

今後、愛媛県が力を入れていくべきだと考えられる地方創生に係る取組

No.	委員意見
1 人口減少対策（自然減・社会減含む）に係る分野について	
1	人口減少を今から食い止めることは難しいことを、まずは共通認識とすべき。その上で、子育て支援や移住促進など「緩和策」よりも、域外収入増加・関係人口創出・行政サービスの再編など「適応策」に、大胆かつ早めに舵を切るべき。
2	地域に少しでも子どもたちが残れるよう、盛り上がる地域にしていきたい。I・Uターン組に選んでもらえる地域づくりができるようにしていきたい。
3	県外出身者を対象に「愛媛ファン」の創出を加速させるためのコミュニティがあると、転入者数の増加が期待でき、社会減の対策になるのではないかと考えている。 例えば、観光客の方を対象に、愛媛県内で体験して楽しかった出来事等を共有できるコミュニティを提供することで、観光客の方の愛媛県への愛着を高める効果が期待できる。そして愛媛について語り合う中で愛着を深め、「愛媛ファン」になっていただくことができれば、移住先の候補として愛媛県が選ばれやすくなるため、転入者数の増加が見込める。 以上のことから、社会減の対策として県外出身者を対象にした「愛媛ファン」創出のためのコミュニティ作りに取り組むことが、有効なのではないかと考えている。
4	人口減少対策の本丸は、子育て支援だけではない。愛媛県の場合、より急所に近いのは、若者が県外に出ていく雇用構造そのものを変えることである。言い換えれば、人口減少対策を「20代流出を止める産業政策」として設計する必要がある。 県の人口ビジョンでも、県外から愛媛に進学した若者が地元に戻る一方、進学等で県外に出た若者が卒業後も愛媛に戻ってきていないことが指摘されている。また、県は若年層の転出超過を人口減少の主要因の一つとして位置づけている。つまり、愛媛の人口減少は、単に子どもが生まれにくいという問題だけではなく、若年者が「愛媛で働きたい」「愛媛に戻りたい」と思える仕事や職場が十分に見えていない問題でもある。 したがって、県が本気で人口減少に向き合うなら、「結婚・出産を応援します」という穏やかな政策だけでは足りない。若年者、とくに若い女性が愛媛を出ていく理由を、県内企業と地域社会の側から正面突破で変える政策が必要である。 その柱の一つは、「若者に選ばれる会社」への県支援の集中である。ここでいう支援は、単なる補助金に限らない。産業支援、採用支援、制度融資、専門家派遣、県の認定制度、公共調達での加点などを、若者が定着し、女性がキャリアを描け、社員を大切にしながら成長している企業に重点配分するのである。これは、良い会社づくりを後押しする人口減少対策である。 反対に、若者がすぐに辞めてしまう会社に、採用支援だけを出し続けても効果は薄い。採用人数ではなく、若手定着率、女性の定着率、育成制度、働きがい、管理職の質、社員アンケートの結果などを見ながら、県の支援を配分する必要がある。愛媛に残りたいと思える会社を増やすことこそ、最も実効性のある人口減少対策である。 もう一つは、高校卒業時点から、県外進学者と県がつながり続ける仕組みである。県外に進学した大学生に対して、毎年1回の帰省交通費、県内企業での有給短期インターン、若手社員メンター、県内企業の成長職種情報を提供する。狙いは、性別を問わず、県外進学をそのまま人口流出にしないことである。「出ていくな」ではなく、「外で学んでも、愛媛に戻れば面白い仕事がある」と伝え続ける仕組みが必要である。 さらに、移住促進策としては、「夫婦・パートナー同時就職」支援を強化すべきである。移住は本人一人の問題ではない。配偶者・パートナーの仕事、住まい、保育、学校、地域コミュニティへの接続まで整わなければ、定着は難しい。移住希望者を世帯単位で支援し、愛媛に根を張れる状態まで一括して伴走することが重要である。 要するに、愛媛県の人口減少対策は、「人を増やす政策」ではなく、「若者が残りたい、戻りたい、移り住みたいと思える仕事と会社を増やす政策」として再設計すべきである。子育て支援はもちろん必要である。しかし、その前提として、若者が愛媛で将来を描ける産業と職場をつくらなければ、人口減少の流れは変わらない。
5	減少している地域に何が必要かを調べて、スーパー・企業・住まい等を活性化してアピールしてもいいのではないかなと思う。

2 産業・しごとに係る分野について

