

(参考様式 6)

事業活用活性化計画目標等評価報告書

作成日：令和 2 年 9 月 1 8 日

ふりがな	みほむらのうそんちくかつせいかけいかく
活性化計画名	美浦村農村地区活性化計画
ふりがな	いばらきけんいなしきぐんみほむら
計画主体名	茨城県稲敷郡美浦村
計画主体コード	0 8 4 4 2 5
計画期間	平成 2 8 年度～令和元年度
事業実施期間	平成 2 8 年度
活性化計画区域	茨城県稲敷郡美浦村農村地区

1 事業活用活性化計画目標の評価等

(1) 事業活用活性化計画目標の達成状況

事業活用活性化計画目標	目標値 A	実績値 B	達成率(%) $C = B / A$	備考
地域産物の販売額の増加	254, 539 千円	231, 428 千円	91%	
商品開発数	3 品	6 品	200%	
イベント開催数	3 回	47 回	1, 567%	

(コメント)

国道 1 2 5 号線沿線の美浦村宮地地内に農産物直売所機能を持った「地域交流館みほふれ愛プラザ」を整備した。地域農畜産物及び加工品等の販売を行っており、販売額については、年々増加しているが目標を達成することができなかった。要因としては国道 1 2 5 号線バイパスの開通が遅れたことや、新型コロナウイルスの影響によるものと考えられる。

(2) 目標の達成のために実施した各事業の内容と効果

事業メニュー名	地域資源活用総合交流促進施設（受入機能強化施設）	
事業内容及び事業量	A 交流施設 160 m ² B 直売所 344 m ²	
事業実施主体	美浦村	
管理主体	A 美浦村 B 水郷つくば農業協同組合	
事業着手年度	事業竣工年度	供用開始日
平成28年度	平成28年度	平成29年3月26日
事業の効果	本村の交流拠点として「地域交流館みほふれ愛プラザ」を建設し、交流施設・直売所を設置した結果、直売所においては、イチゴ、パプリカ、マッシュルーム、米など本村産の農産物の販売をはじめ、加工機能による地域農畜産物を活かした弁当や加工品を販売した。販売促進を図る目的として、生産者とともに定期的にイベントを開催した。加工品については、消費者のニーズに応えるべく常に商品開発を行い提供した。村内外からの集客により地域間交流が促進され、地域農業の活性化にも大きな成果を上げている。また、交流施設においては、地元企業と連携した料理教室や食育イベント等を開催し、小さな拠点・地域間交流の貴重な場所として機能している。	

(3) 総合評価及び今後の方針

(コメント)

地域及び都市農村の交流拠点施設として交流施設・直売所が設置されたことにより、地域及び地域農業が活性化され、区域内外からの集客が年々増加しており販売額も増加傾向である。しかし、販売額については目標を下回る結果となっているため、SNS等による情報発信や、インターネットを活用した販売方法などの新たな取組が必要である。また一方で、農家人口の減少に歯止めが利かない状況は続いており、引き続きこの交流施設を通じての地域の活性化に向けた取り組み強化が必要な状況下である。

今後は、生産者や関係機関とのさらなる連携により、集客につながるイベントの企画や、地元農畜産物等を活用した収益性の高い加工品の開発や六次産業化を推進し、地域に愛される交流施設を目指し、さらなる地域活性化を図る。

(4) 第三者の意見

第三評価者	(所属) 美浦村商工会 経営指導員	(氏名) 岡本 正宏
(コメント) 地域交流拠点施設として「地域交流館みほふれ愛プラザ」が設置され、商品開発数・イベント開催数、共に大きく目標値を上回り、利用者、出荷者数も増加傾向にあり、地域交流の場としての役割は十分に果たされた。しかしながら、販売額は年々増加しているものの、当初の目標額には達しておらず、コロナ禍による外出自粛等の影響も考えられるが、利用者、出荷者の増加が有効に売上に反映されていない結果となった。今後は、コロナ禍の影響及び新たな生活様式への対応を考慮し、増加傾向にある利用者・出荷者を有効に売上増加つなげるべく魅力ある商品開発、構成、イベント企画の検討が重要であると考えられる。		
第三評価者	(所属) 常陽銀行美浦支店 支店長	(氏名) 柴山 智
(コメント) 地域と都市農村交流拠点として設置され3年。利用者数増加に向けた商品開発や施設利用のイベントが積極的に開催され、地域に愛された交流施設として十分に機能した。また、地元特産品の直売所においては、出荷者・利用者ともに順調に増加している反面、販売額は僅かながら目標値には届かなかった。今後、国道125号バイパスの開通により、区域内外からの更なる利用者の増加が十分期待できる環境下において、コロナ禍による内食需要も高まっており、特産品等の販売額の増加も期待できるものの、利用者1人当たりの購入額の底上げに向けた施策や更なる商品群の拡充等の新たな取組が必要と推測される。また、当面は長引くコロナ禍において、イベント等の縮小・自粛に伴う地域交流機会の減少への対策が急務と推測される。		
第三評価者	(所属) 筑波銀行美浦支店 支店長	(氏名) 木所 憲一
(コメント) 販売額の増加は、目標に達しなかったものの、イベントを積極的に開催し、集客につなげたことが大きく評価できる。後半は、新型コロナによる影響があったことは販売額が伸びなかった要因になったと思われる。国道125号バイパスが一部開通とはなったものの、土浦つくば方面から鹿行地区へ向かう主要道路上に位置していることもあり、村外からの誘致を図るためにも交流拠点を通過する車から、寄ってみたいくなるような飾りつけや建物外観上のアピールを工夫すると集客増につながると考える。リピーター増加のための更なる商品の充実とイベントの開催を期待する。		
第三評価者	(所属) 稲敷地域農業改良普及センター	(氏名) 池田 有弘
(コメント) 農産物直売所における販売額、利用者数、出荷者数は年々増加しており、地域農業の活性化に結びついている。直売所のイベントとして生産者直販会、特別栽培米販売会、常陸秋そば試食会等が開催され、地元農産物の地域住民への理解促進、地域住民の交流の場として活発に活用されている。農産物直売機能、多世代の地域の方々が交流する機能を持つ施設として、村、農協、地域企業等の連携による更なる活性化を期待する。		

