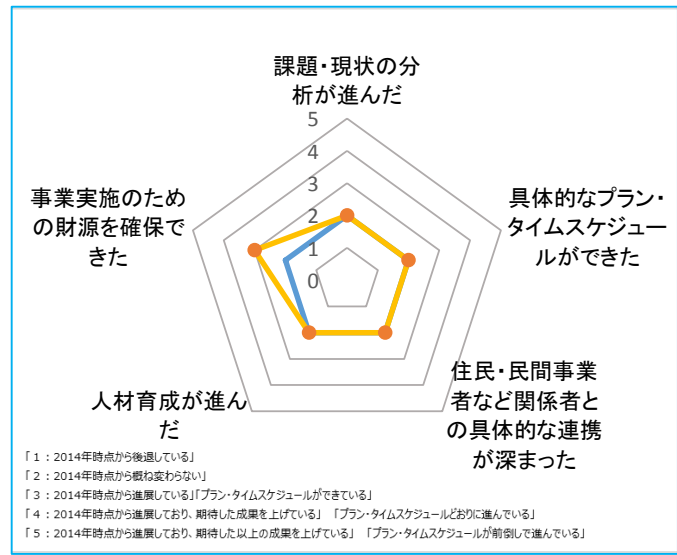


# 検討事項について (K P I など)

# 農産物のブランド化及び産地化の促進—生産者に対する「チャレンジ育成型」の取り組み



### 【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。
- ・産地としてのPRを中心に考えていくべきではないか。

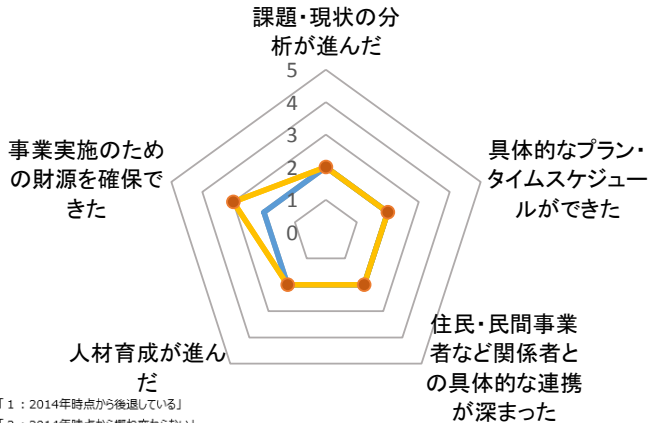
## 2020～2024の取組

・現戦略の行政が主導し町全体での農産物のブランド化及び産地化を促進する方向性から、「いかに売るか」に意欲的に取り組む生産者を後方支援し、そこで得た教訓や手法等を生産者全体で共有する「チャレンジ育成型」へ方向性を検討しているところ。

2020	事業の詳細設計
2021	事業開始
2022	
2023	
2024	事業の評価検証

KPI	販路拡大に取り組む生産者支援件数 (5年累計)		
基準値	— (2019)	⇒	10件 (2024)

## ◇海のレジャー・スポーツ等サーフィン・セーリングのイベント開催



- 「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く」
- 「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りで進んでいる」

### 【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※1
NPO事業※2 来場者数	788人	376人	596人	236人

### 【戦略と現状とのギャップ】

- ※1 2019年度は聖籠夏まつりと同時開催。例年7月中旬実施のところ8月4日（日）に開催した。
- ※2 釣り大会、サーフィン・セーリング体験教室など

- マリンフェスタは、2018年、2019年の2か年、新潟市・佐渡市・聖籠町で実施する新潟開港150周年記念事業の連携事業として位置付け。周年事業は2019年で終了するため、連携は一過性に留まる。もとより、本町はセーリングやサーフィンの地として定評があるが、恒常的な広域連携に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、事業の位置づけを明確にすべきである。



