

令和 8 年度秋田県総合政策審議会 第 2 回未来づくり部会（議事録要旨）

1 日時 令和 8 年 7 月 14 日（火） 13:30～15:00

2 場所 オンライン

3 出席者（敬称略）

【未来づくり部会委員】

石井 宏典（株式会社 141&Co. 代表取締役）

加賀谷 さくら（株式会社ねこの手能代 代表取締役）

勝又 奈緒子（NPO 法人かづの classy 理事）

篠原 万里（株式会社御祓川 地域コーディネーター）

【県】

石川 亨（人口戦略部次長）

藤盛 浩二（人口戦略部次長）ほか関係各課長等

4 議事

（1）提言に向けての意見交換

□事務局（清野人口戦略課長）

・部会資料 1 及び参考資料 1 により、第 2 回未来づくり部会の進め方・提言書の記載イメージ、主な論点について説明。

○加賀谷委員

背景の部分で 1 点気になっている。ターゲットを絞る必要があるという点は前回からの継続であり賛同する。PR を個別に設定すべきだという点もその通りである。しかし、「潜在的なターゲット層を捕捉しきれていない」という課題設定については、潜在的に隠れている人を短いスパンで移住へ持っていくのは相当厳しいため、ここで課題として挙げることや提言に取り込むのは難しいのではないかと感じる。

●石井部会長

これまで県で移住対策を行う際のメインターゲットは「東京に住んでいる秋田出身の子育て世帯」と大雑把な枠組みであった。それ以外の多様なセグメントをひとまとめにしていた

ため、もう少し細分化し、サブターゲットなどを細かく設定することで、まだ伝えきれていない秋田の魅力やPRすべきポイントが見えてくるという意図で、この背景が設定されていると理解している。

○加賀谷委員

どこにいるか分からない人に対して何かをするのではなく、あくまでターゲットの1カテゴリーとしてアプローチするという意味合いであれば理解した。ただ、表現として二重になっているような印象も受けるため、文言の検討をお願いしたい。

○勝又委員

移住全般のターゲット設定について、子育て世帯やUターンのPRだけでなく、二地域居住、事業承継、副業、起業、農業など、県として誰に来てほしいのかターゲットを絞った方がより具体的になる。住んでから活躍できる場をPRしていかないと定住にはつながらないため、セグメンテーションをしっかりと行うべきである。

●石井部会長

具体的で良い意見である。起業などをテーマにする際も、各自治体が一般的に行う支援だけでなく、例えば「自然エネルギー」や「宇宙産業」など県の施策に基づいた特定の産業テーマを設定し、「秋田県でこの分野で起業するならこのような特典や支援がある」という見せ方ができると良い。特定の分野に興味がある人に向けてテーマを設定することが有効である。

○篠原委員

まさにテーマ分けは重要である。「東京在住の秋田出身者」というくくりの中でもかなり細分化される。ただ、テーマを細かく分けるとコストや工数がかかるという悩ましい点もある。

他県の事例を見ていると、現地の人や地域に関わる人との「対話の場」が多いほど気持ちが動くという実感がある。例えば私が関わる能登の事例では、「能登留学」というインターンシップを行ったり、大企業からの出向社員を研修という位置づけで受け入れたりしている。結果として現地の人との対話を通じて、大企業を辞めて移住につながるケースがよくある。移住する前の「プレ的な機会」を設けることがキーポイントだと思う。

●石井部会長

今の話は、移住の背景の三つ目にある「地域コミュニティとの接続」に関連している。定住だけでなく入りの段階でも、地域と対話ができる機会が重要である。

○勝又委員

鹿角市では、移住体験ツアー、仕事体験プログラム、関係人口ツアーなどを実施している。移住に必要な住まい、仕事、子育て環境をオーダーメイドで体験でき、最長2週間のリモートワーク等をしながらの滞在プログラムもある。移住を決断するには一度来てもらうことが不可欠であるため、現場としては「どうやったら移住体験に来てもらえるか」のPRが重要だと悩んでいる。制度や補助金の情報だけでなく、移住体験や交通費補助ができることをもっと前面に出すべきである。

