

## 新 旧 対 照 表

地域再生計画の名称：もっとはらこめし ずっとはらこめし 推進事業計画

新	旧
<p style="text-align: center;">地域再生計画</p>	<p style="text-align: center;">地域再生計画</p>
<p>1 地域再生計画の名称 (略)</p> <p>2 地域再生計画の作成主体の名称 (略)</p> <p>3 地域再生計画の区域 (略)</p> <p>4 地域再生計画の目標</p> <p style="padding-left: 20px;">4-1 地方創生の実現における構造的な課題</p> <p>○地産地消・郷土愛の醸成</p> <p><u>「はらこめし」は亙理町発祥の郷土料理であり、町内の一部の小学校では、サケの稚魚放流や「はらこめし」の調理実習なども実施されている。しかし、最近では、町内の比較的若い世代の住民が「はらこめし」を食する頻度や量が少なくなっている。</u></p> <p><u>そこで、町民が「はらこめし」の魅力を再認識・再発見できる施策を実施し、「はらこめし発祥の地」として姑から嫁、親から子へ世代を超えた「はらこめし」という食文化の伝承による郷土愛の醸成を図るとともに、稚魚放流から始まり、荒浜漁港での水揚げ、各家庭及び店舗において消費するという地産地消</u></p>	<p>1 地域再生計画の名称 (略)</p> <p>2 地域再生計画の作成主体の名称 (略)</p> <p>3 地域再生計画の区域 (略)</p> <p>4 地域再生計画の目標</p> <p style="padding-left: 20px;">4-1 地方創生の実現における構造的な課題</p> <p>○地産地消・郷土愛の醸成</p> <p><u>町内の小学生によるサケ稚魚放流から始まり、荒浜漁港での水揚げ、各家庭、店舗において、地域で漁獲されたサケを地域で消費する地産地消の活動を通じて「はらこめし」の消費拡大を図るとともに、漁業者と消費者を結び付け、「はらこめし」の魅力を町民にさらに再認識・再発見を図る施策を実施する。また、「はらこめし」発祥の地として姑から嫁、母から子へ世代を超えた「はらこめし」という食文化の伝承による郷土愛の醸成を図る必要がある。</u></p>

の拡大による地域経済の活性化を図る必要がある。

○知名度向上

本町における観光コンテンツに関する調査を実施したところ、「はらこめし」を食したことがあるとの回答者が58.8%を占め、満足度も高い結果であった。しかしながら、本町を訪れたことがある回数は、「5回～2回」と回答する者が多く、地域内の消費、リピーターの増加にまでは至っていないのが現状であり\_\_\_\_\_、「宮城県亘理町＝はらこめし」としての知名度を向上をさせ、リピーターの増加を図る必要がある。

○ブランド力向上

「はらこめし」のシーズンには、各店舗において「はらこめし」を求めた\_\_\_\_\_観光客が列をなしている。しかしながら、店舗のブランド力の差により、\_\_\_\_\_提供個数等に偏りがあるのが現状である。\_\_\_\_\_店舗のブランド力の底上げなくして「はらこめし」による地域の活性化が図られないことから、「(仮称) はらこめし振興会」を設立し、関係団体と協力のうえ、\_\_\_\_\_イベントの開催や出店によるPRを通じて店舗のブランド力向上を図る必要がある。

4-2 地方創生として目指す将来像

○知名度向上

本町における観光コンテンツに関する調査を実施したところ、「はらこめし」を食したことがあるとの回答者が58.8%と半数を占め、満足度も高い結果であった。しかしながら、本町を訪れたことがある回数は、5回～2回と回答する者が多く、\_\_\_\_\_リピーターの増加にまでは至っていないのが現状であるこのことから、「宮城県亘理町＝はらこめし」としての知名度向上を図り、リピーターの増加の図る必要がある。

○ブランド力向上

「はらこめし」の季節\_\_\_\_\_には、店舗において「はらこめし」を求めて来る観光客で列をなしている。しかしながら、店舗のブランド力の差により、「はらこめし」提供個数等に偏りがあるのが現状である。また、店舗のブランド力の向上なくして、\_\_\_\_\_地域の活性化が図られないことから、「(仮称) はらこめし振興会」を設立し、各関係団体と手を取り\_\_\_\_\_、「はらこめし」のイベントを開催し、出店によるPRを通じて店舗のブランド力向上を図る必要がある。

