

地方創生推進交付金 事業説明資料
(平成 3 0 年度実施分)

地域連携による健康・医療ものづくり推進事業

実績額 57,538 千円（うち交付金 28,769 千円）

1 事業の目的・概要

医療機器開発に関するポテンシャルが高い千葉県東葛エリアにおいて、地域における中小企業支援機関である東葛テクノプラザを拠点として、開発意欲を有する地域企業が試作品・製品開発にチャレンジしやすい環境を整備・システム化することで、多くの地域企業の参入や医療機関における課題解決の実現に向けた支援を行った。

※ 東葛エリアには、日本有数のがん治療を行う研究系医療機関があるほか、都内の医療機器メーカーの集積地に隣接していることなどから、健康・医療分野の今後の成長が期待される。

2 事業の内容

(1) メディカル・コンシェルジュの配置

健康・医療分野に知見を有する専門人材（メディカル・コンシェルジュ）を 4 名配置し、医療現場からのニーズの集約化、企業へのニーズ提供、試作品製作に関するアドバイス、試作品完成後の事業化戦略など、製品開発や医工連携に関する総合的なサポートを実施した。

（H30 年度実績）共同開発件数：10 件

(2) 試作品開発支援プログラムの実施

ものづくり中小企業の初期段階の医療機関等からのニーズを題材とした製品開発を支援するため、試作品開発に係る知識を習得する講座や製作、医師等による試作品へのアドバイスを実施した。

（H30 年度実績）試作品開発件数：21 件



試作品の例 (FOCAL TONE)

(3) 中核医療研究機関との連携

平成 29 年度に整備された国立がん研究センター東病院の次世代外科・内視鏡治療開発センター（NEXT）内の医療機器開発センターに、ものづくり中小企業の窓口となるコーディネーターを 1 名配置し、ニーズの集約化、企業への提供を行うとともにマッチングした案件の共同開発を支援した。

また、国立がん研究センター東病院から医師を講師として招き、医療機器の開発を促すためのセミナーを開催した。

（H30 年度実績）セミナー開催回数：1 回（参加者数：19 名）



NEXT 棟

| | | | |
|---|--|------|--|
| 事業名 | 地域連携による健康・医療ものづくり推進事業 | | |
| 担当課 | 商工労働部産業振興課 | | |
| 総合戦略記載箇所 | 大項目：(1) “一人ひとりの働きたい” がかなう千葉づくり 中項目：③未来を支える新産業等の振興 | | |
| 【本事業における重要業績評価指標 (KPI)】 | | | |
| 指標名 | 実績値 | 目標値 | |
| 医療機器等の共同開発件数 | 10 件 | 10 件 | |
| 【事業効果の判定】 | | | |
| ①地方創生に非常に効果的であった (例: 全ての KPI が目標値を達成するなど、大いに成果が得られたとみなせる場合) | | | |
| ②地方創生に相当程度効果があった (例: 一部の KPI が目標値に達しなかったものの、概ね成果が得られたとみなせる場合) | | | |
| ③地方創生に効果があった (例: KPI 達成状況は芳しくなかったものの、事業開始前よりも取組が前進・改善したとみなせる場合) | | | |
| ④地方創生に対して効果がなかった (例: KPI の実績値が開始前よりも悪化した、もしくは取組としても前進・改善したとはいえないような場合) | | | |
| 【要因・課題】(取組推進に当たった問題点、問題点を踏まえた目標達成に必要な課題) | | | |
| ・医薬品医療機器等法をはじめとした法規制対応や医療機関との関係構築などの問題があることから、医療機関との継続的な製品開発のためには、ものづくり中小企業への単発的な支援ではなく、今後も企業ニーズに沿った形で、支援する必要がある。 | | | |
| 【改善策・取組方針】(要因・課題を踏まえた具体的な取り組み (令和元年度に向けた取組の修正・改善)) | | | |
| ・引き続き、専門人材の活用等を通じたものづくり中小企業の新規参入についての支援を行うとともに、ものづくり中小企業の、製造販売業者や医療機関等と連携した製品開発に向けた支援を推進していく。 | | | |

“一人ひとりの働きたい”をかなえる「働き方改革」推進事業

実績額 16,477 千円（うち交付金 8,239 千円）

1 事業の目的・概要

千葉で働くすべての人が、意欲と能力を生かし、安心していきいきと働きつづけることができる職場環境の整備を図るため、セミナー等を通じて、「働き方改革」についての意識啓発を図るとともに、働き方改革アドバイザーを派遣するなど企業の取組に対する支援を実施した。

2 事業の内容

(1) 働き方改革アドバイザーの派遣

働き方改革への取組を希望する企業に対し、社会保険労務士、中小企業診断士等の専門家を働き方改革アドバイザーとして派遣した。

また、前年度の派遣企業へのフォローアップ派遣や、アドバイザーの出張による地域相談会を開催した。

〈H30 年度実績〉

- ・働き方改革アドバイザーの企業への派遣：22 社（86 回）
- ・フォローアップ派遣：9 社（20 回）
- ・地域相談会：5 回（13 社）

(2) 普及啓発セミナー

働き方改革への意識の醸成を図るため、セミナーやシンポジウムを開催した。

| 開催日 | 名称 | 参加者 |
|---------------|--------------------|-------|
| 8 月 20 日、27 日 | 企業向け働き方改革セミナー | 85 名 |
| 11 月 1 日 | ちば「働き方改革」公労使シンポジウム | 175 名 |
| 3 月 18 日 | ワーク・ライフ・バランスセミナー | 50 名 |

(3) 好事例集の作成・配布

働き方改革に取り組んだ企業の成果等をまとめた好事例集の作成・配付を行った。(2,000 部)

| | | |
|--|--|------|
| 事業名 | “一人ひとりの働きたい”をかなえる「働き方改革」推進事業 | |
| 担当課 | 商工労働部雇用労働課 | |
| 総合戦略記載箇所 | 大項目：(1) “一人ひとりの働きたい”がかなう千葉づくり 中項目：⑤中小企業の活性化支援 | |
| 【本事業における重要業績評価指標（KPI）】 | | |
| 指標名 | 実績値 | 目標値 |
| 「働き方改革」アドバイザーを活用して働き方改革に取り組んだ企業数 | 22 社 | 20 社 |
| 地域相談会実施回数 | 5 回 | 2 回 |
| 【事業効果の判定】 | | |
| ①地方創生に非常に効果的であった(例:全ての KPI が目標値を達成するなど、大いに成果が得られたとみなせる場合) | | |
| ②地方創生に相当程度効果があった(例:一部の KPI が目標値に達しなかったものの、概ね成果が得られたとみなせる場合) | | |
| ③地方創生に効果があった(例:KPI 達成状況は芳しくなかったものの、事業開始前よりも取組が前進・改善したとみなせる場合) | | |
| ④地方創生に対して効果がなかった(例:KPI の実績値が開始前よりも悪化した、もしくは取組としても前進・改善したとはいえないような場合) | | |
| 【要因・課題】(取組推進に当たっての問題点、問題点を踏まえた目標達成に必要な課題) | | |
| <ul style="list-style-type: none"> ・今後も人口減少と少子高齢化が進むと見込まれる中、働き方改革を進め、誰もが活躍できるよう労働環境を整備し、労働力を確保することの重要性を、特に中小企業に認知していただく必要がある。 | | |
| 【改善策・取組方針】(要因・課題を踏まえた具体的な取り組み(令和元年度に向けた取組の修正・改善)) | | |
| <ul style="list-style-type: none"> ・引き続き、セミナー等により働き方改革の機運醸成を図るとともに、働き方改革への取組を希望する県内中小企業等にアドバイザーを派遣し、課題解決を支援する。 ・平成 30 年度にアドバイザーを派遣した企業へのフォローアップを実施するほか、好事例集を広く普及させ働き方改革の取組の浸透を図る。 ・柔軟な働き方の実現のため、新たにテレワークの導入支援を実施する。 | | |

