

地域再生計画

1 地域再生計画の名称

伊予市版地域DMOを核としたアドボカシー重視の持続可能な観光・交流地域づくり

2 地域再生計画の作成主体の名称

愛媛県伊予市

3 地域再生計画の区域

愛媛県伊予市の全域

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

1. 合意形成手段がシステム化されていないことによる観光振興への懸念

観光振興に当たっては、市内の各所に散在する各資源の一体的な活用や、様々な人材と協働して取組を進めることで観光客の滞留時間を延ばし、市内での周遊性向上により経済効果を高めるといったメリットが生まれる。本市では、「地域住民と行政との協働」により旧市町や集落の枠を超えた市民間の融和と一体感を醸成するため、人的・経済的に支援する制度を設けて説明会や意見交換を重ねてきた。

取組の結果、制度自体は活用されているものの、地域内の各分野において合意形成の仕組みが未完成であるため、市内にある各資源等の一体的な活用まで至っていない。具体的にはこれまでの観光協会の会議や観光振興に係る意見交換の場において「観光客増加に伴う経済効果を望む意見と、観光客増加が住民生活に悪影響を及ぼすことを懸念する意見の対立がある」、「『行政の人的・経済的リソースを合意のもとで選択・集中させる仕組みが弱く「公平性」の名目で薄く拡散されることで事業成果が得られにくい』などの声が寄せられており、関係者の合意形成により運営方針やリソース配分を決定する仕組みの構築が求められている。

さらに、令和2年度に実施した市民満足度調査では、「団体や地域を支える次世代のリーダーが育っていると感じますか」との問いに対し、「育っている」「ある程度育っている」が有効回答数の約19.1%であったのに対し「育っていない」「あまり育っていない」は約45.5%という結果が示され、若者世代の地域参画が十分に図られていないことが浮き彫りとなったことから、観光振興を含めた地域運営の舵取り役となる次世代リーダーの育成が急務となっている。

2. 観光物産振興事業に係る客観評価と地域間交流の課題

観光及び物産の振興に関しては、市町合併直後に伊予市全域を対象範囲とした観光協会を設立したものの、その活動は旧市町単位の支部を中心に実施されており、合併以前から行ってきたイベント事業や各種団体に対する補助制度について、客観的な視点からの評価や整理ができないまま現在に至っている。

実績不振を原因とする補助金の減額にもかかわらず「うちの地域が減額されるなら他の地域も削減しないと不公平だ」という意見が出るなど、伊予市民としての仲間意識よりも地域間の比較意識の方が根強いことが伺えるほか、他地域会員間の交流もほとんど無いのが現状である。新型コロナウイルス感染症（以下、「新型コロナ」という。）による影響前の平成30年度の事業経費配分は、伊予支部の5,517千円（約44.2%）に対し中山支部3,037千円（約24.3%）、双海支部3,937千円（約31.8%）と、人口比率（伊予約83.5%、中山約7.1%、双海約9.4%）と比較しても整合性が取れていないほか、現状予算の確保が前提となり新規提案や支部間を横断する事業は1件も行われていないことから、これまでの観光物産振興策が硬直

化していることが分かる。

令和2年度に実施した観光振興計画策定時の観光客周遊行動分析によると、伊予市を訪れた県外客の約94%が1ヶ所滞在後、他の場所には立ち寄らず市外に出たという結果が示されており、異なる地域を横断する観光事業が無いことから、観光客が市内を周遊する仕組みに至っていないことが分かる。

以上のとおり、補助金の設定や支援体制などについて過剰な平等意識が根強く残っていることや地域間交流が行われていないことで、人的・経済的なリソースを新規事業や重点化すべき事業に配分できていないこと、また、地域の枠を超えて連携した事業が実施されていないことが課題である。

