

こおりやま広域圏チャレンジ「新発想」研究塾 2022

都会じゃないと働けないって誰が言った？
～ふるさとで働こうキャンペーン～

1班

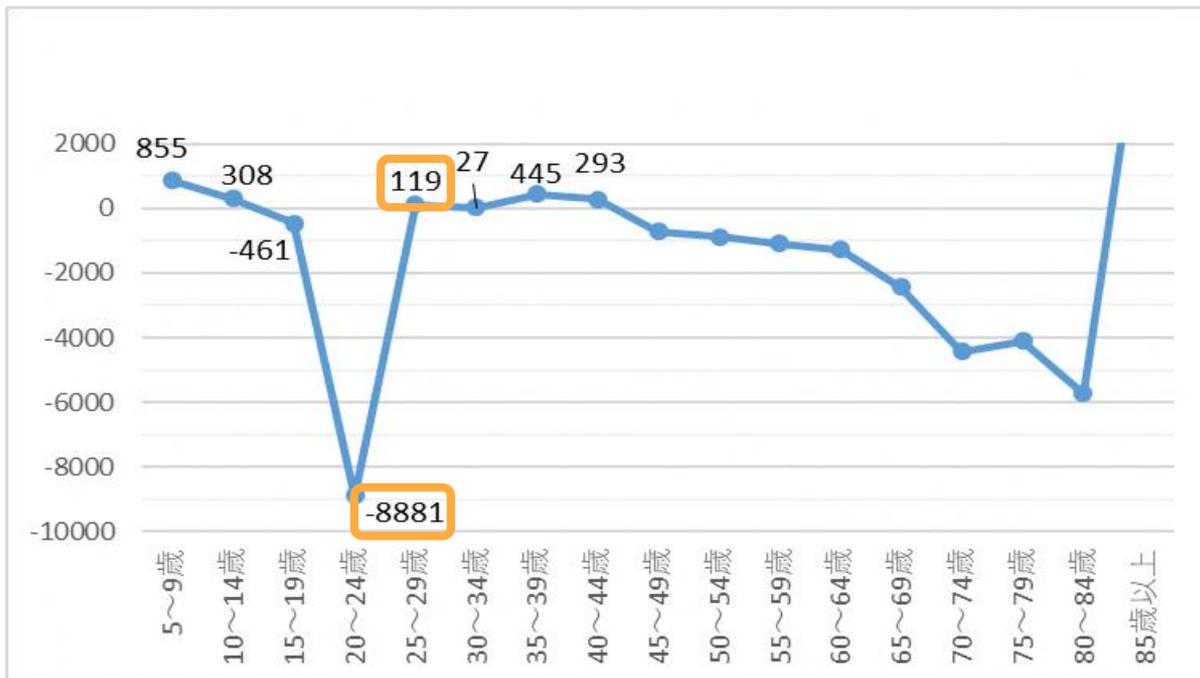
【大玉村】辻本 友也
【田村市】佐藤 隼斗
【須賀川市】皆川 陽奈
【二本松市】野地 和希
【本宮市】安齋 由麻
【猪苗代町】加藤 律樹

