



Niigata  
Sake Project  
にいがた鮭プロジェクト

# 「にいがた鮭プロジェクト」 2025年度取り組み報告

新潟県人口減少問題対策推進県民会議 報告資料

新潟日報社  
「にいがた鮭プロジェクト」事務局

# にいがた鮭プロジェクトとは？

## 若者と新潟をつなぐ産学官連携事業

若者を応援し、選ばれる新潟を共につくることを理念に2022年にスタート。  
新潟の魅力を発信し、若者と故郷をつなぎ、本県の活性化を目指すプロジェクトです。

### 情報発信

Web・SNSで新潟の情報を発信

学生運営メンバー

「チームいくらちゃん」が  
若者目線で新潟の魅力を発信



### 交流・体験・挑戦の場づくり

県内企業の若手社員と交流する  
「にいがたCafé」や首都圏で県出身の社会人と学生が交流する「鮭プロサロン」、低学年向け「企業見学バスツアー」など県内企業を知る機会や会員同士のつながりづくりを推進



### ネットワークの構築

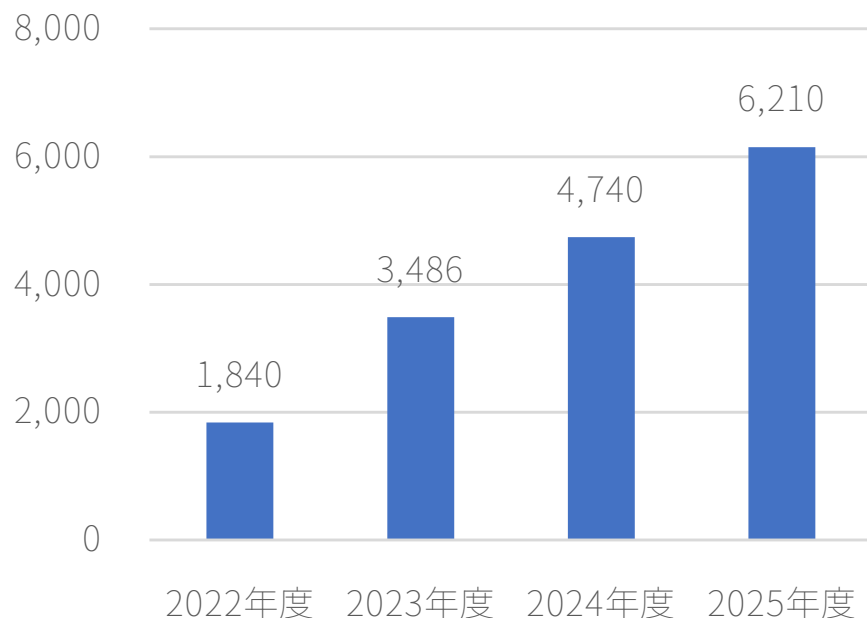
サポーターズネットワーク  
(25年度は134企業・団体、13自治体有料会員が参加)  
教育機関・自治体との連携  
保護者セミナー  
高校生のキャリア教育など



