

第2回盛岡市まち・ひと・しごと創生総合戦略推進会議 会議録

- (1) 盛岡市まち・ひと・しごと創生総合戦略の今後の取組について
- (2) その他

<植田座長>

あらかじめ佐藤委員， 畠田委員， 鈴木委員の3名の委員から提案等御発言の希望がありましたので， 佐藤委員からお願いします。

<佐藤委員>

調査会社の視点から， 市総合戦略に対しご提言いたします。

経済の好循環についてですが， これは国も県も盛岡市も力を入れていると考えていますが， 市総合戦略のKPIである年間の販売額等について， 調査が5年ごとであることから， 進捗状況を確認できないという課題があります。

最初に， 企業業績と経営者をポイントにお話をさせていただきます。調査である経営者に直接話を伺ったところ， 「もう祝日休みは， やめた」ということでした。なぜかというところ， 祝日に休まない経営者は， お客様が祝日も営業している当然だと考えるからだそうです。ただ労働者の権利として， 祝日を休みにするのは当然というのがございます。

この良し悪しについては今回触れませんが， 一番問題なのは， この経営者が， 売上が下がっている原因を社員が働かないからと認識をしているという事です。後継者を育てたいと思っても育てない， 子どもをみなければならぬからといって， どうしても帰ってしまう， 自分はその後に仕事をしているのに， という不満をもらしていました。これが中小企業の実態であり， 経営者・自社の業績・従業員とのバランスのアンマッチや仕事に対する考え方が根底にあるのではないかと考えられます。

ところが， 調査会社から見て， 売上が上がらない原因が， 従業員が働かないからかというところ， 決してそうではない。人口も減っている， 企業数も減っている， そういった時代においては， 販売先の状況等も分析する必要があると考えられます。売上が伸びないなら， 販売先が不調なのか， または販売先の販売先なのか， さらに海外などに販売している販売先などであれば， 流通そのものが減少しているのではないかと考える必要があります。販売先の状況が改善しないのであれば， 別の販売先を探すしかないというのが調査会社の考え方です。

企業は， 単体では存在しません。必ずどこからか物を仕入れてどこかに販売をしています。これが一例です。A会社は， 一時仕入先が337社， その仕入先がさらに仕入れをしている会社が1,761社あります。県内の主要メーカー11社の総仕入先は2,900社あり， 総販売先は3358社。この流れの一つとして， 企業というのが存在しています。

内閣府が今提唱しているのは， 内需拡大と外貨獲得です。これは対外貿易に限らず， 地域経済の振興に関してということです。その中で出てくる「中核企業」という考えです。地元から部品や原材料を仕入れること， エリア外に販路を拡大していくことが重要です。外貨を獲得し自社で生産する。当然， 自社の雇用に繋がり， さらに部品， 原材料を調達しているエリア内の企業の業績も拡大していくというのが， その考え方となります。

この産業連関表から4つの取引形態が見えます。エリア内で仕入れて、エリア内で販売する限定されたビジネス。インアウトと呼ばれるエリア内で仕入れてエリア外で販売する、これが中核企業です。逆に、エリア外から仕入れてエリア内に販売する企業。あるいは、エリア外から仕入れてエリア外に販売するという、地元の販売先、仕入先がほとんどない企業も存在します。それぞれの企業についての説明は割愛しますが、このイン・アウトタイプが重要で、内需を拡大し、外に対して販売を拡大していく。お金の流れで言うと、外からどんどん外貨を寄せてきて自社のエリアの中で経済を活性化していく、そういった企業を重要視していこうというのが、この考え方になります。それぞれの取引形態に応じたマーケティングというのがあり、エリア内の仕入先を紹介したり、エリア外の販売先とのビジネスマッチングをしたりするというのが、これからは重要になってきます。

調査会社として、個別の企業の調査をしていますが、市場全体を見渡した調査も承っていて、地域業種規模による絞込みが可能です。また、取引先のデータベースを活用する事も可能ですし、アンケートによる集計分析も可能です。

業務の実績では、昨年度、岩手県の職業能力開発基礎調査事業を受注しました。県内の事業所が求める人材や職種分野、資格等の調査です。

冒頭のお話に戻りまして、KPI自体は5年ごとの把握ですので、5年後に結果が出てきますが、途中段階で、あくまで補助的なものですが、こういった調査も必要になってくるのではないのでしょうか。KPIの進行状況をチェックするための一つの資料として、このような調査を活用されてはいかがかというのがご提案です。以上でございます。

