

松山市
まち・ひと・しごと創生
総合戦略(素案)

平成27年9月30日

松 山 市

《 目 次 》

I. はじめに.....	1
1. 策定の根拠.....	1
2. 対象期間.....	1
II. 基本姿勢及び基本方針.....	2
1. 基本姿勢.....	2
(1) 徹底した市民目線.....	2
(2) 連携と協調、そして切磋琢磨.....	2
2. 基本方針.....	3
(1) 自立性.....	3
(2) 将来性.....	3
(3) 地域性.....	3
(4) 直接性.....	3
(5) 結果重視.....	3
III. 各種調査の結果と分析及び各種会議の意見集約.....	4
1. 結婚・出産・子育てに関する調査結果及び意見.....	4
(1) 結婚に関すること.....	4
(2) 出産に関すること.....	8
(3) 子育てに関すること.....	14
2. 学生の進路に関する調査結果及び意見.....	16
3. 県外居住者のUターン意向に関する調査結果.....	21
IV. 基本目標と基本的方向.....	26
1. 人口の将来展望実現に向けて.....	26
2. 戦略と基本目標.....	27
(1) 基盤戦略.....	27
(2) 積極戦略.....	28
(3) 補完戦略.....	31
V. まつやま創生未来プロジェクト.....	32
1. 基本目標①：やりきる力「3つの礎」を構築する(基盤づくり).....	33
2. 基本目標②：つながる未来を応援する(少子化対策).....	34
3. 基本目標③：松山への定着と新しい人の流れをつくる(移住定住対策).....	35
4. 基本目標④：魅力ある仕事と職場をつくる(地域経済活性化).....	36
5. 基本目標⑤：暮らしと経済を守る(暮らしと経済まちづくり).....	37
VI. 基本目標別の施策等及び重要業績評価指標(KPI).....	38
1. 基本目標①：やりきる力「3つの礎」を構築する(基盤づくり).....	38
2. 基本目標②：つながる未来を応援する(少子化対策).....	38
3. 基本目標③：松山への定着と新しい人の流れをつくる(移住定住対策).....	38
4. 基本目標④：魅力ある仕事と職場をつくる(地域経済活性化).....	38
5. 基本目標⑤：暮らしと経済を守る(暮らしと経済まちづくり).....	38
VII. 効果検証と改善及び推進体制.....	39
1. 効果検証と改善.....	39
2. 推進体制.....	39

I. はじめに

1. 策定の根拠

人口減少社会を迎えた我が国では、生産年齢世代の減少による経済規模の縮小と高齢化率の上昇による社会保障の負担増が懸念され、人口の安定化と若返りに向けた施策の展開が求められています。

そのような中、国は平成 26 年（2014 年）11 月に「まち・ひと・しごと創生法（以下、「法」という）」を定め、その後、法第 11 条～20 条に基づき、「まち・ひと・しごと創生本部」を置くとともに、法第 8 条により「まち・ひと・しごと創生総合戦略」を閣議決定したところであり、法第 10 条に規定されている「市町村まちひとしごと創生総合戦略」の策定により、全国の自治体が総合戦略の策定に取り組んでいます。

本市では、平成 22 年（2010 年）以降より人口減少が始まっており、人口減少問題を待ったなしの重要課題と認識した上で、本市の人口の現状分析や人口推計、目指すべき人口の将来展望を示す「松山市まち・ひと・しごと創生人口ビジョン」とともに、「松山市まち・ひと・しごと創生総合戦略」を策定するものです。

2. 対象期間

国の「まち・ひと・しごと総合戦略」に基づき、計画期間を 2015 年度から 2019 年度の 5 か年間とします。

II. 基本姿勢及び基本方針

1. 基本姿勢

(1) 徹底した市民目線

松山市人口ビジョンによって掲げた「人口減少の克服」は、若い世代の本市での居住や就学、就職、更に結婚や妊娠、出産、子育て、暮らし一般にわたる希望を叶えていくことで達成していくこととしており、「人口減少社会への適応」では、地域経済の縮小を回避し、市民の暮らしと経済を守るまちづくりを進めていくこととしています。

従って、本市総合戦略の策定及び推進にあたっては、市民、とりわけ若者や子育て世代の目線や、地域経済の活性化に欠かせない民間事業者の目線に立つことを徹底させるものとしします。

★ポイント

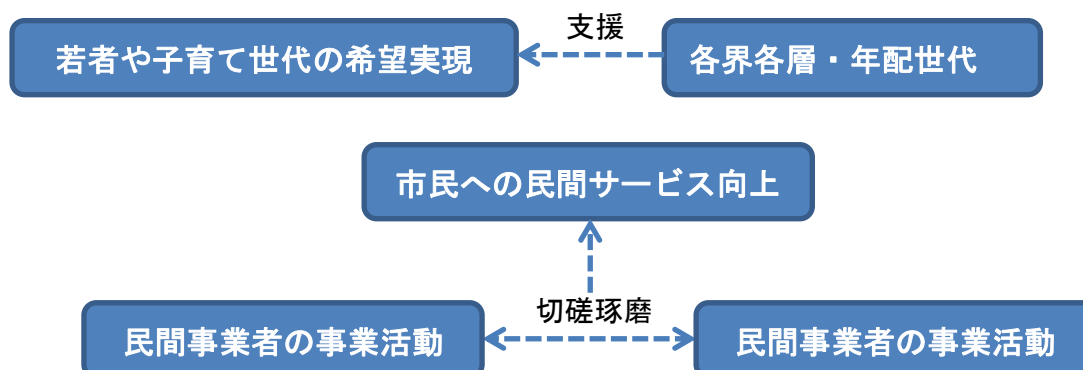


(2) 連携と協調、そして切磋琢磨

本市の若い世代の本市での居住や就学、就職、更に結婚や妊娠、出産、子育て、暮らし一般にわたる希望を叶えていくためには、まずは当事者の意思や努力が必要ですが、行政はもちろん、産・学・金・民・労・言などの各界各層や年配世代が連携・協調して、若い世代を支援していくことが必要です。

また、本市への民間投資が継続して行われ、多様な主体による様々なビジネスが展開され続けていくためには、あらゆる民間事業者に本市での事業活動の機会が与えられ、市民に対する民間サービス向上のために、事業者が互いに切磋琢磨できる環境が必要です。

★ポイント



2. 基本方針

人口減少を克服するとともに、市民の暮らしと経済を守るためには、国の総合戦略で示された「まち・ひと・しごとの創生に向けた政策 5 原則」の趣旨を踏まえ、効果的な施策の展開を行います。

(1) 自立性

構造的な問題に対処し、各種団体、民間事業者、個人等の自立につながる支援を展開します。

(2) 将来性

市民や事業者等が自主的かつ主体的に、夢を持って前向きに取り組むことを支援します。

(3) 地域性

本市の実態に合った施策を展開するとともに、市民や事業者等の視点を重視します。

(4) 直接性

限られた財源や時間の中で、最大限の成果をあげるため、人口の自然動態や社会動態を直接的に改善する施策を集中的に実施します。

(5) 結果重視

具体的な数値目標を設定たうえで、効果検証と改善を行う、PDCAサイクルを構築します。

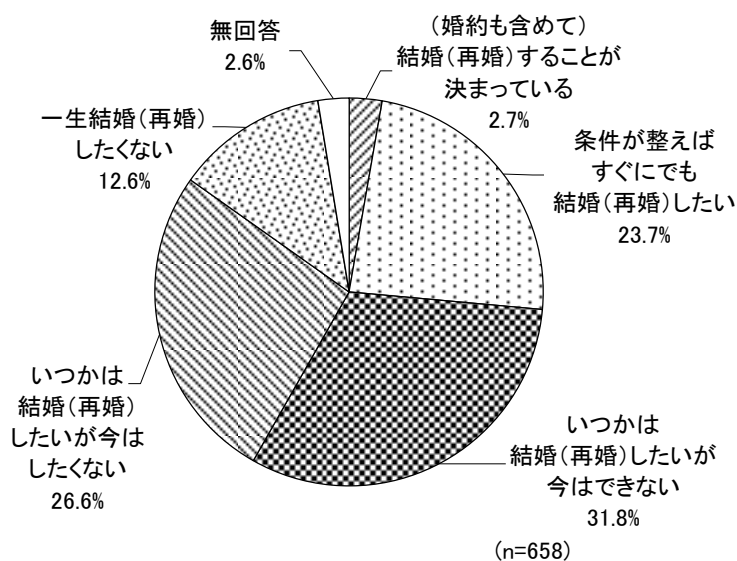
III. 各種調査の結果と分析及び各種会議の意見集約

1. 結婚・出産・子育てに関する調査結果及び意見

(1) 結婚に関すること

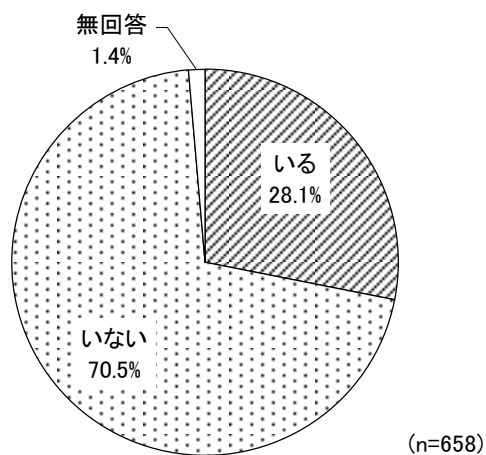
「松山市 結婚・出産・子育てに関するアンケート」(2015 年 7 月実施。以下「市民アンケート」とする)では、未婚者及び離死別者(以下「未婚者等」とする)の約 8 割(うち未婚者は約 9 割)が結婚を希望しているにもかかわらず、約 7 割に交際相手がおらず、そのうち約 9 割がいわゆる「婚活」をしていないことが把握されました。

図表 III-1 結婚(再婚)に対する希望



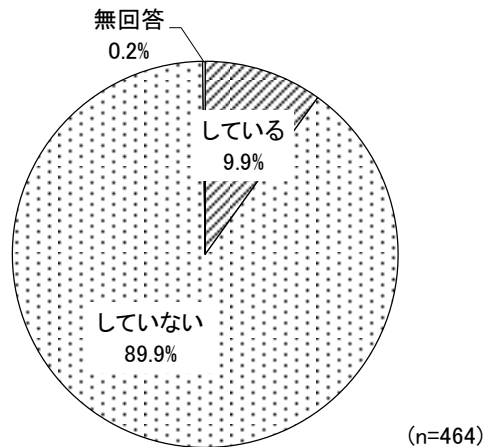
(資料)「松山市 結婚・出産・子育てに関するアンケート」(2015 年 7 月実施)

図表 III-2 恋人として交際している異性の有無



(資料)「松山市 結婚・出産・子育てに関するアンケート」(2015 年 7 月実施)

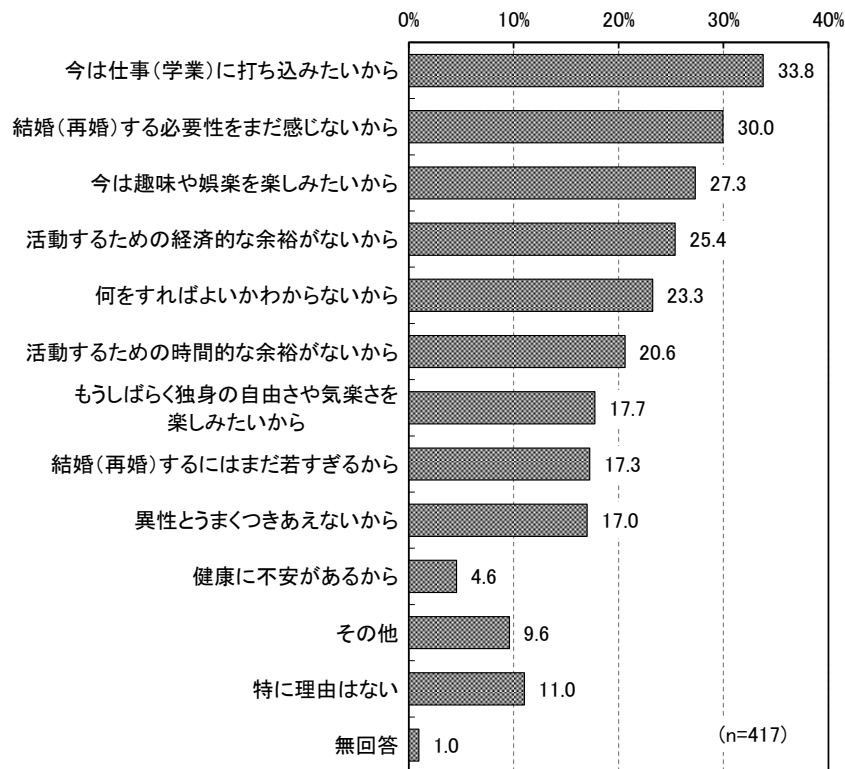
図表 III-3 交際(結婚・再婚)相手を見つけるための活動の実施状況



(資料)「松山市 結婚・出産・子育てに関するアンケート」(2015 年7月実施)

