

地域再生計画

1 地域再生計画の名称

魅力と活力あふれる産業・経済の振興と物語のあるまちづくりによる雇用創造 ～『坂の上の雲』をめざして～

2 地域再生計画の作成主体の名称

松山市

3 地域再生計画の区域

松山市の全域

4 地域再生計画の目標

(1) 松山市の概況

松山市は、瀬戸内海に面し、四国の北西、愛媛県の中央部に位置する。北東部には、高縄山系、東部には石鎚山系が連なり、この両山の間、石手川、重信川などによって形成された扇状地である松山平野が広がっている。気候は、温暖な瀬戸内気候であり、平均気温は16.1℃で、同じく瀬戸内海に面する高松市より若干高い。年間降水量の平均は1,303.1mmと全体的に少なく、6月に降水量が多く、12月に少ない夏雨型である。台風の通過も四国内では少なく穏やかな気候である。

本市は、明治22年に全国39番目の市として発足し、人口は約3万3千人だった。去る平成17年1月に、旧松山市、隣接する旧北条市及び島嶼部である旧中島町の2市1町が合併して現在の松山市となり、平成17年10月時点で約51万5千人、面積約429km²の四国最大の都市である。

本市は、日本最古の温泉といわれる「道後温泉」や「松山城」といった観光資源に加え、多くの俳人を輩出するとともに、様々な文学作品の舞台となり、「いで湯と城と文学のまち」として、また、地域の拠点として発展してきたが、人口の伸び率は鈍化傾向にあり、高齢化率は19.1%（H17）となっている。また、近年、都市部と地方との経済的格差が指摘されているように、本市では、関東、東海を中心とした戦後最長の好景気を実感できぬまま現在の不況に陥り、地域経済はいまだ停滞し続け、市内事業所数及び従業者数は減少している。さらに、失業者の状況においては、完全失業率が平成12年に5.8%であったが、平成17年には7.2%と悪化しており、全国平均4.3%（H17）と比較しても、かなり高い水準にある。

平成18年事業所・企業統計調査による事業所の産業分類別の従業者数の構成比率では、卸売・小売業が23.7%と最も高く、次いで、サービス業の15.9%、医療・福祉の12.1%などとなっている。しかしながら、郊外への大型店出店や、中心市街地からの大型店撤退、それに伴う小売店の閉鎖等、

中心市街地の衰退が深刻な問題となっている。近年、全国的に市場規模が縮小傾向にある卸売・小売・飲食業について、本市においても同様に、事業所数や従業員が減少傾向にある。

また、現在、過疎地域に指定されている旧中島町を中心とした忽那諸島は、柑橘栽培を主とした農業と、瀬戸内海の豊かな漁場に恵まれた漁業を基幹産業としているが、最近では、農水産物の価格低迷を主因とする不振と高齢化（H17の旧中島町の高齢化率は約50%）・過疎化の進行により、地域産業の衰退を招いており、特に深刻な問題となっている。

このように、本市は地方の中核都市としての側面だけではなく、離島地域という全く異なる性格を持ち合わせており、条件的に不利な島嶼部においては雇用情勢が一層厳しく、同じ市内においても著しい地域間格差が認められる。

(2) 地域の産業の情勢

平成17年の国勢調査によると、本市の労働力人口は、250,057人で、平成12年254,163人と比較すると、1.6%の減少となっており、年齢構成別では、特に、若年層(15～34歳)の人口流出が著しく、5.2%の減少となっている。また、就業者数は232,084人で、平成12年239,666人に比べて3.2%の減少となっている。

就業者数を産業別に見ると、第1次産業が4.3%、第2次産業が19.7%、第3次産業が73.8%となっている。一方、合併した旧中島町地域においては、第1次産業が64.0%、第2次産業が5.7%、第3次産業が30.2%と、島嶼部という特殊事情もあり第1次産業の従事者が突出している。

(3) 地域の雇用情勢

松山公共職業安定所管内の平成20年1月から12月までの一般有効求人倍率の平均は0.73倍で、全国の0.88倍、愛媛県の0.85倍と比較して、低い水準となっている。

