

県要請テーマ研究「若者層の UI ターン者にみる兵庫県の魅力と将来への不安」 (中間報告)

氏名 永田夏来

1 はじめに

1.1 研究の背景

兵庫県では若年層の人口流出が深刻な問題となっている。2009 年 11 月の 560 万 478 人が県内人口のピークであったが少子高齢化と転出超過などでそのあとは減少に転じている。総務省による 2022 年の住民基本台帳に基づく人口移動報告をみると兵庫県の転出超過は 5625 人となっており、転出超過は全国で 5 番目に多い数字である。この傾向は全国的なものであり、東京圏においては若者の転入超過が顕著なことも知られている。こうした状況下で、UI ターン支援の重要性が高まっているが、一方で近年の SNS の普及により若者の情報源が多様化しており、UI ターンを決断する際の情報収集や意思決定プロセスが変化していることが予想される。そのため、効果的な UI ターン支援策を講じるためには、若者の実態を正確に把握する必要があると考えられる。本研究の全体的な目的は兵庫県への UI ターンを選択した若者を対象に、SNS を活用した情報収集の実態、兵庫県の魅力についての認識、ライフプランに関する意識の 3 点を明らかにすることである。これらの調査を通じて、兵庫県の若者向け政策や PR 活動に対する具体的な示唆を得ることを目指している。

1.2 研究の全体計画

本研究は 3 年計画で実施されており、各年度の主な目標と焦点は以下の通りである。1 年目（2022 年度）は神戸・阪神地域および淡路地域でのインタビュー調査および UI ターン者の基本的な特徴や傾向の把握。2 年目（2023 年度）は但馬地域での調査、Web アンケート調査の実施による量的データの収集。3 年目（2024 年度）は丹波地域と西播磨または中播磨地域での調査、3 年間のデータの総合的分析、政策提言の具体化である。兵庫県の多様な地域特性を考慮しつつ、若者の UI ターンに関する包括的な理解を得ることが全体として目指されている。

1.3 2023 年度調査の位置付けと目的

2023 年度は本研究の 2 年目として、調査範囲の拡大とデータの深化という目的を持つ

ている。まず調査範囲の拡大について述べる。但馬地域を新たに調査対象に加えることで、都市部（神戸・阪神）、島嶼部（淡路）に加え、中山間地域の特性を持つ地域での UI ターンの実態を把握する。これにより、より多様な地域特性が UI ターンに与える影響を分析することが可能となる。但馬地域に含まれる新温泉町、香美町、養父市は人口戦略会議の「令和 6 年・地方自治体「持続可能性」分析レポート」において「消滅可能性自治体」に分類されており、人口流出が課題となっている「C-①」カテゴリーに位置付けられている。今回調査地となった豊岡市は「消滅可能性自治体」には該当しないものの、2050 年までに若年女性人口が約 50%減少すると予測されている。これらの地域では社会減対策が極めて重要とされており、UI ターン施策の効果や課題を詳細に調査することで、中山間地域特有の人口動態や UI ターンの実態を把握し、より効果的な施策立案に貢献することが期待される。さらに、都市部や島嶼部との比較分析を通じて、地域特性に応じた UI ターン支援策の在り方を探ることが可能となる。データの深化の一環として Web アンケート調査を新たに実施した。インタビュー調査では捉えきれない全体的な傾向や統計的な裏付けを得ることを目指す。これにより、質的データと量的データの両面から分析を行うことが可能となる。また、3 地域のデータを比較分析することで、各地域の特性が UI ターンにどのような影響を与えているかを明らかにする。これにより地域の特性を活かした効果的な UI ターン支援策の立案に寄与することが期待される。

2 インタビュー調査の結果と分析

2.1 調査方法

本研究では、2022 年度の調査方法を基本的に踏襲している。但馬地域の中核都市である豊岡市に焦点を当てた。豊岡市は、積極的な地方創生の取り組みにより注目を集めている地域である。地域選出に際しては、コワーキングスペースや若者向けの住宅プロジェクトなど、UI ターン者や若者が活動の拠点としている施設等を事前に調査し、現地の状況とインフォーマントについての基礎的情報を得た上で、インタビュー調査の実施可能性を検討した。研究チームは、研究代表者の永田夏来（兵庫教育大学）を中心に、労働研究を専門とする阿部真大（甲南大学）、若者の SNS 利用を専門とする若狭優（神戸大学大学院人文学研究科）の 3 名で構成された。異なる専門性を持つチームによる実査により、UI ターン者の就労状況、情報収集の実態、生活様式など、多面的な観点からの分析が可能となった。

調査協力者の選定にあたっては、事前調査で同意を得ている現地施設の中心的人物に依頼し、UI ターンを経験して現在豊岡市に居住している若者（20-30 代）で調査趣旨を理解して協力を得られる人物について紹介を募った。このようなスノーボールサンプリングの手法を採用することで、地域の状況に即した効率的なデータ収集が可能となった。豊岡市内を中心に 10 名の対象者を選出した。調査時期は 2023 年 9 月である。永田、阿部、若狭の 3 名が豊岡市を訪れ、対面でのインタビュー調査を実施した。インタビュー時間はおよそ 1 時間であり、1 日に 4-5 人程度の調査を行った。研究チームのメンバーは、それぞれの専門性を活かしながら、インタビューを分担して行った。

調査実施に際しては、一般社団法人社会調査協会の倫理規程に従い、プライバシーポリシー等の取り扱いについて説明を行ったうえで自筆のサインで同意を得た。インタビューの際にはプライバシーが確保できる環境を保持し、録音・録画・メモによる記録を実施している。録音内容はトランスクリプト化して分析に用いるが、調査記録は兵庫教育大学にて外部ネットワークから遮断された状態で保管されている。インタビューでは、SNS を活用した情報収集の実態、兵庫県の魅力についての認識、およびライフプランに関する意識に関する質問を中心に、対象者の背景や詳細について深く掘り下げるためのデプスインタビューを実施した。また、別途用意した質問紙調査も併せて実施し、インタビュー終了後に自記してもらい、その場で提出または後日郵送にて送付する形式とした。参加者への感謝の意を示すために、協力者にはインセンティブとして QUO カードを提供した。これにより、参加者のモチベーションを維持し、研究の質を向上させることができたものと考えている。

