

地域再生計画

1 地域再生計画の名称

玉東町賑わいのまちづくり推進計画

2 地域再生計画の作成主体の名称

熊本県玉名郡玉東町

3 地域再生計画の区域

熊本県玉名郡玉東町の全域

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

・29年度末に完成予定の駅前施設に物産施設の整備を行うこととしており、当該施設の運営母体の育成や商品（野菜、果実、特産品）の確保等が難航していたため、地方創生加速化交付金を活用し準備を進めてきた。現在は計画倒れに終わらせるのではなく、「助走から飛躍」へと移行していくため、経営ベースに乗せた本格的な取り組みを進めていく必要に迫られている。議会も町民も動向を注視しており、結果で応えるため大きな飛躍が求められている。

・当町の面積2,433haに占める農地の面積は1,069ha（44%）であり、就業者数は農業が一番多い。GDPの市町村内の構成比と県の構成比とを比較し特徴ある産業分野を探ると農業のウエイトが極めて高く、また、経済規模を県との人口比でもみても農業総生産だけが県の平均的水準を大きく上回っており、農業が町を代表する産業であると言える。しかし、農地の約35%で当町の主要農作物である高品質のみかんをはじめ、すいか・梨・スモモ等様々な果樹及び米が生産されているが、農家の高齢化・後継者不足等による生産量の減少をはじめ販路拡大が進まないなど、農業衰退が危惧される。

・葉物野菜については、町内で安定的に供給できる生産力の高い農家が少ないため、商品として“売れる”野菜の種類・作付面積・生産量を把握し、物産施設におく農作物の供給体制等を整えておく必要がある。

・スモモの一種である「ハニーローザ」は日本一の作付面積と生産量を誇り、収穫期が6月中旬から下旬にかけて2週間程度しかなく生果で食べられる期間が非常に短いことから、「幻のスモモ」と呼ばれ希少価値が高いにも関わらず、町の特産品としての知名度が低い。

・ハニーローザを使用した加工品「ハニーローザアイスクリーム」は平成22年

度熊本県物産振興協会主催の熊本県優良新商品表彰事業で最高賞の金賞を受賞するなど評価が高く人気も徐々にでてきており、今後需要が増えると原材料の不足から供給が追いつかなくなる可能性がある。

・当町は交通の利便性に恵まれている半面、近隣都市への通過点となってしまっており、ハニーローザや国指定の西南戦争遺跡群等を有していながら知名度が低く、当町へ人を呼び込むためのPR不足が課題である。

4-2 地方創生として目指す将来像

町の賑わい創出のシンボルとして、JR木葉駅前開発事業を行っており、29年度末に商業及び文化・交流施設等を公設民営により整備することとしている。管理運営をする団体については、公益性と採算性の双方を担保し、町民に支持される新たな組織（まちづくり会社）の設立を目指し、官民一体の様々な取り組みを進めてきた結果、29年度当初に組織設立の目途が立ったところである。今後はこの組織（まちづくり会社）の発展を目指す中で、商業面から生まれる新たな仕事での雇用の創出、特産品の販売により生産者・消費者が生む賑わいの創出、農産品の新たなマーケットを開拓していくことでの基幹産業（農業）の振興、玉東町を拠点に誕生するこれまでになかった新たな事業などによる町の魅力向上、それによる定住人口確保など、町発展のための様々な効果を永続的に作り出していく正のスパイラルの確立を目指す。

【数値目標】

	事業開始前 (現時点)	平成29年度 増加分 (1年目)	平成30年度 増加分 (2年目)	平成31年度 増加分 (3年目)
まちづくり会社での特産品等販売額 (千円)	0	4,723	6,000	8,000
インターネット販売ページを通じた商品販売件数 (件)	0	150	300	600
まちづくり会社での就業者数 (人)	0	2	2	2

			KPI増加分の累計
			18,723
			1,050
			6

5 地域再生を図るために行う事業

5-1 全体の概要

町のシンボル事業として進める木葉駅前開発事業では、商業及び文化・交流施設等を整備予定であり、賑わいあるまちづくりを進める観点から公設民営のスタイルを目指して準備を進めてきた結果、29年度当初に組織設立の目途が立っている。今後はこの組織（まちづくり会社）を発展させ、雇用の創出、賑わいの創出、基幹産業である農業の振興、町の魅力向上による定住人口確保など、町発展のための様々な効果を永続的に作り出していくための事業を展開していく。

