

そうだ、“みのわ”へ帰ろう！

～人とのつながりによる若者Uターンの検討～

チームA

総務課

桑澤 卓実

企画振興課

飯島 亜衣

税務課

横内 裕汰

健康推進課

鈴木 知子

水道課

竹腰 幸太

第5次振興計画における位置づけ

「将来の暮らしやすさを守る人口規模の維持」

- ◆ 人口の社会増：転入者数増加及び転出者の減少を目指す
 - ✓ 雇用の創出や、住環境の整備、町の魅力発信により移住・定住を促進し、人口の社会増を目指します。目標人口の達成に必要なU Iターンによる移住者数の増加を図ります。

研究内容

大学等への進学時に町外に転出した若者が、**一人でも多く、就職等の際**に箕輪町へ帰ってきたくなるような気運の醸成を図る取り組みを研究する。



現状

- ◆ 箕輪町の若者の人口推移（H22調査とH27年調査で比較）



⇒ 最低でも約25%もの若者が町外へ転出している

目指す姿

“大学等への進学した若者が、**1人でも多く**、Uターンを選択する”

- ◆ 大学等への進学に伴う転出者の就職・転職時のUターン数の増加

⇒若者のUターン：30人の増加（20～34歳転入者：327人→359人 ※2015年基準）

考察 ～ブレインストーミングでのアイデア出し～

【Uターンするための要素】

◆ 生活環境

- 若者が集まる場所がある
- 娯楽施設がある
- 田舎過ぎない
- 買い物に苦労しない
- 生活費が安くすむ

◆ 人間関係

- 実家・家族が近い
- 友達がいる
- 恋人がいる
- 出会いがある
- 地元の先輩との交流

◆ 就職環境

- 仕事がある
- 就職情報がある
- 職場の選択肢の多さ
- 開業のし易さ
- 知り合いからの紹介・推奨

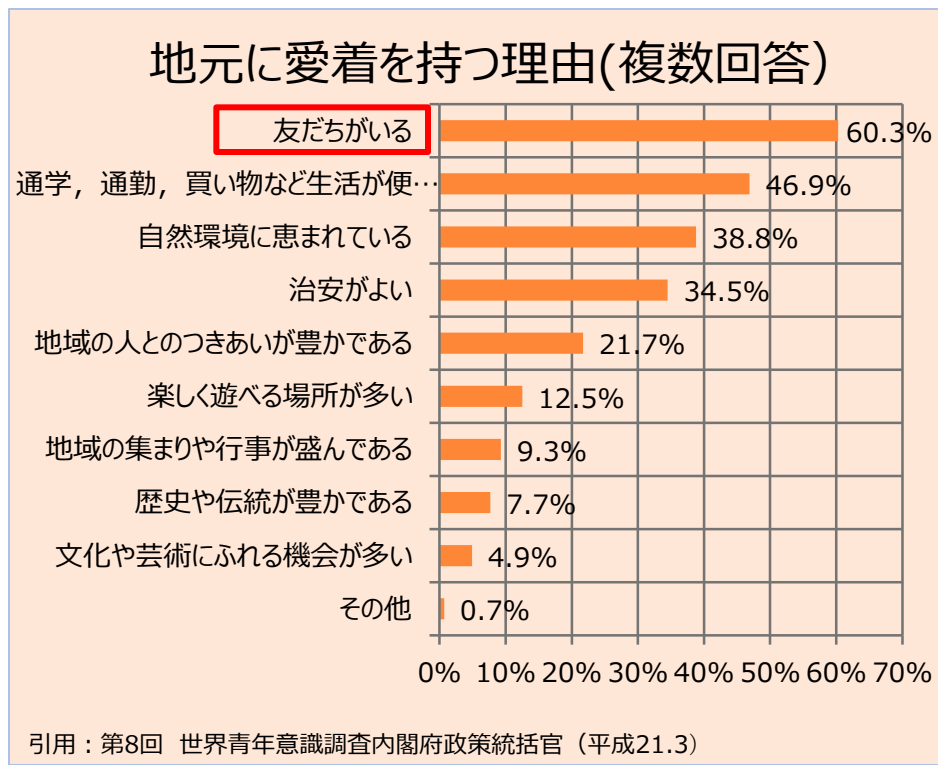
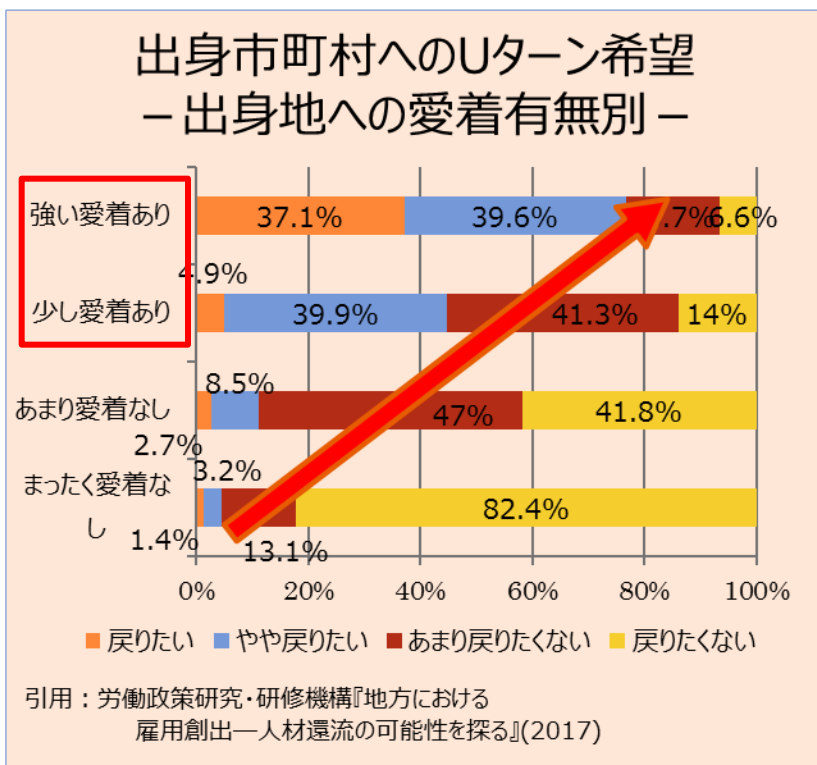
【施策案】