交際相手のいない未婚者等が「婚活」をしない理由の上位には、生活における結婚の優先順位の低さや必要性の希薄さに関する項目が挙がっているほか、経済的・時間的余裕のなさや「何をすればよいかわからない」という項目への回答が多くありました。

図表 III-4 交際(結婚・再婚)相手を見つけるための活動をしない理由(複数回答)

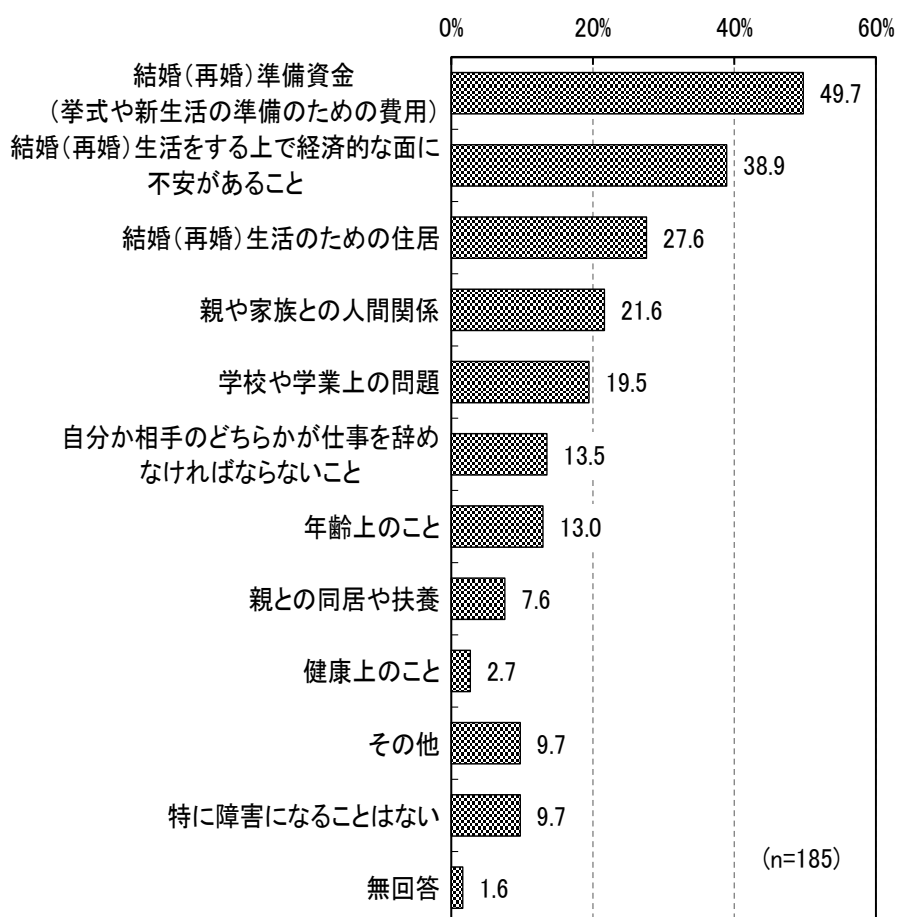


(資料)「松山市 結婚・出産・子育てに関するアンケート」(2015 年7月実施)

同様に、「松山市地方創生女性会議」（2015年8月実施。以下「女性会議」とする）でも、結婚に対する意識の変化に関する指摘のほか、「出会いがない」との声も挙がっており、結婚や子育てに対するプラスのイメージを持ってもらえるような取組や、出会いの場の提供の必要性についての意見が提示されました。

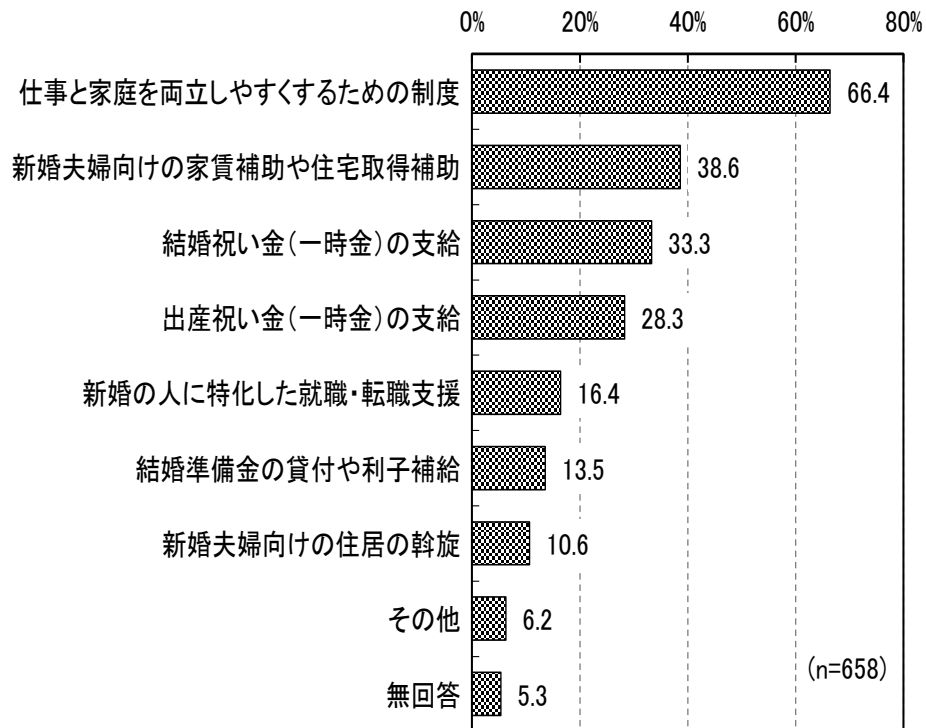
一方、交際相手がいる未婚者等が1年以内に結婚をすると仮定した場合の障害としては、結婚準備資金や結婚生活における経済的不安、住居確保の問題が市民アンケートでの上位に挙がっており、「あると結婚（再婚）しやすくなると思う支援」では、「仕事と家庭を両立しやすくするための制度」のほか、住宅に関する補助や祝い金の支給等、経済的不安の解消につながる取組に対するニーズが大きいことが把握されました。

図表 III-5 交際相手との結婚にあたっての障害（複数回答）



(資料)「松山市 結婚・出産・子育てに関するアンケート」(2015年7月実施)

図表 III-6 あると結婚(再婚)しやすくなると思う支援(複数回答)



(資料)「松山市 結婚・出産・子育てに関するアンケート」(2015年7月実施)

また、女性会議では、本人が希望するライフスタイルと結婚生活との両立や、就労を通じた女性の経済的自立、ワーク・ライフ・バランスが確保できる職場環境の確立等の重要性が指摘されました。

(2) 出産に関すること

市民アンケートでは、既婚者の現実的な子ども数（1.94 人）が理想の子ども数（2.45 人）を約 0.5 人下回り、理想と現実の間にギャップが生じていることが把握されました。

図表 III-7 既婚者の理想の子ども数・現実的な子ども数

(単位: 人)

	理想の 子ども数	現実的な 子ども数	理想と 現実の差
松山市	2.45	1.94	0.52

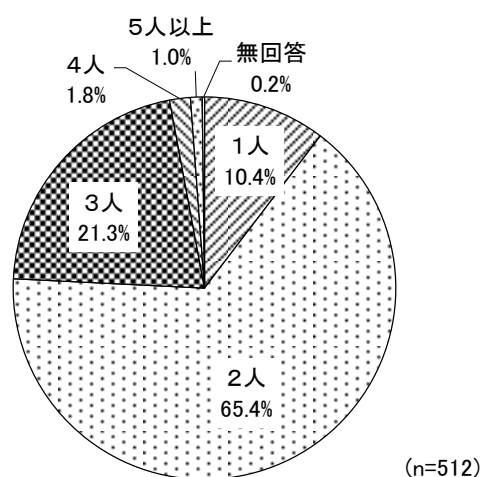
(注) 妻の年齢 50 歳未満の初婚どうしの夫婦を対象として算出(サンプル数は 415)。

(資料)「松山市 結婚・出産・子育てに関するアンケート」(2015 年7月実施)

未婚者等については、約 9 割が 2 人以上子どもをもつことを希望しており、うち 18～34 歳の結婚を希望する未婚女性の希望子ども数は 2.05 人でした。

図表 III-8 未婚者等の希望子ども数

[未婚者等の希望子ども数]



[未婚女性の希望子ども数の平均]

(単位: 人)

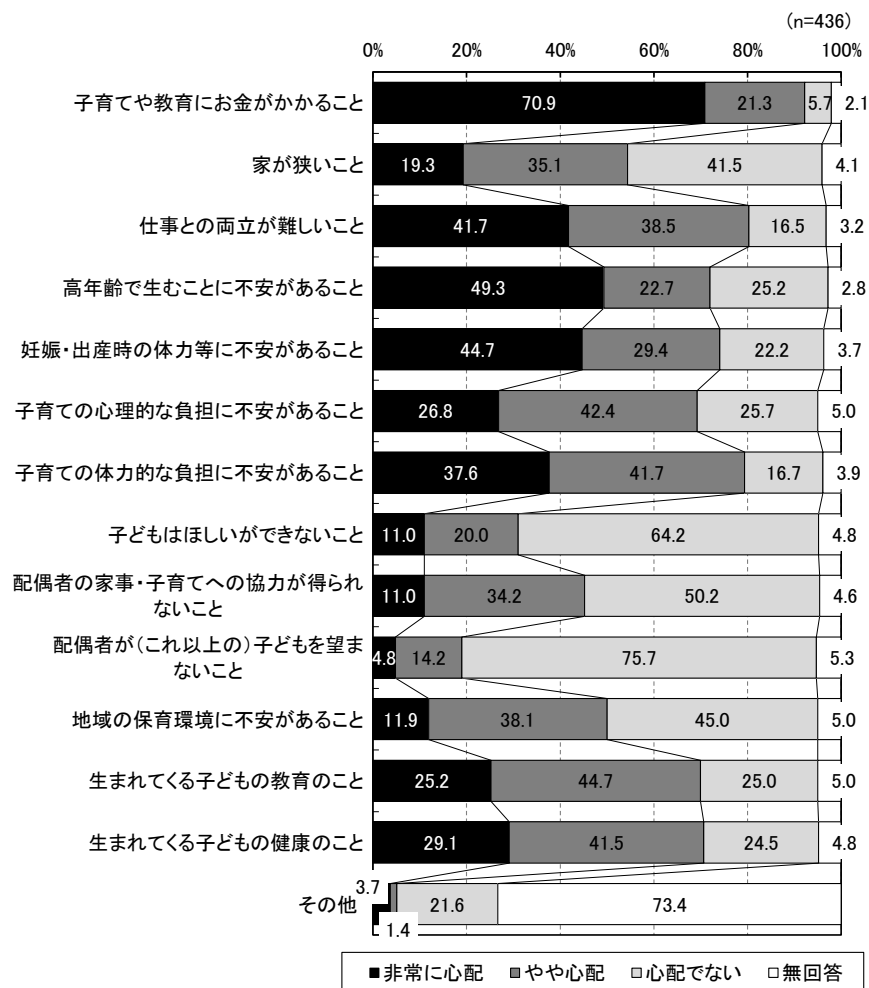
	希望 子ども数
松山市	2.05

(注)「未婚女性の希望子ども数の平均」は、18～34 歳の未婚者のうち、結婚を希望する回答者の希望子ども数の平均(希望の子ども数不詳を除いた 262 サンプル)。

(資料)「松山市結婚・出産・子育てに関するアンケート」(2015 年7月実施)

既婚者が今後（さらに）子どもを持ちたいと考える場合に心配なこととしては、「子育てや教育にお金がかかること」や「仕事との両立が難しいこと」、「子育ての体力的な負担に不安があること」が上位に挙がっており、特に「お金がかかること」は「非常に心配」との回答が多くありました。

