

## 盛岡市まち・ひと・しごと創生総合 戦略における今後の取組について

### 基本目標 1 切れ目のない結婚・出産・子育て支援

本市の人口の自然減は、未婚化、晩婚化など、複合的な要因によって生じており、若年世代が、将来のライフデザインを描けるよう、情報提供や支援を行うとともに、安心して子どもを産み、育てられる見通しを持ち、願いをかなえられる環境を整えることが必要である。

このことから、結婚・出産・子育てのライフステージにおいて、仕事と家庭生活の調和を図ることや子育ての負担や不安を軽減するなど、各段階のニーズに応じた切れ目のない支援を推進する。

#### (1) 数値目標

指標	単位	H26 実績	H27 実績	H31 目標値	達成度
出生数(各年の1月1日現在)	人	2,476	2,401	2,476	△
婚姻件数(各年の1月1日現在)	件	1,527	1,588	1,527	◎

達成度：目標値を上回っている⇒◎，現状値に比べ、改善…○，現状値に比べ、停滞又は後退…△  
(参考) 各値とも、H26はH25.1.1～H25.12.31の合計、H27はH26.1.1～H26.12.31の合計

#### (2) 現状分析

##### 【戦略 1】結婚の希望に応える支援

いきいき岩手結婚サポートセンター登録者数は、平成28年4月10日現在、県内で494人、うち盛岡市分が166人で、成婚実績数（KPI）は県内実績3組となっていることから、徐々に取組の成果が上がっている。今後は、若い世代の結婚への関心を高めることや、結婚をサポートする人材を養成することにより、いきいき岩手結婚サポートセンターの効果を相乗的に高めることが肝要である。

##### 【戦略 2】安心して子どもを産み育てられる環境整備

保育所待機児童数（KPI）は、H27（平成28年4月1日現在）は「0」であり、定員拡大や認定保育園への取組など多様な事業の実施により、目標を達成している。一方で、年度初めに希望する施設に入所できない、また年度途中に入所を希望する児童が入所できないなど、保育所入所の希望がかなえられない状況があることから、一層の待機児童解消への取組が必要となっている。

「盛岡市の子育て支援策・支援活動が充実していると感じる」と答えた市民の割合（KPI）及び「子育てをつらいと感じている」と答えた子どものいる親の割合（KPI）は、いずれも数値の改善がみられないことから、その原因を見極めた対応が必要である。子育て世帯においては、経済的な負担を感じている世帯が多くあることや育児不安・悩みを解消できないことなどがその要因と考えられることから、子どもの健康や育児全般、教育など包括的な支援が必要である。

### 【戦略3】ワーク・ライフ・バランスの推進

ワーク・ライフ・バランスの推進については、27年度に新たに取り組み、企業等（人事担当者等）に対する研修会の実施や情報提供に努めているが、今後についても、ワーク・ライフ・バランスの重要性について、多くの企業経営者や子育て家庭、子育て中の父親などに繰り返し周知しながら、実践につながるよう取り組んでいく必要がある。

ワーク・ライフ・バランス表彰事業については、岩手県が「働き方改革アワード」を実施することから、連携を図り一体的な取組を行うとともに、企業が表彰を受けることができるよう、表彰制度の周知を図る必要がある。

### (3) 平成29年度において重点的に取組む事項

#### 【戦略2】 安心して子どもを産み育てられる環境整備

##### ○ 保育所待機児童の解消

待機児童解消への取組が、さらに求められていることから、保育所等の入所人員の拡大に取り組む。

また、保育士を確保するため、引き続き処遇改善に取り組むとともに潜在的保育士の就労を促すための研修や新人保育士への研修に取り組む。

##### ○ 育児不安の解消

- ・ 今年度設置した「子育て世代包括支援センター」において、保健師等の専門職による妊娠期から子育て期にわたるまでの総合的な相談支援を提供するワンストップ拠点の運営を行い、妊娠・出産・育児期における切れ目のない支援を強化する。
- ・ 乳児家庭の全戸訪問を実現し、子育て家庭の育児不安の解消や孤立化防止に取り組む。
- ・ 平成28年度中に開設することとしている「子育て応援プラザ」について、積極的な周知に努め、リラックスルームや室内遊び場、セミナールーム等を提供する公共エリアの利用の促進を図るとともに、子どもと離れずに働くことができるワーキングスペース及びカフェを提供する民間事業と連携しながら、社会全体で子育てを支援する機運を高める拠点施設としての定着を図る。
- ・ 子ども未来基金を活用し、市民等が行う子ども及びその保護者に対する支援に要する経費に対し補助金を交付する。また、平成28年度に補助金を交付した事業の成果をリーフレット等により広く公表するとともに、クラウドファンディング等も活用しながら企業・個人から寄附を募る。

