

中国地域からの女性流出の現状と
状況改善に向けた対応方策調査

報 告 書

2025（令和 7）年 3 月

公益財団法人 中国地域創造研究センター

巻 頭 言

日本創成会議が 896 自治体の消滅可能性を指摘した「増田レポート」が発表されたのが 2014 年 5 月。「消滅可能性」という強い言葉に多くの自治体は反発しながらも、足もとで減少していく地域の人口を維持・増加させようと、少子化対策や雇用促進、また移住政策などに取り組んできた。それから 10 年が経った 2024 年 4 月、人口戦略会議によって、新たな増田レポートとも呼ばれる「地方自治体『持続可能性』分析レポート」*1 が公表された。

今回の分析では、子どもを生み出す主体としての若年女性（20～39 歳）人口について、「自然減（出生数の低下）」と「社会減（域外流出の増加）」の両面からの分析が行われた。その結果、若年女性人口の減少率が 2020 年から 2050 年までの間に 50%以上となることが見込まれる 744 の自治体が「消滅可能性自治体」と位置づけられた。中国地域 5 県の状況を見ると、「消滅可能性自治体」とされた市町村の割合が多い順に、鳥取県 42.1%、山口県 42.1%、岡山県 37.0%、広島県 26.1%、そして島根県 21.1%となっている。

このレポートを受けて、多くの自治体において「地域からの女性流出を抑制する方策」を探るという命題が掲げられることとなった。これまで注力してきた地域内の出生率を高めることに加えて、地域内に若い女性をとどめようという動きである。これには、出生率の低下が引き起こす人口減少や小家族化という問題に加えて、今まさに加速している地域内における労働力不足への危機感の高まりを見て取ることができる。

しかし、まず本プロジェクトを進めるにあたって、重要な方針として定めたのは、子どもを産むと想定される女性を地域外に出さないための方法を考えるのではなく、あくまでも「女性に選ばれる地域になるためには何が必要か」という問題意識において考察を進めるということである。つまり、出生率の上昇や労働力を補うための手段として女性を捉えるのではなく、女性や若者が都市部に流出する傾向がなぜ続くのかという理由を明らかにすることで、中国地域が提供しうる魅力との比較や、女性や若者が幸せに暮らせる地域となるための方策を探ることを目的とした。

その上で、大きく 3 つのプロセスを踏んだ。はじめに、中国地域 5 県を出身地とする若年女性がどのように居住地を移動しているのかという現状や傾向について、データや先行研究を読み解くことによって把握した。次に、人口移動についての有識者や先行して対策をとっている自治体へのインタビュー調査により、若年女性が地方都市を離れる要因やそれに対して有効だと思われる対策についての情報を収集した。そして、本プロジェクトの独自調査として、中国地域 5 県出身の女性（18 歳～49 歳）を対象とした居住地選択についての大規模 Web 調査を実施した。調査の目的は、女性たちの移動特性と居住地選択意識を把握することである。先行研究等において「女性に選ばれる地域」として重要だとされてきた要因が、中国地域 5 県を出身地とする女性にとっても有効であるかどうかについて検討し、中国地域

出身女性に選ばれる地域になるために有効な方策を提示した。

方策を検討するにあたっては、上記の量的調査に加えて、複数回の座談会による質的調査も実施した。また、中国地域の107の自治体に対してのアンケート調査も行い、それぞれの地域における対策状況についても考察に加えた。

長年にわたる少子化対策の結果をみても明白のように、結婚や出産、職業や居住地の選択について、人の行動に必ず影響を与えることができるという「明確な答え」は存在しない。そこには、「それらしい仮説」が存在するだけである。しかし、その仮説が誰かにとっての真実であることもまた事実である。そうした「誰か」の声を拾い上げ、ひとりでも多くの女性が幸せを感じながら暮らすことができる中国地域にしようと努力をすることが、女性だけでなく誰にとっても暮らしやすい、そして持続可能な地域になることを可能にする。本報告書では、最終的に、行政や企業、家族や地域、学校など、さまざまなプレイヤーにとっての行動変容の必要性と方策を可能な限り具体的に提示した。危機感を感じつつも何もしないのか、危機感があるから一步を踏み出すのか。地域の未来がみずからの手にかかっていると思えるプレイヤーが地域内により多い地域こそが、これからの「暮らしやすい地域」になり得るのだろう。本報告書がその一助となることを願ってやまない。本プロジェクトの検討対象が中国地域であったため、今回、敢えて県別の分析は行わなかったが、それぞれの地域特性と現状に応じて、本報告書をご活用いただけるものと期待している。

本プロジェクトのテーマは関心が非常に高く、中国地域の行政、企業、教育研究機関などからの、多くのメンバーで構成される委員会において複数回にわたり熱心な議論をいただいた。地域を思う皆さまの危機感と熱い思いに、何度も鼓舞されたと同時に、そこでの貴重なご意見を可能な限り報告書に反映させていただいた。また、ヒアリング調査においてご対応いただいた有識者や自治体の皆さまをはじめ、Web調査や座談会にご協力をいただいた中国地域出身の女性の皆さまに対して、心よりの感謝を申し上げたい。最後に、難しいながらも取り組むべき重要なテーマとして、本プロジェクトを企画された公益財団法人中国地域創造研究センターの皆さま、多岐にわたる調査と膨大なデータ分析、ならびにまとめを担当された一般財団法人山口経済研究所の皆さまにも深く感謝したい。

*1 https://www.hit-north.or.jp/cms/wp-content/uploads/2024/04/01_report-1.pdf

2025（令和7）年3月

「中国地域からの女性流出の現状と状況改善に向けた対応方策調査」委員会

委員長 鍋山 祥子

「中国地域からの女性流出の現状と状況改善に向けた対応方策調査」
調査委員会名簿

（組織名 50 音順、敬称略）

区分	組織名	所属・役職等	氏名
委員長	国立大学法人山口大学	ダイバーシティ推進担当副学長 経済学部 教授	鍋山 祥子
副委員長	広島県公立大学法人叡啓大学	ソーシャルシステムデザイン学部 教授	早田 吉伸
委 員	経済産業省中国経済産業局	総務企画部 企画調査課 係長	園 晃典
委 員	庄原市	企画振興部 いちばんづくり課 課長	足羽 幸宏
委 員	株式会社ソルコム	みらいビジネス営業本部 みらいビジネス推進部	生駒 大
委 員	一般社団法人 中国経済連合会	常務理事	宮地 宏
委 員	一般社団法人中国地域ニュービジネス協議会	参与	高橋 昭彦
委 員	中国電力株式会社	地域共創本部 地域経済グループ マネージャー	津森 彰
委 員	株式会社中国放送	地域連携室	開 大輔
委 員	鳥取県	輝く鳥取創造本部 とっとり暮らし推進局 人口減少社会対策課 課長補佐（総括）	大谷 武彦
委 員	東広島市	総務部 政策推進監 総合政策担当マネージャー	谷川 浩樹
委 員	広島ガス株式会社	技術研究所 係長	門田 佳世
委 員	株式会社ひろぎんホールディングス	サステナビリティ統括部 DE&I 統括室 マネージャー	向井 亜希
委 員	広島市	企画総務局 政策企画部 政策企画課長	戸政 佳昭
委 員	広島電鉄株式会社	人材管理本部 人事部 人事課 係長	甲斐 小百合
委 員	福山市	企画財政局 企画政策部 企画政策課長	中山 雅之
委 員	府中市	総務部 経営戦略担当部長	宇野 貴人
委 員	丸紅株式会社	中国支社 支社長代理	菊池 聡
委 員	三井物産株式会社	中国支社 業務室	岡野 直美
委 員	山口県	総合企画部 中山間地域づくり推進課 やまぐち暮らし創造班 主幹	神田 直子
委 員	国立大学法人山口大学	地域未来創生センター/大学研究推進機構 産学公 連携・研究推進センター 准教授	林 里織
事務局	公益財団法人中国地域創造研究センター	専務理事	大井 博文
事務局	公益財団法人中国地域創造研究センター	理事 事務局長	福澄 博道
事務局	公益財団法人中国地域創造研究センター	理事 調査・研究部長	濱本 清孝
事務局	公益財団法人中国地域創造研究センター	調査・研究部 調査企画グループ長	浅野 拓治
シンクタンク	一般財団法人山口経済研究所	調査研究部長	能野 昌剛
シンクタンク	一般財団法人山口経済研究所	調査研究副部長	林 一夫
シンクタンク	一般財団法人山口経済研究所	調査研究係長	安岡 和政

目 次

1. 調査の概要	1
1. 1. 調査目的	1
1. 2. 調査フロー	2
2. 女性流出の現状	3
2. 1. 調査実施にあたっての問題意識	3
2. 2. 中国地域における女性の人口動態	5
2. 2. 1. 中国5県の総合戦略の社会動態数値目標と実態のギャップ	5
2. 2. 2. 人口減少（自然増減・社会増減）の状況	7
2. 2. 3. 年代別の流出状況	10
2. 2. 4. 人口の移動先（15歳～49歳の女性）	11
2. 2. 5. 人口の移動先（20歳～24歳の女性）	13
2. 3. 先行調査に基づく、女性が流出する要因	14
2. 3. 1. 地方から移動する理由	14
2. 3. 2. 年収・賃金格差の問題	16
2. 3. 3. ジェンダーギャップ	17
2. 4. 先行調査に基づく、東京が選ばれる要因	19
2. 4. 1. 高卒時に東京を選ぶ理由	19
2. 4. 2. 就職時に東京を選ぶ理由	20
2. 5. 先行調査に基づく、Uターン促進策を考える視点	21
2. 5. 1. 出身地への愛着・地元企業の認知度	21
2. 5. 2. 大都市圏に進学した学生が地元に戻る可能性	22
2. 5. 3. 転出者がイメージする転居先	23
2. 5. 4. 移住の実現のために必要な条件	25
2. 6. 先行調査から想定される女性に選ばれない要因の仮説と分析方針	29
2. 6. 1. 仕事	29
2. 6. 2. 進学先	30
2. 6. 3. 生活利便性	30
2. 6. 4. 文化・娯楽・ライフスタイル	31
2. 6. 5. 規範・慣習	31
2. 6. 6. 地域への愛着・地域の認知度	32
3. 有識者ヒアリング調査	33
3. 1. 調査概要	33
3. 2. 調査結果	34

3. 2. 1. (株)Will Lab 代表取締役 小安 美和 氏	34
3. 2. 2. 国立社会保障・人口問題研究所 人口構造研究部 部長 小池 司朗 氏	38
3. 2. 3. (株)日本総合研究所 調査部 上席主任研究員 藤波 匠 氏	41
3. 2. 4. (公財)東北活性化研究センター 課長代理 橋本 有子 氏	45
3. 3. ヒアリング調査から得られた知見・示唆（小括）	49
4. 先行自治体ヒアリング調査	56
4. 1. 調査概要	56
4. 2. 調査結果	57
4. 2. 1. 兵庫県豊岡市	57
4. 2. 2. 岐阜県各務原市	62
4. 2. 3. 宮城県富谷市	65
4. 2. 4. 山形県東根市	69
4. 2. 5. 福井県福井市	73
4. 3. ヒアリング調査から得られた知見・示唆（小括）	77
5. 中国地域出身女性への Web アンケート調査	81
5. 1. 調査概要	81
5. 2. 調査結果（概要）	82
5. 3. 調査結果（詳細）	83
5. 4. Web アンケート調査から得られた方策の参考となる視点	98
6. 中国地域出身女性による座談会	99
6. 1. 調査概要	99
6. 2. 調査結果（主な意見）	101
6. 2. 1. 当初開催における主な意見	101
6. 2. 2. 追加開催における主な意見	106
6. 3. 座談会結果から得られた方策の参考となる視点	109
7. 中国地域自治体へのアンケート調査	111
7. 1. 調査概要	111
7. 2. 調査結果（概要）	112
7. 3. 自治体アンケート調査結果から得られた方策の参考となる視点	131
8. 中国地域が女性に選ばれる地域となるための方策	132
8. 1. 「中国地域が女性に選ばれない要因候補」に関する検証結果	132
8. 1. 1. 「仕事」に関する要因候補の仮説検証結果	132
8. 1. 2. 「暮らし」に関する要因候補の仮説検証結果	135

8. 1. 3. 「規範・慣習」に関する要因候補の仮説検証結果.....	137
8. 1. 4. 「進学先」に関する要因候補の仮説検証結果.....	139
8. 1. 5. 「地域への愛着・地域の認知度」に関する要因候補の仮説検証結果.....	141
8. 2. 中国地域における女性に選ばれる地域となるための方策.....	143
8. 2. 1. 中国地域が女性に選ばれる地域となる上での課題.....	144
8. 2. 2. 中国地域が女性に選ばれる地域となるための方策.....	145
8. 2. 3. 具体的な取組み（仕事）.....	148
8. 2. 4. 具体的な取組み（暮らし）.....	154
8. 2. 5. 具体的な取組み（進学先）.....	157
8. 2. 6. 具体的な取組み（地域への愛着・地域の認知度）.....	159
8. 2. 7. 具体的な取組み（規範・慣習）.....	162
9. 本調査のおわりに.....	165

1. 調査の概要

1. 1. 調査目的

中国地域においては、毎年多くの若者が域外（特に東京・大阪）に流出しており、とりわけ 10 代～20 代の若者が進学や就職のタイミングなどで多く流出していることが課題となっている。

若者の流出において特徴的なのは、男性よりも女性の流出が多い点である。女性の地域からの流出が子どもの数に影響し、地域の活力・経済に影響を与えているとの指摘も少なくない。

こうした点を勘案すると、中国地域から女性が流出する主要因を把握した上で、中国地域が女性に選ばれるための効果的な取組みを推進することが重要である。

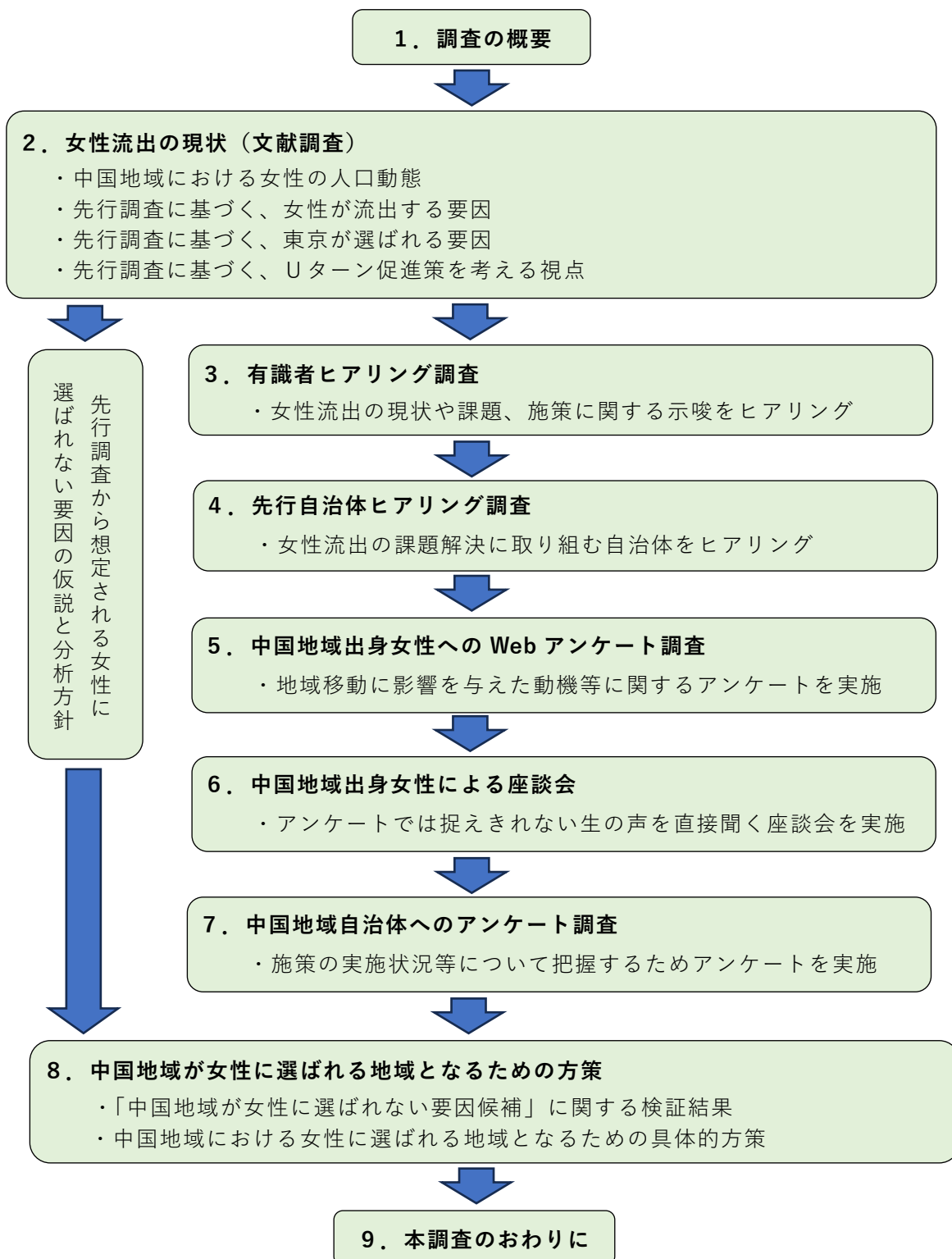
以上を踏まえ、本調査では、文献調査によって中国地域における女性の人口動態や女性流出等の現状を把握する。その結果に基づき、中国地域が女性に選ばれない要因について仮説を設定し、検証のための分析方針を示す。

その上で、有識者や先行自治体へのヒアリング、中国地域出身女性への Web アンケート調査、中国地域出身女性による座談会等を通じて、上記の仮説を検証して女性流出の主要因を明らかにするとともに、中国地域が女性に選ばれる地域となるための具体的方策の提案・取りまとめを行う。

1. 2. 調査フロー

本調査のフロー図（調査事項の流れ）は図表 1. 1 のとおりである。

図表 1. 1 調査フロー図



2. 女性流出の現状

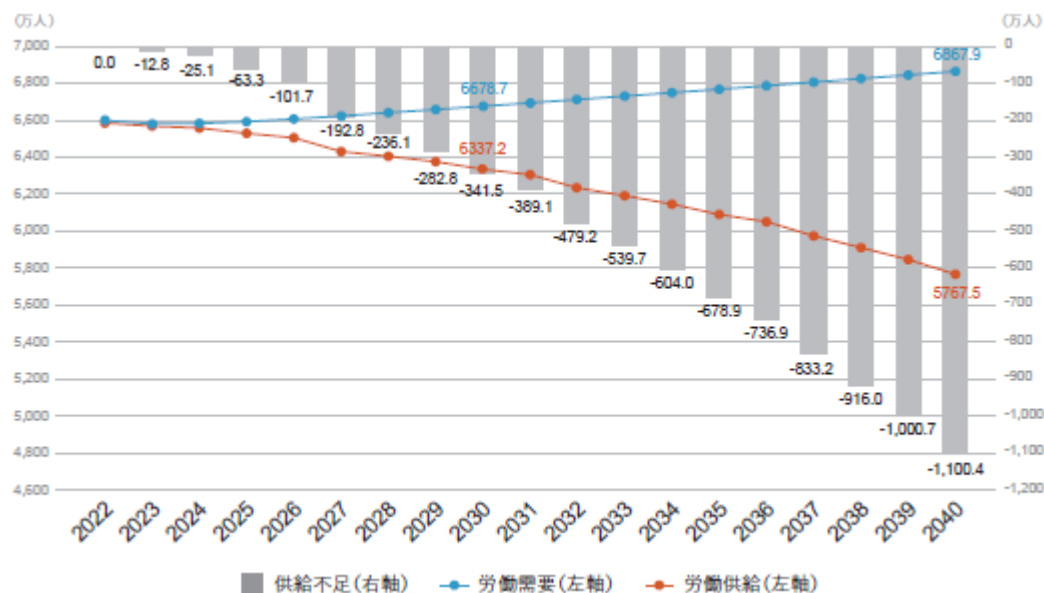
第2章では、冒頭で調査実施にあたっての問題意識を提示した上で、各種文献調査により、中国地域における女性の人口動態や女性流出等の現状について整理する。

2. 1. 調査実施にあたっての問題意識

今回の調査実施にあたり、中国地域が「女性に選ばれる地域」となる必要性に関して、以下の3点の問題意識を整理した。

第1点は、急速に進む人手不足である。リクルートワークス研究所「未来予測 2040 労働供給制約社会がやってくる」によると、日本では高齢化が進む一方で、労働の担い手となる現役世代が減少し、2030年には約341万人、さらに2040年には約1,100万人の労働供給不足が発生するとの試算がなされている。同研究所はこの点について、好景気のために人手が足りないといった一時的な人材不足とは異なり、社会を維持する生活維持サービスの運営に大きく影響を及ぼしかねない、構造的・慢性的な労働供給不足であるとしている。即ち、人手不足は企業経営や経済活動のみならず社会機能にも大きな影響を及ぼすものであり、中国地域の将来を考えると、徹底した機械化やDX（デジタルトランスフォーメーション）等を通じた生産性向上とともに、性別や年齢等によらず多様な人材を活用していくことが不可欠である。

図表2. 1 リクルートワークス研究所による労働需給シミュレーション結果



（資料）リクルートワークス研究所「未来予測 2040 労働供給制約社会がやってくる」

第2点は、産業構造の大きな変化である。一例を挙げると、中国地域でウェイトの高い製造業に関しては、グローバル化やコモディティ化が進み、プロダクトだけ

で勝負すると価格競争に陥ってしまうことから、「iPhone」で知られるアップルのように、サービスで稼いでいく動きが世界的に進展しつつある。中国地域の企業が今後、こうした時流に沿って対応するには、女性に限らず多彩な人材を活用しイノベーションを生み出すことが必要であり、組織の多様性・包摂性を確保すべく、企業の組織風土、ひいては産業全体の変革を進めていくことが重要である。

第3点は、危機感が関係者間で必ずしも共有できているとはいえない点である。中国地域の場合、製造業という厚い産業基盤があるが故に、人口減少や産業構造の変化等への対応が必ずしも進んでいるとはいえず、とりわけ中小企業は、目先の業務に追われ、長期的な視点での取組みが十分でないケースもあると考えられる。しかしながら、このまま手をこまねいていると、事業継続に必要な人材が確保できず、ビジネス面でも先行する企業に遅れを取りかねない。今回の調査は、中国地域が女性に選ばれる地域となることの重要性を全てのステークホルダーが認識し、行動を変えなければ生き残っていけないとの危機感を、健全な形で醸成していく認識を踏まえて実施するものでもある。

2. 2. 中国地域における女性の人口動態

2. 2. 1. 中国 5 県の総合戦略の社会動態数値目標と実態のギャップ

中国 5 県の総合戦略における社会動態数値目標をみると、2030 年までの社会動態均衡を目標としている。

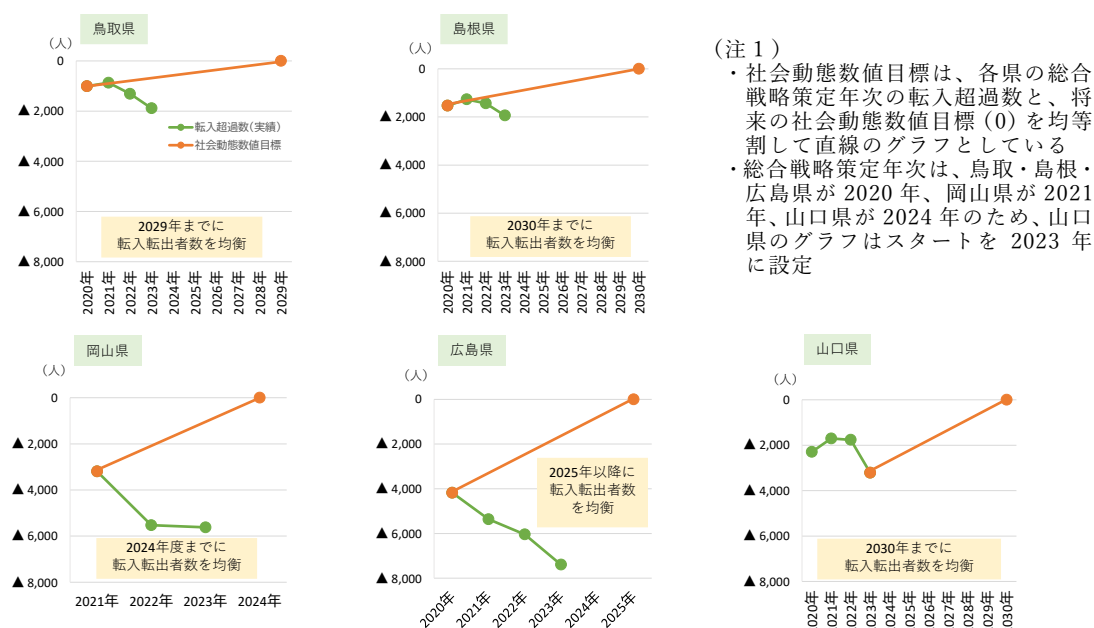
図表 2. 2 中国 5 県の総合戦略における社会動態数値目標

	戦略	政策	目標値
鳥取県	第 2 期鳥取県総合戦略 「鳥取県令和新時代創生戦略」 (2020年3月)	鳥取県の地方創生の目指す姿 (社会減に対する目標)	・ 今後10 年で <u>(2029年までに) 転入転出者数を均衡</u> させる ・ 2029年まで毎年、若年層の転入者数を500 人上乗せる
島根県	島根創生計画 (2020年3月)	数値目標	人口の社会移動 (県外からの転入者数－県外への転出者数) <u>2030年までに均衡</u>
岡山県	第 2 期おかやま創生総合戦略 (2021年3月)	つながりを築き、人を呼び込む郷土岡山をつくる (基本目標)	社会増減数 (外国人含む) 転出超過 (▲1,571人/年) → <u>2024 年度に転入超過</u>
広島県	広島県まち・ひと・しごと創生総合戦略「安心・誇り・挑戦 ひろしまビジョン アクションプラン」 (2020年12月)	人口の将来展望	<u>2025 年以降の社会動態均衡</u> に向けて、若者が希望する仕事や働く場の創出をはじめ、魅力ある高等教育環境の構築、大都市圏からの移住促進など、ビジョンに掲げる17領域全ての施策を着実に進める
		若年者等の県内就職・定着促進	若年者の社会動態 (20歳～24 歳の「就職」を理由とした転出超過数) 現状値：2,928 人 (2020年) →1,530 人 (2025年)
山口県	第3期「山口県まち・ひと・しごと創生総合戦略」 (最終案) (2024年2月)	次代を担う人材の育成と新たな人の流れの創出・拡大	<u>2030年の転出入者数の均衡</u> に向け、2027年までに転出超過を大幅減 (転出超過を1,000人程度まで減少)
		産業振興による雇用の創出 (基本目標)	5年間で若者や女性8千人の雇用の場を創出

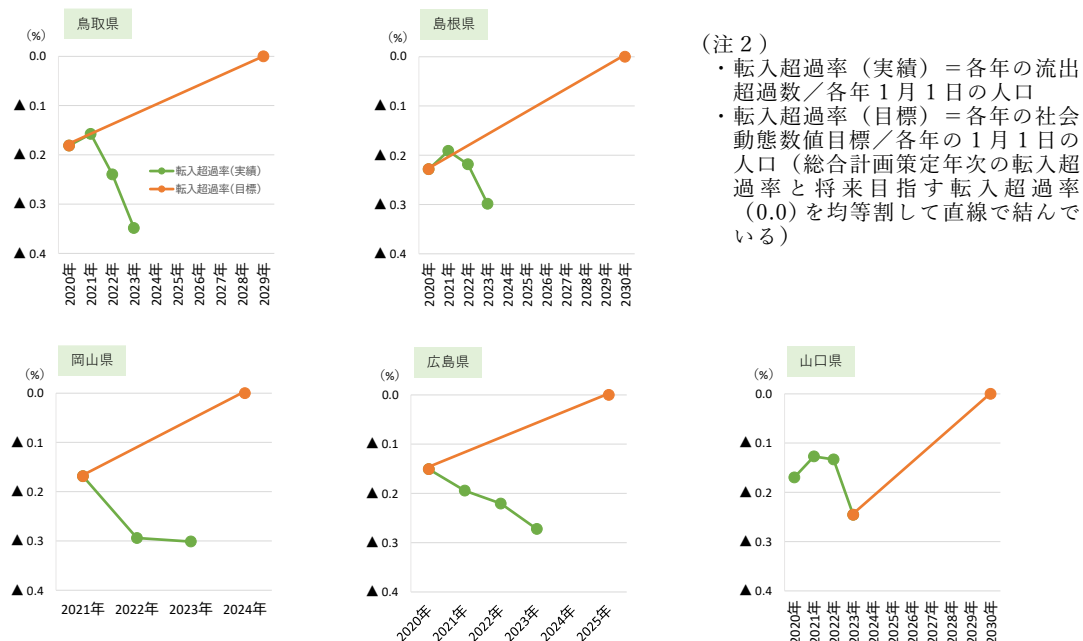
(資料) 各県ホームページ

こうした状況下、中国 5 県の転入超過数は、総合戦略で設定した社会動態数値目標を下回っている。

図表 2. 3 中国 5 県の転入超過数と
総合戦略における社会動態数値目標（注 1）の推移



図表 2. 4 中国 5 県の転入超過率（実績・目標：注 2）の推移

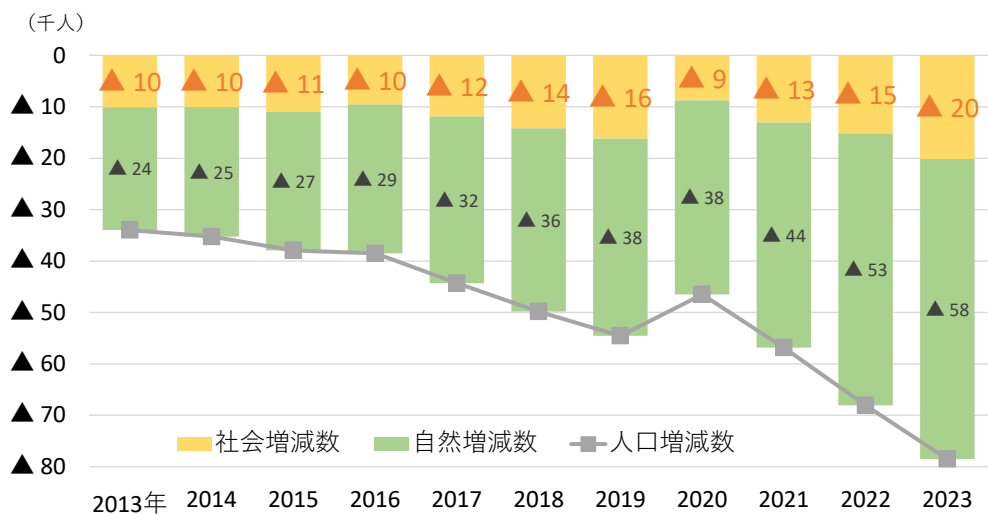


（資料）各県ホームページ、総務省「住民基本台帳人口移動報告」
* 人口は各年の 1 月 1 日現在（日本人住民、岡山県のみ外国人含む）

2. 2. 2. 人口減少（自然増減・社会増減）の状況

中国地域では、自然減が加速していることに加えて、社会減も続いている。2020年にはコロナ禍で自然減少数、社会減少数ともに減少幅が縮小する動きがみられたが、2021年以降に再び減少幅が拡大し、2023年には社会減少数が2013年比で約2倍、自然減少数は約2.4倍に増加している。

図表2. 5 中国地域における人口増減（自然増減・社会増減）の推移
（男性と女性の合計）



（資料）総務省「住民基本台帳に基づく人口、人口動態及び世帯数調査」（日本人住民）

中国地域では、人口減に占める社会減の割合が高く、九州地域が8.4%に対し、中国地域は25.7%と最も高くなっている。

図表2. 6 中国地域の社会減と他地域との比較
（2023年：男性と女性の合計）

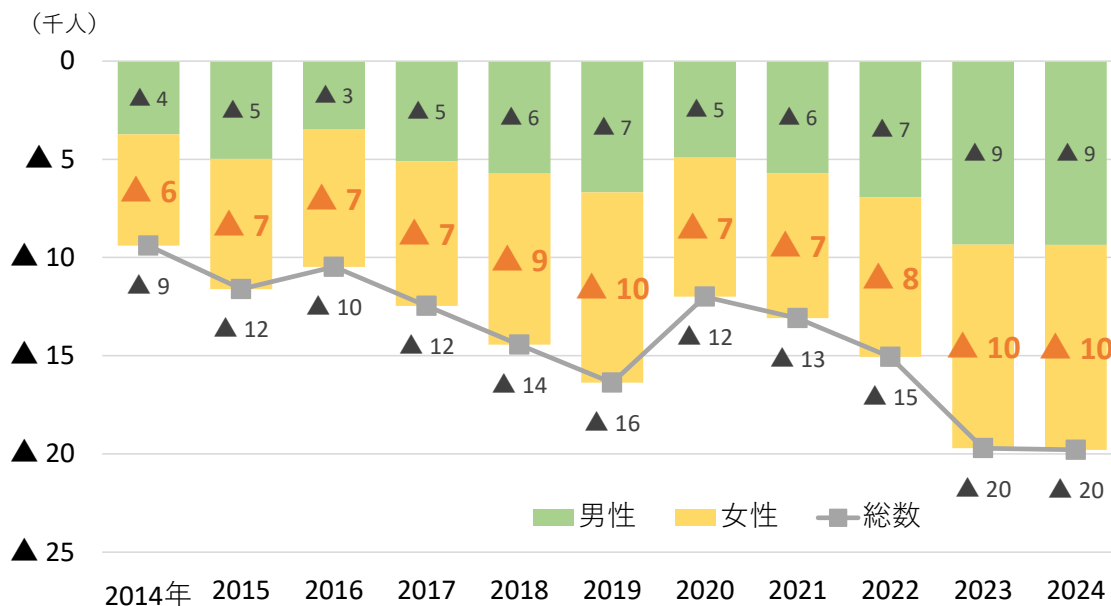
（単位：千人、％）

	人口 増減数	増減率	自然 増減数	自然 増減率	人口減に 占める 自然減の割合	社会 増減数	社会 増減率	人口減に 占める 社会減の割合
北海道	▲57	▲1.1	▲51	▲1.0	89.4	▲6	▲0.1	10.6
東北地域	▲116	▲1.4	▲90	▲1.1	77.6	▲26	▲0.3	22.4
北陸地域	▲59	▲1.2	▲46	▲0.9	77.6	▲13	▲0.3	22.4
中国地域	▲79	▲1.1	▲58	▲0.8	74.3	▲20	▲0.3	25.7
四国地域	▲48	▲1.3	▲37	▲1.0	77.6	▲11	▲0.3	22.4
九州地域	▲103	▲0.8	▲94	▲0.7	91.6	▲9	▲0.1	8.4
全国	▲861	▲0.7	▲850	▲0.7	98.7	▲11	▲0.0	1.3

（資料）総務省「住民基本台帳に基づく人口、人口動態及び世帯数調査」（日本人住民）

中国地域では、人口の転出超過が続いており、男性よりも女性の転出が多くなっている。

図表 2. 7 中国地域における人口社会増減（転入－転出者数）の推移



（資料）総務省「住民基本台帳人口移動報告」（日本人移動者）

コロナ禍の 2020～22 年でも、女性の転出は続き、コロナ後（2023～24 年平均）に転出超過幅が一段と拡大している。

図表 2. 8 中国地域におけるコロナ禍前後の人口社会増減（転入－転出者数）

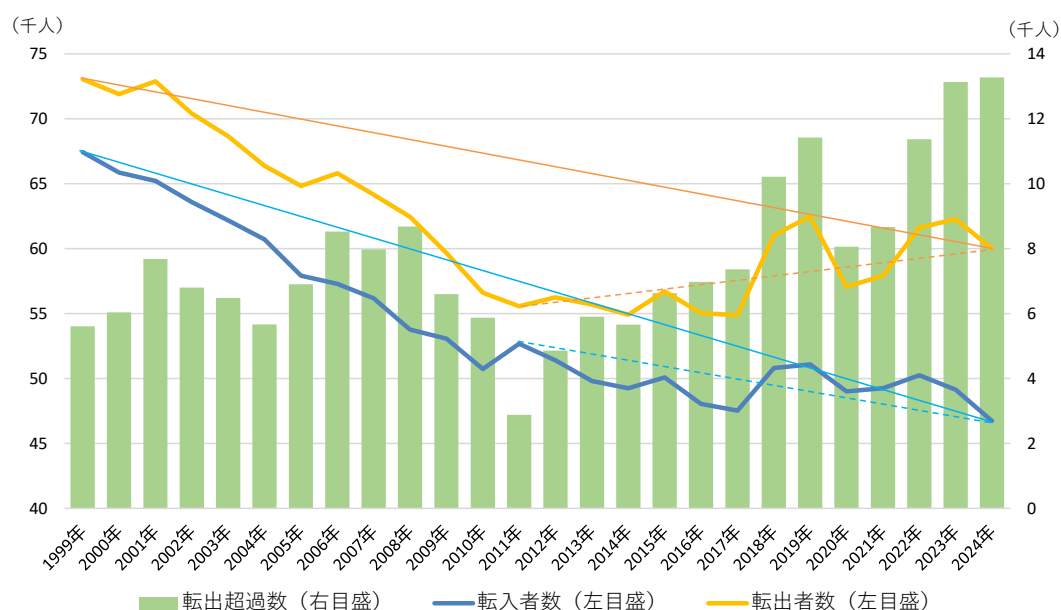
（単位：千人）

	コロナ前 (2014～ 19年平均)	コロナ禍 (2020～ 22年平均)	コロナ後 (2023～ 24年平均)
総数	▲ 12	▲ 13	▲ 20
男性	▲ 5	▲ 6	▲ 9
女性	▲ 8	▲ 8	▲ 10
女性／男性（倍）	1.5	1.3	1.1

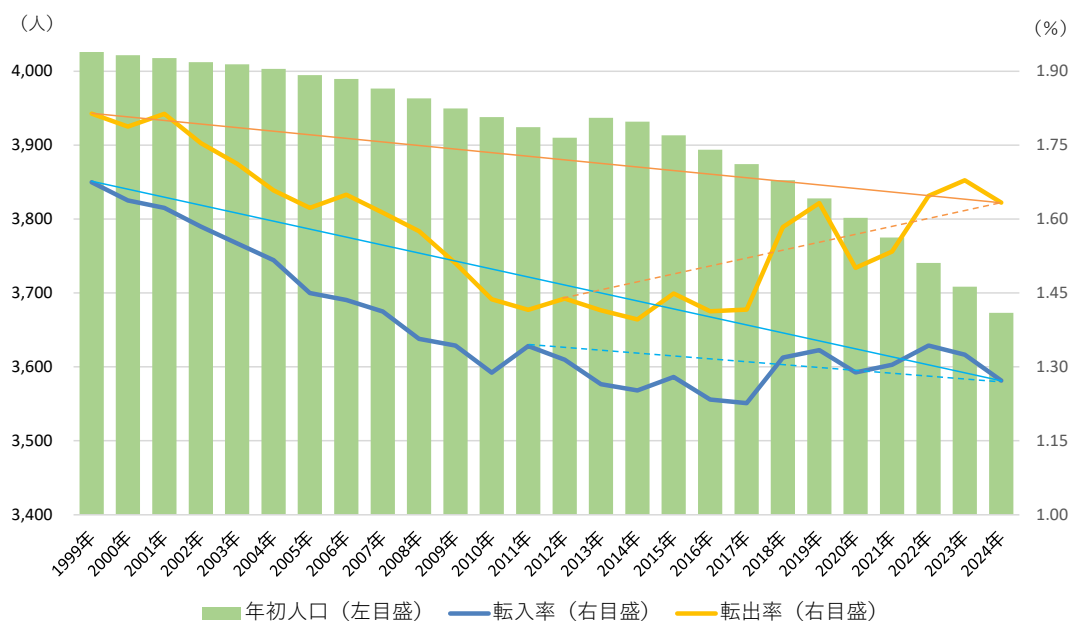
（資料）総務省「住民基本台帳人口移動報告」（日本人移動者）

女性の転入・転出の動きをみてみると、トレンドとしては転出者減少より転入者減少の方が大きいほか、一旦減少していた転出が近年増加しつつある。また、年初人口に対する転入者数・転出者数の割合を「転入率」「転出率」として推移をみたところ、2010年頃まで転入率・転出率とも低下していたのに対し、2011年頃を境に転出率が上昇傾向を辿っており、結果として転出入の差が拡大している。

図表 2. 9 中国地域における女性の転入者数・転出者数の推移



図表 2. 10 中国地域における女性の転入率・転出率の推移

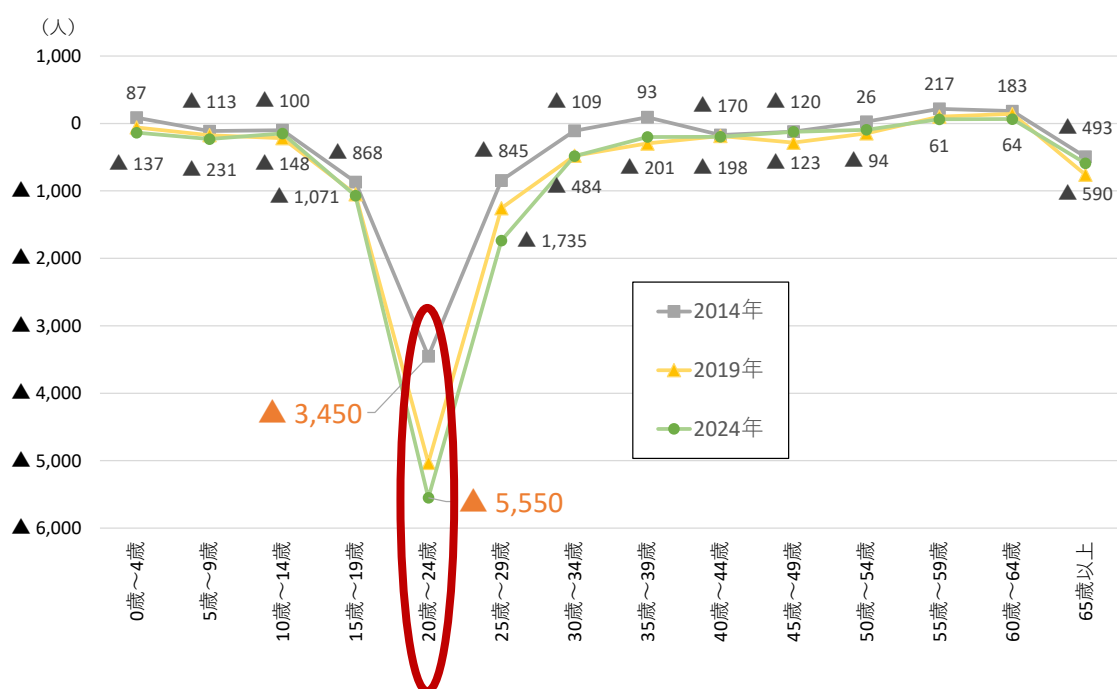


(資料) 総務省「住民基本台帳人口移動報告」(移動者: 外国人移動者を含む)

2. 2. 3. 年代別の流出状況

中国地域における女性の流出状況を年代別にみると、大卒・短大卒の就職のタイミングである20歳～24歳女性の転出超過が顕著であるほか、25歳～29歳、15歳～19歳の転出超過も多く、進学や転職・結婚・転勤（配偶者を含む）など、人生のさまざまなタイミングで、転出が転入を大きく上回っているといえる。

図表2. 11 中国地域における女性の年齢別転入超過数の推移



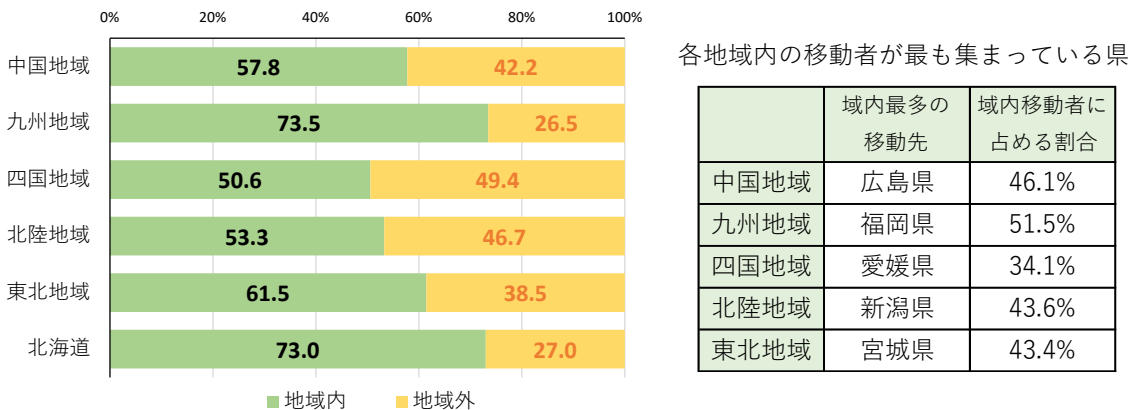
（資料）総務省「住民基本台帳人口移動報告」（日本人移動者）

2. 2. 4. 人口の移動先（15 歳～49 歳の女性）

a. 地域内移動

中国地域では、地域内移動が約 6 割と低くはないが、地域内移動が 7 割を超える九州地域や北海道には及ばない。九州地域や北海道では、転入超過が大幅にプラスの福岡市および札幌市が地域外への移動の歯止めになっている可能性がある。

図表 2. 1 2 移動先（地域内・地域外）の比率（2024 年）



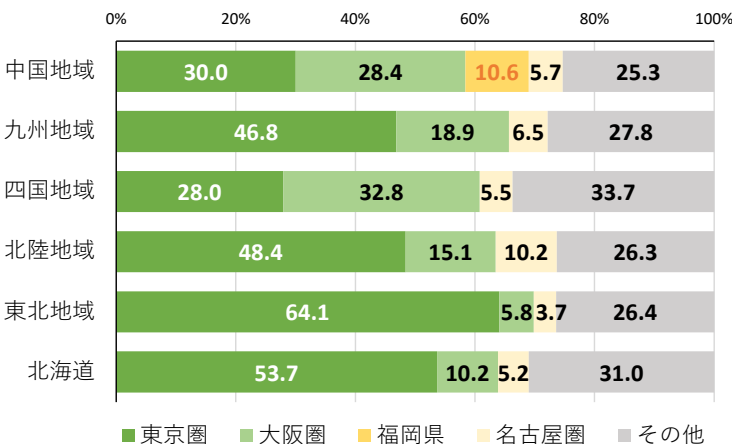
本調査では 18～49 歳を主な年齢層と想定して施策を検討するため、15 歳～49 歳のデータに絞り込んでいる。次ページも同様。（年齢別の「移動後の住所地別転出者数データ」は 5 歳階級のみ）

（資料）総務省「住民基本台帳人口移動報告」（外国人を含む移動者）

b. 地域外移動

中国地域では、東京圏、大阪圏への移動がいずれも 3 割程度と拮抗している。一方、他地域では、九州地域も含め東京圏への移動が大阪圏を大幅に上回っている。

図表 2. 1 3 地域外の移動先（2024 年）



* 東京圏（東京都、神奈川県、埼玉県、千葉県）、大阪圏（大阪府、兵庫県、京都府、奈良県）、名古屋圏（愛知県、岐阜県、三重県）

（資料）総務省「住民基本台帳人口移動報告」（外国人を含む移動者）

中国地域の15歳～49歳の女性の移動先をみると、広島県では15歳～49歳の女性の3割超が東京圏に移動している。

また、鳥取県では4割台半ばが大阪圏に移動、山口県では3割近くが福岡県に移動しているのが特徴的である。

図表2. 14 中国地域5県から他地域への移動割合
(2024年：15歳～49歳の女性)

(単位：％)

	鳥取県	島根県	岡山県	広島県	山口県
東京圏	②27.5	②31.5	②27.6	①33.5	②26.5
大阪圏	①45.8	①32.6	①35.2	②25.9	③16.0
福岡県	④3.0	④6.2	④4.1	③8.5	①28.4
名古屋圏	③5.0	③6.5	③5.4	④6.2	④5.0
その他	18.7	23.3	27.7	25.9	24.1

* 丸数字は転出先順位（その他を除く）

* 東京圏（東京都、神奈川県、埼玉県、千葉県）、大阪圏（大阪府、兵庫県、京都府、奈良県）、名古屋圏（愛知県、岐阜県、三重県）

（資料）総務省「住民基本台帳人口移動報告」（外国人を含む移動者）

2. 2. 5. 人口の移動先（20 歳～24 歳の女性）

2020～23 年に中国地域で 20 歳～24 歳の女性が転入超過となっているのは 5 市町のみであり、その超過数も多くはない。

図表 2. 1 5 中国地域市町の 20 歳～24 歳女性の転入超過数ランキング
(2020-23 年)

(単位：人)

中国地域136市町		転入 超過数
1 位	岡山市	519
2 位	海田町	39
3 位	海士町	28
4 位	西ノ島町	14
5 位	大竹市	9
⋮		
132位	尾道市	▲ 843
133位	呉市	▲ 928
134位	山口市	▲ 957
135位	下関市	▲ 982
136位	福山市	▲ 985

(資料) 総務省「住民基本台帳人口移動報告」(日本人移動者)

政令指定都市の岡山市、広島市ともに、20 歳～24 歳の女性を四国・九州地域から集めている(転入超過)一方、東京圏、大阪圏に対しては大幅な転出超過となっている。

図表 2. 1 6 岡山市・広島市における 20 歳～24 歳の女性の転入超過数
(2020-24 年)

(単位：人)

岡山市	転入 超過数
合計	508
岡山県(岡山市除く)	1,444
中国地域(岡山県除く)	754
四国地域	661
九州地域(福岡県除く)	28
福岡県	▲ 31
名古屋圏	▲ 82
大阪圏	▲ 929
東京圏	▲ 1,371
その他	34

(単位：人)

広島市	転入 超過数
合計	▲ 61
広島県(広島市除く)	2,072
中国地域(広島県除く)	1,038
四国地域	369
九州地域(福岡県除く)	142
福岡県	▲ 98
名古屋圏	▲ 101
大阪圏	▲ 977
東京圏	▲ 2,522
その他	41

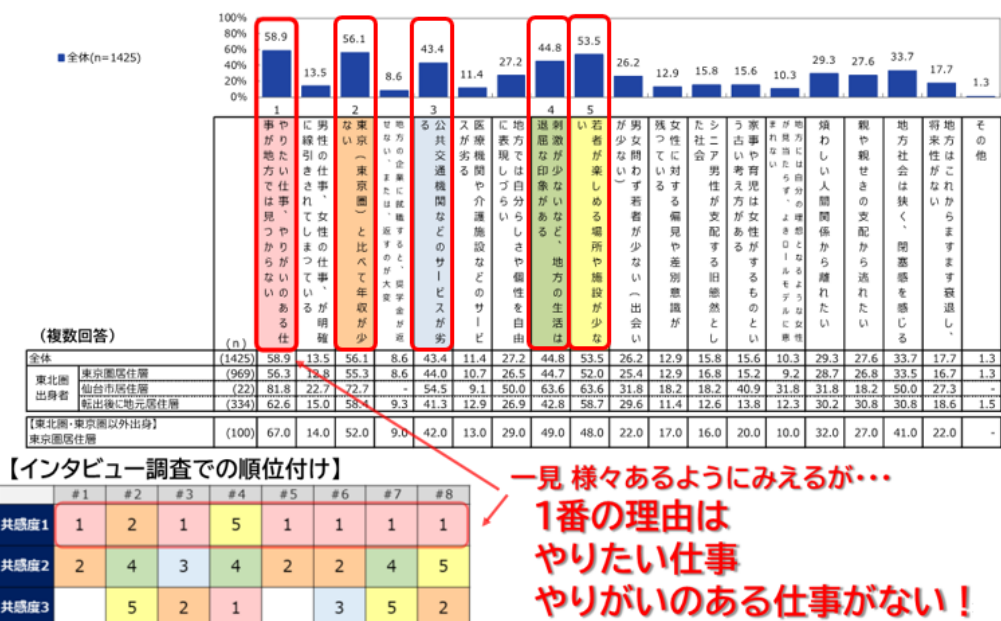
(資料) 総務省「住民基本台帳人口移動報告」(日本人移動者)

2. 3. 先行調査に基づく、女性が流出する要因

2. 3. 1. 地方から移動する理由

女性が地方から移動する理由については、(公財)東北活性化研究センターの研究が詳しい。年収の少なさ、生活利便性の悪さ、文化・娯楽等の施設や刺激の少なさといった要因の中から、インタビュー調査も活用し、「やりたい仕事」「やりがいのある仕事」がないことが1番の理由であるとしている。

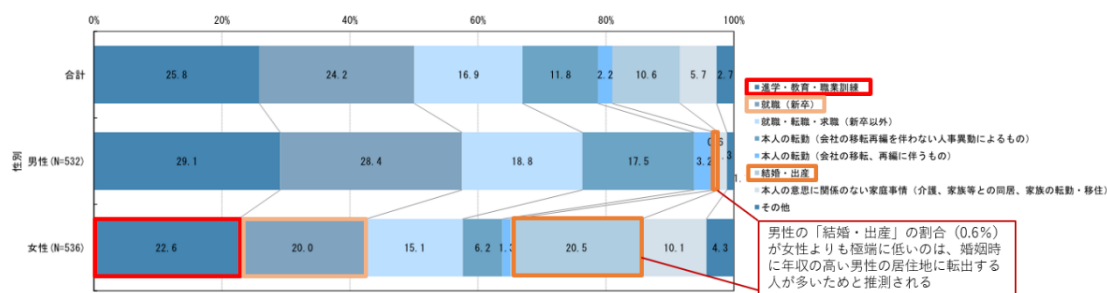
図表 2. 17 地方から転出する理由（調査対象：18歳～29歳の女性）



(資料)「人口の社会減と女性の定着に関する意識調査」(2020 年度、(公財)東北活性化研究センター)

女性が東京圏に移動するきっかけは2020年の内閣府調査で明らかになっており、「進学・教育・職業訓練」(22.6%)、「就職(新卒)」(20.0%)、「結婚・出産」(20.5%)がほぼ同割合となっている。

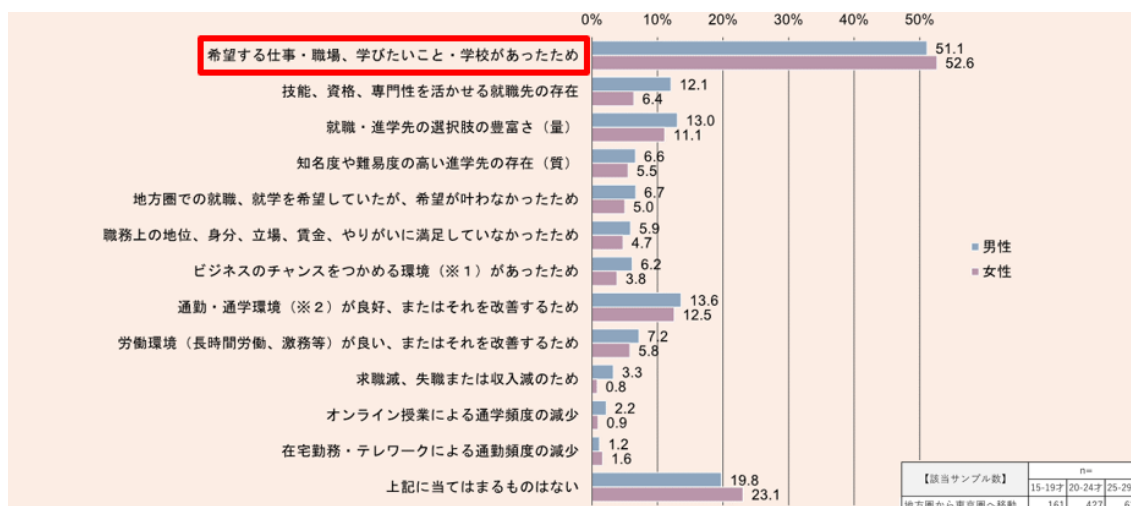
図表2. 18 地方から東京圏に移り住んだ主なきっかけ
(調査対象：20歳～39歳の男女)



(資料)「東京圏、地方での暮らしや移住及び地方への関心に関する意識調査(調査報告書・本編)」
(2020年8月、内閣官房 まち・ひと・しごと創生本部事務局)

また、転居した理由(仕事・学業関連)については、「希望する仕事・職場、学びたいこと・学校があったため」が5割超を示す調査がある。

図表2. 19 転居した理由(調査対象：15歳～29歳の男女)

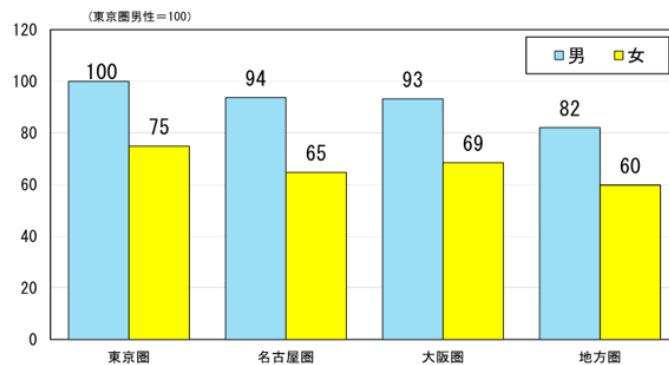


(資料)「若年層の東京圏、地方圏への移動に関する意識調査」(2023年5月、内閣官房デジタル田園都市国家構想実現会議事務局、三菱UFJリサーチ&コンサルティング(株))

2. 3. 2. 年収・賃金格差の問題

女性が地方から移動する要因として、地域間・男女間の賃金格差も指摘されている。実際に、地方圏の賃金水準は男女とも東京圏の8割程度であるものの、男女間の賃金格差という点では、男性を100とした場合の女性の賃金は東京圏で75.0%、名古屋圏で69.2%、大阪圏で74.2%、地方圏で73.2%であり、日本の男女間の賃金格差は地方特有の問題ではなく、全国的な傾向である。これらを踏まえると、大都市圏と地方圏の賃金格差の影響は男女ともにあり、高い生涯賃金獲得の期待により、就職のために地方圏から大都市圏に流出したり、進学先から地元に戻ることをためらったりする要因の1つとして考えられ、特に、東京圏で高い生涯賃金を期待できることが、女性流出の要因になっていると考えられている。

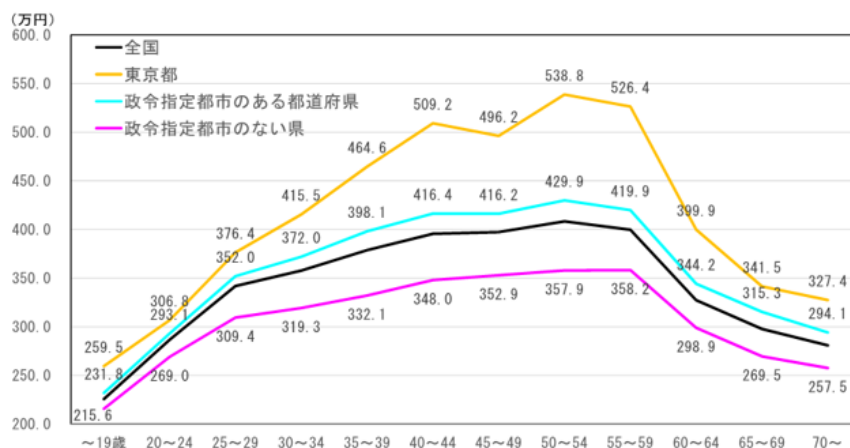
図表 2. 20 地域間・男女間の賃金格差



* 調査対象は、5人以上の常用労働者を雇用する民営事業所

(備考) 厚生労働省「令和3年賃金構造基本統計調査」より作成。
東京圏は埼玉、千葉、東京、神奈川、名古屋圏は愛知、岐阜、三重、大阪圏は京都、大阪、奈良、兵庫。
各圏の値は当該各都道府県のきまって支給する給与と労働者数の加重平均値。

図表 2. 21 女性の年齢階級賃金カーブ (2021 年)



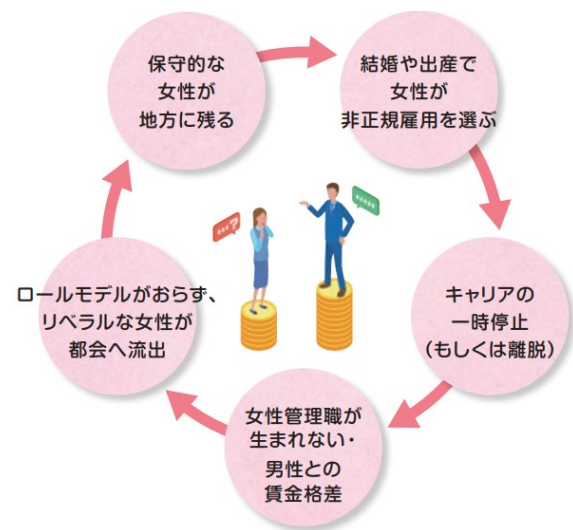
(備考) 厚生労働省「令和3年賃金構造基本統計調査」。グラフの数値は全産業、10人以上事業所の値を用いて所定内給与×12+賞与で年収として計算。政令市の有無別の値は当該都道府県の年収と労働者数の加重平均値。

(資料) 第66回 ESRI 政策フォーラム「地方の女性活躍が日本を変える！少子化を止める！」(2023年2月、内閣府)

2. 3. 3. ジェンダーギャップ

真の女性活躍を実現するために、地方の中小企業がジェンダーギャップ解消に取り組むべきとの指摘をする先行調査がある。こうした視点から「都道府県別ジェンダー・ギャップ指数」をみると、鳥取県が全国1位（最も小さい）になっている一方、広島県は下位となっている。

図表 2. 2 2 中小企業が陥る負のスパイラル



（資料）「真の『女性活躍』の実現のために－地方中小企業が取り組むべきはジェンダーギャップの解消」（2024年3月、㈱十六総合研究所）

図表 2. 2 3 都道府県版ジェンダー・ギャップ指数（2024年）

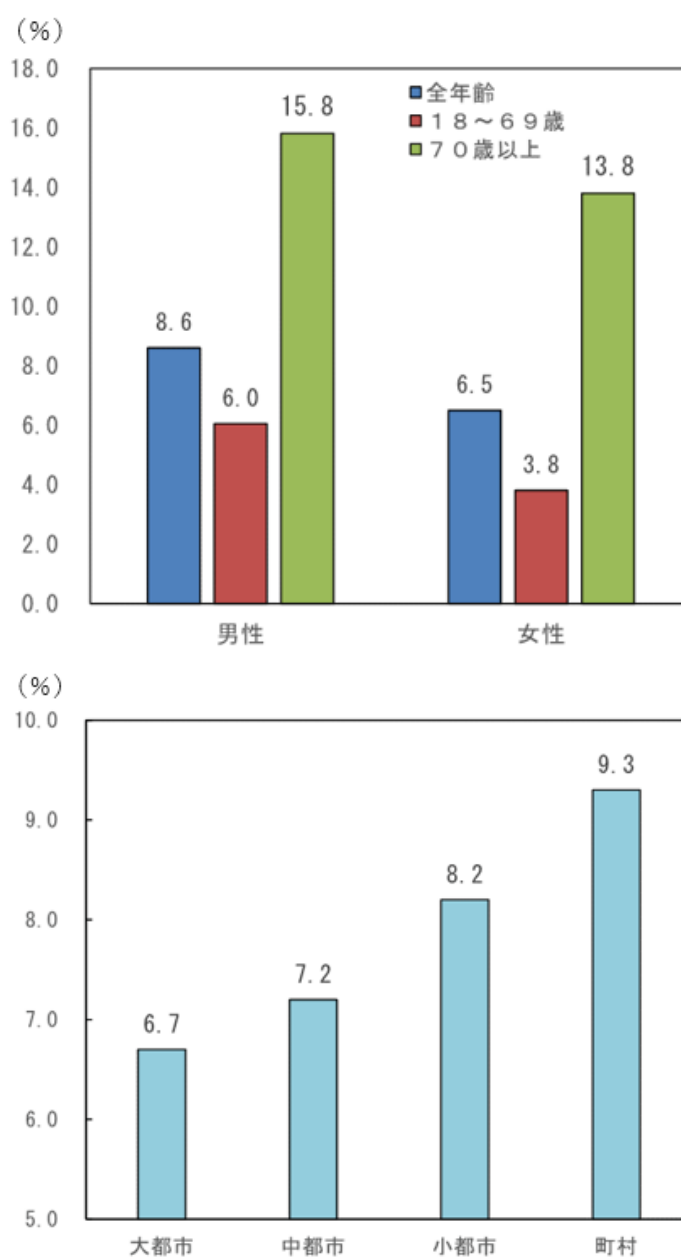
経済分野 (就業率、賃金、共働き家庭の家事・育児時間など)		
順位	都道府県	指数
1	鳥取県	0.452
2	高知県	0.450
3	東京都	0.449
4	徳島県	0.448
5	沖縄県	0.447
	⋮	
15	島根県	0.430
19	山口県	0.425
29	岡山県	0.420
41	広島県	0.416

（資料）地域からジェンダー平等研究会

* 指数は0～1の間で、1に近いほど平等、反対に0に近いほど格差が大きい

また、別の先行調査では、性別役割意識に関連した調査がある。若年層より高齢者層が、女性より男性が、さらには都市部よりも町村部で「妻は家庭にいるべき」と考える人が多くなっており、こうした世代間・男女間・地域間での価値観の差などが、女性の居づらさにつながり、地方から女性が流出する要因の一つと考えられている。

図表 2. 24 「夫は外で働き、妻は家庭を守るべきである」という考え方に
対して、「賛成する」と答えた比率（調査対象：18 歳以上の男女）



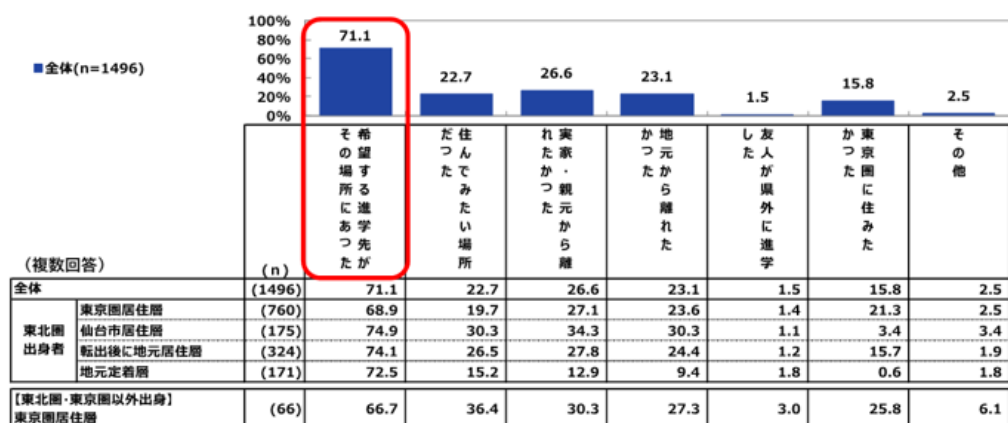
(資料)「第 66 回 ESRI 政策フォーラム「地方の女性活躍が日本を変える！少子化を止める！」(2023 年 2 月、内閣府)

2. 4. 先行調査に基づく、東京が選ばれる要因

2. 4. 1. 高卒時に東京を選ぶ理由

前述の（公財）東北活性化研究センターの先行調査では、18 歳～29 歳の女性が高校卒業後に東京圏に進学した理由は、「希望する進学先がその場所にあった」が7割超で圧倒的であった。

図表 2. 25 高校卒業後に東京圏に進学した理由（調査対象：18 歳～29 歳の女性）



「希望する進学先がその場所にあった」が7割超で圧倒的！

【インタビュー調査での回答】

- ・学力レベルの高い大学へ進学した
- ・自分の学力に合う短期大学に進学した

志望学部のジャンルだけではなく、自身の学力と兼ね合う必要があるため、学校や学部の選択肢が多いことに加え、**学力レベルの高低も選べる**東京圏に行きつく

高学歴だけでは限らない！

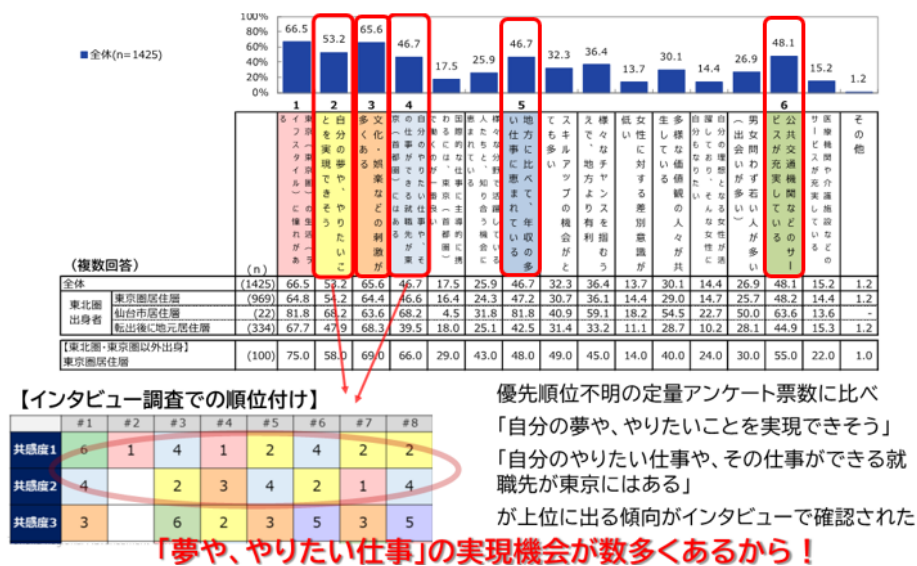
やりたい仕事を叶えるため
地元学部が難解すぎる場合、
受かりやすい東京圏の進学先
を選ぶケースも

（資料）「人口の社会減と女性の定着に関する意識調査」（2020 年度、（公財）東北活性化研究センター）

2. 4. 2. 就職時に東京を選ぶ理由

同じ先行調査では、18歳～29歳の女性が東京圏を選ぶ理由も調査しており、「夢や、やりたいことを実現できそう」「自分のやりたい仕事や、その仕事ができる就職先がある」「地方に比べて、年収の多い仕事に恵まれている」などが理由とされている。

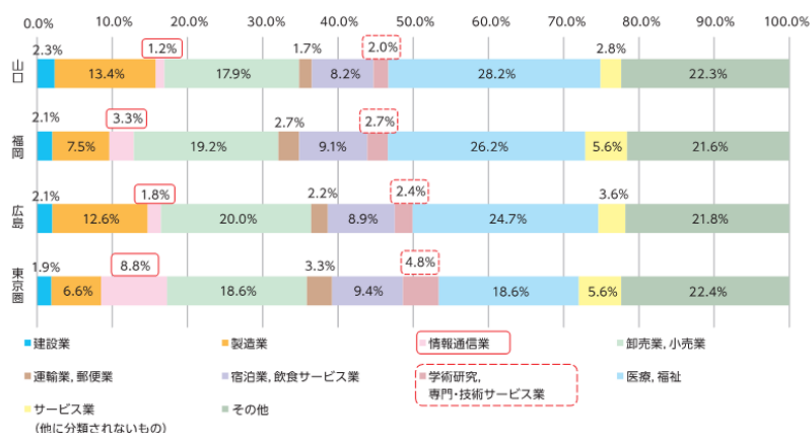
図表2. 26 東京圏を選ぶ理由（調査対象：18歳～29歳の女性）



（資料）「人口の社会減と女性の定着に関する意識調査」（2020年度、（公財）東北活性化研究センター）

実際に、大卒女性の就業が多い「情報通信業」や「学術研究、専門・技術サービス業」は、東京圏に集中している。

図表2. 27 20代女性の就業者数の割合（産業大分類別）



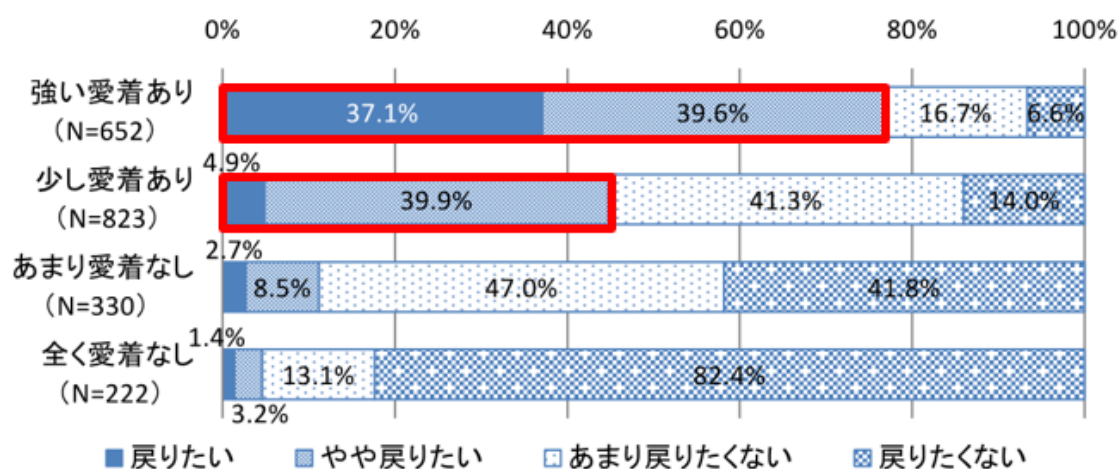
（資料）「やまぐち未来維新プラン第2章 山口県の現状を見る（若年層の女性の減少とその要因）」
（2022年12月、山口県）

2. 5. 先行調査に基づく、Uターン促進策を考える視点

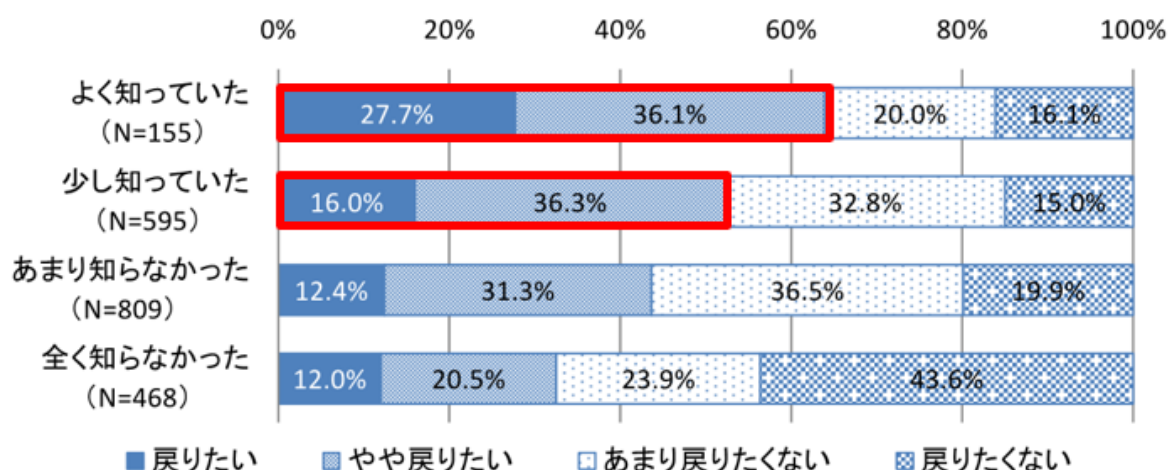
2. 5. 1. 出身地への愛着・地元企業の認知度

先行調査によると、出身地に愛着が強い人（男女合計）ほど、Uターン希望が強いほか、高校時代までに地元企業をよく知っていた人（男女合計）ほど、Uターン希望が強い。

図表2. 28 出身市町村へのUターン希望－出身市町村への影響有無別－
【出身県外居住者】（調査対象：25歳～39歳の男女）



図表2. 29 出身市町村へのUターン希望－高校時代までの地元企業の認知度別－
【出身県外居住者】（調査対象：同上）

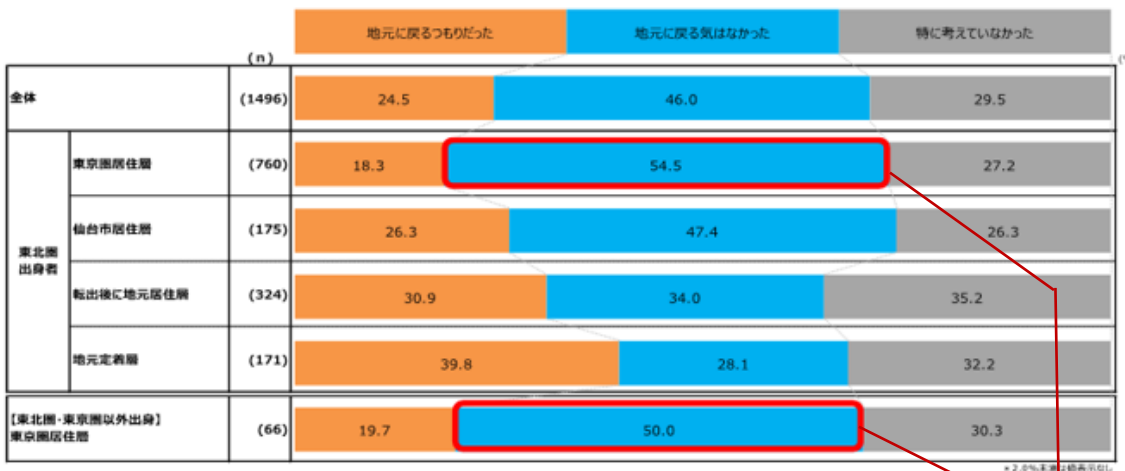


（資料）「UIJ ターンの促進・支援と地方の活性化－若年期の地域移動に関する調査結果－」
（2016年5月、独立行政法人労働政策研究・研修機構）

2. 5. 2. 大都市圏に進学した学生が地元に戻る可能性

先行調査によると、東京圏へ進学した女性の半数近くは地元に戻る意向をもっており、進学時に大都市圏に移動したとしても、一定層はUターンで呼び戻せる可能性があるといえる。

図表 2. 30 東京圏に進学した際の U ターン意向（調査対象：18 歳～29 歳の女性）



【インタビュー調査での回答】

「地元に戻る気はなかった」

- ・進学時点で、東京で就職するつもりで上京しているため

「地元に戻るつもりだった」が・・・

- ・資格を必要とする専門職で資格をとっても地元で求人が少ないため、東京に残った

「特に考えていなかった」

- ・やりたい仕事を選んだ結果、東京にある就職先に絞り込まれた

卒業後を見据えて
進学時から地元を出ている

労働市場の問題！

東京圏で就職するつもりは 50% 程度

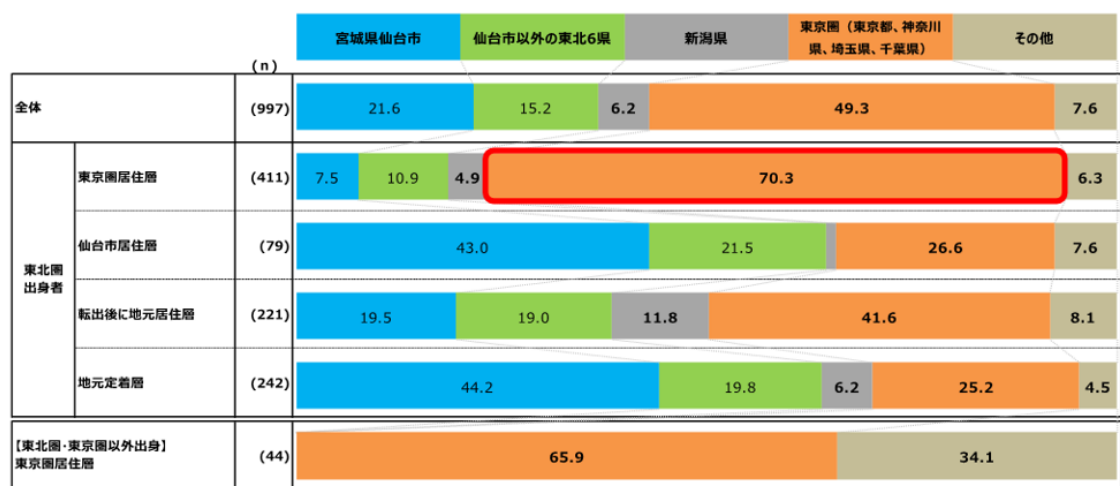
→ 半数近くは U ターン
の可能性もある

(資料)「人口の社会減と女性の定着に関する意識調査」(2020 年度、(公財)東北活性化研究センター)

2. 5. 3. 転出者がイメージする転居先

先行調査においては、東京圏に居住する18歳～29歳の女性の多くが、今の暮らしを変える場合にイメージする転居先として東京圏を挙げており、大都市圏に住む女性は、転居してもそのまま大都市圏に住み続ける可能性が高い。

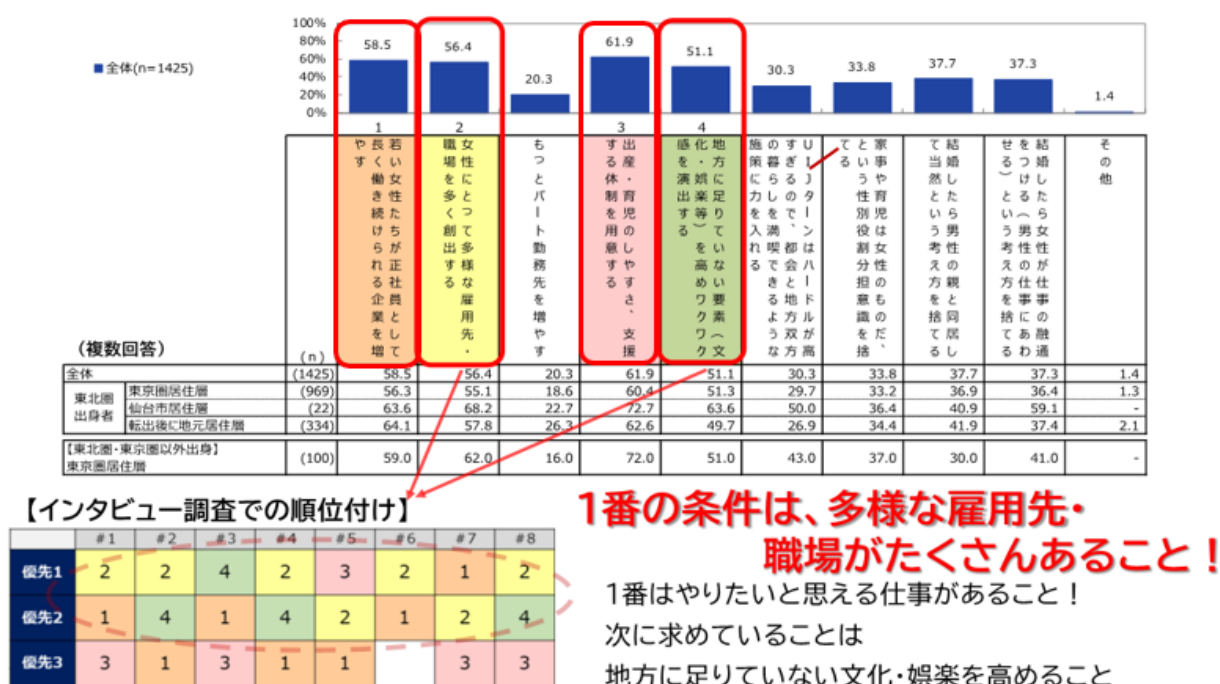
図表2. 31 今の暮らしを変える場合にイメージする転居先
(調査対象：18歳～29歳の女性)



(資料)「人口の社会減と女性の定着に関する意識調査」(2020年度、(公財)東北活性化研究センター)

また、18 歳～29 歳の女性に「首都圏に転居した若い女性たちを地方に呼び戻すための条件」を聞いたところ、出産・育児のしやすさや支援体制、正社員として長く働き続けられる企業、なども挙げられていたが、重要なのは多様な雇用先・職場がたくさんあることや地方に足りていない文化・娯楽を高めることであるとの結果になった。

図表 2. 3 2 地方に居住する条件（調査対象：18 歳～29 歳の女性）



（資料）「人口の社会減と女性の定着に関する意識調査」（2020 年度、（公財）東北活性化研究センター）

2. 5. 4. 移住の実現のために必要な条件

地方への移住に関する調査によると、移住経験者（20歳～69歳の男女）は、「日常的な買い物等の利便性」と「都市部への良好なアクセス」を最重要視しており、若年層ほどその傾向が強い。

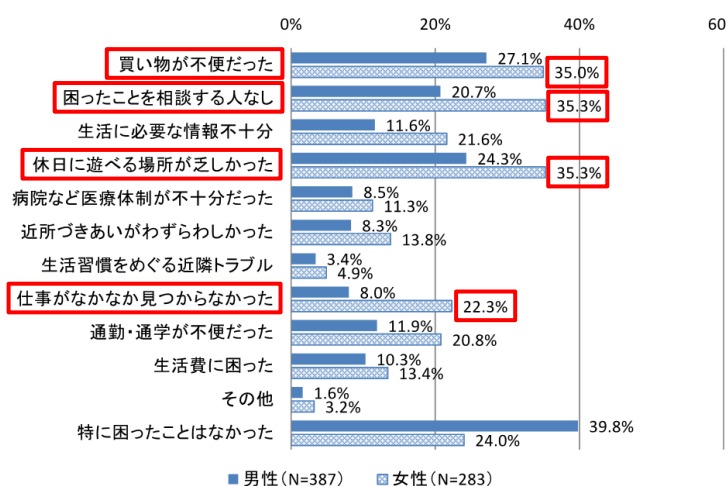
図表2. 33 移住経験者が移住した際に影響したと回答した項目
(調査対象：20歳～69歳の男女)

移住者 N=7,866	全体	20代	30代	40代	50代	60代
Top 1 地域での日常的な買い物などで不便がない	37.4%	51.3%	45.1%	37.3%	33.3%	34.0%
Top 2 都市部へのアクセスがいい（通勤・通学、行楽など）	34.9%	46.3%	42.9%	34.7%	31.2%	31.9%
Top 3 自然が豊かで身近に感じられる	31.8%	38.2%	35.3%	31.3%	29.9%	31.4%
Top 4 十分な広さや間取り、日照など快適な家に住める	29.4%	42.5%	34.3%	30.5%	25.1%	27.7%
Top 5 街並みの雰囲気が自分の好みに合っている	29.3%	38.8%	36.6%	29.7%	25.1%	27.1%
Top 6 穏やかな暮らしを実現することが出来る	29.2%	44.1%	37.6%	29.5%	24.7%	24.6%
Top 7 やりたい仕事ができる	28.3%	37.7%	34.3%	28.6%	24.7%	26.8%
Top 8 地域に同世代の人が多い	28.3%	28.3%	28.3%	28.3%	28.3%	28.3%
Top 9 地産の美味しい食べ物・飲み物が多くある	26.2%	36.6%	33.7%	27.0%	22.2%	22.8%
Top 10 地域の医療体制が整っている	25.0%	31.6%	28.1%	24.1%	22.5%	26.6%

