

令和2年度 山陰両県若手職員交流・連携 プロジェクト

～都会へ転出した若い女性が戻り、
定着する山陰地方を目指す～



鳥取県マスコットキャラクター「トリピー」

<鳥取県>

浦林 あゆみ
水本 光
津村 友斗
定久 侑生
前田 春香



鳥取県観光キャラクター「しまねっこ」

<島根県>

今岡 明信
吉浦 杏奈
家迫 秀和
板井 一馬
山本 なつみ

令和2年10月30日

発表の概要



- はじめに
- 現状把握、課題の抽出
文献調査
アンケート
ヒアリング
- 課題解決のための施策提案
- まとめ

はじめに

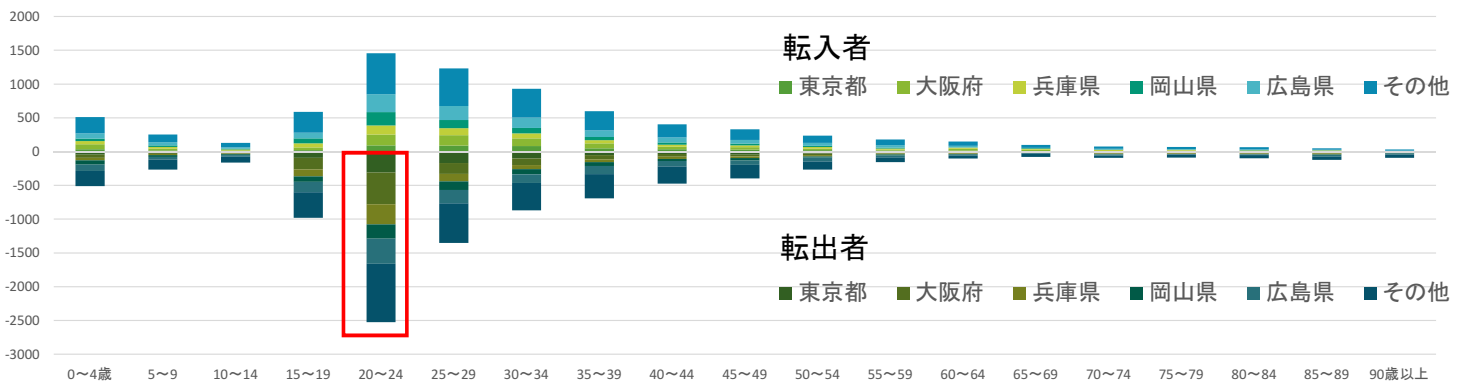
2040年将来推計人口



国立社会保障・人口問題研究所
推計人口(島根県・鳥取県)

テーマについて

転出入者数(女性)(2019年住民基本台帳移動調査)



県外へ進学した女性が、
就職を機にUターンし、定着する仕掛けの提案。

現状把握、課題の抽出

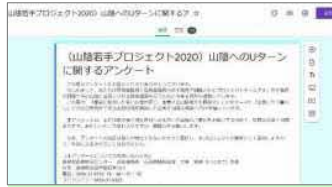


文献調査

各種統計調査
新聞、雑誌、書籍など



- テーマ所管課、チームメンバーでの意見交換
- 事務局への状況報告会の実施



アンケートの実施

- **実施方法:**とりふる登録者、(一財)地域・教育魅力化プラットフォーム登録者へメールで案内しオンラインで回収。
期間: R2.8.3~8.13
回答者:首都圏関西圏の学生中心に157件(うち女性105件)の回答



ヒアリングの実施

- **フリーランス**
- **副業実施者**
- **企業**
株式会社鳥取銀行、リコーITソリューションズ株式会社、株式会社バイタルリード、モルツウエル株式会社、株式会社トレンダーズ
- **都会へ転出した若者**
期間: R2.9.18~9.25
回答者: 36名

5

文献・資料から見えてきたもの(Uターン全般)

◎Uターンしない理由

- コミュニティが狭すぎるから。
- 仕事がないから。
- (女性は特に)帰りたいが地元の価値観(女性への偏見*等)になじめないから。
*結婚、出産、働き方に対する価値観など

◎Uターンを意識したきっかけ

- 将来のライフプランを考えた時、帰省时。

移住等の増加に向けた広報戦略の立案・実施のための調査事業報告書(令和2年3月内閣官房まち・ひと・しごと創生本部事務局)

◎女性Uターン者が居住地を選択した理由

- 職場の近さ、相談・世話をしてくれる人、家族と過ごす時間。

若者定住要因アンケート調査(2019年島根県中山間地域研究センター)