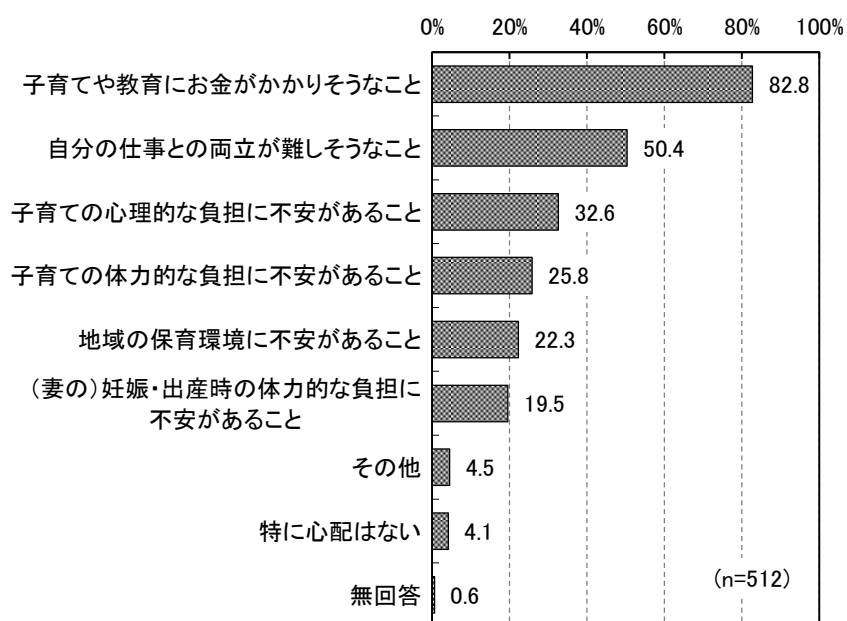
図表 III-9 今後(さらに)子どもを持ちたいと考える場合の心配ごと(既婚者)



(資料)「松山市 結婚・出産・子育てに関するアンケート」(2015年7月実施)

また、未婚者等では、経済的不安や仕事との両立に関する不安のほか、「子育ての心理的な負担に不安があること」が上位に挙がっています。

図表 III-10 子どもをもちたいと考える場合の心配ごと(未婚者等・複数回答)

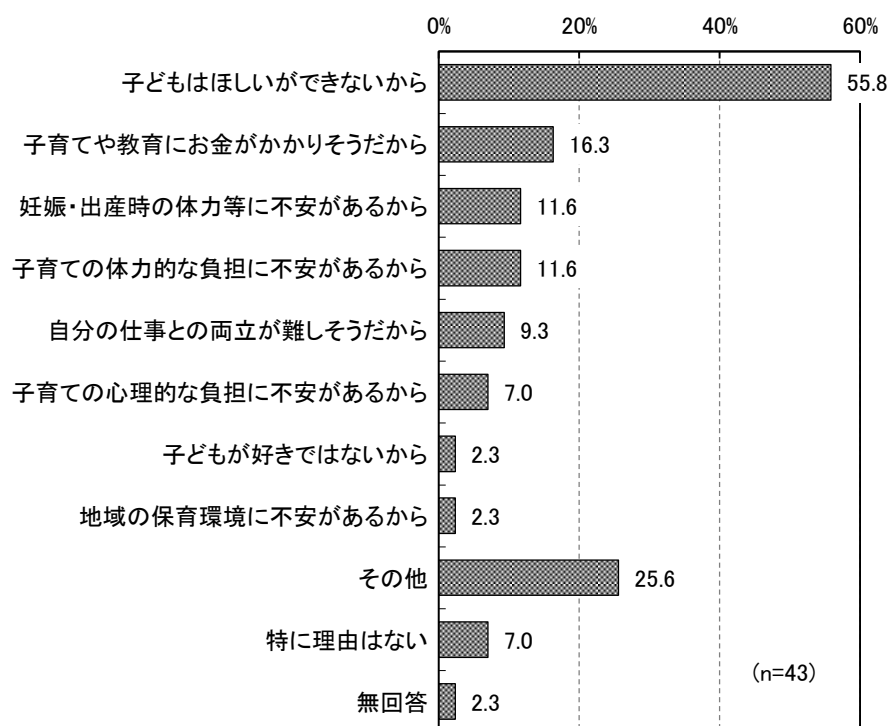


(資料)「松山市 結婚・出産・子育てに関するアンケート」(2015 年7月実施)

女性会議では、主に体調や職場の理解不足を要因とする仕事との両立の困難さに関する意見が非常に多く聞かれ、また、経済的な理由や体力的な理由で次の子どもを諦めたケースもみられました。

未婚者等における子どもがほしくない理由の上位が、経済的な不安及び心理的な不安であるのに対し、既婚者が子どもをもたない（現実的な子ども数が0人である）理由として圧倒的に回答が多いのは「子どもはほしいができないから」であり、女性会議においても、不妊の多さや不妊治療の負担等に関する意見が出ました。

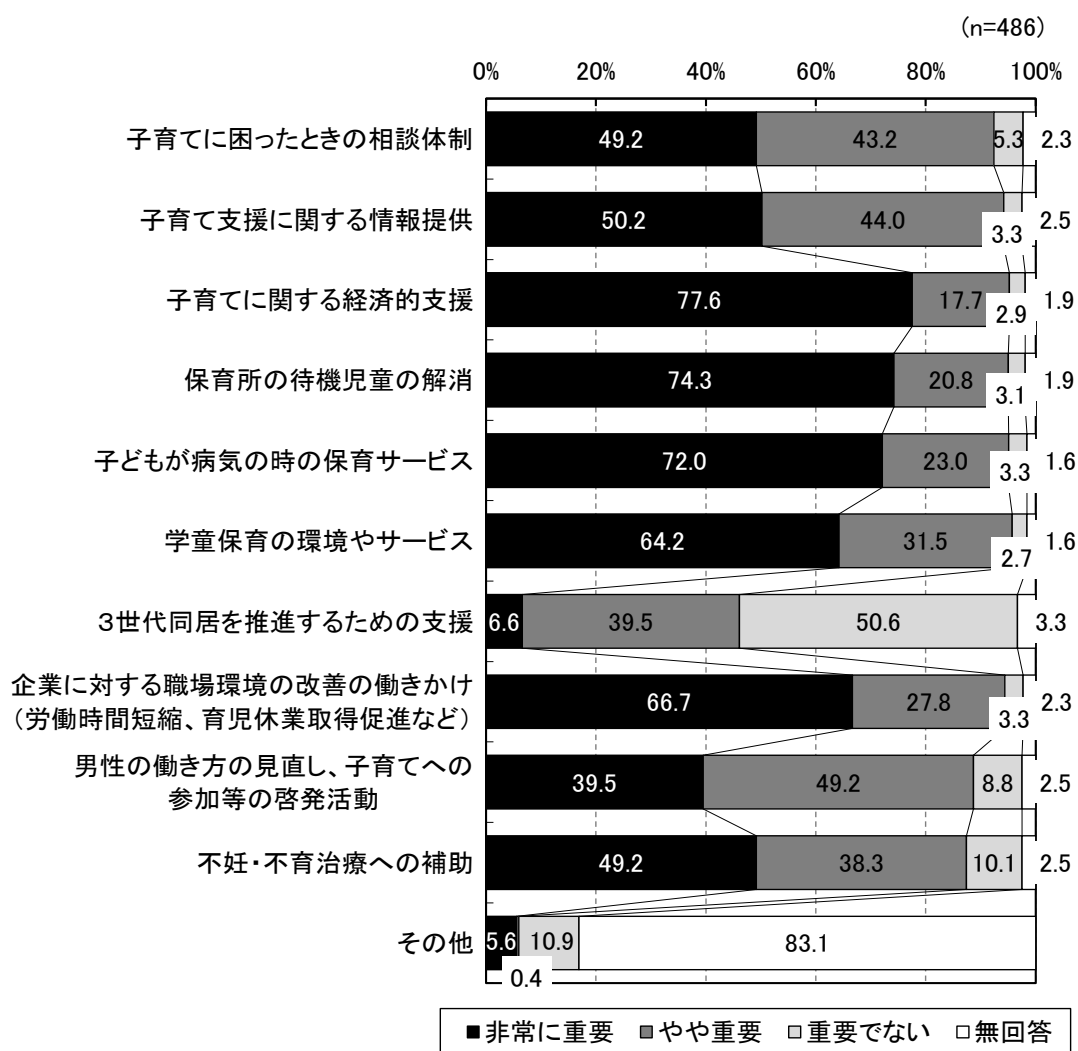
図表 III-11 現実的な子ども数を「0人」とした理由（複数回答）



(資料)「松山市 結婚・出産・子育てに関するアンケート」(2015 年7月実施)

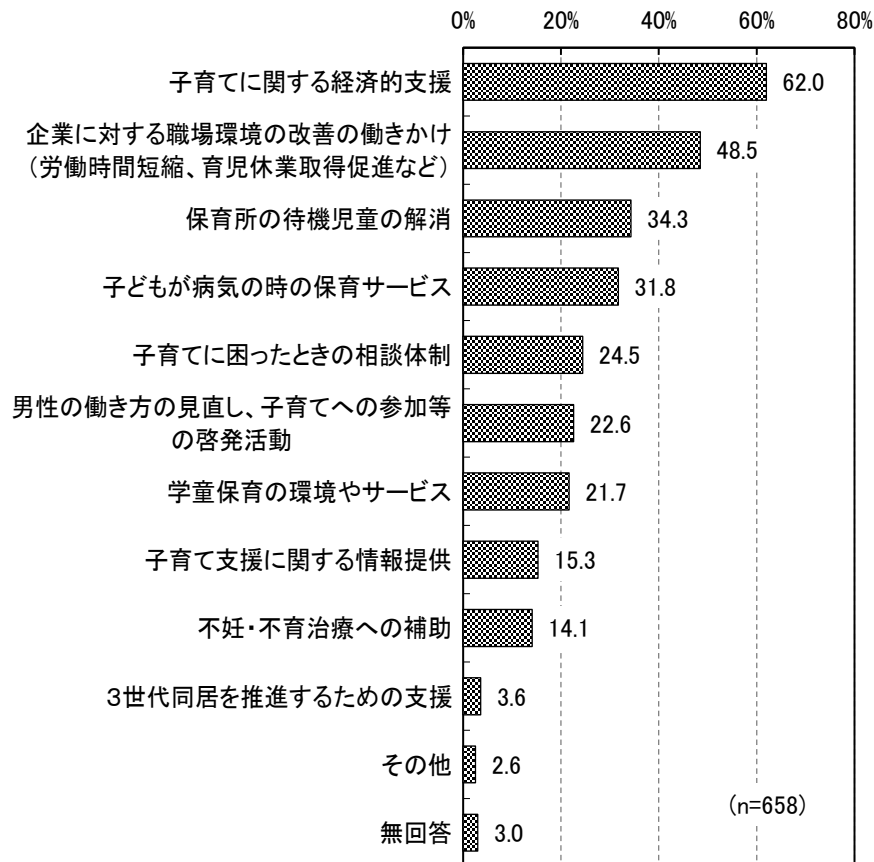
理想の数の子どもをもつための支援について、市民アンケートで「非常に重要」の順位が高いのは、既婚者・未婚者等とも、「子育てに関する経済的支援」のほか、保育サービス（待機児童解消、病児保育、学童保育）や「企業に対する職場環境改善の働きかけ」等の両立支援に関する項目でした。

図表 III-12 理想の数の子どもをもつための支援の重要度（既婚者）



(資料)「松山市 結婚・出産・子育てに関するアンケート」(2015年7月実施)

図表 III-13 理想の数の子どもをもつために必要な支援(未婚者・複数回答)



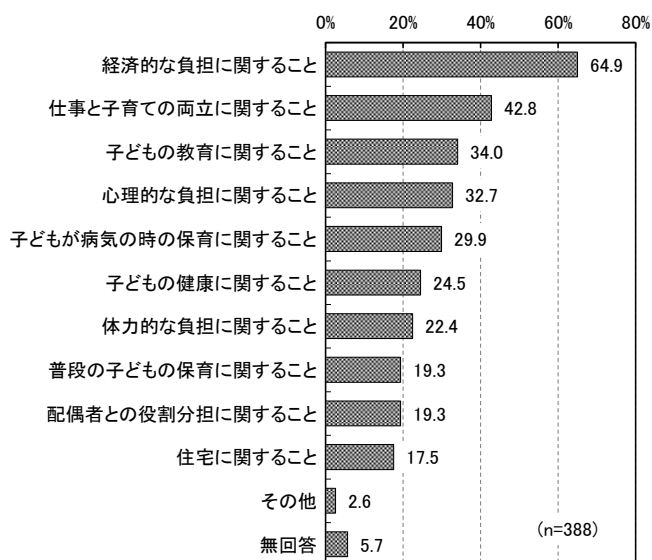
(資料)「松山市 結婚・出産・子育てに関するアンケート」(2015年7月実施)

