

2024 年度 岐阜協立大学  
学内ゼミナール 参加論文

ゼミ名 水野 B ゼミナール

岐阜県の若者に対する支援情報の現状と課題  
～ボランティア情報と奨学金情報～

代表者 高木 優真

参加者 白濱 翔 藤戸 豊

松本 啓吾 森田 智晴

目次

1. はじめに
2. なぜ行政サービスに辿り着かないのか
3. ボランティアに関する情報伝達
4. 岐阜県の奨学金制度
5. 情報の伝達方法
6. おわりに

## 1. はじめに

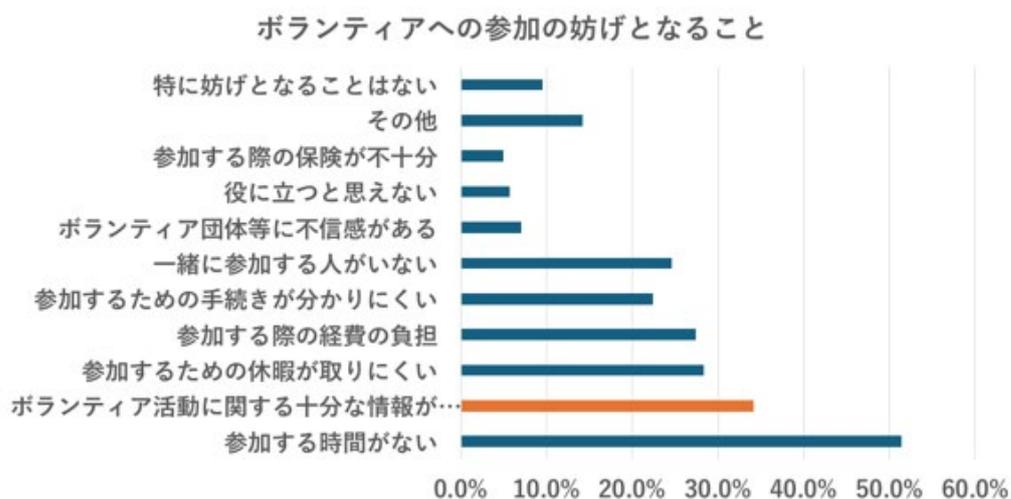
現在、多くの若者が奨学金などの利用可能な行政サービスについて十分に知らない現状がある。これにより、彼らが必要な支援を受けられないことが課題となっている。若者がこれらのサービスに関心を持たない一因として、サービスの存在を知らないことが挙げられるが、サービスが自身にとって有益であるという認識が不足、理解していないことが問題であると言える。これらの課題を解決するにはどうすれば良いのかを考察していく。

本論では、若者がなぜ行政サービスに辿り着かないのか、ボランティアに関する行政サービスの現状、岐阜の奨学金制度、情報の周知方法の順に確認していきたい。

## 2. なぜ行政サービスに辿り着かないのか

奨学金やボランティアの機会は現状すでに多くあるが若者は辿り着けていない現状があるがそれは何故なのか。その要因としては利用したいけどどうしたらいいのか分からない、存在を知らない、そもそも関心がないといったものが考えられる。奨学金やボランティアといった若者向けの行政サービスには何があるのか、またどうすれば若者に普及できるのかについて考えていきたいと思う。

図表1 ボランティア活動への‘妨げとなること’



