

令和7年度大学生等ふるさと産品アンバサダー事業 実施報告

養父市 市民生活部
やぶぐらし・地方創生課

はじめに

当課は養父市出身の大学生等を対象に「令和7年度大学生等ふるさと産品アンバサダー事業」を実施し、令和7年9月13日から令和8年1月31日までの間に申請のあった学生に対し、養父市地域ブランド「やぶの太鼓判」認定産品の詰め合わせを給付した。

申請者にはその際、送付先住所等の基本事項入力と養父市行政に係るアンケートへの回答を依頼した。あわせて給付完了後には、事後アンケートへの任意協力も依頼した。当報告はこれらの回答結果をもとに作成したものである。

事業概要

- 期間 令和7年9月13日～令和8年1月31日
- 対象 養父市出身の大学生等
- 給付品 養父市地域ブランド「やぶの太鼓判」認定産品

・温石米3kg
・鮎のささやき 3本
・天滝ゆずのマーマレード 1個
・コウノトリ但馬空港⇄大阪（伊丹）空港路線の
1往復分（片道2回の利用可能）の航空券無料引
換券

- 意識調査（アンケート）の実施
- ふるさと産品給付後の事後アンケートの実施
- 養父市ふるさとメール配信 6月～3月（10回）
- PR方法…①紙面掲載 広報やぶ9月号
②養父市公式ホームページ掲載
③養父市ケーブルテレビにてCM放送
情報課と連携して実施。

実施報告目次

1. 意識調査アンケート実施結果

- 1-1. 総申請者数
- 1-2. 申請者の性別
- 1-3. 申請者の現住所（市町村別・都道府県別）
- 1-4. 本事業を知った手段
- 1-5. 将来養父市に住もうと思うか
 - 1-5-1. 将来養父市に住もうと思っていない理由
 - 1-5-2. 将来養父市に住もうと思っている理由
- 1-6. 希望職種
- 1-7. 養父市の魅力
- 1-8. 市政情報の入手手段で活用している媒体

2. 養父市ふるさとメールについて

- 2-1. 概要
- 2-2. 配信内容

3. ふるさと産品給付事後評価アンケート実施結果

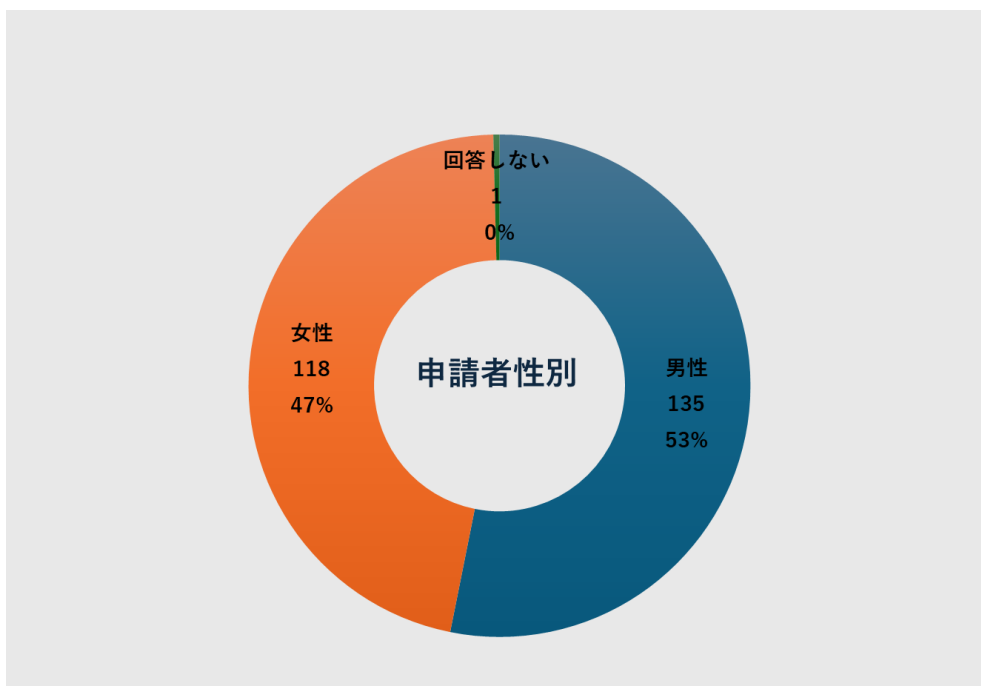
- 3-1. 産品への感想
- 3-2. 学生による PR 内容
- 3-3. ふるさとメールの効果・意見
- 3-4. U・Iターン意向

