

国土審議会第12回半島振興対策部会

今後の半島振興に係る主な論点について

令和5年11月21日

国土交通省国土政策局

1 今後の半島振興の検討に係る諸情勢

(1) 半島地域の面積と人口

- 半島振興法（昭和60年法律第63号）に基づく半島振興対策実施地域（以下「半島地域」）は、全国で23地域、22道府県、194市町村が指定されている。
- 半島地域は、全国の面積の約11%、人口の約3%を占めており、全国平均と比べて可住地面積比率は低く、林野率は高い状況にある。

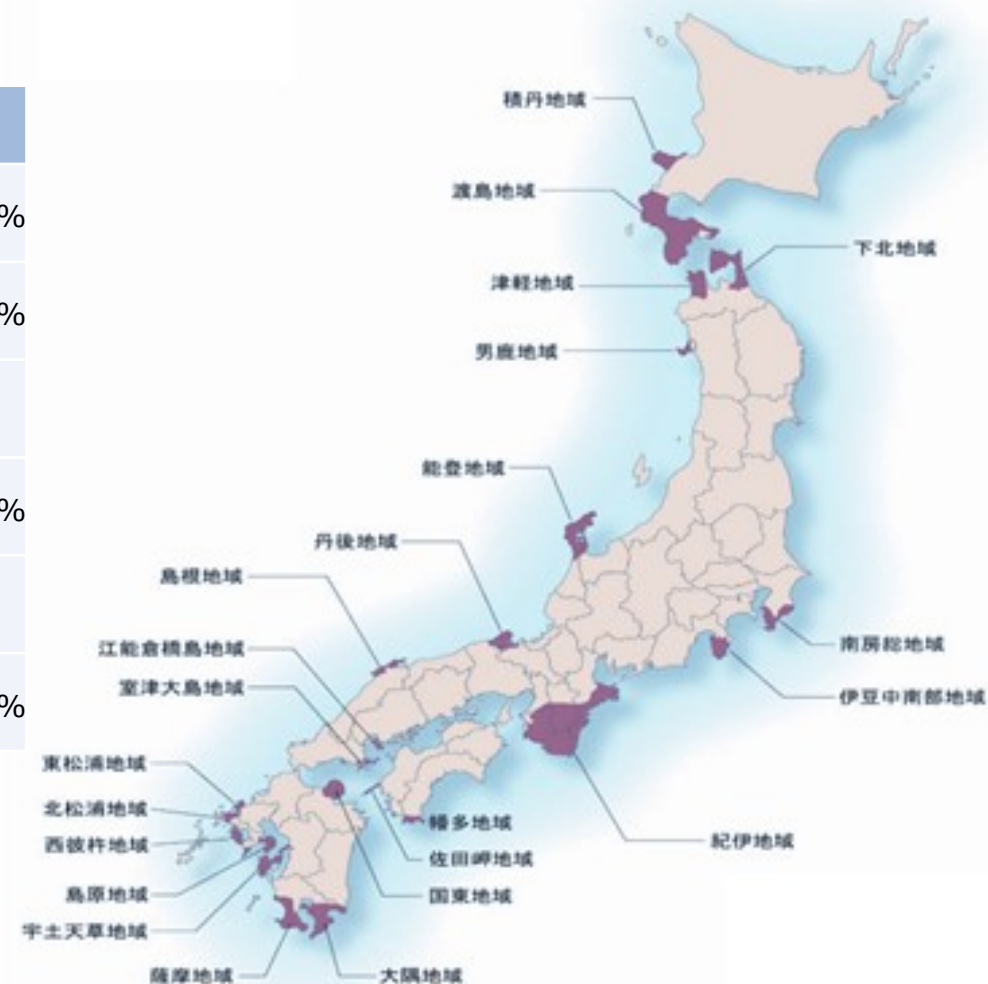
半島地域の面積と人口

	半島	全国	半島/全国
面積 (km ²)	41,917	377,976	11.1%
可住地面積 (km ²)	12,218	122,958	9.9%
可住地面積比率 (可住地面積/面積)	29.1%	32.5%	
林野面積 (km ²)	29,470	247,702	11.9%
林野率 (林野面積/面積)	70.3%	65.5%	
人口 (万人)	377	12,615	3.0%

(出典) 全国都道府県市町村別面積調べ（国土交通省）、農林業センサス（農林水産省）、国勢調査（総務省）を基に国土交通省国土政策局作成。

※ 面積・可住地面積は令和2年、林野面積は令和元年時点で、いずれも半島地域は市町村単位で集計。旧市町村単位の集計が終了したため、過去と比べると半島の値が大きくなっている。

※ 人口は旧市町村単位による集計。ただし半島地域に佐世保市浅子地区（北松浦地域）、鹿児島市東桜島地区（大隅地区）を含んでいない。以下国勢調査を使った人口集計において同じ。



1 今後の半島振興の検討に係る諸情勢

(2) 昭和60年を比較した人口変化

- 日本の総人口を、半島振興法が制定された昭和60年と、平成27年、令和2年で比較すると、全国では、昭和60年から増加した一方、地方圏では緩やかに減少が続いた。
- 半島地域の人口は、昭和60年から平成27年で大きく減少し、平成27年と令和2年においても、緩やかながら減少。全国とは逆の状況となっており、全国に占める割合も4.2%から3.0%と低下している。

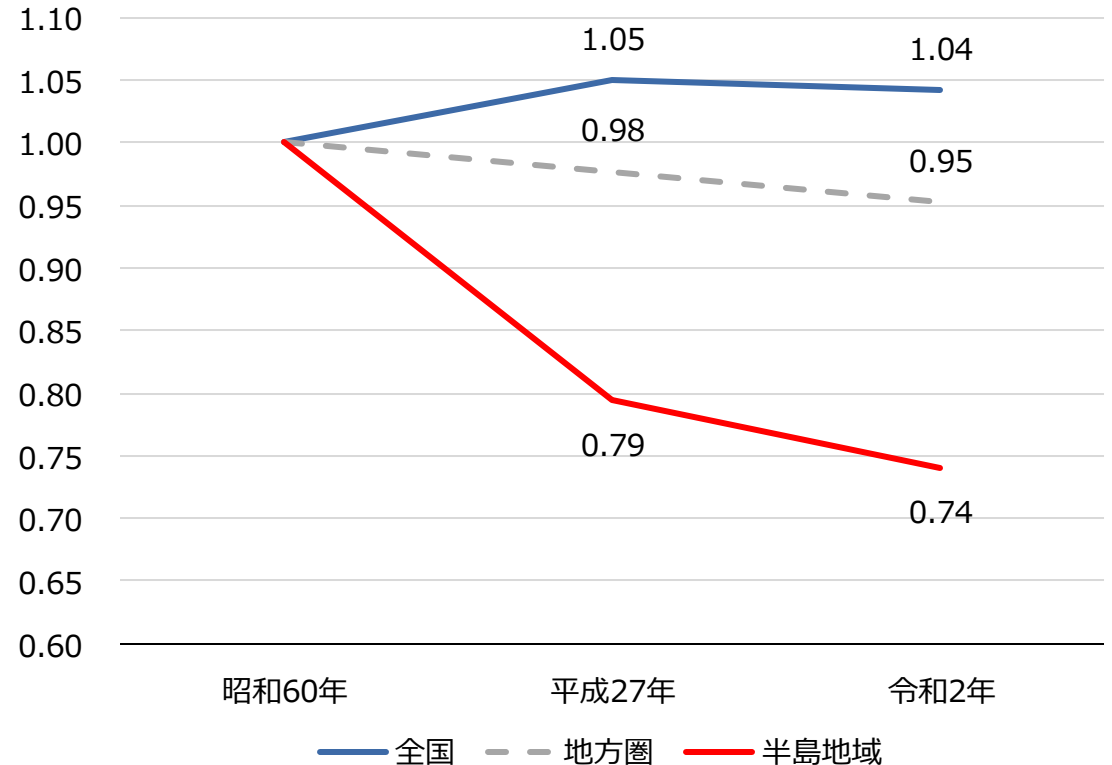
日本の総人口の変化の状況

	人口 (万人)		
	昭和60年	平成27年	令和2年
全国	12,105	12,709	12,615
地方圏 (全国に占める割合)	6,270 (51.8%)	6,128 (48.2%)	5,974 (47.4%)
半島地域 (全国に占める割合)	509 (4.2%)	404 (3.2%)	377 (3.0%)

(出典) 国勢調査 (総務省) を基に、国土交通省国土政策局作成。

※ 地方圏とは、東京圏 (埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県)、名古屋圏 (岐阜県、愛知県、三重県)、大阪圏 (大阪府、京都府、兵庫県、奈良県) を除く地域。以下統計における地方圏においても同じ。

昭和60年と比較した人口変化



(出典) 国勢調査 (総務省) を基に、国土交通省国土政策局作成。

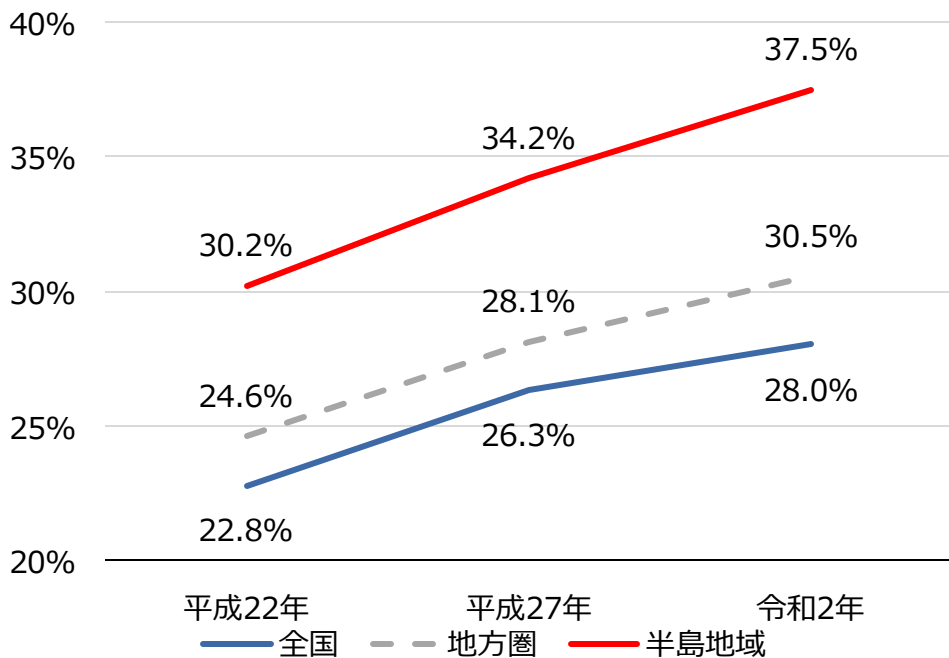
※ 昭和60年を1としている。

1 今後の半島振興の検討に関する諸情勢

(3) 高齢化率と生産年齢人口比率

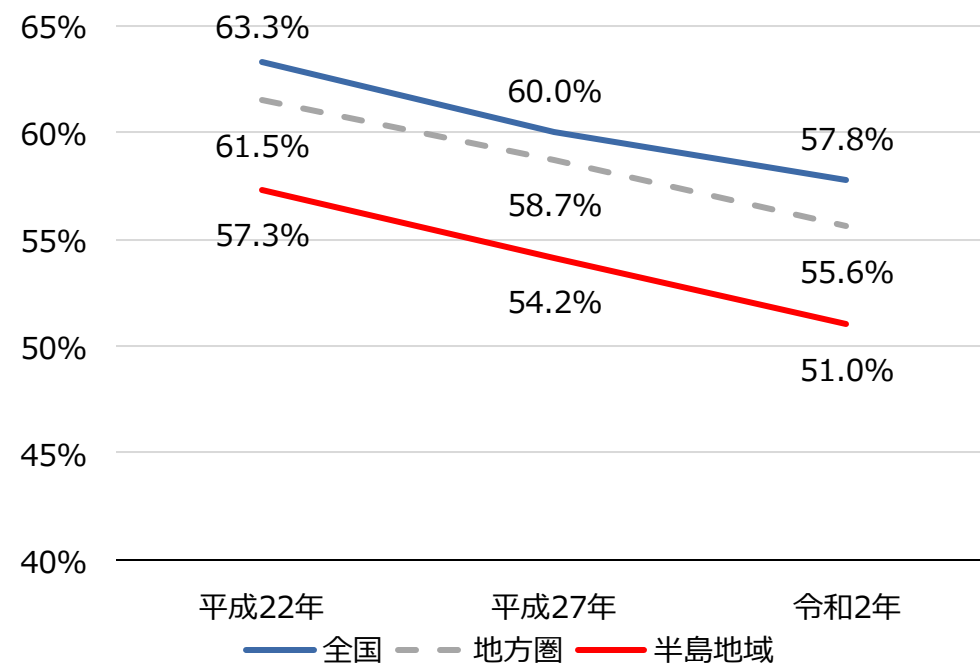
- 平成22年から令和2年の高齢化率の推移を見ると、全国、地方圏、半島地域のいずれも大幅に上昇している。特に、半島地域での上昇幅が大きく、令和2年の半島地域の高齢化率は37.5%と、全国、地方圏よりも高齢化が進展している。
- 平成22年から令和2年の生産年齢人口比率の推移を見ると、全国、地方圏、半島地域のいずれも減少している。特に、令和2年の半島地域の生産年齢人口比率は51.0%と、全国、地方圏よりも低い水準となっており、地域に生産年齢人口が少ないことがわかる。

高齢化率



(出典) 国勢調査(総務省)を基に国土交通省国土政策局作成。
 ※ 国勢調査の不詳補完編を基にすると全国28.6%、半島35.2%となるが、旧市町村単位の集計が公表されていないため採用していない。

生産年齢人口比率



(出典) 国勢調査(総務省)を基に国土交通省国土政策局作成。
 ※ 国勢調査の不詳補完編を基にすると全国59.5%、半島53.5%となるが、旧市町村単位の集計が公表されていないため採用していない。

1 今後の半島振興の検討に関する諸情勢

(4) 就業者数と完全失業率の推移

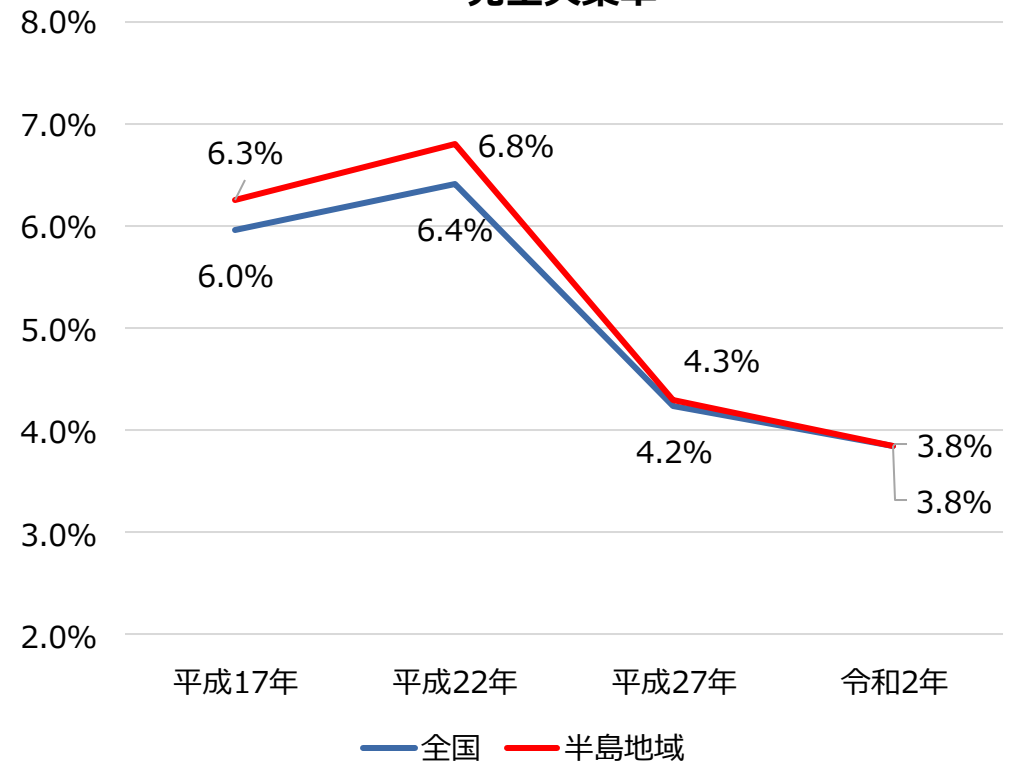
- 平成17年から令和2年の就業者数の推移を見ると、全国、半島地域のいずれも減少し続けている。特に、半島地域での減少が大きくなっている。
- 平成17年から令和2年の完全失業率の推移を見ると、全国、半島地域はほぼ同じ傾向である。半島地域は、失業率が高いときに全国と比較して失業率が高くなっている。

