

# 戦略の効果検証 (案)

## 基本目標 1 地域資源を活かした魅力ある産業を形成する

### ＜戦略で掲げた施策の基本的方向＞

- 地域資源を活かした農業・観光の振興
  - ・ 町の特産であるさくらんぼ・ぶどう等の果樹をはじめ、米や野菜等の農産物のブランド化及び産地化を促進するとともに、観光果樹園や温泉施設等と連携した観光への取組を推進します。
- 経営基盤強化による産業育成と企業誘致の推進
  - ・ 中小企業の経営を支援・強化するため、各種融資制度の充実や規模拡大等に利用できる制度を周知するとともに、新潟東港工業地帯における立地企業の設備投資等による規模拡大、未操業地への早期進出を促進します。

この資料は「基本目標 1 地域資源を活かした魅力ある産業を形成する」の効果検証として、K P I の達成状況、戦略に掲げた各事業の実績※や現状とのギャップについてまとめたものです。

# 数値目標・K P I の達成状況

数値目標・K P I		基準値	目標値	実績					達成度 ※ 1	評価 ※ 2		
				2015	2016	2017	2018	2019				
町内総生産		141,109 百万円※3 (H24)	142,520 百万円 1%増加	199,190 百万円	166,947 百万円	-	-	-	△428% ※ 3	D		
町内事業所の従業員数 (町の雇用状況調査による3年平均従業員数)		9,101人 (H24~H26)	9,151人 (H29~H31)	9,128人 (H25~H27)	8,781人 (H26~H28)	9,017人 (H27~H29)	9,347人 (H28~H30)		492%	A		
①	農産物の販路 拡大・ブランド化 づくり	町独自にブランド 化した作物	0種類	1種類	0種類	0種類	0種類	0種類	0%	D		
②	地域資源を活 かした広域連携 による観光振興	観光客数	37万4千人 (H26)	39万4千人	36万8千人	37万5千人	34万6千人	34万2千人	25万3千人 (9月末)	△160%	D	
		広域観光ルート数	2ルート (H27)	3ルート	2ルート	2ルート	2ルート	2ルート	2ルート	2ルート	0%	D
		新潟東港へのクルーズ 船の入港回数	年0回	年3回	-	年1回	年2回	年2回	年2回	年3回	100%	A'
③	新潟東港を核と した経済振興	新規進出又は規模 拡大した企業数	-	25企業 (H31まで累計)	5件	15件 累計	22件 累計	33件 累計	37件 累計	148%	A	

1. (実績値 - 基準値) / (目標値 - 基準値)

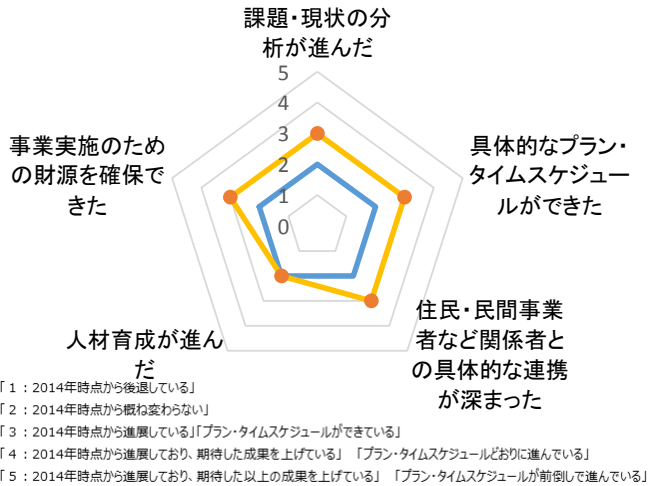
2. A : 達成度120%以上、A' : 達成度100%以上120%未満、B : 達成度80%以上100%未満、C : 達成度50%以上79%未満、D : 達成度50%未満

3. 達成度は平成28年度市町村民経済計算（平成18年度～平成28年度）による平成24年度の町内総生産額174,418百万円を基準値として、平成28年度の値を用いて算出

