



公募テーマ：

「産業構造審議会 教育イノベーション小委員会  
「中間とりまとめ」の論点の社会実装」に関するテーマ

# 好奇心・探究心に応えるサードプレイスの拡充：新 聞社と連携した幅広い子どもたちに開かれた学びの 場の創出・普及事業

最終成果報告書

事業者名  
株式会社omochi

## 担当者情報

- 所属・役職：株式会社omochi・代表取締役
- 氏名(フリガナ)：土井仁吾 (ドイジング)
- メールアドレス：jingo@omochi-shokuiku.co.jp
- 電話番号：080-8701-6492

2024年2月22日

# 実証事業サマリ：株式会社omochi

## 実証の背景と成果

### 背景

意識が高い層以外の子どもはサード・プレイスへのアクセスが困難。また、サード・プレイスの自走・普及の難易度は高い。

上記を解決するために、新聞社と連携したサード・プレイスの自走・普及を目指す。



### 成果

- ①新聞社と連携した、意識が高い層以外の子どものアクセス可能性を高めるプログラムの実装
  - ・「Z世代の提言」というプログラムを実施し、[生徒・企業・新聞社の3社にとってメリットがある建付け](#)を実現
  - ・[学校の出張授業を窓口とする](#)ことで、これまでサード・プレイスへの関心が強くなかった生徒も一定数獲得
  - ・上記にあたってその県市の教育委員会が注力している取り組みとの接続性を示すという工夫をすることで県や市との円滑な連携を実現
- ②次年度以降の自走プラン策定
  - ・新聞社との連携を進めるためには、[記事の二次活用機会創出と新聞の無購読層へアプローチ](#)することが重要
  - ・広告を目的とする企業からの資金収集を中心としつつ、教育関係者、新聞読者からも収集
  - ・企業からの出資・プログラムにおける協力を獲得するためには、実施後の成果を広く認知させられること・公教育の場ではできない商品の体験（試食など）を実現できることなどのメリットの提示が有効

## 実証内容

10月	11月	12月	1月	2月
	各ステークホルダーへのヒアリング			
	出張授業の実施			
		プログラム実施		プログラムについて記事広告の発信
				次年度以降の自走に向けた営業など

# 最終報告書目次

1. 事業者
2. 背景と目指す姿
3. 実施体制・実証フィールド
4. 実証内容
5. 実証結果
6. 今後の自走・普及プラン

Appendix

# 最終報告書目次

1. 事業者
2. 背景と目指す姿
3. 実施体制・実証フィールド
4. 実証内容
5. 実証結果
6. 今後の自走・普及プラン

Appendix

# 1. 事業者（株式会社omochi）



「食の豊かさにふれられる時間・場所・人をひろげる」をミッションに掲げて、食に関わるたくさんの分野の方々とともに学びをつくっております。

子どもたちにとって身近な「食」を切り口に、探究的な学びのプログラムや教材を開発しています。小学校から大学まで、幅広い教育機関とコラボし出張授業や教員研修などを行っています。また、学外の学びの場づくりなども行っています。企業のPRを兼ねた学びのイベントの企画運営や、企業向けの研修なども行っています。

直近の主な  
取り組み実績

2022年6月：神戸市健康局と学童向けの食について学ぶ動画プログラムを開発

2022年8月：経済産業省「未来の教室」実証事業に採択  
（栄養教諭が学校・教員を繋ぐ架け橋となる『食から始まる「学びのSTEAM化」促進事業』）

<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000002.000108764.html>

2023年3月：神戸市主催オープンイノベーションプログラムにて審査員最優秀賞を受賞

2023年8月：神戸市こどもの創造性を育む活動に2年連続で採択

2023年8月：文部科学省 消費者教育実践モデル構築事業に採択

[https://www.kobegakuin.ac.jp/education/faculty\\_business/news/308706b98c29dfcfed8a.html](https://www.kobegakuin.ac.jp/education/faculty_business/news/308706b98c29dfcfed8a.html)



株式会社omochi  
代表取締役社長 土井 仁吾

教育事業者にてワークショップ講師や教材開発に数年携わった後にomochiを創業。自らの創業経験を元に、アントレプレナーシップ醸成に関する取り組みにも積極的に関わっている。



株式会社omochi  
教育事業部 堀内 菜々美

2021年より大阪市天王寺区にて、古くて新しい学び舎「寺子屋てらあ」を開校。多分野に渡る子ども向けワークショップを各地で実施。自分自身と出会い、世界と出会う学びの場をスタンダードにすべく、2024年1月に法人を設立。

# 1. 事業者（株式会社神戸新聞社）



神戸新聞社では、「もっといっしょに」を合言葉に兵庫県で唯一の地元紙「神戸新聞（朝刊約40万部）」を発行し、電子版「神戸新聞NEXT（年間2億PV）」でも日々のニュースをお伝えしています。

情報発信だけでなく新聞社ならではの発信力やネットワークを生かし、皆さまといっしょにさまざまな地域課題の解決にも取り組んでいます。



# 最終報告書目次

1. 事業者
2. 背景と目指す姿
3. 実施体制・実証フィールド
4. 実証内容
5. 実証結果
6. 今後の自走・普及プラン

Appendix

## 2. 背景と目指す姿

### 背景

---

#### サード・プレイスの創出

- 「サード・プレイス」において、生徒の好奇心・探究心に応え  
ることができていない
  - 昨年度、甲南高校（兵庫県）と連携した際、学校  
側のネットワーク内でしか企業を紹介できなかった。

#### 創出されたサード・プレイスの普及

- トップ層・意識が高い層以外の子どもが、「サード・プレイ  
ス」での学びへ十分にアクセスできていない
  - 昨年度、神戸市の公共施設（地域福祉センター）  
でサード・プレイスを一般募集で実施したものの、意欲  
が高い層の参加が多く裾野が広がらなかった。
- 「サード・プレイス」の他地域への普及と経済的に持続可  
能な継続モデルを構築することが難しい

### 目指す姿

---

#### サード・プレイスの創出

- トップ層・意識が高い層に閉じず広範な子どもたちが好奇  
心を伸ばす「サード・プレイス」での学びへのアクセスを確保  
する。

#### サード・プレイスの普及

- 企業と連携し、経済的に持続可能なモデルを構築する。
- 自治体と連携し、継続的に実施できるモデルを構築する。



# 最終報告書目次

1. 事業者
2. 背景と目指す姿
3. 実施体制・実証フィールド
4. 実証内容
5. 実証結果
6. 今後の自走・普及プラン

Appendix

## 3. 実施体制・実証フィールド

### 実施体制

---

事業受託者：株式会社omochi  
再委託先：株式会社神戸新聞社

### 実証フィールド

---

- ① 国内の実証予定校
  - ・神戸市立神港橋高校
  - ・神戸市立六甲アイランド高校
  - ・神戸市立葺合高校
  - ・甲南高校
  - ・兵庫県立尼崎小田高校
  - ・兵庫県立長田商業高校
  - ・兵庫県立神戸商業高校
  
- ② その他あれば記載
  - ・兵庫県教育委員会
  - ・神戸市教育委員会
  - ・神戸市

# 最終報告書目次


1. 事業者
2. 背景と目指す姿
3. 実施体制・実証フィールド
4. 実証内容
5. 実証結果
6. 今後の自走・普及プラン

Appendix

## 4. 実証内容概要

	狙い	取組内容
①新聞社と連携した、意識が高い層以外の子どものアクセス可能性を高めるプログラムの実装	トップ層・意識が高い層に閉じず広範な子どもたちが好奇心を伸ばす「サード・プレイス」での学びへのアクセスを確保する。	<ul style="list-style-type: none"><li>• どのようなニーズがあるのか各ステークホルダーへヒアリングをする</li><li>• 教育委員会と連携し、教員研修を実施することでプログラムを周知する</li><li>• 子どもたちや保護者、教育関係者へプログラムを周知させるために、県や市の協力を獲得する</li><li>• 意識が高い層以外の子どもたちのプログラム参加を促すために、学校への出張授業を実施する</li><li>• 中高生を対象にしたプログラムの開発・実施する</li></ul>
②次年度以降の自走プラン策定	企業・自治体と連携し、経済的に持続可能なモデルを構築する。	<ul style="list-style-type: none"><li>• より多くの企業を巻き込むために、プログラムについて情報発信する</li><li>• 次年度以降の自走のために、企業との連携方法について、営業・ヒアリングをする</li></ul>

