

# 令和6年度 タスクフォース政策提案書

とっとり未来創造タスクフォース

MIRAI SOZO TASKFORCE

令和6年10月27日

# 1. 移住・定住、関係人口創出 に関する提案

## I 移住・定住

提案内容(主な関係部局:輝く鳥取創造本部、教育委員会)

**テーマ： 県外に出ても繋がる！Uターン検討者増加に向けた鳥取県ネットワークの再構築**

### (1)ローカルメディアと連携した保護者・家族向け U ターン情報発信

直接的な情報のリーチが難しい県外在住鳥取県出身学生等へのアプローチとして、学生にとっても信頼できる相談相手として選ばれることが多い「保護者・家族」を介する形での就職・移住情報の周知を進めるべく、ターゲット層に対して影響力の大きい地域メディアと連携した新たな情報発信を行う。

### (2)学生コーディネーターを起点とした県外学生コミュニティ形成

「とっとり若者・Uターン定住戦略本部」の動きの中で検討されている、県外在住の鳥取県出身学生と鳥取県との間のハブとしての役割を果たす「学生コーディネーター」を中心として、進学を機に県外に転出した学生が鳥取県との繋がりを維持し、将来のUターンにもつながる仕組みづくりを、学生が参加しやすいコミュニティ形成によって進めていく。併せて、本コミュニティにおける情報発信・交流機能を果たすべく、「とりふる(※)」の機能強化を行う。

(※)とりふる:主に県外在住者向けに鳥取県内の就活や移住イベントなどに関する情報を発信する鳥取県公式アプリ

### 【提案の背景となる現状・課題】

- ・昨年度政策提案において、「若年層への将来的なUターンに向けた情報発信や県外進学・就職者との接点構築の必要性」について提案した結果、産学官のプレイヤーが一丸となって連携し、若年層のUターンを後押しする「とっとり若者Uターン・定住戦略本部」が今年4月に発足したところ。
- ・現在、同本部におけるプロジェクトチームの活動などを通じて、若者メンバーや関係機関、そして教育委員会が連携し、高校生までを対象とした地域への愛着形成、県内産業や社会人との接点構築等を進める具体的な動きも生まれつつある。
- ・一方で、上記事業等を通じて鳥取県に対する愛着や関係性構築が進んでいたとしても、県外転出をきっかけに鳥取県との繋がりが一旦途絶えてしまうと、都市部での生活に慣れてくる中で、それ以降に改めて鳥取県との関係性を一から生み出していくことは非常に難しいとも言える。そこで、タスクフォースとしては、県外大学に進学した後も鳥取県との繋がりを維持していくために、その後のフェーズである「県外に進学等で転出した直後の若年層へのアプローチ強化」が、今後検討していくべき重要な視点であると考えている。
- ・そこで、学生など若年層にとって信頼できる相談相手である(1)保護者・家族を介した情報発信、そして県外に転出した直後から続く切れ目のない接点構築のための(2)県外学生コミュニティの形成に関する施策を強化していくことが必要ではないかと考える。

### 【想定される事業効果】

#### (1)ローカルメディアと連携した保護者・家族向け U ターン情報発信

- ・インターネットを通じた情報収集や SNS が一般的となった現在においても、30代以上の保護者世代については信頼できる媒体として半数以上が、テレビ・ラジオ・新聞などの「マスメディア」を挙げている(※)。
- ・現在、TVer や radiko などのプラットフォームを通じて、ローカルメディアが制作した番組や記事などが保護者から子へ簡単にシェアできるようになっている。そうした中で、ローカルメディアと連携して継続的な移住・就職情報発信コンテンツを制作・PR していくことで、これまで情報が届きづらかった県外在住学生に対して県内在住の保護者・家族を通じた効果的なアプローチが期待できる。

(※)総務省情報通信政策研究所「令和5年度情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査報告書-目的別利用メディア(最も利用するメディア)」

#### (2)学生コーディネーターを起点とした県外学生コミュニティ形成

- ・現在、「とっとり若者Uターン・定住戦略本部」の中で「県外における鳥取県プラットフォーム」の構築が検討されているが、学生から社会人までの網羅的な交流のみであると、学生にとっても参加ハードルが高くなるといえる。
- ・そのため、プラットフォームの分科会的な位置として「学生限定のコミュニティ」形成を進めることで、将来的なUターンに向けた県外における鳥取県ネットワークへの導入経路として機能させていく。