1. 意識調査アンケート実施結果

1-1. 総申請者数

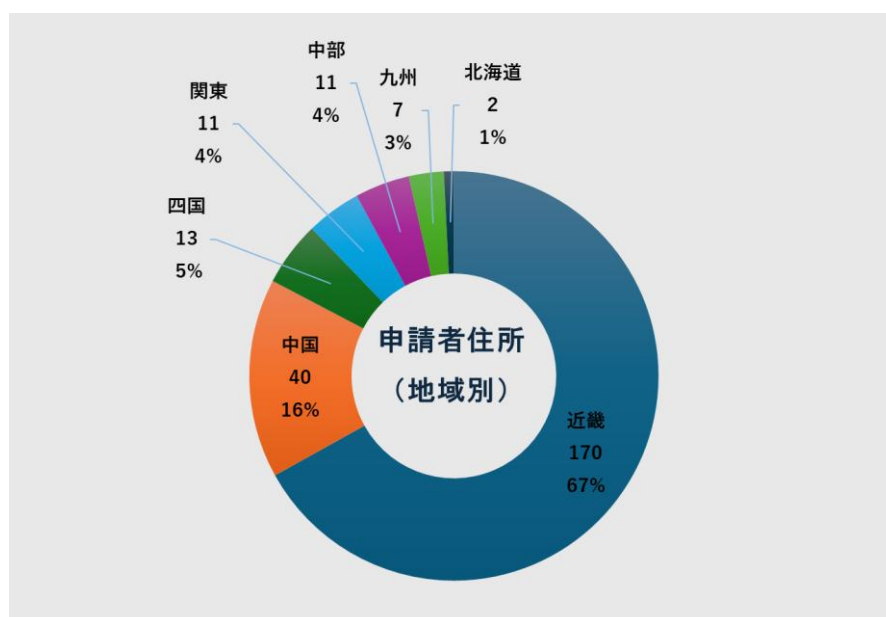
申請受付期間中で、延べ 254 名からの申請があった。令和 6 年度の総数は 266 名であり、令和 6 年度比で 12 名の減少となった。

1-2. 申請者の性別



1 - 3. 申請者の現住所（地方別・都道府県別）

47 都道府県からの選択制で実施。地方別でみると、最多の申請があったのは兵庫県の属する近畿地方であったが、いずれの地域からも申請があった。中には養父市から遠く離れた地方に進学し、帰省が難しい学生もいる。したがって当事業は、産品を給付し大学生の生活を応援するだけでなく、養父市の魅力を再び感じてもらうことで、ふるさとと学生がつながる機会として意義あるものだと考える。グラフは次ページに記載している。

