

PLUS ULTRA

挑戦者たちの足跡



四国経済産業局令和6年度入局職員研修
「人口減少から考える四国の可能性」



PLUS ULTRA ～挑戦者たちの足跡～

作成：2025年4月
作成者：経済産業省 四国経済産業局
〒760-8512
香川県高松市サンポート3番33号
高松サンポート合同庁舎北館6階
TEL：087-811-8504
HP：<https://www.shikoku.meti.go.jp/>

PLUS ULTRA

挑戦者たちの足跡

CHAPTER



1

四国の今をのぞく

全国においても、人口減少が著しい四国。
このような状況下における四国の魅力
ってなんだろう。



2

Z世代からみた人口問題

私たちが人口減少問題とどう向き合うか
を考えてみた。

3

いざ、挑戦者の声を聞いてみよう！

・高知県よろず支援拠点 押岡洋子 × まゆみの店 久保田典江
× 須崎商工会議所 谷岡正章
・(株)クリエ 出口友子 × (株)ドローウィズ 樋口竜弥
・琴平バス(株) 楠木泰二郎

4

取材を振り返ってみて

若い世代として人口減少とどう向き合っ
ていくのか。



5

これからの四国とわたしたち

10年後のじぶん、10年後のしこく。

「人口減少」

それは、Z世代の私たちが生まれた時から耳にしていた言葉。

文字面のとおり「人口が減少すること」自体が問題視されがちですが、その言葉の本質を正確に捉えることが、果たして本当にできているのでしょうか。

確かに、四国は都市部よりも若者の選択肢が少ないように見えますが、実は何にでもチャレンジできる、大いに可能性を秘めた場所でもあるのです。

四国の風土や文化、名物の味やその手作りの温もりには、

一つ一つ地元の人々が紡ぐ物語があります。

彼らの手から生まれる「四国の色」。それぞれの人生が、ここに息づいています。

「人口減少問題とどう向き合うか」

本誌を手にとってくださった皆さんも、私たちと一緒に考えてみませんか？

2 2世代が考える 人口減少問題へのアプローチ

「地方創生」「エンタメ」「観光」のテーマを選定。
若い世代ならではのアイデアを生かして、テーマごとに
四国の人口減少問題にアプローチしてみよう！



地方創生 | 人口が減ってるなら、AIなどで省力化して
生産力を向上させる？

アイデア
1 四国95自治体の魅力発信ができる
ウェブサイトづくり

省力化により生産性を高めることで、人口減少社会でも
地域経済の安定は可能と考えられるが、より活力の
ある四国であるためには、地域の魅力を発信し関係人口
を創出することが重要ではないだろうか。

全自治体を
網羅している
当局の強みを活用



エンタメ | スポーツで交流人口を増やせば、
人口減少による地域課題を解決できるのでは？

アイデア
2 四国をモルックの聖地に！
人が集まる四国へ

人々の交流の減少が人口減少につながり、消費の低下と
生産力の低下を引き起こすと考えた。そこで、スポーツ
(モルック)を活用して地域課題の解決を目指す！

北欧発祥の「モルック」
は性別年代関係なく
誰もが参加できます



観 光 | 地域でお金を落としてももらえるような
観光のあり方は？

アイデア
3 新しいガイド手配 システムの導入

人口減少による課題の解決には消費による経済成長
が効果的で、消費の促進には地域にお金落ちる観
光の仕組みが必要と考えた。

観光に“付加価値”を
生み出すローカル
ガイドに注目！



1 四国の今をのぞく

四国は「課題先進地域」として、全国より人
口減少幅が拡大推移しており、高齢化率は4県
いずれも3割を超えた。さらに、四国からの人
口流出は依然として高い値で推移しており、特
に若者の人口流出の割合が大きく、その抑制に
向けた動きが必要とされている。

一方で、世界的人気ガイド本「ロンリープラ
ネット」が選ぶ2022年おすすめ旅行先では、
地域部門で四国が第6位にランクイン。道後温
泉など自然資源や讃岐うどんなど食文化、歴史
ある四国遍路など、四国ブランドの確立、イン
バウンド観光でも注目されている。



