

政策企画書

福井でつながる、働く、暮らす

～若者よ、福井について語らおうではないか～



平成 25 年 10 月

チーム還流ドラマ

石川 晶康 (福井県 奥越農林総合事務所)
杉本 達也 (福井県 福井土木事務所)
中村 桂子 (福井市 市民税課)
藤原 邦彦 (福井県 ブランド営業課)

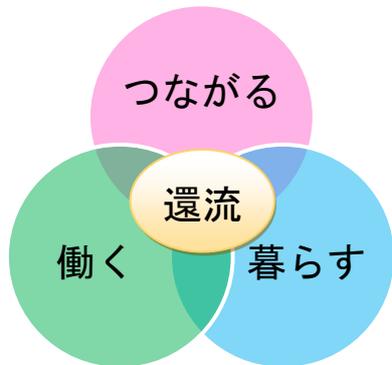
目次

要約	1
はじめに.....	2
第1章 社会的人口減少が進む福井県の現状.....	3
第1節 社会減の実態.....	3
第2節 福井県への転入者の実態.....	8
第3節 ふるさとへの思い・つながりの現状.....	11
第4節 福井県の労働環境.....	16
第2章 現状から導かれる目指すべき福井の姿.....	19
第1節 福井の将来像・目指すべき姿.....	19
第2節 福井の目指すべき姿の実現に向けた課題解決の方向性.....	21
第3章 政策提言.....	23
第1節 つながる_～ふるさと福井への愛着・誇り・つながりを持ち続ける県民育成～.....	23
第2節 働く ～福井で働く・暮らすイメージ作り戦略～.....	26
第3節 暮らす ～ハイブリッド・ニュータウン～.....	31
第4節 情報発信の強化.....	35
第4章 政策提言の目標.....	37
第5章 おわりに.....	38
第6章 参考資料ほか.....	39
第7章 活動記録.....	48

要約

福井県における人口の社会減対策

現状	・県人口は80万人を割り込み、2040年には63万人になると推計 ・進学等で3千人の若者が県外に流出し、Uターン者は1千人程度			
課題	愛着・誇りの質の低さ つながりの低下	福井で働き暮らしたい という思いの希薄さ	少子高齢化による コミュニティの縮小・拡散 自治体財政への影響	情報散在による 気づきの遅れ 利便性の悪さ
目指すべき姿	1. 暮らしや郷土に誇りを持てる街 ふくい 2. 働く場・働く姿がイメージしやすい街 ふくい 3. ヒト・モノ・地域コミュニティが息づき、安心して暮らせる街 ふくい			
政策	愛着・誇り・つながり の強化	ふくい働き・暮らす イメージ戦略	ハイブリット・ ニュータウン整備	積極的・効果的な 情報発信



2020年

目標	・地元愛着度全国順位 32位(2010年) → 10位(2020年) ・県外からの転入者数 1,000人(2012年) → 2,000人(2020年) ・人口減少率の緩和 -5.5%(2020年) → -4.5%(2020年成果) (2010年→2020年) (将来推計人口:H19推計)	
----	---	--

福井県の良さ、特性を最大限に活かしつつ、ふるさと福井に愛着と誇りをもつ県民の育成と、家族や地域とのつながりを育みながら、将来に希望を持って生活を送れる地域社会（まち）づくりを行うことで、人口の流れを「社会的減少・流出」から「還流・流入（U・I・Jターン）」へと中長期的に転換させていくことを目的とする。

はじめに

日本における、少子高齢化と人口構造の変化は、他国と比較しても急激なものであり、社会経済の成長力の低下、社会保障の負担増加、財政収支の悪化など幅広い分野に甚大な影響を及ぼすとされている。

そのような中、自然人口減の要因以外に、進学・就職による他県への移動などに起因する人口の社会的減少が著しい本県においては、人口流出の阻止は喫緊の課題と言える。そのため、本県の地域社会の持続的な成長と発展を可能とするため、人口の社会的減少を緩和させる方策について検討することとした。

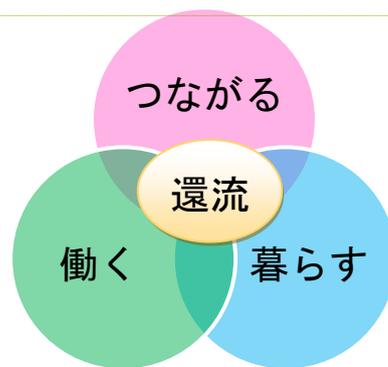
本県の近距離に、日本有数の大学、企業が集積する都市圏が複数あることもあり、人口の流出・移動が著しい年代は、高校卒業後数年であることから、今後もこの年代の人口流出は避けられないという課題がある。

この課題に加え、福井県は幸福度日本一の県（法政大学「幸福度調査 2011」）となり、他県からの流入が多い要素があるにも関わらず、全国的な地元愛着度としては 32 位とかなり低く、県民自身が福井県への誇りを持ち合わせていないという現状もある。

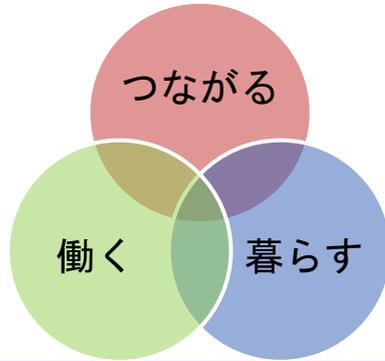
また、U・I・J ターンを考える際の悩みとしては、移動先での職や生活環境についてのものが大半を占める（福井経済同友会調べ H25.4）ことから、そこに課題を解決する方策があるのではないかとということから研究を進めた。

そして、人口の社会的減少を、行政や教育機関によるふるさと教育等だけで解決を目指すことは難しいと考えるに至り、県民一人一人の人生設計に係るハードからソフトまでの総合デザインが必要になるため、つながる、働く、暮らすという 3 つのキーワードをもとに、考察を行った。

当企画では、福井県の特性を考慮しつつ、ふるさと福井に愛着と誇りをもつ県民の育成と、家族や地域とのつながりを育みながら将来に希望を持って生活を送れる地域社会（まち）づくりを行うことで、人口の「社会的減少・流出」を「還流（U・I・J ターン）」へと中長期的に転換させていくことを目的として提案を行う。



書式変更：フォント：（英）+見出しのフォント、（日）+見出しのフォント - 日本語、12 pt、太字、フォントの色：アクセント 1

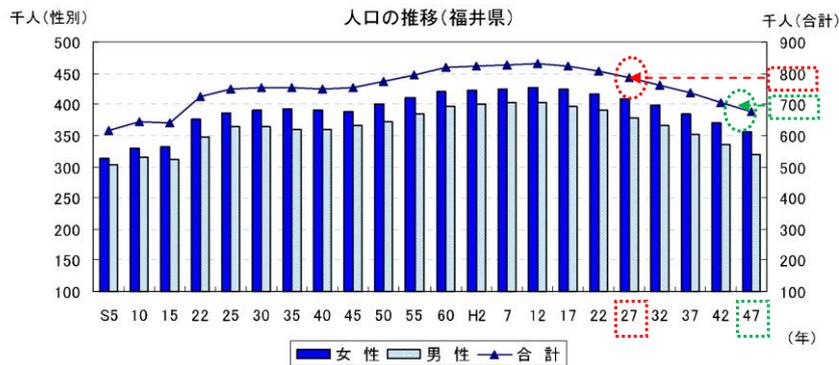


第1章 社会的人口減少が進む福井県の現状

第1節 社会減の実態

第1項 人口の推移

人口 100 万人を目指してきた福井県であるが、現状は 83 万人（H11）をピークに減少傾向にあり、平成 24 年には 80 万人を割り込んでいる。国立社会保障・人口問題研究所の報告によると、平成 47 年には 70 万人を割り込むと予想されている。同報告では、平成 22 年から平成 32 年までの 10 年間の人口減少率は△5.5%であり、人口区分から見ても少子高齢化が加速すると推測されている。幸福度 No.1、住みやすさ上位の福井県ではあるが、人口減少は避けられない、逼迫した問題である。



【総務省「国勢調査」、H22 は県政策統計課「推計人口」、H27 以降は国立社会保障・人口問題研究所「都道府県の将来推計人口（H19.5 推計）」】

福井県の将来人口推計

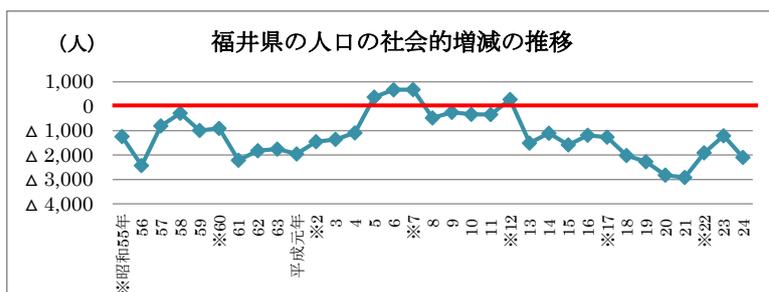
(千人)

区分	年齢	平成 22 年 (2010 年)	平成 32 年 (2020 年)	H22→32 減少率(%)
年少人口	～14 歳	112	92	△17.9%
生産年齢人口	15～64 歳	494	440	△10.9%
老年人口	65 歳～	201	231	14.9%
合計		807	763	△5.5%

【人口問題研究所「都道府県別将来推計人口」】

第2項 転出・転入の現状

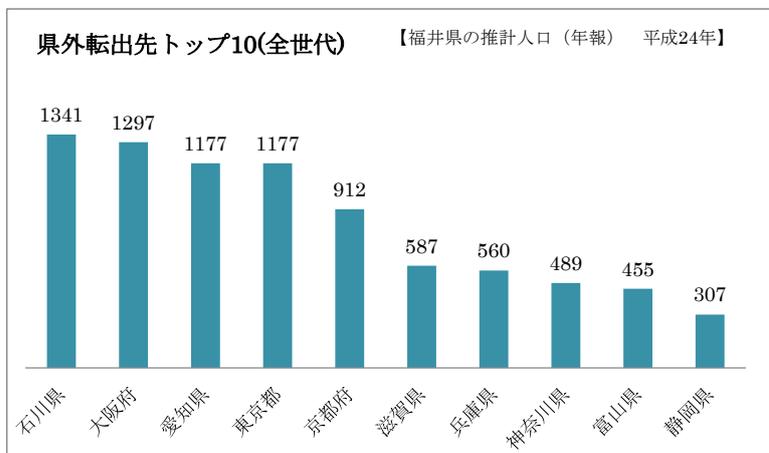
県全体での転出・転入者の状況を見ると、転出者が転入者を上回る社会減の傾向は、昭和50年代は平均1,000人/年であった。昭和60年から平成元年ごろにかけて一旦2,000人/年まで悪化し、バブル崩壊後の平成5年～平成12年頃までは、増加に転じた時期もある。しかし、平成13年からは再び減少傾向が強まり、平成24年は約2,000人/年の減少となった。



