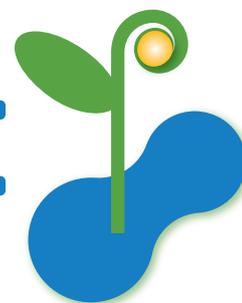


知をつなぎ、地を活かす

東北活性化研



特集 若者の定住・還流促進を目的とする

新たな地域情報発信の取組み



Vol.37
2019 秋季号

公益財団法人 東北活性化研究センター

目次

Contents

巻頭言

- ◆「住んでよし、訪れてよしの新潟県」の実現に向けて 2
花角 英世 新潟県知事

特集

- ◆若者の定住・還流促進を目的とする新たな地域情報発信の取組み 4
藤原 功三 地域・産業振興部長

活動紹介

- ◆TOHOKU わくわくスクール2019開催及び昨年度の報告について 24

調査ノート

- ◆移住者が受け継ぐ 人と人を結ぶ湯 — 「波と母船」による長者温泉ゆとり館の運営— 30
伊藤 孝子 調査研究部 主任研究員
- ◆東北圏におけるスマート農業 ～ 「スマート農業実証プロジェクト」に見る現状～ 38
矢萩 義人 調査研究部 専任部長
- ◆仙台市中山地区の地域コミュニティ運営について 42
宮曾根 隆 部長(特命担当)

会員企業だより

- ◆『想いをつなぐ。明日へ挑む。』 50
一條 武 株式会社バイタルネット 代表取締役社長

統計データから見る東北

- ◆⑨漁業経営体数の推移 52
平岡 清春 調査研究部 主任研究員

事務局より

- ◆令和元年度 第2回理事会 開催 54

「住んでよし、訪れてよしの新潟県」 の実現に向けて

新潟県知事 花角 英世 氏



新潟県には、美しい自然、豊かな食文化、特色ある産業など、たくさんの宝があり、また、トップブランドとして広く認知されている新潟米や、国内外でトップシェアを有し、独自技術により高い競争力を持つ産地・企業が多く存在しています。このような新潟県において、今後は、「県民の皆様が新潟に住んでいることを誇りに思い、これからも住み続けたいと思える新潟県、そして、国内外の方々が新潟に魅力を感じ、訪ねてきていただける新潟県」を創っていくことが重要であると考えます。

こうした考えのもと、新潟県の目指す姿として、「住んでよし、訪れてよしの新潟県」を基本理念に掲げ、本年3月に「新潟県総合計画」を策定しました。今年度は、「住んでよし、訪れてよしの新潟県づくり」の第一歩として、「一段加速した防災・減災対策」、「健康立県の実現」、「交流人口の拡大」、「起業・創業の推進」を4つの柱として、積極的に取り組んでいます。

まず、「一段加速した防災・減災対策」についてです。今年6月に山形県沖を震源とする地震が発生したように、近年、全国各地で地震、豪雨災害、暴風雨・高潮災害など、「数十年に一度」と言われる大規模な災害が頻発しています。

もはや「想定外」とは言えないほど、自然災害

が激甚化・頻発化する状況を踏まえ、もう一段加速した防災・減災対策が必要であるとの認識の下、有識者による検討会議を設置し、ハード・ソフト両面で提言をいただきました。この提言を踏まえ、今年度、ハード面では国の緊急対策も活用し、治水・土砂災害対策等の事前対応の対策を集中的に実施しています。また、ソフト面では、確実な避難行動につなげるため、ハザードマップをスマートフォンで閲覧できるアプリ「新潟県防災ナビ」を開発し、本年7月から運用を開始するなど、住民目線での対策を強化しています。こうした取組を通じて、ハード・ソフトの総合力により、「災害に強い新潟県」の実現に向けて取り組んでまいります。

次に、「健康立県の実現」に向けた取組についてです。健康寿命の延伸は、県民個人としてだけでなく、地域社会全体の活力を維持するためにも重要な課題であり、全国トップクラスの健康寿命が確保され、すべての世代が生き生きと暮らせる「健康立県」の実現に向けて取り組んでいます。今年度、新たな県民運動として「ヘルスプロモーションプロジェクト」を展開しており、この度、健康について考える時間が少なくなりがちな働く世代を中心に、改めて「自分のための健康時間を持つこと」の大切さを認識

し、行動を促すきっかけにさせていただくためのスローガンとロゴマークを県民投票により決定しました。また、これまでの登録制度を「健康経営推進企業」として再構築し、健康づくりに積極的な企業を支援することにより、企業における健康経営の取組が一層充実するよう取り組んでまいります。



ヘルスプロモーションプロジェクト ロゴマーク

次に、「交流人口の拡大」についてです。

昨年の外国人延べ宿泊者数が調査開始以来最高を記録する中、本県は、対前年比で28.4%増と、全国平均を上回る伸びとなりました。多様な地域資源を活用した本県観光の魅力をいかに外国人旅行者に伝え、本県にさらに取り込んでいくかが重要な課題となっています。

このため、「観光局」を部局として独立させ、外国人観光客の誘致や観光地づくり等の取組を強気に推進していきます。

具体的には、今後の有望な市場である東南アジア諸国において、現地観光説明会の開催や観光コーディネーターの活動範囲拡大など、本県観光のプロモーションを強化しています。

また、「スノーリゾート新潟」を前面に、2022年冬季北京オリンピックを控えた中国や、雪への憧れが強い東南アジア諸国、パウダースノーを求めるオーストラリアをターゲットに発信していきます。

さらに、今秋には「日本海美食旅(ガストロノ

ミー)」をテーマとして、「新潟県・庄内エリア デスティネーションキャンペーン」が開催されています。新潟・庄内が誇る食を中心とした魅力を国内外に発信するとともに、これを契機として日本海を軸にした広域観光・周遊ルートの形成につなげるなど、山形県と力を合わせて取り組んでまいります。

次に、「起業・創業の推進」についてです。

本県経済の活性化を図っていくためには、挑戦しようとする方が多く集まり、起業・創業が次々とわき起こる環境を整えていくことが必要です。

このため、本年度、起業を希望する方や起業して間もない方が先輩起業家を交え、互いに刺激し合いながら起業を進めることができるオープンな起業スペースや交流の場を提供するため、民間によるスタートアップ拠点の設置を支援しており、年内には、県内5箇所程度でオープンする予定です。官民一体で起業を後押しする体制を強化するとともに、元気で活力ある地域経済の実現に向けて取り組んでまいります。

県政は、すべての県民に関わることであり、より良い県政を実現していくためには、県民一人一人の声に丁寧に耳を傾け、対話を重ね、知恵を出し合い、それらの力を結集していくことが重要であると考えております。対話を通じた県民最優先の県政の推進に、市町村をはじめ各界の皆様と連携・協力しながら、全力で取り組んでまいります。

また、こうした取組の中で、本県・東北の活性化に向けて、今後も様々な分野において、引き続き東北との連携・協力を深めてまいりたいと考えております。

若者の定住・還流促進を目的とする 新たな地域情報発信の取組み

地域・産業振興部長 藤原 功三

<はじめに>

近年、優れた地場企業や地方で暮らすことの魅力を紹介する動きが各地で活発化しています。その背景には、一向に歯止めがかからない「東京一極集中」の問題があると考えられます。地方創生が第2次安倍改造内閣の政策の柱に掲げられた2014年9月から5年が経過し、この間、様々な取組みが国や地方で行われてきましたが、残念なことに「東京一極集中」に歯止めがかかったとはいえない状況が続いています。

実際、総務省が2019年7月10日に発表した住民基本台帳に基づく最新の人口動態統計(2018年1月1日時点)を見ますと、東北6県および新潟県(以下、東北圏)の人口(外国人住民含む)は前年から99,588人も減少し、減少率はマイナス0.88%と全国平均(マイナス0.16%)を大きく上回っています。しかも、青森県、岩手県、秋田県、山形県の4県については、減少率がマイナス1%を超え(この4県以外でマイナス1%台を記録したのは全国で長崎県のみ)、全国のなかでも東北地域の人口減少幅がより一層拡大している状況がみてとれます。

中でも特に注目すべきは、転入数から転出数を差し引いた「社会増減」の動向です。「自然増減」の動向は中期的にある程度予測でき、その予想値が大きく変わる見込みは薄いと考えられ

ます。その一方で、「社会増減」の主体は生産年齢人口であり、地域の人口構成に与える影響が大きい。有効な施策を打つことで、転入・転出の流れを変える可能性は十分にあります。

このため、深刻な人口の域外流出に直面している東北地域が、その流れを変えるために必要な施策を打つ蓋然性は高く、その施策の一つとして、若者の定住・還流の促進を目的とする新しい地域情報発信の取組みが東北各地で盛んに行われるようになっていきます。

本特集では、東北圏の官民によるユニークな取組みを紹介し、併せて、当センターが昨年度から実施している「東北・新潟のキラ☆(ボシ)企業」情報発信事業について解説いたします。

1. 地域情報発信の取組みが本格化

第2次安倍政権が「地方創生」を政策の柱に掲げた翌年の2015年には、厚生労働省が「LO活プロジェクト(読み方:ローカツ)」という新たな取組みをスタートしました。

「LO活」とは「ローカル」と「就職活動(就活)」を掛け合わせた造語で、「東京一極集中」を緩和し、地方へ必要な人材を送り込むため、首都圏(東京都、千葉県、埼玉県、神奈川県)と近畿圏(大阪府、京都府、奈良県、兵庫県、滋賀県)の大学生などに対し、セミナーや個別相談を実施する



(厚生労働省:LO活プロジェクト専用 Web サイトより)

ことにより、地方への就職を希望する人材を掘り起こし、ハローワークの全国ネットワークを活用して地方の求人とのマッチングにつなげようとする取組みです。

現在、「LO活」専用の Web サイトから、全国の地方企業情報やそこで生き生きと働いている若手社員の声、地方就職のための地方自治体などによる様々な支援情報など、若者が地方で働くうえで参考になる情報を多面的に発信しています。

こうした国の動きに呼応するように、地方の側からも、若者の定住・還流促進を目的に、特色ある地場企業や地方で暮らす魅力を情報発信する官民の取組みが広がっています。

そもそも、地場企業情報を若者に向けて発信する取組みは、2003年度からスタートした「ジョブカフェ」事業まで遡ることができます。

「ジョブカフェ」とは、2003年に国が策定した「若者自立・挑戦プラン」の中核施策に位置付けられたもので、地域の実情に合った若者の能力向上と就職促進を図るため、原則として14歳から34歳までの若者を対象として、雇用関

連サービスを1ヵ所でまとめて受けることができるようにした、就職支援のワンストップ・サービスセンターを指します。「ジョブカフェ」は各都道府県が運営し、経済産業省や厚生労働省が支援しています。

このように、当初は、地方企業と地元での就職を希望する若者の就労マッチング支援を主たる目的に運営されたことから、情報の内容も地域の企業紹介が中心でした。また、「ジョブカフェ」が既存のハローワークに隣接して設置されることが多く、情報発信の主たるターゲットも当該地域での就職を希望する若い人たちで、発信情報も、一義的には若い人材を求めている地元の企業が中心でした。

ところが、前述のとおり、厚生労働省が「LO活プロジェクト」をスタートした2015年頃から徐々に取組みの方向性に変化が見られるようになってきました。

端的に言えば、若年層の域外流出、とりわけ首都圏に若年層の人口がどんどん流れていっている状況を何とかしないといけないという危機感が各地で高まり、その対策として、進学や就職を機に大都市部に移動してしまう若者たちに

向けて、地方にも優れた魅力あふれる企業が沢山あることを知ってもらおうとする取組みが広がってきました。これは、就職を希望する前の、より若い年代層に、就職活動に動き出す前に地場企業のことを理解していただくという意味から、従来よりも幅広い年代層に向けた情報発信の取組みと申し上げることができます。

同時に、進学や就職で一旦首都圏に移動した若者たちも有望なターゲットとして意識されるようになってきたことも指摘したいと思います。地域主体の情報発信の取組みではありますが、その発信先は必ずしも地域内にとどまらず、域外、とりわけ多くの若者が移動している首都圏在住の若者たちに向けて、地域の企業情報を積極的に発信するようになってきました。それを全国規模で展開しているのが「LO活プロジェクト」です。

以上のとおり、従来から取り組んできている地域の企業情報発信のターゲットが、年齢・エリア両面から拡大傾向にあると指摘することができます。

また、当初は地場の企業紹介情報がメインだった取組みが、近年はより幅広い地域情報を発信する傾向が強まっています。これは、就職先を検討する若者たちの価値観や判断軸が多様化してきていることと無関係ではありません。

「幅広い地域情報」と申しましたが、それらは2つのカテゴリーに大別することが可能です。一つは自己のキャリア形成につながる内容のものであり、もう一つは働き方やライフスタイルにつながるものです。

実際、当センターが昨年度から実施している「ここで働きたい！東北・新潟のキラ☆(ボシ)

企業」情報発信事業(後述)において、就職活動を控えた大学生(県立宮城大学3年生など)や様々な業種の「キラ☆企業」で活躍している若手社員にインタビューし、そこから浮かび上がった、若者が地方での就職を検討する際の20のキーワードからも、「若手にも責任ある仕事を与えてくれる」、「スキルアップできる」、「新しいことに挑戦できる」、「やりたいことができる」、「努力や実績を正當に評価してくれる」、「キャリア設計がしやすい」といった、自己のキャリア形成に関するキーワードが多数浮かび上がったほか、「ゆとりある生活ができる」、「プライベートな時間を楽しむこととの両立が可能」、「女性にとって働きやすい、暮らしやすい環境」といった、仕事以外の要素も重視している様子が伺える内容となりました。

「キャリア形成」や「ライフスタイル」といった多様な関心事は、近年における若者の価値観の多様化と密接に関連しています。どんな企業に就職するかだけでなく、そこで経験する仕事は自己のキャリア形成にどのようなメリットがあるのか、あるいはその地域での働き方や暮らしぶりが自分の理想とするライフスタイルに近いものであるかどうか等、若者が就職を考える際の関心事は企業や仕事の内容、賃金や処遇に関することだけではなく、その地域での暮らしぶりや余暇の過ごし方など多岐に渡っているのです。

こうした若者たちの多様な関心事について、各地域では独自の個性を打ち出しながら、大都市部には無い、その地域ならではの魅力や良さを伝えようとしています。

2. 東北6県および新潟県における

主な取組事例

本稿では、まず、東北圏で取り組まれているユニークな地域情報発信事例(45件)を集めてみました。今回取り上げた「地域情報発信事例」は、観光PRを主たる目的に運営されているものや、直接、就職斡旋やマッチングを行うサイトは除外し、地元企業やその地域で暮らすことの魅力を伝えることに主眼を置いている東北・新潟の取組を集め、その傾向や特徴について考察を加えてみました。

それらの事例について、主にどんな情報を中心に発信しているか、コンテンツの内容に沿って、「企業」、「人」、「暮らし」の3つのカテゴリーに分類しリスト化したものを掲載します。

「企業」は、東北圏に所在する優れた特長をもつ企業の紹介をメインに据えている取組み、「人」は、東北圏を舞台に様々な分野で挑戦している人物の紹介をメインにしている取組み、そして「暮らし」は、東北圏ならではの魅力的なライフスタイルを紹介し、多様な価値観に対応できる情報をメインにして情報発信する取組みを指します。

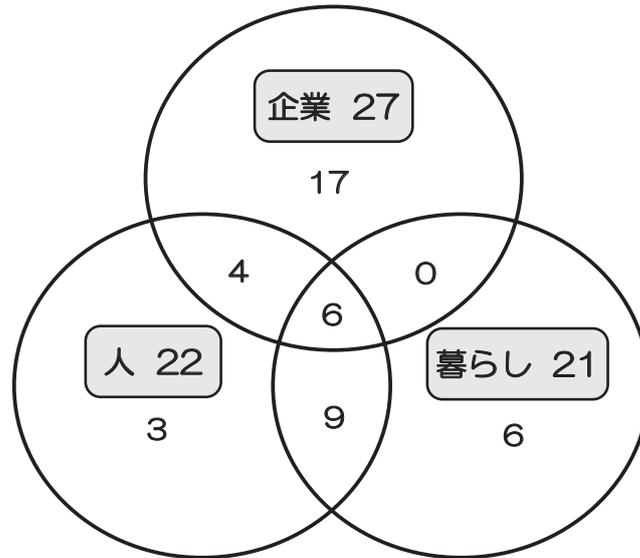
リストでは、各県ごとに整理し、各事例が3つのカテゴリーのどれに該当するか「○」を付けています。今回取り上げた45の事例では、「企業」に該当する情報を配信しているのは27、「人」は22、「暮らし」は21という結果となりました。「企業」に該当する例が多い結果となりましたが、3つのカテゴリーの複数にあたるコンテンツを配信している事例も相当数あることが伺えます。その内訳については、以下の図に表しましたので参照ください。

なお、同時にSNSを活用している事例につ

いては29あり、動画の配信も行っているものは20ありました。地域情報発信については、コンテンツの多様化や動画配信、SNS活用といった複合的な取組みが今後さらに拡大していく傾向にあると予想されます。

それぞれの事例の取組みの内容について詳述はしませんが、簡単な紹介文を掲載しています。興味のあるものについて、各サイトのURLを記載しておりますので、是非実際にご覧いただきたいと思います。

【東北圏における地域情報発信事例のカテゴリー別内訳】



(計 45 サイト)

3. 取組事例の共通点

東北圏で行われている様々な地域情報発信の取組みを俯瞰してみると、そこにいくつか共通する要素・傾向があることが分かります。

(1) 若者をメインターゲットにしている

まず、若者を情報発信のメインターゲットに設定している点です。どの取組みも、若者の定住・還流を促進させる狙いがあるからです。このため、若者目線でのコンテンツ編集やサイト・デザインを強く意識したつくりとなっており、中には、大学生などが地域の企業や魅力あるスポットを取材するなど、情報の受け手である若者自身が情報発信主体となっている事例もみられます。

(2) 新しいITメディアであるSNSを活用している

Webサイトからの情報発信にとどまらず、FacebookやTwitterなどの新しいITメディア

であるSNS (Social Networking Service) を活用し、独自のネットコミュニティを形成しながら、副次的な情報・コンテンツを発信することで、本サイトに誘導し閲覧者を増やそうとする傾向が強まっています。こうしたネットコミュニティ型、あるいはプッシュ型の情報発信機能をうまく利用して、閲覧者との交流イベントを開催する動きもあります。

(3) 動画コンテンツを取り入れるケースが増えている

当初は、テキスト・写真が中心だったコンテンツですが、近年は動画を積極的に取り入れる動きが拡大しています。スマートフォンなどのモバイル端末を通じて場所を問わず好きな時に動画を視聴する傾向が一般化したことが背景にあると考えられます。また、動画と言っても、テレビ番組やテレビCMのように多額の予算と人手をかけて制作されるコンテンツはむしろ少数派で、身近で簡便なショートムービーが主体です。中には、地元の学生などが制作した動