7

出典：「ボランティア活動の阻害要因に関する考察」7-12 頁

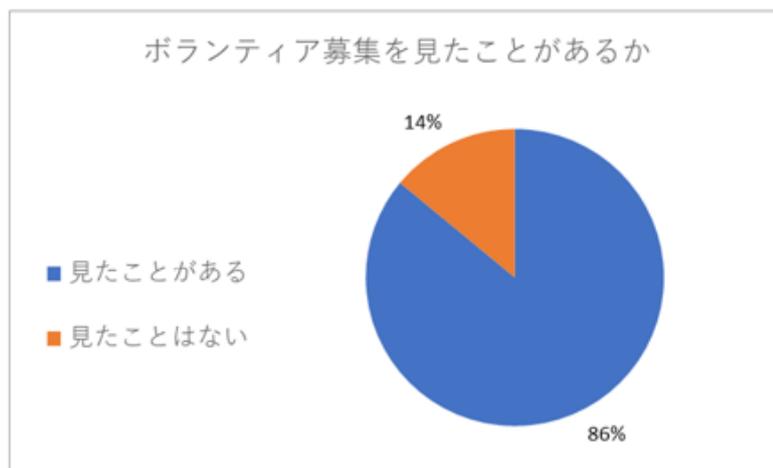
[https://nfu.repo.nii.ac.jp/record/2000149/files/zengaku12-03\\_sato.pdf](https://nfu.repo.nii.ac.jp/record/2000149/files/zengaku12-03_sato.pdf) 最終閲覧日 12月1日

### 3. ボランティアに関する情報伝達

図表1を見ると、ボランティアの妨げとなることの原因として1番多いのが参加する時間が無いである。次に多いのが今回の研究の題材でもある、情報伝達に関するものである。このことから、情報伝達に問題があってボランティアに参加できていない現状があることがわかる。ボランティア活動に関する情報が十分ではないことが、若者のボランティア参加の障害になっていることが分かった。

図表2 若者のボランティア情報の入手経路

## 若者のボランティアの情報入手経路



2024年10月29日 岐阜協立大学学生45名対象に実施したアンケート結果から報告チームが作成  
出典；2024年10月29日 岐阜協立大学学生45名を対象に実施したアンケート結果から報告チームが作成

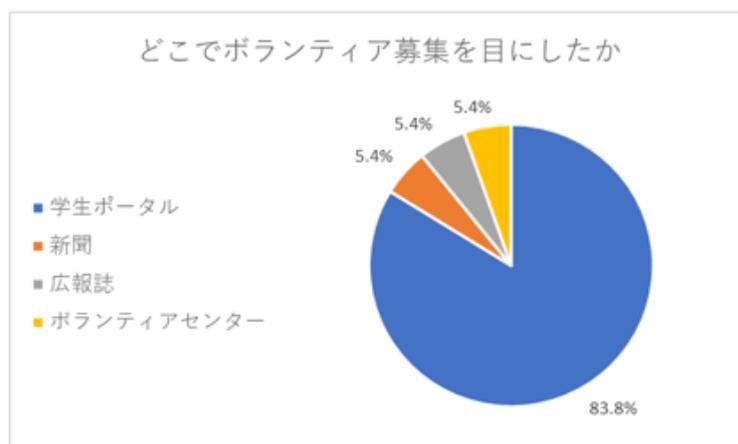
8

図表3は、本学の学生45名に「ボランティアの募集を見たことがあるか」をアンケート調査によって訪ねた結果である。ボランティア募集を見たことがあると答えた人は86パーセント、見たことはないと答えた人が14パーセントとなった。

次に見たことがあると答えた人の中で、どこでボランティア募集を目にしたかについて、学生ポータルが83.8パーセント、新聞、広報誌、ボランティアセンターがそれぞれ5.4パーセントとなった。このことから限られた情報経路からしかボランティアに関する情報を得られていないことがわかる（図表3）。

図表3 若者のボランティア情報の入手経路

## 若者のボランティアの情報入手経路



2024年10月29日 岐阜協立大学学生45名対象に実施したアンケート結果から報告チームが作成

9

出典:2024年10月29日 岐阜協立大学学生45名対象に実施したアンケート結果から報告チームが作成

これらのアンケートの結果から情報伝達の課題として、情報伝達するSNSの少なさ、既存の情報伝達のツールが有効では無いという事が考えられる。具体例として広報誌を挙げると、ボランティア募集情報など多くの情報が載っており、ホームページから簡単に閲覧することが出来るが、先程のグラフのように少数の人にしか伝わっていないという事が分かった。これらの原因として若者が興味を持てる環境整備がなされていないという事が分かった。

