地域再生計画

１　地域再生計画の名称
アジア圏への八代産品輸出促進事業

２　地域再生計画の作成主体の名称
熊本県八代市

３　地域再生計画の区域
熊本県八代市の全域

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

【専門的人材の課題（交付対象事業の概要①-④に該当する課題）】

新たな市場に進出する場合、輸出相手国のニーズ調査等の情報分析や、商流・物流のマネジメントが不可欠であり、ターゲットとなる輸出相手国のニーズに沿ったマーケティング戦略の構築も必須になる。しかし、本市では、これらのスキルを持った人材の登用は困難であり、民間から専門人材の登用が求められている。中小企業庁によると、海外展開投資別に見たグローバル人材の充足度について、輸出企業の44％が専門人材不足だと回答している。既に輸出に取組んでいる全国の中小企業でも専門人材が不足している状況であり、輸出経験が乏しい本市企業には専門人材の派遣が必要不可欠であると考える。専門人材が活用できない場合、輸出に伴う、通関手続業務の対応、商品やフォワーダー（自社で運送手段を持たない貨物輸送を行う事業者）選定、輸出相手国での商談の段取りなど、専門知識を要する作業が多いため、貿易実務に膨大な労力と時間を要し、市内企業の輸出への意欲が低下することが考えられる。このことから、輸出相手国のトレンドを分析し、マーケットインの視点に立った、商品の開発アドバイス、国内外の企業・メーカー・バイヤー等にアプローチできる人材の確保が課題である。

【①輸出戦略の課題（交付対象事業の概要①輸出促進人材派遣事業に該当する課題）】

財務省の貿易統計によると、農林水産物の輸出額は2012年に4,497億円であったが、2021年には1兆2,385億円となり10年間で市場規模が約3倍となり巨大な市場へと成長しつつある。本市農林水産物等の海外販売額は、令和２年度は、８商品で販売額約660万円、令和３年度は９品目で920万円、Ｒ４年度は13品目で1,247万円であり、年々増加しているものの、伸び悩んでいる現状である。今後さらに、本市において海外展開を進めるにあたっては、検疫や関税などの情報収集はもとより、いかに輸出相手国の消費者の嗜好やバイヤーの欲しがる商品を提案するかがカギとなる。個々の企業で情報を収集する場合、それぞれ予算を投じて調査を実施することになり、企業規模によっては費用負担が大きい。そこで、同一市場へ進出する場合、本市が専門家による情報収集を行うことで、的確な情報を適切に輸出希望企業へ提供することが可能となり、情報収集に係る企業の負担を軽減することができる。また、専門家が情報を分かりやすく解釈して提供することで、情報分析の深度と確度の上昇につながる。現在は、その核となる情報が不足しているため、どのように情報を収集し、商品開発や販売戦略を構築し、商談成約につなげるかが課題である。

【②八代港活用の課題（交付対象事業の概要②アジア圏域輸出促進事業に該当する課題）】

本市の八代港は国の重要港湾に指定され、海外への定期航路が開設されている。更なる海外展開を進めるためには、コンテナを活用した海上輸送に力を入れていくべきである。しかし、本市農林水産物等を輸出する際は、コンテナを満載にできるほど商品を取扱うことが稀であり、コンテナ輸出に係るコストが高くなっている。今後は、自治体間の連携を十分に行い、輸出ロットをまとめることが課題解決の１つであると認識している。輸出ロットがまとまり多くの商品を集約できることになると、輸出相手国の幅広いニーズに応えることができる。一方で、輸出企業が八代港を利用することのメリットを提示することも課題である。便数が増えると利用しやすくなり、便数が増えるためには、輸出量が増えないといけない。また、輸出しやすい形に農林水産物を加工するなどの工夫をするなど、これから先、いかにして本市の強みである農林水産物の輸出量を増やしていくかが課題である。輸出実務については、通関手続きに係る言語の問題や書類の作成など、煩雑で難解な事務手続きが多く、輸出経験がない事業者にとっては、手続に膨大な時間を要することになる。加えて、輸出経験がなく、新たに輸出を希望する事業者をいかにして把握するかも課題の１つである。

【③新市場へ販路拡大の課題（交付対象事業の概要③新市場開拓事業に該当する課題）】

観光庁によると、ベジタリアンの人口は2018年には世界で約6.3億人であり、その約8割をアジアの国々が占めると推計されている。（ベジタリアンとは、肉類、家禽類及び魚介類を食べない、ないしは食べることを信条としない人で、人によっては卵やチーズなど動物由来のものも摂取せず、基本的に野菜、フルーツ、ナッツや穀物などをメインの食事とする人々）。地域別の人口比率では、1位がインド28％、2位が台湾14％、3位がドイツ10％、4位がカナダ9％、5位シンガポール7％となっている。アジア圏域に輸出を促進していくためには、ベジタリアンのニーズを把握することが必要である。