東北6県および新潟県における、若者の定住・還流促進を目的とする地域情報発信事例

県・市	企業	人	暮らし	サイト名/URL	概要	動画	SNS	運営主体・問い合わせ
青森県 8	○			Aomori Job あおもりで、働く。 https://aomori-job.jp/	求人情報、企業情報、インターンシップ情報、イベント情報等を紹介。 企業紹介に特化(企業データが中心)。		○	商工労働部 労政・能力開発課 職業支援グループ
		○		みらいボイス http://miraivoice.jp/	青森県で生きる道を選んだ先輩社会人の姿を紹介。 青森県と東奥日報社がタッグ。青森県の経済ニュース、ヒトにフォーカスしたテキスト、動画で紹介。	○	○	東奥日報社
		○	○	アオモリドラグナイ http://kurashiyasusa.aomori-brand.jp/	青森県の「暮らしやすさ」を客観的な指標を用いてわかりやすくまとめたサイト。 高校生と社会人とのインタビュー記事や先輩たちの声など紹介。	○	○	企画政策部 企画調整課
		○	○	あおもり暮らし https://www.aomori-life.jp/	移住や交流に関する情報イベントの紹介。 イベント開催案内、市町村のお知らせ、地域おこし協力隊、移住者インタビュー記事。		○	企画政策部 地域活力振興課 交流推進グループ
			○	青森きらりいっぴん http://aokirari.pref.aomori.lg.jp/	青森が誇るモノ、コト、ヒト「青森きらりいっぴん」とし動画にて紹介。 若い女性・男性が食、伝統芸、観光などを紹介。	○	○	企画政策部 広報広聴課
			○	可愛い子には青森させよ http://aomori-saseyo.pref.aomori.lg.jp/	人気 YouTuber (若い女性)が青森県のような場所を訪れて、体験した様子を動画紹介。2018年11月公開。 ※ YouTuber はモデル、アニソン歌手、大学生など。	○	○	企画政策部 広報広聴課
		○	○	青森の魅力(青森の魅力を知り、愛し、伝えよう) https://aomori-miryoku.com/	県民参加型の地域の魅力情報発信サイトを目指す。 自分の住む街を素人目線でも良いので魅力と思う事を発信。人財、団体、観光、食などの魅力発信。		○	材 株式会社
		○		青森の会社(知りたい、伝えたい) https://aomori-shigoto.com/	「青森の魅力」のシゴトバージョン。 会社紹介、働く人(社長や社員)のインタビュー記事紹介。			材 株式会社
岩手県 5	○			いわてで輝く若手人財 PR 動画(メイク ユア ドリームズ) https://www.pref.iwate.jp/sangyoukoyou/monozukuri/1008922/1019372.html	ものづくり・地域産業で働く若手人財の活躍や企業の取組を紹介する動画(YouTube)。 岩手県 HP よりリンク(岩手県公式動画チャンネル)。	○		商工観光部 ものづくり自動車産 業振興室
		○	○	イーハトー部に入ろう! http://www2.pref.iwate.jp/~uji_turn/index.html	移住サポートサイト(暮らし・仕事・支援)。 移住した人をテキスト、動画で紹介するコーナーがあり(先輩の声)。 仕事情報は「シゴトバクラシバいわて」にリンク。	○	○	商工労働観光部 定住推進・雇用 労働室
	○			シゴトバクラシバいわて http://www.shigotoba-iwate.com/	岩手の仕事・就職情報サイト。 就活イベント情報、会社紹介などで構成。動画は「いわてで輝く若手人財 PR 動画」にリンク。	○		商工労働観光部 定住推進・雇用 労働室
	○			ふるさといわて定住財団 https://www.furusato-i.or.jp/	企業情報、求人情報、移住定住の情報発信ならびに就職などのイベント開催案内。 企業プレゼンテーションの動画コーナーもあり。	○	○	(公財)ふるさといわて定住財団
		○		Co.Nex.Us(こねくさす) https://iwatewakamono.net/	若者交流ポータルサイト。 活動情報やいわて Hot 情報などの発信。若者の仲間づくり、交流など新たなコミュニティを目指す。 コーナー「いわてつなぐ」で様々な場所で活躍する若者をテキストで紹介。		○	環境生活部 若者女性協働推進室
宮城県 3	○	○	○	みやぎ移住ガイド https://miyagi-ijuguide.jp/	移住サポートサイト(暮らし・仕事・支援)。 移住した人のインタビュー、暮らしの様子を伝えるコンテンツならびに企業紹介、地域おこし隊情報提供。		○	地域復興支援課
	○			宮城県×マイナビ2020 https://job.mynavi.jp/conts/2020/tok/miyagi/?func=Pctop	宮城県とマイナビがタイアップ。 企業検索(企業と学生のマッチング)、宮城の魅力を感じられる情報を提供。			(株)マイナビ宮城支社
	○			MINT http://www.mint.miyagi.jp/	県内の「ものづくり企業」と首都圏及び宮城県内の大学生を繋げるインターンシッププログラム。 インターンシップ情報、企業紹介ならびにサイトからのインターンシップ申込み可能。		○	経済商工観光部 産業人材対策課
仙台市 3	○			仙台で働きたい! https://sendaidehatarakitai.jp/	就職に役立つ最新情報を集約した就職支援ポータルサイト。 情報がほしい学生と、情報を伝えたい私たちの mismatch を解消するために4つの就職関連サイト(WISE、MINT、ジョブスタ、宮城県×マイナビ2020)を集約し、就職活動に役立つ情報を発信。			経済局地域産業支援課
	○			WISE http://www.wise-sendai.jp/	仙台に通う大学生が記者となり、地元企業の経営者や社員を取材し、学生の目線から起業の魅力や、地元で働く意義などをまとめた、新たな地域密着型の就職情報誌と WEB サイト。		○	総務局広報課
	○			ジョブ・スタせんたい https://www2.siip.city.sendai.jp/jobsta/	仙台・宮城で働きたい方のための就職活動ポータルサイト。 「働き方」にフォーカスして若手社員のインタビュー記事、求人企業の情報を掲載。		○	(公財)仙台市産業振興事業団
秋田県 5	○	○	○	WebTV あきた https://www.youtube.com/user/prefakita/featured?disable_polymer=1	秋田県公式サイト(各種情報を YouTube にて動画配信)。 知事記者会見・県政テレビ番組・各種 PR (観光、施設、自然、食事、会社等)。	○		総務部 広報広聴課
	○			秋田県就活情報サイト「KocchAke! (こっちゃけ)」 https://kocchake.com/	就職活動中の若者と秋田県内の企業をつなげることを目的とした就活情報サイト。 企業紹介、学生インターンシップなどテキスト、動画で紹介。	○	○	あきた未来創造部 移住・定住促 進課
			○	“秋田暮らし”はじめての一步 https://www.a-iju.jp/	秋田県への定住・移住支援総合情報サイト。 移住者のインタビューや暮らしの様子をテキストや動画で紹介。動画の取材対象は、若い人が中心。	○	○	あきた未来創造部 移住・定住促 進課
		○	○	なんも大学 https://nanmoda.jp/	秋田の観光文化をめぐる旅のレポートから、秋田のおもてなし精神をニッポン中に届ける、秋田県そのものを学 校のキャンパスに見立てた Weekly 版の WEB マガジン。編集長は、(有)りす代表で兵庫県在住。		○	秋田県
	○	○		WE LOVE AKITA http://we-love-akita.com/magazine/	秋田県出身の若者が首都圏で設立した任意団体。秋田産業サポータークラブと連携。 企業の取組や魅力について団体のホームページ、SNS を通じて発信。 ※秋田産業サポータークラブ(ボランティア)、秋田県産業労働部産業政策課と連携。		○	WE LOVE AKITA (非営利団体)

県・市	企業	人	暮らし	サイト名/URL	概要	動画	SNS	運営主体・問い合わせ
山形県 7		○	○	やまがた channel https://www.youtube.com/user/yamagatakoho	山形県公式サイト(各種情報をYouTubeにて動画配信)。 知事会見、山形の観光、伝統文化、東北芸術工科大学の学生が制作した映像作品など。	○		総務部 広報広聴推進課
	○	○		上質ないいもの山形 https://www.iimono-yamagata.jp/	やまがたのものづくりを動画で紹介。 山形県が世界に誇る“上質ないいもの”を幅広くアピールし、県をあげて「ものづくり県やまがた」を発信。 WEBサイト動画は「colors Yamagata Crafts」、「匠人 VOICE」、「ものもの」のカテゴリーで構成。	○		総務部 広報広聴推進課
		○	○	すまいる山形暮らし情報館 https://yamagata-iju.jp/	山形県移住交流ポータルサイト(仕事・暮らし・住まい)。 山形に移住した人のインタビュー・暮らし働く姿の動画ならびにテキストで紹介。 仕事紹介、支援制度、地域おこし協力隊、住まいとあらゆる情報を紹介。	○	○	企画振興部 市町村課
	○	○	○	ショウナイズカン https://www.yamagata-design.com/	山形市内の暮らしと仕事に出会うポータルメディアをコンセプトにシゴト・ヒト・ケシキ・ショクジを通して地元の就職に関する情報だけでなく、庄内地域で暮らすことの魅力、働くことの魅力について多角的に紹介。	○	○	ヤマガタデザイン(株)
	○	○	○	やまがた未来ラボ https://mirailab.info/	働き方、仕事、求人、起業、コミュニティ、まちづくりなどに関する山形県でいまの情報・楽しく暮らすための価値観など若者や県外在住者が「山形と関わって積極的な行動を起こす」ための環境づくりを行っている。		○	(株)キャリアクリエイト
	○	○		ものづくりヤマガタ情報サイト https://www.mono.yamagata.jp/	ものづくり産業について幅広く情報発信。 企業が持つ優れた技術とその製品紹介、活躍している若手技術者や熟練工を紹介、いきいきと働く女性と女性をサポートする企業の取組み紹介。 Uターン・Iターンの先輩に聞く山形で働く魅力の紹介や高校生の職業体験レポートなどで構成。			商工労働部 雇用対策課
	○			山形県就職情報サイト https://www.shushoku.yamagata.jp/	企業の情報を提供し、県内企業の認知度向上及び県内企業への就職促進を図ることを目的としたポータルサイト。 企業紹介の他、就職活動に関する情報、イベント情報、インターンシップ情報で構成。 特集で先輩社員のインタビュー記事もあり。			商工労働部 雇用対策課
福島県 8	○			ふくしまものづくり企業ガイド https://fukushima-monozukuri.jp/	ものづくりに特化した企業紹介サイト。 企業検索は業種別、地域別、種類(資本金など)で可能。			商工労働部 企業立地課
	○			Fターン https://www.f-turn.jp/	就職支援 Web サイト。 企業紹介・求人、イベント情報、支援制度の他に、福島に就職予定の大学生や若手社員のインタビュー記事を掲載。		○	商工労働部 雇用労政課
	○	○		ふくしま WORK なび http://www.fwork-navi.com/	企業情報が業種別・地域別で検索可能、企業PR・働く魅力を動画で公開。 福島で働く若手先輩社員の記事、大学生が会社取材したコーナーもあり若者目線を意識しているサイト。	○		商工労働部 雇用労政課
			○	ふくしま暮らし http://www.pref.fukushima.lg.jp/site/fui/	福島県移住ポータルサイト。 住む・働く・暮らす情報(関連WEBサイトをリンク)、支援制度、イベント紹介、移住体験談などを紹介。		○	企画調整部 地域振興課
		○	○	エフステ https://fukushima-stage.jp/	移住応援 WEB マガジン。 メインコンテンツ: UI ターンした人のインタビュー記事をジャンル別(企業、就農、子育てなど)で紹介。 他に移住の支援する人(移住コーディネータ)も紹介。		○	企画調整部 地域振興課
	○	○	○	FUKUSHIMA NOW 福島 https://www.pref.fukushima.lg.jp/site/movie-now/	福島から国内外に発信する県の公式動画を集めた総合サイト。 ふくしまの今と魅力を伝える動画をカテゴリーごとにまとめている。	○		総務部 広報課
	○			ふくしまではたらく。 https://www.fukushima-job.jp/	平成31年度「東日本大震災被災地域中小企業等人材確保支援事業」被災地域の中小企業・小規模事業者紹介。WEBサイト立上げ更新中。			(一社)キャリア支援機構
		○		フック(福島ではたらく、移住きっかけマガジン) http://fukushima-hook.jp/	福島に移住し、働くことを推進するWEBマガジン。 メインコンテンツは、移住した人の暮らし、働きかた、きっかけなどのインタビュー記事紹介。 移住情報などは関連WEBサイトをリンク。	○		株式会社ビズリーチ 協力:(公財)福島相双復興推進機構
新潟県 3	○			新潟県就職活動応援プロジェクト(企業紹介動画) https://www.youtube.com/channel/UCa-BXOJX5m6WULXni_V-Erg	新潟県県内企業の採用活動支援と若年求職者の県内就職促進の一環として、動画で企業紹介(YouTube)。 経営者や若手職員からのメッセージ、職場の雰囲気、会社概要等を紹介。	○		産業労働観光部 労政雇用課
	○	○	○	にいがた暮らし https://niigatakurashi.com/	にいがたUターン・Iターン情報サイト。 住む・働く・暮らす情報、支援制度、イベント情報、移住体験談などを紹介。		○	県民生活・環境部 新潟暮らし推進課
			○	新潟のつかいかた https://howtoniigata.jp/	新潟県の魅力について、「巡りかた」、「食しかた」、「買いかた」、「暮らしかた」の4つのカテゴリで県外、主に首都圏在住の方々に向け、具体的な“使いかた”のイメージを持ってもらえるよう、記事化して掲載。		○	広報部 広聴課
新潟市 3	○			にいがたで働こう http://niigata-shigoto.jp/	新潟市での就職・転職を応援するサイト。 新卒・中途採用の求人情報をはじめ、Uターン・Iターン経験者の体験談や生活に関する情報を紹介。		○	新潟市雇用促進協議会
		○	○	新潟暮らし HAPPY ターン https://iju.niigata.jp/	新潟市の移住・定住情報サイト。 移住した方、これから移住を検討している方に住む・働く・暮らす情報、支援制度、イベント情報や移住者の体験談、新潟市PR動画など発信。就職情報などは関連WEBサイトをリンク。	○	○	新潟市 経済部雇用政策課
			○	アキハウスプロジェクト https://akihassumu.com/	移住・定住の促進を図るため、「住む」という視点から、新潟市“秋葉区”の魅力発信。 秋葉区への移住者体験談、イベント情報、地域の魅力を紹介。		○	新潟市秋葉区役所 地域総務課 企画・振興グループ

画コンテンツを配信している事例もあります。

4. 特色ある取組みの紹介

前述したとおり、東北圏においても様々な地域情報発信の取組みが行われています。その中でも特に特徴ある4つの事例を取り上げます。

(1) 青森県：「AOMORI みらいボイス（東奥日報社）」

「AOMORI みらいボイス」は、青森県と東奥日報社がタッグを組んで取り組む若者向けの地域情報発信プロジェクトです。このポータルサイトでは、青森県内の魅力ある企業と、そこで活躍する若者たちの様子を中心に紹介しています。生まれ育った青森県で学校を巣立ち就職する人、いったん県外にでてからUターンしてきた人、出身者でなくても縁があって青森県に働く場を決めた人など、さまざまな人生模様を織り込みながら、「青森県で希望を持って働く姿」を多くの若者に知ってもらうことが本事業の目的です。

本事業の特徴は、青森県の有力紙である東奥日報社と提携している点にあります。いわば、地元新聞社の強力な情報収集力やコンテンツ制作力、情報発信力を、青森県における若者の定住・還流促進のために積極的に活用しているところに、他の取組事例には無い独自性が表れていると言えます。

「AOMORI みらいボイス」は、地元紙の東奥日報社と連携している利点を活かし、専用Webサイトからの発信とともに、新聞等からの発信も組み合わせたメディア・ミックス戦略を展開している点がユニークです。



〔「AOMORI みらいボイス」ロゴ〕

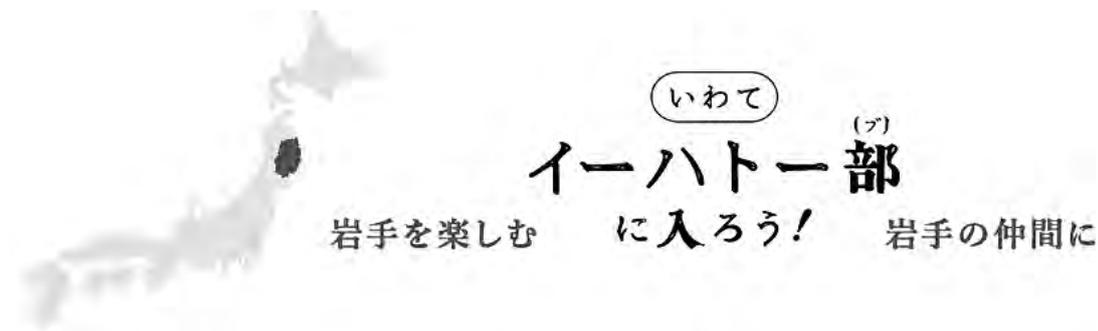
具体的には、

- ① 県内で活躍する若者を取り上げた新聞連載（計48名）
- ② 上記連載を再編集したコンテンツと青森県の魅力データ、首都圏との比較、高校生と保護者を対象とした就職、進学に関するアンケートデータなどをまとめたタブロイド紙の発行
- ③ 同タブロイド紙の周知とUターン促進策として、首都圏と県内の大学、専門学校へ配布（県内の全高校生へも配布した他、主に都内で組織する県人会等への周知を実施）。

また、新聞連載の記事と動画編をまとめた専用Webサイト「AOMORI みらいボイス」では、県内の経済ニュースも不定期配信し、青森県を様々な角度から知っていただく工夫が盛り込まれているほか、Twitterを活用し、同サイトの首都圏でのプロモーション活動にも積極的に取り組んでいます。

(2) 岩手県：「イーハトー部に入ろう！」

岩手県はユニークな移住ポータルサイト「イーハトー部に入ろう！」を2015年度に立ち



(「イーハトーブに入ろう!」Web サイトより)

上げました。

「イーハトーブ」とは、岩手出身の作家・宮沢賢治が生み出した造語で、岩手を指します。岩手での生活を楽しむ人々の多様な暮らし方を、「部活動」の楽しさに見立て「イーハトーブ」と命名。“岩手をたのしむ、岩手の仲間。”というキャッチコピーのもと、岩手に移住することを、「イーハトーブに入部すること」と表現し、岩手へのUJターンを積極的に後押しする情報発信の取組みです。

本サイトの特色は、一方向の情報発信にとどまらず、さらにその先の関係づくりへとつなげている点にあり、新しいコミュニケーション・

ツールのあり方の一つを示しています。

サイト名「イーハトーブに入ろう!」が「岩手に関わろう! 移住しよう!」を意味するように、本サイトでは独特の用語を用いています。例えば、「チーム」とは「市町村」のことを指し、「先輩部員」は「先輩移住者」、「応援団」は「相談窓口や支援団体」、「コーチ」は「移住希望者のサポートや、移住者同士のコミュニティづくりを支援する方々」のことを指しています。こうした遊び心ある独特の用語を使うことで、若い人たちに親しみを感じてもらおうと共に、岩手県のような関係者が一体となって移住を支援する姿

を伝えています。

サイトのコンテンツは、岩手の「暮らし」と「仕事」の紹介をメインに、県内各市町村の支援施策や検索機能、先輩移住者のインタビューなど、岩手県のような魅力と岩手県への移住に関わる幅広い内容を発信しています。(詳細は以下のとおり)

イーハトー部とは？	岩手県の気候や歴史、県民の気質など、概要を紹介。
暮らし	暮らしの魅力をエリア(県央・県南・沿岸・県北)毎に紹介。 自らも移住者でエッセイストの三上亜希子(岩泉町在住・埼玉県出身)さんがかわいらしいイラストを手がけている。
しごと	ジョブカフェいわてが運営する仕事・就職情報サイト「シゴトバクラシバいわて」へ誘導。UIターン希望者向けの仕事に関する情報が集約されている。
チーム紹介	市町村の概要および施策を紹介。写真や3つのPRポイントで、まちの特徴がつかみやすいだけでなく、移住者が気になる支援施策や、まちの医療や教育施設なども細かく掲載。移住の担当課や連絡先も掲載し、直接コンタクトも取れる。
キーワードNavi	市町村の支援施策検索ツール。キーワードに当てはまる市町村を簡易検索できる。
先輩部員の声	先輩移住者のインタビューを掲載。動画もあり。
応援団の部屋	相談窓口や県などの支援事業の案内。
デジタルブック	これまで作成した移住定住のガイドブックがFlash Viewerなどで閲覧できる。

