

地方創生推進交付金 事業説明資料  
(平成 29 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 57,351千円（うち交付金 28,676千円）

## 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、近隣に医療機器メーカーの集積があることなどから、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。

〈H29年度実績〉共同開発件数 13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製品開発を支援するため、医療機関等からのニーズを題材とした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。

〈H29年度実績〉試作品開発件数 24件



試作品の例（DPスティック）

### (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、模擬手術室を利用し、地域企業による現場ニーズに沿った医療機器の開発を促すためのセミナーを開催した。

〈H29年度実績〉セミナー開催回数 4回

参加者数 89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	
<b>【本事業における重要業績評価指標（KPI）】</b>		
指 標 名	実績値	目標値
医療機器等の共同開発件数	13 件	10 件
<b>【事業効果の判定】</b>		
<b>①地方創生に非常に効果的であった</b> (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) <b>②地方創生に相当程度効果があった</b> (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) <b>③地方創生に効果があった</b> (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) <b>④地方創生に対して効果がなかった</b> (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)		
<b>【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）</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>・医薬品医療機器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、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。</li> </ul>		
<b>【改善策・取組方針】（要因・課題を踏まえた具体的な取り組み（30 年度に向けた取組の修正・改善））</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>・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支援を実施するとともに、ものづくり中小企業と医療機関等との接点を強め、医療機関等との継続的な製品開発を図る。</li> </ul>		

# “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 16,382 千円（うち交付金 8,191 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養成・派遣

社会保険労務士、中小企業診断士等の専門家を対象に、アドバイザー養成講座を開催するとともに、働き方改革への取組を希望する企業に対し、働き方改革アドバイザーを派遣

〈H29 年度実績〉

- ・働き方改革アドバイザー養成講座（3回）：アドバイザー登録数 61 名
- ・働き方改革アドバイザーの企業への派遣：25 社（105 回）

### (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

開催日	名 称	参加者
11 月 21 日、27 日	企業向け働き方改革セミナー	75 名
11 月 24 日	ちば「働き方改革」公労使シンポジウム	157 名
3 月 23 日	ワーク・ライフ・バランスセミナー	59 名



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	
<b>【本事業における重要業績評価指標（KPI）】</b>		
指 標 名	実績値	目標値
アドバイザー認定数	61 人	25 人
「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	25 社	20 社
<b>【事業効果の判定】</b>		
① <b>地方創生に非常に効果的であった</b> (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 <b>地方創生に相当程度効果があった</b> (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 <b>地方創生に効果があった</b> (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 <b>地方創生に対して効果がなかった</b> (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)		
<b>【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）</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 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、広く企業に認知していただく必要がある。</li> </ul>		
<b>【改善策・取組方針】（要因・課題を踏まえた具体的な取り組み（30 年度に向けた取組の修正・改善））</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 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企業にアドバイザーを派遣し、課題解決を支援する。</li> <li>・ 働き方改革を様々な地域・業種に広げるため、新たにアドバイザーによる出張相談会を開催するとともに、平成 29 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。</li> <li>・ 働き方改革に取り組んだ企業の成果・課題等をまとめた好事例集を新たに作成し、働き方改革の全県への波及を促進する。</li> </ul>		

# ちば・いちご産地活性化事業

実績額 7,739 千円 (うち交付金 3,870 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、イベントでの試食などによる認知度向上に取り組み、大きな反響を得ている。

平成 29 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：いちご新品種「チーバベリー」の一周年を記念した、キック・オフ・パーティーを開催した。知事による PR、県産いちごの紹介のほか、県内外のホテル・飲食店と連携したいちごスイーツの試食会を行った。

開催日：平成 30 年 1 月 15 日 (月)

場 所：ホテルスプリングス幕張

実 績：参加 99 名 (報道関係者、観光関係者、関係団体など)



### (2) 外国人観光客受入環境整備

内 容：県内いちご狩り園を対象にした、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を作成し配付した。

開催日：平成 30 年 1 月 31 日 (水)

