

**白井市まち・ひと・しごと創生総合戦略
（平成30年度地方創生推進交付金事業）
効果検証シート**

平成31年6月

白井市まち・ひと・しごと創生総合戦略（平成30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】

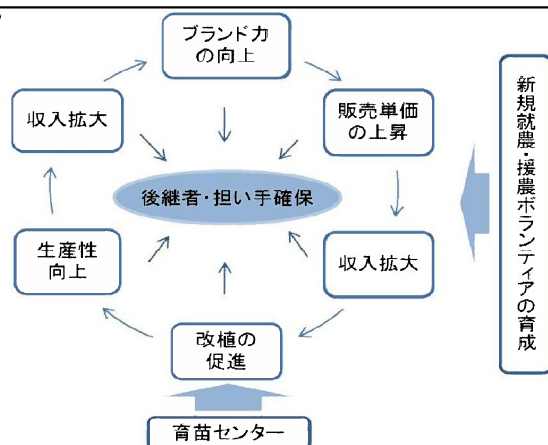
○梨業組合が梨の木を共同育成し、大苗になった段階で農業者に供給する育苗センターを運営することを支援し、改植を促進

【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校・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】

○市場、伊達市「だてな太鼓まつり」、歌舞伎座木挽町広場、柏レイソル等でのPR、試食・販売の開催

○しろいの梨ブランド化推進計画の策定

○しろいの梨ポータルサイトの開設支援

○直売所マップ、プリント入りポロシャツ、ポスター等PR物資を作成、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（H29年度に植栽した苗1,600本のうち、1,545本を農業者に販売（55本は不良品のため廃棄）、新たに1,600本を植栽）

【人手不足の解消】

○市内に研修ほ場を持つ民間農業スクールとの連携により新規就農ステップアップ講座を2回開催

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	400.0 375.4	402.0 367.2	
② 新規就農者数・援農ボランティア数	人	0	0 5	11 8	22 12	
③ 農協出荷量	t	2,999	3,000 3,193	3,000 3,401	3,050 3,260	

5 コスト

予算額	12,022千円	決算額	8,925千円	交付金額	4,462千円
-----	----------	-----	---------	------	---------

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 (理由) 平成30年度は猛暑の影響により梨が小玉傾向であったことや、出荷時期が早まり九州産梨の出荷時期と重なったことから、出荷量・市場取引単価ともに低下した。しかし、育苗センターは平成31年度からの自立運営に移行できたことや、しろいの梨ブランド化推進計画の策定やポータルサイトの開設により、今後のブランド化推進の基盤づくりができた。
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) ・タイ王国への輸出の継続、輸入解禁の際台湾等への輸出検討 ・しろいの梨ブランド化推進計画に基づく、しろいの梨ブランド化の推進 ・各種PRの実施（若手梨農家で組織するしろい梨PR委員会への協力支援等）によるしろいの梨のブランド力の向上、市場取引単価の向上 ・援農ボランティア・就農支援事業として、就農希望者を対象に農業体験研修会の開催

7 白井市まち・ひと・しごと創生審議会の意見

--

◆歌舞伎座での「しろいの梨」PR◆

歌舞伎社会を「梨園」ということから、日本一の梨を標榜する「しろいの梨」と「梨園」をマッチングさせ、白井市梨業組合による梨のPR事業、試食販売、販売促進イベント（8月14日実施）の支援を行った。



場所：歌舞伎座 地下2階 木挽町広場（上写真）
 期間：平成30年8月1日～31日
 売上：368,500円（うち販売促進イベント28,000円）

◆しろいの梨ブランド化推進計画の策定◆

これまで「しろいの梨」のブランド化のために、様々なイベント等を行ってきたが、単発的なイベントでそれぞれ一貫性がなく、また現状のブランド力を消費者に対しどれほど啓発できているのかも不明であった。

このことから、コンサルティングを行い、現状のブランド力調査や、「しろいの梨」の強み（ブランドコンセプト）を明確にした上で、ブランド戦略を策定し、農家・関係団体・市の共通認識のもとで、ブランド力の強化を促進していくために、計画を策定した。

基本方針：また食べたくなるブランド「しろいの梨」の確立
 ～真のポテンシャルを発揮し、安心と信頼の実績を積み上げる～

◆農産物直売所マップの作成◆

地産地消の推進、農業者所得の向上、魅力ある農業の実現を目指し、市内で地元産農産物が販売されている場所を軒先販売も含めてマップにまとめ、消費者に配布した。

掲載内容：直売所（102件）の場所を示した地図、各直売所の概要、市の特産品紹介等
 配布方法：市役所窓口・案内等に設置、イベントでの配布、やおばあく等直売所での配布など
 作成枚数：10,000枚

◆「しろいの梨」ポータルサイトの開設◆

白井市の農産物を全国的にPRし、農産物の販路拡大、農業収入の確保及び白井市のPRにもつなげるため、白井市梨業組合が主体となって「しろいの梨ポータルサイト」の立ち上げを行い、その費用に対し補助金を交付した。

開設費：1,030,000円
 （うち市補助250,000円）
 主な掲載内容：しろいの梨について、梨農家インタビュー、梨購入ページイベント情報、梨直売所マップなど