1998年から2018年まで10年間のベジタリアン人口の伸び率は、アジアが約11％、アメリカでは95％となり、欧米が約2倍に増加している。ベジタリアン人口は、今後、市場規模が拡大していくと予想されている。ベジタリアンをターゲットと絞り込みアジアへ本市産品を輸出する際の市内の企業は様々な課題に直面する。その中でも特に、異文化への理解や、市場の開拓など、初歩的な段階で躓いてしまう場合がほとんどである。いかにして、必要な時に、確かな情報を、信頼ある人から得ることができるか、など、初期の事業展開を伴走して支援する体制が不可欠である。どのようにして、輸出を希望する事業者の潜在ニーズを抽出する

かが課題となっている。
　本県には台湾大手半導体メーカーの進出も決定し、日台交流が盛んになってきており、外国人観光客の増加が予想されている。訪日外国人、特に台湾観光客の中にもベジタリアンがいるため、海外市場向けに開発した商品であっても、国内市場での販路拡大にも寄与できる。

【④社会情勢の変化に係る課題（交付対象事業の概要④新商品開発・改良事業に該当する課題）】
　帝国データバンクの調査結果によると、新型コロナウイルス感染症の影響により、全国的な人手不足に陥っており、正社員の人手不足の企業の割合は51.4%、非正規社員の人手不足の割合は30.7%となっている。正社員では旅館・ホテル業が最も人手が不足しており、非正規社員では、飲食店が最も多く、次いで旅館・ホテル業、飲食料品小売と続き、軒並み食関連企業が人手不足に面している状況である。
　また、本市と関係が深い食関連企業へヒアリングを実施したところ、人手が足りておらず、コロナ前のような事業展開ができないという回答を得ている。
　本市の食関連産業は、全産業の事業者5,904社の約2割にあたる1,254社となっており、食関連産業を活性化させるためには、業界全体の問題である「慢性的な人手不足」を解消することが課題である。
　また、2024年問題、いわゆる物流業界の時間外労働の規制が強化されることで、トラックなどでの長距離輸送が見直され、輸送量が減少することが予想される。本市は農林水産物の一大産地であるため、大量の生鮮農林水産物を早急に関東などへ陸上輸送を行っているため、物流の手段の見直しが課題の１つである。

４－２　地方創生として目指す将来像

【概要】

・日本では、少子高齢化が急速に進展した結果、2008年をピークに総人口が減少に転じており、人口減少時代を迎えている。国立社会保障・人口問題研究所の将来推計によると、2050年には日本の総人口は1億人を下回ることが予測されている。
本市においても、2050年に86,500人に減少すると予測されている。R5年7月末の121,845人から、35,345人減少見込みであり、国と同様に人口の減少に歯止めがかからない状況に陥っている。農林水産省によると、国内の食品市場規模は、1990年代後半の115兆円をピークに減少を続け、2011年には78兆円となり人口減少に伴い、今後、国内マーケットの減少が予想されている。
・これまでの日本は、食品の輸出割合が他国と比べて低く、国内市場依存型であったが、人口減少が叫ばれる中、海外への販路を拡大することが、食関連企業の成長のカギとなっている。
・一方、アジアを中心に海外の消費者の所得が向上し、安心・安全な日本の農林水産物の魅力が海外へ広まったことから、日本の農林水産物の輸出額は右肩上がりに伸びており、2021年には１兆円を超え、2030年までには５兆円の輸出目標を設定している。広大な農地に恵まれている本市では、豊富な農林水産物を栽培することができ、その中でも、日本一の生産量を誇るトマトやい草、晩白柚など、他にはない優れた地域資源を有している。拡大する海外市場を見据えて、これらの農林水産物を市場から求められる形に磨き上げ、マーケットインの視点から販売戦略を構築する必要がある。
・本市では、令和3年(2021年)3月に第2期八代市人口ビジョン」と令和6年度(2024年度)までの施策の方向性や取組、指標を取りまとめた「第2期八代市まち・ひと・しごと創生総合戦略」を策定している。
この戦略では、Society5.0において人と企業に選ばれるまち“やつしろ”の実現を目標として第2期八代市総合戦略を策定しており、「働きたいまち」を基本目標に、「食」に関するあらゆる産業が活性化した「フードバレーやつしろ」の実現を目指し、稼げる農林水産業の推進を掲げている。
・本市は、フードバレー基本戦略に基づき、基本方針①「地域のブランドづくり」に取組むことで、特産品等を活用した付加価値の創造や、特産品等の認知度向上を図ってきた。また、新型コロナウイルス感染症の影響で行動が制限される中では、基本方針②「食の拠点づくり」に基づき、本市食関連企業や生産者の基盤の強化や商流の拠点づくりに注力したことにより、本市経済の中心的な担い手となって、地域を牽引する事業者の体力向上を図ることができた。
・本市の食関連事業者の基盤が強化され、販路拡大への体制が整う中で、2023年5月には、新型コロナウイルス感染症が五類に移行し、行動制限も緩和されたことから、基本方針③「アジア・全国とつながっていることが実感できる販路づくり」に焦点を絞り、「アジアをはじめとする海外への流通拡大」を戦略の方向性として位置付ける。