# 4. 実証内容詳細①新聞社と連携した、意識が高い層以外の子どものアクセス可能性を高める探究学習プログラムの実装

ステークホルダーへのヒアリング	教員研修の実施	県や市の協力の獲得	学校へ出張授業	プログラムの実施
<p><b>【目的】</b> サード・プレイスについてどのようなニーズがあるのか、下記ステークホルダーにヒアリングをする</p> <p><b>【教育委員会】</b> 質問内容 ・サードプレイスにおいて地域の企業に求めること ・サードプレイスの公教育との連携においてどのような学校との連携が特に求められるか</p> <p><b>【学校】</b> 質問内容 ・サードプレイスに関する情報が生徒に周知されるまでの流れ ・生徒がサードプレイスに参加する際の動機 ・教員からのサードプレイスの案内に対する生徒の反応について</p>	 <p><b>【目的】</b> 取り組みの周知と公教育との連携を深めるために実施</p> <p><b>【日時・場所】</b> 14:45-16:00 神戸市立神港橋高校</p> <p><b>【概要】</b> 新聞社と取り組んでいる探究的な学びについての紹介と、新聞記事を活用した探究的な学びについてワークショップ形式で議論する。</p> <p><b>【対象】</b> 商業系を担当している教員</p>	 <p><b>【目的】</b> トップ層・意識が高い層に閉じず広範な子どもたちがプログラムへアクセスできるよう、子どもたちや保護者、教育関係者へプログラムを周知させるために、県や市の協力を獲得する。</p> <p><b>【自治体へのヒアリング】</b> 質問内容 ・サードプレイスに対して自治体として求めるもの ・サードプレイスとどのような連携が可能か</p> <p><b>【協力依頼先の候補】</b> ・兵庫県教育委員会 ・神戸市教育委員会 ・神戸市企画調整局産学連携推進課 ・神戸新聞NIE</p>	 <p><b>【目的】</b> 公募ではなく学校でのプログラムを紹介することで、通常外のプログラムには応募してこない生徒の参加を促す</p> <p><b>【期間】</b> ・8月～12月</p> <p><b>【実施校】</b> ・甲南高校 ・神戸市立神港橋高校 ・神戸市立六甲アイランド高校 ・兵庫県立長田商業高等学校</p> <p><b>【概要】</b> 「発信」をテーマに、身近な人を幸せにする方法を考えるワークショップ等を実施</p>	 <p><b>【目的】</b> トップ層・意識が高い層に閉じず広範な子どもたちがアクセスできるプログラムの実施</p> <p><b>【日時・場所】</b> 12/10(日) 11:00-16:00 デザインクリエイティブセンター神戸 KIITO (兵庫県神戸市) 12/17(日) 11:00-16:00 URBAN PICNIC (兵庫県神戸市)</p> <p><b>【概要】</b> 神戸の食を支え続けてきた企業と共に、ワークショップを通して自分の「トキメキ」をひろげるアイデアを作り、新聞を通して社会に発信する。</p> <p><b>【対象】</b> 中学1年生～高校3年生</p> <p><b>【協賛】</b> エム・シーシー食品株式会社</p>

## 4. 実証内容詳細②次年度以降の自走プラン策定

### プログラムに関する情報の発信

#### 【目的】

より多くの企業を巻き込むために、プログラムについて情報発信する。

#### 【広告で発信】

プログラム実施前に、朝刊と夕刊で広告を発信する。

#### 【記事広告で発信】

右図のようなイメージで、プログラム実施後に参加者である中高生のアウトプットなどをまとめて新聞読者に発信する。

#### 【読者アンケートの実施】

紙面にQRコードを載せて読者アンケートを実施し、プログラムに対する感想を回収する。



### 営業活動・ヒアリング

#### 【目的】

次年度以降の自走のために、企業との連携方法について、営業・ヒアリングをする

#### ヒアリング内容の例

- 学校向けの出張授業での会社・商品紹介の内容と満足度について
- イベントでの会社・商品紹介の満足度とその理由について
- 会社を認知してもらいたい層について
- 今回のイベント参加者に、会社を認知してもらえたという実感があるか
- 普段も自社商品を体験（試食など）してもらう機会があるかと、その時の様子・満足度について
- 今回のイベントで参加者に、自社商品の魅力を感じていただけたと思うかについて
- 自社商品PRにおいて、質の高い機会になったか
- 費用対効果としての満足度とその理由について

# 最終報告書目次

1. 事業者
2. 背景と目指す姿
3. 実施体制・実証フィールド
4. 実証内容
5. 実証結果
6. 今後の自走・普及プラン

Appendix

## 4. 実証結果概要

	結果
①新聞社と連携した、意識が高い層以外の子どもへのアクセス可能性を高めるプログラムの実装	<ul style="list-style-type: none"><li>● 「Z世代の提言」というプログラムを実施し、生徒・企業・新聞社の3社にとってメリットがある建付けを実現<ul style="list-style-type: none"><li>- 生徒は、自分に対する満足度や自分の長所の認識などについて学習効果あり（詳細はP29に記載）</li><li>- 協力企業からは地域貢献活動の周知にメリットを感じたとの声あり</li><li>- 新聞社としては、企業向け協賛提案での新しい指標となり、これからの時代にあわせた地元紙ならではの持続可能なビジネスモデルの構築チャンスとなるをメリットとして連携</li></ul></li><li>● 学校の出張授業を窓口とすることで、これまでサード・プレイスへの関心が強くなかった生徒も一定数獲得<ul style="list-style-type: none"><li>- とはいえ、外部プログラムへの応募はハードルが上がるため、より裾野を広げるには学校内プログラム→外部プログラムのジャンプを縮小するため、学校での探究・課外活動と接続させることや友達を誘って参加しやすい設計をするという工夫が有効と考えられる</li></ul></li><li>● 上記にあたってその県市の教育委員会が注力している取り組みとの接続性を示すという工夫をすることで県や市との円滑な連携を実現</li></ul>
②次年度以降の自走プラン策定	<ul style="list-style-type: none"><li>● 新聞社との連携を進めるためには、記事の二次活用機会創出と新聞の無購読層へアプローチすることが重要</li><li>● 広告を目的とする企業からの資金収集を中心としつつ、教育関係者、新聞読者からも収集</li><li>● 企業からの出資・プログラムにおける協力を獲得するためには、実施後の成果を広く認知させること・公教育の場ではできない商品の体験（試食など）を実現できることなどのメリットの提示が有効</li></ul>



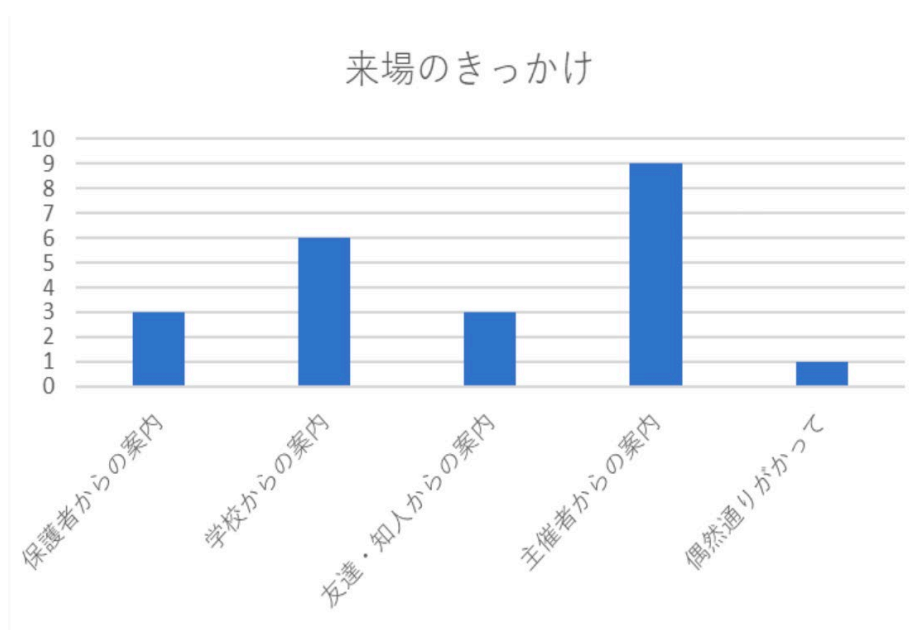
# 5. 実証結果詳細①新聞社と連携した、意識が高い層以外の子どものアクセス可能性を高める探究学習プログラムの実装