< 畠田委員 >

資料はありませんが、地域活性化・地域住民等緊急支援交付金の効果検証について意見を求められたので、内容を拝見した中で思ったことを意見としてお伝えします。

総じて、実施費用に対し、実績内容が乏しいというのが全体的な印象です。

例えば、仕事と生活の調和推進事業で、ワーク・ライフ・バランスの考え方を広く周知・浸透させるために、経営者を対象としたセミナーや養成講座を開催する部分は、有意義な取組であるかとは思いますが。全てこの養成講座に使われたということではないと思いますが、750万の予算を使い、参加受講者が43人だったということは、公益費用に対して参加者数だけを見ても、非常に寂しい内容ではないのでしょうか。

取組自体を否定するものではないですが、やはり掛けた費用に対して、より大きな効果を期待するのであれば、従来の方法に捉われない周知や告知の方法などを検討することも考えなくてはいけないのではないかと感じました。そういう考えをお持ちかどうかは分かりかねますが、周知したが、知らない人はしょうがないなど、情報を求めに来ないこと自体に落ち度があるという考え方だと、周知されないと思います。民間企業で仕事をしていると、情報を求めてこない人は悪いという考え方だと事業は成り立たなくなるので、こちらの伝え方に問題があるのではないかと常に考えて仕事をしています。新しい周知方法を検討されてみてはいかがでしょうか。

また、事業の中で私もいくつか参加させていただいていますが、例えば外国人観光客受入推進事業では、外国人接客のおもてなし講座というセミナーがあって、非常に有意義な内容でした。直営のお店などで、外国人のお客も増えてきているので、私自身、非常に

参考にさせていただき、実際にお店で実施していますが、せっかく素晴らしい講座を実施しても、やりっぱなしで終わってしまっている感があって、非常にもったいないと感じています。

先程、費用に対して人数が少ないという話をしましたが、人数の多い少ないで、単純に評価できないという点もあります。参加者が少なくても、何か新しいことが生まれ広がっていくきっかけになれば、非常に有意義な投資だったと考えられますが、後のフォローがあまり感じられないという印象です。

外国人接客おもてなし講座では、様々な具体的事例や取組の具体的な提案のアイデアもありました。実際お店や施設などで使われているのかどうか、そこから発展してお店なりにアレンジして新しい取組行っている所があるのではないかなど、そういったところをピックアップし、周知することで、さらに広まりも出てくると思います。また、取組事例を評価すれば、評価されたお店のPRにもなりますので、そういった点も有意義ではないでしょうか。事業を実施し、評価で何人参加しましたということで終わらずに、フォローしていくことによって、より評価が広まっていくのではないかという点を意見として、述べさせていただきました。

<鈴木委員>

お手元に資料をお配りしていますので、これに沿ってお話します。

第1回会議では、労働生産性を高めていくことが、地元で働いてもらう、定住人口増やしていくために非常に重要ではないかという話をさせていただきました。労働生産性を上げていく上で、交流人口をどう増やしていくかという視点が非常に重要だと思います。当社では現在、バスと観光の両面で取り組んでいることと合わせて、こういったこともできるのではないかという話をさせていただきます。

広域観光と接続交通の実現についてであります。今年、北海道新幹線の開業や仙台空港の民営化などがありました。公共交通、交通機関で人が受け入れ易い状況というのが、どんどん広がっています。その中で最も重要になるのが接続交通です。二次交通という言葉もしますが、新幹線の駅や空港からどのように二次交通で繋いで観光地まで広がっていくかというところが重要で、東北が、我々事業者が頑張らなければならないのですが、他のエリアに比べて、弱いところがあると考えていまして、駅や空港からの二次交通をどう広げていくのが課題です。

また、北海道との連携では、フェリーも今度、宮古港に入ってくることから、全体をネットワークとして繋がるように作っていく、このことが個人型に変化している旅行動態にとって、非常に重要だと考えています。広域観光ということで、盛岡市だけにお客さんと呼んでくるというよりは、もっと広い面で、沿岸であったり場合によっては北東北だったり、東北全体だったり、モデルルートを作りながら、しっかりと公共交通ネットワークが張り巡らされているという環境をどう作っていくのか、というのが重要と考えています。