なお、移住希望者のニーズに合わせ、内容の充実化を図るため、今年度にサイトの改修を予定しています。

(3) 仙台市:「仙台で働きたい!」(「WISE(ワイズ)」等と連携)

仙台市は、求職者からの「仙台で働きたいけど、どんな企業があるのかわからない」という声を受け、地元企業の情報に関するポータルサイト「仙台で働きたい!」を立ち上げ、2018年8月から公開しています。

そもそも仙台市をはじめとする自治体や関連団体は、それぞれのサイトで仙台・宮城の就職情報を提供していました。就活生がそれらの情報を1つ1つチェックするのは面倒で使い勝手が良くないため、情報がほしい学生と、情報を伝えたい側のミスマッチを解消するために、仙台市の「WISE(ワイズ)」、仙台市産業振興事業団が主催する「ジョブスタせんだい」、宮城県の「宮城県×マイナビ2020」、宮城県が実施している地方創生インターンシップ事業の「MINT」、以上4つの就職関連サイトの情報をまとめたサイトを作りました。それが就活お役立ちポータルサイト「仙台で働きたい!」です。

「仙台で働きたい!」では、企業情報や就活イベントなど、就職に関する最新情報が集約されており、このサイト1つで最新の就活情報が一目で分かるようになっている点が大きなアピールポイントとなっています。もちろんスマホ版



(「仙台で働きたい!」ロゴ)



(「WISE」ロゴ)

もありますので、仙台での就職に関心がある若者たちが簡単にアクセスすることができます。

掲載企業数は600社以上に及び、フリーワード検索や業種での検索など、充実した検索機能を有しています。また、若手社員や経営者の方へ「仕事のやりがい」や「会社の目指す姿」についてインタビューした内容、仙台で暮らす魅力を伝えるコンテンツも掲載し、地場の企業と仙台の魅力を多面的に発信しています。

連携先の中でも特に、学生による地域企業の魅力発信事業「WISE (ワイズ)」と緊密に連携している点が特徴となっています。

「WISE (ワイズ)」事業は、学生たちが自ら記者となり、地元企業の経営者や社員を取材し、学生の目線から発見した当該企業の魅力や地元で働く意義などを情報誌の発行等を通して情報発信するもので、事業名の「WISE」は、「Work-style Information by Student's Eye」の略称です。その内容は「仙台で働きたい！」の Web サイトからも閲覧できます。

学生が地元企業の情報を受け取るだけではな

く、自ら取材・発信する側にも回ることで、ターゲットである若者たちの興味や関心により近づくことを狙っている企画だとも言えるでしょう。併せて、社会に出る前の学生たちにとって、一種の社会体験・フィールド実習の機会にもなっており、この活動自体が、取材に参加する学生にとって貴重な実社会での学びの場にもなっています。

「WISE」と連携しながら進めている「仙台で働きたい！」情報発信事業は、学生が仙台・宮城の様々な企業を「知る」、そして「仙台で就職する」きっかけになることを目指した取組みだと言えます。

(4) 鶴岡市：「ショウナイズカン (ヤマガタデザイン株)」

山形県鶴岡市でもユニークな情報発信の取組みが行われています。その名も「ショウナイズカン」。この Web サイトを運営するのは、地方創生や街づくりの取組みで今、全国から関心を集めているヤマガタデザイン株式会社です。

同社は、2014年に資本金10万円で設立した



(「SHONAI HOTEL SUIDEN TERRASSE」 撮影：平井広行氏)

若い会社で、鶴岡市覚岸寺周辺に位置する「サイエンスパーク」の未整備エリアの開発を市から引き継ぎ、そこに地域外から人を呼び込むホテル「SHONAI HOTEL SUIDEN TERRASSE (ショウナイホテル・スイデンテラス)」や全天候型児童施設「KIDS DOME SORAI (キッズドーム・ソライ)」をオープンさせました。自社農場も整備し、有機資源循環型農業に取り組みスイデンテラスのほか、地域内外にミニトマトやベビリーフを販売しています。その活動はとてクリエイティブでチャレンジ精神に溢れています。

庄内地域の街づくりに取り組む民間会社ヤマガタデザイン社は、庄内地域の仕事や魅力を発信することについても積極的です。「庄内の地域課題の解決や地域活性化のためには人材確保

が不可欠。しかし現実には、若い人材が次々と域外に流出している。これを何とかしない限り、庄内に未来はない」との強い危機感が背景にあるとのこと。同社では、「地元の企業で『採用したいが人材がなかなか見つからない』と苦勞する一方で、若者の側では『いつか地元に戻って働きたいが、庄内には魅力的な仕事がない』と考えている。このギャップを解消するために、仕事や暮らしに関する地域の情報をきちんと伝えることが重要」と考え、ユニークな地域情報発信のポータルサイト「ショウナイズカン」を2018年6月に立ち上げました。

「ショウナイズカン」プロジェクト・リーダーであるヤマガタデザインの藤原俊介さんによると、同プロジェクトの主たるターゲットはUIターンを意識している域外の若者たちです。



(「ショウナイズカン」Webサイト・トップ画面より)

「若者が東京などの都会に憧れ出ていくことは自然だし、否定しようとも思いません。むしろ、都会で様々な仕事を経験した人が、もう一度自分の働き方、生き方を見つめ直し、地方のために働きたい、地方で暮らしたいと思っても、地方の情報がきちんと届いていないことが問題です。そのギャップを解消するためにこのサイトを立ち上げました。」

藤原さんは、同サイトを立ち上げた理由をこのように話してくれました。

「ショウナイズカン」は、現在、「シゴト」、「ヒト」、「ケシキ」、「ショクジ」の4種類のコンテンツで構成されています。地元の就職に関する情報だけではなく、庄内地域で暮らすことの魅力、働くことの魅力について多角的に紹介している点に特色があり、本サイトで庄内地域の魅力の全貌に触れることができます。

藤原さんによると、そこで発信する庄内地域の情報もこだわりをもって編集しているとのこと。

「外部に発信するだけではなく、庄内で暮らしている私達自身も地域に対してより興味をも

ち、今まで以上に地域を好きになる仕組みを心がけています。これは、『ショウナイズカン』だけではなく、SHONAI HOTEL SUIDEN TERRASSE などほかの事業にも言えることです。ホテルで言うと、地元の人からするといつも見ている田んぼが、ここに来るととても綺麗に見えてくるのです。街づくりとは、ここに住む私達が、最もこの地域を愛し、そして最も楽しんでいる世界から始まるのだと思っています。」

一方、藤原さんはこうも語ってくれました。

「しかしながら『ショウナイズカン』はあくまでWebの世界であり、庄内の仕事や暮らしの実態ではありません。地域に人が集まる上では、やはりこの地域の変化が必要です。地域の『人材獲得』の観点から言えば、その主役は間違いなく企業であり、企業が人材に対する考え方や意識を変化・向上させていき、魅力的な企業が増えていかなと、魅力的な地域にはならないと思っています。つまり、『ショウナイズカン』はあくまでプラットフォームです。このツールを活かしながら、地域の企業の皆さんたちとどう

変化できるかが最も大事なことだと思っています。』

このような考えもあり、最近では情報発信にとどまらず、庄内地域への UIJ ターンを促進させる様々な取組みとの連携にも力点が置かれています。地域が変化する上で行政との連携は大切であるとも、藤原さんは語ってくれました。

実際、2019年1月に同社は、鶴岡市、酒田市、三川町、庄内町、遊佐町の庄内2市3町と山形県庄内総合支庁との間で UIJ ターン促進に関する連携協定を締結し、「山形庄内への就転職 & 移住支援フェア ショウナイズカン LIVE in 庄内」、「同 in 東京」など、同社の発信力を活かしたイベントを官民協同で開催しています。民間主体で始まった地域情報発信の取組みが、今では官民連携のもとで様々な実践的取組みとリンクし発展してきており、「ショウナイズカン」は、地域情報発信の取組みにおける発展形の一つのあり方を示しています。

5. 「キラ☆企業」情報発信事業の

概要と特徴

当センターが実施している東北・新潟の「キラ☆(ぼし)企業」情報発信事業は、東北圏に所在する優れた企業の魅力を若者目線で伝えることを目的に、2018年度から一般社団法人東北経済連合会(以下、東経連)と連携しながら取り組む新しい地域情報発信事業です。

本事業の主なターゲットは、東北圏内外の就

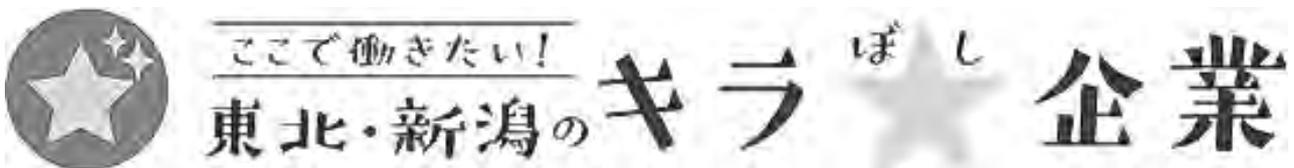
職を控えた学生や UIJ ターンを意識している首都圏の若い社会人たちです。彼らに対して、東北圏の魅力あふれる企業の情報を、そこでいきいきと働く若手社員の声を通して分かりやすく伝えることで、若者の域外流出に歯止めをかけることを目指しています。

2018年12月25日、東北圏に所在する製造業およびサービス業を中心に、中堅・中小企業206社を紹介する当センター Web サイト「ここで働きたい!東北・新潟のキラ☆企業」を公開スタートしました(<https://www.kira-boshi.jp>)。(詳細は当センター機関誌「東北活性研」Vol.34 2019新春号19～22頁をご覧ください。)

「東北・新潟のキラ☆企業」は、東北圏各地の新しい地域情報発信の取組みと狙いとすることは同じです。

また、本事業は、各県の取組事例に共通する要素(「若者をメインターゲットにしている」、「新しい IT メディアである SNS を活用している」、「動画コンテンツを取り入れるケースが増えている」の3つ)を取り入れたものとなっています。その一方で、各県の取組事例にはない特徴を有しており、大きくは以下3点を挙げることができます。

- ① 東北6県・新潟県の広域エリアが対象
- ② 各県・大学・経済団体等との産学官金連携によるシナジー効果の追求



(「東北・新潟のキラ☆企業」サイトの新しいロゴ)

③ ターゲットの大胆な絞込み

この3つの特徴について以下に詳述します。

① 東北6県・新潟県の広域エリアが対象

「キラ☆企業」は、東北6県・新潟県(東北圏)という広域エリアを対象に、同地域の企業情報を紹介する取組みです。東北圏には、これまで県または市町村単位で地域に所在する企業情報を発信する Web サイトがありましたが、「キラ☆企業」のように広域エリアをカバーする取組みは全国でも例がありません。

② 各県・大学・経済団体等との産学官金連携によるシナジー効果の追求

本事業は、東経連をはじめとする経済団体、各県・仙台市、大学などとの産学官金の連携を通じたシナジー効果の追求を意識しています。

本サイトは、東北圏の企業へアプローチする際のゲートウェイ的な役割も担っていると言え、その意味から各県・市・団体のサイトと相互補完する関係にあります。「キラ☆企業」サイトにアクセスした若者が、他の企業情報を知りたい場合は、各県のサイトも閲覧できるというように、東北圏における若者の就職関連情報をキャッチするポータルサイト的な位置づけにもなると考えています。

現在、東北6県・新潟県および仙台市の就職情報関連や移住・定住・UIJ ターン関連のサイトにリンクを貼っていますが、今後はリンク先を増やすとともに、SNS による情報発信も絡めながら、本サイトへの流入経路を増やしていくことが重要となります。

③ ターゲットの大胆な絞込み

当センターではこれまで様々な事業に取り組んできました。これらの成果については、各県等の出損団体や会員企業を中心に情報発信していますが、成果を必要としている個人・団体にきちんと届けられているのか、あるいはどのように活用され、課題解決に結びついているのかといった点などについて、フォローが十分だったとは言えないととらえています。

こうした反省を踏まえ、本プロジェクトでは、先述のとおり情報発信のターゲットを、就職を控えた学生や UIJ ターンを意識している首都圏などの若い社会人に絞り込みました。そして、若者たちが考えているライフスタイルや価値観等も踏まえ、彼(彼女)らに対して仕事に関することにとどまらず、関心のあると思われる様々な情報を的確に届けることを意識しています。

先に触れたアクセス解析によると、「キラ☆企業」サイトの閲覧者は新規ユーザーが大半で、リピーターが少ないという課題も浮き彫りになっています。

今後は、地域属性や Google など検索エンジンのキーワード等をもとにユーザーの特徴を把握に努めるとともに、SNS についても各サービスの 特徴・役割(Twitter の速報性や Instagram の視覚的訴求等)を踏まえた情報発信をしていくことが大切だと考えています。

6. 「キラ☆企業」2019年度の取組み

2019年度は、本サイトの魅力と認知度をさらに高め、より使い勝手のよいものとするため、「サイトの周知・アクセス向上」、「サイトの充実」、「産学官金連携の具体化」の3つに取り組んでいます。

(1) サイトの周知・アクセス向上策

先ず「サイトの周知・アクセス向上」については、本サイトの公開以降、東北6県・新潟県や仙台市、各県の主要大学・高専等の教育機関、東経連等の経済団体などと連携・協力し、大学や合同企業説明会等のイベント、UIJ ターン相談窓口等を通じてサイト告知用のチラシやカードを約1万2000枚配布してきましたが、本年度も継続して各関係機関の協力を仰ぎながら地道な周知活動に取り組んでいます。

同時に、若者が日常よく利用する3種類のSNS (Twitter、Instagram、Facebook) を活用し、当センターとして新たに特設ページ「東北・新潟のキラ☆(ぼし)」を設定して、「キラ☆企業」サイトの情報発信力強化に努めています。



〔「東北・新潟のキラ☆」Facebook 画面〕

(2) サイトの充実策

「サイトの充実」については、「キラ☆企業」の紹介数を増やすことに加え、検索機能の強化、ロゴ・デザインの一新、コンテンツの多様化といった多角的なアプローチで複数の見直しを行い、「キラ☆企業」サイトの強化・充実を図りました。これらの対策を施したりリニューアル・サイトを9月13日からすでに公開しており、先述のSNS サイトも同日より閲覧できるようになっています。

① 「キラ☆企業」の追加選定

「キラ☆企業」の追加選定にあたっては、東北圏に本社を置く地場大手企業や中央大手企業の系列・子会社、建設業を新たに対象に加え、206社から約300社への登録数拡大を図っています。追加する企業の情報につきましては、9月から順次公開しています。今年度の追加企業につきましても、昨年度同様に、東北圏各界の有識者をメンバーとする選定委員会(委員長:東北大学名誉教授 大滝 精一先生)での議論を踏まえ選定しました。

② 検索機能の強化

検索機能は、昨年度から設定しているキーワード検索の20項目を、「仕事内容」、「会社の特長・雰囲気」、「働き方」の3つのカテゴリー毎に分類し、より検索しやすくするとともに、これまで県別でしか検索できなかったエリア別検索について、各県をいくつかの地域毎(各県2~3エリア)に細かく検索できるようにしました。

また、業種別検索機能(製造業11業種、非製造業11業種の計22業種に分類)や企業一覧検索機能(50音順)、お気に入り企業の登録機能

【「キラ☆企業」サイト・リニューアルのポイント】

SNSの活用	<ul style="list-style-type: none">● SNSの活用による双方向性を意識した情報発信<ul style="list-style-type: none">・キラ☆企業の関連情報をはじめ、東北6県・新潟県のような魅力や話題についても発信し、就職を控えた学生やUI/ターンを意識している首都圏等の若い社会人に対し、認知度をさらに高め、アクセス向上につなげる <p>[SNSのアカウント名]</p> <ul style="list-style-type: none">・Instagram: @kasseiken_kira・Facebook: @kasseiken.kira・twitter: @kasseiken_kira
「キラ☆企業」の対象拡大と登録数の増加	<ul style="list-style-type: none">● 対象を拡大<ul style="list-style-type: none">・従来の中堅・中小企業(製造業+広義のサービス業)に、東北6県・新潟県に本社を置く、地場大手、系列・子会社や建設業を対象に加えた● 選定基準<ul style="list-style-type: none">・一定規模の売上高や従業員数を有し、過去3年の決算が黒字で、売上高伸長率が前期比100%以上・独自の技術やビジネスモデルを有するなど特筆すべき要素を持つ● 登録数を増加<ul style="list-style-type: none">・昨年度206社⇒今年度約300社に拡大
検索機能の強化とデザインの一変	<ul style="list-style-type: none">● 検索機能の強化<ul style="list-style-type: none">・より関心・興味を持ってアクセスしてもらい、使い勝手の良いものとするため、キーワード検索やエリア別検索を向上させるとともに、業種別検索や企業一覧検索を追加● 企業登録機能とアンケートフォームの追加<ul style="list-style-type: none">・アクセスユーザーのニーズや声をサイトの運用に反映● ロゴを一新し、サイトデザインを変更<ul style="list-style-type: none">・アクセス解析の結果を踏まえ、首都圏の若者など、本サイトに興味を持つユーザー層の嗜好を意識し、親しみやすくした

を新たに追加し、これまで以上にスムーズに企業検索ができるよう工夫しました。

さらに、アクセス・ユーザーのニーズや意見、感想などを収集し、本サイトの魅力向上に反映させるため、簡単なアンケートによる情報収集機能を新たに設けています。

③ ロゴ・デザインの変更

これらのサイト機能の向上に合わせて、「キラ☆企業」のロゴを一新するとともに、サイトのデザインを大幅に変更しました。

本サイト公開から2019年8月末までの月毎のアクセス解析の結果を見ると、延べ1万5千

超のアクセス数(セッション数)、ページビュー数にして延べ約8万1千あり、この間、スマートフォン等のモバイル端末からのアクセス数の割合が徐々に増えているほか、地域別では東京をはじめとする首都圏からのアクセスの割合が増加傾向を見せています。

また、キーワード20項目の検索履歴を見ると、「仕事と家庭・家族、趣味を両立できる」や「子育てしやすく、女性が働きやすい」等、会社や仕事の面よりもワーク・ライフ・バランスに関連したキーワードの関心が多く、このことから、一定の割合で女性がアクセスしているものと推察されます。



〔東北・新潟のキラ☆企業〕のPRポスター画像

加えて、後述する本プロジェクトにインターンシップとして参加した現役の大学生から、「これまでのサイト・デザインは白が基調で色味が少なく、華やかさに欠けるように思える。最初に目がいくトップ画面はもっと目立つ方がよいのではないか」との指摘もありました。

このように、ロゴの一新やサイトのデザイン変更にあたりましては、首都圏在住の若者や若い女性たちなど、本サイトに関心を持っているユーザー層の嗜好により近づくことを意識しました。

④ コンテンツの多様化(動画配信サイト「キラ☆(ぼし)パーソン」の立上げ)

「コンテンツの多様化」については、当センターの2019年度新規事業である「東北・新潟のキラ☆(ぼし)パーソン」(動画コンテンツの

オンデマンド配信)と連携した取組みになります。(詳細は「7.」で後述)

(3) 産学官金連携の強化策

「産学官金連携の強化」では、昨年度に引き続き東経連が進めている広域的インターンシップ促進事業等との連携を進めると共に、東経連が新たに組織した「わきたつ東北 若手経営者の会」メンバーにも「キラ☆企業」経営者が複数就任していただくなど、多面的に関りをもっています。

