掛川、想像以上。

この事業が実現した先には…

掛川市が賑わいのある街になる

なぜ掛川市で1年ツアーを開くのか

掛川市の人口減少率は他の市に比べて緩やかなものの、
生産年齢人口（15歳～64歳）は毎年減っている。
生産年齢人口が減ることで経済が停滞してしまう可能性も…

滞在型観光をきっかけに関係人口を増やしたい！

そして、掛川市を活気ある街へ目指しU・Iターン就職を増やしたい！

そんな中でも市内の高校生・大学生の人口は
7,335人で総人口の約6.4%と少ない。

考えられる原因は？

就職

進学

市外、県外への流出

どうして今なのか？

静岡県には大学が18校。中でも掛川市は1校しかない。

情報や有名企業、大学は都市部に集まる。

少子高齢化が進む中、これ以上首都圏や大都市に流出しない為に！

私たちが実行する意義

3人とも長年掛川市に住んでいて、自宅（掛川市）から通っている大学生。

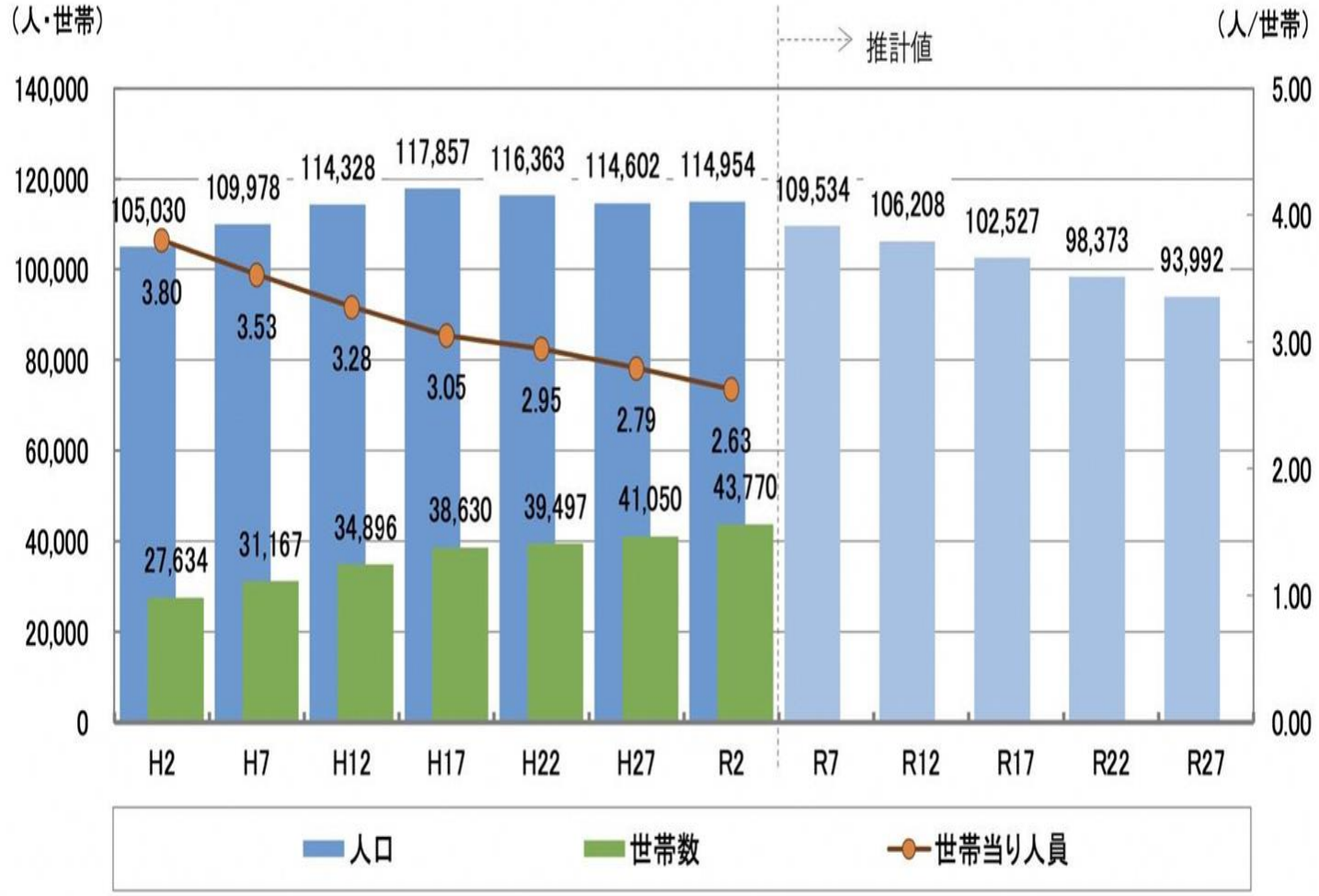
周りの友人は都会への憧れや
やりたいことが静岡県にないという思いで県外へ。

掛川市には魅力があるものの、それを楽しめる機会や若者の体験したいこと、学びたいことが少ない。

掛川市に住んでいて友人が県外へ出ている私たちだからこそ若者のニーズが分かる。

掛川市・浜松・静岡市
人口比較

■掛川市の人口・世帯数の推移



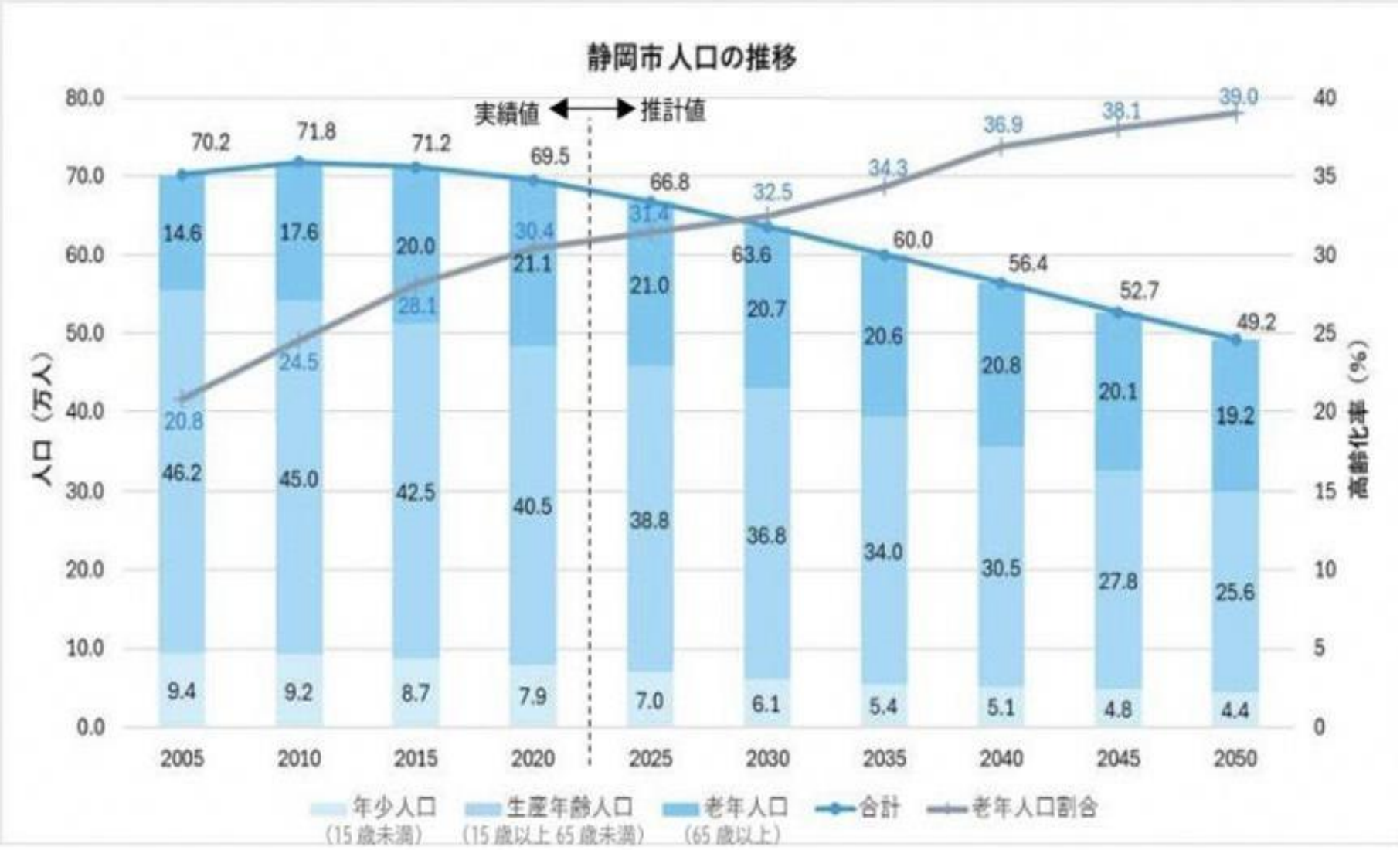
資料：【人　口】H2～R2 は国勢調査、R7～R27 は国立社会保障・人口問題研究所
【世帯数】国勢調査
【世帯当たり人員】国勢調査の人口と世帯数から算出

