

令和元（2019）年度行政改革推進委員会外部評価会議 議事録  
（U・Iターン促進事業分）

柏崎市総合企画部人事課

- 1 開催日時 令和元（2019）年9月30日（月） 午後1時30分から4時10分まで  
2 場 所 柏崎市役所第二分館2階第6会議室  
3 出席者 ○行政改革推進委員会委員（五十音順）  
石坂泰男委員長、川瀬朝子委員、品田久雄委員、土田茂博委員、  
中山博迪委員、西巻一男委員、村田奈緒委員  
○外部評価対象事業担当課  
竹内課長代理、小林主事  
○事務局  
箕輪総合企画部長、宮崎人事課長、宮川課長代理、村山主査

4 概 要

8月19日に開催した第2回行政改革推進委員会において選定した事業について、外部評価を行った。

5 委員会の要旨

(1) 開会

(2) 議事

1 外部評価の手順説明

2 外部評価の実施

《担当課から外部評価シートに基づき説明後、質疑応答》

A委員 成果を定量的に測定し、比較することが難しいことは承知の上で、補助制度がインセンティブになっていないと説明があったが、どのように分析しているか。

元気発信課 他の自治体と比較して、金銭面も含め制度的に劣っていることはないが、補助制度に関する情報を認識し、移住を決めたわけではなく、移住した後に制度があると分かり、申請を行うという印象を受けるため、補助制度が必ずしもインセンティブとなっていないという認識である。  
柏崎への移住のインセンティブとして認識してもらい余地がまだあると考え、今後の取組に生かしたい。

A委員 柏崎に決め打ちで来るという認識がなかったのも、むしろ柏崎に魅力を感じて来てもらうということでは、良いことではないかと思う。  
一方で、他市との比較を考えると、より目を引くような補助制度にしなければインセンティブにならないと考える。

B委員 住民からすると、柏崎の魅力発信といってもどのような情報を流しているか分かりづらいところだが、例をお聞かせいただきたい。  
また、住みやすさランキングで、柏崎が県内で1位となっている要因は、どう考えているか。

元気発信課 42kmの海岸線や山、四季がはっきり分かるということは、住民には当たり前かもしれないが、外部の人には評価されている。また、ものづくりのまちをPRするため、市内で製造した小さな部品も、若者と話をする中では、新鮮に感じるようである。  
相談対応を行う中で、最近の若者は、やりたいことを実現できる場所で生活したいという印象を強く感じている。柏崎は、外部から見ると、そのような若者のニーズを満たす場所と評価されているのではないかと。

	ただし、新潟県自体が、Uターン率が全国でも上位であり、元々移住しやすい環境であるということは、留意しなければならない。
C委員	移住の相談対応をする先として、生活や就労など、詳細な相談が出てくると思うが、そのような場所との連携は取れているのか。
元気発信課	就労に関して言えば、昨年度は、相談対応を民間事業者に委託しており、事業者が就職のあっせんを行うことができたため、事業者が本人の要望に合致する事業者との間を取り持つことも含め、業務委託を行った。 今年度は、ハローワークの情報を相談会で提供する、相談会場内にハローワークの出先機関があるので、案内している。市が直接あっせんすることはできないが、窓口の紹介を行っているという形である。
D委員	補助金の広報等は個別で行っているのか。
元気発信課	移住に関する補助金ということで、全て元気発信課で行っている。奨学金であるから教育委員会、住宅取得であるから建築住宅課というわけではない。
E委員	奨学金への補助制度の概要をお聞かせいただきたい。
元気発信課	60回目の償還まで、年間10万円を上限として補助を行っている。市のほかに県でも実施しているため、Uターン者によっては県の制度を勧めていることもある。
総合企画部長	介護職員や看護師、農業などの専門職の職業支援に関する補助金は、元気発信課ではなく担当課で実施している。
B委員	補助金は、条件付きであるか。
元気発信課	柏崎市に住むことを前提とした補助金であり、基本的に移住してくる人を対象としているが、進学や就職等で市外に転出する市内在住者であっても、再び戻ってくるのであれば、対象になる。
F委員	UターンとIターンをまとめているが、Uターンは柏崎を知る者、Iターンは全く知らない者が対象となり、性質は、全く異なると考える。Iターンの対象者には、情報発信が重要であるが、Uターンの対象者は、ふるさとの良さを教育するという手法が必要ではないか。
元気発信課	高校の卒業式の前に、シティセールスやUターンに関するPRを行っている。また、首都圏で行われる市内高校の同窓会に、市長から出席してもらい、直接呼び掛けを行う、又は知人へのアピールのお願いをしてもらう取組も行っている。 担当課としても、柏崎にいる子どもたちが郷土愛を持ち、将来的に市外へ出たとしても、いつかは戻ってくるように考えている。
D委員	教育委員会としても、お仕事体験塾の中で、市内の仕事についてアピールを行っている。子どもたちだけでなく、子どもたちと学校で長く接している学校教職員の方にも、郷土愛に対する意識を持ってもらえるようになると良いと思う。
G委員	市内にある2つの大学の学生について、市外や海外から来ている学生もおり、これらの者に対する支援は考えられないか。
総合企画部長	両大学の学生確保や市内企業への就職の支援を行ってきたところである。今後も同様に続けていきたいと考えている。
B委員	大学や企業誘致など、市内に来ざるを得ないような取組も必要ではないか。
総合企画部長	大学については、これ以上の進展は見込めない。定員充足のための支援を引き続き行いたい。 企業誘致については、フロンティアパークの分譲が2、3年以内に概ね完了する見込みであり、更にニーズがあるようであれば、造成を検討する必要があると思われる。

