

## 地域再生計画

### 1 地域再生計画の名称

日本一の麺文化を活用した地域活性化事業

### 2 地域再生計画の作成主体の名称

山形県山形市

### 3 地域再生計画の区域

山形県山形市の全域

### 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

現在、日本全体では、少子高齢化の進展とともに人口減少が著しい中、地方創生を実現するためには、総合的な少子化対策や移住定住の促進策など人口増による生産活動の増加を図るだけでなく、関係人口や交流人口の増加など地域との関わりを持ち、実際に訪れる人達による消費活動を活発化させ、地域外からのお金を呼び込むことが重要である。

しかしながら、令和2年度版山形市統計書によると、山形市の主な観光地への観光者数は平成28年に300万人を超えていたものの、年々減少してきており、令和元年には約270万人まで落ち込んでいる。また、新型コロナウイルス感染症拡大の影響からも国内のみならず国外からの来訪者も減少している。交流人口の減少は、それだけ地域内での生産活動が行われず、地域外からのお金の呼び込みが減少することであり、雇用創出や働く者の所得など経済活動の衰えに繋がる深刻な問題となっていく。

世界的な新型コロナウイルス感染症の感染拡大は、これまでの生活様式や働き方など様々なところに変化をもたらした。しかしながら、その変化への対応やワクチン接種の普及等により、これまでの生活・経済活動が徐々に戻りつつある。これからのアフターコロナにおいて、これまで以上に山形に行ってみたいと思ってもらえるよう、歴史・文化のあるやまがたラーメンを核とした取組を推進し、地域外から多くの人を呼び込み地域経済を活性化させ、地方創生を実現することが求められる。

地方創生の実現の核とするラーメンは、本市が年間支出金額9年連続日本一となっており、訴求力のある地域資源であるものの、全国的にはさくらんぼをはじめとしたフルーツほどの知名度にはまだ至っていない状況にある。しかしながら、令和4年10月に読売テレビ・日本テレビ系「秘密のケンミンSHOW極」において、やまがたのラーメン特集が放送された際は、県外から多くの方が訪れラーメン店の駐車場に車を停められない事態が発生し、交通整理のため地元警察が出動するなど、非常に高い集客力のある地域資源であることが改めて示された。更には、ネット上の旬な情報を国内外からジャンルを問わず幅広く紹介するメディア「ねとらぼ

(<https://nlab.itmedia.co.jp/>)」の「ラーメンがマジでうまい都道府県ランキング(2021.2.28)」において、山形県が1位となり、山形のラーメンの評価は非常に高いものとなっている。

また、本市において、新たに出店するラーメン店はあるものの、山形のラーメン文化を築き上げてきた老舗ラーメン店でも、今般の材料費や燃料費等の高騰、後継者不足などにより閉店の恐れがあり、ラーメン文化を守り更なる振興を図るためにも新規ラーメン店舗を増加させていく必要がある。

## 4-2 地方創生として目指す将来像

### 【概要】

本市では、令和2年3月、「第2期山形市まち・ひと・しごと創生総合戦略」を兼ねる「山形市発展計画2025」を策定し、山形ブランドの浸透と交流の拡大及び地域経済の活性化を重点政策の一つとして掲げ、様々な取組を推進している。

また、ユネスコ創造都市ネットワークへ映画分野での加盟が認定され、映像文化をはじめとする山形の多彩で豊富な文化を観光振興などに活かしたまちづくりを推進している。当該ネットワークへの加盟が認定された要因として、独自の映画文化を醸成してきただけでなく、伝統的な郷土料理や豊富な食文化、数多くの伝統工芸が存在しものづくりが盛んであることなど、多種多様な地域資源が根付いてきた歴史があることがあげられる。

食文化、とりわけ「やまがたのラーメン」は、あたたかいラーメンの他、夏場にうってつけの冷しラーメン、来客へのおもてなしの際の出前ラーメン、蕎麦屋のラーメンなど、多様で独自の文化を築き上げてきた。これらのラーメン文化は、長い年月をかけ市民に浸透しており、総務省の家計調査における「中華そばの1世帯あたりの年間支出金額（3カ年平均）」で9年連続で日本一になるなど、ラーメンが山形ブランドの一つとして定着している。また、このような現状をさらに高め、ラーメンを観光資源として活用していこうと、市内ラーメン店主有志による「ラーメンの聖地、山形市を創る協議会」が発足し、行政のみならず民間事業者も含めた市内全体でラーメンによるまちづくりをしていこうとする機運が高まってきている。

