

第 2 期松山市まち・ひと・しごと創生総合戦略 (最終案)

令和元年 11 月 27 日

松山市

《 目次 》

I. 第2期総合戦略の策定	1
1. 策定の趣旨	1
2. 対象期間	1
3. 効果検証と改善	1
4. 推進体制	1
II. 基本的な考え方	2
1. 基本姿勢	2
(1) 徹底した市民目線	2
(2) オール松山で連携・協働	2
(3) 新しい時代の流れを力に	3
2. 基本方針	4
(1) 自立性	4
(2) 将来性	4
(3) 地域性	4
(4) 直接性	4
(5) 結果重視	4
III. 人口の将来展望と基本目標	5
1. 人口の将来展望実現に向けて	5
2. 基本目標	7
3. 「まつやま人口減少対策推進会議」の役割	7
IV. 基本目標別の施策一覧	8
基本目標①：つながる未来を応援する（少子化対策）	13
基本目標②：松山への定着と新しい人の流れをつくる（移住定住対策）	18
基本目標③：魅力ある仕事と職場をつくる（地域経済活性化）	22
基本目標④：住み続けたいまちをつくる（持続可能なまちづくり）	30
V. 「まつやま人口減少対策推進会議」からの提言について	37
1. 経緯	37
2. 提言内容	37
VI. 第1期総合戦略の振り返り	41
基本目標①：やりきる力「3つの礎」を構築する（基盤づくり）	42
基本目標②：つながる未来を応援する（少子化対策）	43
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）	46
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）	48
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）	53

VII. 人口動向と各種調査結果の分析	57
1. 少子化対策.....	57
2. 移住・定住.....	64
3. 地域経済の活性化.....	71
参考資料 1	75
参考資料 2	82

I. 第 2 期総合戦略の策定

1. 策定の趣旨

我が国の人口は、平成 20 年をピークに減少局面に入っており、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費の負担増が懸念されています。

そうした中、国は、平成 26 年 12 月に「まち・ひと・しごと創生総合戦略」を策定、本市でも、平成 28 年 1 月に本市の目指すべき人口の将来展望等を「松山創生人口 100 年ビジョン（以下「松山市人口ビジョン」という。）」により示すとともに、人口減少対策の基本的計画として「松山市まち・ひと・しごと創生総合戦略（松山創生人口 100 年ビジョン 先駆け戦略）」を策定し、様々な取組を進めてきました。

第 1 期の 5 年間で、本市の特色や実情に応じた取組を進めた結果、地方創生の意識や取組は根付いてきているものの、全国的な傾向と同様に本市でも出生数の減少は続き、東京一極集中にも歯止めはかかっているなど、今もなお、多くの課題が残っています。

国では、第 1 期で根付いた地方創生の意識や取組を令和 2 年度以降も継続するとともに、次のステップに向けての歩みを確かにするため、令和元年 12 月に第 2 期「総合戦略」を策定しました。本市でも、これまでの施策の検証結果と国・県の「総合戦略」に沿って、今後 5 年間の基本目標や施策を掲げた第 2 期「総合戦略」を策定し、地方創生のより一層の充実・強化に取り組んでいきます。

2. 対象期間

「第 2 期松山市まち・ひと・しごと創生総合戦略」の対象期間は、国の総合戦略と同様に、令和 2 年度（2020 年度）から令和 6 年度（2024 年度）の 5 か年間とします。

3. 効果検証と改善

4 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上で、改善を行う、PDCA サイクル（計画：Plan、推進：Do、点検・評価：Check、改善：Action）により、高い実効性を確保します。

4. 推進体制

産官学金労言等の関係団体によって構成する「まつやま人口減少対策推進会議」において各施策に協力して取り組むとともに、その検証等を行い、市長に意見を述べるなど積極的に関与することとします。

また、本市の庁内組織である「松山市人口減少対策推進本部」（市長を本部長とし、部長級以上で構成）を核として、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取組を実施します。

II. 基本的な考え方

1. 基本姿勢

第1期の総合戦略では、産官学金労言といった多様なステークホルダーが連携しつつ、本市が主体となって取組を進めてきました。そうした中、働き方改革や地域づくりなどで、企業や住民、NPOなど民間が主体的に取り組む事例も増えています。

地方創生の実現には、こうした民間の主体的な取組とともに、地域が主導し、様々な人々と交流しながらつながりを持って支え合うことで、性別、年齢、障がいの有無、国籍を問わず、誰もが活躍できる地域社会を構築していく必要があります。また、小・中・高・大学などとの協働により、将来の地域の担い手として、若者の人材育成に取り組むことが重要です。

社会・経済情勢も刻一刻と変化しています。訪日観光需要の更なる高まりに加え、2020年の東京オリンピック・パラリンピック競技大会や2025年の大阪・関西万博の開催により、地方にとっても世界が身近となり、国際的に視野を広げていく必要があります。また、SDGsを原動力とした地方創生の推進やSociety5.0の実現に向けた未来技術の進展など、新しい時代の流れを力にすることが重要となります。

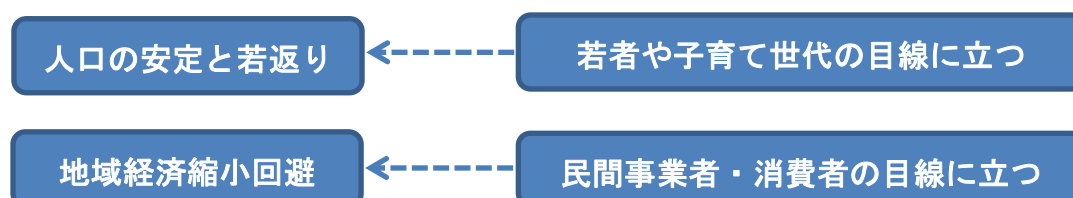
第2期総合戦略では、引き続き、市民目線を大切にするとともに、より一層、地域や民間との連携、協働を深め、新しい時代の流れに合った持続可能なまちづくりを官民が一体となって進めていきます。

(1) 徹底した市民目線

人口減少問題の克服に向けては、若い世代の本市での居住や就学、就職、さらに結婚や妊娠、出産、子育て、暮らし全般にわたる希望を叶え、出生率の向上や若者の定着、UIJターンを進めていく必要があります。また、人口が減少し、地元企業の人手不足が懸念される中、地域経済の縮小を回避し、市民の暮らしと経済を守りながら、将来に向けて持続可能なまちづくりを進めていかなければなりません。

そこで、引き続き、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・消費者の目線に立つことを徹底していきます。

★ポイント



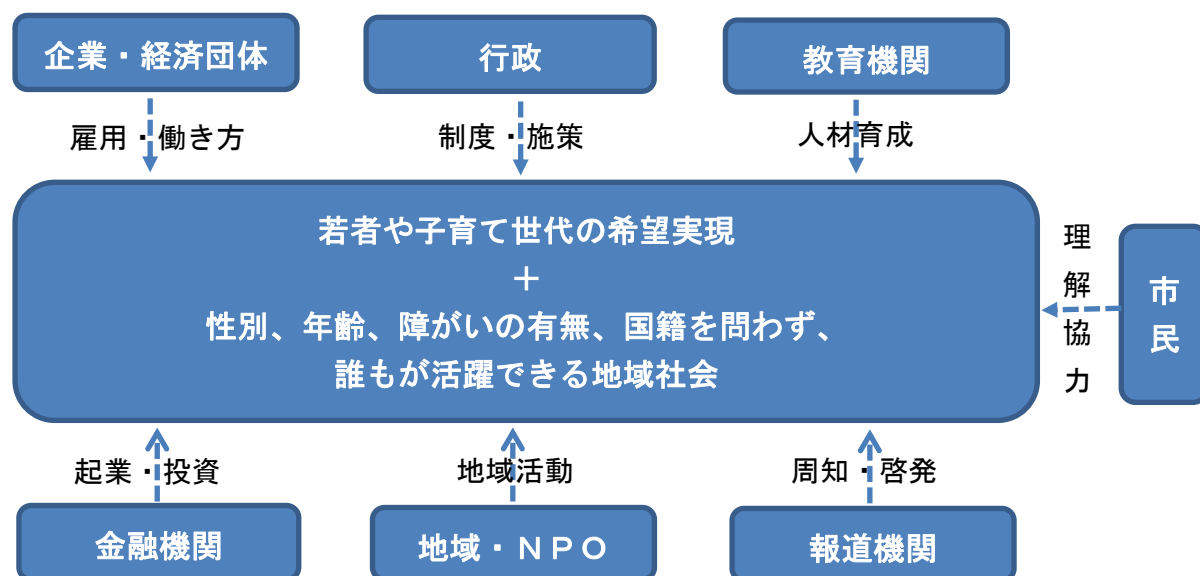
(2) オール松山で連携・協働

若い世代が就職や結婚などの暮らしに関わる自己の希望を実現し、本市で住み続けてい

くためには、まずは当事者の意欲や努力が重要ですが、行政はもちろん、産学金民労言等の各界各層が連携・協働して社会環境づくりを実践するとともに、若い世代を支援することが必要です。また、様々な人々が交流し、つながりを持って支え合うことで、性別、年齢、障がいの有無、国籍を問わず、誰もが活躍できる地域社会を構築する必要があります。

そこで、行政と産・学・金・民・労・言等が役割を分担しながら連携・協働し、市民の皆さんの理解と協力を得て、オール松山で住み続けたいまちづくりに取り組んでいきます。

★ポイント



(3) 新しい時代の流れを力に

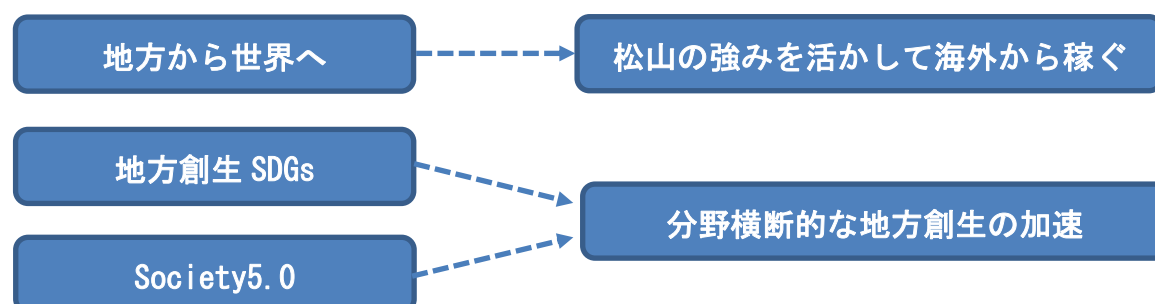
国際化が進む中、令和元年7月、松山空港に3番目の国際路線として台湾定期便が就航し、観光がリーディング産業の一つである本市にとって大きなチャンスを迎えています。

また、国際社会共通の開発目標であるSDGsは、経済・産業界でいち早く経営戦略に取り入れられており、行政にとっても持続可能なまちづくりに向けた指針として、地方創生SDGsの推進が求められています。

さらに、Society5.0の実現に向けた未来技術は、その有効活用により、モノやサービスの生産性を飛躍的に高め、地域の産業や生活の質を大きく変化させ、魅力を向上させることが期待されます。

そこで、こうした新しい時代の流れを力として、更なる地方創生を推進していきます。

★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り持続可能なまちづくりを行うため、国の第2期総合戦略でも重要な考えとして位置づけられた「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した上で、効果検証と改善を行う、PDCAサイクルを構築します。

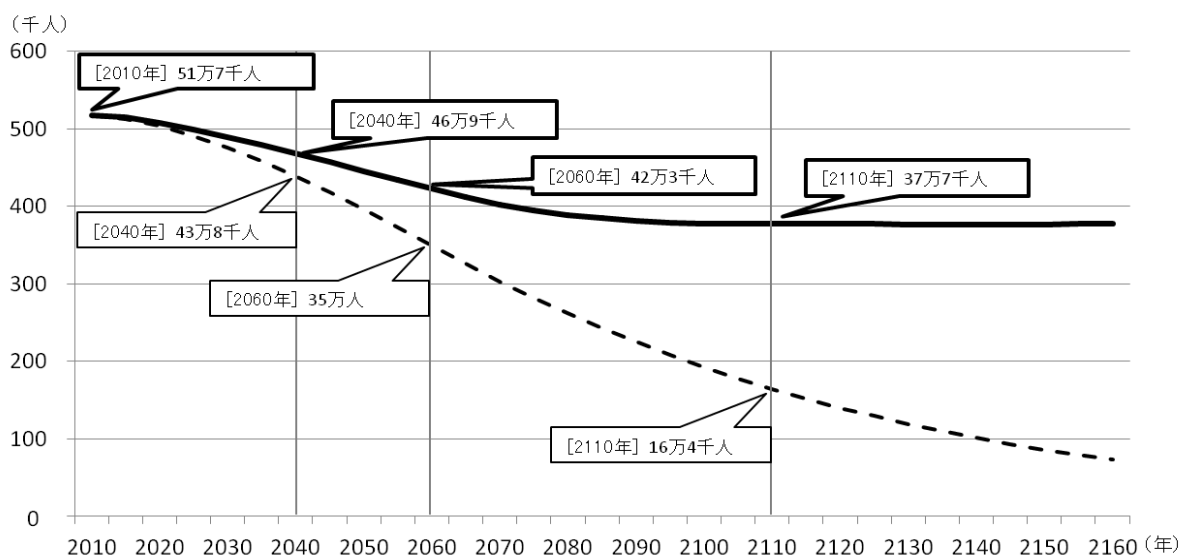
Ⅲ. 人口の将来展望と基本目標

1. 人口の将来展望実現に向けて

松山市人口ビジョンで描く将来展望の実現には、若い世代の就職や結婚、出産、子育て等の希望が叶うことで、合計特殊出生率が2030年に市民希望出生率である1.75程度、さらに2040年には人口置換水準である2.07程度に上昇することに加え、本市での暮らしを希望する人々の定住やUIJターンが進むことなどにより、2020年以降、人口の流出入を均衡以上に保つことが必要です。

これを達成することで、下図のとおり、国立社会保障・人口問題研究所が予測する本市の人口減少のペースを大きく抑制でき、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んでいます。

図表Ⅲ-1 松山市人口ビジョンにおける総人口の展望(平成25年推計ベース)



(注1) 破線は、国立社会保障・人口問題研究所の推計手法に準拠した推計値(平成25年推計ベース)

(注2) 実線は、以下を見込んだ場合の松山市独自の推計値

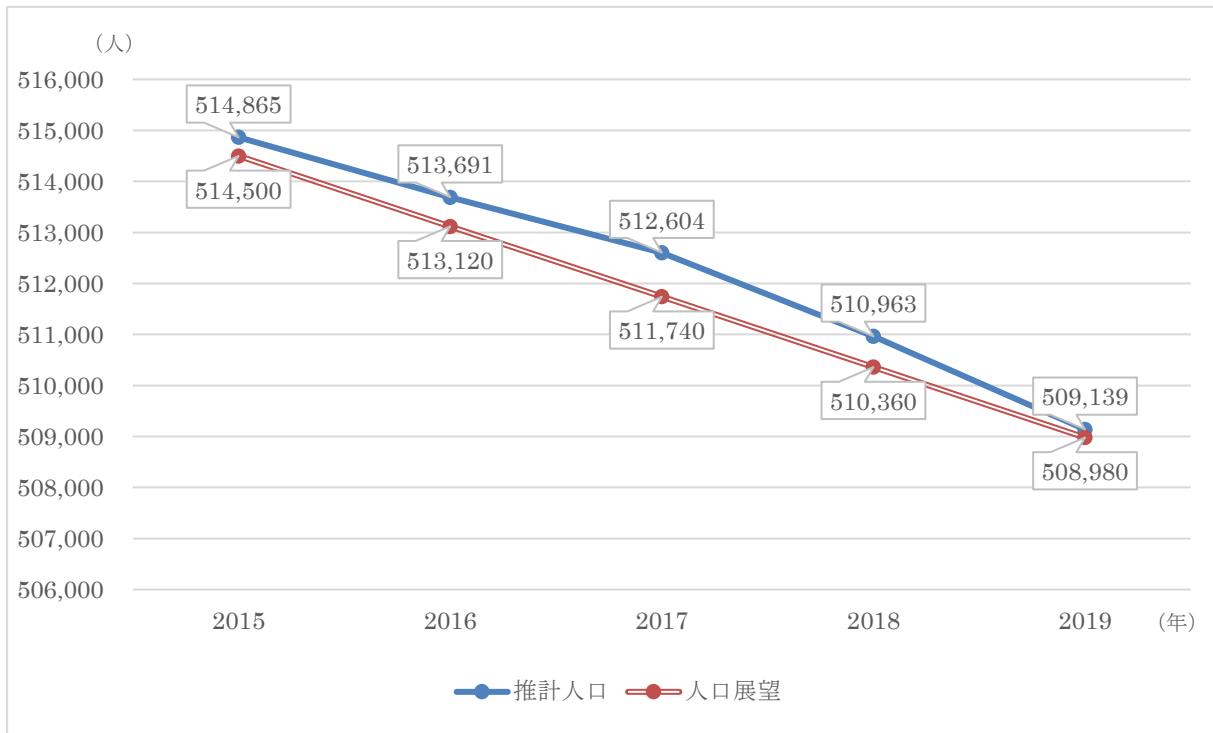
①合計特殊出生率が2030年に1.75程度、2040年以降は2.07程度

②社会増減が2020年以降、均衡以上

第1期総合戦略では、この将来展望の実現に向けて様々な取組を講じてきましたが、晩婚化・晩産化・未婚化が進んでいるなどの社会的要因もあって、合計特殊出生率は平成25年の1.35から平成29年の1.39へと微増にとどまっています。また、東京一極集中の加速により、若者を中心とした転出超過に歯止めがかかっておらず、平成27年から平成30年まで4年間の平均で81人の転出超過となっています。

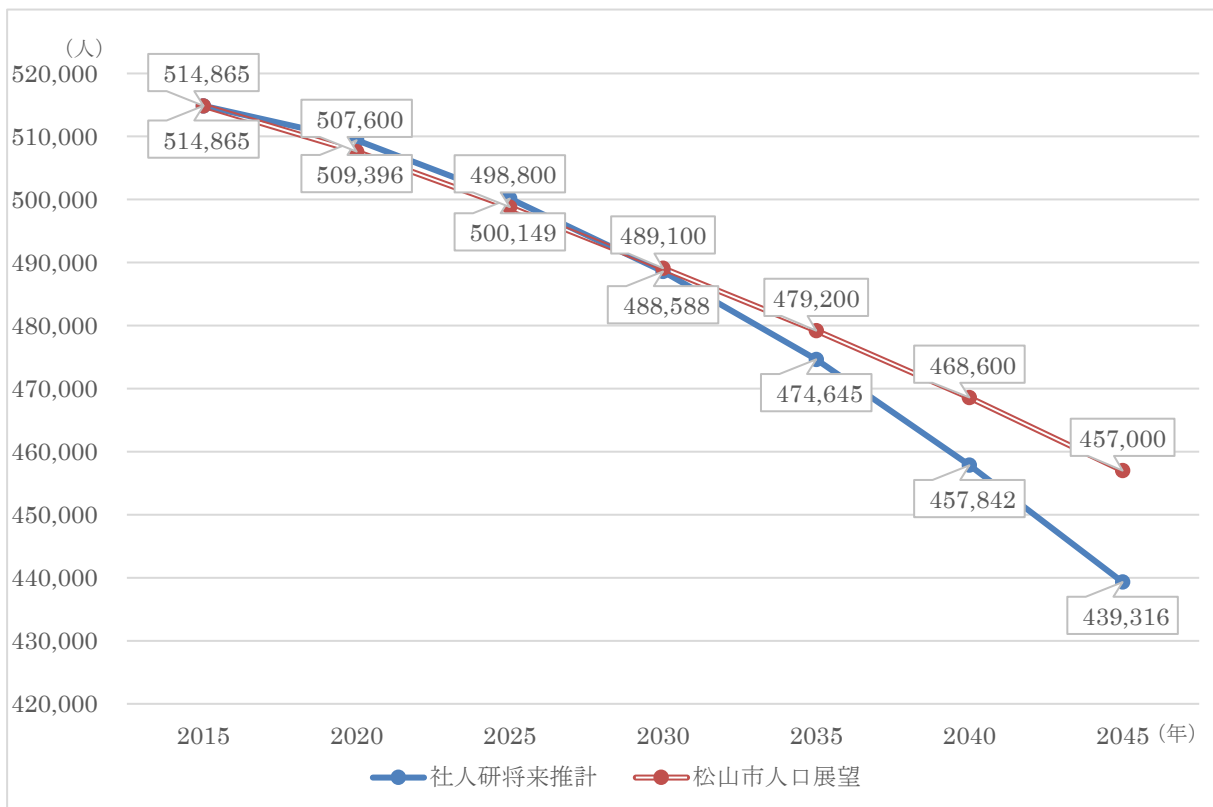
このように、目標に届かない中でも人口展望を上回る人口を維持できていますが、これは長寿命化により、人口減少のペースが予想より遅いことが要因と考えられ、本市の人口減少は、予断を許さない状況にあります。

図表Ⅲ-2 松山市の人口展望と推計人口



(注) 推計人口のうち、2015 年は国勢調査による

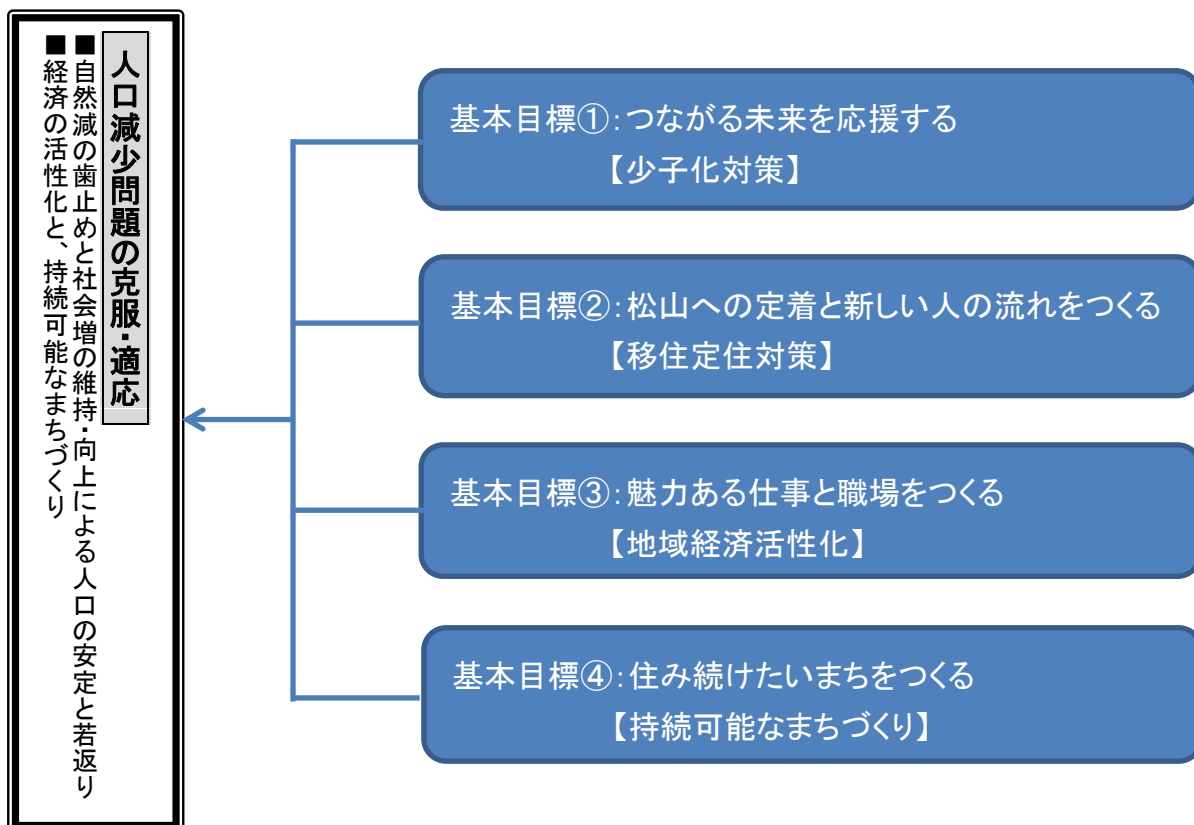
図表Ⅲ-3 国立社会保障・人口問題研究所の将来人口予測と松山市人口展望
(平成 30 年推計ベース)



2. 基本目標

第2期総合戦略では、第1期総合戦略の取組の結果や人口動態等を踏まえ、「少子化対策」、「移住定住対策」、「地域経済活性化」、「持続可能なまちづくり」の4つを基本目標として、各種施策を展開し、人口展望の実現を目指していきます。

－ 4つの基本目標 －



3. 「まつやま人口減少対策推進会議」の役割

平成28年4月1日に「松山市人口減少対策推進条例」を施行。市の責務のほか、民間の役割や民間推進組織の設置等を明記し、官民を挙げて人口減少対策を推進する体制を整えました。そして、条例に基づく民間推進組織として「まつやま人口減少対策推進会議」が組織され、下部組織である「希望出生率実現プロジェクト（少子化対策）」・「まつやま暮らし実現プロジェクト（移住定住対策）」・「企業の生産性アッププロジェクト（地域経済活性化）」の3つの専門部会では、それぞれ調査・研究とセミナー開催等による周知啓発を実施しています。

第2期総合戦略でも、「まつやま人口減少対策推進会議」が本市人口減少対策をけん引する民間組織として、先導的な役割を果たすとともに、専門部会が人口減少対策に資する、より実践的な取組を行うことで、官民協働による地方創生を進めていきます。

IV. 基本目標別の施策一覧

本市の地方創生を推進するために、4つの基本目標のもと、15の政策、41の施策を体系化し、施策ごとに重要業績評価指標（KPI）を設定します。

基本目標	政策	施策
①つなげる未来を応援する （少子化対策）	①ライフデザインの構築	①若者世代の人生設計(ライフデザイン) の構築に向けた支援 ②子育て世帯のためのキャリア支援
	②仕事と生活の調和（ワーク・ライフ・バランス）の実現	①仕事と生活の調和の実現
	③出会いから子育てまで切れ目のない支援の充実	①出会いの場の創出 ②妊娠・出産支援の充実 ③小児医療の充実 ④子育て支援の充実 ⑤子育て世帯の経済的負担軽減 ⑥子育て拠点や居場所づくりの充実
②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定住の促進	①松山を「知る」機会の充実
	②移住の促進	①都市イメージの向上 ②移住相談体制の充実 ③関係人口の拡大 ④移住体験・機会の充実 ⑤移住者の定着支援体制の充実
	③大学等の活性化	①高校・大学等と連携した若者の定着・流入促進
③魅力ある仕事と職場をつくる（地域経済活性化）	①産業の競争力強化（業種横断的取組）	①ICT等の利活用によるビジネス創出や生産性向上 ②各種団体との連携による新たなビジネスの創出・スタートアップの支援 ③中小企業の支援 ④企業のグローバル化支援 ⑤各種データの提供・分析・活用（EBPMの推進）
	②産業の競争力強化（業種別取組）	①持続可能な産業立地の促進 ②戦略的観光振興による域内経済活性化 ③魅力的な農業の成長産業化 ④文化・芸術・スポーツ等の地域資源を活用したビジネス創出
	③良質な雇用の場の創出と人材の育成・確保	①人手不足の解消 ②職業能力向上と多様な就労機会の拡充 ③農業の担い手育成 ④良質な雇用・労働環境の整備 ⑤地域ニーズに対応した人材育成支援
④住み続けたいまちをつくる（持続可能なまちづくり）	①持続可能な社会構築	①SDGsの推進
	②生活の質と都市力の向上	①民間経済の活力創出と都市機能・居住環境の向上 ②安全・安心な暮らしの推進 ③誰もが楽しめるスポーツ・文化の充実 ④健康寿命の延伸 ⑤環境に配慮したまちづくり
	③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	①官と民の既存ストックのマネジメント強化
	④近隣地域との連携による経済・生活圏の形成	①連携中枢都市圏構想の推進
	⑤住民が地域防災の担い手となる環境の確保	①地域防災力の向上
	⑥誰もが活躍できるふるさとづくりの推進	①市民主体・地域特性を生かしたまちづくり ②多文化共生の推進

目指す未来像

～ふるさと松山をなくさないために～

I. つながる未来を応援する（少子化対策）

★若い世代が結婚・出産に大きな夢を持てる

現在、人類の寿命は伸び続けていますが、女性が健やかに子どもを産める年齢はそれほど伸びていません。そんな中でも、若い世代は、結婚・妊娠・出産にまつわる正しい情報や知識に触れることで、自分の希望や幸せを実現するライフデザインを描き、多様な選択肢を持つことができます。

