

(仮称) ひたち若者ががやきプランのアウトライン

日立市の人口構成における若年層の動向

- 1 総人口に占める 20～39 歳女性人口の割合が低い。(日立市 8.8%、水戸市 11.0%、ひたちなか市 10.8%)
- 2 20～29 歳人口の男女比差も大きい。
(日立市 男 10 : 女 7 水戸市 男 10 : 女 10 ひたちなか市 男 10 : 女 9)
- 3 本市の女性 1,000 人当たりの出生率は、全国、県と比較して低い。
(H27 水戸市 82.71%、ひたちなか市 79.92%)
- 4 20～39 歳女性人口の減少とともに出生数も減少。
(1985 (昭和 60) 年 2,683 人→2015 (平成 27) 年 1,158 人)
- 5 「水戸市近隣 (水戸市、ひたちなか市、東海村)」及び「東京圏」への転出超過が多い。
- 6 20～24 歳女性の転出超過が大きい。(20～24 歳男性は転入超過)、男女とも 20～24 歳は東京圏、25～29 歳及び 30 代、0～4 歳は水戸市近隣への転出が顕著
- 7 男性は、20～29 歳は就職・転職、30～59 歳は転勤が多く、仕事にかかわる移動が多い。
- 8 女性は、20～24 歳は、仕事にかかわる移動が多く、25～49 歳は、結婚や子どもの成長に伴い「住まい」を求めた住み替えが多い。

第 2 期日立市まち・ひと・しごと創生総合戦略

- 1 「選択と集中」と「継続を力にする」
 - (1) 社会減 (転出超過) の多くを占めるのは、20 代女性と 30 代子育て世代の若者であり、この世代の若者の主な移動要因となっている「しごと」、「住まい」に関する施策に重点的に取り組む。
 - (2) 第 1 期で重点を置いた「子育て支援」や、「ひと」と「しごと」の好循環を支える「まちの魅力」を高める施策について、更なる充実を図りながら継続的に取り組む。
- 2 「ひたちらしさ」を駆使した多極的な取組
 - (3) 地方創生を実現するためには、日立市の特性である、穏やかな気候、海、山、さくらなどの豊かな自然環境や、連綿と育まれてきた日立市固有の文化・伝統・産業、特色ある施策などの「ひたちらしさ」の掘り起こしと磨き上げによる活用と、新たな「ひたちらしさ」の創出を図りながら、先導的、先駆的に取り組む。

プランの目指す姿

- 1 若者の自主自立な活動により、若者同士の交流拡大を促進し、若者がよりかがやくための施策の推進
- 2 若者により、まちに活気とにぎわいを生み出せるような施策の推進
- 3 若者が気軽に訪れることが出来る場所づくりの推進
- 4 若者の活動を幅広く発信し、市の PR につなげる

基本理念

若者が生きがい持ち、かがやく若者であふれる日立市 ～若者が日立市の未来をつくる～

1 回目ワークショップ振り返り

- 1 20 年後、私たちはこうありたい
 - (1) こんな仕事や働き方がしたい
どこでも働ける環境 (時間と場所にしばられない)
ex) リモートワーク、日立 wifi、サテライトオフィス
 - (2) ネットワークはこう作りたい
ア 世代を超える
ex) 年齢差のあるシェアハウス、若者とふれあえる
イ 悩みごとがあったらここにいけばいい場所がある。
 - (3) こんな住まいや暮らし方をしたい
ア 住む場所と働く場所が異なる時代
イ 働く場所として選ばれるまち
 - (4) 出会いや結婚・子育て (教育)
ア 得意を活かせる選択肢がある
イ コミュニティ (地域コミュニティ含) に容易にアクセスでき、社会とのつながりが得られる。
- 2 自分が暮らしていくために日立市はどうあって欲しい
 - (1) 日立という「都市」はこうあって欲しい
ア 時代が変われど、変わらない ～日立らしさをそのままに～
ex) 歴史、まつり、まち並み
イ 住む場所の上に働く場所
ウ 商業・工業も見えるまち
 - (2) 若者に対して行政はこう関わって欲しい
ア 発信力と情報へのアクセスができる
イ 新しいこと、新しい人を応援する
ウ 縦割り打破
エ 若者窓口コンシェルジュ設置
- 3 若者が集まって生まれる賑わいとは (こんな賑わいを創りたい)
 - (1) 若者同士が交流して賑わいを創出するためには
ア リモートで増えた余暇を過ごすための施設やお店の誘致
イ 環境 (お金をつかわず時間をつぶせる場所) を提供することで、若者が動き出す。
 - (2) 若者が市内で賑わいを創るとしたら
ア 若者自身が企画・実践し、意識を変えることで賑わいの基がつけられる。
イ 何かをしたいときに受け止める窓口があれば動ける。
 - (3) 若者が参加したくなるのはどんなイベント
ア 値域の特産品 PR イベントなど小規模に行い、関わることで、地元を知り、楽しさを知れる。
イ 自分の得意なこと、やりたいことが分かるようなイベントを企画・実践する。それにより、企業とのネットワークができ、就職につながるなど、自分のためにもなり、次につながるイベントを実施する。