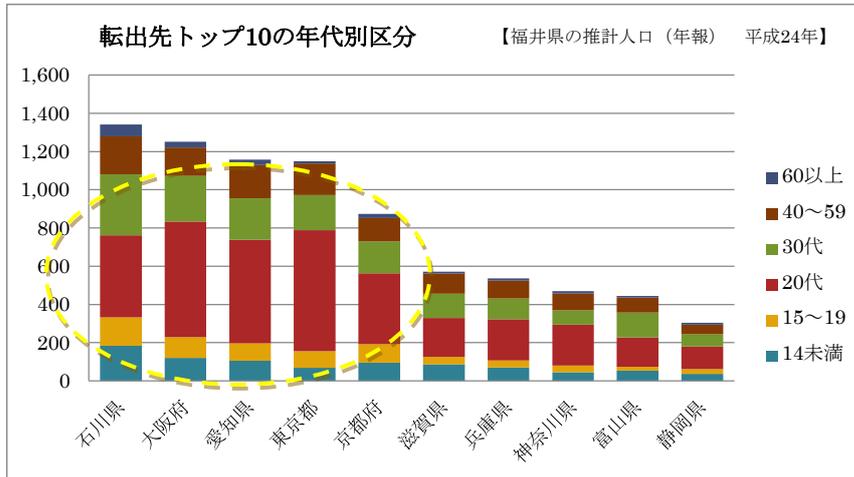
【県政策統計課「県政資料」】

第3項 転出の状況

増加傾向にある県外への転出数であるが、平成24年の転出先上位10都道府県は、石川県を筆頭に以下のとおりとなっている。地域的には、3大都市圏および福井の近隣県となっている。



県外への転出が著しい世代としては、大学進学および就職の時期（18～30 歳）が考えられるが、同統計データからもその推論が裏付けられる。



参考として、平成 24 年の春に、県内の高校を卒業後、県外へ進学・就職した人数は 3,690 人であり、全体の 49%である。逆に県外から県内への転入者は 1,005 人となり、約 2,700 人が流出数となる。なお、県外大学への進学者のうち、約 4 割は関西方面であることも注目すべき点である。

今春の高校卒業者の進路 (H24.3)

		福井県内高校卒業者 7,506 人 (H24.3)				
		福井県内在住				
		県外から県内へ	県内へ	県内から県外へ		
東海	358 人	大学進学者 949 人	大学進学者 1,073 人	大学進学者 2,821 人	関西	1,102 人
北信越	262 人					
関西	200 人	専修学校入学者 939 人	専修学校入学者 463 人	専修学校入学者 463 人	関東	502 人
関東	43 人				就職者 32 人	就職者 1,443 人
その他	86 人	流入合計 1,005 人	進学・就職合計 3,880 人	流出合計 3,690 人	その他	158 人
その他は留学生含む		高校卒業者対比 13.4%	卒業者に占める 割合 51.7%	卒業者に占める 割合 49.2%		

※大学進学者には、昨年以前の高校卒業者で大学等に進学した者を含むので、必ずしも合計は一致しない

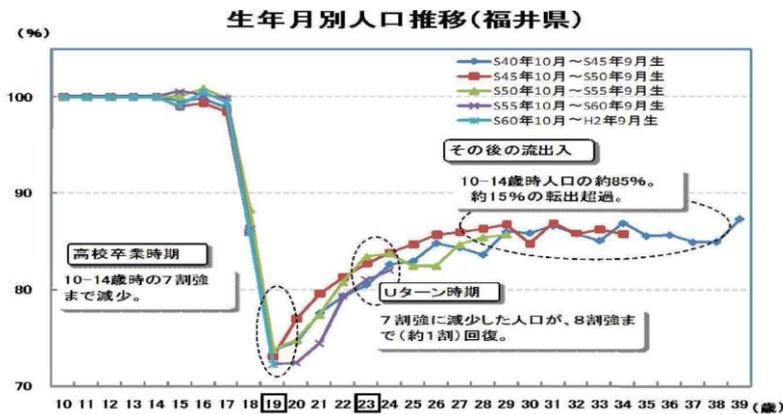
※高校卒業時の実質若年人口減少率(流出合計-流入合計)÷高校卒業者数=35.8%

【福井商工会議所「福井経済トピックス」】

前述のとおり、「若者世代の流出」が人口の社会減の大きな要因であることは明らかである。大学進学の際に県外の大学へ出た若者は、ふるさと福井へ戻ってきていない。

以下のグラフは、福井県の昭和40年から平成2年までの生年月別の人口動態であるが、各世代ともに高校卒業時（大学進学時）に全体の約3割が県外に転出し、Uターン時期（大学卒業時）には一定の回復を見るも1割程度しか戻っておらず、最終的にも1.5割しか戻っていないのが解る。まさに人口の「谷」の状態である。学力が上位にある優秀な若者がふるさとを離れたまま戻って来ず、福井の地域活性化の原動力が失われることは、今後の少子高齢化や社会情勢の変化を想定すると、脅威とも言える。

この世代の流出に歯止めをかけるとともに、1人でも多くの若者を福井へUターンさせることが重要なポイントである。



【福井県政策統計課「統計スポット情報 No.172」】

第2節 福井県への転入者の実態

第1項 U・Iターン者の意識

Uターンの理由は「就職等」

Uターン者の半数はもともと戻るつもりがあったが、「戻るつもりがなかった」人がUターンを決断した際の理由を見ると、「就職等」「親・家族」「経済的事情」が挙げられる。

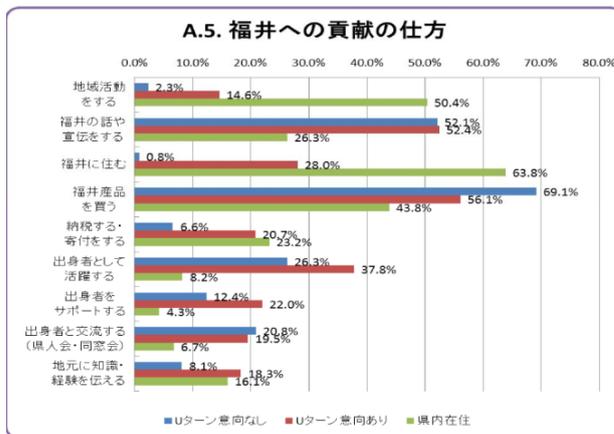
B.8. 戻るつもりがなかった人のUターン理由

		第1位	第2位	第3位	第4位
男性	1935-1954年生 (n=85)	就職・転職・転勤 41.5%	親の近くに住む 32.3%	家・家業継承 27.7%	親の健康不安 故郷に戻りたくなくて 10.8%
	1955-1974年生 (n=95)	就職・転職・転勤 72.7%	親の近くに住む 25.5%	家・家業継承 9.1%	親の健康不安 7.3%
	1975-1987年生 (n=16)	就職・転職・転勤 68.8%	親の近くに住む 31.3%	家・家業継承 18.8%	故郷に戻りたくなくて 12.5%
女性	1935-1954年生 (n=42)	親の近くに住む 31.0%	就職・転職・転勤 23.8%	結婚 19.0%	配偶者との離死別 9.5%
	1955-1974年生 (n=62)	就職・転職・転勤 66.1%	親の近くに住む 11.3%	親の健康不安 9.7%	結婚 8.1%
	1975-1987年生 (n=22)	就職・転職・転勤 77.3%	親の近くに住む 45.5%	経済的事情 22.7%	故郷に戻りたくなくて 18.2%

【東京大学社会科学研究所の希望学福井調査「Uターン理由」】

Uターンの意識は福井への貢献意識・誇り・愛着の深さと関わっている

Uターン意識がある人となない人とを比べると、「福井に貢献したい」「福井に対する誇り」「福井への愛着」においてUターン意識のある人の割合が高く、福井とのつながりや福井への思いと深く関わっていると言える。



【東京大学社会科学研究所の希望学福井調査「福井への貢献の仕方」】

Uターンの際の情報源は「家族や親戚」といった人のつながり

Uターンする際の仕事や住まいに関する情報源は、福井県内の家族や親戚が圧倒的に多く、ついで説明会や情報サービスと続く。Uターンには人とのつながりが大きく関わっていることが分かる。

B.9. Uターン時の情報源

		第1位	第2位	第3位	第4位
男性	1935-1954年生 (n=113)	福井県内の家族・親戚 63.7%	その他 17.7%	福井県内での説明会や情報サービス 13.3%	福井県外での説明会や情報サービス 6.2%
	1955-1974年生 (n=104)	福井県内の家族・親戚 54.8%	その他 13.5%	福井県内での説明会や情報サービス 12.5%	情報提供や協力をしてくれた人はいない 9.6%
	1975-1987年生 (n=27)	福井県内の家族・親戚 63.0%	福井県内での説明会や情報サービス 37.0%	福井県外での説明会や情報サービス 29.6%	高校卒業以降の学校関係 14.6%
女性	1935-1954年生 (n=75)	福井県内の家族・親戚 67.6%	その他 9.3%	福井県内での説明会や情報サービス 6.7%	高校卒業以降の学校関係 5.3%
	1955-1974年生 (n=105)	福井県内の家族・親戚 67.6%	福井県内での説明会や情報サービス 19.0%	その他 9.5%	福井県内の仕事上の知人 7.6%
	1975-1987年生 (n=37)	福井県内の家族・親戚 70.5%	福井県内での説明会や情報サービス 24.3%	情報提供や協力をしてくれた人はいない 13.5%	その他 10.8%

【東京大学社会科学研究所の希望学福井調査「Uターン時の情報源」】

U・Iターンを後押ししたものは人のつながり

実際にU・Iターンの後押しとなったものとしては、「家族」「福井在住の親族・知人・友人」が高い結果となっている。重要なキーワードとして、人のつながりが挙げられる。

表4-8 U・Iターンを後押ししてくれたもの

	前の転職会社や取引先関係者	福井の親族・知人・友人	家族	インターネット	U・Iターンの先輩・同世代の企業	既にU・Iターンした知人	農・林業関係者	大学の卒業生・同窓生	福井県内の企業関係者	大学の教員・研究者	その他	N
総計	3.7%	36.6%	53.6%	4.8%	5.8%	2.3%	0.6%	2.1%	6.6%	5.8%	10.1%	483
男性	4.4%	36.8%	48.8%	4.1%	5.2%	1.9%	0.3%	1.9%	6.5%	6.5%	12.0%	367
女性	1.8%	37.2%	60.9%	7.1%	8.0%	3.5%	0.9%	2.7%	7.1%	3.5%	4.4%	116
Uターン者	3.6%	38.1%	57.5%	4.9%	6.6%	2.3%	0.5%	1.8%	5.7%	4.9%	9.1%	303
Iターン者	4.8%	24.1%	37.3%	3.6%	2.4%	2.4%	1.2%	3.6%	9.6%	10.8%	15.7%	90
20-30代	1.9%	37.0%	53.8%	6.6%	7.9%	2.5%	0.3%	2.8%	5.7%	6.3%	10.4%	316
40-50代	7.3%	35.1%	53.6%	1.3%	2.0%	2.0%	1.3%	0.7%	8.6%	4.6%	9.9%	152
60代以上	6.7%	40.0%	46.7%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	6.7%	6.7%	6.7%	15
新卒	0.6%	37.5%	54.6%	4.4%	7.6%	3.2%	0.3%	3.2%	8.3%	7.6%	11.1%	338
中途採用	10.4%	41.6%	52.8%	6.4%	3.2%	0.0%	1.6%	0.0%	4.0%	2.4%	7.2%	145