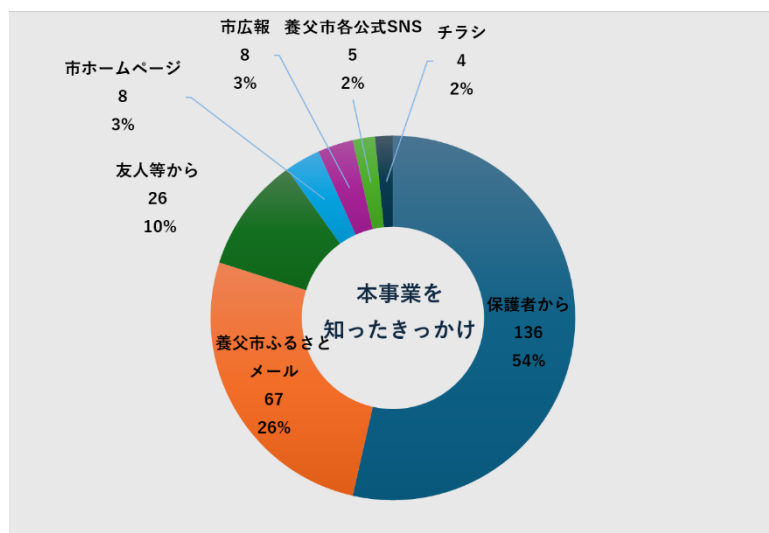


続いて都道府県別でみると、地元・兵庫県からの申請が79名と最多であった。また、兵庫県と東西で隣接する2府2県からの申請が多くあった。



1-4. 本事業を知った手段

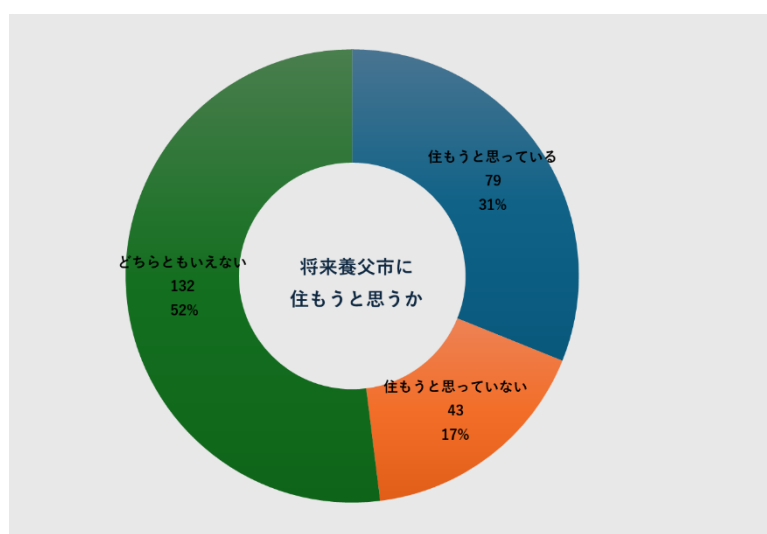
保護者から知った学生が 54%（136 名）を占めた。次いで当課から直接学生にメールをした養父市ふるさとメールが 26%（67 名）であった。



1-5. 将来養父市に住もうと思うか

「住もうと思っている」「住もうと思っていない」「どちらともいえない」からの選択制で実施。結果、「住もうと思っている」が 31%（79 名）、「住もうと思っていない」が 17%（43 名）「どちらともいえない」が 52%（132 名）であった。

令和 6 年度アンケートでは「住もうと思っている」が 28%（75 名）、「住もうと思っていない」が 17%（45 名）「どちらともいえない」が 55%（146 名）であり、令和 6 年と比べると「住もうと思っている」学生の割合は微増した。ただし当アンケートの対象者は、入学・卒業等に伴い毎年変動するものである点に留意が必要である。



1-5-1：将来養父市に住もうと思っていない理由

上記の質問にて、「住もうと思っていない」「どちらともいえない」と回答した合計 175 名を対象に、自由記述式で実施。寄せられた回答結果を、大きなカテゴリーに分類して要約すると以下の通りとなる。

1. 就業機会・マッチングの課題

- 自身の目指す職種・企業がないため。
- 養父市もいい所だから住みたいが見つかる仕事によっては養父市では無いところに行かないといけないから。
- 就職できる大手企業がないため。
- 専門を活かした仕事に就こうとした時に、養父市に会社がないから。または他県にあったとしても通勤するのが不便だから。

2. 進路・将来像の未確定

- 将来について明確に決まっていないため。
- 何かあった時には帰ってくるつもりだが、今のところやりたいことができる地方に住みたいから。
- 地元は好きだが、就職するかは決めていないから。
- 卒業後すぐでは、就職先が地元ではみつけれないから。全く地元に戻りたくないというわけではなく、収入や生活が安定したら養父市に戻っても良いと考えるから。就職先の幅が狭いから

