

3 — 1

事業名		農を活かした産業連携による仕事創出推進事業				担当課		産業まちづくり部 農とみどり推進課	
予算額	31,316,000円	決算額	30,150,000円	執行率	96.3%	交付額	15,658,000	交付決定日	平成30年4月2日(当初) 平成30年8月31日(変更) 平成31年4月1日(当初)
地方創生総合戦略との関係性		【基本目標】 安定した雇用を創出するとともに、地域経済を活性化する。							
事業概要		農業と商工業・観光業が連携し、富田林寺内町などの観光資源を活用した市内消費の拡大、新たな販売チャネルの開拓、農業体験型観光の開発、農業経営の改革の4つを柱に雇用創出のために市内の経済をはじめ地域の活性化を図る。							
実施内容		(1)富田林の海老芋名物化プロジェクト ①海老芋コロッケの生産・消費拡大 魅力発信店舗「富田林コロッケ 寺内町店」の運営 生産者との連携による原材料海老芋の確保と供給の強化 新商品(Wチーズ・カレー・ベーコン・トマトを入れた海老芋コロッケ)の開発・販売 ②海老芋(加工品含む)について、市内外の飲食店等への販路開拓 高規格品の京都市場への出荷試行 海老芋焼酎の製造、配布・販売 梅田グランフロントの旬穀旬菜他2店舗と週30kgの冷凍海老芋の販売 ③海老芋(加工品)の宣伝 ツイッター・フェイスブックでの情報発信 ④新たな生産者の拡大 NAVI農業で富田林農業の魅力発信等 ⑤海老芋研究会の実施 海老芋の生産認証体制の推進 ⑥地域産品ブランド化の促進のため、登録商標やGI認証の取得 海老芋のブランド化促進をめざした「富田林海老芋」のGI認証(※)の取得検討 ※地理的表示保護制度に基づく農林水産省の認定 ⑦ご当地コロッケのさらなる開発 コロッケ3兄弟(ベーコンチーズ、トマトチーズ、カレー)の総選挙イベントを実施 ⑧他の農産品加工も試行し、多品目な加工品の取扱いを目指す 海老芋カレー、海老芋コロッケバーガーをイベントで販売 ⑨農業体験観光集客事業 富田林市南地区協同組合とのコラボ事業を実施							

令和元年度地方創生推進交付金事業評価・検証シート

3 — 2

担当課所見	令和元年度事業では、平成30年度に引き続き、限られた予算と人員を海老芋の名物化への取り組みに集中し、海老芋の高付加価値化による一点突破を目指しました。結果、海老芋コロッケは飛躍的に売り上げを伸ばし、本市名産品として成長を遂げております。今後も、安定的な供給を持続できれば、さらなる成長が見込まれると思います。 本事業を通じて、富田林海老芋のブランド向上が図れたこと及び今後における加工品開発により、海老芋を原材料として年間を通じて安定的供給が可能となれば、海外も含めた新たな「海老芋マーケット」の創出にも期待が持てると思慮いたします。 「海老芋の安定供給」と「加工過程における洗いや皮むきなどの初期処理」につきましては、海老芋生産者からの買い付けを増やすとともに、初期処理から製品出荷までの加工工程に対応可能な設備を農業公園サバーファーム内加工室に整備しました。これにより、多様な販路を獲得し安定的な商品供給体制が構築できれば、本事業の目的である農業と他産業との連携深化により生まれる新しい価値による経済活性化を通じた雇用の創出にアプローチできると考えております。 また、(仮称)富田林市地域連携株式会社設立に向けて準備を進めてきました「おいで！とんだばやし推進連携協議会」については、事業清算に伴う、事業内容の整理及び今後の取組についての調整を行い、自立・自走に向けたより具体的なスキームを検討した結果、共同体による事業運営は見送りましたが、今後は民間経営による富田林の海老芋名物化プロジェクトとして、引き続き取組を進めます。				
本事業における重要業績評価指数(KPI)				内部評価(※)	実績値から見た今後の方針
	令和元年度目標値	令和元年度実績値	3年間の目標値 (令和2年3月)		
本事業により創出された雇用者数	0人	10人	10人	地方創生に非常に効果的であった	民間経営による事業実施に移行
名物料理提供認定店舗数	10件	3件	18件	地方創生に効果があつた	民間経営による事業実施に移行
農業体験観光への参加者数	150人	20人	200人	地方創生に効果がなかった	事業の中止
本事業による関連商品の売上高	1,800千円	5,689千円	2,300千円	地方創生に非常に効果的であった	民間経営による事業実施に移行

