



IWA TE
for
THE YOUNG
“IWATE for THE YOUNG” project

2014 庁内若手職員による若者施策研究会 [第2期若手ゼミ]

最終報告書

2015.2.6



1 はじめに

岩手県が進める「若者が活躍する地域づくりプロジェクト」の一環として、平成25年度に発足した「庁内若手職員による若者施策研究会（以下、「若手ゼミ」という。）」。私たち20名の第2期若手ゼミ生は、第1期の先輩方からバトンを受け継ぎ、それぞれの所属の垣根を越えて、平成26年5月28日に集結しました。

私たちに与えられたミッションは、若者に内在する潜在的なパワーを引き出し、大きなエネルギーとして増幅させるため、「若者が主役になって躍動するいわて」の実現に向けた具体的な取組について研究活動を行い、県の施策展開に資することです。

一から施策を作り上げていく難しさを実感しながらも、「若者が主役になって躍動するいわて」を「若者が力を発揮している状態」と定義し、「若者が力を発揮」するために必要な要素を、「自分自身の成長」「切磋琢磨し合う仲間」「チャンス（機会・環境）」と捉え、これらを3つの柱として、若者施策について議論を深めました。

個性豊かな4つのグループでの活動を中心に自由で活発な議論を行い、関係者へのインタビュー結果に基づく知見も踏まえながら、激論を交わした末に6つのプロジェクトを考案し、実際に県庁内の各事業担当室課に対して事業化に向けた提案を行いました。

日頃の業務とは異なる貴重な経験は、私たち20名にとってかけがえのないものとなりました。このような機会を与えていただいたこと、そして御多忙の中、インタビューに応じていただいた各方面の方々の御協力に改めて感謝を申し上げます。



II 研究プロセス

1 目的

私たち第2期若手ゼミ生に与えられた命題は、「若者が主役になって躍動するいわて」の実現に向けた施策を提案・提言することでした。どうすれば「若者が主役」になるのか、またどういう状態が「若者が躍動」していると言えるのか、私たちは「あるべき姿」を追求することから始めました。

まず、ゼミ生がそれぞれのイメージを言葉にしてみました。「若者が自由な発想を持ち自分の夢を実現できている」「多くの若者がイベントを企画している」「若者が郷土愛を持ち、地域で生き生きと活動している」「女性のワークライフバランスが保たれている」「才能にあふれた若者が全国や世界へ羽ばたく」など、様々な意見が出されました。

こうした抽象的な議論にありがちですが、実際、私たちの話合いは拡散し、あるいは堂々巡りに陥りました。

イメージを具体的なものにするため、数値や指標などで表すことも検討しましたが、議論を重ねていく中で、「あるべき姿」とは、「性質・本質」的なものとして考えていくべきではないかという意見が有力となりました。

結果、若者の役割や位置づけを明確化するとともに、そのアクションや活躍のイメージを表現するためには、シンプルに「いわてで、若者が力を発揮している状態」と理解することが適切というところに落ち着きました。

若者が主役になって躍動するいわてとは…？



いわてで、
若者が力を発揮している状態！

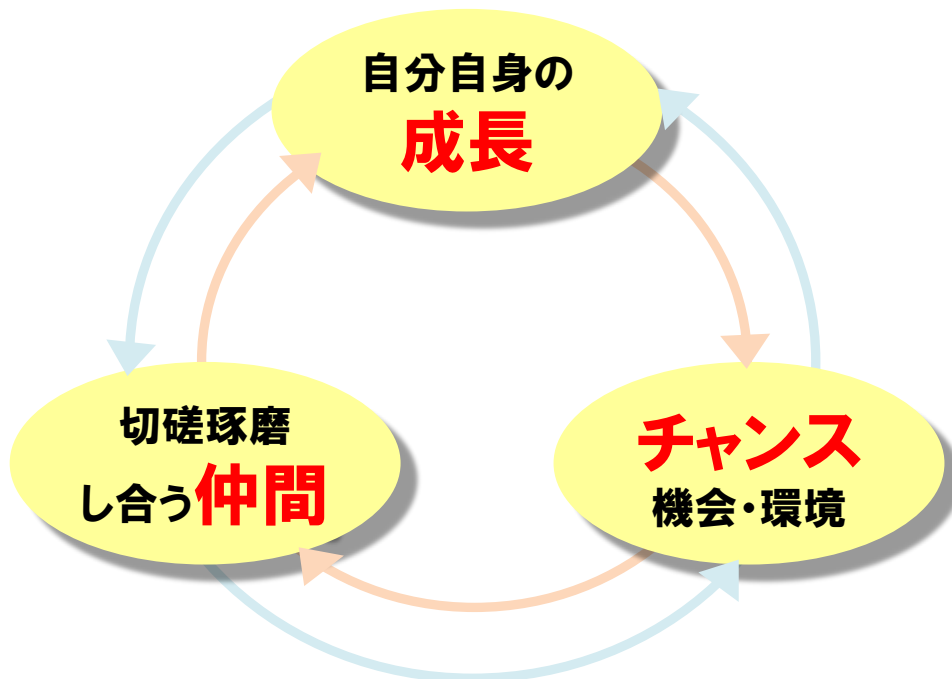
2 3つの要素

次に考えなければならないことは、若者が力を発揮するために何が必要かということでした。私たちは、「いわてで若者が力を発揮」するために必要と思われる項目をリストアップしました。働く場、生活の楽しみ、外部との交流、出会い、起業、学び、つながり、いわての誇り、ネットワーク、自己実現など、

いろいろな分野にまたがっていました。そこで、私たちは、これらの項目を分析し、3つの柱に集約して、施策を検討することとしました。

- ◇ 自分自身の成長
- ◇ 切磋琢磨し合う仲間
- ◇ チャンス（機会・環境）

若者が躍動(力を発揮)するための3要素



3 具体的な研究プロセス

初めの段階は、平成26年度における若者支援プロジェクトの取組、前年度の若手ゼミ提案プロジェクトの内容等について確認するとともに、NPOや報道機関の協力を得て県内の若者の活動状況や企業等の経営戦略等について学習を進めました（5～6月）。