その中で我々の取組として、盛岡市内の定期観光バスを運行しています。現在、盛岡市にもボランティアガイドの部分でご協力いただき、盛岡駅から市内の観光地を巡るバスというのを走らせています。また、沿岸まで組んだコースでは、盛岡駅から沿岸に行き、浄

土ヶ浜や三陸鉄道にも乗って頂いて、龍泉洞を回るといった観光ルートと合わせた二次交通も非常に重要ではないかと考えています。こうした二次交通については、事業のスタート時点からお客様がたくさんいらっしゃるものではありません。ただ鶏と卵ではありませんが、二次交通がなければ、お客様はなかなか来ることはできない。そこは事業者がリスクをとる部分になりますが、官民連携により、まずは一定の協力や補助を行政に担ってもらい、二次交通を充実させることで、観光客を呼び込もうと、さまざま企画しています。こういうものをどんどん作りながら、首都圏等で周知PRすることで二次交通を作り上げていこうとしています。

次に、観光客を呼び込もう、あるいは魅力ある観光地を作っていこうとした時に、盛岡市の特色や他と組んでルートの中に盛岡市を入れた時に、どのような魅力として位置づけられるのかについてです。市としても、観光地の整備といいますか、魅力を高めるような施策を合わせて実施するが重要ではないでしょうか。例えば、盛岡市は非常に川が多いところですので、屋形船や蛍の観察観光、川床など川を活用した観光地づくり、市の歴史ある景観、街並みを上手に発信しながら観光してもらえるルートづくりも考えられます。

海外インバウンドを増やしていくという点では、例えば日本旅館文化お泊り体験のような体験型のプランを作って、呼び込むといったことも考えられます。一方で、日本には海外から2,000万人以上来ていますが、東北にはその1%程度しか来ていない。その中でどのように海外インバウンドを取り込んでいくかという点で、わが社では今年7月に台湾事務所を設置しまして、日本に着いてからの交通とか宿泊の手配全般を取り扱っています。また、我々の企画を台湾のエージェントを通じて販売してもらうことで、台湾からの集客、誘致を進めていこうと取り組んでいます。しかし、インバウンドだけではなかなか厳しい部分がありますので、この取組と合わせまして、アウトバウンド、言い換えれば盛岡からも多くの人に台湾を訪れていただくという取組も行っています。

市でもアウトバウンドとして、市民に対してのメッセージや台湾の良い所をどんどん発信するなどの取組を実施してはいかがでしょうか。

最後に、教育旅行についてです。一つは北海道新幹線開通によって、今まで札幌以南の公立中学校が盛岡に来ていましたが、この一部が仙台まで行ってしまい、南東北を回るケースが非常に増えています。盛岡や北東北に修学旅行で来てもらうには、特長ある盛岡市の修学旅行誘致ということで、まちづくりや受入体制づくりと合わせて情報発信する必要があるのではないのでしょうか。逆に、函館の小学校は来てもらえるチャンスになりますので、プロモーションも強めていければと思います。

もう一つは、マイルについてです。盛岡市はとても力を入れていますが、我々は意外と中小のマイルを取り扱うケースが多くありまして、このような200人規模くらいのマイルやエクスカージョンを補助し、中小のマイルにもっとフォーカスすると、広がりや伸びしろが大きいと考えられますので、ご検討をお願いします。

<植田座長>

3名の委員からご発言頂いた内容については、事務局で今後の取組の参考にして頂きたいと思います。必要に応じて、総合戦略にどう盛り込んでいくかということについてご検討頂きたいのですが、並行して3名の委員のご発言、ご提言に対して、何かご質問等あり

ましたらお願いします。

<船場委員>

先週、東京での学会の後、20人くらいの外国人が盛岡に来ました。聞くと、南部鉄器や久慈の琥珀を買いたいと。皆さんそれらを知っていて盛岡を訪れました。現在、消費税を除いて買えるカードが世界中にあります。外国人が買い物をするときには、そのカードで使います。そうしないと空港で手続きしなければならない。実は、そのカード、盛岡で使えるお店はありません。なので、皆さん買えませんでした、鉄瓶。支払おうとしてカード出したら使えない。これはもったいない話です。びっくりしました。そのことを含めて、インバウンドで消費を増やして欲しいと思います。

<植田座長>

皆さんのご提言も貴重です。費用対効果をぜひ念頭に置いていただきたい。

こちらから周知・告知・情報発信していくことが必要ですね。佐藤委員のインアウトという考え、盛岡で部品調達、要するに仕入れて販売すると。KPIの検証に民間のデータを活用する方法も有効です。

