

**地方創生事業実施のためのガイドライン**  
**地域未来交付金を活用した**  
**事業の立案・改善の手引き**  
**～ 各論 ～**

**強い経済**  
**(農林水産分野)**

分野1  
強い経済  
（農林水産分野）

## ● 農林水産品の輸出拡大等の農林水産分野

## 想定される事業例（イメージ）

- **地域資源の活用／再注目（イベント開催、情報発信、品質向上、規制緩和、新規開拓）**
  - 農林水産業に携わる生産者と行政、商工会議所が連携して、官民一体のまちづくり組織を設立し、空き地を利用して地元の食資源を活用したテイクアウトの名物や市場事業等を運営する事で、地方の活性化に寄与するような事業。
- **6次産業化支援事業**
  - 農林水産業に係る生産者、流通・小売事業者、商工事業者・団体、観光協会、金融機関、地方公共団体等の地域の関係主体が参画または協働する地域商社等を核として、農林水産品や食品等の地域資源のブランド化・高付加価値化や、地場産品の国内・海外への販路開拓・プロモーション等を地域ぐるみで行うような事業。また、そのための官民協働・地域間連携による組織・体制づくりや、戦略策定・市場調査等を行う事業。
- **人材確保・育成支援事業**
  - 農山漁村における担い手の確保・育成に資するよう、6次産業を含めた農林水産業に関連する従事者に対して、就労に係るノウハウ提供や、移住に係る情報提供、体験プログラム等を試行するような事業。また、農林水産業と他分野との政策間連携も視野に、農泊や企業のサテライトオフィス、ICT関連産業、バイオマス関連産業、「生涯活躍のまち」関連産業など、農山漁村に賦存する地域資源を活用した産業や農村地域での立地ニーズのある産業の立地・導入を、優良農地を確保しつつ促進して、地域経済の担い手・雇用創出を促すような事業。
- **生産性向上・システム化支援事業**
  - 農林水産業の生産性向上に資するよう、地域の多様な関係主体との連携や、類似産品を有する地方公共団体等とも連携しつつ、省力化機械の導入等による生産基盤の強化、労働力不足解消や多様な人材の活躍を可能とするロボット技術・ICT技術等の活用の試行、技術・ノウハウ等の普及・啓発、経営感覚を持った担い手の育成・確保等を行うような事業。

## 参考資料

## 地方創生関連

- 「まち・ひと・しごと創生総合戦略」各種資料：[https://www.chisou.go.jp/sousei/meeting\\_index.html](https://www.chisou.go.jp/sousei/meeting_index.html)

## 農林水産省関連

- 「地域資源を活かした農村の振興・活性化」：  
[https://www.maff.go.jp/j/wpaper/w\\_maff/r1/r1\\_h/trend/part1/chap4/index.html](https://www.maff.go.jp/j/wpaper/w_maff/r1/r1_h/trend/part1/chap4/index.html)

### このテーマのキーワード

#### 【スマート農業】

- スマート農業とは、ロボット技術やICTを活用して超省力・高品質生産を実現する新たな農業のこと。担い手の高齢化が急速に進み、労働力不足が深刻となっており、農作業における省力・軽労化を更に進めるとともに、新規就農者への栽培技術力の継承等が重要な課題となっている。他方、異業種では、ロボット技術や人工衛星を活用したリモートセンシング技術、クラウドシステムをはじめとしたICTの活用が進展しており、農業分野への活用が期待されている。

<https://www.maff.go.jp/j/kanbo/smart/index.html>

#### 【地域ブランド】

- 農林水産政策研究所によると、地域ブランドには、大きく2つの捉え方がある。1つは、地域と結びつきのあるブランド化された商品を指すものであり、もう1つは特定の商品等でなく、地域全体の魅力の総体を指すもの。いずれの場合においても、地域ブランドの構築にあたっては、①地域性と関連づけたブランドの特性、差別化ポイントの確立、②品質等の特性を消費者に伝えるとともに、それを継続的に保証する仕組みの確立、③様々な主体の連携体制の確立等が重要な課題になると考えられる。

#### 【6次産業化】

- 1次産業としての農林漁業と、2次産業としての製造業、3次産業としての小売業等の事業との総合的かつ一体的な推進を図り、農山漁村の豊かな地域資源を活用した新たな付加価値を生み出す取組で、これにより農山漁村の所得の向上や雇用の確保を目指すもの。