これと並行し、若者施策に関する思いやアイデアをワークショップにおいて共有していきました。そうする中で、徐々に同じ考えを持つ4つのグループができあがりしました。

その後、4グループそれぞれが具体策について検討を進め、必要に応じて外部の方々にインタビューを実施しながら、月に1回程度の全体ワークショップ

において情報共有を図り、さらにプレゼンテーションスキルについての講義等を挟んで、中間報告の素案をまとめました。

この素案について、第1期若手ゼミ生や環境生活部幹部職員との意見交換を行いながら、内容を精査していくとともに、7月下旬には知事ほか県幹部職員に対する中間報告を実施し、最終報告や事業化に向け、貴重な意見、助言をいただきました。

4 ブラッシュアップ

次の段階は、私たちが研究したプロジェクトの具体化（事業化）に向けた作業でした。岩手県では、毎年度11月末の予算要求に向け、各部局において7～8月頃から次年度施策についての検討（サマーレビュー）を始めます。サマーレビューは、新規予算要求等を行う際の主要なステップに位置付けられることから、私たちはこの時期に合わせて行動しました。

プロジェクトの内容が関係部局の新規事業等に反映されることを目指し、取組の趣旨や内容、県として取り組むべき理由等について整理する作業を行い、想定する部局や新たに組織された岩手県人口問題研究会のワーキンググループとの間で意見交換を進めました。

しかし、私たちの着眼点は一定の評価が得られたものの、プロジェクトの目的と手法、期待する効果との整合性や、これまでの施策方針・行政手法とのバランス等について鋭い指摘を受けました。

私たちの提案・提言には、若い感性を生かした自由な発想が求められる一方、事業化につなげるためには、従来の予算スキームや既存の政策体系の中にはめ込む作業が必要になり、大幅な内容修正が必要となったプロジェクトもありました。

そこで、私たちは、改めて外部の方々にインタビューを行うとともに、県幹部職員や各部局との意見交換、ゼミ生によるグループワークを重ね、プロジェクトの見直し作業（ブラッシュアップ）を行いました。

こうして、私たちが真正面から向き合った結果が、後述する最終報告であり、中間報告と同様の6つのプロジェクトで構成されています。

3つの柱から生まれた、6つのプロジェクト。

キラ女
×
スマ男塾

いわてで
いやして

若手県
PR苦手県

ドリーム
ビレッジ

アイドル

クラウド
ファンディング

なお、今回報告する6つのプロジェクトについては、必ずしも数々の指摘事項、ハードルのすべてをクリアしたとは言い難いものの、可能な限りの説明とプロジェクト内容の修正を行うことによって、いずれも全面的又は部分的に予算事業等に取り込まれる方向で進みつつあります。

1 “いわて☆キラ女×スマ男塾” プロジェクト

～ 若者がもっと輝くために ～

(1) 背景

- ① 若者は、成長（魅力向上・自己実現）を求めている。
だから、お金と時間は自分の内面（外面）を輝かせるために使いたい。
- ② 若者は、新しい出会いや仲間を欲している。
仕事、スキルアップ、趣味等を通じて誰かと結びつくことで、新たなネットワークが開けると感じているが、婚活イベントやお見合いパーティー等、仰々しくセットされた異性との出会いに対しては抵抗感がある。

☞ポイント 若者が求めているのは「自分みがき」と「出会い・仲間」

(2) 目的

- ① キラキラ女子又はスマート男子（＝内面・外面において輝いている若者・人材）をたくさん輩出し、岩手県が若者にとって魅力的な地域であることを証明する。
- ② 若者同士のオープンなネットワーク・交流を実現し、他者とのつながりによる学び、スキルアップから、更なるネットワーク・交流の拡大という好循環を生み出す。



(3) 事業提案内容

- ① キラ女×スマ男ワークショップ（セミナー）の開催
- ② 実施具体例

項目	具体例（イメージ）	ねらい（ポイント）
対象者	社会人の（未婚）男女 概ね 20～39 歳 人数 20～40 名程度	<ul style="list-style-type: none"> ・自身の魅力アップ ・参加者同士の交流のしやすさ考慮 ・恋愛、結婚への発展も考慮
テーマ	プレゼンテーション、ファシリテーション、美文字、マネー（株、投資等）、料理、テーブルマナー、お酒、ヨガ、リフレクソロジー等	<ul style="list-style-type: none"> ・当初は事務局がテーマや講師を選定 ・徐々に参加者が主体的にテーマ・講師選定するようシフト ・単に講義だけでなく、体験等により参加者同士の交流が深まるテーマ選定・実施方法
開催場所	複数の市町村を含む地域 （県単位又は振興局単位）	<ul style="list-style-type: none"> ・知り合いが多いイベントには参加しにくいという背景を考慮 ・移動が負担にならない程度の距離
開催時間	平日 18 時 30 分から 又は 土曜日の午後	<ul style="list-style-type: none"> ・社会人が参加しやすい時間帯 ・所要時間はテーマによる
開催回数	月 2 回×3 か月程度 ×3 グループ	<ul style="list-style-type: none"> ・一過性でなく継続的な交流 ・開催回数はテーマによる

☞ポイント 参加しやすさ、魅力的なテーマ、参加者自身がワークショップの内容を作り上げるプロセス



(4) 効果

① 【自分磨き】

- ・ それぞれが望むレベルでスキルを向上。
- ・ 活動の機会・チャレンジの選択肢を拡大。

② 【出会い・交流】

- ・ 新たなつながりに結びつく「きっかけ」を創出。
- ・ 自然でさりげない同年代異性との「出会いの場」を創出。



③ 【自己実現】

スキルアップ、ネットワーク・交流の拡大という好循環により、なりたい自分を実現。

(5) 今後の方向性（事業化等）

- ① 本プロジェクト提案を基礎としつつ女性のスキルアップに特化した事業（※）として、次のとおり平成 27 年度の予算措置を目指している。

【いわて女性活躍支援事業費（新規）】

女性が活躍できる社会形成のため、女性自身の活躍支援を進め、周囲の理解と協力を促すための取組を行う。

※女性のキャリアアップに必要なスキル（プレゼンテーション、ファシリテーション等）を学ぶセミナー等の実施

- ② また、平成 26 年 12 月には、若者の交流促進・地域定着を目指して釜石市が設置する懇談会が、若者同士の出会い・学びの場を提供することを目的とし、本プロジェクト提案内容に即した「料理教室」を開催した。

