

## 1 いすみブランドの認定

### (1) 農水産物等ブランド化事業(事業計画額:6,821千円)

#### 事業計画

- いすみ市では、基幹産業である農業、漁業において様々な優良な農水産物等が生産及び漁獲されているのにも関わらず、認知度が低く認知されていない。
- そのため、環境に配慮したいすみ米をはじめ、魚介類、野菜、果物、加工品など独自のブランド化を図り、付加価値を高め、市内外へPRすること並びに地産地消による産業の育成及び市内の活性化を図る。

#### 取組み状況

- 識見を有する外部の委員5名、市内公共的団体の役員1名、計6名の委員で構成するいすみ市いすみブランド認定委員会を設置、合計12品目を「いすみ市いすみブランド認定産品」として認定。
- 認定産品については、ブランドタグ、ブランド認定シールの貼付、ホームページなどの活用により周知した。
- ブランド産品については、入札値段の上昇や港の朝市等での販売実績が伸びている他、新たな販路先として都内の有名レストランでの取引が始まるなど、効果は非常に大きかった。

#### 重要業績成果指標(KPI)

- ブランド化認定件数 目標:15件 実績:12件

# 1 いすみブランドの認定

## (2)「いすみブランド」販売促進事業(事業計画額:4,200千円)

### 事業計画

○外部有識者により認定された「いすみブランド」製品の知名度向上と販路拡大のため、以下の事業を実施。

・東京、横浜等のホテルやレストラン等を訪問しての食材の使用に決定権がある総料理長やシェフ等への「いすみブランド」食材の売り込み

・移住定住フェアや地域おこし協力隊サミットのような地域活性化イベントに参加しての「いすみブランド」PR

### 取組み状況

○いすみブランド製品を中心に、いすみ市食材フェアと題して品川、新橋、上野、銀座など東京料理店において1~2週間程度の期間で実施し、ブランド製品だけでなく、移住・定住案内、港の朝市のPRも同時に実施した。

○ブランド製品「いすみの沖ダコ」は、昨年度の大不漁とは違い、豊漁に恵まれたが、採捕期間中を通じて入札価格が下がらず、また、加工品のいすみブランド産品茹でダコは、港の朝市でも好調に販売された他、JR東日本直営店「のもの」においても茹でダコの刺身がメニューに並び、提供されている。

### 重要業績成果指標(KPI)

(1)新たな販路 目標:3件 実績:5件

(2)「いすみブランド」製品の価格 目標:ブランド化前より2割上昇 実績:1~2割程度上昇

# 1 いすみブランドの認定

## (3) いすみブランド販路拡大のためのシェフ・料理人を対象とした現地商談会の開催(事業計画額:21,000千円)

### 事業計画

- シェフや料理人を東京や横浜、川崎等からいすみ市に招き、生産現場で生産者の思いを伝え、出荷に至るまでのストーリー等を見てもらい、現地で商談会を行うことで、ホテルやレストラン、結婚式場といった伊勢海老やアワビ等を常時購入する機会のあるターゲットと生産者を繋げ、販路の拡大を図る。
- また、食材の豊かな地でオーベルジュ(滞在型レストラン)を開きたいという意欲的な料理人の参加も募り、料理人の移住・定住及び地域での新規雇用も同時に図る。

### 取組み状況

- 全国有数の飲食店向けポータルサイトを持ち、若手料理人を発掘し、料理界を牽引するRED35事業を展開する(株)ぐるなびと連携。
- 15名の若手料理人が参加し、テレビ出演や講演活動も幅広く行う料理の鉄人脇屋シェフをはじめ、3名のアドバイザーを加え18名の参加者により水産加工業者、直売所、農業生産者の現場視察、商談会、意見交換会を開催。
- シェフが開発したいいすみブランド産品等を活用した料理メニューの試食会、港の朝市での販売やシェフの自店での提供等、新たな販路の拡大に努めた。

### 重要業績成果指標(KPI)

- 新規販路開拓数 目標:1件 実績:2件

## 2 地域素材「波の伊八」クローズアッププロジェクト(事業計画額:4,000千円)

### 事業計画

- 「波の伊八」を基盤に、「波の伊八めし」、食材の「いすみブランド」をクローズアップした、伊八の作品と食のフェア「波の伊八フェア」を実施し、「波の伊八」、「伊八めし」、「いすみブランド」の相乗効果による訴求力及びブランド力・認知度の向上を図ることにより交流人口を拡大する。