場 所：農林総合研究センター

実 績：研修会参加者 23 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】

- ・チーバくんお誕生日会 (1 月 15 日、三井アウトレットパーク木更津、県主催)
- ・「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 2 日~9 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 10 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	
<b>【本事業における重要業績評価指標（KPI）】</b>		
指 標 名	実績値	目標値
いちご狩り園来園者数	+4,000 人	+6,500 人
<b>【事業効果の判定】</b>		
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)		
<b>【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)</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>・観光いちご狩り園とホテル・飲食店とが連携し、いちごスイーツの試食会等を行ういちごフェアについて、首都圏に対する情報発信不足や飲食店との連携不足から、県外からの来園につながらなかった。</li> <li>・テレビや新聞などのメディアで、「チーバベリー」が167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く必要がある。また、来園者が一時減少する4月以降の需要拡大に向け、外国人観光客等をターゲットとした情報発信が必要である。</li> </ul>		
<b>【改善策・取組方針】(要因・課題を踏まえた具体的な取り組み(30年度に向けた取組の修正・改善))</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>・引き続き、「チーバベリー」を活用したプロモーションや情報発信を実施していくとともに、いちご園と首都圏の飲食店、ホテルなどを巡るイベントの開催などにより観光客の地域内周遊を強化するため、いちご生産者とホテルや飲食業などの商工業者の連携を推進していく。</li> <li>・4月以降の観光客の安定確保に向け、外国人向けの情報発信を実施するとともに、受入側である生産者の意識向上を図るため、受入環境整備のための研修会の参加対象を観光農園に広げ、英語版のパンフレットやポスターを活用した地域一体の受入整備を行う。</li> <li>・取組の主体を県から生産者(組織)へ引き継ぐための体制を整備する。</li> </ul>		

# 移住・定住促進事業

実績額 5,195 千円（うち交付金 2,597 千円）

## 1 事業の目的・概要

移住・定住の促進を図るため、移住に興味のある方を対象に、移住によって実現できるライフスタイルや、地域の暮らしを実感してもらうツアー等を、市町村等と連携して実施した。  
また、ツアーの実施結果等を情報発信することにより、訪問先の魅力を広く発信した。

## 2 事業の内容

### (1) ツアーの実施

移住又は二地域居住に興味のある方を対象に、移住等によって実現できるライフスタイルや、地域の暮らしを実感してもらうため、市町村等と連携し異なる季節に 2 回ずつ訪問して、移住者の住居や職場、教育施設、病院などの生活インフラを見学してもらう等のツアー（1泊2日）を実施した。

#### ○ ツアーの実施状況

<海匠地域>

①実施日：平成 29 年 8 月 26 日（土）～8 月 27 日（日）

人数：17 名、訪問先：銚子市、旭市、匝瑳市

②実施日：平成 30 年 1 月 27 日（土）～1 月 28 日（日）

人数：20 名、訪問先：銚子市、旭市、匝瑳市

<安房地域>

③実施日：平成 29 年 9 月 30 日（土）～10 月 1 日（日）

人数：23 名、訪問先：館山市、南房総市

④実施日：平成 30 年 2 月 24 日（土）～2 月 25 日（日）

人数：20 名、訪問先：館山市、南房総市



ツアーの様子

### (2) ツアー実施に係る情報発信

ツアー参加者以外にも訪問先の魅力を広く周知するため、ツアー前後で、次のとおり取り組んだ。

#### ア セミナー

ツアー実施前に、各ツアーで訪問する地域の魅力や移住後の生活について発信するため、訪問地域の移住者をゲストにお招きしたセミナーを実施し、ツアー前から交流する機会を提供するとともに、ツアー参加者以外にも訪問先の魅力を広く発信した。