【料理教室参加者の感想】

- ・ 食材の処理方法を学べて良かった。家でも作ってみたい。
- ・ 調理を通じて交流を深められた。会場は和やかな雰囲気だった。
- ・ 料理教室終了後、参加者同士で連絡先を交換できて良かった。

(6) 参考

未婚の 25 歳～34 歳の男女が結婚しない理由

理由	未婚男性	未婚女性
適当な相手にめぐりあわない	46.2%	51.3%
必要性を感じない	31.2%	30.4%
自由や気楽さを失いたくない	25.5%	31.1%
趣味や娯楽を楽しみたい	21.2%	20.7%
仕事(学業)に打ち込みたい	17.8%	16.9%
結婚資金が足りない	30.3%	16.5%

※ 厚生労働省「出生動向基本調査第 14 回 2010 年」より

※ 未婚者のうち何%の人が各項目を独身にとどまっている理由(3つまで選択)として挙げているかを示すもの

2 キラ女プレゼンツ “いわてでいやして” プロジェクト

～女性目線で岩手の新たな観光の形を提案♡～

(1) 背景

- ① 「あまちゃん」効果で以前より知名度があがった岩手県。今こそ、岩手の魅力を様々な視点から発信していく必要がある。
- ② 近年、女性の視点での商品開発がヒットするなど、「女性の視点＝一度で二度おいしい（良い意味で二兎を追う目線）」が重要視されている。旅行に行く際の、“行き先”の決定権は、彼女や奥様など「女性」が持っている場合が多く、また女性の高い消費パワーに着目し、女性に働きかけることは有効である。
- ③ ホームページや観光パンフレットなどで岩手の魅力を発信しているが、なかなか首都圏女性までその情報が届いていない現状がある。
- ④ 観光コース自体を女性がプロデュースすることにより、女性に対してよりインパクトのある効果的なアプローチができる。

(2) 目的

- ① 女性目線で新たな岩手の魅力を発見・発信する。
- ② 女性をきっかけに“いわてファン”を増やし、性別や世代を越えた波及も図り、いわてのイメージアップと観光客の増大を図る。
- ③ 観光客の増加により地域の活性化につなげる。

(3) 事業提案内容

☞ **ターゲット：首都圏で働く女性（20代・30代）※いやしを求める都会の女性**

①女子会の結成（旅行会社、出版関係者、県庁関係課職員の女性で結成。）

女性目線で“いわてでのいやし体験”をコンセプトにいわての魅力スポット、体験プログラム、モデルコースをメンバーが体験しながら検討。

※首都圏女性や旅行会社などもメンバーに入れ、県外・プロの視点も取り入れる。

②コンテンツの展開

エージェントツアー、プレスツアーの実施

③情報発信

SNS、広報誌、全国雑誌、全国テレビ、ネット動画などメディアミックスによる情報発信により、メインターゲットである20代・30代女性の情報接触の機会を高めるとともに、性別や世代を超えた波及も図る。



《ターゲット選定理由》

- ① 単身世帯において、30歳未満では女性の可処分所得が男性よりも高い。女性の方が友人と余暇を楽しむ人が多い。(総務省「全国消費実態調査」より)
- ② 既婚世帯においては、妻が購入決定権を持っている。(㈱三菱総合研究所・生活者市場予測システムより)
- ③ 性・年代別宿泊旅行実施率が一番高いのは、20歳～34歳の女性である。(㈱リクルートライフスタイル「じゃらん宿泊旅行調査2014」結果より)

《“いやし”をテーマとした理由》

- 働き疲れた体を都会ではない、いつもと違う場所でいやしたい。
(30代女性在京女性ヒアリングで多かった意見)

(4) 効果

- ① 今までにない女性目線で、新たな岩手の魅力を発見・発信することができる。
- ② 女性目線で新たな観光の形を提案することで、県外女性の心をつかみ、女性をきっかけにいわてファンが増え、いわての観光客が増える。交流人口が拡大することで、地域の活性化につながる。
- ③ 女性自身も楽しみながら観光コースをプロデュースすることができるとともに、その過程で同年代の新たなネットワークも形成される。



(5) 今後の方向性(事業化等)

本プロジェクトの構想を取り入れた事業(※)として、次のとおり平成27年度の予算措置を目指している。

【三陸地域資源活用観光振興事業費(H27一部新規)】

若者女性の視点により観光素材を検討・作成し、三陸地域への誘客促進を図る。

【いわて情報発信強化事業費(H27一部新規)】

交流人口や岩手ファンの拡大につながる相乗効果を狙い、県が提案する三陸地域等への旅行企画とも連動しながら、様々な女性向け媒体等を活用して情報発信する。

※交流人口の拡大、岩手ファン拡大のため、女性の視点による観光素材・旅の提案を、様々な媒体を活用し発信するとともに、旅行商品造成による誘客を目指し取組む

(6) 参考

- 可処分所得のうち、消費支出に回している割合は、女性88%に対し、男性72%と女性の方が10%以上高い*1
- 電子レンジや洗濯機といった主に女性が使う商品では、女性の購入決定割合が9割*2
- 自動車、ノートパソコンや液晶テレビなど、夫も使う消費においても、妻の購入決定割合が4割～7割*2
- 既婚世帯で妻が家計を管理している割合は、年代を問わず7割を超えている*2

(*1:総務省「全国消費実態調査」より、*2:㈱三菱総合研究所・生活者市場予測システムより)

3 “岩手県が若手県で元気” プロジェクト（略称：IWGP）

～PR 若手県の挑戦～

(1) 背景

深刻化する人口減少問題

- ① 2040年の本県の人口は約3割減となる見込み（国立社会保障・人口問題研究所）
- ② 消滅可能性都市の割合は全国4位（33市町村中27市町村）（日本創成会議）
- ③ 本県では、若者の社会減が多い中、若者の流出を食い止めるだけでなく、若者を呼び込む、呼び戻すことが必要である。

(2) 目的

- ① 交流人口・定住人口増加のきっかけを作る。
- ② 県外の若者から見た岩手県のイメージアップを図る。

(3) 事業提案内容

「PR 若手県」な「岩手県」を「若手県」としてPR*

- ☞ インターネットの活用
- ① 特設Webサイト
 - ② ソーシャルネットワークサービス

*イキイキと自分らしく生きる若者であふれ、地域全体でそのような若者たちを応援する本県の姿を「若手県」と表現。「若手県」をイメージさせる動画や情報を発信し、岩手で暮らすことの魅力をPRしていく。

