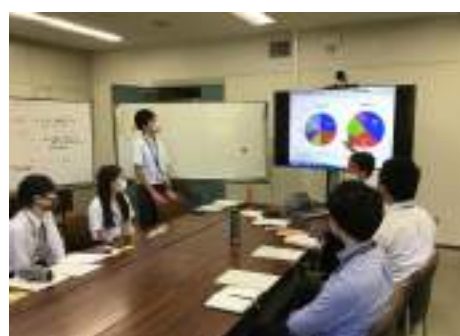


田舎力甲子園 2020 年地域活性化策

「I ♥ MAIZURU」

～コロナ禍のジョブシャドウイングで考えた、私たちに出来る地域貢献～



聖ヨゼフ学園 日星高等学校 特進コース二年

浅沼陽乃、東優衣、網谷灯航、石塚舞優、大西淳司、菊田ころ、近藤夕愛、
坂田菜々香、内藤早希、西村萌瑠、橋田陽和里、堀ももは、三宅悠希、村上結

はじめに

～日星高校の取り組み「ジョブシャドウイング」について～

ジョブシャドウイングとはインターンシップによるキャリア教育の一形態です。生徒が事業所を訪れ、そこで働く大人に影のように寄り添い、その仕事や仕事に取り組む姿勢、職場での様子を観察する取り組みです。この取り組みは、生徒が社会の仕組みへの理解を深め、将来の夢やこれからの進路について少しずつ考える機会を設けることを目的としています。

日星高校の特進コースでは毎年二年生の夏に、舞鶴市役所で二日間のジョブシャドウイングを行っています。特進コースはほとんどが舞鶴の生徒で構成されていますが、これまでずっと地元で育ってきた生徒ですら舞鶴のことをよく知りません。舞鶴にはどんな産業があるか、どんな特産品があるか、どんな観光名所があるか、漠然としたイメージしかありません。そんな私達が市役所の中で実際に業務を見せていただいたり、現地調査に随行させていただいたりすることは、地元を体感する良い機会です。また高校生にはあまり馴染みのない市役所の中で、職員さん達が地元のために一生懸命尽力されている姿を見ることは、地元のために働く仕事の魅力を発見し、地域への愛着を育むきっかけになります。

特進コースは大学進学を目指す生徒が集まっており、卒業後はほとんどの生徒が地元を離れます。就職後も多くの生徒は地元に戻ってきません。私達のクラスでも、地元あまり魅力を感じず、都会志向の生徒が多いように感じます。しかし、そんな私達も実際は舞鶴のことをよく知らずに都会に憧れているのです。舞鶴の若者の多くが都市部に流出してしまう背景には、この「地元をよく知らない」という原因があると思います。そのような状況で、将来のことを考える時期にある高校生が市役所でジョブシャドウイングに取り組むということは、地元に戻ってきたいと思える若者を育てることに繋がるのではないのでしょうか。

これまでジョブシャドウイングを行ってきた先輩達からは、舞鶴の歴史が分かる資料館の見学、観光振興の会議への参加を通して、地元への理解がより深まるとともに、職業観が明確になったという感想が挙がっていました。私達も今年の夏のジョブシャドウイングから色んなことを学ぼうと、張り切って一年生の冬から準備を始めていました。この時はまだ、新型コロナウイルスが世界中で猛威を振るい、まさか私達にもその影響が及ぶなどとは思っていませんでした。



(過去の先輩達の
ジョブシャドウイ
ングの様子)



目次

はじめに ～日星高校の取り組み「ジョブシャドウイング」について～	2
1、舞鶴市の紹介	4
2、コロナでジョブシャドウイング存続の危機！？	5
3、活動の見直し	5
4、新たなスタート ～4つの課とそれぞれの取り組み～	
①観光課	8
②子ども支援課	16
③教育課	25
④農林課	31
5、活動を終えて	40

1、舞鶴市の紹介

舞鶴市は 2019 年に内閣府の「SDGs 未来都市」に、そして全国モデルとなる 10 自治体に与えられる「SDGs モデル事業」に選定されました。「SDGs 未来都市」とは、内閣府が SDGs の達成に取り組んでいる都市を選定する制度です。

舞鶴市の「SDGs 未来都市計画」が掲げる目標は以下のようなものです。

- コンパクトシティの推進
- ICT を活用した「便利な田舎暮らし」の推進

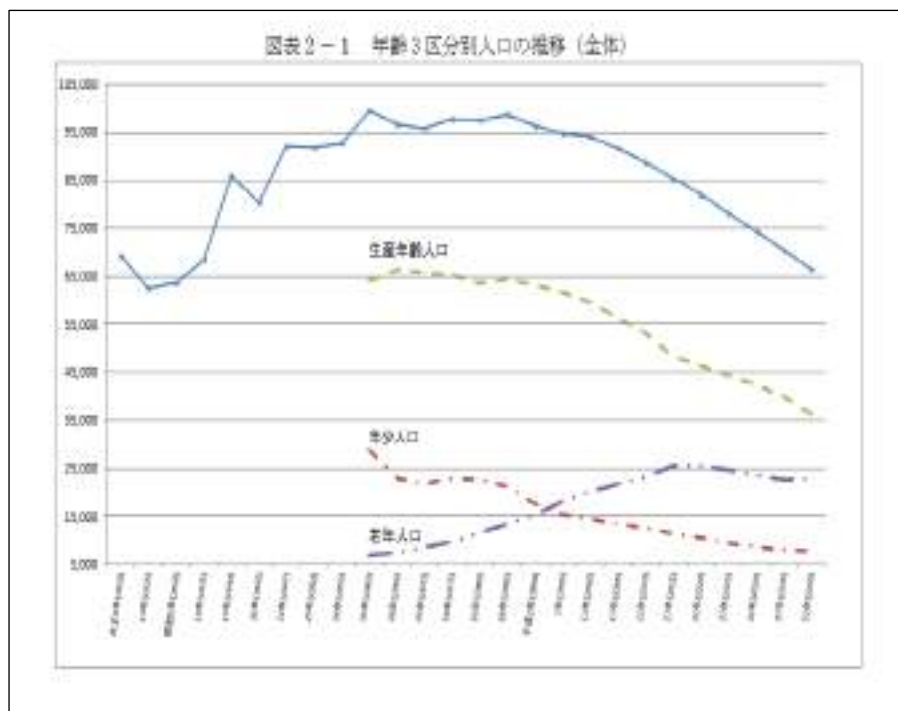


「ヒト、モノ、情報、あらゆる資源がつながる“未来の舞鶴”」

(参照：舞鶴市「SDGs 未来都市計画」

https://www.city.maizuru.kyoto.jp/cmsfiles/contents/0000005/5338/SDGs_miraitoshikeikaku.pdf)

この「SDGs 未来都市計画」の中で、舞鶴市が今後取り組む課題として挙げている項目の一つが「人口減少・少子高齢化に対応したまちづくりへのシフト」です。



舞鶴市は現在少子高齢化が問題となっています。舞鶴市の「人口ビジョン」によると、2004 年に自然減少に移行した後、近年では年間 300 人を超える減少が続いているそうです。特に 20～30 代の人口減少が高く、これは地元で大学がなく進学に伴う転出が多いこと、海上自衛隊が所在しているため、それに伴う転出入が多いことが挙げられます。一方高齢化率は 2010 年まで上昇を続け、2015 年以降 65 歳以上の比率は横ばいになる推計です。

(参照：舞鶴市人口ビジョン

<https://www.city.maizuru.kyoto.jp/shisei/cmsfiles/contents/0000000/148/jinkoubijon.pdf>)



(←東舞鶴にある大門通り)

かつて東舞鶴地区発展の中心となった大通りですが、今は休日の昼間でもほとんど人通りがありません。街の活力が減退しているのを肌で感じます。このような商業の衰退がさらに若者の地元離れを加速させていると考えられます。

2、コロナでジョブシャドウイング存続の危機！？

新型コロナウイルスが世界中に拡大し、日星高校は4月後半からゴールデンウィーク明けまで休校になりました。やっと学校が再開され、ジョブシャドウイングの活動が本格始動できると思った矢先、舞鶴市役所から連絡が来ました。要旨は以下のとおりです。

- 1、コロナウイルスの影響で今年のジョブシャドウイングの受け入れを中止にしたい。
- 2、昨今舞鶴市役所にジョブシャドウイングの希望をする団体が増えており、受け入れが困難になってきているため、大学生など地元就職希望の団体を優先的に受け入れたい。

これは実質的に来年度以降のジョブシャドウイングの続行が難しいということです。確かにこれまでの日星高校のジョブシャドウイングは社会勉強の側面が強く、Uターンのための職場体験ではありませんでした。受け入れて下さる市役所への負担も大きかったと思います。

