

地域再生計画

1 地域再生計画の名称

日本一細長い半島の ICT を活用した地域商社『佐田岬モデル』確立プロジェクト

2 地域再生計画の作成主体の名称

愛媛県伊方町

3 地域再生計画の区域

愛媛県伊方町の全域

4 地域再生計画の目標

4-1 地方創生の実現における構造的な課題

【既存産業の衰退/労働人口の減少】

既存産業で農業と漁業をみると、平成以降の減少が顕著で、樹園地面積ベースでここ 30 年で 60%減、漁業も経営組織数ベースで 70%減少している。また労働人口も 30 年でおよそ半分となっており、高齢化/労働人口の減少にともなって樹園地・漁船数ともに減少していることが読み取れる。

例 1) 農業 単位：経営組織体

専業農家数の推移：750（1990 年）532（2000 年）497（2010 年）450（2015 年）
400（2020 年推計）

兼業農家数の推移：2212（1990 年）1302（2000 年）908（2010 年）694（2020 年）

経営耕地（樹園地面積）：1803ha（1990 年）1313ha（2000 年）1040ha（2010 年）
743ha（2020 年）

例 2) 漁業 単位：経営組織体

経営組織数：777（1993 年）527（2003 年）283（2013 年）218（2018 年）

漁船数：982 隻（1993 年）706 隻（2003 年）412 隻（2013 年）375 隻（2018 年）

例3) 全人口及び労働人口

全体人口：16,060人(1990年) 13,536人(2,000年) 10,882人(2010年) 8,397人(2020年)

労働人口：8,100人(1990年) 6,703人(2,000年) 5,586人(2,010年) 4,275人(2,020年)

上記の現状について、新規就農者を増やす取組みとして、特に柑橘系の農業ではこれまで愛媛県・八幡浜市・西予市・JA西宇和などと「西宇和みかん支援隊」という広域組織にて支援を進めた。取組でわかったことは、ブランド力がある＝収入が良い傾向にある八幡浜市では成果があがり、本町では成果にいたらなかった。広域連携の中で本町としては、設備投資に若干の支援の厚みを持たせていたが、それだけでは優位性はなく、商品のブランド力など所得向上に直結することが重要であり、この課題は漁業についても同様である。

一方、既存就業者については、昨年12月に設立した、町の観光物産の振興を目的とした(一社)佐田岬観光公社において、有料での会員登録は当初30(団体/個人)程度を想定していたものの、6月9日時点で予想を上回る72(団体/個人)の登録があった。町内全体で危機感を感じていることや、町一体となった振興に期待は高まっている。また、デジタル技術の活用(初心者入門)や体験ツアー等の紹介を行うセミナーでも、定員15名枠はすぐに満席となっており、人口減少や高齢化が進む一方で、デジタルを活用した観光振興の担い手として牽引し得る人材は町内にもいることがわかっている。

【個人消費の獲得】

これまで法人向けの卸売が主戦場であったため、個人向け消費に関しては、同じような産業構造の他自治体と比較して見劣りする状況である。

例) ふるさと納税額

伊方町：14,320千円(2019年度) 8,899千円(2020年度) 58,802千円(2021年度)

八幡浜市：779,924千円（2019年度）1,150,653千円（2020年度）

隣接自治体である八幡浜市も柑橘を中心とした流通が盛んであるが、本町と比較して納税額ベースで20倍ほどの開きになっている。シティプロモーションが功を奏し、ブランドの定着が図られている結果である。本町では地場製品のPRとして首都圏で開催される、アジア最大級の食品・飲料総合展示会「Foodex」への出展をおこなってきたが、事業者との商談機会を獲得することがメインの展示会であったため、個人消費の獲得にはいたっていない。また、各事業者においても、これまでtoBの取組がメインであったことから「事業者が対個人向けに販売するノウハウを持っていない」ことや「販売ルートが確立されていない」といった課題がある。

【町内の周遊】

JRの乗り入れがある隣接市の八幡浜駅から、九州へフェリーでつながる三崎地域への、半島を横断する長距離のバスは1日各3便しかない。また、伊方町は松山側の「伊方」真ん中に位置する「瀬戸」九州側の「三崎」の3地域からなり、それぞれの地域を巡回するバスは1時間に1本ペースで運行しているが、町内の観光施設への乗り入れを可能とする公共交通は存在せず、観光客の移動手段は専ら自家用車もしくはレンタカーに限られる。

しかしながら、町内にレンタカー業者はなく、自家用車以外に周遊できる手だてが整っていない上に、町外でレンタカーを借りたとしても、周遊ルートやツアー等が確立されていないため、主要な観光施設へ直行・直帰してしまい、周遊できていない。

