

知らなきゃもったいない！ 高校生が考える越前市の魅力を伝える方法

4組F班

1. はじめに

企業説明会で、政策推進課の方が「人口減少対策」を中心にお話をされていました。話をお聞きした後、高校生の立場からでしか気づくことができないこともあるのではないかと、思ったので、このテーマにしました。待機児童ゼロや子供の人数などに応じた補助金制度など、越前市の福祉面には多くの魅力があります。その上で越前市に足りないものや、より良くできるものを研究し、UI ターンの増加など、人口減少対策になる政策を考えていきます。

2. 研究方法

・インターネット

- ①越前市役所のホームページで人口減少対策に関する情報を調べる
- ②人口増加した地方都市の特徴を調べる

3. 結果と考察

①越前市の人口減少対策

・学生活動(越前市のまちづくり・産業活性化・定住化促進)の補助

...越前市で実習や研修を行う際の宿泊費の補助

延宿泊数に一人あたり千円を乗じて得た額

・移住フェア

移住に向けた活動補助

...現地活動(下見等)を行う際の交通費(最大3万円)・宿泊費(最大1万円)・レンタカー代(最大5千円)の補助

移住初期支援(移住に向けた活動を行うこと)

...一世帯あたり10万円の初期支援

ホームページにインタビューを掲載

・越前市 IJU ターン就職奨励金

...県外から越前市内に移住かつ越前市内の企業に就職した方への奨励金交付

一人あたり10万円(創業した場合は20万円)

これらから、越前市は移住者だけでなく学生へ向けた対策を行っているとわかる。

②人口増加した地方都市の特徴

内閣府の調査によるとその特徴は主に4つである。

(1)地方より3大都市圏、北日本より南日本

福井県は地方都市である点が含まれていないが、北陸であり北日本(北海道、東北)には含まれていないため増加する可能性はあるといえる。

(2)製造業・商業等の集積地で有効求人倍率が周辺より高い

人口増加した市町村には製造業・商業や農業・観光の拠点がある。また、昼夜人口比率が1倍を超えており、周辺に比べて有効求人倍率が高い傾向がある。

福井県は例年2倍近くを維持しており、全国1位である。その中で越前市は一年を通して1.5倍以上である。

(3)人口10万人以上の製造業・商業等の集積した都市の近隣である

(3)の条件に当てはまる福井市には車で1時間未満で行くことができ、近隣であると言える。

(4)子育て世代の人口構成割合が高い

越前市の子育て世代(20~49歳の男女とする)は男性が14313人、女性が13645人で、人口82524人中の割合は約34%である。(データは2015年のもの)

これらの要因から、越前市や福井県は人口増加する特徴に当てはまる場所が多くあり、これから人口増加する可能性は大いにあると言える。

4. 今後の課題

越前市は十分な人口減少対策がおこなわれていることが分かったため、それを必要としている人に届くような工夫をする必要がある。また、移住者増加を目的とした対策だけでなく、現在越前市に住んでいる越前市民が満足できるような制度がたくさんあると良い。さらに人口増加した地方都市の特徴にも大いに当てはまっているため、人口増加の兆しが十分にあるといえる。そのために、誰が見てもわかりやすく伝わるように文章を工夫したり、写真や絵を使うなどのレイアウトを工夫したり、少しでも越前市に興味を持ってもらうためのパッケージをつくるべきであると考えます。

5. その後の研究

越前市の制度を分かりやすく伝えるために、“きっかけづくり 手にとりやすさ”をキーワードに研究を進めた。

紫式部→働く女性向け、いわさきちひろさん→子供向け、見延選手→社会人向けの健康プランなど、越前市の有名人、特産物をモチーフにしたパッケージを提案。

各パッケージにつけるサービスやギフトを考えて、越前市の魅力に直に触れて良さを知ってもらうことで定住化を進める。

例)商店街の割引

シャッター街を託児所、勉強スペース、フリースペース(リノベーションを行ったもの)のお知らせ、利用サービスベンチャーがつくる福井産の食べ物などをギフトとしてプレゼント→企業をサポート、知名度アップ

またこれらのパッケージには越前市の制度だけでなく、国や県のサービスも一緒に載せることで、一つのパッケージで満足できる内容にしていく。更に制度利用のタイミングや、年中行事を人生ゲームのようなマップにすることで、堅苦しくなく、手に取りやすくなる。

次は実際にパッケージに載せる内容の例である。

<子育て ver.> いわさきちひろプラン

妊娠・・・検診、助成金・一時金の案内

誕生・・・セミナー、相談会、教室を案内

助成、児童手当等の申請の仕方を詳しく

保育園・幼稚園入園・・・越前市の園を紹介(特徴も→どこの小学校に行くかなど)

