

令和8年 7月30日

令和8年度 第1回 総合教育会議

教育委員会と市長部局との連携による シビックプライドの醸成について

市長部局 政策課、広聴広報・シティプロモーション課（デジタル戦略課、環境総務課、産業振興課、選挙課）
教育局 学校教育課、保健体育課、生涯学習課、総合教育センター

1 背景・現状

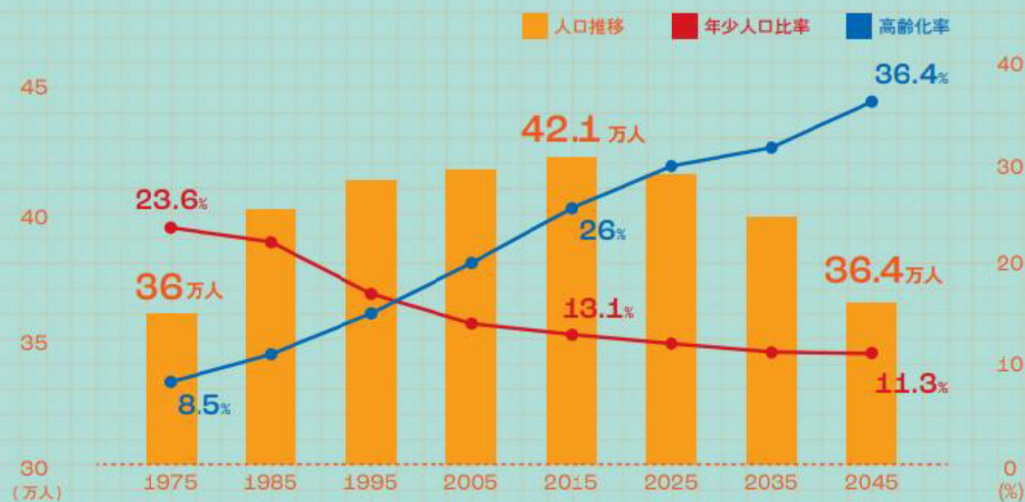
- ・進行する人口減少、少子超高齢化
- ・東京圏を始めとした大都市圏へのヒト・モノ・情報の集中
- ・特に、若者の転出超過 大学進学時に約8割が転出



TKMTを活用したシティプロモーション等で、シビックプライドの醸成を図っているが
早期の段階で小中高生に向けても更なるシビックプライドの醸成を図り、①若年層の
流出抑制、又は、②県外へ流出しても、就職や結婚、子育てを機にUターンで戻ってき
たり、③何らかの形で地元を応援したりするなど、地元への愛着を持ち、将来的に本
市との関わりを持つ人を増やしていきたい。



高松市の人口の推移と長期的な見通し

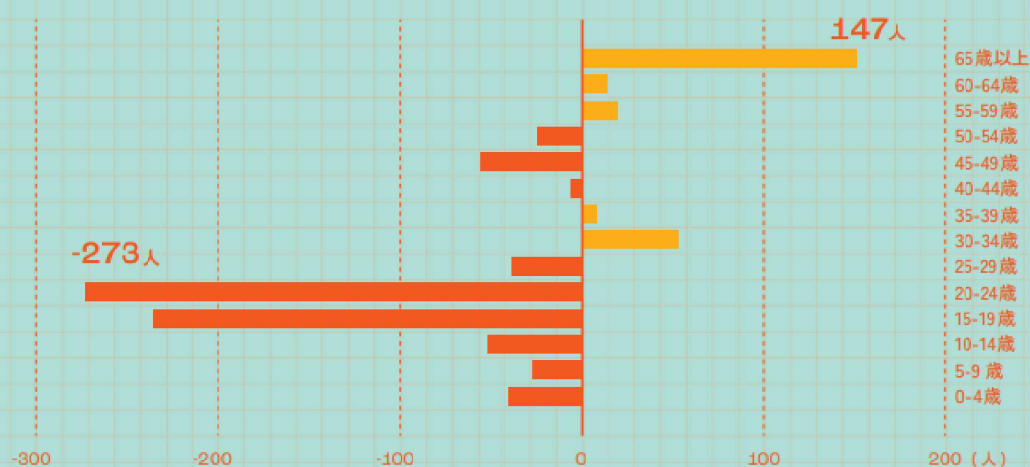


(出典) 2020 年まで総務省「国勢調査」、2025 年以降は高松市「たかまつ人口ビジョン 令和元年度改訂版」をもとに作成

★高松市の人口は緩やかな減少傾向

2

年齢別の転入出増減 (転入者－転出者数)