*加えて、「若手・若手・岩手」といった視覚的インパクトや、寡黙で対外的PRに消極的な本県のイメージを逆手に取った自虐的フレーズにより、インターネット上での話題性を持たせる。

① 「若手県Webサイト」の開設

コンテンツ	概要
若手県PR動画	<ul style="list-style-type: none"> ・「若手県」を印象付ける若者のライフスタイルを提案 ・若者と地域や人とのつながり、使命感をテーマに作成
定住促進につながる情報の提供	<ul style="list-style-type: none"> ・「仕事」「住まい」「体験型観光」「グリーンツーリズム」など、定住促進につながるWebサイトの情報をまとめたリンク集 ・県民が、身近な岩手の暮らしの情報を投稿できるコンテンツ ・移住者が語る「いわての暮らし」の特集ページ ・実生活の収入・支出…「いわて暮らしバランスシート」
若手県プロジェクトの周知	若者を対象とした県の施策を“若手県プロジェクト”として整理し、「働く」「交流する」「学ぶ」など、分野ごとに掲載

検討委員会の立ち上げ

- ・ 「岩手で活躍する若者」をテーマに、PR動画で取り上げる若者の選定や、メディアと連携した若者のPR方法などを検討する。
- ・ 構成員

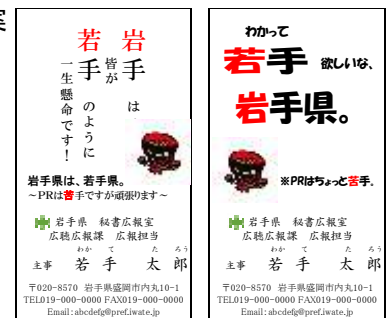
嘱託委員 9人、県非常勤職員 1人（若手県 Web サイト管理、移住コンシェルジュ）

② ソーシャルネットワークサービスを利用したPR

- ・ ツイッター、Facebookにより、県内で活躍する若者の活動や、若者向けイベントの周知など、若者に特化した情報を発信。
- ・ 情報発信に際し、「PR苦手県のPRにご協力ください」等のコメントによる「PR苦手県を救う」キャンペーンを展開。

③ ①、②と併せて相乗効果を図るための広報ツールの提案

- ・ 「若手県」イメージアップ名刺の作成
- ・ いわてマンガプロジェクトの活用
- ・ ニコニコ生放送の活用
- ・ ツイッターでハッシュタグ「#若手県」「#PR苦手県」を使用



(4) 効果

- ① 「若手県」をPRすることにより、岩手県が「若者の感性やパワーを引き出し、若者がそれらを存分に発揮できる可能性に溢れた県」「若者を主役として地域振興・産業振興を図っている、元気な、明るい、前向きな県」であることを県内外に印象付けることができる。
- ② 自己実現の場、社会貢献の場として岩手県に関心を持つ県外の若者が増加する。
- ③ 各室課で取り組んでいる若者支援策や事業の効果的な周知に寄与するとともに、事業の推進を通して若者の活動及び地域全体の活性化へとつなげることができる。

(5) 今後の方向性（事業化等）

- ① 人口減少問題については、今年度から人口問題対策本部における検討が行われており、今後、県全体で具体的な施策が展開されることから、本事業案の提案を含めた本部との連携や、他の施策を踏まえた検討が必要である。
- ② 本プロジェクトの構想を一部取り入れた事業（※）として、次のとおり平成27年度の予算措置を目指している。

【いわて若者活躍支援事業費】

若者の主体的な活動を促進するため、若者の交流の輪を広げるきっかけづくりや活動する意欲のある若者の支援を実施する。

【ふるさとづくり推進事業費（新規）】

全県的な移住推進体制を整備するとともに、岩手県への移住希望者の増加に向け、相談窓口の充実を図るなどの取組を推進する。

※いわて若者交流ポータルサイトによる、県のイメージアップを目的とした情報発信など

4 “ドリームビレッジ”プロジェクト【継続研究】

～若者が夢を叶え、新たな夢への第一歩となる場所に！～

(1) 背景

- ① 若者の夢を叶えるための支援をしたい。
- ② 若い人が集まる岩手にしたい。
- ③ 岩手の街並みを若者の持つ力・推進力で賑やかにしたい。

☞ポイント 若者が求めているのは「自己実現」
若者の力で「地域活性化」

(2) 目的

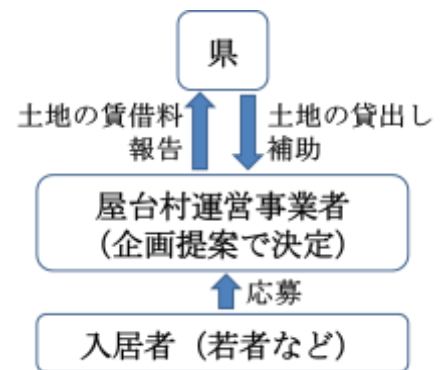
- ① 平成 25 年度若手ゼミ検討課題「“屋台村”プロジェクト」の継続研究
- ② 事業化が難しい要因の一つとして指摘を受けた「県が設置・運営する形での屋台村」ではなく、「県は土地貸し出しと経営支援のみの企画提案、公募型事業」として、屋台村実現の可能性について検討する。
- ③ 併せて県が所有する未利用資産の活用も企図
→ 若手起業家の受け皿、起業支援のモデルケース
若者の交流する場や新たな観光スポット
起業という夢を叶えた若者が次の夢へと飛躍
屋台村周辺の地域活性化にも寄与

☞ポイント 平成 25 年度若手ゼミ検討課題「“屋台村”プロジェクト」継続研究

(3) 事業提案内容

- ① いわゆる「屋台村」を建設・運営する者への補助
- ② 一定の条件（次ページ参照）のもと、県所有地に開設する屋台村のコンセプト等の企画提案を募集
- ③ スケジュール
 - ・ 1 年目（H27）は、利用可能な県有地の中から屋台村の適地を選定するための、調査研究事業を実施するとともに、先進他地域の取組を学ぶ。
 - ・ 2 年目（H28）は、当事業の核となる運営事業者を決定し、1 年目で選定された場所（県から土地を貸出す）に実際に屋台村を設置する。設置にあたり、初期費用の一部について県が補助を行う。
 - ・ 3 年目（H29）は、実際に屋台村をオープンさせ、運営事業者や入居者が企画する様々な取組を展開する。（県からの補助等を行わない）