#### ○ セミナーの実施状況

<海匠地域>実施日：7 月 30 日（日）16:30 ～ 19:00、人数：22 名

<安房地域>実施日：8 月 4 日（金）19:00 ～ 21:00、人数：16 名

#### イ ホームページ「ココロココ」を活用した情報発信

移住促進等を目的に情報発信している HP「ココロココ」に、ツアーで訪問する移住者のインタビュー記事やツアー等の実施結果を掲載した。



セミナーの様子

事業名	移住・定住促進事業	
担当課	総合企画部政策企画課	
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	
<b>【本事業における重要業績評価指標（KPI）】</b>		
指 標 名	実績値	目標値
移住希望者向けイベント等における県内移住の案内・相談人数	321 人	300 人
<b>【事業効果の判定】</b>		
<b>①地方創生に非常に効果的であった</b> (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) <b>②地方創生に相当程度効果があった</b> (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) <b>③地方創生に効果があった</b> (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) <b>④地方創生に対して効果がなかった</b> (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)		
<b>【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）</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>市町村においては、それぞれの地域の特性を生かした地方創生の取組を進めており、移住・定住施策に対する考え方や取組状況も様々である。また、一部の市町村では、移住・定住促進のための主体的な取組が行われるようになってきた。</li> <li>県としては、市町村が取り組む、地域の課題を踏まえた意欲と創意工夫による地域づくりを広域的な立場から支援することが重要である。</li> </ul>		
<b>【改善策・取組方針】（要因・課題を踏まえた具体的な取り組み（30年度に向けた取組の修正・改善））</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>ツアーやセミナーの実施など地域の特性を生かした市町村の主体的な取組も行われるようになってきており、特に移住事業については実際に受け入れる市町村の姿勢が重要となることから、今後、県としては市町村の取組を支援するとともに、県の魅力を総合的に発信していくことで、県への移住・定住を促進する。</li> </ul>		

# 地域しごと支援センターちば事業

実績額 22,500千円（うち交付金 11,250千円）

## 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」 <http://chiba-chiikishigoto.jp/>

〈H29年度実績〉HP アクセス件数 52,695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



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

ふるさと回帰フェア

南房総のお仕事さがし in 東京 等

〈H29年度実績〉

地域しごと支援センターちば相談実績 171名

相談ブース等出展（19回）利用実績 57名

### (3) イベント

開催日	イベント名	H29年度利用者実績
9月22日、25日、27日	ミニ企業交流会	21名
10月22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」(第1弾)	13名
12月7日	インターンシップ合同企業説明会	4名
1月17日	インターンシップセミナーin千葉 (千葉県中小企業家同友会との共催)	17名
2月2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」(第2弾)	24名
2月8日	合同企業説明会	20名
2月15日	学情 就職博 出展	22名
3月15日	合同企業説明会	38名
合計		159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	
<b>【本事業における重要業績評価指標（KPI）】</b>		
指 標 名	実績値	目標値
地域しごと支援センター利用者数	387 人	200 人
<b>【事業効果の判定】</b>		
① <b>地方創生に非常に効果的であった</b> (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 <b>地方創生に相当程度効果があった</b> (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 <b>地方創生に効果があった</b> (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 <b>地方創生に対して効果がなかった</b> (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)		
<b>【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）</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 景気回復に伴う労働需要の増を背景とした雇用情勢の改善、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、地域しごと支援センターちばの利用者数や、合同企業説明会等の参加者数が減少傾向にある。</li> <li>・ 県内への移住・就労希望者の多様化するニーズに応えられるような取組が必要であるとともに、県外の学生等の若者向けの取組の充実を図る必要がある。</li> </ul>		
<b>【改善策・取組方針】（要因・課題を踏まえた具体的な取り組み（30 年度に向けた取組の修正・改善））</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 移住に関するより詳細な話を希望する利用者に対して UIJ ターン就職経験者等との面会の仲介を行うほか、県外の学生等若年者が、県内へ移住・就労を検討する機会を創出するためのイベントを実施し、地域しごと支援センターちばの利用者数及び県内就職者数の増加を図る。</li> </ul>		

# ちば新農業人サポート事業

実績額 9,815 千円（うち交付金 4,907 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。

〈H29 年度実績〉

就農相談件数：621 件

農林水産就業相談会（平成 29 年 11 月 23 日（木・祝）、来場者：41 名）

農業法人等就業相談会（平成 29 年 9 月 17 日（日）、来場者：35 名、出展：24 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。