食は、衣・住とともに生活する上で重要なものであり、普段の生活のみならず、観光誘客など交流人口の拡大の際には欠かせない重要な要素の一つとなっている。令和3年3月、国土交通省観光庁の「旅行・観光産業の経済効果に関する調査研究」における旅行中の品目別旅行消費額では、宿泊旅行の飲食費は、交通費、宿泊費に次いで第3の消費額を示しており、観光客が地域経済に与える影響は大きいものとなっている。

このようなことから、古くから根付き築き上げてきたラーメン文化の魅力を国内外に広く拡散し、市民はもとより国内外から山形のラーメンをきっかけとした多くの誘客を図ることで、これまで以上に外貨を獲得し、また地域内での消費を拡大させ、地域経済の好循環を生み出し、持続的発展が可能な希望あるまちづくりを目指していく。

### 【数値目標】

K P I ①	中華そばの1世帯あたりの年間支出金額						単位	円
K P I ②	ラーメンフェス来訪者数						単位	人
K P I ③	観光者数						単位	人
K P I ④	-						単位	-
	事業開始前 (現時点)	2023年度 増加分 (1年目)	2024年度 増加分 (2年目)	2025年度 増加分 (3年目)	2026年度 増加分 (4年目)	2027年度 増加分 (5年目)	K P I 増加分 の累計	
K P I ①	13,531.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	-	-	3,000.00	
K P I ②	0.00	5,000.00	2,000.00	2,000.00	-	-	9,000.00	
K P I ③	2,715,650.00	10,000.00	10,000.00	10,000.00	-	-	30,000.00	
K P I ④	-	-	-	-	-	-	-	

## 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

#### ○ 地方創生推進タイプ（内閣府）：【A3007】

##### ① 事業主体

2と同じ。

##### ② 事業の名称

日本一の麺文化を活用した地域活性化事業

##### ③ 事業の内容

山形ブランドであるラーメンをキラーコンテンツとして、以下の事業を実施することで、やまがたラーメンのブランド力の更なる向上を図り、市民のみならず国内外からの消費を呼び込み、ラーメンのように熱く発展するまちづくりを行う。

###### 1 やまがたラーメンPR事業

来訪者等へやまがたラーメンの魅力を発信するリーフレットやガイドブックを作成する。ガイドブックには、ラーメン店の情報だけでなく新規ラーメン店の起業をサポートする情報もあわせて掲載する。また、山形新幹線に乗り山形市を訪れる方に向けて、新幹線車両出入口にある電光掲示板等での情報発信を行う。さらに、山形市のラーメンに関する公式インスタグラム「(仮称)山形市ラーメンプロジェクト」を開設し、職員自らが食べたやまがたラーメンの投稿等を行うことで、やまがたラーメンの魅力を広く発信する。

###### 2 ラーメンDAYの制定

本市は、ラーメンの年間支出金額が9年連続日本一となっており、更なるラーメン消費の拡大を図り、地方創生の実現に向けた官民連携の取組をPRできるような新たなキャッチコピーを作るとともに、官民連携に留まらず、市民を巻き込みながら市全体でやまがたラーメン文化の振興を更に高める機運を醸成するため、山形市の「ラーメンの日」を制定する。ラーメンの日制定にあわせてのぼりやポスターなどを制作し、山形駅など市の玄関口となる要所に設置し、やまがたラーメンの認知度向上を図る。

###### 3 ラーメンDAYフェスの開催

ラーメンDAYにあわせたイベントとして、やまがたラーメンフェスを開催する。ラーメンフェスは、毎年2月頃、約3,800㎡の展示場、1,000台の無料駐車場及び山形駅から公共交通機関で訪れることができる山形ビッグウイングでの開催を予定している。ラーメンフェスでは、「ラーメンの聖地、山形市を創る協議会」に加盟するラーメン店舗と連携し、10～20の出店事業者で開催する。開催状況を踏まえ、規模を拡大していくとともに、首都圏での開催を行い、その際は本市ブースを設置することで本市の魅力を発信し移住促進を図る。また、上記事業で制作したのぼりを加盟店で掲示することでラーメンの聖地として一体感を演出するとともに、ラーメン消費額の拡大を図れるようサービス提供を行う。

