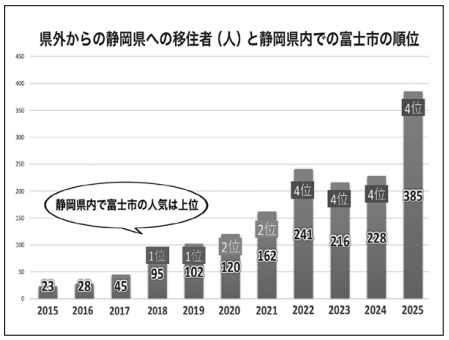
今後の課題と市の魅力



進み続ける人口減少
～移住者で変えていく富士市～

今年で市政60周年を迎えた富士市。市総務部シティプロモーション課・移住定住推進室統括主幹の天野秀訓さん、主事補の渡邉優華さん、企画課・SDGs推進室上席主事の浅岡恭介さんに市の人口について話を伺った。市は人口の増加のため、移住者や関係人口の増加に向けた取り組みを行っている。



▲移住者は年々増加を続けている

「移住者」「関係人口」の拡大に向けて

推計では今後も人口が減少する一方、世帯数や高齢化率は上昇することが見込まれる。市内で生まれる子どもを大幅に増やすことは容易ではない。そのため、今後は移住者の増加に加え、ふるさと納税や帰省などで、富士市と継続的に関わり外から応援してくれる「関係人口」を増やすことが重要な目標だ。

少子化・未婚化による人口減・世帯増

富士市の人口および世帯数は、昭和41年の市制施行以降、平成20年度まで増加傾向にあった。平成20年度に庵原郡富士川町を編入した影響により、平成21年度には人口・世帯数ともに大きく増加したが、以降は少子化の影響などで人口減少が続いている。一方で、未婚化や単身世帯の増加に伴い、世帯数自体は増加を続けている。

若年層の増加に向けた政策

人口維持や増加に向け、市では若者を呼び込む政策に力を入れている。令和5年度から7年度にかけては、全国から大学生を集めて市内企業の課題解決に取り組む「大学生ワークシェアで企業コンサルティング」を企画・実施した。富士市にゆかりのない若者の将来的な移住につなげる狙いがある。

また、「もう一度ふるさとで。」を掲げた「ふるさと移住応援キャンペーン」では、帰省客が増えるお盆の時期に新富士駅で移住施策をPRするなど、一度市外へ出た人のUターンを促す取り組みを行った。

さらに、子育て世代を惹きつける支援策も充実している。こども医療費の無償化、出産特別お祝い金、3歳から5歳児の保育料無償化など、サポート範囲は幅広い。加えて、保育環境の整備や女性向けのスキルアップ講座なども実施し、「子どもを育てやすい街」づくりを目指している。



◀資料を用いて現状を語る

関係人口の創出・拡大に向けては、「高校生議会」などを開催している。高校生に富士市の議会を体験してもらうことで、郷土への愛着を育み、将来、外から富士市を応援してもらえるような関係性を構築している。

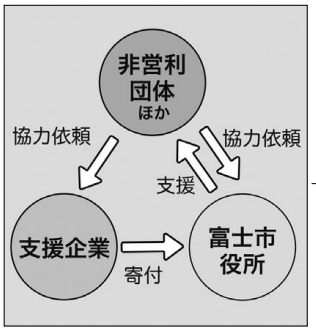
移住者増加に向けた取り組み

移住者増加については「ふるさと回帰フェア」や「しずおかまるごと移住フェア」といった他県からの移住希望者を対象とした相談体制を整えている。

また、これまでに「子育て・若者世帯Ｆ・Ｕターン奨励金」や「県外就業若者Ｕターン支援奨励金」など、条件に応じた支援制度を実施。さらに、「富士市移住定住応援団登録制度」を通じ、地域全体で移住者を受け入れ応援する環境づくりを進めている。また、令和6年度から移住定住応援キャンペーン「秋のわくわく移住まつり」を実施。令和8年度は、市民も参加できる「富士市デジタルスタンプラリー」を11月30日まで実施している。

