

# 人材育成学会第14回年次大会シンポジウム

2016年12月3日に、東北大学川内南キャンパスにて、人材育成学会第14回年次大会が開催されました。「地方創生と人材育成－地方における雇用創出を考える－」を大会テーマとしてシンポジウムが企画され、東北大学の藤本雅彦先生のコーディネートで、労働政策研究・研修機構の高見具広先生、東北経済産業局の遠藤憲子先生、山形大学の松坂暢浩先生そして株式会社アフターリクルーティングの池谷昌之先生にご登壇いただきました。当日のシンポジウム内容をお届けします。

## 地方創生と人材育成－地方における雇用創出を考える－

### 講演者：

高見 具広 氏	労働政策研究・研修機構 研究員
遠藤 憲子 氏	東北経済産業局 産業支援課長 / 産業人材政策室長
松坂 暢浩 氏	山形大学キャリアサポートセンター 准教授
池谷 昌之 氏	株式会社アフターリクルーティング 代表取締役社長

### コーディネーター：

藤本 雅彦 氏	東北大学経済学部 教授
---------	-------------

(敬称略)

### 藤本：

それでは皆さん、お時間になりましたので、これからシンポジウムを開催させていただきます。今回の大会実行委員長をつとめさせていただきます。今回は東北大学の藤本と申します。よろしくお願いいたします。

不覚にも直前に熱を出してダウンしてしまいました。お聞き苦しい声をご容赦いただきたいと思います。本日のシンポジウムでございますが、最初に背景を少しご説明して、その後、各パネリストの方々から話題提供をいただき、ディスカッションをさせていただきますと思います。

まず本日のテーマの設定と背景についてです。皆さん記憶に新しいかと思いますが、2年前にベストセラーになりました増田寛也氏の『地方消滅』という、地方の人々にとっては結構衝撃的な本が話題になりました。都市部への人口流出によって地方は消滅の危機にあると。実はこの消滅と言われる町の何割かが東北地方の町でございます

た。地方では仕事に限られているため、雇用機会が非常に少ないというのが人口流出の大きな要因であるという主旨でございました。ところが今現在、地方には、東京もそうかもしれませんが、深刻な人手不足の問題があります。これは、一見すると非常に相矛盾をしているような状況でございます。一方では仕事がないと言いながら、もう一方では人がいないという、このような状況が、地方では起きていると思います。この問題についてもこれからディスカッションの中で触れてみたいと思います。

それでは、あらかじめパネリストの皆さんをご紹介させていただきますと思います。最初に、お隣にいらっしゃるのが労働政策研究・研修機構研究員の高見具広さんです。最近の全国の地方における雇用に関する動向の特徴についてお話をいただきたいと思います。それから向かって右手は、東北経済産業局産業支援課長兼産業人材政策室長の遠藤憲子さんです。遠藤さんには最近の東北地方の中小企業の人材の採用そして育成に関する行

政支援の内容についてお話をいただきます。そのお隣は、株式会社アフターリクルーティング代表取締役の池谷昌之さんです。元リクルート東北支社で採用関係の仕事に従事していらっしやっただというので、地元の経営者の側からの視点で最近の東北における雇用そして採用活動の動向についてお話をいただきたいと思います。それから最後、左手にいらっしやいます、山形大学キャリアサポートセンター准教授の松坂暢浩さんです。松坂さんには就業者の側、とりわけ若手の側から見た視点で、最近の山形における学生の地元志向に対する就職活動の動向等について話題提供していただきたいと思います。

以上4名のパネリストを迎えて、この地方における雇用の問題について議論していきたいと思えます。それでは最初に労働政策研究・研修機構の高見さんからお話をいただきます。

#### 高見：

ただいまご紹介にあずかりました労働政策研究・研修機構の高見と申します。私どもの労働政策研究・研修機構というのは厚生労働省所管の研究所でございますが、私は別に厚労省の出身者でも天下りでもございませぬ。研究者としての自由な立場から発言したいと思えます。

私のほうからは、地方における雇用の現状と課題、その取り組みの、大まかな話をしたいと思えます。まず、有効求人倍率で表せるように、地方に仕事があるのかなのかという、先ほど藤本先生からも問題提起がございましたが、そこから話をはじめたいと思えます。

この図をご覧ください。これは、時系列で、都道府県別に、特徴的な県だけを取り上げたのですが、求人倍率の推移を見てみたものです。2000年代前半は、景気拡大期であったわけですが、そこをご覧くださいますと、有効求人倍率が上昇して2倍とか1.5倍になっているのは東京都のほか、群馬県などの北関東や愛知県など製造業が盛んな地域が主で、北海道、北東北、南九州等の地域は、停滞していました。この時期に地域間格差ということが結構言われました。当時は地方だと問題だという状況があったわけですが、最近の景気がよ

くなってきた時はどうかということで、最近の動向を見ますと、これは地域格差と言うよりはもう全体的な底上げが見えます。求人倍率で見ると、まだまだ差はありますが、一番悪い沖縄でさえ1倍を超えるという状況で、昔は、沖縄は0.1倍とか0.2倍とか言われていたぐらいですので、そこが1倍を超えているとどこでも外形的に見ると仕事不足じゃないように見えます。本当にそうなのかという話なのですが、私は、あまりそのようには考えておりませぬ。下に書きましたとおり、求人倍率というのはその地域にどういう仕事でもあればいいわけです。しかし実態は、例えば介護や建設等の地域内向けのサービス業についてはすごい人手不足が起こっています。一方で、人材流出で求職者自体が減っており、これが合わさって求人倍率がすごく上がっているのです。だから見かけ上、仕事があるように見えるけれど実態はなかなか苦しいというふうに感じております。ではどういう状況に地方があるかということですが、大雑把にまとめますと次のような感じかと思っています。負のスパイラルと書きましたが、この3つが合わさって負の循環を形作っていると考えています。地域雇用の問題に今日は焦点をあてますが、今地域の経済は、基盤産業、例えば製造業や農業など、その地域の基盤になるような産業の売上がなかなか伸びずに停滞している、成長できない。中でも、先ほど申しましたように、介護とか医療系といった地域内向けのサービス業に人手不足が起こっているのです。だから出てくる求人も、基盤となる産業が停滞している中で、ちゃんとした定期採用の意欲も企業になく、質のいい求人が少ないという状況です。求人の質としてよく言われるのは、賃金水準が違うという話ですが、それだけではなく、いろいろな条件面で地域格差があるということです。プラス、仕事の選択肢とか魅力に乏しいという問題が大きく、それを理由として人材流出、やはり大都市のほうには良い仕事があるということで若い人がどんどん移り住んでしまい、人が足りないのにどんどん出てしまう状況になっています。いい人ほど出てしまうことで、地域の基盤産業がさらに弱くなり、人手不足も深刻化する、こういう負の循環に陥っているのではないかと問題

を感じております。

次に、実際にどうなのかというのを、事例に基づいてお話しします。ここでは2つの類型、つまり地域産業のある中小都市と、産業基盤が脆弱な地域を取りあげます。抜けているのは地方の中でも大都市部で、ここ仙台のようなところは、いろいろ問題はあるかもしれないけれども、深刻さという意味でこの2つ、中小都市と、いわゆる農村地域を今回問題としたいと思います。まず、中小都市の事例として、長野県岡谷市、人口5万人と、宮崎県延岡市、人口13万人の2つを取り上げたいと思います。産業基盤の脆弱地域としては2つ。まず、愛媛県西予市。人口4万5千人ですが、ここは、市の範囲がすごく広く、高知との県境の山のほうから海のほうまですごく広いところで、人口も分散していて、目立った中心都市がございません。もうひとつは、長崎の小値賀町、これは離島で、五島列島の北に位置し、人口2千人というところ。この2つを取り上げます。では、具体的にお話をいたしましょう。