### 取組み状況

- 「波の伊八フェア」として、寺3件、飲食店15件（波の伊八めしの会）と連携し、2月20日～3月13日まで開催。寺においてはガイドを設置。
- 飲食店は市特産品の無農薬・無化学肥料の米をPRを兼ねて使用。プラス1品のサービスを合わせて実施。
- フェアに際し雑誌、メディア等PRを実施。

### 重要業績成果指標(KPI)

- (1)「波の伊八めし」販売数 目標:前年同期30%増 実績:前年比較 126%増
- (2)「波の伊八」関係施設観光客数 目標:前年同期1割増 実績:取りまとめ中

### 3 自然と共生する里づくり推進事業(事業計画額:11,642千円)

#### 事業計画

- いすみ市の基幹産業であり、伝統ある水稲作の危機的状況に対し、市況の厳しい慣行米から有機米産地に転換することで生き残りをかける。
- 先進的な有機稲作技術の導入・実証・確立の過程で核となる有機農家を育成する。
- 学校給食への有機米導入と食農教育の機会を通じ、地産地消を促進する。
- 一連の取組を生物多様性保全の取組として、いすみ市＝環境のまちの印象を決定づけ、都市からの若者、子育て世代の流入を促す。

#### 取組み状況

- 先進的な有機稲作技術の普及のための研修会を全5回、毎回約30名の農業者の参加を得て開催した。これにより有機米づくりの取組が全市に拡大し、栽培面積は去年の1.1haから10haまで増加した。
- ポット成苗による水稲有機栽培体系の確立を目的としたモデル水田の取組には新たに2団体が加わり、総勢5団体11名4.5haで実施することができた。これにより、先導的役割を担う農業者の発掘は十分に達成されたことになる。
- ペレット成型機の稼働により、循環型の有機栽培が可能になり、産物の付加価値が増加した。
- 学校給食米として4tの有機米が導入され、食農体験活動と合わせて公益性の高い取組として、内外での認知度が高まり市内消費が拡大した。
- ふるさと産品の需要が高まったことから、市統一の有機米ブランド「いすみっこ」を公募方式により市民の主体性を掘り起こしながら創造し、イベント、市内小売店、ふるさと産品等での積極的な販売促進に結び付けた。

#### 重要業績成果指標(KPI)

- 新たに無農薬栽培に取り組んだ農家数 目標:5件 実績:10件

## 4 「港の朝市」の定着と拡大

### (1) 港の朝市整備事業(事業計画額:8,200千円)

#### 事業計画

- 平成25年度から始まった大原漁港「港の朝市」も順調に推移して、首都圏並びに県外からも初年度を上回り来場者数が伸びており、地域経済の活性化に大きく寄与している。今後、さらなる来場者数の増加を目指しイベントPR、安全対策の充実を図る。

#### 取組み状況

- 港の朝市は月2回の開催となり、地元で水揚げされるイセエビ、サザエなど新鮮な農水産物やタコ飯、日本酒などのオリジナル産品を求め、都市部からの来場者を中心に年間6万人が訪れていただくようになり、年間推定売上額は平成25年度3,300万円、平成26年度6,500万円、平成27年度8,000万円(見込み)と順調に推移している。
- 出店事業者数は平均40事業者で、農水産事業者による魚介類、干物、野菜、果物や商工事業者による日本酒、弁当、パン、揚げ物などの加工品が販売され、購入した魚介類、干物、野菜が無料で焼けるバーベキューも人気で、ホームページでの情報提供やテレビ、新聞などマスコミで取り上げられる機会も増えている。
- 今後さらに移住者、起業者を育てるため、毎週開催の朝市に向け雇用の創出、所得の向上、人口減対策に一体で実現できる取組みを講じて行きたい。

#### 重要業績成果指標(KPI)

- 朝市売上数 目標:80,000千円 実績:80,000千円(見込)

## 4 「港の朝市」の定着と拡大

### (2)いすみ市グリーンツーリズム事業(事業計画額:300千円)

#### 事業計画

- いすみ市の里山・里海に点在する生物多様性を観光資源と考え、「港の朝市」への来場者、一回の開催につき約3,000人の一部を市内に循環させ、いすみ市にある観光施設へも観光客として誘導するグリーンツーリズムを実施する。

#### 取組み状況

- グリーンツーリズムの展開を探るため、モニターツアーを実施するためホームページや「港の朝市」などで募集した。
- ツアーの参加者からはコース設定等についてアンケートを募り翌年度からの本格運用に向け意見を反映させる予定である。
- 1回目の2月7日はバスを借上げ事業を実施しようとしたが参加者が少人数であったため公用車「おもてなし号」でツアーを行った。また、2回目の3月6日は参加者が6名であり公用車での対応が困難であったためマイクロバスを借上げ実施した。