〈H29 年度実績〉参加者：延べ 449 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。

〈H29 年度実績〉対象者：139 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。

〈H29 年度実績〉

開催：16 回（県域 1 回、地区別 15 回）

（うち県域）千葉県新規就農者等交流会（平成 30 年 2 月 8 日（木）、参加者 52 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	
<b>【本事業における重要業績評価指標（KPI）】</b>		
指 標 名	実績値	目標値
新規就農者数	410 名	450 名
<b>【事業効果の判定】</b>		
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)		
<b>【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）</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 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。</li> <li>・ 過去に新規就農者の大部分を占めていた新卒の親元就農者が減少し、農外からの参入者や U ターン、定年帰農者等の割合が増加し続けていることから、様々な年代や経験に応じた PR や研修を行う必要がある。</li> <li>・ 新規参入者のなかには地域で孤立し、定着が危ぶまれる者がいる。</li> </ul>		
<b>【改善策・取組方針】（要因・課題を踏まえた具体的な取り組み（30 年度に向けた取組の修正・改善））</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 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。</li> <li>・ 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を 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。</li> <li>・ 新規参入者を対象とした研修会や交流会の開催により、人的な繋がりを強化して地域ぐるみで新規参入者を支援し、早期の定着と担い手としての育成を図る。</li> </ul>		

# 地域で育てる新農業人研修事業

実績額 1,865 千円 (うち交付金 933 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

市町村等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。

〈H29 年度実績〉

研修生数：2 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）  
南房総農業支援センター（有機野菜）



君津市農業協同組合におけるカラーの研修



南房総農業支援センターにおける就農予定者に対する経営研修会

### (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。

〈H29 年度実績〉

研修生数：7 名

品目：露地野菜、施設野菜、イチゴ

研修地：柏市、佐倉市、山武市、木更津市、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	
<b>【本事業における重要業績評価指標（KPI）】</b>		
指 標 名	実績値	目標値
新規就農者数	410 名	450 名
<b>【事業効果の判定】</b>		
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)		
<b>【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)</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>・雇用環境改善により、研修希望者が減少している。</li> <li>・担い手の高齢化に伴い、産地や農協単位での新規参入者受入れの機運が高まっているものの、地域の合意のもと受入れ体制の整備ができた地域はまだ少ない。</li> <li>・就農希望者の希望する地域・品目に合致した先進農家を紹介できないことがある。</li> </ul>		
<b>【改善策・取組方針】(要因・課題を踏まえた具体的な取り組み(30年度に向けた取組の修正・改善))</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>・新農業人サポート事業を活用し、農業の魅力を PR する。</li> <li>・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す。また、参入希望者に対し各地域の特色を反映した経営モデルを提案することにより、就農地や品目の選択を円滑にする。</li> <li>・農業事務所と連携して地域に事業の趣旨を説明し、研修受入れ先としての先進農家の登録を増やすことで、就農希望者の研修地域・品目に関する多様なニーズに対応し、さらなる新規就農者確保を図る。</li> </ul>		

# 空き公共施設等を活用した企業進出支援事業

実績額 17,928 千円（うち交付金 8,964 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った。

## 2 事業の内容

### (1) 進出可能性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：104 件 63 社
- ・空き公共施設への企業進出件数：7 件 5 市町

### (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 29 年 10 月 27 日（金）千葉銀行本店大ホール  
参加企業：41 社 参加市町：12 市町
- ・第二回フォーラム：平成 30 年 1 月 25 日（金）コレド室町 ちばぎん総研セミナールーム  
参加企業：26 社 参加市町：7 市町

### (3) 空き家・空き店舗等のリノベーションプロジェクト

- ・4 件のリノベーションデザインを作成
- ・空き店舗：3 件 空き公共施設 1 件

### (4) 大学生による空き公共施設等活用方策の提言

- ・地元 3 大学（千葉大学、千葉工業大学、千葉商科大学）による活用方策の提言
- ・県内の 3 市（銚子市、勝浦市、南房総市）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