特に常用有効求人倍率は、平成20年の年平均において0.55倍と全国平均の0.74倍、愛媛県の0.68倍よりも低い水準となっており、地域内の求職者にとって非常に厳しい雇用情勢が続いている。

(4) 地域の課題

本市は、第1次産業においては「みかん」に代表される柑橘栽培、第2次産業においては化学工業製品を中心とした製造業が生産額・出荷額の基幹を成しているが、事業所数、従業員数においては第3次産業を中心とした地域であり、平成16年度市民総生産の84%を占めている。

とりわけ、「道後温泉」や「松山城」を有する本市においては、観光産業が主要な産業となっており、平成18年8月に本市が策定した「松山市観光振興計画」において、平成22年度の観光交流客の目標を600万人とし、交

流人口の拡大を図るとともに、「まち」の活性化を目指しているところである。

しかし、近年、団体旅行に象徴される従来の画一的・通過型の観光が敬遠される一方、滞在型・体験型の旅行形態が増加したことに伴い地域資源を活用した観光メニューが全国的に見直され、交流人口と経済効果を期待した地域間における観光客の誘致競争が激化している。これに対抗するには、新たに求められるニーズを満たす観光メニューを提供し、観光都市としての魅力を向上させることが重要であり、観光客受入態勢の整備はもちろんのこと、観光資源の発掘及び開発が急がれる。

一方、第1次産業においては、従事者の高齢化と後継者不足により就業人口が減少するとともに、主要産品である柑橘類の価格下落等に伴い、その経営は極めて厳しい状況にある。このため、複合的リスク分散型経営を推奨するとともに、新品種として栽培された柑橘類や海産物のブランド化及び普及に取り組んでいるところであるが、今後は、農水産物の特産品を利用した2次製品の開発、瀬戸内海の島なみや豊かな漁場に恵まれた地域資源の活用も含め、さらなる地域産業の活性化策を検討していかなければならない。

また、本市は江戸時代より城下町として栄えるとともに、商業の集積地として経済活動が発展してきた。しかしながら、その商業を支えてきた中心市街地において、大規模店舗が撤退するとともに、郊外、又は隣接自治体への大型店舗の進出により、空き店舗が増えるなど小売業の衰退が顕著であり、その対策が求められている。

そういった中で、第1次産業、第2次産業及び第3次産業それぞれの振興を図ることは言うまでもなく、食品加工業や、観光業、その他様々な異業種が連携・協同し、食材・人材・技術などの地域資源を効果的に結びつけ、農業をはじめとした第1次、第2次及び第3次の関連産業が一体もしくは、発展拡大した、いわゆる6次産業化を推進していくことが必要である。

さらに、本市は人口が50万人を超える四国最大の都市にもかかわらず、常用有効求人倍率が低いことから、雇用効果の高い企業誘致を引き続き推進していく必要があるほか、地域において新たな産業をいかに創造していくかという課題への取組みも急務になっている。

加えて、平成18年の事業所・企業統計調査によると、本市の産業別従業者数構成比において、医療・福祉産業が12.1%と三番目に高い位置を占めており、松山公共職業安定所業務統計においても、新規求人が全体的に減少している中であって、医療・福祉産業の求人は増加しており、今後ますますその比率が上昇するものと思われる。今後より一層の高齢化が進んでいくことから、医療・福祉産業への対応が求められている。

(5) 計画の目標

前述の地域の課題に対し、「農水産関連業及び小売販売業の振興」、「観光振興及び交流人口の拡大」、「企業誘致及び新産業の振興」、「本格的な高齢社会に対応した介護事業の充実」の4つの重点分野を設定し、「地域雇用創造推進事業」を活用するとともに、併せて本市独自の産業振興施策等に取り組むことにより、雇用の創出を推進し、地域経済の活性化を目指すものである。

地域再生計画による雇用創出目標数 664人

	平成21年度	平成22年度	平成23年度	合計
雇用創出	366人	153人	145人	664人

このうち、地域雇用創造推進事業による雇用創出目標数を304人、本市独自の事業による雇用創出目標数を360人とする。

5 目標を達成するために行う事業

5-1 全体の概要

(1) 農水産関連業及び小売販売業の振興

農漁業家の複合経営化を推進するとともに、柑橘類を中心とした新品種の開発、海産資源等を活用したブランド化の推進、また特産物を使用した2次加工品の開発、郷土料理の発掘を通じて、「地産地消」に呼応して安全な1次産品を供給することで経営を安定化させ、またブランド化による卸売単価の上昇及び特産物の販路拡大により、農漁業従事者の所得及び定住者の確保と雇用機会を創造する。