まず中小都市の問題ですが、2つ取り上げさせていただきました。ひとつは人口13万人の宮崎県延岡市ですが、これは言わずと知れた旭化成の企業城下町。旭化成は、今となっては、医療系、住宅等、事業を多角化しております。そうした状況で、地元の中小企業は、販路が旭化成だけではうまく対応できない中で、販路拡大という課題を抱えていました。長野県岡谷市は、昔はセイコーエプソンがあったように、カメラや時計を中心としたところだったわけですが、今はそういう状況ではなく、中小の切削・加工、部品加工のメーカーが集積している製造業都市です。この2つの都市、産業基盤があるわけですが、若者の定着という点でなかなか苦しい。給与面で地域差があることや、県外のほうが魅力的な就職の選択肢があるということ、地元にくらちゃんとした製造業があっても、1個1個が小さい企業ですので、なかなか認知度が低いということとか、定期採用というより欠員補充という考え方の企業が多いので、求人が出るタイミングが遅いということ等、いろいろな理由を背景に地元就職はなかなか厳しいという状況が見られました。

このように都市でさえ苦しいわけですから、産業基盤の脆弱な地域はもっと苦しいということ。先ほど離島とご紹介しました長崎県小値賀町は、人口2千人ですが、ここと西予市は農業中心の地域です。多分想像どおりだと思いますが、製造業の工場が何もないので、求人が出るとしてもほぼ地域内向けのサービス業と福祉、建設、農林漁業関係。そういう求人はあるのですが、極端にバリエーションが乏しいのです。そういうところに就職すればいいかというとなかなかやはり若い人は就職しない。もちろん離島を思い浮かべてもらえば分かります。こういう地理的に不利な地域では企業誘致も望めない。だから高卒後に、大学もないわけですし、就職先もないわけですから、進学する人も就職する人もどちらも地域を離れてなかなか戻らないという状況でした。

まとめますとこんな感じです。地域雇用のどういう問題が人材流失につながるかというと、主に3つです。1つ目は、主に都市部で課題ですが、労働条件の格差で、給与だけじゃなくいろいろな面で、働く者の希望条件と求人の内容がマッチしないということです。2つ目に、地元の企業が知られてない問題です。この2つと、Cと書きまされたのが、今言ったような農村地域の課題で、雇用の受け皿があるのですが、極端にバリエーションが乏しいことです。もちろん生活環境としてなかなか遊ぶ場所がない等の問題もありますが、地域雇用の問題としては、主にこの3つが理由で、人がでてしまう、もしくは大学を出た人がUターンで戻らないという課題が言えると思います。

では、これをどうするか、地域雇用の課題にどういうふうに取り組むかという話を後半でしたいと思いますが、雇用の問題の解決策としては企業誘致というのがあります。いろいろな考え方がありますが、私は、企業誘致にはなかなか難しい問題も伴うと考えています。この左側の写真は、今日お話ししていない沖縄県うるま市の事例ですが、沖縄というのは元々求人倍率がすごく低い場所で、本当に雇用がないので、ここは本当にIT、コールセンター等を誘致して数千人規模の雇用創出を図っていました。このように雇用の規模とかスピードの面では企業誘致はすごくいいのですが、

もうひとつの写真をご覧ください。こちらは草むらになっています。これは鳥取市です。昔、鳥取三洋電機があったところですが、パナソニックとの事業統合後、事業再編があって工場が撤退してしまい草むらになってしまいました。その後、跡地への企業誘致を頑張っ、もう大分うまったということですが、企業誘致には、企業が撤退してしまうこととすぐ大規模な雇用が失われてしまうというリスクもあります。ですから、誘致によらない方策というのもやっぱり考えなければいけないと思います。

どういふ方策があるかということとここで5個挙げました。1個1個紹介するのは避けたいと思いますけれども、大きくは、地元の事業主、企業向けの支援と求職者向けの支援、そのマッチングがあると思います。後で具体的に紹介をしますけれども、2番と3番みたいな地元企業向け、もしくは起業したい、会社を作りたいという人を支援することで将来的な雇用の拡大につなげていくという話、求職者向けにスキルアップを図るということでマッチングしていこうというような方法でございいます。例えば中小都市であっても産業基盤がちゃんとあるところでは、企業向けの支援をちゃんとするということがひとつの方策です。私は厚労省の所管機関の者ですので、そういう関係の事例を紹介しますと、延岡市の場合、やはり製造業がちゃんとしていますので、地元企業向けの支援が有効だと確認されました。調査では3年前の事業の話聞いたのですが、その時は最新技術だった3Dプリンターを、地元企業のニーズをふまえて行政支援で活用を促進したり、展示会の時の営業を通じて課題があったので、そういうところの支援をすることで地元企業の活性化を促したり、地元の求職者向けに即戦力になるようなセミナーをやって就職につなげたり、こういう実践的な支援があったわけです。長野県岡谷市の事例は、いま時間がございませんので、具体的な話は後でディスカッションしたいと思いますけれども、地元での就職を促進する取り組みを行ってまいりました。

最後の話ですが、ではこうした基盤のないところはどうかということ。面白い事例を2

つ挙げたいと思います。長崎県の小値賀町です。ここは何もなかった、本当に何も無い、農業しかない、漁業しかないというところ。ここは観光で町おこしをしました。左側にあるのは古民家です。江戸時代から捕鯨の町だったので古民家という資源があります。こういったものを生かして都会の人向けに観光ツアーを考えることで、ヒットして雇用が増えたと。観光の雇用として、これは魅力があるということで、メディアで注目されて、島が元気になっているということで、皆さんがUターンで島に入って来たのです。Uターン仕事といっても、それほど仕事はないのですが、宿屋とか居酒屋とかそういう仕事ですが、やはりその島に愛着が高まってくると、いい人材を確保できる好事例だと思いました。最後にもうひとつご紹介するのは愛媛県西予市。ここは農業しかない地域です。この中で何するか、やっぱり地域資源使うしかないということで、専門家の助言を得て、地元の老舗醤油屋さんが雲丹醤油を作りました。これがヒットしてJALの機内食に取り入れられたということで、すごくヒットしたと。これで商品が売れて、雲丹の加工の仕事とか、醤油販売が増加した好事例だと思ひます。こういう話を聞いたので雲丹醤油をおみやげにとも思ひましたが、私は実は雲丹が苦手、普通の醤油を買ってきてしまいました。以上でございいます。

藤本：

それでは続いて、実際に行政側がこの地域の雇用に対してどんな支援をしてきたかというところを遠藤さんからお話いただきます。

遠藤：

皆さん、こんにちは。東北経済産業局産業人材政策室長の遠藤です。担当して1年半ぐらになります。その前に前職が企画室というところで内閣府地方創生についての業務も担当させていただきました。皆さまと情報提供あるいは共有させていただければと思ひます。

地方創生交付金というのは26年度の後半ぐらから作業が始まったわけですが、27年度から本格的に執行されていて、実際にはこれまでと

異なる新しいやり方での開始でした。まず、問題は藤本先生も触れられた増田寛也氏の「地方消滅」のレポートがきっかけだったように記憶しております。地方の人口減少についての。それで最初どうしたかと言うと、本来行政の業務は計画を策定して予算化ですが、もう人口減少と地方の仕事不足は解っているのですから、それに関するものは先に手当てしてしまおうということで先に地方政府に対して一定の予算が来てしまった。その時にじゃあどうやって実行したらいいのですかという時に、中央政府の各省庁からのアイデア集のようなものを提示し、良いアイデアを選んでいただいて、申請していただいて。というようなフローになっていました。ですので、こうした課題に前々から準備していた方は、対応が非常に早かったという事になります。これを聞いてから始めた方は、最初の段階では非常にご苦労されたのではないかと思います。雇用関係ですと、移住・定住センターとか、プロフェッショナル人材センターの設置ですとか、そういったものに使われたというところがございます。