## II 関係人口創出

提案内容(主な関係部局:農林水産部、総務部、輝く鳥取創造本部、政策戦略本部)

**テーマ: 食をはじめとした地域資源活用による関係人口創出及び若者 U ターン促進等に向けた県外本部の体制強化**

### (1)「牛骨ラーメン」のブランド力向上による関係人口創出

鳥取県が他地域に誇る二十世紀梨や蟹などの農水産物に加え、本県独自の進化を遂げ、県内でも提供店舗が広がりつつある「牛骨ラーメン」のブランド力向上に向け、県内飲食店とも連携しながら新たな PR 手法の開発(例:地元ラーメン店主にスポットをあてた取材記事の作成、牛骨ラーメン店の開店を支援する「とっとり牛骨ラーメンアカデミー」の開講)及び全国に発信することにより、食を目的としたさらなる関係人口の創出を図る。

### (2)若者 U ターン促進等に向けた県外本部の機能強化

現在首都圏を中心に活動が広がりつつある民間主導の鳥取県コミュニティ(例:HOPT、若い鳥取県応援団、在京同窓会等)との連携強化等を目的として、本県の窓口的な役割を果たす人員を新たに東京本部に配置することにより、若者の U ターン促進等に向けた動きを加速させる。

### 【提案の背景となる現状・課題】

- ・鳥取県は令和5年6月から、従来の「食のみやこ鳥取県」に代えて、観光と連携して食の魅力を磨き上げ、国内外に強く発信する「食パラダイス鳥取県」へステージアップを図り、新たなブランド戦略を展開しているところ。
- ・一方で、本県の豊かな食に関する全国的な認知に関しては今後さらなる向上の余地があるといえる。「地域ブランド調査 2023」によると、都道府県別の「食品想起率ランキング(※)」で鳥取県は最下位の47位となっており、「二十世紀梨」や「蟹」といった農水産物以外の鳥取の「食」の認知度向上を図ることが喫緊の課題と考える。また、「地域ブランド調査 2024」によると、鳥取県の魅力度は前年度から3ランクダウンの44位となっており、県外に向けて「食」を含めた鳥取県のプレゼンス向上を進めていく必要がある。

(※)食品想起率ランキング:各地で購入したい食品および飲食したい食事メニューの名称を具体的に記入してもらい、想起された食品・メニューの数を回答者の割合で数値化したもの(最大3つまで記入)

- ・また、国内旅行の目的の1位として「食」が挙げられる調査が複数存在(※)するなど、「食」が観光誘客はもちろんのこと、県を知ってもらう上で重要な役割を果たしているといえる。
- (※)じゃらんリサーチセンター「国内宿泊旅行ニーズ調査2023～2024冬 調査報告書」、PR TIMES「旅の目的に関する消費者調査」
- ・こうしたことから、農水産物と比較して認知度向上の余地が大きくオリジナリティのある牛骨ラーメンなどの食資源を、関係人口創出的な観点で改めてブランドとして強化することが有効な手立てとなり得ると考える。
- ・他方、現在、鳥取県にゆかりのある若年層が集まる、民間主導の鳥取県コミュニティが首都圏を中心に広がりつつある。そうしたコミュニティには、本県が移住施策のメインターゲットとしたい20～30代の若年層(潜在的な移住検討者層)が存在することから、こうした活動や参加者の動向を把握しつつ、新たな参加者を開拓・参加誘導していくことで、将来的な移住者獲得に向けた裾野拡大を進めていける可能性がある。
- ・また、民間主導のコミュニティ活動については、定期的にコミュニティ参加者との情報交換を行うなど、県としても密な関わりをつくっていくことが、今後のコミュニティの盛り上げや県施策の情報周知などにとっても重要な要素になっていくと考えられる。
- ・そこで、本県農水産物と比較して認知度向上の余地が大きく、またオリジナリティのある(1)県内飲食店等と連携した「牛骨ラーメン」のブランド力向上、そして(2)民間コミュニティの窓口的な役割を果たす県外本部への人員配置により、将来的な移住者層ともなり得る関係人口創出に向けた動きを加速化させることが必要ではないかと考える。

### 【想定される事業効果】

#### (1)「牛骨ラーメン」のブランド力向上による関係人口創出

- ・「食」が観光誘客はもちろんのこと、県を知ってもらう上で重要な役割を果たす。
- ・また、ラーメンファンには、店ごとの特徴や歴史などよりディープな情報を求める層も多いことから、既存の鳥取県ゆかりの関係人口や鳥取県ファンとは異なる層の認知度向上も見込まれる。

