



おかえり、まつやま。

～「偏差値で戦わない子育て」を
体感する移住ツアーの提案～

2026年度 松山愛郷会Youth 政策提言

チーム「おかえり、まつやま。」
(メンバー: 忽那滯・近藤芳香・敷村佳歩・宮野翼)

メンバー紹介



近藤 芳香 (こんどう ほのか)

① 所属 東京大学農学部水圏生物科学専修 4年

② 趣味など みかん探し、テニス

③ 松山暦 / 上京暦

生まれが松山 (▶ 県内各地を転々 ▶)
小3 ~ 高校生まで松山 / 上京歴 3年4ヶ月

④ 松山のいいところ、好きなおところ、思い出

近所の友達やわんちゃんと遊んだり、
家庭菜園の野菜や果物を交換したり、
と地域交流が豊かなこと。
地方祭も楽しかった!



宮野 翼 (みやの つばさ)

① 所属 愛媛銀行東京支店

② 趣味など 海外サッカー

③ 松山暦 / 上京暦

現在23歳で、上京歴半年、
22年半松山住みです。

④ 松山のいいところ、好きなおところ、思い出

地域の人が温かく、知り合いもいっぱいいるところ。



忽那 滯 (くつな みお)

① 所属 東京農業大学応用生物科学部2年

② 趣味など ライブ参戦

③ 松山暦 / 上京暦

生まれも育ちも松山市 (高校3年生までの18年間)
上京歴 2年ちょっと

④ 松山のいいところ、好きなおところ、思い出

大学が月曜日全休なこともあり土日月の弾丸で
帰ることが多く、帰る度に色んな人から
おかえりって言ってもらえることです!



敷村 佳歩 (しきむら かほ)

① 所属 NPO法人共育コーディネートグループSHAKE /
千葉工業大学大学院創造工学研究科
デザイン科学専攻修士2年

③ 趣味など 祭り、ダンス

③ 松山暦 / 上京暦

大学卒業まで / 6年目

④ 松山のいいところ、好きなおところ、思い出

祭りなどの地域行事を通して、家族以外の人とも
仲良くなれる。すれ違った人と誰とでも挨拶。
野菜などお裾分け文化

私たちが感じる「松山らしさ」の3本柱

人とのつながり

- ✓ 地域コミュニティが強く、お祭りが多い。
- ✓ 野球拳・地方祭に地域の一員として参加できる。
- ✓ 野菜・果物の物々交換など、家族以外のつながりが日常にある。



暮らしの豊かさ

- ✓ 「いいぐらいに都会で、いいぐらいに田舎」自転車圏内に生活圏が収まる。



子育てのしやすさ

- ✓ 児童館・こどもの城が身近。災害が少なくおだやかに暮らせる。



「暮らし」や「子育て環境」は情報で伝わる。

しかし、「コミュニティの温かさ」は、来て、共に体験して初めて伝わる。

「おかえり、まつやま。」というコンセプト



松山には、人を受け入れる
文化・コミュニティの
温かさが日常にある。



帰省したとき、家族だ
けでなく近所の人にも
「おかえり」と言われる。
知らない人同士でも
挨拶が飛び交う。

UターンにもIターンにも関係なく、松山に来た人が
「おかえり」と迎えられる感覚を持てる。それがこの政策提言の出発点。

ターゲットと課題：都市部で疲弊する「子育て世代」への訴求

都市部の現状



- ・教育費の高騰と投資競争による疲弊。
- ・「子どもの将来は親の経済力で決まる」という閉塞感。

松山の提供価値



- ・本物の体験と地域の大人との関わり。
- ・「偏差値で戦わない子育て」ができる場所。

移住に関心はあるが「決断の後押し」が足りていない層へ、松山独自の強みを提示する。

移住の決め手となる新たな切り口：「文化資本」

文部科学省委託研究：幼少期から多様な文化体験に触れた子どもは、経済格差に関わらず自律的な力が育ちやすい。

松山の文化資本

歴史・物語

(道後温泉・石手寺・俳句)



芸術・学び

(県美術館・図書館)



共同体文化

(野球拳・地方祭・
近所付き合い)



自然・身体

(瀬戸内の海・みかん畑)