ちば・いちご産地活性化事業

実績額 7,698 千円 (うち交付金 3,849 千円)

1 事業の目的・概要

県が開発した、いちごの新品種「チーバベリー」は、平成 29 年春の本格販売に向けて平成 27 年度から愛称募集を行い、イベントでの試食などによる認知度向上に取り組み、大きな反響を得た。

平成 30 年度は、引き続きイベントなどによる PR 活動に取り組みとともに、外国人観光客の受入れ体制やホテル・飲食店との連携を強化することで、いちご生産者の所得向上・県内観光客の増加・地域の活性化を図った。

2 事業の内容

(1) 観光いちご狩り園及びホテル・飲食店と連携したフェアの開催

内容：国内外への情報発信を目的に、首都圏在住の外国人、日本人インフルエンサーを招いた、「ちば・いちごフェア 2019～キック・オフ・イベント&チーバベリーツアー～」を開催した。知事による PR、県産いちごの紹介やいちご狩りツアーのほか、県内外のホテル・飲食店と連携したいちごスイーツのフェアを行った。

開催日：平成 31 年 1 月 15 日 (火)

場所：幕張メッセ国際会議場

実績：参加 60 名 (報道関係者、関係団体など)



(2) 外国人観光客受入環境整備

内容：訪日外国人向けおもてなし向上研修会を開催するとともに、外国人観光客に対し「いちご狩り」の注意事項を説明するためのインバウンドポスター(ベトナム語版)を作成し配付した。

開催日：平成 30 年 11 月 8 日 (木)

場所：東京ベイプラザホテル

実績：研修会参加者 113 名

ポスター発行部数 500 部



(3) 地域イベント等との連携

県関係各課、各地域のイベントと連携したプロモーションを実施し、県産いちごの魅力を発信した。

【主なイベント等】

- ・「あなたの LOVE♥CHIBA 教えてキャンペーン Season5」(1~3 月県主催)
- ・YOKOHAMA Strawberry Festival (2 月 1 日、7 日、横浜赤レンガ倉庫)
- ・いちごの里さんむ S 1 グランプリ (3 月 30 日、山武市)

| | | | |
|---|--|-----------|--|
| 事業名 | ちば・いちご産地活性化事業 | | |
| 担当課 | 農林水産部流通販売課 | | |
| 総合戦略記載箇所 | 大項目：(1) “働きたい” がかなう千葉づくり 中項目：②力強い農林水産業の確立 | | |
| 【本事業における重要業績評価指標 (KPI)】 | | | |
| 指標名 | 実績値 | 目標値 | |
| いちご狩り園来園者数 | +28,890 人 | +13,000 人 | |
| 【事業効果の判定】 | | | |
| ①地方創生に非常に効果的であった (例: 全ての KPI が目標値を達成するなど、大いに成果が得られたとみなせる場合) | | | |
| ②地方創生に相当程度効果があった (例: 一部の KPI が目標値に達しなかったものの、概ね成果が得られたとみなせる場合) | | | |
| ③地方創生に効果があった (例: KPI 達成状況は芳しくなかったものの、事業開始前よりも取組が前進・改善したとみなせる場合) | | | |
| ④地方創生に対して効果がなかった (例: KPI の実績値が開始前よりも悪化した、もしくは取組としても前進・改善したとはいえないような場合) | | | |
| 【要因・課題】(取組推進に当たった問題点、問題点を踏まえた目標達成に必要な課題) | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> ・テレビや新聞などのメディアで、「チーバベリー」が 156 件紹介されるなど (10 月~4 月末)、大きな反響があった。この効果を県産いちご全体や地域の観光・商工業者に波及させ、地域全体の活性化を図っていった。 ・平成 29 年からの地方創生の取組の効果により、いちご狩り園の来園者の増加から、補助事業を活用して 12 件のいちご農家でハウスの増設があった (107a)。 ・継続的な地域活性及びいちご生産者の所得向上に向け、平成 30 年度までの取組について生産者への周知を図り、県主体でなく、生産者が主体となり、観光客誘致に向けた PR 活動をできるようにする必要がある。 | | | |
| 【改善策・取組方針】(要因・課題を踏まえた具体的な取り組み (31 年度に向けた取組の修正・改善)) | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> ・平成 29~30 年では、県内でのキックオフイベントを実施してきたが、更なる KPI の達成を図るために、首都圏にて、直接消費者に県産いちごの PR を実施する。 ・事業効果が得られたことから、今後は、県内のいちご生産者の組織にて、活動内容の周知を図り、PR 活動を行っていくための事業継承を図る。 | | | |

地域しごと支援センターちば事業

実績額 27,000 千円 (うち交付金 13,500 千円)

1 事業の目的・概要

地域が必要とする人材を県外から呼び込むとともに、地元人材の県内就職による労働力確保を図るため、県外からの転職希望者や若年者等に対して、県内のしごと情報や暮らし情報等を一元的に収集・提供するとともに、県内中小企業との交流イベント等を実施し、県内での就職促進を図った。

2 事業の内容

(1) ホームページによる情報発信

「千葉県地域しごとNAVI」 <https://chiba-chiikishigoto.jp/>

〈H30 年度実績〉 HP アクセス件数 53,201 件

(2) 個別相談

○随時相談

千葉県ジョブサポートセンター（千葉市中央区）内に「地域しごと支援センターちば」を設置し、県外からの転職希望者等への相談に対応するスタッフを配置

受付：月～金 9時～17時 土 10時～17時

(H30.8月より第2・第4土は休館)