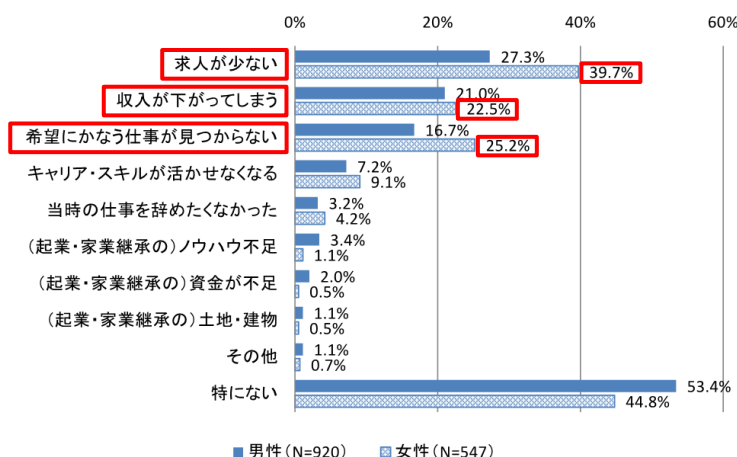
(資料)「就業者の地方移住に関する調査報告書」(2022年3月、㈱パーソル総合研究所)

また、別の先行調査において、地方への移住者（25 歳～44 歳）に移住当初に苦労したことを聞いたところ、女性においては、「困ったことを相談する人なし」「休日に遊べる場所が乏しい」「買い物が不便」など、生活面の苦労に加えて、「仕事になかなか見つからなかった」など、仕事面の苦労を挙げる人が男性より多かった。また、出身県に U ターンした 25 歳～39 歳の女性では、U ターンの際、「求人が少ない」「希望にかなう仕事が見つからない」「収入が下がってしまう」を気がかりにした人の割合が男性に比べて多くなっている。

図表 2. 3 4 移住当初に苦労したこと（複数回答）－男女別－
【地方移住者（転勤等による移住を除く）】（調査対象：25 歳～44 歳の男女）



図表 2. 3 5 U ターンにあたっての仕事面の気がかり（複数回答）－男女別－
【出身県 U ターン者】（調査対象：25 歳～39 歳の男女）



（資料）「UIJ ターンの促進・支援と地方の活性化－若年期の地域移動に関する調査結果－」（2016 年 5 月、独立行政法人労働政策研究・研修機構）

移住の意向をもつ 20 歳～69 歳の男女へのアンケートでは、「日常的な買い物」「地域の医療体制」など、生活上必要な具体的条件（都市・生活基盤の担保）が最重要視されていた。

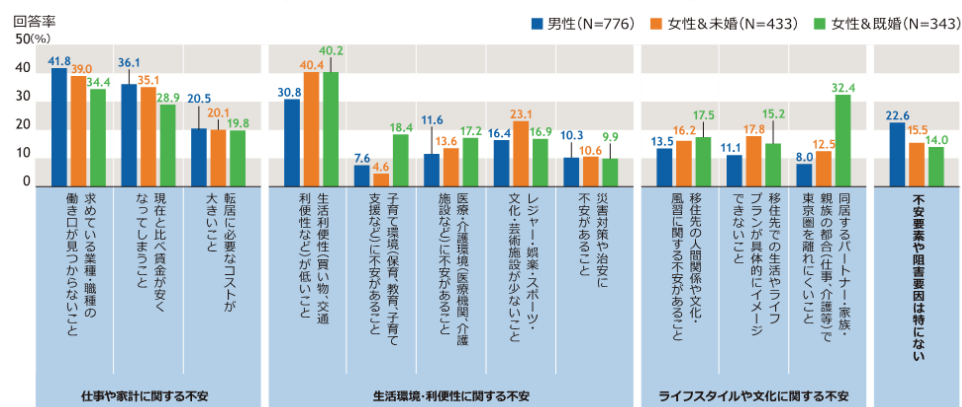
図表 2. 36 移住意向者が移住を検討する際に影響すると回答した項目
（調査対象：20 歳～69 歳の男女）

移住意向者 N=2,988	全体	20代	30代	40代	50代	60代
Top 1 地域での日常的な買い物などで不便がない	76.4%	82.7%	79.0%	74.1%	75.8%	76.1%
Top 2 地域の医療体制が整っている	75.0%	77.3%	75.6%	71.6%	75.2%	80.1%
Top 3 街並みの雰囲気が自分の好みに合っている	72.2%	81.4%	76.6%	70.2%	70.2%	69.8%
Top 4 穏やかな暮らしを実現することが出来る	72.1%	76.4%	74.5%	70.4%	71.6%	71.1%
Top 5 十分な広さや間取り、日照など快適な家に住める	71.6%	75.9%	74.2%	69.3%	71.3%	71.6%
Top 6 事前に地域の住まいや生活に関する情報が十分に得られる	69.0%	70.5%	70.6%	67.8%	68.8%	68.8%
Top 7 地域の防災対策に安心感がある	68.4%	75.9%	70.9%	66.2%	67.3%	68.2%
Top 8 移住者に対して、地域住民が支援的である	66.9%	66.8%	67.0%	66.9%	67.0%	66.8%
Top 9 自然が豊かで身近に感じられる	66.5%	62.3%	63.9%	63.8%	69.5%	72.5%
Top 10 生活コストを下げられる	66.3%	73.6%	69.4%	66.5%	65.1%	60.5%

（資料）「就業者の地方移住に関する調査報告書」（2022 年 3 月、㈱パーソル総合研究所）

地方への移住にあたっての阻害要因や不安要素を 20 歳～39 歳の男女に聞いた先行調査においては、仕事に対する不安、買い物・交通利便性、娯楽施設に関する不安が多く挙げられていたが、既婚女性では、「同居するパートナー・家族・親族の都合で東京圏を離れにくいこと」も大きな要因として挙げられていた。

図表 2. 37 地方への移動にあたっての阻害要因や不安要素
（調査対象：20 歳～39 歳の男女）

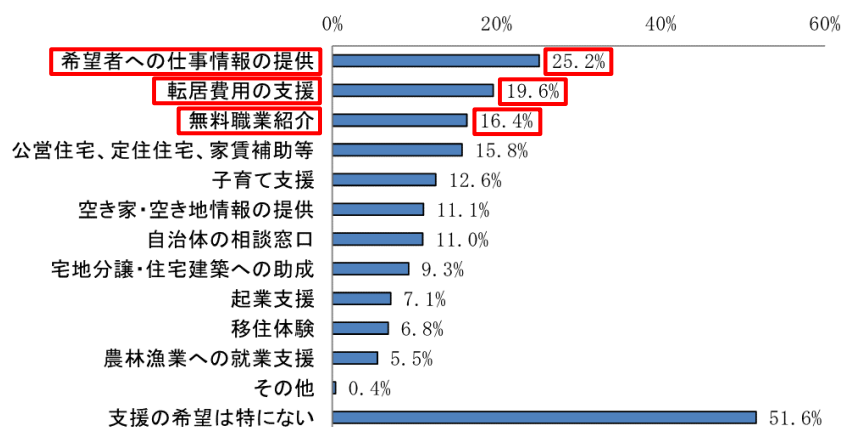


注) 標本全体における8%未満の選択肢(不安要素)は除外
出所)「東京圏、地方での暮らしや移住及び地方への関心に関する意識調査」(内閣官房まち・ひと・しごと創生本部事務局)よりNRI作成
(2020年7月、東京圏在住者1,552人を対象としたインターネットアンケート調査を実施)

（資料）NRI パブリックマネジメントレビュー「地方への女性の移動促進のために、ライフステージに応じた不安を払拭する暮らしのイメージの周知・訴求を」（2021 年 1 月、㈱野村総合研究所）

なお、Uターンするために希望する行政支援を聞いたアンケートでは、「希望者への仕事情報の提供」「転居費用の支援」「無料職業紹介」等を希望した人（25歳～39歳の男女）が多かった。

図表2. 38 Uターンするための希望する行政支援（複数回答）
【出身県外居住者のうちUターン希望者】（調査対象：25歳～39歳の男女）



（資料）「UIJ ターンの促進・支援と地方の活性化―若年期の地域移動に関する調査結果―」（2016年5月、独立行政法人労働政策研究・研修機構）

2. 6. 先行調査から想定される女性に選ばれない要因の仮説と分析方針

本調査では、前ページまで掲載した先行調査の結果に基づき、中国地域が女性から選ばれない要因の候補（仮説）と分析方針を定めた。以下では、「仕事」「進学先」「生活利便性」「文化・娯楽・ライフスタイル」「規範・慣習」「地域への愛着・地域の認知度」の 카테고리ごとに要因候補、概要、要検証事項を整理する。

2. 6. 1. 仕事

要因候補（仮説）	概要	要検証事項
中国地域には、女性が望む業種・職種が少ない	・大卒女性の就業が多い「情報通信業」「学術研究、専門・技術サービス業」は東京圏に集中、ウェイトは広島県でも東京圏の3分の1弱（20ページ） ※ 20代女性の就業割合 ：東京 13.6%、広島 4.2% （情報通信業+学術研究他）	【中国地域出身女性が希望する業種・職種は何か】 ・現状の職種および希望する業種・職種をアンケートで調査する
中国地域の女性の賃金水準が低い	・東北地域出身女性が転出する理由の2位(56%)が「東京（東京圏）と比べて年収が少ない」（14ページ） ・東京圏の男性の賃金を100〔女性75〕とすると地方圏女性は60〔男性82〕（16ページ） ・東北地域出身女性が東京圏を選ぶ理由の5位(47%)が「年収の多い仕事に恵まれている」（20ページ）	【中国地域出身女性が居住地を選択する際に賃金水準がどの程度影響するか】 ・流出理由やUターンの判断材料をアンケートで尋ねる際、収入面を選択肢の1つとする
中国地域には女性がやりがいを持って働ける職場が少ない	・東北地域出身女性が転出する1番の理由が「やりたい仕事」「やりがいのある仕事」が地方には少ない（14ページ） ・東北地域出身女性が東京圏を選ぶ理由の4位(47%)が「やりたい仕事(就職先)が東京にある」（20ページ） ・出身県へのUターン者の女性の40%が「求人が少ない」ことを仕事面の気がかりとしてあげている（26ページ）	【中国地域出身女性が居住地を選択する際に仕事のやりがいがどの程度影響するか】 ・流出理由やUターンの判断材料をアンケートで尋ねる際、仕事のやりがいを選択肢の1つとする

2. 6. 2. 進学先

要因候補（仮説）	概要	要検証事項
中国地域には、女性が望む進学先が少ない	・女性が東京圏に移動するきっかけは、「進学・教育・職業訓練」（23%）、「結婚・出産」（21%）、「就職（新卒）」（20%）が上位3つを占める（15ページ） ・地方圏から東京圏に転居した理由は、「希望する仕事・職場、学びたいこと・学校があったため」が5割超（男性51%、女性53%）で圧倒的（15ページ） ・東北地域出身女性が高卒時に東京を選ぶ理由の1位（71%）は「希望する進学先が東京にあった」（19ページ）	【中国地域出身女性の進学先はどこか、選択理由は何か】 ・進学先（都道府県、最終学歴）を調査するほか、進学する地域の選択理由もアンケートで把握する

2. 6. 3. 生活利便性

要因候補（仮説）	概要	要検証事項
中国地域の生活利便性は低い	・移住経験者が移住した際に影響した項目のトップ（37%）が「地域での日常的な買い物などで不便がない」（25ページ） ・移住当初に苦労したことのトップ（35%）が「買い物が不便だった」（26ページ） ・移住意向者が移住を検討する際に影響すると回答したトップ（76%）が「地域での日常的な買い物などで不便がない」（27ページ）	【中国地域出身女性が居住地を選択する際に生活利便性がどの程度影響するか】 ・流出理由やUターンの判断材料をアンケートで尋ねる際、生活利便性を選択肢の1つとする
中国地域の公共交通機関は不便	・東北地域出身女性が転出する理由の5位（43%）が「公共交通機関などのサービスが劣る」（14ページ）	【中国地域出身女性が居住地を選択する際に公共交通サービスがどの程度影響するか】 ・流出理由やUターンの判断材料をアンケートで尋ねる際、公共交通サービスを選択肢の1つとする

2. 6. 4. 文化・娯楽・ライフスタイル

要因候補(仮説)	概要	要検証事項
中国地域には、若者が楽しめる場所や施設が少ない	・東北地域出身女性が転出する理由の3位(54%)が「若者が楽しめる場所や施設が少ない」(14 ページ) ・地方移住者の 35%が「休日に遊べる場所が乏しかった」と回答している(26 ページ)	【中国地域出身女性が居住地を選択する際に若者が楽しめる場所や施設の充実がどの程度影響するか】 ・流出理由やUターンの判断材料をアンケートで尋ねる際、若者が楽しめる場所や施設の充実を選択肢の1つとする
中国地域には、文化・娯楽などの刺激が少ない	・東北地域出身女性が転出する理由の4位(45%)が「刺激が少ないなど、地方の生活は退屈な印象がある」(14 ページ) ・東北地域出身女性が東京圏を選ぶ理由の2位(66%)が「文化・娯楽などの刺激が多くある」(20 ページ) ・首都圏に移住した若い女性たちを地方に呼び戻すための条件として51%の女性が「地方に足りていない要素(文化・娯楽等)を高めワクワク感を演出する」と回答している(24 ページ)	【中国地域出身女性が居住地を選択する際に文化・娯楽などの刺激がどの程度影響するか】 ・流出理由やUターンの判断材料をアンケートで尋ねる際、文化・娯楽などの刺激を選択肢の1つとする

2. 6. 5. 規範・慣習

要因候補(仮説)	概要	要検証事項
中国地域には、女性の役割に対する性別・世代別ギャップが存在する	・「妻は家庭にいるべき」と考える人は、女性(7%)よりも男性(9%)で多く、特に高齢者(70歳以上)でそのように考える人が多い(18 ページ) ・「妻は家庭にいるべき」と考える人は、都市部(大都市7%、中都市7%、小都市8%)よりも町村部(9%)で多い(18 ページ)	【中国地域出身女性が居住地を選択する際に女性の役割に対する意識がどの程度影響するか】 ・流出理由やUターンの判断材料をアンケートで尋ねる際、女性の役割に対する意識を選択肢の1つとする
中国地域の公平さ(フェアネス)は東京圏よりも劣後する	・経済分野におけるジェンダーギャップ指数は、47都道府県中、広島県が41位、岡山県が29位に対し、東京都は3位(17 ページ)	【中国地域出身女性が居住地を選択する際に公平さがどの程度影響するか】 ・流出理由やUターンの判断材料をアンケートで尋ねる際、慣習・価値観を選択肢の1つとする

2. 6. 6. 地域への愛着・地域の認知度

要因候補（仮説）	概要	要検証事項
中国地域出身者は地域への愛着が不足している人が多い	・ 出身地に「強い愛着あり」とする人の8割近く（77％）がUターンを希望しているのに対し、「全く愛着なし」とする人のUターン希望者は1割未満（21 ページ）	【中国地域出身女性が居住地を選択する際に地域への愛着がどの程度影響するか】 ・ 流出理由やUターンの判断材料をアンケートで尋ねる際、地域への愛着を選択肢の1つとするほか、Uターンに必要な施策を尋ねる際には、子どもたちが地域への愛着を深める取組みを選択肢の1つとする
中国地域出身者は地域の認知度が不足している人が多い	・ 高校時代までに地元企業を「よく知っていた」とする人の6割超（64％）がUターンを希望しているのに対し、「全く知らなかった」とする人のUターン希望者は3割強（21 ページ） ・ Uターン希望者の25%が希望する行政支援として「仕事情報の提供」を求めている（28 ページ）	【中国地域出身女性が居住地を選択する際に地域の認知度がどの程度影響するか】 ・ Uターンに必要な施策をアンケートで尋ねる際、地域の魅力発信、および中高生が地元の文化・産業を知り理解を深める取組みを選択肢の1つとする

3. 有識者ヒアリング調査

本章では、女性流出問題に知見をもつ有識者 4 名に Web でのヒアリング調査を実施し、現状や課題等について見解を求めた上で仮説検証の基礎資料とするとともに、先行自治体ヒアリング先の抽出、中国地域出身女性へのアンケートの質問項目等について示唆を得た。

3. 1. 調査概要

ヒアリングを実施した有識者、および実施日程は図表 3. 1 のとおりである。

図表 3. 1 ヒアリング対象先と実施日程

対象先	ご所属	実施日程
小安 美和 氏	(株)Will Lab 代表取締役	2024 年 5 月 30 日
小池 司朗 氏	国立社会保障・人口問題研究所 人口構造研究部 部長	2024 年 6 月 24 日
藤波 匠 氏	(株)日本総合研究所 調査部 上席主任研究員	2024 年 6 月 25 日
橋本 有子 氏	(公財)東北活性化研究センター 課長代理	2024 年 7 月 8 日

3. 2. 調査結果

3. 2. 1. (株)Will Lab 代表取締役 小安 美和 氏

取組みの特徴	自治体のジェンダーギャップ解消の取組みをハンズオンで支援
プロフィール	1995 年、日本経済新聞社入社。2005 年、(株)リクルート入社。13～15 年、(株)リクルートジョブズ執行役員。15～16 年、(株)リクルートホールディングスにて「子育てしながら働きやすい世の中を共に創る iction!」プロジェクト推進事務局長。17 年 3 月、(株)Will Lab 設立。19 年より内閣府男女共同参画推進連携会議有識者議員。岩手県釜石市地方創生アドバイザー、奈良県こども・子育て推進アドバイザー（ジェンダー平等推進担当）、三重県 DX アドバイザー、「三重県若者の県内定着・人口還流に向けた産学官連携懇話会」委員等を務める。
概要	・2018 年からジェンダーギャップ解消をまちづくりの中心に据える兵庫県豊岡市をハンズオンで支援している（同市へのヒアリング結果：57 ページ）。 ・女性も働きやすく、働きがいを感じることでできる職場づくりを進める「ワークイノベーション」等のさまざまな施策の立案・実行に携わり、企業経営者や女性従業員の意識変革を促すなどの成果を生み出してきた。 ・宮城県気仙沼市、富山県南砺市等の自治体においても「豊岡モデル」をベースに地域課題に合わせて横展開し、ジェンダーギャップ解消の取組みを支援している。

a. 豊岡市のジェンダーギャップ解消に関する取組みへの関与の経緯

- ・2017 年、豊岡市からジェンダーギャップ解消に関する取組みへの参画の打診を受け、伴走支援を開始した。同市では当時の市長が、「若者回復率」（20 歳代の転入超過数÷10 歳代の転出超過数）における女性の数値の低さに着目し、「女性が戻ってこないのは男性中心の社会だからだ」と仮説を立て、ジェンダーギャップの解消に向けたプロジェクトをスタートした。
- ・同市とともに企業等に対するヒアリングを行ったほか、ワークショップで企業等の若い女性の声を拾い上げた後、市役所を含む 16 事業所が母体となり、2018 年 10 月「ワークイノベーション推進会議」が発足した。会長には豊岡商工会議所の会頭を務める(株)東豊精工の岡本社長が就任し、岡本氏の声かけで参加企業が順調に増えた。同会議では経済分野のジェンダーギャップ解消の取組みをスタートし、ジェンダーに対する知識と意識を高めていった。

- ・ ワークショップにおける意見や課題をベースに、2019 年 1 月、「豊岡市ワークイノベーション戦略」を策定した。同戦略では、目指す将来像として「ありたい姿に向かって、いきいきと働く女性が増えている」を掲げ、その将来像を実現するために KPI（重要業績評価指標）を設定し、毎年モニタリングを行っている。
- ・ ジェンダーギャップ解消の手段としては、定着率の向上、モチベーションの向上、成果の可視化、意識の変化を掲げた。その上で、取組みの広報・周知を行いながら、経営者の認識改善・意識改革を促し、企業向け研修やワークショップを実施することで、職場における意識・行動変革や女性従業員のキャリア形成支援につなげている。
- ・ 先進的に取組みを進める企業を可視化するため、豊岡市ワークイノベーション推進会議に参加する企業が毎年「従業員意識調査」を実施している。「働きやすさ」「働きがい」「働きたい」「高い役職を担いたい」の 4 項目で自社を評価するもので、女性従業員の 2/3 以上が「働きやすく、働きがいがある」と評価する事業所の数を 10 年間で 50 社に増やす計画である。
- ・ 「従業員意識調査」で高評価かつ制度が整備されていると認定された企業を「あんしんカンパニー」として表彰している。認定時には厳しい審査を行っており、表彰企業は今のところ 4 社（2023 年度末 ※2024 年度末は 6 社）のみである。審査基準を厳しくしているのは、制度があっても風土がなければ、流出した女性が地元に戻ってまで働きたいとは思わないからである。

b. 豊岡市におけるジェンダーギャップ解消の取組みによる成果

- ・ 「豊岡市ワークイノベーション推進会議」がスタートした 2018 年から 5 年が経過し、参画企業は当初の 16 事業所から 122 事業所（2005 年 2 月末現在）に増加するなど、企業の意識はかなり変わっている。経済界のリーダーである岡本氏がリード役となっていることが、地域の企業に大きな影響を及ぼしている。また、市議会議員選挙で女性がトップ当選したほか、市役所における女性の管理職比率が上昇し、市役所男性職員の育休取得率も 100%となるなどの成果が表れている。
- ・ 最終的なゴールは、あらゆる分野の意思決定層に男性も女性も参画することだと考えている。

c. ジェンダーギャップ解消の取組みに企業や地域を巻き込んだポイント

- ・ 取組み当初、ジェンダーやジェンダーギャップという言葉が浸透しておらず、「ワークイノベーション」という造語を作った。働きやすく、働きがいがある職場が男女格差の解消にもつながるとの思いからである。

- ・ 取組みの浸透を図るために行ったのがメディア戦略で、まだ成果が出ていない時期に、東京で当時の市長と女性記者・ジャーナリストの座談会を開催した。メディアが取材したい情報を丁寧に提供することで、メディアを通して市内に情報が伝わることも重要なポイントである。

d. 他自治体でのジェンダーギャップ解消の取組み事例

- ・ 宮城県気仙沼市、富山県南砺市でもジェンダーギャップ解消の取組みをサポートしている。
- ・ 豊岡市のモデルを横展開できる地域の第一条件として、産業があることが挙げられる。同市は地場産業としてかばんの製造が盛んで、バネやネジ、精密機械といった 100 人以上の従業員を抱えるものづくり企業がいくつかある。
- ・ 宮城県気仙沼市では漁業という基幹産業もあり、中小零細企業にジェンダーギャップ解消を伝播させるモデルを構築していく。
- ・ 富山県南砺市は林業系や建設系の小規模な企業・事業所が多く、女性の雇用の受け皿が少ないため、「経済界が変わると街が変わる」というストーリーを描きづらく、いろいろと議論する中で、地域の根深い社会規範が課題と結論付け、ワークショップ等を通じて、地域コミュニティでジェンダーギャップ解消に取り組む方向性を固めた。
- ・ ジェンダーギャップ解消の取組みをサポートする自治体の人口規模は、10 万人未満にフォーカスしている。取組みは行政の部署横断で進める必要があり、数十万規模の自治体だとステークホルダーが多すぎて、縦割り行政の打破も非常に難しい。小規模な自治体だと意思決定が早いため、取組みを進めやすい。ただし、人口 30～50 万人規模の自治体でも、首長が覚悟を決めてトップダウンで行えば、豊岡市と同じことができると考えている。
- ・ 三重県では、経済分野のジェンダー・ギャップ指数（2024 年：17 ページ）が全国 46 位、フルタイムの仕事に従事する男女間の賃金格差が 46 位となったことから、地元でジェンダーギャップ解消の必要性を訴える声が広がり、県は人口減少対策の柱の一つにジェンダーギャップ解消を掲げている。
- ・ 奈良県では、総務省「国勢調査」（2020 年）で女性の就業率が全国 47 位と最下位で、総務省「社会生活基本調査」（2021 年）で女性の家事従事時間の長さが全国 1 位となったほか、県庁職員を含む県内で働く人に対する意識調査で、性別役割分担意識の根深さが明らかになった。このため、「ジェンダー平等推進プロジェクトチーム」を設置した（小安氏がアドバイザーとして支援）。
- ・ 都道府県レベルで取組みを進めるには、都道府県が施策の目的を明確化した上で戦略を策定し、市区町村が主導で取組みを進めることが大切となる。

e. 自治体におけるデータ整備の必要性

- ・ 政府の「女性の職業生活における活躍プロジェクトチーム」の会合に参加し、地方自治体がジェンダーギャップ解消の旗振り役となるべきで、首長の理解とコミットメントが大切なこと、実態把握のためのデータ整備が必要なことを提言した。例えば、中小企業には男女間の賃金格差について公表義務はないため、データが存在せず、男女間に格差があるのかどうか分からず、政策を立案できない。今後、こうしたデータの整備が進むことを期待しているが、自治体だけで予算を持続化するのは難しく、国の支援が重要となる。

f. ジェンダーギャップ以外に考えられる女性流出の要因

- ・ ジェンダーギャップ以外の女性流出の要因の一つ目が、「こうであらねばならない」という地域の寛容性の低さ、社会規範の強さ（固定的な性別役割分担意識等）と考えている。二つ目は、大学等で教育を受けた女性が自分の能力を発揮して働ける職場が少ないことで、女性がやりたいと思い、やりがいを感じることでできる仕事の少なさが問題である。さらに三つ目の要因が、子育てや介護をしながら働くためのサービスが充実していないことで、こうしたサービスがある地域は首都圏に限られる。そもそも女性だけが育児・家事といった無償労働を担う地域は、女性にとって魅力的ではない。
- ・ 中国地域のように製造業をメインとする地域では、ジェンダーギャップが大きい傾向がある。理由としては、製造業で働く男性の所得が比較的高く、長時間労働をしているケースも多いため、女性が「年収の壁」の範囲内で働く傾向が強いと考えている。

3. 2. 2. 国立社会保障・人口問題研究所 人口構造研究部 部長 小池 司朗 氏

プロフィール	研究分野は地域人口学、地理情報システム（GIS）で、「将来人口推計に関する調査研究ならびにシステム開発事業地域推計」「人口移動調査」等のプロジェクトに参画する。
概要	・西日本よりも東日本で女性の流出傾向が強く、特に東北地域で東京圏への女性の流出が目立つ。東北地域は東京圏に近いが、中国地域は東京圏との間に大阪圏があるので、東北地域よりは東京圏の影響を受けづらい。 ・出生率が高い地域ほど、全体の人口減に占める自然減の割合が低くなる傾向にある。中国地域の出生率は低下しているものの、東北地域等より高く、今後、人口減少の度合いは相対的に緩やかとなる点に多少の優位性がある。 ・地域にとどまってもらう方策として、「地域学」のカリキュラム推進、校舎にゆとりを持たせるなど環境面の充実を図る子育て支援策、本社機能誘致による女性の職場創出等が考えられる。 ・地域外からのUターンを促進する方策として、第1次産業の強みなど大都市圏とは異なる対立軸を打ち出すこと等が考えられる。

a. 地域間人口移動

- ・ コロナ禍で人口の東京一極集中や大都市圏への集中が一旦弱まる傾向がみられたが、コロナ後には再びコロナ前の状況に戻りつつある。
- ・ 男性よりも女性の地方からの流出傾向が強いのは間違いなく、東日本でその傾向が強いと考えている。特に東北地域は東京に近いこともあり、高学歴志向の強い女性が東京に引っ張られている。中国地域の場合は、東京圏との間に大阪圏があるので、東北地域よりは東京圏の影響を受けづらいといえる。
- ・ 年齢別では18歳～22歳の移動ボリュームが非常に大きく、大学進学時や就職時に地方から流出するということ自体は昔から変わっていない。
- ・ 東京一極集中が進む要因として、東京には第3次産業、特にサービス業が集積し、女性が就職しやすい・就職したいと思えるような職種が特に多い点が挙げられる。それに対し、大阪圏や名古屋圏は割と製造業が強い地域であり、相対的に東京圏ほど女性を引きつける力が強くはないといえる。
- ・ 今後も、東京一極集中が継続する可能性は極めて高いと考える。東京生まれ・東京育ちの人が非常に増えているため、そうした人はよほどのことがない限り、地方に出ていかない。住民基本台帳人口移動報告のデータを見ても、東京圏からの転出率は非常に低下している。地方の人口は減少が加速してい

る状況にあり、今後、東京圏では転入数も転出数も基本的には両方とも減っていくが転入超過の状況は変わりなく、一極集中が続く可能性が高い。

b. 将来推計人口

- ・ 出生率が高い地域ほど、全体の人口減に占める自然減の割合が低くなる傾向にある。出生率の高低が、将来推計人口にも影響を及ぼす。
- ・ 中国地域の出生率は低下しているものの、東北地域等より高く、今後、人口減少の度合いは相対的に緩やかとなる点に多少の優位性がある。出生率のより高い九州地域は、より人口減少の度合いが緩やかとなる傾向がある。
- ・ 今後、地方における転出超過の傾向は変わらないが、転出数自体も減少していく可能性が高いため、出生率を如何に上昇させていくかが重要となる。
- ・ 日本全体の人口減少に占める自然減の割合は約 8 割、社会減が約 2 割だが、今後は自然減の割合が 9 割程度に上昇すると推計している。

c. 中国地域における人口移動データ分析手法

- ・ 女性の人口移動の現状を把握する上で、速報性の高い住民基本台帳人口移動報告は有用である。住民票に基づくデータのため、すべての移動を反映しているわけではないが、全体的な傾向を的確に反映したデータであることは間違いないので、まずは本報告の分析を最優先すべきである。
- ・ 人口移動の分析に外国人移動を含めることも考えられるが、外国人の移動の大半は国際間移動であり、日本国内における移動の主因を探ろうとする本調査では、日本人の人口移動に焦点を絞った方が良い。

d. 地方が女性に選ばれない要因

- ・ ジェンダーギャップは社会的階層が上位に属する女性の転出（または低出生率）の要因になっている一方、多くの地方では女性の転出の一因ではあるものの、主因になっているとは思えない。女性の高学歴化の影響の方が転出の要因として大きいと考える。
- ・ 男性は家業の跡継ぎとしての U ターンがある一方、女性はそうした事例はほとんどない点も、U ターンの少ない要因の一つになっていると考えられる。

e. 女性に選ばれる地域となるために必要な方策

【地域外への移動を抑制する方策】

- ・ 中高生に地域のことを知ってもらうため、地域の成り立ちや産業等を学ぶ「地域学」のカリキュラムを推進することが一案である。地域外の大学に進学する際に、地元の企業等に関する情報を知らず、何となく東京等の都会に魅力を感じて出ていく人が大半と思われる。地域のことをよく知っている人ほど、

地域外に出ていきにくいという分析結果もある。地元企業も中高生に対して自社の魅力をしっかりと発信することが重要である。

- ・ 地方創生の取り組みでは、東京圏の転入超過数をゼロにするという目標が掲げられ、都市間での人の奪い合いとなっていた感があり、出生率を高める施策が手薄であったと思われる。また、出産・子育てに対する金銭的な支援よりも、校舎にゆとりを持たせるなど環境面の充実が必要と考える。
- ・ 東京等から本社機能を誘致し、特に若い女性に働いてもらえる職場を作ることが、地域活性化の一つの手段になる。
- ・ 中国地域の大学に進学した学生の在学中に、卒業後も地域内にとどまってもらう施策を働きかけることが重要となる。情報系等の学科を新設して大学の魅力を高める取り組みも一定の効果があると思われる。
- ・ 東北地域では、地域の古いしがらみを忌避して、地域外に移動する人が多い模様である。取り組みでは保守的な考えをもつ企業や地域の意識を変える必要がある

【地域外からのUターンを促進する方策】

- ・ 都会的な生活に憧れて出ていく人などが地域外に移動するのは仕方ないと捉え、UターンやIターン、東京生まれの割合上昇を踏まえればとくにIターンの活性化に向けた施策に力を入れた方が良い。特に、20歳代後半から30歳代の子育て世代をターゲットにした方策を検討すべきである。子育てしやすい地域は地方圏であることは間違いないので、そうした強みを情報発信していくことが重要となる。
- ・ 女性を呼び戻すには、大都市圏とは異なる対立軸を打ち出すことが必要となる。農業等の第1次産業の強さを活かすことなどが挙げられ、地域には何らかの魅力が必ずあるので、そうした魅力をPRすることも重要である。

f. その他

- ・ 少子化の背景として競争社会の影響が挙げられる。韓国、とりわけソウルが象徴的で、競争社会が一極集中をもたらし、少子化につながっている。東京でも小学校受験が当たり前となっており、そうした競争社会だと子どもを産もうとする気にもならず、ましてや結婚する気にもならない人が増えている。学力偏重ではなく、多様な選択肢を提供することが重要で、「多様性を認め、競争をあおらない社会」を実現すべきである。多様性を認める素地は東京よりも地方の方に多くあり、「大学に進学して一流企業に就職するだけが人生ではない」といった機運を醸成できると、UターンやIターンが増える可能性がある。

3. 2. 3. (株)日本総合研究所 調査部 上席主任研究員 藤波 匠 氏

プロフィール	専門は地方政策。マクロとミクロのバランス感覚を持った政策提言を実施。著書に「なぜ少子化は止められないのか」など。共同通信社地域再生大賞審査委員、経済再生担当相の私的懇談会「経済財政検討ユニット」委員等を務める。
概要	・「情報通信業」等の成長産業が東京に偏在していることを主因に、コロナ後に東京圏への一極集中が一段と進んでいる。 ・最近は大都市から大都市（主に東京圏）への人口流出が目立ち、大都市間での人口の奪い合いが起きており、地域中核都市のダム機能が薄れている。 ・東京の企業は高度人材確保のため賃上げなど処遇改善を積極化しているのに対し、地方企業は経営者の意識改革が遅れて人材を確保できていない。 ・企業はDX人材の確保・育成によるDX化を推進することで、高度人材の受け入れにつながる。 ・男女平等を実現しないと地域が立ち行かなくなる。 ・子育て支援に関し、キャリア志向の女性を念頭に置いた施策が重要となる。また、金銭的な支援は国が一律で実施し、住民に寄り添った部分は自治体が担う役割分担を明確化すべき。 ・Uターン施策は効果が限定的だと考える。

a. 地方から東京への一極集中の現状

- ・ 東京圏への転入超過数をみると、2023年は13万人弱でコロナ前（約15万人）を下回っている。但し、18歳～29歳の「新卒世代」に限るとコロナ前を上回る。40歳以上を中心とする比較的年齢の高い世代は、コロナ禍で地方に移動する傾向が顕著となり、その動きが完全に戻っていない。
- ・ 「新卒世代」の東京圏への流入が加速しているのは、企業が若い世代、特に女性の採用を意欲的に行っているためである。コロナ禍（2020年4月～22年10月）における女性の正規雇用増加の半分以上が東京圏であるのに対し、中国地域はほぼゼロ、四国に至ってはマイナスであった。
- ・ 2019年～2023年の人口移動をみると、岡山市や広島市といった大都市から、大都市（主に東京圏）への若い世代の移動が目立つ状況にある。そうした都市は周辺地域からの人口の受け入れ先であったが、大都市間での人口の奪い合いになりつつあり、福岡市等の大都市が人を引っ張る動きが出てきている。

b. 女性が東京を選択する理由

- ・ 大卒女性の就業が多い情報通信業や学術研究、専門・技術サービス業は、東京圏に集中している。特に情報通信業は、男性、女性を問わずに積極的に採用を行っており、そうした業種を含めた成長産業が東京に偏在していることが一極集中の大きな要因となっている。
- ・ 情報通信業等の成長産業では、人材確保のため処遇改善に意欲的に取り組み、ジェンダーギャップ解消はもちろん、賃金や初任給の引き上げ等の待遇面や、昇進スピード等の人事制度改革、男性の育休取得の推進など、人材確保に必要と考えられることを一生懸命やっている。それに対して地方の中小企業では、経営者の意識改革が遅れている印象があり、人手不足解消のためにすべきことが十分なされていないと思われる。
- ・ 男性には「長男だから地元に住むべき」といった家父長制的な考え方が残っており、出ていくのをためらったり、Uターンしたりするケースも比較的多いのに対し、女性は実家や地元から出ていくことにためらいはなく、大都市に出たまま戻ってこないケースも多いと考えられる。また、男性は大学進学等を機に地域外に出たとしても、Uターンして地元で就職をしようと思えば、地方新聞社、県庁、マスコミ、金融機関といった雇用の場が一定程度ある。
- ・ 地方の企業や自治体、地域は、「女性が子育てすべき」「自治会の寄合で料理するのは女性の仕事」等の偏見や思い込みがあり、そうした性別役割分業意識を払拭できていない。男女平等を本気で考えていかないと、地域コミュニティが立ち行かなくなってしまう。

c. データ分析に基づく女性流出の要因分析

- ・ 主成分分析という手法で、都道府県の安定志向とキャリア志向を左右の横軸で示したところ、中国地域5県は極端に左右に振れておらず、岡山県、山口県が中央近辺、鳥取県、島根県はやや右寄り（安定志向）、広島県は左寄り（キャリア志向）となっている。
- ・ 一般労働者の賃金と転入超過数は正の相関が高い。女性だけでなく男性も、高賃金の雇用がある東京圏に人材が流れていることを示している。
- ・ 今の女性は自分の専門性を活かした仕事を求めているため、能力が活かして興味がある分野の仕事を求めて、安定重視からキャリア重視の地域に人が移動している。
- ・ 地方創生では、各自治体の実施した施策の多くが、キャリア志向の人向けではなく安定志向の人向けのもので、女性のニーズとギャップが生じた。
- ・ 勤続年数と転入超過数の相関関係を算出すると負の相関が高い。勤続年数は

長いのが良いと思われがちだが、雇用の流動性が小さく、優良な雇用に空きが出ず、新しい仕事も生まれてこないのが、若い世代が良い仕事に就くことが難しくなり、結果として大都市に出ていく。

d. 女性に選ばれる地域となるために必要な方策

- ・ 生まれ育った地域で暮らしていこうと思える社会にならないと、若い世代、特に女性が定着するのは難しいと思われる。一旦進学等で地域を離れても、故郷に戻ってきてもらえる環境、豊かに暮らせる環境を作ることが、他地域から人を呼び込むことにもつながる。
- ・ これまでの子育て支援は、「女性が休暇を取得しやすい」「時短勤務が可能」といった働きやすさの面がメインであったが、今後はキャリア支援にシフトすべきである。多くの女性がフルタイムとして働き、保育面もある程度整備された状況の中で、女性が男性と同等にキャリアアップして給料も上がっていく環境を整備しないと、本当の意味での子育て支援にはならない。
- ・ 少子化対策に関しては、医療費や給食費の無償化といった金銭的な支援は、国の責任として全国一律で実施すべきである。各自治体が支援策を競うと、若い世代の奪い合いに終始してしまう。各自治体は県と協力しながら、地域住民に近い存在だからこそできる独自サービスの提供に特化すべきである。例えば、病児保育の充実、子育てに悩んでいる人たちに対するサポート体制の充実や相談窓口の設置等が挙げられる。
- ・ 地域のことを全く知らないまま、どちらかというと悪いイメージを持ったまま地元を離れてしまうと、戻ってくるインセンティブにはなり得ない。子どもの頃に地域の良さをインプットし、地域に必要な人材であることを認識させておけば、将来、地域を振り返るタイミングになった時に、Uターンをする大きなインセンティブとなる。
- ・ 地方自治体は業界団体、経済団体など企業を取り巻くステークホルダーと連携して、中小企業の経営者に対し、人材を確保する上での DX 投資の必要性等の意識改革を促し、積極的な投資等に対する税制優遇も検討すべきである。

e. 女性に選ばれる地域となるために必要な企業の役割

- ・ 社会全体を見直していくことが、地域の発展につながるし、地域の人の定着にもつながる。そもそも人が地方になかなか定着できない流れを作っているのは、地方の企業にも責任がある。人手不足の中で賃金を上げるなど意欲的に人材を確保する姿勢をとらず、若い人が流出するのは当然の帰結である。
- ・ 地方に IT 企業を誘致するのも 1 つの方法だが、むしろ既存企業の DX 化によ

り、専門人材を社内で確保・育成することが効果的である。専門人材を中心に社内の DX 環境を改善し、内発的に DX を進めるべきである。

- ・ IT 人材の確保・育成に関する好事例として、(株)フジワラテクノアート（岡山市）が挙げられる。同社の社長と副社長が母娘で、MBA を持つ副社長が DX を主導し、大手情報通信企業から女性を中途採用して、数年で最先端の IT 企業に変貌し、経産省の「DX セレクション 2023」でグランプリを獲得した。その IT 人材に触発され、年配の技術者が独学でプログラムを書いたり、資格を取ったりするなどの効果が生まれている。自前で IT 人材を抱えておくことが、高度人材を地域に定着させるツールの一つにもなる。

f. その他

- ・ 自治体が行う移住促進策の効果は限定的だと考えている。移住促進が 100% 悪いとは決して思わないが、それで転出超過ゼロを目指すのは非常に厳しい。

3. 2. 4. (公財) 東北活性化研究センター 課長代理 橋本 有子 氏

プロ フィール	本調査の類似調査として、「人口の社会減と女性の定着に関する意識調査」(2020 年度)において、主に東北圏(東北 6 県および新潟県)から東京圏に転出を希望している、または転出した若者女性 2,300 人に対する Web アンケート調査およびアンケート回答者へのインタビュー調査を実施。
概要	・ アンケートおよびインタビュー調査から導き出した地方に居住する上での 1 番の条件は、多様な雇用先・職場が多くあること。 ・ 若い世代から選ばれる地域となるためには、地縁のない若い世代をも惹きつける地域戦略への転換が必要となる。 ・ 調査結果の普及啓発を図るため、2021 年度から情報発信事業としてフォーラムとワークショップを開催。 ・ 2024 年度には、若年女性が就職期に東京圏へ流出する問題を踏まえ、就職を機に東北圏から東京圏に転出した若年女性へのインタビュー調査を実施する。

a. 同センターにおけるアンケート調査の設計と実施のプロセス

- ・ 転出者の多い年齢を、「就職」期にあたる 20 歳代前半、高校卒業後の「就職」「進学」期にあたる 18 歳の 2 つのゾーンだと仮説を立て、アンケート調査の対象年齢を 18 歳～29 歳に設定した。29 歳までを調査対象に含めたのは、結婚や出産のライフイベントを控える年齢層の意識を調査するためである。
- ・ アンケート(定量)調査で特色のある傾向がみられた回答結果において、回答理由や回答傾向に対する意見を伺うため、インタビュー調査を実施した。
- ・ 主な調査項目として、高校卒業後の動きと県外転居(進学、就職、転職等)や若年女性が地方から転出する理由のほか、U ターン意向を尋ねるとともに、東京圏へ転出した人の「今の暮らしに対する満足度」を尋ねた。
- ・ さらに、地元企業に就職した人への奨学金返還支援を行う自治体が多いことから、その効果をみるため、進学時の奨学金や教育ローンの利用状況も尋ねた。
- ・ 若い女性の意識や考え方の情報収集・分析を行い、東北圏が若い世代から選ばれる地域となるための方策を考察、提言した。示唆・提言内容については有識者による検討委員会を組織し、ご意見をいただいた。

b. 調査結果について

- ・ 女性が流出する最大の要因は「雇用問題」である。インタビュー調査では、

「営業職を希望しても、東北圏には営業職の女性を採用する企業がない」といった声が聞かれた。管理栄養士や養護教諭の有資格者からは、「子どもの数が少ないので、そもそも自分が働きたい学校や保育施設が少なく、東京圏で就職せざるを得なかった」「そもそも新卒採用枠がなく、専門職になればなるほど経験者しか採用しない」との話もあった。

- ・ また、東北圏で働いた際に男性と同じ資格をもち、同じ職種で働いていても、責任のある仕事を与えられず、不満を抱えている女性が多くいることがわかった。就活の際、東北圏の企業では「今後、結婚をして、ご主人に転勤があれば、一緒についていっていいですよ」と言われ、「なぜ男性主体なのか」と違和感を抱いたそうである。また、女性のお茶くみは当然であるという雰囲気も感じられたとのことで、性別役割分担意識のある会社では働きたくないという思いで東京圏に就職したことが伺えた。
- ・ アンケート調査では、女性流出の要因として、「若者が楽しめる場所や施設が少ない」「刺激が少ないなど、地方の生活は退屈な印象がある」という回答も多かったが、インタビュー調査では「娯楽だけを求めて東京に出たわけではない」「趣味活動をするにもお金が必要となるため、ある程度の収入（仕事＝やりがいのある仕事）も必要」との声が聞かれた。
- ・ 「地方に居住する条件」では、「出産・育児のしやすさ、支援する体制を用意する」との回答割合が6割超で最も高かった。しかし、インタビュー調査では、「現在の自分の立場で考えた時、（まだ結婚や出産に至っていないので）自分事の契機として捉えにくく、地方に居住する条件の中に、出産や育児支援の選択肢はない」との声が聞かれた。このように、「出産・育児支援」は一般的に地域を選択する際に求める条件としてイメージしやすいが、就職する段階で、そういったライフステージに直面していないため自分事の契機（就職する地域の選択）として捉えにくい。結局は「多様な雇用先・職場が多くあること」を1番の条件としている人が多かった。
- ・ なお、東京圏は物価が高いから生活がしにくいのではないかとも思われるが、インタビュー調査では、東北圏では車を持つことの費用が負担となっているという声も聞かれた。車を持たなくとも移動がしやすいという、交通の利便性も東京圏で生活するメリットと感じているようだ。
- ・ 地元を出ていくのは「地元の良さを理解していないから」というのは思い込みである。インタビュー調査では、「地元就職したかったので地元でも就活をした」「将来、子どもが生まれたとき、実家の近くのほうが安心」との声が聞かれながらも、地域外に出てしまっている。アンケートで「今の暮らしに対する満足度」を尋ねたところ、東京圏を選んだ人に比べて、一旦、地元を

離れて東京圏から U ターンしてきた人の満足度は低かった。東京圏に居住している人が変化を欲して転居を考えたとしても、「転居はしたいが、地元に戻りたいわけではない」「地方で今より広い部屋に住めたとしても、別にそれを求めているわけではない」との声が聞かれ、東京圏内で転居するケースが大半だとみられる。

- ・ 東北圏各県の若年女性の流出先状況をみると、宮城県よりも東京圏への流出者数の方が多く、「宮城県が東北の人口のダム機能を果たしている」とのバイアスは思い込みだったことが分かった。
- ・ アンケート調査で東京圏に転出した人の奨学金の利用率をみると、東北圏外出身者よりも東北圏出身者の方が高い結果となった。東北圏から東京圏へのアクセスは非常に良く、奨学金を利用して気軽に東京圏に転出できてしまうハードルの低さがわかった。インタビュー調査でも、大学進学時に「関西圏は遠いが、東日本であればどの大学でも良いと親に言われた」といった声もあった。但し、奨学金利用者の約 7 割が「返済については意識せず就職先を選んだ（選ぶ）」と回答し、自治体による奨学金の返還支援策の効果はあまり期待できないと捉えることもできる。インタビュー調査でも、そうした支援策をそもそも知らない人が多く、「支援策を知っていたとしても、やりがいをもてない地元の企業で働く選択肢はない」「一時のお金の負担軽減のために、自分がやりたい仕事を犠牲にしたくない」といった意見が聞かれた。
- ・ インタビュー調査では、「母親だけがパートで仕事をしながら、家事や介護もしており、自分はそういう生活をしたくない、そういうパートナーと結婚したくないなと思って地元を出た」との声も聞かれた。女性が生き生きと働き、やりがいをもつことができるような環境を企業が用意しても、家庭内でパートナーや親の理解がなければ働くことができない場合もある。ジェンダーギャップに関しては家庭環境の影響もあると思われる。

c. 女性から選ばれる地域となるために必要な視点

- ・ 女性から選ばれる地域となるためには、「出ていかないように」するのではなく、「出ていった人を呼び戻す」だけでなく、地縁のない若い世代をも惹きつける地域戦略への転換が必要となる。
- ・ U ターンを促進する施策も決して無駄ではない。進学や就職で東京圏に転出した女性の約半数は、「地元に戻る気はない（なかった）」と回答しているが、裏返すと残りのほぼ半数は U ターンの潜在層であるといえ、そうした層に対して如何にアプローチしていくかが重要となる。
- ・ まずは若年女性に選ばれる企業を増やすこと、若年女性が希望する職種に就

けるよう、男女隔てなく働ける環境を整備し、新卒採用枠を増やすことが必要である。実際に女性採用を積極的に行った企業からは、「今まで男性の仕事だと思い込んでいたが、女性に任せることで生産性が非常に向上した」「今まで男性がやっていた仕事を女性職員にお願いしたところ、さまざまな意見を出してくれて、会社全体が良い方向に向かっている」といった声が聞かれた。

- ・ 若年女性に寄り添った働く環境整備はもちろんのこと、企業がどのように地域と関わっているのか、また、そこで働く女性社員がどのように生き活きと活躍しているのか、そういったことを発信することで、就職後の明るい未来を描くことができ、選ばれる企業になると考える。

d. 提言に対するマスコミ、企業・自治体等からの反応

- ・ 本調査にいち早く注目してくれたのがマスコミであった。地元の新聞社や経済誌が特集を組み、その後、全国紙でも取り上げていただき、地元企業や自治体にも反響が広がっていった。
- ・ 本調査の普及啓発を図るため、2021年度から「人口の社会減と女性の定着に関する情報発信フォーラム」の開催と、「学生×企業による合同ワークショップ」を実施している。
- ・ これまで東北圏各県で開催してきたフォーラムでは、当該地域の人口動態の状況をデータで示し、地域の方々に現状を理解していただくとともに、「女性や若い世代の雇用」「若年層の地域定着」について参考となる発信を行うことで、当該地域の自治体や経済界の意識の変革がみられている。
- ・ また、ワークショップでは、就活を終えた学生や、就活を控える学生に参加していただき、「選ばれる地域」「選ばれる企業」になるための方策について提言していただいた。参加企業からは、「学生の生の声を聞くことができ、就活生はもちろんのこと、若手社員の意識についても理解し、関わり方についても参考となった」「ビジョンに繋がる素晴らしい提案をいただいた」「他の企業と課題を共有できたのも良かった」等の声をいただいた。

3. 3. ヒアリング調査から得られた知見・示唆（小括）

ヒアリング調査結果から得られた知見・示唆と方策の参考となる視点について、以下のように整理できる。

○株Will Lab 代表取締役 小安 美和 氏

得られた知見・示唆	方策の参考となる視点
豊岡市は、若者回復率という独自データに基づき、課題を的確に把握した上で、ジェンダーギャップ解消の取組みを本格化。	・ 効果の高い方策を立案するには、人口移動等のデータ分析に基づく的確な現状把握や課題認識が重要。
豊岡市の「ワークイノベーション推進会議」は、商工会議所会頭をトップに据え、まずは経済分野のジェンダーギャップ解消を目指して取組みを始めた。	・ ジェンダーギャップ解消の取組みに関しては、優先順位を付け、理解を得やすい企業を対象に開始するのが効果的。
「豊岡市ワークイノベーション戦略」の策定に際し、ワークショップを数多く開催して市民から意見を吸い上げ、事業の目的や具体的な施策等を議論して戦略策定に生かしている。	・ 実効性の高い施策とするには、ワークショップ等を通じて、市民の声を幅広く吸い上げることが重要。
豊岡市では、企業や地域の抵抗感をなくし、事業に参画したいと思わせるため、「ジェンダーギャップ」という言葉をあえて使わず、「ワークイノベーション」という市独自の造語を作った。	・ 「ジェンダーギャップ」を押し出しすぎないようにするなど、施策のネーミングを工夫することも留意が必要。
事業所における「従業員意識調査」の実施、「あんしんカンパニー」の表彰によって、先進的に取組みを進める企業を可視化し、他企業が参考にできるようにしている。	・ モデルケースとなる企業を可視化する仕組みを方策に盛り込むことが重要。
成果があまり出ていない段階からマスコミ戦略を行い、ジェンダーギャップの取組みをPRすることによって、市政の方針に影響を及ぼすことができた。	・ マスコミの有効活用、特にジェンダー意識の高い女性のマスコミ担当者に対するメディア戦略が施策推進において効果的。

「豊岡モデル」の取組みを進める第一条件となるのが、産業があることである。また、人口規模が 10 万人未満だと意思決定が早く、分野横断的な組織の取組みを進めやすい。	人口規模に応じた施策推進が必要で、産業基盤がしっかりしている小規模な自治体をモデルケースとすることが考えられる。
ジェンダーギャップ以外の女性流出の要因として、①地域の寛容性や社会規範の強さ、②働きやすく働きがいのある職場の少なさ、③地域内で育児・家事や介護をしながら、女性が働くことのできるケアサービスが充実していないことなどが考えられる。	- 下記も女性流出の要因となる ① 地域の寛容性の低さや社会規範の強さ ② 働きやすく働きがいのある職場の少なさ ③ 働く女性が利用できる育児・家事・介護に関するサービスの不足

○国立社会保障・人口問題研究所 人口構造研究部 部長 小池 司朗 氏

【地域外への移動を抑制する方策】

得られた知見・示唆	方策の参考となる視点
中高生に地域のことを知ってもらうため、「地域学」のカリキュラムを推進することが一案である。地元企業も中高生に自社の魅力をしっかりと発信することが重要である。	大学進学等の進路を決める前の早い段階で、地元を知ってもらう取組みを進めることが、地域への愛着醸成、地元企業就職等につながる。
東京等から本社機能を誘致して若い女性の働く場を作ることの一つの手段である。	若い女性がやりたい仕事を、東京など大都市圏でなくても実現する上で、本社機能誘致も施策の 1 つとして効果的。
東北地域では古いしがらみを忌避して、地域外に移動する人が多い模様であり、中国地域でも保守的な考えをもつ企業や地域の意識を変える必要がある。	若い女性に選ばれるには、地域に根付く古い慣習や価値観を変えていくことが必要。

【地域外からの U ターンを促進する方策】

得られた知見・示唆	方策の参考となる視点
地方から若い女性が出ていくのは仕方ないと捉え、流出抑制よりも U ターンや I ターンに力を入れた方が良い。	無理に女性を押しとどめるのではなく、一旦流出した女性が戻ってきたくなるような地域づくりが必要。

出て行った女性を呼び戻すには、農業等の第1次産業の強みを活かすなど、大都市圏とは異なる対立軸を打ち出すべきである。	・ 大都市圏にはない地方ならではの良さをアピールすることが重要。
20歳代後半～30歳代の子育て世代をメインターゲットとし、子育てをしやすいという強みを情報発信すべきである。	・ メインターゲットを明確にした上で、これらの層に刺さる情報発信が不可欠。
少子化（出生率の低下）の要因の一つに、競争社会の影響が挙げられる。韓国、とりわけソウルが象徴的で、一流企業への就職にとどまらない多様な選択肢の提供が重要。	・ 「多様性を認め、競争をあおらない社会」の実現が、若い女性から選ばれる地域づくりのポイントとなる可能性あり。

○(株)日本総合研究所 上席主任研究員 藤波 匠 氏

得られた知見・示唆	方策の参考となる視点
成長産業は高度人材確保のため賃上げ等の処遇改善に取り組んでいるのに対し、地方企業は経営者の意識改革が遅れているため人材を確保できない。自治体は、地域の経済団体等と連携し、こうした企業の改革を促す施策を展開すべきである。	・ 企業が女性に選ばれるには、賃上げ等の処遇改善に係る意識改革が重要。 ・ 自治体は、こうした企業の意識改革を後押しする施策を実施すべき。
IT 企業を誘致するのも1つの方法だが、むしろ既存企業が専門人材を確保・育成してDX化を進める方が効果的で、高度人材を地域に定着させることにもつながる。	・ 既存の域内企業がDX化を進める際に必要な人材確保・育成を図り、こうした職場を志向する女性の受け皿となることが効果的。 事例：(株)フジワラテクノアート（岡山市）
現在の子育て支援策は女性が子育てをすることが前提で、キャリア志向の女性にそぐわない。バリバリ働く女性を念頭に置く施策が重要。	・ キャリア志向の女性を念頭に置いた仕事と子育ての両立支援策が重要。

地方では「女性が子育てすべき」「寄りあいで料理をするのは女性の仕事」といった思い込みが企業や地域に根強く残る。男女平等を本気で考えないと立ち行かなくなる。	・ 古い慣習・価値観を打破し、男女平等の地域社会を実現することが必要。
子どもの頃に地域の良さをインプットし、地域に必要な人材だと認識させることで、一旦、地域外に移動したとしても、将来の U ターンにつながる可能性がある。	・ 地域への愛着醸成のため、いわゆる「地域人教育」の推進が重要。

○（公財）東北活性化研究センター 課長代理 橋本 有子 氏

【調査結果】

得られた知見・示唆	方策の参考となる視点
女性が流出する最大の要因は「雇用問題」である。女性流出の要因として娯楽や刺激の少なさが挙げられる一方、娯楽を楽しむためにも、ある程度の収入（仕事＝やりがいのある仕事）が必要となる。	・ 女性に選ばれる地域となる上で、収入面ややりがいも考慮した多様な仕事を選択できることが必要。
以下の点について「思い込み」が実態と異なっていることが判明した。 ① 「地元の良さを知らないから出ていく」というのは思い込みである。地元就職や実家の近くでの生活を望みつつも、地域外に流出する人が多い。U ターン者の満足度は低く、東京圏の居住者も転居を考えても地元回帰には消極的で、東京圏内での転居が主流である。 ② 「宮城県が東北の人口のダム機能を果たしている」とのバイアスは思い込みで、宮城県よりも東京圏への流出者数の方が多い。	・ 中国地域出身女性向けアンケートの分析結果も踏まえて方策に活用する。

【ジェンダーギャップ】

得られた知見・示唆	方策の参考となる視点
地域を選ぶ根底にあるのが、ジェンダー意識を含めた女性の働きやすさである。	・ 女性が地域でどのように働き、生きるかという、キャリアモデルをイメージすることが重要。
ジェンダーギャップについては、地域社会というよりも両親の姿（母親が専業主婦など）の影響が結構大きい。	

【女性から選ばれる地域となるために必要な視点】

得られた知見・示唆	方策の参考となる視点
若い世代から選ばれる地域となるためには、地縁のない若い世代をも惹きつける地域戦略への転換が必要となる。	・ 中国地域出身者のみならず、中国地域に全く縁のない層へのアプローチも進めることにより、Uターンにつなげることが必要。
Uターン促進施策も決して無駄ではない。進学や就職で東京圏に転出した人のほぼ半数は「地元に戻るつもり」あるいは「特に考えてない」と回答している。Uターンの潜在層だといえ、そうした層に対して如何にアプローチしていくかが重要となる。	
若年女性が希望する職種に就けるよう、男女隔てなく働ける環境を整備し、新卒採用枠を増やすことが必要である。	・ 企業の意識改革や具体的な取り組み実践が重要。
企業がどのように地域と関わっているのか、また、そこで働く女性社員がどのように生き活きと活躍しているのか、そういったことを発信することで、選ばれる企業になる。	

【その他】

得られた知見・示唆	方策の参考となる視点
調査結果の普及啓発を図るため、情報発信事業としてフォーラムの開催とワークショップを実施している。	・ 今回の調査結果を広く発信することも方策として効果的。

○方策の参考となる視点（まとめ）

図表 3. 2 方策の参考となる視点（まとめ）

女性に選ばれない 要因の仮説	視点
仕事	本社機能を誘致して、若い女性がやりたい仕事を実現する
	既存の域内企業が DX 化を進め、必要な人材を確保・育成することで、IT 職場を指向する女性の受け皿となる
	地域の企業に賃上げ等の処遇改善に対する意識を変えてもらう
	キャリア志向の女性も活躍できるような仕事と子育ての両立支援策を行う
	収入面を求める女性にも選んでもらえる多様な仕事の選択肢を用意する
	地域の中小企業が自社のパーパスやビジョン、社会貢献に関する取組みなどの情報を発信する
進学先	－
生活利便性	－
文化・娯楽・ライフ スタイル	第 1 次産業の強みを生かすなど地方ならではの良さをアピールする
	地域における女性の多様なキャリアモデルをデザインする
規範・慣習	若年女性が希望する職種に就けるよう、男女隔てなく働ける環境を整備する
	優先順位を付け、理解を得やすい企業からジェンダーギャップ解消の取組みを始める
	ジェンダーギャップ対応施策のネーミングを工夫する
	モデルケースとなる企業を可視化する仕組みをつくる
	マスコミを積極的に活用する
	人口規模や産業構造に応じた施策を推進する
	地域に根付く古い慣習や価値観を変え、寛容性のある地域社会をつくる
	多様性を認め、競争をあおらない社会を目指す

地域への愛着・ 地域の認知度	進路を決める前の早い段階での地元を知ってもらうための 取組みを推進する
	子どもの頃に地域の良さをインプットし、地域に必要な人 材だと認識してもらう「地域人教育」を推進する
	地域を好きで良さもわかっているが、戻る気にならない人 にアプローチする
その他	人口移動等のデータ分析に基づき的確に現状把握や課題認 識を行う
	実効性の高い施策とするため、ワークショップ等を通じて、 住民の声を幅広く吸い上げる
	一旦流出した女性が戻ってきたくするような地域づくりを 行う
	ターゲットを明確にした上で、これらの層に刺さるような 情報を発信する
	地縁のない若い世代をも惹きつける地域戦略への転換を進 める

4. 先行自治体ヒアリング調査

本章では、中国地域以外の地域において、女性の流出減、流入増の取組みで先行し、一定の成果を上げている5つの自治体に対するヒアリングを実施した。それにより、女性流出状況の改善に向けて先進的な取組みを進める自治体の成果指標や課題等を整理するとともに、想定している地域からの女性流出の主要因と対応策の検証を行い、中国地域で参考とすべき点を抽出・整理した。

4. 1. 調査概要

ヒアリングを実施した自治体、および実施日程は図表4. 1のとおりである。

図表4. 1 ヒアリング先と実施日程

	対象先	部署	実施日程
1.	兵庫県 豊岡市	くらし創造部 多様性推進・ジェンダーギャップ対策課	2024年7月1日
2.	岐阜県 各務原市	市長公室 広報課 広報シティプロモーション係	2024年7月2日
3.	宮城県 富谷市	企画部 企画政策課	2024年7月3日
4.	山形県 東根市	総務部 総合政策課 健康福祉部 こども家庭課	2024年7月4日
5.	福井県 福井市	総務部 未来づくり推進局 移住定住交流課 女性活躍促進課 こども未来部 こども政策課 教育委員会事務局 学校教育課 生涯学習課	2024年7月26日

4. 2. 調査結果

4. 2. 1. 兵庫県豊岡市

取組みの特徴	職場を切り口とするジェンダーギャップ解消																				
ヒアリング担当者	兵庫県豊岡市　くらし創造部 多様性推進・ジェンダーギャップ対策課 課長　　　木内　純子　氏 課長補佐　原田　紀代美　氏 係長　　　得田　雅人　氏																				
豊岡市の概要	・人口：77,758 人（2023 年 1 月時点） ・主要産業は農林水産業、観光業で、特に観光業では城崎温泉等の多くの観光資源に恵まれ、国内外から多くの観光客が来訪。また、地場産業として、かばんの製造が盛ん。 ・「小さな世界都市」を目指し、コウノトリ野生復帰事業、演劇のまちづくりといった豊岡に暮らす「突き抜けた」価値を作る地方創生戦略を展開。 ・女性の転入超過数の推移： (単位：人) <table><tr><td>2014年</td><td>2015年</td><td>2016年</td><td>2017年</td><td>2018年</td><td>2019年</td><td>2020年</td><td>2021年</td><td>2022年</td><td>2023年</td></tr><tr><td>▲ 240</td><td>▲ 241</td><td>▲ 176</td><td>▲ 170</td><td>▲ 319</td><td>▲ 337</td><td>▲ 200</td><td>▲ 98</td><td>▲ 203</td><td>▲ 267</td></tr></table> (資料) 総務省「住民基本台帳人口移動報告」(日本人移動者)	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年	▲ 240	▲ 241	▲ 176	▲ 170	▲ 319	▲ 337	▲ 200	▲ 98	▲ 203	▲ 267
2014年	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年												
▲ 240	▲ 241	▲ 176	▲ 170	▲ 319	▲ 337	▲ 200	▲ 98	▲ 203	▲ 267												
取組みの概要	・「若者回復率」という独自データに着目し、出て行った若年女性を呼び戻そうと、ジェンダーギャップ解消の取組みを開始。 ・職場を切り口としてジェンダーギャップ解消に取り組む「豊岡市ワークイノベーション戦略」を策定。ワークショップや研修等を通じて、市民や事業所が問題意識を共有し、自ら変革の道筋を描いた。 ・経済分野の取組みからスタートし、学校、地域、家庭でのジェンダーギャップ解消を目指す。																				

a. 女性流入の要因等について

- ・ 「若者回復率」という独自の指標を設定しており（34 ページ）、女性の回復率は 2015 年の 26.7%から 2020 年に 28.5%と若干回復した。これは技能実習生等の外国人労働者が増加した影響だと考えている。
- ・ コロナ禍で縮小していた若年日本人の流出が再び拡大傾向にある一方、2022

年以降、外国人労働者の受け入れがコロナ禍前を上回る水準となっている。
こうした要因もあって、2020 年～2050 年の若年女性（20～39 歳）の人口減少率は 49.9%とかなり消滅可能性都市を回避した。

- ・ 日本人の流入の面では、地域おこし協力隊の存在が大きく、男性、女性合わせてこれまでに 100 人以上に委嘱している。また、2021 年 4 月に市内初の 4 年制大学として開学した兵庫県立芸術文化観光専門職大学への入学者も含め、少しずつ若者が増えている印象をもっている。
- ・ U ターンした 20 代女性が、大阪・東京等の都市部に在住する友達に対して行った聞き取り調査（2017 年）によると、地元に戻らない理由として、「大学等で学んだことを活かせる職場がない」「結婚・出産して働き続けるイメージが湧かない」「都市部と賃金格差がある」といった仕事面に加えて、「都市部と比べて人間関係で干渉される部分がある」「ジェネレーションギャップなどもあって若者の意見が取り入れられにくい」「仕事や地域でも活躍できるようなイメージが湧かない」などの声が聞かれた。

b. ジェンダーギャップ解消の取組み

- ・ 女性が働きやすく働きがいを感じる事業所を増やそうと、2019 年から「従業員意識調査」を実施している。「豊岡市ワークイノベーション戦略」の KPI として、女性従業員の 2/3 以上が「働きやすく、働きがいがある」と評価している事業所の数を、2027 年度までの 10 年間で 50 社に増やすことを掲げている。
- ・ 「豊岡市ジェンダーギャップ解消戦略（2021 年 3 月）」の策定にあたり、高校生と 20 代の若者を対象としたワークショップを開催した。参加者に「ジェンダーギャップとは何か」から学んでもらい、ジェンダーギャップが解消した先のまちのあるべき姿を描き、その姿を実現するためにバックキャストリングで行うべきアクションを考えた。その後、市民委員が参画した豊岡市ジェンダーギャップ解消戦略会議において、若者の意見を反映させながら、市民の声をベースに戦略が作られた。そのため、市長が変わるなど市の体制が変わったとしても、戦略を継続していくことができると考えている。
- ・ 2021 年 4 月に豊岡市地域啓発推進アドバイザーとして国立女性教育会館の萩原なつ子理事長に就任いただいた。地域コミュニティ組織の会長や役員、地域マネージャー向けに意識啓発の研修やワークショップを行っている。
- ・ 子ども向けジェンダー・多様性教育のほか、教員向けの研修等も行っており、2023 年度は萩原なつ子先生のオンデマンド研修を全教職員向けに実施した。
- ・ 2023 年度末に家庭向けの「豊岡流／ラク家事・育児コミュニケーションシー

ト」を作成し、今年度からセミナーを開催するなど運用を開始した。

c. 女性の流出減・流入増に向けた施策（ジェンダーギャップ解消以外）の実施状況

- ・ 「はたちを祝う会」への出席者に LINE 登録してもらい、移住・定住促進担当から情報発信している。中高生に対する取組みとしては、市長が直接出向き、「ふるさと教育」として本市の施策について説明したり、小学校・中学校でもコウノトリやその他の生き物の調査等を行ったりしている。
- ・ UI ターンを促進する取組みとして、本市の魅力的・特徴的な取組みを PR している。基幹産業の鞆作りを学べる学校「Toyooka KABAN Artisan School」、
「コウノトリ育む農法」等を学ぶ「農業スクール」、演劇のまちづくり「アーティスト・クリエイター移住」等の面白い取組みに共感・賛同した人が地域おこし協力隊となるなどして市内に移住している。
- ・ 移住・定住ポータルサイト「飛んでるローカル豊岡」を通じ、進学等で市外に出た若者に、本市の魅力ある取組みや働き場所等の情報を発信している。
- ・ 起業したい女性向けに SNS での情報発信の手法等を教えるデジタルマーケティングセミナーを、地域のことをよく知る IT 企業と連携して 2021 年度から実施している。3 年間に参加した女性のほぼ半数が起業または起業の準備中である。
- ・ 女子中高生向けのプログラミング体験教室を 2023 年度から開始した。夏休み期間中に実施しており、今年度は 12 名が参加した。

d. 上記施策に係る課題と解決対応

- ・ 女性が仕事の面で活躍しようと思うと、家事・育児負担を如何に軽減できるかが鍵を握る。男性も長時間労働が続くと、家事・育児に関わりたくても関わりづらい。「豊岡流／ラク家事・育児コミュニケーションシート」等を活用して、家事・育児を夫婦間で分かち合う仕組みを構築できればと考えている。
- ・ ジェンダーギャップの取組みの成果は、単年度で成果が出るものではなく、長期的な視点で、地域や職場、家庭、学校、教育現場も含めて、地道な取組みを継続していくしかない。

e. 上記施策に係る成果

【ジェンダーギャップ】

- ・ 「従業員意識調査」の結果を受け、企業の経営者の意識が変わり、職場の働く環境整備を行ったり、人事評価制度を見直したりする動きが広がっている。

- ・ 「あんしんカンパニー」(35 ページ参照) の受賞企業に、「豊岡市ワークイノベーション推進会議」の会員企業向けに事例発表を行う場を設けている。「何から始めていいかわからない」という企業も多いが、事例を聞くことで「自社でもこれだったらできるかもしれない」といった気づきが生まれている。
- ・ 地域コミュニティ組織では、男性の会長がジェンダーギャップ解消に意欲を示し、取組みの進捗が早いケースもみられる。また、子どもたちが戻りたいと思う地域にしようと、自治会が委員会を立ち上げ、女性の意見も聞きながら、祭りや運動会のあり方を検討する動きが出てきている。
- ・ 地域コミュニティ組織の会長、地域マネージャー、役員、市職員等が参加した「地域づくりリーダー研修会」では、これから実践することとして、「SNS が得意な女性の募集」「若者や女性の意見を取り入れる」「役員が男女半々となるよう依頼」「会議や事業の開催日時は、出やすい時間帯や曜日などを当事者に確認して決める」などが決議され、実行に移されている。
- ・ 市の審議会等の委員における女性の割合が3割超となった。また、地域コミュニティ組織の役員に女性が就任するケースも増えている。自治会役員では、女性の区長はいまだに0人だが、副区長、会計といった3役に少しずつ女性が就任している。市議会議員は24人のうち女性が2人のみとなっており、来年度の選挙で女性の議員が増えることを期待している。

【ジェンダーギャップ以外】

- ・ 2016 年度から 2023 年度までの UI ターン相談窓口を通じた移住者の数は合計 374 組 683 人となっており、2020 年以降は毎年 100 人以上が移住している。
- ・ 「Toyooka KABAN Artisan School」は 2014 年に開学し、100 人超の卒業生の半分以上が市内企業へ就職した。「農業スクール」(定員 5 人程度) は、2013 年からの 12 年間で 37 人が卒業し、約 7 割の 27 人が UI ターンしたほか、「アーティスト・クリエイター移住」は 2018 年から 39 人、家族を含めると 56 人が移住した。
- ・ 2021 年 4 月に開学した兵庫県立芸術文化観光専門職大学は、1 学年の定員は 80 人(1 年次は全寮制)で、2024 年度に全学年が揃って 320 人以上が在籍している。
- ・ 「地域おこし協力隊」は 2024 年 5 月 1 日時点で 100 人となった。3 年の任期満了となった隊員の定住率は 88.6%(2025 年 1 月 1 日現在)と高い点が本市の特徴となっている。

f. 今後、特に力を入れる予定の施策

- ・ 2023 年度には、保育士や幼稚園教諭の先生方と一緒にオリジナル絵本を作り、今夏に完成する。先生方自身のジェンダーへの理解を深めてもらうとともに、子どもたちが自己理解や他者理解を深めていくための対話のツールとして活用してもらうことも検討している。

4. 2. 2. 岐阜県各務原市

取組みの特徴	シティプロモーション推進																				
ヒアリング担当者	岐阜県各務原市 市長公室 広報課 広報シティプロモーション係 主任主事 向井 清介 氏																				
各務原市の概要	・人口：145,570 人（2023 年 1 月時点） ・都市部への交通アクセスが良く、名古屋や岐阜のベッドタウンとして人気が高く、市内 16 カ所の鉄道駅や大型商業施設など、生活基盤が充実。 ・主要産業は、製造業（航空機産業や自動車部品製造など）で、製造品出荷額が県内 1 位の「ものづくりのまち」。 ・女性の転入超過数の推移 (単位：人) <table><tr><th>2014年</th><th>2015年</th><th>2016年</th><th>2017年</th><th>2018年</th><th>2019年</th><th>2020年</th><th>2021年</th><th>2022年</th><th>2023年</th></tr><tr><td>36</td><td>35</td><td>49</td><td>▲163</td><td>60</td><td>▲276</td><td>▲64</td><td>▲83</td><td>▲20</td><td>▲23</td></tr></table> (資料) 総務省「住民基本台帳人口移動報告」(日本人移動者)	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年	36	35	49	▲163	60	▲276	▲64	▲83	▲20	▲23
2014年	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年												
36	35	49	▲163	60	▲276	▲64	▲83	▲20	▲23												
取組みの概要	・2016 年に「シティプロモーション戦略プラン」を策定し、「選ばれるまち」となる取組みを展開。 ・まちの魅力づくりだけでなく、「市民協働」「価値共創」の観点から、魅力を知ってもらった市民らを巻き込み、ともに情報発信していく「共感づくり」も進め、U ターン等を促進。																				

a. 女性流入の要因等について

- ・ 2019 年から 2022 年にかけて男性よりも女性の転出が多い傾向にあり、特に 20 歳代の女性の転出が目立つ。転出の理由は、就職・転職といった職業上のことが 1 番多く、次いで、学業上のこと、結婚と続く。
- ・ 30 歳～34 歳については逆に転入が増加している。転入の理由としては、住宅事情が 1 番となっており、20 歳代で市外に出た人が子育てする場所として本市を選んでいただいていると考えている。また、本市出身者以外の多くの方にも住環境の良さ等から本市を選んでいただいている。
- ・ U ターンした理由を尋ねたところ（2018 年～2022 年の 6 名）、子育て環境が 2 人、住宅環境が 1 人、ライフスタイル充実が 1 人、就労が 1 人、起業が 1 人となっており、子育て環境や暮らしやすさが評価されたと感じている。
- ・ 流出先は都道府県単位だと愛知県が突出しており、次いで、東京都、静岡県、神奈川県などとなっている。三重県や大阪府等の西の方への流出は少ない。

b. 女性の流出減・流入増に向けた施策の実施状況

【シティプロモーション】

- ・ 女性に限定した施策は特に実施していないが、2016年に「シティプロモーション戦略プラン」を策定し、「選ばれるまち」となる取組みを推進している。メインターゲットは市内外の子育て世代である。
- ・ 基本理念は、「価値共創」とし、市の魅力を高める「魅力づくり」とそれを市内外へ発信していく「共感づくり」の2つの方策を設定し、継続的に展開している。本市の魅力に共感し、まちを好きになる人が増え、さらにまちと関わりたい、まちに住みたい人が増え、さらにその人に市の魅力を発信してもらうという好循環を生み出すことを目指している。
- ・ 魅力づくりについては、シビックプライドの醸成と対外的に市をPRし、人やコトを引き込むプロモーションを推進し、「岐阜かかみがはら航空宇宙博物館」における展示などを通して、先人たちの空・宇宙への憧れや挑戦の物語を伝え、子どもたちにチャレンジスピリットと感動を与え、市内にあるものづくり企業の工場見学など、ものづくり現場に触れる機会を創出している。
- ・ 市の中心部にある広大な芝生広場の都市公園では、公園を活用した様々なイベントを開催している。中でも、毎年文化の日を開催している「各務原マーケット日和（以下、マーケット日和）」では、自分の暮らしにプラスしたくなる「新たな出会いの場」をコンセプトとしたライフスタイルイベントを開催し市民協働、価値共創で魅力づくりを進めている。
- ・ 移住・定住ウェブサイト「OUR FAVORITE KAKAMIGAHARA」では、市の魅力的なヒト・モノ・コトをボランティアライターとともに発信し、市民協働による市内外への魅力の発信と共感づくりを行っている。
- ・ 東京や名古屋でイベントを開催して市の魅力を発信するなどしてUIJターンを促進するとともに、市内在住者が各種イベントに参加したり、運営者としてイベントに関わったりして本市の魅力を再発見してもらうこと等を通じて、定住を促進することも狙っている。
- ・ 本市は隣接する関市、美濃加茂市と2015年に「地方創生広域連携協定」を結び、シティプロモーション等を共同で実施している。また、まちづくりに興味をもつ市内の企業と連携して県外のイベントへの出展等を行っている。

【その他の施策】

- ・ 連携協定を締結する2市に婚活支援事業を共同で行うことを呼びかけ、マッチングアプリ「ペアーズ」を運営する㈱エウレカと連携協定を締結した。
- ・ 小学生向けに起業家育成講座を実施しており、シティプロモーション事業における工場見学と同様に、市内の企業に協力をしてもらっている。

c. 上記施策に係る課題と解決対応

- ・ 国は地方移住を推進する施策を行っており、国の補助制度を活用する視点からも、東京に対するシティプロモーションは当然重要になる。但し、本市からの流出先のトップが岐阜市、次いで岐南町、関市などとなっており、都道府県単位では愛知県がダントツの流出先である。今後はそうした状況を踏まえ、シティプロモーションのターゲットを再検討すべきとの意見も出ている。
- ・ 「シティプロモーション戦略プラン」での KPI のうち、移住相談のエントリーシートの数・相談件数や移住・定住サイトへのアクセス数は現段階で目標を達成している。一方、実際の移住者の数は、2017 年～2024 年までの目標が 150 人に対し、現状は 80 人程度と未達成である。本市に興味を持ってくれる方が増えてきた実感はあるが、移住を決断してもらうまでの壁は高く、更なる魅力を掘り起こし、情報発信を強化していく必要性を感じている。

d. 上記施策に係る成果

【シティプロモーション】

- ・ 「マーケット日和」では、ボランティアが企画・運営を担っている。ボランティア同士の交流や、まちの魅力を市民協働で創出することができている点がメリットだと感じている。
- ・ ものづくり企業の工場見学は、岐阜市の工業高校も受け入れており、市内のものづくり企業に就職して定住するきっかけの一つとなっている。

【その他の施策】

- ・ 婚活支援事業では、行政の関与によって安心感が加わり、利用のハードルが下がる効果がみられ、流出の抑制に少しは貢献していると考えられる。

e. 今後、特に力を入れる予定の施策

- ・ 仕事と子育ての両立支援など、子育て支援で他都市と差別化できれば、交通アクセスの良さといった本市の強みと合わせて、流出減や流入増につながると思われる。

4. 2. 3. 宮城県富谷市

取組みの特徴	子どもにやさしいまちづくり、起業支援強化																				
ヒアリング担当者	宮城県富谷市 企画部 企画政策課 課長補佐 相澤 ゆかり 氏 主幹 遠藤 洋平 氏																				
富谷市の概要	・人口：52,399 人（2023 年 1 月時点） ・宮城県のほぼ中央に位置し、仙台都市圏の居住機能を担うエリアとして人口が増加し、市内にはイオンやコストコ等の大型商業施設がある一方、豊かな自然を保全し、子育て世代が多く居住している。 ・女性の転入超過数の推移 (単位：人) <table><tr><td>2014年</td><td>2015年</td><td>2016年</td><td>2017年</td><td>2018年</td><td>2019年</td><td>2020年</td><td>2021年</td><td>2022年</td><td>2023年</td></tr><tr><td>236</td><td>113</td><td>54</td><td>▲ 41</td><td>▲ 93</td><td>▲ 4</td><td>▲ 52</td><td>29</td><td>▲ 11</td><td>31</td></tr></table> (資料) 総務省「住民基本台帳人口移動報告」（日本人移動者） * 2016 年 10 月 10 日に富谷町は富谷市となったため、2016 年の数値は同年 1 月 1 日から 10 月 9 日までの旧富谷町の移動者数を含む。	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年	236	113	54	▲ 41	▲ 93	▲ 4	▲ 52	29	▲ 11	31
2014年	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年												
236	113	54	▲ 41	▲ 93	▲ 4	▲ 52	29	▲ 11	31												
取組みの概要	・「住みたくなるまち日本一」を掲げて特に子育て支援や学校教育の充実に力を注ぎ、多くの子育て世代を受け入れている。 ・まち全体で「子どもにやさしいまちづくり」を進め、子どもの意見を施策に反映している。 ・市長が塾長を務める起業塾を立ち上げ、起業支援や市民活動の活発化を促している。 ・政策・方針決定過程への女性参画を推進している。																				

a. 女性流入の要因等について

- ・ 2016 年までは女性の流入が増えていたが、その後は年によって減少したり、増加したりしている。県外より県内での移動が多く、隣接する仙台市、大和町との人口移動が流入ととも県外より 1.5～2 倍程度多い。
- ・ 県外への移動については、大学進学や就職のタイミングでの転出が多い。
- ・ 転出した人が戻ってこない要因の一つに、首都圏等の県外に在住する大学生の就職活動の問題が挙げられ、宮城県内に戻るよりも、大学の近くで行う方が交通費や要する時間の面で優位性が高い（選択肢も多い）。
- ・ 大東建託(株)の実施する「街の住みこちランキング 2023」において、本市が 4 年連続で東北 1 位となった。生活利便性、行政サービス、静かさ治安、親しみやすさなどで高い評価を獲得し、行政サービスでは、「子どもにやさしい

まちづくり」を推進し、子育て支援や教育環境の整備に力を入れ、子育て世代が転入する要因になっている。

b. 女性の流出減・流入増に向けた施策の実施状況

【子育て支援】

- ・ 保育所の待機児童解消に力を注いでいるほか、市内の小学校全8校の敷地に放課後児童クラブ（学童保育）を設置している。
- ・ 小中学校給食費を無償化したほか、18歳までの医療費を無償化した。また、妊娠期から子育て期までを継続的に支援する子育て支援センターを2017年に設置した。
- ・ 移住を促進するには、子育て支援の充実が特に重要と捉えている。移住に関する問い合わせでは、保育所や学校のことを聞かれる場合が多い。
- ・ 国内初のユニセフ日本型CFCI実践自治体として、「子どもにやさしいまちづくり」に取り組んでいる。子どもにやさしいまちは、すべての人にやさしいまちにつながる。

【その他の施策】

- ・ 起業創業の拠点として、「富谷市まちづくり産業交流プラザ（TOMI+）」を2018年に開所し、併せて起業塾「富谷塾」を立ち上げた。「富谷塾」は市長が塾長を務め、塾生の約6割が女性である。内容によっては有料のものもあるが、基本的に参加料金等は無料である。入塾に際し、明確な起業の意思や事業計画は必要ないが、「富谷で起業したい、何かやってみたい」と思いを持つ方々が年齢や居住地を問わず、市内外より参加している。子連れで参加することも可能である。「妄想ミーティング」、日曜大工等を楽しむ「部活」といった活動もあり、起業を志す人だけでなく、仲間づくりをしたい人が参加するケースもある。
- ・ 女性の社会参画を積極的に進めている。本市は、以前より農村地区と新興住宅地が南北に分かれて共存しているが、どちらも女性が活躍できる風土が元々ある。一部町内会では女性が会長を務めているほか、女性の市議会議員が数名おり、市役所の職員も半分程度が女性で管理職もいる。そうした風土を維持するために、審議会等の委員についても男女のバランスを意識してきた。また、市民の方から意見をいただいたり、ワークショップを開催する際にも、男性と女性で偏りが出ないように心掛けている。
- ・ 市民活動に対する支援も充実している。例えば、市庁舎の屋上に蜂の巣箱を設置し、市内のNPO法人や市民サポーターと連携・協力し、新たな特産品の可能性を探る「とみやはちみつプロジェクト」を展開している。宿場町の面

影が残る「しんまち地区」では、醤油店跡地等をリノベーションして、飲食店、マルシェ等の入居する観光と交流の拠点「富谷宿観光交流ステーション（とみやど）」を2021年にオープンした。

- ・ 「とみやど」内には「宮城大学共創ラボ」を開設し、宮城大学と連携して地域の歴史的な資源や背景を活かした観光交流促進や起業・創業の実践・チャレンジをサポートしている。また、宮城大学と連携してまちづくりに関わる人材を育成しようと、「とみやプレミアムスクール」事業を3年間実施した。「食と生活」「ウェルビーイング」など、毎年違うテーマで10人程度を公募し、企業経営者や学生等が参加した。事業は終了したが、引き続き卒業生との関係を保ちつつ、連携をしていきたいと考えている。
- ・ 中学生の海外研修派遣事業を実施している（2024年度は台湾・台北市方面）。外国の歴史、文化等に触れることで国際性を養うなどして、次世代を担う国際的感覚の豊かな人材を養成することを目的としている。
- ・ 移住促進事業として、東京での移住フェア参加等によって、首都圏在住者に本市をPRしている。宮城県は、県外の大学・短大・専門学校等に在学中の学生が県内での就職活動を行う際、移動にかかる交通費や宿泊費を補助する制度を2023年度から開始しており、そうした制度もPRしていきたい。
- ・ 地域の課題や行政の課題に対して、民間のサービス・テクノロジーの活用による最適な解決策・サービスを実証実験として行う「おためしイノベーション富谷（OIT）」を実施している。防犯灯の管理など、行政のDX化や観光資源の活用等のテーマを定めて実証企業を募集し、効果検証を行っている。

c. 上記施策に係る課題と解決対応

- ・ 本市は夜間人口に対して昼間人口が少なく、昼間人口を増やすために、企業誘致など市内での雇用の場を増やす施策をもっと充実させる必要がある。

d. 上記施策に係る成果

【子育て支援】

- ・ 保育所の待機児童が5年連続でゼロとなった。また、放課後児童クラブ（学童保育）の待機児童が、2024年度当初に6年ぶりにゼロとなった。
- ・ ユニセフの「子どもにやさしいまちづくり事業」については、チェックシートに基づく市内の自己評価が順調に高まっている。分野横断的な取組みの一つとして「わくわく子どもミーティング」を実施し、子ども達が意見を直接市長に伝え、意見を市政に反映するなど、子どもの視点を重視している。子ども達にとって社会参加の一步になるとともに、地域への愛着が醸成され、