☞リアルなライフデザインを描く／晩婚化・晩産化に歯止めをかける



★社会全体が妊娠・出産を全力で応援している

社会が用意する育児環境や労働環境が、子どもを持つという選択肢をあらゆる方面から全力で応援し歓迎しています。金銭面でも、子どもを預ける場面でも、職場でも、どのシーンを切り取っても、妊娠・出産することに不安はありません。

☞「産まれる」ことへの応援／相談窓口や子育て支援体制の充実



★家事・育児は分担するのがあたりまえ

共働き世帯の増加とともに子育てや働き方が変わり、男女を問わず、家事・育児を適切に分担するのが当たり前の社会に。パートナーの間でも、「ワーク」「ライフ」に加えて「家事」や「子育て」に対するバランスの意識改革が進んでいます。

☞イクメンのロールモデルを横展開／社会的風潮の変化を後押し



★キャリアを断絶させないのが普通のすがた

女性が「寿退社」をするなど出産前後に正規雇用から非正規雇用に移り替わっていたのは、ひとむかし前の話。せっかく積み上げた知識や経験を会社も社会も無駄にしなくなりました。本来キャリアは断絶させるものではなく、続いていくもの。

☞「働く」と「子育て」をスムーズに繋ぐ／企業の子育て応援を推進



Ⅱ. 松山への定着と新しい人の流れをつくる（移住定住対策）

★松山のことをよく知り、ふるさとへの愛着が高い

小さいころから、ふるさとの宝や歴史・文化を知る機会があり、誰もが“ふるさと松山”に愛着と誇りを持ち、「松山らしさ」を大切にして住み続けたいと思っています。仮に進学や就職で松山を離れたとしても、いつかは帰って暮らしたいと思う気持ちで、ふるさととつながっています。

👉 シビックプライドの向上

👉 地元の若者を中心とした松山アンバサダーの育成



★ライフイベント時に選ばれるまち・まつやま

人生における大きな転換点（ライフイベント）は、進学・就職・結婚のときなど様々ありますが、どのタイミングであっても、人生の転機においては、充実した暮らしを求めて松山が選ばれ、たくさんの人が集まってきています。また、松山での暮らしの魅力は SNS 上にあふれ、全国・世界に届いて松山ファンが増えています。

👉 シティプロモーションの推進

👉 関係人口の拡大と移住の促進



★高校や大学と連携した取組による若者の定着

市内の中心部に大学があり、2万人ほどの大学生が生活している松山。大学生だけでなく、高校生にも地域の課題解決や、まちづくり活動への参加が定着し、まち全体に若者の活気が満ち溢れています。卒業後も地域を担う人材として活躍する若者が増え、県外・市外から進学先に松山を選ぶ学生も増えています。

👉 高校・大学の力を活かした地域活性化

👉 出前講座や地域活動を通じた人材育成



Ⅲ. 魅力ある仕事と職場をつくる（地域経済活性化）

★若者が多彩な仕事の選択や創造ができる

多彩な産業があり、自分の価値観にあった仕事を自分の意思で自由に選択できます。また、やりたい仕事を自ら創り出す際には色々応援してくれます。

☞ 成長著しい ICT 等関連産業の誘致

☞ 新設や増設、サテライトオフィスなど様々な立地への支援

☞ 交流イベントやスタートアップ、創業への支援



★自分に合った、自分らしい働き方

フレックスや短時間、オフィスや自宅、専業や副業など、時間や場所などにとらわれない多様な働き方ができます。また、自己実現のための休業や育児、介護休暇などの制度と、それを取得しやすい環境が整い、ライフステージに合った自分らしい働き方ができます。その結果、働く場やビジネスの場として、全国・世界から選ばれるまちになっています。

☞ 企業自らが働き方改革を進める環境づくり

☞ ICT 技術を活用した多様な働き方への支援

☞ 時間に制約がある人でも働ける勤務時間制度への支援



★まちを歩けば国際色豊かに

道後温泉や松山城だけでなく、各商店街や里島・里山など、松山が誇る地域資源を、様々な国から観光客が訪れ、笑顔で松山の風景・文化・食等の魅力を楽しんでいます。

☞ 戦略的なインバウンド対策の推進

☞ 道後温泉本館保存修理工事の有効活用

☞ スポーツツーリズムなど体験型観光メニューの拡充



★先進技術を活かした魅力ある農業を

作業の省力化・効率化、農作物の育成予測等を可能にするスマート農業が導入され、生産性の向上や多角化が進み、安定した所得と幅広い担い手確保により農業が活性化しています。

☞ 「スマート農業」の研究・導入／農業関係人口の拡大

☞ 所得向上に向けた国内外の販路開拓

☞ 就農前から営農定着までの一貫した支援



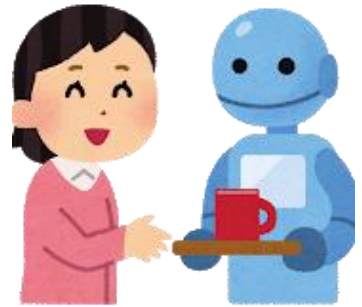
IV. 住み続けたいまちをつくる（持続可能なまちづくり）

★将来に向けて持続可能な社会を構築する

SDGs の考え方が行政や市民・団体・企業等、多様なステークホルダーに浸透し、取組が実践されています。また、AI・IoTなどの未来技術の活用が進み、生活・経済・地域・行政など様々な分野のサービスが向上し、社会問題の解消につながっています。

☞ SDGs の普及促進と官民による実践

☞ Society5.0 の実現に向けた未来技術の導入



★生活の質と都市力を向上させる

未来技術やデータを活かしたまちづくりにより、良質な交通ネットワークや居住環境の整備が進み、都市機能が向上しています。まちなかでは新しい店舗が増えて賑わい、また、人々はスポーツや文化を楽しみ健康で充実した生活を送っています。

☞ 未来技術やデータを活かしたまちづくり

☞ 誰もが楽しめるスポーツ・文化の充実



★近隣地域と連携し、安全・安心なまちをつくる

地震等の災害に備えた上下水道管の耐震化が順次進み、小学生から高齢者まで切れ目のない防災教育も広がっています。また、災害時には近隣市町とも連携し、災害に強いまちづくりが進んでいます。子どもの安全対策も進み、誰もが安全・安心なまちづくりを実感しています。

☞ 全世代に切れ目のない防災教育の展開

☞ 「松山圏域連携中枢都市圏」の充実・深化



★誰もが活躍できる地域社会をつくる

地域の特長を活かした市民主体のまちづくりが広がっています。それぞれの地域では、子どもから大人まで、また、性別、年齢、障がいの有無、国籍を問わず、誰もが自己実現を目指して活躍し、多くの賑わいが生まれています。

☞ 「まちづくり協議会」の充実と若い世代のまちづくりへの参加促進

☞ 外国人が地域住民として活躍できるための支援



【少子化対策】

基本目標①：つなげる未来を応援する

＜基本的方向＞

第1期総合戦略の計画期間である2015年度から2019年度までの5年間で、少子化対策に重点的に取り組んだ結果、子育て環境は、他の自治体に比べても遜色のない高い水準にまで充実してきました。しかしながら、晩婚化・晩産化により、1人の女性が生む子どもの数が減少していることに加え、未婚化が進んでいるといった社会的要因もあって、合計特殊出生率は微増にとどまっています。また、共働き世帯が増えている中、男性の育児参加や企業の労働環境の改善は十分とは言えず、働く女性の「キャリア断絶」への不安も根強く残っています。

そこで、第2期総合戦略では、第1期総合戦略の事業実施結果や民間団体からの提言、有識者の意見などを踏まえ、更なる合計特殊出生率の向上を目指した取組として、引き続き若い世代の生活の安定に向けた支援に取り組むとともに、新たに若い世代が将来に希望を持ち、計画的にかつ自信を持って人生を歩めるよう人生設計（ライフデザイン）の構築に向けた支援を行います。

また、「働き方改革」を深化させ、市民一人ひとりのワーク・ライフ・バランスの実現はもとより、男性の家事・育児参加の推進や女性のキャリアを断絶させない社会環境の構築に取り組むなど、夫婦・企業の意識改革により、育児・労働環境を改善することで、社会全体で子育てを応援する環境の整備を進めていきます。

さらに、将来子どもを望む若者が希望する数の子どもを生み育てることができるよう、結婚・出産にまつわる正確な情報や知識の周知・啓発を行うほか、近年増加している不妊治療を受診される方に対する支援の充実に取り組みます。また、子育てに関する多様な要望に応えるきめ細かな相談・支援体制をさらに充実させていきます。

以上を基礎として、誰一人取り残さないきめ細かな取組を実施することにより、2024年までに合計特殊出生率を1.58とすることを目標とします。また、松山市人口ビジョンに掲げる目標、すなわち2030年に市民希望出生率である1.75、2040年に人口置換水準である2.07に向上させる目標も継続し、息の長い少子化対策を実施します。

【基本目標に対する成果指標】

成果指標	基準値	目標値
合計特殊出生率 ¹	1.39（H29年）	1.58（R6年）

¹ 合計特殊出生率…一人の女性が一生の間に生む子どもの平均数で、15～49歳までの女性の年齢別出生率を合計したもの。

＜施策体系＞

■政策１ ライフデザインの構築（11）

施策１ 若者世代の人生設計（ライフデザイン）の構築に向けた支援（111）

- ① 結婚、就職、子育て等のライフプランニングやキャリア形成のための周知啓発等を通じて、若い世代が人口減少や妊娠・出産に関する知識を習得し、自ら人生設計（ライフデザイン）を構築することのできる機会の創出に取り組みます。（1111）

【数値目標】

重要業績評価指標＜KPI＞（単位）	基準値（H30 年度）	目標値（R6 年度）
ライフデザイン講座受講後のアンケートで、ライフデザインを考える参考になったと答えた受講者の割合（％）	－	90

施策２ 子育て世帯のためのキャリア支援（112）

- ① 就労継続を希望する女性が、結婚・妊娠・出産等を機にキャリアを断絶することがないように、また、そのタイミングを機に正規・非正規転換が起こることのないよう、さらに、その不安を理由とした未婚化や晩産化を防止できるよう様々な取組を行います。（1121）

【数値目標】

重要業績評価指標＜KPI＞（単位）	基準値（H30 年度）	目標値（R6 年度）
本市の支援制度を利用して職場復帰を果たした人数（人）※累計	6	35

■政策２ 仕事と生活の調和（ワーク・ライフ・バランス）の実現（12）

施策１ 仕事と生活の調和の実現（121）

- ① 特定事業主行動計画に基づき、松山市が率先してワーク・ライフ・バランスの実現を目指し、職員の子育て支援に取り組みます。（1211）
- ② 男性の家事・育児参加、女性が働きやすい職場環境の醸成や再就職支援に取り組むとともに、女性の職域拡大や男女ともに仕事と家庭の両立支援を行う企業の認証などによる支援に取り組みます。（1212）
- ③ ワーク・ライフ・バランスや心身の健康など、仕事と生活の調和に関する講座の開催に取り組みます。また、ワーク・ライフ・バランスなどをテーマにした講座を企業や市民グループ等で開催してもらうための支援を行います。（1213）

- ④ くるみん認定企業を含め、子宝率の高い企業、子育て支援やワーク・ライフ・バランスの充実した企業との交流など、大学生が市内企業へ就職する際の支援に取り組みます。(1214)

【数値目標】

重要業績評価指標<KPI> (単位)	基準値 (H30 年度)	目標値 (R6 年度)
ワーク・ライフ・バランス等の講座の開催回数 (回)	77	90

■政策3 出会いから子育てまで切れ目のない支援の充実 (13)

施策1 出会いの場の創出 (131)

- ① 市内中心部だけでなく、松山圏域や島しょ部も対象として、婚活に関するイベントや交流会、ツアーなど独身者を対象とした結婚支援に取り組みます。また、カップル成立後のアフターフォローに努めます。(1311)

【数値目標】

重要業績評価指標<KPI> (単位)	基準値 (H30 年度)	目標値 (R6 年度)
イベントでのカップル成立数 (組) ※累計	73	354

施策2 妊娠・出産支援の充実 (132)

- ① 晩婚化・晩産化や医療技術の進展に伴い、近年ニーズが増加している不妊治療を受診される方への支援や、産婦人科医師の確保のための支援に取り組みます。(1321)
- ② 島しょ部に居住する妊婦の経済的負担軽減のため、妊婦健診等の受診に際して必要となる航路運賃の助成に取り組みます。(1322)
- ③ 子育て世代包括支援センターの運営、産前・産後サポート事業及び産後ケア事業の実施など、妊娠・出産の包括的な支援に取り組みます。また、養育に不安のある妊婦等を早期に発見し、継続した家庭支援に取り組みます。(1323)
- ④ 2人目、3人目やそれ以上の多子など、子育て世帯が希望する子どもの数を実現することができるような環境整備に努めます。(1324)

【数値目標】

重要業績評価指標<KPI> (単位)	基準値 (H30 年度)	目標値 (R6 年度)
不妊治療費助成 (特定不妊治療・一般不妊治療) の申請件数 (件)	630	1,100

施策3 小児医療の充実 (133)

- ① 小児科医師不足を補うための支援など、救急医療に従事する小児科医師確保のための支援に取り組みます。また、夜間や休日の小児救急医療体制を堅持します。(1331)

- ② 幼児健診や予防接種を実施し、子どもの健康の保持及び増進に取り組みます。(1332)

【数値目標】

重要業績評価指標<KPI> (単位)	基準値 (H30 年度)	目標値 (R6 年度)
小児救急医療体制が確保されている時間割合 (%)	100	100

施策 4 子育て支援の充実 (134)

- ① 行政や教育・保育機関だけでなく、地域や企業をはじめ、NPO やボランティア、市民など誰もが主体的に子育ての応援に携わり、子育て家庭を社会全体で支える機運の醸成を図ります。(1341)
- ② 育児の困難さを感じている保護者に、関わり方の助言を行う教室の開催に取り組みます。また、子どもの発達の節目の時期に、心理判定員等が専門的な立場で発達相談を実施します。(1342)
- ③ 育児不安を抱えている保護者への相談支援を通じて、保護者の孤立化を防ぐとともに、子どもの健やかな育ちを支援します。(1343)
- ④ 子どもの読書に関わる事業を通じて、乳幼児と保護者が触れ合える機会を提供し、子育て環境の充実を促進します。(1344)
- ⑤ 通常の保育時間以外に保育する「延長保育」、一時的に保育が必要となった際の「一時預かり」、病気の子どもを家庭で保育できない場合に医療機関で保育する「病児・病後児保育」など、保護者の育児への負担感の軽減や、子育てと就労との両立支援に取り組みます。(1345)
- ⑥ 幼稚園・保育園・小学校・中学校が連携し、いわゆる「小1プロブレム」、「中1ギャップ」を解消し、子育てしやすい環境整備に取り組みます。また、自然豊かな環境の中、様々な体験活動を通して学ばせたいなど保護者の希望に応えるため、全市域選択制による通学の弾力化を実施します。(1346)

【数値目標】

重要業績評価指標<KPI> (単位)	基準値 (H30 年度)	目標値 (R6 年度)
利用者支援事業（保育・幼稚園相談窓口、くーふぁん、すくすくサポート）の利用件数（件）	9,263	18,370

施策 5 子育て世帯の経済的負担軽減 (135)

- ① 子どもの医療費の助成など、子育て世帯の経済的負担の軽減に取り組みます。(1351)
- ② 子育て世帯への住宅確保や、三世帯同居・近居のための支援を行います。また、島しょ部などに居住する子育て世帯の支援に取り組みます。(1352)
- ③ 高齢者が育児のサポートをする取組への支援など、地域や多世代が子育てに協力できる環境整備に取り組みます。(1353)

【数値目標】

重要業績評価指標＜KPI＞（単位）	基準値（H30 年度）	目標値（R6 年度）
愛顔っ子応援券（おむつ券）の交付件数（件）	2, 229	2, 229

施策 6 子育て拠点や居場所づくりの充実（136）

- ① 地域子育て支援拠点について、内容の充実とともに、より効果的な周知啓発に取り組み、多くの方に利用してもらえよう努めます。また、空き家を地域資源と捉えた子どもの居場所づくりを検討します。（1361）
- ② 児童館、公園など、子どもの遊び場等の充実により、子育て家庭の支援に取り組みます。（1362）
- ③ 保育所待機児童の解消を目指して、認定こども園、保育所、地域型保育の保育定員を確保します。（1363）
- ④ 児童クラブが安心して過ごせる生活の場となるよう、クラブ運営の充実や施設整備に取り組みます。（1364）
- ⑤ 放課後子ども教室の内容の充実に取り組むとともに、放課後児童クラブと一体型の取り組みを推進します。（1365）

【数値目標】

重要業績評価指標＜KPI＞（単位）	基準値（H30 年度）	目標値（R6 年度）
児童クラブの入会児童数（人）	5, 344	6, 439

【移住定住対策】

基本目標②：松山への定着と新しい人の流れをつくる

＜基本的方向＞

第1期総合戦略では、本市が移住先として選ばれる都市となるため、各種情報発信やプロモーション活動に取り組み、都市イメージの向上を図りました。その結果、本市プロモーション活動への情報接触人数は大幅に増加し、各メディアへの露出も増え、観光客推定数も2年連続で600万人を超えるなど、一定の成果を挙げています。また、お試し移住施設や空き家バンク、移住体感ツアー等の取組が移住につながるなど、移住者数も増加しています。しかしながら、近年の好景気により、待遇の良い就職先を求めて東京を中心とした都市部へ若者が大量に流出するなど、本市の取組の効果が、加速する東京一極集中のスケールに追い付かないのが実情となっています。

国の報告では、地方の若者が東京を目指す主な要因として、進学・チャレンジ・憧れの3つが多くなっています。その一方で、地元の情報に触れることなく、地元の魅力を知らないまま東京に進学・就職しているという事例が多く、いかに地方の情報や魅力を伝えていくかが重要と示されています。

こうした状況を踏まえ、第2期総合戦略では、松山市が保有する情報発信ツールの役割を整理し、それぞれの特性を活かして、必要な情報を必要な人に届ける効果的な情報発信に取り組みます。こうしたシティプロモーションによる都市イメージの向上と、お試し居住施設や空き家バンク、移住体感ツアーなどの移住促進事業を継続して行います。

また、高校や大学と連携し、若者が松山の魅力や暮らしやすさなどを知り、地域活動に参加し、活性化に貢献する機会を創出します。これにより、誇りや愛着をはぐくみ、地域を担う人材として育成することで、将来の定住やUターンを促進します。

以上を基礎として、移住・定住に向けた取組を実施することにより、第2期総合戦略の始期である令和2年から令和6年の5年間の社会移動数の平均を均衡以上とすることを目標とします。

【基本目標に対する成果指標】

成果指標	基準値	目標値
社会移動数（転入数－転出数）（人）	△343（H30年）	均衡以上（R2年～R6年の平均）

＜施策体系＞

■政策 1 定住の促進（21）

施策 1 松山を「知る」機会の充実（211）

- ① 広報紙やフリーペーパー、ウェブサイトなど、それぞれの情報発信媒体が持つ特長をいかし、松山が持つ数多くの魅力を実感かつタイムリーに届け、より多くの人に知ってもらうことで、シビックプライドを醸成します。（2111）
- ② 児童・生徒のシビックプライドの醸成を図るため、「ふるさと松山学」の活用促進に向けた教職員研修を実施するほか、中学生が地元の偉人や地域の魅力を広報紙で紹介するなど、児童・生徒が地域を学び、地域とつながる機会を創出します。（2112）
- ③ 将来の地域経済を支える人材を育成・確保するため、児童・生徒・学生等が企業等との交流を通じて地元企業を知る機会を創出します。また、ふるさとふれあい塾の開催など、より多くの人が松山を知り、愛着を抱く取組を行います。（2113）
- ④ 若者の進学・就職時の転出の抑制や将来の U ターンを促進するため、松山アンバサダーによる情報発信や、高校生を中心にガイドブック等を使い松山の魅力や暮らしやすさを伝えます。また、松山で働き、暮らしていくことの価値を学ぶライフデザイン教育を学校や企業と連携して行い、若者の定住を促進します。（2114）

【数値目標】

重要業績評価指標＜KPI＞（単位）	基準値（H30 年度）	目標値（R6 年度）
松山アンバサダーによる情報発信件数（件）※累計	—	240

■政策 2 移住の促進（22）

施策 1 都市イメージの向上（221）

- ① ウェブサイトや SNS、フリーペーパー、パンフレットなどの様々な媒体やテレビ・雑誌などのメディアを活用し、松山の魅力や情報を効果的に発信します。（2211）
- ② 首都圏や関西圏の各種イベントなどへの出展のほか、首都圏で活動する松山ゆかりの人や首都圏の自治体、NPO などと連携したプロモーション活動を行い、松山の魅力発信に取り組みます。（2212）

【数値目標】

重要業績評価指標＜KPI＞（単位）	基準値（H30 年度）	目標値（R6 年度）
本市プロモーション活動における情報接触人数（人）	364,000	395,000

施策2 移住相談体制の充実（222）

- ① 松山、東京などに移住相談窓口を設けるとともに、首都圏や関西圏での移住フェアに出展するなど、移住検討者に対して松山暮らしの情報を提供し、相談対応を行います。（2221）
- ② Uターン就職をはじめとする移住希望者の様々なニーズに応えるため、移住に関する団体と発足した「いい、暮らし。まつやま移住支援チーム」や「ふるさと回帰支援センター」、「移住・交流情報ガーデン」、愛媛県などとの連携を密にし、移住相談体制の更なる充実を図ります。（2222）
- ③ 松山での暮らしや市内各地域の特長など、移住希望者が必要とする情報をガイドブックの配布やウェブサイトの運営を通じて、分かりやすく提供します。（2223）

【数値目標】

重要業績評価指標＜KPI＞（単位）	基準値（H30年度）	目標値（R6年度）
移住に関する相談人数（人）※累計	733	3,214

施策3 関係人口の拡大（223）

- ① 県外の同窓会・同郷会組織等との連携のほか、成人式など若者の帰省時といった様々な機会を捉えて松山の暮らしの情報や魅力を伝え、つながりを保っていきます。（2231）
- ② ふるさと納税やクラウドファンディングなど、松山とのつながりをきっかけとした魅力の発信を行います。また、修学旅行や農山漁村ツーリズム、俳句甲子園など、様々な体験や交流の機会を創出・拡大し、松山と多様な形で関わる関係人口の構築に取り組みます。（2232）
- ③ 高校生や大学生などを中心とした若者によるプロジェクトチームを結成し、松山の魅力を発信する「松山アンバサダー」を育成します。あわせて、ポータルサイトなどを制作し、若者同士の情報発信・交換の機会を増やすことで、松山への愛着の醸成やUターンの促進に取り組みます。（2233）

【数値目標】

重要業績評価指標＜KPI＞（単位）	基準値（H30年度）	目標値（R6年度）
Uターンによる転入者数（人）※累計	—	3,600

施策4 移住体験・機会の充実（224）

- ① 本市島しょ部でのお試し移住を継続・推進するとともに、市内の未利用施設や空き家バンクの登録物件など、他の既存ストックも活用した移住体験・機会の創出を検討します。（2241）
- ② 移住体感ツアーや市外在住の独身女性が参加する婚活ツアーを開催するなど、松山への移住のきっかけとなる各種取組を実施します。（2242）
- ③ 地域おこし協力隊制度を活用し、地域の実情や住民の要望に応じた課題の解決や地域の活性化を図るとともに、任期終了後の定住に取り組みます。（2243）

【数値目標】

重要業績評価指標＜KPI＞（単位）	基準値（H30 年度）	目標値（R6 年度）
定住促進施設の利用後に定住した世帯数（世帯）※累計	2	13
移住ツアー等に参加して移住した世帯数（世帯）※累計	2	14

施策 5 移住者の定着支援体制の充実（225）

- ① 起業や再就職など、移住者のニーズに沿った就労等が可能となるよう各種支援を行います。また、新規就農などを希望する移住者の就農と営農の定着に向けて、窓口での相談など各種支援を行います。（2251）
- ② 島しょ部・三津浜地区の空き家の情報を発信し、活用を図るとともに、移住者の住宅のリフォームに対して補助するなど、移住者の住まいの確保を支援します。（2252）
- ③ 移住者が移住後に不安のない生活が送れるよう、公民館などが中心となって移住者交流会を定期的を開催するなど、地域が支援する機会を創出します。また、子育て関連施設でもウェルカムパーティーを開催するなど子育て世帯等を応援します。（2253）

【数値目標】

重要業績評価指標＜KPI＞（単位）	基準値（H30 年度）	目標値（R6 年度）
空き家バンクを活用した県外移住者数（人）※累計	6	24

■政策 3 大学等の活性化（23）

施策 1 高校・大学等と連携した若者の定着・流入促進（231）

- ① 高校と連携し、地域社会の課題解決に向けた学習や地域活動などの実践を通じて、地域への関心や愛着を養い、若者の定着の促進に取り組みます。（2311）
- ② 大学・専門学校等との連携により、オープンキャンパスなどを通じて若者の定着と流入促進を図ります。また、多様な人材の確保・集積に向け、進学先の選択肢として新たな学部・学科等の設置を検討します。（2312）
- ③ 大学と連携し、インターンシップの受入や地域活動への参加、公開講座の開催などを通じ、地域社会を担う人材の育成に努めます。また、市内の魅力ある企業を中心に合同説明会を実施し、松山の企業の認知度を上げ、就職時の選択に加えることで、若者の定着を図ります。（2313）

【数値目標】

重要業績評価指標＜KPI＞（単位）	基準値（H30 年度）	目標値（R6 年度）
地元大学との連携事業数（件）※累計	87	618

【地域経済活性化】

基本目標③：魅力ある仕事と職場をつくる

＜基本的方向＞

人口減少や少子高齢化の進行に加え、多くの若者が希望する業種や待遇の良い就職先を求めて東京等の大都市へ流出していることから、本市でも人手不足が深刻化しつつあります。そうした中、若者が希望する雇用の場の確保・創出は、若者定住の核となるものであり、UIJ ターンの推進や結婚、出生率の向上をしっかりと下支えする根幹の部分でもあります。

若者の雇用を確保するために、成長が見込める ICT 等関連産業をはじめとする企業誘致やスタートアップ支援に加え、若者への地元企業の周知を強化することで、若者が自分の価値観にあった仕事を自分の意思で選択できる環境を整えます。また、人手不足への対応として、ICT の導入促進による企業の生産性の向上や兼業・副業、在宅就労といった多様な働き方の創出、外国人材の活用などを進めていきます。

本市のリーディング産業の一つである観光業では、観光客推定数が平成 29 年・平成 30 年と 2 年連続で 600 万人を達成しています。そこで、引き続き、国内外からの誘客を図るため、道後温泉本館保存修理工事を「見せる工事」として観光資源化するほか、松山城などの地域資源や市内各地に根付いた地域文化、歴史等を活用し、市内の回遊性を高めます。また、急増するインバウンドの受入環境等の整備を進め、本市を訪れる外国人観光客の増加を図ります。

農業では、担い手の高齢化が進んでいることから、就農前から営農定着までの一貫した支援、収益性の高い製品の販路開拓・拡大等による所得向上に取り組みます。また、スマート農業の研究・導入による省力化・効率化など、若い世代をはじめとした幅広い担い手の確保策を進め、農業の成長産業化を図ります。

以上を基礎として、多様化の時代に即した魅力ある仕事と職場をつくることにより、第 2 期総合戦略の目標値である市内総生産 1.6 兆円を維持するとともに、観光客推定消費額 828 億円への増加を目指します。

【基本目標に対する成果指標】

成果指標	基準値	目標値
市内総生産（兆円）	1.6（H28 年度）	1.6（R4 年度）
観光客推定消費額（億円）	788（H30 年）	828（R6 年）

＜施策体系＞

■政策 1 産業の競争力強化（業種横断的取組）（31）

施策 1 ICT 等の利活用によるビジネス創出や生産性向上（311）

- ① 企業や金融機関等とのコラボレーションにより、RPAをはじめとした IT ツールの活用を促進し、市内企業等の生産性の向上に取り組みます。また、キャッシュレス決済の導入を促進し、小売業の競争力の強化を図ります。（3111）
- ② AI・RPA 等先端技術を業務に導入することで、業務効率化を図り、職員の働き方改革の推進や市民サービスの向上を目指します。また、公務の効率化や生産性の向上のため、観光データ等を効率的に集める方法の導入を進めます。（3112）
- ③ 育児や介護等で在宅就労を希望する方の雇用創出を図るとともに、企業の生産性を高めるため、IT 関連インフラの整った本市の強みを活かしたテレワーク業務の安定と拡大を目指します。（3113）
- ④ データの整理と抽出・加工のルールづくりを行い、本市が保有する公共データを誰もが自由に利活用できる状態で公開するオープンデータの取組を推進します。また、複数自治体によるデータカタログサイトの共同利用など、多角的な観点から環境整備に取り組むことで、より一層データの利活用を進め、様々な分野での新たなビジネスやサービスの創出を促進します。（3114）