掛川市
人口推移

2005年　11.8万人
↓
2010年　11.6万人
↓
2015年　11.4万人
↓
2020年　11.4万人

約4000人減

※本市を含む政令指定都市の人口は、現在の市域における人口を示す



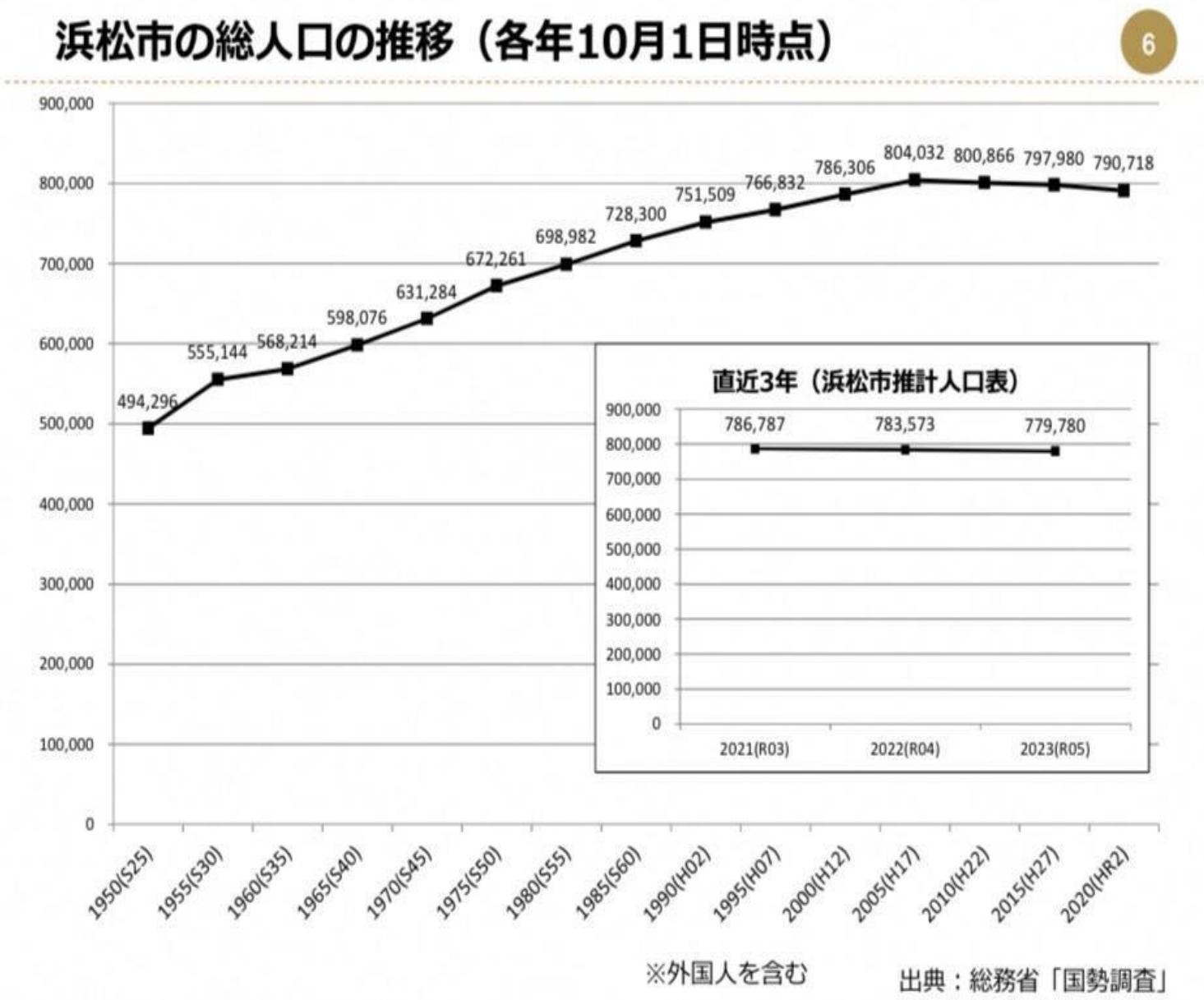
出典：静岡市の人口・世帯（住民基本台帳）〔静岡市〕　静岡市将来推計人口〔静岡市〕より作成

図2-１静岡市の年齢区分別将来推計人口

静岡市
人口推移

2005年　70.2万人
↓
2010年　71.8万人
↓
2015年　71.2万人
2020年　68.5万人

約17000人減



浜松市
人口推移

2005年　80.4万人

↓

2010年　80万人

↓

2015年　79.7万人

↓

2020年　79万人

約14000人減

年少人口（０～１４歳）の推移

	2005年		2010年		2015年		2020年	
掛川市	14.5%	→	14.2%	→	14.0%	→	13.7%	0.8%減
静岡市	13.4%	→	12.8%	→	12.2%	→	11.4%	2%減
浜松市	14.4%	→	14.1%	→	13.7%	→	13%	1.4%減

※　それぞれの市役所が公開しているデータから算出

生産年齢人口（１５～６４歳）の推移

	2005年		2010年		2015年		2020年	
掛川市	65.6%	→	63.7%	→	60.2%	→	58.2%	7.4%減
静岡市	65.8%	→	62.7%	→	59.7%	→	58.3%	7.5%減
浜松市	65.5%	→	63.3%	→	61%	→	59.4%	6.1%減

※　それぞれの市役所が公開しているデータから算出

これらのデータから、、

掛川市の年少人口は、他の市に比べて減少率が低い。

しかし

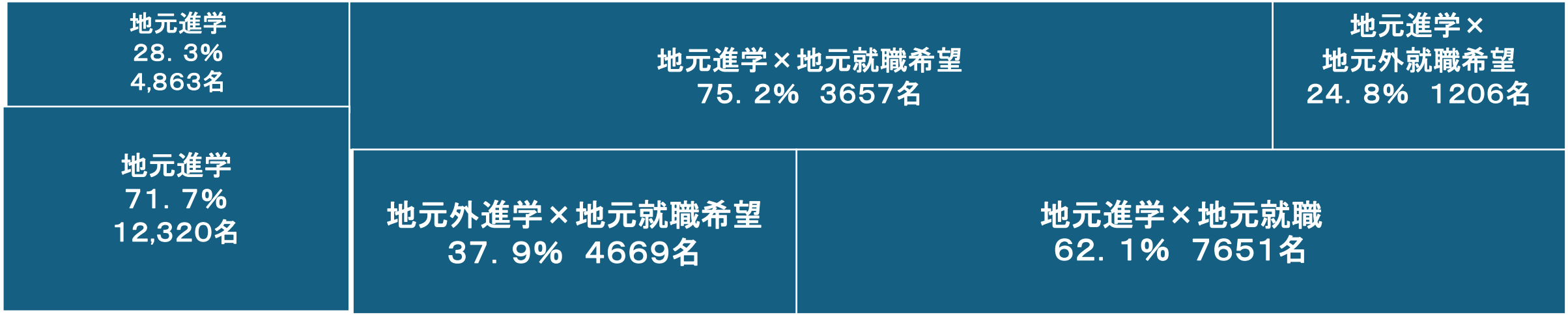
生産年齢人口の減少率は高い傾向にある。

↓

就学先・就職地の選択により、
若者が掛川市から離れてしまっているのではないか？

2023年静岡出身学生の大学入学者数は17813名

地元就職希望者は推計で**8326名**



・文部科学省の学校基本調査「2023年都道府県別の大学入学数に占める
地元・地元外進学割合」を基にマイナビが作成したデータ
・マイナビ調査データ（2020－2025年卒の回答数）
「都道府県別の地元大学進学者の地元就職希望率」
「都道府県別の地元外進学者の地元就職希望率」
学校基本調査の入学者数をベースに地元進学率と地元就職希望率の
割合を使用して作成。