平成12年より、毎年同じ月日に人による交通量調査を実施しており、町内の4つの公共施設にて、①二輪車②軽・普通車③バス④軽・大型トラック⑤自転車（サイクリスト）を時間帯ごとに集計している。1日の集計結果を元に、年間に種類ごとの交通量はある程度把握できるが、データを元に産業振興の細かな施策に落とし込むのは難しい状況である。例えば、軽・普通車は過去20年間で九州側からは122,032台、松山側からは99,287台往来があるため、九州側の玄関口である三崎側でより消費の取り組みを行うべきだと読み取れるかもしれな

いが、細かな行動分析ができないため、それ以上の施策にはつながらない。

4-2 地方創生として目指す将来像

【概要】

【背景】

<町の特徴>

本町は四国最西端に位置し、豊後水道に突き出した日本一細長い半島である佐田岬半島（全長 40km、最大幅 6.4km、最小幅 0.8km）を有する。半島は平均 300m 級の山脈が走り、平地に乏しい急峻な地形となっている。気候は四季を通じて温暖で寒暖の差が少ない海洋性気候に属している。

みかんに代表される柑橘を中心とした農業と、ちりめんや鯛などの養殖を中心とした水産業が主要産業である。

主に卸売を主軸とした toB の販売チャンネルがメインである。

2つの道の駅と九州側の玄関口である三崎港には、2020年5月に国土交通省が管轄する『みなとオアシス』に登録された交流拠点施設「みなとオアシス佐田岬はなはな」があり、年間10万人以上が訪れる温浴施設「亀が池温泉」を有している。

町の経済振興に大きく寄与した伊方原発は、1977年に1号機が営業運転を開始してから約50年、関連する労働人口の流入により、周辺産業（宿泊/飲食など三次産業）も大いに活性化した。

一方で、2011年の東日本大震災以降、国の基準の厳格化により原発が停止し、それに伴って労働者の数も激減したことで周辺産業も苦戦を強いられている。北は瀬戸内海、南に宇和海（瀬戸内海）を有し、平均 300m 級の山脈が中央を走る特異な半島地形により、釣りやクルージング、昨今では特にキャンプブームであるが、本町では海側も山側にも最適なアウトドアの環境を有している。

町内を走る鉄道や高速道路はないが、瀬戸内海側の伊予灘の海岸線に沿った国道（夕焼けこやけラインという愛称で知られるドライブルート）が整備されており、松山市内からは高速を使わず90分でアクセスする。また、九州側からは大分県佐賀関港から国道九四フェリーが就航しており、70分でアクセスすることができる。

一方、松山方面、九州方面からのアクセスルートはあるものの、町内を周遊で

きるような交通網が十分には整備されていない。

<推進交付金事業の実施意義>

1 自然環境を活かす取組

アウトドアや体験観光などの大自然を活かした事業に伸び代がある。（滞在消費コンテンツの充実）

2 個人向けの販売チャネルを強化

卸売を主軸とした toB の販売チャネルがメインだったため。（EC サイト構築とシティプロモーションの実施）

3 特異な地形故に交通がウィークポイント

松山方面、九州方面からのアクセスルートはあるものの、そこからの交通網がないため改善する必要がある。（二次交通整備に向けた分析と実証）

<将来像>

1 第1期総合戦略（平成27年から令和1年度までの5か年）における関連目標と取組

基本目標2において「若い世代が魅力を感じる「しごと」を増やす」ことを掲げ、本町の基幹産業である第1次産業の特産品開発とつくり育てる漁業を一層推進するとともに、恵まれた自然環境や観光スポットなどに新たな付加価値を加えながら、本町独自の農漁商観交（農業、水産業、商工観光、交流）が一体となって時代の変化に対応できる産業構造の再構築を目標に取り組んできた。情報発信力強化・推進プロジェクト、伊方町特産品開発事業、来訪のきっかけをつくるイベント（きなはいや伊方まつりの充実）の拡充などが主な取組である。

2 第2期総合戦略（令和2年～令和6年度までの5か年）における取組

第1期で掲げた基本目標の戦略の具体化を図る取組として、地域のしごと魅力向上事業/労働力確保事業としての第一次産業の新規就業者数（R2-R6 集計 KPI：25人）、首都圏における事業者の商談機会創出のためのイベント参画（KPI：商談件数50件）、特産品商品化件数（KPI：10件）、きなはいや伊方まつりの集

客数（R6 末 KPI : 37,000 人）を推進している。

町としては、本事業を通じて①さらなる町の魅力を創出することで時代の変化に対応した「しごとづくり」を行い、②それら魅力を発信することで、「町外での稼ぐ力」を強化し、③町内はもちろん、訪れた方の利便性をアップする「交通整備」を実現したい。