ステークホルダーへのヒアリング	市教育委員会における教員研修の実施	県や市の協力の獲得	学校へ出張授業	プログラムの実施
<p>【教育委員会】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・サードプレイスにおいて地域の企業に求めることとして、①企業ができることや提供できるリソースを学校に共有すること②単なる調べ学習ではなく、探究的な学びとなるような、正解を教えるだけでなく児童・生徒と対等な立場で関わってもらうことがあった。</li> <li>・サードプレイスの公教育との連携においては、①学校で取り組んでいる探究活動・部活動・生徒会活動など課外活動との接続性を示すこと②官公庁や教委の後援があること求められた。</li> </ul> <p>【学校】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・サードプレイスに関する情報が生徒に周知されるまでの流れとしては、①各クラスでの手紙配布②職員室周りの掲示がほとんどという現状。</li> <li>・生徒がサードプレイスに参加する際の動機としては、①友達から誘い②学校で一度体験したものを深めたい③発表の場があること</li> <li>・教員からのサードプレイスの案内に対する生徒の反応については、生徒の個々の興味関心に合わせて案内しないと反応は良くない。</li> </ul>	 <p>【参加者数】 商業系を担当している高校教員40名</p> <p>【タイムテーブル】 14:45-14:50 会社紹介 14:50-15:00 探究的な学びの取組概要の説明 15:00-15:50 新聞記事を活用した探究的な学びづくりをするワークショップ「新聞をどう活用する？」 15:50-16:00 質疑応答・アンケートへの回答</p> <p>【得られた学び・示唆】 40-50代の教員の方々は新聞を活用した学びに馴染みがあり、新聞を活用して探究的な学びを進めてみることにに対する抵抗感が小さかった。</p>	<p>【自治体へのヒアリング】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・サードプレイスに対して自治体として求めるものには①若い世代の声を拾うこと②学校における探究活動との連携があった。</li> <li>・サードプレイスとの連携可能性については、①周知の協力における連携と②後援名義の使用が可能。</li> </ul> <p>【協力獲得先】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・神戸市教育委員会 神戸市教育委員会から保護者向けへのメルマガを活用した広報の協力を獲得。</li> <li>・兵庫県教育委員会 神戸市の後援と神戸市からのプログラム周知の依頼文があったことで、県内の高校への周知協力を獲得。</li> <li>・神戸市企画調整局産学連携推進課 神戸市公式イベントサイトでの広報協力と後援名義の獲得。</li> <li>・神戸新聞NIE 兵庫県NIE推進協議会事務局長にご協力いただき、県内のNIE提携校へのプログラム周知が可能となった。</li> </ul>	 <p>【実施方法】 50分1コマで、探究活動に取り組む授業時間で実施した。</p> <p>【生徒の様子】 初めはワークシートに書いた内容を見られることに恥ずかしがる生徒もいたが、声掛けを続けると生徒の方から見せてくれるようになったことが印象的だった。発表の際も全員もれなく、発表者と聞き手の役割を認識し、発表者に向けたレスポンス（拍手など）も笑顔でしてくれた。</p> <p>【教員からの声】 普段より生徒が積極的に発表できていたのがよかった。ぜひまた授業をしていただきたい。</p> <p>【得られた学び・示唆】 講師と密にコミュニケーションを取った生徒はサードプレイスに強く興味を持ってくれたため、なるべく個別にコミュニケーションが取れる少人数対象に実施できる方法を模索したい。</p>	 <p>【参加者数】 12/10(日)：23名・12/17(日)：20名</p> <p>【タイムテーブル】 11:00-11:10 オープニング・コンテストのお題の発表 11:10-12:00 神戸新聞社によるレクチャー 12:00-13:00 お昼休憩 13:00-15:00 “トキメキ”をひろげるアイデアづくり 15:00-16:00 交流会・クロージング</p> <p>【参加者の声】 P28に記載</p> <p>【得られた学び・示唆】 他校の生徒や大人との交流に対する満足度が非常に高かった。友達を誘って参加できる形式への要望もあった。</p>

# 5. 実証結果詳細①新聞社と連携した、意識が高い層以外の子どものアクセス可能性を高める探究学習プログラムの実装

## プログラムに参加した生徒の属性など

中学1年生：2名 中学2年生：1名 中学3年生：2名  
高校1年生：4名 高校2年生：11名 高校3年生：4名



WEBやSNS上を情報源とする「“安全なイベント”であるか懸念があり、“先生からの紹介”など身近な大人があった方が無難」という意見があった。また今回が初回となるイベントで、イメージがつかみにくいうえに、表面の意匠がテキスト中心となったことも踏まえ、イラストや写真等視覚的情報が必要であると考えられる。同時に、顔を知っている人や先生からの案内による安心感が必要であり、先生へのダイレクトな情報共有・説明、さらには学校での取り組みとの接続性を示すことが必要であることがわかった。

## プログラムへの各ステークホルダーからの反応

兵庫県内高校の教員や地元老舗企業の経営者、メディア関係の方々に参加いただいた。

### 【本イベントに興味を持った理由】

- ・Z世代のリアルな声を聞きたかったから・高校生対象の講義の際に参考にしたい
- ・神戸新聞社さん・MCCさんのイベント楽しそう！
- ・神戸新聞社さんからのお声がけをいただき、10代の考える未来を肌で感じようと思って参加させていただきました

### 【見学・参加してみて印象に残った場面】

- ・参加者の方々の発表を聞き、想像よりも社会に対しての考えやイメージがまとまっており、驚きました
- ・みなさん、ワクワクときめいて参加していて、心が躍りました！
- ・10代半ばという子どものような、もう大人のような、どっちともつかない年頃ですが、話をしている様子や内容はしっかりしていて、こちらも一人の大人、一人の人として、誠意を持って向き合いたいと背筋の伸びる思いでした。
- ・大人も気づいたら同じワークにのめり込んでおり、大人が楽しんでいる様子が子どもたちにも伝わって盛り上がったのかなど。

### 【サード・プレイスと連携するとしたら、会社として伝えたいこと】

- ・働く＝楽しいこと「大人もときめいている」・モノ作りの楽しさ（煎り上がっていく様など）
- ・歴史・価値について。物そのものの価値とは別に、自分の考える価値、存在する意味、伝え方など。
- ・弊社は食品メーカーなので、商品を食べる人にとって価値ベネフィットが何か考えてみたい・「食は人をつなぐ」

### 【サード・プレイスと連携するとしたら、会社としてどのようにその連携機会を活用したいか】

- ・人材採用/ファン獲得/将来の日本への貢献/商品配布・若年層の間食についてリアルな声を聞きたい
- ・ナッツ、豆菓子は食わず嫌いかを聞きたい・若年層は体に良いか悪いかの基準でおやつを選ぶのかなど声を聞いてみたい
- ・健康への意識・会社の認知度を上げる・未来のリクルーティング・組織のモチベーションアップ
- ・子どもも大人も同じ目線で学び合う場・神戸に愛着を持ってもらう