しかし、一年生の時から準備を進めてきた私達は諦めきれず、目標を明確にし、これまでの活動内容を見直し、これまでとは違う形式で何とかジョブシャドウイングをやろうと決めました。舞鶴市役所にも、出前講座のような形式で、それぞれの課の担当者から話を聞かせていただく許可が下りました。市役所に出来るだけ負担の少ない形で、尚且つこれまで以上に私達生徒が主体になって地元について学べる活動を模索し始めました。

3、活動の見直し

まず、これまでのジョブシャドウイングは自分達の職場体験で終始していましたが、舞鶴の発展のために具体的に貢献できる活動をするという方針を定めました。

従来のジョブシャドウイング→市役所での体験に重点を置いていた

反省点・・・活動内容が市役所へ任せきりになり、市役所への負担が大きかった。
活動後の提言が少し押しつけがましくなっていた。



今年の変更点→自分達で実践したものを市役所に発表する

利点・・・市役所に負担をかけない。
地域へ活動を展開することで、活動の幅が広がる。
自分達で活動内容を考えることで、主体的に活動できる。

そして私達が取り組む課題を、舞鶴市の「人口減少・少子高齢化」に絞り、次のような目標を立てました。

目標

「舞鶴のことを大勢の人にアピールして、舞鶴に魅力を感じてもらい、舞鶴を訪れる人を増やす」

- ・若者が地元の魅力を感じるようなアピールをして、都市部への人口流出を防ぐとともに、IターンやUターンを促進する。
- ・子育て世代の人達に住みやすい街としての舞鶴をアピールして、舞鶴への移住を促進する。
- ・舞鶴の特産物をもっとアピールして知名度を上げ、産業の発展を目指す。

方法の検討

私達は舞鶴のアピール方法について考えることにしました。現在、舞鶴市が行っている広報は以下のようなものがあります。



広報まいづる



Facebook



Instagram

さらに今回のコロナ禍をきっかけに、舞鶴市はYouTubeチャンネルを作ったり、LINE公

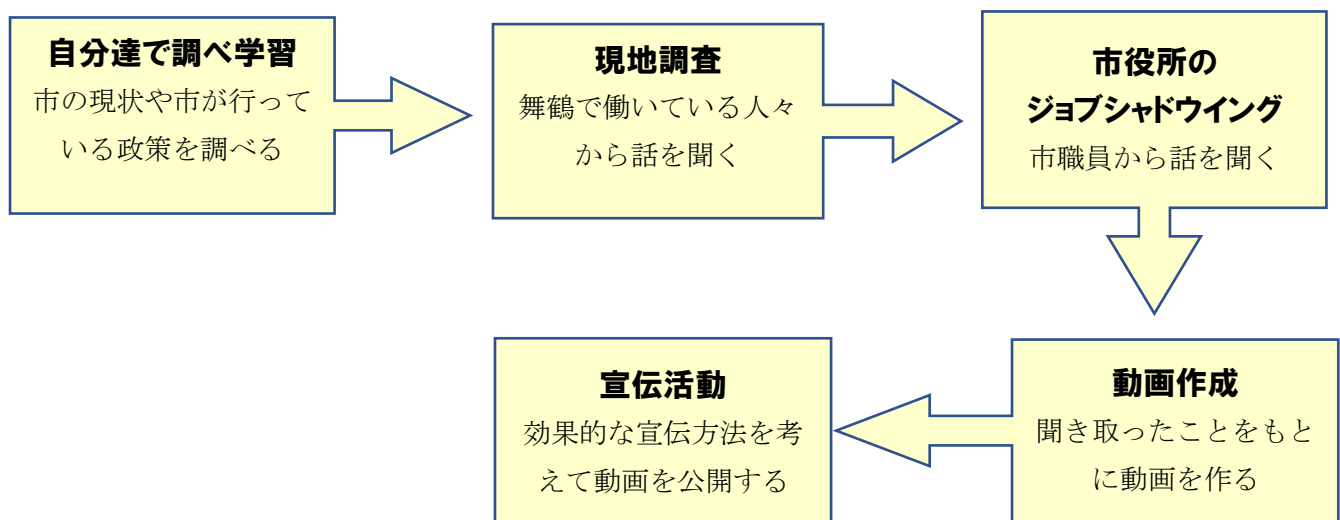
式アカウントを作ったりして、インターネットを通じた情報発信を強化しています。しかし、クラスで実際に見たことがあるものを聞き取り調査したところ、「広報まいづる」は家に配られるため、見たことがある人が何人かいましたが、他の媒体は関心があってもわざわざ検索しない限り見ないことが分かりました。

不特定多数の人に見てもらうには、受動的に手に入る情報の方が、宣伝効果があるのではないかと考えました。さらに、「広報まいづる」のようなタウン誌は特に若者にとってはとっつきにくい印象があるため、若い世代がよく利用する媒体を使ったアピールのほうが効果的だと思いました。そこで私達は舞鶴を PR する動画を作り、YouTube で公開することを目指して活動を始めることにしました。

-  **YouTube で PR 動画を公開する**
-  **ターゲットはネットをよく利用する若い世代**
-  **若い世代の人に興味を持ってもらえそうなお洒落でポップな動画にする**

活動の流れ

私達はそれぞれの興味のある分野ごとに、「観光課」「子ども支援課」「教育課」「農林課」の四つのグループに分かれて活動を始めました。



4、新たなスタート

～4つの課とそれぞれの取り組み～

①観光課

西村萌瑠 浅沼陽乃 三宅悠希 近藤夕愛 東優衣

1, 目標

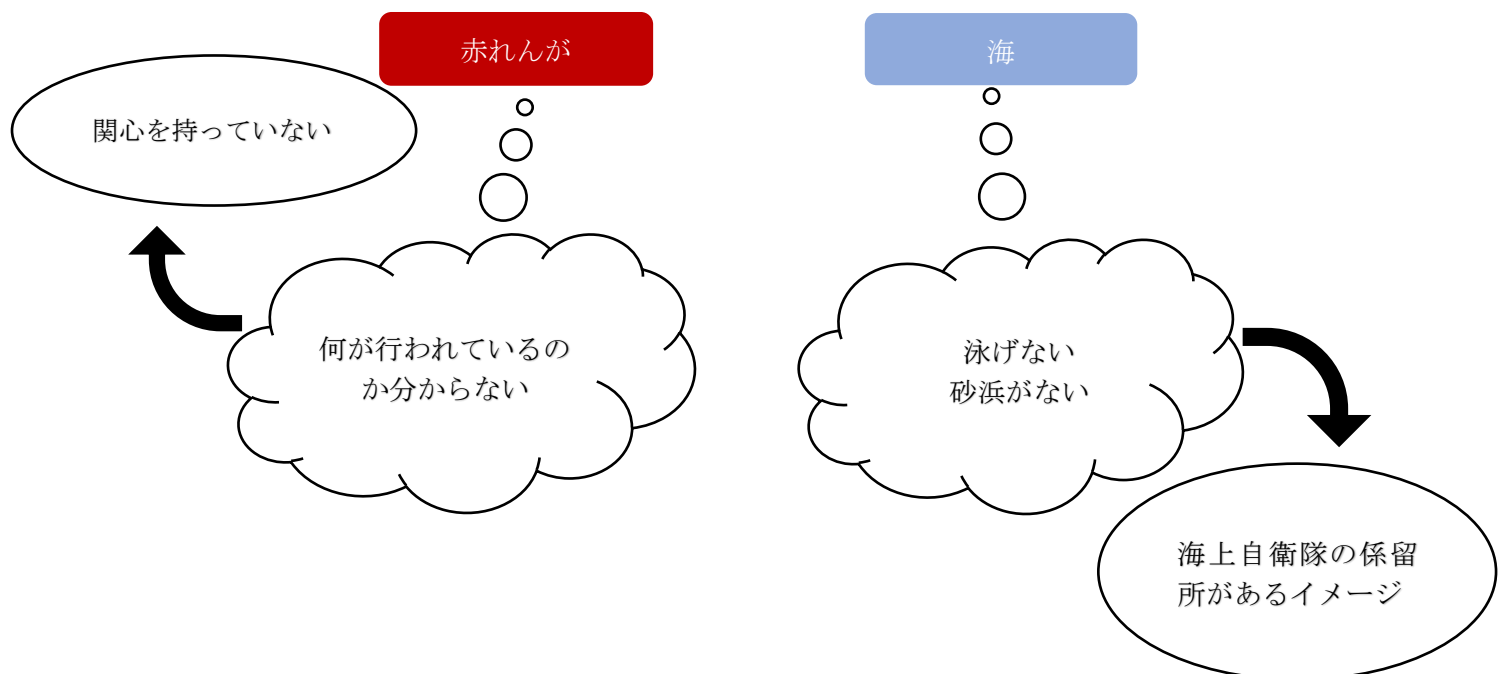
舞鶴の知られていない魅力を発見し、それを発信する。

2, 動機

舞鶴といえば海や赤れんがが有名です。ところが、私たちのクラスで聞き取り調査をしたところ、舞鶴＝海、赤れんがというイメージを抱いている人が少ない事が分かりました。地元に住んでいる私達にとって、あまりに身近にありすぎて、その価値に気づいている人はあまり多くないようです。確かに赤れんがでは様々なイベントが開催され、若者向けのコンサート等も催されていますが級友に尋ねてみても、赤れんがに行ったことのある人はいませんでした。海に関しても、神崎や滝宮浜など海水浴場はあるのですが、私達にとって身近な舞鶴の海は「泳げない」「砂浜が無い」といったイメージが大きいのです。以上のことから海や赤れんがは若い世代にはあまり身近なものとして捉えられていないのではないかと思います。