◎Uターン後に実家のある地域以外へ移住したくなる理由

- 生活の利便性の向上。
- (親等)家族から離れ新たな住まいを設けるため。

◎その他

- Uターン後、何かしらの地域活動や近所づきあいをしている人ほど、定住意向が高い傾向がある。

Uターン者等への意識調査結果(平成29年3月 島根県)

6

文献・資料から見えてきたもの(若者の傾向)

◎Z世代*の価値観 *16歳～24歳を中心としたソーシャルネイティブ世代

- 経済的には保守的。
- インターネットの利用はSNSが中心。「多様性には寛容であるべき」「無理強いやハラスメントはしない」「人にあわせるより、あう人という」とお互いの価値観を尊重する傾向。群れ(仲間内)だけでシェアすることを好む。

日本のZ世代を理解しようVer.2020.04.01(ビジネスブレークスルー大学 専任教授 佐藤 徹氏資料)

◎若者の企業選択

- 女性は1位「自分のやりたい仕事(職種)ができる会社」、2位「安定している会社」、3位「勤務制度、住宅など福利厚生の良い会社」を重視。

(男性は1位「安定している会社」、2位「自分のやりたい仕事(職種)ができる会社」、3位「給料の良い会社」)

- 「地元企業の情報が少ない(14.4%)」「やりたい仕事がない(10.9%)」がネック。

20年卒就職意識調査、2021年卒マイナビ大学生 Uターン・地元就職に関する調査(マイナビ)

◎若者への新型コロナウイルス感染症の影響

- 自宅で作業できる環境を整える(テレワークの準備をする)人が増加。
- 教養面、実利面の両面から学びを深める傾向が一層強まっている。
- ミレニアル世代を中心に、本業+αのデュアルワーク意向が高まっている。

生活者インサイトブック(2020.06.16博報堂)

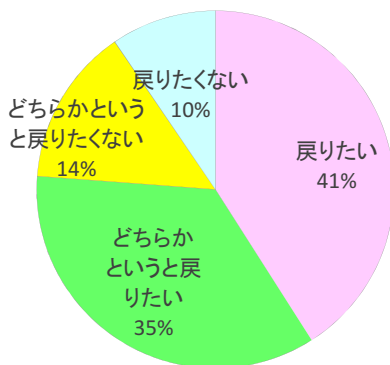
7

アンケートから見えてきたもの

戻りたいと考えている人は約8割。

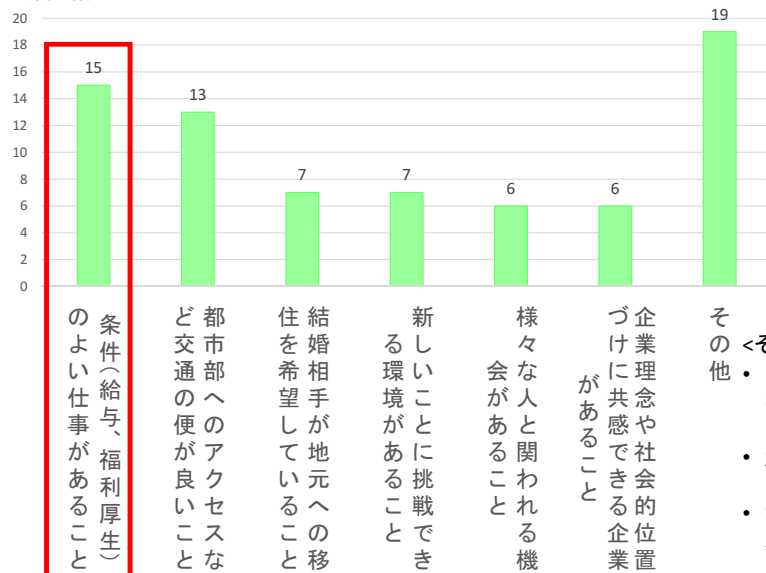
戻りたくない人も、仕事の条件が良くなったら戻ってもいい人が多い。

Q1.あなたは将来的に地元に戻りたいと思っていますか



Q2.Q1で「戻りたくない」と回答した方は教えてください。どのような条件があれば地元に戻りたいと思いますか。(複数回答可)

(単位:件)

