

地域再生計画

1 地域再生計画の名称

魅力ある「まつやま農業」創出事業 ～生産・流通・販売そして全国展開へ～

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

4-1 地域の現状

(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 16.5℃で、同じく瀬戸内海に面する高松市より若干高い。年間降水量は約 1,300mm と少なく、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、当時の人口は約 3 万 3 千人であったが、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 27 年 4 月時点で約 51 万 5 千人、面積約 429 k m²の四国で最大の人口を擁する都市である。

(人口推移)

本市は四国最大の人口を擁する都市であるが、全国の地域に共通する喫緊の課題である人口減少社会への対応は、本市も例外ではなく、昭和 40 年 (1965

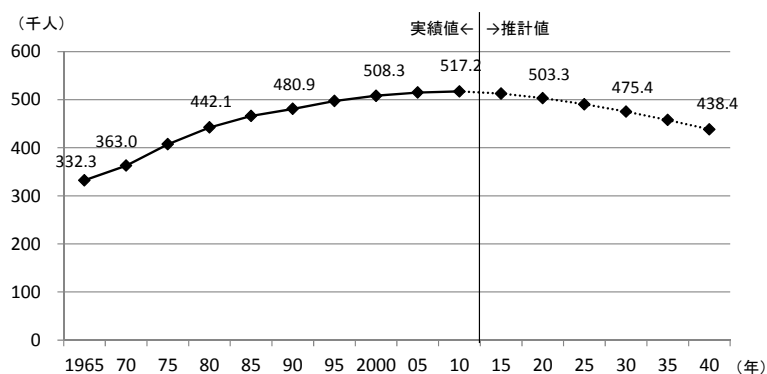


年）以降一貫して増加を続けていた総人口は、平成 12 年（2000 年）に 50 万人を超え、平成 22 年（2010 年）には 51 万 7 千人となった（表 1）。しかしながら、転入転出などの社会増減は変動を繰り返しているものの、出生数・死亡数に係る自然増減は平成 22 年（2010 年）以降減少に転じており（表 2）、人口減少局面に入ったとみられる。

本市の地方創生として平成 28 年 1 月に策定した「松山創生人口 100 年ビジョン・先駆け戦略」では、自然減の歯止めと社会増の維持・向上による人口の安定と若返りを通じて人口減少問題の克服に取り組むとともに、避けることのできない人口減少社会に備え、市内総生産の維持等による暮らしと経済を守るまちづくりを推進していくことを掲げている。

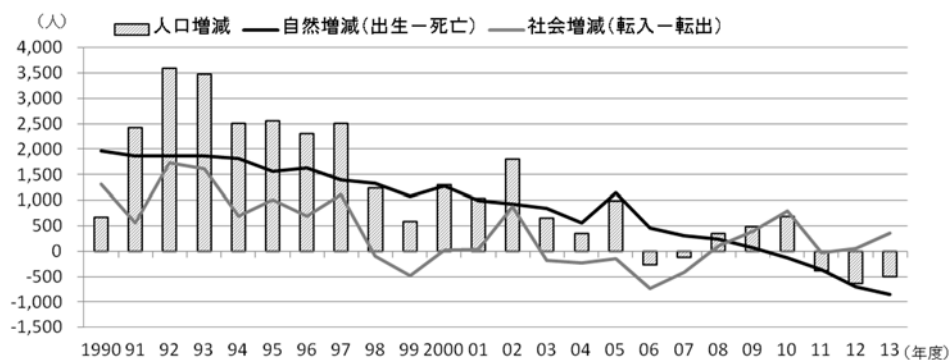
特に、社会動態や暮らしと経済へのアプローチとして「魅力ある仕事と職場をつくる（地域経済活性化）」を基本目標の一つとし、その達成のために「産業の競争力強化」、特に「若者にも魅力的な農林水産業の成長産業化」に取り組むこととしている。

表 1：松山市総人口の推移（将来予想）



（資料）総務省「国勢調査」、国立社会保障・人口問題研究所の「日本の地域別将来推計人口（平成 25 年 3 月推計）」

表 2：松山市の人口動態の推移



（資料）公益財団法人国土地理協会「住民基本台帳人口要覧」

(産業)