四国のいろんな窓

ふと何気なく窓からのぞく景色。
美しい風景が広がるが、ここから想像
される四国らしさとはなんだろう。



私たちは、令和6年4月より四国経済産業局に入
局した新人職員。

本誌では、四国で生まれ育ち、働く私たちの視点
から、四国における人口減少問題について考察し、
その課題解決の糸口を探るために地域のキーパーソ
ンの方々に取材を行った。

左ページより、私たちが半年間取り組みだ人口減
少と地域経済の関係性研修について報告する。

本研修では、3つの班に分かれ、テーマの設定及
び基礎情報の収集、グループ討論を重ね、最終的に
ユニークなアイデアの提案、人口減少問題に向き
合った。

観光を活用して
消費の促進を目指す

①幅広さ

・地域の人とおしゃべりも観光
一観光のポテンシャル
例) 地域のおばあちゃんとの
交流など、外国人にとって
需要あり。



にし河津ニューファミリー(最寄地三河市)

②インバウンド

・瀬戸内国際芸術祭、万博など、
これから外国人観光客が訪れる
機会もある。



瀬戸内国際芸術祭
「海を渡る人々の場所」
出展：瀬戸内国際芸術祭の公式サイトより



新ガイドシステム

Go-Taxiのような配車アプリケーション
から着想を得た。目的に伴い、決め
られた時間、場所にガイドを手配する
ことができるものを想定している。

仕様イメージ

- ・商品群を設定
- ・料金別コースの設定
- ・指名制ガイド
- ・手配パターンを複数用意

ガイドは観光に
“付加価値”をつけられる
観光をコンテンツ化

CHAPTER

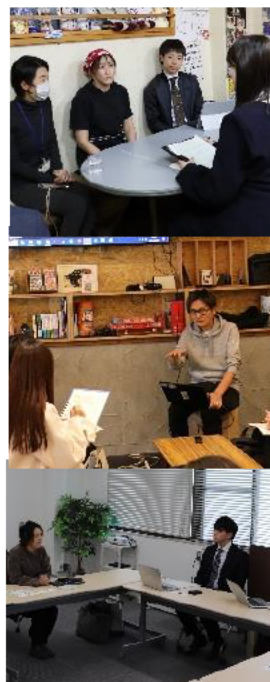
3

いざ、挑戦者の声を
聞いてみよう！

四国の人口減少問題に対するアプローチ方法として、「地方創生」「エンタメ」「観光」の三つのアイデアが挙げられた。いずれのアイデアも、生産性の向上、地域支援、既存資源の有効活用という点で一致している。

本研修を通して、人口減少問題にはあらゆる要因が複雑に絡み合っており、問題一つ一つに対してのアイデアが必要であることがわかった。ここから更に考察を深めるためには、もっと広い視野が必要だと感じ、アイデアを実践されている方々へ会いに行くことにした。

Chapter 3では、人口減少が進む四国のリアルな現場で奮闘している地域のキーパーソン「挑戦者たち」への取材を通して、地域では今どのようなことが求められているのか、これからの四国を担っていく次世代に何を求めているのかを取材した。



四国経済産業局の「地方創生支援チーム」を活用！

地方創生サイト

四国経済産業局では、2018年より「地方創生支援チーム」を編成し、地域活性化に向けた取り組みを行っています。
四国経済産業局や自治体の職員、地域の方々の声をもとに地域の情報をまとめました！

四国ってどんなところ…

瀬戸内海と太平洋に囲まれた四国は、温暖な気候で豊かな自然が広がっています。

日本最古の温泉地である道後温泉や四国八十八箇所巡り・阿波踊りなど数々の歴史ある観光資源。
讃岐うどん、みかん、カブチ、梅干しなどの特産品、阿波踊りや瀬戸内国際芸術祭などの行事。