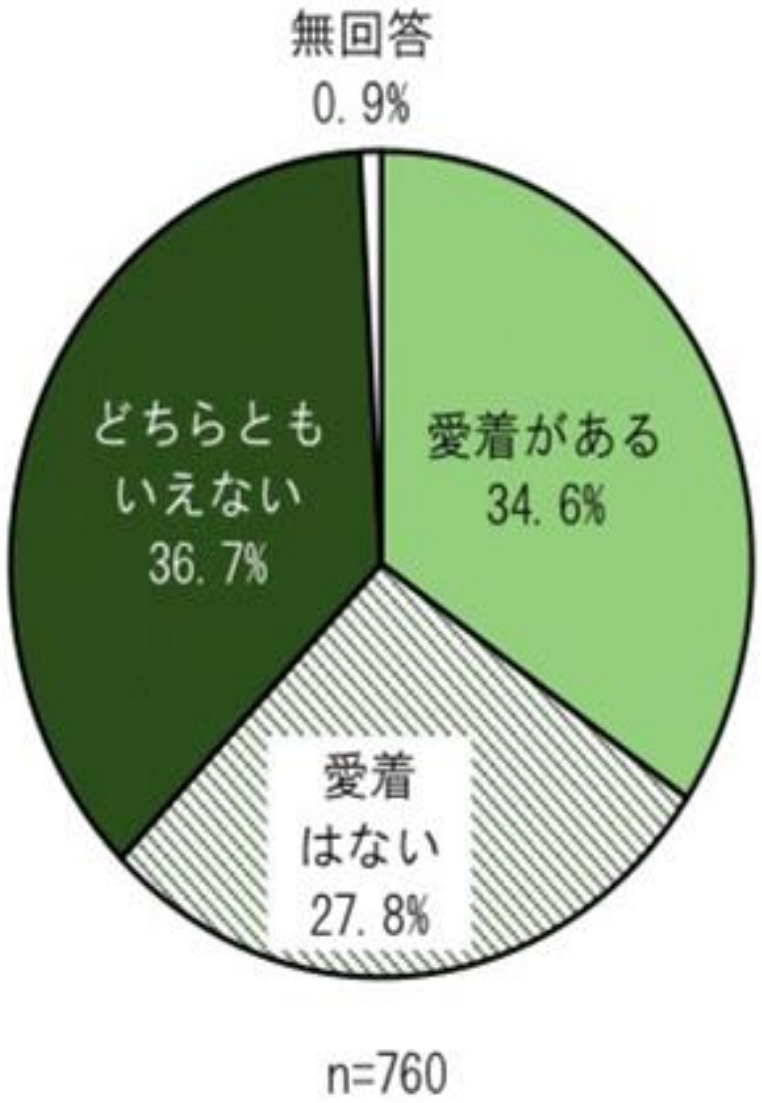
掛川市高校生
意識調査

調査対象：掛川市にある高校4校の3年生男女（令和6年4月1日）

掛川西高等学校	328名
掛川東高等学校	206名
掛川工業高等学校	141名
横須賀高等学校	101名
計	781名

問７　あなたは、掛川市に愛着がありますか？次の中から１つ選んでください。

選択肢	件数	比率
1.　愛着がある	263	34.6%
2.　愛着はない	211	27.8%
3.　どちらともいえない	279	36.7%
無回答	7	0.9%
計	760	100.0%