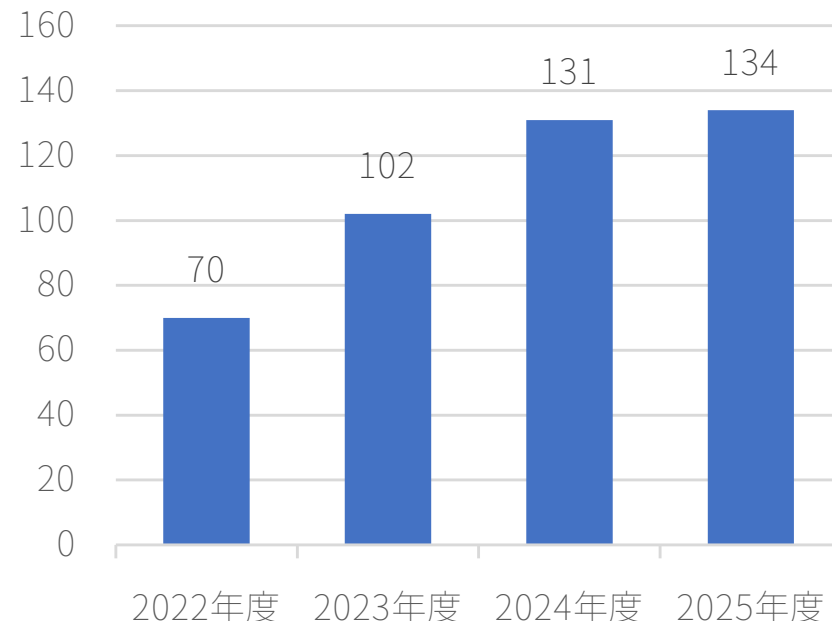
# 会員数・サポーター企業・団体の推移（4年間）

会員数は4年間で6,000人を突破。25年度は6,210名中、学生会員は4,129名（うち県外学生3,666名、県内学生463名）

### 会員数の推移（社会人会員含む）



### サポーター企業・団体数の推移



### 自治体有料会員数の推移

年度	2022年度	2023年度	2024年度	2025年度
有料会員数	11	13	13	13

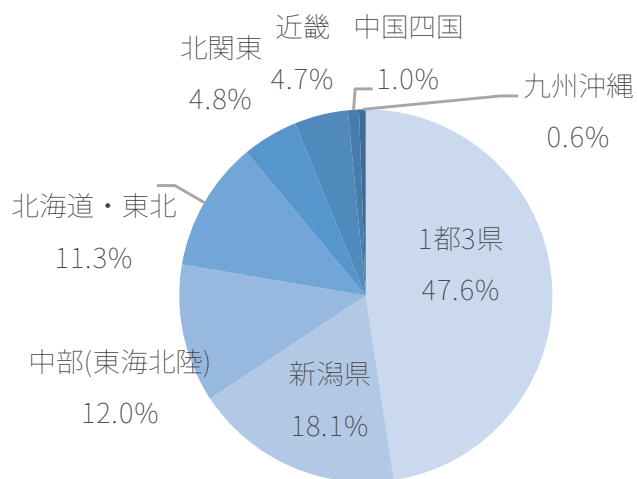
4年間で会員数は約3.4倍、サポーター企業・団体数は約1.9倍に拡大！

※各年度3月時点

# 学生会員の属性：現住所別の状況

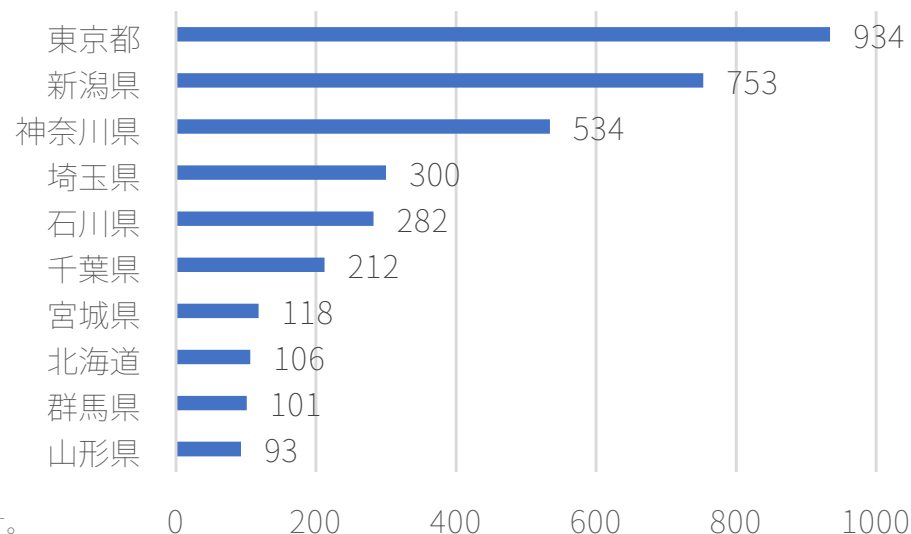
データ：2026年3月3日時点（在学生のみ）