※1 舞鶴市ホームページ引用



そこで私達はクラスで意見を出し合い、新たな観点から舞鶴をアピールできないかと考えました。

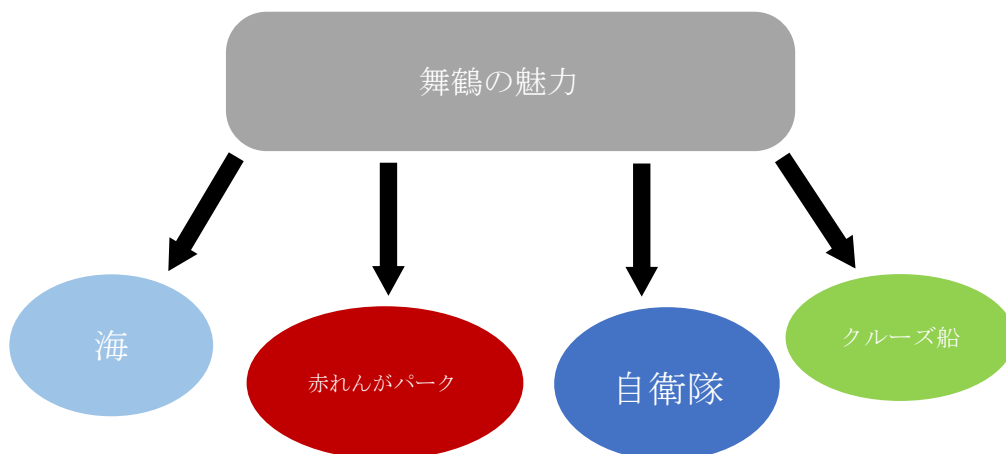
現在、学生や若者の中ではカフェに関心が集まっています。インスタ映えするオシャレなカフェや、その土地にちなんだメニューが展開されているカフェなどユニークなお店が増えています。舞鶴でも海辺にあったり、若者が関心を持ちそうなお洒落なものも増えているので、是非それらを発信したいと思っています。発信する方法として、**youtube** を使った PR 方法を考え、二軒の店舗にご協力頂き、その店舗の外観・内観を撮影し、代表の方へオススメメニューなどをインタビューして、それを短い動画にまとめて発信することで魅力を伝えたいと思いました。また、カフェへ行く道中の舞鶴の景観も動画に組み込み、アピールしたいと思います。若者からの注目を集めることで、赤れんが、海、自衛隊等という歴史的な美しい街舞鶴にさらに関心を持つ舞鶴市民、市外の観光客を増やすことが狙いです。



※2 舞鶴市観光ネット引用

3, 経緯

〈舞鶴市がアピールしているポイント〉



〈私達の思い〉 **舞鶴の何を伝えたいか・・・**



[ターゲット]

10代から40代までの女性

都会に出て行く人が多くなっている中で舞鶴にとどまる人を増やしたい、呼び寄せたい、主婦層の団欒の場にしたいという思いからターゲットを10代から40代までの女性に絞りこみ、私達の目線で舞鶴を活性化させることにしました。

4, 内容、方法

YouTube テーマ

〈 日常・憩いの場 〉

〈日常・憩いの場〉にはカフェにいても家にいるようなゆったりとした落ち着いた感覚、心穏やかになれるという思いを込めています。そして動画完成までの活動を始めました。

STEP1 撮影場所決め



どのカフェを撮影するかをリストアップし、協力していただくお店にアポイントメントを取りました。カンマダイニング様とラボラトワール様に撮影の協力を依頼しました。

STEP2 絵コンテ作り



【質問】

- ・どのような舞鶴の食材を使っているか
- ・どのようなことをモットーにしているか
- ・なぜ舞鶴にお店を作ったのか
- ・オススメ料理のポイントはどこか
- ・女性、学生にオススメ・人気のメニューは何か

絵コンテで動画の構成を作成し BGM やテロップ、どのような角度から何を撮るのかまで計画を立てました。動画作成は初めてなので、構成を考えるのは大変でした。

STEP3 撮影



実際にカンマダイニング様とラボラトワール様へ伺い、撮影をさせていただきました。動画撮影、写真撮影、インタビューなどを全員で役割分担しました。どちらのカフェの方も優しく対応してくださってとても撮影しやすかったです。絵コンテ通りに順調に撮影すること

ができました。

STEP4 市役所の方との交流



舞鶴市役所へ行き、実際に観光課で働いていらっしゃる職員の方々と、私達の理想と舞鶴の現実についての意見交流、舞鶴のクルーズ船の状況について話し合いました。「こうしたら良いのではないか」という理想を掲げても、実際に実行するには様々な条件があり、実現させるには沢山の人の手がかかることを思い知らされました。

STEP5 編集

編集は取材したお店の外見などがより良く見えるように色味を補正し、見やすくなるようにスローにしました。YouTube を見てくれる人が飽きないように動画をテンポ良く進め、映像を引き立たせるように字幕もコンセプトに合わせてシンプルにつけました。場面の切り変わりが分かりやすくなるように場面転換で曲を変えるなど、BGM の工夫もしました。



STEP6 報告会

各班がそれぞれ作った動画を全員で鑑賞し、改善点などの意見をお互いに出し合いました。

他の班がどのような動画を作っているのか参考になるだけでなく、互いに視聴者目線だからこそ気づけることもあったのでとても有意義な時間でした。



STEP7

YouTube 投稿

5. 感想

ジョブシャドウイングに行って、私が一番強く印象に残った事は、様々な制限の中、需要と供給を成立させる為には想像以上に緻密な製作過程を要するということです。私達は舞鶴のために行なっていたつもりだったけれど、目標を定めて実現していく過程をしっかりと考えないと、一方的な押し付けになりかねないことを実感しました。市役所での企画と違い、私たちの活動には制限が比較的少ないのでそれを強みにしつつ、これからより良い舞鶴のPRができるようになりたいです。

浅沼陽乃

私は市役所へジョブシャドウイングに行って社会の難しさを学びました。私達がこうあってほしいと願う理想を現実にするのは私達が勝手に作りたいと思うだけでは難しく、本当に実現させたいのならいろいろな人の力が必要になってくるということがよく分かりました。一つの大きなものを作るには、細かく具体的に計画を立てていかないといけない事を学びました。また、取材の許可取りから撮影まで全て自分達でやるのは初めての体験で、どのように工夫すれば良い物になるのかいろいろな視点から見つめる事で気づけた部分が沢山あり、一つのことに集中するのも大切だけど視点を大きく変えてみる事も重要だと思いました。

西村萌瑠

このジョブシャドウイングをするまでは、舞鶴の事を全く知らず、オシャレなカフェがあ

る事すら知りませんでした。これからもまだ私が知らない舞鶴の魅力を見つけていきたいです。また、田舎には田舎の良いところがあるということを、今回発見しました。田舎ならではの魅力をもっと見つけていきたいです。

近藤夕愛

私は市役所へ行った時、地元の魅力を世間に発信して、観光客を呼び寄せることの難しさを知りました。多くの観光客を呼び寄せるには、まず私たちが舞鶴の魅力に気づくように生活していかなければならないと思いました。私はもともと田舎があまり好きではなかったけれど、仲間と協力し合って一から舞鶴を発信する活動を通して、舞鶴の魅力に気がつくことが出来たし、良い経験になったと実感しています。このような活動を積極的に取り組むことは、街の少子高齢化を防ぐことが出来るから、もっと増えてほしいと思いました。

東優衣

私は今回の動画作成を通して貴重な体験ができたと同時に舞鶴の新たな魅力に気づくことができて良かったです。ターゲット層を決めてから絵コンテ、アポイントメント取りまでやったことのないことばかりで大変だったけれど慣れないながらもみんなで協力してできました。また市役所の観光課の方との交流でも舞鶴の観光の現状や施策の立て方など、普通は関わることでできない観光課の裏側を知ることができてとても参考になりました。初めは例年のジョブシャドウイングとは違う形での取り組みになり不安でしたが、市役所の方との交流や取材先のお店の方へのインタビューなどを通して、社会に触れることができたのでとても勉強になりました。