表 1-1 調査協力者一覧

No.	年齢	性別	家族構成	結婚	子ども
912001	33	男	5	既婚	あり
912002	31	女	3	離別	なし
912003	28	男	1	未婚	なし
912004	38	女	3	既婚	なし
912005	34	男	6	既婚	あり
912006	24	男	2	未婚	なし
912007	38	男	1	未婚	なし
912008	未回答				
912009	40	男	4	既婚	あり
912010	38	女	2	離別	なし

2.2 分析

豊岡市の UI ターン者インタビューデータの分析と考察を行った結果、生活満足度と仕事環境、SNS の活用と地域の魅力発信、行政サービスと地域課題、地域コミュニティと文化の四つの主要なテーマが浮かび上がった。生活満足度と仕事環境については、多くの回答者が高い満足度を示しており、その理由としては柔軟な働き方と生活のバランスが挙げられている。例えば 33 歳の男性回答者は次のように述べている。

「生活の延長上に仕事があるという暮らし方ができている」「仕事の途中で家に帰って家事をしたり、子どもの病気の時には面倒をみながら仕事ができる」(912001)：

この回答は、豊岡での柔軟な働き方と生活のバランスが、UI ターン者にとって魅力的であることを示している。一方で、経済面での課題も指摘されている。38 歳の女性回答者は次のように述べている。

「暮らしは楽しいけれどお金が厳しい」(912010)：

これらの声から、UI ターン者は豊岡の生活環境に満足している傾向があるが、経済的な課題が存在することがわかる。柔軟な働き方の実現と経済的安定の両立が、今後の UI ターン促進の鍵となる可能性がある。次に、SNS の活用と地域の魅力発信については、回答者によって活用度が異なるものの、地域の魅力発信や情報共有のツールとして重要な役割を果たしていることが明らかになった。

「プライベートでも仕事でも Instagram, Twitter, Facebook を積極的に利用」「地域性があり田舎の人は Facebook が好き。回覧板みたいなもの」(912007)：

地域のイベントをやる時も、チラシは作らず SNS で情報発信する。何かおしゃれな感じがすることなどを意識してる、見せ方も考えて感度が高い人に来てほしいという気持ちもある

「地域のイベントをやる時も、チラシは作らず SNS で情報発信する」「何かおしゃれな感

じがすることなどを意識してる、見せ方も考えて感度が高い人に来てほしいっていう気持ちもある」(912010)：

これらの回答から、SNS が地域の魅力発信や情報共有の重要なツールとなっているが、その活用方法や対象は多様であることがわかる。効果的な SNS 活用戦略の共有や支援が、UI ターン促進に寄与する可能性がある。行政サービスと地域課題については、評価が様々であるが、いくつかの共通した課題が指摘されている。

「子どもがいるので、学校の統廃合や交通機関への不安がある。観光に特化した町だと感じている」「仕事をするにはありがたいが、子どもにとっては医療費が高かったり、隣の市と比較すると水道光熱費が高い。」(912008)：

「子どもたちと話すと、絶望感を感じる。意思も意見もなく、なりたいような夢もビジョンも子たちがそのまま大きくなってしまふのが不安。」(912005)：

これらの回答から、子育て環境や教育、交通インフラなどの基本的な生活基盤に関する課題が指摘されていることがわかる。最後に、地域コミュニティと文化については、UI ターン者と地元住民との関係性や、地域文化への適応に課題が見られる。38 歳の女性回答者は次のように述べている。

「移住してきた人（協力隊同士）は仲良かったりするけど、地元の人との関わりは少ないかも。ずっと地元にいる人と、ここが面白いと思ってきている移住組は遊び方が違う。」(912010)：

「シビックプライドが醸成されていない中で、高校を出て戻ってこいって言っても戻らない。仕事もない。」(912005)：

これらの回答から、UI ターン者と地元住民との交流促進、そして地域への愛着（シビックプライド）の醸成が、地域の持続可能な発展に重要であることが示唆されている。以上の分析と考察を踏まえ、豊岡市の UI ターン施策においては、柔軟な働き方と経済的安定を両

立させるための支援策、SNS を活用した効果的な地域の魅力発信と情報共有の促進、子育て環境や交通インフラなどの基本的な生活基盤の改善、UI ターン者と地元住民の交流を促進するイベントや場の創出、若者の夢やビジョンを育む教育プログラムの導入などが有効であると考えられる。これらの施策を通じて、UI ターン者にとってより魅力的で、かつ持続可能な地域づくりを進めることができるだろう。

3 WEB 調査の結果と分析

3.1 調査方法

本研究では、インタビュー調査に加えて、兵庫県に在住する若者を対象とした WEB モニターによるアンケート調査を実施した。この調査の目的は、UI ターン経験の有無やその理由、生活の満足度、経済状況、就業状況、SNS の利用状況などについて総合的な動機と背景を把握することである。

調査対象は、現在兵庫県に住んでいる 20 代から 30 代の男女とし、調査方法として WEB 調査会社を介したモニター調査を採用した。具体的には、LINE 株式会社が提供するインターネットを利用したリサーチサービス「LINE リサーチ」を使用した。この選定理由として、LINE の広範なユーザーベースを対象に迅速かつ効率的なアンケート調査を安価に行えること、特に若年層を含む幅広い年齢層にリーチできること、そしてリサーチのニーズに合わせて柔軟な設計が可能であることが挙げられる。調査の実施計画として、12 月下旬にアンケート調査項目とサンプル構成について永田、阿部、若狭の 3 名で会議を行い、1 月中旬にアンケートを設置し LINE 社からコンプライアンス等のチェックを受けた後、1 月下旬にアンケートを実施した。予算については、最大設問数 15 問・回収数 1000 サンプルを目標とし、質問数は 9 問とした。兵庫県在住の若者のみを対象とするため「居住地の指定」オプションを追加した。

