

岩手県久慈市でリーサスを活用した政策立案ワークショップを開催しました

令和2年6月
内閣官房まち・ひと・しごと創生本部事務局
内閣府地方創生推進室
経済産業省東北経済産業局

岩手県久慈市にて、地方創生や産業政策に携わる職員や市内の企業・学生等を中心に、「地域経済分析システム（RESAS）」を活用した政策立案ワークショップを下記のとおり開催しました。

①土地開発・まちづくりの専門家である株式会社三菱総合研究所の赤川氏、②内閣府大臣官房総務課の課長補佐であり、北海道東神楽町の元副町長である木村氏、③RESAS 副教材作成検討委員であり、聖心学園中等教育学校教諭の吉澤氏の協力を得て、久慈市にて作成中の「久慈市シャケ式子育て支援マスタープラン」をテーマに議論を行いました。

市職員による分析発表やグループディスカッションを通じて、久慈市の人口や経済面等の課題に関して認識を共有するとともに、「子どもたちが帰ってきたくなるまち」の実現に向けた施策のあり方を考える機会となりました。

記

1. テーマ：久慈市シャケ式子育て支援マスタープラン
2. 日 時：令和元年12月23日（月）14時00分～16時30分
3. 会 場：久慈市役所 3階 大会議室
4. 主 催：内閣官房まち・ひと・しごと創生本部事務局
内閣府地方創生推進室
経済産業省東北経済産業局

5. 参加者：

- ・株式会社三菱総合研究所 客員研究員 赤川 彰彦 氏
- ・内閣府大臣官房総務課課長補佐 元・北海道 東神楽町 副町長 木村 俊孝 氏
- ・学校法人聖心学園中等教育学校 教諭 RESAS 副教材作成検討委員 吉澤 陽 氏
- ・久慈市関係者（副市長、教育長、市議会議長、そのほか職員32名）
- ・高校生 9名、教諭 3名（久慈高等学校、久慈東高等学校、久慈工業高等学校）
- ・久慈市内関係団体（久慈市 PTA 連合会、久慈商工会議所、久慈商工会議所青年部、久慈青年会議所、岩手県建設業協会久慈支部、岩手県宅地建物取引業協会久慈支部、久慈地方森林組合、久慈市域エネルギー株式会社、久慈バイオマスエネルギー株式会社、給食サービス業、金融機関7名） 17名

- ・久慈国家石油備蓄基地事務所 1名
- ・内閣官房まち・ひと・しごと創生本部事務局職員 2名
- ・経済産業省地域経済産業グループ職員 3名
- ・経済産業省東北経済産業局総務企画部職員 5名