#### (2)若者 U ターン促進に向けた県外本部の機能強化

- ・民間主導の鳥取県コミュニティ参加者等に対して、適切な内容、適切なタイミングでの各種情報提供や連携が可能となることで、実際の移住に向けた「関係人口→移住関心者→移住検討者」の各フェーズにおける支援者のサポートが円滑に行われやすくなる。
- ・民間主導の鳥取県コミュニティに関しては団体ごとの個性がある中で、各コミュニティとの情報交換を密に行える人材が存在することで、コミュニティ間での参加者の誘導なども行いやすくなる。

## 2. 出会い・結婚、子育て・教育 に関する提案

### I 出会い・結婚

提案内容(主な関係部局:子ども家庭部)

テーマ：20～30代の若年層をターゲットとした出会い・結婚施策の利用者拡大

#### (1)都市圏在住者をターゲットにした”婚活×移住”推進事業

鳥取県への移住に関心のある都市圏在住者と県内在住の異性が出会う交流イベント(例:都市圏での交流会、鳥取県内への婚活×移住ツアー)の開催や、都市圏在住者の「えんトリー(※)」登録促進などにより都市圏在住者と県内在住の異性とのマッチングの機会を創出することで、県内在住者との交際や結婚を契機とした移住者の増加を目指していく。

(※)えんトリー:とっとり出会いサポートセンター及び、当該センターで運用されている有料会員制のマッチングシステムを指す。

#### (2)若者のニーズに合わせた「地域のナコウド」育成プロジェクト

社会・地域貢献に関心のある女性を主な対象として、婚活中の男女のマッチングサポートに関する手法・ノウハウを学べる講座を開講。講座受講者にはその後の「縁結びナビゲーター(縁ナビ)(※)」としての活動を後押しすることで、女性を中心に地域全体で若者の婚活を支える機運を醸成していく。

(※)縁結びナビゲーター(縁ナビ):「えんトリー」の機能の1つで、自分に合う結婚相手を紹介してもらうことを希望する未婚者に、相手を探したり、お見合いのセッティングを行う現代版の仲人。

#### (3)あなたのマッチング体験教えてください！キャンペーン

過去に県の出会い・結婚関連事業を活用してマッチングしたカップルを募集し、インタビュー形式で体験談を語っていただく特典付きのキャンペーンを実施。その成果物を記事化し県公式ウェブサイトやSNS等で発信することにより、県の出会い・結婚関連事業への期待値を高めるブランディングを推進していく。

### 【提案の背景となる現状・課題】

- ・近年の本県出生数の減少の背景として、コロナ禍以降激減した「婚姻数」(【参考】2015:2,681組→2023:1,810組)、そして若者世代の県外流出に伴う「少母化」(【参考】転出超過数 2023:△1,378人)が大きな要因として挙げられており、これらの問題に対応していくことが少子化対策における重要なポイントであるといえる。
- ・一方で本県が「少子化対策としての婚活支援」を行う上で、本来ターゲットとしていきたいのは20代を中心とした若年層であるものの、本県の婚活支援の基幹事業である「えんトリー」会員における20代の割合は14.1%(女性に限ると6.2%)にとどまっている。そのため、少子化対策をさらに進めていく上での**本県婚活支援施策で検討すべきポイントとして、「若年層の利用者拡大」を進めることがまずもっての急務**であるといえる。
- ・ただし、えんトリーのオンライン利用機能の拡充や、現代版仲人である「縁ナビ」制度の創設など、本県でも特徴ある取組の進展や着実に成果を挙げているものもあり、こうした鳥取県ならではの支援策の良さをさらに伸ばしていくことが重要であると考えられる。
- ・そこで、事業対象者を県内に限らず都市圏在住者にも触手を伸ばして行う**(1)”婚活×移住”推進事業**、そして若年層、特に20～30代女性の県施策利用者拡大を目的として行う**(2)女性縁ナビ増加に向けたプログラム**、**(3)県施策により成立したカップルへのインタビュー企画**により、本県婚活支援施策の利用者拡大、そしてその先にあるマッチング数増加を目指していくことが必要ではないかと考える。