小学校入学・・・入学する小学校を紹介(私立を含む)中学校・高校・大学入学のとき
も
同様にする

このプランの人に月1回(小学校くらいからは年2回)でパンフレットを配布

パンフレットの内容・・・予防接種など、福井のあるある、常識を分かりやすく伝える

ギフト・・・博物館、体験のチケット(子供無料、大人半額など)

・そば打ち、和紙すき・菊人形チケット

越前筆筒の木のおもちゃ・食器(皿、スプーン)、越前漆器の食器、

いわさきちひろ作・かこさとし作の絵本

越前和紙のしおり(菊などの押し花)

<移住者向け(一人暮らし用)> 家族には子育て向けの内容もプラスする

移住を考え出す・・・移住のメリット、デメリット、いいところを紹介

移住をする方向へ・・・家紹介(リノベーション済み空き家をオススメ)

移住決定・・・移住助成金などの説明

毎年のパンフレット・・・イベント(音楽系、祭りなどジャンル分け)、お店など

ギフト・・・健康診断

食事券

アクティビティ、博物館などの利用券(どちらも選択肢があるように)

温泉など施設利用券(ゆらりなど)

地酒

これらの他にも、パンフレットに載せようとしているもの

<補助金>

越前市役所からの移住情報

下見での交通費補助 新設、リフォーム補助金

子育て関係...リフォーム補助金 大学交通費補助 私立高校奨学給付金 子供医療費助成

移住者関係...就職奨励金

<スケジュール提案 ~の日>

・歴史巡りの日

万葉館(万葉集)蔵の辻 紫式部公園 御誕生寺(猫寺)

・伝統工芸体験の日

そば打ち体験 和紙すき体験 和紙すき見学 タケフナイフビレッジ見学、体験

↑イベントも入れ込む

菊人形 日野川花火大会 ものづくりフェスタ 菊花マラソン

越前市の基本知識も載せて越前市をより知ってもらい、好きになってもらう

コウノトリ 市の花など 食べ物(越前そば、ボルガライス、吉田商店のソフトクリーム)

5. 参考文献

越前市役所 ホームページ

<https://www.city.echizen.lg.jp/office/030/010/challenge.html>

内閣府「地域において人口の増加した市町村の特徴」<https://www5.cao.go.jp/j-j/cr/cr14/chr140201.html>

福井労働局「令和5年1月 有効求人倍率」<https://jsite.mhlw.go.jp/fukui-roudoukyoku/content/contents/001397963.pdf>

ハローワーク情報サイト「ハローワーク武生の有効求人倍率と就職件数」
<https://www.hwiroha.com/area/Fukui/Takefu.html>

越前市 市町別年齢別人口

https://www.city.echizen.lg.jp/office/010/021/tokei/tokei-nenkan-2_d/fil/02-04.xls

越前市改革案

～若者を呼び寄せ、誰もが住みやすいまちを目指して～

5-H 班

〈今回のテーマ設定の理由〉

現在、越前市では若者の減少・Uターン率が低いということが問題とされている。

2024年春に北陸新幹線の県内開業並びに越前たけふ駅の開業を控え、越前市が課題とする若者を呼び寄せる方法とこれからの越前市を発展させる研究が重要であると考えたからである。越前市でも少子高齢化が進んでおり、未来の越前市のために若者の人口を増やすことが重要である。そのために、現在の越前市に不足しているものを把握し、商業施設をはじめとした様々な施設を創り、越前市民の方は住みやすいと思い越前市外の方には、越前市に住みたいと思ってもらえるような町づくりを提案することが高校生にできる越前市のためになることであると考えた。

〈仮説〉

・若者が越前市にあまり来ないのは、若者が必要としている施設が少ないからだろう。そのため、新幹線開通に合わせて商業施設などを開設することで、都市化を目指せば若者の人口が増加する。

