

「新しい東北」官民連携推進協議会
令和3年度
福島県意見交換会(第0.5回)

事務局提出資料

「新しい東北」官民連携推進協議会事務局
2021年8月30日

● 目次

1. 今年度の協議会の方向性
2. 意見交換会とは
3. 過年度までの振り返り
4. 過年度までの検討経緯及び課題を踏まえた今年度のテーマ設定案
5. 初回ご挨拶における各団体からのご意見
6. コアメンバー候補を中心とした検討の進め方
7. コアメンバー・関与者候補案
 - (参考) コアメンバーのやること、協議会やその他関与者のやることイメージ
 - (参考) 周知・拡散目的で利用しうるSNSの特徴

● 1. 今年度の協議会の方向性

復興庁関連事業と連動し、過年度からの事例の発掘・共有を継続実施しつつ、今年度は被災地内外に向けたノウハウの普及展開に一層注力する方向性です。

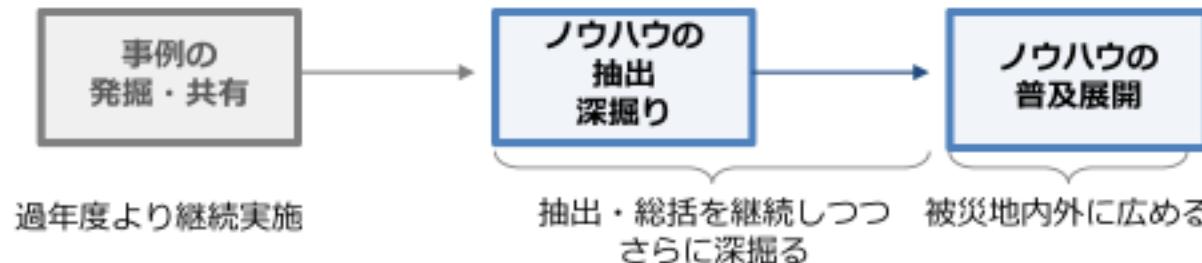
関連する復興庁の本年度事業概要（『令和3年度予算概算決定概要』（令和2年12月 復興庁）から引用）

■ 「新しい東北」普及展開等推進事業

「新しい東北」の創造に向けたこれまでの取組を通じて蓄積したノウハウについて 優良事例の表彰やワークショップ等を通じて被災地内外に普及展開するとともに、企業間のマッチングの場の提供を通じた事業連携や専門家派遣等の支援を復興状況等に応じて重点的に実施。

本年度の協議会の方向性

- ・ 協議会の運営、意見交換会・実践の場の枠組みを用いた議論・推進の取組を継続する
- ・ 被災地内外に向けたノウハウの普及展開に一層注力する
(今年度はノウハウの総括に取り組んだため、この内容をさらに深掘り、広く発信していきたい)



● 2. 意見交換会とは

協議会では地域課題の解決に向けた多様な主体による協議・協働のための意見交換会・実践の場を開催します。意見交換会では、活動状況の共有及び解決すべき地域課題の設定と解決に向け協議し、実践の場では、意見交換会の議論の中で挙がった、地域課題解決に向けた取組（解決策）を試行します。
※なお、本年度は実践の場において関連事業（復興・創生の星顕彰）の表彰式も一体的に実施します。

| | △ 意見交換会の概要 | △ 実践の場の概要 |
|----------|---|---|
| 議題・内容 | <ul style="list-style-type: none">活動状況の共有解決すべき地域課題の特定と解決に向けた協議 | <ul style="list-style-type: none">意見交換会の議論の中で挙がった、地域課題解決に向けた取組（解決策）の試行関連事業の表彰式 |
| 開催時期（目安） | 第1回：8～9月 第2回：11～12月 第3回：1月～2月 | 12月～1月 |
| 時間 | 2時間 | 2時間～3時間程度 (関連事業の表彰式を除く) |
| 場所 | 各県復興局の会議室 | 各県内の会場 (内容次第で規模等を勘案し選定) |
| 出席者 | 副代表団体、オブザーバー、復興庁、 (必要に応じ) 課題に関連する企業・団体 | 副代表団体、オブザーバー、復興庁、 (必要に応じ) 課題に関連する企業・団体 |