【福井経済同友会 地域経済委員会「人口流出から還流へ」】

U・Iターンにあたっての悩みは仕事と生活環境

U・Iターンにおける悩みや苦勞は、「就職・転職先の確定」が多く、次いで「住み慣れた土地との別れ」や「地域社会に馴染めるか」といった、生活環境に関する回答が多い。

表 4-7 U・Iターンにあたっての悩みや苦勞（Iターン・中途採用者）

きっかけ	Iターン	中途採用者	全体
就職・転職先の確定	27.7%	48.0%	35.2%
家族からの賛同	29.9%	16.0%	8.3%
住み慣れた土地との別れ	36.1%	23.2%	17.8%
キャリア・能力を活かせるか	10.8%	37.6%	16.8%
身近にU・Iターン経験者なし	1.2%	1.6%	2.1%
地域社会に馴染めるか	16.9%	8.0%	7.5%
子どもの教育環境・進路	2.4%	4.0%	1.4%
収入の極端な減少	8.4%	16.8%	9.3%
相談相手の不在	0.0%	2.4%	1.4%
生活基盤の水準が下がる	10.8%	11.2%	9.1%
特に悩みや苦勞はなし	25.3%	20.0%	33.5%
その他	3.6%	0.8%	3.1%

【福井経済同友会 地域経済委員会「人口流出から還流へ」】

以上のことから、U・I・J ターン希望者に効果的に働きかけるには、福井県内在住の人とのつながりや、福井県への愛着度を深めることが重要な役割を果たすと推測される。また、U・I・J ターンの際の大きな課題としては、転入先での「職」と「暮らし」の安定・確保が求められていることが分かる。その他、新しい土地での過ごし方・関わり方など、移り住んだ後の暮らしについても課題として挙げられている。

今後は、U・I・J ターン希望者はもちろん、福井県民に対しても、福井県の企業・地域の魅力を強く鮮明に発信・共有すると同時に、その価値を高めていく必要がある。また、U・I・J ターン者が新しい生活環境に馴染めるようケアしていくことも忘れてはならない。

第3節 ふるさとへの思い・つながりの現状

第1項 福井県の全国比較

福井県の幸福度は全国NO1であるが、全国的にみて魅力度は低い

法政大学が2011年に行った幸福度調査において、福井県が幸福度 No.1 と評価されているが、ブランド総合研究所が2012年に行った地域ブランド調査の魅力度ランキングでは、2010年の45位からは上がったものの38位と依然低いままである。

幸福度			魅力度		
順位	都道府県	評価平均	順位	都道府県	魅力度
1	福井	7.23	1	北海道	70.7
2	富山	7.20	2	京都	53.4
3	石川	6.90	3	沖縄	50.3
4	鳥取	6.63	4	東京	40.3
			5	奈良	34.0
43	北海道	5.15			
44	埼玉	5.08	38	福井	11.0
45	兵庫	5.03			
46	高知	5.00	46	茨城	7.8
47	大阪	4.75	47	群馬	7.6

【法政大学「幸福度調査」平成23年】

【ブランド総合研究所「地域ブランド調査」魅力度ランキング平成24年】

福井県民の地元愛レベルも全国的にみて低い、

リクルートが、地元定着者（18歳まで最も長く住んだ都道府県と同じ都道府県に現在住んでいる人）に対し行った「じゃらん ご当地調査2010」で、ご当地について愛着を感じるかどうか尋ねたところ、「とても愛着を感じる」の割合が、全国平均35.1%に対し本県は27.7%と少なく、順位も32位と低い。

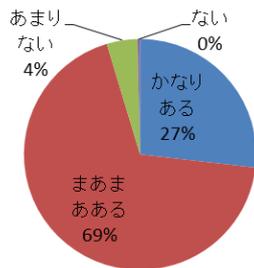
順位	都道府県	%
1	沖縄	65.0
2	北海道	62.6
3	京都	57.4
4	福岡	54.0
5	宮城	53.5
32	福井	27.7
46	山形	17.6
47	埼玉	16.0

【リクルート「じゃらん ご当地調査2010」】

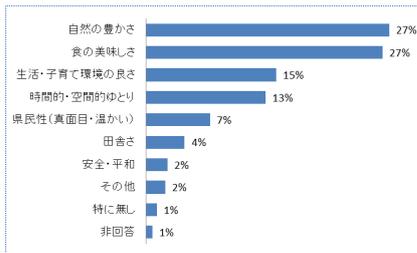
第2項 福井県民のふるさとに対する思いの実態

食・自然・生活環境の良さから「まあまあ愛着を感じる」と思う人が多い

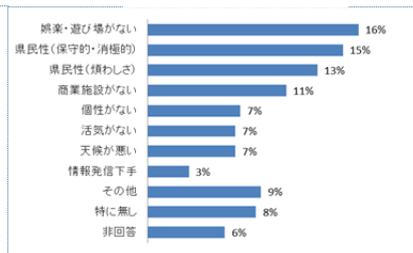
当グループが行ったアンケートにおける「福井県への愛着度」の調査結果では、「かなりある」ほどでもなく、「ない」「あまりない」ほどでもない、「まあまあ愛着を感じる」の割合が69%と大半を占める。



好きなおところ

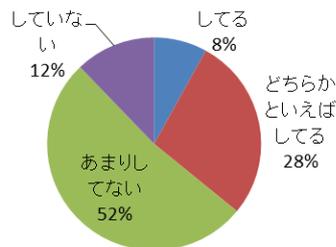


嫌いなところ

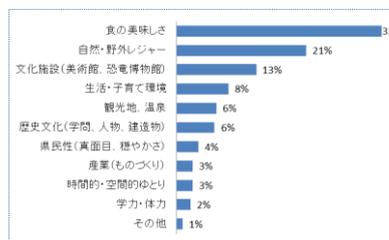


半数以上の人自信を持って福井県をPRしていない。

当グループが行ったアンケートにおける「福井県をPRできているか」の調査結果では、「あまりしていない」もしくは「していない」の人の割合が64%と、PRしている人が半数を割っている。当アンケートは、福井県に対する知識や思い入れが比較的高いと思われる福井県庁および福井市役所の職員を対象に行ったものであるため、PRできている一般県民はさらに少ないものと思われる。



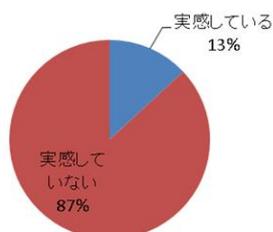
PRしている内容



本県には、食・自然・生活のしやすさといった魅力があっても、他県にも美味しいものや美しい自然はあるため、差別化するのは難しい。福井県の好きなどころとして挙げられた点の多くは、生活の中でじんわり実感するものであり、もともと保守的で消極的な県民性も相まって、外部に自信を持ってPRしていくのは難しいのかもしれない。

郷土学の教育等における効果を実感している人が少ない

当グループが行ったアンケートにおける「郷土学の教育等の効果を実感しているか」の調査結果では、「実感していない」が87%と極めて低い。これまでの「福井県の好きなどころ、嫌いなどころ」「福井県をPRしている内容」の調査結果において、歴史文化、伝統工芸、地場産業に関する記述が少なかったことにも表れている。

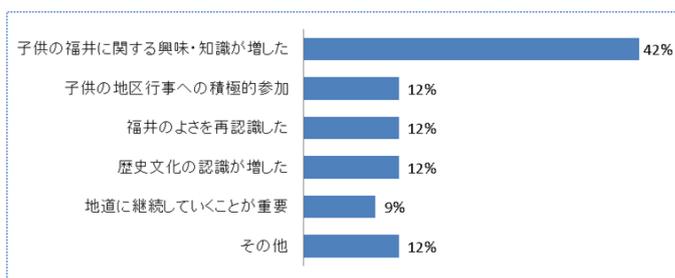


郷土について親子や地域で楽しみながら学べる機会を求めている

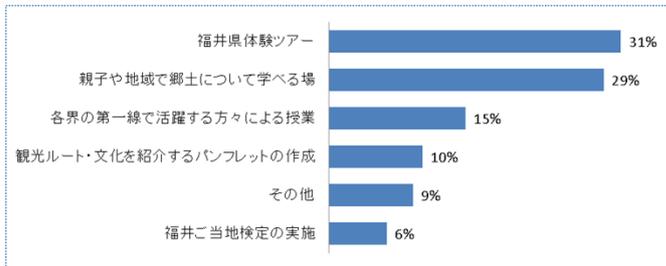
当グループが行ったアンケートにおける「郷土学の教育等の効果を実感しているか」の調査結果では、「実感していると感じた理由」として、「子供の変化から実感している」との回答が高かった。

また、「郷土愛を高めるために有効な方法」の調査結果では、「福井県体験ツアー」が31%、「親子や地域で郷土について学べる場」が29%と高かった。

実感していると感じる理由



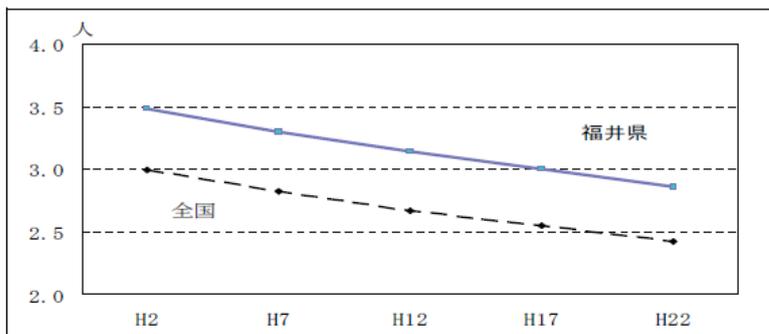
郷土愛を高めるために有効な方法



家族や地域とのつながりは全国的に高いが、低下しつつある。

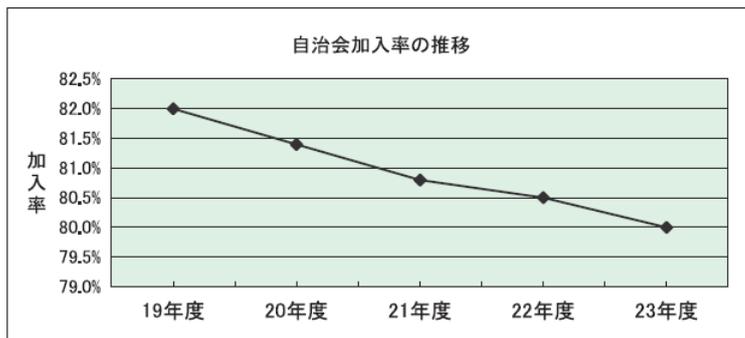
本県は、全国と比較して一般世帯人員が多いが、低下傾向にある。また、自治体加入率の低下からも、地域のつながりが薄れてきていると言える。

一般世帯人員の時系列的推移



【総務省統計局「国勢調査報告」平成22年】

●自治会加入率の推移



(行政管理室調べ)