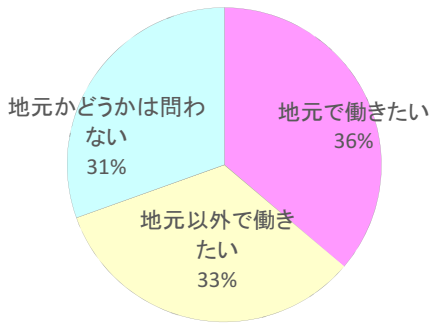


- その他
- 自分のやりたいことを応援してくれる環境があること
 - 趣味を一緒に楽しむ仲間がいること
 - 地元で自分が必要とされていると感じられること等

アンケートから見えてきたもの(続き)

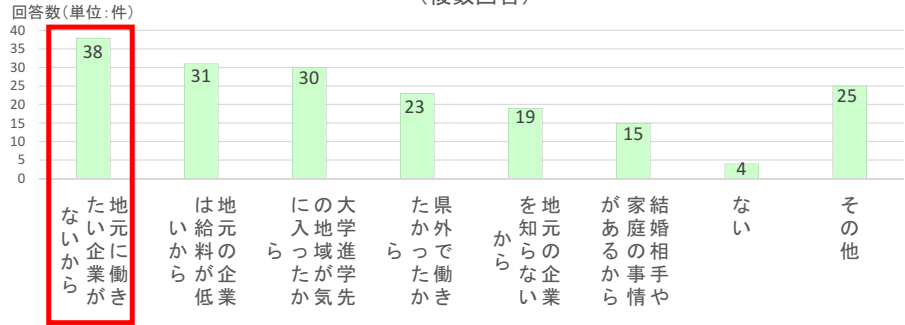
地元で働きたい気持ち強いのは約3人に1人。

Q3.あなたは大学卒業後に地元で働こうと思えますか、思っていましたか



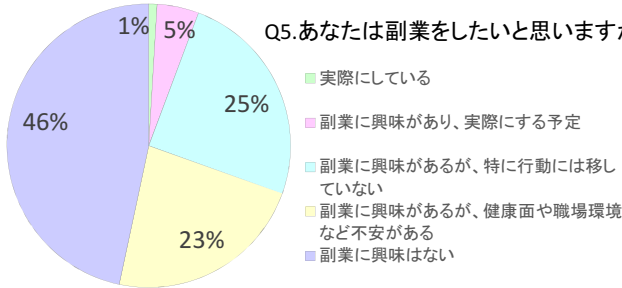
地元には働きたい企業がないから県外を選んでしまう。

Q4.あなたが地元以外で就職しようと思う・思った理由を教えてください。(複数回答)



副業をしたいと思う人は約2人に1人。

Q5.あなたは副業をしたいと思えますか。



実は...まちづくり・地域活性化イベントの実施にも興味がある。

Q6.県外在住の今、あなたは地元とどういった関わり方に興味がありますか。(複数回答可)

- 地元の特産品の購入 (51件)
- 友人・知人との旅行 (51件)
- 地元の祭りなどのイベントへの参加 (44件)
- ふるさと納税 (34件)
- 地域のまちづくり、地域活性化イベントの実施 (32件)

山陰出身、県外在住のアンケート結果から女性の回答を抽出(令和2年山陰若手プロジェクト実施)

9

若者へのヒアリングから見えてきたもの(男女共通だったもの)

●就職活動の方法

大手就活サイト・合同企業説明会・企業の個別説明会・インターンシップ。

●山陰の好きなところ

家族・友達がいるところ。自然の豊かさ。
⇔嫌いなところ:遊ぶ場所がない。

●今の仕事を決めた時期

大半は大学入学以降。
専門職の場合は小学生～大学進学前。

●人生において重要なもの

やりたいことができること。健康。人間関係。
(少数だが仕事の人も)

●地元に戻らない理由

都会への憧れ。結婚。地元の人間関係。

●普段の情報収集方法

Twitter、Instagram、Youtube、Yahoo!ニュース、Google、スマートニュース等。
新聞やテレビはほとんど見ない。



山陰出身、県外在住の20歳～29歳の方へのヒアリング結果(令和2年山陰若手プロジェクト実施)

10

若者へのヒアリングから見えてきたもの(男女で差が出た回答)

※参考
＜男性＞

＜女性＞



●就職活動で重視するもの

職場の雰囲気・人間関係 携われる仕事の規模

●住む場所と仕事どちらを先に決めるか

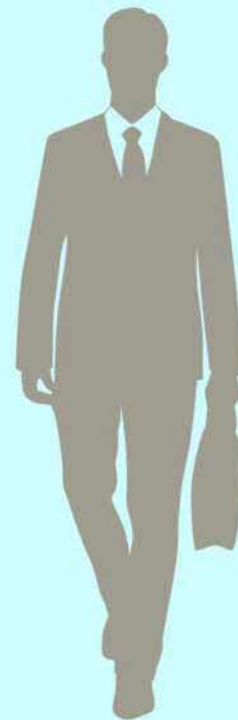
環境(職場環境・生活環境) 職種(スキルアップや給料)