5-2 第5章の特別の措置を適用して行う事業

地方創生推進交付金（内閣府）：【A3007】

① 事業主体

熊本県玉東町

② 事業の名称：玉東町賑わいのまちづくり推進事業

③ 事業の内容

以下の事業を実施し、町発展のための様々な効果を永続的に作り出していく正のスパイラル確立のため、地方創生加速化交付金事業を活用して設立準備を整えたまちづくり会社の円滑な運営を支援する。

①町特産品等インターネット販売事業

- ・木葉駅前に整備予定の施設ができるまでは直売所がない状況にあるが、地方創生加速化交付金事業で整えたインターネット販売環境を利用し、

町特産品等の販売を行うことでまちづくり会社の経営基盤を確立し、町の基幹産業である農業の振興と町の賑わい創出を図るためのPRを行う。

- ・インターネット販売を成功させるためには利用者がサイトに行きつく仕掛けが必要であるため、SNS広告や大手インターネットサイトへの出店による露出を図る。また、新聞広告なども行い、玉東町のまちづくり会社と農産物の認知度向上にも取り組む。

②生果生産者育成事業

- ・直売所ができるまでの期間はインターネット販売により、町特産品等の販売を行うが、当初から玉東町内に大勢いる農家の全てを商品の供給元と捉えるのは商品のバラツキ、トレーサビリティの担保、需給調整の難しさなどからリスクが高すぎると考えられる。そこで、まずは町が認めた機関である認定農業者部会を対象に商品の確保を行うこととし、部会の中でもネット利用への関心が高い若手組織の後継者部会を対象に商品の供給を図る。

③野菜生産者育成事業

- ・駅前には物産施設が整備される予定であるものの、物産施設にかかせない野菜を商業ベースで栽培している農家はほとんど見当たらない。しかし、自家消費のため、家庭菜園規模で野菜を作っている退職者などは大勢いるため、この家庭菜園規模の野菜を出荷できる商品のレベルまで高め、野菜がない町での野菜の商品化を目指し、新たな経済を生みながら高齢者の生きがいつくりなどにもつなげていく。

④加工品販売事業

- ・玉東町が日本一の生産量を誇るハニーローザ（スモモ）の加工品であるハニーローザアイスクリームは熊本県優良新商品表彰事業で全59商品の中から最高金賞を受賞した逸品であり、これまでに参加してきた商談会などでも多くのバイヤーが絶賛した確かな商品力があるものの、町が販売している現時点では、商売の世界において潜在する商品力を発揮できていない状況にある。このため、ハニーローザアイスクリームの販売事業を町からまちづくり会社に移行し、町ではできなかった積極的な販売をまちづくり会社の主導で展開することで、自立できる財源確保に取り組み、新たな雇用の創出も狙う。地方創生加速化交付金等を活用したこれまでの様々な取り組みにより「ハニーローザ＝玉東町」という認知度が高まってきていることから、ハニーローザの加工品の売れ行きを伸ばすことで、町の知名度向上と生産者の所得向上も狙う。

⑤特産品開発事業

- ・これまで玉東町と玉東町商工会でハニーローザを使った様々な加工品づくりに取り組んできた結果、複数の商品が誕生した。販売に至った商品と試作品段階の商品の両方があるが、いずれも商談会等で「希少性が素晴らしくストーリー性が魅力」、「味が素晴らしい」といった高評価をいただいているため、引き続きハニーローザを使った加工品づくりに取り組む。
- ・ハニーローザを使った加工品を広告塔としながら、みかんや梨といった他の果物を使った加工品づくりにも着手する。玉東町には四季折々のフルーツがあり、他の産地に比して市場での評価が高い品目もあるが、全体的には営業不足もあって価格転嫁が不十分である。29年度は地方創生加速化交付金を活用して取り組んだ「ぎょくとうフルーツ」のブランド化を更に推進するため、確かな商品力のある加工品づくりに取り組む。

⑥販路開拓事業

- ・玉東産の農産物や加工品の販路開拓のため、バイヤー等が参加する商談会に出展する。

⑦自社農園管理事業

- ・町の特産品であるハニーローザはこれまでの様々な取り組みにより、需要が確実に上がってきており、市場での取引価格も年々上昇している。また、様々な加工品についても28年度に商談会に参加した結果、多くのバイヤーから取引を求められているが、今以上の規模拡大に取り組むならば、加工に回す原料不足に陥ることは明白となっている。そのため、会社自ら園地を持ちハニーローザ生産に取り組むことで原料不足の課題解消を図る。