【第2次福井市地域福祉計画】

3 世代世帯の割合も全国 2 位と高く、また、同居はしていなくても 3 世代が近くで暮らす（近居）割合も全国平均より高く、家族・地域のつながりが高いと言える。

3 世代世帯割合

順位	都道府県	割合
1	山形	21.5
2	福井	17.6
3	秋田	16.4
4	新潟	16.4
5	富山	16.1
~~~~~		
43	北海道	3.9
44	神奈川	3.7
45	大阪	3.6
46	鹿児島	3.2
47	東京	2.3

近傍に住んでいる世帯割合

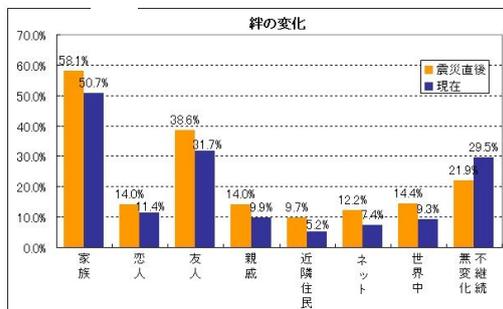
	福井県	全国
片道15分までの世帯割合	28.8%	27.5%
片道1時間までの世帯割合	55.4%	57.7%
片道1時間以上の世帯割合	44.6%	42.3%

【総務省統計局「国勢調査報告」平成 22 年】

【総務省統計局「住宅・土地統計調査」平成 20 年】

震災後、つながり・絆の意識が高まったが、それも低下傾向にある。

震災直後、絆が増したと感じたものの中で最も多かったのが家族・友人・親戚等との絆だったが、約 1 年経過後は、大切さを痛感した絆も日常の中に溶け、認識が薄まってきている。



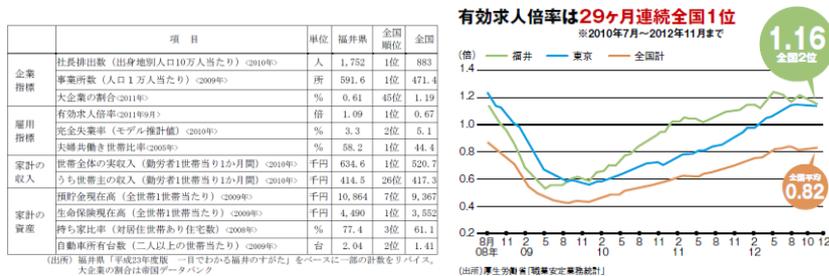
【(株) サンセットコーポレーション「震災と絆に関するアンケート」平成 23 年】

## 第4節 福井県の労働環境

### 第1項 福井県における経済・産業の状況

#### 経済的に豊かで、良好な雇用環境

福井県の経済指標を見ると、世帯全体の実収入で全国1位（2010年）、有効求人倍率も全国1位（2011年）であり、さらに、多額の預貯金（全国7位（2009年））があるなど、生活水準は大都市圏と遜色なく、経済的に豊かであると言える。また、リーマン・ショック後の平成21年前後の状況を見ても、他都道府県ほどは景気の悪化の影響を受けず、雇用が安定していることがうかがえるなど、良好な雇用環境が存在している。



#### 福井の産業の事例

福井県には、全国規模の大企業の本社はないが、各業界において実力のある優良企業があり、中には全国1位のシェアを誇るものもある。

地場産業の他、古く地味なものと思われがちな伝統工芸も、市場の新規開拓に積極的である。

- ・越前漆器：ハローキティ 螺鈿(らでん) iPhone ケース（2013年）
- ・越前打刃物：有名シェフとコラボしたテーブルナイフ（2013年）
- ・越前和紙：福井県立恐竜博物館監修 3D ペーパークラフト（2013年）
- ・越前和紙、越前漆器：飾りうちわ（2013年）
- ・越前焼：醤油カツ丼とのコラボ（2013年） など

## 福井の産業・企業による取組み

福井県内では、自らの職業・職種を紹介し体験する機会を広く提供することで、子供たちに、仕事の厳しさ、働くことの素晴らしさ、物づくり・サービス業の面白さを伝えることにより、将来的に福井を支える人材育成をはかりたいと取り組んでいる企業がある。このような体験により、身近な大人が真剣に地元の子供たちに仕事の話をすることで、子供たちには地域にこんな仕事もあると思ってもらうことで、地域を愛する心が芽生えてくることを目的としている。

### 子供たちへの職業体験イベント

名称：えきまえアントレキッズ 2013

内容：小学生が駅前の実店舗にて実際のお仕事（接客・販売など）を体験

主催：まちづくり福井株式会社

共催：福井商工会議所青年部

日時：平成25年8月24日（土） 午前の部（9:00～13:00）



### 親子インタビュー・アンケート内容

- ・常設施設があると、体験の機会、遊び場の充実にもつながりいいと思う。
- ・交通の便や他の相乗効果を考えると町中に設置されるといいのではないか。
- ・キッズニアと違って、親子で体験できるのがいい。家族での会話につながる。
- ・仕事をしてお金を稼ぐという感覚を身につけてもらえたことが嬉しい。

- ・伝統工芸、地場産業も、体験をとおして、仕事・趣味・遊びの選択肢の一つとして活用できれば、子供や産業の成長にいいのではないかと。

#### 福井商工会議所青年部会長 山口氏との対談

福井には大企業は少ないものの、安定堅実で類まれな技術や商売ノウハウをもった中小企業が多くある。だが、社会状況の変化から、将来的な厳しさを感じている。福井を知り愛してくれる子供を育て、福井の社会経済の発展に寄与したいとの熱い思いを語っていただいた。

また、様々な支援の実施はもちろん、自治体が発信する情報が県内外の印象を決定する要因にもなるため、情報提供の在り方を考えてほしいという意見もいただいた。



## 第2章 現状から導かれる目指すべき福井の姿

### 第1節 福井の将来像・目指すべき姿

これまで述べてきた現状をもとに、目指すべき福井の姿、政策の方向性を考察する。  
 本県が持つ強み・弱み・機会・脅威を SWOT 分析した後、次のとおりクロス SWOT 分析を行った。

		外部環境	
		機会	脅威
目指すべき福井の姿		<ul style="list-style-type: none"> <li>生活の質への注目</li> <li>新幹線・高速道路整備推進</li> <li>震災を経験したことによる、絆・つながりへの意識</li> <li>IT高度化</li> <li>国によるコンパクトシティへの支援政策</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>都市と地方との格差：大</li> <li>都市のスプロール化による空洞化</li> <li>景気低迷</li> <li>無縁社会による人間関係の希薄化</li> </ul>
内部環境	強み	<ul style="list-style-type: none"> <li>トップクラスの幸福度・住みやすさ</li> <li>地域コミュニティ：在</li> <li>実力のある中小企業：在</li> </ul>	<p>福井の良さを、家族や地域とのつながりを活かしながら再認識できる機会の提供が必要。</p> <p>優良雇用環境を活かし、福井で働く意識を持たせる仕組みづくりが必要。</p> <p>積極的かつ効果的な情報発信が必要。</p>
	弱み	<ul style="list-style-type: none"> <li>地元愛、誇り：弱</li> <li>県外へ人口流出：大</li> <li>自治体の財政逼迫</li> </ul>	<p>福井に愛着と誇りを持つ県民の育成と流出した若者に帰郷を意識させ実現につなげる仕組みが必要。</p> <p>将来的な人口減少・少子高齢化社会は避けられないため、持続可能な町づくりが必要。</p>

福井県は、日本有数の大学、企業が集積する関西・中京圏から 1~2 時間という距離にあることもあり、高校卒業後数年間の人口の流出が著しい。この状況を抜本的に改革することはほぼ不可能であり、今後もこの年代の人口流出は避けられないことを覚悟すべきである。

しかし、一旦は県外に移動したとしても、大学卒業時や就職、結婚など、人生の転機には、自立的に帰郷する福井県民を育成する必要がある。

なお、帰福したいという意識は、福井県への愛着、福井県民としての誇り、そして人と人とのつながりから芽生える感情と考える。しかしながら、それらは行政や教育機関が一時的・一方的に教え示すだけで身に付くものではない。さらに、子供が福井の良さを感じ始めた芽を成長させるのも摘み取ってしまうのも、家族等の身近な人たちの意識が強く影響する。よって、子供から大人までがともに学び体験することを通して、愛着・誇り・つながりを育んでいける仕組みが必要である。

また、この取組みを行う一方で、経済的な安定と安心の持てる将来を描くことができるようにすることにより、帰福意識を促進するような仕組みが必要である。

だが、これらの対策をしたとしても、人口減少の劇的な改善は見込めない。そのため、本県は、今後の少子高齢化および人口構造の変化に対応しつつ、持続可能な街を形成していく必要がある。

そして、これらのハード・ソフトの総合デザインによる対策は、Uターンばかりでなく、I・Jターン者に対しても有効に作用すると考える。

但し、これらの対策と既存施策との相乗効果を生み、中長期的に確実な成果を実現させるためには、積極的かつ効果的な情報発信の手法も同時に求められる。

上記の整理をもとに、当研究をとおして課題を解決し目指す福井の姿を次のとおり示す。

#### 福井の目指すべき姿

1. 暮らしや郷土に誇りを持てる街 ふくい
2. 働く場・働く姿がイメージしやすい街 ふくい
3. ヒト・モノ・チイキ コミュニティが息づき、安心して暮らせる街 ふくい

## 第2節 福井の目指すべき姿の実現に向けた課題解決の方向性

本県から流出が著しい年代は高校卒業後数年の進学・就職時期である。また、逆に流入が多い年代は大学卒業後～30代前後であり、個人が人生における生活基盤（就職・住環境・結婚）を決定する時期である。生活基盤は県民の移動の重要な要素であるため、それが決定した後は、就職・住環境の移動は非常に少ない。