☞ポイント 屋台村を設置・運営するのは県ではなく事業者
県は土地を貸し出す



～屋台村の事業内容（条件）詳細～

- 1 入居対象者：起業（独立を含む）を目指す若者を中心
- 2 入居枠：
 - ・初出店枠（20～40歳）：経験の少ない若者への直接的な起業支援
 - ・専門学校枠：県内の専門学校OBの独立への第一歩として
 - ・6次産業化枠：県内産の素材を使った加工製品等を販売し、販路拡大を図る
 - ・Iターン枠：県外在住者への起業支援。県内の若者との交流も図る
 - ・岩手名物枠：わんこそばや冷麺など、知名度の高い名物を提供し、観光客を呼び込む
 - ・昼時間営業枠：立地にもよるが、例えば修学旅行生などの集客が望める場所の場合は、昼の営業枠も設ける
- 3 業種：飲食店を中心とするが特に限定しない。一定の集客が望める形態とする。
- 4 入居期間：最大3年間
- 5 イベント：
 - ・敷地内にイベントステージを設置。
 - ・ステージでは定期的なイベントを開催し、集客力の維持・向上を目指すとともに若者の交流の場とする。
 - ・イベント内容は運営会社と入居者（店主）が協議のうえ決定する。
- 6 設置候補地：県有地から選定
- 7 その他：
 - ・事業実施に当たっては、各店舗の売上だけでなく、地元地域の活性化のための屋台村という意識を運営者及び各店主に浸透させる。

（4） 効果

- ① 新たなビジネスモデル創出、他地域への波及による経済効果
- ② 屋台村開設による雇用の場の確保
- ③ 屋台村出身者による県内起業家数増加
- ④ 新たな観光スポット創出による集客効果、地域の賑わいの創出
- ⑤ 県所有未利用資産の活用



（5） 今後の方向性（事業化等）

本プロジェクトの構想の一部を取り入れた事業として、次のとおり平成27年度の予算措置を目指している。

【次世代経営者育成事業費補助（商店街活力創出若者活動支援事業）（新規）】

商店街の空き店舗や市町村が管理する多目的交流施設などにおいて、若者や女性の創業希望者が、数カ月程度の期間、実際に商売を行うことができる空間を「創業体験の場」として提供し、併せて創業に関する講座の実施や、入居者が共同で行う販売促進活動等への助成を行う。

5 “アイドル”プロジェクト【継続研究】

～アイドルで、地域を元気に！岩手を発信！！～

(1) 背景

- ① ドラマ「あまちゃん」内で地域を盛り上げた架空のアイドルユニット「潮騒のメモリーズ」を現実のものにしたい。
- ② ご当地アイドルが持つ、若者の関心を集めながら地域を活性化させる力によって、岩手を盛り上げてほしい。

(2) 目的

ご当地アイドルが活動しやすい環境整備を行うこと。

- ① ご当地アイドル事業者の厳しい経営を支えるため、資金面の支援を行う。
- ② ご当地アイドルが活動の場を広げられるきっかけを提供する。

(3) 事業提案内容

「岩手発・ご当地アイドル支援プロジェクト（仮）」



① 岩手県のPRに活用できる助成金制度の創設

ご当地アイドル事業者に限らず、広く民間事業者が岩手県のPRに活用できる制度を創設する。ご当地アイドル事業者については、東京のイベントに参加するための旅費や、グッズ製作費等に充てることを想定。

② ワンストップ窓口の設置

ご当地アイドルと県庁内各課の橋渡しを行い、県のイベントやキャンペーンにおいてご当地アイドルが起用されるよう働きかける。また、ご当地アイドル事業者が活用できる県の施策を紹介する。

ご当地アイドルの活動としての活用が期待できる県施策

- ・ いわて若者アイデア実現補助制度
- ・ いわて若者交流ポータルサイト「Co.Nex.Us」
- ・ いわて若者文化祭
- ・ いわてマンガプロジェクト
- ・ いわて希望チャンネル

(4) 効果

- ① 助成金により、経営の厳しいご当地アイドルの活動の幅が広がる。
- ② 助成金の対象となるご当地アイドルの活動は、県のPRにつながり、ひいては岩手県への共感を集めることに繋がる。
- ③ 県のイベント等に起用することで、県による様々な分野の施策に対する、県民の関心が高まる。
- ④ 県のイベント等に起用されたアイドルは、知名度が向上し、アイドル活動に対する信頼感が高まることにより、以降の活動の幅が広がる。

(5) 今後の方向性（事業化等）

本プロジェクトの構想の一部を取り入れた事業として、次のとおり平成 27 年度予算措置を目指している。

【いわて県民参画広報事業費（新規）】

県の情報発信と併せて、県民による「岩手の魅力」等の発信を促し、県全体の情報発信力を高めていくため、県民が行う情報発信の取組を支援する。

(6) 参考

① 実現に向けての課題

- ・ アイドルに特化した支援

県は、「いわて若者活躍支援宣言」にみられるように、若者の活躍を支援することとしているが、既存の若者支援の枠組みの中で、アイドルとして活動する若者の支援に特化した窓口を設置することは、新たな予算獲得の必要がないとはいえ、行き過ぎだと指摘される可能性がある。

このことについては、既存の若者支援とは別に、ご当地アイドルの支援に県として積極的に取り組んでいく意思決定がされることや、県民の期待感が高まる等の状況が整う必要がある。

② アイドルの定義

このプロジェクトで支援する「アイドル」の定義は、下記の通りとする。

- ・ グループである
- ・ 中学生、高校生及び大学生に相当する年齢である
- ・ 男女は問わない
- ・ 岩手を連想させる要素（活動コンセプト、衣装、グループ名等）がある
- ・ 地域のイベントに積極的に参加する
- ・ 幅広い年齢層に支持される
- ・ 運営形態は問わない

