

## 地域再生計画

### 1 地域再生計画の名称

多治見市および周辺地域を舞台とし、地場産業（陶磁器）をテーマとした映像作品の放送開始に合わせた地域活性化事業

### 2 地域再生計画の作成主体の名称

岐阜県多治見市

### 3 地域再生計画の区域

岐阜県多治見市の全域

### 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

##### 【これまでの取組み】

平成30年4月に市役所内に移住定住推進室を立ち上げ社会動態改善のための事業に取り組むとともに、個人版ふるさと納税など市外から金を「稼ぐ」取組みにも積極的に取り組んできた。ただ、その後も転出超過が続き、一定の改善傾向はみられたものの令和元（2020）年度は、192人の転出超過となり、その影響もあり有効求人倍率は一般とパートを合わせた数値が令和元（2020）年度で2.25と岐阜県内で最も高い値となった。また、個人版ふるさと納税についても周辺自治体と比較して納税額は低い水準に留まるなど、成果は限定的なものに留まっている。

##### 【成果が限定的となった要因】

成果が限定的となった要因は、本来であれば多治見市の文化や産業の中心である（であった）「陶磁器」が観光施策においても、人財育成・就労支援・創業支援やシティプロモーション・定住促進事業においても、多治見市の独自性を発揮するポイントになり得るところだが、どちらかと言えば”SNS映え”する新しい観光資源（イルミネーションや現代アートなど）や陶磁器産業に代わる新規産業の誘致など、陶磁器というテーマ以外の分野で多治見市の新たな魅

力を模索する動きが目立った。

#### 【要因の更なる分析】

その裏には、陶磁器というテーマが、観光誘客や人財育成・就労支援・創業支援、シティプロモーション・定住促進事業の主なターゲットとなる若年層や子育て世代への訴求力が弱いだらうという固定観念があったことと、産業としては出荷額が1990年代と比較して4分の1程度まで減少していることから陶磁器を核とした施策や新規展開が生まれにくい状況であった。

### 4-2 地方創生として目指す将来像

#### 【概要】

まちの中央部に土岐川が流れ、四方を山々に囲まれた豊かな自然環境に恵まれている多治見市は、これまで都市機能を10万都市にふさわしいレベルに向上させ、生活利便性と自然環境が調和した住環境が形成された。また、1,300年余の歴史を誇る陶磁器産業「美濃焼」と、それによって醸成された文化は、世界に誇れる市民の財産となっている。

一方で課題としては、合計特殊出生率が平成28(2016)年度で1.33にとどまっていること(人口の自然減)。また、これまでは就業や結婚などによる10代20代の若者の転出超過を、郊外団地の住宅購入などによる子育て世代の転入超過が上回っていたが、かつて多くを占めた住宅事情を理由とする転入者は減少する一方で転出者は依然として多く、平成12(2000)年以降は県外への転出を中心とした転出超過が続き、令和元(2020)年度は、192人の転出超過となった。(人口の社会減)。

すでに多治見市は平成28(2016)年4月1日時点で、総務省による類似団体の区分で多治見市と同じ「Ⅲ-3」に区分される他自治体の平均値と比べ、歳入が13.9億円少ない状況にある。そうした状況に加えて、10年後の令和12(2030)年には市民の2.8人に1人が65歳以上、4.5人に1人が75歳以上となり、高齢化に伴う社会保障費の増加などこれまで以上に厳しい行財政運営が見込まれる。

人口の自然減および社会減は地場産業である陶磁器産業にも影を落としている。既述の通り、転出者が多いため、ハローワーク多治見管内の有効求人倍率は一般とパートを合わせた数値が令和元(2020)年度で2.25と、岐阜県の岐

阜（2.16）や大垣（1.63）など都市部と比較しても県内で最も高い値となった。地域経済分析システム（RESAS）によれば、多治見市の産業別従業員数の構成比は陶磁器産業を主とした製造業が17.5%を占め、それに付随した運輸業、卸売業も合わせると実に45.9%を占める。有効求人倍率の高止まりはこうした製造業など地場産業である陶磁器産業にとって解決が急がれる課題である。つまり、多治見市は、類似団体や周辺自治体と比較して金と人が不足している。