【数値目標】

K P I	事業開始前 (現時点)	2022 年度増加分 1 年目	2023 年度増加分 2 年目
事業者の観光業への参画数(件)	0	15	10
事業を通じた売上高(千円)	0	2,000	3,000
年間ふるさと納税額(千円)	58,802	25,000	30,000
体験ツアーの参加数(人)	0	50	100

2024 年度増加分 3 年目	K P I 増加分 の累計
10	35
2,000	7,000
35,000	90,000
150	300

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③及び 5-3 のとおり。

5-2 第5章の特別の措置を適用して行う事業

○ 地方創生推進交付金（内閣府）：【A3007】

① 事業主体

2 に同じ。

② 事業の名称

日本一細長い半島の ICT を活用した地域商社『佐田岬モデル』確立プロジェクト

③ 事業の内容

1 伊方町魅力創出事業

自然景観を活かしたのものや、農業や漁業の体験、文化や歴史を体感するツアーなどの商品造成支援を、町内の事業者や個人を対象に実施する。また、それらコンテンツを効率的に管理運営できるようなシステムを開発する。既存の事業者やこれからを担う若い世代に対しては、デジタルマーケティングなど、個人での発信力を高めるためのセミナーも実施する。

- ・人材育成（体験ツアー/デジタルマーケティングに関するセミナー/研修の実施）
- ・システムの開発と運用（体験コンテンツのマッチングや予約や連絡管理）
- ・ツアー造成の企画（農業/漁業/文化/スポーツなど幅広いテーマでアイデアソンやモニターツアーを実施）

2 伊方町魅力発信事業

伊方町の特産品や観光について、首都圏に居住の方向けに商業施設にて PR を行う。

- ・イベントの企画及び運営（首都圏の有名商業施設）
- ・柑橘の収穫が本格的に始まる少し前＝10月下旬頃に、東京駅に程近い新設の商業施設「東京トーチ」にて出展。柑橘や魚介、特産グルメの紹介を行い来場者向けに PR を行う。（みかんの試食や子供向けのみかん狩り体験など）
- ・デジタルパンフレットの制作及び配布（特産品や観光情報の発信のためのデジタル広報誌）
- ・町の特産や観光ツアーなどの紹介を行う EC サイトの構築

3 交通動態調査分析事業

九州側、松山側からどの車種のどんな特徴の車両が、どの観光地を經由し

て、どのように行動したかを、町内にある防災用カメラ、公共施設設置の監視カメラ、追加設置によるカメラを通じて取得した車両情報（個人に特定しない範囲）を、人工知能を活用して調査分析する。

- ・新規カメラの設置（町内の主要な観光地への道路など）
- ・データ収集（町内のカメラ映像により）
- ・データ分析（人工知能によるデータ整理と人による分析）
- ・分析結果を元にした実証事業（ライドシェアやカーシェアの導入検証）
- ・新規で設置したカメラは、観光客の安全確保を目的に災害やその他緊急時の状況確認用のカメラとしても機能する。

④ 事業が先導的であると認められる理由

【自立性】

地域課題の解決に向け、官民連携の橋渡しの存在となる一般社団法人を設立し、民間企業から事業運営のスペシャリストを配置し事業推進にあたっている。設立初年度から、ふるさと納税額と連動した事業費を計上しており、安定した経営のための土台はできている。（前年度実績ベースで納税額の15%を次年度の団体の運営経費に充当している。R3は5000万円と設定し15%の750万円が運営経費実績として計上しており、交付対象事業経費はそこから計上、今後も50%相当を計上）本事業ではシティプロモーションにより納税額のアップが期待できるため、それらの収入とマルシェなど本事業による収入により自立化が実現する。

【官民協働】

事業実施主体は、昨年設立し、観光庁候補DMO法人として登録された地域の観光物産を執り行う（一社）佐田岬観光公社で、設立後半年ですでに会員企業・団体は50を超えている。団体は伊方町商工会、八幡浜漁業協同組合、西宇和農業協同組合、地域で最大の雇用をしている民間企業（株）朝日共販、ITシステムや人工知能の活用は首都圏の上場会社（株）スカラなどが加盟協力している。行政には引き続き各所との調整や公共施設等の活用などを通じた支援を行う。

【地域間連携】

伊方町及び隣接する八幡浜市は、大分県（九州）からの玄関口となって

おり、近隣市町、愛媛県及び大分県と連携することにより相互の観光情報はもとより、ECサイト等のPR効果を高めることが出来るほか、地域ブランド力の向上にもつながり、スケールメリットを発揮して効果的に事業が行える。さらには、愛媛西伊予・大分中部地域の広域周遊ルートの開発に繋げることができ国内外に相互の魅力を発信することができる。

