



5 若者特化型人口減少対策意識啓発事業費

令和7年度当初予算(案)
予算額 40,451千円

メルマガを通じ、若者の県外転出の最大要因である「都会へのあこがれ」を含む登録者情報を把握し、CRMに蓄積することで、ニーズに応じた戦略的な情報発信を行うとともに、著名人との交流会や動画配信等の意識啓発事業を実施し、転出抑制、将来のUターン促進を図る。

お問い合わせ先
企画振興部政策企画局
地域政策課
(089-912-2235)

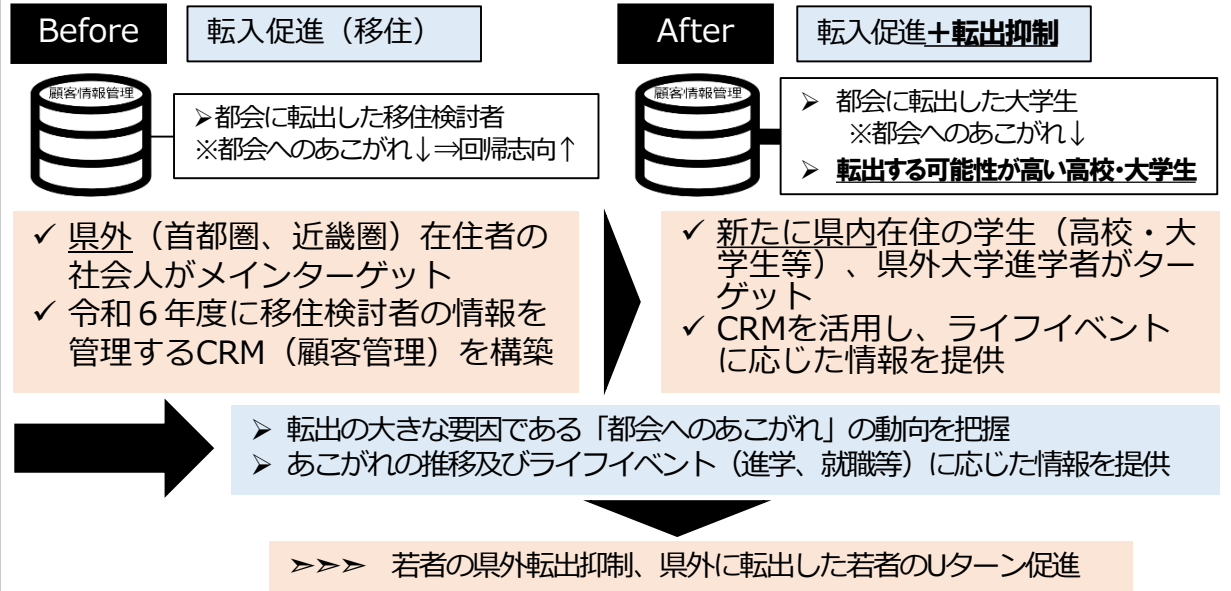
指標	施策	1 愛媛ファンづくりと移住促進	現状値	16,080人 (R5年)
	KGI	転入者数	目標値	19,000人 (R8年)
指標	細施策	1-1 U Iターンの推進	現状値	7,254人 (R5年度)
	KGI	年間移住者数	目標値	8,500人 (R8年度)

事業イメージ **KPI** 「えひめ若者応援パスポート」の登録者数 (1年間に県外就職する若者の数の約2割の登録を目指す) **現状値** - **目標値** 2,000人 (R7~8年度累計)

【県外での就職希望理由】
(県内大学生)
 ・ 都会での生活にあこがれを感じる: 43.1% (1位)
 ・ 愛媛の企業のことをあまり知らない: 12.2% (6位)
 (県外大学生: 本県出身)
 ・ 都会での生活にあこがれを感じる: 15.8% (6位)
 ・ 愛媛の企業のことをあまり知らない: 26.3% (4位)

あこがれ度推移 (イメージ)

✓ 大学4年間で「都会へのあこがれ」は、相当程度低下 (30ポイント)
 ✓ 県内企業の認知度向上は、県外・県内の双方の大学生に必要



事業概要 【新しい地方経済・生活環境創生交付金充当事業】

1 「えひめ若者応援パスポート」 (メルマガ) の導入 (8,907千円)

(1) 概要
 ○ 対象者: 県内の高校生、大学生、専門学校生 ※ 本県出身の県外在住者含む
 ○ 発信内容: 県内大学・専門学校の紹介、県内企業・企業採用情報の紹介、就職支援イベント、県実施イベント等
 ※ 年齢、性別等の基礎情報はもとより、「都会へのあこがれ度」の収集・蓄積にCRMを導入することで一元管理・分析し、ニーズに応じた情報を発信
 ○ 発信頻度: 月1回程度

(2) 登録促進
 ○ チラシ、ポスターの作成、SNSを通じたパスポートの周知
 ○ 県内事業者等との連携による登録インセンティブの設定 (県産品プレゼント、単身大学生への配送料金・引越料金の割引など)
 ○ 大学の体育会系サークルや県実施事業参加者への登録呼びかけ など

2 交流会等の開催 (19,558千円)
 マスコミ等とコラボしたうえで、人口減少対策意識啓発強化期間に、若者に人気の著名人や県内で活躍するUターン者等を招き、今後のライフプランなどを考える催しを開催。

(1) 交流会
 ○ 場 所: 県内3箇所 (東予・中予・南予各1回)
 ○ 内 容: 都会暮らしと愛媛暮らしのメリット、デメリットを考える交流会

(2) 県内高校、大学の直接訪問
 ○ 場 所: 大学1校 (東予・中予)、高校1校 (南予)
 ○ 内 容: 就職に関する希望やその理由、都会に暮らすOB・OGによるリアルトーク

3 人口減少対策意識啓発強化期間推進事業 (11,986千円)
 大学生等の県外からの帰省が増える8~9月を強化期間と位置付け、テレビCMやSNSによる動画配信などにより、集中的な啓発活動を行い、更なる意識醸成を図る。

