

地域再生計画

- 1 地域再生計画の名称**
道の駅の多機能化推進整備事業（総合加工施設建設事業）
- 2 地域再生計画の作成主体の名称**
千葉県南房総市
- 3 地域再生計画の区域**
千葉県南房総市の全域

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

本市の産業分類別就業者数の構成割合は、1次産業が20.5%と5人に1人が農林水産業従事者であるが、市内の農家戸数は平成22年の3,807戸から令和2年では2,592戸と大きく減少しており、後継者不足や担い手不足に拍車を掛けている。

近年は「生産者の高齢化と減少⇒生産力の低下⇒販売力の低下・地域連携の不足⇒生産者所得の減少」という負の連鎖に陥りつつあるところ、将来像の実現に向けては、下記の構造的な課題を解決する必要がある。

【課題① 1経営体あたりの農業所得の伸び悩み】

千葉県農林水産統計年報から千葉県全体と南房総市の農家の経営状況を比較すると、「1経営体あたりの農業産出額」では千葉県は10,726千円、本市は6,818千円、「1経営体あたりの生産農業所得」では千葉県は3,950千円、本市は2,500千円であり、両項目ともに県平均の6割程度に留まっている。

また、本市を含む周辺3市1町の安房地域の農業経営体の大部分は家族経営であり、自給的農家は安房地域全体の41.5%、経営耕地面積が1ヘクタール以下の経営体も38.9%を占めており、合わせると地域全体の8割を超える。このことから、生産量や農業所得の拡大が難しい小規模経営体が多い地域となっていることが伺えることに加えて、市全体の面積の約7割が山林や保安林等であることにより、本市の1経営体あたりの耕地面積が1.16ヘクタールと狭い（千葉県全体：2.22ヘクタール）ため、スマート農業機器の導入によるDXを図っても生産性の向上が難しい実情にある。

さらに安房地域の直売所26施設のうち、販売金額の上位を本市の道の駅に併設する農産物直売所が独占しており、市内最大の農産物直売機能を有していることから、道の駅の農産物の売上や来訪者数が市内の農家の経営を左右する重要な役割を担っている。

しかしながら、市内8か所の道の駅の総入込客数は、平成26年の231万人をピークに減り続け、令和元年房総半島台風による被害やコロナ禍の影響も重なり、令和3年は159万人にまで落ち込んだ。市内の道の駅を一体的に管理運営する（株）ちば南房総の売上も平成28年は28億3千万円、令和2年は19億2千万円と、この4年で9億1千万円も落ち込んだ。

道の駅の総入込客数は減少しているものの、本市は高齢化により地域の八百屋やスーパー等の廃業が相次ぎ、車を自ら運転することが困難な買い物弱者の増加が喫緊の課題であることから、道の駅に併設する直売所を増床するなど農産物直売機能の強化策が功を奏し、地元客の増加は顕著となっている。道の駅で買い物をする地元客からは、農産物だけでなく加工品の購入を求める声も多いものの、現在の加工品のラインナップは少なく、その期待に応えることができていない。

【課題② 6次産業化は個別・分散的な取り組みでは共倒れ】

2020年農林業センサスによると、農産物販売金額が1,000万円以上の1経営体あたりの割合は、千葉県は14.49%、本市は9.71%となっており、小規模な経営体数の割合が多い状況にある。農家が農業所得を向上させるためには、6次産業化に取り組むなどの多角的な農業経営が求められるが、ノウハウの蓄積と採算を合わせるまでに一定の時間を要することもあり、本市において、6次産業化を目指す経営体数は4経営体（令和2年度）となっているほか、農林水産省の6次産業化・地産地消法認定総合事業計画の認定数は、千葉県全体では59件の認定を受けているものの、本市は1件の認定に留まっている。そのため、本市の農家の小規模な経営体では自立した事業に成長するまでのハードルが高く、法人経営に転換した農家でさえ事業の軌道に乗らず、6次産業化が地域に浸透していないことが課題である。

具体的には、房州びわは千葉県内で栽培されている他の果物と比べて生産量が少ない。千葉県の特産品と比較すると、全国1位の収穫量を誇る梨は産出額87億円、収穫量18,200トンあるのに対して、全国2位の収穫量のピワは産出額8億円、収穫量654トンとなっており、房州びわを活用した加工品を作るとしても原料価格が高くなる傾向にある。