1	人手不足が最大のボトルネック。地元志向の若者にとって魅力ある職場の創出、女性が働きやすい気運の醸成（制度よりも男性の働き方改革が重要）、外国人との共生推進、シニアの活用等を、大胆かつ強力に打ち出すべき。他の施策と比べて、この点は県からの発信が薄いように感じる。
2	地域の産業・仕事に誇りをもって、働ける環境や条件を整えることが重要だと思う。人材育成・担い手育成も進めていただきたい。
3	愛媛県が産業・仕事の面で注力すべきことは、単に「雇用を増やす」ことではない。必要なのは、「若者が戻るだけの高付加価値な仕事」をつくることである。 その前提として、愛媛県には産業の土台がある。愛媛県の製造品出荷額等は約5兆5,931億円で、四国全体の46.6%を占める。非鉄金属、石油石炭、パルプ紙、船舶などの輸送用機械が大きな柱であり、愛媛は四国有数の工業県である。したがって、課題は「産業がない」ことではない。既存産業が、若者にとって「入りたい仕事」「成長できる仕事」「県外に出なくても挑戦できる仕事」に見えにくいことである。 まず、東予の製造業を、単なる現場労働の受け皿としてではなく、設計、制御、AI、ロボット、海外営業、品質保証、環境対応、知財、ブランド化まで含む成長産業として再定義すべきである。愛媛県も産業DX、AI・IoT、ロボット等自動化装置の導入支援などを進めているが、これを単発の補助金で終わらせず、若手人材の成長機会と結びつける必要がある。 具体的には、県内企業に対し、若手を単純作業だけに配置するのではなく、入社3年以内にデジタル改善、商品開発、海外展開、工程改革、環境対応のいずれかに関わらせる企業を重点支援する。若者に「愛媛に残れば成長できない、機会がない」と思わせないことが重要である。 また、企業支援は「採用人数」ではなく、「定着と成長」に連動させるべきである。若手定着率、20代女性定着率、賃上げ率、育成制度、管理職の質、社員アンケート結果を見ながら、採用支援、補助金、制度融資、専門家派遣、公共調達での加点を行う。明確に言えば、若者が辞める会社に採用補助を出し続けるのではなく、若者が残りたくなる会社になろうと努力する会社に県の支援を集中させるのである。 産業支援面で県が行うべきことは、既存産業を守るのではなく、既存産業を未来産業として再編集することである。四国中央の紙産業は、「紙をつくる産業」から、衛生・医療・環境素材産業へ広げる。今治・西条・新居浜のものづくりは、造船・機械・素材を軸に、海事DX、省人化、メンテナンス、GX、環境対応産業へ発展させる。南予についても、農業・漁業の担い手支援だけでは弱い。必要なのは、農水産物を使って、若者が働きたい食品、観光、EC、輸出企業をつくることである。県も「えひめ農林水産業振興プラン2026」で、高付加価値化、先端技術の活用、ブランド力強化、輸出力強化などを掲げており、この方向性と若者雇用を強く接続すべきである。 さらに、愛媛県内で転職してもキャリアが積み上がる仕組みが必要である。若者は、もはや一社に一生勤める前提だけで地域を選ばない。県内企業横断の若手人材データベース、副業・兼業マッチング、県内企業間の出向・越境研修、地域課題プロジェクト、大学生・高専生の長期インターンを制度化する。愛媛に残ることが「選択肢が狭くなること」ではなく、複数の会社、地域、プロジェクトを経験しながら成長できることになるようにする。 その中核施策として、「えひめ若者定着・成長企業認証制度」の認証制度を創設することが有効である。既存の「ひめボス宣言事業所」認証制度は、若年層の転出超過の解消に向けて、女性活躍や仕事と家庭の両立に取り組む企業を認証する制度であり、県内企業の成長と働きやすい職場づくりを後押ししている。この仕組みを発展的に取り込み、給与、若手定着率、女性定着率、育休取得、社員満足、成長機会、教育制度、上司のマネジメント、職場の心理的安全性を見える化する。そのうえで、ビジネスモデルの向上を図り、企業付加価値の増大を実現できるように、行政として側面支援を行うことが望ましい。良い会社が増えることになる。これは単なる認証制度のバージョンアップではない。若者に選ばれる会社への構造改革である。 あわせて、そのための側面支援の一環として、経営者の学びと相談支援も不可欠である。企業に対して「若者に選ばれる会社になるべきである」と求めるだけでは不十分である。どうすれば社員が育つのか、若手が定着するのか、女性がキャリアを描けるのか、管理職をどう育てるのか、職場の信頼をどう高めるのか等を、経営者が学び、考え、相談し、実践できるような支援体制を整えることが望ましい。 要するに、愛媛県の産業政策は、企業の存続支援にとどまってはならない。既存産業を未来産業へ再編集し、県内企業を若者が成長できる職場へ変え、愛媛に残ること・戻ることが若者にとって前向きなキャリア選択になるようにする。そのことが、企業・事業所の発展策であると同時に、人口減少対策の本丸でもある。