就業者数の推移

	就業者数 (万人)			
	平成17年	平成22年	平成27年	令和2年
全国 (平成17年比)	6,151 (1.00)	5,961 (0.97)	5,892 (0.96)	5,764 (0.94)
半島地域 (平成17年比)	217 (1.00)	199 (0.92)	191 (0.88)	179 (0.83)

(出典) 国勢調査 (総務省) を基に国土交通省国土政策局作成。

完全失業率

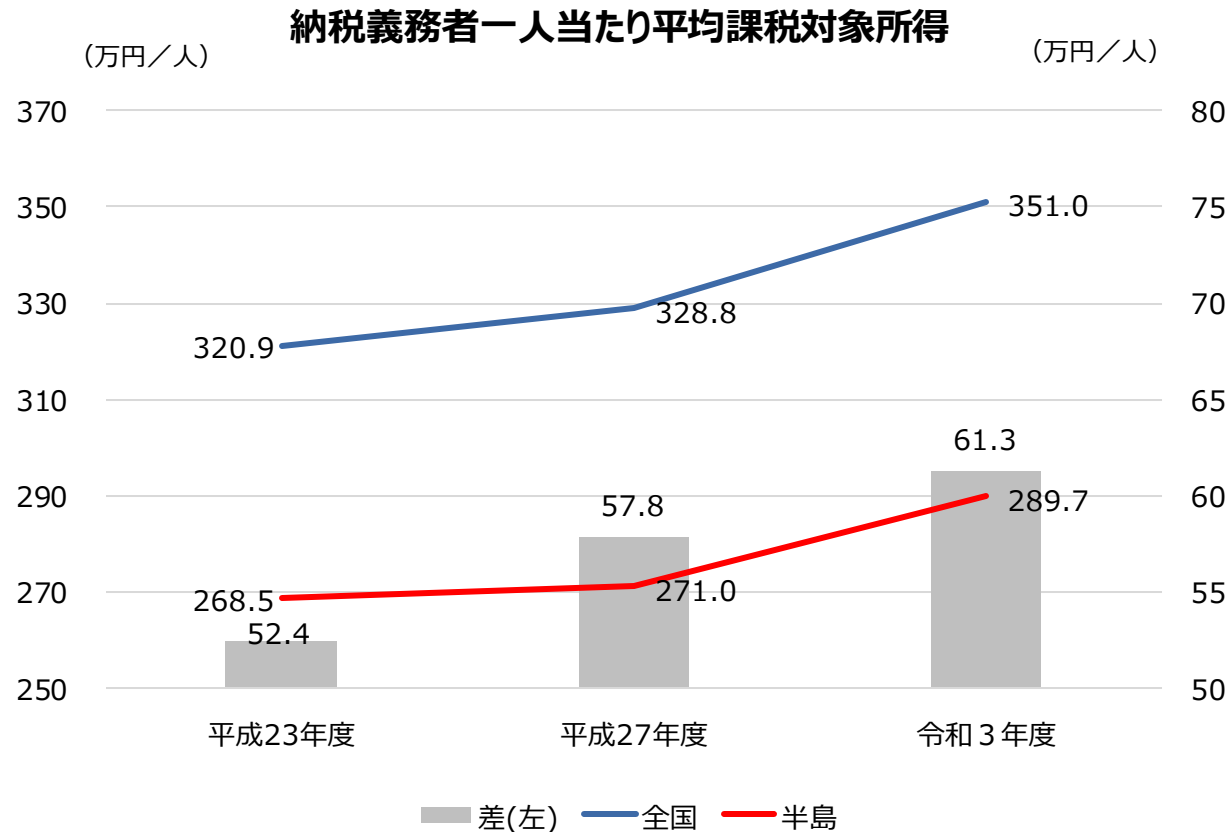


(出典) 国勢調査 (総務省) を基に国土交通省国土政策局作成。
 ※ 完全失業率は、労働力人口 (就業者と完全失業者を合わせた人) に占める完全失業者の割合を示す。

1 今後の半島振興の検討に係る諸情勢

(5) 納税義務者一人当たり平均課税対象所得

- 半島地域の納税義務者一人当たり平均課税対象所得は、全国と比べて低い水準であり、その差は、平成23年度の52.4万円から61.3万円と、大きくなってきている。



(出典) 市町村税課税状況等の調 (総務省) を基に国土交通省国土政策局作成。
 ※ 地域ごとに納税義務者一人あたり平均課税対象所得を算出している。
 ※ 市町村単位による集計。

1 今後の半島振興の検討に関する諸情勢

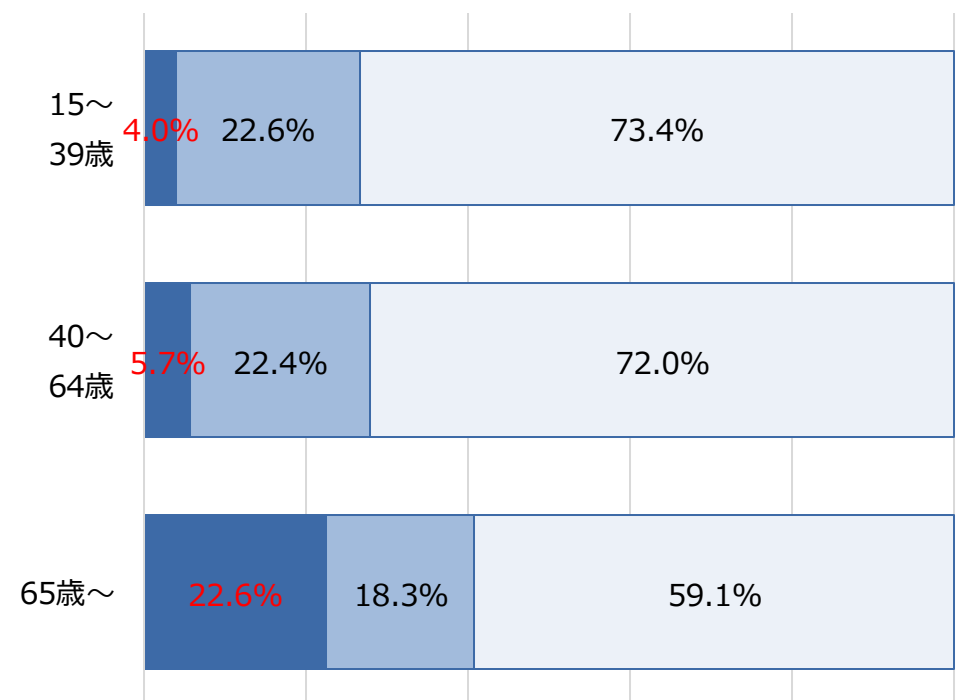
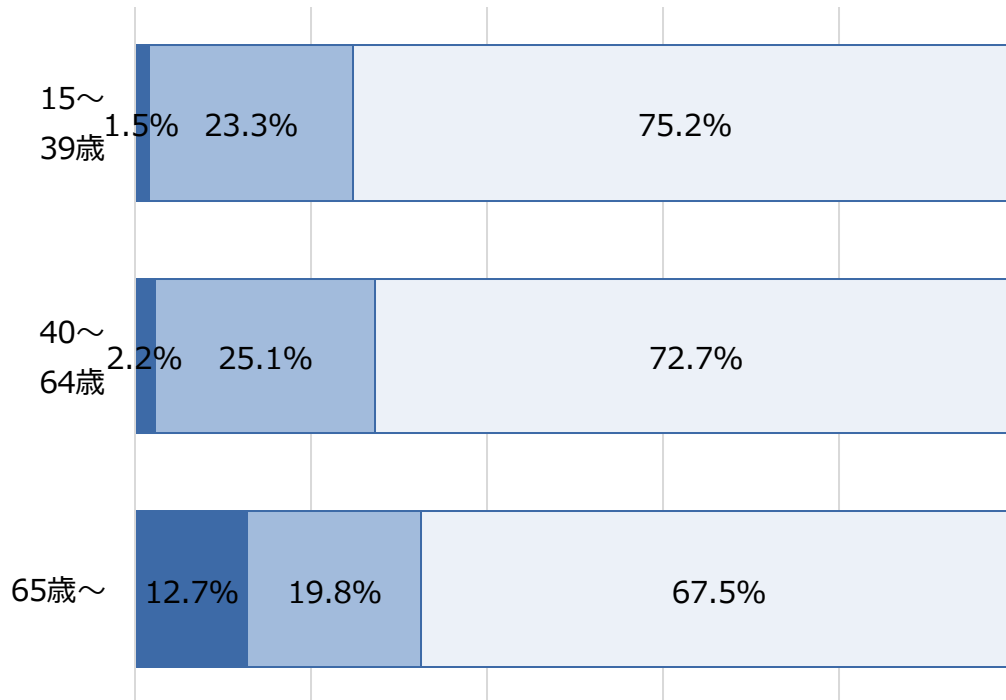
(6) 産業別年代別就業者割合

○ 産業別年代別の就業者割合（令和2年）を見ると、半島地域は、15～39歳、40～64歳、65歳以上のいずれの世代でも、全国と比べて第1次産業に携わる就業者の割合が大きくなっており、半島において第1次産業が重要な役割を果たしていることがわかる。

産業別年代別就業者割合（令和2年）

全国

半島



■ 第1次産業 ■ 第2次産業 □ 第3次産業

■ 第1次産業 ■ 第2次産業 □ 第3次産業

（出典）国勢調査（総務省）を基に国土交通省国土政策局作成。

※ 産業別が分類不能のものについては按分して算定している。

※ 市町村単位による集計。

2 半島振興法の規定に係る方向性について

○ 前回部会における主な御指摘

- 半島で中核的な役割を担う自治体は、過疎法の対象から外れている。人材育成確保、自然環境保全、再生可能エネルギー、移住定住の促進等、過疎法に記載がある事項について、半島振興法での対応を検討していくことはありうるのではないか。

〈過疎地域の持続的発展の支援に関する特別措置法（令和3年4月1日）に記載がある条文のうち、大項目で半島振興法に記載がないものの例〉

第25条 移住及び定住の促進、人材の育成並びに関係者間における緊密な連携及び協力の確保

第36条 再生可能エネルギーの推進

第37条 自然環境の保全及び再生

3 移住・定住、地域の担い手育成確保について

(1) 前回部会における主な御指摘

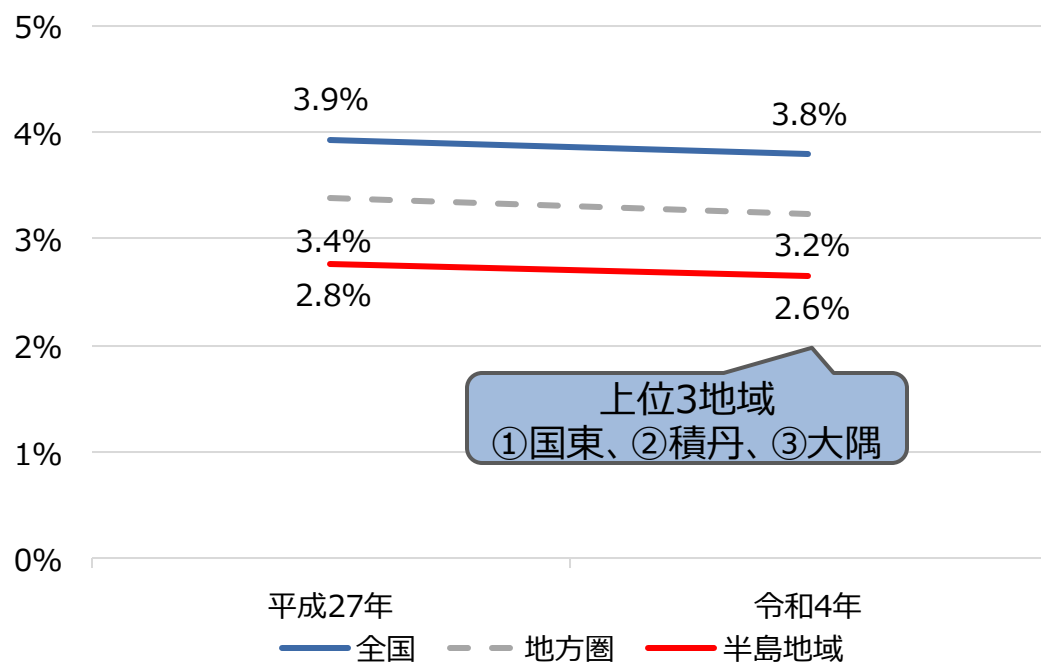
- 移住・定住について、まだ規定がなかったことに驚き。
- 半島振興に限らないが、定住していても地域の担い手にはならない人もいる一方、来訪者でも地域と関わりを持ちたい人がいる。地域の担い手を考えるうえでは、広い意味での関係人口、地域と関わりを持ちたい人を見ていくことが必要ではないか。
- 地域づくりの知見があるつながりコーディネーターの育成確保が重要。
- 地域活性化企業人や地域おこし協力隊といった制度があるのでしっかりと使ってほしい。支援に当たっては、少額でいいので渡し切り型の人材派遣支援ができれば良いが。
- まちづくりに関わる住民を作りたいと思っている側が、新しい時代に合わせた発想を持ってないと、新しい出会いや繋がりが生まれにくい。
- 過疎法や離島振興法の記載ぶりも踏まえ、半島振興法においても人材についての深掘りが必要。

3 移住・定住、地域の担い手育成確保について

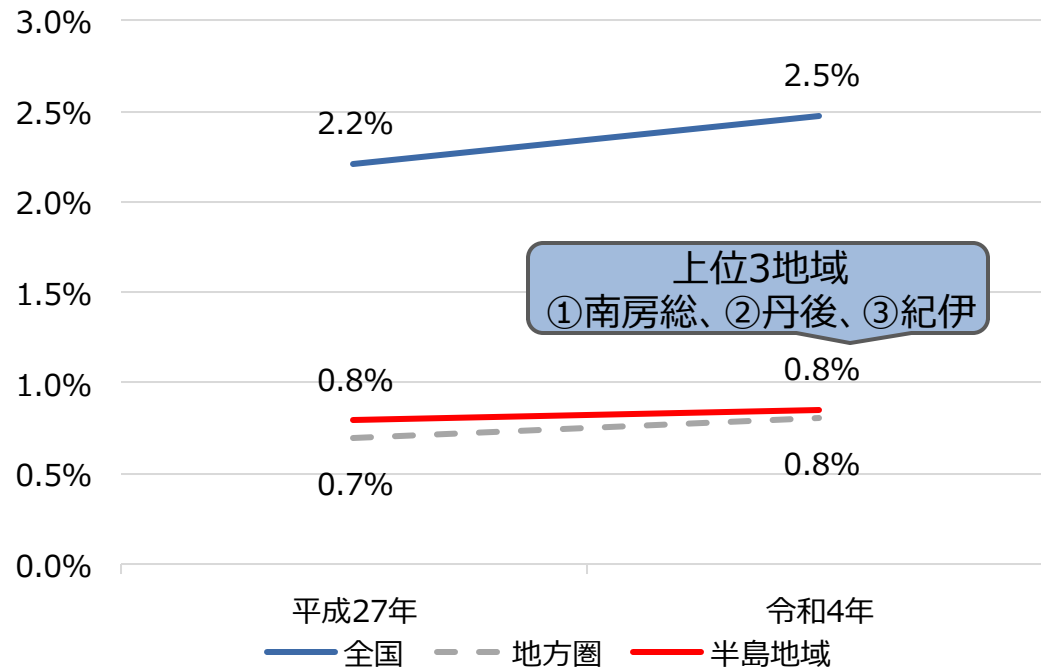
(2) 他市区町村からの転入率、大都市からの転入率

- 他市区町村からの転入率を見ると、半島地域は最も転入率が低く、平成27年と令和4年を比べると、全国、地方圏、半島地域のいずれもわずかに減少している。地域別では、国東地域が最も高く3.3%。いくつかの地域に理由と考えられるものを聞き取ったところ、移住や子育て施策に力を入れている市町村の存在のほか、地域おこし協力隊制度の活用が多く挙げられた。
- 大都市圏からの転入率について平成27年と令和4年を比べると、全国では増加しているが、地方圏、半島地域のいずれもほぼ横ばいとなっている。大都市圏からの転入は大都市圏内や近郊地域に多い。

