

地域再生計画

1 地域再生計画の名称

地域産品等を活用した商品開発・販路創出による地域活力創出プロジェクト

2 地域再生計画の作成主体の名称

島根県大田市

3 地域再生計画の区域

島根県大田市の全域

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

本市の人口は、2023年32,246人（令和5年12月時点の住民基本台帳による。）から17年後の2040年には23,460人になるとの推計が出ており（社人研推計）、人口全体に占める65歳以上の人口は、2020年には40.4%であったものが、2040年には43.3%まで上昇することが見込まれており、これらは全国

の平均値と比較しても高い数値となっている。
また、現在本市の農業産出額は市町村当たりの全国平均農業産出額よりわずかに上回るが、今後、持続可能な都市を形成していくため、市内に留まらず市外・県外等からの外貨の獲得に取り組む上で主に以下の課題が残る。

①豊富な地場産品を活用した商品開発

本市は、日本有数の漁獲量を誇る「大田の大あなご」や豊かな自然が育む農林水産品のほか、世界遺産「石見銀山遺跡」や国立公園「三瓶山」、日本遺産の「石見の火山が伝える悠久の歴史」といった多くの観光資源を有するが、これらの資源を活用した商品開発が十分に行われていない現状がある。これらのことも起因し、道の駅ごいせ仁摩での市内事業者の取扱件数は約5割程と低迷している現状にある。道の駅を利用する観光客向けのアンケート調査では、利用客の過半数が土産品を求めて来訪しているほか、その中でも特に、「地域の特産品の充実」へ一定のニーズがあるものの、農商工連携が薄く地域産品を活かしきれてないといった課題があり、このまま「大田市の顔」となる土産品等や地域産品の展開を通じた本市の魅力発信が行われなければ、山陰道を活用した市外からの引き込みは厳しい実情がある。

これらの理由として、事業者同士の異業種連携や十分なニーズ調査等が行われないまま商品開発がなされるなどの状況があるほか、第1次産業と第2次3次産業の連携が進んでいないことが挙げられる。

異業種連携については、その背景として、これまで様々な業種や関係機関が情報やニーズを共有できていない現状がある。本市では、行政、商工団体、JA、JF、市内金融機関で組織される大田市産業支援センターを設置しているが、コロナ禍以後、産業支援センター会議の開催回数が減少しているため、常時の情報共有がなされておらず、十分な機能を果たすことができていない。

産業間連携については、第1次産業においては9割を超える生産者が家族経営中心の小規模経営体であるため、販路を広げたいというニーズはあるが、自社で「栽培・生産、出荷・調整、営業・販売」まで十分にできず、JAなどの市場出荷が販路の中心となっていることがあげられる。市場出荷は、規格など一定の制約はあるものの、委託販売のため安定的に売上が確保できる利点はあるが、化学肥料や燃料費などの昨今の生産コストの上昇を価格に転嫁できないなどの構造的な問題がある。このような状況が続くと、生産者サイドでは、財務内容の脆弱な経営体が多数あることから廃業の増加に伴う、経営資源（ノウハウ・技術）の消失、雇用の場の喪失など地域経済の減退が危惧されることに加え、若年層が農林水産業に希望を抱けず、担い手の不足・離農の増加が予想される。

一方で、「大田の大あなご」のブランド化による取組みにおいて、市内飲食店の取扱店舗数や加工品数も大幅に増加するなど、漁業者及び事業者の所得の向上に結びついている。これをモデルケースとして新たな事業者間連携を進めていく必要がある。

道の駅においては、毎月開催している連絡会議等の場において、市内産品の取扱点数を増やしていく方針を市、道の駅双方で確認しているが、市内事業者の土産品等の商品数が少ないため、取扱点数増につながっていない。

こうした状況を打破するため、本市が誇る豊かな地域資源を活用した商品開発に積極的に取り組む事業者を支援するとともに、市内事業者と道の駅の連携を深め、魅力的な商品開発づくりを通じた本市の魅力発信を強化していく必要がある。