他にも、数多くの魅力が四国には溢れています。

つや日本だけでなく世界からの注目度も高まっている四国を少し覗いてみましょう。

- 徳島県
- ・徳島市
- ・イベント
- ・体験
- ・宿泊
- ・観光スポット
- ・グルメ
- ・土産

- ・高松市
- ・小松島市
- ・阿南市
- ・高松市
- ・美濃市

地域の特徴

香川県

愛媛県

高知県

自治体職員の
オススメ

局職員が感じた
魅力ポイント！

四国全自治体の情報を集約！

※イメージ図になります。



関係人口の創出や
移住のきっかけに



地域内の人々の愛着
や関心の高まりに



自治体とのコミュニ
ケーションツールに

需要
消費減少
市場の縮小

消費を増やす！

- ・モルック施設をつくり訪れたくなる場所へ
- ・特産品・四国の林業PR
地元高校との連携
- ・間接的な消費

・どこでもできる

・木製の道具



供給
労働力や
後継者不足

生産力を増やす！

・“健康”促進



- ・頭も体も使う生涯
スポーツ
- ・サウナとビールを
一緒に楽しむスポーツ

社会
コミュニティの
希薄化による
人口流出

交流を増やす！

- ・空き家・移住者交流の場
→地域間交流の促進
- ・関係人口の増加
モルックといえば四国
に！



- ・誰でもできる
- ・ルールが簡単
- ・世代を超えた交流

地域課題

課題解決イメージ

モルックの強み

「いつでも待ちゆうきね！」
先代の味と店主の想いを
支援の力で次世代に繋ぐ

高知県須崎市

高知県のほぼ真ん中に位置し、豊かな自然に恵まれた須崎市は、鍋焼きラーメンの街としても有名な地域。



高知県よろず支援拠点 押岡洋子コーディネーター

まゆみの店2代目店主 久保田典江さん

須崎商工会議所 谷岡正章さん

よろず支援拠点では、人口減少に伴う市場縮小や人手不足等様々な課題を抱える事業者に対して、経営者との「対話」を通じ、企業の課題解決に取り組みながら、地域活性化を後押ししています。高知県よろず支援拠点で地域の企業支援に取り組み押岡コーディネーター、支援先の鍋焼きラーメン店「まゆみの店」2代目の久保田店主、2人を繋いだ須崎商工会議所の谷岡さんにお話を伺いました。

取材 大熊咲晴 / 三木 沙桃

― 押岡さんの高知移住のきっかけを教えてください。

押岡 2011年の東日本大震災後に、東京から夫の実家がある高知へ移住しました。移住してみると、食べ物が高知に美味しいことに驚きました！移住前は気づかなかったのですが、高知の素晴らしさを実感しました。この魅力をもっと伝えていければと思っています。一方で、地方はデジタル化が進んでいないなど地域の問題に触れる中で、自分にできることがまだまだ沢山あるのではと感じました。

― 久保田さんが、お店を継ぐことになったきっかけは何ですか。

久保田 創業者の母が研究を重ねて作った鍋焼きラーメンの味が大好きで、これからもたくさんの人に食べて欲しいと思ったことが店を継ぐ決め手になりました。創業して36年になりますが、現在、働き手がすぐには見つからないことが一番の悩みですね。

