

地域再生計画

1 地域再生計画の名称

「三原食 三本の矢」による地域創生計画

2 地域再生計画の作成主体の名称

三原市

3 地域再生計画の区域

三原市の全域

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

三原城築城450年イベントは、かつて小早川隆景公が三原城を築いてから、平成29年で450年を迎えることにあわせ、これを契機とした観光誘客を進めていく計画で、その前年にあたる平成28年度からプレイベントの取組を展開してきた。

市を支える産業の一つとして、観光分野の成長を促すためには、取り扱う商品の付加価値を高め、めざすべき将来像に向かって、事業者同士が力を合わせて自立し、自ら主体となり取り組むことが必要である。

また、こうした基盤づくりを進め、仕事づくりに力を入れることで、本市の人口減少の一つの要因である、15～29歳の若年層が就職を機に市外へ転出する傾向に歯止めをかけるとともに、帰ってくるができる、帰ってきたいまちにすることが必要な状況となっている。

4-2 地方創生として目指す将来像

<現状>

本市では、製造業への従事者が5,832人(19.8%)と最も多くなっており、なかでも「食料品製造業」は特化係数(付加価値額・労働生産性・従業者数いずれも)が1を超えており、稼ぐ力が高い産業となっている。

一方、本市ではこれまで市を支えてきた産業を維持しながらも、新たな雇用を生む産業の柱の育成を急務と考え、平成29年の三原城築城450年イベントをきっかけとし、観光分野を強化していくことに取り組んでおり、中でも本市の強みである、「食」分野の振興を推進しているところである。

このため、平成26年度から、市内のスイーツ・カフェ店舗を対象とした振

興事業に着手し、この事業を通じて、スイーツの関連事業者（26店舗）で構成する協議会や、主にSNSでの情報発信を手掛ける20～40歳代の女性で組織する推進委員会が立ち上がった。

平成27年度には、地方創生関係交付金の先行型上乘せ分（タイプⅡ）を活用し、スイーツに加え、市の特産であるタコと地酒を加えた重点3品目のブランド化を推進するための戦略『「三原食」ブランド化推進戦略』を策定した。

加えて、地方創生加速化交付金を活用し、平成28年度には、「三原食」取扱店舗認証制度の開設、事業の実施主体となる協議会の設立、協議会の自立及びスキルアップを目的としたコンサルティング、「三原食」の認知度向上のためのキャンペーン活動、SNSでの情報発信やキャンペーン活動についての意見交換を行う「三原食」ブランド応援コミュニティを設置するとともに、教育施策との連携として、小学生と地元企業（㈱八天堂【本社：三原市】）とのコラボによるスイーツ部門での新商品の開発・販売などを実施したところである。

<めざす将来像>

「三原食」が発信力のある商品として確立し、観光誘客や取扱店舗の増加、売上増加、それらに伴う雇用の創出につながっていると同時に、事業者同士の連携により、新たなブランドの創出や観光振興施策を推進する基盤を構築する。

また、郷土愛や職業観を修得するキャリア教育のプログラムが定着・浸透し、「三原市で就職したい」、「将来は三原市へ帰る」という想いを抱く子どもたちが増加し、市内外の保護者からも「三原市の教育を受けさせたい」と思われるまちになっていることをめざす。

【数値目標】

	事業開始前 (現時点)	平成29年度 増加分 (1年目)	平成30年度 増加分 (2年目)	平成31年度 増加分 (3年目)	KPI増加分 の累計
本事業により来客が増加した店舗数	20.00	10.00	10.00	10.00	30.00
「三原食」を新規に取り扱う店舗数	5.00	10.00	15.00	20.00	45.00

自分の住んでいる地域のことが好きな生徒の割合	80.60	1.20	0.60	0.60	2.40
------------------------	-------	------	------	------	------

5 地域再生を図るために行う事業

5-1 全体の概要

スイーツ、タコ、地酒を「三原食 三本の矢」と銘打ち、これらの付加価値を高めるためにブランド化を図り、市内外に発信力のある商品として確立させ、観光誘客や取扱店舗の増加、売上増加、それらに伴う雇用の創出につなげていく。

また、「食のブランド化×キャリア教育推進事業」を展開することで、児童・生徒に、食に関する新たな地域特産物の企画・開発・販売を行ってもらい、子どもたちが職業観を身につけることを支援するとともに、新商品の開発や、それに伴う売上増、そして、こうした体験を通じた郷土愛の醸成による将来的な本市へのUターン希望者の創出をめざす。

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

三原市

② 事業の名称：

「三原食 三本の矢」による地域創生事業～アップロード～

③ 事業の内容

平成27年度に策定した、「三原食」ブランド化推進戦略に基づくとともに、小早川隆景公にちなみ、スイーツ、タコ、地酒を「三原食 三本の矢」と銘打ち、これらの付加価値を高めるためにブランド化を図り、市内外に発信力のある商品として確立させ、観光誘客や取扱店舗の増加、売上増加、それらに伴う雇用の創出につなげていく。

