

学生の地域内定着促進に向けた三島市版若者地域就職活動モデルの確立

日本大学短期大学部（三島校舎）大久保ゼミナール

指導教員：教授 大久保あかね

参加学生：近藤舞奈、関美和、来栖真奈、中澤希、
望月良之佑、佐藤宣仁、森口春香

1. 要約

地域の将来に向けて、産業を支える中小事業者と若者を結びつけることが必要である。その中で、日本大学三島キャンパスの学生が三島に就職する比率が2%程度しかないという現状を打破するため、3つの方向から実証研究を行った。①三島キャンパスでの学生調査、②三島の企業と学生を結びつけるイベント、③新入生をターゲットにした飲食店マップ作製。

これらの活動を継続することで、学生に三島への愛着を持たせることができると考える。

2. 研究の目的

地域の将来には、①産業を支える中小事業者が産業力を高め、②将来の地域を担う若者が活躍すること、また、その好循環を形成し継続的に成長していくことが必要である。

三島市においては、市内大学に通う多くの学生を地域にとどめることが地域活性化のカギだが、多くが就職時に三島を離れている現状は、他の地方大学の例に漏れない。

東京一極集中の流れを食い止めるべく、就職を含め、学生が三島の地域生活に関心を持つ仕組みを整えると同時に、市内や近隣の若者を採用したい事業者と学生をマッチングしていく仕組みを構築していく必要がある。

3. 研究の内容

本研究は三島市の課題である若者の地域定着に対して、以下の3方向から実証研究を行った。

I：日本大学三島キャンパス（国際関係学部及び短期大学部）の学生を対象に、将来にわたる三島市での生活意向を確認するため、三島市のイメージ調査を実施した。

II：働く場としての三島を認識させるために、学園祭で三島市内の企業を紹介するキャリア・イベント（ジョブマッチング）を開催した。

III：三島で学ぶ大学生に、三島市内に愛着を持ってもらうため、学生目線でのみしま飲食店紹介冊子「みしましゅらん」を作成した。

これらの研究を通して、三島で学ぶ学生が大学生活を充実させ、三島の町、そこで暮らす人々とふれあい、第二の故郷として三島を強く認識させることができると考える。それによって、新卒時は三島市外で就職しても、将来は三島で暮らすことが選択肢に入ると信

じる。

4. 研究の成果

(1) 当初の計画

～7月：調査①三島キャンパスの学生・三島市の企業への就職イメージ調査

調査②三島市内の企業・店舗などを調査し、在学生に紹介する情報を整理

8～10月：学生への企業紹介のため協力企業を募集

11月：学園祭でキャリア理論 RIASEC を用いたジョブマッチングイベントを開催

～1月：成果①マッチングイベントを契機とした学生と企業の交流会を企画・運営

成果②三島キャンパス学生向けみしま紹介冊子（みしましゅらん）の発行

(2) 実際の内容（A 予定通り、B 一部修正、C 中止）

・調査①及び②・・・A（7月に web 調査を実施：サンプル数 493）

・協力企業の募集・・・A（三島商工会議所の協力で広報し、9月11日に説明会を開催：12企業が参加表明）

・学園祭でのジョブマッチングイベント・・・A

・学生向けみしま紹介冊子・・・B（2月発刊予定）

・学生と企業の交流会・・・B（10月12日に開催された「みしまバル」に参加）

・はまライフ（浜松市移住定住促進事業）視察・・・B（追加で先進地視察を実施）

(3) 実績・成果と課題

I：みしまのイメージ調査（7月：サンプル数 493）

三島キャンパスの学生及び三島市民を対象に、「三島のイメージ」を、グーグルフォームを利用した web 調査で実施した。

「三島にいい企業があれば就職するか」との設問に対して、「はい」が約 40%であるのに対して、平成 29 年度の卒業生のうち三島に就職したのは、わずか 2.02%である。前年度より微増しているが、少なすぎる現状をどう打破するかが、大きな課題である。また、フリーアンサーで三島の企業名を挙げる設問では、学生の三島本社の企業に対する知識が乏しいことも明らかになった。この「知らない」ことに対する一つの対策として、学園祭で企画した三島の企業紹介（ジョブマッチング）を有効に活用する必要性を再認識した。

II：ジョブマッチング（11月：学園祭「富桜祭」でのイベント：参加者 212名）

9月の説明会に参加した企業 12社に協力



写真1. ジョブマッチング会場風景

を仰ぎ、学園祭で「ジョブマッチング」を開催した。企業ポスターは、RIASEC 理論（よく似た志向を持つ人々と同じ職場で働くことが職務満足度を向上させる）を取り入れ、RIASEC の 6 タイプを意識して、「人と仕事」をメインビジュアルにしたポスターを作成していただいた。