● 3. 過年度までの振り返り

過年度までの意見交換会・実践の場を通じ、課題に対する解決策導出や情報発信の成果を創出。ただし、その後の実現や取組の継続には至っていなかったことから、本年度の意見交換会・実践の場では、復興・地域活性化に向けた実行・継続の仕組みを意識した議論・取組とすることを検討します。

| | 平成29年度 | 平成30年度 | 令和元年度 | 令和2年度 | 年度ごとの成果 | 課題 |
|------|--|---|--|---|--|--|
| テーマ | 人材×日本酒（日本酒を核にしたネットワークづくりの検討） | 食・観光・伝統工芸など、地場産業の担い手確保 | 福島県での暮らし方・働き方に関する理解促進（魅力付け） | 東日本大震災から10年目にあたって | 年度ごとに被災地の状況を踏まえた課題設定と解決に向けた議論・取組でアイデア導出・情報発信 | 復興・地域活性化に向け創出したアイデアの実現や取組の継続のための仕組みづくり |
| 実践の場 | 「福島県product・伝統工芸品のPR（福島市）（福島県観光物産館）」「アイデアソンの開催」（東京都千代田区） 福島：日本酒と酒器の組み合わせ商品の展示・販売 東京：Made in Fukushima商品をつくることのアイデアソン | 「ふくしまキャリア探求ゼミ～ふくしま新しい働き方・チャレンジの仕方にについて知ろう～」（福島市） 福島県にU/Iターんをして新たな生活・仕事のスタイルを確立した先駆者の実体験を伝え、理解を深めてもらうためのワークショップ | 「ふくしまキャリア探求ゼミ～自分らしいキャリアデザインを考えよう～」（福島市） 福島県内在住の高校生・大学生に対し、県内には魅力的な仕事・働き方が多くあることを知ってもらうために、県内で活躍しているゲストと対話し、学生自身が将来を考えるワークショップ | 「ふくしまプラクティス2020 — 実践者が語る10年の経験とこれからの挑戦 —」（双葉郡楢葉町） 挑戦的な活動をしている多様な担い手に自身の活動に関する内省、言語化をしてもらう機会を設け、各々の今後の活動への糧としてもらうことを目的としたイベント | | |

● 4. 過年度までの検討経緯及び課題を踏まえた今年度のテーマ設定案

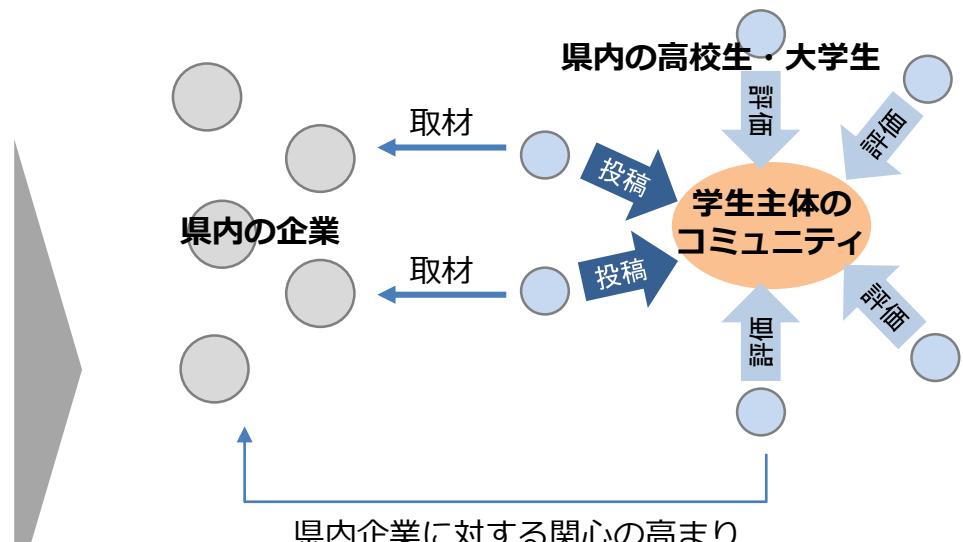
過年度において、若者の地域への関与に向けた取組において、地元就職のために県内で働く方に関する情報発信の活動を実施しました。しかしながら、「大人目線」での取組であり、学生主体の活動として定着することはありませんでした。今年度は、学生による学生のための取組として、県内企業を紹介する試みを検討しています。

過年度意見交換会で議論された要素（抜粋）

| | |
|------------------------|---|
| 就学・就職のタイミングで地元を離れてしまう | <ul style="list-style-type: none">地域活性化における若者の関心を高めることの重要性が度々議論になった地元就職の選択肢が認識されずに、就学・就職時に地元を離れる高校生・大学生が多い |
| 若者が地元企業を知る機会がない | <ul style="list-style-type: none">地域で活動している魅力的なプレイヤーは多数存在するが、若者の視野には入りにくい就職先としての大手企業くらいしか知る機会がないのが現状 |
| 「大人臭」のするイベントには若者が集まらない | <ul style="list-style-type: none">就職説明会など、イベントは多数あるが、いずれも大人目線で、直接的な就業を目的としたものが中心若者が自分たちのために企画する活動でないと継続性が出ない |