【数値目標】

ＫＰＩ①	農林水産出荷額	単位	百万円
ＫＰＩ②	輸出額	単位	万円
ＫＰＩ③	輸出品目数	単位	品
ＫＰＩ④	輸出商談件数	単位	件

	事業開始前（現時点）	2024年度増加分（１年目）	2025年度増加分（２年目）	2026年度増加分（３年目）	2027年度増加分（４年目）	2028年度増加分（５年目）	2029年度増加分（６年目）	ＫＰＩ増加分の累計
ＫＰＩ①	15,022.00	2.00	5.00	10.00	－	－	－	17.00
ＫＰＩ②	1,247.00	253.00	500.00	1,000.00	－	－	－	1,753.00
ＫＰＩ③	13.00	1.00	2.00	4.00	－	－	－	7.00
ＫＰＩ④	31.00	11.00	6.00	12.00	－	－	－	29.00

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

アジア圏への八代産品輸出促進事業

③　事業の内容

本事業では、国が掲げる輸出拡大実行戦略に基づき、新たな取組みとして、専門人材を活用し、計画的にマーケットインの輸出に取り組む企業等と伴走しながら、今後拡大していく海外へのビジネス展開を図るとともに、地域食関連産業並びに地域の活性化を図るため、以下の事業を実施する。

①輸出促進人材派遣事業（地方創生の実現における構造的な課題の「専門的人材の課題」と「①輸出戦略の課題」を解決する事業）

これまでに、本市農林水産物の輸出実績がある専門人材を民間企業から登用し、輸出に興味を持つ市内事業者への訪問や助言等を行うアドバイザーとして任命する。市内事業者であれば、誰でも活用することができ、アドバイザー業務の他にも、輸出相手国のニーズ調査等の情報分析や商流・物流のマネジメントを行い、本市の輸出に関する知識を高め、ターゲットとする市場に受け入れられる商品の開発や改良や、海外での販売体制の構築を行う。海外市場で本市産品を受け入れてもらうために、現地でのニーズ調査や現地でのヒアリングなど１次情報を元にマーケティング戦略を明確にする。将来的には、豊富な農林水産物の原料供給地としての強みを活かし、儲かる輸出促進事業の構築を図り、本市が地方自治体の輸出モデルとなるような取組を行う。輸出事業の実施に向けて、専門的知識を持つアドバイザーと勉強会や商談への同席など、市内事業者に寄り添いながら、人材の育成を図り、販路の開拓や新商品の開発など、稼げる農林水産業の実現に向けた取り組みを行う。さらに、デジタル技術を活用し、情報を一元管理することで、アドバイザーの助言にもとづく市内事業者の対応状況や進捗管理など情報の共有化を図る。これらの情報を蓄積していくことで、市職員がアドバイザーの知見を吸収することができ、専門スキルの向上につながる。

将来的には、当該交付金で確立した仕組みを民間企業に移行することで、貿易実務の自走化を図る。

②アジア圏域輸出促進事業（地方創生の実現における構造的な課題の「専門的人材の課題」と「②八代港活用の課題」を解決する事業）

これまで輸出実績のあるアジア各国において、アドバイザーの経験を活用した新たな販路を開拓し、市内事業者による海外でのフランチャイズ展開などを視野に入れたテストマーケティングや販売会、商談会を実施する。また、併せて、現地での認知度を向上させ、多くのバイヤーの目に留まるようなプロモーションを実施することで、海外での出店の機会を伺う。現地の商圏分析をもとに人流を把握し、想定しているターゲットの消費行動に適したフランチャイズ事業を展開するために、アドバイザーの知見や人脈を最大限利用する。

