

## 第7回 滋賀県協働プラットフォーム 議事要旨

### 1 日時

平成28年10月25日(火) 9時30分から12時00分まで

### 2 場所

滋賀県大津合同庁舎 5-E 会議室 (大津市松本一丁目2番1号)

### 3 テーマ名

滋賀で働く人を増やす(第2回)

### 4 参加団体

#### (1) NPO・関連団体等関係者

(株)安土建築工房

(一社)RCF

高島市 市民生活部 市民協働課

滋賀大学

#### (2) テーマの提案者

(株)いろあわせ

#### (3) 県関係部局

滋賀県 総務部 市町振興課

滋賀県 商工観光労働部 中小企業支援課

滋賀県 商工観光労働部 労働雇用政策課

滋賀県 商工観光労働部 女性活躍推進課

滋賀県 土木交通部 住宅課

#### (4) 事務局

滋賀県 県民生活部 県民活動生活課 県民活動・協働推進室



### 5 協議内容

#### (1) テーマ提案者からのテーマ提出の理由・趣旨を説明

○前回、問題提起という形で、滋賀で働く人を増やせないだろうかというお話をさせていただいた。私自身が大阪で、主に人事の企業側の採用であるとか教育研修、制度づくりなどの仕事をしてきた。「やりたいことが見つからない。」とか、「自分はどのような仕事をやっていくのがよいのだろうか。」と悩んでいる大学生とか若年労働者と言われるような20代の人たちと向き合う機会が仕事柄、非常に多かった。

○私自身が滋賀県にUターンしてきた。色々な会社経営者の方とお会いすると、「人がいない。」「若い子がない。」「募集をかけても全然応募がない。」と言っている。若い子に聞くと、「滋賀県って何かすごく楽しそう。自然もあって、満員電車もなくて仕事もしやすく、ワークライフバランスも良さそうですね。だから滋賀に行きたいけど、仕事がない。」と言っている。働いてくれる人を探している会社と、片や滋賀に住みたいとおもっているが仕

事がないと思っている若い人。両方と出会う機会が多い。ミスマッチが起こっていると思う。滋賀で働く選択肢というものを知ってもらいたい。企業が「自社が何をやっているのか」を伝える。仕事を探している人たちが、「そういう会社なら働きたいな。」と思ってもらう。そんな仕組みを作りたいと思い提案させていただいた。

- 従来どおりの雇用条件と会社概要を載せただけのマッチングサイトでは多くの条件を比較するだけになってしまう。一番典型的なものはハローワークだと思う。住所、給与条件、休みの日数で、仕事の内容は1行、2行の記載。この情報で「応募してください。」となる。本当に簡単な情報で、人生の大事な選択をしないといけない。これでは、「う～ん、どこが良いのか全然わからない。」となる。その会社に行ってみたら感じるものは勿論あると思うので、「まずは行けば良いのでは。」というのは、情報を出している会社の論理だと思う。いざ応募する側の気持ちになってみると、「この情報だけで、僕は一体どこに応募したら良いかわからない。」となり、応募する側は二の足を踏んでしまっている状況と思う。
- いわゆるリクルートがやっているような大手のナビサイトとか、リクナビ・マイナビと言われるようなところは、もう少し写真があり、あとは大阪・東京中心に、いわゆる「合同説明会」とかで、かなりキラキラとした感じでお金をかけて魅力を発信されている。そうすると、滋賀県にUターンしようかなという気持ちがあっても、どうしてもそっち（大阪・東京）のほうが見栄えが良い。親の気持ちとしても「大手に行ったほうが良いのでは。」と、なんとなく安心論・神話がある。なかなか滋賀の魅力的な中小企業とかに人が集まる状況ではないというのが見えてきた。
- それ以外にも商店街のライフスタイルの情報や、滋賀県で働く・住むということを現実的に考えられるような情報、より毎日の仕事をイメージできるような踏み込んだ情報提供がないと求職者は決断できない。例えば、「こんなお店があるよ。」とか、「週末はこんな生活スタイルがあるよ。」とか、琵琶湖があるので、マリンスポーツをする人もいるでしょうし、山もあるのでトレッキングしたり、子連れの人だったら夏は川遊びをしたりする。色々遊べる場所が近くにある。ただ、イメージはあるが実際どんなものか良くわからない。
- 単なる情報発信だけではダメ。「あとは勝手に判断して。」というだけでは、求職者は、一歩を踏み出せない。リアルな情報に触れる機会を増やしていくことが必要ではないかという話を前回皆さんからいただいた。
- どれだけ会社のホームページがきれいでも、そこで会った人の魅力とか、そこでの接点の頻度の多さとかで、仕事を探している人は最終意思決定すると強く感じる。そういう場を積極的に作り出していないと、移住しようとか働こうと意思決定してもらうのは難しい。求職者が企業のストーリーに共感できる情報提供と、実際に情報を目で見ても確かめる機会が必要じゃないかというところが前回から見えた課題と思う。
- 前回は踏まえると、転職しようとしている若年労働者に対して、滋賀に住んで働くことについて背中を押してあげられるような情報提供の場づくりというのが必要と考える。具体的には滋賀県に特化した若者向けの人材マッチングサービスということを考えている。企業のストーリーとか働く人の顔がしっかり見える、そして仕事以外の住む・暮らすということに関しても踏み込んだ情報が載っている。働きたい企業や地域のことで相談できる人