#### 【戦略3】 ワーク・ライフ・バランスの推進

##### ○ ワーク・ライフ・バランスの取組の充実

個人単位で育児と仕事の両立を図る上で、社会全体として仕事と生活の調和が取りやすい環境が整備されることが重要であることから、民間企業の人事担当者向けの働き方見直しコンサルタント養成講座を引き続き実施するとともに、民間企業における個々の実践につながるよう取組を進めていく。

また、29年度はこれまでの取り組みを継続しつつ、県が主催する「いわて働き方改革推進セミナー」と共催で、ワーク・ライフ・バランスに取り組む企業の表彰を通じて、県内の企業の優良な取組について共有するほか、これまでのコンサルタント養成講座の修了者を含めたネットワークづくりについても支援を行いながら、ワーク・ライフ・バランスのについて理解を深める取組を展開する。

## 基本目標2 若者・女性がやりがいと魅力を感じられるしごとの創出

本市の人口の社会減は、25歳から34歳までの若年世代に顕著に生じており、また、転出理由は、就職や転勤など、仕事上のものが中心となっている。25歳から34歳までの若年世代が本市に残ることは、社会増に寄与するばかりでなく、この地で働きながら、結婚・出産をすることで、自然増減にプラスの効果をもたらすことも期待される。

このことから、経済の活性化や創業支援などにより、若者・女性が、やりがいと魅力を感じられるしごとの創出を推進する。

### (1) 数値目標

指標	単位	H26実績	H27実績	H31目標値	達成度
盛岡公共職業安定所管内の就職を希望する高校3年生のうち県内就職を希望する者の割合	%	66.3	67.3	70.0	○
大学卒業生の地元就職率	%	45	45.1	55	○
盛岡公共職業安定所管内の雇用保険適用事業所数	社	8,356	8,397	8,700	○

達成度：目標値を上回っている⇒◎，現状値に比べ、改善…○，現状値に比べ、停滞又は後退…△

### (2) 現状分析

#### 【戦略4】経済の好循環の促進

卸・小売の年間販売額（KPI）は、商業統計調査の実施が5年ごと（次回調査は平成31年）のため数値はないが、岩手県内経済情勢報告（盛岡財務事務所28年7月）によると個人消費は前年から横這い傾向であることから、卸・小売の年間販売額も同様にあるものと考えられる。

製造品出荷額等（KPI）は、工業統計調査が平成28年実施のため数値はないが、岩手県内経済情勢報告（盛岡財務事務所28年7月）によると前年の低下傾向からやや回復傾向にあるものの、低い水準であることから、出荷額等においても同様にあるものと考えられる。企業誘致や既存事業所の経営力強化、起業の支援などの取組が必要である。

#### 【戦略5】地域経済を担う人材・企業の育成

市インキュベーション施設の稼働率（KPI）は、入居者が増加したことから、やや上昇しており、産学官連携による人材の育成と創業支援の取組の成果が表れている。一方で、インキュベーション施設の修了者が市内に立地・定着できるよう支援を充実させる必要がある。

#### 【戦略6】地元企業への就職の促進

ジョブカフェいわての利用者数（KPI）は、約2,000人（+7%）増加しており、若者等の地元企業への関心が高まっている結果と考えられる。

### (3) 平成29年度において重点的に取組む事項

#### 【戦略4】経済の好循環の促進

- **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**  
本市の特徴である食品関連産業やものづくり関連産業の振興を図るとともに、農畜産物などの地域資源を活用した取組を進める。  
また、地域おこし協力隊の導入等各種制度を活用し、新商品開発等地場産品の地域ブランド化や6次産業化を支援するほか、観光と結びつけた取組を推進する。
- **「食」と「農」の連携による6次産業化の推進**  
これまで取り組んできた6次産業品目の検証や更なる品目の発掘、盛岡産農畜産物のブランド力向上をはじめとした第1次産業と第2次産業、第3次産業の連携に関する施策を推進するため、新たに組織を設置し、「農」と「食」の連携に積極的に取り組む。

#### 【戦略6】地元企業への就職の促進

- **若者の地元就職・定着の促進**  
若者の首都圏等への流出が拡大している状況から、若者の地元就職・定着を推進するため、次の取組を実施する。
  - ・ 高校生に対する地元定着支援については、「地元企業の見学会」等を継続実施しつつ、企業見学会等を企業や高校が主体となって効果的に実施できるよう情報収集等の調査を行う。
  - ・ 地元企業の情報発信力の強化支援と人材採用のキーマン育成のための「企業向け研修会」を継続実施しつつ、この研修成果を、学生等を巻き込んだ検証を盛り込みながら、質の高いモデル事例として構築する。このモデル事例は地元企業に広く発信し、波及を狙う。
- **若者の人口移動、就職及び離職に関する調査・分析**  
25歳から39歳までの世代が転出超過の状況であることから、人口移動の状況及び理由、就職及び離職の状況など、若者の転出の実態を把握するための詳細な調査・分析を改めて行う。  
また、RESASを活用した分析手法を確立し、施策の企画立案への反映を図る。

