



日本YEG Design 2023-2027

～中期ビジョン実現のための13テーマ～

はじめに

ビジョンポータルサイトのご案内 <https://vision.yeg.jp>

日本YEG中期ビジョンをより多くの方に知っていただき、共感していただくためのビジョンポータルサイトです。策定における参考資料や関連情報とともに、全国のYEGのビジョン関連情報や令和4年度ビジョン委員会の活動を掲載しています。是非お役立てください。



私たちは 青年経済人としての健全な成長を通し
すべての地域の発展に寄与することで 日本を幸せにする

日本 YEG 中期ビジョン
2023 - 2027

日本の未来を創る 「変革の道導」となる

行動指針

先駆け

- SAKIGAKE -

私たちは 日本の未来を担う青年経済人として
公の精神と大局的な思考をもって 自発的に行動する
すべてのYEGとともに

時代を先導する組織「変革の道導」へ

日本YEGは、2023年(令和5年度)から5か年の中期ビジョンを掲げています。中期ビジョン実現のためには、年度を超えた一貫性のある活動が必要です。地域や日本の課題を起点として活動をデザインし、次年度へ成果を継ぐことが中期ビジョン実現への道筋となります。2027年(令和9年度)には5か年の活動を検証し、その成果から次期中期ビジョンが策定されます。これら一連の取り組みにより組織内文化を醸成し、事業成果により地域や国からも一層必要とされ、時代を先導する組織へとYEGの存在価値を高めていきましょう。



「日本YEG Design 2023-2027」 13テーマとは


私たちが真に日本の未来を創る「変革の道導」となるには、未来的課題から逆算して描く解決策を行動で示す必要があります。例えば、社会課題として2040年には人口減少と少子高齢化が進み“深刻な労働力不足”が表面化します。これは中小企業が直面する課題でもあり地域の課題でもあります。この課題に対するYEGの取り組みを13のテーマで示します。13テーマをしっかりと認識し活動（解決策）をデザインすることで、地域の日本の未来を創造しましょう。

中期ビジョン実現のための13テーマ

- | | | | |
|----|---|----|---------------------------|
| 01 |  | 生活 | 子ども達が帰ってきたいくなる暮らしをデザインする |
| 02 |  | 教育 | 3人の大人で1人の若者を育てる社会へ転換する |
| 03 |  | 福祉 | 年を重ねるほどに幸せなまちづくりをする |
| 04 |  | 自治 | 消失可能性地域を“心の豊かさを感じる場”へ見直す |
| 05 |  | 社会 | 互いに支え合う互助型コミュニティを創出する |
| 06 |  | 環境 | 美しい自然と風土を守り続ける取組みの継続的实施 |
| 07 |  | 文化 | 伝統と文化をリデザインして100年先まで残す |
| 08 |  | DX | 全世代で利用可能なデジタルインフラの普及に取り組む |
| 09 |  | 国際 | 日本の地域の魅力を世界へと繋げる橋渡しをする |
| 10 |  | 経営 | 中小企業の永続に向けたイノベーションを創発する |
| 11 |  | 起業 | 持続的に地域発のベンチャーが生まれる仕組みを支える |
| 12 |  | 経済 | 規模に応じた永続的経済循環の仕組みを構築する |
| 13 |  | 雇用 | 地域と時代に応じた仕事を生み出し提供する |

13テーマ個別ガイド

それぞれのテーマの意味を理解し、事業計画に活用してください。

番号	01 生活 子ども達が帰ってきたくなる暮らしをデザインする	
アイコン		テーマ説明
タイトル	生活	
サブタイトル	子ども達が帰ってきたくなる暮らしをデザインする	
	アイコン趣意	

子どものEQ、豊かな心を育てるためにも情操教育が重視されています。情操教育は大きく「科学的・美的・道徳的・情緒的」の4つに分類されますが、その全てに関わる最も重要な要素は、「自然や生き物に直接触れること」です。スマホに触れているだけでは、環境への知的好奇心や美しいと思う感性、思いやる心、命を尊重する心は育ちません。

