

地域再生計画

1 地域再生計画の名称

関係人口創出、拡大による島の担い手育成プロジェクト

2 地域再生計画の作成主体の名称

島根県隠岐郡海士町

3 地域再生計画の区域

島根県隠岐郡海士町の全域

4 地域再生計画の目標

4-1 地域の現状

島根県隠岐郡海士町は、島根半島の北東約60kmの海上に位置し、人口約2,300人、第1次産業を主とした半農半漁が営まれる自然・人情豊かな島で、歴史的には後鳥羽上皇の配流の地として知られ、貴重な文化遺産・史跡、伝承が数多く残っている。

社会・経済的な面では、「離島」という地理的特殊性と公共事業の縮減という社会経済情勢の急激な変化、さらに平成の大合併の際に単独町政を決断した海士町は、離島のハンディをアドバンテージとして、この度のピンチをチャンスと捉え、島の生き残りをかけて島民が結束して自ら地域再生を目指した。

魅力ある地域資源のすべてが1つに詰まっているというコンパクトさを最大限に活かすことが必要であるという「海士デパートメントストアープラン～『選ばれし島』まるごと届けます～」のテーマのもと、産業施策をリーディング役として官民一体となって計画を推進し、CAS (Cells Alive System) 凍結システムを導入。農・水産業と加工産業の繋がり相乗効果を生み出し、特産品開発、地産地商事業の展開、潮風農業特区の活用、定住環境・人口拡大等の施策を進め、大胆な行財政改革と地域資源を磨き活かした雇用創出と外貨獲得の戦略を断行した。こうした十数年来の取組について、ようやく一定の成果が出始めている（農産物販売金額（経営体当たり）：2005年時点 128万円→2010年時点 435万円→20

15年時点 590万円)。

また、2017年11月7日に認定を受けた地域再生計画「島のブランドづくり応援プロジェクト」において、「離島キッチンステージとしたポータルサイトと離島キッチンのリアル店舗の連携による移住、定住の促進」、「地域の生産、加工、サービス現場における担い手不足対策と生活機能の維持充実」、「マルチワーカー、島食の寺子屋、離島キッチンと連携した人材育成と人材循環の仕組みづくり」に取り組んだ。この取組によって、交流人口の増加と新規事業者数（第3次産業）の創出を図り、実際に2019年には新規事業者数（第3次産業）を1人創出したことから分かるように、一定の成果が出ている。

しかし、「島のブランドづくり応援プロジェクト」において増加を目指した交流人口が目標値に届かなかったこと（2017年2,500人→2019年2,700人を目標としたが実績値は2,400人であった）等を鑑みると、これは決して成功事例ではない。各施策による一定の成果は、強い危機感のもとに「ないものはない」の精神で島の自立に向けて「ものづくり」や「ひとづくり」など多くの挑戦を続けてきた結果であるが、地域内循環率を見てみると（2013年時点 50.7%）まだまだ低く、地域外から獲得できた外貨（2013年：79億円）の同額近く（2013年：75億円）が地域外へ出てしまっている状況は続いている。島の柱である観光分野、特に宿泊、飲食サービス業については、従業員数に対して付加価値額が低い状況が続いていることから十分に島の価値を提供しきれていない。

今後、島の価値を発信・提供するブランド化がより一層求められる。

4-2 地域の課題

2009年度には、第4次海士町総合振興計画（「島の幸福論」）を策定し、小さな幸福の積み上げの中にも「海士らしい笑顔の追求」をしながら、島民にまちづくりへの主体的な参画を促し、新たな時代の流れや海士町が抱える課題に対応した持続可能な島の実現を目指している。

しかし、地域を今一度見つめ直してみれば、島の経済の担い手、労働者不足や高齢化の進展により地域経済の活力は著しく低下し、「島の営みや暮らし」の持続可能性が脅かされ、地域課題は依然山積している。老舗ベーカリー・菓子製造工場、魚の行商販売、民宿・旅館などこれまで地域に根ざした事業者の高齢化や

担い手不足に伴い、事業継承せずに引退、休廃業が見込まれるなか、地域の商業機能の衰退が懸念され、地域をサポートする人材の確保も厳しい状況となっている。これら衰退に伴い、雇用の場の減少、若者の流出等による負のスパイラルに陥りかねない。

これまでの取組のなかで離島地域における販売・流通面での外部依存及びチャネル戦略の不在を浮き彫りにしており、全国の地域と繋がりが生まれつつある今、各離島を1つの売場部門（デパート）とみなして、「島デパート」として全国離島と連携し、全体のパイを拡大させる共創ネットワークをつくりながら、これらの地域と連携協働して島を繁盛させていくことが地域の挑戦課題となっている。

また、これらの地域課題には、データ分析に基づく部署横断的な取り組みも必要であるが、役場では部署ごとにデータを管理しており、地域課題を複合的に分析かつ共有できるデータプラットフォームが存在しないことから、部署間の相互理解が進まず、横断的な施策の立案、実行につながっていないことも課題である。こうした状況の中で、官民協働によるデータに基づく政策立案や検証作業、政策効果の見える化を図っていくためには、地域課題や成果が共有できる総合データシステムも必要とされている。