②大田市の豊かな食資源の地域外への販路拡大

市外・県外をターゲットとして商品開発や販路開拓等が十分に展開されていない現状がある。前述のとおり、商品開発にあたっては十分な市場調査や専門家等の意見を反映できていない実情があるほか、販路開拓については生産から流通までの体制強化及びECサイト等、新たな販売チャネルの構築、豊富な地場産品のPRなどの課題があり、外貨の獲得に向け、市外・県外に向けた商品展開を行っていく必要がある。

その中で小規模な経営体が多い当地域においては、商品販売に伴う営業活動について十分に手間をかけることができない構造的な課題があることから、自社でECサイトを活用し、労力をかけることなく小ロットから販路拡大に取り組む動きも見られ、本市としても、ECサイト運営業者との連携したPRの実施を通じて、各取組みを後押ししてきたものの、継続的な成果（取組みの拡大）にはいたっていない。その背景として、サイト上でのPRやブランディングノウハウの不足、事業者間連携が不十分なため、魅力的な農林水産物を活かした加工品の開発にいたっていないのが現状である。

これらのことから、現状では外貨の獲得や地域内経済循環を目的とした1次・2次・3次産業の相互連携による土産品等の開発、及び実情に応じて販路拡大に取り組む仕組みを構築することが喫緊の課題である。

4－2 地方創生として目指す将来像

【概要】

大田市は、第2期大田市まち・ひと・しごと創生総合戦略において、基本目標の1つ目として「多様で活力ある産業をつくる」を掲げ、市の最重要施策として「産業振興」を位置付けている。各産業分野で横断的な連携強化や地域資源を活用した加工品などの商品開発を通じた地域経済の活性化を図ることとしているほか、農林水産物の多様な販路を創出し、稼ぐ農業・儲ける農業の推進を図ることとしている。

本市は島根県唯一の世界遺産である「石見銀山遺跡」や大山・隠岐国立公園に指定されている「三瓶山」、日本遺産の「石見の火山が伝える悠久の歴史」といった多くの観光資源を有しているほか、豊かな「食」資源を有している。

農業分野においては、水稻と畜産、園芸作物等の複合経営が中心であるが、中山間地域などの条件不利地域が多く、小規模零細の経営体为中心である。園芸作物は令和元年度より、「白ネギ」「アスパラガス」「ミニトマト」を重点推進品目として定め、生産者、関係団体、行政が中心となり産地化に取り組んでいる。重点推進品目の新規就農者数は取組み以降、20%増加、面積も5haに拡大するなど順調に推移している。水稻に関しては、小規模な個人経営が中心であるものの、近年圃場整備に合わせて、面積の拡大や大規模な営農機械の導入、スマート農業の推進など規模の拡大を図っている。国立公園三瓶山の周辺では、標高差による寒暖差を活かして水稻生産が盛んに行われており、特に近年は農薬に頼らない「有機米」を生産する農家が増加し、数件の農家でグループを組んで、各栽培技術の向上を図っている。また、農業法人を中核として有機野菜の生産に取り組む中で、生産数量及び新規就農者の確保を図っている。

水産資源についても、「アナゴ」が平成29年から令和元年末まで3年連続漁獲量日本一となり、その島根県内の半分近くが大田市内で水揚げされており、全国有数の漁獲量を誇っている。本市では、50センチを超える大きな「アナゴ」が獲れるため、脂ののりが良く、身が締まっていると言われている。

このような中で本市は、商工会議所等の商工団体、及び民間事業者と連携し、令和元年度より「大田の大あなご」と銘打ったブランド化事業に取り組んでおり、かつては数店舗ほどでしか提供されていなかったアナゴ料理が、現在では市内約30店舗で提供されるようになるなど、ブランド化の取組みは一定の成果を挙げつつある。令和4年2月には大田市の「市の魚」として登録されたほか、令和5年11月には共同してブランド化の取組みを進めてきた大田商工会議所が、その取組みを評価され「ディスカバー農山漁村（むら）の宝」グランプリに選出されるなど、今後も市内外へのブランド化による更なる認知拡大が期待されている。

