

デジタル田園都市国家構想交付金(地方創生推進タイプ)  
令和6年度事業報告書

事業名		「いちごのまち三木町」ブランド化プロジェクト				担当課	政策課			
事業の背景		<p>就農をめぐる全国の動向をみると、就農人口全体としては減少・高齢化が進行しているものの、49歳以下の新規就農者については、新規自営農業就農者の存在に加え、新規雇用就農者の増加を背景として、毎年2万人前後と安定した需要がみられる。全国に存在するこれら若い世代の就農希望者に対し、魅力ある地域農業を提示し、地域内に積極的に誘致することは、地域の担い手が減少している本町において地域創生の起爆剤となると考えられる。</p> <p>本町の環境は、日照時間も長く災害も少ない温暖な気候であり、施設園芸などの高額な設備を必要とする農産物は施設破損などのリスクが少なく栽培に適していると言える。そして、施設園芸の中でも本町ではいちごの生産が特に盛んであり、「さぬきひめ」は全国2位、「女峰」は全国1位の生産量を誇り、いちごは三木町の産業に欠かせない特産品となっている。</p>								
事業概要 (目的、対象、手段等を含め取組内容を簡潔に記載。検討中の取組については現時点で記載できる限り記載すること)		<p>【事業1】「いちごのまち 三木町」プロモーション事業 町が主体となって、「香川県農協三木町地域いちご部会」やその他町内いちご生産者と連携して戦略的かつ積極的ないちごプロモーションを展開し、三木町産いちご品質の良さやおいしさ、観光資源としてのポテンシャル等に関して認知度を向上を図ることで「いちごのまち三木町」としての地域ブランドを確立する。事業の推進にあたっては、事業2・3とも一体的に取り組むことにより、いちご生産量増加による1次産業振興や6次産業化、認知度向上による観光客(交流人口)増および移住定住者増等に繋げる。</p> <p>【事業2】 セトラスホールディングス㈱との連携協定による年間を通じたいちご生産体制の確立 セトラスホールディングス㈱が実施する、町内廃校跡地を活用した夏いちごの開発、生産について、実現すれば「1年中いちごがとれるまち」としての地域ブランド確立に資することから、本町としても同社との連携協定を通じて情報発信や担い手確保を後押しする。これにより、事業1・3との相乗効果を生み出す。</p> <p>【事業3】 移住就農支援の拡充 事業1と並行して、いちごブランドをきっかけに本町に関心を持った人々を移住就農に結び付けるためのワンストップ体制を整備する。その体制には、行政による支援のみならず、いちご生産者の支援も得られるなど、地域一体となった支援を行う。具体的には、町が主体となって移住就農に必要となる初期費用や情報面の整備を行うとともに、町内既存農家に対しては、指導者としての新規就農者の受入体制確保のための支援や事業拡大に必要な支援を行う。 さらに2年目以降は、1年目に得られた移住就農者同士のネットワークづくりを行い、継続的な定住の促進に向けたフォローアップや先行事例の横展開、受け入れ態勢のブラッシュアップにつなげる。</p>								
事業により見込まれる効果		<p>「年間を通じていちごがとれるまち」という地域特性を活かして「いちごのまち三木町」ブランドを確立することで本町への人の流れを生む。そのような人々のうち、移住就農希望者に対し、地域一体となって支援を行うことで新たな地域の担い手を確保し、本町が抱える「就農による雇用創出」「移住・定住の促進」といった課題の解決が可能となる。将来的には、そのような担い手の存在により、産業、商業、観光振興といった多分野にわたる地域創生が可能となる。</p>								
予算額・決算額		年度	令和4年度(決算)	令和5年度(決算)	令和6年度(決算)					
特定財源	国支出金		3,157千円	2,378千円	2,583千円					
	県支出金		千円	千円	千円					
	地方債		千円	千円	千円					
	その他		千円	千円	千円					
	一般財源		3,023千円	2,379千円	2,584千円					
重要業績評価指標(KPI)	指標	当初値	令和4年増加(目標値)	令和5年増加(目標値)	令和6年増加(目標値)	最終目標値				
			令和4年増加(実績値)	令和5年増加(実績値)	令和6年増加(実績値)	実績累計値				
	いちご出荷量	391.92	10.00	t	10.00	t	10.00	t	30.00	t
			2.81	t	60.19	t	▲ 20.00	t	43.00	t
	新規就農者支援協力事業者数	0	5	者	5	者	5	者	15	者
			7	者	14	者	6	者	27	者
	SNSフォロワー数	0	500	人	500	人	500	人	1,500	人
			1,179	人	244	人	233	人	1,656	人
	ふるさと納税申込件数(いちご)	10,000	1,000	件	1,000	件	1,000	件	3,000	件
			9,256	件	▲ 12,064	件	▲ 2,859	件	▲ 5,667	件
実数値			目標	11,000	件	12,000	件	13,000	件	36,000
換算	実績	19,256	件	7,192	件	4,333	件	30,781	件	
取組評価	B	<p>昨年度に引き続き、「三木町いちご大使」である、漫画「それが声優！」のキャラクター「萌咲いちご」が、三木町産いちごの品質の良さや本町の魅力をPRしている。また、「三木町いちごの日」イベントや大阪あべのハルカス近鉄本店における三木町産いちごの販売などを開催し、関西圏を含む町内外へ積極的にプロモーションを展開した。とくに令和6年度では、獅子たちの里 三木まんてん。でのいちごエール販売や、マルナカ三木店での三木町産いちごの販売、いちごを堪能できる町内ツアーを開催したことで、「いちごのまち三木町」を地域一体となって盛り上げた。プロモーション事業の認知度向上について、SNSだけでなく町の広報紙等で取り上げたほか、新聞の取材や魅力発信ラジオ番組であるFMかがわの「東讃 RADIO CLOVER」に出演するなどPRIに取り組んだことで、イベント等の集客にもつながったと考える。</p> <p>また、移住就農支援については、移住・就農イベントへの出展を2回実施した。町の移住施策の説明に加え、町内のいちご就農者を帯同することで、三木町でのいちご生産について生の声を参加者に伝えることができた。</p> <p>【KPIについて】 いちごの出荷量について、昨年度と比べて出荷量が減少している要因の1つとして、昨今の猛暑によりいちごの苗の生育不良などが影響したと考えられている。</p> <p>ふるさと納税申込件数については、全体的に件数が下落しており、いちごに関する件数も減っている。しかしながら、ふるさと納税全体件数におけるいちご関連商品の割合は全体の半数を占めており、令和5年度に比べ割合が増加していることから、いちごプロモーションの効果が表れていると考え、今後も引き続き魅力的な新規販路品の開発や、効果的な情報発信を行っていく。</p>								
		総合評価	B	<p>いちごを活用した地域ブランドプロモーション「Very Berry三木町」は、デジタル田園都市国家構想交付金を活用して3年間、広報みややSNS等で三木町産いちごの品質の良さや本町の魅力をPRしたほか、「三木町いちごの日」や「三木町いちごウィークin東京」の開催など、町内外へ積極的にプロモーションを展開した。そのことにより、本町産いちごの認知度向上に確かな手応えを感じることができた。また、東京都から本町が展開したイベント来場をきっかけに、町内でのいちご就農体験を経て、いちご農家に就職された方もおり、移住就農に向けた後押しになったと考える。今後について、これまでの大規模なイベントの実施は困難であるが、大阪・関西万博の香川県自治体備前や三木町観光協会が行うイベントなど、あらゆる機会を捉えて本町産いちごをPRしつつ、更なる認知度向上や移住就農支援に取り組む。</p>						