3. 産業の担い手確保を目的としたデジタル導入の課題

本市では、昭和30年に50,810人であった人口が令和4年11月末では35,823人と約29.5%減少しており、特に旧町部を中心に急激な人口減少に晒されている。人口に対する65歳以上の方の割合は、平成2年の17.5%から、令和4年11月末には34.4%まで進行しており、急速な高齢化も深刻な課題である。また、国勢調査の結果から見る15歳以上労働者人口は、平成2年の21,226人から令和2年には18,879人と約11.5%減少しており、この要因として人口減少と高齢化の進行が関係している可能性が高い。

同じく国勢調査における産業別就業人口の構成率でみると、全国平均と比較して優位性の高い産業である農業、漁業などを含む第1次産業は、平成2年の24.1%から令和2年は12.3%、食品加工業を含む第2次産業は平成2年の30.8%から令和2年は25.8%といずれも大きく減少しており、基幹産業を担う次世代層の育成が課題となっていることが分かる。

市内中小事業者の事業承継に積極的に取り組む伊予商工会議所によると、市内の個人商店や中小企業は、「顔の見える商売」を強みとする一方で、地域内での営業に依存している例が多く、主たる消費者・取引先である地域内の人口減少が収入の減少にも直結する不安から後継者への承継が進んでおらず、「自分の代で終わり」と言う事業者も多いとのことである。

こうした課題を解決する手段の一つとして、インターネットを活用したEC展開やSNSを活用した広告宣伝、キャッシュレス決済の導入など、デジタル技術の導入による事業構造の転換や販路拡大、農・漁業への活用等により次世代に興味を持たせ、事業承継に繋げると

4-2 地方創生として目指す将来像

【概要】

本市は、平成17年4月1日に伊予市、中山町、双海町の1市2町の対等合併により誕生した。

産業構造としては古くから農業、漁業等が盛んで、農業分野では、キウイフルーツの生産量に関し全国1位の愛媛県の中でトップを誇るほか、食味の良さで知られる中山栗、唐川びわなど、地名が付されたブランド作物が栽培・出荷されている。愛媛県を代表する農産物である柑橘類の生産については、1980年代から積極的に進められたハウスみかんのほか高級晩柑類の生産が盛んであり、特に紅まどんな（愛媛果試28号）は、県内第2位の生産量がある。また漁業分野では、市内に3つの漁業協同組合があり、タイ、ハモ、サワラなど、個人漁業者を中心とした沿岸漁業が行われているほか、特産品であるイリコやシラスへの加工を目的とした組織的な船団漁業も一部行われている。さらに、大正時代から鰹節を薄く削った削り節の加工が盛んに行われており、全国シェアの販売を行う食品加工会社が立地しているほか、関連して珍味や干物などの海産物を中心とした食品加工業が盛んである。

環境省が公開している地域経済循環分析システムのうち産業別修正特化係数によると、本市は水産業、食料品、農業の分野で全国平均を上回っており、前述の内容を裏付けている。

観光分野では目立った観光地は無いものの、恋人の聖地や「日本の夕陽百選」に選ばれた夕日の鑑賞スポットでもある「道の駅ふたみ（ふたみシーサイド公園）」には年間約25万人もの来客があるほか、独立行政法人年金・健康保険福祉施設整理機構から譲渡を受け現在は市の指定管理施設となっている「ウェルピア伊予」には、レジャープールやテニスコートなどを目当てに年間約50万人が訪れている。

「一度は降りてみたい無人駅」としてメディアでも取り上げられることの多いJR下灘駅は、常駐職員がいないことから入込客数の確認はできないものの、県外客を中心に年間数万人規模の観光客が訪れていると想定される。

また、四国の地方都市としては珍しくJRの他に私鉄路線（伊予鉄道郡中線）が乗り入れており、県都松山市とのアクセスについては他の県内市町と比較して優位性が高いほか、松

山空港から車で約25分という立地環境や松山自動車道のインターチェンジが2ヶ所（うち1ヶ所はスマート式のーフインターチェンジ）整備されていることなどにより、県外からのアクセスに関しても有利である。