<https://www.maff.go.jp/j/nousin/inobe/6jika/index.html>

農林水産分野の事業におけるKPIの設定の例としては、次のようなものが挙げられます。

### 再掲

事業例	事業のアウトプット	事業のアウトカム	総合的なアウトカム
	個別事業の活動量	個別事業の直接的な効果	諸事業・施策の全体効果
	(例)	(例)	(例)
○ 地域資源の活用／再注目（イベント開催、情報発信、品質向上、規制緩和、新規開拓）	<ul style="list-style-type: none"> <li>企業・プロジェクトの売上高（既存製品を含む売上高、消費金額、販売額の増加、受注数・額、出荷数・額など）</li> <li>育成人材数</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>移住者数（代表的KPI）</li> <li>人口増加数・社会増数（世帯数、Uターン者数、住民基本台帳人数、出生者数など）</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>地域における農林水産就労者数</li> <li>地域における農林水産出荷額</li> </ul>
○ 6次産業化支援事業	<ul style="list-style-type: none"> <li>セミナー・研究会等のイベント参加者数</li> <li>支援事業の適用件数（例：設備整備件数、試作品開発支援数、講師・アドバイザー等派遣数）</li> <li>支援事業（商談会、プロモーションイベント等）の参加者数</li> <li>ブランド認証件数</li> <li>地域商社への参画者・社数</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>支援事業を通じて開発・生産された製品の売上高・出荷額</li> <li>支援事業を通じた商品の新規顧客契約件数</li> <li>支援事業を通じた商品の海外販売国数</li> </ul>	
○ 人材確保・育成支援事業	<ul style="list-style-type: none"> <li>人材確保・育成セミナーや研修会等の参加者数</li> <li>移住・1次産業就労に係る相談会・ツアー等の参加者数</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>支援事業を通じた新規1次産業従事者・法人数</li> <li>支援事業を通じた定住・移住・1次産業従事者数</li> </ul>	
○ 生産性向上・システム化支援事業	<ul style="list-style-type: none"> <li>支援事業に係る研修・セミナー等の参加農業従事者数</li> <li>技術・システムの開発数・導入数</li> <li>事業で作成したマニュアル等を活用する農業従事者数</li> <li>整備・開発事業を通じた圃場等の生産面積増加量</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>支援対象事業の売上増加額</li> </ul>	
○ .....	.....	.....	.....

## 1 | 事業アイデア・事業手法の検討〈Plan〉

- 課題・ニーズの明確化〈手順1：達成目標の確認〉
- 事業手法の検討〈手順2：達成手段の企画立案〉

## ■ 課題・ニーズの明確化

## 地域の課題・ニーズの共有と明確化

- 県職員が搾乳ロボット導入農家を個別に訪問し、課題を聴取することで、搾乳ロボットから入手できるデータの有効な活用方法を検討・把握

R4.3 事例集 P7

栃木県では、AI、IoT等の未来技術を導入したスマート酪農技術の整備にあたり、栃木県職員が直接酪農家を訪ね、すでに搾乳ロボットを導入した酪農家の現場の課題について生の声を聴取した。現場の課題を搾乳ロボットメーカーと共有し議論を重ねることで深掘りし、課題・ニーズの明確化に繋げている。その結果、搾乳ロボットを導入した酪農家において、搾乳ロボットから入手できるデータを有効活用することにより、作業の省力化だけでなく、乳量向上や病気予防に活用できることを把握した。

- 現地の農業生産者や技能士との連携を通じたスマート農業の普及

R5.3 事例集 P9

熊本県では、農機メーカーや技能士と連携し実演会や技能の魅力PRに関する支援を得るとともに、地域の先進的な広域営農法人や先進農家等の協力のもと現地実証を行い、現場に即した調査を行った。また、農業高校にてIoT事業者を講師に招き、スマート農業の取組事例の紹介を行うなど、遠隔一斉授業に取り組んだ。

## 定量的・客観的な分析

- 農業の担い手確保に向けて、農作業の需要と供給をデータで把握

R3.3 推進 事例集 P3

小清水町では、町の課題である農業の担い手となる人材確保に向けて、JAこしみずの組合員の農作業支援を実施している。その際、農作業や選果作業といった作業種類別かつ月単位で、組合員からの需要量とそれに対する供給量を把握することで、3月の育苗ポット作業、4月下旬～5月中旬の播種作業、8～10月の収穫作業等で労働力が不足する一方、5月下旬～6月中旬、11月～2月の農閑期に余剰となることが分かった。

これにより、労働力の需給が定量的に明確になるとともに、農閑期の雇用対策等、具体的な解決策実施につながっている。

- 農業者へのアンケート調査により課題やニーズを正しく認識

R6.3 事例集 P5

栃木県では、地域の課題やニーズを把握するため、認定農業者や県の出先事務所に足を運び対面にてアンケート調査を実施した。現場の現状や課題点を調査することで、ニーズを把握することが可能となった。また、上記アンケート結果に加えて、統計の数字的根拠から本県農業の立ち位置を明確化した上で、農業者のニーズに的確に応えることのできる事業を実施した。

