

第5回新潟市まち・ひと・しごと創生会議
新潟への誇りと愛着の醸成に関する委員意見

委員名	職名等	資料頁
早福 弘	新潟商工会議所 専務理事	1P
藤澤 成	新潟経済同友会 専務理事・事務局長	9P
山岸 徹	関東財務局新潟財務事務所 所長	11P
吉澤 幸子	新潟公共職業安定所 職業紹介部長	13P
丸田 秋男	新潟医療福祉大学 副学長・社会福祉学部長	15P
細川 吉明	株式会社日本政策投資銀行新潟支店 次長	19P
土田 直樹	株式会社第四北越銀行 地方創生推進本部 営業本部 担当部長	21P
石本 伸二 (代理：川崎 晃)	連合新潟地域協議会 議長 (連合新潟地域協議会 事務局長)	23P
井上 智美	株式会社新潟放送 技術局運行管理部長兼CSR推進室	25P
志田 智代子	新潟県社会保険労務士会新潟支部	27P
清野 奈桜美	新潟県建築士会新潟支部	29P
小見 まいこ	特定非営利活動法人みらいずworks 代表理事	31P

第5回新潟市まち・ひと・しごと創生会議
新潟への誇りと愛着の醸成に関する意見

【委員名： 早福 弘】

① 「新潟への誇りと愛着を育む」うえで、それぞれの業界や組織で取り組んでいることや、参考になる事例・データなどについて。

当所職員が作成した参考資料に示されたように多様な事業を実施している。
当所の3つの部の内、主として「事業部」及び同部「まちづくり支援課」において、地域活性化に向けた様々な事業やイベントに関わっている。（従事職員数は10名以上。全体の1/3強に当たる。）
これらは全て直接・間接に「新潟への誇りと愛着を育む」ことにつながっているのではないかと考えている。

② 「新潟への誇りと愛着を育む」うえでは、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。

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、経験を積むように仕向けることが必要ではないか。
ただ、それだけでは不十分であり、全ての年齢層に対して「ふるさとを知ってもらう」よう働きかけ、市民の中に「自慢できる新潟を見つけ、そして育てていく」気運の醸成を図ることが重要ではないか。

③ 上記②の取り組みを、産官学金労言士のオール新潟で、どのように進めると、より効果的だと考えるか。

②で記述した内容は、短期ではなし得ないため、息の長い「市民運動」として根付かせる必要があり、行政で音頭を取って、真にオール新潟と言える体制（＝関係者全て）で取り組んでいく（いける）仕組みづくりも重要だと考える。
そのための何らかのプラットフォームを作ることも検討の余地があるのではないか。

第5回新潟市まち・ひと・しごと創生会議
新潟への誇りと愛着の醸成に関する意見

【委員名： 早福 弘 参考資料① 50歳代幹部職員 】

① 「新潟への誇りと愛着を育む」うえで、それぞれの業界や組織で取り組んでいることや、参考になる事例・データなどについて。

新潟への愛着を育むには、いくつかの要素が絡み合っって意識醸成が生まれてくるものと考える。

その要素は、「①人と人の繋がり」や「②美味しい食」及び「③農業も含めた自然との共生」並びに「④独自の体験（文化・スポーツ等）」などが挙げられ、4つとも備えていればベストであるが、2つ以上あれば愛着を生む可能性は高い。

当所事業でいえば、芸妓推進事業は①+②+④、新潟総踊り祭は①+④、なぐも友美氏観光バスツアーは①+②+③が備わっているために、参加者は「新潟っていいね！」という感想を持つのであり、できるだけこうした機会に参加し・触合うことのできる人が新潟に留まってくれるものと考える。

食の陣は、②しかなく、「新潟への誇りと愛着を育む」イベントに育っていないような気がする反面、「酒の陣」は、②のほかに会場には①や④の要素があり、新潟の愛着に繋がっているのではないかと思われる。

その他のイベントでは、「佐渡アースセレブレーション」や「フジロックフェス」などは、2つ以上の要素が大きく加わっているために新潟を代表するイベントになっていると考える。

② 「新潟への誇りと愛着を育む」うえでは、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。

各自治体では官民で婚活事業はじめ様々な少子化対策を行っており、若者の社会的流出を留めなければならないということでは一致しているが、その中でも特に子供の産むことができる年代（18歳～40歳頃）の女性を新潟に留めなければならないし、この年代の女性こそが優先度第1位のターゲットであると考える。

このターゲットが流出する理由として、①大学・専門学校等への進学によるもの、②企業の賃金格差によるもの、③首都圏にいる友人・知人を頼ったものなど、様々であると思うが、それらの動機を課題と捉え、県内に留まるために考えられる全ての施策・インセンティブや支援策を打ち出さなければならないと考える。

例えば、①に対しては、県内大学の入学金・学費補助、奨学金（一部）免除、女性人気学部定員の拡充、女性想定の新学部創設、資格試験ハンズオン支援体制 等

②に関しては、副業や第二創業の推奨、③に関しては、JR料金や高速バス料金の補助など、当該ターゲットには手厚い補助を設ける必要があり、その後の子育て応援施策も併せて、『男性にも女性にも優しい県』宣言を行い、県民全体の意識醸成を図る必要があると考える。

しかし、それだけではメンタル面をカバーできない部分もあると思うので、前述した2つ以上の要素を併せ持つイベントに積極的に参加（無料・補助検討）してもらい、良い出会いや人間関係の構築を図ってもらいたいと考える。

③ 上記②の取り組みを、産官学金労言士のオール新潟で、どのように進めると、より効果的だと考えるか。

『男性にも女性にも優しい県パートナーシップ会議』（仮称）を創設し、それぞれの団体の取組を報告して共有するとともに、当該世代の女性が新潟県に留まる方策・施策を一体となって考え、実践し、参画行政機関に予算措置の要望を行う場となるプラットフォームを立ち上げる。

