

第5章 総括

5-1 事業の広報手段

今回のイベントを知った経緯をみると、児童・生徒と保護者、また小学生～高校生のいずれでも、学校で配布されたプリント・チラシによる認知が最も多かった。なお、各学校にチラシを送付するだけでなく、配布にあたって児童・生徒に対し、学校教員に補足説明をしていただくことも重要である。イベントの2か月前（長期休暇等の状況によっては、それ以上）から広報を開始できるように準備期間を確保し、早期にチラシを作成するとともに、地方公共団体の担当者から学校関係者への直接的な協力依頼を行う等の対応も求められる。

保護者については、学校のみならず、地方公共団体のホームページや広報紙、SNS 等による広報も効果があった。保護者に対しては、学校からの連絡に加えて、地方公共団体からの情報発信による周知も効果があると考えられる（図表 33）。

図表 33 保護者 子どもの学校種別 イベントを知った経緯（再掲）

	全体	通っている学校で配布されたプリント・チラシ	学習塾・予備校で配布されたプリント・チラシ	大学で配布されたチラシ	その他イベントで配布されたプリント・チラシ	自治体のホームページ	自治体の広報紙	自治体の広報SNS（フェイスブック・ツイッター・メールマガジン）	図書館や公民館等、自治体の公共施設に置かれていた・配布されていたチラシ	商店・商業施設で掲示・配布されていたチラシ	自治体のタウン誌	駅に掲示されたポスター
全体	164 (1.28)	89 (54.3%)	5 (3.0%)	1 (0.6%)	1 (0.6%)	13 (7.9%)	12 (7.3%)	13 (7.9%)	6 (3.7%)	1 (0.6%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)
小学生	83 (1.23)	48 (57.8%)	1 (1.2%)	0 (0.0%)	1 (1.2%)	4 (4.8%)	3 (3.6%)	5 (6.0%)	5 (6.0%)	1 (1.2%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)
中学生	57 (1.37)	31 (54.4%)	4 (7.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	7 (12.3%)	5 (8.8%)	6 (10.5%)	1 (1.8%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)
高校生	23 (1.26)	10 (43.5%)	0 (0.0%)	1 (4.3%)	0 (0.0%)	2 (8.7%)	4 (17.4%)	2 (8.7%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)
その他	1 (1.00)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)

	全体	町内放送	新聞記事	新聞折込チラシ	テレビ・ラジオ(ケーブルテレビ・コミュニティFM含む)	内閣府のホームページ	内閣府のメールマガジン	上記以外のホームページ	家族から聞いた	友人から聞いた	その他
全体	164 (1.28)	4 (2.4%)	12 (7.3%)	4 (2.4%)	0 (0.0%)	5 (3.0%)	1 (0.6%)	1 (0.6%)	19 (11.6%)	9 (5.5%)	14 (8.5%)
小学生	83 (1.23)	4 (4.8%)	6 (7.2%)	3 (3.6%)	0 (0.0%)	1 (1.2%)	1 (1.2%)	0 (0.0%)	9 (10.8%)	4 (4.8%)	6 (7.2%)
中学生	57 (1.37)	0 (0.0%)	3 (5.3%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	4 (7.0%)	0 (0.0%)	1 (1.8%)	7 (12.3%)	4 (7.0%)	5 (8.8%)
高校生	23 (1.26)	0 (0.0%)	3 (13.0%)	1 (4.3%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	2 (8.7%)	1 (4.3%)	3 (13.0%)
その他	1 (1.00)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	1 (100.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)

また、新聞で紹介されたことで、多くの参加者の申込に至ったケースもあり、一例をあげるとイベント実施の10日前に地元紙に掲載された弘前会場においては、児童・生徒の20.0%、保護者の32.3%が当該新聞を通じて本イベントを認知した。地元新聞等で行われる地域イベントの紹介欄に掲載されることは、周知において大きな効果がある。この他、地方公共団体による定例の記者会見や記者クラブへの案内も活用すべきである。