-
- ✓ 帰ってくれば返済不要の奨学金・家賃補助
 - ✓ 箕輪でやっている映画祭等のイベントを発信する
 - ✓ 実家暮らし生活費シミュレーション資料を作って配布
 - ✓ 若者生活（娯楽）補助金
 - ✓ 若者を引き付ける娯楽施設を誘致する
 - ✓ 親世代へのUターン説明会
 - ✓ 箕輪会の周知
 - ✓ 地元での就職をしやすい環境づくり
 - ✓ 「人とのつながり」の維持・促進（同窓会等の開催）を応援する
 - ✓ 街コン
 - ✓ ハピサポ
 - ✓ 大学などの求人情報コーナー等への情報提供
 - ✓ 分野・職種ごとの一覧を学生に配布
 - ✓ 就職3～5年目戻ってこいキャンペーン
 - ✓ 後輩を入社させたらプレゼント
 - ✓ 箕輪町ならではの企業のPR



「人とのつながり」をコンセプトに事業を考える

考察 Uターン希望の要因と地元の愛着度



- ・地元への愛着があるほどUターン希望が高くなる
- ・友人との関わりが地元への愛着に影響する



Uターン就職している者は、在学中の帰省頻度が高い (アンケート調査から)
半年に1回以上帰省している割合 Uターン者 = 85% 非Uターン者 = 59%



提案する事業内容

- ① “みのわ”へ帰ろう！同窓会応援事業
- ② 保護者のための就活講座
- ③ 大学等の就職支援担当者のための
箕輪町（及び近隣）の企業等との情報交換ツアー



マーケティングの手法を用いた政策検討

【AIDMA（アイドマ）モデル】

消費者が商品などのモノを認知し、そこから実際に購入に繋がるまでの「消費活動」の法則

- ✓ **A**TTENTION（注意）……箕輪のことを知る ----- 認知段階
- ✓ **I**NTEREST（関心）………Uターンを選択肢に入れる } 感情段階
- ✓ **D**ESIRE（欲求）………「みのわに住みたい・帰りたい」 } 感情段階
- ✓ **M**EMORY（記憶）………気持ちを持ち続ける、思い出す } 感情段階
- ✓ **A**CTION（行動）………Uターンする ----- 行動段階



ACTION（行動） に向かう、段階プロセスごとの取組現状・課題を
整理し、政策を検討する



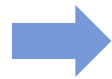
AIDMAモデルでみるUターンまでのプロセス・事業案

プロセス	行動	対応策	事業案
ATTENTION (注意)	箕輪のことを知る	—	—
INTEREST (関心)	Uターンを就職の際の選択肢に入れる	Uターンの魅力を紹介 企業情報の提供	I 感情段階へのアプローチ 若者が多く集まり (帰省し)、 情報を直接提供できる場の利用、 機会の促進
DESIRE (欲求)	「みのわに住みたい・帰りたい」と思う	箕輪への愛着度の向上 動画・情報誌による啓発	
MEMORY (記憶)	Uターンしたい気持ちを持ち続ける	みのわの友人等との 関わりを切らさない	
ACTION (行動)	みのわへのUターン	Uターン就職するための、 就職活動への後押し	II 行動段階へのアプローチ 相談・支援元の保護者・ 大学等への情報提供

I 感情段階へのアプローチ（情報の提供・友人関係の構築）

プロセス	行動	既に実施していること
I nterest（関心）	Uターンを選択肢に	Uターンに関する冊子、PR動画の作成

【課題】：広報誌、もみじCH等で放送しても見てもらえない



伝えたい情報を直接提供する、見てもらう場を作ること

D esire（欲求）	箕輪に住みたい気持ち	ふるさと箕輪学、シティプロモーション等
M emory（記憶）	箕輪への愛着を 薄れさせない	情報誌の作成やPR動画、ふるさと便 等