情緒豊かで創造的な心を育むためにも、便利なデジタル環境が整っている都会から離れ、地方の自然に囲まれた場所で子育てをすることが望ましいです。

アイコン 故郷を象徴するものとして家をモチーフに、そこに育つ感性・心とぐるっと廻る矢印で、帰ってきたくなる暮らし・生活を表しています。

01 | 生活 | 子ども達が帰ってきたくなる暮らしをデザインする



生活

子ども達が帰ってきたくなる暮らしをデザインする

子どものEQ、豊かな心を育てるためにも情操教育が重視されています。情操教育は大きく「科学的・美的・道徳的・情緒的」の4つに分類されますが、その全てに関わる最も重要な要素は、「自然や生き物に直接触れること」です。スマホに触れているだけでは、環境への知的好奇心や美しいと思う感性、思いやる心、命を尊重する心は育ちません。

情緒豊かで創造的な心を育むためにも、便利なデジタル環境が整っている都会から離れ、地方の自然に囲まれた場所で子育てをすることが望ましいです。

アイコン

故郷を象徴するものとして家をモチーフに、そこに育つ感性・心とぐるっと廻る矢印で、帰ってきたくなる暮らし・生活を表しています。



教育

3人の大人で1人の若者を
育てる社会へ転換する

1950年は生産年齢の働き手12人で高齢者1人を支えていました。少子高齢化が進むと、団塊の世代全員が75歳以上となる2040年には1.5人で1人の高齢者を支えなければならず、この状況が続けば地方は破綻してしまうことが想定されます。

そこで、高齢者の知見を若者に伝え、多く的高齢者で若者を育てる社会を創ることによって若者の質を高め社会をより良くしていく必要があります。

※ 2022年(令和4年) 高齢化率29.0%——65歳以上を現役2人で支えている

アイコン

3人の大人で1人の若者を育てることを、3体の大人のアイコンと1体の若者のアイコンの間に教育を表すペンを配し表現しています。



福祉

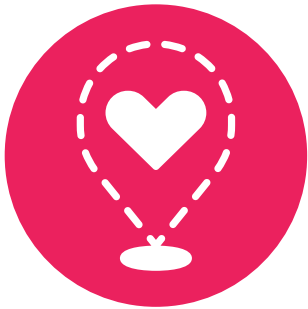
年を重ねるほどに幸せな
まちづくりをする

「世界老後指数ランキング 2019」1位のアイスランドの高齢者と日本の高齢者の幸福度は19%も開いています。北欧の幸福度の高さの理由は、手厚い社会保障とノーマライゼーションの考えが根付いていることにあると考えられています。北欧の福祉現場では、個人の意思を尊重するサポートが多く実現されており、それが周囲との関わりの機会を創出し、互いに尊重し助け合い生きていく社会の実現に繋がっています。社会で誰かの役に立っているという自信は更なる幸福感を生み出します。

日本の地域社会においても、地域住民との関わりや役立ちの場をつくることで、年を重ねても幸せを感じられる地域を創ることができるのではないのでしょうか。

アイコン

地域社会を表す建物、家のモチーフの中に、年齢と幸福度の両方が上昇していくことを上向きの矢印で表現しています。



自治

消失可能性地域を
“心の豊かさを感じる場”へ見直す

2040年までに896の市町村区が消滅するという予測が立てられており、都市への人口流出は今後も深刻化すると予測されます。そんな中、『心の豊かさとモノの豊かさのどちらを重視するか』という調査では、心の豊かさと答える人が62.0%を占めており、今後さらに心の豊かさを求める時代傾向になることが考えられます。

そこで、地方はモノの豊かさと反対軸の価値として、心の豊かさを重視した場を創っていくことが人口流出を止める一つの手立てになるのではないのでしょうか。大都市圏では得られにくい心の豊かさや、子どもの感性を磨く場づくりをすることで、地元地域で子育てする家庭も増え、人口の定着まで見込むことができます。

アイコン

場所を表すマップピンを点線で消滅可能都市として表現し、しかしその中に心の豊かさがある様を表しています。



社会

互いに支え合う
互助型コミュニティを創出する

今後さらなる高齢化、核家族化の進展に伴い、個の分断が進み、地域の方の顔が見えないまま暮らす人が増えることが予測されます。個の分断により、今まで家族で行ってきた高齢者介護や育児といった機能を公的サポートで補わなければならない、社会保障制度の充実が更に求められる一方で、社会保障費の増加が著しく一筋縄ではいかない課題となっています。