●地元に戻らない理由

実家との距離感が欲しい 大きな仕事をして自己成長
ができそうな企業がない

●山陰の好きではないところ

上の世代との人間関係 先端技術や新しい情報に
触れられないこと



山陰出身、県外在住の20歳～29歳の方へのヒアリング結果(令和2年山陰若手プロジェクト実施)

11

取り組みの方向性(調査から見えてきた課題)

若いうちに山陰で働く
イメージがない。

- 地元企業の情報が少ない。
- 女性は特に普段の職場の雰囲気や人間関係を
知りたい。

実家以外の選択肢
が欲しい。

- Uターンをすると実家と
距離感が取れないと
思っている。
- 自分達の価値観を理解
してほしい。

多様な働き方の選択肢が欲
しい。

- 一つの企業でやりたい仕
事をしようとする山陰で
は選択肢が少ない。
- 20代女性の54%が副業
に興味がある一方、山陰
では複(副)業を認めてい
る企業が少ない。

社会情勢の変化、山陰地域の強み

- Society5.0による高速インターネット網の拡大。
- 新型コロナウイルス感染症の流行による地方への関心の
高まり、リモートワークの拡大、リアルなコミュニケーションの重要性の再認識。
- 女性活躍推進課の設置。

地元で輝く！
未来のキャリアビジョン
創出支援事業

山陰版Uターン促進
シェアハウス事業

パラレルワーク応援
事業

12

両県で行われてきている
取り組み



今回の提案



Uターン施策の強化

13



地元で輝く！
未来のキャリアビジョン
創出支援事業

14

事業目的

交流会以上、インターン未満の取組みを通して、 大学1、2年生に将来地元で輝く キャリアビジョンを印象づける

大学入学

1～2年生

多くの人が
希望する仕事を
決めきれていない
時期

3年生

インターンシップ

就職活動

4年生

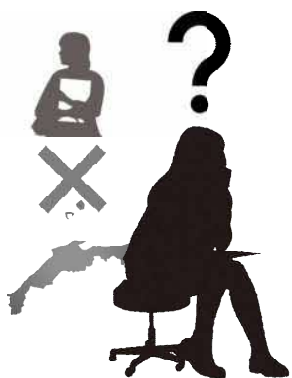
就職

15

事業概要

共同で活動・交流の提供

業務ではない活動(地域活性化イベント等)を通じて、若手会社員の人間性が見えてくる。



県外大学生



地元企業若手社員



- ✓女性 は就職活動の際に、職場の人間関係・生活環境なども気にする。
- ✓現行のインターンシップは、企業のことを知らずに参加する学生が多い。
(企業へのヒアリング結果より)

◎開催日時・場所

- ・日時 夏休み期間中4日間(3泊4日)
- ・場所 ①島根県西部エリア
②島根県東部+鳥取県西部エリア
③鳥取県中部・東部エリア



◎対象(参加者)

- ・学生:各エリア30人(6人×5チーム)
地元での就活に対して明確なイメージを持っていない就活前の学生(メインターゲットは女性)
- ・各企業:1名以上の若手・女性社員

16

実施内容

◎活動イメージ

(例):地域のPR動画の作成を学生と若手社員が地域に入り共同で実施。



1日目

オリエンテーション

4日間をともに活動するメンバーと仲良くなる。

2日目

フィールドワーク

地域をまわり、良いところを発見する。

3日目

プランニング

動画を撮影し、発表会に向けて編集作業を行う。

4日目

成果発表 意見交換会 交流会

●**成果発表・意見交換会**
学生が活動成果を発表。地元住民や若手社員と意見交換。成果物をSNSで**情報発信**。

●**交流会**
学生と若手社員との懇親会。若手社員は、**女性視点での山陰での暮らし・仕事の実態**や、学生が来年に控えた合同説明会やインターンシップ情報などを提供。
イベント終了後には、**既存交流会の情報提供を継続的に行い、若手社員と学生の関係を維持する。**

◎プログラム参加特典(学生向け)

