

## 地域再生計画

### 1 地域再生計画の名称

東京の大学生と連携中都市の大学、高校生による都市のイメージアップと地場産品の販路拡大

### 2 地域再生計画の作成主体の名称

兵庫県姫路市

### 3 地域再生計画の区域

兵庫県姫路市の全域

### 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

播磨・姫路の地場産業者は、小規模事業者が多く、姫路の皮革（約100事業者）、菓子（35事業者）、水産品（牡蠣2事業者）、播磨の日本酒（22事業者）などは国内トップクラスの品質を誇るが、コロナ禍によりその影響を受け売上等が大きく減少している。

一例として、世界トップクラスを誇る皮革タンナーは各企業による国内外への販路拡大を図ってきたが、コロナ禍において百貨店等の高級店での販売が振るわず売上が約30%減少している。日本酒は昨年GI（地理的表示）による保護指定を受けたが特定名称酒が主力であるため飲食店での販売が占める割合が高いため売上が約30%減少している。この状況は菓子（和菓子や油菓子中心）や水産品（牡蠣）も同様である。それらについては、購買層が高年齢層であることや、観光面での依存も高く、訪日外国人旅客は約99.9%、日本人は約80%減少しており影響大である。2021年1月に大学生を対象に実施した東京圏における播磨地域の認知度は15%、地場産品については0%であり、同内容で姫路市内では播磨地域の認知度は96%、地場産品については36%であった。

これらはリアル・実地、既存の購買層（高年齢層）への販売に依存する割合が100%近くを占めるためであり、高齢化も進む小規模事業者がほとんどの地場産業者においてオンライン等への参画や若年層への販路拡大についてはノウハウも持ち合わせておらず、それに充てる初動の人員等も少ない。

よって、これらに対する新たな取り組みとともに従来のリアル・実地、既存に対してもアフターコロナも見据えたイメージアップによる販路拡大を国内外に対して行うことが必要である。

4－2 地方創生として目指す将来像

【概要】

姫路市は播磨圏域連携中枢都市圏（8市8町）の連携中枢都市として圏域全体の経済の牽引を担っている。

首都圏と姫路の若者による都市のイメージアップ事業を立案し、産官学金で構成するコンソウシウムでウィズコロナ、アフターコロナ見据えた事業化を検討し、地場産品の販路拡大を図る。

産業・観光・教育・人口政策を包含する政策間連携により国内外からの観光客誘致、キャリア教育、起業家支援等も複合的に行い、雇用や事業承継者を確保しつつU・J・Iターンを促し持続可能な真の連携中枢都市としての役割を果たす。

【数値目標】

|         |                                       |                        |                        |                        |                        |                        |                        |                  |   |
|---------|---------------------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|------------------|---|
| K P I ① | 姫路の大学生の「姫路」、「播磨」の地場産品に係る認知度向上割合       |                        |                        |                        |                        |                        |                        | 単位               | % |
| K P I ② | プロモーション、商談会による契約成立件数（年度末現在での商談進行中も含む） |                        |                        |                        |                        |                        |                        | 単位               | 件 |
| K P I ③ | ECサイトへの新規参画者数                         |                        |                        |                        |                        |                        |                        | 単位               | 者 |
| K P I ④ | 20代、30代の転出超過数 現状600人、目標350人           |                        |                        |                        |                        |                        |                        | 単位               | 人 |
|         | 事業開始前<br>（現時点）                        | 2021年度<br>増加分<br>（1年目） | 2022年度<br>増加分<br>（2年目） | 2023年度<br>増加分<br>（3年目） | 2024年度<br>増加分<br>（4年目） | 2025年度<br>増加分<br>（5年目） | 2026年度<br>増加分<br>（6年目） | K P I 増加分<br>の累計 |   |
| K P I ① | 36.00                                 | 3.00                   | 6.00                   | 5.00                   | 3.00                   | 3.00                   | -                      | 20.00            |   |
| K P I ② | 0.00                                  | 5.00                   | 10.00                  | 10.00                  | 10.00                  | 10.00                  | -                      | 45.00            |   |
| K P I ③ | 0.00                                  | 10.00                  | 20.00                  | 20.00                  | 20.00                  | 20.00                  | -                      | 90.00            |   |
| K P I ④ | 600.00                                | -50.00                 | -50.00                 | -50.00                 | -50.00                 | -50.00                 | -                      | -250.00          |   |