第5回新潟市まち・ひと・しごと創生会議
新潟への誇りと愛着の醸成に関する意見

【委員名： 早福 弘 参考資料② 20歳代若手職員】

① 「新潟への誇りと愛着を育む」うえで、それぞれの業界や組織で取り組んでいることや、参考になる事例・データなどについて。

・新潟まつり

開催規模が大きく、地方のいわゆる「地域住民と一体感を高めるまつり」というよりは、季節の風物詩的な要素が強くなっているが、新潟らしさを感じられる一大イベントである。新潟市民の地域への愛着造成のみならず、現在は新潟を離れている人と新潟をつなぐ効果もあると信じて業務を継続していきたい。

また、年に1~2校、小中学校の総合学習で、まつりについてご説明させていただく機会がある。まつりの大まかな歴史や全体像についてお話し、生徒さんからの質問に答える。まつりについて興味があり、積極的に質問される生徒さんが2~3割、その他の生徒さんは受動的に学習されているという印象。みこしや行列で新潟まつりに関われる小中学校は数校しかないため、参加される生徒さんにはせっかくの機会を楽しんでもらえるよう、事前理解等の場面でお手伝いできればと思い、理解しやすい説明になるように努めている。

・万代テラスイベント

2017年より、信濃川右岸でのにぎわいイベントを開催（2020年はコロナ禍により開催せず）。ミニライブや子ども向け遊具、フードトラックが出店したほか、信濃川ウォーターシャトルの乗船体験を行った。開港150周年記念の機運醸成も兼ねて、新潟市の魅力・財産である港や水辺の景観をPRした。毎年150名を超える参加者がある。

・新潟空港活性化⇒新潟空港整備推進協議会に参画。地域に空港があるのは当たり前のような気がするが、そうではない。若者は特にないものばかり気になって劣等感を抱く傾向があるので、誇りに思えるものが当たり前のようにあるのは素晴らしい。今はコロナ禍で厳しいが、新潟空港の存在感がさらに向上するように、会議所としてできること（イベントへの出展）に協力していきたい。

・女性会

女性経営者の会の事務局を担っている。ビジネスはどこでもできるような時代になってきているが、目に見えるつながりがあることで、「ここでなら安心してビジネスができる」「この地で頑張っていきたい」というマインド形成に繋がっているのではないかと。（他組織の新潟青年会議所なども、その例として挙げられる）

- 古町芸妓
- ビジョナリー ⇒まちづくりへ
- 総踊り

② 「新潟への誇りと愛着を育む」うへでは、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。

- 子ども⇒とにかく新潟で楽しい思い出をたくさん作ってもらうことが重要。将来新潟を出たとしても、楽しい思い出があれば、帰るきっかけや選択肢が生まれる。(新潟にマイナスな印象があれば新潟を出たいと思う、もしくは新潟に戻りたくないと思う可能性が高まる)小学生であれば学校の日々の授業や遠足、修学旅行、公民館や地域での活動が充実していれば、地域や住民との交流が広がり、その後の人生の基盤となるのではないかと。早いうちから地域活動を行っていれば、その後ユース世代のリーダーを務めるなど、同世代に影響を与えられる存在に育つ可能性大。
- 中高生⇒進路や仕事について考え始める時期。このタイミングで、新潟での将来をぼんやりとでも描けるよう、学校や公民館等で、「新潟で働いている大人」と接点を持ち、あわよくば好印象を持ってもらう。学校や塾だけの生活ではどうしてもつまらなくなってしまう。「つまらないから県外に出る」をいうのは若者の分かりやすい思考であるので、学校以外の世界を大人が見せることも重要(高校生向けのインターンシップや、NPOや地域での活動、社会人や大学生とのサークル活動など)。新潟での将来を頭の片隅にでも入れておいてもらうことが重要。
- 市内在住大学生⇒学生を積極的に地域に取り込んでいく。地域づくりやまちづくりに興味がある学生と連携し、各区などで農家体験プロジェクトや他世代間でのまち歩きといった活動を実施する(新潟市トビラプロジェクト等)。企業とタイアップすればCSR活動にもつながり、学生と企業のコネクション形成にもなるのでwin-winの事業となる。高校までの生活から、大きく世界が広がる時期。市内在住の強みを生かし、積極的に地域に関わる機会を提供していく。アルバイトや学内サークルだけでは、意外と世界は広がらないのかもしれない。
- 市外在住大学生⇒ネスパス等を通じたイベントの開催や、ポータルサイトを解説して市内の楽しい情報を定期的にお届けするなど、新潟とのつながりを完全に遮断しないようにする。地道な情報発信により、新潟を常に身近に感じてもらい、就職時やある程度の社会人経験を積んだ後、新潟に戻っても良いかもしれない、と思ってもらえるようにする。そのような層にアプローチすべく、オンラインを活用した企業説明会の開催やウェブ面接を斡旋する。
- 市内在住若者⇒仕事以外の時間が充実しないと、暮らしの満足度が低下してしまう。地方ではイベントや娯楽施設等が限られてしまうので、人と人が繋がれるイベントを行政や地域のコミュニティスペース、民間企業等と連携して開催し、そのような場で交友関係を広げてもらい、地域で楽しく過ごせる基盤を築いてもらう。