3 観光に係る分野について	
1	しまなみでは国内外の旅行者が増えていると感じる。外国人サイクリスト（アジア圏）が多い印象。5～6人で走っている時が少し不安な時がある。春（5～6月）秋（10～11月）の国内修学旅行も、中国・四国地方周遊体験型旅行になっていると思われる。ますます選んでいただけるよう地域で取り組んでいきたい。
2	観光客数を誇る時代は終わったと言える。愛媛県の観光による地方創生は、「何人来たか」ではなく、「いくら地域に落ち、どんな仕事生まれ、若者が関わりたくなる産業になったか」で見るとよい。 道後温泉は愛媛観光の終着点ではなく、しまなみ、石鎚、内子・大洲、南予へ人を送り出す玄関口にする。しまなみ海道は単なるサイクリングコースではなく、宿泊、ガイド、ウェルネス、教育旅行を含む世界級の滞在型産業へ育てる。 南予は「いやし」だけで売らず、養殖、真珠、柑橘、漁村、食文化を結び、地域産業を体験し、買い、学ぶ高付加価値観光へ振り切る。 観光の成果指標も、人数ではなく、消費額、宿泊数、地域内調達、若者雇用に変える。これからの愛媛観光振興の目的は、来てもらうことではない。外から稼ぎ、地域に仕事を生み、若者が残る地域経営へ進化させることである。
3	観光先で知られていない小さな企業なども現地を調べてパンフレット化して配布してもいいのではないと思う。 サイクリングで宿泊のお客様でも、近くに何かないですか？と聞かれることがあったので、もっと愛媛県で頑張ってくださっているお店なども紹介できたらいいと思う。
4 デジタルに係る分野について	
1	今後人口減少は続くと思う。省力化できる分野でデジタル化は、不可欠だと思う。デジタル技術の向上や人材の養成・配置も必要だと思う。
2	愛媛県のデジタル地方創生で本当に必要なのは、便利なアプリを増やすことでも、ITツール導入件数を競うことでもない。人口減少のなかでも、県内企業が稼ぎ、若者が成長し、県内どこでも暮らし続けられる仕組みをつくることである。愛媛県は、デジタルを「効率化の道具」ではなく、「人口減少時代の地域経営のOS」として使うべきである。 第一に、デジタル支援は「ツール購入支援」ではなく、「企業の粗利改善支援」に絞るべきである。クラウドやAIを入れたかどうかではなく、作業時間が減ったか、納期が短くなったか、品質が上がったか、粗利率が改善したかを見る。県の補助金や専門家派遣は、導入件数ではなく、経営成果に結びついた企業へ重点配分する。デジタル化の目的は、企業を楽にすることではなく、強くすることである。 第二に、東予の製造業と南予の農水産業を、デジタルで高付加価値化することである。東予では、製紙、造船、非鉄、機械、化学などの現場に、AI、IoT、ロボット、画像検査、需要予測、工程最適化を入れ、現場を知る若手社員をAI実装人材に育てる。南予では、柑橘、養殖、真珠、魚、加工品を、生産、加工、物流、EC、輸出、観光までデータでつなぐ。愛媛の強みは、現場産業があることだ。だからこそ、デジタルは東京のIT企業の下請けになるためではなく、愛媛の既存産業を未来産業に変えるために使うべきである。 第三に、県庁と20市町を「一つのデジタル自治体」のように動かすことである。人口減少時代に、市町ごとに別々のシステムを持ち、別々に人材を確保し、別々にDXを進める余裕はない。子育て、福祉、移住、観光、交通、防災、施設予約、相談窓口を、県内共通のデジタル生活基盤として整えるべきである。県民にとって大切なのは、どの自治体が担当しているかではない。必要な支援に、早く、簡単に、迷わず届くことである。 要するに、愛媛県のデジタル地方創生は、行政手続のオンライン化やIT導入支援にとどまってはならない。デジタルで企業の稼ぐ力を高め、地域産業を高付加価値化し、県民生活を県全体で支える。この三つに集中すべきである。

5 環境に係る分野について	
1	県民一人ひとりが環境に意識を高めてもらえるよう、今後とも環境フォーラムなど行っていただきたい。