## 2020～2024の取組

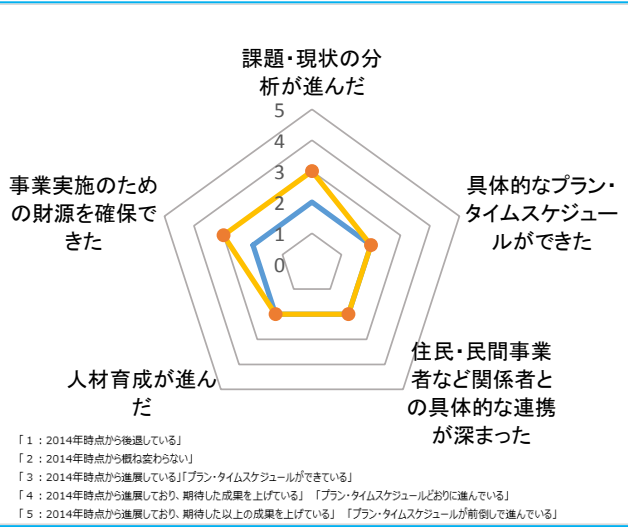
セーリングやサーフィンの地として既に定評があることから、それを活かして交流人口を拡大させる方向性で検討中。

2020	事業の詳細設計・関係団体の協議
2021	事業実施
2022	
2023	
2024	事業の評価・検証

KPI	海のレジャーイベント参加者数		
基準値	365人 (2019)	⇒	800人 (2024)

## ◇交流人口拡大のための広域的な観光周遊ルートの整備

定住自立圏連携事業



### 【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、マリノ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。

## 2020～2024の取組

### 【2020】

2019年度の事業(韓国・台湾トップセールス、阿賀北ゴルフパンフ作成、AGT招聘)を継続して行う。

また、2019年度に作成した広域観光周遊プラン作成用のPR動画を用いて、観光PRを行う。

雑誌、SNSへの広告掲載による観光PRを予定しており、さらなる観光客の誘致に努める。

### 【2020～2024】

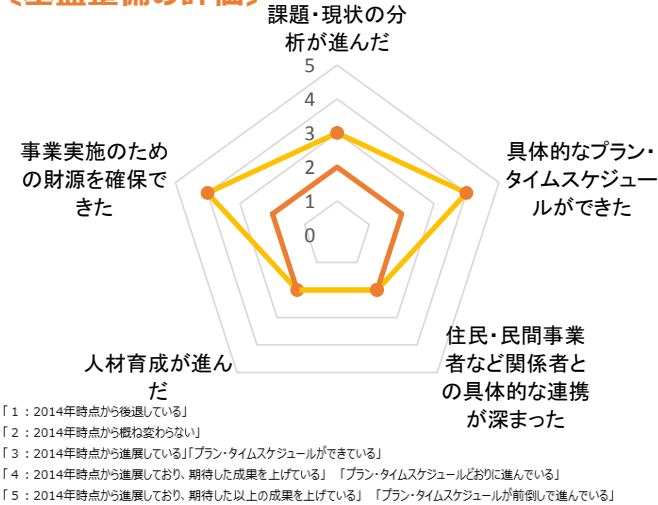
広域観光周遊ルートについては、周遊地やルート、実効性などを推進協議会で検討したうえで、試験運行(R2年度を予定)を実施する予定。試験運行における費用対効果や採算、継続性などの検証を行い、その結果により定期運行など広域観光周遊ルートの整備を図る。

2020	事業(韓国・台湾トップセールス、阿賀北ゴルフパンフ作成、AGT招聘)の継続。PR動画を用いた観光PR。広域観光周遊ルートの検討及び試験運行
2021	事業効果の検証
2022	
2023	
2024	

KPI	定住自立圏での観光周遊ルート数		
基準値	— (2019)	⇒	1件 (2024) 4

## ◇ 放課後児童クラブの充実

### 〔基盤整備の評価〕



### 〔実績〕

- 放課後児童クラブ専用施設を整備。  
 2015年度：蓮野学区 2016年度：山倉学区  
 2017年度：亀代学区

	2016	2017	2018	2019
通常入会者延べ人数	24,433人	23,697人	25,952人	31,000人 (見込)
利用料金(月額)	6,000円	8,000円	8,000円	5,000円