【数値目標】

重要業績評価指標＜KPI＞（単位）	基準値（H30 年度）	目標値（R6 年度）
RPA 指定企業数（企業）※累計	—	36

施策 2 各種団体との連携による新たなビジネスの創出・スタートアップの支援（312）

- ① 市内企業・大学・金融機関・経済団体等と連携しながら、スタートアップイベントなど地域の起業機運の醸成や異業種間コラボレーションにつながるような取組を促進します。（3121）
- ② デュアルワーカーや起業家等の取組を支援するため、コワーキングスペースやシェアオフィスなどの利用者や交流イベントを支援します。（3122）
- ③ 機能を整える「中小企業支援拠点」を中心に、商工会議所や地域金融機関等と連携したワンストップ相談窓口設置やセミナー、アフターフォローの支援のほか、資金融資・利子補給補助など、創業者のチャレンジを支援します。（3123）
- ④ 空き家を地域資源と捉えた起業支援を検討するとともに、創業のための融資制度で支援します。また、三津浜地区にある古民家や空き家を活用し、新規出店を促進します。（3124）

【数値目標】

重要業績評価指標<KPI> (単位)	基準値 (H30 年度)	目標値 (R6 年度)
市の支援制度や関係機関との連携事業により創業した 中小企業事業所数 (事業所) ※累計	614	1,550

施策3 中小企業の支援 (313)

- ① 「中小企業振興計画」に基づき、創業・経営基盤の強化や人材育成、多様な働き方の実現、事業承継など、効果的な中小企業への支援策に取り組みます。(3131)
- ② 松山圏域の中小企業の稼ぐ力を強化するため、地方金融機関等の関係機関と連携し、首都圏を含む県外の手流通業のバイヤーとの商談会を実施するなど、戦略的な販路開拓を支援します。(3132)
- ③ 経済団体や金融機関、NPO等で構成される「中小企業振興円卓会議」が主体となつて行う、本市の中小企業振興施策に対する評価や意見・提案、地域の課題解決に向けた調査・検証や支援などの自立的、継続的な活動を支援します。(3133)

【数値目標】

重要業績評価指標<KPI> (単位)	基準値 (H30 年度)	目標値 (R6 年度)
松山圏域中小企業販路開拓市での商談件数 (件) ※累計	1,199	3,000

施策4 企業のグローバル化支援 (314)

- ① 縮小する国内市場を補完する需要を創造するため、台湾など、海外との取引や進出等に意欲のある企業を支援します。(3141)
- ② 海外の優秀な学生が市内企業で就業体験を行うことにより、外国人を受け入れる企業風土の育成や社員のマネジメント能力の向上などに役立てるほか、将来の戦略人材としての雇用機会や海外展開の足掛かりにつなげます。(3142)

【数値目標】

重要業績評価指標<KPI> (単位)	基準値 (H30 年度)	目標値 (R6 年度)
台湾企業との商談件数 (件) ※累計	—	60

施策5 各種データの提供・分析・活用 (EBPM²の推進) (315)

- ① 持続可能な地域経済を確立するため、根拠となるデータの収集・拡充を図り、質の高い政策を立案できる環境を整えます。また、産業連関表や地域経済分析システム (RESAS) などを活用して、地域経済のヒト・モノ・カネの流れを客観的に分析・評価することで、戦略的な産業振興策を推進します。(3151)

² EBPM とは、Evidence-Based Policy Making (証拠に基づく政策立案) の略称。政策立案の際に、政策目的とその手段との関係を統計等のデータ (エビデンス) を用いて分析・チェックし、政策の妥当な実施と次の段階に向けた改善を継続的に可能にするための手法です。

- ② 中小企業の景気動向の実態を把握し、事業者等に地元経済の情報提供を行うとともに、それを活用した中小企業支援策の立案に取り組みます。(3152)
- ③ 急増するインバウンドの状況を、観光統計など様々なデータで分析することで、多分野にまたがるインバウンド関連取組の方向性を整理し、効率的な対策の立案に取り組みます。(3153)

【数値目標】

重要業績評価指標＜KPI＞（単位）	基準値（H30 年度）	目標値（R6 年度）
松山観光 WEB サイト閲覧数（PV：ページビュー）	1, 176, 123	1, 746, 000

■政策 2 産業の競争力強化（業種別取組）（32）

施策 1 持続可能な産業立地の促進（321）

- ① 成長著しい ICT 関連企業等の情報通信関連産業や雇用吸収力の高い事務センターの誘致・集積を図るため、新設・増設・サテライトオフィス設置に伴う設備投資などへの支援のほか、企業ニーズに合致したオフィスビルなどの建設投資を促す取組を推進します。(3211)
- ② 稼ぐ力のある産業の立地や外国企業の誘致促進を図るため、企業ニーズに応じた支援メニューの確立や、大学等との連携による人材の育成・確保の取組に加え、企業の立地をワンストップでサポートするなど、企業誘致のチャンスを逃さない体制の整備を図り、トップセールスの推進及び宣伝・営業活動の強化に取り組みます。(3212)
- ③ 民間による中心市街地の賑わいづくりを支援し、現代の需要にあった商業床やオフィス床等を創出するとともに、企業誘致や空き店舗対策等を積極的に行い、中心市街地への来街者の増加を図ります。(3213)
- ④ 市内企業の増設移転や県外企業の投資意欲に応えるため、市域や圏域での商工業等の立地促進に向けた環境整備に努めます。また、民間による中心市街地の再開発を支援し、現在の需要にあった商業機能や都心居住機能等の創出を図ります。(3214)

【数値目標】

重要業績評価指標＜KPI＞（単位）	基準値（H30 年度）	目標値（R6 年度）
新規立地及び増設をした指定企業数（企業）※累計	97	127

施策 2 戦略的観光振興による域内経済活性化（322）

- ① 外国人観光客の動向等に応じた戦略的なインバウンド対策（利便性の向上、受入環境の整備、魅力あるコンテンツの開発・改良、マーケティング、情報発信・外国クルーズ船の誘致・受入等）を行い、外国人観光客の満足度の向上や、交流人口の拡大・滞在時間の延長・再訪率の向上等を図り、松山への更なる誘客を促進します。あわせて、商店街等でのインバウンド消費の取込みを図ります。(3221)

- ② 修学旅行の誘致や国内外の観光客増加に向け、松山城や坂の上の雲ミュージアム、子規記念博物館などの観光文化施設、俳句を中心とした短詩系文学やことばのちからなどの文化資源、正岡子規や秋山兄弟、三津浜焼きといったご当地グルメなどの地域資源など、あらゆるジャンルの観光資源の更なる有効活用を検討するとともに、地元が潤う仕組みの体験型観光メニューや商品企画の研究を行います。(3222)
- ③ 全国的にも数少ない入浴できる重要文化財である道後温泉本館をしっかりと次代に引き継ぐため、保存修理工事を着実に推進するとともに、工事中は、話題性のある観光地としての認知度の向上と「営業しながらの工事」という希少性を活かした本館の観光資源化による誘客策を引き続き推進します。また、工事後を見据え、「本館」だけでなく、地区内に点在する歴史的観光資源の情報発信や魅力的な歩行環境の整備等、道後温泉地区全体の新たな魅力向上による観光まちづくりに、官民が連携して取り組みます。(3223)
- ④ 瀬戸内・松山ツーリズム推進会議を中心として創造・定着させてきた新たな瀬戸内海でのツーリズムに、新たに、国内及び国外の観光客の動向を分析したうえで、機動的・効果的にターゲットを絞り込むほか、これまでに培った他自治体や民間企業との連携をさらに深めるとともに、各 DMO との連携も視野に入れるなど、瀬戸内・松山への更なる誘客を促進します。(3224)
- ⑤ 国内外の観光客の利便性と快適性を確保するため、整備済の公衆無線 LAN 環境を維持・管理するとともに、利用状況等を把握しながら新たな公衆無線 LAN 設置に対応します。(3225)

【数値目標】

重要業績評価指標＜KPI＞（単位）	基準値（H30 年度）	目標値（R6 年度）
外国人観光客数（万人）	21.7	31.0

施策 3 魅力的な農業の成長産業化（323）

- ① AI や IoT 技術等を活用したスマート農業の研究・導入を積極的に行うことで、若い世代が就農したくなるような魅力ある次世代型農業を目指します。また、TPP 対策として「グローバル GAP³」の取得推進など食品安全規制の課題解決に取り組むとともに、高品質で安全な農産物の海外での販路開拓や 6 次産業化を促進します。(3231)
- ② かんきつ有望品種の更なる高品質化と安定生産・反収増につながる支援のほか、地域特産品を発掘し安定生産、市場供給できるよう生産支援を行うなど、競争力を強化し、持続可能で他産地に負けない強い農業を構築します。(3232)

³ グローバル GAP とは、Global Good Agricultural Practices（国際的に適正な農業の実践）の略称。食品安全・労働環境・環境保全に配慮した「持続的な生産活動」を実践する農業者に与えられる世界共通のブランド認証です。

- ③ 「まつやま農林水産物ブランド」をはじめとする製品について、市場関係者へのトップセールスや消費者向けのプロモーションを積極的に行うほか、その他の製品のブランド化や商品開発の支援などに取り組みます。これにより、新たな販路の開拓や消費の拡大につなげ、担い手の誘引と生産者の意欲を促進し、生産者の所得向上を目指します。また、松山圏域の市町と連携し、生産者団体や小売業者等との協働によって6次産業化や地産地消を推進しながら、圏域全体の農林水産業の活性化に取り組みます。(3233)
- ④ 農業経営基盤強化促進法に基づく認定農業者制度を活用した経営基盤の整備など、関係機関と連携して法人の農業参入につなげます。また、認定農業者の資格を持つ法人に対して、経営・生産基盤の整備を支援し、収益確保を促します。(3234)
- ⑤ 有害鳥獣捕獲許可に基づく捕獲の実施や、防護施設整備に対する支援、愛媛大学と連携した集落主体の被害防止活動の推進・横展開など、広域的な視点で行政・地域・関係機関が一体となって総合的な鳥獣被害防止対策に取り組みます。(3235)

【数値目標】

重要業績評価指標<KPI> (単位)	基準値 (H30 年度)	目標値 (R6 年度)
認定農業者である法人数 (法人) ※累計	42	53

施策4 文化・芸術・スポーツ等の地域資源を活用したビジネス創出 (324)

- ① 「松山市文化芸術振興計画」に基づき、文化ビジネスの創出など、文化芸術の活用による地域経済活性化策を検討します。(3241)
- ② 東京オリンピック・パラリンピックなど世界大会の開催を契機とした海外チームの事前合宿誘致に取り組むほか、地元プロスポーツチームへの誘客支援を継続して行います。また、坊っちゃんスタジアムをはじめとするスポーツ関連施設の充実を図り、地域住民の来場機会の増加や施設の充実による新たな大会・合宿誘致に取り組みます。(3242)

【数値目標】

重要業績評価指標<KPI> (単位)	基準値 (H30 年度)	目標値 (R6 年度)
松山市スポーツ大会・合宿等開催助成金を交付した大会・合宿開催件数 (件)	40	45

■政策3 良質な雇用の場の創出と人材の育成・確保 (33)

施策1 人手不足の解消 (331)

- ① 企業や商工会議所等とコラボレーションし、働き方改革を目的とした市内企業や経営者、従業員向けセミナーの開催のほか、チャレンジする企業の支援を行い、企業等が自ら働き方改革を進める環境づくりを行います。(3311)

- ② 人手不足に悩む市内中小企業に対し、外国人材の活用に向けた受入環境の整備など必要な支援を行います。(3312)
- ③ 人手不足の解消と関係人口の増加を目指し、市内の中小企業と都市部人材のマッチングを支援します。(3313)
- ④ 女性や高齢者など時間に制約がある働き手を確保するため、短時間勤務の創出支援を行います。(3314)
- ⑤ 育休取得者の代替要員の確保や育休取得者の現職復帰を支援することで、育休を取得しやすい環境づくりを支援します。(3315)

【数値目標】

重要業績評価指標＜KPI＞（単位）	基準値（H30年度）	目標値（R6年度）
外国人受入企業支援数（件）	—	50

施策2 職業能力向上と多様な就労機会の拡充（332）

- ① 起業やテレワークなど、希望に応じた多様な働き方ができるように支援します。(3321)
- ② 就業機会の拡充を図るため、正社員化に向けた職業訓練奨励金や就労資格の取得助成などによる支援を行います。(3322)
- ③ 働く女性、働きたい女性を応援するため、求職者・潜在的求職者の再就職に向けたセミナーの開催のほか、起業に興味がある女性に対する支援など、女性の働き方の多様性を高める取組を推進します。(3323)
- ④ 「松山市男女共同参画推進センター」が核となり、女性の活躍推進に積極的に取り組むことを宣言し認証を受けた企業に対し、関係団体と連携してサポートを行います。(3324)
- ⑤ 高齢者の希望に応じた臨時的かつ短期的な就業の機会を確保し、組織的に提供することにより高齢者の能力の積極的な活用を図ります。(3325)
- ⑥ 「障害者の雇用の促進等に関する法律」の趣旨に基づき、計画的に採用試験を実施し、障がい者の特性に応じた適正な配置に努めるとともに、障がいのある方々に対する就労機会の創出を図るため、福祉団体等に対し支援を行います。(3326)

【数値目標】

重要業績評価指標＜KPI＞（単位）	基準値（H30年度）	目標値（R6年度）
テレワーカーとして育成された人数（人）※累計	642	784

施策3 農業の担い手育成（333）

- ① 新規就農希望者や農業初心者などに対して、本市農業の魅力を知り、農業に関する知識を習得してもらうための機会をつくります。また、農業指導センターの取組と県、農業委員会、農協等の関係機関との連携により、就農前の研修から就農後の定着まで一貫した支援を行うことで農業特有の参入障壁を取り除き、農業への新規参入と確実な営農定着を図り、幅広い担い手の確保を推進します。(3331)

- ② 認定農業者等担い手の組織活動に対する支援を通じて、担い手相互の技術・経営知識を高めることに加え、生産技術の向上のための実地指導などにより、経営を確実に安定化させ、地域農業を維持発展させる取組を推進します。また、関係機関と連携し、農地の貸借等経営基盤のほか、農業用機械、施設等生産基盤の整備に対して支援します。(3332)

【数値目標】

重要業績評価指標<KPI> (単位)	基準値 (H30 年度)	目標値 (R6 年度)
県調査による松山市の新規就農者数 (人) ※累計	—	120

施策 4 良質な雇用・労働環境の整備 (334)

- ① 若年労働者の定着を図るため、企業と労働者それぞれに対する支援を行い、若年者層の早期離職や特定分野での求人・求職のミスマッチ等の解消に努めます。(3341)
- ② 単独での実施が困難な中小企業等の福利厚生を確保するため、「勤労者福祉サービスセンター」が共同で取り組む互助制度を運用するとともに、ワーク・ライフ・バランスの観点を含めた機能の充実を推進します。(3342)
- ③ 従業員一人ひとりが、それぞれ望む仕事と生活の調和を実現できるような環境づくりを進めるなど、ワーク・ライフ・バランスを推進する企業への支援に取り組みます。(3343)

【数値目標】

重要業績評価指標<KPI> (単位)	基準値 (H30 年度)	目標値 (R6 年度)
未・来 Job まつやま利用者のうち就職者数 (人) ※累計	48	354

施策 5 地域ニーズに対応した人材育成支援 (335)

- ① 小・中学生が地域の産業を具体的に学び地元で働く魅力を実感できるよう職場体験学習を行い、将来地元企業で就職したいと思う子どもたちの育成につながるよう取り組みます。(3351)
- ② 地元大学等との連携により、新規学卒者や本市への就職を希望する学生、留学生など、地元産業を支える多様な人材の育成や確保に努めます。(3352)

【数値目標】

重要業績評価指標<KPI> (単位)	基準値 (H30 年度)	目標値 (R6 年度)
健全な職業観・勤労観に関する講座開催回数 (回) ※累計	59	149

【持続可能なまちづくり】

基本目標④：住み続けたいまちをつくる

＜基本的方向＞

人口減少が一定進むことが避けられない中、少子化対策、移住定住対策、地域経済活性化の取組を支え、「選ばれるまち」となるため、ハード・ソフトの両面で魅力あるまちづくりを進めています。

都市環境面では、立地適正化計画や地域公共交通網形成計画を策定するとともに、中心市街地での再開発計画や外環状線の整備も進展しつつあります。引き続き、都市機能の充実と交通ネットワークの形成に取り組むとともに、中心市街地への企業立地等や商店街との連携により、まちなかの賑わいづくりを進めていきます。

平成30年7月の西日本豪雨災害をはじめ、近年の気候変動により、大規模自然災害が発生し、また、今後30年以内に南海トラフ地震が発生する可能性が70%～80%と予想される中、災害に強いまちづくりが求められています。松山市は、多様な防災教育により、全国最多の防災士を誇り、また、自主防災組織をはじめ、民間との連携強化を図っており、引き続き、地域防災力の向上に取り組んでいきます。

『坂の上の雲』のまちづくりをはじめ、地域住民やNPO等による各種補助制度を活用したまちづくり活動も盛んに行われています。今後は、こうした民間の主体的な取組とも連携を強化し、協働を進めることで、「選ばれるまち」「住み続けたいまち」になるよう取り組んでいきます。

以上を基礎として、持続可能なまちづくりを進めることにより、「中央商店街への来街者数」を令和6年度に107,120人、「今後も松山市に住み続けたいと思う市民の割合」を令和6年度に88.5%とすることを目標とします。

【基本目標に対する成果指標】

成果指標	基準値	目標値
中央商店街への来街者数（人）	105,620（H30年度）	107,120（R6年度）
今後も松山市に住み続けたいと思う市民の割合（％）	86.0（H30年度）	88.5（R6年度）

<施策体系>

■政策 1 持続可能な社会構築（41）

施策 1 SDGs⁴の推進（411）

- ① SDGs の考え方を市の施策に積極的に取り入れるとともに、市民や団体、企業など、多様なステークホルダーへの浸透を図り、地域が一体となって SDGs を推進します。（4111）
- ② Society5.0⁵の実現に向け、A I ・ I o T などの先進技術の利活用を推進し、行政課題の解決や地域の発展を目指します。（4112）

【数値目標】

重要業績評価指標<KPI>（単位）	基準値（H30 年度）	目標値（R6 年度）
SDGs の市民認知度（％）	5.4	15.0

■政策 2 生活の質と都市力の向上（42）

施策 1 民間経済の活力創出と都市機能・居住環境の向上（421）

- ① 「コンパクトシティ・プラス・ネットワーク」、「歩いて暮らせるまちづくり」の実現に向けて、未来技術やデータをまちづくりに活用し、都市機能の向上に取り組むとともに、持続可能な都市構造への転換を図ります。また、低未利用地を活用した居住促進・賑わいの創出に取り組みます。（4211）
- ② 民間による中心市街地の賑わいづくりを支援し、新たな商業スペースやオフィスなどの創出による都市機能の更新を目指すとともに、企業誘致や空き店舗対策等を積極的に行い、中心市街地への来街者の増加を図ります。（4212）
- ③ 地域の価値を高め、地域内消費や民間投資を喚起するため、民間が主体となるエリアマネジメント活動の推進に取り組みます。（4213）
- ④ 公共交通や自転車の利用促進とあわせ、多様な交通手段を賢く利用するモビリティマネジメント等を推進するとともに、公共交通の不便な地域で、地域が主体になるデマンド交通等の運用支援に取り組みます。また、市内の渋滞緩和による交通事故の削減など、安全性の向上を図ります。（4214）
- ⑤ 松山外環状道路の整備により、市内中心部の渋滞緩和や交通拠点間のアクセス向上に加え、物流の効率化による民間投資の誘発促進など、松山圏域の交流ネットワークの強化を図ります。（4215）

⁴ SDGs とは、2015 年 9 月の国連サミットにおいて採択された「Sustainable Development Goals（持続可能な開発目標）」の略称。2030 年を年限として、貧困や不平等をなくし、環境や経済にも配慮した持続可能な社会を目指す 17 の国際目標。

⁵ Society5.0 とは、IoT、ロボット、AI 等の先端技術をあらゆる産業や社会生活に取り入れ、格差なく、多様なニーズにきめ細かに対応したモノやサービスを提供することで、経済発展と社会的課題の解決を両立する人間中心の社会。

- ⑥ 中枢中核都市として、近隣市町を含めた圏域全体の経済、生活を支え、圏域から東京圏への人口流出を抑止する機能を発揮できるよう、各種支援策の活用を検討し、都市力の向上に努めます。(4216)

【数値目標】

重要業績評価指標<KPI> (単位)	基準値 (H30 年度)	目標値 (R6 年度)
市街地再開発事業等の施行地区数 (地区) ※累計	—	2
路面電車の 1 日あたり利用者数 (人)	19,802	19,800

施策 2 安全・安心な暮らしの推進 (422)

- ① 社会保障関係費や公共施設の老朽更新などの財政需要の増加が見込まれる中で、「健全な財政運営へのガイドライン」などに基づき財政の健全性を確保し、持続可能な財政運営に努めます。また、公営企業では、経営戦略等（財務分析、財源計画）の進捗管理を行い、経営基盤の強化と財政マネジメントの向上に取り組み、持続可能な事業経営を目指します。(4221)
- ② 全庁的な防災・危機管理体制の不断の見直しを行うとともに、災害時の避難場所の整備や備蓄物資、必要な資機材の整備を進めます。また、災害時の道路遮断の防止や電力・通信網の切断被害の軽減など、都市災害の防止のため、関係機関との協議の上で計画的に無電柱化を進めます。(4222)
- ③ 地震等の災害に備え、水道事業では主要な水道管である基幹管路の耐震化を進めます。さらに、救急医療機関や指定避難所になる小中学校など重要施設への給水ルートを確保するため、計画的に水道管の耐震化を進めます。また、下水道事業では平常時から机上型訓練を実施し、被災時に十分機能する体制を強化するとともに、施設の耐震化及び災害用トイレの設置を行います。さらに、大きな浸水被害等が想定される箇所に対し、重点的な対策を計画的に進めます。(4223)
- ④ 旧耐震基準(昭和 56 年以前)の木造住宅の耐震診断及び耐震補強工事の補助事業を実施し、安全・安心な住宅環境を促進します。(4224)
- ⑤ 「節水を徹底するとともに、水資源の有効利用や保全に努め、それでも必要とする水量について新たな水資源を確保する」というスタンスを堅持しつつ、節水型都市づくりを計画的に推進します。(4225)
- ⑥ 交通安全の推進を生涯の教育と捉え、子どもから高齢者を対象に年齢に応じた交通安全教育に取り組みます。また、通学路の安全対策として策定されている「松山市通学路交通安全プログラム」に基づき、危険箇所への対策を通して、子供たちの安全確保・通学路の安全性向上を図るとともに、高齢者、障がい者をはじめ、誰もが安心して歩けるよう、歩行空間の整備に取り組みます。(4226)

- ⑦ 安心して子育てができるよう、MAC ネット CSC（松山市青少年育成市民会議の情報配信システム）によって、不審者や災害に関する安心安全情報や子育て情報等を配信します。また、スマートフォンアプリでは、現在位置から最寄りの病院・交番等の表示や災害時等に自分の位置情報を家族等へ通知する機能により、更なる安心・安全なまちづくりを目指します。（4227）
- ⑧ 児童会や生徒会を中心に、子どもたちのいじめに対する認識を深め、なくそうとする態度を養うことで、いじめをなくす機運を松山全体に広げます。また、いのちの大切さを理解し、児童生徒がいじめや悩み等を話す窓口を身近に配置し、学校や地域で「いのち」を守る体制を構築することで、安全・安心な暮らしの推進に取り組みます。（4228）

【数値目標】

重要業績評価指標＜KPI＞（単位）	基準値（H30 年度）	目標値（R6 年度）
実質赤字比率	黒字の確保	黒字の確保
連結実質赤字比率	黒字の確保	黒字の確保
実質公債費比率（％）	7.5	10％未満
将来負担比率（％）	58.2	100％未満
重要施設への給水ルートの耐震化状況（箇所）※累計	20	35
耐震補強工事の補助件数（件）※累計	500	1,100
歩道整備延長（m）※累計	3,632	4,362

施策3 誰もが楽しめるスポーツ・文化の充実（423）

- ① スポーツを通じて、市民の健康維持・増進や地域相互の親睦・交流等を深めるため、市民体育祭や松山市長旗杯大会等の開催を支援します。また、年齢や体力に応じて、健康の維持・増進につながる運動やスポーツをする機会を提供します。（4231）
- ② 文化的土壌が豊かなまちという強みを生かし、「ことばを大切にするまち松山」の更なる魅力発信に取り組むとともに、「松山市文化芸術振興計画」の将来ビジョン「市民全員が“まつやま文化人”」を目指した事業展開により、地域の活性化を図ります。（4232）

【数値目標】

重要業績評価指標＜KPI＞（単位）	基準値（H30 年度）	目標値（R6 年度）
公民館対抗スポーツ大会の参加者数（人）	2,600	2,600

施策4 健康寿命の延伸（424）

- ① 生活習慣病の予防に重点を置き、乳幼児期から高齢期までライフステージに合わせた健康づくりに取り組むとともに、各地域で自主的に行われている健康づくり活動を支援します。また、個人の健康づくり活動を支援する人材を育成するほか、関係機関や事業者、団体等と連携して、市民の健康づくり活動を支援します。（4241）

- ② 高齢者の外出機会の創出や社会参加の促進に取り組み、健康寿命の延伸につなげます。
(4242)

【数値目標】

重要業績評価指標<KPI> (単位)	基準値 (H30 年度)	目標値 (R6 年度)
運動を主とした自主活動グループ支援数 (団体) ※累計	241	420

施策5 環境に配慮したまちづくり (425)

- ① 環境モデル都市として気候等の地域特性を生かした本市の魅力を高めるため、官民で組織する「環境モデル都市まつやま推進協議会」のほか、教育・交通・福祉分野との連携も図りながら、行動計画に掲げるスマートシティやクリーンエネルギーの導入拡大などを推進し、持続可能な低炭素社会の実現に向けて、様々な先駆的施策に取り組みます。(4251)

【数値目標】

重要業績評価指標<KPI> (単位)	基準値 (H30 年度)	目標値 (R6 年度)
松山市域からの温室効果ガス排出量 (t-CO2)	4, 485, 745 (H28 年度)	4, 341, 352 (R4 年度)

■政策3 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 (43)

施策1 官と民の既存ストックのマネジメント強化 (431)

- ① 公共施設等総合管理計画等に基づき、道路施設や市営住宅、漁港・港湾施設、上下水道、学校施設等の施設類型ごとに財源の見通しを踏まえた改修・更新等の具体的な対応方針を定める個別施設計画を策定し、マネジメントの強化に努めます。また、策定した個別施設計画を踏まえて総合管理計画を改訂し、内容を充実させます。(4311)
- ② 空家等対策計画に基づき、空き家相談窓口の設置や空き家バンク活用等の官民連携による取組のほか、危険な老朽空き家への対応や空き家の利活用等の総合的な対策を推進します。また、住居の長寿命化やバリアフリー化に加え、耐震性や省エネルギー性を備えた良好な住宅とするリフォームへの支援を行い市民の住環境整備を促進します。(4312)

【数値目標】

重要業績評価指標<KPI> (単位)	基準値 (H30 年度)	目標値 (R6 年度)
公共施設等総合管理計画・個別施設計画策定及び公共施設等総合管理計画改訂の件数 (件) ※累計	5	12

■政策 4 近隣地域との連携による経済・生活圏の形成（44）

施策 1 連携中枢都市圏構想の推進（441）

- ① 松山圏域（松山市、伊予市、東温市、久万高原町、松前町及び砥部町）が連携し、それぞれの地域が持つ特色を生かした魅力ある圏域づくりを進めることで、圏域の人口減少に歯止めをかけ、将来に向けて持続可能な地域社会の形成を目指します。（4411）

【数値目標】

重要業績評価指標＜KPI＞（単位）	基準値（H30 年度）	目標値（R6 年度）
個別連携協定等締結数（件）※累計	13	18

■政策 5 住民が地域防災の担い手となる環境の確保（45）

施策 1 地域防災力の向上（451）

- ① 防災・ハザードマップの作成、配布や、市民主体型の防災訓練・研修を充実させることで、災害リスクのある全ての地域で「自らの命は自らが守る」意識の徹底や、とるべき避難行動等を周知します。（4511）
- ② 火災や風水害などの災害から地域を守る消防団員の確保や、消防団の訓練、研修体制の充実強化を推進し、安全で安心な地域社会の構築に取り組みます。（4512）
- ③ 大学と連携し、4年間の履修課程を通じて防災に関する知識や実践を学ぶことで、即戦力となる大学生の防災士を養成し、地域に根付いた若い防災リーダーの育成に取り組みます。また、小学生から高齢者まで全ての世代に切れ目のない防災教育を展開することで、防災リーダーを育成し、地域ぐるみで防災力の向上に取り組みます。（4513）