また、特に大学との連携策として、山形大学の学生2名(人文社会科学部2年生の男女各1名)を本事業の事務局に受け入れ、インターンシップを実施しました(2019年9月2日～6日の5日間)。

学生2人は、当センター「キラ☆企業」事務局チームの一員として、2019年度「キラ☆企業」への取材(仙都魚類株式会社、奥田建設株式会社)のほか、本サイトの周知・アクセス向上策の提案および「キラ☆パーソン」の動画配信(後述)にかかる企画立案とコンテンツ制作会社でのプレゼンテーションの3つのプログラムに意欲的に取り組んでいただき、若者らしい発想で様々な意見やアイデアを提供いただきました。

今後も、本事業のメインターゲットである若者たちの様々な意見やアドバイスを活かしていきたいと考えています。

7. 新規動画配信サイト「東北・新潟のキラ☆(ぼし)パーソン」の立上げ

「キラ☆パーソン」は、東北圏の様々な地域・分野で活躍している若者の姿を、現場感のある



(「キラ☆企業」のインターンシップに参加した板橋嶺君(左)と神保日夏さん(右))

映像(ショートムービー)で伝えることによって、広く東北圏内外の若者たちのモチベーション・アップや進路を考える際の気づきにつながることを目指しているものです。

先述の「キラ☆企業」が、東北圏に所在する魅力的な企業の紹介を意図しているのに対し、「キラ☆パーソン」は“人”にフォーカスしている点に特徴があります。東北6県・新潟県の様々な地域・分野において挑戦し、活躍している若者の実際の姿(仕事ぶりや価値観、生き方など)を4分程度の現場感のある映像で伝え、東北圏で働くことや暮らすことの魅力を発信しています。

「キラ☆パーソン」で紹介する内容は、「働」、「住」、「技」の3つのカテゴリで構成しています。

●「働」: 起業家、若手経営者、「キラ☆企業」で活躍する若手社員

- 「住」: 東北圏に魅力を感じ移住した若者(例: 地域おこし協力隊、UIJ ターン等)
- 「技」: 先端分野の研究開発に取り組む大学、企業の研究者・技術者

いずれのカテゴリについても、人物の現場感ある活躍の様子と東北を活躍の場にした動機や、その方々が感じている地域の魅力に迫りたいと考えております。10月9日には、YouTubeの特設サイト「東北・新潟のキラ☆(ぼし)パーソン」(検索キーワード: 東北・新潟のキラぼしパーソン)を開設し、下記3名の動画を先行配信しております。是非ご覧ください。

- ・今野 賢治さん(「キラ☆企業」今野印刷株式会社のプランナー)
- ・高橋 開さん(株式会社アキウツーリズムファクトリー ツアープランナー)
- ・仲宗根 杏樹さん(柳都振興株式会社 古町芸妓)



〔キラ☆パーソン〕Web サイト・トップ画面)

なお、本年度は、先行配信した上記3本を含め、計13本の動画を配信(月2本程度のペース)することとしています。このうち1本につきましてはインターンシップで学生さんが提案した企画にもとづき制作しています。

また、「キラ☆企業」Web サイトとリンクさせ、相乗効果を図りながら若者にとってさらに魅力あるサイトを目指すとともに、アクセス数の増加につながればと考えています。

8. 当センターにおける

今後の地域情報発信の取組み

本稿では、東北圏における新しい地域情報発信の取組みを紹介しながら、当センターの新たな取組みである「東北・新潟のキラ☆企業」情報発信事業の今年度の取組みや特徴点について述べてきました。

当センターでは SNS や「キラ☆パーソン」の

取組みと緊密に連携しながら、「キラ☆企業」サイトの情報発信力の強化とコンテンツの充実を図り、東北圏の魅力をより多面的に発信していきたいと考えています。ゆくゆくは各県の取組事例のカテゴリーで示した「企業」、「人」、「暮らし」の3つの要素全てをカバーする東北圏広域の枠組みによる若者向け地域情報のポータルサイトとして、各県・地域の取組みとのシナジー効果を高めつつ、東北圏内外の若者から高く評価してもらえるように継続して育てていきたいと考えています。

以上

TOHOKU わくわくスクール2019開催 及び昨年度の報告について

1 TOHOKU わくわくスクール2019

当センターは、東北6県及び新潟県に所在する企業及び団体・大学等にご協力いただき、当該地域の小学生・中学生・高校生を対象とした出前授業のマッチングを行っている。

次世代層の向学及び就業意欲を喚起するテーマを選択し、デモンストレーションや実演に加

え、地元の地域社会・産業の理解をも深めてもらう機会を提供している。

3年目となる今年度は、76企業・団体等のご協力をいただき、各小学校・中学校・高等学校より67件の応募があった。

学校及び企業・団体等、双方のスケジュール調整等マッチング作業を行った結果、下記のとおり58件の実施となる予定。

■ TOHOKU わくわくスクール2019 実施一覧 (予定含む)

日程	学校名	対象	講師	テーマ
1 6月6日(木)	青森県 八戸市立三条中学校	中学2年生 85名	株式会社日本能率協会マネジメント センター東北営業本部	将来に役立つ力を身に着けよう ～職場体験をより良いものにしよう!～
2 6月24日(月)	宮城県 聖ドミニコ学院小学校	小学5年生 36名	株式会社NTTドコモ東北支社	スマホ・ケータイ安全教室
3 6月28日(金)	青森県 鶴田町立鶴田小学校	小学5～6年生 122名+保護者	株式会社NTTドコモ東北支社	スマホ・ケータイ安全教室
4 7月1日(月)	福島県 棚倉町立近津小学校	小学3年生 24名	株式会社明治	みるく教室
5 7月2日(火)	新潟県 長岡市立大島中学校	中学1年生 114名	公益財団法人環日本海経済研究所	私たちが世界とのつながり 国際協力を考える
6 7月2日(火)	山形県 山形県立小国高等学校	高校1年生 23名	株式会社たびむすび	この地域のことを知ってほしい ～地域資源の発見と観光ルートづくり～
7 7月3日(水)	福島県 棚倉町立近津小学校	小学5年生 23名	キャノンマーケティングジャパン株式会社	モノの「とくちょう」を利用してリサイクル
8 7月3日(水)	岩手県 一関市立弥栄小学校	小学4年生 8名	株式会社復建技術コンサルタント	環境調査 水生生物調査(簡易水質調査)
9 7月3日(水)	山形県 大蔵村立大蔵中学校	中学3年生 31名	株式会社日本能率協会マネジメント センター東北営業本部	将来に役立つ力を身に着けよう ～職場体験をより良いものにしよう!～
10 7月4日(木)	福島県 白河市立五箇中学校	中学1～3年生 38名	株式会社たびむすび	この地域のことを知ってほしい ～地域資源の発見と観光ルートづくり～
11 7月4日(木)	福島県 いわき市立郷ヶ丘小学校	小学6年生 87名	富士通株式会社	将来のシゴトとエコ ～キャリア教育×環境教育～
12 7月9日(火)	福島県 いわき市立川部中学校	中学1～3年生 54名	株式会社ゆうちょ銀行	お金のちしき 楽しく学んで、身につけよう!
13 7月10日(水)	新潟県 長岡市立刈谷田中学校	中学2年生 57名	株式会社日立ソリューションズ東日本	コンピュータの仕事
14 7月11日(木)	青森県 三沢市立第二中学校	中学3年生 54名	株式会社みちのく銀行	「お金」について考えよう
15 7月12日(金)	岩手県 盛岡市立東松園小学校	小学5～6年生 79名	セントラルスポーツ株式会社	夢を叶えるために
16 7月16日(火)	青森県 外ヶ浜町立三厩中学校	中学1～3年生 28名	株式会社ビジネスサービス	情報モラル教室 ～モラルって何?～
17 7月17日(水)	福島県 北塩原村立裏磐梯中学校	中学2年生 7名	東北エネルギー懇談会 東北放射線科学センター	放射線の基礎
18 8月23日(金)	岩手県 陸前高田市立竹駒小学校	小学4～6年生 29名	セントラルスポーツ株式会社	楽しく身体を動かそう(水泳教室)
19 8月28日(水)	秋田県 秋田県立小坂高等学校	高校3年生 41名	株式会社明治	チョコレートの世界へようこそ!
20 8月29日(木)	福島県 郡山市立東芳小学校	小学5年生 9名	地域未来プロジェクト実行委員会	ハルをさがして(映画鑑賞)
21 9月2日(月)	福島県 福島県立白河第二高等学校	全校生徒 61名	ハマツ観光株式会社ホテルハマツ	ホテルの役割と仕事

	日程	学校名	対象	講師	テーマ
22	9月4日(水)	新潟県 南魚沼市立中之島小学校	小学5年生 33名	株式会社大武・ルート工業	世界にはばたく企業技術 自動ねじ供給機の紹介
23	9月5日(木)	福島県 福島県立猪苗代高等学校	高校1年生 40名	ヤマニ醤油株式会社	中高生で学ぶイノベーションのススメ
24	9月5日(木)	福島県 田村市立都路中学校	中学1～3年生 10名	OGATA Inc. (有限会社オガタ)	好きな事をとことんし、続ければ何かが生まれる！～人生ドラマの主役は自分～
25	9月5日(木)	福島県 田村市立都路中学校	中学1～3年生 10名	鹿島建設株式会社東北支店	「渾身の“都路 Story”この手で作る」 ～人間と技術を信じて～
26	9月5日(木)	福島県 田村市立都路中学校	中学1～3年生 10名	株式会社竹中工務店東北支店・竹和会	「建設」っておもしろい！
27	9月13日(金)	福島県 平田村立小平小学校	小学6年生 22名	株式会社ゆいネット	起業・開業について ～商品を販売していくために必要なこと～
28	9月13日(金)	宮城県 仙台市立将監西小学校	小学3年生 29名+保護者	株式会社七十七銀行	お金にはヒミツがある！ ～おこづかいを上手に使う～
29	9月18日(水)	福島県 いわき市立川前中学校 いわき市立桶壳中学校	中学1～3年生 9名	パナソニック株式会社	未来の自分に向けて今やるべきこと 私の行き方発見プログラム
30	9月18日(水)	福島県 郡山市立東芳小学校	小学1～6年生 93名+保護者	株式会社NTTドコモ東北支社	スマホ・ケータイ安全教室
31	10月16日(水)	福島県 福島県立猪苗代高等学校	高校3年生 35名	国立研究開発法人理化学研究所	見えないものを見る光 テラヘルツ光
32	10月18日(金)	新潟県 長岡市立大島中学校	中学2年生 112名	フジコーポレーション株式会社	グローバルな人材と英語
33	10月18日(金)	山形県 南陽市立宮内中学校	中学2年生 74名	第一貨物株式会社	物流の役割
34	10月21日(月)	青森県 弘前市立裾野小学校	小学3年生 14名	株式会社鐘崎	地域食である「笹かまぼこ」の伝統・文化の継承
35	10月24日(木)	福島県 福島県立猪苗代高等学校	高校2年生 34名	フジコーポレーション株式会社	グローバルな人材と英語
36	10月29日(火)	宮城県 仙台市立八軒中学校	中学2年生 120名	株式会社清月記	夢に向かって行動しよう！ たった1回の人生を大切に
37	10月30日(水)	青森県 五所川原市立市浦小学校	小学5～6年生 26名	株式会社NTTドコモ東北支社	スマホ・ケータイ安全教室
38	11月1日(金)	宮城県 宮城県石巻西高等学校	高校3年生 200名	SMBC コンシューマーファイナンス株式会社	生活設計・家計管理セミナー
39	11月6日(水)	福島県 相馬市立八幡小学校	小学5年生 15名	株式会社東邦銀行	東邦銀行の仕事
40	11月7日(木)	青森県 平川市立碓ヶ関小学校	小学3～6年生 34名	日本銀行青森支店	日本銀行と金融の役割
41	11月8日(金)	宮城県 大郷町立大郷小学校	小学6年生 65名	スモリ工業株式会社	良質な住宅とは
42	11月12日(火)	新潟県 村上市立村上小学校	小学3年生 46名	北越コーポレーション株式会社 新潟工場	紙の知識・紙抄き体験
43	11月22日(金)	岩手県 栗石町立西山小学校	小学3年生 27名	株式会社ゆいネット	起業・開業について ～商品を販売していくために必要なこと～
44	11月22日(金)	山形県 東根市立大森小学校	小学6年生 127名	東日本旅客鉄道株式会社	環境にやさしい鉄道の秘密を探れ！
45	11月26日(火)	新潟県 新発田市立菅谷小学校	小学6年生 12名	株式会社ゆいネット	起業・開業について ～商品を販売していくために必要なこと～
46	11月29日(金)	新潟県 新潟市立五十嵐中学校	中学3年生 180名	ヤマニ醤油株式会社	中高生で学ぶイノベーションのススメ
47	12月6日(金)	岩手県 栗石町立西山小学校	小学5年生 26名	キャノンマーケティングジャパン株式会社	モノの“とくちょう”を利用してリサイクル
48	12月6日(金)	青森県 佐井村立佐井中学校	中学1～3年生 42名	株式会社日本能率協会マネジメントセンター東北営業部	将来に役立つ力を身につけよう ～職場体験をより良いものにして！～
49	12月6日(金)	青森県 南部町立名久井小学校	小学6年生 30名	東北自然エネルギー株式会社	再生可能エネルギー
50	12月9日(月)	宮城県 仙台市立仙台商業高等学校	高校1、3年生 640名	SMBC コンシューマーファイナンス株式会社	生活設計・家計管理セミナー
51	12月12日(木)	宮城県 大崎市立清滝小学校	小学5～6年生 11名	株式会社日立ソリューションズ東日本	ITの便利さ、楽しさ体験
52	12月13日(金)	宮城県 仙台市立川前小学校	小学6年生 84名	東北自然エネルギー株式会社	再生可能エネルギー
53	12月17日(火)	青森県 三沢市立岡三沢小学校	小学5年生 95名	有限会社柏崎青果	青森の宝を世界に 新たな出逢いを求めて
54	1月16日(木)	新潟県 三条市立長沢小学校	小学5年生 20名	株式会社日立ソリューションズ東日本	ITの便利さ、楽しさ体験
55	1月17日(金)	宮城県 気仙沼市立立瀬小学校	小学6年生 61名	東北自然エネルギー株式会社	再生可能エネルギー
56	1月21日(火)	山形県 酒田市立松陵小学校	小学6年生 54名	酒田共同火力発電株式会社	発電のしくみ・不思議を体験しながら学ぶ
57	1月22日(水)	福島県 会津若松ザベリオ学園小学校	小学5～6年生 40名	一般財団法人東北電気保安協会	電気教室
58	3月9日(月)	福島県 小野町立小野中学校	中学1年生 84名	地域未来プロジェクト実行委員会	ハルをさがして(映画鑑賞)

2 昨年度の様子と参加者の声

昨年度の本プログラム実施件数は44件に上りました。その中から、いくつか事例をご紹介します。

■文化施設で働くということ「学芸員」ってどんな仕事？

講師：寺山修二記念館

対象：青森県 中学校1～3年生

「資料の調査研究」の体験及びグループワーク



生徒の感想

学芸員は常に学習できる仕事だとわかりました。寄贈品にどんなことが書いてあるのかじっくり見るので楽しい仕事だと思いました。

ワークショップを通して、絵だけではなく細かく全体を見ることで最初に伝わってきたことは違った見え方ができるのだと気がきました。

■環境学習 水生生物調査(簡易水質調査)

講師：株式会社復建技術コンサルタント

対象：岩手県 小学校4年生 9名

川の水の採水及び水生生物の捕獲



捕獲した虫の種類を整理



生徒の感想

弥栄の川の水はきれいな方だということがわかりました。ヒラタドロ虫などがたくさんいて、生き物が住みやすいこともわかりました。

学校に戻って川の水を葉で調べた時、グループごとに水の色が違っていたので、調べる場所で水のきれいさが違うことが分かり、驚きました。

■販売商品を考える

講師：株式会社ゆいネット

対象：宮城県 高等学校1年生 40名

グループワーク



講義の様子



生徒の感想

人によってモノの価値が違ってきたりするということを知ったので、自分にとってどんなものに価値があるのかを考えて生活してみたい。

「商品売る」といえば簡単と感じてしまいましたが、その裏には広い視野で考えられた計画があるということが分かりました。

■再生可能エネルギーとわたしたち -未来につなぐエネルギー-

講師：東北自然エネルギー株式会社

対象：秋田県 小学校2～6年生 44名

地熱発電実験模型を見学



講義の様子



生徒の感想

地熱発電は、天気や季節によらず24時間365日発電できるということが分かりました。でも発電するには、たくさんの時間がかかるということも分かり、また、秋田にも地熱発電所があることを知ってビックリしました

習ったことをこれからの勉強に活かしつつ、エネルギーについてのことを考えながら、家の電気の「点ける」「消す」をしっかりと考えながら生活していきたいと思いました。

■見えないものを見る光 テラヘルツ光

講師：国立研究開発法人理化学研究所

対象：山形県 中学校2年生 81名

講義の様子



光の性質である「スペクトル」と「偏光」を体感



生徒の感想

今、授業でやっていることが、研究者がしている研究に繋がっているということを実感できて、興味深く感じました。

偏光シートの実験がとても印象に残りました。角度を変えるだけで色が変わったり、光を通さなくなったりと、すごいなと思いました。

■銀行で働く！

講師：株式会社東邦銀行

対象：福島県 中学校1～3年生 10名

講義の様子



グループワーク



生徒の感想

夢を叶えるためには、夢を設定し、達成するための計画を立て、イメージして行動することが大切だと知りました。また、人それぞれの生き方、考え方がないと学びました。

苦勞することの大切さも学びました。苦勞をたくさんすることによって、どんどん成長していけると思うので、たくさん苦勞を乗り越えていきたいです。

■ ITの便利さ、楽しさ体験

講師：株式会社日立ソリューションズ東日本

対象：新潟県 小学校5～6年生 16名

講義の様子



プログラミング体験



生徒の感想

コンピュータに関わっている人でも、それぞれ人との関わり方は違うことも初めて知りました。作る人だけしか仕事ではないと思っていましたが、売ったり、楽しさを伝えたりすることも仕事に含まれていて、たくさんあるのだと分かりました。

自然にコンピュータが生活を楽にしてくれていることを知りました。何気なく使っている物でも、頑張っってコンピュータ技術者の方たちが開発してくれた物なので、本当にすごいと思いました。

最後に、昨年度、本プログラムに参加した学校の先生方から寄せられた声をご紹介します。

- 企業及び指導してくださる方々の仕事に関する思いや、子どもたちに伝えたいメッセージを、これからもお願いしたい。
- キャリア教育と「地域課題」はとても関連が深いので、地元企業でも同様の取り組みをしてほしい。働く人の苦勞や喜び、人生観に更に深く接することができれば、キャリアの授業としての意義が高まっていくと思う。
- このような事業の継続をお願いしたい。
- 出前講座は専門的な知識や経験を持った方々から教えていただける場なので、学校の中だけでは学べないことを学ぶチャンスとなります。ぜひ、子どもたちのよりよい成長のために、多くの分野から講座を考えていただけるとありがたいです。今回はありがとうございました。
- 今後とも人材育成、地域貢献をめざした取組みの継続を期待しています。本日はありがとうございました。
- 今後もわくわくスクールが末永く実施され、多くの子どもたちの深い学びにつながっていくことを期待します。本当にありがとうございました。
- 経験の少ない子どもたちが社会（企業等）と触れ合う機会が得られ、とても有意義でした。
- 社会人の方の講話は貴重な体験となります。わかりやすく、しっかりとした内容を伝えてくれる優れた講師を紹介していただき、ありがとうございました。
- 受講させていただき、生徒も教員も、とても良い経験になりました。専門的なことを学ぶには、専門家から教えていただくことが一番良いと思いました。
- 学校以外の方々が「子ども」のために、何かをしてくださると、本当にありがたく思います。ありがとうございました。