まちに住み続けてくれることを期待している。

- ・ 中学生の海外研修派遣事業では、定員の枠を超える応募があり、意識の高い子どもが増えていると実感している。参加した子どもに対するアンケートをみると、「自分ができることをこれからもやっていきたい」「また機会があれば参加したい」といった前向きな意見が多く、今後もこうした場を設けていきたいと考えている。
- ・ 内閣府の「市区町村女性参画状況見える化マップ」において、富谷市の審議会等委員に占める女性の割合が 57.3%（199 人中 114 人：2023 年 4 月 1 日現在）と、全国 1,741 市区町村で 3 年連続の 1 位となった。今後も各分野における政策・方針決定過程への女性参画を推進していく方針である。

【その他の施策】

- ・ 2023 年度、宮城県の移住支援金を活用し、首都圏から 4 名が移住してきた。4 名すべてがテレワーク移住で、首都圏の仕事をそのまま続けている。
- ・ 地域住民と活性化協議会を立ち上げて実施している「しんまち活性化プロジェクト」や地域商社による富谷宿観光交流ステーション「とみやど」の運営等によって、まちなかの人通りが増え、少しずつ賑わいが創出されている。
- ・ 起業塾「富谷塾」は、第 1 期から 6 期までに 1,000 人以上が入塾し、起業実績は約 70 件となっている。そのうちほぼ半数が女性で、富谷市内での起業もほぼ半数となっている。「社会や富谷市のために何かしたい」との思いを持つ塾生らが、起業によるビジネス展開のみならず、毎年実施する「街道まつり」にさまざまなブースを出店したり、いろいろなワークショップやイベントを開催するなど、市民活動にも積極的に携わり、まちの賑わい創出に貢献している。
- ・ 宮城大学との「共創ラボ」で実施した「とみやプレミアムスクール」では、実際に地域の中でやりたいと思っていたことを始めた人や、実際の専門分野で活躍している人の講義を聞いてモチベーションが高まった人など、一定の成果が生まれている。

e. 今後、特に力を入れる予定の施策

- ・ 若者の流出を抑制するには、魅力ある雇用の機会を提供することが必要で、企業誘致に力を入れている。
- ・ 移住支援や交流支援のほか、「子どもにやさしいまちづくり」の強化など、本市に住み続けたいと愛着をもってもらえるような施策にさらに力を入れる。

4. 2. 4. 山形県東根市

取組みの特徴	子ども・子育て支援の行き届いたまちづくり																				
ヒアリング担当者	山形県東根市 総務部 総合政策課 課長補佐 奥山 紳哉 氏 東根市 健康福祉部 こども家庭課 課長補佐 笹原 ゆう子 氏																				
東根市の概要	・人口：47,982 人（2023 年 1 月時点） ・山形県中央部に位置し、東北中央自動車道、山形新幹線の駅、山形空港が所在する県内交通の要衝。 ・主要産業は、4 つの工業団地に立地する製造業と、日本一の生産量・生産高を誇るさくらんぼを中心とする農業。 ・女性の転入超過数の推移 (単位：人) <table><tr><th>2014年</th><th>2015年</th><th>2016年</th><th>2017年</th><th>2018年</th><th>2019年</th><th>2020年</th><th>2021年</th><th>2022年</th><th>2023年</th></tr><tr><td>52</td><td>29</td><td>82</td><td>155</td><td>28</td><td>162</td><td>28</td><td>156</td><td>126</td><td>124</td></tr></table> (資料) 総務省「住民基本台帳人口移動報告」(日本人移動者)	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年	52	29	82	155	28	162	28	156	126	124
2014年	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年												
52	29	82	155	28	162	28	156	126	124												
取組みの概要	・「子育てするなら東根市」をキャッチフレーズに、「遊育」と「共育」という市独自の理念を掲げ、子育て支援策を展開。 ・子ども達の健やかな健康を育むため「遊び」に着目。2 つの理念を体现する施設として、屋内および屋外の遊戯施設を相次いでオープンし、県内外から子育て世代を引き寄せている。 ・屋内遊戯施設の入る多機能複合型施設に、子育て支援に必要な機能を集約し、遊戯施設等の運営を委託する NPO 法人と連携し、ワンストップでサービスを提供。 * 遊育：子どもは「遊ぶ権利を持つ主体」であり、好奇心・冒険心を満たす自由でのびのびした遊びやさまざまな触れ合いを通じて、自主性・創造性・社会性などの生きる力を育んでいくという考え方 * 共育：家庭や特定の関係者だけでなく、地域ぐるみで未来を担う子どもを共に育み、また、この実践を通して大人も子どもと共に成長していこうとする考え方																				

a. 女性流入の要因等について

- ・女性の転入超過数は、2021 年以降、100 人超で推移している。20 歳～39 歳だと 2021 年は 86 人、2022 年は 56 人、2023 年は 64 人の転入超過となった。19 歳以下だと、各年 17 人、12 人、8 人、40 歳以上だと、同 41 人、58 人、52 人といずれも転入超過で推移している。一方、20 歳前後は転出超過となっており、就学等による転出が要因とみられる。

- ・ 女性の転入超過が続いている要因は、本市における子育てのしやすさ、住みよさが評価されているためだと思われる。現市長が就任した 1998 年以降、住みよいまちづくりに力を入れてきた。かつての東根市には中心市街地がなかった。1999 年に JR 山形新幹線「さくらんぼ東根駅」が開業したが、これは市長自らが交渉などを粘り強く行い、全国にも珍しい果物の名を冠した駅ができたもの。土地区画整理事業を施行して新駅を核とするまちづくりを進め、市役所周辺は中心市街地へと生まれ変わった。雇用面では、4 つの工業団地を整備して電子、精密機械等をはじめとする企業集積を図り、製造品出荷額は県内トップクラスを誇る。さくらんぼの生産量・生産高が日本一を誇る農業の振興にも力を入れ、農工一体のまちづくりを進めてきた。東京圏等で働くために転出する人も当然いるが、市内に働く場所が多く確保されていることが、女性の転入超過が続いている要因の一つになっていることは間違いない。
- ・ 女性の転入超過は地理的要因も大きい。本市は県庁所在地の山形市から北に約 25 km に位置し、また東北最大都市の仙台市に隣接している。山形空港が市内に立地し、高速道路、山形新幹線といった交通アクセスに恵まれている。そうした交通アクセスの良さも活かしてまちづくりを進め、なおかつ PR にも力を入れたことで、住みよい、住み続けたいまちとして認知され、女性の転入超過が続くという良い流れが生まれてきた。
- ・ 主な流出先、流入元については、細かい分析をしていないが、山形県内の自治体における一般的な動きと同じ傾向だと考えられる。最も多いのが県内での移動で、次いで、仙台市を中心とする宮城県内、東京圏が続くと思われる。
- ・ U ターンに関しては、農家や自営業の跡継ぎで戻ってくる人も多い。また、工業団地に職を求めて U ターンする人も一部にみられる。

b. 女性の流出減・流入増に向けた施策の実施状況

【子ども・子育て支援】

- ・ 住環境等のインフラ整備を土台として、「子育てするなら東根市」をキャッチフレーズに、子ども・子育て支援を強化してきた。但し、女性の流入増・流入減に向けた施策というわけではなく、子ども・子育て支援を充実した結果として、女性の転入超過数がプラスになっている。
- ・ 本市を選んでもらうためには、未来を担う子ども達が健やかに成長できる環境整備が欠かせないと考えている。そこで、「遊育」と「共育」という 2 つの概念を掲げ、子ども・子育て支援の行き届いたまちを目指してきた。この 2 つの概念を体現する施設として、2005 年に屋内遊戯施設「けやきホール」の

入居する複合型施設「さくらんぼタントクルセンター」、2013 年に屋外版の遊戯施設「ひがしねあそびあランド」を相次いでオープンした。「けやきホール」「ひがしねあそびあランド」は、発達年齢に合わせて子ども達の遊びたい欲求を満たし、自由にのびのびと遊ぶことが可能で、本市における子ども・子育て支援のシンボリックな存在となっている。山形県内では、多くの自治体が屋内の遊戯施設を整備しているが、本市は他市に先駆けて施設を整備した点が子育て世代を呼び込む上での強みとなっている。

- ・ 「さくらんぼタントクルセンター」には、こども家庭センター、子育て支援センター、ファミリーサポートセンター等が入居している。NPO 法人の事務所のほか、市のこども家庭課・健康推進課も同センターに入居し、屋内遊戯施設で子どもを遊ばせながら、行政の手続きや子育てに関する相談を行うことも可能である。運営は NPO 法人クリエイトひがしねに委託している。
- ・ 情報発信については、「こどものみらいサポートブック」を作成し、2024 年度から妊娠の届け出をした家庭に配布している。月々の子育てサロンの実施状況などは、運営を委託している NPO 法人が毎月チラシを発行している。
- ・ 金銭面では、第 3 子医療費完全無償化、高校生までの医療費無償化など、支援の充実に努めているが、自治体間の競争が激しく、地方が疲弊する要因になっている。金銭面の支援と同時に大切にしているのが、子育てをする上で困った時に使えるサービスの充実である。2024 年度から「こども未来応援プラン」を開始し、産前・産後期間におけるヘルパー派遣、乳房ケアや日帰り・宿泊での育児指導の自己負担引き下げ等を実施している。

【その他の施策】

- ・ U ターン関連施策については、市外からの転入者に助成金を交付する定住促進事業、市出身で県外在住の学生が就職活動等を行うために利用した飛行機代の助成等を実施している。
- ・ 教育によるまちづくりも推進している。2016 年、市の中心部に県内唯一の県立中高一貫校を誘致した。小学校の総合的な学習の時間では、地域住民が先生となって地域の歴史等を教えたり、校長先生の判断で田植え体験等の地域の特色を生かしたカリキュラムを実施している。

c. 上記施策に係る課題と解決対応

- ・ 本市の合計特殊出生率（2022 年：1.58）は県内自治体の中でも上位をキープし、全国的にも高い水準にあるものの、2 を割り込んでいる状況に変わりなく、少子化の傾向は改善されていない。第 2 子、第 3 子を出生してもらえよう、妊娠期から子育て期におけるニーズをしっかりと把握しながら、更な

る支援を充実していくことが必要となる。但し、特定の施策を実施したからといって、すぐに子どもを産んでもらえるわけではなく、雇用面や家庭の経済面の支援など、さまざまな施策を組み合わせしていくことも重要となる。

- ・ 女性の流入数はいずれ少なくなるので、出生率上昇が大切となる。本市は子ども・子育て支援をかなり手厚くしている一方、未婚や晩婚化等の課題に対応した結婚関連の施策が弱いと感じている。

d. 上記施策に係る成果

【子ども・子育て支援】

- ・ 「さくらんぼタントクルセンター」の屋内遊戯施設「けやきホール」、屋外遊戯施設「ひがしねあそびあランド」は、市内外問わず無料で利用可能なことから、休日には市外からも多くの利用者が訪れている。
- ・ 屋内外遊戯施設等の運営を委託する NPO 法人と連携し、子育て世代のニーズを的確に把握しながら、妊娠から出産、子育て期まで切れ目なく支援する体制を構築している。例えば、「夜泣きがひどい」「離乳食を食べてくれない」といった悩み相談があった場合、保育士や栄養士、幼稚園教諭といった資格をもつ NPO 法人の職員が、相談に応じた的確なアドバイスを行っている。同センターには保健師も常駐しており、「産後うつ」などの母親自身の体調不良等に関する相談にも対応可能で、「そこまでサポートしてもらえとは思わなかった」といった声をいただいている。
- ・ 核家族化が進み、3世代同居、4世代同居は10年前から確実に減っている。女性の就業率が高まって、祖母が働いているケースも増加し、祖父母等の親族に子育てを頼ることができない人からの相談が増加しており、同センターにおける産前産後から子育て期までのワンストップ支援体制が高く評価されている。

e. 今後、特に力を入れる予定の施策

- ・ 全国的には保育所の空きが出ている地域もあるが、本市の場合、保育所の入所定員は満員の状態で常に運営しているので、母親が安心して働くことができるよう、保育施設を整備することと合わせ、ソフト面での相談体制の充実等も進める方針である。
- ・ 女性の流出減、流入増に向けた施策に限らず、本市全体が住みよいまち、今よりももっと良いまちになるために、引き続き取り組んでいく必要がある。重要課題としては、仙台市へのアクセス道路の高規格化やバイパス化、市内の公立病院の建て替え、移転した学校跡地の活用等が挙げられる。

4. 2. 5. 福井県福井市

取組みの特徴	企業の職場環境改善、郷土愛醸成																				
ヒアリング担当者	福井県福井市 総務部 未来づくり推進局 移住定住交流課 主幹 内藤 正晃 氏 女性活躍促進課 主幹 大杉 幸弘 氏 こども未来部こども政策課 主幹 坂井 研二 氏 教育委員会事務局 学校教育課 指導主事 宇野 郁美 氏 生涯学習課 主幹 荒川 正 氏																				
福井市の概要	・人口：257,941 人（2023 年 1 月時点） ・福井県の県庁所在地。繊維産業を中心としたものづくり技術の集積を土台に発展。 ・令和 6 年 3 月の北陸新幹線福井開業により、首都圏等への移動時間が大幅に短縮され、観光客増加やビジネスチャンス拡大が期待されている。 ・福井県全体としては三世帯同居や共働きの比率が高く、住民の幸福度も高いとされ「福井モデル」として注目。 ・女性の転入超過数の推移 (単位：人) <table><tr><th>2014年</th><th>2015年</th><th>2016年</th><th>2017年</th><th>2018年</th><th>2019年</th><th>2020年</th><th>2021年</th><th>2022年</th><th>2023年</th></tr><tr><td>▲ 94</td><td>▲ 137</td><td>▲ 76</td><td>▲ 134</td><td>▲ 240</td><td>▲ 284</td><td>▲ 174</td><td>▲ 403</td><td>▲ 391</td><td>▲ 465</td></tr></table> (資料) 総務省「住民基本台帳人口移動報告」(日本人移動者)	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年	▲ 94	▲ 137	▲ 76	▲ 134	▲ 240	▲ 284	▲ 174	▲ 403	▲ 391	▲ 465
2014年	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年												
▲ 94	▲ 137	▲ 76	▲ 134	▲ 240	▲ 284	▲ 174	▲ 403	▲ 391	▲ 465												
取組みの概要	・企業の働き方をデータベース化して見える化する Web 診断システム「フクリエ (Fukurea)」を開発したほか、「FUKUI WORK STYLE CAFE」という Web メディアも運営。企業の職場環境の整備を進め、整備が進んだ企業の情報発信を行うことにより、市内に就職する女性を増やす狙いもある。 ・公民館単位で実施する「福井学」等により、小学生のうちから郷土愛を醸成し、将来的な定住や U ターンにもつなげることを目指している。																				

a. 女性流入の要因等について

- ・ 2023 年の転入超過数は、女性が▲465 人に対して男性は▲414 人と、女性のマイナス幅が大きい。年齢別にみると、転入および転出者数が多いのは 20～24 歳、25～29 歳、30～34 歳であり、転出先は東京圏が最も多く、次いで大阪圏である。

- ・ 東京圏に流出する要因は特に把握していないが、「第2期福井市人口ビジョン・総合戦略」（2020年3月）でのアンケート調査結果等も踏まえると、若い女性は情報通信業への就業率が他の産業と比較して非常に高い状況であるが、福井市にはそうした職場が多くないことが流出の一因となっているのではないかと考えている。
- ・ 大学生への調査では、地元就職を希望しない理由として「他県で生活してみたい」や「両親や親族と離れて生活したい」のほか、「地元ではやりたいことにチャレンジできない」「希望の就職先が県外にある」という回答も多かった。
- ・ 昔から福井県は共働き率が高く、三世帯同居率も非常に高いが、若い世代は同居という考え方が段々と薄れてきているように思われる。加えて、都会への憧れや、大都市圏の方が仕事の選択肢が多く、雇用環境が良いことが流出の理由と考えている。子どもの頃から共働きが当たり前という感覚で育ち、女性も働くという認識が高く、働きたい企業が東京・大阪に多いため流出している模様。
- ・ 福井県は女性の就業率は高いが、管理職比率は高くない。企業等のトップやリーダーになる女性が少ない状況である。
- ・ 年々UIターンは増えており、福井市をはじめ県全体で子育て支援を強化していることもあって、特にファミリー層の流入が増えている。

b. 女性の流出減・流入増に向けた施策の実施状況

- ・ 施策のターゲットは主に女性だが、女性に特化した施策は実施がなかなか難しく、男性も排除しないという形をとっている。

【フクリエ、FUKUI WORK STYLE CAFE】

- ・ Web診断システム「フクリエ（Fukurea）」を開発した。企業の働き方をデータベース化して見える化するシステムで、エンゲージメントや社員の満足度等、さまざまな項目に基づき診断する。加えて、「FUKUI WORK STYLE CAFE」というWebメディアを運用している。福井で働いている人取材し、学生等に見てもらって、福井での就職を考えてもらうもの。Web診断システムを通じて企業の職場環境の整備を進め、整備が進んだ企業をWebメディアで発信していくという流れである。
- ・ 女性に限定して取材を行い、仕事への向き合い方やリーダー、管理職になるまでの紆余曲折等を、インスタをメインに発信していく事業を今年度スタートした。女性のキャリア意識向上を図る取組みである。

【ライフデザイン出前講座】

- ・ 「ライフデザイン出前講座」という事業を実施している。市内の大学と高校に出向き、福井で働いている人をゲストで招き、トークセッションを行う。1 限目で性別にとらわれない職業を考えつつ、ライフデザインカードというカードを使い、ゲーム形式で楽しんだ後、2 限目にゲストと学生・生徒がざっくばらんに話す講座である。

【福井学】

- ・ 福井市内には、概ね小学校単位で 50 の公民館があり、うち 49 館で「福井学」の授業を実施している。性別や年齢を問わない授業で、子どものうちから郷土愛を持ってもらい、地域活性化への貢献や、将来的な福井での定住、福井への U ターンにもつなげるべく、小中学生を対象に実施している公民館が増えてきている。

【キャリア教育】

- ・ 福井市はキャリア教育に力を入れており、企業と連携したプログラムを実施している。目的は子どもたちに夢や目標を持ってもらうことと、郷土愛を育むことで、30 社程度が関わっている。

【子育て支援策】

- ・ 18 歳までの医療費無償化など、他の自治体と同じような施策が多いが、待機児童を生まない環境、全国トップクラスの学習能力や運動能力を継続していくことができるような施策を展開している点が特徴だといえる。

c. 上記施策に係る課題と解決対応

- ・ 「福井学」に関しては、小中学生、高校生は平日に時間が取れないので土日だけになるのが課題。
- ・ 「福井学」の成果が数値的に見えないところが難しい。ただ、参加者は新しい発見をしているようで、郷土愛を育むことにより、仮に東京等に流出しても、流出先で福井の良さをアピールしてもらうことで、観光客が増えるといった効果も期待できる。流出は止められなくても、県外でも福井を応援するという、関係人口の拡大につながり、いずれは U ターンが実現するのではと期待している。

d. 上記施策に係る成果

【フクリエ、FUKUI WORK STYLE CAFE】

- ・ 「フクリエ」導入企業で UI ターンの就職者が増えたといった話は今のところ耳にしていない。導入企業を増やすことが優先で、2023 年度末の 115 社を

150 社まで拡大すると同時に、導入企業の職場環境改善を図りたい。

- ・ 「FUKUI WORK STYLE CAFE」に関しては、閲覧者数を増やしていきたい。閲覧者が UI ターンしたかどうかという把握は難しいのが現状。
- ・ 企業の意識は変化しており、「フクリエ」導入企業では「女性活躍やワーク・ライフ・バランスを進める意欲が高まった」という評価項目が改善している。
- ・ 福井に住んでいる子どもや若者の中に、そもそも福井にどのような仕事があるのかを理解していない人が多いと思っており、情報発信の強化を通じて周知していく必要があると考えている。
- ・ 企業の DX 化を進めて労働環境を改善し、働きやすい職場にすると、女性の就業にもつながると考えている。但し、福井は中小企業が多く、DX 化を進めていくのはこれからであり、大企業とのギャップはかなり大きいと思う。

【福井学】

- ・ 「福井学」が流出抑制につながっているのかという点はデータで検証できていない。但し、参加した小中学生にアンケートを実施すると、「知らなかったことが知れた」といったコメントがあり、一度福井を好きになると出ていかない子どももいると思われるほか、将来的な U ターンにもつながることを期待している。

【キャリア教育】

- ・ コロナ禍でキャリア教育プログラムが実施できなかったが、一昨年あたりから復活する学校が増え、夢や目標を持つ子どもたちが増えているということを実感している。

e. 今後、特に力を入れる予定の施策

- ・ 子育ての環境を充実させ、「こどもまんなか社会」を実現しようとしている。ファミリー層に福井に戻ってもらい、合計特殊出生率の上昇やウェルビーイングの向上につなげるなど、まちづくり全体の推進を図りたい。

4. 3. ヒアリング調査から得られた知見・示唆（小括）

ヒアリング調査結果から得られた知見・示唆と方策の参考となる視点について、以下のように整理できる。

○兵庫県豊岡市

【ジェンダーギャップ解消】

得られた知見・示唆	方策の参考となる視点
職場を切り口としてジェンダーギャップ解消に取り組む「豊岡市ワークイノベーション戦略」を策定するにあたり、高校生と20代の若者を対象としたワークショップを開催するなど、市民の声をベースに戦略が作られた。また、「従業員意識調査」の実施等により企業経営者の意識改革も図っている。	- ジェンダーギャップ解消にあたっては、市民の声を吸い上げ、理解拡大と浸透を図ることが重要。 - ジェンダーギャップ解消に取り組む上で、企業経営者の意識改革が不可欠。
地域向けの取組みでは、アドバイザーに国立女性教育会館の荻原なつ子理事長が就任。地域マネージャー向けに意識啓発の研修やワークショップを実施。	地域住民の理解を得る上で、知見の深いキーパーソンと連携することが効果的。
家庭向けの取組みにも力を注ぎ、「豊岡流／ラク家事・育児コミュニケーションシート」を作成して、今年度から運用を開始して活用セミナー等を実施する予定。	職場や学校、地域社会だけでなく、家庭でも同時に取組みを進めていくことが必要。

【ジェンダーギャップ解消以外の方策】

得られた知見・示唆	方策の参考となる視点
働きたい女性のためのデジタルマーケティングセミナーでは、地域のことをよく知るIT企業と連携するとともに、インターンシップを実施するなど、出口戦略も合わせて実施している。	女性の就業促進に向けた施策を実行する際には、地域内の企業との連携を図るとともに、実際の就業につなげる出口戦略が重要。

○岐阜県各務原市

得られた知見・示唆	方策の参考となる視点
シティプロモーションにおいては、市の魅力づくりを行い、その魅力に共感してまちを好きになる人、まちに関わりたい・住みたいと思う人が増え、その人達に市の魅力を発信してもらうという好循環を目指している。	・ 地域の魅力を高め、これに共感する市民を増やし、魅力発信に協力してもらうという流れを生み出すことがポイント。
市民が移住定住ウェブサイトライターとなり、「まちの魅力」の掘り起こしや発信を行うほか、イベント企画・運営をボランティアが担うなど、行政とまちに関わる人（関係人口）が共創するまちづくりの体制を構築している。	・ 「市民協働」「価値共創」の観点から、地域住民や関係人口を巻き込み、一緒に地域の魅力を発信していくことが定住につながる。
隣接2市と連携協定を締結し、シティプロモーション事業等を共同で実施。	・ 単独の自治体で取り組むよりも近隣の自治体との連携が効果的。
市内企業と連携し、ものづくり企業の工場見学や県外でのイベント出展、小学生向けの起業家育成講座等を実施。	・ 産業構造の特性を活かし、企業と連携して施策を展開することが重要。

○宮城県富谷市

得られた知見・示唆	方策の参考となる視点
国内初の「ユニセフ日本型こどもにやさしいまちづくり事業実践自治体」の承認を得て、分野横断的に「子どもにやさしいまちづくり」を進め、子ども達の意見を市の施策に反映させている。	・ 子ども達や市民の意見を施策に反映する仕組みを構築することを方策に盛り込むことも、地域への愛着醸成、ひいては定住促進の観点から必要。
市長が塾長を務める起業塾「富谷塾」は参加の間口を広くすることで、子育て世代の女性らが多く登録し、入塾者のうち30人超の女性が起業しているほか、市民活動の活発化にもつながっている。	・ 女性の働き方の選択肢を増やす上で、起業支援の強化も重要。
市議会や町内会等で女性の社会参画を促進するほか、市民からの意見を募る際に男性と女性で偏りが出ないように心掛けている。	・ 女性の社会参画促進、男女格差是正によるジェンダーギャップ解消が必要。

○山形県東根市

得られた知見・示唆	方策の参考となる視点
充実した子育て支援策に加えて、働く場所の多さが、女性の転入超過が続いている要因の一つとなっている。	・ 選ばれる地域となる上で、就業環境と子育て環境が重要である。
遊戯施設等の運営を委託する NPO 法人と連携することで、子育て世代のニーズを的確に把握しつつ、妊娠から出産、子育て期まで切れ目ない支援体制を構築している。	・ 行政と NPO 法人等が連携し、子育て世代のニーズに沿った方策の展開を実現することが効果的。
子育て支援では、金銭面の支援充実と同時に、妊産婦に対するヘルパー派遣、育児指導の自己負担引き下げ等、困った時に使えるサービスの拡充を進めている。	・ 子育て支援に関しては、金銭面の支援だけでなく、地域住民に寄り添ったサービスの充実を図ることが重要。

○福井県福井市

得られた知見・示唆	方策の参考となる視点
福井県は共働き率が高く、三世代同居率も非常に高いが、若い世代は同居という考え方が段々と薄れてきている。	・ 若い女性が親との関係についてどう考えるかも重要な視点となる。
「フクリエ」導入企業では「女性活躍やワーク・ライフ・バランスを進める意欲が高まった」という評価項目が改善している。	・ 企業の職場環境を見える化することによって意識改革を図り、働きやすい企業とすることが重要。
「福井学」等を通じて郷土愛を育むことにより、東京等への流出は止められなくても、関係人口の拡大につながり、いずれは U ターンが実現するのではと期待している。	・ 郷土愛の醸成は、地元定着や将来の U ターンを図る上で重要な取組みとなる。

○方策の参考となる視点（まとめ）

図表４．２ 方策の参考となる視点（まとめ）

女性に選ばれない 要因の仮説	視点
仕事	地域内の企業との連携を図り、実際の就業につなげる
	女性の働き方の選択肢を増やすための起業支援を強化する
	職場環境を見える化することで意識改革を図り、働きやすい企業となる
進学先	－
生活利便性	行政と NPO 法人等が連携し、子育て世代のニーズに沿った方策を展開する
	金銭面の支援だけでなく、地域住民に寄り添った子育て支援サービスを充実する
文化・娯楽・ライフ スタイル	地域の魅力を高め、これに共感する市民を増やし、魅力発信に協力してもらうという流れを生み出す
	「市民協働」「価値共創」の観点から、地域住民や関係人口を巻き込み、一緒に地域の魅力を発信する
規範・慣習	住民の声を吸い上げ、理解拡大と浸透を図る取組みを実施する
	「従業員意識調査」などにより、企業経営者の意識改革を行う
	職場や学校、地域社会での意識改革だけでなく、家庭でも同時に取組みを進める
	知見の深いキーパーソンと連携する
地域への愛着・ 地域の認知度	子ども達や市民の意見を施策に反映する仕組みを構築する
その他	近隣の自治体と連携した取組みを展開する
	地域の産業構造の特性を活かし、地域の企業と連携して施策を展開する

5. 中国地域出身女性への Web アンケート調査

本章では、中国地域出身女性への Web アンケート調査の結果をまとめた。

5. 1. 調査概要

調査の目的、調査要領は以下のとおりである。

(1) 調査目的

移動に影響を与えた動機など女性流出の主要因を明らかにするとともに、U ターンする上での課題等も把握し、中国地域が女性に選ばれる地域となるための具体的方策の提案につなげる。

(2) 実施方法

調査会社のモニターに対する Web アンケート

(3) 調査対象

中国地域在住者および大都市圏に居住する、中国地域出身の 18 歳～49 歳の女性
※中国地域出身…「小学校・中学校・高校時代を主に過ごした地域が中国地域」
かつ「高校卒業時に住んでいた（いる予定）の地域が中国地域」

(4) 調査時期

2024 年 9 月

(5) 回収数

1,563 件（内訳は下表のとおり）

図表 5. 1 アンケート回答者の内訳

	【中国地域在住者】						【大都市圏在住者】					総計
	鳥取県	島根県	岡山県	広島県	山口県	合計	東京圏	名古屋圏	関西圏	福岡圏	合計	
18-19歳	10	8	45	55	19	137	8	0	4	2	14	151
20-29歳	49	55	87	91	73	355	62	8	23	12	105	460
30-39歳	58	72	57	52	61	300	67	10	34	16	127	427
40-49歳	83	82	57	60	56	338	67	30	72	18	187	525
合計	200	217	246	258	209	1,130	204	48	133	48	433	1,563

*東京圏：埼玉県、東京都、千葉県、神奈川県

*名古屋圏：岐阜県、愛知県、三重県

*関西圏：奈良県、滋賀県、京都府、大阪府、兵庫県

5. 2. 調査結果（概要）

【進学・就職・結婚時の地域選択要因】

- ・ 進学時の中国地域残留要因は親子関係に関する選択肢が最多。
- ・ 進学時の中国地域外流出要因は「希望校」に関する選択肢が過半数、「親からの自立」に関する選択肢がこれに続く。
- ・ 就職時の中国地域選択要因は進学時と同じく「親元を離れずに済むため希望していた」が最多、ただし進学時の回答割合よりは低下。
- ・ 結婚時の地域選択要因で最も大きいのは、結婚相手が居住していた点。

【中国地域への U ターンについて】

- ・ 中国地域外への進学・就職時に U ターン意向のなかった女性の 19.5% が U ターン。一方で U ターン意向のあった女性の 61.8% が大都市圏に居住。
- ・ 中国地域に戻らない理由の上位は「仕事」「生活環境」「（現在居住する）地域への愛着」。
- ・ U ターンするとした場合の不安、既に U ターンした女性が困ったこと・不満はいずれも「仕事」と「生活環境」。
- ・ 実際の U ターン要因は「就職（新卒）」が、将来的に U ターンする場合の要因は「親の病気、介護」が他の回答を圧倒。

【その他】

- ・ 今後の就職・転職時に希望する業種は「教育・医療・福祉」が最多、希望する職種は「事務職」「販売・サービス職」が上位。
- ・ 「仕事」が暮らしたいと思う中国地域の最大要素。
- ・ 「人とのつながり」「自分らしさ」が中国地域で暮らすことの主な意義。

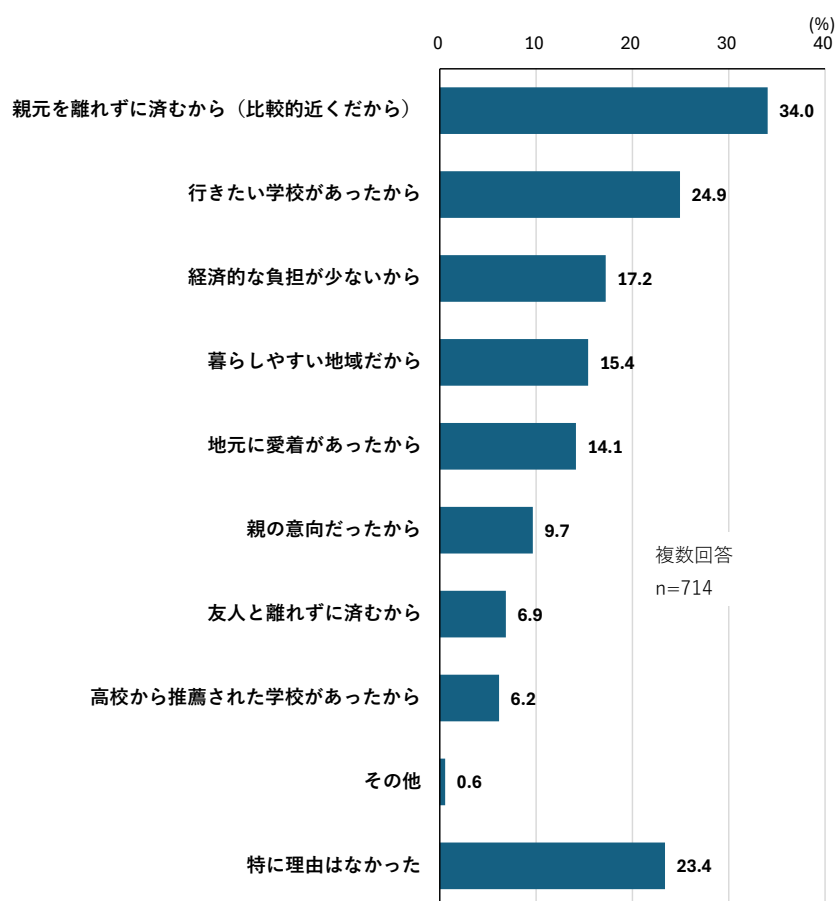
5. 3. 調査結果（詳細）

a. 進学時の地域選択要因

進学時に中国地域を選んだ理由について尋ねたところ、「親元を離れずに済むから（比較的近くだから）」が 34.0%で最も多く、「親の意向だったから」も 9.7%であった。次いで「行きたい学校があったから」（希望校）が 24.9%に達している。

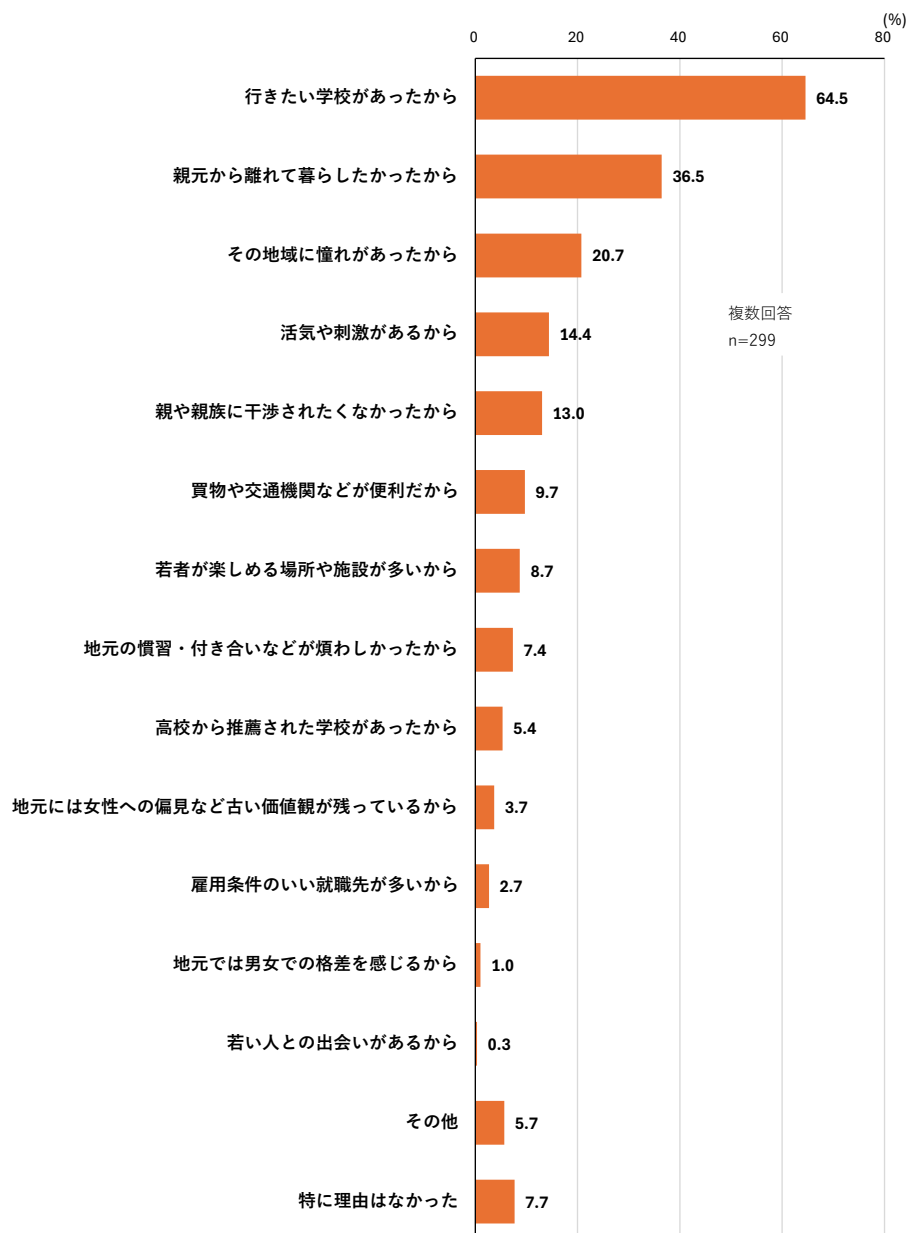
年代別では 40 代→30 代→20 代と若年層になるにつれ「暮らしやすい地域だから」（生活環境）「特に理由はなかった」の回答割合が高くなり、逆に「親の意向だったから」「親元を離れずに済むから」（親子関係）、「友人と離れずに済むから」（友人等との関係）は低くなっている（資料編 176 ページ）。

図表 5. 2 進学時に中国地域を選んだ理由



一方、進学時に中国地域外を選択した理由に関しては、中国地域内への進学者では25%程度であった「行きたい学校があったから」（希望校）が64.5%を占め最多となり、「親元から離れて暮らしたかったから」や「親や親族に干渉されたくなかったから」と「親からの自立」に関する選択肢が続いている。なお、「親からの自立」の選択肢は、若年層になるにつれて回答割合が低下している（資料編 178 ページ）。

図表 5. 3 進学時に中国地域外を選んだ理由



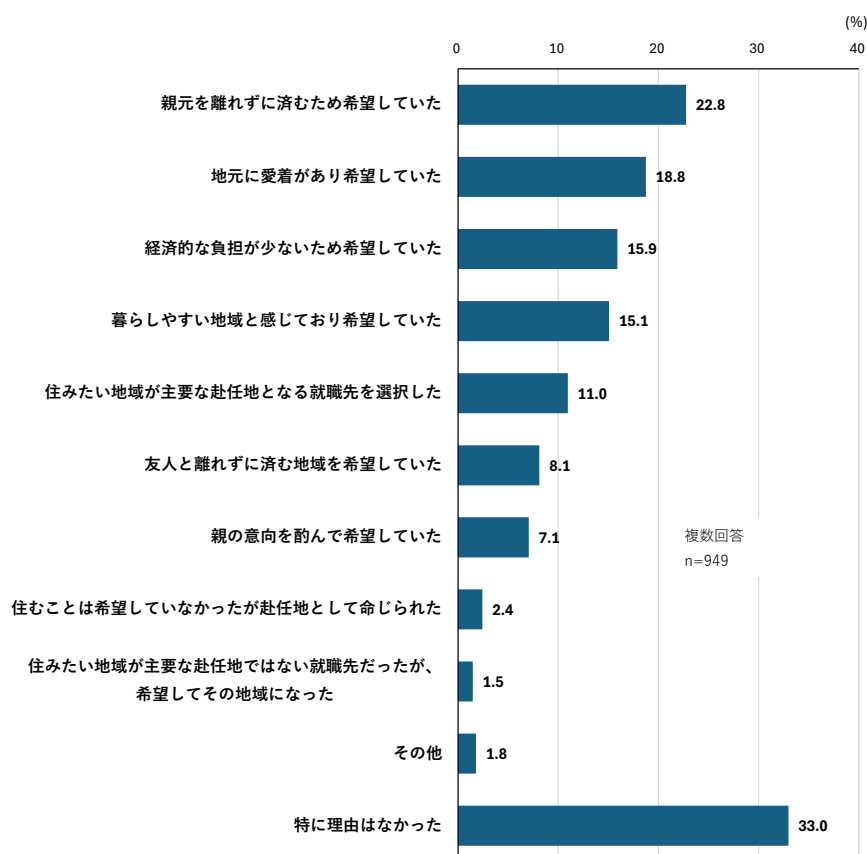
b. 就職時の地域選択要因

就職時に中国地域を選んだ理由について尋ねたところ、進学時と同じく、「親元を離れずに済むため希望していた」（22.8％）が最も多い。但し、進学時の回答割合（34.0％）よりは低下している。

また、「地元に着があり希望していた」が、進学時の理由と比べて順位・回答割合ともに上昇し、18.8％となっている。

なお、若年層は「住みたい地域が主要な赴任地となる就職先を選択した」「特に理由はなかった」の回答割合が高くなる傾向がある一方、「親元を離れずに済むため希望していた」「親の意向を酌んで希望していた」といった親子関係に関する選択肢や「経済的な負担が少ないため希望していた」という理由の割合は低くなっている（資料編 180 ページ）。

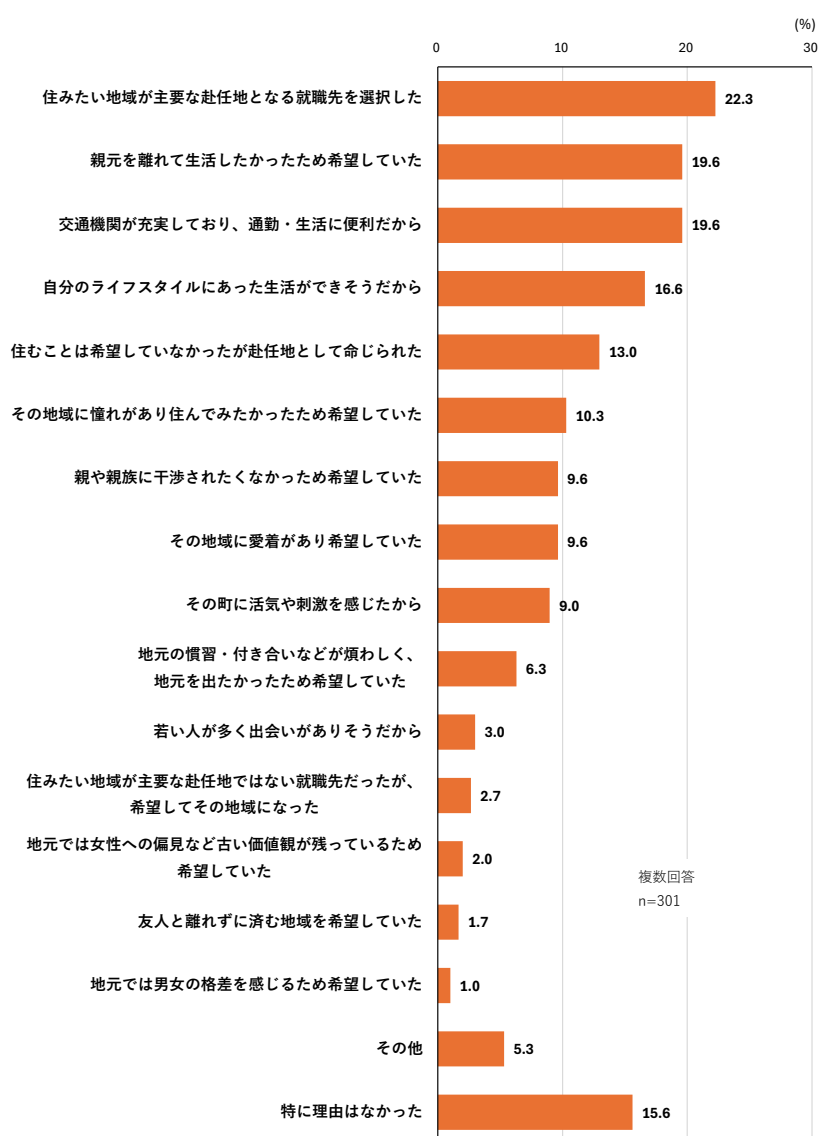
図表 5. 4 就職時に中国地域を選んだ理由



一方、就職時に中国地域外を選択した理由に関しては、「住みたい地域が主要な赴任地となる就職先を選択した」（希望居住地）が 22.3%で最多となった。中でも 20 代が 32.1%と突出している（資料編 182 ページ）。

続いては、30 代での回答割合が高い「親元を離れて生活したかったため希望していた」（親からの自立）と 40 代での回答割合が高い「交通機関が充実しており、通勤・生活に便利だから」（生活環境）がともに 19.6%で並んでいる。なお、「特に理由なし」との回答も 15%程度となった。

図表 5. 5 就職時に中国地域外を選んだ理由

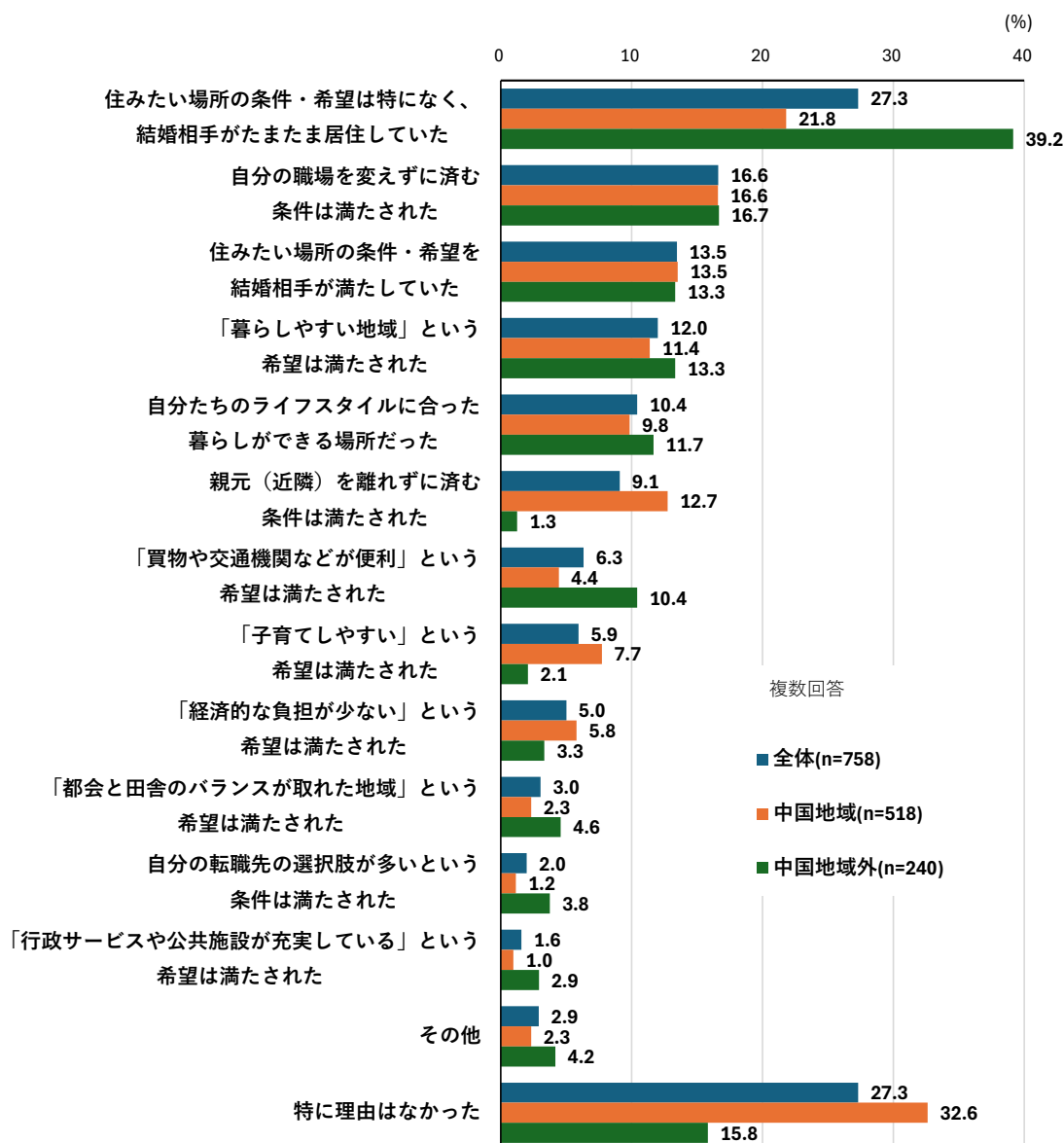


c. 結婚時の地域選択要因

結婚時の居住地域を選んだ理由について尋ねたところ、「住みたい場所の条件・希望は特になく、結婚相手がたまたま居住していた」が全体で 27.3% を占め最多となった。

結婚時の居住地別では、「住みたい場所の条件・希望は特になく、結婚相手がたまたま居住していた」が中国地域外居住女性において 39.2% と突出して高くなっている一方、中国地域内居住女性においては「親元（近隣）を離れずに済む条件は満たされた」が 12.7% と比較的高い回答率を示している。

図表 5. 6 はじめて結婚した際にその地域に住んだ理由（結婚時の居住地）

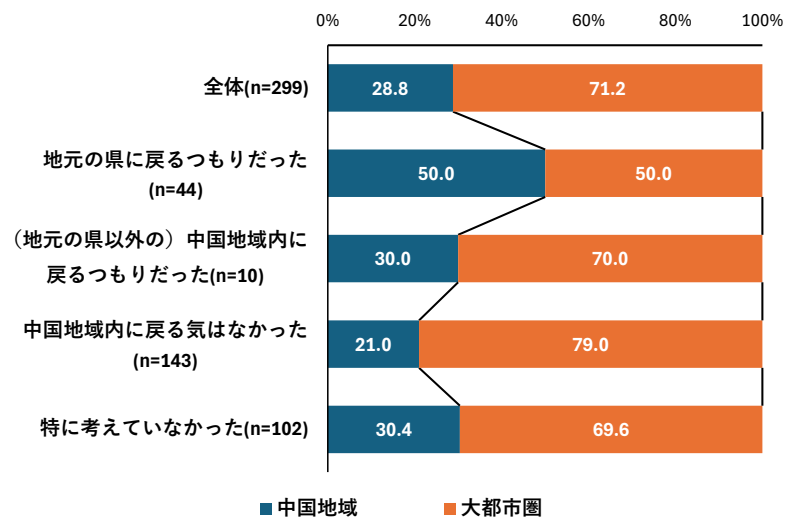


d. 中国地域外への進学・就職時の U ターン意向と現在の居住地

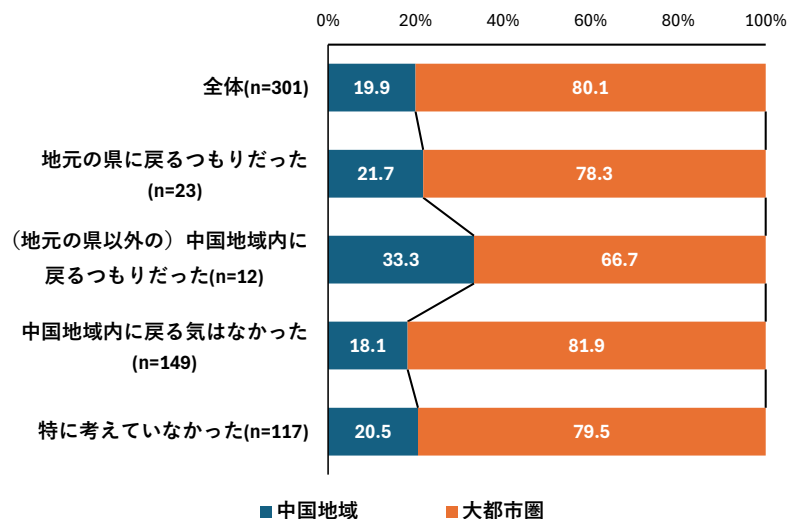
進学や就職時に中国地域外を選択した女性に、当時の U ターン意向を尋ねたところ、進学時点での U ターン意向ありが 18.1%（資料編 185 ページ）である一方、就職時点では 11.6%（資料編 186 ページ）であった。

また、進学・就職時に U ターン意向のなかった女性（292 名：進学時点で「中国地域内に戻る気はなかった」と回答した 143 名＋就職時点で「中国地域内に戻る気はなかった」と回答した 149 名）のうち 19.5%（57 名）は中国地域に戻っている。一方、U ターン意向があった女性（89 名：進学もしくは就職時点で「地元の県に戻るつもりだった」もしくは「（地元の県以外の）中国地域内に戻るつもりだった」と回答）のうち 61.8%（55 名）は大都市圏に居住している。

図表 5. 7 中国地域外への進学時点での将来の進路と現在の居住地



図表 5. 8 中国地域外への就職時点での将来の進路と現在の居住地

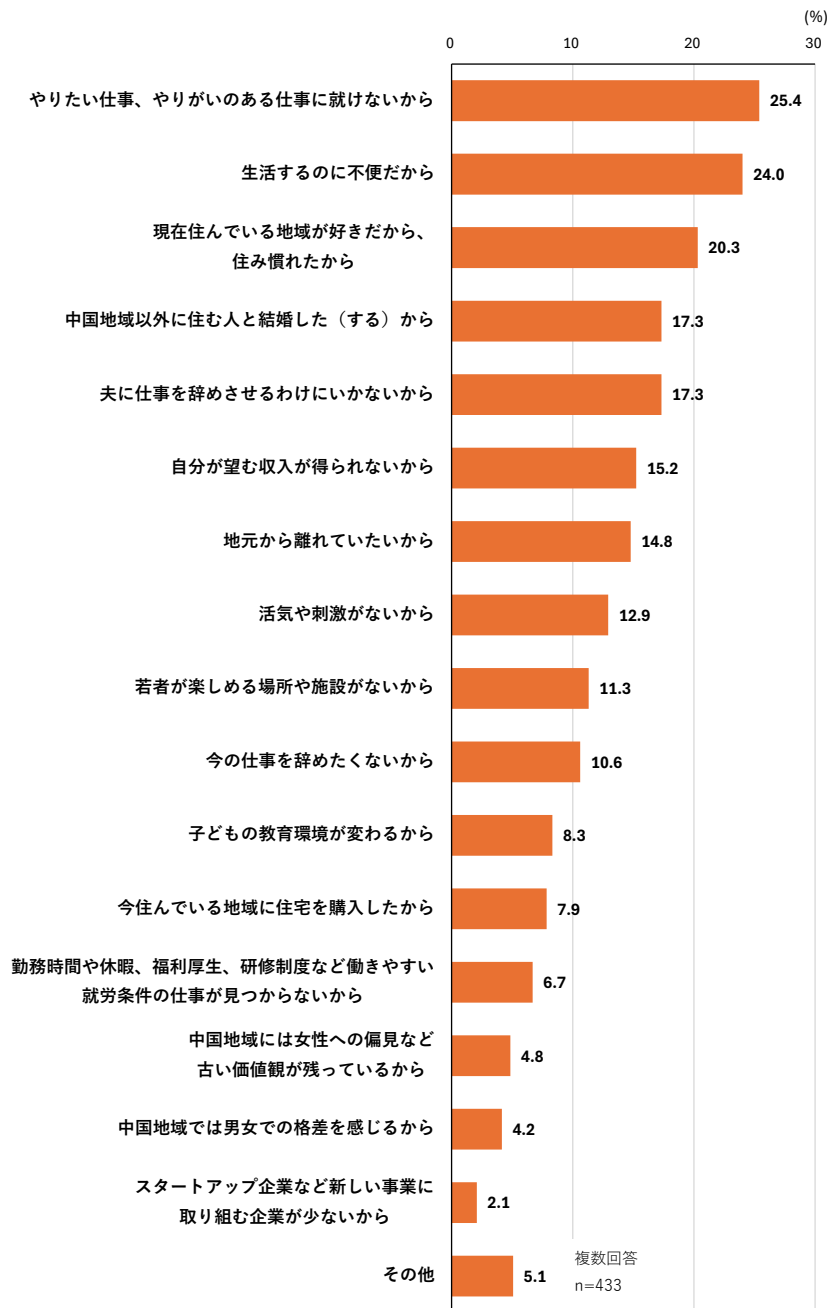


e. 中国地域へのUターンに係る阻害・不安要因

現在中国地域外に居住する女性に、Uターンしない理由を尋ねたところ、「やりたい仕事、やりがいのある仕事に就けない」(25.4%)、「生活するのに不便」(24.0%)、「現在住んでいる地域が好き、住み慣れた」(20.3%)が上位となった。

なお、30代では最多が「生活するのに不便」(28.3%)、2番目が全体で5番目の「夫に仕事を辞めさせるわけにはいかない」(24.4%)であるなど、年代別の違いが大きい(資料編 189 ページ)。

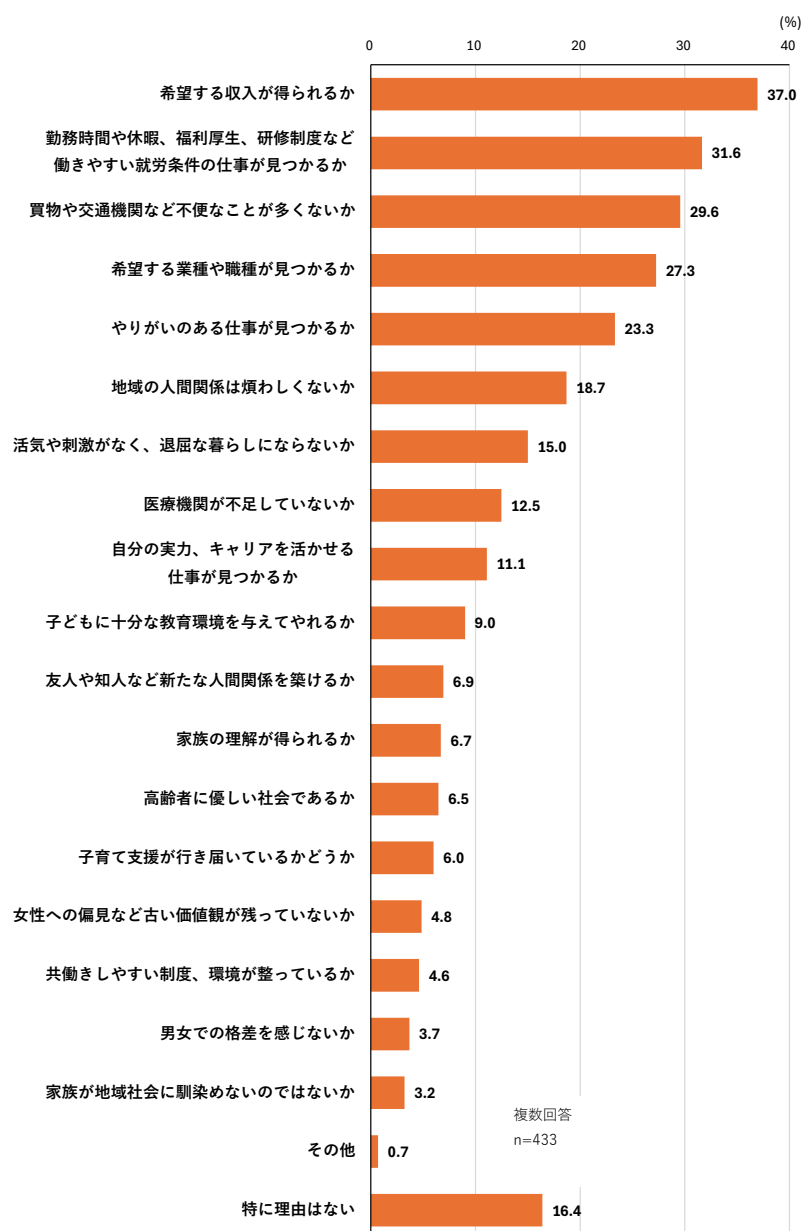
図表 5. 9 Uターンで中国地域に戻らない理由



また、Uターンするとした場合の不安に関して尋ねたところ、「希望する収入が得られるか」が37.0%で最多となり、「勤務時間や休暇、福利厚生、研修制度など働きやすい就労条件の仕事が見つかるか」「買物や交通機関など不便なことが多くないか」「希望する業種や職種が見つかるか」が30%前後で続いている。

年代別では、「希望する収入が得られるか」で20代31.1%、30代36.2%、40代41.2%となるなど、多くの項目で年齢が上がるにつれて収入面の不安度が高まる中、20代以下では「やりがいのある仕事が見つかるか」が他年齢よりも高い点が目立つ一方、他の選択肢は総じて30代以上より低い回答割合となっている（資料編194ページ）。

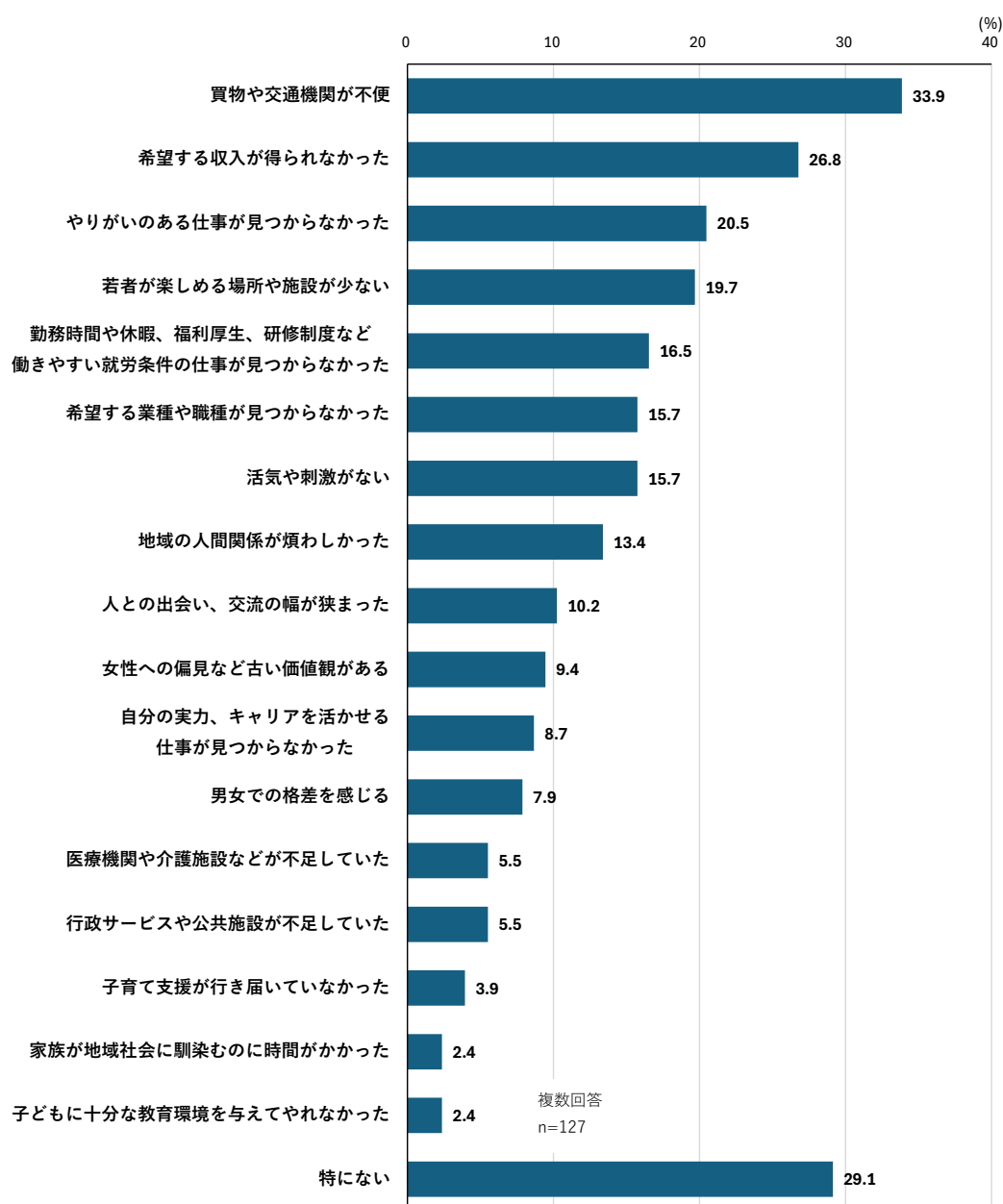
図表5. 10 中国地域に戻ってくるとしたら気になること



一方、既に U ターンした女性を対象に、困ったこと・不満について尋ねたところ、「買物や交通機関が不便」が 33.9%で最多となり、「希望する収入が得られなかった」が 26.8%で続いている。

年代別では 20 代以下で、「買物や交通機関が不便」「希望する収入が得られなかった」が全体より 10 ポイント近く高いほか、「やりがいのある仕事が見つからなかった」「希望する業種や職種が見つからなかった」「活気や刺激がない」が全体よりも 5～10 ポイント程度低いといった特徴がみられる（資料編 196 ページ）。

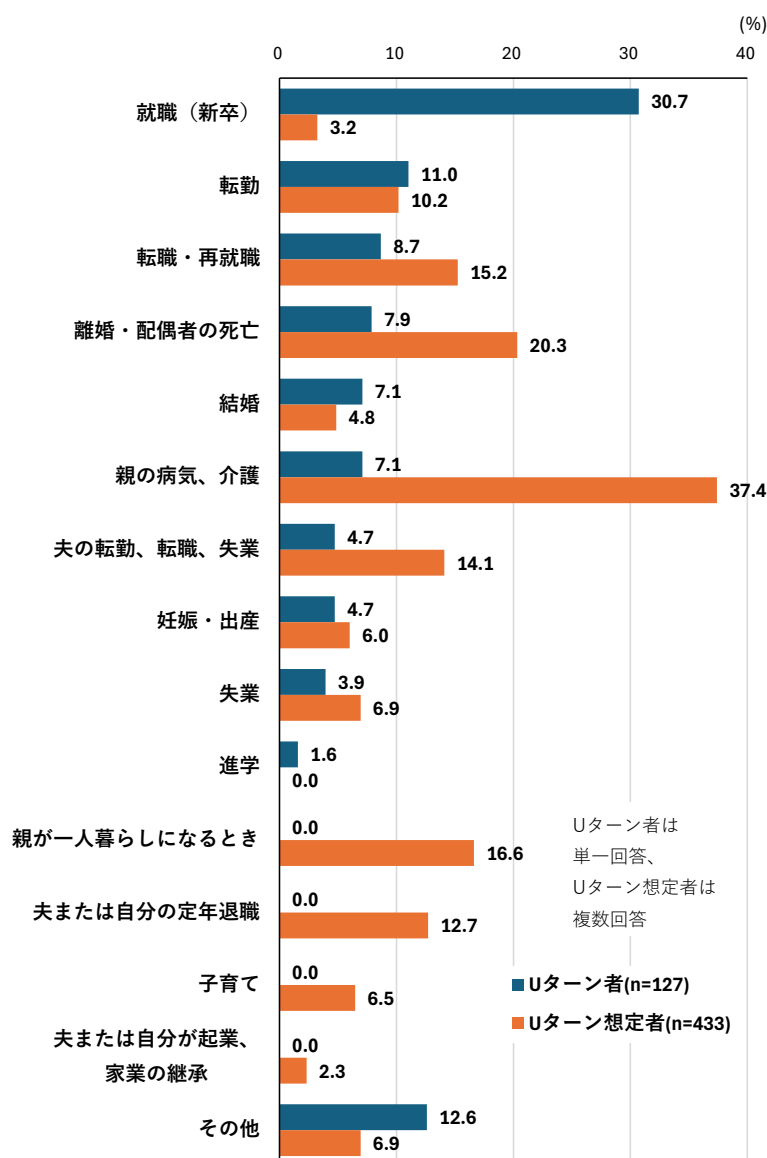
図表 5. 11 中国地域に戻ってきた際の居住地選択や実際の暮らしの中で困ったこと、不満に感じたこと



また、既に U ターンした女性の要因は「就職（新卒）」が、将来的に U ターンするとした場合の要因は「親の病気、介護」が 2 番目以下の回答を圧倒している。

なお、将来的に U ターンするとした場合の要因について年代別に分析したところ（資料編 192 ページ）、「親の病気、介護」が全年齢層において最多を占めるものの、若年層になるにつれ「転職、再就職」「失業」といった仕事系および「結婚」「子育て」といったライフイベント系の回答割合が高い。特に 20 代では「転職、再就職（28.6%）」が高く、「親の病気、介護（30.3%）」と同程度である。一方、高齢層になるにつれ「親の病気、介護」「夫または自分の定年退職」の回答割合が高い。

図表 5. 12 中国地域内に戻った契機（U ターン者）
今後、中国地域に戻るとした場合の契機（U ターン想定者）



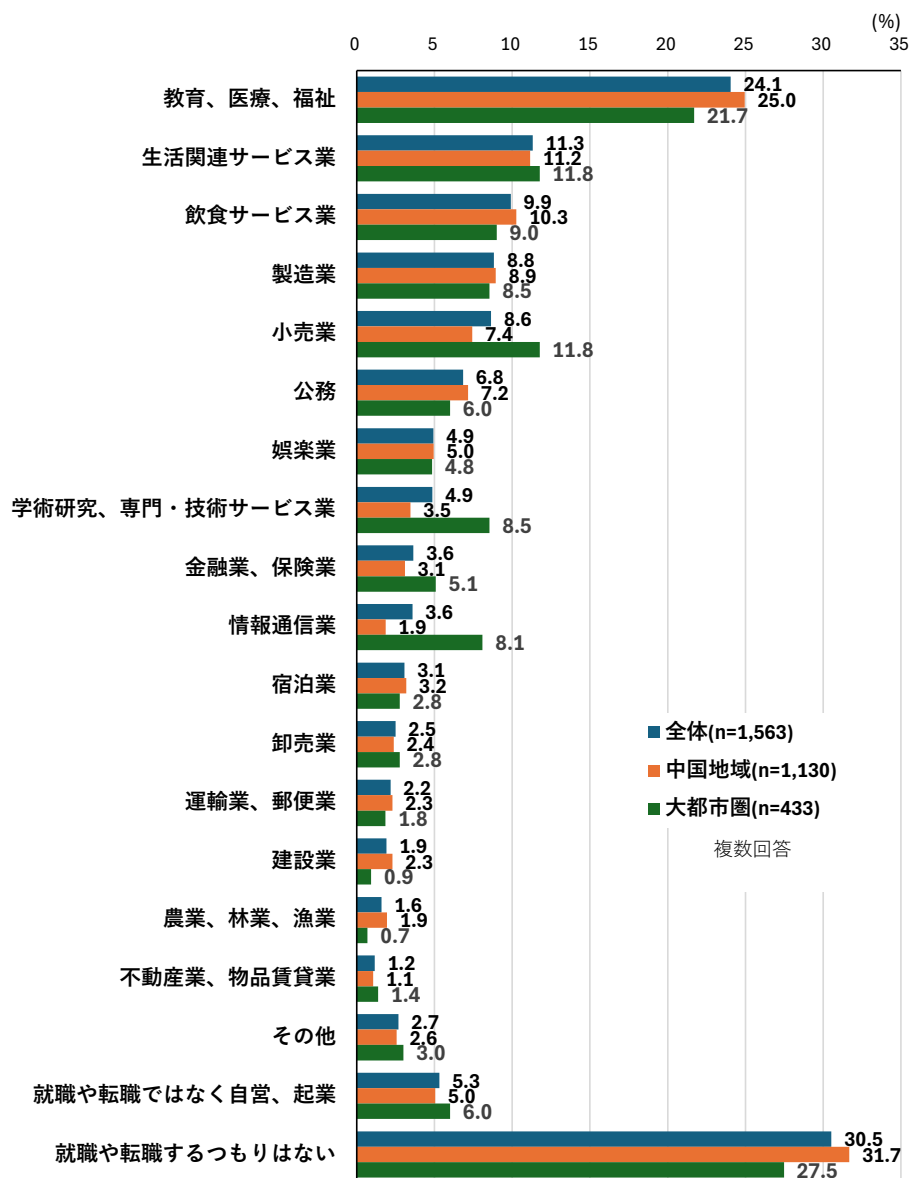
f. 今後の就職・転職で希望する業種・職種

今後の就職・転職時に希望する業種について尋ねたところ、「教育・医療・福祉」が24.1%で最多となり、2番目以下の2倍以上を占めた。

年代別では「就職や転職するつもりはない」の回答割合が20代26.0%、30代30.7%、40代35.6%と、若年層ほど転職等へ積極的である点が目立つ（資料編199ページ）。

居住地別では、大都市圏居住者の「学術研究、専門・技術サービス業（8.5%）」「情報通信業（8.1%）」の回答割合が中国地域居住者よりも5ポイント程度高いものの、水準自体は10%未満と高くはない。

図表5. 13 今後の就職または転職で希望する業種（居住地別）

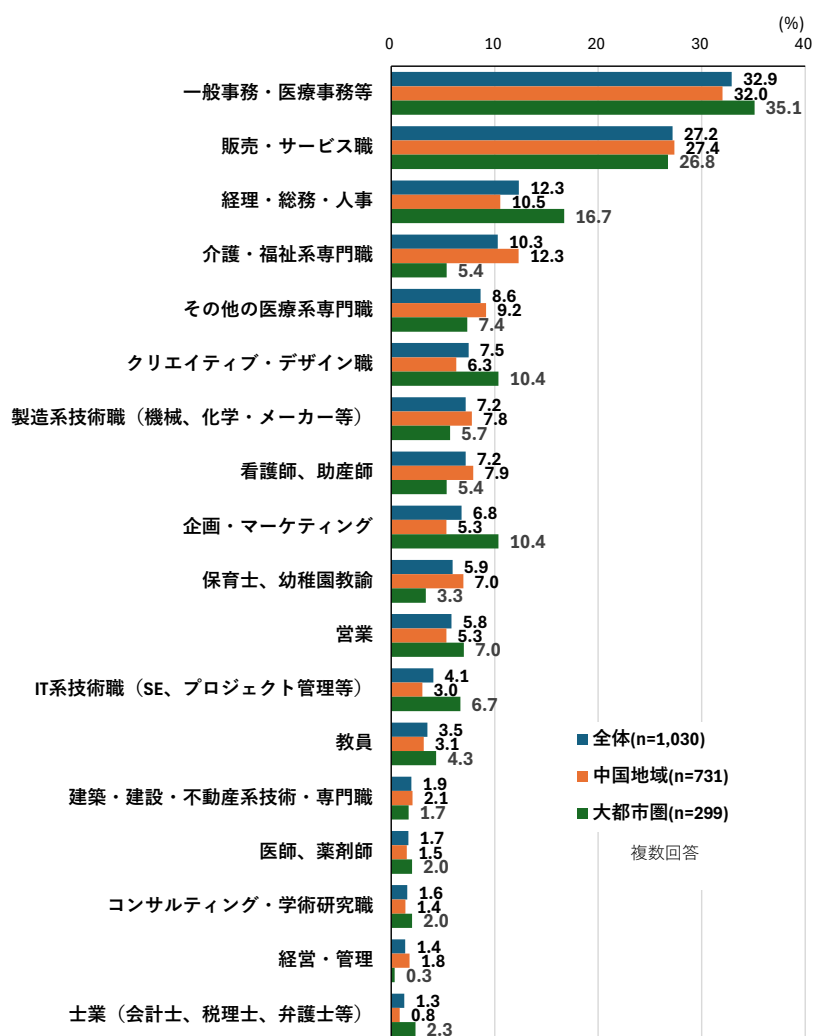


一方、今後の就職・転職時に希望する職種については、「一般事務・医療事務等」「販売・サービス職」が30%超と、3番目の「経理・総務・人事」の12.3%を引き離している。

居住地別では、大都市圏居住者で最多を占めたのが「一般事務・医療事務等（35.1%）」で、「販売・サービス職（26.8%）」、「経理・総務・人事（16.7%）」と中国地域にも多い職種が上位に並んでいる点が注目される。また、大都市圏居住者は中国地域居住者よりも「クリエイティブ・デザイン職」「企画・マーケティング」「IT系技術職」など大都市圏に多い職種を希望する割合が若干高いものの、希望割合は概ね10%未満に過ぎない。

年代別では、20代における「一般事務・医療事務等」「販売・サービス職」の回答割合が低い一方、「企画・マーケティング」「IT系技術職」は他の年代を上回っている（資料編202ページ）。

図表5. 14 今後の就職または転職で希望する職種（居住地別）

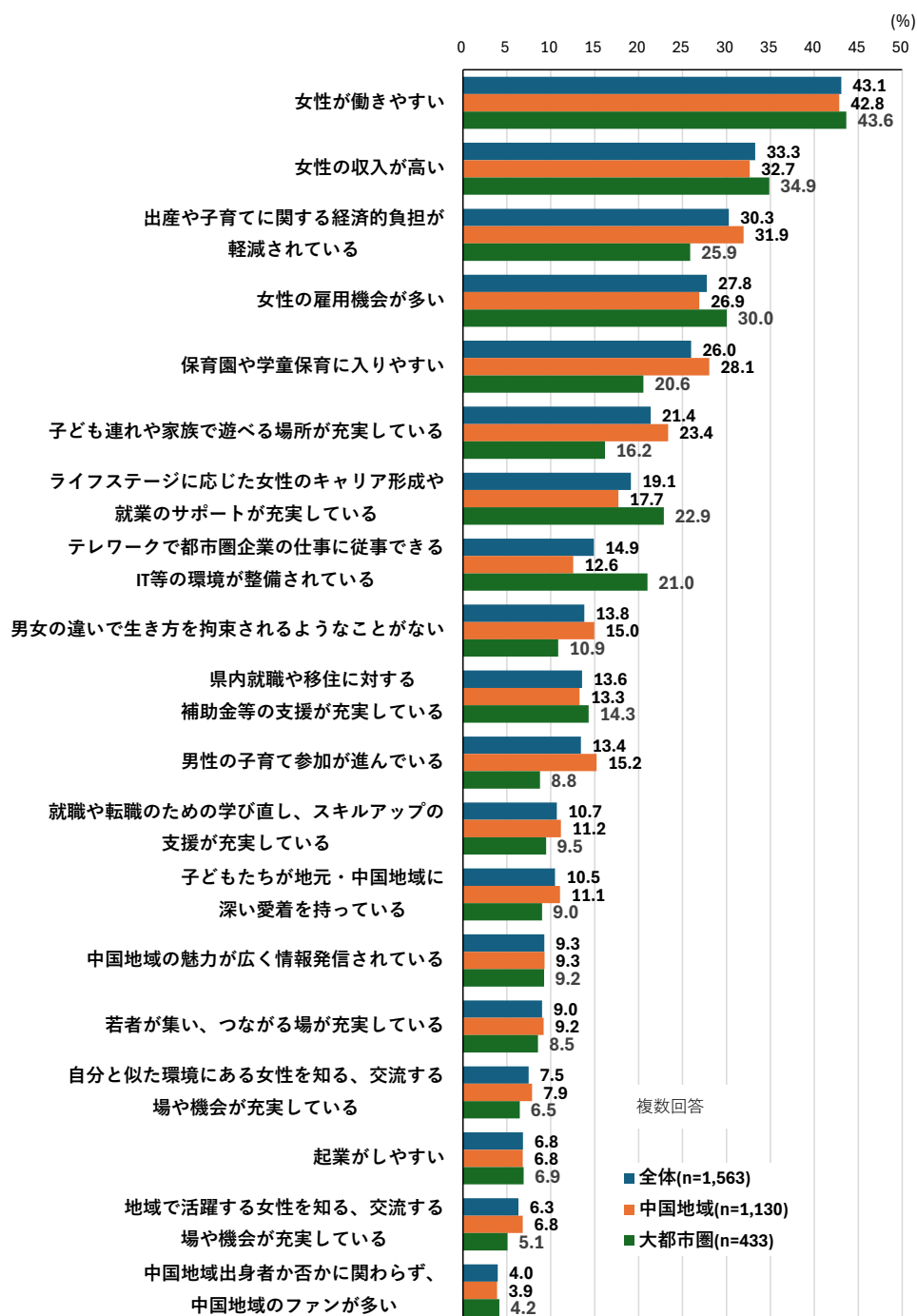


g. 女性が暮らしたいと思う中国地域とは

女性が暮らしやすいと思う中国地域について尋ねたところ、「女性が働きやすい」「女性の収入が高い」「女性の雇用機会が多い」等の「仕事」に関する選択肢が上位を占めている。

なお、居住地別・年代別ともに顕著な違いは認められない（資料編 218～219 ページ）。

図表 5. 15 女性が暮らしたいと思う中国地域とは（居住地別）

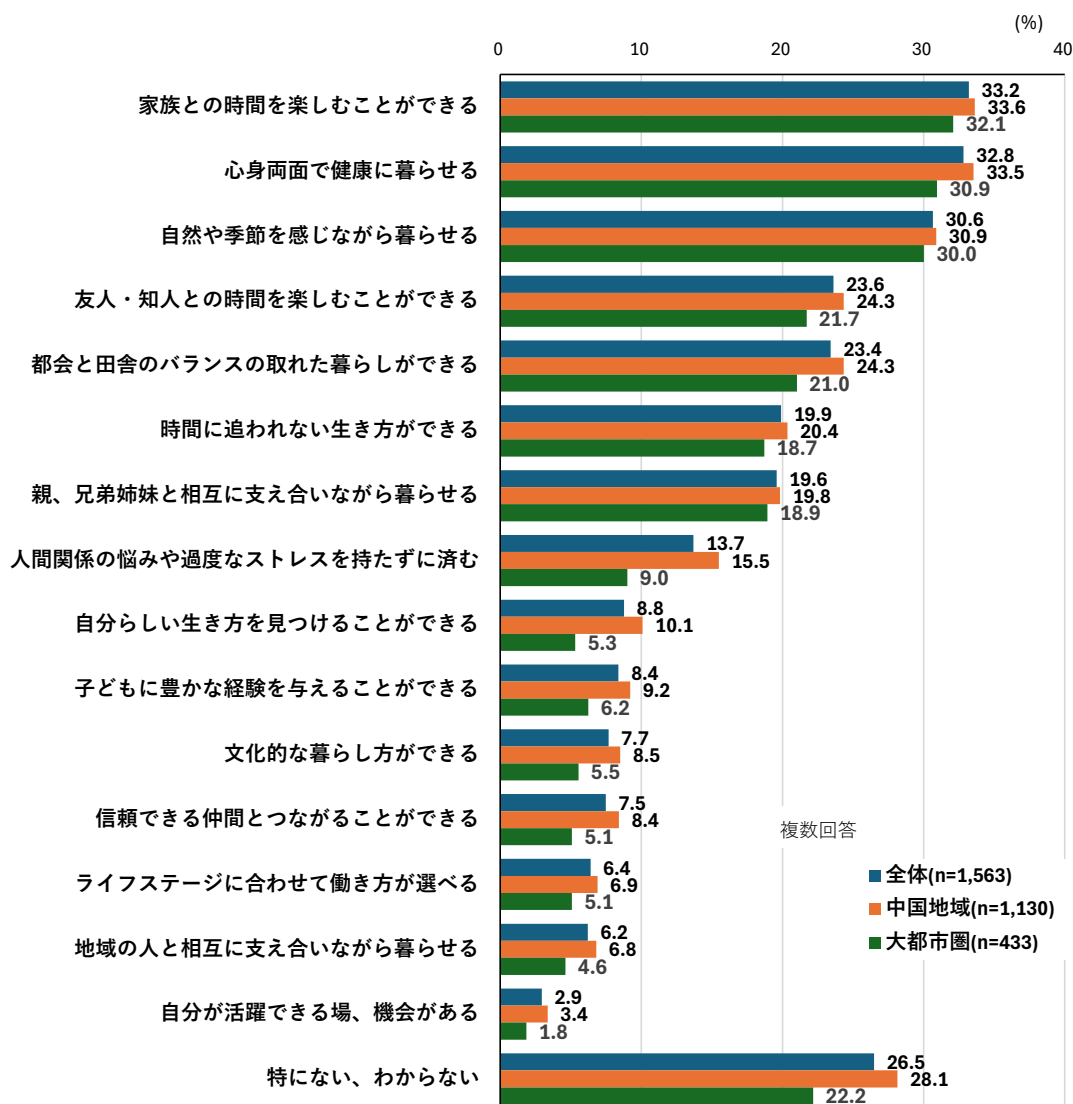


h. 中国地域で暮らすことの意義

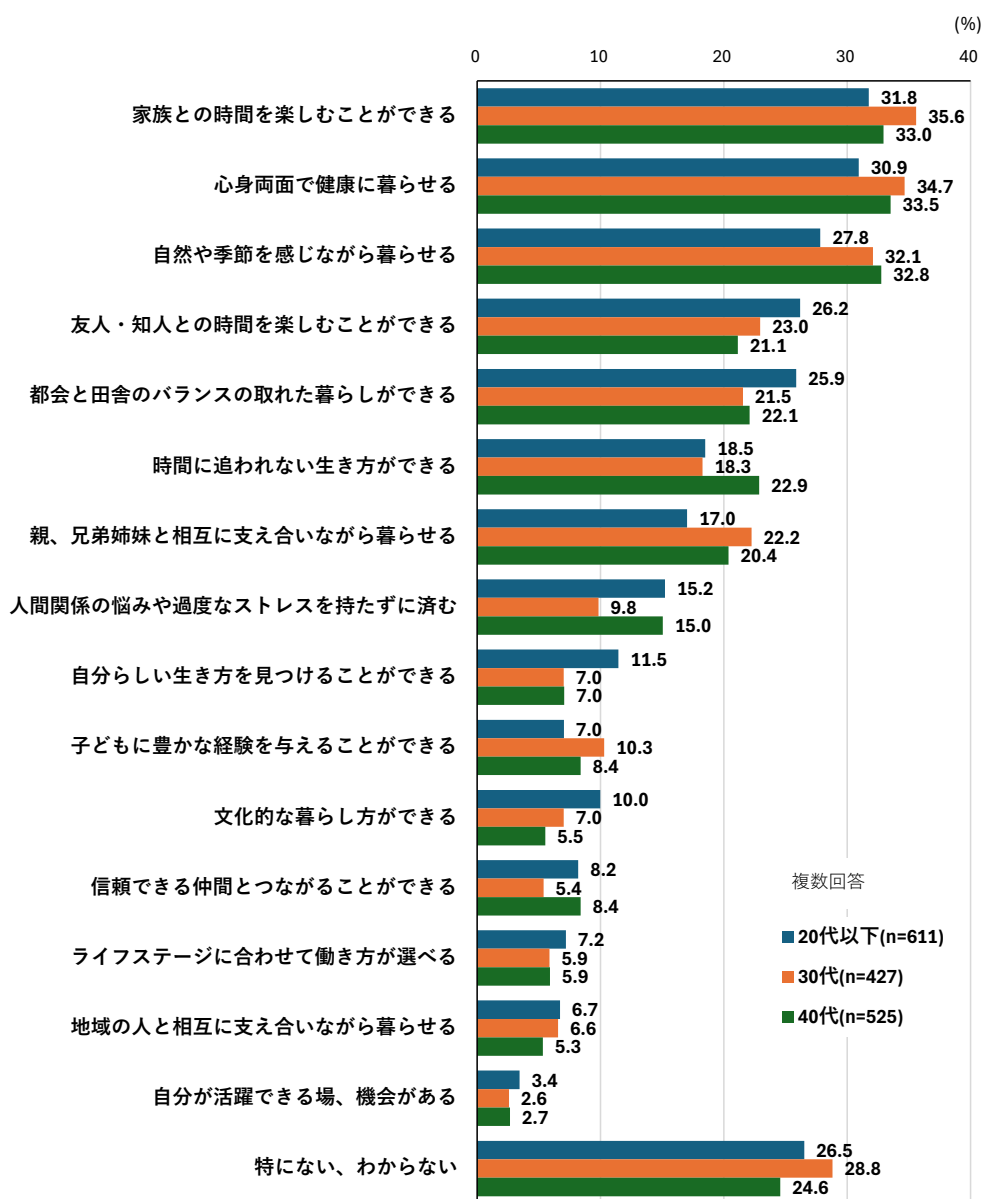
中国地域で暮らすことの意義について尋ねたところ、「家族との時間」「友人知人との時間」「親、兄弟姉妹との支え合い」等の「人とのつながり」に関する選択肢、および「心身両面の健康」「時間に追われない」「ストレスフリー」等の「自分らしさ」に関する選択肢が上位を占めている。また、個別の選択肢では「自然や季節を感じながら暮らせる」が3番目に高くなっている。