## 1 | 事業アイデア・事業手法の検討 &lt;Plan&gt;

## ■ 事業手法の検討

## 地域資源の活用

- 地域経済牽引事業者を巻き込んで「いわて型テロワール」を確立・推進し、生産規模の拡大と関連する地域産業への波及効果を狙う

R4.3 事例集 P5

二戸市では、地域資源を活用した食観連携プロジェクト「いわて型テロワール」の推進にあたり、地域経済牽引事業者である酒造メーカー(株)南部美人の生産拠点の整備を交付金で支援することにより、地酒の生産量拡大と、その原材料である酒米（ぎんおとめ）の生産量の増加を図っている。地域経済牽引事業者への支援により、生産規模の拡大と関連する地域産業への波及効果を狙っている。

- 運営主体として市と連携したまちづくり法人が中心となっている

R6.3 事例集 P7

合志市では、官民連携により設立した株式会社フードラボ合志が主体となって事業を推進したことで、行政や事業者等の橋渡し、役割分担が明確になった。行政では人事異動などもあり専門性と継続性が不足しているが、そこをフードラボが補完し、フードラボでは公共施設の使用等が円滑に進むなど事業の円滑化に寄与している。また、市の施設（レストラン等）を利用するなどして収益化できており、雇用も発生している。そのほか、特産品の販売なども行っている。

## 外部の人材・知見の活用

- 先行事例の研究や外部人材の知見を活かした事業手法の検討

R5.3 事例集 P7

西伊豆町では、先行事例である熱海市の事例を参考にするとともに、役場担当が釣りコミュニティを通じて知り合った釣りメディア編集長の知見を活用し、観光客や地元の釣りが提携遊漁船に乗って釣った魚を、西伊豆産地直売所「はんばた市場」で値付けし、電子地域通貨「サンセットコイン」と交換する「ツッテ西伊豆」事業を導入した。その結果、地域の稼ぐ力と漁業の担い手不足という2つの課題を同時に解決するような事業手法を考案することができた。

- 外部人材を活用した農業経営者に対するマインドチェンジの実現

富岡市では、農家が規模を拡大するため、マネージャー層の雇用と育成に向けた取組を行う。併せて、先進的取り組み実践者の講義を行い、経営手法のノウハウと経営改善の支援を行うため、公募型プロポーザルにて、農業者の経営力強化という難しい目標に向けた事業の実績がある専門業者へ企画運営業務を委託した。その結果、当該事業が農業者のマインドチェンジに繋がり、経営改善に取組むことができた。

農家の課題解決プロジェクト 群馬県富岡市

- 地域の事業者へ声かけを行い、施設の指定管理者を設立

長和町では、「道の駅エリア」に、観光客及び周辺住民が買物のできる施設として直売所を整備した。当該直売所については、地域の事業者へ声かけを行い、8社の賛同・出資を得て、指定管理者となる運営法人を設立した。また、地域おこし協力隊とも協働し、先進事例調査、店舗のコンセプト作りを実施した。

長和町道の駅エリア再整備による地域農業・地域産業活性化事業  
長野県長和町

## 1 | 事業アイデア・事業手法の検討 &lt;Plan&gt;

## 異なる政策間・複数の地域間での連携の検討

## ■ 地域間連携による雇用創出や地域産業の振興

R5.3 事例集 P11

藤崎町と、三重県紀宝町や姉妹都市である岩手県田野畑村の地場産品を融合した、新たな産品の開発販売を行う計画とした。これにより産品ブランド化及び文化、情報、価値観を生み出すための地域間連携により、中規模市場等の開拓を共同で行うことで、連携自治体の雇用創出や地域産業の振興につなげることを目指した。その結果、各地域との連携事業（地場産品を融合した加工品の開発、連携先の産直やイベントへの農産物等出品など）が盛んに行われている。

## ■ リピーター増加を目指し、近隣の地方公共団体と連携してワインツーリズムイベントを共同開催

R2.3 推進 事例集 P11

上山市及び隣接する南陽市は、共に市内のワイナリー数は多くない。そのため、各市が別々にワインツーリズムイベントを行う場合、参加者は1度のイベント参加ですべてのワイナリーを回り切れてしまい、継続参加が期待できなかった。そこで、上山市では、リピーターを増やすことかみのやまワインの更なるPRにつなげるべく、参加者の「飽き」が来ないイベントとして、両市共同のワインツーリズムイベント（ワインツーリズムやまがた2018）を両市の関係者が企画・開催した。これにより、ワインツーリズムイベントのリピーター増加による、かみのやまワインの更なる知名度向上、消費増大が期待できる。