4-3 目標

海士町観光協会の外商事業部門を分社化し、全国80か所の離島から食材を集めた飲食店「離島キッチン」を展開。2015年には東京神楽坂店、2016年には福岡博多店をオープンさせ、多くの離島ファンの交流拠点になっている。2017年度には新東京店、北海道店をオープンさせた。

4-1に記載のとおり、交流人口の増加は目標未達成であったものの「島のブランドづくり応援プロジェクト」に一定の成果が見られたことや外部有識者による効果検証においても適正と評価されていることから、引き続き、離島ファンの更なる拡充と離島間の連携、強化を目指し、既に200以上の離島、1万人以上いる離島ファン（参照：2016年アイランダー来場者）の交流の場として、離島キッチンのステージを活用した食材提供や商品開発を行うことで、離島の食材の需要を生み出すことによる食文化の維持のみならず、地域商社として様々な形での離島

の良さを伝えていくことで、更なるファンの拡充を図っていく。さらに、（一社）離島百貨店と連携しながら、他の離島との連携を強化し、これまで各島が移住・定住、観光等様々な情報を発信していたものをポータルサイト内で一本化し、「島活・島宿・島旅」をテーマとして離島間の競争、を行い、各離島が地域の魅力を競い合いながら、全国から顧客獲得を行い、売り上げ増加による雇用促進、移住・定住促進を目指していく。

さらに、本町内においても離島観光産業の柱であるホテルの魅力化事業、宿泊後の観光地巡りとして隠岐神社の魅力化事業を行うとともに、地域に根ざした事業者の高齢化や担い手不足の解消のために人材育成を行うソフト事業として、マルチワーカー（人材派遣事業）と島食の寺子屋、離島キッチンとの連携事業を行い、それらをステージとしてホテルや隠岐神社も活用し、島の暮らしをキーワードとした新たな観光、観光商品を作りあげる。これにより、観光客と住民との交流を一層生み出し、これまで無かった新たな人の循環をつくり出し、地域経済の発展と地域活動の活性化を目指す。

さらには、こうした様々な取り組みを効果的、戦略的に行うために、地域にある様々なデータを一元管理して見える化し、共有化できる「海士町版RESAS」のシステムの構築を行い、官民連携による政策立案や事業検証、改善活動を行いながら、これらの事業を進めていく。

【数値目標】

5-2の①に掲げる事業	KPI	現状値 (計画開始時点)	目標値 (2024年度)	達成に寄与する 地方版総合戦略 の基本目標
関係人口創出、拡大による島の担い手育成プロ	関係人口	4,000人	5,000人	基本目標2・3
	新規従業者数（第3次産業）	1人	1人	
	海士町版RESASの活用による域内外でのワークショップ、官民連携プロジェクトの数	0	10	

ジェク ト				
----------	--	--	--	--

5 地域再生を図るために行う事業

5-1 全体の概要

5-2のとおり。

5-2 第5章の特別の措置を適用して行う事業

- まち・ひと・しごと創生寄附活用事業に関連する寄附を行った法人に対する特例（内閣府）：【A2007】

① 事業の名称

関係人口創出、拡大による島の担い手育成プロジェクト

ア 離島キッチンとの連携による移住、定住の促進

イ 地域の生産、加工、サービス現場における担い手不足対策と生活機能の維持充実

ウ マルチワーカー、島食の寺子屋、離島キッチンと連携した人材育成と人材循環の仕組みづくり

エ 海士町版RESASの構築と活用の取り組み

② 事業の内容

ア 離島キッチンとの連携による移住、定住の促進

「離島キッチン」をベースとした食を通じた各離島の情報発信により、島に埋もれていた食の掘り起こしを行い、新たな島ファンの獲得を目指すとともに、全国の離島の活性化に向けた取組と離島のハンディを補うICTのメリットを最大限に活用した取組を行う。

ア-1 全国にある離島キッチンの店舗を活用した島会議の開催（年3回）

地域版MICE「島会議」は、島の外から来た方と島民が、これからの地域社会のあり方・地域での働き方・暮らし方を真剣に議論する場である。これからの地域のあり方、新たな生き方・学び方を島から全国へ発信していく場である。今後、東京、福岡、札幌にある離島キッチンを活用し、島外の人を中心に海士町の課題について議論する場

を設けて、より海士町についての興味を持ってもらう機会を創出し、移住への機運を高める。

ア-2 キッチン内でのICTによる映像配信、デジタルサイネージの設置

離島キッチン内で提供している食材の情報、島の風景など、各島の生活の様子が伝わるような映像を流し、来訪者が離島に訪れたいという気運を高める。

イ 地域の生産、加工、サービス現場における担い手不足対策と生活機能の維持充実

第3次産業から島の基幹産業である第1次産業の農業漁業までに及ぶ多様な現場を支える人材を育成するとともに、「島食」に関わる生産・物流・販売ネットワークを構築・活性化させ、自立性を高めていく必要がある。このためには、島内物流や加工体制を整え、生産現場から島内外の消費地までを視野に入れ、収益事業化と商業ベースを拡大することにより産業6次化の波及効果を広げて行く必要がある。このための足がかりとして島の観光産業の柱であるホテルと観光地の隠岐神社周辺の磨き上げを行い、島の滞在時間の拡充と観光商品の造成に取り組む。

