

ふくしま共創チーム

浜通りWT活動報告



小松美月 荒川桃花 佐藤莉乃
馬場百花 塩田玲奈

01.活動概要

02.本報告のキーワード

03.戻って来られる仕組みづくり

04.風通しの良い職場づくり

05.まとめ

-若者の人口流出を防ぐには-



01

活動概要



訪問企業 & 訪問施設

第1回: 株式会社東日本計算センター
(ながとイノベーションセンター)

第2回: 株式会社おのざき
(おのざき鮮場やっちゃば平総本店)

ワークショップ概要

学生1人と企業等5名程度のワークショップ形式
グループディスカッション

➔ **若者の人口流出を阻止**するアイデア創出



1年間の活動を通じて

- ✓ 企業の方々と直接意見を交わす中で、県が抱える課題に真摯に向き合い、「地域課題に学生も主体的に関われる」という実感を得ることができました。WTの皆様が私たちのアイデアに対して本気で向き合っただけで、地域の課題を“自分の問題”として考える視点が生まれました。

02

本報告のキーワード

出て行っても「戻って来られる県」 離れても「受け入れてくれる県」

若者流出の原因

若者の県外流出の背景

- ・学びたい専門,研究分野の大学が県外にある
 - ・働きたい企業が県外にある
 - ・進学,就職の選択肢そのものが少ない
- 県外の大学・企業に進学・就職
- ➡ 地域構造によって必然的に生まれている

人口流出を否定しない人口戦略へ

都市部への進学や就職

- ・視野が広がる
 - ・スキルが磨かれる
 - ・新しい価値観に触れられる
- ➡ 将来,福島に戻るきっかけ,
戻るための「経験の蓄積」にもなる

02

本報告のキーワード

「地域に愛着を持つために」

戻って来られる
仕組みづくり

進学・就職に伴う人口流出など
地域構造から一定の人口移動は生じる。
福島から転出した人たちが
「戻ってきたい」と思える
仕組みを検討した。

「魅力的な働き方」

風通しの良い職場

魅力的な働き方について
社内の制度を変えることは難しい。
「人間関係の改善」や「心理的安全性の確保」とい
う実現しやすい視点から、
「風通しの良い職場」について検討した。

03

戻って来られる仕組みづくり

~「地域に愛着を持つために」の議論から~

03

戻って来られる仕組みづくり

~「地域に愛着を持つために」の議論から~

地域に愛着を感じる理由

- 地元での思い出
- 家族・友人の存在
- 「いつもの場所(行きつけ)」がある
- 行事・祭りに参加したとき
- 方言に触れたとき
- 変わらない風景や懐かしさ
- 人が覚えていてくれた時

➡ **つながりや
思い出が蘇る瞬間**

福島に就職した理由

- 住みやすい・安心感
- 地元のコミュニティや友人の存在
- スポーツ文化、食文化などの
“推せる要素”
- 「ちょうど良い」生活環境

➡ **“自分の居場所”
と思える場所だった**

03

戻って来られる仕組みづくり

~「地域に愛着を持つために」の議論から~

必要な要素

- 思い出がつかれる体験
- 家族・友人・地域の人とのつながり
(オンラインとオフライン)
- 応援したくなる対象(スポーツ・団体)
- 地元への誇りや推しポイント
- 若者の成功体験
- 地域への安心感・信頼感
- 自分の居場所を感じる

必要な環境

- 思い出になる体験機会
- 行事・祭りなどの継続的なイベント
- 地域の歴史・文化・食を知る機会
- 情報発信の場(地域情報・魅力発信)
- 世代間交流ができる環境
- 生活しやすいインフラ
- 子育てしやすい環境