他市区町村からの転入率



大都市圏からの転入率



(出典) 住民基本台帳人口移動報告(総務省)を基に国土交通省国土政策局作成。
 ※ 転入率=市外からの転入者数/人口
 ※ 転入者数は、日本人移動者を対象としている。
 ※ 市町村単位による集計。

(出典) 住民基本台帳人口移動報告(総務省)を基に国土交通省国土政策局作成。
 ※ 転入率=大都市圏からの転入者数/人口
 ※ 大都市圏とは、東京圏、大阪圏、名古屋圏を含む都道府県。
 ※ 転入者数は、日本人移動者を対象としている。
 ※ 市町村単位による集計。

3 移住・定住、地域の担い手育成確保について

(2) 他市区町村からの転入率、大都市からの転入率

○ 事例（豊後高田市）

■ 豊後高田市は、非常に熱心に子育て施策や移住施策を展開

<全国トップレベルの子育て支援>

子育て応援誕生祝い金最大200万円 + 0歳から高校生まで子育て安心8つの無料

- ① 妊婦健診14回分が無料！
- ② 妊産婦医療費が無料！
- ③ 産婦健診2回分が無料に！
- ④ 0歳から高校生までの医療費が無料！
- ⑤ 保育料、幼稚園授業料がすべて無料！
- ⑥ 保育園・幼稚園・小中学校の給食費がすべて無料！
- ⑦ 幼児～小・中学生の市営塾、高田高校生徒を対象とした公設民営塾が無料！
- ⑧ 高田高校授業料が完全無料！（令和5年10月1日～）New など

※詳しくは、市HP <https://www.city.bungotakada.oita.jp/soshiki/4/2381.html>



<充実した移住支援制度>

- ・ 移住者向けの無償宅地
- ・ 空き家バンク事業（空き家購入・改修補助）
- ・ 県外からの条件を満たす移住者に移住支援金を支給
2人以上世帯：100万円 ※子育て世帯に加算あり
単身：60万円 など

■ 民間雑誌のアンケート調査でも高い評価

この結果、宝島社『田舎暮らしの本』（2023年2月号）

第11回「住みたい田舎」ベストランキングにおいて、「人口2万人以上3万人未満のまち」のうち、総合部門、若者世代・単身者部門、子育て世代部門、シニア世代部門で、それぞれ「第1位」に選定。

豊後高田市は同ランキングで11年連続ベスト3を達成。



地域おこし協力隊について①

- 令和4年度の地域おこし協力隊の隊員数は、前年度から432名増の6,447人となり、インターン参加者数を含めた合計数は、6,813人となった。
- また、受入自治体数は、前年度から31団体増加し、1,118団体(受入可能自治体1,461団体の約77%)となった。

年度	21年度	22年度	23年度	24年度	25年度	26年度	27年度	28年度	29年度	30年度	R元年度	R2年度	R3年度	R4年度
隊員数	89人	257人	413人	617人	978人	1,629人	2,799人	4,090人	4,976人	5,530人	5,503人	5,560人	6,015人	6,447人
インターン参加者数													106人 (16人)	421人 (82人)
合計	89人	257人	413人	617人	978人	1,629人	2,799人	4,090人	4,976人	5,530人	5,503人	5,560人	6,114人	6,813人
自治体数	31団体	90団体	147団体	207団体	318団体	444団体	673団体	886団体	997団体	1,061団体	1,071団体	1,065団体	1,087団体 【2団体】	1,118団体 【2団体】

※ 隊員数、インターン参加者数、自治体数は、総務省の「地域おこし協力隊推進要綱」に基づくもの（いずれも特別交付税算定（令和4年11月末調査時点）ベース）。

※ 平成26年度から令和3年度の隊員数は、名称を統一した旧「田舎で働き隊(農水省)」の隊員数を含む。

※ () 内の数は、インターン参加者のうち、地域おこし協力隊に任用された者の人数（翌年度任用見込み者数を含む）。

※ 合計は、隊員数とインターン参加者数（翌年度任用見込み者数を除く）の合計値。

※ 【 】内の数は、自治体数のうち、インターンのみ受け入れた自治体数。

参考：地域おこし協力隊について

隊員の約4割は女性

隊員の約7割が
20歳代と30歳代

任期終了後、**およそ65%が**
同じ地域に定住※R4.3末調査時点

○ **制度概要**：都市地域から過疎地域等の条件不利地域に住民票を異動し、生活の拠点を移した者を、地方公共団体が「地域おこし協力隊員」として委嘱。隊員は、一定期間、地域に居住して、地域ブランドや地場産品の開発・販売・PR等の地域おこしの支援や、農林水産業への従事、住民の生活支援などの「地域協力活動」を行いながら、その地域への定住・定着を図る取組。

○ **実施主体**：地方公共団体 ○ **活動期間**：概ね1年以上3年以下

○ **総務省の支援**：・ **特別交付税措置**（隊員1人あたり480万円上限等）

・ **令和5年度予算 2.1億円**

- ・ 隊員のなり手の掘り起こし（地域おこし協力隊全国サミット等）
- ・ 受入れ・サポート体制の強化（地域おこし協力隊サポートデスク等）
- ・ 定住促進に向けた起業支援（起業・事業化研修等）

地域おこし協力隊について②

地域おこし協力隊導入の効果
～地域おこし協力隊・地域・地方公共団体の「三方よし」の取組～



地域おこし協力隊

- 自身の才能・能力を活かした活動
- 理想とする暮らしや生き甲斐発見



地 域

- 斬新な視点
(ヨソモノ・ワカモノ)
- 協力隊員の熱意と行動力が
地域に大きな刺激を与える

地方公共団体

- 行政ではできなかった柔軟な地域おこし策
- 住民が増えることによる地域の活性化

地域おこし協力隊に係る地方財政措置について

◎ 地域おこし協力隊に取り組む自治体に対し、次に掲げる経費について、特別交付税措置



【隊員の募集・受入】

- ① 地域おこし協力隊員の募集等に要する経費：**300万円／1団体を上限**
- ② 「おためし地域おこし協力隊」に要する経費：100万円／1団体を上限
- ③ 「地域おこし協力隊インターン」に要する経費：100万円／1団体を上限^(※1)、1.2万円／1人・1日を上限^(※2)
(※1) …団体のプログラム作成等に要する経費、(※2) …参加者の活動に要する経費

「特別交付税」は、受入自治体における取組実績を事後的に調査の上、実績に応じて総務省から自治体に対して交付されるものです。総務省から隊員の方に直接交付されるものではありません。

【隊員の活動期間中】

- ④ 地域おこし協力隊員の活動に要する経費：**480万円／隊員1人を上限**
 - ・報償費等…280万円（隊員のスキルや地理的条件等を考慮した上で、最大330万円まで支給可能。その場合も480万円が上限）
 - ・その他の経費…200万円（活動旅費、作業道具等の消耗品費、関係者間の調整などに要する事務的な経費、研修等の経費など）

新型コロナウイルス感染症の影響を踏まえ、令和元年度から3年度までに任用された隊員を対象として、受入自治体が「任期の延長が必要」と認めた場合には、2年を上限として任期の特例を認めることとし、他の隊員と同様に報償費等について特別交付税措置。

- ⑤ 地域おこし協力隊員の日々のサポートに要する経費(市町村のみ)：**200万円／1団体を上限**

【隊員の任期終了後】

- ⑥ 地域おこし協力隊員等の起業・事業承継に要する経費：**100万円/隊員1人を上限**
 - ・任期2年目から任期終了後1年以内の起業又は事業承継が対象。
- ⑦ 任期終了後の隊員が定住するための空き家の改修に要する経費：**措置率0.5**

◎ 都道府県に対し、以下の取組に要する経費について、普通交付税措置

- ① 地域おこし協力隊等を対象とする研修等
- ② 地域おこし協力隊員OB・OGを活用した現役隊員向けのサポート体制の整備

地域活性化起業人（企業人材派遣制度）

○ 地方公共団体が、三大都市圏に所在する企業等の社員を一定期間受け入れ、そのノウハウや知見を活かしながら地域独自の魅力や価値の向上等につながる業務に従事してもらい、地域活性化を図る取組に対し特別交付税措置。

対象者

三大都市圏に所在する企業等の社員（在籍派遣）

※三大都市圏に本社機能を有する企業等については派遣時に三大都市圏に勤務することを要しない

受入団体

①3大都市圏外の市町村

②3大都市圏内の市町村のうち、条件不利地域を有する市町村、定住自立圏に取り組む市町村及び人口減少率が高い市町村

1.432市町村
※R5.4.1現在

活動内容(例)

地域活性化に向けた幅広い活動に従事

○観光振興 ○デジタル人材 ○地場産品の開発・販路拡大 ○地域経済活性化 ○移住促進・交流人口の拡大 等

特別交付税措置

○派遣元企業に対する負担金など起業人の受入れの期間中に要する経費 上限額 年間560万円／人

○起業人が発案・提案した事業に要する経費 上限額 年間100万円(措置率0.5)／人

○起業人の受入準備経費 上限額 年間100万円(措置率0.5)／団体
(派遣元企業に対する募集・PR、協定締結のために必要となる経費)

期間

6カ月～3年

自治体

民間のスペシャリスト人材

を活用した地域の課題解決へのニーズ

- ⇒ 民間企業において培った専門知識・業務経験・人脈・ノウハウを活用
- ⇒ 外部の視点・民間の経営感覚・スピード感覚を得ながら取組を展開

民間企業

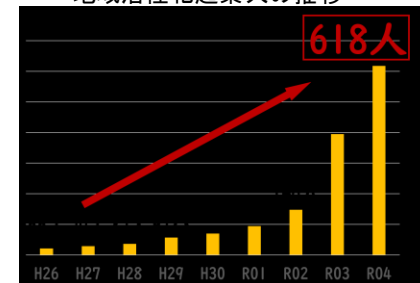
社会貢献マインド

人材の育成・キャリアアップなど

- ⇒ 民間企業の新しい形の社会貢献
- ⇒ 多彩な経験を積ませることによる人材育成・キャリアアップ
- ⇒ 経験豊富なシニア人材の新たなライフステージを発見

(協定締結)

地域活性化起業人の推移



3 移住・定住、地域の担い手育成確保について

(3) 半島振興広域連携推進事業

○ 事業の概要

概要

半島地域の自立的発展に向けた交流促進、産業振興、定住促進を図る観点から、半島地域の様々な主体の取組を道府県がパッケージ化して一体的・広域的に推進するソフト施策を支援するため、平成27年に創設。

補助対象（取組主体）

道府県・市町村

1 / 2 補助

民間団体

1 / 3 補助

(自治体の負担額と同額まで)

適用の主な要件

複数の取組主体の連携

半島地域内複数市町村での実施 (注1)

(注) 大都市等で実施することがより効果的であると認められる事業については半島地域外で実施可。

ソフト事業 (注2)

(注) 道府県が各取組主体の取組を事業としてパッケージ化して国に申請

対象事業

交流
促進

経済的文化的諸活動を通じ、**半島地域内・他地域との交流を図るため実施する事業**

具体例

地域情報発信（簡易な施設整備含む）、PRイベント開催、**人材育成**、各種調査 等

産業
振興

地域資源の活用による特産品の開発・販売促進に係る事業

具体例

調査・研修、販促フェア開催、展示会出展、テスト販売、広報活動 等

定住
促進

半島地域における**定住を促進（情報提供・環境整備）するために必要となる事業**

具体例

相談窓口の設置、セミナー等の開催、空家情報の提供、避難計画の策定 等

3 移住・定住、地域の担い手育成確保について

(3) 半島振興広域連携推進事業

○ 事業の活用状況

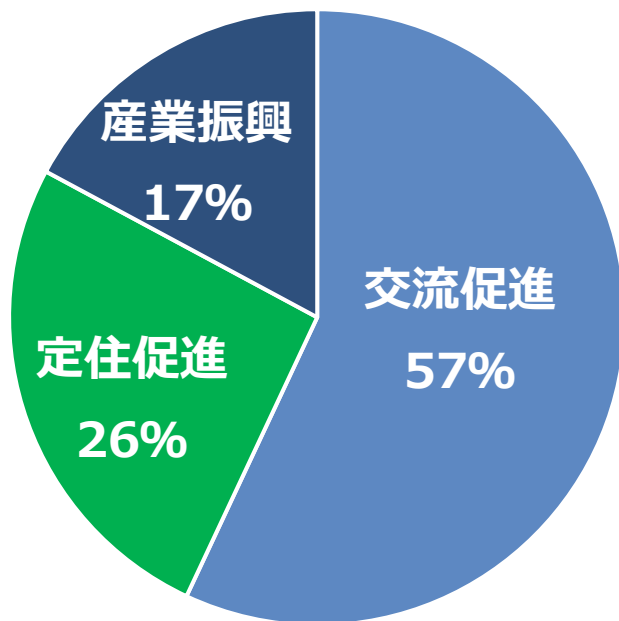
○ 予算額

平成27年度から令和5年度までの累計補助額は、**約7億2,000万円**。

○ 交付件数

平成27年度から令和5年度までの累計交付件数は、**計141件**。

○ 活用取組の内訳



○ 活用例

<交流促進>

- ・半島地域の豊かな自然を活かした取組として、ジオパークをアピールするイベント・ツアーや、景勝地を巡るサイクリングイベントの実施

<定住促進>

- ・移住PRイベントや、地域の農業者と連携した農業体験とセットとなったお試し移住プログラムの実施

<産業振興>

- ・半島地域の食を盛り上げるための特産品開発や、未利用資源の商品化、商談会への出展

3 移住・定住、地域の担い手育成確保について

(3) 半島振興広域連携推進事業の取組事例

半島振興取組事例

	地域名（自治体名）	取組概要
交流促進 ①～⑤	津軽地域（青森県）	地域経済の活性化とリピート来訪のきっかけづくりのため、デジタルスタンプラリーを開催。
	島根地域（島根県）	ジオパークを活用した交流人口拡大による観光振興やふるさと教育を強化。
	佐田岬地域（愛媛県）	地域活性化を目的とし、スポーツイベントを観光交流という側面で様々な取組を開催。
	島原・天草地域（長崎県、熊本県）	知名度向上と観光客誘客による観光需要の増大を目指し、ターゲットを絞った観光企画を展開。
	南房総地域（千葉県）	勝浦市と御宿町が連携し、「勝浦・御宿ひな祭り合同開催（ひなまつりコラボ）」として同時期に開催。
産業振興 ①～③	島原地域（長崎県）	ジオパークを活用した産業振興を図るとともに、地域内外の交流を促進。
	薩摩地域（鹿児島県）	輸出支援機関等と連携しながら、南薩地域の知名度向上や海外への販路を拡大。
	薩摩・大隅地域（鹿児島県）	深海魚等のブランディング化による産業振興の取組の実施。
交流・産業	下北地域（青森県）	世界ジオパークの認定に向け、地域のブランド力の向上や対外的な発信力の強化等、様々な取組を展開。
定住促進 ①～④	能登地域（石川県）	半島への移住に関心のある方を対象に、移住のきっかけとなる「お試し移住」等の体験事業を実施。
	丹後地域（京都府）	丹後地域が連携して、移住・定住の促進を図り、地域活力の向上のための取組を実施。
	紀伊地域（和歌山県）	熊野地方への移住・定住を推進し、地域の高齢化・若年層流出による地域活力の低下を抑止。
	紀伊地域（和歌山県、三重県、奈良県）	同一の半島地域である三重県・奈良県・和歌山県が協働し、紀伊半島の魅力をPRする移住PRを実施。