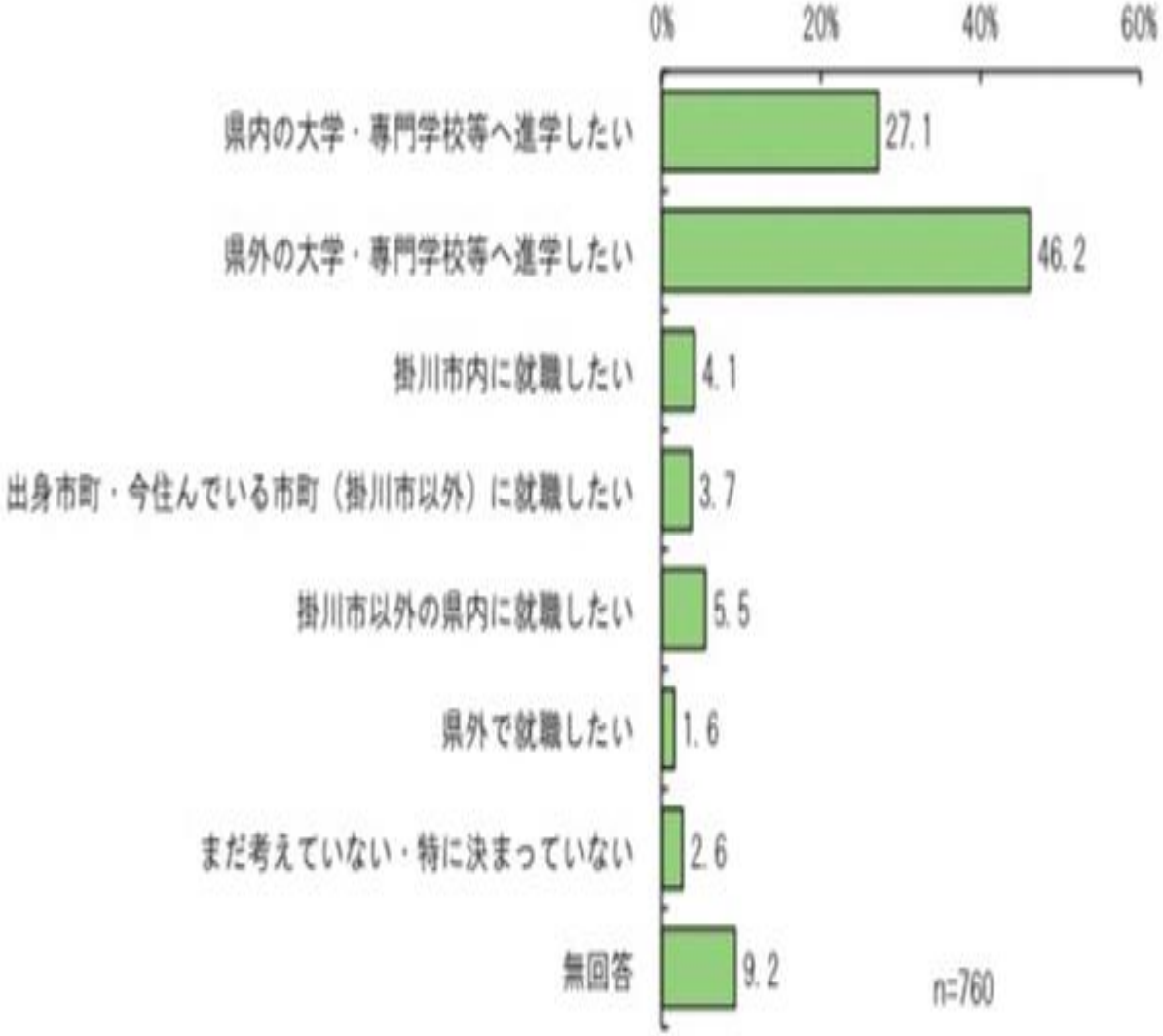


あなたは、普段の生活でどのような時間を大切にしていますか？
次の中から主なものを３つ選んでください＊３つ選択

選択肢	件数	比率
1. 家族との時間(会話)	331	43.6%
2. 友人との時間(会話)	476	62.6%
3. 1人でいる時間	334	43.9%
4. 勉強の時間	204	26.8%
5. 部活動(クラブ活動)の時間	174	22.9%
6. アルバイトの時間	10	1.3%
7. 娯楽や趣味の時間	414	54.5%
8. 自然とふれあう時間	22	2.9%
9. SNSなどを通じたネットをする時間	112	14.7%
10. 祭り等地域の行事に参加する時間	43	5.7%
11. その他	21	2.8%
無回答	1	0.1%
回答者数	760	-

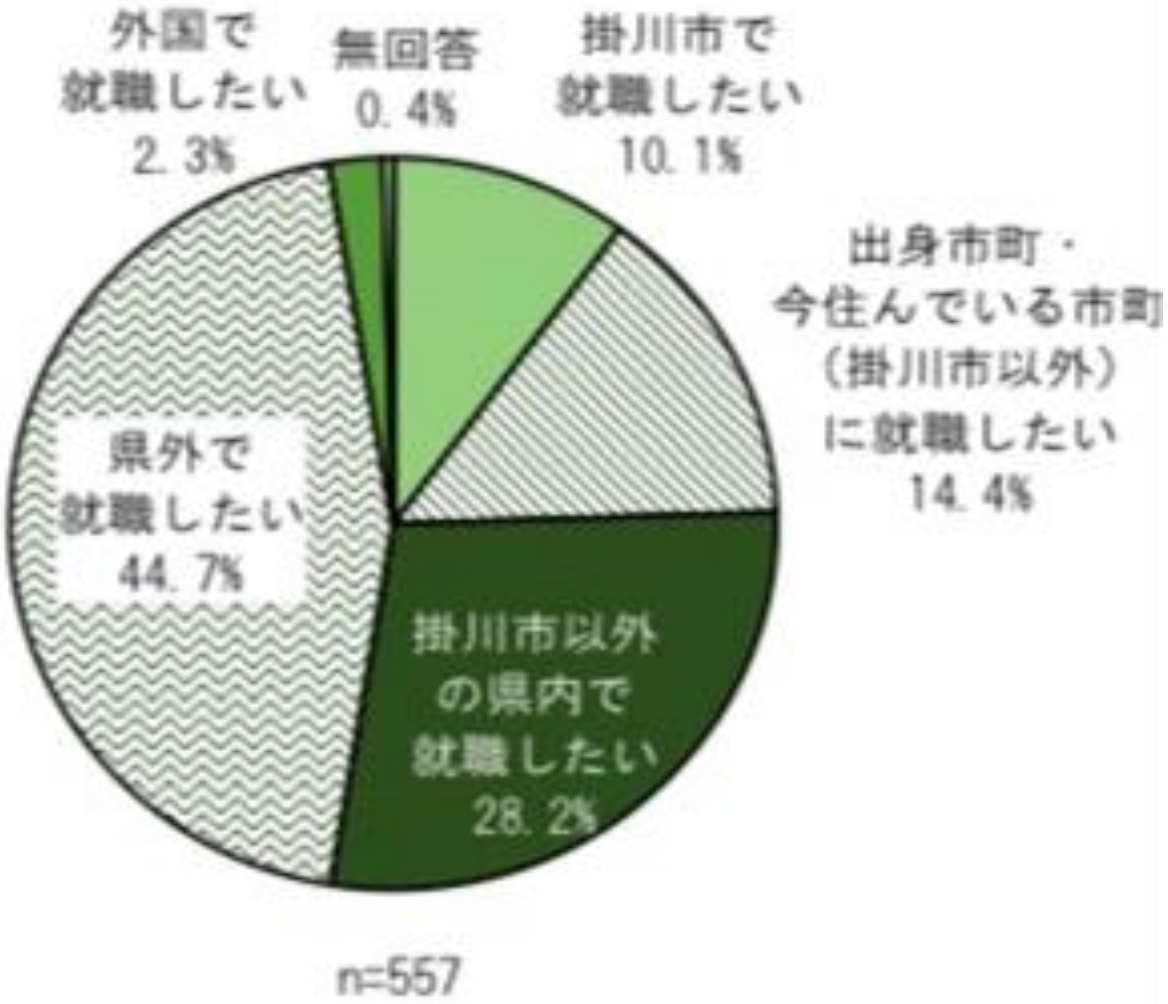
問１２　あなたは、高校卒業後の進路についてどのように考えていますか？
次の中から１つ選んでください。