また、果実が繊細で傷みやすいことから、市内の農家のノウハウや技術力では自ら菓子やデザートといった加工品を作る素材として用いるにはハードルが高く、その結果、昔ながらの羊かんやジャム等の簡易な商品開発に留まり、顧客ニーズに適した商品化に至っていない。

他方、（株）三井住友銀行の調査によると、菓子メーカーの今後の方向性として、ここ数年は大人をターゲットとした商品群が市場をけん引してきたことから、今後は“プチ贅沢”“プレミアム”をキーワードとした高級志向へ転換し、“大人”に対して訴求力のある商品が求められているとのことである。

生乳については、加工事業を展開するための設備投資が膨らみ、本市の小規模な農家では6次産業化になかなか手が出せない状況にあることから、地域発の新たな乳製品が生まれにくい状況にある。また、これまで合併前の旧三芳村で取り組んできた「みよしの牛乳」は、低温殺菌製法により生乳に近い風味を味わうことができるほか、生産量、集荷地域を限定した牛乳として差別化を図ってきたものの、高単価と短い消費期限がネックとなり、販路を拡大することができなかった。

【課題③ 農家の高齢化により農産物の出荷システムが崩壊】

2020年農林業センサスによると、70歳代の農家の割合は千葉県全体が33.2%、隣接する比較的人口規模に近い館山市が30.3%、本市が40.7%となっており、県内でも高齢者が占める割合が多いことが分かる。

収穫した農産物の出荷及び販売にあたっては、農家が自ら車を運転して個々に最寄りの道の駅の直売所に出荷し、売れた分だけを精算する委託販売が主流となっている。この仕組みでは生産した農産物を出荷することができなくなる農家が増えることに加え、売れ残った農産物は持ち帰ることとなるため、道の駅への出荷量が減り続けることが懸念される。

実際に、これまで房州びわの規格外品を農家から集めて加工事業を展開してきたものの、農家の高齢化等により、様々な農産物の出荷量が落ち込み、農産物の直売を中心に展開する市内2か所の道の駅の農産物直売所の販売金額は、2017年の668,620千円をピークに減り続け、2021年は565,284千円となっている。

さらに、加工事業で最も重要となる原料の安定供給体制が脅かされることから、市場出荷や直売所の規格品だけでなく、今までは廃棄されていた規格外品を含む農産物の利活用が求められている。

4-2 地方創生として目指す将来像

【概要】

(交付対象事業の背景)

本市は、沖合を流れる暖流の影響により、冬は暖かく、夏は涼しい海洋性の温暖な気候で無霜地域を有している。この恵まれた気候によって、年間を通して豊富な種類の果樹や野菜等が収穫可能な栽培環境が整っており、千葉県内の5万人以下（27市町村該当）の市町村別農業産出額は第4位となっている。

年間を通して収穫可能な豊富な種類の作物のなかでも、「房州びわ」と「牛乳」が本市を代表する特産品である。「房州びわ」は、本市が全国生産量第2位であることに加え、千葉県の初夏の味覚として、毎年、皇室へお届けしているところであり、皇室へ献上する房州びわの選果式は、明治42年から現在まで106回を数えている。また、千葉県南房総地域は江戸幕府の8代将軍・徳川吉宗がインド産の白牛を飼育し、牛乳から乳製品を作った“日本の酪農の始まりの地”であることから、“日本酪農発祥の地”として「千葉県史跡」に指定されており、千葉県内では乳用牛の飼養経営体数は最も多く、本市においても歴史ある牛乳の生産が盛んである。

また、本市はこれまでも市の基幹産業である一次産業の振興を図るため、「房州びわ」と「牛乳」を中心に6次産業化による取り組みを推進してきた。

(地方創生として目指す将来像)

「南房総市総合戦略」では、農商工連携や6次産業化による商品開発事業を推し進め、地域資源の更なる活用方法を見出し、一次産業の雇用の場を維持することとしており、「作り育てるだけの産業」から「売るための産業」への転換や6次産業化による付加価値の拡大により、既存ブランドの磨き上げや農家の所得向上を目指している。

加えて、市内8か所の道の駅を核として、地域横断的な取り組みの下、消費者の需要に応じて農林水産物を生産・供給する体制作りと付加価値向上の連鎖を引き起こすことにより、農業所得の向上と地域経済が循環する仕組みを構築し、農山漁村の有する多面的な機能を維持するとともに、美しく活力ある農山漁村の実現を目指す。