平成 22 年の国勢調査によると、本市の産業別就業者数は、第 1 次産業従事者が 3.5%、第 2 次産業が 18%、第 3 次産業が 78.5%となっており、県平均の第 1 次産業 8%、第 2 次産業 23.8%、第 3 次産業 68.2%と比較すると、第 3 次産業のウェイトが高い。産業分類別では、就業者数が最も多いのは「卸売、小売業」で全体の約 2 割を占め、次いで「医療、福祉」が約 1 割を占めている(表 3)。

本市の労働力人口は、平成 22 年 255,352 人で、平成 17 年 250,057 人と比較すると、2.1%の増加となっているが、年齢構成別では、若年層(15～34 歳)の人口流出が著しく、平成 22 年 74,211 人で、平成 17 年 79,558 人と比較すると 6.7%の減少となっている(表 4)。

表 3：

松山市産業別就業者数・構成比【2010 年】

産業分類		就業者数	
		実数	構成比
総数		234,364	100%
農業		7,539	3.2%
林業		158	0.1%
漁業		390	0.2%
鉱業、採石業、砂利採取業		18	0.0%
建設業		18,760	8.0%
製造業		23,502	10.0%
電気・ガス・熱供給・水道業		939	0.4%
情報通信業		5,806	2.5%
運輸業、郵便業		11,466	4.9%
卸売業、小売業		45,059	19.2%
金融業、保険業		7,951	3.4%
不動産業、物品賃貸業		4,364	1.9%
学術研究、専門・技術サービス業		6,512	2.8%
宿泊業、飲食サービス業		16,347	7.0%
生活関連サービス業、娯楽業		9,772	4.2%
教育、学習支援業		11,526	4.9%
医療、福祉		30,779	13.1%
複合サービス事業		1,780	0.8%
サービス業(他に分類されないもの)		13,725	5.9%
公務(他に分類されるものを除く)		8,177	3.5%
分類不能の産業		9,794	4.2%
第1次産業		8,087	3.5%
第2次産業		42,280	18.0%
第3次産業		183,997	78.5%

(資料) 総務省 平成 22 年国勢調査

表 4：

松山市労働力人口の推移

年齢	平成 17 年	
	平成 17 年	平成 22 年
15～19	4,884	4,366
20～24	20,760	19,229
25～29	25,580	24,036
30～34	28,334	26,580
35～39	25,275	30,655
40～44	25,820	27,247
45～49	26,137	26,732
50～54	27,883	25,954
55～59	29,391	26,178
60～64	16,808	23,214
65～69	9,116	10,794
70～74	5,431	5,328
75～79	3,091	2,960
80～84	1,140	1,511
85歳以上	407	568
総数	250,057	255,352

(資料) 総務省 平成 17、22 年国勢調査

4-2 当該地域の課題

松山市の人口減少対策の積極戦略である出生率向上を図る少子化対策、及び若者の定着や U・I ターン促進を図る移住定住対策の推進をしっかりと下支えすべき地域経済の活性化を戦略的に図るため、若者にも魅力的な農林水産業の成長産業化等を通じ、産業の競争力強化を図る必要がある。

しかし、本市の農業従事者の平均年齢は、過去 10 年で 5 歳の高齢化が進行し、現在では全国平均を 7.8 歳上回る 66.1 歳となっている。また、これに伴い、農業従事者数の減少率は過去 10 年で全国平均を 6 ポイント上回る 39%を

記録している。農業従事者の高齢化と担い手不足により、農地の荒廃や生産力の低下、さらには、農業所得の低迷など絶ち切れない「負の連鎖」が生じており、このままでは、さらなる農業・農村の活力低下により、中山間や離島地域の集落の機能不全が不可避となる。

一方で、都市部の在住者の 32%が農山漁村地域に定住したいという願望を持ち、そのうち農林漁業への従事希望者は 65%に上っており、農業・農村の魅力が再認識されている。