センター窓口での個別相談対応

○相談ブース等出展による出張相談

神奈川大学、東海大学、拓殖大学等の
県外大学における就職相談会 等

〈H30 年度実績〉
地域しごと支援センターちば相談実績 329 名
相談ブース等出展 (20 回) 利用実績 62 名

(3) イベント

| 開催日 | イベント名 | H30 年度 利用者実績 |
|-------------|---|------------------------------------|
| 10 月 27 日 | ふるさと暮らしセミナー 「はたらく×くらす ちょうどいい千葉 千葉の魅力発信セミナー」 | 25 名 |
| 11 月 1 日 | 県外大学と県内企業との合同面談会 (第 1 弾) | — (参加数 ・大学：13 校 ・企業：39 社) |
| 1 月 17 日 | 県外大学と県内企業との合同面談会 (第 2 弾) | — (参加数 ・大学：11 校 ・企業：39 社) |
| 3 月 4 日・5 日 | 合同企業説明会 | 84 名 |
| 合 計 | | 109 名 |

| 事業名 | 「地域しごと支援センターちば」事業 | | |
|---|--|-------|--|
| 担当課 | 商工労働部雇用労働課 | | |
| 総合戦略記載箇所 | 大項目：(2) “国内外の多くの人々が集う” 魅力あふれる千葉づくり 中項目：②居住地として選ばれる千葉づくり | | |
| 【本事業における重要業績評価指標 (KPI)】 | | | |
| 指標名 | 実績値 | 目標値 | |
| 地域しごと支援センター利用者数 | 500 人 | 200 人 | |
| 【事業効果の判定】 | | | |
| ①地方創生に非常に効果的であった (例: 全ての KPI が目標値を達成するなど、大いに成果が得られたとみなせる場合) | | | |
| ②地方創生に相当程度効果があった (例: 一部の KPI が目標値に達しなかったものの、概ね成果が得られたとみなせる場合) | | | |
| ③地方創生に効果があった (例: KPI 達成状況は芳しくなかったものの、事業開始前よりも取組が前進・改善したとみなせる場合) | | | |
| ④地方創生に対して効果がなかった (例: KPI の実績値が開始前よりも悪化した、もしくは取組としても前進・改善したとはいえないような場合) | | | |
| 【要因・課題】 (取組推進に当たった問題点、問題点を踏まえた目標達成に必要な課題) | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> 地域しごと支援センターちばの利用者数は昨年度に比べて増加したが、景気回復に伴う労働需要増加を背景とした雇用情勢の改善や、インターネットをはじめとする就職活動手法の多様化等の影響により、合同企業説明会等の参加者数は減少傾向にある。 今後も人口減少と少子高齢化が進むと見込まれる中、本県の将来を担う人材の確保は喫緊の課題となっていることから、都内など県外の大学に通う学生等に対し、県内企業への就職・定着を促す取組の充実を図る必要がある。 | | | |
| 【改善策・取組方針】 (要因・課題を踏まえた具体的な取り組み (令和元年度に向けた取組の修正・改善)) | | | |
| 就職支援協定の締結による県外大学との連携を通じ、県外に就学する学生等に向けた情報発信や、県内企業の魅力を発信するためのイベント等を実施する。 | | | |

ちば新農業人サポート事業

実績額 12,918 千円（うち交付金 6,459 千円）

1 事業の目的・概要

新規就農希望者に対し、ワンストップでの相談窓口を設置して円滑な就農を支援するとともに、研修会や交流会を通じて、農業技術・知識の習得や、地域の農家・新規就農者同士の交流を促し、地域農業の担い手としての定着・育成を図った。

2 事業の内容

(1) 新規就農相談センターの設置

新規参入希望者が、千葉県での就農に関する様々なアドバイスを受けられるよう、県内 13 箇所に新規就農相談センターを設置した。

また、青年農業者等育成センター（千葉県園芸協会）を設置し、就農相談対応や無料職業紹介を行うほか、農林水産就業相談会や県域での新規就農者の交流会を開催した。

（H30 年度実績）

就農相談件数：647 件

農林水産就業相談会（平成 30 年 12 月 1 日（土）、来場者：57 名）

農業法人等就業相談会（平成 30 年 5 月 26 日（土）、来場者：60 名、出展：14 経営体）



(2) 農家後継ぎ等就農促進

県内の高校生等を対象に、地域における先進的な経営事例や先輩農家を紹介することにより、農業の魅力やPRし、就農意欲の向上を促した。

（H30 年度実績）参加者：延べ 393 名

(3) いきいき帰農者研修

定年退職者やUターンの就農希望者に対し、就農をサポートするための研修を実施した。

（H30 年度実績）対象者：112 名

(4) 新規参入者定着支援

新規参入者を対象とした地域別の研修会や交流会を実施し、地域の指導農業士、農業士、先輩新規参入者等から栽培技術や経営に関する助言をもらうとともに、新規参入者同士の交流を促進することにより、定着を図った。

（H30 年度実績）

開催：16 回（県域 1 回、地区別 15 回）

（うち県域）千葉県新規就農者交流会（平成 31 年 1 月 24 日（木）、参加者 35 名）



| | | | |
|---|--|-------|--|
| 事業名 | ちば新農業人サポート事業 | | |
| 担当課 | 農林水産部担い手支援課 | | |
| 総合戦略記載箇所 | 大項目：(1) “一人ひとりの働きたい” がかなう千葉づくり 中項目：②力強い農林水産業の確立 | | |
| 【本事業における重要業績評価指標（KPI）】 | | | |
| 指標名 | 実績値 | 目標値 | |
| 新規就農者数 | 341 人 | 450 人 | |
| 【事業効果の判定】 | | | |
| ①地方創生に非常に効果的であった（例：全ての KPI が目標値を達成するなど、大いに成果が得られたとみなせる場合） | | | |
| ②地方創生に相当程度効果があった（例：一部の KPI が目標値に達しなかったものの、概ね成果が得られたとみなせる場合） | | | |
| ③地方創生に効果があった（例：KPI 達成状況は芳しくなかったものの、事業開始前よりも取組が前進・改善したとみなせる場合） | | | |
| ④地方創生に対して効果がなかった（例：KPI の実績値が開始前よりも悪化した、もしくは取組としても前進・改善したとは言えないような場合） | | | |
| 【要因・課題】（取組推進に当たっての問題点、問題点を踏まえた目標達成に必要な課題） | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> ・就業環境の改善により、独立就農、雇用就農ともに参入希望者が減少している。 ・近年増加傾向の農外からの参入者やUターン、定年帰農者等様々な経歴の新規就農者・就農希望者がいるため、農業の魅力やPRするとともに年代や経験に応じた研修を行い、就農・定着に繋げる必要がある。 ・新規参入者のなかには地縁がないため地域で孤立し、定着が危ぶまれる者がいる。 | | | |
| 【改善策・取組方針】（要因・課題を踏まえた具体的な取り組み（令和元年度に向けた取組の修正・改善）） | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> ・新規就農相談センターでのきめ細やかな相談対応を継続する。また、就農相談会等で先輩就農者の体験発表の場を設け、農業の魅力についてPRする。 ・高校生等の若年層に対しては、地域で活躍する生産者と直接交流する機会を設けることで農業の魅力やPRし、将来的な就農へと繋げる。定年帰農者等を対象とした研修では、実習や講義、先進農家視察等を組み合わせ、趣味的な農業から販売農家への発展を促す。 ・新規参入者を対象とした研修会や交流会の開催や組織活動、地域活動への参加を促し、地域ぐるみで担い手の育成を図れるようにする。 | | | |