居住地別・年代別（資料編 221～222 ページ）ともに顕著な違いは認められないものの、中国地域居住者が大都市圏居住者よりも「特にない、わからない」が高い点、20代以下は上位5項目が25～32%の範囲内で固まっている点が注目される。

図表 5. 16 中国地域で暮らすことの意義（居住地別）



図表 5. 17 中国地域で暮らすことの意義（年代別）



5. 4. Web アンケート調査から得られた方策の参考となる視点

Web アンケート調査結果から得られた、方策の参考となる視点については、以下のように整理できる。

図表 5. 18 方策の参考となる視点（まとめ）

女性に選ばれない 要因の仮説	視点
仕事	中国地域では希望する収入が得られないのではないかと考えられている
	やりたい仕事・やりがいのある仕事の少なさも中国地域外での就職につながっている
	大都市居住、20代では「企画・マーケティング」「IT系技術職」を希望する割合が高い
	親子関係が就職先選定に大きく影響している
進学先	行きたい学校がなく中国地域外に進学した女性が多い
	親子関係が進学先決定に大きく影響している
生活利便性	買物や交通機関の不便さを感じるUターン者が多い
	交通機関の充実が中国地域外での就職理由上位にあがっている
文化・娯楽・ライフスタイル	進学・就職時の中国地域外選定理由やUターンしない理由で、若者が楽しめる場所や文化・娯楽等の充実をあげる女性 は少数だった
規範・慣習	Uターンしない理由でジェンダーギャップを挙げる回答はごく少数だった
	進学・就職時の中国地域外選定理由で、地元の慣習・付き合いの煩わしさを挙げる回答は少数だった
地域への愛着・ 地域の認知度	中国地域就職理由で地元への愛着が上位に挙げられた
	地元へ愛着を感じている中国地域出身女性は5割程度だった

6. 中国地域出身女性による座談会

6. 1. 調査概要

(1) 調査目的

中国地域出身女性の生の声を直接聞くことにより、今回実施したアンケート調査だけでは見えてこない意識や行動とその背景を把握すべく、座談会を実施した。〔当初開催〕

また、当初開催では、都市部と中国地域の仕事の差に関する情報が十分ではなかったため、都市部で就職し、キャリアアップを重ねた後にUターンされ、ご活躍されている方にご意見を伺った。〔追加開催〕

(2) 開催日時・方法〔当初開催〕

	開催日時	方法
第1回	2024年11月26日（火）14：00～16：00	リアル開催・Web併用
第2回	2024年11月28日（木）14：00～16：00	
第3回	2024年11月28日（木）19：00～21：00	

(3) 参加者概要〔当初開催〕

	参加人数	参加者
第1回	4名	・広島県出身、大阪府に進学、広島県で就職 ・山口県出身、東京都に進学、東京都で就職 ・広島県出身、東京都に進学（埼玉県に居住）、東京都で就職 ・山口県出身、京都府に進学、東京都で就職
第2回	4名	・山口県出身、東京都に進学、広島県で就職 ・広島県出身、台湾に進学、東京都で就職し広島県に配属 ・広島県出身、東京都に進学、東京都で就職 ・山口県出身、兵庫県に進学、山口県で就職
第3回	4名	・山口県出身、山口県に進学、山口県で就職後、東京都で転職 ・山口県出身、東京都に進学（神奈川県に居住）、神奈川県で就職活動中 ・山口県出身、東京都に進学、東京都で就職し沖縄県に配属後、東京都で転職 ・山口県出身、北海道に進学、東京都で就職

(4) 追加開催について

開催日時・方法：2025年2月12日（水）19：00～20：30

参加者概要：

	職業・経歴等
Aさん (40代)	・まちづくり企画運営会社社長他2社（いずれも広島）の代表 ・広島市内の高校→京都の大学→東京の大学院（建築学科） ・建築不動産の企画コンサル会社（東京：3年） →出版社（東京：3年）→着物屋（東京：3年） →フリーランス（東京：2年）→企画コンサル復職（3年） →広島に戻り家業の不動産業他
Bさん (30代)	・HRテクノロジー（人事労務関連システム等）運営会社 コミュニティマネージャー（東京） ・まちづくり企画運営会社 コミュニティマネージャー（広島） ・広島市内の高校→東京の大学（国際関係学科） ・海外青年協力隊（ウガンダ）→コンサル（東京） →エシカルブランドの企画営業（タイ・マレーシア） →IT法人営業（マレーシア） →現在の会社にマレーシアで入社→ベトナム駐在→広島
Cさん (40代)	・事業創造支援コンサル コミュニティマネージャー （広島のイノベーション創出拠点に駐在） ・岡山県内の高校→京都の大学（経営学科） ・大手企業の新規事業部門のWebディレクター等（東京） →大手百貨店の宣伝部ディレクター/化粧品バイヤー（東京） →公告代理店でカーディーラーのプロモーション企画 （福山・岡山・広島）→現職

6. 2. 調査結果（主な意見）

6. 2. 1. 当初開催における主な意見

【進学時の地域選択要因】

- ・何も考えずに私大（文系）を選ぶと県外・都市部になる。
- ・都市部はやりたいことを学べる学部や資格の取れる大学を選べる。
- ・もう少し利便性の高い地域に行きたいと思い、関西の大学に行った。
- ・親や親族に干渉されたくないのので地元から遠い大学に進学した。

【就職時の地域選択要因】

中国地域を選んだ理由

- ・地元が好き、祖父母も好き。
- ・将来子どもを育てることを考えると地元・親元のメリットを感じた。

中国地域以外を選んだ理由

- ・地元は仕事の種類も給料のレベルも魅力がない。
- ・有名企業の本社機能がなくキャリアアップがイメージできない。
- ・一般企業でホワイトカラーの仕事をするなら、都市部の企業を選択する。
- ・IT系で就職を探すと、ほぼ東京が拠点の企業になると思う。
- ・ニッチな分野や専門職でも、都市部では就職先の選択肢が豊富と思う。
- ・東京での生活に慣れてしまった。
- ・地元が好きで地元愛は強いが、戻って住もうとは思えない。
- ・学生時代に作ったネットワークの中で過ごそうとすると東京を選ぶ。
- ・中国地区の企業の情報に触れる機会はほとんどなかった。
- ・東京・関西の大学を出ると東京の会社情報が中心になる。

【都市部の良いところ】

- ・転職がしやすい。
- ・すぐ歩いて行ける距離に何でもあり、利便性が高い。
- ・東京は家賃が高いが、食品や食事は安い気がする。
- ・少し特殊な趣味でも扱う店や集まりが東京にはある。
- ・結婚や出産について回りにとやかく言われないうのが良い。

【中国地域の残念なところ】

- ・工場勤務は女性が興味を持ちやすい仕事と思えない。
- ・ニッチな分野を専門とする職業では地元の枠が少なすぎた。
- ・車が必要な地域に住もうとは思わない。
- ・電車の終電が早すぎて飲み会を途中で切り上げなければならない。

- ・音楽や芸術系の施設・イベントは東京に集中しており、そちらの趣味を持つ人には中国地域は厳しい。
- ・配偶者より稼ぎが多いことを否定的に言われることが苦痛。

【中国地域がこうなれば良い】

- ・魅力的な就職先があれば良い。
- ・街自体の魅力を高める必要がある。

【中国地域（地元）への思い】

- ・東京での野球観戦で広島への思いやアイデンティティが強くなった。
ただ、戻りたいという気持ちにはならなかった。
- ・広島なら車や自転車でどこにでも行けると考えると良い点かもしれない。
- ・地元出身ということで仕事上の人的ネットワークができることもある。

a. 進学時の地域選択要因

①大学の選択肢（希望校）

- ・国公立は近くの大学を選べるが、何も考えずに私大(文系)を選ぶと県外・都市部になってしまう。
- ・大学が多く、やりたいことを学べる学部や資格の取れる大学が選べる。
- ・都市部の大学には全国から人が集まり、ネットワークができる。卒業後も SNS で交流を深めることができる。

②親子関係

- ・地元を出ていく機会は大学進学時しかない。
- ・親や親族に干渉されたくないのも、車で来ることのできない遠い大学（北海道）に進学した。

③その他の要因に関するコメント

- ・女子高では大学卒業後に結婚を考えていて、いい結婚相手を見つけて専業主婦になるために首都圏のいい大学に行きたいという友人が多かった。
- ・地元が田舎だったので、もう少し利便性の高い地域に行きたいと思い、関西の大学に行った。
- ・東京や関西に進学する人がほとんどの高校で、憧れもあって迷わず関西に出た。

b. 就職時の地域選択要因

①就職時に中国地域を選んだ理由

- ・地元が好き、祖父母も好きなので、一旦関西に出たが地元就職すると決めていた。
- ・都市部の大学を選んだが人の多さなどに辟易し、地元で安心感を覚えた。
- ・将来子どもを育てることを考えると地元・親元のメリットを感じた。
- ・結婚・出産をイメージしたとき部屋だけで 10 万円の街には住めないと思った。
- ・会社の配属だったため地元に戻ったが、最初はいやだった。
- ・医療や教育系で資格を取った人は地元に戻る（地元に残る）人も少なくない。
- ・実家があることが大きく、広島で長く働ける会社を探していた。

②就職時に中国地域以外を選んだ理由

a) 就職先の業種・職種・待遇

- ・地元は仕事の種類も、給料のレベルも魅力がない。
- ・有名企業の地元事業所には本社機能が無くキャリアアップがイメージできない。
- ・地元で製造業の企業が多くても女性が働けるホワイトカラーの仕事は少ない。あっても回転が少なく回ってこない。
- ・一般企業でホワイトカラーの仕事をするなら、都市部の企業を選択する。

- ・IT系で就職を探すと、顧客も東京本社のためほぼ東京が拠点の企業になる。
- ・ニッチな分野や専門職では、都市部で就職先の多様性があり、選択肢が豊富。
- ・インターン先の役所の仕事が合わないと感じた。

b) 生活環境

- ・東京での生活に慣れてしまったので、車社会もいやだし、働き先もない。もう帰れない。
- ・就職時に東京に一度は住んでみたいと思った。

c) 地域への愛着・地域の認知度

- ・戻りたくないとは思っていなかったが、戻ろうとも思わなかった。
- ・出身県は好きだが、それ以外の中国地域の県になじみがなかった。
- ・地元が好きで地元愛は強いが、戻って住もうとは思えない。
- ・東京に愛着があるわけではないが、学生時代に作ったネットワークの中で過ごすとうとすると東京を選ぶ。
- ・地元では就職先でも知り合いが多くなるのでいやだ。
- ・都市部の大学では、中国地域の企業の情報に触れる機会はほとんどなかった。
- ・東京・関西の大学を出ると東京の会社情報が中心になり、東京の有名企業を希望してしまう。
- ・地域の魅力を発信しようとしている魅力的な仕事をしている人もいるが、就職活動のタイミングでは出会わなかった。

d) その他

- ・中国地域を就職先にするイメージがなかった。
- ・何かあったときに全国にいる会いたい人に会いやすい環境を維持したかった。
- ・友人も地元に戻っていないし、父親も関東勤務、兄弟も関東で実家には母のみ。
- ・高校時代の友達は誰も戻ってきていない。
- ・関西に出て戻って来る人はたまにいるが、東京から戻った人はあまり聞かない。

c. 都市部の良いところ

- ・多少コアな趣味のお店や集まりが東京にあり、人的ネットワークを拡げやすい。
- ・新卒で業種や職種を決めきれなくても、都市部で就職していれば転職しやすい。
- ・キャリアチェンジを考えたときに、失敗してもやり直しがしやすいのが安心。
- ・東京は家賃が高いが、食品や食事は安い気がする。関西は東京よりまだ安い。
- ・週2出社のリモートで通勤負担も意外と少ない。
- ・結婚や出産について回りにとやかく言われないのが良い。
- ・30代半ばで独身バツイチでも後ろを指さされない（独身女性に優しい）。
- ・すぐ歩いて行ける距離に何でもあり、駅から駅まで歩けるなど、利便性が高い。

d. 中国地域の残念なところ

- ・製造業が多いが工場勤務は女性が興味を持ちやすい仕事ではないため、地元に戻って会社勤めをする人がほとんどいない。
- ・東京や関西のように、オフィス街に女性がたくさんいるというイメージがない。
- ・ニッチな分野を専門とする職業では地元や地方の枠が少なすぎた。
- ・車が必要な地域に住もうとは思わない。広島は何とか車なしでも生活できる。
- ・広島での生活費はそれほど安くないので、あまり魅力は無い。車を使う前提なら安いところもあるのだが。
- ・地元以外を知ると、刺激が無く楽しいイメージが無い地域だと思われる。
- ・音楽や美術・サブカルなどの施設・イベントは東京に集中しており、そちらの趣味を持つ人には中国地域は厳しい。
- ・配偶者より稼ぎが多いことを否定的に言われることが苦痛になり、キャリアを積んだ女性が帰りにくい。
- ・子どもの医療費を無料化しているところもあるが、あまりメリットを感じない。保育料や病児保育の負担を考えるとまとまった金額がないと厳しい。
- ・空港が遠い。
- ・電車の終電が早すぎて飲み会を途中で切り上げなければならない。

e. 中国地域がこうなれば良い

- ・子育てのしやすさのアピールはあるのかもしれない。
- ・街自体の魅力を高める必要がある。一か所にいろいろなものが集中していると人の流れが限定されるのでは？逆にぎゅっとしているのも魅力かもしれないが。
- ・魅力的な就職先があれば良い。身近には、楽しそうに仕事をしている人が見当たらず、就職先として魅力を感じなかった。

f. 中国地域（地元）への思い

- ・東京の野球場でスタンドのかなりの部分が赤くなっていることを実感して、広島への思いやアイデンティティが強くなった。ただ、戻りたいという気持ちにはならなかった。
- ・広島なら車や自転車ですぐどこにでも行けると考えると良い点かもしれない。
- ・地元出身ということで仕事上の人的ネットワークができることもある。
- ・地方は高校内でのレベルの差が激しい。子どもの教育を考えた場合、自分のレベルと近い仲間と切磋琢磨できる高校を選べる都市部が良い。

6. 2. 2. 追加開催における主な意見

a. 進学時の地域選択要因

- ・父の影響で大学、大学院と父と同じ学校へ進学したが、地域自体にはこだわりはなかった。学部は趣味である演劇・漫画とのつながりを感じて選択した。
- ・広島にも希望する学科はあったが、選択肢の多い東京を選んだ。親からのプレッシャーへの反発もあったが、それ以上に「広島では出会えないものに触れたい」「もっと多様な人と関わりたい」という好奇心が勝っていた。
- ・岡山では、岡山大学へ進学しない場合、関西の大学を選ぶのが一般的だった。同質性を好む地域の雰囲気には閉塞感を覚え、そこから抜け出したい気持ちもあった。

b. 就職時の地域選択要因

- ・広島を出るまで、地元の大人や街づくりなどに関わったことがなかった。そのため、家業を引き継ぐために広島へ戻ることになるまで、広島に残る・戻るという選択肢は考えたことがなかった。大学進学や就職といった各フェーズでさまざまな経験をする中で自分が形成されていったが、その過程で地元の人と継続的に関わり、地元の状況を知っていれば、考え方も違っていただかもしれない。
- ・海外で働きたい、海外と関わる仕事をしたいという思いから、仕事や職場を選択してきたため、広島は視野に入っていなかった。広島でだれかとワクワクしながら働くイメージが持てなかったのも理由の一つである。
- ・海外への憧れはあったものの、それが就職を決定づけたわけではなく、人づてのお誘いで東京の会社に就職した。現在も暮らす地域にこだわりはないが、コロナ禍を過ごした岡山はやはり閉塞感が強く、自分が楽しく生きられる場所ではないと感じた。

c. 中国地域にUターンしてきた理由

- ・学生時代に平和活動をしており、何かしら広島との接点を持ちたい、40歳頃までに帰りたいという思いがあった。広島の外で活躍している地元出身の素敵な大人達と会う中で、「やはり広島は良い」という思いが強くなった。そして、フルリモート勤務を認めてくれた柔軟な会社に入れたことが、広島に戻るきっかけとなった。
- ・広島に一度戻った際、仕事を通じた活動か、業務外のプライベートな活動かを問わず、「社会を良くしたい」「広島を元気にしたい」と考えて行動する人たちに会った。彼らの姿を見て、広島に直接関わる仕事の可能性がみえたことも、大きな後押しとなった。

d. 中国地域に足りないもの

- ・(仕事を含めた生活において重要な)仲間がいる、という視点では広島が圧倒的に何か足りないとは思わない。紹介文化が根付いており、人が少ない分、影響力のある良い人とつながりやすい。むしろ、仲間を見つけやすい環境とも言える。
- ・広島にも、クリエイティブとかマーケティングのような仕事をしている方はたくさんいるが、大きな仕事の受け皿になるような会社やプレイヤーは圧倒的に少ないと感じる。「モノにはお金を払うが、その前の企画とかアイデアにはお金を払う文化がない」とよく言われるが、それを実感している。
- ・単に「足りない」ということにフォーカスすべきではない。多くの人は東京にキラキラがあると思いがちだが、地元の魅力に気づいていないだけのことも多い。若いうちから地元の良さを認識し、外に出た後も再確認できる仕組みがあれば、そのイメージを覆すことができそうである。

e. 中国地域がこうなれば良い

- ・クリエイティブな仕事については、ネットワークを活かして大きな仕事を受けられる体制を作れば、Uターン人材の流入を促し、活躍が期待できるフィールドになり得ると思う。
- ・都市と地方の違いはあるものの、仕事の可能性は個人の意志次第で広げられる部分が多い。自治体の政策や企業の姿勢だけで仕事生まれるわけではないと思う。ただ、個人がどのような環境で育ち、どんな機会に触れるかがその選択肢を大きく左右する。だからこそ、地域で「アクティブに生きる」という視点を持つ機会を増やし、キャリアや生き方の可能性を感じられる場を提供することが重要だと思う。
(広島市内のエリアマネジメント活動をもう少し早く知ることができれば参加していたという、この春広島を離れる学生の事例や、東京への転学を考えていた広島のデザイン学校の生徒が、地域の活動への参加を通じて地元大学への編入を決意した事例が紹介された。)
- ・広島に帰ってきて、その魅力を深く知り、今では東京に戻りたいとは全く思っていない。ただ、もう少し早く広島の可能性に触れる機会があれば、戻ってくる時期も早まったかもしれない。学生たちに「私たち大人も本気で情熱を持って取り組んでいるから、一緒にやろう」という姿勢をみせ、「広島の方が面白そう」と思わせることも重要ではないか。
- ・中高生の時代に、年齢に近い20代や30代前半の知的な広島の大人と関わる機会があれば、一回広島を離れたとしても、戻る理由になったかもしれない。頑張っている若手社会人の存在を知り、その人達と一緒に何かを経験する機会は大きな

財産になると思われる。新卒の採用や離職率の上昇に苦勞されている中小企業も、就職活動の段階ではなく、高校生の時から自社を知ってもらう活動をすることで、将来的な人材確保に向けた種を撒くことができるのではないかと思う。

- ・世代間のつながりは非常に大事だと思う。大人が直接高校生と関わるよりも、少し年齢の近い大学生を「憧れのお兄さん、お姉さん」として立てる方が、継続的なつながりを生みやすいと思う。また、大学生にとっても、そうした役割を担うことによって、自負や誇り、責任感が芽生えると思う。
- ・地方の企業が変革や新規事業に挑戦する際、いきなりフルタイムの人材を丸抱えするのは難しい。専門性のある人材をシェアする仕組みを構築すれば、変革や新規事業の実績を積むことができ、それが新しいプロジェクトや雇用創出につながる可能性が高まる。
- ・製造業を中心とした中国地域の企業は、従業員を「もの」として扱うイメージが根強いのではないか。製造業では正しいプロセスで適切に製品を作る必要があるため、企業は従業員を単なる作業員として認識していると思われがちだと思う。しかし、製造業や工場においても、業務の中にはクリエイティビティが求められる場面も多く、従業員の個性や工夫が重要な役割を果たしている。それを企業自らが意図的に発信し、従業員の仕事の実態を積極的にアピールすることで、この固定観念が変わるのではないかと期待している。
- ・キャリアの流動性が高まる今の時代、地元から「出ていく」ことは決してネガティブなことではなく、個人の成長や可能性を広げる前向きな選択と捉えるべきである。そう考えると、地元を離れた人達とどのように繋がり続け、どのようにして戻って来てもらうかを、Iターンも含めて考える方が良い。
- ・副業や NPO 活動を通じてキャリアの流動性を高める動きが正しく評価されないという指摘がある。この問題を解決するには、プロボノ（仕事のスキルで行うボランティア）をブランディング化して支援する方法が良いと思う。例えば、大企業に勤務しながら、小さなスタートアップにプロボノ的に関わることで、新しい事業が生まれる可能性が高まる。このような活動をリサーチャーや行政、メディアなどが喧伝することが有効と考える。

6. 3. 座談会結果から得られた方策の参考となる視点

座談会結果から得られた知見・示唆と方策の参考となる視点について、以下のよう
に整理できる。

図表 6. 1 方策の参考となる視点〔当初開催〕（まとめ）

女性に選ばれない 要因の仮説	視点
仕事	仕事の種類や給料のレベルの魅力のなさが中国地域外就職の要因となっている面あり
	本社機能がなくキャリアアップが難しい点も課題
	ニッチな分野の仕事や IT 系の仕事の少なさも中国地域外での就職につながっている模様
進学先	やりたいことを学べたり資格が取れたりする学校・学部の少なさに加えて、自分のレベルにあった大学が中国地域に少ない点も中国地域外への進学要因となっている面あり
	親や親族からの干渉を逃れるため中国地域外に進学した女性がいる点も留意が必要
生活利便性	交通などの利便性の高さから中国地域外での進学・就職を選択する傾向あり
文化・娯楽・ライフスタイル	コアな趣味を楽しんだり、音楽・芸術関係の施設利用・イベント参加を行ったりする上で大都市圏に優位性あり
規範・慣習	独身女性・離婚女性への否定的な反応が中国地域で窺える一方、都市部は結婚・出産に干渉されず、この点が中国地域からの流出につながっている可能性あり
	中国地域はキャリア女性への評価が低いとの指摘あり
地域への愛着・ 地域の認知度	地元愛が強くても中国地域に戻ろうと考えていないとの意見あり
	大都市圏に進学した女性に中国地域の企業情報が届いていない

図表 6. 2 方策の参考となる視点〔追加開催〕（まとめ）

女性に選ばれない 要因の仮説	視点
仕事	地元の大人たちと関わるのが少ないまま都市部に出ると、地元で楽しく仕事をするイメージが湧かず、地元就職は選択肢にすら上がらない
	モノにはお金を払うが、企画やアイデアにはお金を払わない文化を実感している
	社会を良くしたい、地元を良くしたいという視点で仕事や活動をする人が U ターンのきっかけになる場合がある
	新規事業や事業の変革のための若手人材を一社で抱えずシェアすることで新しい雇用が生まれる可能性がある
進学先	希望学科が地元にあっても、新しい人やものに対する好奇心から都市部に出ていくことは止められない
生活利便性	—
文化・娯楽・ライフスタイル	地域でアクティブに生きることを若いうちから考える機会を提供すると地元に着住する可能性がある
規範・慣習	従業員を「人」として見ず、「もの」として扱うような企業が多いのではないかとされている
地域への愛着・ 地域の認知度	地元の良さを認識したまま地元とのつながりを維持することで早期 U ターンを促す可能性がある
	高校生・大学生・若手の社会人といった世代間のつながり、連なりが重要である

7. 中国地域自治体へのアンケート調査

第7章では、中国地域が女性に選ばれる地域となるための具体的方策を検討する上での検討材料を得る目的で実施した、中国地域の自治体向けアンケートの結果をまとめた。

7. 1. 調査概要

調査の目的、調査要領は以下のとおりである。

(1) 調査目的

中国地域の各自治体における、「人口ビジョン」の策定状況、本調査で実施した中国地域出身女性への Web アンケート調査で明らかになった女性流出の要因に対応した施策の実施状況、女性に選ばれる地域となるために設定している目標等を確認することによって、中国地域が女性に選ばれる地域となるための具体的方策の提案につなげる。

(2) 実施方法

Web アンケート（依頼状は郵送）

(3) 調査対象

中国地域の全5県、全107市町村

(4) 調査時期

2024年12月

(5) 回収数

回収数：38件（内訳は下表のとおり）

回収率：33.9%

	回答数	(%)
鳥取県	2	5.3
島根県	8	21.1
岡山県	8	21.1
広島県	8	21.1
山口県	7	18.4
不 明	5	13.2
合計	38	100.0

7. 2. 調査結果（概要）

【「人口ビジョン」の策定について】

- ・ 回答のあった 38 自治体全てが策定。9 割超が若者の流出抑制、流入促進に関して記載。

【女性に選ばれる地域となるための施策の実施状況（仕事）】

- ・ 業種・職種の多様化のための施策としては、起業・創業支援や企業誘致に関する内容が多い。
- ・ 収入（賃金）引き上げのための施策としては、企業への奨励金支給や融資制度等の金銭的な支援のほか、企業の生産性向上・競争力向上に係る支援等が行われている。

【女性に選ばれる地域となるための施策の実施状況（学び）】

- ・ 進学先（大学等）の多様化のための施策としては、キャリア教育の推進、高校・進学先との連携等が行われている。
- ・ リスキリングなど、学び直しの機会創出のための施策としては、キャリア教育の推進、高校・進学先との連携等が行われている。

【女性に選ばれる地域となるための施策の実施状況（生活環境）】

- ・ 若者が楽しめる施設・場所の充実のための施策としては、まちの賑わい創出を挙げる自治体が目立った。
- ・ 生活利便性向上のための施策としては、公共交通の整備を挙げる自治体が目立った。

【女性に選ばれる地域となるための施策の実施状況（ジェンダーギャップやアンコンシャス・バイアスを解消）】

- ・ ジェンダーギャップやアンコンシャス・バイアスを解消するための施策としては、研修会やセミナー等の開催、女性活躍推進の 2 点が圧倒的に多い。

【女性に選ばれる地域となるための施策の実施状況（地域への愛着を高める）】

- ・ 地域への愛着を高めるための施策としては、ふるさと教育の推進やコミュニティ形成支援に関するものが多い。

【女性に選ばれる地域となるために設定している目標】

- ・ 女性に選ばれる地域となるために設定している目標に関しては、子ども・子育て支援に関する目標が目立つ。

【女性に選ばれる地域となるために今後実施を予定している施策】

- ・ 女性に選ばれる地域となるために今後実施を検討している施策に関しては、就業関連施策や移住・定住の促進、情報発信等が挙げられている。

a. 「人口ビジョン」の策定について

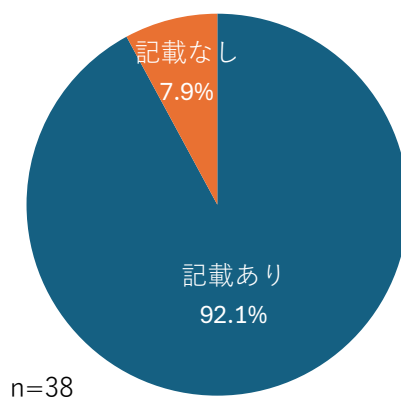
問1 貴自治体では「人口ビジョン」を策定しておられますか。

「人口ビジョン」については、回答のあった38自治体全てが策定している。

問2 「人口ビジョン」の将来展望や実現に向けた取組み等において、若者の流出抑制、流入促進に関する記載はございますか。

9割超の自治体が、「人口ビジョン」において、若者の流出抑制、流入促進に関する記載を行っている。

**図表7. 1 「人口ビジョン」における
若者の流出抑制、流入促進に関する記載の有無**



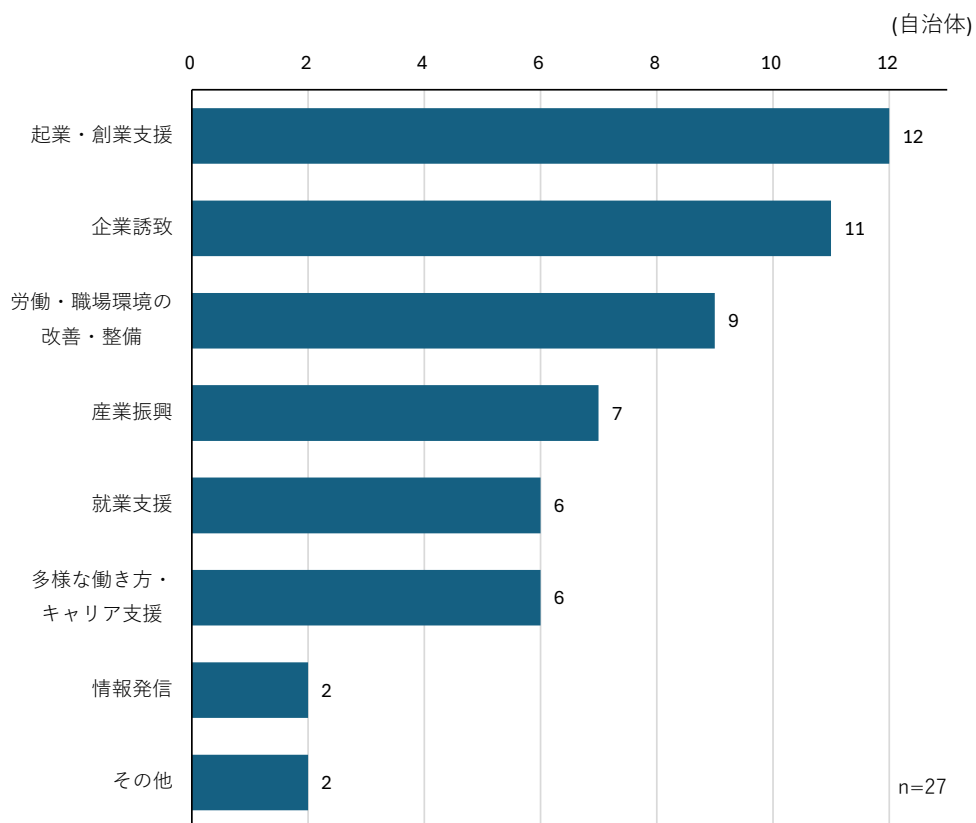
b. 施策の実施状況

問3 中国地域出身女性向けアンケートで示された女性流出の要因をご覧いただいた上で、女性に選ばれる地域となるための施策の実施状況についてお答えください。

① 仕事面：業種・職種の多様化のための施策

業種・職種の多様化のための施策としては、起業・創業支援や企業誘致に関する内容が多くなっている。

図表7. 2 業種・職種の多様化のための施策



* 自由回答を分類

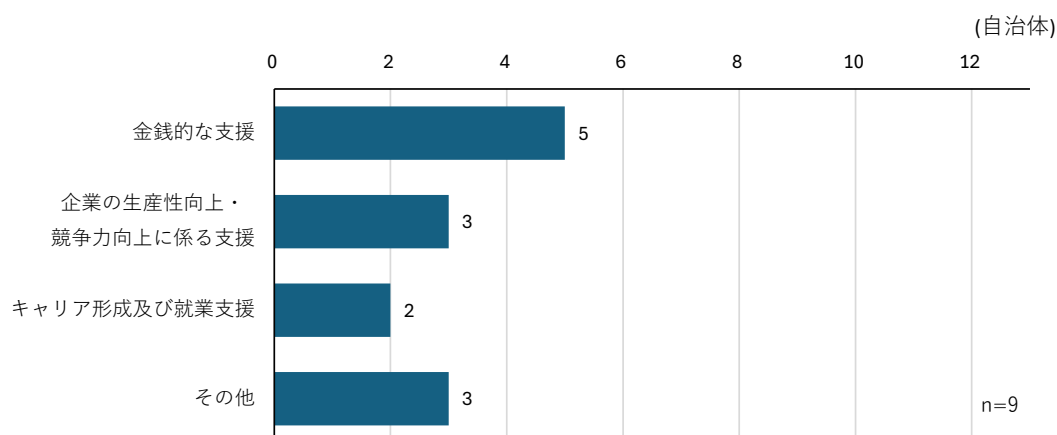
図表 7. 3 業種・職種の多様化のための施策（具体的な内容）

	具体的な施策
起業・創業支援	・創業・スタートアップ支援事業の推進 ・創業支援事業、創業機運醸成事業の推進 ・UIターンによる起業・就業者創出の支援 ・女性の創業に対する補助金の補助率引き上げ ・資格や経験を活かした起業等を望む女性を対象とするセミナーの開催 ・新規ビジネスの発掘・育成・支援 ・空き店舗等への出店にかかる経費の一部補助 ・レンタルスペース、イベント等ヘトライアル出店したワークショップ等でのものづくり体験を提供する事業に係る経費の一部補助 ・女性起業家紹介Webサイトの制作・運営
企業誘致	・女性が活躍できる企業誘致の推進 ・女性が希望する職種を重点に置いた企業誘致の検討 ・企業誘致等による若者が希望する雇用の場の確保 ・事務系職場の誘致 ・企業誘致の受け皿整備（新たな産業団地の造成に向けた取組み等） ・企業遊休地等の活用による事業用地の確保 ・まちの中心部へのオフィス立地促進事業による都市型産業の立地促進 ・魅力のある雇用の場の創出等に向けた企業誘致の促進
労働・職場環境の改善・整備	・事業所に向けたワーク・ライフ・バランスの普及啓発 ・誰もが活躍できる就労環境の整備 ・企業が実施する女性就労者の労働環境改善に対する支援 ・女性従業員のための職場環境の改善・整備に対する企業への助成金 ・従業員の働きやすい環境づくりなどに取り組む健康経営の推進 ・男女共同参画推進事業所認証制度（きらりと認証） ・「えるぼし認定」「くるみん認定」「ユースエール認定」等の認定制度 ・子育て応援事業所の認定 ・家庭との両立に向けた活動等に取り組む団体等への補助 ・仕事と家庭の両立や職場定着、就業継続等に取り組む中小企業等に対する無料相談やセミナーの開催及び優良企業の認定制度の運用
産業振興	・農業の維持、活性化 ・経営基盤の強化、付加価値の向上に対する支援 ・ビジネス支援センターの設置 ・県内中小企業等に対する新事業展開等に係る支援 ・情報通信産業に対する支援事業 ・職人の手仕事の「見える化」「ものづくり体験」の提供のために必要な店舗改修等に要する経費の一部補助
就業支援	・女性に向けた業種別の就職説明会の開催 ・女性の就職や再就職等のための相談事業の支援 ・女性の林業就業促進を目的とした冊子作成 ・建設産業への女性の入職促進や就労継続 ・介護職への就労につながる地域サポーター養成研修の実施 ・未就業女性の就活準備講座、企業の雇用創出セミナー、未就業女性と求人企業が会うマッチングイベントの実施（就業支援パッケージ）
多様な働き方・キャリア支援	・セミナー（スキルアップや子育て女性の再就職準備）の開催 ・女性成長支援セミナーや女性ビジネスプランコンテストの開催 ・従業員のリスクリテラシー推進 ・女性の多様な生き方やロールモデルの普及啓発のためのセミナー等の開催 ・女性が自らの能力や経験などを活かした多様な働き方ができるよう、一人ひとりに寄り添った就職相談窓口の設置
情報発信	・暮らしやすさ等の魅力の情報発信 ・就業相談窓口の情報提供
その他	・事業継承の推進 ・市内医療機関等で看護師等として働く意思を持つ方への奨学金貸与 ・「市民後見人養成事業」の実施

② 仕事面：収入（賃金）引き上げのための施策

収入（賃金）引き上げのための施策としては、企業への奨励金支給や融資制度等の金銭的な支援のほか、企業の生産性向上・競争力向上に係る支援等が行われている。

図表 7. 4 収入（賃金）引き上げのための施策



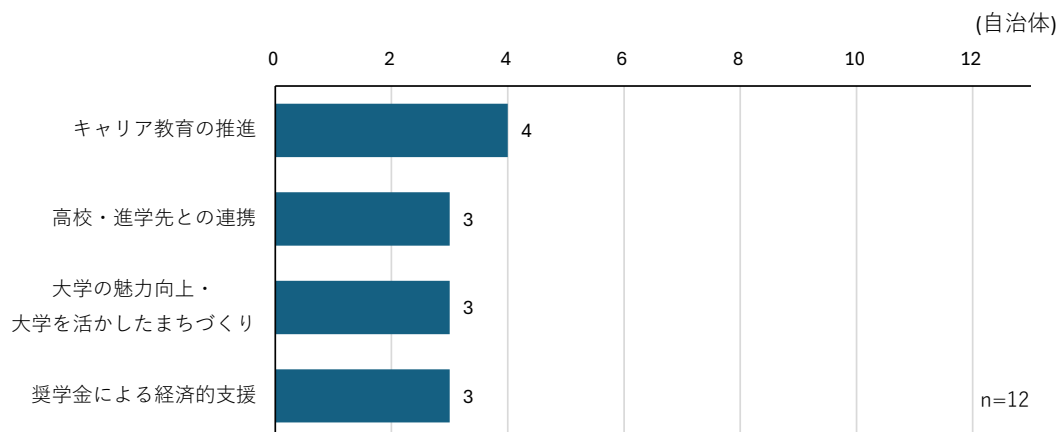
図表 7. 5 収入（賃金）引き上げのための施策（具体的な内容）

	具体的な施策
金銭的な支援	・初任給または若年層の正規社員の賃上げを実施した中小企業等に対する奨励金の支給 ・新成長ビジネスに関する新製品・新技術を開発している中小企業に対する、試作品による市場テストや事業化戦略策定に要する経費の補助 ・創業希望者や創業して間もない中小企業者に対する低利の融資制度など総合的な支援 ・地域の担い手となる若者の居住・定着を推進するための奨学金の返還支援
企業の生産性向上・競争力向上に係る支援	・生産性向上に資する設備投資等に対する支援 ・企業の競争力強化や価値向上・魅力発信 ・農林水産業の生産性の向上・高付加価値化の推進、6次産業化に対する支援 ・創業希望者や創業して間もない中小企業者に対する、創業時に必要な基礎知識等を学ぶ研修会、専門的なアドバイスを行う窓口相談や専門家派遣、優れた事業計画に対するブラッシュアップ支援
キャリア形成および就業支援	・再就職を希望する子育て世代の女性、雇用形態や業種転換を希望する女性離職・転職者等の円滑な就職支援 ・働く女性のキャリア形成のためのセミナーの開催 ・女性の能力向上やロールモデルの育成 ・管理職への登用等に取り組む企業に対する支援
その他	・女性が活躍できる企業誘致の推進 ・市内事業所の人材確保を図るための大学卒業後の UI ターン就職促進 ・経営者等の意識改革 ・保育料無償化・保育所給食費無償化等の実施(子育て世代の可処分所得の上昇)

③ 学び：進学先（大学等）の多様化のための施策

進学先（大学等）の多様化のための施策としては、キャリア教育の推進、高校・進学先との連携等が行われている。

図表 7. 6 進学先（大学等）の多様化のための施策



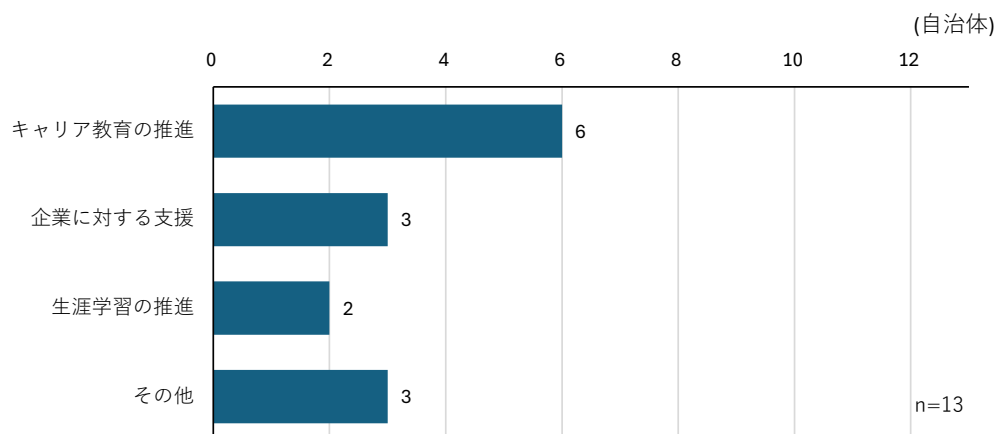
図表 7. 7 進学先（大学等）の多様化のための施策（具体的な内容）

	具体的な施策
キャリア教育の推進	・コンソーシアムの組成によるライフキャリア教育の推進 ・高校生を対象とした探究的な学び等を実施する公設塾の開設 ・企業や団体、大学等と連携したキャリア教育 ・実社会のニーズを捉えた課題解決演習やインターンシップ等の実践的教育の県内大学等における浸透及び充実
高校・進学先との連携	・高校との連携(市の連携協定先である大学とのつなぎ、大学生と連携した高校生に対する学習支援) ・市内高校卒業生と LINE でつながる情報発信 ・高校卒業後の選択肢の充実を図るための中高一貫教育における大学等との連携や市内高校の魅力化
大学の魅力向上・ 大学を活かしたまちづくり	・大学の魅力あるキャンパス整備や大学を生かしたまちづくりの推進による、地域人材循環構造の確立に向けた取組み ・市内における進学先の選択肢の充実(大学への情報工学部設置に向けた取組み等) ・スポーツ医療看護専門学校の開校による幅広い「学び」のニーズに対応できる環境整備
奨学金による経済的支援	・奨学金による経済的支援 ・UI ターン等を促進する奨学金返還に係る支援事業 ・経済的な理由により就学が困難な学生に対する奨学金の貸与および市内居住者に対する返還半額免除(進路選択の拡充及び定住の促進)

④ 学び： リスキリングなど、学び直しの機会創出のための施策

リスキリングなど、学び直しの機会創出のための施策としては、キャリア教育の推進、企業に対する支援等が行われている。

図表 7. 8 リスキリングなど、学び直しの機会創出のための施策



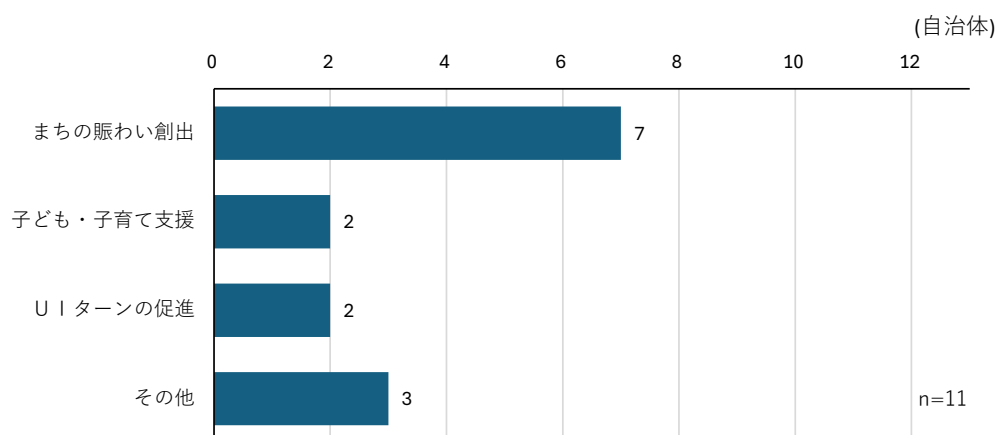
図表 7. 9 リスキリングなど、学び直しの機会創出のための施策
(具体的な内容)

	具体的な施策
キャリア教育の推進	・企業ニーズを踏まえた最先端技術等の学びの支援 ・看護師を希望する社会人への支援 ・知識や技術を習得するための学習機会の提供 ・女性のスキルアップ等に係る研修会の実施 ・介護職場への就職希望者、資格取得または技能の習得の希望者を対象とした介護職員初任者研修の実施 ・未就業等の女性に対するデジタルスキル習得および就労支援 ・就職相談窓口における就職氷河期世代等を対象としたビジネススキル等の習得に必要な研修など、就職や転職に向けた伴走型支援の実施
企業に対する支援	・リスキリングの機運醸成および企業への実践支援 ・DX に向けた従業員教育やリスキリングを推進する県内企業や個人事業主に対する支援 ・経営者等に向けたリスキリングセミナーの開催
生涯学習の推進	・生涯学習の振興によるまちづくり ・放送大学と連携した放送大学の PR、市立図書館内に設置した放送大学コーナーにおける利用者支援による生涯学習の推進
その他	・大学の魅力あるキャンパス整備や大学を生かしたまちづくりの推進による、地域人材循環構造の確立に向けた取組み ・健康長寿のまちの推進 ・経済的な理由により就学が困難な学生に対する奨学金の貸与および市内居住による返還半額免除

⑤ 生活環境：若者が楽しめる施設・場所の充実のための施策

若者が楽しめる施設・場所の充実のための施策としては、まちの賑わい創出を挙げる自治体が目立った。

図表 7. 10 若者が楽しめる施設・場所の充実のための施策



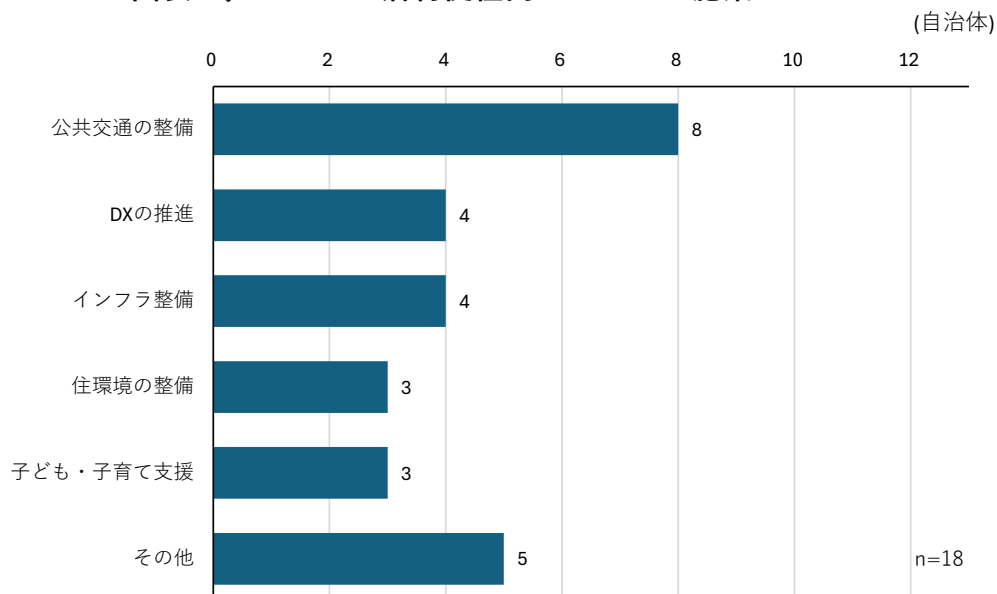
図表 7. 11 若者が楽しめる施設・場所の充実のための施策
(具体的な内容)

	具体的な施策
まちの賑わい創出	・駅周辺の賑わい創出 ・都心部にぎわいの創出や回遊性の向上のための取組み実施 ・遊休不動産を活用したまちづくりの推進 ・回遊性の向上を図るための道路空間の再整備 ・関係市・団体との連携による魅力的な都市環境の形成 ・魅力あるまちづくりの推進 ・イベント等の開催 ・市内ショッピングモール内における、市民が集い、様々な活動をするスペースの整備 ・食・文化を楽しめる複合施設のリニューアル ・スポーツによるまちづくり
子ども・子育て支援	・子育て世代向けの公園等の整備 ・妊娠・出産から子育てまでのきめ細やかなサービスの提供と支援 ・子どもの教育環境の充実
UI ターンの促進	・地域ぐるみでの移住者の受け入れ体制の強化や、移住者の住宅確保、起業支援等の UI ターンの促進 ・お試し暮らし体験施設の設置
その他	・町の魅力発信 ・古民家シェアオフィスの運営 ・地域とともに歩む学校づくり ・出会い、結婚支援の推進

⑥ 生活環境：生活利便性向上のための施策

生活利便性向上のための施策としては、公共交通の整備を挙げる自治体が目立った。

図表 7. 1 2 生活利便性向上のための施策



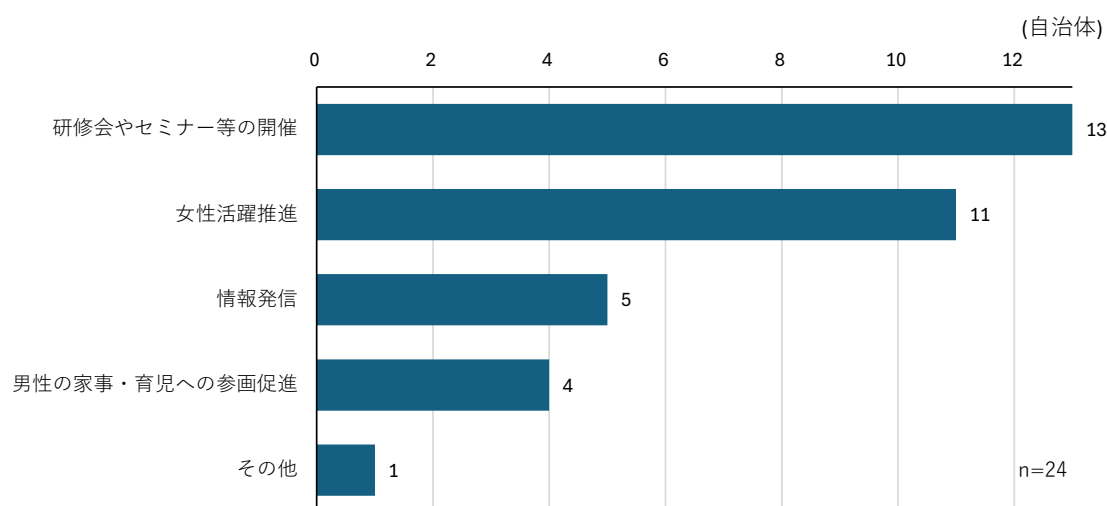
図表 7. 1 3 生活利便性向上のための施策（具体的な内容）

	具体的な施策
公共交通の整備	・生活交通の移動環境の確保・維持 ・持続可能な生活交通体系の構築、鉄道・空港の利用促進と利便性向上 ・公共交通網の再編に向けた取組み（バス共創プラットフォーム等） ・時代・地域に対応した公共交通の充実 ・コミュニティ交通、公共交通機関に対する支援 ・バス事業者の経営安定化と利用者目線での質の高いバスサービスの提供を図るための官民の新たな連携体制の構築 ・費用対効果や移動ニーズを意識したデマンド交通の導入、コミュニティバスの低床化やベビーカーを固定する補助ベルトの設置等の公共交通の維持と利便性向上 ・ノンステップバス導入の促進、バス交通系 IC カード整備の促進
DX の推進	・電子申請等の各種行政手続のオンライン化による市民サービスの向上 ・行政手続きのオンライン化 ・産業・地域・行政のデジタル化の推進（スマート保育の実施等） ・デジタル社会の形成の推進
インフラ整備	・道路インフラ、情報インフラ等の整備 ・超高速ブロードバンド環境の整備 ・自転車安全・快適に走行するための自転車走行空間の整備 ・デジタル実装に向けた基盤整備
住環境の整備	・住環境整備に対する補助 ・公営住宅の適切な供給と質の向上、住宅リフォーム支援事業補助金 ・魅力的な居住環境の創出に向けた市町の取組み支援
子ども・子育て支援	・子育て支援の充実 ・育児支援関連施策や子育て関連施設等の情報発信の充実（男性含む） ・保育サービスの確保・充実に向けた保育人材の確保や保育施設の整備
その他	・自治体広域連携による雇用、移住・定住促進 ・暮らしやすさ等の魅力の情報発信 ・地域間バランスの是正に向けた新たな市街地形成 ・コワーキングスペースの開設 ・空港利用者に対する駐車料金の無料化

⑦ ジェンダーギャップやアンコンシャス・バイアスを解消するための施策

ジェンダーギャップやアンコンシャス・バイアスを解消するための施策としては、研修会やセミナー等の開催、女性活躍推進の2点が圧倒的に多い。

図表 7. 14 ジェンダーギャップ・アンコンシャス・バイアスを解消するための施策



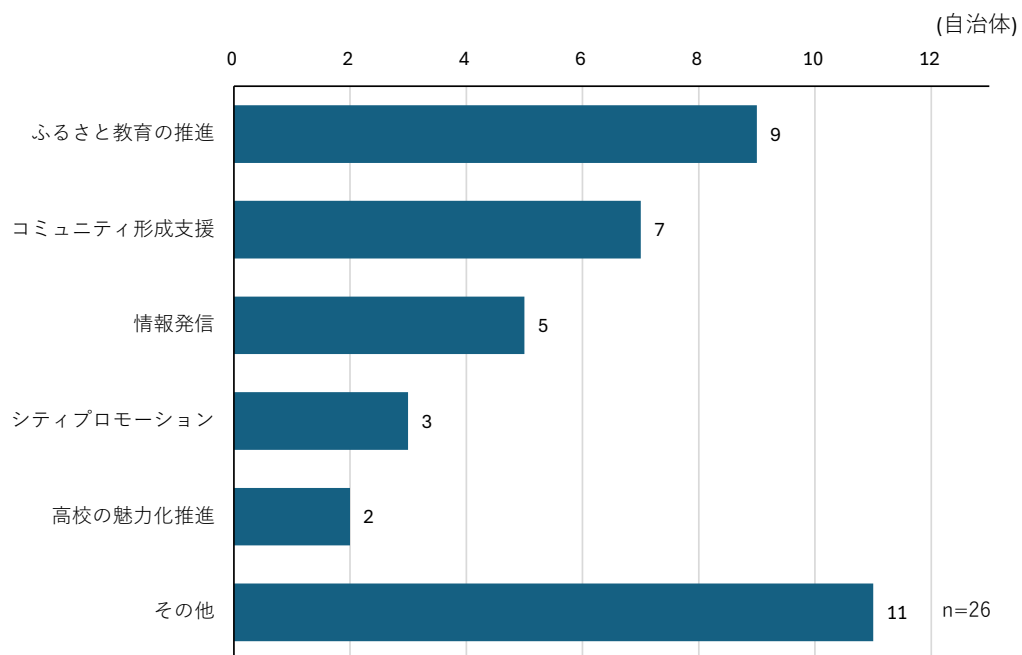
図表 7. 15 ジェンダーギャップ・アンコンシャス・バイアスを解消するための施策（具体的な内容）

	具体的な施策
研修会やセミナー等の開催	・研修会の開催等による啓発 ・セミナー、講座、パネル展の開催 ・セミナー開催等による啓発活動 ・市民を対象とした各種講座やセミナーの開催 ・地域の理解を深めるための人権研修の実施 ・性別による固定的な役割分担意識の見直しなど、男女共同参画に関する理解を深めるための研修会や啓発活動の実施 ・地域住民や若者を対象とした、男女共同参画の視点や性別役割分担意識の解消を促進するための講座開催 ・家庭(子育て)と仕事の両立やキャリア形成など、自らのライフプランについて考える講座の開催 ・人権教育・啓発の実施 ・教職員、保護者等を対象とした人権研修の実施 ・固定的な性別役割分担意識解消に対する意識の一層の醸成と理解促進のためのセミナー開催
女性活躍推進	・子育てサポート・女性活躍推進等の働きやすい職場づくりを実践している企業に対する認定制度の実施 ・誰もが活躍できる就労環境の整備、女性の活躍推進 ・男女共同参画推進事業の展開 ・企業における男女共同参画の推進(男女共同参画推進表彰制度等) ・人権や男女共同参画推進に関する啓発等の実施 ・小中学生向け男女共同参画啓発用冊子の作成等の男女共同参画に関する啓発事業 ・職場における男女共同参画の推進 ・県内企業経営者に向けた女性活躍理解促進セミナーの開催 ・審議会等における女性登用 ・事業所における女性登用や女性活躍に向けた講座等の開催 ・特定事業主行動計画の策定
情報発信	・住みやすい町の魅力の情報発信 ・市ウェブサイトやさまざまなメディアを活用した啓発活動 ・情報誌の発行等による啓発活動 ・ポジティブ・アクション等の情報発信 ・ワーク・ライフ・バランスの実践につながる家事シェア、男性の家事育児参加を当たり前のこととして捉える機運を醸成する情報発信
男性の家事・育児への参画促進	・共働き、共育での推進(子育て応援ウィーク等) ・男性の家事・育児への参画促進 ・男性の家庭生活への参画促進事業 ・新婚夫婦に対する家事手帳や男性向け育児手帳の配布
その他	・パートナーシップ宣誓制度の導入

⑧ 地域への愛着を高めるための施策

地域への愛着を高めるための施策としては、ふるさと教育の推進やコミュニティ形成支援に関するものが多くなっている。

図表 7. 16 地域への愛着を高めるための施策



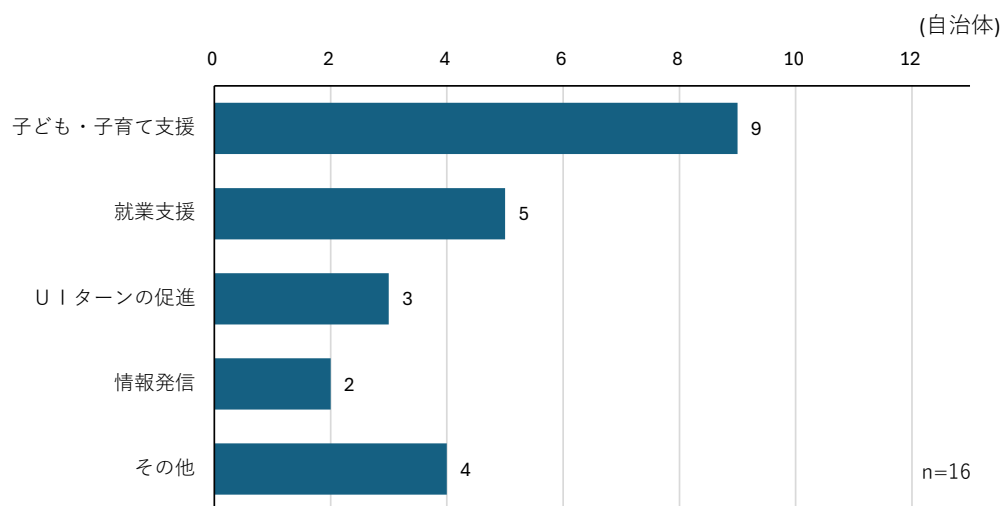
図表 7. 17 地域への愛着を高めるための施策（具体的な内容）

	具体的な施策
ふるさと教育の推進	・郷土愛を育む教育の推進 ・地元高校との連携による「地域学」の実施 ・他県の高校生と交流しながら、郷土の歴史や先人たちの「志」を学び、ふるさとの魅力を見つめ直すプログラムの実施 ・身近に豊かな文化芸術をふれることで、より郷土愛と人間性を育むためのふるさと教育の推進 ・伝統文化を活かしたふるさと教育の推進 ・ふるさと、キャリア教育の一環として、地域の教育資源（ひと・もの・こと）を活かした教育活動の展開（仕事の魅力や市内で働く意義などを伝える職業人出前授業の実施ほか）
コミュニティ形成支援	・多世代が気軽に交流できる場の提供 ・高校とのつながり強化 ・本市出身大学生、社会人等とのコミュニティ形成支援 ・主権者としての意識の醸成や故郷を離れて生活する若者の故郷を想う心の醸成などを目的とした「20歳の集い」の開催 ・人と人とのつながりや地域力を構築する地域連携教育の推進 ・趣味やエンターテインメントを通じて緩やかに学生と地域をつなげるイベントの開催
情報発信	・町の魅力の情報発信 ・魅力発信によるファンの増加促進 ・公式 SNS での情報発信 ・暮らしやすさ等の魅力の情報発信 ・地域資源を活用した新たな遊びに関する情報発信
シティプロモーション	・公認 Vtuber 等を活用したシティプロモーションの展開 ・観光、産業、文化など本市の魅力ある様々な地域資源等の情報発信などによるシティプロモーションの推進
高校の魅力化推進	・高校魅力化の推進 ・高校魅力化プロジェクトの実施
その他	・町外の学生に対して町内産品を詰め合わせた小包の発送 ・若い世代の夢の実現に向けたチャレンジの応援 ・地域資源（特産品、産業、埋蔵文化財等）の活用による地域愛の醸成 ・地域貢献活動の推進 ・女性を中心として地域活性化に取り組む民間団体やグループに対する支援 ・中学生を対象としたキャリア教育の充実 ・小・中学生を対象とした自然体験施設や歴史・文化施設におけるさまざまな体験プログラムの実施 ・地域で育てる子育て支援 ・学生が地元就職を考えるきっかけとなるイベントの開催 ・地元の産業や企業の認知度向上 ・地元企業と連携した職場体験活動の充実 ・小学校区を活動範囲として地域課題の解決に取り組む組織へのコーディネーター等の派遣や組織運営等に要する経費の助成 ・県内の専門分野で活躍している講師との対話を通じたワークショップの開催

⑨ その他の施策

その他の施策としては、子ども・子育て支援が目立つ。

図表 7. 18 その他の施策



図表 7. 19 その他の施策（具体的な内容）

	具体的な施策
子ども・子育て支援	・妊娠期から子育て期までの切れ目ない支援 ・子育てのしやすい環境づくり ・地域が一体となって子育て家庭を応援する子育て応援事業の実施 ・子育て世代の経済的負担の軽減、病児病後児保育施設の充実、事業所内保育所や託児所運営に対する支援 ・保育料無償化等の子育て施策 ・各種子育て支援・給食費支援 ・小・中学校の給食費の無償化、高校生までの医療費無償化など、子どもの成長段階に応じた経済的負担の軽減 ・子育て AI コンシェルジュや保育所入所スマート申請等の DX を活用した子育て支援、本市独自の「子育ての日イベント・キャンペーン事業」を通じた子育て環境の向上等による子どもや子育てを応援する機運の醸成 ・地域資源である温泉や食事を体験しながら、心身のケアと助産師による相談対応等を受けることのできる産後ケアプログラムの実施
就業支援	・インターンシップの促進 ・若年層の市内就職の推進 ・医療・福祉従事者向けの支援 ・奨学金の返還支援（医療・福祉系の専門職） ・若年女性が地元で働きたいと思える魅力的で良質な雇用創出（県外在住の女子学生と県内企業との交流会、女子学生による女子の視点での企業情報の発信、先輩女性職員と交流できる企業訪問ツアーの開催等）
UI ターンの促進	・若者世代 U ターン奨励金の給付 ・移住・定住・結婚支援 ・移住コンシェルジュによるワンストップ窓口の設置
情報発信	・暮らしやすさ等の魅力の情報発信 ・市が実施することも・子育て支援施策をパッケージ化して情報発信して子育てのまちを PR
その他	・若者会議の実施 ・地域活性化リーダーの育成と多様な人材の連携 ・地域コミュニティの育成と地域力の向上 ・家庭内や職場の悩みから結婚や離婚、DV など様々な相談を女性家庭相談員が対応する定期相談会の開催 ・県内に就職した卒業生や U ターン等した若者が講師となり、高校生等に対して県や県内企業の魅力について語るセミナーや座談会の実施 ・主体的な進路選択による県内大学への進学意識向上を図り、若者の県内定着を促進するための、高校と県内大学との更なる連携強化

c. 女性に選ばれる地域となるために設定している目標

問 4 女性に選ばれる地域となるために設定している目標がございましたら、お答えください。(複数設定されている場合、3つまで)。

女性に選ばれる地域となるために設定している目標に関しては、子ども・子育て支援が目立つ。

図表 7. 20 女性に選ばれる地域となるために設定している目標

	目標	目標の達成度	目標実現に向けた課題等
1	社会増減ゼロ(特に女性に向けてという目標はない)	達成できていない	・「女性に選ばれる」という視点は重要だと考えているが、男女共同参画の時代に「女性向け」を強くアピールすることを危惧する意見も多い
2	女性の社会増減数の増 →R2～7年度累計 +232 人	R2～5年度累計 ▲458 人	・各種取組を実施するも達成が困難な状況であり、新たな施策が求められている
3	子育て広場利用者数 →R7年度 4,000 人	R5年度 3,130 人	・保健センターで実施している子育て広場は、町内外在住を問わず親子が気軽に利用できる場として利用され、子育てに関わる専門職への相談や母子保健事業、図書館事業など、部署間を超えた事業連携の場となっている
	育児型ファミリーサポート事業利用者数 →R7年度 130 人	令和5年度 146 人	・妊娠届出時の保健師の全員面談や出生後の全戸訪問など、妊娠期からの切れ目ない子育て支援サービスを提供している ・令和5年度は子育てボランティア養成講座を実施し、子育てボランティアなどの増加につながっており、今後も担い手養成を継続していく
4	女性の県外転出 第二次総合計画期間内のR4～6年度までの3年間で1/3に抑制	R6年度実績値 119 人 (H26～R2年度の平均値 158 人)	・転出の要因分析
5	「子育てを楽しい」と思う市民の割合 →R6年度 70%	未評価	・多様化する保育ニーズへの対応等
	「子育てしやすい環境」と思う市民の割合 →R6年度 65%	未評価	・多様化する保育ニーズへの対応等
	移住定住者数 →R3～7年度累計 2,400 人	R3～5年度累計 1,371 人	・県外在住者への情報発信、働きかけ
6	将来、〇〇市に戻ってきたいと思う高3進学女性の割合 →60.0%	R4年度 40.7%	・市内企業の認知度向上に取り組む必要がある ・〇〇市で暮らし・働くことの魅力を伝える必要がある ・若い世代が望むまちのにぎわいを創出する必要がある
	自分の時間が持てると回答した女性の割合 →100%	R5年度 73.3%	・仕事と子育ての両立を支援する必要がある ・共働き・子育て(男性の育児参加)を促進する必要がある
	子どもの成長に幸せを感じる共働き女性の割合 →100%	R3年度 100%	・子育てに係る不安や負担の軽減に取り組む必要がある ・子どもと楽しめる場所等を創出する必要がある
7	就業環境改善支援件数 →R10 年度 10 件増加	年度途中のため評価未実施	—
	市内の〇〇男女共同参画推進事業者数 →R10 年度 10 件増加	年度途中のため評価未実施	—
	くるみ認定企業数 →R10 年度 1件増加	年度途中のため評価未実施	—
8	市の審議会等における女性委員の登用率 →R6年度 35.0%	R5年度 33.8%	・審議会等における女性委員のより積極的な登用を図る
	20 歳～39 歳女性の純移動率の縮小 →R6年度 ▲0.01	R5年度 ▲0.0204	・県外他都市への女性流出を軽減できなかった
	「これからも住み続けたい」と思う市民(20 歳～39 歳女性)の割合 →R6年度 80.0%	R5年度 82.1%	・定性調査であり直接の要因の把握は難しいが、「これからも住み続けたい」と思う市民の割合を高め続ける必要がある

* 表中の「〇〇」は具体的な自治体名を回答しているため非表示としたもの

図表 7. 2 1 女性に選ばれる地域となるために設定している目標（続き）

	目標	目標の達成度	目標実現に向けた課題等
9	県内事業所における指導的立場に占める女性の割合 →R7年度 25.0%	R5年度 19.6%	・伸び悩んでいる最大の原因は大企業の役員および管理職の女性比率が極端に少ないことであり、大企業に対してヒアリングを実施したところ、まず、「管理職への登用の壁」があり、その後、さらに「管理職から幹部への登用の壁」があることが浮き彫りとなった
	25歳～44歳女性の就業率 →R7年度 82.5%	R2年度 77.4%	・30～34歳の女性の有業率が他の年齢層に比べて極端に低くなっており、依然として、結婚・妊娠・出産というライフイベントを通じた離職が多い状況が続いている
	男性の育児休業取得率 →R7年度 30.0%	R5年度 46.2%	・目標は達成しているが、引き続き、男性が育児休業を取得することの意義や重要性、また育児休業給付金を含め育児休業制度の理解促進や、企業等において男性従業員に育児取得を奨励する職場環境整備を推進する必要がある
10	25歳～39歳人口の転出超過数 →30人以内	—	・人口の東京一極集中、若者の地方都市からの流出等、全国的な時代の潮流、課題であり、一地方自治体のみで取り組むことが困難
11	結婚を理由に町外へ転出する20代・30代の女性の数の抑制	R6年3月時点 達成度 173%	・就職など結婚以外を理由とした転出抑制にも力を入れていく必要がある
	子育て応援事業所数の増加	R6年3月時点 達成度 105%	・効果を上げるため、子育て世帯が生活できる場所づくりが必要
	男女共同参画社会の推進に町として達成していると感じている町民の割合の上昇	R6年3月時点 達成度 65%	・田舎特有のジェンダーギャップやアンコンシャス・バイアスを解消していく必要がある
12	20～39歳の転出超過数 →R8年度 431人未満/年	R5年実績値 599人	・転出超過数の減少に直接寄与する事業があるわけではなく、単独の事業効果を測定することが難しい
13	39歳以下の市内企業雇用者 →R2～6年度の5年間で5%向上	R3年度末時点 6.9%向上	・数字上の目標は達成しているが、効果は実感できておらず、若年女性の流出が拡大している
14	女性活躍推進企業認証数 →R12年度 400社	R6年12月1日現在 228社(達成度 57%)	・制度について、企業への周知、情報伝達不足
15	子育て支援策の満足割合(市民アンケート) →R5年度実施分 80%	R5年度実績 62.8%	・子育てに関する手続き・情報発信等のデジタル化推進
16	25歳～44歳までの働く女性の割合 →R9年度 86%	R7年の調査結果がR9年度中に公表される予定	—
	〇〇女性の活躍推進事業者数(累計) →R9年度 355	R5年度 278(計画を上回る進捗)	—
	男女の地位の平等感(社会全体として) →R9年度 増加させる	R6年9月に意識調査を実施し、年度末までに結果を公表予定	—
17	女性活躍推進法に基づく一般事業主行動計画を策定し、女性活躍の推進に取り組む企業数(従業員数300人以下の企業) →62社(H30年度)から、500社(R6年度)へ上昇	R5年度 478社	—
	「固定的な性別役割分担意識を持たない市民の割合」 →女性 72.2%・男性 64.0%(H30年度)から女性 74.6%・男性 64.1%(R6年度)へ上昇	R5年度 女性 78.9%・男性 64.5%	—

* 表中の「〇〇」は具体的な自治体名を回答しているため非表示としたもの

d. 女性に選ばれる地域となるために今後実施を予定している施策

問5 女性に選ばれる地域となるために今後実施を検討している施策がございましたら、主なものをお答えください。

女性に選ばれる地域となるために今後実施を検討している施策に関しては、就業関連施策や移住・定住の促進、情報発信等が挙げられている。

図表7. 22 今後実施を検討している施策

	今後実施を検討している施策
就業関連施策	・多様な企業誘致 ・民間と連携した雇用の確保(選択肢の拡大) ・地元企業の魅力・認知度の向上に関する施策 ・若者対象のチャレンジジョブ ・都市圏の移住就農に興味のある層を対象とした都市圏会場での市内農業の魅力発信、移住就農実践農家を講師に迎えた農業の基礎知識を学ぶ講座の開催、市内農家の訪問による現地体験講座の開催等による就農・就業の魅力発信、独立就農の不安・リスクを軽減するためのサポート実施
移住・定住の促進	・親子お試し移住体験 ・町出身者のUターン就職等を促す高校卒業生とのつながり作り ・移住・定住推進プロモーション事業の展開(UIターンによる移住・定住を検討する主に関西圏の20代から40代の女性を対象に、市の自然の美しさ・豊かさや地域資源の素晴らしさ、人間らしい暮らしに関する情報の発信等を行い、認知度の向上を高めることで、移住・定住だけでなく、SNS等を活用した効果的な情報発信、関係人口拡大など地域活性化へつなげる)
会議・プロジェクトチームの立ち上げ	・女性や子育て世帯から選ばれるまちづくりを目指し、女性が働きやすい環境や暮らしやすい地域の実現に向けた施策を検討するための女性活躍推進会議の設置 ・女性活躍に向けたプロジェクトチームの立ち上げ
情報発信	・住みやすい町の魅力の情報発信 ・暮らしやすさ等の魅力発信の強化 ・男女が共に家事・育児の責任を分かち合うことでライフイベントとキャリア形成の両立が可能となる社会の実現を目指すにあたり、県民の行動変革を強力に促進するため、県民の実体験等に基づくエピソードを募集・発信 ・女性活躍を進める企業の情報や男女共同参画に関する啓発等の情報発信の強化
その他	・若者の地域への愛着度の向上 ・女性に限定せずに39歳以下の若者世代の社会減を減らしていく施策の実施 ・ワーク・ライフ・バランスの実現に向けた事業者への積極的な働きかけ・女性の健康づくりの推進 ・女性活躍推進法に基づく一般事業主行動計画の策定に係る支援の充実 ・BMX自転車などのアーバンスポーツやストリートダンスができる機能を持ち、若者のニーズに対応した施設の整備

e. ご意見・ご要望

問 6 その他、ご意見・ご要望がございましたら、お答えください。（中国地域出身女性向けアンケートに対するご意見、国や県に対する施策面でのご要望など）

図表 7. 23 ご意見、ご要望

ご意見・ご要望
アンケートの進学時の選択理由には「いきたい学校があったから」という選択肢があるが、就職時の選択理由には「いきたい会社があったから」という選択肢がない。男性への調査であれば質問した項目だと思われ、アンケート設計段階でステレオタイプとなっている感がある。「やりたい仕事、やりがいのある仕事に就けないから」「やりがいのある仕事が見つからなかった」が U ターンしない理由等の上位にあるので、例えば、「全国・世界ブランドの企業の誘致・移転促進できれば良い」といった仮説が成り立つような気がする。
アンケート結果をみると、進学時及び就職時に中国地域以外を選んだ理由として、「親元から離れること」「住みたい地域であるか」ということが要因になっていること、「地元」に愛着を感じる」の設問では、年齢を重ねるごとに地元への愛着が薄れる結果となっていることなど、地域愛着度の向上に重きを置いている本市としては、その重要性を再確認できたアンケートとなった。情報提供いただけたことに感謝する。
子育て支援としての施策は展開しやすいが、若年女性だけをターゲットにした施策・指標設定はなかなか難しいと感じる。
女性に選ばれる地域に特化した施策は個別に実施していない。他プラン(男女共同参画プラン等)では、類似の施策がある。
本アンケートは「女性に選ばれる地域となるため…」との設問であったが、本市では、将来にわたり持続可能な都市として継続・発展することを目指して総合戦略を策定し、取組みを推進している。本アンケートの回答については、総合戦略に基づき作成しているが、女性のみに着目し策定しているものではないため、本調査の趣旨と齟齬があればご容赦いただきたい。
都道府県別に分析したもの(傾向など)があれば、教えてほしい。本調査を通して、県との連携による若者の転出抑制・転入促進策の提案・とりまとめ結果を共有いただきたい。
膨大なデータに対してアウトプットすることに関連性が感じられず、負荷の多い調査である。「女性のみ」を対象とした取組みは多くはない。
総合戦略(令和7年度～)では、「女性や子育て世帯から選ばれるまちづくり(出産・子育て施策の充実)」として、KPI を設定する予定である。
女性の定着は人口減少対策の中でも重要な要素であり、アンケート結果を共有していただきたい。また、今後も同様にアンケートを継続して実施していただきたい。
様々な面から調査され、想定される要因も網羅されていると感じる。今後、こうした結果を踏まえた分析において、特に注力すべき施策や優先順位を付けるべき施策、さらに、自治体として関与し得る施策についての提案等をしていただければたいへん参考になる。

7. 3. 自治体アンケート調査結果から得られた方策の参考となる視点

自治体アンケート調査結果から得られた、方策の参考となる視点については、以下のように整理できる。

図表 7. 2 4 方策の参考となる視点（まとめ）

女性に選ばれない 要因の仮説	視点
仕事	起業・創業支援や企業誘致のほか、賃金引き上げに向けた企業への奨励金支給等の金銭的な支援、企業の生産性向上・競争力向上に係る支援等が行われており、これらに関しては方策として整備されている状況
進学先	キャリア教育の推進、高校・進学先との連携等が行われている一方、学部新設など進学先自体の多様化に関する施策を挙げる自治体は少ない
生活利便性	公共交通整備に取り組む自治体が目立つ状況
文化・娯楽・ライフ スタイル	まちの賑わい創出に係る取組みが中心
規範・慣習	研修会やセミナー等の開催、女性活躍推進が圧倒的に多い
地域への愛着・ 地域の認知度	ふるさと教育推進やコミュニティ形成支援が多い

8. 中国地域が女性に選ばれる地域となるための方策

8. 1. 「中国地域が女性に選ばれない要因候補」に関する検証結果

本調査では、先行調査から想定される「中国地域が女性に選ばれない要因候補」（第2章）を仮説として設定し、アンケート等の調査を実施してきた。第3章から第7章までの調査結果を踏まえ、仮説について検証を行った。

8. 1. 1. 「仕事」に関する要因候補の仮説検証結果

a. 仮説：中国地域の女性の賃金水準が低い

「中国地域の女性の賃金水準が低い」との仮説は、調査結果から肯定できる（○）と判断した。

アンケートでは、中国地域に戻った際の困ったこと・不満の2位に「希望する収入が得られなかった」点が挙げられた。また、座談会では「仕事の種類も給料のレベルも魅力がない」との意見があり、有識者からは「地方企業は東京と比べて処遇改善に関する意識改革が遅れている」との指摘があった。これらの結果を踏まえると、中国地域の企業は、大都市圏の企業と比べて人材確保に向けた対応（賃金・労働環境・福利厚生など）が遅れていると考えられる。但し、女性に選ばれない仕事面の要因としては、後述するとおり、やりがいや業種・職種といった点の方が重要であり、賃金面の影響は限定的と判断する。

b. 仮説：中国地域には女性がやりがいを持って働ける仕事が少ない

「中国地域には女性がやりがいを持って働ける仕事が少ない」との仮説については、重要なものとして肯定できる（◎）と判断した。

アンケートでは「やりたい仕事・やりがいのある仕事に就けない」ことがUターンしない理由のトップとなった。また、座談会では「有名企業の本社機能がなく、キャリアアップがイメージできない」との意見があった。若い世代の女性は、社会に貢献できる仕事を成し遂げ、認められることを「やりがい」や「キャリアアップ」と考えているものの、中国地域ではキャリアアップや起業を実現しにくい環境にあると思われると考えられる。

c. 仮説：中国地域には女性が望む業種・職種が少ない

「中国地域には女性が望む業種・職種が少ない」との仮説についても、重要なものとして肯定できる（◎）と判断した。

アンケートでは、転職・再就職時の希望職種上位である事務・販売は中国地域でも一般的である一方、20代では企画・マーケティングやIT系の割合が他の年代よりも高かった。座談会では「ニッチ分野や専門職は都市部のほうが豊富と思う」「IT

系の仕事は東京が拠点の企業になると思う」といった意見が聞かれた。業種・職種レベルでは必ずしも希望する就職先が少ないわけではないが、ホワイトカラーの仕事はオフィスで行うイメージが強く、製造業の事務所ではそのような仕事がないと認識されているといえる。

d. 仮説（追加）：親との関係や親の意向が就職先決定に影響している

上記3つの仮説に加え、調査を進めていく中で、「親との関係や親の意向が就職先決定に影響している」との仮説を新たに設定し、肯定できる（○）と判断した。

アンケートでは、中国地域で就職した理由のトップが「親元を離れずに済む」である一方、中国地域外で就職した理由の2位が「親元から離れたかったため」であった。これは、親子関係が就職先決定に大きく影響していることを示しており、進路決定において親との関係や親の意向が極めて大きな影響を持つことが確認された。

図表 8. 1 仕事に関する要因候補の仮説検証結果概要

要因候補	調査結果	総括	仮説検証結果
中国地域の女性の賃金水準が低い	・アンケート結果：中国地域に戻った際の困ったこと・不満2位は、希望する収入が得られなかった点 ・座談会意見：「仕事の種類も給料のレベルも魅力がない」 ・有識者意見：地方企業は東京と比べて処遇改善に関する意識改革が遅れている	・中国地域の企業は、大都市圏の企業と比べて人材確保に向けた対応（賃金・労働環境・福利厚生など）が劣後している	○
中国地域には女性がやりがいを持って働ける仕事が少ない	・アンケート結果：やりたい仕事・やりがいのある仕事に就けない点がUターンしない理由のトップ ・座談会意見：「有名企業の本社機能がなくキャリアアップがイメージできない」	・若い世代の女性は、社会に貢献できる仕事を成し遂げること、認められることが「やりがい」「キャリアアップ」であると感じている ・キャリアアップや起業を実現しにくい環境にあると思われる	◎
中国地域には女性が望む業種・職種が少ない	・アンケート結果：転職・再就職時の希望職種上位の事務・販売は中国地域でも一般的、但し20代は企画・マーケティングやIT系の割合が他年代を上回っている ・座談会意見：「ニッチ分野や専門職は都市部が豊富と思う」「IT系の仕事は東京が拠点の企業になると思う」	・業種・職種レベルでは必ずしも希望する就職先が少ないわけではない ・希望するホワイトカラーの仕事は、オフィスで行うことがイメージされており、製造業の事務所ではそのような仕事はないと思われる	◎
【追加】親との関係や親の意向が就職先決定に影響している	・アンケート結果：中国地域で就職した理由トップが「親元を離れずに済む」である一方、中国地域外で就職した理由2位が「親元から離れたかったため」であり、親子関係が就職先決定に大きく影響	・進路決定において親との関係や親の意向は非常に強い影響を持つ	○

* 仮説検証結果：「◎」は重要なものとして肯定、「○」は肯定、「△」は一部肯定

8. 1. 2. 「暮らし」に関する要因候補の仮説検証結果

a. 仮説：中国地域の生活利便性（公共交通、買物場所等）は低い

「中国地域の生活利便性（公共交通、買物場所等）は低い」との仮説は、調査結果から、重要なものとして肯定できる（◎）と判断した。

アンケート結果では、中国地域に戻った際の困ったこと・不満のトップに買物や交通機関の不便さが挙げられたほか、中国地域外に就職した理由の2位が交通機関の充実であった。また、座談会では「東京は利便性が高い」「（地元は）終電が早すぎる」「利便性の高い関西の大学を選んだ」「車が必要な地域には住みたくない」といった意見が聞かれた。これらから、生活利便性に対する不満が地域選択に少なからず影響を与えていることが示唆されている。

但し、現実問題としては、資金面などさまざまな制約もあり、生活利便性の向上という面で都市部に対抗するのは難しく、中国地域は今後、他の面での優位性を発揮することが必要と考えられる。

b. 仮説：中国地域には、若者が楽しめる場所や施設、文化・娯楽などの刺激が少ない

「中国地域には、若者が楽しめる場所や施設、文化・娯楽などの刺激が少ない」との仮説は、一部肯定（△）と判断した。

アンケート結果をみると、進学や就職時に中国地域外を選んだ理由やUターンしない理由として、若者が楽しめる場所や文化・娯楽の少なさは約1割にとどまった。一方、座談会では「少し特殊な趣味だと仲間が集まる場所が中国地域にはない」「音楽や芸術関係の施設・イベントは東京に集中していると思う」といった意見も聞かれたが、女性向けアンケート結果を踏まえると、若者向けの場所や施設の不足が中国地域外流出の主要因とは言い切れない。また、若者が魅力を感じる施設の多さでは、単独の自治体で東京や関西に対抗するのは難しいと考えられる。

図表 8. 2 暮らしに関する要因候補の仮説検証結果概要

要因候補	調査結果	総括	仮説検証結果
中国地域の生活利便性（公共交通、買物場所等）は低い	・アンケート結果：中国地域に戻った際の困ったこと・不満トップは買物や交通機関の不便さ、中国地域外就職理由2位が交通機関の充実 ・座談会意見：「東京は利便性が高い」「（地元は）終電が早すぎる」「利便性の高い関西の大学を選んだ」「車が必要な地域に住もうとは思わない」	・アンケート結果から、生活利便性に関する不満が地域選択に影響を与えている点が明らかである ・生活利便性の向上という面で都市部に対抗するのは難しく、他の面での優位性を発揮することが必要	◎
中国地域には、若者が楽しめる場所や施設、文化・娯楽などの刺激が少ない	・アンケート結果：進学・就職時の中国地域外選択理由やUターンしない理由で、若者が楽しめる場所や文化・娯楽等の刺激の少なさは1割前後にとどまる ・座談会意見：「少し特殊な趣味だと仲間が集まる場所が中国地域にはない」「音楽や芸術関係の施設・イベントは東京に集中していると思う」	・女性向けアンケート結果を踏まえると、若者向けの場所や施設の不足は中国地域外流出の主要因とは言えない ・若者が魅力を感じる施設の多さでは、単独の自治体で東京・関西に太刀打ちできない	△

8. 1. 3. 「規範・慣習」に関する要因候補の仮説検証結果

a. 仮説：中国地域には、女性の役割に対する性別・世代ギャップが存在する

「中国地域には、女性の役割に対する性別・世代ギャップが存在する」との仮説は、重要なものとして肯定できる（◎）と判断した。

アンケート結果をみると、Uターンしない理由では、ジェンダーギャップが挙げられたのは5%未満にとどまった。一方、有識者の意見では、「男は仕事・女は家庭というような性別役割意識が根強く残る（「夫が外で働き、妻が家を守る」のが理想の家庭と考える人が多い）」との声が聞かれた。アンケート結果からは、ジェンダーギャップが中国地域外流出の主要因であるとの結論は導き出せなかったものの、特に地方では寛容性が低く、社会規範が強いことや、企業や地域に男女の役割分担に対する思い込みが残るといえる。

b. 仮説：中国地域の公平さ（フェアネス）は東京圏よりも劣後する

「中国地域の公平さ（フェアネス）は東京圏よりも劣後する」との仮説は、肯定できる（○）と判断した。

アンケート結果では、進学・就職時に中国地域外を選んだ理由として地元の慣習や付き合いの煩わしさは1割未満にとどまった。しかし、座談会では、「中国地域では独身女性や離婚女性に対し否定的な反応があるが、都市部は結婚や出産についてとやかく言われない」「キャリアを積んだ女性に対する評価が低く、専業主婦が幸せという意識を持つ友人も多い」といった意見が聞かれ、公平性（フェアネス）に関する課題が確認できた。