Agenda

1. こおりやま広域圏の現状と課題
2. 解決手法の提案
3. まとめ
4. 富山市視察の様子

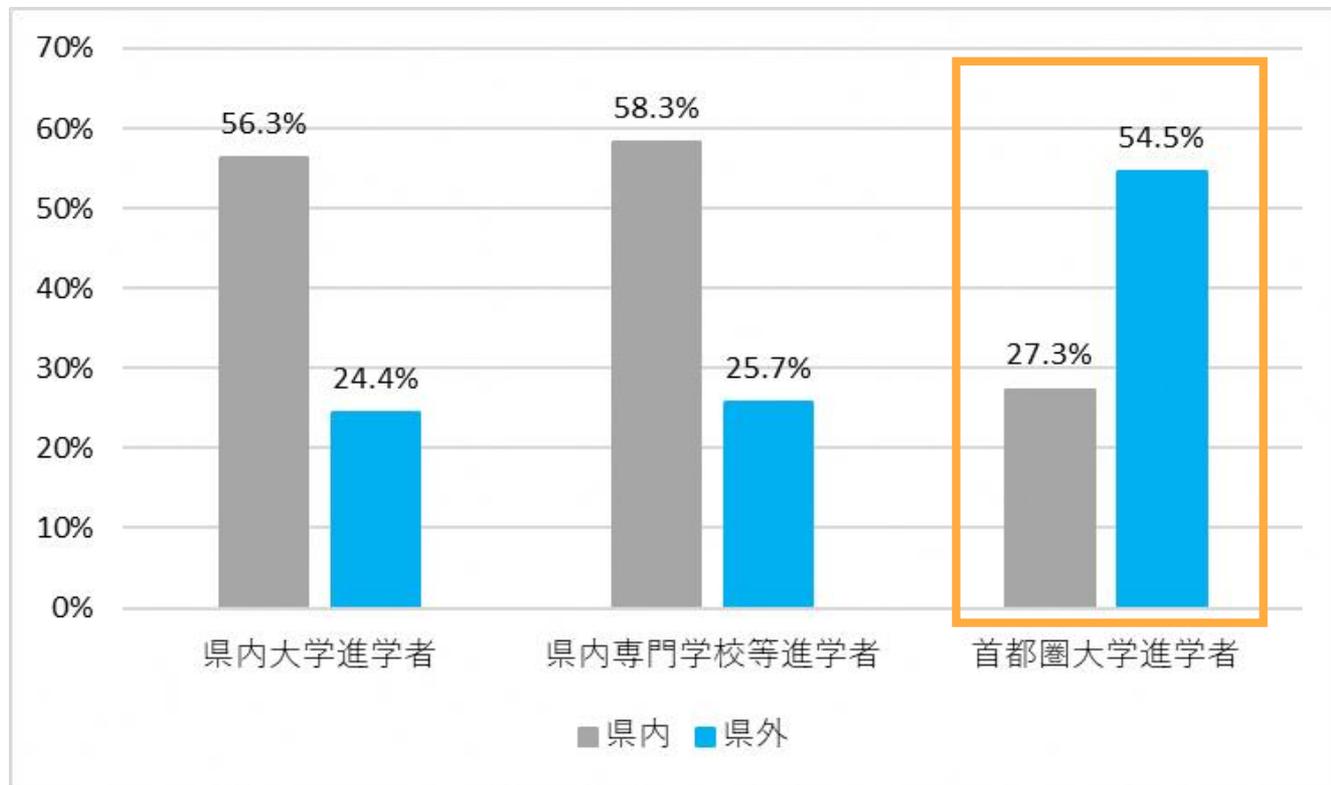
