

1 テーマ

人口減少時代における雇用創出と就業人口対策について

兵庫県の人口は、2009年11月の560万人超えをピークに減少し、出産・子育て世代の減少により、人口減少がますます加速し、経済・社会の担い手が不足する状況にある。このことを踏まえ次世代産業等支援による雇用創出や若者の流出を防ぐ等の就業人口対策について調査を行う。

2 調査・研究の内容

(1) 当局の取組

- 開催日 9月16日
- 場所 第4委員会室
- 報告者 産業労働部新産業課長、産業政策課企画調整参事、工業振興課長、産業立地室長、しごと支援課長

○主な意見等

委員から水素エネルギー、航空機産業関連に係る質問があり、当局から、中小企業が市場に参入する上での主な課題として、水素エネルギーに関しては、実証実験の段階であり、商品化のロードマップは示されているが、中小企業が参入する機会が見えていないこと、航空機産業関連については、中小企業が参入するために JISQ9100、NADCAP 等の資格認証を受ける必要があること、認証を受けても航空機部品として耐えうる製品を作る技術があること、また、製品を供給し続けるだけの体力が必要であることが挙げられた。これに対し、当局から、近畿の自治体、支援機関、川下企業、技術を持つ中小企業等でプラットフォームを形成し、参入の機会を広げるよう取り組んでいるとのことであった。

(2) 学識経験者等の意見聴取について

- 開催日 12月16日
- 場所 第6委員会室
- 報告者 独立行政法人 労働政策研究・研修機構 高見 具広 研究員

○主な意見等

委員からUJターンに係る取組事例の質問があり、報告者から鳥取県の事例として、助成や奨学金等取組は主に市町村主導で、地元愛の醸成、地元のPRを県で取り組んでおり、子育て王国鳥取として、子育て環境をPRする取組をしていること、また、福井県大野市の事例として全高校で地元愛を醸成するポスターの作製、歌の作成、友達に自慢できるような卒業アルバムの作成などの取組をしているとの回答があった。

委員から人口減少時代における長期的な国土、人口地域のあり方についての質問があり、報告者から経済学者の間には、経済的合理性の観点から、コンパクト

シティ等の集約あるいは東京一極集中が望ましいとの意見が強く、ある意味仕方がないが、過疎地域がなくなってもいいのかということは、理屈ではなく、思想、心情の問題であり、行政として手当てすべきという考え方もあるとの回答であった。

委員からIR、新産業等に係る誘致効果についての質問があり、報告者から誘致により雇用が増えることは間違いないが、人材流出を抑える効果については、若者が求める仕事はオフィスワークであることから、検証をする必要があるとの回答であった。

委員から若者の地元からの流出を抑制するためには、親の大企業志向の問題や将来的に地元で何をしたいのか、地元の仕事に対する誇りを示せなければならないとの指摘があり、報告者から親向けに地元企業の良さを知らせる取組を各自治体が始めていること、また、地元に対する誇り、仕事に対する誇りを子供たちに伝えることは重要なポイントであり、キャリア教育の観点を忘れてはならないとの回答があった。

委員から地方での工場誘致について、税制に関する問題点として、地方で立地しても税金が本社のある都市部に流出すること、また、雇用の観点から若者が集まらないとの指摘があり、報告者から工場誘致についての是非、リスクの話が出た場合に税制面に関する問題が必ず出てくること、雇用については、工場労働者の雇用が増えるだけで、若者、地域にとって魅力があるのか研究者の間でもよく論点となっているとの回答であった。

委員からUJターンについて、統計上主に22歳、30歳までがターゲットとされるが、居住地等の把握が難しい30歳をターゲットとした場合に、どのような対策が考えられるかとの質問に対し、報告者から30歳までをターゲットとする主な理由として、独身の間が移転しやすく、所帯を持つと移転しにくい傾向があるからとのことであった。しかしながら、施策については、どの自治体も個人情報の問題で苦労しているとのことであった。

(3) 事例調査

ア 株式会社きしろ 播磨工場取組（航空機部品製造）調査結果

（平成28年8月2日：東淡地区）

航空機部品の製造に参入するに当たって苦労した点として、全く分からない状態から始め、取引先企業、神戸製鋼の研究所、神戸大学、県立大学の支援を受けながら、試行錯誤の上経験を積み上げたことや受注につながれば長期間の仕事は保証されるものの、当初は利益が上がらず、経験値を上げることにより利益があがることから資金力がなければ厳しいとのことであった。

イ 長野県の取組（就業人口減少対策）調査結果

（平成28年9月7日：管外調査）

委員から、信州学生アンバサダーによる県内企業のPRについては、学生にアンバサダーになることによるメリットが示されなければ、効果が期待できないのではないかと指摘があった。