3. 都市の魅力と生活基盤の比較

- 自然豊かな環境は好きだが、交通が不便のため。
- 現在住んでいるところがとても魅力的だから。
- 養父市には魅力もあるが、他の市にも別の魅力があると思うから。
- 田舎だから

以上を踏まえると、将来の目標や希望する職種の未定、交通や生活便益、他地域の魅力などが主な理由として挙げられる。それぞれの事情や状況によって、養父市への帰還を躊躇する学生が多い傾向が見られた。

1-5-2: 将来養父市に住もうと思っている理由

上記の質問にて、「住もうと思っている」と回答した79名を対象に自由記述式で実施。寄せられた回答結果を、大きなカテゴリーに分類して要約する。

1. 将来のキャリアや夢

- 生まれ育った養父市で働きたいから。
- 教師になって母校に戻ろうと思ってるから
- 高齢化が進む一方で今の養父市は医療従事者が少ないことを知ってるので作業療法士となって地元に戻って行きたいから

2. 地元への愛着や親しみ

- 生まれ育った町であり、のどかで過ごしやすいと感じるから。
- 家族が近くにいる所に住みたいため
- 養父が好きだから。学んだことを、生まれ育った場所で、活用して貢献したいから。

3. 地元への貢献や活性化

- 家族がいるし育ってきた場所に貢献したいから。
- 地元をもっと盛り上げるため

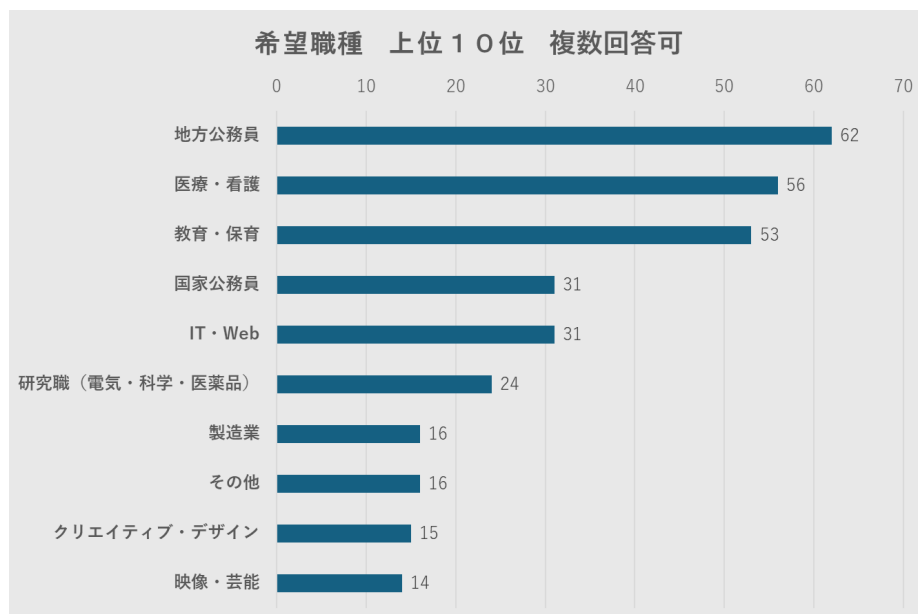
4. 心地よさや安心感

- 地元であり、不便ではありながらもやはり住み心地がいい場所であるから
- 静かで自然豊かで自分には合っている
- 養父市が落ち着くから。

これらの意見から得られる傾向は、地元への愛着や将来の展望、地元への貢献意識などが学生の養父市に戻りたいという理由に影響していることが挙げられる。

1-6. 希望職種

図の選択肢から複数回答可能制で実施。学生の希望職種としては、公務員、医療看護、教育保育などの、社会的な貢献度の高い分野に対する関心が高いことが分かる。また、IT・Webや研究職、製造業など創造性や技術に関する職種への関心が高い。