合計78名

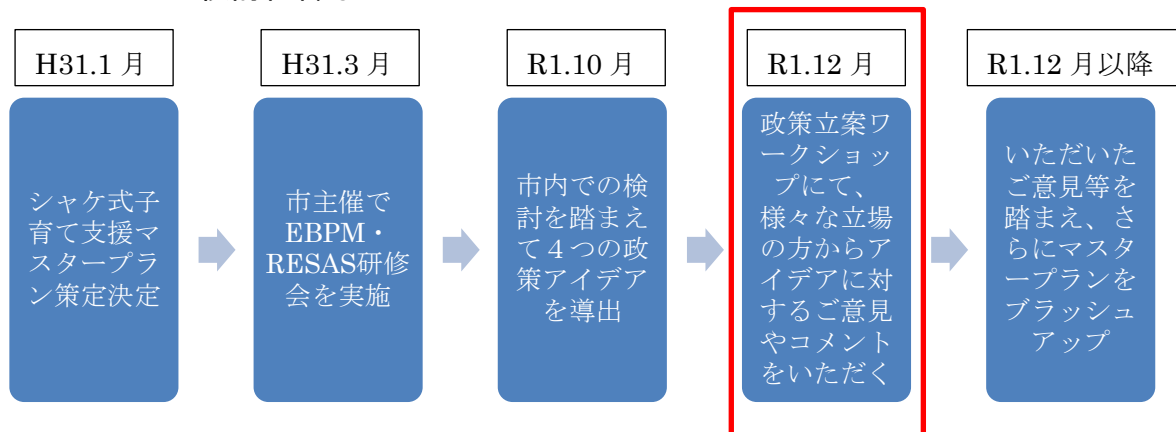
6. 議事次第

- ① 久慈市職員による RESAS 分析結果発表
- ② 有識者によるデータ分析結果発表
- ③ グループディスカッション

1. ワークショップ実施の背景

- 久慈市では、近年継続的な人口減少が続いている。特に子育て世代の半数近くが進学・就職等で一度久慈市を出た後、帰ってきていないという実態がある。社会減が継続することにより、市内の子育て世代が減り、自然減の進行も進んでいる。こうした人口減少は、今後生活利便性の低下や地域コミュニティの機能低下を招きかねず、結果として更なる人口減少を招く負のスパイラルに陥りかねない。
- そのような問題意識のもと、久慈市では、平成31年1月以降、久慈市で生まれた子どもたちが住み続けたい・帰ってきたいと思うようなまちづくりを目指す「久慈市シャケ式子育て支援マスタープラン」の策定を進めてきた。
- 市内の様々な立場の人間を集め、久慈市が抱える課題やこれからの未来について当事者意識を持ってもらうと同時に、有識者をはじめとする様々な立場からの意見を踏まえた、より効果的な施策を導出することを目的に、本ワークショップを開催した。

《これまでの検討経緯など》



2. 分析手法

- 人口ピラミッド、自然増減・社会増減の推移から、市の人口構成や人口減の内訳と推移を把握。
- 年齢階級別純移動数から、年代ごとの転入・転出数の傾向を把握。
- 久慈公共職業安定所（ハローワーク）の職業別有効求人・求職状況のデータから、雇用のミスマッチの発生状況を把握。
- 「子育て世代が帰ってこない要因」として5つの仮説を立て、上記の各データと久慈市内の高校生向けのアンケート結果から、仮説の検証を実施し、課題を抽出。
- 併せて、地域経済循環分析、産業ごとの売上高・付加価値額等及び産業別修正特化係数から、久慈市の産業の強みを把握。

3. 久慈市の子育て世代回帰促進に向けた課題と分析

（現状分析）

- 久慈市の人口は、2002年以降自然減・社会減ともに継続して発生しており、20～49歳の子育て世代の43%（男性44%、女性42%）が久慈市へ帰ってきていない。
- 子育て世代が久慈市へ帰ってきていない要因について、①友達がいらない、②やりたい仕事がない、③地元愛がない、④都会の生活が魅力、⑤所得が低いこの5つの仮説を立て、それぞれ以下のとおり検証を行ったところ、結果は以下のとおりであった。

- 《①友達がいらない：人口ピラミッド、社会増減の推移、年齢階級別純移動数》
- 10代後半～20代前半の進学・就職の時期に最も流出が顕著。20代後半の時期に転入超過となるものの、10代後半～20代前半の流出数を上回らない状況となっている。
 - 高校生向けのアンケートでは、回答者の77%が進学を希望しており、市外へ出て行ってしまいうほか、市内への就職を希望する高校生も全体のわずか5%ほどであった。

- 《②やりたい仕事がない：有効求人・求職状況》
- 久慈の有効求人倍率は1.97である一方で、雇用のミスマッチが生じており、専門的・技術的職業や生産工程に係る職業は求人数が求職者数を大きく上回っている状況。
 - また、高校生向けのアンケートと上記データを比較すると、高校生が就職を希望する業種・職種は久慈市でも求人が出ていることが分かった。

