

事業評価シート（2022年度評価結果）

| 事業名 | 概要 | 総合評価 | 指摘事項 | 改善に向けての取り組み |
|------------------------|--------------------|--|--|--|
| 基本目標1 稼ぐ地域をつくり、しごとをつくる | | | | |
| 111 | 農業者育成・支援事業 | <ul style="list-style-type: none"> 効率的な農業生産と安定的な農業経営を推進するため、地域農業を支える担い手を育成・確保し、桜川市の農業の活性化を図る 農業者の減少(高齢、農地離れ)や鳥獣被害による、耕作放棄地を増やさないため、農地バンクを活用し担い手に農地の集積・集約を図る | <ul style="list-style-type: none"> R4年度の新規就農者認定数が7人と、過去（R3～4は各4人）より増加した。また、荒廃農地解消面積が年々拡大し、KPI「耕作放棄地面積（再生可能な荒廃農地）」R6年度9haに向けて、前進してきている。新規就農者への支援については、単なる農業機械や施設整備等への補助だけではなく、農業に関するイメージアップや人的コミュニケーションの活性化を図ることで、「就農するなら桜川市で」と選ばれるような支援を期待する。 各種補助金を活用し様々な事業に取り組んでおり、新規就農者の認定数も成果が現れているものの、耕作放棄地の削減には至っていないことから、認定就農者間の連携や地域への関わりを深めるなど認定就農者への更なる支援の充実が望まれる。 KPIによると認定新規就農者も計画通り増えている。害獣の捕獲も安定しており昨今のニュースにもなっている作物被害の激減に繋がっているものと思われる。基本目標の「稼ぐ地域…」の達成には農業生産物の付加価値を高めることも重要な施策であるので121、122事業との連携強化も必要。 新規就農者7人と目標を上回り、荒廃農地も減少させるなどよく頑張っている。今後は例えばサツマイモや山椒など中山間でも生産性をあげられる作物にも改良普及所と協力して取り組むことも良いと思う。都会の若者等に古民家暮らし・農業への志向が出てきているので協力隊や試し居住さらには子育て支援などきめ細かな総合対策を講じて欲しい。KPIに認定農業者数、有害鳥獣被害金額の追加を検討してはどうか。 | <p>県の普及センターや農協と連携し、新規就農者向けの圃場見学や就農相談会を行っているほか、農業経営士や女性経営士、青年農業者と共に就農相談会に参加し、実際の農家の声を聴けるような機会を設けています。</p> <p>令和5年度は、相談会8回、圃場見学3回、就農支援に関する意見交換会を6回、先進地視察研修を1回行いました。</p> <p>そのほか、国と県の就農支援サイトに桜川市の就農支援の詳細を載せ、インターネット上での周知を行いました。</p> <p>若手農家で構成される大地の恵みや、壮年の農業者で構成される真園会などの農家間の交流を目的とした組織へ案内し、地域へ早く溶け込めるよう支援しています。</p> <p>新規就農者への販売先の支援として、121、122事業との連携を検討していきます。</p> <p>県のかんしょトップランナー事業等を活用するほか、普及センターと連携し、山間部での栽培に適した作物の普及を推進していきます。</p> <p>認定農業者数、有害鳥獣被害金額のKPIについては、新たに追加を検討いたします。</p> |
| 112 | 森林環境整備事業 | <ul style="list-style-type: none"> 森林が持つ公益的機能の維持増進のため、荒廃した森林の整備を行う。 森林整備に必要な林道等を整備することで、森林管理の利便性向上を図る。 | <ul style="list-style-type: none"> KPI「森林整備実施件数」及び「森林整備面積」共に毎年度の累計であり（R4年度実績累計：13地区、19,09ha）着実に目標へ近づいている。ただし、財源が森林環境譲与税であり、財源ありきの事業となりがちであるため、地権者や行政区長の理解や協力を得ながら、長期的に継続可能な事業として取り組んでいただきたい。 地権者の同意や地元との協力がより得られやすいよう、これまでの整備地区の改善状況や効果などをわかりやすく伝える工夫に努められたい。 KPIの報告によると森林整備は順調に進捗している。整備には地権者の同意が必要とあるが、何らかの理由で同意が得られない状況下での荒廃地の整備について早めの解決策を講じるのも必要と考える。 良く努力されている。間伐材の活用も進めて欲しい。建材、路盤材や薪としての活用も一方法。企業の社会貢献意識が高まっており、企業版ふるさと納税活用も一方法。美和村では何年も前から企業が連携して森を整備。「落葉樹の森」や「山桜千年の社」など企業と連携して森を整備するも一方法。 | <p>災害防止や地球温暖化防止など森林の公益的機能の維持増進のため、引き続き地元要望に基づき、山林の整備を進めてまいります。また、森林整備に必要な路網を整備することで、森林管理が行いやすい環境を整え、山林の荒廃を抑制していきます。</p> <p>同意を得られない森林の整備については、地権者に対し、整備前後の写真を見せる等の実例をもとにした説明を心掛け、どのような方にも理解を得られるような説明に努めます。さらに、地元との連携及び森林整備に意欲的な団体等との連携を密にし、地権者から協力が得られるよう体制の整備に努めてまいります。</p> |