そのため市の魅力を高め、関係人口を創出し、観光誘客やふるさと納税を通じた新たな収入源を増やす取組が求められ、さらにその魅力が多治見市固有の地場産業であり文化である陶磁器によるものであれば、多治見市のまちや文化に共感する人材を増やすことができればなお良い。

そんな折、令和3年度から多治見市を実名の舞台とし、しかも地場産業である陶磁器をテーマとした映像作品（地上波による全国放送）の製作が実現することとなった。NHK連続テレビ小説『半分、青い。』やNHK大河ドラマ『麒麟がくる』に加え、陶磁器をテーマとした今回の作品など、多治見市を含む岐阜県南東部を舞台とする映像作品の製作・公開が続くこの千載一遇の機会に、製作サイドと連携した映像作品そのものの情報発信やそれらを活かした観光PRはもちろんのこと、陶磁器製品のPR、文化財・芸術作品としてのPR、雇用の場としての陶磁器産業のPR、さらにそうした陶磁器産業に関わり、自らの作品を生み出す創作意欲の高い若者の人財育成や就労支援・創業支援・地元定着支援をする。つまり本事業では、「美濃焼」という多治見市の伝統文化が、最新の若者向けの映像作品を通じて新たな装いで世間へ発信されるこの機会に、陶磁器文化を改めて多治見市の魅力として内外で捉えなおし、市外から金と人を「稼ぐ」まちづくりを目指す。

#### 【数値目標】

KPI	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
社会動態（転入－転出）による人口増減数（岐阜県統計課集計デー	-362	0	62

タ) (人/年)			
陶磁器意匠研究所研究生の卒業時 地元定着率(%)	58	3	3
観光入込客数(国際陶磁器フェス ティバル美濃を除く暦年データ) (人/年)	1,331,749	10,000	10,000
個人版ふるさと納税制度による寄 附額(千円/年)	40,125	10,000	10,000

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	KPI増加分 の累計
100	100	100	362
3	3	3	15
10,000	10,000	10,000	50,000
10,000	10,000	10,000	50,000

## 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

#### ○ 地方創生推進交付金(内閣府):【A3007】

##### ① 事業主体

2に同じ。

##### ② 事業の名称

多治見市および周辺地域を舞台とし、地場産業(陶磁器)をテーマとした  
映像作品の放送開始に合わせた地域活性化事業

##### ③ 事業の内容

令和3年に多治見市を舞台とした映像作品の製作が実現することとなっ

た。この千載一遇の機会に、

1. 製作サイドと連携した映像作品そのものの情報発信やそれらを活かした観光PR

(1) 旅行商品造成に向けた積極的な誘致活動、グルメガイドスタンプラリー、ロケ地誘致等を実施。美濃焼の里ならではのイベントや、体験型プログラム“多治見るこみち”を実施し、地域に根差した観光商品の開発。

(2) テレビやラジオの放送、雑誌や新聞への広告掲載、SNSの活用、観光パンフレット等による情報発信。

2. 陶磁器製品のPR、文化財・芸術作品としてのPR

(1) 広域連携による美濃焼のPR、美濃焼新作・新春見本市等国内外への美濃焼PR事業。美濃焼の販路開拓やオープンファクトリー化、新規商品開発等を業界団体や事業者と連携して推進。市内の建築物への美濃焼タイルの使用を促し、多治見らしさ、郷土愛を醸成するとともに、タイル産業を振興。

(2) 首都圏における販路拡張のための出店事業およびオンラインによる陶磁器製品のPR事業。

(3) 国内最大のマーケットである首都圏の市場動向、消費者ニーズやトレンドの情報収集。またそれらを活用した市内外へのタイルPR事業。

(4) 多治見市で開催される国際的な陶磁器コンペティションイベントに伴い新たに行うコロナ禍に対応したPR事業。

3. 雇用の場としての陶磁器産業のPR、さらにそうした陶磁器産業に関わり、自らの作品を生み出す創作意欲の高い若者の人財育成や就労支援・創業支援・地元定着支援

(1) 市内事業所の労働力確保を目的としたセミナーの開催（若年労働者のための定着支援セミナーなど）。雇用関係機関・学校との組織づくりと連携強化（高校生の企業見学、ジュニアインターンシップ等）。市内事業所商工会議所と連携した市内事業所における女性の就労に関する調査。創業支援事業。