輸出に係る煩雑な事務手続きについては、業務を見える化し、ＤＸ人材の育成を図るとともに、通関手続きの省力化を目指す。

③新市場開拓事業（地方創生の実現における構造的な課題の「専門的人材の課題」と「③新市場へ販路拡大の課題」を解決する事業）

これまで進出したことがない「ベジタリアン市場」へ輸出を望む企業と連携し、新市場の開拓を図る。ベジタリアン圏域には、ヴィーガンやハラールなどの市場があるため、関係団体と協力し、例えば、ハラールの認証取得から模擬商談会までを実施するなど、スタートアップの一定期間を支援するような取組を行う。輸出をするために商品開発を行う企業については、アドバイザーによる助言や指導により、ターゲットとする市場のニーズを的確に把握したマーケットインの商品開発を行う。また、粉末や液状や冷凍商品といった半製品の開発も検討し、海外で加工用の原料としての販路を開拓する。併せて、アドバイザーによるフォローアップを行いながら、連携企業が自立することにより、本市を牽引してもらうモデル企業の育成を図る。また、本市では肉魚類がほとんどなく、穀物や野菜類が豊富にあることから、ベジタリアン圏域の新市場で受け入れられる親和性が高いと考えている。輸出に向けてベジタリアンをターゲットに絞り込んでいるが、訪日外国人の中にもベジタリアンがいるため、国内市場での販路拡大にも寄与できる。

新市場への販路拡大の第一歩として、ＳＮＳなどで情報発信を行っている新市場在住の影響力のある情報配信者、いわゆる「インフルエンサー」を本市へ招聘し、番組の生配信中に商品を販売するなどインフルエンサーの発信力を活用した新たな販路の拡大を狙う。このような市場調査を兼ねた販路拡大事業を繰り返しながら、新市場のニーズに合う商品の選定を行うことで、新市場へのマーケットインの販路拡大を行う。

このようなニーズ調査をもとに新市場へ輸出を希望する事業者を募ることになるが、輸出業務は複雑で分かりにくく、新規参入しにくい分野であるため、輸出に興味を抱いている事業者の掘り起こしが難しい。そこで、市内事業者の潜在ニーズを把握するために、対話形式等のＡＩ技術を活用し、事業者が誰でも簡単に利用でき、かつ、輸出関連業務の理解を深めながら、本市へ情報が集まるスタートアップの仕組みづくりを行う。

また、近年歴史的な円安が進行しており、それに伴い2024年に入りインバウンド客数は過去最高を記録しており、この傾向は今後も続くことが想定されることから、クルーズ船等におけるインバウンド客向けのプロモーションや販売促進を強化していくとともに、インバウンド客の口コミなどを通じて本国での波及を狙う。

④新商品開発・改良事業（地方創生の実現における構造的な課題の「専門的人材の課題」と「④社会情勢の変化に係る課題」を解決する事業）

本市では、新型コロナウイルス感染症からの脱却を契機と捉え、食関連企業が抱えている人手不足という課題の解決に向けた取り組みを行う。全国的に、食品加工業はコロナ禍で人材コストをカットしており、R5年5月にコロナが５類に移行した後も人手が元に戻っていない状況である。その結果、これまで、市外の食品加工業が自ら行っていた、皮むきやカットなどといった農林水産物の１次加工に人員を割くことができない状況であり、これらの作業を外注する企業が増加してきている。このことから、本市では豊富な農林水産物があり、かつ、人材が豊富な市内の食品加工企業もあることから、農林水産物の冷凍化や乾燥化、ペースト化、粉末化など、市内で１次加工した農林水産物を人手不足で自社で加工ができずに悩んでいる全国の食関連企業に提案することで、市内の食品加工業の収益向上につながり、本市への税収の増加を見込むことができる。当該事業の目的である輸出の観点からも、海外バイヤーが求める商品である農林水産物の冷凍化や乾燥化、ペースト化、粉末化など一次加工することで、マーケットインの商品開発につながる。また、国によっては、農林水産物を青果のまま輸出するより、一次加工した方が輸出しやすいため、海外企業向けの業務用の加工用原料としての用途として販路の拡大に寄与できる。さらに、海外だけでなく、国内でも商品開発・改良のスキームを活かすことができる。

④　事業が先導的であると認められる理由

【自立性】

本事業は、輸出に興味を持つ民間企業と共に、海外の新市場へ販路の拡大を図る取組である。専門アドバイザーと伴走して取り組みながら、輸出に関する知識や経験値をシステム上に蓄え、将来的には、本市で構築した輸出のノウハウを民間企業へ移行し、本事業が終了した後も、特定の民間企業に情報が偏らないように、本市と連携しながら民間企業による輸出事業の展開を図る。

