

地域再生計画

1 地域再生計画の名称

高千穂町経済好循環創造計画

2 地域再生計画の作成主体の名称

宮崎県高千穂町

3 地域再生計画の区域

宮崎県高千穂町の全域

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

●目指す将来像を実現するにあたっての課題としては以下の点が挙げられ、若者の夢の実現を阻害している要因となっている。

①当町の生産人口割合はH26年の51.4%からR元年には46.0%まで低下、高齢化率も42.4%と高水準である。産業においては旅館業等の一部を除けば収益性が低く、賃金水準も低いため、産業の衰退、若年者層の人口流出が深刻である。その結果、農業、林業、サービス業等町内産業全般において担い手不足が生じている。

②農林畜産業は多くが零細経営であることから生産ロットが小さく生産性が低い。作物の多くがJAを通じて販売されており、高付加価値商品としての販売実績はほとんどない。また、直販や域外販売に関するノウハウが不足しており収益性が低い。

③外部との共同事業に関するノウハウが不足しており、新規起業の妨げとなっている。

④宿泊施設で使用する食材の町内調達率が20%程度に留まることに見られるとおり、観光業と他産業との間にギャップが生じている。よって観光客の来訪効果が町内経済全般に十分波及しているとは言えない。

⑤全国的に知名度の高い高千穂峡への一局集中が見られる。高千穂峡以外の観

光地の魅力向上と情報発信が不足している。

⑥高千穂峡の集客力は県内でもトップクラスであるものの、高千穂峡以外の観光地への来訪が著しく少ない。また、アクティビティ等の着地型旅行商品が不足しており、総じて滞在時間が短い。

⑦季節による観光入込客数の変動が大きく、冬季には夏季の半分近くまで減少する（R元のデータでは2月の観光入込客数は8月の47.4%）。自然が豊かで、新緑や草花が美しい春、冷涼な夏、紅葉の秋が観光シーズンであるが、冬季は観光客を魅了するコンテンツが少なく、集客イベントもないことが主な要因と考えられる。

⑧多様な関係者及び団体が個々に活動しており、観光産業と他の町内産業を結びつける司令塔となるべき機能を有する団体として一般社団法人高千穂町観光協会が存在しているが、情報交換がうまく進んでいないため、町内外の各団体間の連携が不足している。また、町として統一的な戦略が存在しないこともあり、近隣自治体との広域連携も進んでいない。

4-2 地方創生として目指す将来像

【概要】

●高千穂町は宮崎県の北西部、県内最大の観光地である高千穂峡を有し、高冷地の冷涼な気候を活かした夏秋野菜と地域ブランドを取得した「高千穂牛」等を生かした農林畜産業と観光業を主要産業とする。

●特に観光業に関しては、高千穂峡を始め、古事記や日本書紀にゆかりのある高千穂神社や天岩戸神社など神話史跡も点在しており、年間およそ140万人が訪れるなど、高い集客力を誇る。近年、コロナ禍前までは外国人観光客が急激に増加してきており、海外からの注目も高まってきている。

●これらの強みや新たな需要を活かして地方創生を実現するためには、これまで十分には対応できていなかった観光客の町内周遊の促進と特産品販売を両輪とした外貨の獲得、それを域内で循環させる仕組みの構築が必要である。それにより町民収入の増加、若者の雇用創出と働き手の確保、移住定住の促進につなげ、地域産業全体を底上げし、人口減少に歯止めをかけることが可能となる。

●国内はもとより海外でも高い知名度を持つ高千穂峡の集客力を最大限に活用し、日本の原風景ともいべき里山と清らかな自然をフックとした「高千穂ブランド」を確立することで、地域全体への新たなヒトとカネの流れを作り出し、地域経済の好循環を創出する。