2019年に実施した「キャリア探求ゼミ」では、若者に地域で活躍する社会人を知つてもらう機会が作れましたが、大人主導であり単発で終わってしまった

取組実現のイメージ



- コアになる学生を中心にコミュニティを組成
- 県内で活動する企業や起業家を学生が取材
- 学生目線で企業の紹介記事を作成し、コミュニティに投稿
- コミュニティに参加する学生が投稿記事をコンテスト形式で評価
- 学生が学生向けに企業を紹介しあうことにより、県内企業に対する注目度が向上
- コミュニティによる活動が自発的に継続される

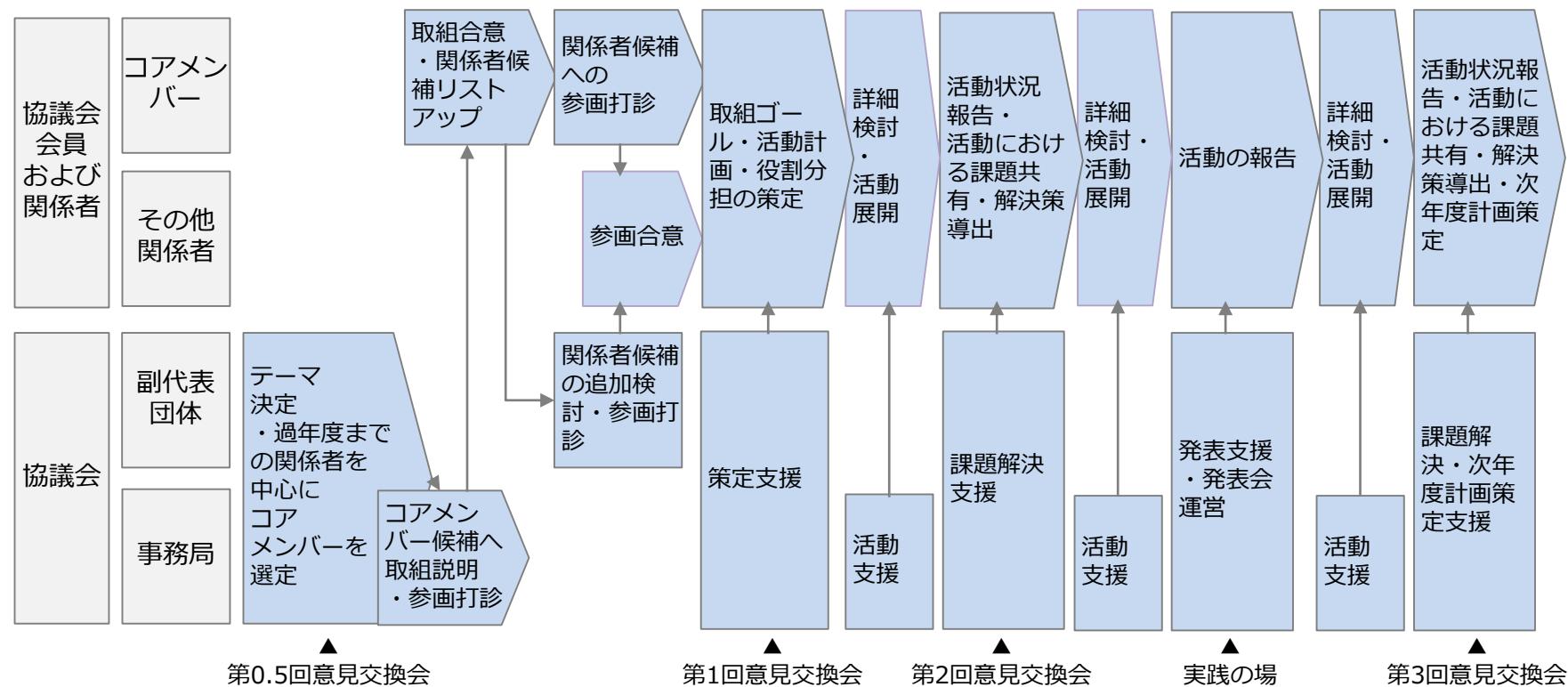
● 5. 初回ご挨拶における各団体からのご意見

普及・展開を見越して、取組と協議会の目的の整合性の意識、福島大学をはじめとする各大学との活動と連携したテーマ設定の検討、コアメンバーが学生となった場合の学業に支障が出ないようケアが必要という意見をいただきました。