では、若者の興味を惹き付けるためにどのようなことをすべきか。情報の有益さを強調して伝える工夫をすること、思わず見たくてしまうような目を引くPOPを使うこと。楽しそうかつ社会貢献に繋がるようなボランティアを企画することなどが有効であると考えられる。これらを利用しより多くの若者にボランティアに興味を持って貰うことが重要である。

広報誌に限らず自治体は多くのボランティア募集情報を発信している。しかしその募集場所をまず知らなければ素敵なボランティア情報にたどり着く事は出来ない。まずは既存のボランティア情報の収集方法を知って貰い、さらに若者の求める情報伝達ツールを利用したボランティア情報を伝達しなければならないのである。

## 4. 岐阜の奨学金制度

### (1) 奨学金制度の特徴

次に、岐阜県における奨学金の制度とその認知度について調査する。

大学生が奨学金を利用する利点において、進学に必要な費用（授業料等）を補填する為、アルバイトでの負担を減らし学業に集中する為、家計の負担を減らす為の3つの要因がある。これらの要因に当てはまる対象者は、自身に適した奨学金の制度を知る必要がある。

岐阜県が設けている奨学金として以下がある。

図表4 岐阜県の奨学金制度

## 岐阜県が設けている奨学金制度

### 既存の制度

- ①岐阜県選奨生奨学金(大学生・高専生)
- ②岐阜県選奨生奨学金(高校生)
- ③岐阜県高等学校奨学金
- ④岐阜県子育て支援奨学金

### その他制度

- ①岐阜県清流の国ぎふ大学生等奨学金
- ②母子父子寡婦福祉資金貸付金
- ③岐阜県医学生修学資金制度
- ④岐阜県獣医師修学資金制度
- ⑤保育士修学資金
- ⑥介護福祉等修学資金貸付制度

左上の①～④までは、一般的な奨学金制度であり、学校での成績評価が80%以上あると適用される。一方、その他制度の①～⑥までは、分野別に応じて、受けられる奨学金制度が変わってくる。それぞれの奨学金に利子は無く、借りたら借りた分だけ返すだけで良い。

次に、文部科学省が所管する、独立行政法人日本学生支援機構（JASSO）について紹介する。JASSOは、学生支援を先導する中核機関として、奨学金事業や留学生支援事業、学生生活支援事業などを実施し、貸与型である、第一種奨学金（無利子）、第二種奨学金（有利子）、

給付型の給付型奨学金がある。細かい違いについて見てみよう。

図表5 独立行政法人 日本学生支援機構（JASSO）について

### 独立行政法人 日本学生支援機構（JASSO）

・ 第一種奨学金 （利息無し）	高校での評定平均3.5以上。月20000円～60000円まで。 返還期間は、最大10年程度。
・ 第二種奨学金 （利息あり）	高校での、評定平均3.0以上。貸与額は選択制。月20000円～120000円まで。返還期間は、第一種より長い。
・ 給付型奨学金 （返済義務無し）	高校での評定平均3.5以上。家庭の収入等の理由で判定される。 家庭の状況に応じてもらう金額が決まる。

出典：日本学生支援機構（JASSO）「独立行政法人日本学生支援機構 | JASSO」  
<https://www.jasso.go.jp/> 2024/11/19

それぞれに特徴があり、自分自身が置かれている状況に応じて受けられる奨学金制度が変わってくる。

岐阜県では新しい奨学金返還制度が創設されている。ぎふ若者定着奨学金支援制度である。これは若者が県内産業を支える人材として定着するため、県内企業と連携した取り組みである。人口減少・少子高齢化を背景に、人材確保のためや近年、地方の若者が東京をはじめとする都市部に転出・集中している背景から創設された<sup>1</sup>。若者にも企業にもメリットのある制度になっている。対象となる奨学金は日本学生支援機構、第一種奨学金、第二種奨学金、岐阜県選奨生奨学金である。