- ✓ 17歳への町への愛着度「感じている」 →78.5%
- ✓ 箕輪町に住み続けたい、戻って住みたい→67.8%

【求めること】：箕輪町への愛着、帰りたい気持ちを持ち続ける



進学後も町へ帰省し、友人等との関係を希薄化させない



I 感情段階へのアプローチ（情報の提供・友人関係の構築）

若者が多く集まり（帰省し）
情報を直接提供できる場



友人関係を **継続**
再構築 できる場



町外の大学生が箕輪に帰省し
複数の友人と交流する場



同窓会の場を活用



I 感情段階へのアプローチ（情報の提供・友人関係の構築）

事業案① “みのわ”へ帰ろう！同窓会応援事業

【制度概要】

町内の小学校・中学校を卒業した者を対象として開催される同窓会が要件を満たす場合、出席者に応じた補助を行う

【同窓会の場を利用するメリット】

- ①若者が多く集まる場を利用した、効果的な情報提供
- ②卒業後も交流を持つことによる、ネットワークの継続、再構築
- ③補助要件によって、戦略的に同窓会を活用できる
- ④町外への進学者等の帰省するきっかけとなる



【同窓会に係るアンケート調査結果】

町外への進学者のうち、**約 88%**が同窓会が開催されれば帰省して参加したいと回答

I 感情段階へのアプローチ（情報の提供・友人関係の構築）

事業案① “みのわ”へ帰ろう！同窓会応援事業

【補助制度周知方法】

- ✓ SNSを活用した若者向け情報の発信
- ✓ 広報誌、広報番組を使った周知
- ✓ 飲食店組合等の飲食店側からの周知



【補助要件の検討】

- ✓ 町内開催
- ✓ 20名以上の開催（クラス、学年単位）
- ✓ 出席者の5割以上が町外への進学者等
- ✓ 同窓会で町のPR動画鑑賞、パンフレット配布、アンケート調査等への協力

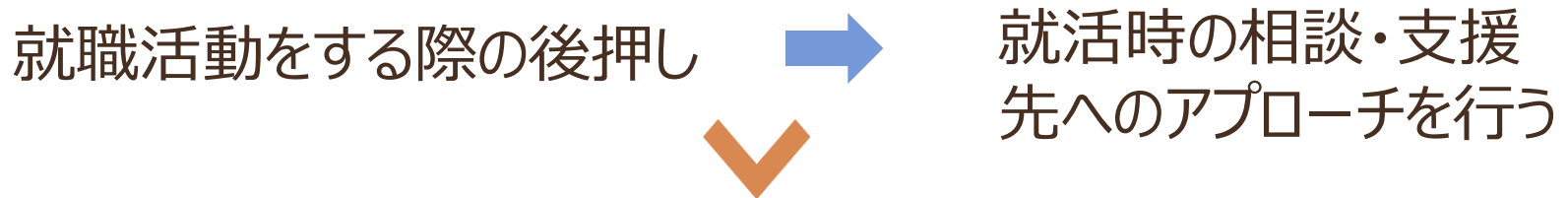
【予算】

補助経費	1,000,000円	（2,000円×参加者≒50,000円(上限額)×20件）
印刷製本費	500,000円	（Uターン促進用冊子）
備品購入費	100,000円	（動画再生用タブレット）



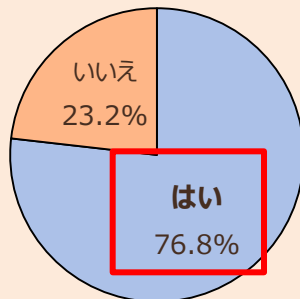
Ⅱ 行動段階へのアプローチ（就職支援元への情報提供）

プロセス	行動	既に実施していること
ACTION（行動）	みのわへのUターン	インターンシップ応援補助金（県が実施） UIターン就業補助金（県が実施）



「保護者・大学等の就職支援課・キャリアセンター」に向けた施策

両親や親族に就職の相談をしたことがあるか



引用：2018年卒マイナビ大学生Uターン・地元就職に関する調査

キャリアセンターの利用

- 利用したことがある
- 利用したことがない



引用：2016年卒大学生就職活動調査 一般財団法人雇用開発センター

Ⅱ 行動段階へのアプローチ（就職支援元への情報提供）

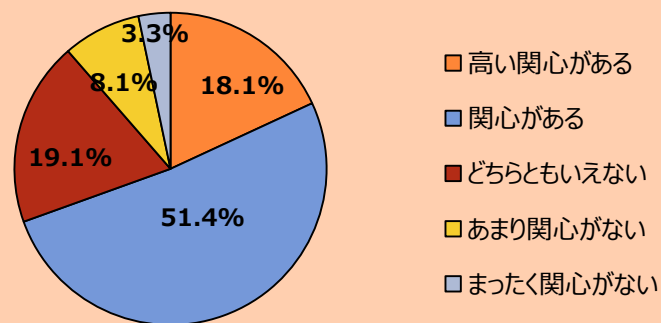
【保護者へのアプローチ】

- ◆ **ATTENTION**（注意）：箕輪町のことをしてもらう
- ◆ **INTEREST**（関心）：箕輪（及び近隣）の企業の情報を提供し、地元就職を選択肢の一つとして捉えてもらう
- ◆ **DESIRE**（欲求）：Uターンしてほしいと思ってもらう
- ◆ **MEMORY**（記憶）：地元就職に関する情報を覚えてもらう
- ◆ **ACTION**（行動）：子どもにUターンするように働きかけてもらう