令和元年度地方創生推進交付金事業評価・検証シート

3 — 3

	●評価（※）	地方創生に相当程度効果があった
外部有識者の評価	●個別意見（抜粋）	
	【令和元年度の取組の取組に対するご意見】 ・取組を海老芋の高付価値化にしほり、試みた事業内容とその成果は評価できる。 ・高規格品の京都市場への出荷などの販路拡大は有効と考える。 ・海老芋加工品宣伝について、SNSを活用することが効果的と考える。 ・富田林海老芋、海老芋商品のキャラクター化を試み、出荷時の段ボールやケースなどパッケージなどにも応用でき、見える化が進行する。また、それ自体がグッズ化する狙いもある。 ・登録商標やGI認証の取得も評価を高め、品質の自己管理に貢献できる。 ・イベントなどの実施も多くの人に商品を知り、関心を持たせる効果がある。 ・商品開発・メニューづくりコンテストなどを実施し、海老芋への関心と新たな商品・メニューを豊富化することもよい。 ・多くの富田林市内の飲食店等で海老芋を取り入れてもらい、商品化してもらう取組を進めるとともに、メニューに取り入れている店の紹介を発信し、店ごとのメニューによる競い合いにより、高付価値化をめざしたい。 ・売上高については、目標値を大幅に達成しており、各事業内容の取組が功を奏したと考える。 ・オンラインガイドツアーの開催を検討してもよい。 ・海老芋コロッケの販売店舗を運営するなど、目的の1つである仕事の創出も実施できており、高く評価できる。 ・海老芋や富田林コロッケの市内での知名度を上げることが必要であると考えているが、富田林コロッケが富田林市内の様々な店舗で販売されるようになったことなどから、知名度も広がっていると感じる。 ・開催イベントやイベント出店情報、魅力情報などの発信が、まだまだ不十分である。 【平成29年度から3年間の取組に対するご意見】 ・富田林市名産品として、成長を遂げており、着実に海老芋の認知度は向上していると判断できる。 ・需要拡大局面では生産者の一定確保が重要である。 ・「官」「民」「学」の連携により安定した生産体制の構築はできないものか。 ・若い方が農業で活躍されている。それらを継続的に広報活動することによって、新規就農者や若手農業者が増えていくと考える。 ・各KPIについて、年度を追うごとに順調に推移しており、取組状況は評価できる。 ・KPIと実績から、3年間の取組により一定の効果が得られていると考える。今後も、農業と他産業との連携深化と、それに伴う雇用の創出について先進的な取組となることを期待する。 ・情報発信が不足している。特に富田林市内での海老芋の魅力の発信は不十分であり、市民に認知してもらうことから始め、海老芋や富田林コロッケのファンとなって、それらの魅力発信に取り組んでもらえるよう、SNS等を活用した協働による情報発信の仕組みづくりを進めていくことが今後重要であると考えている。	

※評価については内閣府が実施する効果検証結果報告の基準を準用。

評価	判断基準
地方創生に非常に効果的であった	実績値が目標値を上回っている場合
地方創生に相当程度効果があった	実績値が目標値の7～8割程度を達成している場合
地方創生に効果があった	実績値が事業開始前よりも改善した場合
地方創生に効果がなかった	実績値が事業開始前を下回った場合