| 分類 | 意見（敬称略） |
|--------------|--|
| テーマ | <ol style="list-style-type: none">協議会・意見交換会の設置目的を踏まえ、取組と目的との整合を意識する必要がある。単に学生の就職支援とならないようにする必要があると考える。意見交換会のテーマ案は福島大学FUREの活動内容とは異なる印象である。福島大学にはFUREの他にも「ACF（アカデミア・コンソーシアム・ふくしま）の活動」「COC+事業」があるが、「COC+事業」の方が、意見交換会のテーマ案に近い印象であり、連携出来ないかと考えた。ただし、実現可能性は未知数である。 |
| 実践の場 (内容) | <ol style="list-style-type: none">実践の場で活動報告等あると思うが、その際に就職する生徒が多い高校にアプローチすると、学生により県内企業に関心を持ってもらえる場が広がるのではないか。 |
| コアメンバー | <ol style="list-style-type: none">学生が興味のある分野に携わる魅力ある企業を県内でも発信していくことは重要であると考えている。会津にはレクサスのエンジンのパーツを作っている30人規模の企業もある。あすびと福島の取組は先進的であり連携は良いと考える。実際に成果を上げている企業の方との接点を持てるかがポイントになると考える。コアメンバーをあすびと福島の学生とする場合、大学1年生が最も適していると考えており、次に高校1年生が適していると考える。 |
| 進め方 | <ol style="list-style-type: none">関わる学生には趣旨等をしっかりと理解してもらうと共に、学業に支障が出ないようケアが必要となる。 |

● 6. コアメンバー候補を中心とした検討の進め方

今年度の取組テーマ・コアメンバー候補を協議会内部で検討し、コアメンバー候補へ参画を打診します。コアメンバー決定後は、自立的かつ継続的な活動の実現に向け、コアメンバーが主体となって検討・活動展開を行い、事務局が活動を支援します。



コアメンバーが
享受できる
メリット

- ・ 自団体だけのネットワークでは集め切れないメンバーを集めることができる
- ・ 計画策定・推進がやりきれない部分について事務局のサポートを受けることができる
- ・ 実施する中で発生する課題の解決について協議会副代表団体から意見交換会でサポートを受けることができる
- ・ 計画のPDCAを通じたブラッシュアップについて協議会副代表団体から意見交換会でサポートを受けることができる

● 7. コアメンバー・関与者候補案

今年度のテーマ設定案を前提とすると、要件を満たす若年層にアプローチする必要があります。学生向けの支援などを行っている団体に関わる学生やOB/OGがコアメンバー・関与者の候補になると考えます。