現状

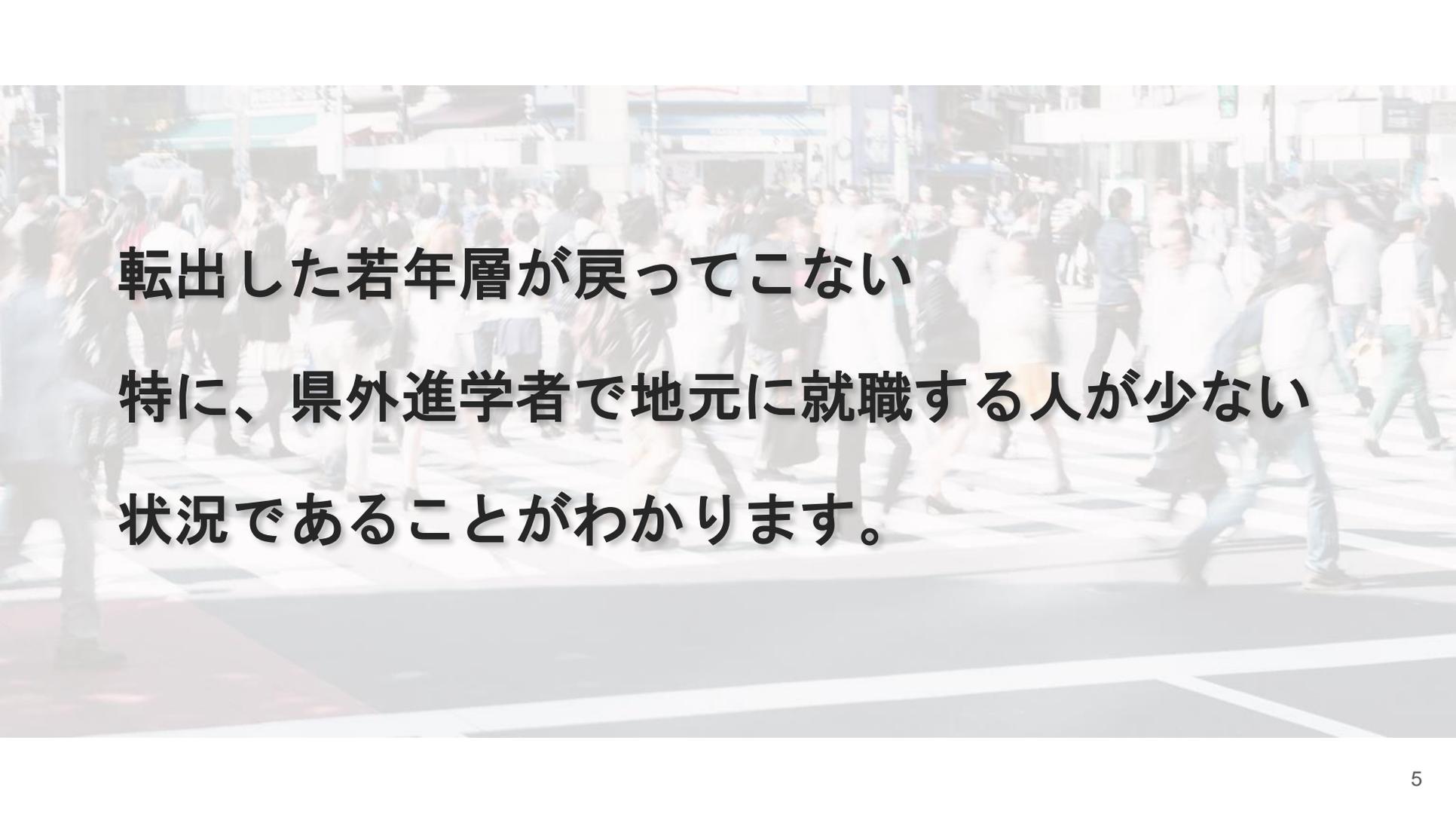
世代ごとの人口増減(こおりやま広域圏)