図表 8. 3 規範・慣習に関する要因候補の仮説検証結果概要

要因候補	調査結果	総括	仮説検証結果
中国地域には、女性の役割に対する性別・世代ギャップが存在する	・アンケート結果：Uターンしない理由では、ジェンダーギャップは5%未満 ・有識者意見：男は仕事・女は家庭というような性別役割意識が根強く残る（「夫が外で働き、妻が家を守る」のが理想の家庭と考える人が多い）	・ジェンダーギャップが中国地域外流出の主要因とはいえないものの、地方は寛容性が低く、社会規範が強いことや、企業や地域に男女の役割分担に対する思い込みが根強く残るといえる	◎
中国地域の公平さ（フェアネス）は東京圏よりも劣後する	・アンケート結果：進学・就職時の中国地域外選択理由で、地元の慣習・付き合いの煩わしさとの回答は1割未満 ・座談会意見：「中国地域では独身女性や離婚女性に対し否定的な反応があるが、都市部は結婚や出産についてとやかく言われない」「キャリアを積んだ女性に対する評価が低く、専業主婦が幸せという意識を持つ友人も多い」	・公平性に関する課題は確認できた	○

8. 1. 4. 「進学先」に関する要因候補の仮説検証結果

a. 仮説：中国地域には女性が望む進学先が少ない

「中国地域には女性が望む進学先が少ない」の仮説は、肯定できる（○）と判断した。

アンケート結果では、中国地域外に進学した理由のトップが「行きたい学校があった」となっている。また、座談会では、「やりたいことが学べる学部や資格が取れる大学を選べない」「自分に見合った大学を選ぶと都市部になってしまう」といった声が聞かれた。これらの調査結果から、中国地域内では、女性が進学先として希望する学問や資格を学べる機会が十分に提供されていないことが分かる。特に、自分に見合った大学や学部が地域内にないため、東京圏への流出が進んでおり、進学後も大都市に定住する女性が多いことが示唆されている。したがって、進学先の選択肢の少なさが地域の流出に影響していることが確認でき、この仮説は妥当と判断した。

なお、上記の問題は女性に特化したものではないと考えられ、そもそも中国地域は大都市圏と比較して大学等の数が少ない上、国公立大学の比率が高く、私立大学の選択の余地が小さいが故に、学部・学科も含めた「選択肢が少ない」という状況にあるといえる。

b. 仮説（追加）：親との関係や親の意向が進学先決定に影響している

今回、調査を進める中で、新たに「親との関係や親の意向が進学先決定に影響している」との仮説を設定し、肯定できる（○）と判断した。

アンケート結果では、中国地域で進学した理由のトップが「親元を離れずに済む」となっているほか、中国地域外で進学した理由の2位が「親元から離れたかったため」となっており、進学先決定において親子関係が大きな影響を与えていることが分かる。また、座談会では「親や親族に干渉されたくないので遠方の大学を選んだ」といった意見があった。このように、前述の就職時と同様、進路決定時においても親との関係や親の意向が非常に強い影響を持つことが確認できた。なお、親が進学先を決定する傾向には、経済的要因や性別役割分担意識なども関連していると考えられる。

図表 8. 4 進学先に関する要因候補の仮説検証結果概要

要因候補	調査結果	総括	仮説検証結果
中国地域には女性が望む進学先が少ない	・アンケート結果：中国地域外に進学した理由トップが「行きたい学校があった」 ・座談会意見：「やりたいことの学べる学部や資格の取れる大学を選べない」「自分に見合った大学を選ぶと都市部になってしまう」	・女性が進学先として希望する学問や資格を学べる機会が、中国地域内で十分に提供されていない ・特に、自分に見合った大学や学部が地域内にないため、東京圏への流出が進んでいる ・進学後も大都市に定住して戻ってきていない女性が多く、地域内の進学先の選択肢の少なさが影響を及ぼしていることを示唆している	○
【追加】親との関係や親の意向が進学先決定に影響している	・アンケート結果：中国地域で進学した理由トップが「親元を離れずに済む」である一方、中国地域外で進学した理由2位が「親元から離れたかったため」であり、親子関係が進学先決定に大きく影響 ・座談会意見：「親や親族に干渉されたくないので遠方の大学を選択」	・進路決定において親との関係や親の意向は非常に強い影響を持つ ・進学先を親が決定するという傾向は、経済的要因や性別役割分担意識なども関連している面もある	○

8. 1. 5. 「地域への愛着・地域の認知度」に関する要因候補の仮説検証結果

a. 仮説：中国地域出身者は地域の認知度が不足している人が多い

「中国地域出身者は地域の認知度が不足している人が多い」との仮説は、調査結果から肯定できる（○）と判断した。

座談会では「東京・関西の大学では東京の会社情報が中心」「都市部の大学で中国地域の企業情報に触れる機会がほとんどなかった」「中国地域で地域の魅力を発信する魅力的な仕事をしている人を今は知っているが、就職活動のタイミングでは出会えなかった」といった意見が聞かれた。特に中国地域外に進学した大学生において、地域の認知度が不足していることが、Uターン就職を阻害する要因となっていることがわかった。

b. 仮説：中国地域出身者は地域への愛着が不足している人が多い

一方、「中国地域出身者は地域への愛着が不足している人が多い」との仮説は、一部肯定（△）と判断した。

アンケート結果では、中国地域で就職した理由の2位が「地元へ愛着がある」であり、出身者の約半数が地元へ愛着を感じていることがわかった。また、座談会では「地元愛は強いが戻って住もうと考えない」「学生時代の人的ネットワークを大事にすると東京を選ぶ」といった意見も聞かれた。これにより、「地元愛」を持つ中国地域出身者も少なくないことが示唆されるものの、地域への愛着と地域選択に明確な相関関係は確認できなかった。また、地域外に出た後に戻らないのは、地域外での生活の利便性や満足度の高さが要因の一つであり、それが「地元愛は強いが戻らない」との考え方につながっていると考えられる。なお、座談会では「高校生・大学生・若手の社会人といった世代間のつながり、連なりが重要である」という、出身者同士の世代間ネットワークづくりの重要性を指摘するコメントがあった。

図表 8. 5 地域への愛着・地域の認知度に関する要因候補の仮説検証結果概要

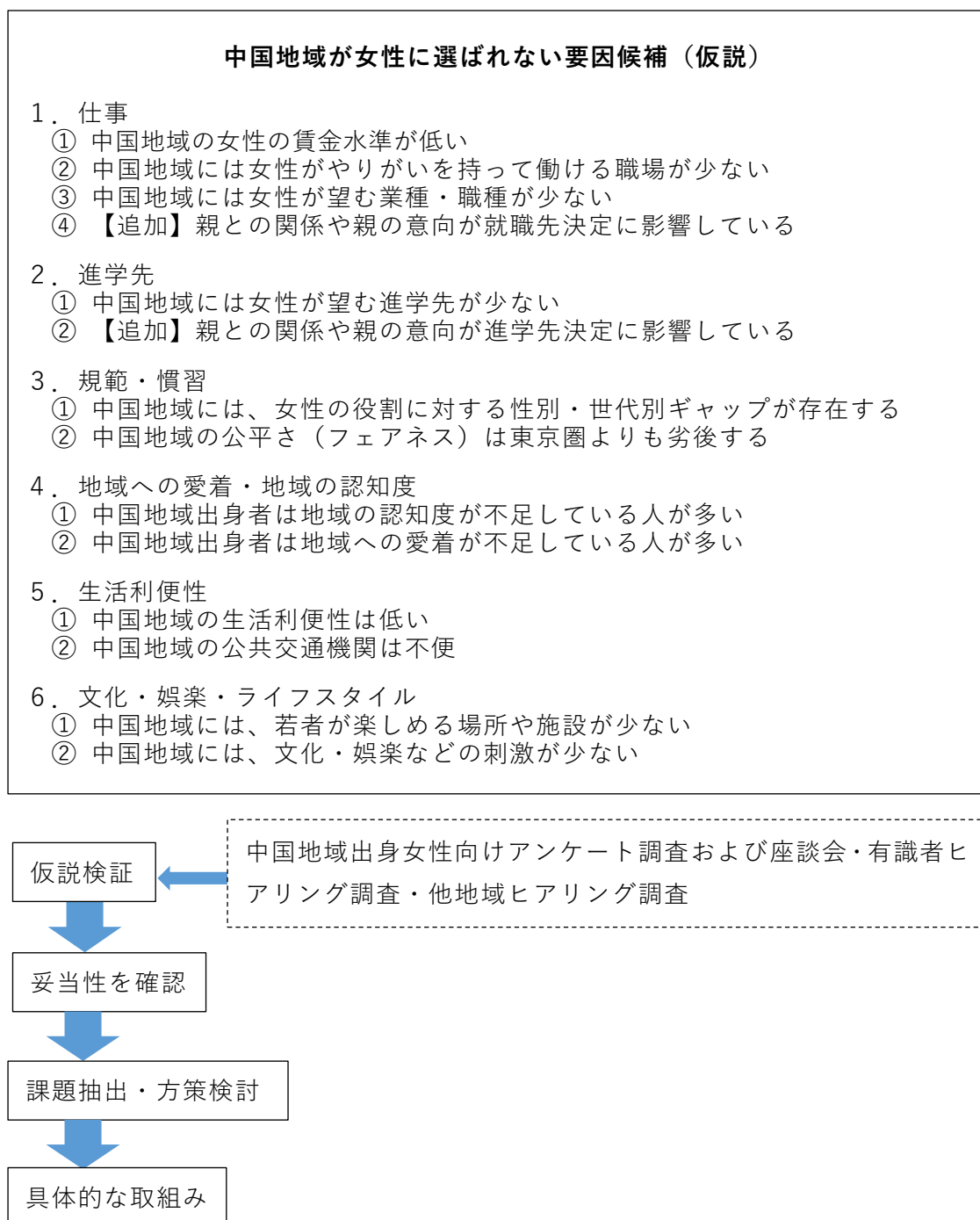
要因候補	調査結果	総括	仮説検証結果
中国地域出身者は地域の認知度が不足している人が多い	・座談会意見：「東京・関西の大学では東京の会社情報が中心」「都市部の大学で中国地域の企業情報に触れる機会がほとんどなかった」「中国地域で地域の魅力を発信する魅力的な仕事をしている人を今は知っているが、就職活動のタイミングでは出会えなかった」	・特に地域外に流出した大学生において地域の認知度が不足していることが、U ターン就職を阻害する要因となっている	○
中国地域出身者は地域への愛着が不足している人が多い	・アンケート結果：中国地域で就職した理由2位が「地元へ愛着あり」、出身者のうち地元へ愛着を感じているのは5割程度 ・座談会意見：「地元愛は強いが戻って住もうと考えない」「学生時代の人的ネットワークを大事にすると東京を選ぶ」	・「地元愛」をもつ中国地域出身者も少なくないが、地域への愛着と地域選択に明確な相関関係は確認できない ・地域外へ出た後に戻ってこないのは、地域外での生活の利便性や満足度が高いことが要因の一つとなっており、それが「地域愛は強いが戻らない」ことにつながっていると考えられる ・地元とのつながりを維持することは、将来のU ターンを促進する観点から効果的と考えられる	△

8. 2. 中国地域における女性に選ばれる地域となるための方策

前ページまでの仮説検証結果を踏まえ、以下では、中国地域における女性に選ばれる地域となるための方策を提案する。

なお、図表8. 6は、方策提案までの流れを示したものである。記載のとおり、調査の当初に設定、および調査の過程で追加した、中国地域が女性に選ばれない要因候補の仮説に関する検証結果を踏まえ、女性に選ばれる地域となるための課題を抽出した上で、方策の方向性と具体的な取組みを提示する。

図表 8. 6 方策検討の流れ



8. 2. 1. 中国地域が女性に選ばれる地域となる上での課題

今回の仮説検証結果を踏まえ、中国地域が女性に選ばれる地域となる上での課題を分野ごとに抽出したところ、以下の点が指摘できる。

仕事に関する課題としては、①賃金水準が大都市圏より低く、男女間格差が存在する、②仕事の多様性に欠ける、③働きがいを感じられる場所が必要、の3点である。

暮らし（「生活利便性」「文化・娯楽・ライフスタイル」を統合）に関する課題としては、①公共交通を中心とした生活利便性や賑わい、文化・娯楽の面で大都市圏に対抗するのは困難、②大都市圏と異なる中国地域の優位性が地元で十分に認識されず、発信も不十分な可能性あり、の2点が挙げられる。

規範・慣習に関する課題としては、ジェンダーギャップやアンコンシャス・バイアスが依然根強く残り、これらが企業や住民の意識・行動に影響していることが挙げられる。

進学先に関する課題としては、進学先の選択肢は限定的で、新たな大学・学部設置等での対応も容易ではないという点が挙げられる。

地域への愛着・地域の認知度に関する課題としては、地域への愛着度が高くても他の要因で流出、情報不足のため認知度が低いことが挙げられる。

図表 8. 7 中国地域が女性に選ばれる地域となる上での課題

分野	課題
仕事	・賃金水準が大都市圏より低く、男女間格差存在 ・仕事の多様性に欠ける ・働きがいを感じられる場所が必要
暮らし	・公共交通を中心とした生活利便性や賑わい、文化・娯楽の面で大都市圏に対抗するのは困難 ・大都市圏と異なる中国地域の優位性が地元で十分に認識されず、発信も不十分な可能性あり
規範・慣習	・ジェンダーギャップやアンコンシャス・バイアスが依然根強く残り、これらが企業や住民の意識・行動に影響
進学先	・進学先の選択肢は限定的で、新たな大学・学部設置等での対応も容易ではない
地域への愛着・地域の認知度	・地域への愛着度が高くても他の要因で流出、情報不足のため認知度が低い

8. 2. 2. 中国地域が女性に選ばれる地域となるための方策

前ページまでの課題抽出の結果を踏まえ、中国地域が女性に選ばれる地域となるための方策を提示する。

今回の調査では、「仕事」「暮らし」の2点を特に重視するとともに、「進学先」「地域への愛着・地域の認知度」についても、調査結果や課題解決に向けた制約等を踏まえ、これら2項目より優先度は低いと考えるものの、方策の実施が必要な項目としている。さらに、方策を実現していくためのベースとなる事項として、「規範・慣習」も重要な項目とみなし、「仕事」「暮らし」「規範・慣習」の3つに係る方策を今回のキーメッセージ（重点項目）とする。その上で、方策実現を通じて中国地域が目指す姿に関しても提示する。

a. 仕事：企業が意識・行動を変革し、多様な価値観をもつ若者に、働きたいと思ってもらえる職場環境を提供する

中国地域における、仕事に関する3つの課題（①賃金水準が大都市圏より低く、男女間格差が存在する、②仕事の多様性が不足している、③働きがいを感じられる場所が不足している）を克服するには、企業が意識と行動を変革し、適切な評価・報酬を前提に、多彩な選択肢と仕事のやりがいを提供することが求められる。

b. 暮らし：暮らしの場としての中国地域の優位性を関係者が再認識し、強くアピールする

暮らしに関する2つの課題（①公共交通を中心とした生活利便性や賑わい、文化・娯楽の面で大都市圏に対抗するのは困難、②大都市圏と異なる中国地域の優位性が地元で十分に認識されず、発信も不十分な可能性あり）を克服するには、暮らしの場としての中国地域の優位性を関係者が再認識し、強くアピールする必要がある。

c. 進学先：進学時点での流出は許容、可能な範囲で進学先の選択肢提供

進学先に関する課題（進学先の選択肢は限定的で、新たな大学・学部設置等での対応も容易ではない）に関しては、進学時点での流出はある程度許容せざるを得ないと考えられ、可能な範囲で進学先の選択肢を提供する必要がある。

d. 地域への愛着・地域の認知度：情報発信とネットワーク構築を重点的に実施

地域への愛着・地域の認知度に関する課題（地域への愛着度が高くても他の要因で流出、情報不足のため認知度が低い）を克服するには、情報発信とネットワーク構築を重点的に実施する必要がある。

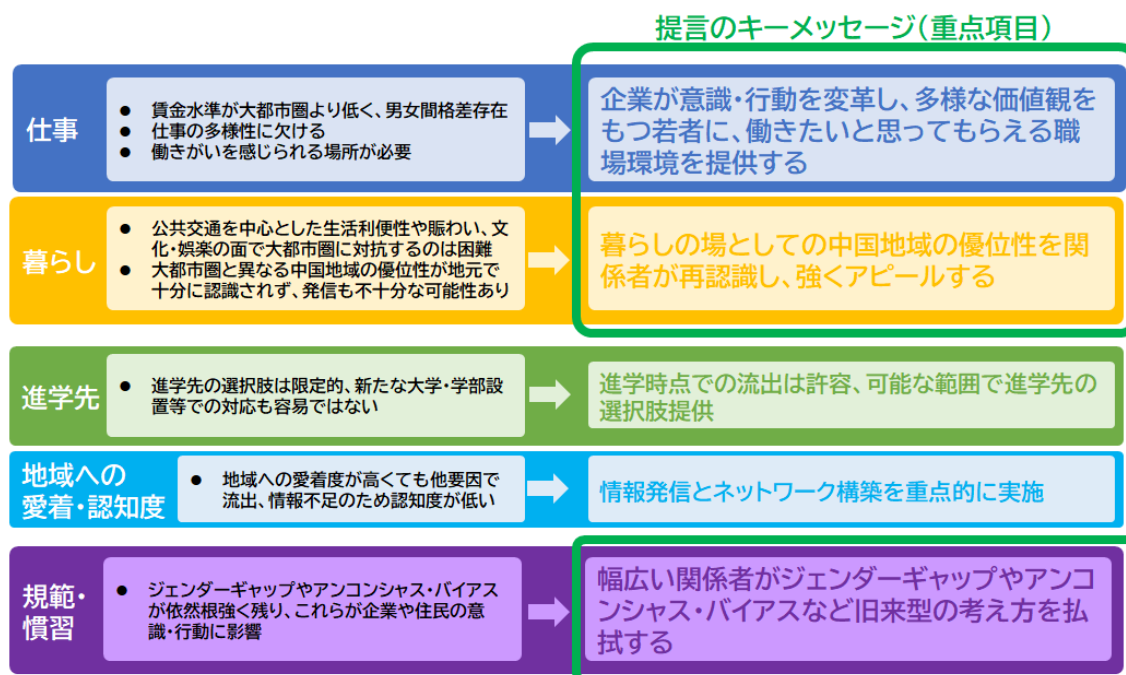
e. 規範・慣習：幅広い関係者がジェンダーギャップやアンコンシャス・バイアスなど旧来型の考え方を払拭する

規範・慣習に関する課題（ジェンダーギャップやアンコンシャス・バイアスが依然根強く残っており、これらが企業や住民の意識・行動に影響）を克服するには、幅広い関係者が、企業の組織風土や産業全体の変革について危機感を共有し、旧来型の考え方を払拭する必要がある。

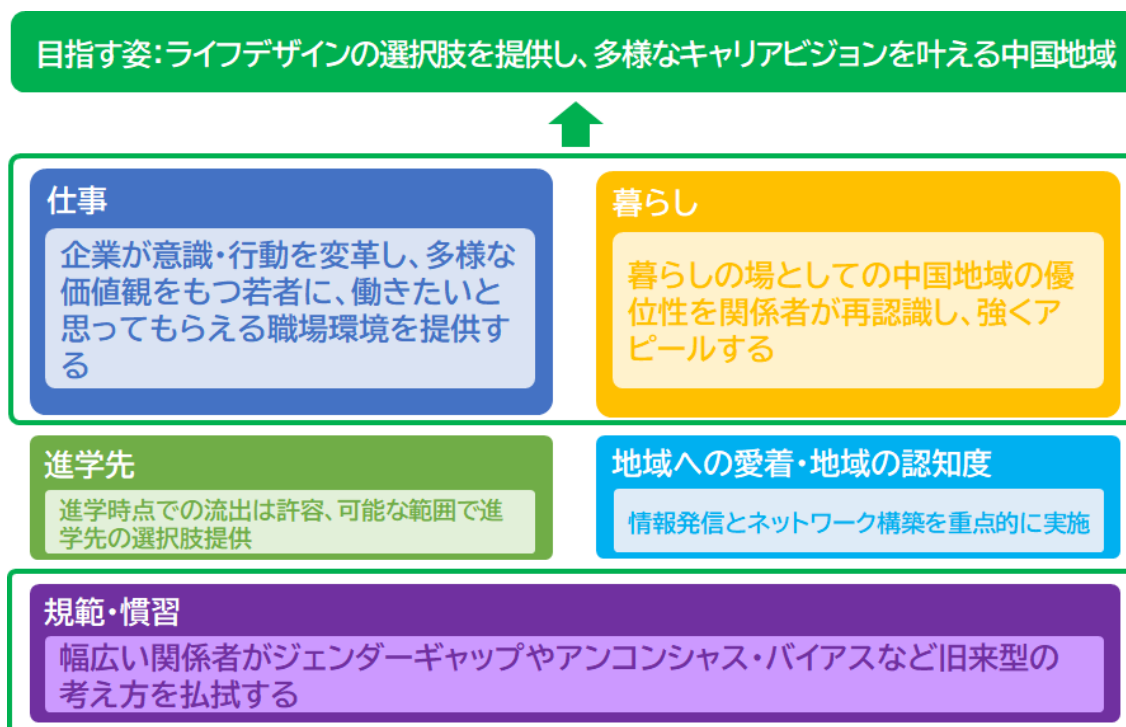
f. 中国地域が目指す姿：ライフデザインの選択肢を提供し、多様なキャリアビジョンを叶える

以上の「仕事」「暮らし」「規範・慣習」「進学先」「地域への愛着・地域の認知度」に係る取組みを進めることで、女性のライフデザインの選択肢を提供し、多様なキャリアビジョンを叶える中国地域を目指す姿とする。

図表 8. 8 調査結果を踏まえた中国地域の課題と方策の方向性



図表 8. 9 方策イメージ図



8. 2. 3. 具体的な取組み（仕事）

a. 「企業の意識・行動の変革」のための取組み

- ・企業経営者が新たなビジネスへのチャレンジや各種雇用制度・職場環境の見直し等を通じて、男女関係なく仕事のやりがいや働きやすさを提供（企業）
- ・営業職を男性だけでなく女性の仕事にも位置づけるなど、性別に関係なく遂行可能な形で再定義（企業）
- ・上記のような企業の意識・行動の変革を加速させるため、自治体主導によるコンソーシアムなどの仕組みづくりによって、地域全体での意識醸成を図り、伴走支援によってサポート（自治体）

*（ ）は実施主体

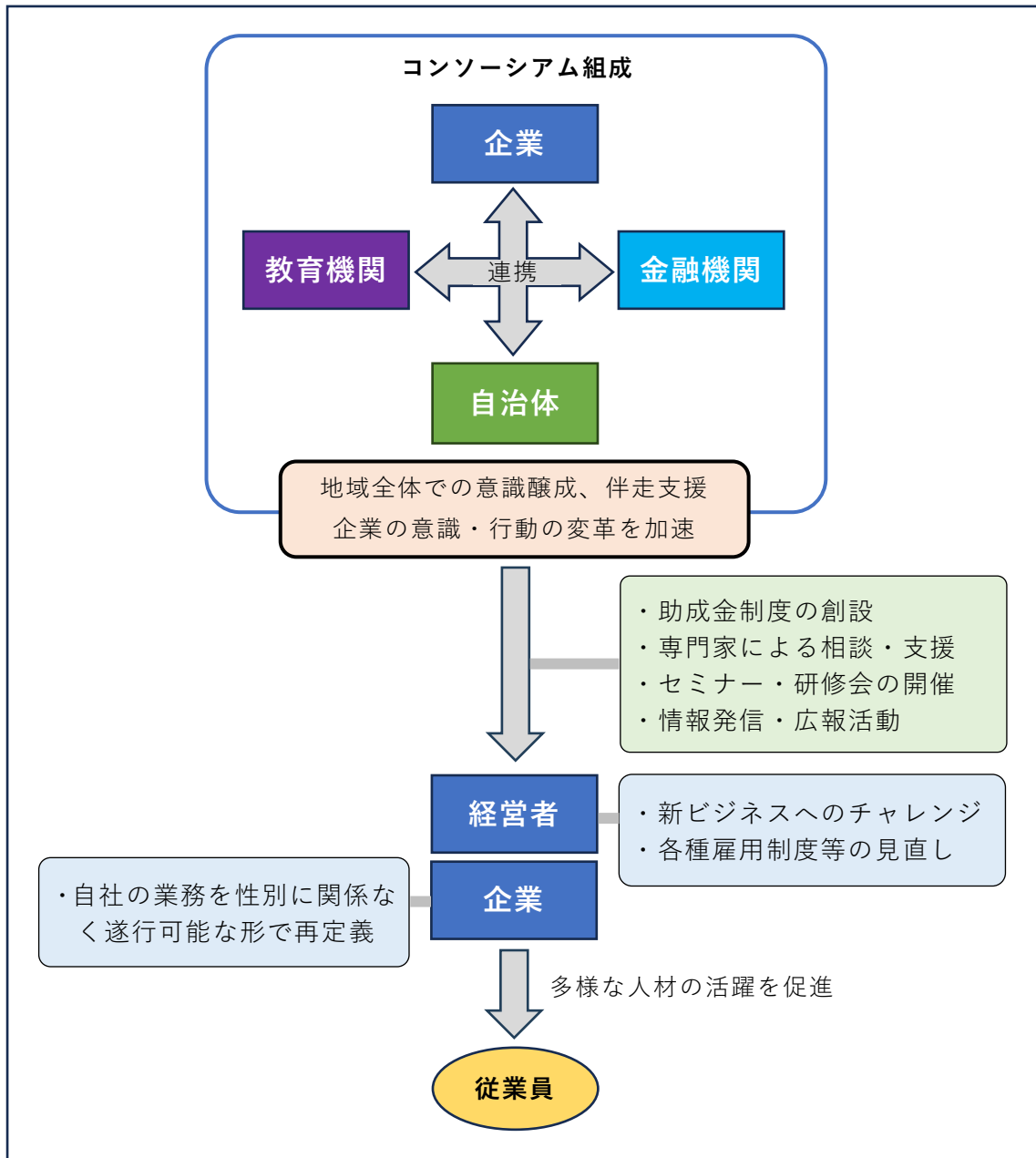
「企業の意識・行動の変革」のための取組みとしては、上記の3点が指摘できる。

企業経営者は、産業構造の変化等も踏まえた新たなビジネスへのチャレンジや、各種雇用制度の改善、職場環境の見直しを行い、男女関係なく全社員平等に、仕事のやりがいや働きやすい環境を提供する。これにより、すべての従業員が能力を発揮できる環境が整備され、多様な人材の活躍を促進する。

また、有識者ヒアリングでの「新たに女性向けの仕事を作る必要はなく、既存の仕事を男女平等に課すことが重要」との指摘を踏まえ、企業は営業職を男性だけでなく女性の仕事に位置づけるなど、自社の業務を性別に関係なく遂行可能な形で再定義する。この再定義によって、従業員のライフステージに応じた柔軟なキャリアパスが可能となり、離職率の低減にもつながることが期待される。

自治体は、上記の経営者、企業の意識・行動の変革を加速させるため、大学等の教育機関や金融機関等の産業界と連携したコンソーシアムなどの仕組みづくりによって、地域全体での意識醸成を図り、伴走支援によってサポートする。その中で必要であれば、助成金制度の創設や国への要望などを検討するなどして、企業が職場環境を見直す際の支援を提供し、地域全体で女性を含めた多様な人材の活躍を促進することが期待される。

図表 8. 1 0 取組みイメージ図



b. 「評価・報酬の見直し」のための取組み

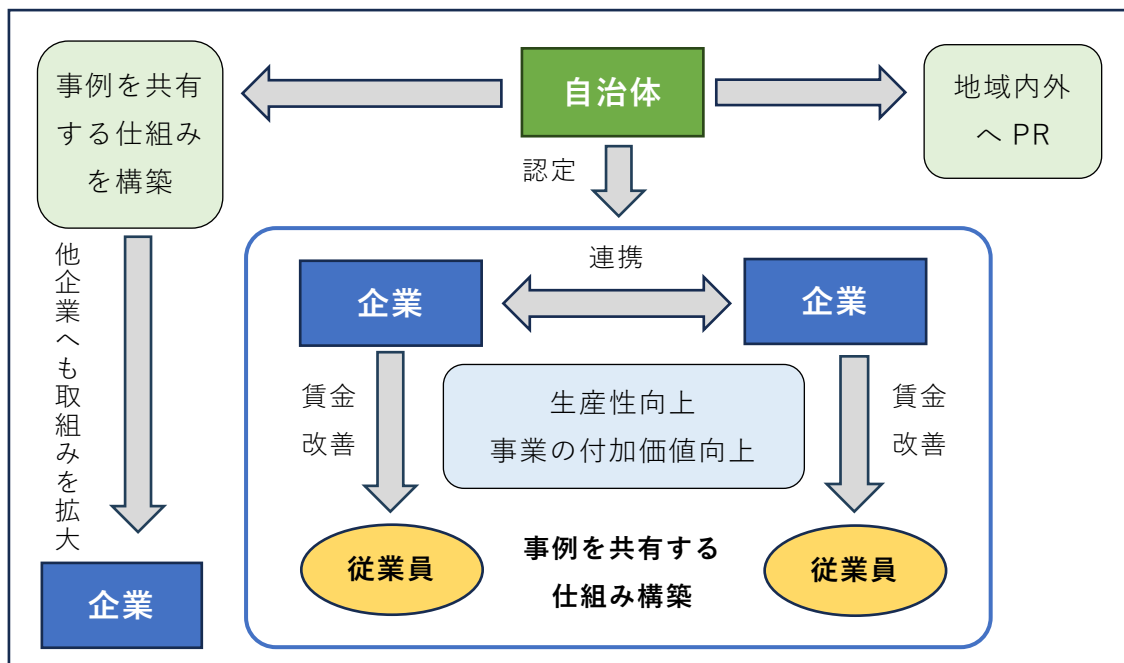
- ・企業が男女関係なく賃金を改善する。そのために、生産性や事業の付加価値を高め、収益性を向上させる（企業）
 - ・女性の評価・賃金改善に取り組む企業を自治体が認定し、地域内外で PR するとともに、こうした事例を企業間で共有できる仕組みを構築（企業・自治体）
- *（ ）は実施主体

「評価・報酬の見直し」のための取組みとしては、上記の2点が指摘できる。

最近では、大都市圏の大企業や成長分野の企業において、賃上げの動きが拡大しており、中国地域の企業との賃金格差が拡大していると考えられる。このため、中国地域においては今後、企業が男女関係なく賃金を改善することが不可欠となる。そのため、生産性を向上させたり事業の付加価値を高めたりすることに加え、無意識の思い込み（アンコンシャス・バイアス）による職種や役割の男女差を解消し、従業員が働きがいを感じられる環境を整えることが求められる。

自治体は、「くるみん」「えるぼし」（163 ページ）の認定状況を踏まえ、取組みが遅れている場合は推進策を強化するとともに、女性の評価・賃金改善に積極的に取り組む企業を認定する制度を創設する。企業は、自治体から認定されることで、企業イメージ向上や従業員のモチベーション向上につながる。自治体は、その取組みを地域内外に PR することで、企業の先進事例を広く発信し、他の企業にも好事例として共有できる仕組みを構築する。これにより、企業間での意識向上や取組みの広がりを促進し、地域全体の労働環境の向上につなげるものである。

図表 8. 1 1 取組みイメージ図



c. 「多彩な選択肢・仕事のやりがいの提供」のための取組み

- ・企業が自ら、事業の見直し等により新しいことにチャレンジできる職種・業務を創出するとともに、こうした取組みに自治体が助成金を支給する等のインセンティブを提供し、事例を広く発信（企業・自治体）
- ・定型業務・作業のイメージが強い製造業においても、担当者が裁量を持って新しいことに取り組み、成果を上げている事例も少なくないことを、職場紹介動画や SNS 等を活用して PR（企業）
- ・社会貢献を重視する若年女性の受け皿として、地元企業と地域が連携して進める地域活性化プロジェクトを企画したり、ソーシャルビジネスに係るセミナーを開催したりすることにより、女性が地域資源（第1次産業や観光関連など）を活かしたビジネスを立ち上げ、社会貢献を行いやすい環境を整備（自治体・企業）

*（ ）は実施主体

「多彩な選択肢・仕事のやりがいの提供」のための取組みとして、上記の3点を挙げた。

企業は、事業の見直し等によって新しいことにチャレンジできる職種・業務を創出することで、雇用の幅を広げる。自治体は、こうした企業の取組みに対し、助成金等のインセンティブを提供するとともに、事例を広く発信する。

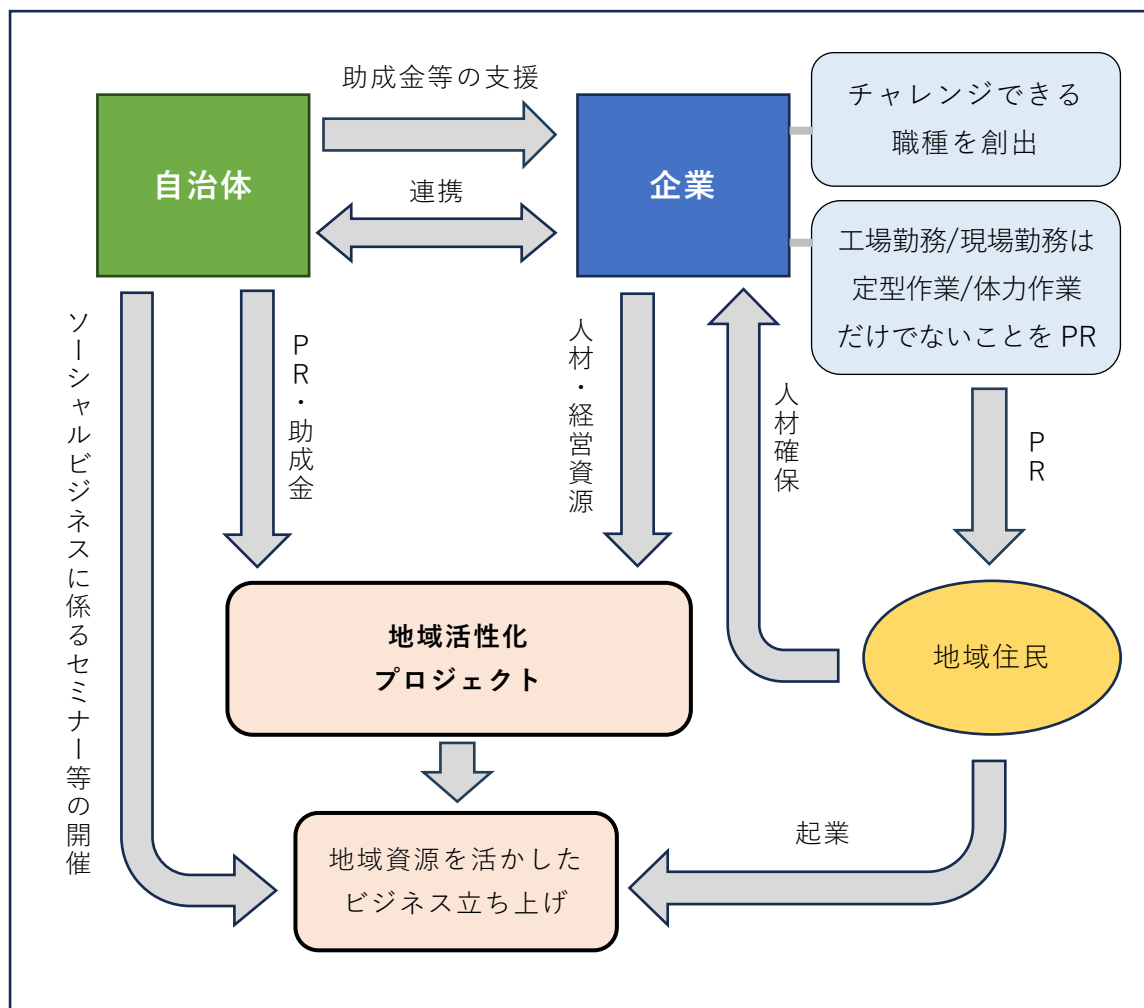
定型業務のイメージが強い製造業においても、担当者が裁量を持って新しいことに取り組み、成果を上げている事例も少なくないことを PR し、学生や求職者への認知度向上を図る。これにより、「工場勤務＝現場作業」という固定観念を払拭することで、求職者の選択肢を広げ、人材確保につなげることができる。

なお、有識者ヒアリングにおける「企業がどのように地域と関わっているのか、また、そこで働く女性社員がどのように生き活きと活躍しているのか、そういったことを発信することで、選ばれる企業になる」との意見を踏まえ、地元企業と自治体が連携し、社会貢献を重視する若年女性の受け皿として、地域活性化プロジェクトを企画することも提案する。企業の CSR 活動や地域活性化に資する事業を推進することで、参加者の働きがい高めるとともに、社会貢献を前面に押し出してアピールすることで、参加者の地域への愛着を深め、定住を促進することができる。

また、有識者ヒアリングでの「第1次産業など大都市圏と異なる対立軸を提示すべき」との意見を踏まえ、自治体はソーシャルビジネスに係るセミナー等の開催により、女性が地域資源（第1次産業や観光関連など）を活かしたビジネスの立ち上げを支援して社会貢献を行いやすい環境を整備する。これにより、第1次産業や観光業といった中国地域の強みを活かし、女性が社会貢献と経済活動を両立できる仕組みの構築を目指す。中国地域の場合、大都市圏とは異なり、人口減少・高齢化が

進んでいること等に伴うさまざまな地域課題が存在するが故に、こうした課題を解決するビジネスの可能性も大きいと考えられるため、今後、女性起業家によるスタートアップの創出拡大が期待される。

図表 8. 1 2 取組みイメージ図



【参考】仕事に関する自治体の取り組み事例

自治体名	事業名	概要
山形県	山形県賃金向上推進事業支援金	非正規雇用労働者の処遇改善、特に女性の賃金向上および正社員化を促進するため、「山形県賃金向上推進事業支援金」を支給。 【賃金アップコース】 女性非正規雇用労働者の所定労働時間1時間当たりの賃金（時給）を50円以上増額改定した場合には、5万円／人を支給、100円以上増額改定した場合には、5万円／人を加算 【正社員化コース】 女性非正規雇用労働者を正規雇用労働者に転換した場合には、10万円／人を支給、対象労働者が就職氷河期世代に該当する場合には、10万円／人を加算
東京都	女性活躍の推進に向けた雇用環境整備促進事業	女性活躍推進のため、女性従業員の処遇改善や賃金の引上げに取り組む中小企業を支援する奨励金制度を2024年7月から開始。女性活躍推進法に基づく一般事業主行動計画および男女の賃金の差異を公表するとともに働く女性が活躍できる職場づくりに取り組む事業者に対して奨励金を支給し、女性従業員の処遇の向上や賃金の引き上げを後押し。 支給金額：1事業者につき30万円（1回限り）
栃木県	「女性×ものづくり企業」エンパワーメントモデル事業	本県が強みとする製造業において、女性が働きたいと思える魅力ある仕事を提供できる企業の創出・拡大を図っていくため、事務以外に女性が活躍できる業務領域を見出す企業への支援を実施。製造業を営む県内中小企業4社に対し、専門コンサルタントを派遣し、現場や業務内容の調査・分析を行い、新たに女性が担える業務領域の創出や採用・定着等に向けた計画策定を支援するとともに、計画に基づく女性の採用や現場配置等を支援。
群馬県 太田市	地元学生、女性の労働力を活用するワークライフシナジー事業	多様な働き方が認められる太田を目指す第一歩として、若者にターゲットを絞り、キャリア教育および多様な働き方を実現するための支援として、女性の起業促進に向けた取り組みを実施。取り組みを通じて、多様な働き方を実現するために就労の概念をリデザインし、労働に対する意識をマインドセットするほか、女性が家事育児に捉われることなく、就職と起業を選択でき、かつ働き方の多様性が認められる環境の創出を目指す。

（資料）各自治体ホームページ等

8. 2. 4. 具体的な取組み（暮らし）

a. 「暮らしの場としての中国地域の優位性再認識とアピール」のための取組み

- ・中国地域において「それぞれの地域が持つ個性（文化伝統や地理的固有性）」＋「働きやすさ」＋「暮らしやすさ」に関する優位性について、地元関係者が発見・再認識する場としてワークショップなどを開催し、地域内外にアピールする。また、抽出された地域の魅力を学生など若い世代、さらには保護者にも理解しやすいよう、SNS や動画などで視覚的・効果的に発信（自治体、教育機関、経済団体）
- ・生涯の生活費に係る中国地域と大都市圏の違いをデータで明らかにした上で、高校生～大学生向けに分かりやすく提示（自治体、教育機関）
- ・「自然を感じる暮らし」「充実した家族との時間」といった大都市にはない中国地域の価値を、現役世代に向けて PR（自治体）

*（ ）は実施主体

「暮らしの場としての中国地域の優位性再認識とアピール」のための取組みとして、上記の 3 点を挙げた。

先行自治体ヒアリング先の岐阜県各務原市（63 ページ）は、隣接する関市、美濃加茂市と共同でのシティプロモーションを通じて、市の魅力づくりを行い、その魅力に共感してまちを好きになる人、まちと関わりたい・住みたいと思う人が増え、その人達に市の魅力を発信してもらうという好循環を目指している。中国地域においても、地域の魅力を高め、これに共感する市民を増やし、魅力発信に協力してもらうという流れを生み出すため、自治体、教育機関、経済団体が、必要に応じてエリアを超えながら連携し、中国地域の「それぞれの地域が持つ個性（文化伝統や地理的固有性）」＋「働きやすさ」＋「暮らしやすさ」に関する優位性について、地元関係者が発見・再認識する場としてワークショップなどを開催する。このワークショップ等で出された意見を踏まえ、抽出された地域の魅力を学生など若い世代、さらには保護者にも理解しやすいよう、SNS や動画などで視覚的・効果的に発信する。これらの取組みにより、地域の魅力を地元住民自身が再認識し誇りを持つとともに、若年層の地域定着を促す。

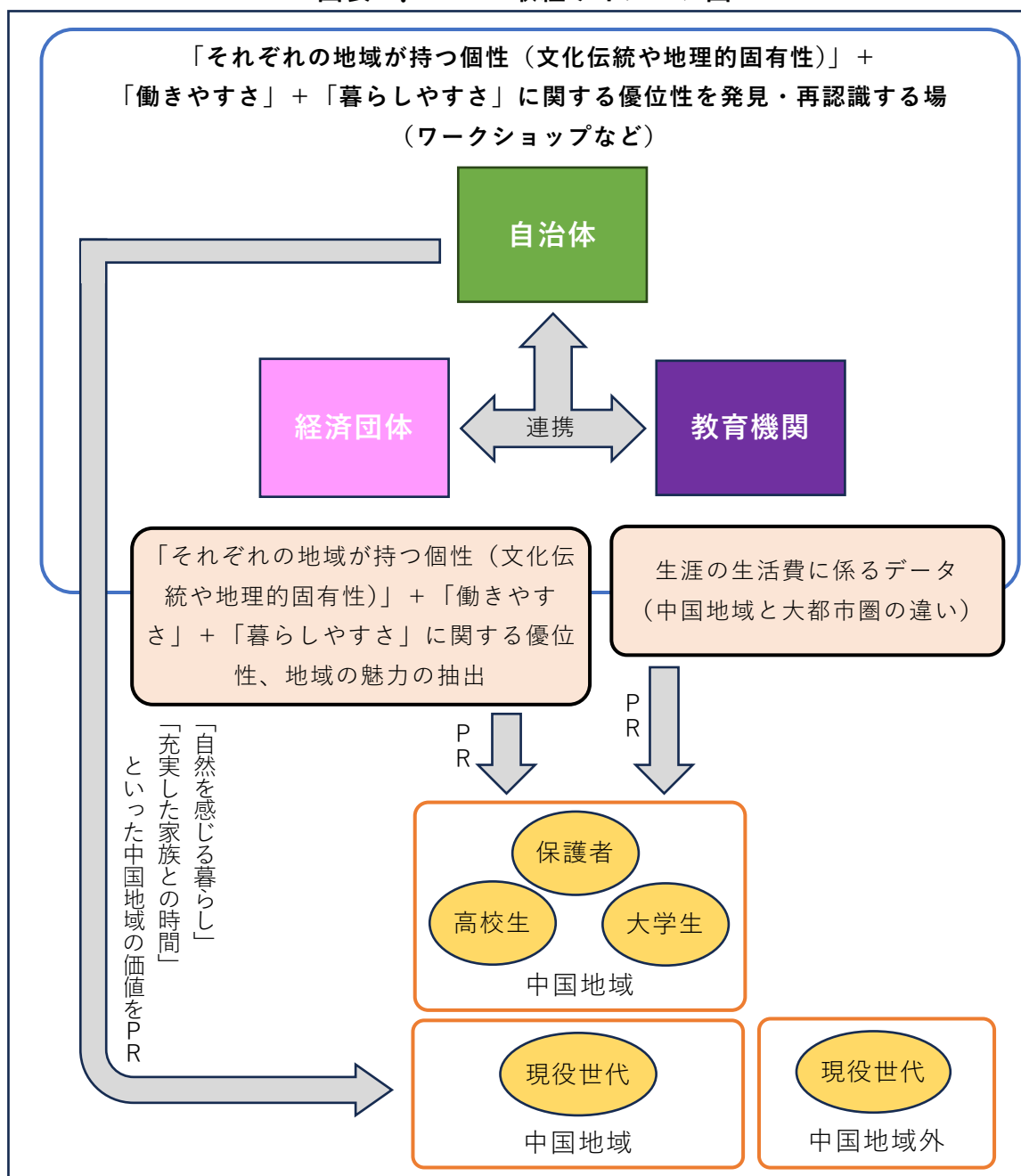
また、自治体と教育機関が連携し、生涯の生活費に係る中国地域と大都市圏の違いをデータで明らかにし、高校生～大学生向けに分かりやすく提示する。若い世代にライフプランを考えるきっかけを提供することで、進路選択の参考にしてもらう。これにより、若者が都市部への移住を考える際に、生活コストの観点からも地元の選択肢を検討できるようになる。

さらに、自治体は「自然を感じる暮らし」「充実した家族との時間」といった大都市では得にくい中国地域の価値を現役世代に発信する。中国地域での生活の魅力が

再評価されることで、地域内外の現役世代の長期的な定住促進、都市部からの U ターンや移住を促進する。

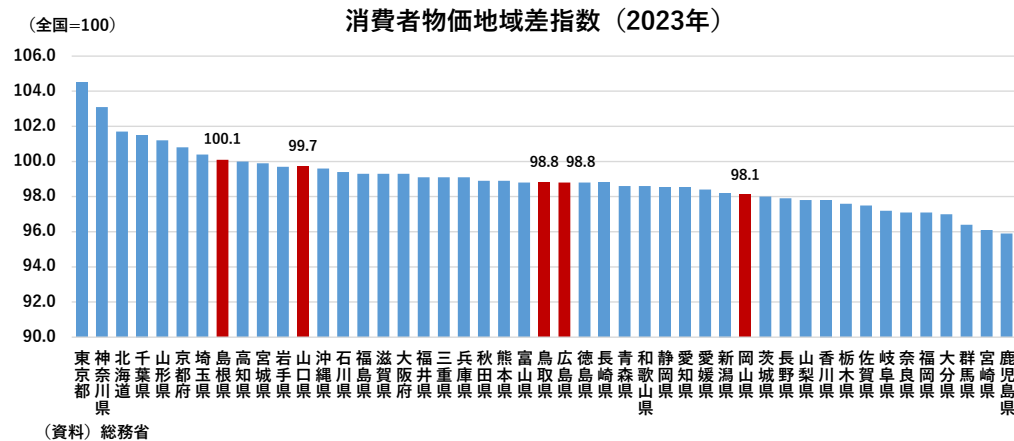
このように、3 つの主体が互いに連携し、若年層に対し、中国地域の魅力をデータとストーリーの両面から伝え、地域への関心や定着を促すことで、若い世代から現役世代までの幅広い年齢層の地域への定着や移住を促進し、地域活性化に繋げることが期待される。

図表 8. 1 3 取組みイメージ図

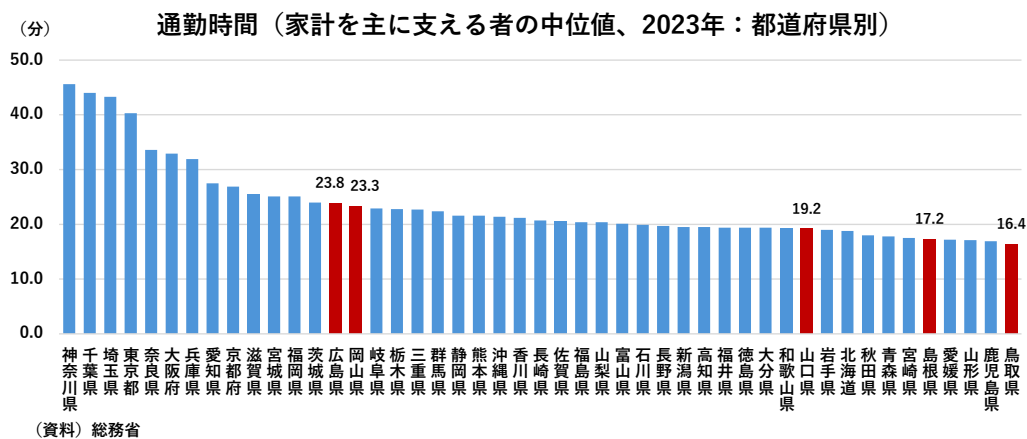


【参考】

物価水準の地域差を表す、総務省「消費者物価地域差指数」の状況を都道府県別にみると、中国地域は島根県が全国平均（=100）とほぼ同水準であるほか、山口県など4県は全国平均を下回っている。



また、家族との時間を捻出するという点での参考データとして、総務省「住宅・土地統計調査」に基づく通勤時間（家計を主に支える者の中位値）の状況を都道府県別にみると、中国地域は鳥取県が全国で最も短いほか、山口県と島根県が10分台であり、広島・岡山両県は20分台であるものの、大都市圏を下回っている。



8. 2. 5. 具体的な取組み（進学先）

a. 「進学先の選択肢提供」のための取組み

・資金面等の課題克服を前提に、IT やデザイン、アニメ、観光など特定の分野に特化した学部や専門学校をつくり、特徴のあるカリキュラムを提供（教育機関・自治体）

*（ ）は実施主体

「進学先の選択肢提供」のための取組みとして、上記の事項を提案する。

自治体と教育機関が連携し、IT、デザイン、アニメ、観光など特定分野に特化した学部・専門学校を設立する。近年、中国地域外では、デザイン、アニメ、観光分野において、大学や専門学校が新たな学科やコース等を新設したり、自治体や産業界と連携して地域資源を活用した特色ある教育プログラムを開発したりする動きがみられる。資金面の課題に関しては、国や自治体の支援、産学官連携によるプロジェクト推進、地域企業との協力による資金調達など、多様な方法で克服が可能と考えられる。例えば、金沢大学では、融合学域観光デザイン学類の入学定員増構想が文部科学省の補助事業に選定され、国の支援を受けて「観光デザイン人材が活躍する“金沢モデル”」の構築を目指している。観光振興の課題解決に学生の段階から参画し、県内の高等教育機関とも連携した学びを展開するなど、産学官金連携を強化するとともに、石川や北陸のフィールドを最大限に活用した実践型教育や新たな奨学金制度を創設するなど地域定着に向けた方策も展開する。

こうした事例を参考に、中国地域でも既存の大学・専門学校のリソースを活用するなどして、地域の強みや産業ニーズに応じた学部や専門学校を設立する。独自のカリキュラムを整備することで、地域の人材育成基盤を強化し、地元企業やスタートアップとのマッチングを促進する。さらに、地域産業の振興や新たなビジネスの創出を目指し、外部からの学生誘致にもつなげ、地元で根差した専門人材の育成を実現する。

また、中国地域内の大学や専門学校等の教育機関は、企業や金融機関、自治体等と連携し、実務に直結した教育プログラムを開発する。インターンシップや産学官金共同プロジェクトを推進し、学生が現場での経験を積める仕組みを整えることで、卒業後すぐに即戦力として活躍できる人材を育成する。

これらの取組みを通じて、特定分野に特化した教育を提供し、地域の強みを生かした人材育成と産業発展を促進することで、進学時の幅広い選択肢を提供する。

【参考】デザイン、アニメ、観光分野における学科等の新設事例

分野	事業主体	概要
デザイン アニメ	学校法人東北芸術工科大学	2009年度、デザイン工学部にグラフィックデザイン学科、映像学科、企画構想学科を開設。その後、映像学科にアニメーションコースを設置。2026年4月から、映像学科には、手描きアニメーションや生成AI等の最新技術を学べる「CG・アニメーションコース」を設置。
デザイン アニメ	デジタルハリウッド大学(株)	1学部1学科制を採用し、学生はデジタルコンテンツ（3DCG/VFX、アニメ、メディアアートなど）と企画・コミュニケーション（ビジネスプラン、マーケティングなど）を横断的に学ぶことが可能。中国地域では、2012年12月に「デジタルハリウッド STUDIO 米子」（鳥取県米子市）、2017年4月に「デジタルハリウッド STUDIO 広島」（広島市）、2018年5月に「デジタルハリウッド STUDIO 山口」（現在は閉業）を開設。
デザイン アニメ	専門学校日本デザイナー学院	2026年4月、東京都渋谷区にある専門学校日本デザイナー学院が、アニメーター養成機関であるササユリ動画研修所と提携し、「総合アニメ・デジタルイラスト科」を新設。次世代のアニメーションおよびデジタルイラスト業界を担うクリエイターの育成を目指す。
デザイン	福岡県久山町 学校法人双葉学園福岡デザイン専門学校	2022年12月、久山町と学校法人双葉学園福岡デザイン専門学校は、「創造的人材育成に関する包括連携協定」を締結。子どもたちに知識だけではなく、生きる知恵や行動する力を得る機会を提供する「ひさやまてらこや+」を2023年度から開始。地域に貢献できる未来のデザイナー育成を目指し、座学ではなく、「地域の課題」を教材としたワークショップ等を開催。
観光	国立大学法人金沢大学	2022年4月、融合学域に観光デザイン学類を新設。2024年度には、同学類の入学定員増構想が文部科学省「魅力ある地方大学の実現に資する地方国立大学の定員増」事業に選定され、入学定員を55名に増員（+35名）。本事業は、「新しい観光」を見据えたデータサイエンス等の文理融合教育、海外留学等も組み込んだグローバルな学びが特色。
観光	兵庫県 兵庫県立芸術文化観光専門職大学	2021年4月、兵庫県は、日本初となる「芸術文化と観光の二つの視点」を学ぶ公立大学「兵庫県立芸術文化観光専門職大学」を設立（58、60ページ参照）。芸術文化と観光による価値連鎖を創出し、観光事業による交流の拡大、消費活動の喚起を通じた芸術文化の振興等を促すことのできる専門職業人の育成を目指している。

（資料）各大学・専門学校・自治体ホームページ等

8. 2. 6. 具体的な取組み（地域への愛着・地域の認知度）

a. 「地域の仕事等に関する情報発信」のための取組み

- ・小中高生向けの「地元企業体験学習」や「職業講話」「起業家育成講座」等を開催し、地元での仕事の魅力を発信（自治体、教育機関、企業）
 - ・中国地域内の大学を卒業して地域内で活躍する起業家やリーダーを紹介するウェブサイトを作成（自治体、企業）
 - ・地元企業の女性社員が働き方等に関して語るインタビュー動画を配信（自治体、企業）
 - ・地元企業の情報を就職活動開始前の学生や親に届ける（自治体、企業）
- *（ ）は実施主体

「地域の仕事等に関する情報発信」のための取組みとして、上記の4点を挙げた。先行自治体ヒアリング先の岐阜県各務原市（62 ページ）は、市内企業と連携し、ものづくり企業の工場見学や県外でのイベント出展、小学生向けの起業家育成講座等を実施している。中国地域においても、地域の産業構造の特性を活かし、企業と連携して施策を展開することが重要となる。

そこで、自治体、教育機関、企業が連携し、小中高生向けに、地元企業の仕事を実際に体験できる「地元企業体験学習」や「職業講話」のほか、企業経営者や起業家が講師となる「起業家育成講座」を開催し、地域でのキャリア形成の可能性を伝える。これにより、学生の早い段階から地元企業への関心を高め、将来的な地元定着につなげる。

また、自治体が企業と連携し、中国地域の大学を卒業し、地域内で活躍する企業家やリーダーの事例を紹介するウェブサイトを作成する。成功事例を可視化するなどして、若者が地域でのキャリアを具体的にイメージできるようにする。これにより、地域内での就職・起業の選択肢を広げ、地域選択につなげる。

さらに、企業が自治体と連携し、地元企業で働く女性社員が、働き方やキャリアについて語るインタビュー動画を制作・配信する。柔軟な働き方やキャリアパスの実例を発信し、特に若い女性の就職やキャリア形成の参考にする。これにより、女性が活躍できる地域の職場環境の認知度を高め、多様な人材の活躍を後押しする。

これらの取組みを通じて、若年層や女性を中心に、地元企業の魅力を効果的に発信し、地域内での就職・起業・キャリア形成を促進する。

なお、大学進学時に将来のUターンを考えていたものの、実際にはUターンしていない女性が多いことを踏まえ、地元企業の情報を、就職活動開始前の学生のほか、地元に住居する親に届けることも効果的と考えられる。

b. 「出身者等のネットワーク構築」のための取組み

- ・ 地元高校・大学の卒業生を対象に、SNS 等を通じて情報発信するとともに、定期的な交流イベントや地域企業とのネットワーキングイベントを開催（教育機関、自治体、企業）
- ・ 出身者中心に中国地域のファンクラブ的な仕組みを構築（自治体）
- ・ 高校生・大学生・若手社会人等によるネットワークづくり（教育機関、自治体、企業）

***（ ）は実施主体**

「出身者等のネットワーク構築」のための取組みとして、上記の 3 点を挙げた。教育機関、自治体、企業が連携し、地元高校・大学の卒業生を対象に、SNS 等を活用して地域の最新情報や企業の動向を発信する。また、定期的な交流イベントや地域企業とのネットワーキングイベントを開催し、卒業生が地元とのつながりを維持できる機会を提供する。これにより、U ターン就職やビジネス機会の創出を促す。

また、中国地域出身者を中心に、中国地域を応援するファンクラブ的なコミュニティを構築し、地域の魅力を発信することで、出身者が誇りを持って地域と関われる仕組みを整備する。さらには定期的なイベントや特典を用意し、帰省や地域貢献のきっかけを増やすことで、出身者のネットワークを活かした交流促進や関係人口の拡大を図る。

これらの取り組みを通じて、卒業生が地元とのつながりを維持し、UI ターンの促進や地域活性化に貢献できる仕組みを構築する。

なお、ネットワークづくりという点では、座談会でも指摘のあった、高校生・大学生・若手社会人によるネットワークづくりも効果的と考えられる。具体的には、地元の高校生や、地元大学・専門学校等に通う学生（出身者か否かを問わない）、地元外の大学・専門学校等に進学した出身者に加えて、地元企業で働く若手社員や、地元外の企業に進んだ出身者が、リアル・バーチャル双方で交流するものである。お互いに年齢が近いことから交流が進めやすいと考えられ、地元に対する認知度や愛着を高める効果が期待できる。なお、活動としては、SNS を通じた結びつきのほか、メンバーが一同に会するイベント（若手社会人の体験談発表など）、自治体等と連携した地域貢献等が想定される。

【参考】地域への愛着・地域の認知度に関する自治体の取組み事例

自治体名	事業名	概要
富山県	中高生×富山で働く女性交流会	2022年3月、県と県内企業が協調して取り組む「女性活躍推進戦略」を策定し、中高生に県内就職の視野を持ってもらうため、2023年度から県内で働く若い女性との交流会を開始。2024年度は中高生と「中高生×富山で働く女性交流会」を県内3会場で開催。交流会では、中高生約50名と富山で活躍する女性（若手社員、農業者、起業家など幅広い業種・職種から選定）が、富山で働き、生活していくことへのリアルな意見を交換。
静岡県	「ふじのくにパスポート」の配布	2019年から県内の高校3年生に専用サイトのQRコードを記載した「ふじのくにパスポート」を配布。QRコードからサイトにアクセスし、LINE・メルマガに登録することで、月1回程度、県内の企業や地域の魅力が直接届く仕組み。2024年度からは、より早い段階から「ふじのくにパスポート」を周知することで、自らのキャリア形成を考える際に県内企業に関心を向けてもらうきっかけとするため、対象を1年生に変更。
秋田県	若年女性の県内定着が進む社会づくり推進事業	これまで実施してきた移住・定住対策と連携を図りながら、新たに若年女性を対象として、県内定着のニーズに対応した情報発信等を実施するとともに、女性一人ひとりが活躍できる魅力ある企業を増やし、こうした企業の紹介等を行うほか、結婚・出産・子育てのライフステージに応じた出会い・結婚支援と子育て支援等の重層的な支援や県民意識の醸成に取り組むなど、市町村や商工団体等と協働・連携し実施。 【若年女性の秋田暮らしサポート事業】 女子大学生が県内の女性の活躍を推進する企業を訪問し、企業の取組みや女性従業員のライフスタイル等について女性目線で取材を行い、県内外の若年女性に向けて、秋田で働く魅力を発信。 【経営者等の理解促進・好事例発信事業】 女性活躍を積極的に推進する企業の好事例の映像コンテンツを制作し、あらゆる媒体を通じて発信。顕著な取組みを実践する企業経営者による講演等の啓発イベントを開催。

（資料）各自治体ホームページ等

8. 2. 7. 具体的な取組み（規範・慣習）

a. 「ジェンダーギャップやアンコンシャス・バイアスなど旧来型の考え方の払拭」のための取組み

- ・自治体が企業のジェンダー平等に関する評価指標を設定し、成果を挙げた企業を表彰するとともに取組みを広く発信（企業、自治体）
 - ・ワークショップ等を通じて、幅広い世代が互いの考え方を理解し、ジェンダーに対する意識を共有（自治体）
- *（ ）は実施主体

「ジェンダーギャップやアンコンシャス・バイアスなど旧来型の考え方の払拭」のための取組みとして、上記の2点を提案する。

先行自治体ヒアリング先の兵庫県豊岡市（57ページ）は、事業所における「従業員意識調査」の実施、「あんしんカンパニー」の表彰によって、先進的に取組みを進める企業を可視化し、他企業が参考にできるようにしている。中国地域においても、自治体が企業のジェンダー平等に関する評価指標を設定し、成果を挙げた企業を表彰する。企業の先進的な取組みを広く発信することで、他の企業の取組みを促し、地域全体でジェンダー平等を推進することにつながる。これにより、企業文化の変革を促進し、働きやすい環境の整備を促す。

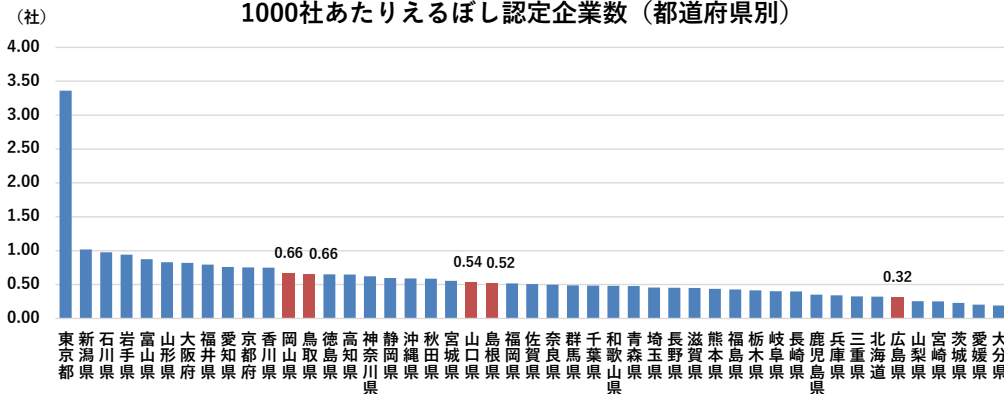
また、世代間の意識共有を強化するため、自治体がワークショップを開催する。兵庫県豊岡市は、職場を切り口としてジェンダーギャップ解消に取り組む「豊岡市ワークイノベーション戦略」を策定し、ワークショップや研修等を通じて、市民や事業所が問題意識を共有し、自ら変革の道筋を描いた。こうしたワークショップ等を通じて、幅広い世代がジェンダーに関する考えを共有し、世代ごとの価値観や経験を学び合う場を作ることで、相互理解を深め、ジェンダー意識のギャップを埋める。これにより、地域全体のジェンダー平等に対する意識向上を図る。

これらの取組みを通じて、自治体が主導する形で幅広い関係者がジェンダー平等を推進して旧来型の考え方を払拭し、企業の環境整備や社会の意識変革を促すことで、誰もが働きやすく、暮らしやすい地域社会の実現を目指す。

【参考】

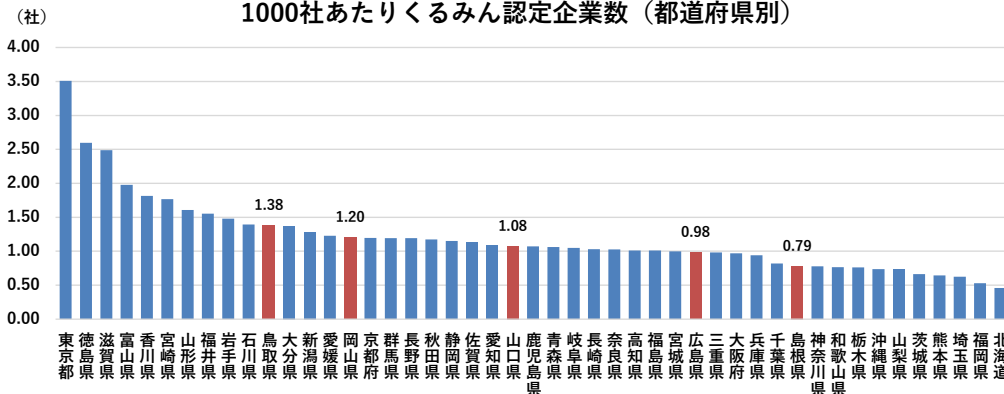
厚生労働省が女性活躍推進企業を認定する「えるぼし」、および子育てサポート企業を認定する「くるみん」の認定企業数について、1,000 社当たりの認定数を都道府県別にみると、中国地域では「えるぼし」「くるみん」とともに鳥取県と岡山県が 10 位台となっているほか、山口県はいずれも 20 位台である一方、島根県は「えるぼし」が 20 位台、「くるみん」が 30 位台で、広島県は「えるぼし」が 40 位台、「くるみん」が 30 位台となっている。

1000社あたりえるぼし認定企業数（都道府県別）



(資料) 厚生労働省

1000社あたりくるみん認定企業数（都道府県別）



(資料) 厚生労働省

【参考】規範・慣習に関する自治体の取組み事例

自治体名	事業名	概要
富山県	アンコンシャス・バイアス解消アクション	男女共同参画を推進するため、無意識の思い込み（アンコンシャス・バイアス）に気づき、解消に向けた行動につなげていくことを目的に、2023 年 11 月から特設サイトを開設。企業や地域での「アンコンシャス・バイアス」解消事例を紹介。富山県男女共同参画推進員代表者、市町村男女共同参画担当者など約 30 名が参加するワークショップ、小学生、中学生、保護者等を対象とする研修会等を開催。
宮城県 気仙沼市	気仙沼市ジェンダーギャップ解消プロジェクト	官民連携でジェンダーギャップ解消の取組みを推進するため、2024 年 10 月、「気仙沼市ジェンダーギャップ解消プロジェクト」を発足。気仙沼市長、商工会議所会頭、商工会議所女性会会長の三者が発足宣言を行い、「働く女性のためのキャリア応援プログラム」を実施。市内で働く女性向けの講座、ワークショップを開催。プロジェクトへの参加事業所を 1 年目は 20 社、2 年目は 50 社、3 年目は 100 社とするビジョンを掲げている。
島根県	縁結びからはじまる、しまねの応援プロジェクト	「多世代同居率が高い」、「保育所待機児童率が低い」など子育てしながら働きやすい環境がある強みを活かして、結婚や子育てを希望する方が安心して、その希望を実現できる島根を目指した取組みを展開する。「男性の家事・育児参加促進事業」では、助産師と連携して、「家事手帳」「パパの育児手帳」を活用した両親（父親）セミナーを開催するほか、企業内での子育て支援セミナーを開催し、男性の家事・育児参加を当たり前のこととして捉え、誰もが子育てをしながら働き続けやすい職場環境づくりに向けた取組みを支援。

（資料）各自治体ホームページ等

9. 本調査のおわりに

本調査では、中国地域からの女性流出に関して、当地域が女性に「選ばれない理由」という視点での仮説を、仕事など6つの分野ごとに設定した。その上で、有識者や先行自治体へのヒアリング、当地域出身女性を対象とする Web アンケート調査・Web 座談会等を通じて仮説を検証し、その結果を踏まえて、当地域が女性に選ばれる地域となるための具体的方策の提案・取りまとめを行った。

提案においては、仕事と暮らしという2つの分野を重点項目と位置づけ、それぞれ「企業が意識・行動を変革し、多様な価値観をもつ若者に、働きたいと思ってもらえる職場環境を提供する」「暮らしの場としての中国地域の優位性を関係者が再認識し、強くアピールする」という方向性を打ち出すとともに、これらの方策を進める上で、規範・慣習の問題への対応も重要と認識し、「幅広い関係者がジェンダーバイアスなど旧来型の考え方を払拭する」との方策を示した。

折しも、昨年10月にスタートした石破政権は、新たな地方創生の考え方として「地方創生2.0」を打ち出した。「地方創生2.0」では取組みの方向性として、「若者・女性にも選ばれる地方（＝楽しい地方）」をつくることを主眼とする旨を打ち出しており、考えられる施策として「地域間・男女間の賃金格差の是正」「アンコンシャス・バイアス、ジェンダーギャップの是正・解消」「若者が生まれ育った地域に関心を持つような教育・文化、人づくりの推進」などを挙げている。これらの内容は、本報告書の提言にも重なるものがあり、今後はこの「地方創生2.0」を踏まえ、若者や女性に選ばれるための取組みが全国的に加速するものと考えられる。

なお、今回の調査で打ち出した方策に基づく具体的な取組みに関しては、報告書上では詳細な手法を必ずしも示せていない面もある。企業や自治体等の関係者におかれては、各地域における女性流出の状況や産業構造等の特徴、保有するリソース等を勘案しながら、地域の実情に合った取組みを進めていただきたい。

本報告書をきっかけに、中国地域の関係者が「健全な危機感」を共有し、女性に選ばれるための取組みを、地域一体となってベクトルを合わせながら進めていくことを期待したい。

資 料 編

「中国地域出身女性向けアンケート」調査結果

「中国地域出身女性向けアンケート」調査結果

1. 調査概要

(1) 調査目的

移動に影響を与えた動機等など女性流出の主要因を明らかにするとともに、Uターンする上での課題等も把握し、中国地域が女性に選ばれる地域となるための具体的方策の提案につなげる。

(2) 実施方法

調査会社のモニターに対する Web アンケート

(3) 調査対象

中国地域在住者および大都市圏に居住する、中国地域出身の 18～49 歳の女性

※中国地域出身…「小学校・中学校・高校時代を主に過ごした地域が中国地域」かつ「高校卒業時に住んでいた(いる予定)の地域が中国地域」

(4) 調査時期

2024 年 9 月

(5) 回収数

1,563 件（内訳は下表のとおり）

	【中国地域在住者】						【大都市圏在住者】					総計
	鳥取県	島根県	岡山県	広島県	山口県	合計	東京圏	名古屋圏	関西圏	福岡県	合計	
18-19歳	10	8	45	55	19	137	8	0	4	2	14	151
20-29歳	49	55	87	91	73	355	62	8	23	12	105	460
30-39歳	58	72	57	52	61	300	67	10	34	16	127	427
40-49歳	83	82	57	60	56	338	67	30	72	18	187	525
合計	200	217	246	258	209	1,130	204	48	133	48	433	1,563