地域で育てる新農業人研修事業

実績額 1,437 千円（うち交付金 719 千円）

1 事業の目的・概要

指導農業士等の先進農家や市町村等が設ける実践農場で新規就農希望者を研修生として受け入れ、研修から就農まで地域ぐるみで一貫した支援をすることで、確実な就農と定着を図った。

2 事業の内容

(1) 新農業人・実践農場研修モデル事業

農協が設置した実践農場で新規就農希望者を研修生として受け入れ、地域の関係機関が連携して、技術習得から農地の確保、就農後の営農まで一貫して支援をすることで、新規就農希望者の円滑な就農・定着に繋げた。

〈H30 年度実績〉

研修生数：1 名

研修受入機関及び品目：君津市農業協同組合（カラー、メロン）



メロンの研修の様子

(2) プロ農家育成インターンシップ事業

新規就農希望者を研修生として受け入れて実践的な指導と就農支援を行う県内先進農家を登録し、農業事務所がマッチングを行うことで、新規就農希望者の円滑な研修と就農を支援した。

〈H30 年度実績〉

研修生数：6 名

品目：露地野菜(多品目)、施設野菜(イチゴ)

研修地：八街市、東金市、山武市、大網白里市、袖ヶ浦市

| | | | |
|---|--|-------|--|
| 事業名 | 地域で育てる新農業人研修事業 | | |
| 担当課 | 農林水産部担い手支援課 | | |
| 総合戦略記載箇所 | 大項目：(1) “一人ひとりの働きたい” がかなう千葉づくり 中項目：②力強い農林水産業の確立 | | |
| 【本事業における重要業績評価指標 (KPI)】 | | | |
| 指標名 | 実績値 | 目標値 | |
| 新規就農者数 | 341 人 | 450 人 | |
| 【事業効果の判定】 | | | |
| ①地方創生に非常に効果的であった(例:全ての KPI が目標値を達成するなど、大いに成果が得られたとみなせる場合) | | | |
| ②地方創生に相当程度効果があった(例:一部の KPI が目標値に達しなかったものの、概ね成果が得られたとみなせる場合) | | | |
| ③地方創生に効果があった(例:KPI 達成状況は芳しくなかったものの、事業開始前よりも取組が前進・改善したとみなせる場合) | | | |
| ④地方創生に対して効果がなかった(例:KPI の実績値が開始前よりも悪化した、もしくは取組としても前進・改善したとはいえないような場合) | | | |
| 【要因・課題】(取組推進に当たっての問題点、問題点を踏まえた目標達成に必要な課題) | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> ・雇用環境の改善により、研修希望者が減少している。 ・担い手の高齢化に伴い、新規参入者受入れ体制を整える産地が現れ始めているが、研修地が限定的であるため、希望する地域・品目で研修が受け難い新規就農者もいる。 ・研修地と就農地が乖離し、新規参入者は地縁がないため、地域で孤立することがある。 | | | |
| 【改善策・取組方針】(要因・課題を踏まえた具体的な取り組み(令和元年度に向けた取組の修正・改善)) | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> ・新農業人サポート事業を活用し、農業の魅力を PR する。 ・新規参入者受入れ体制を整えた県内外の先進地域の紹介や、事業の周知をきめ細やかに行うことで、地域ぐるみの受入れ体制整備を促し、県内各地で研修受入を可能にする。 ・農業事務所と連携して事業の趣旨を地域に説明し、地域・品目に関する多様なニーズに対応する受入れ先を増やす。研修希望者と受入先とのマッチングを行い、研修先の農業者と繋がりを作り、就農後に新規参入者が孤立しないように支援する。 | | | |

空き公共施設等を活用した企業進出支援事業

実績額 15,984 千円（うち交付金 7,992 千円）

1 事業の目的・概要

県北東部から南部地域では、少子高齢化や過疎化等により、今後も人口減少が見込まれるとともに企業の立地が進みにくい地域であることから、地方創生による地域活性化を図ることは重要な課題となっている。

このような地域で増加傾向にある小学校や幼稚園などの空き公共施設のほか空き家や空き店舗を活用し、地元市町村や金融機関、地元大学等と連携しながら企業誘致を図ることで地域経済の活性化を図る。

2 事業の内容

(1) 進出可能性のある企業と市町村とのマッチング

- ・企業と市町村のマッチング件数：154 件 59 社
- ・空き公共施設への企業進出件数：10 件 4 市町（鴨川市、勝浦市、長南町、長柄町）

(2) 空き公共施設等活用フォーラムの開催

- ・第一回フォーラム：平成 30 年 10 月 24 日（水）千葉銀行本店 3 階大ホール
参加企業：40 社 参加市町：13 市町
- ・第二回フォーラム：平成 31 年 1 月 25 日（金）コレド室町 3 15 階ホール
参加企業：20 社 参加市町：9 市町

(3) 空き公共施設等視察バスツアーの実施

- ・第一回バスツアー：平成 30 年 11 月 22 日（木）
視察先：長南町、勝浦市 参加企業：9 社
- ・第二回バスツアー：平成 30 年 12 月 20 日（木）
視察先：南房総市、鋸南町 参加企業：12 社

(4) 空き家・空き店舗等のリノベーションプロジェクト

- ・5 件のリノベーションデザインを作成
- ・空き店舗：4 件 空き屋：1 件
- ・県内の 3 市（南房総市、君津市、銚子市）において、市長、関係団体、住民代表者等に対して提言会を実施



空き公共施設等活用フォーラム
(第 1 回)



空き公共施設等視察バスツアー
(南房総市)



空き公共施設等視察バスツアー
(長南町)