― 働き手不足に対し、押岡さんからどのようなアドバイスがありましたか。

久保田 無理に従業員を増やそうとするのではなく、生産性を高める沢山のアイデア

をいただきました。具体的には、水をセルフサービスにしたり、問合せの多かった駐車場位置をSNSで予め確認できるようにする等です。SNS上でもお客様

たちが支えてくれて、メニューをデザインしてくれた方もいるんですよ！（写真を

押岡 これは久保田さんの人柄の賜物で、SNSのコメントに対して丁寧に対応

しているからお客さんも応援してくれるのだと思います。ただ単に効率化やデジ

タル化を推し進めるだけでは全国チェーン店しか残らない。高知だから

大切にす

るように

心がけて

います。



― どのような展望を考えていますか。

久保田 新たに冷凍販売を始める予定です。

県外発送を通じてより多くの人に鍋焼きラーメンを知ってもらいたいです。フードロス削減にもつながっていきます。

押岡 地域の美味し

いものを事業者様

が自身の言葉でど

んどん発信して欲

しい。そのために

も、その地域なら

ではの事業の承継

ができるよう支援

を続けていきたい

です。

― 学生へのメッセージをお願いします。

押岡 今すぐにでなくても構わないので、

将来的には四国で活躍してくれる人にな

ってほしいですね。

久保田 地元を離れて得た知識や経験を活か

して四国や高知の良さを発信する人にな

ってほしいです。



地元内外多くの人から愛される
自慢の鍋焼きラーメン



高知県

よろず支援拠点

鍋焼きラーメン
まゆみの店

「愛媛から地域の魅力を生配信」 若手のチャレンジが 地域に活力を！

愛媛県松山市
四国最大の人口。
松山城や道後温泉など
観光資源も豊富な地域。



株式会社クリエ 代表取締役 出口友子さん

株式会社ドローウィズ 代表取締役CEO 樋口竜弥さん

元戦場カメラマンの出口さんは、コスメやブランド品を扱うことが多いライブ配信技術・ライブコマースを活用し、地域産品を扱うことで地域の消費拡大やコミュニケーションの促進に貢献しています。樋口さんは、小学生の頃から配信者として活躍し、17歳で起業した若手起業家。二人が協業するライブコマース事業や地方ならではの工夫、今後の地方のあり方などについてお話を伺いました。

取材 埴場 遼介／竹内 悠人

ー起業のきっかけについて教えてください。

出 地域で活躍できる人材となり、ふるさとに恩返ししたいという思いが強かったことがきっかけです。当初は、地域創生をテーマに地域産品の販売促進支援をしていました。

樋 かつこいいからです（笑）。新海誠監督の映画に憧れて、映像を作りたいと思ったのがきっかけです。会社に入って誰かに縛られるよりも、自分の裁量でどんなことにもチャレンジできる経営者に魅力を感じました。

ーなぜライブコマース事業を始めたのですか。

出 起業後すぐコロナ禍となり、愛媛の特産品でもある真鯛の消費が落ち込んでいたと聞き、生産者を助けたいと思いライブコマース事業を始めました。養殖なので、売れないと処分するしかなく、元戦場カメラマンとして、命を大切にしたいという思いもありました。ライブ配信を続けた結果、1番組につき視聴者数1万人、最高売上げ400万円超を達成しました。

樋 出口さんとは、起業後、法人化するタイミングで出会い、経営の相談に乗ってもらったり、ライブ配信のサポートもするようになりました。最初は、照明とカメラを同時にやっていました。配信中に白紙のキャンベを出して配信者を困らせたこともあります（笑）。

ーライブコマース事業の特徴について教えてください。

出 実際に生産者のもとへ足を運び現地の風景も併せて配信しています。また、視聴者にクイズを出してその場でコメントとりができます。さらに、配信者として地元大学生を起用し若者向けの発信を強化したり、大手企業との協業により四国外にも事業を拡大しています。



配信者（地元大学生）の活躍

樋 大手企業との案件も一緒に取り組んでいます。すごく刺激になり

ます。出口さんは、失敗をしても笑って一緒に謝ってくれるので、挑戦しやすい雰囲気を作ってくれています。

ー地元大学生を起用するのは、若手を育成する目的もあるのですか。

出 育てるというのはおこがましいですね。スタートアップ企業は地域課題を解決するための存在であるべきと考えていて、若い力で現状を打破し、地域にイノベーションを起こしたいと思っています。そういう意味では若手も仲間です。