## 現住所別 構成比

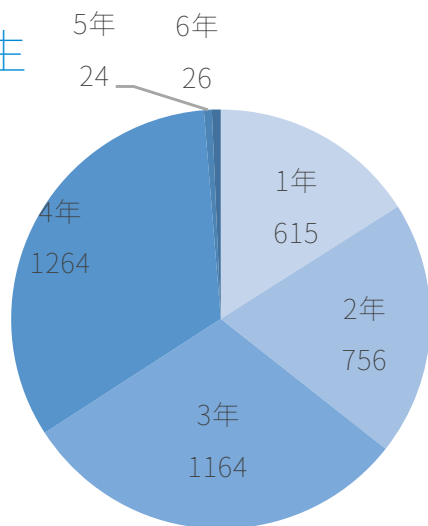


※県外の学校に通っていても、新潟県を現住所として登録している学生が含まれています。

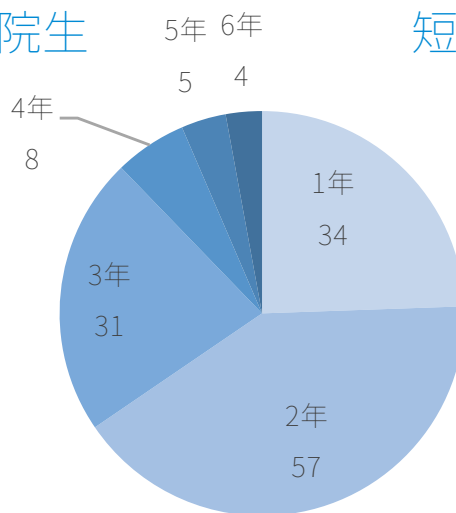
## 現住所別 登録数（上位10都県）



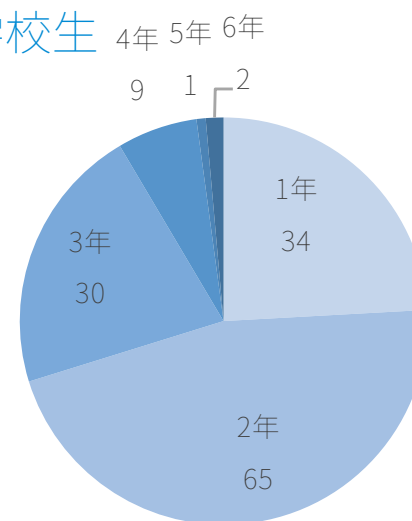
## 大学生



## 大学院生



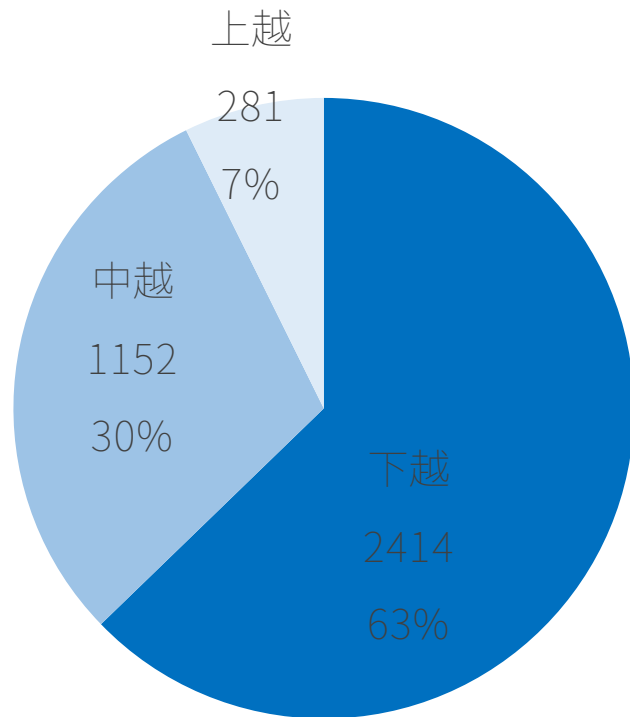
## 短大・専門学校生



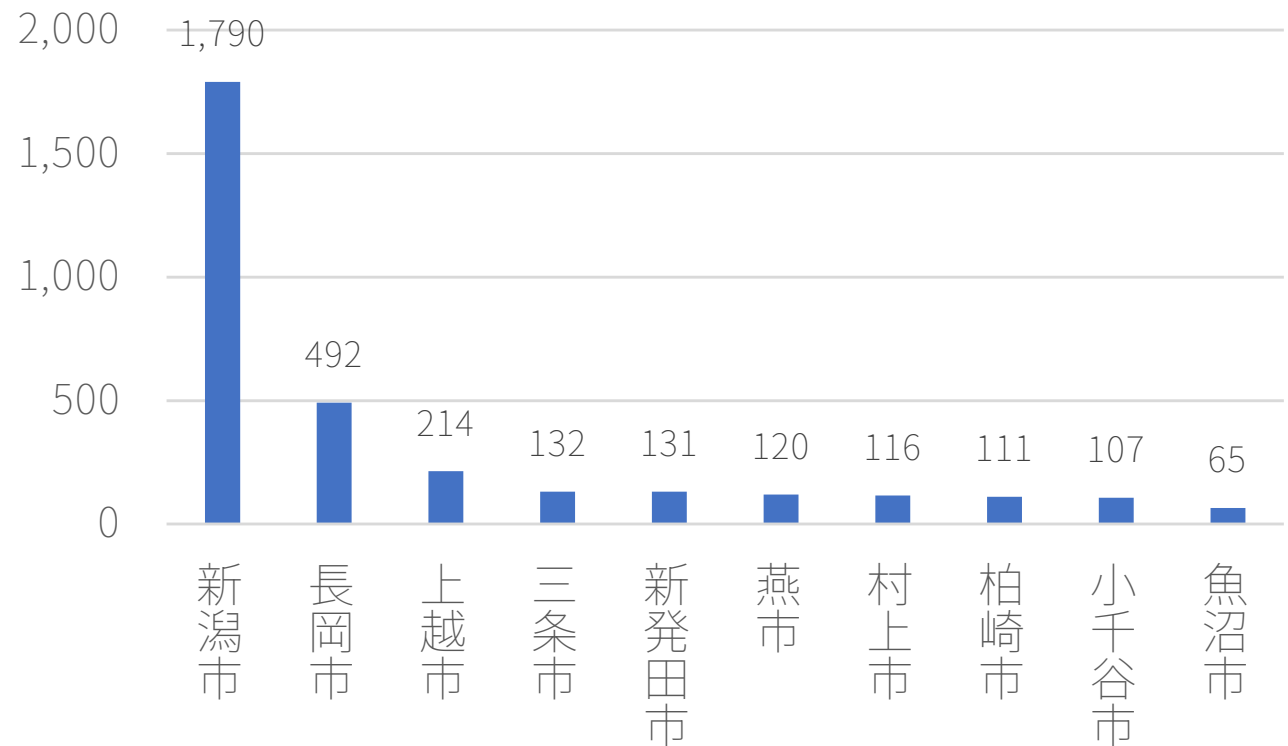
# 学生会員の属性：出身地別の状況

データ：2026年3月3日時点（在学生のみ）

## 出身エリア別 構成比



## 市町村別登録者数（上位10市町村）



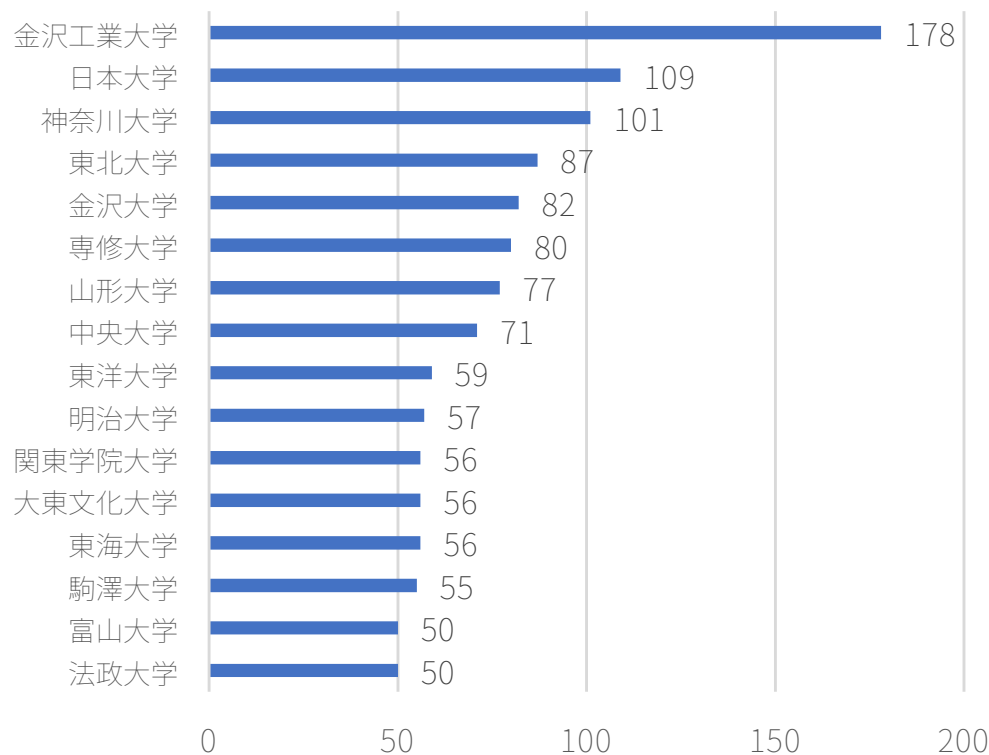