よって、課題解決のためのターゲットを次のとおりとする。

ターゲット

- ・学生のU・I・Jターン
- ・子育て世代のU・I・Jターン

ターゲットに強く働きかけるため、課題と解決の方向性を次のとおり整理する。

### 課題① 福井県民の愛着・誇りの質の低さ、つながりの低下

～解決の方向性：「ふるさとへの愛着・誇り・つながり」～

本県は、法政大学の幸福度調査において日本一に輝くなど生活のしやすさ等が全国的に評価されており、当グループが行ったアンケートにおいても、福井県に対する愛着度は非常に高い。

一方、都道府県別の魅力度や地元愛着度の調査では、いずれも全国30番台と極めて低い。当グループが行ったアンケートにおいても、「福井県について自信を持って県外者等にPRができていないか」との質問に「できていない」と回答した割合はわずか8%であった。

また、ターゲットとする人たちの意識に影響を与えるのは、家族や友人等の身近な人間関係である。しかし、そのようなつながりは低下傾向にある。

そのため、ふるさと福井の良さ・魅力を家族や友人、地域の人たちとともに学び体験することで、福井に対する愛着や誇りを高めてもらい、さらには、強くなったつながりをもって帰郷を促していく仕組みが必要である。

### 課題② 福井で働く・生きるという思いの希薄化

～解決の方向性：「福井で働くイメージ作り」～

U・I・Jターンの際の最大の不安要素である「労働環境」において、福井県の現状は、有効求人倍率の高さや安定した高い技術力を有する企業の存在など、仕事を見つけやすく、働きやすい環境であり、全国屈指の雇用環境を誇っている。この現在の福井の雇用・労働環境を活かすことを前提に、様々な年代に対して、福井の働く場・暮らす場を紹介・体験する機会を設けることで、福井で働くイメージ形成を手助けする仕組みが必要となってくる。その際に、U・I・Jターン希望者へのインセンティブ等の支援策はもちろん、潜在的なU・I・Jターン者にも中長期的に働きかけていく仕組みが必要である。

### 課題③ 福井で暮らす

～解決の方向性：「住環境・地域コミュニティ」～

U・I・J ターン者の不安要素でもある転入後の生活環境についてこそ、住みやすさ日本一、幸福度日本一の福井県の良さを積極的に発信していくことが重要である。また、転入後の生活環境、既存集落の住民と有効な関係を築き、様々なコミュニティで交流することによる、支え合いに基づいた住みやすい居住空間といった受け皿の整備が必要となる。

### 課題④ 各種施策情報の散在による気づきの遅れ、利便性の悪さ

～解決の方向性：「情報発信」～

本企画書の作成にあたっては、各自治体のホームページから関連政策や事業を検索する機会が多かったが、項目に関連するページを探す際に手間のかかる事を実感した。

その中で、関連する項目のリンクについてはユーザーの世代やニーズを把握して設定するほうが良い、また、文字検索よりもイラスト表示としたほうがアクセスしやすいと強く感じた。

上記の3つの課題解決に関連し、前述の調査結果ではU・I・J ターン者が活用するサービスは、就職やU ターン者支援のサイトが主流であることから、若者世代が福井で「つながる」「働く」「暮らす」ことをイメージしやすくなるような情報発信が必要である。

<課題解決の重点実施年代>

ターゲットとする年代の一部に対し政策を実施したとしても、ターゲットの気持ちを動かせられる効果は低い。最大限の効果を発揮できるようにするため、ターゲット本人だけでなく、ターゲットに関わり合う子どもから大人までを巻き込んだ政策を実施していく。

	小学	中学	高校	大学	20代	30代	40～50代	60代～
愛着 誇り つながり	ふるさと教育・つながりの強化							
	同窓会の推進							
働く 暮らす	お仕事体験							
	進学資金支援							
	就職支援							
住環境 地域コミュニティ	まちづくり							
情報発信	情報発信の強化							

### 第3章 政策提言

#### 第1節 つながる

##### ～ふるさと福井への愛着・誇り・つながりを持ち続ける県民育成～

#### 第1項 現状

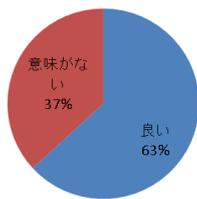
本県は、幸福度日本一の県である一方、全国的魅力度、愛着度では30位台と低い。当グループが実施したアンケートにおいても、本県に愛着を感じている人が大半だが、PRできていない人が半数以上いるという矛盾からも言える。

アンケートでは、好きなどころは、食・自然・生活のしやすさであり、嫌いなどころは、娯楽・商業活動・活気・個性の乏しさであった。なお、各種施策、公民館、学校などを通してふるさと教育が行われているにも関わらず、産業、歴史文化、観光に関する回答は極めて低く、ふるさと教育の成果を実感している人は非常に少なかった。

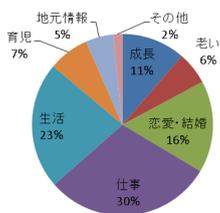
これらのことから、福井県民は、日々の生活には事足りているが、一方で物足りなさ・魅力の乏しさを感じており、さらに保守的・消極的な県民性も相まって、他県と比較して良さを理解し説明できるほどは愛着・誇りを持っていないことが伺える。

また、前述した調査結果からも、帰福の意識や福井県とのつながりに、家族・友人等のつながりが影響していることがわかる。本県は、三世同居率、近居率が全国と比べ高く、家族・地域等とのつながりが残っているが、自治会加入率の低下など、地域コミュニティも含めた人と人とのつながりは希薄化傾向にある。

アンケートでは、福井県の良さを再認識する機会として、家族での体験参加や同窓会の実施といった人と人とのつながりも同時に育める仕組みに効果を期待する回答者が多い。



同窓会を、帰福・Uターンを進める場として活用する案はどうか



同窓会で気になる話題は何ですか？  
仕事 30% 生活 23% 恋愛結婚 16%・・・

## 第2項 目的

福井県の良さ、魅力を身近な人たちとともに再発見できる仕組みをつくることで、愛着・誇りを共感しながら人と人、心と心のつながりを育み、帰福の意識を高めていく。

## 第3項 政策内容

### ①つながりを生み出すトータルコーディネーターの設置

- ア 定義： 新たな学習方法やイベントを提案するほか、県内外の各種団体との連携を強化する。
- イ 実施主体： 県
- ウ 対象者： 自治体、教育機関、企業、各種地域団体、個人
- エ 内容： コーディネーターを設置する。

### ②ふくい郷土学び隊の発足

- ア 定義： 家族や友人などと気軽に参加し遊びの中から歴史文化や地場産業などを学ぶことをとおして、福井の良さ・魅力の再発見、つながりの強化を図る。
- イ 実施主体： 各種団体
- ウ 対象者： 個人、各種団体
- エ 内容： 体験できるツアーを実施する。

### ③ふるさと教育のさらなる強化・推進

- ア 定義： 教育機関の専門性を向上させ、産官学・地域連携の多様化・機会拡充を図る。
- イ 実施主体： 県、教育機関
- ウ 対象者： 学生、個人、企業、各種地域団体
- エ 実施内容： 高校・大学に地域観光学科を創設する。

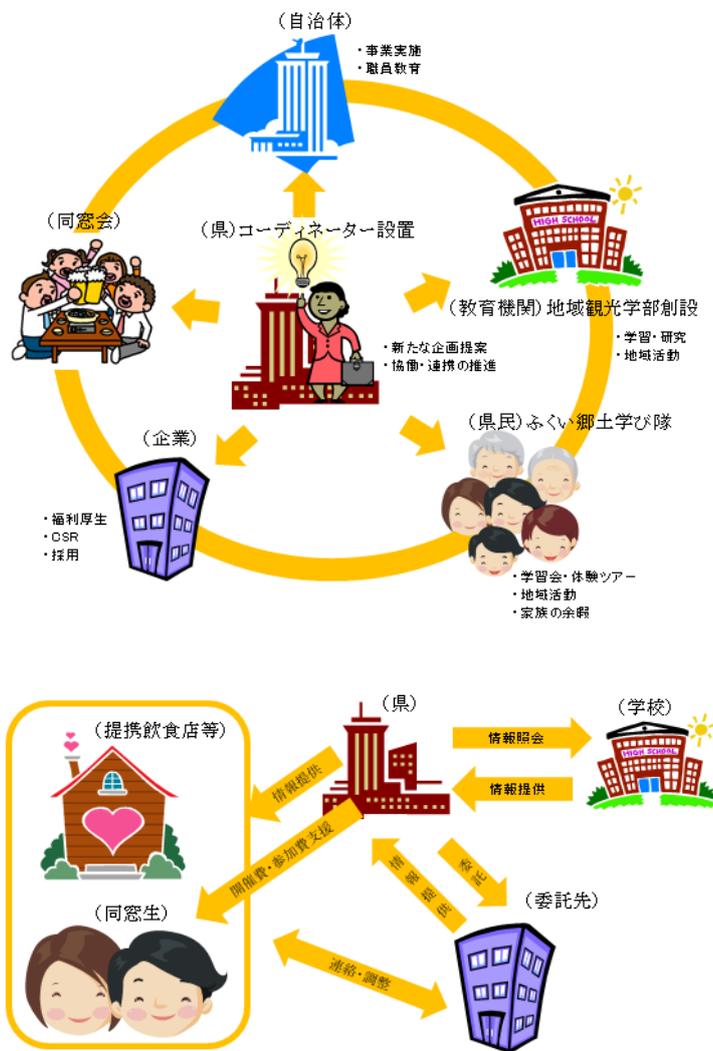
### ④同窓会の積極的開催

- ア 定義： 地域で学び育った友人との会話やつながりをおとて、福井で暮らすことの良さを再発見できるような機会を創出する。
- イ 実施主体： 県、自治体
- ウ 対象者： 同窓生

エ 実施内容： 同窓会の開催・参加支援を行うとともに、福井県の就職・生活等の情報を提供する。

- ・ 幹事サポート (開催場所やメニューなどの相談、開催案内の発送や出欠の確認などを支援)
- ・ 参加者サポート (県外者が同窓会に参加する旅費の補助、参加人数に応じた会費の補助)
- ・ 店舗サポート (同窓会開催への協力店舗への補助)

<①～④の政策の相関図>



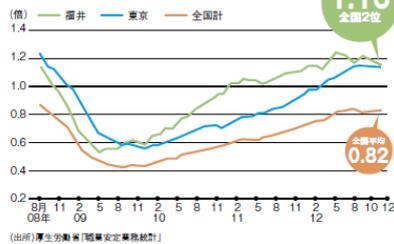
## 第2節 働く ～福井で働く・暮らすイメージ作り戦略～

### 第1項 現状

福井県でも全国の地方圏と同様に、若者を中心に大都市圏に人口が流出している。毎年推計で約 3,000 人が県外へ流出し、約 1,000 人が福井県に戻ってきている。つまり毎年差し引き約 2,000 人の社会減が起きている（県政資料：県政策統計課まとめ）。その主な理由は、就業や職業上の理由といった「働く場」に起因し、福井で育ち・働く・暮らすというイメージの希薄化が原因と考えられる。

一方で、福井県内には、繊維・眼鏡・建設などの中小企業が集積しており、そこに原子力発電所や電子部品などの県外企業が積み重なった構造となっている。各業界には、小さいながらも高い技術力を有する企業が多く、繊維や眼鏡の分野においては分業体制により産地を形成している。個々の企業は小さいものの、数の多さが雇用を生み出しており、有効求人倍率は高い状態である。

