

第3章 地方への人材還流の可能性を探る —出身者のUターン移動に焦点をあてて—

第1節 はじめに

本章では、地方への人材還流の可能性について考察する。とりわけ、地方出身者のUターン移動に焦点を当て、その中身の検討と、出身県外居住者のUターン希望の所在を検討し、地域のUターン促進・支援のあり方について示唆を得たい。

前章までで検討したように、地方出身者の地域からの転出は、教育機会の地域差を大きな背景に持つが、Uターン不足に表されるように、雇用機会の地域差、生活環境の地域差が人材流出に大きく関わっていた。そして、地域では、「雇用機会の質」の問題に対処するため、地場産業等の地域資源を活かして地域経済を活性化し、魅力ある雇用機会を創る取組みを行っている。

では、地方への人材還流のカギはどこにあるのか。議論を出身者のUターン移動に絞るならば、Uターン促進・支援策は、誰をターゲットにしたどのような施策が望まれるのか。この点、本章ではまず、地方出身者のUターン移動の中身を、大卒者のUターン就職に焦点を当ててあらためて検討する。次に、出身県外に居住している者について、Uターン希望の所在を検討する。

Uターンには、良質な雇用の受け皿があるかどうか重要な条件であるが、そのみで決定されるものではなく、家族との関係、ライフステージとの兼ね合いや価値観など、多様な要素が関係する。もちろん、出身地への愛着も行動・希望を左右する要因となろう。それらに加えて、出身地域の「働く場」を知っていることもUターン希望に大きく関わってくるのではないか。Uターンの中身、Uターン希望の所在を検討する本章の分析をふまえ、地域特性に応じた人材確保のあり方を考察したい。

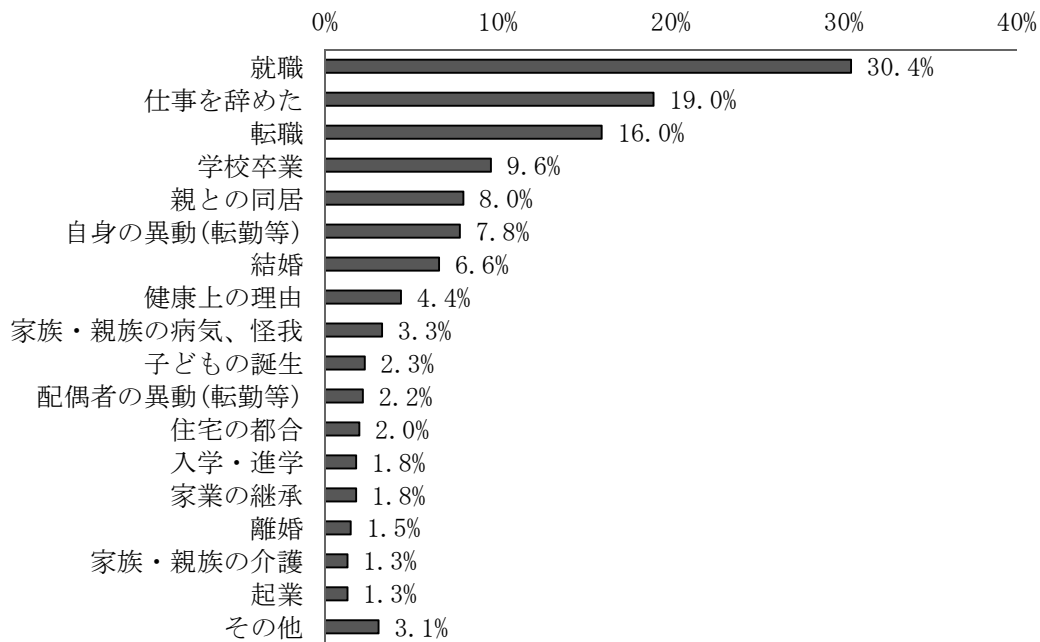
第2節 県外大学進学者のUターン就職

まず、Uターン移動について、その中身をあらためて検討したい。労働政策研究・研修機構(2016)をもとに、地方出身者のUターンの実態をあらためて整理すると、出身県へのUターンのきっかけは、「就職」(30.4%)が最も多く、「仕事を辞めた」(19.0%)、「転職」(16.0%)がこれに次ぐ(図表3-1)。そして、Uターン年齢の分布をみると、Uターン年齢のピークは22歳時にあることがわかる(図表3-2)。両者の結果を合わせると、主に大卒者のUターン就職が、Uターンの大きなウェイトを占めていることがうかがえる。

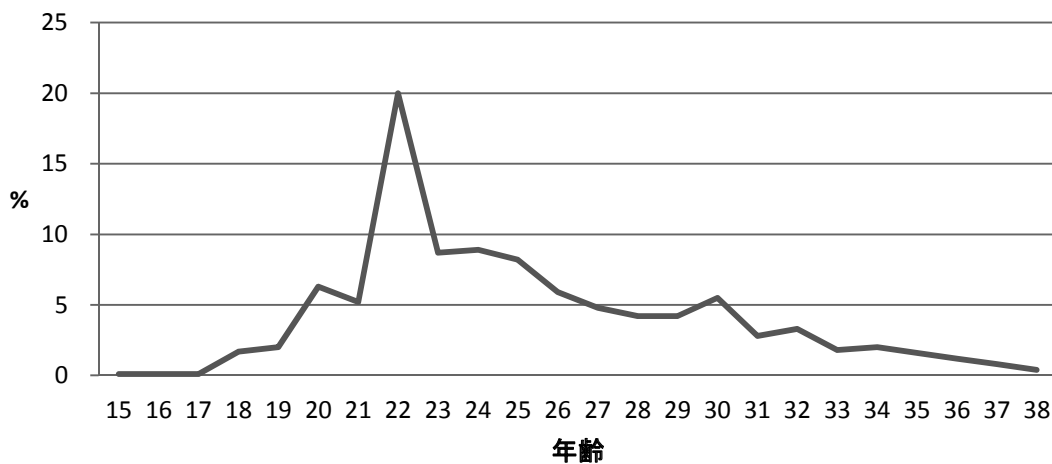
そこで、まず出身県外の大学に進学した地方出身の大学生を対象に、新卒時のUターン就職に関わる要因を検討する¹。