サンプル内訳については、目標サンプルサイズを合計 1000 人とし、男性 500 人（20 代：250 人、30 代：250 人）、女性 500 人（20 代：250 人、30 代：250 人）というセグメント分割を設定した。この構成は兵庫県全体の人口構成とは異なるため、調査結果の代表性に影響を与える可能性があるが、限られた予算内で均等に割り付けられたサンプルを通じ、複数のグループからの意見を効率的に収集することが可能となる。実際の調査は 2024 年 1 月 22 日 10 時 42 分に開始され、目標サンプル数に達したため 2024 年 1 月 23 日 13 時 05 分に受付を終了した。最終的な総回答者数は 1,052 名となり、内訳は男性 526 人（20 代：263

人、30代：263人）、女性526人（20代：263人、30代：263人）であった。データからは全回答者が兵庫県在住者であることが確認された。このWEB調査によりインタビュー調査では捉えきれない兵庫県全体の若者のUIターンに関する傾向や意識について把握することが可能となり、研究の信頼性と一般化の可能性を高めることができた。

3.2 単純集計

単純集計の結果に巻末に示した。このWEB調査では、兵庫県在住の20代から30代の若者1,052名から回答を得た。回答者の属性は、性別と年齢層で均等になっており、男女それぞれ526名、20代と30代がそれぞれ526名となっている。職業については、会社員が最も多く49.0%を占め、次いで学生が19.6%、パート/アルバイトが9.5%となっている。結婚状況では、未婚者が61.7%と過半数を占め、既婚者は35.3%であった。

居住履については、「兵庫県内の中学を卒業し他の地域で1年以上暮らしたことがない」人が48.2%と最も多く、次いで「兵庫県内の中学を卒業し外の地域で1年以上暮らしたことがある」人が26.9%、「兵庫県外の中学を卒業しその後兵庫県に転入した人」が24.9%となっている。兵庫県外で暮らした経験のある人（283名）の理由としては、進学が48.8%と最も多く、次いで仕事32.5%となっている。一方、兵庫県に転入してきた人（262名）の理由としては、仕事38.9%と最も多く、次いで結婚相手と暮らすため23.7%、進学22.5%となっている。

生活満足度については、「そう思う」と「どちらかと言えばそう思う」を合わせると83.2%と高い満足度を示している。一方で、金銭的余裕については、「そう思う」と「どちらかと言えばそう思う」を合わせても55.0%にとどまり、経済面での課題が示唆される。SNSの利用状況については、友人づきあいにSNSが欠かせないと感じている人（「そう思う」と「どちらかと言えばそう思う」の合計）が57.42%と過半数を超えている。最も頻繁に投稿するSNSとしては、Instagramが33.2%と最も多く、次いでX（旧Twitter）が25.6%となっている。一方で、SNSを使わない/投稿しない人も33.6%と比較的高い割合を示している。職業の種類については、専門・技術職が24.9%と最も多く、次いで事務職が16.4%、サービス業が12.9%となっている。勤務先の業種については、製造業が16.1%、医療・福祉が15.5%と比較的高い割合を示している。また、女性においては「その他」に専業主婦が含まれていることがLINEリサーチから提供を受けた事前登録の個人情報から確認できている。

3.3 クロス集計

3.3.1 性別、年齢と居住歴

前述の通り、今回調査は限られた予算の中から若者の状況を把握することを目的に性別と年齢についてセグメント分割を設定している（男性 500 人のうち、20 代 250 人、30 代 250 人、女性 500 人のうち 20 代 250 人、30 代 250 人である）。「兵庫県内の中学を卒業し他の地域で 1 年以上暮らしたことがない」、「兵庫県内の中学を卒業し他の地域で 1 年以上暮らしたことがある」、「兵庫県外の中学を卒業しその後兵庫県に転入した」について、性別と年齢別にクロス表を作成して図 1、2 に示した。

