

地域再生計画

1 地域再生計画の名称

U I J t u r n 2 . 0 ～とちぎ採用戦略改革計画～

2 地域再生計画の作成主体の名称

帯広市

3 地域再生計画の区域

帯広市の全域

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

当地では地域内に大学・専門学校等の高等教育機関が少なく、毎年約2,300人（全体の76%）が札幌や首都圏等に進学している。

市内の高校生を対象に行ったアンケートでは、54%の生徒が「地元を離れてもいつかは戻りたい」という意向を示しているにも関わらず、実際には多くの学生が地域外での就職を選んでいることから、地元を離れ繋がりが薄まると地元で働くことの魅力や企業情報が途絶えてしまい、帰属意識が薄まってしまうという傾向が浮き彫りになった。

一方、首都圏等で採用に取り組む地元企業によると、当地の基幹産業である農業・農業関連企業に興味を持つ移住希望者は多いものの、北国での生活や教育・医療機関の有無など生活のイメージが浮かばず移住に踏み切れないことにより採用を逃しているといった意見もあり、潜在的に十勝・帯広での就職を希望している対象がありながら、必要な情報を的確に発信できていないことにより、マッチングが進んでいないという課題がある。

さらに、全国的な労働力不足の影響を受けた、新卒の売手市場化にともなう大手指向の強まりなどにより、従来から行っている、【待ち受け型】の大手新卒採用ナビサイトの活用や首都圏等で開催される大型の合同企業説明会等への参加だけでは十分に採用を満たすことが出来なくなってきており、新たな採用方法の検討が必要になっている。

地元企業の一部では、地域に魅力を感じている人材や、事業分野に興味が高い人材にターゲットを絞った採用活動を始めた例もあるものの、多くの小規模企業では人事部門が整備されておらず、このような系統立った取組みを行うことが難

しい状況である。

独立法人 労働政策研修・研究機構によると「地元への愛着と地元企業の情報の両方をよく知るものほどUターン就職する傾向が強い」という結果が報告されていることから、帯広市としては地元企業が大手と競合せず有利に採用活動を進めることができるよう「地元への愛着と地元企業の情報の両方をよく知るもの」のデータベースの構築とアプローチが有効と考えているが、十分な体制が整っていないことが大きな課題となっている。

4-2 地方創生として目指す将来像

帯広市は、十勝地域の中核都市であり、雄大な自然環境や広大な畑が生み出すパッチワーク状の田園風景など、多くの人が想像する北海道のイメージに近い地域でありながら、首都圏の大学へ高い進学率をもつ高校や、複数の総合医療機関を有するなど、都会的な一面も有している。

当地域には基幹産業である農業を中心として多くの関連企業が集まっており、近年では農業と宇宙航空産業、農業とITといった異業種同士の組み合わせにより新ビジネスが創出されているほか、農業インターン等の取組みにより域外の大学生が多く訪れ地域に活力を生み出している。

このような背景から「行動心理サイクルに基づく地域愛着人材を生み出す帯広UIJターン促進事業」に取り組むことで、北海道・十勝・帯広に魅力を感じる人材をはじめ、首都圏において増加しつつある、地方に貢献したい、地域課題解決に役立ちたいという意識を有する若年層や、地域にはない知識や能力を身につけた人材を受け入れ、更なる活力ある地域づくりを目指す。

【数値目標】

	事業開始前 (現時点)	H30年度 増加分 1年目	H31年度 増加分 2年目	H32年度 増加分 3年目	KPI 増加分の累計
本事業を経たUIJターン者数	11人	9人	10人	10人	29人
ダイレクトソーシング型マッチング サイト登録者数	0人	50人	50人	50人	150人
フォローアップイベント参加者数	0人	80人	20人	20人	120人
キャッチイベント参加者のうちのプ ロモーションサイト登録者数	0人	160人	10人	10人	180人

5 地域再生を図るために行う事業

5-1 全体の概要

これまで、地元企業が行っていた、大手新卒ナビサイトや合同企業説明会の活用など企業情報との接触のタイミングを相手にゆだねる【待ち受け型】の採用方法ではなく、この地域の関係人口との接点を最大化させ、対象者の興味や関心を高めるような接触を重ねることで移住・就職の意識を醸造させていく【獲得・育成型】採用戦略を打ち出し、戦略の効果や有用性の検証を重ねながら地元企業に提案していくことで地域の UIJ ターン促進を図るもの。

