

第12回北九州市まち・ひと・しごと創生推進協議会での主な意見

1. まちの魅力の発信

- 最近、テレビなどで北九州が取り上げられているのをよく見る。他市を真似るのではなく、北九州の良いところや住みやすさをしっかり発信してもらいたい。
- 折尾駅周辺の改修や小倉駅の変化を見るに、目に見えることをやっていかないと市民は変化に気付かない。市民にもっとアピールしてもらいたい。
- TOTOや安川の下請け企業には、素晴らしい技術を持った企業がたくさんあるが、北九州ではそれが当たり前になっていて、あまり知られていない。PRが必要。
- NHKや「BS-TBS」で、市長自らが市の感染症策について語ってくれたのは良かった。

2. 地方への新しい企業、人の流れ

- 社会動態が年代によって異なるので、北九州市に住んでもらうためにはそれぞれの年代で何がアピールになるのかを分析・検討する必要があるのではないかな。
- 若者にいくら住みよさをアピールしても仕事や生活できるものがなければ難しい。医療福祉の良さは若者には受けない。
- コロナによる移住関心の高まりは他の自治体も狙っている。東京や福岡と同じではない、北九州らしい独自施策に取り組むべき。
- ジャパネットが福岡市に進出したように、若い人から見て面白そう、新しいことを始められそうだと思う企業が集まるといい。北九州にそのような土壌を作るためにも、市が未来像を示すことは重要。

3. コロナ下での雇用環境、学生の就職状況

- 今年度、北九州市立大学1年生のインターンシップに新たに取り組んでいる。目的は就職を意識した3年生のインターンシップとは違い、先生と企業が事前にすり合わせた課題に取り組むことで、自分たちがこれから何を学ばないといけないのかという考える機会を与えること。参加学生からは高評価。
- 学生の就職・内定状況は悪化していない。リーマンショックの反省から、企業も採用を控えてない。大企業の採用控えで人が地方に流れてくる、ということはない。
- 学生は感度が高いので、SDGsに取り組む地元企業があれば、就職してもいいと思うかもしれない。

4. デジタル化（民間・行政）

- 意識が高く、デジタル化の成功企業からは「生産性が20%上がった」という声も聞く。「デジタル化でコストが下がる→給料を上げる→人材が集まる」という好循環が生まれている企業とそうでない企業の格差が開いている。
- デジタル化が進み質の高いサービスを提供する地域に企業やテレワーク人材が集まる。
- 小6と中3にICT端末が配布されたが、家庭にネットワーク環境がなく、活用しきれていない。市内に無料Wi-Fiスポットを設置するなど、環境整備が必要。
- デジタル化は行政だけでは難しいが、市民と経済界・諸団体と連携すれば何か新しいことができるチャンスだと思う。
- これからはデジタル人材の育成が大切。デジタル人材が多く輩出される地域は企業から見て魅力的なので企業誘致につながる。教育のインパクトは大きい。

5. 脱炭素化

- 環境の取組は北九州市ならではのものが出せる。東京都は2030年までのガソリン車販売中止を発表した。北九州市にも先駆的な取組を期待する。
- 鉄鋼業が最も二酸化炭素を排出する。ゼロカーボン宣言も産業界の意見も聞くべき。
- 北九州市で「脱炭素」と言われたときのイメージはあまりない。これから北九州市なりの取組をどう作りこんでいくかが大切。また、産業界だけでなく、市民を巻き込んでいくことも大切。
- 脱炭素化の取組は、市民が実感を持てるよう、環境が産業振興につながるというイメージを伝えることが大切。
- 脱炭素社会に向けて産業構造が変化する中で、雇用政策についても積極的な対応をお願いしたい。

6. その他

- 名古屋はリニアの開通やトヨタで安泰だと言われていたが、コロナによりリニアもどうなるか分からない。自動車産業も将来、電気自動車になると部品は半分ぐらいになる。その点、TOTOは人間が生きている限りトイレは必要だし、安川のロボットはこれからの成長産業である。
- これからの北九州、日本のリーダーを養成・育成するために、人材育成を強化する必要がある。若い世代の人材を集めるためにも、大学誘致を検討してほしい。