

**白井市まち・ひと・しごと創生総合戦略**  
**（平成28年度地方創生加速化交付金・地方創生推進交付金事業）**  
**効果検証シート**

平成29年9月

白井市まち・ひと・しごと創生総合戦略（平成28年度地方創生加速化交付金事業） 効果検証シート

1 基本情報

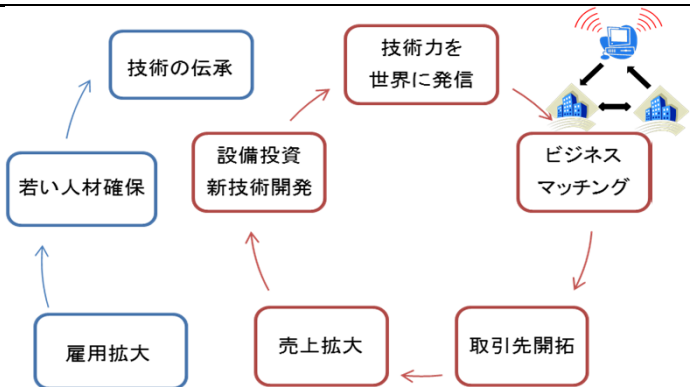
事業名	しろい工業団地PR・地方創生活活性化事業		
位置付け	基本目標② 産業が活力を生み出すまちづくり		
	2 チャレンジできる環境づくり		
担当課	商工振興課	事業年度	平成28年度

2 事業の背景・概要

本市の産業は、製造業が取引流入額、付加価値額、従業者数ともにトップであり、製造業者は白井工業団地に集積している。  
 白井工業団地は、製造業以外にも多岐にわたる業種が約300社立地しており、従業員20人未満の中小企業が多いものの、無人海底探査機の開発に関与するなど世界有数の技術を誇る企業が集積した、県内で一番大きい内陸工業団地である。  
 しかし、中小企業が多いことから、企業の情報発信力や営業力が弱く、取引先の新規開拓や製品・技術のPRなどに至らないことが課題となっている。また、従業員の高齢化が進んでいるため、若い人材への技術の伝承が急務となっている。  
 そこで、一般社団法人白井工業団地協議会が主体となった次の取組を支援する。

【情報発信】  
 ○白井工業団地と白井工業団地内企業の製品・技術等をまとめて発信するホームページやPR動画等の各種媒体を作成  
 ○同協議会が所有する白井工業団地産業振興センターに情報発信基地・案内所としての機能を整備し、WebやYou Tubeなどの活用、製品等の展示を通じて、情報発信力を強化  
 【ビジネスマッチングの促進】  
 ○業種の豊富さを活かし、どんな技術も揃う工業団地として、Web上で業態別・技術別に世界中どこからでも求める技術等を検索できる仕組みを構築  
 ○各種展示会・商談会への参加による取引先の新規開拓  
 【若い人材の確保】  
 ○就職相談会やセミナー、マッチングイベントの開催  
 ○キャリア教育の実施

【参考】事業イメージ



白井工業団地の概要  
 【創業年】昭和43年  
 【面積】196.8ha  
 【企業数】約300社  
 【業種】金属加工を中心に28業種  
 【技術力】特許保有数は1,000件以上

3 取組状況

【情報発信】  
 ○白井工業団地協議会のHP作成、白井工業団地に立地する255社のPR動画を含めたHPを作成  
 ○PRパンフレット、冊子、電車内中吊りポスターなどによりPR  
 ○白井工業団地産業振興センターに事務室、展示室、会議室、印刷機器等を整備  
 【ビジネスマッチングの促進】  
 ○HPへのアクセス解析状況調査、白井工業団地内事業者へのアンケート調査などマーケティング調査を実施  
 ○国際展示場の商談会への出店（7団体参加）  
 ○白井工業団地産業フェスティバルを開催し、産学官連携・異業種交流に向けた意見交換を実施  
 【若い人材の確保】  
 ○ハローワーク、ジョブカフェちば等の協力を得て、就職フェア・合同企業説明会を開催（参加企業：32社、参加者：88名）  
 ○経営者や従業員で若手のリーダー等を対象にキャリア教育を実施（3日間、34人参加）