¹ 分析は、アンケート調査区分における「出身県Uターン者」「出身県外居住者」のうち、出身県外の大学に進

図表3-1. 出身県へのUターンのきっかけ(複数回答)
【出身県Uターン者】N=1467



図表3-2. 出身県へのUターン年齢(年齢別の割合)
【出身県Uターン者】N=1467



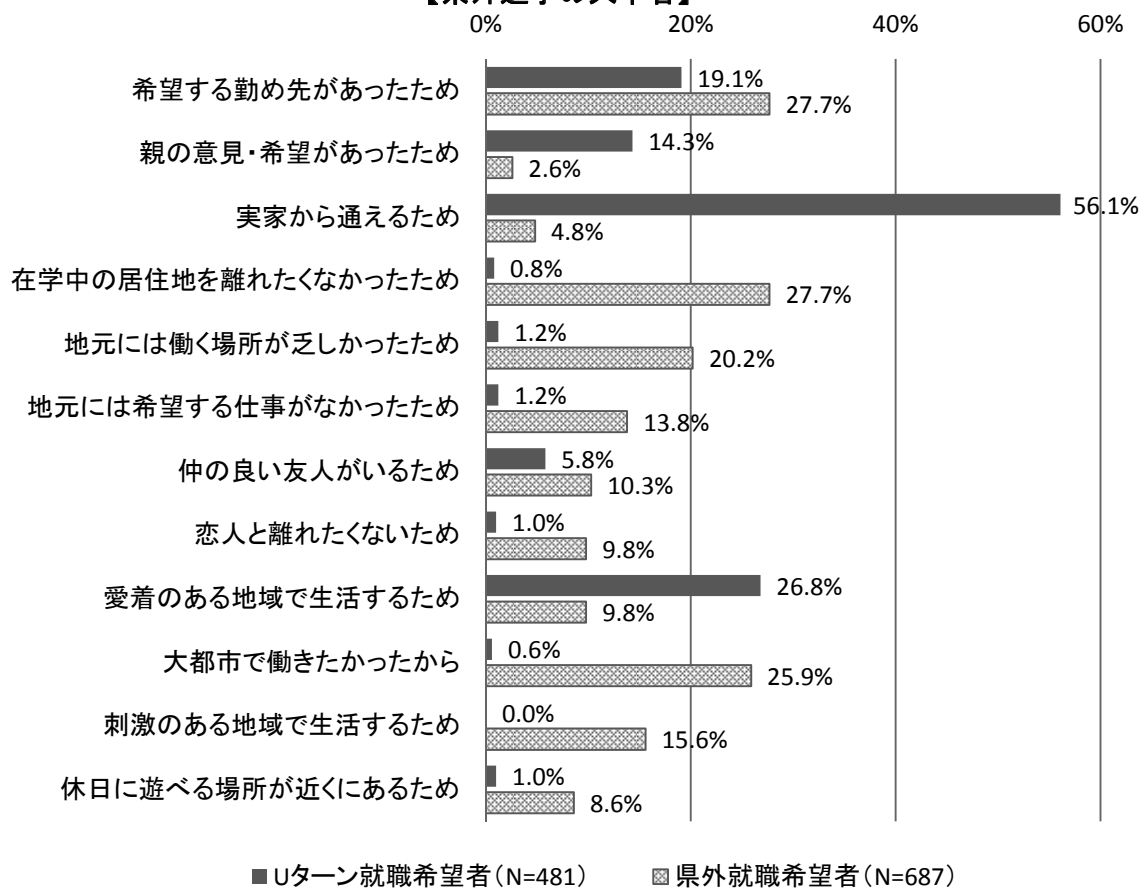
では、大卒者のうち、Uターン就職を希望した者と県外就職を希望した者では、希望の理由はどう異なるのか。図表3-3をみると²、Uターン就職希望者は、「実家から通えるため」

学し、その学校を卒業した者とする。分析では、上記2区分を混在しているため、データ処理上の問題があるが、分析目的を優先している点に留意したい。また、こうしたデータ上の理由から、計量分析は行わず、クロス集計のみで検討する。

² Uターン就職希望の有無については、「お仕事を探す際に、あなたが勤務地として最も希望したのはどこですか」という設問への回答(県単位)と、出身県(中学卒業時の居住県)を照合することで、両者が同一の場合に「Uターン就職希望」、異なる場合に「県外就職希望」と識別した。「どこでもよかった」は集計から除外している。その上で、本図表では、「その地域で働くことを希望したのはなぜですか」への回答の違いを検討している。なお、繰り返しになるが、ここで検討しているケースは、「出身県Uターン者」「出身県外居住者」として調査

(56.1%) という理由が突出して多いという特徴がある。「親の意見・希望があったため」(14.3%) も含め、実家との関係が U ターン就職希望に大きく関係していることがうかがえる。また、「愛着のある地域で生活するため」という出身地域への愛着も関係していた。これに対し、県外就職希望者をみると、「希望する勤め先があったため」(27.7%)、「在学中の居住地を離れたくなかったため」(27.7%)、「大都市で働きたかったから」(25.9%) をはじめとして多様な理由が挙げられている。就業場所としての魅力、就業先の選択肢の豊富さ、大学在学中の地域や友人関係への愛着などが、県外就職を希望させる背景にあることがうかがえる。