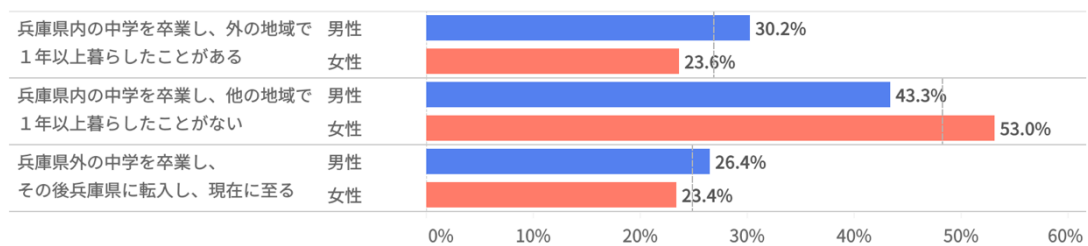


図 1：性別にみた居住歴

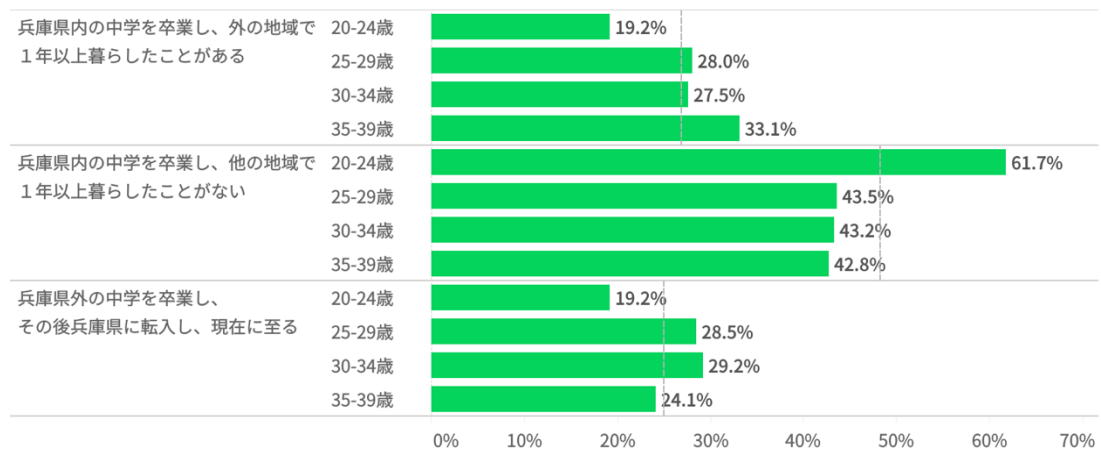


図 2：年齢別にみた居住歴

性別に関しては、男性の方が女性よりも「兵庫県内の中学を卒業し他の地域で 1 年以上暮らしたことがある」割合が高く（男性 30.6%、女性 23.2%）、約 7 ポイントの差がある。一方、女性は「兵庫県内の中学を卒業し他の地域で 1 年以上暮らしたことがない」割合が

男性より高い（女性 51.9%、男性 44.5%）。年齢別では、30 代の方が 20 代よりも「兵庫県外の中学を卒業しその後兵庫県に転入した」割合が高く（30 代 27.9%、20 代 21.9%）、逆に 20 代の方が「兵庫県内の中学を卒業し他の地域で 1 年以上暮らしたことがない」割合が高い傾向にある（20 代 51.3%、30 代 45.1%）。これらの結果は、性別や年齢によって UI ターンの経験や傾向に差異があることを示唆している。男性の方が女性よりも県外での居住経験が多い背景には、就職や進学による移動が考えられる。一方、30 代の方が県外からの転入者が多い理由としては、就職後の U ターンや結婚を機とした移動などが推測される。20 代で県内定着率が高い点については、例えば近年の地元志向や新型コロナウイルスの影響による地方回帰の傾向が反映されている可能性があるかもしれない。

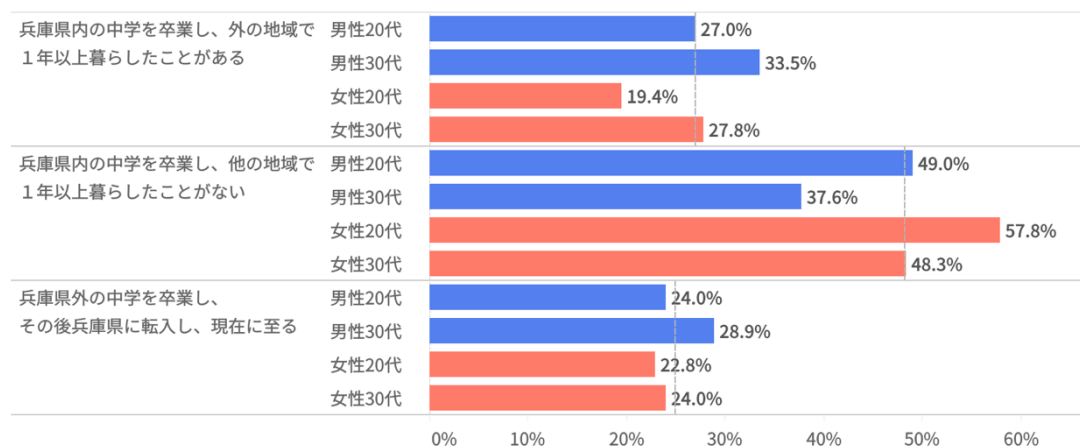


図 3：年齢別、性別にみた居住歴

図 3 は年齢別および性別による居住歴を示している。「兵庫県内の中学を卒業し他の地域で 1 年以上暮らしたことがない」が、どの年齢・性別のグループでも最も高い割合を占めている。特に、女性はこの割合が男性よりも高く、20 代女性で 54.0%、30 代女性で 49.8%となっている。これに対し、男性は 20 代で 48.7%、30 代で 40.3%と女性に比較すれば低い数値となっている。「兵庫県内の中学を卒業し外の地域で 1 年以上暮らしたことがある」は、全体的に男性の方が高い傾向にある。特に 30 代男性では 35.0%と最も高く、次いで 20 代男性が 26.2%となっている。一方、女性は 20 代で 23.6%、30 代で 22.8%とやや低い割合になっている。「兵庫県外の中学を卒業しその後兵庫県に転入した」については、性別による大きな差は見られない。20 代では男女ともに約 22%、30 代では男女ともに約 27-28%となっている。

これらの結果から、以下のような考察が可能である。女性の方が男性よりも地元定着率が高い傾向にあり、これは女性の進学や就職の選択において地元志向が強い可能性を示唆している。また、家族との関係性や地域コミュニティへの帰属意識が影響している可能性もある。男性の県外居住経験が多い背景には、進学や就職による移動がより活発であることが考えられる。特に30代男性で県外居住経験が多いのは、キャリア形成の過程で県外での経験を積む機会が多かったことを示唆している。転入者の割合に性差がないことは、Uターンや結婚、転職など、兵庫県への移住の動機が性別に関わらず存在することを示している。特に30代で転入者の割合が増加していることから、ライフステージの変化に伴う移住が行われていると推測される。これらの傾向は、若者のUIターンや地域定着に関する政策立案において、性別や年齢層に応じたアプローチの必要性を感じさせるものである。例えば、男性の地元定着を促進する施策や、女性のキャリア形成と地域貢献を両立させる取り組みなどが考えられる。今後は、これらの結果を踏まえ、より効果的な地域振興策の立案と実施が求められるだろう。

図4は県外居住の経験を持つものを対象に、その理由を尋ねたものを年齢別および性別で区別して示したものである。全体的に、進学が県外居住の最も主要な理由となっている。特に20代女性では59.7%と最も高く、次いで20代男性が52.2%となっている。30代では、男女ともに進学を理由とする割合がやや低下し、男性で44.6%、女性で41.7%となっている。仕事を理由とする県外居住は、30代で顕著に高くなっている。30代男性では41.3%、30代女性では36.7%が仕事を理由としており、20代（男性23.2%、女性22.6%）と比較して大きな差が見られる。結婚相手と暮らすためという理由は、全体的に低い割合であるが、30代女性で10.0%と他のグループよりもやや高くなっている。これらの結果から、以下のような考察が可能である。若年層、特に20代では進学が県外居住の主要因となっており、高等教育機関への進学に伴う移動が多いことが示唆される。一方、30代になると仕事を理由とする県外居住が増加しており、キャリア形成や就職機会の追求が県外移動の重要な要因となっていることがわかる。