〈研究方法〉

・若者が必要としている施設や政策を調べる

高校生を対象に、越前市に必要な施設などの越前市の政策についてのアンケートを実施する。

・インターネットを使い、街の活性化に成功している自治体や政策を参考にする

〈研究結果〉

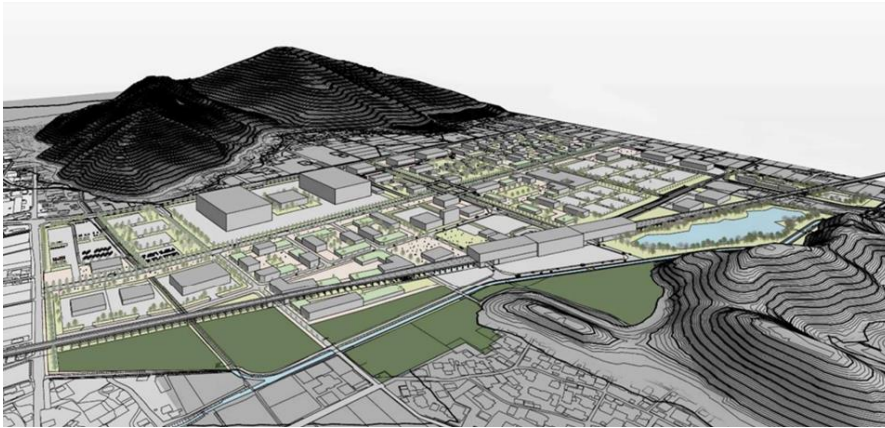
アンケート結果

Q1.あなたが思う越前市に必要な娯楽・商業施設とは？

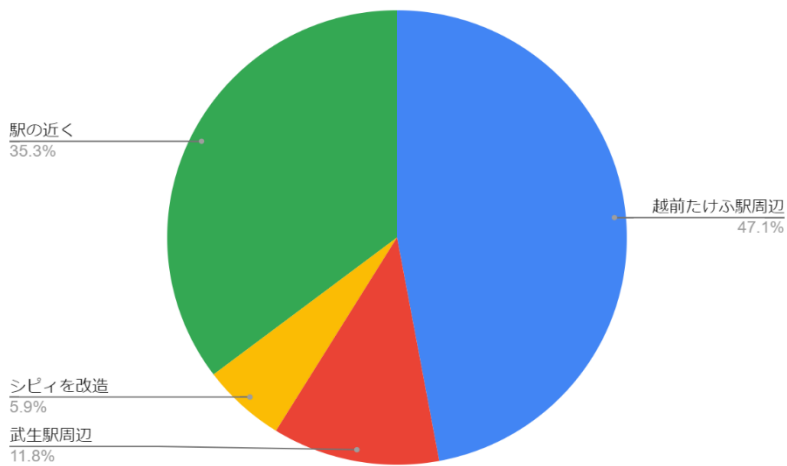
(複数回答・具体的な施設名でも可)

・ショッピングモール(例:イオンモール)・グランピング施設

・映画館 ・遊園地 ・カフェ ・動物園 ・コストコ ・アクティビティ施設

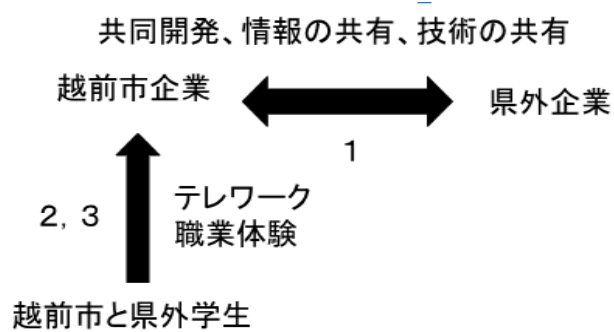


Q2.Q1 で答えた娯楽・商業施設はどこにほしいですか？



テレワーク活動による越前市の活性化による主な内容

- 1 越前市と県外企業の連携(共同開発、技術の共有)で企業を育てる
- 2 県外の学生 越前市の企業とテレワーク職業体験
- 3 越前市学生 越前市の企業とテレワーク職業体験



リノベーションまちづくり

・街の潜在資源を活用して都市、地域の経済課題を解決する。

3つの要素・リノベーションまちづくり構想

・リノベーションスクール

・家守会社

越前市にできるリノベーションまちづくり

- ①古民家再生による子育て世代の住居確保
- ②まちなかの空き地を使ったコミュニケーションの場
- ③新駅近くの空き家、空き地を使ったカフェテリアなど

中高生を対象としたリノベーションスクールの実施

・事前講演会

リノベーションまちづくりの説明や実践する心構えなどの説明

・リノベーションスクール

学生に地域を多く見る機会を設け、地域に必要なものを考える

街の不動産オーナーから対象となる遊休不動産を提供してもらい、事業プランを練る

図表 19 福井市中央1丁目店舗の空き店舗率



出典：まちづくり福井資料

〈考察〉

アンケート

若い世代の人は、ショッピングモールなどの大型商業施設を越前市にできることを望んでおり、それは越前市活性化においても重要である。

テレワーク

- ・テレワーク活動にやり企業など現地に行くためにかかる時間や交通費がかからないメリットがある
- ・都市圏に比べて知名度が低いが優れた技術を持つ企業がテレワーク活動を通して越前市内の学生、県外の学生に認知されその企業でも働く選択肢を作る
- ・県外の企業と共同開発、情報共有、技術の共有により越前市の企業規模の拡大、越前市の企業の成長によりその地元の越前市の税収も増える
- ・県外と越前市の企業同士の連携により規模が大きくなる

リモートワーク

- ・地域のまちづくり企業などに一事業案として提出し、地域のまちづくりに貢献できる
- ・地域間での繋がりを深め、地域住民のまちづくりへの関心を高めることができる
- ・地域の空き家、空き地再生により街の景観をよりよくすることができる

