

地方創生拠点整備交付金効果検証について

(事業実施年度:平成30年度～令和4年度、効果検証年度:令和5年度)

| 対象事業名 | 総合戦略のKPI (重要業績評価指標) | 事業概要 | 事業費 (単位:円) | 交付金 充当額 (単位:円) | 成果指標 | | | 【1】効果検証(4段階評価) ①地方創生に非常に効果があった。 ②地方創生に相当程度効果があった。 ③地方創生に効果があった。 ④地方創生に効果がなかった。 | 【2】外部有識者による評価(2段階評価) ①総合戦略のKPI達成に有効であった。 ②総合戦略のKPI達成に有効とは言えない。 | 【3】今後の方針(5段階) ①追加等更に発展させる ②事業内容の見直し(改善) ③事業の継続 ④事業の中止 ⑤予定通り事業終了 |
|----------------|--|---|---------------|----------------------|-------------------|---|---|---|--|--|
| | | | | | 指標 | 目標値 | 実績値 | | | |
| 儲かる次世代農業拠点整備事業 | 【基本目標・数値目標】 人口: 令和2年 90,300人 年間観光入込客: 令和2年 260万人 | これまで花と自然の公園であった農林公園を新たな農業振興の拠点として位置づけ、主に農業人材を育成する農業研修機能を核とした施設にリニューアルする。また、地域農産物のブランド価値を創造する農産物加工開発機能、収穫体験を通じて農業の魅力をPRする農業体験機能、緑豊かな農村での余暇活動を推進するグリーンツーリズム機能を付加し、農業の生産性を向上させる拠点施設として整備を行う。 | 523,673,640 | 257,573,184 | 農林公園における農業生産額(千円) | (R1) 4,725 (R2) 15,311 (R3) 28,663 (R4) 45,977 | (R1) 4,729 (R2) 19,142 (R3) 26,356 (R4) 29,444 | ③地方創生に効果があった。 | ①総合戦略のKPI達成に有効であった。 | ⑤予定通り事業終了 |
| | | | | | 農業研修生数(人) | (R1) 2 (R2) 5 (R3) 9 (R4) 14 | (R1) 5 (R2) 7 (R3) 10 (R4) 7 | ○整備内容 高度環境制御型温室、農産物加工体験施設、直売施設の新築をはじめ、体験・研修農場や果樹園等の整備。 高度環境制御型温室については、使用する建築資材(高力ボルト)の入荷が遅れたため、令和元年7月に工事が完了。 交付金充当額(257,573,184円) ○取組状況 令和元年8月1日供用開始。露地野菜の収穫体験やイベントの開催、研修センター等の貸館等を実施。12月から温室でのイチゴの摘み取り体験を開始。 令和2年8月より指定管理者制度に移行。民間のノウハウを活用した「イチゴの摘み取り体験」「丘の上のカフェ」などの運営を行うことで、新たな観光スポットとして定着した。 令和4年度は公園としての魅力を高め、何度も訪れたい観光地となることを目指し、収穫量よりも食味を重視した品種のイチゴを栽培することで、有料体験者数は減少したが、リピーターが増加するとともに利用者単価が上昇し農業生産額の増加に繋がった。農業研修生数は、就農を目指す者に対し休日を利用して専門的な知識を学ぶ事ができる研修として、市広報紙やSNSなどを活用して積極的に募集に関する広報活動を行ったが、目標には至らなかった。 結果、令和4年度は全ての項目で目標値を下回る結果となった。 | ・成果指標における実績値が少し低い部分はあるが、コロナ禍などの特殊事情を考慮すると致し方無いと思われる。また、総合戦略のKPIである人口や年間観光入込客数に対しては、年間での来園者数等からしても大きく貢献していると認められる。 ・市外に対しての宣伝方法を工夫することで、より大きな効果が期待できる。 ・ファミリー層の誘客を高めるには、栽培するイチゴの種類を増やすことやSNSによる情報発信が重要である。 ・イチゴの収穫期以外の誘客を高めるため、体験型のイベント開催など目玉があるとよい。 ・農産物や加工品について東松山プライドに組み込まれるとよい。 ・Googleの口コミ評価が良いため、民間の観光情報サイトへ掲載されるようにすれば来園者も増えるのではないかと。 ・農林公園だけでなく周辺の観光施設との連携を強化することでより高い効果を得られるのではないかと。 | 地方創生拠点整備交付金の対象事業としては、予定通り事業終了。 【今後】 本施設では、これまで延べ29人に農業研修を行った。卒業生の中には、本格的な就農に向けてより高度な技術・知識を学べる市農業公社農業塾へ移行した者も出てきており、市内での就農という最終的な成果はこれから出てくるものと期待している。加工品開発については、施設で栽培されたイチゴを使ったジャムやコーラ、ビールなどが新たに開発され、お土産等として販売されている。また、市内特産の栗を本施設で加工しビール原料として出荷する取組も開始するなど、市内農産物にも波及効果をもたらしている。また、収穫体験などを通じた農業の魅力PRについては、年間1万人以上が訪れる施設となり、市内外に農に触れ合える機会を提供できるようになった。 今後は、これまでの取組を継続しつつ、その効果が市内全域に広がるよう農業研修卒業生へのフォローアップや市内農産物を使った新たな加工品の開発、ぼたん園やコエドビール醸造所などの近隣施設と連携したイベント開催などを行っていく。 |
| | | | | | 有料農林業体験者数(人) | (R1) 3,150 (R2) 9,230 (R3) 16,910 (R4) 44,030 | (R1) 6,428 (R2) 5,973 (R3) 12,835 (R4) 11,995 | | | |