【数値目標】

重要業績評価指標＜KPI＞（単位）	基準値（H30 年度）	目標値（R6 年度）
防災士数（人）※累計	4,300	7,700

■政策 6 誰もが活躍できるふるさとづくりの推進（46）

施策 1 市民主体・地域特性を生かしたまちづくり（461）

- ① 『坂の上の雲』フィールドミュージアム構想に基づき、住民が主体となって、地域固有の資源や魅力を生かした特色あるまちづくりを進めます。また、小説ゆかりの史跡など、各地域の魅力ある資源に触れるウォーキングイベントなどにより、まちの回遊性を高め、市民に郷土の歴史や文化を再認識してもらうことで、地域への愛着とまちづくりに対する機運を醸成します。（4611）

- ② 市民が自主的・自発的に市民活動のできる体制を整えるため、市民活動団体に対して事業費の一部を補助するとともに、若い世代の市民活動への参画を促進します。また、本市の市民活動推進の拠点として、NPO サポートセンターで団体の支援等に取り組みます。(4612)
- ③ 住民や事業者、まちづくり団体等が主体的に取り組む歴史的建造物の保全や改修、賑わい施設整備などに対する支援に取り組みます。(4613)
- ④ 地域の宝や特性を生かしたまちづくりを住民主体で行うための組織「まちづくり協議会」による自発的な取組を一層進めます。また、事例報告会などを通して、地域住民による特色あるまちづくりを進めます。(4614)
- ⑤ 各大学等と連携して地域応援まちづくり講座を開催し、地元で活躍する人材を育成し、住民主体のまちづくりを進めます。(4615)
- ⑥ 「生涯活躍のまち⁶」構想の推進に向けて、官民一体となって引き続き調査・研究等を行います。(4616)
- ⑦ サイクリングを通して地域に人を呼び込むなど、地元が主体となって魅力ある地域資源を活用し、賑わいの創出と更なる地域活性化を図ります。(4617)

【数値目標】

重要業績評価指標<KPI> (単位)	基準値 (H30 年度)	目標値 (R6 年度)
市民活動推進補助金(次世代育成支援) 交付団体数 (団体) ※累計	21	56
まちづくり協議会設立地区数 (地区) ※累計	30	41
地域応援まちづくり講座への参加人数 (人)	20	25

施策2 多文化共生の推進 (462)

- ① 日本語教室の開催やボランティアの養成など、外国人市民の生活を支援するとともに、多様な交流機会を創出することで、相互理解を促進し、外国人も地域住民として活躍できる共生社会の実現に向けて取り組みます。(4621)

【数値目標】

重要業績評価指標<KPI> (単位)	基準値 (H30 年度)	目標値 (R6 年度)
外国語としての日本語教室への登録者数 (人) ※累計	208	230

⁶ 「生涯活躍のまち」とは、誰もが一人ひとりの個性と多様性を尊重され、地域コミュニティにおいて、それぞれの希望に応じて、それぞれの持つ能力を発揮し、生きがいを感じながら暮らすことができる全世代・全員活躍のまち。

V. 「まつやま人口減少対策推進会議」からの提言について

1. 経緯

平成 27 年度制定の「松山市人口減少対策推進条例」に基づき設置された「まつやま人口減少対策推進会議」は、本市の人口減少対策を推進するための民間主導の組織であり、当該条例の第 10 条には、「条例及び総合戦略に定める事項、その実施状況その他必要な事項について自ら調査、検証等を行い、市長に意見を述べることができる」と規定されています。これまで、本推進会議の下部組織として設置された三つの専門部会（希望出生率実現プロジェクト・まつやま暮らし実現プロジェクト・企業の生産性アッププロジェクト）で調査・研究を行ってきましたが、第 1 期総合戦略計画期間の最終年度を迎え、令和元年 6 月 6 日付けで、第 2 期総合戦略の策定に向けた要望として松山市長あてに提言書が提出されました。

2. 提言内容

提言内容については次頁以降のとおりであり、これらの内容を踏まえて第 2 期総合戦略を策定しています。

◆希望出生率の実現について

(希望出生率実現プロジェクト提言内容)

我が国の人口減少は社会的な問題となっており、国全体でも今なお出生率の低下を食い止めることができていない。特に自然動態については即効性のある解決策はなく、ある程度、長期的な戦略に基づいた地道な取組が必要となっている。次期総合戦略を策定するにあたっては、改めて結婚・出産への課題に対して真摯に向き合うとともに、子どもが欲しいカップルが希望する数の子どもを産み育てることができる社会を実現することが必要である。

(1) 若い世代への支援

近年、人類の寿命は伸び続け、社会では人生 100 年時代と言われている。しかし、寿命の伸び率に比べて妊孕性がそれほど上がっていないことは意外に知られていない。社会的な要因などにより晩婚化や晩産化が進む中、若い世代が生きるための大切な知識を学び、多様な選択肢を持つことができるよう、現在の結婚・出産にまつわる情報や知識を伝えていくことが必要である。また、育児・労働環境の改善等により若い世代が結婚・出産に夢を持てる社会をつくることが重要である。

(2) 失われた第 3 次ベビーブームの補完

バブル崩壊や就職氷河期の到来、リーマンショック等で様々な機会を失った団塊ジュニア世代が生きることにより精一杯だったこと等により、第 3 次ベビーブームは起こらなかったと言われている。若い世代への支援に加え、最大のボリュームゾーンである団塊ジュニア世代へ結婚・出産支援を行い、直接的な効果をもたらすことが必要である。

(3) 多様性社会に見合ったサービスの充実と意識改革

近年は、核家族化が進むと同時に共働き世帯が増加し、子育てや働き方のあり方も変革を迫られている。社会的な認識や職場環境、家庭環境は時代に合わせて少しずつ改善しているものの、未だ十分とはいえない状況にある。様々な状況の子育て世帯を念頭に置いた多様な要望に応えるきめ細かなサービスの充実、夫婦や企業の更なる意識改革などによる環境の改善が必要である。

(4) 「キャリアの断絶」の解消

働く女性の根強い不安として「キャリアの断絶」があるが、現在でも女性の多くは妊娠・出産時に職場を離れることによってキャリアに後れを取る不安や、仕事と子育ての両立の不安などがあり、社会的にはこれを解消できていない。また、未だ出産前後に雇用形態が非正規雇用に移り替わるケースが多く、せっかく積み上げた知識や経験を活かさないのは雇用主側にとっても損失である。出生率の向上だけでなく企業の生産性の向上の観点から見ても女性のキャリアの断絶に対する解決策を講じることは急務である。

◆まつやま暮らしを実現することについて

(まつやま暮らし実現プロジェクト提言内容)

本市の平成 30 年 12 月 31 日現在の推計人口は 510,829 人で、同年 1 月 1 日現在の推計人口 512,479 人から 1 年間で 1,650 人減少している。要因別では、自然動態（出生者数 - 死亡者数）は 1,513 人の減少、社会動態（転入者等数 - 転出者等数）は 137 人の減少となる。社会動態は、転入者等が 16,037 人（転入 15,228 人、その他 809 人）、転出者等が 16,174 人（転出 15,890 人、その他 284 人）であり、これを年齢（5 歳階級）別にみると、最も移動者の多い年齢階級は 20～24 歳の 5,975 人（転入者 2,698 人、転出者 3,277 人）、次に 25～29 歳の 5,025 人（転入者 2,388 人、転出者 2,637 人）となる。これら 20～29 歳の年代は、転出者が大きく上回っており、若者の転出の抑制のために、以下の提言を行う。

(1) 魅力的な企業を増やす、情報を発信する

愛媛大学の大学卒業後の県内就職率は 42.0%（平成 30 年 5 月 1 日現在）であり、就職を希望する学生の多くは県外に転出している。県内企業の情報や魅力が十分に伝わっていないことが原因と考えられるため、松山市内の企業の情報や魅力を学生に向けて発信し、就職先の選択肢を増やすことにより、松山市からの転出を抑制する。

(2) 高校卒業までに故郷の魅力的な働き場所や暮らしの場の存在を伝える

高校卒業までに松山の魅力的な働き場所の存在を知っていることは、その後の U ターンに大きく影響している。えひめジョブチャレンジ U-15 の制度の活用促進や企業の小中高校への出前授業を通して、高校卒業までに地元企業についての情報や体験を提供する。また、ワークの部分だけでなく、ライフデザイン的な要素を加える。

- ・都会と違う松山だから叶えられるライフキャリア、地元暮らしの魅力
- ・中小企業だからこそできる働き方（地域と企業のつながり）
- ・農業も含めた様々な地元の職場、仕事を知る機会づくり

(3) 留学生を含めた就職希望者に向けた職場体験プログラムやライフデザインを考えるプログラム開発、それらをサポートする仕組みをつくる

インターンシップや職場体験などを、単なる活動を伝える場とするだけでなく、仕事の社会的価値や松山で暮らす価値について伝えていくために、企業ごとのプログラム開発を支援する。

(4) ロールモデルの提示

まつやま暮らしの良さを具体的に知らせるために、「特別な存在」「自分とは違う」にならないような工夫をしながら、ロールモデルを抽出し、わかりやすく伝える。

◆企業の生産性アップについて

(企業の生産性アッププロジェクト提言内容)

松山創生人口 100 年ビジョン・先駆け戦略の基本目標⑤「暮らしと経済を守る」の成果指標である「市内総生産 1.6 兆円の維持」を達成するためには、労働力人口の減少が避けられない中で、飛躍的に企業の生産性を向上させる必要がある。しかしながら、生産性向上の鍵となる ICT の利活用は進んでいない。今後、市内総生産が維持できなければ、働く場所や雇用の喪失により、人口減少がさらに加速することが予見される。こうしたことから、官民が連携して、企業の ICT 利活用を促進することで、生産性向上を実現し、市内総生産の維持を達成しなければならない。

(1) 地域と企業の ICT 利活用を促進するためのビジョンの明確化

企業の生産性向上に資する ICT の活用が進んでいない原因として、地域全体の経済及び ICT 利活用戦略が具体化されていないことが挙げられる。これにより、企業も ICT 利活用に漠然とした不安を持ち、導入に踏み切れない心理的な要因ともなっている。このため、市が率先して地域全体の経済及び ICT 利活用を促進するためのビジョンを示し、あるべき姿とマイルストーンを明確にすることが望まれる。

(2) 中小企業の ICT 利活用支援

管内中小企業の ICT 利活用は十分とは言えない状況にあり、経営資源が限られる中で、セキュリティ対策などへの不安から、今後も劇的な利活用の進展は見込めない。しかしながら、利活用成功の方程式があり、先進的な取組により成果を挙げている企業も存在する。こうした事例をもとに、AI や IoT などの ICT を利活用し、生産性の向上に取り組む企業に対して、IT ツール等の導入費を補助するとともに、セキュリティ対策の普及啓発を行うなど、中小企業に対する ICT 利活用支援が必要である。

(3) 先進的な IT 企業の誘致と高度な通信インフラの整備

中小企業の ICT 利活用が進展しない要因として、専門的な人材が不足していることが考えられるものの、こうした人材を地域で育成することは、非常にハードルが高い。このため、地方に投資をしたい、本社を移転したいと希望する首都圏の IT 企業を誘致し、先進的なスキルや専門人材を確保する必要がある。これら IT 企業の誘致は、若年層の魅力ある仕事創出にもつながり、人口減少の抜本改善にも通じる政策となり得る。あわせて、IT 企業を誘致するための施設や次世代型の通信インフラの整備も推進することが求められる。

VI. 第 1 期総合戦略の振り返り

第 1 期総合戦略では、下表の体系のもと、116 の取組を実施しています。

戦略	基本目標	政策	施策
基盤戦略	①やりきる力「3つの礎」を構築する (基盤づくり)	①人口減少対策推進の基盤づくり	①人口減少対策推進の制度構築
積極戦略	②つながる未来を応援する (少子化対策)	①若い世代の経済的安定	①若者に対する就職支援
		②結婚・妊娠・出産・子育ての切れ目のない支援の充実	①出会いの場の創出 ②妊娠・出産支援の充実 ③小児医療の充実 ④子育て支援の充実 ⑤子育て世帯の経済的負担軽減 ⑥子育て拠点や居場所づくりの整備
		③仕事と生活の調和（ワーク・ライフ・バランス）の実現 （「働き方改革」）	①仕事と生活の調和の実現
	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移住の促進	①都市イメージの向上 ②移住相談体制の充実 ③移住体験・機会の充実 ④移住定着支援の充実
		②定住の促進	①シビックプライドの向上
		③大学等の活性化	①大学等と連携した若者の流入・定着促進
	④魅力ある仕事と職場をつくる (地域経済活性化)	①産業の競争力強化 (業種横断的取組)	①地域経済に関する各種データの分析・活用 ②中小企業の支援 ③稼ぐ力のある産業立地の促進 ④各種団体との連携による新たなビジネスの創出 ⑤企業のグローバル化支援 ⑥ICT 等の利活用によるビジネス創出や生産性向上
		②産業の競争力強化 (業種別取組)	①若者にも魅力的な農林水産業の成長産業化 ②戦略的観光振興による経済活性化 ③文化・芸術・スポーツ等の地域資源を活用したビジネス創出
		③良質な雇用の場の創出と人材育成	①良質な雇用・労働環境の整備 ②職業能力向上と就労機会の拡充 ③女性の活躍支援 ④農林水産業の担い手育成 ⑤地域ニーズに対応した人材育成支援
補完戦略	⑤暮らしと経済を守る (暮らしと経済まちづくり)	①本市における地域経済・生活圏の形成	①需要を創造する民間主体の経済まちづくりの推進 ②都市のコンパクト化と交通ネットワーク形成
		②安心して健康な暮らしの確保	①家計の質的向上 ②安全・安心な暮らしの推進 ③健康寿命の延伸
		③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	①官と民の既存ストックのマネジメント強化
		④近隣地域との連携による経済・生活圏の形成	①連携中枢都市圏の構築
		⑤住民が地域防災の担い手となる環境の確保	①地域防災力の向上
		⑥ふるさとづくりの推進	①市民主体・地域特性を生かしたまちづくり ②シビックプライドの向上

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）取組方針

- ①松山市人口減少対策推進条例の制定のほか、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。

（2）数値目標

成果指標	基準値（H26年度）	現状値（R1年度）	目標値（R1年度）
推進組織による事業実施数（件）	—	5	6

（3）主な取組内容

①人口減少対策推進の制度構築

平成28年4月1日から「松山市人口減少対策推進条例」を施行。同条例に、市の責務や民間の役割、民間による推進組織の設置等を明記し、官民を挙げて人口減少対策を推進する体制を整えました。

また、条例に基づく民間推進組織として「まつやま人口減少対策推進会議」が組織され、下部組織である「希望出生率実現プロジェクト（少子化対策）」・「まつやま暮らし実現プロジェクト（移住定住対策）」・「企業の生産性アッププロジェクト（地域経済活性化）」の3つの専門部会では、それぞれ調査・研究とセミナー開催等による周知啓発を実施しています。

重要業績評価指標＜KPI＞（単位）	基準値（H27年度）	現状値（R1年度）	目標値（R1年度）
条例の制定	制定	制定	制定

基本目標②：つながる未来を応援する（少子化対策）

（1）取組方針

- 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男性の家事・育児参加や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、男女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。

（2）数値目標

成果指標	基準値（H25 年）	現状値（H29 年）	目標値（R1 年）
合計特殊出生率	1.36	1.39	1.54

※合計特殊出生率…一人の女性が一生の間に生む子どもの平均数で、15～49 歳までの女性の年齢別出生率を合計したもの。

（3）主な取組内容

①若者に対する就職支援

創業・経営・就労支援など、幅広いサービスをワンストップで支援する「未・来 Job まつやま」を“しごと創造の支援拠点”として、求職者と企業のマッチングや求職者のスキルアップにつながるセミナーなどを開催しています。

重要業績評価指標＜KPI＞（単位）	基準値（H26 年度）	現状値（R1 年度）	目標値（R1 年度）
本市の就職支援制度を活用した若年求職者のうち就業に至った人数（人）※累計	—	109	100

②出会いの場の創出

街や島を体験できる婚活ツアーや近隣市町と連携した婚活イベント、未婚者の親が参加する婚活交流会など、様々な出会いの場を創出し、結婚を支援しています。

重要業績評価指標＜KPI＞（単位）	基準値（H26 年度）	現状値（R1 年度）	目標値（R1 年度）
婚活イベントでのカップル成立数（組）※累計	—	219	165
島しょ部における出会いイベントでのカップル成立数（組）※累計	15	55	40

③妊娠・出産支援の充実

平成 30 年に、妊娠期から子育て期の相談拠点として「子育て世代包括支援センター」を 5 か所開設。常駐する保健師が全妊婦と面談し、必要に応じて支援するなど、相談・支援体制を強化しています。

重要業績評価指標<KPI> (単位)	基準値 (H26 年度)	現状値 (R1 年度)	目標値 (R1 年度)
保健師による妊婦・新生児・乳児訪問件数 (件)	2,685	3,200	3,000

④小児医療の充実

365 日 24 時間対応の小児救急医療体制の堅持に加え、これまで順次拡大してきた子ども医療費も、令和 2 年 1 月から、中学校 3 年生にまで通院費を無料化しています。

重要業績評価指標<KPI> (単位)	基準値 (H26 年度)	現状値 (R1 年度)	目標値 (R1 年度)
小児救急医療体制が確保されている時間割合 (%)	100	100	100

⑤子育て支援の充実

平成 30 年度末までに市立の幼稚園、小中学校の全てにエアコン整備を完了しました。また、児童クラブも平成 26 年度の 64 クラブから令和元年度には 108 クラブまで増設しました。

重要業績評価指標<KPI> (単位)	基準値 (H26 年度)	現状値 (R1 年度)	目標値 (R1 年度)
かんがるークラブ参加者数 (人)	—	192	192
児童クラブの入会児童数 (人)	3,536	5,344	5,518
利用者支援事業 (施設案内・子育て相談等) の利用件数 (件)	1,570	8,400	3,600
幼稚園のエアコン設置率 (%)	3.1	100.0	100.0
小・中学校のエアコン設置率 (%)	7.1	84.0	70.0

⑥子育て世帯の経済的負担軽減

まつやまファミリー・サポート・センターでの「ファミリー・サポート (育児)」と、松山市シルバー人材センターでの「イクじいばあばママ・サービス」の利用料の一部を助成しています。また、「わが家のリフォーム応援事業」でも子育て応援タイプを設けているほか、多子世帯や三世帯同居・近居に対して加算措置を講じています。

重要業績評価指標<KPI> (単位)	基準値 (H26 年度)	現状値 (R1 年度)	目標値 (R1 年度)
1 人当たりの子ども医療費助成額 (乳幼児医療) (円)	39,300	40,700	39,900
1 人当たりの子ども医療費助成額 (児童医療) (円)	1,300	850	1,320

⑦子育て拠点や居場所づくりの整備

認定子ども園への移行や地域型保育事業の認可などにより、平成 31 年 4 月 1 日時点で 8,096 人の保育定員 (平成 26 年 4 月から 1,901 人分増) を確保し、待機児童数も平成 27 年 4 月の 95 人から平成 31 年 4 月には 30 人にまで減少しています。

子育て支援センターや子育てひろば、児童館を順次整備し、交流や相談ができる場所を充実させています。

重要業績評価指標＜KPI＞（単位）	基準値（H26 年度）	現状値（R1 年度）	目標値（R1 年度）
地域子育て支援拠点事業の箇所数（箇所）※累計	27	31	31
保育所等待機児童数（人）	95（H27 年度）	36（H30 年度）	0
放課後子ども教室開設数（箇所）※累計	29	32	44

⑧仕事と生活の調和（ワーク・ライフ・バランス）の実現

松山市男女共同参画推進センターがワーク・ライフ・バランス関連のセミナーや、女性活躍推進フォーラムを開催するとともに、女性の活躍推進に積極的に取り組む「まどんな応援企業宣言」認証団体が増加しています。

重要業績評価指標＜KPI＞（単位）	基準値（H26 年度）	現状値（R1 年度）	目標値（R1 年度）
松山市役所における男性職員の育児休業取得率（％）	1.1	13.0	13.0
松山市役所における職員の年次休暇取得率（％）	57	80	80
本市の就職支援制度を活用した女性求職者のうち就業に至った人数（人）※累計	—	160	150
松山市男女共同参画推進センターの「まどんな応援企業」認証団体数（団体）	—	76	60

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）取組方針

- 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。

（2）数値目標

成果指標	基準値（H26 年）	現状値（H27～30 の平均）	目標値（H27～R1 の平均）
社会移動数（転入－転出）（人）	△3	△81	均衡以上

（3）主な取組内容

①都市イメージの向上

シティプロモーション特設サイト「いい、加減。まつやま」やメールマガジン、SNS の活用により、松山の魅力や情報を発信しているほか、テレビや雑誌などへの露出を図るメディアプロモーションを展開しています。また、移住 WEB サイト「いい、暮らし。まつやま」や、フリーペーパー「暖暖松山」などにより、松山の暮らしやすさを発信しています。

重要業績評価指標＜KPI＞（単位）	基準値（H26 年度）	現状値（R1 年度）	目標値（R1 年度）
本市プロモーション活動における情報接触人数（人）	215,000	320,000	320,000

②移住相談体制の充実

松山市と就職・就農・住まい・福祉・教育の移住に関係する団体が連携した「移住支援チーム」を発足し、移住相談体制を充実させるとともに、東京や大阪で開催される移住フェアに参加し、移住希望者に直接、松山の暮らしやすさを PR しています。

重要業績評価指標＜KPI＞（単位）	基準値（H26 年度）	現状値（R1 年度）	目標値（R1 年度）
市の移住相談窓口等を通じた県外からの移住者数（人）※累計	—	960	960
移住に関する相談件数（件）※累計	—	740	740
移住 Web サイト訪問数（件）	—	100,000	100,000

③移住体験・機会の充実

移住専門誌と連携した移住体験ツアーを開催しているほか、中島・興居島には、それぞれ一定期間、島暮らしを体験できるお試し移住施設を整備・運営しています。

重要業績評価指標<KPI> (単位)	基準値 (H26 年度)	現状値 (R1 年度)	目標値 (R1 年度)
お試し居住施設利用世帯数 (世帯) ※累計	—	26	28
移住ツアー等参加者数 (人)	—	155	100
地域おこし協力隊隊員数 (離島分) (人) ※累計	—	5	4
地域おこし協力隊隊員数 (市内分) (人) ※累計	—	3	6

④移住定着支援の充実

三津浜地区と島しょ部で空き家バンクを運営し、移住希望者に対して住まいの情報を提供しているだけでなく、移住相談や町の案内、地元住民への紹介など、フォローアップを行っています。また、移住者の就農希望に際しては、それぞれの意向に沿って、技術研修や農機具の購入、農地の確保など、きめ細かな支援をしています。

重要業績評価指標<KPI> (単位)	基準値 (H26 年度)	現状値 (R1 年度)	目標値 (R1 年度)
移住者のうち市の支援窓口や支援制度を利用した創業者数 (人) ※累計	0	7 (H30 年度)	30
移住者のうち認定新規就農者数 (人) ※累計	8	20	20
島しょ部空き家バンク登録物件数 (件) ※累計	—	43	30
空家対策基本計画の策定 (策定)	—	策定	策定
移住者の受け入れに際し地域がサポートした人数 (人) ※累計	—	55	50

⑤シビックプライドの向上

高校生向けの定住ガイドブックを作成し、職員が高校を訪ね、高校生に直接、松山の魅力を伝えています。また、子どもたちに郷土への愛着や誇り、将来の志を育むことを目的として「ふるさと松山学」を推進するほか、子どもや若者が自らまちづくりを提案し、実践する次世代育成支援事業を実施しています。

重要業績評価指標<KPI> (単位)	基準値 (H26 年度)	現状値 (R1 年度)	目標値 (R1 年度)
中学生が地元の偉人などを紹介した記事の広報紙掲載回数 (回) ※累計	—	47	48
まちづくり提案制度による活動人数 (人)	—	76	30
健全な職業観・勤労観に関する講座開催回数 (回) ※累計	—	59 (H30 年度)	75

⑥大学等と連携した若者の流入・定着促進

大学への進学を希望する高校生や保護者向けに、マンガやデータで松山の暮らしやすさを分かりやすく伝える特設 WEB ページ「学生版 いい、暮らし。まつやま」を開設しています。また、松山進学ガイドブック「進学するならマツヤマ」を作成し、市内の大学がオープンキャンパスや市外の高校への訪問時に活用しています。

重要業績評価指標<KPI> (単位)	基準値 (H26 年度)	現状値 (R1 年度)	目標値 (R1 年度)
地元大学等との連携事業参加者数 (人) ※累計	190	4,058	4,190

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）取組方針

- 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良質な雇用・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、良質な雇用の場の創出と人材育成を推進します。

（2）数値目標

成果指標	基準値（H24 年）	現状値	目標値（R1 年）
市内事業所数（事業所）※累計	21,363	21,001（H28 年）	21,560
生産年齢人口の有業率（％）	68.7	74.6（H29 年）	70.2

（3）主な取組内容

①地域経済に関する各種データの分析・活用

平成 27 年度に作成した「松山市産業連関表」や RESAS を活用することで、本市地域経済の活性化施策を検討するにあたってターゲットとなりうる産業の抽出を行い、設備投資や人手不足対策、販路開拓等の支援を実施しています。また、平成 27 年度に中小企業景況調査を実施し、調査結果を踏まえて中小企業振興計画を策定しました。

重要業績評価指標＜KPI＞（単位）	基準値（H24 年度）	現状値（R1 年度）	目標値（R1 年度）
経済センサスによる「付加価値額（企業単位：全産業）」の全国市区町村順位（位）	44	49	36

②中小企業の支援

松山市を含む中予圏域 3 市 3 町の合同事業として、百貨店・スーパー等の大手流通業や県内食品販売店が買い手としてブースを構え、圏域の中小・零細企業が売り手として直接売り込む「松山圏域中小企業販路開拓市」を開催し、販路の開拓、拡大を支援しています。また、人手不足対策として、平成 31 年 4 月から新たに RPA 導入支援補助金制度を実施しています。

重要業績評価指標<KPI> (単位)	基準値 (H26 年度)	現状値 (R1 年度)	目標値 (R1 年度)
市の支援制度や関係機関との連携事業により創業した中小企業事業所数 (事業所) ※累計	34	614 (H30 年度)	470
松山圏域企業の商談件数 (件) ※累計	—	1,199 (H30 年度)	1,000

③稼ぐ力のある産業立地の促進

企業立地促進奨励金制度を拡充するとともに、市内外の企業を訪問し、直接対話による営業活動をすることで、奨励金制度を含めた各種支援制度の周知や立地に伴う各種手続きのサポート、ビジネスマッチング等の支援を行っています。また、大学やハローワーク等関係機関との連携など、各種採用支援を行っています。

重要業績評価指標<KPI> (単位)	基準値 (H26 年度)	現状値 (R1 年度)	目標値 (R1 年度)
新規立地及び増設をした指定企業数 (件) ※累計	71	102	90
指定事業所となったコールセンター等の新規立地及び増設企業数 (件) ※累計	12	15	20

④各種団体との連携による新たなビジネスの創出

金融機関や経済支援団体と連携し、創業者と支援機関や創業者間の人脈づくりを支援するための交流会である創業者クラブを開催しています。また、商工会議所や金融機関に周知の協力を得て、創業セミナーや専門員による個別相談等を行っています。

重要業績評価指標<KPI> (単位)	基準値 (H26 年度)	現状値 (R1 年度)	目標値 (R1 年度)
市の支援窓口や支援制度を利用した創業者数 (人) ※累計	18	127 (H30 年度)	108
市内クリエイターと事業者のビジネスマッチング件数 (件)	9	77 (H29 終了)	60

⑤企業のグローバル化支援

台湾の資訊工業策進会 台日産業推進センターと「経済交流に関する覚書」を締結し、台湾側の支援機関と連携することで、市内中小企業の販路拡大を支援しています。

重要業績評価指標<KPI> (単位)	基準値 (H26 年度)	現状値 (R1 年度)	目標値 (R1 年度)
台湾企業との連携及び販路開拓・事業所進出企業数 (企業) ※累計	1	3 (H30 年度)	6