- 市外在住若者⇒上記同様、ネスパス等を通じたイベントの開催や、ポータルサイトを解説して市内の楽しい情報を定期的にお届けするなど、新潟とのつながりを完全に遮断しないようにする。何年か社会人経験を積み、将来のプランを考える頃に、新潟での生活が思い浮かぶように、良いイメージの情報発信は定期的に継続することが必須。
- 大人⇒大人が楽しんで新潟で過ごしている姿を、子どもや若者に示していくことが重要であるため、時間外労働を減らすこと、男性の長期育休や介護休暇の徹底、年間休日の増加などの基盤整備から、余暇活動へまわす余裕を生み出す。特に子育て世代は、仕事と子育てだけの生活になってしまうため、無理なく参加できる地域のサークル等の参加を通じてコミュニティを形成し、地域への愛着造成へ繋げる。
- 高齢者⇒上記同様、新潟での生活を楽しんでいる様子を積極的に見せることが、次世代への良い影響をもたらす。行政や公民館等のイベントも高齢者向けのものは充実しているため、その一部を他世代間でのイベントにし、子どもや若者との交流を促す。そういったイベントは、高齢者からけん玉など昔の遊びを教わったりする企画が多いが、反対に、子どもたちの間で流行っているものや、若者が SNS での発信の仕方を教えるなどの企画があると、交流が一方通行にならず良い関係が築けるのではないか。

生まれ育った場所には自然と一定の愛着を感じると思われるが、プラスの要因よりもマイナスの要因が、印象を大きく左右するのではないか。地方にありがちな狭いコミュニティでのいじめや噂話、「新潟は何もない」という大人など、そのような細かいマイナス要因を取り除いていくことや、小中学生の総合学習などで、若い世代から徐々に間隔をアップデートしていくような取り組みが効果的と考える。

③ 上記②の取り組みを、産官学金労言士のオール新潟で、どのように進めると、より効果的だと考えるか。

- それまでインターンシップを受け入れていなかった企業も、大学のキャリアセンター等と連携して、徐々にステップアップしながら学生を受け入れていく。インターンシップ対応不可でも、地域活動（ゴミ拾いなど）を地域住民や学生と一緒に行うことでお互いに接点も生まれ、CSR 活動にもなるし、Win-Win な取り組みになる。
- 企業誘致に学生の視点を取り入れる。県や市が進める企業誘致政策において、学生や若者などに気軽に話を聞く場を設け、どんな企業だったら新潟で働いてみたいかなど意見を収集する。

第5回新潟市まち・ひと・しごと創生会議
新潟への誇りと愛着の醸成に関する意見

【委員名： 藤澤 成】

① 「新潟への誇りと愛着を育む」うえで、それぞれの業界や組織で取り組んでいることや、参考になる事例・データについて

新潟経済同友会としては、従来より人口減少問題はじめ新潟(市)の拠点化や経済活性化などのテーマについて調査・研究そして提言の活動を行っております。

「新潟への誇りと愛着を育む」は、正に当会活動の重要なテーマであり、多岐にわたるそれぞれの活動の根底にある共通理念の一つと言っても過言ではないと思います。

関連活動の一例として、2014年に当会設立20周年を記念して取り組んだ『にいがたの礎～新潟の誇りを次世代に～』の企画が挙げられます。

この企画は、新潟ゆかりの経済人を”ふるさと新潟”をそして”日本”をつくった先人たちとして取り上げ、次代を担う子供たちを中心に新潟への矜持醸成を目的に、記念誌や県内小中学校向けの副教本付きDVD(ニイガタのプライド)の制作及びTV放映を行ったものです。

② 「新潟への誇りと愛着を育む」うえでは、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。

まずは上述の通り、新潟で生まれ、育ち、暮らすことの素晴らしさについて、次代を担う子供たちを中心に教育の現場で理解を深めてもらい、醸成していくのが良いのではないのでしょうか。

③ 上記②の取り組みを、産官学金労言士のオール新潟で、どのように進めると、より効果的だと考えるか。

本企画のDVDに付録した副教本制作は、小中学校の校長会にご協力いただきました。子供達には、授業を通して新潟への誇りと愛着を育むのが最良かと思料いたします。ただ、実際の教育現場では指導要領との兼ね合いもあり、どれだけ利用され、期待する効果が上がったかは残念ながら不明です。

第5回新潟市まち・ひと・しごと創生会議
新潟への誇りと愛着の醸成に関する意見

【委員名： 山岸 徹】

① 「新潟への誇りと愛着を育む」うえで、それぞれの業界や組織で取り組んでいることや、参考になる事例・データなどについて。

●新潟財務事務所としての取組み

- ・企業、自治体等への取材・ヒアリング等を通じ、新潟での取組み・魅力などをPR
- ・財務事務所においては、特に在職期間に制約（定期的な人事異動）があるので、新潟でしかできないことの経験・体験を職員に奨励
 - ex. 特に四季の変化を体感できる地域（桜、海、紅葉、雪）
海、山、平野すべてが揃っている
景色、イベント、食べ物、ウインタースポーツなど
- ・財務事務所の職員は、全国各地から集まっており、その特性を活かし、新潟出身、他地域出身からみた新潟県のイメージ、印象等をアンケート調査

② 「新潟への誇りと愛着を育む」うえでは、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だと考えるか。

●新潟では当たり前だと思っていたが、他では当たり前ではないことがあり、それを県民・市民に知ってもらうことが重要。愛着の醸成に向け、「参加型」と「デジタル活用」をポイントに以下の取組みを検討

- ・3つのアプローチからの取組みが必要
 - i) 新潟市在住の市民を対象
 - ii) 進学、就職を契機に県外に転出した者を対象
 - iii) 小学生から高校生くらいまでの者を対象
- ・具体的取組み
 - i) 市と市民の情報共有サイトを開設し、市民（スマホ所持世代）が地域活動に気軽に参加できる仕組みを構築
 - ex. 市民はボランティア等の市民活動をサイトに投稿、活動報告を行ったり協力を募る。市民は活動に「いいね」を付け、活動を評価したり、募金をすることにより、投稿者のモチベーションアップ。