〈今後の課題〉

- ・様々な娯楽施設の設置には建てるための場所が必要になるため、利用できる空き家や 空き地の確認をしなければならない。
 - ・県外や越前市の学校、企業とコンタクトをとり、テレワークができるように連携しなければいけない。

Uターン率 up!! ～地元企業の魅力を発信！～

6組H班

1.はじめに

現在、越前市が抱えている問題のなかでも「Uターン率の低迷」という課題は、高校を卒業したあと大学に進学し、その後就職する私たちにとってとても身近な問題であり、私達高校生が考えるべき問題だと考えた。このテーマを設定した理由は、越前市のUターン率が低い原因として、越前市にどんな地元企業があるのか、地元企業が何をしているか、を知らない人が多いのではないかと考え、高校生に地元企業の魅力を知ってもらうことで、地元企業へ就職したいと思う人が増え、Uターン率の向上につながるのではないかと考えたからである。また、Uターン率が低い理由として、越前市に企業や大学が少ないことなども挙げられたが、地元企業について知らない人が多いという課題は、私たち高校生が学生たちに向けての取り組みを考えることで解決できるのではないかと考えた。

2.研究方法

私たちは、以下のような研究を実施した。

①アンケート

対象: 武生高校全校生徒

内容: ①希望の進学先はどこか

②希望の就職先はどこか

③地元の企業をいくつ知っているか

④③で答えた企業が何をしているかを知っているか

⑤地元の行政機関が行っているUターン率UPのための取り組みを知っているか

⑥どんな取り組みがあったらUターンしたいと思うか

⑦Uターンするなら、どのタイミングで帰りたいか

②インターネットの利用

・福井県のUターン率や推移について

・福井県のUターン率UPへの取り組みについて

・他県のUターン率UPへの取り組みについて(特に富山県)

③インタビュー

対象: 越前市企画政策推進課さん

内容: ・各地元企業の福井県出身者の割合はどれくらいなのか

・各地元企業にUターンをした人はどれくらいいるのか

・越前市でのUターン率UPのための取り組みはどんなものがあるのか

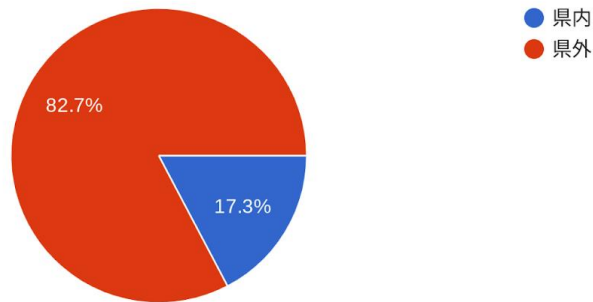
3.研究結果

アンケートの結果は以下のようになった。

回答数 156(1年生 41人 2年生 58人 3年生 57人)