本市では、令和3年に定めた第2次伊予市総合計画後期基本計画の中に「稼ぐ地域の実現プロジェクト」と題して「6次産業化」や「都市と農村の交流による新たなビジネスの創出」を掲げており、目標達成に向けて「特産品の開発とビジネスマッチング」、「インターネット等を活用した積極的なPRの実施・展開」、「体験学習に組み込んだ（観光）プランづくり」など具体的な事業を行い、比較優位性の高い産業を強化することで地域内への経済流入を進めるとともに、観光客が伊予市内を周遊する仕組みにより経済効果に繋げていくことを目指す。

【数値目標】

KPI①	地域DMO登録会員（団体）数							単位	人 (団体)
KPI②	伊予市への観光入込客数（観光庁観光入込客統計用報告数）							単位	千人
KPI③	代表的な観光施設の年間売上額							単位	千円
KPI④	新規開発商品数							単位	点
	事業開始前 (現時点)	2023年度 増加分 (1年目)	2024年度 増加分 (2年目)	2025年度 増加分 (3年目)	2026年度 増加分 (4年目)	2027年度 増加分 (5年目)		KPI増加分 の累計	
KPI①	0.00	100.00	100.00	150.00	20.00	20.00		390.00	
KPI②	900.00	10.00	30.00	50.00	50.00	50.00		190.00	
KPI③	376,663.00	5,000.00	15,000.00	25,000.00	2,000.00	2,000.00		49,000.00	
KPI④	0.00	2.00	3.00	3.00	2.00	2.00		12.00	

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

伊予市版地域DMOを核としたアドボカシー重視の持続可能な観光・交流地域づくり

③ 事業の内容

1. 地域DMO [注1] を中心とした観光や物産の振興を進めるための話し合いの仕組みづくり

令和5年1月に設立した「(一社)伊予市観光物産協会ソレイヨ」を伊予市版地域DMOとして位置づけ、市行政、事業者、地域住民、観光客などをつなぐ中心的な役割を担わせることで、本市の観光物産振興に関する様々な課題や事業の優先順位を、関係者が話し合いながら方針決定する仕組みを作る。この仕組みは、観光物産振興について意見をまとめ、方針を決める仕組み(アドボカシー [注2] の仕組み)である。

また、事業の効果検証に当たっては、各事業をいろいろな立場から公平に評価することで、これまで行ってきた各種事業の良い点を生かしつつ、常に改善を意識する。そして、見直しを行った結果、生じた余剰分の資金を新規事業の実施に充てる。新規事業の立ち上げに関しては、会員からの事業提案制度を設け、市行政や金融機関などの目線も加えた上で、公平公正に審査する。さらに、地域への貢献度が高い魅力的な提案については、会員が利益を得られるよう事業化する仕組みを整える。

【主な事業】

- ・事業者、行政、地域住民、顧客など、全ての関係者が地域DMOを中心として意見をまとめる仕組みを作る(アドボカシーの仕組み)
- ・各事業を公平に評価できる仕組みや、新しい事業を立ち上げるためのルールを整備する
- ・若い世代や新しく起業した人を含めた会員からの提案をもとに、新しい事業を始めるためのルールを決める

2. 地域DMOを中心とした観光や物産の振興を通じた地域交流と政策連携の仕組みづくり

地域DMOが市内に点在する観光や物産に関わる人や資源を発掘し、それらをデータベースとしてまとめる。また、地域DMOが集めた観光客の好みやニーズに関する調査結果を基に、観光客が求めている商品やサービス(飲食や物産など)を開発するために、地域や業種を超えた協力を進める。これにより、「新しい価値」を生み出し、市内でお金が循環する仕組みを作る。さらに、観光客が市内の様々なスポットを巡ったり、再び訪れたいくなる仕組みを提案し、その実現に向けて地域DMOが一緒に取り組む。

【主な事業】

- ・市内の観光や物産に関する人や資源を調査し、データベースとしてまとめる
- ・国内外の観光客の好みやニーズを調査し、それに基づいて分析し、情報を活用する
- ・会員事業者の地域や業種の枠を超えた協力によって、新しい商品やサービスの開発と、その事業化を進めるために、地域DMOが継続的にサポートする
- ・市行政と地域DMOが協力して、観光と物産の振興策を協力して推進する体制を構築する