4 成果（KPI）

重要業績評価指標 （上段：目標、下段：実績）		単位	基準値 H26年度	H28年度	H29年度	H30年度	H31年度
① 売上高		億円	4,488	4,500	-	-	4,600
				4,501	-	-	-
② 従業者数		人	7,496	7,520	-	-	7,600
				7,464	-	-	-

5 コスト

予算額	45,000千円	決算額	43,816千円	交付金額	43,816千円
-----	----------	-----	----------	------	----------

6 事業効果及び今後の方針

事業効果	地方創生に非常に効果的であった
今後の方針	事業の継続（計画どおりに事業を継続する） （内容） ・白井工業団地協議会と連携して、工業団地見学ツアーや就職フェアなどを開催し、市民が白井工業団地について知り、若い世代の地元企業への雇用を拡大する取組を展開していく。 ・白井工業団地協議会が主体となったPR活動やビジネスマッチングの促進の取組を支援していく。

7 白井市まち・ひと・しごと創生審議会の意見

・HPのアクセス数は増加しており、特に企業の一覧表や白井工業団地へのアクセスに関する検索が増えるなど、HP開設により白井工業団地のPRが図られ、地方創生に非常に効果的であり、有効な事業であった。  
 ・従業者数は目標を達成しなかったが、全国的な人手不足の状況からやむを得ない面もある。  
 ・白井工業団地の認知度をより高め、数ある工業団地の中で白井工業団地を選んでもらうためのPRをいかに進めていくかが求められる。  
 ・女性の白井工業団地での就労促進など職住近接の生活の実現と、白井工業団地の更なる活性化につながる取組が必要で、また地元雇用の促進に向けてはインフラや公共交通の面の改善も併せて行う必要がある。  
 ・白井工業団地内で年に数回でもよいので、製品等を販売する店舗を開くなど、市民が白井工業団地を訪れ、実際に見て、知ることにより、地元就労にもつながると考える。

白井市まち・ひと・しごと創生総合戦略（平成28年度地方創生加速化交付金事業） 効果検証シート

1 基本情報

事業名	障がい者等の農を活かした就労支援事業		
位置付け	基本目標② 産業が活力を生み出すまちづくり		
	2 チャレンジできる環境づくり		
担当課	社会福祉課	事業年度	平成28年度

2 事業の背景・概要

本市のNPO法人ほれほれ・ちばは、障がい者の就労継続支援B型事業所を運営し、農産物の生産・パン作りを行い、市内や近隣市スーパーの地場産コーナー「わくわく広場」や「風のまーけっと」などで販売している。

そこで、NPO法人ほれほれ・ちばが、その生産・加工・販売のノウハウを活かして、新たに遊休農地等を活用してソーシャルファームを整備し、農産物の生産から加工、販売に至るネットワークを構築し、稼ぐ力を身に付けることを支援する。併せて、生産・加工・販売の各段階において、単身高齢者や障がい者などのいわゆる社会的弱者の就労の場を拡大することを支援する。

将来的には、NPO法人ほれほれ・ちばと別人格の株式会社を立ち上げ、農的空間を中心に、農産物の生産・加工・販売の場、福祉活動（居場所、仕事場、訓練の場）、地域住民の農的体験の場（保育園児・小学生等の農的体験や収穫・調理・食の体験、大人を対象とした料理教室の開催）を一体としてつくり、農を通じた地域住民の体験・交流の場づくりを進めていく。

【ソーシャルファームの整備】

○ビジネスプランの作成

【販路開拓】

○市場ニーズの高い農産物と加工品に関するマーケティング調査

○加工試作品の開発

○近隣市等のスーパー等の販路の開拓

【加工用機材等の整備】

○既存の低利用状態の加工所の活用に向けた必要機材等の整備

○野菜運搬用車両の購入

【人材の確保】

○本事業をトータルプロデュースする外部人材の確保

【参考】事業イメージ

ソーシャルファーム  
…障がい者の雇用を前提とした事業運営システムの下、企業的経営手法を用い、障がい者だけでなく、労働市場において不利な立場にある人々（いわゆる就労弱者）を多数（3割以上）雇用し、健常者と対等の立場で共に働く組織体のこと。