女性会議では、職場環境の改善の重要性（産休・育休制度の活用促進、男性の育児休暇取得促進、妊婦でも働きやすい職場環境づくり）のほか、妊娠・出産に関する正しい知識を身につけるための教育や、結婚・出産・子育てと仕事を展望するライフプランの設計など、教育現場における取組の重要性が指摘されました。

(3) 子育てに関すること

市民アンケートでは、既婚者の子育てにあたっての困りごとを把握していますが、「経済的な負担」の割合が圧倒的に高く、次いで「仕事と子育ての両立」「子どもの教育」が上位に挙がっています。

図表 III-14 子育てにあたっての困りごと(複数回答)

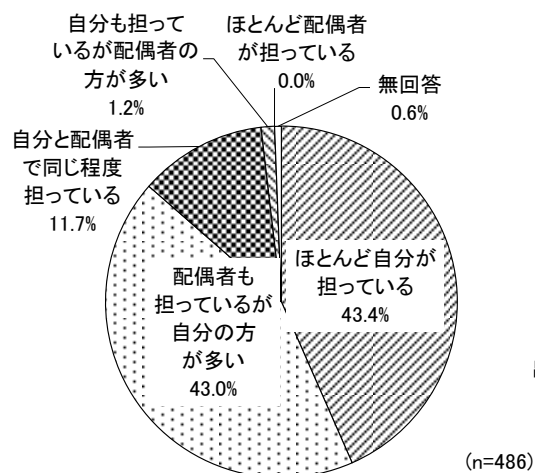


(資料)「松山市 結婚・出産・子育てに関するアンケート」(2015 年7月実施)

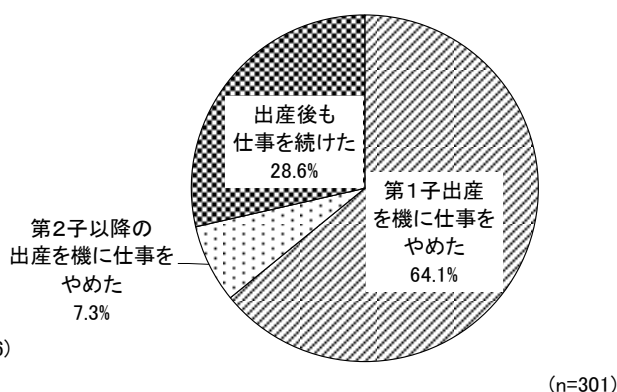
また、家事や子育ての分担は女性に偏る傾向がみられ、出産前に仕事をしていた回答者のうち、約6割が第1子の出産を機に離職しています。

図表 III-15 家事や子育ての分担・出産後の仕事の継続状況

[家事や子育ての分担]



[出産後の仕事の継続状況]



(注)「出産後の仕事の継続状況」は、出産前に仕事をしていた回答者を対象とした結果。

(資料)「松山市 結婚・出産・子育てに関するアンケート」(2015 年7月実施)

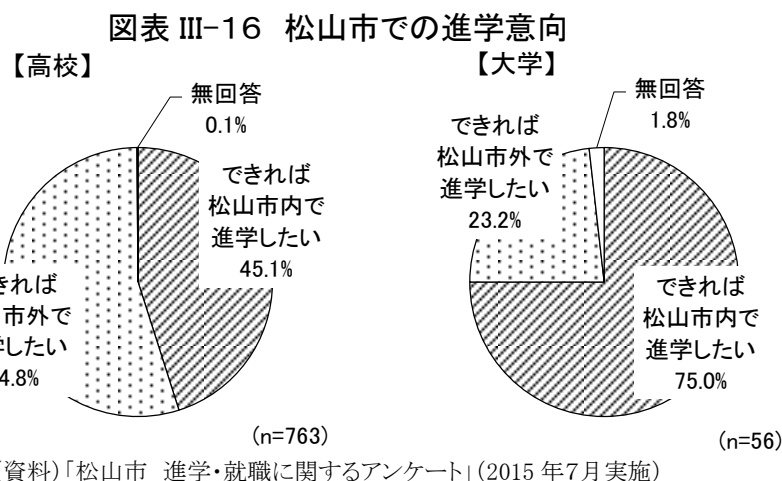
女性会議では、子育てにおける心配や悩みごととして、「子育てに関する全般的な不安やプレッシャーの存在」や「相談相手（場所）の不在」、「子育て支援サービスの不足」（保育所の空き状況等を含む子育て支援情報の不足、病児保育・延長保育の不足、ファミリーサポートの利便性の低さ、希望の保育所に入れない等）などが挙げられましたが、特に意見が多かったテーマとしては、「仕事と育児の両立の困難さ」（子どもがいると復職しにくい、フルタイムでは働けない、子どもがいると採用されない、育休が取りにくい等）と「育児に対する男性（父親）の意識の低さ」が挙げられます。

上記の困りごとを解消するための手段として、女性会議では、相談窓口の一元化や誕生から就学までの切れ目のないサポート、母親が息抜きできる機会の創出に加え、保育サービスの充実や利便性向上、情報発信方法の工夫が必要との意見が出ました。

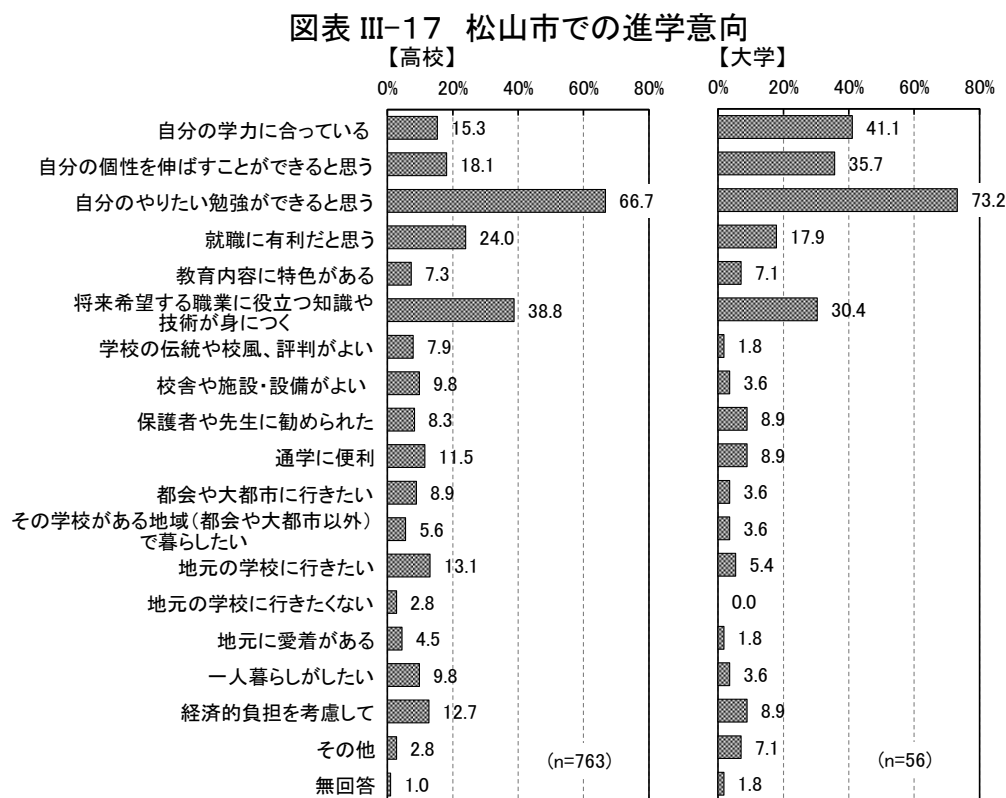
さらに、男性の育児休暇取得徹底や、男性への具体的な育児教育、育児に関して「女性（母親）を手伝う」という意識の払拭等、男性が育児を行うことが当たり前の社会を構築するための取組の重要性が指摘されました。

2. 学生の進路に関する調査結果及び意見

「松山市 進学・就職に関するアンケート」(2015 年 7 月実施。以下「学生アンケート」とする)では、松山市内での進学・就職意向を尋ねています。進学希望者については、大学生では約 8 割が松山市内の大学院等への進学を希望していますが、高校生では 5 割強が松山市外の大学及び専修学校等への進学を希望しています。

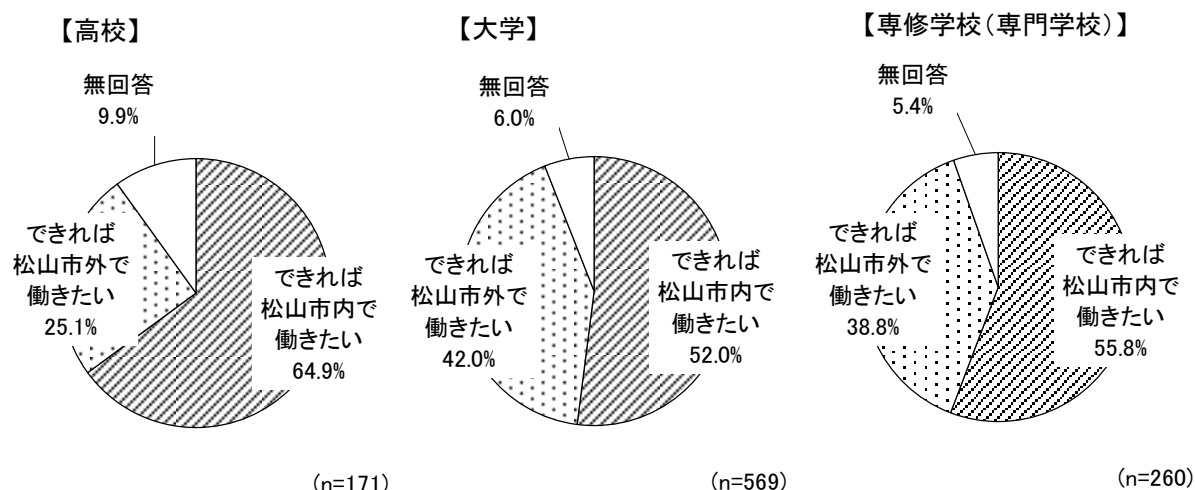


第 1 志望の学校を選定する理由は、高校生・大学生とも「自分のやりたい勉強ができる」が 1 位であり、学校が立地する地域の特性を理由に挙げる回答者は少ない状況でした。一方、「松山市地方創生若者会議」(2015 年 8 月実施。以下「若者会議」とする)では、松山よりも規模が大きいまちや都会を志向する声も聞かれました。



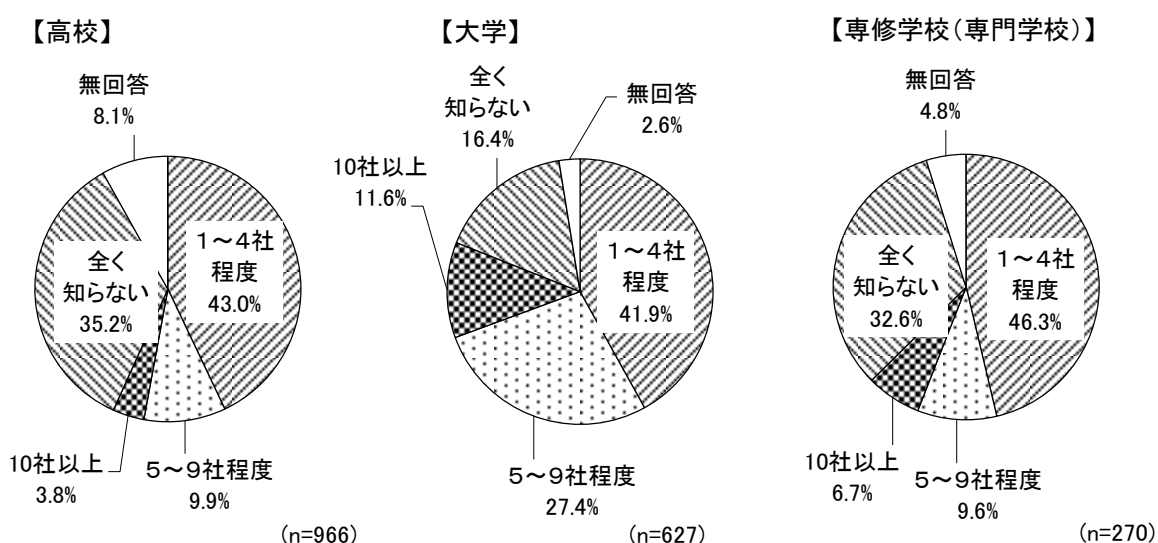
就職希望者の松山市での就職意向については、高校、大学、専修学校（専門学校）とも、「できれば松山市内で働きたい」が半数を超え、特に高校では6割を超えています。その一方で、松山市に本社がある企業の認知度は低く、「全く知らない」の割合は大学では約16%である一方、高校と専修学校（専門学校）では30%を超えており、若者会議でも、市内企業のPR不足、並びに特に若者に向けた情報発信の重要性が指摘されています。