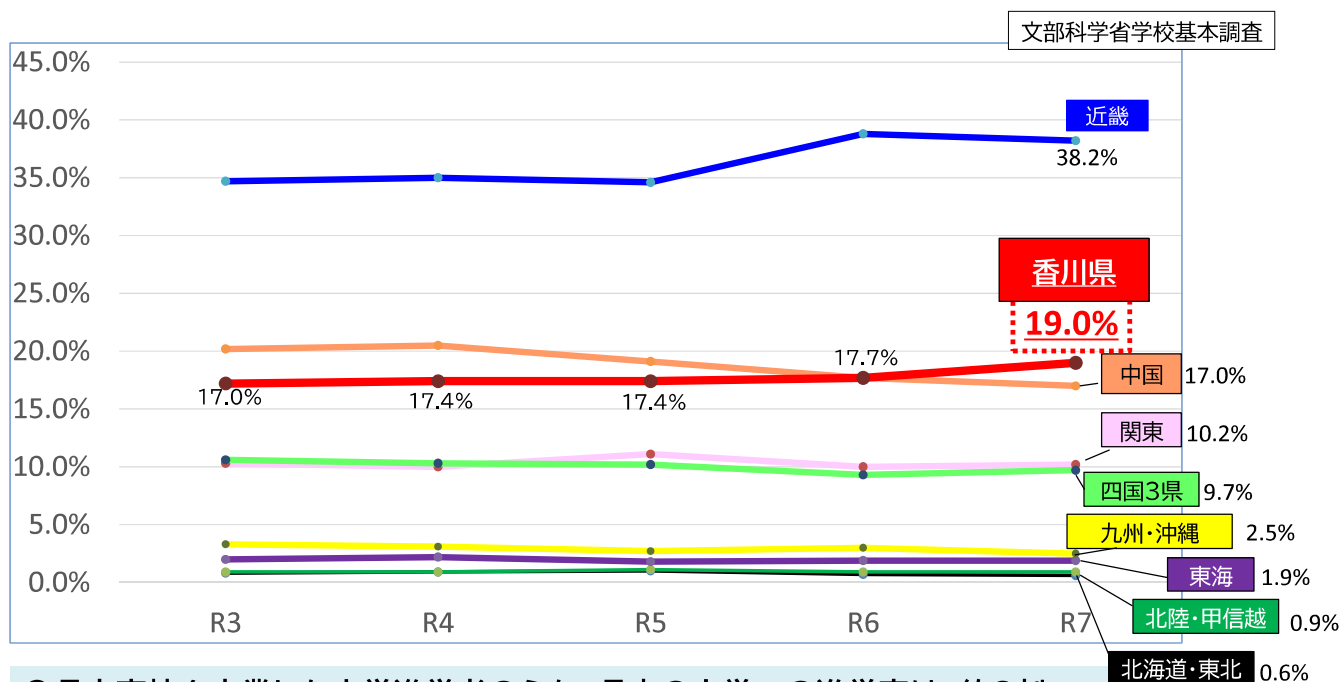
(出典) 総務省統計局「住民基本台帳人口移動報告」をもとに作成
令和元年 (2019年)～令和5年 (2023年) 平均