## 2 | 事業の具体化〈Plan〉

- 事業実施体制の構築〈手順2：達成手段の企画立案〉
- 自立性の確保〈手順2：達成手段の企画立案〉
- 達成すべき目標・水準の設定〈手順3：KPIの選定、手順4：目標水準の設定〉

## ■ 事業実施体制の構築

## 既存の組織・ネットワークの活用

## ■ 地域経済牽引事業者が地域経済活性化のハブとしての役割を發揮

R4.3 事例集 P5

二戸市では、地域資源を活用した食観連携プロジェクト「いわて型テロワール」の推進にあたり、二戸市より支援を受けた事業者（地域経済牽引事業者）が、いわて型テロワールプロジェクトの中核として戦略策定や情報発信等に参画するとともに、漆関係者や酒米生産者、観光事業者をつなぐハブとしての役割を担う。地域の事業者同士の「つながり」や「動き」を大事にして、民間主導による自立化を図っている。

## ■ 企画財政課やJAこしみず等の人脈を活用し民間企業を巻き込み

R3.3 推進 事例集 P3

小清水町では、企画財政課で戦略的に通例よりも長く人員を配置し、全国の民間企業とのつながりの獲得・維持をしており、その人脈を活用して、農業や観光で実績のある民間会社と、事業の検討段階から連携できている。また、JAこしみずが農業技術面で連携実績を持つ民間企業や販路先、町が連携協定を締結する北海道大学公共政策大学院からの紹介も活用し、それぞれの事業に適した民間企業をパートナーとすることができている。これらにより、JAこしみずと農閑期が異なるJAにしうわ（愛媛県）との産地間連携による労働力の相互補完等の実績が出ている。加えて、民間企業による経営の視点が事業に加わることで、事業に関わる町の担当者も売上高や利益といった数字をベースとした事業検討・推進ができるようになった。

## ■ 道の駅への食材供給について、地域活性化に向けた必要性を地元生産者に説明して協力を得る

H31.3 推進 事例集 P9

上ノ国町では、地元の農協、漁協とのネットワークを構築して、道の駅で販売する地元商品を確保している。これまでの流通経路を一部変えることになるため、理解を得るために苦労があったが、地域の活性化のために協力してほしいという町からの説得の末、道の駅向けの産品をあらかじめ確保してくれるようになった。

## ■ 実証ハウスの栽培管理を地元生産者に委託するに当たり、事業のコンセプトや実証ハウスの意義を粘り強く説明して理解を得る

H31.3 拠点 事例集 P7

山形県では、県内2か所で実証用の次世代型ハウスを整備した。そのうち大蔵村に整備した実証ハウスの栽培管理は、県から現地の若手トマト生産グループのリーダーに委託している。豪雪地域で冬期も継続して栽培することに対して、当初なかなか理解が得られなかったが、県職員が何度も現地を訪問して、県内農業の将来を見据えた事業コンセプトや、技術開発の一環として取り組むこと等を粘り強く説明し、引き受けていただくに至った。若手生産者に影響力を持つリーダー生産者に委託することで、発信力が高まり、新技術の普及促進効果が期待される。

## 反省点

## 地域経済団体に対する情報共有が不十分で、事業説明時に混乱が発生

某地域では、地場産品の魅力を更に高めるための事業コンセプトの完成の後に、对外発表を行う直前になって、地域経済団体の役員に説明を行ったところ、「事業自体は良いが、なぜ相談なく役場のみで進めてきたのか」という厳しい指摘を受けた。将来の円滑な協力関係の構築のためにも、地域の産業振興を担う地域経済団体に対して、もう少し早い段階に報告等をしておけばよかったと考えている。

## 2 | 事業の具体化 &lt;Plan&gt;

## 関係者の役割・責任の明確化

## ■ 事業の立ち上げ段階から自立化を意識し、適切なサポートはしつつも事業実施主体に事業を一任

R3.3 推進 事例集 P5

萩市では、専門的な知見のある外部企業に業務委託をし、地域の林業関係者とともに林業の6次産業化に取り組んでいる。萩市はあくまで、地域の既存業者との連携など全体調整の役割を果たしており、相談の場を設ける等のサポートはしつつも、実際の事業運営は事業実施主体に一任している。市の関わりを全体調整に限定し、県外企業が地元に入り込み、既存の業者や地域住民が積極的に関わられるような体制づくりに専念することで、事業の自立化を見据えた事業体制を構築できた。

