

## 地域再生計画

### 1 地域再生計画の名称

地場産業「安田瓦」を核とした交流人口拡大・就労促進事業

### 2 地域再生計画の作成主体の名称

新潟県阿賀野市

### 3 地域再生計画の区域

新潟県阿賀野市の全域

### 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

- 国勢調査によると、隣接する政令市である新潟市への通勤者の割合が非常に高くなっており、市外への通勤者の67%が新潟市に通っている。昼間の市内への流入と市外への流出の差異では、通勤者で3,358人減少しており、昼間の市内人口が少なくなっている。
- 市の人口推計によると、生産年齢人口の割合は56.0%（2020年）から50.2%（2028年）と5.8%減少し、人口も23,483人（2020年）から19,267人（2028年）へと4,216人減少することが見込まれている。
- 経済センサスによると、雇用者数の約3割、総生産額の約4割を製造業が占めており、製造業を中心とした経済構造をなしている。このため、生産年齢人口の減少は、生産規模及び地域経済の縮小につながる。
- 新潟県観光入込客統計調査によると、観光入込客数は、1,448千人（2009年）から1,111千人（2018年）へと337千人減少しており、近年では100万人から110万人台で推移している。やすだ瓦ロードの入込客数も近年においては、3万5千人弱で推移している。2次交通が弱い地域であり、観光客が市内を回遊するには不便な地域である。
- 地場産業である安田瓦は、住宅様式や瓦に対する価値観の変化、災害に弱いといった風評被害により、瓦ニーズが低下してきている。瓦の出荷枚数も13,346,734枚（2003年）から3,783,058枚（2019年）へと71.6%、9,563,676枚減少している。このため、品質維持と技術伝承に向けた工程ごとのデータ収集・分析、マニュアル化の研究、5S（整理、整頓、清掃、清潔、躰）の徹底を図り、デザイン瓦や湯飲み、皿、箸置きなどの消費者ニーズに合わせた製品の開発、テレビCMの放映、県内外の建築業者、屋根工事業者への販売促進活動、歴史的建造物の現地調査や管理団体への働きかけなどを行ってきた。しかしながら、パンフレットの配布やテレビCMなどによるこれまでのプロモーション活動では、住宅を建てる年齢層（20歳～40歳代）へ安田瓦の価値が伝えきれず、また、新たな商品開発に向けた取り組みも弱く、従来の「瓦」の概念から脱却できていない。
- 瓦葺き職人を養成する安田瓦職業訓練校への入校生も年々減少してきており、13人（2013年）から5人（2020年）へと61.5%、8人減少している。地場産業で働く面白さ・やりがい、そして地域で働く魅力などがこれから就職する若者に十分に伝えきれていない。
- こうした課題を踏まえ、市と安田瓦協同組合では、イベント開催やパンフレットの制作、安田瓦を住宅の屋根に使用した場合の市民への補助金制度の構築など、役割分担をしながら連携した取り組みを行ってきた。特に、地場産業を活かした観光産業を創出するため、瓦と触れ合うことができる広場の整備や擁壁の装飾、案内看板の設置などにより、やすだ瓦ロードを整備し、瓦ニーズの掘り起こしに取り組んできたが、集客力が弱く、短時間滞在かつリピートに結びつけられていない現状となっており、事業効果が得られなかった。
- 地場産業に携わる関係者も減少してきており、①地場産業の魅力を効果的に情報発信できていない②瓦の用途が限定されている③就労を希望する市民へ地場産業関連事業所の魅力を伝えられていない。

