の商工業の発展のために、効果的な対外事業を今後も実施していくためには、会員同士が深く、そして強く結びつく関係を築いていくことが重要です。しかしながら、会員数の急増に伴い、同じ団体に所属しながら、面識のない会員も増えてきており、このことは、例会や各種事業への出席率の低下を招きかねず、ひいては吹田 YEG の活動目的を周知徹底する障害になりかねません。そのためにも、親睦事業や各委員会、その他各種の事業

を通じて、会員間の連携を密にし、一人でも多くのメンバー同士で顔や名前、職業を一致させることができるよう、更なる工夫が必要となります。

同時に例会や対外事業、多種多様な青年部活動への積極的な参加により、各メンバーが吹田 YEG の存在意義、目的、そして自身の関わり方についてあらためて深く理解することが必要です。

さらに、各会員はそれぞれの貴重な時間を費やすことで青年部活動を行っています。このことは、各会員が青年部活動で得た貴重な経験と培った人脈を各事業所に持ち帰って活用しなければ意味があり

ません。また、時間を浪費することなく、有効かつ最大限に効果を発揮できるよう、各会員には、委員会や各種事業に臨む姿勢が求められています。

最後に、前述したとおり、吹田 YEG はこれまでの 30 年の歴史の中で、吹田市内だけでなく、他団体等にも影響力や発信力をもつ団体となりました。その結果、吹田 YEG のメンバーは、これまでよりも周囲から注目されていることを意識し、事業の際だけでなく、日ごろの行動においても、周囲に配慮することを意識した行動が求められます。

課題達成のための中長期ビジョン

(1) 誇れるまち、「吹田（ブランド）」の実現

- 地元の声を反映した提言活動の実施
- 吹田の未来や課題、事業活動の参考になるような公開事業の開催
- 市民や事業者が地元意識を高める対外事業の実施
- 市内の大学・学生・企業等の連携による地元商工業の活性化

我がまち「吹田」は、前段にもありますが人口減少が進む日本国内において、毎年多くの人が流入し人口が増えている大阪府下でも貴重な区域です。これは、歴史上、吹田が「商都大阪」を強く意識しながら発展しつづけてきたという経緯があり、恵まれたインフラ環境の中で、その利便性や整った居住環境を魅力として発信してきたことに起因していると思われます。また管内に大学が五つもあることによる若者の活性化も要因として考えられます。

しかしながら異なる歴史上の側面として、中世以降、現在の吹田市の市域が一つのまとまった区域として存在したことがなく、現在の市域は、吹田・岸部・豊津・上新田の一部、そして最後に山田が合併してできたという経緯もあり、統一化された「吹田というまち」への意識はなく、居住地としての満足度は高いが故郷としての認識

度は低いようです。

整備されたインフラをベースにした都市の魅力は、高所得者層の流入を促進し、居住環境や教育環境・生活環境の良化に大きく貢献している反面、自然災害による環境の変化や近隣都市での新たなインフラ整備によって、その優位性が将来に渡って担保されるとは限りません。

これらのことを考慮し、地元商工業の発展につながるような行政や地域諸団体との連携、また地元商工業者の声を反映した本会との共同事業等により、既存の地域資源の有効活用や、新しい試みによる地域の活性化など、将来、市民や商工業者が吹田に住んで（営んで）良かったと思える街になることを目指します。

(2) 青年部活動の再確認

- 青年部活動への積極的な参加による会員相互の目的の共有
- 会員向けに青年部活動に関するセミナーの開催
- 青年部活動の自企業への還元に関する方法の研究

我々は、今後起こりうる時代の変化に対応するために、青年経済人として自由かつ革新的な発想が求められています。そのなかで、迷うことなく青年部活動を行うためには、この活動がどのような目的

を達成するために行われるのかを再確認・再認識する必要があります。その目的達成のために、事業や例会、委員会がどのような役割を持って企画運営されているかを理解しなければなりません。

(3) 効果的な事業・効果的な会議

- 統一された会議ルールの作成・徹底
- 事業の宣伝効果や効果的な情報発信のための SNS 活用
- 事業（委員会）における役割の細分化とそれぞれの責務の遂行

委員会においてひとつの事業を企画・運営することはかなりの労力を要します。我々会員は、自事業の活動時間を割いて青年部活動に従事しており、すべてのメンバーはそれぞれの貴重な時間が使われ

ていることを考慮し、それぞれの役割・責務を十分に果たすことで、最大限に効果を発揮できるよう配慮しなければなりません。

(4) 持続可能な組織づくり

- 市民の吹田 YEG に対する知名度・認知度の向上を図るための広報活動の強化
- 吹田 YEG に入会しやすい環境づくり

吹田 YEG の会員数は 150 名に迫ろうとしており、全国の単会の中でも中規模以上の大きさを誇る単会となりましたが、全国的にみて、市内事業所数に対する YEG 加入率は非常に低く、会員拡大の余地はまだ残されています。しかしながら、単純に会員数の拡大を求めるだけでは、充実した活動を続けていくことは困難です。