4. 観光客が減少しているのは海水浴客の減少が理由である

5. 広域観光ルート数についてはH30年度第2回会議では3ルートとしたが、インバウンドのルートは試行的なものであるため2ルートに修正

## ◇ ふるさと納税制度を活用した農産物の販路拡大



### 実績]

- ふるさと納税制度を活用し、農産物のPRと販路ができた。
  - 2016年度からふるさと納税返礼品制度を開始。
  - 2019年9月現在で、返礼品（農産物）は34件、提供農家は39軒

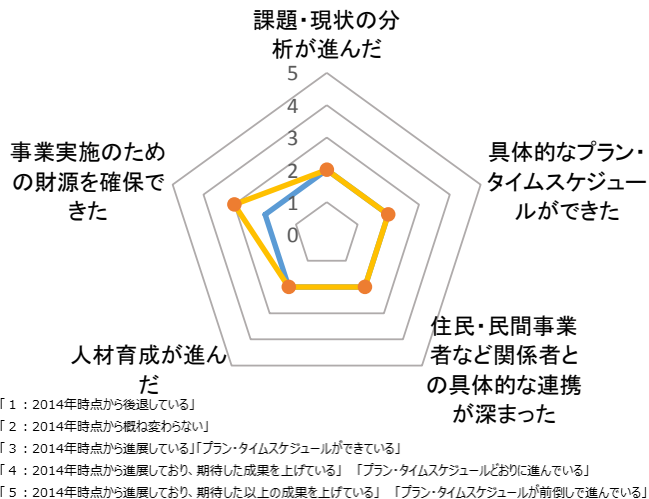
	2016	2017	2018	2019
寄附件数※	499件	2,284件	1,902件	1,071件
農産物購入額	1,210千円	8,383千円	6,858千円	14,052千円



### 戦略と現状とのギャップ等]

- 町内の主要な農産物は、すでに返礼品に登録済み。一方、農産物以外の返礼品も追加してきていることで、寄附者への返礼品は分散してきている。
- 町の税収確保のために、ふるさと納税自体は寄附額1億円を当面の目標として活用していくべき。

## ◇ 農産物のブランド化及び産地化の促進



### 実績]

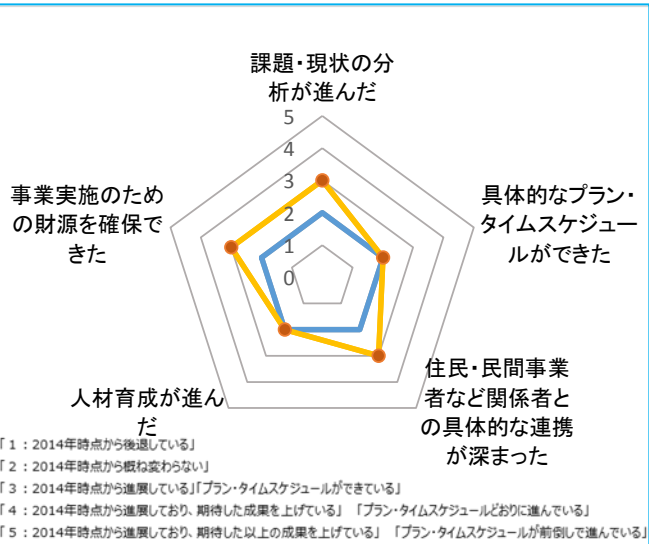
- 産地としての聖籠産さくらんぼ・ぶどう農産物のPRが進んだ。
  - 首都圏での認知度を高めるため、2016年度から表参道ネスパス新潟館でさくらんぼ（6月）・ぶどう（9月）のPR販売を実施。
  - 品質規格としてのブランド化は進展しなかった。
  - さくらんぼについては栽培方法が生産者ごとに確立しており、町全体でのブランド化を図ることは困難ではないかとの意見も。



