

地域再生計画

1 地域再生計画の名称

第2のふるさと、新しい人の流れ創出事業

2 地域再生計画の作成主体の名称

愛媛県松山市

3 地域再生計画の区域

愛媛県松山市の全域

4 地域再生計画の目標

4-1 地方創生の実現における構造的な課題

○ 滞在時間が短く、観光消費額が伸びない

2018年度に愛媛県が行った来県者実態調査では、松山・道後の来訪歴は70%を超えるが、旅行目的で訪れた観光客（1,549人）のうち、日帰り客の割合は約58%（900人）、1泊が約30%（480人）であり、日帰りが約6割、日帰り＋1泊で全体の約9割を占める。

これは、滞在期間が長い修学旅行や企業研修、1回あたりの旅行消費額が国内観光客と比べ大きい外国人観光客が求めている「自然体験」や「文化体験」といった体験型旅行コンテンツが不足しているなど、滞在時間を延長させ消費拡大につなげるための市内広域での受け入れ体制の整備の遅れやニーズに応じた旅行商品の開発・販売・PRが不足していることが要因である。

・観光消費額… 日帰り：8,489円/1人、1泊：24,678円/1人（令和元年度松山市観光客推定表より）

○ 受け入れ地域の過疎・高齢化

東京を中心とした都市部へ若者が大量に流出する中で、本事業で豊かな自然等を体験してもらうための島は、高齢化率が67.4%を超える、市内でも過疎・高齢化が最も進んでいる地域である。滞在時間の延長を図る上で重要な市内広域での受け入れ体制を整備するためには、定期的な集客が見込めることが必須であることから、地域に安定して訪れてくれる層の確保が課題になる。

また、継続して自然や文化の体験を提供していくためには、観光産業の構造的な問題である繁忙期と閑散期の格差解消を図るほか、その地域の自然や文化、暮らし方に興味関心を持ち、継続して関わっていききたいと思う関係人口を拡大させ、定期訪問者や継承者、寄附者、そして移住者としての新たな人の流れを生み出す必要がある。

○ ツーリズムの持続可能性

地域の魅力を生かした体験ツーリズムとして、「交流」や「生きがい」をテーマに、中島の島民による、島の体験ツーリズムが実施されている。島民たちが自ら企画したイベントや体験メニューを提供し、観光客の受け入れまで行っており、移住や地域の活性化につながっている。

一方で、サービス等の価格設定が低く持続的でない場合があることや、旅行時期が限られること、小規模であるために効率化が難しいことから、結果的に公費に依存している。また、運営体制は任意組織であるため、責任の所在が不明確であるとともに、産業化されていないため、戦略的・効果的な情報発信や営業等が行えない課題がある。

○ 地域交通の持続可能性

離島を結ぶ交通事業者の2020年度売上額が前年比で13%減少するなど、過疎化等による交通需要の減少は、地域の交通事業者に大きな影響を与えている。地方創生を実現する上で、公共交通機関等を含めた地域交通の持続可能性の確保に向け、新たな利用者を創出することが課題である。

また、島しょ部の道路は、「狭く」「坂道が多い」ため、島しょ部でサステナブルツーリズムを実現するためには、狭い道でも入ることができ、主要道路のみを走るバスとの接続性が高く待ち時間を解消することが出来るなど、島内の道路事情に合うモビリティの選択が必要となる。

○ 観光と環境のトレードオフ

本市から排出される温室効果ガス（CO2）は、観光客の移動を含む運輸部門からの排出が約24%を占めており、総合戦略で掲げるKPI「CO2排出量の削減」を達成する上で、観光振興とトレードオフにある。温室効果ガス削減に加え、今後、持続可能なまちを実現するため、移動手段のゼロエミッション化が必要である。

4-2 地方創生として目指す将来像

【概要】

○ 地理的・気候的特性

松山市は、内陸部と瀬戸内海に浮かぶ有人島9島を含む30以上の島から構成されており、温暖で降水量が少なく、沖合から約10kmにある「中島」は、島の全域が国立公園に含まれているなど、豊かな自然環境に恵まれている。

また、松山城がある市内中心部は、空港から車で約15分、市内最大の観光資源である「道後温泉」までは、路面電車で約10分の近さにあるなど、松山城を中心に、街・海・山がコンパクトに集まっている。

その中で、「“観光未来都市まつやま”～瀬戸内の島・里・山をつなぐまち～」をテーマに2020年度SDGs未来都市に選定されており、リーディング産業である観光分野に経済・社会・環境の3側面に配慮した好循環を形成し、経済性と安全安心な社会が調和した持続可能な都市を目指している。