委員から東京で就職した場合との差を示す等により長野県の住み良さをアピールすることがUJターンにつながるとの指摘があり、信州エクスターンシップで自然との触れ合い体験等をしているものの、ある程度年齢を重ねなければ、長

野県の住み良さが理解されない問題があること、また、信州暮らし提案で多角的に長野県と都市部の暮らしを比較しPRしているとの回答があった。

ウ 谷田合金株式会社の取組（航空機部品製造）調査結果
（平成 28 年 9 月 8 日：管外調査）

委員から国産航空機部品供給についての質問があったが、航空機産業の主流は欧米であるが売上確保の観点から受注できる方がいいと考えているとの回答があった。

委員から欧米進出への取組について質問があり、グループで参入する方法もあるが、動きやすいように展示会で独自ブースを出すことや、営業も独自戦略をとっているとの回答があった。

エ ゼロ精工株式会社の取組（航空機部品製造）調査結果
（平成 28 年 11 月 21 日：阪神地区）

委員から開発費と価格支配力の観点から質問があり、出荷量を継続できれば採算が取れ、また、特に加工が難しく他社ではできない製品を受注することにより、価格支配力を強めることができるとのことであった。最近には特に大手メーカー技術者の高齢化が進み退職した結果、その仕事を受注するケースが増えてきているとのことであった。

委員から新入社員の募集状況、定着率についての質問があり、地元の高校から人材を募集しているが、工業高校は大手企業からの募集も多く、普通科からの入社が多いとのことであった。また、定着率はいいが、4年程度の教育期間及び10年の勉強会等を通して一人前になるとのことであった。

オ 中小企業団体中央会との意見交換
（平成 28 年 11 月 22 日：阪神地区）

委員から県も参画している就職セミナーや県内企業をPRする冊子について団体加盟企業への周知状況について質問があり、団体から機関紙の配布やイベント、セミナー等については、開催案内、趣旨等をピンポイントで周知するよう特に注意して行き渡るよう心がけているとの回答があった。

委員から熟練工の高度な技術を産学官連携により研究し、人材交流をすることにより特に連携した学からは人材の供給源となるとの指摘があり、鉄道車両製造業者から、産学官の連携なくして成り立たず、また、新技術の開発によりそれに興味を持つ人材の雇用につながることから、進めなければならないとの回答であった。

委員から会社が求める人材及び求める人材に対する会社のPR方法について質問があり、電子機器製造業者から、理系の学生等自分のやりたいことがある職人を目指している学生の場合は、PRしなくても状況は変わらず、ジェネラリストには、社風をPRする必要があるとの回答であった。

カ 大学生との意見交換
（平成 29 年 1 月 16 日：第 4 委員会室）

大学により就職先が全国規模の企業となる大学、地域企業となる大学とがあり、また、全国規模の企業の場合でも、地元志向がある学生は、神戸支社等を希望す

る状況があり、県立大学で勤務予定地が東京となった学生は、2割に満たないとのことであった。県内企業への就職については、大学側から紹介程度はあるものの、強い推薦がないことから印象が薄く、あれば県内就職が増えるとの回答があった。

委員から就職したい地域について、いつから意識したかとの質問に対して、概ね、大学に入り、就職活動をしてからであったが、専攻（主に理系の場合）により、地域を意識しないとの回答があった。

高校2年生の段階で、県内企業ガイドブックを配付することの効果について質問したところ、概ね効果があるとの回答であったが、高校2年生は、部活等目の前のことに最も力を入れている時期であることや、大学へ進学する人は、なんとなく進学している人が大半であることから効果を疑問視する声もあった。また、掲載する内容について、企業概要、OB、OGの体験談の記事を載せることについての賛否について質問したところ、体験談の記事は、宣伝のイメージがあるため長期的に保存されないという意見や学校により就職する会社に違いが出てくることが懸念され将来が決定付けられたという印象がもたれないかとの意見がある一方、体験談により企業へのあこがれを持てる、就職してからのイメージができる等の意見もあった。

委員から県内企業情報の入手方法について質問があり、昔ながらの企業紹介の冊子も送られてきているもののインターネットによる情報入手が中心であること、大学によりキャリアセンターの力の入れ方が異なることや学生により活用度は異なること、口コミの情報も大きいとの意見もあった。

委員から電通の過労死自殺に係る報道に伴うブラック企業、長時間労働に対する考え方の変化についての質問があり、先輩からの体験談から入社してから会社のイメージは変わるものとの意見や、介護職、金融の営業職についてネガティブな情報が多いとの意見があった。

委員から奨学金返済の支援による効果についての質問があり、大手企業において支援があれば検討するとの意見はあったものの、就職していない現段階では、借りているという実感がないため分からないとの意見もあった。