### 戦略と現状とのギャップ等]

- 当町で産地化が進んでいるさくらんぼやぶどうなどは、観光農園が経営され、栽培方法も個々に確立されている部分が多い。町のブランドとして品質規格を統一化するには向いていないのではないかな。
- 産地としてのPRを中心に考えていくべきではないかな。

## ◆ 農産物の生産、加工品及び販売の一体的な取組み（6次産業化）



### 【実績】

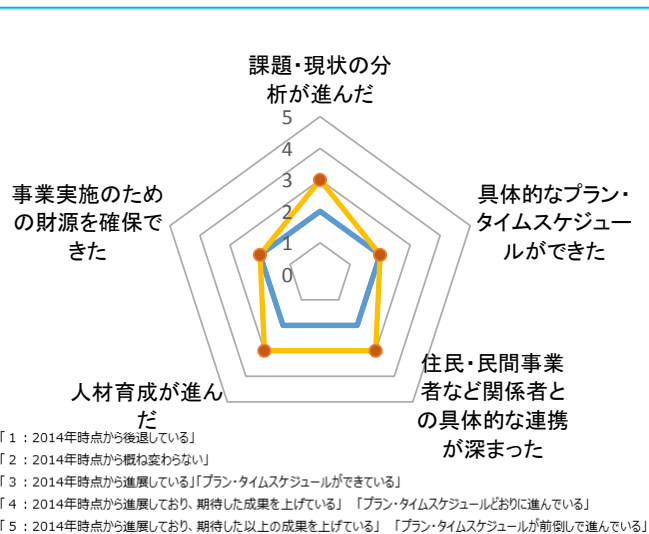
- さくらんぼと料理人とのマッチング企画を実施した。
  - ・ 2017年度、生産者を招いて、シェフによるさくらんぼ料理の試食会を開催
  - ・ 2018年度、新潟駅西口で5日間にわたりシェフ・パティシエ6人によるさくらんぼを使った料理・スイーツを提供
- 加工品をPRと販路のため、ふるさと納税の返礼品制度を活用
  - ・ エゴマ油、黒にんにく、餅
- 町農産物加工センターでは、農業者がみそ、餅を生産し、聖籠地場物産館で販売



### 【戦略と現状とのギャップ等】

- 6次産業化には収益確保が必要であり、事業のリスクを伴う。生産者が事業の必要性を感じ、自らリスクをとって挑まなければ成り立たない。行政主導型的手法ではなく、意欲ある生産者のニーズに応じてそれを支援するような役割分担がなされるべき。

## ◆ 新規就農者確保対策事業



### 【実績】

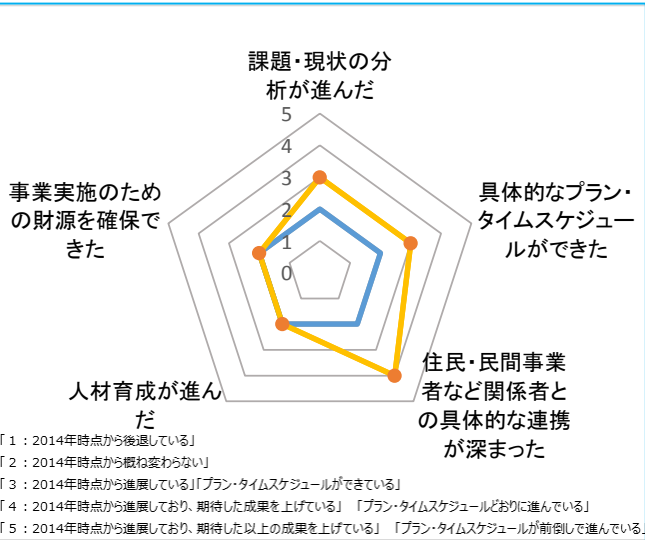
- 国の青年就農給付金によって、新規就農者が経営を安定させるための資金支援を行った。
  - ・ 2017年度からはサポートチームを組織し、面接やほ場確認等を行い改善点などを指導してフォローアップを行っている。