図表 III-18 松山市での就職意向



(資料)「松山市 進学・就職に関するアンケート」(2015 年7月実施)

図表 III-19 松山市に本社がある企業の認知度



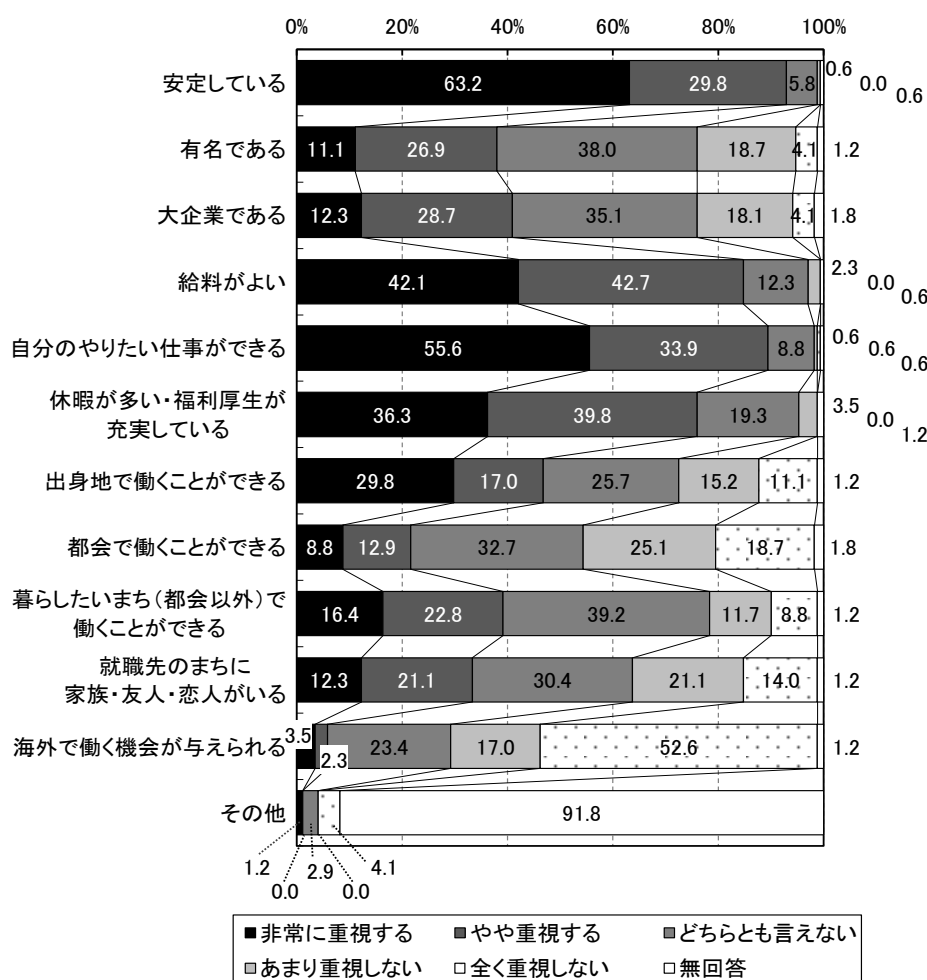
(資料)「松山市 進学・就職に関するアンケート」(2015 年7月実施)

就職先を選ぶ際に考慮することとして、学生アンケートでは、学校の種類を問わず「安定している」と「自分のやりたい仕事ができる」が「非常に重視する」の上位に挙がっていますが、県外就職を希望する若者会議の参加者からは、「県外のほうが仕事の選択肢が多い」「松山市内には働きたいと思える企業がない」「県外には設備等も含めて規模の大きい会社が多く魅力的に見える」との指摘があり、若者が就職したいと思えるようなまちにするための取組として、大企業の誘致等による雇用の創出や、若者が働きたいと思える職種や企業の選択肢の増加、松山市の強みを生かした独自産業の創出等が必要との意見が提示されました。

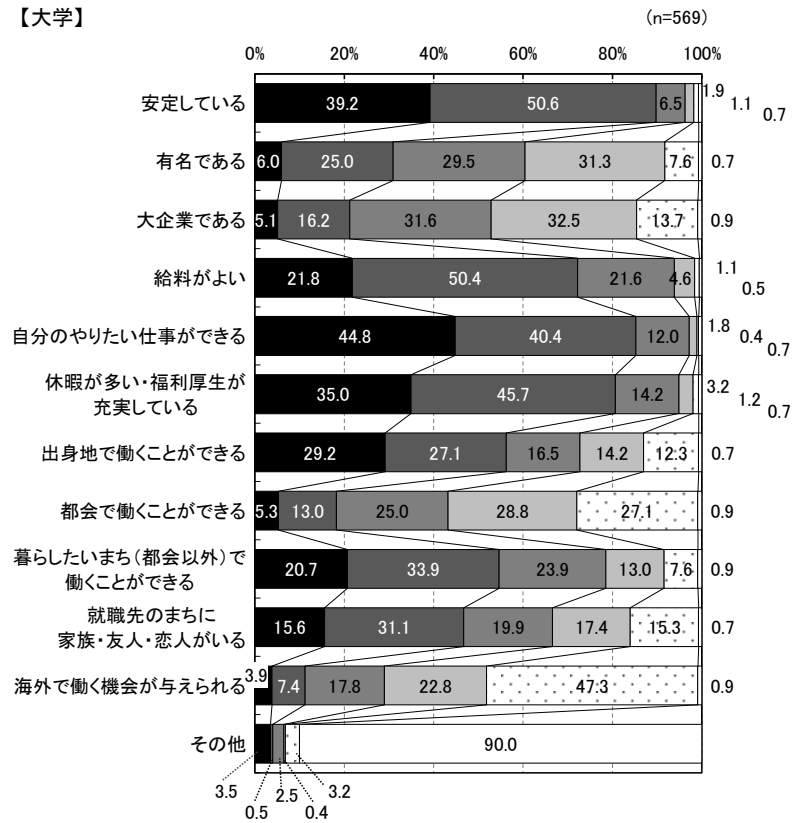
図表 III-20 就職先を選ぶ際に考慮すること

【高校】

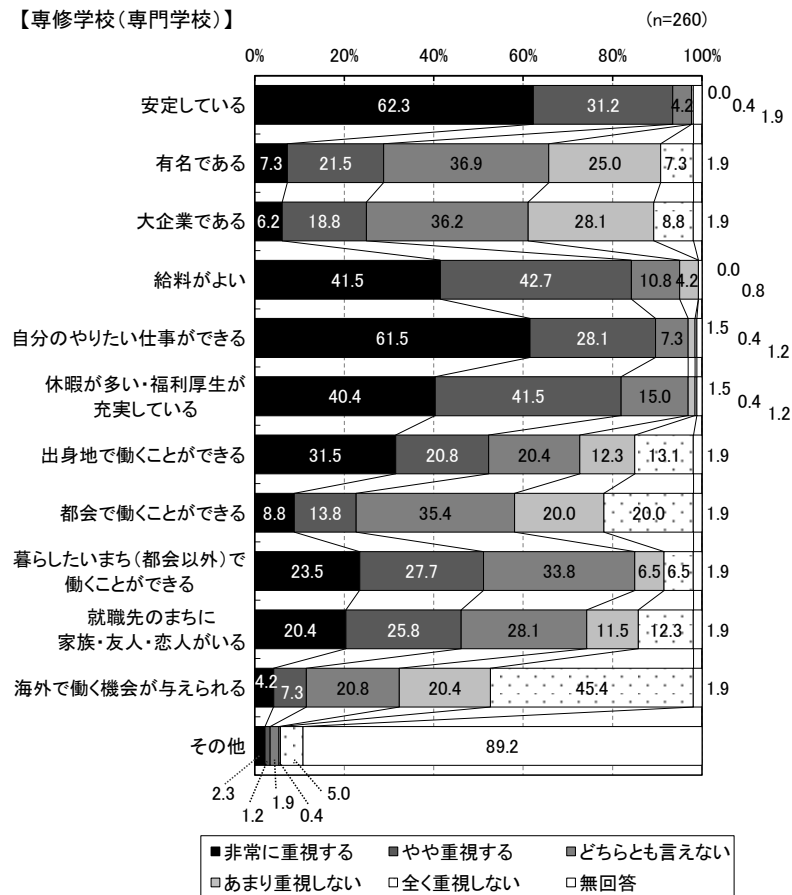
(n=171)



【大学】



【専修学校(専門学校)】



(資料)「松山市 進学・就職に関するアンケート」(2015年7月実施)

また、若者会議では、「暮らしの場」としての松山市に関する意見も収集しました。松山市の魅力としては、天候の良さや災害の少なさのほか、主要な機能が集中して立地していることによる生活利便性の高さ、道後温泉をはじめとする観光地としての魅力等が挙げられました。

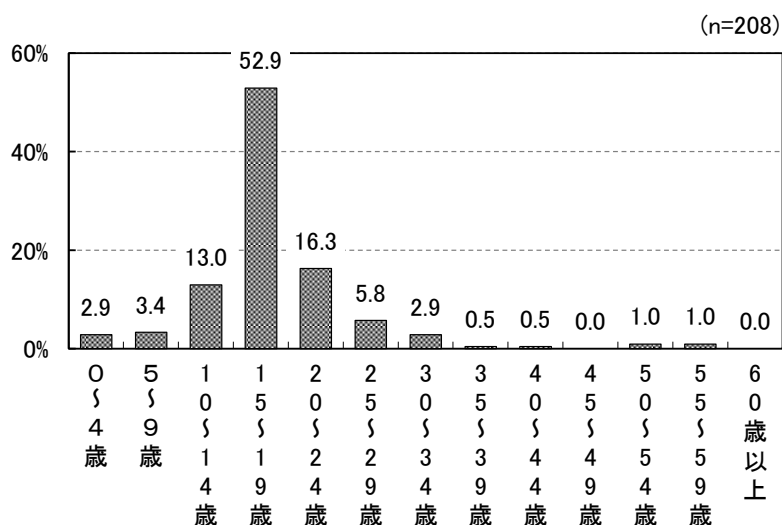
一方で、公共交通の利便性の低さや買い物の利便性の低さ、友人や子どもと遊びに行く場所やイベント等娯楽の少なさ、活気のなさ等、生活環境としての魅力の弱さのほか、情報発信の不足による「松山市」及び「愛媛県」の知名度の低さ等も指摘されています。

そのため、若者がずっと暮らしたいと思えるようなまちにするための取組として、上記で言及された生活環境としての魅力の向上のほか、県外での知名度向上のための取組（特産品のPR、都市のブランド化、他地域との差異化を図るための取組）や、観光関連の整備強化による交流人口の増加等の必要性が指摘されました。

3. 県外居住者のUターン意向に関する調査結果

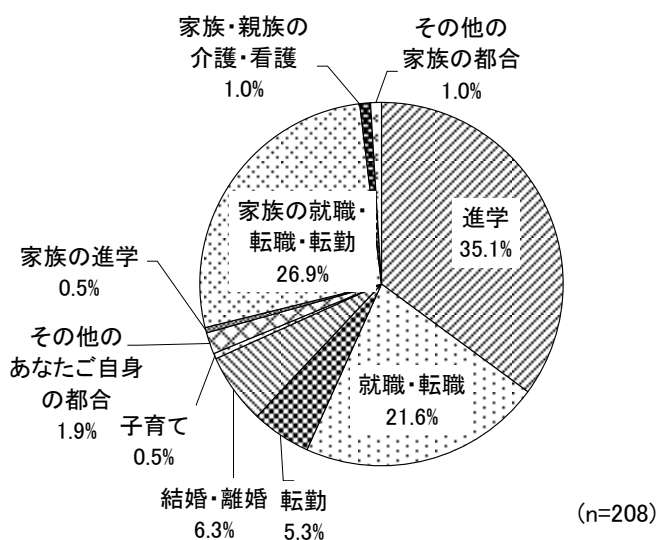
「愛媛県外に住む松山市出身者のUターン意向調査」（2015 年6月実施。以下「Uターンアンケート」とする）では、回答者の約半数が15～19歳で愛媛県外へ転居しており、また回答者の約4割が「進学」、約2割が「就職・転職」をきっかけに転居していることが把握されました。進学にあたって県外に転居した理由で最も回答が多いのは「自分のやりたい勉強ができると思う」、就職・転職にあたって県外に転居した理由で最も回答が多いのは「安定している」であり、学生アンケートの結果とも近くなっています。