図5は、転入経験を持つものを対象にその理由を尋ね、年齢別および性別で区別したものである。仕事を理由とする転入が全体的に最も多く、特に30代男性で50.7%と高い割合を示している。20代男性も44.1%と高い割合であるが、女性は20代で29.3%、30代で31.5%とやや低い傾向にある。結婚相手と暮らすためという理由は、女性で顕著に高くなっている。特に30代女性では33.8%と最も高く、20代女性でも26.7%となっている。

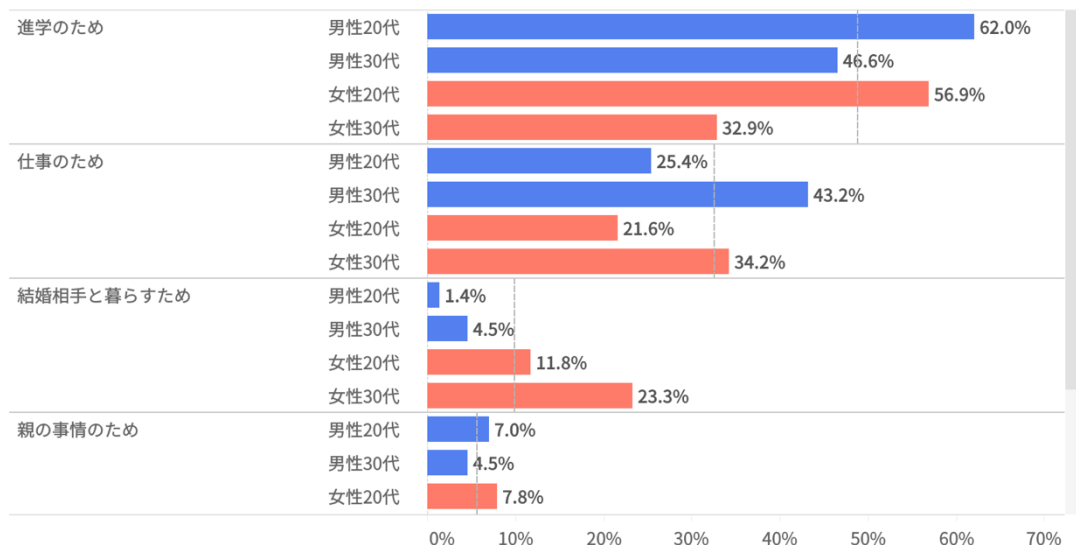


図4：年齢別、性別にみた県外居住の理由（除く「その他」）

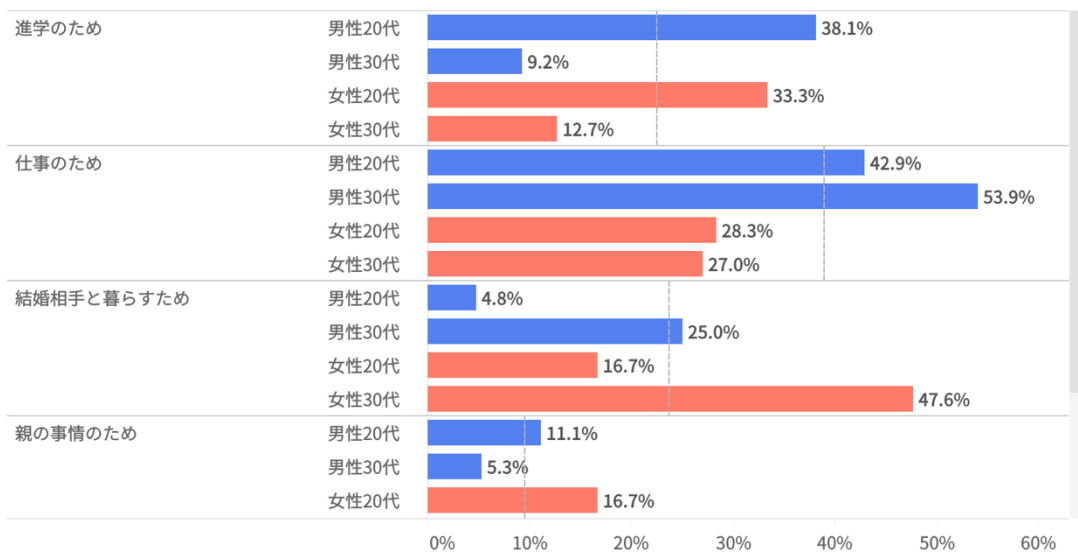


図5：年齢別、性別にみた県への転入理由（除く「その他」）

一方、男性では20代で12.7%、30代で15.1%と比較的低い割合にとどまっている。進学を理由とする転入は、20代で比較的高く、男性で30.5%、女性で28.0%となっている。30代では男女ともに10%台に低下している。

これらの結果から、以下のような考察が可能である。男性の転入は主に仕事を理由としており、特に30代でその傾向が強くなっている。これは、キャリアアップや転職に伴う移動が多いことを示唆している。一方、女性の転入は結婚を理由とする割合が高く、特

に 30 代で顕著である。これは、結婚に伴うライフスタイルの変化や、配偶者の仕事の都合による移動が影響していると考えられる。20 代における進学を理由とする転入の高さは、兵庫県内の教育機関の魅力や、地元での就職を見据えた進学選択が影響している可能性がある。