### 【想定される事業効果】

#### (1)都市圏在住者をターゲットにした”婚活×移住”推進事業

- ・本県におけるえんトリーや婚活イベント等の婚活支援施策においては慢性的に「女性不足」の傾向が強い一方、都市部の婚活市場においては反対に「女性過多」の傾向がある。地域を跨いでマッチングを行うことで、そうした状況を上手く改善できる可能性がある。

- ・また、東京圏在住の20代の半数近くが地方移住に関心があるとの調査結果<sup>(※)</sup>もあることから、本事業をきっかけとして都市圏在住者と県内在住者をマッチングすることは、婚活を契機として本県が特にターゲットとしていきたい若年層の移住者獲得にもつながり得る。<sup>(※)</sup>内閣府「新型コロナウイルス感染症の影響下における生活意識・行動の変化に関する調査」(R5年4月)
- ・マッチングに結びつかなかった場合でも、ツアーへの参加を通じ、本県への移住者や地域活動実践者との繋がりができ、移住につながったり、関係人口になるといった効果も期待できる。

### (2)若者のニーズに合わせた「地域のナコウド」育成プロジェクト

- ・えんトリー会員からは自身を担当する縁ナビについて、「年配の方よりも、年齢が少し上くらいのお姉さんの方が相談しやすい」という意見もあり、年齢が近い女性の縁ナビが増えることにより、えんトリー及び縁ナビが「相談しやすいサービス」とのイメージを持っていただける。
- ・また、婚活支援企業へのヒアリングによると「マッチングのサポート役が女性であることの利点として、マッチングの仲介役機能が円滑に果たされるだけでなく、サービスを口コミで広げてくれるなど情報発信にも協力してくれる傾向が強い」という。そのため、新規の女性縁ナビによる口コミの広がりにより、えんトリーの周知拡大も副次的な効果として期待できる。
- ・本県における子育て中の女性との対話の中で「子育てにより時間が制限される一方で、何らかの形で社会参画していきたい」という意見も多々あり、本事業を通じてそうした方々が、緩やかではあるが着実に地域・社会に貢献できる活動の新たな選択肢となり得る。

### (3)あなたのマッチング体験教えてください！キャンペーン

- ・大手マッチングアプリ運営企業によると「婚活支援サービスを発信していく際に男性が“サービスを使うことで得られる便益“に共感しやすい一方、女性は“使っているのが当たり前”というイメージを訴求することが効果的であった」という。
- ・現在はサービスの特性上、実際にえんトリーを活用している方や、マッチングの成功体験を持つ方の姿が見えづらい状況にあるため、本キャンペーンにより体験談を各種媒体で発信することにより、男性に比べて利用が少ない女性会員の獲得につなげていける可能性がある。

## II 子育て、教育

提案内容(主な関係部局:子ども家庭部、教育委員会、地域社会振興部)

**テーマ: ファミリー層に向けた地域の子育て&教育コンテンツの増強、発信強化**

### (1)「シン・子育て王国鳥取県」シンカ事業

子育て関連団体や県内市町村、庁内関係部局が連携し、各種データ等に基づき、本県の子育て環境の魅力や現状等について分析するワークショップを実施。そこから得られた知見を基に、官民各プレイヤーがアウトプット(事業・サービス)を実行・展開していく。

※想定されるアウトプットの例…移住検討者等にも本県の子育て環境の良さをシンプルに訴求し得るPR素材(例:リーフレット、特設ウェブページ)の作成

### (2)地域企業等と連携した放課後の新たな体験活動促進事業

義務教育以降における、多様な体験活動や教育の機会提供の充実化に向けて、放課後子ども教室を中心とした拠点と、教育活動への協力に前向きな地域企業等をマッチングし、放課後子ども教室の新たな取組をサポートする仕組みをモデル的に構築していく。

### (3)「ジュニアアスリート発掘事業<sup>(※)</sup>」の拡充

移住検討中の方など、子どもの教育環境に高い関心を持つファミリー層を主なターゲットに、児童期以降における本県の特色あるアスリート育成の仕組みを訴求していくべく、現在のジュニアアスリート発掘・育成制度の要件緩和(例:応募時における住所・在学要件の見直し)、県内外へ向けた情報周知施策の強化(例:オンライン参加可能な募集説明会の開催)を行う。

(※)ジュニアアスリート発掘事業:国際大会で活躍できるアスリート候補生を発掘し、育成している事業。  
多様な競技体験やトップアスリートになるための基礎力向上のためのプログラムが行われる。