### 〔戦略と現状とのギャップ等〕

仕事と子育ての両立を望む共働き家庭の増加から、放課後における子どもの適切な遊び場や居場所(生活の場)のニーズは高まっている。

## 2020～2024の取組

就学前児童の保護者へ施設及び運営方法等の周知を図るとともに、継続利用児童の保護者に対して長期利用を促し、併せて長期休み期間において関係課・ボランティア団体との協力を図る。アート、紙芝居、絵本の読み聞かせなどを実施することにより、運営の充実を図る。

※「子ども放課後対策等の連携と充実」と併合

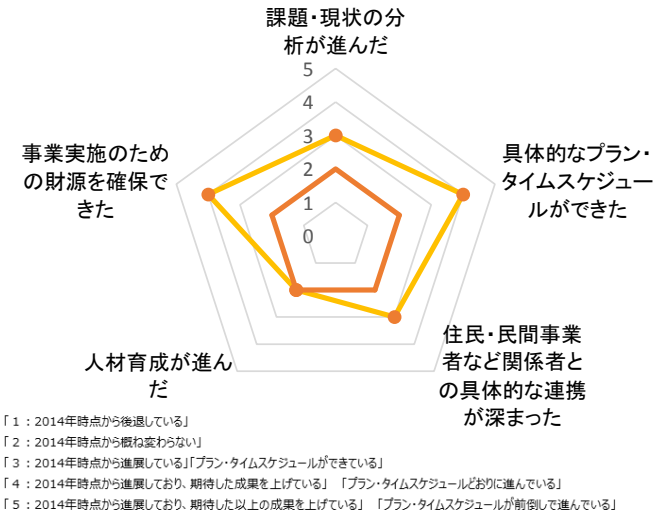
2020	円滑な事業運営を図る。
2021	
2022	

非掲載  
 戦略には掲載しないが、事業は着実に実施

## ◇ 子育て支援強化による地域交流施設「そだちの家」の活用展開

地方創生推進交付金

### 〔基盤整備の評価〕



### 〔実績〕

- 2017年度に、預かり保育機能を兼ねた地域交流施設「そだちの家」を蓮潟こども園に隣接して整備。
  - ・ 蓮潟こども園の平日の預かり保育、土曜日における町立3こども園の預かり保育の施設として使用
  - ・ 預かり保育のこどもたちが地域の伝統文化である「蓮潟神楽」に触れるイベントも実施されている。



### 〔戦略と現状とのギャップ等〕

仕事と子育ての両立から、国の政策である幼児教育無償化も手伝って、預かり保育のニーズは増加するものと思われる。

## 2020～2024の取組

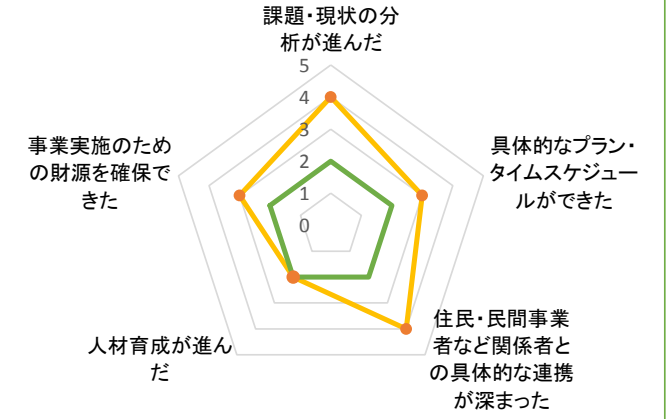
保育園待機児童を発生させないよう、保育園の収容スペースの確保に向け、蓮潟こども園で預かり保育で利用しない時間帯の有効活用により、在宅子育て支援のための「子育て支援センター(すくすくくらんぼ)」を現行の「聖籠こども園」から「そだちの家」へ移設し、0～2歳児での在宅子育て親子における交流の場の拠点とする。併せて多世代交流等の場としての多目的活用を進める。

2020	子育て支援センター移設による試験運営
2021	子育て支援センターの本格運営開始
2022	
2023	
2024	

K P I	預かり保育以外の利用者件数 (年間延べ人数)		
基準値	20 (2019)	⇒	200 (2024)