## ■ 意思決定を行う「親会」、調整業務を行う「子会」という役割分担により、事業の効率とスピードが向上

R2.3 推進 事例集 P9

神恵内村、岩内町、泊村は、協議会内に首長や漁協組合長が意思決定を行う「親会」と、町村や漁協等の担当者が詳細な調整業務を行う「子会」との棲み分けを行った。その子会の中で、プランナーによる技術的な支援を活用しながら、総合調整、販路拡大の取組などを進めるとともに、事業の方向性など判断が求められるものについては、すり合わせを行った上で親会に諮る体制とした。これにより、地域商社の自立的活動、事業の効率的かつスピーディな推進を実現した。

## 反省点

廃校利活用において設備の老朽化等への対処に関する折衝に時間を要して  
円滑な事業推進に影響

某地域では、廃校利活用に関し、建物や設備の老朽化による損傷等への対処についての折衝に苦勞し、事業の円滑な推進の妨げとなった。廃校施設のため老朽化や損傷度の状態が把握しきれない個所があったことが原因である。施設整備に係る調査、施設の整備、施設の利用という一連の流れの中で、このような事態についても予め想定した上で、関係者間で役割・責任の詳細を明確化しておくべきであった。

## ■ 自立性の確保

## 自走を意識した計画

## ■ 自立的な運営に向けた地域協力及び地域産品の販売促進

R5.3 事例集 P11

藤崎町では、町・地域金融機関・町商工会・地域住民の出資や出荷者の会員からの出資と、ふじさき産品や飲食部門の売上額増加により、将来的に自立的な運営を行うことができる事業計画を策定した。その結果、町からの指定管理料は徐々に減額しており、自立的な運営に向け順調に推移している。

## 2 | 事業の具体化 &lt;Plan&gt;

## 経営の視点からの検証

## ■ 官金連携により、ワイナリー創業希望者の伴走型支援体制を強化

R2.3 推進 事例集 P11

上山市では、ワイナリー創業支援の推進にあたり、県内の金融機関と協力しており、金融機関から週3日職員を市に派遣している。ワイナリー創業者の悩みには、資金調達関連の内容も多く、当該職員がいるおかげで細かなところまで相談することができている。また、具体的な創業支援に繋げるため、ワイナリー創業意欲のある人を対象に年5～6回の「ワインの郷スクール」を開講している。講座内容はワイナリー技術・経営の両面をテーマとしており、醸造所関係や税務署関係の外部専門人材を招聘することで実務的なレベルで創業を支援している。

## ■ 達成すべき目標・水準の設定

## 詳細な工程計画の策定

## ■ 早期に着実な成果を生み出すために、作付面積が最大である米からスタートし、他作物に移行していく工程計画を提示

H30.4 加速化 事例集 P33

曾爾村では、米のブランド化に取り組むことになった際に、他の農産物（トマトやほうれん草）も対象とすることを求める声も少なくなかったが、当時の役場の体制を踏まえると、全ての産品を同時に取り組むことは困難であったため、作付面積が最大の米を優先すべきと判断した。まずは米で着実な成果を得てから、その後で他の作物に移行するという全体の取組順序を明確にした工程計画を示し、地域の理解を得た。

## 効果・進捗を確認できるKPIの設定

## ■ 効果実現に数年かかるため途中段階で把握可能なKPIを別途設定

R2.3 推進 事例集 P9

神恵内村、岩内町、泊村では、ナマコやウニの増養殖と地域商社による販路拡大を行うに当たり、その漁獲量と売上高を最終年度のKPIに設定した。一方で、ナマコ漁獲量は稚ナマコから漁獲サイズに成長するまで4～5年かかり事業の途中段階では漁獲量の把握が難しい。そのため、年度ごとに確認や検証を行いながら事業を進めるため、年度ごとに把握可能な別のKPI（ナマコ加工品売上高）を設定した。

## ■ KPI設定に用いるデータ収集に伴う課題とその解決に向けた対応策

R5.3 事例集 P5

余市町では、KPIの設定に必要な数値データを見つけることが困難であった。別途調査となれば時間がかかり事業推進が遅れてしまうので、公開情報・既存保有情報からKPIの進捗管理ができそうなものを選んだ。本事業が農業振興という側面もあるので、農家から直接アンケートを取ればいいのだが、回答率が30～40%とサンプルが圧倒的に不足しており、現状把握が難しいという課題があった。課題への対応として、ワイン産業にフォーカスすることで数字が見えてくるようになり、データ収集に係る課題を克服し、適切なKPI設定を行うことができた。