6 “クラウドファンディング” プロジェクト【継続研究】

～ 「アイデア」を世界とつなげて実現 ～

(1) 背景

- ① 若者は、将来、自分の個性や能力を活かしたい、地域に貢献したいと考えている。

「平成 24 年度岩手県青少年意識調査」によると、将来自分の個性や能力を活かしたいと考えているのは、中高生の 5 割弱、20～24 歳の 4 割弱。また、東日本大震災後、地域に貢献したいと考えている中高生・20～24 歳の若者が増加。

- ② 若者の持つアイデアを実現するためには、活動資金が必要。

アイデアを実現するためには、アイデア自体の磨きあげとともに、活動資金の獲得が必要。行政や民間団体からの補助金・助成金を活用する方法もあるが、自分たちの活動と補助金等のテーマとの整合性、使途や期間の制限、事務の煩雑さ、ハードルの高さが課題。

- ③ 近年、インターネットを利用した資金獲得方法である「クラウドファンディング」が急速に浸透。

クラウドファンディングを利用してサポーターからの共感が得られれば、プロジェクトの内容や期間を自由に設定してアイデア実現のための資金獲得が可能。

☞ポイント クラウドファンディングを活用すれば、自分の個性や能力を活かしたい、地域に貢献したいという若者のアイデアを実現できるのではないか。

(2) 目的

地域貢献活動等を行いたい又はさらに発展させたいと考えている若者たちに対して、クラウドファンディングという手法を提案し、プロジェクトの企画から資金獲得、実施段階までを支援することにより、若者のアイデアの実現を図る。



(3) 事業提案内容

- ① 「クラウドファンディング・ワークショップ（仮称）」の開催

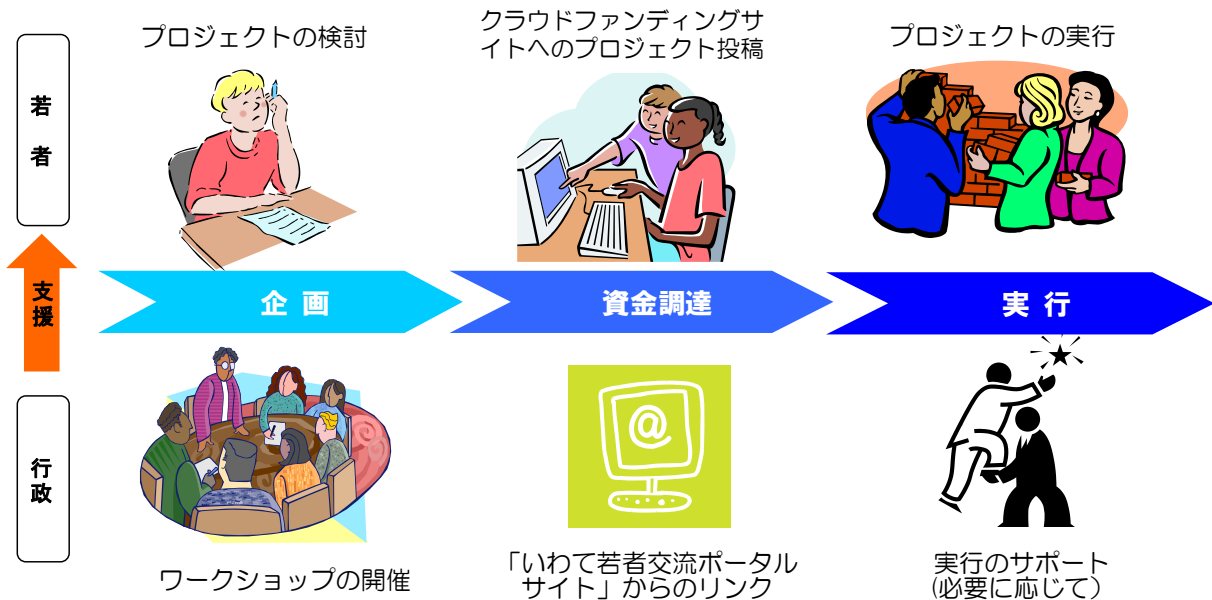
- ・ 地域貢献活動、まちづくり活動、コミュニティビジネス等を行っている又は行いたいと考えている若者を対象に、クラウドファンディングを知り、体験するためのワークショップを開催する。
- ・ 県（広域振興局）や市町村の地域振興業務を担当する若手職員もワークショップに参加し、クラウドファンディングへの理解を深める。

- ② 若者が行うクラウドファンディングプロジェクトへの支援

- ・ 県が平成 26 年度に開設した「いわて若者交流ポータルサイト」のトップページに、若者が民間のクラウドファンディングサイトで資金募集している地域貢献活動等プロジェクトへの応援リンクページを設け、資金獲得を支援する。
- ・ また、資金獲得後のプロジェクト実施段階においては、必要に応じて県や市町村（地域振興業務を担当する若手職員中心）が協働するなどのサポートを行う。

(4) 効果

- ① 地域貢献活動のアイデアを磨き上げ、資金を獲得し、実行する過程を通じて、若者の主体性が向上する。
- ② ワークショップなどへの参加を通じて、参加者同士や行政職員の交流が図られ、今後の地域貢献活動等の広がりにつながる。



(5) 今後の方向性（事業化等）

本プロジェクトの提案を基礎としつつ構想の一部を取り入れた事業（※）として、次のとおり平成27年度の予算措置を目指している。

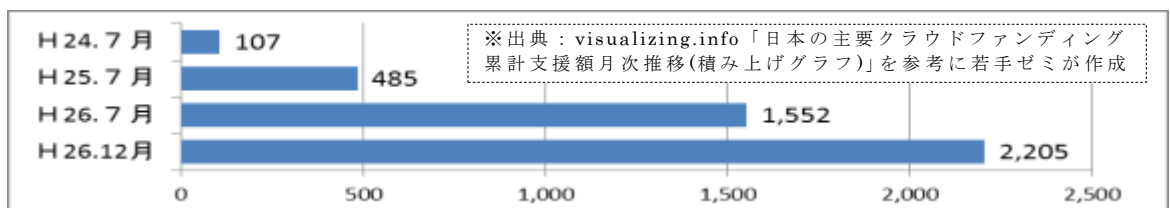
【いわて若者活躍支援事業費】
 若者の主体的な活動を促進するため、若者の交流の輪を広げるきっかけづくりや活動する意欲のある若者の支援を実施する。