3 取組状況

【ソーシャルファームの整備】

○戦略商品、定番加工品、半調理・下拵え品、弁当など幅広い商品化を検討し、ビジネスとして成り立つ可能性を模索し、今後の収支シミュレーション結果などを示したビジネスプランを作成

【販路開拓】

○加工試作品を27種類開発し、試食会やモニター調査を実施し、商品化方針を決定

○今後の納品の可能性や条件等について、近隣市等のスーパーなど小売店11店舗、高齢者福祉施設18施設にヒアリング調査

【加工用機材等の整備】

○冷蔵冷凍庫、食品充填機、瞬間フリーザーなど加工に必要な機材の整備

○野菜運搬用車両の購入

【人材の確保】

○コミュニティビジネスを専門とする人材を確保

4 成果（KPI）

重要業績評価指標 （上段：目標、下段：実績）		単位	基準値 H26年度	H28年度	H29年度	H30年度	H31年度
①	農産物・加工品販売売上	万円	467	500	-	-	2,000
				447	-	-	-
②	新規就労者	人	0	0	-	-	20
				0	-	-	-

5 コスト

予算額	35,000千円	決算額	35,000千円	交付金額	35,000千円
-----	----------	-----	----------	------	----------

6 今後の方針

事業効果	地方創生に非常に効果的であった
今後の方針	事業の継続（計画どおりに事業を継続する） （内容） NPO法人ほれほれ・ちばと別人格の株式会社を平成29年度中に立ち上げ、当該会社が農産物の生産から加工、販売に至るネットワークの構築、ソーシャルファームの拠点整備を行うことを支援する。 拠点が整うまでの間は、弁当販売、保育園等への給食食材の供給、高齢者福祉施設やスーパー等の販路開拓を支援していく。

7 白井市まち・ひと・しごと創生審議会の意見

・今後の事業基盤が構築され、地方創生に非常に効果的であり、有効な事業であった。  
・新商品を出し続けないと消費者は飽きてしまうので、アイデアが重要であり、そのための人材の確保が求められる。  
・農業などのように強かな力を持つ団体をビジネスパートナーとして取り組んでいくと良いと考える。  
・市場の競争の中に入って行くのではなく、社会全体でこのような事業を支えるという意識が根底にないといけないと思う。  
・投資額を考えると、また、自立していくためには、KPIの目標値以上の収入が必要ではないかと考える。

白井市まち・ひと・しごと創生総合戦略（平成28年度地方創生推進交付金事業） 効果検証シート

1 基本情報

事業名	しろいの梨ブランド化推進事業		
位置付け	基本目標② 産業が活力を生み出すまちづくり		
	1 魅力ある農業の推進		
担当課	農政課	事業年度	平成28年度～平成30年度

2 事業の背景・概要

本市の基幹産業は農業であり、農業販売の約7割を果樹栽培が占めている。その中でも「しろいの梨」は、有数の梨の産地である千葉県の中でも1位の果樹面積と収穫量を誇るなど、本市の主要作物となっている。

しかし、農業者の9割以上が50歳を超え、約7割が後継者・担い手がいない現状の中、農業者は今後の農業経営について新たな事業展開が困難な状況に陥っており、これはブランド力の弱さ、生産性の低さ、人手不足の悪循環に陥っていることが要因である。

