

第1回大阪府まち・ひと・しごと創生推進審議会 概要

日時：平成27年6月30日（火） 午後1時～午後2時半

場所：プリムローズ大阪2階 鳳凰（西）

1. 会長・会長代理の選出について

会長に新川委員、会長代理に久委員を選出した。

2. 会議の公開について

「会議の公開に関する指針」に従い、審議会等の会議は公開が原則であるため、本審議会は公開とすることを決定した。

3. 主な質疑、意見等

府として策定した「大阪府人口ビジョン（骨子案）」及び「大阪府まち・ひと・しごと創生総合戦略（骨子案）」について、意見を伺った。

（※：文中○印は委員、●印は事務局によるもの）

■大阪府人口ビジョン（骨子案）について

- 地域別の人口流出を見た時、特に東京に対して、特色は見られるのか。
- 北部大阪、北大阪地域からかなり流出している傾向があるのではないかと推測しているが、未だ十分な検証ができていない段階であるので、検討をしていきたい。
- 東京から関西圏に転勤になった方が、どこに住んでいるかというデータを得ることはできるか。
大阪への転勤で、大阪以外に住むという話をよく聞かすが、関西圏に転勤になった人がどこに住んでいるのか、データはあるか。
- 今のところ、データを持ち合わせていない。今後、コンサルとともに、調査し、データがあるのかどうかも含めて検討したい。あわせて東京在住の方から見た大阪の魅力等も調査したい。
- 資料の14ページに年齢別の社会増減があるが、30代の中堅世代が流出超過となっているのは、結局就職して企業に入ると、転勤で大阪から離れてしまう比率、数が多いという理解でよいか。
- まだ分析が必要だが、転勤のほか、マイホーム購入により郊外へ出るというケースもあろうかと考えてい

る。

- 14 ページのところを見ると、30 歳から 39 歳は転出超過だが、15 歳から 20 代中盤までは転入超過となっており、大阪で大学生活を送った方々が、大阪で就職、結婚、出産し、そのまま大阪で暮らしてくれることが、30 代の流出超過を大分緩和してくれるのではないか。そのため、就職に係る施策というのは、非常に重要ではないかと考える。
- 卒業生等のうち、就職後 2 年から 4 年目で辞めるという層が一定数あると聞いている。辞めた人が大阪に残らず、地元へ帰るといふことがあるかもしれないので、大阪府内の企業での退職者の数、移動状況等が分かれば。
- 昼間人口を増やすことの大前提として、東京一極集中に対して、どういう考え方をベースに置くのか。東京に対して、「関西」にどうやって人を留めるのかという視点に立つのかどうかを確認したい。京都や神戸との足の引っ張り合いになってしまうのであれば、本末転倒ではないかと危惧している。
- 関西圏での、人口の取り合いは、ある意味ナンセンス。東西二極の一極というのは、大阪だけで一極というよりは、関西全体で東京に対して一極を作ることだと思っている。昼間人口については、経済機能の集積等々、都市の活性化というところでは欠かせない部分であり、人口ビジョンにおいて少し触れさせていただいている。
- 大阪の特徴は、なかなか「平均」等統計上の数値では捉えにくいところがあると思う。例えば、18 ページにあるような、世帯構成等を考える時、統計上出てこないものがある。いわゆる準同居のような、統計上は単独世帯だが、実際は近くに住んでいるというケースもあり、政策を考える上で非常に重要。
- 政策の限界にいる人の情報が少ない。「高齢者」と一括りにされると、本当に厳しい人がどれぐらいいるのか、全体像が全く見えてこない。
また、東京に転出した後に、東京在住の子どもが大阪にいる親を支えるケースもあり、人口流出自体が必ずしも悪ではない。大阪から東京へ転出していった人をターゲットに調査すれば、何か分かることがあるかもしれない。

■大阪府まち・ひと・しごと創生総合戦略（骨子案）について

- 対東京圏で言うと、大阪は、大学や産業人口等施策メニューが揃っている。一番の問題点は、何を使っているのかわからない、どこに相談にいったらいいのかわからないということ。人材も意外と揃っているし、メニューも揃っているが、それを活用できないジレンマがあるのでは。その辺を、大阪の特徴として打ち出せばどうか。