第三評価者	(所属) 株式会社常陽産業研究所	(氏名) 海老原 健
(コメント) 地域交流館みほふれ愛プラザは、農産物直売所機能と子育て支援機能を中核とし、多世代機能、情報発信機能更には隣接する商業施設の存在とあわせ、地域における「小さな拠点」としての役割が定着しつつあることから、一定の成果が上がっているものと評価できる。現在は、コロナ禍の中、集客イベント等には慎重にならざるを得ないが、今後も持続的に当該機能を発揮していくためには、直売エリアの売上増加を図り、収益性を確保していくことが最も重要な課題であると考えられる。過去の3年間の状況をみると、顧客数の増加、客単価の上昇が見られていることから、これまでの取組み（イベント等）の中で、特に効果のあったもの等の評価を実施し、効果的な取組を増やしていくことが大切だと思われる。国道の整備が完全ではない状況で、現況では地元の顧客が中心ではないかと思われるが、今後は国道の開通をにらみ、地元プラス周辺圏域からの集客を意識していく必要性が一層高まってくると思われる。その際に、ここに来ないと手に入らない商品等の提供ができるかが、一つの鍵となるのではないかと思われる。かあさんの台所では、そのために有効活用が望まれる。安全・安心をキーワードに、地産地消型の魅力ある商品の提供を目指していくべきだと考えられる。また、そのために、来店者アンケート等を実施し、来店客の属性やニーズを随時確認することも重要である。独自性のある魅力的な商品をつくり、地元の固定客を獲得して域内循環を高めるとともに、適切な情報発信により域外の人々への利用を促していくことが次の目標になると考える。加えて、キャッシュレスやネットショッピング、レシピ提供など、新たな時代のニューノーマルに対応していくことも重要と考える。		
第三評価者	(所属) 筑波総研㈱	(氏名) 石塚 敏之
(コメント) 本事業は、「農林水産省農山漁村振興交付金」を活用してオール美浦の取組みにより実現された事業と理解している。更なる少子高齢化が進む中で、定住人口から交流人口へ、そして関係人口へと趨勢は変化しており、本事業の取組みはまさに「人と自然が輝くまち」美浦村再生計画実現のために時宜を得た事業となっていると感じた。平成29年度から令和元年度までの期間において、事業活性化目標では販売額を除き目標値を大きく上回っている。目標値の設定レベルや地域状況の変化等考慮すべき点もうかがえるが、報告書のコメント、事業効果、総合評価及び今後の方針ではこうした観点から説明や分析、取組について言及されており、視点も適切なものとなっている。また、地域交流館「みほふれ愛プラザ」についても施設概要や利用環境、成果の分析も行われている。 本事業の事業評価及び今後の展開にあたっては、EBPM（Evidence-based Policy Making, エビデンスに基づく政策立案）の視点を加えながら、事業の方向性、目指すべき成果と結果の検証により柔軟な発想で事業を進めることで「美浦村まち・ひと・しごと創生総合戦略（第7次美浦村総合計画）」を推進するエンジンになるものと考ええる。 美浦村は、県内44市町村にあつてはコンパクトな自治体である。しかし、知名度やブランド力は多方面でその存在感を発揮している。加えて立地環境も魅力的なポジショニングにあると言える。こうした地域の魅力、資源に磨きをかけ自治体としても輝き、村民のQOL（quality of life）を高めるためにも本事業への期待は高いものと言える。今後の展開により、本事業が全国の1,724市町村のグッドプラクティスとなることを期待し、祈念している。		