

※一部発表原稿をノートに追加しています。2020/09/07

「地方で暮らす」を 学生の当たり前の選択肢に



西条事変

ぐんそー
あじちゃん
こうや
はぎ
ばしこ

現状・課題の分析

【掲げる理想】

- ・都市部の若者の就職したい街No.1にする。

【現状】

- ・若者が移住したい街No.1
- ・30~40代の移住者の割合が多く、20代が比較的少ない。

【課題】

移住が多いはずの新社会人を取り込めていない？

都市部の**大学生**に西条の魅力を知ってもらおう

- ① 大学生は地方の、西条の良さを知らない。
 - 移住体験ツアー利用者に大学生は少ない？
 - 地方にある優良企業を知らない？
- ② 勤務地に知らない土地は検討しにくい。
 - Iターンをしない理由「知らない土地への移住が不安」
- ③ 社会人に比べ移住のしやすさがある。

潜在的な移住者の確保！

施策内容

大学と連携した 地方体験型合同インターンシップ！

概要：

大学生に西条市に来てもらい、西条市の企業と暮らしを体験してもらう合同インターンシップを企画し、都市部の大学で単位認定をする大学の集中講義として開催する。



大学と連携した 地方体験型合同インターンシップ！

1.西条市の企業と生活の魅力を一気に体感して
もらう夢のようなインターンシップ！！

2.大学の授業の一環として行うことで興味の薄
かった学生を呼び込む！

施策内容

期間：10日

人数：約40人

参加企業：SMIT、アサヒビール、クラレ、花王サニタリープロダクツ、日新製鋼、合同会社こっから、他中小企業など、

宿泊場所：石鎚ふれあいの里、他民宿等

費用：交通費全額支給、宿泊費無料



Internship



西条事变

施策内容

- 各企業の1~2日のインターンシップ
- 市のPR(市長や移住者のお話)
- キャンプで場BBQ
- 加茂川サップ体験
- 潮干狩り

広報手法

- 大学の講義や単位と絡める
- YouTubeによる宣伝
- パンフレットやチラシ
- マイナビ、リクナビからの一般応募も受け付け

キャチコピーを強烈に印象付け、
「田舎暮らし」という価値観を浸透させる。
→“西条でできないことはない”(仮)