【数値目標】

K P I ①	総合加工施設の販売金額						単位	千円
K P I ②	域内の農産物等を使用した加工品の新商品開発数						単位	個
K P I ③	総合加工施設の農産品の取扱品目数						単位	個
K P I ④	1経営体あたりの生産農業所得						単位	千円
	事業開始前 (現時点)	2023年度 増加分 (1年目)	2024年度 増加分 (2年目)	2025年度 増加分 (3年目)	2026年度 増加分 (4年目)	2027年度 増加分 (5年目)	K P I 増加分 の累計	
K P I ①	0.00	0.00	0.00	101,730.00	5,270.00	8,000.00	115,000.00	
K P I ②	0.00	0.00	0.00	5.00	5.00	5.00	15.00	
K P I ③	0.00	0.00	0.00	1,000.00	2,000.00	3,000.00	6,000.00	
K P I ④	2.00	0.00	0.00	6.00	5.00	4.00	15.00	

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

○ 地方創生拠点整備タイプ（内閣府）：【A3016】

① 事業主体

2に同じ。

② 事業の名称

道の駅の多機能化推進整備事業（総合加工施設建設事業）

③ 事業の内容

総合加工施設の整備・稼働により、道の駅の強みである交流・物販事業と組み合わせること、総合加工施設は「農産物の加工・商品開発拠点」、8か所の道の駅は自ら農産物の生産も行う「農産物の販売拠点」として位置づける。地域の農業振興のプラットフォームとしての役割を果たしながら地元農家の参画を促すことにより、地域横断的な体制の下、上記の課題①から③の解決を目指す。具体的な取り組みは、以下に整理する。

【地域資源を活用した6次産業化の推進強化】

総合加工施設では、ビワ・牛乳・菓子・ドライフルーツ・バターの5つの製造機能を整備する。

具体的には、市場出荷できない房州びわは、（株）ちば南房総が農家から集荷し、それを原料にして一次加工品及び自社商品を製造する。また、関東生乳販売農業協同組合連合会が千葉県産の生乳を仕入れることにより、以前の低温殺菌製法に比べ風味は落ちるものの、低価格で消費期限が長く設定可能となり、他の加工品との組み合わせによる自社商品も強化していく。

さらに、生乳と房州びわを軸に今まで廃棄されていた規格外品の果実や野菜をフル活用して、焼き菓子や洋菓子等の原料となる1次加工品や1.5次加工品を製造し、地元素材にこだわった自社製造商品のラインナップを強化する。

〈ビワ製造ライン〉

千葉県の特産品である房州びわを加工し、シロップ漬け、ビワピューレ、その他の菓子原料を製造する。

・房州びわを加工して、果実の状態に応じて半割れ、スライス、ピューレの3種類に分類して一次加工品を製造する。

→既存商品の強みを生かした他の菓子カテゴリーへの展開により、さらに道の駅の自社商品のブランド化を図り、販売単価を引き上げる。

〈牛乳製造ライン〉

千葉県産の生乳を加工し、市販用牛乳、アイスクリーム、ソフトクリームミックス、その他の菓子原料を製造する。

・市販用高温時間殺菌牛乳の500ミリットル、1リットルを製造する。

・店頭販売用、卸用の自社製造の牛乳アイスクリーム、ビワアイスクリームを製造する。

・店頭販売用、卸用のビワ以外の野菜・果物を原料にした自社製造のアイスクリームを製造する。

・千葉県産生乳を原料としたミルクソフトクリームミックスを製造する。

・ビワピューレを原料としたビワソフトクリームミックスを製造する。

→現在、販売しているソフトクリームやソフトクリームミックスは委託製造だが内製化により、自社製造に転換し、既存商品の付加価値向上を図り、類似商品との差別化を図る。

〈菓子製造ライン・ドライフルーツ製造室〉

房州びわや千葉県産の生乳に加え、地元野菜や果物を組み合わせた新たな菓子商品を製造する。

1.5次加工品として原料を製造し、加工品や道の駅のテイクアウト商品のトッピングとして活用する。また、ビワ等の果実はドライフルーツに加工するとともに牛乳と組み合わせ、デザート類を製造する。