### 【サード・プレイスと連携することに予算を確保するとしたら、会社はどのような成果を求めるか】

- ・機会を得られただけで成果！
- ・サンプル配布など、おいしかった また食べたい 本品を買ってしまったなどSNSで拡散されること。お願いではなく自発的、思わず誰かに伝えたいという思いで発信されること。

### 【その他】

- ・学校や家庭など居場所を限定せずに世界を広げる行動を起こすことができていることが素晴らしいです。
- ・他の人の意見を聞き、自分の意見を自分の言葉で伝えることが身につけているのを感じました。

## 5. 実証結果詳細②次年度以降の自走プラン策定

### 企業等へのヒアリング結果

ヒアリング先	ヒアリング結果
新聞社	<ul style="list-style-type: none"> <li>発行部数やPV,CTR等とは異なる企業向け協賛提案での指標となる。<a href="#">こちらからの時代にあわせた地元紙ならではの持続可能なビジネスモデルの構築</a>チャンスとなる。</li> <li>たくさんの新聞記事が蓄積されているので二次活用したい。</li> <li>無購読層へのアプローチを獲得することで会社として取り組みやすくなる。</li> </ul>
地元企業	<p>下記のような地元企業からの関心が高かった。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>市内にゆかりあるB2B売上比率の高い中堅中小企業</li> <li><a href="#">事業転換などの理由から今後の一般消費者への認知拡大が必要とされる企業</a></li> <li>B2C的なマーケティングに投資する予定の企業</li> <li>地域の次世代育成に関わりたい企業</li> </ul>
経済同友会	<ul style="list-style-type: none"> <li>同友会としては地域貢献活動の一環で実施しているため無償で学校出張授業をしている。</li> <li>地域愛の強い地元の老舗企業は「こんな機会でもないときどきの高校生の意見とか若い子の価値観しれないから」と前向きで、次世代育成にかかわろうという意欲がある。</li> <li>先代の同友会代表の想いで始まり、現在5年目の取り組みとなる。</li> <li><a href="#">同友会の取り組みがちゃんと外部に周知化されるという意味で新聞社が関与</a>できる。</li> </ul>
大学	<ul style="list-style-type: none"> <li>参加者が少数となるプログラムではデータ数が少なくなるため、定点観測の手法を用いて、参加者の様子を学生に観察してもらいながらいくつかの項目で評価し、その評価分析を協賛企業にお返しすることで、教育×マーケティングリサーチのビジネスが展開できるのでは。</li> </ul>
自治体	<ul style="list-style-type: none"> <li>Z世代のような学外での探究的な学びの場づくりについて、企業版ふるさと納税におけるプロジェクト追加の検討をしてみたい。</li> </ul>

### 資金収集・協力獲得方法

- ・新聞社との連携  
[蓄積された新聞記事の二次活用ができる点と、無購読層へアプローチできる点がメリット](#)となり、短期的には売上を作りにくくとも上記メリットがあることで新聞社として積極的に取り組む意義になる。
- ・新聞購読者からの資金収集  
 読者アンケート結果的を踏まえて、孫世代を応援したい世代から毎月500円or1,000円を徴収する。[新聞購読を通して地域貢献もできるという新しい価値提供](#)ができれば売上UPできるのではないかな。
- ・地元企業との連携  
 地元へ愛着を持ち、地元で活躍する次世代の育成を目的にした取り組みとし、その想いに共感してもらうことで連携しやすくなる。地元の老舗企業同士の繋がりも非常に強く、[1社だけとの連携というよりも、複数社との連携体制が構築できると協力獲得が進みやすくなる。](#)
- ・経済同友会との連携  
 地域愛の強い地元企業は次世代育成に強い関心がある。その取り組みが周知化されるという意味で新聞社との相性は良い。
- ・[マーケティングリサーチを絡めた教育ビジネスとしての展開](#)  
 大学（経営学部）と連携し、プログラム中に参加者の企業に対する認知度などを定点観測・分析する。
- ・企業版ふるさと納税

# 最終報告書目次

1. 事業者
2. 背景と目指す姿
3. 実施体制・実証フィールド
4. 実証内容
5. 実証結果
6. 今後の自走・普及プラン

Appendix

## 6. 今後の自走・普及プラン

普及プラン	自走プラン
<p><b>【どのような層をターゲットとし、どのようなコンテンツを提供するか？】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・トップ層・意識が高い層以外の子どもも楽しく学べるコンテンツを提供する。</li> <li>・コンテンツ内容としては、大人が自分のトキメキに従って事業を進めている話を聞き、子どもも自分のトキメキを探り、そのトキメキを広げるためのアイデアを考えるようなコンテンツを検討中。</li> <li>・上記のようなコンテンツにすることで、<u>会社の魅力に触れながら学びを深めることができ、地元企業との連携もしやすくなる</u>ことがわかった。</li> <li>・新聞社が蓄積している新聞記事を活用する。</li> </ul> <p><b>【公教育を窓口にする際、どのような方法の周知が有効か？】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・その県市の<u>教育委員会が注力している取り組みとの接続性を示す</u>。例) 神戸市立高校のALネットワーク、大阪府のわくわく・ドキドキジュニアプロジェクト、大阪府太子町の非認知能力向上など。</li> <li>・新聞社やNIE推進協議会と連携することで、数多くの<u>NIE提携校（公立学校・私立学校）に周知</u>が可能となる。</li> </ul> <p><b>【公教育経由でどうすれば意欲的でない層にリーチできるか】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・学校への出張授業を実施する際は、<u>生徒と個別にコミュニケーションを取りながら、講師に対する親近感を持ってもらい、プログラムへの案内に安心してもらえる設計</u>が重要。</li> <li>・授業だけでなく、部活動や生徒会活動などの連携も少人数を対象に案内できるため効果的。</li> <li>・<u>友達を誘って参加することができる設計</u>も必要となる。</li> </ul> <p><b>【それ以外に外部団体と連携した周知は可能か？】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・県の私学会館と連携し、県内の私立学校へのチラシ配布が可能。</li> <li>・経済同友会メンバー企業は、地域愛の強く、次世代育成に積極的に取り組んでいる。その一環である出張授業との連携を検討中。</li> <li>・自治体との連携においては、本事業は地域の若い世代の声を拾えることにも繋がり、引き続き積極的な連携が可能。市の公式イベントサイトでの広報協力や企業版ふるさと納税のプロジェクトの一つに加えてもらうことを検討中。</li> </ul>	<p><b>【来年度自走するために資金はいくら必要か？】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・少なくとも200～350万円の資金が必要となる。</li> </ul> <p><b>【どのような手段で、それぞれいくら集めるか？】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・発行部数やPV,CTR等とは異なる、<u>企業向けの新しい協賛提案として展開</u>する。</li> <li>・10～30万円程度であれば協賛として資金を収集しやすいため、ミニマムな提案パッケージとしては10～30万円程度で提案をしながら、2025年7月NIE全国大会（全国紙・地方紙が連携し「教育に新聞を」活用する取り組みNews In Educationの全国大会）が神戸にて開催されるため、単年ではなく長期的に連携する大きな提案パッケージとして数百万円で提案をしていく。</li> <li>・読者アンケート結果を踏まえて、孫世代を応援したい世代から毎月500円or1,000円を収集する。<u>新聞購読を通して地域貢献もできるという新しい価値提供</u>ができれば売上UPできるのではないかと。</li> <li>・自治体の公金の活用も検討。</li> </ul> <p><b>【新聞社との連携はどうすれば継続可能か？】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・蓄積された新聞記事の二次活用ができる点と、無購読層へアプローチできる点がメリットとなり、<u>短期的には売上を作りにくくとも上記メリットがあることで新聞社として積極的に取り組む意義</u>になる。</li> </ul> <p><b>【メリットは何か？】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・新聞の無購読層へアプローチすることで、読者拡張に繋がることがメリット。</li> </ul> <p><b>【企業との連携はどうすれば獲得可能か？】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・メリットは、①目に見える成果（紙面・webサイト）が生まれて広く<u>会社の取り組み・社会貢献活動を周知させる</u>ことができることと②新しい広告の形として、<u>子どもたちが主体的に学ぶ場だからこそ、通常の広告よりも効果が高い</u>という2点がある。</li> <li>・企業が公教育の場では実施しにくい、企業PR・商品提供などの機会創出も重要。</li> </ul>