4-2 地方創生として目指す将来像

「はらこめし」は本町発祥の郷土料理であり、初代仙台藩主 伊達政宗公にサケの身といくらをご飯と炊き献上したところ、大変喜ばれ、側近に吹聴したことや  
秋祭りにおいて、五穀豊穰と豊漁を感謝するために収穫されたばかりの新米と遡上したサケを合わせて調理し、神せんとして捧げ食べられたものが始まりと言われ、長きにわたり伝えられている食文化である。  
 郷土料理「はらこめし」という食文化を通じて、サケの稚魚放流から始まる地産地消、世代を超え受け継ぐことによる郷土愛の醸成を図るとともに、全国にPRすることにより、郷土料理「はらこめし」のブランドイメージを定着させ、町内で「はらこめし」を提供している店舗への誘客を図り、ブランド力向上、地域経済の活性化を実現する。

**【数値目標】**

	事業開始前 (現時点)	平成 29 年度 増加分 (1 年目)	平成 30 年度 増加分 (2 年目)	平成 31 年度 増加分 (3 年目)	KPI 増加 分の累計
水産まつり及びはらこめし提供店の来客者数(人)	18,000	500	500	500	1,500

「はらこめし」は本町発祥の郷土料理であり、由来は、初代仙台藩主 伊達政宗公にサケの はらこをご飯に炊き献上したところ、大変喜ばれ、側近に吹聴したことが世に珍重されるに至った始まりと伝えられている。また、秋祭りにおいて、五穀豊穰と豊漁を感謝するために収穫されたばかりの新米と遡上したサケを合わせて調理し、神せんとして捧げ食べられたものが始まりとも伝えられ、長きにわたり伝えられている「食文化」である。  
 郷土料理である「はらこめし」という「食文化」を通じて、「サケ」稚魚放流から始まる地産地消、世代を超え受け継ぐことによる郷土愛の醸成を図るとともに、全国にPRすることにより、郷土料理のブランドイメージ 定着、町内で「はらこめし」を提供している店舗への誘客を図り、もってはブランド力向上、地域の経済波及を実現する。

**【数値目標】**

	事業開始前 (現時点)	平成 29 年度 増加分 (1 年目)	平成 30 年度 増加分 (2 年目)	平成 31 年度 増加分 (3 年目)	KPI 増加 分の累計
水産まつり及びはらこめし提供店の来客者数(人)	18,000	500	500	500	1,500

水産まつりのはらこめし販売個数	<u>1.300</u>	150	150	150	450
主要店舗（5店舗）による提供食数	<u>56.000</u>	500	500	500	1,500

5 地域再生を図るために行う事業

5-1 全体の概要

「(仮称) はらこめし振興会」を設立し、関係団体と協力のう え、

イベントの開催や出店によるPRを通じて地産地消、消費拡大及び店舗のブランド力向上を図る。また、それらの効果を通じて町民に郷土料理「はらこめし」の魅力を再認識・再発見・郷土の食文化の伝承による郷土愛の醸成を促すとともに、「宮城県亶理町=はらこめし」として本町の知名度向上と町を訪れるリピーターの増加及び新規の誘客を図る。

5-2 第5章の特別の措置を適用して行う事業

①、② (略)

③ 事業の内容

(1) 亶理町発祥「はらこめし」及び毎年10月開催の「荒浜漁港水産まつり」のPR活動を行い、「宮城県亶理町

水産まつりのはらこめし販売個数	<u>500</u>	150	150	150	450
主要店舗（5店舗）による提供食数	<u>69.000</u>	500	500	500	1,500

5 地域再生を図るために行う事業

5-1 全体の概要

「(仮称) はらこめし振興会」を設立し、各関係団体と手を取り、「はらこめし」のイベントを開催、出店によるPRを通じて

地産地消、消費拡大及び店舗のブランド力向上を図る。また、それらの効果を通じて町民に\_\_\_\_\_「はらこめし」の魅力を再認識・再発見・郷土の食文化の伝承による郷土愛の醸成を促すとともに、「宮城県亶理町=はらこめし」として本町の知名度向上と町を訪れるリピーターの増加\_\_\_\_\_を図る。

5-2 第5章の特別の措置を適用して行う事業

①、② (略)

③ 事業の内容

本事業は、毎年10月開催の「荒浜漁港水産まつり」を全国へ発信するPR活動を行い、はらこめし発祥の地

＝はらこめし」として知名度向上と誘客を図る。

- (2) 町の観光協会が実施してきた「はらこめしスタンプラリー」の強化に加え、新たに「はらこめしクーポン」等を実施することで新規誘客及びリピーターを獲得し、毎年客足が伸び悩むシーズン中旬（10月中旬）以降も安定した「はらこめし」提供、事業者所得及び地産地消の拡大を図る。
- (3) 調理教室等の開催により、郷土料理「はらこめし」の伝承、地産地消の推進及び郷土愛の醸成を図る。
- (4) 設立した「(仮称)はらこめし振興会」主催による「利きはらこめし」等のイベントを実施する。