28年度は、大きく言うと4つあるのですが、地域の仕事をどうやって作っていくか。1つ目は、創業支援。2、3つ目は、今ある企業の生産性向上と働き方改革。企業側も雇用を産み出すためには、収益増加が必要ですし、多様な条件下にいる方々を受け入れる環境整備も必要。人手不足が言われる一方で、条件が合えば働ける人もいます。女性や高齢者の活躍はそれにあたります。それから大都市圏から地方への人の流れを活発化させるUターンの促進。来年から特に都市部に出て行かれた学生さんを地元に戻したい。インターンシップを地元でやっていただけないかというような事業が始まるということで、今年のうち皆さんご用意されて申請されているというようなことがございます。

役所生活長いですが、今回、地方創生をやっていて非常に新鮮に感じるが多かった。「地方で先にやってください」「予算先行型で戦略は後から策定」という新しい手順。また「稼ぐ力」、「KPI」、「PDCA」、あと「ビックデータの活用」という新しいキーワード。行政サイドも時代は変

わってきていると感じました。これがアジャイルモードと言うのか、リーンスタートアップと言うのか、やりながらより良い方法論を見出していく。そして今回は戦略ができた市町村から交付金を上乘せしますなんていう仕組みですから、まさに地域間競争です。新しい気持ちでやっていきたいと思っております。

人口のことですが、東北も長く900万人台でしたが、今は900万人を割れています。先ほどの話にもあったとおり、東北で人口が増えているのは宮城県で、仙台市のちょっと北側でトヨタ自動車東日本が工場を立地し、周辺部は特にアップしています。あと山形県東根市というところが増えております。先ほど山形大学の松坂先生にお聞きしたところ、子どもさんの施策だとかやはり立地企業が多いとか、教育面で進学校があるのではないとかかそういうお話でした。それから福島県いわき市は東日本大震災後、特に原子力発電所事故の影響で避難されている皆様が多くいらっしゃって人口が増えていると。全体としてみますと減っているところは沿岸の被災地で津波被害の非常に厳しかったところになっておりまして、やはり仕事があるところに人が集まり、仕事がなくなったところに人がいなくなるというようなことになっていて、この資料は全体の就業者数ですけれども、ここ5~6年で言っても東北は10万20万という大きな数で就業者が減っているということがございます。中小企業数もどんどん減っておりまして、2006年~2014年全国で過去5~10年ぐらいで9.3%マイナスですが、東北全域で15.5%マイナスということになっておりまして事態は深刻でございます。それで人の流れを作っていくというUIターンというところを真剣にやっていかなきゃいけないということでございます。どうやって人を動かすのかという議論になると思いますけれども、どうやって戻ってきたい人を見える化するのとか、受け入れる企業側の魅力をどうアピールするのかとか、課題はいろいろございます。県庁さんがそのUIターンの方のための移住、定住センターを作るなど、いろいろしているので、私どもとしては東北全域での人の流れを作っていくということと一緒にやっていこうというところでござ

います。

そして人材育成の部分でも施策を出しておりました、こちらは地元の企業が地元の学生に知られていないとか、ましてや地域外の学生にも知られていないわけで、インターンシップをやるうにもなかなか準備が整わないというところがございます。というところで全体的には小中学生のうちから地元の企業さんと触れ合うような政策もモデル事業を展開しております。この写真は、小学生がお肉屋さんでヒアリングに行っているところですが、高校生・大学生のインターンシップも含め、キャリア教育全般につなげてやっていかなければいけないのではないかと思います。企業がキャリア教育に参加することで、従業員側からもこのインターンシップを通じ、モチベーションが上がったり、何をおいても経営者さんの夢だとか希望だとか、それから魅力ある発信ができるかどうかというのも決め手になるのではないかなと、いろいろな施策をしているところがございます。あとは宣伝になりますが、岩手県立大学を中心に、東北地域でインターンシップのコミュニティを作ろうとしておりますし、社会人基礎力グランプリという事業を全国的にやっておりますので、ご協力いただければと思います。長くなり、失礼しました。

藤本：

はい、ありがとうございます。それでは実際に地方の会社でリクルーティングを含めて雇用はどんな状況にあるのかというのを、池谷さんからお話をいただきたいと思います。

池谷：

ただいまご紹介いただきました、株式会社アフターリクルーティング池谷と言います、よろしく申し上げます。私は2013年までリクルートという会社において、ここ仙台で独立をして、今こういう呼び名はないと思いますけど、社外人事マネージャーみたいな仕事をしています。各企業に行き、従業員の方と面談したり、あるいは説明会のファシリテーション、あるいは面接に同席したりというような仕事をしています。今までのお二方

と比べてどちらかと言うとデータに基づいてアクティブにものを申し上げるというよりも、いろんな企業さんの声を聞きながら私が感じている課題感みたいなお話できたらなというふうに思っております。

今日私がお話するのがこのテーマです。まずせっかく今日来ていただいているので、東北の大学進学希望者がどこのエリアに進学しているのか、これなかなかないデータだと思いますのでお話しします。これ実は採用活動しようと思った時に、どのへんで説明会をやるのかがすごく大事なのです。中堅・中小企業さんの採用障壁について、これももう二人からご指摘をいただいておりますが、それを改めて皆さんに申し上げるような形になるかなと思います。まず1つ目の、東北出身の、要するに高校3年生、大学に進学する方がどのエリアに進学しているのかです。ちょっと小さくて皆さん見えないかもしれないのですが、東北全体で大学に進学しているのは36,504人います。それぞれの地元に残っているのが地元ニーズです。在籍人数というのはそれぞれの大学、県における大学生の数です。ですから実は東北6県で出身者よりも大学生の数が上回っているのは宮城県だけ、要するに流出よりも流入が多いということです。あとは全部流出しています。特に流出が著しいのは福島県ですかね。7,961人いて地元には3,333名の大学生しかいないと、そんな状況です。ご注目いただきたいのは関東圏に進学しているのが12,943名いるということです。ですから先ほどからUターンというお話がありましたが、東北の企業は、地元学生が進学したエリアまで出向いて活動すること、地元にいるだけでは接触しにくい学生と出会うための活動をすることが重要になります。あと例えば県ごとに特徴がありますが、山形県とかは地元に残っている方と宮城県に進学している学生の数と一緒にとかいうようなお話でございます。次からは各企業さんと採用のお手伝い、活動をしていての課題についてお話をしたいと思います。

まず発見の壁。先ほどからも認知不足とかってというようなお話がありましたが、これは大手情報会社によると一人当たりの学生がエントリーする数

というのは大体30社か40社、そもそもこの30社40社に入らないのです。特に私は中堅・中小企業さんのお手伝いをやるので、そこをベースにお話をしていますが、よく私このネタを使うのですが、ちょっと挙手していただいているんですか。ブルボースが好きな方どのぐらいいますか。シーン…ですよね、それは何だという話ですよね。ブルボースは、南アフリカ共和国の郷土料理なのです。知らないですよね。好きな食べ物は何ですかと聞かれると、皆さんは頭に浮かぶと思うのですが、好きな食べ物とブルボースの違いは食べたことがあるかないかです… 決定的な違いは…。学生は圧倒的に企業を知らないのです。知らない企業とか知らない仕事に就きたいと思うわけがないのです。多分これから次のパネルディスカッションの議論になると思いますが、どう認知させるのか、どう発見させるのか。このへんはすごく大事なところだろうと思います。

次に理解・動機づけの壁です。認知されても、そこに行きたいと思うかどうかというのはまた別です。そういう会社がある、そういう仕事がある、そういう求人があるということですね。これも高見さんから先ほど魅力に乏しいという話がありましたが、私は、魅力に乏しいというところもあるかもしれないのですが、魅力が伝わってないのではないかなというふうに考えています。これは当たり前前の話ですが、特に中途採用でいくと、大手企業さんでもおかしくなっちゃう時代なので、ましてや中堅・中小企業大丈夫かというのが普通の感覚ですね。なので、中途採用では、特にこの不安の払しょくをやらなきゃいけないですね、中堅・中小企業は。あとはターゲット学生に対してなぜうちに入社するのか、そういう動機をしっかりと作ってあげなければいけないだろうなど。うまくいっていない例をひとつ挙げましたが、「うちは上昇志向の強い人材を採りたい」と言っている企業が、「うちは福利厚生が充実していてね」… こういう企業が結構あります。これで採用してしまうとこれも後で議論になると思いますが、入ってから定着とか育成において相当苦労します。ですから雇用時のミスマッチというのはあるのではないかなと思います。