**有効求人倍率は29ヶ月連続全国1位**  
※2010年7月～2012年11月まで



#### 労働・企業部門

	数値	順位
離職率	28.1	3
有業率	62.6	5
正社員比率	64.5	3
完全失業者率	3.3	2
障害者雇用率	2.25	2
平均工賃月額	16,621	1

(出所)2011年 日本でいちばん幸せな県民

そこで、現在の福井の雇用・労働環境を活かすことを前提に、福井の働く場・暮らす場を紹介・体験する機会を設けることで、福井で働く・暮らすイメージ形成を手助けし、U・I・J ターンによる人口流入へ繋げるべく次の政策を提言する。

### 第2項 目的

福井県内の既存企業・産業といった、職業・職種をより多くの人に知ってもらい、また世代毎に福井で働くこと・暮らすことをイメージしやすくすることにより、直接的に働き掛けるだけではなく、中・長期的な効果を狙い、地域の中で根付いていく人材を育て、確保していくことを目的とする。



### 第3項 政策内容

#### ①福井版キッズニア設置への支援

##### ア 福井版キッズニアの定義

生まれ育った、福井の「働く場」（一般的な職業に加え、福井の地場産業、伝統産業）の職業、職種を紹介・体験する場を提供することで、働くことの素晴らしさを伝えるキャリア教育を伝えることに加え、福井の企業の魅力や福井で働くことの良さを実感して、将来的に福井で働くイメージを抱いてもらう

##### イ 実施主体：県内企業、地場産業（農林水産）、伝統産業等

##### ウ 対象者：小学生～中学生の親子

職業体験をする子供と一緒に親も参加型とする。

##### エ 実施場所

###### 1. 常設型福井版キッズニアを AOSSA に設置

- ・一般的な職業に加え、福井の地場産業、伝統産業
- ・県内の食・お土産スペースの設置し、PR

###### 2. イベント型地元版キッズニアの各市町での開催への支援

- ・各市町の街中イベントとして、開催
- ・子供に住んでいる地域、近所の実社会の仕事を体験
- ・地域との交流により、地域コミュニティの強化を図る

##### オ スポンサー企業、店、産業、個人のメリット

- ・子ども達に働く目標や喜び、将来の夢を見つけ出す機会を与えることで社会に貢献することができる。
- ・事業内容やブランド、仕事内容を直接子供や親に PR できる。
- ・顧客獲得に繋がるチャンスとなる。
- ・将来の従業員、担い手確保につながる
- ・体験した店舗で利用可能なクーポン配布（行政支援）



## ②奨学金返還支援制度の構築

### ア 位置づけ

修学のために奨学金を受けた学生が県内企業にて就職した場合、月々の返還額のうち一部を自治体から補助する制度とする。

### イ 実施主体：各自治体等

### ウ 対象者：高校～大学生（県内・県外出身問わず）

### エ 実施内容：

- ・地方公共団体・奨学事業実施団体が行う奨学金制度を利用した者が、福井県内にて就労する場合、返還額の 1/4 を自治体から補助する制度。



## ③働く場・暮らす場のパッケージ相談システムの構築

### ア 位置づけ

県内企業の求人情報と求職情報の条件紹介にとどまらず、福井で働く・暮らすイメージを形成させられるよう、企業側の職場状況や求めている人材像をより明確にすることに加え、福井での暮らしを支える地域・風土・習慣等についても情報を提供し、福井での働き、暮らしをコーディネートする。そして、地域・職場コミュニティに溶け込んでいきやすいようアフターケアも行う。

福井へ U・I・J ターン希望者への相談窓口で上記の 3 つをパッケージとした相談システムを構築する。

### イ 実施主体：県内企業、各自治体等

### ウ 対象者：県外在住の U・I・J ターン希望者

### エ 実施内容：

就職相談に加え、福井で生きていくノウハウ・情報を一緒に提供する

#### 1・積極的な就職支援システムの構築

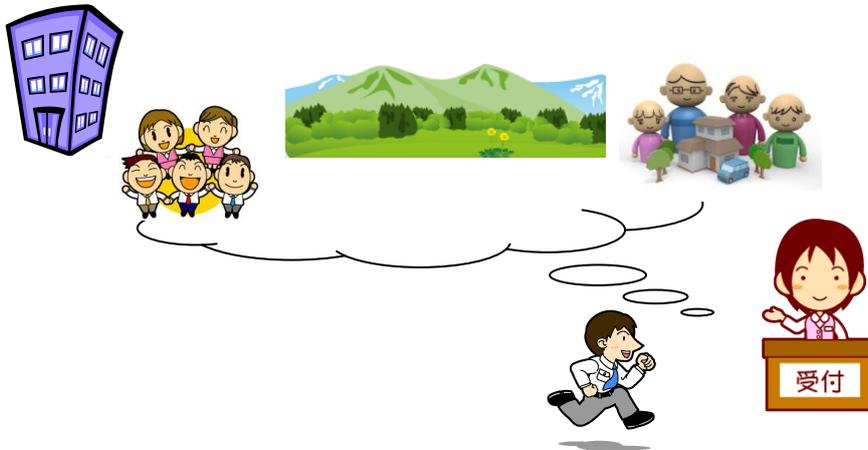
企業側には求めている人材や就職希望者のキャリア・能力がどのように生かせるかを明確にもらい、求職者と企業を実際に引き合わせる場を設定することで、両者にとって、ミスマッチのない人材紹介を行う。

## 2. 暮らし支援システムの構築

求職者に対し、実際に暮らしていく地域コミュニティ、風土・歴史情報等を積極的に提供し、福井で生きていくイメージ形成の手助けを行う。

## 3. 地域コミュニティとの交流への支援・アフターケア支援制度の構築

都会よりも人とのつながりが強い福井で暮らし続けていくために、地域に溶け込みやすいよう地元コミュニティによる交流活動への参加を支援・相談といったアフターサービスも行う。



## ④U・I・J ターン雇用支援制度の構築

### ア 位置づけ

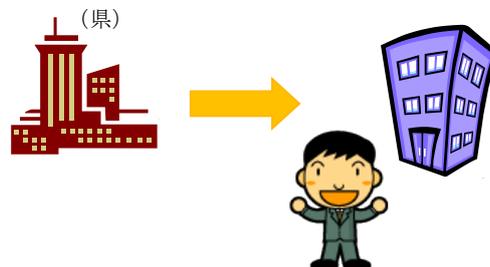
U・I・J ターンにより、県外からの転入者を雇用した場合、奨励金を支給する。

### イ 実施主体：各自治体等

### ウ 対象者：U・I・J ターン者を雇用した企業（就労者の出身地問わず）

### エ 実施内容：

- ・③ 働く場・暮らす場のパッケージ相談システムを通じ、U・I・J ターン者を雇用してから1カ年経過した場合に、就職者への支給給与の1/10を各自治体から奨励金として支給する。



## 第4項 成果目標

---

### 事業成果目標

---

福井版、地元版キッズニア 参加者数 3,000人

奨学金補助支援制度 利用者数 500人

働く場・暮らす場のパッケージ相談システム 利用者 30,000人

雇用支援制度 利用企業数 500社

### 第3節 暮らす ～ハイブリッド・ニュータウン～

U・I・J ターン者と既存集落の住民が共に暮らせる街「ハイブリッド・ニュータウン」を建設し、Uターン人口の増加と集落の活性化を図る。

※「ハイブリッド・ニュータウン」とは、「若者」と「高齢者」の融合、また「帰宅施策」と「集落コミュニティ強化」との融合を意味する造語。

#### 第1項 現状

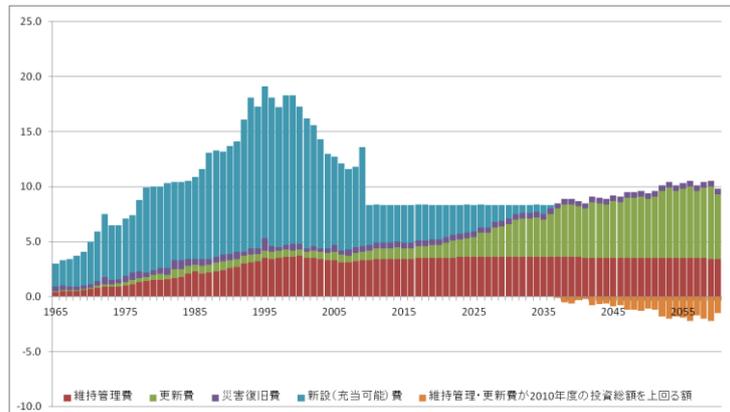
##### 若年人口の流出

内閣府「地域の経済 2012」によれば、「人口密度が高いほど人口増加率が高い」とのことである。逆に言えば、「若者（人）が出ていくのは若者（人）がいないから」であり、若年人口の流出は更なる人口流出につながる。また、若者の流出により①人口の再生産が困難となり、②産業の衰退につながる。

##### 既存集落の人口減少

集落の過疎化・高齢化により、①地域コミュニティが維持できない、②社会的インフラ（道路・水道）、公共サービス（ゴミ収集・除排雪）にかかる行政コストが回収できない（住民一人あたりのコストが増大する）、③災害時の対応が困難、④買い物や雪下ろしなどの日常生活に支障が出る、といった問題があり、住民の安全・安心に不安が残る。

[国土交通省試算による道路等公共インフラの維持費についての調査：2037年には公共施設の維持管理・更新費用が現在の投資総額を上回るとの試算。]



## 第2項 目的

「都会に出て行った若者を呼び戻す」と「既存集落への集住」を同時に解決するため「つながりのまち」「ハイブリッド・ニュータウン」として、新たな住宅地を整備する。

一定の人口密度を確保することにより、①地域コミュニティを再興させ、②新たな産業・雇用の創出につなげ、③人口流出に歯止めをかける。

### 若者世代のメリット

- ・ 同世代が共に住むことによる安心感
- ・ 豊かな自然や地域文化と触れ合える環境での子育て・ふるさと教育
- ・ 地域の高齢者に子供を見てもらう「じいばあ児童館」により安心な子育て
- ・ 土地や住宅購入補助での経費節減によるゆとりある生活

### 集落住民のメリット

- ・ 若者世代との交流による社会参加の増・地域コミュニティの活性化
- ・ 世代間のふれあいによる安心安全な生活
- ・ 若者へのふるさと教育や「じいばあ児童館」などの生きがいがづくり
- ・ 参加者増による地域の行事の存続や、文化の伝承が可能になる

## 第3項 政策の内容

### 対象

候補地として、過疎地と都心の中心部に位置する、交通の便の良い、自然・歴史とふれあえる地区を選定する。

対象者は、従来のニュータウンのように若年層のみを集めるのではなく、高齢者から子供までを構成員とし、世代間の交流をはかる。

### 環境整備

該当地区に宅地を整備する市町に対して補助を行う。

街路については子供からお年寄りまで安全に通行できるものとし、特に冬期の通行に配慮した構造とする。

交流施設や福祉施設については、既存インフラ（小学校等）を有効活用する。

### U・I・Jターナー者向け

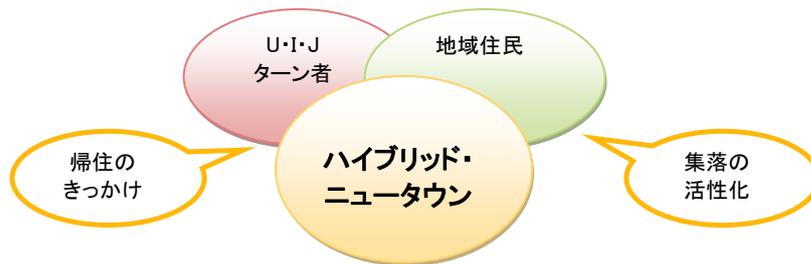
U・I・Jターナーして対象地区に居住するための土地取得・住宅建設等を支援する。