図表3-3. 就職地域の希望理由(複数回答)
—Uターン就職希望の有無別—
【県外進学の大卒者】

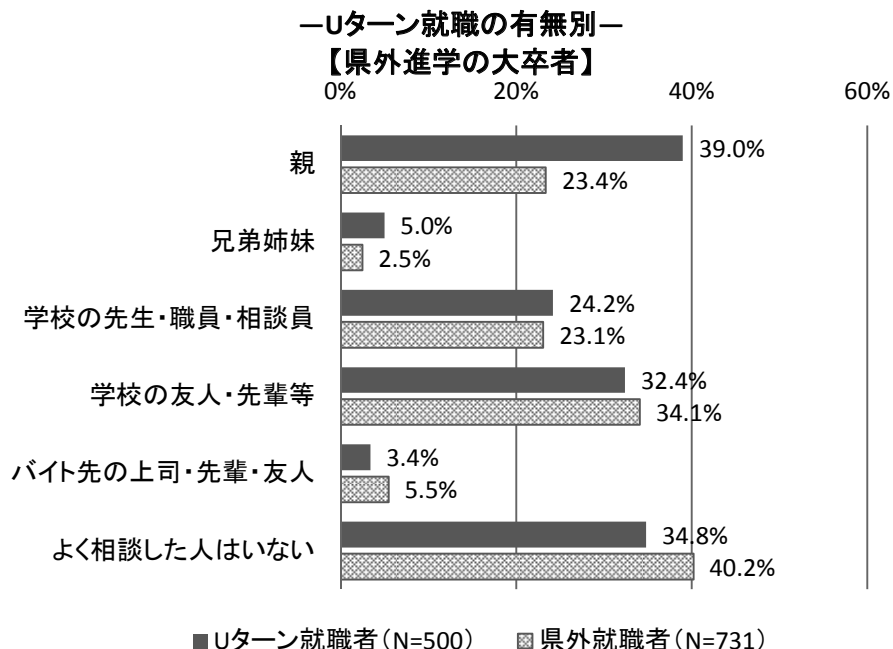


次に、U ターン就職するか県外就職するか意思決定には、どういう人の存在(影響)が反映されるのかをみてみたい。U ターン就職の有無別に、就職活動の際によく相談した人をみると(図表 3-4)、親に相談した割合のみ「U ターン就職者」(39.0%)と「県外就職者」(23.4%)で大きな差がみられ、U ターン就職者は県外就職者に比べて、親に相談した割合

で割り当てられたサンプル(そのうち、出身県外の大学に進学し、その学校を卒業した者)を混ぜて使用しているため、U ターン就職希望者と県外就職希望者の比率については、割当てサンプルによる偏りを排除できないことから、解釈は控えたい。

が高いという結果が得られた。Uターン就職の決定において、親の存在（親の意向や情報）が大きな役割を果たしていることがあらためてうかがえた³。

図表3-4. 就職活動の際によく相談した人(複数回答)



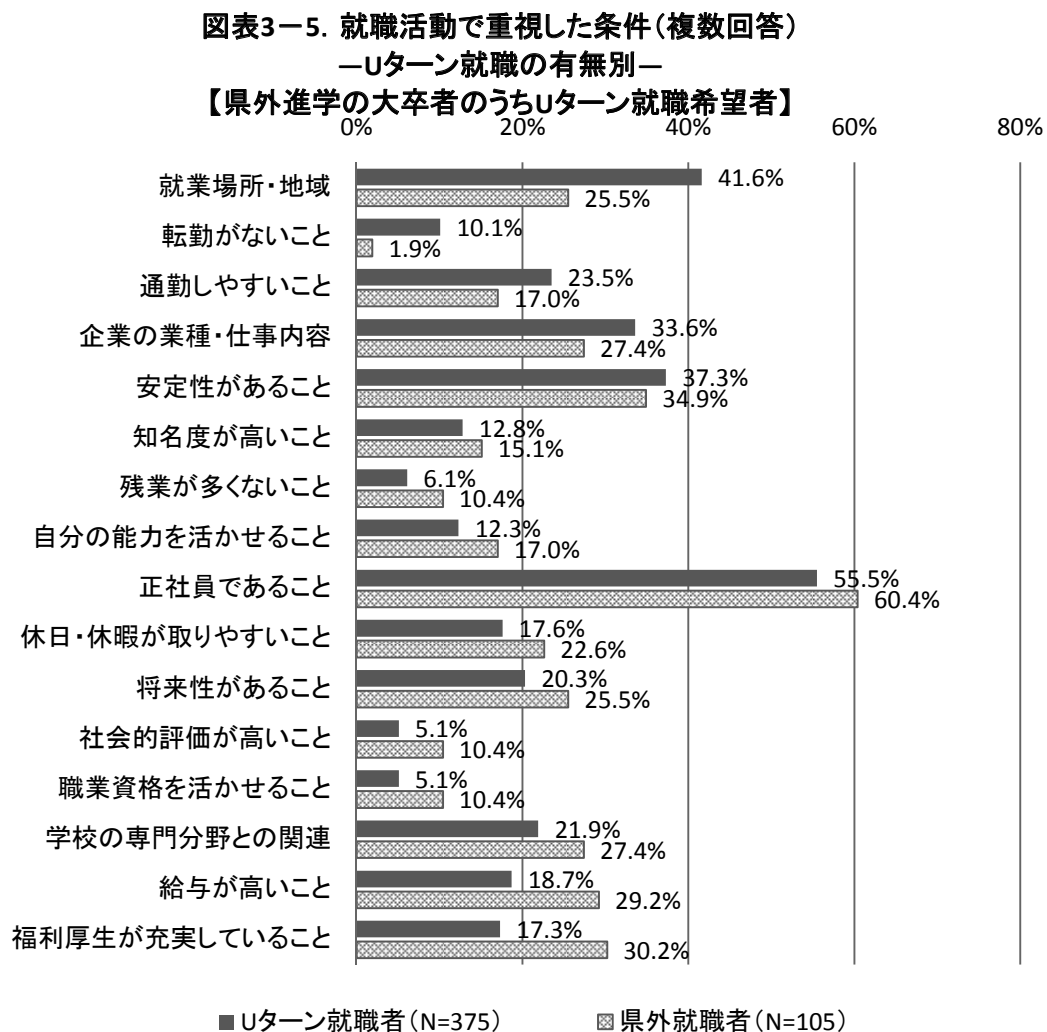
ただ、Uターン就職を希望したとしても、現に地域にある就職の選択肢との間で希望が叶わない場合もある。学生が就職先に希望する条件と、地域の雇用機会との間でどのようなギャップがあり、Uターン就職が進まないのかを検討したい。就職活動時にUターン就職を希望した者に対象を限定し、結果、Uターン就職を実現した者とそうでない者（県外就職者）について、就職の際に希望した条件にどのような違いがあったかをみてみよう⁴（図表3-5）。Uターン就職者が重視した条件は「就業場所・地域」「転勤がないこと」「通勤がしやすいこと」「企業の業種・仕事内容」であり、こうした条件を重視して就職活動を行った者では、結果的にUターン就職が実現しやすいと読むことができる。これに対し、Uターン就職を希望しながら県外就職をした者が重視した条件は「福利厚生が充実していること」「給与が高いこと」「学校の専門分野との関係」であり、こうした条件を重視したことが、Uターンを希望しながら結果としてUターンを実現できなかった背景にあると読むことができる。本分析からは、特定の希望条件がUターン就職の壁となっている様子が浮かび上がってこよう。