富士市活性化のため 市全体での取り組み

富士市総務部企画課・SDGs推進室上席主事の浅岡恭介さんに、市の活性化に向けた取り組みについて、具体的にどのような政策を実施しているのか、また今後の展望について話を伺った。



▲組織を超えた協力体制を整えている

――市を活気づけるために行っている政策はありますか？

市を活性化していくためには、富士市役所単独で事業を行うのではなく、みんなで協力していくことが大切だと考えています。富士市企画課SDGs推進室では、非営利団体などがプロジェクトの実施者として、まちのための事業を行う際、企業等の協力を得ながら市役所が支援する仕組みを提供しています。これまで支援してきた活動には、子どものキャリア教育や部活動の地域移行などがあります。

――具体的にどのような仕組みなのですか？

企業、市役所、プロジェクト実施者の三者が協力する形を取って



▶実際に支援した国際観光部の事業

います。まずプロジェクト実施者が市役所に申請し、採択されれば支援を受けられます。プロジェクトへの支援金は、これまで、100近くの企業からの寄付で成り立っています。市外の企業であれば「企業版ふるさと納税制度」を活用することもでき、税額控除を受けて負担を抑えながらプロジェクトを応援できる仕組みです。



◀市の政策を語る浅岡さん

――今後、どのような市にしていきたいですか？

市民の皆さんが安心して暮らし、富士市に住み続けたいと思えるまちにしていきたいと考えています。そのために市役所だけではなく、市民や企業、地域団体などと連携し、それぞれの力を生かしながら、地域の課題解決とまちの魅力向上に取り組んでいきます。

あの人気キャラクターとコラボ!?

記念事業の中でもひときわ注目を集めているのが60周年記念アンバサダーに就任したハローキティとのコラボレーションだ。長年幅広い世代に親しまれるハローキティと富士市のコラボは今回が初めてである。コラボに至った経緯やキティとの企画の詳細について富士市総務部企画課SDGs推進室上席主事の浅岡恭介さんにお話を伺った。

富士市とキティの縁

ハローキティがアンバサダーになったのは、キティの誕生日と富士市の市制施行日が、どちらも11月1日だからだ。

コラボに伴い、キティが富士山や海、富士市の花「ばら」をイメージしたデザインを取り入れた特別な衣装で登場した。普段のキティから連想される赤いイメージとは異なり、爽やかな青を基調としたデザインとなっている。



特別企画の反響

5月まで事前申込を受け付けていた60周年の限定グッズ「富士市オリジナルデザイン ハローキティ ぬいぐるみ」は、応募件数9000件を突破した。当初は1200体限定だったが、あまりの人気に1200体に増やして販売することとなった。