- ✓ 現在の就活状況は日々変化しており、Uターンに限らず、アドバイスも難しい
- ✓ 子どもの就職活動には関心があるが、地元での就活に関する情報を得る機会がない（就活の方法や、企業説明会など）

➡ **保護者向けの就職説明会を実施**

子供の就職活動に対する関心



関心のある親が約70%

引用：2018年卒マイナビ大学生 Uターン・地元就職に関する調査

Ⅱ 行動段階へのアプローチ（就職支援元への情報提供）

事業案② 保護者のための就活講座

【概要】

採用スケジュールや、ICTの進化など、就職活動は年々変化してきている。

子どもからの相談を受けた際などに、親として求められるもの、アドバイス方法など、**親子で就職について考えるきっかけとなるよう**、保護者を対象とした講座を開催

【講座内容】

①就活に関する正しい知識、適切にサポートするための心構えなど、
→就職情報を扱う企業等に講師を依頼。（例 リクルート 等）

②箕輪町周辺の企業情報、雇用状況について
→広域連合のリニア推進課やハローワーク等へ講師を依頼

【予算】

講師講演料 →300,000円

印刷製本費（開催案内）→100,000円



Ⅱ 行動段階へのアプローチ（就職支援元への情報提供）

【大学就職担当課（キャリアセンター）へのアプローチ】

- ✓ **ATTENTION**（注意）：箕輪周辺の企業情報を知る
- ✓ **INTEREST**（関心）：箕輪を学生の就職地の選択肢として捉える
- ✓ **DESIRE**（欲求）：学生に就職地として箕輪町を提案したいと思う
- ✓ **MEMORY**（記憶）：就職地として箕輪のことを覚えてもらう、思い出す
- ✓ **ACTION**（行動）：箕輪周辺の企業を就職先の一つとして紹介してもらう

感情
段階

【既存のアプローチ】

長野県、広域連合が、各大学等の就職支援担当課へ、作成した情報誌等を郵送している

【課題】

- ・情報誌の提供までに留まり、職員への感情段階への移行が進まない
- ・大学、企業、行政が連携することなく、一方通行の関係になっている



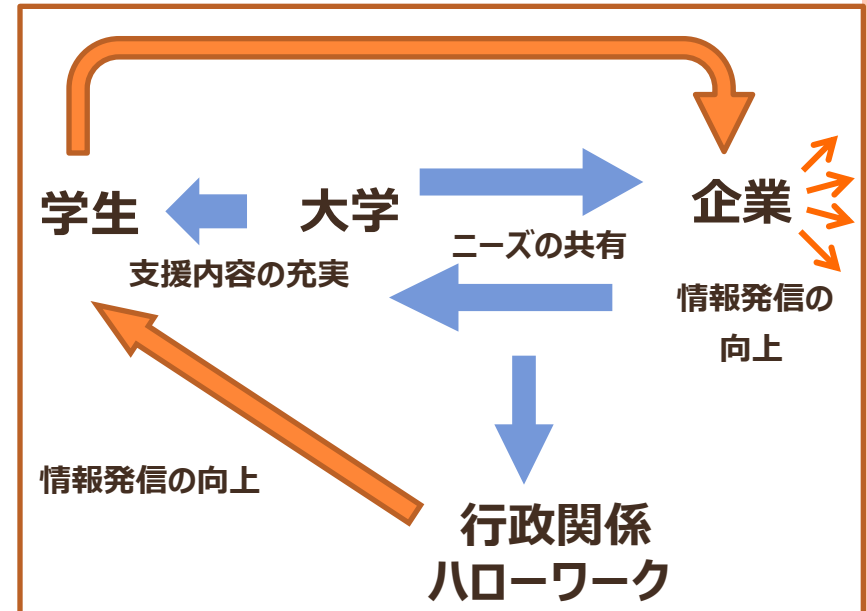
Ⅱ 行動段階へのアプローチ（就職支援元への情報提供）

【大学就職担当課（キャリアセンター）へのアプローチ】

【情報交換会・意見交換会の実施】

- ・ハローワーク、上伊那地域振興局等からのこの地域の就職等に関する状況説明
- ・大学側から現在の学生のニーズ等の説明
- ・企業の求める学生像等について説明

- ◆ 各関係者をつなげることで、
互いのニーズを知り、
情報発信方法やアプローチ方法の改善



関係者（特に大学職員）の集まる機会・場所をつくる



Ⅱ 行動段階へのアプローチ（就職支援元への情報提供）

事業案③ 大学等の就職支援担当者のための 箕輪町（及び近隣）の企業等との情報交換ツアー

【概要】

大学等の就職課には、全国各地の情報があり、箕輪町が担当者の記憶にのこらない。箕輪のことを実際に、知って・見て・経験し、学生への支援へ繋げるため、関東、東海地区発の見学バスツアーを開催