なお、図表3-1、3-2からは、新卒就職のタイミング以降も30歳頃までは離転職を機としたUターンが少なくない。この点、Uターン者のライフステージをみると、未婚者、もしくは調査時点で結婚している者でも配偶者・子どものない時点でのUターンが多くを占める。

³ ヒアリング調査からも、親の勧めがあって県外就職をした例、Uターン就職に親の情報がカギとなっている例がみられる。

⁴ 同図表は、Uターン就職を希望した者のうち、Uターン就職を実現した者が実現しなかった者より重視した割合が高い条件ほど上に、Uターン就職が実現しなかった者のほうが重視した条件ほど下に表示されている。

結婚後はUターンの動きは相対的に鈍くなる可能性もうかがえる。

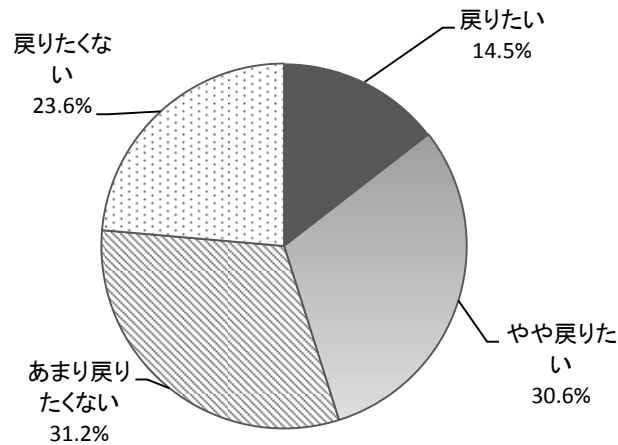


第3節 Uターン希望の所在と対応策

ここでは、出身県外に居住する者において、出身市町村へのUターン希望が何に左右されるのかを検討する。まず、出身県外に居住している地方出身者において、出身市町村へのUターン希望の程度をみると⁵ (図表3-6)、「戻りたい」(14.5%)、「やや戻りたい」(30.6%)を合わせ、約45%にUターン希望がある。少なくとも県外居住者にUターン希望があることがうかがえる。では、どういう人にUターン希望が強くあるのか。地域による違いはあるのか。本節で検討してみたい。

⁵ 出身県外居住者を対象にした「現在、中学卒業時にお住まいだった市区町村、もしくは県に戻りたいご希望はありますか」という設問における「a.中学卒業時に住んでいた市区町村」への回答を集計している。本図表は、労働政策研究・研修機構(2016)の第3章に掲載の図表3-13(25頁)の再掲である。本節の議論は、同書の議論を引き継ぐものである。

図表3-6. 出身市町村へのUターン希望
【出身県外居住者】N=2027



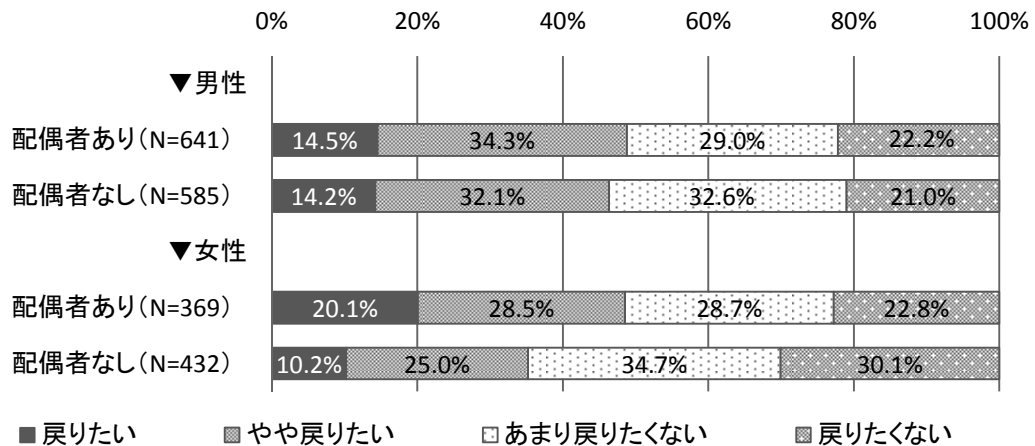
1. ライフステージ、仕事・家族の状況との関係

まず、労働政策研究・研修機構（2016）では、年齢が若いほど U ターン希望が高いことを指摘したが、ライフステージとはどのような関係にあるのか。この点は、男性と女性では異なる可能性もあるため、男女別・配偶関係別に出身市町村への U ターン希望の程度を検討しよう⁶（図表 3-7）。男性では、配偶関係によって U ターン希望に大きな違いはみられない。これに対し、女性では、「配偶者なし」に比べて、「配偶者あり」の女性で「戻りたい」割合が 2 割を超えるほか、「戻りたい」「やや戻りたい」を合わせた割合をみても、配偶者の有無によって女性の U ターン希望には大きな差がうかがえる。逆に言うと、配偶者なしの女性（≒未婚女性）では、相対的に U ターン希望が低いとも読むことができる。

なお、家族関係でいうならば、実家（親）との物理的距離が離れている人ほど U ターン希望が高まるという関係性はうかがえない。また、長男であること、長女であることと U ターン希望との関係はうかがえなかった。