★県内の若年層は、就職や進学に伴う県外への流出が顕著

3

県内高校卒業者の大学進学先

TKMT

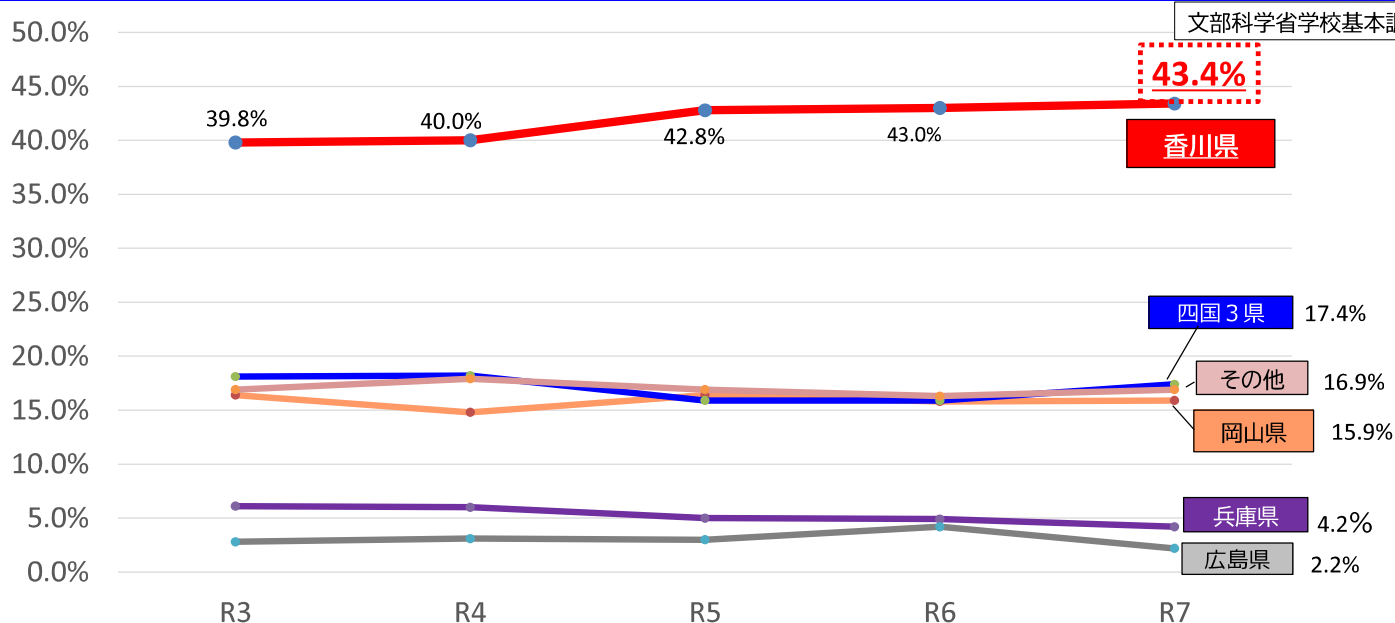


○県内高校を卒業した大学進学者のうち、県内の大学への進学率は、約2割
○関西圏に4割、関東圏に1割、中四国九州その他に3割

4

県内大学入学者の出身地

TKMT

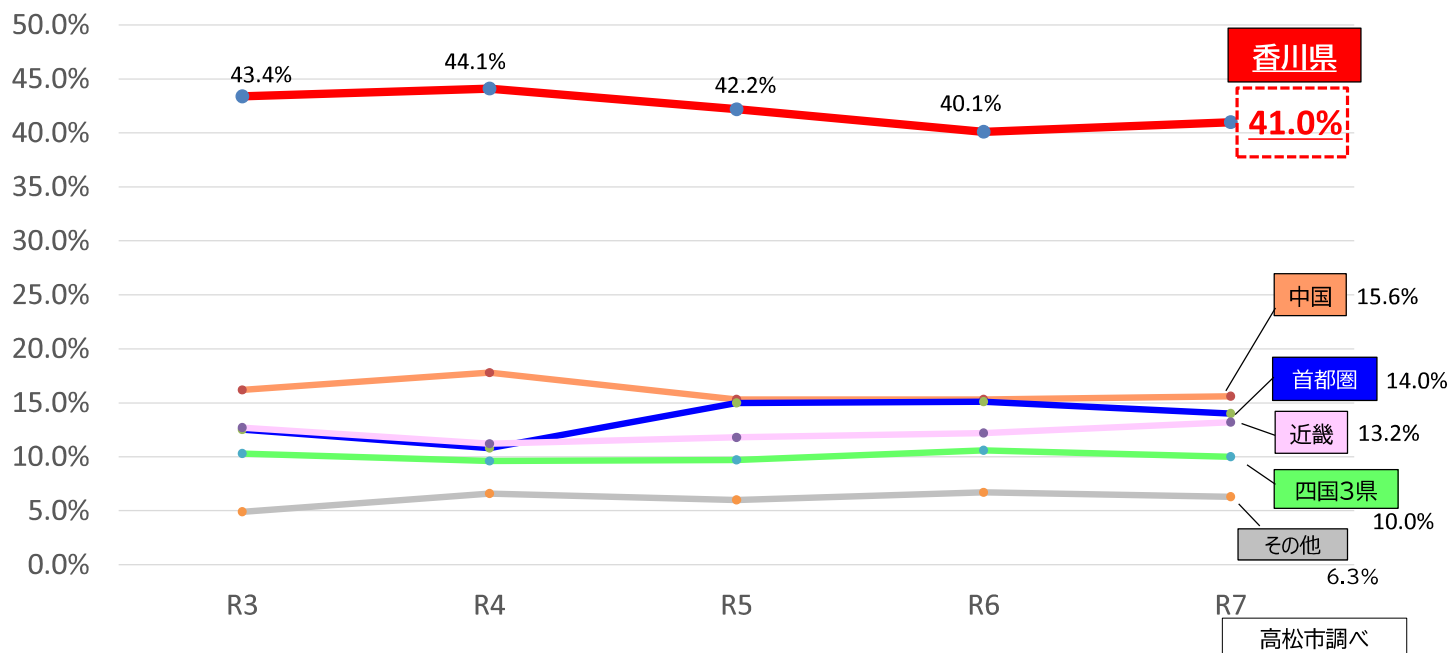


○令和7年4月県内大学入学者のうち、香川県出身者の割合は43.4%で、
わずかながら増加傾向。

5

県内大学卒業者の就職先

TKMT

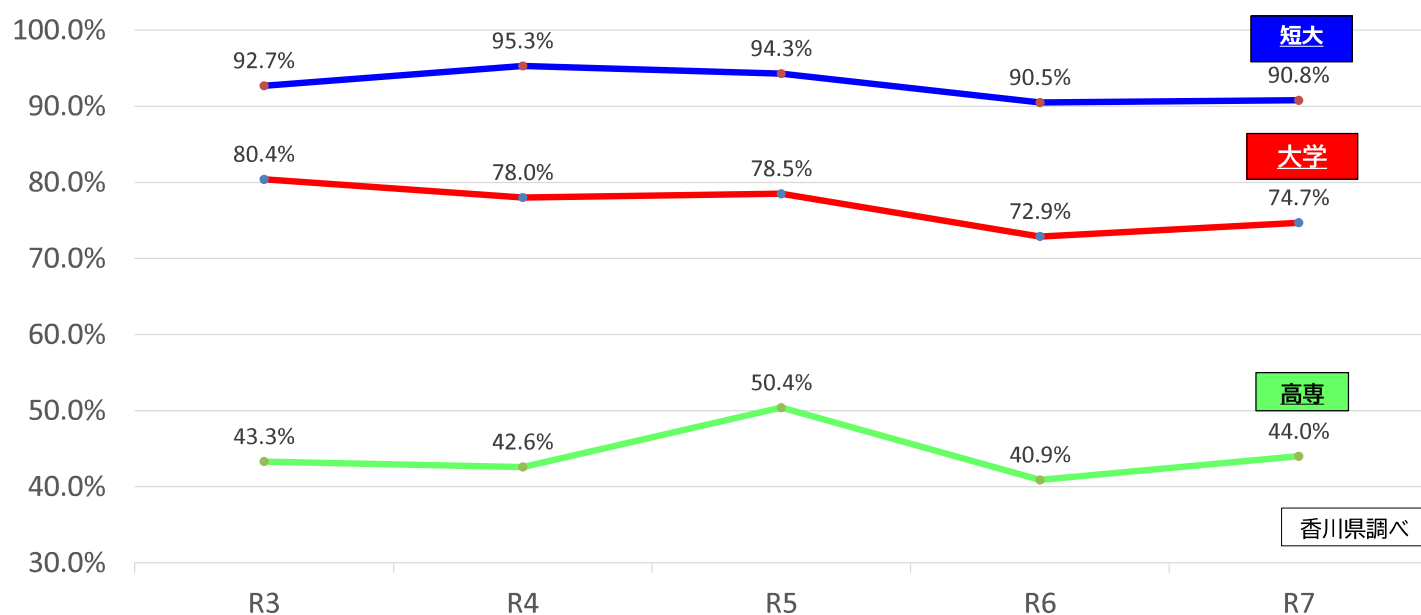


OR7.3卒業者のうち、県内に就職した者の割合は41.0%。

6

県内大学等に入学した県内出身者の県内就職の割合

TKMT



○県内出身の卒業者が県内で就職する割合 ⇒大学約75%、短大約90%、高専約44%

7

課題

- ・大学進学時に約8割が県外転出
⇒そのうち、県内にUターン就職するのは約3割...



早期の小中高生からのシビックプライド醸成が必須



8

2 現行の取組

	取組内容	開始 年度	対象	教育委員会	市長部局
1	初任者教員研修においてTKMT活用ワークショップ	R7	小中学校教諭	総合教育センター	広聴広報・CP課
2	小中学校での探求の授業を活用したTKMT出前授業	R7	小中学生	学校教育課	広聴広報・CP課