# 最終報告書目次

1. 事業者
2. 背景と目指す姿
3. 実施体制・実証フィールド
4. 実証内容
5. 実証結果
6. 今後の自走・普及プラン

Appendix

# (参考) プログラム情報の発信について

プログラム実施後に参加者である中高生のアウトプットなどをまとめて新聞読者に発信した。

## ナイス発信賞



**平本さん (16歳)**

**アイデア:**「文芸で神戸を豊かにするには」の問いから地域行政・出版社らと、散文の全国大会・創作力向上合宿を併催する企画

**講評:**コンセプトが明快なうえ見やすい。自身の「好き」に端を発し文芸の賞をつくることで神戸を知りきっかけとも。スケジュール含め実現性が高い。(神戸新聞社)



- ## 媒体プロフィール
- 1898創刊
  - 朝刊約40万部発行
  - 兵庫県下発行部数1位

## (参考) プログラム情報の発信について

次世代の意見・アイデアへの関心が高いことや、次世代育成の機運に肯定的なコメントが多く、期待感やおどろき、読み物（コンテンツ）としても一定の評価を得た。協力している団体や企業への信頼感や好感にもつながることがわかった。

※読者アンケート167件（集計期間は1週間）

### 19歳以下女性（宍粟市）

「Z世代」という言葉、自分もZ世代だということを初めて知り記事を読みました。Z世代同士の人たちでも、[それぞれが違う考えを具体的に提案していて尊敬](#)しました。

### 40歳代女性（神戸市垂水区）

[子ども同世代と企業の方々が、今の問題や興味あることに積極的に取り組み好感が持て、未来に希望がもてました。](#)

### 60歳代男性（姫路市）

アイデアコンテストに参加されたZ世代の皆さんの柔軟な発想には、[喜びと驚き](#)を覚えました。特に、12歳の〇〇さんの「どこでも爆睡できるスプレー」のアイデアには、思わずニヤリとし、ホホッと納得もさせられました。実現してもらえたら、すぐ買って試してみたいものです。こういった若いZ世代の素晴らしい頭脳を活かせるように発掘し、裾野を大きく広げて育成していただけるようにしてほしいと、心から願っています。そのためにも、[今後ともこのような企画や様々な機会を充実させて](#)いってほしいと思います。[期待](#)していますので、よろしく願います。

### 20歳代男性（淡路市）

10代の提言なのでまだ社会を知らない世代だからこそ[自由な発想がいい](#)と思う。特にナイス葛藤賞の爆睡スプレー。商品化出来そうで社会的には難しいところもあると思う。でもまずアイデアを出すことが大事なのだと思います。

### 40歳代男性（加西市）

日々の情報源として、神戸新聞を拝読させて頂いております。特に、地域の情報の掲載は地域住民にとっては非常に有り難いです。該当の広告については、地域社会の課題に注視した取り組みは[興味深い](#)テーマです。ぜひ地域全体が活性化していく事を願っています。

### 70歳以上男性（神戸市東灘区）

こういう若い世代の提言に取り組んでいることにまず感動です。やはり賞をもらっている中身は素晴らしいですね。レベルが高い。個人的には「Z世代」という言葉がまだ良くなじんでなくて（笑）[地域とのつながり、それも愛にねずいてというこの取り組み](#)良いですね。写真があるのでどんな方かなとわかりやすいし、[協賛団体にも感謝](#)ですね。[信頼感](#)がわいてきます。



## (参考) プログラム情報の発信について

**新聞社は、次世代育成への関心、次世代への期待感を持つ大人とも繋がれるメディアとして  
世代間分断のイメージ払しょくし、地域一丸で問いを深められるのではないかとと思われる。**

19歳以下女性(宍粟市)

「Z世代」という言葉、[自分もZ世代だということを初めて知り記事を読みました](#)。Z世代同士の人たちでも、それぞれが違う考えを具体的に提案していて尊敬しました。

20歳代男性(淡路市)

10代の提言なのでまだ社会を知らない世代だからこそ自由な発想がいいと思う。特にナイス葛藤賞の爆睡スプレー。商品化出来そうで社会的には難しいところもあると思う。でもまずアイデアを出すことが大事なのだった。

30歳代女性(神戸市垂水区)

非常にさんこうになる、いろんな世代が協力してよい社会を作っていきたい。

40歳代女性(神戸市垂水区)

[子ども世代と企業の方々が、今の問題や興味あることに積極的に取り組み好感が持て、未来に希望がもてました。](#)

40歳代男性(西宮市)

若い世代が考える提言に、おっさん世代は耳を傾ける必要がありますね。

40歳代男性(加西市)

日々の情報源として、神戸新聞を拝読させて頂いております。特に、地域の情報の掲載は地域住民にとっては非常に有り難いです。該当の広告については、地域社会の課題に注視した取り組みは興味深いテーマです。ぜひ地域全体が活性化していく事を願っています。

40歳代男性(南あわじ市)

Z世代に頑張って欲しいです。

40歳代女性(西宮市)

とても良かったです、考えさせられました。

40歳代女性(神戸市中央区) いい企画でした。次回以降は両面見開きのスペースで、アワードとられた人の自筆の丸いcdみたいなのをもっと大きくして載せて欲しいです。[高齢者も興味あると思います。](#)

50代女性(宍粟市)

写真や講評も掲載されて、とても読みやすかったです。[紙面一面の広告は、迫力があります。](#)

50代男性(三木市)

Z世代の提案は新鮮で革新的。アイデアコンテストでは、技術と社会的な関心を結びつけ、持続可能性やインクルーシブなアプローチに焦点を当て、未来への期待も感じられ、柔軟性と創造性が溢れている。これらのアイデアは次世代の課題に対処する鍵を握っている。

60代男性(姫路市)

自分自身の立ち位置、取り巻く環境を十分に把握及び理解したうえでの発想、[提案は学者や有識者が出すものとは角度と視点が違い斬新かつ身近に感じました。](#)今後の社会貢献に役立つと思います

60歳代男性(姫路市)

アイデアコンテストに参加されたZ世代の皆さんの柔軟な発想には、喜びと驚きを覚えました。特に、12歳の〇〇さんの「どこでも爆睡できるスプレー」のアイデアには、思わずニヤリとし、ホホッと納得もさせられました。実現してもらえたら、すぐ買って試してみたいものです。[こういった若いZ世代の素晴らしい頭脳を活かせるように発掘し、裾野を大きく広げて育成していただけるようにしてほしいと、心から願っています。](#)そのためにも、今後ともこのような企画や様々な機会を充実させていってほしいと思います。期待していますので、よろしく願います。

70歳以上男性(神戸市東灘区)

こういう[若い世代の提言に取り組んでいることにまず感動](#)です。やはり賞をもらっている中身は素晴らしいですね。レベルが高い。個人的には「Z世代」という言葉がまだ良くなじんでなくて(笑)地域とのつながり、それも愛にねずいてというこの取り組み良いですね。写真があるのでどんな方かなとわかりやすいし、[協賛団体にも感謝ですね。信頼感がわいてきます。](#)

70歳以上男性(芦屋市)

Z世代はデジタル世代だけあって情報の質量ともに豊富で多種多様で的確な提言がなされているようです。このような意見は大切にしたいものです。

70歳以上女性(神戸市垂水区)

Z世代の提言であるが睡眠などの問題などもあるのかと驚きました。高齢者であるが睡眠は考える問題。

## (参考) 実施プログラム (Z世代の提言) について



### 【レクチャーパート1 神戸の100年を振り返る】...約40分

・神戸発祥のものクイズ (弊紙「まなびー」より) ・9の区が集まる神戸市と兵庫県 ・国内にも国外にも開かれた港をもつ神戸



・昨今のニュースと歴史、文化やスポーツをおりませることで網羅的に神戸の歴史や政治文化についてレクチャーを実施。

・記事に基づき、NIEの教材も併用することで 信頼ある教材であることも担保。



### 【レクチャーパート2 伝わる文章の書き方】...約10分

・新聞製作における伝わる文章の書き方・見出しの取り方・より臨場感を持たせるためには等「一方的に伝える」ではなく「言いたいことが伝わる」ためのレッスンとして午後のワークショップに備える。