3 まとめ

昨年6月から約1年間かけて、兵庫県の産業労働部はもちろんのこと、学識経験者、県内企業、先進事例を持つ長野県、中小企業団体中央会、大学生の皆さんから意見聴取や質疑を行い、「人口減少時代における雇用創出と就業人口対策について」をテーマに調査を行った。

このような中、兵庫県において2016年の転出超過が全国でワースト3位となったことや、若者の県外流出がたびたび話題となっていたことから、我々のテーマの中心は「若者の県外流出をどのように防ぐか」ではなかったかと思っている。

「なぜ多くの若者が兵庫県を出ていくのか。兵庫県内の企業や暮らしに魅力がないのか。」

そんな現実を突きつけられ、将来の社会の担い手が不足することが明白な状況の中で、今を生きる我々はどのような手を打てるのか、調査・研究した。

先にお断りをしなければならぬが、我々は「人口減少時代における雇用創出と就業人口対策について」を調査のテーマにした。先に述べたように、その含意は「若者の県外流出をどのように防ぐか」であり、つまりは「兵庫県で生まれた人には、兵庫県内で就職をして欲しい」という我々の一方的な願いでもある。若者の意思を、場合によっては捻じ曲げるような願いとも言えるが、それは我々為政者たちの将来を見据えた切なる願いであり、その一方、正直に言えば心苦しい願い、調査でもあった。夢を持って故郷を離れる若者を、我々が決して応援しないという訳ではない。しかし、あまりにも多くの若者が兵庫県を出ていくことに危機感を覚え、「その対策を！」と調査のテーマに設定したのである。まずは、誤解のないようお願いしておきたいと思う。

さて、調査の結果、いくつかのことが分かったように思う。

<調査の結果、判明したこと>

- ・兵庫県には優秀な若い人材が常に多数育っているということ。
- ・大学等から東京などへ多数行ってしまい、そのまま現地で就職してしまうこと。
- ・「東京」という場所への憧れがあり、挑戦する場所であることを意識すること。
- ・景気の回復を受けて売り手市場でもあり、「大企業志向」であること。
- ・県内には東京を含めた全国規模の企業へ就職する優秀な大学が存在すること。
- ・県内大学だけでなく、関西一円の優秀な大学に通う県内在住者も同様に、全国規模の企業へ就職してしまうこと。
- ・地元への愛着が必ずしも強いわけではないこと。
- ・地元の企業をそれほど知らないこと。

次に、ヒアリング調査した委員から、「これから打ち出していくべき施策」として、下記のようなご意見や教示をいただいた。

<ご意見・ご教示>

- ・地元の企業をもっと知ってもらうべき
- ・地元愛の醸成を育むべき

- ・奨学金の返済援助
- ・親へのアプローチ
- ・子育て環境のPR
- ・若者が魅力を感じる次世代産業企業等への支援 など

それぞれの施策に効果はあろうかと思うが、一言でいうと「刺激を求めがちな若者」に対する訴求としては、やや弱いのかもしれない。漠然としたものや、今すぐ結びつかないもの、想像できないものが含まれており、効果を否定するものではないものの、若者の目の前の進路に重大な影響を及ぼすものとなり得ているのかは、冷静に見極めなければならない。

進学や就職というものに直面した若者にとって大事なことは、「兵庫県内にいた方がいい！」と頭で、心で感じられるかどうかではないか。感受性豊かで、未来の可能性に溢れている若者を満足させられる環境が、兵庫県内にあるかどうか。それが答えではないかと感じた。

しかし、一足飛びにそんな環境を実現できない。しかしながら、本気で我々が取り組むのであれば、若者が望み、満足する環境を整える他ない。

「東京にあって兵庫県にないもの。」

それこそがキーワードではないかと感じた。

東京にしかない職種・企業、東京にしかない空気感、東京にしかない賑わいなど…。決して同じようにはなれないかもしれないが、若者が積極的に兵庫県にいたいと思えるような「魅力」を、兵庫県内に一歩ずつ、少しずつ作っていくしかないのではないか。

兵庫県の若者が、兵庫県内で存分に活躍できるフィールドを実現できるかは、今を生きる我々にかかっている。若者の声にもっと耳を傾け、愛する兵庫県のために、ともに力を尽くしていくことが、今を生きる我々の務めではないかと感じている。

また、唱歌の「ふるさと」の三番の歌詞「志を果たして いつの日にか帰らん」とあるように、いつか必ず帰って来たくなる兵庫県にもしていかなければならない。

この調査はまだ進行形である。これからの状況変化も踏まえて、さらなる調査・研究と、実効ある施策の展開を期待し、ともに汗をかきたいと思っている。

最後になるが、この調査結果を読んでいただき、明日に繋がる何かを感じていただけたなら幸いである。