選択肢	件数	比率
1. 県内の大学・専門学校等へ進学したい	206	27.1%
2. 県外の大学・専門学校等へ進学したい	351	46.2%
3. 掛川市内に就職したい	31	4.1%
4. 出身市町・今住んでいる市町（掛川市以外）に就職したい	28	3.7%
5. 掛川市以外の県内に就職したい	42	5.5%
6. 県外で就職したい	12	1.6%
7. まだ考えていない・特に決まっていない	20	2.6%
無回答	70	9.2%
計	760	100.0%



問１３　問１２で１または２を選んだ人にお聞きします。
あなたは、大学や専門学校の卒業後の就職に関してどのように考えていますか？
（どうなるといいなと考えていますか？）次の中から１つ選んでください。
（問１２「１．県外の大学・専門学校等へ進学したい」「２．県外の…以下略」・・・５５７人）

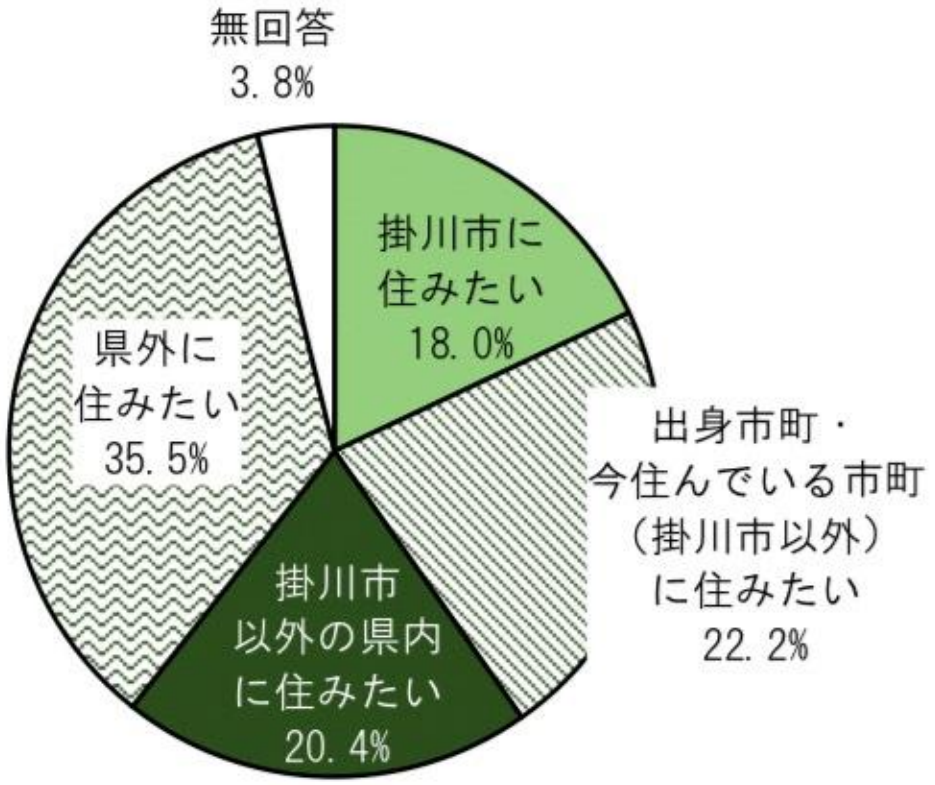
選択肢	件数	比率
1. 掛川市で就職したい	56	10.1%
2. 出身市町・今住んでいる市町（掛川市以外）に就職したい	80	14.4%
3. 掛川市以外の県内で就職したい	157	28.2%
4. 県外で就職したい	249	44.7%
5. 外国で就職したい	13	2.3%
無回答	2	0.4%
計	557	100.0%



《卒業後に希望する住まいについて》

問 17　皆さんにお聞きします。卒業後に希望する住まいについて、あなたは、高校や大学などを卒業して就職した時、掛川市に住みたいですか？次の中から１つ選んでください。