<熊谷市長公室長>

大変貴重なご意見を頂きました。インアウトという発想は非常に重要だと思っています。外貨をどうやって獲得するかといった感覚を常に持ちながら、地方創生を考えていきたいと思えます。

畠田委員ご指摘の費用投入との効果の関係については、そのとおりであります。費用対効果というのは、行政活動全般について、常に考えなければいけない大切なことです。

また、鈴木委員からご提言ありました交流人口について、訪日客が2,000万人を超えたと言いつつも、大部分が東京・富士山・京都のゴールデンルートであって、東北には少ないということは、私どもも危機感を持っています。東北各県の県庁所在都市と連携を取りながら、東北へのインバウンド誘致に取り組んでいるところであります。それから盛岡の特長である川を生かした観光づくりなど、これからの取組の参考にさせていただきます。貴重なご意見ありがとうございました。

<植田座長>

それでは、本日の議題に入ります。議題1「盛岡市まち・ひと・しごと創生総合戦略の今後の取組について」事務局から説明をお願いします。

<藤澤企画調整課長補佐>

(資料1～5について説明)

<植田座長>

ただいま、事務局から説明がありました。ご質問、ご意見がありましたらお願いします。

< 鳥田委員 >

自分自身も関わった資料3の地域住民生活等緊急支援交付金の効果検証についてです。

効果検証が「有効であった」と「有効とはいえない」の2つだけで、それ以外の選択肢がない。そして、事業は、現実と望ましい姿のギャップを埋めるために企画、実施されるものであると私は認識していますので、すべての事業に必要性はあると思います。

KPIを基に「有効であった」、「有効ではない」を判断するために、事業費と利用頻度や回数などを読み解きながら、提供された情報に基づいてのみ、自分の感覚で回答しました。資料中の「有効であった」の意見でも、有効であった点が多いから、無条件で有効と判断しているわけではなく、有効ではあるが、さらに工夫が必要という意見が多々ありますので、資料3の結果は注意して見る必要があります。

また、イベントなどを何回実施し、何人集まるかは、いわゆるアウトプットです。結果として、ある目標を達成するためにどういう効果や成果をもたらしたかという、アウトカムの視点での指標があまり見当たりませんでした。条件付きの意見がありますので、各委員の意見が触れている疑問点などは、反映し対応していただくようお願いします。

指標の設定では、盛岡芸妓の養成が観光客の増加に結びつくとするのではなく、盛岡らしい伝統文化を育み維持していくという効果を考える必要があります。観光客見込みで捉えるよりも、別の把握の仕方、指標の設定の仕方があるのではないのでしょうか。何かをやれば必ず結果は出て来きます。結果は大切ですが、結果が何をもたらすか、だから効果があった、あるいはなかった、というのが本来の評価の仕方ではないかという事を意見として申し述べさせていただきます。

< 熊谷公室長 >

御意見のとおり、我々も常に成果を意識していますが、把握に当たっては満足度やアンケート調査などとなっている現状です。今後、指標の設定に当たっては、アウトカム意識し、把握するよう努力いたします。

< 橋本委員 >

資料1の4ページ、戦略4の経済の好循環の促進に、農林・商工観光と連携した「しごとの創出」と「生産性の向上」に向けた施策の推進とあります。

「しごとの創出」は分かりますが、「生産性の向上」は具体的にどう反映されているのでしょうか。労働生産性の向上に向けた施策の推進が、資料からは読み取れませんでした。

< 熊谷公室長 >

言わんとするところは、盛岡の場合、食品製造業が良い例ですが、年間の付加価値額が全国平均に比べて低いという実態があり、その実態を意識して、新商品開発など、より高付加価値化に結び付けたいということです。全体的に言葉の表現が不十分ですので、次回までに改めます。

< 橋本委員 >

生産性の向上は、一般的には何らかのリノベーション的な要素が加味される必要があります。生産性を高める、イコールリノベーションだと思います。生産性の向上という表現

を生かすのであれば、そういう視点で、記述なり施策なり取組の方向を検討された方が良いと思います。

<熊谷公室長>

労働生産性の向上は、一人当たりの付加価値となりますので、人を減らして同じ仕事をするか、同じ人数でより高い付加価値を出すか、基本的にはこのどちらかを進めていくこととなります。