・千葉県産の牛乳や南房総産のドライフルーツを組み合わせた焼き菓子（クッキー、スコーン、カップケーキ）及びロールケーキを製造する。

・地元野菜や果物を原料に、ドライフルーツ、セミドライフルーツを製造する。

→大人のニーズに応えたプチ贅沢やプレミアム感を前面に打ち出した新商品の焼き菓子や洋菓子を、道の駅のレストランやテイクアウトコーナーにおいて販売することにより、道の駅に来店するきっかけを創出する。

〈バター製造室〉

日本酪農発祥の地の歴史を背景にして、千葉県産にこだわったバター商品を製造する。

・千葉県産の生乳を加工し、発酵バター及びバターミルクを製造する。

・千葉県産冷凍生クリーム、南房総産果実のドライフルーツ等を練りこんだ新商品「食べるバター」や菓子の原料となる1.5次加工品を製造する。

→千葉県産の生乳にこだわった原料製造及び自社製造による商品開発により、日本酪農発祥の地である特徴を生かすとともに、他商品との差別化を図り、付加価値の高い商品群を構成する。

④ 事業が先導的であると認められる理由

【自立性】

本事業で整備する施設を管理する(株)ちば南房総は、市全額出資の第3セクターで市内7つの道の駅の指定管理業務委託を受託し、新型コロナウイルス感染症の影響を受けた令和2年及び令和3年以外の決算期は黒字化を続け、経営的に安定した企業体である。今回、総合加工施設の新設により本市の6次産業化の取り組みを拡大することで地域の農業振興に資する事業をさらに推し進めるとともに、道の駅の強みである農産物直売機能と連動させることで、さらに地域波及効果を見出すことに期待ができる。

【加工施設と道の駅の一体運営で確実に販路を確保】

総合加工施設を運営する予定の(株)ちば南房総は、市内の7つの道の駅を管理運営しており、同施設で製造した商品を複数の道の駅の売り場で販売することが可能であり、確実に販路が確保されていることから、収益性の高い事業を構築可能である。

【一次加工の原料製造能力の向上で飛躍的に売上金額増加を見込む】

今までビワの一次加工品を自社で製造し、外部の製造業者へ委託製造によりオリジナル商品を開発し、道の駅等で販売している。一次加工品の原料は、ビワ農家から規格外品を1シーズンに15~20トンを買取る。買取り金額は、500万円程度掛かるが、オリジナル商品として販売する売上金額は約1億円程度と、大きな利益を生む原動力となっている。一次加工の原料製造能力の向上により、さらに販売金額の増加を見込んでいる。

○総合加工施設の収支計画（2024年度以降）

総合加工施設で製造した加工品は、道の駅での店頭販売や卸等の売上により採算性を合わせる。オリジナル商品のラインナップを強化することにより、道の駅への来店者の増加や土産品等の加工品の販売売上を押し上げるなどの相乗効果を見込んでいる。

収支予算は、同施設で製造する牛乳、ビワ等の一次加工品や菓子製造の商品として1億173万円を想定している。これに係る売上原価や一般管理費は1億円を想定しており、他に7つの道の駅の管理運営をしていることから確実に販路が確保できていることや、年間売上4千万円を超えるECサイトを運営していることから、売上計画を十分に達成できると見込んでいる。

<自主財源（売上見込み）>

・商品売上 合計101,730千円

（内訳）

○牛乳類 3,780千円

[内容量500ml 4,200本×180円=756,000円]

[内容量1ℓ 8,400本×360円=3,024,000円]

○アイス類 20,800千円

[アイスクリーム 100ml 31,200個×400円=12,480,000円]

[ソフトクリームミックス（卸用） 1ℓ 5,200本×800円=4,160,000円]

[ソフトクリームミックス（自社用） 1ℓ 5,200本×800円=4,160,000円]

○バター類 1,650千円

[発酵バター 1kg 750個×2,200円=1,650,000円]

○デザート類 50,750千円

[ロールケーキ 11,250個×400円= 4,500,000円]

[フィナンシェ 30,000個×300円= 9,000,000円]

[ミルクプリン 45,000個×300円=13,500,000円]

[チーズケーキ 35,000個×250円= 8,750,000円]

[クッキー 100,000個×150円=15,000,000円]

○びわ等加工 21,500千円

[ピワピューレ 9ℓ 1,400個×10,000円=14,000,000円]

