

## ■ 第5回 新潟市まち・ひと・しごと創生会議

日時：令和3年3月26日（金）午前10時～12時

会場：市役所本庁舎本館5階 全員協議会室

### 次第3. 新潟への誇りと愛着の醸成について

#### ○資料1 新潟への誇りと愛着の醸成について事務局から説明

（座長）

ありがとうございました。今ほどの説明に関する質問がありましたら、時間を取りたいと思います。よろしいですか。では、この後、委員の皆様からあらかじめ提出いただいた資料に基づきご説明願います。

#### ○資料2に基づき各委員から説明

（欠席の吉澤委員、清野委員の意見については事務局から説明）

（早福委員）

まず、資料1で改めてご説明をいただいて、なるほどな、そうだろうなということと、そうだったのかということが両方あって、非常に勉強になりました。

感じたこととしては、資料の4ページで、外部評価に対して内部評価が低いというのが新潟県ですが、内部評価のほうが高いに決まっているのだろうと思っていた大阪や京都が内部評価よりも外部評価が高いというところに意外さを感じました。

提出した資料ですが、今回、自分だけではなく他の職員がどのように思っているのか意見を求めたら、50歳代の幹部職員と20歳代の若手職員の2人から出てきて、それぞれ一生懸命考えて出してくれたので、ほとんど原文のとおり載せさせていただきました。

特に20歳代の若手職員のほうは、非常にたくさん記述してあり、いろいろと考え、真剣に事業にも取り組んでくれていることが分かって安心しました。

誇りと愛着について、資料1の1ページの下段に愛着が高まって誇りになり、みんなが魅力発信するという図がありますが、おそらく愛着と誇りは、ニアリーイコールであり、愛着が高まって誇りになるというよりは、例えば、ベン図の重なりのように、ここまで論理的ではないのではないかという感じがします。誇りの醸成と愛着の醸成ということは、ほとんど一緒のかなと思います。

そのベースは、やはり分かる、知っているということなのだと思います。分からなければ愛着も湧かないし、誇りも生まれませんと思います。

愛着のある事柄として生まれたところだからというのが一番多く、よほどひどいことを経験しなければ、生まれたところというのは、普通は愛着を感じるものだと思います。

歳を取ってくればいろいろ経験もしますし、県外に出て違うところからふるさとを眺め、比較をして新潟はこうだったということが分かってくるのですが、若いときにはそういうことがないから、大学へ行くときに県外に出て、そのまま戻ってこないということがある。その段階で違う選択があるようにするということが、一つ大事なのではないかと思います。

まずは若年層をメインに、教育や地域活動の中で知識を得て、経験を積むということを仕向けるということが大事なのかと思います。

ただ、それだけでは不十分であり、年寄りもすべてを分かっているわけではないので、自慢できる新潟を見つけそれを育てていくという気運の醸成や市民のマインド形成などに寄与する市民運動的な息の長い取り組みを行っていく必要があると思います。

県と市がツートップで音頭を取り、オール新潟と言える体制で取り組んでいくことが、ポイントになるのではないかと思います。そのために何らかのプラットフォームというものを考えてもいいのではないかと、私の提出させていただいた資料です。

(座長)

それでは藤澤委員お願いいたします。

(藤澤委員)

最初にご説明を頂いた誇りと愛着の醸成についてということで、私が今日のためにいろいろ集めたデータすべてを網羅していて、言いたいことをすべて言っていただいたかなというところでございます。

例えば、5ページの下段のところに移住希望地ランキングの20代以下・30代の移住希望者が多いということは非常に心強いなと思っております、若い人が新潟に行きたいということは、やはりそれだけこれからの新潟に期待をしているということの表れかなと思っております。

それと、外部評価、内部評価のところでも新潟というのは、非常に奥ゆかしいという部分を感じられます。誇りも愛着も大切なのですが、殿様商売のようなものを果たして訪れた人が快く思うかという、私はそうではないと思っております、新潟というのはその奥ゆかしさというか、謙譲の美德というか、謙遜するといった文化というものは、これはこれで非常に大事なのだろうなと思います。

ただ、若い子たちは、その奥ゆかしい言い方をだめだと直感してしまい、それがどうも誇りや愛着につながらないのかなと私は考えています。

2014年に新潟経済同友会設立20周年を迎えるにあたって、そのときにぜひ新潟の若い子どもたちに、新潟はすごいところだと感じてもらおうと思い、新潟ゆかりの経済人を特集した「にいがたの礎」という冊子を作成しました。新潟ゆかりの経済人をはじめ、新潟はすばらしい県であるということをいろいろな形で表現をしたつもりです。コンパクトにまとめておりますので、また後ほどご覧いただければと思います。

あわせて新潟のプライドというDVDも作りました。このDVDは、BSNとNSTにご協力、制作いただいて、民放4社でテレビ放映もさせていただきました。かなり内容はいいものができたと自負しております。

また、教育の現場でもぜひ子どもたちに見てもらおうと思い、新潟県内の小中学校の校長会にお願いして副教本を作っていただきました。各校長先生方は、新潟の経済人を子どもたちに分かりやすくかみ砕いて作っていただきました。ぜひもう一度、教育の現場で見ただけけると、子どもたちには、新潟はすごい人がいたのだな、わたしたちもがんばろうという気持ちになってもらえるかなと思います。