なかなか1企業だけでは難しい販路開拓など、新しいリノベーションをどう構築・支援していくかは、重要な意味があると思います。労働生産性の向上は、企業の努力が基本であって、その中で生産性が上がりやすい環境をどのように作っていくかというのが行政の役割であると考えています。

ジョブ型の人達が生産性を上げるために様々なサポートがあれば、市内に事業者が増えたり、生まれたりし、結果として仕事が回ってくる事になります。このような事業者や環境に何が不足しているのか、というところを突き詰めていき、どのような支援が可能なのか研究・実施していくことが必要だと認識しております。

<橋本委員>

仕事の創出と生産性の向上は、見方を変えると真逆の関係になります。労働生産性の向上の一つの側面として、機械化すると人が要らなくなるという面があり、従業員の数を減らすこととなります。しかも、機械化により生産性が上がるというように。労働生産性の向上は、雇用を減らしていくという側面はある訳なので、一方で仕事を創出して生産性を向上させる際の表現は、注意が必要であると思います。

<畠田委員>

少し異なる視点ですが、戦略4の経済の好循環の促進というところは、非常に重要な項目であると思います。私自身も非常に関心を持っています。

経済が好循環して地元の企業が活発になれば、就職の促進や転職・転出にも歯止めが期待され、様々なところにプラスに働くのではないかと感じます。

ここで、ぜひ大切にしてほしいのは、地域の市民目線であったり、地元の方々が日常的に使っているものや非常に人気のあるものであったり、何か観光客に新しいものを、新しい物産を作ってみようという気持ちです。

例えば、新商品開発コンテストから、何か新しいものを、物珍しい面白そうなものを作ってくださいという事ではなく、今市民に人気があるもの、非常にうけているもの、そういったものをきちんと掘り下げて、見つけて、クローズアップしていくことの方が、非常に有効ではないか、大切ではないかと思います。いわゆる観光のお土産よりは、地元の方々が普段好きで食べたり飲んだりしているものなどを知りたいという方は、非常に多いのではないのでしょうか。

例えば、11月の最後の土曜日に、非常に寒い中でしたが、今年最後の「よ市」ということで、ベアレンのビールを飲みに行きたいという方、特に県外からの方が結構いらっしゃる。わざわざそのためだけにいらっしゃる。こういったものは、非常に価値があり、注目

されています。お土産を買っていくより、福田パンを持って行ったほうが県外の方に喜ばれたりすることがありますので、このような視点を大切に、この施策を進めて頂きたいと思えます。

テレビでは、ほとんど東京の話ばかりで、東京でお洒落なお店ができたというニュースが全国に流されることで、東京に憧れたりするのだらうと思えます。しかし、東京のお店に負けていない結構良いお店というのは、盛岡にも岩手にもたくさんありますので、やはり地元の市民目線で、地元にあるもの、良い物を掘り下げて注目していく、クローズアップしていくという取組が大切だと思えますので、ぜひそういった視点は生かして頂きたい。

<藤澤農林部次長>

農林部では現在、6次産業化などに取り組んでいます。今お話がありましたように、すでに地元にあつて、本来もっと人気が出るべきで、なかなかスポットが当たらないという事について、旅行会社や飲食店の情報提供を行っている企業と連携を計画しているところです。これをきっかけに、企業のお墨付きなどを入れるなど、地元の食材を地元の方に知ってもらい、より消費してもらうよう取り組んでいきたいと考えています。6次産業化だけではなく、今ある農畜産物そのものだけでもPRを強化して、市・内外の方に味わっていただく取組を外部の意見も聴きながら、進めていきたいと考えています。

<伊藤委員>

資料2の人口減少における社会動態について、25歳以降の県外転出の要因を分析とあります。調査・分析も大事ですが、民間やその現場の改善に力を入れていかないと、状況は変わらないのではないかと感じています。

辞めるには、会社に何かしらの問題というのがあります。例えば親が病気だとか、皆さんオブラートに包んだ言い方で離職されていきますが、実際は会社に何かしらの不満があつてというところが現状だと思えます。

3年以内の大卒の離職率が、厚労省から発表されました。平成25年3月で大卒が31.9%、高卒では41.7%となっています。事業所規模で29人未満では、49.9%と新卒者のほぼ50%が辞めているという結果です。岩手県内はほとんどが小規模事業所のため、このデータと比較し、県内が全国平均の10ポイント高い結果となり、25歳以降の県外転出の要因とマッチしていると考えられます。