親（祖父母）との同居・近居を促すため、上記に上乗せ補助を行う。

## 高齢者向け

新たな定住者である若者世代との交流の場や文化伝承、教育支援などの各種行事や既存ストックの改修等の相談や経費補助など、支援策を講じる。

その他、U・I・Jターン者と高齢者の交流を進める施策を実施する。



## 第4項 イメージ図および対象地区（モデル地区）



嶺北のほぼ中心に位置する、国道および鉄道により福井市中心部へのアクセスが容易な地域を想定。200区画、10haを整備し、居住人口800人を目標とする。

## 第5項 必要な経費

---

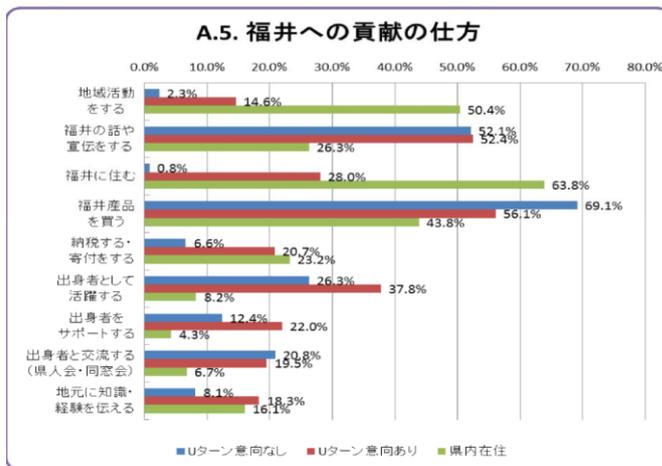
- ・ 対象集落の選定にかかる住民説明会・アンケート等の費用
- ・ Uターン者に対する補助にかかる費用
- ・ 造成地の整備費用（国税庁が示す財産評価基準書における宅地造成費の金額表によれば 56 百万円程度必要。なお、民間事業者に対しては税制面・金融面での支援を行う）
- ・ 世代間交流のイベント開催に対する補助、既存ストックの改修に対する費用

## 第4節 情報発信の強化

### 第1項 現状

第1章で、高校卒業時の転出から大学卒業時の転入について、「谷」と言う表現で若者世代の人口減少について触れたが、転入者を増やすためには、福井県の幸福度1位や住みやすさを若者世代が注目し、「福井で生きる」ことを意識することが重要である。

若者世代は、大学を卒業し、ふるさと福井での就職や生活をする選択肢をどのように感じているのか？ 東京大学の実施した希望学のアンケート結果からは、Uターン意向のある人は、何らかの形でふるさとへの貢献などの意識が高くあることが確認できる。



【東京大学社会科学研究所の希望学福井調査「福井への貢献の仕方」】

### 第2項 目的

若者の心にある「地元」意識をくすぐる為には、福井で生活する＝人生を送ることをイメージさせることが肝要である。若いゆえに目の前の「夢」や「希望」を持つことは大いに良いが、人生の大きな岐路である「結婚」「家庭」「暮らし」など、就職後に「福井で生きる」人生設計をイメージすることが可能なツールを作成し、情報発信を強化する。

### 第3項 政策内容

#### 人生設計ツールの提供

##### ア 定義

住みやすさ上位の福井にある各行政機関や団体が各世代や暮らしに合わせた様々な支援策を、自分の年代や将来の生活（出産、育児、教育、住宅購入 etc）など各

シーンを選択することで、福井ならではの支援や活用方法などがイメージされるように作る。自分の将来を「福井」で送ることを意識しながら閲覧することで、ふるさと意識を向上させる。

イ 実施主体 福井県（市町村、各種関連団体）

ウ 活用方法

- ・ 県が開発したツールに各市町ホームページからリンクを貼る。
- ・ 福井県帰住センターやふくいジョブカフェ等へは専用 PC 設置などで PR 強化
- ・ 県や各市町が開催する就職や U ターン者向けイベントでは専用ブースを設置
- ・ 県外開催イベントでは専用端末設置や観光パンフなどにツール開発を掲載

エ 関連 PR 方法

開発するツールは、シーンごとに福井での人生をイメージしたドラマ仕立てにすることとし、そのドラマ「福井さんの一生（仮称）」をパンフにし、卒業生や成人式、同窓会、県外イベント等で配布する。

「ふくい」は幸福度1位・すみやすさ1位 「だから…福井」  
あなたの人生に「ふくい」はいかがですか？

幸福度    すみやすさ    子育て・教育

① 福井で働きたい … 求人倍率や事業所数など 働きやすい環境があります。働き盛り、女性、高齢者もサポート  
② 福井で子育て … 子供の知力・体力 1位。子育てや教育環境などをサポートしています。  
③ 豊かな暮らし … 共働きや保育環境など、安定した豊かな暮らしをサポートしています。  
④ のんびり、ゆったり … なぜか？長寿ではなく、豊かで住みやすい環境で老後を福らすサポートをしています。

今のあなた、将来のあなたを想像しながら、イメージ内をクリックしてください。  
あなたの人生をサポートするメニューが揃っています。

ライフプランイメージ

発見！ふくいの1位  
きてみねへの  
定住を考えるあなたへ  
ハイブリッドニュータウン  
ふくい 人生ドラマ  
（福井さんの一生）  
ふくいで人生を送る主人公の動画やアニメで

学生 就職 結婚 子供誕生 子供進学 住宅購入 子供独立 定住時期 公約年度開始

○ ふくい理士学び隊  
○ じいばあ児童館

人生のあるシーンをクリックすると、

アニメ的なイメージとサポート事業が紹介される



地元のお年寄りが児童館で  
見てくれるから安心ね。

[○じいばあ児童館支援事業](#)

## 第4章 政策提言の目標

前章で掲げた4つの提言を実施することによる目標数値を次のとおり設定する。

### 1. 福井県への愛着度 UP

子供から大人までがともに福井の良さを学び体験することを通して、ふるさと福井への愛着・誇り・つながりを育む。

32位 (2010年) → 10位 (2020年)

※リクルート「じゃらんご当地調査」

### 2. 県外からの転入者数の増加

上記1の施策とともに、将来的安心を提供できるよう生活基盤（職・住等等）のサポート体制を整えるとともに、福井での生活に「楽しい」を感じることができる街づくりを行う。

1,000人 (2012年) → 2,000人 (2,020年)

※福井県政策統計課まとめ県政資料

### 3. 人口減少率の緩和

上記1、2の施策とともに、福井県民およびUターン者ばかりでなく、I・Jターナー者に対しても福井の良さを届けることができる積極的・効果的な情報発信を行うことで、全ての対策の相乗効果を狙う。

将来人口推計 -5.5% (2020年)

→

人口減少率 -4.5% (2020年)

※福井県政策統計課まとめ県政資料福井県将来人口推計  
平成22年(2010年)を基準

## 第5章 おわりに

私たち「チーム還流ドラマ」は、I ターンの者、U ターンの者、福井県でずっと暮らしてきた者で集まり、各々の自己体験をとおして感じてきた思いを語り合いながら、研究をスタートさせました。

研究を始めてすぐに感じたのが、生活のしやすさを全国的に評価されていながら、人口流失・減少が止まない現状、そして、その矛盾を改善しなければ、私たちの誇りである幸福度日本一という地位が揺らぐことになるのではないかという危惧でした。

また、情報収集を行っていた際、公務員の私たちですら気づかなかった施策が多くあることを知り、県民の方々はそれに気づき活用できているのだろうか、よりよい活用方法ができれば一層の相乗効果と県民の満足度を高めることができるのではないかということを感じました。

そのためか、今回の政策に目新しさが感じられないという意見を途中経過でいただくこともあり、政策決定を躊躇していた時期が長くありました。

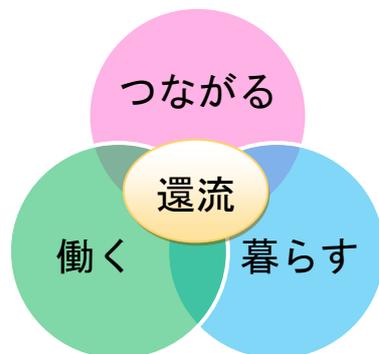
そのような折、自信を持って福井の良さを誇らしく語り、福井の将来のためにと、子供達の職場体験機会の提供に尽力されている商工会議所青年部の方々の活動視察をとおして、行政としてすべきことは何なのかということに立ち返り政策を決定していかなくてはいけないと改めて強く思いました。

人口の社会減という壮大なテーマを解決していくには、県民一人一人、各種団体のそれぞれの意識が同じ方向に向かっていなくてはなりません。行政は、個々の価値観や活動を尊重しとりまとめ、不足しているところは補い、より効果が発揮できる仕組みを作っていく必要があるのだという思いで、施策を検討しました。

この施策がきっかけとなり、若者の活気で溢れる福井県となることを願っています。

最後になりましたが、研修をご指導いただきました講師の田中先生をはじめ、視察・インタビューにご協力いただいた福井商工会議所青年部の皆様、アンケートにご回答いただいた多くの皆様に、この場をお借りして、心からお礼申し上げます。

今後は、この研修で得た経験や人とのつながりを活かし、県民とともに福井県を豊かにしていける政策を考え、実行する「考動」を心掛けていこうと思います。

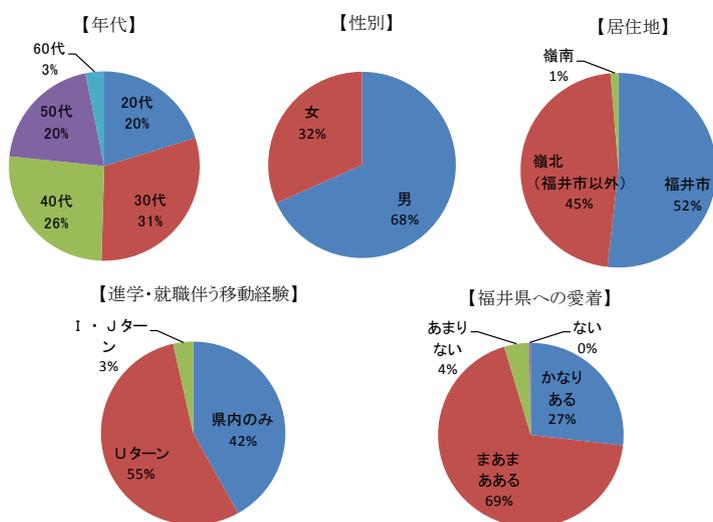


## 第6章 参考資料ほか

### 参考資料1 <福井県の郷土、ひと、場所、ものについてのアンケート>

- (1) 調査日 平成25年8月26日～9月2日
- (2) 調査対象 福井県庁および福井市役所の職員
- (3) 調査方法 アンケート用紙への記入を依頼
- (4) 調査項目 別添1「福井県の郷土、ひと、場所、ものについてのアンケート」
- (5) 調査結果

#### ① 基本事項：回答者の属性（全回答数：317名）



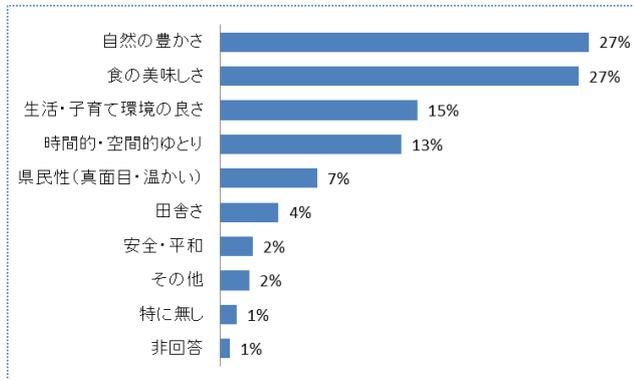
#### ② 各項目のアンケート結果

問1～福井県について～