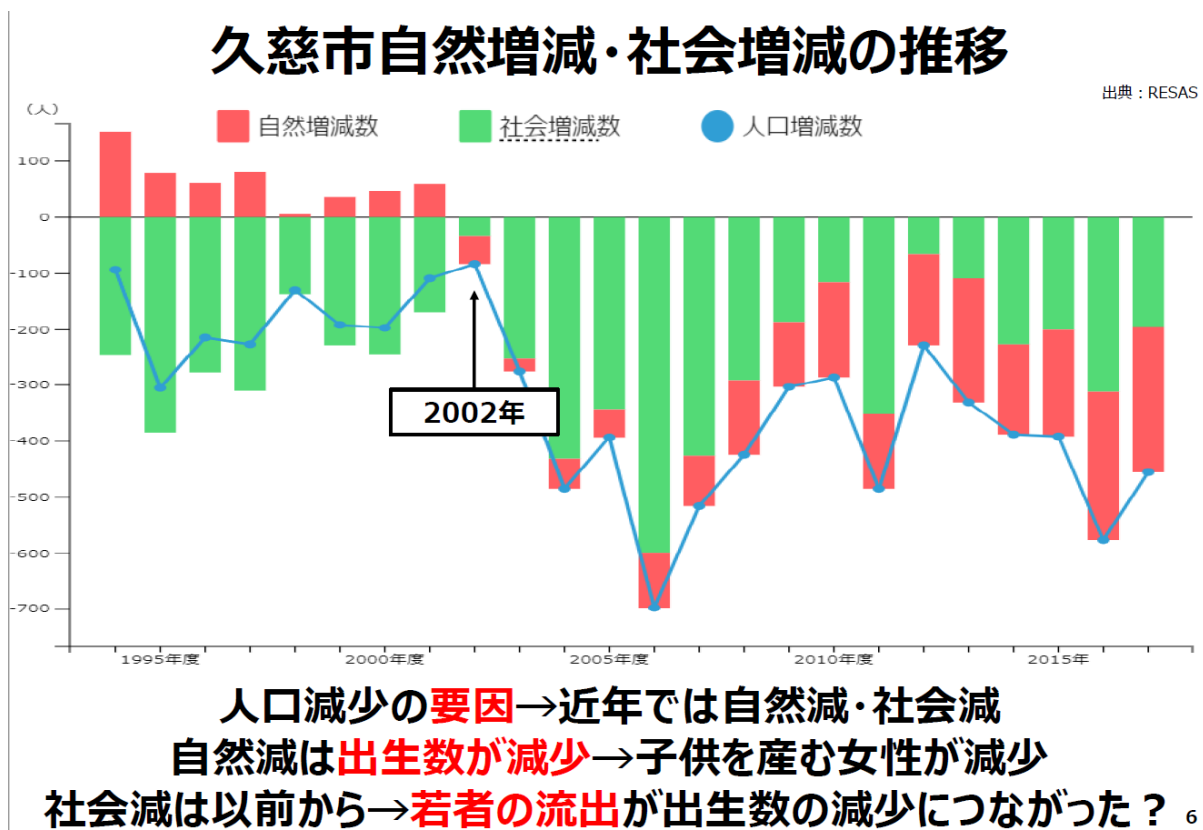
- 《③地元愛がない、④都会の生活が魅力：社会増減の推移、高校生アンケート》
- 高校生向けアンケートでは、「今後も久慈市に住み続けたい」「どちらかとい

えば住み続けたい」との回答が51%を占めた。

- 「久慈市は住みやすいか」の問に対しては、「住みやすい」「どちらかといえ
ば住みやすい」「普通」の回答で86%を占めたが、「日常の買い物が不便」「地
元にやりたい仕事がない」等、「住み続けたくない理由」も多数挙げられた。
- 「地元に戻りたくない理由」の問に対しては、「地元ではやりたいことができ
ないから」「やりたい仕事がないから」「遊ぶところが少ないから」という回
答が上位を占めた。