□品田移住・定住促進課長

参考情報として、配布しているガイドブックの14ページに各市町村の取組一覧があり、移住体験ツアー等の実施状況が分かるようになっている。

□小松地域づくり推進課長

地域づくり推進課として二地域居住の取組を行っている。今回は6市町村と共同でお試し居住等を実施予定である。どのような年齢層や世帯が二地域居住を行うかを分析しながら促進していく。単に来るだけでなく、どのような体験をさせるかというコンテンツが非常に重要であるので、その点も分析しながら進めていきたい。今後は国のふるさと住民登録制度等も活用し、移住定住につながることを期待して取組を進めたい。

●石井部会長

各自治体で移住者支援は行われているが、資金面のみのハード支援のところもあれば、地域コミュニティとの接続やウェットな関係性構築といったソフト支援部分に注力しているところもあるなど、濃淡がある。入り口段階の移住支援におけるコミュニティ接続の重要性について、背景の3番目に含めるか、新たに追加するか検討したい。

○加賀谷委員

私が追加提案した背景「出身者の家族がUターンを勧めないケース」について補足する。能代市のアンケート等でも明らかになっているのだが、都会に出たこどもに対して「秋田には戻ってこなくていい」と言う親が結構多いという課題がある。県民や住民に対しても「秋

田での暮らしは良いものだ」と草の根的に示していかないと、「秋田に戻ってきてもしょうがない」という雰囲気が漂ってしまう。これが他の市町村でも共通する課題であれば、県として取り上げるべきだと考えている。

○勝又委員

鹿角市でも同じ現象が起きている。大学がないため進学タイミングで一度県外に出なければならず、親が「出た方がいい」と言うことがある。また、進学時には必ず「一度外に出ていく」というフェーズが来る。そのタイミングで故郷について考えてもらうことや、親自身が秋田を好きになってこどもに声がけをすること、「一度出ても帰って来ることができる場所づくり」は非常に重要である。出ていく人だけでなく、地域の人に向けても必要な提言・背景であると感じる。

○加賀谷委員

大学へ行き勉強することは必要なので応援しつつ、本人が帰りたいと思った時に迎え入れられる状況を作りたい。しかし「帰って来ない方が良く」と言う親もいるため、何か取り組めることがあれば良いと思い挙げた。

○篠原委員

横手市でも全く同じ状況である。若者のキャリア支援に関わる中で、進学を機に県外へという風潮が学校内にあるのを感じる。出ていくことは悪くないが、その先にどうなりたいか、秋田という選択肢をイメージしてから出ていくためのテコ入れが必要である。ここ10年ほど、探求学習等で地域の事業者と接する機会が増え、県外へ出ても秋田に帰りたいと考える学生の声は少し増えている実感がある。

●石井部会長

親ブロックが移住の決断にどれだけ影響を与えているかを調査し、課題感をさらに深掘りしたい。

○篠原委員

「首都圏になくて秋田にあるもの」という観点について。農業体験やグリーンツーリズム等の関係人口がリピーターになる理由は、作業の楽しさだけでなく、その土地の歴史や人々の営みといった「地域の文脈」を理解することにある。苦労して乗り越えた背景などが分か

ると気持ちの入りが変わるため、移住先となる地域の文脈を理解することがキーポイントになる。

○加賀谷委員

数年前にふるさと回帰支援センターから秋田県ブースがなくなった。現在 44 都道府県がブースを出しているが、移住先をまだ決めていない人が相談に行く際、センターにブースがないと秋田県は選択肢にすら浮かんでこない。