【開催時期】

8月中旬から9月中旬（学生の夏休み期間）

【見学場所・実施内容】

- ・箕輪町（周辺）の企業等の見学
- ・企業、ハローワーク、上伊那広域連合等からの説明及び情報交換会

【予算】

500,000円（日帰り・バス代、飲食代） ※20人参加を想定



おわりに

- ◆ 若者がUターン就職を選択するためには、
今回着目した、「地元への愛着」や「効果的な情報提供」以外にも
様々な要因が考えられる（魅力的な企業、娯楽施設、交通の便・・・等々）



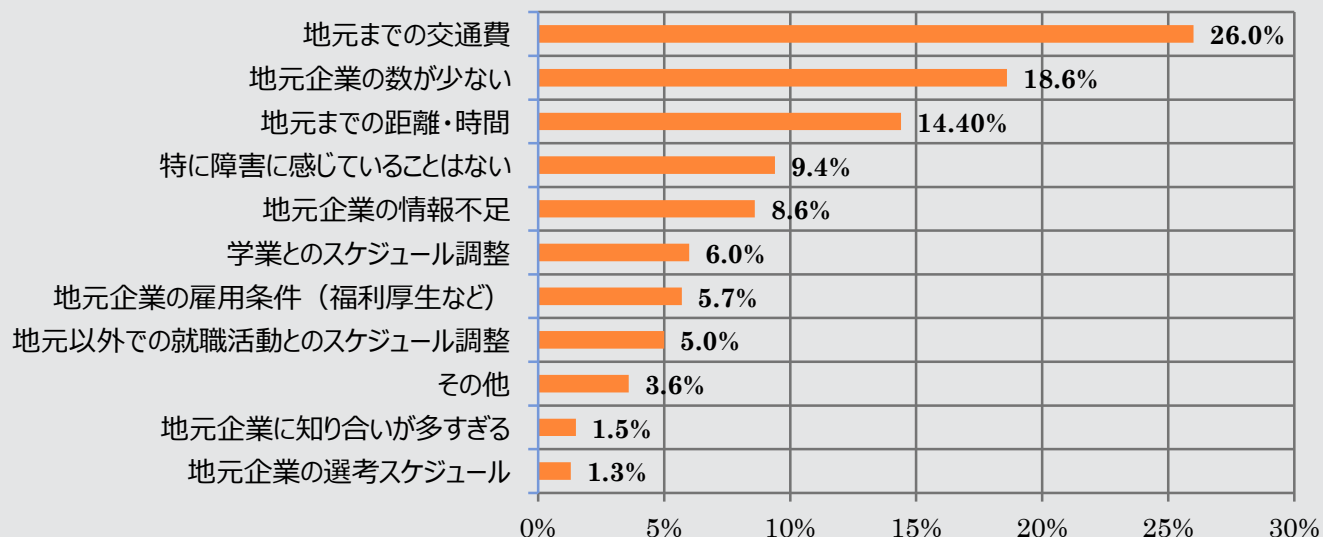
上伊那地域全体の課題として、長野県や広域連合、商工会、ハローワーク等と連携し、効果的に取り組むことが重要



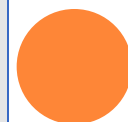
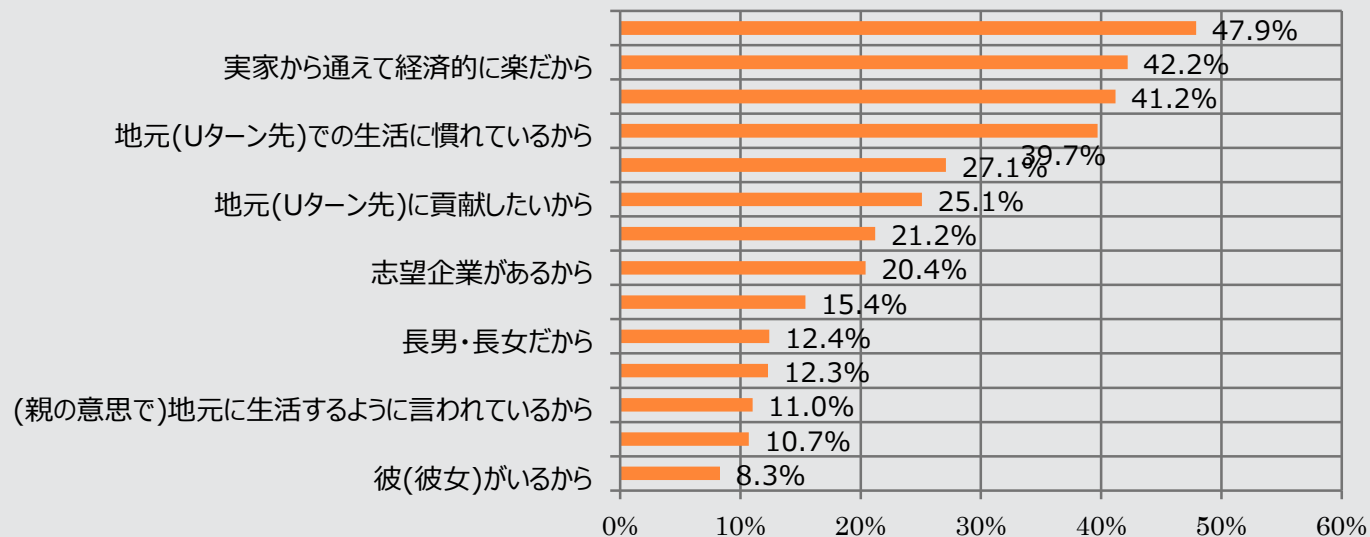
御清聴ありがとうございました