市は新聞購読者（市報配付者）以外にも、タイムリーな情報配信が可能になる。対象者毎（子育て世代、リタイア世代等）に配信トピックスを絞ることや、アンケート、トピックス毎のアクセス数等を分析し、市政に活かすこともできる。

ii) 首都圏等を中心に新潟県の良さ、企業等をアピールする試みを検討・実施
新潟県に住むこと、働くことが羨ましいと思わせる施策

iii) 新潟県内の地域ごとの食べ物、名物、名所、イベントなどについて、様々な機会・コンテンツを活用して周知、県内企業等を知る機会を増やす施策

ex. 例えば、群馬県の「上毛カルタ」の新潟バージョンは考えられないか（カルタではなく、時代に沿ったコンテンツ（アプリなどデジタルを活用）を検討）

<http://www9.wind.jp/fujin/gunma/karuta/karuta.htm>

③ 上記②の取り組みを、産官学金労言士のオール新潟で、どのように進めると、より効果的だと考えるか。

●オール新潟での取り組み

i) について

- ・市のHPに情報共有サイトを開設（見せ方を工夫（投資））
- ・「参加型」と「デジタルの活用」をテーマに、見やすさ、見たくなるサイトを産官学金労言士が連携・協力して構築
- ・市民へのPR（その際のキャッチフレーズが重要）

ii) について

- ・新潟県東京事務所、新潟県アンテナショップをフル活用
- ・新幹線等での広告（GW、お盆、年末年始など帰省時期等にタイムリーに発信）
- ・県内企業で他県に進出している支店、金融機関等を活用
- ・移住促進、ワーケーション推進自治体・企業とのコラボ
※リモートでの対応も検討

iii) について

- ・小学生：自治体（町内会等）の取組（入学祝い（上記カルタに相当するものの検討））
- ・中学生：社会科見学、職場体験の活用（官庁ではなく、民間企業を選定）
- ・高校生：キャリアガイダンスなどを通じ、新潟県内の企業を周知

第5回新潟市まち・ひと・しごと創生会議
新潟への誇りと愛着の醸成に関する意見

【委員名： 吉澤 幸子 】

① 「新潟への誇りと愛着を育む」うえで、それぞれの業界や組織で取り組んでいることや、参考になる事例・データなどについて

- ・新卒者（高卒・大卒等）の管内就職を促進する取組を行っている。高卒予定者向けには、進路指導担当者と求人事業所の懇談会、求人説明会を行っている。大卒等の学生に対しては、面接会を行っている。

② 「新潟への誇りと愛着を育む」うえでは、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。

- ・進路選択をする高校生までの期間（保育園～高校）に様々な形で地元の良さを知る機会を提供する。学習プログラムの中に入れるとよいと思う（既に取り組まれていると思いますが）。

③ 上記②の取り組みを、産官学金労言士のオール新潟で、どのように進めると、より効果的だと考えるか。

- ・個別企業、業界団体と教育機関の1対1関係に終わるのではなく、子供の年齢・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ってコーディネートするとよいのではないかと考える。

第5回新潟市まち・ひと・しごと創生会議
新潟への誇りと愛着の醸成に関する意見

【委員名： 丸田 秋男 】

① 「新潟への誇りと愛着を育む」うえで、それぞれの業界や組織で取り組んでいることや、参考になる事例・データなどについて

- 「新潟への誇りと愛着を育む」うえでのキーワードは、「⑱政令指定都市」と「⑳大学・短期大学・専門学校」であると考えます。※⑱、⑳は市政世論調査の項目番号
- 医療福祉系の総合大学である新潟医療福祉大学は、大学の魅力づくりと医療・保健・福祉等の人材育成に成果を上げています。新潟市の調査によれば、16～18歳の若者の希望する職業は、女性では「医療・保健・福祉」が突出して多く、全体の約3割(30.7%)を占めています。また、19～22歳でも女性の希望する職業は、「医療・保健・福祉」が突出して多く、全体の約3割強(32.8%)を占めています。これらのニーズに対応するために、産官学(＝民間事業者・新潟市・大学及び専門学校)で人材確保のプラットフォームづくりに取り組んでいます。
- また、新潟医療福祉大学社会福祉学部では、農福連携の推進(＝地域産業の創出)という観点から、独自のプログラムに取り組んでいます。この取組は、農業を食農産業に発展させる提案として高い評価を受け、第31回ヤンマー学生懸賞論文で最高位の「大賞」を受賞しました(別紙資料)。
- 市政世論調査における「新潟への誇りと愛着を育む」うえでの上位項目は、「①農作物」「②海産物」「④酒」となっていますが、それらと「⑱政令指定都市」「⑳大学・短期大学・専門学校」を連動させた(掛け算した)まちづくりを一層推進する必要があると考えます。

② 「新潟への誇りと愛着を育む」うえでは、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ますか。

- 「新潟への誇りと愛着を育む」うえでのターゲットは、「若者」と「シニア」であると考えます。
- 「若者」については、新潟市が実施したアンケート調査で明らかになったように、「医療・保健・福祉」の職業を希望する高校生及び大学生等に対する情報発信と、新潟市において希望する職業に確実に就くことの実環境整備を政策的に進める必要があると思います。
- 特に、「農業×福祉」は、若者にとって「新潟への誇りと愛着を育む」うえでの魅力ある職業に発展させる可能性が高いと思われます。
- 一方、世論調査の結果から、シニアの意識に着目する必要があります。「新潟への誇りと愛着を育む」うえでの要素を「⑱政令指定都市」としているシニアの割合は、65～69歳が31.8%、70～74歳が37.2%、75歳以上が41.1%と平均値の30.4%を上回り、シニアが新潟市が政令指定都市であることに誇りを持っていることがうかがわれます。