なお、一部の地域で実施した事務局による新聞折込チラシを活用した広報は、効果が限定的であった。

5-2 事業の対象者・イベント内容

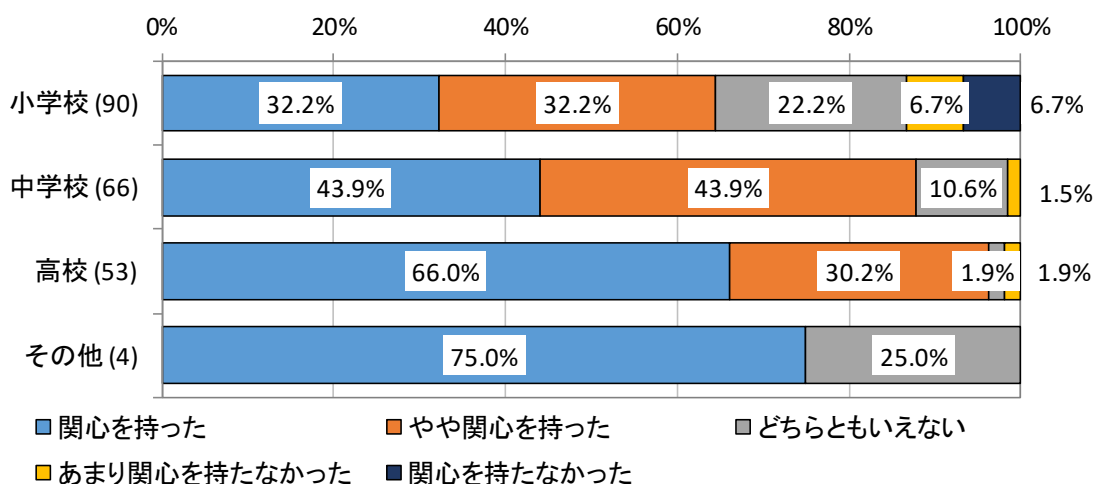
5-2-1 参加者の学校種別イベントの効果

参加した児童・生徒の学校種別の、イベントプログラムにおけるそれぞれへの効果（関心を持ったか）をみると、いずれの参加者も実験教室への関心が高く、中学生・高校生については基調講演への関心も高い。

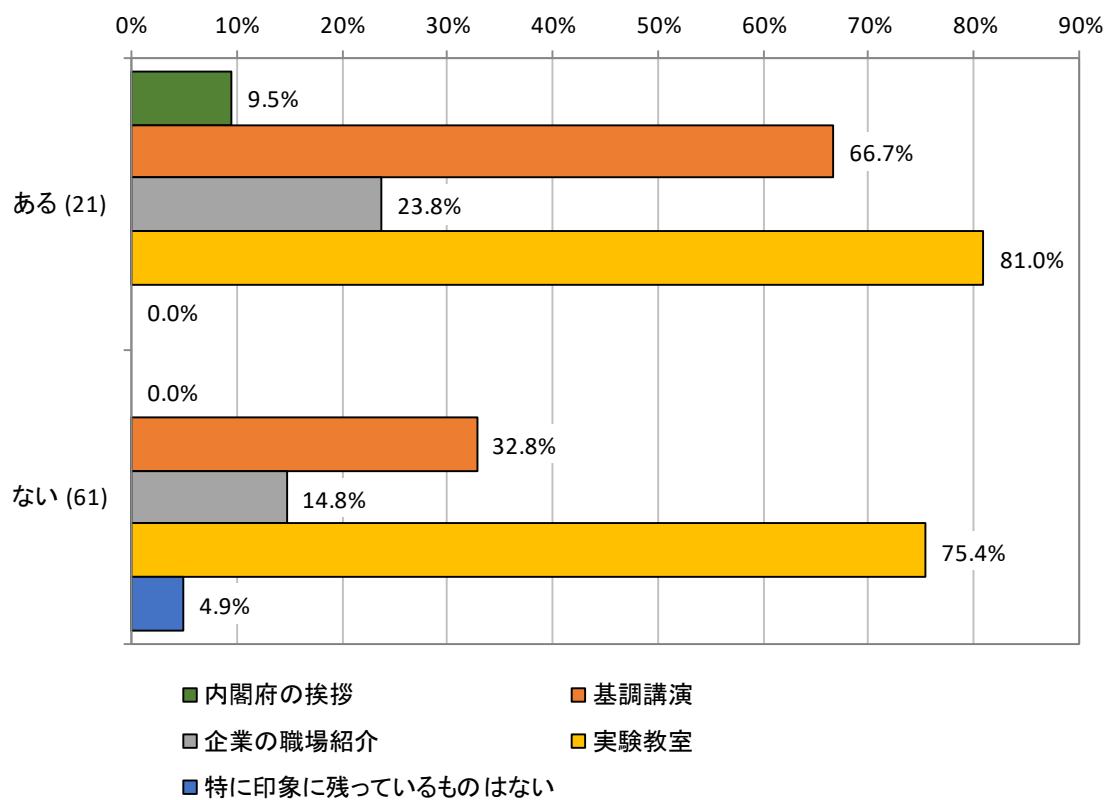
この点、今回実施した基調講演は、ロールモデルの紹介という観点から、STEM Girls Ambassadors の講演を企画したものであるが、中学生・高校生には効果があった一方で、小学生には内容が難しかった、あるいはロールモデルをもとにした将来のイメージが湧きづらかったものと考えられる（図表 34）。