	2015	2016	2017	2018	2019
給付件数	6件 うち新規1件	7件 うち新規1件	10件 うち新規3件	6件 うち新規1件	6件 うち新規0件

### 【戦略と現状とのギャップ等】

- 聖籠町における営農の持続性のため、引き続き、国の制度を活用して青年農業者の就農を図っていくことは引き続き重要である。

## ◇ 稲作を中心とした複合周年経営の振興



### 【実績】

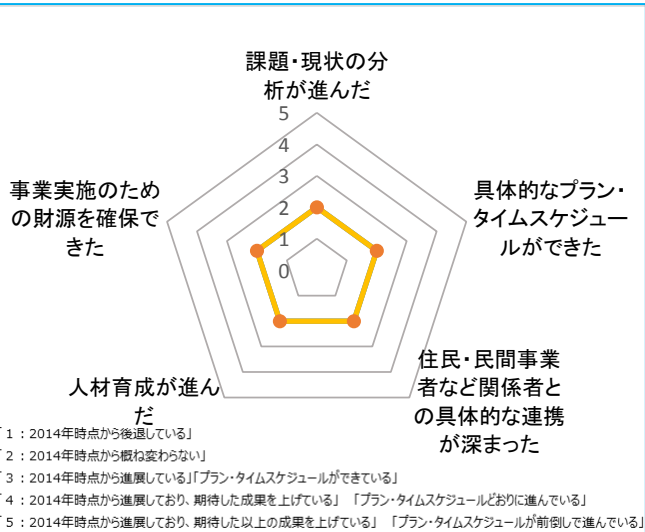
- 農用地の中間的受け皿となる農地中間管理事業を活用し、農用地を貸したい農家から農業経営の効率化を図る担い手への集積が進んだ。

	2015	2016	2017	2018	2019
担い手集積率	51.58%	53.93%	56.13%	59.43%	60.13%

### 【戦略と現状とのギャップ等】

- 現在、ほ場整備を計画している地域が6地区（受益面積：約576ha）あり、町や土地改良区、県などを交えながら、検討が進められている。一方で、人口減少や高齢化、食生活の変化に伴い、国内の市場規模は量的縮小の可能性、「何をつくり、どう売るか」（マーケットイン）について考えていくべき。

## ◇ 高齢者技術継承事業



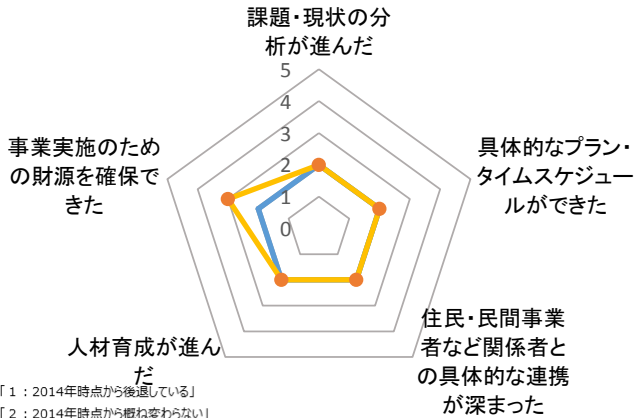
### 【実績】

- 事業実施に至ることができず、進展がなかった。
  - 認定新規就農者及び過去5年の間に認定新規就農者であった農家を対象に、技術継承に関する課題や要望についてのアンケートを実施。（対象者11名）
    - ⇒ アンケートの結果
      - 専門技術・経験を持つ農家と新規就農者とのマッチングを希望：0人
      - 研修に関する制度を希望：1人

### 【戦略と現状とのギャップ等】

- この事業に想定していた技術保持者とのマッチング的な制度と違い、新規就農者においては、農業に参入しやすい技術の見える化や、研修等における費用助成などへの要望が強い。