秋田のことを既に気にかけている人は秋田コアベースをご存じかもしれないが、そうではない「潜在層」にアプローチする機会を大きく喪失しているのではないだろうか。

「秋田県は移住支援にあまり力を入れていないのではないか」と消極的な印象を持たれてしまうことも危惧しているため、再設置について検討いただきたい。

□品田移住・定住促進課長

事実関係の補足になるが、ふるさと回帰支援センターには専任の相談員は配置していないものの、秋田県のパンフレット等を置くコーナーは設置している。そちらに相談者が訪れた場合は、秋田コアベースへつないでもらう運用を基本としている。全く窓口がないわけではない点を理解いただきたい。意見として承った。

○勝又委員

「首都圏になくて秋田にあるもの」という提言について、もう少し具体化した方が良い。例えば子育てや U ターンを P R するのであれば、「子育ての幸福度ナンバーワン」の視点をもっと見える化・言語化するべきである。

以前、農業体験を通じた関係人口作りの事業を行ったが、重要なのは「自分が帰ってきた時に関わるスペース（役割・余白）が地域にあること」である。農業はそれが分かりやすい例である。

また、子育て支援にしても、「教育ナンバーワン」などの実績だけでなく、例えば「保育参観に行った時の先生たちの手厚さや見守り」「地域の祭りにこどもたちが小さい頃から参加して文化が根付いていること」など、暮らしの温かさの解像度を上げた P R ができると、秋田の本当の魅力が伝わると感じる。

●石井部会長

ターゲット設定の文脈で言うと、「ふるさと納税者」は非常に強力な潜在層だと考える。例えば、特定の町の「お米」を買っている人はその地域の農業や自然環境に、「海産物」を買っている人は漁業に関心がある割合が高いはずだ。

そのような人たちに「町に遊びに来ませんか」とアプローチをすれば、関係人口から移住・定住につながる可能性がある。ふるさと納税者がどんな商品を購入しているのかというデータを分析したマーケティングを打つべきである。

例えば、県独自のふるさと納税ポータルサイトを作って地域コインを付与し、実際に秋田へ来てもらう動機付けにするなど、面白い施策ができると思う。

●石井部会長

背景に「結婚支援サポーターの活動がボランティアに依存している」とある。もしサポーターが重要な役割を担っているにもかかわらず、無償ボランティアであることがなり手不足や活動の制限につながっているのであれば、経済的・有償の支援を検討する必要があるのではないだろうか。実態はどうなっているか。

○勝又委員

以前も有名な結婚相談所代表の方をお呼びしてセミナーやマッチング交流会を開催したが、集客、チラシ配り、当日の受付など、サポーターの活動は全て無償ボランティアである。成婚した場合にのみ報奨金が出るが、そこに至るまでの交通費や活動費は一切出ない。これでは、私のように好きでやっている人以外は続けられない。「結婚サポーターに報酬を求めるべきではない」という上の世代からの意見もあるが、真剣に現代の若者の結婚をサポートするのであれば、サポーターの制度を見直した方が効果的だと思う。

○加賀谷委員

私も同感である。昔の「町のお世話好きなおばさん」の現代版が結婚サポーターであり、無償のボランティアでも良いのではないかと思う派ではあったが、現代の厳しい経済状況下では少し違ってきている。イベントのボランティアに行くにもガソリン代がかかる中で、手出しをしてまで活動するサポーターは二の足を踏んでしまう。個人任せのスタンスから、時代に合わせてサポーターのあり方や制度を考え直す時期に来ていると思う。

□佐々木男女共同参画推進課長

結婚サポーターは市町村から推薦された方を任命する制度であり、これまでの成婚実績に対して大変感謝している。一方で、交通費等の費用負担をかけている実態も認識しており、他県の状況等も研究していきたい。

●石井部会長

結婚支援においてどのような政策が効果的なのか、サポーター経由や自治体の補助事業経由の成婚数などの検証データを知りたい。また、提言にあるA I マッチングと、人の紹介(サポーター等)のどちらのニーズが高まっているか、他自治体も含めて調査し深掘りしたい。

□佐々木男女共同参画推進課長

「あきた結婚支援センター」では令和2年からA I マッチングシステムを導入し、成婚に結びついている。平成23年からの成功報告総数で見ると、同センターでの出会いによる報告が一番多い状況である。