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及び5－3のとおり。

5－2 第5章の特別の措置を適用して行う事業

○ 地方創生推進タイプ（内閣府）：【A3007】

① 事業主体

2に同じ。

② 事業の名称

東京の大学生と連携中都市の大学、高校生による都市のイメージアップと地場産品の販路拡大

③ 事業の内容

- 1 産官学金で構成するコンソウシウム形成と事業内容の検討、効果検証  
首都圏の大学、姫路市内の大学・高校、地場産業関係組合、包括協定を締結しているイオン、連携中枢関係市町、姫路コンベンションビューロー（2021年11月、DMO設立）、市内金融機関によるコンソウシウム形成とイメージアップ戦略、販路拡大事業内容を検討する。
- 2 大学、企業等との協業による各種ECサイトの商談会、販売促進  
首都圏の大学、姫路市内の大学・高校と東京の百貨店等の流通事業者との連携による新製品の開発、ECサイトの構築、それを活用した商談会、販路拡大を行う。
- 3 国内外でのプロモーション及び商談会（リアル、オンライン）  
東京圏、フランス、シンガポール、ニューヨーク、香港、オーストラリアでB to B対象のプロモーションを兼ねた商談会を行う。
- 4 大阪・関西万博関連事業  
2025年開催の大阪・関西万博に合わせた播磨の地場産品・観光プロモーション事業（B to B）

④ 事業が先導的であると認められる理由

【自立性】

事業参加企業、組合による負担金

令和3年度より関係組合、DMO（姫路観光コンベンションビューロー）が他団体と連携を図りながら事業を推進

【官民協働】

首都圏の大学、姫路市内の大学・高校・専門学校、地場産業関係組合、包括協定を締結しているイオン、連携中枢関係市町、姫路観光コンベンションビューロー（2021年11月、DMO設立）、市内金融機関によるコンソウシウム形成とイメージアップ、販路拡大事業内容を検討する。

【地域間連携】

姫路市が中心となって、官民連携による事業推進体制を構築し、産業・観光・教育・人口政策など含めた多角的な観点から、都市イメージアップとはりまの地場産品の新たな販売先を開拓し、稼ぐ力を創出する。

【政策・施策間連携】

姫路市が中心となって、播磨の都市イメージアップ及び地場産品の販路拡大を図るため、官民連携による事業推進体制を構築し、産業・観光・教育・人口などを含めた事業をワンストップで姫路市が実施する。

【デジタル社会の形成への寄与】

取組①

該当なし。

理由①

取組②

該当なし。

理由②

取組③

該当なし。

理由③

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（K P I））

4－2の【数値目標】に同じ。

⑥ 評価の方法、時期及び体制

【検証時期】

毎年度 6 月

【検証方法】

毎年度、産官学金労言が参画する外部会議「ひめじ創生戦略会議」を開催し、事業の進捗状況、数値目標の達成度などを検証する。

【外部組織の参画者】

姫路商工会議所、姫路経営者協会、JA兵庫西、兵庫県立大学、姫路獨協大学、やながせ保育園、三井住友銀行、姫路信用金庫、連合兵庫西部地域協議会、神戸新聞社、姫路市連合自治会、姫路市連合婦人会、兵庫県、公募委員

【検証結果の公表の方法】

事業の進捗状況、数値目標の達成度などを報告し、事業の進捗管理を行う。会議結果は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 180,000 千円
- ⑧ 事業実施期間  
2021年4月1日 から 2026 年 3 月 31 日 まで  
※企業版ふるさと納税との併用による事業実施期間延長適用
- 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) 該当なし。

ア 事業概要

イ 事業実施主体

ウ 事業実施期間

年 月 日から 年 月 日まで

(2) 該当なし。

ア 事業概要

イ 事業実施主体

ウ 事業実施期間

年 月 日から 年 月 日まで

(3) 該当なし。

ア 事業概要

イ 事業実施主体

ウ 事業実施期間

年 月 日から 年 月 日まで

## **6 計画期間**

地域再生計画の認定の日から 2026 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、5－2 の⑥の【検証時期】に  
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。