空き公共室等活用フォーラム  
（第 1 回）



空き公共室等活用フォーラム  
（第 2 回）



大学生による空き公共施設等  
活用方策提言会（銚子市）

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	
<b>【本事業における重要業績評価指標（KPI）】</b>		
指 標 名	実績値	目標値
空き公共施設等への進出企業数	7 社	6 社
<b>【事業効果の判定】</b>		
<b>①地方創生に非常に効果的であった</b> (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) <b>②地方創生に相当程度効果があった</b> (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) <b>③地方創生に効果があった</b> (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) <b>④地方創生に対して効果がなかった</b> (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)		
<b>【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）</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>・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。</li> <li>・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。</li> <li>・一方で、希望する地域や空き公共施設の登録がないケースや規模や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。</li> <li>・また、フォーラムの中では、実際の企業による活用事例や操業状況、受け入れ可能な空き公共施設を視察したいとの声が多く聞かれた。</li> </ul>		
<b>【改善策・取組方針】（要因・課題を踏まえた具体的な取り組み（30 年度に向けた取組の修正・改善））</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>・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企業の発掘に努める。</li> <li>・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。</li> <li>・企業等を対象とし、空き公共施設の活用事例や操業状況、受け入れ可能な空き施設等を視察するツアーを実施し、マッチング機会を増加させるとともに、立地におけるメリット等を体感してもらうことで立地意欲を醸成し、進出に繋げる。</li> </ul>		

# ちば起業家応援事業

実績額 13,689 千円 (うち交付金 6,845 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。

ビジコン応募用紙

## 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。

(H29 年度実績) 応募総数：65 件 (うち、千葉県知事賞：39 件)



### (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。(開催：10 か所、参加者：延べ 1,269 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。(参加者：延べ 2,500 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。

また、各地域での「起業家交流会」の運営で連携している地元市町村、創業支援事業者等が、交流会参加者を主たる対象として、実践的な知識・ノウハウの習得を図る「スキルアップ研修」等を実施した。

### (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。

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。(H29 年度実績 Facebook いいね件数：1,251 件)

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	
<b>【本事業における重要業績評価指標（KPI）】</b>		
指標名	実績値	目標値
起業家応援イベントの参加者数	2,500人	2,000人
<b>【事業効果の判定】</b>		
<p>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)</p> <p>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)</p> <p>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)</p> <p>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)</p>		
<b>【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)</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>・「ビジネスプラン・コンペティション」については、「千葉県知事賞」への応募数が増加するなど、全体的にビジネスプランの質の向上が認められた一方で、応募総数は53件減少した。(前年度比55%減)</li> <li>・「起業家交流会」については、開催地によって、女性参加者の比率にばらつきが大きく、地域差が認められたため、女性参加者の比率の均てん化や、女性参加者をより一層増やすための事業の内容、周知方法が課題となっている。</li> </ul>		
<b>【改善策・取組方針】(要因・課題を踏まえた具体的な取り組み(30年度に向けた取組の修正・改善))</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>・「起業家交流会」において実施するビジネスプラン発表会のプレゼンターに対し、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、「ビジネスプラン・コンペティション」の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。</li> <li>・「起業家交流会」については、アンケート調査等により把握した女性参加者の参加理由、参加したきっかけ等を踏まえた周知方法等を検討する。</li> </ul>		

# プロフェッショナル人材戦略拠点事業

実績額 43,459千円（うち交付金 27,293千円）  
（フラッグシップモデル事業交付金（国 10/10 補助）を含む）

## 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や兼業をはじめとした柔軟な働き方改革の推進、DMO や地域商社などの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）

〈H29 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、兼業・副業の促進及び働き方改革の意識を向上させ、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。

