

<計画策定の目的>

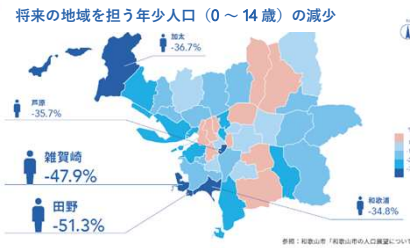
人口減少・高齢化が著しい一方、自然景観や豊富な水産資源に恵まれている**雑賀崎地区**と**田野地区**において「**観光まちづくりを通じた地域再生**」をアプローチに今後10年を目安とした地域再生の方向性を描く。



地域住民とのワークショップ、地方創生に見識のある有識者との会議、サミットを開催



	高齢者の割合 (65歳以上人口の割合)	20年間の人口減少率
雑賀崎地区*2	50.3% (2020年時点)	約45.9%減少 (2004年1,692人、2024年915人)
田野地区*2	63.4% (2020年時点)	約48.6%減少 (2004年810人、2024年416人)
全国の漁港背後集落*3	41.6% (2024年時点)	約27.7%減少 (2004年253万人、2024年183万人)



<基本理念（コンセプト）>

『静かな日常が、心を動かすまち』

観光や民間投資を呼び込む前提に、地元住民が自慢できる「住みたくなるまち」をつくらなければ、事業・地域の持続性は生まれない。ワークショップにおいても「今ある資源の有効活用」等について議論された。

●「非日常」より「異日常（いにちじょう）」の概念

演出された「非日常」ではなく、この地域には独自の暮らし、独特の文化があり、地域の「**当たり前**の営み」こそが、来訪者の五感に訴え、インパクトを残す「**異なった日常**」となり、持続可能な観光資源として機能。

● 計画を策定するうえでのポイント

1 熱量をもつキーパーソンを呼び込む

事業者がチャレンジしやすく、地域にも寄り添った関係と環境を整え、キーパーソンに選ばれるまちに。

2 核となるコンテンツをつくる

委員にも全国でも他に類を見ないコンテンツとして高い評価を得た「雑賀崎漁港の船上販売」には、核となるコンテンツとして高いポテンシャルが感じられる。地域のブランド化の推進にあたり、「核」となるコンテンツを中心とした成長性を重要視する。



<計画を進める上での基本的な考え方>

本計画では、全国への展開を可能にする「**廃旅館と人口減の消滅可能性危機からの逆転ストーリー**」を描く。交流人口・関係人口・居住人口を生み出し、そうした人々の活力によって「住みたくなるまち」が達成される。

● 外部連携によるイノベーションの必要性

- ・地域活性化を進める主体は地域の事業者等であるが、複雑に絡み合うすべての課題を、地域のリソースのみで解決することは現実的ではない。
- ・漁業、生業の伝統を守りつつも、時代に即した稼ぎ方や発信力を備えた新たなあり方も必要。
- ・これまでの手法にとられない**外部事業者等との連携や共創によるイノベーション**が重要。

● 「食」を切り口にチャレンジャーを呼び込む仕掛けをつくる

- ・地域への投資の呼び込み、コンテンツ集積のためには、熱量を持つキーパーソン、チャレンジャーに「選ばれる理由」を明確にする必要がある。
- ・漁業や地域固有の「食」をテーマにしたビジネスの実践者からの学びの機会や、スマート漁業等のテクノロジーをかけ合わせた実証の場づくりを進めることで、食と漁業に関する知識、技術、ビジネスノウハウの集積、起業や挑戦を生み出す。

事業の方向性

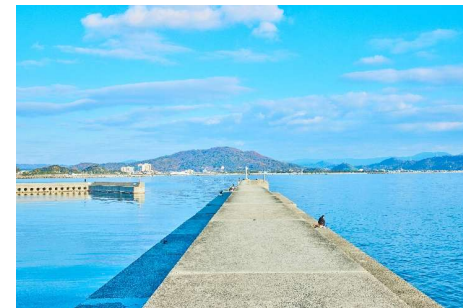
1 基幹産業の持続性を高める

経済基盤である漁業を軸に、地域の生業の新たなあり方を再設計し、持続可能な収益モデルを構築する。

- ・「漁業×観光コンテンツ」を育て、「持続性のある漁師のモデル」を確立
- ・地域での消費・滞在につながる新たな生業（食・体験・宿泊）の創出

2 物件活用のモデル化

空き家等の未利用・低利用空間資源を「実際に使ってみる」実証コンテンツや、再生モデルケースを造成し、建物の更新を促進する。



<基本戦略>

地域の持続可能な発展を実現するための基本戦略

「食コンテンツを磨き上げ、滞在・宿泊需要を生み、関係人口の創出から、地域への移住・定住につなげる」という段階的な成長シナリオ

観光動機の主な要因である「食」から「宿泊」、そして「移住・定住」へ

「食」 「ここでしか食べられない」などの固有性があり、地域への関心の入り口
夜間消費と結び付きやすく、滞在時間の延伸や宿泊需要を期待

「宿泊」 労働集約型の産業。関係産業を含む雇用の創出と外部人材の流入による「移住・定住」への発展を期待

地域の発展に応じた3つのフェーズ



※ フェーズ0では施策を円滑に進めるため、地域にチャレンジャーを呼び込み、事業を推進する体制と仕掛けをつくる

<具体的な取り組み>

基本戦略に基づく5つの政策	初期フェーズにおける重点取り組み	フェーズ2以降の発展に向けた取り組み
1 地域を牽引するチャレンジャーを呼び込み、地域とのコミュニティ形成を推進する	①熱意あるチャレンジャーとの共創の推進 ②地域コミュニティの醸成と地域まちづくりの推進	⑩地域コミュニティの醸成と地域まちづくりの推進（継続）
2 食を中心とした地域コンテンツを創出し、宿泊拠点と連携した長期滞在型観光を進める	③“食”コンテンツの創出と磨き上げ ④雑賀崎漁港の活用推進 ⑤稼げる生業の創出とモデルづくり ⑥高付加価値体験等のキラコンテンツの創出	⑪“食”コンテンツの創出と磨き上げ（継続） ⑫長期滞在型観光の推進
3 空き家等の遊休不動産の再生・活用モデルを創出し、交流・関係から移住・定住に発展させる	⑦地域の遊休不動産の活用推進 ⑧廃旅館の活用に向けた取り組み	⑬地域の遊休不動産の活用推進（継続）
4 地域間をつなぐ交通・道を魅力化し、回遊性を向上させる		⑭地域内の周遊の促進／滞在時間の延長
5 地域を語るナラティブの構築を進め、プロセス段階からの情報発信を進める	⑨ブランド化推進体制の構築と情報発信	

(令和8年度の実施予定事業)

- 地域のブランド化を進めるための人材発掘・体制づくり
 《観光庁直轄事業／関係課：シティプロモーション課》
- 空き家等の地域資源の活用推進事業
 《シティプロモーション課／内閣府「地域未来交付金事業」活用》
- 雑賀崎漁港の活用（民間の飲食事業者等の誘致）に向けた調査及び活用推進計画（案）の作成
 《水産庁直轄事業／関係課：農林水産課、シティプロモーション課》
- 雑賀崎漁港の活用（民間の飲食事業者等の誘致）に向けた実証実験
 《農林水産課／水産庁「海業取組促進事業」活用》
- その他廃旅館等の遊休資産の再生による地域づくりのモデルケースを目指した連携など



雑賀崎漁港の船上販売を核としたコンテンツ（イメージ）