ワーク・ライフ・バランスの取組が、離職率対策の鍵になるのではないかと強く思えます。昨年、盛岡市のワーク・ライフ・バランス講座に参加しました。今後も講座を継続していくという文書がありますが、是非ご提案したい部分があります。それは、企業のトップや人事担当者など、現場に影響力がある方に受講していただくということです。一般の職員が受講し、持ち帰っても、なかなか社内の改革をするような立場にない方が多く受講していたという実感があります。講座を受けて終わりではなく、それを会社に持ち帰ってどのように会社を変えていくか。ワーク・ライフ・バランスに取り組んだだけではなく、最終的に残業が削減したなど、私は企業の業績も向上しなければいけないと思っています。そこには、いかに会社の付加価値を上げるかや業務の効率化をしていくかの全ての集結がその結果に結びついていくので、必ず効果があることだと思えます。

札幌市では、育児休業に市独自の助成金があったり、アドバイザーの派遣があったり、表彰制度があったりと、いろんな取組がありますので、ぜひ講座も受けて終わりではなくて、その後のフォローやワーク・ライフ・バランスに取り組む企業同士の情報共有の場が必要だと思います。

例えば民間では、看護協会でもワーク・ライフ・バランスに取り組んでいます。医療の現場も労働が過酷なため、それぞれの医療機関でプロジェクトを立ち上げ、相互に情報共有し、3年くらいになります。このような取組について、盛岡市が旗を振って一般の事業者提供していくことも一つの方法だと思います。

<植田座長>

この件に関しては、市と県立大学と共同で調査・分析しようとしているところです。

とても貴重な御意見であり、20代後半の若者が転出している状況、特に女性が転出している、その理由は何なのか。就業環境なのか、長時間労働や賃金なのか、あるいはワーク・ライフ・バランスの問題、子育ての問題なのかなど、第1回会議の話題にもなりましたが、女性が閉塞感をもってしまい、転出していく。様々な要因があると思いますが、要因を明らかにしないと対策立てられないので、まさに今の御発言を我々研究員も生かしていきたいと思います。

市と県立大学で、どうして転出しているのか、それに対して1年くらいかけて調査研究をしたいと思います。

<伊瀬谷保健福祉部次長>

ワーク・ライフ・バランスについて、市では、多くの部署で様々な切り口で取り組んでいるのが実態であると認識しています。ワーク・ライフ・バランスの取組を進めてきたなかで、今年度、県と一緒に年間の優秀企業を表彰いたしました。多くの企業が参加し、取組事例の発表も併せて実施することで、ワーク・ライフ・バランスの普及・啓発につながっています。

講習は、一般の職員の参加であっても、職場の上司や経営者に中身を伝え、職場で取り組んでもらえるように、と考えています。実践事例等の発表を通じて、正しいワーク・ライフ・バランスの共通意識を持つことが大事であるため、企業のトップを対象にした講座も開催し、どのような取組が効果的なのかを企業のトップが意識し考え実践につながるよう、次年度も取り組んでまいります。

<鈴木委員>

企業の良い取組を、模範的な取組やモデルとして横に伝播していくことは、非常に重要だと思います。当社で、みちのりホールディングスグループで、東北と北関東に今バス会社が6社ほど運営していますが、我々の一番の強みというのは、広域連携で各社のベストプラクティスを展開できること、それにより生産性を上げていくということに取り組んでいます。今取り組んでいる企業を横にうまく広げながら、労働生産性のアップに繋げていくことが非常に重要だと思います。

一方で、悪い企業というか、ブラック企業や長時間労働がなかなか直らない企業などに対してどうメスを入れていくか、も必要であると思います。そういった企業が公表される、きちんと改善するように指導する、それでも是正できない場合には、極端に言うと退場してもらおう。それくらいの環境づくりにより、盛岡にはブラック企業がない、そういった企業は盛岡ではやっていけない、ということにつながると考えられます。

2方向合わせて取り組んでいくことが、必要だと思えます。

<〇〇委員>

今のブラック企業を排斥するような、そういう企業を少なくしていく取組について、市が実施するには課題が多いと思います。しかし、このような考え方も取り入れながら、ワーク・ライフ・バランスが盛岡市のブランドとして、市のイメージアップに繋げていくということも大事なところだと思います。その辺も考えながら進めて頂きたいと思えます。