〈H29 年度実績〉年 4 回開催



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。

事業名	プロフェッショナル人材戦略事業	
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	
<b>【本事業における重要業績評価指標（KPI）】</b>		
指 標 名	実績値	目標値
中小企業の相談件数 (経営者との人材・経営等に関する相談件数)	291 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	31 件	15 件
大企業連携による人材ニーズの掘り起こし (相談件数)	37 件	30 件
大企業連携による人材ニーズの掘り起こし (成約件数)	3 件	3 件
<b>【事業効果の判定】</b>		
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)		
<b>【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)</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>・潜在成長力のある企業を掘り起こすため、関係機関と積極的に連携し、企業情報を収集する。また、人材還流を促進するため、転職を検討しているプロフェッショナル人材側にも働きかける取組が必要である。</li> </ul>		
<b>【改善策・取組方針】(要因・課題を踏まえた具体的な取り組み (30 年度に向けた取組の修正・改善))</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>・首都圏在住の転職希望者と求人企業とのイベントを通じて、県内の魅力ある企業ニーズや本県の暮らし情報を都市部の経験豊富なプロフェッショナル人材に訴求し、マッチング率の向上を図る。</li> </ul>		

# 果樹（びわ・かんきつ）園を活用した地域活性化事業

実績額 1,662 千円（うち交付金 831 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、主に山の急傾斜地で栽培され、作業性悪く、また重労働であることから、担い手確保が難しく、高齢化と栽培面積の減少等による産地縮小が懸念されている。このため、地域の生産者と関係機関が一体となり、「びわ再生協議会」・「かんきつ再生協議会」を立ち上げ、生産者の意向や生産現場の現状把握を行い、産地再生のための振興方針を策定した。また、作業の負担軽減と収益拡大に向け、新技術導入等を検討し、新たな担い手の確保に向けた取組を実施した。さらに、観光客等の交流人口を増やすため、受入体制の質の向上や体験メニューの充実、魅力発信等を実施する。

## 2 事業の内容

### (1) 果樹（びわ・かんきつ）再生協議会設立・運営

#### ア びわ再生協議会の活動

アンケート・現地調査を基に、観光対応可能なハウス栽培促進に向けた対応策等を取りまとめた「びわ振興方針（平成 30 年 3 月）」を策定した。

〈H29 年度実績〉 アンケート調査件数：71 戸  
びわ生産に関する振興方針策定件数：1 件



「びわ再生協議会」設立会議

#### イ かんきつ再生協議会の活動

アンケート・現地調査を基に、中晩柑橘類の施設栽培に向けた対応策等を取りまとめた「かんきつ振興方針（平成 30 年 3 月）」を策定した。

〈H29 年度実績〉 アンケート調査件数：48 戸  
びわ生産に関する振興方針策定件数：1 件

#### ウ びわ・かんきつ合同研修会の実施

担い手・労力不足は、産地の共通する問題であることから、合同研修会等をそれぞれ開催した。

〈H29 年度実績〉 担い手確保対策の研修会、労力補完対策の先進地視察 : 各 1 回

### (2) 既存ハウスを活用した観光対応可能な果樹園のモデル実証圃の検討

地域の先進生産者が所有するハウスをモデル園として活用し、観光対応可能な省力・低樹高栽培の普及促進に向けた実証を行った。

〈H29 年度実績〉 新技術の試験導入件数：1 件



びわの低樹高根域制限栽培試験栽培の開始

### (3) 南房総地域の交流促進事業（モニターツアー等の実施）

内容：道路網の発展などから日帰りタイプの観光が増えている南房総エリアにおいて、南房総ならではの滞在型余暇活動の推進に資するため、農林漁業体験メニュー等の実地踏査等を行い、県内外からの宿泊型グリーン・ブルーツーリズムモデルの確立等について検討を行った。

