

## 平成 30 年度第 1 回大船渡市総合戦略市民会議 会議要旨

この資料は、10月11日(木)に開催した平成30年度第1回大船渡市総合戦略市民会議における委員からの意見や提言等を取りまとめたものです。

第1回市民会議は、総合戦略の具体的な展開にあたり、市として、さらに意見・提言をいただきたい「若者の地元就職及び定着化の促進(※1)」、「結婚支援に対する各種取組の改善(※2)」、「移住希望者が必要とする情報発信や相談機会の充実(※3)」の3つをテーマとし、グループワークにより議論いただきました。

委員は、3つのグループに分かれ、テーマを所管する市の担当職員から情報提供と意見・提言をいただきたい事項の説明を受けた後「成果を上げるために取り組むこと」「市民に何ができるのか」等の視点で議論を深めました。

※1：「若者の地元就職及び定着化の促進」関連プロジェクト

No.131 地域産業人材育成強化プロジェクト

※2：「結婚支援に対する各種取組の改善」関連プロジェクト

No.312 出会いと結婚まるごと応援プロジェクト

※3：「移住希望者が必要とする情報発信や相談機会の充実」関連プロジェクト

No.222 移住総合支援体制構築プロジェクト

○日 時 平成30年10月11日(木) 午後3時から午後5時15分

○場 所 シーパル大船渡 2階会議室

○出席委員 16名(紀室裕哉会長、小野隆幸氏(荒木健彦委員代理)、滑川淳一氏(菊池透委員代理)、佐藤忠委員、山崎勝氏(鎌田由也委員代理)、齊藤美智代委員、兼平太地委員、長澤敏之委員、松村敦子委員、岩淵利明氏(志田敬委員代理)、大畑正彦委員、平野貴規委員、山崎高範委員、鷺田あかね委員、熊谷あけみ委員、中井孝委員)

### ◎テーマA「若者の地元就職及び定着化の促進」

#### 【市からの情報提供内容】

##### <現状>

- ・総人口が減少を続けている
- ・新規高卒者は600人を下回っており、数年後には400人台に減少することが見込まれる
- ・就職希望者は新規高卒者の約25%
- ・うち管内就職割合は50%程度
- ・管内就職を除く進学生徒や管外就職者は、新規高卒者の85%を超える
- ・県内新規学卒者の3年以内の離職は約4割

##### <目標>

- ・就職希望者の地元就職率を向上させる
- ・進学者、管外就職者のUターンを増加させる
- ・地元就職者の定着率を向上させる

##### <課題>

- ・若者の地元就職及び定着化の促進

##### <取組>

- ・地域産業人材の育成強化支援  
気仙高等職業訓練校による職業訓練の実施  
ジョブカフェ気仙によるセミナー等の開催
- ・中学生に対する市内事業所や仕事の紹介  
キャリアチャレンジデイの実施  
市内中学校と企業との職場体験のマッチング支援
- ・新規学卒者等就職奨励金制度の創設

##### <取組成果を踏まえた検討事項>

- ・就職希望者の地元就職率を向上させる取組

- ・進学者、管外就職者の U ターンを増加させる取組
- ・地元就職者の定着率を向上させる取組

### 【各委員からの意見・提言】

- ・完全週休 2 日制の導入
  - W L B (ワーク・ライフ・バランス)
  - 多様な働き方を用意する
- ・内陸部と沿岸部を結ぶ交通網の整備 (アクセス時間の短縮)
- ・三陸自動車道の利活用 (仙台⇄気仙)
  - 全線開通後は大船渡市が通過点になってしまう可能性がある
  - 仙台市等から大船渡市に来るような環境にしていく
- ・専門学校誘致 (建設・土木等)
- ・地元志向が高まっていることをチャンスに変える
  - 職業の選択肢を増やすため、多種多様な企業を誘致する
- ・他の地域から来た人に大船渡市の魅力を情報発信していただく
- ・広い年代の方と交流する機会をつくり、地元をどうしていくかという意識づけの契機にする
- ・進学支援制度 (奨学金返還なし等) の創設
- ・地元 (気仙地区の) 企業を知ってもらう機会 (イベント) を作る
  - 例: 様々な職業を知ってもらう取組の強化
  - 職業体験会の機会を増やす
  - 地元企業を集めて学生向けの仕事展を開催する等
    - 企業訪問は 1 人 1 社だが、説明会なら沢山のブースに行くことが可能
  - 学校の先生に対しても地元の企業を知ってもらう
    - パンフレット作成