●石井部会長

ボランティアに頼りきった制度から、経済的支援等があれば活動の幅が広がり上手くいくケースもあるかもしれないため、有償支援の事例があれば参考にしたい。

○勝又委員

ライフイベントの中で、高校卒業前や進学、就職時が「人生の転機」になる。そのタイミングで情報提供することが効果的である。また、「結婚・出産」と直接的に表現すると若い人はプレッシャーに感じてしまうため、仕事、収入、住まい、子育て、介護など「将来のライフデザイン全体を自分で選ぶための情報」として提供するのが良いと思う。

鹿角市で大企業の元副社長を招いて高校生と意見交換会を開催した際、高校生が自分の研究や自作の作品を大人の前で発表し、褒めてもらって本当に嬉しそうであった。有名な人だけでなく、「秋田にいる面白い大人」と接するキャリア教育の時間を、気軽にもっと多くの回数設けられると良いと思う。

○加賀谷委員

探求学習等で大人の話を聞く機会が増えているので、仕事の話と絡めて、講師個人の人生観や家族の話を絡めて話してもらうのが有効であると思われる。ライフプラン（結婚等）とキャリアプランを一体で考えることで、自分事として捉えやすくなる。

○篠原委員

若者にとって「ロールモデルの少なさ」が、将来のライフデザインをイメージしにくい原因になっている。私の専門であるキャリア理論でも「モデリング（誰かの生き方を参考にすること）」は非常に重要である。

地方では、親・先生・近所の大人くらいしか身近なロールモデルがいないため、「親と同じ生き方をしなければいけないのか」と選択肢が狭まり、自分らしいライフデザインが描きにくくなっている。職種だけでなく、様々な大人の「暮らしの部分や人生観」に触れる機会を若いうちに多く持つことが大事である。

県取組として、小学生段階では地域の方の多様な生き方を知る講演の機会、中高生段階では大人と10代の「対話・ワークショップの場」を事業として設けると、良いきっかけになると思う。

●石井部会長

小学校、中学校、高校へ配布している「ライフプランニング学習副読本」は、ただ配って終わるのではなく、モデリング効果のある講演や対話の場と組み合わせて環境設計をすることで、自分のイメージがより鮮明に湧く良い機会になると思う。

○篠原委員

もし授業等で大人と学生が対話する場を設ける際は、しっかりとしたファシリテーターを入れて、心理的安全性のある環境下で行うことが非常に重要である。

5. その他の提言・全体意見

○篠原委員

移住者を増やすためには、そもそも「県民一人ひとりが、自分の住む地域の良いところについて熱を持って語れるようになること」が重要だと感じている。私自身、県外に出てから、秋田の良さを言語化する機会がそれまで少なかったことに気付いた。

新たな事業でなくとも、既存のイベント等を通じて、県民が潜在的に感じている「秋田の良さ」をアウトプットして言語化できるような機会を作ることが、結果としてPR力向上につながるのではないだろうか。

○勝又委員

資料にあった「子育て満足度アンケート」を確認した。秋田にとって子育て環境は最大の武器でありPRポイントである。母親たちが生き生きと自信を持って暮らせる環境があれば、自然と「移住しておいでよ」という声につながる。

アンケートを見ると、支援制度が足りないということ以上に、「必要な人に情報が届いていない」という課題を感じた。また、車社会特有の「こどもの送迎にかかる時間の負担」や、急な呼び出し時の預け先の不足など、小さな困りごとを解決する支援を整えることが、移住定住施策とも強い結びつきを持つのだと改めて感じた。

●石井部会長

県のKPIである「0歳～14歳の人口を増やす」という文脈において、「不妊治療支援」を背景・提言に追加すべきと考えている。こどもが欲しいけれども授かれず、経済的理由等から治療に踏み切れないという方が多くいる。そうした悩みや課題に対して県がサポートする姿勢を示すことが大切だと思うので、後ほど案を提出する。

6. 閉会