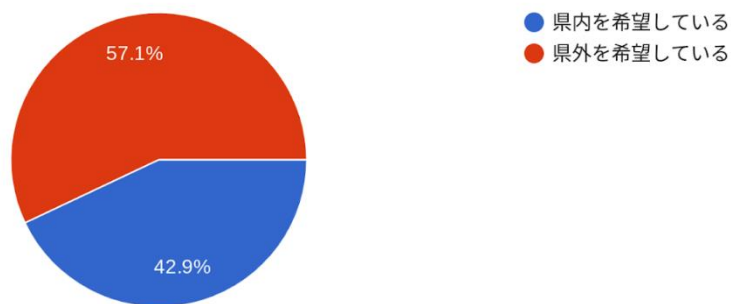
①希望の進学先

156件の回答



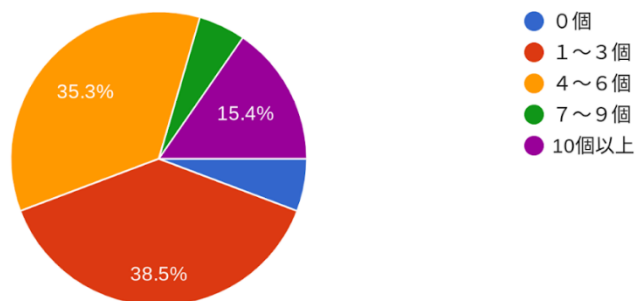
②希望の就職先

156件の回答



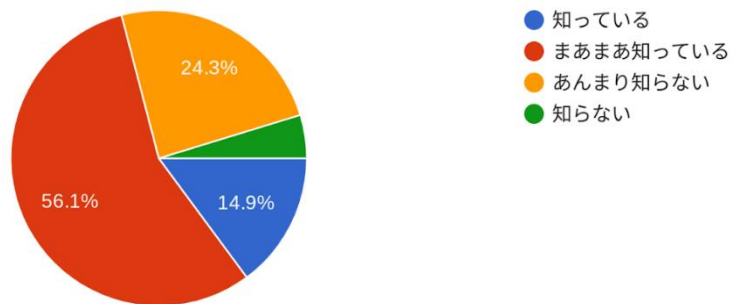
③地元(自分が住んでいる市町村)にある企業をいくつ知っているか

156件の回答



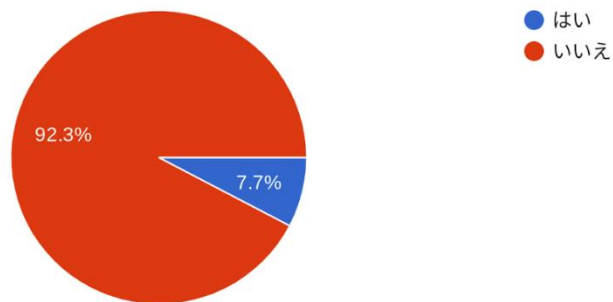
④地元の企業が何をしているか知っているか

148 件の回答

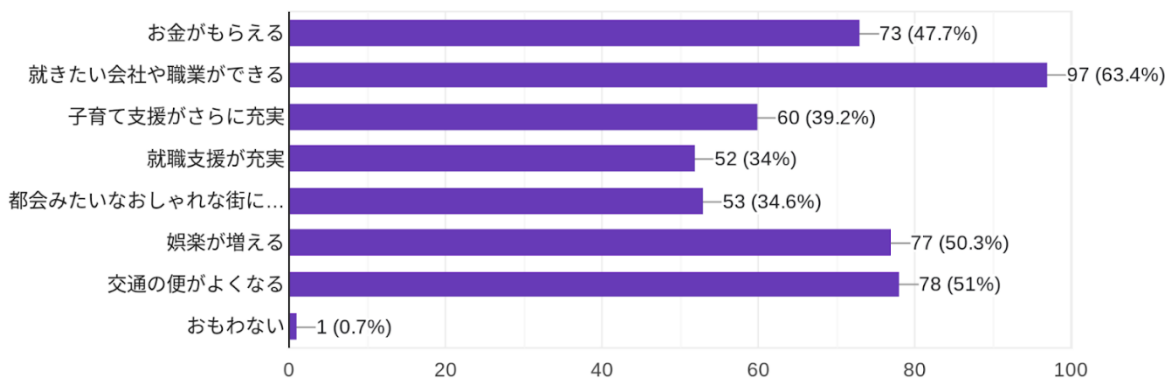


⑤地元の行政機関が行っている U ターン率向上のための取り組みを知っているか

156 件の回答

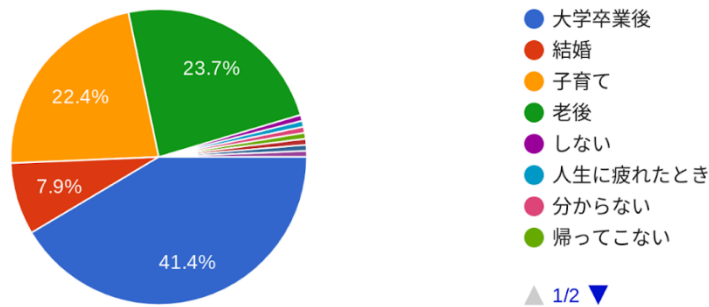


⑥どんな取り組みがあったら U ターンしたいと思うか



⑦Uターンするなら、どのタイミングで帰りたいか

152 件の回答



4.考察

これらの研究結果から、私たちは、越前市のUターン率を高めるために3つの解決策を考えた。まず、多くの若者が地元企業の魅力を全く知らないため、県外に進学してもUターンする人が少ないという現状を知った。このことをふまえ、3日間開催のキッズニアを設けることを提案したい。1日目は小学生、2日目は中学生、3日目は高校生と大人というふうにそれぞれの日ごとに対象を分けたいと考えている。その理由は、それぞれの学年に応じた体験内容にすることでどの学年の人も充実した体験をすることができると思ったからだ。

2つ目にあげる解決策は、県外大学生に向けた越前市内のインターンシップツアーだ。越前市の企業を周り、複数の職業体験ができるバスツアーである。福井県から県外へ進学した大学生を対象とし、帰省も兼ねて参加しやすいように、夏休み等の長期休暇を利用して開催したい。

また、3つ目に上げる解決策は、SNSを使用した企業の魅力発信だ。多くの若者は、インスタグラムを使用している人が多く、何気なくインスタグラムの広告に目が入ると思う。だから、インスタグラムの広告を使うことで、多くの若者に越前市の企業の魅力を知って興味をもってもらえると思う。

これらの取り組みを行うことで、越前市のUターン率が上がると考えた。

5.今後の課題

・キッズニアでは、越前市が開催しているものづくりフェアと共同してキッズニアを開催することが可能なのかという課題がある。ものづくりフェアと共同することで、企業の出店が一度で済み、また、より多くの市民の関心を集め、より多くの参加者が見込まれるが、実際に共同で行うことが可能なのか、越前市やものづくりフェアの主催者と理論する必要がある。