* 東京圏：埼玉県、東京都、千葉県、神奈川県

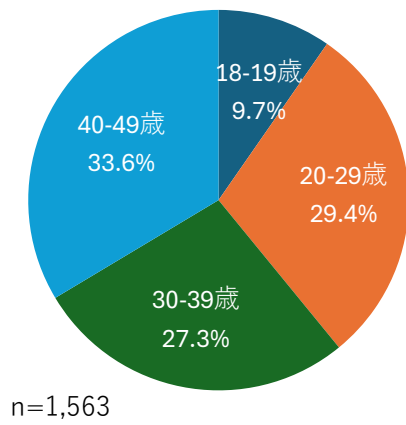
* 名古屋圏：岐阜県、愛知県、三重県

* 関西圏：奈良県、滋賀県、京都府、大阪府、兵庫県

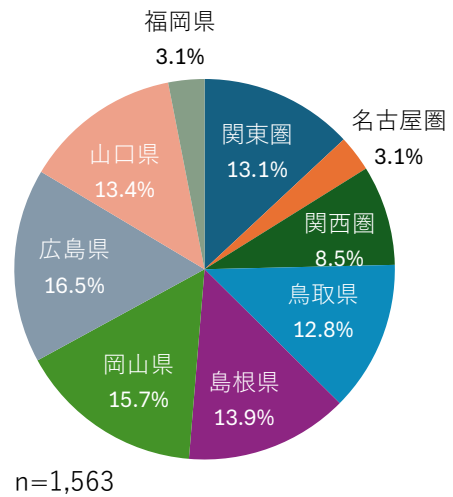
2. 調査結果

(1) 回答者の属性

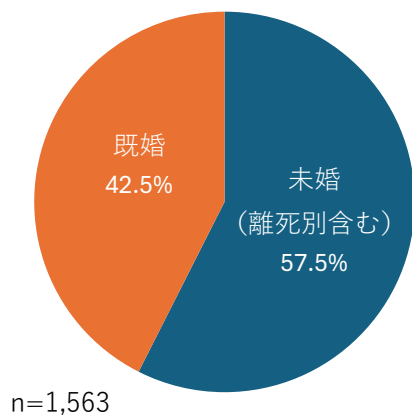
図表 1 年齢



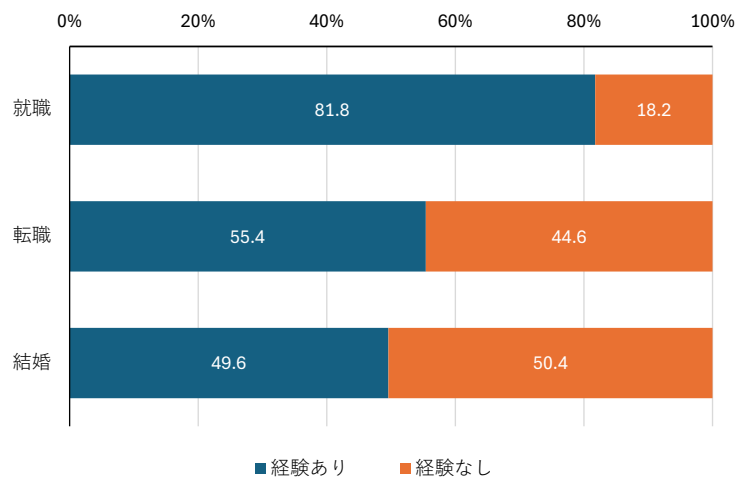
図表 2 居住地



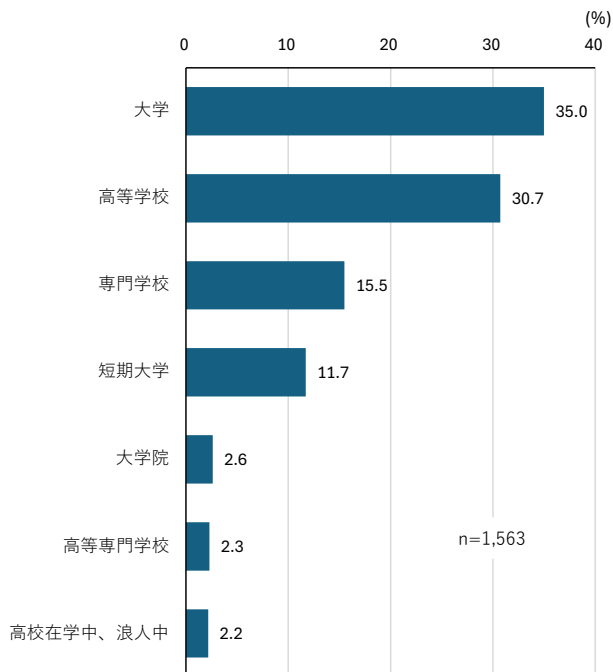
図表 3 未婚か既婚か



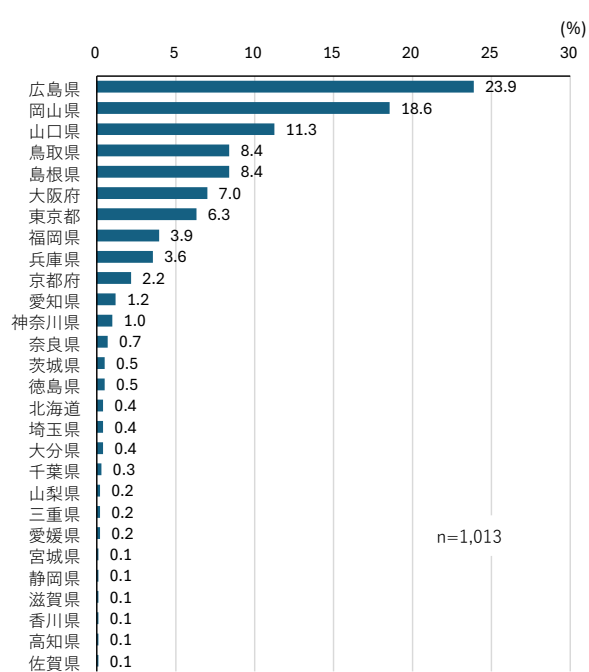
図表 4 経験の有無



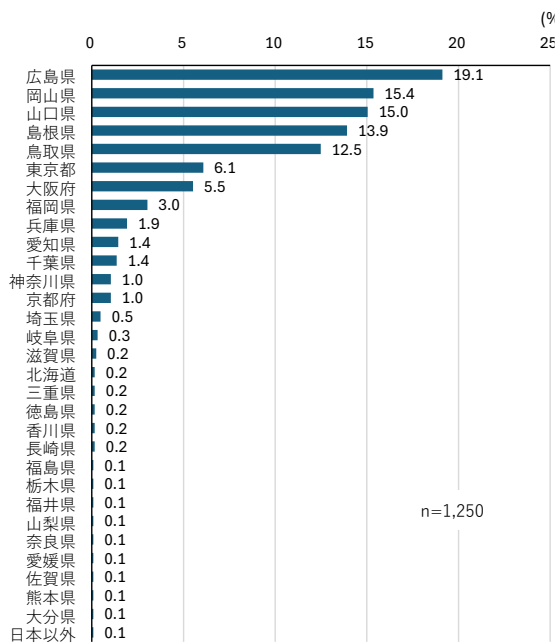
図表 5 最終学歴



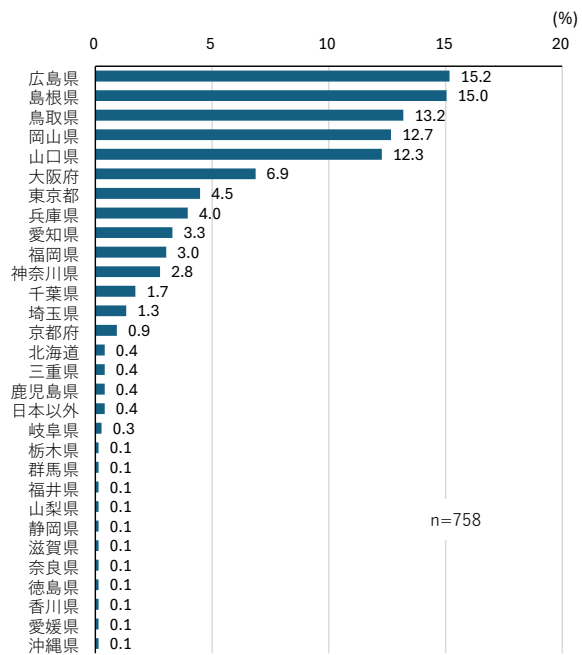
図表6 高校卒業後に進学した地域



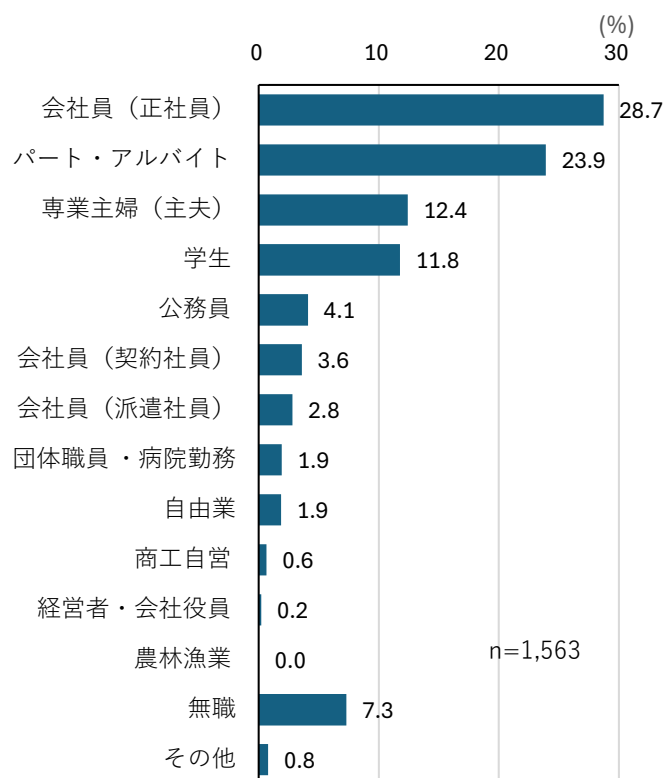
図表7 はじめて就職した際に住んだ地域



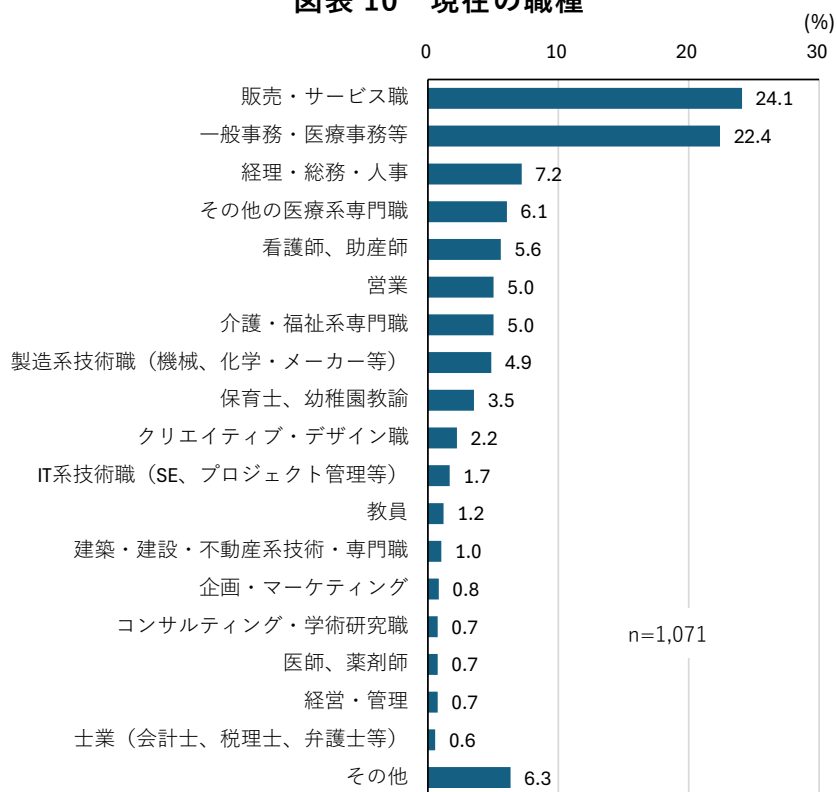
図表 8 はじめて結婚した際に住んだ地域



図表 9 現在の職業



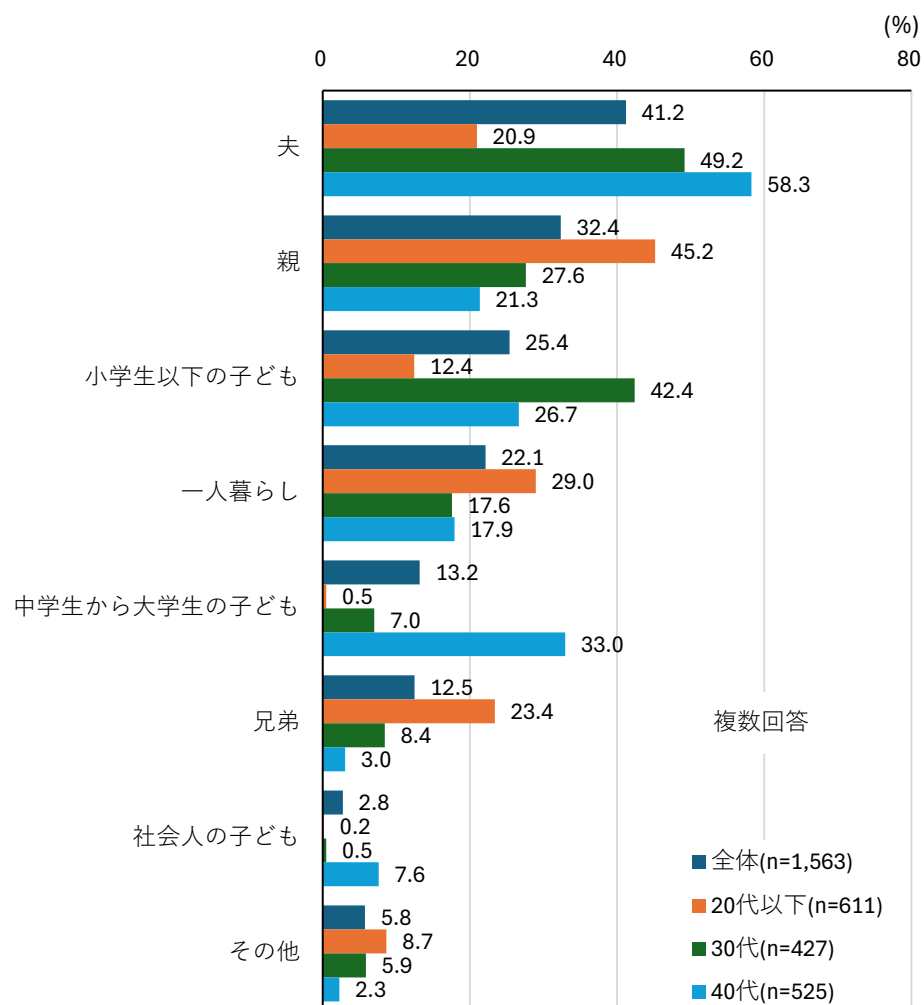
図表 10 現在の職種



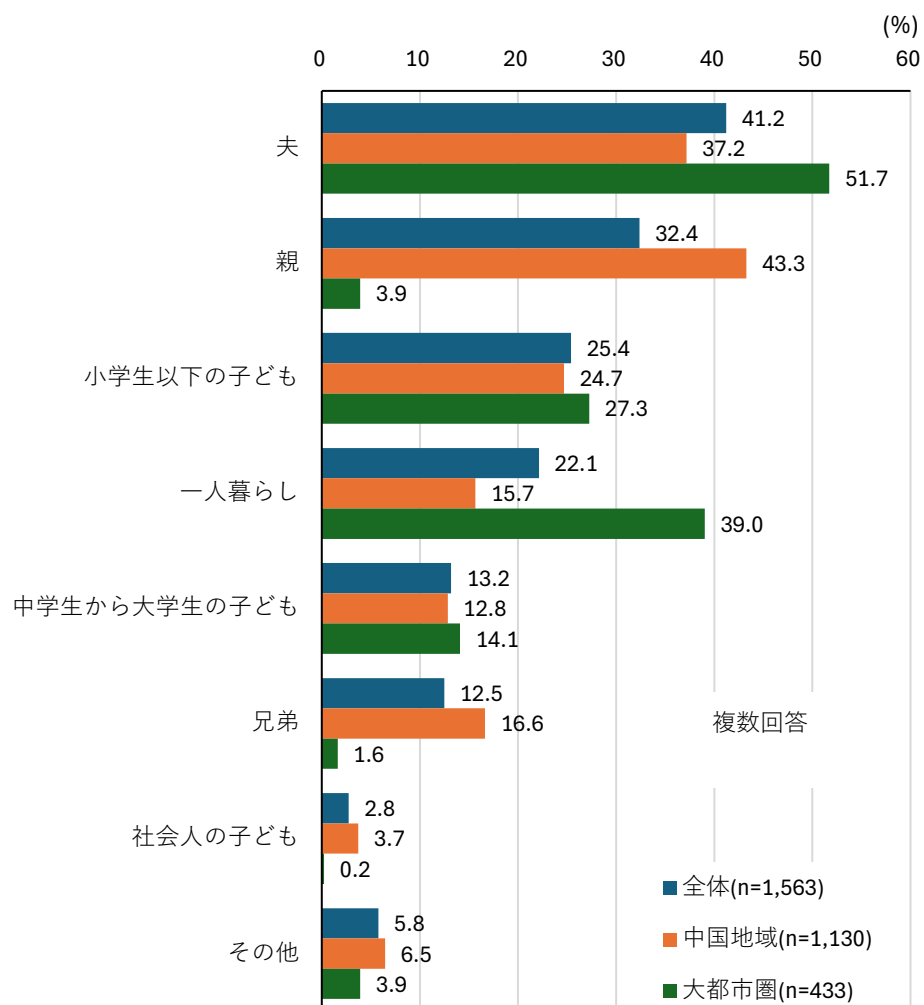
（２）同居者

問 1 現在あなたが同居している方はどなたですか

図表 11-1 同居者（年代別）



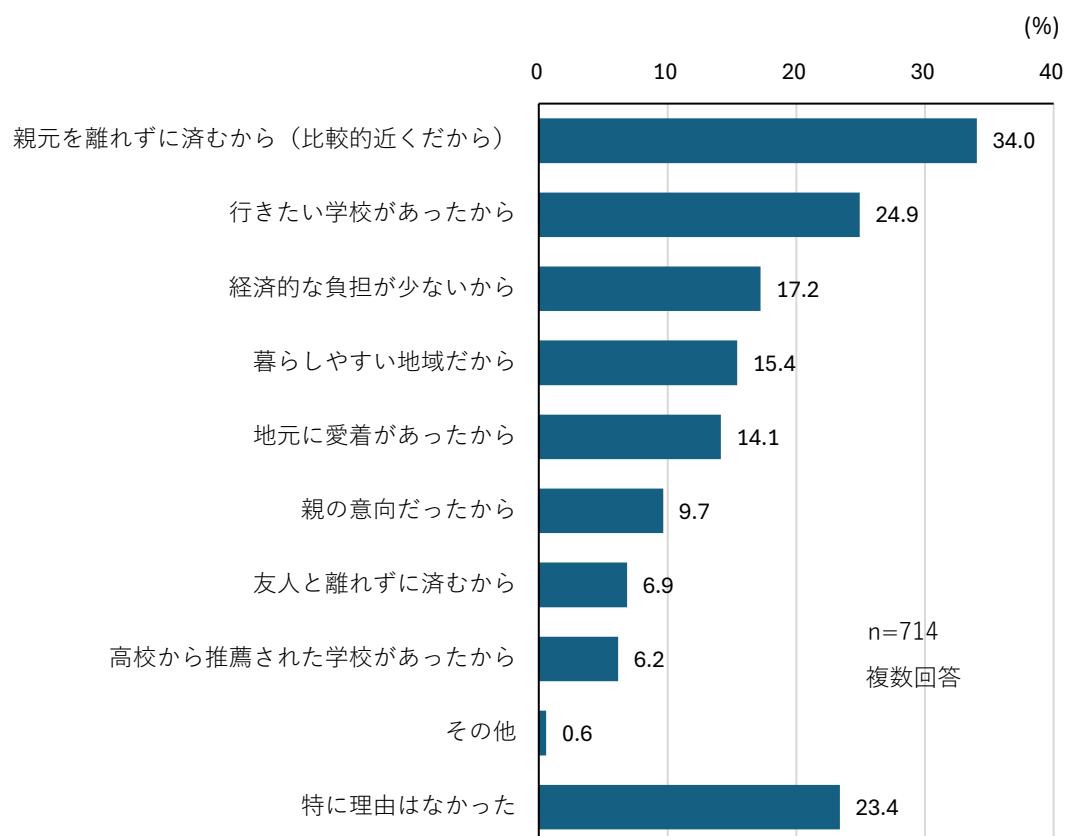
図表 11-2 同居者（居住地別）



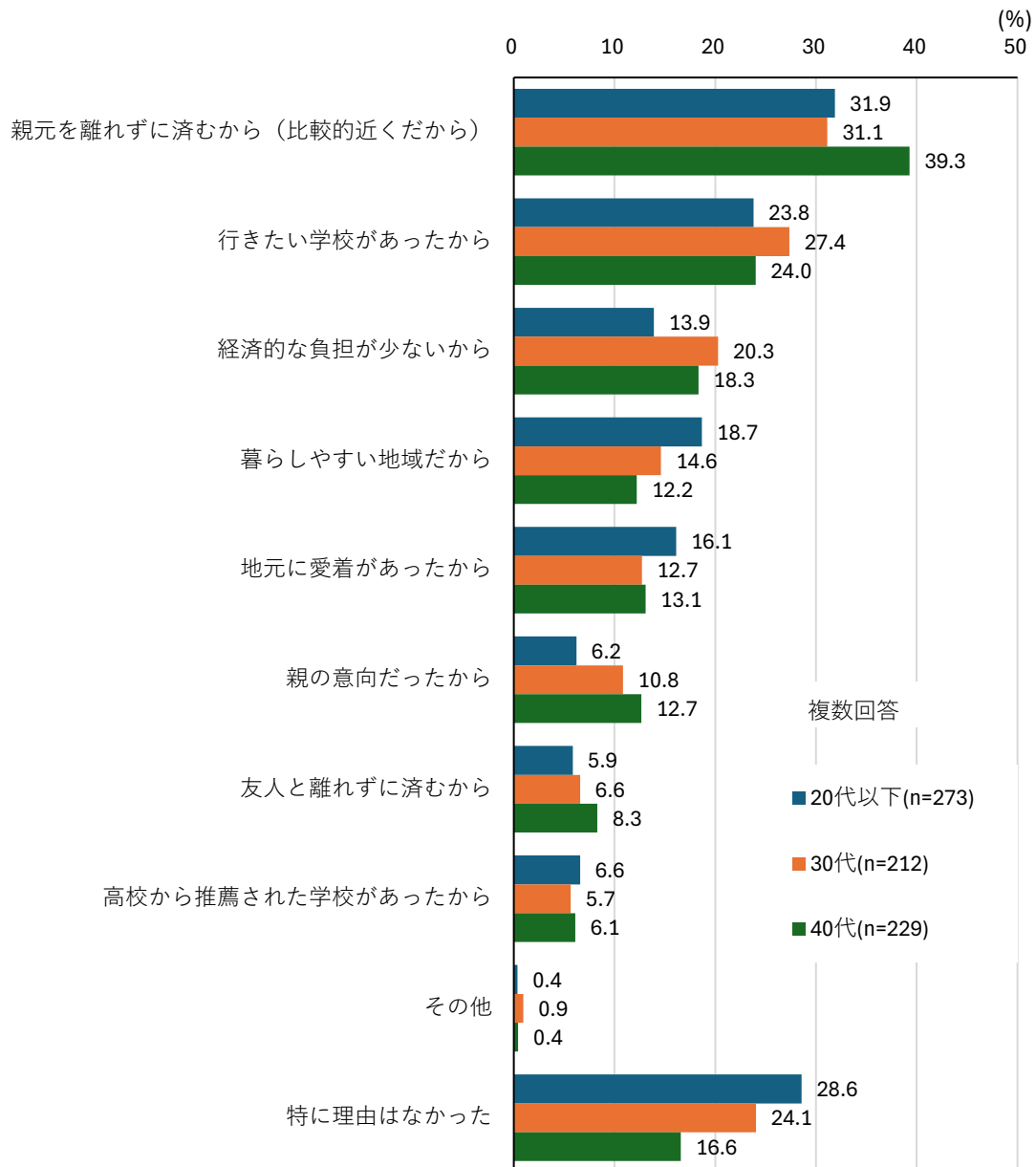
(3) 進学について

問2 高校卒業時の進学の際に、中国地域を選んだ理由は何ですか

図表 12-1 進学時に中国地域を選んだ理由

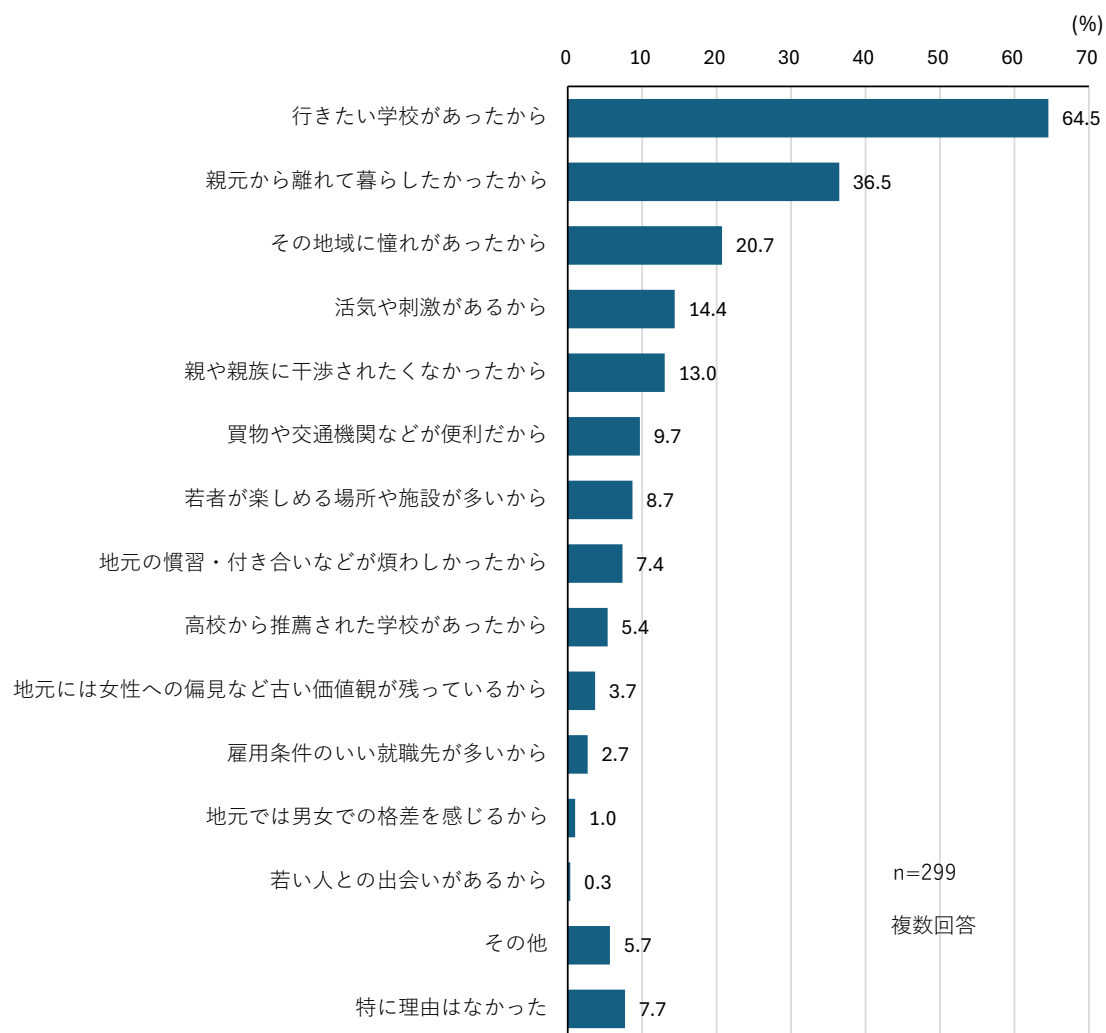


図表 12-2 進学時に中国地域を選んだ理由（年代別）

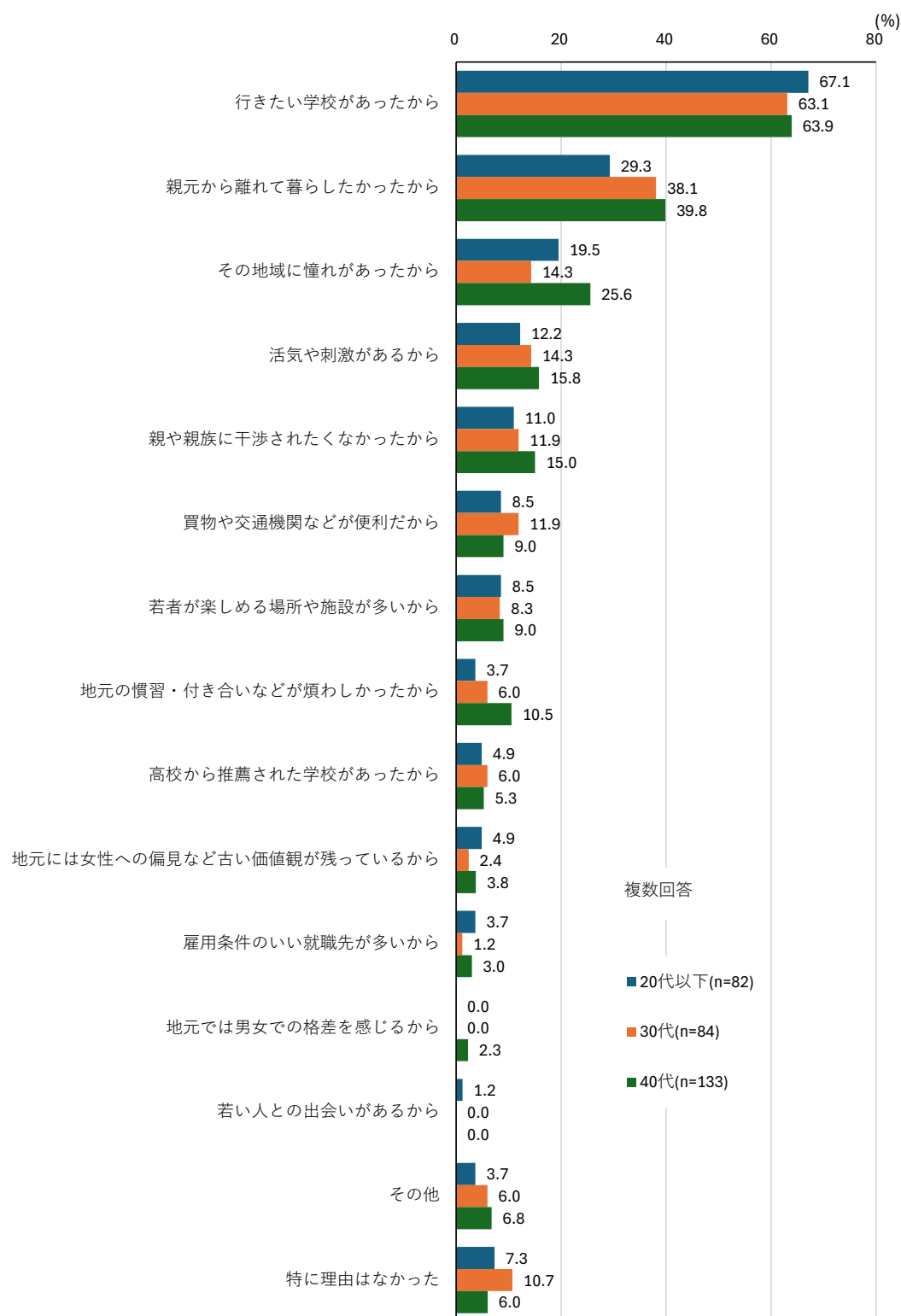


問 3 高校卒業時の進学の際に、中国地域以外を選んだ理由は何ですか

図表 13-1 進学時に中国地域以外を選んだ理由



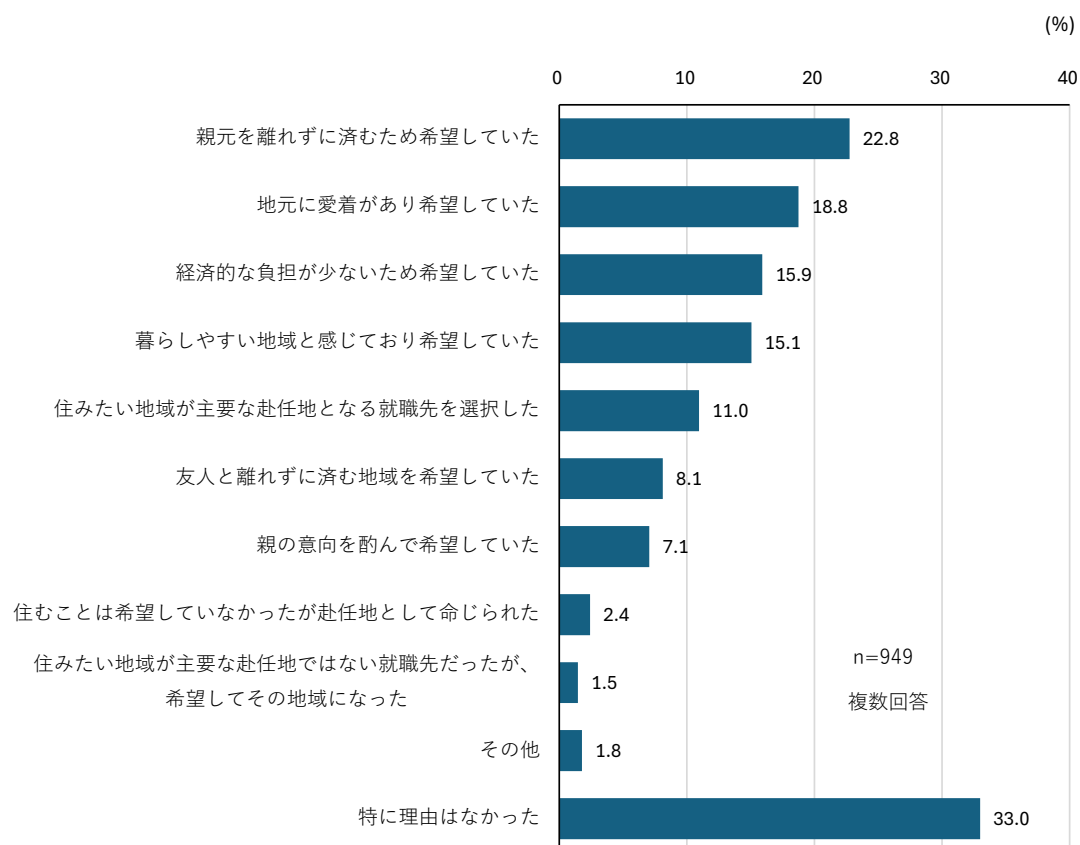
図表 13-2 進学時に中国地域以外を選んだ理由（年代別）



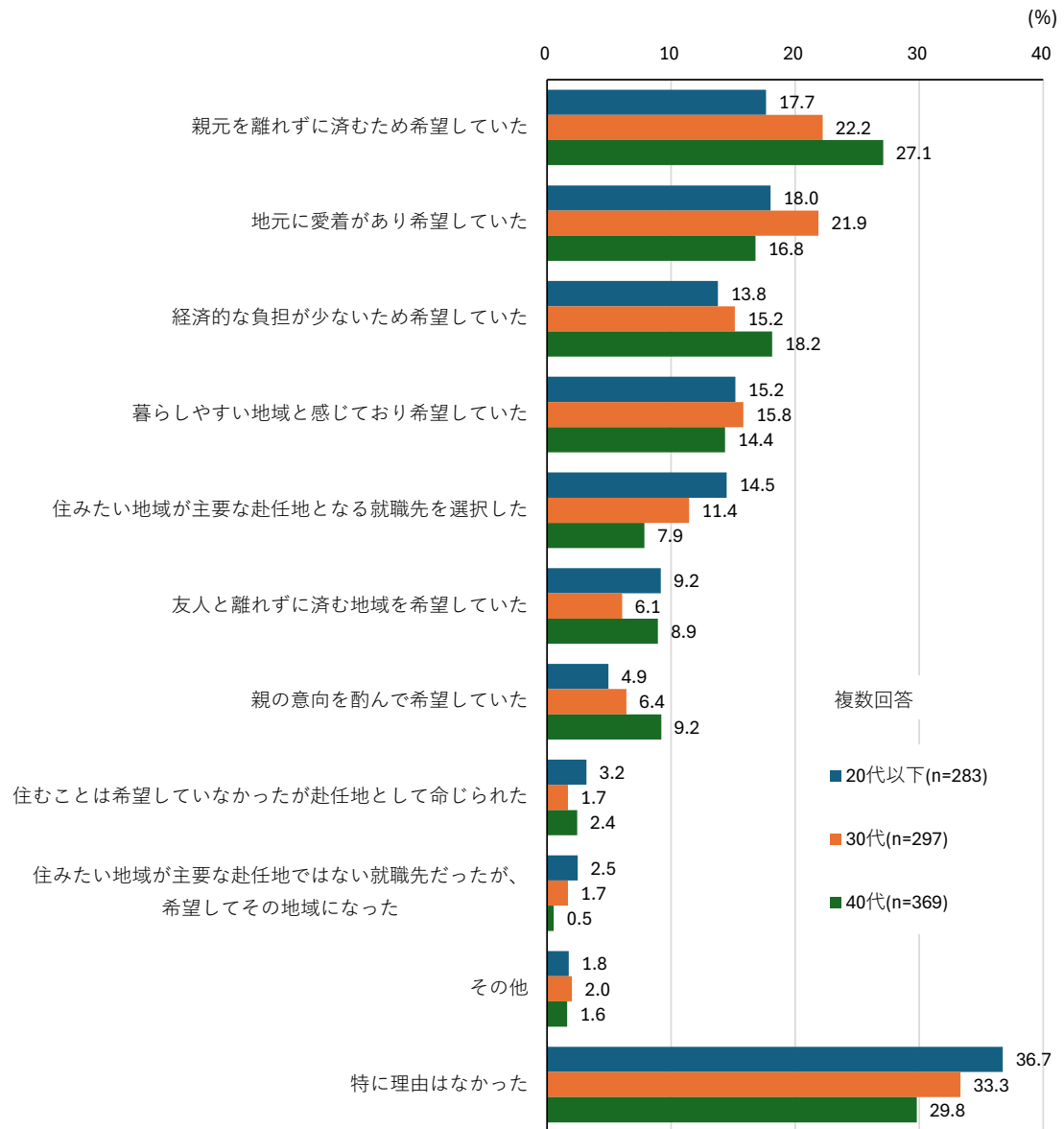
(4) 就職について

問 4 はじめて就職した際に、中国地域に住むことになった理由は何ですか

図表 14-1 就職時に中国地域を選んだ理由

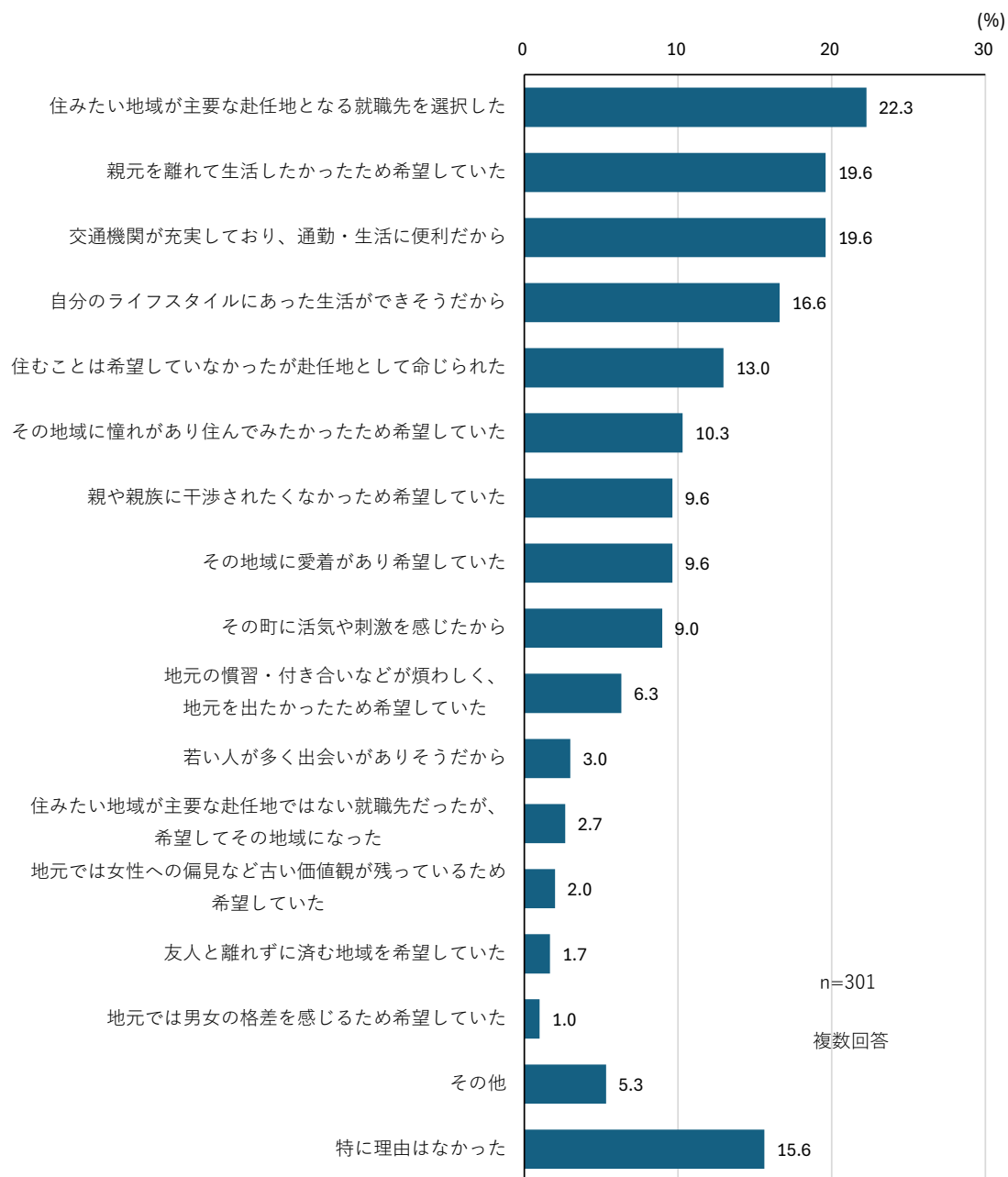


図表 14-2 就職時に中国地域を選んだ理由（年代別）

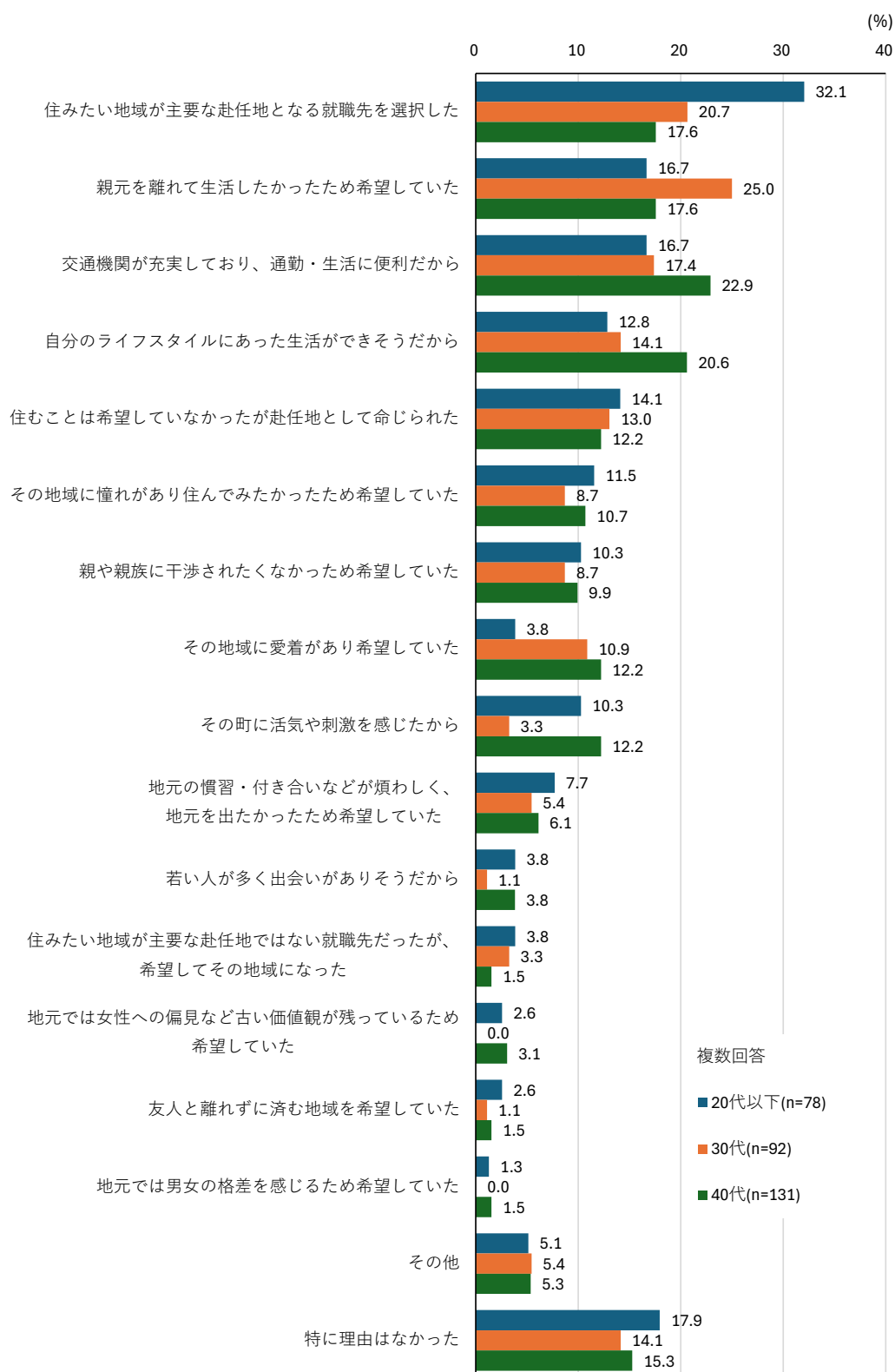


問 5 はじめて就職した際に、中国地域以外に住むことになった理由は何ですか

図表 15-1 就職時に中国地域以外を選んだ理由

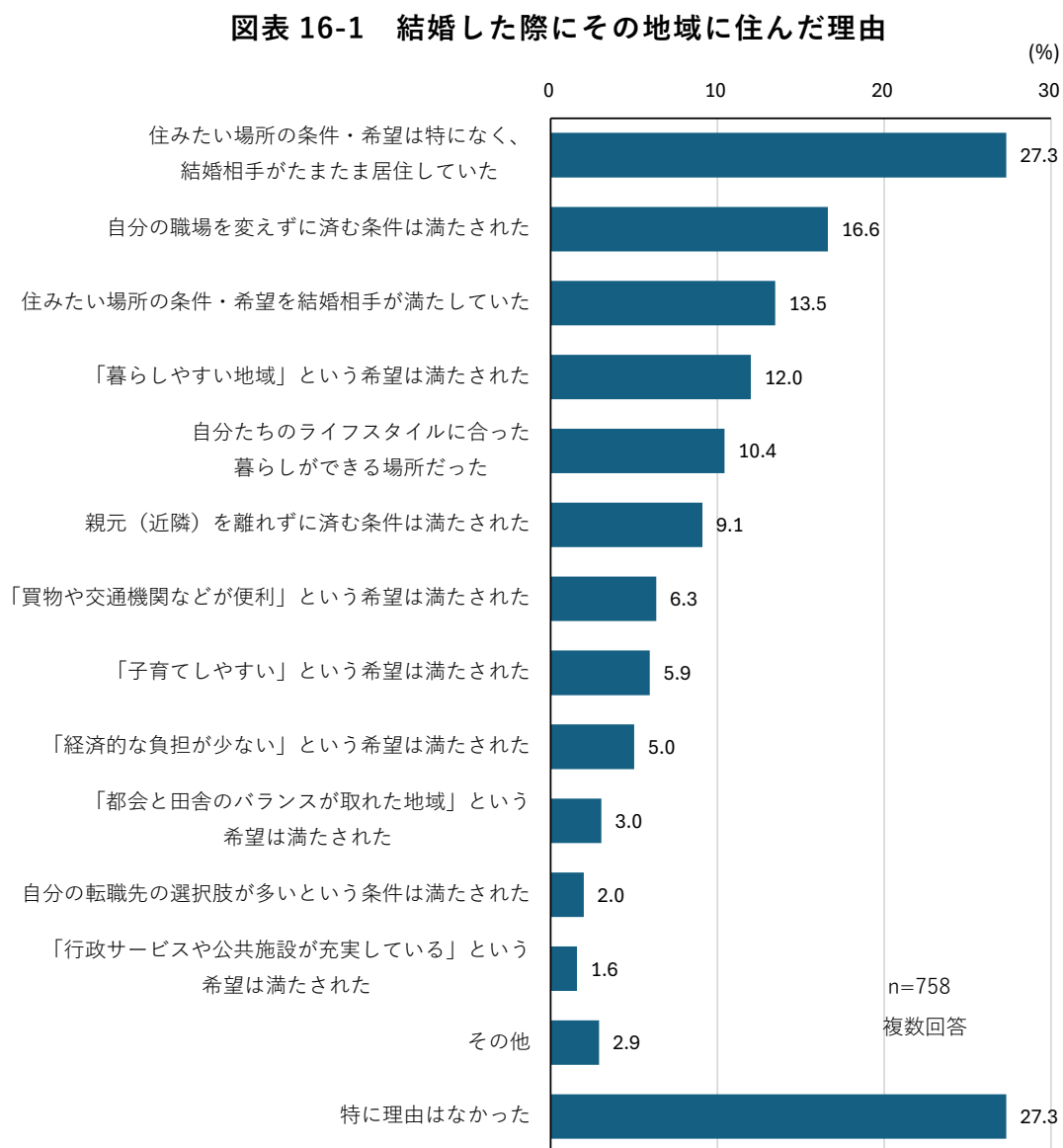


図表 15-2 就職時に中国地域以外を選んだ理由（年代別）

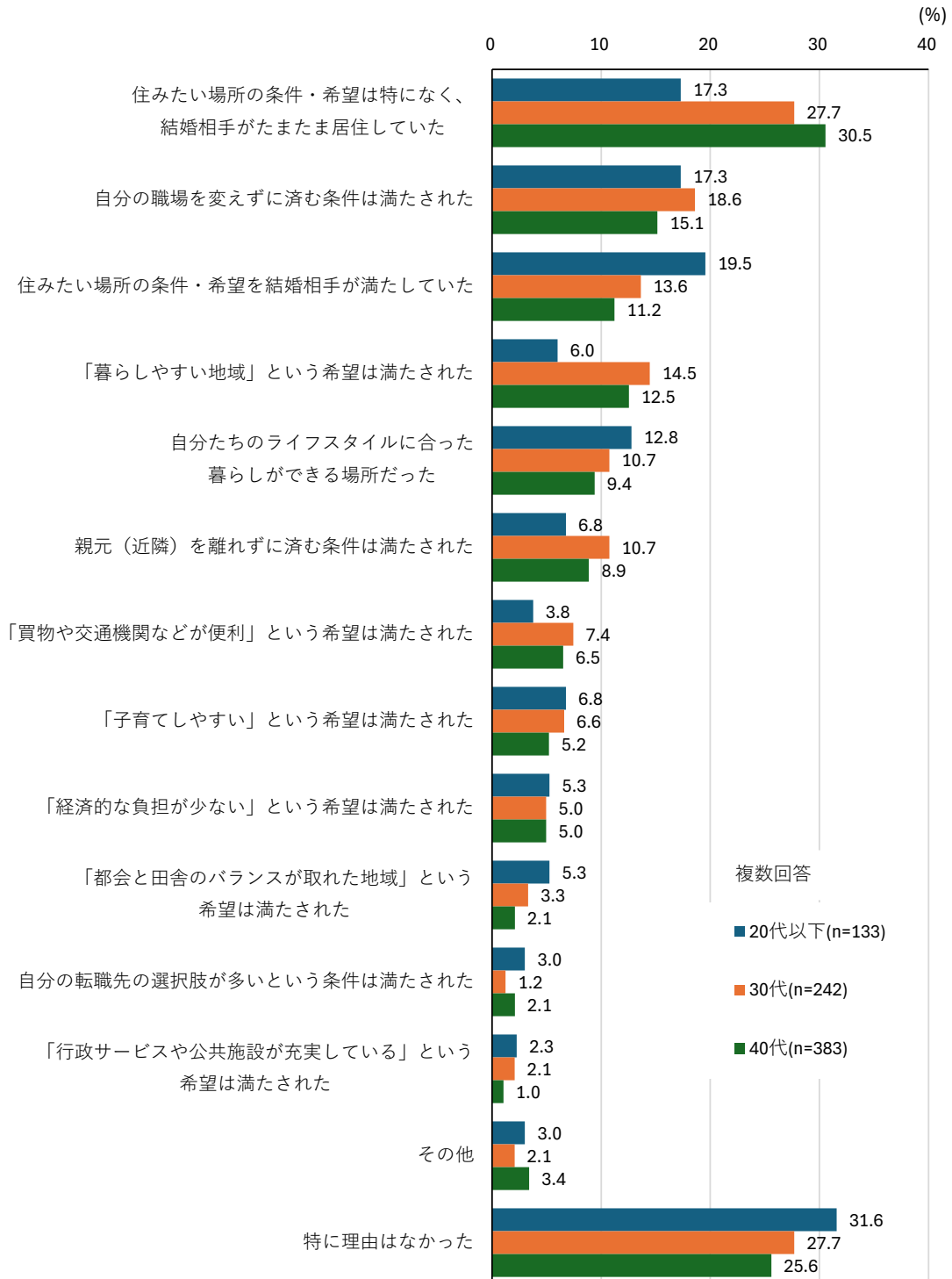


(5) 結婚について

問 6 はじめて結婚した際に、その地域に住むことになった理由は何ですか



図表 16-2 結婚した際にその地域に住んだ理由（年代別）

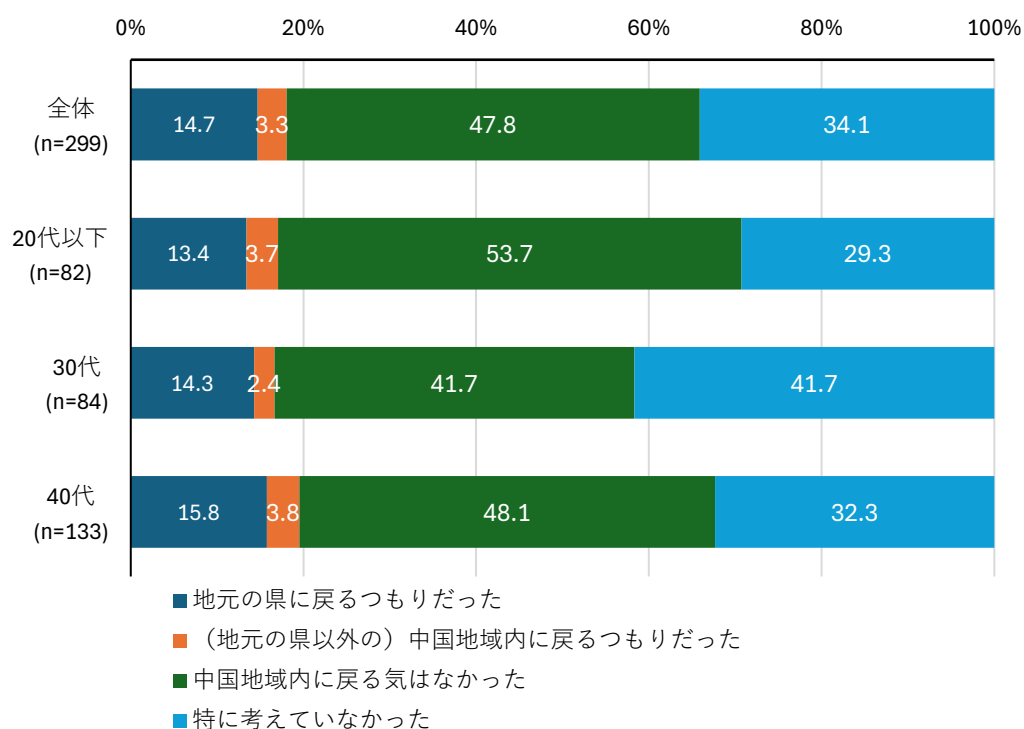


(6) 進学・就職時点で考えていた進路について

問 7 進路を決めるときに中国地域以外を選ばれましたが、その時点では地元に戻るつもりでしたか

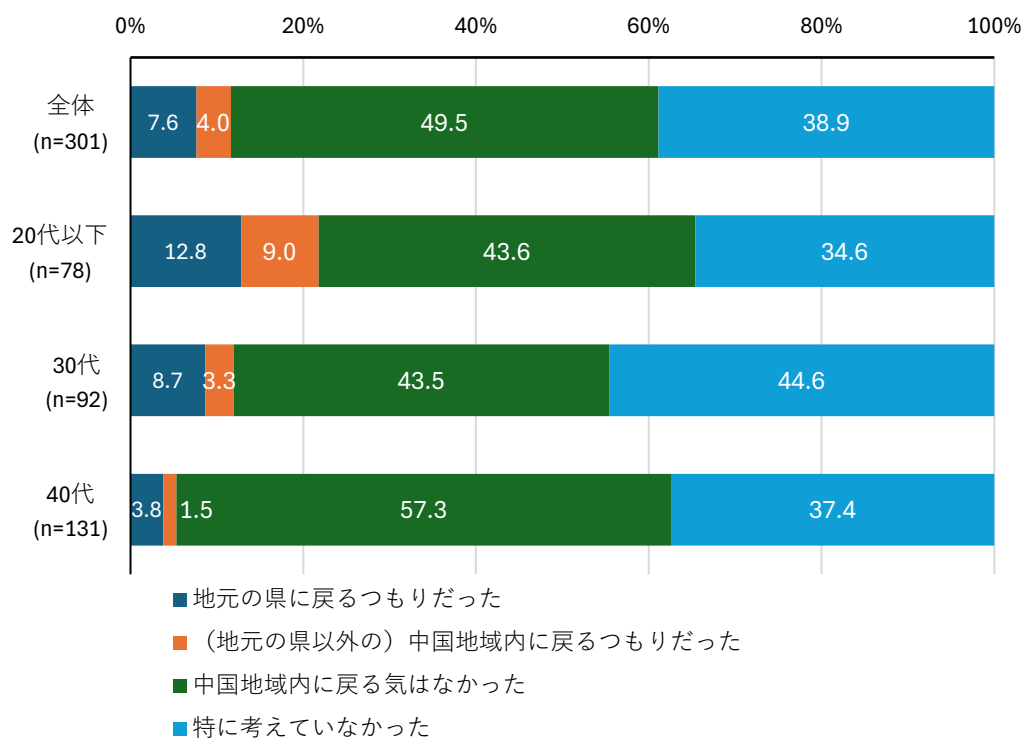
< 進学時点で考えていた卒業後の進路 >

図表 17 進学時点で考えていた卒業後の進路（年代別）



<はじめて就職した時点で考えていた将来の進路>

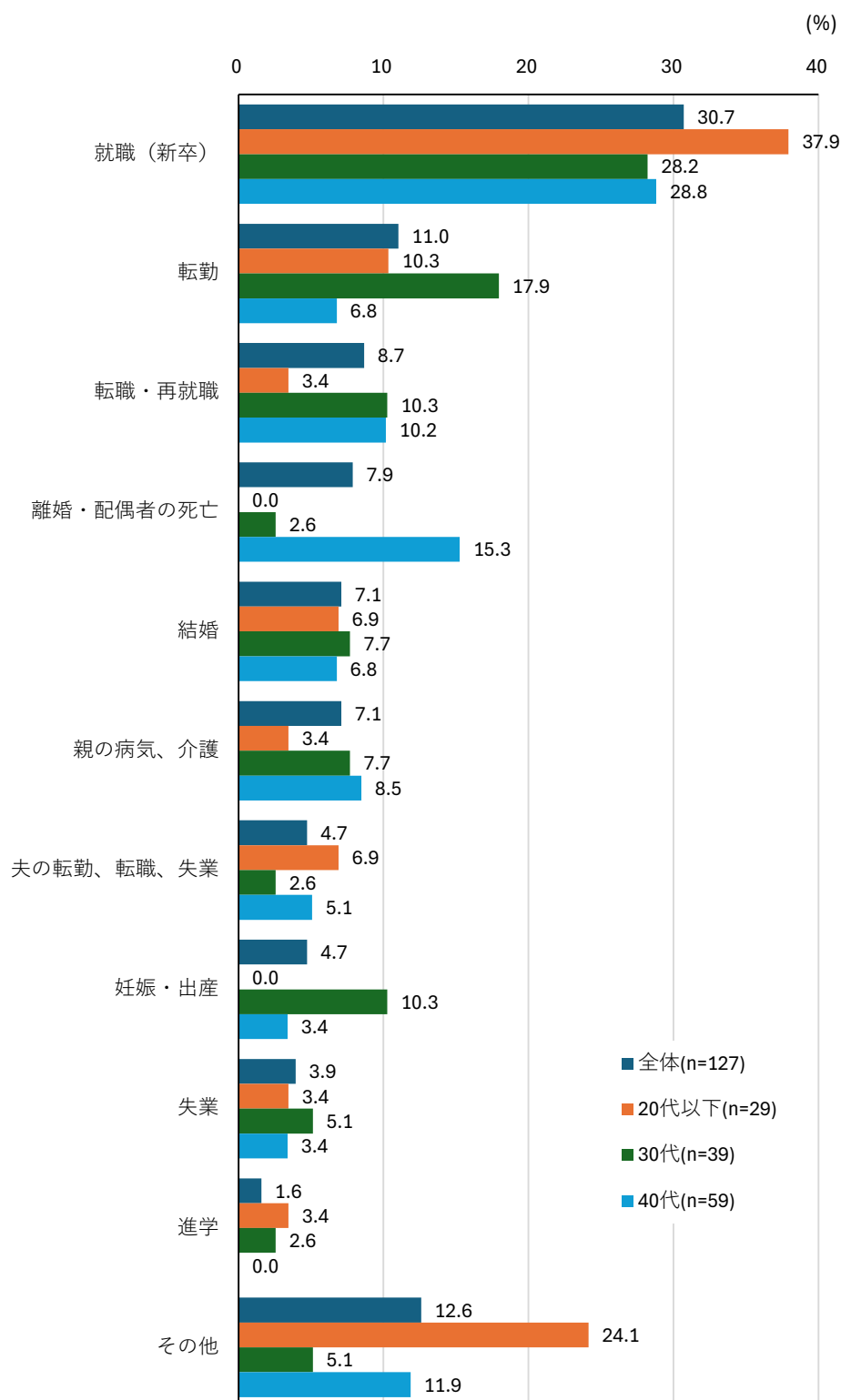
図表 18 就職時点で考えていた将来の進路（年代別）



(7) 中国地域へのUターンについて

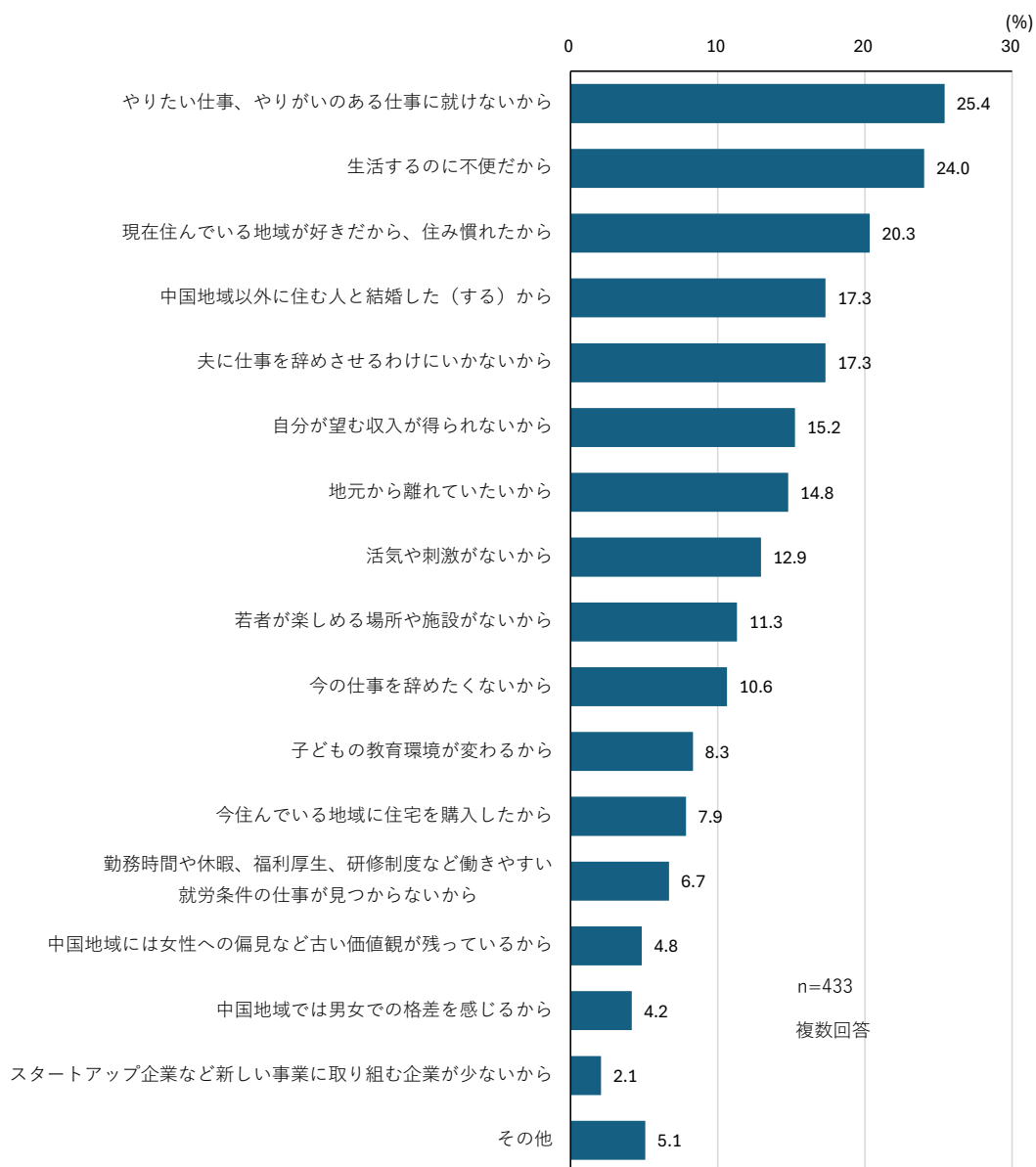
問 8 一旦地元を出た後、Uターンで中国地域内に戻った際の主たるきっかけは何でしたか