# 生涯活躍のまち構想の実現に向けた取組み

## 〔基盤整備の評価〕



## 〔実績〕

- 2018.3月：「生涯活躍のまち構想」策定：人生100年時代の到来を見据え、高齢期をより前向きに捉えるとともに少子高齢化に対応した、生まれてから亡くなるまでの全てのライフステージで住みよい多世代共生型の地域社会を目指す構想
- 2018.7月：学びフォーラム開催：いくつになっても何かにチャレンジしたり、人生を充実させること、多世代共生や大学の役割、可能性をさぐるフォーラム。（敬和学園大学と共催）
- 2018年度：高齢者の意欲と能力を発揮できる地域社会について、町とハローワーク、シルバー人材センターとで政策研究「働きたいシニアの希望実現のための研究会」を実施。



講演は最年長プログラマーとして話題の若宮正子さん（参加者120人）

## 〔戦略と現状とのギャップ等〕

少子超高齢化の進展、人生100年時代ともいわれる長寿社会が到来しようとしており、高齢者が地域社会での役割を担いながら、自分らしく活動できるまちづくりの視点が今後さらに重要となる。

## 2020～2024の取組

- 人生100年時代の到来を見据え、「働く」「学ぶ」「地域で活動する」といったシニア世代の社会参画の希望実現のため、関係団体と連携しながら、情報を一体的に共有・提供し、地域のニーズとシニアの活躍の場をマッチングできるようガイド、コーディネートできる体制の環境整備に取り組む

2017年8月に60歳～74歳まで町民1000人を対象にしたアンケート（回収率53.7%）  
 ふだんの仕事や活動に関する質問で、「収入を伴う仕事」「集落の行事」「町の行事」「老人クラブ」「趣味サークル」「ボランティア」の6項目いずれにも活動がないと回答した人の割合

	60～64 N=179	65～69 N=211	70～74 N=136	無回答 N=11	計
1週間に一回以上の頻度の活動がない人	20.1	37.0	32.4	9.1	29.6
1か月に1回以上の頻度の活動がない人	14.5	28.9	21.3	9.1	21.8

2020	関係機関と調整、事業の検討・設計
2021	事業の実施、評価検証
2022	事業の実施、評価検証
2023	事業の実施、評価検証・アンケート調査の実施
2024	事業の実施、評価検証

KPI	活動がない高齢者の割合（アンケート）	
基準値	週1：29.6% 月1：21.8% (2017アンケート)	⇒ 週1：20%以下 月1：10%以下 (2023アンケート)

## ◇ 健康寿命の延伸に向かって、健康づくりでポイ活事業

- 【町の状況・課題】
- 聖籠町では、「働き盛り年代の生活習慣病の重症化」が目立ち、健康寿命にも大きく影響しており、保健事業における重点課題となっている。
  - 町民に対し、健診への受診勧奨や健康づくり事業への参加勧奨は行っているが、新たな参加者獲得には苦慮しており、新たな取り組みも必要とされている。
  - 町民の疾病予防・健康づくりへの取り組みに対するポイント付与制度や、保健部署だけでなく、商工部署や地域の商工団体などと連携した取り組みを国は推奨している。

### 2020～2024の取組

・特定健診、がん検診だけでなく、スポネットせいろうの事業・トレーニングルーム、温泉施設ざぶ～ん館等とも連携し、受診者、利用者ポイント付与し、賞品と交換もしくは応募資格と交換。  
 ・個人へのインセンティブにより、健診受診行動や健康づくり習慣の定着をねらい、町全体の健康寿命延伸を図る。

【2020年】健康づくりに係る関係者、部署と事業の実施に向けて協議し、事業計画を作成する。  
 【2021年】事業を開始し、各個別事業ごとの評価を行う。随時、事業を修正する。  
 【2022年】ポイント付与された個人の行動変容と効果を検証する。  
 【2023年～】継続実施  
 【2024年】医療費・健診データ等でアウトカム評価を実施

2020	関係部署との協議・個別事業計画作成
2021	事業開始・個別事業評価実施
2022	個別事業評価実施・個人への効果検証
2023	〃
2024	〃

K P I	国保特定健診受診率		
基準値	53.0% (2018)	⇒	60.0% (2023)