4-3 地域再生計画の目標

松山市の農業従事者は、平成 22 年までの 10 年間で全国平均を上回る 39%の減少となったが、一方で青年就農給付金などの政策支援により、平成 23 年度には年間 9 名に過ぎなかった本市の新規就農者は、平成 26 年度には年間 31 名と 3 倍以上に急増しており、青年を中心に近年にない就農ブームが訪れている。

しかし、青年新規就農者の 64%が参入障壁として挙げる「資金の確保」に有効な、青年就農給付金には経営開始後 5 年間までの制限があり、55%が挙げる「営農技術の習得」への政策支援も遅れていることから、就農後の定着実現のためには、農業所得の確保と営農技術の研修が必要である。

まつやま農林水産物ブランドに認定している「紅まどんな」の県内生産量は、平成 19 年産の 115 トンから平成 25 年産の 1,258 トンへと、約 11 倍の伸びを示しており、その生産量の 34%を本市が占めている。一方で市内 J A の市場価格は、平成 19 年産の 763 円/kg が平成 25 年産の 819 円/kg と高止まりしている。また、アボカドの市場規模は過去 10 年間に 2.8 倍に拡大したが、流通量の 99.9%を輸入品が占めており、希少な国内産である本市のアボカドによる市場獲得の可能性が広がっている。

これらの有望品種の高品質・安定生産のためのハウス等栽培施設導入支援や優良種苗供給を引き続き実施しすることで、生産力を向上させるとともに、行政が担ってこなかった「現状分析」に基づく総合的な「販売戦略」に基づき、体系的な「営業活動」を推進することにより、マーケティング分野における現状分析・販売戦略、営業活動、効果検証、効果的な販売促進活動の循環を促しブランド力の強化を図ることで、農業所得の向上が見込まれる。

以上の既存事業の実績評価に基づき、本事業では、就農相談から就農前研修、就農後の現地指導といった一貫した「担い手・新規就農者の定着支援」と、新たな商品開発や各種プロモーションの展開などの「農業所得向上支援」に取り組み、既存事業の「生産力向上支援」とリンクさせなことで、本市が直面している農業を取り巻く負のスパイラルを断ち切り、農業を成長産業に構造転

換することで、魅力ある「まつやま農業」の創出を実現する。

【数値目標】

	事業開始前 (現時点)	平成 28 年 度 増加分 (1 年目)	平成 29 年 度 増加分 (2 年目)	平成 30 年 度 増加分 (3 年目)	KPI 増加分 の累計
目標 1					
「まつやま農林水産物ブランド」産品等の新規取扱い店舗数(店)	177 店	10	10	10	30
目標 2					
育成支援を受けた新規就農者数(経営体)	0	50	28	28	106
目標 3					
収益性の高い有望品目の種苗育成成分譲本数(本)	0	4,000	800	200	5,000

5 地域再生を図るために行う事業

5-1 全体の概要

都市部の「田園回帰」や「農村定住志向」といった都市住民の潜在的ニーズと、中山間や離島地域の「高齢化」や「担い手不足」といった構造的・地勢的条件とを踏まえ、生産者団体や流通業者等との協働により、新規就農者の育成と定住のための支援や、地域資源を活かした仕事と所得の確保に取り組み、農家所得の向上に繋げていく。

そうすることで、「負の連鎖」を断ち切り、総合戦略に掲げる基本目標「魅力ある仕事と職場をつくる」のもと、農業を成長産業に構造転換することができる。

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]

(i) 事業主体

松山市

(ii) 事業の名称及び内容

1. 魅力ある「まつやま農業」創出事業 ～生産・流通・販売そして全国展開へ～

①担い手・新規就農者育成支援

新規就農者の 56%が「営農技術の習得」を参入障壁としており、「農地の確保」や「資金の確保」に次ぐ割合となっているが、この分野の政策支援は遅れている。このため、本事業で市内ＪＡと新規就農者の育成・支援に関する協定を結び、就農希望者や新規就農者の情報を共有するほか、ＪＡが行う就農前研修の補完研修や、就農間もない新規就農者への指導を行うことで、営農意欲の減退や離農を防ぎ、担い手を育成・確保する。