## 3 | 事業の実施・継続 &lt;Do&gt;

- 事業の実施 <手順5：事業実施>
- 事業の継続 <手順5：事業実施>

## ■ 事業の実施

## 事業主体間の緊密なコミュニケーション

- 地域経済牽引事業者の取組を地域企業へ積極的に情報共有し、新たな企業間連携、コラボレーションを創出

R4.3 事例集 P5

二戸市では、定期的に、地域の事業者が集まり、地域の産業の向上のための情報発信勉強会を実施している。勉強会では、地域経済牽引事業者の先行事例の共有や、自らのビジネスの強化のためのGoogle マイビジネスの活用やサーチニーズマーケティング等のWebを活用した稼ぐための具体的なアドバイス等を受け、地域企業全体の競争力強化を図っている。勉強会の参加者同士が互いを知ることによって、新たな企業間連携、コラボレーションが生まれている。

- 障がい福祉担当部署と農業担当部署、農業大学校が連携して事業を実施

R3.3 拠点 事例集 P3

福岡県では、市町村の農業・福祉関係者が参加する研修会を実施するなど、市町村も巻き込んで、障がい者の就農支援を行っている。障がい者への指導に対しては、写真を多用したできるだけ理解しやすいマニュアルを作成するとともに、学生が個々の参加者に丁寧に対応している。

参加した障がい者からは、「楽しかった」という声も多い。また、農業大学校の学生が福祉施設に就職するケースも増えてきている。

## こまめな進捗と質の管理

- 独自の集計データによる進捗管理と地元産業界を交えた効果検証

R5.3 事例集 P7

西伊豆町では、町で独自に集計している数字を基に事業進捗管理を行っている。電子通貨は取引の流れを全て把握できるため、今後入手したデータの政策への利活用も検討している。効果検証については、商工会と地域金融機関2社の他、経営診断士を呼び、事業の詳細を事前に渡しておいて、会議でもある程度説明しながら意見交換を行うとともに、議会にも結果を報告している。電子通貨の導入によって事業進捗をリアルタイムで把握することができ、地元産業界や専門人材からの意見を効果検証に取り入れることができた。

## 3 | 事業の実施・継続 &lt;Do&gt;

## ■ 事業の継続

## 安定した人材の確保

## ■ 担当職員が異動しても後任の担当職員に事業を円滑に引き継げるよう、内部向けの研修資料を作成

R2.3 推進 事例集 P11

上山市役所では、人事異動時に担当職員の重複期間がないため、交渉の結果などプロジェクトの経過について、現担当職員は極力文書で記録を残すようにしている。また、本事業の概要を研修資料としてまとめており、担当職員が変更になった場合でもスムーズに事業の背景や経緯を理解できるようにしている。

これにより、市役所の人事異動によって事業が中断することなく、円滑な事業継続が期待される。

## ■ 地域関係団体や企業等と連携して牧野管理の多様な支え手を確保するとともに、技術講習などを実施

H30.4 加速化 事例集 P35

阿蘇地域では、阿蘇草原の継承のため、ボランティアなどの多様な支え手の拡充を図ることとし、経済連合会や地域のメディアと協力し、他県におけるセミナーの開催やパンフレット・ポスター等の作成を通し、普及活動を実施した。また、市民だけでなく、民間企業のボランティア活動との連携も模索し、CSR（企業の社会的責任）の観点で本事業の活動に参加する民間企業も確保した。なお、牧野管理には危険な業務も多いため、ボランティアには研修受講を課すとともに、危険度の高い業務は地域の関係者のみで実施する等とすることで、ボランティアの安全を確保した。

## 地域の理解醸成を促す情報提供

## ■ 地域商社設置の意図を明確に説明し、事業者、地域の関係主体、自治体が協力して事業を推進

R4.3 事例集 P9

岡崎市では林業の6次産業化の推進にあたり、プロポーザルを行い、他地域で実績があり全体の構造改善に資する提案を行った事業者に委託し、地域に根付いた形で地域の関係者との関係構築をしながら事業を進めている。また、地域商社の設置にあたり、「地域主体の仕事を奪ってしまうことはなく、今までになかったマーケットを開拓する、地域の団体戦である」との考えを説明することで、実績のある事業者、地域の関係主体、自治体が協力して事業を推進している。

## ■ 住民理解に基づいた事業の継続

R4.3 事例集 P5

二戸市では、地域資源を活用した食観連携プロジェクト「いわて型テロワール」の推進にあたり、一事業者への支援のように見えることへの住民理解に関しては、酒米の買入額の増加に伴う農家の酒米の生産拡大や、夏の仕事である漆掻き職人を冬季に一時的に雇用すること等で、地域を支える事業者として住民理解を得ている。

## ■ 地域の信頼を得るために地域住民とのすり合わせを入念に実施

R2.3 推進 事例集 P9

神恵内村、岩内村、泊村でナマコの販売・運営を行う地域商社の事業推進担当者は、本業である海洋調査会社経営者との兼務者であるが、元々地域の漁業関係者と連携して海洋調査業務を展開することで、本事業において重要な周辺海域の資源や人材を熟知しており、地域の更なる信頼を得るために地域の方々とのすり合わせを入念に行いながら、事業推進をしている。

