

市区町村名	愛媛県松山市	担当部署	坂の上の雲まちづくり部 まちづくり推進課
		電話番号	089-948-6095

1 取組事例名

「マツワカ」によるシビックプライド向上事業

2 取組期間

令和元年度～（継続中）

3 取組概要

「マツワカ」は松山市在住または通学・通勤する10～20代の学生や社会人で構成されるプロジェクトチーム。令和3年度は47人が参加し、若者自らが松山の魅力を体感し、愛着や誇りを高めるため、地元で活躍する先輩への取材や、若者に人気のある店舗や話題のスポットを紹介するなど、若者世代を対象に松山ファンを増やす活動をしている。※「マツワカ」とは、「松山の若者による、若者のためのソーシャルプレイス」の略称

4 背景・目的

若年層の転出超過が続いており、(独立行政法人)労働政策研究・研修機構の調査では、「Uターン希望には地元への愛着に加え、高校卒業までに地元企業をどの程度知っていたかが重要」となっている。

そこで、若者ならではの視点で松山の魅力発見や地元企業と連携した事業を行い、シビックプライド向上による若者の定着やUターンの促進を図る。

5 取組の具体的内容

◆マツワカの活動

7月にマツワカを結成し、翌月から毎月第3金曜日に定例ミーティングを実施。先輩インタビューの候補先や企業コンサルティングのアイデア出しなど、若者目線での自由な話し合いを行い、取り組みに反映させている。具体的には、以下の活動に取り組んでおり、その内容をウェブサイト「マツワカ」で情報発信している。



①地元で活躍する先輩へのインタビュー

進学や就職で地元を離れてしまう学生が多い。そこで、地元で働く先輩を取材し、記事を書くことで、地元で就職する人やUターンする人を増やす。令和3年度は、8チームに分かれて、取材したい団体や個人に取材した。マツワカメンバーからは「改めて地元の良さが知れて、貴重な時間だった」「自分たちが書いた記事で企業の良さが伝えられたらいい」などの感想があった。

●取材先：アップサイクル愛媛、伊予銀行、伊予鉄道、えひめ飲料、JR四国、ひめキュンフルーツ缶、フジトラベルサービス、松山ロープウェー商店街振興組合



②「マツワカ！ポスターコンペ」の実施

地元の魅力を再発見するため、クリエイターズクラブ愛媛と協力し、ポスターを制作。令和3年度は、地元企業で働くことを意識してもらうため、「働く松山」をテーマに、市内の協力企業5社の採用向けポスターを制作し、過去のポスターコンペで制作した作品とあわせた全103作品や活動を紹介するパネルなどを愛媛県美術館で展示することで、マツワカの認知度向上を図った。

●協力企業5社：アイクコーポレーション、エイトワン、愛媛銀行、オオノ開発、三浦工業



③若者に人気のある店舗や話題のスポットの取材・記事作成（タグリーウェブサイト）

市内外の若年層に松山の魅力を知ってもらうため、マツワカメンバー自らが取材し、これまでに約100件の記事を作成することで松山の魅力を発信。

④企業コンサルティング

若年層に商品を訴求したい企業に若者のアイデアを提供することで、企業の課題解決と若者に地元企業を知ってもらうことを両立させるために企画。令和3年度は、ポン菓子を販売している Inaho とコラボレーションして、「朝ごはんにはポン菓子を食べていただく」をコンセプトにキウイフルーツやレモンなどのドライフルーツを入れるアイデアが採用され、新商品「オハポン」が誕生。現在、自社のインターネット販売にとどまらず、大学の生協や雑貨屋などで販売中。Inaho の代表者からは、「皆さんが熱い思いをもって提案した企画は成功以上のモノになると信じているし、この経験は成長できる機会となる」とコメントをいただいた。



⑤SNS (Twitter・Instagram)

マツワカメンバーが SNS で定期的に情報発信することで、松山ファンを増やしていく。

6 特徴（独自性・新規性・工夫した点）

- ・若者だけでなく、企業やクリエイターと協働して事業に取り組んでいる。
- ・若者が自分たちのまちについて話し合う“第3の場所”となっている。
- ・若者の主体性を尊重し、マツワカメンバーの意見を事業に反映させるよう努めている。



7 取組の効果・費用

【効果】

- ・地域の魅力を再発見したことで、地元大学へ進学したり、地元企業に就職したマツワカメンバーもいる。
- ・活動終了時のアンケートで、9割以上のメンバーが「やりがいを感じ、成長できた」「マツワカの活動を周りに勧めたい」と回答。
- ・企業やクリエイターからは「この事業に携われて良かった」という声をいただいております、将来的にマツワカメンバーの就職先の選択肢のひとつとなっている。

【費用】

- ・令和元年度からの3年間で事業費ベース約60,000千円（地方創生推進交付金を活用し、1/2補助）。

8 取組を進めていく中での課題・問題点（苦労した点）

- ・学生が授業や部活動などに取り組む中で、マツワカの活動が負担にならないか考えながら進める必要がある。
- ・マツワカの認知度を上げたいが、SNS（Twitter・Instagram）のフォロワーが伸び悩んでおり、情報発信が課題。

9 今後の予定・構想

- ・マツワカの認知度を向上させ、松山への魅力を体感する事業を継続することで、若者の定着やUターンの促進を図る。

10 他団体へのアドバイス

- ・自治体独自の強みを生かして、高校や地元の企業の協力を得ることで、学校生活では経験できない体験を通して、地域の魅力を再発見できる。

11 取組について記載したホームページ

<https://www.matsuyama-wakamono.com/>