また、専門人材による支援の取り組みは本事業期間のうちに終了する。市職員が経験を積むので、事業後は専門家・アドバイザーは必要とせず、市職員が他の民間事業者に対し、専門家・アドバイザーの立場となり活動を行っていく。事業終了後は輸出増加による税の増収を見込み、必要あれば市の財源でニーズ調査やプロモーション、マッチング支援等を行っていくが、その際ランニングコストとして必要な経費は輸出に係る手続きなどの経費のみとなるため、民間事業者自らが負担し、自走していく。

事業者が本事業へ参画する場合は、アドバイザー料金を徴収するなど、新たな財源を確保し、当財源をもとにアドバイザーによる情報更新を行っていく。

【官民協働】

本事業は、民間企業、金融機関、専門アドバイザー、大学、外国人留学生、行政が一体となって海外市場へ八代産品の販路を拡大するものです。大学においては、教授や学生とともに海外へ赴き、認知度向上や、物産ＰＲを実施してもらう。外国人留学生においては、国内外でのプロモーション時の通訳や翻訳、商品開発時のヒアリングやサンプリング調査に協力してもらう。特にベジタリアン圏域に対しては実証事業としてトライ＆エラーを繰り返しながら輸出に取組み、最終的には民間企業が自立して海外販路を構築し、関係機関もその恩恵を受けるＷｉｎ－Ｗｉｎの関係を築くことを目指す。

【地域間連携】

本市だけでなく、県や近隣の自治体と連携し、それぞれの強みを活かしながら一体となり輸出に取り組むことで、コストダウンにつながるなどの相乗効果が出るような取組を行う。

【政策・施策間連携】

輸出相手国のニーズを的確に捉えた本市の特産品等を活用した商品の開発・改良を行うことで、商品開発・改良に伴う新事業の立ち上げ及び設備投資による雇用を生み出す。また、海外市場に適した商品を開発・改良するため、訪日外国人観光客を対象とした販路の拡大も期待できる。「食」と「観光」を一体的とした旅行商品との相乗効果による売り上げの増加を図る。さらに、2025年大阪で開催される日本国際博覧会に多くの外国人が訪れる可能性があることから、訪日外国人向けの国内飲食店等との商談の機会を創出する。

【デジタル社会の形成への寄与】

取組①

通関手続業務をクラウド化することで、作業時間の短縮を図る。事業終了後には、民間企業へ事務を移管し、通関手続業務を民間で運営することで業務の自立を図る。

理由①

国内外によらず共通の資料の作成が可能になる。いつ、どこで、だれが、どのように資料を修正したかを見える化することで、責任の所在が明確になり、作業時間の短縮化を図ることができる。

取組②

海外インフルエンサーを活用したライブコマースを行うことで、本市産品の販路拡大を図る。

理由②

海外マーケットのニーズを把握した外部人材を登用することで、スムーズな販路拡大を実施できる。また本市事業者の商品が売れた場合、代金の決済から商品の発送まで一括して対応してもらうため、事務の効率化および予算の省力化が期待できる。

取組③

輸出に興味がある事業者に対し、生成系ＡＩ等を活用した情報提供を行うことで、輸出の参入障壁の緩和を図る。

理由③

輸出業務は複雑で分かりにくいため、輸出初心者にとっては参入障壁が高い。その参集障壁を取り除くために、ＡＩ技術等を活用して市内事業者が誰でも簡単に利用できる、輸出関連業務の理解を深める仕組みづくりを行う。

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　５　月

【検証方法】

『八代市まち・ひと・しごと創生総合戦略』に位置付けた施策とあわせ毎年検証し、施策の進捗状況やKPIの達成状況を、「やつしろ・まち・ひと・しごと対策推進会議」で報告・検証する。

【外部組織の参画者】

「やつしろ・まち・ひと・しごと対策推進会議」
構成員：八代市、八代市市政協力員協議会、市内経済団体、市内農業団体、市内水産業団体、市内林業団体、市内交通業事業者、市内製造業者、DMOやつしろ、熊本県南広域本部、市内高等教育機関、教育・防災関係者、地域金融機関、地域労働団体、市内報道機関、市内保育団体、市内港湾関係団体、デジタル関係事業者

【検証結果の公表の方法】

外部組織の検証結果を踏まえ、速やかにホームページ等にて公表

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　64,768　千円

⑧　事業実施期間

2024年4月1日　　から 2027 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 2027 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。