イ-1 町施設であるマリポートホテルの一部を改修し、繁忙期以外の集客拡大

イ-2 宿泊客のカテゴリー分けを行うために、町が所有する古民家の改修

イ-3 海士町観光協会を指定管理者としてビジネス民宿（B&B）、レンタルハウスを運営

ウ マルチワーカー、島食の寺子屋、離島キッチンと連携した人材育成と人材循環の仕組みづくり

地域に根ざした事業者の高齢化や担い手不足の解消のために人材育成を行うソフト事業として、マルチワーカー（人材派遣事業）と島食の寺子屋、離島キッチンとの連携事業を行う。それらのステージとしてホテルや隠岐神社も活用し、島の暮らしをキーワードとした新たな観光、観光商品を作りあげ、観光客と住民との交流を生み出し、これまで無かった新たな人の循環を作る。

※ マルチワーカー

平成23年から海士町観光協会が派遣元として人材を雇用して、四季を通じて人手が必要な事業者（派遣先）に派遣する試み（「マルチワーカー人材派遣制度」）により、通年の雇用を確保する。この制度の取組の結果、2名が雇用され、製造加工業など事業所計11箇所へ派遣した。

※ 島食の寺子屋

島の暮らしは、その日その日を自然と向き合い、旬を捉えるものである。島の暮らしの中で旬の目利きの能力を養い、必要な料理技術と優れた知恵で、その日にあるものを形にするような、季節を届ける料理人を育てることを目標にしている。

ウ-1 マルチワーカー受け入れ予約管理システムの構築

マルチワーカーのインターシップの受入れについてデータベース化を行い、紙ベースによる作業の煩雑化、コストの増を省き、町内の全宿泊施設について一括して海士町観光協会で管理する。

ウ-2 1日体験、オープンスクールの開催

2週間という期間で実施しているインターン、ワーキングホリデーを来島し、簡単に理解してもらう機会を設ける。

ウ-3 離島キッチンでシンポジウム開催（年1回）

離島キッチンにおいて、島の暮らしをテーマに、これからの地域のあり方、新たな生き方・学び方を全国へ発信していく場として開催する。

エ 島まるごと海士町版RESASの構築と活用

地域にある様々なデータを一元管理して見える化し、共有化できる「海士町版RESAS」のシステム構築を行い、官民連携による政策立案や事業検証、改善活動の促進を目指す。

エ-1 島まるごと海士町版RESASの構築

- (1) データ収集 RESASよりも粒度の細かい海士町内のデータをCVS等でタイムリーに収集する
- (2) データ蓄積 収集したデータをセキュリティが高く、運用コストが安いクラウド上で一元管理する
- (3) データ分析 海士町の課題を詳細に把握可能な様々な分野の分析

メニューを提供する

- (4) データ活用 海士町版RESASにより、データに基づく施策立案、検証を実現する。町民への施策効果の見える化も可能となる。

エ-2 島まるごと海士町版RESASの活用

- (1) 行政の部署間を超えた活用と、データに基づく政策立案、検証、改善活動の促進
- (2) 官民連携、住民参加型による活用と、データに基づく政策立案、検証、改善活動の促進
- (3) 教育魅力化や大学、JICA連携などの人づくり事業における教材や研究材料としてのデータの提供や活用促進
- (4) 海士町版RESASを活用した、住民参加型の関係人口創出、起業・継業等を目的としたワークショップ開催

なお、本事業は、海士町第2期総合戦略の基本目標3「海士ならではの21世紀型「活力あるしごと」を生み出す」の具体的な施策「島の資源を活かした新たな特産品づくりを支援しながら、新たな外貨獲得と雇用の創出を図る」に掲げる「元気な地域づくり計画」に位置付けられる事業であり、当該基本目標3のKPIである「雇用数」の達成にまさに寄与するものである。

③ 事業の実施状況に関する客観的な指標（重要業績評価指標（KPI））

4の数値目標に同じ。

④ 寄附の金額の目安

35,000千円（2020年度～2024年度累計）

⑤ 事業の評価の方法（PDCAサイクル）

毎年度3月に外部有識者による効果検証を行い、翌年度以降の取組方針を決定する。検証後速やかに海士町公式WEBサイト上で公表する。

⑥ 事業実施期間

2020年4月1日から2025年3月31日まで

5-3 その他の事業

5-3-1 地域再生基本方針に基づく支援措置

該当なし

5-3-2 支援措置によらない独自の取組

該当なし

6 計画期間

2020年4月1日から2025年3月31日まで