●若者が高千穂町への愛着と誇りを持ちつつ、この地で働き、家庭を築き、夢を実現することができる環境の整備を本事業の目的とする。

具体的には以下のとおり。

①地域産業の「稼ぐ力」を最大限に引き出し、地域経済の舵取り役を担う地域商社の機能を有する「まちづくり公社」を設立。市場調査結果等の客観的データに基づき商品開発や販売を行う。開発・販売のみならず、プロモーションや新たな販路の開発など収益性向上に必要なすべての役割をワンストップで果たすことにより、地域のブランド力を向上させ、地域産業全体への広汎な波及効果をもたらす。これにより、町民所得の向上とそれに伴う若者の雇用確保、移住定住の促進等、町内経済全般に活力と好循環を創り出す。

②地域ブランド認証を取得した「高千穂牛」や高千穂町独特の冷涼な高原性気候が育んだ農林産品（例：夏秋野菜、ラナンキュラス、椎茸等）を利用し、付加価値の高い地域特産品の開発を行い、マーケットのニーズに即したブランドを構築するとともに販路を拡大する。域外に向けて商品を売り込むことで更に知名度とブランド力の向上を図り、観光と物産の両面において新たな需要を創出する。

③観光客が町内に宿泊するだけにとどまらず、町内観光を楽しめるコンテンツを開発。神社巡り、グルメ、ウォーキング、スポーツ、収穫体験等を楽しむことで滞在時間の延長、それに伴う観光消費額の増加と観光事業者の収入増を図る。

④地域での起業を支援するとともに、民間企業との共同事業を積極的に受け入れ、地域に活力を与える。産学官連携に基づく共同商品開発を進めることで、これまでになかった新たな価値を創造する。

⑤地域間連携を強化する。本地域は西臼杵郡3町及び椎葉・諸塚村とともに世界農業遺産「高千穂郷・椎葉山地域」に認定されており、文化的・経済的に共

通の背景を共有する圏域の自治体との連携を強化し、共通のブランド価値を共有して行く。

【数値目標】

K P I	事業開始前 (現時点)	2021 年度増加分 1 年目	2022 年度増加分 2 年目
道の駅高千穂・高千穂がまだせ市場直売所の売上額(千円)	220,054.17	1,599	1,599
観光客による消費額(百万円)	6,137	60.5	60.5
農畜産物生産額(百万円)	4,690	1.67	1.67
着地型旅行商品販売額(千円)	0	0	200

2023 年度増加分 3 年目	K P I 増加分 の累計
1,599	4,797
60.5	181.5
1.67	5.01
600	800

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

③ 事業の内容

●地域商社の機能を有する「まちづくり公社」の設立による地域経済の活性化

地域の「稼ぐ力」を引き出すための地域商社の機能を有する「まちづくり公社」を設立し、戦略的なマーケティングに基づく交流人口の拡大、観光・物産の振興及び町内産業全般への波及効果の最大化、町民収入の増加、雇用の創出と働き手の確保を目指す。

具体的な取組みは以下のとおり。

①新組織の設立に向け設立準備委員会を設置。自立的な組織運営へ向けた枠組みを決定した上で、「まちづくり公社」を設立。

②新組織が目指すべき将来像等を組み込んだ「地域産業振興戦略」を策定。戦略策定にあたっては、市場調査を行い、市場のニーズを把握、現状や過去の取組みを客観的に分析したうえで、地域商社としての役割を精査し、確実に「稼ぐ」ための手法や関係者間の役割分担を決定する。

③これまで各事業者が個々に実施してきた取り組みを、「まちづくり公社」が「地域産業振興戦略」に基づきワンストップで実施することで、継続的安定的に収入を確保。集客力のある観光産業を軸として町内産業全体の底上げを図る。

●「まちづくり公社」が実施する地域経済活性化事業

地域商社の機能を有する「まちづくり公社」の事業として、物産振興部門及び観光振興部門の両面において先進的事業を実施することで、外貨の獲得及び地域内での経済循環率向上を図り経済の好循環を創り出す契機とする。具体的には以下のとおり。

