

【平成 29・30 年度鳥取県協働提案・連携推進事業 成果報告】
地元に帰ろう「帰ってこいよ！」キャンペーン
～県立ハローワーク応援団～

1. 【事業実施団体】NPO 等

特定非営利活動法人 喜八プロジェクト（米子市）

- ・まちづくりNPO法人として拠点施設 DARAZ CREATE BOX、コミュニティ放送局 DARAZ FM と一体的に活動を行っている。地域の共通する課題である人口減少に取り組む「帰ってこいよ！キャンペーン」を展開している。

2. 【行政】

＜県の協働担当課＞

鳥取県立米子ハローワーク

- ・地域の実情に即した雇用のマッチングを行うため、県独自に「県立ハローワーク」を設け、職業相談から職業紹介までの一貫支援や企業の人材確保支援など、きめ細やかなサポートを行っている部署。

鳥取県西部総合事務所

- ・鳥取県西部地区を所管する鳥取県の出先機関であり、鳥取県庁内及びその他の関係機関との調整役を担う。

＜県以外の協働機関＞

ふるさと鳥取県定住機構

- ・鳥取県や厚生労働省鳥取労働局などからの、鳥取県内への就職を希望する人たちへの情報提供や職業あっせんなどを行う機関。

米子市、米子市教育委員会

- ・喜八プロジェクトの地域の自治体として、問題意識を共有してプロジェクトに参画。

3. 課題及び目的

近年、地元企業では慢性的な求人難の状況が続く一方で、学生や保護者の間には「地元には仕事がない」というイメージが広がっている。

そこで、このミスマッチを解消するために、地元で生活する保護者に対して地元企業の情報を伝え、地域（鳥取）を生活の場として選んだ時のイメージを伝えることにより、学生たちが職業選択で親に相談する際に、選択肢の一つとして地元の情報を伝えていただくことを目指す。

このように、様々な機会を捉え、学生や保護者に「地元に帰ろう！帰ってこいよ！」と呼び掛け続けることで地元に対する認識を変え、「地元に帰って生活することが当たり前」という意識を醸成することを目的とした。

4. 課題解決の手法

(1) キャンペーン広報事業、UIJターン応援事業

- ・「帰ってこいよ！キャンペーン」広報事業
チラシ、ポスターを作成し、行政機関や金融機関、県内全県立高校など、幅広く周知を行った。
またタペストリーによる広報や、新聞やテレビ等へのプレスリリースを実施した。
- ・広報番組「帰っていいとも！」
米子市のコミュニティFM放送局 DARAZ FM でラジオ番組「帰っていいとも！」を放送。地元企業のトップや採用担当者のメッセージ、UIJターンした社員の体験談、地元自治体や行政の移住定住情報など、様々なジャンルのゲストを通じて、地元に帰ってこいよ！と呼び掛けた。
- ・インターネット等による情報発信
喜八プロジェクトのHPリニューアルや、紙芝居をウェブ上で上映できるようページ改修を行った。またフェイスブックを開設した。

- ・本事業の効果測定



事業期間中、本取組の効果を測るためのアンケート調査を2回実施した。

・漫画コンテンツを活用した情報発信

若者に対して、地元の魅力を伝える漫画コンテンツ(紙芝居)を作成しPRを行った。

<学生向け>就職フェア、移住定住相談会など

<その他>小学校教員研修、地区祭りなど



(2) ふるさと仕送り便事業

都会で暮らす学生などに地元の保護者が届ける「仕送り」の中に、地元の暮らしや県内の就職情報などを同封して届ける仕組みについて検討を行った。

(3) 県立ハローワーク応援事業

「出張！県立ハローワーク」や子どものお仕事体験イベントである「キッズおしごとタウン」等において、紙芝居、寸劇、だらす様等により、地元の魅力をPRした。



(4) リクルート関係ネットワーク事業

- ・ 県・市の関係機関等を構成員としたコンソーシアム会議を組織し、事業の方向性や進捗状況などについて協議を行った。
- ・ 学生向けの各種イベント企画に、パネラーや講演者として出席し、県内就職の魅力を伝えた。
- ・ 地元の若者が県外に多く進学、就職する現状を変えるため、鳥取で確かな地盤を築きながら躍進する様々な分野の企業を紹介する書籍「鳥取の注目15社～強小パワーで鳥取の未来を切り開く！(ダイヤモンド社)」を出版し、地元企業のPRを行った。



5. 主な役割分担

【事業実施団体】

- ・ キャンペーン広報、U I J ターン応援、ふるさと仕送り便、県立ハローワーク応援、リクルート関係ネットワーク事業の企画実施、喜八プロジェクト定例会の運営

【行政】

- ・ U I J ターン応援・就職フェアへの参画企画、教職員への啓発活動企画、各種イベントへの参画企画
- ・ 県立ハローワーク応援・出張！県立米子ハローワークへの参画企画、キャンペーン広報協力
- ・ プロジェクト定例会への参画・鳥取県立ハローワーク、鳥取県西部総合事務所、ふるさと鳥取県定住機構、米子市

6. 成果

事業期間中に2回実施したアンケート調査結果に基づく成果検証は、以下のとおり。

- 「帰ってこいよ！キャンペーン」の認知度向上

様々な事業の展開により、着実にキャンペーンの認知度向上につながった。ただ一方で、まだ約8割の方には認知されておらず、引き続き継続的な周知が必要と考えられる。

- 地元住民の意識変革

子や孫、知人に地元暮らしを勧めるかとの問いについて、第1回目、第2回目とも、「地元暮らしを勧める」が高い数値を示した。なお自身がU I J ターンの実験がある方のほうが、より地元暮らしを勧める傾向が強かった。

- 県立米子ハローワークの認知度向上

平成29年7月に開設してから順調に相談件数、採用決定者数が増加し、事業実施団体との連携による認知度向上の成果が現れている。また、第1回・第2回アンケートでは認知度にバラつきがあるものの、県立米子ハローワークの利用者から相談して良かったといった高い満足度が得られており、今後口コミ等により認知度や利用者数が高まっていくものと考えられる。

7. 事業終了後の状況

- 今後、活動エリアを島根県東部地区まで広げ、大山中海宍道湖圏域で「帰ってこいよ！キャンペーン」を山陰地域の合言葉にすることを目指し、引き続きプロジェクトを継続予定。

なお本キャンペーンを、今後10年、20年に亘り展開していくとともに、パブリックな問題を民間と行政がどのように関わり進めていくかというモデルケースとしても発展させていきたい。