また上記の地域資源を活用して、アーケード商店街を中心とした商業区域、また道後温泉を中心とした観光区域を含む中心市街地の活性化を図るため、小売業等の起業を支援する研修や店舗(インターネット販売も含む)の設置・運営等に対する支援メニューにより、小売業の活性化による雇用の創出に向けた施策を進める。

(2) 観光振興及び交流人口の拡大

豊かな地域資源を活かした地域活性化、特に島嶼部の地域活性化を課題として掲げている本市においては、今後、いわゆる「ツーリズム」と呼ばれる、滞在型・体験型観光地としての開発を進める。

さらに本市と韓国ソウル、また中国上海との定期航空路線が開設されたことを受け、韓国・中国からの観光客が増加し、現在では外国人観光客の年間宿泊者数の約60%を占めるまでに成長していることから、今後とも誘致活動に取り組むとともに、受入態勢の強化に努める。

また、本市では平成11年度から司馬遼太郎氏の小説『坂の上の雲』を軸としたまちづくりに取り組んできたが、平成21年11月より3カ年に亘ってNHKスペシャルドラマ「坂の上の雲」が放映されることから、これを絶

好の機会と捉え、誘客に向けた取組みを行う。

(3) 企業誘致及び新産業の振興

本市においては、地域経済の活性化を目的に、新産業振興ビジョンとして、「e-まちづくり戦略」を平成14年3月に策定し、既存産業の活性化はもちろん、バイオや福祉分野など最先端の新産業の創出を図った。

今後は、次世代産業の創出育成と既存産業の活性化を柱とし、ITによって互いを有機的に連動させることを狙いとした「e-まちづくり戦略NEXT」を推進し、産学官連携による無細胞タンパク質合成技術を核としたバイオ産業の集積や、太陽エネルギーによる産業創出と脱温暖化を目的とした松山サンシャインプロジェクトに取り組むとともに、さらなる雇用創出に向け、企業誘致活動にも力を注いでいく。

また、こうした産業を支える人材を供給するため、IT素養を持った人材を育成する。

(4) 本格的な高齢社会に対応した介護事業の充実

本市の高齢化率（総人口に対する65歳以上人口の比率）は、平成17年1月の旧北条市・旧中島町との合併後、全国平均に近づき、平成19年8月において20%を超え、平成21年4月1日現在では、21.1%に達した。

そのような状況のなか、介護分野の人材は、高齢社会を迎えその需要が見込まれており、介護福祉士や社会福祉士等の有資格者も多数存在するが、求人数の充足率が低く、人手不足の傾向があることから、介護施設における労働環境の改善を図り、その就労を促進する。