### 問題点

- ・週休 2 日制は企業努力 (今の若者は賃金より休みを重視する傾向にある)
- ・就職しても定着しない (今の若者は責任回避の傾向にある)
- ・気仙地域は取り残されている (県内・外)
- ・復興した後、どうしていくか
  - ILC についての理解度を深め、波及効果についての理解が必要
- ・地元に残ってもらいたい
  - インターンシップには来るが、就職はしない
- ・現在と以前では、大学進学についての学生の考え方が全然違う
  - 以前は地元就職が多かった
- ・地元において良かったというまちづくりを考える。帰って来たいという何かがあれば戻って来る

### ○まとめ

- 仕事に関する情報の発信に関して
  - ・仕事の中身が伝わらない限り魅力も伝わらない
  - ・地元企業を知ってもらう機会を作る
  - ・中小企業についての情報発信をするべき
  - ・産業まつり等で企業ブースを作り、企業を紹介する機会を増やす
  - ・職業紹介・体験会の機会を増やしていく
- 労働条件に関して
  - ・若い人にとっては、お金より時間 (休みや残業) を気にする部分が多い
  - ・企業努力になるが、地域内で改善を進めていくことで効果が上がるのではないかと
- 教育等に関して
  - ・地元で栄えている林業等の産業を教育できる学科や学校の誘致

- ・根本的な話としての地元の魅力の向上と情報発信
- ・今ある魅力をアピールしつつ、様々な施設等の部分で魅力を向上させ若者の定着を図る

## ◎テーマ B 「結婚支援に対する各種取組の改善」

### 【市からの情報提供内容】

#### <現状>

- ・婚姻件数の減少傾向
- ・出生数の減少傾向

#### <目標>

- ・男女の出会いの場を提供しながら、結婚の意識を高め、婚姻数を増やしたい
- ・未婚化、晩婚化に歯止めをかけたい  
〔婚姻件数〕

H26 年 146 件/年 ⇒ H31 年 180 件/年

#### <課題>

- ・婚姻件数を増やしたい

#### <取組>

##### ○結婚支援事業

結婚相談・支援センター設置

結婚支援活動の企画・コーディネート

各種イベントを企画

⇒ 参加者不足で中止したイベントもあった。

地域ぐるみで結婚を支援する体制の構築

結婚応援企業 ⇒ 平成 29 年度末 96 社

#### <取組成果を踏まえた検討事項>

- ・色々な取組を進めているが、会員同士の婚姻件数に結びついていない

#### <平成 29 年度第 2 回市民会議での意見等>

- ・若い人たち等に直接意見を聴いて、有効な支援を検討すべき
- ・企業間、友達同士、共通の趣味がある人等、男女が気軽に交流できる企画が必要

#### <結婚相談・支援センターの取組>

- ・効果的な結婚支援に関する取組の検討

⇒ 結婚支援事業連絡会の設置

センターや結婚支援に関係する機関等が定期的集まり、これまでの取組を振り返り、改善していくための意見交換等を行う

- ・気軽に出会える機会の提供

⇒ 社会人サークルの発足

センターと結婚応援企業が連携して、H30 年 6 月にサークルを発足。

既婚、未婚問わず気軽に参加できるサークル活動を通じて、出会いの場を提供

#### <さらに意見・提言をいただきたいこと>

- ・結婚して家庭を持つことの意義や楽しさを伝えるための効果的な取組は？
- ・結婚支援に対する企業の機運を高めるためには？

### 【各委員からの意見・提言】

- ・地域（民生委員・公民館長）や職場（漁業者の PR の場）での協力が必要
- ・テレビの企画を大船渡市で（漁師さん企画）→企画を申請したが、お金がかかる
- ・消極的な人達に機会を与えるような企画→消極的な人達＝漁業者
- ・妊娠・出産に対する職場の理解やフォロー