## 【提案の背景となる現状・課題】

- ・本県は他の都道府県に先駆けて多様な移住支援施策を実施してきたところであるが、日本全体における人口減少の進行に伴い、他地域も徐々に支援施策の拡充等を進めていることから、移住施策の充実度に関しては、徐々に全国横並びの様相を呈してきている。
- ・一方で、本県の移住相談窓口相談員に実施したヒアリングでは「年々相談内容が高度化している。最近に移住時の支援策よりも、特に子育て・教育などの分野についての支援施策や県内の環境について具体的に尋ねるような相談内容が多くなっている」との話も挙がっていた。
- ・また、移住を経験したファミリー層へのヒアリングにおいて「鳥取県は未就学児向け支援策であったり、森のようちえんなどの特色のある取組が目立っているが、一方で小学生以降の教育環境については魅力が薄くなるように感じている」との声も複数聞かれた。
- ・その一方で「子どもの数が少ないこともあり、子ども1人1人にかけられるサポートの手厚さは、官民間問わず鳥取県の強み」だという意見も挙がってきている。
- ・他方、本県の令和5年の出生数・婚姻数は、ともに過去最低を更新し、合計特殊出生率も1.44と昨年(1.60)を大きく下回っている状況であり、市町村とも連携し、子育て支援策や少子化対策の抜本的な見直しを行う必要もある。
- ・以上のことから、県内外に対して(1)鳥取県の子育て環境の魅力掘り起こしや課題の分析を通じ「シン・子育て王国鳥取県」を一層進化させていく事業の実施に加えて、(2)地域企業等と連携した放課後子ども教室での新たな体験活動創出を進めるモデル事業の実施、(3)本県独自のジュニアアスリート発掘事業の拡充により、「発信」と「教育コンテンツのさらなる充実」の両面から、「子ども1人1人をしっかりと支えられる鳥取県」の訴求を強化していくことが必要ではないかと考える。

## 【想定される事業効果】

### (1)「シン・子育て王国鳥取県」シンカ事業

- ・鳥取県は、自然に恵まれた環境のほか、高校生までの医療費完全無償化、在宅育児への経済支援をはじめ全国に先駆けた施策を行うなど、他都道府県に比べて子育て環境は充実しているものと考えられるが、PR素材の作成等を通じ、そうしたイメージをわかりやすく訴求することができれば、県外からの移住検討者にとっても移住先選択にあたり、大きな差別化要因になることが期待される。また、県内在住の若者にとっても、鳥取県で今後子育てを行うことに前向きなイメージを持つことができると考える。
- ・一方で、出生率の低下等の現状の課題等を、各種データを活用し検証しながら、地域の実情に応じたオーダーメイド型の対策プランを策定・実行することにより、行政や子育て支援団体等にとっても、「シン・子育て王国鳥取県」を将来にわたって進化させていくための礎となることが期待できる。

### (2)地域企業等と連携した放課後の新たな体験活動促進事業

- ・小学生にとって“放課後”は、日中の学校だけでは行うことができない様々な活動を行うことができる時間である一方、居住地域や各家庭の経済状況・就労状況等によって「体験格差」が生じやすい時間でもある。
- ・そうした中で「放課後子ども教室」は保護者の就労状況等を問わず参加が可能であることから、この枠組みの中で、子どもに「新たな体験が提供できる拠点」を生み出していくことが地域の新たな教育の魅力創出にもつながり得る。
- ・また、体験活動の提供における担い手不足に対して県内企業の協力を仰ぐことにより、子どもたちが取り組める体験活動の幅が広がることはもちろんのこと、県内企業にとっても子どもや子どもを介した保護者との新たな接点構築の機会となり、認知度向上にも繋がることが期待できる。

### (3)「ジュニアアスリート発掘事業」における事業拡充

- ・子どもがやりたいスポーツができる環境によって移住先を選択するファミリー層も実際に多々存在する中で、多様な種目のスポーツを体験・選択でき、手厚い競技サポートを受けられる可能性があることは、本県における子どもの成長過程における魅力的なコンテンツとして、県内外に発信していくことができる大きな要素となるといえる。
- ・また、受入側となる県内スポーツ団体にとっても、特に競技人口の少ないスポーツに関しては、多様な人材の流入経路が広がり、地域における競技環境の活性化につなげていくことも可能となる。