●「愛媛西伊予・大分中部地域間交流促進協議会」と連携し、人的交流が強い歴史的背景や地理的優位性などの地域の特性を活かし、西瀬戸地域全体での交流人口の拡大や地域ブランドの確立を実施する。

【政策間連携】

本事業を通じて、一次産業の業態転換の促進や、新たな特産品等開発及び販売による商工業の分野での雇用創出が図られることにより、まちの賑わいの創出が期待される。また、地域の特産品やこれら商品を生み出すまち、住民、住環境の魅力を首都圏等に発信し続けることで、地域の特産品や体験型観光を目的に本町を訪問する観光客の増加等も期待される。更に、地域特産品とこれを育む地域の環境について、地域住民自身の手による魅力・ブランド発信のみならず、観光客による情報発信を機会に、新たな雇用創出にも寄与する。以下に特に総合戦略で定めるとの指標に寄与するかを記載する。

【デジタル社会の形成への寄与】

本事業では、①デジタル社会に向けた事業者向け研修及び②EC構築③動態調査における人工知能の活用がある。

①は特にSNSマーケティングやO2Oマーケティングなど、昨今のデジタルマーケティング手法の活用や事例についての研修を実施する。町内でノウハウを共有する機会が少ないため解決につながる取り組みとなる②は最適購買につながるシステムの活用を行う。③は車両ナンバーや車体の特徴を学習させ、膨大の情報から分析することを可能にする。

【①地方の課題を解決するためのデジタル実装】

・人口減少、労働人口減少があるため、少ない人員で対応できるよう、体験ツアー等のマッチングシステムを構築し、事業者が事業推進しやす

い環境を構築します。

- ・個人消費を促進する EC サイトが存在しなかったため、本事業を通じてそれらの実現につながるため。

- ・人工知能による車両解析により、これまで定点でしか観測できなかった情報を、線で捉えることができるため、これまでとは異なるデータ活用が行えるようになるため。

【②デジタル人材の育成】

- ・デジタル社会に向けた事業者向け研修によりデジタル人材を育成することで、SNS マーケティングや O2O マーケティングなどの手法を活用することが可能となるため。

⑤ 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））

4-2の【数値目標】に同じ。

⑥ 評価の方法、時期及び体制

【検証時期】

毎年度 9月

【検証方法】

- ・担当課からの KPI 達成状況に基づき、各施策の KPI が達成できた理由、達成できなかった理由を明確にして取りまとめ、「伊方町まちづくり検討委員会」に臨む。

- ・伊方町まちづくり検討委員会においては、担当課から KPI の達成状況、達成できた理由、できなかった理由を報告する。

- ・伊方町まちづくり検討委員会の委員それぞれの立場から、ヒアリングして今後の事業展開に活かしていく。

- ・検証するためのツールとして、客観的データ（RESAS や各種統計等）を必要に応じて用いる。

【外部組織の参画者】

「伊方町まちづくり検討委員会」は産業界、行政、教育界、金融機関、労働団体、メディア（産官学金労言）などで構成。

【産】 郵便局長、四国電力伊方発電所長、農業者、漁業者

【官】 町長、副町長、教育長

【学】三崎高等学校長

【金】伊予銀行伊方支店長、愛媛銀行川之石支店長

【労】八幡浜公共職業安定所長

【言】愛媛新聞八幡浜支社長

【住】区長会、民生児童委員協議会、老人クラブ連合会、女性団体連絡会、商工会、一般社団法人佐田岬観光公社

【検証結果の公表の方法】

・毎年度末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。

・検証後速やかに本町公式WEBサイト上で公表する。

⑦ 交付対象事業に要する経費

- ・法第5条第4項第1号イに関する事業【A3007】

総事業費 40,000 千円

⑧ 事業実施期間

地域再生計画の認定の日から2025年3月31日まで

⑨ その他必要な事項

特になし。

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

地域再生計画の認定の日から2025年3月31日まで

7 目標の達成状況に係る評価に関する事項

7-1 目標の達成状況に係る評価の手法

5-2の⑥の【検証方法】及び【外部組織の参画者】に同じ。

7-2 目標の達成状況に係る評価の時期及び評価を行う内容

4-2に掲げる目標について、5-2の⑥の【検証時期】に7-1に掲げる評価の手法により行う。

7-3 目標の達成状況に係る評価の公表の手法

5-2の⑥の【検証結果の公表の方法】に同じ。