[シロップ漬け 9ℓ 300個×25,000円=7,500,000円]

○ドライフルーツ 3,250千円

[ドライ 内容量200g 2,500個×800円=2,000,000円]

[セミドライ 内容量200g 2,500個×500円=1,250,000円]

<運営経費>

・販売費・一般管理費 合計100,000千円

（人員体制 社員5名、パート常時5人態勢（8時間・288日勤務）

【官民協働】

市は、総合加工施設を整備して地域の6次化事業を推進するための基盤整備を行い、道の駅等を管理運営する第3セクターは商品開発や小規模な農家、農業法人が参画可能な新たな事業の創出や仕組みを構築するなど、周辺地域の農家と一体となった加工事業を展開する。

同施設を持続的・安定的に運営するためには、「原料の安定供給体制の構築」「商品開発のノウハウの蓄積」「製造商品の販路」の3要素がどれも欠かすことなく一体的に取り組むことが重要であると考えている。

そのためには、官民協働によって取り組む必要があり、県、市及び安房農業協同組合等と連携して、後継者不足に悩む地域特産のピワやイチゴの産地維持に向けた施策をはじめ、将来の担い手を育成する勉強会の開催、地域おこし協力隊制度を活用して生産・加工現場を持つ道の駅に担い手育成事業を事業委託するなど、地域一丸となって、地域課題の解決に向けた具体的な事業を展開している。

【行政の役割】

（南房総市）

本市は、道の駅を核とした6次産業化による農業振興施策の計画策定、加工事業の原料安定供給体制の体制整備、生産者と加工事業のマッチング、生産現場の可視化情報の提供、担い手育成に取り組む。

また、農家への6次産業化のノウハウの伝達、新商品等の情報をマスメディアに対してプレス記事として提供することによって、知名度の向上や既存の地域資源の磨き上げ等の取り組みを推進している。

（千葉県）

県の出先機関である安房農業事務所の改良普及課や企画振興課の協力により、栽培への技術支援や生産性向上に必要な支援策の助言、6次化事業に必要な連携企業とのマッチングなどの助言を仰ぎ、特産品のピワの産地維持や新規作物のレモン、生産量全国1位の食用ナバナ等、農業の経営安定化に向けた取り組みを強化している。具体的には、生産現場が直面している人手不足、若い後継者が地域に定着するための支援策、出荷調整作業等の機械化、栽培技術の改善による収量の向上等に力を注いでいる。

【民間の役割】

地場産品を活用した商品開発、原料調達、販売計画の立案及び事業化に向けた採算性の検証等により、継続的・効果的な6次産業化の事業化に向けた組み立てを行う。また、道の駅ネットワークを生かした製造商品の販路拡大、加工事業で得たノウハウの還元等、地域に6次産業化を浸透させることにより、農家の所得向上に貢献していく。

（加工事業の企画立案）

農家の規格外品情報や数量等を県や安房農業協同組合等から入手し、加工事業の企画立案に活用する。また、商品化に至るまでの様々な事業者の参画を得るための取材や調整を行い、スムーズな加工事業が展開できるよう支援する。

（生産現場の可視化情報の提供）

千葉県や安房農業協同組合、生産団体等から生産から出荷に至るまでの課題や生産量、新規作物情報などを入手し、商品化の実現性の高い原料調達計画を作成できるよう支援する。

【外部人材の登用】

総務省の「地域おこし協力隊制度」を活用して、（株）ちば南房総の職員として、加工施設の準備期間から商品企画立案に携わっていただくとともに、地場産品を活用したレシピ及び商品開発の先導役として、外部からパティシエを招へいする。（令和5年度当初予算要求済み）

【企業版ふるさと納税の活用】

地場産品を高付加価値化へ導く加工施設整備事業の目的に賛同する企業からの寄付を募る「企業版ふるさと納税」の受入体制を、本市として令和4年12月に整備した。

これを機会に6次産業化の拠点として農家の新たな事業展開を支援し、様々な地域の企業の連携を促進させるような拠点的な存在として成長させ、地域の「稼ぐ力」を強化していく。その結果、道の駅と関わる地域の事業者をさらに増やすとともに、南房総地域の資源を活用したこの地域ならではの商品開発に取り組み、道の駅から地域波及効果を誘発する仕組みの再構築を図り、地域の雇用の場を守る。

