

## 地域再生計画

### 1 地域再生計画の名称

中津市人材リテンションプログラム

### 2 地域再生計画の作成主体の名称

大分県中津市

### 3 地域再生計画の区域

大分県中津市の全域

## 4 地域再生計画の目標

### 4-1 地方創生の実現における構造的な課題

#### 【課題】

#### ●市内高校生の進路調査

前述の通り、順調な企業立地などの効果により、市内の求人倍率が高い状況が続いている。しかしながら、令和3年度の市内高校卒業生（770人）の進路先調査によると、約7割（538人）の生徒が進学（市外の大学等が中心）、約3割（232人）が就職（そのうち市内企業への就職は約40%）という状況であり、高校生が卒業後、中津の企業で就職する割合は約12%（95人）である。市内企業は職場環境改善や福利厚生、PRなど様々な手法を用いているが、人材が安定的に確保できているとは言えない状況である。

#### ●女性を中心とした若年層の流出

また、近年の人口動態の傾向では、10代後半から20代前半は転出超過、20代後半から30代にかけては転入超過となっており、これは進学や就職を機に市外に転出した若者が、ある程度は中津にUターンしていると考えられるが、男性に比べて女性がUターンする割合が低い。これにより、女性の力を必要とする企業の人材確保が一層厳しいものになっていると考えられる。

#### 【課題の分析（原因）】

#### ●企業の努力と学生イメージとのギャップ

学生と市内企業に聞き取りを行ったところ、これらの原因の一つとして、企業の努力による良好な職場環境の実態と、学生の「キツイ」などの業種イメージとの間にギャップがあることが考えられる。また、学生自身に意欲があったとしても、保護者が過去の業種のイメージで就職を反対するといったケースもあることが分かった。

市内企業は、企業努力により良好な職場環境を有しており、かつては男性職場と思われていた業種でも、女性が活躍できるようになった企業も多い。偏ったイメージにとらわれないよう、若者や保護者に継続的に市内企業の魅力を伝える必要がある。

#### ●学生の就職活動の傾向（知らない企業は選択肢に入らない。）

さらに、中津市と連携している大学の講師、学生への聞き取りによると、学生の就職活動の入り口として、まず、「知っている企業」、「名前を聞いたことのある企業」から調査してエントリーする傾向があるとのことだった。市内の企業が人材確保に苦慮しているということは、市内企業の知名度が学生・生徒に対して十分ではない可能性が高い。前述の偏った企業イメージのギャップ改善だけでなく、市内企業の知名度・魅力向上にも取り組む必要がある。

#### 4-2 地方創生として目指す将来像

##### 【概要】

中津市の産業構造は、自動車関連産業を中心とした製造業を中心に企業の集積が進んでいる。現在、市内には幅広い産業分野の多くの企業が立地しており、有効求人倍率が県下においても高水準で推移する状況が続いている。しかしながら、市内の若者の多くは進学を機に市外に流出し、就職する学生・生徒も市内企業を選択せず流出してしまう割合が高いという問題が起きている。

一般的に、企業の求人方法は、就職前の高校生や大学生に働きかけるものであるが、学校を通じて、より低年齢の頃から小・中・高校とそれぞれのライフステージに応じて、市内産業・企業の魅力を発信すること等により、市内で生まれ育った若者たちが、中津市内の産業・企業に魅力を感じ、何より「中津」というまちに魅力を感じてもらうことで、市外に流出することを防ぎ、市内企業の人材の安定確保、生産性の維持・向上を目的とする。さらに、進学を機に市外に流出した若者も、「就職するなら中津の企業で」という機運を醸成し、Uターンを促進する。

【数値目標】

K P I ①	市の取組みによる市内企業への新規就職者数						単位	人
K P I ②	企業PR動画再生数（動画投稿サイト等累計）及び企業情報提供サイト閲覧件数						単位	回
K P I ③	-						単位	-
K P I ④	-						単位	-
	事業開始前 (現時点)	2023年度 増加分 (1年目)	2024年度 増加分 (2年目)	2025年度 増加分 (3年目)	2026年度 増加分 (4年目)	2027年度 増加分 (5年目)	K P I 増加分 の累計	
K P I ①	0.00	9.00	9.00	9.00	-	-	27.00	
K P I ②	88,000.00	12,000.00	10,000.00	10,000.00	-	-	32,000.00	
K P I ③	-	-	-	-	-	-	0.00	
K P I ④	-	-	-	-	-	-	0.00	