3	GIGA端末への掲載 まちづくり動画「高松の未来をつくる こども市長ミライちゃん」 シティプロモーション動画「高松からうどんが消えた」	R7	小中学生	総合教育センター	政策課 広聴広報・CP課
4	官民共創事業 (二十歳のつどいの機会を活用したギフトプレゼント)	R7	20歳(大学生)	生涯学習課	政策課
5	高松プライドプロジェクト・高松魅力発見プロジェクト	R5	小中高生	学校教育課	広聴広報・CP課
6	放課後FACT-ory事業	R5	小中高生	学校教育課 生涯学習課	デジタル戦略課 産業振興課
7	ふるさとの魅力発見と環境学習の旅	R4	小・中・高・大学生	学校教育課	環境総務課
8	まちづくりタウンミーティング	R5	小・中・高・大学生	学校教育課	政策課



9

1. 初任者教員研修においてTKMT活用 ワークショップ



【現 状】

令和7年度の初任者研修内の「地域の魅力を学ぶ研修」において、シティプロモーション推進ビジョンと「TKMT」ロゴマークについて説明した後、「TKMT」ロゴマークを活用したポスターの作成を通じ、地域の魅力発信に挑戦してもらった。

【課 題】

研修成果が教育現場でどのようにいかされているのかを把握できていないのが課題。今後は、研修を受けた教員がその学びをいかし、児童のシビックプライドの醸成に資する授業を行うなどにより、教員及び児童・生徒に対するシビックプライドの醸成を効果的に行う方策について検討したい。



10