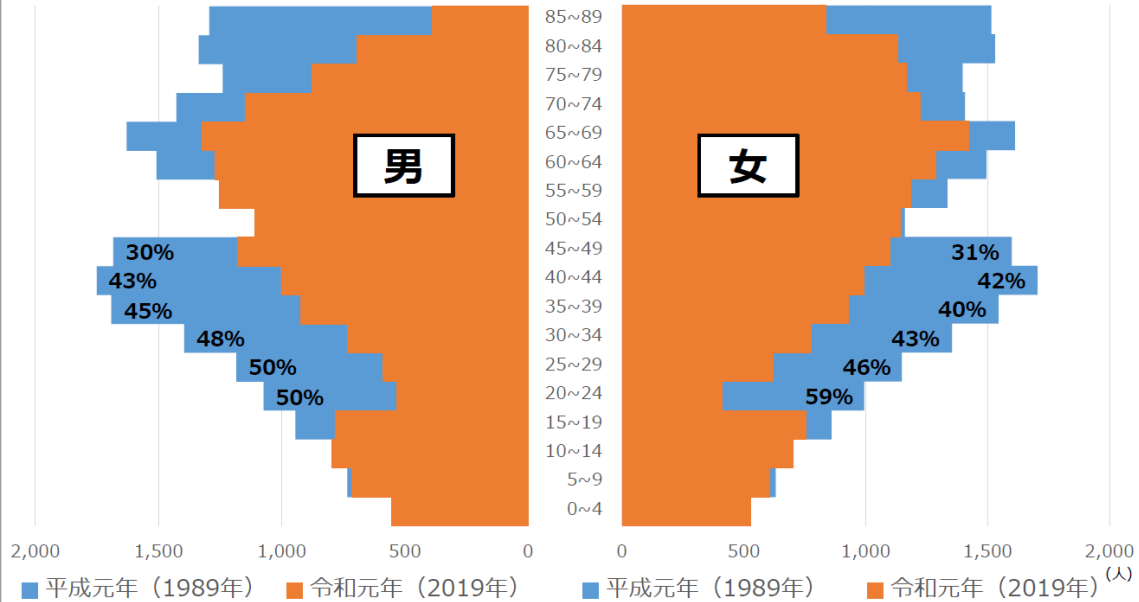
◀⑤所得が低い：一人当たり賃金▶

- 総務省で公表しているデータでは、一人当たり賃金（年間）は近年増加して
いるものの、全国平均より58万円低い。（268万円／人、平成30年度）
- 地域経済循環分析図では、「その他支出」の項目で、域外へ314億円支出して
おり、うちエネルギー支出は約61億円となっている。
- 市内の産業別の売上高、付加価値額、従業者数は、「建設業」がトップである
一方で、今後復興事業の終了に伴い、規模縮小が予想される。
- 産業別の修正特化係数は、林業が全国平均より相当に高い。木炭生産量が日