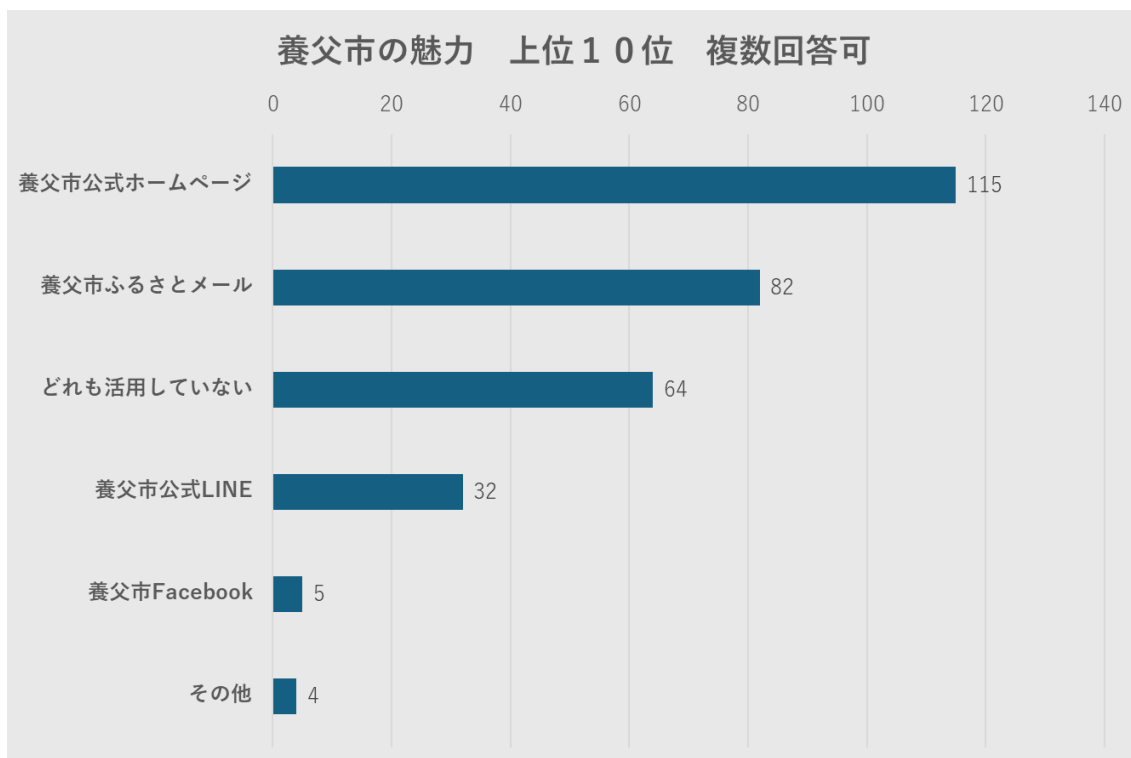
1-7. 養父市の魅力

図の選択肢から、複数回答可能制で実施。自然の豊かさが飛び抜けて多く、次いで親族・友人の近さが多い。交通事故や犯罪が少ないことも回答が多く養父市の「安心して暮らせる」点を魅力に感じているという傾向が伺える。



1 - 8. 市政情報の入手手段で活用している媒体

図の選択肢から複数選択可能制で実施。結果、活用している媒体として最も多く選ばれたのは養父市公式ホームページであり、次いで養父市ふるさとメールであった。なお、ふるさとメールは給付申請のあった学生に配信しているため、今回初めて申請した学生はこれからメールを受け取ることになる。以上を考慮すると、ふるさとメール配信を今後も続けることが、学生への施策周知につながると考えられる。



2. 養父市ふるさとメールについて

2-1. 概要

令和5年度より、当事業に申請した学生全員に対し市政情報や就職情報のメール配信を開始。令和7年度は計10回、「養父市ふるさとメール」として卒業等で給付対象外となった昨年の申請者も含む475名のアドレスに配信した。