県と就職した企業が連携して30万円～150万円の支援がされる。学校区分で支援金額が変わっていく。私たちは大学の区分になるので150万円、100万円、60万円のいずれかになる。

---

<sup>1</sup> 岐阜県公式ホームページ「若者定着奨学金返還支援」<https://www.pref.gifu.lg.jp/pref/s11105/yosan-hensei/R6koukai-1/07/128726.pdf> 2025年1月7日

図表6 支援返還内容

学校区分	支援金額
大学院、大学 高等専門学校専攻科	<b>150万円、100万円、60万円のいずれか</b>
短期大学、高等専門学校 専修学校専門課程	<b>75万円、50万円、30万円のいずれか</b>

出典：ぎふジョブ GUIDE 「ぎふ若者定着奨学金返還支援制度について」

<https://shogakukin.jinzai-gifu.jp/support-system/>

次に、制度を利用した場合のメリットについて調べる。Aさんの場合奨学金貸与額100万円、返還期間15年で支援金額が60万円のうち（企業負担30万円）だとすると返還期間は15年から6年3か月となり、8年9か月も短縮できることとなる。Bさんの場合奨学金貸与額が300万円で返還期間20年、支援金額150万円のうち（企業負担75万円）だとすると返還期間は20年→10年3か月となり9年9か月短縮も短縮できる<sup>2</sup>。このように制度を利用することで自分にとって大きな得をすることができる。

結果として奨学金の返還支援により、卒業後の経済的負担を大幅に軽減することができることや支援制度があることで、岐阜県内での就職を検討する学生が増えるため、地元企業にとっても優秀な人材を確保しやすくなる。「ぎふ若者定着返還支援制度」は個人、企業、地域社会の全てにとって多くのメリットをもたらす支援制度であることが考えられる。

## （2）奨学金制度の認知度

学生に一般的に知られている奨学金として、日本学生機構 JASSO と自治体各自の奨学金制度がある。ここでは、若者の奨学金制度の認知度を確認するため、JASSO 以外の各自治体の奨学金の仕組みを知っているかというアンケートを取った。アンケート結果では両方とも知らないが一番多く 44%で次に多いのが JASSO だけ知っているが 30%、両方とも知っているが 14%、一番少ないのが各自治体の奨学金制度だけ知っているが 11%となった。このアンケー

<sup>2</sup> ぎふジョブ GUIDE 「ぎふ若者定着奨学金返還支援制度について」 <https://shogakukin.jinzai-gifu.jp/support-system/>最終閲覧日 2025 年 1 月 7 日

トから奨学金制度が意外にも知られていないことや日本学生支援機構の JASSO と各自治体の奨学金制度では認知度に差があることがわかった。

図表 7 学内の奨学金種類による認知度アンケート



出典：2024年10月29日岐阜協立大学生45名対象に実施したアンケート結果から報告チームが作成

新しい奨学金返還制度は経済的メリットが大きいあまり知られていないのは、周知方法に課題があるのではないかと考えられる。アンケートでも自治体の奨学金制度と国の奨学金制度の認知度に差があったことから国と自治体では情報発信力に差があると考えられる。国は様々な場所やメディアや教育機関を通じて情報を発信しているが、自治体の発信力は国に比べ限られているため自治体のHPでの周知方法が多いことが原因ではないかと考えられる。

## 5. 情報の周知方法

ここまでの調査で奨学金もボランティアも情報の発信力に課題があることが分かった。現状の自治体の広報の手段はホームページや広報誌、SNSがあるが、まずホームページなどは自分から動かなければいけないがこれでは元々興味を持っている人しか自分から検索することはないと思うので他の手段で広く周知させる必要がある。そこでSNSが有効なのだが、現在自治体でのSNSの利用率は高くない。そこで情報を周知させる手段として、複数の媒体で発信を行うことや、ターゲット層で知名度の高いインフルエンサーなどと連携した広報活動や