⑥ICT 等の利活用によるビジネス創出

平成 28 年 10 月からオープンデータの公開を開始し、順次、公開データの拡充を図るとともに、平成 30 年 3 月には愛媛大学、愛媛県法人会連合会と連携協力協定を締結し、データ利活用の取組を進めています。また、テレワーク在宅就労を促進するため、就労奨励金や発注奨励金の交付とともに、必要なスキルを取得する研修・セミナーの開催やビジネスマッチングのほか、大学生・社会人を対象にビッグデータの活用や解析ができる高度人材を育成するための講座を開催しています。

重要業績評価指標<KPI> (単位)	基準値 (H26 年度)	現状値 (R1 年度)	目標値 (R1 年度)
公開されたオープンデータの数 (件) ※累計	—	800	750
本市指定事業所の在宅就業者数 (人)	161	700	560

⑦若者にも魅力的な農林水産業の成長産業化

首都圏に加え、関西圏や中京圏等の市場規模の大きいエリアで「まつやま農林水産物ブランド」品目の販路拡大を図るとともに、平成 29 年 9 月には新たに「グニーユーカリ」を認定し、情報発信に取り組みました。また、百貨店に限らず、大手量販店やスーパーでも販売促進活動を行い、中位等級品の販路拡大に取り組むなど、生産者の所得向上を図っています。

重要業績評価指標<KPI> (単位)	基準値 (H26 年度)	現状値 (R1 年度)	目標値 (R1 年度)
学校給食での地場食材の食材数ベースの利用割合 (%)	26.2	35.0	35.0
「まつやま農林水産物ブランド」産品等の新規取扱い店舗数 (店) ※累計	104	371	273
果樹有望品種の栽培施設整備面積 (ha:ヘクタール) ※累計	20.1	71.1	75.0
有害鳥獣被害面積 (ha:ヘクタール)	11	9 (H29 年度)	4

⑧戦略的観光振興による経済活性化

平成 29 年に道後温泉別館飛鳥乃湯泉をグランドオープンするとともに、官民が協働した道後温泉まちづくりアート事業に取り組むことで誘客につなげています。また、ホームページ・パンフレットの多言語化や台湾との交流事業をベースとしたキャンペーンの実施に加え、令和元年度にはクルーズ船の受入や台湾国際線の定期就航など、インバウンドの増加に取り組んでいます。

重要業績評価指標<KPI> (単位)	基準値 (H26 年度)	現状値 (R1 年度)	目標値 (R1 年度)
観光入込客数 (万人)	571	601	600
外国人観光客数 (人)	88,700	250,000	250,000

⑨文化・芸術・スポーツ等の地域資源を活用したビジネス創出

平成 30 年 3 月に「松山市文化芸術振興計画」を策定し、観光客が文化を楽しむとともに、新たな産業・雇用が生まれることを目指しています。

また、国内スポーツ大会の誘致に加え、東京オリンピック・パラリンピックのホストタウン登録を生かした海外からの事前合宿の受入など、スポーツコンベンションの推進に取り組んでいます。

重要業績評価指標<KPI> (単位)	基準値 (H26 年度)	現状値 (R1 年度)	目標値 (H29 年度)
「(仮称)文化振興計画」の策定 (策定)	—	策定	策定

⑩良質な雇用環境の整備

求職者のスキルアップを図るセミナーや、企業の成長につながるセミナーを開催するとともに、小規模会社説明会の開催により、求職者と企業のマッチングにつなげています。また、官民連携の「まつやま働き方改革推進プロジェクト」により、市内企業の働き方改革を促進しています。

重要業績評価指標＜KPI＞（単位）	基準値（H26年度）	現状値（R1年度）	目標値（R1年度）
本市の就職支援制度を活用した若年求職者のうち就業に至った人数＜再掲＞（人）※累計	—	109	100
勤労者福祉サービスセンターの会員数（人）※累計	5,881	6,347	7,100

⑪職業能力向上と就労機会の拡充

若年者の正社員化に向けた職業訓練奨励金制度の対象に、求人充足率の低い分野を加えるなど、就業機会を拡充しています。また、高齢者の求職ニーズに応えるため、就労相談やセミナーを行い、高齢者の経験や能力を生かした多様な就業機会の提供に取り組んでいます。そのほかにも、テレワーク在宅就労を促進するため、就労奨励金や発注奨励金の交付とともに、必要なスキルを取得する研修・セミナーの開催やビジネスマッチングに取り組んでいます。

重要業績評価指標＜KPI＞（単位）	基準値（H26年度）	現状値（R1年度）	目標値（R1年度）
訓練奨励金認定者の正規雇用者数（人）※累計	80	234	175

⑫女性の活躍支援

未・来 Job まつやまで、女性求職者・潜在的求職者への再就職支援や、女性人材の確保・育成に向けたパソコン操作等のスキルアップや就活知識習得等のセミナーを開催しています。また、女性が働きやすい企業風土づくりに向け、セミナーや交流会を行い、企業に対する支援を行っています。

重要業績評価指標＜KPI＞（単位）	基準値（H26年度）	現状値（R1年度）	目標値（R1年度）
本市の就職支援制度を活用した女性求職者のうち就業に至った人数＜再掲＞（人）※累計	—	160	150
松山市男女共同参画推進センターの「まどんな応援企業」認証団体数＜再掲＞（団体）	—	76	60

⑬農林水産業の担い手育成

新規就農者の相談や支援を進めていく中で、関係機関と連携し、各種支援を受けられる認定新規就農者制度を周知しています。特に、農業次世代人材投資資金事業の実施により、就農のきっかけができたことで、毎年認定新規就農者を確保し、営農定着につなげることができています。

JA の就農前研修の補完として、農業指導センター内で研修を実施することで、野菜の市場出荷品目の栽培技術や柑橘苗木の育成技術等を伝授し、その後のフォローアップを通じて担い手の育成、確保に貢献しています。

重要業績評価指標＜KPI＞（単位）	基準値（H26 年度）	現状値（R1 年度）	目標値（R1 年度）
認定新規就農者数（人）※累計	14	70	70

⑭地域ニーズに対応した人材育成支援

民間団体による学校でのキャリア教育活動を支援し、児童・生徒等と企業・企業人との交流を促進しているほか、愛媛県中小企業家同友会が中小企業の歴史や、働くことの面白さや価値を伝える講座を愛媛大学で開催しています。

また、令和元年度から、市内全ての中学校で職場体験学習「まつやまジョブチャレンジ」を実施し、望ましい勤労観、職業観を育成しています。

重要業績評価指標＜KPI＞（単位）	基準値（H26 年度）	現状値（R1 年度）	目標値（R1 年度）
健全な職業観・勤労観に関する講座開催回数＜再掲＞（回）※累計	—	59（H30 年度）	75

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）取組方針

- 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・生活圏の充実を目指します。
- 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、安心で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目指します。
- 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。

（2）数値目標

成果指標	基準値	現状値	目標値
市内総生産（兆円）	1.6（H24年度）	1.6（H30年度）	1.6（R1年度）
連携中枢都市圏に係る連携協約数（件）	－（H26年度）	5（R1年度）	5（R1年度）
本市の暮らしやすさ満足度（％）	55.7（H26年度）	43.5（H30年度）	60.0（R1年度）

※ 暮らしやすさ満足度は、市民意識調査で「住みやすい」と回答した割合。基準値翌年の平成 27 年度の調査から、どのようなところが「住みやすい」「住みにくい」と感じるか具体的な質問を追加したため、「住みやすい」から「まあまあ住みやすい」への回答が増えている。平成 26 年度の調査で「住みやすい」「まあまあ住みやすい」を合わせた割合は 91.2％。平成 30 年度の同割合は 90.2％となっている。

（3）主な取組内容

①需要を創造する民間主体の経済まちづくりの推進

銀天街 L 字地区のまちづくりへの機運の高まりを受け、H28 年度に同地区の都市再生のあり方を示した銀天街 L 字地区再開発等基本計画を策定したほか、一番町一丁目・歩行町一丁目地区でも再開発を進める準備組合が行う計画等の策定を支援しました。

また、企業誘致では、奨励金制度を拡充するとともに、中心市街地内の空きオフィスの情報提供、各種支援制度の周知、立地に伴う各種手続きサポートなどを行っています。

重要業績評価指標＜KPI＞（単位）	基準値（H26年度）	現状値（R1年度）	目標値（R1年度）
市街地再開発事業等の施行地区数（地区）※累計	3	5	5
中心市街地へ新規立地及び増設をした指定企業誘致数（企業）※累計	17	23	25
新規立地及び増設をした指定企業数＜再掲＞（企業）※累計	71	102	90

②都市のコンパクト化と交通ネットワーク形成

平成 29 年 3 月に都市機能の誘導に関する事項を設定する「松山市立地適正化計画」を公表。また、平成 31 年 3 月には居住の誘導に関する事項を追加した同計画改訂版を公表するとともに、あわせて「松山市地域公共交通網形成計画」を公表しました。

外環状道路の整備も計画的に進め、国道 33 号から松山空港付近まで完成しました。

重要業績評価指標<KPI> (単位)	基準値 (H26 年度)	現状値 (R1 年度)	目標値 (H30 年度)
立地適正化計画及び地域公共交通網形成計画の策定 (件)	—	2	2

③家計の質的向上

世帯収入の向上のため、未・来 Job まつやまで女性求職者・潜在的求職者への再就職支援やパソコン操作等のスキルアップセミナーを開催しています。また、テレワーク在宅就労を促進するため、就労奨励金や発注奨励金の交付とともに、必要なスキルを取得する研修・セミナーの開催やビジネスマッチングに取り組んでいます。

重要業績評価指標<KPI> (単位)	基準値 (H26 年度)	現状値 (R1 年度)	目標値 (R1 年度)
世帯主の配偶者のうち女性の有業率の 3 か年平均 (%)	36	46.0	42.0

④安全・安心な暮らしの推進

基幹管路の耐震化（第 1 期）として、令和 5 年度完成を目標に導水管の耐震化を進めるとともに、送水管・配水本管のうち重要度の高いものから順次、耐震化しています。また、下水道終末処理場の中でも消毒施設を優先的に耐震化する施設として、耐震診断、耐震補強設計、耐震補強工事を順次、実施しています。

民間の建物についても、旧耐震基準の木造住宅等に対する助成を実施するほか、平成 28 年度には耐震診断の派遣制度を新たに創設し、耐震化を進めています。

災害時への対応として、マンホールトイレの整備や避難所への資機材の配備に加えて、医療救護所への薬剤師の派遣協力や医薬品の備蓄・管理について、(一社)松山薬剤師会と「災害時の医療救護活動についての協定」を締結しています。

重要業績評価指標<KPI> (単位)	基準値 (H26 年度)	現状値 (R1 年度)	目標値 (R1 年度)
実質赤字比率 連結実質赤字比率 実質公債費比率 (%) 将来負担比率 (%)	黒字確保 黒字確保 10%未満 100%未満	黒字確保 (H29) 黒字確保 (H29) 7.4% (H29) 61.2% (H29)	黒字確保 黒字確保 10%未満 100%未満
指定避難所への資機材整備数 (箇所) ※累計	88	187	187
災害用トイレ設置施設数 (施設) ※累計	2	9	11
基幹管路の耐震適合率 (%)	24.8	38.5	37.0
MAC ネット CSC の登録件数 (件) ※累計	46,185	65,000	52,000

⑤健康寿命の延伸

介護予防、健康寿命の延伸を目的に考案した「まつイチ体操」の体験会を地域保健推進協力会に委託、協働で開催することにより、運動自主グループの増加につなげています。また、高齢者がウォーキングやイベントに参加するとポイントが付与される「高齢者いきいきチャレンジ事業」を平成 30 年度から開始しています。

重要業績評価指標＜KPI＞（単位）	基準値（H26 年度）	現状値（R1 年度）	目標値（R1 年度）
運動を主とした自主活動グループ支援数（団体）※累計	10	280	90

⑥官と民の既存ストックマネジメント強化

市有公共施設の老朽化対策の基本的計画となる「公共施設等総合管理計画」を策定しました。また、平成 30 年 3 月に「空家等対策計画」を策定するとともに、老朽危険空家除去補助金事業を開始するなど、総合的な空家対策を推進しています。

重要業績評価指標＜KPI＞（単位）	基準値（H26 年度）	現状値（R1 年度）	目標値（R1 年度）
空家対策基本計画の策定＜再掲＞（策定）	—	策定（H29 年度）	策定（H28 年度）
公共施設等総合管理計画及び個別計画策定数（件）※累計	2	7	9

⑦連携中枢都市圏の構築

平成 28 年 7 月に伊予市、東温市、久万高原町、松前町、砥部町と連携協約を締結し、連携中枢都市圏ビジョンに掲げる 59 取組を進めることで、圏域の発展、活性化に取り組んでいます。

重要業績評価指標＜KPI＞（単位）	基準値（H26 年度）	現状値（R1 年度）	目標値（R1 年度）
連携中枢都市圏に係る連携事業数（事業）※累計	—	35	30

⑧地域防災力の向上

愛媛大学と連携し、「防災士養成講座」を開催することで、市民の危機管理意識と防災力を高めているほか、自主防災組織や防災関係機関、民間協力団体、事業所等と一体となって防災訓練を実施することにより、災害時の活動体制等の連携強化を図っています。

また、平成 31 年 3 月に愛媛大学防災情報研究センター、東京大学復興デザイン研究体と「防災連携に関する協定」を締結し、5 月には「松山市防災教育推進協議会」を設立しており、産官学民が連携して全世代型防災教育に取り組んでいきます。

重要業績評価指標＜KPI＞（単位）	基準値（H26 年度）	現状値（R1 年度）	目標値（R1 年度）
大学生防災リーダー登録数（人）※累計	—	1,000	980

⑨市民主体・地域特性を生かしたまちづくり

旧遍路宿などを拠点とした取組や地域資源を巡る取組など、市民団体や NPO の地域資源利活用に対する支援のほか、地域の宝を紹介する案内板や解説板の設置など、地域住民による資源の保存や活用に対する支援を行っています。また、松山城周辺や三津浜、中島など、『坂の上の雲』フィールドミュージアムの各ゾーンでサイクルロゲイニング大会を開催し、地域の魅力を体感する機会を創出しています。

中島・興居島の未利用施設を活用し、それぞれにお試し移住施設を整備し、移住定住につなげています。また、忽那諸島で活動する地域おこし協力隊を採用し、地域の活性化を図るとともに、任期満了後の定住につなげました。

まちづくり協議会の未設立地区での説明会や、市民にまちづくり協議会の取組を知ってもらうための「地域力パワーアップ大会」のほか、まちづくりに女性の力を発揮してもらうための「まちづくり女子会」を開催しています。

地域で活躍している人や、これから活動する人を対象に、地域の課題解決方法やコミュニティに関する基礎的学習、組織づくりの重要性、地域の将来構想「まちづくり計画」作成などを学ぶセミナーを開催し、人材育成、市民啓発を行いました。

重要業績評価指標<KPI> (単位)	基準値 (H26 年度)	現状値 (R1 年度)	目標値 (R1 年度)
俳句甲子園エントリー数 (件)	29	35	47
『坂の上の雲』フィールドミュージアム活動支援事業において支援する団体数 (団体) ※累計	36	44	44
まちづくりファンド支援件数 (件) ※累計	7	26	24
まちづくり協議会の設立数 (準備会含む) (団体) ※累計	17	34	33
松山市域からの温室効果ガス排出量 (t-CO2)	4,330,868 (H24)	2,715,000	3,622,000

⑩シビックプライドの向上

松山城周辺や久谷、風早など『坂の上の雲』フィールドミュージアムの各ゾーンでふるさとウォークを開催し、地域固有の魅力を伝えています。また、坂の上の雲ミュージアムをはじめ、各ゾーンで開催される市民団体の地域活動などを大学生がリポーター役としてラジオ番組で紹介し、『坂の上の雲』のまち松山の魅力を広く発信しました。

広報まつやまに、『私たちのふるさと松山学』のコーナーを設け、中学生が地域の偉人や文化、歴史などを自分たちの言葉で伝えることで、地域への愛着を深めています。

重要業績評価指標<KPI> (単位)	基準値 (H26 年度)	現状値 (R1 年度)	目標値 (R1 年度)
中学生が地元の偉人などを紹介した記事の広報紙掲載数<再掲> (回) ※累計	—	47	48
『坂の上の雲』ふるさとウォーク参加者数 (人)	2,600	1,600	2,600

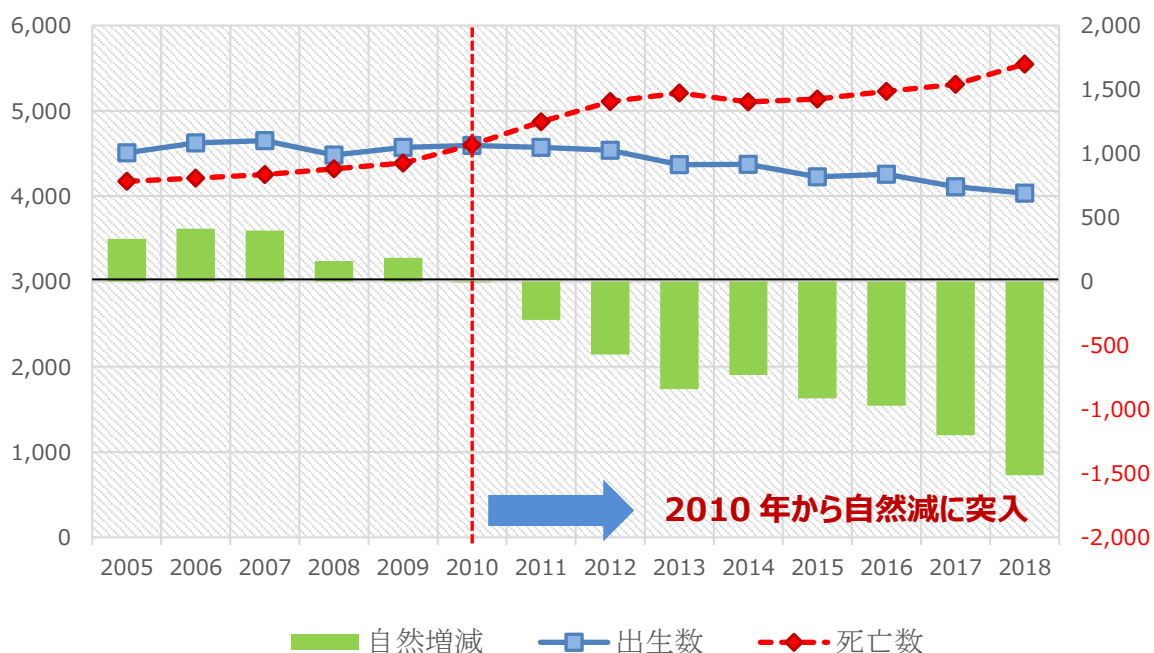
VII. 人口動向と各種調査結果の分析

1. 少子化対策

結婚・出産の現状

「松山市の人口動態」によれば、平成 22 年（2010 年）から本市は自然減に突入し、その後も出生数は減少しています。

（図 1）出生・死亡数の推移



また、「人口動態統計」（松山市保健所）によれば、晩婚化（図 3）及び晩産化（図 4）に加え、近年では特に未婚化の進行（図 5・図 6）が出生率の低迷に影響（図 2）していると考えられます。

（図 2）合計特殊出生率と出生数

	2013 年	2014 年	2015 年	2016 年	2017 年	2018 年
出生率	1.36	1.40	1.36	1.42	1.39	●●
出生数	4,339 人	4,385 人	4,181 人	4,242 人	4,058 人	●●人

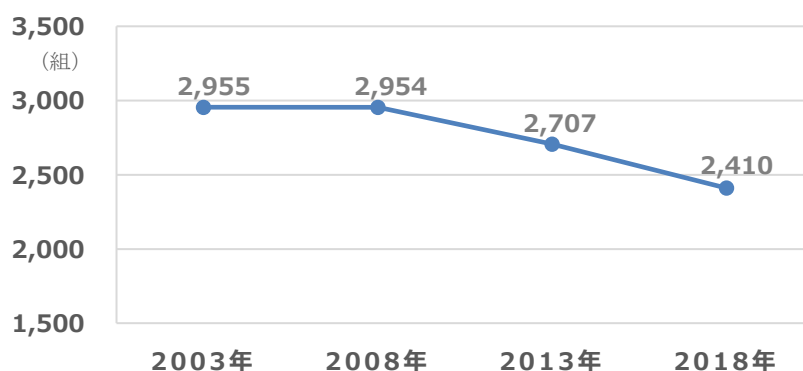
（図 3）平均初婚年齢

	2003 年	2008 年	2013 年	2018 年
男 性	28.7 歳	29.3 歳	30.0 歳	30.1 歳
女 性	27.2 歳	27.8 歳	28.5 歳	28.8 歳

(図 4) 第 1 子平均出産年齢

2014 年	2015 年	2016 年	2017 年	2018 年
29.9 歳	29.8 歳	30.2 歳	29.6 歳	●●歳

(図 5) 婚姻件数



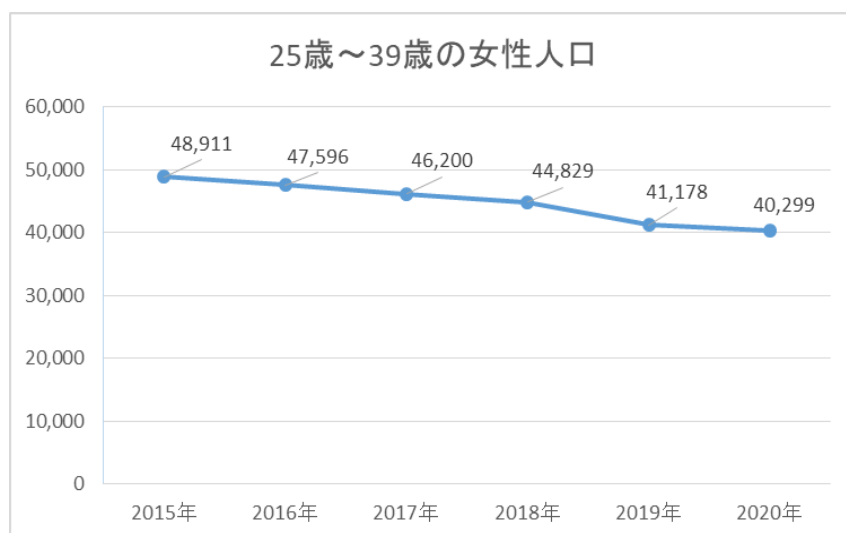
(図 6) 婚姻率 (婚姻件数 / 人口 × 1,000)

年	2013 年	2014 年	2015 年	2016 年	2017 年	2018 年
対千人	5.2	5.1	5.1	4.9	4.7	●●

以上の状況は日本全体が同様の傾向にあり、平成 29 年の結婚件数は 60 万 6,863 組と戦後最少となっています。また未婚化も進行し、平成 27 年の 50 歳時の未婚割合は、男性 23.4%、女性 14.1%となっています。

また、将来の母親となる女性人口が激減している状況は深刻です。松山市でも、出生数の 8 割以上を占める 25 歳から 39 歳の女性人口が、ここ 5 年間で約 18%減少しており、若い世代が希望する出生を早期に叶えるため、社会全体で応援する環境を整えることが急務となっています。

(図 7) 女性人口の減少



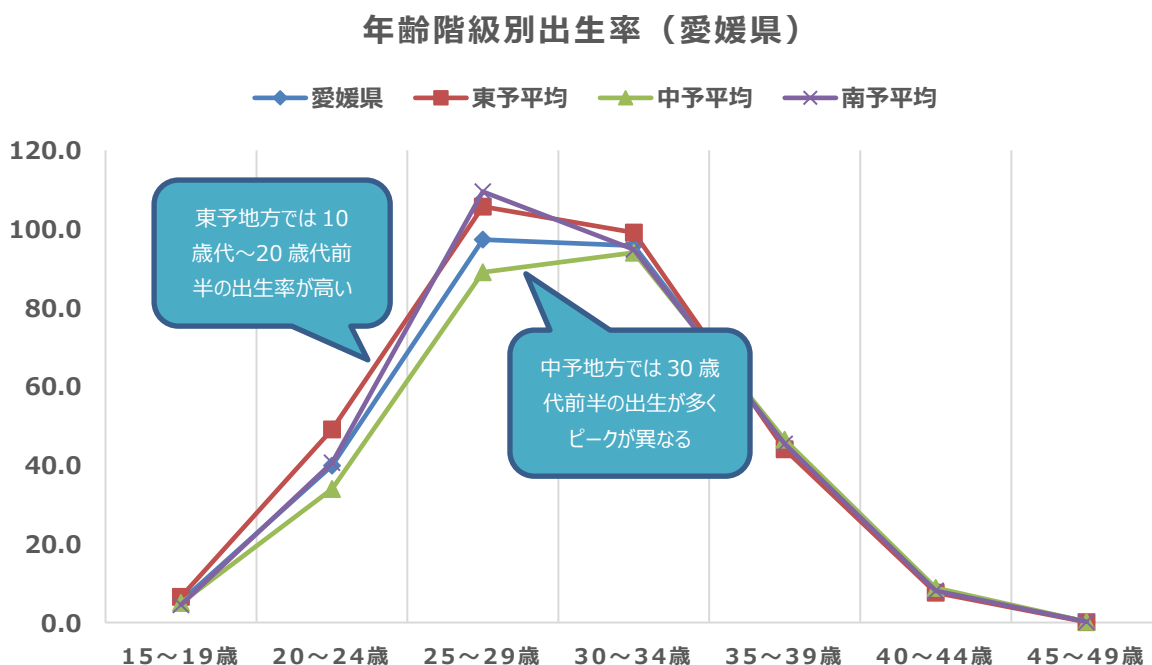
出生率の向上について

いよぎん地域経済研究センターが発行している『調査月報 IRC Monthly』（以下、『IRC レポート』という。）によれば、愛媛県内の東予・中予・南予地方で出生率に特徴的な差異が生じています⁷。

図8及び図9にあるとおり、東予地方では、どの市町も愛媛県平均より30歳以下の出生率が高く、中予地方ではどの市町も愛媛県平均より35歳以下の出生率が低い結果となっています。中予地方には大学や専門学校、専修学校等が集積し、学生人口が多いことから、20歳代前半での結婚、出産に至るケースが少ないと考えられています。一方、東予地方には臨海地区を中心に大手上場企業を含む製造業が多く集積し、高校卒業後すぐに安定した企業に就職できる環境が整っています。

まつやま人口減少対策推進会議の専門部会「希望出生率実現プロジェクト」が主催した「結婚支援ビッグデータ・オープンデータ活用研究会」では、有識者から「18歳女性の高卒就職率と出生率に高い相関が見られる」との報告もあったことから、今後も詳細な分析や検討が必要であるものの、人口減少対策の一つとして高卒対象の就職支援、対象企業誘致等も考えられます。また、人類の寿命の伸びに対して妊孕性はそれほど上がっていないことから、20歳代前半での結婚・出産が鍵となるとみられます。

(図8)



⁷ 『IRC レポート』2018年6月号 p.4 いよぎん地域経済研究センター 2018

(図 9)

地域別年齢階級別出生率（女性人口千人対）

東予	15～19 歳	20～24 歳	25～29 歳	30～34 歳	35～39 歳	40～44 歳	45～49 歳
愛媛県	5.4	39.9	97.3	95.8	45.5	8.3	0.2
東予平均	6.5	49.1	105.7	99.1	44.0	7.6	0.1
四国中央市	6.3	46.7	111.3	98.5	42.6	7.9	0.1
新居浜市	6.8	51.4	108.5	106.1	46.1	8.2	0.2
西条市	6.9	50.5	108.6	102.1	46.0	8.0	0.1
今治市	6.3	48.0	97.9	91.8	41.9	6.8	0.2
上島町	6.0	48.2	98.1	91.7	41.9	7.0	0.2

中予	15～19 歳	20～24 歳	25～29 歳	30～34 歳	35～39 歳	40～44 歳	45～49 歳
愛媛県	5.4	39.9	97.3	95.8	45.5	8.3	0.2
中予平均	5.0	33.9	89.0	94.0	46.5	8.8	0.2
松山市	5.1	34.5	89.6	94.6	46.8	8.8	0.2
伊予市	4.9	33.7	88.8	93.7	46.3	8.8	0.2
東温市	4.9	33.5	88.6	93.8	46.4	8.8	0.2
久万高原町	5.0	33.9	89.0	93.9	46.5	8.8	0.2
松前町	5.1	33.8	88.7	93.8	46.5	8.8	0.2
砥部町	5.0	33.8	88.5	93.7	46.2	8.8	0.2