2. 小中学校での探求の授業を活用したTKMT出前授業

3. GIGA端末への掲載／まちづくり動画「高松の未来をつくる こども市長ミライちゃん」／シティプロモーション動画「高松からうどんが消えた」

【現 状】

令和7年度は、中央小学校、附属高松小学校、大手前中学校において、シティプロモーション推進ビジョンと「TKMT」ロゴマークについての出前授業を実施。

【課 題】

出前授業やシティプロモーション動画等の活用促進に向けて、効果的な周知を行うとともに、シティプロモーション施策を模擬選挙で決定するなど、子どもたちの意見が市政に反映される体験のほか、主権者教育の充実を図る。



11

4. 官民共創事業 (二十歳のつどいの機会を活用したギフトプレゼント)

- 令和8年1月11日にサンポート高松で開催された「二十歳のつどい」
若者への認知度向上に意欲的な県内外の約20社から提供された
「二十歳のお祝いプレゼント」を約900名に配布！！
まち全体で二十歳の門出をお祝い＋高松への愛着の高まり＋企業の認知度向上



12

5. 高松プライドプロジェクト・高松魅力発見プロジェクト

- 高松一高生と中学生が挑む！ 高松のPR動画制作の舞台裏 <高松プライドプロジェクト2025>
令和7年度のプロジェクトは、8月1日・26日に開催し、高松第一高等学校と全高松市立中学校(22校)
から26名の中高生が参加しました。株式会社ケーブルメディア四国から特別講師を迎え、中高生が高松
市のPR動画づくりに挑みました。