今回のコラボは、限定グッズだけにとどまらない。市役所、交流プラザ、ロゼシアターなど様々な公共施設に限定フォトスポットが展示されている。

誕生を祝う

11月1日には中央公園で行われる富士市産業まつり「商工フェア」内で、富士市×キティの誕生日会が開催される。

このような取り組みに参加することで富士市の魅力を身近に感じることが出来るはずだ。みなさんもキティちゃんといっしょに富士市の60周年を祝ってみてはどうだろうか。

つけナポリタン 誕生の裏話

メ

coffee shop アドニスの店主である三ツ井ハンバーグやオの人気メニューは、ア



けナポを食べる部員

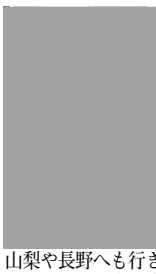
鶏肉といった具材がごろごろと入っていて食べ応えもあった。

このつけナポの味は、市川さんが自宅

富士市60周年



移住者に聞く富士のリアル

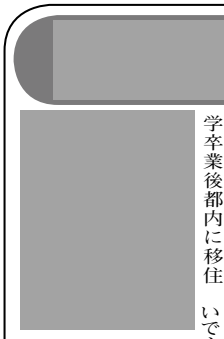


趣味のバイクツーリングで訪れた際にまに興味を持ちに興味を持ち実際に何度か足を運び、転職を機に移住を決めました。

北には富士には伊豆があり、山梨や長野へも行きやすく、バイク乗りにとって非常に良い地域です。高速道路の渋滞に巻き込まれにくいのも嬉しいです。

街の雰囲気から公共交通機関が発達していると思っていましたが、バスの本数の少なさに驚きました。同時に車社会の地域であることを実感しました。

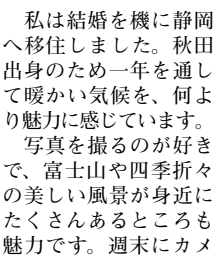
「～だ」方言も使い「～だら」などの方言も使い日常会話の中印象的に若い人の印象です。



私は若いうちにいろいろな経験を積みたいと思い、高校卒業後に千葉県に移住、大学卒業後都内に移住しました。

富士を離れて感じたのは、富士山がいつでも見えることの有り難さです。ビル群や東京タワーもキラキラして見えますが、富士山を見ると今でも安心します。一方で、富士市は交通の便が良くないと感じます。電車やバスでの移動がしやすい環境になると嬉しいです。

家庭を持った後や老後を過ごす場所として富士市はとても良い選択肢だと思います。



私は結婚を機に静岡県へ移住しました。秋田出身のため一年を通して暖かい気候を、何より魅力に感じています。

写真を撮るのが好きで、富士山や四季折々の美しい風景が身近にたくさんあるところも魅力です。週末にカメラを持ってどこに行くかを考えるだけでワクワクします。

都内での暮らしに比べると文化施設が少ない代わりに、自然豊かな公園や遊び場が多く子育てがしやすいです。子供とよく行く富士川では、川を横切る野生の鹿を見ることもありました。富士市は、「知れば知るほど面白くなるまち」だと感じています。

部説　言葉の変化と世代間のギャップ

皆さんは「1時間弱」と言われた時、1時間超過と受け取るだろうか、あるいは1時間未満だと受け取るだろうか。本来の意味は1時間未満だが、私たち若い世代を中心に1時間超過だと取る例が多い。実際に同世代の友人に尋ねてみると、ほとんどの人が1時間超過だと勘違いをしていた。弱を少量と勘違いをして1時間に少しの時間が加えられていると考えてしまうからである。

このように若者に誤解されている言葉は数多くある。どうしてこのようなことが起こるのだろう。

大きな要因は日常的な言葉の使い方の変化だと思う。例えば私たちは「やばい」という言葉をよく使う。私たちは、「素晴らしい」といったポジティブな意味で用いることが多い。一瞬どちらの意味か混乱させる。一例を挙げると、「大丈夫」という言葉がある。これは本来「安定している」という意味だが現在、承諾や拒否など幅広い意味で用いられている。自分は1時間超過だと誤解しているように、まり世代間で異なった認識をしている言葉の意味だけにとどまらず、言葉への捉え方にも変化が生じている。それはチャットでのやり取りで起こりやすい。例えば目上の人からの連絡の文末に句点がついていると、私たち若い世代は威圧感を感じやすく、怒らせてしまったのではないかと思う傾向にある。普段からチャットアプリを活用して

このような言葉に対する世代間のギャップは言葉の意味だけにとどまらず、言葉への捉え方にも変化が生じている。それはチャットでのやり取りで起こりやすい。例えば目上の人からの連絡の文末に句点がついていると、私たち若い世代は威圧感を感じやすく、怒らせてしまったのではないかと思う傾向にある。普段からチャットアプリを活用して絵文字やスタンプを使い慣れているため、文末に句点が付くとどこかメッセージに冷たさを感じ不安になってしまうのである。環境の違いが世代間のコミュニケーションのずれを引き起こしている。