図表 III-21 転居時の年齢



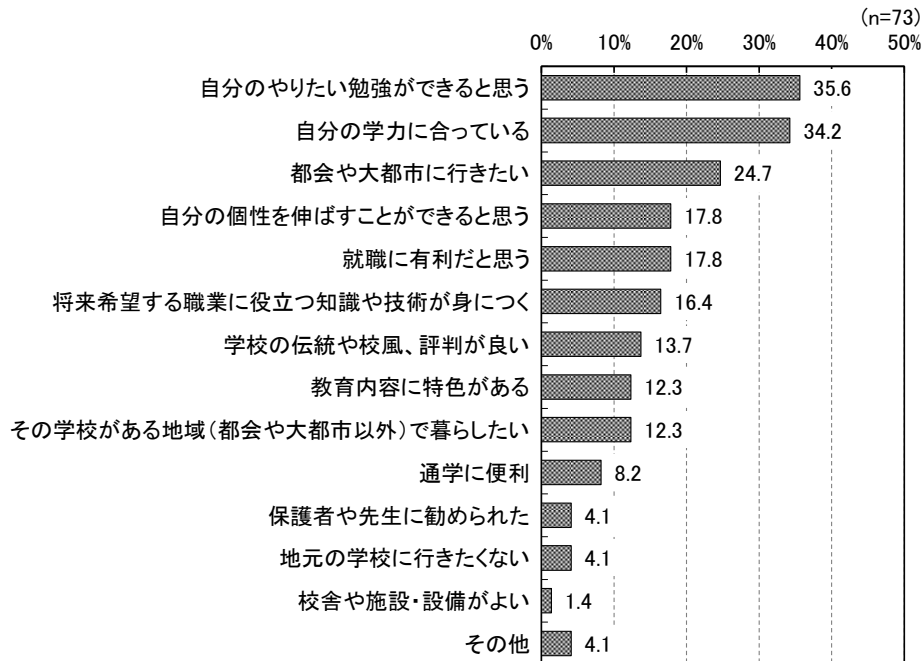
(資料)「愛媛県外に住む松山市出身者のUターン意向調査」(2015 年6月実施)

図表 III-22 転居したきっかけ



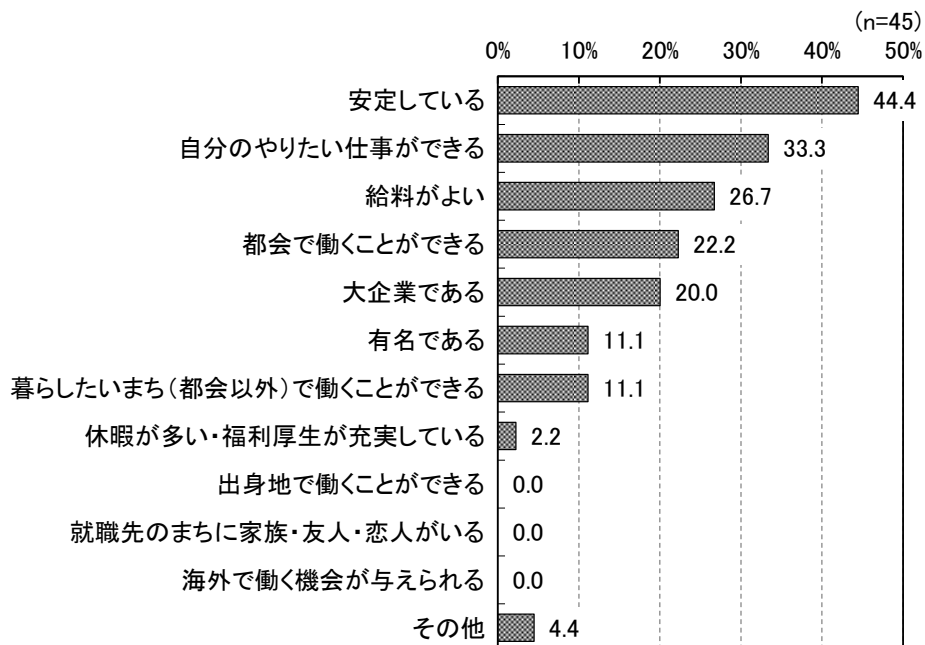
(資料)「愛媛県外に住む松山市出身者のUターン意向調査」(2015 年6月実施)

図表 III-23 「進学」の際に愛媛県外に転居した理由(複数回答)



(資料)「愛媛県外に住む松山市出身者のUターン意向調査」(2015 年6月実施)

図表 III-24 「就職・転職」の際に愛媛県外に転居した理由(複数回答)

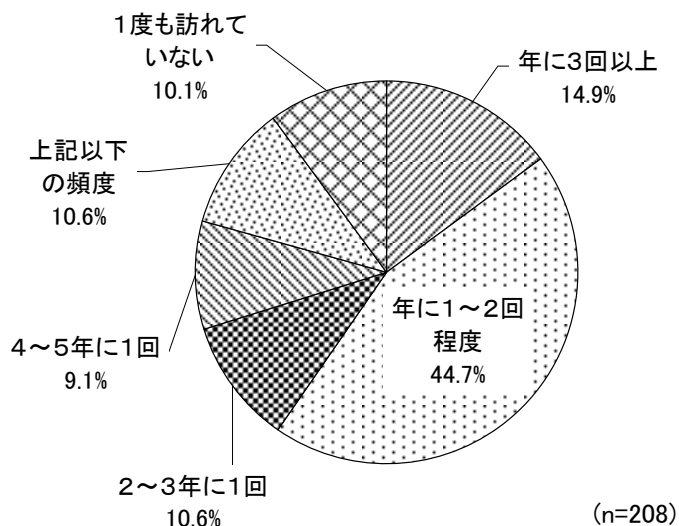


(資料)「愛媛県外に住む松山市出身者のUターン意向調査」(2015 年6月実施)

回答者の約6割は、県外への転居後も年1回は松山市を来訪しています。

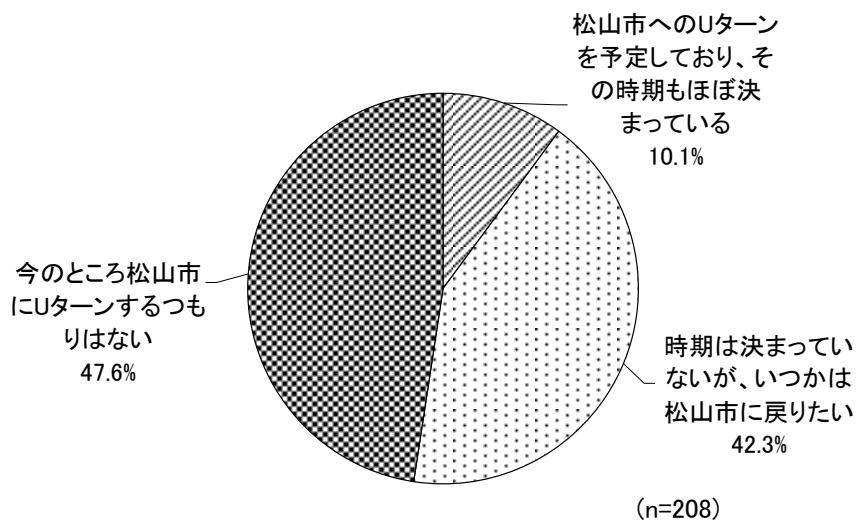
また、約1割の回答者が「松山市へのUターンを予定しており、その時期もほぼ決まっている」としており、また「時期は決まっていないが、いつかは松山市に戻りたい」とする「潜在Uターン者」も42.3%にのぼり、半数以上がUターンを希望しています。

図表 III-25 松山市への来訪頻度



(資料)「愛媛県外に住む松山市出身者のUターン意向調査」(2015年6月実施)

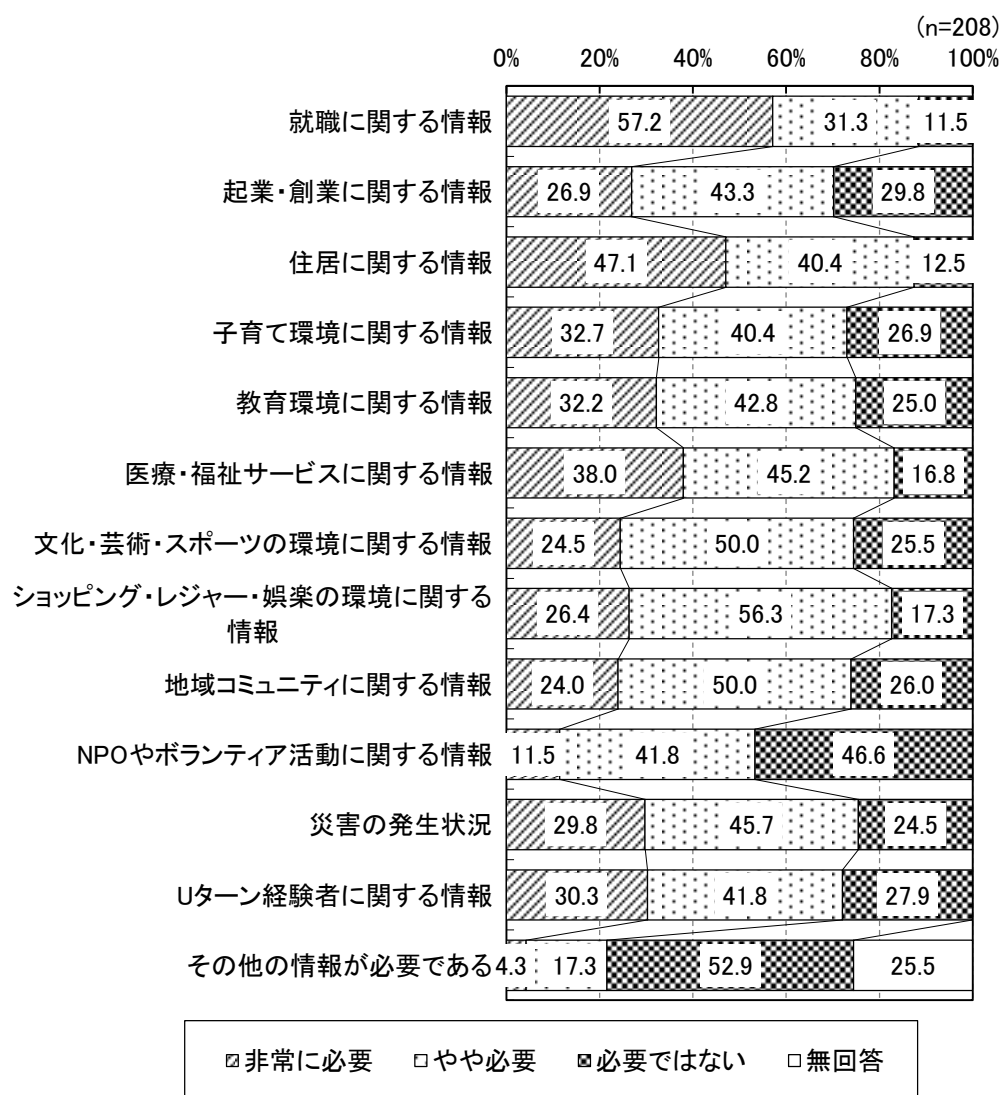
図表 III-26 松山市へのUターン意向



(資料)「愛媛県外に住む松山市出身者のUターン意向調査」(2015年6月実施)

Ｕターンを検討する際には、「就職」と「住居」に関する情報が非常に重要とする回答者が多く、次いで医療・福祉に関する情報へのニーズや、ショッピング・レジャー・娯楽に関する情報へのニーズも比較的大きい状況です。