13

6. 放課後FACT-ory事業

- これまで各主体が個別に実施してきた取組(点)の趣旨を継承し、多様な分野が無理なく参画できる仕組み(線)の構築を目指し、部分的に地域全体でこどもの学びを支える事業を創出
- 関係者(教員・企業からの参加者等)からは、多くの好意的な意見

小学生とコミュニティ・地域企業・行政を結ぶ取組

【6年生限定】
太田南小学校
チャレンジタイム × 成程後FAITORY

- ①**いつもおチャップ!**
いつもおチャップ! 自分
の得意なテーマを
準備し、自分でそ
のテーマについて話
かけます。
- ②**エンタとパフォーマ
ーの会話**
2月2日・3日開催される「シ
ンク 2月5日・10日に」の
収録、およびその後の
ディレクションなど。
- ③**新作品の発表**
収録の機会に知っ
ていない作品を知
て、大層なことに
関心を出してみよ
う。
- ④**おチャップの部屋**
将棋、やまてなどプレイが
たのしみそう。そんな人は、ルー
ルを説明してプレイしてみよう。
にチャレンジしてみよう。
- ⑤**有名人の秘密**
有名人のよく知られた、希
少なエピソードを、おチャップ
が有名人について話
かけてみる。どうしたらいいか
かを有名人の役者もち
ょうに相談しよう。
- ⑥**現代芸術の
不思議な作品**
現代の芸術家、現代
の作家、現代の作
品と作品についてボ
ンモンの作品に触れ
る。
- ⑦**クッションづくり
の話題**
ボンモンの学校のプ
ラージュ・クラブの
メンバーと一緒に
クッションを、ミ
ンで作ってろうよ!
(1名限定、参加料なし
で参加可能)

中学生と地域企業を結ぶ取組 高松商工会議所との連携

高松市立屋島中学校×高松商工会議所×
高松市デジタル戦略課 コラボ企画！
～屋島中学校職場訪問直前プログラム～
地域のプロがやってきた！学校が、わたしたちの未
来ひらめき工房。



高校生と地域企業を結ぶ取組

高校生のための
デジタル×推し事発見
ワークショップ

ガクナカ向上プログラム

市内の高校生を対象に、企業訪問とデジタル学習を通じて自分の推し業りたい面を見つけたいワークショップを開催します。
その中で特に企業を訪問し、デジタルを学びながら未来の自分のキャリアの幅を広げていきます。

ワークショップに参加する・・・



市内小・中学生が使用する**GIGA**端末に搭載



このほかにも、放課後時間の秘密基地(コンテンツ)は、まだまだグレードアップに向けて準備中です！

(教員)学校配布物のデジタル化実証実験

紙千ヲシを一部電子化する
実証事業を実施します

①GIGA端末内の下記アイコンをクリック。

②企業からのおてがみボタンをクリック。



「こどもの学びを地域で支える」地域学習プラットフォームは、こどもたちと地域をデジタルで効率的につなぐツールとして、**今後も継続・発展を図ることが必要**

14

7. ふるさとの魅力発見と環境学習の旅

- 環境問題に自分事として取り組むには、まず自分たちの住むまちのことを知り、愛着を持つことが重要となるため、この環境学習ツアーでは、実際に地域に足を運び、地域の魅力や課題、その課題解決や活性化に向けて、地域で活躍するキーパーソンを講師に話を聞いたり、フィールドワークや地産地消ランチなどの様々な体験を通じて、シビックプライドの醸成を図るもの。
- 対象は小学生以上。ツアーを通じて地域や地域の事業者の活動を知ってもらい、ツアー後も地域活動に継続的に参加するきっかけを作ること、地域のことについてより深く学習する機会を提供するとともに、地域の活動を応援するもの。



