

総務企画委員会・建設委員会

開 催 日	令和8年6月1日（月）
開催場所	みなと交流センター はーばりー1階 みなとホール
テ ー マ	今治圏域における地域活性化について
参 加 者	地域代表者 こりおり舎 代表 一般社団法人 えひめ暮らしネットワーク 事務局長 千々木 涼子 株式会社森のともだち農園 NPO法人玉川サイコー 理 事 長 森 譲寛 総務企画委員会委員 建設委員会委員
質疑内容	地域代表者からの声 ● 北海道函館市出身で、広告会社や書店勤務を経て、暮らしやすく、気候の穏やかな所へ移住したいという思いから、夫婦で2017年に地域おこし協力隊として今治市大島に移住。自家焙煎珈琲と本の店「こりおり舎」を経営、2020年から一般社団法人えひめ暮らしネットワークの事務局長として、今治市をはじめ、愛媛県全体の魅力発信、地域活性化にも携わっている。今治市では、年々移住者が増加しており、研修会・交流会を企画運営し、よりよく暮らしていける地域づくりに取り組んでいる。定住して幸せに暮らしていくためにはどうすればいいか、今の暮らしを維持するにはどうすればいいのか、この会を通じて、一緒に考えていきたい。（千々木氏） ● 玉川町出身で、東京の大学卒業後にUターンし、母親が営む「株式会社森のともだち農園」に就職。ブルーベリーやマコモタケの栽培に従事するほか、キッチンカーでのイベント出店や「農業」を通じて婚活イベント等にも携わっている。玉川地域を活性化させたいとの思いで、NPO法人玉川サイコーの理事長に就任。町の課題を「再考」し、町を「再興」することで「最高」な町にしようと、地元行事の活性化、高齢者との交流を通じて、多世代にわたって心地いい生活が実現できるよう尽力している。本日の意見交換を、今後の地域での活動に生かしていきたい。（森氏）

質疑応答

Q 移住先として、今治市を選択した理由は何か。

また、今治市のどういうところに魅力を感じているか。

A 東日本大震災後の移住であったため、災害が少なく、暮らしやすいところ、長く暮らしていけるところ、文化的な要素が残存しているところを条件として探していたところ、偶然にもご縁があったのが今治市であった。

今治市の魅力は、人が優しい。外から来る人に対して、ウェルカムな空気があり、暮らし全般に対して応援してくれており、色々な形でサポートいただいている。

Q ご縁があったということによって、移住に関する行政のPRが重要だと思うが、効果的な情報発信の手法として、どういうことがあると思うか。

A 愛媛県も今治市も移住に対して力を入れていると感じており、既に様々な取り組みがなされている。

その中でも、移住を考えている人向けの相談窓口を設置し、実際の移住者から助言や感想を得られる機会を設けていることは大変有効だと思う。

さらには、移住後に起業している人の話を直接聞けることも、移住の決め手の一つになっていると思う。

また、相談窓口設置について、情報誌等に掲載・広報することも重要だと感じている。

Q 魅力ある地域にするために、どのようなアイデアがあるか。

また、移住やUターンした上で、こうすれば地元がもっと魅力的になるとか、これは改善したほうがいいと思うことはあるか。

A 子供たちにとって、将来戻ってきたい市や町にするために、幼少期から、楽しかった記憶を植え付けておくことが大事ではないか。「子どもたちの心にふるさとの種まき」こそが重要。

地域には様々な課題があるが、課題解決を子どもたちや若い人に背負わせてしまっては、地域から出ていきたい、戻りたくないと感じると思う。子どもたちには、地域の良さや楽しさを存分に感じてもらうことが、将来、地域を守っていききたい、地域を大切にしたいという気持ちにつながるのではないか。

島や地元に関心なくなってしまうと、若い人が戻ってきても、そこで暮らすイメージが湧かない。地域に文化の種をま

き、何もない状態にしないよう、努力する必要があると思う。

大人が今治暮らしを楽しんでいる姿を見せることが、子どもたちにとって、将来、地元に戻ってくる要素となる。

コロナ後、地域の祭りや文化的・伝統的な地域の行事が少なくなっていると感じる。今後、人口減少が進む中で、何を残していくのか、大事なものは何かということ、住民と行政で共同して考えていく必要があると思う。