5 地域再生を図るために行う事業

5-1 全体の概要

5-2の③及び5-3のとおり。

5-2 第5章の特別の措置を適用して行う事業

○ 地方創生推進タイプ（内閣府）：【A3007】

① 事業主体

2に同じ。

② 事業の名称

中津市人材リテンションプログラム

### ③ 事業の内容

【分析を踏まえた課題への対応（事業内容）】

#### ●低年齢層からの市内産業・企業の魅力発信事業

市教育委員会や商工団体、市内企業、大学等と連携し、小学生を対象とした市内産業・企業の魅力を伝えるための活動を展開する（出前授業やPR活動など）。また、小学生が対象ということで、保護者も巻き込むことにより、低年齢のうちから親子で「働くということ」や「中津にある企業」などについて一緒に学び、市内企業を認識してもらうように取り組む。

小学生への体験活動を中心とした学習、中学ではキャリア教育、高校では就職に関する説明会といったように、それぞれのライフステージに応じた継続的な魅力・情報発信を行う。

#### ●魅力発信事業や若者目線を踏まえた就職イベント等の実施・PR

「低年齢の頃からのライフステージに応じた市内産業・企業の魅力・情報発信」のゴールの1つとして、人と企業をつなぐ企業合同就職説明会や人材マッチング事業を実施する。これまでの就職目前の学生・生徒を狙った単発的なものではなく、低年齢の頃からの継続的な魅力発信を生かした事業手法にする。例えば、低年齢の頃からの魅力発信において、ライフステージに応じた魅力発信をしていくことになるが、そこに各企業ごとに各ライフステージ共通の一貫したコンセプトで魅力発信し、その終着点の就職イベント等の際も同じコンセプトで学生・生徒に呼び掛けることにより、それぞれの企業が「昔から知っている・聞いたことのある」ものとなり、より身近に感じてもらえるようにすることなどが考えられる。

就職イベントの募集についても、県内大学と連携し、より多角的な視点、若者目線に立ったポスター作成、魅力的な情報発信を行う。さらに、なおも残る製造業などの「キツイ」といった負のイメージの払しょくのため、大学生と連携して若者目線の企業PR動画の作成などに取り組む。

#### ●デジタル技術を活用した都市部、遠隔地へのアプローチ

学生が就職活動を始める際に「魅力ある・知っている中津市の企業」として市内企業を選んでもらうため、デジタル技術を活用した切れ目のない情報発信を検討する。具体的には、進学等で転出した学生や中津市に興味を持ってきている市外の人材を対象に、企業の魅力的な情報を効率的に発信するための仕組みづくりの確立を目指す。また、市内の若者の流出先の1つである福岡や、関東圏など人口が多い都市部に住む若者が、中津市の就職イベントに参加したり、市内企業と繋がることを容易にするため、デジタル技術を活用したオンライン説明会の実施や、就職イベント・制度の活用によるオンライン申請を導入するなどにより、遠隔地にいる若者の参加も促す。

④ 事業が先導的であると認められる理由

【自立性】

当面の間は市の一般財源の負担により事業を運営していくが、県内2大学と連携した学生目線での魅力発信や就職体験コンテンツを2～3年で完成させて活用したり、小学校での出前授業等で子どもたちや保護者への魅力発信により、市内産業・企業の魅力が周知され、また、発信方法自体も洗練されることにより、事業を行わずとも企業が必要な人材を安定して確保できるようになることを目指す。

**【官民協働】**

低年齢層からの魅力発信事業においては、行政、市教育委員会が全体の事業を統括し、企業が学校へ入るための調整を行う。商工団体、市内企業は学校に入り、産業や自社の魅力を発信する。また、企業PR動画の作成などを行う。高校・大学等においては、イベントの企画段階や実施後において、若者目線での助言や提案、フィードバックを行う。また、その他就職イベントやマッチングについては行政が市内企業や県内大学等の助言や協力を得ながら企画し、実施する。