ーどのような地域課題があると考えますか？

出 人口減少が進むと次の世代で経済が回らなくなると思っています。人がいないとコミュニケーションが生まれなし、イノベーションも起きない、それが課題だと思います。

樋 人がいなくなると仕事がなくなり、住み続けることができなくなってしまう



ライブコマースの様子

まいます。そのため、地域に面白い仕事があり続ける必要があると思います。

ー学生へのメッセージをお願いします。

出 10年計画を立ててください。若い頃は選択肢が多すぎるので、遠回りをしていろいろな経験をして四国に帰ってきてくれると嬉しいですね！

樋 「何がしたいか」ではなく「どうなりたいか」を考えてください。なりたいた自分を想像すると、どう行動すれば良いか見えてくると思います！



株式会社
クリエ



株式会社
ドローウィズ



地域と観光客を繋ぐ場

「何度も訪れたくなる琴平町」へ

香川県琴平町

香川県で2番目に小さい町。
江戸時代、「一生に一度はこんびら参り」と
言われるほど有名な金刀比羅宮がある地域。



琴平バス株式会社 代表取締役 楠木泰二郎さん

香川県琴平町で、関係人口づくりに尽力する、琴平バス株式会社 代表取締役の楠木さん。琴平町の活性化のため、コワーキングスペースやオンラインバスツアー等、地域を巻き込んだ数々の革新的サービスを生み出してきました。「一生に一度」ではなく「何度も訪れたくなる琴平町」へ。その想いを胸に、既存のバス会社・旅行会社の枠組みを超えてチャレンジする楠木さん取材しました。

取材 高重采希 / 山田七海

「関係人口づくりに注目したきっかけを教えてください。」

コロナが町の流れを大きく変えましたね。瀬戸大橋開通時は約520万人いた観光客も、徐々に減少し、コロナ禍直前の2019年には260万人に。危機感を抱きつつも多忙で行動できずにいた中、コロナは町のみなが立ち止まって考えるきっかけになりました。

「琴平町は四国を代表する観光地にみえますが・・・」

調査の結果、琴平町を訪れる観光客の約8割が日帰りまたは立ち寄り型の観光であることがわかりました。一般的に、日帰り旅行よりも宿泊旅行の方が経済効果が約3倍高いと言われていたため、琴平町も「観光地」から「滞在地」への転換が必要だと考えました。また、ファンやリピーター、さらには関係人口を生み出すためには、地域との交流をじっくり楽しめるような「余白」のある滞在が求められています。こうした背景から、複数泊り長期滞在者を積極的に受け入れることが、持続可能な観光地づくりにつながると考えています。

「チャレンジの原動力は何ですか？」

「ずばり、会社のコアバリューにも掲げている『Something New!』の思いです。バス業界は大きな変革を起こしづらい業界かもしれません。その中でも時代の要請に応え続け、常にチャレンジングな会社でありたいです。」

「今後の展望を教えてください。」

コロナ禍のオンラインバスツアー等を通して、最後に支えてくれるのは地元の人だと実感しました。事業を通じて地域に貢献し、地元の人に恩返ししたいです。そのためには更なる関係人口づくりに向け、デジタルノマドの聖地化及び二地域居住をテーマに挑みたいのです。

「学生へのメッセージをお願いします。」

自分達のやりたいことができる場をつくっていきたいです。皆さんにも楽しみながらチャレンジしてほしいです！

琴平バス株式会社



琴平町を案内してくださりました！

※1：事務所スペース、会議室、打ち合わせスペースなどを共有しながら独立した仕事を行う共同ワークスタイル。

「そうして「コトリ コワーキング & ホステル」が誕生したのですね。」

前身は、外国人向け観光案内所でした。当時はおすすめのお店を紹介して終わり、といった浅いコミュニケーションが中心で、観光客の再訪に繋がる関係構築が課題でした。そんな中、全国各地のゲストハウスで滞在した際、地域や旅人同士をつなぐ「交流の場」の価値を強く感じました。近年、※1 デジタルノマドという働き方が普及し、琴平町も地域にイノベーションや新たな刺激を与える「外からの風」を必要としています。地域と旅人が深いコミュニケーションをとれる場をつくろうと思い、誕生に至りました。