- ①地元宿泊施設や地元飲食店を利用し、魅力の再発見
- ②山陰両県オリジナル観光名刺配布(100枚)
- ③地元企業・若手社員情報冊子配布



大学に持ち帰り、地元PRにも活用

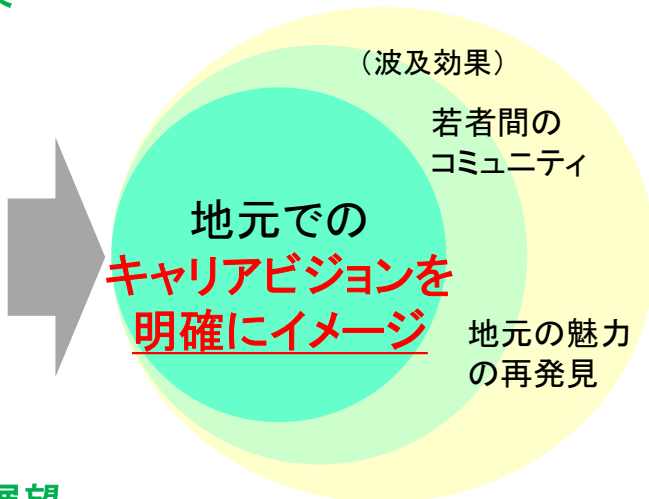


17

期待される効果・今後の事業の展望

◎期待される効果

地元就職のイメージが弱い
就活前の学生



地元企業への
質の高い
インターンや
就職活動へ

◎今後の事業の展望

モデル的に3年間実施し、平行して企業や学生主体の自立的な実施へ移行させる。

情報発信

参加者・コミュニティの拡大



持続的な
コミュニティ活動の支援

一過性で終わらせない工夫



企業寄附や
クラウドファンディング等

運営資金の確保

18



山陰版Uターン促進 シェアハウス事業

19

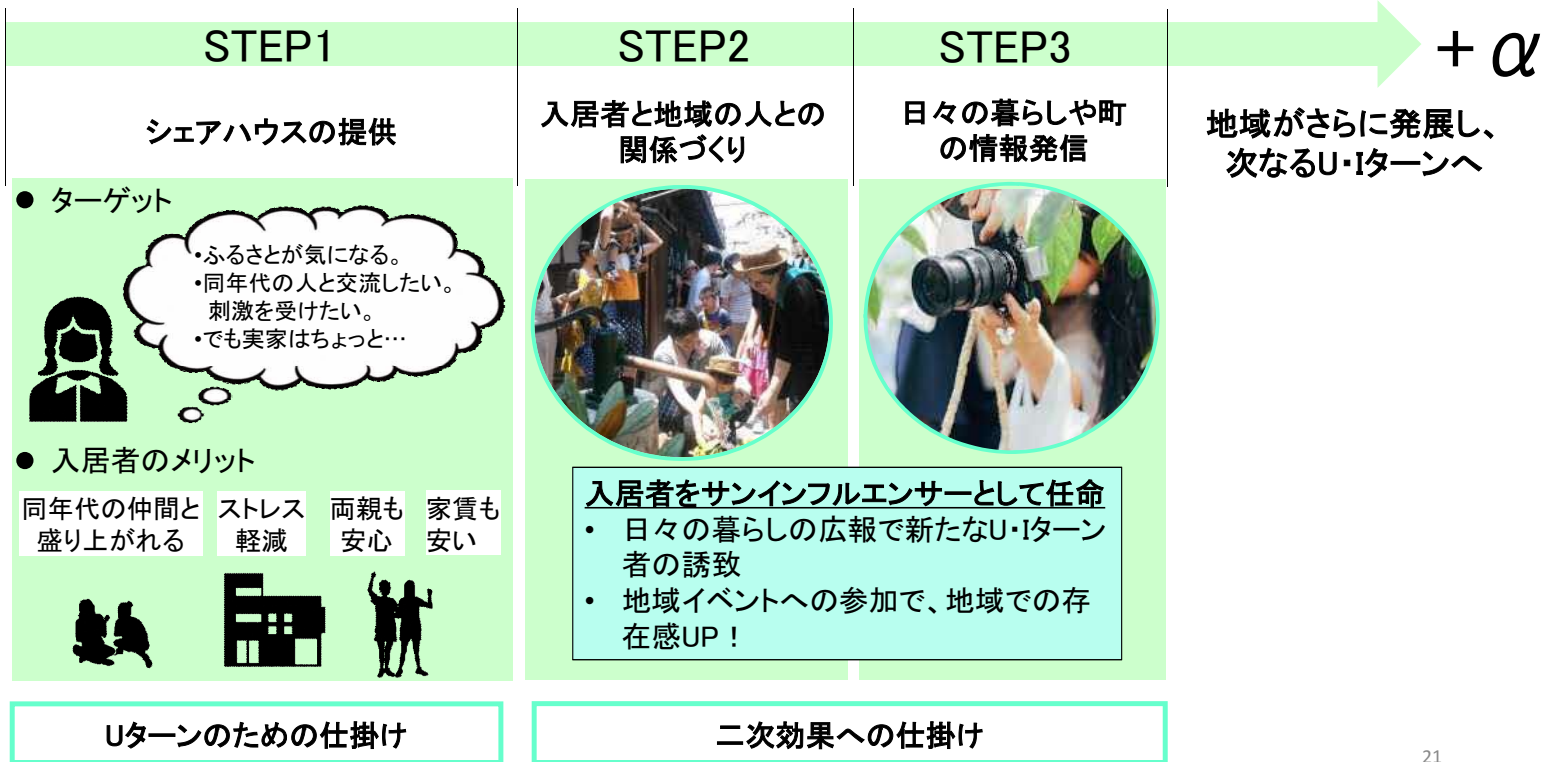
事業目的

Uターン者へ**新しい居住の在り方**を提供し、
居住者自らが**広告塔**となることで、
新たな**コミュニティ**を生み
新たな**価値観**の浸透を図る。

- 同世代の人たちと趣味や悩みの共有、刺激を受ける場を構築する。
- 実家以外の居場所を提供し、地域や人との交流を通じて、新たな価値観を創出する。
- 入居者の生の声により山陰の暮らし方のイメージアップを図る。


20

事業概要



21

実施内容

	内容	県	市町村
①住居の確保	<ul style="list-style-type: none"> 古民家を借上し、改築する。 民間の既存宿舎を活用する。 	<ul style="list-style-type: none"> 市町村への改築費用補助 	<ul style="list-style-type: none"> 選定 借上改築