- ・ 20～24歳で急激に人口が減少しており、就学・就業が原因と考えられます。
- ・ 25～29歳で転出と転入が同等に戻り、その後ゆるやかに減少します。

県内出身者の就職希望先

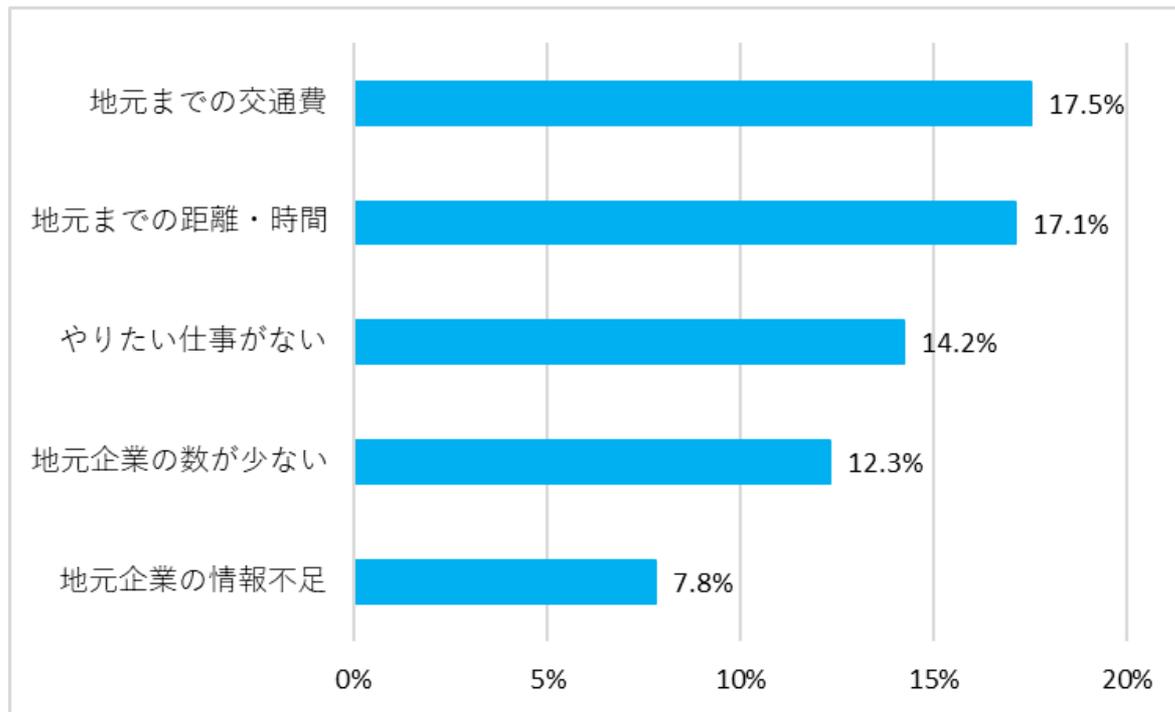




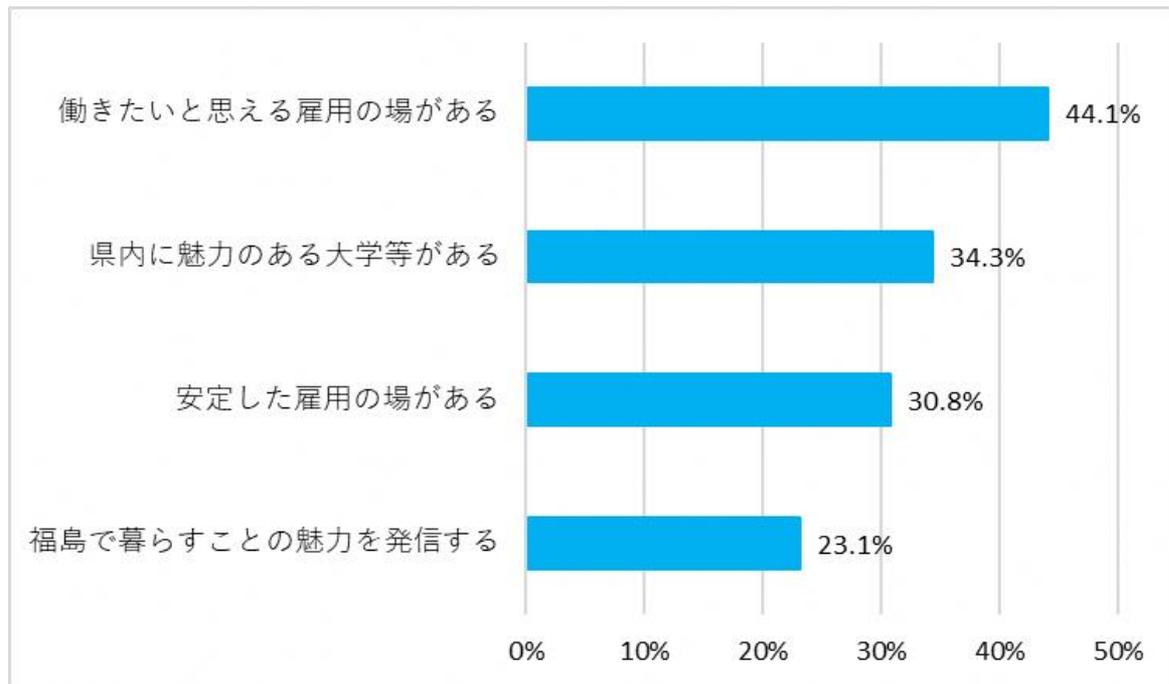
**転出した若年層が戻ってこない
特に、県外進学者で地元就職する人が少ない
状況であることがわかります。**