### 【レクチャーパート3 エム・シーシー食品の想い】...約10分

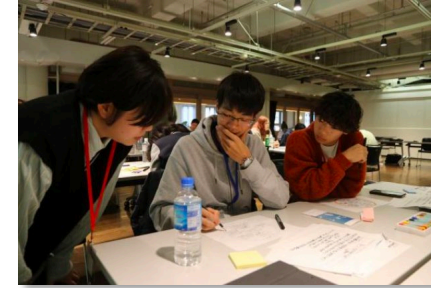
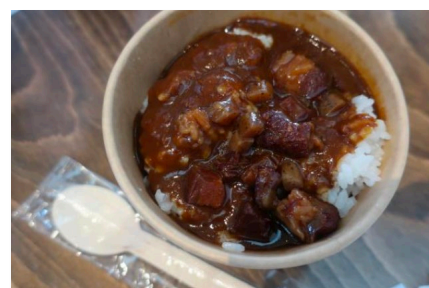
・MCC食品とはどんな企業か 神戸の洋食文化のけん引企業  
・「母の味を再現したい」ビジネスの根底にあるトキメキ  
・イベント当日にお出しするカレーの説明  
「おいしく調理する」ことにおける想い等

※昼食50分(交流)



### 【ワークショップ内で】

・地域に根ざす企業ならではの想いや価値観に重きをおきながら事業の歴史をレクチャーいただいた。



### 【ワークショップ】

・自己紹介とアイスブレイク  
・自身の関心の分析・関心に基づく問いを立てる  
・問いから企画にまとめる



・段階に応じてワークシートを使い分けることばを使った問いの立て方を実践した。  
・手が止まる、飽きることなく全員が各々の企画書を書き上げることができた。



・実際の社会の大人の事例としてエム・シーシー食品の事業事例を照らし合わせるように活用し、生徒たちの考える手立てとした。

## (参考) 企業ヒアリング結果について

質問	回答
<p>○学校向けの出張授業での会社・商品紹介の内容と満足度</p> <p>○での会社・商品紹介の満足度とその理由</p>	<p>・学校向けの授業の時は、会社色を出さないようにはしている。</p> <p>・学校はサンプリングもできない。実質無理。アレルギー対応などもある。Z世代の提言の方が自由度は高い。<u>学校の方がPR軸ではできない。</u></p> <p>・地域貢献など、最近地域との取り組みを増やしたのは、認知度を上げていきたいときに地元の人に好きになってもらえるように、きっかけを増やすという会社の流れがある。お金をポンポン出して広告宣伝するタイプじゃない。足で稼ぐのが社会的にあってる感じがする。もう知ってもらっている方に知ってもらえるようにしたいという感覚。みんなで手探りでも作りながらそういう場所を作ろうという方が参画しやすい。</p> <p>・<u>地元の企業同士で神戸を知ってもらおうという流れができるといいな</u>と思う。</p>
<p>○会社を認知してもらいたい層について</p> <p>○今回のプログラム参加者に、会社を認知してもらえたという実感があるか</p>	<p>・認知でいうと、30代～40代の女性。ある意味保護者の方。中高生でいうと、その保護者という目線。やがて就職するときという感じ。今回と一緒にやろうと思った背景に、認知を上げて物を買ってもらおうという認識はなかった。認知目的ではない。単純の地元の企業として、<u>地元の子どもに地元愛を持ってもらいたい</u>というのがあるのかも。直接のターゲットとしては違うし、リクルートにつながるというイメージ。長い目でのお客さん作りになっている。下心の部分を振り返ったときに、消費者や学生というより、行政やこれから新聞の露出の方があるかも。会社の取り組みとしていい取り組みに参加させてもらった。最初の取り組みに参加させてもらったのが会社のモチベーションになっていた。</p>
<p>○普段も自社商品を目の前で食べてもらう機会があるかと、その時の様子・満足度</p> <p>今回のイベントで参加者に、自社商品のおいしさを感じていただけたと思うか</p> <p>○自社商品PRにおいて、質の高い機会になったか</p>	<p>・質的なところは5段階の5。人数的なところで少なかったかな？とあるかな？と思います。知ってもらう機会としては、もう少し幅広く人数多めにしてもらえるといいのかな？と思う。提供負担も大きくなるので、各社による。不満・不足はない。よく聞いてくれたしね。しっかり話を聞いてくれてから食べてくれた。</p>
<p>○費用対効果としての満足度とその理由</p>	<p>・実際に中高生と接点を持ってみて、接点は思い起こすとほんまに中高生相手に提言みたいなものが成り立つのか？成り立つんだろうけど…。と想像つかなかったもので、それに対してあのアウトプットを見て想定通りではなくて。こういう進め方するんだ、こういうアウトプットするんだ、<u>これは大人向けにもなるよね</u>、というか想像つかなかったので。結果としては想像もつかなかったものに対してかなり満足度の高いワークショップだった。</p> <p>・費用対効果はまだ見えてはないが、費用として今回はそんなに負担感がなかった。行政のお金が入っているからというもある。教育の一環として行政から継続してもらえる方が乗りやすい。現物とか人の面での協賛とか、苦労話をしてなどは負担じゃない。取り組みにあたって、数十万円協賛いただきますというのでやるとどうなんだろうと感ずるところ。同じ形でやるのであれば、またやりたいと思う。今回である程度実績ができた。今回のところは社会性のあるポイントだった。人の力だけで(人でならなんぼでも)できたのがよかった。広告掲載、掲載料が出てもおかしくないと思った。</p> <p>・準備する側ですと、200万円かけるのであれば、MCCだしおそらく似たような会社だと200万円かけようと思ったらもっと広告寄りになる。記事広告に近いようなもの。ある企画に乗った形だけけど、こっちのやりたいことベースで1から考えてという企画。<u>企画に乗ってくれませんか？広告効果も期待できますよという立て付けだと…。マックス20～30万円くらいじゃないかな。</u></p>

## (参考) 保護者へのヒアリングについて

### 【プログラムに参加させたいと思った理由】

- ・[コロナなどでここ何年か行事なども削られた中で、経験が不足している世代](#)だと感じているので、今回の参加を勧めました。
- ・子どもが参加したいと言ったので
- ・[姉の勧め](#)で。
- ・新しい出会いや将来を考えるきっかけになればいいなと思い参加させようと思いました。
- ・なかなかない体験なので

### 【プログラムに期待すること】

- ・自発的な学びが大切と言われている昨今で、[普段出会わないような専門家の方々の話を直に聞ける機会は貴重](#)で、その中で[自分の考えを持ち、伝え、実行する](#)と言うような事を体験できればいいなと、楽しみにしています。
- ・様々な意見を聞いて自分も考え発表すること
- ・同じ時代に生きる者として、いろんな考えを知り、自分は何を思っているのか、探って考える糧にして欲しい。
- ・視野を広げられたらいいかな、と思います。
- ・[学校以外の人間関係を築いて](#)もらったり、勉強をしようと思うきっかけになればいいなと思ってます。
- ・色々な方との出会いとその方々からの新たな刺激

### 【今悩んでいることや困っていること】

- ・興味ある研究テーマがなかなか見つからない。部活ばかりでテスト前でも勉強しない
- ・コミュニケーション能力の低下。こどもとの会話で、痛感する。相手が理解できるような話の仕方、思いの伝え方が互いにできているのか悩む
- ・夏頃から高校に通えたり通えなかったりしています。
- ・少し楽な方へ流されやすい所があり、遊んで楽しい友達に引っ張られているので、違う人間関係や勉強に気持ち向けて欲しいなと思ってます。
- ・いろんな経験を子供にさせてあげたいが、なかなかできないこと