こういったものを通して、子どもたちを中心に新潟のすばらしさを理解してもらおうということが、私どもの一つの考えでございます。

あわせて、ここには表現していなかったのですが、新潟奉行所をぜひ新潟市に復活させたいという提言を新潟市にさせていただいています。新潟市には、観光地となるような城がないので、奉行所を復活させ魅力的なまちを作り、地方分散の受け皿になりましょうという提言をさせていただきました。

この今のコロナ禍で首都圏から人がどんどん流れている状況。地方の時代だと言われているところで、ぜひ新潟のよさを再度確認して、新潟のまさに誇りというか、魅力を全国に発信し、そのときに新潟の人が、本当はいいところなのですよと言えるような文化をぜひ醸成していきたいなところが、私どもの考えるところでございます。

(座長)

それでは、山岸委員からお願いいたします。

(山岸委員)

私からは資料に沿ってご説明させていただければと思います。11ページです。

この会議は新潟市の会議ですが、当事務所からの資料は新潟県全体として取り組んでみては

いかがかという観点からの意見になってしまうので、ご容赦いただければと思っております。

まず①の組織としての取組みということで、財務事務所は、国の機関ということもあって、新潟への誇りや愛着という点については、ダイレクトに実施している取組みというものはございません。

ただ、地域連携、地域貢献というミッションもありまして、そのような観点からまず一つ目ですが、新潟での取組み・魅力などを財務局の会議などで地域の話題ということでPRさせていただいています。直近ですと、移住促進やワーケーションなどに取り組んでいる湯沢町や妙高市の取組み、そこで取り組んでいる企業、あるいは実際に新潟に移転してきた企業などを取材して紹介するなどしています。

次、二つ目ですが、財務事務所はほぼ2年で職員の定期異動がございますが、せっかく新潟に来たのも何かの縁ということで、ここでしかできないことを経験して欲しいと職員に奨励しています。

新潟は四季を体感できる非常にいい地域だと思います。海、山、平野がすべて揃っており、食べ物やお酒も美味しく、ウィンタースポーツもできるというような非常にいい部分があります。ぜひ新潟のファンになってもらって、異動後も新潟を宣伝してもらえればと思っております。

三つ目は、職員が全員、全国各地から集まっていますので、それを活かして新潟県のイメージ、印象についてアンケートを取ってみました。新潟市のイメージ、新潟市にあったらいいと思うもの、新潟市の住みやすさ、新潟市に将来住んでみたいかどうかということを確認してみました。

一つ目の新潟市のイメージですが、日本酒、米、寒い、雪というものは不変であり、だれもが思っている。居住前と居住後はどうかということで聞いてみると、居住後の印象は、意外とラーメン屋が多くておいしかったという話や、ちょうどいい規模感、夏も涼しいと思っていたが暑かったなどの話があります。

二つ目の新潟市にあったらいいと思うものですが、イケアやコストコというような意見がありました。また、新潟島をベニス化する、カジノにするなどの刺激的な意見もありました。

三つ目として、新潟市の住みやすさですが、住みやすいが4割、一方住みにくいが3割ということで、ネガティブな意見としてはやはり寒さだったり、交通の便が悪いというような意見がありました。

四つ目として、新潟市に将来住んでみたいかですが、ぜひというのは15パーセント、いやだというのが4割でした。理由は、やはり天候の関係が多く、特に今年、大雪だったので、初めて新潟に来た人にとっては少しきつかったかなということを感じているところでございます。

続いて②です。どのような取組みが効果的かということで、新潟の魅力を認識してもらうことが重要だと思っています。取組みに当たっては参加型やデジタル活用がポイントであり、効果の発現の時期、時間軸も考慮して三つのアプローチから整理しました。

一つ目が、新潟市に在住している市民を対象にしたもの。

二つ目が、進学、就職を契機に県外に転出した方を対象にしたもの。

三つ目が、新潟市にいる小学生から高校生くらいまでの方を対象にしたもの。

この三つに整理して、どのようにアプローチしていったらいいかを考えてみました。

具体的には、一つ目、市に在住している方については、市と市民の情報共有サイトを開設し、地域活動に気軽に参加できるしくみを構築してみてもどうかというもの。まさに参加型とデジタル活用ということであり、ボランティアの市民活動をサイトに投稿して、活動報告や協力者を募集してみて、市民は活動を評価して「いいね」をつけたり、募金をしたりという形で、同行者のモチベーションをアップする。そのほかタイムリーな情報発信とトピックス等のアクセス数等を分析して市政に活かすこともできると考えております。

二つ目ですが、県外へ行ってしまった方については、首都圏を中心に新潟県のよさや企業等をアピールする試みを行う。新潟県に住むことや働くことが羨ましいと思わせる施策、要するに新潟県とつなぎ続けるということです。新潟県にポータルを作って、新潟県出身者に登録してもらい常に情報をつなげていくというもので、6ページの早福委員の意見の中にあるポータルサイトを開設して新潟とのつながりを完全に遮断しないというイメージとっており、良い意見だなと私も思いました。

三つ目ですが、小学生や中学生を対象に新潟県内の地域ごとの食べ物や名所、イベントなどを様々なコンテンツを活用して周知するというもの。また、県内企業を知る機会も増やす施策ということで、例えば、群馬県の「上毛かるた」の新潟バージョンを作ってみてもどうかと思いました。上毛かるたは、群馬県内の子どもに歴史や自然、人物、産業などを教えるために作ったかるたになっています。ただ、かるたというと今どきではないので、新しいデジタルコンテンツとしてやってみてもどうかと思っています。