・インターンシップツアーは越前市がバス代や昼食費、体験費などすべて負担することで大学生が参加がしやすくなるというメリットを生んでいるが、実際のところ、市がすべてを負担することは可能なのか。参加費はやはり必要か。という点について越前市と議論する必要がある。

しきぶグッズ&越前市便利マップ案

7組 F 班

0. 要旨

私たちは「紫式部の大河ドラマ」に便乗したグッズ作成と越前市主導のぐるぐるマップを活用した越前市のPRを企画しました。

1. はじめに

越前市を、伝統や文化が残る歴史的な街、また、子育てしやすい街として、越前市を活性化するために2つの提案をしたいと思います。

2. 方法

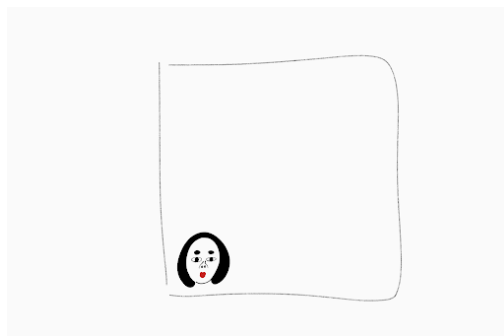
①「越前市の活性化」と ②「子育てしやすい街のPR」をするために

① 2024年度から紫式部を主人公とした大河ドラマが始まるのに先駆けて、紫式部のグッズを作って観光客を呼び込むことを提案します。

中間発表会のときに、行政として紫式部事業を進めていきたいというお話を頂きました。現在、紫ゆかりの館に紫式部のグッズが売られていますが、デザインや機能性に物足りなさを感じ、私達は新たに紫式部のキャラクターを考え、それを使ったグッズ案を作成しました。その名も「しきぶちゃん」です。



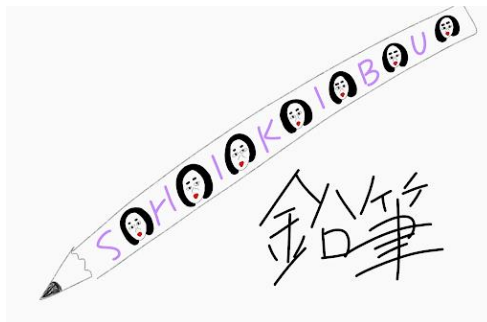
「しきぶちゃん」



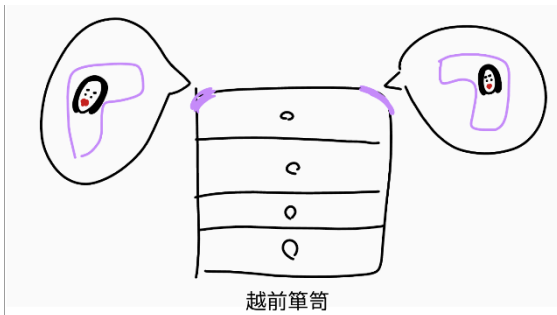
(ハンカチ)



(キーホルダー)

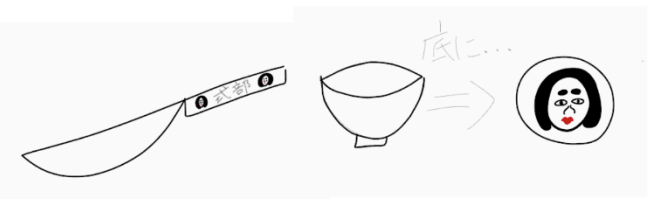


(鉛筆)



越前筆筒

(コーナーガード)



越前打刃物

越前漆器

(越前打刃物、越前漆器)

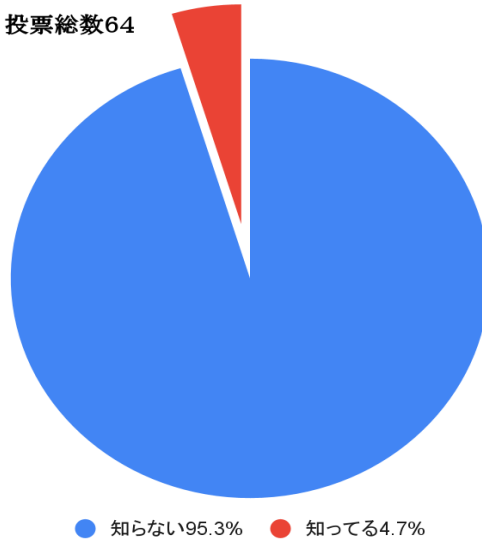
② 最初、私たちはホームページのレイアウトを変更し「子育てのしやすい街 越前」をもっとPR できるのではないかと考えました。しかし、ホームページは4年前に大幅リニューアルをしたということで、我々はホームページ自体を変えるのではなく特設サイトを使いそれを越前市のホームページからハイパーリンクで飛ぶようにし、越前市の子育てへの熱意をもっとPRしようと考えました。