【地域間連携】

本工場で加工する房州びわや牛乳は、市域を超えた南房総地域の特産であり、これらを原料とした商品開発事業は、一次産業を下支えする事業として、また売れる定番商品づくりへつなげていくことで、地域の販売力及びブランド化を創出し、地域経済波及効果への貢献度を高めていきたい。

○館山市・南房総市定住自立圏共生ビジョン

館山市の都市機能と、南房総市の農林水産業、自然環境、歴史、文化などの魅力を組み合わせ、地方圏への人口定住を促進するため、定住自立圏共生ビジョンを令和4年に策定し、市域を超えた取り組みを強化している。両市の共通課題である「有害鳥獣対策」や「ふるさと納税共通返礼品」を通して、農業振興と地場産業の振興を一体的に図っていく。

また、交流人口の拡大による地場産品の消費拡大を図るため、観光面において圏域内の自然・歴史・文化、産業等の地域資源を活かした広域観光を推進し、圏域の魅力の向上や情報発信等を展開している。

○特産物の産地維持と新たな果樹栽培の導入

当地域の特産物である房州びわの産地維持を目的に、千葉県や2市1町（南房総市、館山市、鋸南町）、安房農業協同組合を含む房州枇杷組合連合会を組織している。千葉県から栽培の技術的支援や品種改良、担い手育成及び販路拡大等の取り組みを行うほか、国産需要の高いレモン栽培の普及に着手し、果樹栽培による生産性向上による安定生産・高付加価値化により、農業所得の向上を目指しているところである。

○東北地区の道の駅との交流

青森県の「道の駅つるた」鶴の里あるじゃ、山形県の「道の駅いいで」めざみの里観光物産館との交流により、特産品販売やイベント開催、加工事業のノウハウの共有等により、相互の道の駅が活性化し、地場産品の販路拡大や商品開発力のスキルアップを図ることで、道の駅が地域の農業振興に貢献できるよう交流を続けている。

○広域観光情報ポータルサイトの運営

当市では、お客様視点に立ち、南房総地域にある3市1町（館山市、鴨川市、鋸南町、南房総市）の観光情報を発信する旅のコンシェルジュ「南房総いいとこどり」を運営している。観光等で訪れるお客様は、各市町の境界線に関係なく、旅の情報を得る際は、南房総地域の観光情報を入手して旅の計画づくりや旅行経路の決定をすることから、広域的な観光情報を入手するポータルサイトを構築し、南房総地域全体の集客増につなげようと取り組んでいる。また、個人事業者等が単独でホームページ等を活用した情報発信が難しい方でも参画しやすい簡易ホームページを提供することで、新たな顧客や販路拡大につながるプラットフォームを構築した。

その結果、年間アクセス300万件、登録参加事業者数は3,000件を超えている。

○安房道の駅連絡会による集客・回遊促進を図る事業実施

道の駅及び観光施設の13施設が広告宣伝費を持ち寄り、南房総地域全体の地図情報や各道の駅等のおすすめ商品を紹介するパンフレット「南房総道の駅ガイドマップ ぐるぐるっと」を毎年、共同で製作している。各施設の割引特典や回遊性を高めるスタンプラリーの要素を加え、お客様の滞在時間及び消費金額の拡大を促すなど、民間事業者のノウハウ及び広告宣伝に充てる予算を束ね、この取り組みを始めてから18年以上が経過するなど、効果的かつ持続的な取り組みとなっている。

【政策間連携】

地域の6次産業化の推進は、農林水産物を生産・供給する体制整備の再構築と付加価値向上を図ることにより、8つの道の駅を軸とした交流人口及び農産物等の販売金額の増加に導き、農家の所得向上につなげていく。

また、基幹産業である一次産業の活性化が図られることで、道の駅に関わる地域の様々な業態の雇用を確保し、安定した生活及び一定の定住人口の保持につながることから、産業・福祉・教育など横断的な施策を展開することで、大きな相乗効果の創出に期待できる。

【販路と生産性向上につながる観光振興】

・地場産品を活用した新たな観光土産品を開発することで、来訪者に訴求力のある商品を提供し、地域内での消費金額の底上げを目指す。

・道の駅が運営するECサイト「南房総いいもの市場」「楽天市場南房総アンテナショップ」を通して、小規模な事業者でもインターネットを活用した地域産品販売事業に参加できるよう販路拡大支援を行い、地域事業者の売上向上につなげる。