ただし、イベントの参加による影響を受け、事後に勉強等を行っている者のうち 66.7% は、基調講演を「(イベント終了から 2 か月以上経過した) 今でも印象に残っている」と回答しており、一定の参加者に対して、強い影響を与えている可能性がある（図表 35）。

図表 34 児童・生徒 理系分野の進路選択に関心を持つきっかけとなったプログラム-基調講演（再掲）



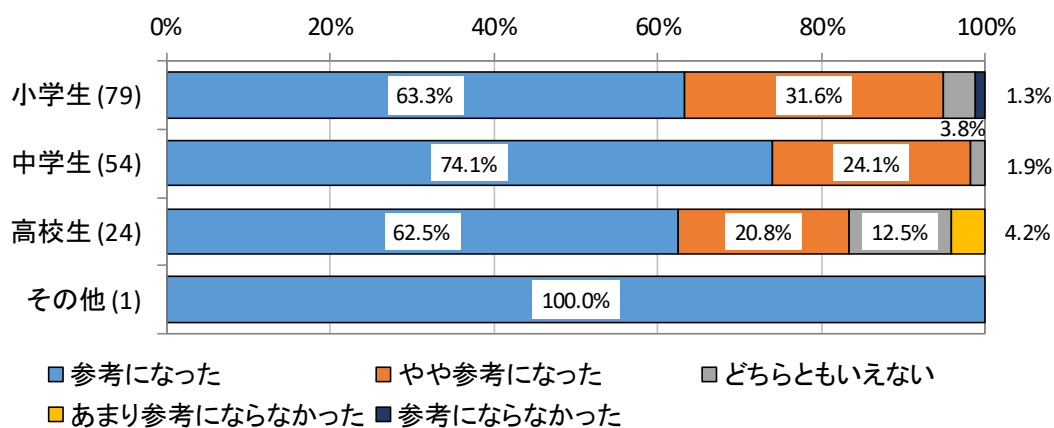
図表 35 児童・生徒 イベントに参加したことに影響されて、実際、自分で特に勉強したり調べたりしたことはあるか（印象に残っているプログラム別、再掲）



また、基調講演は保護者にとっても有意義なプログラムと捉えられる。

基調講演が多くの保護者にとって参考になっている点（図表 36）を考えると、保護者向けのイベント、あるいは高校生・中学生向け（または希望する児童向け）のイベントを行う際には基調講演のようにロールモデルを紹介するプログラムを開催し、小学生を含むイベント（主な参加者が小学生となるイベント）では、実験教室を中心に実施するといった方法が有効であると考えられる。