3 移住・定住、地域の担い手育成確保について

(3) 半島振興広域連携推進事業

○ 取組事例

津軽半島周遊促進デジタルスタンプラリー事業

■ 事業目的と概要

津軽半島地域全体を一つの観光資源として捉え、コロナ禍で疲弊した地域経済の活性化とイベント以外でも再び訪れてみたいと思うきっかけづくりを行うため、「青森りんごin津軽半島デジタルスタンプラリー」を開催し、交流人口の増加を図る。

■ 事業実施内容

- ・津軽半島内に設置されたチェックポイントを周るデジタルスタンプラリーを実施
- ・地域内で使用できる宿泊割引券や商品券や、各市町村の特産品詰め合わせセット等を設定
- ・津軽半島構成市町村HP等にてイベントに関する情報発信を行う
(YoutubeやTwitter 等のSNSを通したPR活動)

■ 関連実績

・イベント実績

第1回 スタンプラリー参加登録者数：725人、景品応募者数：682人

第2回 スタンプラリー参加登録者数：343人、景品応募者数：389人

・その他アンケート結果

第1回 イベント満足度92.2%、再訪意思の有無99.1%、商品券等利用率84.2%

第2回 イベント満足度96.9%、再訪意思の有無98.7%、商品券等利用率88.8%

※再訪の有無…「イベント以外でも再び津軽半島を訪れたい」と回答した割合



3 移住・定住、地域の担い手育成確保について

(3) 半島振興広域連携推進事業

○ 取組事例

島根半島・宍道湖中海ジオパークによる広域連携促進事業

■ 事業目的と概要

ジオパークを活用した交流人口拡大による観光振興や、見慣れた風景の魅力・価値を伝えるふるさと教育を強化することで、持続的で元気な地域づくり、地域を支える次代の人づくりを推進する。

■ 事業実施内容

日本ジオパークの認定に向け、申請書の作成、シンポジウムの開催、現地審査の受け入れ、広報宣伝活動等を行い、地域住民の機運醸成や広域連携の推進を図った。これらの取組が評価され、平成29年12月に**日本ジオパークに認定された**。

その後は、地質地形遺産や歴史文化の研究、保全・継承をベースにジオツアーの造成・実施、スタンプラリー等のイベントを開催し、ガイド養成講座、ガイド研修等を行い、受け入れ態勢整備も推進する。また、市民対象の環境学習や減災・防災教育や地元の学生への環境学習を行い、ふるさと教育の充実を目指す。

■ 関連実績

- ・平成29年12月に**日本ジオパークに認定**
- ・認定ジオガイド数（令和4年） 55人
- ・観光入込客数 松江市 平成28年：1,618千人→令和4年：**1,838千人**
出雲市 平成28年：8,885千人→令和4年：**9,012千人**
- ・転入者数（平成28年～令和4年） 松江市：**計2,189人**、出雲市：**計4,448人**



3 移住・定住、地域の担い手育成確保について

(3) 半島振興広域連携推進事業

○ 取組事例

佐田岬観光交流促進事業

■ 事業目的と概要

スポーツイベントを観光交流という側面で開催するほか、九州との航路を有する港や駅前に半島の魅力に触れることのできるレンタサイクルを整備することで、地域外における交流人口の維持・拡大を図り、地域活性化を目的とする。

■ 事業実施内容

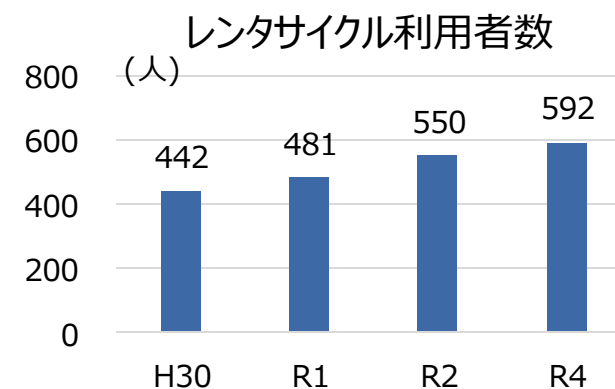
日本一細長い半島という地形を活かした取組を実施し、佐田岬半島の雄大な景観や食文化を楽しめる体験を提供（イベント例：ふるさとウォーク、サイクリング佐田岬）



また、公共交通の不足を補い通年で観光客等が現地を訪れる仕組みづくりを行うため、レンタサイクル事業を実施。情報発信、予約フォームの設置、サイクリングマップのサイクルオアシスへの設置等の取組を行う。

■ 関連実績 平成30年度～令和4年度（令和3年度は未実施）

- ・ふるさとウォークの参加者数は、**計2,000人**
- ・サイクリング佐田岬の参加者数は、**計382人**
- ※令和元年、令和2年は中止。
- ・レンタサイクルの利用者数は、平成30年度から令和4年度で**約1.4倍**



3 移住・定住、地域の担い手育成確保について (3) 半島振興広域連携推進事業

○ 取組事例

島原・天草地域連携促進事業

■ 事業目的と概要

コロナ禍における自家用車やバイク、レンタカー等の需要拡大から、これらの者をターゲットに、フェリーも活用した企画を展開して三方を海に囲まれている半島地域への誘客を行い、知名度の向上と観光客の誘客による観光需要の増大につなげる。

また、両市住民による地域間交流・周遊の促進を図る。

■ 事業実施内容

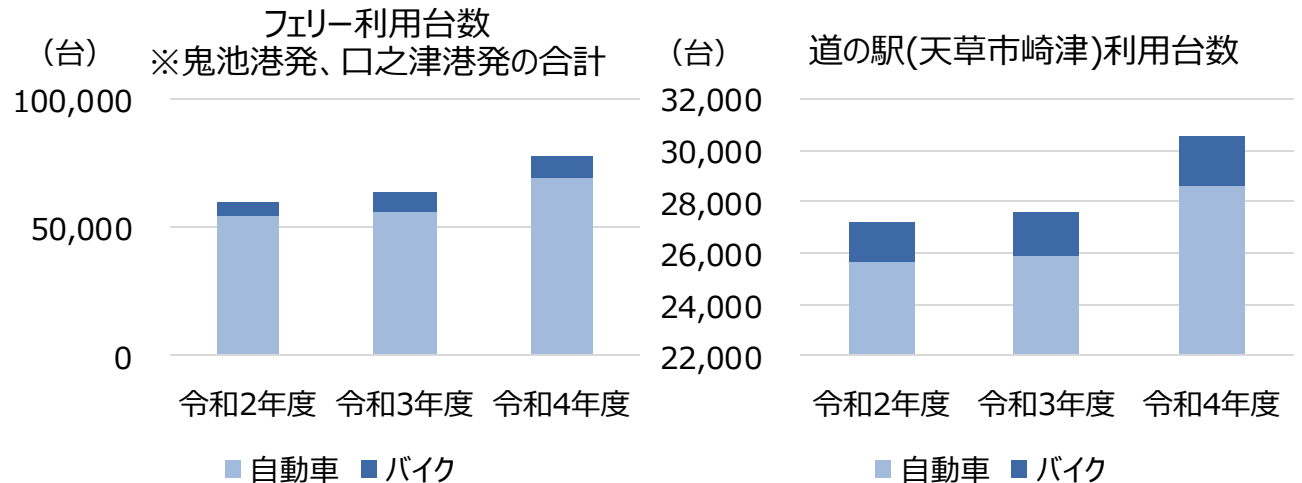
両市のコンテンツをつないだ観光ルートを作成し、ドライブスタンプラリー等の観光企画を実施。

また、広報活動も積極的に実施し、旅行代理店Webサイトでのキャンペーンページの掲載や、都市部で両市の物産品等の展示やPR活動を行う。



■ 関連実績

令和2年度～令和4年度でフェリー利用台数は約**1.1倍**、道の駅(天草市崎津)利用台数は約**1.3倍**と、増加傾向。



3 移住・定住、地域の担い手育成確保について

(3) 半島振興広域連携推進事業

○ 取組事例

南房総地域半島振興広域連携促進事業

■ 事業目的と概要

千葉県内でも人口減少が著しく、地域の活力の低下が懸念されているため、本事業の実施により、交流人口・関係人口の増加を図ると共に、南房総地域への移住・定住の促進を図る。

■ 事業実施内容

交流人口及び関係人口の増加を目的に、半島地域最大の入込客数を誇る「かつうらビッグひな祭り（勝浦市）」と隣市の「まちかど『つるし雛めぐり』（御宿町）」を「勝浦・御宿ひな祭り合同開催（ひな祭りコラボ）」として同時期に開催。

合同開催にあたって、広域連携促進事業の両イベントのシャトルバスの運行にかかる費用補助を行っており、来場者が両会場を周遊するための交通手段となっている。

■ 関連実績

合同開催とすることで、各イベントの認知度も向上。特に、**御宿町のイベント来場者数は7,000人程度（連携前）から12,000～18,000人程度へ増加。**

また、併せて観光PRや移住相談会を実施。南房総地域に足を運ぶ機会作りにつながっており、観光客を交流人口へ、交流人口を関係人口へ、関係人口を定住人口へつなげる役割。



3 移住・定住、地域の担い手育成確保について

(3) 半島振興広域連携推進事業

○ 取組事例

島原半島ユネスコ世界ジオパーク活用推進事業 ～島原半島ユネスコ世界ジオパーク食のブランディング事業～

■ 事業目的と概要

ユネスコ世界ジオパークを活用した島原半島地域における産業振興を図るとともに、地域内外の交流を促進。

■ 事業実施内容

・「生産者」への訴求

商品の付加価値を高めるため専門機関によるデータや専門家・同業者の体験を提供し、食材の独自性及び商品価値を認識してもらうとともに、生産者独自のストーリーを考え伝える力を高める。

・「消費者」への訴求

食の品質にこだわるママ・シニア世代に向け、食の専門家や地域の料理人によるセミナー等の実施や、飲食店等でのイベントを通して商品と出会う場を提供し生産者との交流を通して食への意識を高めることにより集客を目指す。

■ 関連実績

・ジオパーク目的の日帰り客数と宿泊数の割合

日帰り客 令和元年度：11.0% → 令和3年度：**13.0%**

宿泊客数 令和元年度：8.7% → 令和3年度：**10.7%**

・ジオパーク食のブランディング事業の参加者数は、令和元年度～令和3年度で**472人**



3 移住・定住、地域の担い手育成確保について

(3) 半島振興広域連携推進事業

○ 取組事例

南薩地域の特産品輸出促進事業

■ 事業目的と概要

加工品等の開発が近年活発化しており、今後の地域経済維持やインバウンド獲得に向け、輸出支援機関等と連携しながら南薩地域の知名度向上や海外への販路拡大を図ることを目的とする。

～FOODEX JAPAN2023の様子～

■ 事業実施内容

○ 国内での輸出商機会の造成

- ・各事業者のレベルや状況に合った貿易実務スキルアップの伴走型個別支援を実施
- ・大型輸出商談会(FOODEX JAPAN 2023等)の出展ブース使用料の補助



○ 海外での販売促進及び商機会造成

- ・台湾の小売店において、本地域特産品PRのための物産展を開催
- ・台湾の日本食料理協会等とのオンライン商談会を実施



■ 関連実績 令和3年度～令和4年度

- ・令和3年度はJETRO鹿児島連携事業、令和4年度はFOODEX JAPAN2023に参加
→商談成約件数は**計12件：3,100千円**（成約見込件数**3件：3,500千円**）
- ・台湾物産展：南薩地域の参加事業社数は**計25社**、**計90種類**の商品を販売
台湾商談会：南薩地域の参加事業社数は**計13社**、台湾の参加事業社数は**計42社**
→台湾物産展を実施後、継続販売へ繋がり、商談成約件数は**計10件：1,000千円**



3 移住・定住、地域の担い手育成確保について

(3) 半島振興広域連携推進事業

○ 取組事例

薩摩・大隅半島産業振興事業 ～深海魚等のブランディング化による産業振興の取組～

■ 事業目的と概要

薩摩半島・大隅半島の両地域が優れた素材を生かした産業振興対策など、地域の主体的かつ広域的な取組を支援することにより、両半島地域の更なる活性化を図る。

■ 事業実施内容

①産地形成

深海魚の選別～出荷先別（市場・個別販売）の販売方法の確立

②販路開拓、ブランディング支援

- ・ブランディング勉強会や料理教室の実施
- ・うんまか深海魚南さつま商品の開発支援
- ・イベントの開催（深海魚クイズ、定置網船の乗船体験、ワークショップ等）

③広報・情報発信支援

新聞等で深海魚を使用した新商品の紹介・モニター募集、広報誌にイベントの開催状況を掲載



■ 関連実績

深海魚のブランディングの取組により、飲食店やスーパーとの契約件数の増加や、ブランディングによる知名度の上昇等に繋がり、深海魚の需要が高まった結果、深海魚出荷回数は**2倍**となった。（令和3年：**年間28回（333.1kg）**、令和4年：**年間56回（690.4kg）**）

また、国土交通省主催の第2回半島産品アワード(令和5年8月9日)で2事業者から「タカエビ」が選定され、アワードを受賞した。

3 移住・定住、地域の担い手育成確保について

(3) 半島振興広域連携推進事業

○ 取組事例

下北ジオパーク交流促進・産業振興促進事業

■ 事業目的と概要

世界ジオパークの認定に必要となる地域のブランド力・対外的な発信力・来訪者受入環境等の向上を図り、その効果を更なる交流促進や産業振興に繋がるよう事業展開し、「世界中の人が訪れたい地域」を目指す。

■ 事業実施内容

～教育・研修～

- ・弘前大学との共同研究
- ・子ども用ジオ教材の製作やジオ教育活動の補助
- ・学生を日本ジオパーク全国大会に派遣し、他地域との交流を行う
- ・ジオパーク教育の展開（ジオキャンプ、学習活動発表会等）

～保護・保全～

- ・サイトのモニタリング
- ・地域団体や住民と協働した広域的な地域資源を守る清掃、保全活動
- ・地域価値の周知広報

～地域振興～

- ・ジオブランド商品の開発支援や他のジオパークと連携した地域外イベントでのPR活動
- ・認定ガイド付きツアーの造成、実施
- ・周遊パッケージの開発、改良
- ・認定ジオガイドの育成

■ 関連実績 令和3年度～令和4年度

○ 郷土愛醸成のためのジオパーク教育の展開

- ・ジオパークを活用した宿泊型体験学習「しもきたジオキャンプ」：計**25名**の参加
- ・こども向けのジオパーク体験学習：**11回**の開催、延べ**50名**が参加
- ・交流イベント「下北ジオパークファンミーティング」：**700人**の参加

○ 地域団体や住民と協働した清掃活動（令和4年度）：**11回**の開催、延べ**1,386人**の参加

○ 地域振興関連

- ・ジオパーク内の地域資源を活用して製造された認定商品の売上額（令和3年度）

： **119,754千円**

- ・下北ジオパーク認定商品の開発数： **6商品（全39商品）**



3 移住・定住、地域の担い手育成確保について

(3) 半島振興広域連携推進事業

○ 取組事例

能登半島移住・交流促進事業

■ 事業目的と概要

能登半島への移住に関心のある方を対象に、移住のきっかけとなる、「お試し移住」などの体験事業を実施することにより、能登半島への移住を促進する。

■ 事業実施内容

○首都圏、関西圏等に向けた情報発信

移住イベントの実施、PRブースの出店、相談窓口の設置等

○移住体験プログラムの整備

・仕事や暮らし等、地域の魅力が実感できる体験プログラムの作成

・テレワーク可能な施設をセットでコーディネートし、

テレワークを活用した転職なき移住検討者にもアプローチ

■ 関連実績※令和5年3月末時点

	移住体験イベント参加者数	事業を通じた移住者数
令和 2年度	23組38名	4組 5名
令和 3年度	24組46名	4組 5名
令和 4年度	38組68名	11組17名