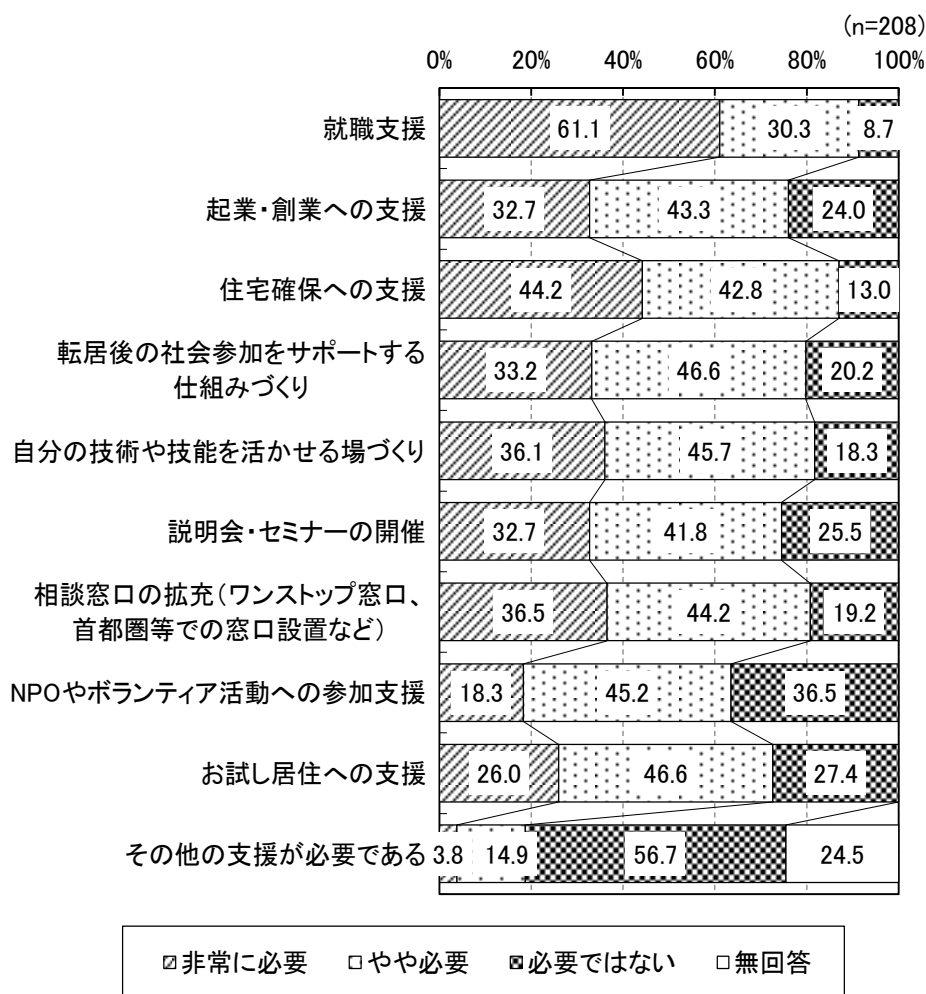
図表 III-27 Ｕターンを考える際に必要な情報



(資料)「愛媛県外に住む松山市出身者のＵターン意向調査」(2015 年6月実施)

さらに、実際にUターンする際のサポートとしては、「就職支援」と「住宅確保への支援」が非常に重要とする回答が多くありました。他の項目では、「相談窓口の拡充（ワンストップ窓口や首都圏等での窓口設置）」や「説明会・セミナーの開催」など事前準備に関する事項のほか、「自分の技術や技能を活かせる場づくり」や「転居後の社会参加をサポートする仕組みづくり」を求める回答も比較的多くありました。

図表 III-28 Uターンする際にあれば良いサポート



(資料)「愛媛県外に住む松山市出身者のUターン意向調査」(2015年6月実施)

IV. 基本目標と基本的方向

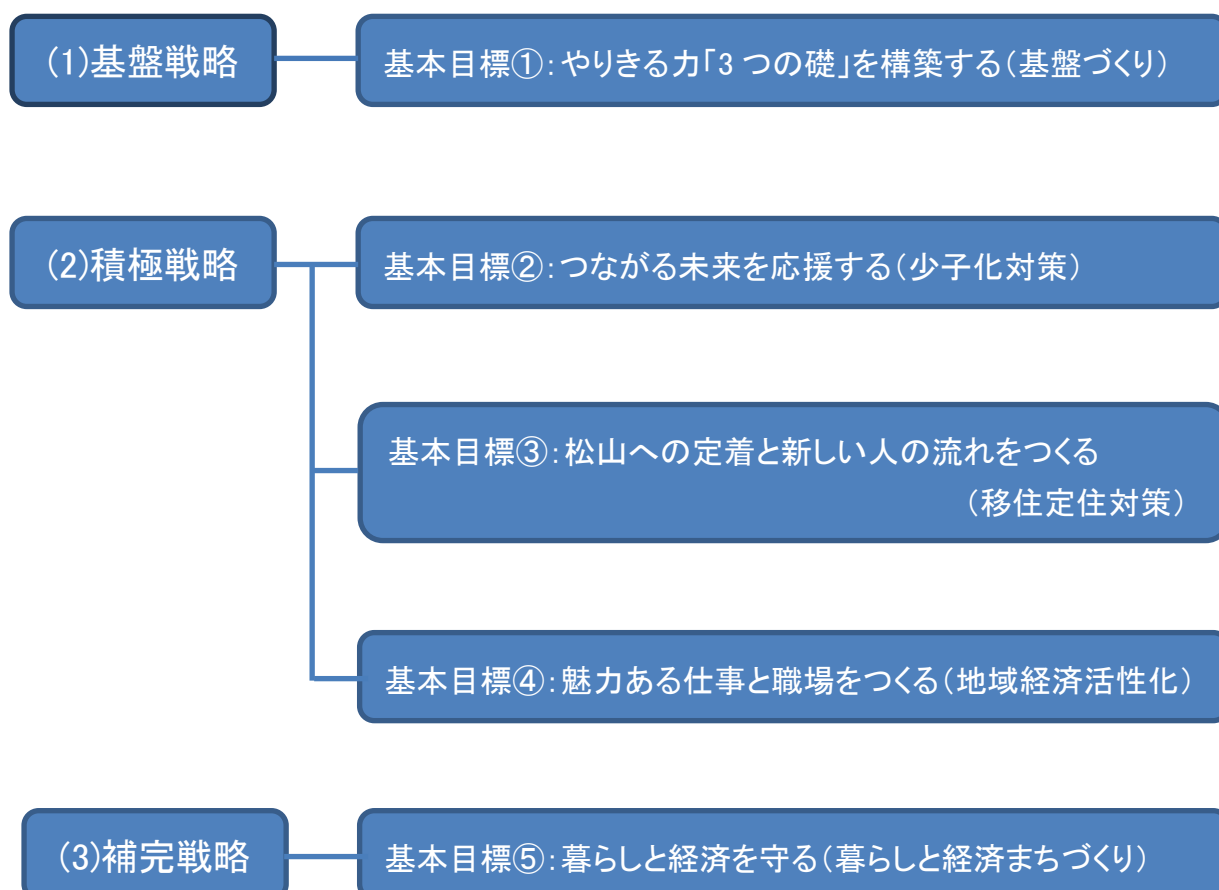
1. 人口の将来展望実現に向けて

本市人口ビジョンにおける人口の将来展望の実現には、合計特殊出生率が、2030 年に 1.75 程度となり、更に 2040 年には 2.07 程度に上昇することに加え、2020 年以降、少なくとも人口の流出入均衡が維持されていることが必要です。

その結果、2040 年においては、国立社会保障・人口問題研究所により 43 万 8 千人と見通されている人口が、46 万 9 千人となり、3 万 1 千人の増、また、2060 年では、35 万人が 42 万 3 千人となり、7 万 3 千人の増が見込まれます。

そして更に長期的に捉えると、2110 年頃には 37 万 7 千人程度で人口が安定し、若返りが始まるものと見込まれます。

従って、本市は、当該展望の実現に向け、以下の 3 つの戦略により 5 つの基本目標を掲げ、施策の展開を図るものとします。



2. 戦略と基本目標

(1) 基盤戦略

A) 基本目標①：やりきる力「3つの礎」を構築する（基盤づくり）

本市人口ビジョンの対象期限は、今から約 45 年後の 2060 年を基本としつつ、2110 年頃まで視野にいられており、それまでの間に様々な施策を常に効果検証し、改善を施しながら、オール松山体制で、不断なく施策の展開を続けなければなりません。

従って、今回、その先駆けとなる本総合戦略において、地方創生の要である人口減少対策に係る本市の責務や市民、事業者、関係団体等の役割等を定める制度の構築のほか、行政のみならず、市民が関心を持って参画するとともに、産官学金労言等の関係団体が積極的に関与する官民一体の推進体制を確立するための基盤づくりに取り組みます。

- ① （仮称）松山市人口減少対策推進条例の制定のほか、（仮称）松山市人口減少対策推進会議の設置支援、当該推進会議によるコミュニケーション活動等の支援を通じて、人口減少対策推進の基盤づくりに取り組みます。

【数値目標】

成果指標	基準値	目標値
推進組織による事業実施数(件)	0 (H26 年度)	6 (H31 年度)

(2) 積極戦略

A) 基本目標②：つながる未来を応援する（少子化対策）

本市の合計特殊出生率は1.36で、全国平均や愛媛県平均を下回っている状況にあります。合計特殊出生率の向上を目指した取り組みとして、若い世代の経済的安定の支援や出会いの場の創出による結婚支援などに取り組むとともに、夫婦が理想の数の子どもをもてるよう経済的な支援に取り組みます。また、子どもを安心して産み、育てられるように、子育て支援の充実やワーク・ライフ・バランスの実現を目指し、各種施策に取り組みます。

- ①若年求職者と中小企業在職者等との交流、研修や職場改善等により、企業への人材定着の支援を行い、若い世代の経済的安定に取り組みます。
- ②出会いの場の創出による結婚支援、妊娠・出産支援、小児医療、子育て支援などの充実を目指すとともに、子育て世帯への経済的負担軽減や子育て拠点などの整備を推進し、結婚・妊娠・出産・子育ての切れ目のない支援に取り組みます。
- ③女性が働きやすい企業環境の醸成や再就職支援に取り組むとともに、仕事と家庭の両立支援を行う企業への支援などにより、働き方改革を推進し、ワーク・ライフ・バランスの実現を目指します。

【数値目標】

成果指標	基準値	目標値
合計特殊出生率（人）	1.36（H25年）	1.54（H31年）

B) 基本目標③：松山への定着と新しい人の流れをつくる（移住定住対策）

近年、本市の社会動態は、転入超過と転出超過を繰り返し、直近の2014年では若干の転出超過がみられる中で、東京圏・関西圏をはじめとした若者の県外転出超過が顕著である一方、県内転入超過の減少が予測されることから、今後、全体として転出超過の常態化が懸念されています。そのような中、本市には、4つの大学や多くの専修学校が立地するなど、常時約2万人の学生が在籍しており、これらに対する働きかけは極めて重要と言えます。そうしたことから、本市では全ての世代、全ての地域を取組みの対象としながらも、特に、東京圏、関西圏からのIターン、Uターン促進と学生をはじめとする若者世代の流入・定着促進に軸を置き、以下のように取り組みます。

- ①都市イメージの向上や移住相談体制の充実、移住体験・機会の充実、移住定着支援の充実を通じ、移住の促進を図ります。
- ②若者へのキャリア教育などを通じ、シビックプライドを向上させ、定住の促進を図ります。
- ③本市に立地する大学等と連携した若者の流入促進や、市内定着等に取り組むことで、大学等の活性化を目指します。

【数値目標】

成果指標	基準値	目標値
社会移動数（転入数－転出数）（人）	△3（H26年）	均衡以上（H27～31年の平均）

C) 基本目標④：魅力ある仕事と職場をつくる（地域経済活性化）

本市の人口減少対策の積極戦略である出生率向上を図る少子化対策、及び若者の定着やU・Iターン促進を図る移住定住対策の推進をしっかりと下支えすべき地域経済の活性化を戦略的に図るため、本市事業所の約9割を占める既存中小企業の支援をはじめ、新たな産業の立地促進や新ビジネスの創出のほか、各分野の産業競争力強化、雇用対策及び人材育成などについて、幅広く施策を推進していきます。

- ①地域経済構造や景気動向など、地域経済に関する各種データの分析と活用、中小企業支援や稼ぐ力のある産業の立地促進、多様なプレイヤーとの連携による新ビジネス創出のほか、企業のグローバル化支援やICT活用による経済活性化などを通じて、業種横断的な取組による産業の競争力強化を推進します。
- ②若者にも魅力的な農林水産業の成長産業化のほか、戦略的観光振興や文化・芸術・スポーツ等の地域資源活用による経済活性化を通じて、業種別取組による産業の競争力強化に取り組めます。
- ③良好な雇用・労働環境整備のほか、職業能力向上と就労機会の拡充、女性の活躍支援、農林水産業の担い手育成や大学等での地域ニーズに対応した人材育成支援などを通じて、良好な雇用の場の創出と人材育成を推進します。

【数値目標】

成果指標	基準値	目標値
市内事業所数（事業所）	21,363（H24年）	21,560（H31年）
生産年齢人口の有業率（％）	68.7（H24年）	70.2（H31年）

(3) 補完戦略

A) 基本目標⑤：暮らしと経済を守る（暮らしと経済まちづくり）

人口減少が一定進むなか、持続可能な地域社会を構築するためには、地域特性を生かした産業の振興や民間投資の促進を図り、都市のコンパクト化と地域間連携を進めるとともに、市民が地域に愛着を持って安心して健康な生活が営まれるよう、市民の暮らしと経済を守るためのまちづくりを推進します。