図表 19 Uターンの契機（年代別）

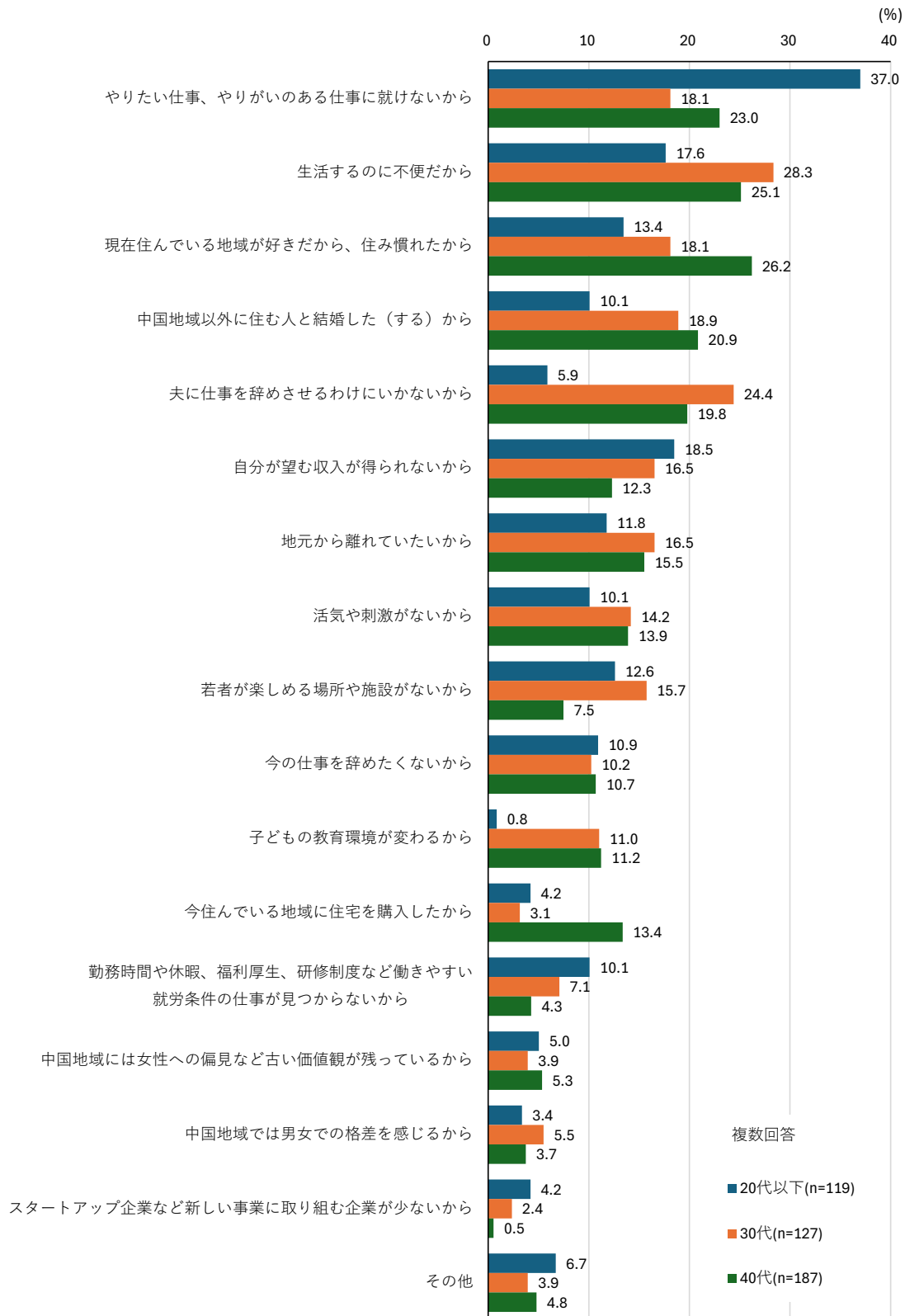


問 9 一旦地元を出た後、Uターンで中国地域内に戻らない理由は何ですか

図表 20-1 Uターンしない理由

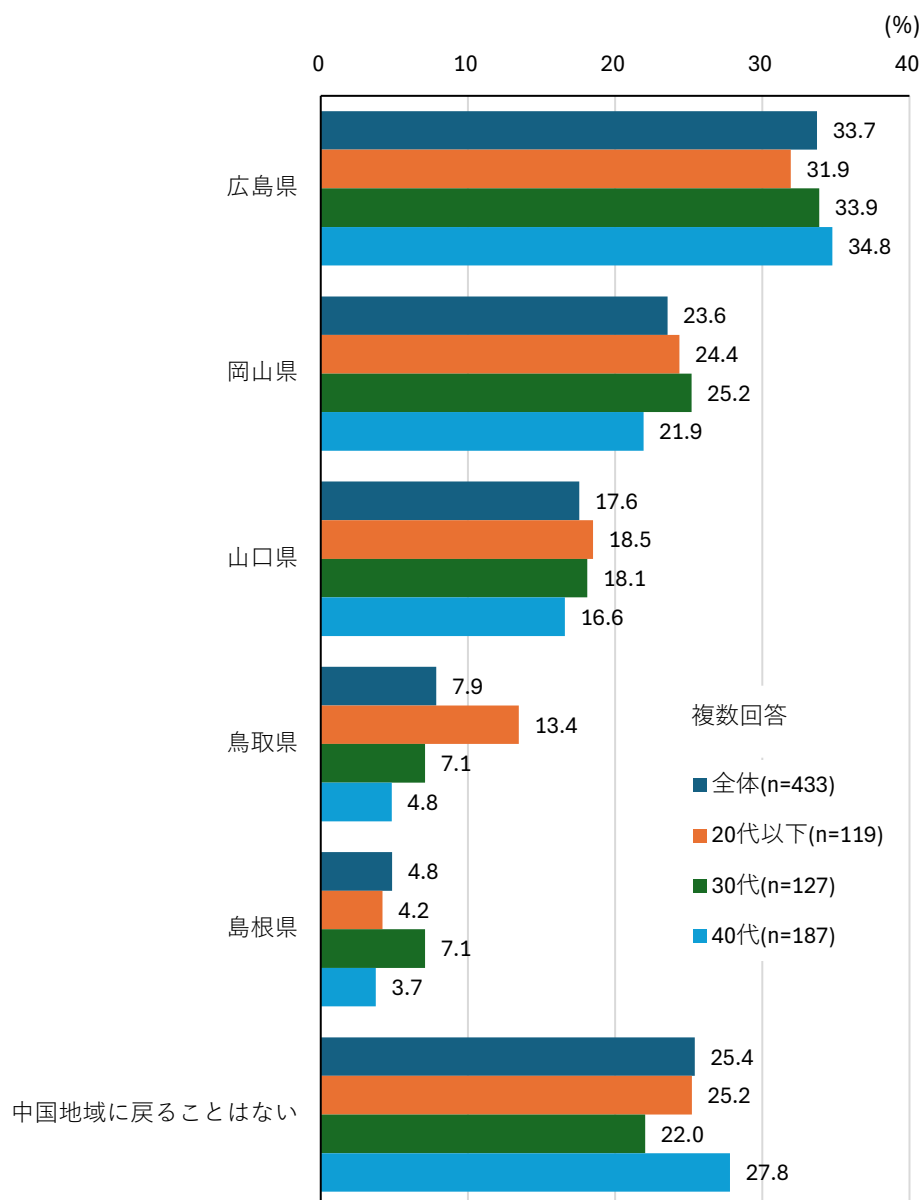


図表 20-2 Uターンしない理由（年代別）



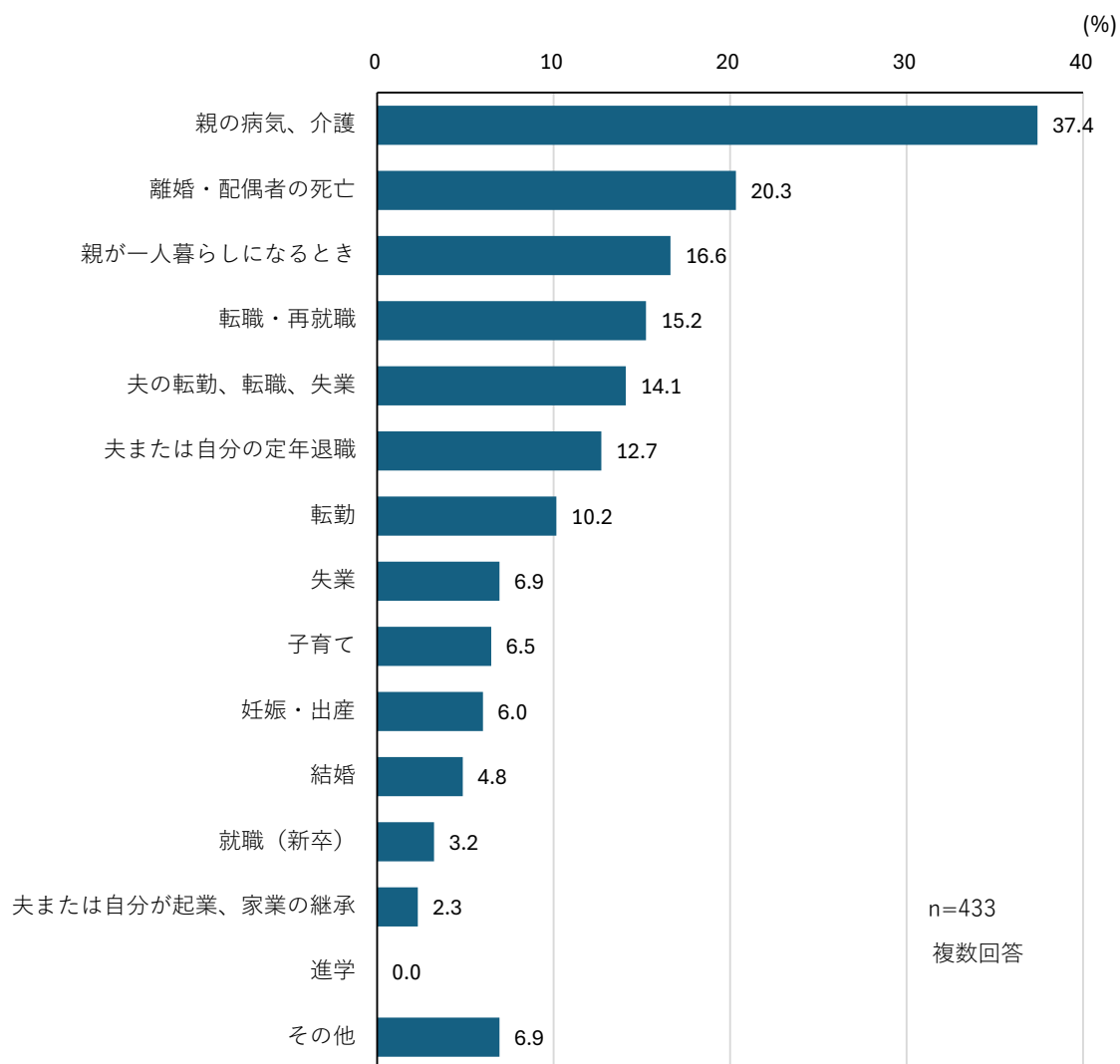
問 10 今後、中国地域に戻ってくるとしたら、候補となる地域はどこですか

図表 21 U ターンの候補となる地域（年代別）

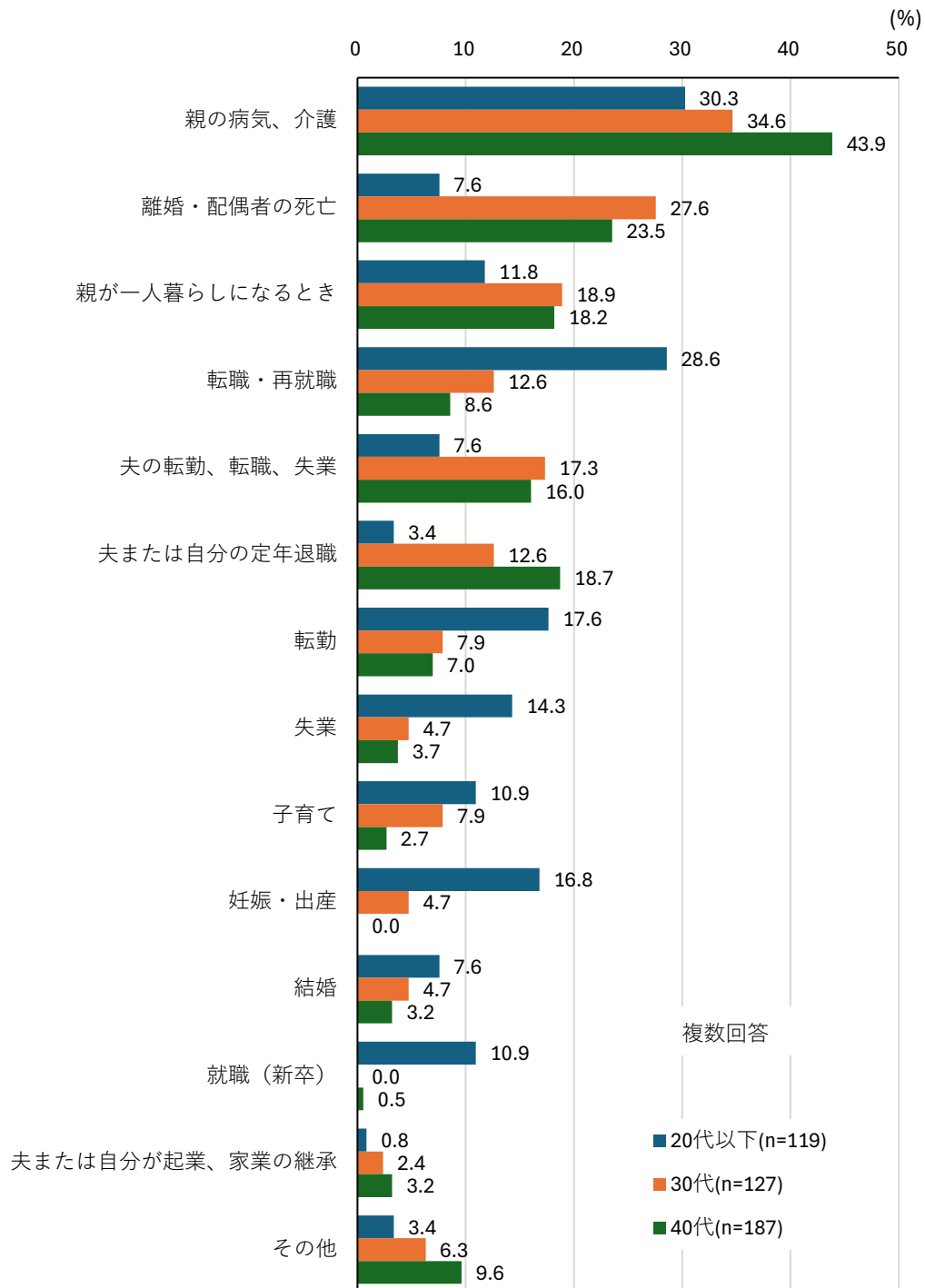


問 11 今後、中国地域に戻ってくるとしたら、どんな事情があるときだと思いますか

図表 22-1 U ターンの契機

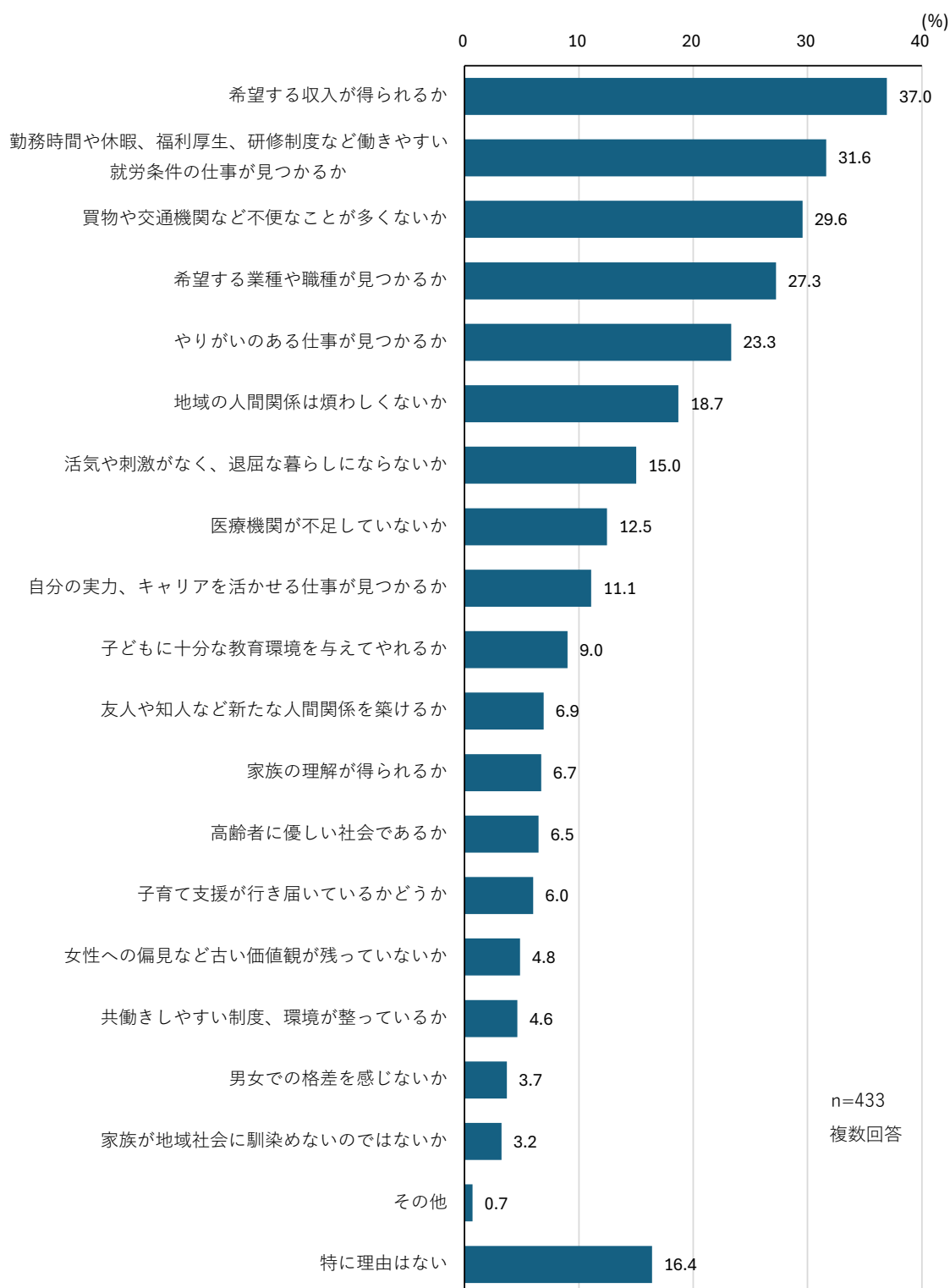


図表 22-2 U ターンの契機（年代別）

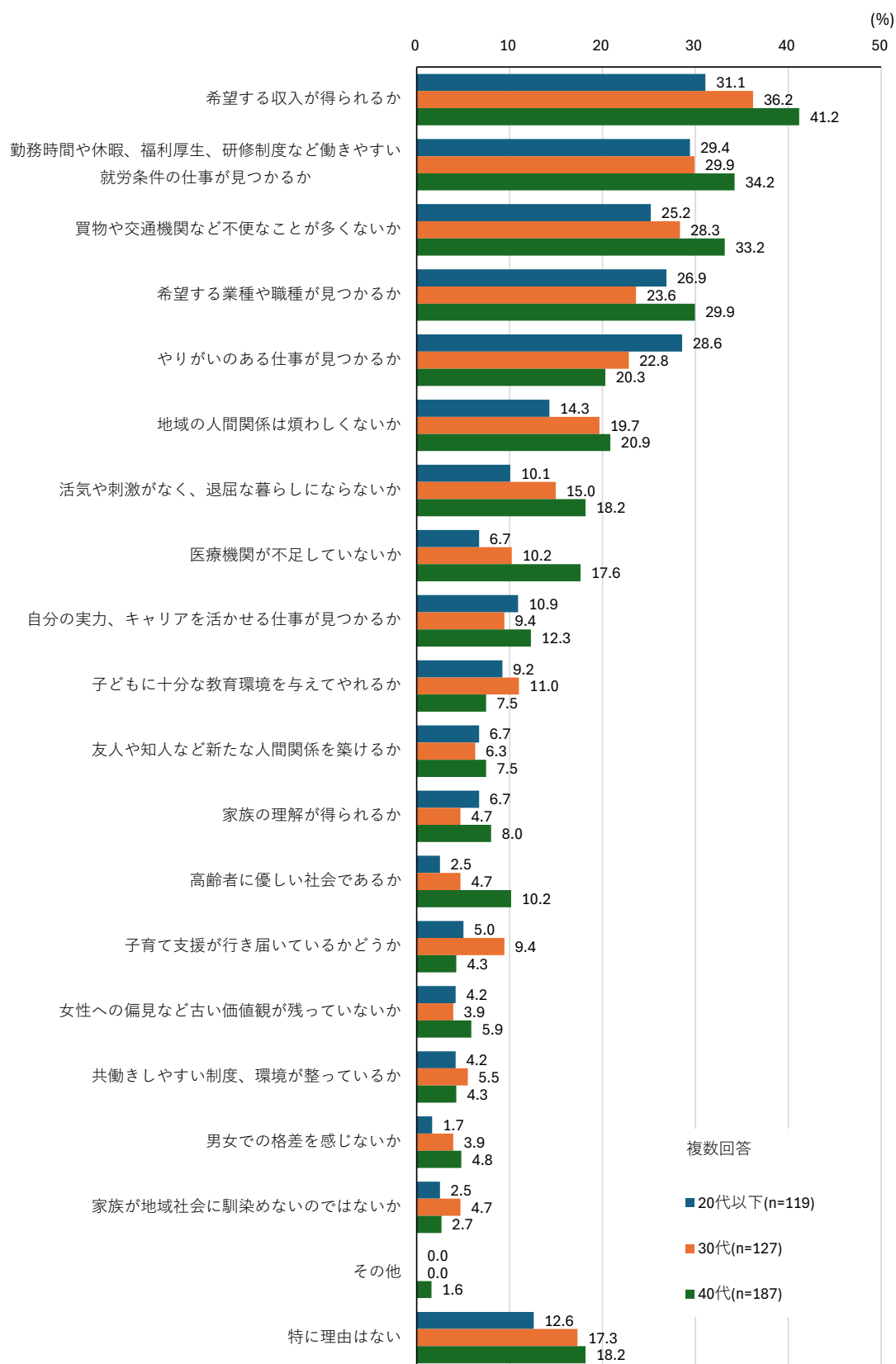


問 12 今後、中国地域に戻ってくるとしたら、気になることは何ですか

図表 23-1 中国地域に戻る場合に気になること

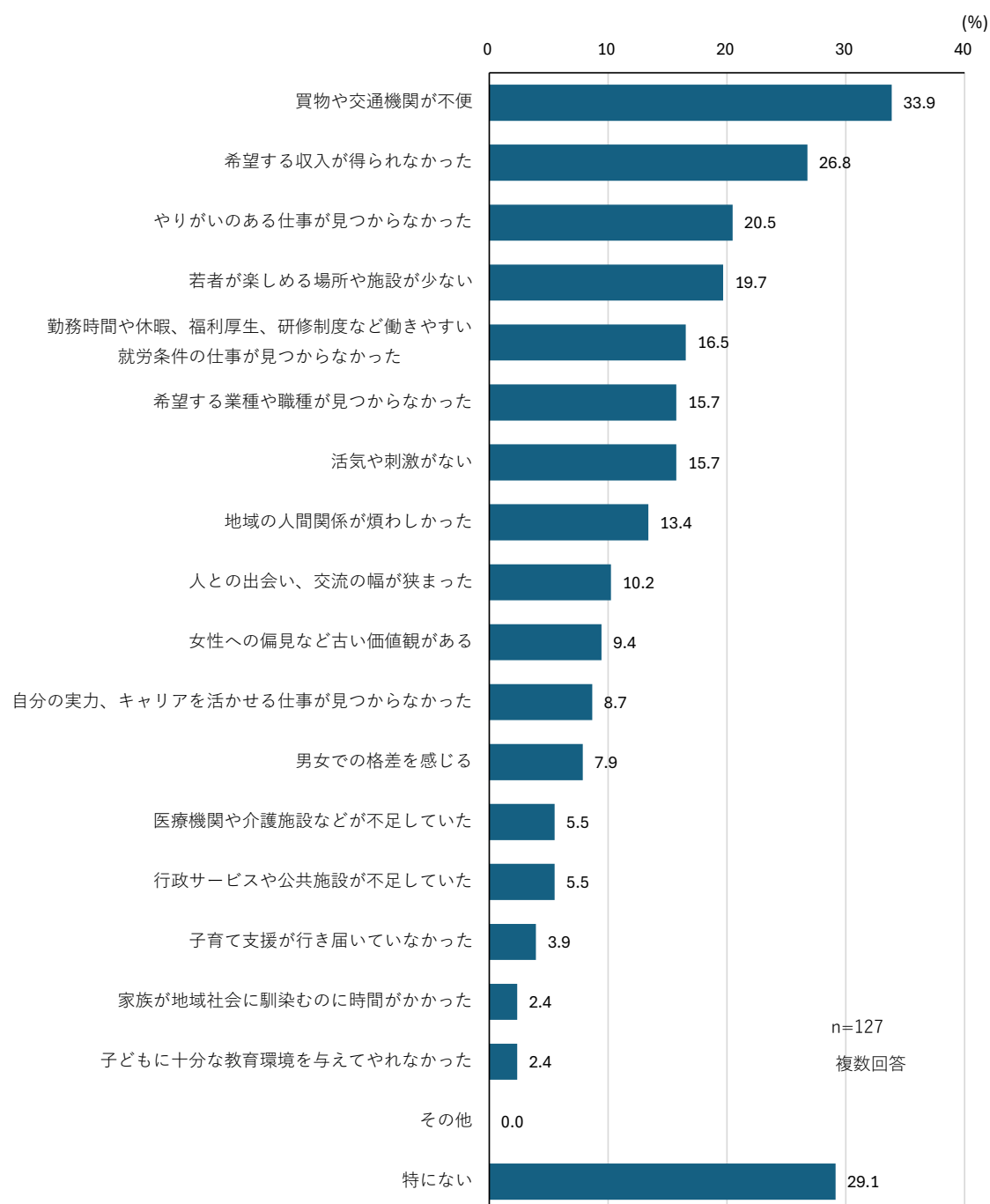


図表 23-2 中国地域に戻る場合に気になること（年代別）

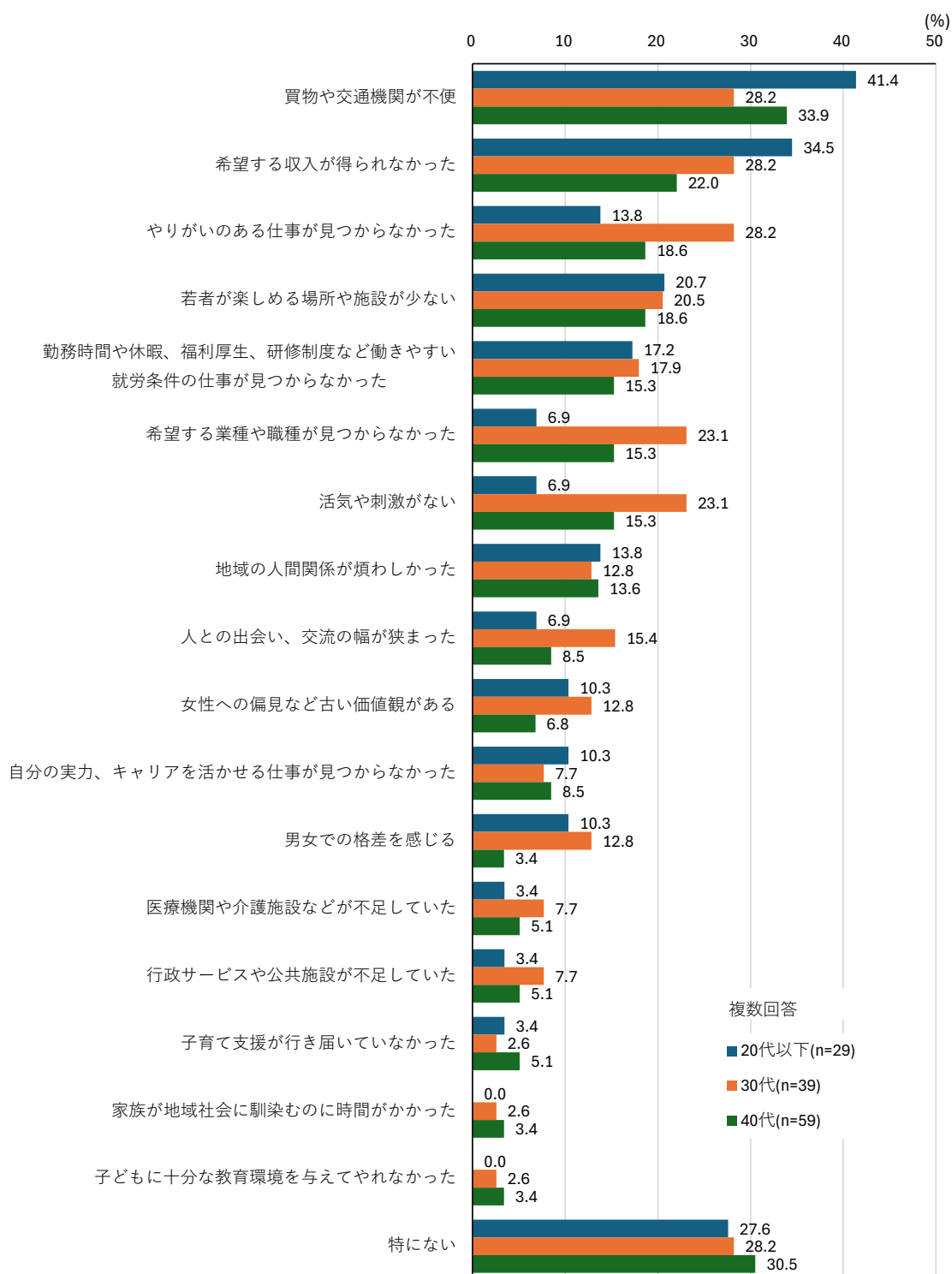


問 13 中国地域に戻ってきた際の居住地選択や実際の暮らしの中で困ったこと、不満に感じたことはどれですか

図表 24-1 中国地域に戻った際に困ったこと・不満

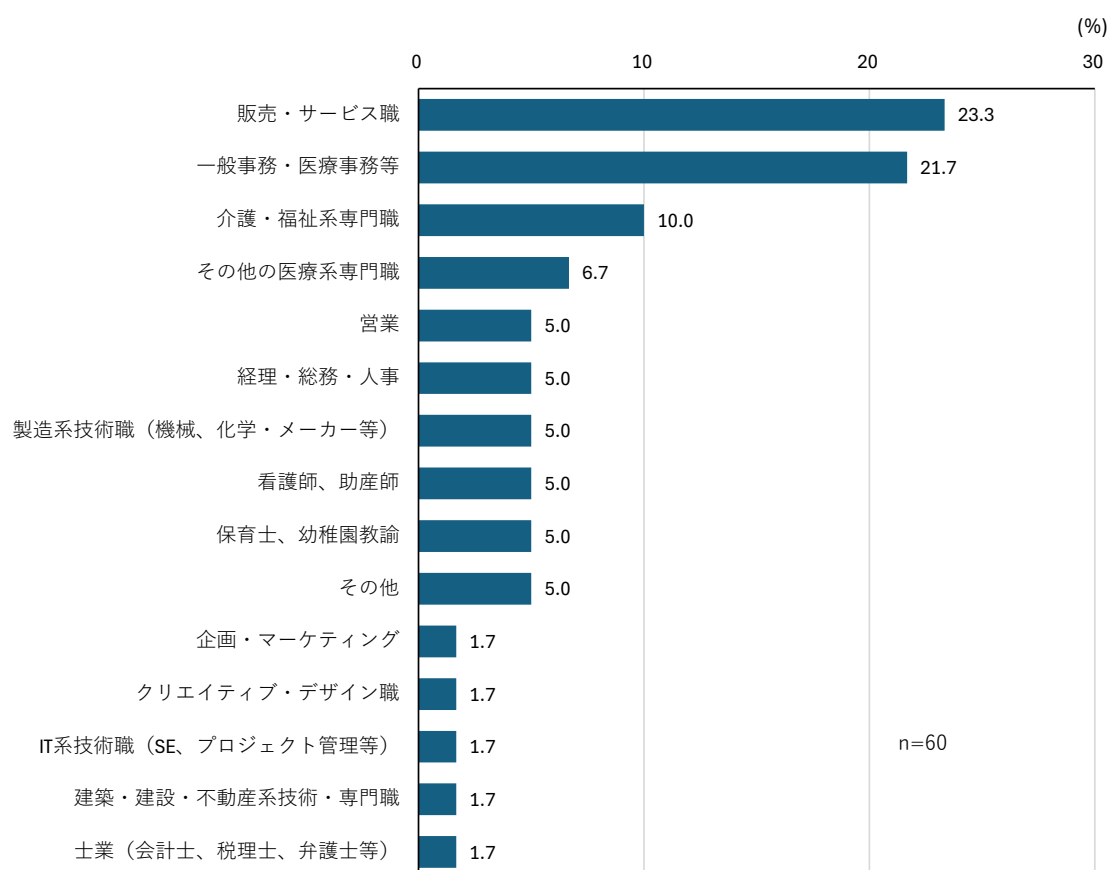


図表 24-2 中国地域に戻った際に困ったこと・不満（年代別）



問 14 中国地域に戻る前の職種はどれでしたか

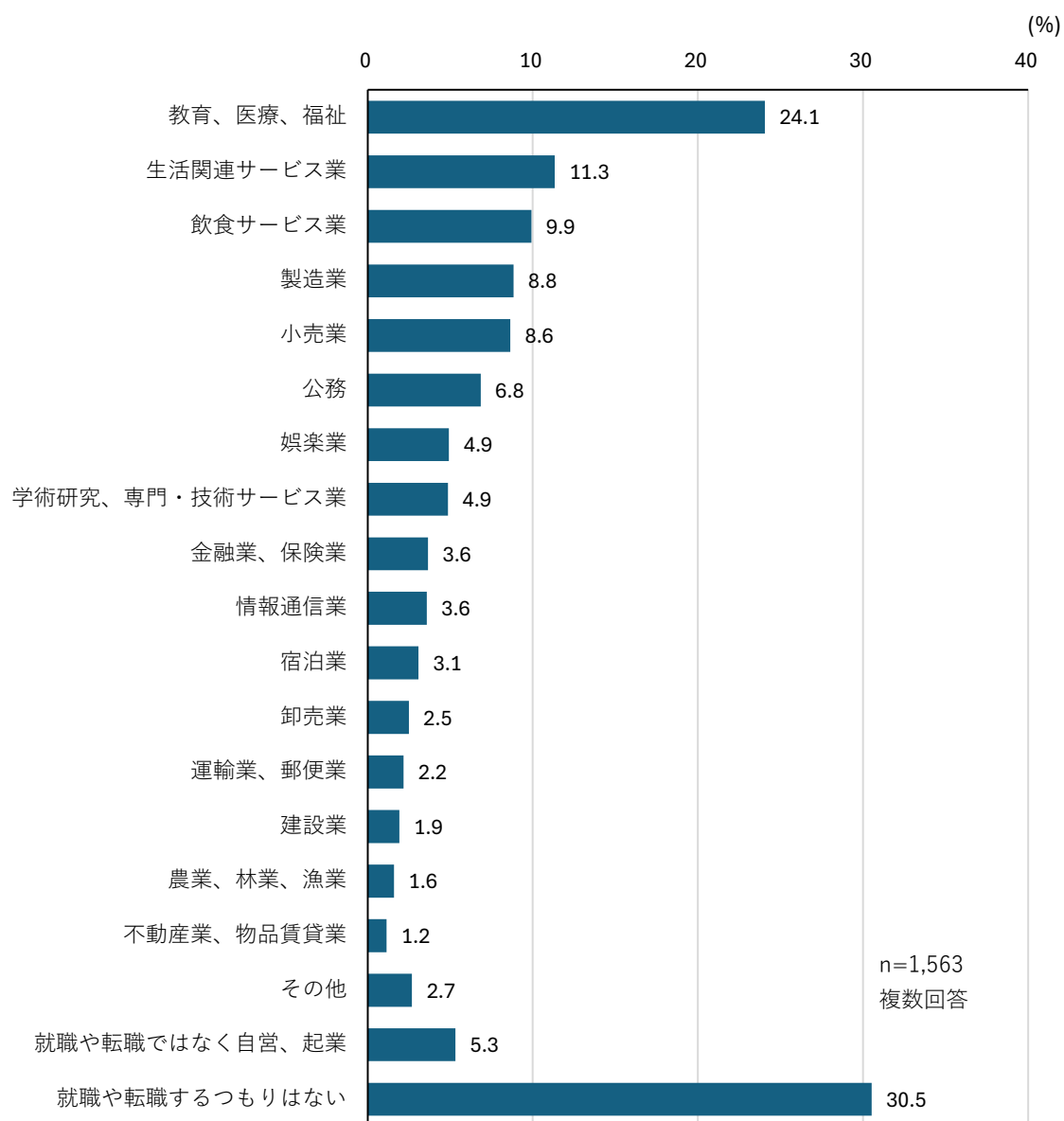
図表 25 中国地域に戻る前の職種



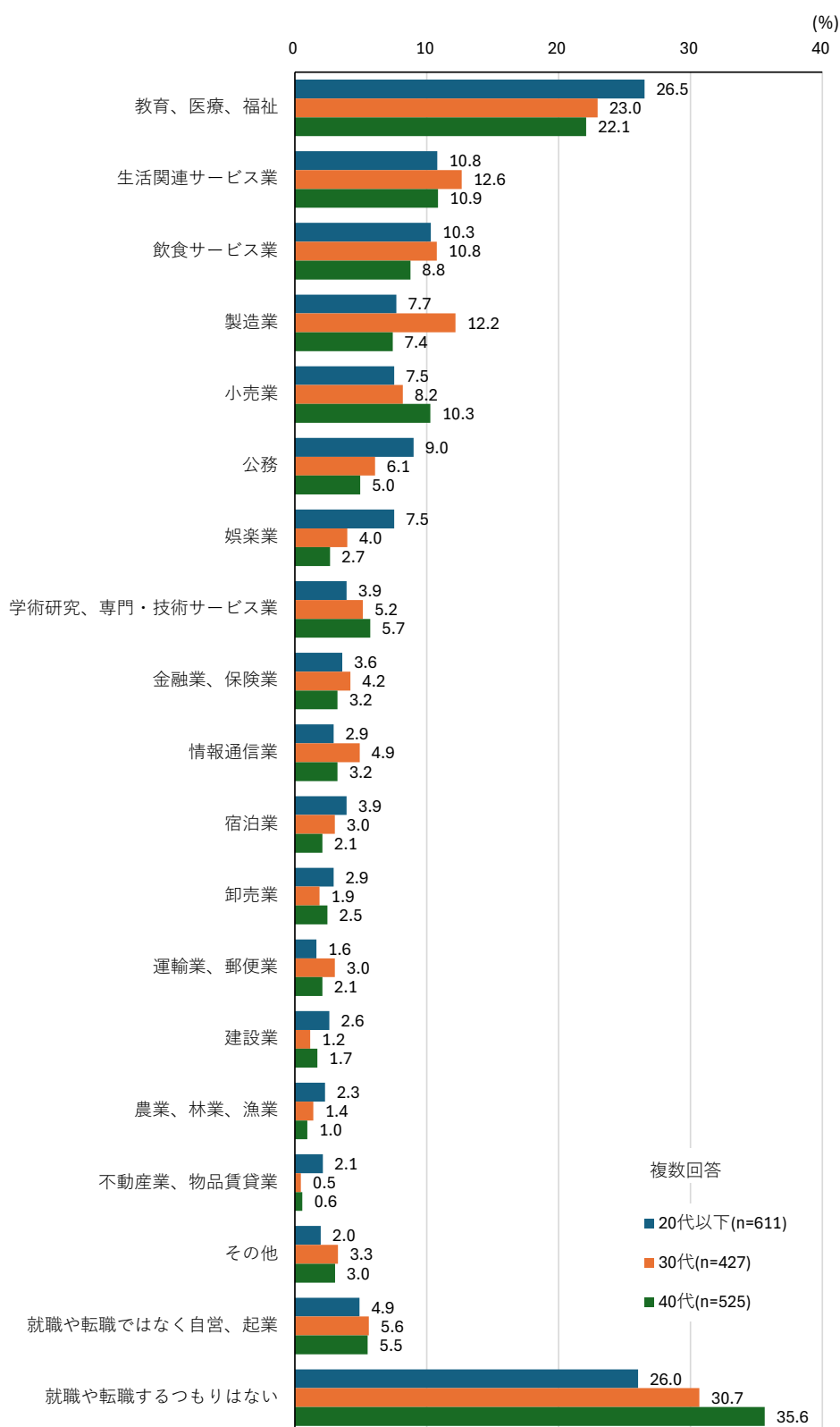
(8) 就職または転職について

問 15 あなたが今後就職または転職するとしたら、希望する業種はどれですか

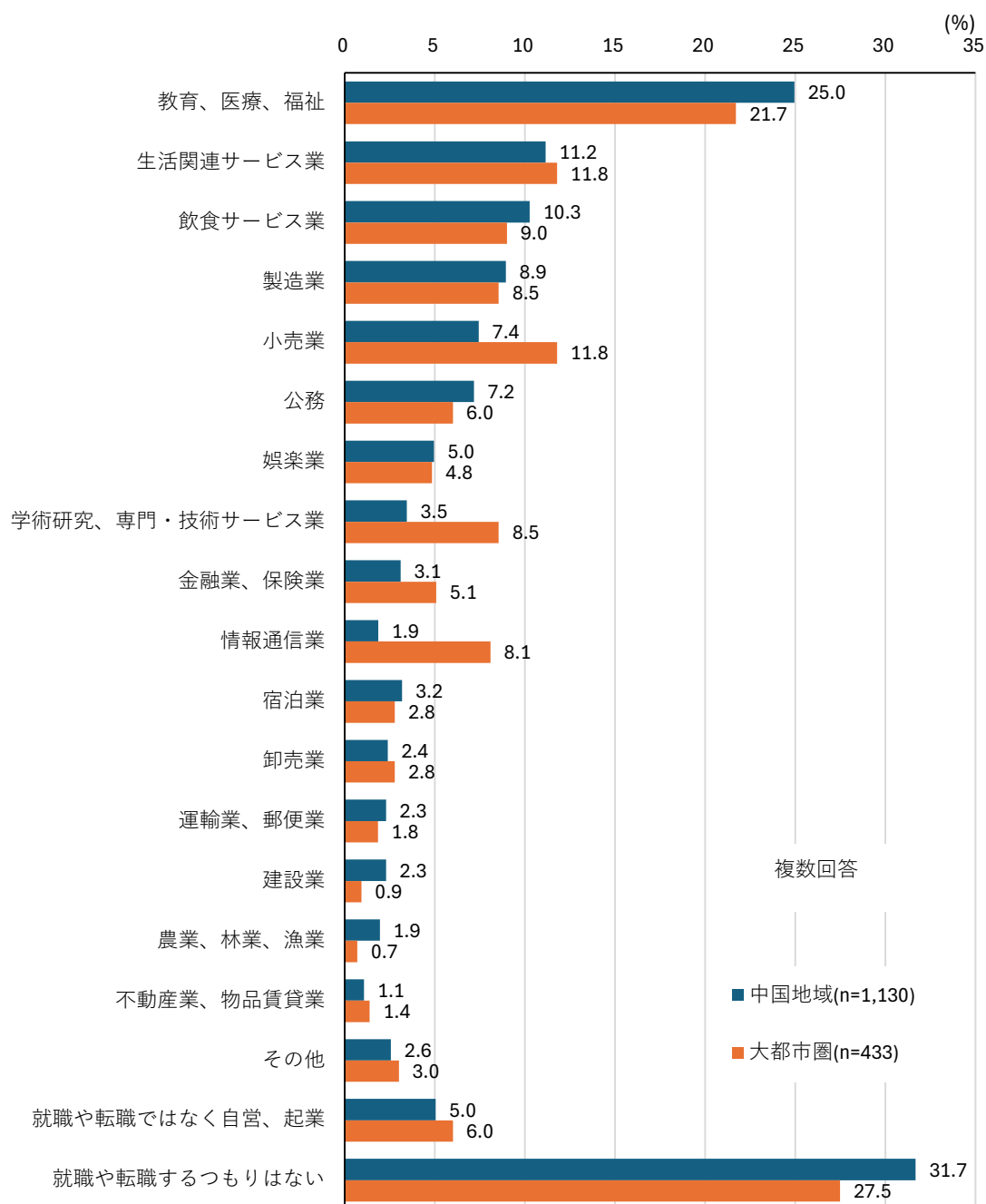
図表 26-1 今後の就職または転職で希望する業種



図表 26-2 今後の就職または転職で希望する業種（年代別）

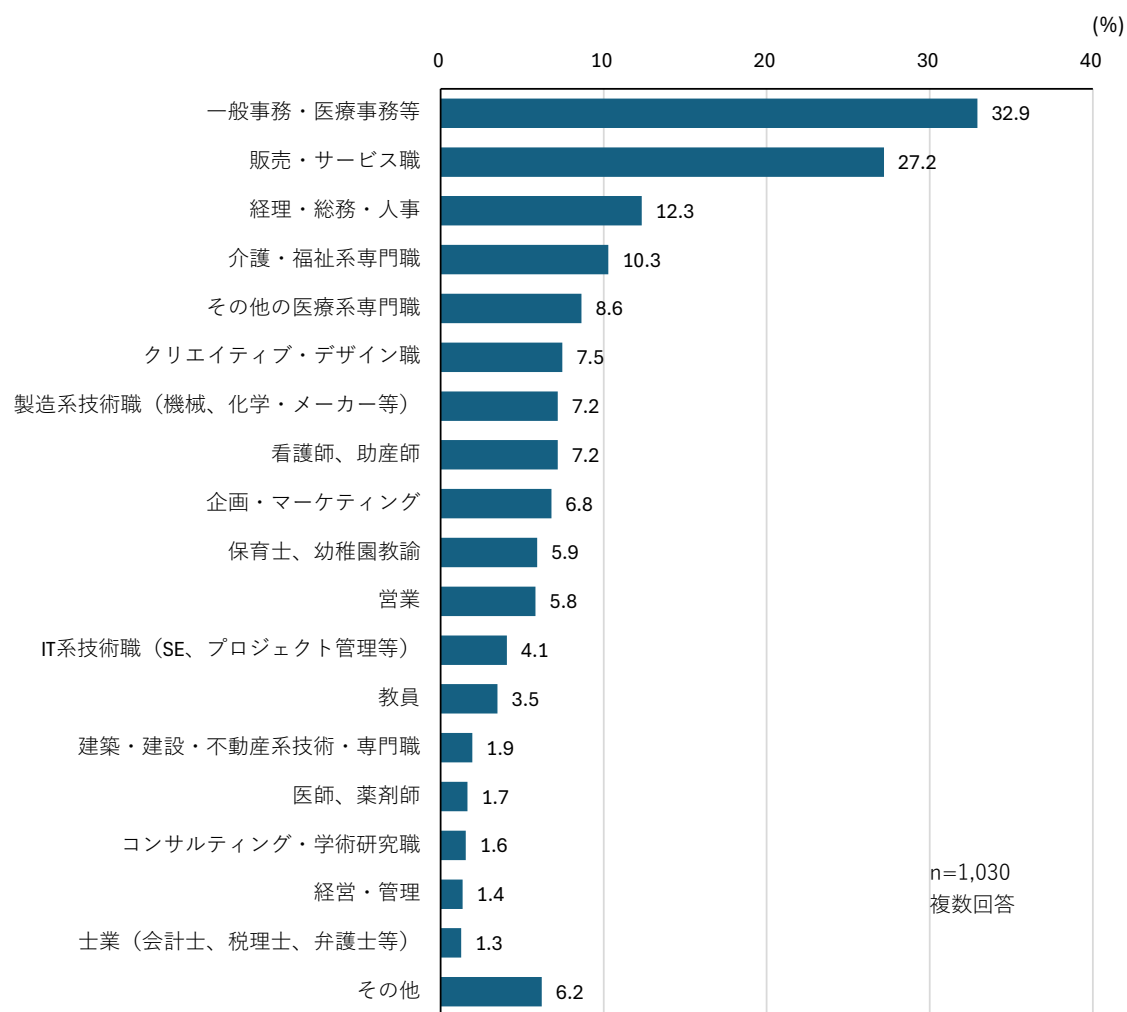


図表 26-3 今後の就職または転職で希望する業種（居住地別）

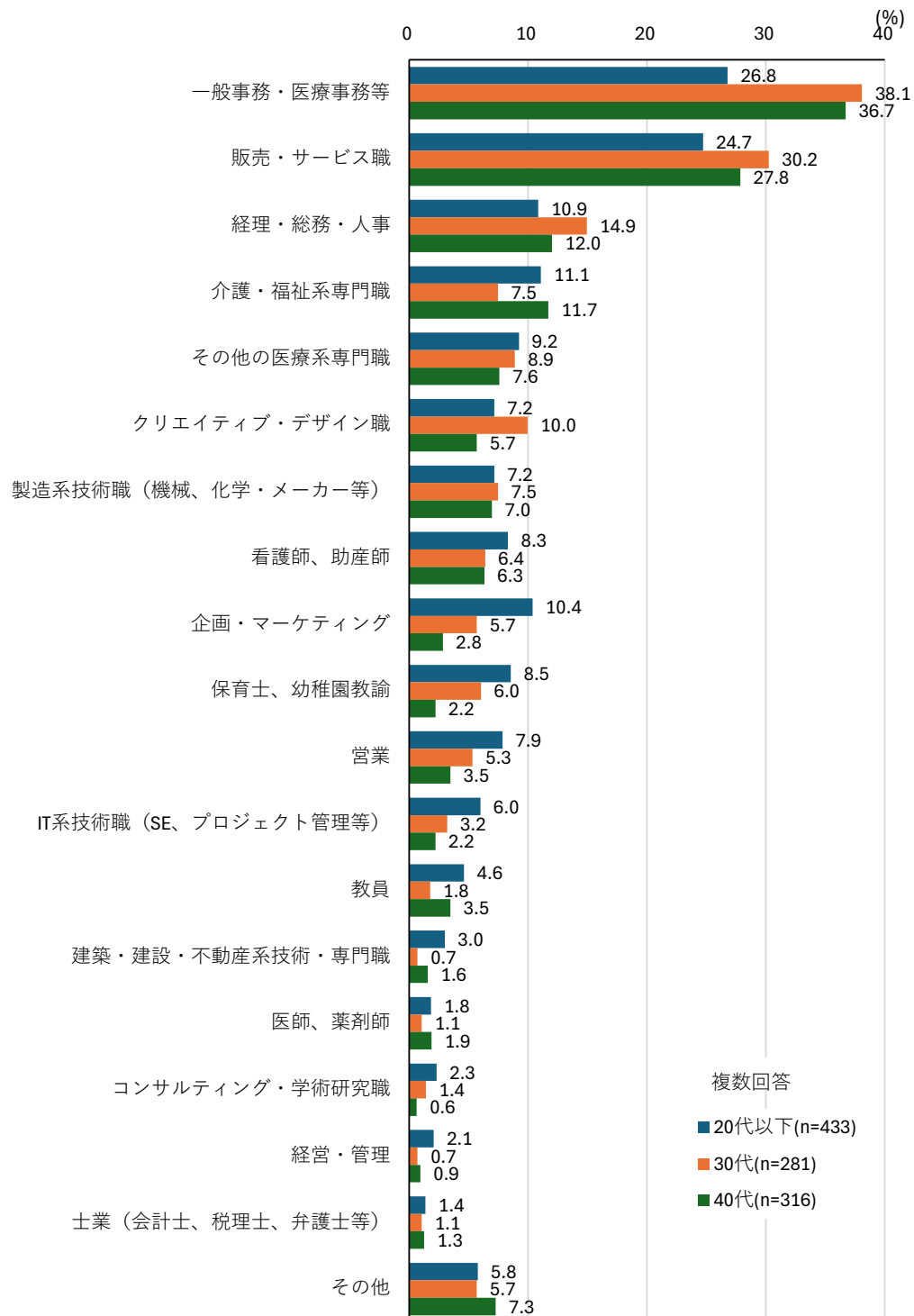


問 16 あなたが今後就職または転職するとしたら、希望する職種はどれですか

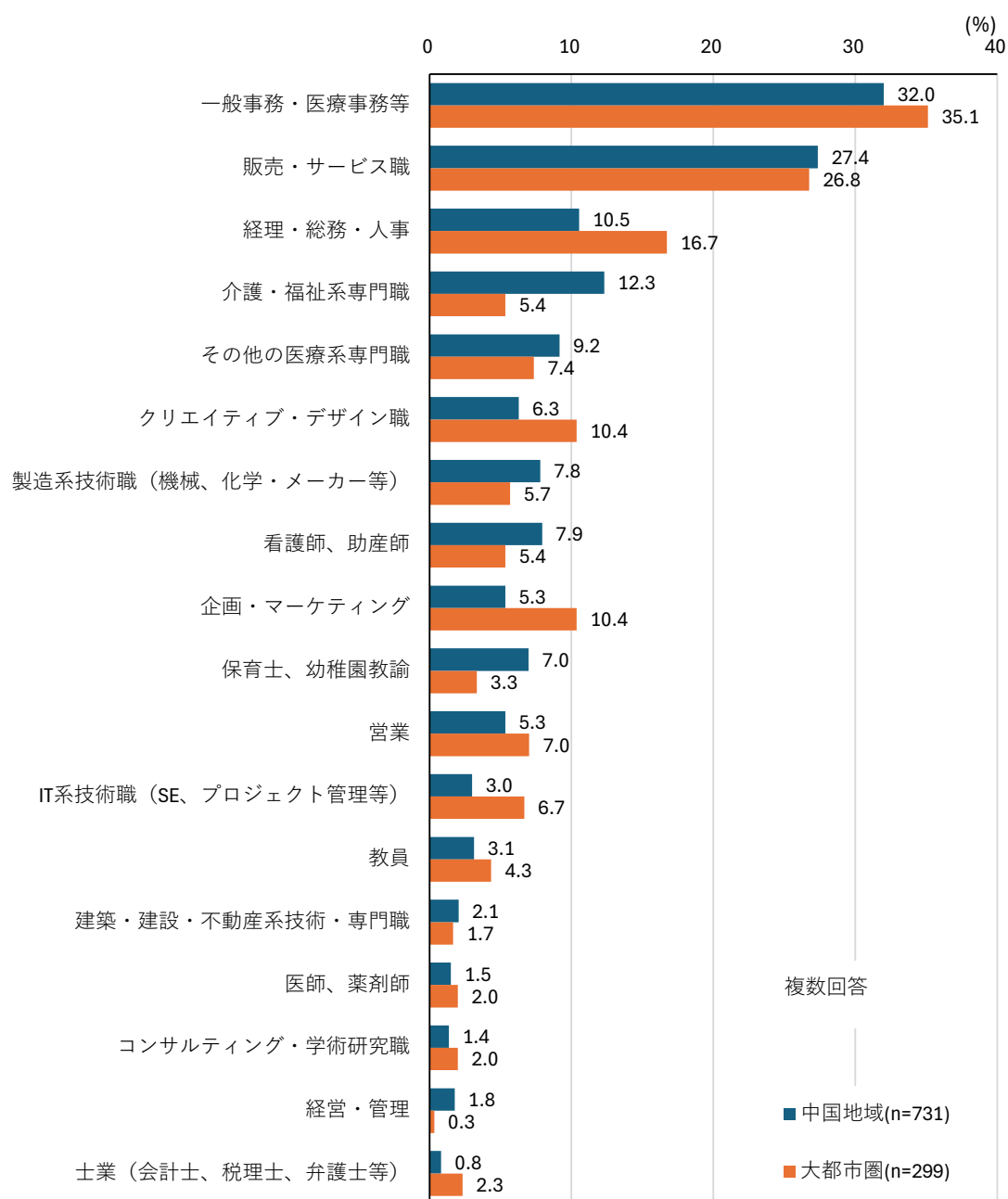
図表 27-1 今後の就職または転職で希望する職種



図表 27-2 今後の就職または転職で希望する職種（年代別）



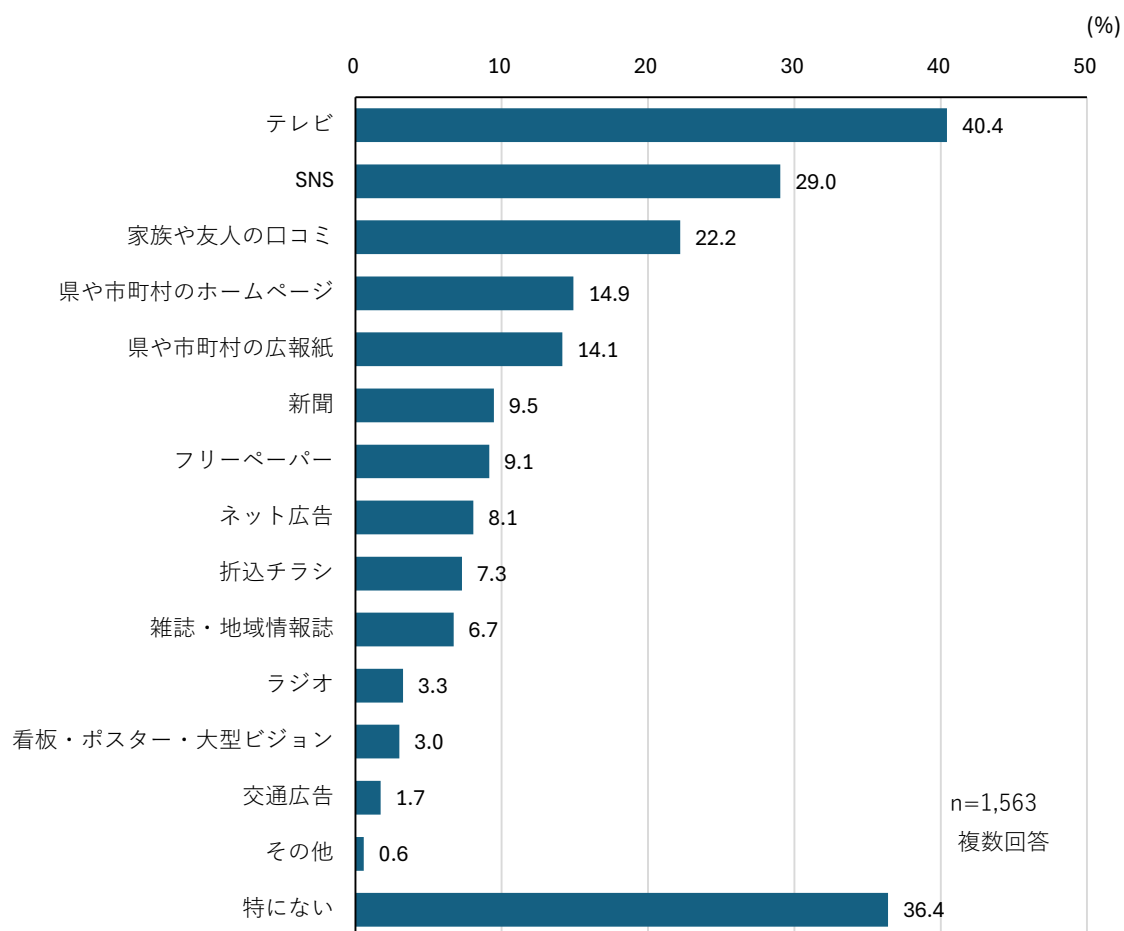
図表 27-3 今後の就職または転職で希望する職種（居住地別）



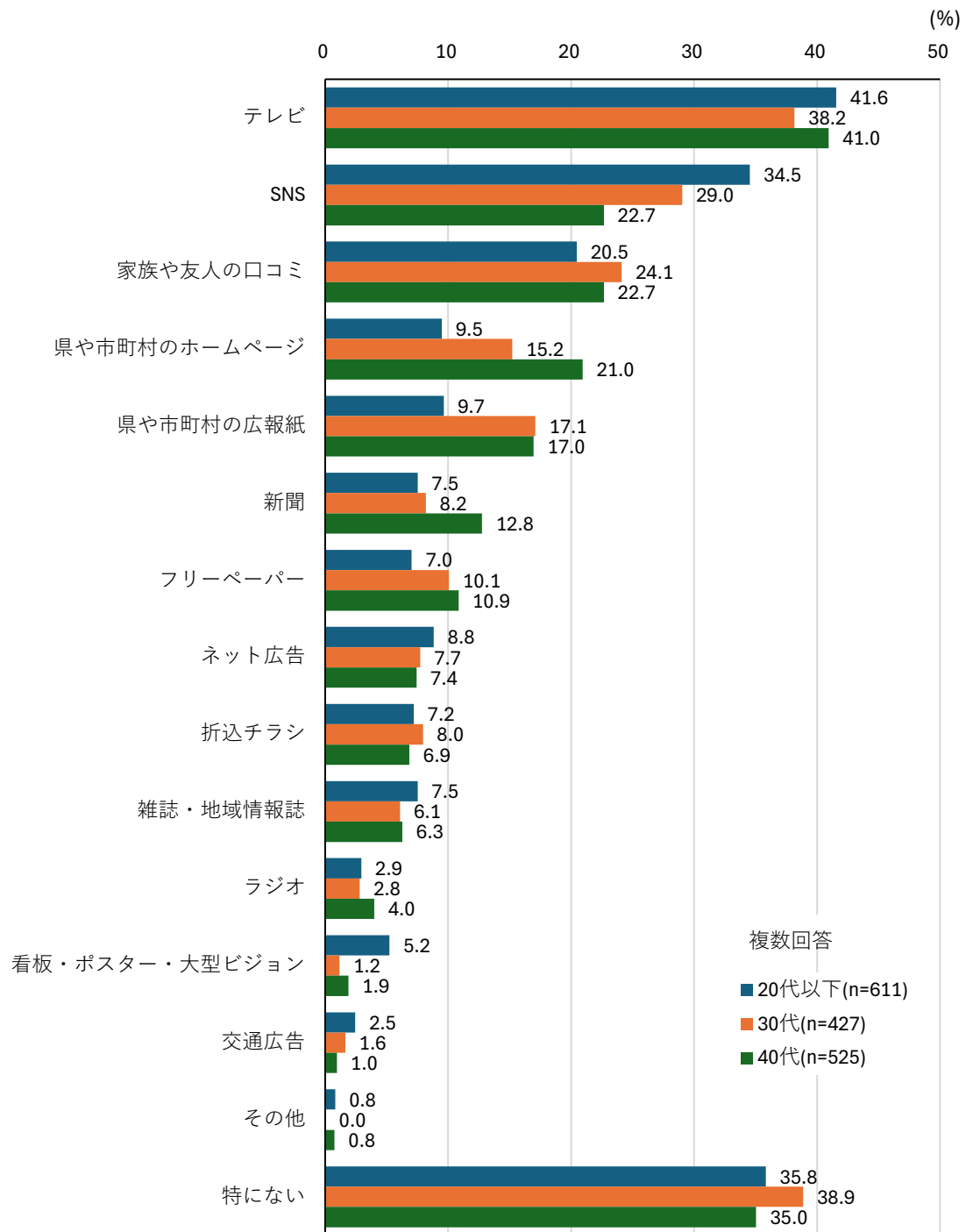
(9) 中国地域について

問 17 あなたは中国地域 5 県の地域生活情報や行政の住民サービス等の情報を
どのような方法で入手していますか

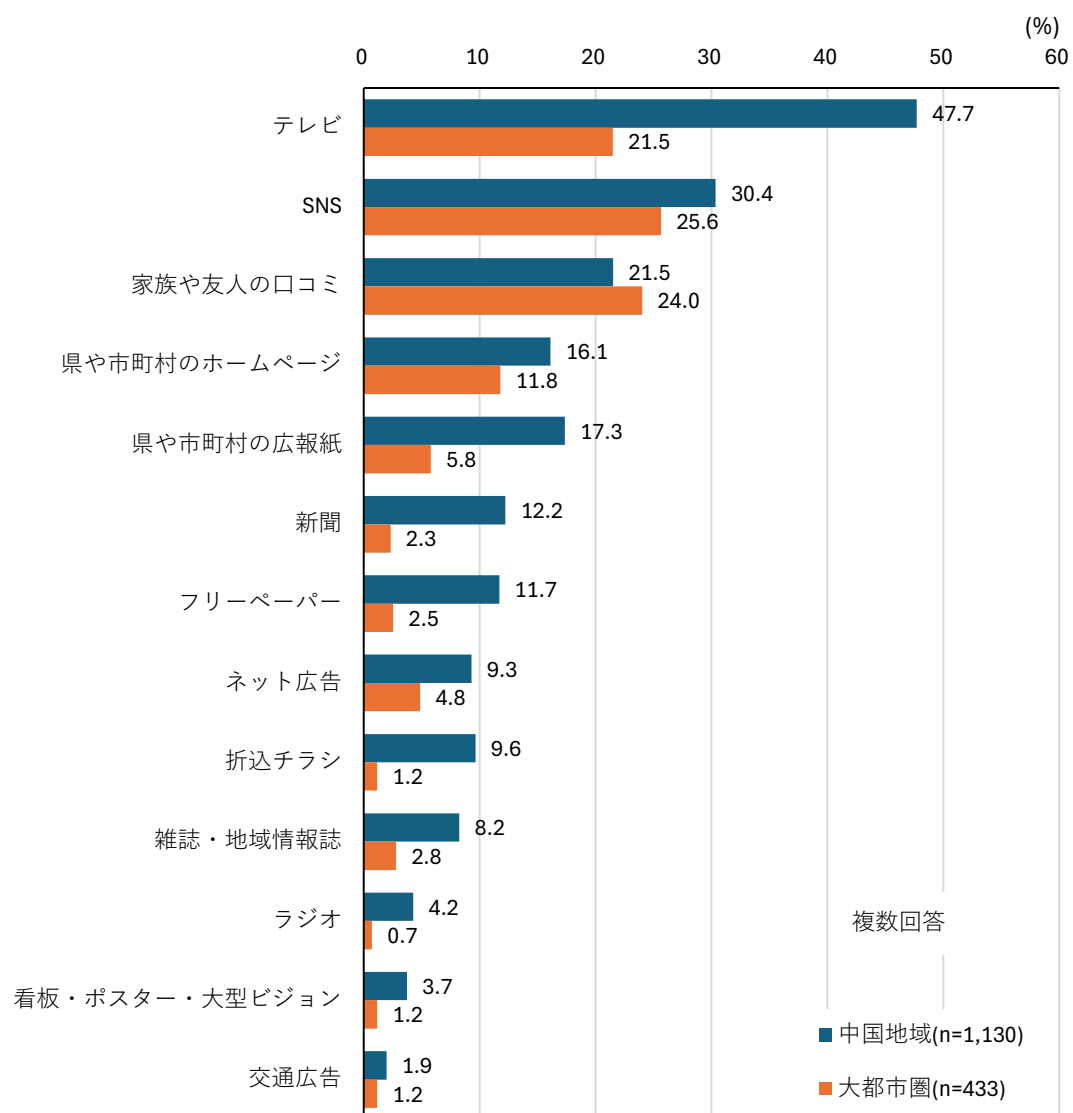
図表 28-1 中国地域 5 県の情報の入手方法



図表 28-2 中国地域 5 県の情報の入手方法（年代別）



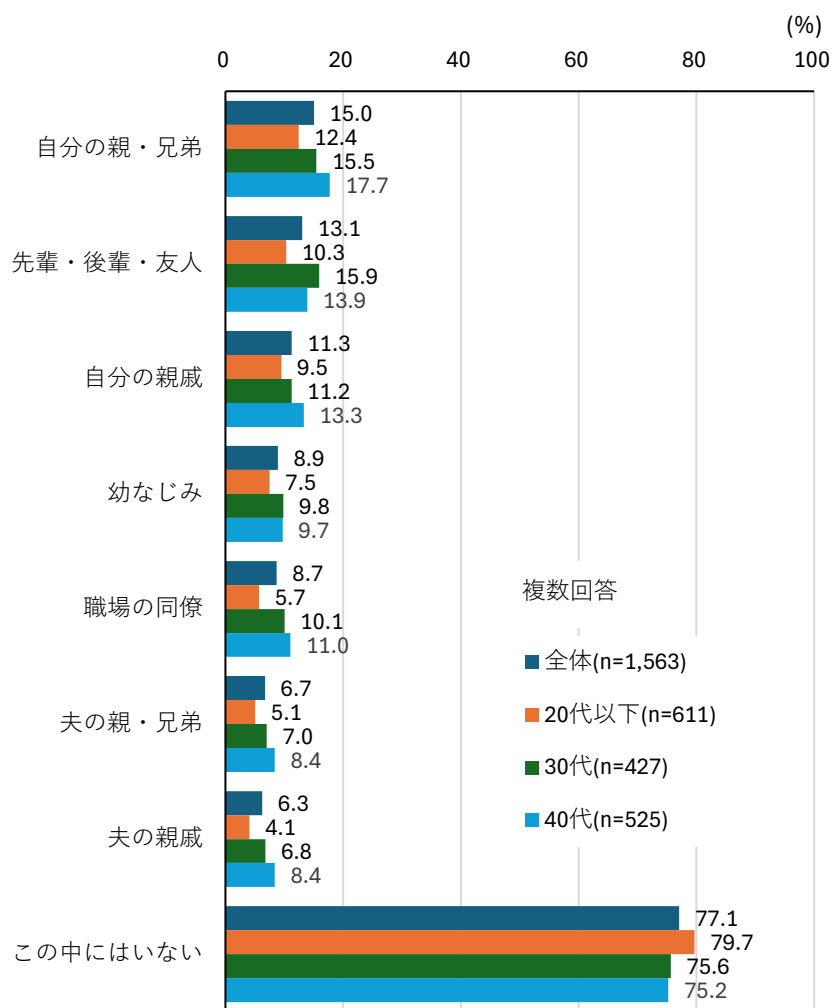
図表 28-3 中国地域 5 県の情報の入手方法（居住地別）



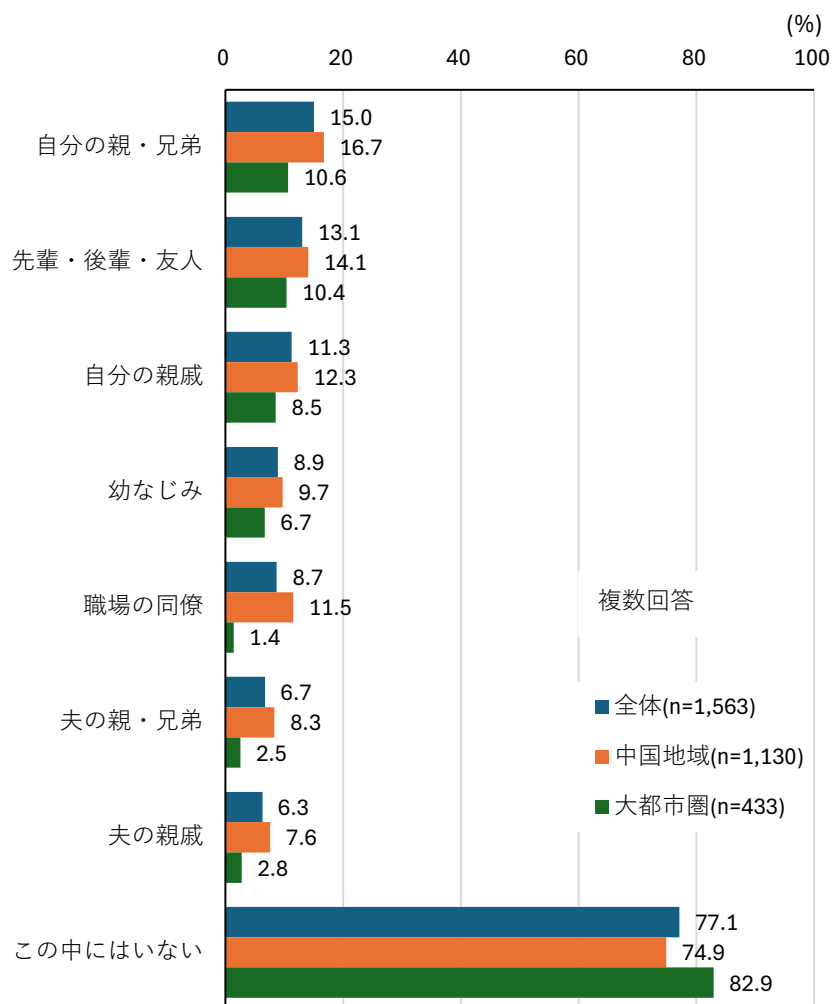
問 18 中国地域の 5 県にあなたが現在も交流のある知人がいますか

< 鳥取県 >

図表 29-1 交流のある知人〔鳥取県〕（年代別）

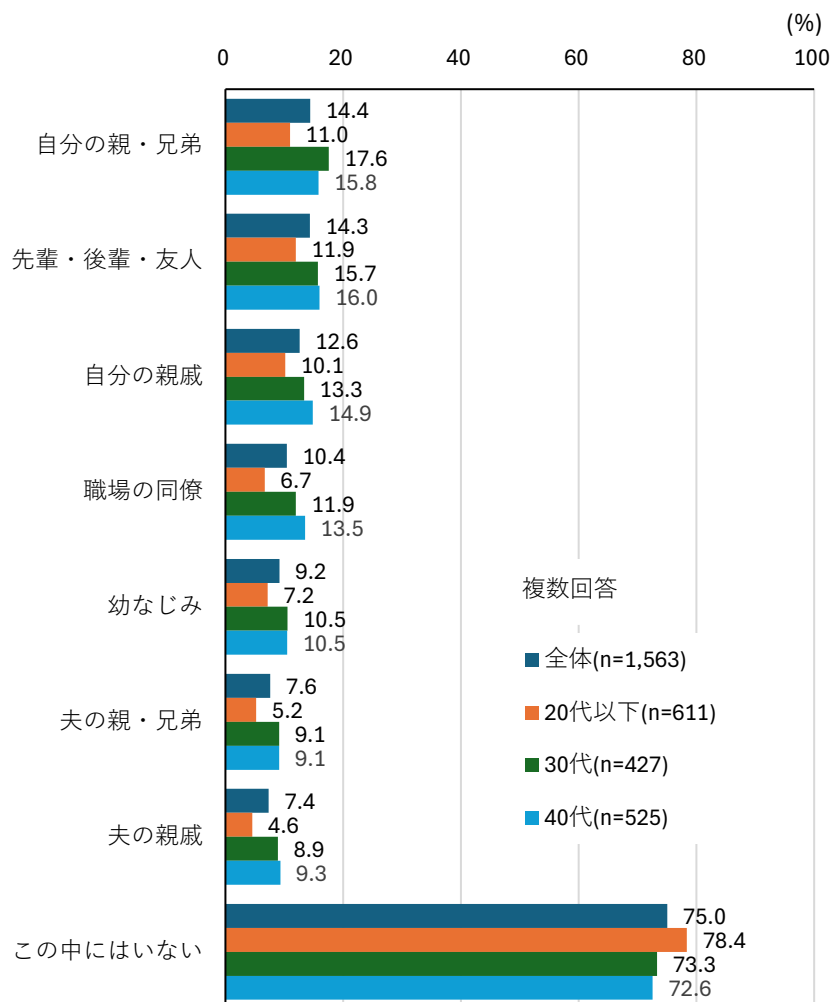


図表 29-2 交流のある知人〔鳥取県〕（居住地別）

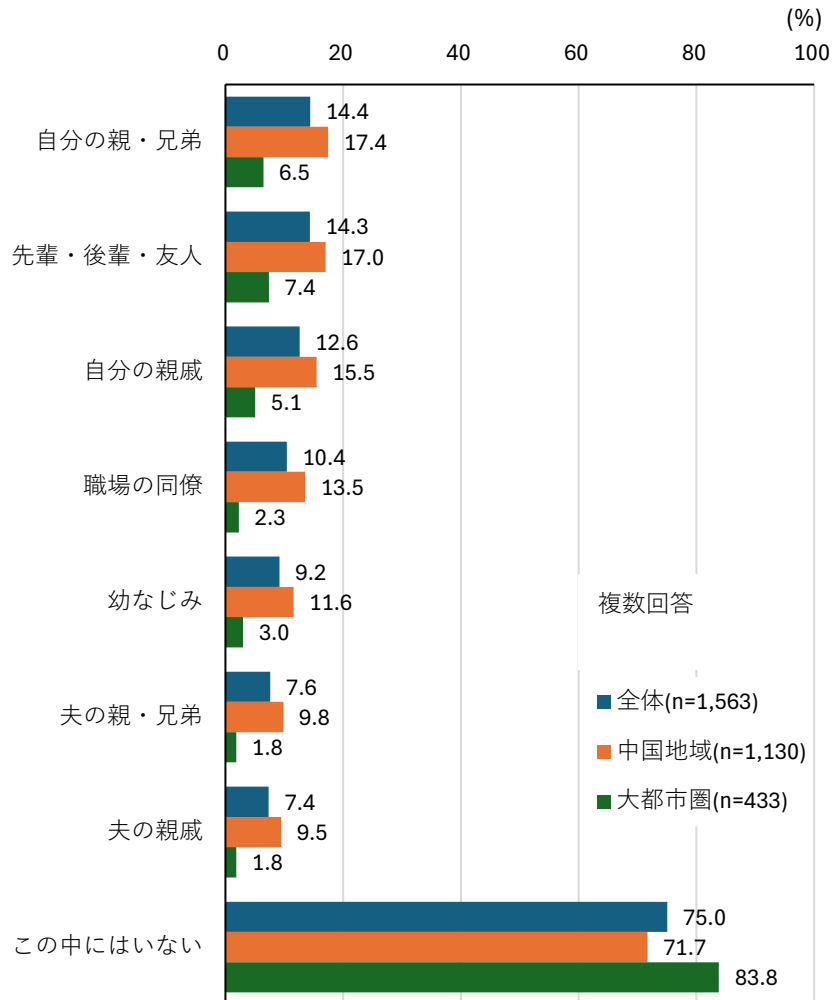


< 島根県 >

図表 30-1 交流のある知人〔島根県〕（年代別）

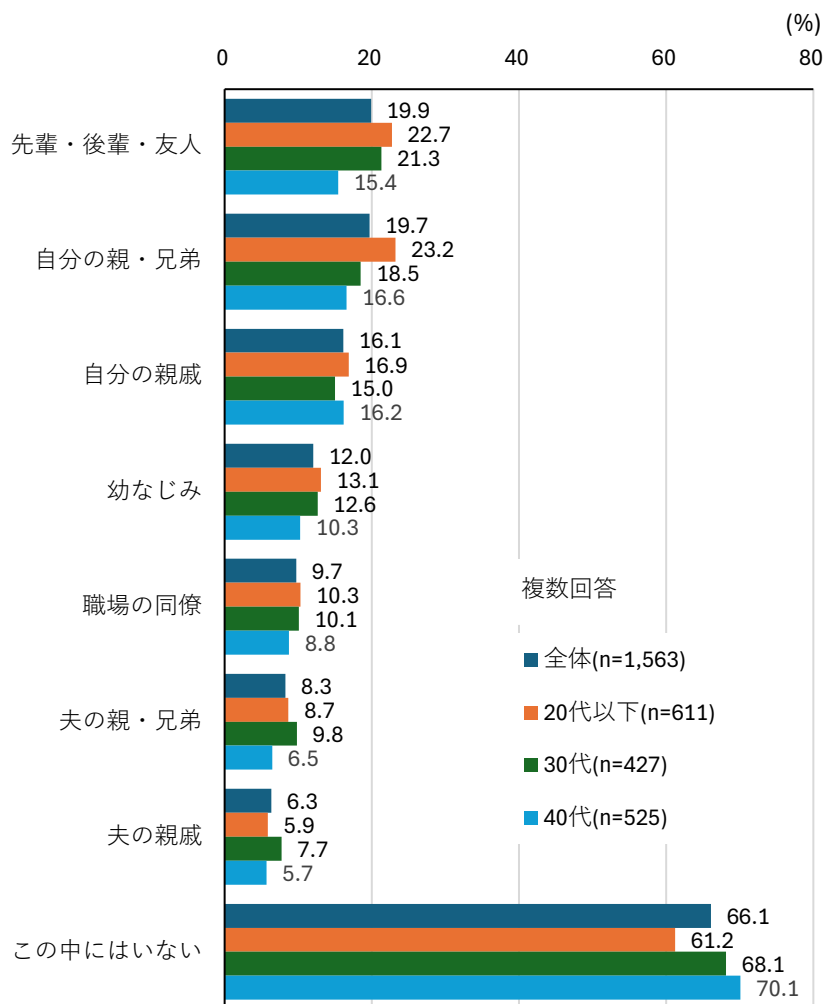


図表 30-2 交流のある知人〔島根県〕（居住地別）

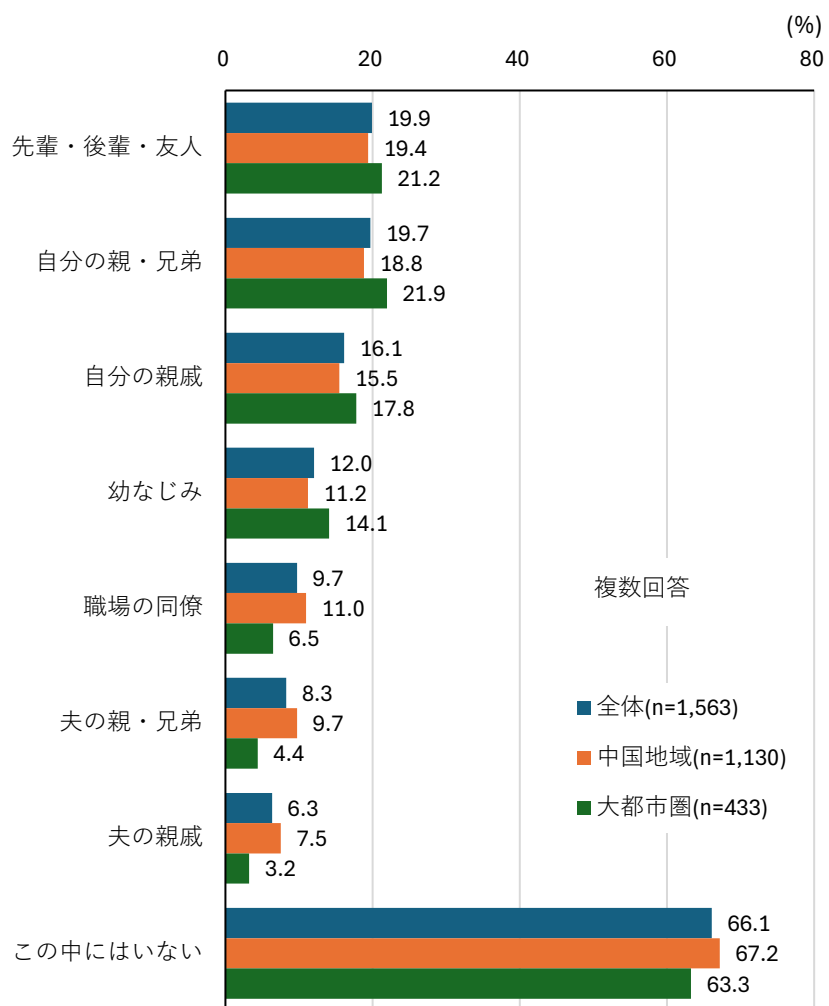


< 岡山県 >

図表 31-1 交流のある知人〔岡山県〕（年代別）

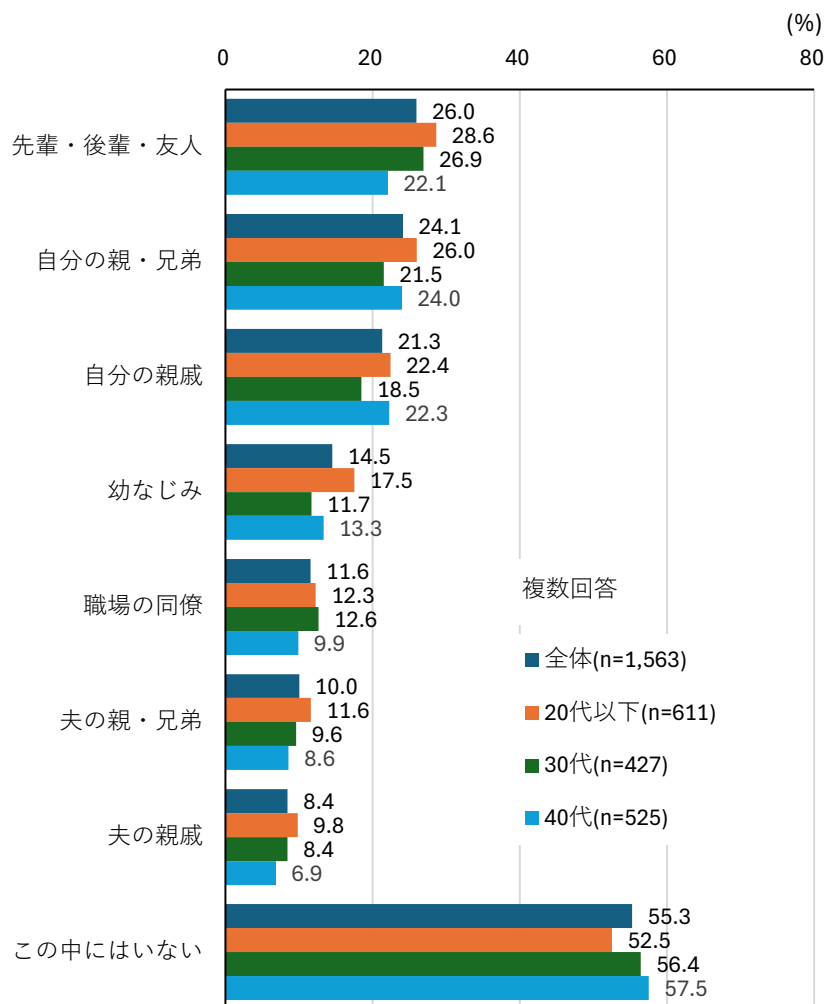


図表 31-2 交流のある知人〔岡山県〕（居住地別）

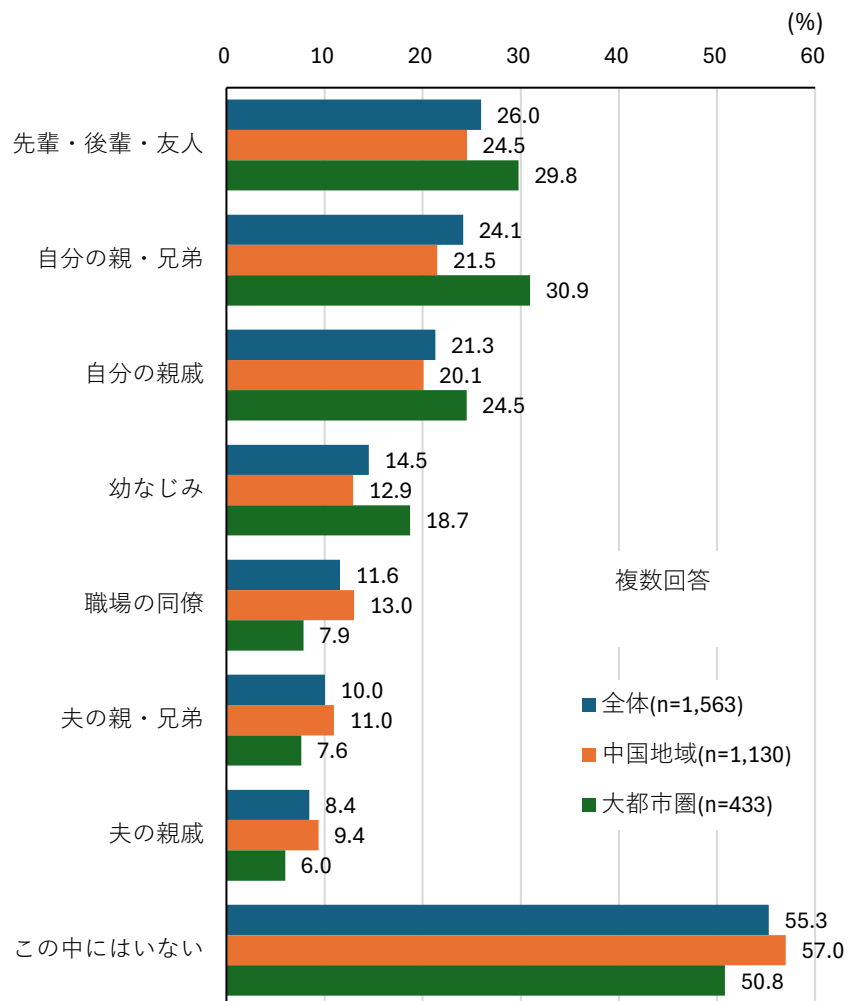


< 広島県 >

図表 32-1 交流のある知人〔広島県〕（年代別）

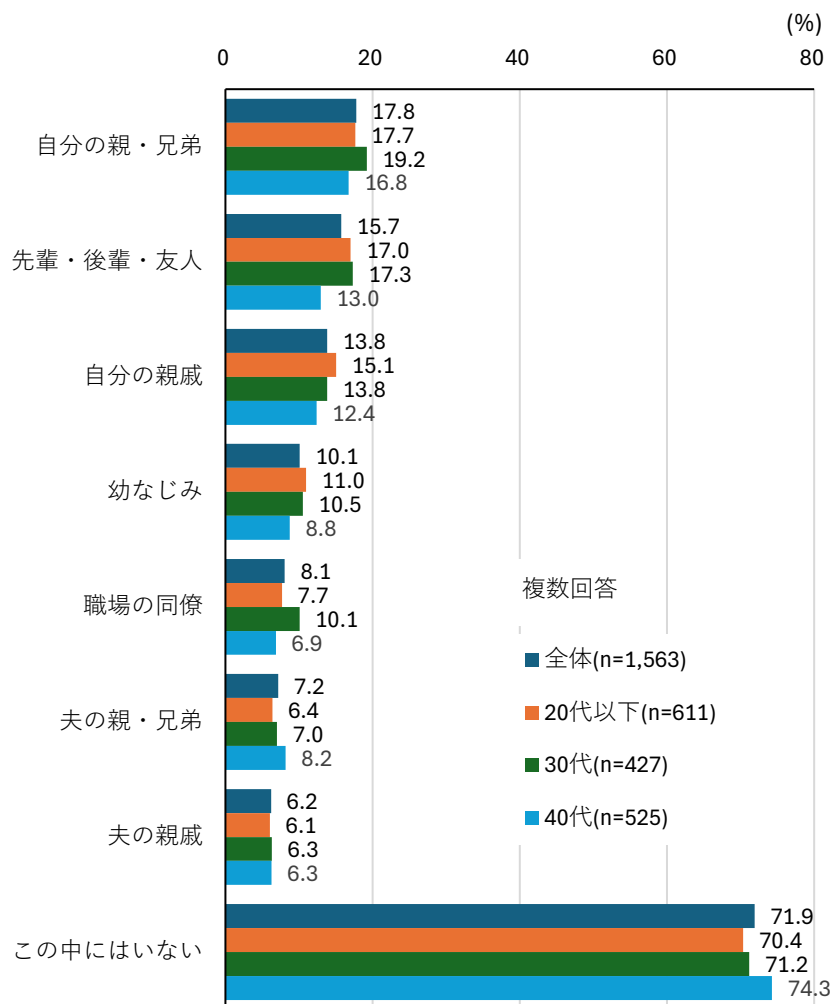


図表 32-2 交流のある知人〔広島県〕（居住地別）

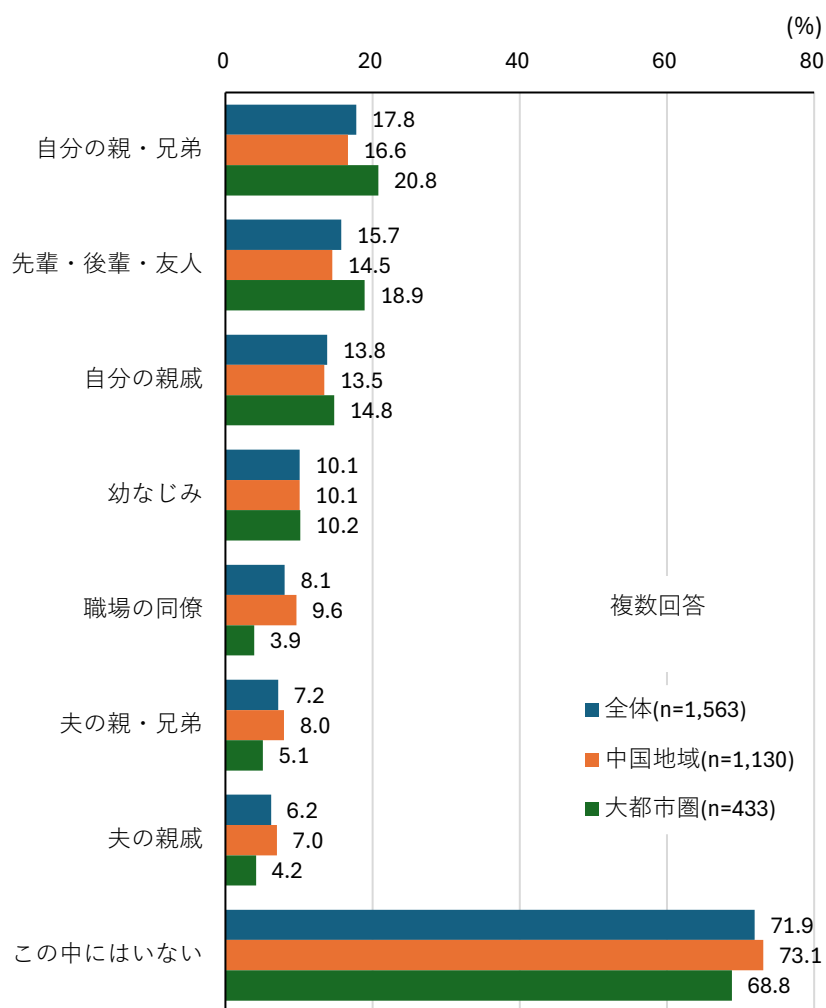


< 山口県 >

図表 33-1 交流のある知人〔山口県〕（年代別）

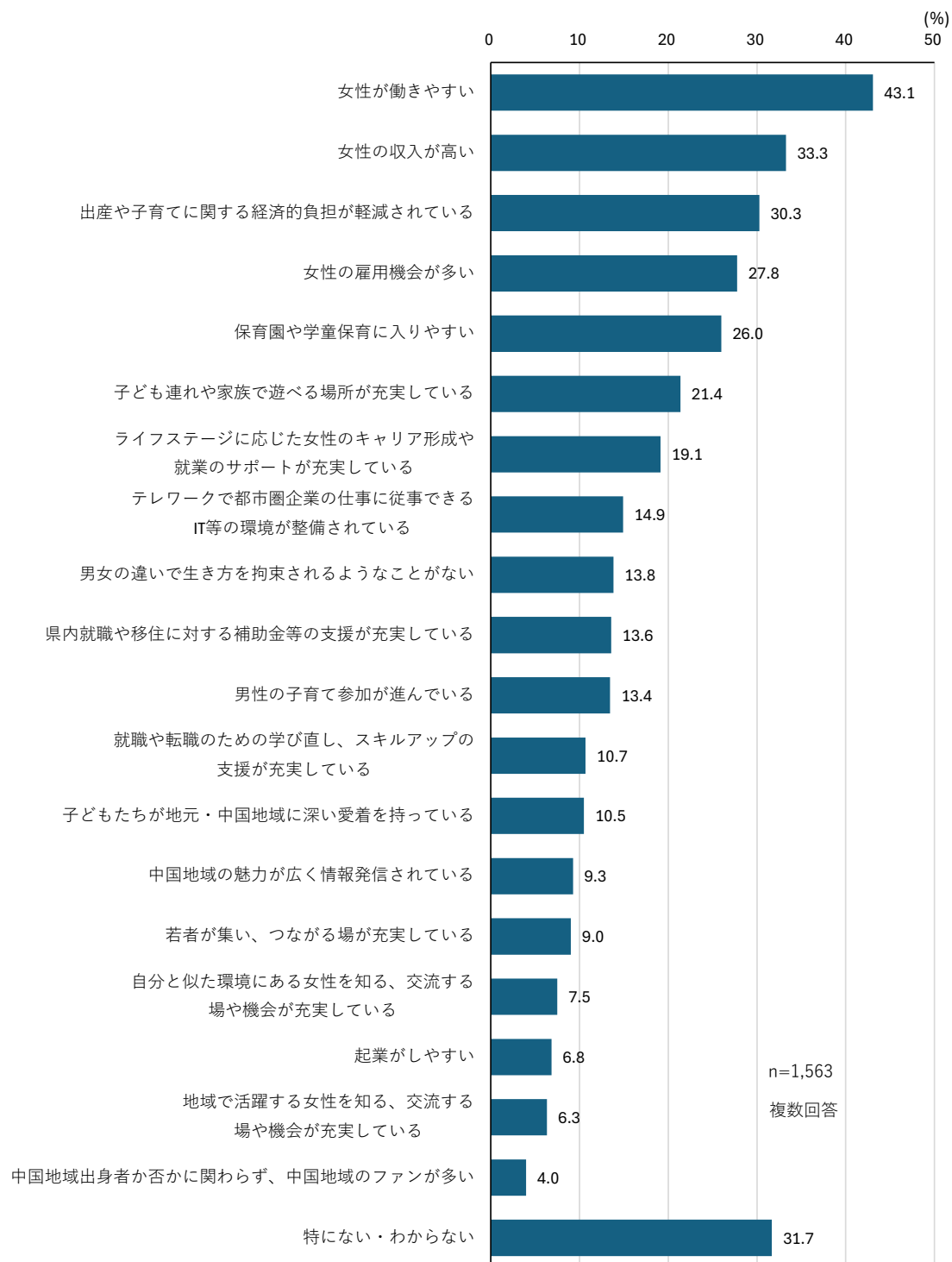


図表 33-2 交流のある知人〔山口県〕（居住地別）

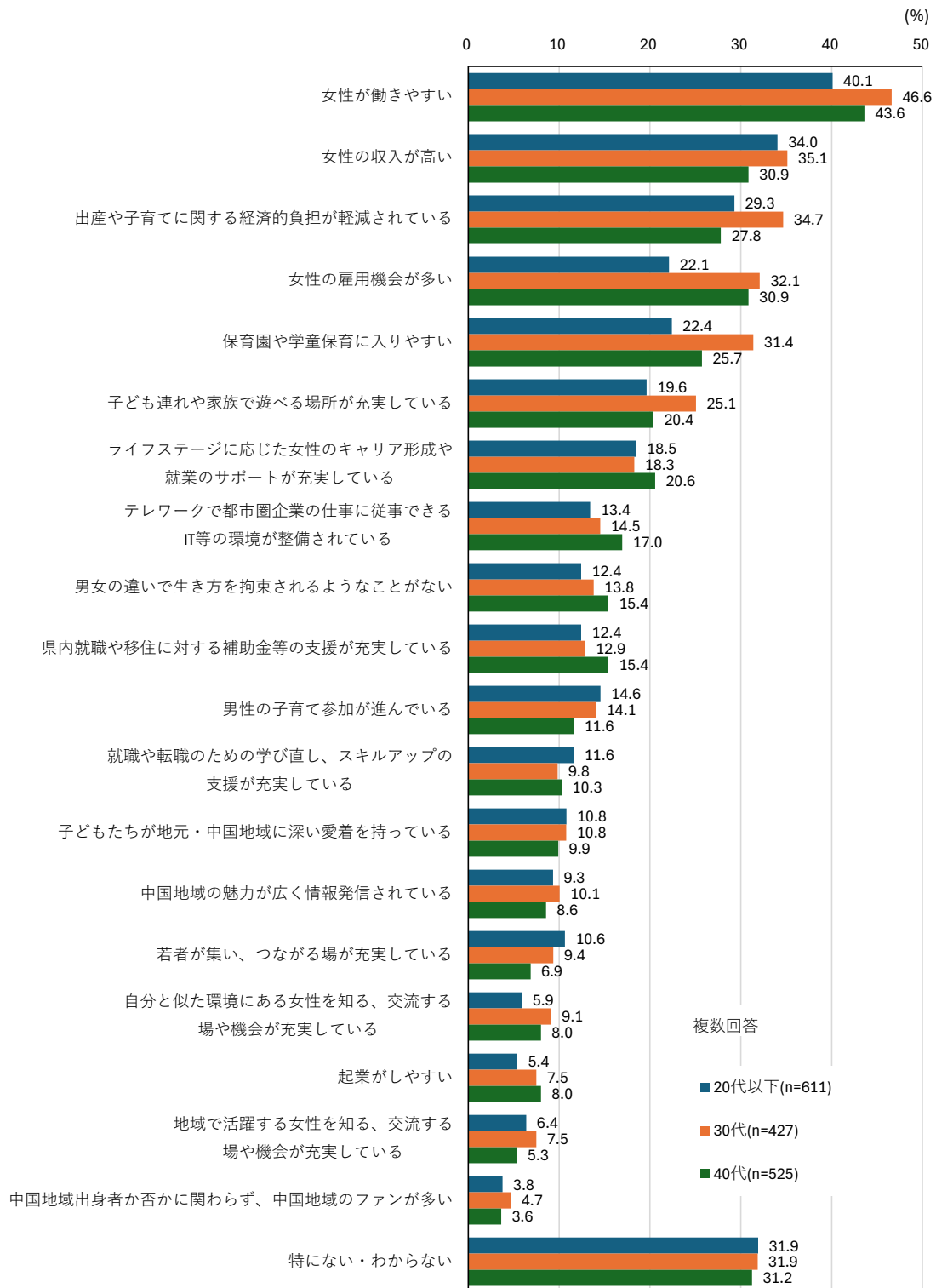


問 19 女性が暮らし続けたい、もしくはUターン・Iターンにより暮らし続けたいと思えるような中国地域とは、どんな地域だと思いますか

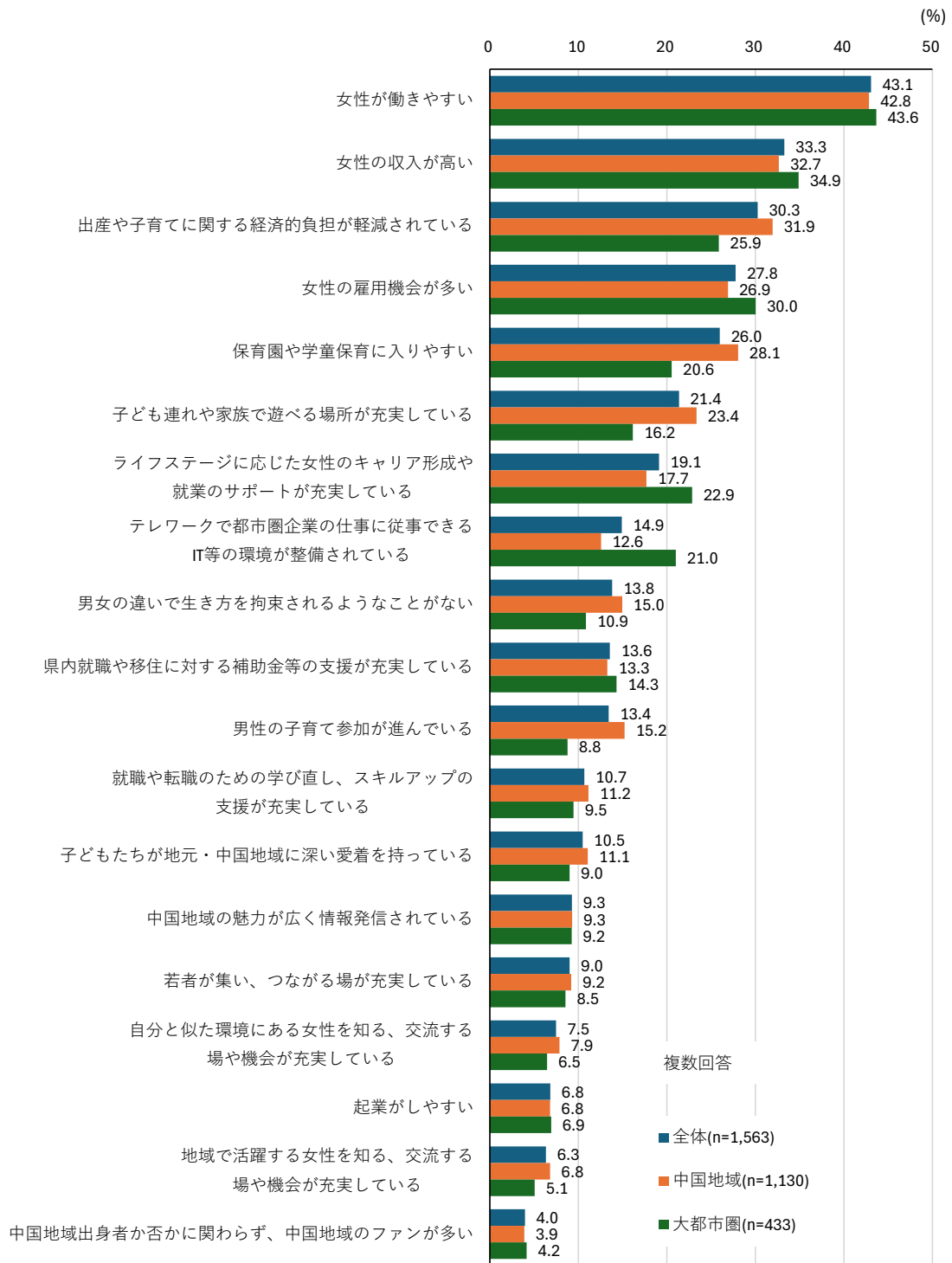
図表 34-1 女性が暮らし続けたいと思う中国地域とは



図表 34-2 女性が暮らしたいと思う中国地域とは（年代別）

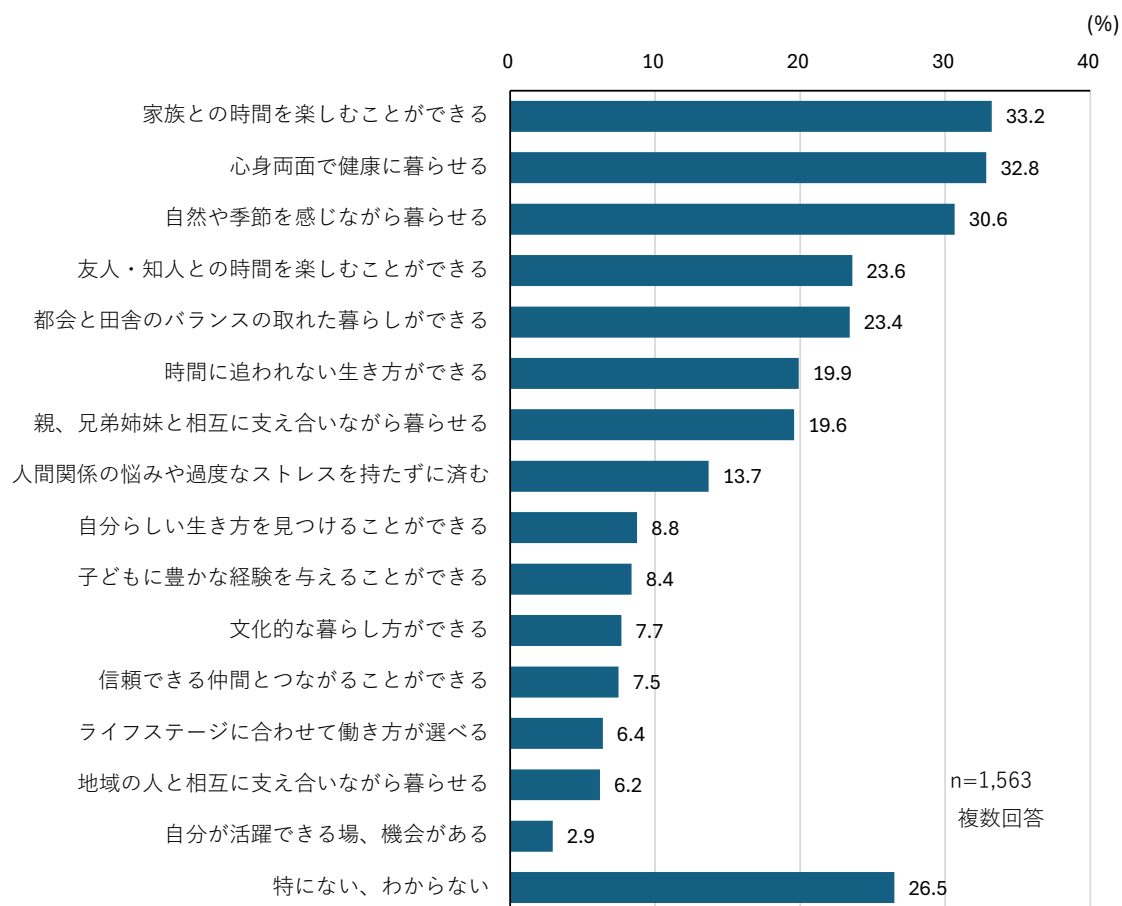


図表 34-3 女性が暮らしたいと思う中国地域とは（居住地別）

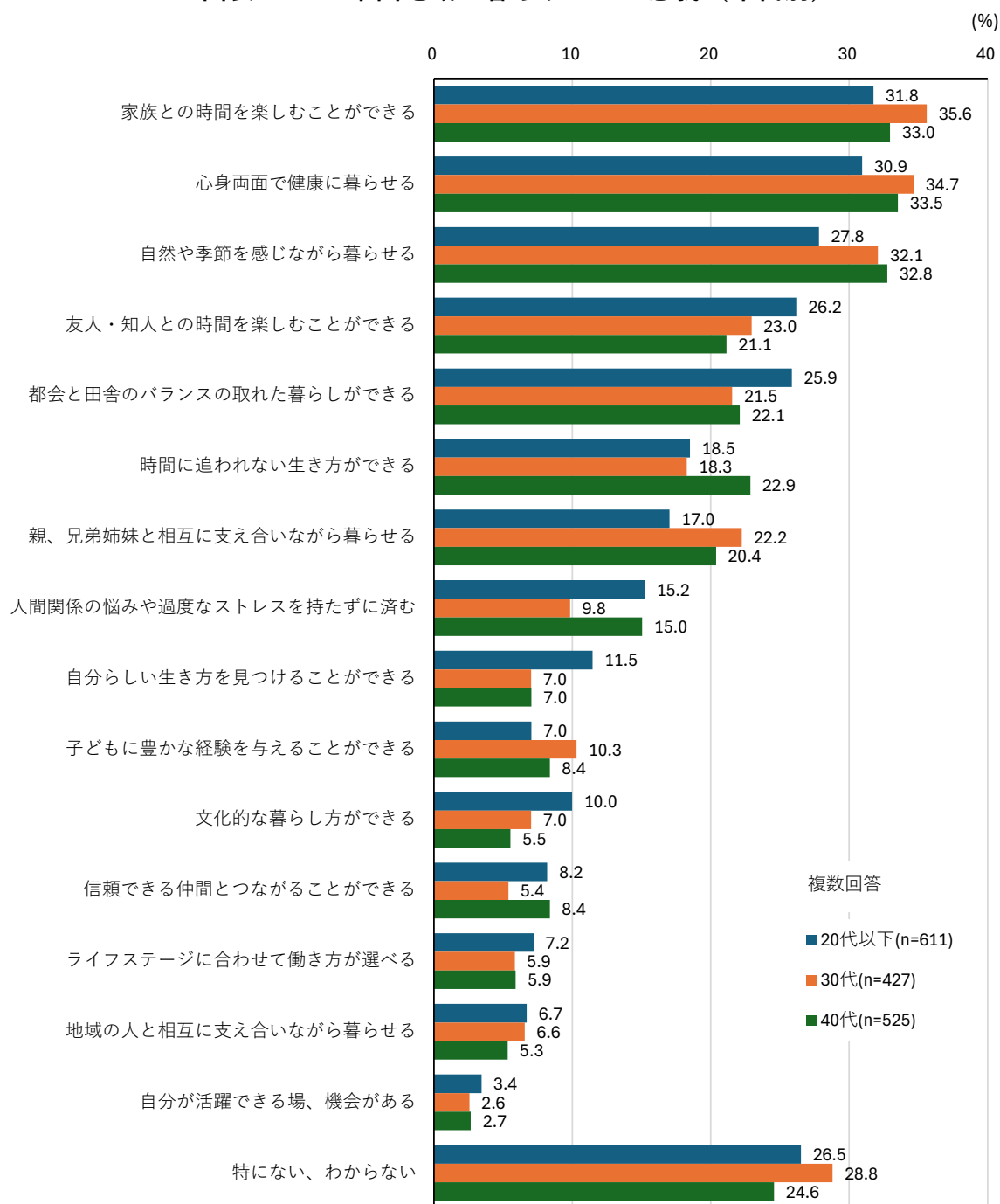


問 22 あなたにとって、大都市ではなく中国地域で暮らすことはどのような意味がありますか

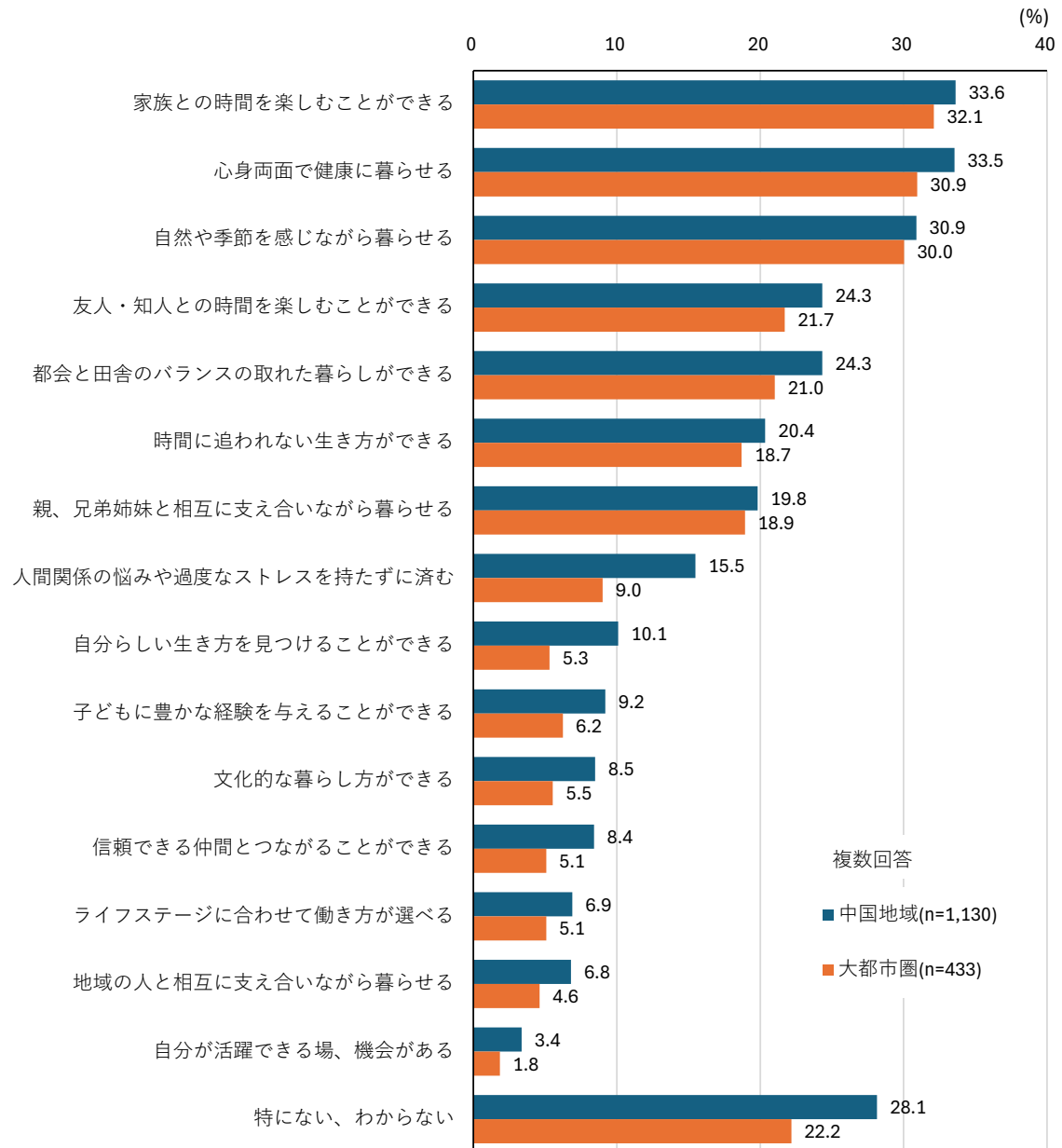
図表 35-1 中国地域で暮らすことの意義



図表 35-2 中国地域で暮らすことの意義（年代別）



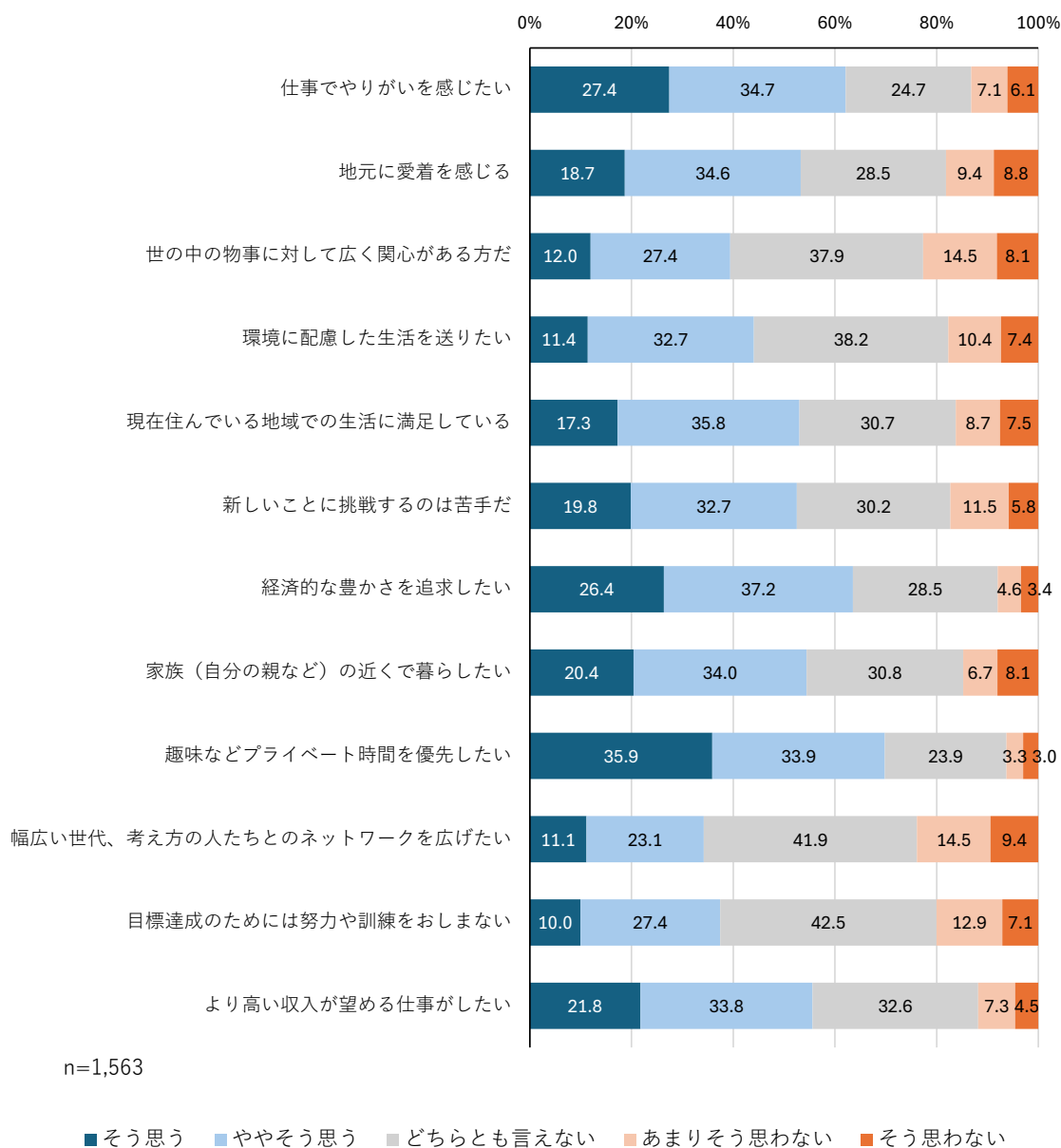
図表 35-3 中国地域で暮らすことの意義（居住地別）



(10) ライフスタイル等に係る考え方について

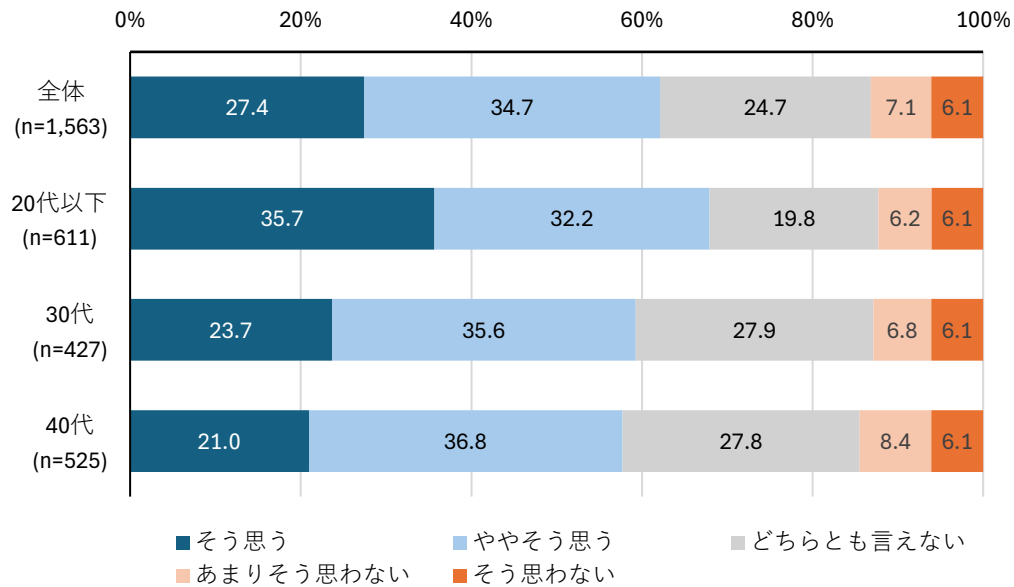
問 20 次にあげた項目について、あなたの考えに近いものをお選びください

図表 36 ライフスタイル等に係る考え方①

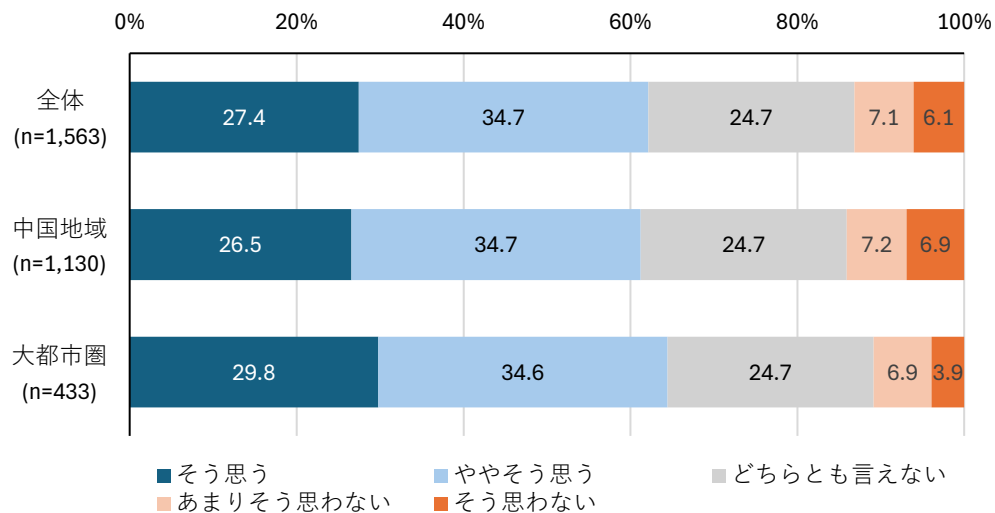


< 仕事でやりがいを感じたい >

図表 37-1 仕事でやりがいを感じたい（年代別）

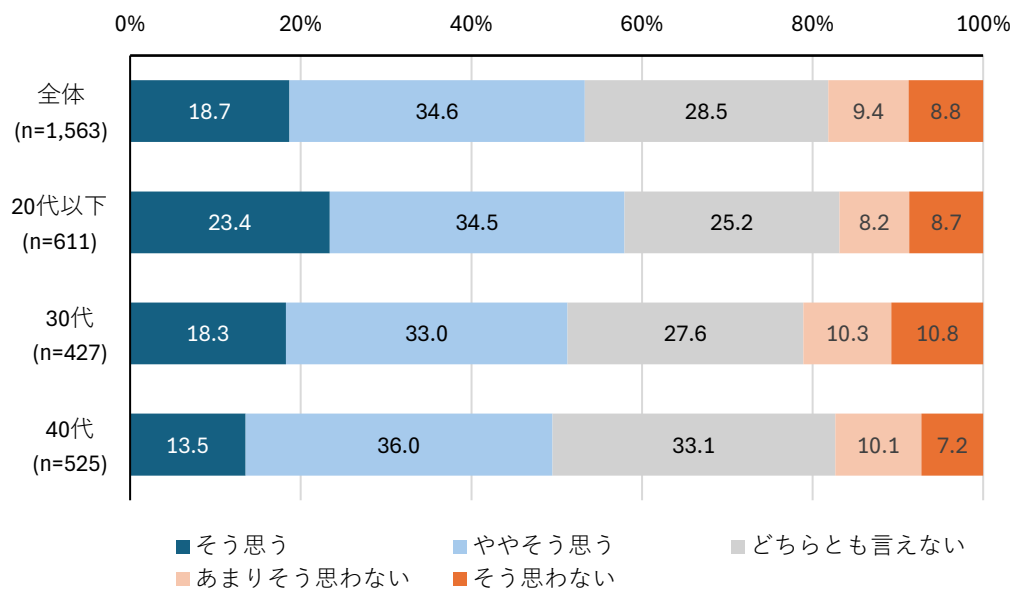


図表 37-2 仕事でやりがいを感じたい（居住地別）

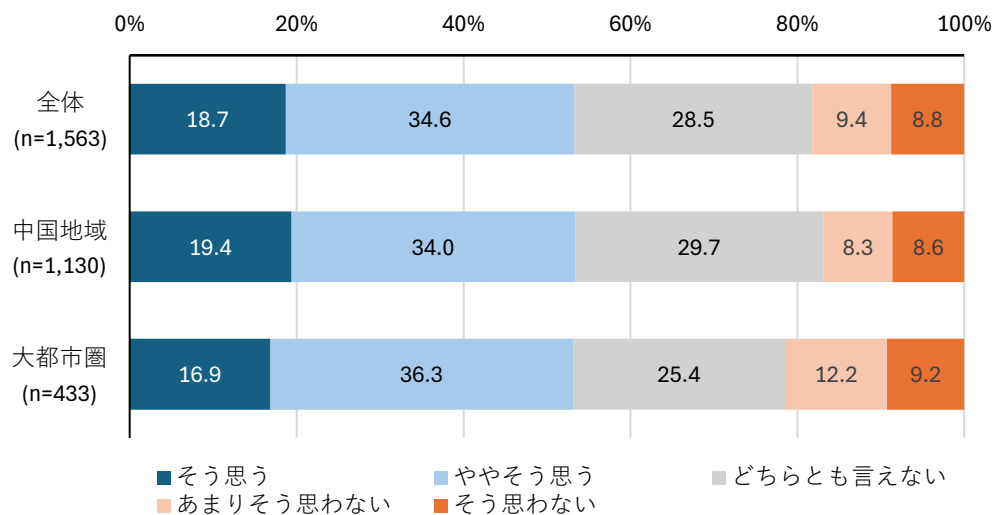


< 地元に愛着を感じる >

図表 38-1 地元に愛着を感じる（年代別）

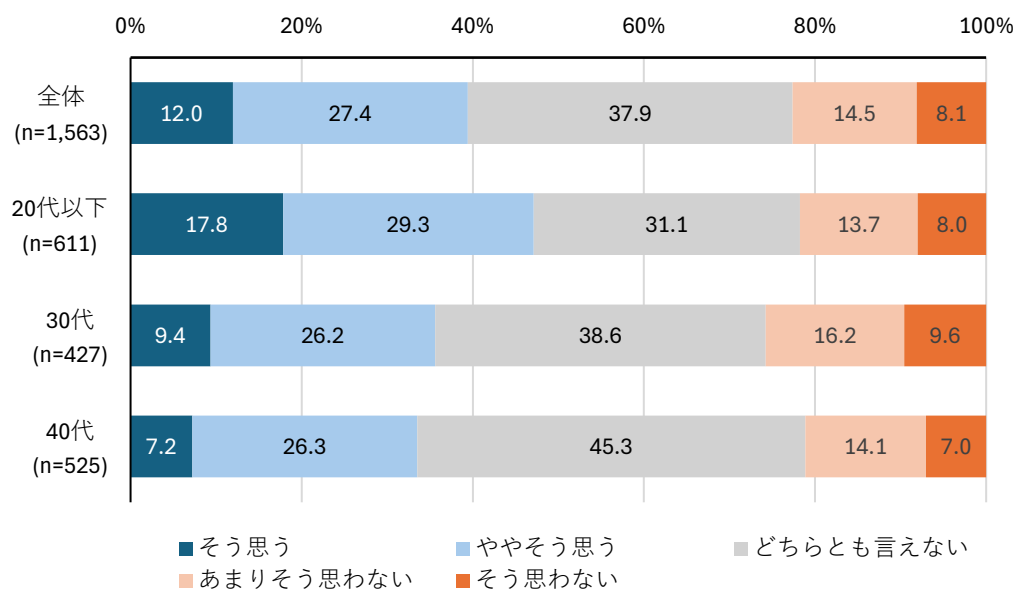


図表 38-2 地元に愛着を感じる（居住地別）

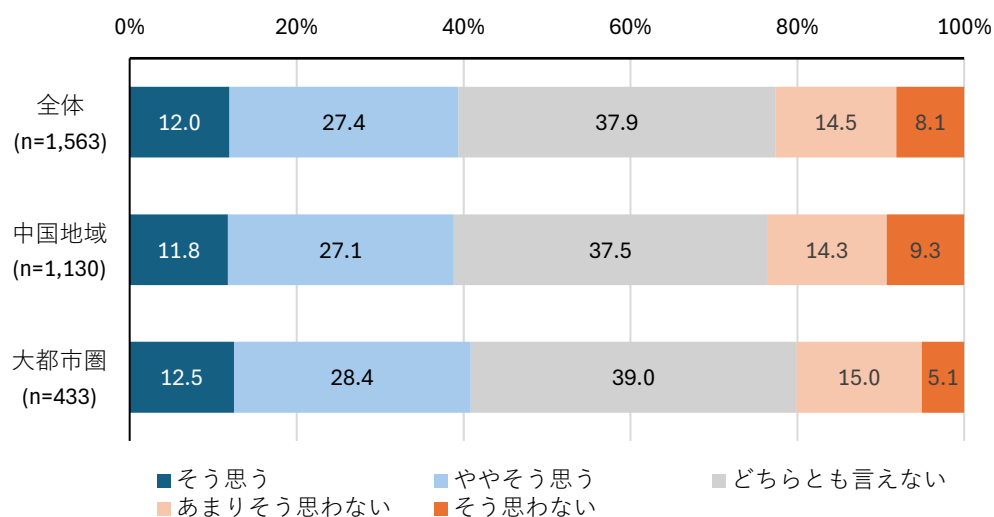


<世の中の物事に対して広く関心がある方だ>

図表 39-1 世の中の物事に対して広く関心がある方だ（年代別）

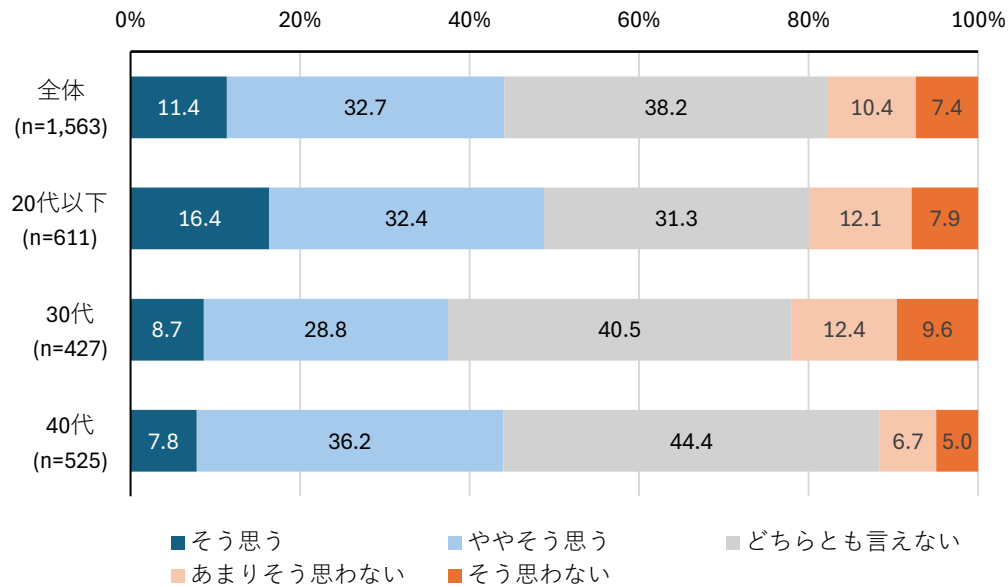