新潟市から説明のあった資料1の4ページを見ていただくと、外部評価に対して内部評価が低いのが新潟県ということですが、群馬県は内部評価が高くなっています。関東圏で見ると神奈川県と群馬県しかないと見て取れます。私の個人的な印象ですが、群馬県出身の方は愛着と誇りをすごく持っているという印象が強くあります。かるたが要因かどうかは分かりませんが、一つのツールとして活用してはどうかと思っています。かるたではなく、時代に沿ったコンテンツやアプリなどを開発して、親子で楽しめる工夫、例えば小学生だと九九や漢字を覚えるた

めに何か新潟県の地域になぞらえたものを考えてみてはどうかという提案でございます。

続いて12ページの③です。オール新潟でどのように取り組めるかということで、まず一つ目です。これは市のホームページに情報共有サイトを作るということですが、見せ方を工夫する必要があると思っています。行政のホームページは非常に分かりにくく見にくいという話もありますので、見せ方にもっと投資すべきと考えています。そこにお金を使い、見たくなり、どんどん引き込まれていくようなホームページにしていくのがいいのかなということです。ここでも参加型とデジタル活用がポイントであり、あとは市民へのPRとしてキャッチフレーズのようなものも考えてやってみてはどうかということ提案しています。

二つ目につきまして、首都圏へのアピールです。これはあらゆる機関や手段をフル活用してはどうかということでもいろいろ書かせてもらいました。東京事務所だとか、アンテナショップ、あるいは県内企業で他県に進出している支店、金融機関、あるいはいろいろな企業とのコラボも考えてはどうかということ。もう一つは、企業ヒアリングに行った際に教えていただいた話で、新幹線で広告を出すというものです。やみくもに出せばいいというのではなく、タイミングを見計らいゴールデンウィークやお盆、年末年始など帰省で帰ってくるときに広告を出すことによって非常に効果が出るということでした。

三つ目です。これは小中高校生を別々に書きました。

小学生は、先ほどのかるたのイメージですが、学校でやるというよりも自治会や町内会の取り組みとして、例えば入学祝いに何かを渡すなどのかたちがいいのかなと思っています。私の地元の東京杉並区だと入学祝いに黄色の傘などを渡すのですが、そういうものに代わるツールとして、先ほどのコンテンツ的なものがあればいいのかなと思います。

中学生は、社会科見学や職場体験がいいのかなと思っており、これは官公庁ではなくて、民間企業に徹底的に行くというものです。私ごとですが、息子が建築関係のところに職場体験に行ったら建築関係の仕事をしてみたいと言い出したのです。やはりそういうものはけっこう若い者には刺さるのかなという気がします。

高校生は、キャリアガイダンス、職業指導のところで、行くというよりも新潟県内の企業に来てもらって、こういう企業があるということを積極的にアピールしてもらおうというもの。企業にもメリットがあると思いますし、そういった取り組みをしてみてもどうかというような提案でございます。

(座 長)

ありがとうございました。吉澤委員と清野委員は今日、欠席ですので、後ほど事務局のほうから意見の紹介があります。それから、順番でいきますと私なのですが、時間の関係もありま

すので、まず各委員の方々から意見をご説明いただき、私の意見を最後に紹介させていただきたいと思いますので、引き続きまして、細川委員お願いいたします。

(細川委員)

資料の本編 19 ページと 20 ページです。一番申し上げたいことは 19 ページの下の囲みの一番下です。

新潟の高校生を含む若者層が、親切や温かさを感じ新潟を好きになるよう、自治会や地域コミュニティ協議会の基盤をより一層活性化していき、若者がまつりやイベントに参加し交流することによって、誇りと愛着の醸成につながるのではないかと考えています。

この仮説を自分なりに持つに至った裏づけですが、このページの上の囲みをご覧くださいと思います。ここにある 4 点に着目しております。

一つ目は、静岡県島田市の高校生のアンケートです。5 年くらい前ですが、若者における愛郷心・愛着と帰巢性の関係について調べたものです。二つ目が、ガタプラ、三つ目が、新潟市中央区の自治会・町内会のアンケートの結果。最後四つ目が、直近の市政世論調査です。

一つ目の島田市のアンケートからは、島田市を好きと回答した高校生は、地域の親切・温かさに満足しているということが読み取れます。

二つ目のガタプラの資料からは、新潟市は自治会の加入率が 9 割を超えていて非常に高いということがわかります。

三つ目の新潟市中央区のアンケートからは、自治会に若い世代があまり参加していない、その傾向が一層進んでいるということがわかります。

最後、四つ目の市政世論調査からは、若者層が、まつりやイベントに、ほかの年代に比べても突出して誇りや愛着を感じているということがわかります。

ちなみに一つ補足ですが、今、申し上げた市政世論調査のまつり・イベントについて、年齢別や区別など、さらに詳細をみるとおもしろいのですが、先ほど申し上げた年齢別でいけば、若者層が 19.4 パーセントと圧倒的に高いですし、例えばスポーツと比べても、若者がまつりに非常に愛着を感じているということがわかります。また、区別で見ると中央区が低くて南区が高いという傾向にある。これは想像ですが、白根の大風の関係もあるのかなと興味深く思っております。

まつりやイベントに、いきなり若者を取り込んでいくということは難しいという面もありますので、まずは、単に見にいくだけではなく、一緒に踊ったり、一緒に山車を引いたり、参加型になっているといいと思います。

地域コミュニティの活動への参加や交流を通じて、新潟が好きになるというサイクル、流れ

を作っていければいいのではないかと考えております。

私なりに一つの結論というか、仮説として、こういったことを申し上げさせていただきたいと思っております。

(座長)