### 【サード・プレイスにあったらいいと思うもの】

- ・◎お金とは？を考える会 ◎命とは？を考える会 ◎ルッキズムを考える会 などなど
- ・大学訪問。実際に現場で体験をする機会。農業など自然とふれ合う事。
- ・色々な年齢層の方との交流、また年上の方から体験を聞いたり、一緒に何らかのイベントを行うこと

### 【その他コメント】

- ・とても晴れやかな顔で帰宅し、開口一番、「賞をいただいた」と本当に嬉しそうに報告がありました。[普段、高校生活の話はほとんどしません。どんなプログラムで自分がどんなことを考えたか、初めて話してくれました。](#)とても刺激を受け、充実した時間を過ごしてきたのだらうと感じました。
- ・[自分のモチベーションが上がる時がわかって良かった。](#)行って良かったと話していました。
- ・急に当てられるのが苦手なようです。
- ・[少しずつ、でも確実に世界が広がっている我が子を見ると嬉しいです。](#)機会を与えてくださったスタッフのみなさんに、とても感謝しています。[大阪でも開催して下さい。](#)
- ・自分の事で気付けたのが良かったです。まだまだ不安定な所もありますが少しずつ自分に自信を持てるようになってほしいなと思います。昼食が美味しかったと話していました。ありがとうございました。
- ・この度は記事のデータの段階からご丁寧にを見せて頂いたり大変お世話になりありがとうございました。[昨日の御社新聞を息子と見て楽しそうな感じが伝わりとても嬉しかったです。](#)息子も誇らしそうでした。この様な有意義な体験をさせて頂いたことで息子も成長したと思います。[御社の新聞は地域密着なのでいつも見えています。これからも頑張ってください。](#)ありがとうございました!(1月22日(月)10:22受信メール)

## (参考) プログラム参加者に対する事前アンケート

質問	回答
参加しようと思った理由	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <a href="#">親に紹介されて</a>、今後の自分の人生に活かそうだったから</li> <li>• 政治に興味がある一方<a href="#">1人で行動することはできず</a>、この機会を利用したいと思ったから。</li> <li>• 私は今友達と2人で授業の一貫で社会課題に対するボードゲームを作成しており、それに対する感想やアイデアをもらいたいと考えたからです。また同じ年代の人と交流することで、刺激をもらいたいと考えたからです。</li> <li>• 今行っているプロジェクトの整理にもなると思ったのと、色んなプランを聞いて自分のプロジェクトに活かしたいと思ったから。また、プロジェクトのターゲットが高校生であるためターゲットの深い理解にも繋がると考えたから。</li> <li>• 自分の領域に留まるのではなく、<a href="#">一歩外に踏み出していく力が必要だと考えた</a>から</li> <li>• もともと政治関連や社会課題の解決などに興味があったからです。</li> <li>• 9月に学校内の取り組みで、神戸市商工会議所と神戸市の今後について考える話し合いの場があったのですが、そこで自分自身の考え(神戸市をより良くするための対策)を発信し、自信と新たな改善点や反省点が見つかりました。そこで、より大きな場で挑戦する機会があればいいと思っていた時に学校からこのイベントの紹介を受けたので申し込みをさせていただきました。</li> <li>• <a href="#">友達の紹介で興味を持った</a>から。</li> <li>• 今までに習ってきたことを実践に生かし未来に繋がりたいと思ったから</li> <li>• 紹介されたから</li> <li>• 自分の意見を広げたい！</li> <li>• <a href="#">親の紹介</a></li> <li>• <a href="#">学校に行けてなくて姉に人と関わったりすることも大切と伝えてくれた</a>のと自分のやりたいことが定まっていなかったからです。</li> <li>• もともと課外活動していて、県外でのイベントが多かったのですが、今回同じ県の高校生との<a href="#">新しい出会いや発見</a>がありそうだなと思ったから。</li> <li>• <a href="#">友人の誘いで興味を持った</a>から</li> <li>• 起業に興味があるという事、イベントが食品関係で自分が考えているアイデアに関連すると思ったため。</li> <li>• 小学校で話し合っって作り上げていく授業が楽しかったから</li> </ul>

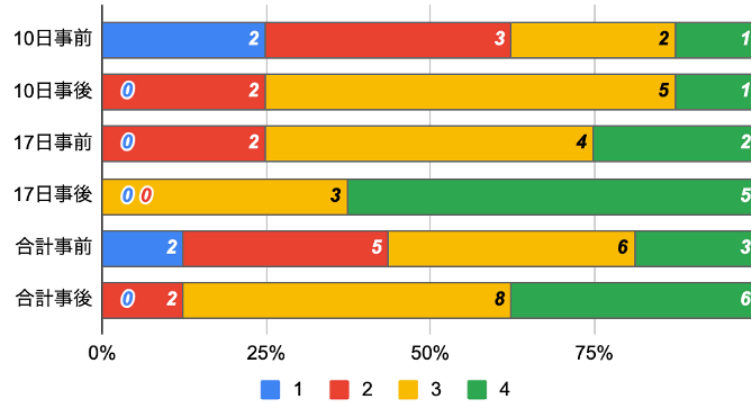
## (参考) プログラム参加者に対する事後アンケート

質問	回答
<p>プログラムの中で楽しかったことは？</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 全部</li> <li>• <u>グループの中でそれぞれの視点で話しあう討論の仕方がワイワイできてよかった～</u></li> <li>• <u>交流できたこと・色々な人のアイデアを聞いたこと</u></li> <li>• 初めて会う方と、自己理解についてワークを進めることができたのが楽しかったし興味深かったです。</li> <li>• <u>他の人と話して他の人のときめくことについて考えるのも面白かったし、自分のときめきを共有してそれがよりいいものとして帰ってくるのもいい経験になりました。</u></li> <li>• <u>ひとつひとつのワークの中で、グループの皆さんと話し合いながら考えを深めていくことができよかったです。本当に理想的なグループワークをすることができたと思います。これからは繋げていきたいです。</u></li> <li>• 三好先生の神戸の歴史の話は神戸市民として非常に面白く楽しかった。</li> <li>• <u>自分のアイデアに対して色々な意見をもらえることや、他人の意見を聞いて意見を言うことが自分のためにも相手のためにもなっていたと思う。</u></li> <li>• 色々な考え方を見つけることができ、自分の新たな学びにつながったと思う。</li> <li>• やはり企画を実際に作ることで</li> <li>• <u>自分の意見を交流することができた。</u></li> <li>• 企画を考えること</li> <li>• <u>グループによる意見の交流</u></li> <li>• <u>メンターとの会話</u></li> <li>• <u>自分のアイデアをグループの人たちと共有している時</u></li> <li>• <u>みんなに意見を共有できたこと、自由に枠に囚われず考えられた事。</u></li> <li>• <u>同世代で色々な活動をしている人たち、面白い大人たちと出会えたこと。アイデアの出し方を学べたこと。</u></li> <li>• <u>いろんな子達とお話しできたら考え方などを共有できたことです。</u></li> <li>• <u>周りの人の新たな意見を聞いて、新たな気づきがあったことです。</u></li> <li>• 自分の中でモヤモヤしてたことがはっきりしたこと。</li> <li>• 自分の生活の中のトキメキを探す時に</li> <li>• 自分の一日をトキメキ度で考える事で</li> <li>• 自分の生活をより良くする事がわかり</li> <li>• すごく今までになかった体験ですごく面白かった</li> </ul>
<p>プログラムに対する要望</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• もっと交流の時間がほしかったです。</li> <li>• アイデアを共有する時間がもう少し欲しかったです。</li> <li>• グループチェンジなどあったら色々な人と関わっていいかなと思いました！</li> <li>• 企画書にもう少し時間をかけたかったです。</li> <li>• 最後のシートを書く時間がもう少し長ければいいと感じた。</li> <li>• メモをもっとかけた</li> <li>• もうちょっと自分から話せたかなって思いました。</li> <li>• もっとこの企画に来た人と話をして、自分にはない発想とかを聞いてみたかった</li> </ul>
<p>その他コメント</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 今回のようなプログラムには、<u>踏み出す勇気がない人に来てもらって、他の人とコミュニケーションをとって、踏み出すきっかけを得られたらいいかも。何かをしたいけどできていない人に参加してほしい。</u></li> <li>• <u>同じ地域からじゃなくて、各地域から来てほしい。</u>そこから繋がる人脈がある。年代もバラバラがいい。</li> <li>• 長かった分同じテーブルの子としっかり喋ることができた。お昼休憩もワークとは関係ないことを喋れた。</li> <li>• 自分の長所に気づくことができた。自分に必要なものを考える時間があつたらいいなと思った。</li> </ul>