- また、シニアの「新潟への誇りと愛着」と「②大学・短期大学・専門学校」との関係を見てみると、65～69歳では全体の39.4%、70～74歳では41.5%、75歳以上では43.9%と、平均値の31.8%を大きく上回り、「②大学・短期大学・専門学校」に誇りと愛着を持っていることがわかります。
- 若者の「新潟への誇りと愛着」と「②大学・短期大学・専門学校」との関係を見てみると、「②大学・短期大学・専門学校」に誇りと愛着を持っている割合は33.4%であり、平均値を上回っています。
- さらに、「②大学・短期大学・専門学校」に誇りと愛着を持っている割合を地区別を見てみると、北区が39.7%と最も高く、次いで秋葉区（35.5%）、西区（35.4%）の順となっており、大学による地域貢献度が「新潟への誇りと愛着を育む」ことに繋がっている可能性を窺わせます。
- 若者に対しては、前述したように、希望する「医療・保健・福祉」の職業に就ける就業環境の整備（法人のネットワーク化あるいは連携法人化）を政策的に推進する必要があると考えます。例えば、首都圏の大学で学んで資格を有さない学生の参入など（先進事例あり）。
- シニアに対しては、シニアと若者が連動した実験農場等（シニア×食農×福祉×若者）による新たな産業創出にチャレンジする必要があると考えます。例えば、新潟医療福祉大学や新潟薬科大学、新潟国際情報大学等と連動した「都市（まち）づくり」を通じて、首都圏等からのシニアの人口流入を促進するなど。
- 新潟への誇りと愛着を持つ「若者」と「シニア」が活躍できる「都市（まち）づくり」が進めば、結果として「30～39歳」「40～49歳」「50～59歳」（60～64歳）の新潟への誇りと愛着が高まると確信しています。

③ 上記②の取り組みを、産官学金労言士のオール新潟で、どのように進めると、より効果的だと考えますか。

- まず、産官学金労言士の方々が、制度や分野等を超えて、「新潟への誇りと愛着を育む」ことの「価値」を共有するプロセスが必要であると考えます。例えば、大学の立場からいえば、大学の垣根を超えて、3万人からの学生（大学生、大学院生、短期大学生、専門学校生）と協働して、「都市（まち）づくり」に取り組むことのできる「地域連携プラットフォーム」の形成に取り組む必要があると考えています。
- 地方大学・地域産業創生交付金（資料省略）の活用に向けての準備プロジェクトの立ち上げなども検討してはいかがでしょうか。
- また、産官学金労言士＋市民（若者＋シニア）のオール新潟で取り組みたいこととして、「新潟の誇りと愛着を育む市民フォーラム」（仮称）の結成を提案します。「この指とまれ」方式で構成員を募り、構成員がそれぞれ運営費等を負担しながら、「新潟の誇りと愛着」のミクロ・メソ・マクロレベルのリアリティを新潟市民、新潟県民、首都圏の都県民等に対して持続的に発信する活動組織をイメージしています。

- 併せて、そのリアリティを生み出している、あるいは醸成している市民の意識や態度、行動の事実等を集積し、「新潟の誇りと愛着を育む」ことに繋がる具体的な行動目標を議論したいと思います。
- さらに、産官学金労言士の当事者が「新潟の誇りと愛着を育む」ことをどのように考え、どう行動しているか、について関心があります。当事者の意識調査やワークショップ等を通じて、「新潟の誇りと愛着を育む」ために「何を成したか」「何を成すべきか」などを明らかにしたいと考えています。
- 特に、約 4,000 人（教員を除く）に上る新潟市の職員が「新潟の誇りと愛着を育む」ことをどのように考えているか。また、そのために一人一人が「何を成したか」「何を成すべきか」について点検・確認する必要があるのではないのでしょうか。

第5回新潟市まち・ひと・しごと創生会議
新潟への誇りと愛着の醸成に関する意見

【委員名 : 細川 吉明】

① 「新潟への誇りと愛着を育む」うえで、それぞれの業界や組織で取り組んでいることや、参考になる事例・データについて

◆参考情報

- (1)「若者から見た地域への愛郷心・愛着と帰巢性の関係～島田市の高校生アンケート調査等から見た地方創生の可能性～」(2017/6. 西村健[日本公共利益研究所]、南條隆彦[島田市役所])
- (2)「新潟市魅力発見サイト ガタプラ」(新潟市経済部雇用政策課)
- (3)「新潟市中央区自治・町内会アンケート集計結果」(2009/8. 新潟市中央区役所健康福祉課)
- (4)「第47回(令和2年度)新潟市市政世論調査」(新潟市市民生活部広聴相談課)

② 「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

◆上記①から得られる情報

- (1) 島田市を好きな高校生は地域の親切・温かさに満足している(仮説)
- (2) 自治会加入率、政令市第2位、91.6%(平成30年度)
- (3) 自治会で抱えている課題:「若い世代は町内行事に参加することがほとんどなく」「近所づきあいの希薄化」
- (4) 誇りや愛着を感じているもの:「まつり・イベント」は、他の年齢と比べて18~29歳(19.4%)で割合が突出している(高い)

◆上記から導き出される仮説

“新潟の高校生を含む若者層が、親切・温かさを感じ、新潟を好きになるよう、たとえば、自治会等コミュニティ基盤の活性化を図り、まつり・イベントの参加・交流の充実化に取り組むことが有効”