ありがとうございました。では、続きまして、土田委員お願いいたします。

(土田委員)

第四北越はいわゆる地域金融機関であり、さまざまな活動をしておりまして、皆様とも連携をしていることが非常に多くございます。また、当フィナンシャルグループが立ち上げましたブリッジにいがたという地域商社があるのですが、いろいろなことをやっております。これはホームページにも出ておりますので、割愛します。

どういうターゲットに対して、どのような取組みが効果的と考えるかというところについて、組織を離れてお話ししますと、私は一番長く住んでいる場所は新潟市ですが、どこに一番愛着があるのだろうと、この質問が来て考えたとき、新潟市ではなかったのです。私は妙高市の出身ですが、隣の上越市に2番目に長く住んでいまして、市民活動や直江津のまつりにも参加し、いろいろな住みやすさも感じた地域ではあったのですけれども、そこでもありませんでした。三条市や中国の上海市にも住んでいたのですけれども、そこでもありません。住んだ長さだけで言うと、4番目、5番目にくる、小学校のときに過ごした横浜市がやはり一番今でも誇りがあって、愛着があるかなと思っています。

どこから誇りと愛着が生まれるのかと考えたときに、小学校のときの教育だったと思っています。横浜市の小学校の教育では、週に1回もしくは毎日、横浜100年の歴史という授業があって、その内容を私は今でもよく覚えています。どういうテキストでやっていたかということもよく覚えていて、先ほどの資料でもそうでしたが、若者は非常によく理解したという地域に一番誇りがあって愛着があると。個人的には、新潟市以上に横浜市のほうが理解をしているというところで、愛着があるということが自分の中の結論です。その結果、どのターゲットに対して、どのような取組みが効果的かといったときに、やはり義務教育のところの地域に対する理解を深めるような活動といたしますか、試みというものが一番効果的であるというように感じています。

次の質問について、自分が新潟を誇らしく思うときは、やはり評価されたときだと思います。他県の人から、新潟はここがすごいとか、これがおいしい、お酒がおいしいとか、お米や海産物がいいというように、外の人から評価されないと、その誇りはなかなか継続性がないと思



ます。ターゲットは、新潟市民に対するどの世代に対するアクションもそうなのでしょうけれども、やはり他県民に対して、あるいは他地域の人に対するアクションというのは絶対に欠かせないだろうと思っています。

最後に3番目のオール新潟でどのように進めればいいのかということも、基本的にこれも新潟市がまとめたとおり、自主性のある活動が求められると思います。産官学金とか、いろいろな枠組みがありますが、その方々というのは根本的には支援者になるべきであって、市民が自主的に活動するものをやりやすくするとか、意識を醸成するとか、あるいは活動を支援する。側面からやりづらいところを支援するとか。それを新潟市が支援者としての立場を間違えないということだと思っています。ただ、意識醸成期にあっては、例えば新潟市が意識醸成を積極的に当事者として行うということは、当然必要だと思うのですが、そういう意識醸成が終わった後は、やはり市民が自主的に活動するわけなので、その支援者であるべきだと思っています、こういう記載にさせていただきました。

(座長)

ありがとうございました。それでは、川崎委員、お願いいたします。

(石本委員 代理：川崎委員)

23ページ記載の資料に沿って、報告させていただきます。連合新潟は、労働組合団体でありまして、新潟への誇りと愛着を育む取組みについては、高校生、大学生をターゲットにして、これから働くうえでこういったルールや法律があるということ、学生をターゲットにして出前授業という形で聞いてもらっています。

そういった基本的なルールをきちんと守っている企業が新潟にはたくさんあるという紹介を含めて、企業に興味を持ったら、ぜひ新潟に残ってその企業で働いてもらえないかという取組みをしているところです。

しかしながら、新潟については、農業県であるがゆえに産業がないということが、やはり人口減少につながっていつているのではないかと、そこを改善しないことには、新潟市が活性化しないのではと思っています。

余談になるかもしれませんが、全国の政令指定都市の同じような連合に結集する皆さんと、意見交換をすることがございます。新潟のイメージを聞くと、やはり出てくるのが米、酒です。その米といえば魚沼産コシヒカリ、酒はいろいろな酒蔵があり、長岡の花火も有名という話も聞きます。新潟市としては出てこないというのが、率直に感じるところです。そこを、新潟市が出てくるイメージに変えていかなければ、私どもの取組みというのはなかなか定着していか

ないと思っています。

また、新潟で集まって意見交換をしても、新幹線もしくは飛行機に乗って、その日のうちに帰ることができてしまうということで、公共交通機関が便利な暮らしやすいまちではありますが、そこが新潟市のメリットでもありデメリットでもあると感じています。

最後の質問でございますが、本日ご参集の皆さん、さまざまな意見をお持ちかと思えます。各団体での取組みに敬意を表するところでございますが、団体の枠組みから超えた取組みというのは、なかなかできない。その中で、やはり地域のコミュニティ、地域の住民からの意見というのは、新鮮な意見が多くありますので、そういった意見を吸い上げる、聞けるような窓口があったらいいのではないのかなと思ったのが率直なところでございます。

(座長)

ありがとうございました。では、引き続き井上委員、お願いいたします。

(井上委員)

新潟放送では、日々の放送や事業を通じて、新潟への誇りや愛着が持てるような情報発信を心がけているつもりですが、今回、この事例に関しては、ちょうど私が立ち上げまして、今年度初めて実施いたしましたキッズプロジェクトの「ふるさとの誇り新潟の技体験ワークショップ」の取組みを挙げさせていただきました。これを実施した中で、データとしてではなく私の実感なのですが、感じたことをご報告させていただきたいと思えます。

