

## 地域再生計画

### 1 地域再生計画の名称

岡崎おうはん地鶏ブランド化推進事業

### 2 地域再生計画の作成主体の名称

愛知県岡崎市

### 3 地域再生計画の区域

愛知県岡崎市の全域

### 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

本市は、愛知県の中央部、三河山地と岡崎平野の接点にあり、三河高原の西端に位置しており、平成18年1月1日の旧額田町との合併により総面積は387.20km<sup>2</sup>と県内3番目の規模となっている。人口は、令和2年1月1日時点で387,791人であり、広域利便性に優れた立地や西三河地域の第二次産業をはじめとする良好な雇用環境を反映として、転入超過の傾向にある。

本市の総面積の約1割は農地が占めているが、農業就業人口は、農林業センサスによると、平成17年が4,205人、平成22年が3,115人、平成27年が2,369人であり、10年間で約44%減少し、平均年齢は、平成17年が65.5歳、平成22年が68.0歳、平成27年が69.7歳と10年間で4.2歳高齢化している現状にある。

特に、養鶏においては、近隣住民との環境問題や担い手の不足による廃業が相次いでおり、平成6年当時、市内養鶏農家（旧額田町を含む）は25戸あったが、令和元年現在8戸と約1/3に減少し、うち4戸は中山間地域に位置している。平成28年度に作成した山村振興計画において、地域特性を活かした高収益作物の導入や、高付加価値化、6次産業化による農林水産業の振興を基本方針としているが、養鶏農家に波及する具体的な取り組みはなされておらず、中小規模の養鶏農家にとっては、魅力ある養鶏業の創出と鶏卵及び鶏肉の

高付加価値化が求められている。

本市における食文化の視点においては、八丁味噌や八丁味噌にちなんだ料理・特産品はあるものの、観光土産としてのアピール度やインパクトに欠けていることや、ご当地グルメについては、単発な取り組みはあるものの、地域一体となったおもてなしグルメとして定着していない。

岡崎おうはんは、市内農林畜産物で唯一、地名の「岡崎」を冠し、地元で開発された由緒ある純国産地鶏として、八丁味噌に次ぐアピールできる食材でありながら、その卵・肉ともに流通量が限られ、販売単価も高いことから、飲食店や食品製造業施設においては、取扱いにくいものとなっている。

養鶏農家・飲食店事業者による岡崎の新たな食の魅力づくりに岡崎おうはんを活用しようという機運は高まっているものの、民間の力のみではブランド化が困難であり、行政がバックアップした新たな組織的なブランド化の推進が求められている。

#### 4-2 地方創生として目指す将来像

##### 【概要】

市内農林畜産物で唯一、地名の「岡崎」を冠し、地元で開発された由緒ある純国産地鶏であり、地鶏・銘柄鶏食味コンテスト最優秀賞受賞する実力を持つ純国産・卵肉兼用種の「岡崎おうはん」の認知度向上を図り、広く発信することで本市が目指す「観光産業都市 岡崎」の実現に向け、食の魅力としての一役を担うことを目指す。普及やPRにあたっては、平成28年11月に発足した市内の飲食店事業者等を主体とする「岡崎おうはんを普及する会」を中心に、地元で開発された高品質な肉・卵を「あいちブランド」「岡崎ブランド」として販売店の拡大やメニュー開発を官民で連携して取り組み、新たに組織的に実施することで高付加価値化やブランド化の推進を図る。その結果、「岡崎おうはん」の需要量や供給量が拡大し、養鶏業者や飲食関係者の収入安定・雇用創出等に結び付けることで、養鶏王国あいちの活性化並びに本市の食文化の代表である八丁味噌に次ぐ新たな食の魅力ツールとして地域経済の活性化に繋がることを目指す。

## 【数値目標】

K P I	事業開始前 (現時点)	2020年度 増加分 1年目	2021年度 増加分 2年目	2022年度 増加分 3年目	K P I 増加分 の累計
本事業を通じた岡崎おうはん地鶏（肉・卵）の新商品による売上高(千円)	0	1,000	1,000	2,000	4,000
本事業を通じた岡崎おうはん地鶏（肉・卵）の新商品開発数(商品)	0	5	10	10	25
岡崎おうはん地鶏飼育による養鶏農家の所得増加額(千円)	0	1,000	1,000	1,000	3,000
岡崎おうはん地鶏の認知度(%)	39	10	10	10	30

## 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

岡崎おうはん地鶏ブランド化推進事業

##### ③ 事業の内容

○ブランド化に精通するコンサルタントを活用し、ブランド化のコンセプト、消費者との交流・実食によるプロモーション、ブランドづくりを推進する組織間の連携、パッケージ等の共通デザイン、飲食店や製品開発の方向性等について調査・研究を図り、新たにブランド化推進計画を策定する。