## 3 | 事業の実施・継続 &lt;Do&gt;

## ■ 地元の名産品をブランディングすると共に、市内の小中学生に地元教育の一環として提供

H31. 3 推進 事例集 P11

八女市では、地元教育の一環として市内の各小学校に給茶機を設置し、児童に八女茶を提供している。八女市伝統の八女茶に触れる機会を増やすことで、八女市への愛を育み、将来の生産者確保に繋がると考えている。

## ■ 成功者の実績事例に基づいた、生産者の売上拡大などの実感の湧きやすい参画メリットを提示

H30. 4 加速化 事例集 P33

曾爾村では、米のブランド化に取り組む事業の協力者となる米農家の参画を促進するために、実際に売上が拡大した事例（ブランド化により従来の3倍以上の価格となった他地域の生産者の事例）の紹介を通じて、生産者が実感の持てるメリットを提示し、事業の意義や効果を理解してもらうように努めた。

## 地域主体の更なる参加促進

## ■ 県外企業と地域住民の間に行政が入り、継続的な関係を構築できるよう工夫を実施

R3. 3 推進 事例集 P5

萩市では、専門的な知見を持つ事業者に、林業の6次産業化に向けた地域商社の運営を委託しているが、業務委託先が県外企業ということもあり、地域側としてどれだけ事業に関わることができるかが重要だと考えている。そのため、萩市としては、既存の業者や地域住民が積極的に関わられるように全体の調整を行っており、地域商社を立ち上げ前の段階でも、行政からの呼びかけのもとで月1回の交流会を開催していた。

また、地域の人々との連携はそれなりに時間をかけてコミュニケーションを取り続ける必要があるため、行政側でもなるべく人事異動を抑えるよう意識している。

さらに、地域商社立ち上げ後も、当面の間は地域おこし協力隊の活動を併せて行うことで、地域商社の業務サポートを行っていただくとともに、地域とのコミュニケーションの円滑化を図っている。

## ■ 地域資源の魅力への住民理解に向けた事業参加への促進

R5. 3 事例集 P5

余市町では、ワイン産業への集中投資に対する地元産業界や地域住民に対する理解を醸成することを目的に、月に1回、余市町、農協、農業改良普及センター、北大教員を交えた会議を実施した。地元建設業やサービス業への経済波及効果が期待できる旨を丁寧に説明することで合意形成に努めた。その結果、参加した地域団体が主体的に事業に参画することで地域資源のさらなる発展が図られた。

#### 4 | 事業の評価 <Check>

- 事業の評価体制・方法 <手順6：KPIによる事業評価>

#### ■ 事業の評価体制・方法

##### 外部組織・議会等による多角的検証

- 協議会委員に対して個別にヒアリングを実施し、具体的な意見や改善案を聴取

R2.3 推進 事例集 P11

上山市では、かみのやまワインの郷プロジェクトにおいて、次年度の事業計画策定までに協議会委員に対して個別にヒアリングを行うことで、協議会の場では時間の関係等で得られないような、事業に関するより具体的な意見や改善案が得られており、事業実施の際にそれらを反映している。

- 事業で整備した施設に関連する委員会を毎年開催することで、事業に対する具体的な意見を聴取

秋田県では、事業で整備した材料加工棟に関連する施設である耐火炉施設に特化した耐火炉施設運営委員会を年1回以上開催しており、当該事業に対してより具体的な意見を得やすい環境を整備している。

木材高度加工研究所研究・開発機能強化事業  
秋田県

- 審議会における事業の評価に当たり、委員に対して個別に事前説明を実施

H31.3 拠点 事例集 P7

山形県では、次世代型ハウス実証拠点整備事業の推進に当たり、山形県総合政策審議会において、委員に対して個別に事前説明を行ったうえで、事業の評価を実施している。

## 4 | 事業の評価 &lt;Check&gt;

- 事業の評価体制・方法 <手順6：KPIによる事業評価>

## ■ 事業の評価体制・方法

## 多様なステークホルダーからの意見収集

- 学生や地域住民も含めたKPI達成状況の多角的検証

R5.3 事例集 P11

藤崎町では、効果検証において、ふじさき食彩テラスでの新規雇用者数や本事業に関連する企業で採用増加数等様々な数値を検証した。藤崎町まち・ひと・しごと創生総合戦略会議において、有識者のみでは特定の方向からの効果検証になってしまうことが危惧された。そこで、行政と直接の関係がない大学生や一般町民目線からも意見を収集し、効果検証を行った。