15

8. まちづくりタウンミーティング

○若者世代を中心に、目指すべき都市像の実現に向けて、市長と市民が市政の課題の共有と意見交換を行う「まちづくりタウンミーティング」を実施。

令和7年度実績：計11回開催 約380名が参加

No.	対象者	参加者	内容(講演者は仮)
1	小学生(新番丁小学校3年生)	108名	意見交換会(政策課対応)
2	小学生(附属小学校3年生)	34名	意見交換会(政策課対応)
3	小学生(栗林小学校)	35名	市長訪問(学校教育課対応)
4	小学生(弦打小学校)	29名	市長訪問(学校教育課対応)
5	高校生(香川県立高松東高校)	15名	学生発表(市長講評)
6	大学生(インターンシップ受講生)	26名	意見交換会(政策課対応)
7	大学生(高松大学・高松短大保育系学科)	60名	市長講演+意見交換会
8	大学生(徳島文理大学)	30名	市長講演+意見交換会
9	大学生(香川大学創造工学部)	19名	市長講演+学生発表+意見交換会
10	子育て中の方	27名	意見交換会(市長対応)
11	市内企業の若手社員等(高松青年会議所)	3名	意見交換会(政策課対応)

16

3 教育委員会と市長部局との更なる連携によるシビックプライドの醸成に向けて(これからの取組)

	取組内容	対象	教育委員会	市長部局	連携事項
1	高松プライドプロジェクト～ゆめマルシェ～	小中学生	学校教育課	デジタル戦略課 広聴広報・CP課	- 講師派遣を依頼できる企業・団体等の紹介 - ゆめマルシェ当日の様子の撮影 - 撮影した動画の配信(市公式Youtubeチャンネル、放課後FACT-ory等)
2	学校給食×選挙×TKMTの連携	小中学生	保健体育課	広聴広報・CP課	- 献立表へのTKMTメニューの反映協力 - 献立表にTKMTコラムの掲載 - 給食TKMTポスターの貼出し
3	官民共創事業(二十歳のつどいの機会を活用したシビックプライドの醸成)	大学生	生涯学習課	政策課	- 県立アリーナの交流エリアの共有使用 - ふるさと便の会員登録の協力
4	TKMTロゴの更なる活用(TKMT出前授業)	小中高生	学校教育課	広聴広報・CP課 政策課	- 各学校への情報提供 - 実施(利用)希望校募集の周知、繋ぎ - 校長会等での周知
5	TKMTを活用した楽曲、ダンス等の活用(調整中)	小中高生	学校教育課 保健体育課	広聴広報・CP課 政策課	

17

1. 高松プライドプロジェクト ～ゆめマルシェ～

関係課：学校教育課、デジタル戦略課

目的

本市で働く人々と子どもたちをつなぎ、仕事に対する思いやその人の生き方に触れることを通して、次世代を担う子どもたちが将来への夢や本市に対しての誇りを醸成する。

対象者

市立小学校の5、6年生児童の希望者
市立中学校の1～3年生生徒の希望者

開催時期

8月(夏季休業日)

期待される効果とそれを生み出すための工夫

◇子どものシビックプライド醸成

参加した子どもたちが、高松で働く具体的なイメージを描きやすくなるよう、大人たちから直接、社会で求められる能力や技術を学ぶとともに、高松で仕事をするの喜びや意義等も伝えてもらう取組とする。