(1) 物産振興部門

①高千穂の棚田や里山、冷涼な気候、安心安全を前面に出した付加価値の

高い特産品の開発・販売。

②女性の一人旅・二人旅を意識したおみやげの調査研究・開発試作品のブラッシュアップ及び試験販売を行う。

③道の駅高千穂に加えて、高千穂がまだせ市場直売所も物産品の販売拠点として更に機能強化。販売チャネルの拡大を図るとともに、地域商社としての機能を最大限発揮できるよう体制整備を行う。

④町内産食材を使った新グルメメニューの開発と飲食店での提供・販売等により地元産食材の地域内消費を促進する。

⑤効果的なプロモーション活動及びインターネットショッピング等を活用した域外への販路拡大を図る。

⑥生産者と消費者（町内旅館等）間の農産物マッチングによる域内調達率の向上、地産地消の推進による6次産業化の支援を行う。

（2） 観光振興部門

①女性の一人旅・二人旅を意識した旅行商品・おすすめ周遊ルート・交通対策・食事メニュー・体験プログラムの開発及びブラッシュアップを行う。

②高千穂峡だけでなく、町内の新たな観光素材を発掘、磨き上げにより町内周遊ルートの開発

③個人客向けコンテンツの充実（特に海外富裕層向けのコンテンツ）

④おもてなしの向上

⑤地元産業と連携した体験メニュー等の着地型旅行商品の開発・販売

⑥Webを中心とした情報発信の強化

⑦来訪者に対する観光案内所機能の強化

⑧閑散期対策としてのイベント企画

⑨旅行会社等へのセールス、モニターツアー、各種プロモーション活動の実施

（3） 企業・大学等との連携による産業支援

①メーカーとのタイアップによる特産品開発

- ②観光関連企業とのタイアップによる旅行商品開発
- ③産学官連携によるブランド価値の向上への取り組み（大学との共同研究等）
- ④地域間連携の強化（世界農業遺産高千穂郷椎葉山地域及び阿蘇くじゅう観光圏自治体との連携）

（４） 起業支援事業

- ①高千穂の若者向けキャリア支援セミナー
- ②高千穂ファーマーズスクール

④ 事業が先導的であると認められる理由

【自立性】

ふるさと納税事務委託料や特産品販売益等の自主財源を確保することにより、一部自治体からの補助金と併せて5年以内の自立を目指す。

【官民協働】

● 「まちづくり公社」は事業主体として、町内各種産業が抱える課題やニーズを把握したうえで、観光を軸とした地域経済への還流に向けたマッチング事業を実施する。行政は事業のスタートアップ段階での財政支援の他、人材の確保、町内雇用環境の整備等、「まちづくり公社」の事業展開を側面から支援する。

● 「まちづくり公社」の資金調達に関連して行政としての信用を生かし、クラウドファンディング等の活用を通じて支援する。

【地域間連携】

「まちづくり公社」として当町単独での活動だけではなく、近隣自治体との連携をこれまで以上に強化していく。また、宮崎県が提唱する「心も身体も癒される旅 デトックス・トリップ宮崎」への参加など、全県下での取り組みにも積極的に関わっていく。

【政策間連携】

「まちづくり公社」は観光を機軸としながら、農業、林業、商工業の振興へ向け、分野の枠を超えた施策を展開、地域経済に正のサイクルを

作り出し、最終的には移住定住促進により人口減に歯止めを掛ける。

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

【検証方法】

毎年9月に3月末時点のKPIの達成状況を財政課総合政策室が取りまとめる。

【外部組織の参画者】

高千穂町まち・ひと・しごと創生会議を構成する有識者や議会の関与を得ながら検証結果報告をまとめる。

【検証結果の公表の方法】

毎年度、高千穂町公式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 70,192千円

⑧ 事業実施期間

2021年4月1日から2024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 2024 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、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。