- がいる。インターン制度などで会社の内部を知る機会があつて、さまざまな仕事ができるイベント場みたいなものもある。このようなことが、我々のイメージするゴールと考える。
- イベント、合同説明会というのは大阪・東京のほうではすでに積極的にされている。もちろん、県内でも滋賀県さんが主催で実施されているものとか、各自治体で実施されている合同説明会がある。私も実際に参加させていただいている。別にそれ自体はよいと思うが、どうしても場だけ作られているという感じがする。意図的に情報発信を「こういう形でやっぺいこう。」とか、「皆さんからの意見をこういう形で集めていこう。」とか、双方の立場に寄り添うまでの仕組みになっていないと思う。どっちかというところ、「場だけ作ったのでどうぞ来てください、あとは勝手にやっぺ下さい。」というところまで、お互いがもう一步踏み込んで対話する機会というところまでは、いっぺいないと感じている。
  - それでプロジェクトとして、求職者、県内外、新規・中途の方にかかわらず、仕事を探していきたいという人たちと、滋賀県の志ある企業、ちゃんとストーリーを発信していくとか、魅力的な会社であるということに対して最後に力を掛けられる会社を、ある程度こちらで選ばせてもらい、その会社の情報を載せていきたいと思っている。その会社が提供してくれたストーリーに対し「共感する。」というところがすごく大事と思う。そのお手伝いをこのマッチングのウェブサイトとか、イベントでできればよいと思う。
  - あとは、学生インターンみたいな形で、学生に経験もさせてあげられると思っている。実際に会社に行ってインタビューをしたりとか、写真撮影をしたりとかである。結果としてマッチングの頻度も上げられると考える。
  - 一番の懸案事項はサービスを作るのに結構お金がかかりそうなこと。外部システムでデータベースを持っていらっぺるところとか、何かしら求職の情報発信ができるようなシステムを持っているところもあるので、そういうところと連携しながらすると初期費用を抑えられると考える。
  - 次に、相互間で密にコミュニケーションがとれる仕組みをつくるのが結果的に滋賀で働くことにつながっていくと思う。基本的には県内の事業者、中途採用とか観光交流サイドに力を入れたい会社、特に移住みたいところで考えると、いわゆる中途採用になってくる可能性があると思う。滋賀県の雇用に寄与したいという想いが強い企業や、自社の魅力をうまく伝えられていないと感じている企業、会社はもちろん、特に人に対しての思い、人材を育成していっぺ滋賀を良くしていこうというきっちりとした志と、それでいっぺ実際に手が足りないとか、見せ方がうまくないというところで機会を逃していらっぺる会社がいれば、可能な限り拾っていければいいと考えている。
  - もう一方の企画というのは求職者の方に対するもの。Iターン、Uターンの希望者、もちろん県内の大学生も考えている。あとはワークライフバランスを大切に働くこと。最近、ニュースでも出ているが、必ずしも長時間労働が幸せにつながるのかみたいところも注目されている。裏を返すと、滋賀県でも残業をいっぺいしている会社もあると思うが、良い意味、「ほどほどでいいのでは。」みたいな、その良さやゆるさを大事にして「魅力つてありますよね。」ということを言うような、そんなマッチングもあるのではと考えている。
  - あとは相手の顔が見える転職活動をしたい人、これはどっちかというところ、求職者側への啓