(5) その他、地域内の就職を促進する事業の展開

上記(1)から(4)の事業を、実際の雇用に結び付けていくための就労支援事業を実施する。

5 - 2 法第5章の特別の措置を適用して行う事業

該当なし

5 - 3 その他の事業

5 - 3 - 1 支援措置による取組み

(1) B0902 地域雇用創造推進事業（厚生労働省）

実施主体 松山市地域雇用創造協議会

（構成員：松山市、愛媛県、松山商工会議所、北条商工会、中島商工会、えひめ若者人材育成推進機構）

地域雇用創造推進事業の活用

雇用拡大メニュー（事業主を対象）

ア 地域資源を活用したイノベーション開発セミナー開催事業

地域資源を活用したイノベーションの開発による事業拡大を狙いとしたセミナーを実施し、雇用創出を図る。

イ 農業法人設立支援セミナー開催事業

ビジネスプランの構築に必要な知識と事業運営のポイントを学ぶセミナーを開催し、農業法人設立の一助とする。

ウ マーケティング能力等向上研修事業

卸・小売を中心に、製品、流通、価格、販促、広告をいかに組み合わせしていくかといったマーケティングに関する研修を実施する。

エ 食文化発展（フードブランディング）セミナー開催事業

食に関して従来型の地産地消に訴求する切り口から、新たな付加価値を付与する手法を学び、食文化の発展から雇用の拡大を図る。

オ 『坂の上の雲』のまち魅力発信セミナー開催事業

ドラマを活かした観光戦略、旅行商品開発や魅力的な雰囲気作りなどプラン企画のセミナーを開催し、観光産業を活性化する。

カ えひめ AI 生産販売創業支援セミナー開催事業

「えひめ AI」を活用したビジネスモデルをつくりあげることを促進し、雇用の創出を図る。

キ 介護事業者経営改善セミナー開催事業

介護施設に必要な経営と介護における知識の体系的習得を行い、介護施設の経営の安定化、従業員の質的向上と雇用の充足につなげる。

人材育成メニュー（地域求職者等を対象）

ア まつやま・ふるさと体験人材育成事業（リーダー養成、スタッフ養成）

企画・運営を担うリーダー養成と、現地での販売・料飲・宿泊などのスタッフ養成の2コースを設け、創業及び雇用へと結び付ける。

イ 国際観光コンシェルジュ養成事業

コミュニケーション力に秀でた観光ガイド人材を育成するとともに、語学研修も併せて行い、接客接遇、語学知識の向上を図る。

ウ テレコミュニケーター人材育成事業

誘致企業を中心に人材を供給することを狙いとし、実践的なテレコミュニケーションスキルを有した人材を育成する。

エ IT人材育成事業（全5コース）

ITの基本的な技能習得をはじめ、IT素養が高い基盤人材を育成するセミナーを開催し、雇用に結びつける。

就職促進メニュー

ア 合同就職面接会開催事業

面接会の開催を行い、企業と求職者のマッチングの機会を提供し、就職支援を行う。

イ プレゼンマッチング開催事業

求人企業・求職者双方がプレゼンテーションを行うことができる

場を設定し、就職のマッチングの機会を創る。

ウ 就職支援情報発信事業

協議会にホームページを開設するとともに、ターゲットを絞り込み、効果的な情報発信に努める。

5 - 3 - 2 支援措置によらない独自の取組み

(1) 農水産関連業及び小売販売業の振興

農業経営支援

ア かんきつ農業経営複合化等推進事業

柑橘栽培に加えて野菜等の栽培を促し、経営の複合化、安定した収入の確保を図る。

イ 農林漁業就業促進事業

高校における奨学金や農業大学校等における研修資金借受者の返還金等について助成し、就業時の経済的負担を軽減する事により、学卒就業者等若い世代の第一次産業への就業を促進する。

ウ 農業関係資金利子補給事業

認定農業者等が借り入れる農業制度資金に係る利子に対し助成を行い、農業制度資金の融通を円滑化する。

エ 研究指導事業

新品目の栽培試験や現地指導に重点をおき、産地の維持・形成や農業者の課題に直結した問題を解決する。

水産業経営支援

ア 農林漁業就業促進事業（再掲）

イ 漁業近代化資金利子補助金

漁業者等の資本設備の高度化を図り、その経営の近代化を推進するため、金融機関からの融資に対し利子補給を行う。

ウ 漁場環境整備

種苗の放流や漁礁等の設置などを通じて、漁業資源の増大と栽培漁業の推進を図り、資源管理型漁業の定着を図る。

販路及び消費の拡大

ア 地産地消推進事業

農産物に関する情報等を基に、農産物の加工業者や保育施設等様々な需要者と生産者の結び付けを図っていくとともに、情報発信を行うことで松山産農産物の消費拡大を図る。

イ 松山市農村生活研究グループ連絡協議会活動補助金

地域農業・農村の維持・発展と地域の活性化を図るため、知識・技術の習得と消費者との交流などの情報交換に努めることを目的に組織した協議会に補助金を交付する。

ウ 販売拠点の提供及び販路提供イベントの開催

松山特産の農水産物及び加工品について、様々なイベント及び販

売所における販売活動を通じ、地元における消費拡大、販路開拓及びブランド化推進品目等のプロモーション活動を行う。

高付加価値農水産業の振興

ア 健康志向高品質かんきつ産地形成による再生計画事業

キメラ柑橘品種等の新品種の早期成園化に向けた苗の増殖等の各種生産技術の確立、道後温泉等の名称を利用した地域ブランドによる販売力強化など、様々な角度から検討と支援を行う。