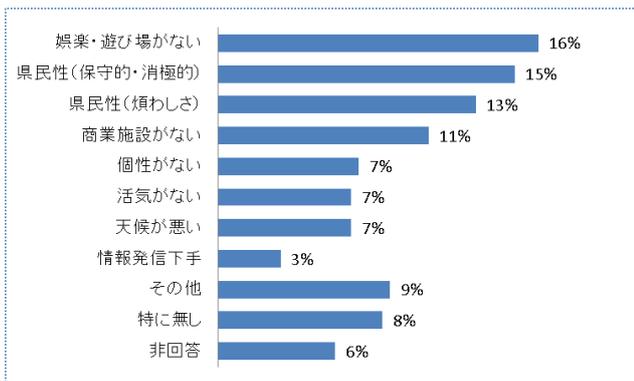
問1－(1)

「あなたにとって福井の好きなところ、嫌いなところはどこですか？」

【好きなところ】

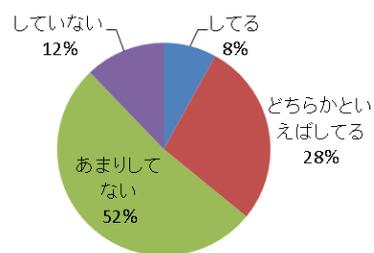


【嫌いなところ】



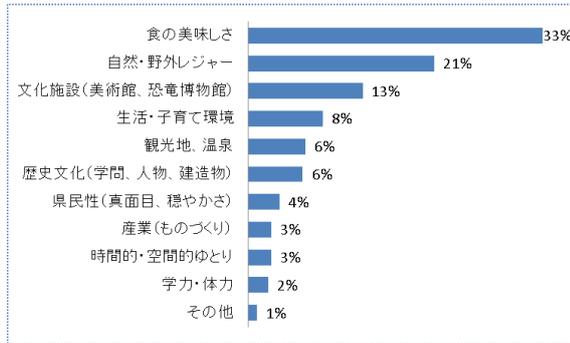
問1 - (2)

「あなたは誇りを持って県外者等に福井県をPRしていますか？できますか？」



問1－(3)

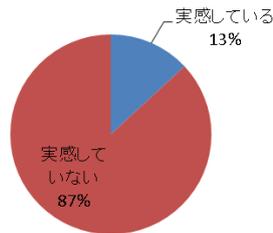
※(1)で「している、どちらかといえばしている」と回答した方  
「福井県をPRするものを3つあげてください。」



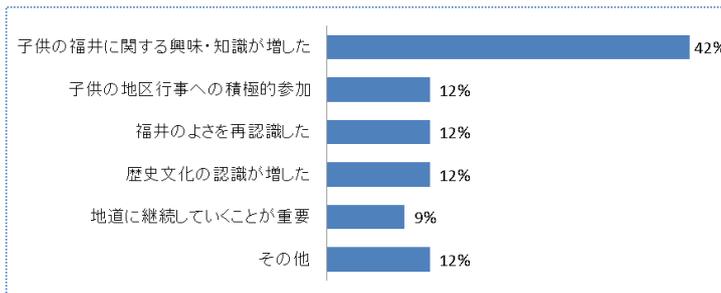
問2～福井の郷土教育について～

問2－(1)

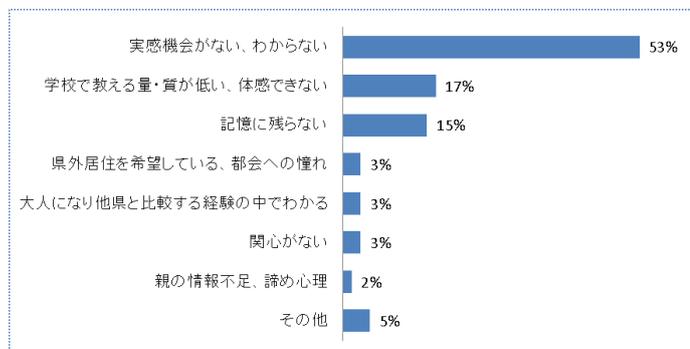
「県内の小中学校で福井の郷土額を教えています、ご自分の経験やご家族等の  
関りの中でその効果を実家できていますか」



【実感すると感じた理由・意見】

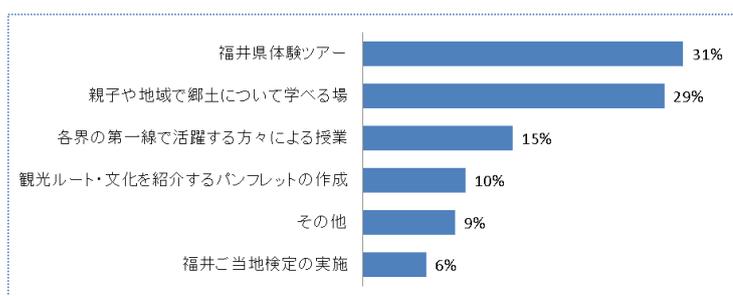


【実感しないと感じた理由・意見】



問2－(2)

「郷土愛を高める為には、どのような方法が有効だと思いますか」(複数可)

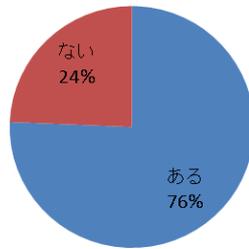


(その他内容)

- ・ 県外含め、他地域との交流、比較できる機会づくり
- ・ 家族が共に体験できる機会づくり
- ・ 既存ストックの魅力を再発見もしくは新たな魅力の発掘
- ・ 学び方、洗脳の仕方の工夫が必要 など

問3 - (1)

「同窓会に参加したことはありますか」

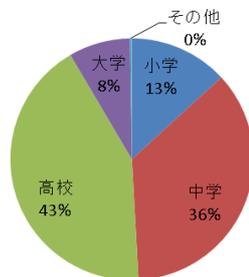


(同窓会に参加したことがない主な理由)

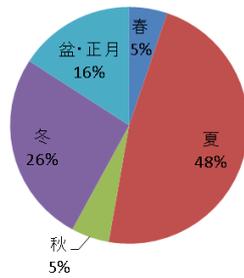
- ・同窓会がない
- ・呼びかけがない
- ・幹事をしたがない
- ・タイミングが合わない

問3 - (2) ※ (1) で「同窓会に参加したことがある」と回答した方

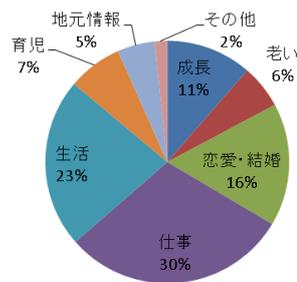
「どの集団の同窓会でしたか」



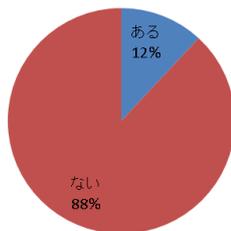
問3－(3) ※(1)で「同窓会に参加したことがある」と回答した方  
「開催時期はいつ頃でしたか」



問3－(4) ※(1)で「同窓会に参加したことがある」と回答した方  
「興味を持った話題は何ですか」(複数可)



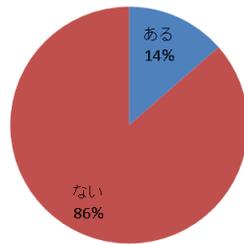
問3－(5) ※(1)で「同窓会に参加したことがある」と回答した方  
「地元を出た友人に福井の良さをアピールしたことがありますか」



(アピールした内容)

- ・食
- ・住みやすさ
- ・観光地
- ・新幹線

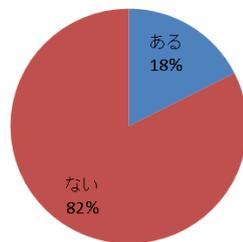
問3－(6) ※(1)で「同窓会に参加したことがある」と回答した方  
「地元を出た友人に帰福を勧めたことはありますか」



(勧めた理由、内容)

- ・帰福しようか悩んでいたため
- ・長男であること、家を継ぐこと、老後の生活、親元での子育て
- ・有効求人倍率が高さ
- ・県内に友人がいると会いやすくなる

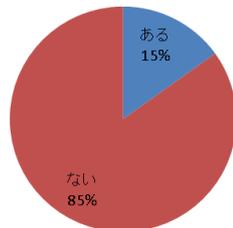
問3－(7) ※(進学・就職等で県外に在住時、地元の同窓会に参加された方  
「参加した際に、地元に戻りたいなどの心境の変化はありましたか」



(心境変化の内容・理由)

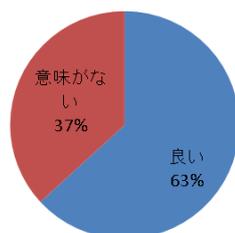
- ・友人が多い、友人との交流

「参加した際に、友人から地元に戻ることを勧められましたか」



問3 - (8)

「当グループでは、県外在住者が地元の友人と会う機会である同窓会を、帰福・Uターンを進める場として活用できないかと考えています。この案に対してどう思われますか」



(良いと思う理由・意見)

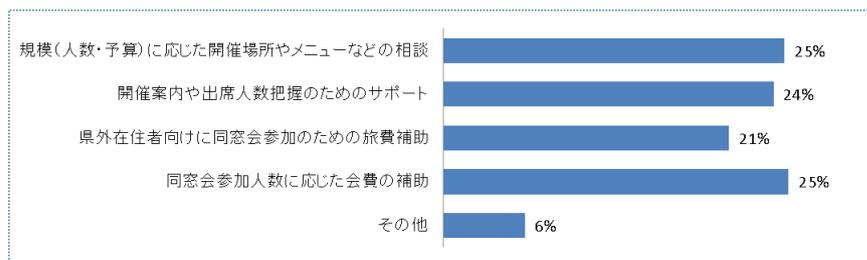
- ・生活基盤が重要。行政による求人、住居の情報提供やフォロー。
- ・地元飲食業や旅館等と連携し、福井の魅力が再発見できる仕組み。
- ・福井に帰ると楽しいと思わせるコンテンツ（タイムカプセル、学校の思い出）
- ・行政が同窓会を利用し帰福を押し付けるようなイメージをもたれないように。
- ・同窓会開催のPRの仕方の工夫
- ・年代や就職、結婚時期の配慮
- ・幹事業務の煩わしさの緩和

(意味がないと思う理由・意見)

- ・有志で集まる楽しみがある。行政が関るべきではない。
- ・就職・結婚など、個々人の事情、価値観があり難しいのではないかと。
- ・生活基盤（就職、住環境）の問題解決が必要である。
- ・規模が大きくなると難しいのではないかと。
- ・同窓会だけで意思決定に導くのは難しい。

問3－(9)

「今後、県が同窓会をサポートする事業として、どんなメニューがあると良いとおもいますか」



参考資料2 <アントレキッズの際、保護者に質問を行った事項>

- (1) 調査日 平成25年8月24日(土)
- (2) 調査対象 「えきまえアントレキッズ2013」参加者(保護者)
- (3) 調査方法 アンケート用紙への記入を依頼
- (4) 調査項目 別添2「福井版キッズニアについて」

## 第7章 活動記録

日時	場所	内容
6月14日(金) 9:00~17:00	福井県庁	【合同研修】 グループ発足、今後の進め方の確認
6月19日(水) 18:45~21:30	福井土木事務所	【自主ミーティング】 スケジュール確認、資料等収集・検証
6月26日(水) 18:45~21:30	福井土木事務所	【自主ミーティング】 SWOT分析
7月10日(水) 18:45~21:30	福井土木事務所	【自主ミーティング】 クロスSWOT分析、意見交換、方向性確認
7月12日(金) 9:00~17:00	福井県庁	【合同研修】 他グループの進捗確認、今後の進め方の確認
7月17日(水) 18:45~21:30	福井土木事務所	【自主ミーティング】 趣旨、ターゲット等の確認
7月23日(火) 18:45~21:30	戎屋	【自主ミーティング・グループ懇親会】 施策の構想
7月30日(火) 18:45~21:30	福井土木事務所	【自主ミーティング】 施策構想に基づいた資料等確認
8月6日(火) 18:45~21:30	福井土木事務所	【自主ミーティング】 企画書要約作成、構想整理、合同研修準備
8月9日(金) 9:00~17:00	福井県庁 秋吉	【合同研修】 進捗状況発表、今後の作業・スケジュール確認 【合同懇親会】
8月14日(水) 18:45~21:00	福井土木事務所	【自主ミーティング】 アンケート作成、視察対象整理
8月21日(水) 18:45~22:00	福井土木事務所	【自主ミーティング】 アンケート最終確認、視察質問項目整理
8月26日(月)	各自	【自主ミーティング】 アンケート実施
8月24日(木) 9:00~17:00	福井駅前	【自主ミーティング】 <子供仕事体験イベント視察&インタビュー> えきまえアントレキッズ2013 <ハイブリットニュータウン候補地視察> 福井市美山地区、武生市中心市街地
8月28日(水) 18:45~22:00	福井土木事務所	【自主ミーティング】 企画書の骨格確認、企画書作成の分担決め

9月4日(木) 18:45~20:30	福井土木事務所	【自主ミーティング】 分担した企画書内容のとりまとめ、意見交換
9月11日(水) 18:45~21:30	福井土木事務所	【自主ミーティング】 アンケート集計、企画書素案作成 合同研修事前準備
9月12日(木) 9:00~17:00	福井県庁	【合同研修】 プレプレゼン、今後の作業確認
9月20日(金) 18:45~21:30	福井土木事務所	【自主ミーティング】 改善点確認、企画書原案作成、パワポ素案作成
9月25日(水) 18:45~21:30	福井土木事務所	【自主ミーティング】 企画書校正、パワポ原案作成、プレゼン練習
10月4日(金) 9:00~17:00	自治研修所	【自主ミーティング】 企画書校正、パワポ原案作成、プレゼン練習
10月11日(金) 18:45~20:45	福井土木事務所	【自主ミーティング】 企画書校正
10月16日(水)	福井土木事務所	【自主ミーティング】 パワポ原案作成、プレゼン練習
10月23日(水)	福井土木事務所	【自主ミーティング】 パワポ原案作成、プレゼン練習
10月24日(木)	福井県庁	【合同研修】 プレゼンテーション