②広報	<ul style="list-style-type: none"> SNSを利用して、学生へPR。 シェアハウスの見学会を実施。  	<ul style="list-style-type: none"> 広報 	<ul style="list-style-type: none"> 見学会
③募集・選考	<ul style="list-style-type: none"> 県外在住の山陰出身の女子学生を対象に募集する。 書類や面接により、入居者を選考する。(広報スキルや熱意を評価する) 	<ul style="list-style-type: none"> 募集・選考 	<ul style="list-style-type: none"> 選考
④入居	<ul style="list-style-type: none"> 入居する際に、シェアハウス入居者と地域の人が交流、顔合わせする場を用意。 		<ul style="list-style-type: none"> 企画
⑤入居後	<ul style="list-style-type: none"> 入居者は「サンインフルエンサー※」として県が任命。 	<ul style="list-style-type: none"> 家賃補助 任命 	<ul style="list-style-type: none"> 施設管理

※サンインフルエンサーとは…

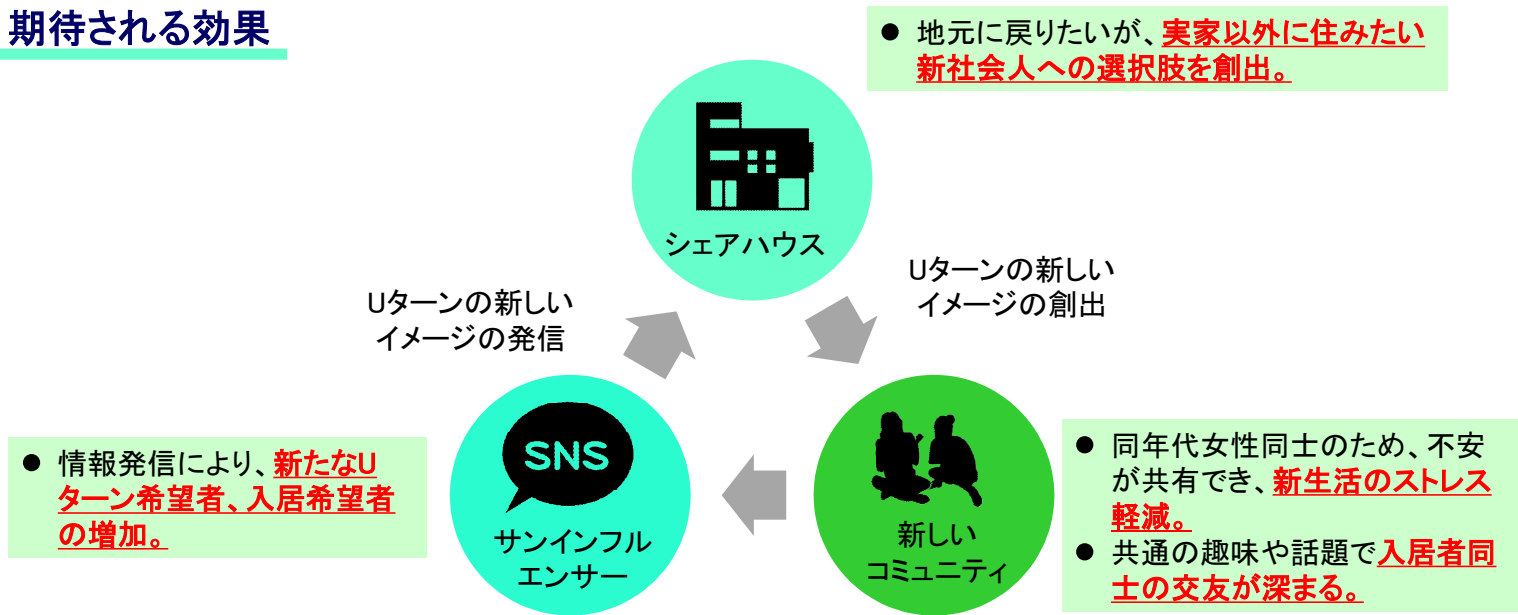
シェアハウスでの暮らしや町の情報をSNSで発信し、地域イベントにも参加する。まさに山陰のインフルエンサー！