～移住体験者の様子～



就業先のぶどう畑の見学



梨農園の仕事体験

3 移住・定住、地域の担い手育成確保について

(3) 半島振興広域連携推進事業

○ 取組事例

丹後地域移住促進事業（丹後ブランドの創出・発信による滞在交流型地域づくり事業）

■ 事業目的と概要

丹後地域が連携して、移住・定住の促進を図り、地域活力の向上を目指す。

■ 事業実施内容

○ 空き家対策

- ・空き家所有者への利活用アンケートを実施
- ・空き家バンクへの登録を推進
- ・空き家リノベーション実践塾の開催

○ 丹後移住サポート事業

- ・移住相談や情報発信等を行う移住支援員を配置
- ・移住セミナーやふるさと暮らし体感交流ツアーを開催
- ・地域の受入体制強化のため、スキルアップ研修や地域提案書の作成

■ 関連実績

- ・UIターン就業者数は、平成27年度～令和3年度で計245人
- ・丹後地域への移住者数は、平成28年度～令和3年度で計623人であり、平成28年度と令和3年度を比較すると、移住者数は約1.2倍の増加

※平成27年度の丹後への移住者数の調査は未実施



3 移住・定住、地域の担い手育成確保について

(3) 半島振興広域連携推進事業

○ 取組事例

新宮・那智勝浦地域広域連携定住促進事業

■ 事業目的と概要

熊野地方への移住・定住の推進し、地域の高齢化・若年層流出による地域活力の低下抑止を目的とする。県外に在住する学生や一般求職者に合同企業説明会を開催し、当地域のPRや移住・定住に関する情報もあわせて提供する。

■ 事業実施内容

- 熊野地方就職フェアの開催
 - ・企業紹介や移住に関するPR等
- 地元企業知っとこガイダンスの開催
 - ・高校生向けに企業紹介や地元での暮らしのPR等
- 就職情報サイトの運営等情報発信
 - ・インターネットサイト作成及び運営
 - ・大学及び専門学校へパンフレット送付等

～地元企業知っとこガイダンスの様子～



■ 関連実績（令和4年度）

熊野地方就職フェアの参加者数は30人であり、新宮市と那智勝浦町の2市町への移住者数は17人。※和歌山県移住支援金の交付決定者数

また、より広い範囲へのPRを目的にホームページを開設し、アクセス数は3,266件、掲載企業数は10社となった。

3 移住・定住、地域の担い手育成確保について

(3) 半島振興広域連携推進事業

○ 取組事例

紀伊半島移住プロモーション事業

■ 事業目的と概要

紀伊半島地域への移住・定住をより一層促進することを目的とし、紀伊半島地域を1つのエリアとして移住プロモーションを実施することにより情報発信力を高め、地域とのつながりをつくる。

■ 事業実施内容

3県の移住者をゲストに迎え、クロストークを通じて紀伊半島地域での暮らしや仕事の発信、紀伊半島地域暮らし体験ツアーの告知・集客をオンラインで実施。紀伊半島地域における新たな暮らし方や働き方を提案するため、暮らし体験ツアーを開催。

また、暮らし体験ツアー等について、雑誌・SNS・WEBサイト等の媒体で情報を発信。

■ 関連実績

平成27年度から令和元年度まで、移住者とのトークセッションやカフェイベント等を首都圏にて積極的に行い、累計イベント参加者数は、**計377人**。

コロナの影響により、令和2年度は主にオンラインでイベントを開催し、参加者は**80人超**。

令和3年度からは再び、対面でのイベントを開催し、令和3年度のワーケーション体験の参加者は**12人**、令和4年度の暮らし体験ツアーの参加者は**29人**、オンラインセミナーは**83人**の参加者数であった。

(参考) 和歌山県の令和2年度～令和4年度の移住者数は、**2,887人**

※各市町村の転入手続窓口アンケートで5年以上定住の意思があると回答した人数



3 移住・定住、地域の担い手育成確保について (参考) 令和5年度「地域づくり表彰」受賞団体事例

国土交通大臣賞 (総合的に最も優れた取組)

保育園留学推進協議会 (北海道厚沢部町)

--- 認定こども園の一時預かり事業と、移住体験住宅による
ワーケーション等を1つのメニューに ----

●活動概要● 町が有する3つのリソースを、1つのパッケージとして提供

- ①認定こども園でのこどもの「一時あずかり事業」…余剰定員枠を活用
- ②移住体験住宅における「ワーケーション」…空き家等を活用
- ③ジャガイモやアスパラの収穫体験など地元の暮らし体験プログラムの3つを「保育園留学」という形で分かりやすく1つにパッケージ化。

これらを推進するため、認定こども園、地元の地域づくり団体、商工会、観光協会、農協の地域団体等が連携して協議会を形成、相談のワンストップ窓口を設置し、他地域への移転・展開も。

- ▶「住んでみたい・住んで良かった・住み続けたい」を実現するプロジェクト
- ▶問合せは初年度で1400件以上、留学確定数150件、キャンセル待ちも続く
- ▶体験家族の満足度が非常に高い (リピート希望率は97%)
- ▶体験家族の地元消費額を算出すると、年間3,000万円程度の経済効果も
- ▶スマホで出来る「ふるさと納税」である「旅先納税」を活用する家族も

●選定理由● 「こどもをここに預けてほしい」という地域の情熱と総合力が組み合わさった好事例

こどもに「地方で、都会ではできない貴重な経験や学びをさせたい」というニーズは高まってきている。また社会もIT環境の発展やコロナの経験を経て、地方でのテレワークやワーケーションという働き方が受容されてきているなかで、では、こどもをどうするかという課題に確実に応えてくれるモデルと言える。関係人口・交流人口からお試し居住を経て今後の移住・定住へ移行する道筋の一部ともいえ、若い子育て世代のテレワーカーから選ばれる地域になりうると思われる。細やかな創意工夫も併せ評価できる。

国土形成計画の重点テーマ

「地域を支える人材の確保・育成」
こどもまんなかまちづくり等の
こども・子育て支援



こどもたちを受け入れる認定こども園「はぜる」



こども園菜園でのこどもたちの収穫体験

3 移住・定住、地域の担い手育成確保について (参考) 令和5年度「地域づくり表彰」受賞団体事例

地域づくり表彰審査会 特別賞 (審査会で特に注目された取組)

「竹・福・商」連携による大崎町「竹の資源化」モデル (鹿児島県大崎町)

--- 地域の障がい者や高齢者が 放置竹林の解消と
付加価値化による 地域づくりの新たな担い手に ---

●活動概要● 厄介者扱いされていた放置竹林を資源として捉え、障がい者や高齢者が放置竹林の整備や竹材加工の担い手となる取組を展開

障がい者・高齢者・子ども等が竹林を手入れし刈った竹を竹炭(土壌改良材)とし、それを撒いた畑でできたサツマイモを干し芋にし、販売する。

これらは、障害者支援施設、地域住民(高齢者サロン)、食品加工事業者(干し芋製造等)、社会福祉協議会、大学、役場の協働であり、新たな農福連携の形。

- ▶ **障がい者と高齢者が互いに補完**しあい「誰かのために役立つ」というやりがいを得ることが活動継続につながっており、作業の分担等の工夫も生まれている
- ▶ 半年で**延べ300名強が参加、3千㎡の放置竹林を解消**、更に付加価値を生んでいる
- ▶ 放置竹林から筍が収穫できるようになり、幼竹を塩蔵メンマにする取組も開始
- ▶ 放置竹林が枯れ竹状態であれば、障害者支援施設、地域住民(高齢者サロン等)を核とした本モデルは汎用性が高く、他地域へ展開の可能性がある
- ▶ 竹炭の出荷の結果、竹林整備における**障がい者の工賃を倍増**することができた
- ▶ 干し芋は、町外のマルシェでも販売された

●選定理由● 放置竹林の解消と共に、一人一人が胸を張って一生懸命働くことのできる地域づくりに寄与

放置竹林が多様な主体により整備され、枯れ竹から製造された竹炭を畑に撒き、そこで出来たイモが干し芋に変わる。その活動の中で、障がい者や高齢者は、やりがいや生きがいととも、従前以上の収入を得ることもできる循環型モデル。全国各地で人口・産業・財源が縮小し、福祉の担い手も減少している中で、多分野の連携による地域づくりはより重要になる。福祉とビジネスを組み合わせた地域課題の解決は、これからは本番とみられ、その先鞭をつける事例として評価できる。資源の循環も含め「誰一人取り残さない」というSDGsの理念とも合致しており、これからの地域の在り方に重要な示唆を与える事例として特に紹介したい。

国土形成計画の重点テーマ

「グリーン国土の創造」
森林資源の循環利用の確立

「地域を支える人材の確保・育成」
多様性に富む包摂的な
地域社会の実現



放置竹林の伐採竹から竹炭を作る
障害者支援施設の皆さん



放置竹林の竹から作った土壌改良材を
サツマイモ畑に。できたイモは干し芋に

4 再生可能エネルギーの利用、自然環境の保全及び再生

(1) 前回部会における主な御指摘

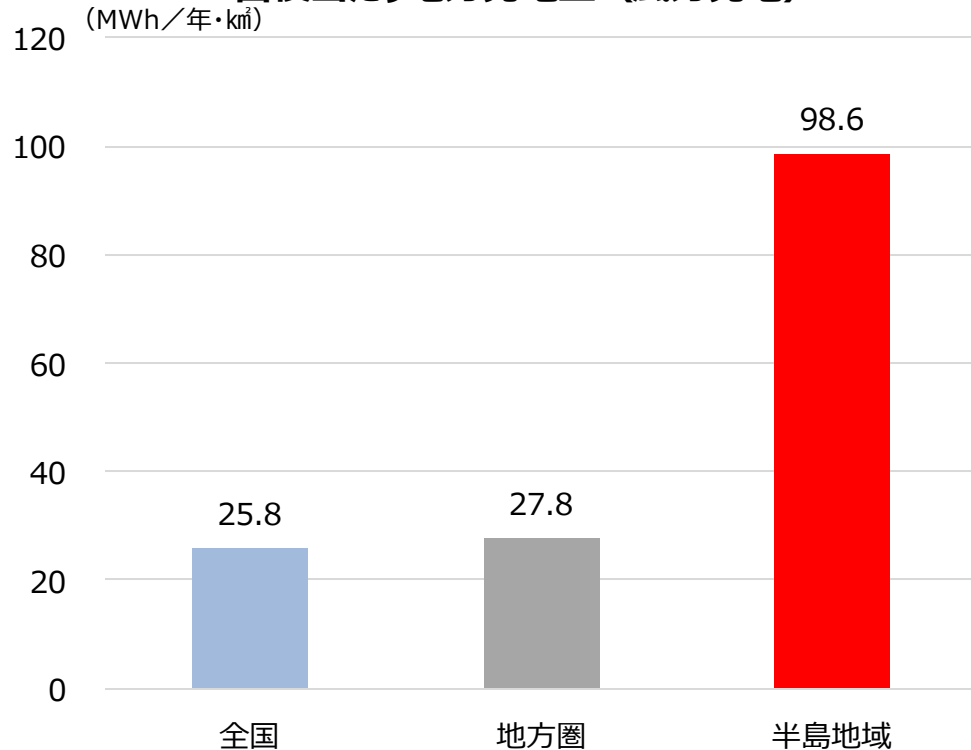
- 半島振興法には自然環境保全に関する規定がないが、半島の魅力を考えていくうえで整理することが大切。半島は30by30の施策を推進する絶好の地域。SDGsや生物多様性、世界農業遺産といった価値を、半島の価値と紐づけていくことは重要。
- 半島はインバウンドを受け入れる対象となり得るため、景観も含め、美しい半島づくりも目標となり得る。
- 自然環境保全については、離島振興法では海外漂着物や外来生物への配慮の記載があるが、半島については少し違う視点が求められてくるのではないか。
- 再生可能エネルギーとしての洋上風力や、吸収源としてのブルーカーボンといったカーボンニュートラルに寄与するものがあり、これらの関わりも考えられる。
- 地域内経済循環の考え方を根づかせるべき。稼いだ後にどう使うかまで考えて、初めて地域は豊かさを享受できる。
- 半島で、熱を転換させる木質バイオマスは非常に使いやすい。例えば半島は温泉が多いが、温泉のボイラーで使用している重油を木質バイオマスに代えれば、地域内の循環が生まれる。
- 自然環境保全は、半島振興法改正の柱の1つとなるのではないか。

4 再生可能エネルギーの利用、自然環境の保全及び再生

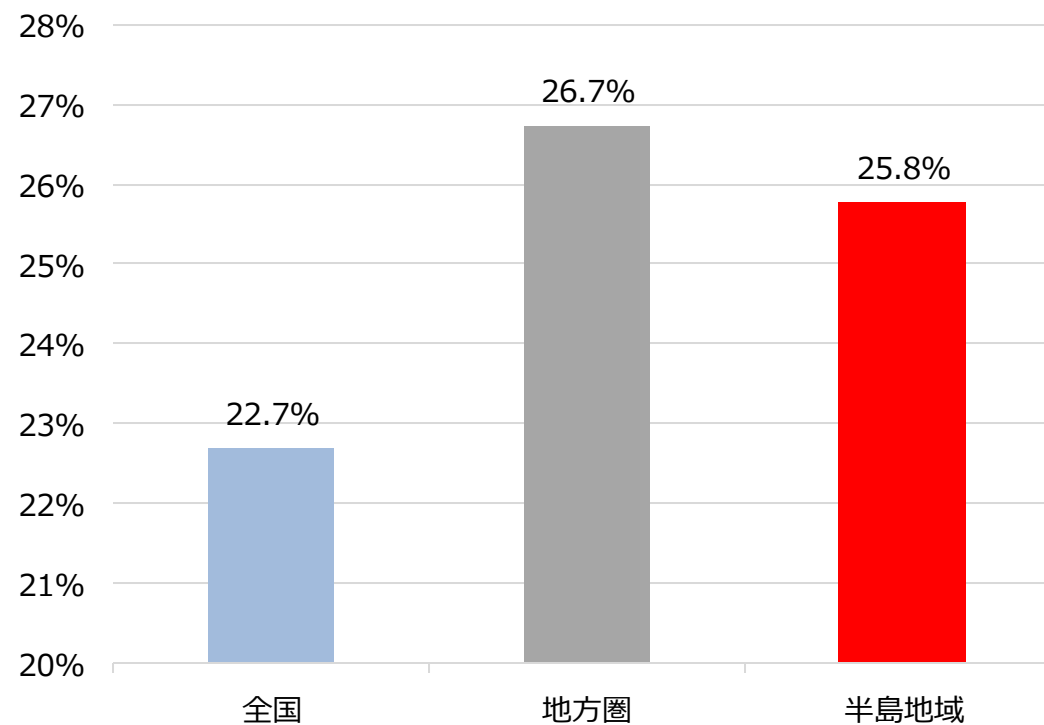
(2) 半島地域における再生エネルギーの利用

- 半島地域の面積当たり電力発電量（風力発電）は、全国、地方圏と比べて非常に高い水準である。半島地域は風況が良く、風力発電が多く導入されていると思われる。
- 半島地域のバイオマス関連計画策定状況は、全国よりも高い水準であるが、地方圏よりも低い水準であり、今後の拡大が期待される。

面積当たり電力発電量（風力発電）



バイオマス関連計画策定状況



(出典) 自治体排出量カルテ（環境省）、全国都道府県市区町村別面積調（国土交通省）を基に国土交通省国土政策局作成。

※ 市町村単位による集計。

(出典) 地域バイオマス活用推進計画の策定状況（農林水産省）を基に国土交通省国土政策局作成。

※ バイオマス関連計画とは、「バイオマスタウン構想」、「市町村バイオマス活用推進計画」、「バイオマス産業都市構想」。

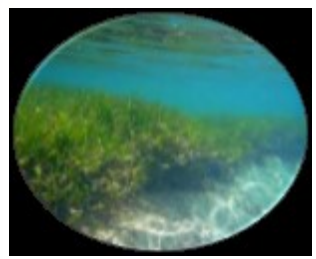
※ 市町村単位による集計。

4 再生可能エネルギーの利用、自然環境の保全及び再生

(3) 半島地域の自然環境保全・再生の重要性

○ 三方を海に囲まれる半島地域は、古くから漁業や農業が盛んな自然豊かな地域であり、食料安定供給拠点として重要な役割を担うとともに、ネイチャーポジティブやカーボンニュートラルへの貢献が期待される地域。