そこで、お互いの顔が見え、支え合い、助け合いによって生まれる「互助型コミュニティ」を地域で構築していく必要があります。周囲の人を支えることにより、それが自分自身の生きがいにも繋がっていくことから、支えられる人、支える人両方の生活と人生が豊かになっていきます。

アイコン

お互いに手を握りあう様子を、循環する矢印と併せて、互助型コミュニティがなす社会を表現しています。



環境

美しい自然と風土を守り続ける 取組みの継続的实施

昨今の私たちの生活は、地方にも大型商業施設やチェーン店が増え、日本のどこにいても均質なものを手に入れることが出来るようになりました。その一方で、自然や風土が守られているからこそ、その地域ならではの米や魚などの自然の恵みを受けられるということも忘れてはいけません。地域の自然風土は産物を生み、そこから産業が生まれ、仕事が生まれます。地域の独自性を守り、地域の産業を守るためにも、美しい自然と風土を守り続けていかなければいけません。また、訪日外国人が旅行前に日本に期待しているものの多くは食や自然、伝統文化ということもあり、美しい自然と風土を守り続ける仕組みの継続的实施が必要になります。

アイコン

人の手ですくいあげた土は地球環境を表し、そこから芽吹く新芽に自然と風土を守り続ける意志を表現しました。



文化

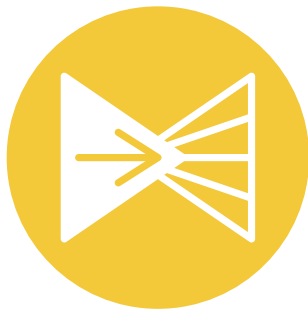
伝統と文化をリデザインして 100年先まで残す

地域への愛着はその地域の伝統と文化によって生じます。地域への愛着が無ければ人口が流出してしまい、地域の永続には繋がりません。しかし、伝統と文化を継承し発展させていくためにはリデザインし、より心に残るものにしていく必要があります。

発展し続けることにより、より多くの地域住民に愛され、それが地域の永続の一つの要因となるのではないのでしょうか。

アイコン

地域の伝統と文化を遺伝子のモチーフが波紋のように広がっていく様を表現しています。



DX

全世代で利用可能な デジタルインフラの普及に取り組む

地方では、過疎化や高齢化によるブロードバンド設備への投資メリットの薄さ、若年層の少なさによるテクノロジー普及の後回しなどの理由から、都市との情報格差が生まれています。しかし、デジタルインフラの普及は、効率性向上や高付加価値化などが可能になり、地方においても、各地域課題の解決に活用できると考えられます。今後、地方に1人で暮らす高齢者は増加し、労働人口の減少も著しく進行します。

そこで、医療、教育、産業等のあらゆる分野において全世代が利用可能なデジタルインフラが普及できれば、高齢者の健康管理や福祉の支え、所得・教育格差の解決に繋げることができます。

アイコン

旧来のコミュニケーションがDXにより全く異なるフェーズへと変換し、移り変わっていく様子を表しています。



国際

日本の地域の魅力を 世界へと繋げる橋渡しをする

2019年訪日外国人旅行消費額は4兆8,000億円（2020年目標8兆円）でした。高付加価値旅行者は約1%に過ぎませんが、消費額全体の約11.5%を占めています。その多くは大都市圏での買物消費が多く、訪日外国人の消費金額の1位東京は1兆5,388億円と、2位の大阪の約2倍の消費活動が行われています。現在、関東圏関西圏へ集中している観光客を分散させることが大切ですが、地方の魅力を世界に発信しきれていないのが現状です。

魅力を発信し、地方への誘客を促進し、消費を促すことで地方創生に繋げるために、まずは魅力を世界へ発信し、興味を持ってもらうことが第一歩です。

アイコン

日本列島と国際社会が繋がり、日本の魅力が隔々まで伝播していく様子を表現しています。



経営

中小企業の持続に向けたイノベーションを創発する

日本の企業数は年々減少しており、特に小規模企業の減少率が最も高いです。倒産の主な理由は販売不振。コストの増加や人員不足も影響し、現状のままでは存続が難しい中小企業も多く存在します。