今回、県内の3つの職業の皆さんからご協力いただいて、親子を対象にしたワークショップを昨年秋に実施いたしました。そのアンケートや会場で、親・親子へのアプローチが大切だと感じたところです。これまでの意見でも、子どもたちにアプローチをするというのがあったかと思えますし、大人世代ももっと知る機会があったほうがいいのではないかと思います。

アンケートの中でも、こんな仕事があると知ることができるよきっかけになったとか、ぼんやりと知っていることを親子で学べたという意見がありました。学校とか職場体験で、職人さんすごいと思って、子どもが興味を持ったとしても、親が、職人なんて大変だし、自分の子どもにはできないだろうとって、芽を摘む可能性もあるかもしれないと思うのです。あるいは、企業も、素晴らしい能力のある企業があるのだけれども、中小であるがゆえに、親の世代が分からないということもあると思えます。

そうしたことで、やはり子どもを育むには、そのまわりの大人がいろいろな視点で知っていないと、本当の子どもの可能性を潰してしまうかもしれないと、私はこのワークショップを通じて感じたことです。特に、新潟市からご説明のあった、若者は愛着を持っているが、内部

評価が低い。それにつながっているのではということが、データと私の実感がマッチしたと思っています。

今年度は、あいにく新潟市外の体験活動だったのですけれども、また来年度も引き続き実践する予定で、その中では新潟市の職人にも手伝っていただく予定になっております。

私が一番言いたいことは、今、愛着を育む子どもたちをターゲットにしていけば、将来、長い目で見れば、その子どもたちが親になるということでもいいのですけれども、待ってられない部分もあると思うので、やはり親世代へ訴求するということが大切だと感じています。また、大人もやってみたい、知りたいみたいな知識欲求のようなものを満たすということは、大人の知的好奇心を満たすことにつながって、楽しめるまちになるのではと思います。

それは、伝統文化だけではなくて、いろいろな角度から、農業や産業の分野でも、特に大人がいろいろ知ることについてはいくらでもできると思うので、いろいろな分野に可能性があるのではないかなと思います。

ここには書いていないのですが、今年度番組のほうである取材をしまして、棚田を守っている農家を取材していたクルーがいたのですけれども、すばらしい景観とおいしいお米を作っているすばらしい農家だと思って取材をしているのですが、農家の方は、大変だから次につながなくていいと、どちらかというとマイナスなのです。自己評価が低いからか、大変だとずっと言い続けている。しかし、番組スタッフはすばらしいと思って、何とかこれをつなげられないものだろうかと思って取材を続けている。

それで、応援し続けて、地元の若手とPRをするような取組みをしてみたり、あるいは地元の学校と一緒に、そのお米を売ってみたりということをやっていて、そしたら、ようやく1年かけて、最後の最後に、その農家の方が、ちょっと続けてもいいかなとおっしゃったのです。そういう意味で、子どもが大人の力にもなって、そのモチベーションを高めることにもなるということ。そう簡単ではないないし、棚田を守り続けられるところにまではいっていないとは思いますが、やはり子どもだけではなくて、親のモチベーションあるいは大人、働く人たち、市民のモチベーションを高めるということで、誇りをもう一度取り戻させてくれるのが子どもたちであつたりもするのではないかと思いました。

(座長)

ありがとうございました。それでは、志田委員、お願いいたします。

(志田委員)

我々の会では、特に新潟への誇りと愛着を育むうえで取り組んでいる事例というのがありま

せんでしたので、日ごろ、私のほうで企業とやり取りをしている中で、こういう取り組みをしている企業があるとか、新潟市にUターンして就職した社員の話などについて紹介します。今回、企業訪問させていただいたときに、いろいろヒアリングをさせていただいたものをまとめたものを載せています。

2番の「新潟への誇りと愛着を育む」うえで、どういうターゲットに対して、どのような取り組みが効果的だと考えるかということですが、やはり新潟市民に新潟の良さをまず知ってもらおうということが必要ということで、そうしたイベントを企画するのがいいのかと考えて、一例を挙げさせていただきました。今回、佐渡をテーマに、事例として挙げています。

ここには記載はしていませんが、あるイベントに参加しまして、そのときに小さいお子さんを連れの方と一緒にいる機会があったので、その方に新潟市に対して、子育てをするうえで、何か要望みたいなものがありますかと聞いてみました。その方は育児休業期間中で会社はお休みしていて、育児に専念している方でしたが、ご自身はやはりストレスがたまるので、子どもがいながらも参加できるようなイベントがもっとあるといいとおっしゃっていました。

新潟は政令指定都市の中でも女性の就業率が一番高いので、そういった子育て世代の方に対しても、新潟のよさを感じてもらえるようなものも必要なのではないかと思います。

出生率もなかなか上がらない要因として、お子さんの養育等にかかる費用が大きな負担になっているというアンケート結果もあるため、例えば新潟独自の子ども手当などを作って、手当を充実させて経済的負担を軽減して、安心して子どもを産める環境を作るなど、やはり子どもが増えていかないことには、将来的にかなり不安がありますので、子育て世代の方に対しても、新潟のよさを知っていただいて、誇りや愛着を感じてもらえるような取り組みも必要なのではないかと感じました。

今回、いろいろな方にヒアリングをして思ったのですけれども、当事者の意見を取り入れるというのは、とても大切なことで、そういった方にアンケートを取って、意見を取り入れて、どんどん改善していくような取り組みも必要なのではないかと思います。