③ 上記②の取り組みを、産官学金労言士のオール新潟で、どのように進めると、より効果的だと考えるか

◆PLAN

若者層の意識調査（島田市の調査結果が新潟市にも当てはまるか検証等）

自治会・地域コミュニティ協議会等の実態調査（まつり等を含む若者層参加・交流状況等）

◆DO

モデルとなるまつり・イベントの抽出・選定、感染対策も含む必要な協調連携（ヒト・モノ・カネ etc.）等

→ CHECK、ACTION。。

第5回新潟市まち・ひと・しごと創生会議 新潟への誇りと愛着の醸成に関する意見

【委員名： 土田 直樹 】

① 「新潟への誇りと愛着を育む」うえで、それぞれの業界や組織で取り組んでいることや、参考になる事例・データなどについて。

「新潟への誇りと愛着を育む」活動かどうかはわかりませんが・・・

以下、第四北越フィナンシャルグループの活動の一部です。

- ・「にいがた 食と総合ビジネス商談会（しょく Biz）」開催
- ・創業支援：「にいがたスタートアップコンテスト」、「NIIGATA ビジネスアイデアコンテスト」、「にいがたスタートアップサロン」の開催
- ・「地域創生プラットフォーム『SDGs にいがた』」準備会立上げ
- ・だいし地域産業評価システム（RIED）の活用
- ・スポーツ振興：新潟シティマラソン協賛、すこやか北越銀行杯県小学校バレーボール大会
- ・音楽振興：「だいしほくえつライフアップコンサート」開催
- ・人材育成・啓発：「だいしほくえつアカデミー」開催 延べ1万1千人以上の子供が参加
- ・全国高校生金融経済クイズ選手権『エコノミクス甲子園』新潟大会の開催、全国大会出場
- ・春休み親子バスツアー「にいがた親子探検隊『潜入！新聞社、銀行、発電所を探れ！』」の開催
- ・「にいがた未来応援日本株ファンド（一部新潟県企業に投資、一部報酬寄付）」の取扱
- ・奨学金給付：北銀奨学金
- ・環境・森づくり活動：「だいしの森」「だいしほくえつの森作り活動」
- ・地域新電力会社「新潟スワンエナジー」の設立

等々。

その他多数の地域の、経済、産業、観光、大学、地域、国際、まちづくり、雇用、しごと、貿易、厚生労働、空港、港湾、農業等々に係わる会議、協議会に参画しております。

加えて、近時「株式会社ブリッジにいがた」の設立による活動が注目頂いております。

以下事業の一部です。

【販路開拓事業】

① BtoC

2019年10月より東京日本橋にてアンテナショップを運営。開店当初300種程度だった取扱商品数は現在では700種程度まで拡大。また、2019年度には首都圏大手企業従業員向けの物産展を7会場で開催。（2020年度は新型コロナウイルス感染拡大の影響で非対面方式開催。）加えて、ECサイトの試行運営を2020年12月より開始。

② BtoB

新潟県における「GoToEat キャンペーン食事券発行委託事業」を(株)新潟日報社、(株)第一印刷所とともに共同受託し、ブリッジにいがたは飲食店向けの振込業務を行っている。

【観光振興事業】

訪日観光客受入基盤整備支援として多言語翻訳サービス（QR Translator）の提案活動を実施。長岡市で導入。

【生産性向上事業】

銀行で進めてきた事務改善のノウハウを県内企業に横展開するべく、「業務効率化コンサルティング」の提供、RPA や勤怠管理システムの導入支援、ペーパーレス化支援などの取り組みを実施。

以上です。

③ 「新潟への誇りと愛着を育む」うえでは、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。

第一義的には地域で生まれ、育つ、小中学生（新潟市立？で取り組みやすい）を中心とした「子供」を対象に、理解と意識醸成を促すことだと思います。

私個人のお話ですが、小学校のほとんどを関東地区の某市で過ごしましたが、授業で週一回「〇〇市 100 年の歴史」という授業があり、いまでもその内容を覚えております。新潟県出身者ですが、いまでも第二の故郷と誇りを感じています。

取組については上記のような活動を小中学以下の子供でも、活用し、理解し、楽しめる参加型の活動・イベントとすることでしょう。将来的に地域への積極的な参画を求めることになりますので、自分がこの新潟の未来をつくることにかかわっていると云った当事者意識の醸成が必要でしょう。

④ 上記②の取り組みを、産官学金労言士のオール新潟で、どのように進めると、より効果的だと考えるか。

産官学金労言士の方々は、ある時は活動の「実践者」であり、ある時は「支援者」でもあり、或いは「研究者」でもあると思います。

シビックプライドの精神から求められるのは、まず、「この新潟を良い場所にするために自分自身が関わっているという自負心や当事者意識を醸成する＝シビックプライドを持つ住民を育てること」、及び、「シビックプライドを持つ住民が新潟のために実践する活動を活発化させること」だと思います。

その意味で、前者は「実践者」としての役割が求められますし、後者は「支援者」としての役割なのでしょう。

シビックプライドの主役は市民であることに鑑みれば、産官学金労言士は醸成のための「実践者」となることもありますが、基本「支援者」に徹するべきと考えています。

第5回新潟市まち・ひと・しごと創生会議
新潟への誇りと愛着の醸成に関する意見

【委員名： 石本 伸二（代理 事務局長 川崎 晃）】

① 「新潟への誇りと愛着を育む」うえで、それぞれの業界や組織で取り組んでいることや、参考になる事例・データについて

連合新潟では、地域で働きやすい環境整備をサポートする事業として、大学生やU・I・Jターンの若年層向けに、働くうえでの法律や、労働者保護について出前講座を実施しています。

② 「新潟への誇りと愛着を育む」うえでは、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

農業県である新潟県の人口は減少傾向にあり、その要因として産業の少なさが言われているなかで、地域経済を活性化する政策として、産業政策の見直しを図り、まち・ひと・しごとがリンクする地方創生が必要だと感じます。

③ 上記②の取り組みを、産官学金労言士のオール新潟で、どのように進めると、より効果的だと考えるか

定期的な産官学金労言士の意見交換は必要とされますが、それぞれの団体での枠組みがあり、その枠から逸脱した取り組みは難しいと考えます。については、地域住民・コミュニティからの意見等を取り入れられれば、より柔軟な政策立案が可能ではないのでしょうか。

第5回新潟市まち・ひと・しごと創生会議
新潟への誇りと愛着の醸成に関する意見

【委員名： 井上 智美 】

① 「新潟への誇りと愛着を育む」うえで、それぞれの業界や組織で取り組んでいることや、参考になる事例・データについて

BSNキッズプロジェクトで昨年より「ふるさとの誇り新潟の技体験ワークショップ」に取り組み始めました。

初年度は小学生～中学生の親子を対象に村上堆朱の彫り（18組）、安田瓦のミニ鬼瓦作り（35組）、鎚起銅器制作体験（15組）を実施。職人さんから仕事のお話と、直接子どもたちへの指導をしていただきました。