このような中、令和4年1月に「大田市の魅力発信拠点」をコンセプトとした「道の駅ごいせ仁摩」が山陰道「仁摩・石見銀山IC」正面にオープンしたところである。

道の駅ごいせ仁摩の近隣には、世界遺産「石見銀山遺跡」や世界最大の砂時計を有する「仁摩サンドミュージアム」があり、大田市の玄関口となっているほか、石見地方の伝統的な地場産品である「石州瓦」を使用した屋根瓦や石見神楽等の講演を行うイベント棟を併設しており、コンセプトである「大田市の魅力発信拠点」として一体的に整備された施設である。

本市としては、この道の駅を活用した本市の魅力発信を強化していくほか、豊かな食文化を有する本市の地域資源を活用した商品開発や販路拡大を行っていくことで、本市への誘客へ繋げ、さらには市内事業者の振興、新産業・新ビジネスの創出を支援していくこととしている。

また、令和5年度に山陰道「大田・静間道路」「静間・仁摩道路」が開通し、令和6年度には隣接する「出雲・湖陵道路」「湖陵・多伎道路」が開通予定となっている。

山陰道の全面開通により、これまで以上に県内外の人・モノの移動が積極的に行われることが推測され、市内事業者については新たなビジネス等の創出へのつながりが期待されているところである。

その一方で、これまでは未開通のため「仁摩・石見銀山IC」で降りていた観光客や移動者がそのまま本市を素通りしてしまう懸念があり、全面開通後も大田市内への誘客・周遊を促す集客イベントの実施や大田市の豊かな食や地場産品を活用した、アナゴに続く本市の「顔」となる商品開発による市の魅力発信が喫緊の課題となっている。

豊富な地域資源を活用した商品の開発、地域内外への販路拡大や事業展開を、1次・2次・3次産業が相互に連携しながら実施することで、訪れた観光客が本市を楽しみ、リピーターの獲得につながっていくことが期待できるほか、山陰道の全面開通により県内外の人・モノの移動が活発化することが見込まれる中、経済の好循環が生まれ人が集まることにより、地域全体の活性化につながっていく。上記のことに加え、税収の確保、外貨の獲得、地域内経済循環を通じた農林水産業や観光業への波及、雇用の確保、新たな投資の呼び込みなど、本事業は様々な波及効果をもたらすことが期待できる。このことにより地域経済の循環による持続可能なまちづくりを目指す。

【数値目標】							
K P I ①	地域における農林水産出荷額					単位	百万円
K P I ②	農林水産物等のECサイトを通じた販売金額					単位	千円
K P I ③	県外向けに商品等を改良・開発等を行い、販売した企業数					単位	社
K P I ④	道の駅における市内事業者の取扱商品の割合					単位	割
	事業開始前 (現時点)	2024年度 増加分 (1年目)	2025年度 増加分 (2年目)	2026年度 増加分 (3年目)	2027年度 増加分 (4年目)	2028年度 増加分 (5年目)	K P I 増加分 の累計
K P I ①	8,360.00	3.00	4.00	5.00	－	－	12.00
K P I ②	1,000.00	2,000.00	3,000.00	4,000.00	－	－	9,000.00
K P I ③	36.00	5.00	5.00	5.00	－	－	15.00
K P I ④	5.00	0.50	1.00	1.00	－	－	2.50

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に同じ。

② 事業の名称

地域産品等を活用した商品開発・販路創出による地域活力創出プロジェクト

③ 事業の内容

本市が抱える課題を解決し、地域経済の循環による持続可能なまちづくりに向けた取組みとして、本市では以下①中小企業等活性化総合支援事業（商品開発支援等）、②ECサイト活用事業（販路拡大支援）を実施する。

①中小企業等活性化総合支援事業

「市内道の駅を利用する観光客」「ECサイト（大田市ふるさと納税での取扱いを含む）」をターゲットに、農林水産物を中心とした、地域資源を活かした新商品の開発支援、及びそれらを活用した商談会・展示会等への出展による販路開拓を支援する。