移住者が受け継ぐ 人と人を結ぶ湯 —「波と母船」による長者温泉ゆとり館の運営—

調査研究部 主任研究員 伊藤 孝子

はじめに

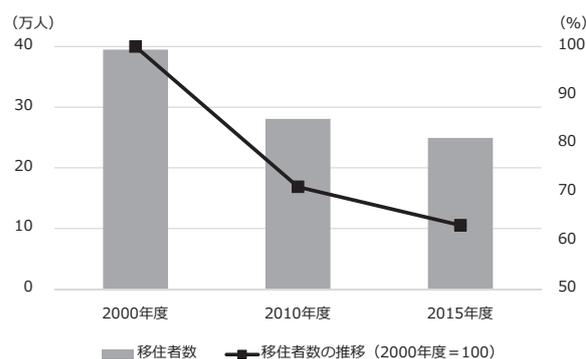
これまで当センターでは、4年にわたって若者の移住・定住に関する調査を実施し、移住・定住促進のための政策や田園回帰による農山村再興、空き家活用、地域おこし協力隊制度活用等、行政主導による方策を検討してきた。5年目を迎える今年度は、移住者を受け入れる側の地域住民や地域内団体・企業に焦点を当てることにより、様々な主体によるこれからの移住・定住促進方策のあり方について考察、提案することとしている。

調査の中で、地域資源である温泉の運営を受け継ぎ、定住人口や交流人口の拡大に取り組み始めた移住者にインタビューを行う機会を得た。本稿では移住者の実態や移住・定住促進施策の現状について言及するとともに、新潟県糸魚川市に移住した女性と、彼女らが設立した任意団体「波と母船」の取組みについて紹介する。

1 移住者の実態と移住・定住促進施策

都市から地方へのひとの流れをつくるべく若者の人口還流(UIJ ターン)が注目され、各自治体

図1 都市部から過疎地域への移住者数の推移



出所：総務省「「田園回帰」に関する調査研究報告書」(2018年3月)、以下同じ

による移住・定住への取組みは活発化している。

2017年に総務省が過疎関係市町村¹に対して、移住・定住促進施策の実施状況などを把握するためアンケート調査を実施している。817自治体²の85.6%が移住相談窓口を設置しており、移住・定住フェアへの出展・開催は77.6%、空き家バンク制度は75.6%が実施している。また、施策開始時期については、2005年度から実施自治体が増加し、地方版総合戦略の策定及び本格的な実施段階となった2015、2016年度はその数が大きく進展した(図2)。

移住・定住促進施策の実施主体については、自治体以外に何らかの主体がある割合は55.4%を占めている。主体の類型は「地域おこし協力

1 過疎地域自立促進特別措置法に規定される過疎市町村(第2条第1項)、過疎地域とみなされる市町村(第33条第1項)、過疎地域とみなされる区域を有する市町村(第33条第2項)。なお、全国1,741市町村のうち817市町村、東北圏257市町村(東北6県及び新潟県)のうち152市町村が過疎関係市町村として指定されている。

2 自治体が業務委託するNPO等が実施しているものも含む。

図2 移住・定住促進支援施策を開始した年度ごとの市町村数

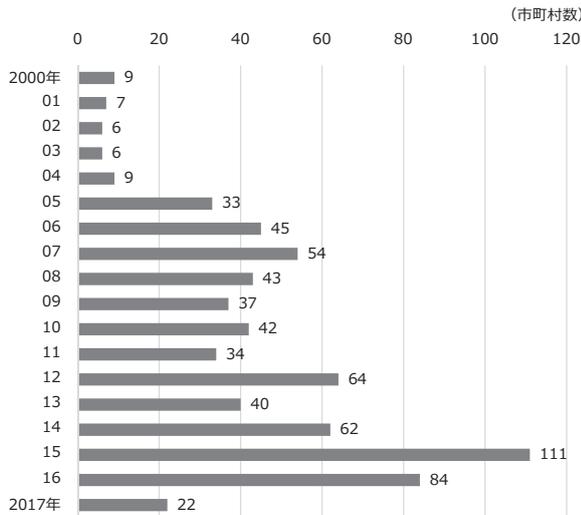
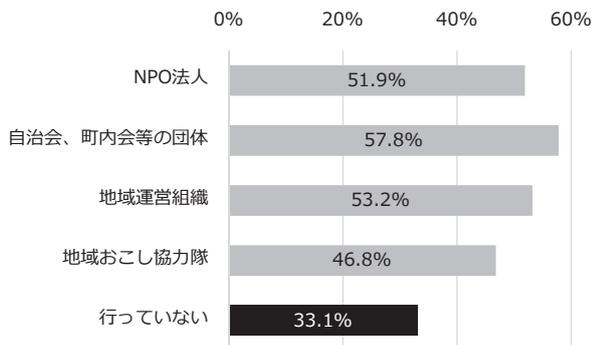


図3 移住相談窓口の設置実施市町村に占める移住者増加市町村の実施主体別割合(複数回答)



隊、集落支援員」が最も多く、「NPO 法人」、「その他(地域の任意団体、移住・交流促進促進協議会、一般社団法人など)」が続く。移住者が増加している自治体では、NPO 法人や自治会、町内会等多様な主体が移住・定住施策に取り組んでいる傾向があることが示されている(図3)。

2 屋村靖子氏の移住

2.1 ありのままの自然とそこで暮らす人々の気付き

2016年12月に新潟県糸魚川市に移住する

ことになる屋村靖子氏は埼玉県に生まれ育ち、多くの女の子が感じるように東京への強い憧れを抱いていた。高校卒業後に上京し専門学校に進学、その後写真スタジオや飲食店などで働いていたが、ある日、アウトドアブランドに勤めていた友人から販売員のアルバイトに誘われた。軽い気持ちで引き受けたところ、アルバイトは1年ほど続き、本社の新しく創設される広報部に抜擢され、正社員として働き始めることとなった。

平日は都心のオフィスビルで忙しくデスクワークをこなし、週末となればブランドPRのためのイベントが開催されるキャンプ場を訪れた。靖子氏自身、アウトドアへの興味関心は強くなかったが、仕事終わりの同僚たちとのキャンプを通じ次第にアウトドアを楽しむようになっていった。しかし、次第にパソコンの前でアウトドアや自然の良さをPRしていながら、住まいは都心である自分自身の暮らしに疑問を感じるようにもなった。そんな思いを抱きながらキャンプに参加していると、自分たちが楽しんでる傍で毎日ありのままの自然を受け入れて暮らす人々の存在に心惹かれるようになっていった。

2.2 津南町への初めての移住

友人の装飾アーティストが2014年に新潟県津南町³で開催されるイベントに作品を展示するというので、友人が滞在する同町の秋山郷を初めて訪れた。2日間の滞在中、都会とは全く異なる環境や時間の流れに戸惑いつつも持て余した時間を使って、友人らのために出汁をとって料理をしたり、わざわざ豆を挽いてコーヒーを淹れたりした。都会の日常では簡単に済

3 世界最大規模の国際芸術祭「大地の芸術祭」が開催される越後妻有地域。

ませられることを、手間ひま惜しまず丁寧に作るという経験に、今までに感じたことのない心地良さを感じたという。

東京の生活が楽しくなかったわけではない。エナジードリンクとコーヒーを交互に飲みながら忙しく仕事をして、そして仕事が終われば飲みに行く、そんな東京の生活も嫌いではなかった。しかし、2011年の東日本大震災発生時に首都圏での暮らしに危うさを感じたこと、さらには自分自身の暮らしに矛盾を抱えていた靖子氏にとって秋山郷での体験がそれらへの答えになった。自身が追っていたのは、都会のオシャレな暮らしではなく、知恵や工夫に溢れた田舎の暮らしであり、目指すべき暮らしは都会では得られない。そして、「ここ（津南町）に住むしかない！」という直感につながった。

それから東京に戻った靖子氏は結婚していたパートナーをはじめ会社や友人知人に新潟県津南町に移住する旨を伝え、準備を開始した。移住して何を生活の糧にするのかは全く考えておらず周囲から反対の声もあがったが、靖子氏の決意は揺るぎなかった。たまたま津南町でキャンプ場を運営している知人から民宿運営を勧められた。「家族や友人にも自分自身が感動した暮らしや時間を味わってもらえるようにしたい」と思い、また「農」にも興味があったことから、農家民宿を生業にしようと思立った。

2.3 東京から津南、そして糸魚川へ

2015年7月に津南町に移住した。民宿に適した物件を人づてに見つけ、短い間友人の家で世話になりながら、移住と同時にその物件を購入し、暮らしながら民宿の準備をしようと考えていた。しかし、いざ移住してみると持ち主との譲渡手続きが整わず、知り合った友人のアパートや倉庫などを転々とするようになった。

そして、その状態が半年以上続くも、譲渡の話は一向に進まず、靖子氏は不安定な生活にも、地域に溶け込めない現状にも不安と焦りを感じていた。「これでは移住した意味がない」、当初予定していた物件はあきらめ、なんとしても津南町で別な物件を探さなくてはならないと苛立ちは募るばかりであった。

そんな靖子氏に、アルバイトをしていた宿のオーナーが「津南町にこだわるのではなく、自分が移住した意味を見つめ直したら？」と声をかけてくれたことが現状を打開するきっかけとなった。

自身が移住した一番の目的は、田舎での丁寧な暮らしと農家民宿を営むことであり、津南町でなければできないわけではないと気づく。そ

友人宅での暮らしの様子(上)
思い通りにならない民宿経営への思い(下)



出所：長者温泉ゆとり館提供

ここで、自身の目的を果たすことができる場所を探そうと田舎暮らしを紹介する雑誌を眺めていると、同県糸魚川市の紹介が目にとまった。他の市町村の多くは観光地やグルメなどを紹介しているのに対して、糸魚川市は移住した陶芸家や農家などの暮らしを紹介しており、その暮らし方に惹かれた。早速、糸魚川市の定住促進課を訪ねようと、市役所に足を運んだ。各窓口からの出迎えてくれる明るい挨拶に驚かされ、担当してくれた同年代の職員の親身な対応に一気に糸魚川市が好きになったという。片や津南町で出会った人々と別れなければならないことに後ろ髪をひかれる思いもあった。津南町での初めての田舎暮らしをたくさんの方々が助けてくれた。しかし、都会に戻るのではなく新天地で自分が理想とする田舎暮らしを追い求められるのは津南町での素晴らしい経験があったからこそであり、何より津南町の人々との強い絆が靖子氏の背中を押した。

そして、糸魚川市木浦地域の鬼舞地区にあった空き家と出会い、2016年12月糸魚川市に移住することとなった。靖子氏は民宿を開くという目標はあったものの、地域の人たちの理解が得られなければ営業はせず、住み開きのようにならねばならないことなども念頭に気長に考えることにした。靖子氏は津南町での生活は東京のスピード感で物事すべてをとらえてしまったと当時を振り返る。津南町から糸魚川市に至る中で、時間の流れは緩やかになり、地方で地に足をつけて生活する準備は整っていた。

3 長者温泉ゆとり館の再生

3.1 存続が危ぶまれる長者温泉ゆとり館

1995年に旧能生町が糸魚川市木浦地域(浜

糸魚川市木浦地区



出所：筆者作成

長者温泉ゆとり館外観



出所：筆者撮影

木浦、新戸、中尾、鬼舞、鬼伏)の中尾区内に日帰り入浴施設の長者温泉ゆとり館と宿泊施設のファミリー館、BBQなどを楽しめる「えんじょい広場」を整備した。運営は中尾区民に委託され、能生町が糸魚川市に合併後も区民による運営が続いていた。しかし、利用客の減少による減収に加え、地区の人口減少と高齢化の進展により、50名ほどしかいない区民による運営継続は限界に来ていた。

住まいをリノベーションしながらの生活でお風呂が使えなかったことから、引っ越しして間もなく、靖子氏は車で5分程度のところにある長者温泉を利用し始めた。お風呂を利用する地域住民からゆとり館の現状を見聞きし、靖子氏

は「もっと、できることがあるはず。私に任せてもらえないものか」と考えるようになったという。

木浦地域では2014年頃から糸魚川市に運営継続の解決策について相談を行ってきた。2016年からは日帰り温泉のみの営業となり、2017年9月には市主催でゆとり館の運営を巡る説明会が開催されることになった。地域内には事前にアンケートが配布され、ゆとり館の運営についての意見が集められた。靖子氏は「自分が運営したい」と回答するとともに、人材不足への対応やPR手法などを盛り込んだ企画書も提出した。そして、説明会は始まったが、市と住民の間で議論は紛糾した。その様子に啞然としていた靖子氏は、説明会の終盤に企画書に目を通して区長らから発言する機会を与えられた。靖子氏はファミリー館のかやぶき屋根の魅力、地域の自給自足の暮らしの尊さ、海から山へ連続する木浦地域5地区の風景や地区住民の相互交流、移住者だからこそ気付いたゆとり館の可能性について思いの丈を伝えた。会場には靖子氏と同じようにゆとり館の運営継続に協力したいという思いを抱く同志もおり、区長らからそうした仲間とともに改めて企画書を作成してはどうかと勧められる。

3.2 思いを伝え続けながら気づく

これまで地域の活性化に貢献してきたゆとり館の運営を持続可能なものにするべく、市は外部委託する運営主体の条件として、法人格を有する団体であることや温泉施設運営の実績などを提示し、公募を慎重に審査する姿勢を見せた。糸魚川で新しくできた仲間の協力もあり、靖子氏は時間をかけて練り上げた企画書を市に提出し、時間を見つけては職員にコンタクトを取って、思いを伝え続けたが、なかなか話が進展し

ない状況が続いた。その間に、市主催で開催された「地域づくりコーディネーター養成講座」に参加した。地域づくりをやろうという考えは毛頭もなかった靖子氏だったが、講座を通じて、ゆとり館を引き継ぐことが地域づくりであり、地域づくりは地域を巻き込んでいくということだと学んだ。

そして、2017年12月末にゆとり館の運営委託先が正式に公募されることになり、受託開始を4月に控え3月上旬に晴れて運営の委託先として選ばれたのであった。準備期間が1か月に満たないなか、団体の設立準備や受託手続きを進めた。ゆとり館の運営スタッフに向けて協力の継続依頼と挨拶を兼ねた説明会の開催は再オープンのおぼつか5日前となった。自分たちが正式にゆとり館を引き継ぐことが決まるまでは運営について無責任にスタッフに話すことはできないと思っていた。しかし、スタッフからこれまでの不安や怒りを訴えられ、先行きが不透明なまま運営を担ってきた彼らの思いが痛いほど伝わってきた。すべては話せなくても、相談したり、話し合ったりすることの大切さを改めて痛感し、それが地域を巻き込むことの第一歩だと気づいた経験だった。そして、「ゆとり館を運営したい」という思いだけでなく、「木浦地域をよくしたい」という思いを地域全体に向け、地域になじむ話題を織り交ぜ、言葉遣いに気を付けて伝え続けることで、次第に地区から共感が得られるようになった。

3.3 ゆとり館の新しい担い手

地域住民との交流から「地域のこし」という核が生まれ、木浦地域にある伝統、歴史を次世代に伝えていくため「地域のこし」の活動を目的に任意団体「波と母船」を設立した。組織の名称は次々と荒波のように押し寄せてくる課題

祥太氏と靖子氏



出所：筆者撮影

に、「波と母船」が舵を取り、長者温泉ゆとり館を拠点に地域、まちの未来をより良い方向へつなげていくという思いが込められている。

東京で飲食店を営んでいた靖子氏の夫、屋村祥太氏も移住し、団体の設立準備から運営に協力してくれている。千葉県出身の祥太氏も高校卒業後東京の大学に進学し、その後も東京で仕事をしてきた。2か月に一回程度、津南町や糸魚川市を訪れてきたが、靖子氏の移住を通じ、地方に暮らすという選択肢があることを知り、自身が東京にいる特段の理由もないということに気付いた。靖子氏のやりたいことを応援したいと、2018年3月に東京の仕事が落ち着いたタイミングで移住した。

新米移住者だった祥太氏がゆとり館そして地域に溶け込むのに時間はかからなかった。今ではボイラーや源泉チェックから掃除、当直、仕入れ、月報出し、買い出し、シフト作り、イベント管理などすべてをこなす。ゆとり館にとって欠かせない存在となり、スタッフや地域住民、そして靖子氏も大きな信頼を寄せているという。番台に座る（顔の濃い）祥太氏について「おまんの旦那は日本語通じるんか？」と近所のおばあさんが靖子氏に問いかけるなど、心和やかな時間が流れている。

ゆとり館の運営は靖子氏と祥太氏を中心に、

地域住民と5人体制となっている。今年からは休止していた宿泊の営業も再開した。宿泊者が多いときなどは地域のお母さんたちからサポートを得られる体制も整っている。そのほか、企画作りに手伝ってくれた仲間など多くの人々が運営を見守り、そして協力してくれている。

3.4 ゆとり館に人の流れを呼び込む

東京の私立中学校から宿泊体験受け入れの要請があり、5月に3年生男子10名を3泊4日で受け入れた。「頭の良さそうな都会の子は田舎体験が退屈なのではないか」と靖子氏も祥太氏も心配し、いろいろ手を尽くしてもてなした。東京に戻った学生たちから感想文が送られてきたが、二人の愛犬「吉」（秋田犬）の話ばかりで、「結局、犬か！」と拍子抜けしたという。

都会の若者に向け「長期移住体験ツアー」も企画する。靖子氏自身、移住の一番の不安は地域にどんな人がいて、その中でうまく暮らしていけるのかなど地域の人との関係構築だったと振り返る。そのため長期移住体験ツアーを企画し、移住検討者にゆとり館で働きながら時間をかけて移住を検討してもらいたいと考えた。この地域の住民たちはお風呂を通じて地域外の人たちを受け入れる素地があり、ゆとり館に滞在することで自然と地域交流が可能となる。地域の万全の受け入れ態勢は何よりも心強い。

その他、靖子氏と祥太氏は駅のマルシェに参加したり、ゆとり館でライブなど様々なイベントを企画開催したり、ゆとり館と地区のPRを行っている。その際、地域住民からは農産物や海産物のお裾分け、竹籠や竹馬作り、えんじょい広場のベンチ作りなど、それぞれの特技を生かした沢山の協力が得られている。そうした住民との丁寧なやり取りも、ゆとり館のSNSなどを通じて、積極的に情報発信している。

出店の様子(上)、地域住民とのなめことり(下)



出所：長者温泉ゆとり館提供

3.5 地域が湧いた誉れ高き賞

2019年3月、長者温泉ゆとり館が「温泉総選挙2018地方創生担当大臣賞」を受賞した。UIターンした若者を中心に、温泉入浴施設を拠点とした「まち・ひとの創生」に関する手づくりの取組みを推進し、高齢化や人口減少など深刻な課題を乗り越え、地域の将来を切り開くための積極的な活動が評価された。受賞決定時、地区内に速報で号外の回覧板がまわったほど地区にとっては大きなニュースであった。ゆとり館の受付の上に飾られている片山さつき大臣(当時)の名前が書かれた賞状を地区住民はとても喜んでくれている。元館長から「おまえらに任せてよかったんだなあ」と言われ、靖子氏らは「私たちに任せたことが内心は不安だったんだ」と気づいたという。

受付の上の賞状



出所：筆者撮影

日々の情報発信だけでなく、受賞をきっかけに様々なメディアで取り上げられるようになり、ゆとり館には若者をはじめ様々な人が来てくれるようになった。運営を引き継いでから1年、順調に利用客も増加し、感謝の思いを抱きながら、靖子氏は「常連さんが通い続けてくれるように、常連さんを大切にしたい」と話す。