イ 魅力ある農産物の開発普及事業

マンゴーなどの収益性の高い新たな品目の導入に関する研究、地域の特産品開発などの研究を行い、早期産地化を図る。

ウ まつやま農林水産物ブランド化推進事業

全国に誇れる松山産の農林水産物等を選定し、PRを行い知名度やイメージを向上させ、ブランド化を推進していく。

エ 紅まどんな等ブランド化推進事業

まつやま農林水産物ブランドに認定された有望品種「紅まどんな」「せとか」の無加温ハウス等施設化による栽培手法を奨励するため、施設等設置に係る資材経費に対し助成を行う。

オ 栽培漁業センター維持管理事業

まつやま農林水産物ブランドとして選定された「活媛あなご」の養殖事業化を目的として、松山市の普通財産である栽培漁業センターを民間企業に貸付する。

カ 島しょ部水産業振興対策事業

流通体制の整備に向けた調査・研究、直接販売等の販路開拓に努めるとともに、水産物のブランド化、販路開拓等に意欲的な漁家を支援するため助成を行う。

商業の振興

ア 松山市商業振興対策事業

松山市商店街連盟及び加盟する商店街等に対して支援を行い、商業振興及び地域活性化を図る。

イ 松山市商店街空洞化対策事業補助金事業

商店街内の空き地、空き店舗等を借り上げ活用を図る場合の経費に対する補助金を交付する。

ウ 松山市商店街活性化事業補助金事業

中央商店街の中央に位置する元銀行支店跡空きビルを活用し、市民・NPO等が参加参画できる中心市街地活性化の拠点「ほっとステーションおいでんか」に対して、運営補助を行う。

エ 松山市まちなか暮らし・にぎわい事業所立地に対する奨励金制度

市民の暮らしに関連する事業所又はにぎわいの創出に関連する事業所を新設し、又は増設する企業に対し、奨励措置を講ずる。

オ まちかど案内情報発信事業

まちなかの賑わい交流施設や道路空間に設置された「まちかど案内情報発信施設(愛称:タウンボード)」と、インターネット上のホームページ(まつやまインフォメーション・ポータルサイト)から、様々な地域情報を発信する。

(2) 観光の振興及び交流人口の拡大

観光資源等の発掘・整備

ア 松山市島嶼部振興計画

松山港沖の有人離島9島(安居島、興居島、釣島、野忽那島、睦月島、中島、怒和島、津和地島、二神島)の地域振興のため、農漁業振興策、観光産業振興策や市有施設の有効活用など、総合的、かつ各種施策の有機的な連動による島嶼部振興策を実施する。

イ 観光及び情報発信拠点の整備・運営

旧北条市の道の駅、旧中島町の宿泊施設を、滞在型・体験型観光の情報発信拠点と位置づけ、支援を行う。

観光客の誘客活動

ア まつやま EPOX 事業

NHK スペシャルドラマ「坂の上の雲」の放映に向け、積極的に観光客誘致施策を展開し、ドラマ放映を機に全国に向けて松山の新しい魅力を発信する。

イ 交流人口・産業拡大会議

NHK スペシャルドラマ「坂の上の雲」の放映を絶好の機会と捉え、地域の持てる力を結集し、それぞれが有するノウハウやネットワークを活用しつつ、経済団体と連携しながら、観光振興策を展開する。

ウ 松山観光コンベンション事業

観光客の誘致、コンベンションの振興、物産の振興を図るため、(財)松山観光コンベンション協会で、一元的に企画・誘致宣伝活動を行う。

エ 修学旅行誘致促進事業

高等学校、中学校及び旅行エージェント等に対して積極的な誘致宣伝を行い、修学旅行の誘致促進を図る。

オ 外国人観光客の誘致活動

韓国・中国からの旅行者誘致、産品の輸出、その他経済・観光交流を、愛媛県及び民間団体と協力して推進する。

魅力・賑わいの創出

ア 誘客観光イベントの開催支援

まつりやイベントの開催支援を通して、観光客の誘致を図る。

イ 島博覧会

島民を主体とする官民協働事業として、オープニングイベント等の集客事業、農業・漁業体験などの中核事業等を展開する。島博覧

会終了後も自立して事業継続させ、島嶼部の活性化を図る。

観光案内及び情報発信機能の充実

ア 街角案内人委託事業

土日祝祭日を中心に、ゴールデンウィーク、夏休み、年末年始の期間にも、「坊っちゃん」、「マドンナ」に扮した街角案内人を「道後温泉本館」、「坂の上の雲ミュージアム」、「松山城周辺」に配置する。