また、既存の技術取得支援とあわせて、新たに就農予定者への個別相談や、就農計画の相談、栽培基礎指導、就農後の現地指導など、農業者の自立に向けて一貫した指導を実施する。

②産地育成支援

本市では、「温州みかん」、「イヨカン」などの基幹品目の価格が低迷し、生産コストを下回るなど、厳しい状況にあると推測される。このため、「まつやま農林水産物ブランド」認定品の「紅まどんな」、「せとか」、「カラマンダリン」や育成品目の「アボカド」などを収益性の高い品目として位置づけ、生産者団体等と協働で現地栽培指導などの生産力向上支援を行う。

さらに、消費者の生活様式の変化や、ニーズの多様化を受け、関係機関と連携して、新たな有望品目の探索や、市場性などの調査研究を行うことで、持続可能な産地育成や、産品の高付加価値化による新たなブランド化につなげる。

③農業所得向上支援

農業を成長産業に構造転換するためには、マーケティング分野における現状分析、戦略的な営業活動、効果検証、さらに効果的な販売戦略の構築といった好循環を確立する必要がある。そこで、学識経験者、生産者団体、メディア関係者などの民間と連携して、松山産の農林水産物及び加工品の選定やブランド化を図る。

また、ブランド活性化ビジョンに基づくＰＲ活動や、育成品目の試験販売・サンプル試供、レシピ開発などの取り組みを行うほか、新たに策定する育成ブランドの生産・販売戦略に基づくＰＲ活動、全国への情報発信、都市圏でのマーケティング調査などを行うことで、「まつやま農林水産物ブランド」等の消費を拡大し、新規取り扱い店舗の増加につなげる。

(iii) 当該事業が先導的であると認められる理由

【自立性】

- ・総合戦略の計画期間（平成 31 年度）までは、選択と集中により、本市一般財源を確保し、事業を継続していきたいと考えており、本事業の効果を検証する中で、将来的な事業の仕組みを検討していきたい。なお、この事業の推進により、支援の対象者は持続可能な力強い農業を担い各立場で稼ぐ力を発揮し、自立することにつながる。（まつやま農林水産物ブランド化推進協議会が行う取り組みを、将来的に各生産者団体が継承し、販売促進までを担うことで、本市からの自立化の達成を目指すものである。）

【官民協働】

- ・販売促進活動や商品開発支援などの各種項目について、連携して支援する体制を確立し、官民協働により、「まつやま農業」の創出を図る。
- ・担い手の確保・育成及び有望品目のブランド力向上や、まつやま農林水産物ブランド及び育成品目の販売促進活動、商品開発支援、商談などを、本市と生産者団体や流通関係者等が協働で行うこととしており、このうち担い手育成、産地育成及びブランド認定及びPR活動の側面支援を本市が担うこととしている。
- ・農業所得向上支援では、民間事業者（学識経験者、生産者団体、観光関係団体、メディア関係者など）は、協議会の構成員として本市と協働で、ブランド活性化ビジョン及び育成ブランドの生産・販売戦略に基づくPR活動などを担うこととしている。
- ・担い手育成支援の一環で、民間金融機関が認定新規就農者向けの貸付事業（青年等就農資金）を行うなど門戸を広げており、本市へ相談があった場合にも当該金融機関へつないで事業を活用できるようにしている。
- ・農業所得向上支援では、アボカドの安定生産、高品質化を引き続き推進するため、日本熱帯果樹協会が最新の生産情報や品種・産地情報を松山市に提供するほか、協会会員である流通関係者や販売関係者とのマッチングを行う。

【政策間連携】

- ・都市住民の潜在的ニーズと、中山間地域や離島地域を多く抱える松山市の地勢的条件とを踏まえ、新規就農者の育成と定住に結びつく支援、育苗分譲などに加えて、ブランド活性化対策などの地域資源を活かした所得と仕事の確保に取り組むことで、「負の連鎖」を断ち切り、農家が生きがいを持って働き続けることができる魅力ある農業の創出を目指す。