三宅悠希

7. 今後の課題

現在、新型コロナウイルス感染拡大のため各地の観光地は大きなダメージを受けています。舞鶴も同じく、「Go To Travel キャンペーン」という政府の取り組みはありますが、なかなか厳しい状況です。そこでこれからは新しい生活様式に合わせた観光地の対策や取り組みが必要になってきます。そんな中、今回のような動画の発信は遠く離れた場所へも舞鶴の良さをアピールできるという点でとても有効的だと思います。

舞鶴市の YouTube チャンネルを拝見しましたが、それぞれの動画の題材は、若者が興味を惹かれるようなものではなく地味な感じが否めませんでした。そのため舞鶴市の YouTube チャンネルの中に若者が見たくなるような動画があるとは思えませんでした。私はそもそも舞鶴市がInstagramなどの SNS をされていることすら知りませんでした。コロナ禍で人々の在宅期間が長くなっている今、ネットの利用率は上がっています。そこで、若者の意見を取り入れるなどして YouTube や SNS を利用した広報活動の充実が必要だと思います。またそれと同時に、今観光客の方が聞きたいこと、求めていることを動画にして

アピールしていく必要があると思いました。例えば観光施設で、どのようなコロナ対策をとっているか、という情報を分かりやすく HP に載せれば、観光客は安心して施設を訪れることができます。

市役所の方にお話を伺った際に、市役所は公平な立場でなければならぬため、今回私たちが作ったような、1つのお店を取り上げる動画は作ることができないとおっしゃっていました。それならば、せめて作ることはできなくても YouTube チャンネルなどで紹介することはできないのでしょうか。申請し審査を通れば誰でも舞鶴市の YouTube チャンネルに動画を投稿することができるというシステムを作れば、様々な方面からの動画も増え、市役所が紹介することのできないところも紹介することができ、舞鶴市の新たな魅力をアピールすることができると思います。

コロナ禍で観光客の数が激減し「with コロナ」という新たな生活様式に変わりつつあります。そんな中でネットは、ますます観光地の魅力発信のために重要なツールになっていくでしょう。世界中の人々がどこでも利用できるというネットの特性を活かして、コロナ禍での各観光地のアピールの方法を考えていく必要があると思いました。

〈引用〉

※1

<https://www.city.maizuru.kyoto.jp/cmsfiles/contents/00000004/4022/jissikeikak.pdf>

※2

<http://www.maizuru-kanko.net>

②子ども支援課

坂田菜々香・橋田陽和里・村上結

1、目標

子育て世代に情報を提供して舞鶴の子育て世代を増やす

2、活動動機、目的

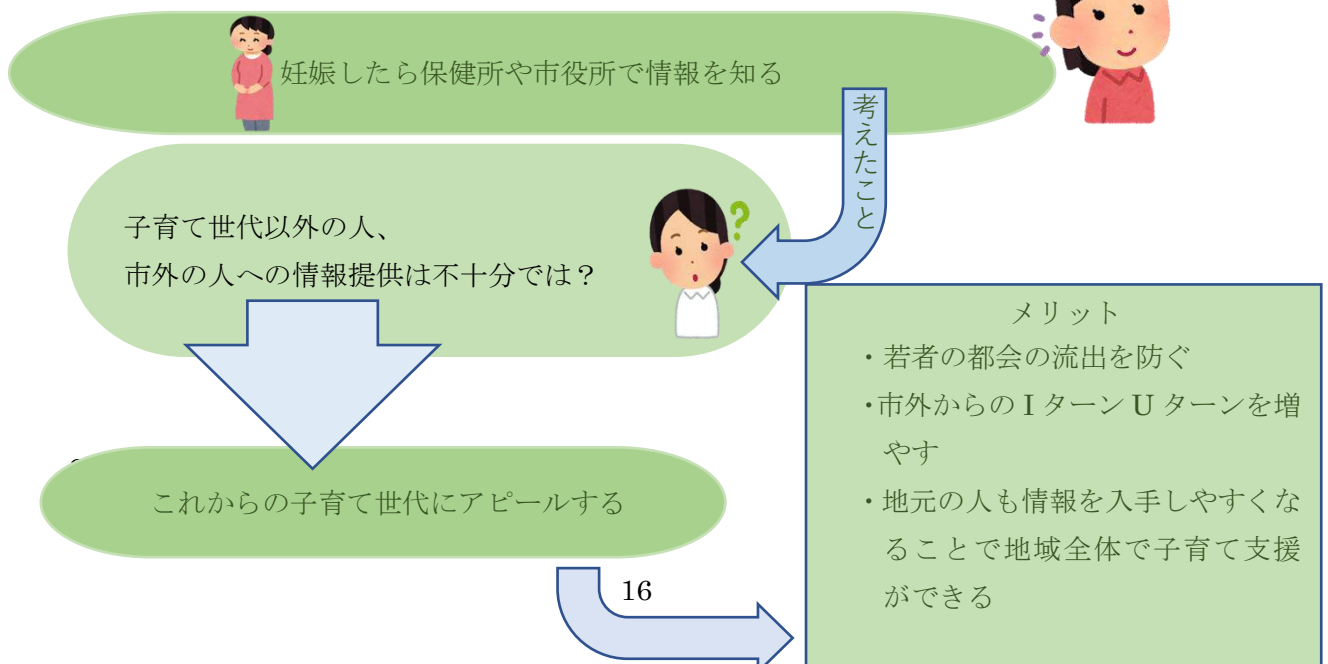
私たちはこの取り組みを始めるにあたって、一番の問題になっている少子高齢化に注目



しました。左のグラフにも示されているように、舞鶴市の年少人口割合は減少傾向にあります。高校卒業後、多くの学生は進学や就職を機に市外へ流出します。彼らのほとんどは地元に戻ってきません。その理由はたくさんありますが多くの人が交通の便や就職先の選択などの点で不便を感じているからだと思います。都会に慣れて

舞鶴市の自然や人々との関わりの記憶が都会の便利さに消されてしまうのです。これでは子育て世代が減り、ますます人口減少が進んでしまいます。そこで私たちは、これから家族を持ち、子育てをする層へ向けて、「子育てしやすい街、舞鶴」というアピールを行うことで子育て世代を増やすことを目標にしました。

まず、実際に舞鶴市にはどのような子育て支援があるのか調べてみることにしました。市のホームページを検索してみたところ、イベントがたくさん開催されていることはわかりますが、知りたい情報がホームページだけでは見つかりにくく不便だと感じました。



3、活動内容

STEP 1

取材場所決め

私たちは、どの施設へ取材に行くかを話し合い、次の観点から「子育て支援基幹センター」と「あそびあむ」に取材に行くことに決めました。

コンセプト

子育て支援基幹センター



お母さん同士の交流を重視した施設で、子どもはのびのびと触れ合え、その間お母さんは楽しくおしゃべりできる

あそびあむ



“あそび”をテーマに大人と子どもが一緒に遊べる

施設の特徴



- 子育てのサークル作りの支援
- 子どもの健康診断場所
- 「子どもなんでも相談窓口」の開設



- プログラム対象者に合わせ、イベント内容が変わる
- 多世代交流ができる
- 子育て支援施設の中で一番利用者が多い
- 遊ぶスペースが広い

STEP 2

アンケート作成

現在子育て中の方から生の声を聞くことで舞鶴の子育て支援の現状を知りたいと思い、2つの施設にアンケートを設置することにしました。



↑あそびあむ



↑子育て支援基幹センター

→
アンケート



アンケートでは、

- ・子育てについての情報の入手手段
 - ・職場の子育て制度の充実感
 - ・子育てで大変なこと、楽しいこと
- などを質問しました。



↑アンケートボックス

情報の入手手段について調べたのは、私たちがこの活動の中で子育てについての情報を調べた時に、インターネット上で情報が見つかりにくいと感じ、利用者の方は、どのようにして情報を得ているのかを知りたかったからです。職場の子育て制度の充実感を調べた理由は、最近子供を預けて働ける職場や、産休や育休を多めに取れるといった子育て世代に優しい職場が増えてきているというのをニュースなどでよく聞くので、舞鶴市にもそのような職場はあるのか、働いている方がいるのかということを知りたかったからです。子育てで大変なこと、楽しいことについて聞いたのは、当事者の方達にしかわからない悩みを少しでも多くの人に知ってもらいたいと思ったからです。