そこで、私達が提案するのは「越前市ぐるぐるマップ」を改良して子育てに活用させることです。ぐるぐるマップは越前市が主導するウェブサイトで開くことができる便利マップです。活用しようと思った理由は地図が色分けしてあり見やすいこと、知りたい施設だけで切り替えられるということ、また知りたい施設の詳細が出てくるというとても便利な機能があります。私たちは、この切替機能に下図のように授乳室を追加すべきだと考えます。



また、ぐるぐるマップの改良すべき点は越前市のホームページとのリンク率がさほど高くないことです。このことは、ホームページの初期画面から見ることはできないため、市民の認知度が低いと考えました。そのデータとして、ぐるぐるマップの認知度を武生高校3年内でアンケートを取ったものです。3年生を対象とした理由は3年生は土地勘がある程度身についていると考えたからです。

ぐるぐるマップ認知度 投票総数64



このアンケートでは 64 人が答えてくれそのなかで知ってたのは 3 人だけでした。
このグラフからぐるぐるマップの認知度は低いことがわかります。
私達はこの問題を解消するため下のようにスライドして出すおすすめ情報にぐるぐるまっぷを載せるのではなく常時表示することで認知度が向上すると思えました。
もし越前市のホームページのレイアウトを変えることが難しいのなら「越前市ぐるぐるマップ」のアプリ化をすることもいいと思います。アプリ化ならロコミを見れるようにしたりする月ごとにお店割引キャンペーンなどを行うといいかなと思います。ふく割と連携させてもいいかもしれません。
そして改良されたぐるぐるマップを越前市のホームページにより大きいバナーとして下図のように表示していただきたいです。



3. 結果

将来的にしきぶちゃんの特許を取得できるように、活動中です。特許権者として、越前市とも協力しながら活動していきたいです。また、ぐるぐるマップの利便性と認知度を向上させるために私たちはぐるぐるマップの項目に授乳室を追加し、ホームページにより大きいバナーとして表示していただき、もし、それが難しいのであればふく割や地域と連動したアプリの作成を提案します。

4. 考察

私たちはぐるぐるマップを越前市の住民だけでなく、越前市他県や他市町村からの観光客に利用していただくことで、子育てのしやすい街越前市のアピールだけでなく、観光面でもアピールができるのではないかと考察しました。さらにそこで越前市に来ていただいた観光客に今回のしきぶちゃんグッズを購入していただきブランド化することでさらに観光客を呼び込むことができると考えています。

5. 課題

課題としては、ぐるぐるマップを改良しさらなる越前市の便利マップとして改良しても、利用率及び認知度が向上しないと意味がないので、ぐるぐるマップが周知のものにする方法を確立できなかったこと、しきぶちゃんのグッズ案はあるものの商品としての形に持って行けていないことや、そこでの越前市のものづくり企業とのマッチアップができなかったこと、しきぶちゃんに対する特許を獲得できなかったことがあげられます。

パンフレットで福井県の U ターン率をあげよう！！

8-D 班

要旨

越前市、また福井県全体の課題として、特に少子高齢化による財政減少や地域交流の衰退などがあると考えた。情報収集を通してその原因は、福井県は魅力が沢山あるが、情報発信が不十分であり魅力が知られていないことだと考えた。つまり、福井県は他県への情報発信について改善の余地があるということだ。そのため私達は県外から来る人や、今後進学で県外へ行くが再び福井県に U ターンするであろう現役高校生(武生高校生)を対象とし、より効果的な方法で情報発信を行い、福井県の魅力を伝えることが課題解決につながると考えた。そこで、パンフレットを作成し実際に福井県の魅力を感じ、U ターンしたいと思ったかどうか 100 人にアンケートをとり、私達が作成したパンフレットの課題点や現役高校生の意見を聞くことで福井の課題点や改善点をあぶりだした。

1 はじめに

- ・越前市の活性化をテーマとして越前市をより良くするために何ができるかを考えた。
- ・越前市の魅力を発信するとともに、越前市に残されている課題解決へと導こうとした。
- ・越前市が抱えている課題について調べると、若者が大学進学や就職などで地元である越前市から県外に出てしまうことで、少子高齢化がさらに進んでいることが問題になっていることがわかった。
- ・この U ターン率の低下を改善するために仮説を立て、私達ができることについて考えた。

仮説: 若者を中心とした情報発信は福井県の U ターン率増加に効果的

経緯説明

私達は、福井県の抱える課題として、年少人口、出生数の減少に加えて、人々の県外への移動、流出が増加していることだと考えた。それは越前市の税収減少にも繋がるため、解決への早急な取り組みが必要であると考えられる。そこで U ターン、もしくは U ターンを増やすため、福井の魅力を発信することが必要だと考えた。