2	愛媛県の環境政策に関して、県民の関心や優先度が他の分野に比べて高くないのが現状である。そのため、「環境のため」ではなく、他の分野と絡めて、例えば「暮らし・産業・防災・仕事のための政策」として打ち出すようにしていくことが望ましい。家庭や事業所の省エネ、断熱、太陽光・蓄電池の導入は、電気代を下げる生活支援・経営支援として進める。公共施設や学校、避難所には再エネと蓄電池を整備し、災害時にも電気が使える地域をつくる。東予では、製紙、造船、非鉄、機械などの既存産業を、省エネ、GX、リサイクル素材、AIによるエネルギー管理で高付加価値化する。南予では、柑橘、養殖、真珠、食品加工を、食品ロス削減、海洋環境保全、循環型物流、観光と結びつける。環境政策は我慢を求める政策ではない。企業を強くし、災害に強い地域をつくり、若者が関わりたい仕事を生む政策として実行すべきである。
6 その他（1～5以外の分野に係る御意見）	
1	個人の価値観、働き方、企業のしくみ、教育制度、家族観、ジェンダー観、地域コミュニティの前提、標準型人生モデルなど「社会を動かしている見えない基本設計」が、現実には激変しているのに、古い設計のまま動いていることが、若者流出、人材不足、地域コミュニティの維持困難などを生んでいると感じる。 今は、そのズレを前提に事業を設計する必要がある、そのためには、ズレの本質を「わかったつもり」ではなく、深く理解、共有するための、違う世代、違う組織、違う立場の人々の「対話」の継続が重要だと感じる。 それには、EN: BASEの有効活用が期待される。 ルールを守ることを前提に、気軽に利用でき、新しい取り組みや積極的な対話が生まれる場所にしていきたい。
2	人口減少対策、産業・しごと、観光、デジタル、環境は、便宜上は分けられている。しかし、実際の地域課題は分野ごとに存在しているわけではない。若者が県外に出る背景には、仕事、企業の魅力、地域の暮らし、交通、デジタル環境、子育て、防災、地域の将来性が重なっている。観光も、産業、交通、デジタル、人材育成、環境と結びつけなければ、単なる集客で終わる。したがって、既存施策を束ね直す具体的な仕組みを導入することが望ましい。 第一に、すべての施策を、分野別ではなく「誰の、どの課題を解決する施策か」で再整理する。たとえば、若者定着、女性の県内就業、県内企業の高付加価値化、南予の稼ぐ力、観光消費額の向上、防災力の強化というように、対象と成果で施策を棚卸しする。そのうえで、人口減少、産業、観光、デジタル、環境のどれに関係するかを複数タグで整理する。これにより、効果的に連携できる事業が見える。 第二に、重点テーマごとに「横断政策パッケージ」をつくる。たとえば、「若者が戻る仕事づくりパッケージ」では、若者に選ばれる会社支援、企業のデジタル化、GX・省エネ投資、インターンシップ、採用広報、ひめボス等の認証制度を一体化する。「南予の稼ぐ地域づくりパッケージ」では、農水産業、食品加工、観光、EC、輸出、環境保全、デジタル販売を一つの事業群として組み合わせる。「観光消費額向上パッケージ」では、道後、しまなみ、南予、交通、MaaS、宿泊、地元調達、若者観光人材育成を連動させる。 第三に、予算と評価も分野別ではなく、横断パッケージ単位で見べきである。各部局が個別に事業を実施し、個別に成果を報告するだけでは、全体効果が見えない。共通指標として、若者定着率、県内就職率、観光消費額、地域内調達率、企業の付加価値額、エネルギーコスト削減額、移住者定着率などを設定し、複数施策が一つの成果にどう貢献したかを見る必要がある。 総じて、既存の施策を、人口減少時代の成果に向けて組み替える「政策編集力」が求められている。県は、分野ごとに事業を増やすのではなく、若者が残り、企業が強くなり、地域にお金落ち、暮らしが続くように、施策を横断パッケージとして実行する段階に進むべきである。
3	会でも話をさせていただいたが、今子ども達を取り巻く環境がどんどん変わって行く中、県内で今後就職を考えてもらうなら職場体験はとても重要ではないかと思っている。修行の一貫として体験できるタイミングは1度はあると思うが、それ以外でも体験できる環境（夏休み等）を作ってもいいのではないかと思う。 自分の知っている限りでは、中学生・高校生でその時期があるのは把握しているが、例えば飛躍的に成長時期をむかえる幼稚園や小学生でも経験できれば、それからの自分の方向性も考えた成長に繋がるのではないかと思う。 なかなか難しいことかもしれないが、できる可能性があれば挑戦していただきたい。