・POS（販売時点情報管理）を導入し、地域の農産物の生産計画を道の駅直売所の販売実績から導き出し、農家が自らロスが少ない生産・販売計画を立案できるノウハウを身に付けるなど、生産性向上による農業経営を後押しする。

・道の駅が地域資源を束ね、需要に応じてお客様を送客する地域のランドオペレーターとして、団体客を誘致する事業を実施している。食事や体験メニュー、観光施設等の団体ツアー企画書を旅行会社向けに編集して営業を仕掛け、年間を通じた団体バスの誘致台数は新型コロナウイルス感染症が蔓延する前は、約2,500台を数えた。また、この仕組みを応用し、JR東日本の個人型ツアーの誘致にもつながり、道の駅周辺の飲食店や民宿、体験事業者等に新たな顧客を送客することにより、地域の経済効果の底上げにつながっている。

【農業の最前線にふれる教育】

・地域の自然や産業、伝統文化を学び、体験する中で「南房総市に残っても、離れても、どこに行っても支えとなる故郷への思い」を持つ子どもを育成する「南房総学」を推進している。その結果、郷土愛を育むとともに、一次産業への理解を深め、将来の農業の担い手の候補にもつながるよう、農業現場の最前線にふれる機会を提供している。

・給食で取り扱う食材の仕入れにおいて、地元の農家や商店と連携して「地産地消」を推進し、「日本一おいしいご飯給食」を目指している。その他、地元米での週5日米飯給食、地元の方に給食を試食していただく給食レストラン等により、地元食材の認知度向上や消費拡大を図っている。

【加工事業と販路拡大のノウハウを地域に還元】

- ・果樹や農産物の規格外品を活用した加工事業を展開することで、農家の所得向上につながる。
- ・道の駅が地域の素材を活用した商品開発事業のけん引役として、そのノウハウを蓄積し、地域の事業者に対して積極的に公開することで、地域全体の農商工連携や6次産業化の推進をより一層押し進めることができる。
- ・冷凍技術の革新により、鮮度及び素材本来の美味しさを保持した加工品を開発・販売することにより、農産物や魚介類の消費拡大につなげることができる。
- ・市内花農家から市場に出荷できない花卉を買い取り、従来のドライフラワーにはない発色・香りを残す加工技術を有した「低温除湿乾燥庫」により、付加価値の高いドライフラワーを商品化し、道の駅やECサイトで販売を開始した。これにより、農家の新たなビジネスチャンスを広げ、所得の向上につなげる。
- ・新規就農者の育成に係る補助金制度を創設、地域おこし協力隊制度を活用した担い手の育成を図り、特産物の「房州びわ」や「いちご」の生産体制を維持する。
- ・ECサイトを通じて、個人事業者の参画を促し、地域製品の販路拡大を図る。具体的には、本部機能を有する道の駅が一元的に注文・決済を行い、市内に点在する道の駅が集荷・梱包・発送拠点として、地域製品の販路拡大を図る。
- ・農林漁業事業者と加工事業者等の連携を促進する「南房総ビジネス倶楽部」を運営し、新ビジネスの創出を促す。
- ・新規作物に取り組む農家等への勉強会を実施し、新規就農者の経営自立を促す。

【買い物弱者対策を農業で解決】

- ・地域のスーパーマーケットが撤退するなど、いわゆる買い物難民が社会問題となっている。また、コロナ禍による暮らしの変化で宅配サービスの利用者が増加していることから、特に日常の買い物が困難な高齢者や多忙な共働き世帯、子育て世帯等に定期的な宅配需要があると考え、道の駅が運営するECサイトを活用した「新鮮お野菜定期便」を開始し、買い物弱者対策に乗り出している。

【域内流通の集荷・発送・販路拡大の仕組みづくり】

- ・市内8か所の道の駅を地域製品の集荷から販売する拠点として位置づけ、域内流通の集荷・発送・販路拡大までを道の駅が担う仕組みを構築する。
- ・域内の規格外農産物などの原材料等を調達し、原料の安定確保を図る。
- ・道の駅が運営する地域製品の販路拡大支援を目的としたECサイトを活用し、農産物・海産物の販路拡大を図る。