- 任命にあたり、県、市町村から活動に対して支援する。
- 地域イベントにも積極的に参加し、住民とともに地域を盛り上げていく。

22

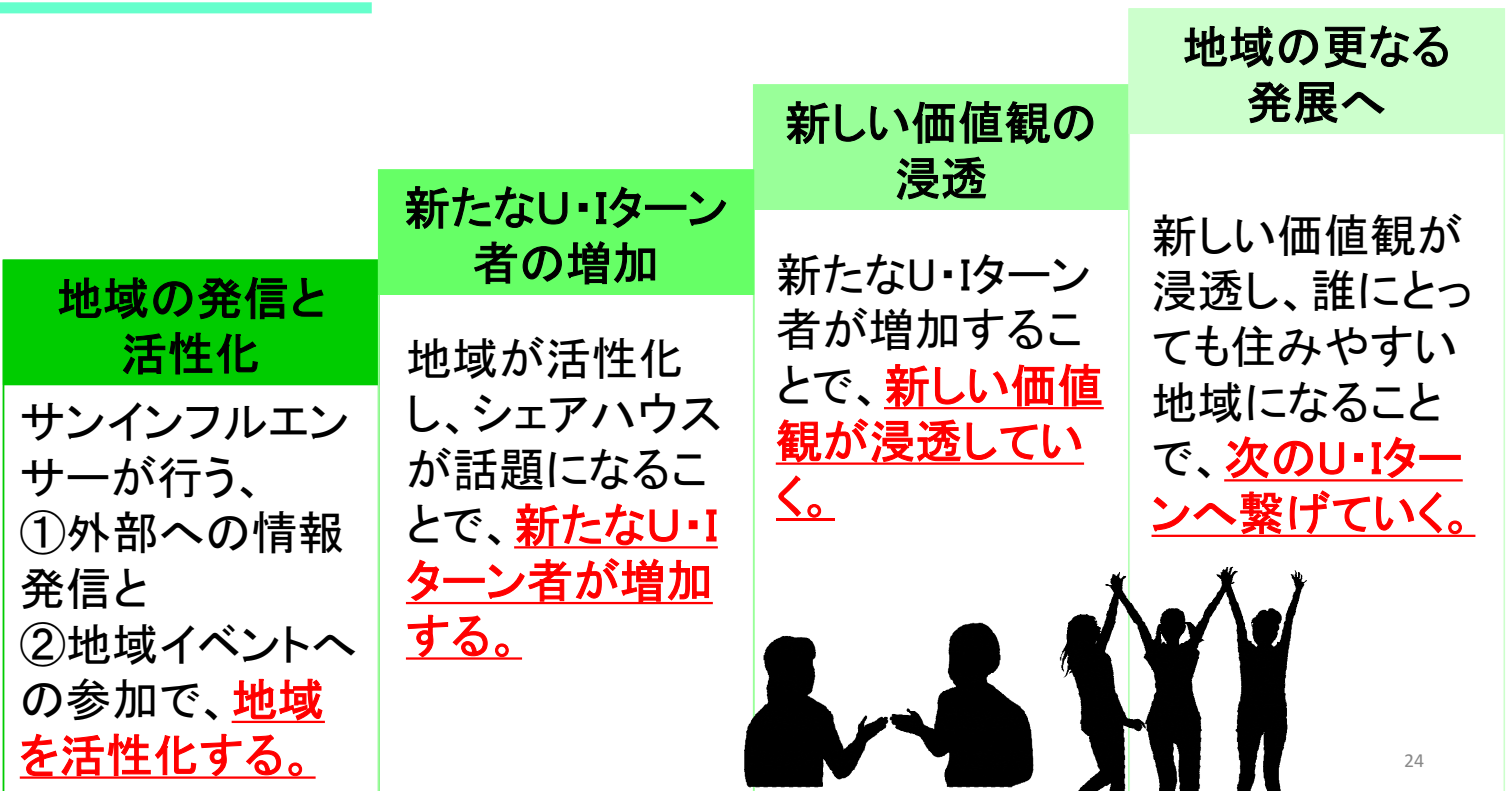
期待される効果



シェアハウスが新たなコミュニティを生み、サインインフルエンサーによって、次の入居者を開拓するという循環を創出。

23

期待される波及効果



24



パラレルワーク応援事業

25

事業目的

多様な働き方のできる環境を整備し、
働く女性がやりたい仕事ができることで、
山陰の働き方のイメージアップを図る。

- 複業しやすい環境を整備する。
- 複業者に対する理解を深める。
- 複業できる企業を増やす。

26

実施内容(事業イメージ)

サポートする



増やす・広げる



複業のここが良い!

- ✓ 自律性や自主性が促進され、キャリアアップにつながる。
- ✓ 多業種で得られる知識や人脈で、プラスの相乗効果生まれる。
- ✓ やりたいことで自己実現の追求ができ、幸福感が向上する。

27

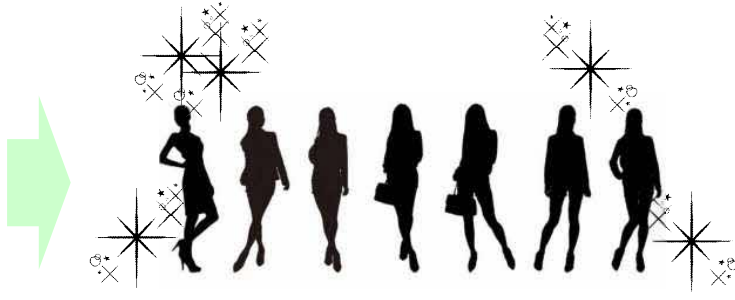
実施内容

	内容
いきいきと働ける環境づくり	<ul style="list-style-type: none"> ● 複業者のセルフマネジメント研修 ● 保健指導、メンタルヘルスマネジメントに係る経費の補助
企業の意識改革	<ul style="list-style-type: none"> ● 複業導入企業と未導入企業の交流セミナー ● 複業導入予定の企業に向けた事務研修 ● 職場の理解を目的とした複業モデルの紹介