半島振興とは、条件不利地域対策だけではなく、半島の特徴・役割に鑑み、半島地域の自立的発展、地域住民の生活向上及び定住の促進の観点から、振興を図るもの。



ブルーカーボン



グリーンカーボン



食料の安定供給



再生可能エネルギー



生物多様性

4 再生可能エネルギーの利用、自然環境の保全及び再生 (4) 半島地域におけるジオパークの状況

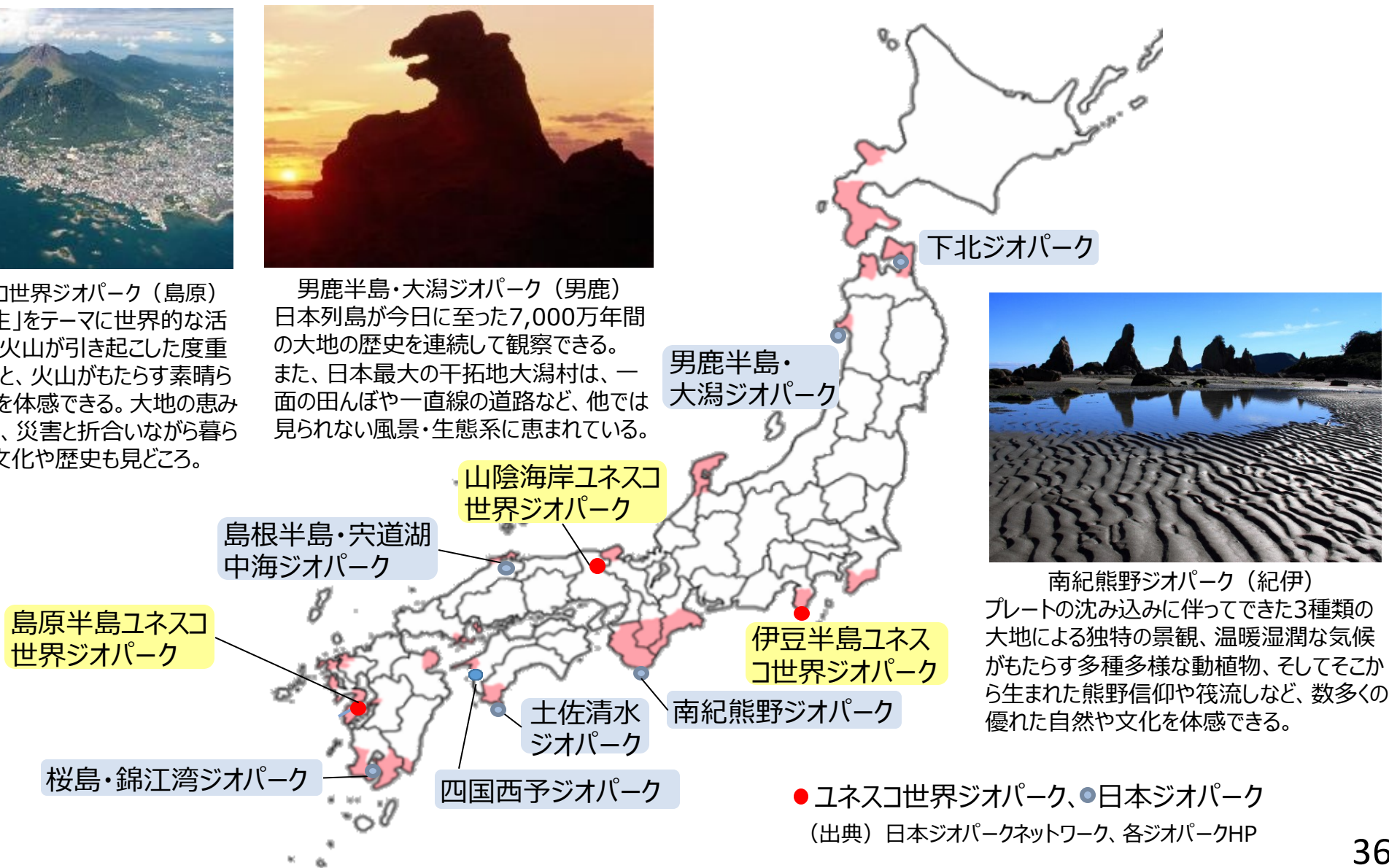
○ 半島地域では、その特異な地形・地質や生態系などを保全するとともに、研究や教育に活かし、ツーリズムを通じて地域の持続的な発展に寄与するため、ジオパークとして地域の価値をとらえ直す動きがみられる。



島原半島ユネスコ世界ジオパーク（島原）
「人と火山の共生」をテーマに世界的な活火山である雲仙火山が引き起こした度重なる災害の歴史と、火山がもたらす素晴らしい大地の恵みを体感できる。大地の恵みを生活に取り入れ、災害と折合いながら暮らしてきた人々の文化や歴史も見どころ。



男鹿半島・大潟ジオパーク（男鹿）
日本列島が今日に至った7,000万年間の大地の歴史を連続して観察できる。また、日本最大の干拓地大潟村は、一面の田んぼや一直線の道路など、他では見られない風景・生態系に恵まれている。



南紀熊野ジオパーク（紀伊）
プレートの沈み込みに伴ってできた3種類の大地による独特の景観、温暖湿潤な気候がもたらす多種多様な動植物、そしてそこから生まれた熊野信仰や筏流しなど、数多くの優れた自然や文化を体感できる。

4 再生可能エネルギーの利用、自然環境の保全及び再生

(5) 半島の特色ある地域資源

○ ジオパークだけでなく、半島地域では近年、その独特な地域資源が高く評価されている。

評価が高まる半島地域の地域資源

年	出来事	半島地域名
令和3年	土佐清水ジオパークが日本ジオパークに加盟	幡多
令和3年	「氷見の持続可能な定置網漁業」が日本農業遺産に認定	能登
令和3年	「北海道・北東北の縄文遺跡群」がユネスコの世界遺産登録	渡島・津軽
平成31年	「愛媛・南予の柑橘農業システム」が日本農業遺産に認定	佐田岬
平成30年	「長崎と天草地方の潜伏キリシタン関連遺産」がユネスコの世界遺産登録	宇土天草他
平成29年	島根半島・宍道湖中海ジオパークが日本ジオパークに加盟	島根
平成28年	下北ジオパークが日本ジオパークに加盟	下北
平成28年	「唐津くんち曳山行事」がユネスコの無形文化遺産に登録	東松浦
平成27年	「みなべ・田辺の梅システム」が世界農業遺産に認定	紀伊
平成27年	「明治日本の産業革命遺産 製鉄・製鋼、造船、石炭産業」がユネスコの世界遺産登録（三角西港）	宇土天草
平成26年	南紀熊野ジオパークが日本ジオパークに加盟	紀伊
平成25年	「クヌギ林とため池がつなぐ国東半島・宇佐の農林水産循環」が世界農業遺産に認定	国東
平成24年	伊豆半島ジオパークが日本ジオパークに加盟	伊豆中南部
平成23年	男鹿半島・大湊ジオパークが日本ジオパークに加盟	男鹿
	「能登の里山里海」が世界農業遺産に認定	能登



定置網漁業(能登)



亀ヶ岡遺跡(津軽)



大江教会(宇土天草)



大野教会堂(西彼杵)



梅林(紀伊)



下北ジオパーク(下北)

5 半島の強みを活かした地域活性化の取組

(1) 前回部会における主な御指摘

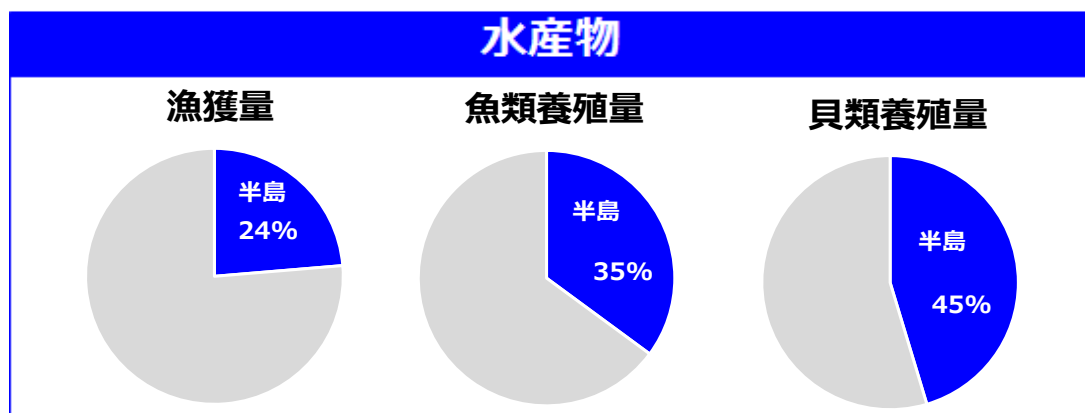
- 半島の強みに関する情報を把握すべき。例えば、半島は農水産物の生産が多いが、全国が減少する中で半島が踏みとどまっているということがあるのかなどの分析。
- 半島の経済について、ブランド化や地域内循環など、経済の質を高める取組が必要。
- 戦略を持って半島産品の差別化をどう図るか。商品の価値が見た目から連想されるパッケージ等、売り方も含めて工夫が必要。
- ブランド化とは、差と個性。他になくて半島にあるもの、個性や持ち味を誇ってブランドを作っていく取組が大事。唯一無二の地域を作るという考え方によって高い価値が生まれる。
- 半島の多様性の視点が今後ますます重要。ウェルビーイング等、ストーリーも加え言語化しながら伝えていくこと。ファンを作りながら、地域の方向性を示していく工夫が大事。
- 人口減少や高齢化が進んでいく中、一律の振興は困難。地域毎の個性を生かした考え方で、自分のまちをこうしたいという意思を持っている人が、戦略を立てて実行したときに、初めて自立支援策等のお金や政策が生きてくる。
- 特産品の開発・ブランド化のノウハウが小規模自治体には不足しており、半島の食のブランド化推進事業に期待。ぜひ継続いただきたい。

5 半島の強みを活かした地域活性化の取組

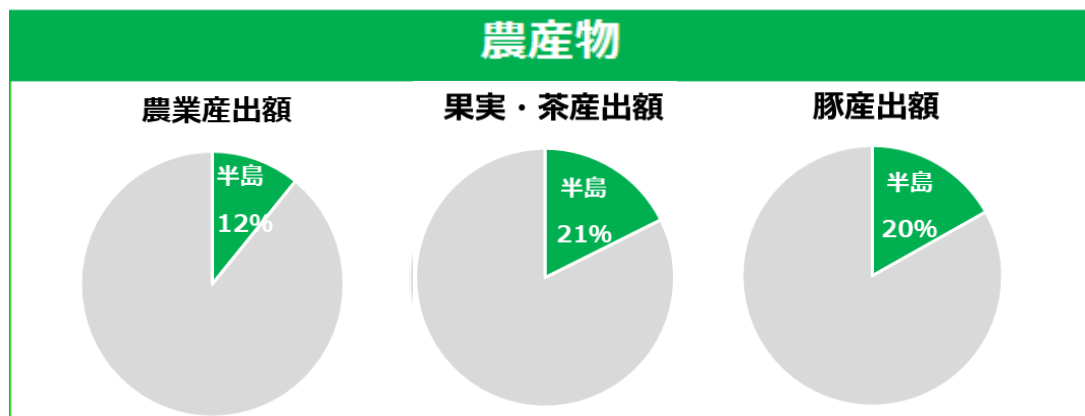
(2) 半島地域の重要な役割 (水産物・農産物の供給)

○ 半島地域は、古くから漁業や農業が基幹産業として発展。現在も、全国トップレベルの水産物・農産物の産地として全国に食料を供給。

【半島地域の漁業・農業の全国に占める割合】



農林水産省「平成30年海面漁業生産統計」により作成
 ※平成30年で市町村別統計は廃止



農林水産省「令和3年度市町村別農業算出額（推計）」により作成



まぐろ漁獲量 (平成30年)

- 第2位：日南市 (大隅)
- 第4位：いちき串木野市 (薩摩)
- 第6位：沼津市 (伊豆中南部)



温州みかん栽培面積 (令和2年)

- 第1位：有田川町 (紀伊)
- 第2位：八幡浜市 (佐田岬)
- 第4位：海南市 (紀伊)
- 第6位：有田市 (紀伊)



かんしょ作付面積 (令和2年)

- 第2位：南九州市 (薩摩)
- 第5位：曾於市 (大隅)
- 第6位：志布志市 (大隅)
- 第8位：鹿屋市 (大隅)



茶作付面積 (令和2年)

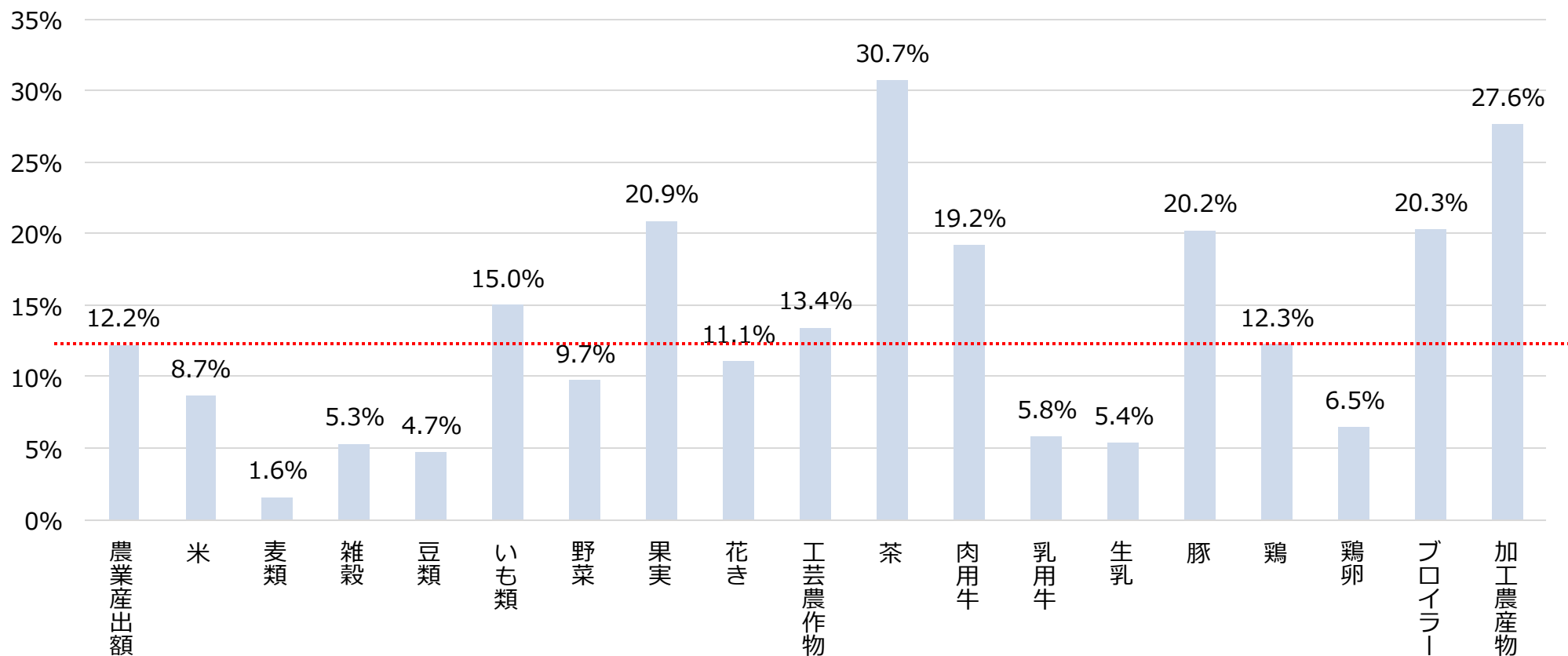
- 第1位：南九州市 (薩摩)
- 第4位：志布志市 (大隅)
- 参考) 都道府県第3位：三重県 (伊勢茶)