〈H29 年度実績〉 宿泊を伴うモニターツアーの実施件数：1 件

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力強い農林業水産業の確立	
<b>【本事業における重要業績評価指標（KPI）】</b>		
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	0名	2名
<b>【事業効果の判定】</b>		
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）		
<b>【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）</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>アンケート調査から生産者の7割程度が60歳以上で、その半数が後継者不在であることが分かった。今後、生産者の廃業により放棄園が増えることが見込まれるため、産地の圃場状況を把握する必要がある。</li> <li>また、60歳以下の生産者は、現在の栽培方式での規模拡大には慎重であることから、その解決策の一つとして観光対応可能な省力栽培モデルの現地実証を通し、技術普及を図ることが必要である。</li> </ul>		
<b>【改善策・取組方針】（要因・課題を踏まえた具体的な取り組み（30年度に向けた取組の修正・改善））</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>引き続き、産地協議会主体での活動を促し、モデル実証圃での技術研修や先進地視察等を実施することで、観光対応可能な省力栽培方法を推進する。</li> <li>放棄園対策として、新たに圃場マップを作り、圃場の流動化を推進する。</li> <li>生産者の掘り起こしのため、他品目施設栽培生産者等を対象に、びわ・かんきつ栽培への転換意向の把握とその定着化に向けた取り組みを支援する。</li> <li>千葉県産びわをPRするリーフレット等を作成し、観光びわ園等の集客アップに繋げ、地域活性化を図る。</li> </ul>		

# 落花生新品種を軸とした産地活性化事業

実績額 6,071 千円（うち交付金 3,036 千円）

## 1 事業の目的・概要

千葉県育成の落花生新品種「千葉P114号」の平成30年デビューを契機に、県産落花生の生産販売を推進するため、県・市・生産者・民間事業者等と連携しながら、新品種のPRや新品種を活用した商品開発を行うとともに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地域の活性化を図る取組みを実施した。

## 2 事業の内容

### (1) 新品種の愛称募集と併せた県産落花生のPR

内 容：落花生新品種「千葉P114号」のデビューに向けて、千葉県が行うPRを兼ねた愛称募集を行うとともに、既存品種（千葉半立、ナカテユタカ、おおまさり、郷の香）の品種名や製品特長等周知するためのポスター・チラシの作成し、販売店や関係機関に配布した。

実 績：応募総数 6,330 件、ポスター 800 枚、チラシ 60,000 枚



ポスター・チラシ

### (2) 新品種を活用した商品開発

新品種を活用した商品を開発するとともに、パッケージングデザインの検討やテストマーケティングを実施した。

#### ア パッケージングデザイン

制作物：殻付き4案、殻なし2案

#### イ テストマーケティング

提示物：試作品のパッケージ（殻付き5案、殻なし3案）

調査方法：①対面調査、②Web調査

③グループインタビューで調査

回答数：①対面調査424サンプル、Web調査403サンプル、グループインタビュー6名

〈H29年度実績〉テストマーケティング回答件数：827件



最も評価が高かったパッケージ

### (3) 新品種の種子生産への省力化機械の導入実証

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、収穫作業を中心に現地実証試験を行った。

使用収穫機：①ラッカセイ掘取機 VPH1200、②根菜掘取機 APU450-2、③振動掘取機 BU120A

調査項目：①作業時間、②掘り上げ状況、③島立て作業調査、④落ち実調査、⑤発芽率  
〈H29年度実績〉導入実証調査件数：1件

### (4) 新品種推進部会の設置

新品種推進部会を設置し、新品種を推進するために商品開発を中心に検討を行った。

検討内容：①落花生新品種「千葉P114号」を活用した商品開発の検討

②落花生新品種を活用した商品パッケージングデザインの検討

③テストマーケティングの検討 等

〈H29年度実績〉会議開催数：3回（平成29年8月30日、11月17日、平成30年3月16日）

事業名	新品種落花生生産産地支援事業	
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	
<b>【本事業における重要業績評価指標（KPI）】</b>		
指 標 名	実績値	目標値
既存品種（ナカテユタカ）から新品種「千葉 P114 号」 に置き換えた場合の販売増加額 (試験販売での売上げ増加額)	0 千円	1,500 千円
<b>【事業効果の判定】</b>		
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)		
<b>【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)</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>・新品種「千葉 P114 号」の販売開始を平成 30 年秋とし、平成 29 年度は販売ができなかったことや消費者の意見を把握するためテストマーケティングでの配布を無償に変更したことにより、KPI は未達成となった。</li> <li>・既存の消費者をターゲットとした PR では落花生需要の拡大が望めない。そのため、新たな PR 活動が必要である。</li> </ul>		
<b>【改善策・取組方針】(要因・課題を踏まえた具体的な取り組み(30 年度に向けた取組の修正・改善))</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>・平成 30 年度秋から新品種「千葉 P114 号」の販売が開始されるため、平成 30 年度以降の KPI 達成には大きな影響はないと考えられる。</li> <li>・メディア等を対象とした PR イベントや歴史的背景を含めた PR 活動を実施し、新たな消費者の確保を図る。</li> <li>・新品種という単発だけの PR ではなく、千葉県産落花生全体の PR を行うため、リーフレットを作成し、情報発信を行う。</li> </ul>		