| | | | |
|---|---|-------|-------|
| 事業名 | 空き公共施設等を活用した企業進出支援事業 | | |
| 担当課 | 商工労働部企業立地課 | | |
| 総合戦略記載箇所 | 大項目：(1) “一人ひとりの働きたい” がかなう千葉づくり 中項目：①地域の特性に応じた戦略的な企業誘致の推進 | | |
| 【本事業における重要業績評価指標 (KPI)】 | | | |
| | 指標名 | 実績値 | 目標値 |
| | 空き公共施設等への進出企業数 | 10 社 | 5 社 |
| | 企業と市町村とのマッチング件数 | 154 件 | 100 件 |
| 【事業効果の判定】 | | | |
| ①地方創生に非常に効果的であった(例:全ての KPI が目標値を達成するなど、大いに成果が得られたとみなせる場合) | | | |
| ②地方創生に相当程度効果があった(例:一部の KPI が目標値に達しなかったものの、概ね成果が得られたとみなせる場合) | | | |
| ③地方創生に効果があった(例:KPI 達成状況は芳しくなかったものの、事業開始前よりも取組が前進・改善したとみなせる場合) | | | |
| ④地方創生に対して効果がなかった(例:KPI の実績値が開始前よりも悪化した、もしくは取組としても前進・改善したとはいえないような場合) | | | |
| 【要因・課題】(取組推進に当たった問題点、問題点を踏まえた目標達成に必要な課題) | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> ・チラシの作成やHP掲載、機関誌への掲載等により十分な事前周知を行ったほか、連携する市町村のブース出展によりフォーラムを通じて多くのマッチングを創出した。 ・地域の紹介を含めたわかりやすい資料や市町村担当者の的確なPRにより、マッチングを契機としてその後の現地視察や、実際の企業進出に繋がる案件が創出された。 ・一方で、希望する地域に空き公共施設の登録がないケースや、空き公共施設の規模や貸付条件等の面においてニーズに合致しない案件も複数あった。 ・マッチングを重ねるものの、企業ニーズに合致しないことにより企業進出まで至らない、あるいは、企業誘致のノウハウ不足等により企業ニーズが把握できないといった課題を抱えている市町村もある。 | | | |
| 【改善策・取組方針】(要因・課題を踏まえた具体的な取り組み(31年度に向けた取組の修正・改善)) | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> ・今後もより多くの企業と市町村とのマッチング機会を多く創出するため、アンケートの実施等により進出可能性のある企業の発掘に努める。 ・企業の幅広いニーズに対応するため、受け入れ可能な空き公共施設の掘り起こしを行うとともに、空き公共施設を保有しない市町村においても企業誘致の受け皿となるよう、空き家や空き店舗の活用を図っていく。 ・各市町村における自発的な誘致活動の底上げを図るため、金融機関、商工団体などの関係機関との連携強化を目的に、市町村による地域の実情に応じたコンソーシアムの創設を支援する。 | | | |

ちば起業家応援事業

実績額 15,000 千円（うち交付金 7,500 千円）

1 事業の目的・概要

本県では、高齢化が他の都道府県と比較して急速に進み、既存の中小企業、特に地方部における小規模事業者が加速度的に減少することが予想される。

就業機会を求める若年層や働く世代の県外への流出を防ぎ、地域の活性化につなげるため、女性・若者・シニア等の新たな発想による起業を促進する方策として、起業機運の醸成・啓発から優秀な起業家の発掘・育成、実際の起業に向けた人脈形成や販路開拓等の経営サポートまで、一貫した支援を行う。

2 事業の内容

(1) ビジネスプラン・コンペティション

県内の様々なニーズに対応した、新たな発想・手法による起業を積極的に応援するため、本県の課題解決につながるビジネスアイデア・プランを広く募集し、応募者に対するプレゼン指導等の支援を提供しながら、評価・表彰をした。

〈H30 年度実績〉応募総数：49 件（うち、千葉県知事賞：29 件）



ビジコン応募用紙

(2) 起業家交流会

地元起業家が事業に懸ける想いを語るプレゼンや、来場者同士の交流等、顔の見えるビジネスマッチングの機会を提供する交流会を開催した。

〈H30 年度実績〉開催回数：4 か所、参加者数：延べ 652 名

(3) 起業家応援イベント

地域を超えて起業家を応援する大規模イベントとして、「ビジネスプラン・コンペティション」のファイナリストによる最終プレゼン・最終審査と表彰式を実施するとともに、起業家や支援者、創業支援事業者等との交流会、起業家に役立つセミナー、相談ブース設置等を実施することで、より広く起業について周知し、起業意欲の増進を図りながら、地域を超えたビジネスマッチングの機会を提供した。

〈H30 年度実績〉参加者数：延べ 2,200 名



(4) フォローアップ支援等

「ビジネスプラン・コンペティション」等で発掘した優秀な起業家や起業予定者に対し、実際に起業する際や起業した事業を軌道に乗せる際に必要な知識・ノウハウについてアドバイスを行う専門家を派遣した。〈H30 年度実績〉派遣企業数：3 社

過去の「起業家交流会」のプレゼンター等に対し、県内 3 地域でアフターフォロー支援会を開催し、専門家、金融機関、支援機関等から、現在の事業内容、組織体制等の課題についてのアドバイスを行った。〈H30 年度実績〉参加者数：8 社

また、各地域での「起業家交流会」の参加者をはじめとした起業予定者を主たる対象として、広報・宣伝、ホームページ作成、SNS 活用、クラウドファンディング、事業承継等をテーマに起業家応援イベントにおいて「スキルアップ研修」等を実施した。（アンケート回答者のうち 8 割以上が「満足」又は「やや満足」と回答。）

〈H30 年度実績〉参加者数：175 名

(5) 情報発信

県内で実績のある起業家の事例集を作成した。〈H30 年度実績〉配付部数：2 万部

また、起業家や起業予定者に向け、起業機運を高めるコンテンツ、事例集に掲載された起業家についての情報、当事業や公的支援機関等での支援情報・施策案内などを、ホームページや SNS 等を使い、効果的に発信した。

〈H30 年度実績〉ちば起業家応援事業 Facebook アカウントへのいいね件数：1,370 件

(H31. 3. 19 時点)

| | | | |
|---|--|---------|---------|
| 事業名 | ちば起業家応援事業 | | |
| 担当課 | 商工労働部経営支援課 | | |
| 総合戦略記載箇所 | 大項目：(1) “一人ひとりの働きたい” がかなう千葉づくり 中項目：①地域の創意工夫による経済活性化の取組の促進 | | |
| 【本事業における重要業績評価指標 (KPI)】 | | | |
| | 指標名 | 実績値 | 目標値 |
| | 起業家応援イベントの参加者数 | 2,200 人 | 2,500 人 |
| 【事業効果の判定】 | | | |
| ①地方創生に非常に効果的であった(例:全ての KPI が目標値を達成するなど、大いに成果が得られたとみなせる場合) | | | |
| ②地方創生に相当程度効果があった(例:一部の KPI が目標値に達しなかったものの、概ね成果が得られたとみなせる場合) | | | |
| ③地方創生に効果があった(例:KPI 達成状況は芳しくなかったものの、事業開始前よりも取組が前進・改善したとみなせる場合) | | | |
| ④地方創生に対して効果がなかった(例:KPI の実績値が開始前よりも悪化した、もしくは取組としても前進・改善したとはいえないような場合) | | | |
| 【要因・課題】(取組推進に当たった問題点、問題点を踏まえた目標達成に必要な課題) | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> ・「ビジネスプラン・コンペティション」については、過去の応募者の再応募に繋がる取組としてアフターフォロー支援会を実施したものの応募総数は 16 件減少した。(前年度比 25%減) ・「起業家交流会」については、起業家交流会を過去 3 4 回開催したため、県内市町村の多くで起業家交流会のノウハウが浸透されていると考えられるが、単独で主体的に企画・運営を行うことが難しい人口規模の小さな自治体では開催されにくい傾向がある。 | | | |
| 【改善策・取組方針】(要因・課題を踏まえた具体的な取り組み(令和元年度に向けた取組の修正・改善)) | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> ・「起業家交流会」において実施するビジネスプラン発表会で最多得票を得たプレゼンターは、「ビジネスプラン・コンペティション」の一次審査通過の特典を付与し、併せて「ビジネスプラン・コンペティション」への応募を促すなど、興味関心を惹くための周知方法や、応募方法の見直しを行う。また、これまでの創業支援に加え、事業承継を活用した第二創業等の啓発、支援を実施する。 ・起業家交流会の開催に意欲のある地域を中心に、対象地域を広域として開催をすることで近隣市町村へも効果が波及するように努める。 | | | |