松山に住むこと



子どもの育ち

豊かな感性、
自己肯定感、
多様な価値観。



松山に住むこと自体が、子どもを豊かな「文化資本環境」に置くことを意味する。

現行パッケージツアーの強みと「のびしろ」



生活インフラ確認（病院・不動産・児童館）：充実している



移住者との座談会：充実している



【のびしろ】

松山の「文化資本」の豊かさを
肌で感じる体験。

「暮らしの情報」は十分に伝わっている。ここに「人とのつながり」を
体感できる要素が加われば、移住決断への強力な後押しになる。

● 解決へのアプローチ：暮らしの情報から「知っている人がいる場所」へ ●

松山の文化や日常は、単なる観光資源ではなく、
地域住民が役割を担い合う「文化資本」。

01 暮らしを知る

暮らしの情報を得る



- ✓ 病院・医療
- ✓ 不動産・住まい
- ✓ 子育て・教育（児童館・学校）
- ✓ 先輩移住者の話・行政制度 など

現行ツアーの強み：情報が充実している

02 暮らしを体験する

松山の日常に触れる



- ✓ みかん収穫・農業体験
- ✓ 島サイクリング・自然散策
- ✓ 図書館・文化施設の利用
- ✓ 地域のお店・カフェ巡り など

03 人と関わる

地域の人と交流・つながる



- ✓ お祭り・イベントに参加
- ✓ 農家・事業者・地域住民との交流
- ✓ 一緒に活動・お手伝い
- ✓ 地域の人との対話の場づくり など

04 知っている人がいる

「また来たい・住みたい」へ



- ✓ 顔なじみ・知り合いができる
- ✓ 再訪のきっかけになる
- ✓ 松山での暮らしを具体的に描ける
- ✓ 移住後もつながりが続く など



暮らしの情報収集だけでなく、人とのつながりを実感できる体験へ。

「知っている人がいる場所」をつくるのが、移住の後押しになる。

島しょ部ツアーで体感する「おかえり、まつやま。」

STEP
1

中島・興居島へ
フェリーで島へ渡る



STEP
2

みかん収穫体験
地域の仕事に
少し触れる



STEP
3

海辺散歩・サイクリング
瀬戸内の自然を
身体で感じる



STEP
4

地元の人と食卓を囲む
観光ではなく
暮らしに出会う



≡ 「本物の体験が日常にある」 ≡

暮らしの豊かさを感じる一日

女性向けツアーで体感する「おかえり、まつやま。」

STEP
1

美術館・図書館への
アクセス体感

(低コストで文化に
触れられる日常)



コミュニティ
センター見学

STEP
2

道後・城山公園での
俳句さんぽ

(感性を育てる
環境への気づき)



スーパー見学

STEP
3

石手寺・四国八十八ヶ所歩き

(歴史・物語が街に
溶け込む場の体感)



先輩移住者
座談会

塾に通わせなくても、日常の中で
「偏差値では測れない教養」が育つ実感。

体験ストーリー【俳句さんぽ編】



STEP
1

句碑・道後を歩く
(正岡子規・夏目漱石の
「生きた物語」を体感)

STEP
2

俳句ポストに投句
(自分の一句を
松山のまちへ届ける)

STEP
3

句碑巡り・景色と出会う
(風景と言葉を結びつける
俳句の文化に触れる)

STEP
4

その場で一句詠み、
地元愛好家と読み合う
(言葉を通して、心がつながる)



「うまい・へた」ではなく「感じたことを言葉にする」
体験が松山では日常にある。これが文化資本の実感となる。



体験ストーリー：「見る観光」から「一緒にやる日常」へ（お祭り編）

松山のお祭りは観光資源ではなく、地域住民が役割を担い合う文化資本。

午前

商店街・朝市を歩く
(多様な大人との自然な接触)



午後

地元の連と一緒に野球等の練習
(地域の大人から伝統を教わる)



夕方

法被・うちわで本番参加
(表現する場、自己肯定感の獲得)



終了後

一緒に食事・交流
(異世代との共食)



祭りが終わったとき、松山に「知っている人」ができています。

・まとめ：松山の強みを活かして育てる移住促進モデル・



小さく始めて育てる 検証可能な仕組み

ツアーメニュー単位で小さく施策の実効性を試せるため、スモールスタートで検証が可能。改善しながら拡大できる。



既存資産をつなぎ、 相乗効果を生み出す

「お試し滞在補助金」と組み合わせることで、複数回来訪の動線を自然に設計できる。



参加者自身が発信し、 まちの魅力が広がる

各体験コンテンツ（みかん収穫、お祭り参加等）は視覚的魅力が高く、参加者自身によるInstagram等のPR素材として自然波及する。



「おかえり」と受け入れてくれる温かさと文化の豊かさを、子育て世代の「決断の決め手」にする。

「暮らしの情報」は人を街に呼び寄せますが、
「コミュニティのあたたかさ」が人を街に留まらせます。

私たちYouthが松山で育ち、外の世界を見て気づいたこと。
それは、松山には子どもを豊かに育む「文化資本」と、
誰もを受け入れる「おかえり」の文化があるということです。

移住を検討する家族に、このあたたかさを。

「おかえり、まつやま。」