「長期滞在は人口減少対策とも繋がりますよね。」

人口減少対策では移住・定住が注目されますが、いきなりは難しいと考えていて...。まずは滞在して地域の人たちと友達になり、ゆくゆくは琴平町のファンになってもらいたい。そこから関係人口に繋がればと考えています。そのために、滞在してもらう

琴平バス株式会社への取材を通して

○人口減少対策として、琴平町を訪れた人に、地域の人々との交流を通してまずは琴平町のファンになってもらうという丁寧な「関係人口」づくりから、移住・定住につなげることを目標に取り組みされており、地域の人口減少が引き起こす課題解決においての関係人口の重要性を改めて感じた。

○交流の場づくり、交流のきっかけづくりに尽力されており、地域の人との交流が観光客には好評でリピーター増加にも繋がっているというお話しから、観光に、地域との交流という視点を加えることで、観光の幅が広がり、新たな価値が生まれ消費が促進されるといった好循環が生まれることが分かった。

○そのため、研修を通じて考案した交流を促進するガイドの育成・活用により、四国地域における観光消費の拡大につなげることが、四国らしい経済活動のあり方を検討する上で有効ではないかと考える。



挑戦者たちへの取材を通して

- 人口減少問題の解決策は、人口を増やすことだけではなく、いかに地域のファン＝関係人口を増やし地域経済を維持・発展させるかという視点が重要。
- 四国はコンパクトだからこそ、都市部に比べて人と人との距離が近く、コミュニケーションを強みにした地域活性化が効果的。
- 四国は人口減少が著しい課題先進圏であるからこそ、チャレンジできる環境として大いに可能性があり、やりたいことに挑戦したい若者や多様な人材を受け入れる体制づくりが今後さらに重要。

◆人口減少問題は、一人一人が自分事として向き合っていくことが大事。課題先進圏であるからこそ、「挑戦者」が活躍できる場所！それが四国！

取材を振り返ってみて

地方創生

高知県よろず支援拠点への取材を通して

○取材の中で、若者に向けた「今すぐにでなくても良いからいつかは戻ってきてほしい」という言葉が印象的だった。地方での人口減少について、大学進学や就職を機に若者が地域外で多くの学びや気づきを得ることは大切なことであり、重要なのは戻ってきけるためのきっかけ・環境作りだと学んだ。

○人口減少に伴い、消費市場の縮小が進み、地域に依存する飲食店ほど影響を受けている。人口を増やさずとも、省力化による生産性向上や、店主の人柄等をSNSで発信し「食べに来たい」と思ってもらうことで、関係人口が増え、販路拡大や県外・国外進出を目指せることも分かった。

○私たちが提案した地方創生支援サイトで魅力的な情報を単発で挙げてたとしても、店主自身が発信する情報や現場で奮闘する人たちの思いを全てくみ取することは容易ではないと感じた。少しでもそういう人たちに寄り添った施策をお届けし、現場の生声をしっかり聞く姿勢が大事だと感じた。



エ ン タ メ

株式会社クリエ、株式会社ドローウィズ

への取材を通して

○地方での人口減少による各地域課題には、交流の減少が大きく影響しているという考えは、私たちとも共通していた。

○一方で、各地域課題を解決するための交流促進のツールは異なっていた。私たちはスポーツ（モルック）を通じて現地でのリアルな交流を促す方策を考えていた。しかし、挑戦者たちの取組は、ライブコマースというデジタルツールを活用し、リアルタイムの双方向コミュニケーションも促しつつ、遠隔地の視聴者とも隔たりを感じさせない交流を実現させている点が特徴的であった。

○スポーツやライブコマース等のエンターテインメントを通じて、世代や場所を問わない交流が生まれることで、地方でのイノベーションを誘発させ、消費・生産力・関係人口増加に繋げる。これこそが、持続可能な地域づくり、すなわち人が集まる四国に必要なと考える。





やりたいこと、なりたい自分は人それぞれ。四国に住むみなさん、あなたの夢はなんですか？

一緒に想像してみよう

10年後のじぶん、10年後のしこく。