本一である岩手県の中において、久慈市を含めた5市町村が9割前後を占め
ていることから、林業が強みの産業であるといえる。



久慈市人口ピラミッド (平成元年→令和元年比較)

出典：岩手県人口移動報告年報
(各年10月1日現在)

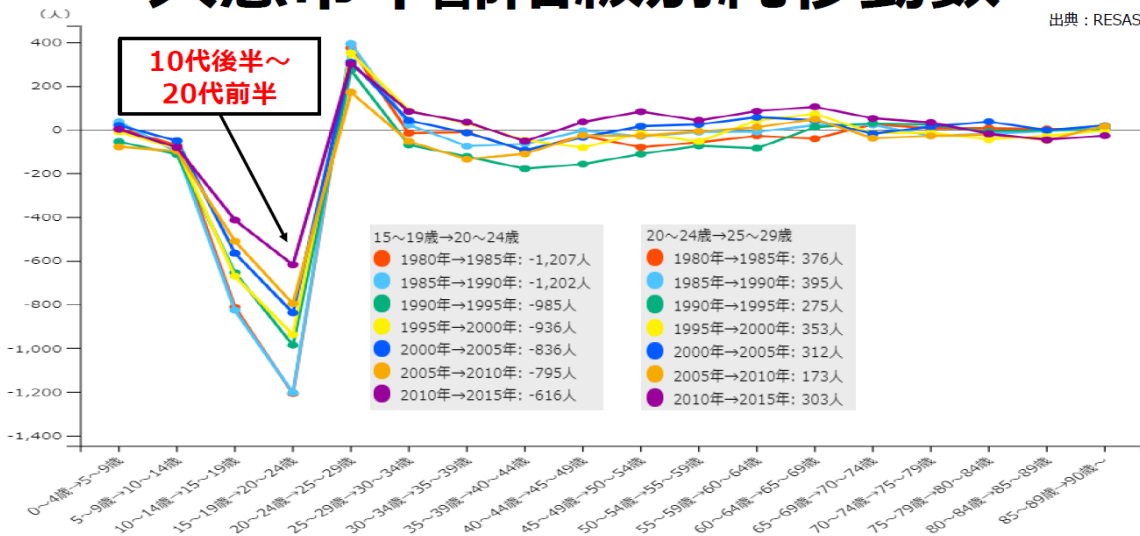


20~49歳の男44%女42%が帰ってきていない

12

久慈市年齢階級別純移動数

出典：RESAS



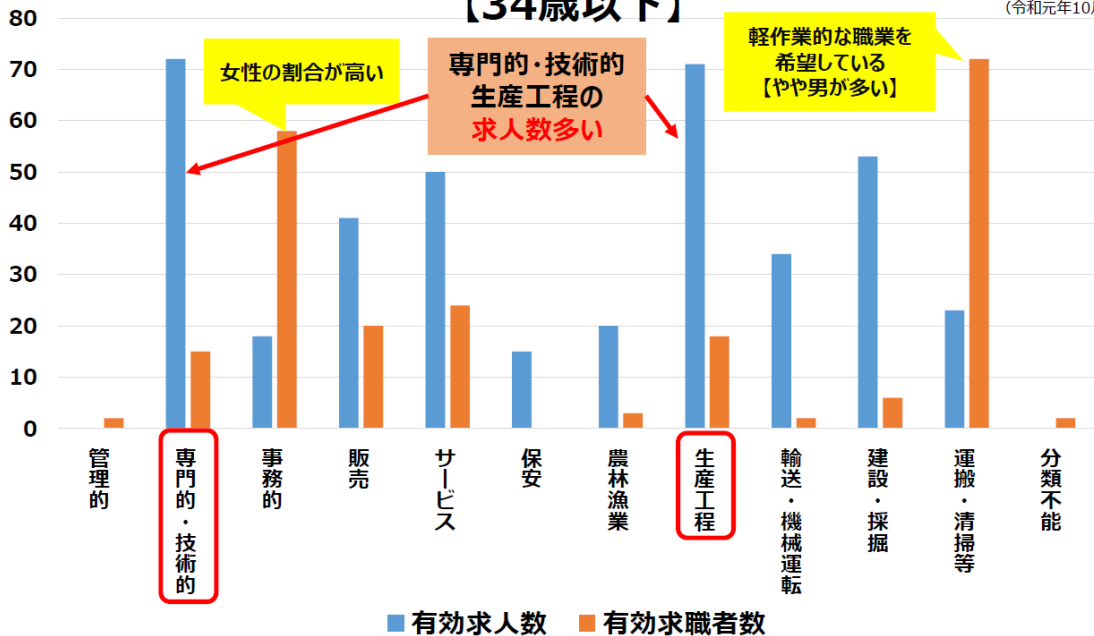
10代後半~20代前半の時期に最も流出超過
20代後半の時期に転入超過しているが、
10代後半~20代前半の流出の水準まで転入していない