**【地域間連携】**

若者が中津市で就職したいと思うためには、企業の魅力だけでなく、地域に魅力を感じてもらう必要がある。中津市は市内地域のPRのみでなく、九州周防灘地域定住自立圏の中心市であり、近隣市町と連携した圏域の一体的な魅力発信により、若者の流出阻止や圏域への人の呼び込みを図る。

### 【政策・施策間連携】

低年齢層（小学生）への市内産業・企業の魅力発信による市内の労働人材確保とともに、教育委員会と連携し、子どもたちのキャリア教育に資するよう、小・中・高校とそれぞれのステージで計画的なプログラムの企画・立案を行う。また、大学等との連携を深める。

### 【デジタル社会の形成への寄与】

#### 取組①

福岡市や首都圏などへの人材確保のアプローチについては、デジタル技術を活用し、QRコードを入り口とした企業PR動画による情報発信やオンラインによる説明会の実施、全般的な就職イベント・制度の活用を容易にするオンライン申請などを活用する。

#### 理由①

市内企業がデジタル技術を活用し、遠方・近場を問わずに必要な人材へアプローチしたり、企業紹介動画などのコンテンツを発信したりすることにより、デジタル技術を活用した自社発信力の強化が期待できる。また、オンライン説明会やオンライン申請フォームの活用により、距離の遠近を問わない効率的な人材確保につながると考えられる。

#### 取組②

切れ目ない魅力発信策の1つとして、デジタル技術を活用した継続的な市内企業の、そして中津市全般の情報発信を視野に入れた検討を行う。具体的には、市内外の人材を対象に、スマートフォンで企業の魅力情報等が容易に取得できるような仕組みづくりを想定しており、確立を目指す。

#### 理由②

進学等により市外に転出した人材や、中津市に興味を持っている人材への継続的な情報発信の仕組みづくりにより、UターンやIターンを促進し、課題解決に資する。

#### 取組③

該当なし。

#### 理由③

該当なし。

⑤ 事業の実施状況に関する客観的な指標（重要業績評価指標（KPI））

4-2の【数値目標】に同じ。

⑥ 評価の方法、時期及び体制

【検証時期】

毎年度 9 月

【検証方法】

事業の実績及びKPIを基に、外部有識者等が参画する総合計画の検証会議の中で、交付対象事業の検証作業も合わせて実施する。また、検証結果を踏まえ、必要に応じて地方版総合戦略や本事業の見直しを行う。

【外部組織の参画者】

産業界（商工会議所）、学界（大学教授など）、各種団体（NPO法人、教育委員会、農業委員会）、市民代表など、総合計画の策定に参画した委員が参画。

【検証結果の公表の方法】

市のホームページ等により公表する。

⑦ 交付対象事業に要する経費

- ・ 法第5条第4項第1号イに関する事業【A3007】

総事業費 24,876 千円

⑧ 事業実施期間

2023年4月1日 から 2026 年 3 月 31 日 まで

⑨ その他必要な事項

特になし。

5-3 その他の事業

5-3-1 地域再生基本方針に基づく支援措置

該当なし。

5-3-2 支援措置によらない独自の取組

(1) 該当なし。

ア 事業概要

イ 事業実施主体

ウ 事業実施期間

年 月 日 から 年 月 日 まで

(2) 該当なし。

ア 事業概要

イ 事業実施主体

ウ 事業実施期間

年 月 日 から 年 月 日 まで

(3) 該当なし。

ア 事業概要

イ 事業実施主体

ウ 事業実施期間

年 月 日 から 年 月 日 まで

## 6 計画期間

地域再生計画の認定の日から 2026 年 3 月 31 日 まで

## 7 目標の達成状況に係る評価に関する事項

### 7-1 目標の達成状況に係る評価の手法

5-2の⑥の【検証方法】及び【外部組織の参画者】に同じ。

### 7-2 目標の達成状況に係る評価の時期及び評価を行う内容

4-2に掲げる目標について、5-2の⑥の【検証時期】に7-1に掲げる評価の手法により行う。

### 7-3 目標の達成状況に係る評価の公表の手法

5-2の⑥の【検証結果の公表の方法】に同じ。