転出歴と性別、年齢についての分析結果から、いくつかの重要な傾向が浮かび上がった。まず、居住歴の全体的傾向として、兵庫県外の居住歴を持たない人が最も多く、これは地元定着率の高さを示している。特筆すべきは、女性の方が男性よりも地元定着率が高い傾向にあることである。一方で、県外居住経験は男性の方が多く、特に 30 代男性で顕著である。県外からの転入者の割合には性別による大きな差は見られなかった。県外居住の理由を見ると、進学が最も主要な理由であり、特に 20 代で顕著である。仕事を理由とする県外居住は 30 代で増加し、特に男性で高い割合を示している。結婚を理由とする県外居住は全体的に低いが、30 代女性でやや高くなっている。県への転入理由については、仕事を理由とする転入が全体的に最も多く、特に 30 代男性で高い。一方、結婚を理由とする転入は女性で顕著に高く、特に 30 代女性で最も高い。進学を理由とする転入は 20 代で比較的高く、30 代では低下する傾向が見られた。年齢による傾向の変化も明確であり、20 代では進学による移動が主要因となっているのに対し、30 代になると仕事や結婚といったライフステージの変化に伴う移動が増加する。性別による差異についても、男性は仕事を理由とする移動が多い傾向にある一方、女性は結婚を理由とする移動が多く、特に転入理由として顕著である。また、女性の方が全体的に地元定着率が高いことが確認された。

一見すると、今回調査の結果は「女性の転出が多い」という従来指摘されている兵庫県の状況と異なる結果となっている。この相違について、調査方法の特性とサンプリングバイアスという要因が考えられる。本調査は WEB モニターによるアンケート調査であり、現在兵庫県に住んでいる 20 代から 30 代の男女を対象としている。このため、すでに県外に転出して戻っていない女性のデータが含まれていない可能性がある。これらの要因を考慮すると、本調査結果が示す女性の高い地元定着率については、慎重な解釈が必要である。今後の研究では、県外に転出した人々も含めた幅広いサンプリングや、より若い年齢層も含めた調査範囲の拡大など、より包括的なアプローチが求められる。追加的な調査や分析を通じて、兵庫県における若者、特に女性の転出・定着傾向をより正確に把握し、効果的な地域振興策の立案につなげることが可能となる。

3.3.2 性別、年齢と SNS 利用

次に SNS の利用傾向について性別と年齢から分析を行なっていく。図 6 は「友人付き合いに SNS は欠かせない」という問いへの賛否を示しており、全体的に SNS の重要性が高いことが分かる。20 代女性で最も高い割合を示し、「そう思う」と「どちらかと言えばそう思う」を合わせると約 70%に達している。次いで 20 代男性が高く、約 65%となっている。30 代では若干低下するものの、男女ともに半数以上が肯定的な回答をしている。特に注目すべきは、全ての年齢・性別グループにおいて、否定的な回答（「そう思わない」と「どちらかと言えばそう思わない」の合計）が 30%を下回っていることである。これは、SNS が若者の友人関係において重要な役割を果たしていることを示唆している。

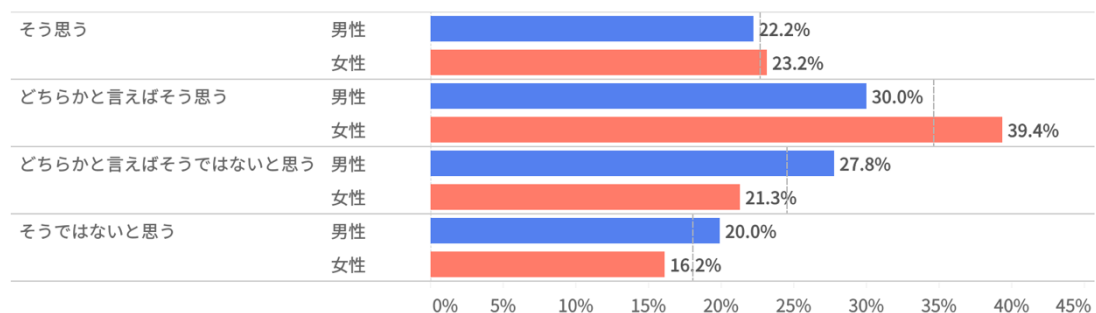


図 6：年齢別、性別にみた「友人付き合いに SNS は欠かせない」への賛否

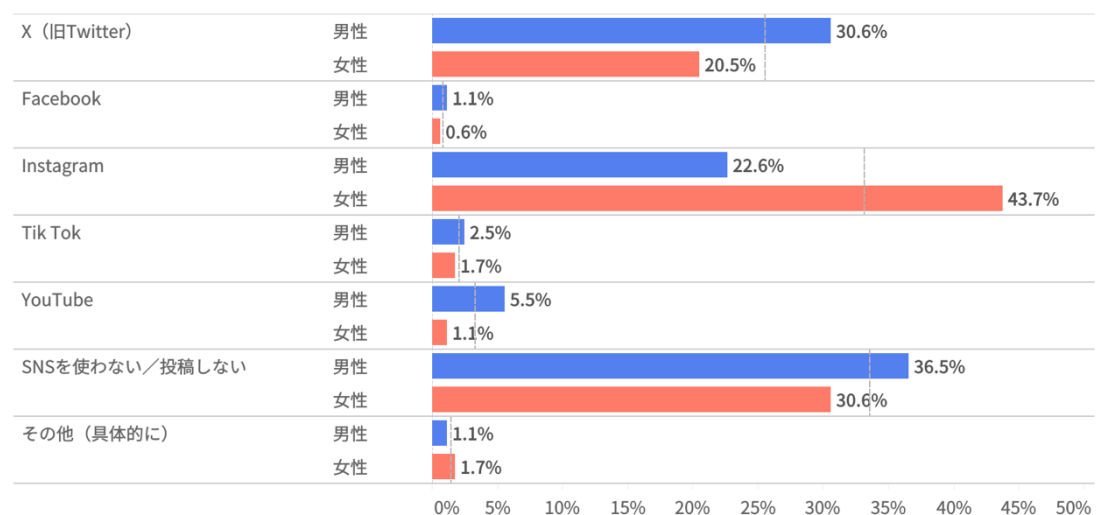


図 7：年齢別、性別にみた「この 1 ヶ月で最も投稿した SNS」

図7は過去1ヶ月間で最も投稿したSNSを示しており、利用傾向に明確な性差が見られる。女性では、20代・30代ともにInstagramの利用が最も多く、約45%を占めている。一方、男性ではX（旧Twitter）の利用が最も多く、20代で約35%、30代で約30%となっている。注目すべき点として、「SNSを使わない/投稿しない」と回答した割合が、30代男性で約40%、20代男性で約35%と比較的高くなっている。女性の場合、この割合は20代で約25%、30代で約30%とやや低い。