2-2. 配信内容

今年度は、養父市のイベント情報、就職情報（ハローワーク八鹿）を中心に配信を行った。下記の内容を配信した。

配信月	内容
6月	① 合同企業説明会&就職面接会
7月	① YBファブのナツフェス!2025 ② たじまJOBフェア
8月	① 漫才のDENDO 全国ツアーin 養父 ② YABUフードEXPO ③ 若者ミライ会議
9月	① ふるさと産品アンバサダー事業の受付開始案内
10月	① 但南建設株式会社 オンライン企業説明会 ② ひょうごJOBフェア
11月	① 令和8年度「二十歳のつどい」のご案内 ② 自動運転バスの取り組み
12月	① ひょうご企業研究フェア
1月	① 氷ノ山国際スノーフェスティバル ② たじま合同企業説明会
2月	① はちぶせゆきまつり ② 朝来市内企業によるオンライン企業説明会
3月	① ムーディ勝山の「養父市を受け流さない-1 グランプリ」

3. ふるさと産品給付事後評価アンケート実施結果

今年度給付申請をした学生に、事後評価アンケートへの協力依頼をメールにて送付した。回答期間は2月19日から3月13日終日までとし、30名からの回答を得た。

3-1. 産品への感想

今回申請を行った 30 名から寄せられた一部感想を紹介する。

選択した産品	感想
温石米	普段買って食べているお米より美味しく感じた。米の値段が上がっているのが非常に助かりました。
温石米	友人とシェアして食べて、その時に養父市について PR した。
温石米	とても美味しいお米で、少食なのですが、たくさん食べれました。ありがとうございました。
鮎のささやき	優しい甘さと懐かしさを感じました。
鮎のささやき	久しぶりの味で懐かしくなった
鮎のささやき	友達と一緒に食べました。久しぶりに食べたのでとても美味しかったです！
天滝ゆずのマーマレード	パンにつけたりヨーグルトにいれるとおいしかったです。美味しかったので自身でも購入しました。
天滝ゆずのマーマレード	甘酸っぱくパンにつけて食べるとより美味しかった。
天滝ゆずのマーマレード	甘すぎず、ほろ苦いゆずの風味がいいアクセントとなっていて、非常に美味しかった。パンに塗って食べたが、甘すぎないので、別の食べ方にも合うと思う。なので、料理のアクセントに使うなど、使い道も多いかと思う。養父市の特産として、ゆずがあったのは知らなかったのもっとアピールして欲しい。
航空券無料引換券	帰省の際に往復で利用しました。 飛行機での移動は早くとても快適でした。

3-2. 学生による PR 内容

今年度の申請者には、友人等に対し、養父市の魅力を PR するように依頼していた。そのため、誰にどのような PR を行ったかを尋ねた。一部回答を紹介する。

PR 内容
ウィンタースポーツが沢山できるよと伝えたところ、行ってみたいと反応が返ってきたり、スノーボをしに行ったよと報告があったりした。
鮎のささやきを一緒に食べた友達に養父市で有名なお菓子に関する話について話しました。また食べたいや行ってみたいという反応が返ってきました。

あゆのささやきって何？って話になってお土産に留学生にあげたら喜んでた。日本の文化と地元
に感動してた

大学構内での自炊会で蛇紋岩米を振る舞う PR をした時においしいと言われた。

スキーにいきたいという人にハチ高原を勧めて実際に行ってもらった。

お米と鮎のささやきを渡した際、養父市のことを話しました。スキー場のことなどを話し、ハチ
高原は優しいコースもあるし、ウィンタースポーツをする際はぜひ養父市にと話しました。スキ
ー滑る機会があったらそうすると返されました。やっぷー、やっぴーについても話し、可愛いと
言われ、名前も覚えてくれました。

やっぷーについては以前から学校の友人に話したことがあり、キャラクターの顔と名前は覚えて
もらっています。医療専門学校に通っているため実習先では地元養父市について沢山お話を
頂きました。高齢者の方はほとんどの方が養父市をご存知で、訪れたことのある方も多数おられ
ました。特にスキーでの利用が多く、スキー場で有名であるという印象でした。