○ 人口

松山市の総人口は約50.7万人と、2010年の約51.7万人をピークに、その後は減少傾向にあり、国立社会保障・人口問題研究所の調査では、2040年には43.8万人になることが見込まれている。これは、進学や就職を契機とした若者の都市部への転出超過が大きな要因であり、2015年から2019年までの5年間の平均で74人の転出超過となっている。

特に島しょ部の「中島」は、豊かな自然環境に恵まれている一方で、高齢化率が67.4%※を超える市内で最も過疎・高齢化が進んでいる地域である。島と内陸部を結ぶ交通事業者の2020年度売上額が前年比で13%減少し、地域の交通事業者に大きな影響を与えているなど、将来の松山市の人口減少社会の縮図と言える。

※ 松山市地区別高齢者人口・認定者数2020年10月1日（基準日）時点集計分

○ 産業

松山市の観光客推定消費額は794億円を超え、第3次産業は、市内事業所全体の約8割を占めるなど、その経済効果は、宿泊業だけでなく小売業・サービス業・農林水産業にまで幅広く影響を与えており、観光産業は、松山市のリーディング産業である。

第1期総合戦略では、市内中心部にある松山城と道後温泉を中心に情報発信や受入環境の整備に取り組んだ結果、情報接触者数は大幅に増加し、道後温泉が温泉総選挙の女子旅部門で1位に選ばれるなど、松山城や道後温泉が旅行市場の関心を持たれたことから、観光客推定数は5年連続で増加し、2017年以降、3年連続で600万人を超えた。

一方で、観光入込客数の伸びとは反対に、地域での消費の拡大は限定的である。外国人観光客の旅行中支出（愛媛県）は、2017年が48,863円、2018年が32,862円、2019年が26,786円と、他の地域（2019年全国平均30,516円）と比べ低い水準となっている。

○ 事業の位置付け

若者の流出による人口減少とリーディング産業である観光産業が低迷することで、地域経済の衰退が懸念されており、就職を契機とした若者の流出による担い手不足は、さらなる地域経済の衰退と人口減少を引き起こす可能性があるため、今後は、観光消費額の拡大といった観光の振興に加え、移住やUIJターンを促進することなどにより、生産年齢人口の流出入を均衡以上に保つことが必要である。

そこで、第2期総合戦略では、従来の松山城と道後温泉を中心とした観光誘客に加え、修学旅行や体験型ツーリズムの推進による地域経済の活性化とあわせて、ツーリズムに訪れた若者たちに対して関係性の維持・深化につながる取組を一体的に実施することで、関係人口の拡大や移住・UIJターンを促進し、人口減少に歯止めをかけることを目標としている。

○ これまでの成果と課題

島の魅力を生かしたツーリズムとして、「交流」をテーマに、中島の島民による、島の地域資源（自然・文化・農水産物・食）を生かしたツーリズムが実施されている。そこでは、島民たちが自ら企画したイベントや体験メニューを提供し、観光客の受け入れまで行っており、島の魅力に触れて島外から移住してきたIターン者が体験メニューの企画・提供に参加したり、NPO法人を設立して島の地域振興に参加するなど、島民によるツーリズムの推進は、地域への移住や活性化に大きな役割を果たしている。

しかしながら、都市部へ若者が大量に流出する中で、加速する人口減少のスケールに追い付かないのが現状である。中島は市内で最も過疎・高齢化が進んでいる地域であり、このままでは、新たな観光客の受入ができなくなる。

○ 事業のねらい（将来展望）

従来の松山城や道後温泉を中心とした誘客に加え、豊かな自然環境に恵まれている中島を舞台に、自然や文化、サステナブルな移動手段やアクティビティなどの体験型の修学旅行やサステナブルツーリズムの誘客を通じて、滞在時間の延長による観光消費額の拡大を図るとともに、ツーリズムに訪れた若者たちに対して、関係性の維持・深化につながる取組を一体的に実施することで、生涯にわたるリピーターや全国から生徒を募集している市内の大学・高校／島内高校への進学者、リモートワーカーを取り込むとともに、企業版ふるさと納税の活用を図るなど、松山市を第2のふるさととして、多様な形で関わる新しい人の流れを生み出す。

そうした国内外の教育（団体）旅行やインバウンド需要を中島に呼び込んで観光消費額の拡大や移住者の増加、関係人口の拡大を図っていくには、観光客のニーズを把握し、それをビジネスとして実施する必要がある。