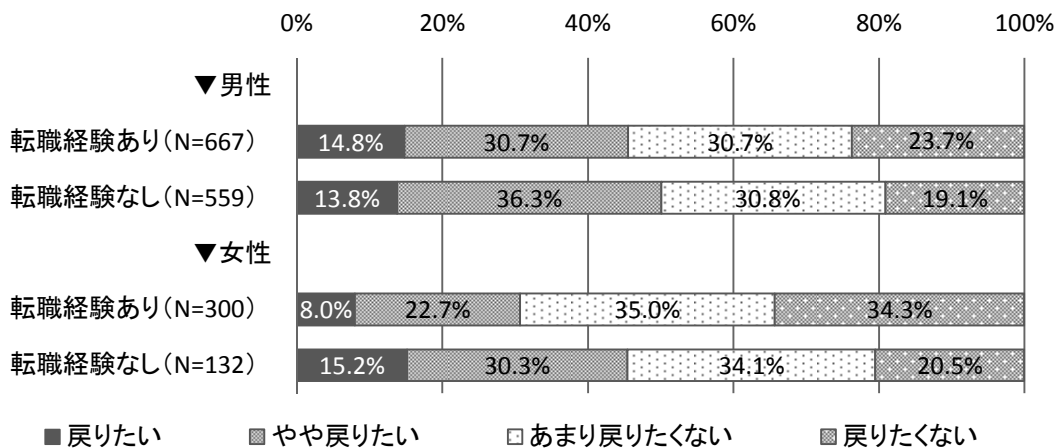
⁶ ここでの「配偶者なし」は、子どもがいない者のみとする。「配偶者なし・子どもあり」の者は、ケース数が少ないことから、本図表では結果を表示しない。

図表3-7. 出身市町村へのUターン希望
—男女別・配偶関係別—
(地方出身の出身県外居住者)



仕事の状況との関係については、就業形態、業種、職種との間で特定の傾向は見られない⁷。ただ、転職経験の有無とUターン希望との関係を男女別にみると⁸（図表3-8）、男性では転職経験による差は乏しいが、女性では、転職経験者ほど、Uターン希望が低い傾向が見られる。これは、Uターンする者にとっては離転職が大きなきっかけになっていることから、転職を経ても県外に残っている者ではUターン希望が少ないものと考えられる⁹。

図表3-8. 出身市町村へのUターン希望
—男女別・転職経験別—
(地方出身の出身県外居住者)



⁷ 通勤時間や労働時間の長さによる違いもみられなかった。

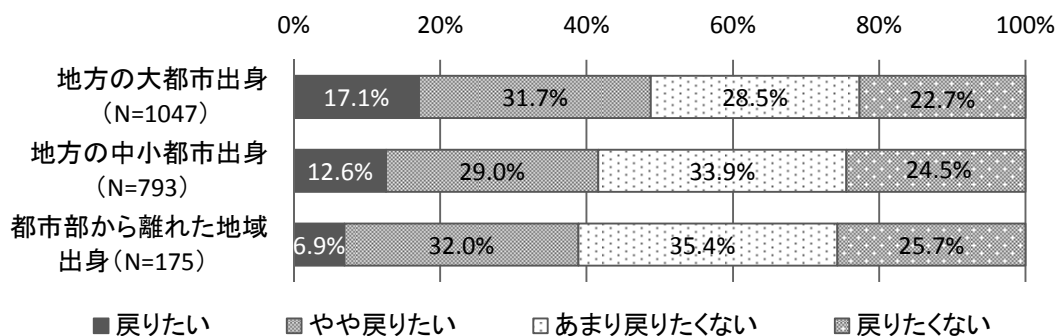
⁸ ここでは、転職経験の有無の影響を検討するにあたって、女性は結婚・出産を機に離転職しやすいことから、有配偶女性を集計対象から外している。

⁹ つまり、Uターン希望が低下するというより、Uターン希望が高い層は1度目の離転職を機にUターンし、集計対象から抜け落ちやすいことによるサンプルセレクションバイアスを反映していると考えられる。よって、「転職を経験するとUターン希望が低下する」といった解釈は控えたい。

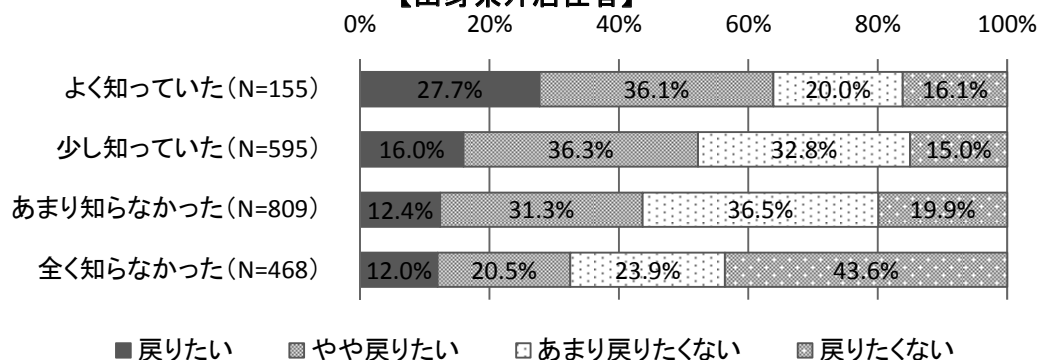
2. 出身地域との関係

次に、出身地域による差を検討しよう。第1章でみたように、同じ「地方」でも、大都市ほど雇用機会の選択肢や労働条件面、生活環境の面で違いがあり、Uターン希望に反映される可能性がある。出身地域別にUターン希望の程度をみると¹⁰（図表3-9）、「戻りたい」の割合に地域による差が大きい。地方の大都市出身者ほどUターン希望が多くある。出身地域の特性（雇用機会、生活環境等）がUターン希望に関わる可能性がうかがえた¹¹。

図表3-9. 出身市町村へのUターン希望
—出身地域別—
(地方出身の出身県外居住者)



図表3-10. 出身市町村へのUターン希望
—高校時代までの地元企業の認知程度別—
【出身県外居住者】



ここで、Uターン希望には、地域の雇用機会が「あること」と同時に、「知っていること」も大きく関わる。労働政策研究・研修機構（2016）では、高校時代までに地元企業の存在をよく知っていたかどうかUターン希望を大きく左右している可能性を議論した¹²（図表3-10）。地元企業を「よく知っていた」人ほど「戻りたい」「やや戻りたい」の割合が大きい

¹⁰ 本図表の対象サンプルには「三大都市圏」出身に区分される者も若干いたが（もとにしては地域類型が、都道府県単位でなく、市町村単位の都市圏を基準にしているため）、その結果は割愛した。