スマホの裏側にやっぷーステッカーを挟んでいました

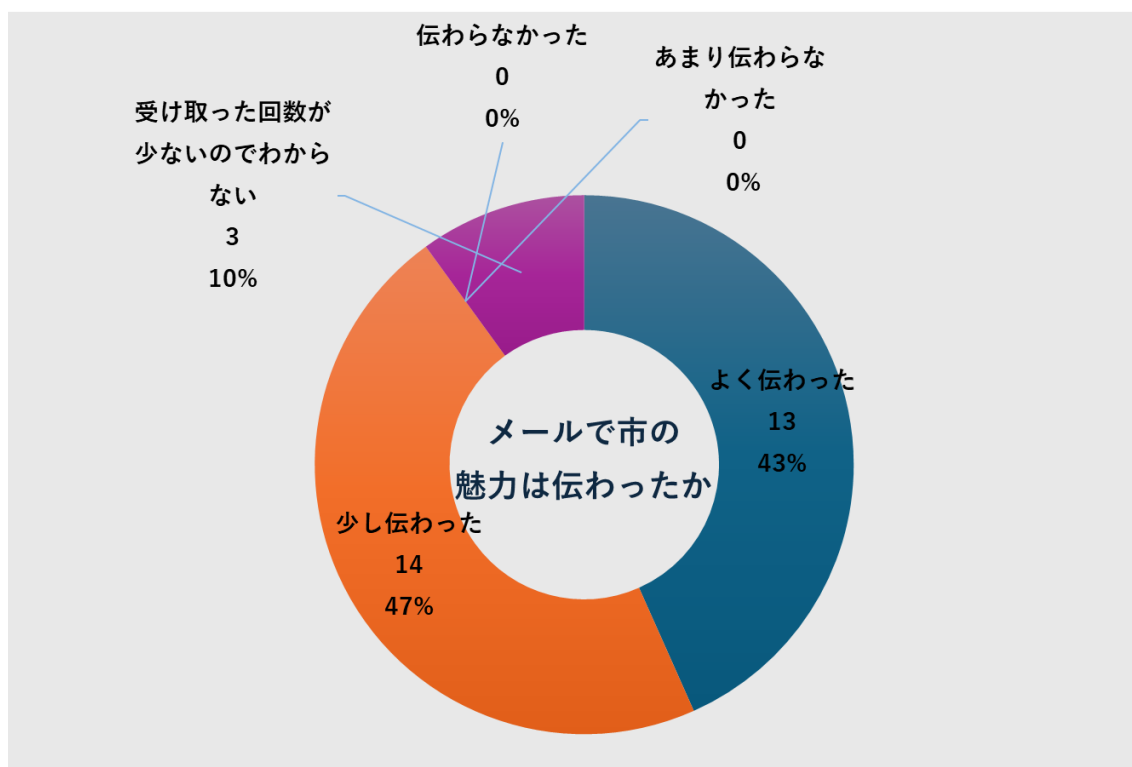
写真を撮ってインスタのストーリーにあげたら、羨ましがられた。

友達と養父市のハチ高原スキー場の話や小学校のスキー教室の話をした。友達の小学校ではスキ
ー教室がなかったため驚いていた。

地元の話になった時に、養父市のお話をしたりするが、他都道府県の人たちにとって養父市の存在
はまだまだ認知度が低いのだと思わされた。兵庫は神戸や姫路といったインパクトの強い市があ
る一方で、他の市区町村も魅力があるところが多いので、その辺りをもっとアピールできたらよ
かった。

3-3. ふるさとメールの効果・意見

申請のあった学生に向け配信したふるさとメールの内容は2-1. 概要および2-2. 配信内容に記載のとおりである。当メールを通して、養父市の魅力が伝わったかを尋ねた結果、回答者30名中のうち、90%の27名がよく伝わった、少し伝わったと回答。サーバーの関係で受け取った回数が少ないのでわからないと回答した学生は3名いたが、あまり伝わらなかった・全く伝わらなかったと回答した学生は共に0名であった。ふるさとメールの効果は一定程度あったとみなしてよいと考える。