## ◇担い手の経営安定対策の推進



「1：2014年時点から後退している」  
 「2：2014年時点から概ね変わらない」  
 「3：2014年時点から進展している」「プラン・タイムスケジュールができている」  
 「4：2014年時点から進展しており、期待した成果を上げている」「プラン・タイムスケジュールどおりに進んでいる」  
 「5：2014年時点から進展しており、期待した以上の成果を上げている」「プラン・タイムスケジュールが前倒しで進んでいる」

### 実績

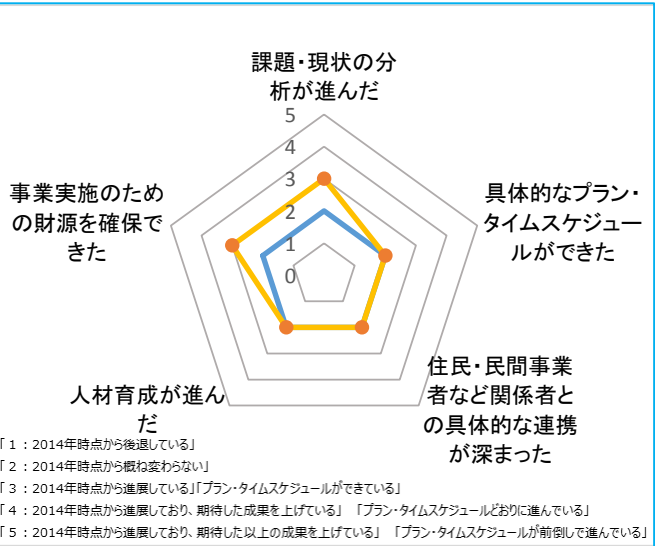
- 国県の補助金も活用し、農業機械や雨よけハウス等の購入・リースに対して助成した。
  - 2019年度においてはそれまでさくらんぼに対して行っている雨よけハウス設置に対する助成（町単事業）をぶどうにまで拡充した。

	2015	2016	2017	2018	2019
助成件数	13件 うち町単8件	16件 うち町単11件	7件 うち町単0件	13件 うち町単6件	15件 うち町単10件

### 戦略と現状とのギャップ等

- 労働時間・経営コストの削減、生産性の向上を図っていくことは営農の持続性の観点から引き続き必要である。

## ◇交流人口拡大のための広域的な観光周遊ルートの整備



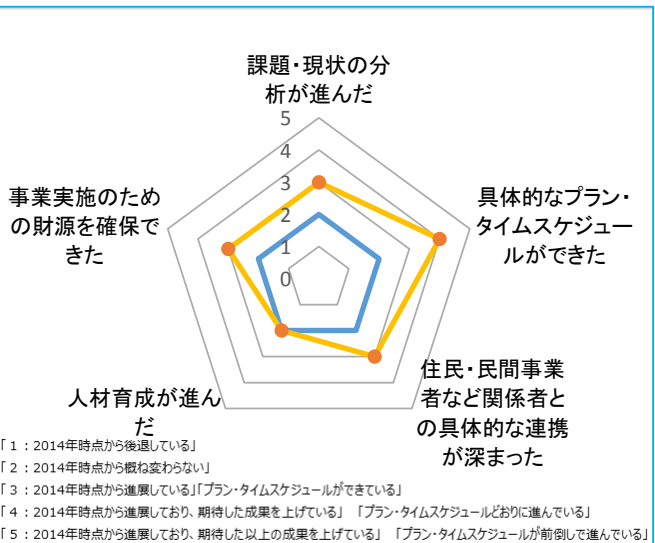
### 〔実績〕

- 観光農園⇔天然温泉・さぶーん館の周遊コースを実施。
- 2018年度から、新発田市・胎内市・聖籠町定住自立圏連携事業として、インバウンドに取り組んでいる。
  - ・ LCCピーチの機内紙にてPR(観光さくらんぼ園) (H30年)
  - ・ 韓国からのゴルフ三昧プランを試行(町内施設利用者 H29:0人、H30年:0人)
  - ・ じゃらん本誌及びnetによる観光PR(H31.2月～3月実施)
  - ・ 広域観光ルートのPR動画の作成(聖籠町 7箇所)