3.6 プレッシャーとともに未来へ

目下の目標は再開した宿泊の営業を含め、ゆとり館の運営を軌道に乗せること。ゆとり館の運営を丁寧に行い、地域の人たちとの関係づくりに努めていきたいと話す。その一方で、プレッシャーも感じているという。地域住民のゆとり館への思い入れは強く、「ゆとり館があったからこそ、山奥の地域に人が集まり、地域が続いてこられた。ゆとり館がなければ地域は終わっていた」と口を揃える。地域住民の暮らしの中心にあるゆとり館に存続し続けてほしいという地域の強い思い、それに応え続けていけるのかという不安を抱いている。

そのためにも新たな移住者を受け入れ、仲間を増やしたいという思いがある。自分たちもいずれ移住者という新鮮な目で地域を見ることができなくなる時が来るかもしれない。その時に、新しい風を起こしてくれる移住者に期待しそし

て、確実に次の世代にゆとり館を引き継いでいくことを目指す。

おわりに

これまで紹介した屋村靖子氏、そして「波と母船」の活動はまだはじまったばかりである。「波と母船」には、次の世代、未来に向けて地域を残したいという思いが込められており、移住者であっても地域の存続を切に願い、地域に今までなかった新しい視点で未来を切り開いてくれることを改めて感じる事ができた。

最後に、移住者と地域住民がともに新しい取組みに向けて手を携えていくための視点について考えたい。靖子氏はゆとり館の運営を引き継ぐにあたり、スタッフへの説明会では、スタッフとの意思疎通に小さな躓きがあった。その経験を通じて、「地域を巻き込む」重要性に気づくことになった。そして、ゆとり館の運営に新しさや大きな変化を求めるのではなく、地域住民の思いを汲みながらそこに自分たちの視点を加え、皆が「担い手」となり、ゆとり館の運営を盛り上げていくというプロセスを大切にしている。

都会から来た移住者は、都会のものさしで地方をとらえてしまいがちである。靖子氏自身も、津南町での移住生活を東京の時間のものさしで捉えてしまったと振り返っている。もちろん、移住者のものさしは地域の再生の“糸口”であるが、地域再生の主役は地域住民でなければならない。移住者と地域住民が互いのものさしの違いを確認し、すり合わせて地域活性化に取り組んでいくことは、時間はかかるかもしれないが、地域住民も移住者も主役となり、新しいチャレンジが生み出されることにつながっていく。

地域の一番の資源はそこに暮らす人であり、その一人一人の暮らしの魅力が地域の魅力となり、さらなる人々を惹きつけていくのではないだろうか。

これからゆとり館そして木浦地域からどんな面白いことが起こるのか、今後も靖子氏や地域住民の方々の活躍に注目していきたい。

謝辞

本稿の作成にあたり、快く取材にご協力いただいた屋村靖子さん、祥太さんに心より感謝いたします。



インタビュー

「波と母船」代表 屋村靖子氏、祥太氏 (2019年7月1日)

参考文献

総務省「[田園回帰]に関する調査研究報告書」
(2018年3月)

平成29年第7回糸魚川市議会定例会会議録 第
6号

「おもてなしに地域色—集落と生きる上越地域の移住者-2-」、新潟日報、2018年7月19日

東北圏におけるスマート農業 ～「スマート農業実証プロジェクト」に見る現状～

調査研究部 専任部長 矢萩 義人

はじめに

東北圏の農業は、農地規模別（経営耕作面積）で全国の23%、産出額で全国の18%と大きなウエイトを占め、我が国の食料生産を支える重要な役割を担っている。東北圏は比較的大規模な農業に適した平野部の農地が多く、経営体あたりの経営耕地面積でみると、1.0ha以上5.0ha未満の農業経営体の割合は、全国を上回っている。

一方で、農家数は減少が続いており、2000年に52万戸あった販売農家は2015年までに23万戸減少し29万戸となっている。また、農業就業人口の高齢化も続いており、今後の農業

の持続性が危ぶまれるところである。

農業の担い手不足の解消とともに、さらなる経営の大規模化や新たな農業技術の導入による生産性向上などの取組みが求められる。

本稿では、農業の成長産業化の実現に向け営農の合理化・効率化が求められる中、その有用策に位置付けられるスマート農業に関し、農林水産省が進めている「スマート農業実証プロジェクト」の中から、東北圏における事例を取り上げ、スマート農業に関わる現状を紹介することとする。

1 スマート農業

スマート農業に関しては、農林水産省が2013年11月に設置した「スマート農業の実現に向けた研究会」の検討結果の中間とりまとめ（2014年3月）において、「ロボット技術やICT等の先端技術を活用し、超省力化や高品質生産等を可能にする新たな農業」という定義が、公的なものとして初めて示された。また、スマート農業がもたらす効果について、「スマート農業の将来像」として、以下の5点が提示された。

①超省力・大規模生産を実現

GPS自動走行システム等の導入による農業機械の夜間走行・複数走行・自動走行等で、作業能力の限界を打破

②作物の能力を最大限に発揮

センシング技術や過去のデータに基づくきめ

図1 販売農家数(全国・東北圏)の推移

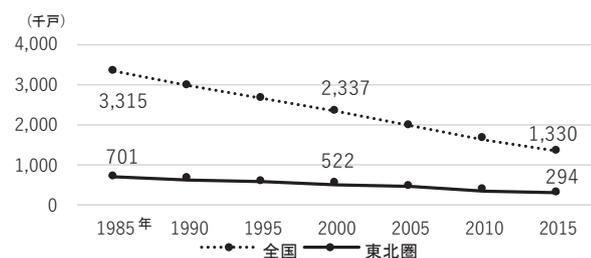
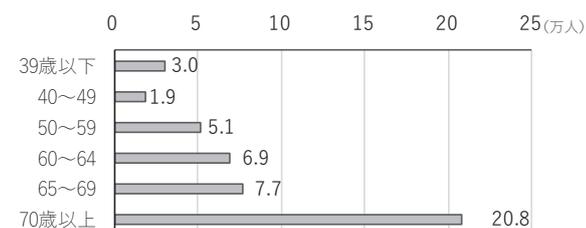


図2 東北圏_農業就業人口の年齢構成(販売農家)(2015年)



資料：図1・2とも農林水産省「農林業センサス」

細かな栽培により(精密農業)、作物のポテンシャルを最大限に引き出し、多収・高品質を実現

③きつい作業、危険な作業から解放

収穫物の積み下ろしなどの重労働をアシストスーツで軽労化するほか、除草ロボットなどにより作業を自動化

④誰もが取り組みやすい農業を実現

農業機械のアシスト装置により経験の浅いオペレーターでも高精度の作業が可能となるほか、ノウハウをデータ化することで若者等の就農を取り組みやすいものに

⑤消費者・実需者に安心と信頼を提供

クラウドシステムにより、生産の詳しい情報を消費者や実需者にダイレクトにつなげ、安心と信頼を届ける

上記の通り、スマート農業においては、IoTやAI、ロボットといった先端技術が関わっており、これらの開発・普及の動きが注目される。

2 スマート農業実証プロジェクト

2.1 国の対応

国は「農業を成長産業に」をスローガンに掲げ、農業振興に取り組む。その実現に向けてスマート農業の推進が不可欠だと認識し、農林水産省や内閣府を中心とする省庁連携によって積極的な研究開発や普及促進を図るべく各種政策を展開している。2019年6月に閣議決定した「成長戦略」では、「スマート農業の推進」を施策の1つとし、2022年までに、様々な現場で導入可能なスマート農業技術の開発や、農業者のスマート農業に関する相談体制の整備など、スマート農業の本格的な現場実装を目指している。

2.2 スマート農業実証プロジェクトの概要

ここでは、農林水産省が実施している「ス

マート農業実証プロジェクト」を紹介する。この実証事業は、研究開発された先端技術を生産現場に導入・実証することで、スマート農業の社会実装を加速化させることを目的とする。先端技術を生産から出荷まで体系的に組み立てた「スマート実証農場」の実証課題を公募し、国立研究開発法人農業・食品産業技術総合研究機構(以下、農研機構)が事業実施主体となり、農業者、民間企業、地方公共団体等の参画を得て事業を開始した。

ロボット・AI・IoT等の技術を生産現場に導入し、理想的なスマート農業を実証する取組みを支援するとともに、得られたデータや活動記録等は、農研機構が技術面・経営面から事例として整理して、農業者が技術を導入する際の経営判断に資する情報として提供するとともに、農業者からの相談・技術研鑽に資する取組みを支援する。

今年度は69実証課題が採択。うち東北圏では13(水田作8、露地野菜3、果樹1、花き1)課題が実施されている。

図3 主な農業新技術と活用例

技術	活用例
IoT	遠隔での圃場の状況把握(モニタリング)
AI	画像認識による病害虫の病兆等の早期発見、篤農家の経験や勘に基づく「暗黙知」を「見える化」し熟練技術・判断を継承
ロボット	ロボット技術によって、無人状態で自動走行(ハンドル操作、発進・停止、作業機制御を自動化)
GPS	GPSを活用し、トラクターや田植え機による作業の一部(直線部分)を自動で操舵
センシング	圃場の水位・水温・温度・湿度を各種センサーで自動測定し、データをタブレットやスマートフォンに自動送信。どこでも圃場の状況が分かるため、水稻の労働時間の約3割を占める圃場の見回り作業を大幅に省力化
アシストスーツ	身体に装着することで動作を補助し、作業時に身体へかかる負担を軽減。重量野菜の収穫やコンテナ移動等の腰への負担を軽減し、運搬時間を約3割短縮
ドローン	肥料や農薬のピンポイント散布による生産性の向上

資料：農林水産省「農業新技術の実践に向けた取組」(2019年8月23日「東北地域スマート農業推進セミナー」資料)などを基に作成

2.3 東北圏の主なプロジェクト

ここでは、東北圏において体系別で一番多い水田作8事業の中から、農研機構東北農業研究センターが進捗管理している水田作5事業を紹介する。

当該5事業について、①背景・課題、②目標、③要素技術の3点から整理すると下図のとおりとなる。

図4 東北圏の主なプロジェクト

事例	背景・課題	目標	主な要素技術
①(株)十三湖ファーム (青森県中泊町)	ヤマセを克服して高生産性稲作を支えてきた小規模稲作経営体が高齢化等で大量リタイヤ。大規模経営向けの「新たな冷害回避技術」の構築が急務	・労働時間15%削減 ・平均収量5%増 など	ロボットトラクター、自動水管理装置(ヤマセ対策として、水位を高くし幼穂を保温)、農薬散布用ドローン、食味・収量センサー付コンバイン
②(有)アグリードなるせ (宮城県東松島市)	宮城県の沿岸部では震災からの復興の過程で1ha規模の大区画圃場を整備。農業法人を中心とした担い手への集積・集約が進み、100haを超える大規模土地利用型経営体が次々と誕生。超省力・低コスト生産による稲作経営の確立が必要	・水稻の生産コスト「7,000円/60kg」(現況値(2017年)から25%削減)。 ・輸出米に対応した「超低コスト米」の生産に取り組む体制と経営の確立	GPSアシストトラクター、ロボットトラクター、食味・収量センサー付自動走行コンバイン、ラジコン除草機
③(農)たねっこ (秋田県大仙市)	高齢化により作業を担う組合員が減少。大区画圃場を活かした高能率作業体系の確立と収量最大化	・収益5%増	自動操舵、直進アシスト田植機、ラジコン草刈機、ドローン生育診断
④(株)紅梅夢ファーム (福島県南相馬市)	実証地は東日本大震災及び東京電力第一原子力発電所事故による旧避難指示地域であり、解除後も住民の帰還が進まず担い手不足が顕著。地域農業の復興を進めるには生産性と高品質の両立が不可欠	・スマート農業機械の活用による、収量・品質・食味を落とさない栽培技術の実現 ・非熟練者の面積当たりの作業時間が、熟練者と同水準となること ・非熟練者の疲労・ストレスの蓄積状態が熟練者並になること	ロボットトラクター、農業用ドローン、営農支援システム(作業の記録、作業状況・進捗度管理可視化)
⑤(株)アグリ鶴谷 (福島県南相馬市)	東日本大震災の津波により東北3県(岩手・宮城・福島)では約20,530haの農地が浸水。営農再開に向け復旧・整備が進められ、営農再開済みの農業者においては、労働力の確保が課題。今後、限られた労働力でも大規模面積で営農を可能とする低負荷、低コストでの農業技術体系が不可欠	・「天のつば」の収量5%増 ・肥料・農薬散布、水管理作業にかかる作業時間30%減 ・準天頂衛星「みちびき」活用による中山間部における稲作経営確立	「みちびき」に対応したドローン、ドローン等での撮影画像を用いたAIによる生育診断・追肥、病害虫診断・対処、水位センサー、営農支援プラットフォーム

資料：農林水産省「スマート農業実証プロジェクト」を基に作成

3 東北圏におけるスマート農業の現状

上記5事業を通じた東北圏におけるスマート農業の現状について、事業の進捗管理を担う農研機構東北農業研究センターに聞き取りした結果について紹介する。

3.1 実証事業の現状

生育状況は順調である。労働時間の削減、疲労感の軽減など、新技術による効果を農業者は実感している。一方で、スマート農機導入による費用対効果の評価については、実証事業は始まったばかりであり、今後、数年かけて検証していくことが必要。また実証事業を通じてデータを蓄積し、農業者に提供できる資料として整理する予定。

3.2 スマート農業の推進に向けて

今後、スマート農業を推進していくために人材育成と認知度向上が必要であることから、以下のような施策が行われている。

①人材育成

スマート農機の操作は若者、女性にとっても難しいものではないが、農機メーカー等は納品時に研修を行っている。

②認知度向上

農業新技術の認知度向上の施策として、スマート実証農場は先進的な技術体系を農業者等が見られる・試せる・体験できる場としても提供されている。また、農研機構東北農業センターは東北農政局と連携して県の普及指導員にスマート農業研修を実施するなど、認知度向上に取り組んでいる。

おわりに

農家数の減少、農業就業人口の高齢化が続き、

今後の農業の持続性が危ぶまれる東北圏において、スマート農業の普及は有効な手段となる可能性がある。

しかしながら、普及拡大には、スマート農機導入に見合った生産コストの低減など課題も多く、「スマート農業実証プロジェクト」に見られるように、国、地方自治体、農業者、企業など関係者が一体となり取り組んでいくことが必要である。成長戦略に掲げられた「2022年までに、スマート農業の本格的な現場実装を着実に進める環境が整う」ことを願っている。

謝辞

本稿の執筆にあたり、農研機構東北農業研究センター 磯島昭代様、春原嘉弘様にお話を頂戴するとともに、貴重な資料をご提供いただきました。この場を借りて、お礼申し上げます。

インタビュー

農研機構東北農業研究センター

企画部産学連携室 磯島昭代氏、春原嘉弘氏

(2019年9月18日)

参考・引用文献

- ・(公財)中国地域創造研究センター (2019) 「中国地域におけるスマート農業のあり方に関する調査」
- ・農林水産省(2014)「スマート農業の実現に向けた研究会」検討結果の中間とりまとめ
- ・農林水産省(2019年7月)スマート農業実証プロジェクト

仙台市中山地区の地域コミュニティ運営について

部長(特命担当) 宮曾根 隆

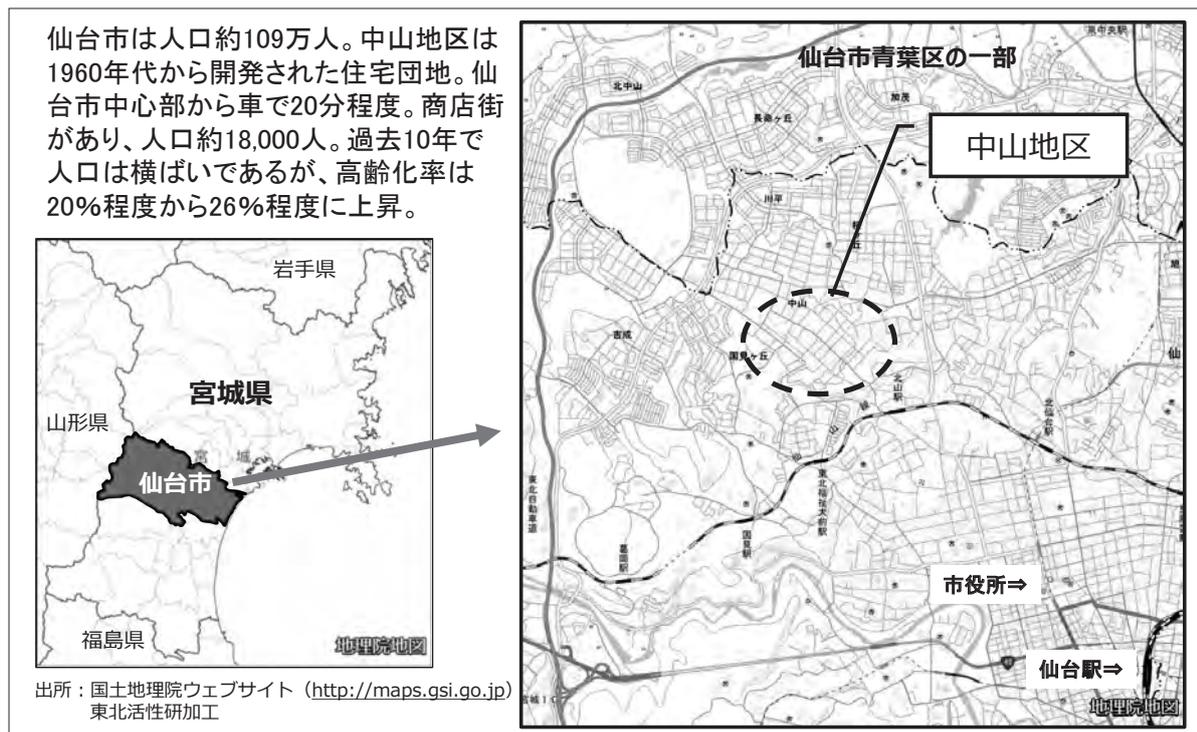
1. はじめに

当センターは、人口減少、高齢化、市町村による行政サービスの低下に伴う諸問題に対して地域コミュニティ(定義後述)の役割に注目し、至近年では次の事例調査を公表した。

- ・2016年12月『地域コミュニティ経営ガイド～NPO法人「きらりよしじまネットワーク」の設立と運営』(国内最高レベルの運営を体系的に紹介)
- ・2018年3月『地域コミュニティ中間支援組織に関する調査研究報告書』

上記調査はいずれも主に中山間地を念頭においたものである。これら以前の調査研究と合わせ、中山間地については一区切りをつけた。

図表1 仙台市中山地区について



そこで今回、今後高齢化が急速に進み、中山間地と同様の諸問題が顕在化すると思われる都市部の地域コミュニティの運営について2つの事例(仙台市中山地区、同片平地区)を調査することとした。本稿ではこのうち、短期間に次々と成果を挙げている中山地区の事例を報告する。

本論の前に、2つの基本用語について本稿での定義を示す。

- ・地域コミュニティ=小学校区程度の、何らかの帰属意識を持つ地域住民の集まり
- ・地域運営組織=地域コミュニティを自主的に運営する住民組織(行政が地域代表性を認識)