新商品開発支援については、地域資源の活用や地域内連携などの地域への波及効果が期待できる事業に対し重点的に支援を行う。

事業採択にあたっては、地域課題の解決に資する事業や消費者ニーズに合った事業、実現性・収益性のある事業に対し優先的に支援を実施するため、外部の専門家、市内道の駅駅長等で構成する審査会を開催し、採択事業を選定する。採択・不採択に関わらず、各専門家からの事業に対するフィードバックや助言をもらうことで、市内事業者の商品開発に対するノウハウの向上につなげる。また、本事業で開発された商品については積極的に道の駅や大田市ふるさと納税での取扱いにつなげ、大田市の魅力発信強化を図る。道の駅等での販売を強化することで、リピーターの獲得につなげ、外貨の獲得、持続的に本市及び道の駅を訪れる交流人口の増大を目指す。

また、既存商品の本市及び地域資源のPRを目的とした商品のパッケージ改良への取組み支援、開発した商品を積極的に首都圏等での商談会・展示会での販路拡大につなげてもらえるよう、市内事業者の販路開拓及び販路拡大に係る経費を支援するほか、山陰道の開通に起因する今後のインバウンド需要にも対応できるよう、外国人向けの市内消費拡大に対する支援を実施する。

商品開発後もこれらの事業者の発展的かつ持続的な取組みを支援することにより、経済の好循環を創出し、地域の活性化につなげる。

②ECサイト活用事業

本市は生産者の販路拡大・利益増加を目的として令和4年度に大手ECサイト運営事業者と連携し、当該ECサイト内に特設ページを作成し、市内生産者の農産物のPRに取り組んだ。特設ページは、本市の地域資源を活用した魅力的な産品や農林水産物を掲載したものである。特設ページ開設期間中は、消費者からの注目度も高くサイト内で販売を行っている既存の登録者ならびに新規登録者のページへ誘導を図ることができ、生産者の販路拡大につなげることができた。

一方、ECサイトへの登録者は市内生産者全体に比べると少数であり、登録者を増やし、生産者の新たな販路として活用していく必要がある。その中で、本市の特設ページのブラッシュアップや生産者向けのECサイト活用セミナー、個別相談等の実施により、地域外へ農産物の販売に取り組む生産者に対して伴走型のサポートを実施し、販売ノウハウの習得を図ることや販売データの分析など、デジタル技術の活用に結びつける。また、地域内の農産物を市内事業者へ活用を促進し、本交付対象事業（中小企業等活性化総合支援事業）で開発した新商品や重点推進品目（有機作物や白ネギ等）の販売支援及びブランディングを行う。併せてECサイト運営事業者による現地コンサルティングやSNS告知、農産物等のPR動画作成を通じて特設ページのブラッシュアップを行い、消費者の購買につなげる。

これらの事業に取り組む上で、横断的な異業種連携や商品開発ノウハウの構築を目指すため、大田市産業支援センター会議を年数回開催し、市を挙げての一体的な取組みを行っている。

また、1次産業者と2次3次産業者との連携を強化するため、両者において市（農林水産課）が主催する商談会を開催（開催に係る経費は市で負担）し、農林水産物や地域資源の市内取引の拡大を図り、食品製造業者及び飲食業者等において、市内農産物等地域資源を活用した、特徴的な新商品等の開発に結びつける。

1次産業者からすると系統出荷以外に身近な販路を創出することができ、2次3次業者は地域の農林水産物を活用した特徴的な商品等の製造に結び付けることができる。両者の課題解消に繋がる内容とする。

④ 事業が先導的であると認められる理由

【自立性】

事業内容を精査する中で、経費節減に努めるとともに、3ヵ年で集中的に事業の実施に取り組む。その中で、地域資源やECサイトを有効活用するとともに、本事業により培った商品開発のノウハウや、つながった異業種交流を事業終了後も持続的なものとし、各事業者が単体ではなく相互に連携を図ることで、商品開発の体制づくりや販路拡大に結び付ける。また、引き続き商品の販路開拓ができるよう事業者のECサイト構築に係るノウハウを蓄積し、本事業によって繋がった道の駅のパイプを生かしながら、安定的な販路を確保する中で、収益性を高め、行政の支援に頼らない自走可能な体制を構築するとともに、横展開を図り、様々な事業者に波及させる。また、企業版ふるさと納税による財源の自立化を図る。