(座長)

ありがとうございました。それでは、小見委員、お願いいたします。

(小見委員)

「N I I G A T A 高校生マイプロジェクト☆LABO」の取り組みを紹介させていただきます。

ほかの委員の皆様から、子ども世代にアプローチする必要があるというお話がありました。新潟市においては、大好きにいがた体験事業とか、総合的な学習の時間等で、子どもたちが地域に触れる機会というのを多様に作っていると、教育支援団体の立場から認識しております。

そこからさらに、高校生に対するアプローチが充実すると、その後、県外に行っても、新潟に引き続き誇りや愛着を持って、自分の立場で発信したり、自分が新潟の課題に当事者意識を持って、担う一員なのだという、認識を持っていくことができるのではないかと考えております。

お手元のほうにこのチラシがございます。先般3月6日、7日に実施した催しのチラシですが、主催がN I I G A T A高校生マイプロジェクト☆L A B O実行委員会となっております。みらいずw o r k sは、共催になっていまして、この主催の実行委員会は、高校の先生の有志で構成されています。以前もお話ししましたが、高校で今、総合的な探究の時間というのがスタートしまして、地域でさまざまな課題解決をしていくという取組みが増えております。

それに取り組んでいる先生方が、学校の授業は35コマまでしかないので、せっかく地域に目を向け、社会の課題を解決したいと思った子どもたちがチャレンジする場をもっと作りたいということで、有志の先生が中心になって、この企画をしております。

みらいずw o r k sは、その事務局運営をさせてもらい、広報や窓口などのいろいろな役割を担わせてもらっています。

具体的には、高校生の有志の子たちが、地域の大人とかかわりながら、身近な興味関心や課題意識から、プロジェクトを起こして実現していくというプログラムになっております。今年度に関しましては、以下のプロジェクトが生まれました。

例えば、新潟市では、りゅーとぴあを中心とした音楽や文化を守りたい、自分のホームとも言えるジュニアオーケストラを守りたいというプロジェクトや、フードバンクと連携しながら、新潟の食品ロスをなくしたいというプロジェクトなどが生まれました。

どういうターゲットに対してどのような取組みが効果的かということですが、新潟への愛着を育みは、地域の大人とかかわることで培われると思いますが、誇りとか、自分が新潟を盛り上げていくのだという当事者性を生み出すには、やはり自分ごとの課題意識から生まれた挑戦体験、成長体験、成功体験というのが紐づいているということが重要ではないかと考えております。

このような体験を通じて、「地域のために」という思いだけではなく、自分の成長のためにもやりたい、それが実現できる場所、自分が自分らしくいられる場所、自分を支えてくれる場所が新潟だと感じることで、変わってくるのではないかと考えております。

特に、地域との関係性が一番断たれてしまいがちなのが、忙しい高校生の年代と考えております。県外に就職、進学した場合にも、新潟に愛着を持ち続けられるかどうかは、人との出会いから始まる自分の成功、成長体験ではないかと考えております。

また、オール新潟でというところですが、図を書かせていただきました。子どもの参画に係

る図ですが、よくある活動としては、非参画は1から5番まで。子どもたちがここで自己実現できるとか、成功できたという体験を得るには、参画のはしごを上げていく必要があるのではないかと考えています。特に「マイプロジェクト」では、7番や8番というところを目指して活動しております。

新潟市においても、中高生の意見を聞いて政策に反映するなどの取組みは、実施していると思います。先般も万代高校や新潟南高校から、政策提携を受けているというお話もありました。ぜひ、声を聞くというだけではなくて、高校生や中学生の主体的な活動を支援するというところまで、もう一歩高めて活動を事業化していただけるとよいのではないかと考えております。

また、民間の皆様に関しては、このマイプロジェクトや高校生の自主的な活動をしようと思ったときには、一緒にプロジェクトを横で応援して走って行く伴走者が必要になってきます。そういう方々を、ぜひ増やしていきたいと考えております。

プロジェクトを実際に一緒にやってもいいと、高校生からアイデアをもらって、一緒に課題解決したいというところも必要になってきます。そのため、団体とマッチングできるプラットフォームや機会、場というのがさらに充実する必要があると考えております。

加えまして、そのきっかけになるのが、やはり高校の授業になると考えております。総合的な探究の時間は、新潟県の県立高校でも進んでいるのですけれども、みらいずworksで調査した結果、高校の先生で地域発掘までやるのは、非常に難しいという結果がありました。ぜひコーディネーターを配置したいという声が多くなりましたが、新潟県としてコーディネーターを配置するという事はないというお話を受けています。

他県を見ても、県で配置しているところはなく、ほとんどが基礎自治体の設置になっています。県立高校であっても、市町村が予算を確保して、高校生にコーディネーターを配置しているところが、西日本を中心に非常に増えてきております。新潟県でも、首長部局のほうでそういう取組みを促進したいという話も伺っております。

具体的には、予算も限られていると思いますので、地域おこし協力隊の制度を使って、総務省のお金で地域おこし協力隊を設置して、その方々に教育のコーディネーターをするという、地域の資源を高校生とつなぐというコーディネーターの役割を任命してやってもらっているという学校、基礎自治体が増えております。

新潟県内でもそのような取組みをしている市町村は、阿賀町はじめ、少しずつ出始めております。新潟市に設置している県立高校は多いと思いますので、ぜひ新潟市でも高校にコーディネーター人材を配置し、高校生が地域に目を向ける、そんなきっかけの充実というところもぜひご検討いただけないかと考えております。