地域の歴史・文化の認識

×

関わりの継続性

×

地域の知名度

=

愛着の強度

03

戻って来られる仕組みづくり

~「地域に愛着を持つために」の議論から~

Uターン者ロールモデルの発信

関わりの継続性

目的：成功事例から地域で働く・暮らす未来を具体的に想像できる状態を作る

重要性：単なるPRより、実際の生活・働き方のリアルを知る方が説得力を持つ

何を発信するか

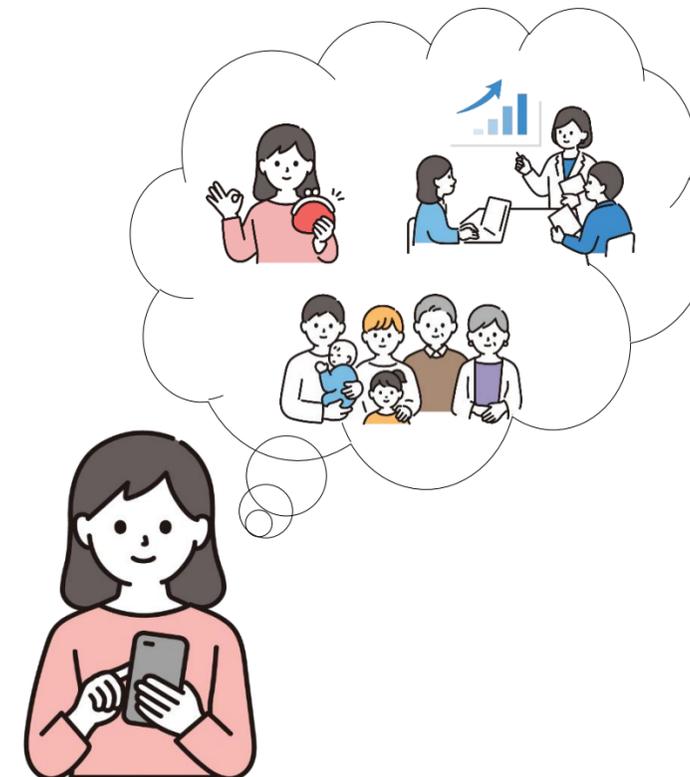
- ・ 決断までのプロセス
- ・ かかった費用
- ・ キャリアパス
- ・ ライフスタイル
- ・ 働き方
- ・ メリット/デメリット

ストーリー性重視

どう発信するか

- ・ SNS/ショート動画⇒若者
- ・ 地元広報誌⇒親世代
- ・ 県内の中等教育・高等教育機関で出前講座

リーチしたい層に届くアプローチを考える



期待できる効果

- ・ 地元に対する期待値の可視化
- ・ Uターン、地元就職の心理的ハードル低減

地域でのキャリアを“自分ごと化”できる

03

戻って来られる仕組みづくり

～「地域に愛着を持つために」の議論から～

民間と行政が一体となったPR活動

地域の歴史・文化の認識

地域の知名度

「超高速参勤交代」



「いわきFC」



地元について話すときの話題として
歴史・文化・映画などはその地域を認識させる

地元に関するものを知ってもらえると
地元を誇りに感じる

「フラガール」



知ってるよ！

今度行ってみようかな

「フラガール」
知ってる？

私の地元！

地元の知名度UPが愛着につながる
(県外の人が福島に来るきっかけにもなる)

※ 相乗効果も意識する

04

風通しの良い職場づくり

~「魅力的な働き方」「地域に愛着を持つために」の議論から~

04

風通しの良い職場づくり

~「魅力的な働き方」「地域に愛着を持つために」の議論から~

「魅力的な働き方」

魅力的な働き方

相談のしやすさ

制度の充実

挑戦のしやすさ

解決策

- **風通しの良い職場**
- **違う部署の上司**に仕事の悩みを相談する
- **経営層と中間管理職**がコミュニケーションをとる
→ 有効な制度を整備 & 確実に機能させる
- **アイデアを実現**できるような環境づくり
(意見を反映する仕組み)

04

風通しの良い職場づくり

~「魅力的な働き方」「地域に愛着を持つために」の議論から~

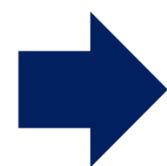
「風通しの良い職場」の深掘り

風通しの良い職場とは？

- 些細なことを相談できる
- 言いたいことが言える
- みんなの機嫌が良い
- 安心できる

風通しの良い職場にするには

- 上司から積極的にコミュニケーション（**称賛・声かけ・話し方**）
- 社内SNS・チャットの活用
- 集中タイムの札
- 社内**イベント**



積極的なコミュニケーションによる信頼できる人間関係や相談できる環境の構築

04

風通しの良い職場づくり

～「魅力的な働き方」「地域に愛着を持つために」の議論から～

企業対抗芋煮フェスの開催！

目的

- ・業務外の交流を通じて上下関係や世代間の壁をやわらげ、日常的に相談や本音を共有しやすい職場環境をつくる
- ・幼少期から地域の人、食、季節行事に関わる体験や思い出を積み重ねることで、地域への愛着を育む

企業が行うこと

- ・企業別オリジナル芋煮を作成
- ・材料に「常磐もの」を使う
- ・社員一丸となって準備を行う
- ・休日開催の場合は振替休日を設ける

地域が行うこと

- ・学校との連携
(吹奏楽演奏、芋煮を給食で提供等)
- ・行政との連携
(材料費支援、フェス運営、広報等)
- ・地域住民の参加



期待できる効果

- ・コミュニケーションの機会
- ・企業と地域の交流の場
- ・地元の文化の再認識
- ・思い出になる体験機会
- ・地元の定番イベント化

「愛着の強度」が上がる、
楽しんで暮らすことにつながる

05

まとめ -若者の人口流出を防ぐには-

戻って来られる
仕組みづくり



Uターン者ロールモデルの発信

愛着強度のためのPR活動

Uターン，地元就職のハードル低減
地元知名度の向上

風通しの良い職場



企業対抗の交流イベント等開催

(社内・地域の交流のきっかけづくり)

信頼できる人間関係
相談や本音を共有できる環境

出て行っても「戻って来られる県」，離れても「受け入れてくれる県」

THANK YOU FOR
YOUR ATTENTION

ご清聴ありがとうございました