3. 産業の効率化と担い手確保を目的としたデジタル化への取組

地域DMOと市行政が協力し、市内の観光や物産を行う事業者のデジタル技術の活用を進めることで、観光客のニーズや海外から訪れる観光客(インバウンド)に対応した観光地域づくりを進めるとともに、効率的に情報を集め、それを生かせる仕組みを作ることを目指す。

デジタル化に慣れていない人や抵抗を感じている事業者へのサポートとして、地域内でデジタル化を支える人材(DXプロデューサー)を育成し、高齢の事業者などにも丁寧に対応する。簡単で低予算でも対応可能な提案を行うことで、デジタル化に対する不安やハードルを下げ、最初の一步を踏み出す支援を行う。

さらに、市内事業者によるSNSでの情報発信、キャッシュレス決済の導入、インターネットを使った商品販売(EC展開等)を推進することで、観光客が伊予市の魅力を感じやすい環境を作る。また、地方にいながらも国内外の大きな市場を相手に商売ができる仕組みを作り、新しい市場を切り開くことで、本市の観光物産に係る産業を活性化させ、次世代に引き継げる持続可能な地盤を作る。

【主な事業】

- ・デジタル化を支える人材(DXプロデューサー)を設置し、次世代のデジタル人材を発掘及び育成する。
- ・SNSでの情報発信やキャッシュレス決済、インターネットを活用した商品販売(EC展開等)など、デジタル技術導入を進めるための意識づくりや基盤整備を行う。
- ・地域DMOが会員事業者と寄り添いながら、デジタル技術の導入を丁寧にサポートする。
- ・地域全体で協力して、業務改善に向けたデジタル技術を取り入れる最初の一步を後押しする。

[注1] DMO：観光地域づくりを推進する法人のこと

[注2] アドボカシー：個人や団体が、意識向上や政策変更を目指して意見を発信したり行動を起こしたりする活動のこと

④ 事業が先導的であると認められる理由

【自立性】

○官民協働による市行政からの自立

・今回の交付金を活用して実施する地域DMO活動は、官民が連携し互いの優位性を生かしながら観光物産分野を軸として地域の課題解決と活性化を目指すものであり、その推進主体となる地域DMOの運営は法人格を有する独立組織として採算性を意識した経営判断を行うほか、公共団体以外の民間企業からも業務受注するなど、経済的、経営的に本市行政から自立した組織とする。

○多様な立場の参加者の納得感に基づく自立運営

・地域DMOの活動方針は、参画するステークホルダーによる合意形成に基づき決定するものとする。

・さまざまな立場から対等に意見を交わすことで、多くの参画者にとって納得感の高い健全な運営を目指す。

・納得感の高い組織運営と参画者の期待に沿った事業展開により会員数を増やし、独自財源である会費収入の増加を目指す。

○民間活力及び地方創生施策を活用した経済的自立

・社会的意義の高い事業を展開し積極的に発信周知することで出資者の満足感や支援意欲を高め、企業版ふるさと納税制度やクラウドファンディングの活用により得られた民間力による支援でさらに次の事業を展開するという好循環を生み出すことで持続性の高い運営を行う。

企業版ふるさと納税に関しては、2年目終了時点までに2,000千円以上の確保を目指し、民間企業とも連携して広く募集・推進する。

○相乗効果が期待できる公的支援の活用

・観光庁の観光地域づくり法人への登録を目指し、本計画の内容と相乗効果が期待できる補助事業を積極的に活用する。

・総務省、農林水産省、中小企業庁、愛媛県など政策間連携、地域間連携に関係する公的団体からの支援制度のうち、本計画の内容と症状効果が期待できる補助事業を積極的に活用する。

○経済的自立を前提とした市との対等性向上

・自主財源確保の状況を見据えながら徐々に市からの委託業務の比率を下げることで市財政への依存度を下げ、経済的自立性と市との対等性を向上させる。

【官民協働】

○行政と地域DMOの対等な協働関係を高める考え方

・地域DMOの主たる運営財源については、「補助金」ではなく、市から地域DMOへ観光物産振興に係る業務を委託し、履行に対する対価として「委託料」の形で支払う形とすることで事業効果を高めるほか、独自財源確保の状況に合わせて徐々に市支出への依存度を下げることで市と地域DMOの対等性を高める。