21

職業別有効求人・求職状況（常用）

【34歳以下】

出典：久慈公共職業安定所
(令和元年10月現在)

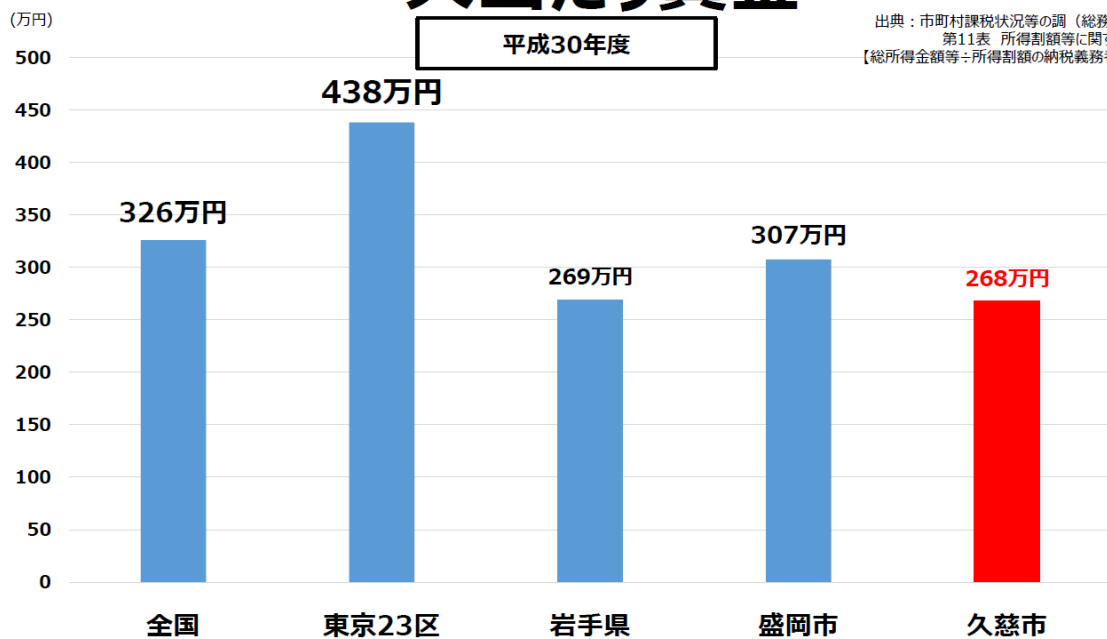


有効求人倍率 = **1.97**だが**ミスマッチ**が生じている ²⁶

一人当たり賃金

平成30年度

出典：市町村課税状況等の調（総務省）
第11表 所得割額等に関する調
【総所得金額等：所得割額の納税義務者数】



全国平均より**58万円**低い

28

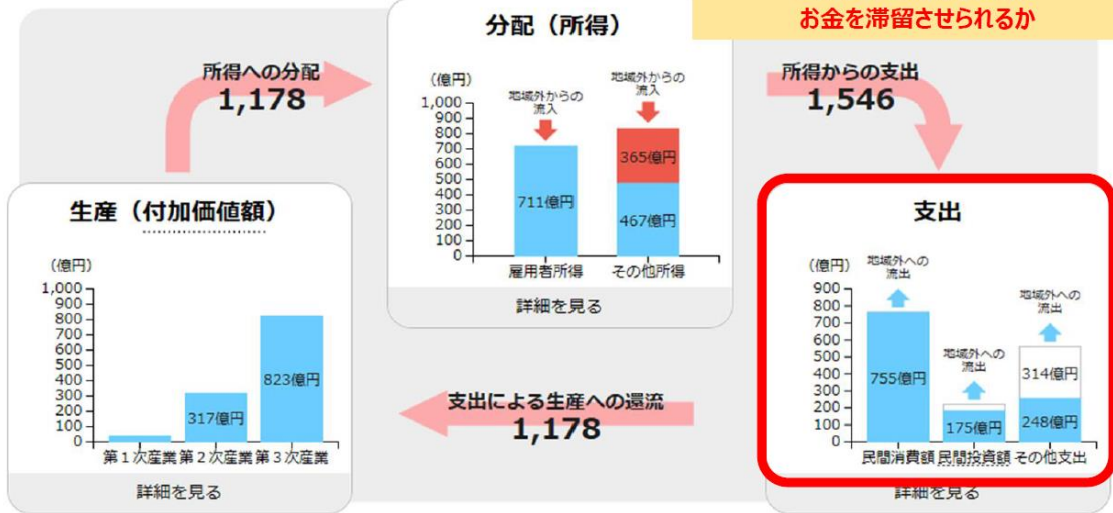
久慈市の地域経済循環図

地域経済循環率
76.2%

地域経済循環図
2013年
指定地域：岩手県久慈市

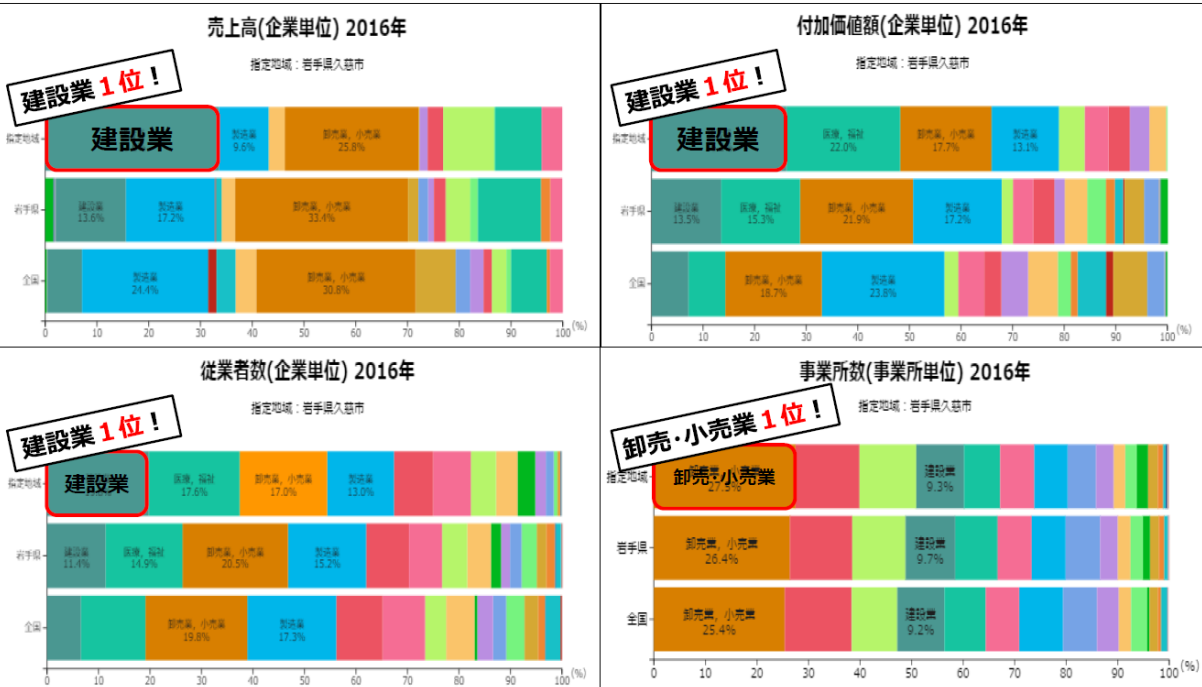
【久慈市の漏れバケツ】
民間消費額：地域外へ9億円（市民の消費）
民間投資額：地域外へ45億円（企業の設備投資等）
その他支出：地域外へ314億円（政府支出等）
（うちエネルギー支出61億円）