次はレッテルの壁です。私はこれを結構声高に言っているのですが、特に学生側、あと保護者側の、保護者って急に言いましたけれども、保護者の方も最近の就職活動に関する関与度がすさまじいですね。東北でも実際にあった話で、社名は申し上げられないのですが、親から企業の人事担当者に電話かかってきて、うちの子どもの面接に立ち会いができないかと、そういうご要望があった企業もありました。どうやらその子は面接に落ちているようで、どこが悪いのか分析して対策を立てるという理由だったそうです。そういう保護者が今いるのです。あるいは、これは大手企業さんも、皆さんもご存じかもしれませんが、入社式に保護者の席があります。入社式まで保護者が参加するという時代になっています。ですからここにも書きましたが、さっきも言いましたが、大手企業さんでもおかしくなっちゃう時代なので、保護者からすると聞いたことのないような会社大丈夫ですか、あんたやめておきなさいみたいな、というようなことが出てきています。

あとレッテルというところで言うと、これは中堅・中小企業の採用の課題ではないかもしれませんが、世の中一帯の壁かもしれないのですが、学生が仕事したくないと思っています。社会に出たくないと思っています。これは、ほくは当たり前だと思っていまして、多分、皆さん家に帰って、お子さんの前で「いやあ、今日仕事楽しかったな」って言いますか。多分言わないですよね。仕事がつまらないものだと思って世の中に出て行くのです。先ほど遠藤さんからも就業体験とかキャリア形成とあってありましたが、うちの子どもも地元の仙台の企業にこの間、中学2年生なんですけど就業体験行ってきて、「何やってきたの」って言ったら、「なんかずっとロウソクを袋に詰めていた」って話をしていました。それじゃ仕事の楽しさ伝わらないだろうなと思いました。だから就業体験もいいのですが、仕事って人の役に立ってこんなやりがいがあるということはどう伝えていくのかって結構重要なテーマじゃないかなと私は思っています。

定着・育成の壁です。これについては皆さんの専門分野だと思いますけれど、中堅・中小企業さ

人は人材育成モデルがなく、いつまでにどうなっほしいというのがないのです。いやうちOJTで育てているからと、その名の下の放任であるケースがよくあります。あるいは人材育成の受け入れ側のスキルが乏しいがためにしっかりと関われない。例えば傾聴ができないとか、悩みを相談する関係作れていないとか。私は、これ結構大事だと思っているのですが、皆さん企業さんですけどどうでしょう、自分の会社での仕事に誇りをお持ちですか。私は受け入れ側の先輩とかあるいはマネージャーの方たちが自分の会社とか仕事にどれだけ誇りを持っているかっていうのが結構大事じゃないかなと思ってまして、日常的に私たちの会社はここを目指しているという、そういうことが言えると仕事に関しても貢献を感じることができる、貢献感が感じられるなんていうところで仕事のやりがいにつながってくるのではないかな、定着・育成につながってくるのではないかなと思っております。具体的にこういうような課題がある中で、地元のいろいろな企業さんが頑張っていて、それを最後にちょっとご紹介します。

まず企業単独で頑張るといよりはいろんな団体さんが頑張っています。これは仙台商工会議所青年部 YEG の取り組みです。若手経営者の交流会、これは、ちょうど12月の6日なのでまだ間に合うのでどなたか学生を欲していたら是非ここにお越しただけならと思います。こんな取り組みをしていたり、あるいはこれは中小企業家同友会、これは全国で組織されていると思いますが、共同求人とかあるいは情報誌出していたり、サイトを出して地元企業の魅力を発信しています。ただ先ほど言いましたように、魅力はそこにのっているのですが、いかにサイトに集客するかですね。そのへんは課題が残るかなと思います。あと実際さっき保護者と言いましたが、仙台市さんなんか河北新報さんが取材してやっていますけれども、保護者のための就活セミナーというのをやっています。これは私もそこで講演をさせていただいていますが、学生よりもよっぽど前のめりです、メモを取って聞いています。すごいですね、熱気を帯びた会でした。こんな取り組みなんかもやっています。これは尚絅学院大学さんに限らずど

の大学も今力を入れてやっているのですが、企業から実際の方を招いて生の声でお話をさせていただいて、仕事の魅力とか、われわれが社会にどういうふうに関与しているのかというのを直接話していただいているということもやっています。あと、これはもしかすると松坂先生から話があるかもしれないのですが、各大学が企業に誘致をして、その大学と学生とのマッチングを図っています。これも大学も力を入れてますし、各企業も力を入れた取り組みのひとつかなというふうに思っています。最後ですが、NPO 法人のハーベストさんですね。ここは高校生に年間延べ1万人だったですかね、高校生向けに、40校に千人の社会人講師を派遣して仕事にやりがいと生き方みたいな、そんなことでセミナーを開催していただいています。なるべく学生あるいは生徒が地元企業にこんな魅力があるということに触れる機会を創出しているということでございます。すいません、長くなりました、以上でございます。

藤本：

はい、ありがとうございました。それでは最後に地元の若手がどういう意識でいるかということを中心に松坂先生にお話を伺いたいと思います。よろしくお願いします。

松坂：

よろしく申し上げます。はじめまして、山形大学の松坂と申します。実は、私もリクルート出身で、山形大学からお声がけいただき、大学で仕事を始めてちょうど5年目になります。現在、基盤教育院に所属し、キャリア教育を担当させていただいています。併せてキャリアセンターの教員として就職支援も担当しており、入口から出口まで関わらせていただいています。今日は、日々接している学生の視点からお話をさせていただければと思います。

大学生の、いわゆる地元志向というキーワードがありましたが、「大学生の地元志向や地元就職の状況はどうか?」とよく聞かれるので、このあたりの話を先にさせていただきます。次に私の研究テーマでもある地元志向の大学生の3つの



特徴をお話します。そして、最後に話題提供として2つお話をさせていただければと思います。

では早速お話させていただきます。まず本学のお話をさせていただきます。よく「山形大学さんは山形出身者が多いのでは？」と思われていますが、実は約3割ぐらいです。次に宮城県出身者が約3割で、宮城・山形合わせて約6割、東北エリアを入れると大体約7割から8割ぐらいになります。次に2016年卒のデータを見ていただきたいのですが、1,166人の卒業生を出しています。うち、山形出身者は28%です。じゃあ実際に山形に就職した人がどれぐらいかと言うと335人です。これは山形県出身の入学者数と同じぐらいの数が山形県内に残っている状況です。しかし、県内企業の採用担当者に「山大生の就職者が少ない」と言われるのです。あれおかしいなと？思い、どのような業種に卒業生が就職しているのか調べたのですが、1位が看護師だったのです。次が公務員です。その次が小学校・中学校の先生です。これで5割、6割ぐらいになりました。ここに学生からも人気のある地元の銀行などに入社した卒業生を足すと7割近くになりました。そうしますと、その他の民間企業に入社した卒業生が3割ぐらいになりますので、確かに決して多くないなと思いました。

次に、地元で就職したいと考えている人はどれぐらいいるのかについて、まず全国データを調べてみました。労働政策研究・研修機構のデータによると、地方出身者で若い人ほど、地元志向が強いというのは傾向があると指摘されています。次にマイナビが毎年地元就職希望者に関するアンケートを取っているのですが、地元志向の割合は5割くらいでした。ここでひとつ私が皆さんにお伝えしたいのは、「若い人は地元で就職を希望しているのが少ないのでは？」思うかもしれませんが、一定数いるのです。また現場にいと、年々地元志向は強くなっている印象があります。