このように言葉に対する世代間のギャップは大きい。ギャップを理解しながらコミュニケーションを取ることが大切だ。相手に正しく伝わるか吟味して、時と場合に分けて適切な言葉を使い分けることが求められる。

（望月万奈葉）

富士市民に愛される代表グル

富士市にはいくつかのご当地グルメがある。本記事ではつけナポリタンとサイダーかんの取材を行った。



▲富士南イオン限定！サイダーかん

地域に愛されるサイダーかん

雅心苑でサイダーかん販売

サイダーかんは、子どもから大人まで幅広い年齢層が購入している。子どもの頃に給食に出ていたことで、懐かしいという思いで買いに来る人が多い。

雅心苑は販売の際に、商品の検品を丁寧に行い、納得のいく形で販売をしている。雅心苑にとってサイダーかんとは、とても親しみがあり、周りに自慢できるものだという。

「最近は、給食に出る回数が減っているが、これからもサイダーかんは続いてほしい。雅心苑の手作りであるサイダーかんを通して、大人の方は懐かしみながら、学生の方は手軽にサイダーかんを味わってほしい」と販売員さんは言う。

給食のサイダーかん

丘小学校では、夏に人気のサイダーかんを



▲つ

市川和典さんにお話を伺った。

つけナポリタンは、2008年にテレビの企画が吉原商店街に持ち込まれたことから誕生した。依頼された時には既に多くの人が来店してくれていたため、新メニュー作りに乗り気ではなかったという。つけナポができる前はお客さんの8割以上がつけナポを頼んでいる。最近は「超かぐや姫」のイベントで富士市を訪れた人が口コミを受けて食べに来ることも多いそうだ。

つけナポを作る工程で大変なのは「仕込み」だ。鶏ガラは、鶏の足から毎日じっくり炊いてムライス。しかし今でて作る。トマトソースは3時間以上混ぜながら煮る。手を止めると焦げてしまうからだ。

実際に食べてみると、トマトの酸味と鶏ガラのうま味がつけ汁に染み込んでいて、とても美味しかった。卵や

に帰らず何度も店に泊まり込み、試行錯誤して作り上げてきたものだ。「昨日よりもよいものを作るために、ブラシュアップしていく」と語る市川さんが作るつけナポを、ぜひみなさんにも食べてほしい。





▲みんなで作ったサイダーかん！

新聞部何でも体験隊 SNT

懐かしのサイダーかん作り！

部員全員が給食で食べているサイダーかん。だが、実際に作ったことはないため、比較対象のゼリーも含め、作ってみることにした。

材料の準備では、分量が合っているかを注意した。調理は、加熱時間や温度を測りながら進めた。

待ちに待ったサイダーかんとゼリー。いざ食べてみると、サイダーかんは、小中学生の時に食べていたものと同じ味やシュワシュワとした食感がし、ふと給食で食べていた頃を思い出した。

ゼリーは、サイダーかんよりも柔らかく、切りにくかった。味はゼリーの方が少し甘めだった。

作る時は緊張したが、最後はみんなで笑える時を過ごすことができて良かった。

まとめ

今回、新聞部では富士市の人口・移住者の現状や市政60周年、富士市のグルメについて調べた。少子化や未婚化の影響で人口が減少している現在、状況を打破すべく市では移住者を呼び込むことに専念している。また、市政60周年を記念して、ハローキティとのコラボや記念事業が行われている。

実際に移住した方からのインタビューでは市の魅力の他に、交通網の不便さなど市が抱える課題を聞くことができた。また、つけポリタンとサイダーかんの調査を通じて、市のグルメの魅力を再度知ることができた。

年に2～3回提供している。爽快感を際立たせるために、温度に気を付ける必要があり、空気が冷えて温度調節が困難な冬は特に慎重になるという。

管理栄養士の今村さんは「幼い頃から給食で食べていて親しみのあるサイダーかんが、最近では富士市以外にも広まりとても驚いている。サイダーかんの魅力を、これからも子どもたちに伝えていきたい」と語ってくれた。