【参加者アンケートから】

- ・有名な産業だが、子どもたちに身近なものになった。
- ・これほど集中して楽しそうな子どもを初めて見た。アルバイトに行きたいと言っている。
- ・すばらしい技術を受け継いでくれる子どもたちが育ってくれるといい。
- ・こんな仕事があるんだと知るよいきっかけになった。
- ・子どもの才能に気づいた。
- ・ぼんやりと知っているだけだったことを親子で学べた。

など

本事業のポイントは親子で参加することにあります。

子どもたちが、伝統文化や職業にどのような興味を示すか、保護者が実際に感じることで子どもの将来の選択への理解の助けになるかもしれません。

また、大人もなんとなく知っているだけの世界をより詳しく、身近に感じることで、故郷への誇りが醸成され、子どもたちに影響してくると思います。

そして、指導に当たった職人のみなさんも子どもたちとの交流を通じて、さらなるモチベーションを持っていただけたようです。

② 「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

子どもだけでなく親世代へ遡及させることが重要ではないかと思えます。
学校現場でも各産業の出前授業に取り組んでいると思いますが、大人も一緒に地場産業や職人の魅力を知る機会を作ることが大切だと思えます。
大人もやってみたいと思う程度の本格的な体験プログラムであることも重要だと考えます。

③ 上記②の取り組みを、産官学金労言士のオール新潟で、どのように進めると、より効果的だと考えるか

ドイツのマイスター制度のように若いうちから職人技を学べる場を創設し、同時に職業体験プログラムを地域の魅力を知る場として観光資源（体験型観光プログラム）の意味合いを持たせ、親子で参加できるプログラムも併設してはどうでしょうか。
各団体ごとでは訴求力が限られると思うので、オール新潟で場の設定、PR 展開など多くの人に刺さり、参加機会を増やしてもらえそうな取り組みにできたらと思えます。

第5回新潟市まち・ひと・しごと創生会議 新潟への誇りと愛着の醸成に関する意見

【委員名： 志田 智代子 】

① 「新潟への誇りと愛着を育む」うえで、それぞれの業界や組織で取り組んでいることや、参考になる事例・データなどについて。

残念ながら新潟県社会保険労務士会では特に取り組みはなく、参考になる事例等ありません。

そこで、業務で訪問した企業の担当者にヒアリングをしましたので、その内容を参考に記載します。

○企業の取組み事例

- ・新潟市内でのホームゲームや野球教室の開催を通じた郷土愛の醸成
 - ・ドリームキャッププロジェクトを通じた郷土愛の醸成
- ※小学2年生へのキャップの配布事業

○新潟市にU・I・Jターンした社員が良かったと感じていること

- ・通勤のストレス（満員電車）が少ない。
- ・交通インフラが概ね整っている（空港、港、新幹線、電車、高速道路、バイパス、一般道等）。特にバイパスと一般道は全国トップクラスだと感じる。
新潟駅付近連続立体交差事業によって、車での南北の移動がしやすくなった。
市内の基幹交通手段がバスであることが非常に悔やまれる（LRT やモノレールがある地方都市が羨ましい）。
- ・平らな土地が多いので移動がしやすい場所が多い（他県に行くと新潟市の良さを感じる）。
- ・食事のクオリティが高い（米、海産物、お酒等）。
- ・自然が豊かな田園都市であり、子供たちも自然と触れ合う機会が多く子育てしやすい環境である。
- ・大学で地元を一旦離れたことでその良さに気づき、地元で貢献したいと思っていた。
地元の企業に就職したことにより、ふるさとの地域活性化の一助となれた。
- ・お世話になった先生や先輩、友人も多く、慣れ親しんだ土地でリラックスして仕事をするができる。
- ・家族や友人が近くにいるということ。
親も高齢になってきて、何かあった時でもすぐに顔を見に行くことができる。
- ・休日や退勤後のプライベートが充実し安心感もある。
- ・結婚をして子育てをするなら両親のサポートを受けられる新潟の方が安心。
- ・新潟市は東京とのアクセスが抜群にいい。
- ・普段暮らしている生活エリアのすぐそばに大自然があり、アウトドア体験もすぐにできる。

② 「新潟への誇りと愛着を育む」うえでは、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。

まずは新潟市民が新潟の良さを知ることが必要なのではないかと考えます。

例えば、新潟市民が佐渡へ旅行する際にジェットfoil代を補助する等して、たくさん新潟市民に佐渡の良さを知ってもらいます。

佐渡の良さを知ること、新潟への誇りや愛着も育まれていくのではないかと思います。今後、佐渡金山が世界遺産に登録されれば、他県からも観光客が見込めますが、その前に(コロナ禍ということもありますし)新潟市民の方に佐渡に足を運んでいただき、その良さを知っていただくのはいかがでしょうか。(佐渡汽船の経営も厳しいようですので、その意味でも貢献できるのではないかと思います)

新潟市民が新潟の良さを知ること、口コミなどで、新潟の良さも広まっていくのではないかと思います。

佐渡は一つの例えですが、新潟の良さを多くの方に体験できるようなことを企画し、まずは多くの方に新潟の良さに気づいてもらう必要があるように感じます。

③ 上記②の取り組みを、産官学金労言士のオール新潟で、どのように進めると、より効果的だと考えるか。

申し訳ございませんが、思いつきませんでした。

第5回新潟市まち・ひと・しごと創生会議
新潟への誇りと愛着の醸成に関する意見

【委員名： 清野 奈桜美 】

皆様は『新潟市民茶会』をご存知でしょうか。また、この市民茶会が、かつて全国最大規模だったこともご存知でしょうか。長年多くの人々から愛され続けてきた市民茶会ですが、関係者の高齢化や後継者不足などの理由により、令和元年を最後に終わろうとしています。たいへんもったいないことです。70年近く続いた歴史が途絶えようとしています。新潟にこんなに伝統のあるお茶会が続いて来たこと、この市民茶会を皆で力を合わせて何とか続けていけないか、そんなことを願い「新潟への誇りと愛着の醸成に関する意見」とさせて頂きたいと思います。

