

企画調整局地方創生推進室

北九州市まち・ひと・しごと創生推進協議会 分科会について

【目 的】

第2期北九州市まち・ひと・しごと創生総合戦略策定に向け、これまでの本市の地方創生の取組の成果や課題を整理し、今後の方向性について有識者から幅広い意見を取り入れるため、北九州市まち・ひと・しごと創生推進協議会のもとに、「まち」「ひと」「しごと」のテーマ毎に分科会を設置し、議論を深めるもの。

【メンバー】

北九州市まち・ひと・しごと創生推進協議会構成員

【テーマ】

第1回

- <ま ち> 魅力あるまちづくり
- <ひ と> 若者の地元定着、外国人との共生について
- <しごと> 若者や女性に選ばれる企業とは

第2回

第2期北九州市まち・ひと・しごと創生総合戦略骨子案について

【実施スケジュール】

- | | |
|----------------|----------|
| 8月22日・27日・28日 | 第1回分科会開催 |
| 10月24日・30日・31日 | 第2回分科会開催 |

分科会（全2回）における主な意見

総合戦略全体に関すること

<基本方針・基本的方向について>

- 人口の動態に一喜一憂するのではなく、まちの質にシフトチェンジするべきではないか。
- 全体的に総花的に感じる。取捨選択し、何をセンターピンと位置付けるのか、優先順位をつけるべきと感じる。また、都市ブランドの明確化も必要。

<基本目標・KPIについて>

- KPIの項目自体にはこだわりすぎない方がいい。質も大事である。総合的に見ていけばいい。最も大事なのは市民の意識や熱量が向上すること。
- 市民アンケートを指標にすることはいいと思う。

<SDGsについて>

- 地方創生に向け、産業振興のほか、インバウンド、ラグビーや音楽・ファッションイベントを通じた街の賑わい、安全・安心なまちづくりなど、様々な取組を進める必要があり、その結果がSDGsにつながる。
- SDGsの認知度や意義を理解している人が少ない。市民の生活に直結してないことも認知度が低い要因ではないか。市が目指すことや何をしたいのかを明確にする必要がある。
- 一人一人の普段通りの活動がSDGsにつながっているが、その活動が「何を目指しているのか」を意識することが大切。単に道徳的なものだけでなく、ビジネスと結びつけることが大事。
- SDGsは、一つの基本目標の中に留まるものではなく、総合戦略の全体を下支えするようなものではないか。

<その他>

- 今後の産業ではIT系と他業種の掛け合わせで、新たな価値が創造されていく。この分科会の場にIT企業のメンバーや若者を参加させてはどうか。

【基本目標】

I 北九州市に魅力あるしごとをつくり、安心して働けるようにする

- 若者の定着に向けて、仕事でのやりがいや将来の可能性などを示すことや企業自体の成長が必要ではないか。
- どのような産業を集積させていくのかということも重要。
- 中小企業のIoT・IT化のサポートをする必要がある。
- 企業誘致だけでなく、今、北九州にいる企業に留まってもらうようにすることも大切。
- 学生と地元企業・中小企業とのマッチング支援が必要。
- 教育と研究の両方で大学と地元企業が連携していくことが大事。
- 離職率が低い、人を採用できている会社というのは、ワークライフバランスがしっかりしていたり、会社を休ませて資格を取らせているなどサポート体制が充実している。
- 大学生と企業のマッチングがうまくいけば、地元就職者数はもう少し上がるはず。地道に時間をかけてやっていく必要がある。工業高校も同様。
- 地元就職には中小企業の給料をいかに上げるかが大事。そのためにはサービス業の生産性向上、規模の拡大等が必要となるだろう。
- 女性が求める職業の視点や製造業であっても女性が働きやすい環境の視点を「しごと」のキーワードに入れた方がいいのではないか。

【基本目標】

Ⅱ 北九州市への新しいひとの流れをつくる

- 本社機能の移転、企業誘致を進める必要がある。
- 今後は、第二次産業と第三次産業の境がなくなってくる。新たな産業構造を見据え、企業誘致を進めるべき。
- 外国人労働者を単なる労働力として捉えるのではなく、一緒に日本を盛り上げるパートナーとして、受け入れるべきではないか。
- 外国人を地域全体で見守る必要がある。
- 北九州市に帰ってきたいと思うような人材をつくっていく必要がある。
- 外国人労働者と企業とのマッチング支援が必要。
- 中・高生にビジネスを学ぶ場があればいいのではないか。
- ソフトウェアなどIT企業の誘致の加速と、市内企業への存続のインセンティブ付与を検討すべきではないか。
- 関係人口の視点は大切。市内大学の卒業生は全国各地におり、その方々に北九州市が応援していることが伝われば、将来的なU・Iターン就職にもつながるだろう。
- 企業誘致について、大企業等の誘致はなかなか難しい。スタートアップに目を向けて、ベンチャー企業誘致をより推進してはどうか。

【基本目標】

Ⅲ 女性の活躍を推進し、若い世代の結婚・出産・子育ての希望をかなえる

- 地域で若い人たちをサポートする体制や安心して地域で暮らせる環境づくりが必要。
- 子育て中の女性がスキルアップできる仕組みづくりが必要ではないか。
- 働く女性のサポートが充実していることについて、よりアピールしてもらいたい。
- 子育てしながら働ける環境づくりが必要。
- テレワークを推進するといいいのではないか。
- リケ女（理系の女性）を増やす取組や支援が必要ではないか。
- いい人材がいれば、企業は集まってくる。特に子育て後の女性を教育する環境を整備し、企業が集まるまちづくりを進めることが大切。
- シニア世代が自分たちのことばかりでなく、若い世代を思いやり、いかに関わりを深めていくかを考えることが大切。

【基本目標】

IV 時代に合った魅力的な住みよいまちをつくる

- 「若い世代が住みたいまち」のアピールが必要ではないか。
- 「住みよいまち」に加え、若い人たちが楽しむ場所、集まるまちをつくる必要があるのではないか。
- 「住みたいまち」「住みやすいまち」にしていくことが必要。
- イベントを一過性にせず、コト消費をさらに活性化した方がいいのではないか。
- 商店街を若い世代につなげる施策が必要ではないか。
- イベントを継続的に実施することで、魅力を定着させていくことが必要ではないか。
- 「市内の居住者」と「外からの観光客」で切り分けて、施策を考える必要がある。
- 北九州は周辺地域も含めると200万人規模の商圈であり、大変魅力のあるまちである。
- 集客には人が欲しているものを見定め、まちとして何を売りにしていくか、いかに特徴を出していくかが大事。
- 自分のまちに誇りを持つ市民の割合が低いという話で、外にアピールする魅力が総花的で「これ」といった端的なイメージが少ないのが要因ではないか。ポイントを絞ったブランディングが大事。
- 市内で様々なイベントが開催されているのに認知度が低い。SNSやTV、インフルエンサーなど各種媒体を活用し、情報発信をさらに強化してほしい。