【SDGsの推進】

- ・市内の道の駅とジェイアールバス関東(株)が連携し、都内行き高速バスを活用して乗客と一緒に南房総産の農産物を輸送する事業を拡充する。輸送した農産物は、日本ホテル(株)が運営する都内のホテルのレストランにおいて提供され、食品ロスの解消及び二酸化炭素の排出抑制を図る。
- ・南房総産の農産物を域内で消費する仕組みの一環で、また地域課題である買い物弱者対策として、新鮮野菜定期便サービスを提供する。

【デジタル社会の形成への寄与】

内容①

総合加工施設内に今まで手動で行っていた生産管理や在庫管理、生産工程管理等を可視化・自動化する生産管理システムを導入し、品質の安定化及び生産性の向上を目指す。

【製造工程の見える化で製造コストを削減】

総合加工施設内に在庫管理から発注処理、トレーサビリティの可視化・自動化を可能にする食品加工業システムを導入する。

(具体的内容)

- ・製造と販売のデータベースを一元管理
- ・在庫管理 在庫表、棚卸、倉庫移動
- ・ロット管理 原材料入荷から商品出荷までの消費賞味期限及びトレーサビリティを把握
- ・統計分析 推移表、順位表、実績対比表(売上・仕入)
- ・帳票 統一伝票、運送会社別送り状
- ・商品レシピのラベル表示情報の一元管理
- ・ABC分析による需要予測

【地域産品販売システムにより零細事業者の商品の販路拡大へ】

総合加工施設内で製造した商品は、市内の道の駅で販売するほか、運営会社の(株)ちば南房総が運営するECサイトを通じて販売する。市内の小規模な農家が参画しやすいように手数料を低率に抑えるとともに、市内8か所の道の駅を地場産品の集荷拠点として設定し、域内集荷機能を(株)ちば南房総が実装し、地域の商社機能の役割を担うことで地域の6次産業化を浸透させ、農家の所得向上を実現する。

理由①

総合加工施設内に生産管理システムを導入することで、品質の安定化及び生産性の向上を図ることができる。また、小規模な農家が多い現状を踏まえ、道の駅が地域の農業振興を推し進めるけん引役となって、域内の農産物を集荷、加工、商品開発及び販路拡大までの事業支援を行うとともに、加工事業の事業化を目指すためにも同システムを活用して採算分岐点を下げ、持続的・効果的に農業振興に資する取り組みを加速させ、農家の所得向上に貢献していく。

内容②

理由②

内容③

理由③

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

【検証時期】

毎年度 9 月

【検証方法】

市民をはじめ「産官学金労言」の関係機関・団体等により、実施結果の成果等について評価分析等を行い、検証を行う。

【外部組織の参画者】

○南房総市総合計画審議会

■産「朝夷商工会経営指導員」■官「南房総市市議会議員、市部局長」■学「千葉工業大学教授元副学長、NPO法人千葉自然学校、南房総市大房岬自然の家副所長、南房総市教育委員」■金「館山信用金庫部長」■労「医療法人社団光洋会事務長」■言「あわぼおんネット代表」

【検証結果の公表の方法】

市ホームページ等で検証結果を公表予定

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【A3016】

総事業費 1,000,000 千円

⑧ 事業実施期間

2023年4月1日から

2028 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) 道の駅SDGs事業

ア 事業概要

地元で収穫された農産物を軸にして未活用品や廃棄品を用いた商品開発を行い、道の駅が地域のけん引役となって高付加価値化や食品ロス問題に取り組み、地域全体の6次産業化やSDGs（エシカル消費の普及や商品開発）を推進する。

イ 事業実施主体

南房総市

ウ 事業実施期間

2023年4月1日から2028年3月31日まで

(2) 地域産品ブランド開発事業

ア 事業概要

地域おこし協力隊制度を活用し、令和6年度に稼働予定の総合加工場において特産品のピワを始めとした果実や、生乳等の地域産品を活用した加工品開発を担う人材育成を図る。

イ 事業実施主体

南房総市

ウ 事業実施期間

2023年4月1日から2028年3月31日まで

(3) 該当なし。

ア 事業概要

イ 事業実施主体

ウ 事業実施期間

年 月 日から 年 月 日まで

6 計画期間

地域再生計画の認定の日から 2028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、5-2の⑥の【検証時期】に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。