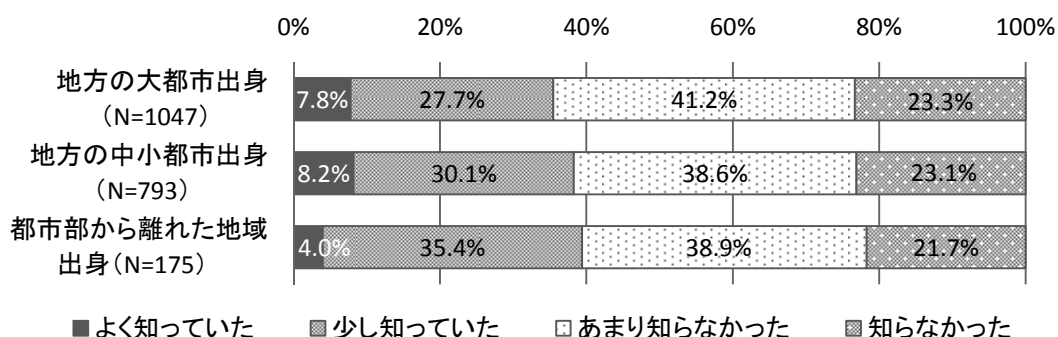
¹¹ これに関し、労働政策研究・研修機構（2016）では、実際に出身県にUターンした人のUターン先の分析から、「地方大都市の出身者」ほど出身市町村にUターンするが、都市部から離れた地域の出身者ほど、同じ出身県Uターンでも、他市町村へのJターンが多いことを示し、Jターン先は、「県内の大都市」が約8割という大きな割合を占めていることを議論した。本資料シリーズの分析では、出身地域（の都市規模）は、出身市町村へのUターン行動に影響するのみならず、Uターン希望にも関わってくることを示された。

¹² 図表3-10は、労働政策研究・研修機構（2016）に掲載した図表を再掲する。

のに対し、「あまり知らなかった」「全く知らなかった」人では U ターン希望の割合が小さい。

ただ、地元企業の数や中身は、産業構造のほか都市規模等の地域特性によっても当然異なりうるため、特に中小都市や都市部以外の地域では、どのように働く場を知らせるかという課題が大きいと考えられる。この点、まず地元企業を知っていた割合が出身地域によって異なるのかを確かめると（図表 3-11）、出身地域によって地元企業を知っていた程度に差は見られず¹³、地方の中小都市や都市部から離れた地域の出身者でも、地元企業を「よく知っていた」「少し知っていた」割合は 4 割程度存在する。

図表3-11. 高校時代までに地元企業を知っていたか
—出身地域別—
(地方出身の出身県外居住者)



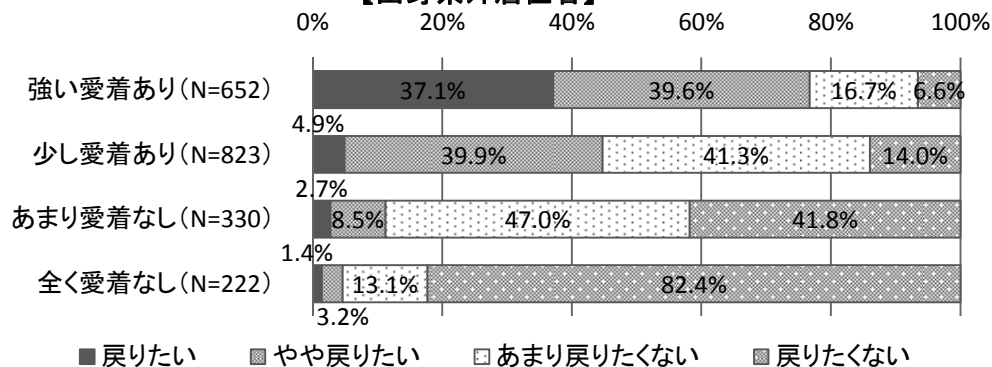
ただ、地元企業を知るといっても、「どのように知るのか」には地域差があるのではないかと。例えば、マスメディアで名前を知られるような有名企業は、都市規模が小さいほど限られるだろう。この点、地元企業を知るきっかけとなった出来事を、出身地域別にみてみたい（図表 3-12）。まず、同じ地方でも「地方の大都市」では、マスメディア（新聞・TV 等）で地元企業を知る機会が、中小都市クラス以下の規模の地域と比べると多いことに特徴がある。これに対して、「中小都市」「都市部から離れた地域」の出身者では、「学校の行事（企業見学等）」「職業体験」のウェイトが大きい。また、都市部から離れた地域では「家族・親族からの情報」「友人・知人からの情報」の占める割合が高いことにも特徴がある。マスメディアに名前が出るような有名企業が少ない地域では、学校行事、職業体験などの機会を積極的に持つことで地元企業の認知を広めることの重要性が大きいだろう。加えて、人づての情報、特に親の影響の重要性もうかがえる。ヒアリング調査でも、親に地元企業がよく知られていないという課題が各地で聞かれるが、本図表から、親に対しての認知度を上げることが、その子どもへの情報提供につながり、中長期的に U ターンにつながりうることを示唆される。地方における「地元企業が知られていない」という課題への取組みの方向性を示していよう。

¹³ 統計的な有意差なし。

図表3-12. 地元企業を知ったきっかけ—出身地域類型別—（出身県外居住者）※複数回答

	学校の行事 (企業見学 等)	職業体験	働いている人 の話を個人的 に聞く機会	マスメディア (新聞・TV 等)	あなた自身の 情報収集	自治体が発行 する広報誌	地域で行われ たイベント (展示会等)	家族・親族か らの情報	友人・知人か らの情報
地方の大都市 (N=372)	34.7%	20.7%	16.7%	27.4%	28.2%	10.8%	7.8%	37.1%	20.2%
地方の中小都市 (N=304)	49.7%	24.7%	15.8%	17.8%	26.6%	9.5%	8.6%	36.8%	21.1%
都市部から離れた地域 (N=69)	46.4%	24.6%	15.9%	15.9%	26.1%	8.7%	8.7%	44.9%	29.0%

最後に、Uターン希望には出身地への愛着が強く関係する¹⁴（図表3-13）。「強い愛着あり」の場合は、「戻りたい」「やや戻りたい」合わせて約77%がUターン希望を持っている。そして、愛着の程度が低いほどUターン希望は大幅に減少することが示されている。