◆担い手・新規就農者育成支援

- ・人材確保は、地方創生の要であり、農業を魅力ある職場として新たな人材を定着させるには、栽培技術の習得と安定した所得が必要である。

そのために、市内ＪＡが実施している就農前研修や営農指導と連携しながら、本市の既存農業施設や専門知識の高い農業技術指導員等の人員を活用した研修や現地指導を実施し、新規就農者の育成と定着を促進するだけでなく、確実な生産技術の習得により高品質・安定生産が可能となり、農業所得の向上に繋げる。

◆産地育成支援

- ・従来の温州みかん・イヨカンを主力とする柑橘栽培技術や柑橘産地の立地条件を活かした栽培ができるうえ、高い収益性がみこめるブランド認定柑橘類や市独自の推進品目であるアボカドへの転換をより一層加速させるために、それらの優良種苗を育成し、種苗分譲する。さらに、ブランド認定柑橘類については、ＪＡと連携した営農指導や独自の現地講習会を実施することで生産力を向上させるとともに、省力化や低コスト化を進め、ハウス等栽培施設導入支援による高品質・安定生産を図り、ブランド認定柑橘類等の市場評価の向上や流通量拡大による継続的な販売ルートの確保、農業所得向上につなげる。

また、消費者の生活スタイルが多様化する中で、農産物に対するニーズも変化していくことから、新たなニーズに対応できる品目の探索・調査研究にもＪＡ、生産者組織等と協働で取組産地の持続性を高める。

◆農業所得向上支援

- ・農業を成長産業に構造転換するためには、マーケティング分野における現状分析・販売戦略、営業活動、効果検証、効果的な販売戦略構築の循環を促進する必要がある。このため、学識経験者、生産者団体、観光関係団体やメディア関係者など民間と協働して、松山産の農林水産物及び加工品の選定やブランド化を推進するとともに、シティプロモーションや観光商談などの他の部署が行う政策との連携を強化し、統一的・総合的なブランド認定品及び育成品目の販促活動などを行う。

【地域間連携】

- ・都市住民の潜在的ニーズと、中山間や離島地域の構造的・地勢的条件とを踏まえた、魅力ある農業の創出に加えて、連携中枢都市圏を形成している松山圏域（松山市、伊予市、東温市、松前町、久万高原町、砥部町）の経済成長に波及させるため、本市がそのけん引役として、近隣エリアの多様な農林水産物を生かしたブランド化とあわせて推進する。

【事業推進主体の形成】

- ・事業推進主体となる「まつやま農林水産物ブランド化推進協議会」は、まつやま農林水産物ブランド活性化の方向性などの決定にあたり専門的見地をもって協議に参画し、10 年余りの活動実績を有する。本事業に当協議会の構成員である大学、農協、メディア関係者などが参画することで、様々な角度からの効果の検証及び活動の発展・深化が可能になるとともに、チーム全体として高い効果を発揮することができる。

【地域社会を担う人材の育成】

- ・有望品種への経営転換にはリスクが伴うため、種苗供給から栽培技術研修、そして商品開発や販路開拓、ブランド化による有利販売という、就農から販売までの一貫した支援により、リスクの最小化と経営転換成功への説得力のある道筋を提示することで、有望品種に取り組む新規就農者や経営転換希望者を確保する。こうして確保した人材は、地域の担い手の交流といった就農後のフォローアップを実施することで、地域のモデルケースとなる人材へと育成し、このモデルを一般農業者に波及させることで、後続の人材がおのずから確保され、地域が求める人材の拡大再生産が可能となる。

(iv) 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 28 年 度 増加分 (1 年目)	平成 29 年 度 増加分 (2 年目)	平成 30 年 度 増加分 (3 年目)	KPI 増加分 の累計
目標 1					
「まつやま農林水産物ブランド」産品等の新規取扱い店舗数(店)	177 店	10	10	10	30
目標 2					
育成支援を受けた新規就農者数(経営体)	0	50	28	28	106
目標 3					
収益性の高い有望品目の種苗育成分譲本数(本)	0	4,000	800	200	5,000