キャラクターを使った広報、SNS での広報活動が有効であると考え<sup>3</sup>。

1 つ目に複数の媒体で情報の発信をするということでホームページに詳しい情報を載せること自体は悪いことだとは思わないのでホームページに繋げるために影響力の大きい SNS での広報にも力を入れることで広く周知されることができると考える。

2 つ目に案件として依頼した若者の間で知名度の高いインフルエンサーなどと連携した広報やキャラクターを使った広報活動を行うということでこれを行うことができれば無関心な人の興味を、インフルエンサーを通して引きつけることも可能になるのではないかと考えられる。しかし、アプローチしたい層に人気なのは誰なのかをリサーチすることが重要となり、また案件の報酬をどうするか、キャラクターは独自のものであればコストがかかること、他社のものであると自由度が低いという課題もある<sup>4</sup>。

3 つ目に SNS での広報活動に力を入れることである。若者に向けた広報には広く浸透している SNS がやはり有効であると言える。インスタなどのオススメ動画にはユーザーが普段の動画視聴の傾向から自動的に選ばれる仕組みがある。その中には普段の傾向から少し外れた動画も表示されるのだが興味から少し外れた動画であったとしてもユーザーが面白いと感じれば拡散されることが期待できる。また横浜市、葉山町のインスタなどのように SNS を有効に活用し数万人単位のフォロワーを獲得している例もある。SNS での広報、動画表示の仕組みを利用すれば無関心な層にも届きやすくなり認知獲得につながる可能性があると言える<sup>5</sup>。

図表 8 は、横浜市と葉山町のインスタの写真である。どちらも思わず訪れてみたいと思わせる写真や動画で街の魅力を切り取り発信している。また、葉山町では「#葉山歩き」とい

---

<sup>3</sup> ジチタイムズ編集部 「自治体が SNS を活用して地域活性化を促進するためのコツとは？」掲載日 2021 年 11 月 17 日

[https://www.publicweek.jp/ja-jp/blog/article\\_32.html](https://www.publicweek.jp/ja-jp/blog/article_32.html) 最終閲覧日 (2024 年 11 月 26 日)

<sup>4</sup> ジチタイムズ編集部 「自治体が SNS を活用して地域活性化を促進するためのコツとは？」掲載日 2021 年 11 月 17 日

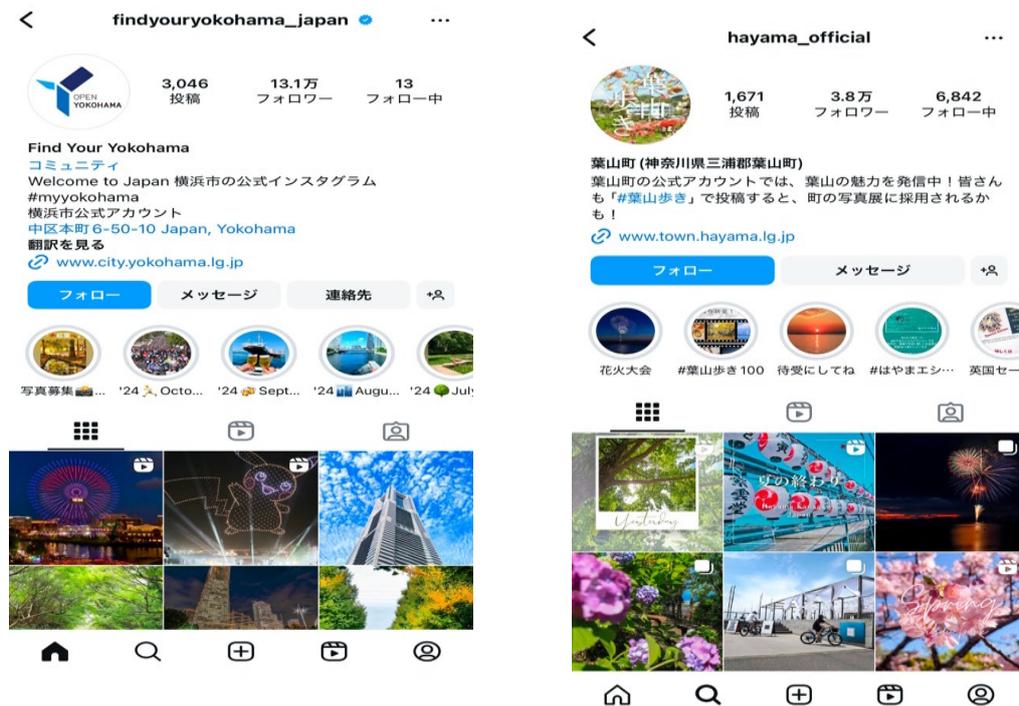
[https://www.publicweek.jp/ja-jp/blog/article\\_32.html](https://www.publicweek.jp/ja-jp/blog/article_32.html) 最終閲覧日 (2024 年 11 月 26 日)