発等につながるかもしれない。人事をやっているすごく違和感があるのは、お互いがっこをつけすぎるところ。会社は、「うちの会社は素晴らしいよ。」と言って、求職者は「僕はこんなに頑張ってきました。」と言って、蓋を開けてみると、若い子は大したできないし、会社側も全然ルール守っていない。「今のままじゃいけないと思っているから、お互い頑張っていこうよ。」と、そういうスタンスを大事にしていけるようなマッチングサービスができればよいと考えている。

- 次に対象になりうると思っているのは、30歳前後ぐらい。というのは、結婚して子どもが生まれて、「子どもができてこのままでいいのかな。東京や大阪の狭いマンションで、満員電車で揺られ、子どもを保育園に預けてよかったのかな。」ということ、私自身も考えて、滋賀県にUターンしてきたこともある。多分同じようなことで共感していただける方もいると思う。
- おそらく今までは企業情報ってウェブサイトで1ページだけとか、まあハローワークだと3行だけとかいう状態。リクルートは、そこにちょっと風穴を開けて、「もうちょっと情報量を増やしていきましょう。」とした。つまり、ハローワークだけではわかりにくい情報に写真と取材記事を載せて、個別の話をしていけるような人材紹介というビジネスを立ち上げた。ただ、利益がでて、かつ営業しやすいところは、どうしても都市部中心となる。移住とか考えると、もうちょっと地方よりで、もうちょっと情報量が必要と考える。例えば、「日本仕事百貨」とか「ハローライフ」のようなサイト。このサイトは、リクルートが取れていないマーケットをある程度取れていると思うが、それでも東京とか、その近郊中心の情報が多いと思う。情報をもう少し地方に寄せたい。今回で言うと滋賀特化ですけど、このような場所、一定あると思う。
- 具体的には、求職者に関しては登録してもらって相談できる場所を設けて、採用後のフォローワークみたいなことまでできるとすごくよい。ミスマッチが減ると思う。企業においては、インタビューとか情報を載せるためにヒヤリングをさせていただく。あとは、企業個別にコンサルティングの教育をしていくような形で、企業自身をもっと人材に対して力を注いでいけるような状態というのをつくりたい。最後には成果報酬をいただいて、その後、アフターフォローをすることができると、理想的な状態になると思う。
- 求職者・企業間での情報の収集により、お互いに相互理解を深めてもらって、採用を決定することができれば、理想的な雇用の確保、就職先の確保がお互いにできると思う。最終的なメリットは、滋賀県で働く人が増加するだけじゃなくて、県と協働して行うからこそ、県内の求職者や企業が滋賀県に対して共感しやすく、滋賀県のイメージが向上し、滋賀を好きになってもらえるような場所（サイト）になれば素敵だと思う。

## (2) 対話・協議の内容

- どれくらいの規模の企業を対象として想定されているのか。
- まだ、想定していない。結局、応募者の方がどういうところで働きたいかは、こちらが決められることではない。やりたいと希望される会社は、拾っていききたいと思う。大事なはいわゆる大手企業が魅力的に見えて、そっちに人が流れないようにすること。