### 3. 若者がけん引する持続可能な地域づくり・庁内改革に関する提案

#### I 若者がけん引する持続可能な地域づくり

提案内容(タスクフォース直営事業として実施を検討)

#### テーマ：30年後の鳥取県をつくるための地域の基盤構築

##### (1)鳥取県30年後の未来予想図事業(令和6年度からの継続)

<令和6年度の実施内容>

公募で集まった若手県民メンバー10名とともに、鳥取県のあるべき姿を議論していく約半年間のワークショップを実施。(現在、議論内容をまとめた未来予想図を取りまとめ中)

<令和7年度の実施計画>

メンバーを都度公募するなど、より多くの若手県民に関わっていただく形でワークショップを継続開催し、未来予想図のブラッシュアップを行うほか、未来予想図をベースにした周知ツールの開発なども行い、これらを通して市町村職員も含めた政策立案や民間事業者における新事業創出、教育の場面など、未来予想図の活用に向けた動きを強化し、進めていく。

##### (2)若者と一緒に創る！とっとり未来創造ラジオ(令和6年度からの継続) ※名称変更

<令和6年度の実施内容>

コミュニティFMを活用し、タスクフォースが職員として県内の若者世代のゲストを招き、鳥取県に対する思いや「こんな鳥取県にしていきたい」というアイデア等についてトークすることを通じ、政策の種を見つけていくラジオ番組を放送。(令和6年2月～9月末まで)

<令和7年度の実施計画>

令和6年度作成した「未来予想図」等も活用しながら、引き続きタスクフォース職員が県内の若者世代のゲストと活動内容や鳥取県の未来についてトークするラジオ番組を放送し、県民全体で30年後の鳥取県を創るための機運を醸成する。また、鳥取県で活躍する若者や鳥取県の魅力を広く県内外の若者に訴求するため、新たに若者世代の利用者が多いポッドキャスト(※)等での配信を行うなど、発信手法の強化を行う。

(※)ポッドキャスト:インターネットを通じて配信される音声番組あるいは仕組み全体を指す。スマホやタブレット等に入っている専用アプリで聴取可能。

##### (3)U35が繋がる! 若者交流基盤創出事業(令和6年度からの継続)

<令和6年度の実施内容>

県内においてつながる機会の少ない20～30代の若者世代が、所属する企業・団体の垣根を越えて交流できるイベントを開催。(令和6年度末までに県内各地で計6回実施予定)

<令和7年度の実施計画>

過去に実施したほとんどの回で定員以上の申込があり、参加者からの継続を望む声も多いため、更なる若者世代のコミュニティ形成・活性化、人との出会いによる県内企業の若手人材の触発、若者世代の男女の出会いの機会創出等を目指し、実施回数を増やし継続していく。(年12回程度の開催を検討)

#### 【提案理由】

- ・タスクフォースは昨年7月の発足以降、「30年後の鳥取県を創る」を自らのミッションに掲げ、各部局への政策提案のほか、「所属を跨いで対応する必要があるもの」「若手職員のみでの部署だからこそ実施しようもの」について、タスクフォース直営事業として上記に掲げる3事業を実施してきた。
- ・いずれの事業も、若者世代が中心となり鳥取県の未来をともに考え、かつ若者世代の繋がりを創るものであり、参加した若手県民から継続を望む声が多数寄せられている。
- ・他方、より多くの若手県民を巻き込みながら「30年後の鳥取県を創る」プロジェクトを県内外に広く訴求し、鳥取県の未来をより楽しく魅力あるものにしていきたいと考えており、令和7年度は令和6年度事業を発展させる形で継続を考えている。

## II 庁内改革

提案内容(主な関係部局:総務部)

### テーマ：若手職員の希望に沿った多様な働き方の推進

#### (1)勤務体系の柔軟化に向けた制度・環境構築

##### ①フレックスタイム制度の改良及び選択的週休3日制の拡充に関する基盤整備

生活習慣に合わせた働き方の推進、残業時間の削減等に繋げることを目的に「職員の勤務時間、休暇等に関する条例及び規則」の一部を改正(最低勤務時間とコアタイムの時間統一、月～金を必須勤務日とする条項の修正)し、フレックスタイムを活用しやすい制度に改良し、職員の希望により勤務日を集約することのできる選択的週休3日制を拡充(育児介護等職員以外の職員にも適用)する。併せて、制度の利用推進のため、フレックスタイム制度を活用する職員の勤務時間等を容易に視認できる仕組みの構築や、夏季期間等に限定した早朝、夜間における空調室の設置も検討する。