南予	15～19 歳	20～24 歳	25～29 歳	30～34 歳	35～39 歳	40～44 歳	45～49 歳
愛媛県	5.4	39.9	97.3	95.8	45.5	8.3	0.2
南予平均	4.5	40.6	109.5	94.8	45.4	8.1	0.2
八幡浜市	3.5	37.8	102.4	95.7	48.2	7.1	0.2
大洲市	4.0	42.2	108.1	95.2	47.8	7.2	0.2
西予市	3.4	37.9	107.1	96.9	48.6	7.5	0.2
内子町	3.9	37.8	103.0	93.8	47.6	7.6	0.2
伊方町	3.7	38.4	106.1	95.2	48.9	7.3	0.2
宇和島市	5.7	43.9	115.9	94.1	41.8	9.2	0.2
松野町	5.4	42.4	114.7	92.6	42.4	9.1	0.3
鬼北町	5.2	42.4	116.6	94.4	41.8	9.0	0.4
愛南町	5.3	42.8	113.8	94.2	42.0	8.7	0.2

注 1) 県平均を上回っている値は薄い網掛け、下回っている値は濃い網掛け、同値の場合は網掛けなし。

注 2) 女性人口千人対とは、女性 1,000 人に対して何人の子どもが産まれているかを表す値。

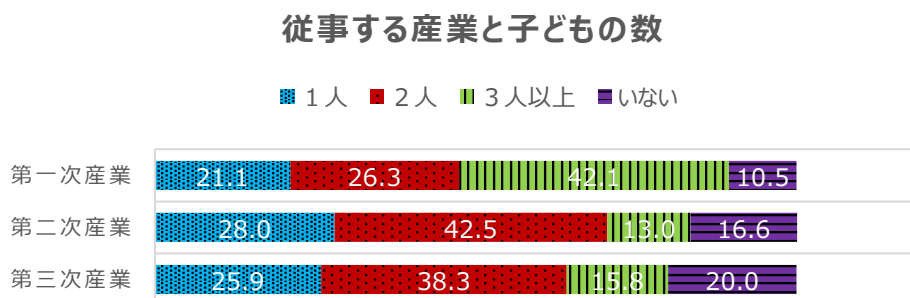
アンケートから見る子育て世帯の現状

前掲『IRC レポート』でアンケート調査を実施しており、興味深い結果が得られています⁸。

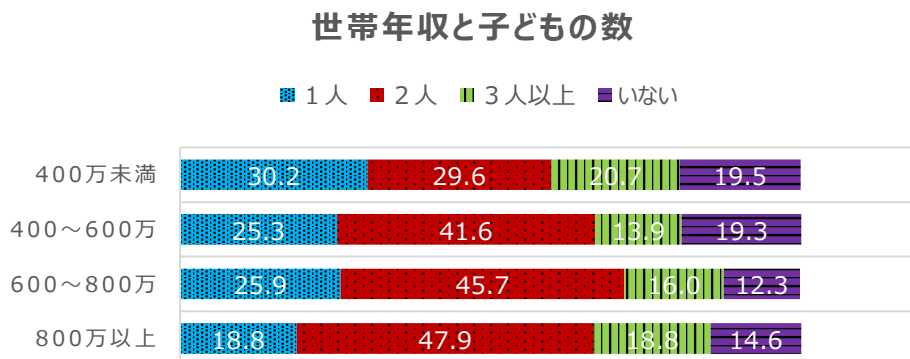
まず、従事する産業によって子どもの数が変わるかどうかを調べたもの（図 10）では、子どもの数にばらつきはあるものの、子どもがいる割合は第一次産業が最も高く、第三次産業が最も低い結果となりました。同時に、同社が分析している合計特殊出生率との相関関係でも、第三次産業従事者の割合で負の相関が見られており、これを裏付けています（第三次産業従事者が多いほど合計特殊出生率が低い）。

また、意外な結果となったのは、世帯年収と子どもの数を調べたもの（図 11）です。近年は、子ども 1 人を育てるのには数千万ものお金がかかるとの認識が浸透し、年収が高いほど子どもの数は有利な結果になるとみられていましたが、結果的に、年収によって子どもの有無や人数に有意な関係性は認められませんでした。ただし、前回の総合戦略『松山創生人口 100 年ビジョン先駆け戦略』や、松山市保健福祉部子育て支援課がまとめた報告書⁹で、経済的支援を求める声が多数上がっているほか、『IRC レポート¹⁰』でも、子どもを産むときに重視したこととして「世帯収入が十分か」「夫が正社員か（雇用の安定性）」が極めて高い数値を示した、と報告していることから、子育てにはお金がかかる、あるいは少なくともその実感があることは事実であり、この不安を解消する必要があります。

（図 10）従事している産業と子どもの数の関係



（図 11）世帯年収と子どもの数の関係



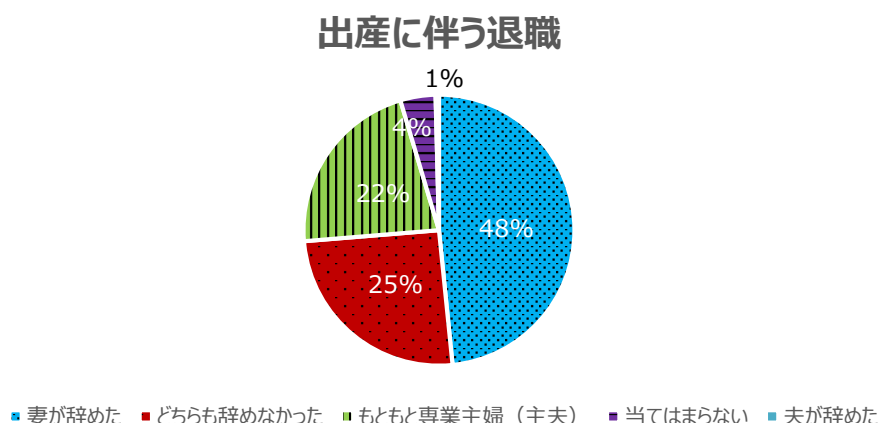
⁸ 『IRC レポート』2018 年 6 月号 p. 7 いよぎん地域経済研究センター 2018

⁹ 『子ども・子育て支援に関するニーズ調査結果報告書』松山市保健福祉部子育て支援課 2019

¹⁰ 『IRC レポート』2018 年 6 月号 pp. 8-10 いよぎん地域経済研究センター 2018

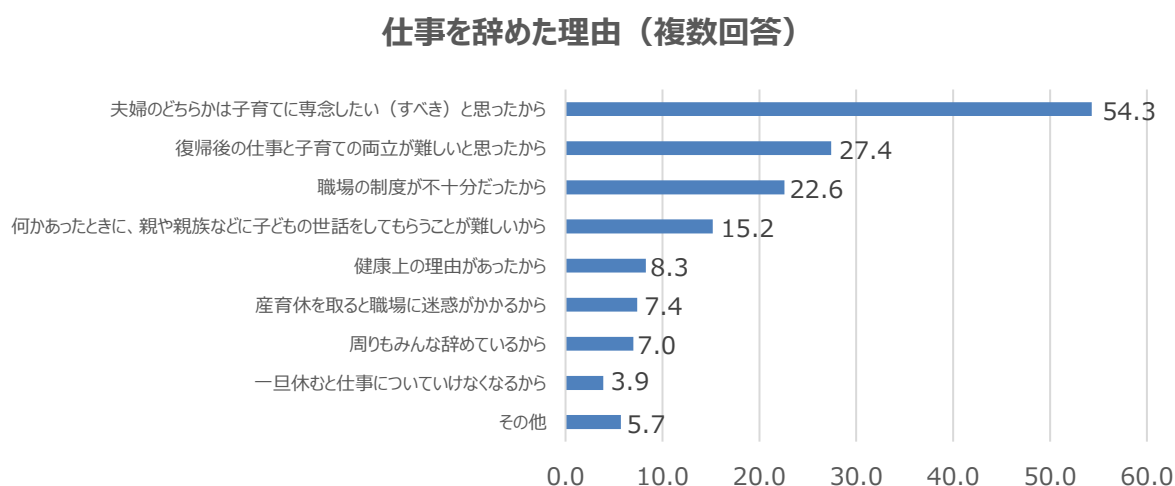
さらに、子どもを産むにあたってどちらかが仕事を辞めたかどうかを尋ねた項目（図 12）では、「妻が辞めた」が 48.4%と約半数を占めています。全国の状況（国立社会保障・人口問題研究所の「第 15 回出生動向基本調査」）では、直近の数値で妻の「出産退職」は 33.9%となっており、前提条件が若干異なるため単純に比較はできないものの、全国に比べて愛媛県の「出産退職」の割合が高いことが分かります。

（図 12）出産に伴う退職があったか



加えて、仕事を辞めた理由（図 13）では、「夫婦のどちらかは子育てに専念したい（すべき）と思ったから」が最も多く、過半数を占めました。一方で、理由の 2 番目から 4 番目、「仕事と子育ての両立が難しいと思ったから」「職場の制度が不十分だったから」「何かあったときに親や親族に頼れない」といった仕事と子育ての両立をしたくてもできずに諦めた夫婦も一定数いることがわかります。

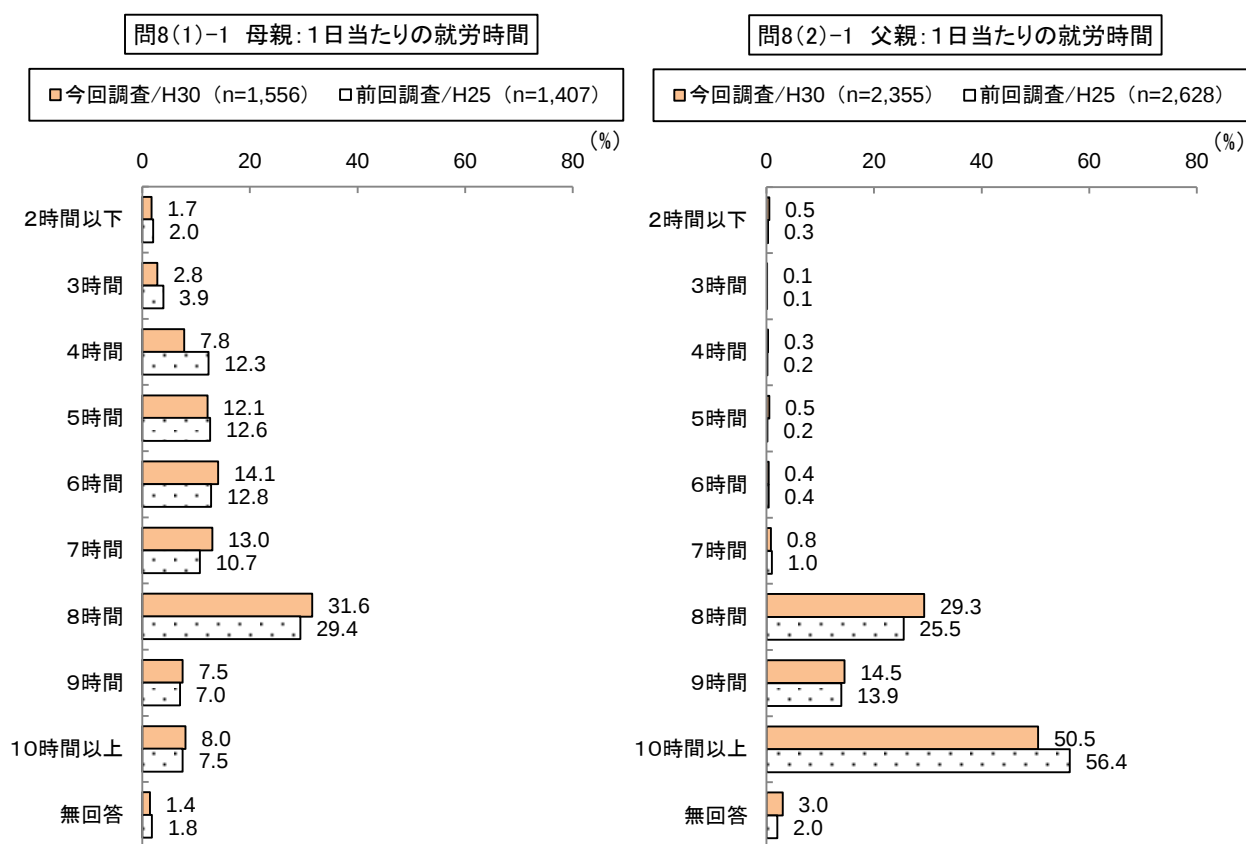
（図 13）仕事を辞めた理由



さらに、前出の松山市子育て支援課の調査報告書によれば、母親の 59.7%は何らかの形で就労していますが、そのうち就労者は 5 年前の調査よりも 11.1 ポイント増加し、反対に非就労者は 12.3 ポイント下げています¹¹。女性の就業傾向が強くなっている一方で、父親と母親の 1 日当たりの就労時間を比較（図 14）しても分かるとおり、依然として母親は非正規就労あるいは短時間勤務となっていることが想起されます。

子育てに専念するために一度退職した女性が母親になった後、条件を違えて就労している現在の姿が、本当に希望に沿ったものなのか、前出のアンケート結果も踏まえながら改めて検証する必要があります。

（図 14）就学前児童を持つ親の就労状況



子育てに専念するのか、仕事と両立するかを選択は自由であるものの、『IRC レポート』が指摘するとおり、少なくとも両立したいのに諦めざるを得ない（＝選択肢がない）状況があるとすれば、その状況や傾向は改善されなければなりません。また、同レポートによる相関分析では、合計特殊出生率と女性の正規従業者数割合との間に、高い正の相関が見られています。すなわち、女性の正社員数や割合が高いほど出生率が上がるということです。

したがって、世帯収入の面からも、女性の正規就業の面からも、少なくとも仕事と子育ての両立を望むカップルがキャリアを断絶させることなく、子育てをしながら安心して働ける風土を構築することが急務といえます。

¹¹ 『子ども・子育て支援に関するニーズ調査結果報告書』 p.6 松山市保健福祉部子育て支援課 2019

2. 移住・定住

若者の流出について

総務省住民基本台帳移動報告によると、平成 30 年の全国からの東京圏への転入超過は 139,868 人と、ここ 5 年間で最多を記録（図 15）。そのうち、15 歳から 29 歳の若者世代が 127,393 人で約 9 割を占め、若者を中心とした東京圏への一極集中が加速しています。

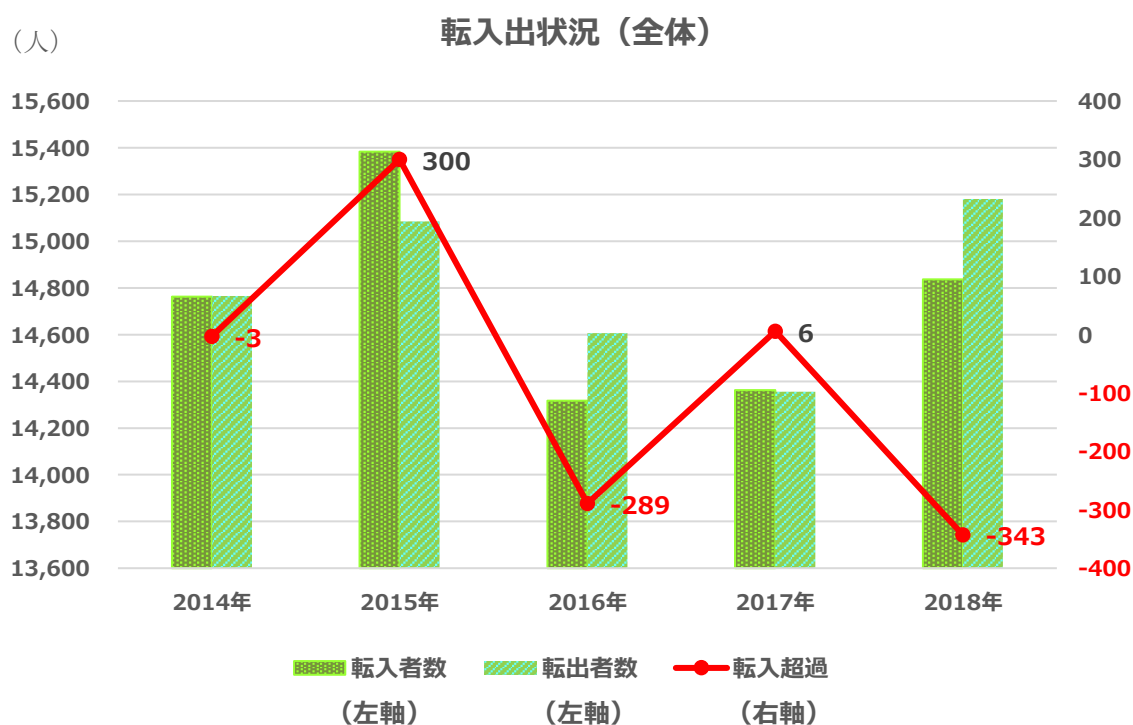
（図 15）3 大都市圏への転入超過推移

	2014 年	2015 年	2016 年	2017 年	2018 年
東京圏	116,048 人	127,623 人	125,282 人	125,530 人	139,868 人
名古屋圏	▲636 人	▲631 人	▲924 人	▲4,460 人	▲7,376 人
大阪圏	▲13,651 人	▲11,054 人	▲10,520 人	▲9,777 人	▲9,438 人

※東京圏（東京都・神奈川県・埼玉県・千葉県）／大阪圏（大阪府・兵庫県・京都府・奈良県）／名古屋圏（愛知県・岐阜県・三重県）

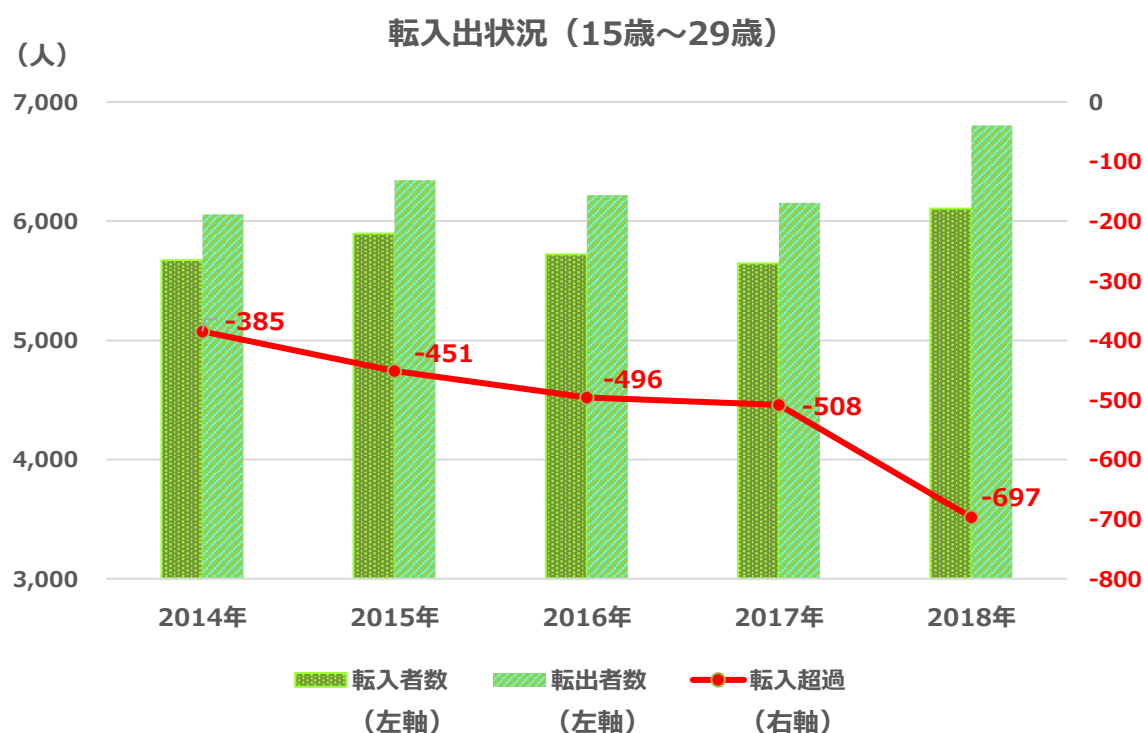
松山市全体の転入出状況は、図 16 のとおり近年、転入超過、転出超過を交互に繰り返していましたが、平成 30 年は大幅に転出超過となりました。なお、平成 30 年は、全国市町村の 72.1%が転出超過となり、中国四国地方の県庁所在地は全て転出超過でした。

（図 16）



特に、近年の好景気の中で、若者が東京圏を中心に大都市の企業に就職する傾向が強くなっており、本市においても 15 歳から 29 歳の転出超過が年々拡大しています（図 17）。

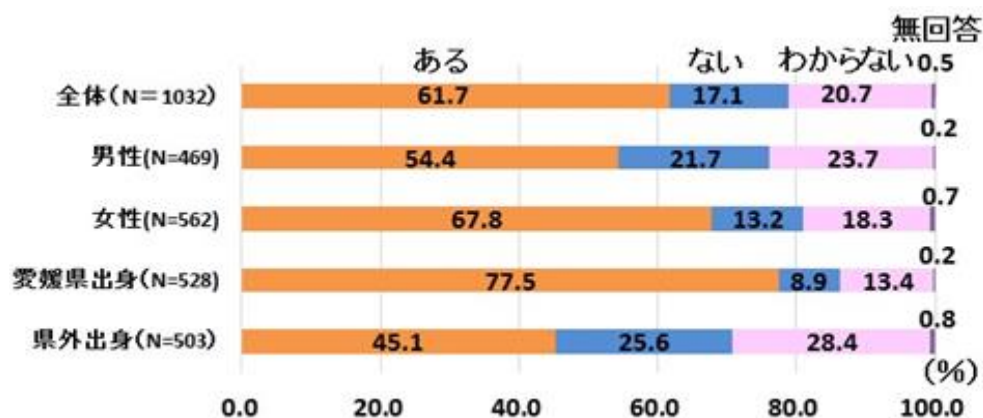
(図 17)



ひめぎん情報センターが、愛媛県内の短期大学、大学、大学院に通う学生に実施したアンケート調査¹²によれば、県内出身者の8割近く、県外出身者も5割近くが「愛媛県に愛着がある」と答え、大学生は概ね愛媛・松山の暮らしやすさを感じていると考えられます（図18）。

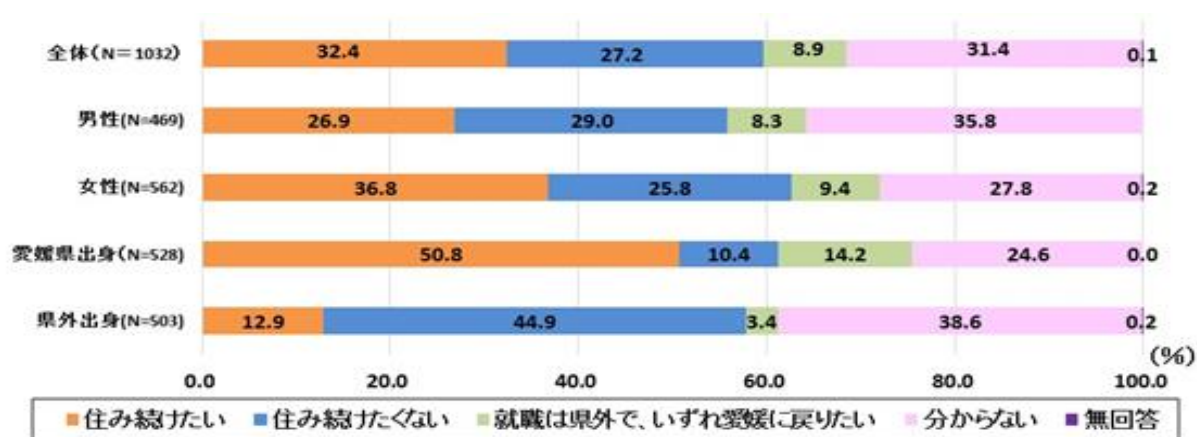
愛媛に住み続けたいとの意向は、県外出身者は約13%と低いものの、県内出身者は5割にのぼり、約14%も将来は戻りたいと回答しています。また、県内出身者で住み続けたくないと答えたのは約1割にとどまり、条件が揃えば、卒業後の転出を抑制することができる可能性があることがわかります（図19）。

(図 18) 愛媛に愛着はありますか



¹² 「大学生等の地元意識に関するアンケート調査（2019年3月）」ひめぎん情報センター

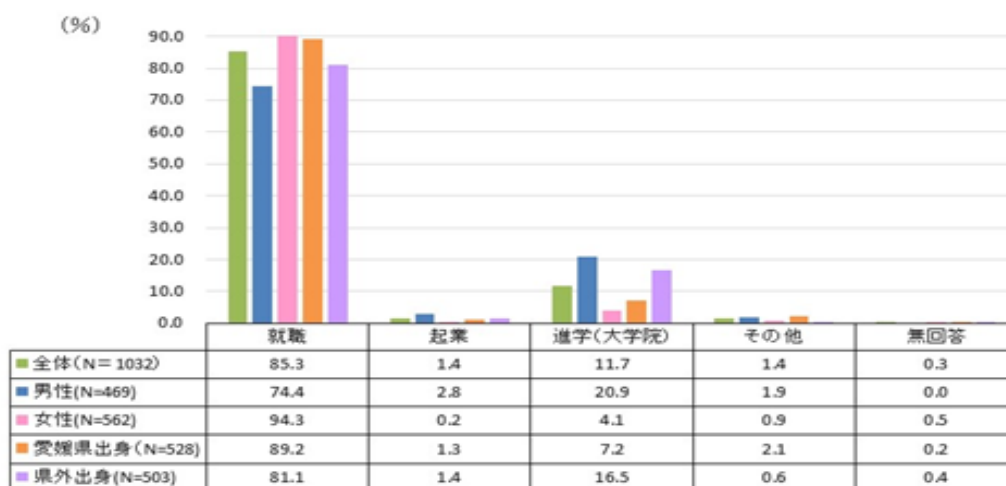
(図 19) 愛媛に住み続けたいと思いますか



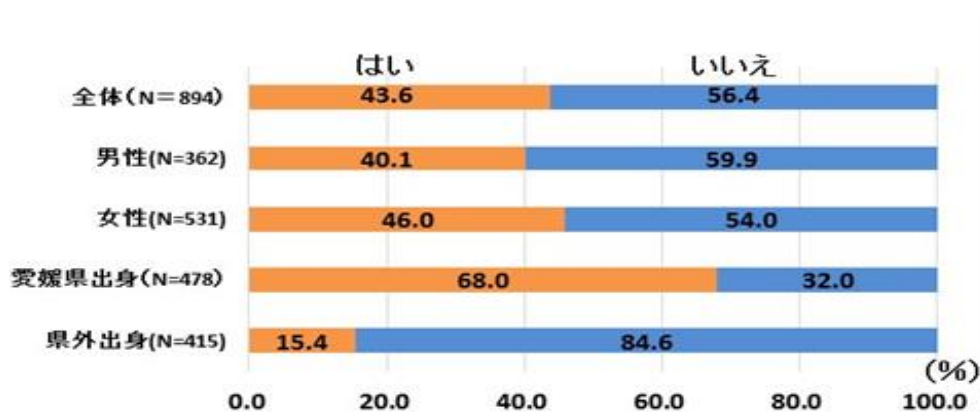
大学卒業後の進路では、大学院への進学を除くと、男女ともそのほとんどが就職を希望しており、起業を希望する者はごく僅かとなっています。

就職・起業の希望者のうち、愛媛県内を希望する者は全体の 43.6% で、男女とも半数を下回り、愛媛県出身者でも県内希望は 68% と、3 割強が県外へ流出する可能性があります。

(図 20) 卒業後の進路はどうしますか



(図 21) 愛媛で就職・起業したいですか (図 20 で「就職」または「起業」と回答した人のみ)