2. 仙台市中山地区について

図表1を参照されたい。

3. 中山地区における地域運営組織の機能

中山間地では、一つの地域コミュニティに一つの地域運営組織を設立して地域代表となる(行政がそのことを認める)ことがしばしば見られるが、仙台市ではそうではない。

中山地区では、現時点で、図表2の3つの組織が連携して地域運営組織の機能を果たしていると認識できる(公式にはではないが)。

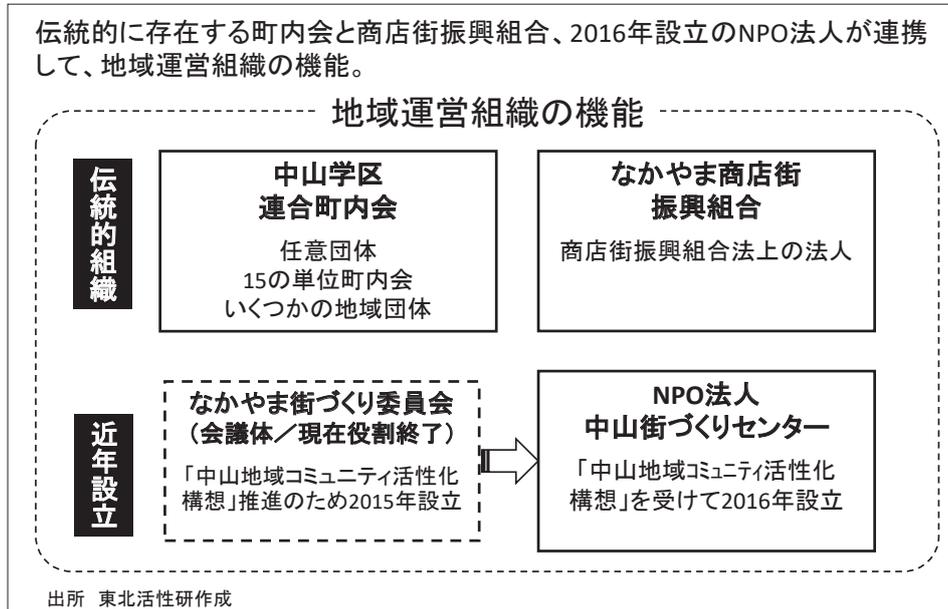
上段の二つの組織(中山学区連合町内会となかやま商店街振興組合)は昔からある伝統的組織である。連合町内会は15の単位町内会から構成され、いくつかの地域団体を内部化しているが、運営はそれぞれの構成団体(単位町内会、他の地域団体)の自主活動を最大限尊重している。

下段の「なかやま街づくり委員会」は後述の『中山地域コミュニティ活性化構想』を具現化するために2015年に設置された会議体である。現在は役割を終了して、その機能は2016年設立のNPO法人街づくりセンターに引き継がれている。

これら3つの組織の関係は次のようなものである。

- ・連合町内会(および単位町内会)は街づくりセンターの活動を側面から支援・協力する。
- ・商店街振興組合は街づくりセンター(およびその前身協議会)の設立を主導し、現在も強力で支援している。

図表2 中山地区における地域運営組織の機能



4. 中山地域コミュニティ活性化構想と4つのプロジェクト

中山地区では少子高齢化が進展する中、商店街振興組合と連合町内会が連携して、2015年に、「中山地域コミュニティ活性化構想」をとりまとめた。この構想は地域課題を解決し、各世代がバランスよく共生できる街づくりを進めることを主眼としており、図表3のとおり、次の3つの柱から成っている。

1. 空き家を活用して若い世代の地域内転入を促し、地域内空き家ゼロの街づくり
2. 共働きの若者夫婦が安心して安全に子育てできる街づくり
3. 高齢者が安心して自分のふるさとを終の棲家として暮らせる街づくり

この構想を実現するために「なかやま街づくり委員会」(メンバー構成は右記)が組織され、図表3の4つのプロジェクトが設定された。委員会に町内会など地域団体の役員のほか仙台市職員を含む多くの関係者が名を連ねていることが、プロジェクトの正当性(地区の総意に基づ

くものであること)の担保ならびに素早い展開に寄与していると考えられる。

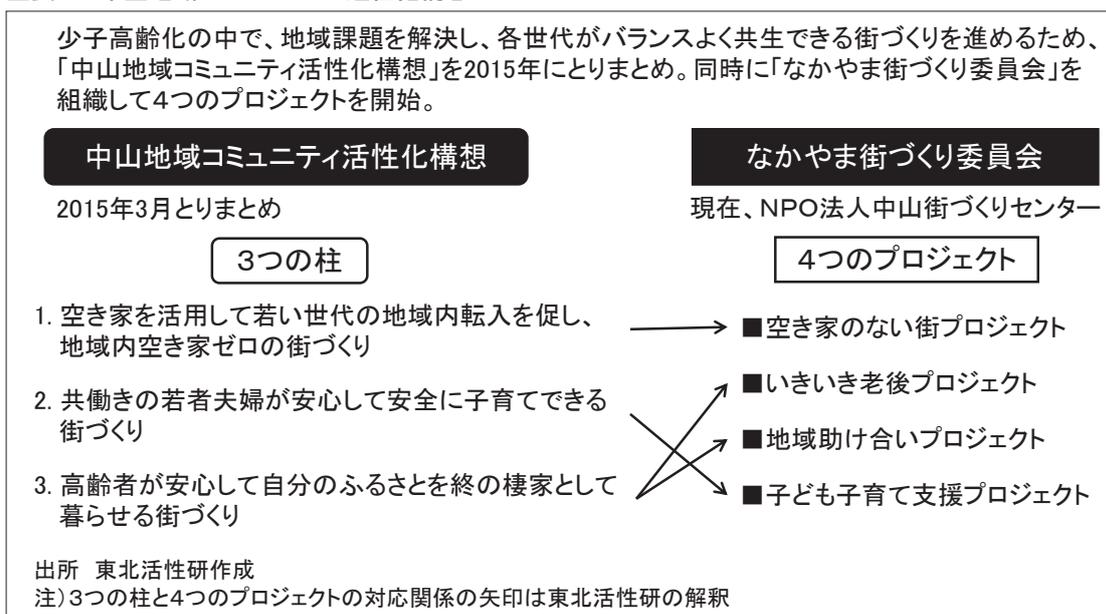
なかやま街づくり委員会 メンバー

(2015年発足時、参照資料記載順、氏名・一部会社等略)

- ・宮城大学、東北福祉大学、東北工業大学の教員等
- ・仙台市まちづくり政策局 政策企画部長他
- ・仙台市経済局 地域産業支援課長他
- ・仙台市都市整備局 住環境整備課主幹
- ・仙台市青葉区保健福祉センター 母子保健係長
- ・仙台市青葉区まちづくり推進課 主査
- ・宮城県中小企業団体中央会 運営支援第一課長
- ・NPO法人みやぎ・せんだい子どもの丘 理事長
- ・中山連合町内会 会長、副会長、事務長
- ・中山中央町内会 会長
- ・中山地区社会福祉協議会 会長
- ・仙台市老人クラブ連合会 会長
- ・仙台市立中山小学校 校長
- ・仙台市立中山中学校 校長
- ・宮城県議会議員、仙台市議会議員、国会議員秘書
- ・仙台経済界 記者
- ・認定NPO法人みやぎ災害救援ボランティアセンター 会長
- ・長命が丘学区体育振興会
- ・中山西寿会 会長
- ・中山市民センター 館長
- ・吉成学区連合町内会 会長

出所 『中山とびのこ保育園』2017年8月などより東北活性研作成

図表3 中山地域コミュニティ活性化構想と4つのプロジェクト



5. 4つのプロジェクトの展開 (1) 中山モダンハウス (空き家利用)

「空き家のない街」プロジェクト第一弾では、外部のクリエイティブ系若手人材3名が週末一軒家プロジェクトという名前で活動し、「中山モダンハウス」を開設した(概要は図表4)。

同ハウスの企画・運営は上述の3名の出資による有限責任事業組合モダンタイムスが担っている(空き家所有者から借り受け、転貸する形)。

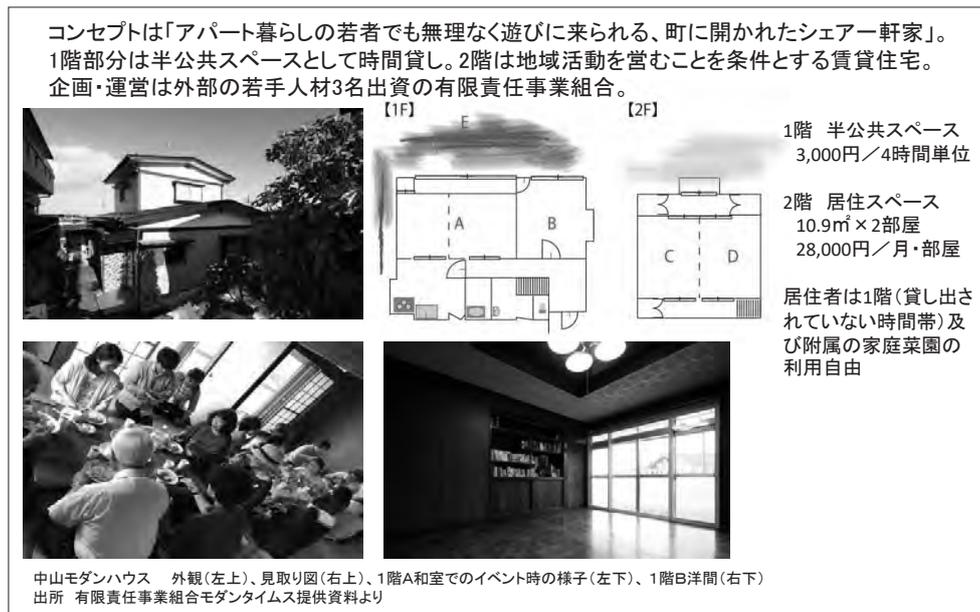
コンセプト等について、東北活性研の『地方創生における職と住のあり方調査』(2018年、pp48-58)より引用する。(若干加除修正)

活用のコンセプトは「アパート暮らしの若者でも無理なく遊びに来られる町に開かれたシェア軒家」である。(中略) 下図右下の洋間には現在、地域住民から提供されたテーブル等が設置されており、読み放題の蔵書200冊の本棚もある。(中略) 1階のA(和室) B(洋間)は「半公共スペース」として、4時間単位(8~12時、12~16時、16~20時)、3,000円で貸し出さ

れている。習い事教室、食事会の開催等、利用目的は特に定めておらず、地域に開かれた交流を期待するものとなっている。また、自主事業として月に1回、メンバー持ち回りでイベントを開催している。イベントが行われない週末はメンバーの誰かが11時~16時を目途に滞在している。2階部分は10.9㎡の居住スペースC、Dがあり、一部屋あたり月額28,000円でシェアハウスとして利用され入居者のプライベート空間となっている。(中略) 入居者は基本的には1階部分も自由に利用可能で、イベントや他の利用がある場合は自らも参加者となったり、あるいは利用の妨げにならないように、「半公共スペース」であることを理解した上で居住している。また、この入居者は庭にある家庭菜園も自由に利用可能となっている。(引用終り)

なお、2階の入居者については、基本的に地域活動に参画する、さらには自ら企画するような方という条件をつけている。

図表4 中山モダンハウスの概要



5. 4つのプロジェクトの展開 (2) IC型ポイントカードシステム

なかやま商店街振興組合は、IC型ポイントカードシステム「なかやま members カード」を発行している。

このカードは下図のとおり、一般的な商店街カードの「商店街でポイントが貯まる・使える」「現金チャージ」「蓄積データのマーケティング活用」という機能のほかに、他の地域団体と連携した、中山プロジェクトに関連するさまざまな機能を持っている。その意味で、中山地区の活性化・課題解決のソフト・プラットフォーム的役割を果たすものと言える。

【ボランティア・ポイント】

右記のような幅広い活動に対して付与される。

【健康管理・健康増進機能】

中山福祉会が提供予定のデイサービスと連動する定期健康測定会でのデータや、商店街のウォークラリーの結果を記録し（ポイントも付与）、楽しみながら健康増進につなげる。

【子育て支援機能】

子育て世帯への応援クーポン支給（商店街）

などのほか、みんなの食堂（多世代交流センター内）への子供の入退出データを保護者にメールする安全確保機能も持たせる。

【見守りサービス】（カード自体の機能ではない）

カード保有者限定で、希望世帯に見守り用の専用機材を設置し、中山街づくりセンターと共同で地域見守り活動を行う（東北大学と民間会社協力）。

なお、この事業は、中小企業庁の「商店街集客力向上支援事業」（2016年度、3分の2補助）の補助金を活用している。

ボランティア・ポイントの対象

商店街

大通りの花壇植え替え、仙台七夕のお手伝い、
その他商店街主催の街おこし活動参加

PTAや体育振興会

学区民運動会や学校主催イベントのお手伝い

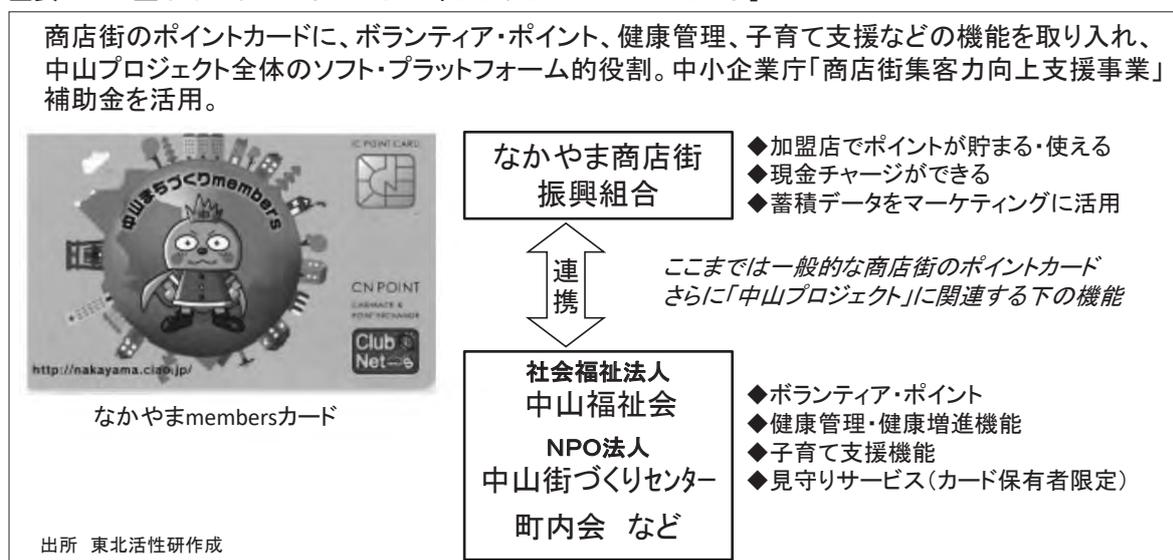
町内会・老人会

雪かきや地域の清掃

中山街づくりセンター

高齢者の買い物支援、家事の手伝い、
みんなの食堂（多世代交流センター内）での
学習支援、地域巡回 など

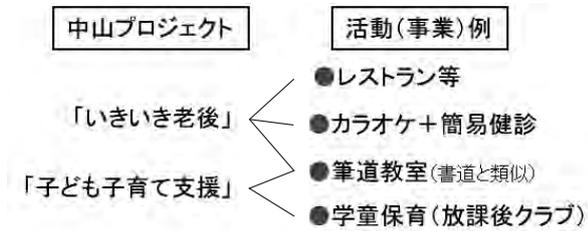
図表5 IC型ポイントカードシステム「なかやま members カード」



5. 4つのプロジェクトの展開 (3) 多世代交流センター「とびのこハウス」

下図は2018年5月オープンした「とびのこハウス」のパンフレットである。この2階建ての施設は、中山プロジェクト4つ全体の拠点となる多世代交流・多目的の施設である。(施設概要、用途概要は右記)

とびのこハウスではさまざまな活動がなされる。中山プロジェクトと活動(事業)例の当面的関係は次の通りである。



このほかにも多くの機能が想定されている。当初の計画は次ページ図表7を参照されたい。

前項のポイントカードシステムが中山地区の活性化・課題解決のソフト・プラットフォーム

的役割と述べたが、この施設は4つのプロジェクトすべてに関係しているハード・プラットフォームと位置付けられる。

【施設概要】

- ・高気密高断熱の木造2階建て
- ・駐車スペースあり
- ・総工費 約9,000万円
- ・補助金
- 建設 中小企業庁「地域・まちなか商業活性化支援事業」約6,000万円
- 運営 仙台市「郊外住宅地・西部地区まちづくりプロジェクト」約300~400万円 ただし当初3年のみ
- ・所有 NPO法人中山街づくりセンター
- ・職員 常勤5名(レストランのシェフを含む)

【用途概要】(開業当初、現在逐次改定)

- 1階
「カフェレストランなかやま」兼「ナイトクラブなかやま」
営業 ランチ 11:30~14:00
ディナー&ナイトクラブ 17:00~22:00
- 2階
「貸しホール」「貸し会議室」
利用料 NPO法人会員 1,000~3,000円/時間
一般の方 1,500~4,000円/時間

図表6 多世代交流センター「とびのこハウス」のパンフレット (2018年5月オープン当時)

これであなたもとびのこハウスマスター!
とびのこハウス 施設ガイド

【1F】 カフェレストランなかやま
心がこもったおいしい料理を味わえます。ランチもディナーもラジコンから。家族のお祝いや地域の会合にもどうぞ。

★ランチ 11:30~14:00
※目撃わり ランチ 500円 ※スパイスチキンカレー 1,000円
※パスタ/ピザ 800円 ※焼肉サーロインステーキ 1,500円

●ディナー 17:00~22:00
※目撃わり 串揚げ 500円 ※よきば 500円
※海鮮のアヒージロ 850円 ※こんろ焼肉
※串ワインで楽しむお肉 1,200円
※年中休みの家族ステーキ 1,800円
※ピッツァ/タピオカ 1,400円
※アイス/デザート 500円

【2F】 ナイトクラブなかやま
お酒を飲みながら、語りあふ時間です。おひとりでもみなさんでも、楽しんで過ごしてください。

営業時間: 17:00~22:00
※アンチビッド 500円 ※オケン焼酎 500円
※キリンビール 500円 ※ハムカツ 500円
※トビのたきやままめ 500円 ※焼つくね 500円

●レンタルルーム 10:00~18:00
●会議室(ランチ/ディナー) 11:30~14:00 / ディナー 17:00~22:00
●ナイトクラブなかやま 17:00~22:00

【2F】 みんなのホール
会議室1(ローズ) ●
会議室2(カサブランカ) ●
和室(ロータス) ●

1時間単位でレンタルできるスペースです。お気軽にご相談ください。みんなのホールは、平日の放課後、土曜の朝日、放課後児童クラブの利用になります。

営業時間 10:00~18:00

レンタルルームの使用料金	NPO 会員の方 (1h)	一般の方 (1h)
ローズ	1,000円	1,500円
ロータス	1,000円	1,500円
カサブランカ	1,500円	2,000円
2Fホール	3,000円	4,000円