これらの結果から、以下のような考察が可能である。まず、SNSは若者、特に20代の友人関係において極めて重要な役割を果たしており、コミュニケーションツールとして不可欠な存在となっていることが分かる。年齢が上がるにつれてSNSへの依存度がやや低下する傾向があるものの、30代でも過半数が重要視しており、SNSが幅広い年齢層で友人関係の維持に活用されていることが示唆される。性別による違いも顕著であり、女性の方がSNSを友人付き合いにより欠かせないものと捉える傾向が強い。また、利用するSNSの種類にも明確な違いが見られ、女性はInstagramを、男性はX（旧Twitter）を好む傾向がある。これは、それぞれのSNSの特性や、性別によるコミュニケーションスタイルの違いを反映している可能性がある。

一方で、SNSを使わない、あるいは投稿しない層も一定数存在し、特に男性でその傾向が強いことも注目に値する。この層は、従来型のコミュニケーション手段を好む、あるいはSNSの利用に慎重な態度を取っている可能性がある。ただし、今回はLINEに親和性の高いプラットフォームで調査実施を行っているため、SNS=LINEと考えた可能性が一定数ある点を踏まえておく必要があるだろう。「この1ヶ月で最も投稿したSNS」の選択肢にはLINEが含まれておらず、これが「友人付き合いにSNSは欠かせない」に一定の賛成を集めながらも投稿が不活発であるという今回調査のギャップの背景にある可能性がある。また、X（旧Twitter）やInstagramは閲覧するのみで投稿はしないというユーザーがいることを踏まえておく必要もある。

いずれにせよ、これらの傾向は、地域振興や若者の定着促進を考える上で重要な示唆を与えている。SNSを活用した情報発信や交流促進策は、特に20代や女性に対して効果的である可能性が高い。一方で、SNSを利用しない層に対するアプローチも忘れてはならず、多様なコミュニケーション手段を用意することが重要である。また、InstagramとX（旧Twitter）の利用傾向の違いは、性別によって効果的な情報発信の方法が異なる可能性を示唆している。現状に即したプラットフォーム選択や内容の調整が必要であろう。

UI ターン経験者を対象としたインタビューによれば、今回調査した豊岡においては SNS の活用が盛んであり、特に Facebook が積極的に使われていた。この点を踏まえて考察を加えると、SNS の利用傾向には年齢や性別だけでなく、UI ターン経験の有無によっても違いがあることが示唆される。Facebook の積極的な利用は、UI ターン者の特徴的な傾向として引き続き検討する必要があるだろう。Facebook は、他の SNS と比較して、より広範な年齢層や地域の人々とのつながりを維持しやすい特徴を持っている。また、地域コミュニティやイベント情報の共有、長文での情報発信にも適している。これらの特性は、UI ターン者のニーズと合致している可能性が高い。すなわち、UI ターン者は移住先の地域情報を得たり、新たなコミュニティとつながったりする一方で、元の居住地の友人や家族とのつながりも維持したいという需要があると考えられる。

一方で、図 7 の結果では Facebook の利用が著しく低い。これは、UI ターン者と非 UI ターン者の間で SNS 利用傾向に差があることを示唆している。UI ターン者は地域間の橋渡しの役割を果たす SNS を好む傾向があるのに対し、非 UI ターン者は主に同世代や近い関心を持つ人々とのコミュニケーションツールとして SNS を利用している可能性がある。この差異は、UI ターン促進策を考える上で重要である。例えば、UI ターンを検討している人々に対しては、Facebook を通じた地域情報の発信や、UI ターン経験者とのつながりの場の提供が効果的である可能性がある。一方、若年層や女性に対しては、Instagram や X（旧 Twitter）を活用した魅力的な地域情報の発信が有効かもしれないからだ。さらに、UI ターン後の定着支援においても、Facebook を活用したコミュニティ形成支援や情報提供が効果的である可能性がある。地域の行事や活動、支援制度などの情報を Facebook 上で共有することで、UI ターン者の地域への適応と定着を促進できるかもしれない。また、この知見は、SNS の利用傾向が単に年齢や性別だけでなく、生活経験や環境変化によっても大きく影響を受けることを示唆している。UI ターンという大きな生活変化を経験した人々が、より包括的な SNS プラットフォームを選択する傾向があるという点は、SNS の役割が単なるコミュニケーションツールを超えて、生活基盤の一部となっているのかもしれない。

4 まとめと今後の課題

本調査は、兵庫県への UI ターンを選択した若者を対象に、県の魅力と将来への不安を明らかにすることを目的としている。特に、SNS を活用した情報収集の実態把握と、就業

や結婚などのライフプランに関する懸念や要望の収集に焦点を当てている。今回の中間報告では、兵庫県北部の但馬地域にある豊岡市でのインタビュー調査の結果を中心に報告する。豊岡市へのUIターン者を対象としたインタビューからは、生活を楽しんでいる一方で将来に対しての見通しが暗い点が見られている。これはこれまでの神戸、淡路ではそれほど聞かれなかった声であった。スノーボールの特性が影響している可能性も含め、最終年度で検討を加えていきたい。