プランの策定にあたって

- 1 ターゲット
計画のターゲット設定 → 学ぶ、働く、子育てなど
- 2 ライフステージ
ライフステージの設定 → ライフステージごとに日立市でどんな生活（生き方）ができるのかを具体化する。
- 3 支援
若者世代に対する支援の充実と使い勝手の向上 → 学生の学び、自己実現、起業創業、子育てなどを描き、それに対して日立市にはどのような支援があるのか。不足している支援は何か。より使いやすい制度をつくる。
- 4 関わり方
若者の成長に対する「日立市」の関わり方 → 若者が住みやすい街に必要な環境（舞台装置）の検討
(ex.商店街をこう変えたい、公園をこうしたいなど)
→ 郷土教育の内容、方法の検討（日立を好きになる機会）
- 5 交流
交流の創出に向けた仕掛け → コミュニケーションが創出される場所や機会の検討（地域コミュニティに参加するきっかけや発信なども含む）
にぎわい創出。賑わいの定義を設定
- 6 発信
若者による発信力の強化 → 若者の力強い発信力（拡散）が期待できるため、市のPRも含め若者の活動を広く周知する。また、日立市を選択した若者は、どんな人でどんなふう楽しく暮らしているのかを発信する。

若者がかがやく日立市のすがた【目標】

- これからの日立の歴史を創る ○なにかがある日立へ ○チャレンジを支援する

【参考】

個別ワークから見えた「基本方針」

- 1 若者の夢が実現できる環境づくり（若者のアイデアの企画実践と行政の支援体制、雇用・働き方の支援、若者拠点）
- 2 若者が成長できる環境づくり（キャリア形成支援、生きる力を養う体験・活動の場、教育分野との連携）
- 3 若者の挑戦を支援する仕組みづくり（行政等による支援、生きづらさを抱える若者支援・福祉分野との連携）
- 4 若者によるネットワーク及び情報発信の仕組みづくり（それぞれのコミュニティ（地域含）と交流・情報共有、情報発信力の強化）

他自治体参考（基本方針・基本施策）

- | | | | |
|---------------|--|---|--|
| 1 若者の交流と活動の推進 | 2 生きづらさを抱えた若者の支援
(1) 支援につながりやすい仕組みづくり
(2) 他機関で連携した支援 | 3 若者が地域で力を発揮できる環境づくり
(1) 地域での若者の参加・参画の推進
(2) 若者の活動を支えるネットワークの強化 | 4 若者の社会に向けた文化・情報の発信への支援
(1) 若者の主体的な活動、参加・参画の機会を広げるための支援
(2) 安定・継続した情報発信の仕組みづくり |
|---------------|--|---|--|

個別ワークから見えた「主な施策」のもと

- 若者の意見を否定せず大きく取り入れる環境づくり【若者世代と行政の関係性の構築】
→若いうちに行政に関わる仕組み（地域づくり、産業振興、観光・交流、選挙）
- 行政分野でなく若者世代の支援を切り口にした組織を創る【若者支援コンシェルジュ】
- SNSや情報技術を活用し、行政にアクセスできる方法を創る【若者に対応した行政システムの変容】
→マイナンバーと紐づけ、スマホなどによる申請が簡単にできるようになる。
(情報技術をもつ市民による日立市役所関連情報の編集・発信・専門知識により明確な発信・魅力度上昇)
→DX（市役所機能をスマホに）
- 就業機会や働き方の多様性を高める【将来の変化を見据えた働き方を具体化する日立市に】
→リモート就業、サテライトオフィス等の環境を整備するとともに、企業や働いている人の情報を発信
- 若者世代が集まる動機となる場所・機会づくり【若者交流拠点の整備】
→若者世代が気軽に集まり交流する「施設」や「エリア」を整備
- 「個」を惹きつけ、連携に向けて支援する【働き方や暮らし方の多様性への対応】
→チャレンジしたい若者個人を日立市に誘導し、ビジネス化、収益化に向けて連携を支援する
- 伝統的なものと先進的なものを融合する【地域資源、企業や人材と情報技術の連携により価値を創造する】
→市内企業の活性化に情報スキルを持つ若者世代が参画、空き家活用への参画など
- 若者世代にとって日立市に住むことが楽しい、夢が実現できることを訴求【ライフスタイルの発信】
→年齢という切り口でなく、生活の場面を中心としてライフスタイルを提案しサポートの仕組みをつくる
- 就業や子育て支援などはエッセンシャルサポートとして充実【若者世代の将来不安の解消】