【官民協働】

行政、商工団体、JAしまね、JFしまね、金融機関で組織される大田市産業支援センターが中心となって連携し、商品開発及び販路拡大に取り組む。定期的な会議を実施するなかで、商品開発や販路拡大への課題の共有及び解決について、官民それぞれの支援ノウハウを活用する中で取り組む。商品開発については、1次産業・2次産業との関わりが大きいJAしまねやJFしまねとの連携を密に行い、事業者からのニーズの拾い上げを強化する。事業化に向けたフェーズでは融資面での支援策など金融機関からの協力も必要となるほか、開発した商品等の販路開拓については、商工団体とも連携して積極的な事業者の取組みを支援する。

また、行政は事業財源の自立化に向け企業版ふるさと納税の寄付を民間事業者に対し働きかけ、民間事業者はその寄付により事業経費の一部を担う。

【地域間連携】

今後、山陰道の開通により交通アクセスが拡大することから、ECサイト内に観光情報を掲載し、市外の消費者に対して、ECサイトでの販売をきっかけとして、本市の認知度を高め、観光消費の拡大へ結び付けることを見据える。本市は、周辺の自治体と連携して観光振興に取り組んでおり、ECサイト内に周辺の自治体の情報も取り入れることにより、本市以外にも波及効果のある内容とする。

また、自治体をまたいで生産者が連携して「サツマイモ」「有機作物」の生産振興に取り組んでいるため、ECサイトをきっかけとして、販路の部分で広域で連携を深めることができる。

【政策・施策間連携】

本事業の実施により、本市の観光資源を活用した観光誘客のほか、「食」を通じた関係人口の拡大、また市内の1次産業から3次産業に至るまで、事業者の売上の向上や経営基盤の強化等、様々な波及効果をもたらすことが期待され、産業振興から定住促進、農福連携まで重層的な政策を実施することができる。

さらに、今まで以上に市内企業間の連携の強化及び6次産業化の促進等、新たなビジネスの創出に結びつくことが見込まれ、これまでなかった新たな雇用の方が生まれ、農業分野においては新規就農する際に販路の確保が大きな課題となる中で、地域で一体となり取り組むことで、新規就農者の経営の安定及び定着を図ることができる。

【デジタル社会の形成への寄与】

取組①

市内の企業に対して、ECサイト運営事業者からデジタル技術を活用した経営に係る直接指導を実施

理由①

若年層を中心に、経営にデジタルを取り入れたいニーズはあるものの、踏み出せない経営体が一定数あるため、今回の事業で新たに導入するECサイトの運営事業者から、当該経営体に対する直接指導を実施し、デジタル技術を活かした活用した経営（販路拡大等）に取り組む人材を育成する。

取組②

道の駅におけるSNSを積極的に活用した消費者購買ニーズの把握や「大田市ファン」の獲得

理由②

市内外からの誘客及び外貨の獲得を目指す上でSNSを活用した情報発信は必須であるが、同時にSNSを活用した消費者ニーズの把握が容易かつ積極的に行えるほか、SNSを活用したキャンペーンの実施によってフォロワーを獲得し、リーチの拡大に繋げることができる。これらの取組みによって、全国または世界中に大田市の魅力を発信し、「大田市ファン」の獲得に繋げることができる。

取組③

該当なし。

理由③

該当なし。

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 8 月

【検証方法】

市民代表や各種団体等で構成する「大田市総合計画・総合戦略等推進会議」において、事業が適切に実行されているか、評価検証を行う

【外部組織の参画者】

商工団体、大学、高校、まちづくり団体、社会福祉協議会、労働団体、青年団体、NPO法人など

【検証結果の公表の方法】

市ホームページで公表

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 18,762 千円

⑧ 事業実施期間

2024年4月1日から 2027 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) 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
(2) 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
(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 2027 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。