○地域内だけに留まらない広域官民連携

・観光庁のDMO登録を目指し、国や県、広域DMOはもとより、市外の民間企業や各種団体とも連携して事業推進することで観光物産振興を目指す。

○支援意欲を高めることで民間活力を積極活用

- ・社会的意義の高い事業を積極的に展開することで出資者の満足感を高め、企業版ふるさと納税やクラウドファンディングの活用による資金充当など民間活力による支援確保を目指す。
- ・民間企業への新規事業提案と委託業務の受注を積極的に行い、行政支出のみに依存しない経営体質を目指す。
- ・企業版ふるさと納税（人材派遣型）の活用により、民間ノウハウを持つ専門人材を招へいし、プロジェクトの効率的・積極的な推進を図るとともに、当該人材や派遣元のネットワークを活用することで派遣元以外の企業・団体を含めた官民連携の拡大を目指す。

○地域住民を巻き込んだアドボカシー重視の運営

- ・行政と会員事業者のみならず地域住民が意見を交わす機会を設け、会員利益だけでなく行政や地域住民の満足度向上にも繋がる事業や、地域住民のシビックプライド〔注1〕が向上する事業を企画・展開する。

○官民+学の連携による新たな価値の創造

- ・本市が連携協定を締結する県内大学と連携を強化し、官民協働にとどまらず「産（民）学官」連携による、新たな価値の創造と効果的な事業実施を目指す。

〔注1〕シビックプライド：「地域への誇りと愛着」を表す言葉のこと

【地域間連携】

○近隣自治体との連携による県内観光物産振興の推進

本市が属する県の管轄機関である愛媛県中予地方局と連携し、同局商工観光課が運営する観光情報サイト「ちゅうよ観光ナビ」に対して本市の観光情報を積極的に提供することで多極的な情報発信に繋げるほか、相互に連携し、本市のみに留まらない広域的な観光情報の共有や企画提案に取り組む。

愛媛県自転車新文化推進課が中心となり、大洲市とも連携して運行実現に至った「サイクルトレイン愛ある伊予灘号」の継続的な運行とこれを活用した誘客促進に向け、地域DMOが収集整理した本市観光情報を発信するほか、地域DMOのマッチングにより開発された観光サービス・新商品の積極的な販売を目指す。

松山市が中心となり中予地区の3市3町で取り組んでいる「第2期まつやま圏域未来共創ビジョン」に基づき実施する観光プロモーション、中小企業の振興、企業立地の支援等の事業のほか、東温市が中心となり進めている近隣小規模自治体連携による販路拡大事業など、近隣自治体との連携による実効性の高い事業に主体的に参画することで、単独事業では得られない相乗効果を得ながら本市の魅力を発信することとし、広域での観光物産振興を目指す。

○広域での観光・物産振興、遠隔地連携による観光・物産振興の推進

愛媛県のほか瀬戸内地方や中四国など、より広域で展開する観光団体や事業者とも連携し、地域DMOのマッチングにより開発した観光サービスや商品の販売先を積極的に拡大するなど、関連地域が一体となって利益を生む仕組みの一翼を担う。

全県の観光を所管する愛媛県観光国際課のほか、同じく愛媛県の東京事務所、大阪事務所ともこれまで以上の連携を図り、観光物産に係る最新情報の相互共有を図るほか、本市だけの取り組みでは得られない相乗効果による広域的な観光物産の振興を目指す。

当市と地域性や特色が異なる国内他地域のDMOのほか、将来的には海外のDMOとも連携し、観光客が相互に行き来する仕組みや、物産購入が観光のきっかけとなる仕組み等について検討・実践する。