プロフェッショナル人材戦略拠点事業

実績額 38,571 千円（うち交付金 19,285 千円）

1 事業の目的・概要

優れた経験値を持つプロフェッショナル人材の地方への還流を促し、地域経済の活性化を図るため、潜在成長力のある地域企業の経営者に、新商品開発や新販路拡大などの「攻めの経営」への転身を促し、その成長戦略の実現のため必要となるプロフェッショナル人材の採用を支援する。

2 事業の内容

(1) 拠点の設置・運営

(公財) 千葉県産業振興センター(千葉市美浜区)内に「千葉県プロフェッショナル人材戦略拠点」を設置し、拠点運営を行う。

(2) 企業への訪問・相談等

地域金融機関、中小企業支援団体等と連携し、成長が期待される企業に個別に訪問し、経営者に「攻めの経営」と新たな事業展開を促すことで、プロフェッショナル人材に対する有望かつ明確なニーズを発掘し、人材ビジネス事業者に取り繋ぐ。

また、都市部大企業等の連携強化による多様なプロフェッショナル人材の還流ルートの開拓など、地方創生の実現に当たって必要となる新たな業態への人材面の支援を進める。

(3) 地域版プロフェッショナル人材戦略協議会の開催

目的：関係者間の連携を強化し、事業を浸透させ、効果的なものとしていく観点から、協議会を設置・運営する。

※協議会構成員(金融機関、中小企業支援機関、民間人材ビジネス事業者等)

(H30 年度実績) 年 5 回開催

(4) 中小企業経営者向けセミナー

目的：地域の中小企業を対象に、企業の成長戦略とプロフェッショナル人材の必要性について、経営者のマインドを醸成する。

(H30 年度実績) 年 3 回開催 参加人数 158 名



経営者向けセミナー

(5) プロフェッショナル人材向け説明会

目的：プロフェッショナル人材を対象に、連携機関と協力し、県内の求人企業の紹介と併せ、千葉県の魅力や暮らしを PR し、UIJ ターンを促す。

(H30 年度実績) 年 2 回開催 参加人数 15 名

| | | |
|---|---|-------|
| 事業名 | プロフェッショナル人材戦略拠点事業 | |
| 担当課 | 商工労働部雇用労働課 | |
| 総合戦略記載箇所 | 大項目：(1) “一人ひとりの働きたい” がかなう千葉づくり 中項目：⑤中小企業の活性化支援 | |
| 【本事業における重要業績評価指標 (KPI)】 | | |
| 指標名 | 実績値 | 目標値 |
| 中小企業への相談件数 (経営者との人材・経営等に関する相談件数) | 308 件 | 200 件 |
| プロフェッショナル人材の 県内中小企業における正規雇用件数 | 68 件 | 15 件 |
| 【事業効果の判定】 | | |
| ①地方創生に非常に効果的であった(例:全ての KPI が目標値を達成するなど、大いに成果が得られたとみなせる場合) | | |
| ②地方創生に相当程度効果があった(例:一部の KPI が目標値に達しなかったものの、概ね成果が得られたとみなせる場合) | | |
| ③地方創生に効果があった(例:KPI 達成状況は芳しくなかったものの、事業開始前よりも取組が前進・改善したとみなせる場合) | | |
| ④地方創生に対して効果がなかった(例:KPI の実績値が開始前よりも悪化した、もしくは取組としても前進・改善したとは言い難いような場合) | | |
| 【要因・課題】(取組推進に当たっての問題点、問題点を踏まえた目標達成に必要な課題) | | |
| <ul style="list-style-type: none"> 潜在成長力のある企業の掘り起こしのため、関係機関と積極的に連携し、企業情報を収集する。 プロフェッショナル人材の新たな地方還流ルートにつなげるため、中小企業への出向、研修、兼業などの多様な人材ニーズを開拓し、都市部大企業と連携した人材交流を進めていく取組が必要である。 | | |
| 【改善策・取組方針】(要因・課題を踏まえた具体的な取り組み(令和元年度に向けた取組の修正・改善)) | | |
| <ul style="list-style-type: none"> 出向、研修、兼業などの人材ニーズに対応するため、プロフェッショナル人材を必要とする県内中小企業と都市部大企業の担当者との交流会を実施し、新たな人材還流を進める。 | | |

果樹（びわ・かんきつ）園を活用した地域活性化事業

実績額 4,485 千円（うち交付金 2,242 千円）

1 事業の目的・概要

安房地域で栽培が盛んな「びわ」「かんきつ」は、主に山の傾斜地で栽培され、作業性が悪く、また重労働であることから、担い手確保が難しく、高齢化と放棄園の増加等による産地縮小が懸念されている。このため、優良圃場の流動化に向けた圃場利用状況調査と圃場マップの作成を行った。また、既存施設を活用した中晩柑柑橘モデル圃も設置し、新品目導入による地域活性化に向けた取組も行った。さらに、観光客等の交流人口を増やすため、南房総ならではの新たな体験メニューを開発し、モニターツアーを実施するとともに、受入体制の質の向上を図るため、スキルアップ等のための研修会を開催した。

2 事業の内容

(1) 果樹（びわ・かんきつ）再生協議会の運営

ア びわ再生協議会の活動

「びわ振興方針（平成 30 年 3 月）」に基づき、圃場流動化に向けた圃場マップの作成、先進事例調査及び、低樹高栽培勉強会を行った。
 (H30 年度実績) 圃場利用状況調査：71 戸（1 組合）
 圃場マップの作成：1 件 低樹高勉強会：1 回
 圃場流動化の優良事例視察：1 回



圃場マップ

イ かんきつ再生協議会の活動

「かんきつ振興方針（平成 30 年 3 月）」に基づき、圃場流動化に向けた圃場マップの作成を行うとともに、中晩柑等の新品目の視察を行った。
 (H30 年度実績) 圃場利用状況調査：34/56 戸（2 組合）
 圃場マップの作成：2 件 中晩柑先進地視察：1 回