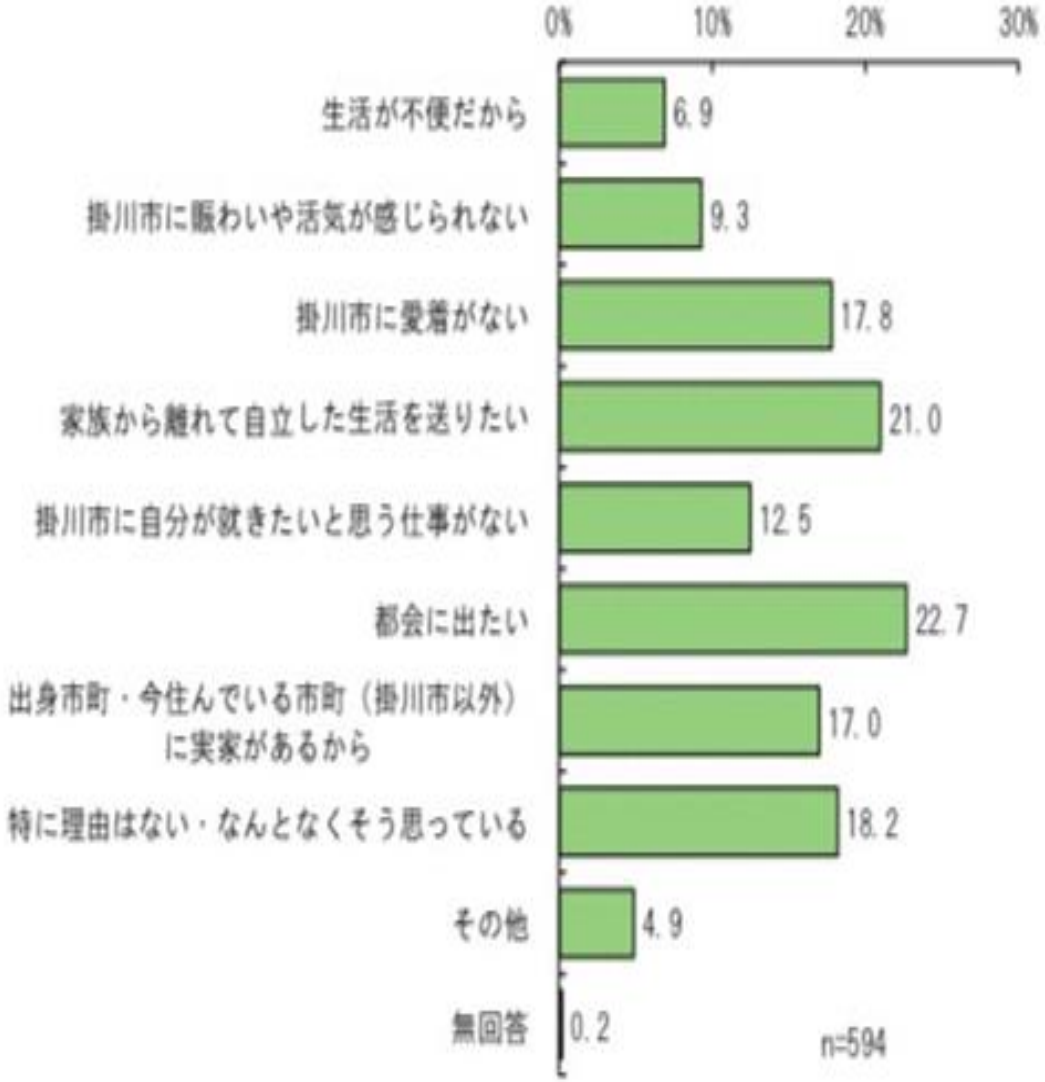
選択肢	件数	比率
1.　掛川市に住みたい	137	18.0%
2.　出身市町・今住んでいる市町（掛川市以外）に住みたい	169	22.2%
3.　掛川市以外の県内に住みたい	155	20.4%
4.　県外に住みたい	270	35.5%
無回答	29	3.8%
計	760	100.0%



n=760

問１９　問１７で２・３・４を選んだ方にお聞きします。掛川市に住みたくない理由は何ですか？次の中から2つ以内で選んでください。
（問１７「２．出身市町・今住んでいる市町（掛川市以外）に住みたい」～「４．県外に住みたい」・・・５９４人）＊複数回答

選択肢	件数	比率
1. 生活が不便だから	41	6.9%
2. 掛川市に賑わいや活気が感じられない	55	9.3%
3. 掛川市に愛着がない	106	17.8%
4. 家族から離れて自立した生活を送りたい	125	21.0%
5. 掛川市に自分が就きたいと思う仕事がない	74	12.5%
6. 都会に出たい	135	22.7%
7. 出身市町・今住んでいる市町（掛川市以外）に実家があるから	101	17.0%
8. 特に理由はない・なんとなくそう思っている	108	18.2%
9. その他	29	4.9%
無回答	1	0.2%
回答者数	594	-