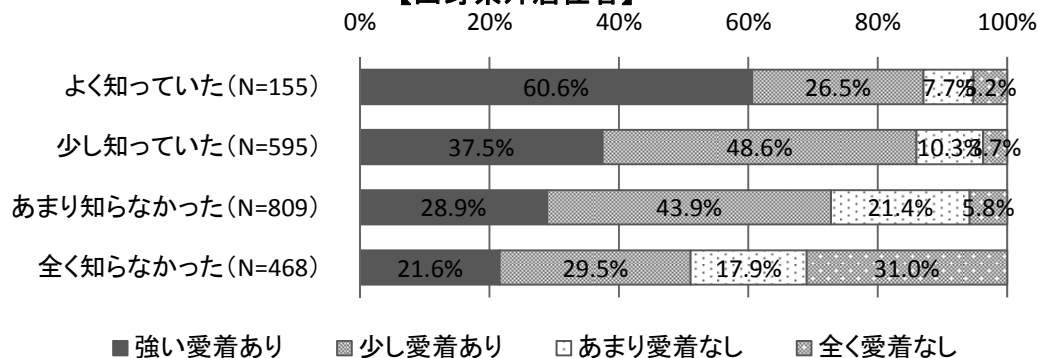
図表3-13. 出身市町村へのUターン希望
—出身市町村への愛着有無別—
【出身県外居住者】

愛着がUターン希望の土台となることは、容易に想像のつく結果とも言えるだろう。問題は、むしろ愛着に何の関係するかにある。もちろん、親（実家）との関係、地元の友人関係など様々な要素が関係するであろう。祭り・イベントの有無など、地域コミュニティの取組み・一体感等も関係するかもしれない。こうした要素の重要性を認識しつつも、本章では、地域雇用政策を考える視点から、子どものときに地元企業を知ることが地域への愛着につながる可能性、そしてUターン希望につながる可能性について検討してみたい。

高校時代までに地元企業を知っていた程度別に、出身地への愛着の程度をみると（図表3-14）、地元企業を「よく知っていた」人ほど、出身地に強い愛着を持っていることがわかる。先にみたように、愛着の強さはUターン希望の土台となることから、高校時代までに地元企業をよく知ることが、地元を離れた後も愛着として残り、Uターン希望に反映されるのではないかと。この点は、後の計量分析で検討したい。

¹⁴ 図表3-13は、労働政策研究・研修機構（2016）に掲載した図表を再掲する。

図表3-14. 出身市町村への愛着
—高校時代までの地元企業の認知程度別—
【出身県外居住者】



3. Uターン希望の規定要因

これまでの検討をふまえ、出身地へのUターン希望が何によって規定されるのかを、計量分析によって検討する。先にクロス表で検討したように、Uターン希望の程度は、性別やライフコース、出身地域、高校時代までの地元企業認知、出身地域への愛着によって影響を受ける。具体的には、特に未婚女性のUターン希望が弱いこと、同じ「地方出身」でも大都市の出身者ほどUターン希望が強いことに加え、高校時代までに地元企業を知っていた人、出身地域への愛着がある人ほどUターン希望が強いと推測される。さらには、地元企業認知は出身地域への愛着と強い関係にあり、それがUターン希望に反映されることもうかがえた。この点を検討しよう。

被説明変数は「出身市町村へのUターン希望」とし¹⁵、分析方法はロジスティック回帰分析とする。投入する変数は、年齢、性別・配偶者有無、最終学歴、就業形態、転職経験の有無、年収、実家との距離¹⁶、長男・長女かどうか、出身地域、高校時代までに地元企業を知っていた程度であり、モデル2で「出身地域への愛着」を加えて結果の変化を読む形をとった¹⁷。

結果をみよう(図表3-15)。まず、モデル1の結果から読む。年齢が高い人ほど、配偶者のいない女性ほど、転職経験がある人ほど、Uターン希望が低い。出身地域で見ると、「地方の大都市」出身者ほどUターン希望が高い。これらに加え、高校時代までに地元企業をよく知っていた人ほどUターン希望が高いことがわかる。

¹⁵ 本設問は「戻りたい」～「戻りたくない」の4件法であるが、分析では、「戻りたい」=4点～「戻りたくない」=1点のように点数化して被説明変数とした。

¹⁶ 「実家との距離」は、「あなたは、次の方と同居または近居されていますか」における「あなたの親」への回答を用いた。具体的には、「同居している」「隣・同じ敷地内」「歩いて行けるところ」「片道1時間以内」をまとめて「片道1時間以内の距離」とし、「片道3時間以内」「片道3時間超」「いない」と比較した。

¹⁷ それぞれの変数、もしくは変数のもとになった項目の記述統計については、労働政策研究・研修機構(2016)に所収の「単純集計結果」を参照のこと。

モデル2で「出身地域への愛着」を追加で投入すると、決定係数が大幅に上昇し、出身地への愛着がUターン希望を大きく規定していることがわかる。加えて注目すべきは、「高校時代までに地元企業を知っていた程度」の係数値が0に近づき、統計的有意性が消滅していることである。先ほどのクロス表の検討で、高校時代までに地元企業を知った程度は愛着と強い関係があることをみたが、計量分析の結果は、高校時代までに（転出前に）地元企業を知ったことが、転出後も出身地への愛着として残り、Uターン希望につながっていることをうかがわせる¹⁸。

¹⁸ 別の説明の仕方も考えられよう。転出前から地元意識（愛着）の高かった人ほど、地元企業を知ろうとし、それが現在の愛着、Uターン希望まで反映されている可能性である。また、1時点の調査設計では、回顧式の設問ゆえの問題（バイアス）も排除できない。詳細な解明は今後の課題としたい。

図表3-15. 出身市町村へのUターン希望の規定要因
(順序ロジスティック回帰分析)