<sup>5</sup> ジチタイムズ編集部 「自治体が SNS を活用して地域活性化を促進するためのコツとは？」掲載日 2021 年 11 月 17 日

[https://www.publicweek.jp/ja-jp/blog/article\\_32.html](https://www.publicweek.jp/ja-jp/blog/article_32.html) 最終閲覧日 (2024 年 11 月 26 日)

うハッシュタグを使った投稿をしてハッシュタグ検索からの流入を狙っている。このように SNS を上手く活用することができれば奨学金やボランティアの情報だけでなく地域自体に興味を持ってもらえる可能性もあるため SNS での広報はすべきだと言える<sup>6</sup>。

図表 8 自治体のインスタによる情報周知例



出典:横浜市Instagram [https://www.instagram.com/findyouryokohama\\_japan/](https://www.instagram.com/findyouryokohama_japan/)

最終閲覧日 2024 年 11 月 26 日

<sup>7</sup> 葉山町Instagram [https://www.instagram.com/hayama\\_official/](https://www.instagram.com/hayama_official/) 最終閲覧日 2024 年 11 月 26 日

8

<sup>6</sup> 広告朝日 「キャラクターマーケティングとは？ その効果と、朝日新聞社の事例を紹介！」掲載日 2023 年 3 月 22 日

<https://adv.asahi.com/marketing/knowledge/14816656> 最終閲覧日 (2024 年 11 月 26 日)

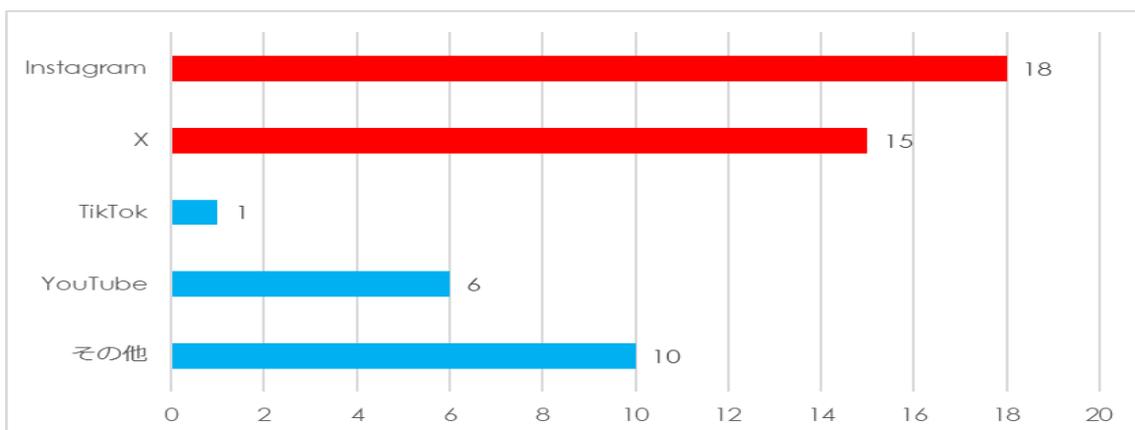
<sup>7</sup> 横浜市Instagram [https://www.instagram.com/findyouryokohama\\_japan/](https://www.instagram.com/findyouryokohama_japan/)