④ 事業が先導的であると認められる理由

【自立性】

各店舗のブランド力向上により誘客が増加し、「(仮称)はらこめし振興会」での独自イベント開催等が期待できる。

また、調理教室等の開催により、世代を超えた食文化の伝承、家庭での消費及び地産地消の拡大へとつながり、町民が「はらこめし」の魅力を\_\_\_\_\_再認識・再発見することが期待できる。

【官民協働】

「はらこめし」に関するイベント開催については、「(仮

亘理をPRするとともに、「はらこめしスタンプラリー」開催による店舗ブランド力向上及びリピーターの増加を図り、各店舗、家庭ではらこめしを味わう機会を拡大することにより地産地消を推進するとともに、調理教室等により、食文化の伝承へと結びつけ、郷土愛の醸成を図る。

また、(仮称)はらこめし振興会が主催する「利きはらこめし」によるはらこめしマスターの発掘イベントを実施する。

④ 事業が先導的であると認められる理由

【自立性】

各店舗のブランド力向上により誘客が増加し、「(仮称)はらこめし振興会」での独自イベント開催等が期待できる。

また、調理教室等の開催により、世代を超えた食文化の伝承、家庭での消費及び地産地消の拡大へとつながり、町民が「はらこめし」の魅力をさらに再認識・再発見することが期待できる。

【官民協働】

「はらこめし」に関するイベント開催については、

称) はらこめし振興会」、漁協、観光協会、行政が連携し、それぞれの役割分担のもと、「はらこめし発祥の地」のブランドイメージ定着に向けて事業を展開する。

#### 【政策間連携】

本町では毎年、一部の小学校においてサケ稚魚の放流、「はらこめし」の調理実習を実施し、「サケ」の生態や人工ふ化、郷土の食文化への理解を深める取組みを実施しているが、実施する小学校や事業を拡充させ、さらに地域の食文化の浸透、郷土愛の醸成を図る。また、小学生だけでなく、広く住民に対して「はらこめし」を中心とした料理教室を開催し、「はらこめし発祥の地」として食文化を伝承させ、家庭での消費拡大を図り、地産地消を促す。そして、「(仮称) はらこめし振興会」を中心に「はらこめし発祥の地」のブランド力向上を図ることで各店舗への誘客及び交流人口の拡大による売上の増加及び「サケ」の消費拡大並びに各店舗への安定価格による供給、漁業者の所得の安定を図る。

#### 【地域間連携】

本町を含む宮城県南地域の4市9町をエリアとした「宮城\_\_インバウンドDMO推進協議会」が平成29年2月に設立された。協議会は、3月に設立した民間で構成する「一般社団法人宮城インバウンドDMO」と連携し、インバウンドに対応した新たなコンテンツ整備、他地域

(仮称) はらこめし振興会\_\_、漁協、観光協会、行政と連携し、それぞれの役割分担のもと、\_\_はらこめし発祥の地のブランドイメージ定着に向けて事業を展開する。

#### 【政策間連携】

本町では毎年\_\_一部の小学校においてサケ稚魚の放流、「はらこめし\_\_」の調理実習を実施し、「サケ\_\_」の生態や人工ふ化、郷土の食文化への理解を深める取組\_\_を実施しているが、実施する小学校や事業を拡充させ、さらに地域の食文化の浸透、郷土愛の醸成を図る。また、小学生だけでなく、広く住民に対して\_\_はらこめし\_\_を中心とした料理教室を開催し、「はらこめし発祥の地\_\_」として食文化を伝承させ、家庭での消費拡大を図り、地産地消を促す。そして、「(仮称) はらこめし振興会」を中心に「はらこめし発祥の地」のブランド力向上を図ることで各店舗への誘客及び交流人口の拡大による売上の増加及び「サケ\_\_」の消費拡大並びに各店舗への安定価格による供給、漁業者の所得の安定を図る。

#### 【地域間連携】

本町を含む宮城県南地域の4市9町をエリアとした「宮城県\_\_インバウンドDMO推進協議会」が平成29年2月に設立された。協議会は、3月に設立した民間で構成する「一般社団法人宮城インバウンドDMO」と連携し、インバウンドに対応した新たなコンテンツ整備、他地域

のタイプの違う観光コンテンツとの結びつけを行う。これらと連携し、交流人口拡大の取組みを広域的に進めていく。

【その他の先導性】

(略)

⑤ 重要業績評価指標 (KPI) 及び目標年月

【数値目標】

	事業開始前 (現時点)	平成 29 年度 増加分 (1 年目)	平成 30 年度 増加分 (2 年目)	平成 31 年度 増加分 (3 年目)	KPI 増加分の累計
水産まつり及びはらこめし提供店の来客者数(人)	18,000	500	500	500	1,500
水産まつりのはらこめし販売個数	<u>1,300</u>	150	150	150	450
主要店舗(5店舗)による提供食数	<u>56,000</u>	500	500	500	1,500