(2) 圃場利用状況調査の実施

施設花き農家(40 戸)の施設利用状況を調査し、果樹（びわ・かんきつ）への転換意向について把握した。興味あり：19/40 戸

(3) 施設での中晩柑柑橘モデル圃設置

施設花きからの転換モデルとして、中晩柑モデル圃を設置した。
 (H30 年度実績) 新品目の試験導入件数：1 件

(4) 県産びわの PR リーフレット等作成

びわ販促イベント等で配付し、県産びわの PR を行った。
 (H30 年度実績) リーフ 3,000 枚、ノボリ 100 枚

(5) 南房総地域の交流促進事業（モニターツアー等の実施）

ア 南房総ならではの新たな体験メニューの開発及びモニターツアーの実施

南房総ならではの新たな体験メニューを開発するとともに、ターゲット別のモニターツアーを実施した。〈H30 年度実績〉一般消費者向け・大学生向け・在日外国人向けモニターツアー 各 1 回

イ 研修会の開催

受入側農林漁家のスキルアップ等を図るため、研修会を実施した。 〈H30 年度実績〉 3 回



モデル圃の設置状況

| | | |
|--|--|-----|
| 事業名 | 果樹（びわ・かんきつ）園を活用した地域活性化事業 | |
| 担当課 | 農林水産部生産振興課 農林水産部流通販売課 | |
| 総合戦略記載箇所 | 大項目：(1) "一人ひとりの働きたい" がかなう千葉づくり 中項目：②力強い農林水産業の確立 | |
| 【本事業における重要業績評価指標（KPI）】 | | |
| 指標名 | 実績値 | 目標値 |
| 新技術・新品目導入により、施設栽培に取り組む果樹生産者 | 1 件 | 3 件 |
| 【事業効果の判定】 | | |
| ①地方創生に非常に効果的であった(例:全ての KPI が目標値を達成するなど、大いに成果が得られたとみなせる場合) | | |
| ②地方創生に相当程度効果があった(例:一部の KPI が目標値に達しなかったものの、概ね成果が得られたとみなせる場合) | | |
| ③地方創生に効果があった(例:KPI 達成状況は芳しくなかったものの、事業開始前よりも取組が前進・改善したとみなせる場合) | | |
| ④地方創生に対して効果がなかった(例:KPI の実績値が開始前よりも悪化した、もしくは取組としても前進・改善したとは言い難いような場合) | | |
| 【要因・課題】(取組推進に当たっての問題点、問題点を踏まえた目標達成に必要な課題) | | |
| <ul style="list-style-type: none"> 圃場利用状況調査から、各地に今後放棄される危険性のある圃場が存在することが分かった。産地の生産力を維持するためには、放棄が懸念される生産性の高い優良圃場を新たな担い手に流動化させる必要がある。 施設花き農家の半数程度が果樹栽培へ興味を示しており、既存施設を活用した果樹モデル圃を作ることで、農家所有施設の有効活用を促す必要がある。また、びわの低樹高栽培は、省力手段の一つであり、その技術実証が期待されている。 モニターツアーや研修会を実施する中で、受入態勢の構築に時間を要することが分かった。 造成したツアーを今後民間企業等で商品として取り扱ってもらうために、効果的なプロモーションの手法を検討する必要がある。 | | |
| 【改善策・取組方針】(要因・課題を踏まえた具体的な取り組み(令和元年度に向けた取組の修正・改善)) | | |
| <ul style="list-style-type: none"> 圃場流動化への対応として、協議会開催を含め、現地農家との座談会等を実施し、地域にあった具体的な方針や対策について意見交換を実施する。 既存施設の有効活用、及びびわ低樹高栽培の推進に向けて、モデル圃の設置を図る。 受入側に必要なスキルの向上に資する研修会を継続して開催するとともに、先進地の視察の実施や本事業の趣旨に賛同する生産農家について直接交渉を行いながら、受入農家の拡大に努める。 ツアー実施に向け、効果的なプロモーション方法を検討し、実施する。 | | |

落花生新品種を軸とした産地活性化事業

実績額 5,183 千円（うち交付金 2,592 千円）

1 事業の目的・概要

千葉県育成の落花生新品種「Qなつつ（千葉P114号）」の平成30年デビューを契機に、県・市・生産者・民間事業者等と連携しながら、新品種の販売促進や種子生産への省力化機械の導入を進め、良食味落花生の生産の拡大等による落花生産地の活性化を図る取組みを実施した。