##### ②在宅勤務制度の拡充によるさらなるテレワークの推進 ※令和6年10月中旬より試行実施中

現在の「鳥取県在宅勤務実施要領」等を改正し、自宅以外(コワーキングスペース、公共施設)でもテレワークを可能とするとともに、週1回のみ制度利用可能となっている制限を緩和(週3日まで拡充)することで、職員のワーク・ライフ・バランス及び業務効率向上につなげる。

#### (2)職員の成長につながる、県庁内外における県職員の「副業」推進

##### ①「庁内副業」による若手職員等のスキルアップ

業務時間の20%以内で、職員が自らのスキルや経験、熱意を活かして他課業務に従事できる制度を新たに導入し、若手職員等のスキル向上、主体的なキャリア形成等を図る。

※まずは6カ月程度の試行期間を設定し、参加職員や所属への意見徴取を行いながら本格実施を目指す

##### ②県職員の副業推進による地域課題解決

担い手不足をはじめとした地域の課題解決や、地域参画のさらなる促進により職員の成長を促すことを目的に、県職員の副業従事への機運醸成(例:具体的な従事許可事例の周知)を進めていくとともに、県職員が副業に取り組みやすくなる仕組みの構築(例:担い手不足に悩む県内の企業・団体と地域参画への意欲の高い県職員をマッチングする仕組み)について、試行的に取り組んでいく。

### 【提案の背景となる現状・課題】

- ・タスクフォースでは今年の8月に、全庁職員を対象とした「多様な働き方の推進に向けた庁内アンケート」を実施し、県庁で働く上での想いや改善点などの意見を幅広く収集した(回答者数:518名)。
- ・アンケート調査の中での意見から集約したポイントとして、以下の2点が主に浮かび上がってきた。
- ・1つ目として“勤務体系の柔軟化”である。体調や家庭の状況等に応じて勤務時間や業務場所を調整できる制度のさらなる充実はもちろんのこと、制度を活用しやすい環境づくりも大事な要素であるということが回答から確認することができた。
- ・2つ目に“スキルアップや成長のための多様な経験”を望む声が挙がっていた。近年の若者の特徴を指し示す「コスバ世代・タイパ世代」という言葉がある一方で、「幅広い分野で、自身のスキルを磨いたり、経験を積みたい気持ちがある」、「公務員以外の世界を知る機会が増える」ことを望む回答などもあり、現在の業務に限らず、県庁内外で多様な活動を行うことで、成長に繋がっていききたいという職員が比較的多いことが確認できた。
- ・そうした意見も踏まえ、(1)勤務体系の柔軟化に向けた制度・環境構築、(2)県庁内外における県職員の「副業」推進、の2軸から、若手職員の働きやすい職場改革を進めることが必要ではないかと考える。

## 【想定される事業効果】

### (1)勤務体系の柔軟化に向けた制度・環境構築

- ・フレックスタイム制度の改良及び選択的週休3日制の拡充に関しては、職員ごとの体調・家庭の状況に応じた働きやすい勤務環境づくりが進展することに留まらず、勤務時間の柔軟な変更により、実質的に残業時間の削減にもつながり得る。
- ・テレワークを推進することにより、子育て中の職員や遠距離通勤者にとっては自分や家族の時間が増えたり、それ以外の職員にとっても、集中して作業できる環境の方が効率的な業務もあることから、ワーク・ライフ・バランス、業務効率性の両面からポジティブな影響をもたらし得る。
- ・また勤務体系の柔軟化に向けた施策は、都市部の大企業が先行的に取り組みつつある中で、県職員の採用においても、本県が職員に優しい職場づくりにつながる制度導入に関して遅れを取っていないことを示す訴求ポイントの1つとして打ち出すことができる。

### (2)県庁内外における県職員の「副業」推進

- ・所属する課で行う業務に限らず、別の職場での業務経験を積むことができることは職員のスキルアップや主体的なキャリア形成につながるほか、繁忙期等で業務に偏りが生まれてしまう所属の業務平準化への寄与も期待できる。
- ・また、県庁外における副業(営利企業等従事)に関しては、職員の成長につながるだけでなく、深刻な人手不足が進む分野・業界を重点的に県職員とマッチングすることにより、慢性的な人手不足に悩む県内企業・団体の課題解決の一手ともなる。