イベントでは、パワーポイントを使い参加者に RIASEC 理論の説明と自分のタイプを簡易診断してもらい、自分に似た人がどんな仕事をしているのか、という視点でポスター（≠企業）を探すという仕組みを作った。

会場には、くつろげるスペースや演出を施し、気軽に会場に入れる雰囲気づくりに尽力した。その結果、小さな子供たちが楽し気に遊ぶ間にママさんたちが診断を楽しむなど、学園祭の楽しい雰囲気をそのまま活用したイベントとなった。

参加者からも「簡単に診断できて、自分の適職を見直すことができた」「三島にも面白い企業があると知れた」などの感想を聞くことができた。

III：みしましゅらん（2月発刊：厳選した24件を紹介）

10月にゼミで参加した三島バルのライトアップイベント会場などで「三島のおすすめの店」情報をアンケートで収集した。合計100件以上の情報から、立地、味、入りやすさ、価格帯などを考慮して厳選した24件を掲載するグルメガイドマップを作成した。

三島の楽しさを知るためには、まず「食」から！と考え、ターゲットは新入生と決め、コンセプトを「先輩が新入生に紹介するレストランガイド」とした。

「コストパフォーマンス・見つけやすさ・入りやすさ」の3つの指標を用いて、先輩からの推薦文を付けるなど、ゼミ生が直接取材して作成した。

IV：先進地視察（1月：浜松市・森町）

静岡県内でいち早く移住・定住促進事業に取り組んだ先進地事例として、浜松市市民部市民協働・地域政策課 移住センターグループ山本尚洋氏、藤田有輝氏、産業部産業総務課労政企画グループ田中言彦氏、浜松商工会議所鈴木純一氏のお話を伺った。

移住にあたり、希望者に対してきめ細やかな相談に乗り、また求人票ベースではなく、企業に直接アプローチして仕事を紹介するなど、驚くほど丁寧に対応していることが分かった。対応する市役所、商工会議所の方々が、浜松市、また浜松市の企業に対して深い愛情と知識を持ち、浜松で幸せになってほしいと考えていることが、移住・定住事業が成功しているもっとも大きな理由であると感じた。



写真2. 浜松市役所にて

また森町では「地域おこし協力隊」の岩瀬進哉氏の経営するゲストハウス「森と町」を見学した。岩瀬氏の出身は浜松市であり、当該制度を活用してUターンして起業した好事例でもある。森町の秋葉神社の祭事などにも深くかかわり、町の歴史を受け継ぐことを前提とした地域活性化に取り組んでいる。

駆け足での視察ではあったが、移住定住事業にかかわる行政と民間の皆様が、単に移住者を増やすためではなく、地元に対する深い知識と愛情をもって取り組む姿に触れることができた。

(4) 今後の改善点や対策

本年度の取り組みは、昨年度のゼミ生が三島市の「市民主体のまちづくり推進事業」のに採択されたジョブマッチングを継承、発展させたものである。したがって昨年度参加してくださった企業や行政との協力体制の基盤や、スケジュールなどの段取り、またRIASEC理論を使った説明スライドなどを援用することができた。それに対して、新規で取り組んだ「みしましゅらん」が若干後ろ倒しになってしまったことが、反省点である。

その原因としては、早い段階で次年度新入生をターゲットにしたことが挙げられる。紹介する店舗の情報に関しては9月ごろからアンケートを取り始めるなど、着手は早かったのだが、掲載店舗の選定や取材は翌年度に配布する前提で進めしまった。せめて冬休み前に取り掛かっていれば、作成に時間をかけることができたと考える。次年度以降は、計画段階で、しっかりと検討することが必要である。

5. 地域への提言

- ・三島市に学生を定着させるために、三島市の魅力の情報発信の継続が必要である。
- ・せっかく学生がたくさんいる街なので、学生への情報発信、大学との協力が学生の三島定着には重要である。
- ・「知らない」ことのもったいなさを学生にも知ってほしい。
- ・大学生との接点を市民の側にも作ってほしい。

6. 地域からの評価

三島のイメージ調査を通じて、大学生の視点に立った若者の地域定着における課題が明らかになり、大変意義のある取り組みだと考える。

学園祭におけるキャリア・イベントの開催、飲食店紹介冊子の発刊において、ゼミ生だけでなく地域の方に協力いただきながら研究事業に取り組んだことで、一方的な内容にならず地域の企業、飲食店の魅力が詳細に伝わった。

総じて、大学生と地域の接点をつくり学生に三島への愛着を持たせるという研究の目的に適う取り組みであった。

(平成31年1月24日 三島市企画戦略部 政策企画課住むなら三島戦略室 主事 松本周様)