(座 長)

それでは、事務局から、今日欠席の吉澤委員、それから清野委員の意見について、簡潔にご紹介いただけますでしょうか。

(事務局)

本日欠席の新潟公共職業安定所の吉澤委員、新潟県建築士会の清野委員からいただいた意見をご紹介します。

13 ページをご覧ください。はじめに吉澤委員からのご意見です。①の誇りと愛着を育む取組みですが、新潟公共職業安定所では、新卒者の管内での就職を促進するため、高卒予定者向けに進路指導担当者と求人事業所の懇談会、求人説明会を開催するほか、大卒などの学生に面接会を行っています。

②どういうターゲットに対しどのような取組みが効果的かですが、進路選択する高校生までの期間に地元のよさを知る機会を提供する。そういったものを学習プログラムの中に入れるとよいのではないかというご意見です。

③の②の取組みをオール新潟でどのように進めると効果的かですが、個別企業、業界団体と教育機関の1対1の関係だけに終わらず、子どもの年齢、学齢に応じて継続したプログラムが展開できるよう、市がプロジェクトを作りコーディネートしてはどうかというご意見を頂いております。

続きまして、29 ページをご覧ください。清野委員のご意見をご紹介します。

①の誇りと愛着を育む取組みですが、清野委員が茶道を学んでおられることから、新潟市民茶会の継続をご意見としていただきました。市民茶会は、かつて全国でも最大規模の茶会として開催されておりましたが、関係者の高齢化などで継続が困難となり、2019年の開催を最後に幕を下ろすということになったものでございます。

②のどういうターゲットに対してどのような取組みが効果的かですが、小中学校において、茶道の出前講座を行い、子どもたちが茶道に触れる機会を作る。また、子どもたちに茶道を通じてさまざまな日本文化に触れてもらいたいというご意見です。

③の②の取組みをオール新潟でどのように進めると効果的かですけれども、②の取組み以外に市民茶会を継続するためにどうしたらいいのかというご意見が含まれていると思いますが、さまざまな部分で茶会とほかのイベントを一緒に行ってはどうかというご意見をいただいております。

(座 長)

ありがとうございました。

私も意見を少し述べたいと思っております。

問題意識が3つありまして、1つ目は市民1人ひとりの意識、あるいは態度、そして行動を高めていくために、どのように主体形成していけば良いかについてです。主体形成というのは、行政から問われた、ターゲットはどこですかということになるのだろうと受け止めました。2つ目は、そのターゲットの中身は、市民1人ひとりから主なターゲットが活躍できる場所や機会をどうやって創出すれば良いか。それから3つ目は、シビックプライドを高めていくためには、多様な取組みが必要になってきますが、行政の縦割りの中で取り組んでいただいているさまざまな事業を、包括的にどのように創生していけばいいか、そういう視点もいるのではないかということです。

まず、主体形成という観点では、今日、資料では若者とシニアにさせていただきましたが、そこに女性と、約4,000人からの新潟市の職員も、実は大変重要なターゲットになるのではないかと考えていますので、ターゲットとしては、若者、シニア、女性そして足元であります新潟市の職員というように付け加えさせて頂ければと思います。

では、そのような意識のことで、大学はどのように取り組んでいるかといいますと、小さなプラットフォーム作りに取り組んでいます。1つは、高校生、若者が望んでいる医療、福祉、この分野で活躍できるための受け皿をどう新潟市で作るかということで、行政と複数の大学と社会福祉法人で小さなプラットフォーム作りに取り組ませて、今年で2年目くらいになりますでしょうか。福祉部から大変ご配慮いただいて、一定の成果を上げつつあると思っております。

それから、若者とシニアと、そこに障がいのある方と、子どもたちを掛け合わせた具体的な取組みで、新潟市の財産であります食料、あるいは農業とミックスさせた取組みを4年くらい前から始めています。それが、ヤンマー学生懸賞論文で最高位を得ることができました。これは、単なる論文ではなくて、表彰を受けた学生は、2年間に渡って障がいのある方々、高齢者、子どもたちと一緒に畑を作り、そこで生産した食料を地域に還元するという、その実践に基づいて取り組んだ論文であります。

ここに、実は続きがありまして、この活動で活躍した長野県出身の学生が、新潟市で就職することになりました。そうすると、やはり活躍できる場が具体的に目の前にあって、そこで活躍したことが自分の自信なり誇りになって、新潟市の市民として働いていく、そういうストーリーも、もしかすればあり得るのかなということでご紹介をさせていただきました。

最後、具体的なオール新潟でということでは、いくつか書かせていただきましたので、そ



こは1つ1つご紹介しませんが、約4,000人の新潟市の職員の方々がシビックプライドを高めるために、何をしてきたのか、そして今、何をしているのか、それから、これから市の職員として何をしようとしているか、そこを一人ひとり点検していくようなアプローチがあってもいいのかなど、日ごろから思っているものですか書かせていただきました。

時間がありますので、部長や参事と委員の間で意見交換ができればと思います。今度は部長や参事からご発言を頂いて、委員とのディスカッションをお願いいたします。

(まちづくり政策担当)

まちづくり政策担当の参事、加藤でございます。

今日は、皆様から大変貴重なご意見、そして思いの丈をお聞かせいただきありがとうございます。ありがとうございました。

総じて言えるのは、新潟には愛着を持てるものがあるはずなのに、それを子どものころから、学生のころから、子どもたちにしっかりと教育の場やあるいは地域活動を通して体験させていける場が少し足りないのではないかということだと思います。