青年部活動のさらなる活性化のために魅力ある例会や事業、委員会を持続し、意欲ある会員を迎える必要があります。意欲ある会員同士の活発な交流は、各会員事業所の発展にも大いに貢献していくこととなります。

(5) 発展のための連携・向上のための交流

- 青年部会員の本会活動に対する認識の向上
- 現役会員と卒業生とのさらなる交流・連携
- 新入会員に対するフォローアップ体制の強化

吹田商工会議所のさらなる発展のためには、青年部活動で得た貴重な経験を本会の事業活動に生かし、吹田商工会議所を内面から支えていくことが必要です。このことは、会議所自体が地域を支える経済団体として広く認知されることにも繋がります。我々吹田 YEG としても、現役と卒業生が交流・連携を図ることによって、本会活動の果たすべき役割の一部を積極的に担うことができ、

会議所活動の活性化は本会のみならず吹田 YEG の会員数の増強を推し進めることに繋がります。

新入会員については、少しでも早く青年部活動を理解し、積極的に参加できるよう、効率的かつ効果的なフォローアップ体制を強化します。

(6) 異常気象による今後の運営対策

- 災害対策規定の策定
- 危機管理体制の充実
- 災害時における復旧支援

近年我が国では甚大なる自然災害が頻発し、かつ被害規模が増大しております。

例会や事業においても、豪雨や台風により開催中止または内容の変更をせざるを得ない事態が生じました。加えて会員自身が大阪北部地震や度重なる台風による被災経験から、防災に対する意識も向上

しました。

災害が発生した際にはメンバーだけでなく、この吹田の街の企業や市民、ひいては他単会 YEG への支援等を含めた対策を考える必要があります。

誇れるまち、「吹田（ブランド）」の実現のための中長期ビジョン ～地元の声を反映した提言活動の実施に向けての基本構想～

1 本基本構想の概要と目的

吹田商工会議所青年部（以下「吹田YEG」という。）は、平成30年度に今後5～10年を見据えた「吹田商工会議所青年部中長期ビジョン30」（以下「中長期ビジョン30」という。）を策定し、平成31年4月25日の通常総会において、これを審議可決しました。中長期ビジョン30を策定した目的は、平成24年以降、吹田YEGの会員数が飛躍的に増加し、吹田市内でも影響力を持つ有数の団体となった一方、面識のない会員の増加、YEG活動への出席率の低下等により、本来持ち得る影響力、発信力を十分に発揮出来ない懸念や課題も生じて来たことから、中長期ビジョン30を共通の認識として、個性豊かな吹田YEGメンバーの持つ力を結集し、さらに各年度に掲げられるそれぞれのスローガンから大きな推進力を得て、力強い活動を展開していこうとしたことにあります。

中長期ビジョン30では、上記に示した課題達成のためにいくつかのビジョンを掲げていますが、本基本構想は、その内、「誇れるまち、『吹田（ブランド）』の実現」のための「地元の声を反映した提言活動の実施」に関し、その内容を具体化し、より具体的に吹田YEGメンバーが共通認識を持ち得るよう、既存の中長期ビジョン30の内容を補充しようとするものです。

吹田YEGは、本基本構想をもって、より具体化された中長期ビジョン30のもと、引き続き吹田YEGが掲げる目的に向かって着実に力強く進んで参ります。

2 地域ブランディングにおける提言活動の意義

(1) YEG活動における提言活動の意義と重要性

商工会議所法第六条には商工会議所はその地区内における商工業の総合的な改善発達を図り、兼ねて社会一般の福祉に資することを目的とします。と明記されています。YEG活動は、商工会議所の部会である青年部の活動です。したがって、当該活動においても、この目的に則って実施する必要があります。

ここで、これまでのYEG活動に目を向けますと、この目的に則った多くの事業が実施され、地域の事業者等へ少なからず影響を与えて来ました。しかしながら、これまでのYEG活動から吹田と言えば・・・といった特徴的なものが残ることがほとんどなく、事業者を含む吹田市民自身が地域の特徴を認識できていないという現状があります。このような特徴が構築されていくことができれば、地域の商工業は今以上の発達が期待できると考えます。

そこで、Y E G活動を通じて、まずは吹田市民が地域の特徴を胸を張って言えるもの、つまり地域ブランディングの構築を進めていきます。

上述しましたが、商工会議所の部会である青年部が、Y E G活動を通じて地域ブランディングを構築する際、上記目的に則る必要があり、その上で上記目的にある商工業の総合的な改善と発達を図るためには、地域の商工業に携わる事業者の意見を取り入れ、反映させる提言活動が重要となります。