イ まちかど案内情報発信事業（再掲）

ウ 観光まちづくり推進事業

観光コンシェルジェホームページを維持管理する。

（3）企業誘致及び新産業の振興

企業誘致及び中小企業支援

ア 松山市企業立地促進奨励金事業

松山市企業立地促進条例に基づき、本市への新設・移設・増設に伴う投資に対し補助を実施する。

新設・増設等

投下固定資産総額の1.4%以内（上限あり）の額を補助

規模等により上限額が異なる。

雇用促進奨励金

正職員 45万円/1人、契約社員等 30万円/1人、パート等 15万円/人

イ 新規産業育成事業（ベンチャー企業への家賃補助）

松山市が認定施設（平成20年4月時点でBizPortの1箇所のみ）に入居するベンチャー企業等に対し、その家賃を支援する。

ウ 松山市人材育成事業補助金事業

中小企業者等について、従事者のスキルアップを目的として行う研修、試験、検定等の費用について補助金を交付する。

エ 中小企業資金貸付事業

松山市が融資制度の運用資金を指定金融機関に預託するとともに、融資額500万円までの信用保証料を松山市が負担することによって、中小企業の経営上必要な資金を低利で融通する。

オ 中小企業経営サポート事業

中小企業の経営支援を行うため、IT・財務・販路促進等に関するサポートを行う。

カ 中小企業ステップアップ支援事業

公的機関が実施する企業OBや専門家等の人材派遣などの有料の支援制度を利用した場合、その費用の一部を補助する。

キ 松山市勤労者福祉サービスセンターの運営

中小企業で働く従業員に福利厚生サービスを提供する。

ク ビジネスフェア中四国開催事業

中四国広域エリアの消費財見本市・商談会・即売会であるビジネスフェア中四国を開催する。

新産業の育成

- ア プロテイン・アイランド・松山 国際シンポジウム開催事業
愛媛大学と連携して世界的に著名な研究者を招き、国際シンポジウムを開催する。
- イ 松山市テレワーク在宅就労促進事業
育児や介護、心身の障害などの理由で「在宅でしか働くことの出来ない方」への雇用機会の創出・拡大を目的に、テレワークによる在宅就労業務形態を導入する事業所に対して支援金を支給する。
- ウ 太陽エネルギー活用ビジネス創出支援事業
太陽エネルギーを利活用した優れたビジネスモデルを支援することで、地元企業の新エネルギー分野への積極的な参入や低炭素社会に貢献しうるビジネス展開を促進させる。
- エ 新規産業育成事業（再掲）
新たな産業としてのロボット分野や健康・福祉分野を中心とした先端産業創出のための調査研究を行う。

(4) 本格的な高齢社会に対応した介護事業の充実

就業・自立支援事業（ホームヘルパー講座）

母子家庭等の就業・自立の促進を目的とし、ホームヘルパーの養成を行う講座を開設する。

介護サービス事業者指導監督事業

認知症の方に対する理解、利用者本位の個別ケア、介護予防等に関する集団指導と実地指導を実施する。

サービス事業者説明事業

介護サービス事業者に対し、介護保険サービス提供に関する具体的な説明や制度内容の最新情報提供の機会を設ける。

6 計画期間

認定の日から平成 24 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

評価については、年度ごとに年度末など数値等が確定した後行う。

具体的には、ハローワークデータ及び企業聞き取り等によって新規雇用者数、創業起業数等の数値を把握し、セミナー等利用企業・団体のアンケート調査と合わせて雇用創出効果を検証する。

8 地域再生計画の実施に関し当該地方公共団体が必要と認める事項

該当なし