- 掲載料が月 20～30 万という仮の設定について、これでは、対象はそこそこの規模の企業になると思う。なので、たとえば企業の負担を減らすため、県などからサポートいただくと、とても中小企業としては動きやすいアイデアだと思う。20～30 万を採用のため投入しようとする中小企業は少ない。
- 中小企業は、採用する経費を予算化していない。
- はい、採用そのものが、あまり仕組み化されていない。
- 行政等からの採用の助成はあるのか。
- 採用の助成とか、こういった取り組みに対する助成はなかなかない。国では採用された後、あるいは障害のある方を採用するような個々の採用に関しての助成金はある。いわゆる採用活動はあくまで企業がやる部分となる。コンセプトは少しずれるが、基本は「ハローワークで無料の職業紹介がある。」というのが、国の考え方である。
- 前回のプラットフォームの際に、移住の関係で、県が今、取り組んでいることとか、課題をお話させていただいた。今の取り組みの現状とか課題をもう 1 回、説明させていただきたい。
- 移住を進める上では、子育てとか、働く場所とか、住まいとかの条件は、最低限満たしておかないといけない部分であり、しっかり伝えていかなければならない。その上で、「なんで滋賀を選んでいただきたいのか。」という理由づけを説明するところが大変苦慮しているところ。
- 全国的にも移住が盛んになっており、その中で「ちょうどいい田舎」とか、「ちょうどいい都会」とか、こういう趣旨の言葉がよく使われている。滋賀県も「ほどほど田舎ほどほど都会」で他の地域にはない魅力があるが、もうちょっとアピールしたい。
- 移住された方は、それはそれで大変魅力的な生活をおくっておられるが、例えば農業とか自営業で、ある意味とんがった個性豊かな生活を送っておられる方々の体験談を紹介している。都会で働く若者の「どのような仕事が良いのだろうか。」とか「将来どのようにしたら良いのだろうか。」といった悩みに的確に情報提供ができていないのが課題と感じている。
- 提案者（いろあわせ）さんの話を聞いて、移住と仕事の結びつきというのは表裏一体で非常に関係があるなということで、意見を参考にさせていただいている。県では、「滋賀暮らし」という移住のポータルサイト (<http://www.pref.shiga.lg.jp/b/shichoson/iju/top.html>) を作っている。今日お配りしたパンフレットは、移住の体験談、生活の体験談をまとめたもので、このポータルサイトにも掲載しているが、1 週間で 1,000 以上は見てもらっている。生活情報というのは非常に重要であると今感じている。
- 滋賀県と都市部との人の動きの関係について、2015 年のデータによると、年間で滋賀県から大阪府に転居する人は、年間約 5,000 人、大阪府から滋賀県に入ってこられる方は年間約 4,300 人で、滋賀県を出て行く人のほうが 700 人くらい多い計算になる。しかし、30 歳から 40 歳代、あと 60 歳以上の方々と 9 歳までの子どもを合計すると、200 人くらい入ってくる方のほうが多い。この前のプラットフォームでは、20 代後半から若い人の転居というのは可能性があるとお話があったが、やっぱり数字でみても、自然豊かな滋賀県ということで子育て世代が入ってきていると思う。暮らしの魅力なり仕事の魅力をもう一押し

できたらと思う。

- 企業側としては、魅力的な学生は是非とも採用したいと思っているが、そのマッチングが難しい。例えば、「滋賀県は田舎だから。」という思い込みがあると思う。例えば、この「滋賀暮らし」という冊子を県で作っていただいているが、すこし田舎暮らしの押し過ぎていると感じる。もっと当たり前な一般的なというか、民間企業に勤めている中小企業の先輩とかを掲載するとイメージがしやすい。極端なとんがった例を載せすぎると、「ああ畑をしないと生きていけないのか。」とか、思い込みにつながってしまう。「いろんなケースがありますよ。」というふうに訴えていけるとさらに良くなると思う。
- 滋賀県の中小企業があまりアピールできていない理由は、いくつかあると思う。都市部の大企業は広報宣伝部があり、担当者がいて、人事部、総務部とか全部分かれている。人に余裕があるから。でも中小企業って、例えば私の今やっている仕事は、総務もしているし、経理もしている。営業もしている。現場にも出る。一人でもう全部することとなる。そうなってくると限られた24時間、365日の中で広報にかけられる部分、学生との接点に使っていただける時間というのは限られてくる。私のいる会社の10数名の社員がいる状態でもそうなので、社員が10名以下の会社では、余計に時間が取れない。あとノウハウがわからない。したがって、さらに会社間の格差が広がっていく。ここに介入していただける何かがあると、解決のひとつになると思う。
- 基本的なところだが、いわゆる職業安定法でいくと人材紹介会社と同じような形で求職者の登録があって、企業から成果報酬なり、そういった形で費用をいただくという形になっている。いわゆる有料職業紹介の許可を取られるのか。
- そうです。
- 有料職業紹介されるという企業がたくさんある中で、どこまで県が関与して、それを公認サイトという形で、「ここは県のお墨付きですよ。」ということをどこまで見せることができるだろうかを考える必要がある。今までにない視点だと思われる。企業を立ち上げていくところに対して支援するための助成金を出す制度、中小企業に対する支援はある。一緒になってやっていく新たな分野として実施するのか、既存の制度の中でやるのかは検討する必要がある。
- そういう意味でいうと、協働について、「これは無理やけど、これならやっていける。」というのを、教えていただければと思う。
- 過去の協働プラットフォームのテーマを紹介させていただくと、高齢者の交通事故防止対策や犯罪被害者への支援、子どもの虐待防止、農業分野における女性の活躍推進、多文化共生・国際交流とまちづくりなどである。分野は多岐にわたっている。
- あまり営利に関わりないですね。
- プラットフォームの目的の一つは、こういう場でつながりをつくって頂くこと。その結果、企業と市町とが協働で事業をされる結果になるかもしれないし、企業間で協働が生まれてくることもある。そのひとつの結果として県との協働になるかもしれない。今まではこういう場がなかなかなかった。意見を交わしていただき、つながりをつくってもらうのもプラットフォームの目的である。