図表 36 保護者 お子様が進路を考える上で参考になりましたか—基調講演（再掲）

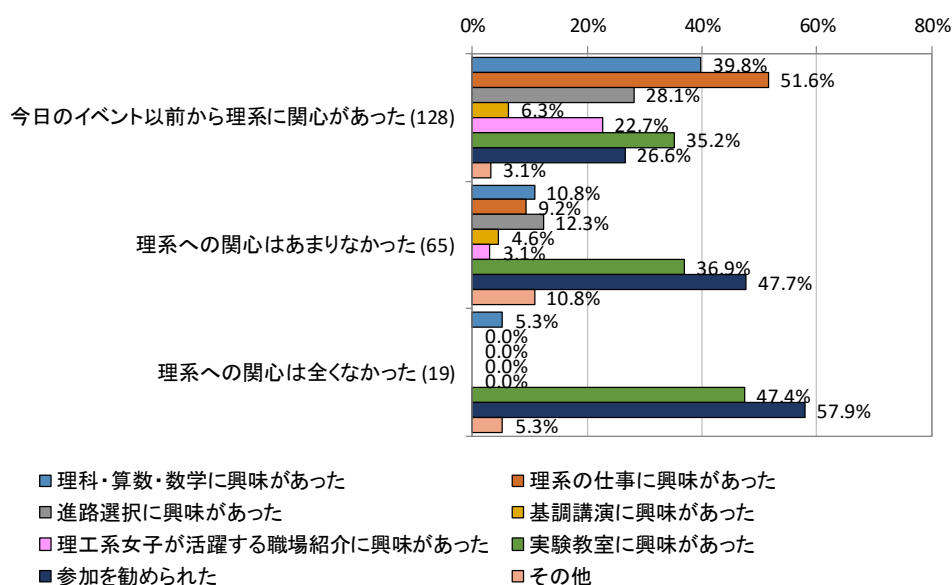


5-2-2 理系への関心度合いが低い児童・生徒の来場を促す動機付け

図表 37 に再掲するように、本イベントは、理系に関心を有している児童・生徒のみならず、多くの理系への関心があまりなかった、または全くなかった児童・生徒の来場にも繋げることができた。

また理系への関心があまりなかった、または全くなかった児童・生徒については、「参加を勧められた」という回答がそれぞれ 47.7%、57.9%で最も多かったことから、学校でのチラシ配布等の、児童・生徒への直接のアプローチによって自発的なイベント参加を促すだけでなく、教員や保護者等へのイベントの紹介、案内も必要である。具体的には、学校でのチラシ配布に際して、学校教員が（イベント趣旨を理解したうえで）積極的に参加を呼び掛けていただく等、準備段階での調整が必要となるほか、地方公共団体のホームページや SNS、広報紙等により、地方公共団体が保護者に対してイベントの開催を直接案内することも重要である。また、イベントのプログラムに関連し、来場動機として「実験教室に興味があった」も多く挙げられていることから、興味をひきやすいプログラムである実験教室の開催が、理系への関心があまりない、全くない層の参加の促進に効果的なものと考えられる。

図表 37 児童・生徒 理系への関心別 イベントへの来場目的（再掲）



5-3 協力団体との連携方法

地域振興や地域の人材不足を解消するためには、それぞれの地域内にある STEM の関係分野で女性が活躍する企業・団体に協力を仰ぐことが望ましい。なお、地域内で企業・団体とのネットワークが見つげにくい場合には、近隣の自治体と連携するなどして広域での開催もありうる。

協力先とは密な情報連携を図り、女性の登壇や、参加者の年齢に合わせた実験プログラムの準備など、参加者の構成に合わせたプログラム内容の工夫などの配慮が必要である。

5-4 結びにかえて

生産年齢人口が減少傾向に入り、日本も含めた先進国では理工系女性人材の確保が重要視され、女子生徒等の理工系分野への進路選択の促進に向けや様々な施策が展開されている。

理工系女性人材の確保は、地域のものづくり産業等、理工系人材を必要とする産業、特に先端化の担い手を増やすことになる。

本報告書を参考に、各地方公共団体における女子児童・生徒の理工系分野への進路選択の推進策を通じ、地域振興に役立てていただければ幸いである。