私達のように子育てをしたことがない立場からは、子育てをしている方達が思っていることは、想像でしか考えることができません。なので、子育ての現状を発信することで、少しでも多くの方が子育て世代の方々の大変さを理解し、手助けしあえる環境を作ることができれば良いと思いました。



STEP 3

取材

「子育て支援基幹センター」と、「あそびあむ」に取材に行きました。施設の職員の方に、施設の説明やイベント情報などを教えていただきました。

取材を終えての感想

● 子育て支援基幹センター

やはりお母さんに向けての活動が多いと感じました。「ひよこひろば」などのイベントでも、「お母さんたちの心と体のリラックス体操」や、「お母さん同士の交流」などお母さんがリラックス出来る環境が整っていると感じました。実際、利用者の方にお話を聞いたところ、「このコロナ禍で中々外に出られず、子どももストレスがたまっていると思う。でも、ここに来れば、子どもは遊べるし、私たちは話し相手ができる。」とおっしゃっていました。コロナ禍で、子どもをどこにも預けられず、仕事をしながら子供の面倒を見たり、食事の準備をしなくてはならず、今まで以上に親への負担が増えていると聞きます。このような中、親のストレスケアができる場は、とても貴重だと思います。



● あそびあむ

多世代交流のことについて詳しくお話を聞きました。中でもお父さんと子どもの交流に力を入れられていて、「パパと赤ちゃんあそびの体験」は、すぐに予約が一杯になってしまうほど人気だそうです。子育てというと主にお母さんがするものという認識がありますが、このような機会があれば、家庭でもお父さんが育児に関わるきっかけを作れると思いました。また、あそびあむでは、母子手帳発行前から子育て支援を行なっていると聞き、支援が充実しているのがわかりました。

STEP 4

子ども支援課の方にインタビュー



子ども支援課の方に、舞鶴の子育て支援制度、各施設の利用者などについて事前に考えた質問に答えていただきました。その回答の中から、新たに出てきた質問をしたり、情報提供についての改善策を話し合ったりしました。

STEP 5

動画作り

① コンセプト決め

<動画の目的>

子育て世代にわかりやすく伝えて、子育て世代を増やす



これから子ども
を育てる市外の
人に見てほしい

現在子育て中で不安や
悩みを抱えている人に
知ってもらいたい

<動画のコンセプト>

大人が安心できて、子どもが「行きたい!」と思える楽しさ、あたたかさが伝わる動画

② 動画の構成



↑絵コンテ

↓舞鶴に関係するものでキャラクターをデザイン



絵コンテを書き、動画の内容を具体的に決めました。また、BGMは明るく、楽しそうだと思うものを選んだり、キャラクターをデザインしたりして、より子どもが親しみやすいように工夫しました。

③撮影



オリジナルキャラクターを使って、「あそびあむ」と「子育て支援基幹センター」の紹介動画を撮影しました。新型コロナウイルス感染予防や利用者のプライバシー保護のため、施設内で撮影はできませんでしたが、あたたかさや楽しさが伝わるように、ゆったりとした明るい声で話すことを心がけました。

④発信

YouTube に投稿

4、結果

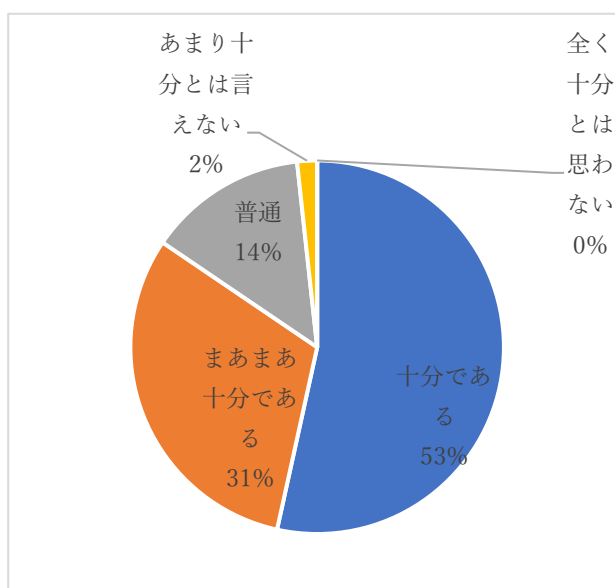
次のグラフは私たちが実施したアンケートの結果です。

対象…「あそびあむ」「子育て支援基幹センター」の利用者

回答者数…58人（各施設29人ずつ）

※施設利用者対象のアンケートの為、結果には偏りがあります。

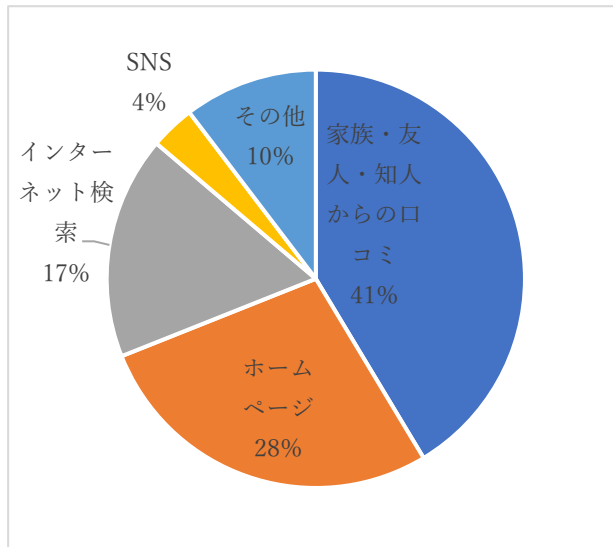
A) 子育てに関する情報提供は十分だと思いますか？



<わかったこと>

- 施設に行っている人は十分に情報が伝わっていると感じている人が多い
- 張り紙だけだと不十分、情報メールを登録していないとわからないという意見もあった
- 2つの施設を比較した結果、「子育て支援基幹センター」より「あそびあむ」の方が情報提供が不十分であることもわかった

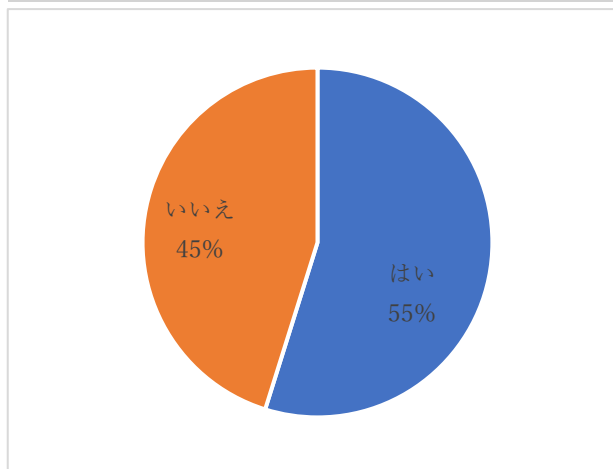
B) どのようにして、子育て支援施設について知りましたか？



<わかったこと>

- 利用者の多くが口コミで情報を得ていることがわかった
- 一番多い情報を得る手段は「あそびあむ」では口コミ、「子育て支援基幹センター」ではホームページと、2つの施設の間でも大きな差が見られた
- 広報から子育て情報を得ている人は少なかった

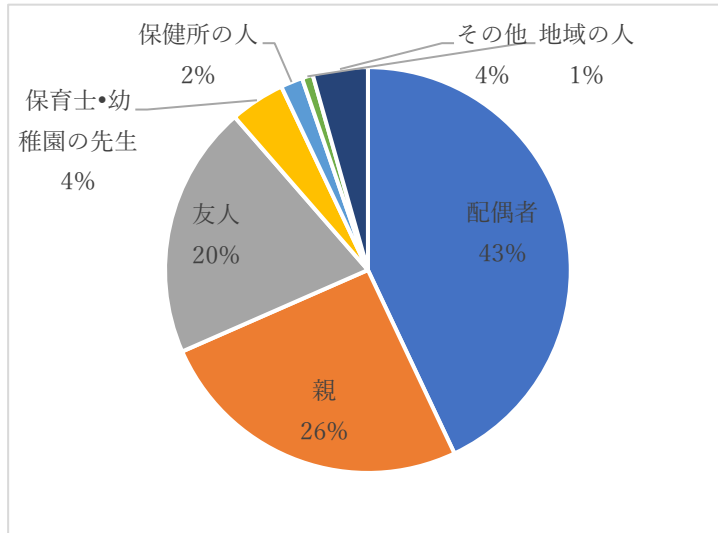
C) あなたが勤めている職場において子育てに関する制度は整っていると感じますか



<わかったこと>

- 制度が整っていても、人手が足りなかったり、肩身が狭かったりして休みを取りづらい人が多いことが分かった
- 父親の育休制度を求める声もあった
- 仕事を続けられず今は仕事をしていない人も多かった