- このサイトの目的として、今まで知られていない魅力的な会社と、そういうところで働きたいと思っている若い人たちをマッチングしたいなと思っている。クリエイティブとか、自分で仕事自体をつくっていくとか、たとえば責任をもって、ここからここまでは自分で考えて動いてね、と言われるような仕事を任されていきたい人たち、そういう人たちだからこそ、滋賀県に移住してまでチャレンジしたいと思う。自分の生活もデザインできるような力のある人たちが増えると、滋賀県の発信力が高まって行って、「最近、おもしろい人、滋賀県に多いね。」となっていくのが理想のイメージと思う。
- 県では、この 20 代、30 代、特に女性の就業にも力を入れている。とてもよい企画と思うが、県としてどういう関わりができるのかというところがイメージできない。例えば、県がこういうサイトが必要と考え、県が作るけれども、どっかの業者にそれを委託する形でやるのが一番可能性はあると思う。
- そうなると、運営主体は県になりますね。
- 県が HP の運営について委託して、その後、自立していただくような流れになるのが一般的には一番みえやすいかもしれない。県が委託という形で経費をだし、5 年なりやって、その後は自立化という形で、あとは県がやれる部分は広告料で支援することもありえるかも。ただ、この事業を県が事業化するとすると、どこまで協働事業としてできるのかわからない。
- たとえば合同企業説明会は、県が主催ですか。
- だいたい共催です。というのは、その場で職業紹介をできなくはないが、それをするとすると国の機関である労働局が入ってこないと職業紹介までできないとか、いろんな規定がある。また、広報の仕方も含めて、人に来てもらうというのはなかなか難しい。人集めとなると、労働局とか民間業者との共催となる。
- 主催は誰になりますか。
- 市とか、開催する公共団体なりが主催となる。
- 広く集めて、広く受け止めて、その後は自由にとということですね。
- 基本的に、合同説明会は、場のセッティングですね。
- そこにプロデュースという概念は入りにくいのか。
- そうですね。民間企業、業者に大きな「合同説明会やってください。」となると、どうしても予算をとるのが難しい。他の都道府県では、業者に委託しているが、「その県だけ」という形になると人が集まらない。なので、いわゆる「転職フェア」に企業に参加していただくことを県が支援をしたり、あるいは県が「転職フェア」に出展場所をとって、企業にそこに来てもらっている都道府県もある。
- 思いつきレベルでの議論ではあるが、例えば、滋賀県移住応援企業ページみたいなものを作り、お金は儲からないかもしれないが、例えば、「滋賀県のおもしろい移住者 100 人」とか、サラリーマンなど幅広い方の生活情報につながるようなものはどうか。
- 今までの話の中で、中小企業では、人がいないから人事の広報まで手が回らないという話がある中で、今回、提案いただいているサイトは、結構情報量も豊富で、今までにないような形でやっていくことになると思う。このあたり、一方で企業の手が回らないという中