#### 重要業績成果指標(KPI)

(1)参加者 目標:60人 実績:14人

(2)アンケートによる参加者の満足度

目標:80%以上 実績:9人中8名の方から満足したという結果が得られた。

## 5 観光振興事業(事業計画額:4,939千円)

### 事業計画

○豊かな自然、海の幸・山の幸、歴史文化遺産等の観光資源を生かしたまちづくりのため、以下の観光振興事業に取り組む。

- ・観光タクシー利用者に利用料助成
- ・県と連携した二次交通実証実験
- ・観光情報発信を実施
- ・多言語パンフレット作成

### 取組み状況

- 千葉県の実施する成田を拠点とした高速バス路線の実証運行と連携し、市内での二次交通の整備として観光客を対象にタクシー利用の補助券を交付。実施期間は8月17日～9月30日迄45日間。
- いすみ市への旅行企画実施者と連携し、事業者の媒体を利用したPR等を実施した。いすみ市ツアーを実施したJRと連携し、首都圏JR120駅構内へのPRポスター掲示及び首都圏JR主要路線24路線、7698車両への中吊広告を実施。その他、市内イベントの実施に合わせ各種メディアでのPRを実施した。
- 4カ国語の観光パンフレットを作成、成田空港、羽田空港他配布予定。

### 重要業績成果指標(KPI)

- (1)観光型二次交通利用件数 目標:650件 実績:55件
- (2)観光入込客数 目標:32万4千人 実績:調査中
- (3)多言語パンフレット原案作成 目標:4カ国語 実績:4カ国語(英語、中国語(簡体、繁体)、韓国語)



## 6 移住・定住の促進

### (1) 移住定住促進事業(事業計画額:8,888千円)

#### 事業計画

○いすみ市は都内からも比較的近い距離にありながら、自然環境に優れ子育てにも大変魅力があるにも関わらず、雇用の場が少ないことが大きな原因で人口流出が課題となっている。自営業やネット環境を活用した業種の方、田舎で起業を考えている方等に対し都内を中心とした県外でいすみ市魅力を徹底的にPRし、知名度を高めることにより、東京圏等からの移住促進を推進する。

#### 【事業概要】

##### ○移住促進のためのPR

- ・東京圏の若者への移住促進イベントの開催
- ・お試し居住開催
- ・いすみ市移住・定住相談所の運営

##### ○定住に対する助成

- ・いすみ市に移住・就業し、遠方へ電車通勤する方に対して定期代の一部(月3,000円)を助成
- ・いすみ市に移住し賃貸で住宅に居住する方に対して家賃の一部(月15,000円)を助成

#### 取組み状況

- 移住促進イベントとして、いすみ市の魅力を知っていただくための体験イベント・婚活を企画したが、婚活は応募者が少数のため中止となった。体験イベントは毎回満員に近く、キャンセル待ちが発生した。
- 移住希望者を対象に、1週間以内いすみ市に滞在していただくお試し居住を6回実施し、この期間に2組が不動産業者と契約しいすみ市への移住を決定した。
- 移住・定住相談所として「いすみ移住交流ガーデン」を開設し、窓口・電話・メール等を含め120件以上の相談に対応した。
- 定住促進策として、移住者で、特急定期券を購入しJRで通勤するものに対し、また、若者世帯で賃貸住宅に居住する者に対して助成制度を実施するため募集活動を行ったが、特急定期券助成制度の利用者は無かった一方で、若者世帯定住促進家賃補助制度については6世帯の交付申請があった。

#### 重要業績成果指標(KPI)

○いすみ市への移住を具体的に検討している件数 目標:10件

実績:お試し居住:6件 窓口相談:14件 若者世帯定住促進家賃補助制度:6世帯

## 6 移住・定住の促進

### (2) 移住(いすみ)暮らしPR事業(事業計画額:3,500千円)

#### 事業計画

○地域おこし協力隊等を活用し、都内でいすみ市への移住定住や観光に関する情報発信を行うとともに、「いすみブランド」をはじめとするいすみ市の農水産品等の直接販売を行い、自然や食の地域資源が豊かな、東京から通える田舎での移住(いすみ)暮らしをPRし、都市圏からいすみ市への人口移動を図る。

#### 取組み状況

○地域おこし協力隊、生産者、市関係職員の構成で、板橋区(2カ所)、中野区、横浜市において、直接会話で対応するなどして、移住定住や観光に関する案内を行うとともに、いすみブランド産品、干物、新鮮野菜、果物の販売を行ったところ、延べ11日間でイベント参加目標人数を超える人々が訪れた。