地元企業への就職活動で最も障害に感じていること



地元就職を希望する理由(複数回答)



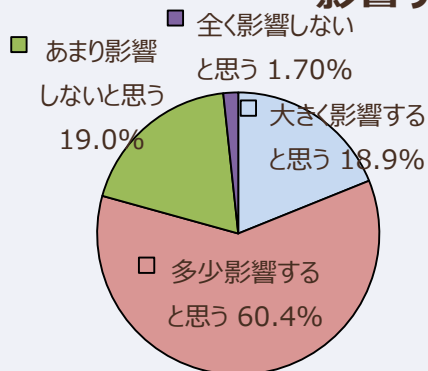
参考資料

厚生労働省 一般職業紹介（職業安定業務統計）										
新規求人倍率：当月に申し込まれた求職者数と、同じく当月に受付られた求人者数を用いて算出										
有効求人倍率：前月からの繰り越された求職者数と求人者数に、上記新規求人者数と新規求職者数を加算して算出										
※新規求人倍率の方が、より直近の景気や雇用状態の判断をすることに適している										
圏域		2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
長野県	有効求人倍率(年平均)	0.44	0.57	0.72	0.81	0.87	1.09	1.25	1.41	1.6
長野県	有効求人倍率(年度平均)	0.43	0.62	0.75	0.82	0.92	1.14	1.28	1.46	1.63
長野県	新規求人倍率(年平均)	0.79	1	1.16	1.31	1.45	1.76	1.97	2.17	2.4
長野県	新規求人倍率(年度平均)	0.84	1.04	1.22	1.33	1.54	1.82	2.01	2.22	2.44
★										
圏域		H30.4	H30.5	H30.6	H30.7	H30.8				
長野県		1.69	1.7	1.72	1.7	1.72				
南信	有効求人倍率	1.55	1.54	1.6	1.68	1.74				
うち飯田	有効求人倍率	1.51	1.51	1.62	1.71	1.7				
うち伊那	有効求人倍率	1.48	1.46	1.54	1.64	1.66				
うち諏訪	有効求人倍率	1.65	1.64	1.63	1.68	1.85				
中信	有効求人倍率	1.53	1.5	1.54	1.6	1.64				
うち松本	有効求人倍率	1.57	1.51	1.54	1.6	1.65				
うち木曽福	有効求人倍率	1.53	1.39	1.54	1.65	1.79				
うち大町	有効求人倍率	1.24	1.44	1.55	1.53	1.53				
東海		1.95	1.98	2	1.99	1.88				
愛知		1.97	1.97	2.08	2.07	1.98				
東京都		2.09	2.15	2.16	2.16	2.14				
全国		1.59	1.6	1.62	1.63	1.63				