そのためには、①観光客（外部）の目線による観光コンテンツの造成や、②多様なステークホルダー（旅行業、交通業、農林水産業、宿泊業等）の参加が必要不可欠である。

そこで、①事業を検討する企業やコーディネーター役として有識者等が参加する推進体制を加え、取組の責任を明確化することで、②公費に依存していた活動を産業化し、自立的な運営を加える。③さらに、外部目線を生かしたマーケティングに基づくプログラム開発・販売・プロモーション・営業活動を行い、受入環境を整備するなど、ソフト・ハード事業を一体的に取り組むことで、サステナブルツーリズムをビジネスとして実施できる体制にする。

【数値目標】

K P I ①	サステナブルツーリズムの利用者数							単位	人
	事業開始前 (現時点)	2021年度 増加分 (1年目)	2022年度 増加分 (2年目)	2023年度 増加分 (3年目)	2024年度 増加分 (4年目)	2025年度 増加分 (5年目)	2026年度 増加分 (6年目)	K P I 増加分 の累計	
K P I ②	サステナブルツーリズムの利用者のうち、地方への移住又は通学に興味を持った割合							単位	%
K P I ③	ほしふるテラス姫ヶ浜の利用者数							単位	人
K P I ④	グリーンスローモビリティの走行距離							単位	km
K P I ①	10,000.00	2,000.00	2,500.00	3,000.00	3,500.00	4,000.00	-	15,000.00	
K P I ②	0.00	5.00	7.00	8.00	9.00	10.00	-	39.00	
K P I ③	1,400.00	100.00	150.00	200.00	150.00	100.00	-	700.00	
K P I ④	0.00	900.00	1,200.00	1,500.00	1,750.00	2,000.00	-	7,350.00	

5 地域再生を図るために行う事業

5-1 全体の概要

5-2の③及び5-3のとおり。

5-2 第5章の特別の措置を適用して行う事業

○ 地方創生推進タイプ（内閣府）：【A3007】

① 事業主体

2に同じ。

② 事業の名称

第2のふるさと、新しい人の流れ創出事業

③ 事業の内容

○ グリーンスローモビリティ活用事業

太陽光エネルギーの地産地消で動くグリーンスローモビリティのソーラーカーポート充電設備やソーラー充電スタンドを、島しょ部の観光拠点である宿泊施設「ほしふるテラス姫ヶ浜」等に設置し、グリーンスローモビリティの運行環境や屋外でのE-Bike、スマートフォン等の充電環境を整備することで、自然体験コンテンツの実現や観光客の利便性の向上に加え、エネルギーの地産地消による「環境にやさしい」「災害に強い」「サステナブル」といった付加価値や相乗効果を生み出し、観光振興を一層後押しする。

また、グリーンスローモビリティを市が先行して導入・整備し、島の宿泊施設「ほしふるテラス姫ヶ浜」の利用者や島内の福祉事業者等への無償貸出しにより、事業者や地域住民、観光客等にグリーンスローモビリティの有用性等を体感してもらい、島の移動手段として選択されるよう機運を醸成する。並行して、SDGsプラットフォームのスマートアイランドモデル分科会のプロジェクトの中で、官民連携でグリーンスローモビリティの付加価値を高め、将来的には有償貸出事業を展開し、自走する地域交通の自主財源の確保につなげる。

○ 観光産業の高付加価値化と自立性を実現するプラットフォームを支援

産・学・民・官・金で構成するプラットフォームの知見や企業版ふるさと納税等を活用した事業投資、民間事業者によるグリーンスローモビリティの普及など、サステナブルツーリズム事業の実現及び自立に不可欠なプラットフォームの活動を支援する。

併せて、地域に根差したステークホルダーと外部目線を持ったステークホルダーが地域課題解決に向けた協働として、異業種間のワークショップや事業マッチングなどを行い、公費依存からの脱却を目指した自立的な事業運営や持続可能な運営形態を確立し、それを外部有識者で構成した幹事会が責任を持ってチェックし、他の分科会事業への普及・展開を図る。また、それらの事例や成果を関係人口の拡大や関係を継続させるための情報発信として行う。

さらに、プラットフォームの会員団体は、WEBデータベース型クラウドサービスの使用料を負担することで、プラットフォームの自立性も高める。

○ サステナブルツーリズム推進事業

従来の松山城や道後温泉を中心とした誘客に加え、豊かな自然環境に恵まれている中島を舞台に、自然や文化、サステナブルな移動手段やアクティビティなどの体験型の修学旅行やサステナブルツーリズムの誘客を通じて、滞在時間の延長による観光消費額の拡大を図るとともに、ツーリズムの体験者から寄附を募り、耕作放棄地の支援などに充てることで、新たな自然体験メニューにつなげるほか、修学旅行やサステナブルツーリズムの体験者に寄附金の活用状況や市内大学オープンキャンパスの情報発信を行うことで、関係性の維持・深化につなげる。併せて、その成果を地域住民と共有する活動などを行う。修学旅行や地域の魅力体験をきっかけとした関係人口の拡大を図るほか、まち全体の魅力を伝えるため、松山城や道後温泉を含めた周遊観光を促進する情報発信などを行い、将来的な移住・UIJターンを促進する。