廃校を利用した映画上映会などのイベントをしたところ、県外からも観客を呼ぶことができ好評であった。今後も機会があれば存続していきたい。

地域の高齢者に活躍してもらい、おじいちゃん、おばあちゃんの知恵袋として、インターネットで調べても出てこない知識の利活用を推進していきたい。

Q 移住を考えるときに、教育環境の整備状況は大事だと思うが、その町に高校があった方が移住してくる場合の決め手になると思うか。

A 移住相談の窓口でも、子育て世帯からはそういった問い合わせは多い。小学校、中学校は当然あってほしいとして、高校がなければ、その時点でどうするか考えなければならず、結果として移住しても、外に出ざるを得なくなる場合もあるので、ハードルにはなると思う。高校を残せるのであれば、地元に残る選択肢として有効だと思う。

Q 地域おこし協力隊をされていたとお聞きしたが、今治市だけではなく、周りの市町の地域おこし協力隊との情報共有の仕方、共有することによる効果を教えてほしい。

A 研修会やランチ会、相談会など、協力隊員同士の顔合わせ会を定期的に行っている。これは、隊員に加え、異業種交流会として、隊員以外の方も参加されており、情報交換の場として有効だと思う。

また、オンラインによる隊員間の意見交換や質問をする機会も設けている。

Q 県内の地域おこし協力隊の活動が、今後、より一層充実・発展するための問題点や改善点があれば教えてほしい。

A 現在、県内で約 130 人の協力隊員がいるが、国の制度が変わっていく中、当初は地域密着型の活動であったものが、近年多

様化し、協力隊員の活動領域が幅広くなった。それに伴い、隊員をサポートすることも難しくなっていると感じる。

受け入れる行政側において、隊員に何をしてもらいたいの
か、受入段階で明確に示し、ミスマッチが起きないように運用
していく体制整備が課題だと思う。

総括（大政建設委員長）

参加された皆様の経験や発想、意見は大変参考になった。本日
お聞かせいただいた内容は、今後の議員活動に生かしていきたい
と思うので、これからも地域発展のためにお力添えをいただきたい。

会議の様子



環境保健福祉委員会・農林水産委員会

開催日	令和8年6月8日（月）		
開催場所	愛南町役場 3階 大会議室		
テーマ	若手農業者の育成について		
参加者	地域代表者 柑橘農家 大西 武 えひめ南農業協同組合 マルエムフルーツアイランド支所 マルエム共撰場農園株式会社 共撰長 河野 仁 第一マルエム青果有限会社 社長 松田 昌治 株式会社吉田農園 代表取締役 吉田 浩 環境保健福祉委員会委員 農林水産委員会委員		
質疑内容	地域代表者からの声 ● 私は、JAを通した就農ではなく、雇用就農で農業を始めたため、補助金の申請で苦労した。雇用就農等で農業を始めた者に対しても補助金の窓口を広げてほしい。 自分の場合は、雇用先でいろいろな技術を身に付けて独立したが、独立後も、経営面など様々なことを相談している。就農した後のサポートを強化した方が若手就農者のリタイヤが減ると思う。 雇用先で柑橘は簡単ではない、儲からないと教わり、実際に独立したらそのとおりだった。農業は簡単と思っている方が多いので、実際に就農し、苦労を知ると農業を辞めてしまう方が多い。農業の苦労を周知することで、覚悟を持った就農者が増え、辞められる方が減ると思う。（大西氏） ● マルエム共選は、河内晩柑を Misho の商品名で輸出している。河内晩柑を世界にPRすることで国内市場の単価底上げにつながればと考えている。また、部会を立ち上げ、各種講習会や研修会を開催し、若手の育成にも取り組んでいる。 株式会社フルーツアイランド・マルエム直販は、生産から販売まで、JAではできないことを法人として学んでいこうという会社。耕作放棄地の再生や河内晩柑の大木のカットバット処理など生産方法や農業経営について学んでいる。		

農業委員会の会長にも就任しており、農地の貸し借り、売買等で若手から相談を受け、自身の経験を基に指導を行っている。(河野氏)

- 新規就農者 2 人の育成を行っているが、新規就農者に対する補助金は課題が多い。年齢制限がある補助や、柑橘農家に必要な資機材が実質補助対象外となっており、補助が受けられず、全部自己資金で就農することもある。就農して数年は収入がないが、保険料等の支払いや生活費は必要となるのが柑橘農家の新規就農の現状となっている。(松田氏)