図表 39-2 世の中の物事に対して広く関心がある方だ（居住地別）

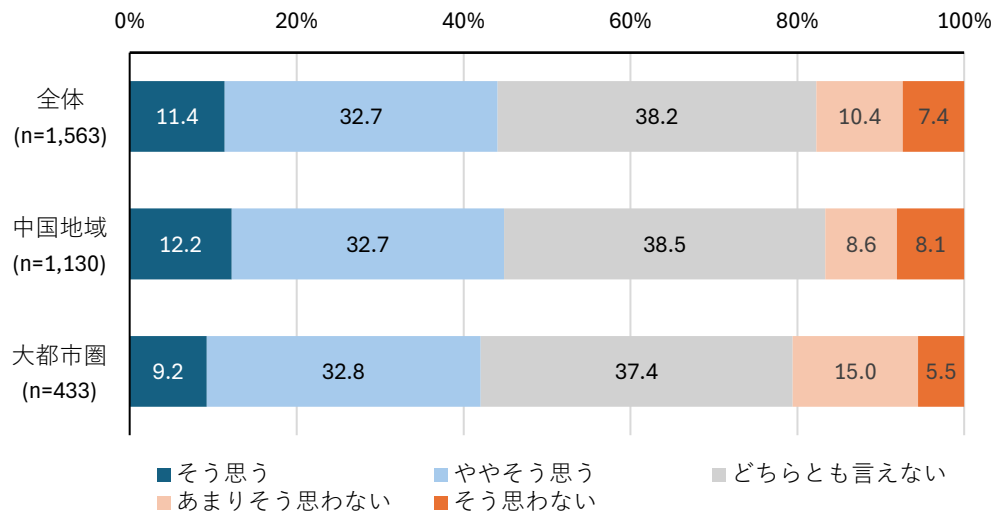


<環境に配慮した生活を送りたい>

図表 40-1 環境に配慮した生活を送りたい（年代別）

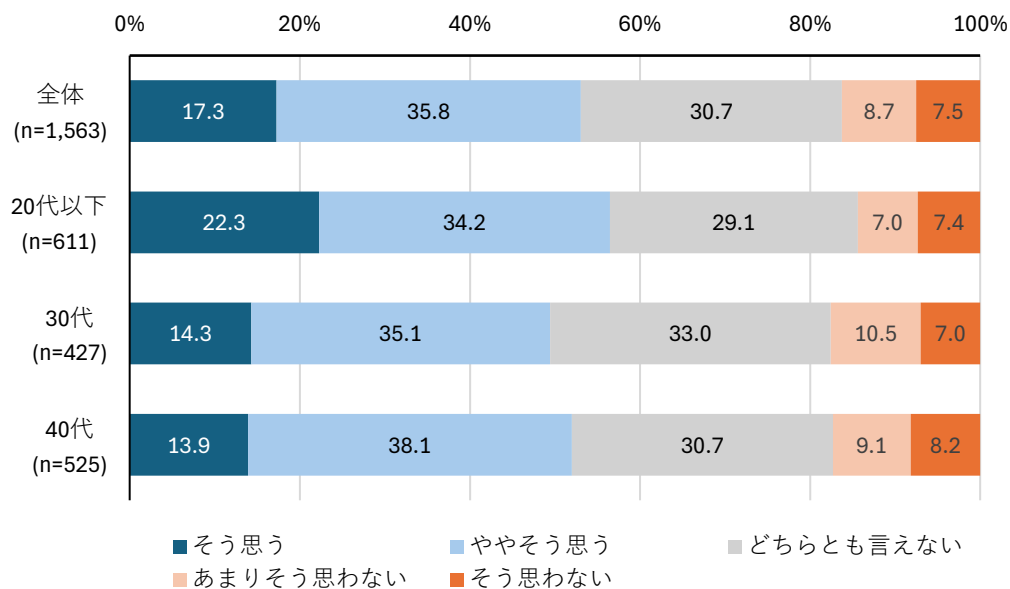


図表 40-2 環境に配慮した生活を送りたい（居住地別）

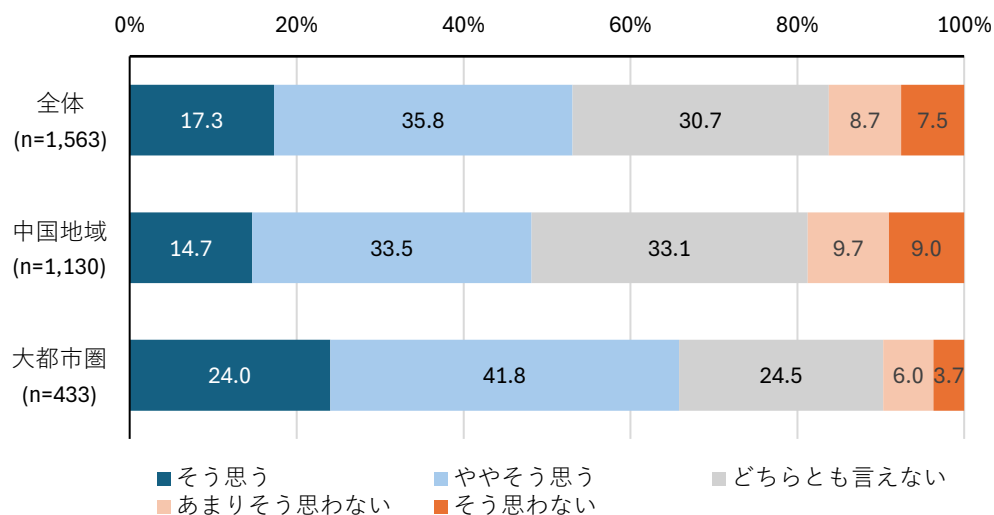


<現在住んでいる地域での生活に満足している>

図表 41-1 現在住んでいる地域での生活に満足している（年代別）

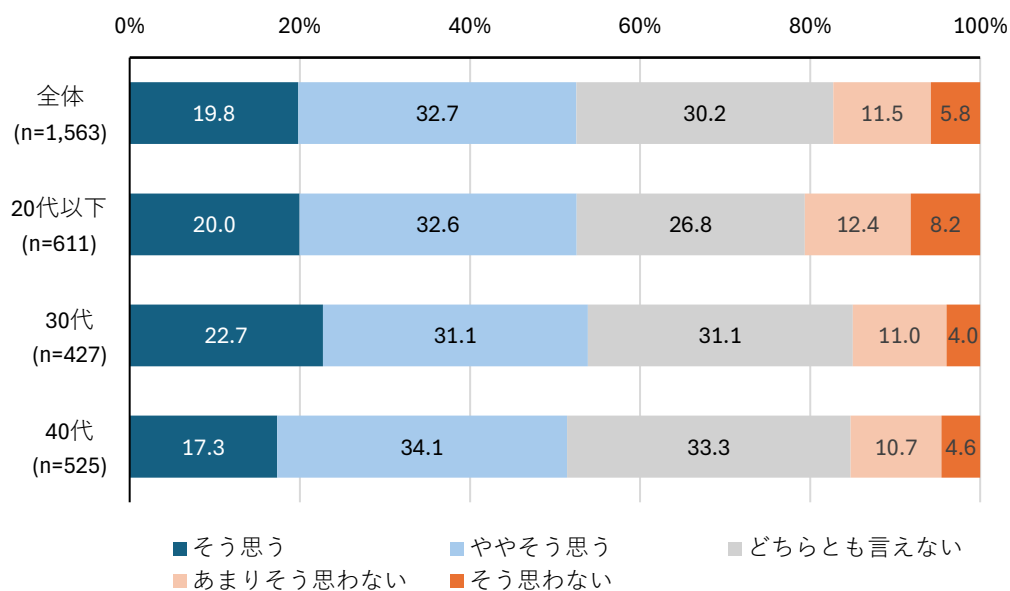


図表 41-2 現在住んでいる地域での生活に満足している（居住地別）

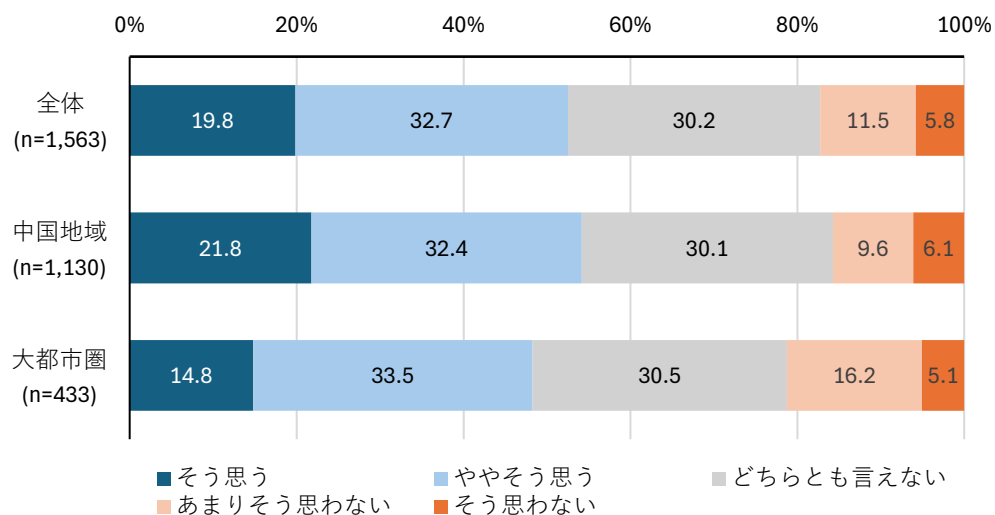


<新しいことに挑戦するのは苦手だ>

図表 42-1 新しいことに挑戦するのは苦手だ（年代別）

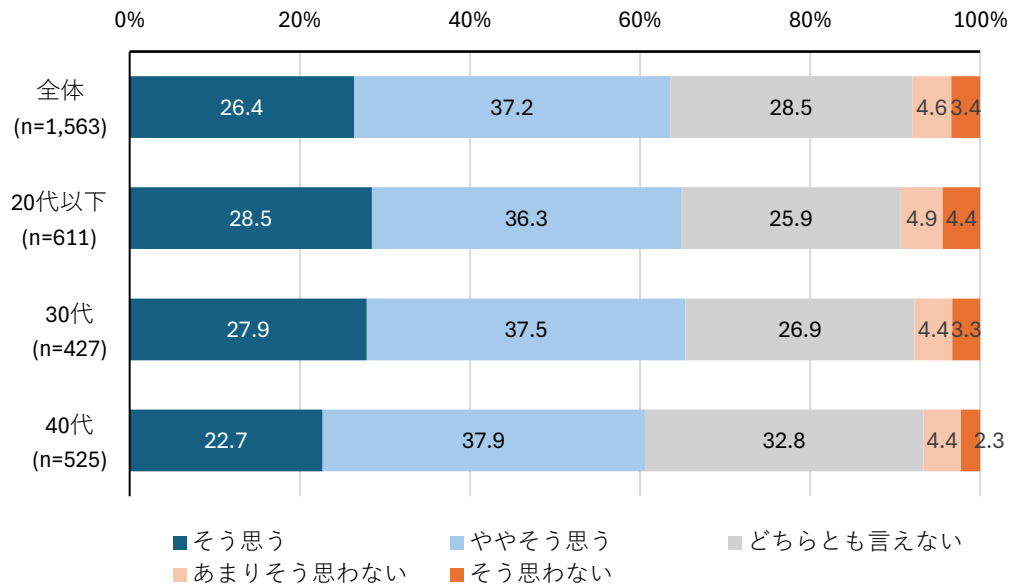


図表 42-2 新しいことに挑戦するのは苦手だ（居住地別）

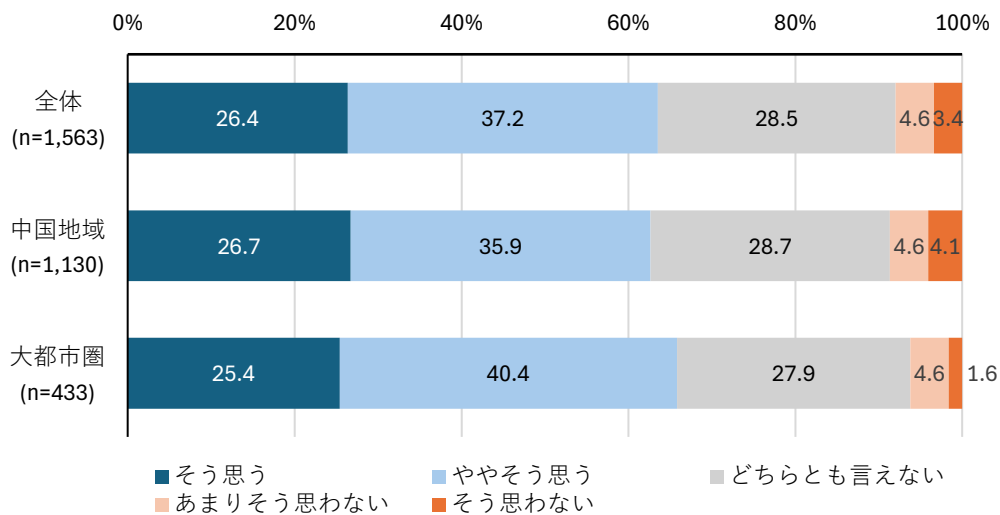


<経済的な豊かさを追求したい>

図表 43-1 経済的な豊かさを追求したい（年代別）

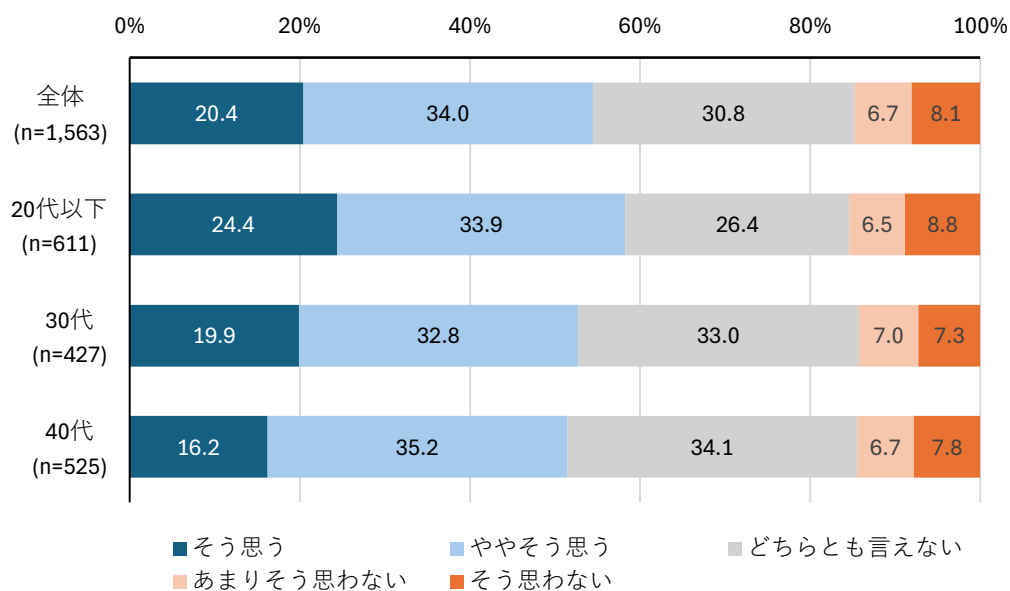


図表 43-2 経済的な豊かさを追求したい（居住地別）

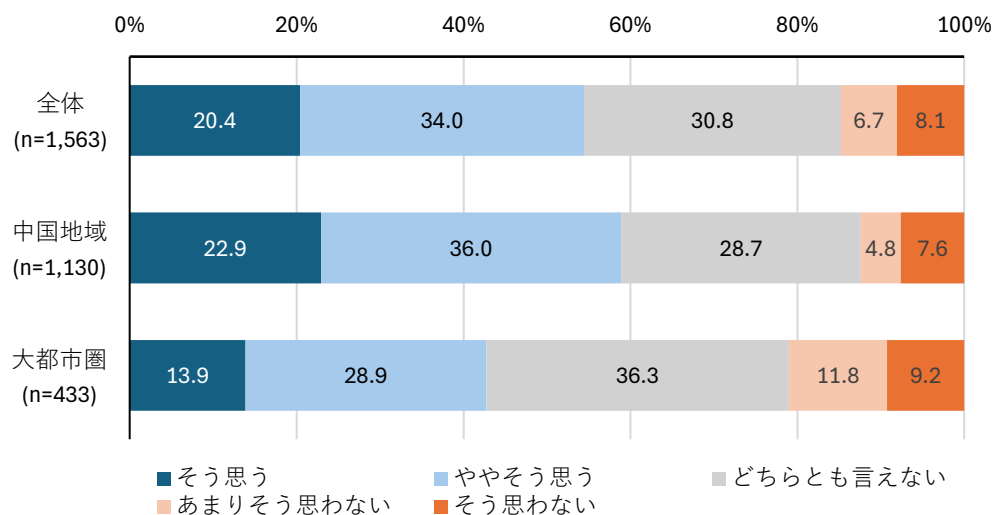


<家族（自分の親など）の近くで暮らしたい>

図表 44-1 家族（自分の親など）の近くで暮らしたい（年代別）

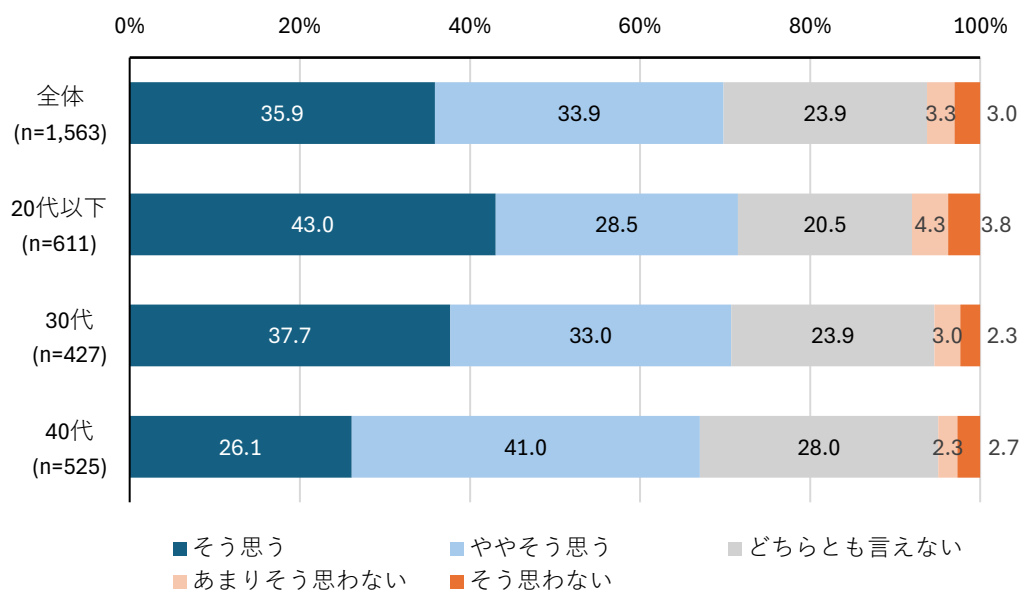


図表 44-2 家族（自分の親など）の近くで暮らしたい（居住地別）

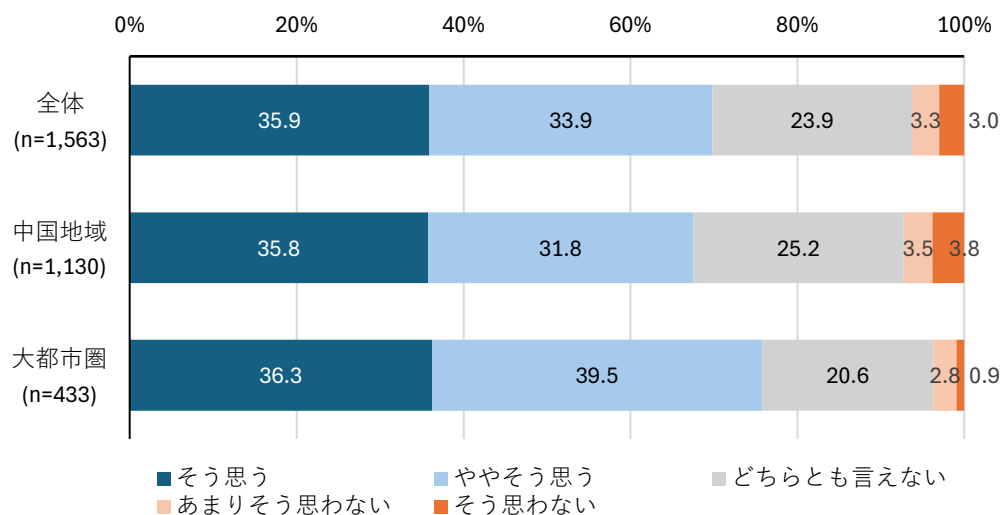


<趣味などプライベート時間を優先したい>

図表 45-1 趣味などプライベート時間を優先したい（年代別）

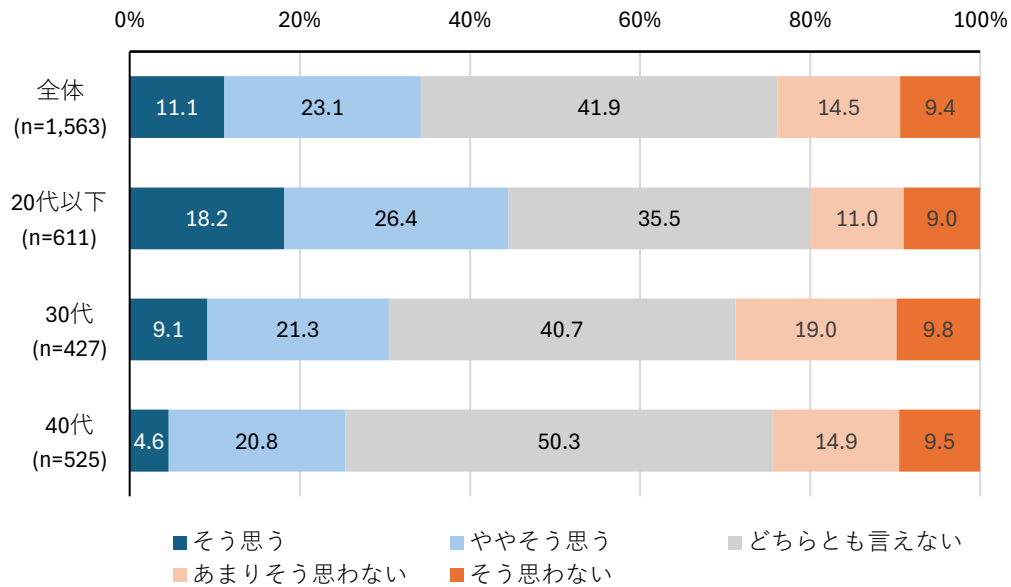


図表 45-2 趣味などプライベート時間を優先したい（居住地別）

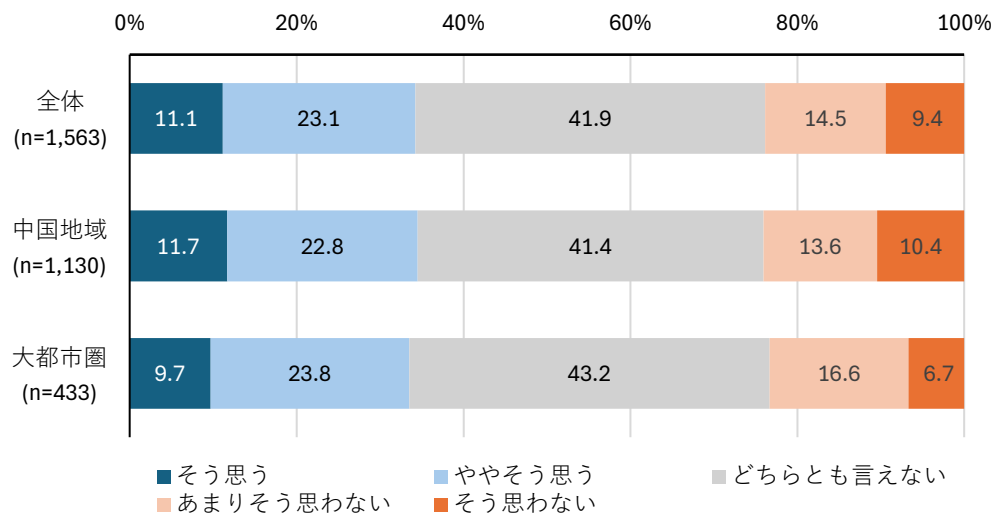


<幅広い世代、考え方の人たちとのネットワークを広げたい>

図表 46-1 幅広い世代、考え方の人たちとのネットワークを広げたい（年代別）

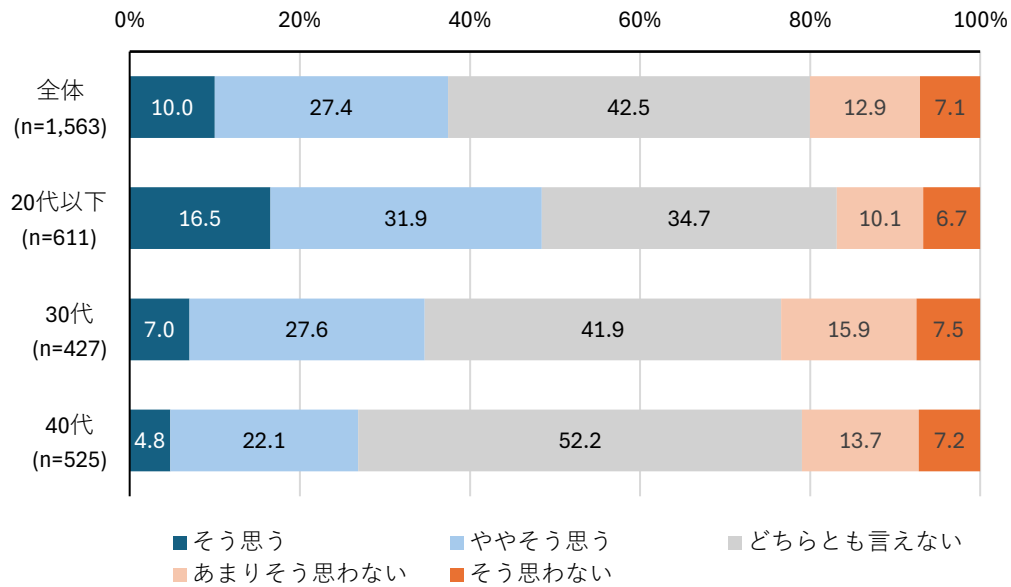


図表 46-2 幅広い世代、考え方の人たちとのネットワークを広げたい（居住地別）

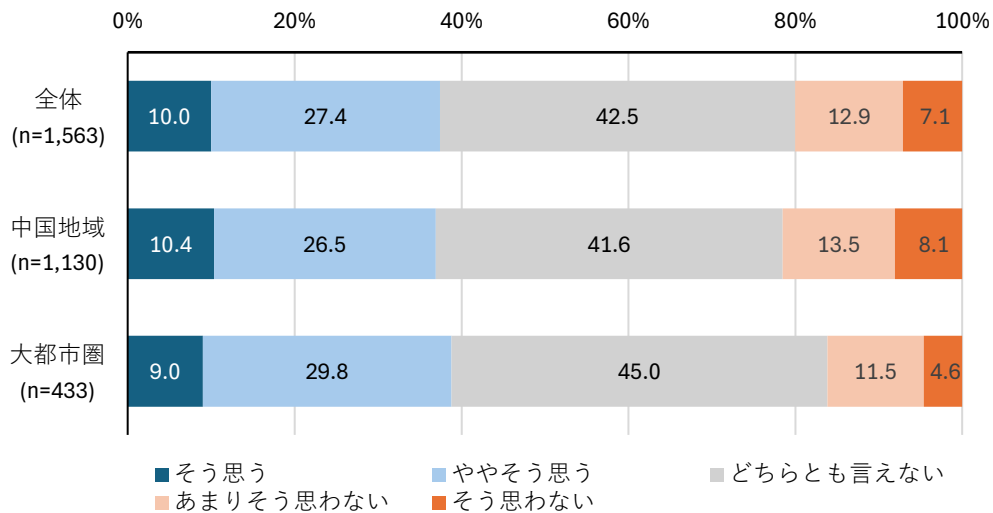


< 目標達成のためには努力や訓練をおしまない >

図表 47-1 目標達成のためには努力や訓練をおしまない（年代別）

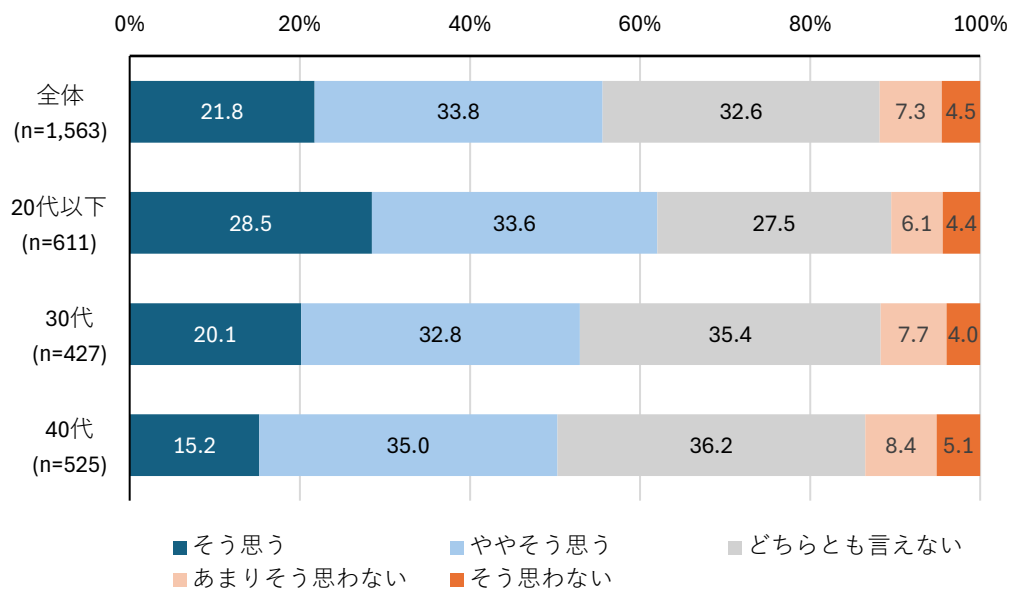


図表 47-2 目標達成のためには努力や訓練をおしまない（居住地別）

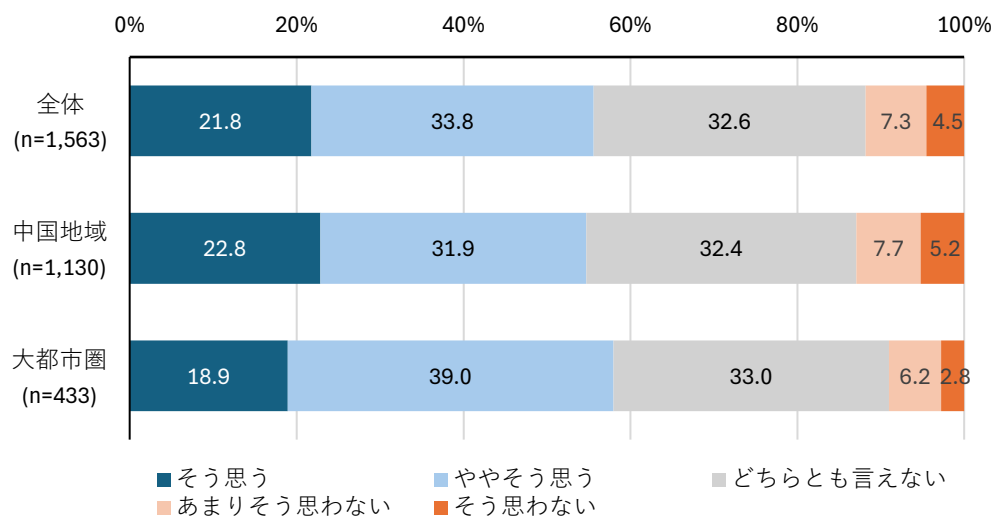


<より高い収入が望める仕事がしたい>

図表 48-1 より高い収入が望める仕事がしたい（年代別）

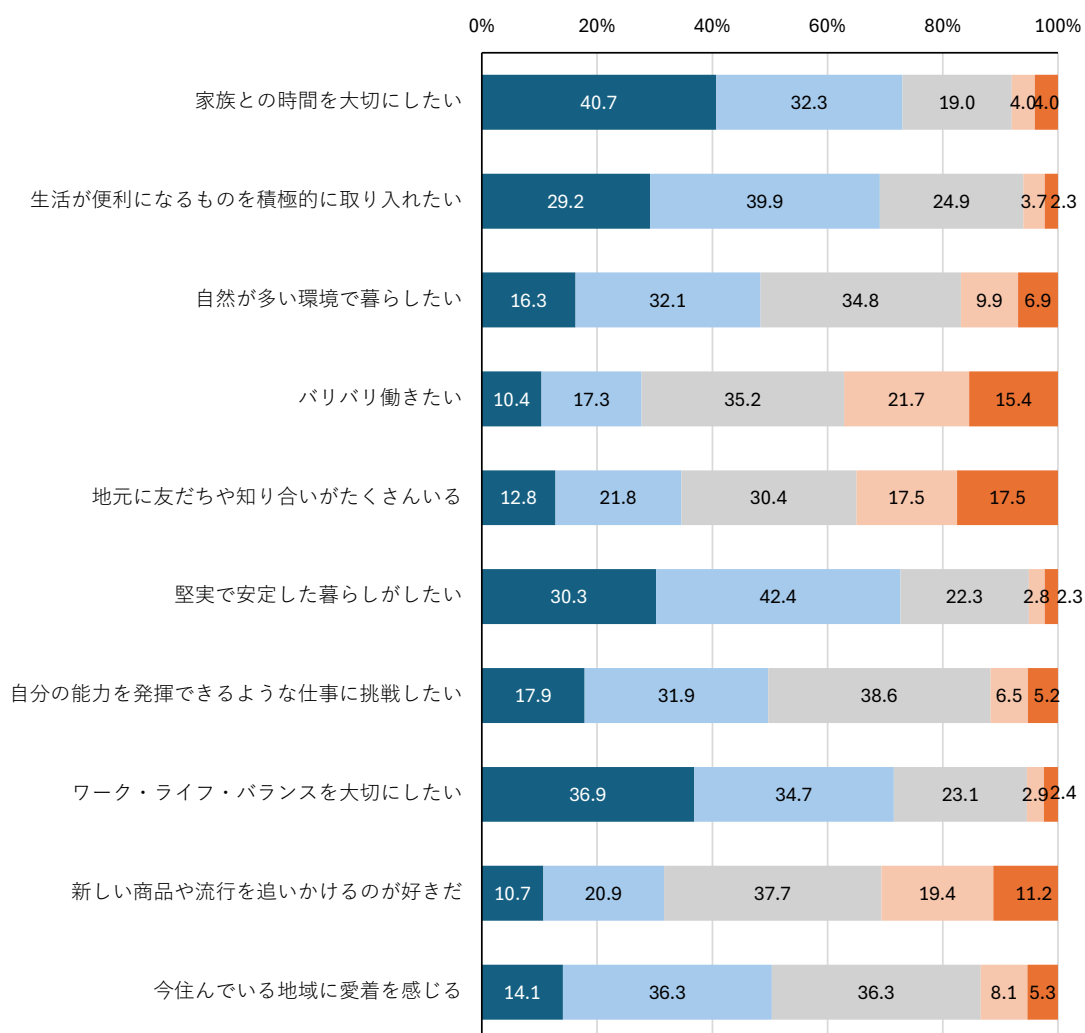


図表 48-2 より高い収入が望める仕事がしたい（居住地別）



問 21 次にあげた項目について、あなたの考えに近いものをお選びください

図表 49 ライフスタイル等に係る考え方②



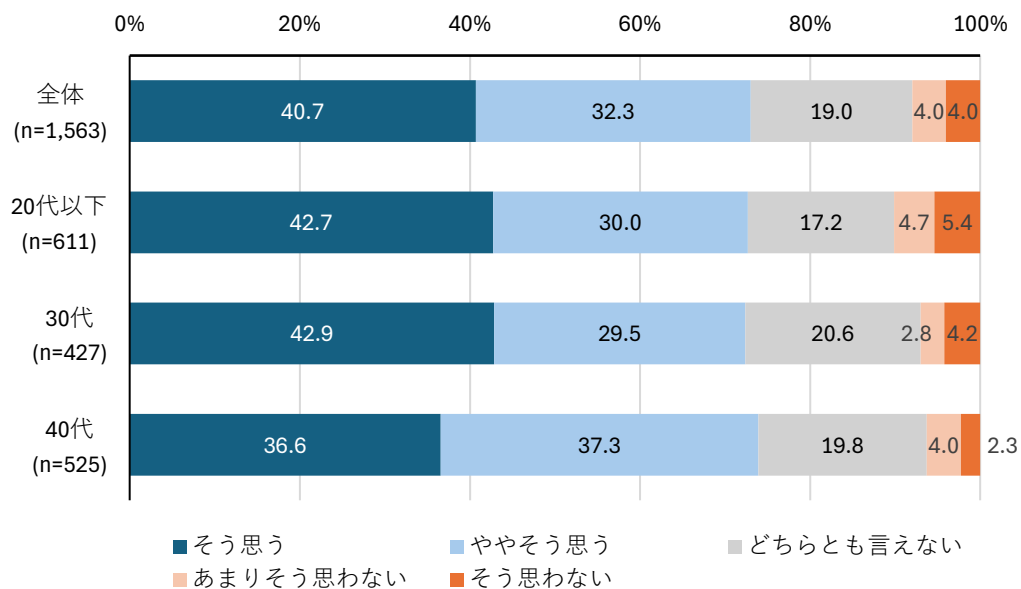
※「今住んでいる地域に愛着を感じる」：n=433（大都市圏居住者のみ）

それ以外の設問：n=1,563

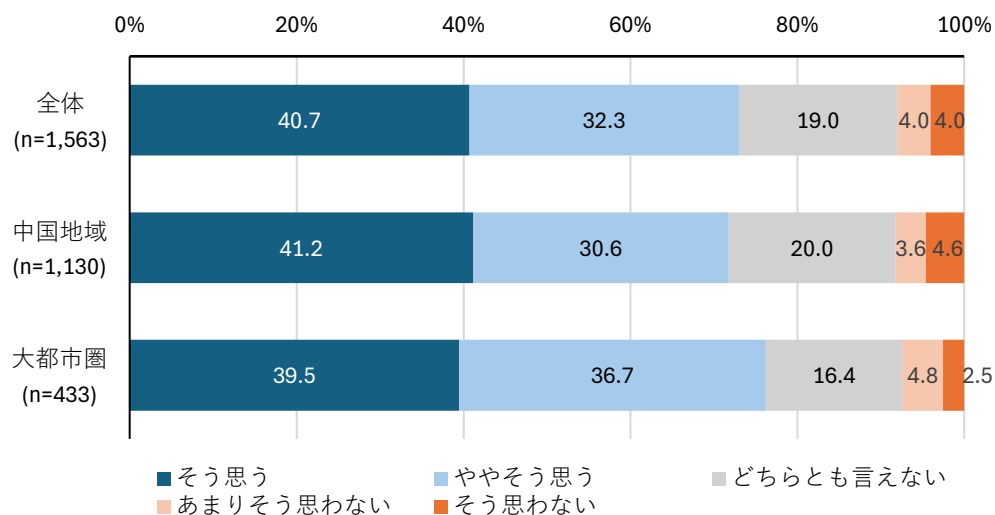
■ そう思う ■ ややそう思う ■ どちらとも言えない ■ あまりそう思わない ■ そう思わない

<家族との時間を大切にしたい>

図表 50-1 家族との時間を大切にしたい（年代別）

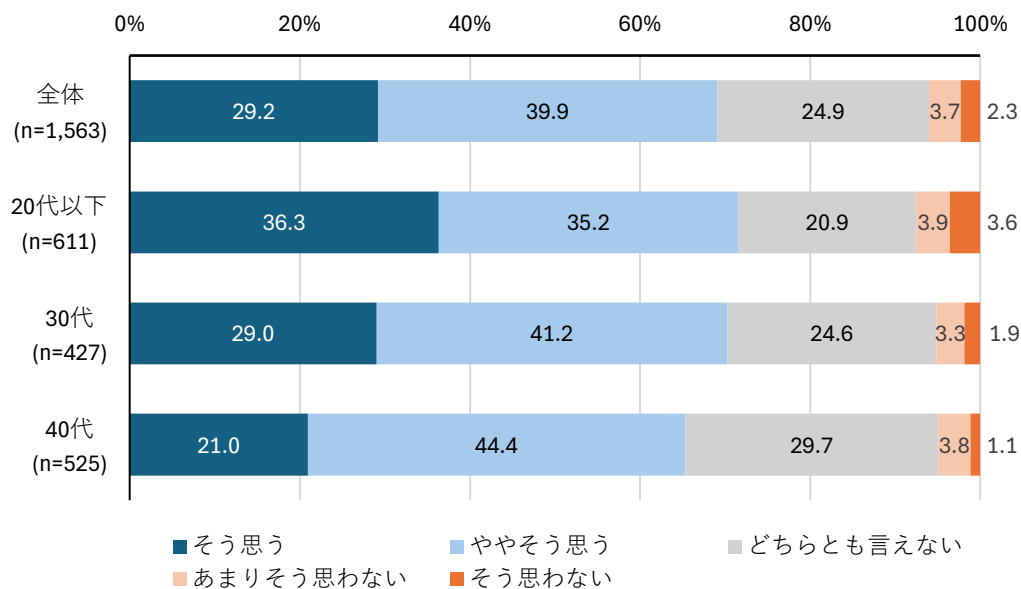


図表 50-2 家族との時間を大切にしたい（居住地別）

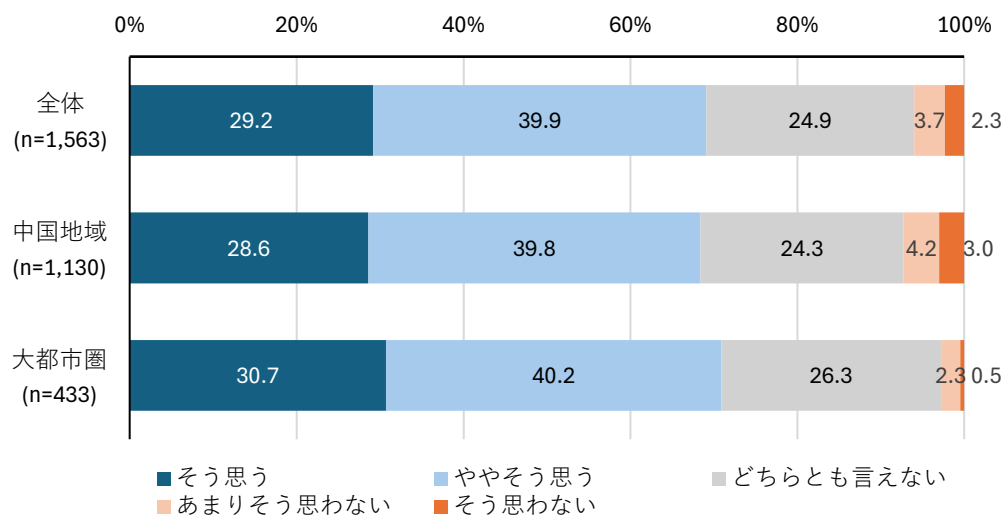


<生活が便利になるものを積極的に取り入れたい>

図表 51-1 生活が便利になるものを積極的に取り入れたい（年代別）

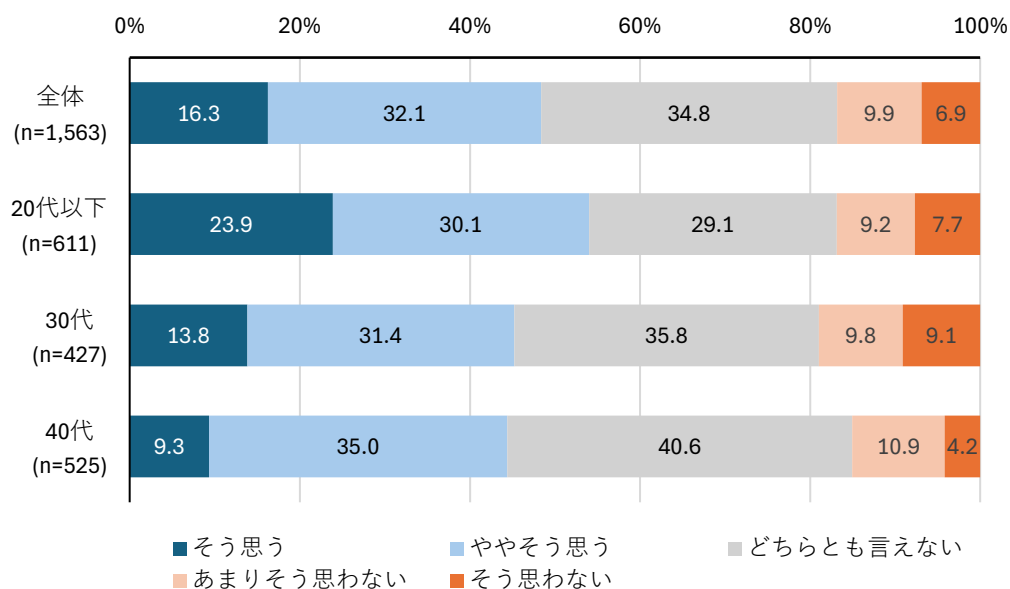


図表 51-2 生活が便利になるものを積極的に取り入れたい（居住地別）

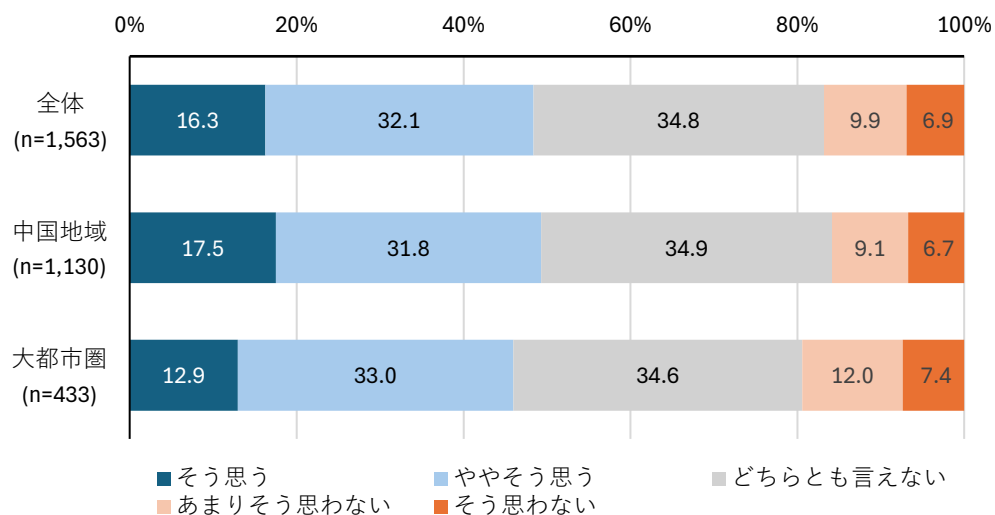


<自然が多い環境で暮らしたい>

図表 52-1 自然が多い環境で暮らしたい（年代別）

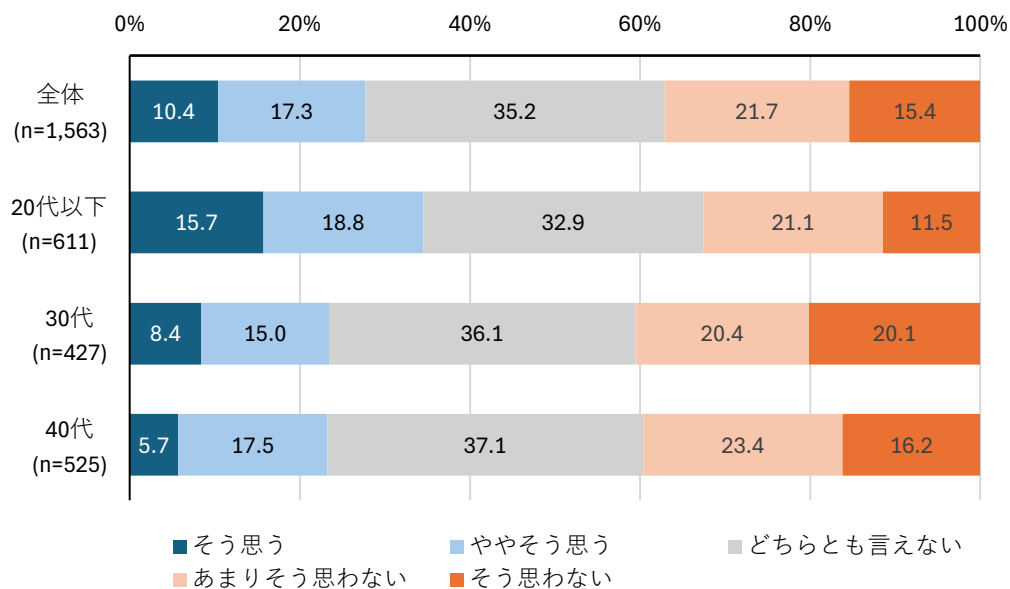


図表 52-2 自然が多い環境で暮らしたい（居住地別）

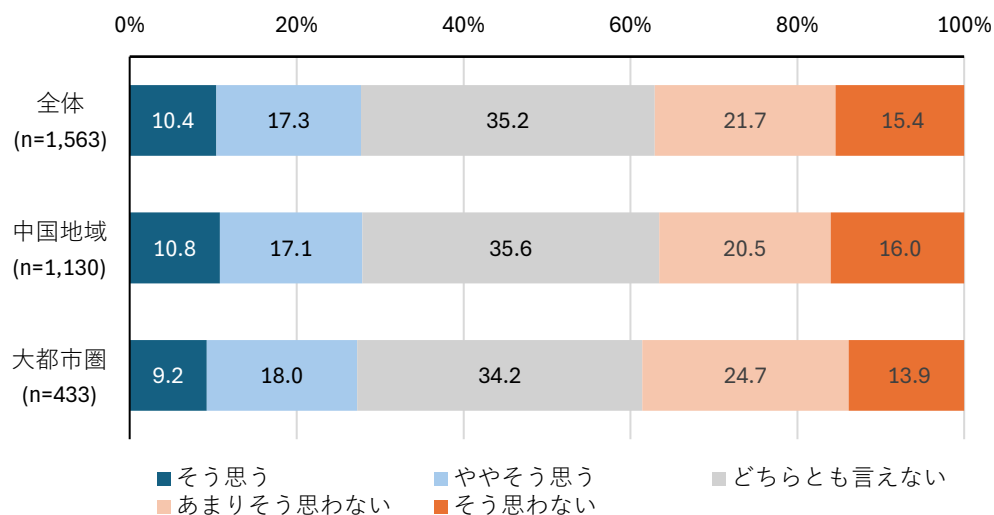


<バリバリ働きたい>

図表 53-1 バリバリ働きたい（年代別）

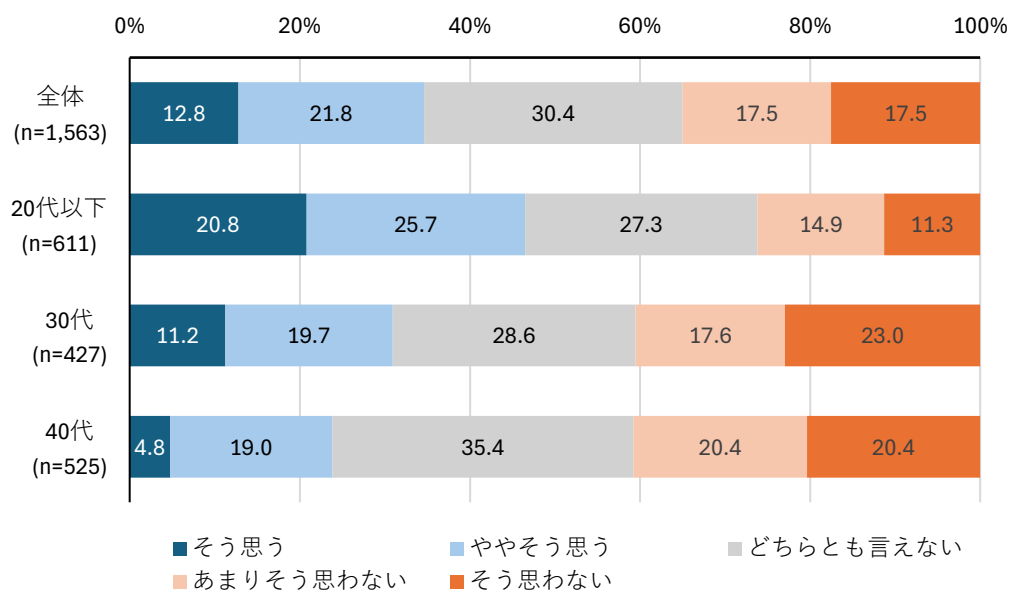


図表 53-2 バリバリ働きたい（居住地別）

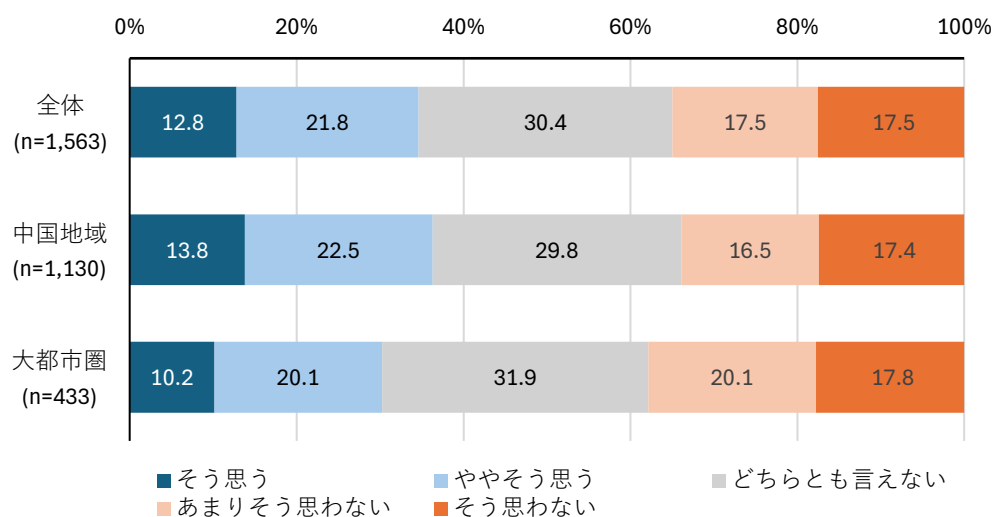


< 地元に友だちや知り合いがたくさんいる >

図表 54-1 地元に友だちや知り合いがたくさんいる（年代別）

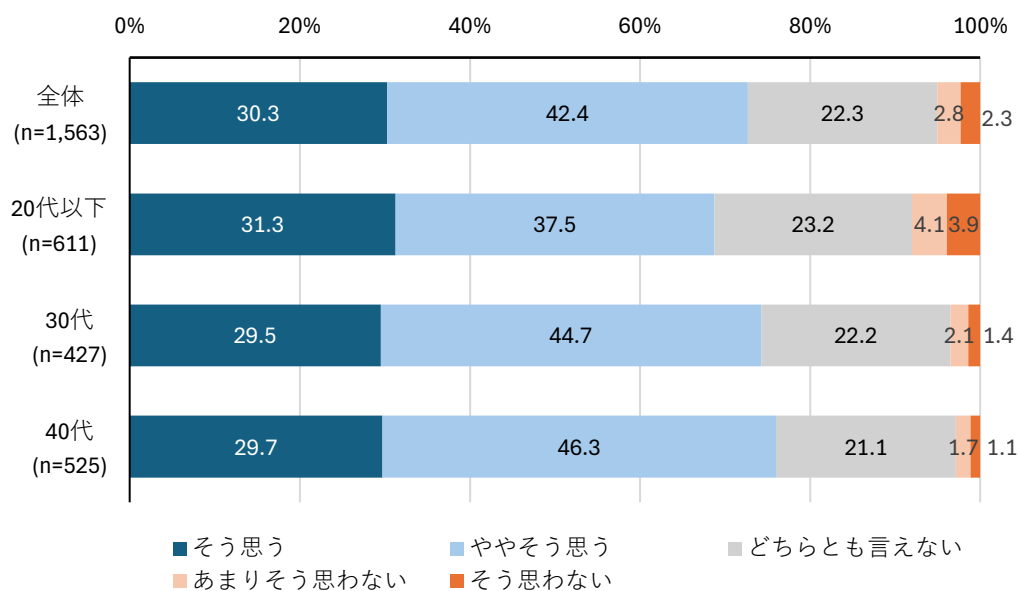


図表 54-2 地元に友だちや知り合いがたくさんいる（居住地別）

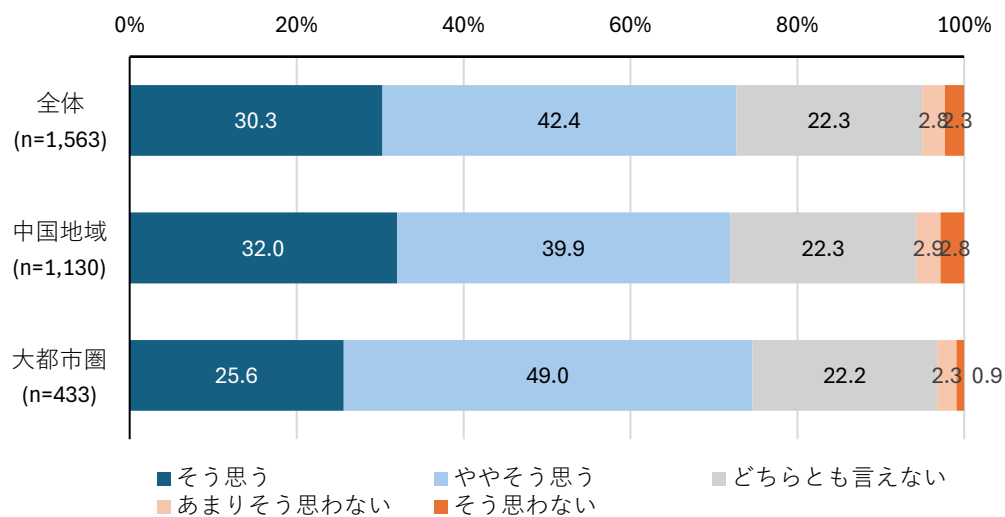


< 堅実で安定した暮らしがしたい >

図表 55-1 堅実で安定した暮らしがしたい（年代別）

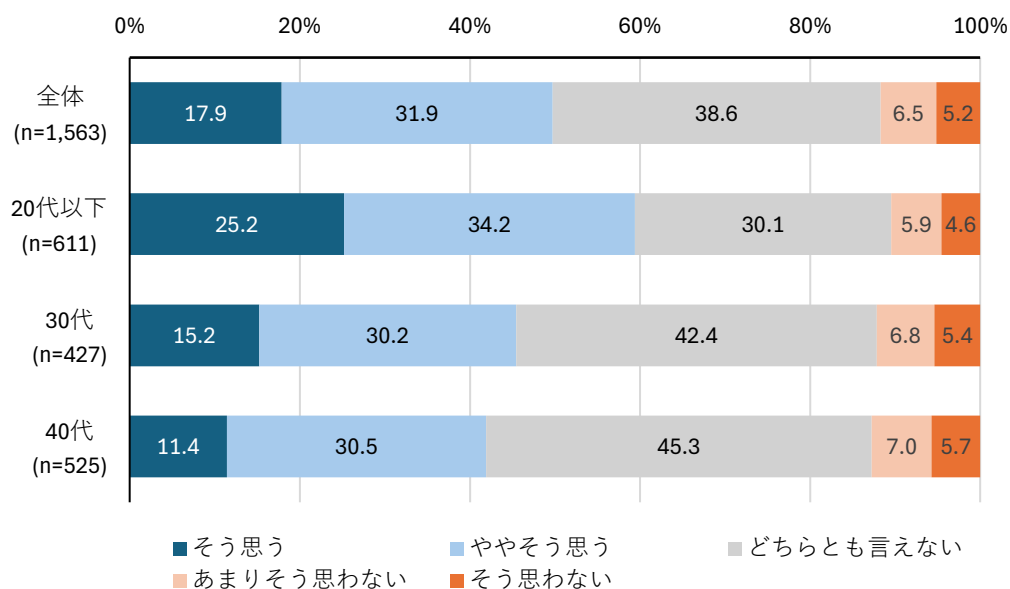


図表 55-2 堅実で安定した暮らしがしたい（居住地別）

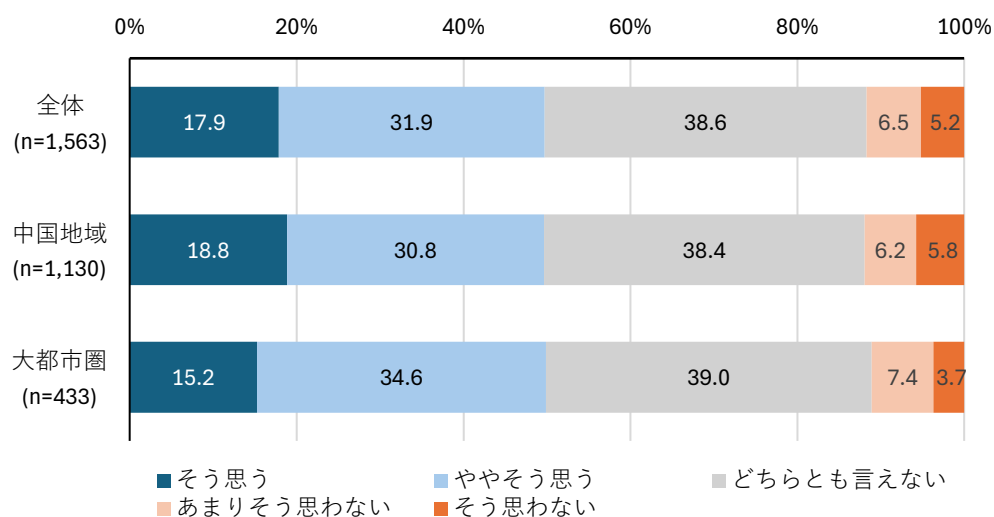


<自分の能力を発揮できるような仕事に挑戦したい>

図表 56-1 自分の能力を発揮できるような仕事に挑戦したい（年代別）

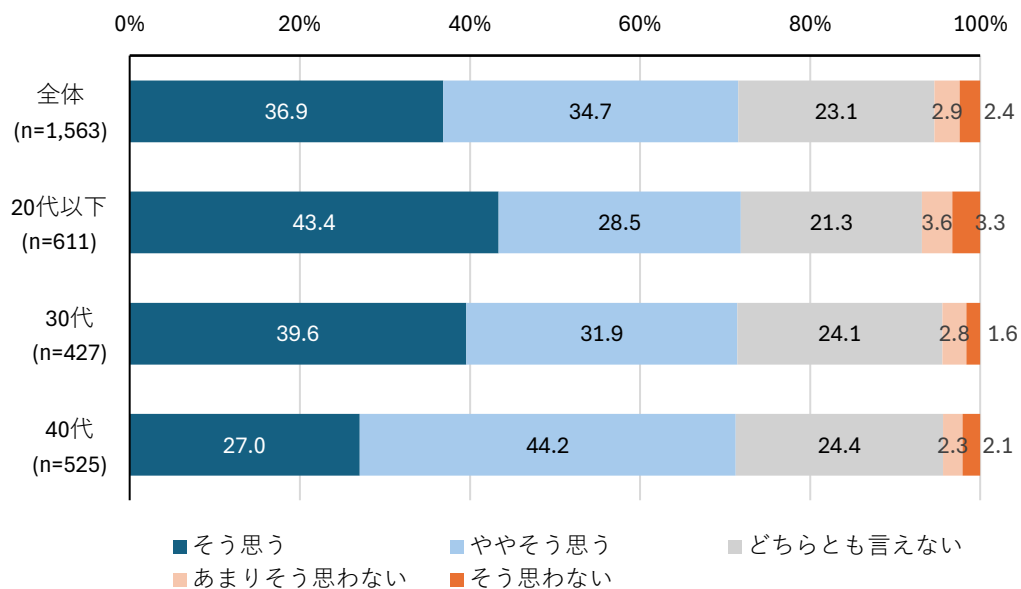


図表 56-2 自分の能力を発揮できるような仕事に挑戦したい（居住地別）

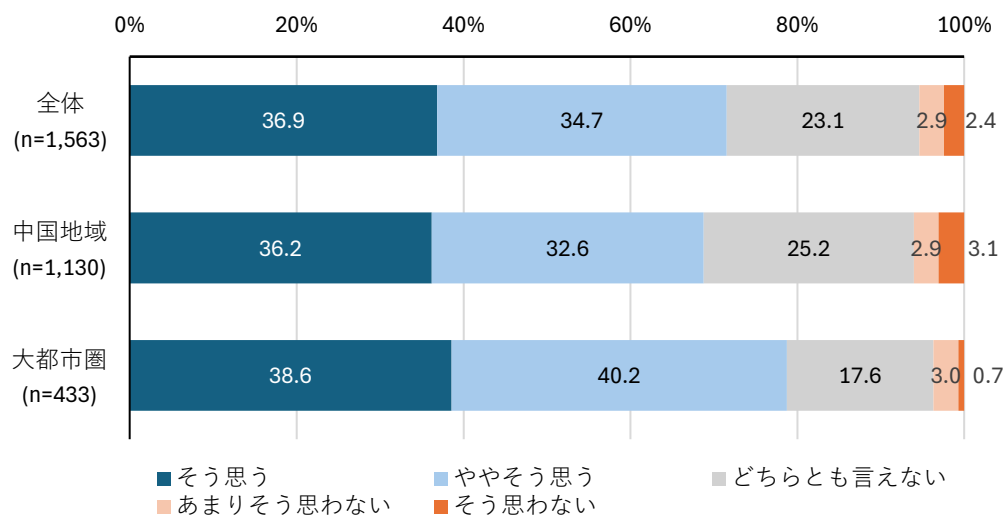


<ワーク・ライフ・バランスを大切にしたい>

図表 57-1 ワーク・ライフ・バランスを大切にしたい（年代別）

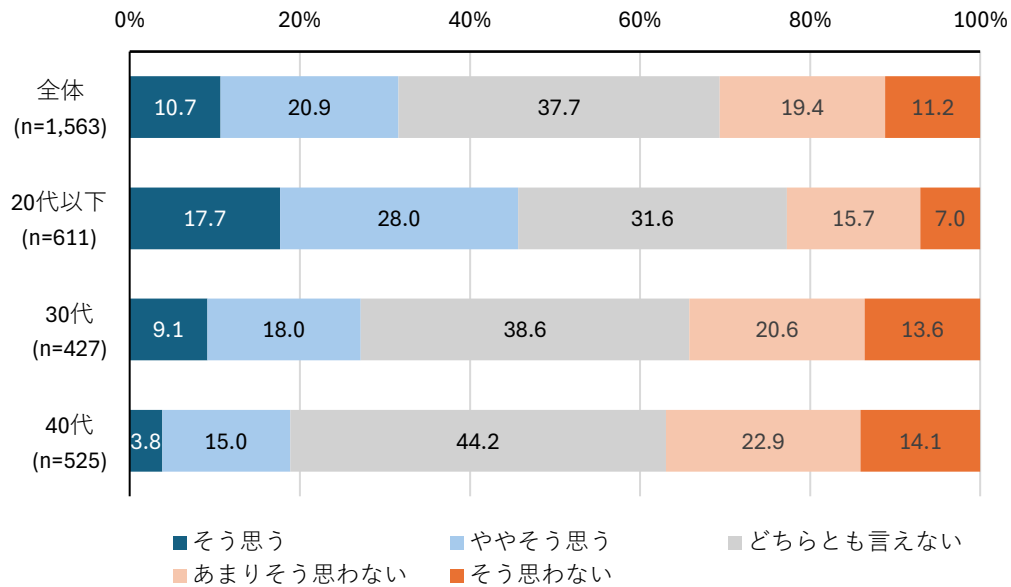


図表 57-2 ワーク・ライフ・バランスを大切にしたい（居住地別）

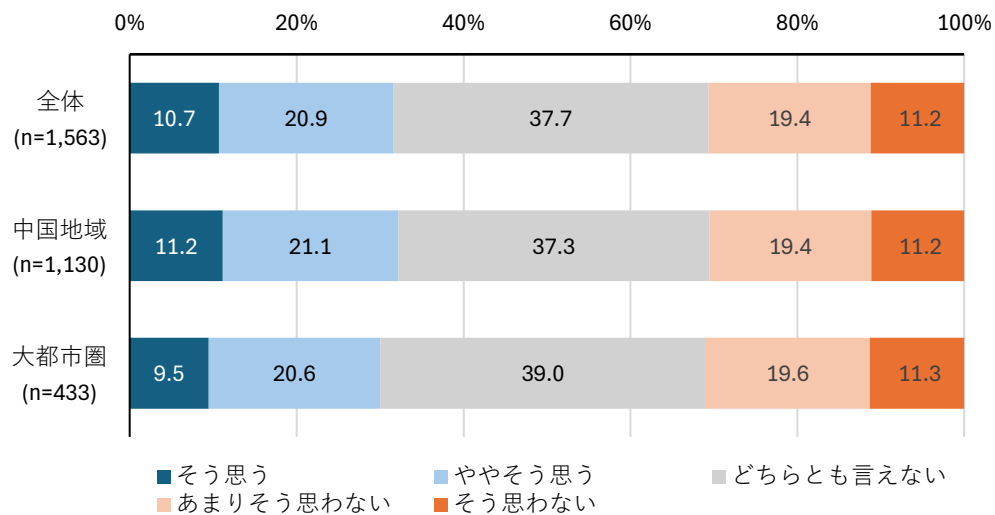


<新しい商品や流行を追いかけるのが好きだ>

図表 58-1 新しい商品や流行を追いかけるのが好きだ（年代別）



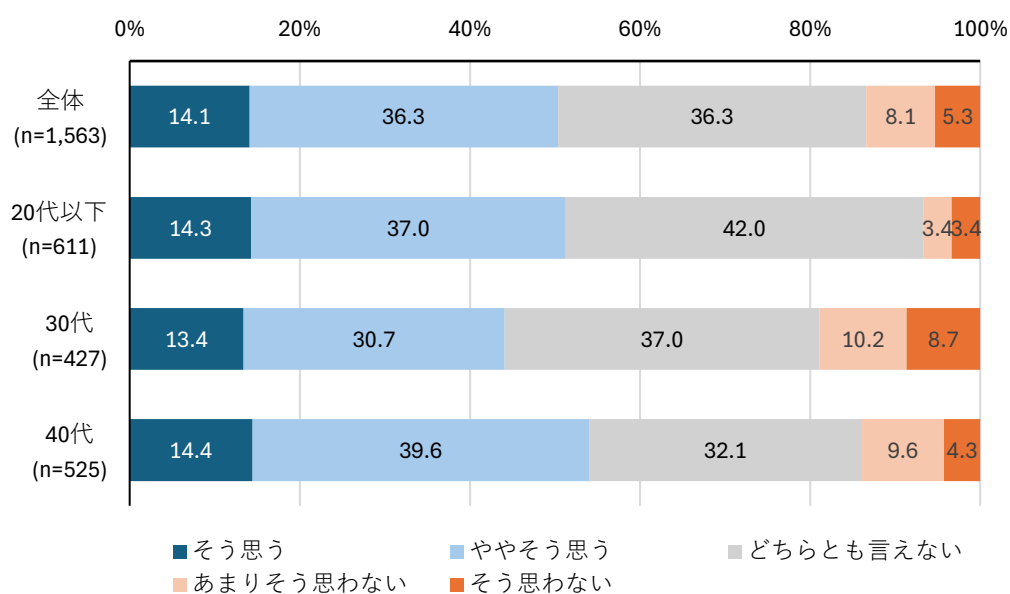
図表 58-2 新しい商品や流行を追いかけるのが好きだ（居住地別）



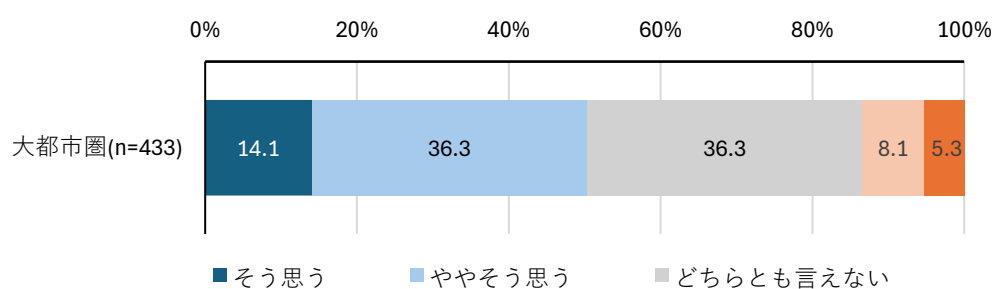
<今住んでいる地域に愛着を感じる>

※大都市圏居住者のみ

図表 59-1 今住んでいる地域に愛着を感じる（年代別）



図表 59-2 今住んでいる地域に愛着を感じる（居住地別）



中国地域からの女性流出の現状と
状況改善に向けた対応方策調査
報 告 書

2025 年 3 月 31 日 1 版 1 刷

編集・発行 公益財団法人 中国地域創造研究センター

(〒730-0041 広島市中区小町 4 番 33 号)

本書の一部または全部の無断転載、複写などを禁止します。