(2) 市内の人財育成機関（陶磁器意匠研究所、多治見工業高等学校専攻

科) の環境整備や修了生の就労支援や地元定着支援。

等に複合的に取組み、陶磁器文化を改めて多治見市の魅力として内外で捉えなおし、市外から金と人を「稼ぐ」まちづくりを目指す。

#### ④ 事業が先導的であると認められる理由

##### 【自立性】

- ・本業務を通じて、新規作品の誘致と活用が持続的に行われることによって、本市がその経済効果をもとに独自財源により事業を拡大することが見込まれる。
- ・また、製作者受入や観光客を対象とした事業が拡大することによって、民間事業者が行う事業に発展させることが期待できる。

##### 【官民協働】

- ・【1. 観光PR事業】市外、特に東名阪の都市部で生活する多治見市出身者等を「市政アドバイザー」に任命して、外部の目線で市政に助言を戴く制度を整えて事業実施に民間感覚を積極的に取り入れる。
- ・【2. 陶磁器製品のPR事業】陶磁器工場のオープンファクトリー化や新規製品開発など、陶磁器文化の観光課・商品化については行政と業界団体が連携して推進。
- ・【3. 就労支援・創業支援・地元定着支援】事業年度4年目、5年目には事業実施に係る経費の一部に企業や事業者からの資金を見込む。
- ・その他、企業版ふるさと納税については大括り化の地域再生計画の認定を受け、基金を設置することで寄附の受領体制を整備するとともに、映像作品に関連したHPやチラシを作成し、多治見市と縁のある市外企業に対して、市長によるトップセールスも含めて積極的に寄附を募る。

##### 【地域間連携】

今回の映像作品の製作・公開決定と平行して、著名なデザイナーである佐藤卓氏らをアドバイザーに迎え、岐阜県南東部の地場産業である「美濃焼」を日本および世界に向けたブランドとして育て、発信するためのプロジェクト「セラミックバレー構想」の構成団体（瑞浪市、土岐市、可児市、岐阜県および業界団体や事業者）とも連携することで、よ

り広域での取り組みを進める。

#### 【政策間連携】

・多治見市および周辺地域を舞台とし、地場産業（陶磁器）をテーマとした映像作品の公開に合わせ、【1. 観光PR事業】を実施し、【2. 陶磁器製品のPR事業】にも取り組むことで単なる観光PRに留まらず、陶磁器製品や文化の発信をして産業支援にも繋げ、同時に【3. 就労支援・創業支援・地元定着支援】によって雇用・人材の面からも陶磁器業界を活性化させる。複合的な取り組みを映像作品を通して多治見市の陶磁器に市外からの注目が集まるタイミングで実施することで効果の最大化を目指す。

#### 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

##### 【検証方法】

毎年度6月、産（民間企業経営者、商工会議所職員）、官（市職員）、学（学識者）、金（金融機関シンクタンク研究員）、労（労働組合関係者）、言（マスコミ関係者）、士（行政書士（兼青年会議所役員））、自治会関係者（区長会役員）、子育て・教育関係者、公募委員（一般市民（地場産業関係者））によって構成される外部有識者委員会（「事業評価委員会」）において、KPIの達成度や事業の進捗を検証。検証結果を勘案し、KPIの達成度が著しく低下する場合は、本委員会において事業の見直しに関して意見聴取するとともに、検証結果を市役所内部、市議会、一般市民等へ公開し、次年度以降の事業計画の見直しのために活用。

##### 【外部組織の参画者】

産（民間企業経営者、商工会議所職員）、官（市職員）、学（学識者）、金（金融機関シンクタンク研究員）、労（労働組合関係者）、言（マスコミ関係者）、士（行政書士（兼青年会議所役員））、自治会関係者（区長会役員）、子育て・教育関係者、公募委員（一般市民（地場産業関係者））

### 【検証結果の公表の方法】

検証後、速やかに多治見市公式ホームページで公表するとともに、多治見市の公式 SNS（ソーシャルネットワークサービス）、コミュニティ FM、広報誌等をフル活用して市民及び事業者への周知を図る。また、市役所内部や市議会でも情報共有して、3者（市民や外部有識者等、行政、議会）が共通認識を持った上で事業計画の検証や見直しを進めていく。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 566,636 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

該当なし。

## 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、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。