・掛川市に愛着のある高校生**34.6%**

・自然と触れ合う時間を大切にする高校生の割合2.9%

・祭り等地域の行事に参加する時間を大切にする高校生の割合5.7%

・**県外**の大学・専門学校等へ進学したい・**掛川市以外**の県内、**県外**への就職を考える高校生の割合**53.3%**

・県内・県外の大学・専門学校に進学したい**7割弱**の高校生の内、掛川市で就職したい高校生は**約1割**

・掛川市に住みたい高校生の割合**18%**

掛川市に住みたくない理由

・愛着がない：17.8%

・都会に出たい：22.7%

・特に理由はない：18.2%

・就きたい仕事がない：12.5%

ここから言えること

・掛川市に愛着を感じている高校生が少ない

・掛川市の魅力を感じていない実態

・就学先・就職先に掛川市以外を考える高校生が多い

このイベントをどうやって広めるべきか

・パンフレットの作成と掲出
→掛川駅や掛川市役所、商業施設など人が多く集まる場所に設置する。

・地元企業と行政との協力
→地元企業と行政のHPやSNSにイベント内容を掲載してもらう。

・市外にチラシの掲出
→通っている大学にチラシを張る

初期段階（最初の０～１年）

春　草刈り・植樹体験　時ノ寿の森クラブ
河津桜の花見と、掛川城周辺の散策

夏　植木周りの草取り、鹿対策の柵の設け
遠州灘　亀の卵観察、赤ちゃんの放流体験

秋　祭りについて調べる in 図書館 The Port kakegawa
屋台の準備　祭り体験　祭り青年交流　日坂宿観光

冬　特別教育・間伐体験・まな板づくり
時ノ寿の森クラブ
ならここの里　キャンプファイヤー

中期段階（２～３年）

春　稲門の里　農業体験（田植えや茶摘み）

夏　遠州灘　観光地引網体験会とバーベキュー
「未利用魚」ー（海の資源を有効活用し地産地消へ）
葛葉の採集と葛織体験　こたけや河出

秋　祭りについて調べる in 図書館 The Port kakegawa
屋台の準備　祭り体験　祭り青年交流　日坂宿観光

冬　ならここの里　源流域の森林の間伐体験、まな板づくり　キャンプファイヤー　時の寿の森クラブ

最終段階（３～５年）

・大学の２・３年を対象にした、職場のリアルを体験するツアー
お偉いさんが１日どのように現場で働いているのか等、カバン持ちツアーを開催する。

・大学の授業のフィールドワークの場として、掛川市を宣伝する。
掛川市は大学の宣伝をする。

補助金に頼らない未来像
企業×学生

大学生の社会性のスキルアップに貢献（社会貢献）
1DAYカバン持ち体験ツアーでは、企業と学生が深く関わり、
現場でのリアルを知ることで、
自身の就活に対するイメージや考えを広げる。
企業がお金を投資という形で支出する仕組み

初期段階春のスケジュール（1日目仮）

9時集合	掛川駅	13時～16時	植樹体験
9時30分～52分	バス（倉真温泉行）	16時～17時	休憩・check in
9時52分～10時	車（時の巣の森）	17時～20時	BBQ（準備・片付け含む）
10時30分～12時	草刈り	20時～21時	温泉（21時までに温泉を出る）
12時～13時	昼ご飯	21時～	自由行動　睡眠

初期段階春のスケジュール（2日目仮）

8時 9時30分	朝ごはん check out	12時30分～13時30分	昼ご飯
9時50分～10時	車（倉真温泉）	13時30分～14時30分	掛川城周辺の桜を花見
10時8分～ 10時30分	バス（掛川駅行）	14時30分～ 14時40分	徒歩　掛川駅
10時30分 11時～	徒歩　掛川城	14時40分～15時	解散
11時～ 12時30分	掛川城巡り		

イベントの費用（代表例　春）

定員8名とする
保険料　2400円（8人分）
謝礼金　20000円
宿泊費　68000円（8人分）
NPO会員費　8000円（8人分）
バス代往復　4800円（8人分）
網、炭代　3000円
食材代　5000円（8人分）
昼食代2日分　12800円（8人分）
運営費3人分　24000円
掛川城入場料　3280円　（8人分）
管理費　24500円

広告デザイン費　10000円
印刷費（60部）　1500円

合計　187280円
1人当たり23410円必要になる

イベントの費用（1年間）

合計　187,280円（春）

夏・秋・冬のイベント費用

（春のイベントから不必要な経費を差し引いた費用）

NPO会員費　8,000円（8人分）

網、炭代　　3,000円

食材代　　5,000円（8人分）

掛川城入場料3,280円（8人分）

管理費　21,550円

165050×3＝495,150円（夏・秋・冬）

合計187280＋495,150＝682,430円

1人当たり必要な費用：**85,300**円

スポンサー料・市の助成金

1人当たりの費用が16,000円（1季節分）となる為には…
16,000×4（季節）×8（人数）＝512,000円
682,430（年間費用）ー512000＝170430円
時ノ寿の森クラブの広告宣伝費：357,036円
1年間広告宣伝費（スポンサー料：5%）：約17,850円×4＝約71400円
170,430（年間費用の差額）ー71,400（時の巣の森のスポンサー料）
＝99,030円（市の助成金）

↓

結果、1人当たりの費用が16,000円となる

実際には他のNPO法人や団体等の広告も行う為、追加のスポンサー料が見込まれます。

＊なお、本ツアーは春から申し込んだ方に限らず、途中の季節からの申し込みも可能とします。

成果指標（どのくらい「掛川に深く関わる若者をつくるか」）

本事業により、掛川市に対して継続的に関わる若者を

5年間で**72人創出**することを成果指標とする。

初期段階1年目：計8人

中期段階2年目：計16人（イベント2つ）

最終段階3～5年：計16人×3＝48人

合計：(8＋16＋48)人＝72人

加えて、この年間ツアーやかばん持ちツアーを通じた関心層の拡大（＋a）を波及効果として見込む。