5 半島の強みを活かした地域活性化の取組

(3) 第1次産業／農産品の品目別産出額シェア

○ 品目別産出額シェアを見ると、特に果実、茶、肉用牛、豚、ブロイラー、加工農産物のシェアが高くなっている。

半島地域の品目別産出額シェア



(出典) 令和3年市町村別農業産出額(推計)(農林水産省)を基に国土交通省国土政策局作成。

※ 市町村単位による集計。なお、データが秘匿となっている地域は除いている。

※ 茶は工芸作物に分類される茶(生葉)をいう。

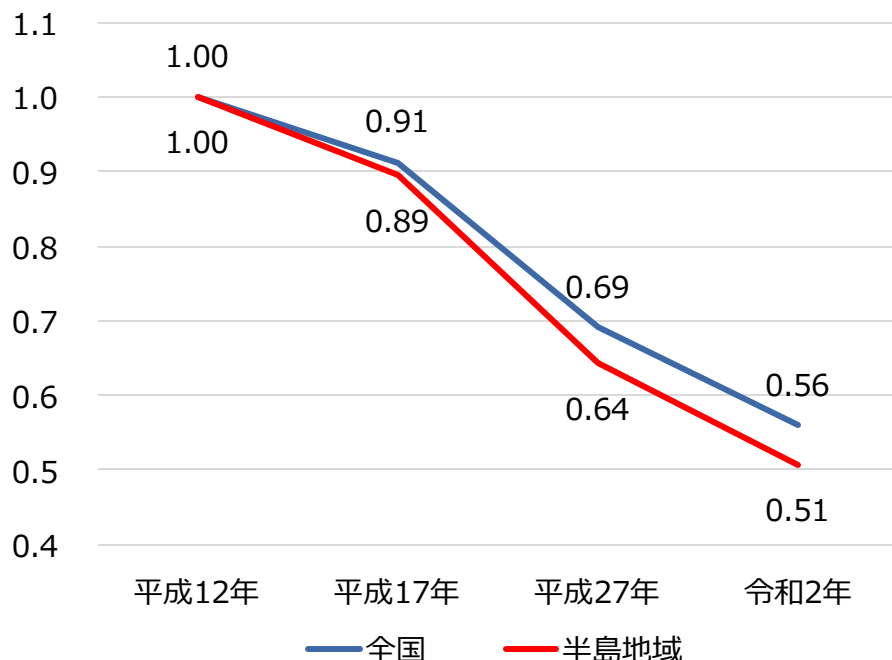
加工農産物とは、かんぴょう、干がき、かんしょ切干、荒茶、畳表等をいう。

5 半島の強みを活かした地域活性化の取組

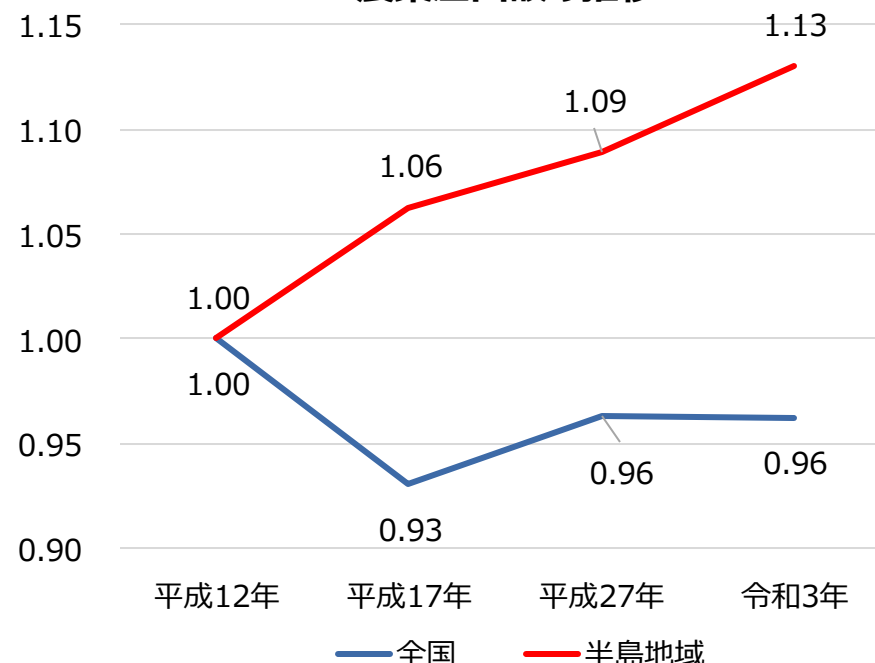
(4) 農家数、農業産出額

- 平成12年から令和2年までの農家数の推移を見ると、全国、半島地域のいずれも減少している。特に、半島地域での減少幅が大きくなっている。
- 平成12年から令和3年の農業総産出額の推移を見ると、全国は平成12年から平成17年に減少後、停滞している一方で、半島地域は、増加が続いている。農家数が減少する中での伸長であり、大規模化や機械化等により生産性の向上が図られていると考えられる。

農家数の推移



農業産出額の推移



(出典) 農林業センサス(農林水産省)を基に国土交通省国土政策局作成。

※ 平成12年を1としている。

※ 旧市町村単位による集計。ただし、半島地域に佐世保市浅子地区(北松浦地域)、鹿児島市東桜島地区(大隅地域)を含んでいない。

(出典) 平成12年、平成17年は農林水産省「生産農業所得統計」及び都道府県資料、平成27年・令和3年は市町村別農業産出額(推計)を基に国土交通省国土政策局作成。単純に比較はできない。

※ 平成12年を1としている。

※ 平成12年は旧市町村単位による集計、平成17年以降は市町村単位による集計。なお、データが秘匿となっている地域は除外している。

5 半島の強みを活かした地域活性化の取組

(5) 特色ある半島地域の農林水産物

○ 半島地域には特色ある農林水産物が多数存在しており、我が国が持つ多様な食を中心とする文化の一端を担っている。

特色ある半島地域の農林水産物

半島地域名	農林水産物	半島地域名	農林水産物	
渡島	マグロ、ブリ、牡蠣、ニラ、ほたて、はこだて和牛、ナマコ、いも、豚肉	島根	松江大根島牡丹、大社御縁ブリ、雲州人参、アマダイ、アワビ	
積丹	ウニ、たらこ、余市ワイン、クラフトビール、クラフトジン、日本酒	江能倉橋島	牡蠣、オリーブ、しらす、黒鯛、きゅうり、トマト	
津軽	青森りんご、つるたスチューベン、津軽海峡メバル、龍飛岬マツカワ	室津大島	やない金魚米、山口大島みかん、浮島いりこ、車海老、イチゴ、ナマコ	
下北	大間まぐろ、陸奥湾ほたて、風間浦あんこう、下北夏秋イチゴ	佐田岬	温州みかん、紅マドンナ、黒アワビ、赤ウニ、奥地あじ、ハーブ媛ひらめ	
男鹿	ハタハタ、紅ズワイガニ、ギバサ、メロン、じゅんさい、あきたこまち	幡多	ぶしゅかん、宿毛文旦、大月町産本マグロ、カツオ、黒潮グリーンレモン	
南房総	房州びわ、安房菜の花、外房つきんめ鯛、外房イセエビ	北松浦	いちご、車えび、米、伊万里梨、平戸牛、世知原茶、平戸夏香	
能登	金糸瓜、すいか、能登金時、あわび・さざえ、能登かき、氷見牛、ぶり	島原	じゃがいも、八斗木葱、ホワイトコーン、手延べそうめん、黒糖、車えび	
伊豆中南部	あしたか牛、伊豆の地きんめ、清助どんこ、イズシカ、沼津の深海魚	西彼杵	ゆうこう、伊勢海老、野母んアジ、大島トマト、ゆでぼし大根、あらかぶ	
紀伊	三重県	松阪牛、伊勢海老、アワビ、真鯛、新姫（柑橘類）、尾鷲ヒノキ	東松浦	いか、肉用牛、いちご、穂州鯛、浜野浦の棚田米、キンショウメロン
	奈良県	吉野材、吉野杉、吉野割箸、柿、梅、梨、柿の葉寿司	宇土天草	桜鯛、車海老、天草タコ、デコポン、あまくさ晩柑、天草大王、湯島大根
	和歌山県	有田みかん、紀州南高梅、あら川の桃、紀州備長炭、すさみケンケン鰹	国東	鯛、たこ、白ネギ、そば、大分・杵築鱧、ハウス美娘、とうもろこし、銀杏
丹後	丹後産コシヒカリ、間人ガニ、伊根ブリ、丹後とり貝、京たんごメロン、梨	大隅	カツオ、美々鰯（アジ）、マンゴー、食用かんしょ、カンパチ、ウナギ、ブリ	
		薩摩	鹿児島黒牛、さつまいも、さやえんどう、そらまめ、カツオ、タカエビ	



ウニ



ほたて



梅



伊勢海老



アジ



ゆうこう

5 半島の強みを活かした地域活性化の取組

(6) 半島の食のブランド化推進のための官民連携体制構築実証調査

○ 事業概要（令和5年度実施内容）

- 半島地域経済の落ち込み、在宅等による消費行動の変化を受け、半島の一次産業の販路拡大、早期売上回復を図り、地域経済の下支えを行うことを通じて、半島地域の活性化を促進する。

施策の概要

商品化に至らなかった規格外等未利用食材を使用した半島地域ならではの食のキラークンテツ創出のための試作品の開発など、半島の食のブランド化推進のための実証調査を実施し、半島産品の発掘、販路拡大、磨き上げ等のための官民連携体制を構築する。

1. 管理運営事務

- ・ 半島産品・廃棄食材データベース公開
- ・ 管理運営事務

2. プロモーション

- ・ 試作品記事作成等発信
- ・ 官民連携体制の自走化、維持発展のためのプロモーション

3. 開発推進支援

- ・ 試作品開発
- ・ 試行販売

目指す成果

良い物を高く売る「小ロット・多品種・高単価」の商流を創出し、官民連携体制によって「半島の食のブランド化」を推進することで、自律発展的な需要創出の好循環を生み出す。



5 半島の強みを活かした地域活性化の取組

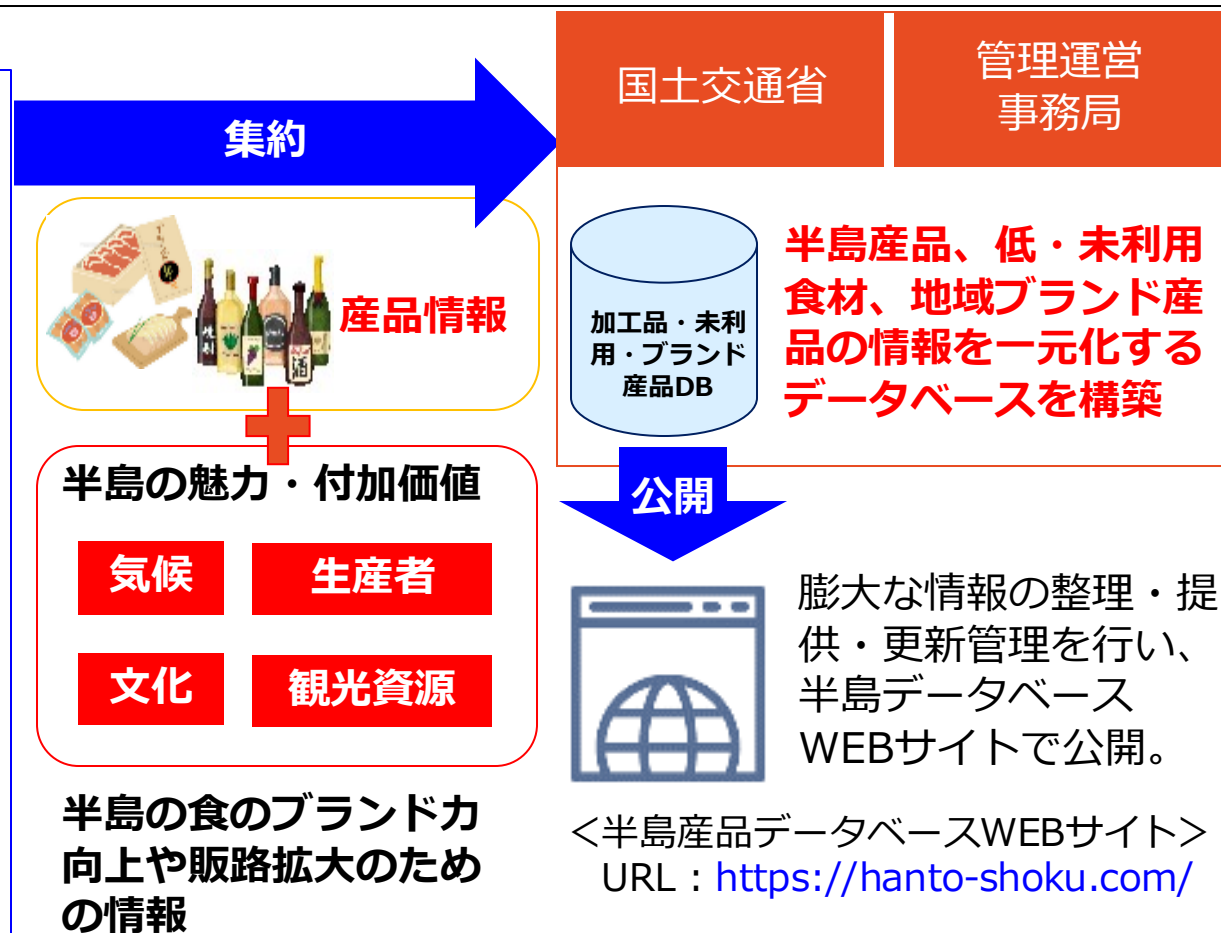
(6) 半島の食のブランド化推進のための官民連携体制構築実証調査

○施策の実施状況- 半島産品データベース公開、アワード発表

<https://hanto-shoku.com/>

- 半島の食のブランド力向上や販路拡大のため、加工品、低・未利用食材、地域ブランド産品を掲載した半島産品データベース（600品超掲載中）を構築し、WEBサイトで公開。
- 毎年事業参画事業者が、データベースの中からアワード受賞産品を選定し、副賞として特典を付与することで、半島産品の発掘、販路拡大を目指す。（報道発表：令和4年10月18日、令和5年8月9日）。

<半島情報収集イメージ>



5 半島の強みを活かした地域活性化の取組

(6) 半島の食のブランド化推進のための官民連携体制構築実証調査

○施策の実施状況- 半島に特化したWEBサイト・SNSの開設

<https://japan-hanto.com/>

- 光文社WEBサイト「半島は日本の台所」とSNSで、23の各半島地域のおすすめスポットや半島産品の特集記事、ニュース記事を配信。ECサイト等へ誘導。

- 各半島地域の特集記事に加え、半島産品等に関するニュース記事等を発信（400本以上を記事掲載）。

WEBサイト閲覧数：**31万突破**

- SNSは、ほぼ毎日発信（1,550回超発信）。プレゼントキャンペーン好評。

公式X フォロワー数：**2.5万突破**
(半島ファンが順調に生まれている状況)

- 光文社WEBメディア（女性自身、CLASSY.、VERY、STORY、美 ST）で連動記事も配信（約140回）。

- 半島PRの一環として、全国約50店舗のコロッケ専門店に半島地域の食材を使用した半島コロッケを販売。

- 半島地域の食材を使用した高級缶詰を同梱したマルチメディア本を販売。

※2023年11月末時点

【WEBサイトロゴ】



【WEBサイト記事例】

「#濃ゆ〜い」が合言葉、フルーツの台所・わかやま



ユネスコ世界遺産に登録されている巡礼ルート「高野参詣道」、関西有数のリゾート地「南紀白浜」…。日本有数の観光スポットをいくつも抱える和歌山県で、近年、ヘルシー志向の女性に注目されているのが、県内各地域で丁寧に育てられている芳醇なフルーツの数々。その生産量の多さと一年を通して常に旬のフルーツがあることから「フルーツ王国」を標榜しています。