で、企業にとって結構な負担になってくると思う。

- 理想論ですが、(人材確保について) エネルギーをかけたら、ちゃんと会社は儲かるというところに実感を持ってもらうための啓発活動をやっていないと、人はどんどん使い捨てになり、効率化・合理化ばかりになって、働き甲斐を感じられないまま可能性を見出せない人が増えていく。それに対して、一見正しい合理化は、実は大変非合理になっているのではないかということ、感じてもらえるような活動をしていく必要があると思う。
- 例えば、採用のページでの会社の見せ方って、うまくない会社が実際多い。求職者はそこを大事にして見ている。ということは、そこをうまくするだけで実は結構なコスト削減ができると思う。
- ウェブページは簡単に作るが、結局、そこに何を置いていいのか企業はわからない。どの写真を入れて、どんな文章を入れたらいいかわからない。採用に必要な情報とかプロセスとか、そのあたりを3ステップで示すことは、別に滋賀県にかかわらず必要と思う。
- おそらく、中小企業の支援について、重要度と緊急度という話がある。結局、緊急度の高い課題が目の前にどんどん毎日くる。例えば細かい雑務であり、そっちに目がいきがちである。で、重要度が高いものが、後回しになって、その緊急度が上がってきて、「どうしよう。」というのがよくある話ではある。なので、この提案を企業に持っていくときに、意識の低い、(人材確保に) 目がいていない方々に是非、「大変重要ですよ。」と言って、企業が「そうですね」と言ってくれれば、とてもすばらしいと思う。
- あともう1点、中小企業の代表者の方は、今まで採用について苦勞をされている。例えば、採用の内定を出し、必ず来てくれると思っていたら、蓋を開けてみれば内定式には来ているが、入社式には来っていない。「えっ、どこに行ったの、あの子は。」と聞いたら、もっと条件のいい会社に行っている。これがよくある話。これはやはり福利厚生面とか待遇諸々が、なかなか都市部の企業と比較すると、いい条件が出せない。遣り甲斐、働き甲斐、福利厚生、待遇面を超える何かが必要。逆を言えば、そこをクリアすることができると、魅力のある取り組みができると思う。
- 究極は企業の魅力でしかないと思う。例えば、大手と比較して就職活動する打算的な学生は(サイトを)使わないほうが良いと、君らを満足させられる会社はここにはない、と言い切ってスタートするのがいいと思う。採用活動の基本は、期待値をいかに下げるかだと思う。みんな期待値を上げたがるが、期待値を上げるとろくなことがない。例えば、求職者は「僕は大きなことはできませんが、ただ、この仕事に対しての思いは本物です。」とか、企業側は「うちは、大きな福利厚生はないが、ただ人に対しては本気で向き合っているよ。」と。このようなマッチングを作りたいなと思っている。
- 他の都道府県では、高校生の卒業段階で個人情報を集めて、SNS でつながりを保っているようなところがある。ただ、行政が個人情報、高校生の卒業段階の18歳のデータベースを県が持つ形になるので、それが危ないと思う。
- 滋賀県は持ちたいと思っているのか。
- 滋賀県がその情報を把握しても、県で何を情報発信できるかというところを行政だけで考えていても難しいと思う。



○その取組は、大変面白いですね。

### 【10分休憩】

○前半の議論で、お互いにできること、できないことを出していただいた。提案者から色々期待とアイデアがあったが、あまり落とすどころというところまでは、この時間内ではできないと思う。ただ、せっかくお話が出てきたので、行政ができること、民間でできることなど、ある程度共有のイメージとして持っていただき、できることは次につなげていけるように終わりたいと思う。

○労働雇用政策課で一番メインとして取り組んでいるのは何か。

○県内に13大学ある。大学生が卒業した後、県内の企業に就職する人が1割しかいない。インターンシップを進める中で、中小企業に接していただき、学生が県内企業に振り向いてもらうというプロジェクトを今年度から進めている。また、就職支援協定という形で京都の4大学とも協定を結んでいる。この4大学と県内大学、産業界等と協議会を設立し、県内企業を対象としたインターンシップを進めていきたい。

○県内企業に対して、「インターンシップでこういうことをしますが、受け入れていただけませんか。」という形で募集をかけているが、参加していただけたところはまだ少ない。あと、若年求職者のインターンシップも考える必要があると思う。ただ、県では、「まずは大学」ということで取り組んでいる。大学だけでもなかなか募集とかいう形が難しい中で、対象を若年求職者まで広げられるかわからない。

○大学生が県外に行くのは仕方ないと思う。大半が出て行くという話ですが、その反面、東京に出て行って2、3年経ったところに滋賀県に戻りたい、もしくは他の県出身で地元に戻りたい社会人は一定数間違いなくいると思う。東京で若手の県人会をやっているところ。そうなったときに、地元との接点というのが、減っていく。結婚し、子どもが生まれ、家を建てるとなると20、30年は帰ってこない。したがって、一番ターゲットにすべきだと考えているのは25歳から35歳までと思う。ある程度社会経験を積んで、その上で滋賀に住むとなった人は、滋賀県をまた離れていく率は間違いなく低いので、その層に対してどうやってアプローチしていったらいいのかが一番の課題と考える。なので、若手の県人会に対して情報を流し、そこの会員を増やしていくのが大事と思う。「自分は東京でこういう経験をして、地元に対しこういうふうに関与していきたい。」という人をどれだけ持っておけるかが大事。