では、地元志向をどのように捉えたら良いのか？また大学生の地元志向にはどのような特徴があるのか？というお話をさせていただきます。長年地元志向の研究をされている山口大学の平尾先生が、地元志向の大学生の特徴について3つキーワードを挙げています。1つ目は「広い」、2つ目

は「移ろいやすい」、3つ目「弱い」の3つです。

まず「広い」とは何か？これは広域、彼らが言う地元というのは非常に広い概念であるのがポイントです。本学で現4年生と卒業生のアンケートで地元志向がどれくらいいるかと思い調査をしました。まず捉え方を先にお話すると、リクルートやマイナビなど就職情報会社や、研究者の先生方によってそれぞれ違うので、私は、彼らがどこまでを地元として考えているかという地理的な範囲で地元を捉える方法を採用しています。これは平尾先生が2006年に出した論文の中で採用している方法です。例えば、本学で、山形市出身者の学生が就職相談に来て「先生、地元で就職したいです。」と言うと、まず「実家から通える範囲」を地元と考えています。次に「実家から通える範囲でだめだったらどうする？」と聞くと、「県内だったらいいです。」と言うのです。「もし県内がだめだったらどうする？」と聞くと、「仙台や福島か、だめなら東北エリア」というのです。この間、秋田県出身の学生は、地元就職を考えており、秋田か仙台、だめなら東北エリアで働きたいと言っていました。つまり、彼らが就職活動で言っている「地元」とは非常に範囲が広いということです。これは多分交通網が発展してきていることも関係あるかと思えます。このように、実家から通えるかどうか、出身県内か、それとも近隣も含めた範囲かの3つの希望勤務地のいずれかを選択した学生を地元志向と捉えますと、何度か調査しましたが、大体6割から7割になります。この割合は、平尾先生が山口大学で行ったデータもほとんど同じぐらいです。まず、学生は地元を少し広く捉えているということを念頭に置いていただきたいと思います。

次に2つ目の「移ろいやすい」です。これはどのようなことかと言うと、就職活動前は、地元で働きたいと言っているが、大体2割は県外に就職します。逆に就職活動前は地元をこだわっていないと言っていた学生の約4割は地元で就職しています。つまり地元志向も非地元志向も就職活動を通して変化します。平尾先生も論文のなかで、2割から3割の学生は流動的だと指摘されています。この点もちゃんと押さえておかなければいけない

と思っています。特に地元志向の学生だけに地元企業の情報を提供するのではなく、志向は変化することを踏まえて、県外で就職を考えている学生にも、PRしなければだめじゃないかと考えています。

最後は、これは毎回ご意見をいただくのですが「弱い」という特徴です。これは、総じてキャリア意識が低いという話です。これまでの研究をまとめると大体4つぐらいポイントがあります。1つ目は先ほど池谷さんのお話しにもあったのですが、働くことや就職活動に非常にネガティブということです。2つ目は地域貢献に関心が薄いということです。3つ目は、異文化を受け入れるという志向が低く、グローバル化とは真逆な志向であるということです。最後の4つ目は、先ほども話題になっていましたが、親から自立できていないということです。親の影響もそうですが、家族という概念で捉えているのですが、祖父母や親戚の影響も大きいということがポイントです。

ここまでの内容をまとめると、地元志向は決して少なくない私は捉えています。もうひとつは地元志向が変化しやすい、地元に残りたいと言っている学生も変わるし、地元にこだわっていない学生も変わるということです。そして、キャリア意識が低い層が一定数いるということです。キャリア意識が高い人もいましたが、少数であることが調査から分かってきました。このような傾向が地元志向の学生にあると考えています。

そろそろ時間になりましたので、最後に地元企業や行政の担当者にお話している内容を話題提供としてお話しいたします。地元志向の学生の能力を測ると高い傾向が分かっています。そこで、キャリア教育やインターンシップを通してキャリア意識を高めてあげることが必要であると考えています。もう1つは、Iターンを増やすという戦略です。本学では、Iターン促進のために地元企業と連携した様々な取り組みを行っています。例えば、低学年を対象にした県内中小企業向けのインターンシップやアライアンスネットワークなどの取り組みです。次のパネルディスカッションで、少しその辺りのお話も触れることができればと思っています。どうもありがとうございました。

藤本：

はい、ありがとうございました。予定どおり時間がオーバーしてしまいました、パネルディスカッションがあと35分ぐらいになってしまいました。最初の論点でございますけれども、最初に問題提起させていただいたように、以前から地方には本当に仕事に限られていて、仕事がないと言われていたにもかかわらず、最近の人手不足で人がいないという、相矛盾するような現象について、皆さんどのように思われているのかということについて、少しご見解をお聞きしたいと思いますけれどもいかがでしょうか。

池谷：

ほくは先ほど申したように、認知されていないことが一番の問題とされていて、例えば小学生にどういう職業に就きたいかときくと、大体多いのはお花屋さんとかプロ野球選手とかサッカー選手とか、最近ではユーチューバーという生徒もいたのですけれど、要するにその職業を知っているのです。やっぱり仕事があるのですけど、あるという事実が届いていないというところに問題があるのかなと思っています。

高見：

私のところは多分後の報告の先生方とは対象としている地域が大分違うのかなと思っています。お聞きしていた先生方の話は、結構大都市、仙台も含めて中心都市の話がされていて、そこでも課題があるというお話が多かったように思います。私はもうちょっと田舎と言いますか、県の中でも3番手4番手の都市のような、都市部から離れて本当に何もない所の話を考えて、そこでも有効求人倍率って1倍を超えているという現状があり、仕事がないと言われている所でも1倍を超えているという話が研究者としては面白いと思うし、非常に問題だというふうに思うのですけれども、それは先ほど申し上げた繰り返しになりますが、人手不足と言われている所は業種で見るとサービス業、そしてほぼ全ての地域において医療福祉系は倍率が1倍以上、もう2倍3倍となっています。あとは専門職、看護師ですね。そういうところがす

ごく人手不足になっている所が多いですね。あと、販売系ですね、小売店の販売も非常に人が足りておらず倍率がすごく高い。ご承知の話だと思いますけれども、そういう中で本当に、事務職などはどこの地域でも求人倍率0.2とか0.3とかですね、本当に仕事不足。なぜ事務職にばかり希望が集中するかというと、オフィスはきれいな仕事というのがあります、土日がちゃんと休める、夜勤もない。お金という面もありますけれども、時間帯とか土日ちゃんと休めないとお子さんいる方とかなかなか厳しいですし、そういう人に介護の仕事をやってもらうというのは、もちろん労働としてきついというのもあるし、夜勤もあるということですね。あと販売の仕事といっても土日どっちも休みというわけにいかないの、そういう仕事を希望する人が少ない。だからそういうところは人手不足になるのですが、なかなか仕事はあるようではないというのが実態なのかなと私は感じております。

藤本：

他にはいかがですか。

遠藤：

よろしいでしょうか。今、高見先生もおっしゃったとおり、有効求人倍率で見ていくと、宮城県の場合、パートを含むと1.5近くありますが、正社員だと1を切ってしまう。業種でみると、介護を含む医療福祉、サービス業、卸小売業、建設のパート求人が圧倒的に多い。やはりミスマッチあるのかなと。それからUターンの方ですが、先日東北大学OBで仙台にUターンされた皆さんにお聞きしたのですが、多くの方は起業されている。希望する就職先がないのでご自身でコンサルだとかそういったものをなさっていて戻って来られていらっしゃいました。また別の機会には、Uターンしたいけれども地元コミュニティがそれを許さないとおっしゃる方もいらっしゃいました。地方都市になりますと、「お前は一回出て行った。なんで戻って来たんだ」というようなことで、仲間に入れてもらえないというようなことがあって、そう簡単に実現しない。いろんな原因があって、