帰省交通費支援対象路線の登録者が多い傾向があります

有料自治体会員の登録者が伸びる傾向にあります

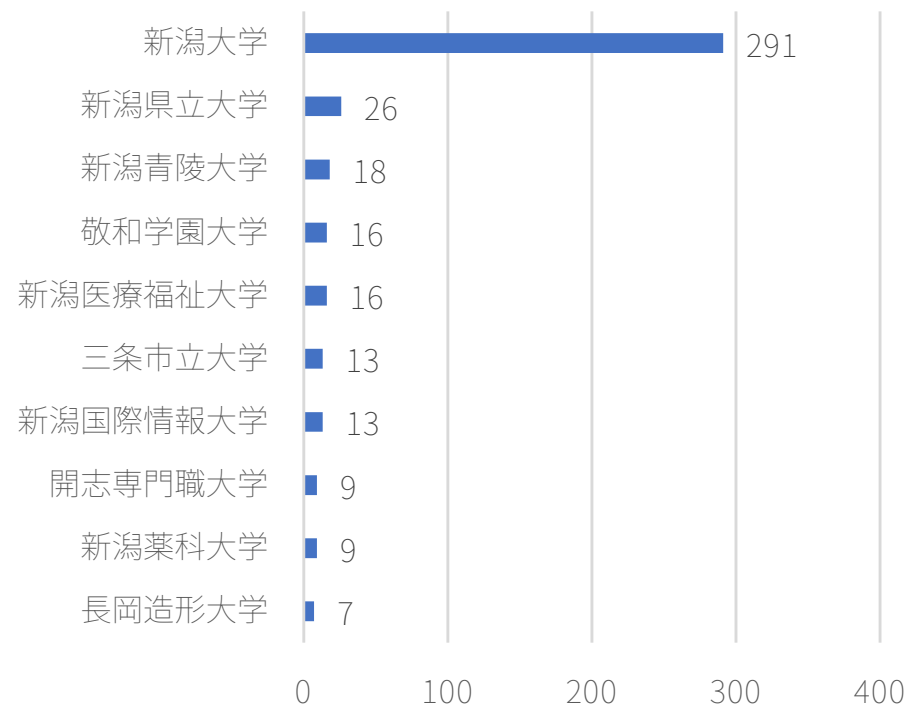
# 大学別 会員登録の状況（在学生ののみ）

データ：2026年3月3日時点（在学生ののみ）

## 県外（登録数が多い15校）



## 県内（登録数が多い10校）



新潟県との協定大学、イベント実施大学、近県国公立大学の登録者が多い

新潟大学でのイベント開催による効果が！

# 学生主体の活動：鮭プロ学生運営メンバー「チームいくらちゃん」

## チームいくらちゃんとは

25年度の4期生は県内8大学（新潟大学、新潟県立大学、開志専門職大学、新潟国際情報大学、新潟食糧農業大学、敬和学園大学、長岡技術科学大学、長岡造形大学）に通う16名で構成。4チームに分かれ、学生目線で新潟の魅力を県内外に発信しました。



## 若者目線の情報発信

学生ならではの感性で新潟の「食」「スポット」「企業」の魅力を発信。

## 鮭プロPRイベントの企画・運営

サッカーアルビレックス新潟ホームゲームや新潟大学学園祭、NIIGATAマイプロジェクトなどでのPRイベントを企画・運営。InstagramフォロワーやLINE, 学生会員登録の増加に寄与してくれました。



# つながりづくり：学生生活の支援や交流機会の創出

## ふるさと応援便

- 県外在住の学生会員1,000名（春秋合計）に新潟の食（米、菓子等）や企業情報・Uターン支援情報などをお届け。



「離れていても新潟を思い出せる」  
「親の温かさを感じる」との声多数

## 帰省交通費・新潟県特産品等の支援

- 春・秋の2回、帰省用交通費の片道無料や新潟の米、特産品などがあたるキャンペーンを実施。
- 長岡まつり大花火大会やアルビレックス新潟試合観戦など新潟とつながる機会を提供しました。