○名古屋コーチンや阿波尾鶏等のブランド化組織を参考に、養鶏農家、食肉処理業者、GPセンター（卵選別包装施設）、食肉販売業者、飲食店、

食肉製品製造業者、商工会議所、商工会、観光協会、国、県、市を構成員とする団体を組織し、出荷流通体制の整備、販売店の指定など厳格なブランドの維持・管理等消費拡大のための多様な事業を新たに展開する。

○中山間地の農家の新たな所得向上対策として、空き倉庫等を活用した小規模な飼育に取り組み、生産体制の充実と6次産業化を推進する。

○新たに市内、県内、県外のイベント等に出展してPRを行い、認知度を上げるとともに、試食を通じて品質等の評価を行う。

○新たな料理メニュー・新製品の開発を行い、県内外の商談会への参加による販路拡大により、八丁味噌に続く岡崎の新たな名物料理、お土産品として確立していく。

#### ④ 事業が先導的であると認められる理由

##### 【自立性】

「名古屋コーチン」と並ぶ地域ブランドとして確立し、需要が拡大することにより、養鶏農家の所得が向上し、魅力ある畜産経営として後継者が育ち、意欲ある新規就農者が増加する。また、消費の拡大により

「岡崎おうはん」を取扱う市内の飲食店及び販売店の売上額が増大し、観光消費額の増大が見込まれる。本交付金を活用して、必要最低限の加工施設、飲食施設を整備してきっかけづくりを行い、養鶏農家―食肉加工業者―飲食店のWin-Win-Winの関係を構築することで、将来的に本交付金に頼らずに、事業として継続していくことを可能とする。さらに、地域住民に認知され愛着を持たれることで、畜産業への理解を深め、地産地消の推進を図ることで、本市の畜産業の存続が期待できる。

##### 【官民協働】

国内における地鶏のブランド化の成功事例を参考に、行政、JA、食品関係事業者、養鶏農家等からなる普及推進組織を設立し、出荷・流通体制の整備をはじめ、販売店の指定等により、厳格なブランドの維持・管理を行い、消費拡大を目指して多様な事業の展開を図る。

##### 【地域間連携】

岡崎おうはんは、その優れた消費価値から、飼育が全国に広まりつつある。独立行政法人家畜改良センター岡崎牧場が存在する発祥地である

岡崎市が中心となり、市外で岡崎おうはんを飼育している事業者や当該自治体と連携して、広域的なメリットの創出を図る。

#### 【政策間連携】

農業振興部局（農務課）において、養鶏農家に対する支援、6次産業化等を通じて供給体制の構築（畜産振興）、商工振興部局（商工労政課）において、民間とともに販売路を増やし、裾野を広げる活動を通じて流通販売体制の構築（商工業振興）、観光部局（観光推進課）において、PR等を通じた観光プロモーションの展開など複数の施策を相互に関連づけて、全体として、「観光産業都市」としての効果を発揮させる。

#### 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、岡崎市総合政策指針審議会において、設定したKPIの達成状況を検証するとともに、達成度に応じた改善策や推進策を検討し、さらなる深化に向けての事業の見直しを行う。

また、本事業の立ち上げに伴い、地域内の事業者・学識経験者・有識者等からなる事業委員会を創設し、効果検証・事業見直しは当委員会への事業報告を通じて実施し、指摘事項に関しては、適宜事業運営にフィードバックを行い修正を行っていく。

##### 【外部組織の参画者】

【産】 岡崎商工会議所会頭、あいち三河農協組合長

【学】 国土審議会長、教育委員、岡崎大学懇話会長

【金】 岡崎信用金庫理事

【労】 連合愛知三河中地域協議会副代表

【有識者】 大学教授ほか

【住民】 総代連絡協議会長

【その他】 岡崎市医師会長

### 【検証結果の公表の方法】

事業実施に伴う検証結果については、事業委員会の報告を行ったのちに、市のホームページなどにおいて事業成果を公表することとする。

#### 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 62,370 千円

#### ⑧ 事業実施期間

2020年4月1日から2023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) 地産地消・消費者交流事業

###### ア 事業概要

本市では、農林産物ブランド化推進産地ブランド推進品目として、いちご、なす、ぶどう等29品目をしている。この推進品目の中には、鶏卵及び鶏肉も含まれ、広く市民等に市内産農林産物を紹介し、理解を深めていただくことを通じて、農家の生産意欲の向上を図り、安全で安心な農林産物の生産を促進するとともに、農業の安定的かつ持続的な発展を図るため、農林業祭、ふれあいイベント等交流会、ゆかりのまち等への行事参加等の事業を実施している。

###### イ 事業実施主体

岡崎市

###### ウ 事業実施期間

1973年4月1日から

## 6 計画期間

地域再生計画の認定の日から 2023 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。