### 基本目標3 東北の中核都市としての魅力・求心力の向上

首都圏等に在住する者の中には、地方へのU I JターンやCCRC※、2地域居住※などに関心を持つ者や、本市の出身者、本市居住の経験者などで本市にゆかり（「縁」）のある者がいる。

本市への移住や定住を促進するためには、地域資源を生かした観光振興・コンベンション※誘致などにより、交流人口を増加させるとともに、人口減少の中でも経済活動の活力を維持し、人を惹きつける魅力と求心力を創出していく必要がある。

このことから、東北の中核都市として魅力ある・求心力のあるまちづくりを推進する。

※CCRC……高齢者が移り住み、健康時から介護・医療が必要となる時期まで継続的なケアや生活支援、サービス等を受けながら生涯学習や社会活動等に参加するような共同体こと。Continuing Care Retirement Communityの略

※2地域居住……都市住民が農山漁村などの地域にも同時に生活拠点を持つこと。

※コンベンション……人、情報、知識、物などの交流の場、集まりを指す。本来は「会議」を意味するが、ある地域に、人、情報、知識、物呼び込むシステムを総称して用いられる。

#### (1) 数値目標

指標	単位	H26実績	H27実績	H31目標値	達成度
20歳から39歳までの人口移動数	人	△107	△315	0	△
うち転入	人	6,439	6,464		
うち転出	人	6,546	6,779		
観光客入込数	万人回	497	509	500	◎

達成度：目標値を上回っている⇒◎、現状値に比べ、改善…○、現状値に比べ、停滞又は後退…△

#### (2) 現状分析

##### 【戦略7】盛岡ファン・交流人口の増加

宿泊観光客数（KPI）は、27年は97万人回と横這いとなっている。一方で、外国人観光客入込数（KPI）は、1.4万人回と増加している。国の新観光戦略では訪日外国人旅行者の目標を4,000万人としている。全国的には訪日客は増加傾向にあるが、東北地方において訪日客は少なく、本市においても外国人の受入環境（案内の多言語表記等）の整備などが課題となっている。

##### 【戦略8】地元への愛着の形成、移住・定住の促進

U I Jターン相談件数（KPI）は、27年度8件と少ない状況にある。

地元への愛着の形成、移住・定住の促進については、幼児期からの郷土愛の形成や盛岡の魅力を引き上げ「選ばれるまち」となっていく必要がある。そのためには、さまざまな角度からの取組が必要となっている。

### (3) 平成29年度において重点的に取組む事項

#### 【戦略7】盛岡ファン・交流人口の増加

##### ○ インバウンド誘致の推進

訪日客は、全国的には増加しているものの、東北地方では伸びが小さく、外国人の受入環境（案内の多言語表記等）の整備などが課題となっていることから、インバウンド誘致推進のため、当市を含む盛岡広域がターゲットエリアとする「台湾」「オーストラリア」「タイ」へのプロモーションを強化するほか、盛岡広域及び岩手県内観光の基点となる盛岡駅の観光案内所に外国人対応が可能な案内人を増員し、外国人向け観光案内所の充実を図るなど、外国人観光客に配慮した受入環境の整備を推進する。

##### ○ スポーツツーリズムの推進

希望郷いわて国体・希望郷いわて大会の成功（遺産）を未来に引き継ぐためのオリンピック事前キャンプ地の誘致やプロスポーツとの連携、スポーツツーリズムを通じたまちづくりを推進する。

##### ○ 交流人口の拡大

農産物や自然など地域資源の活用し、交流人口の拡大を図るため、既存公共施設や道の駅など地域拠点施設を整備し活用するなど、交流・体験機能の拡充や情報発信を通じて、交流人口の拡大や地域の魅力発信を行う。

#### 【戦略8】地元への愛着の形成、移住・定住の促進

##### ○ 移住・定住の促進（地域おこし協力隊の活用）

当市の中山間地域の人口減少が著しいことから、地域産業の振興と地域の活性化、及び移住・定住を促進させるため、「地域おこし協力隊」の導入を推進する。

※「地域おこし協力隊」… 都市地域から過疎地域等の条件不利地域に生活の拠点を移した者を、地方公共団体が「地域おこし協力隊員」として委嘱するもの。隊員は、一定期間、地域に居住し、地域ブランドや地場製品の開発・販売・PR等の地域おこしの支援や農林水産業への従事、住民の生活支援などの「地域協力活動」を行いながら、その地域への定住・定着を図る取組のこと。

##### ○ 本市の魅力を生かしたプロモーション

本市の強み（例：子育てにやさしいまち、自然と都市環境が調和したまちなど）を生かしたプロモーション活動の手法を研究する。