どのように先生方とご相談したらいいかなと私は思っていたところでした。

松坂：

私も今話題になっているようなところで、本学で地元志向が強い学生のなかに文系の女子学生が多くて、何をやりたいのかと聞くと事務職と言うわけです。でも大学に来ている求人票を見ると事務職は少なく、技術職、介護・福祉職、また流通系の求人が多い傾向です。また、地元の特に中小企業を回っていると、高卒採用が中心で、なかなか大卒採用行っていないという状況があります。

藤本：

ひととおり皆さんのお話を聞いてみると、職種の不マッチの問題と仕事そのものがちゃんと認知されていないということが問題ではないかということだと思います。では、このままほっとくと、地方では人手不足は解消されないままに限られた職種の仕事しかないのでしょうか。今後、これからどう考えていったらいいのでしょうかね。

遠藤：

いいですか？、先ほどUターンの方の話をしてきましたが、Uターンの方を受け入れて企業の業績が上がっている人というのを探したのですが、僅かですけどいらっしゃいました。それは、やはり経営者が圧倒的に魅力的で、非常に幅が広くて、なんでもやっていいというようなこととか、いろいろなことを許してマネジメントしていたり、あと会社が活性化するので、短期であっても専門性があれば、積極的に受け入れる経営者の度量みたいなところがあり、そういうところが何社か他地域からの人材を入れて活性化して会社をよくしているところがあるので、これを増やしていきたいなと考えておりました。

高見：

難しい問題だと思います。認知の問題と仕事のミスマッチがあるという話をどうしていくか。私が調査対象にしているのは、本当に農村地域も含めて仕事のバリエーションがすごく乏しい所です

が、そこでも地元企業の認知によって解消できる例は、本当に数少ないけどあるのです。今日は事例として挙げませんでした。今週の初めに宮崎県西都市に参りましたが、宮崎市からちょっと北のほうに行くと本当に農村地域で、その主要産業は畜産プラス食品加工という、聞いた感じすごく厳しい状況だと。求人が出るのは、本当に農作業と言うか養鶏作業員、養豚作業員という1次産業の仕事とか、あとは本当に食品加工です。人が集まらないと言っていました。1社すごく人が採れる会社があったわけです。それは地元の経営者がすごくよい、すごく経営を伸ばしていて、東京でもブランドとして、もちろん食肉加工ですけども、加工品を売り込んでブランドになっており、その会社がブランドになっていると。そこへ就職してもやる仕事はやっぱり食肉加工なのです。ではなぜ人が採れるかと言うと、企業規模が大きくなってくると、加工だけではなくて例えば企画の仕事もやらせてくれる、事務の仕事もやらせてくれる、ローテーションで、いろんな仕事を経験させてもらえる、それが魅力になるということです。その意味で、やっぱり経営規模も大事ですし、経営者の魅力というのも大事ですし、販路をちゃんと確保して、事業を拡大してブランドとして売り込んでいくというのは、同じような業種でも経営のやりようがあるなと私は感じたわけです。

藤本：

他にはいかがですか。

池谷：

企業が認知の促進をするのは企業努力とかいろいろな方法があると思うのですが、私は、仕事そのものの理解と言うのですかね、それが私、特に学生に不足しているのではないかなと思っています。例えばリクルート時代、東京の学生に営業職から受けるイメージは何と聞くと、ノルマ管理とか世の中に不必要なもの売りつけているとか、新橋の酔っ払いとか、公園のベンチに座ってハトに餌をあげているとか、まあそういう人もいるかもしれないのですが、企業の最前線に立ってお客

さんと最先端で対峙して、場合によってはお客さんの声を商品に生かすとか、そのような、もしかすると商品開発と商品企画と言うと学生はやりたがるのですが、そこに一番近い職種かもしれないよと説明するとちょっと変わったりしますし、あるいは同じ営業職でも形があるものとないものってというのが、企業によって全然求められる内容とか仕事の中身、やりがい全然違うのではないかなと思っていて、私の先ほどのろうそくの話ではないですけど、もっと世の中にこのようなやりがいがあるぞということをやにかうまく知らしめることができないかなと思っています。

藤本：

このあたりについては、松坂さんどうですか。

松坂：

この間、とある商工会議所の担当者をお願いしたのですが、親の影響が大きいので、地元の企業を紹介した冊子を地域住民1軒1軒に届けてみてはどうかと提案しました。そのうえで、「こういう会社をお子さんに紹介してください。」と案内してほしいとお願いしました。やはり、親に対しても企業の認知を上げないといけないと考えています。学生が地域の中小企業に興味を持って、親が反対して、公務員になれ、銀行員になれ、先生になれと言ってしまうと思います。

藤本：

皆さんの今のご意見の中で、仕事そのものがないわけではないのではなく、仕事の魅力みたいなものが十分に伝わっていない。要するに認知の問題で、そこをちゃんとお伝えいただけると雇用機会が開発されるというか拡大する可能性はあるというお話がありましたが、そういう意味では雇用機会というよりも、「心理的雇用機会」とでも言うのでしょうか。どこかで聞いたことがあるような「心理的契約」じゃなくて、「心理的雇用機会」という点にもう少し余地があるのかもしれないということではないかと思っています。これまで先ほどのご報告の中にもありましたように、地元企業が知られて

いない、仕事も知られていないということが問題だというご指摘がありました。それを今までどういう努力をされてきて、そこでは一体何が問題で、これからどうすればいいのかというところについて少しコメントをいただきたいと思いますが、いかがでしょうか。

遠藤：

すみません、政策についてのご質問がありましたので一応お答えしたいと思うのですが、経済産業省がこの仕事を始めたのは、ここ10年ぐらいで、最初マッチング中心でした。まずはマッチング機会さえ増えればいいと思っていたのですが、そうではなかった。次はインターンシップかと思ったら、インターンシップ自体も先ほど池谷先生からお話があったとおり、受け入れ側の企業の理解不足が原因でうまくいかない事例も多く、バイトまがいのことを体験させてしまい、逆効果になったり、逆にすごく一生懸命お世話してやったのに他に就職されてしまったと企業側が落胆するような結果になってしまう。最近学生側へのアプローチとして、すごいなと思った例がありましたのでご紹介します。先日、事業の中で大学生に任せてみたイベントがあったのです。今、求職者がいないので、マッチングの機会を行っても、人が全然来ない。でも学生さんに事務局をお願いして、企業と学生さんの交流企画をやらせたら300人ぐらい集まってすごくびっくりしました。年代が近い人に任せるとか、それから今地域内同期作りという企画もありまして、先ほど定期採用がないとダメだとか、お話もありましたが、ちょっと視点の違う対策というのが必要なかなと感じ始めてきているところですよ。

藤本：

それでは、池谷さんにお聞きしたいのですが、先ほど池谷さんから説明があった足元の認知の理解が進んでいないのだと。これまで地元の中小企業では、どうやってそれを克服してきているのか、普通の会社はなぜ認知をしようという努力が成果として出てこないのかという面についてはどうでしょうか。