⑥ (略)

⑦ 交付対象事業に要する経費

のタイプの違う観光コンテンツとの結びつけを行う。これらと連携し、交流人口拡大の取組を広域的に進めていく。

【その他の先導性】

(略)

⑤ 重要業績評価指標 (KPI) 及び目標年月

【数値目標】

	事業開始前 (現時点)	平成 29 年度 増加分 (1 年目)	平成 30 年度 増加分 (2 年目)	平成 31 年度 増加分 (3 年目)	KPI 増加分の累計
水産まつり及びはらこめし提供店の来客者数(人)	18,000	500	500	500	1,500
水産まつりのはらこめし販売個数	<u>500</u>	150	150	150	450
主要店舗(5店舗)による提供食数	<u>69,000</u>	500	500	500	1,500

⑥ (略)

⑦ 交付対象事業に要する経費

<p>・法第5条第4項第1号イに関する事業【A3007】          総事業費 <u>25,820</u>千円</p> <p>⑧ 事業実施期間          地域再生計画認定の日から平成32年<u>3</u>月<u>31</u>日（3カ年度）</p> <p>⑨ （略）</p> <p>5-3 その他の事業          （略）</p> <p>6 計画期間          （略）</p> <p>7 目標の達成状況に係る評価に関する事項</p> <p>7-1 目標の達成状況にかかる評価の手法          （略）</p> <p>7-2 目標の達成状況にかかる評価の時期及び評価を行う内容</p> <p>【数値目標】</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>事業開始前 （現時点）</th> <th>平成29年度 増加分 （1年目）</th> <th>平成30年度 増加分 （2年目）</th> <th>平成31年度 増加分 （3年目）</th> <th>KPI増加分の累計</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>水産まつり及びはらこめし提供店の来客者数</td> <td>18,000</td> <td>500</td> <td>500</td> <td>500</td> <td>1,500</td> </tr> </tbody> </table>		事業開始前 （現時点）	平成29年度 増加分 （1年目）	平成30年度 増加分 （2年目）	平成31年度 増加分 （3年目）	KPI増加分の累計	水産まつり及びはらこめし提供店の来客者数	18,000	500	500	500	1,500	<p>・法第5条第4項第1号イに関する事業【A3007】          総事業費 <u>29,100</u>千円</p> <p>⑧ 事業実施期間          地域再生計画認定の日から平成32年<u>2</u>月<u>28</u>日（3カ年度）</p> <p>⑨ （略）</p> <p>5-3 その他の事業          （略）</p> <p>6 計画期間          （略）</p> <p>7 目標の達成状況に係る評価に関する事項</p> <p>7-1 目標の達成状況にかかる評価の手法          （略）</p> <p>7-2 目標の達成状況にかかる評価の時期及び評価を行う内容</p> <p>【数値目標】</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>事業開始前 （現時点）</th> <th>平成29年度 増加分 （1年目）</th> <th>平成30年度 増加分 （2年目）</th> <th>平成31年度 増加分 （3年目）</th> <th>KPI増加分の累計</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>水産まつり及びはらこめし提供店の来客者数</td> <td>18,000</td> <td>500</td> <td>500</td> <td>500</td> <td>1,500</td> </tr> </tbody> </table>		事業開始前 （現時点）	平成29年度 増加分 （1年目）	平成30年度 増加分 （2年目）	平成31年度 増加分 （3年目）	KPI増加分の累計	水産まつり及びはらこめし提供店の来客者数	18,000	500	500	500	1,500
	事業開始前 （現時点）	平成29年度 増加分 （1年目）	平成30年度 増加分 （2年目）	平成31年度 増加分 （3年目）	KPI増加分の累計																				
水産まつり及びはらこめし提供店の来客者数	18,000	500	500	500	1,500																				
	事業開始前 （現時点）	平成29年度 増加分 （1年目）	平成30年度 増加分 （2年目）	平成31年度 増加分 （3年目）	KPI増加分の累計																				
水産まつり及びはらこめし提供店の来客者数	18,000	500	500	500	1,500																				



(人)					
水産まつりのはらこめし販売個数	<u>1,300</u>	150	150	150	450
主要店舗（5店舗）による提供食数	<u>56,000</u>	500	500	500	1,500

7-3 目標の達成状況にかかる評価の公表の手法  
(略)

(人)					
水産まつりのはらこめし販売個数	<u>500</u>	150	150	150	450
主要店舗（5店舗）による提供食数	<u>69,000</u>	500	500	500	1,500

7-3 目標の達成状況にかかる評価の公表の手法  
(略)