## にいがたCafe

- 新潟大学、駒澤大学、関東学院大学、東京新潟県人会館を会場に県内企業の若手社員と学生との交流機会を創出しました。



## 鮭プロサロン

- 社会人会員と学生とのつながる機会を増やすため、新潟で活躍する若者をゲストに新潟の食を楽しみながらの交流会を定期的に行いました。



# キャリア支援：高校生のキャリア教育や企業見学バスツアーなど

## キャリア教育

- 25年度は6校1,200名以上を対象に、新潟で暮らす・働く魅力について若手社会人を講師に出前授業を行いました。



## おしごとフェア@県央工業高校

- 新2，3年生の進級を控えた約230名を対象に、県内企業のモノづくりの技術を体験で学ぶお仕事フェアを開催。



## 企業見学バスツアー（新潟県連携事業）

- 県外大学、専門学校等の低学年を主な対象に、長期休暇を利用して複数の県内企業を見学し、県内企業に興味を持つきっかけをつくりました。

「実際に会社を見て、新潟にも魅力的な仕事がたくさんあると気づいた」  
(参加者アンケートより)



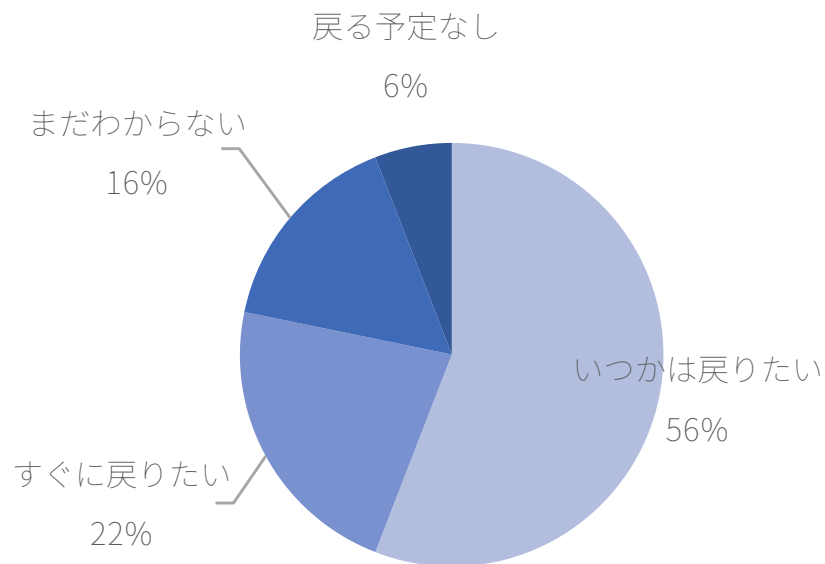
## にいがたで働くリアル（新潟市連携事業）

- 新潟大学と東京新潟県人会館を会場に、新潟市の企業で働く若手社会人との交流会を実施。仕事と趣味の両立など新潟で暮らす魅力を学生に伝えました。



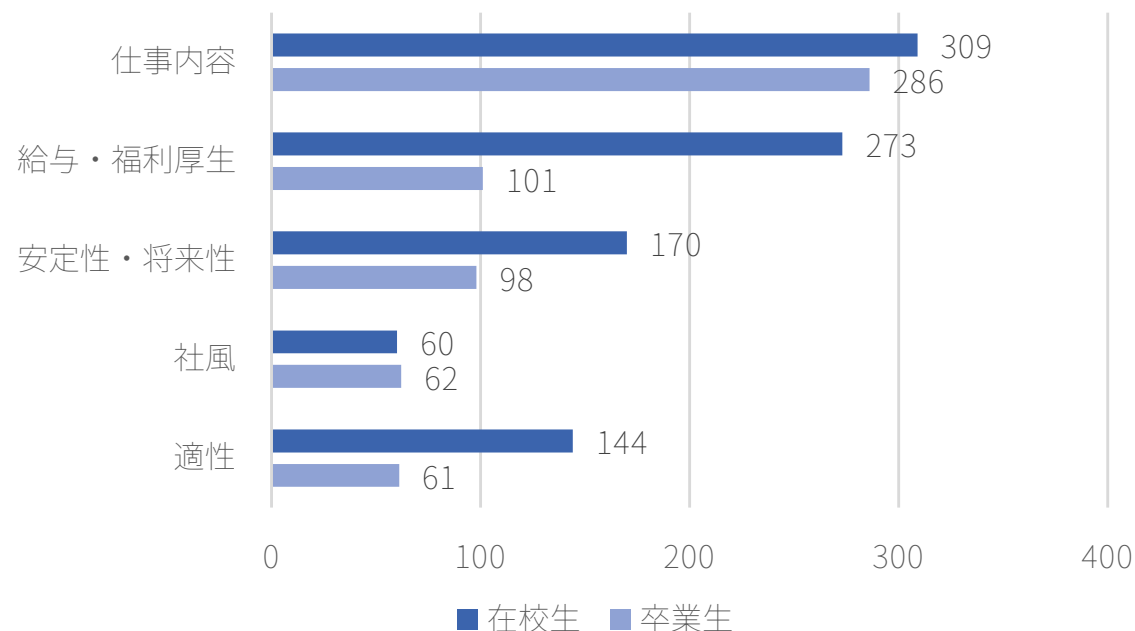
# 学生会員のアンケートから：新潟への還流意識と就職観

## 新潟への還流意欲（学生全体）



出典：2025年度在校生アンケート（n=393）

## 就職先決定の決め手（仕事面）

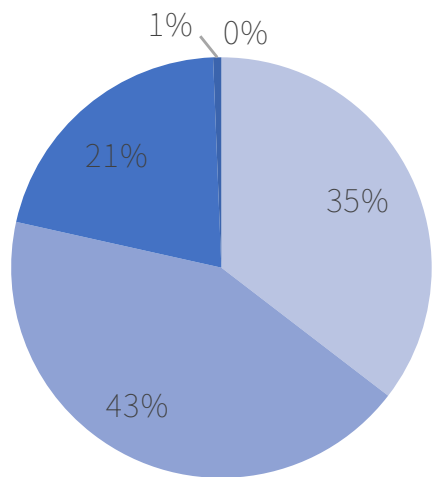


2025年度卒業生アンケート（n=316）  
2025年度在校生アンケート（n=393） ※複数回答

約8割の学生が将来的な還流に肯定的。一方で、就職の決め手は「仕事内容」と「給与・福利厚生」が圧倒的。地元愛だけでは県内就職を決めきれない状況も読みとれます。地元への愛着を「実際の就職」に結びつけるための、地域や企業との関係性の構築や企業情報・経済的魅力等の発信が必要です。