### 〔戦略と現状とのギャップ等〕

- 地方創生の主要事業としてインバウンドをはじめとする観光事業がとりざたされているものの、町には観光産業が分厚く形成されてなく、町の主な観光資源であるさくらんぼ・ぶどうの観光農園、マリンレジャーは季節的である。また、ベッドタウンとして認知されてきているなか、町の観光事業をどうしていくのかブランドデザインが描けていない。

## ◇新潟港（東港区）へのクルーズ船の誘致活動の実施



### 〔実績〕

- 2016年の初寄港以来、東港への大型クルーズ船の寄港は定着してきている。

	2016	2017	2018	2019
新潟東港へのクルーズ船の入港回数	1回	2回	2回	3回

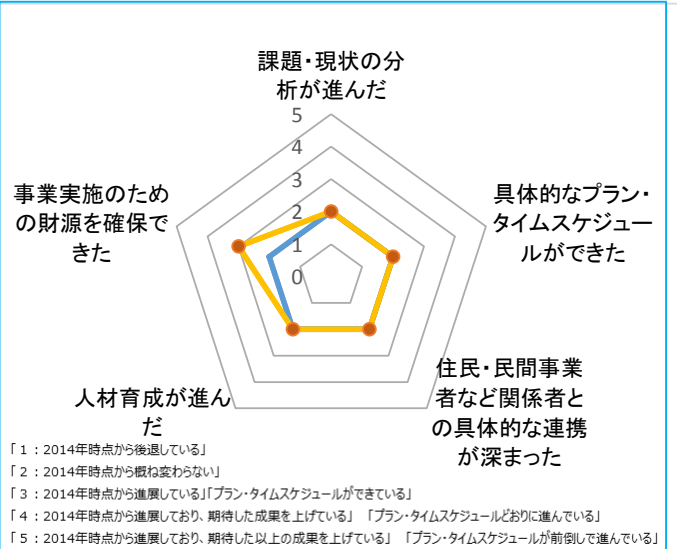


- クルーズ船寄港時には町内を周遊するシャトルバスを運行。しかし、シャトルバスを利用する乗客数は減少傾向にある。

### 〔戦略と現状とのギャップ〕

- シティープロモーションとしては一定の成果を上げているが、戦略で期待していた経済効果については乏しい。そもそも町には観光産業が分厚く形成されておらず、また年数回程度の寄港ではそのためだけの産業形成は容易でない。戦略の練り直しが必要ではないか。

## ◇海のレジャー・スポーツ等のイベント開催



### 実績

海フェスタ、新潟開港150周年記念事業が開催されたタイミングも手伝って、聖籠の海の魅力を町内外に発信することができた。

	2016	2017	2018	2019
マリンフェスタ 来場者数	10,000人	開催せず	7,000人	3,000人
NPO事業※来場者数	788人	709人	596人	236人