## 平成 30 年度第 1 回大船渡市総合戦略市民会議 会議要旨

- ・個人で抱えるハードルが高い（親の理解・安定した収入・子育てへの不安）  
→ハードルを下げる周囲の支援
- ・出会いの企画は多いがゴールまでいかない  
→つないでくれる人を育てる（当人任せにしない）  
↓
- ・企業の結婚支援担当（人事担当）向けの研修
- ・カップル成立後のアフターフォロー（放置しない）  
交際期間中の相談の場や、支援者による客観的な意見・フォロー
- ・大船渡市の魅力を高めるため、海だけでなく陸の魅力を上げる
- ・幸せそうな家族の様子を媒体を活用して発信する（社協だよりの表紙等）
- ・結婚の良い面を DVD 等で見れるようにする
- ・結婚している家庭、子どもがいる家庭との交流、おしどり夫婦による講演会  
→間接的に家庭のよさを感じられるような家庭  
→あるいは苦労に対して、どう解決しているのかを聞く
- ・他市町村から意見を聞く・交流していく（エリアを拡大していく）
- ・イベントの周知に協力企業の広告を入れる（会社のイメージアップ）
- ・高校生等が近所の保育園等でふれあう機会を増やす
- ・企業間でのイベントの実施
- ・婚活イベントには自治体や社協は表に出ない（企業のイベントに補助金を出す、後援する等）  
→若者が主体的に企画・運営（企画の段階から出会いの場を創出）
- ・民間企業間での情報交換・情報共有・マッチング
- ・世話役が意識的に動けるイベント
- ・社会人サークルに既婚者も参加可能にする（既婚者の友人の未婚者を引き込むなど人が人を呼ぶような仕組み）
- ・入会後のフォロー
- ・補助金等の支援（住居等への）

### ○まとめ

結婚願望を持っている方々は結構いて、婚活の場にも集まってきている。しかし、なかなか結婚に至らない。その理由としては、親の理解が不十分、収入が少ない、安定した仕事ではない、子育てに不安がある等、結婚に関するハードルは高い。その方々にどのような支援をしていくか。

当事者同士をつなぐ仲介役を育てる。支援者が結婚していこうとする方をどう支援していくか。例としては、企業の結婚支援担当に対して、結婚を考えている人をどのように支援していくかについて研修が必要なのではないか。

企業同士で出会いの場を設定する。Aの会社とBの会社で一緒になってやってみないかといった企業同士の婚活、出会いの場を創出する。

婚活イベントは公的な部分でやっていることが多く、結婚したい人は乗せられたところにいるので、そうではなく、若者自体が主体的に婚活イベントを企画・主催し、自分達で出会いの場を作ってみてはどうかという案。公的な機関が頑張っていると若者たちは固い雰囲気を感じて、引いてしまう。婚活を希望している本人達に任せてみるということ。その場合、企業は婚活イベントを作り上げようとしている若者に対して、有給休暇を出すなど時間を確保させたり、イベントに補助金を出したりといったところで支援していければいいのではないか。

子育てに対する不安もあると思うので、高校生のうちから近所の保育園等で子どもたちとふれあう機会を沢山持って、子供に対してかわいい、楽しい、大人になったら自分の子どもを育ててみたいというイメージを増やす場が必要。

また、結婚の良い面をDVD等で流して憧れを作っていく。

企業側に対しては、妊娠や出産に対する職場の理解が得られないことがあるということも聞くので、そういった企業風土を変えていければよい。

といった内容の意見・提言があった。

## ◎テーマ C 「移住希望者が必要とする情報発信や相談機会の充実」

### 【市からの情報提供内容】

#### <現状>

- ・移住を検討している方々に対し、仕事、住まい、生活等のあらゆる分野の情報を一括して提供する体制が整っていない

#### <目標>

- ・移住に関して必要な情報提供の体制を整えたい

〔移住相談件数〕

H26 年 0 件/年 ⇒ H31 年 80 件/年

#### <課題>

- ・移住相談件数を増やしたい  
ひいては、大船渡市に移住する人を増やしたい

#### <取組>

##### ○移住総合情報発信事業

移住に関するイベント、フェアへの出展

大船渡市空き家バンクの設置（H30.3～）

移住相談件数(実績) H28：11 件 → H29：22 件

#### <取組成果を踏まえた検討事項>

- ・相談件数は増えているが、移住を検討している人が本当に必要としている情報を提供できているのか
- ・人によって必要としている情報は様々であり、どのような情報を必要としているかの精査が必要