課題

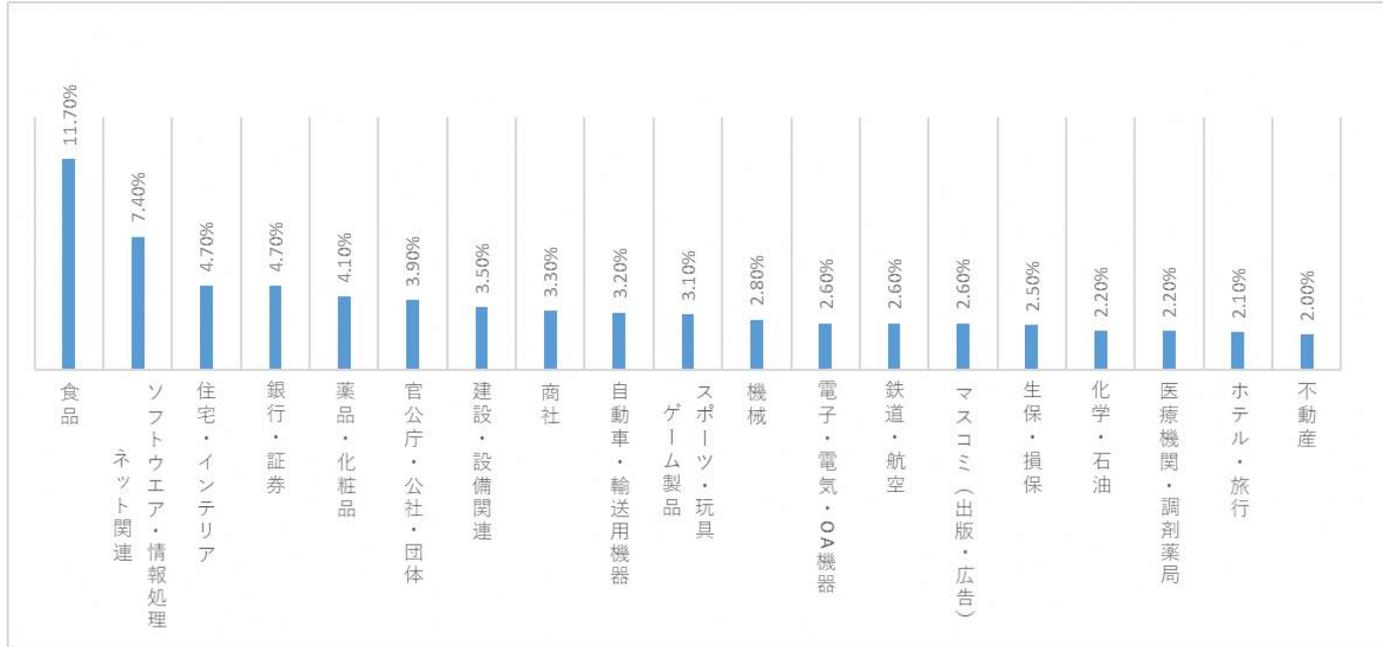
地元企業への就職活動にて最も課題に感じていることは？



地元に戻るために必要な環境・条件は？

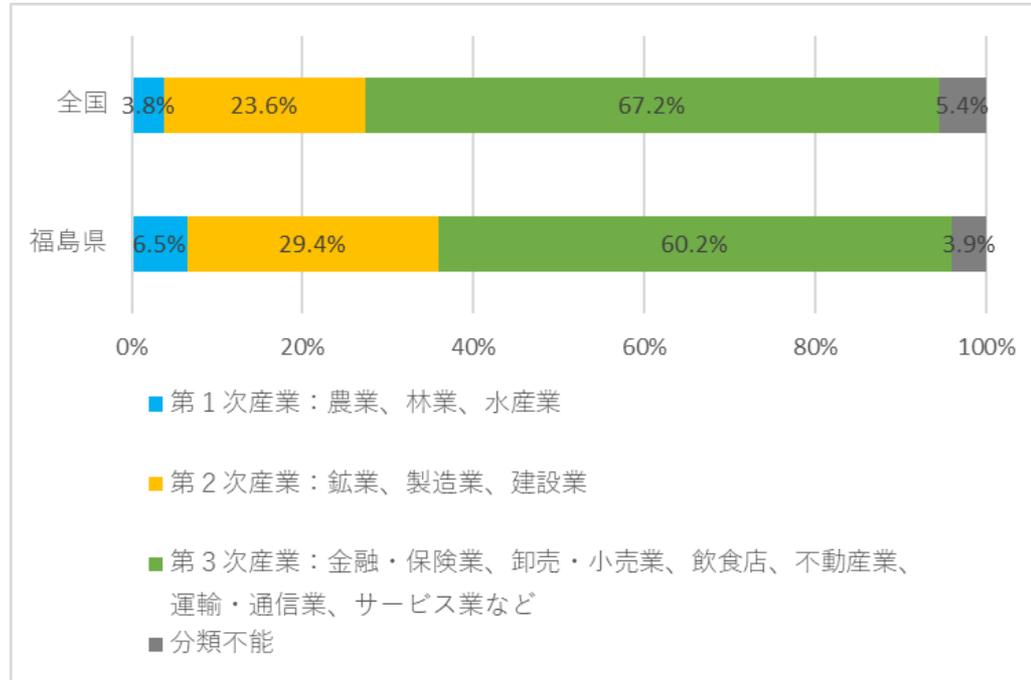


大学生の志望職種



第3次産業の就業を希望する割合が高くなっています。

産業別割合



福島県内は、全国に比べ第1次、第2次産業の割合が多くなっています。

→若者が希望する業種とのミスマッチが起きています。

以上の調査結果より

若者は、自分がやりたい仕事が
地元ではできないと思っている

若者は、地元には働きたいと思える
企業がないという意識を持っている

魅力的な企業はあれど企業の
情報が若者に伝わっていない

そもそも若者の就きたい業種の
仕事が少ない

雇用

創業

中小企業の情報発信・新規業種の参入が見込まれる創業への支援

解決手法の提案(雇用)

雇用

×

遊び

求職者の課題

- 1 距離、金銭の物理的負担
- 2 都会に出た若者の関心が地元企業に向いていない
- 3 地元の企業情報を簡単に取得できる状況にない

企業の課題

- 1 情報発信までそもそも手が回っていない
(金銭・人員の負担含む)
- 2 効果的な情報発信手段が使えていない
- 3 若者の欲しい情報がうまく発信できていない

こおりやま広域圏の企業合同のユニークな「就活イベント」を首都圏で開催

- 1 人狼合同説明会
- 2 こおりやまの虎
- 3 逆合同説明会

人狼合同説明会

大阪のITベンチャーで実際に取り入れられている合同説明会の形式。
説明会開催時に、求職者と社員が人狼ゲームで遊ぶというもの。
本性の見え隠れするゲームを行うことで、お互いの理解が深まる。



ABEMA news / #アベヒル 秘策は「人狼ゲーム」合説で引き出す「素の姿」

全国どこからも参加出来る!! 企業と学生との距離が一番近い!!

頑張れ!! 就活生!!

対象 2022年度 卒業予定者 日本一就活生を応援する 2023年度 卒業予定者 とにかく楽しい合説

合説なのに Amazonギフト券 1,000円プレゼント!!