2 事業の内容

(1) 落花生生産量増産に向けた土台の再構築

落花生新品種の種子生産拡大を目指し、一般栽培用に開発された省力化機械が採種栽培に導入できるかを検証するため、は種及び収穫作業の現地実証試験を行った。

使用は種機：「あけマルくん」

使用収穫機：①根菜掘取機 APU450-2、②振動掘取機 BU120A

〈H30 年度実績〉導入実証調査件数：1 件



「あけマルくん」では種作業

(2) 新品種を活用した県産落花生の PR・プロモーション

新品種の愛称発表

Qなつつのデビューイベント「～Pを超える出会い～Qなつつ誕生祭」を

JR 千葉駅で開催した。来場者数 600 名以上

また、民間事業者等とタイアップしたイベントを実施。

〈H30 年度実績〉デビューイベント：1 回（平成 30 年 10 月 30 日）

タイアップイベント：やちまた落花生まつり、サッポロビールQなつつ缶販売、チーバベリートレインでの落花生紹介・試食品配布 他



Qなつつデビューイベント

(3) 新品種推進部会の開催

「Qなつつ」を効果的に PR するため、販促資材のデザインやその配布方法等について検討した。

〈H30 年度実績〉会議開催数：2 回（平成 30 年 7 月 5 日、8 月 27 日）

(4) 新品種販売促進

ア 販促資材の作成

Qなつつのデビューに際し、各種販促資材を作成し、落花生販売店やイベントで消費者に配布した。

〈H30 年度実績〉販促資材配布数：ポスター 400 部、のぼり 200 枚、

PR カード 20,000 枚、リーフレット 15,000 部、スイングポップ 400 枚



新豆キャンペーン Qなつつポスター
ポスター

イ 新豆キャンペーンの開催

新豆が発売される時期にキャンペーンを開催し、県産落花生の品種紹介や県産落花生の消費の動向についてアンケートを実施した。

〈H30 年度実績〉応募総数：2,342 件

ウ 千葉県産落花生の情報発信

本県の落花生栽培の歴史や主要品種等を紹介する冊子を作成し、イベントで配布した。

〈H30 年度実績〉冊子配布数：8,550 部



PR 冊子

| | | | |
|---|---|-----------|-----------|
| 事業名 | 落花生新品種を軸とした産地活性化事業 | | |
| 担当課 | 農林水産部生産振興課 農林水産部流通販売課 | | |
| 総合戦略記載箇所 | 大項目：“一人ひとりの働きたい”がかなう千葉づくり 中項目：②力強い農林水産業の確立（マーケットに対応した力強い産地づくり） | | |
| 【本事業における重要業績評価指標（KPI）】 | | | |
| | 指標名 | 実績値 | 目標値 |
| | 既存品種（ナカテユタカ）から新品種（Qなつつ）に置き換えた場合の販売増加額 | 16,029 千円 | 11,500 千円 |
| 【事業効果の判定】 | | | |
| ①地方創生に非常に効果的であった（例：全ての KPI が目標値を達成するなど、大いに成果が得られたとみなせる場合） | | | |
| ②地方創生に相当程度効果があった（例：一部の KPI が目標値に達しなかったものの、概ね成果が得られたとみなせる場合） | | | |
| ③地方創生に効果があった（例：KPI 達成状況は芳しくなかったものの、事業開始前よりも取組が前進・改善したとみなせる場合） | | | |
| ④地方創生に対して効果がなかった（例：KPI の実績値が開始前よりも悪化した、もしくは取組としても前進・改善したとは言い難いような場合） | | | |
| 【要因・課題】（取組推進に当たった問題点、問題点を踏まえた目標達成に必要な課題） | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> ・新品種「Qなつつ」の効果的な PR ができたことで、消費者の関心が高まり、年内に売り切れる店舗が出るほどの好調な販売につながった。 ・「Qなつつ」の需要に対して生産量が不足したため、種子生産をはじめとした生産体制の強化が必要である。 ・新品種は売れたが、全体の需要は大きく変わらなかったため、既存品種の販売額は減少傾向となった。 | | | |
| 【改善策・取組方針】（要因・課題を踏まえた具体的な取り組み（令和元年度に向けた取組の修正・改善）） | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> ・生産体制の強化に向けて、種子生産への省力化機械導入を推進するため、これまで得られた成果を生産者に広く周知する。 ・本県産落花生の需要を拡大するため、県産落花生全体の PR 方法を検討・実施する。 | | | |

～ “やっかいもの” から “ごちそう” へ～
「房総ジビエ」の魅力発信プロジェクト

実績額 5,650 千円（うち交付金 2,825 千円）

1 事業の目的・概要

県内で捕獲されたイノシシのうち、出荷・販売を目的として処理加工された頭数は、全体の1%程度とごくわずかであり、また、ジビエ料理を提供する飲食店数やジビエの情報や魅力を発信する場も少ない状況となっている。

そのため、本事業を活用し、イノシシやシカの処理頭数の増加を目指した付帯設備等の整備や県内で捕獲されたイノシシやシカの肉を「房総ジビエ」と銘打ち、ジビエの調理方法などに関する講習会やジビエ料理のコンテスト、ジビエ料理を提供する飲食店が参加するフェアを開催するなど、地域活性化に向けた取組を行った。

2 事業の内容

(1) 野生獣肉の利活用推進に向けた検討会議

処理加工施設での処理頭数の増加に向けて、施設の所在する市町や処理加工施設関係者を参集して情報交換を行った。また、野生獣肉の衛生的な処理方法を学んだ。
〈H30 年度実績〉1 回開催（10 月）



検討会議の様子

(2) 獣肉処理加工施設の解体従事者の育成研修

処理加工施設での処理頭数の増加や解体従事者不足の解消に向けて、獣肉処理加工施設の設置を予定している関係者や作業経験が浅い従事者を対象とした実践的な解体研修を開催した。
〈H30 年度実績〉研修日：2 日間を 2 回開催（1 月）

参加者：4 名

(3) 飲食店向け「房総ジビエ」講習会の開催

房総ジビエの調理デモンストレーションを行うほか、衛生管理等について説明する講習会を開催した。
〈H30 年度実績〉参加者：57 名（平成 30 年 10 月 25 日）

(4) 房総ジビエコンテストの開催

飲食店のシェフを対象とした房総ジビエ料理のコンテストを開催し、美食審査で選考し、最優秀賞を決定した。
〈H30 年度実績〉1 回（平成 31 年 1 月 25 日）



(5) 房総ジビエフェア 2019 冬の開催

首都圏の飲食店において、房総ジビエを使った多彩な料理を提供するフェアを開催した。
〈H30 年度実績〉参加店舗：60 店舗（県内 50 店舗、県外 10 店舗）
（平成 31 年 1 月 26 日～2 月 24 日）



| | | |
|---|--|--------------------------------|
| 事業名 | ～ “やっかいもの” から “ごちそう” へ～ 「房総ジビエ」の魅力発信プロジェクト | |
| 担当課 | 農林水産部農地・農村振興課、流通販売課 | |
| 総合戦略記載箇所 | 大項目：(1) “一人ひとりの働きたい” がかなう千葉づくり 中項目：②力強い農林水産業の確立 | |
| 【本事業における重要業績評価指標（KPI）】 | | |
| 指標名 | 実績値 | 目標値 |
| イノシシ肉の処理頭数 | 214 頭 (対前年度実績値 -126 頭) | 261 頭 (対前年度目標値 +20 頭) |
| 県内処理加工施設の販売額 | 8,560 千円 (対前年度実績値 -5,040 千円) | 10,440 千円 (対前年度目標値 +800 千円) |
| 房総ジビエフェアに参加したことの飲食店 累計数 | 62 件 (対前年度実績値 +12 件) | 55 件 (対前年度目標値 +5 件) |
| 【事業効果の判定】 | | |
| ①地方創生に非常に効果的であった(例:全てのKPIが目標値を達成するなど、大いに成果が得られたとみなせる場合) | | |
| ②地方創生に相当程度効果があった(例:一部のKPIが目標値に達しなかったものの、概ね成果が得られたとみなせる場合) | | |
| ③地方創生に効果があった(例:KPI達成状況は芳しくなかったものの、事業開始前よりも取組が前進・改善したとみなせる場合) | | |
| ④地方創生に対して効果がなかった(例:KPIの実績値が開始前よりも悪化した、もしくは取組としても前進・改善したとは言えないような場合) | | |
| 【要因・課題】(取組推進に当たった問題点、問題点を踏まえた目標達成に必要な課題) | | |
| <ul style="list-style-type: none"> ・検討会において、処理方法についての講習及び意見交換を行うことにより、野生獣肉を利活用する上で、肉の品質だけではなく、衛生管理も重要であることを再認識した。 ・野生獣肉の解体従事者の確保に向けて開催した研修の受講者が、県内処理加工施設で従事者として定着できる可能性があることが明らかになった。 ・「房総ジビエフェア」への参加飲食店数は、目標値を大幅に超えて増加し、取り扱い店舗の掘り起こしができるようになった。 | | |
| 【改善策・取組方針】(要因・課題を踏まえた具体的な取り組み(元年度に向けた取組の修正・改善)) | | |
| <ul style="list-style-type: none"> ・県内の2自治体が整備した付帯設備等の活用や、処理加工施設において行った実践的な研修の受講者が、県内の処理加工施設で従事者として定着することで、処理頭数の増加に繋げる。 ・ジビエフェアや、審査員に消費者を交えたジビエ料理のコンテストを開催することで、獣肉(イノシシ、シカ)の需要喚起や取り扱い店舗の掘り起こしを図る。 | | |