① 「新潟への誇りと愛着を育む」うえで、それぞれの業界や組織で取り組んでいることや、参考になる事例・データなどについて。

○新潟市民茶会は、戦後まもない昭和24年に始まりました。最初は5席だったと聞いています。今と違って物の無い時代です。お茶を点てる亭主は一服のお茶に心を込め、お客様はその気持ちを受け取り穏やかな気持ちで時を過ごされたことは想像出来ます。

○茶席は年々増え、多い年には70席以上になり、約8千人以上の来場者があったそうです。

○市民茶会と言う名の通り、普段茶道に馴染みのない方やお子様、外国の方、誰もが気軽に茶道に触れることが出来る茶会です。そうしたことが一番の人気です。

○新潟市民茶会の影響は各地に広がり、村上市、新発田市、旧津川町、五泉市、旧村松町、旧巻町、柏崎市も新潟市民茶会を手本に市民茶会を始めたそうです。

○協賛の茶舗や菓子舗は多数有り、遊神亭には全席のお菓子の展示があります。

② 「新潟への誇りと愛着を育む」うえでは、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。

○小中学校で茶道の出前講座を行い、子供達に茶道に触れる機会を作りたい。

○最近は畳のない住宅も珍しく有りません。子供達には茶道を通じて様々な日本文化に触れて貰いたいと思います。

○茶道の流派を超えた連携が必要だと思います。

③ 上記②の取り組みを、産官学金労言士のオール新潟で、どのように進めると、より効果的だと考えるか。

○主催である市民茶会実行委員会と新潟市、新潟日報社が市民茶会存続に向けた会議を行って欲しいと思います。会議は公開としてほしいです。

○令和元年の新潟市民茶会々場は、中央区にある8会場だけでした。

(りゅーとぴあ、りゅーとぴあ前の空中庭園、燕喜館、白山公園内の遊神亭、旧齋藤家別邸、旧小澤家住宅、新潟伊勢丹の丹庵、新潟市総合福祉会館)

会場を中央区だけではなく各区の公民館やショッピングセンター等で開催し、より市民に身近な場となれるようにしたらどうでしょう。

○他の団体と協力しあって、茶会だけではなく市民が楽しめるイベントを一緒に行うことも効果的だと思います。

第5回新潟市まち・ひと・しごと創生会議
新潟への誇りと愛着の醸成に関する意見

【委員名： 小見 まいこ 】

- ① 「新潟への誇りと愛着を育む」うえで、それぞれの業界や組織で取り組んでいることや、参考になる事例・データなどについて。

「NIIGATA 高校生マイプロジェクト☆LABO」

地域の大人と関わりながら、身近な興味・関心や課題意識からプロジェクトを実現するプログラムである。

新潟市では、りゅーとぴあを中心とした音楽・文化を守ることで自分のホームとも言える存在のジュニアオーケストラを守ろうとするプロジェクトや、フードバンクと連携して食品ロスをなくそうとするプロジェクト、フリースクールと連携して不登校の新たな見方を考えるプロジェクト、みんなで新潟甚句を踊ることで楽しさと魅力を繋げていこうとするプロジェクトなどが2020年度に取り組みされた。

2021年度に向けた3月のSTART UP CAMPでは、新潟、新潟南、新潟中央、新潟、日本文理高校から19プロジェクトが参加している。

マイプロジェクトは、地域を舞台に自らの想いをカタチにしていくプログラムなので、ジブンゴトの興味・関心・好きなもの・創りたい未来・課題意識から始まり、地域と関わりながら実現していくことを特徴としている。

- ② 「新潟への誇りと愛着を育む」うえでは、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。

「新潟の魅力を知っている」というだけで終わらずに、「新潟への誇りと愛着を育む」ことにつなげるためには、地域の大人との関わりとジブンゴトの課題意識から生まれた挑戦体験・成長体験・成功体験が紐付いていることが重要である。

このような体験を通じて、高校生たちは「地域のために」という想いを持つだけでなく、「自分のやりたいことが実現できる場所」「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」として地域への誇りと愛着を抱くようになる。

結果として、「自分のために」新潟に住んでいたいという想いにつながっていく。このような自分と紐づいた誇りと愛着を新潟に感じられることが大切ではないだろうか。

特に、地域との関係性が絶たれてしまいがちな高校生の年代に、このような体験を地域の中でできたかどうかは、県外に進学・就職した場合に新潟に愛着をもてるかどうかを分けると考えられる。しかし、多くの高校で実施されている総合学習・総合探究の取り組みでは、地域との関わりはあるものの発表をして終わってしまうことや、ジブンゴトの課題意識と地域が結びつかない事例が多い点が課題である。

生徒がジブンゴトの興味・関心・課題意識から始まるマイプロジェクトに全力で挑戦し、成長し、成功体験できる学びのフィールドとしての地域にしていくことが、結果として高校生年代の新潟への誇りと愛着を育むことにつながるのである。

③ 上記②の取り組みを、産官学金労言士のオール新潟で、どのように進めると、より効果的だと考えるか。

高校生のマイプロの実現には、大人との関わりが欠かせない。マイプロの火種になる大人との出会い、マイプロのパートナーとなる大人との出会い、マイプロと地域資源をつなげてくれる大人との出会いの場、マイプロの実現するスキル、マイプロの学びを未来へつなぐ振り返りをする力を学ぶ場など、高校生の実現したいジブンゴトの想いに応えられる大人との出会いのチャンスをつくっていくことが重要である。

生徒のやりたいことを実現できる場として、地域が学びとチャレンジのフィールドにしていくという姿勢で連携を考えていく必要がある。