いかにバケツの穴をふさいで
どれだけ地域内で循環し
お金を滞留させられるか



発注や請負先、エネルギー消費を地域内で！

久慈市の産業①売上高・付加価値額・従業者数・事業所数

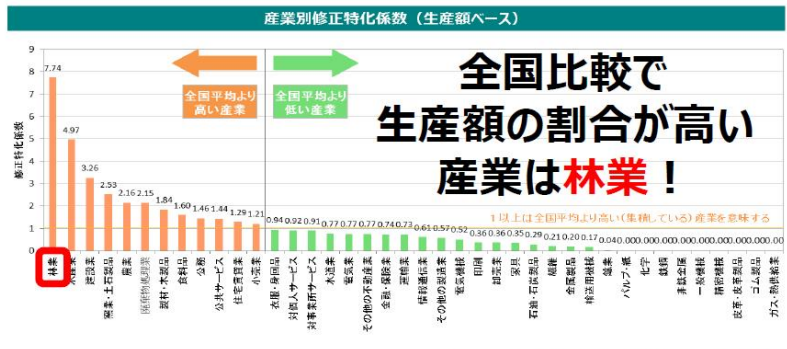


建設業がトップ！だが復興事業終了後は不安

久慈市の産業⑤林業



出典：国土地理院



素材から製炭まで一貫

岩手のナラの木を使用し、「**自然にも人にもやさしい木炭**」を作っています。林業会社として、持続可能な森林の循環を目指しています。



数々の表彰実績

昨年の農林家における「**内閣総理大臣賞**」をはじめ、これまでも林野庁長官賞など各種表彰により認められています。



GI制度登録の品質

昨年「GI(地理的表示)制度」登録となった岩手木炭は、国が認めた信頼のある品質です。

出典：有限会社谷地林業HP

【久慈市の木炭】

- 岩手県は木炭生産量**日本一**（シェア35%）
- その中でも岩手県北5市町村が9割前後占める
- 久慈市は木炭王国の主要メンバーである
- 岩手県産ナラを100%使用した高品質木炭
- アウトドアレジャーで需要が高まる
- 停電になっても暖かると注目
- 震災後に首都圏で価格が上昇中
- 地域外からも所得を稼げる産業