⇒有効求人倍率・新規求人倍率は毎年上昇している

参考資料

保護者からのアドバイスが、就職活動に影響すると思うか

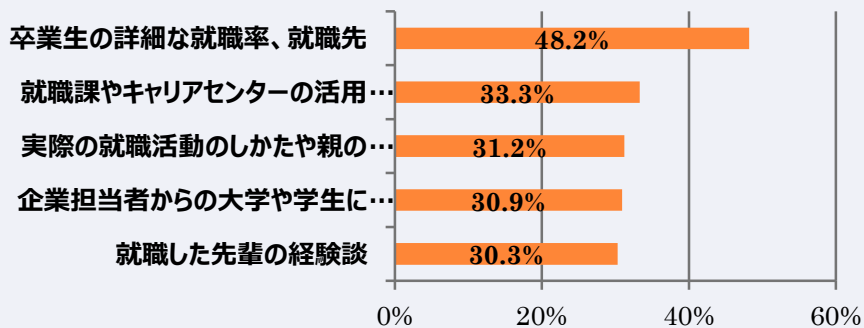


約80%
影響あり

引用：2018年卒マイナビ大学生
Uターン・地元就職に関する調査

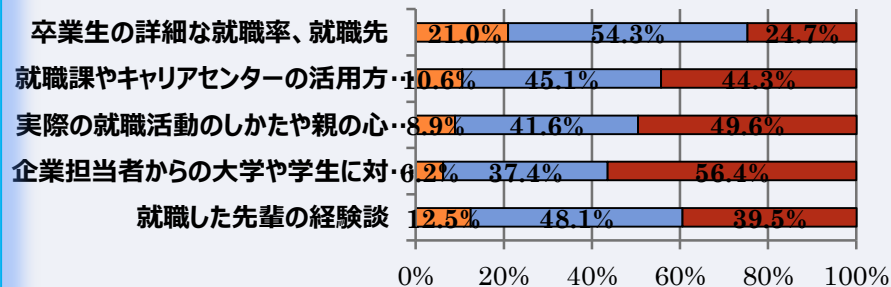
保護者の意見が大きく影響
するのに保護者に対して情
報が十分に届いていない

保護者が大学から提供してほしいと思う情報



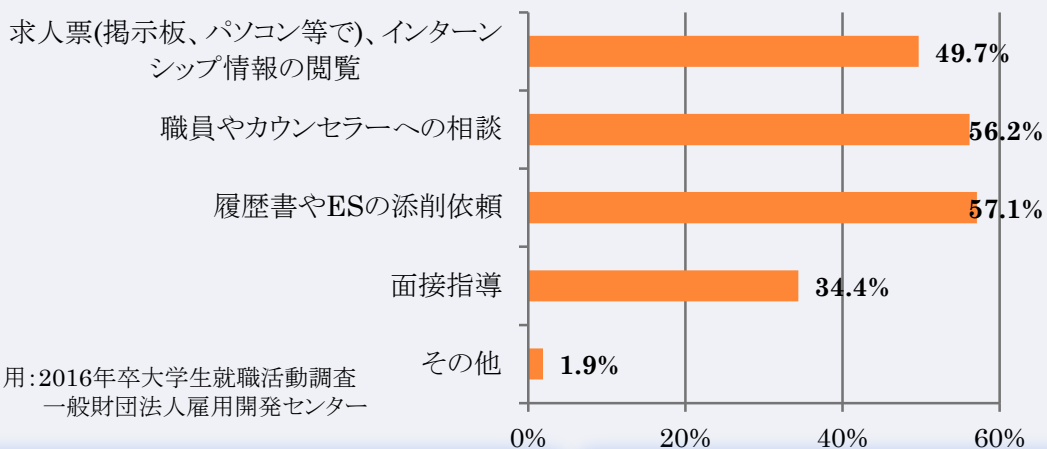
大学からの情報提供

■ 十分に情報提供されてきた
 ■ 十分ではないが情報提供はあった
■ 情報提供はなかった



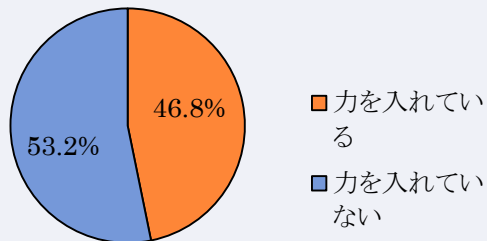
参考資料

キャリアセンターでの利用内容

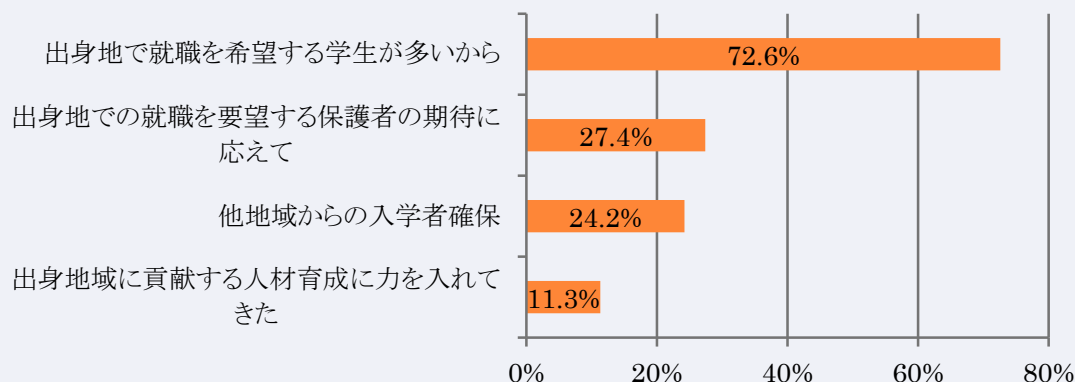


Uターン就職支援に力を入れている大学も多く、
学生・大学双方にとって
メリットがある

大学の地元就職支援 回答数141校

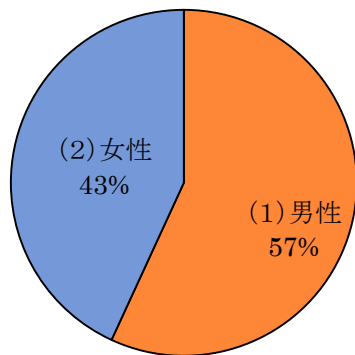