- 河内晩柑を中心に栽培しているが、コンサルタントも行っている。今までに、若手農業者 3 名を育成しており、トップクラスのイチゴ農家に成長した者もいる。

若手農業者の育成で最も重要なのは、人材を労働力として育てるのではなく、経営者として育てること。農業は技術だけでは成功できず、販売力、経営管理、資金計画、人材マネジメントなど、総合的な、経営力が必要。

現在、本県にはすぐれた経営者は数多くいるが、その知識や経験を若手に伝える仕組みは十分だとは言えない。県には若手農業者と実績のある農業経営者を結びつける仕組みづくりに力を入れていただきたい。

若手育成とは、就労者数を増やすことではなく、将来、地域農業を牽引し、雇用を生み出し、次の世代を育てる経営者を育てることだと思う。(吉田氏)

質疑応答

Q 移住するにあたって、困ったことや困難だったこと、改善してほしいことを聞かせて欲しい。

A 家探しについて、愛南町は人口が減少しており、空き家がたくさんある状況なので、空き家を集積している空き家バンクという制度がある。貸し出しや売買を行っているが、制度をもっと強くし、空き家をどんどん貸し出せるような形を取ってほしい。

Q 農地の貸し借りについて、農地中間管理機構の関わりを教えてください。

A 農地中間管理機構が始まる前から農地を借りている。果樹は、農地の良し悪しの差が大きいため、農地中間管理機構の制度に

マッチしていないと思う。

Q 新規就農者に家を紹介した話を聞かせてほしい。

A 個人のつてをたどって、家、畑、倉庫を紹介した。農機具の手配を行ったこともある。農地中間管理機構は、貸し出せる農地の情報を持っておらず、活用できなかった。

Q 行政が耕作放棄地の近隣の道等を整備することで、耕作放棄地が活用されることはあるか。また、道を整備するために苦勞していることはあるか。

A 柑橘農家は2t車を使うので、道を整備してもらおうと耕作放棄地を活用しやすくなる。道の整備は地主の理解を得やすく順調に進んでいる。

Q 今年度の河内晩柑の状況を教えてほしい。

A 農家によって、売る時期、売り方が違う。私は、ダイレクトマーケティングで販売しており、市場の価格変動の影響をあまり受けていない。中東情勢の影響による資材価格の高騰も対応できる価格で販売しているが、新規就農者にとっては厳しい状況だと思う。

Q 収入保険の現状を教えてほしい。

A 収入保険は、収入の減少を補填してくれるのですごく助かり、入るべきだと思うが、青色申告が必要で、青色申告を行っていない農家は加入できないことが課題だと思う。

Q 柑橘農家にとって青色申告は難しいのか。

A 青色申告は簡単だが、年をとった方は数字が苦手。青色申告のメリットを説明し、勧めても、白色申告のままである。

Q ダイレクトマーケティングのメリットはなにか。

A コストが上がって、値上げしても商品を買ってくれる。ダイレクトマーケティングを意識した経営を行い、利益を確保し、社員の給料を上げ、事業を拡大している。

Q 若手就農者の育成は経営者として育成する必要があるとの説明があつたが、経営者として育てる上で必要なことは何か。

A 自分が若手農業者にカリキュラムを課す際、最初は超ブラッ

ク企業に來たと思えと言っている。農繁期などは、早朝から夜遅くまで休みなしで働かなければ、経営していけないと思っている。それぐらいの人間力がないと農業界では生き残っていけない。自分の限界を知って、初めて、他人を雇用するなどのビジョンが見えてくる。

Q 報道などでは、活用できる補助金などもあり、簡単に就農できるイメージもあるが、実際は相当の覚悟を持って臨まなければ、長く続けることは難しいということか。

A 目標をどこに置くか。農業に何を求めるかによる。自分がコンサルする際は、農業を事業として捉え、ベンチャーとして事業拡大し、将来的に上場を目指すぐらい意気込みがある人をコンサルしている。

Q 若手就農者が減っており、増やさないといけないという考えがある一方で、増えすぎれば値崩れを起こすことも考えられるが、地域の農家戸数の適正数をどう考えるか。農家戸数が増えていくことが、地域農業の発展につながると考えるか。

A 農家戸数が増えれば、耕作放棄地も減るため、地域活性化につながると思う。

A 違った意見として、農業法人のマニュアルでは、原則、独立希望者を入れないとある。柑橘は嗜好品であり、需給バランスによって値段が変わるため、積極的な独立希望者の受入は行っていない。