定期的な集客と旅行者の滞在時間の延長に向けて、まずは、大きく需要が高まっているものの、松山城と道後温泉で歴史・文化を学び、俳句を詠んで次の目的地に移動するケースが多く、全体の2割程度は日帰りとなっている修学旅行をメインターゲットに、中島の地域資源を活かし、SDGs未来都市だからこぞできる「SDGsの各ゴールの達成に資する行動」を体験できるSDGsサステナブルツーリズムを実現し、プラットフォームからの助言を受けた体験型コンテンツの造成や受入環境の整備、PRなどを進めることで、旅行に人材育成や環境教育の付加価値を付け、誘客を促進する。

また、これらのメニューは大人（国内・海外）向け、親子向けにもアレンジが可能であるため、次のステップとして、SDGsの体験を目的とした社員研修旅行や、豊かな自然を満喫するワーケーション体験など、コンパクトな本市の強みを活かした都市部と田舎を両方体験できる新たな観光スタイルを構築し、市内全体の回遊性を高めることで、例えば受入先である地元住民の交通インフラの維持手段そのものが観光コンテンツとして体験できるというサステナブルツーリズムを推進し、滞在時間の向上による消費の拡大を図る。

加えて、事前学習から始まる松山でのSDGs体験を通じ、「持続可能性」とは何かをしっかりと考える機会を作り、自分が体験したことやその地域を持続させるにはという視点を持たせることで、より濃密な関係人口を創出する。

1年目：修学旅行を契機とした松山版サステナブルツーリズムメニュー開発

・SDGs体験コンテンツ造成（個人旅行向け）、修学旅行向けSDGs体験メニュー等作成、情報発信等

2年目：松山版サステナブルツーリズムの国内市場への浸透

・企業研修旅行向けSDGs体験メニュー作成等、SDGs修学旅行の定着、情報発信等

3年目：松山版サステナブルツーリズムのインバウンドへの広がり

・インバウンド向けモニターツアーの実施、海外からの修学旅行誘致、国内外に向けた情報発信等

4年目：サステナブルツーリズムや交流都市を活用した関係人口拡大

・国際交流イベントの実施、海外からの修学旅行誘致、グリーンスローモビリティ事業の情報発信等

5年目：サステナブルツーリズムの更なる広域化

・国際交流イベントの実施、海外からの修学旅行誘致、グリーンスローモビリティ事業の情報発信等

※なお、グリーンスローモビリティ・E-Bikeの運用環境整備について、令和3年度に該当する補助金等はないとのこと。また、サステナブルツーリズム事業は、単に観光や離島だけの活性化に留まらない、複数の取組を不可分・一体的に進める事業であるため、令和3年度に活用可能な補助金等、支援メニューはないとのことである。

④ 事業が先導的であると認められる理由

【自立性】

- 多種多様な関係者が参加するプラットフォームが責任をもって事業を推進することで、各分野の専門的知見を活かしたマーケティングに基づくメニュー開発、プロモーション、営業活動等を行うことができ、公費依存から脱却した自立的で持続可能な運営が図られる。
- グリーンスローモビリティを市が先行して導入し、「ほしふるテラス姫ヶ浜」宿泊所の利用者や島の福祉事業所等への無償貸出しにより、事業者や地域住民、観光客等にグリーンスローモビリティの有用性等を体感してもらうことで、グリーンスローモビリティの付加価値を高め、将来的には有償貸出事業として展開する。
- 企業版ふるさと納税の寄附等を活用した事業投資を受付ける。
- プラットフォームの活動のために必要なwebデータベース型クラウドサービスの使用料等を、3年後を目途に会員負担に切り替え、プラットフォーム自体の自立も図っていく。

【官民協働】

松山市が設置する、官民連携のSDGsプラットフォームには、市内4大学をはじめ、多種多様な分野から258団体（R6年12月時点）が参画しており、サステナブルツーリズムを推進することになる「スマートアイランド分科会」では、各分野の専門的知見から、事業推進に向けての助言等をもたらすことができる。

また、市が目指している方向性と親和性があり相乗効果も見込める取組を各団体自らが実施することで、体験コンテンツや環境整備の幅が広がり、官民一体となって移住促進や関係人口拡大のための情報発信、観光誘客による市内の消費拡大を推進する。