分析対象	出身県外居住者			
	モデル1		モデル2	
	B	標準誤差	B	標準誤差
年齢	-.031	.011 **	-.028	.011 *
性別・配偶者有無 (基準：男性・配偶者なし)				
女性・配偶者なし	-.404	.124 **	-.625	.132 **
男性・配偶者あり	.063	.113	-.187	.120
女性・配偶者あり	.251	.135	-.104	.143
最終学歴 (基準：中学・高校)				
専門・短大・高専	-.118	.137	-.115	.144
大学・大学院	-.165	.118	-.214	.125
就業形態 (基準：正規雇用)				
パート・アルバイト	.025	.162	.035	.173
派遣社員・契約社員	-.269	.158	-.273	.167
雇用以外	-.049	.190	-.131	.202
転職経験あり (基準：経験なし)	-.232	.093 *	-.220	.098 *
年収 (基準：300～400万円未満)				
200万円未満	-.297	.164	-.171	.175
200～300万円未満	.083	.146	.066	.154
400～500万円未満	.100	.139	.103	.147
500万円以上	-.149	.131	-.056	.139
実家との距離 (基準：片道1時間以内の距離)				
片道1～3時間以内の距離	.088	.146	-.018	.154
片道3時間超の距離	.137	.134	-.072	.142
親はいない	-.008	.171	-.007	.182
長男・長女 (基準：長男・長女以外)	-.073	.092	.092	.097
出身地域 (基準：都市部から離れた地域)				
地方の大都市	.385	.152 *	.394	.162 *
地方の中小都市	.131	.155	.172	.166
高校時代までに地元企業を知っていた程度	.488	.048 **	.054	.052
出身地域への愛着の程度			1.603	.061 **
χ^2 乗値		184.884 **		1026.454 **
-2 対数尤度		5056.892		4284.768
Cox-Snell R ² 乗		0.089		0.404
Nagelkerke R ² 乗		0.096		0.434
N		1982		1982

**1%水準で有意, *5%水準で有意

第4節 小括

本章では、地方出身者のUターン移動を例に、地方への人材還流の可能性を検討した。本章の要点は次のようにまとめることができる。

①地方出身者のUターン移動のピークは、大卒時のUターン就職にある。Uターン就職を

- 希望する人は、「実家から通える」「愛着のある地域で生活する」といった理由が多い。また、Uターン就職者は就職活動の際に親と相談する割合が高いなど、親の意向や情報が、Uターン就職に関係する可能性がうかがえた。さらに、福利厚生の充実、給与水準、学校の専門分野との関係等の希望条件は、Uターン就職実現の壁となっている可能性があった。
- ②出身県外に居住する者でUターン希望をもっている者は少なくない。女性は未既婚によってUターン希望に差があり、未婚女性はUターン希望が相対的に少ない。出身地域によってもUターン希望に違いがある。大都市部の出身者はUターンを望みやすいが、都市部から離れるほどUターン希望は少ない。地域の雇用機会、生活環境の差が関係する可能性もうかがえる。
- ③出身地への愛着のほか、高校生までに地元企業を知った経験は、Uターン希望の土壌となっている。高校時代までに（転出前までに）地元の働く場を知ったことは、転出した後も愛着として残り、それがUターン希望として反映される部分があると考えられる。
- ④地元企業を知る機会は、出身地域によって相違がある。同じ地方でも、大都市では、マスメディア（新聞・TV等）で地元企業を知ることが相対的に多い。これに対して、中小都市や都市部以外の地域では、「学校の行事（企業見学等）」「職業体験」のウェイトが大きい。都市部から離れた地域では「家族・親族からの情報」「友人・知人からの情報」も重要である。

大都市部の出身者ほどUターンを希望しやすいという結果にも示されているように、地方出身者のUターン移動は、地元の雇用機会・生活環境次第である面もうかがえる。実際、同じ地方でも大都市部ではU（J）ターンは比較的進みやすく、都市部から離れる地域ほどUターンを望みにくいと考えられる¹⁹。その意味で、Uターンも地域構造的に規定される部分が否めない。

しかし、同時に、Uターンは地域への愛着で決まる部分も大きいことに留意したい。Uターンが、実家（親）との関係性で決まる部分は大きく、親の存在（意向や情報）が大きい。ただし、地元に戻るにしても働く場の見当がつかなければ意思決定には進みにくい。この点、高校時代までに（地元を出る前に）地元企業を知っていたかどうかUターン希望を大きく左右していた。Uターン決定・希望には、働く場が「あること」と同時に、働く場を「知っていること」が大きく関わるものがあらためて示された²⁰。

本章の結果は、地域の子どもたちが「働く場」を知ることが、転出後も出身地への愛着として残り、Uターン希望にも反映される可能性を示している。では、働く場をどのように知

¹⁹ 労働政策研究・研修機構（2016）における「出身市町村へのUターンとJターン—出身地域類型による違い」（pp.19-21）も参照。

²⁰ Uターン希望者における行政支援ニーズをみても、「転居費用の支援」「子育て支援」といった金銭的支援以上に、「希望者への仕事情報の提供」を希望する割合が相対的に高い。労働政策研究・研修機構（2016）p.27参照。

らせるのか。これについては、地域の位置づけによって若干異なるだろう。大都市であれば、マスメディアの情報によって自ら知る機会も多いと考えられる。これに対して、都市部から離れた地域では同じようにはいかない。メディアに登場するような有名企業が相対的に少ないからだ。そのため、学校の行事（企業見学）や職業体験によって、もしくは親など家族・親族の情報によって知る部分が多くなる。学校の役割、行政の役割、地域の役割、親の役割がいっそう大きいと言えるだろう。こうした取組みによって働く場を知らせることが、すぐに出身者の U ターンにつながるわけではないが、中長期的な視点で見ると、U ターン希望を醸成し、また U ターン希望を実現しやすくなることで、地域への人材還流の流れをつくる有効な方策と考えられる²¹。

現在、地方では UIJ ターン促進策として、子育て支援の拡充、転居費用の助成など様々な施策が展開されている。そうした（短期的な効果を意識した）施策とともに、中長期的な人材還流を見据えた施策にも大きな意義があることが、本章の検討から示唆された。

²¹ 地元の高校生が地域の企業・商店を知ること、地元愛を醸成する取組みとしては、福井県大野市における「大野へかえろう」プロジェクトが好例である（労働政策研究・研修機構 2016 所収の「大野市企画総務部企画財政課結の故郷推進室ヒアリング記録」参照（pp.157-161））。また、将来的な地元企業への就職を促すための早くからの意識付けに関しては、長野県岡谷市において、地元の小中高校生などに対し地元企業の魅力や製造業の楽しさを伝える取組みを行っていることが好例だろう（労働政策研究・研修機構 2015a 所収の「岡谷市経済部産業振興戦略室、経済部工業振興課ヒアリング記録」参照（pp.94-97））。