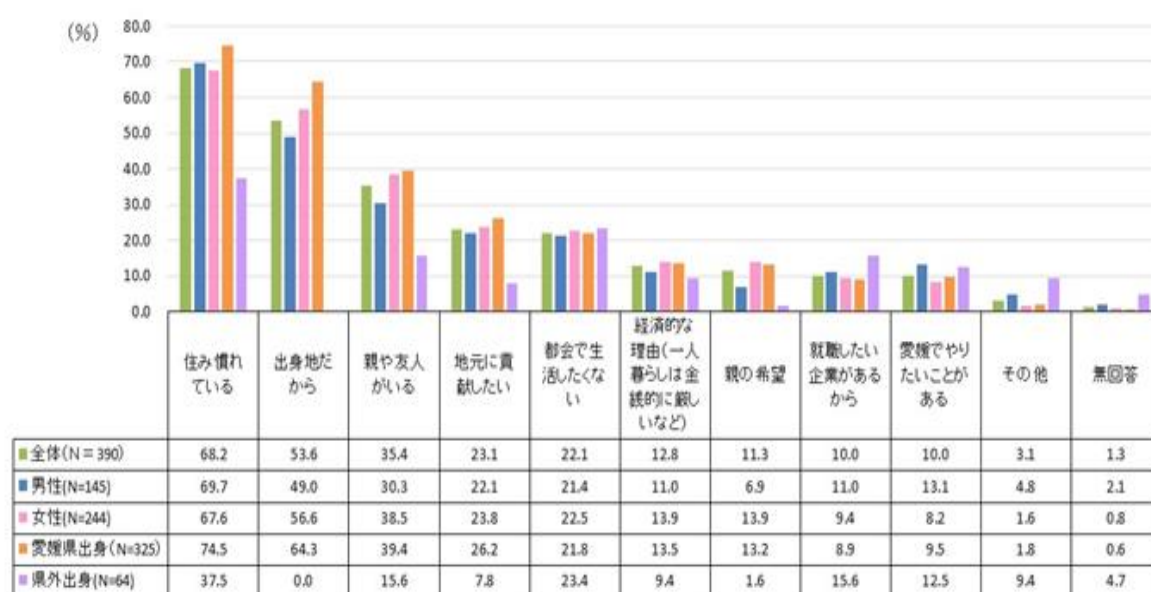


愛媛県内での就職・起業の希望理由は、「住み慣れている」「出身地だから」「親や友人がいる」が高い比率を占め、「就職したい企業がある」は1割にとどまっています(図22)。一方、県内希望者の不安は、「企業数が少ない」「業種・職種が限られる」「視野を広げにくい」「賃金が安い」といったネガティブな理由が上位に並び(図23)、また、県内出身者で、県内で就職・起業したくない理由でも「就職したい企業がない」が40.5%いるなど、地元企業の魅力が十分に伝わっていないことが伺えます(図24)。国の報告でも、地方から東京の大学へ進学した若者が、就職の際、企業を含めた地元の情報が伝わらず、そのまま東京で就職する事例が多いとの指摘がある¹³ことから、地元企業の情報を正確に伝えるとともに、若者にとって多彩で魅力的な企業の育成や誘致を図っていく必要があります。

また、県内出身者の、県内で就職・起業したくない理由(図24)は、「都会に行きたい」「就職を機に県外で一人暮らしをしたい」がともに50.3%と最も多くなっており、若者の都会や一人暮らしへの憧れは根強く残っています。こうした若者が都会でキャリアを積み、将来、地元に戻って、そのキャリアを地元で生かしてもらうことも地方創生にとっては大切です。そのため、高校や大学と連携し、若者が地域活動に参加し、松山の魅力や暮らしやすさなどを知る機会を創出することで誇りや愛着を育み、将来の定住やUターンの促進に努めていきます。

(図22) 愛媛で就職・起業したい理由は(複数回答)

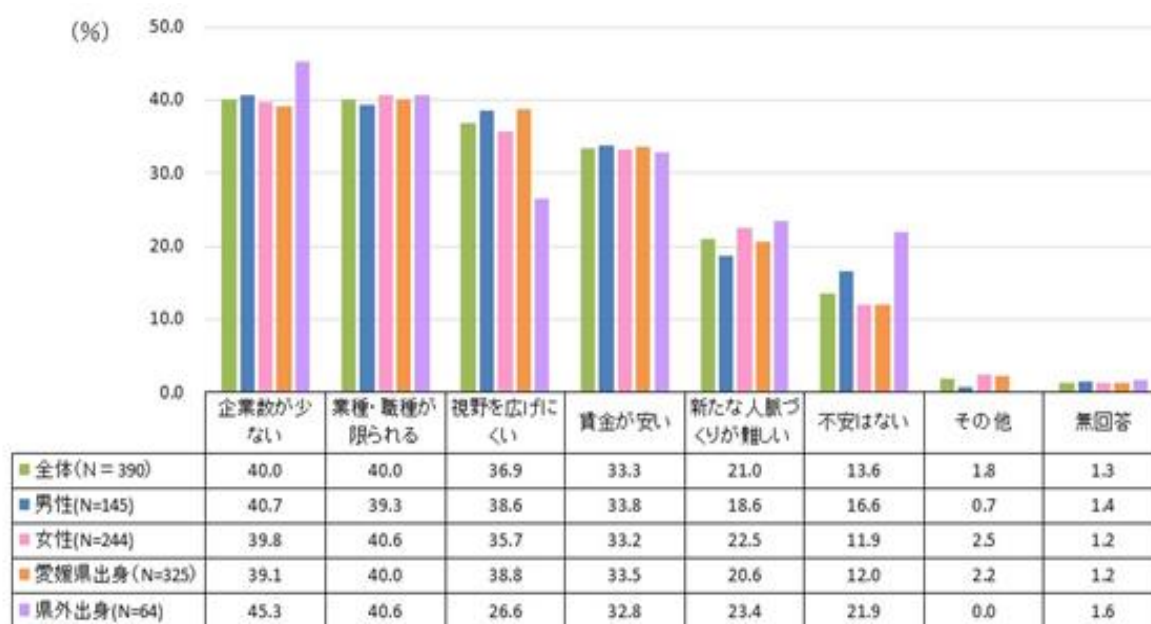
(図21で、愛媛で「就職」または「起業」したいと回答した人のみ)



¹³ 『第2期「まち・ひと・しごと創生総合戦略」策定に関する有識者会議中間取りまとめ報告書』別添1 pp.8-15 第2期「まち・ひと・しごと創生総合戦略」策定に関する有識者会議 2019

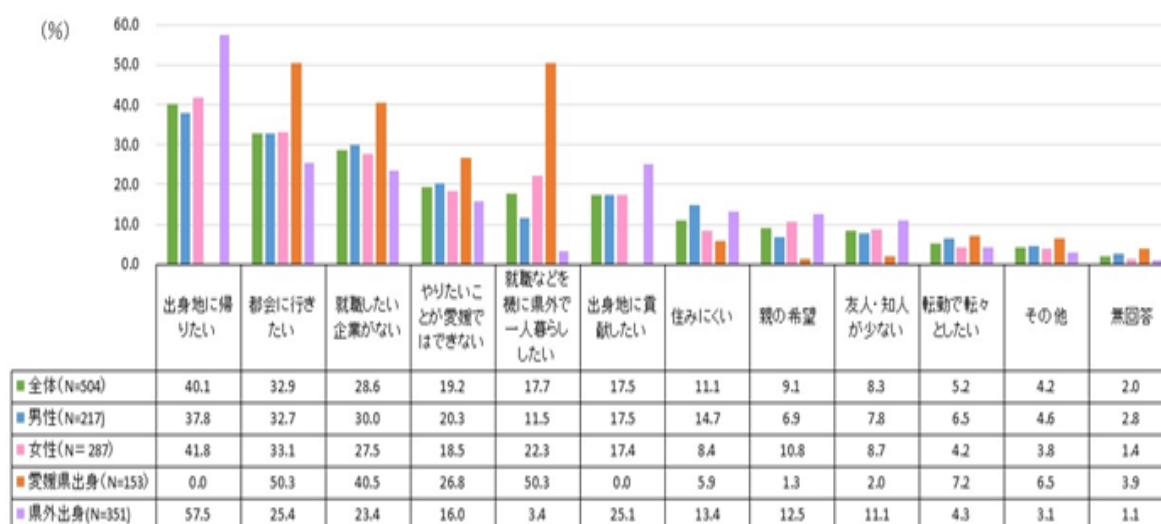
(図 23) 愛媛で就職・起業するにあたって不安なことは（複数回答）

（図 21 で、愛媛で「就職」または「起業」したいと回答した人のみ）



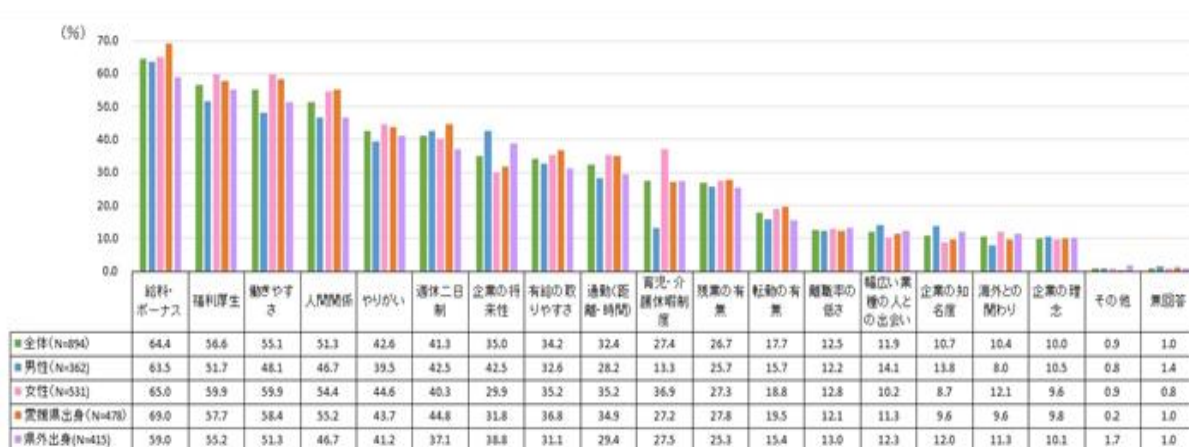
(図 24) 愛媛で就職・起業したくない理由は（複数回答）

（図 21 で、愛媛で「就職」または「起業」したくないと回答した人のみ）

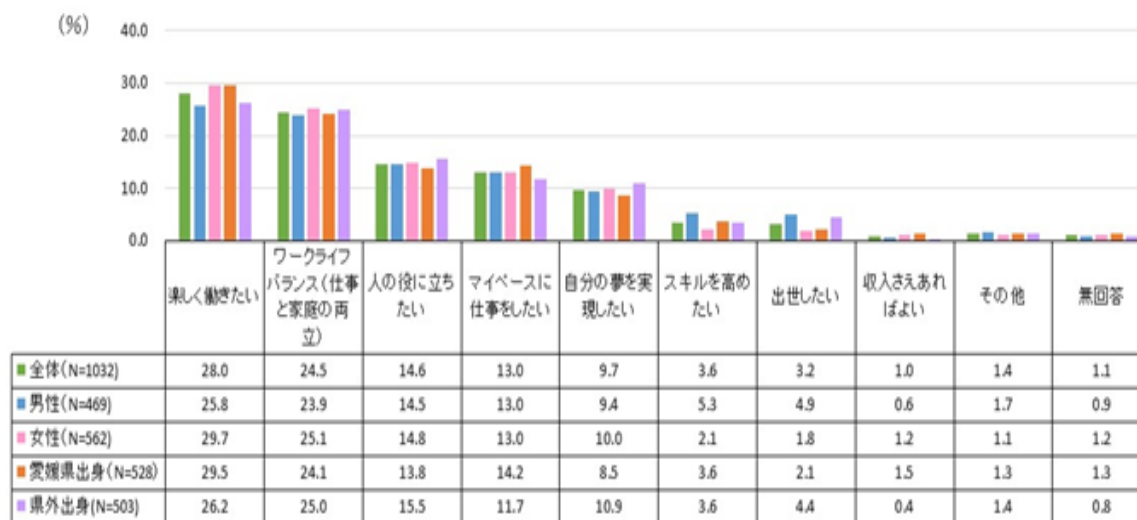


大学生が就職先を決める際に重視すること（図 25）では、当然のことながら、「給料・ボーナス」が最も多くなっています。しかし、「福利厚生」や「働きやすさ」、「やりがい」との回答も多く、また、働くことに対する考え方（図 26）でも「楽しく働きたい」「ワークライフバランス」を求める回答が多くなっており、収入面だけではなく、働く環境を重視していることが伺えます。

（図 25）就職先を決める際に重視することは（複数回答）



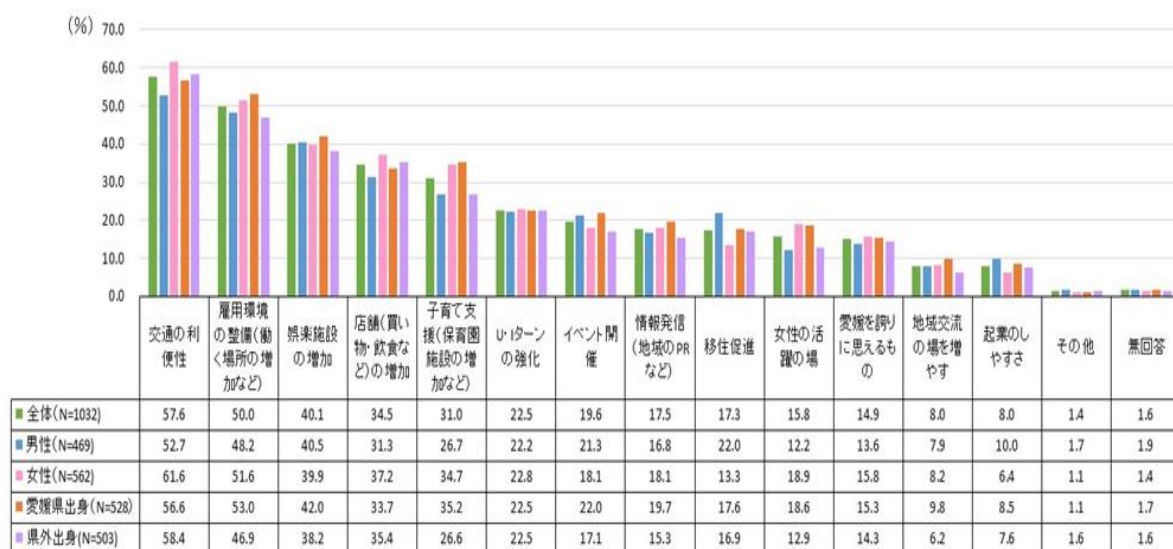
（図 26）働くことに対する考え方



最後に、愛媛に若者を増やしていくために必要だと思うこととの質問に対しては、働く場所の増加を含めた「雇用環境の整備」を抑え、「交通の利便性」が最も多くなっています（図 27）。自由記述では、県外とのアクセスが不便との意見があり、この場合の交通とは市内ではなく、県外とのアクセスの向上を望む声と思われます。

また、「娯楽施設の増加」や「店舗の増加」も上位に並んでおり、若者は松山での暮らしやすさにはある程度満足しているものの、都会の豊富で多彩な娯楽への憧れも強く、まちの賑わいの創出も若者定着の鍵になると思われます。

(図 27) 愛媛に若者を増やしていくために必要だと思うこと（複数回答）

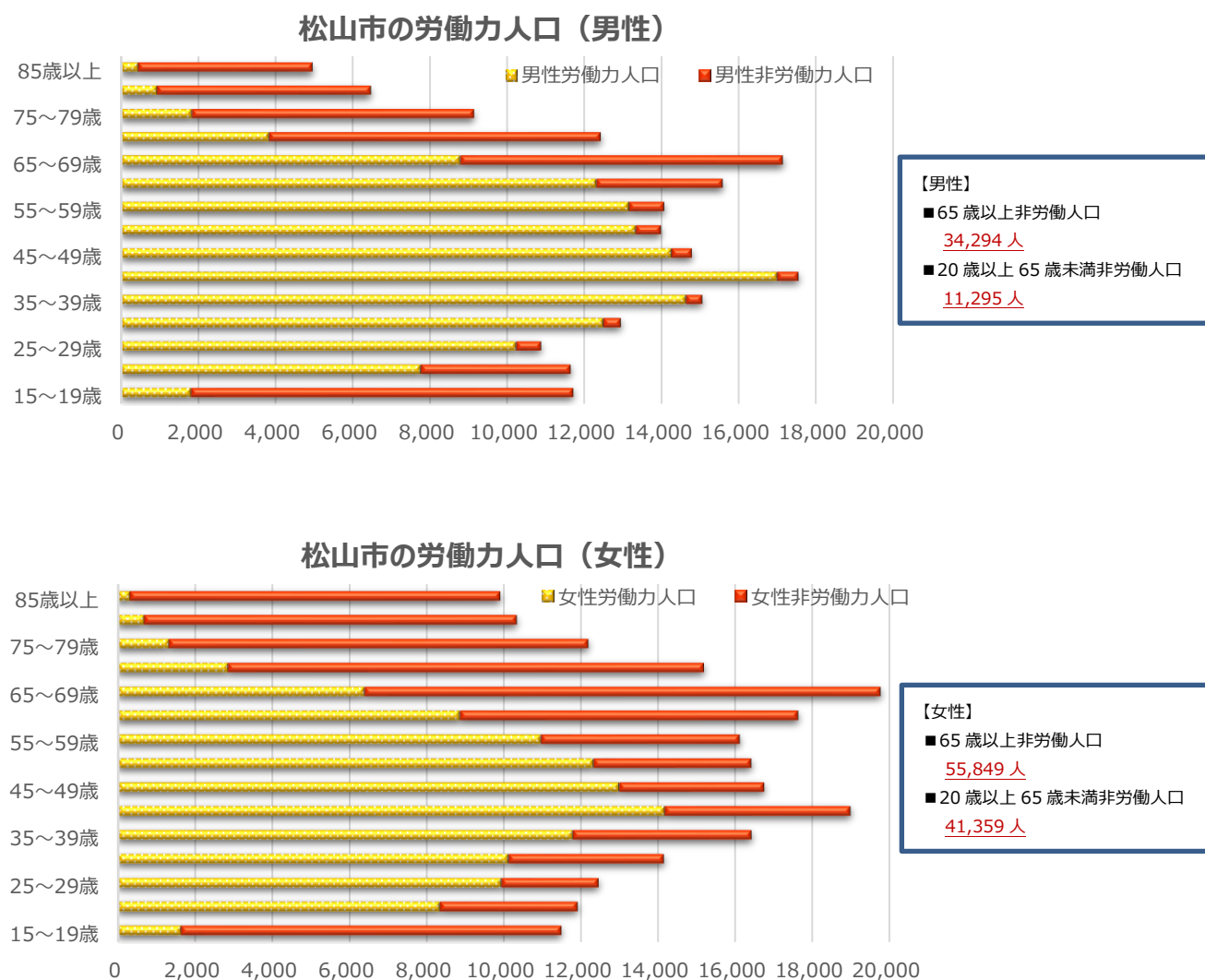


3. 地域経済の活性化

非労働人材の活用（高齢者）

現在、人類の寿命は伸び続けていると言われており、団塊の世代が75歳以上に突入し、国民の3人に1人が65歳以上になる「2025年問題」、また、人口減少と高齢者人口のピークを迎え、行政運営が最も厳しいとされる「2040年問題」に対応する必要に迫られています。

「官民連携とIoT活用による、愛媛県移住・地域雇用創出同時促進事業（総務省委託事業）」により、愛媛県が作成した移住・雇用プラットフォーム「あのこの愛媛」制作の説明会で示された資料¹⁴によれば、愛媛県内には非労働シニア23万人、非労働主婦7万人の合計約30万人の眠れる労働力があるとされています。これを基に、松山市の状況を調べたところ、下図のとおり、非労働シニア約9万人、非労働稼働年齢層約5万人、合計約14万人になります。（図28）

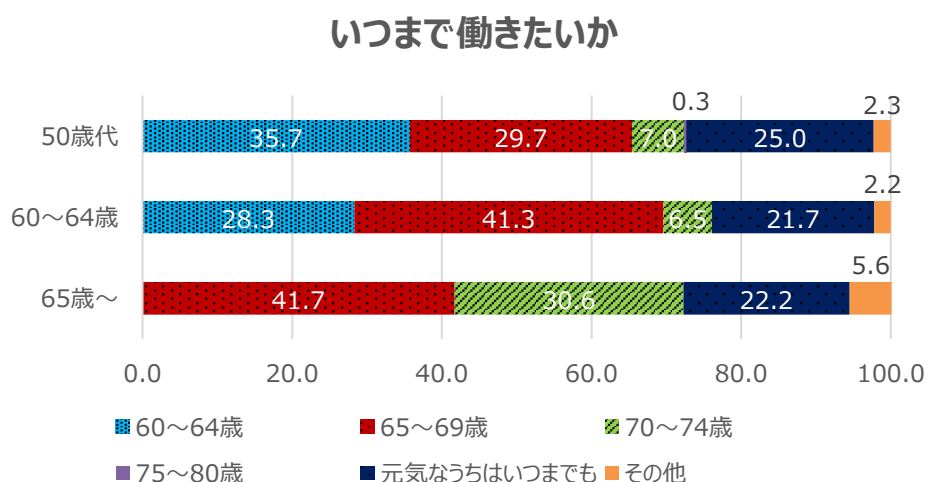


平成27年国勢調査就業状態等基本集計（総務省統計局）より作成

¹⁴ 愛媛県から日本を元気にする地方創生「愛媛モデル」（受託ベンダーであるHRソリューションズ株式会社作成資料）「地方創生パワーアップセミナー」H29.7.28 愛媛県水産会館

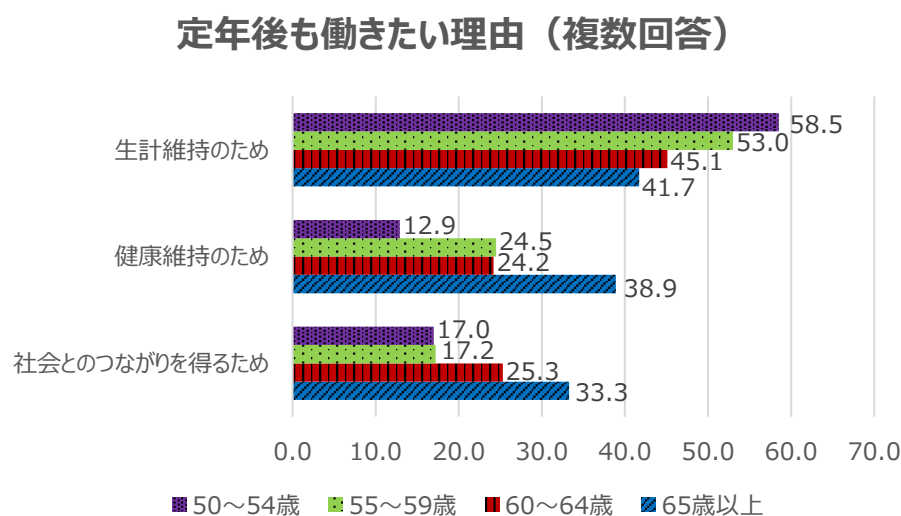
一方、その休眠労働力を活用できるかどうかですが、シニア人材の雇用・就労に関するアンケート調査を行った『IRC レポート』¹⁵によれば、就労者側の意向として、「元気なうちはいつまでも（働きたい）」という回答が一定数ありました（図 29）。また、65 歳以上になって 70 歳代前半まで働きたいと思う人の割合は一気に増えており、対象年齢が近くなっても、まだまだ働けるとの実感が湧いている、または、実際に働いているものと考えられます。

（図 29）



定年後も働きたい理由としては、図 30 のとおり「生計維持のため」という理由がどの年代も多くなっています。しかし、年齢が上がるにつれて「健康維持のため」や「社会とのつながりを得るため」の割合が増加しており、ライフステージに応じた就労ニーズを捉えて労働施策を考える必要があります。

（図 30）

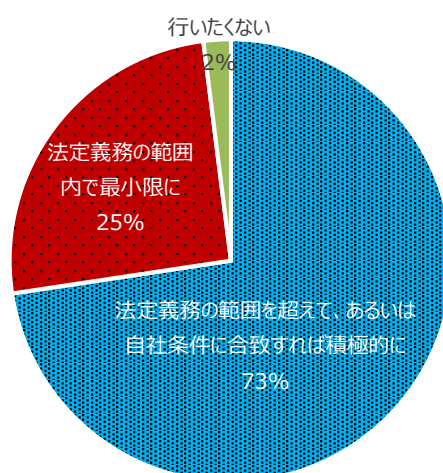


¹⁵ 『IRC レポート』 2018 年 6 月号 p. 19 いよぎん地域経済研究センター 2018

では、雇用側の意向はどうかという点、前掲『IRC レポート』によれば、今後のシニア世代の雇用について、7 割を超える企業が「法定義務（65 歳）を超えて、あるいは自社条件に合致すれば積極的に雇用したい」と回答しています（図 31）。なお、シニア世代の雇用に積極的な理由として主なものは「意欲と能力があれば年齢は関係ないため」「高齢者の身につけた人脈や能力、知識を活用したいため」などでした。一方、消極的な理由としては「特に雇用が困難な理由はないが、従業員の世代交代をしたいため」が最も高く、「病気や労災事故のリスクが高い」「新しい技術・知識への対応力」などが続きました。

（図 31）

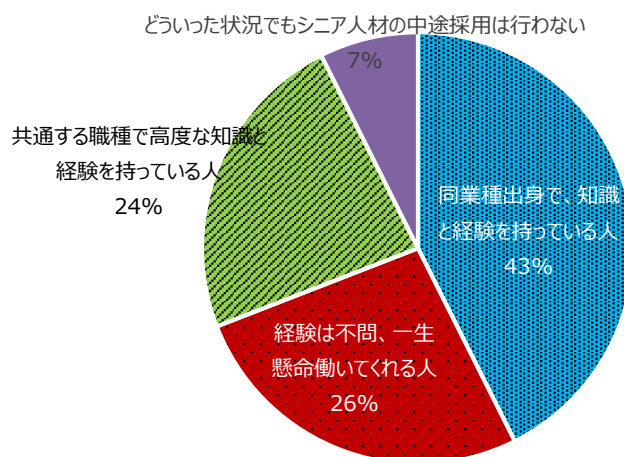
今後のシニア人材雇用（継続含む）意欲



また、シニア人材の中途採用の意向は高く、シニア人材の中途採用は行わないとした企業は 7%にとどまりました。

（図 32）

中途採用したいシニア人材



昨今の売り手市場や人材不足の深刻化という背景も無視できないものの、総じて雇用側は、シニア人材を雇用する意思を持っており、今後、活用が進むものと考えられます。ただし、定年後の再雇用について「同一労働に対して賃金が低下するのは不当である」とする労使の争いは多く、2018年6月1日に結審した再雇用後の待遇格差を巡る最高裁判決は、「定年後の再雇用などで待遇に差が出ることは不合理ではない」としながらも、合理的に説明可能な賃金制度を整備するよう促した形となっています。とりわけ、シニア人材の非正規再雇用は今後も増加するとみられるため、企業側も真摯に対応する必要があります。

また、高齢者施策ないしシニア雇用施策については、世代と人口ボリュームの推移を見極めながら、適切に時代に対応した施策を打っていく必要があります。

参考資料 1

「結婚や出産・子育てに関する意識調査アンケート」及び ワークショップ「まつやま女子会」 結果

第2期総合戦略を策定するにあたって、人口減少対策に関する施策や取組を実施するうえで重要となるニーズや問題点等を把握するため、松山市在住の18歳以上50歳未満の子どものない男女500名を対象に「結婚や出産・子育てに関する意識調査アンケート」(2019年9月実施。以下、「アンケート」という。)を実施しました。

また、同様に広く意見を聴取するため、2019年10月、ワークショップ形式で「まつやま女子会」(以下、「女子会」という。)を実施し、松山市在住の18歳以上の女性28名に結婚・出産・子育てに関して自由に意見交換をしてもらいました。

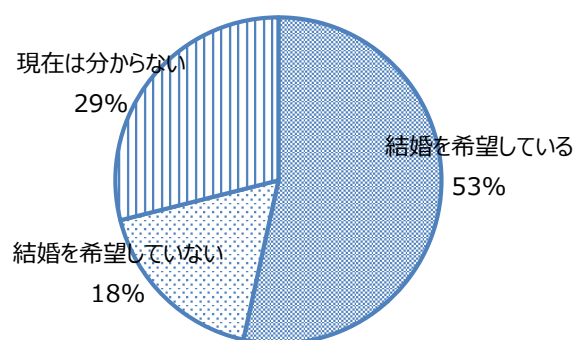
このアンケート結果および女子会の意見を、第1期総合戦略に先立って行った「松山市 結婚・出産・子育てに関するアンケート」(2015年7月実施)と一部比較しながら、現在の状況を見ていきます。

【結婚に対する希望】

アンケートで結婚に対する希望を問うたところ、全体では「希望している」が53.4%、「希望していない」が17.6%、「現在は分からない」が28.9%となっています。

詳細に見ると、男性・女性とも20歳代は「希望している」割合が73.5%と高く、30歳代53.3%、40歳代35.3%と徐々に減少する結果となりました。

1. 結婚に対する希望



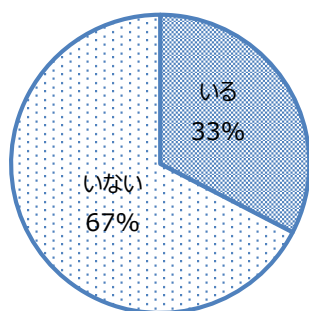
女子会では、特に働く独身女性から「仕事が忙しいし、結婚を急いでいない」、「仕事や自分の時間が大事なので結婚で自分の時間を取られたくない」、また「無理に出会いを求めてまで結婚しようとは思っていない」などの意見が相次ぎました。