全国に誇れる**林業と岩手木炭**！

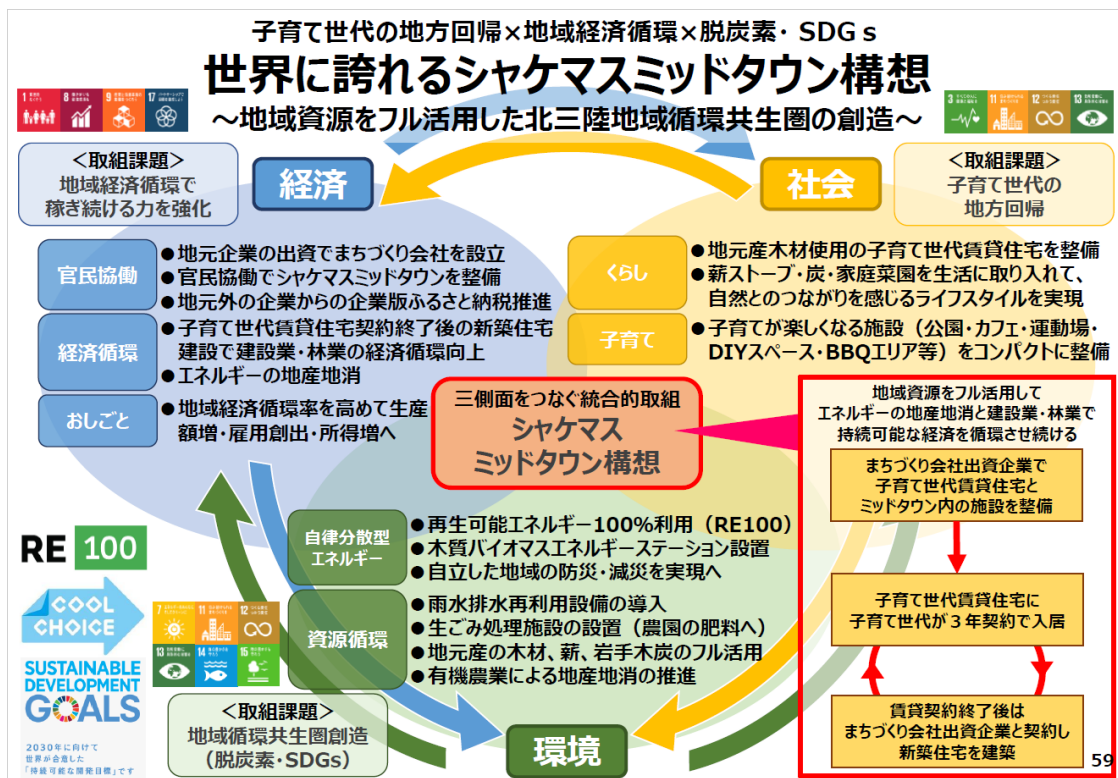
4. 解決策

《久慈市からの提案》

- 市の強み等の現状分析や課題を踏まえて、以下4つの政策を提案した。
 - (1) 子育て世代賃貸住宅の整備
 - (2) 全天候型児童遊戯施設の整備
 - (3) 全世代型交流カフェの整備
 - (4) 高校・大学卒業後のUターンを促す奨学金制度の整備

シャケマスミッドタウン構想イメージ図





《有識者からの意見等》

- RESAS を使うなら、仮説を立て、その裏付けを確認することで課題の本質をとらえることが重要。子育て支援を手厚くすれば地元へ人が帰ってくるかという、そうとも限らない。仮説①～⑤はより検証が必要であり、課題に一対一で対応する政策を打っていく必要がある。
- 今の住民の満足度を上げる政策ではなく、将来の住民度の満足度を上げることを考えなければならない。「ワカモノ、ヨソモノ」の視点から環境づくりをしていく必要があるのではないか。
- 移住経験者、子育て世代、転出者等に対し、実際にアンケートやヒアリングを行い、住民のニーズと望まれる施策を把握するべきではないか。
- 地元への愛着はリターン希望を左右する。地元が好きだという高校生がたくさんいるので、愛着をより高めてもらうために、転出前に地元企業や地域の魅力を知ってもらうことが重要。たとえば、地元企業への就職を促すための策の1つとして、働き方改革を推奨し、企業イメージの向上と発信を図ることも一案。地域とのつながりを持ちつつ、データから客観的に地域を知ることが、シビックプライドの醸成につながり、地元への愛着・関心の向上に資する。
- 地域経済循環図から、久慈市は観光地であるのに消費が9億円流出している。久慈市の観光資源である「ウニ」「あまちゃん」のさらなる活用を検討してはどうか。市で既に作成している計画等との整合性・関係性を考慮しながら検討を深めてはどうか。

《グループディスカッションから出た意見》

- 子育て世代賃貸住宅について：

- ・ こういった住宅があるから地元に戻ってくるかという、必ずしもそうではないのではないか。課題解決に直接関与する状況になってないのではないか。
- ・ 最近市内で空き家が増えていると聞く。市内の住宅状況等のデータを見ながら、たとえば空き家をリノベーションする等、今あるものを効率的に使い、あまりお金をかけずに実施する方法もあるのではないか。
- 全天候型児童遊戯施設について：
 - ・ 子どもの頃の楽しい記憶として残ると思うので、子どもたちの地元への愛着を高めることにつながり、良いと思う。
- 全世代交流カフェについて：
 - ・ 既存の施設を有効に活用するという観点で、商店街の空き店舗を開けてパイロット的に実施してみたり、駅前にできる予定の図書館との連携を考えてみたりするのはどうか。
 - ・ 高校生が集まる場所を作りたいということであれば、カフェに限らず、こういった場所が望まれているかをもう少し深掘りする必要があるのではないか。
- 奨学金制度について：
 - ・ 奨学金制度は良いと思うが、それがあから地元に戻ってくる、というものではないのではないか。
 - ・ 久慈市で何ができるか、こういった仕事があるかという情報が高校生に届いていない。技術も進歩しているので、たとえば IT 関連の仕事は今後久慈市に住んでいてもできるようになるかもしれない。久慈市で働き生活していくうえでの情報や、将来の選択肢を、大人が若い世代にしっかりと伝えていくことが重要。

5. 施策提案：様々な主体の意見を踏まえ、より効果的な政策へ

- 今回のワークショップでは、本マスタープランを題材に、市のみならず多様な主体の当事者意識の醸成につながった。
- 高校生、転出者・市内在住の子育て世代など、政策においてターゲットとするユーザーへのアンケート等を行い、それらを踏まえて施策の立案や施設整備の必要性の調査などを進めていく。
- 意見交換のなかで、「既存施設の活用」「あまり資金をかけない方法の検討」といった意見が多く出たことを踏まえて、PPP・PFI といった官民連携で進めるスキームを検討する。
- 併せて、施策立案・施設整備だけではなく、地元への愛着を高めるための情報発信が重要であるとの意見も挙げられたことから、様々なターゲット（転出期前の高校生、転出してしまった子育て世代等）に対する情報発信をより強化していく。