池谷：

そうですね、まあ努力としては、それぞれ大学のガイダンスに行くとかそういう活動をしているのですが、やはり採用活動にコツがあって、私がすごく感じているのは企業さんそのものが自社の魅力をしっかりと認識できていないというようなことをちょっと感じている部分があって、はたから見ると例えばあるメーカーさんで実際にあった話なのですが、技術力の高さとかシェア何%というのをずっと売り込んでいたのですが、実際に働いている人に聞いてみると、「いやすごく先輩たちが優しくて質問したらすぐ答えてもらえる」と、「質問したらすぐ答えてもらえるので、エンジニアとしての成長のスピードがすごく早いですよ、うちの会社」みたいなことを言っていました。それ採用の場面で全く言っていなかったのです。なので、実は企業さんが自社の魅力をしっかりと気づけてないようなところがあるのではないかなということと、あとは親を含めてどうしても仕事というのは辛いものとか、社会に出たら自由な羽をもちられるところだと思っている方がすごく多いので、さっきの松坂さんの話じゃないですけど、どうしていけばいいのかっていうところにつながるのですが、これだけもう保護者が関与する時代で、そんな自立をどんどんさせなくしている時代はどうなのっていう話もあるのですが、やはり保護者に対しての何かしらの情報提供っていうのは今後していなきゃいけないのではないかなというふうに思います。実際先日も高校生の保護者のためのディスカッションに参加してきたのですが、そのディスカッションは、中堅・中小企業さんとパネルディスカッションだったのですが、保護者の方の感覚は変わりました。地元になんか素敵な企業があると思っていなかったということをおっしゃっていました。ですからそんな取り組み必要なんじゃないかなと思います。

藤本：

なるほど、学生だけという時代じゃない。

池谷：

そんな感じがします。

藤本：

親の教育を大学でやるのですか。

池谷：

まあでも親からの意見というのは今相当な影響力がある時代で、もうそれは認めざるを得ない状況じゃないかなと思います。だったらそれをうまく使って啓蒙をしていくという手はあるのではないかなと思います。

藤本：

では、学生指導している松坂さん、実際のところどうですか。

松坂：

本学では、親への啓蒙として保護者向けセミナーなど色々やらせていただいています。

藤本：

高見さん、何か。

高見：

やはり親の意識っていうのは、聞き取り調査をしても耳にするのですが、私どもが行ったアンケート調査でも、県外に進学してUターン就職する人と、そのまま県外に就職する人で、就職活動している時に相談した人の違いは親だけだったのですね。Uターンの人は親と相談したという割合がものすごく高いのに対し、県外就職の人は親への相談が少ない。親に相談したから地元就職したっていう因果関係かどうかは分からないけども、親がキーになっているというのは分かりました。各地で聞き取り調査をしても、親向けに何かやらなきゃいけないという話は自治体レベルでも問題意識を持っていて、親向けに広報を送ったり、地元企業の紹介をしたり、やっているところは結構あり、そういう問題意識を持っている方が多かったというふうに感じております。

藤本：

親の教育が課題だということですね。親以外で何をこれからやっていったらいいのでしょうか。決

定打みたいなの。

松坂：

決定打になるかは分かりませんが、文部科学省の資料を読んでいると、インターンシップが段々と低学年まで広がっており、期間も長期という流れになってきています。ですので、今後3年生など就職活動近い時期だけでなく、1年生から取り組むことが必要になってくるかと考えています。

藤本：

低学年のうちからキャリア教育みたいなことをやっていかないと、地元で優れた会社があるにもかかわらず、ちゃんと伝わってこないのだろうということ。そういうこともやらなければいけない。

松坂：

そうですね。そちらの流れが地域からの要望としても最近多くなってきているかなという印象があります。

藤本：

今まで出されたご意見について、地域の職種とか仕事っていうのは限られてはいるけれども、ないわけではなくてちゃんとそれが伝わっていないという認知の面がある。それを広げるためには親への説明であるとか、いろんな影響力を持つ親の説得っていうのも結構重要なポイントであると。それである程度広がったとしても肝心の受け皿、そのもののパイっていうのは皆さんどんなふうに考えていますか。どうやったらパイを広げることができるのでしょうか。

池谷：

パイというのはこういう雇用を増やすとかという意味ですか。

藤本：

雇用のパイですね。職種も限定されている、この職種を増やしたり、職種も種類も増やしたり、それから全体の量を増やしていくためにはどうしたらいいというふうに考えていらっしゃるの

しょうか。

高見：

これはなかなかこう、今の時代すごく難しい問題というふうに思っています。それは、最初の話に戻ってしまいますけれども、仕事がなかった時代という、数字上も明らかに雇用機会がなくて、地方から大都市に人が出てしまった時代、求人倍率が0.5とか0.6とか厳しい時代は、地方にも仕事を作らないといけないというのがもう認識として共有されていた。今は、地方でも1倍を超え、仕事があるという中で、作らなきゃいけないという意識の共有自体が難しい。そうした中、例えば地域で介護とか建設という仕事が人手不足になる中で、もっと基盤となる仕事を作らなきゃいけないという意義はどこにあるのか、なんでそれが地域にとって必要なかっていうのを、まずそれが説得力を持って伝わらないとなかなか厳しいと思っています。介護とか地元のサービス業だけでは地域経済は回らない。やっぱり外貨をちゃんと稼がないと地域っていうのは成り立っていかない、成長していかないというのもきっちり認識して、製造業などの地域の産業基盤を拡大する、革新するっていう方向に支援するっていうのも必要ということを感じております。

藤本：

はい。遠藤さん、いかがですか。

遠藤：

すごく最後重苦しい話になったのですが、大きく言ってしまうと、やはり意識のある経営者を作らないといけなくて、素晴らしいなという経営者の方はたくさんいらっしゃいます。例えば、どんな辛くても毎年定期採用するとお決めになっている方がいらして、やはり1人入れると最低でも300万円~400万円かかるのですが、だから、売り上げを毎年300万円以上増やして、必ず人を採ると決めていらっしゃるって、業績も上げておられる。加えて東京とか大都市圏で自分のご経験を十分生かしきれていないと考えておられる方をなんとか地域で活躍していただいてビジネス広げていただ

くという視点も必要と思っています。親の介護等で地方移住の意向をお持ちの方もいますので、そういう意味ではテレワークみたいなことも、期待できるかなとは思っております。

藤本：

はい、ありがとうございます。池谷さん、いかがですか。

池谷：

そうですね、雇用創出、どう雇用生み出すかっていうのは私そのストレートな答えはないんですけど、でも例えばある企業さんなんかはある仕事をちょっと分割して働きやすく、先ほど子育てでなかなか働けないという話もありましたけれども、そういう形で働きやすさを提供するというところで雇用を創出できるのかなと思いますけど、私は雇用の創出よりも、同じことかもしれないですけど雇用機会の創出して言うのでしょうかね、要するに働いていない人たくさんいるわけですから、ニートとかですね。その人たちは先ほど松坂さんの発表で言う要員。地域に貢献をしようと思っているニートが、これはちょっと遡ると全然抽象的な答えになってしまうんですけど、人の役に立てて嬉しいという実感がない若者が増えているのではないかなと思ってまして、なので、仕事にやりがいを感じられない。なので、仕事を選ぶ時にキーワードは地元とか事務職とか給料とか知名度とかそういうキーワードになってしまうのではないかなと思ってまして、そもそも働くことはどういうことかのような教育が私は必要なのではないかなという気がします。すみません、非常に抽象的な答えで。

藤本：

それでは松坂さん、いかがですか。

松坂：

大学で起業家を育てようという話がよく出ますが、山形で起業して成功している方は、県外から来た方が多い印象があります。もしかすると、外から誰か優秀な方を引っ張ってくる環境を作り、

雇用創出につなげることも私は前向きに考えても良いのではないかなと考えています。

藤本：

はい、ありがとうございました。今日、冒頭の問題提起ですが、人手が不足している、でも仕事がないという。職種に関するミスマッチが非常に大きいのではないかと。特に仕事そのものが高付加価値の仕事と典型的なものとの二極化する傾向が日本全体でも見られるわけですが、地方においてはそれが顕著に表れているのかなと。例えば、今ちょうど調査に取り組んでいるのですが、三陸沿岸の被災地の水産加工業では、労働者の半分ぐらいは外国人労働者です。最低賃金が非常に低くて、結構大変な仕事なのです。震災以後は地元の人も来なくなっちゃった。建設事業などにほとんど流れてしまい、現実には外国人労働者に頼らざるを得ない。