ご利用は要予約または要確認にお申し込みください。

とびのこ
みんなのホール

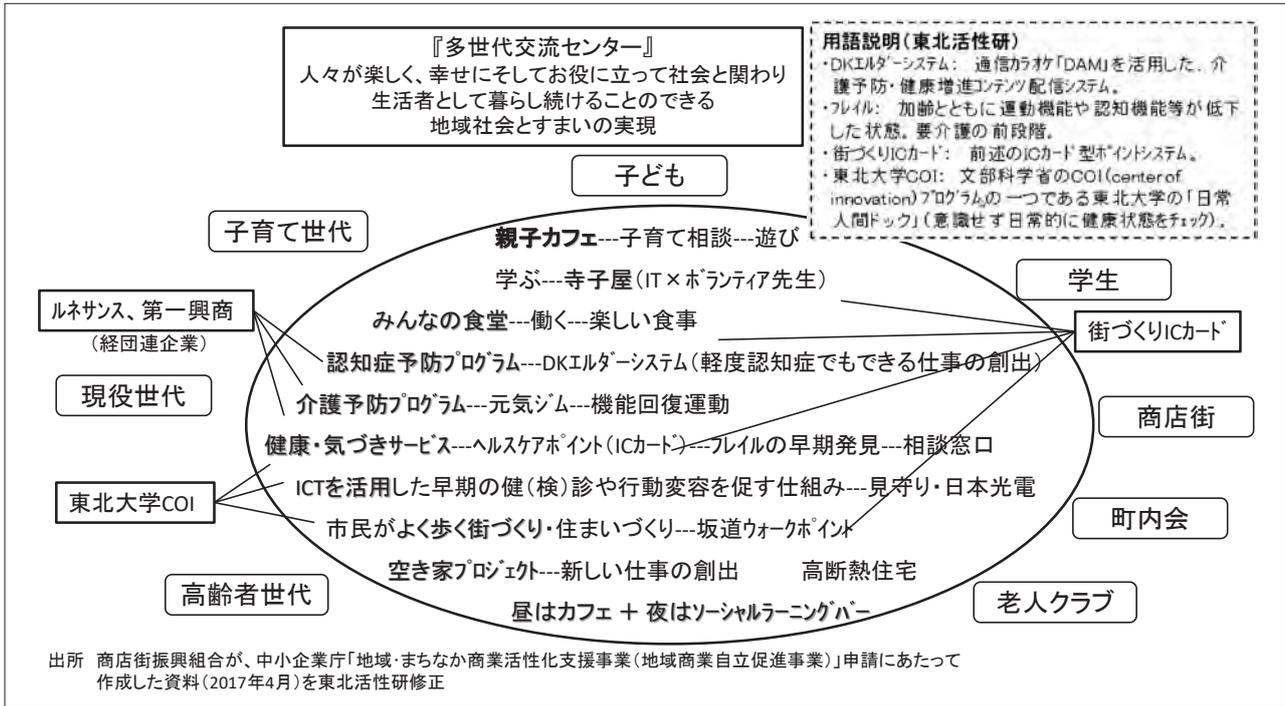
お教室
放課後
クラブ

会議
母子室

展示

出所 「とびのこハウス」パンフレット 2018年5月(オープン当時)

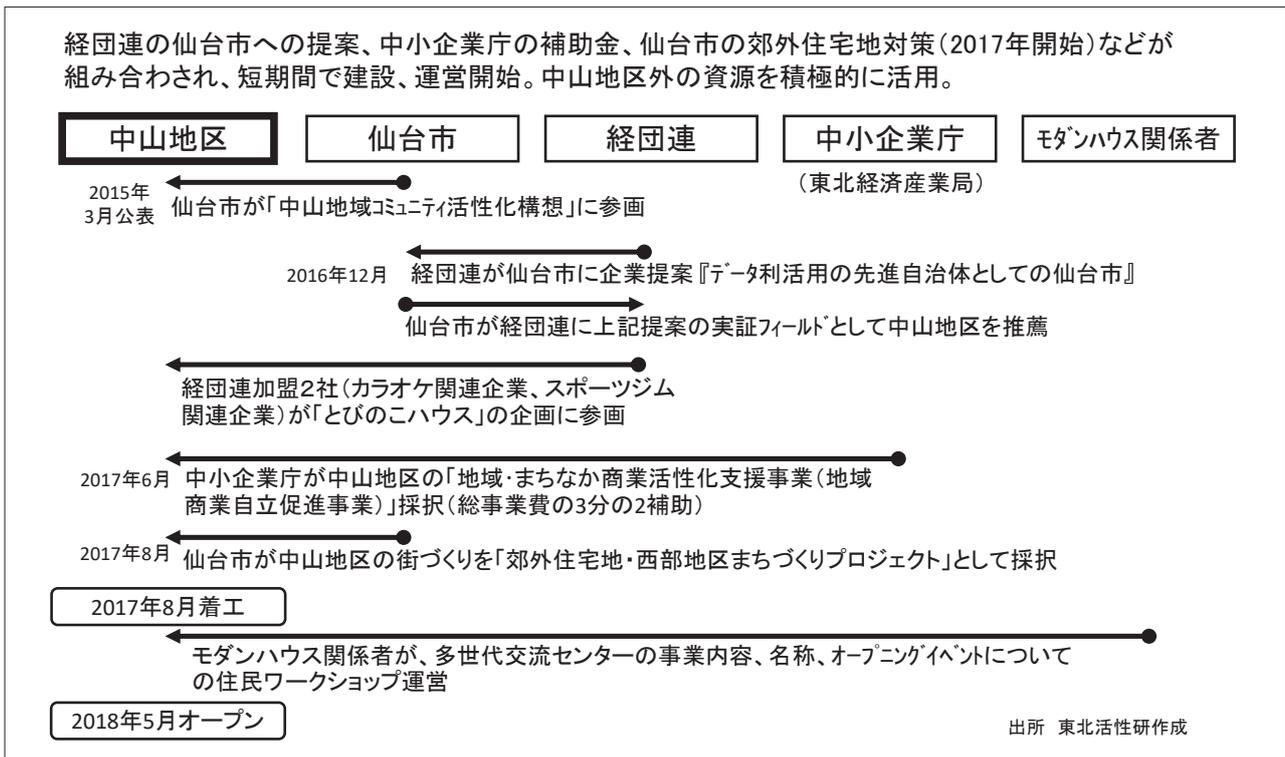
図表7 多世代交流センター「とびのこハウス」のコンセプト



なお、この施設は多くの外部支援者が関係している(図表8参照)。建設コストの一部は中小企業庁の補助、運営の一部は仙台市の補助によっている(仙台市の補助は当初3年)。

また、一般社団法人日本経済団体連合会(経団連)の仙台市に対する提案(2017年1月)における一つの実証事業(コミュニティセンター等を用いた健康増進)のフィールドになっている。

図表8 多世代交流センター「とびのこハウス」における主要関係者と経緯



6. 中山地区のまとめ

これまで述べたこと、および、それ以外の調査事項をもとに、中山地区のまとめとして、正式報告書を取捨する形で次を提示する。

【地域コミュニティ活動の特徴】

- ・単位町内会、連合町内会の地道な住民活動（補足：伝統的で地道な活動がしっかりなされている。4つのプロジェクトにも積極的に協力するスタンスである。）
- ・町内会と連携しつつも独立的で迅速な商店街主導の展開（補足：短期間で成果を挙げるには、商店街主導の特別プロジェクト方式もよいという事例である。ただし、商店街主導と言っても連合町内会役員がNPO法人の理事になっており、意思決定の連携は取られている。また、この成功を持続させるには地域住民の一層の理解・協力が必要であるので、さらに合意形成・情報共有の努力が求められる。）
- ・プラットフォーム的方策（ポイントカードシステムと多世代交流センター）による地域課題の総合的解決
- ・外部資源（人材、資金）の積極的活用

【今後の課題】

- ・多世代交流センター（とびのこハウス）の収益性の確保
- ・地域コミュニティの運営体制の強化（補足：現在は商店街関係者の負担によるところが大きいと思われるので、何らかの工夫によって事務局業務が無理のない形でなされることが必要である。これについては中山間地でよく見られる方法が参考になる。今年度中に公開される正式報告書で説明したい。）

謝辞

本事例調査にあたり、中山地区の関係者（連合町内会、中山中央町内会、商店街振興組合、中山市民センター、とびのこ保育園、中山モダンハウスなど）、仙台市市民局協働まちづくり推進部、東北経済産業局など多くの方々にご教示をいただきました。心よりの謝意を表します。

主要参考文献

- ・社会福祉法人中山福祉会・なかやま街づくり委員会、2017、『中山とびのこ保育園』
- ・一般社団法人日本経済団体連合会、2016年、『企業提案（仙台市） データ利活用の先進自治体としての「仙台市」』
- ・公益財団法人東北活性化研究センター、2018、『地方創生における職と住のあり方調査』、pp48-58、同財団ウェブサイトにも全文掲載 <https://www.kasseiken.jp/pdf/library/guide/29fy-chosa-02.pdf>

（調査ノート 以上）

『想いをつなぐ。明日へ挑む。』

株式会社バイタルネット

代表取締役社長 一條 武氏



平素は格別のお引き立てをいただき厚くお礼申し上げます。株式会社バイタルネットの一條でございます。このたび、東北活性化研究センター様の「会員企業だより」に寄稿する機会をいただきましたので、バイタルネットの事業内容や地域活性化のための取組みを紹介させていただきます。

◆当社の概要

だれもが安心して暮らすために地域の医療・福祉は欠かすことができません。当社の主要事業は医薬品卸売業であり、医薬品を製薬企業から仕入れ、医療機関や薬局に販売をしています。医薬品は言うまでもなく生命関連商品であり、いつ、どんなときも医薬品を必要とするところに的確に届けることが私たちの使命です。私たちは24時間体制で、いつでもどこで発生するか予測できない医薬品のニーズに備え、必要な医薬品を早急にお届けする体制を整えています。

◆生命関連商品の医薬品をつなぐ

東日本大震災は“想定外”という言葉が飛び交う未曾有の被害をもたらしました。当社は宮城県沖地震、新潟中越地震、岩手内陸地震など過去の災害に学び、マニュアル作成や訓練などを重ねてきましたが、被災エリアの広さや各所での甚大な被害は我々の想像をはるかに超える

ものでした。道路の崩壊や停電、錯綜する情報、ガソリン不足など様々な困難の中、私たちは医薬品を必要としている人々の元へ社員一丸となって懸命に医薬品を届けました。

医薬品や情報などをつなぎ人々の命と健康を守るバイタルネットの日頃の仕事は、目立つものでも脚光を浴びるものでもありません。ただし、営業は売るだけでなく、物流は配達するだけでなく、「人々の命と健康を守るために何をすべきかを最優先で考えて行動する」ことを私たちは常に意識しています。

◆地域の医療をつなぐ

バイタルネットはお得意先である医療機関や薬局、介護事業者との長年にわたる取引で培った信頼関係を基に、医療と介護の橋渡し役として、地域のヘルスケアに貢献する「ヘルスケア・コーディネーター」の育成に注力しています。地域全体で生活者の健康を守る「地域包括ケア体制」構築に貢献すべく各地で「多職種連携の会」の開催をサポートするなど、医薬品のみならず、介護・福祉に関する相談を受ける機会が増えています。地域のヘルスケアの様々なニーズに対応できる体制を整えています。

また、医療機関や医薬品と広く関係性をもつ医薬品卸ならではの視点から、患者を中心に据えた治療やケアを進める提案を行うために、

がん治療、認知症ケア、在宅ケアなどの分野での専門性をもった営業担当者の育成を進めており、今後活躍の場を拡大していきます。

◆薬局と地域の人々をつなぐ

バイタルネットが運営・管理している、まちのくすり屋さんが集まるポータルサイト「Meron (Medicinal Round Open NET)」は、地域の人たちと「まちのくすり屋さん」である薬局・薬店とを結ぶネットワークサービスです。「まちのくすり屋さん」が、地域の人たちにとって気軽に立ち寄ることのできる場所となり、健康の相談窓口として機能することを目指したサービスを展開しています。

Meron 会員の薬局は「健康フェア」などのイベントを開催して、健康測定や健康相談などを行い、お客様とのコミュニケーションを図るとともに、健康に関するアドバイスを行っています。特に当社がバックアップしている「体組成測定」「骨密度測定」「肺年齢チェック」「血圧測定」「物忘れ相談プログラム」などによる健康チェックが好評です。

◆進取・先駆けの精神

バイタルネットは昨年、創業70周年を迎えました。創業以来、バイタルネットは常に時代の変化を見据えながら進取・先駆けの精神で発展してきました。その精神は、他社が自転車営業しているときにはオートバイを利用し、他社がオートバイにすると自動車に切り替えるといったエピソードからもうかがえます。

昭和45年には宮城県名取市にアメリカの卸業者を手本とした大型物流センターを竣工。本格的な車社会の到来を見越した14,000坪の広大な敷地に、当時としては先進的なコンピューターによる受注システムを導入するなど、視察

で得た知識を存分に生かした物流センターとなりました。

また平成7年には医薬品卸としてはじめて東証1部に上場しました。現在も事業環境や業界背景の著しい変化に対応し、医薬品を販売することにとどまらず、お得意先に対して、また地域のみなさんに対してバイタルネットの新たな価値を提供できるよう、未来を見据えた進化にチャレンジしつづけています。

◆次世代の“医薬品卸”を目指して

現代の医薬品は、高度な温度管理が求められるスペシャリティドラッグやジェネリック医薬品の増加による多品目化など高品質かつ効率的な管理・供給が求められています。当社の医薬品物流拠点の核となる宮城物流センターでは、外気に触れることなく温度管理品の入出庫が可能な「ドッグシェルター」や、複数温度帯に対応できる分割可能な冷蔵庫、15度～25度を常時維持する空調設備を完備しコールドチェーンに対応しています。



宮城物流センター

バイタルネットは『想いをつなぐ。明日へ挑む』というブランドステートメントのもと、地域、コミュニティーになくってはならない存在となるべくこれからも努力してまいります。

⑨ 漁業経営体数の推移

調査研究部 主任研究員 平岡 清春

はじめに

本欄では「東北圏社会経済白書(以下「白書」という)」第Ⅲ部において掲載している時系列データから一つを選び、直近の約30年に亘る東北の変化などについて概観している。

今回は、漁業分野にスポットを当て東北圏¹における漁業経営体数について取り上げることとしたい。

統計の概要

「漁業センサス」(農林水産省)は、国の漁業の生産構造、就業構造及び漁村、水産物流通・加工業等の漁業を取りまく実態を把握し、国の水産行政の推進に必要な基礎資料を整備することを目的とし、5年ごとに行う調査である。

調査は、「海面漁業調査」、「内水面漁業調査」、「流通加工調査」の3つの調査で構成され、全国の漁業経営体、漁業協同組合、魚市場及び水産加工場等を調査対象としている。

今回は、「海面漁業調査」に含まれる漁業経営体について紹介する。

漁業経営体の定義

漁業経営体は、「過去1年間に利潤又は生活の資を得るために、生産物を販売することを目的として、海面において水産動植物の採捕又は養殖の事業を行った世帯又は事業所²」と定義されている。

経営形態としては、個人経営体と団体経営体(会社、漁業協同組合、漁業生産組合等)に大別されるが、9割超が個人経営体である。

また、漁業経営体は「過去1年間に主として営んだ漁業種類」や「過去1年間に使用した漁船のトン数」により階層分けされている。

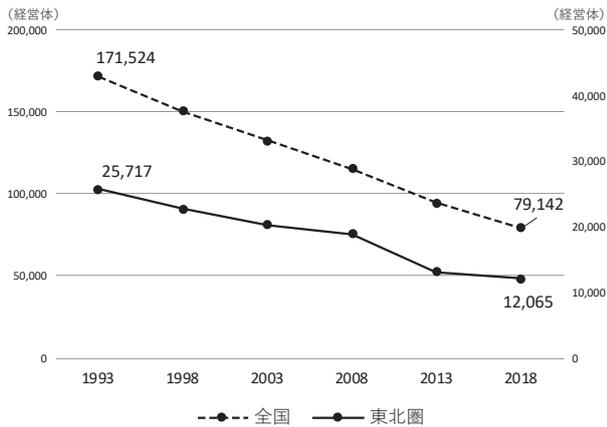
漁業経営体数の推移

漁業経営体数の推移(1993～2018年)を見ると、全国・東北圏ともに減少傾向が継続しており、この25年間で半数以下となっている。こうした傾向は、国内の食ニーズの変化や海洋生物資源の状況変化による漁獲量の減少、操業コストの上昇等、事業環境が厳しさを増していることが主な要因と考えられ、東北圏に関しては東日本大震災の影響も見受けられる。

1 東北6県(青森県、岩手県、宮城県、秋田県、山形県、福島県)および新潟県。

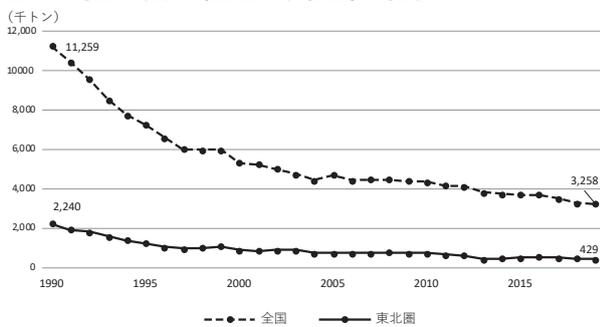
2 ただし、過去1年間に漁業の海上作業従事日数が30日未満の個人経営体は除く。

図1：漁業経営体数の推移（全国・東北圏）



(資料：「漁業センサス」(農林水産省))

図2：海面漁獲量（全国・東北圏）の推移



(資料：「漁業・養殖業生産統計」(農林水産省))

さらに、漁業に関しても他の第1次産業と同様に、従事者の高齢化や担い手不足が深刻化している。個人経営体における「後継者あり」の比率は、2018年(17.0%)は2013年(16.5%)から0.5ポイント上昇と僅かに改善しているが、経営体の全体数が減少しているため相対的に比率が上がっているものと考えられる。

図3：後継者がいる経営体数（個人経営体）

	2013年	2018年
経営体数	89,470	74,596
後継者あり	14,803	12,713
比率	16.5%	17.0%

(資料：「漁業センサス」(農林水産省))

おわりに

本稿では、東北圏における漁業経営体数等の推移から産業の厳しい現状が見えてきた。

その一方で、東北圏は元来、良好な漁場に恵まれており、東北圏の海面漁業生産の全国シェア³は15%で、養殖業は同シェア12%であるが、魚種別に見ると全国で高いシェアを持つ品目も多い。太平洋側では、まぐろ・さんま・いか・さめ等、日本海側では、かに・えび・はたはた等の全国シェアが高い。また、養殖業では、ぎんざけ・ほたて・かき・わかめ・ほや等が高い全国シェアを有している。

震災以降、こうした品目を強みとして地域一帯をブランド化する動きがあるほか、若者の就業促進に向け魅力ある漁業を発信する動きや、漁師体験といった観光コンテンツとの結び付きなど、明るい兆しも見えている。

今後、こうした取組みが好循環を生み出し、東北圏における漁業が活気を取り戻していくことを期待したい。

【参考・引用文献】

農林水産省ホームページ「漁業センサス」

(<http://www.maff.go.jp/j/tokei/kouhyou/gyocen/index.html>)

(2019年9月27日最終閲覧)

農林水産省統計「2018年漁業センサスの概要(概数値)」(農林水産省 大臣官房統計部)

(令和元年8月28日公表)

3 2016年「漁業産出額」(農林水産省)による。

令和元年度 第2回理事会 開催

令和元年8月29日(木)、理事11名(定員13名)・監事2名が出席し、令和元年度第2回理事会を仙台市内で開催しました。

当日は、「令和元年度事業経過報告」・「令和元年度参与会の開催」等について事務局より報告し、意見交換を行いました。



(今後の主な予定)

令和元年11月1日(金)	令和元年度 参与会	仙台市
令和元年12月6日(金)	令和元年度 第3回理事会	仙台市
令和2年3月6日(金)	令和元年度 第4回理事会	仙台市

※当センターのホームページでも情報は随時更新しております。

東北活性研

発行月：令和元年10月

発行人：齋藤 幹治

発行所：公益財団法人 東北活性化研究センター

住 所：〒980-0021

仙台市青葉区中央2丁目9番10号(セントレ東北9階)

電 話：022-225-1426

F A X：022-225-0082

U R L：https://www.kasseiken.jp



公益財団法人 東北活性化研究センター

〒980-0021 仙台市青葉区中央2丁目9番10号(セントレ東北9階)
Tel.022-225-1426(代) Fax.022-225-0082
ホームページ <https://www.kasseiken.jp>