活動内容は、福井県の、福井県にしかない魅力が詰まったパンフレットを作ることに決め、これを福井県に住んで貰えそうな人に配布する。

そして、それを、福井県に移住して貰えそうな人に配布します。

福井県が抱える課題

福井県に移住して貰えそうな人というのは、二種類あると考えていて、一つ目は県外在住の人です。県外の人にパンフレットを配ることによって U ターンを促進することが目的です。そしてこれが「プラン A」となります。もう一つは現在福井県在住の高校生、すなわち武生高校生にパンフレットを配布することによって、U ターンの促進を図ることができるのではないかとことです。これが「プラン B」です。

2研究方法

実際にパンフレットを作成し、高校内で武生高校生を対象に、パンフレットを見て福井県に魅力を感じたか、Uターンしたいと思ったかアンケートを行った。

〈パンフレットの内容〉全国的にみて福井県のランキングが上位の項目(幸福度、小中学校生の学力、待機児童の数)福井県全体の年間行事(菊人形など)高校生の好みそうな飲食店の紹介

〈アンケートの方法〉

場所: 武生高校内

対象: 武生高校生 100 人

内容: パンフレットを見て福井県の魅力を感じ、Uターンをしたいと思った。魅力を感じたが、Uターンしたいとは思わなかった。魅力を感じないが、Uターンしたいと思った。魅力も感じないし、Uターンしたいとも思わない。という4つの項目にわけて、自分の意見に当てはまるものにシールを貼ってもらった。また、どうしても決められない場合はその他とした。

SNSでの情報発信も考えたが、実際に見てもらえる機会が少ないと考えたため、直接アンケートを取ることにした。リアルな反応を伺うことで、その場で意見をもらい、パンフレットのこれからの課題点を発見できると考えた。

3研究結果「パンフレットの完成形を添付」

100人を対象としたアンケート調査の結果、魅力を感じ、Uターンしたいと思った人数は25人、魅力を感じたがUターンをしたいと思わなかった人数は64人、魅力を感じずUターンをしたいと思わなかった人数は6人、魅力を感じなかったがUターンしたいと思った人数が2人、その他が3人だった。アンケートで得られた意見として次のような意見が得られた。魅力を感じUターンしたいと思った方は「福井にこんなお店、公共施設があると知らなかった」魅力を感じたがUターンをしたいと思わなかった方は「魅力はあると思うがUターンをしたくなるほどのものではない」「たまには戻ってきたいけど永住はしたくない」魅力を感じずUターンをしたいと思わなかった方は「背景の色をもっと明るくしたほうが良い」「パンフレットに書いてある魅力を感じたことがない」魅力を感じなかったがUターンしたいと思った方は「魅力を感じなかったがUターンをする予定がもともとあった」またその他の意見として「よくわからない」「今は決められない」「老後に戻りたい」「パンフレットに記載されている事柄についてすでに知っていたため知らない状態で見たら魅力を感じた」という意見が得られた。

4考察

得られた結果から、考察したことは2点ある。

1点目は、アンケートで、魅力○Uターン×の回答者が64人もいたことから、高校生に響くような魅力を十分に伝えることができなかったのではないかと考えられた。加えて、他県に比べると、福井県には、高校生にとってUターンが魅力的だと感じさせるものが少ないのではないかと、ということも考えられた。

2点目は、福井県に魅力を感じられないと答えた人が8人いたことについて、彼らが地域活動に参加することで考えを変えてもらえるのではないかと考えた。具体的には、私達が作成したパンフレットを見るだけでなく、地元のイベントに参加し、地域社会での人々との繋がりやコミュニケーションを体験してもらうことだ。それによって、福井県の魅力を感じてもらえたのではないかと感じられた。

3点目は、このようにUターン率が非常に低い結果になった仮説として、県外への進学率の高い武生高校生のみがアンケート調査の対象だったことが挙げられた。

5今後の課題

更に深く研究するために必要だと考えられたことは、より多くの現役高校生の意見を得ることを目的として他の学校に出向くなどの工夫を取ることだった。また、アンケートの質問事項に、私たちのパンフレットを見せる前の意見を聞く内容を含めることも課題点として考えられた。その理由としては、アンケートを取る前は福井県に魅力をあまり感じていなかったが、パンフレットの情報を知ったことによって、福井県に戻りたいと思った人が何人くらいいたのか、などといった意見を得るためだ。私達のパンフレットの情報が、Uターンをしたいと答えた人に効果的な影響を与えたのかについての吟味ができない研究方法になってしまった。また、福井県のUターン増加のために、SNSでの情報発信が効果的であると改めて考えた。特に若者の利用率が高い、インスタグラムを利用して、広報活動をしていくといいのではないかと考えられた。

6参考文献

<https://www.fukuishimbun.co.jp/articles/-/1389437>