- 大学を卒業した人たちが大阪に定着するために、特に大阪に多い中小企業への就職支援が必要。中小企業は福利厚生が非常に弱いところもあるので、もう少し施策がいるのではないかな。
- 具体的な戦略として、次世代産業の育成という部分が必要なのではないかな。将来、大阪の柱になる産業を作っていく必要がある。たくさんある大阪の大学で、今研究している内容が、実現化出来るよう支援することで、新たな産業の創出が出来るのではないかな。
- 若い人たちが中小企業に就職すれば、どのようなメリットがあるのかな。東京に行って大企業で勤めるよりも、大阪にいて、中小企業に就職すれば、こんなに地元密着型でいい暮らしができるというイメージを示す必要があるのでは。大阪で仕事をしながら暮らすということについて、魅力的な姿をちゃんと示すようなイメージ戦略、ブランド戦略が必要。
- 積極的な雇用促進というのを入れてもいい。日本の若者をターゲットにするだけでなく、日本の中小企業・中堅企業で働く意欲のある、アジアの学生がたくさんいるので、そのような人が大阪での就職を希望するような戦略を立ててはどうか。大阪は、東京以上に新しいものを受け入れる柔軟さと新しいことを行うことに対する抵抗のなさというカルチャーもあり、海外の人からも期待がある。大企業というブランド力で人を集められない中小企業・中堅企業こそ、海外の日本で就職を希望する学生とマッチングの施策を望んでいるのではないかな。
- 文科省事業で、大学と学生・中小企業が参画した産業界ニーズに対応した教育改革に関するプログラムに3年程携わったが、そのプログラムにより、学生も、どんどん中小企業に目を向けるようになってきたので、大阪をあげて、そういう成功例に対して、バックアップしていくような仕組みを作っていくのはどうか。
- 総合戦略の8ページで、一番の課題は、大阪では貧困率が高く、これが児童虐待、不登校、暴力行為につながるといった「負の連鎖」が存在するのではないかなということ。大阪府はこれらすべてが全国最悪の水準。実は、大阪は母子家庭の率も高く1位。働いていない母子家庭の貧困割合と、働いている方の母子家庭の貧困割合では、働いている方が高い。つまり、賃金が安いということ。女性が子育てしながら安心して働き続けることができるよう、待機児童をなくすという動きは進んでいるが、問題は非正規雇用の多さや、子育てを終えて、また働く女性の給料の低さ。これらの調査を行い、大阪ならではの支援が必要ではないかな。企業に対して、女性の賃金や働き続けられる環境等の調査をし、施策が打てないかな。
- 大阪はコストが安い、比較的職場の近くに住めるということから、企業の競争力という点からすれば、コスト等を大幅に削減できる。一方で、ちゃんと都会のメリットもある。そういう意味では、ある種の理想

的な場所でありうる。そこで何故大阪から転出し、東京で仕事をしている人が戻らないのかというと、仕事がなかなかないから。例えば、コンサル業の場合、企業、クライアントがないと仕事がない。でも、世の中にはITの開発等場所を選ばない業種も色々ある。そういった業種をまずピックアップしていき、それらがどうしたら大阪に来るだろうかということを考えるべき。その人たちが来ることで、連鎖的にその周辺にまた人が来る。NY やボストン等都市ごとで、役割やイメージが異なる。その都市機能を活かした手法の検討が必要。

また、大阪は、地域別で事情が違う。経済規模も環境も異なり、具体的に地域別の特性に応じて検討した方がいい。

- 大阪は非正規雇用が多く、女性の就業率も低い。M字カーブが深い。第2ギャップを埋めることも大切だが、第1ギャップへの対応も重要。そのため、定着支援が大事。最低限の労働条件の適正化により、具体的なセーフティネットを構築すべき。中小企業とのマッチングにおいては、福利厚生等パッケージとしての支援が必要。大阪で働くことをデータ化し、目標設定することは喜ばしいが、例えば、男性の育児休暇や有給消化等を目指すべきものとして書いたらどうか。
- 「大阪」が前面に出ているが、「関西」としての視点が必要なのではないか。インフラや観光等は広域連合等でもすでに取り組んでおり、個別の事業は各府県ごとでいいが、関西として検討が必要なものもある。また、P9に大阪圏とあるが、関西圏とした方が望ましい。
- 「まち・ひと・しごと」をひっくるめて、柱にする必要があり、バラバラにしてはならない。都市部と郊外部では戦略も異なる。社会構造の変化に合わせて検討していく必要もある。
- KPIをもう少し精査する必要がある。実質を伴う、具体的なものにした方がいい。また、居住部門がアジア1位ということだが、もっと、強調してもいい。
- 大阪に人口を増やすという点でいうと、雇用と教育に尽きる。いい仕事といい大学が増えることで、少子化に歯止めが掛かり、昼間人口も増える。その辺をもう少し強調すべき。都市に雇用をつくるとともに、住んでおられる方が何を魅力と思っているのか、大阪のいいところを歴史・文化レベルで選別し、ブランド構築していけばよいのではないか。
- 貧困問題に対して、NPOがフードサービス等を行っている事例もある。あくまで、自主的な起業だが、もっと、NPO・企業を支援すべき。特に、教育・生活分野について、そのような支援を打ち出せたらよいと思う。
- 大阪では、長屋で、世界の最先端の仕事をしているのがよくアピールされるが、ほとんどが高齢者の方ばかり。新しい跡継ぎ、次世代育成の取組みが必要。

- 社会変化・経済成長を見据え、尖がったクリエイティブなブランド力をつくり、大阪の良さを検証していく必要がある。大阪は、中小企業が多い。若い方に、活躍できる場であることが分かるように、イメージアップしていく。また、大阪が抱える問題として、貧困や、女性の労働力向上に向けた、賃金の問題がある。労働条件の改善を行い、府全体の力を上げていくための検討が必要。

■欠席委員の意見（事務局が代理で読み上げ）

- 将来展望において、出生率は国の仮定値を使っているが、大阪の場合、平均より下回って、より低い数値で推移しており、より現実に近い形で、府として仮定値を置く等の検討が必要なのではないか。社会移動について、今後、地方の中核都市への集約等により、大阪への流入の数が減るケースも考えられ、そのようなシミュレーションも必要なのではないか。
- 大阪は、東京と同様の位置を目指す必要はない。芸術・芸能など、クリエイティブを発揮できる分野が大阪にはある。戦略としては、もっと尖がったものが必要。従来の社会構造を転換しつつ、起業支援をもっと強調すべき。NPOの9割は従来型だが、残りの1割は自分たちで世の中を動かそうと考えている。そのような人材を育て、ビジネスのなり手を増やしていく。社会構造の転換を図ることに意味がある。