最終閲覧日 2024 年 11 月 26 日

<sup>8</sup> 葉山町Instagram [https://www.instagram.com/hayama\\_official/](https://www.instagram.com/hayama_official/) 最終閲覧日 2024 年 11 月 26 日

今回の報告にあたり奨学金やボランティアの情報を入手するとしたらどの SNS を活用したかをアンケートで尋ねた結果、インスタや X を利用したいと考えている人が多いことが分かった。このことから SNS の中でも特にこの 2 つに力を入れるのが良いと言える。また SNS それぞれの向き不向きに合わせた情報の発信を行い、URL からホームページに繋げることで幅広い周知が期待できる。

図表 9 奨学金やボランティアの情報入手先の希望



2024 年 10 月 29 日 岐阜協立大学学生 45 名対象に実施したアンケート結果から報告チームが作成

## 6. おわりに

ここまでの調査で、ボランティアや奨学金が若者の経験や暮らしを支える重要な役割を果たしていること、にもかかわらず、若者がボランティアや奨学金の情報を十分得ていないことが明らかになった。若者の情報収集の手段に合わせた広報活動を行うことによって行政の支援に対する若者の認知度の向上に期待できる。そのためには、行政サービスが自身にとって有益であるということを認知させるために興味・関心を惹きつけられる情報発信が必要である。さらに情報が広く周知されれば若者が自分に必要な支援は何かを知ることができ、支援を受ける若者は増えると考えられる。

## 参考文献

学校間総合ネット 「ぎふ若者定着奨学金返還支援制度」 掲載日 2024 年 6 月 1 日

<https://school.gifu-net.ed.jp/ogknisi-hs/schooltayori/r6/syoubakukinn/wakamono.pdf>  
最終閲覧日 (2024年11月19日)

岐阜県 「清流の国ぎふ大学生等奨学金一岐阜県公式ホームページ (地域振興課)」

<https://www.pref.gifu.lg.jp/page/14710.html> 最終閲覧日 2024年11月19日

ぎふジョブ GUIDE 「ぎふ若者定着奨学金返還支援制度について」

<https://shogakukin.jinzai-gifu.jp/support-system/>最終閲覧日 (2024年11月19日)

広告朝日 「キャラクターマーケティングとは? その効果と、朝日新聞社の事例を紹介!」掲載  
日 2023年3月22日

<https://adv.asahi.com/marketing/knowledge/14816656> 最終閲覧日 (2024年11月26日)

ジチタイムズ編集部 「自治体が SNS を活用して地域活性化を促進するためのコツとは?」掲載日  
2021年11月17日

[https://www.publicweek.jp/ja-jp/blog/article\\_32.html](https://www.publicweek.jp/ja-jp/blog/article_32.html) 最終閲覧日 (2024年11月26日)

日本学生支援機構 (JASSO) 「独立行政法人日本学生支援機構 | JASSO」

<https://www.jasso.go.jp/>最終閲覧日 (2024年11月19日)

葉山町インスタグラム [https://www.instagram.com/hayama\\_official/](https://www.instagram.com/hayama_official/) 最終閲覧日 2024年11月  
26日

横浜市インスタグラム [https://www.instagram.com/findyouryokohama\\_japan/](https://www.instagram.com/findyouryokohama_japan/)

最終閲覧日 2024年11月26日