Uターン就職支援の理由

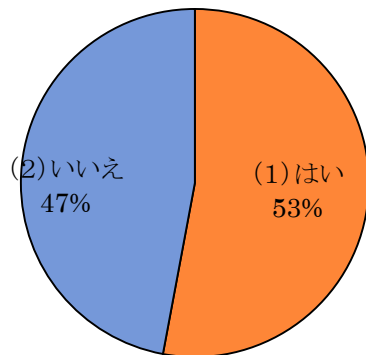


参考資料 アンケート結果（1）

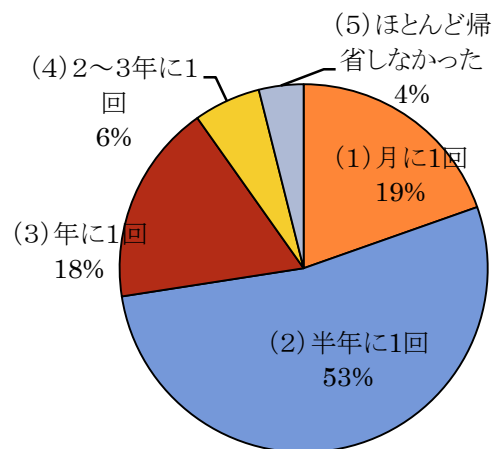
問1 性別



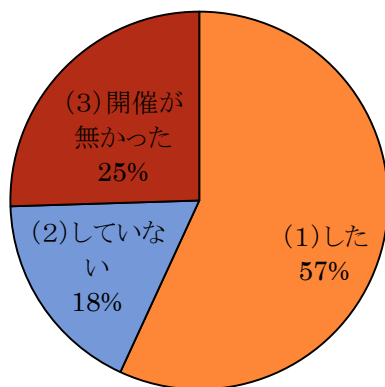
問2 地元で就職しているか



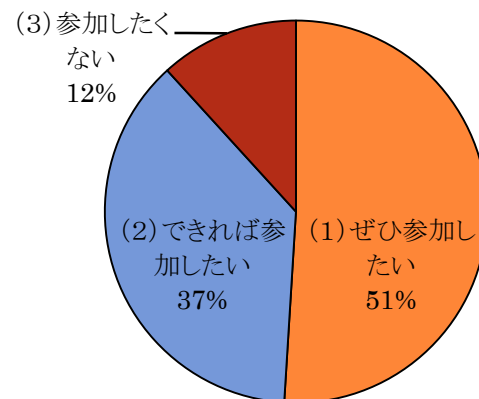
問3 どのくらいの頻度で帰省したか



問4 同窓会のために帰省したか



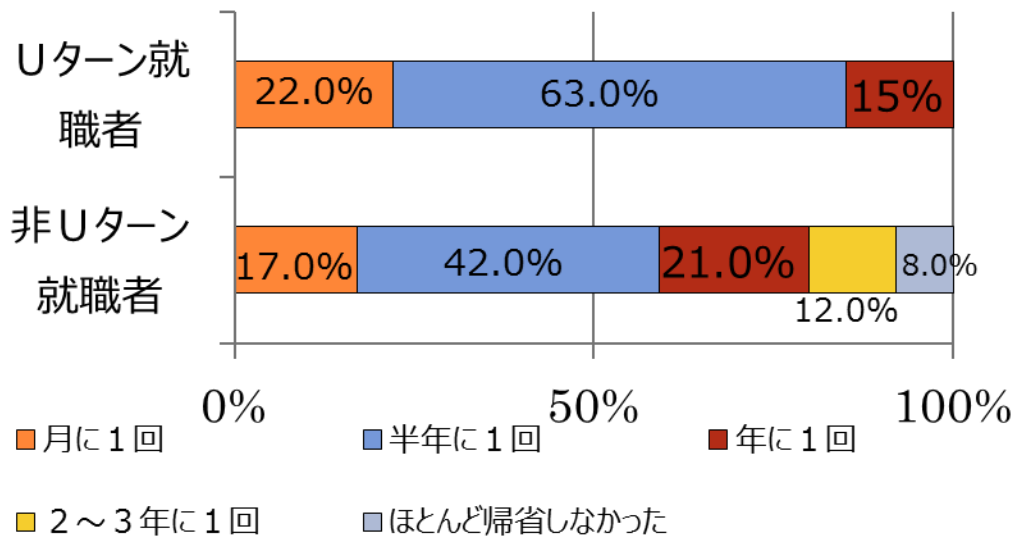
問5 同窓会に参加したいと思うか



同窓会に参加したいと回答した割合は88%

参考資料 アンケート結果（2）（クロス集計）

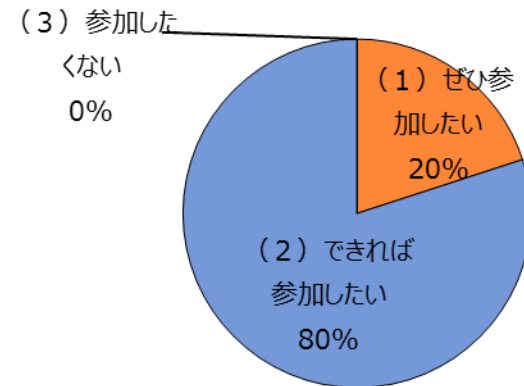
【1】学生時代の帰省頻度



⇒Uターン就職者は非Uターン就職者に比べ帰省頻度が高い

【2】同窓会に参加したいと思うか

（在学中に開催が無かった者のみ）



在学中同窓会が開催されなかった者のうち、同窓会に参加したいと回答した割合は100%