| 121 | ものづくり支援事業 | <ul style="list-style-type: none"> 新たな石材活用の調査・研究（新商品開発）の支援を行い、地元石材を活用する 新商品開発、既存商品のブラッシュアップを支援する イベントや展示会を通じて、PR及び販路拡大を支援する 伝統技術の保存と後継者育成を支援する | <ul style="list-style-type: none"> R4年度KPIの実績は、新商品開発支援が2件(累計7件)、石材イベントにおける商談件数が93件と大きく伸びた。しかしながら、新商品開発に取り組もうとする企業は、潜在的にはもっとあるのではないだろうか。また、地域商社（クラセル桜川）や「さくらがわ百貨」、筑波山地域ジオパーク認定商品など、様々な角度から新商品開発を行うことで、市内の産業や企業の活性化にもつながるよう、頑張ってください。 開発支援した特産品については、一定期間PRを継続するとともに、ネットの活用などを検討されたい。石材製品のPRのためにはイベントへの参加は不可欠と考えられるので、キャッチフレーズやテーマを設けて参加するなどして継続することが重要である。 コロナの影響を多分に受けているので今後の展開によって状況は変化してくると思われる。新商品の開発支援については他の事業との連携強化が必須である。1次産業と民間のマッチング、6次産業化の模索など行政のネットワークの活用も重要となる。ふるさと納税の返礼品強化も視野に。 特産品の開発は、開発後の販路開拓が特に重要。市場分析や展示会への参加も含めきめ細かな支援継続を。石材は、超高層等建築物テヘロッパー等への動きかけ、民間住宅も差異化のポイントとして売り込みを強化。公共建築物への使用は印象効果が高いので設計者へのアプローチも必要。桜川市関連公共建築物は特に重要。 | <p>石材業については、桜川市の地場産業として重要な存在であることから、今後も茨城県石材業協同組合連合会が主催する「いばらきストーンフェスティバル」をはじめとしたイベントや展示会において石材製品のPRや販路拡大を支援するとともに公共建築物への使用を求めてまいります。</p> <p>新商品開発、既存商品のブラッシュアップに対する支援については、支援を必要としている企業は潜在的に数多くいると思われるので、市のHP、広報紙、SNS、商工業の各団体を通して支援情報を積極的に周知してまいります。</p> |
| 122 | 地域の魅力を丸ごと売り込む商社づくり | <ul style="list-style-type: none"> 地域商社を設立し、市内の魅力ある農産物、加工品、工芸品、サービスの販路を開拓する 稼げる地域をつくり、しごとの場をつくる | <ul style="list-style-type: none"> 地域商社を設立したR3年2月は新型コロナウイルスの感染拡大時期であり、R4年度の売上高も7千万円と目標(R6年度2億円)には程遠い結果となったが、他県の先進事例(南山城、四万十ドラマ等)を見てもわかるとおり、地域ブランドの確立や特産品開発は1～2年で成果が出るものではない。R4年度の単年度黒字化やR5年度の累積赤字解消といった短期的目標のみならず、中長期的な経営目標のなかで、市民や地元企業・生産者にとって「真の誇り」となるような地域商社に育てていって欲しい。 加波山市場の商品やイベント、カフェのメニュー紹介などインスタグラムを活用して積極的な情報発信に努めていることは評価できる。一方で、売れ筋商品づくりの取組や、従業員の接客態度にもっと明るさや客への気配りを取り入れることを期待したい。また、債務超過の解消を目指す方針と相反するかもしれないが、責任者に民間人材の登用など思いきった対策も必要と考える。 「加波山市場」は現時点において商品開発への投資に至る循環が、この厳しい環境下でなかなか出来ていない状況。今後、地域の魅力を売り込むのであれば看板商品の開発、商品のブランドイメージの構築は必須、まずは、好循環の進捗を121（ものづくり支援事業）の連携なども考慮して要検討。 来場者調査等顧客・市場・経営分析が必要。診断士等の助言も受けながら短期、中長期の経営計画を、開発されたものを含め、独自の商品を多数揃えており評価できる。内部陳列・ポップは特産物の差別化を図る措置必要。沿道動線（特に笠間側）改善必要。猪旗竿活用も効果大と思う。山桜の植え込みを設け、間伐材の東屋、野外テントの設置など個性発揮必要。学生等の協力をえてPR動画等SNSの活用を進めたい。 物産で「溜沼のシジミ」等、市民が欲しているものを適切に配置・販売している印象があり評価できるが、屋食コーナーを廃止する等集客を念頭において取り組みがみられない。このままいくと、規模縮小により廃れていってしまうような懸念もある。 今後の営業展開の指針（どのようなものを配置するのか、食事・喫茶などの機能はどのように持たしていくのかなど）をしっかりと議論して打ち出していくことが、利用者の安心や期待に応えていくことで施設の持続性を持たせるものと思われる。 加波山市場の魅力はどう考えるか、ウリをどうしていくのか、店員の「おもてなし」等の接客の仕方をどうしていくのかなど「経営戦略」を市役所内部と市民を交えた形で議論するなど（必要に応じて外部の専門家の意見を聴取する必要も）して、長期的・抜本的な展開方針を早急に打ち出す必要があると思われる。 | <p>第三セクター等経営健全化方針に基づき、以下の具体的な取組を行うことで、安定的に収益を確保し、経営を健全化する。</p> <ol style="list-style-type: none"> 担当部署の関与強化（イベント出店への人員派遣や新商品開発打合せ等） 物販強化（地域特産品を用いた新商品開発強化を含む、POP等活用による陳列の見直し） 人材の適切配置による有効活用（従業員教育の強化を含む） 誘客イベント開催（料理教室等） HPやSNSなどによる情報発信（地域ブランドの確立） 外部専門家の導入 ふるさと納税オペレーション業務や料理教室事業の実施による経営の多角化 |

評価基準

S：順調に行われており、成果が顕著である

A：概ね順調に行われている

B：成果を上げつつあるが、一部改善が必要

C：継続するためには見直しを要する。

D：休止・廃止の検討を要する（不要）