D) 子育てで大変なときに支えになってくれる人は誰ですか



〈わかったこと〉

- 全体の約9割が家族や友人による支えだった
- 地域の人や、保健所の人に支えてもらっている人は少ない

5、感想

私たちは全くと言っていいほど、施設やイベントについて知りませんでしたが、子育て世代の利用者が意外と多くて少し驚きました。また、悩みの相談の半数ほどが虐待に関してだということも知りませんでした。虐待の相談が多いのは、家族や地域の人など、困った時に頼れる人とのつながりが少ないからではないかと思います。子育て支援情報を得た方法では口コミが最も多く、市によるチラシ、HP、ネットなどの情報提供が不十分なのではないかと感じました。そのため情報提供のより良い方法を考える必要があるなと思いました。

坂田 菜々香

実際に市役所に行ってお話を聞いて、自分達で調べたよりも多くのことが分かりました。資料も頂き、子育て制度全般を知ることができました。また、最近はLINEや「まいたん」という情報サイトで子育て制度や、イベント情報などを発信されていることを知りました。しかし、このことがまだ一部の人にしか伝わっていないのではと、お話を聞いていて思いました。私自身、そのようなサービスがあることを知りませんでした。動画では、今回学んだことはもちろん、このサービスについても紹介したいと思います。

橋田 陽和里

市役所の子ども支援課の方の話を聞いて舞鶴にはたくさん子育てを応援したり、手伝ってくれる施設があることを知りました。もちろん私たちも施設についてたくさん調べたのですが、施設それぞれに役割があって、思い切り子供と遊びたい時には「あそびあむ」を、相談事がある時には「子育て支援基幹センター」を利用するなど目的によって使い分けられることがわかりました。また、お母さんにくっつきがちになっている子供がお父さんと遊べ

るような企画や、高齢の方々と交流する機会もあり、子供だけでなくお父さんや高齢の方々にも刺激を与えられる素敵な企画だと思いました。これをHPや広報を通じてもっとたくさんの人たちに知ってもらえたらなと思いました。また、ここから改めて情報提供の難しさを学びました。若い人たちはネットを見るけれど高齢の方々はなかなか見る機会がありません。双方に情報を十分に伝えるにはどうしたらいいのか考えなくてはいけないと思いました。

村上 結

(参照)

・舞鶴市公式ホームページ

<https://www.city.maizuru.kyoto.jp/kenkou/0000000151.html>

・第二期 夢・未来・希望輝く「舞鶴っ子」育成プラン

https://www.city.maizuru.kyoto.jp/shisei/cmsfiles/contents/0000006/6495/ikuseiplan2_2020052810024146.pdf

③教育課

堀ももは、網谷灯航、内藤早希

1. 目標

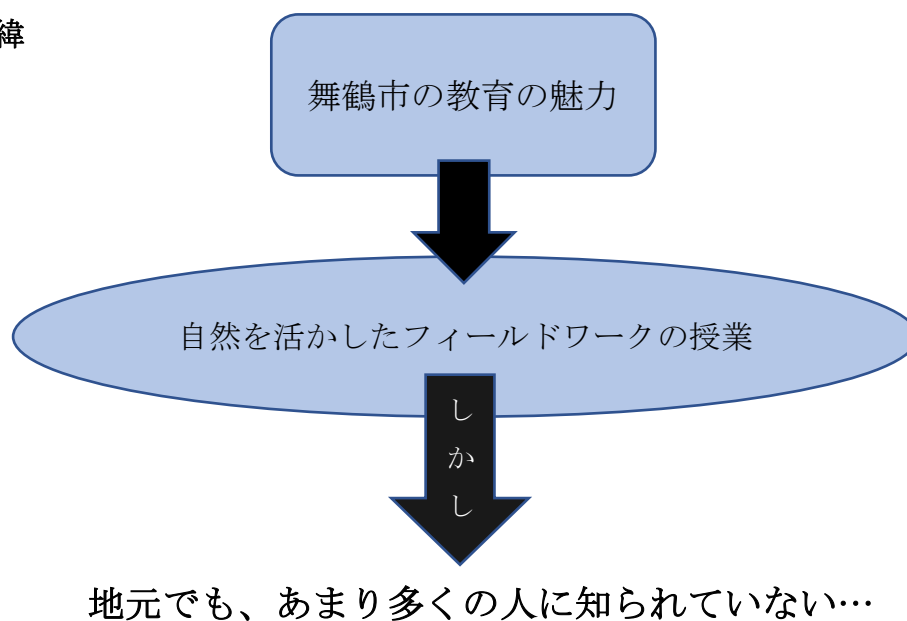
舞鶴市の教育について知ってもらう

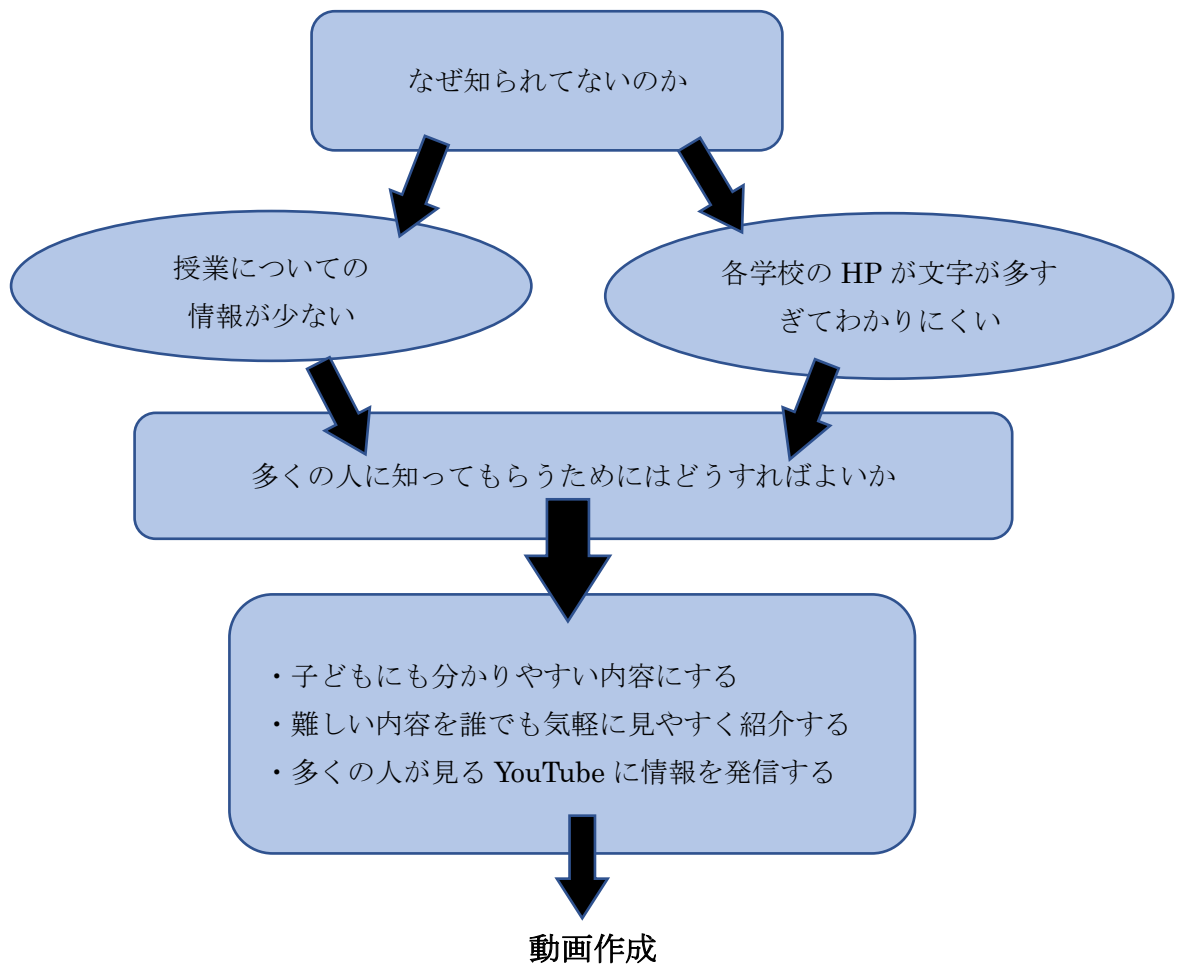
2. 動機

私達は教育という観点から舞鶴の魅力を探ろうと考えました。地域の活性化を図る上で、これからの未来を担う若い世代に働きかけるためには、教育の充実が大切だと思ったからです。これから AI と共存する社会に移り変わっていく中で舞鶴市は、AI に負けない「生きる力」をどう育てているのか疑問に感じました。私たちが考える生きる力とは「考え、議論する力」です。議論することにより新しい考えを手に入れられ、そこから考えることで別の考えに派生し、よりベストな考えにたどり着くことができます。