①ブランド力の弱さ：「しろいの梨」は千疋屋に出荷するなど味・質は高いものの、消費者には県内他市産の梨の方が認知度が高く、ブランド力を発信しきれていない。

②生産性の低さ：梨の木の老木化により収穫量が落ちるため、新しい苗木に改植する必要があるが、改植後結実までに5年間かかることが改植を妨げ、生産性が低下している。

③人手不足：農業収入が低迷していることにより、若い後継者が農業を継がずに、市外に流出している。

そこで、農業者、JA西印旛等と連携して、課題解決に向けた次の取組を展開する。

【ブランド力の向上】

○モンゴルなど海外での商談会への参加、本格輸出に向けたマーケットニーズの分析

○市場や鉄道、駅などの各種施設、市場でのPR活動

【生産性の向上】

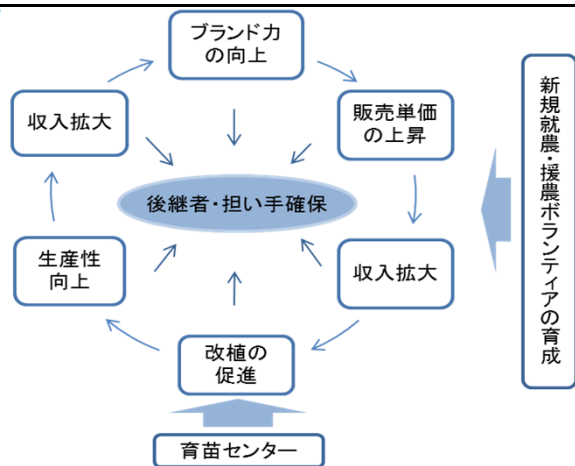
○梨業組合が梨の木を共同育成し、大苗になった段階で農業者に供給する育苗センターを運営することを支援し、改植を促進

【人手不足の解消】

○市民や市外住民が農業者から農業を实践で学ぶ農業大学校を開設・運営

○援農ボランティア（農作業をボランティアで手伝う人）の育成、農業者への派遣

【参考】事業イメージ



3 取組状況

【ブランド力の向上】

○モンゴルにおける「ちばぎんビジネスマッチング商談会」に梨業組合、JA西印旛とともに参加

○モンゴルの現地スーパーで試食・販売

○「しろいの梨」クリアファイル、PRポスター・チラシを作成、北総鉄道電車内に中吊り広告を掲載

【生産性の向上】

○梨業組合による育苗センターの運営を支援

H27年度に植栽した苗1,080本を農業者に販売、新たに1,600本を植栽

【人手不足の解消】

○市内団体等と農業大学校や援農ボランティア制度について協議

4 成果（KPI）

重要業績評価指標 (上段：目標、下段：実績)	単位	基準値	H28年度	H29年度	H30年度	H31年度
		H27年度				
① 市場取引単価 (幸水、1kg当たり)	円	398.6	399.0 339.4	400.0 -	402.0 -	
② 新規就農者数・援農ボランティア数	人	0	0 0	11 -	22 -	
③ 農協出荷量	t	2,999	3,000 3,193	3,000 -	3,050 -	

5 コスト

予算額	4,834千円	決算額	3,699千円	交付金額	1,821千円
-----	---------	-----	---------	------	---------

6 今後の方針

事業効果	地方創生に非常に効果的であった
今後の方針	事業の継続（計画どおりに事業を継続する） (内容) ・タイ王国やモンゴル国への輸出、市場等でのPR活動を継続するとともに、台湾において千葉県産農産物の輸入が解禁された際には、台湾への輸出を検討する。 ・育苗センターについて、平成31年度から梨業組合が自主運営できるよう、収入確保策等を講じる。 ・平成30年度から農業大学校と援農ボランティア制度の連携・統合を図り、効果的・効率的な担い手育成を進める。

7 白井市まち・ひと・しごと創生審議会の意見

・市場取引単価は目標を下回っているが、外的要因も影響することを考慮する必要がある。短いスパンで評価することは困難であるが、長期的にみると育苗センターにより今後安定的に梨を生産できる体制が整うなど、地方創生に非常に効果的であり、有効な事業であった。

・食べて美味しいと他の人にも教えたいと思うので、お中元など贈り物の習慣を活用すれば、販売拡大とPRにつながると思う。

・PR方策について、大学生や高校生など学生目線での新しい発想を取り入れると、活性化すると考える。

・後継者不足を今後どう考えていくかが大きな課題である。