## 4-2 地方創生として目指す将来像

### 【概要】

- 平成30年に発表された国立社会保障・人口問題研究所の将来推計に準拠して推計を行った場合、市における2060年の推計人口は、20,328人となり、これは平成27年に活用した推計値(24,229人)より3,901人の減少となり、人口減少のスピードが加速している。また、人口は平成7年以降減少し続けており、平成11年以降は社会人口、自然人口ともにマイナスとなっているほか、市外から市内への通勤者数より、市内から市外への通勤者数が多く、労働人口の流出が常態化している。観光入込客数においても、民間企業による観光・商業施設が少なく、ここ10年で微減となっている。このため、市のまち・ひと・しごと創生総合戦略では、市民が安心して暮らし、働き、子どもを産み育て、持続可能なまちを構築していくために、本市の持つ特性・魅力を生かし、人口、経済、地域社会の課題に一体的・持続的に取り組むに当たり、「子育て環境日本一のまちづくり」「健康寿命日本一のまちづくり」「安全・安心な暮らしの実現」「地域経済の活性化」を基本目標に掲げ、新しい時代潮流の中で多様な人材が活躍できる環境の創出を目指したまちづくりに取り組むこととしている。
- このなかで、市では、地域経済の担い手となる若者を市外に流出させないよう、事業者の経営が安定し、雇用が創出され、魅力的な働き場が増えるよう、金融機関や商工会と連携し、事業者の成長過程に応じた相談体制を確立し、制度融資や補助制度等の活用により、経営基盤の強化を図っている。また、市内産業団地への企業誘致活動を強化し、新たな雇用の場の創出や地域内事業所との取引拡大による地域内調達を増加させる取り組みにも力を入れ、地域経済を活性化し、市内総生産額の向上を目指しているほか、観光消費額を増加させるため、観光客が宿泊施設や飲食店などの観光拠点に数多く立ち寄り、滞在時間の長時間化が実現できるよう、市観光協会と連携しながら、各観光拠点間の連携強化を図る取り組みを推進している。加えて、市外からの移住希望者に対し、住宅の新築やリフォームに要する費用補助を行い、人口減少を抑制するための取り組みを実施している。
- また、市が有する特性・魅力の一つに、地場産業である「安田瓦」がある。「安田瓦」は天保年間(1830~1844年)から生産されたと伝えられており、一般商品として生産されたのは弘化4年(1847年)からで、明治に入ってから各地に広まった。強度や耐寒性に優れその真価が認められ、一般住宅はもとより、官庁、神社、仏閣等で広く普及した。需要の拡大とともに生産体制も飛躍的な進歩を遂げ、大正時代までの家内工場での手作りから、逐次機械化をしながら、最新鋭の設備のもとで生産工程の省力化を図り消費ニーズに即した高品質化と量産体制を確立してきた。昭和25年には20を超える事業者で安田瓦協同組合を設立し、共同販売・仕入れをはじめ、経営及び技術の改善向上などの取り組みを行い、技術の継承やニーズの掘り起こしに取り組んできた。しかしながら、住宅様式や瓦に対する価値観の変化、災害に弱いといった風評被害による瓦ニーズの低下を受け、瓦の出荷枚数は年々減少し、雇用の場としての機能が失われ、現在の組合員は2事業者のみとなった。
- このため、地場産業の振興・発展に向け、市と安田瓦協同組合では、イベント開催やパンフレットの制作、安田瓦を住宅の屋根に使用した場合の市民への補助金制度の構築など、役割分担をしながら連携した取り組みを行ってきた。特に、地場産業を活かした観光産業を創出するため散策ロード(通称:やすだ瓦ロード)を平成22年度から平成23年度にかけて整備し、瓦ニーズの掘り起こしに取り組んできたが、集客力が弱く、短時間滞在かつリピートに結びつけられていない現状となっており、魅力を向上させることが求められている。
- 以上のことから、現在実施している様々な取り組みと併せ、この現状を打破し、労働人口の市外流出を抑制するとともに、交流人口の増加を図る必要があることから、官民協働により、本市が有する強み(特性)である歴史ある地場産業(安田瓦)を活かした①産業観光の推進、②地場産業関連事業所への就労促進、③新たな商品開発による地場産業の売上増加、④その取り組みを持続させる人材育成と環境づくりが必要である。
- 最終的には、交流人口の拡大、市内事業所への就労促進、新たな事業展開による魅力ある地場産業の創出を実現させ、社会人口減少に歯止めをかける。

【数値目標】

K P I ①	やすだ瓦ロード入込客数							単位	人
K P I ②	安田瓦年間出荷枚数							単位	枚
K P I ③	安田瓦職業訓練校入校生数							単位	人
K P I ④	安田瓦関連の新商品創出件数							単位	件
	事業開始前 (現時点)	2021年度 増加分 (1年目)	2022年度 増加分 (2年目)	2023年度 増加分 (3年目)	2024年度 増加分 (4年目)	2025年度 増加分 (5年目)	2026年度 増加分 (6年目)	K P I 増加分 の累計	
K P I ①	34,289.00	500.00	500.00	6,000.00	-	-	-	7,000.00	
K P I ②	3,783,058.00	10,000.00	10,000.00	10,000.00	-	-	-	30,000.00	
K P I ③	5.00	1.00	1.00	2.00	-	-	-	4.00	
K P I ④	0.00	0.00	1.00	2.00	-	-	-	3.00	

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

地場産業「安田瓦」を核とした交流人口拡大・就労促進事業

### ③ 事業の内容

古くから地域に息づき発展してきた歴史・伝統技術を有する地場産業である「安田瓦」を地域が誇る「匠」として位置づけ、次の取り組みを相互に連携させ実施することにより、交流人口の拡大、地場産業関連事業所への就労促進、新たな事業展開による魅力ある地場産業の創出を図る。

#### 【交流人口の拡大】

##### ①地場産業人材育成事業

地場産業が集積している区域内には随所に歴史的建造物やモニュメント、瓦関連事業所などが点在し、訪れる人が散策できるよう、順路表示看板が設置されており、訪れた人はパンフレットを見て瓦の街並みを楽しみながら散策を行っているが、約1.2km続くやすだ瓦ロード内で現在地が把握できずに目的地へたどり着くことができず、途中で散策を中止してしまう人が後を絶たない状況となっている。このため、訪れた人へ歴史的建造物やモニュメントなどへ案内し、地場産業の歴史や技術を説明する案内ガイドを育成し、やすだ瓦ロードを訪れる観光客から事前に案内ガイドの予約を受け付け、滞在時間や人数、希望する内容をお聞きしたうえで、地場産業の魅力を効果的に伝える取り組みを行う。本事業では、案内ガイドとして、必要な接遇マナーや知識の習得を図る。