さらに、「SDGsオンラインフェスタ」で、ANAホールディングス部門のグランプリを受賞した本市のサステナブルツーリズムの取組に共感いただいた企業から、企業版ふるさと納税を活用した寄附の申し出があるなど、民間の出資や投資による積極的な参画により、事業の成功可能性を高めていく。

【地域間連携】

今回の舞台となる中島行きフェリーの発着場所が、広島方面からのフェリーが発着する松山観光港に今年度新たに設けられ、瀬戸内の自治体と連携した誘客環境が整ったため、それぞれの魅力を組み合わせた移住・定住の促進や観光誘客を図る。

また、松山市のSDGsプラットフォームには、本市と連携中枢都市圏を形成している2市3町も参画しており、それぞれ規模や地域資源も異なることから、本市の取組を共有することで、移住施策の幅が広がる。

加えて、スケールメリットを活かした体験メニューを造成することで、更なる滞在期間の延長と消費の拡大を図ることができる。

また、令和2年度からさいたま市や（一社）イクレイ日本とSDGsに関する連携を図っており、首都圏やイクレイ加盟自治体での本市島しょ部の暮らしや観光の魅力発信を行っている。

【政策・施策間連携】

観光産業の高付加価値化を軸とした、自然や文化、サステナブルな移動手段やアクティビティなどの体験型の修学旅行やサステナブルツーリズムの誘客を通じて、将来の松山へのUIJターンの基礎を形成するなど、地方移住者や地域社会を担う人材へと育つこどものすそ野を広げ、移住・定住による東京一極集中の是正と観光振興による地域再生を図る。

また、SDGsの理念でもある複数課題の同時解決に向け、官民連携プラットフォームを活用した取組を進めることで、グリーンスローモビリティの運行環境を整備することにより、観光振興を図ると同時に災害時に役立つ自立分散型のエネルギー拠点の整備や地元のお年寄りの外出機会の創出による健康寿命の延伸を図る。また島しょ部への観光誘客により、フェリー利用者や来島者増による交通インフラの維持や、市が補助を行っているフェリー運営補助の縮減、島内での買い物環境の維持や地産地消の推進なども同時に図られる。

【デジタル社会の形成への寄与】

取組①

該当なし。

理由①

取組②

該当なし。

理由②

取組③

該当なし。

理由③

⑤ 事業の実施状況に関する客観的な指標（重要業績評価指標（K P I））

4-2の【数値目標】に同じ。

⑥ 評価の方法、時期及び体制

【検証時期】

毎年度 9 月

【検証方法】

事業の効果検証については、K P Iの達成状況やその他の効果等をまとめたうえで、産学官連携組織から意見を聴取し、翌年度の取組の参考とする。

【外部組織の参画者】

市内の産業、教育、金融等の各業態が参加する産学官連携組織を令和7年度に設置予定。

（既存の「まつやま人口減少対策推進会議」を総合戦略の改訂に合わせ、令和7年度から組織再編を予定。）

【検証結果の公表の方法】

松山市ホームページに掲載する。

⑦ 交付対象事業に要する経費

- ・ 法第5条第4項第1号イに関する事業【A3007】

総事業費 407,246 千円

⑧ 事業実施期間

2021年4月1日 から 2026年3月31日まで

※企業版ふるさと納税との併用による事業実施期間延長適用

⑨ その他必要な事項

特になし。

5-3 その他の事業

5-3-1 地域再生基本方針に基づく支援措置
該当なし。

5-3-2 支援措置によらない独自の取組
(1) 該当なし。

ア 事業概要

イ 事業実施主体

ウ 事業実施期間

年 月 日から 年 月 日まで

(2) 該当なし。

ア 事業概要

イ 事業実施主体

ウ 事業実施期間

年 月 日から 年 月 日まで

(3) 該当なし。

ア 事業概要

イ 事業実施主体

ウ 事業実施期間

年 月 日から 年 月 日まで

6 計画期間

地域再生計画の認定の日から 2026 年 3 月 31 日 まで

7 目標の達成状況に係る評価に関する事項

7-1 目標の達成状況に係る評価の手法

5-2 の⑥の【検証方法】及び【外部組織の参画者】に同じ。

7-2 目標の達成状況に係る評価の時期及び評価を行う内容

4-2 に掲げる目標について、5-2 の⑥の【検証時期】に
7-1 に掲げる評価の手法により行う。

7-3 目標の達成状況に係る評価の公表の手法

5-2 の⑥の【検証結果の公表の方法】に同じ。