トラストリング

自社で取り入れていた「人狼説明会」が好評だったため 今年から他の企業も募集し「人狼合説」を開始

こおりやまの虎

企業5社に対し、1人の求職者が面接する。地方でも高待遇な企業があることをアピールする為のイベント。求職者はスキル、経歴等をPRして内定を目指し、企業側はハイクラスな人材確保を目指す。

撮影等も入れて
エンターテインメントに



「マネーの虎」をオマージュした就活イベント

逆合同説明会

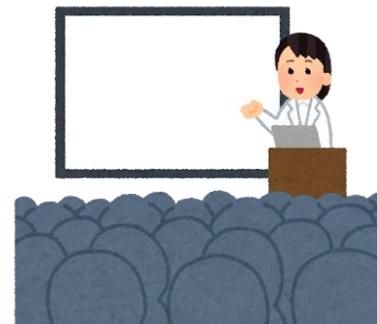
学生がパネル発表や自己PR、求めている働き方についてプレゼンを行い、それに対して企業がどう応えることができるかなど、学生のモチベーションに合った仕事紹介を行う。



こおりやま広域圏の
中小企業

私は〇〇な人間で、〇〇の
仕事をしたいです！

うちは〇〇な仕事をしていて、
あなたの〇〇というニーズに応
えられます！



Iターン・Uターンを
希望する学生

効果

- 1 行政主催のイベントのため中小企業の採用の金銭的負担が軽減
- 2 首都圏開催のため、求職者に交通費負担が無い
- 3 話題性の創出による情報拡散
- 4 今までにない就活体験による、広域圏の企業イメージの転換

解決手法の提案(創業)

創業

×

インターン

創業支援・創業土壌を作ることのメリット

雇用の場の創出

自分の希望に合った
職場がなくても、自分
で作るという選択肢

→自由な雇用の創出
(開業時点で平均3~4
人の雇用がある)