## NEW

- 協議が必要な時に、参集から2週間程度で関係者を集め、協議できている体制構築

畜産農家の繁殖牛を集約管理をするにあたり、繁殖牛の飼養管理、牛舎の環境維持、飼料の管理等の専門的な技術が求められ、日々様々な課題が生じている。そこで、課題が発生するごとに、幅広い分野の関係者が参画する運営会議を開催し、課題解決のための協議を実施した。招集から会議開催までのリードタイムは2週間程度であり、スピーディーな対応を実現している。運営会議の中で、牛の飼養管理全般について広い知識を有している外部アドバイザーから、飼料に関する課題は肥料事業者から意見や解決策を収集している。

おびら和牛の“和(ハーモニー)”と“輪(ネットワーク)”で広がる小平の未来と活力創造プロジェクト  
北海道小平町

## KPI未達成の要因分析・課題の把握

- 農作物不成熟の要因分析を進めつつ、IoT導入等の取組の追加を行い実証実験を継続実施

H30.4 加速化 事例集 P29

羽咋市では、KPIとして設定した自然栽培新規就農者数、自然栽培耕作面積が初年度の目標値をやや下回った。有機栽培から自然栽培へと転換した実証実験圃場において生産した農作物は不成熟となったが、主な要因として土壌成分及び温度調整管理等が考えられた。成果実現に向けては、さらなる要因の調査分析を進めるとともに、温度調整管理等に係るIoTの導入などの取組を追加する必要性が認識されたため、これらを踏まえた生産技術向上の実証実験を継続実施することとした。

#### 5 | 事業の改善 <Action>

- 改善への取組 <手順7：評価に基づく事業改善>

#### ■ 改善への取組

##### 事業改善・見直し方針の明確化

###### ■ RESASの観光マップの情報等を活用した情報収集と各事業者へのフィードバック

R4. 3 事例集 P5

二戸市では、観光面での成果把握については、RESAS観光マップの目的地分析の情報や業務提携している外部事業者からの情報提供、また、市が実施する宿泊事業者等へのアンケートなどを通じて情報を収集し、その結果を地域の事業者へフィードバックしている。各事業者は当該情報に基づき、インバウンド対応に向けた対応の改善等を図っている。

###### ■ 実証実験結果を踏まえ、品質の良い農産物を輸出できることを確認するとともに、輸出先国のニーズを踏まえた製品化を検討

H30. 4 加速化 事例集 P27

寒河江市における農産物の輸出拡大事業では、出荷時期調整を可能とするCAS（セル・アライブ・システム）冷凍技術を用いた実証実験を実施した結果、さくらんぼについては冷凍もしくは半解凍のままの品質が良く、流通できる可能性があることが判明したため、朝日町と共同で実施する台湾でのプロモーション等での活用策を検討した。また、台湾は熱帯性気候であることと相まって冷凍さくらんぼの需要があることが分かったため、今後、製品化に向けた検討を実施することとした。

## 5 | 事業の改善 &lt;Action&gt;

## ■ 改善への取組

## 事業実績の報告・次年度事業計画への反映

## ■ 導入効果の客観的評価を踏まえたスマート農業技術の定着

R5.3 事例集 P9

熊本県では、スマート農機の導入の際に生産者が最も関心のある経済性を評価するため、関係機関と経営指標を作成した。スマート農業技術は発展途上にあり前年度の研究や実証の結果を踏まえて、新たに発生した課題に対応できるよう、随時計画の見直しを行った。その結果、導入効果の客観的評価、実地的な技術の定着、スマート農業に対する理解の促進に繋がった。

## ■ ブランド・コンセプトの活用やブランド価値の継続的な向上のための受け皿としての協議会の設立を計画に反映

H30.4 加速化 事例集 P37

高鍋町の地域資源付加価値向上事業によって、参画した事業者の個別商品を商品群として束ねるためのブランド・コンセプトを策定することができたが、個別商品の売上を増加させるとともに、ブランド・コンセプトで束ねた商品群としての販売を強化していくことが課題となった。そこで、ブランド・コンセプトを展開する自立的な組織として、協議会を設立することを目標として今後の計画に反映させた。

## NEW

## ■ ノウハウを内部で横展開するための事例集の整備

新潟県が進める林業振興事業において、中間土場、共同運搬の取組の事例が共有されていないために、土場の適地選定や規模、運用ルールの再現性が低く、横展開の判断材料が不足している課題が生じていた。そこで、県が主体となって中間土場、共同運搬の取組の複数事例について概要とノウハウをとりまとめ、林業事業者が業務を円滑に進めるための判断材料となる事例集（非公開）を整備して、事例の横展開に努めた。

「にいがたの林業」成長加速化プロジェクト  
新潟県