#### <意見・提言をいただきたいこと>

- ・どのような情報を提供したら良いのか？
- ・情報提供の手段は？

### 【各委員からの意見・提言】

#### ○成果を上げるために取り組むこと

- ・外国の移住者をターゲットにした場合→首都圏にあるふるさと交流センターの充実
- ・移住者同士の交流会（トーク会）の開催
- ・シェアハウス（おしゃれなモデルハウス）を紹介
- ・移住経験者が相談窓口（相談を受ける側）になる
- ・学校に移住者をゲストティーチャーとして招聘し、移住者の出身地の気候や生活、食事等についての講話や、一緒に食事を作る等を総合学習の時間で設ける
- ・地域公民館と連携し、移住者がいるかどうか、その方の現状、フォローの体制等を第三者的なところから聞く
- ・相談窓口の確立・周知（どこにあるのか）
- ・相談窓口の開設（市役所的にたらい回しせず、一つの窓口で全て担う）
- ・提供する情報の一元化  
→住まい（家賃）、医療費負担、仕事、子育て情報（住まい、学区がよく分からない等）等全ての情報を提供する
- ・ホームページはどの市町村も分かりにくい  
→欲しい情報にたどり着けない
- ・医療費負担が高い（一関市と比較して）

## 平成 30 年度第 1 回大船渡市総合戦略市民会議 会議要旨

- ・相談内容の整理・分析（大船渡市を選ぶ理由）
  - 市民が大船渡市のどこを魅力（特色）と思っているのかを再確認（他市町村との差別化）し、大船渡市を選択する動機付けを発信する
- ・既に移住された方を対象としたアンケートの実施（実際に住んでみた感想等）
- ・あらゆる問合せに対応できる体制（たらい回しにしない）、即答できる体制づくり（できないことも即答することで評価につながる）
- ・市ホームページでの情報提供や県外のイベント出展に加え、県内での移住イベント出展や市内で開催する観光イベント等での移住 PR
- ・イベント時での移住 PR（市内外全て）
- ・大船渡市で移住者を募っていることを市民に周知する
- ・不動産業者や医療関係との情報共有
- ・英語版での情報提供
- ・教育レベルを高め、教育の充実を図ることによって子供を集める
- ・空き家バンクへの登録物件の増加
- ・市が先頭に立って PR する→TV の CM 等
- ・金銭的な支援
- ・PR 内容 魅力、求人、住まい、育児

### ○市民（民間）に何ができるか

- ・移住者による講話
- ・地域公民館を通して話（移住者についての情報）を聞く
- ・市民に周知する
- ・問合せ先を確立（市→民間）
- ・移住者が相談できる人（公民館長・民生委員等困ったことがあった時の相談役）をつくる
- ・よそから来た人を排除する風潮を改める。どんな人でも受け入れる体制をつくる
- ・交流人口（ふるさと納税してくれた人等）の拡大を図り、移住希望者になってもらう

### ○まとめ

情報発信が重要になってくる。転勤して来た時に、子供が小学校入学ということで、住まいや学校、医療のことなど知りたい情報が沢山あったのだが、現実として、なかなか上手く情報収集ができなかった。まずはそういった点の改善が必要と感じている。

更に掘り下げていくと、実際に情報が大事だということになるが、どのような情報を提供しなければならないか、情報提供の手段はどのようなものかについてグループ内で検討した。

どのような情報を提供しなければならないか、ということについては、これといったことではなく、移住者は色々な年代の方がいて、大船渡市に来たいという動機は様々で、仕事の関係であったり、老後のことであったりと色々な動機があると思うので、あらゆる相談、問合せに対応できる体制づくりが必要。しかも、色々な質問に対してたらい回しにせず、1つの窓口でそれらが全てスピーディーに対応できることが必要。実際、毎年相談件数は増えている現状とのことだが、確認したところ、相談窓口がまだ確立されていないので、まずは窓口の確立が必要。

情報提供の手段については、市のホームページを見たことがあるが、移住に関してどこを見ればいいのか分からないので、ホームページの整備が必要。宣伝方法としては来年、ラグビーのワールドカップがあり、大船渡市は宿泊先として候補にあがる可能性がある。東京で開催している東京タワーさんままつりの現場で大船渡市への移住をPRしているかと質問したところ、なかなか上手くいっていないとの回答であった。PRする機会はあるのだろうが、大船渡市の良さをうまく伝えきれていないと思うので、まずは大船渡市の良さをもう一度確認しながら、どんどん大船渡市の良さを発信していく必要がある。