※いわて若者交流ポータルサイトでの若者が主体的に取り組んでいるクラウドファンディング事業の告知

※若者が自ら行う事業の企画実施における資金獲得方法に関する研修会の開催

(6) 参考（日本の主要クラウドファンディングによる支援額の推移）

日本の主要クラウドファンディングによる累計支援額（市場規模）は、平成24年7月（107百万円）から平成26年12月（2,205百万円）に20.6倍へ拡大。



(単位：百万円)



IV おわりに

時に、最近の若者には覇気がない、夢がない、などと表現されがちです。しかし、平成23年3月11日の東日本大震災津波の発災以降、いわてをはじめとする多くの若者が見せた故郷への思いや復旧復興に向けた活動は、まぎれもなく若者が躍動する兆しであり、若者は大きな可能性を秘めた「種子」であることを証明しました。

これらの種子がひとつでも多く芽吹き、きれいな「花」を付けるためには種子自体が持つ力に加えて、豊かな土壌や日光、水分など、種子の成長を促す「環境」が重要です。

すなわち、若者が躍動するいわてを実現するため行政に求められているのは、自ら成長しようとする若者のチャレンジを様々な形で「後押し」する施策であり、私たちの6つのプロジェクトはこれを具体化したものです。

今後、若者たちがどのような花を咲かせ、「実」をつけるかは未知数です。しかし、一人でも多くの若者が仲間とともに成長しながら力を発揮し、それぞれ自己実現を図ることができるいわて。そんないわてを一緒に作っていきたい。それが、私たち第2期若手ゼミのメンバーがこれまでの活動を通じて抱いた共通の思いです。

若い世代が活性化することは、大人も高齢者も含めた地域の元気につながり、次の「種子」であるいわての将来を担う子どもたちの芽吹きにもつながります。こうした好循環を形成していくためにも、若者を「後押し」するための取組が今後とも継続されることが望ましいと考えます。

今回報告した6つのプロジェクトについては、これまで多くの方から数々の御提言をいただきました。必ずしもすべての内容とは言い難いものの、可能な限り反映させながらブラッシュアップしていきました。これらのプロジェクトがいずれも全面的又は部分的に予算事業等に取り込まれる方向で進みつつあることは、御提言の賜物です。お礼を申し上げます。

最後に、これまで知事・副知事をはじめ関係部局、また、県内外で活躍する多くの方々に貴重な時間を割いて御意見を頂いたことに、この場をお借りして感謝を申し上げます。



V 付録

1 検討のあゆみ

5/29 (木)	ワークショップ (第1回) ▶ ミッション提示、グループワーク
6/5 (木)	ワークショップ (第2回) ▶ 講義(いわて復興連携センター伊藤氏、読売新聞東京本社盛岡支局小坂記者、津軽石環境生活部副部長兼環境生活企画室長) ▶ 仮グループ編成
6/16 (月)	グループ編成 「キラ女チーム」「イベントチーム」「PRチーム」「アイドルチーム」 (以後、随時グループ別検討)
6/20 (金)	インタビュー 島根県地域振興部しまね暮らし推進課 (キラ女T)
6/26 (木)	インタビュー NPO法人やませデザイン会議 見年代 瞳氏 (キラ女T) インタビュー 島根県地域振興部しまね暮らし推進課 (キラ女T)
	インタビュー SK E48ファンの某県庁職員 (アイドルT)
	インタビュー 大分県企画振興部広報広聴課 (PRT)
	インタビュー 高知県産業振興推進部地産地消・外商課 (PRT)
6/30 (月)	合同グループワーク ▶ 各グループ検討状況の確認、合宿スケジュールの確認
7/2 (水)	インタビュー 一般社団法人久慈市観光物産協会 廣内 留美氏 (アイドルT) あまくらぶ (アイドルT)
	インタビュー 山形市観光案内センター 尾熊氏 (イベントT)
7/3 (木)	インタビュー いわて連携復興センター 伊藤 大介氏 (イベントT) (PRT)
7/4 (金)	環境生活部長とのランチミーティング インタビュー 商工会連合会 企業支援グループ 菅原副主幹 (イベントT)
7/7 (月)	インタビュー 岩手労働局 佐藤氏 (イベントT)
7/9 (水)	インタビュー 矢巾町商工会 堀切 弘美氏 (イベントT) ヤハバックス(株) 水本 孝氏 (イベントT)
7/10 (木) ~11 (金)	合同合宿【ワークショップ (第3回)】 ▶ 講義 (プレゼンスキル等) ▶ 知事への業務説明に向けた準備
7/14 (月)	副知事との懇談
7/16 (水)	副知事との懇談
7/18 (金)	合同グループワーク ▶ 知事への業務説明に向けた準備
7/23 (水)	未来づくり交流会との意見交換 (キラ女×スマ男塾プロジェクト：キラ女T) 合同グループワーク ▶ 知事への業務説明に向けた準備
7/24 (木)	合同グループワーク ▶ 知事への業務説明に向けた準備
7/25 (金)	知事への業務説明 (中間報告)