今後の方向性としては、これまでの調査結果を基に、丹波地域と西播磨または中播磨地域での調査を実施し、地域間の比較分析を深める予定である。次に、WEB調査で得られた知見を基に、兵庫県の魅力を効果的に発信するためのメディア戦略、若者の参加を促す場所づくり、地域活性化のための具体的な提言を行う。加えて、轡田竜蔵教授（地域研究）と松村淳准教授（居場所づくり）との協議を重ね、地域特性と若者の居場所という観点からデータの再検討を行う。これにより、地域固有の課題や可能性、効果的な若者支援策について、より深い洞察を得ることを目指していきたい。

【参考文献】

総務省（2023）『令和5年版 情報通信白書』

<https://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/r05/pdf/index.html>

総務省地域力創造グループ過疎対策室（2021）『「田園回帰」に関する調査研究報告書』

https://www.soumu.go.jp/main_content/000538258.pdf

高見具広（2016）『UIターン者の促進・支援と地方の活性化―若年期の地域移動に関する調査結果―』独立行政法人労働政策研究・研修機構

兵庫県（2021）『第2期兵庫県地域創生戦略』兵庫県企画県民部地域創生局

<https://web.pref.hyogo.lg.jp/kk07/2020sennryaku.html>

【巻末資料 単純集計表】

性別	男性	50.0%	526
	女性	50.0%	526
		100.0%	1052
年齢	20歳代	50.0%	526
	30歳代	50.0%	526
		100.0%	1052
職業	公務員	8.0%	85
	会社員	49.0%	515
	自営業	2.2%	23
	専業主婦（夫）	5.3%	56
	パート/アルバイト	9.5%	100
	学生	19.6%	206
	その他	6.4%	67
		100.0%	1052
職業	既婚（結婚している）	35.3%	371
	未婚（結婚したことがない）	61.7%	649
	離別（結婚していた）	3.0%	32
		100.0%	1052

あなたは、兵庫県内の中学校を卒業しましたか。
また、中学を卒業し、その後現在までに、兵庫県以外の地域に1年以上暮らしていたことがありますか？

兵庫県内の中学を卒業し、外の地域で1年以上暮らしたことがある	26.9%	283
兵庫県内の中学を卒業し、他の地域で1年以上暮らしたことがない	48.2%	507
兵庫県外の中学を卒業し、その後兵庫県に転入し、現在に至る	24.9%	262
	100.0%	1052

兵庫県内の中学を卒業し、外の地域で1年以上暮らしたことがある:該当のみ

兵庫県外の地域に住んでいた理由は何ですか？

進学のため	48.8%	138
仕事のため	32.5%	92
結婚相手と暮らすため	9.9%	28
親の事情のため	5.7%	16
その他	3.2%	9
	100.0%	283

兵庫県外の中学を卒業し、その後兵庫県に転入し、現在に至る:該当のみ

兵庫県に転入してきた理由は何ですか？

進学のため	22.5%	59
仕事のため	38.9%	102
結婚相手と暮らすため	23.7%	62
親の事情のため	9.5%	25
その他	5.4%	14
	100.0%	262

総合的に見て、今の生活に満足している

そう思う	42.0%	442
どちらかと言えばそう思う	41.2%	433
どちらかと言えばそうではないと思う	10.5%	110
そうではないと思う	6.4%	67
	100.0%	1052

金銭的余裕のある生活を送っている

そう思う	13.2%	139
どちらかと言えばそう思う	41.8%	440
どちらかと言えばそうではないと思う	21.8%	229
そうではないと思う	20.8%	219
答えたくない	2.4%	25
	100.0%	1052

友人つきあいに、SNS（Instagram、Twitter、Facebookなど）による交流は欠かせない

そう思う	22.72%	239
どちらかと言えばそう思う	34.70%	365
どちらかと言えばそうではないと思う	24.52%	258
そうではないと思う	18.06%	190
	100.0%	1052

この一ヶ月の間で、あなたがもっともたくさん投稿したSNSはどれですか

Instagram	33.17%	349
X（旧Twitter）	25.57%	269
YouTube	3.33%	35
Tik Tok	2.09%	22
Facebook	0.86%	9
その他（具体的に）	1.43%	15
SNSを使わない／投稿しない	33.56%	353
	100.0%	1052

あなたの現在の職業の種類に関して、最も近いもの一つをお選びください。

専門・技術（教員、技術者、看護師、保育士、デザイナー等）	24.90%	262
管理（会社・団体などの課長以上）	2%	21
事務（係長以下の一般事務、営業等）	16.44%	173
販売（販売店員、セールス、不動産仲介等）	7.41%	78
サービス（理容師・美容師、介護職員、調理人、接客等）	12.93%	136
製造作業・機械操作（製品の製造・検査、機械の組立等）	6.65%	70
輸送・機械運転（トラック・バス運転手、建設機械運転手等）	1.14%	12
運搬・清掃・包装（郵便配達、荷物運搬、倉庫作業、清掃員等）	3.14%	33
建設作業（とび職、左官、土木工事、配管作業、採掘等）	1.71%	18
保安（警察官、消防士、警備員、自衛隊員等）	1.05%	11
農林漁業	1.14%	12
その他	21.48%	226
	100.0%	1052

あなたの現在の勤務先の業種または業務内容に関して、最も近いもの一つをお選びください。

農林漁業・鉱業	1.33%	14
建設業	4.18%	44
製造業	16.06%	169
電気・ガス・熱供給・水道	1.43%	15
情報通信	3.99%	42
運輸・郵便（旅客運送、貨物運送、郵便配達等）	4.37%	46
卸売・小売（物品の販売を行っている店舗、事業所等）	8.27%	87
金融・保険	2.66%	28
不動産・金品売買	1.14%	12
飲食店・宿泊サービス	4.94%	52
生活関連サービス（旅行業、美容院、スポーツ施設、娯楽施設等）	4.37%	46
専門技術サービス（デザイン事務所、法律事務所等）	1.24%	13
その他のサービス（農業協同組合、自動車整備、各種の修理業等）	1.52%	16
教育・学習支援（学校、幼稚園、図書館、学習塾等）	8.84%	93
医療・福祉（病院・医療施設、保育所、介護事業等）	15.49%	163
その他	20.15%	212
	100.0%	1052