舞鶴市は「SDGs 未来都市」にも選ばれており、何か教育分野で特色ある取り組みを行っているのではないかと考えました。そこで私達は、歴史ある明倫小学校にインタビューを行ったり、舞鶴市役所の学校教育課の職員さんに教育現場の現状を詳しく伺ったり、「舞鶴市教育振興大綱」を読んだりして舞鶴市が目指す子ども像、教育方針について調べました。そこでわかったことを動画にまとめ、多くの人に知ってもらうことを目標にしました。地域の教育に魅力を感じてもらうことは、地元のさらなる教育の発展や地域活性化に繋がると思ったからです。

3. 経緯





4. 内容

ターゲット

「今から子どもを小・中学校に入学させる家庭」

テーマ

「舞鶴の教育の魅力」

5. 動画作成

過程 1. 話し合い



どのように舞鶴の教育について説明する動画を作るか話し合いました。「子どもでも見やすい動画」を目指し、キャラクターを動かし、物語風に伝えるという方法に決定しました。

過程 2. 学校決め

「総合的な学習の時間」の授業を通して、自然を活かしたフィールドワークの授業に力を入れている明倫小学校に取材を依頼しました。

過程 3. 絵コンテづくり



絵コンテを作成し、ストーリーを決めていきました。子ども達にも見てもらえる動画を目指し、子どもでも理解しやすい言葉を選び、イラストや写真を入れる工夫をしました。

過程 4. 明倫小学校に取材



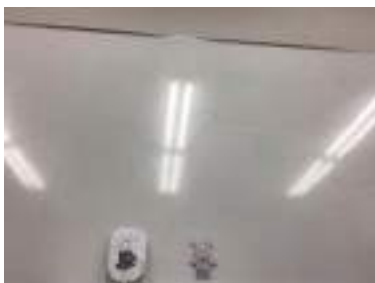
明倫小学校に行き、取材を行いました。ホームページだけでは分からない学校での生徒達の様子や、「総合的な学習の時間」を通して子ども達に何を伝えたいと思っておられるかが分かりました。

過程 5. ジョブシャドウイング



市役所の教育課の職員さんから話を伺いました。舞鶴市では「生きる力」を育む方法として、ICT や少人数制の導入をしておられることがわかりました。

過程 6. 撮影



伝わりやすいようにハキハキと大きな声で話すことを気をつけました。言い間違いやセリフが飛んでしまった時には、何度も取り直しをし、舞鶴の教育の魅力がしっかり伝わるような動画を撮ることができました。

過程 7. 編集



キャラクターごとに字幕の色を変え、どのキャラクターが話しているのかを分かりやすくしました。BGMは可愛く明るいものを使い、「子どもも見やすい可愛い動画」を目指しました。

過程 8. 報告会



各グループで動画を見せ合い、改善案を出し合いました。自分では気づかない改善点が分かり、動画をより良いものにすることができました。

過程 9. YouTube 投稿

6. 感想

今回の取り組みを通して、舞鶴で17年間教育を受けてきたけれど、知らないことがたくさんあったことが分かりました。なぜ知らなかったのか。それは知ろうとする気持ちがなかったからです。多くの人は私と同じように興味を抱いたことがない人が大半でしょう。しかし、現在舞鶴市ではどんどん少子高齢化が進んでいます。これは地元の大きな問題です。だから他人事として放っておかずに、まず自分から知り、発信していくことの大切さを学びました。

今回の動画作成やインタビューで、舞鶴の教育に興味を持った人達が増え、少しの人数でも舞鶴に移住してくれるようになったなら、私達は舞鶴市に貢献できたような気がします。私達は17年間舞鶴市で暮らしてきました。このまま生まれ育った町が衰退していくところは見たくありません。今回の活動が舞鶴市の未来に繋がることができた時、初めて今回の活動は成功したと言えるでしょう。

堀 ももは

今回の取り組みを通して舞鶴市がどのような教育方針をとっているのか、どのような観点で教育に力を注いでいるか等、知らなかったことを色々知ることができました。元々私は福井県出身で、高校から舞鶴市に来るようになり今回の取り組みまで舞鶴市の教育について知らないも同然のまま過ごしていました。しかし舞鶴市の教育に触れて知ることで、今まで自分が知らなかったことがもったいないなと感じました。是非他県の人や舞鶴市に住んでいて教育に目を向けたことがない人達に知ってもらいたいと思いました。YouTube に発信して多くの人達の目に留まり、舞鶴市へ少しでも興味を抱いていただければ、少子高齢化や若者の流出等の舞鶴市の問題の解決につながると思います。そしてこの取り組みだけで終わらせることなく、様々な手段で舞鶴市の教育を広めていこうと思います。

網谷 灯航

6. 今後の課題

近年 AI が著しく発達を遂げており、イギリスのオックスフォード大学は、近い将来に現在ある仕事の 90%は機械（AI）に置き換えられると公表し、また野村総合研究所は、この先 15 年で今ある仕事の 49%がなくなるというレポートを発表しています。（AI drops より <https://www.bigdata-navi.com/aidrops/681/>）

現在国が実施している大学入試改革を見ても、小・中・高校に求められているものが大きく変わりつつあることがわかります。これからの教育は暗記中心ではなく、生徒に質問を投げかけて生徒自身が思考することが重要です。社会であれ数学であれ、なぜ？どうして？と生徒と教師が一緒に考えることが必要だと思います。そうすることによって新たな発見が起り面白みも増え、生徒もより意欲的に授業に参加できるようになると思います。

今回舞鶴市の教育について調べた結果、ICT の導入や少人数制度を取り入れていることがわかりました。しかしあまり情報が公開されておらず、私達も今回の取り組みをするまでこのようなことが行われていることを知りませんでした。市が行っている教育的取り組みがもっと広まっていけば、舞鶴市の発展につながるでしょう。今回私達は YouTube に動画を発信するという方法を取りましたが、他にも広めていく方法は何種類もあると思います。どの方法を選択してどう広めていくのかを検討していくことが課題であると思います。

（参照）

・「舞鶴市教育振興大綱」（平成 31 年 3 月）

④農林課

大西淳司 菊田ころろ 石塚舞優

動機

舞鶴は「海の京都」として知られ、海産物として海の幸は有名です。一方農産物はまだ認知度がそれほど高くなく、「舞鶴といえば〇〇」というイメージが定着していないように感じます。しかし、万願寺甘とう、舞鶴茶、落花生等、舞鶴ならではの農産物はたくさんあります。特にお茶は、5年連続産地第一位に輝いた実績があるにもかかわらず、これらはあまり知られていません。私達はこれらをアピールしたい、さらに、舞鶴の農業について知りたいと思い活動することになりました。

活動内容

私達はこの夏、舞鶴で農業をされている ASOBI 農園さんを訪問し、若手農家の視点から舞鶴の農業の今後の展望や抱負等取材してきました。また、市役所にジョブシャドウイングにも行き、舞鶴の特産品の栽培や、AI 技術を取り入れたスマート農業について学びました。他にも、万願寺甘とうの可能性を広げたいと思い、万願寺甘とうを使ったお菓子づくりにも挑戦しました。また、そうして学んだ万願寺甘とうの魅力を多くの人に知ってもらうために動画にまとめました。

STEP1

取材する場所を決める



地元出身の若い方達が遊休地を活用しながら地元の野菜を作っておられる ASOBI 農園さんとメールでやりとりをして取材の日程を決めました。

STEP2

絵コンテ作り



絵コンテを描いて動画の流れを確認しました。

(意識したこと)

- 動画の内容のわかりやすさ
- 動画の起承転結のわかりやすさ
- 時間配分

STEP3

取材



ASOBI 農園に直接取材に行き、インタビューと撮影をしました。

(質問内容)

- 舞鶴で農業をしようと思った理由
- どのようなイメージ、コンセプトでアピールしていきたいか
- 海ではなく山の農産物という観点からどういう風に舞鶴を盛り上げていきたいか

STEP4

ジョブシャドウイング



舞鶴市役所の農林課の方達や農家さんの話を聞きました。

(質問内容)

- ・スマート農業や万願寺甘とうについて
- ・舞鶴市の農業のあり方や今後の方針など

STEP5

編集



伝えたいことがわかりやすいような動画にできるようにみんなで協力しました。

(気を付けたこと)

- ・字幕の見やすさ
- ・聞き取りやすいアフレコ
- ・取材先の意思に沿った編集
- ・万願寺とうがらしと万願寺甘とうの違いを明確にする
- ・偏った意見にならないようにする