Q 仮にこれから愛媛で柑橘以外の農業を始めるとしたら、何がしたいか。

A 地域でしか作れないもの。先人が試行錯誤して作ったマニュアルがあるため、そこから基盤を整え、新しいものに挑戦したい。

Q 西宇和地域は、現状、農業後継者が育っているが、愛南町における親元就農の状況はどうか。

A 自分の話でいえば、子供2人が就農している状況であり、周りも子供がいれば後を継いでいるケースが多い。ただし、結婚をされていない場合は、その人の代で終わってしまい耕作放棄地になるため、その畑を買い取って他に回したい思いはある。都会に就職していたが、新規就農者向けの給付金を活用し、地元に戻っ

て就農された方も多い。

A 愛南町に限った話ではないが、給付金をもらった後、しばらくして離農される方が結構いる。この制度自体が本当にいいものなのかどうなのか思うところはあるが、本気で農業をしようという若者は、給付金等に目もくれず、先代の畑を守るという強い意志のもと、地元に戻って就農している印象。

Q 私の地元は、移住者が多く就農されており、無農薬で柑橘を作りたいという方が多いが、愛南町の状況はどうか。

A 極力農薬は使用しない方がいいのかもしれないが、私は農薬を使用している。消費者は、無農薬かつ見た目がきれいで安価なものを求める傾向にあるが、無農薬となると見た目を維持するのは困難なので、最低限の科学肥料、農薬は使用している。

総括（新田環境保健福祉委員長）

本日、お話を聞く中で、農業の大変さ、これからの農業者にとって経営感覚が非常に重要なことについて理解を深めた。皆様の御意見を胸に受け止め、今後の県議会の活動に生かしていきたいと思うので、引き続き、ご指導ご鞭撻のほどよろしくお願いしたい。

会議の様子



経済企業委員会・観光スポーツ文教警察委員会

開催日	令和8年6月8日（月）
開催場所	南予地方局 7階 大会議室
テーマ	南予圏域における誘客促進に向けた取組について
参加者	地域代表者 合同会社 ARCLEAD 代 表 高橋 佳裕 有限会社安岡蒲鉾店 取締役 安岡 弘和 西海観光船 代 表 高橋 翔 経済企業委員会委員 観光スポーツ文教警察委員会委員
質疑内容	地域代表者からの声 ● えひめ夏旅なんよキャンペーンのコーディネーターとして、コンテンツ造成、観光素材集の整備、都市圏の旅行会社を対象としたファムツアー、東京商談会、OTA販売のための登録支援等を行った。主要な販売チャネルにOTAと旅行商品を掲げ、キャンペーン期間中の実績は宿泊約6万人、旅行商品は65商品、催行本数161本、催行人数4,042名であり、OTA、旅行商品いずれも前年度比を大きく上回る結果となった。体験コンテンツは前年度比で約1.5倍伸びて、南予全体の選択肢と魅力が拡張されたと思っている。次回に向けた取組として、マーケット調査を実施し、南予全体・各市町のSWOT分析、方向性を策定して、シニア層をターゲットに設定したため、シニア旅行と親和性の高い南予ならではの歴史・文化、食、自然をテーマに現在、コンテンツの開拓・磨き上げを進めているところ。 （高橋佳裕氏） ● じゃこ天づくり体験を始めたきっかけは、子供の頃からじゃこ天を食べていると大人になってからも食べると思っていて、工場見学に来て学んだりする機会を作っていくことで、食べる回数を増やしていきたいと思った。キャンペーンをきっかけにOTAに登録したところ、7月の体験・工場見学の来客数は前年度比で11倍に増えた。集客では、道の駅にある自社店舗との連携、口コミ、SNSでの発信を大事にしている。次回に向けて、体験の磨き上げ、メニューの開発はもちろんだが、田植体験など自然を生かした体験コンテンツが増えていくと、点と点が線になって、面で見せることもできるので観光への意識が

南予全体に広がると課題も乗り越えられるのではないかと思います。
(安岡氏)

- えひめ夏旅なんよキャンペーンには、海底が見える船とシーウォーカーのコンテンツで参加した。キャンペーンに参加して、2018 年の西日本豪雨の際に極端に目減りし、コロナウイルスも重なって8年間、回復できていなかった客数が10年前に目標としていた1万人の水準に向けて急激に回復した。自分たちのサービスを知らない方に、自分たちを知ってもらうことが難しかったが、このキャンペーンが知ってもらえるきっかけを作ってくれた。今後は、県側の狙いも理解した上で、キャンペーンに参加できればいいと感じている。良いサービスを作ることを目標として、一番遠い土地に誘客をして、通り道でお金が落ちる仕組みを作っていく。県全体で外貨の獲得と人の流動性の確保を維持して、動けていけたらいいと思った。(高橋翔氏)