○いすみ市を知らない方々も多く、今回のPR事業によりいすみ市を知っていただくことが出来た。

#### 重要業績成果指標(KPI)

(1) イベント参加人数 目標:3,000人 実績:約5,500人

(2) イベント参加者で、いすみ市への移住を具体的に検討している件数 目標:3件 実績:4件

## 7 出産奨励給付金支給事業(事業計画額:6,697千円)

### 事業計画

- 少子化と人口減対策として、新生児に対し出産祝金を支給することにより、出産を祝福し、新生児の将来における健全な家族構成及びいすみ市の人口増に伴う活性化に寄与することを目的とする。

### 取組み状況

- 出産奨励金の支給対象をおむつ、ミルク、チャイルドシートの物品購入に限定し実施した。
- 支給対象者に給付金額、満足度など、アンケートを実施。併せて新生児を持つ保護者に子育て支援制度についてニーズ調査を実施。
- 市税等に滞納がある方は対象とならず、数名が支給対象外となった。
- 今後は、保護者からのニーズ調査を基に子育て支援を実施していきたい。

### 重要業績成果指標(KPI)

- アンケートによる事業達成度 目標:80% 実績:アンケートによる満足度調査100%

※申請者数103名/出生数203名(平成28年3月24日現在)

## 8 いすみ米オーナー制度モデル事業支援(事業計画額:500千円)

### 事業計画

- 市の推進する自然と共生する里づくりでは、持続可能な生物多様性に富んだ自然と共生する里づくりを進めている。
- こうした中、いすみ米オーナー制度として安心・安全な米づくりとして、有機稲作の農業体験を通じ農村と都市の交流を図る。

### 取組み状況

- 生産者自らが受け入れの企画・運営を実施する為、実施団体への受入環境の整備を目的に補助を実施。
- 有機稲作の為の圃場整備、オーナー受入の環境整備として案内看板作成や水路等転落防止などの保安用品、農作業に使用する備品等の購入を実施した。
- オーナーには作業スケジュール、地域情報の提供。田んぼ以外での農作物刈り取り体験等を行った。

### 重要業績成果指標(KPI)

○いすみ米オーナー制度モデル事業登録者数 目標:15件 実績:15件

## 9 ローカル鉄道沿線自治体(2市2町)連携によるロケ誘致事業

(事業計画額:22,100千円)

### 事業計画

- 豊かな自然、ふるさとの原風景といった景観だけでなく、東京まで特急で70分という地の利を生かし、ドラマや映画の撮影場所としての利用を増やし、施設整備等を行うことなく、ロケと食を核に夷隅地域に観光客を誘引する。

#### 【概要】

- いすみ鉄道沿線自治体ロケーションサービス設立
  - ・自治体、商工会、農林漁業者、地域金融機関等が連携してロケ誘致を行うための受け皿を設置し、外部専門家を招き、いすみ鉄道沿線のロケ地としての魅力発信及び効果的な売り込み方法等について学ぶ
- いすみ鉄道沿線魅力発信経費
  - ・映画会社、テレビ番組等制作会社に対して、いすみ鉄道沿線の自然環境・景観や食の情報等の知られざる情報の売り込みを行うため、2市2町のロケ適地情報やロケ隊向け宿泊、食事情報、受入態勢等をまとめ、東京、関西等を主なターゲットにロケ誘致に向けた営業活動を行う。

### 取組み状況

- 夷隅郡市2市2町で連携しドラマや映画等の撮影誘致活動を行うため10月に「いすみ外房フィルムコミッション」を立ち上げ、専門家からセミナーなどを実施し効果的なプロモーション活動等について学んだ。
- 情報発信のため全国版専門雑誌や専門サイトへのロケ適地情報などを掲載した。
- フィルムコミッションのホームページ立ち上げを行った。
- 今後の活動の参考とするためロケ誘致先進地の視察を実施した。
- 主な実績
  - ・NHK総合 1/29放送「金曜EYE」 港の朝市ほか
  - ・テレビ東京 2/21・2/28・3/6「もらい酒みなと旅」  
旬の魚料理と地酒紹介
  - ・テレビ朝日 3/2「トリハダ(秘)スcoop」  
市役所庁舎・消防団機庫・大原漁港を使用、  
スタッフ・エキストラ等90人宿泊・弁当  
(市内業者)

### 重要業績成果指標(KPI)

- 具体的な相談件数 目標:1件 実績:41件