STEP6

報告会



クラスで観賞会をして改善点などのアドバイスをもらいました。

STEP7

YouTube 投稿

現在の万願寺甘とうについて

●万願寺甘とうとは

- ・辛みを持つ物が一本もないのが特徴です。
- ・「秀」「優」「良」と分けられており、その中で「秀」のみが京のブランド産品として出荷されます。
- ・基準は、エボ（ヘタの部分）を含まない長さが12～23 cmの色艶良好で、形がよく、曲がりの少ないものだけが「秀」品として扱われます。



●万願寺の年間出荷量・出荷額

現在の万願寺の出荷状況は、下記の通りです。（※1）

現在の出荷先はほとんどが京都府内であり、主に料亭やレストランなどを中心として納品されています。京都府外への出荷は非常に少ないです。また、ネットでの通信販売を主としており、店頭に並ぶことが少ないです。これらが、万願寺甘とうの知名度が低い理由に繋がっているのではないかと考えました。

万願寺甘とうを使ったスイーツ作りについて

私達が万願寺甘とうを使ったスイーツを作ろうと思った理由は、万願寺甘とうが嫌いな人や、野菜嫌いな小さな子どもにも万願寺甘とうを食べてもらいたいと思ったからです。万願寺甘とうを使ったスイーツ作りに挑戦するにあたって私達はまず 1 番相性が良さそうなパウンドケーキに混ぜ込んでみました。私達の目標は「万願寺甘とうをしっかりと感じられるスイーツ」であったため、万願寺甘とうの味が強すぎたり、逆に感じられなかったり、食感が悪かったりと、なかなかうまくいかず、試行錯誤を繰り返しました。家族やクラスメイトなど、色々な人に試食してもらい、アドバイスをもらいながら改良していきました。

<試作品の一例>

・パウンドケーキ



工夫した点

- ・ナッツを入れて香りと食感を出した

改善点

- ・万願寺甘とうの味がしっかりと感じられなかった

・パン（ボン・デ・ケージョ）



工夫した点

- ・独特の匂いを消すためにチーズをたくさん入れた

改善点

- ・チーズの味が強くなりすぎた

・プリン



工夫した点

- ・牛乳の代わりに豆乳、砂糖の代わりに蜂蜜を使い、優しい味わいを目指した

改善点

- ・ペースト状にした万願寺甘とうのつぶつぶとした食感が残ってしまい、滑らかな舌触りが特徴のプリンには合わない

・レアチーズケーキ



工夫した点

- ・クリームチーズを多く入れて濃厚な味にし、万願寺甘とうの味を感じにくくした

改善点

- ・万願寺甘とうの存在が匂い、味、共に感じられなかった
- ・プリンと同じく、食感が残り、舌触りや喉越しが悪かった

・煎餅



工夫した点

- ・万願寺甘とうの素焼きを食べる時に使うことから相性の良い醤油と鰹節を使った

改善点

- ・素焼きをご飯と食べているような感覚で味も匂いも残っていた

様々な試行錯誤の結果、大福という結論に至りました。



工夫した点

- ・皮にも餡にも万願寺甘とうのペーストを混ぜた。
- ・万願寺甘とうの風味をしっかりと、しかししつこくならない程度に感じられるよう、万願寺甘とうを入れる量を調整した。

- ・匂いを和らげるためにペーストにする前に万願寺甘とうに長めに火を通した。
- ・餡は黒餡よりも優しい味わいの白餡を使った。また、白餡を使うことにより、断面も綺麗な緑色になった。

試食してもらった感想

- ・初めて食べる味。
- ・万願寺甘とうの風味はしっかりと残っていたが嫌な感じはなくて美味しかった。
- ・万願寺甘とうが苦手な人でもおいしく食べられた。

商品化する上での課題点

- ・コスト、手間がかかりすぎるのでレシピの普及は難しい。
- ・どうしても万願寺甘とう特有の味や匂いが残ってしまうので、万人受けする味ではない。
- ・隠し味のような工夫が欲しい。

今後挑戦したいこと

今回、万願寺甘とうを使ったスイーツ作りに挑戦しましたが、このレシピを宣伝することでさらに万願寺甘とうのPRが出来ないかと考えました。現時点で私達に出来そうなPR方法は以下のようなものです。

- ・万願寺甘とうの魅力を書いたポップを作ってスーパーなどに置かせてもらい、地元の人に万願寺甘とうの良さを知ってもらう。
- ・舞鶴市の広報誌に作成した動画の紹介記事を載せてもらう。
- ・宣伝動画のQRコードをチラシに掲載し、気軽に見てもらえるようにする。

感想

私の家はよく万願寺とうがらしを食べます。だから私の中では万願寺とうがらしは身近な存在でした。しかし今回、詳しく調査すると、舞鶴で生まれた万願寺とうがらしと万願寺とうがらしから改良されてできた万願寺甘とうがあるということや、それぞれに個性、魅力があることを初めて知りました。万願寺とうがらしと万願寺甘とうの表記一つとっても、生産者さんや市役所の方々の強いこだわりを感じ、プライドを持って生産・流通に携わっておられる姿に感銘を受けました。今まで身近だった万願寺とうがらしについてさらに詳しくなれた事で、これから万願寺とうがらしを見かけた時に、舞鶴や万願寺とうがらしについて知らない人に説明することで、多くの人に知ってもらえるきっかけになるのではないかと、と思います。真剣に考えることができるいい機会となりました。

菊田ころろ

私は今まで誰もやったことがない挑戦がしたくて、自分達でお菓子を作ることにしました。誰をターゲットにしたスイーツにするか、万願寺甘とうの味をどういうふうに残すかなど、みんなで試行錯誤しながら一つの物を作り上げることの楽しさを体験しました。将来私は一から何かを作り上げる仕事に就きたいと考えているので、今回の取り組みは良い経験になりました。

石塚舞優

万願寺甘とうについて詳しく知ることになったのは、今回が初めてでした。ジョブシャドウイングを通して、話を伺った人たちは、自分たちの街に様々な思いを持って働いているのだなと思いました。みんなが自分の仕事に誇りを持っていて、それがとてもまぶしいものを感じました。

大西淳司

引用

- ・※1 <http://amatou.kyoto/pdf/manganji-amatou.pdf>
- ・※2 <https://www.city.maizuru.kyoto.jp/kankou/0000001139.html>
- ・※3 <https://www.sankei.com/region/news/200521/rgn2005210021-n1.html>
- ・<http://amatou.kyoto>
- ・https://www.maff.go.jp/j/shokusan/gi_act/register/37.html

(注)

動画は現時点で観光課、子ども支援課しか公開に至っていません。準備が出来次第、教育課と農林課の動画も随時 YouTube にアップしていく予定です。

観光課

カンマ <https://www.youtube.com/watch?v=MtKL7t1UKao>

子ども支援課

<https://www.youtube.com/watch?v=1-gX2kms6q0>

5、活動を終えて

私達は今回の活動で様々な観点から舞鶴の魅力を考え、どうアピールするか、私達に出来る地域貢献のあり方について考えました。

現在舞鶴では少子高齢化が問題となっており、特に 20 代から 30 代の人口が減少しています。私達のクラスにも都会に憧れを抱き、高校卒業後は舞鶴を出たいと思っている人が多いです。都会に行きたいという人は、都会の最新の流行の物や、インスタ映えするお洒落な場所などに魅力を感じているのかもしれませんが。私自身もこれまで、舞鶴は田舎で何もない所だと思っていました。これまでも様々な学習活動の中で地元について知る機会がありました。しかし、主体的に取り組めていなかったため、あまり印象に残っていませんでした。

今回、初めて自ら問題意識をもって地域課題に取り組みました。本気になって地域と向き合ったとき、自分が地元についていかに何も知らなかったかを思い知らされました。活動を通して分かったことは、地元の魅力がないと思ってしまうのは、関心を持って地元を見ようとしていないから、だということです。少し視点を変えるだけで、舞鶴にもたくさんの魅力があることが分かりました。舞鶴市が子育て支援や教育にとっても力を入れておられること、地元の農家さん達が熱い思いで農産物を作っておられること、そして舞鶴には素敵な観光スポットがまだまだたくさんあること。

私達は今回の取材以外にも、それぞれが素敵だと思う舞鶴のスポットを見つけて写真を撮る活動もしました。皆が集めた写真は、家の近くの田園風景や、道端に咲く小さな花、高台から見下ろした舞鶴湾の景色などです。普段何気なく見ている風景が、見方を変えると舞鶴ならではの、かけがえのない自然の観光スポットに見えてきました。

私達は今回舞鶴について知ることによって舞鶴を好きになれました。今度は私達が見つけた舞鶴の魅力を他の人にも知ってもらうこと、舞鶴に愛着を感じる人を増やすこと。それが私達に出来る地域貢献だと思います。高校生ならではの視点を活かし、若者に興味を持ってもらえるような発信の仕方を今後も考えていきたいです。