(v) 評価の方法、時期及び体制

【検証方法】

本事業の効果検証については、総合戦略の実施状況等の調査・検証を行う民間主体の組織「まつやま人口減少対策推進会議」から意見を聴取し、最終的には、庁内組織である「松山市人口減少対策推進本部」で検証結果を取りまとめ、総合戦略の見直しに反映させる。

【外部組織の参画者】

産業（えひめ中央農業協同組合、松山市農業協同組合、松山商工会議所、北条商工会、中島商工会、愛媛経済同友会、愛媛県中小企業家同友会、愛媛県法人会連合会）・行政（松山公共職業安定所）・教育（愛媛大学、松山大学、松山東雲女子大学、聖カタリナ大学）・金融（伊予銀行、愛媛銀行、愛媛信用金庫、日本政策投資銀行松山事務所、日本政策金融公庫松山支店）・労働（松山地域労働者福祉協議会）・報道（愛媛新聞社）・交通（四国旅客鉄道、伊予鉄道）・NPO等（アクティブボランティア 21、ワークライフ・コラボ、愛媛県若年者就職支援センター、松山市男女共同参画推進財団、松山みらいクラブ連絡協議会）の 27 団体

【検証結果の公表の方法】

本市の HP 等を活用して、検証結果のみならず、その議論の過程等についても速やかに公表し、透明性を確保する。

(vi) 交付対象事業に要する経費

- ① 法第 5 条第 4 項第 1 号イに関する事業【A3007】
 - ・総事業費 35,104 千円

(vii) 事業実施期間

地域再生計画認定の日から平成 31 年 3 月 31 日（3 ヶ年度）

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

地域再生計画認定の日から平成 31 年 3 月 31 日まで（3 カ年度）

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】

本計画に掲げた目標の達成状況については、松山市の総合戦略の実施状況等の調査・検証を行う民間主体の組織「まつやま人口減少対策推進会議」から意見を聴取し、PDCAサイクルによる効果検証を行う。

【外部組織の参画者】

産業（えひめ中央農業協同組合、松山市農業協同組合、松山商工会議所、北条商工会、中島商工会、愛媛経済同友会、愛媛県中小企業家同友会、愛媛県法人会連合会）・行政（松山公共職業安定所）・教育（愛媛大学、松山大学、松山東雲女子大学、聖カタリナ大学）・金融（伊予銀行、愛媛銀行、愛媛信用金庫、日本政策投資銀行松山事務所、日本政策金融公庫松山支店）・労働（松山地域労働者福祉協議会）・報道（愛媛新聞社）・交通（四国旅客鉄道、伊予鉄道）・NPO等（アクティブボランティア 21、ワークライフ・コラボ、愛媛県若年者就職支援センター、松山市男女共同参画推進財団、松山みらいクラブ連絡協議会）の 27 団体

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 28 年 度 増加分 (1 年目)	平成 29 年 度 増加分 (2 年目)	平成 30 年 度 増加分 (3 年目)	KPI 増加分 の累計
目標 1					
「まつやま農林水産物ブランド」製品等の新規取扱い店舗数(店)	177 店	10	10	10	30
目標 2					
育成支援を受けた新規就農者数(経営体)	0	50	28	28	106
目標 3					
収益性の高い有望品目の種苗育成分譲本数(本)	0	4,000	800	200	5,000

目標 1

まつやま農林水産物ブランド認定品等の品目別取扱店舗数については、松山市が毎年度実施した事業により把握する店舗数を集計する。

目標 2

育成支援を受けた新規就農者数については、松山市が毎年度実施した事業により把握する新規就農者数(経営体)を集計する。

目標 3

収益性の高い有望品目の種苗育成分譲本数については、松山市が毎年実施した事業により把握する優良種苗育成分譲本数を集計する。

7-3 目標の達成状況にかかる評価の公表の手法

松山市が、計画期間中及び計画期間終了に、市HPにおいて公表する。