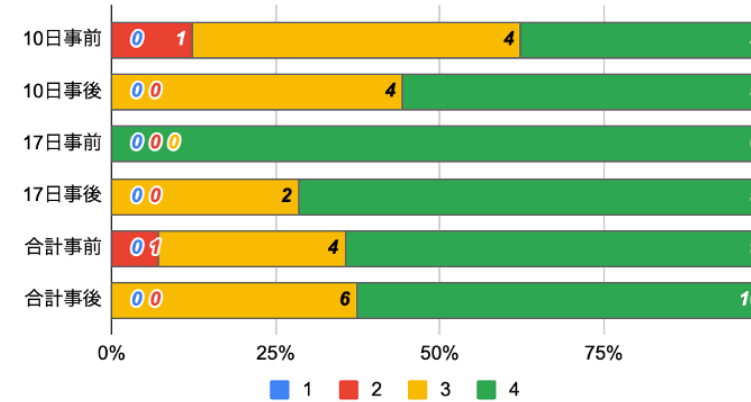
## (参考) プログラム参加者に対する事前事後アンケートについて

## 全ての項目において前向きな効果が出たことがわかった

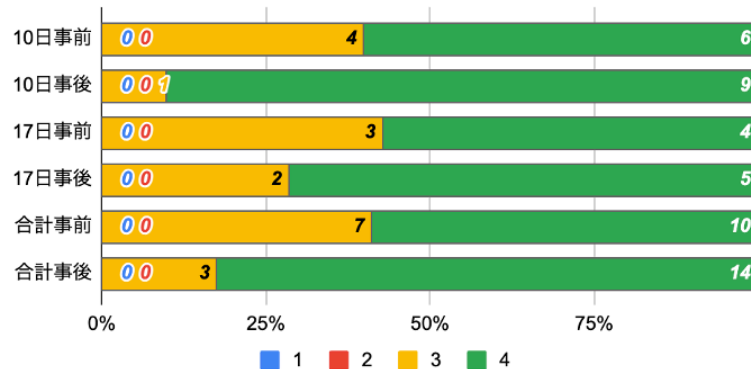
## 今の自分への満足度



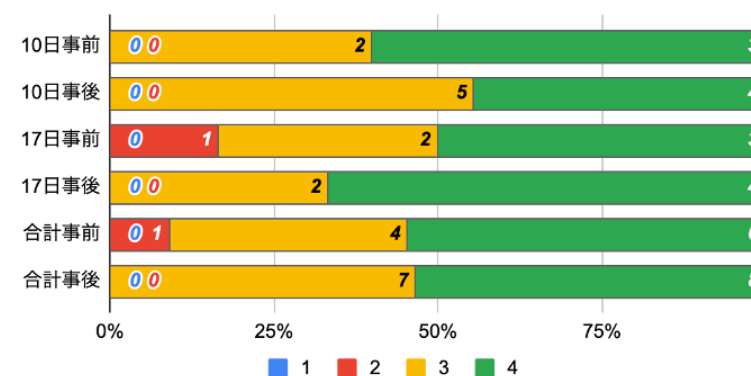
## 自分の強みや長所を認識していますか？



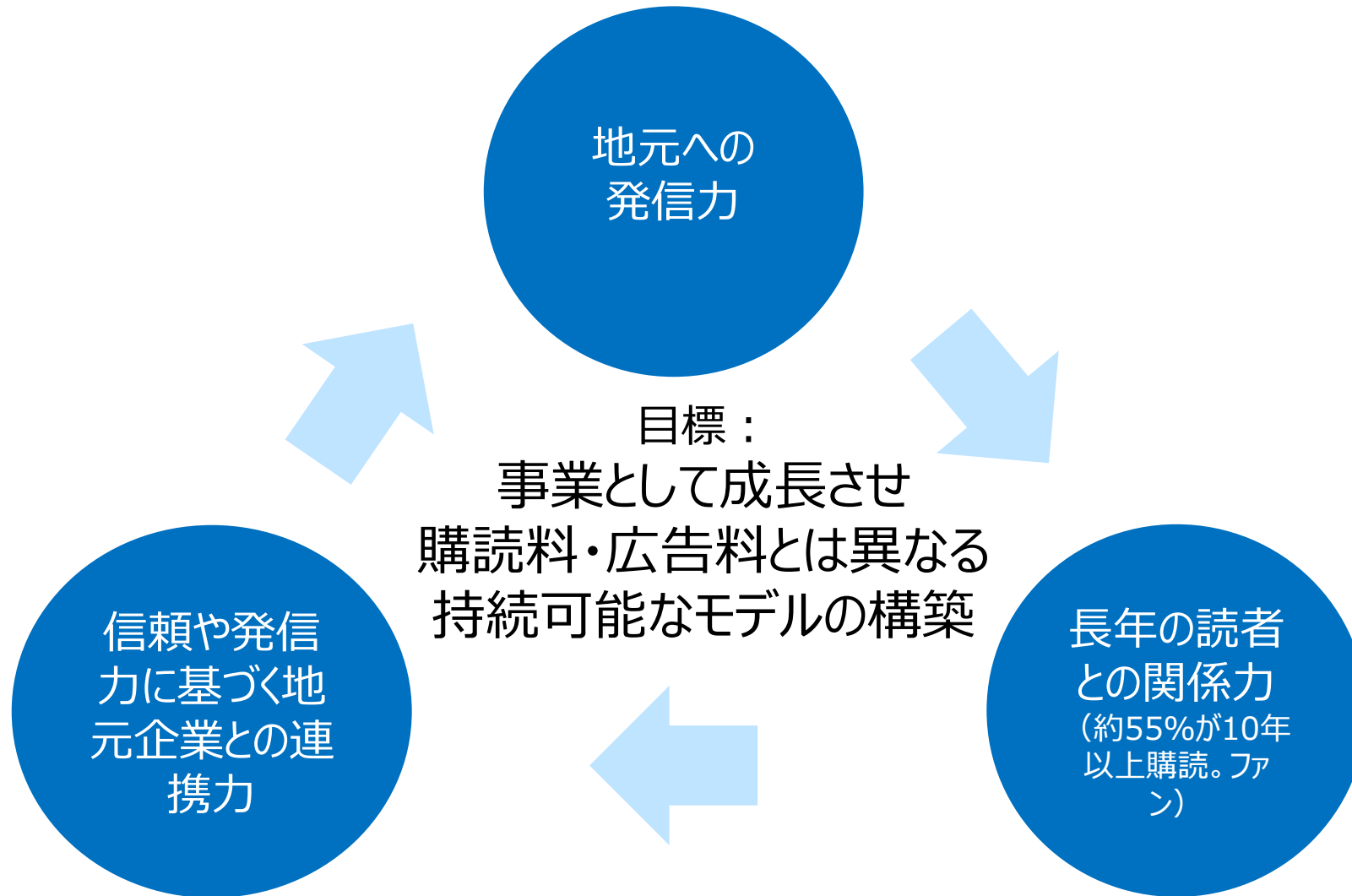
## 周りの人や世の中のために何かしたいと思いませんか？



## あなたが40歳くらいになったとき、多くの人の役に立っていると思いませんか？



## (参考) 新聞社の視点から見る本事業のイメージ



リアルな場での世代間コミュニケーションの場  
メディア空間を通じた世代間コミュニケーションの場をつくれるのは地方紙の強み