##### ②ヤキモノ体験・プロモーション事業

ヤキモノ（安田瓦、陶器、陶管など）を使用した体験コンテンツを新たに制作し、やすだ瓦ロードを訪れた観光客が、ヤキモノの魅力に実際に触れ、歴史や技術を学べる“体験・展示”とし、ヤキモノを「買いたい・使いたい」と思わせる体験・展示を提供する。散策の前後に体験・展示に触れてもらうほか、高齢者や障害者、散策する時間が限られているツアー客等へ地場産業の魅力を効果的に伝える取り組みを行う。

##### ③2次交通実証事業（AIによるオンデマンド市営バス拡大事業）

やすだ瓦ロードを訪れる人の交通手段は個人・団体問わず車が主となっている。このため、市外から鉄道などの公共交通機関を利用して当市を訪れる人がやすだ瓦ロードを訪れるには、タクシー以外の利用手段はなく、訪問を断念せざるを得ない状況となっている。また、車を所有していない市民においても同様であり、2次交通を確保する必要がある。このため、AIを活用したオンデマンドバスを運行させ、2次交通を確保できるか実証する。

#### 【新たな事業展開による魅力ある地場産業の創出】

##### ④ヤキモノを使用した新商品試作・実証事業

地場産業である安田瓦は、住宅様式や瓦に対する価値観の変化、災害に弱いといった風評被害により、瓦ニーズが低下してきており、瓦の出荷枚数も13,346,734枚（2003年）から3,783,058枚（2019年）へと71.6%、9,563,676枚減少している。このため、食料品製造業や建設業などの異業種企業と連携し、新たな商品開発として、試作品づくりを行い、施設周辺のやすだ瓦ロードに試験的に設置するなど、散策者から屋根材以外の景観材等としての安田瓦の活用事例に触れてもらい、新たな販路開拓の実証を行う。

#### 【市内事業所への就労促進】

##### ⑤地場産業関連事業所への就労促進実証事業

市内の地場産業関連事業所への就労を促進させるため、事業所の取り組みを市内外へ情報発信する。また、市内小・中・高校から課外授業に取り入れてもらい、就労人口の市外流出を抑制するほか、市外小・中・高校の教育旅行（就学旅行）の誘致を図り、市外から市内への就労を促進させる。

#### 【安田瓦体験型産業観光施設の整備】

安田瓦体験型産業観光施設を整備することにより、以上の取り組みとの高い相乗効果が生まれる。

#### ④ 事業が先導的であると認められる理由

##### 【自立性】

- 安田瓦協同組合と連携し実施する事業のため、事業期間終了後も組合員の会費やソフト事業参加費を財源として、継続して事業を実施することが可能。
- また、安田瓦協同組合は、やすだ瓦ロードや安田瓦体験型産業観光施設を訪れる人へのモニタリングを強化し、随時市場ニーズの把握に努め、既存の屋根瓦以外の新商品開発を継続して行うことにより、受注生産型からの脱却を図り、開発力のある提案型組合・産地への自立化を目指す。
- 体験料の増加に伴う利益分を商品開発経費へ充当し、事業の拡大を図る。

##### 【官民協働】

- やすだ瓦ロード及び安田瓦体験型産業観光施設を拠点として、安田瓦協同組合が行う取り組みに対して、多様な主体が連携・支援を図り、事業を推進していく。

官：阿賀野市

民：安田瓦協同組合、地場産業関連事業者、商工会、公益社団法人新潟県観光協会、公益財団法人にいがた産業創造機構

学：阿賀野市内の小学校、中学校、高校

##### 【地域間連携】

- 自治体の枠を超えて、新潟県内各地の地場産業の取り組み状況を情報共有することにより、地場産業間の連携が生まれ、県内全体の地場産業の発展が図られる。
- 新潟県内各地の観光地の情報・魅力を単独の観光地ではなく、地区や地域ごとに県内外へ発信することにより、各観光地の交流人口の増加が図られる。

##### 【政策間連携】

従来の単一政策では、地場産業を観光振興や就労促進、教育に結びつけることができなかった。このため、本事業を実施することにより、当市の強み（特性）である地場産業（安田瓦）を核として、観光・就労・教育を結びつけるソフト事業を官民協働にて展開することができる。

**【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（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】

外部有識者等で構成される阿賀野市総合計画審議会において、PDCAサイクルによる検証を実施する。

【外部組織の参画者】

阿賀野市認定農業者会・阿賀野経営者同友会・阿賀野市建設業協会・阿賀野市観光協会・北蒲みなみ農業協同組合・阿賀野市金融団・榊武田不動産・子育て支援ボランティアいちごみるく・公募委員・阿賀野市校長会・新潟日報社

【検証結果の公表の方法】

阿賀野市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 140,499 千円

⑧ 事業実施期間

地域再生計画の認定の日 から 2024 年 3 月 31 日 まで

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 2024 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。