かといって、様々な仕事があるかと言うと、今日のディスカッションに出ましたように、知られていないだけという側面もありますけど、でもまだまだ全体量の拡大というのは、していく必要はあるだろうと。では、誰が雇用機会を拡大してくれるかと言うと、最後の話になりますけれど、地元の人に限らず外部から入って来た人が結構新しい創業をするという可能性もあるのではないのでしょうか。実は、被災地で新しく創業されて雇用を生み出している人の中には、この震災を機にボランティアで入って来られて、そこでビジネスを始めたという方が少なくないのです。先ほど松坂さんからやる気があるのかみたいな話がありましたが、結構意欲に燃えている人が、外部から入って来て新しい仕事、風を作り出すという可能性もあるのかと。そういう意味では、Iターン、Uターンというのが、これから地元の雇用を作り出すひとつの活性化のキーになるのかもしれないというのが、私の個人的な意見でございます。

45分までということですので、あと10分ぐらい残しましたので、あとはフロアの会場の皆さまからご質問、ご意見等をいただきながら進めていきたいと思っております。フロアの皆さん、いかがでしょうか。どなたか、何かご質問あるという方いらっ

しゃいますか。

質問者 A：

ありがとうございました。ちょっと私も関心を持っているところがありまして、ひとつは地元志向というところなのですけれど、学生さんがまず地元の大学に入るかどうか。高校生が大学に入る時に例えば失敗しても浪人しても山形大に入るまたは東北大に入る、または東京の大学、関東の大学に入る、先ほどの中で関東の大学は、池谷さんの資料の中でも関東の大学かなり多かったですよね。ですから、そういった大学時代に行った、地元を離れた人たちと、それからここに残った人たちといろいろな理由があると思うのですが、その後就職の時にそれがどのように影響しているかですね。例えば関東に行った人は地元志向が比較的残った人よりは弱いけど、でもまた戻って来るかもしれないし、やっぱり東京志向でどんどん行っちゃう人なのかとか、そのあたりの詳しい情報があれば伺いたいと思いますが、よろしく願います。

松坂：

ご質問ありがとうございます。実はこのようなご指摘は学会発表の際にもいただきました。大学進学時の傾向によって、キャリア意識や就職活動時の進路が大きく変わるのではないかというご意見です。これは、法政大学の先生方が取り組んでいるようです。ただ私は、やはり高校・大学とも同じエリアの学生はどちらかと言うと、保守的になる傾向が強いかと考えています。

池谷：

私も特にデータに基づいた話じゃなくて、学生といろいろ会話をしているの感じですけど、やっぱり転職のない会社に就職したいっていう、地元の大学に進学して地元で就職を考える時に転職があるかどうかで結構大きなキーワードになって、もしかするとデータを取ると、地元高校から地元大学に進んだ方は地元で就職するという率は他に1回出た方よりも相当高いかもしれないです。すいません、これは学生の声からの感覚値です。



藤本：

はい、よろしいでしょうか。他には。

質問者 B：

今日はありがとうございました。ちょっとちゃぶ台をひっくり返す話かもしれませんが、地元志向の学生のキャリア意識が低いということに関してですが、私も大学で勤務していてそんな感じはあるかなと思っているのですけれども、もしそうであるならば、私は今の学生を地元に残そうとか、東京に行った学生を地元就職させようとか、もうそんなことは考えずに、逆に東京に行って東京で鍛えてもらって、30ぐらいでもうどんどん返せるような、そちらのほうに重点を置いたほうが、よりその地域の活性化というためにはいいのではないかなと。ちょっと極端かもしれませんが、もうその地元に残そうなんていう発想はやめてと思うのですが、そのあたりはどうでしょうか。

藤本：

サケの孵化事業をとということですね。これいかがでしょうか。

松坂：

先生のおっしゃるとおりだと思います。私は、地方大学の学生は、在学中に1度国内留学させた方がよいのではないかなと考えています。例えば、山形から一度も出たことのない学生を、東京や大阪などの大学に出してまた戻すような取り組みを本気でやらないといけないと思っています。そのためにも、現在取り組まれている文部科学省のCOC+事業にこのような取り組みも含めて検討してほしいと考えています。

池谷：

私自身がもういろいろ転勤をして、やはり地方がいいなと思って、静岡出身なのですが、何がいかかという、東京時代に通勤に片道80分かけていたのですが、1日で疲れるのは、朝通勤する時のラッシュ、帰宅する時のラッシュです。これがめっちゃくちゃ疲れるというところだと、今私そうですね、ここに来るまでもうどうでしょうか40

分ぐらいですかね、35分ぐらいですかね。ですから1日の中で自由なる時間はすごく恵まれていて、そういう意味では地方で働きたいと思うのですけれども、おっしゃるとおりこのよさっていうのは1回出てみると如実にそれがよく分かって、私もそこはすごくそう思います。ただしCOC+のところと比べると、私は実はやり方としてはCOC+賛成をしているのですが、なぜかと言うと地元これだけ魅力的な企業があるのに、それを知らないで社会人になるのは、私はもったいないと思っています、それでいくと目的はあまり賛成じゃないのですが、やっていることは地元の企業を知ることにつながるの、私は賛成をしている感じですかね。

高見：

私も聞き取り調査をする中で、今先生おっしゃったように、地方に留まらせるのではなくて、一旦東京など大都市に出て、就職もそこでしてもらって、30歳ぐらいの時に帰ってくれば一番貢献できるのではないかと、そう考えている方は結構地域にもいらっしゃると思うのですが、じゃあその時に帰るモチベーションはどこにあるかというのは非常に問題であって、東京のいい会社に入ったら帰らない、誰に聞いてもそう言うのです。私もアンケート調査でUターンのタイミングと理由というのを聞いたのですが、タイミングとしてはやっぱり20代がほとんどですよ。もちろんUターン就職の22歳が一番ピークなのですが、30歳ぐらいまではちょこちょこある。しかし30歳を過ぎるともうほぼない。それはなぜかと言うと、Uターンの者はほぼ独身の間に移動しているから。だからもう本当に結婚して家庭を持った場合、もうなかなか帰ることはないという感じはしています。Uターン者にUターン理由も聞いたのですが、あまりポジティブな理由はなくて、仕事が辛くて辞めて地元に戻ったとか、離婚して子ども連れて帰ったとか、いい話がありません。ポジティブな気持ちで帰って来て地元を活性化してくれればいいのですが、それを促すためには何か考えなきゃいけないなっていうふうに感じています。

藤本：

それではIターン、Uターン事業をずっとやってこられた遠藤さん、いかがでしょうか。

遠藤：

実は松坂先生とは東北全体で連携したインターンシップのコミュニティ作りをご一緒しております。東北の先生方には是非ご協力いただきたいと思っております。

さて、人口流出のお話ですが、東北6県のここ50年ぐらいの人口の右肩下がりの減少は、本当に悲惨です。それを年齢別に見ていくと18歳と22歳のところでもう何千人もが、毎年とどーっといなくなってしまう、出て行き過ぎているという事実はあります。しかし、それを管理することはできない。地方に残る、戻る選択肢を十分与えるということ長くやっていくことが大事かなと思います。

初めに、写真で紹介しましたが、起業家教育

の事例ですが、小学生、今、仙台市の荒巻小学校という所で5年生が、近くの商店街に行ってお店のポスター作る授業をやっているのです。まず、地方創生の勉強を先生にしてもらって、自分たちの学区の人口減少を知ります。荒巻がなくなるのは困るなんて子どもたちがいろいろ言って、対策を考える。いつもの通学路にあるお肉屋さん、花屋さんに取材し、ポスターを作る。そして保護者の方と地元の商店に買い物に行くのです。こんなことを続けてやったらもっと強い思いで地元に残りたい子が4年後、10年後に育つかなと。どうでしょうか。

藤本：

サケの孵化事業だけじゃなくて、マグロの畜養もやらなきゃいけないということでしょう。ちょうどお時間となりましたので、パネリストの皆さんに是非拍手をお願いします。