5-2 第5章の特別の措置を適用して行う事業

地方創生推進交付金（内閣府）：【A3007】

① 事業主体

帯広市

② 事業の名称：行動心理サイクルに基づく地域愛着人材を生み出す帯広 UIJ ターン促進事業

③ 事業の内容

地元中小企業が採用活動を有利に進められる環境をつくるため、マーケティング視点に基づいて UIJ ターン事業を構築し、効果的に地域における人材の確保を進めるもの。

戦略の構築においては、独立法人 労働政策研修・研究機構の報告で「地元への愛着と地元企業の情報の両方をよく知るものほどUターン就職する傾向が強い」ということが示されていることから、カスタマーリレーションシップマネジメントの観点に基づき、「地元への愛着」と「地元企業の情報」のどちらかの関心が高い潜在的 UIJ ターン希望者を顧客とみなし、行動心理サイクル（AIDMA 法）により構築した移住促進プログラムに取り組むことで UIJ ターン希望者を増加させる。

取り組みにおいては、ターゲットの移住意向が【Attention】（認知フェーズ）、【Interest】（関心フェーズ）、【Desire】（移住意向フェーズ）、【Memory】（移住検討フェーズ）、【Action】（移住）の順で変容すると仮定し、各フェーズを能動的につなぐイベントやプロモーションサイトを用いた情報発信などを実施する。

また、プロモーションサイトは登録制とすることで、ターゲットの属性や反応を観察できるため、記事毎の PDCA が可能となり短期間で情報提供手法

のブラッシュアップが可能となる。

このような、明確なターゲットの設定と継続的な観察が一連のUIJターン事業を通して実施された事例はないため、本事業の実施を通して、情報提供の効果や課題などを定量的に測り、地域課題の解決にどのように寄与するものかを検証するもの。

以下の通り潜在的UIJターン希望者の心理フェーズごとに移住意向を強めるような取組みを設定しており、事業期間の1年目は「各取組みの構築」、2年目は前年の実績や結果を元に「事業の評価・発展」、3年目は「各取組みの自走化と地元企業の採用力強化」を目指していく。

【Attention】（認知フェーズ）：地域に一定のエンゲージメントのあるターゲット設定

「地元への愛着」か「地元企業の情報」どちらかの関心が高い「顧客」として、下記の通りターゲットを設定。

- ① 北海道の農業に関心のある「首都圏等の大学生」
- ② 十勝・帯広の先端企業に関心が高い「首都圏等の社会人」
- ③ 地域愛着度が高い「進学希望の高校生」
- ④ 十勝で学ぶことを選んだ「帯広畜産大学の学生」

【Attention】（認知フェーズ）⇒ **【Interest】**（関心フェーズ）：キャッチイベントの開催

民間企業や地域団体が開催するイベントと連携することで、今までは接点を持つことができていなかったターゲットをプロモーションサイトへ誘導する「キャッチイベント」を開催する。イベントでは対象に対して驚きを与え認知から関心に行動心理サイクルのステージを高め、プロモーションサイトへの登録を促す。

[ターゲット別イベント]

- ① TASUKI が行う「農業・農業関連企業インターンプログラム」
- ② アグリテックのトップベンチャーFarmnote が開催する「Farmnote summit tokyo」
- ③ (株)マイナビが行う高校生への飛び抜けた地元企業を伝える「進学フェスタ」
- ④ 地元企業の社長や輝く人材との「接点イベント」

【Interest】（関心フェーズ）⇒【Desire】（移住意向フェーズ）：プロモーションサイトの活用

「プロモーションサイト」の登録者の属性に合わせた記事を掲載し、地域企業の情報、十勝・帯広での生活の情報、フォローアップイベントの案内情報を届けることで、十勝・帯広で暮らすことへの関心を高め、移住意向を抱かせる。

また、このサイトの活用により登録者の各記事ビュー数や、アクション、アンケート等による態度変容の把握、UIJ ターン結果等の情報を収集することが可能となる。独立行政法人 労働政策研修・研究機構 UIJ ターン専門研究員等の外部機関との連携により収集した情報の分析を行い、結果をフィードバックすることで事業全体を磨き上げる。

【Desire】（移住意向フェーズ）⇒【Memory】（移住検討フェーズ）：フォローアップイベントの開催

登録者の属性に応じて、キャッチアップイベントから連続したテーマの「フォローアップイベント」や、移住に対する不安などを解消する「個別相談会」を行い、十勝・帯広に移住し活躍するイメージをより具体的にすることで、移住の検討段階まで行動新リサイクルのステージを成長させていく。