- ①需要を創造する民間主体の経済まちづくりを推進し、都市のコンパクト化と交通ネットワーク形成を促進することで、本市の地域経済・生活圏の充実をめざします。
- ②家計の質的向上を図るとともに、安全・安心な暮らしを推進し、さらに健康寿命の延伸に取り組むことで、安心して健康な暮らしの確保に取り組みます。
- ③空き家といった既存ストックの有効活用や、老朽化した公共施設の効率的な修繕計画の策定など、人口減少等を踏まえた既存ストックのマネジメント強化に取り組みます。
- ④連携中枢都市圏を形成するなど、近隣地域との連携を推進し、将来に向けて持続可能な地域社会をめざします。
- ⑤住民が地域防災の担い手となるよう住民参加型の訓練を実施し、人材の育成に努めます。
- ⑥市民主体・地域特性を生かしたまちづくりに取り組み、シビックプライドを向上させることで、ふるさとづくりを推進します。

【数値目標】

成果指標	基準値	目標値
市内総生産（兆円）	1.6（H24 年度）	1.6（H31 年度）
連携中枢都市圏に係る連携施策数	0（H26 年度）	20（H31 年度）
本市の暮らしやすさ満足度（％）	55.7（H26 年度）	60.0（H31 年度）

V. まつやま創生未来プロジェクト

3つの戦略による5つの基本目標の達成に向け、本市ならではの課題への挑戦や本市の特徴を生かした取り組みを「まつやま創生未来プロジェクト」としてまとめ、本市の地方創生推進のけん引プロジェクトとして位置づけます。

基本目標①: やりきる力「3つの礎」を構築する(基盤づくり)

- ① 「3つの礎」構築プロジェクト

基本目標②: つながる未来を応援する(少子化対策)

- ① 出会いの聖地まつやまプロジェクト
- ② 子宝授かりサポートプロジェクト
- ③ 子育て安心しあわせのまちまつやまプロジェクト

基本目標③: 松山への定着と新しい人の流れをつくる(移住定住対策)

- ① 松山に住もう、帰ろう若者プロジェクト
- ② まつやまIターンおいでなもしプロジェクト
- ③ まつやまIターン住むとこプロジェクト

基本目標④: 魅力ある仕事と職場をつくる(地域経済活性化)

- ① 未来を創るまつやま産業創出・立地促進プロジェクト
- ② 女性の輝きまどんな応援プロジェクト
- ③ 成長発展へ挑戦するまつやま中小企業応援プロジェクト
- ④ 付加価値向上によるまつやま産業振興プロジェクト

基本目標⑤: 暮らしと経済を守る(暮らしと経済まちづくり)

- ① 市民と企業が担う新しい街まつやま創造プロジェクト
- ② 元気をつなぐ松山圏域活性化プロジェクト
- ③ 市民とつくる日本一の防災都市まつやまプロジェクト

1. 基本目標①：やりきる力「3つの礎」を構築する（基盤づくり）

① 3つの礎」構築プロジェクト

本市人口ビジョンの対象期限は、今から約 45 年後の 2060 年を基本としつつ、2110 年頃まで視野にいており、それまでの間に様々な施策を常に効果検証し、改善を施しながら、オール松山体制で、不断なく施策の展開を続けなければなりません。

従って、今回、その先駆けとなる本総合戦略において、地方創生の要である人口減少対策に係る本市の責務や市民、事業者、関係団体等の役割等を定める制度の構築と、行政のみならず、市民が関心を持って参画するとともに、産官学金労言等の関係団体が積極的に関与する官民一体の推進体制を確立するための基盤づくりを行います。

- ② （仮称）松山市人口減少対策推進条例の制定
- ③ （仮称）松山市人口減少対策推進会議の設置支援
- ④ （仮称）松山市人口減少対策推進会議によるコミュニケーション活動等の支援

2. 基本目標②：つながる未来を応援する（少子化対策）

① 出会いの聖地まつやまプロジェクト

各種統計によると、本市の女性の有配偶率は低く、合計特殊出生率の低さに関係していることが推察されます。また、女性会議においても、出会いの場が少ないという意見があったことなどから、様々な場面において出会いの場を提供するとともに、積極的に結婚支援に取り組めます。

- ① 婚活イベント等による出会いの場の提供
- ② 島しょ部の独身者を対象としたセミナーや出会いイベントの開催
- ③ ワーク・ライフ・バランスの推進

② 子宝授かりサポートプロジェクト

合計特殊出生率が 1.36 と低迷する中、アンケートによると、本市夫婦が理想の数（2.45 人）の子どもをもつためには、「子育てに関する経済的支援」が必要という意見が最も多く、また、子どもをもたない夫婦の多くは、「子どもはほしいができない」という意見が最も多いことから、子宝をもう一人もてるためのサポートに取り組めます。

- ① 子育て世帯への経済的支援
- ② 不妊治療費に対する助成
- ③ ワーク・ライフ・バランスの推進（再掲）

③ 子育て安心しあわせのまちまつやまプロジェクト

アンケートによると、子育てにあたっての困りごとは、「経済的な負担」のほか、「仕事と子育ての両立」、また、「子どもが病気の時の支援」などの意見が多くなっていることから、子どもを安心して産み、育てられるように妊娠・出産・子育ての切れ目ない支援に取り組めます。

- ① 妊娠期から子育て期にわたるまでの総合的支援
- ② 子育て世帯への経済的支援（再掲）
- ③ 特定妊婦支援や小児医療の充実
- ④ 子育て拠点や居場所づくりの整備
- ⑤ ワーク・ライフ・バランスの推進（再掲）

3. 基本目標③：松山への定着と新しい人の流れをつくる（移住定住対策）

①松山に住もう、帰ろう若者プロジェクト

松山市の社会動態の特徴として、大学進学時や卒業後就職時の年代で東京圏、関西圏への人口流出が顕著であることを踏まえ、この階層へのアプローチを強化し、若者の定住、Ｕターンの促進を図ります。

- ①東京圏、関西圏に進学した学生のＵターン就職の支援
- ②若者の流入・定着につながる地元大学等の取り組みに対する支援
- ③愛媛大学ＣＯＣ事業等と連携した地域を担う人材の育成
- ④シビックプライドの向上

②まつやまＩターンおいでなもしプロジェクト

移住希望者に対し、仕事、住まい、子育て、医療、生活環境など、きめ細かな情報提供を行うとともに、地域における受入体制の構築に努めます。

- ①松山、東京などへの移住相談窓口の設置
- ②関係団体と連携した移住課題等の克服
- ③地域における受け皿づくり
- ④地域おこし協力隊の導入

③まつやまＩターン住むとこプロジェクト

空き家等既存ストックの活用や住宅リフォーム補助等を通じ、移住者の住まいの確保を推進します。また、島ならではの自然や風光明媚な景観、ゆったりとしたライフスタイルを提案し、島への移住を考えるきっかけにするため本市島しょ部に体験滞在型交流施設を整備します。

- ①空き家の活用や住宅リフォーム補助等を通じた住まいの確保
- ②体験・滞在型交流施設の整備

4. 基本目標④：魅力ある仕事と職場をつくる（地域経済活性化）

①未来を創るまつやま産業創出・立地促進プロジェクト

働く場所の確保については、若年層が松山市で暮らし続けるための最優先課題であり、人口の社会増減を直接的に改善する可能性の高いものであるため、各種関係団体等との連携による新たなビジネスの創出のほか、稼ぐ力のある産業の誘致・立地などを推進します。

- ①産学金等の関係団体との連携による新ビジネスの創出支援
- ②クリエイティブビジネスの推進
- ③企業誘致のチャンスを逃さない体制整備の推進
- ④情報通信関連産業の集積支援

②女性の輝きまどんな応援プロジェクト

アンケート結果や各種意見等によると、女性がライフスタイルに応じた柔軟な働き方ができる環境整備が重要であることが明らかになっていることに加え、本市の有配偶者女性の有業率が低い傾向にあることなどから、人口の自然増減の改善の鍵を握る女性の活躍を支援する取組みを進めます。

- ①テレワーク業務の安定と拡大の推進
- ②女性の再就職支援
- ③女性の活躍推進企業への支援

③成長発展へ挑戦するまつやま中小企業応援プロジェクト

本市事業所の9割を占める中小企業は産業振興の要であり、地域の雇用を担う中小企業の成長発展につながる支援を行います。

- ①「中小企業振興計画」に基づく支援
- ②松山圏域企業の商談力向上・販路開拓の促進
- ③「中小企業円卓会議」の自立的・継続的な活動支援
- ④企業経営や創業に対する支援
- ⑤良好な労働環境整備の推進

④付加価値向上によるまつやま産業振興プロジェクト

地域資源等に＋αの付加価値を加えることにより、産業の振興を支援する取組みを推進します。

- ①リノベーションによる新たなビジネスの創出推進
- ②戦略的広域観光施策による瀬戸内版DMO形成の推進
- ③次世代に誇れる道後温泉の魅力づくりによる観光産業の振興
- ④まつやま農林水産物ブランド活性化による販路開拓
- ⑤有望品種転換の支援等による農家所得の向上促進
- ⑥6次産業化の推進

5. 基本目標⑤：暮らしと経済を守る（暮らしと経済まちづくり）

①市民と企業が担う新しい街まつやま創造プロジェクト

新たな民間需要を創造するために、中心市街地で、民間再開発事業を活発化させ、商業床やオフィス床等を創出し3次産業の誘致に取り組むとともに、中心市街地以外でも、コンパクトシティ・プラス・ネットワークを戦略的に活用し、民間等と協働して企業誘致や民間投資等を推進することで、新たな産業集積の創出をめざし、地域経済まちづくりを推進します。

- ①中心市街地再開発と3次産業の集積の推進
- ②市内の企業立地や民間投資等の推進
- ③都市のコンパクト化と交通ネットワーク形成

②元気をつなぐ松山圏域活性化プロジェクト

本格的に迎える人口減少・少子高齢社会の中で、松山市が圏域の経済成長を牽引するとともに、近隣自治体と役割分担やネットワークによる連携を推進し、松山圏域の強みや特色を活かした魅力ある連携中枢都市圏を形成することで、圏域住民の暮らしと経済を守るとともに、新たな人の流れを創出し、将来に向けて持続可能な地域社会の構築を推進します。

- ①圏域全体の経済成長のけん引
- ②高次都市機能の集積・強化
- ③圏域全体の生活関連機能サービスの向上

③市民とつくる日本一の防災都市まつやまプロジェクト

安全で安心な魅力ある防災まちづくりを進めていくため、住民が地域防災の担い手となる環境を整備しながら、大学と行政及び地域が協働し若い人材を育成することで、災害に強い地域社会づくりをめざします。

- ①災害から地域を守るための環境整備
- ②防災マップを活用した訓練や防災意識の醸成
- ③官・学・民による地域防災リーダーの育成

VI. 基本目標別の施策等及び重要業績評価指標（KPI）

「まつやま創生未来プロジェクト」をはじめ、本市の地方創生を推進するために、5つの基本目標のもと、16の政策、41の施策とそれに連なる115の取り組みを体系化し、施策ごとに重要業績評価指標（KPI）を設定します。

1. 基本目標①：やりきる力「3つの礎」を構築する（基盤づくり）

別紙のとおり

2. 基本目標②：つながる未来を応援する（少子化対策）

別紙のとおり

3. 基本目標③：松山への定着と新しい人の流れをつくる（移住定住対策）

別紙のとおり

4. 基本目標④：魅力ある仕事と職場をつくる（地域経済活性化）

別紙のとおり

5. 基本目標⑤：暮らしと経済を守る（暮らしと経済まちづくり）

別紙のとおり

VII. 効果検証と改善及び推進体制

1. 効果検証と改善

5つの基本目標ごとに成果指標を掲げるとともに、施策ごとに重要業績評価指標（KPI：Key Performance Indicator）を設定し、これらの数値目標に対する実績で総合戦略の効果を検証したうえで、改善を行う、PDCAサイクル（計画：Plan、推進：Do、点検・評価：Check、改善：Action）の仕組みを構築することにより、高い実効性を確保します。

2. 推進体制

総合戦略の推進体制としては、本市の庁内組織である「松山市人口減少対策推進本部」（市長が本部長、部長級以上で構成）を核とし、各施策の効果的な推進を図るとともに、実効性を高めるための進捗管理を行います。

この施策の推進や進捗管理の中では、行政のみならず、市民が関心を持って参画するとともに、産官学金労言等の関係団体が積極的に関与する官民一体の体制を確立するほか、国や愛媛県などとも連携を図りながら、総合戦略の基本目標の実現に向けた推進体制を構築していきます。