コアメンバー・関与者の要件

必須の要件

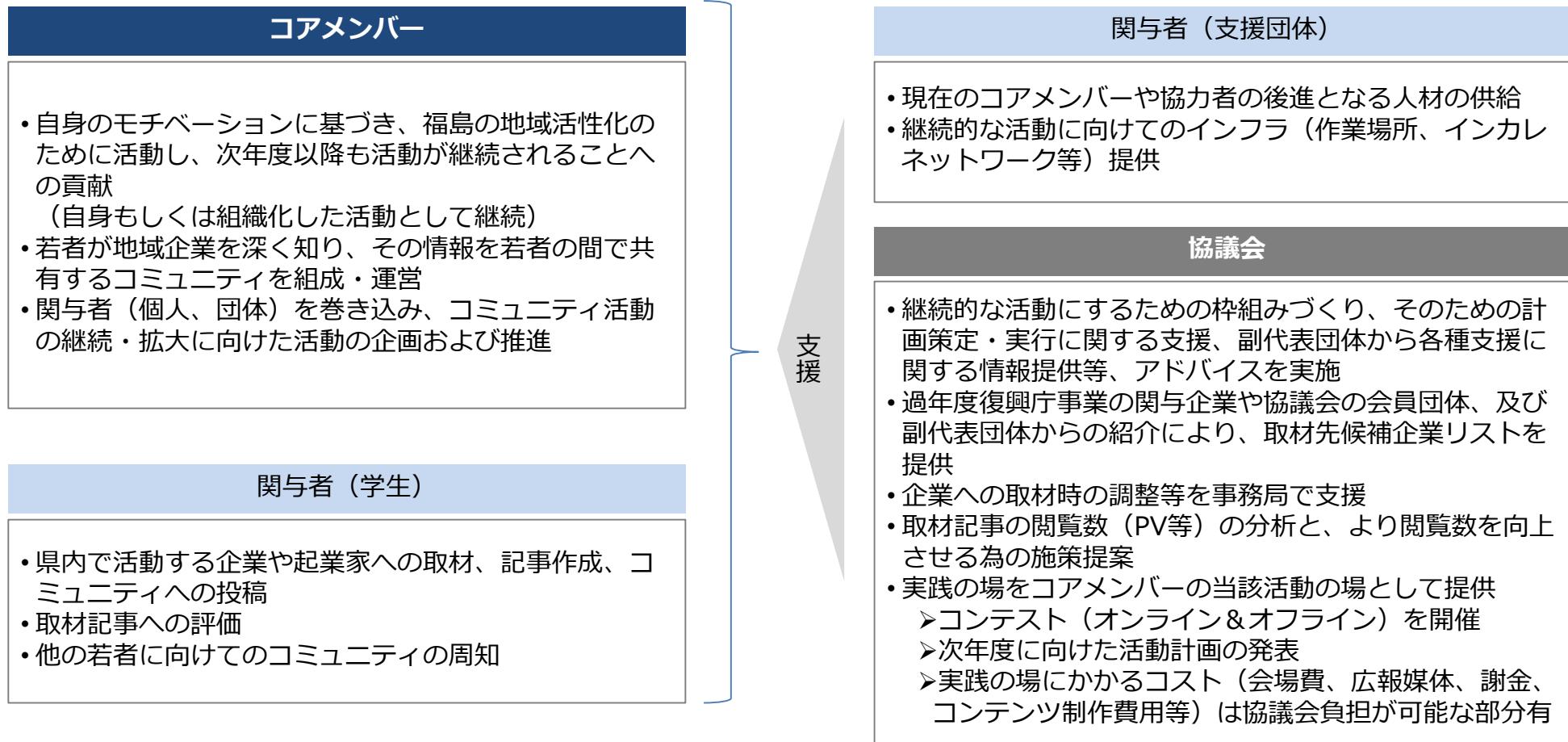
- 地域の課題に関する事業・取組に主体的に携わっている
- 事業・取組の中で課題を感じており、解決策を模索している
- 若者（高校生～大学生～社会人數年目）であること

付加的な要件

- 他企業・団体との連携を模索している
- 若者の地域活動への参画に関する課題意識を持っている
- 地域産業の活性化に関心がある

● (参考) コアメンバーのやること、協議会やその他関与者のやることイメージ

コアメンバーが福島の地域活性化のための活動を企画・展開する中で、関与者を巻き込み、活動を拡大・継続させるためのアドバイス・場の提供について協議会より支援する想定です。



若者

大人

● (参考) 周知・拡散目的で利用しうるSNSの特徴

オンラインのコミュニティにおいて活用しうるSNSについての基本情報を共有します。

※若者（高校生～大学生～社会人年齢）に向けた周知・拡散として期待される内容

| 媒体名 | SNSの概要 | | |
|-----------|---|----------------|---|
| | 国内月間アクティブユーザー (月に1回以上アクセスしたユーザー数の合計) | 主なユーザ層 | 特徴 |
| LINE | 8,800万人 | 全世代が利用 | <u>インフラ化したメッセージツールとなっている</u> <ul style="list-style-type: none">プッシュ通知を使った情報発信外部に対しクローズドなSNS |
| note | 6,300万人 | 20代～40代が多い | <u>長文記事の投稿に向いている</u> <ul style="list-style-type: none">ブログや企業のプレスリリース等でも活用外部に対しオープンなSNS |
| Twitter | 4,500万人 | 20代が多い | <u>投稿の際に140字の文字制限がある</u> <ul style="list-style-type: none">情報拡散スピードがSNSの中で最も早い外部に対しオープンなSNS |
| Instagram | 3,300万人 | 10代、20代が多い | <u>写真メインの投稿であり、雑誌感覚で見ることが出来る</u> <ul style="list-style-type: none">外部に対しオープンなSNS <p>※投稿したURLのリンクが無効化される点は注意</p> |
| Facebook | 2,600万人 | 30代後半～40代以上が多い | <u>実名性が高くリアルな繋がりを反映している</u> <ul style="list-style-type: none">ビジネスシーンでの活用外部に対しオープンなSNS |
| TikTok | 950万人 | 10代、20代が多い | <u>気軽に見ることの出来る短い動画投稿</u> <ul style="list-style-type: none">豊富な動画編集機能外部に対しオープンなSNS |

出所：<https://www.comnico.jp/we-love-social/sns-users>