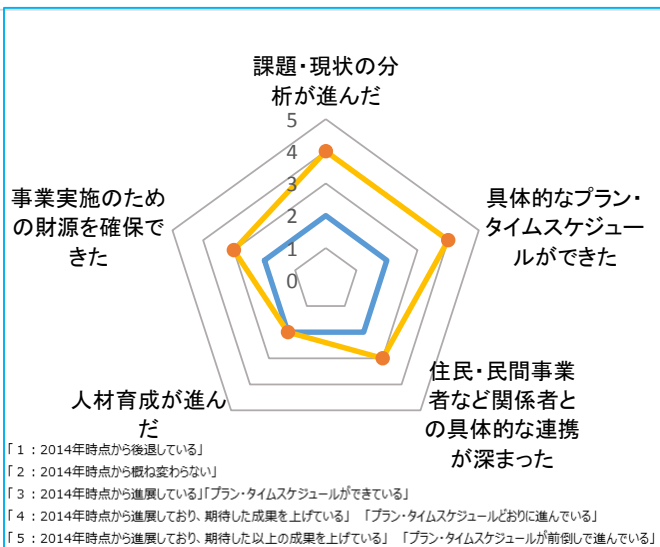
### 戦略と現状とのギャップ

※釣り大会、サーフィン・セーリング体験教室等

- 海フェスタ、新潟開港150周年記念事業を除き、小目標にある広域連携による観光振興には発展しなかった。もとより、セーリングやサーフィンの地として定評があるところであるが、これらをうまく発展させることができていない。聖籠の海の魅力を町内外に発信することの意義はあるが、事業の位置付けを明確にするべきである。



## ◇新潟東港工業地帯への企業誘致・規模拡大の促進



### 【実績】

- 2016年度までに新潟東港工業地帯の用地は完売されるとともに、企業の新規進出・規模拡大も進んだ。
- 2015.12月には企業立地奨励金（2018年度末までに1件交付）等を内容とする企業立地促進条例を制定。2018.3月には敷地を最大限有効活用し、設備投資等の規模拡大を行いやすくするため、工場立地法に基づく敷地の緑地面積率等の緩和を行った。

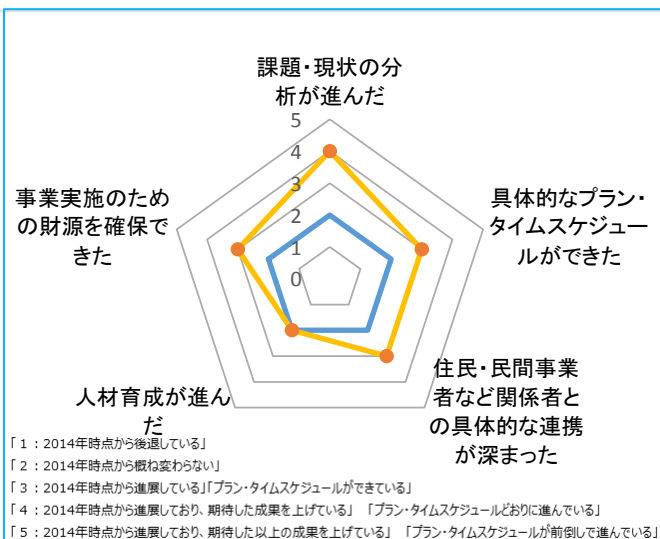


	2015	2016	2017	2018	2019
新規進出又は規模拡大した企業数	5件	10件	7件	11件	4件

### 【戦略と現状とのギャップ等】

- 東港工業地帯内は全て完売しているため、現在は東港工業地帯を補完するためその近郊の土地を地区計画で工業用地として企業のニーズに応じている。また、用地取得後の未操業地における企業進出を促していく必要がある。

## ◇中小企業の活性化支援



### 【実績】

- 2017.3月に「創業に向けた支援」「成長に向けた支援」「継続に向けた支援」を柱とした「聖籠町小規模企業振興基本計画」を策定した。
- 従来からの制度融資に加えて、2018年度は小規模企業起業・創業支援事業補助金、小規模事業者経営改善資金利子補給補助金を創設した。
  - 小規模企業起業・創業支援事業補助金・経費の1/2以内補助 法人30万円、それ以外は10万円上限 2018年度1件、2019年度1件
  - 小規模事業者経営改善資金利子補給補助金・マル経融資の貸付利率から0.9%差し引いた率 2018年度21件、2019年度8件
- 先端設備等導入計画認定企業（2020年度までの時限）には固定資産税を3年間ゼロ
  - 2018年度 4件、2019年度2件 認定した設備投資額・・・877,570千円

### 【戦略と現状とのギャップ等】

- 中小企業の生産性向上、競争力向上を促すことが引き続き重要である。