

学生と行政・地域をつなぐ

—京都ファンネットワークの構築—

京都産業大学 鈴木ゼミ 京都ファンネットワークチーム

○大塚 小春 (Otsuka Koharu)・大城 秀静 (Oshiro Shusei)・渡辺 加奈 (Watanabe Kana)・高垣 優輝 (Takagaki Masaki)・入川 幹久 (Irikawa Mikihisa)・近藤 悠太 (Kondo Yuta)・馬崎 俊一 (Masaki Syunichi)・松崎 智也 (Matsuzaki Tomoya)・中川 涼 (Nakagawa Ryo)
(京都産業大学 現代社会学部 現代社会学科)
キーワード：学生、地域活性化、つながり

1. 研究背景

京都市には 34 校の大学があり、市の人口に占める学生の割合は日本で 1 位と、10 人に 1 人が大学生である。しかし、就職を機に京都市を離れ、他府県に住むケースが多いのが課題となっている。そこで京都の魅力を知った多くの学生が卒業後も定住し、若者の力で京都を活性化させることが求められている。この現状を踏まえ、学生が京都の魅力を知り、体験できれば、離れるケースが減少すると考える。

2. 研究テーマ (事業目的)

本研究テーマは「学生に京都府が行う事業への参画を促すとともに、京都ファンとして継続的に地域を支える仕組み」を学生の視点から考えることである。学生の視点は行政や社会人の考え方とは異なり、当事者の視点から斬新なアイデアを考えることができる。

現在、府内には約 16 万人の学生がいる。しかし、学生と行政の連携ができていないため学生の街という強みを活かせていない。そのため、行政と学生を直接つなぐ「京都ファンネットワーク」の仕組みが必要と考えた。

事業目的はネットワークを使い、就職活動前の学生を中心に府の事業への参加を誘導し、学生に京都ならではの活躍の場を提供することで成長を促す。また、学生が事業に参加することで、交流人口が増加し、地域活性化へと繋がる。さらに京都府の事業を知り、学生と京都府の連携が拡大・強化される。

本稿では、学生と京都府が協働で仕組み作りに取り組んだ検討内容を述べていく。

3. 検討内容

7 月 29 日に第一回目の提案を京都府職員に行った。提案内容は、「京都ファンネットワーク」を作るための独自アプリを作成し、京都府の事業に参加する学生を招致する。事業内容は検索

機能で学生が参加したい活動を見つけやすくし、活動に伴う事前準備やロコミなどもアプリに導入する。

また、アプリの宣伝については、学生宣伝、ホームページ、SNS、小冊子等を提案した。この 4 つはアプリに学生をつなげるための道具である。この提案への京都府職員からの課題は、下表 (表 1) の通りであった

表 1 京都府からの課題と新たな検討内容

課題	新たな検討内容
・アプリやホームページは多額の運営費用が掛かる ・11 月までにアプリを完成、効果検証できるのか	・トライアルまでの時間が短く、納得のいくアプリを作るのは難しいので LINE の機能を活用
・学生はどのような情報があればアプリをダウンロードするか	・事業内容 (費用、場所、日程)、就活に役立つ情報、どういう人が何人参加しているかが分かる
・学生宣伝で他大学を巻き込むにはどうすればいいか	・各大学の新生全員受講型講座と新生生サポータを通して紹介してもらう

新たな検討を行う中で、LINE のグループ機能を活用することとした。理由は以下の 3 点である。

- ・既存のシステムはコストを削減できる。
- ・LINE グループは気軽に参加ができる。
- ・公式 LINE と同様に定期的に事業の情報を発信できる

さらに LINE グループの有効性を判断するために、大学生を対象にアンケートを行った。(9/13~9/18、回答数 107 人)

結果から、まちづくりに興味のある学生は

62.6%、まちづくりのコミュニティがあれば参加したいが 58.9%と半数以上の学生がまちづくりに関心があると分かった。(図 1・2)