【交際相手の有無】

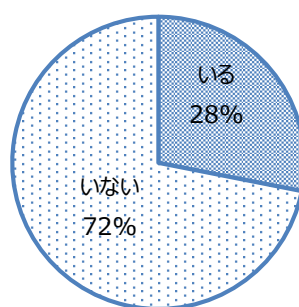
アンケートで交際相手の有無について調査しました。全体では前回調査の2015年とほとんど変わりませんが、パートナーが「いない」割合を性別でみると、男性は70.6%で、女性は65.6%でした。国立社会保障・人口問題研究所の『第15回出生動向基本調査』(H27)によると、交際している異性がない割合は男性が69.8%、女性が59.1%となっています。同調査の前提は18～34歳であるため単純比較はできませんが、本調査では女性の「いない」割合が高くなっています。

年代別で「いない」割合をみると、20歳代では55.6%ですが、30歳代70.0%、40歳代76.5%と30歳代以上で急上昇しており、結婚が遠のいてしまっていると考えられます。前出の結婚に対する希望の結果とあわせて見ても、20歳代での交際・結婚の状況が晩婚化、晩産化に影響すると考えられます。

2-1. 交際しているパートナーの有無
(2019)



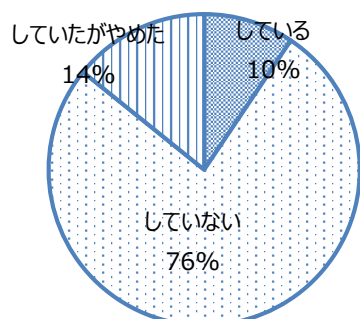
2-2. 交際しているパートナーの有無
(2015)



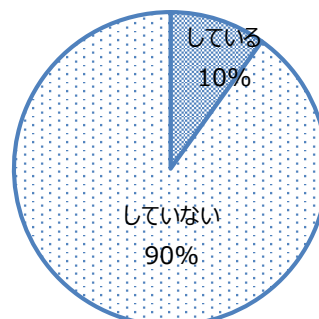
【婚活の実施状況】

アンケートで調査した婚活の状況は2015年と大きく変わりませんでした。婚活をしない理由としては「何をすればよいかわからない」「特に理由はない」との回答が多くありました。

3-1. 婚活状況 (2019)



3-2. 婚活状況 (2015年)

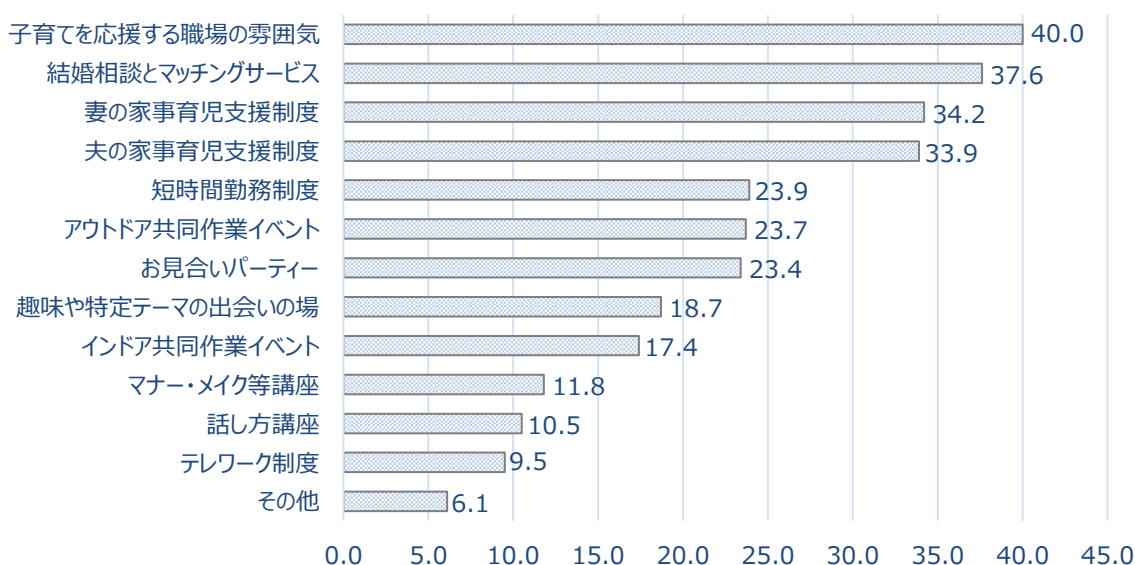


一方、婚活に関して女子会では「マッチングアプリで出会うのは勇気がいる」「出会い＝結婚と考えると重たい」「婚活を前面に出し過ぎない雰囲気づくりが必要」との意見が出ました。

【結婚しやすくなるために必要なこと】

アンケートで独身者に対し、結婚しやすくなるために必要と思うことを挙げてもらうと、男性はマッチングサービスやお見合いなど「出会い」に関する項目が上位であり、女性は子育てを応援する職場の雰囲気や（夫・妻の）家事育児支援制度など「結婚後の家事育児」に関する項目が上位でした。なお、若い世代ほど「子育てを応援する職場の雰囲気」、「（夫や妻の）家事育児支援制度」を求める声が多く、年代が上がるにつれてその割合は減少しています。

4. 結婚するために必要と思うこと（独身者・複数回答）



女子会では、「質の良いお見合いおぼちゃんが必要」「周囲から出会いや結婚を勧められる場（機会）を増やすとよい」など、周囲の後押しが必要との意見が出ました。

また、結婚を前向きに考えるきっかけづくりのため、「成功例が見たい」、「結婚後のイメージを良くする」、「結婚のメリットを明確にする」「結婚・子育て世代の方の話を聞く機会をつくる」など、結婚や将来に対する認識を深める機会が必要との意見が出されました。

【希望する子どもの数】

子どもを「ほしい」と回答した人に、希望する子どもの人数を尋ねたところ、「2人」と回答した割合が67.4%で最も高く、以下「1人」(17.7%)、「3人」(13.5%)、「4人」(1.0%)、「5人以上」(0.3%)の順となりました。独身者、既婚者ともにこの順番は変わりませんが、独身者は「3人」を希望する割合が若干高く(15.3%)、既婚者は「1人」を希望する割合が高い傾向にあります(24.2%)。

年代別では、40歳代で「2人」を希望する割合が他の年代より低く(54.3%)、「1人」を希望する割合が高くなっています(35.7%)。30歳代では、男性で「2人」を希望する割合が他の年代より低くなっています(57.1%)が、女性は78.8%と高くなりました。

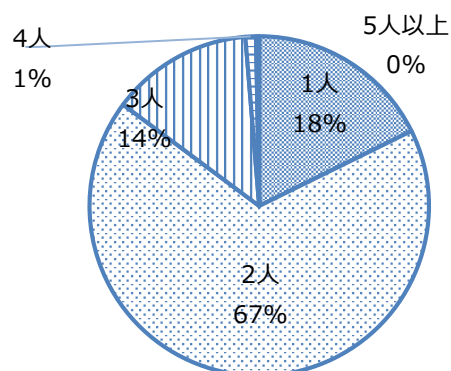
なお、この結果から算出される希望する子どもの数は1.99となり、2015年の2.05とほぼ変わらない状況となりました。

(※2015年は「未婚女性」、2019年は「女性」で算出したため、厳密には条件が一致しない。)

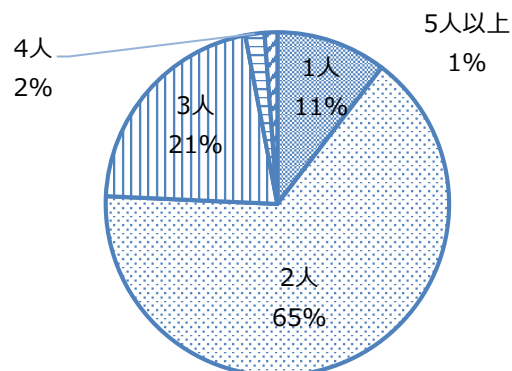
<未婚者の希望子ども数>

2019年9月	1.99	←	2015年7月	2.05
---------	------	---	---------	------

5-1. 希望する子どもの数 (2019)



5-2. 希望する子どもの数 (2015)

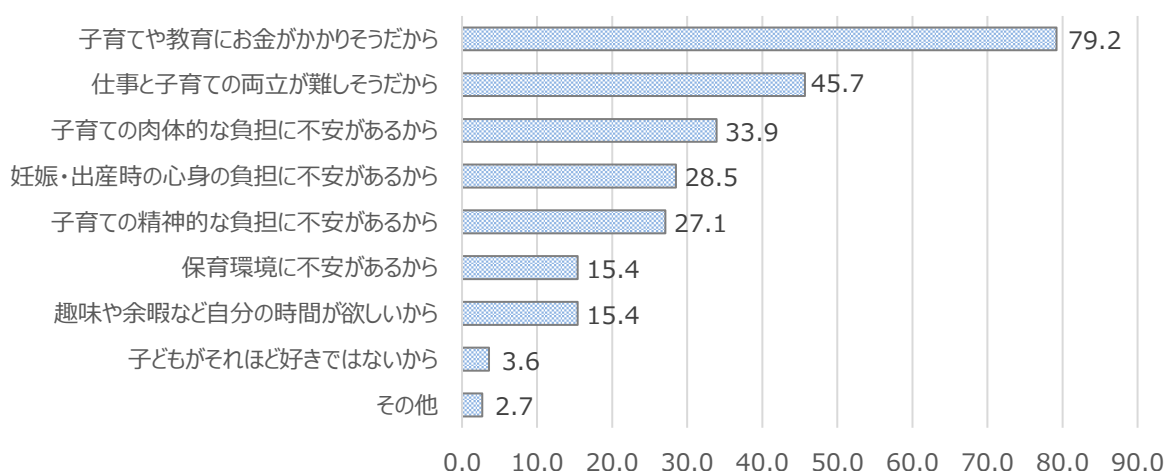


一方、女子会では、「無痛分娩の金額が安くなったらもう一人産むかも」「3人目ともなると経済的な面で躊躇する。もっと経済的な支援があれば」など金銭的な面でのネックを訴える声がありました。

【希望する子どもの数を制限するボトルネック】

子どもを「ほしい」と回答した独身者に対し、希望する子どもの数以上にほしくない理由を尋ねたところ、全体では、「子育てや教育にお金がかかりそうだから」が79.2%で非常に高く、「仕事と子育ての両立が難しそうだから」の45.7%、「子育ての肉体的な負担に不安があるから」の33.9%が続きました。子育てや教育に関する金銭的負担感が大きいことがボトルネックになっていることがわかります。

6. 希望する子どもの数以上の子どもが欲しくない理由（複数回答）



同じく女子会でも、「年子や2歳差の兄弟姉妹、第1子の子どもを育てる親はいっぱいいっぱいになってしまう」といった子育て中の余裕がない状況を訴える声や、「子どもを産む年齢によっては子育てへの将来的な不安があり、積極的にならない」といった将来を含めた子育てへの不安があるといった意見が出されました。

また、広く出産・子育て、仕事と家庭の両立といった観点では、「手に職を付けたい」や「専業主婦から抜けて就職したい」など職を持つことに興味があることがうかがえる意見が出されたほか、母親自身の健康維持が大事であるとのことから「託児付きの病院、健康診断、人間ドックがあれば助かる」「体調を崩したときに病院に行く間だけ預けられる場所があれば」など、手が離せないことによる子育て支援のニーズも出されました。

一方、「先輩ママの話を聞ける会に参加したい」など子育て中の女性同士が会って話したり、相談に乗ったりする機会を求める意見が出されました。

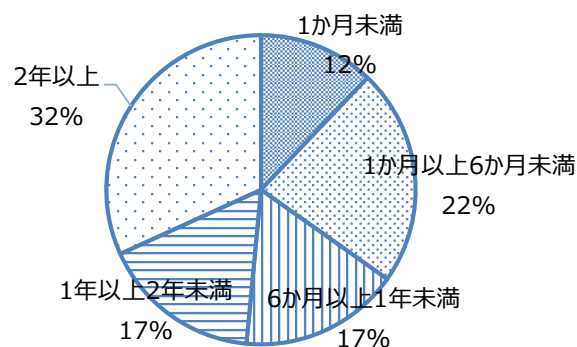
その他、「夫が何もしない」「夫が動かない」「母は24時間営業」といった男性の協力が得られず窮状を訴える意見、同じく「夫が変わりましょう」といった男性側の家事や育児に対する考え方の変革を求める意見が出されました。

【子どもをもうけようと思っからの期間】

子どもを「ほしい」と回答した既婚者に対し、子どもをもうけようと思っからどれくらい経過しているか尋ねたところ、最も割合が高いのは「2年以上」(31.8%)でした。年代別では、20歳代は「6ヵ月以上1年未満」が40.0%で最も高く、30歳代および40歳代は「2年以上」がそれぞれ33.3%、46.7%と最も高い結果となりました。

一般には、子どもをもうけようと思っから1年以上経過すると「不妊」とされますが、今回の結果は「2年以上」が最も割合が高く、極めて深刻な状況であることが分かります。

7. 子どもをもうけようと思っからの期間

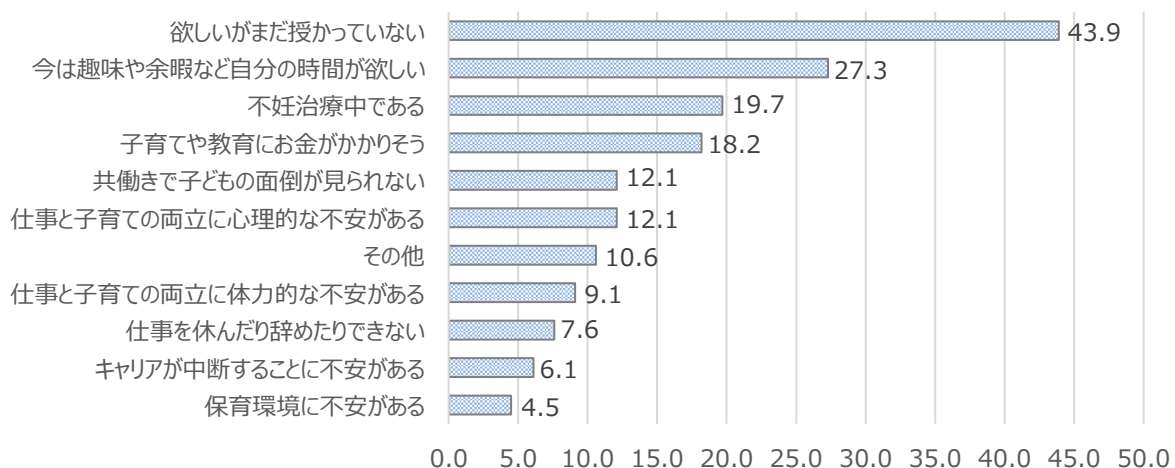


【子どもがいない要因】

子どもを「ほしい」と回答した既婚者に対し、子どもがいない要因を尋ねたところ、全体では「ほしいがまだ授かっていない」(43.9%)が最も高く、「今は、趣味や余暇など自分の時間が欲しい」(27.3%)、「不妊治療中である」(19.7%)が続きました。

年代別では「今は、趣味や余暇など自分の時間が欲しい」の回答割合が10歳代から20歳代で高く、30歳代および40歳代になると「ほしいがまだ授かっていない」「不妊治療中である」の回答割合が高くなっています。

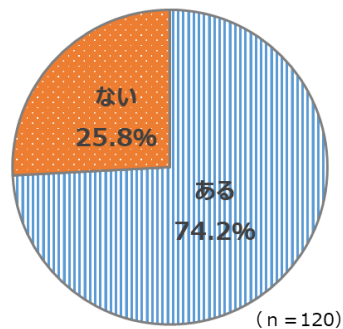
8. 子どもがいない要因（既婚者・複数回答）



【不妊治療の一般化】

既婚者を対象に、周囲に不妊治療を受けているのを見聞きしたことがあるか尋ねたところ、74.2%が「ある」と回答しました。特に、30歳代で「ある」と回答した割合が男性で86.7%、女性で84.2%と高くなっており、保険診療外の治療ですが、近年では身近で一般的なものになってきていると考えられます。

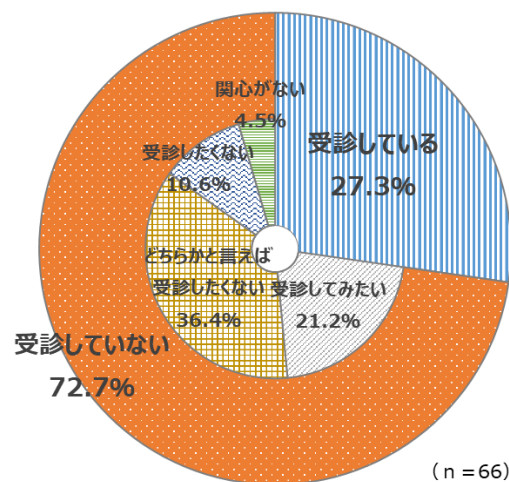
9. あなたの知っている人が不妊治療を受けているのを見聞きしたことがありますか



「不妊治療のニーズ」

子どもが「ほしい」と回答した既婚者のうち、不妊治療を受診している人の割合は27.3%となっています。また、受診していない人（48人）のうち、「受診してみたい」と回答した人は10人おり、「受診している」（18人）を含めると48.5%が不妊治療に前向きな回答をしています。

10. 不妊治療についてどう思いますか



女子会でも、「不妊治療に対しての助成金額を増額したり、年齢制限を引き上げたり、支援を拡充すればこれから結婚・子育てをする人たちに向けてもアピールになると思う」との意見が出されました。

参考資料 2

ワークショップ「松山ミライカフェ」～あなたの声が松山のミライをつくる！～

松山市地方創生若者会議 結果

第2期総合戦略を策定するにあたって、市内学生の進学や就職に関する意向を把握し、学生の希望を松山市で実現するための方策を検討する際の参考とするため、松山市に立地する高等学校・大学に通学する生徒・学生9人および松山市に立地する事業所に勤務する社会人4人を対象に、ワークショップ「松山ミライカフェ（松山市地方創生若者会議）」（以下、「若者会議」という。）を実施しました。

1. あなたが「働く」としたら、松山市と大都市、どちらがいいですか？

■松山市×プラスイメージ

働くにあたって、物価や家賃が安いことにより、貯金ができるなどの意見がありました。物価や家賃が安いことは、生活面だけでなく、働くシーンでも歓迎されています。

また、コンパクトシティであることが強みであるとの意見が出されました。例えば、通勤時間が短いこと、自転車通勤ができる（くらい職場が近い）こと、空港が近くビジネスシーンでも便利であることなどが挙げられています。

さらに、気候・風土の良さも労働環境として重要視されています。例えば、人柄の良さで働きやすい、あくせくせず落ち着いて働ける、ゆったりしている、自然や緑が多く会社の窓からそれらが見られる、温暖で積雪もなく通勤しやすい、仕事帰りに気軽に温泉に行けるなどがプラスイメージとして挙がりました。

- ① コンパクトシティに起因する利便性、快適性が評価されている。
- ② 企業での働く環境について安心感がある（あくせくしていないなど）

■松山市×マイナスイメージ

一方、働く場面での松山市のマイナスイメージは、やはり都会に比べて就職先や仕事の種類自体が少ない、給料が低い、人手が足りていない、関係性が濃すぎる（お得意さん等）仕事のやり方が古くさい、田舎くさい、情報量が少ない、閉鎖的なイメージ、など地方都市ならではの意見がありました。

また、色々な場面でバリアフリーが進んでいない、交通手段が少ない、公共交通機関が不便（便数・運賃）で通勤に支障がある、新幹線が通っていない、自動車の道が混むなどの意見が出されました。

- ① 就職先や進学先の選択肢が少ない
- ② 仕事の仕方の田舎くささ、賃金の安さ、競争感の低さ、情報の少なさ・遅さなどの職場環境
- ③ 閉鎖的なイメージ

■大都会×プラスイメージ

働くにあたって大都市のイメージは良く、特に人・情報・店舗・公共施設・サービスが豊富、私立理系大学があるなど、職種・就職先・進学先が多いことが好意的に受け止められています。また、テレワークや起業の機会の豊富さなど、多様な働き方ができそうであることも良いイメージとして捉えられており、そして何より給与水準が高いことが挙げられています。

公共交通機関の利便性が高いことも挙げられましたが、外国人が多い、海外とのつながりが多い、他国へのアクセスが良いなど、ビジネスシーンとして海外をイメージした意見も複数ありました。その他、自慢できるなど都会で働くことへの憧れも見られました。

- ① 職種・就職先・進学先が多い、多様な働き方ができる
- ② 外国人が多い、海外とのつながりが多い、他県・他国へのアクセスが良い
- ③ 自慢できる

■大都会×マイナスイメージ

都会のマイナスイメージは、やはり物価・家賃が高いなど金銭的な面、また、人が多くて、通勤ラッシュ、人込み、満員電車がつらいなど、人の多さに起因するマイナスイメージが強くありました。その他、通勤時間が長い、空港が遠い、車が使いづらい、駅から歩く時間が長いなどの交通アクセスへの不安のほか、競争率が高い、時間に追われていそう、空が狭く息が詰まりそう、人付き合いが薄い、事故・トラブルが多そうなど、人間関係の不安が見られました。

- ① 物価・家賃が高い
- ② 通勤ラッシュ、人込み、満員電車がつらい、通勤時間が長い、空港が遠い
- ③ 競争率が高い、せわしない、時間に追われていそう、空が狭く息が詰まりそう

2. あなたが「暮らす」としたら、松山市と大都市、どちらがいいですか？

■松山市×プラスイメージ

暮らすにあたっての松山市の強みは、働くシーンと重複しますが、物価・家賃が安いことが挙げられました。また、コンパクトシティで、空港・病院・街中が近い、渋滞が少ないことのメリットがあるほか、自然が多い、空気がきれい、キャンプができる、いい感じに田舎であるとの風土、気候の良さが挙げられました。

さらに、知り合い・友達・家族・頼れる人がある、犯罪が少なく安全、田舎の暮らしが安心する、ゆったりとした市民性など、安全で安心に暮らせるイメージも挙げられました。

- ① コンパクトシティ・風土・気候に起因する利便性、快適性が評価されている
- ② 人のつながりなど、住むにあたって安心感がある。

■松山市×マイナスイメージ

一方、暮らすにあたってのマイナスイメージでは、若者向けの魅力（イベント・遊ぶ場）が少ない、大学が少ない、有名人が少ない、流行りのものがすぐ来ない、情報が遅いなど、刺激のなさや物足りなさを訴える若者ならではの声が上がりました。

また、都市部への時間・費用がかかる、地政学上目的がないと寄らないなどの地理的なデメリットのほか、出会いがない、小さいころから同じ友達など、閉鎖的なイメージも持っています。

- ① まちのイメージが若者向きではない（ひと、もの、こと、情報など）
- ② 大都市への距離感、移動コストの割高感

■大都会×プラスイメージ

大都市では、イベント・娯楽（ディズニーやアーティストのライブなど）・遊びに行ける場所が多いほか、流行の先端に行くお洒落な店や有名な店があること、大学・学校が多く、将来の選択肢も多いこと、学生が多く出会いも多いことが挙げられました。また、暮らしの場面においても、自慢できる、といった意見があり、若者にとって都会に住むことのステータスや憧れは非常に高いことが分かります。

- ① まちのイメージが若者向き（イベント・娯楽・お洒落な店や有名な店がある）
- ② 大学・学校・学生が多く、将来の選択肢や出会いも多い
- ③ 自慢できる

■大都会×マイナスイメージ

一方、暮らすにあたって大都市は、空気がきれいじゃない、交通量が多くうるさい、など風土や環境の悪さ、また、人が多い、人間関係が希薄、引きこもりが多そう、心がすさんでそう、治安が悪い、事件が多いなどの人間関係の希薄さや治安の悪さは強い負のイメージとしてあるようです。また、家賃・物価が高い、駐車場代が高いなどの金銭面での生活のしづらさや、満員電車・路線図が分かりにくい、駅から長い時間歩く、など地方都市と異なってドアtoドアでないことの不便さが挙げられたほか、それらの結果としての、東京は住む場所ではない、住みたくない、などの意見も出されました。

- ① 風土や環境の悪さ、人間関係の希薄さや治安の悪さ
- ② 家賃・物価が高い、駐車場代が高い
- ③ 東京は住む場所ではない、住みたくない

上記の意見を表にまとめると、以下の通りになります。

「働く」	プラスイメージ	マイナスイメージ
松山市	・物価、家賃の安さ ・コンパクトシティ (通勤時間が短い・自転車通勤可・空港が近い) ・気候・風土(人柄の良さ・落ち着く・ゆったり・自然や緑が多い・温暖・手近に温泉に行ける)	・就職先、仕事の数が少ない、給料が低い ・人手が足りてない、関係が濃い(お得意さん等) ・田舎で店が少ない、バリアフリーが進んでいない ・情報量が少ない ・交通手段が少ない、新幹線が通っていない ・公共交通機関が不便(便数・運賃) ・仕事のやり方が田舎くさく古い
大都市	・人、情報、店、公共施設、サービスが豊富 ・私立理系大学がある ・給与水準が高い、職種・就職先が多い ・多様な働き方ができる ・外国人が多い、海外とのつながりが多い ・公共交通機関の利便性が高い、アクセスが良い ・自慢できる	・物価・家賃が高い ・人が多い、通勤ラッシュ、人混、満員電車がつらい ・通勤時間が長い、空港が遠い、車が使いつらい ・駅から歩く時間が長い ・競争率が高い、せわしない、時間に追われていそう ・空が狭く息が詰まりそう ・人付き合いが薄い、事故・トラブルが多そう、

「暮らす」	プラスイメージ	マイナスイメージ
松山市	・物価、家賃が安い ・コンパクトシティ (空港・病院・街中が近い、渋滞が少ない) ・自然が多い、空気がきれい、キャンプができる ・いい感じに田舎 ・知り合い・友達・家族・頼れる人がいる ・犯罪が少なく安全、安心する、ゆったりした市民性	・若者向けの魅力(イベント・遊ぶ場)が少ない ・大学が少ない、有名人が少ない ・流行りのものがすぐ来ない、情報が遅い ・都市部への時間・費用がかかる ・地政学上、目的がないと寄らない不便な地 ・出会いがない、小さいころから同じ友達
大都市	・イベント、娯楽(ディズニーやアーティストのライブなど)、遊びに行けるところが多い ・流行の先端を行くお洒落な店、有名な店がある ・学校が多い、将来の選択肢が多い、学生が多い ・出会いも多い、 ・自慢できる	・風土、環境が悪い、空気がきれいじゃない ・交通量が多いうるさい ・人が多い、人間関係が希薄、引きこもり多そう ・心がすさんでそう、治安が悪い、事件が多い ・家賃・物価が高い、駐車場代が高い ・満員電車・路線図が分かりにくい ・駅から長い時間歩く ・東京は住む場所ではない、住みたくない

以上のことから、松山市の一番の強みである、コンパクトさ(通勤時間、移動距離、主要施設への距離感など)や、人と人との距離感、それに起因する安全、安心感などをしっかり打ち出すことが重要であると考えられます。また、その実感を共有するためのワークショップを行うなど、本市のイメージづくりとその浸透を図ります。

また、働くことについては、松山らしい働き方を提案することが求められます。大都市でのドラマのような働き方とは違う、現実的な働き方を提示すること、例えば、通勤時間の短さでは、自分が目指す生き方に費やす時間がより増えることを示すことができます。また、人と人との距離感が近いことは安心感を生み、自分の存在感や地域の役に立つ人材としての評価を受けやすくなるなど、自己肯定感を生み出しやすい環境であることを打ち出していくことも検討します。

一方で、職場環境については、企業と連携して改善していく必要があります。参加した若者たちは少なくとも本市内の企業に対して「仕事のやり方が田舎で古い」というイメージを持っています。実態はそうでない企業も数多くあり、働き方改革を実践しているモデル的な企業のノウハウを収集し、働き方の改善につなげる運動を展開していくことで、若者が持っている企業イメージを刷新していく必要があります。また、賃金の安さについても改善を図ると同時に、物価が安いことと合わせて実質的な可処分所得で考えることの啓発や、その場合の働き方(暮らし方)モデルを提案していくことなども重要と考えられます。

発行／松山市

編集／松山市総合政策部企画戦略課

〒790-8571 愛媛県松山市二番町四丁目 7-2

電話：089-948-6943 FAX：089-934-1804

<http://www.city.matsuyama.ehime.jp>