【政策・施策間連携】

○政策間連携の基本的な考え方

・所管の異なる各種政策を跨ぐ事業を積極的に展開することで、単独政策では解決が難しい政策課題を相乗効果により同時に解決できる方法を検討協議し、具体的な取組を行う。

・各政策関係者の間を本市担当課職員と地域DMOが弾力的に繋ぐことで、行政の縦割りを解消し、事業者にとっても利用者にとっても利用しやすい事業を推進するとともに、各政策の推進にも繋げる。

○政策間連携により解消を期待する課題

・農業政策に関する課題

観光に関するキーコンテンツが弱い本市にとって、農業体験や農村民泊体験など既存の仕組みを有効活用して都市部から地方への交流人口と経済流入を増加させるグリーンツーリズムは積極的に活用すべき要素である。

こうした考え方からこれまでも、農業体験等を組み込んだ観光ツアーの企画が持ち上がったことがあったが、グリーンツーリズム推進が農業政策担当所管であることから観光政策担当との連携が取りづらく、推進に向けたイニシアチブの所在が不明確となっていたほか、補助金の財源が異なるため他政策の関連項目に活用しづらい、などの理由もあって足並みが揃わず、現状は積極的な連携に至っていない。

また、本市全体を通して農業従事者が減少している中、特に周辺部の中山間地域においては高齢化と後継者不足により耕作放棄地が急激に増加しており、なんとか営農を続けている近隣農地に害虫被害が生じることで連鎖的な廃業に繋がっているほか、景観悪化なども深刻な地域課題にもなっている。

こうした課題について、地域DMOが農業政策と観光政策に係る関係者を柔軟に繋ぐことで解消を目指す。

・産業振興政策に関する課題

本市には様々な特徴的な基幹産業があるものの、地域や業種を超えた繋がりや弱く、各企業や団体は個別の活動に終始している。より効果的に地方創生を進めるためには、こうした企業や団体の持つ魅力的な個性を磨き、さらに連携させることで新たな価値を生み出すことが可能と思われるが、現状は至っていない。

これまで本市を経済的に支えてきた多くの基幹産業や商店が、人口減少、流通構造の変化といった時代の流れの中で陰りを見せており、先行きが見通せないことを理由に事業承継や後継者育成が進んでいない。

こうした課題について、地域DMOが地域や業種の壁を越えて関係者を繋ぐことで解消を目指す。

・移住政策に関する課題

全国的な人口減少が進む中、移住推進は地方の自治体共通の課題であり、移住者獲得に向けた競争も加速している。本市でも移住モニターツアーや見学会を積極的に行っているほか、本市に興味を抱いた移住希望者を積極的に迎え入れるため、家屋の改修等に補助金を出すなどの取組を行っている。

こうした制度を活用し、良好な移住に繋がった例もある一方で、移住者側が地域性やローカルルールを十分に理解・認識しないまま転入した場合や、変化を嫌う気風がある地域に都会の価値観のまま移住者が転入した場合など、移住者と既存住民の間で価値観の違い等によるミスマッチが生じ、集落全体を巻き込んだトラブルにまで発展する例が少なくない。

こうした課題について、地域DMOが移住受入れを希望する地域の住民と連携し、観光事業を通して解消を目指す。

【デジタル社会の形成への寄与】

取組①

○DXプロデューサーの設置とデジタル人材の育成

地域DMO内にデジタル専門人材（DXプロデューサー）を設置し、会員事業者や若年世代にデジタル技術を指導することで地域内のデジタル人材を育成する。

専門人材の招へいに当たっては本交付金の活用のほか、総務省が「地域力の創造・地方の再生」政策の中で地方自治体を支援する人材力活性化事業等の活用を検討するなど、より効果的・創造的な事業活用を進める。

若年世代をデジタル人材として採用する際には、ダブルワークやマルチワークを認める雇用条件を設定し、地域に居ながら様々な収入手法を得ることで本市に根差して生活し、地域内で役割を担う人材を育成する。

理由①

②デジタル人材の確保・育成に寄与

DXプロデューサーの持つ専門知識や技術を、会員事業者や地域内の若年世代が学ぶことで、公的補助による専門人材活用が終了した後も、継続的に地域内事業者にデジタル技術を伝達・指導できる人材を育成する。