7/28 (月)	NPO法人wiz主催勉強会 (クラウドファンディング：キラT)
8/1 (金)	ワークショップ (第4回) ▶ 今後のスケジュール確認、最終報告書作成のための諸調整
8/8 (金)	副知事との懇談
8/18 (月)	インタビュー GMファクトリー 八重畑 国浩氏 (アイドルT) Dance Space 高橋 厚子氏 (アイドルT)
8/27 (水)	インタビュー 広告戦略カンパニー(株)ストラテジー 赤間 史将氏、 寺嶋 朋幸氏 (アイドルT)
9/3 (水)	事業想定所管部局との協議 (意見交換) ドリームビレッジプロジェクト、アイドルプロジェクト
9/4 (木)	事業想定所管部局との協議 (意見交換) キラ女×スマ男塾プロジェクト、岩手県が若手県で元気プロジェクト、 アイドルプロジェクト
9/5 (金)	事業想定所管部局との協議 (意見交換) クラウドファンディングプロジェクト
9/8 (月)	ワークショップ (第5回) ▶ 事業想定所管部局との協議結果の報告 ▶ 最終報告書作成に向けた協議
9/17 (水)	事業想定所管部局との協議 (意見交換) キラ女プレゼンツ “いわてでいやして” プロジェクト インタビュー 山形屋台村ほっとなる横丁 (株式会社 リノベーション山形) 渡辺 隆博氏 (イベントT)
10/3 (金)	ワークショップ (第6回) ▶ 最終報告書作成のための諸調整
10/15 (水)	合同グループワーク ▶ 最終報告書作成のための諸調整
10/22 (水)	合同グループワーク ▶ 最終報告書作成のための諸調整
10/28 (火)	子ども・若者施策推進会議 ▶ 最終報告書 (素案) の提出
11/12 (水)	ワークショップ (第7回) ▶ 最終報告書作成にむけた協議 ▶ 事業想定所管部局の予算要求への提案反映状況の報告
1/9 (金)	ワークショップ (第8回) ▶ 最終報告書作成にむけた協議 ▶ 「いわて若者会議」への出展内容協議
1/20 (火)	合同グループワーク ▶ 最終報告書作成のための諸調整
1/22 (木)	合同グループワーク ▶ 「いわて若者会議」出展内容の諸調整
2/3 (火)	合同グループワーク ▶ 最終報告書作成のための諸調整
2/4 (水)	合同グループワーク ▶ 「いわて若者会議」出展内容の諸調整
2/5 (木)	合同グループワーク ▶ 最終報告書作成のための諸調整
2/6 (金)	知事への業務説明 (最終報告)
2/15 (日)	いわて若者会議 (予定) ▶ ブース展示及びステージ発表

2 『平成26年度若者が活躍する地域づくりプロジェクト』実施要領

(目的)

第1 この要領は、庁内若手職員による若者施策研究会(以下「若手ゼミ」という。)を設置することにより、若手職員の感性を活かし、「若者が主役になって躍動するいわて」の実現に向けた施策(以下「若者施策」という。)について部局横断で研究活動を行い、県の施策展開に資することを目的とする。

(研究活動)

第2 若手ゼミは、若者施策に係る具体的取組について次の研究活動を行う。

- (1) 新規施策の提案・提言活動(平成25年度の若手ゼミ提案の継続研究を含む。)
- (2) 提案・提言を踏まえた実践活動

(構成員)

第3 知事は、本庁各部局長等の長、広域振興局長、広域振興局以外の出先機関の長、医療局長及び企業局長並びに議会、監査委員及び各委員会の事務部局(警察本部を除く。)の長(以下「各部局長等」という。)により推薦された候補者の中から、概ね20人以内を基本として若手ゼミの構成員(以下「第2期ゼミ生」という。)を指名する。

2 各部局長等は、第1に規定する目的に照らし、次の点に留意して第2期ゼミ生の候補者を推薦するものとする。

- (1) 対象は若手職員(主に主事又は主任級)とすること。
- (2) 対象職員の希望状況、業務内容、経験年数、必要性等を勘案すること。
- (3) 男女比を考慮するとともに、候補者が複数となる場合は推薦順位を付すこと。

3 平成25年度の若手ゼミに参加した職員(以下「第1期ゼミ生」という。)が、その提案の継続研究又は実践活動を希望する場合、知事は、前2項の規定に関わらず、各部局長等と協議の上、継続して第2期ゼミ生に指名できる。

4 研究活動等において第2期ゼミ生以外の職員(研究活動を継続しない第1期ゼミ生等)の参画が必要な場合、知事は、各部局長等と協議の上、助言・サポート等の協力を依頼する。

(服務)

第4 若手ゼミの研究活動は、各部局長等の指示を受け、第2期ゼミ生の所属長が特に命ずる業務として行う。

2 第2期ゼミ生の服務上の取扱い(勤務時間、旅行命令等)は、原則として岩手県職員研修規程第6条に規定する能力開発研修に準ずるものとし、必要な範囲において就業時間内にワークショップ、ベンチマーキング、実践活動等を実施する。

3 第3第4項の規定により第2期ゼミ生以外の職員が研究活動に参画する場合は、前2項の規定に準じて取り扱うものとする。

(事務局)

第5 若手ゼミの事務局は、環境生活部(環境生活企画室及び若者女性協働推進室)が担う。

(その他)

第6 この要領に定めるもののほか、若手ゼミの設置に関し必要な事項は、環境生活部長が定める。

3 平成26年度

庁内若手職員による若者施策研究会(第2期若手ゼミ)メンバー

キラ女チーム

部 局	所 属	職	氏 名
秘 書 広 報 室	広聴広報課	主 事	菊 地 真理子
総 務 部	人事課	主 事	荒屋敷 宣 圭
環 境 生 活 部	環境保全課	主 事	柂 屋 晶 子
商工労働観光部	ものづくり自動車産業振興課	主 任	青 名 畑 聡
県 土 整 備 部	県土整備企画室	主 事	渡 部 陽 子
教育委員会事務局	教育企画室	主 査	米 澤 功 一

事務局：鈴木あゆみ（若者女性協働推進室主任）

イベントチーム

部 局	所 属	職	氏 名
環 境 生 活 部	環境生活企画室	主 任	鎌 田 憲 光
環 境 生 活 部	廃棄物特別対策室	主 事	長 内 寿 彦
保 健 福 祉 部	保健福祉企画室	主 任	伊 藤 由 香
農 林 水 産 部	農業普及技術課	主 任	岩 館 康 哉
教育委員会事務局	教育企画室	主 事	鈴 木 奈 々

事務局：高橋則仁（若者女性協働推進室特命課長）

PRチーム

部 局	所 属	職	氏 名
総 務 部	法務学事課	主 事	古 澤 聖 子
保 健 福 祉 部	長寿社会課	主 任	伊 藤 知 紀
農 林 水 産 部	農村計画課	主 任	島 守 陽 子
復 興 局	生活再建課	主 任	赤 坂 宏 紀
企 業 局	経営総務室	主 事	山 崎 仁 嗣
盛岡広域振興局	経営企画部	主 事	藤 野 莉 沙

事務局：日高和弥（若者女性協働推進室主事）

アイドルチーム

部 局	所 属	職	氏 名
政 策 地 域 部	政策推進室	主 事	小野寺 将 昭
商工労働観光部	雇用対策・労働室	主 事	阿 部 いづみ
県 土 整 備 部	道路環境課	主 事	滝 澤 隆 幸

事務局：小田島高志（若者女性協働推進室主任主査）