(2) 地域ブランディングのための行政その他団体との連携の必要性

他単会のまちづくりにおける地域ブランド化についても、Y E G単体組織での事業にとどまることなく、各所団体組織との連携を行い、事業展開を行っています。

令和3年8月提言事業で近畿経済産業局から今治タオルについてのブランディングについての講話がありましたが、J A P A Nブランド育成支援事業、先進的ブランド支援事業として中小企業庁との連携により、本質的価値の徹底検証や戦略的イメージコントロール（価値の伝え方）を行い、ブランドの認知度や売り上げ向上につながっていることから、ブランディングにおける行政やその他団体との連携は必要です。

3 吹田Y E Gの課題達成のための、誇れるまち、「吹田（ブランド）」とは何か

(1) 吹田市の魅力として捉えたもの

吹田市には、医療、産業、学生（学校・学術研究機関）3つの大きな特徴があります。これらの特徴は、令和2年度提言研究委員会において情報を収集したものと、吹田市との意見交換を行う等した結果に基づいており、今後「吹田ブランド」を実現する為に遵守する項目です。

① 医療

医療においては1977年に国立循環器病研究センターが開設され、当該センターは、病院、研究所、研究開発基盤センターの3部門からなる世界的にも希少な施設となっています。2014年5月には、特に循環器病について、予防医療や健康づくりの推進、市民参加型の取組のモデル創出など、様々な取組を推進する「健康・医療のまちづくり」の基本方針が策定され、北大阪健康医療都市（健都）計画が開始されました。そして、2019年、健都計画の一環として、国立循環器病研究センターにオープンイノベーションセンターが設置され、循環器病の予防と制圧の国際拠点を目指す機関となっています。以上のように、吹田市は、自治構成として最も基礎となる住民の健康を意識した考え方が古くからあり、ま

た最近においては、循環器病に特化したまちづくりを進めています。日本の中においては健康に関する意識が最も高い都市の1つといえます。

② 産業

吹田市は2020年に市制施行80周年の行政区になります。明治22年には神崎川の水運や鉄道など当時から利便性の高かった交通インフラの優位性から現在のアサヒビールが設立され、大正12年には国鉄吹田操作場が操業されるなど、産業の発展が著しい地域でした。この特徴はその後引き継がれ、神崎川周辺の工業・医薬メーカー工場との取引を行う卸業者が集まり、また集まる人を対象にした小売業なども増えていき、現在の吹田市の産業構造が出来上がっていききました。

③ 学生

学生人口においては大阪府内市町村でトップであり、吹田市内にある5つの大学・1つの研究機関（国立民族学博物館）と吹田市が連携協定を結び、様々な分野で協力しています。連携内容としては、共同研究や市役所へのインターンシップ実習生の受け入れや学生によるボランティア活動などが活発です。

(2) 各分野から伝えたい魅力・価値

① 医療

「長生きしたいなら吹田」

わがまち吹田には、平成26年5月に吹田市において策定された基本方針「健康・医療のまちづくり」に基づいて現在も進められている健都があり、ここでは高度な医療技術が研究されるだけでなく、健康であり続けるための知識を学び行動することができます。「健都」がきっかけとなって住民が健康に長生きすることができ、その効果として、産業が今後もより発展することができる都市です。

② 産業

「衣食住職遊」全方位型都市吹田市

吹田市は交通インフラの利便性の高さから人・モノが集まり流通拠点として多くの産業が発展してきました。江坂周辺エリア、JR吹田エリア、ニュータウンエリアなど街ごとに特色があり今後の市内での交通利便性に課題はありながらも地方自治体には珍しい「衣食住職遊」すべての要望を高いレベルで充足することが出来る都市です。

③ 学生

「学生の目標が実現するまち」

大阪府内屈指の学術研究機関数を誇り、事業を育てる環境も整備されている吹

田市は起業率も高く、ベンチャーが起こりやすく、また多くの企業が立地し就職にも向いています。居住の面でも交通利便性は高く、吹田の魅力を感じる学生は吹田市を地盤に将来の目標を実現する環境が吹田市には準備されています。

4 地元の声を反映した提言活動の実施に向けて

「誇れるまち、「吹田（ブランド）」実現のために必要なこと」

誇れるまち「吹田（ブランド）」の構築は、我々吹田YEGが主となって展開していくものですが、それ自体は吹田市民や事業者のためのものです。そのため、上述しましたように、吹田市民や事業者の意見等を取り入れ、反映させることは重要です。さらに、誇れるまち「吹田（ブランド）」を実現するためには、これらに加えて、行政からの理解と協力を図るとともに必要に応じた各所団体との意見交換の場を設け連携していく必要性があります。

中長期ビジョン30において、誇れるまち「吹田（ブランド）」は、将来、市民や商工業者が吹田に住んで（営んで）良かったと思える街になることを目指すことが示されています。

つまり、誇れるまち「吹田（ブランド）」の構築には、地元の声を反映するべく、しかるべき各所団体へ提言を行うプロセスが必要です。