若者が就職したい
企業の創出の機会

新陳代謝の促進

新しい企業の参入による
競争の発生と競争に
敗れた企業の退出

地域産業・経済の強化

新たな商品サービスの供給

新規企業が新しいサービスを
供給・イノベーションの発生

利便性の向上により
若者が戻りやすい街に

広域圏の現状

- 1 県外転出の若者のUターンが少ない→若者の減少
- 2 若者の就きたい業種と広域圏内に多い業種の不マッチ
- 3 開業率・廃業率が全国平均を下回る

創業者の課題

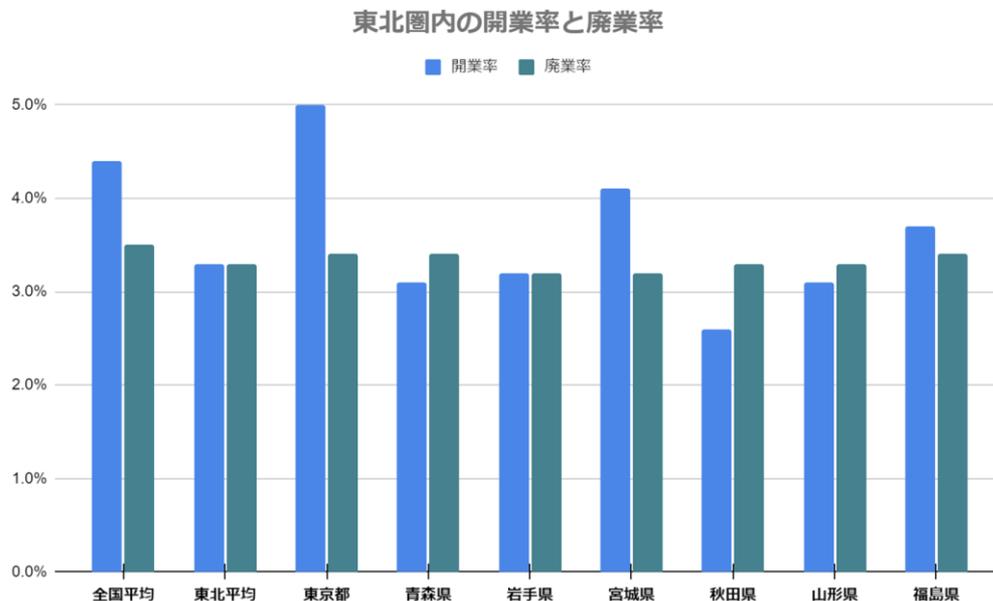
- 1 金銭の負担
- 2 心理的な負担
- 3 技術的な不安

個人事業主の課題

- 1 人手不足（≡人件費の不足）
- 2 他事業者等との交流したい

起業・創業の動向

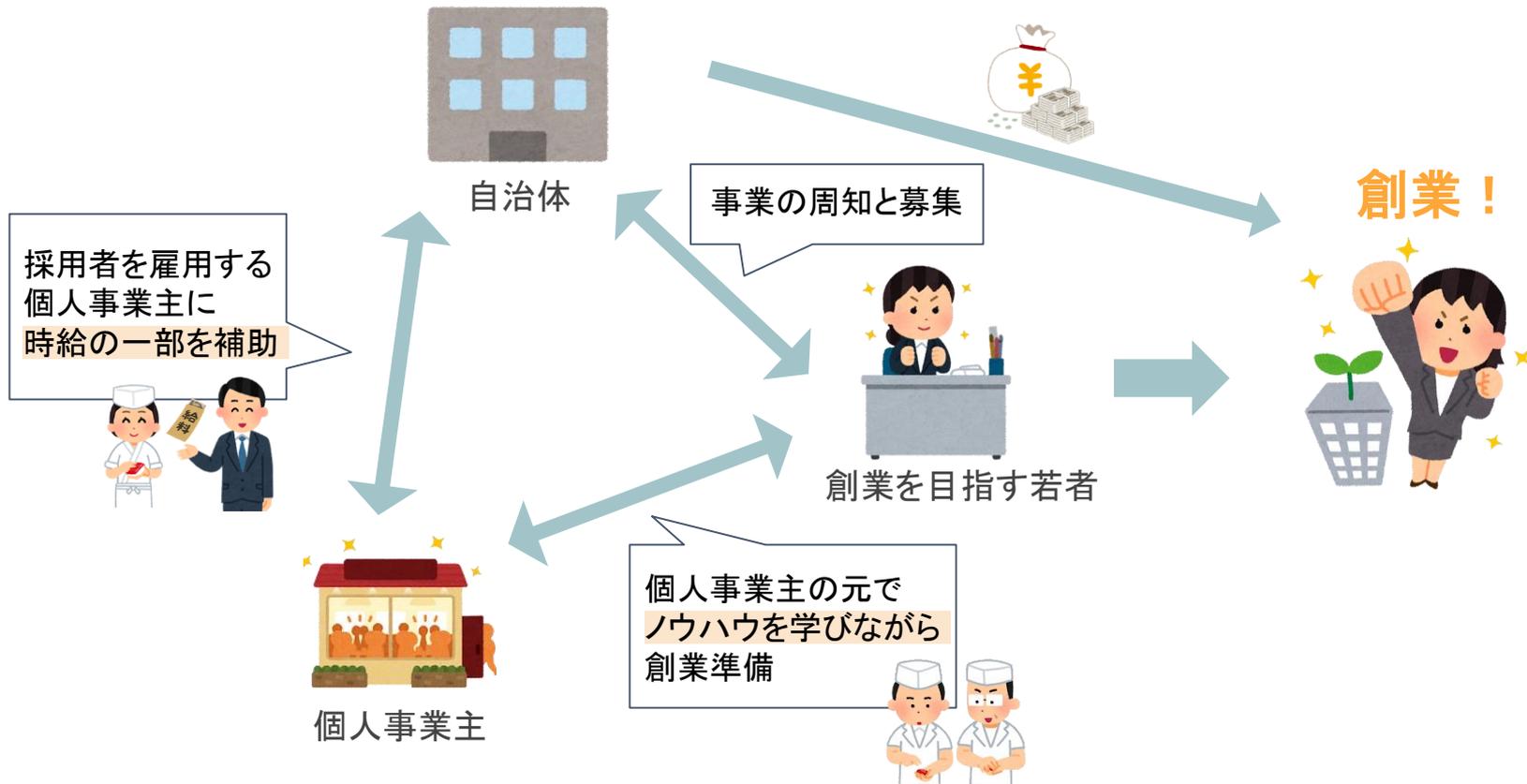
	開業率	廃業率
全国平均	4.4%	3.5%
東北平均	3.3%	3.3%
東京都	5.0%	3.4%
青森県	3.1%	3.4%
秋田県	2.6%	3.3%
岩手県	3.2%	3.2%
山形県	3.1%	3.3%
宮城県	4.1%	3.2%
福島県	3.7%	3.4%



全国平均から見ると、開業率と廃業率が低い水準にあります。

創業インターン

いきなり創業する前に、有償インターンのような形で個人事業主のもとで事業の進め方や、人脈の形成などを学びながら創業の準備をすることができる。個人事業主に対しては人件費の補助を、最後まで継続し、創業まで行った方には創業祝い金を支給する。