質疑応答

Q 南予地域と高知との取組はどのような感じでやっているのか。

A 居住地によって、旅行の傾向が違うので、居住地ごとに南予どっぶりの周遊コースを提案したり、都心圏だったらもう少し範囲を広げて、高知の幡多地域、四万十、足摺を一緒にしたモデルコースを作って、提案している。

Q 欧米の方に対しては、外国人目線で見えた南予の良さをSNSで出してくれると響きやすいが、旅行に来られた方に情報発信のアプローチはしているのか。

A キャンペーンでSNSはやってるが、インフルエンサーを呼んで大きく発信することは少ない。国内・インバウンドを含めて、SNSの活用は柔軟にこれからやっていく必要があると思う。欧米豪は南予単体だけでPRしてもなかなか難しく、ゴールデンルートや中四国などもう少し広く連携して、周遊のモデルコースの作成とPRを両方連携してやっていく必要があると思う。

Q 天候の関係で観光船が出られないこともあると思うが、そのあたりの苦労や、今どういう取組をされているかお聞きしたい。

A 環境条件が、常にいいわけではないというのが弱点とっていて、海が荒れてしまったので体験できないで終わるのではな

くて、自然の仕組みを事前に提示するだけでもお客さんが納得されて、理解していただく確率が高くなる。

Q 船が出られなくても、自転車や何かの体験コースと結びつけて、確実性を持った観光ができるかどうか可能性を探られているか。

A 確実性のある観光は、単体ではできないと結論付けた。アクティビティが中止になってしまったときは、プロジェクターを使って画像や映像を見せながら、海について勉強してもらって、地元の養殖業者の体験に行くなどにつなげて、どうにかカバーできないかと、今やり始めているところ。

Q ファミリー層や若年層は、基本的に車が多いのか。また行先で、特徴的なことがあれば教えてほしい。

A 体験アクティビティは、じゃこ天づくり体験、キャニオニング、あと松野町のおさかな館やガラス製品づくり体験などの利用がファミリー層に圧倒的に多かった。アクセスについてはマイカー、レンタカーが多い。

Q キャンペーン後の周りの反応などはどうか。

A たまに味噌蔵を案内している人にもっと積極的にやってみたらと言ったら、家族経営でやっているのも難しいと言っていた。あとやりたいけれど何をしたらいいかわからない人もいると思う。やりたくてもできない人に何か後押しできるサポート体制があればちょっと変わってくると思う。

A 愛南町では、基本的には、皆さんすごく好意的に捉えている。他方で、協力関係を結びたくて他の事業者と一緒にやろうということとは多々あるが、結局、本業の方で成り立ってしまってる人が多いので、協力関係が長く続かないということが問題点としてある。愛南町では、利益に目を向けるということではなくて、子供たちの教育や町を良くするために協力関係を結ぶという方向でうまく共有できたので、そういうことが進んでいきそうだと感じている。

Q 過去にもキャンペーンをやっているが、レガシーは積み上がってきているなという実感はあるか。

A 過去のコンテンツ造成でいろんな事業者が作ったコンテンツが一定数存在していて、それが引き続き、南予の誘客に結びつ

いたところがレガシーになっていると思う。より多くのお客さんに来ていただくよう、よりコンテンツを磨き上げ、全体数を増やしていくことを全面的にプッシュしていきたい。

Q キャンペーンする側の人材が足りなくてフォローしきれていないという話をよく聞くが、人がたくさん来る中で、どのように工夫されているのかを教えてください。

A 情報をとにかくローラー的に集めて、何かできないかという種を見つけていくしかないと思っている。観光事業者はもちろんだが、意外に観光の専門ではない方々が、こんなことができるのではないかというアイデアをいろいろいただけるので、より多くの人と話して、人と繋がっていくということを地道にやっていくしかないと感じている。

総括（大石経済企業委員長）

皆様方から、本当にたくさんのお話を聞かせていただき、これからやるべきことが少しずつ見えてきた。本日お伺いさせていただいたことは、今後の議員活動に十分活かさせていただき、開かれた議会活動もしっかりと推進して参りたい。

会議の様子