①本市の地域課題（人口減少、若者の流出、地域内雇用の減少）の解消に寄与
デジタル技術に対する学習意欲のある会員や若者を育て、地域DMOのスタッフとして継続的に雇用することで、本交付金の成果として構築したビジネスモデルや新たな働き方などの事業効果を交付期間終了後も継続させ、地域内の所得手段と雇用の維持に繋げる。
地域DMOの組織内にも若者の雇用の場を創出することで人口減少、若者の流出抑制にも繋げる。

取組②

○デジタル技術導入に向けた基盤形成
会員事業者に対してデジタル技術導入による新たなビジネスモデルや事業効率化などのメリットを提案・推進するとともに、導入を躊躇する事業者に対する意識調査によりデジタル化が進まない原因や課題を調査してボトルネックとなっている要因を探り、課題解決に向けた取り組みを進める。

理由②

①本市の地域課題（魅力を価値化できない、若者流出、事業承継不振、廃業）の解消に寄与
デジタル技術導入に関する研修会等を実施し、デジタル導入による新たなビジネスモデルや事業効率化を提案・推進することで本市の魅力を価値化し、新たな「稼ぐ力」に繋げることで若者の流出による人口減少や地域商店の事業承継といった地域課題を解決する。
高齢事業者を中心とするやデジタル技術が得意でない層にも伴走支援してデジタル導入を推進することで、企業・商店の業務を軽減させ、事業承継に繋げる。

取組③

○デジタル技術の活用による新たなビジネスモデルの構築
取組1及び取組2により改善意識と技術を得た会員事業者を中心に、定期的なミーティングの場を設定し、本市への来訪者や顧客データ（属性、期待値、消費データ、評価）等を収集・分析する仕組みを整え、新たなビジネスモデルに組み込むことで本市への経済的貢献度を高める。
取組1及び取組2の調査により得られた会員事業者がデジタル導入に踏み切れない原因と対策に基づき、SNS等の活用や地域共通フォーマットによる請求書の作成など、比較的簡単かつ低予算で導入可能なデジタル化から勧めることでハードルを下げ、ファーストステップを後押しする。
ファーストステップにより便利さ、快適さに気付いた参加者には段階的に次のステップを提案することとし、一連の流れを取組1で採用・育成したデジタル人材が伴走支援することで拡大と継続を進め、最終的には地域ぐるみのデジタル導入を目指す。

理由③

①本市の地域課題（魅力を価値化できない、デジタル化への躊躇、事業承継不振）の解消に寄与
地域DMOの会員事業者にデジタル技術が浸透することにより、支払いによる客層単価や利用・購入後のレビューなどの貴重なマーケティングリソースを容易かつ継続的に得ることができるため、地域DMO会員間でこれを共有し、商品展開、価格設定、接客対応などの参考として研究・改善することで地域ぐるみの魅力向上とリピーター確保の好循環に繋げ、地域ぐるみの継続的な「稼ぐ力」に寄与する。
請求書や領収書など、業種が異なっても統一可能な書類を合意形成により選定し、地域共通フォーマットとして入力フォームから簡単に作成できる仕組みを設けるなど、各店舗や企業が比較的簡単に導入できることから業務のスマート化と新しいビジネスモデルの構築を進め、次世代への事業承継推進に寄与する。

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

【検証時期】

毎年度 9 月

【検証方法】

外部有識者及び市民代表で構成する「伊予市行政評価委員会」において、K P I 及び各事業の現状・進捗について報告するとともに、取組状況等の P D C A サイクルによる検証を行う。

【外部組織の参画者】

伊予市行政評価委員会委員

【学識経験者】 大学教授

【公募による者】 市民からの公募委員

【市長が必要と認める者】 公認会計士、税理士等

【検証結果の公表の方法】

市ホームページ等で公開予定

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【A 3 0 0 7】

総事業費 225,132 千円

⑧ 事業実施期間

2023年4月1日 から 2028 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 2028 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。