学生からの声（一部抜粋）

楽しそうなイベントもあったが、予定が合わず参加できなくて残念だった。

近々開催されるイベントの情報が掲載され発信してくれているところが良いなと思いました。

親と話すきっかけになるので良かったです

養父市でのイベント情報がたくさんあり、実際にメールを見て参加したイベントもあるため、これからもいろんなイベントの情報を発信してほしいです！

養父市での就職先が意外と多いことに驚いた。

十分に伝わった。養父市の公式 LINE と合わせてとても役に立っている

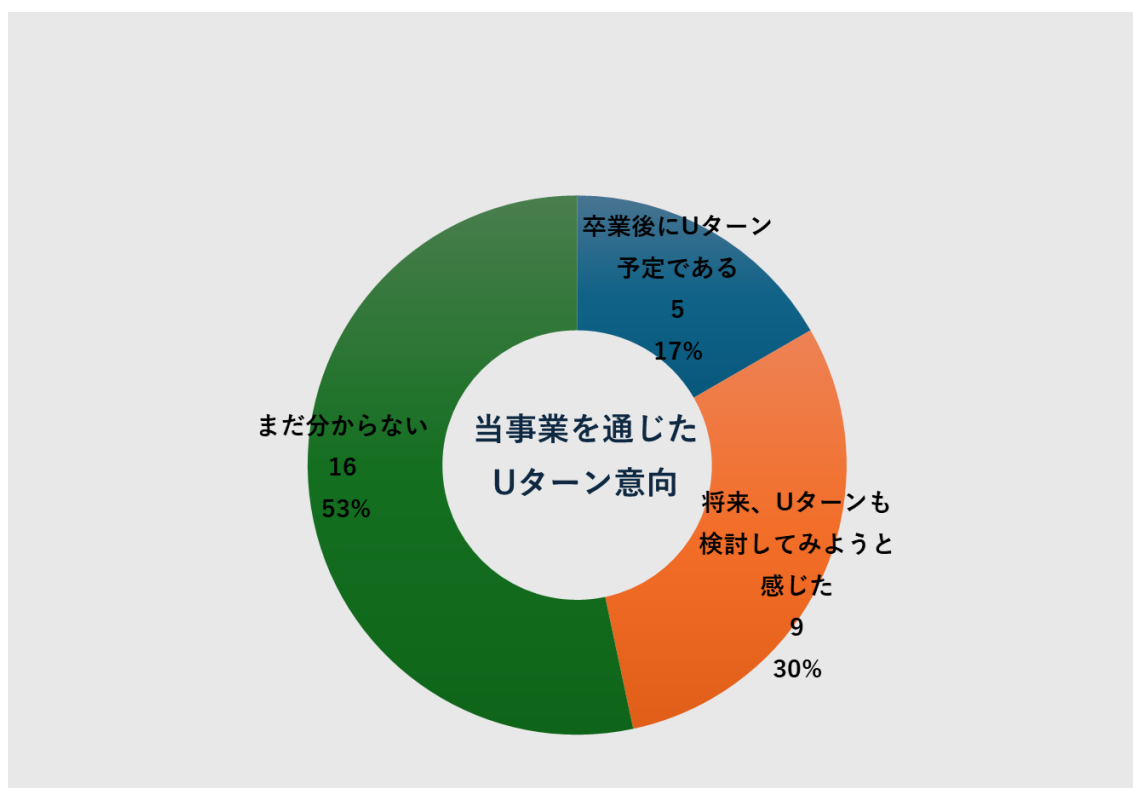
養父市に帰ろうと考えているため、就職先候補の参考になりました。

離れて暮らしているが、今の養父市の取り組みを知るきっかけになりました。就職関連の情報も参考にしていましたが、なかなか自分に合う職種や大学で学んだことを活かせる職業が少ないように感じました。

同じ養父市出身の仲間に伝えることが出来た。

就職関係のメールが多かったが、イベント開催の知らせなどをもっと増やしてもいいかと思う。

3-4. U・Iターン意向



当事業（メール発信・産品給付）を通じて学生がどのようなUターン意向となったかを改めて調査。結果、Uターン予定者および検討者の総数が、回答者中の過半数を下回った。学生のふるさと意識醸成という目的を達成するためにも、継続的な実施が必要と考える。