# 今年度卒業生会員の声：「いつかは地元に戻りたい」「地元で貢献したい」

プロジェクト全体の満足度



■非常に満足 ■満足 ■どちらともいえない ■やや不満 ■非常に不満

ふるさと応援便や帰省交通費の支援など、県外学生を中心に満足度が高い傾向がありました。

「卒業後の職場または活動地域を選んだ理由として、鮭プロはどの程度影響しているか？」との質問には、「とても影響した（47名）」「まあまあ影響した（78名）」と4割の学生に影響を与えたとの結果がでています。

「ふるさと応援便で届いたお米や特産品に、離れていても新潟との繋がりを感じ、何度も励まされました。社会人になっても新潟を応援し続けたいです。」

— 県外大学卒業生（製造業内定）

「バスツアーで県内企業の魅力を直接知ることができ、地元就職を決めました。鮭プロがなければ、今の進路はなかったかもしれません。」

— 県内大学卒業生（IT企業内定）

「SNSでの発信を通じて、知らない新潟の魅力をたくさん発見できました。いつか必ず新潟に戻って恩返しをしたいです。」

— 県外大学卒業生（公務員内定）

出典：2025年度卒業生アンケート（n=316）

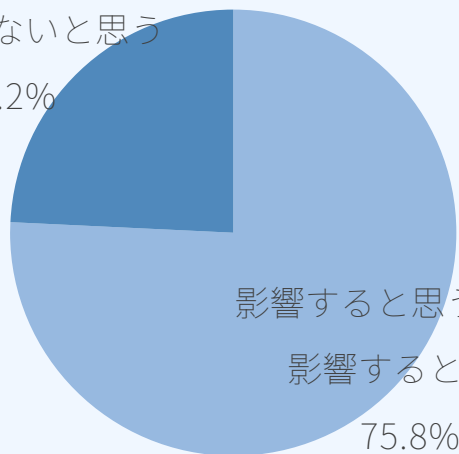
# 進路選択への影響力が大きい保護者へのアプローチ

## 保護者のアドバイスの影響

影響しないと思う・あまり

影響しないと思う

24.2%



影響すると思う・多少

影響すると思う

75.8%

就職予定の卒業生の約4分の3が就職活動において両親や親族のアドバイスが「影響する」と回答。県内就職予定者の約9割が保護者に相談したと回答。県外就職予定者よりも高い傾向にありました。

※2025年度卒業生アンケート (n=316)

## 保護者向けセミナー「令和の就活リアル解説」(2月開催)

最新の就活事情や、家庭でできる支援について専門家がアドバイス。約40名の保護者が参加し、高い関心が寄せられました。




## 新聞・LINE・メールマガジンでの情報発信

学生アンケートでの新潟に関する情報の入手元やイベント参加時の情報入手経路で常に保護者が上位に上がります。新聞での特集、ふるさと応援便に応募した保護者向けメールマガジンやLINE登録の保護者属性に、定期的に情報を発信しています。