《外部評価シートの記入》

《各委員からの評価発表》

- D委員 人口流出の抑制やU・Iターンの促進は、この事業だけで成せるものではなく、全庁的な取組が必要である。成果も分かりづらく、地味な作業が多いと想像するところだが、柏崎に住みたいと思える取組、生活基盤の整備やその支援を行政全体の課題と捉えていただきたい。  
大学生向けの情報発信は、シティセールス推進協議会において新入生の歓迎会などを中心に行っているところと思うが、今後も関わり続けるための取組を考えていただきたい。
- A委員 インターネットで「新潟県 移住」と検索しても、柏崎市が出てこない。他市と比較して魅力や競争力がある独自の取組が必要である。  
就労支援は、市内の特に中小事業者が、東京などで行われる企業説明会へ参加するための補助などは、取組として考えられないだろうか。  
家族の介護のために、Uターンをするという家族もいると聞いている。高齢者の中にもまだ働く意欲のある者もおり、若年層を主体とした目標を否定するわけではないが、定年退職者をターゲットとした取組も、考慮する価値がないかと考える。
- E委員 事業内容は十分理解でき、妥当であると考えます。  
今後の事業展開として、どのようにPRしていくのか、U・Iターンの対象者だけでなく、市民も巻き込むための仕組みが必要である。  
他の方も話していたが、市内に残ってもらうため、教育内容も含めた取組も重要と考える。
- C委員 移住してくるには仕事や住まいが必要であり、移住者のニーズとマッチングさせることを考えると、個別の制度は充実していると思うが、それが線としてつながっていない印象を受ける。外部の人が見て一目で分かるようにパッケージ化されると良いと思う。  
他の方も話していたが、小・中・高・大それぞれのステージに応じた、柏崎に戻ってきってもらうための施策が必要である。  
就労を含め様々な形で協力できる事業者を登録し、U・Iターン移住者に対して、橋渡しの物ができることの良いのでは。
- B委員 県外におけるセミナーの参加は、外部に情報を発信し続けるということで、継続してもらいたい。  
また、元気発信課が窓口となり、努力されているようだが、市全体の総合力で、大学生の確保や企業誘致など、人口が流入するような取組を推進していただきたいと思う。
- F委員 Iターン向けには、SNSなどを使って外部へ積極的に情報を発信する、出張相談会などの顔を合わせる機会を通じて、周知を継続していくことが大切である。  
Uターン向けにも、Iターンと同じ取組が必要であるが、住んでいる時に柏崎の良さや魅力を理解し、ふるさとへの愛着を持たせる児童・生徒を育てることが、最も効果的な取組ではないかと考える。あわせて、都心部の退職者がふるさとへUターンできる場所を作るという考えも必要ではないか。
- G委員 外部への情報発信も重要であるが、足元に目を向けた取組が必要である。  
大学生や教職員は、まちづくりを活性化する資源の1つであり、市外から来る学生は、在学中の体験が定住のきっかけになると考える。  
柏崎ファンクラブやU・Iターン情報ステーションの情報分析は、今までも実施してきていると思うが、一層の分析に努め、今後の取組の方向性につなげていただきたい。