スタート前3か月

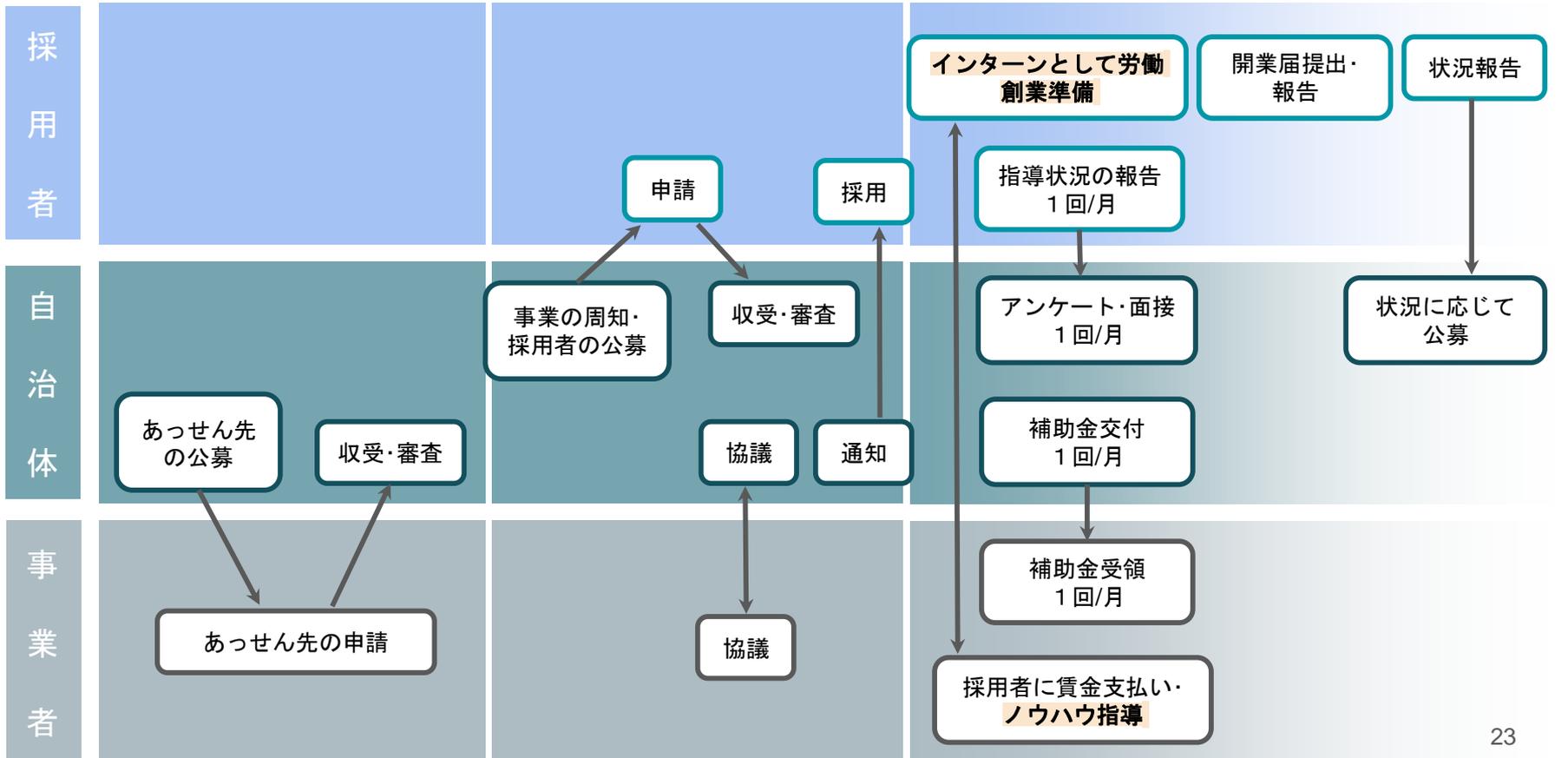
2か月

1か月

6か月

3か月

半年後
1年後



効果

- ◆ 個人事業主の採用の金銭的負担の軽減
- ◆ 創業者の金銭的負担の軽減
- ◆ 個人事業主と創業者の交流や、将来的なコネクションの造成
- ◆ 創業に対するハードルが下がる

事業の周知方法

誰ひとり取り残さないことを目標に、幅広い周知を行います。

SNS広告

YouTube、Instagramなどを使用
ショート動画で気軽に視聴でき、
情報が入る仕組みを作る



雇 創

県外大学への案内

県外の大学に案内を送付し、
県外の学生の目を広域圏の
企業に向けてもらう



雇

モバイルバッテリー広告

大学にモバイルバッテリーを設置し、本体にイベント
の広告を表示する。また、借りる際の
費用を無償にする代わりに、
CM広告を見てもらうなど、
学生の目に入る工夫を図る



雇 創

就活生の保護者へ周知

就活生の保護者に事業の周知を
行い、保護者から子供(就活生)
へ情報が行き渡るようにする



雇

目標

目標1

Iターン・Uターン者の増加

目標2

開業率を5%に向上

目標3

若者が戻りたくなるまちづくり



若者が輝けるこおりやま広域圏へ

～視察～ in 富山県 2022.11.10-11

①富山県創業支援センター SCOP TOYAMA



👉 大半が空き家棟になっていた県職員住宅を利活用した創業支援施設



👉 チャレンジショップ視察の様子

👉 会議室視察の様子



②富山市役所 都市計画課



富山市役所展望台から見た富山市の風景
立山連峰が見えることが市民にとって至福

富山市中心部で路面電車が市内の回遊性の強化や利便性の促進、コンパクトなまちづくり



③ヤングジョブとやま

就職に関する相談から
職業選択など、就職支援の
ワンストップサービスセンター

44歳までの若者の就職活動
の支援を目的に、キャリア
相談や就職応援セミナー、
合同企業説明会等を実施





視察にご協力いただきました皆様ありがとうございました