帰省時や長期休みの親子間コミュニケーションの話題として、保護者への情報提供が有効！

# チームいくらちゃん参加学生の声

🌀 4年間で約120名以上の学生が参加。活動がきっかけとなり  
県内就職につながる例も。

- ✔️ 新潟県外出身ということもあり、最初は新潟のことを少しでも知ることができたらよいと思っていたが、活動に参加するうちに様々な新潟の魅力に気づくことができた。県外出身学生（新潟県内に就職）
- ✔️ 地元の埼玉に帰らず、新潟に残ろうと考えた。新潟の魅力を知った！  
県外出身学生（インフラ企業に入社、新潟支社に配属）
- ✔️ 県内の魅力を鮭プロで知ることができて、県内就職もいいなと考えるきっかけになりました！県内出身学生（新潟市内企業に内定）
- ✔️ 鮭プロで取材した会社に長期インターンさせていただき、今のキャリアにつながる多くの学びを得ました。県内出身学生（起業） 

2026年3月24日付新潟日報朝刊

**取材への意識 取材が転機**

4月開催のサロンでは、プロモーション支援などを担う長岡市のベンチャー企業「カタタ」社長で現役本卒の金澤智さん(20)がミニトークを担当。

金澤さんは鮭プロ学生運営メンバー「チームいくらちゃん」のOBでもある。長岡専1年生だった4年前、鮭プロ学生運営メンバー募集の案内を読んで興味を持ち参加。取材で長岡技術科「スタイルアーツ」を訪れたことが起業を志す転機になった。

縁がきっかけで、同級生1年半ほどアルバイトをしながら書店の立ち上げやAIアプリの開発などの実務を経験。その後、高専を休学し24年9月に「カタタ」を立ち上げた。

さらに経営やデザインを幅広く学んだため25年4月、慶応と金澤さん。「起業のノウハウを学ぶ機会をもらったり、地元で出会った人と今一緒に仕事をしたりしている。事業のレベルを上げ、幅を広げて、自分を成長させていくために新潟に少しでも貢献したい」と将来像を描いている。

**来月のサロンゲストで出演**

**面白そうなことやってみて**

自身の起業経験を語る金澤智さん＝6日、長岡市



「チームいくらちゃん」OB 金澤 智さん(20)

### ⚠ 直近の採用状況についての意見や課題感

採用活動専属の職員を配置できない中で、どのような採用活動に注力すべきか悩ましい。（建設業）

早期化・初任給格差も課題だが、新潟に帰る理由や住み続ける理由がない状態が最も課題。せっかくの情報発信が届け切れていない。県単位でのアプローチが必要。（情報通信業）

対面での合説や会社訪問などに足を運んでくれる学生がこの数年で激減しており、その対策が追いついていないのが実情（運輸業）

### 💡 鮭プロへの参画が自社の採用活動にプラスになったことはありますか？

イベントに参加した学生が自社の説明会に参加してくださった。（卸・小売業）

イベントで県外学生に自社について知ってもらえた。  
今後も継続することで知名度向上に努めたい。（IT業界）

イベント参加者や広告により企業名を知った学生が説明会やインターンシップに参加（食品）

## 終わりに：若者の還流・定着に向けて

鮭プロの会員は「にいがたとつながろう」に共感して登録している



将来のUターン・県内定着の予備軍と言える



「いつかは新潟に戻りたい」「地元貢献したい」と  
新潟への愛着がある若者が多い



還流・定着には「自らの意思」で新潟を選んでもらうことが重要



鮭プロは若者とゆるやかにつながり、新潟の情報を伝え続けていきます

にいがたはいつでもキミのミカタ！

# お問い合わせ・各種募集のご案内

## 学生会員 募集中！



- ・ふるさと応援便の送付
- ・新潟とつながる各種イベント等への参加
- ・新潟の最新情報を配信
- ・同世代のつながりづくり

## サポーター企業・団体募集中！



- ・学生とのつながりづくり
- ・企業魅力の発信支援
- ・産官学ネットワークへの参画

## 公式Instagram



- ・公式HP：<https://sakepro.jp/>
- ・公式X：[@NiigataSakePro](https://twitter.com/NiigataSakePro)
- ・最新の活動状況を随時更新中