# ～ “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 4,664 千円 (うち交付金 2,332 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う。

## 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、現在の問題点の洗い出しや必要な設備・体制の検討を行うため、施設の所在する市町や処理加工施設関係者を参集して会議を開催した。

〈H29 年度実績〉2 回開催 (7 月、1 月)

### (2) 獣肉処理加工施設の解体従事者の育成研修

イノシシなどの野生鳥獣肉の処理加工を行う際に身につけておくべき衛生的な知識や各種法規について学ぶ座学研修を開催した後、実際に捕獲された個体の解体作業を処理加工施設において見学することで処理加工作業の流れ、処理技術や衛生管理等の習得を目指す現地研修を実施した。

〈H29 年度実績〉

座学研修：日 時 平成 30 年 2 月 7 日

参加者 199 名

現地研修：日 時 平成 30 年 2 月 14, 15 日

1 日 2 回 (計 4 回開催)

参加者 107 名



解体従事者の育成研修 (現地研修)

### (3) 「飲食店向け『房総ジビエ』講習会」の開催

飲食店の調理担当者またはオーナーを対象として、「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。

開催日：平成 29 年 10 月 27 日

場 所：学校法人芳野学園 千葉調理師専門学校

参加者：44 名

(飲食店の調理担当者、オーナー、千葉調理師専門学校の生徒)



### (4) 「房総ジビエフェア 2018 冬」の開催

県内及び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。

開催日：平成 30 年 1 月 26 日 (金)～2 月 25 日 (日)

場 所：県内及び都内の飲食店

参加者：47 店舗 (県内 45 店舗、都内 2 店舗)



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 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	
<b>【本事業における重要業績評価指標（KPI）】</b>		
指 標 名	実績値	目標値
県内処理加工施設の販売増加額	4,360 千円	400 千円
イノシシ肉の処理頭数の増加	109 頭	10 頭
房総ジビエフェアに参加したことがある飲食店数の増加	8 件	8 件
<b>【事業効果の判定】</b>		
<b>①地方創生に非常に効果的であった</b> (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) <b>②地方創生に相当程度効果があった</b> (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) <b>③地方創生に効果があった</b> (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) <b>④地方創生に対して効果がなかった</b> (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)		
<b>【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）</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>・野生獣肉の利活用について意見交換を行った結果、複数の施設において保管用冷凍庫等の付帯設備の整備要望があることが明らかとなった。</li> <li>・野生獣肉の解体従事者の確保に向けて、処理加工施設での現地研修を実施したが、基礎的な知識、技術の習得にとどまる内容であったことから、更なる研修が必要である。</li> <li>・29年度は「房総ジビエフェア」への参加店舗数は目標に達することができたが、同年度はイノシシの捕獲頭数が少なく、フェアへの参加条件となっているイノシシ肉の入手が難しい状況にあったことから、フェアへの参加を見送る飲食店が見られた。</li> </ul>		
<b>【改善策・取組方針】（要因・課題を踏まえた具体的な取り組み（30年度に向けた取組の修正・改善））</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>・野生獣肉の供給体制整備に向けて、30年度から新たに県内の2自治体が、施設での処理頭数の増加を図るため、付帯設備等の整備に取り組む。</li> <li>・解体作業従事者の確保に向けて、処理加工施設においてより実践的な研修を行う。</li> <li>・29年度に引き続き、ジビエに関する講習会やフェアを開催するほか、新たに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）の需要喚起や県内外飲食店における取り扱い店舗の掘り起こしを図る。</li> </ul>		