「まちづくりのコミュニティにどのようなメリットがあれば参加しますか」の質問に対して、交友関係が広がる (77.6%)・クーポンなどの特典 (47.7%)、「どの媒体を活用または参加したいですか」の質問に対しては、LINE グループ (57.9%)・web サイト (40.2%)・アプリ (29.9%) の順であった。(図 3・4)

この結果からも、アプリではなく LINE のグループ機能が有効であることが確認できた。

4. まちづくりに興味はありますか？
107 件の回答

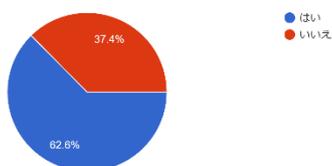


図 1 アンケート結果

5. まちづくりのコミュニティがあれば参加したいですか？
107 件の回答

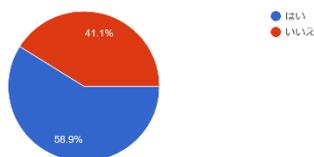


図 2 アンケート結果

6. まちづくりのコミュニティにどのようなメリット...用または参加したいと思えますか？(複数回答可)
107 件の回答

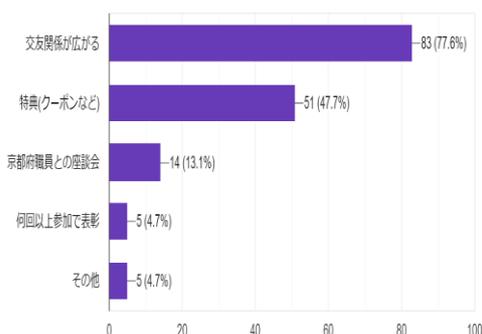


図 3 アンケート結果

8. どの媒体を活用または参加したいですか？(複数回答可)
107 件の回答

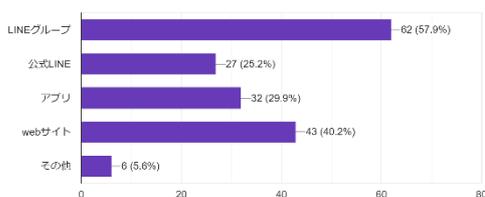


図 4 アンケート結果

以上の検討内容を軸に、9月29日の第二回目の会議では、次の3つ提案を行った。

- ・LINE グループを活用し、将来的にアプリへと移行
- ・Instagram、Twitter による事業紹介、京都産業大学広報部を活用した宣伝
- ・学生が授業で宣伝を行う。地域づくり系の教員ネットワークを活用する仕組み

提案に対して、京都府職員から好意的な感想を頂き、私達の案をもとに、京都府職員が改良を加え、新たな案となった。

新たな案は、京都府公式 LINE の制作と Teams を活用したグルーピングの構築である。その理由として、LINE グループは個人情報の流出の危険があるため、行政は使用できない。そこで LINE 公式アカウントをつくり、事業ごとのグループは Teams を活用し、連絡事項の伝達やミーティングを行う。この仕組みは本年12月に試行されることになっている。

4. まとめ

「京都ファンネットワーク」を作るため、学生ならではの視点で検討を行ってきた。アプリの作成から LINE の活用、さらに宣伝方法などの検討内容についてまとめる。

1) アプリ

行政の認可を受けて短期間でアプリを作成することは難しい。学生が興味を持つ内容であること。また、費用がかかる。アプリを活用には、学生へ事業を紹介する必要がある。

2) 宣伝

ロコミでの宣伝が効果的だと考えた。しかし、他学部や他大学を巻き込むことが難しいため、新たな仕組みが必要である。

3) LINE

学生の個人情報保護という行政側の目線で考えておらず、LINE 公式アカウントの利用となった。

事業に参加した学生によって作られた「京都ファンネットワーク」を通じて地域の魅力の発信・拡散することで、定住や関係人口の新たな獲得が期待出来る。今後、実際に活動を行い、事業の効果を検証していく必要がある。

また、新型コロナウイルスの影響で学生同士の交流が減少し、人間関係の希薄さに戸惑う学生も多い。そういった悩みを持つ学生同士、学生と行政とを「つなげる」効果もあると考えられる。