優良モデル企業の認定・表彰	<ul style="list-style-type: none"> ● 認定基準の作成 ● 優良企業の表彰 ● 各種メディアでの広報
複業情報の発信	<ul style="list-style-type: none"> ● ふるさと島根定住財団、ふるさと鳥取県定住機構等のHPへ県内外の複業導入企業情報の追加 ● 県外就職フェアでの広報 ● SNSによる広報

事業効果・事業展開



多様な働き方が
できる地域として
成長



山陰に居ながら
やりたい仕事で輝く女性の増加



仕事での
夢を叶えるなら
山陰で！

更なる事業展開



- ◆ 複業者による次世代へ向けた講演や授業の実施。⇒ 「山陰でもやりたい仕事ができる」という認識の醸成。
- ◆ 地域単位・業種単位で多様な働き方の自律的發展を促す。⇒ 多様な働き方ができる山陰が構築される。

29

まとめ

30

まとめ

あれ、山陰って仕事も
住み方も魅力的！

やっぱり、
地元にしてよう！

若いうちに山陰で働く
イメージがない。

実家以外の選択肢
が欲しい。

多様な働き方の
選択肢が欲しい。

地元で輝く！
未来のキャリアビジョン
創出支援事業

先輩のように地元で活躍
できる。

山陰版Uターン促進
シェアハウス事業

住まいの新しい選択肢が
できる。

平行ワーク応援事業

やりたい仕事が
できる。

卒業後は都会の方がいいのかな...
よく分かってないけど。

Uターンの増加