8月は桃。ぶどうの最盛期。そして秋以降は柿・みかんーいちご。おなじみのフルーツのラインナップが続きます。和歌



「大間の本マグロ」



「大間（おおま）」という地名を聞いて、まさかこんなに遠慮するワードは「まぐろ」ではないでしょうか。青森県の大間町に水揚げされるのは、青森県と北海道のあいだにある海・津軽海峡で1年約1回しか、恰に黒いダイヤやキマダと呼ばれる「クロマグロ」。

津軽海峡にはさまざまな潮流が流れ込み、イカやフクラギ（ハマチやイナダともーブリの幼魚）をはじめとする餌も豊富で、まぐろにとっては理想的の環境なんです。

5 半島の強みを活かした地域活性化の取組

(6) 半島の食のブランド化推進のための官民連携体制構築実証調査

○施策の実施状況- eコマースを活用した販路拡大の取組

<https://event.rakuten.co.jp/area/japan/hanto/>

○ 楽天グループのECサイト「楽天市場」内に、半島の食の特集ページ「**半島WEB物産展（半島キッチン）**」を開設（23の半島別特集ページも開設）。ECサイト商品、ふるさと納税返礼品掲載。ECサイト商品は、1,400品超掲載。セミナーも開催（令和5年6月、10月）。

特集ページ紹介バナー



23の半島地域別の特集ページ



5 半島の強みを活かした地域活性化の取組

(6) 半島の食のブランド化推進のための官民連携体制構築実証調査

○施策の実施状況- JALとの連携による販路拡大の取組

販売 「JALふるさと応援隊」等を活用したeコマースとリアル販売による販路拡大の取組（令和4年8月～）

JALショッピング <https://ec.jal.co.jp/shop/pages/0002japan-hanto.aspx>

- JALショッピング内特設サイト「HANTO DELICIOUS」を開設、JALふるさと応援隊を活用した取材、12半島の厳選した食材を販売
- 新設したJAL MALLへ令和5年9月リニューアルオープン。JALカード会員向け（350万人）にメルマガ、アプリ配信。



JALふるさと納税 https://furusato.jal.co.jp/lp/2308_hanto/

- JALふるさと納税サイト内特設サイト「美しき日本の絶品半島グルメ」を令和5年9月に開設、半島の食の返礼品をPR
- 国内14半島をピックアップし、おすすめの返礼品などを紹介、ふるさと納税会員向けメルマガ配信、利用促進キャンペーン実施

JALマルシェ <https://press.jal.co.jp/ja/areanews/release/202308/007550.html>

- 国内空港、駅、都内大学、企業ブースなど各種物産展出店
- 横浜中華街 美食節 × 半島プロジェクト JAL HANTO DELICIOUSフェア開催（11月20日～26日）

※ 数字は令和5年7月末時点のもの

プロモーション オウンドメディアやJAL機内エンターテインメントシステムを活用したプロモーション強化（令和5年9月～）

機内誌 SKYWARD

- JAL機内誌12月号「このまち探訪」積丹半島特集記事掲載

JALカード

- JALカードアプリ、会員向けメルマガ配信を活用したPR戦略

機内動画

- JAL国内線12月～1月 機内エンターテインメントシステムを活用 地方路線・国内幹線 個人モニターで半島PR動画放映

PRイベント

- 俺のフレンチ × JAL 旅するメーカーズディナー 北松浦半島食材 伊万里牛と車海老、伊万里梨 有名ソムリエ、JALふるさとアンバサダーと巡る半島ディナーショー

WEB On Trip JAL

- JALが提案する観光ガイド On Trip JAL 「JALふるさとアンバサダーによる佐田岬半島の食巡り」記事掲載



5 半島の強みを活かした地域活性化の取組

(6) 半島の食のブランド化推進のための官民連携体制構築実証調査

○施策の実施状況- 百貨店との連携による販路拡大の取組

○ 大丸松坂屋百貨店の中元、歳暮で、「**絶品発見！ につぼんの半島フード**」特集を実施。

○ 令和4年は23半島地域200商品以上掲載。

中元：オンラインストア（令和4年5月31日～8月7日）、店頭（6月1日～8月6日）、外商。

歳暮：オンラインストア（10月8日～12月20日）、店頭（11月1日～12月20日）、外商。

○ 令和5年は**中元：21半島、約100商品（令和5年5月31日～8月7日）**。

○ 半島特集リーフレット（40万部）を優良顧客に発送。



5 半島の強みを活かした地域活性化の取組

(6) 半島の食のブランド化推進のための官民連携体制構築実証調査

○施策の実施状況- メディアとの官民連携体制構築による販路拡大の取組①

<https://www.mbs.jp/nishinokazebrand/>

- 毎日放送制作のテレビ番組「西乃風ブラン堂」で半島の食の魅力等の特集放送。

番組概要

- 西日本を盛り上げる、モノ、コト、グルメを紹介し、西日本の「ご当地新ブランド」を徹底取材する地方創生バラエティ。
- **放送7局**（毎日放送、中国放送、あいテレビ、テレビ山口、山陽放送、山陰放送、テレビ高知）のほか、**インターネットでも全国配信**。テレビと連動してラジオでも放送。

- 令和4年度放送エリア内の5つの半島地域を3週にわたり紹介。各回約25分。
 - ・**島根**（令和4年6月20日、6月27日、7月4日）
 - ・**丹後**（7月11日、7月25日、8月1日）
 - ・**室津大島**（8月5日、8月15日、8月22日）
 - ・上記3地域の総集編（8月29日）
 - ・**紀伊・三重エリア**（10月17日、10月24日、10月31日）
 - ・**幡多**（令和5年1月16日、1月23日、1月30日）
 - ・アワード紹介（2月27日）



- 令和5年度放送エリア内の3つの半島地域を3週にわたり紹介。各回約25分。
 - ・**紀伊半島・和歌山**（令和5年8月7日、8月14日、9月4日）
 - ・**丹後**（令和5年11月27日、12月4日、12月11日）※予定
 - ・**愛媛佐田岬半島**（令和6年1月29日、2月5日、2月12日）※予定
 - ・アワード紹介（2月19日）※予定

出演（左から）
三ツ廣政輝(毎日放送アナウンサー)
植村あかり(Juice=Juice)
川村文乃(アンジュルム)

5 半島の強みを活かした地域活性化の取組

(6) 半島の食のブランド化推進のための官民連携体制構築実証調査

○施策の実施状況- メディアとの官民連携体制構築による販路拡大の取組②

- TBS子会社日音制作のテレビ番組「うたなび！」内で半島地域の半島産品紹介コーナー放送。

番組概要

- 幅広いジャンルの音楽を紹介。視聴年齢層は幅広く、アイドルファンから演歌・歌謡曲ファンにわたり視聴。
- **放送13局**（北海道文化放送、とちぎテレビ、群馬テレビ、東京MXテレビ、新潟放送、北陸放送、チューリップテレビ、岐阜放送、中部日本放送、京都放送、テレビ和歌山、奈良テレビ、南日本放送）。

コーナー名「宮崎由加のなびから始まるストーリー」

- 月1回6分程度で、一つの半島地域と半島産品を紹介（MC・スタジオゲストの試飲試食あり）
- これまで紹介した半島地域（**能登、房総、下北、紀伊、島原、宇土天草、伊豆、丹後、渡島、積丹、薩摩、大隅、東松浦、男鹿、津軽、島根、西彼杵、幡多、国東**）
- 能登、房総に足を運び、半島の食の魅力を体験。（令和4年度）
- 半島食材商品(小田原にてアウトドアロケで紹介 令和5年7月放送)
- アワード受賞賞品も紹介（令和5年3月放送）



出演 宮崎由加
石川県かほく市出身
ペニンシュラ（半島）応援特使

5 半島の強みを活かした地域活性化の取組

(6) 半島の食のブランド化推進のための官民連携体制構築実証調査

○施策の実施状況- 半島産品開発支援体制の構築

- 半島のこだわりの産品を使用したブランド「**美食半島**」を立ち上げ、「**多品種・小ロット・高単価**」をコンセプトとした試作品を開発。AKOMEYA TOKYOで監修経験のあるスタッフ（MDプランニング）が企画ディレクションと生産管理を実施し、**著名なシェフとのコラボレーション**で、高品質・高単価な商品開発を目指す。
- 令和5年は、**レトルトカレー5品、出汁ごはんの素5品**を開発。夏（8月）と秋（11月）に分け、都内食品セレクトショップ等で試行販売を実施。今後は本製造に移行し、ご当地グルメ化を目指す。

【令和5年度10品目開発予定半島地域】

カレー		出汁ごはんの素	
北海道	渡島	石川県	能登
青森県	津軽	島根県	島根
千葉県	南房総	佐賀県	松浦
和歌山県	紀伊	大分県	国東
鹿児島県	大隅	高知県	幡多



出汁ごはんの素 熊谷 喜八

銀座東急ホテルを皮切りに、セネガル、モロッコ日本大使館料理長に就任後、渡仏。パリで研鑽を積み、その後当時ジョエル・ロブション氏が率いていた「ホテル・コンコルド・ラファイエット」でセクションシェフを務める。帰国後、高樹町「シルバースプーン」料理長、葉山「ラ・マーレ・ド・茶屋」の総料理長を務め、1987年、KIHACHIをオープン。厚生労働省「卓越技能章 現代の名工」受章。「黄綬褒章」受章。その他受賞多数。



レトルトカレー DELHI 田中 源吾

日本を代表する老舗カレー店「DELHI」代表取締役。1956年に東京 湯島で創業したDELHI創業者の田中敏夫は、戦前インドに駐在した経験があり、カレーを日本に紹介したいと思いスタート。名だたる有名人がこのカレーのファン。現在のカレーブームを牽引し、コンビニエンスストアとのコラボレーションカレーを発売するなど、幅広い展開を行っている。

【レトルトカレー】



【出汁ごはんの素】



5 半島の強みを活かした地域活性化の取組

(6) 半島の食のブランド化推進のための官民連携体制構築実証調査

○参画事業者以外との連携- オンラインゲームによる半島振興フェアの開催

- 事業の実施を契機に、合同会社DMM.comが提供する業界最大規模のオンラインクレーンゲームサービス「DMMオンクレ」(<https://onkure.dmm.com/>) で、「**にっぽんの半島フード**」フェアを開催。
- 食品流通関係者等とのマッチングを図るために公開した「半島産品データベース」(<https://hanto-shoku.com/>) からセレクトされた半島産品を景品としたところ、一部商品は一日で売り切れるほど好評となった。

DMMオンクレ：スマートフォンやPCを使って実物のクレーンゲーム機を遠隔操作し、24時間どこからでもクレーンゲームを楽しむサービス。獲得した景品は、後日自宅に配送。

(※) 他の取扱例：JA全農の産地直送通販サイト「JAタウン」、全国の地方新聞社厳選のお取り寄せサイト「47CLUB」等。

「にっぽんの半島フード」フェア紹介バナー



景品一覧

- ・漬けもん屋のぬか床 (紀伊半島)
- ・天空のマーマレード (佐田岬半島)
- ・やわらか干しいも もっちりいも (西彼杵半島)
- ・だし黒酢ジュレ (薩摩半島)

オンラインクレーンゲーム (イメージ)



5 半島の強みを活かした地域活性化の取組

(6) 半島の食のブランド化推進のための官民連携体制構築実証調査

○参画事業者以外との連携- EC食品宅配サービスでの半島産品メニューの提供による販路拡大

- 会員数が約40万人（令和5年6月末時点）の大手食品宅配サービス「Oisix」（オイシックス・ラ・大地株式会社）では、三重外湾漁業協同組合（紀伊半島：三重エリア）の水産物（ブリ、マグロ）を使用した取り組みを開始（令和5年8月～）。ブリを活用した商品に続き、紀伊半島の養殖マグロを有効活用した商品を発売予定（令和5年10月～）。今後未利用、低利用素材の活用を中心に、販路拡大活動を進める予定。

Oisix ra daichi

オイシックス・ラ・大地株式会社

「Oisix」「らでいっしゅぼーや」「大地を守る会」等の国内主要ブランドを通じ、安心・安全に配慮した農産物、ミールキットなどの定期宅配サービス、食のサブスクリプションサービスを提供。

SDGsに取り組み、サブスクリプションモデルによる受注予測や、ふぞろい品の積極活用、家庭での食品廃棄が削減できるミールキットなどを通じ、畑から食卓まで、サプライチェーン全体でフードロスゼロを目指す。

三重県産ブリを使用した漬け丼

紀伊半島（三重エリア）で、販路を探していたブリを一括加工。メニュー開発、加工工場の選定、コールドチェーンの構築など、総合的な取り組みで販路拡大に貢献。



5 半島の強みを活かした地域活性化の取組

(6) 半島の食のブランド化推進のための官民連携体制構築実証調査

○事業効果の実感と課題・要望（事業者アンケート(107社回答)、自治体への聞き取り結果）

1 事業効果の実感

○ 認知度の向上

- ・ 各種メディアから問い合わせがあり、新聞やTV、ウェブニュースに取り上げられたため、知名度がアップした。
- ・ 半島地域にこんな商品があると知ってもらうきっかけになったと思う。

○ 流通経路の増加

- ・ 特設サイトにより、露出が増え、より商品アピールができた。特集で掲載してもらった結果、認知が広がり、集客の効果があったと思う。

○ 商品の問合せ、事業展開、注文増加

- ・ 通常のECサイト掲載とは異なる流れ（問合せやレビュー内容）があった。商品の問合せや商談の申し込みが増えた。
- ・ 商品への問い合わせが増え、注文が入るようになった。
- ・ 半島産品アワード受賞を広報したところ、新たな取引や企画につながった。
- ・ これまではリピーターがメインだったが、特設サイト掲載後から新規閲覧者が増え、購入者が増加した。

2 課題・要望

○ 「半島」の認知度向上

- ・ 半島産品は地元の地域ではそこそこ知られているものでも、全国的な知名度が低いものが多い。
- ・ 半島地域単独ではどうしても人が集まりにくい。国が半島地域を一体的にプロモーションしている意義はそこにあると思っており、大変ありがたいが、知名度を上げるさらなる取組をお願いしたい。

○ 現地への誘客

- ・ これからは地元に来てもらうようなプロモーションがあっても良いのではないか。
- ・ 現地で食べてもらい、帰ってからも消費を継続してもらえると、半島への興味を継続してもらえるのでは。

○ 実需者との商談対応

- ・ 半島産品の多くが、取り組む事業者が少なくロットが小さいところなのは。
- ・ バイヤーにお声がけいただく機会があったが、数量や価格面で折り合わなかった。半島産品の特性への認知度の低さもあるのではないかと思い、小ロットでも高品質なものを求めるバイヤーとマッチングできるよう、取組が必要と思っている。

6 論点整理

半島地域の現状及び課題

- 半島地域は全国平均を上回るペースで人口減少・高齢化が進行。また、残存する条件不利性への対応については、引き続き注力していく必要。

今後の半島振興法の規定のあり方

- 半島振興法の見直しに当たっては、同じ条件不利地域に係る法律である、離島振興法や過疎地域の持続的発展の支援に関する特別措置法において既に規定されている事項についても、半島地域における当該施策の重要性を踏まえ、対応を検討していくことが考えられる。

- 移住・定住の推進とともに、半島地域の担い手を考えていくためには、広い意味での関係人口、地域と関わりを持ちたい人を見ていくことが必要ではないか。

- 既存の制度もうまく使いつつ地域の人材育成に取り組むべき。

- 再生エネルギー活用促進により、地域内の経済を循環させることで、地域の豊かさを享受していくことができるのではないか。

- SDGsや生物多様性、世界農業遺産といった価値を、半島の価値と紐づけていくことは重要ではないか。

半島地域の強みを活かした地域活性化

- 半島地域ならではの「強み」を活かした地域活性化の取組も必要である。半島地域は古くから漁業や農業が基幹産業として発展し、現在も全国トップレベルの水産物・農産物の産地として全国に食料を供給しており、この点を活かしていくことが求められる。また、半島の小規模自治体には特産品の開発・ブランド化のノウハウが不足しており、半島製品の知名度・価値の向上に資する取組を実施していくことも併せて検討が必要となる。