そこで、イノベーション活動に取り組み、新規事業の開発や独自性の創出、利益率の増加などを目指す必要があります。創造的な組織を構築するためにも、活発な話し合いが出来る環境をつくり、互いの意見を包み込むことや失敗が許容されるといった組織力をつけることが必要であり、改革を進めることが、新たな価値を生み出し中小企業の持続に繋がります。

アイコン 様々な発想からイノベーションが生まれる様子を脳と電球で表しています。



起業

持続的に地域発のベンチャーが生まれる仕組みを支える

起業にかかる日数やコストについて比較すると、日本は起業しにくい環境かつ、起業に対する興味関心が低いという事実が浮き彫りになります。しかし、起業後の企業生存率は5年後で81.7%と高い傾向にあり、まずは起業への関心を持つよう働きかけ、その後のプロセスをサポートする仕組みが必要です。

地域発のベンチャー企業により、新たな雇用創出や職域の多様性の広がりによる労働力の流出抑制が期待でき、持続的な地域づくりに繋がります

アイコン 企業により創出されるさまざまな要素を棒グラフで表し、その根幹にある志を燃え上がる炎で表現しています。



経済

規模に応じた永続的経済循環の 仕組みを構築する

不確実性の時代に一つの収入源に依存することはハイリスクです。2019年に訪日外国人年間旅行消費額は約4兆8,000億円を超えていましたが、2021年には約1,200億円まで落ち込みました。また、旅行業1,110社の業績も2019年には約2兆7,000億円ありましたが、2021年には約7,000億円まで落ち込み、インバウンドへの依存が、大きなマイナスを生む結果となってしまいました。

ただ単に売上を膨らませるということは管理が難しくなるだけでなく、リスクも大きくなります。

アイコン 永続性を表す無限マークと、経済を表す折れ線グラフをモチーフに、永続的経済循環を表しています。



雇用

地域と時代に応じた 仕事を生み出し提供する

人工知能やロボットの進化によって20年後には人間の仕事の49%がなくなると言われています。また、それに伴い経済は豊かになる一方で、経済格差も拡大してしまうことが考えられます。AI技術が進歩しても代替されない仕事の多くは、細やかなコミュニケーション能力が必要とされる仕事や、人間の感情を動かす仕事など、人間にしかできない仕事です。

経済格差を減らし、地域を残していくためには、人間にしかできない仕事を見出し、雇用を増やす必要があります。

アイコン マップピンが地域の、砂時計が時代の、それぞれのモチーフとなり、その変容に応じて雇用を創出する様子を虫眼鏡の中の人のアイコンで表現しました。

参考資料

- 全国単会のビジョン事例集（ブロック別）
- ビジヨナリーシート集計結果
- ビジヨナリーシート分析ツール
- 全国各単会のビジヨナリーシート
- 日商の歴史とこれから
- 日本YEGの歴史
- 日本YEG中期ビジョン2023 - 2027 アンケートデータ
- 日本YEG中期ビジョン2023 - 2027 ヒアリングシートデータ
- 内閣府(2022)「令和 4 年版高齢社会白書」
- 内閣府「国民生活に関する世論調査」
- 総務省(2021)「通信利用動向調査(世帯編)」
- Natixis Investment Managers(2019)「2019 Global Retirement Index」
- 経済産業省説明資料
- 観光庁(2021)「訪日外国人消費動向調査」
- 観光庁(2022)「訪日外国人消費動向調査」
- 国立社会保障・人口問題研究所「令和元年度社会保障費用統計」
- 内閣府「GDPとその内訳の回復過程」
- 東京商工リサーチTSRデータインサイト
「旅行業、コロナ前から2兆円の売上消失 6割以上の企業が最終赤字 全国の“旅行業”業績調査」
- 中小企業庁「開廃業率の推移・国際比較」
- 中小企業庁「東京商工リサーチ調べ」
- 倒産の状況（倒産件数、負債総額）
- 資本金別倒産状況
- 業種別倒産状況
- 原因別倒産状況