⑧経営安定化事業

- ・29年度はまちづくり会社の立ち上げ初年度となる見込みであるが、これまでに経験の無い事業展開に取り組むこととなるため、物産販売に長けた者や経営指導のできる者の介入（アドバイス等）により、会社の経営を安定軌道に乗せる。また、準備資金（資本金）がない中でのスタートとなるため、経営に必要な備品のリース料等について、支援を行う。

⑨地域振興事業

- ・地方創生加速化交付金を活用し育成を図った「ぎょくとう勝手に宣伝隊」と連携し、町のイベントの更なる活性化や町や宣伝隊の更なるメディア露出を狙い、町の知名度向上と賑わいの創出を図る。

④ 事業が先導的であると認められる理由

【自立性】

まちづくり会社の経営が軌道に乗るまでを助成し、以後は自主財源で稼ぎ自立する。

【官民協働】

公益性と採算性を担保しながら、「雇用の創出」、「賑わいの創出」、「基幹産業（農業）の振興」、「町の魅力向上」、「定住人口の確保」などに取り組む事業であるため、公益性担保の調整役として町が関与し、採算性担保の推進役として地元商工業者や農業者の連携が図られる。

【政策間連携】

物産販売、観光振興、定住促進を横断的に進める事業となっており、それぞれの分野の連携が図られる。また、町の関係各課において事業の進捗状況等の情報の共有化を図り、相乗効果を高めるしくみをさらに構築していく。

【地域間連携】

熊本市を中心とした連携中枢都市圏構想、玉名市を中心とした定住自立圏構想のビジョンの中に事業を組み入れ、地域間連携を図る。

【その他の先導性】

特になし。

⑤ 重要業績評価指標（KPI）及び目標年月

【数値目標】

	事業開始前 (現時点)	平成29年度 増加分 (1年目)	平成30年度 増加分 (2年目)	平成31年度 増加分 (3年目)
まちづくり会社での特産品等販売額 (千円)	0	4,723	6,000	8,000
インターネット販売ページを通じた商品販売件数 (件)	0	150	300	600
まちづくり会社での就業者数 (人)	0	2	2	2

			KPI増加分の累計
--	--	--	-----------

			18,723
			1,050
			6

⑥ 評価の方法、時期及び体制

【検証方法】

玉東町まち・ひと・しごと創生総合戦略策定委員会において、総合戦略における基本目標、数値目標等の検証に係る会議を年に2回以上行うこととしているため、それに併せて効果検証を行う。検証の結果、必要に応じて事業の見直しを行う。

【外部組織の参画者】

町議会議長、町農業委員会会長、町法人会会長、町商工会会長、JA玉名玉東総合支所支所長、町嘱託委員会副会長、町校長会会長、町社会福祉協議会事務局次長、肥後銀行玉東支店支店長、熊本県玉名振興局局長、女性住民代表

【検証結果の公表の方法】

検証後、速やかに町ホームページで公表。

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【A3007】

総事業費 19,000千円

⑧ 事業実施期間

地域再生計画認定の日から平成32年3月31日（3ヵ年度）

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) 木葉駅周辺地区都市再生整備計画事業（社会資本整備総合交付金）
事業概要：町の顔であり、玄関口であるJR木葉駅前に商業、文化交流施設、広場などの整備を行う。
実施主体：熊本県玉東町
事業期間：平成29年度

6 計画期間

地域再生計画認定の日から平成32年3月31日

7 目標の達成状況に係る評価に関する事項

7-1 目標の達成状況にかかる評価の手法

【検証方法】

玉東町まち・ひと・しごと創生総合戦略策定委員会において、総合戦略における基本目標、数値目標等の検証に係る会議を年に2回以上行うこととしているため、それに併せて効果検証を行う。検証の結果、必要に応じて事業の見直しを行う。

【外部組織の参画者】

町議会議長、町農業委員会会長、町法人会会長、町商工会会長、JA玉名玉東総合支所支所長、町嘱託委員会副会長、町校長会会長、町社会福祉協議会事務局次長、肥後銀行玉東支店支店長、熊本県玉名振興局局長、女性住民代表

7-2 目標の達成状況にかかる評価の時期及び評価を行う内容

【数値目標】

	事業開始前 (現時点)	平成29年度 増加分 (1年目)	平成30年度 増加分 (2年目)	平成31年度 増加分 (3年目)
まちづくり会社での特産品等販売額 (千円)	0	4,723	6,000	8,000

インターネット販売ページを通じた商品販売件数（件）	0	150	300	600
まちづくり会社での就業者数（人）	0	2	2	2

			KPI増加分の累計
			18,723
			1,050
			6

7-3 目標の達成状況にかかる評価の公表の手法

検証後、速やかに町ホームページで公表。