また、事業者同士が力を合わせてブランド化戦略を推進していくための基盤となる協議会を立ち上げ、企画・広報・開発などを自ら主体的に行っていくことをめざし、必要な部分を行政として支援する。

さらに、食のブランド化と教育施策とを融合させた「食のブランド化×

キャリア教育推進事業」を展開することで、児童・生徒に食に関する新たな地域特産物の企画・開発・販売を行ってもらい、子どもたちが職業観を身につけることを支援するとともに、新商品の開発や、それに伴う売上増、そして、こうした体験を通じた郷土愛の醸成による将来的な本市へのUターン希望者の創出をめざす取組である。

具体的には、以下の内容で構成している。

- (1) 「三原食」取扱店舗認証制度の運用
- (2) 事業者を対象としたコンサルティングの実施
- (3) ブランド化推進の主体となる協議会の運営
- (4) キャンペーン活動（季節キャンペーン・「三原食」体験イベント・カープ球団とのコラボ企画の実施）
- (5) 「三原食」ブランド応援コミュニティの運営
- (6) 教育施策との連携によるキャリア教育の実践
- (7) (1)の認証制度と連動し、商業振興施策としての出店・商品開発・起業支援策の構築（空き店舗を活用した既存の支援策との連携を検討）

④ 事業が先導的であると認められる理由

【自立性】

市内の「三原食」取扱認証店舗で組織する「三原食」ブランド化推進協議会（仮称）が立ち上がり、この組織の設立及び育成が重要であると考えている。

【官民協働】

各事業の主体はすべて民間事業者であり、行政は、初動となる部分やコーディネート機能を果たし、円滑な事業運営を図る。

【政策間連携】

ブランド化による地元製品の売り上げ拡大及び観光誘客の促進、児童生徒を巻き込んだまちのにぎわい創出を図る。

【地域間連携】

特になし

【その他の先導性】

特になし

⑤ 重要業績評価指標（KPI）及び目標年月

【数値目標】

	事業開始前 (現時点)	平成29年度 増加分 (1年目)	平成30年度 増加分 (2年目)	平成31年度 増加分 (3年目)	KPI増加分 の累計
本事業により来客が増加した店舗数	20.00	10.00	10.00	10.00	30.00
「三原食」を新規に取り扱う店舗数	5.00	10.00	15.00	20.00	45.00
自分の住んでいる地域のことが好きな生徒の割合	80.60	1.20	0.60	0.60	2.40

⑥ 評価の方法、時期及び体制

【検証方法】

年度終了後、6月（予定）までに、市の内部で効果・成果・課題を確認するとともに、産学官金等で構成する「まちづくり戦略検討会議」において客観的な検証を行う。

【外部組織の参画者】

三菱重工業株式会社執行役員交通システム事業部長，県立広島大学保健福祉学部長，福山市立大学大学院教授，比治山大学教授，広島市立大学特任教授，広島銀行三原支店長，中国銀行三原支店長，小坂町防災会会長

【検証結果の公表の方法】

検証後，速やかに三原市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 61,360千円

⑧ 事業実施期間

地域再生計画認定の日から平成32年3月31日（3ヵ年度）

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) キャリア教育推進事業

事業概要：児童・生徒と地元企業との連携により，食に関する新たな地域特産物の企画・開発・販売を行う。

これにより，本市の魅力向上及びにぎわい創出，児童・生徒への職業観の養成，郷土愛の醸成による将来的な本市へのUターン希望者を創出する。

実施主体：広島県三原市（単独の市費により実施）

事業期間：平成28年度～平成29年度

※平成30年度以降は，交付対象事業に含めて事業を実施する。

6 計画期間

地域再生計画認定の日から平成32年3月31日

7 目標の達成状況に係る評価に関する事項

7-1 目標の達成状況にかかる評価の手法

【検証方法】

年度終了後，6月（予定）までに，市の内部で効果・成果・課題を確認するとともに，産学官金等で構成する「まちづくり戦略検討会議」において客観的な検証を行う。

【外部組織の参画者】

三菱重工業株式会社執行役員交通システム事業部長，県立広島大学保健福祉学部長，福山市立大学大学院教授，比治山大学教授，広島市立大学特任教授，広島銀行三原支店長，中国銀行三原支店長，小坂町防災会

会長

7-2 目標の達成状況にかかる評価の時期及び評価を行う内容

【数値目標】

	事業開始前 (現時点)	平成29年度 増加分 (1年目)	平成30年度 増加分 (2年目)	平成31年度 増加分 (3年目)	KPI増加分 の累計
本事業により来客が増加した店舗数	20.00	10.00	10.00	10.00	30.00
「三原食」を新規に取り扱う店舗数	5.00	10.00	15.00	20.00	45.00
自分の住んでいる地域のことが好きな生徒の割合	80.60	1.20	0.60	0.60	2.40

7-3 目標の達成状況にかかる評価の公表の手法

検証後、速やかに三原市ホームページで公表する。