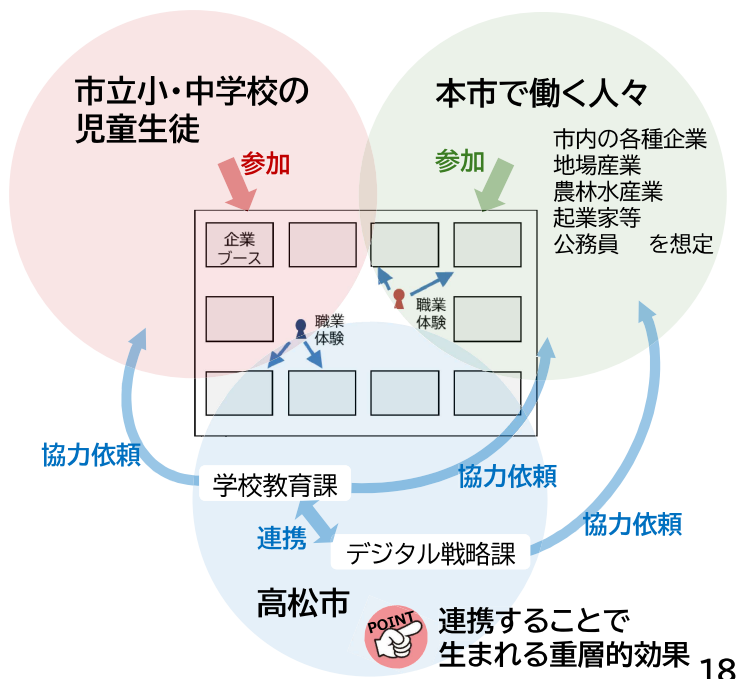
◇大人のシビックプライド醸成

参加した子どもたちが、ゆめマルシェで感じたことや考えたことを、教えてもらった大人たちに伝える場を設定する。

令和9年以降(予定)

(対象)

R9	R10	R11	R12
小学校半分	小学校半分	中学校・高校	小・中学校・働く大人
1stステージ			2ndステージ ～ゆめマルシェ～
第2期 高松プライドプロジェクト			



2. 学校給食×選挙×TKMTの連携

関係課：保健体育課、広聴広報・シティプロモーション課、選挙課

- 学校給食という全児童が日々の学校生活の中で関わるテーマを題材に、人気メニューに関する投票を行う。
- 初年度は、朝日新町学校給食センター管轄の小学校6校のうち、協力を得られる学校において、給食メニューの模擬選挙(6年生)と人気投票(1年生～5年生)を9月末までに行う。
- 候補となるメニューは、地場産(高松市・香川県産)のものを使った人気メニューから選出。
- 投票の結果、一番人気のメニューを「TKMTメニュー」とし、今年度の2月の給食で実施。
- 献立表への「TKMTメニュー」の表記や、盛り付け表への「TKMTコラム」の掲載、食育や環境教育に資する給食動画の上映、給食TKMTポスターの貼り出しなどを検討。
- 自分たちが選んだメニューが実際に「TKMTメニュー」として反映されたり、給食動画やポスター等を通じて、選挙や給食への関心を高めるとともに、シビックプライドの醸成を図る。



地魚のレモンソースかけ



地の野菜を使った肉団子のトマト煮



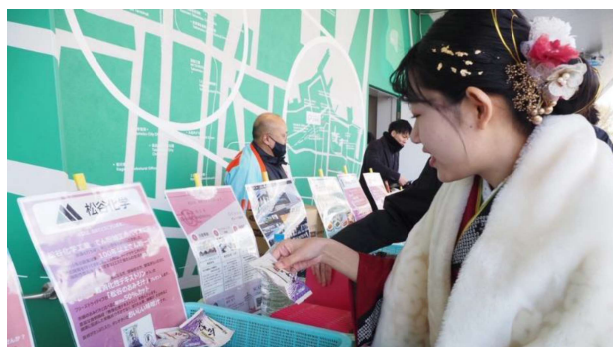
地の野菜を使った高野豆腐の煮物



3. 官民共創事業（二十歳のつどいの機会を活用したシビックプライドの醸成）

関係課：生涯学習課、政策課

- 地元企業の認知度向上を目的とした取組としてギフトプレゼント配布や企業ブース出展、TKMTフォトブースの設置などを実施。（県立アリーナ）
- 県外進学者を、まずは心理的に高松につなぎ止め、将来的にはUターン就職を促すために、地元企業による県外での生活への応援メッセージ付きの特産品・日用品を送付するふるさと便の会員登録を実施。



20

4 まとめ

夢と誇りが持てる世界都市・高松を次世代につなげていくため、これまでの取組を継続しながら、若者の更なるシビックプライドを醸成する取組を、積極的かつスピード感を持って更に進めていく。



- ・ 地元企業や産業への興味・関心が向上する！（＝地域活力の維持）
- ・ 普段の生活で関わることに對し、当事者意識が高まる！（＝次世代の担い手育成）
- ・ 地元に残りたい人、離れても戻りたいと思う人が増加する！（＝人口流出の抑制）
- ・ ふるさと納税など、何らかの形で地元を応援する人、地元に関わる人が増加する！（＝関係人口の創出）



小中高生へのシビックプライドの醸成を図り、

「若者から選ばれるまち」の実現を目指す！

21