【Memory】（移住検討フェーズ）⇒【Action】（移住）：ダイレクトソーシング型マッチングサイトの活用や市 UIJ ターン事業との連携

UIJ ターン希望者が情報を登録するだけで地元企業との職業マッチングが行える「ダイレクトソーシング型マッチングサイト」を構築し、手軽に自身への求人ニーズ確認が出来る環境を整えるほか、プロモーションサイトやイベントでの告知により、市 UIJ ターン事業で開催する合同企業説明会や移住ツアーに誘導しながら移住意向の強まりつつある UIJ ターン希望者の後押しをする。

④ 事業が先導的であると認められる理由

【自立性】

計画期間である3年間は自治体の主導により運営し、将来的には民間企業の事業費負担や、各種イベントの参加者負担、一部フォローアップイベントの事業化、サイト広告収入の導入などによりコンソーシアムなど委託先団体の収益を徐々に拡大させ自主運営に移行していくことで、事業の自立性向上につなげる。

【官民協働】

地域外に流出する高校生に対する集客手段や、北海道での暮らしや仕事に興味のある地域外の学生、十勝・帯広の企業に関心の高い社会人などに対し、民間事業者が主催するイベントとの連携により接点を設けることができ、プロモーションサイトへの登録や、その後のフォローアップイベント等につなげていくことで実効性の高いUIJ ターン支援体制を構築する。

【政策間連携】

十勝・帯広への新たなひとの流れをつくる取組みの中で、地元高校生に対するキャリア教育や、基幹産業である農業分野の労働力不足解消など異なる分野の課題解決に寄与することができ、将来にわたり持続的に発展する活力ある地域づくりを進める。

⑤ 重要業績評価指標（KPI）及び目標年月

【数値目標】

	事業開始前 (現時点)	H30 年度 増加分 1 年目	H31 年度 増加分 2 年目	H32 年度 増加分 3 年目	KPI 増加分の累計
本事業を経た UIJ ターン者数	11 人	9 人	10 人	10 人	29 人
ダイレクトソーシング型マッチング サイト登録者数	0 人	50 人	50 人	50 人	150 人
フォローアップイベント参加者数	0 人	80 人	20 人	20 人	120 人
キャッチイベント参加者のうちのプ ロモーションサイト登録者数	0 人	160 人	10 人	10 人	180 人

⑥ 評価の方法、時期及び体制

【検証方法】

「帯広市総合戦略推進会議」において、進捗状況や目標達成状況を報告し、検証・改善のための議論を行うほか、市議会常任委員会にて検証行う。

【外部組織の参画者】

帯広市総合戦略推進会議委員

産 ； 市内企業・JA

学 : 帯広畜産大学
官 : 十勝総合振興局
金 : 帯広信用金庫・北洋銀行
労 : 連合北海道帯広地区連合会
言 : 十勝毎日新聞社・北海道新聞社
住民 : 町内会連合会・PTA 連合会・帯広婦人団体連絡協議会

【検証結果の公表の方法】

帯広市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 39,620 千円

- ⑧ 事業実施期間
地域再生計画認定の日から平成 33 年 3 月 31 日（3 ヶ年度）

- 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) 帯広市 UIJ ターン促進事業

事業概要：首都圏における合同企業説明会の開催および、招聘ツアーの実施。

実施主体：帯広市

事業期間：平成 30 年度～平成 32 年度

6 計画期間

地域再生計画認定の日から平成 33 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

【検証方法】

「帯広市総合戦略推進会議」において、進捗状況や目標達成状況を報告し、検証・改善のための議論を行うほか、市議会常任委員会にて検証を行う。

【外部組織の参画者】

帯広市総合戦略推進会議委員

産：市内企業・JA

学：帯広畜産大学

官：十勝総合振興局

金：帯広信用金庫・北洋銀行

労：連合北海道帯広地区連合会

言：十勝毎日新聞社・北海道新聞社

住民：町内会連合会・PTA 連合会・帯広婦人団体連絡協議会

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

【数値目標】

	事業開始前 (現時点)	H30 年度 増加分 1 年目	H31 年度 増加分 2 年目	H32 年度 増加分 3 年目	KPI 増加分の累計
本事業を経た UIJ ターン者数	11 人	9 人	10 人	10 人	29 人
ダイレクトソーシング型マッチング サイト登録者数	0 人	50 人	50 人	50 人	150 人
フォローアップイベント参加者数	0 人	80 人	20 人	20 人	120 人
キャッチイベント参加者のうちのプ ロモーションサイト登録者数	0 人	160 人	10 人	10 人	180 人

7-3 目標の達成状況に係る評価の公表の手法

帯広市ホームページ等により、公表する。