私は、民間人校長ということで3年間小学校の校長をやった経験もございますが、市全体として、新潟の歴史や誇れるところを伝える場がもっとあってもよかったのかなと思っています。

藤澤委員からご紹介のあったDVDの活用なども含め、いろいろな場を通して市民に新潟の歴史や誇れるところを伝えていくことが必要だと考えています。

丸田座長から市の職員もどうなんだというお話もありましたが、しっかりと心に刻んでこれから進めていく必要があると率直に感じさせていただきました。

本当にありがとうございました。

(こども未来部長)

こども未来部長の小柳でございます。大変貴重なご意見、ありがとうございました。

子育ての場面でも、今、非常に大事なのがアタッチメント、愛着の部分で、親と子どもが信頼関係を持って、そこで子どもの中に親という存在を宿して自立に向かっていくという過程が、子育ての経過なのですが、まさしく今、話していた新潟への愛着という部分も、成長していく中で新潟に住むことに対する愛情や誇りというものを宿して自立していくということが非常に大切だと思いました。ただ、その誇りの持ち方、愛着の持ち方が、今日さまざまなご意見を頂く中でたくさんあって、今後の分析に役立てていける部分なのだろうと思っています。

子どもの政策につきましては、家庭の中で、本当に楽しく親子で成長していただくと、その愛着を育てる部分と子育て負担の軽減というところをしっかりと継続していきたいと

思っております。

本日はありがとうございました。

(経済部長)

経済部長の長井でございます。いつもお世話になっております。

本日は、本当に貴重なお話をたくさん聞かせていただきましてありがとうございました。

やはり何といたっても情報発信の重要性というものを、改めて認識したところであります。市役所の事業でいいますと、どうしても情報発信、宣伝広報というのは、事業そのものではなく事務費の中の一部として、これまでずっと扱われてきました。私が2015年に文化スポーツ部長として日中韓の東アジア文化都市という事業を担当していた際の話になりますが、その事業は、日中韓が非常に困難な時代にありながら文化の力を通じて融和を図っていきましようという事業だったので、まずは市民理解、多くの方から知っていただくことが重要だということで、当時の事業費のうち、3分の1は宣伝広報に使おうという方針を立てて事業を進めてきたということがあります。

お金さえかければいいのかという部分もありますので、それはまたやり方も考えていかなければならないと思います。先ほど、市のほうから調査結果をご紹介させていただきましたが、いろいろパターンがあると思います。

例えば、子育て環境、市として自慢できるところがたくさんあるが、調査すると子育て環境に対する評価が低いなどの場合は、現在あるものをもっと積極的に広報していかなければならないということだと思います。一方、実際にはないものを求められて低い評価となっている部分については、作っていかなければならないとなります。

また、どうにもならないもの、例えば雪国がいやだという部分については、先ほど委員の中から四季がはっきりしていて非常に過ごしやすいというご意見もありましたが、雪国の暮らしの楽しさやそれを逆手に取った広報というものが有り得るだろうと思います。

(政策企画部長)

たくさんのご意見、また、いろいろなものを調べて持ち寄っていただいたことに、本当に感謝申し上げたいと思います。我々が普段、気づかない大変示唆に富んだご意見やアイデアをいただきました。

共通しているのは、やはり知っていただくことから始めるということ。ターゲットとなるのは子どもからシニア層、県外の方など幅広く難しい面もありますが、それぞれに応じた、知ってもらう手法というものを考えながら取り組んでいかなければいけないと思っています。

加えて、親御さんや大人の方、学校の先生らが子どもたちと一緒に動いていくことが重要だということも気づかされました。

また、座長からは、現在市として取り組んでいることへのお尋ねもありました。まずは、市が取り組んでいることをターゲットやジャンル別に分けて整理する必要があると気づかされたところでございます。

冒頭申し上げましたとおり、人口減少の中で都市間競争に入っております。市民のシビックプライドや愛着、誇りは、地方創生に欠かすことのできない大きなファクターだととらえており、これらを高めていくことが大変重要であると思っています。

まち・ひと・しごと創生総合戦略の進捗管理については、次年度以降も引き続き実施してまいります。今回は、おそらく夏ごろになると思いますが、本日いただいたご意見を事務局のほうで一旦整理させていただき、提案としてまたお出ししたいと思っています。

本日は、どうもありがとうございました。

(座長(丸田委員))

ありがとうございました。

今ほど三富部長からも投げかけていただきましたが、私のほうから、委員の皆様を確認をさせていただきたいことがあります。

このテーマにつきましては、ぜひ皆様と意見交換を続けていきたいと思っています。具体的には、新潟への誇りと愛着の醸成に向けて、考え方や意見を収斂させていけるような議論のプロセスを用意しながら取り組んでいきたいと思っていますが、いかがでしょうか。ご賛成いただけますでしょうか。ありがとうございました。ご賛成をいただきました。

では、賛成をいただいたところで、進行を事務局にお返しいたします。お願いします。

(事務局)

皆様、どうもありがとうございました。

それでは、最後に連絡をさせていただきます。次回の開催につきましては、次年度に入りまして7月中旬を予定しております。

第2期総合戦略の2020年度の取組みにつきまして、進捗状況などをご報告させていただく予定です。後日、改めましてご案内をさせていただきます。

では、以上をもちまして第5回新潟市まち・ひと・しごと創生会議を終了いたします。

本日は、長時間にわたり、ありがとうございました。