○今の自分くらいの世代の人で、一つの会社で一生勤める気がある人は、まずいない。ずっと安定している会社なんてほとんどない。したがって、2つか3つくらいの会社で働きたいという考えが実はある。それは、週2日、3日からでもよい。週4日働いて、1日はボランティアみたいな形でもよい。そうやってリスク管理しておかないと、ひとつの会社におんぶにだっこというのは、会社にも従業員にもよくない。そうなったとき、まずそれができる求職サイトというのはほとんどない。さらに、この働き方の難しいところは、個人がそれぞれ会社に交渉しに行く必要があること。今回、いろあわせさんがされているよう

な提案の中で、大事な役割があるとすれば、企業への取材や営業をかけるときに、「今、こういう働き方が増えてきている。今の世代の人たちの意識はこうです。」というのを提案した上で、「じゃあ週5日の掲載もするけど、週4日もどうでしょう。週3日だと給料を60%にすればよい。」という提案ができるのは、滋賀にある企業でないといけない。滋賀で活動しているいろあわせさんしかできないと思う。そういう働き方を記事とかコンテンツとして発信していければ、意識改革にもつながるんじゃないかと思う。これを県単位でやっているコンテンツはまだないので、これをすると「滋賀県すごいな」となるだろうと思う。

- 1回都市部に出て戻ってくる人は、2種類いると思う。極端な言い方をすると、勝ち組のUターンと、ちょっと心痛めて帰ってくるUターンの方々。それぞれに対してアプローチの仕方を変えたほうがいいと思う。例えば、都市部で頑張っただけで成功して、いろいろ経験を積んで、「よし、これを地元で生かそう。」という心意気で帰ってきている方に対しては、遣り甲斐とか存在意義とか付加価値のところをアピールする。ちょっと心痛めている方々や、都市部へ行って疲弊して疲れて帰ってきた方々には、「まあ、ちょっとゆっくりしなさい。」というアプローチでもいいかもしれない。滋賀県出身者の滋賀県愛ってすごいと思う。やっぱり（滋賀県を）出るとよくわかる。あと、元々滋賀県ではない方に対しては、やはり滋賀県の魅力ですよ、自然もあって、「ほどほど田舎、ほどほど都会」は最高の言葉と思う。対象に対してどうアプローチしていくかというのをしっかりと精査してやっていけばうまく思う。是非、形にしてほしい。
- こういう事業は、県がやったら失敗するので、民間の方にやってもらう必要があると思っている。是非協働できればいいなと思う。ただ、県がするとどうしても制約が多いので、是非民間の力を借りてやりたいと思う。それから、週2日、3日の勤務とかの話があったが、そういう話は行政からは絶対に出ない。民間の方のアイデアは参考になると思いつながりながら聞かせてもらった。
- ビジネスモデルとしては、面白いが、自治体が公共性を持ってやるというのが難しいと感じた。
- 滋賀県に戻ってくるときに、どういう環境で暮らせて、どういう環境で働けるのかというイメージがあれば帰ってこられると思う。
- 大学は、就職に一番力を入れて卒業生を送り出すが、卒業生に対してできることについてあまりできていない。大学によっては、卒業生がプレゼンをして、企業が来る場を作っているところもある。卒業生と大学が連携を密にしてやる必要があると思う。
- 運営は行政ではなく、民間の方にやっていただいて、タイムリーに情報を出してもらえようしないと、使いものにならないというか、みんなに振り向いてもらえないと思う。
- あえてまとめることはしませんが、よろしいですか。
- はい。結構です。
- 本日はどうもありがとうございました。「滋賀で働く人を増やす」をテーマに2回に渡りまして開催させていただいた。提案者のいろあわせさんをはじめ、熱心にご議論いただいた。協働プラットフォームは、単に話し合うだけの場ではなく、知事の言葉を借りますと、まさしく一緒にやりましょう、対話・協議の中で、みんなと一緒につなげる協働をやっている

こうというのを大きな狙いとしている。お話の中で、行政のいろんな制約の中で、「すぐにやっていきましょう。」というのは、なかったかもしれないが、これから話し合いを続けていただく中で、実際に協働で取り組んでいくこともあると感じている。また、協働プラットフォームは、人のつながりを作るといことも狙いとしている。こういうつながりを生かしていただき、新たな協働につなげていただければと感じている。

(終了)