<船場委員>

盛岡市に限った話ではないですが、先日のニュースで、女性で出産後も働きたいと言っている割合が、10年前に比べて4倍に増えたとありました。要は、出産したら辞めると言っている人が4分の1になった。この10年で4分の1になったというのは凄いことだと思います。

普段、学生と常に接していて、そういった傾向があるのではと分かっているつもりでしたが、驚きました。相当、大人世代が意識を変えていかないと。30代の意見を聞いても、もう古い傾向かもしれない。ワーク・ライフ・バランスのことをしっかり考えていくというのはとても大事だし、すぐに成果が出るもではないわけですが、我々が相当意識を改革していかないと、若者の意識に社会は追いつかないと感じましたので、かなり思い切ったことをやっていくべきではないでしょうか。

また、資料1の戦略4と戦略8に地域おこし協力隊の表記がありますが、盛岡市の現状と、今後の導入の方向性を教えてください。

<熊谷公室長>

地域おこし協力隊については、来年4月からの導入を目指して、取り組んでいるところです。

<船場委員>

現在、COC+の関係で県内を回ってしまして、県内では、採用から10年くらいの実績がある市町村などもあるのですが、上手くいっているところと、いかなかったところに分かれています。

はっきりと、こういう事をして欲しいと点が明確でないと、採用する側もされる側もいい関係を築けない場合が多いとのことでした。2つの戦略に関し、地域おこし協力隊という表記が出ていましたので、何をして欲しいのか、どんな人が必要なのか、そして最終的に何を指すのかという点を明確にして、取り組む必要があります。

<熊谷公室長>

ご意見ありがとうございます。先進事例をいろいろ研究・調査しますと、隊員本人がやりたい事、市がやってほしい事、また地域でこのような役割を期待する、そういった3者の想いが合致して、いい取組につながっています。

市でも、地域の皆さんの意見や思いをお聞きして、一緒になって進めていこうとしております。ご意見を踏まえまして、今後より良い取組につながるよう努めてまいります。

<植田座長>

冒頭に3名の委員からご提案ありました。盛岡市まち・ひと・しごと創生総合戦略に反映していく方向で、お願いします。以上で議事は終了致します。

<熊谷公室長>

それでは、その他であります。皆さんから特になければ、事務局からの提案でございます。

この推進会議は、当初年に2回の開催を考えておりましたが、これまで委員からご提言のあった事については、可能な限り反映したいと思っています。その作業を今から事務局で行い、年明けの1月の中旬から下旬にかけて、3回目の会議を開催し、盛岡市のまち・ひと・しごと創生総合戦略の見直し部分をご提示した上で、ご了承を頂きたいと考えております。

つきましては、大変恐縮ですが、もう一度会議を開催することについて、ご意見をお願いします。

<村松委員>

質問しそびれたことがあるので、1点だけよろしいですか。

資料5「大学等の就職動向調査について」の2ページ、県外に就職する主な理由の部分です。先日、就職講習会の際に、若者定着のために何が必要かという講演を聞きました。その中で、ある大学のキャリアセンター長が、奨学金を受けている学生が大学では5、6割いるという話題に触れ、奨学金を返しながら生活することを前提に賃金を選択するのだから、ある程度賃金で選ぶのは当然だろうということをお話されました。

地元企業の努力不足を強く実感したわけですが、若者が定着してもらいたいと考えた際に、では奨学金返済に係る分を捻出できるかということやはりそうはいかないのが現実です。他県の例から、奨学金の返済の一部を、市や県が支援するといった施策も伺っていますが、市として奨学金に何かしらのお考えがあれば教えていただきたい。

<沼田商工観光部次長>

奨学金に係る支援の制度について、現在、県で検討していると伺っています。その状況を確認しながら、市の対応を検討していきたいと考えています。

助成金の形で支援する場合もあるようですが、その辺りは制度設計になると思います。市としても、奨学金の返済をしなければならないが故に、東京など首都圏へ行かざるを得な

いという実態を少しでも緩和するような方策について、県の対応を踏まえ、一緒に取り組んでいく必要があると考えています。盛岡エリアだけではなく、県全体での取組が地元定着につながるのではないかと思います。

<熊谷公室長>

今後の会議の日程等について、1月中旬から下旬にかけて開催することで、日程が決まり次第、皆様にお知らせいたします。

それでは、以上をもちまして、第2回盛岡市まち・ひと・しごと創生総合戦略推進会議を終了いたします。ありがとうございました。