山形市で毎年9月に開催している「日本一の芋煮会フェスティバル」では、6.5mの大鍋を活用して約3万食の芋煮を提供し多くの観光客が訪れている。このような誘客力がありインパクトのあるラーメンイベントの開催に向け、芋煮鍋でラーメンの提供ができるか試行実施する。

###### 4 山形市内のラーメン店を紹介するためのポータルサイトの多言語化

インバウンドを呼び込むため、既に構築している山形市内のラーメン店を紹介するためのポータルサイトやポータルサイト内でダウンロードできる自身のおすすめのラーメン店を紹介する名刺の台紙を多言語化する。

#### ④ 事業が先導的であると認められる理由

##### 【自立性】

ラーメンブランドの更なる向上や魅力の再認識による市民等のラーメン消費の拡大、ラーメンをきっかけとした観光誘客による交流人口の拡大により、地域経済が活性化され、それに伴う市税収入の増加を図る。

ラーメンフェスにおける出展事業者からの負担金や一般財源により持続的に事業を推進していく。

##### 【官民協働】

ラーメンによるまちおこしの推進のため、市内のラーメン店により発足した「ラーメンの聖地、山形市を創る協議会」と連携を密にすることで、効果的な事業展開を行う。

##### 【地域間連携】

山形連携中枢都市圏の他自治体と連携し、他自治体の様々な特産品等とあわせて広域的に情報発信することで、圏域内への誘客促進につなげる。また、ラーメンでまちづくりを行う地方公共団体との連携を図ることで、ラーメンでの周遊観光を誘発させ地域活性化につなげる。

##### 【政策間連携】

本事業は、多様なやまがたラーメンの魅力を広くPRすることで、市民の消費拡大を図ることはもとより、ラーメンをきっかけとした旅行、更には旅行者へやまがたラーメンの魅力を感じてもらい、再訪の動機づけを行うことで、交流人口の拡大を狙い、地域経済の活性化や所得向上などを創出するものである。

##### 【デジタル社会の形成への寄与】

###### 取組①

ラーメンイベントにおいて、スマートフォン等を活用したスタンプラリーを実施し、普段デジタル化されたスタンプになじみの少ない人たちの利用を促しながら、ラーメン消費の拡大を図る。

###### 理由①

定期的なスタンプラリーを継続して実施することで、デジタルに触れる機会を創出し、その他の機会でもデジタル技術を活用するきっかけにつなげる。

###### 取組②

該当なし。

###### 理由②

###### 取組③

該当なし。

###### 理由③

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 7 月

【検証方法】

毎年度、3月末時点の重要業績評価指標（KPI）の達成状況を企画調整課が取りまとめ、懇話会による外部視点での評価を実施し、これらの評価を踏まえて、次年度の事業実施方針を検討する。

【外部組織の参画者】

埼玉大学、山形市女性団体連絡協議会、山形商工会議所、山形青年会議所、山形大学

【検証結果の公表の方法】

検証結果は毎年度、山形市公式ホームページで公表する。

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 51,099 千円

⑧ 事業実施期間

2023年4月1日から 2026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

### (1) やまがたラーメンポータルサイト運営事業

#### ア 事業概要

市内ラーメン店の情報をスープの系統別に分類し、多種多様なバラエティ豊かなラーメンの魅力を発信するポータルサイトの運営を行う。また、当該サイト内に誰でもダウンロードできるラーメン名刺のテンプレートデザインページを設け、民間事業者も含めて誰でもやまがたラーメンをPRする機会を創出する。

#### イ 事業実施主体

山形市山形ブランド推進課

#### ウ 事業実施期間

2022年12月13日から2026年3月31日まで

### (2) 移住・定着促進事業

#### ア 事業概要

山形市への移住を促進するため、移住促進サイト「リアルローカル山形」を運営し、移住者インタビューなどの山形市で暮らすことの魅力を感じさせる情報を発信。

#### イ 事業実施主体

山形市企画調整部企画調整課

#### ウ 事業実施期間

2016年10月1日から2026年3月31日まで

### (3) 該当なし。

#### ア 事業概要

#### イ 事業実施主体

#### ウ 事業実施期間

年 月 日から 年 月 日まで

## 6 計画期間

地域再生計画の認定の日から 2026 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。