

(参考様式4)

事業活用活性化計画目標評価報告書

活性化計画名	七戸町地区活性化計画			
計画主体名	計画主体コード	計画番号	計画期間	実施期間
七戸町	24023	1	平成20年度～ 平成24年度	平成20年度～ 平成22年度
活性化計画の区域				
七戸町地区				

1 事業活用活性化計画目標の達成状況

事業活用活性化計画目標	目標値A	実績値B	達成率(%) B/A	備考
①地域産物の販売量の増加	12.91	(12.91)	(100.0)	()は、検証不可であるため便宜上表記
②交流人口の増加	94.55	166.73	176.3	

(コメント)

- ① 地域産物の販売量については、計画当初、青森農林水産統計協会発行の「園芸作物統計」の数値を用いることとしていたが、平成19年度以降発行されていないため検証できない。
- そこで、直売施設完成の前年(H21)と直売施設供用開始年(H22)の農産物の売上げを比べてみると、対前年比114.3%となっており、H23、24も施設完成前より増加している。
- また、直売施設オープン以降、「道の駅しちのへ」施設内の地元特産品や加工品等の売上げも増加した。
- 来客数についてもH21とH22を比べると対前年比111.1%と上昇し、産直友の会会員数も施設完成に伴い従来より販売スペースが広がったことから64人増の214人となっている。
- 以上のことから、農業所得の増加、農業従事者の生産意欲の向上が見られ、目標である地域産物の販売量の増加が達成されたと考える。(別紙資料)

(事業実施前H18～直売施設完成前H21)

単位：千円、人

	H18年度	H19年度	H20年度	H21年度
農産物(産直) 売上げ	202,008	210,955	221,660	229,518
産直友の会 会員数	150	150	147	150
道の駅しちのへ 施設内売上げ	479,892	488,938	506,001	511,614
来客数	605,170	604,550	615,380	606,439

(直売施設オープン H22 ～ 現在 H24)				単位：千円、人	
	H22 年度	H23 年度	H24 年度		
農産物（産直） 売上げ	262,291	278,191	265,631		
産直友の会 会員数	214	204	204		
道の駅しちのへ 施設内売上げ	607,811	648,440	602,046		
来 客 数	673,981	808,011	728,887		

② 交流人口については、七戸町かだれ田舎体験協議会の農業体験等への参加人数の数値により増加の目標を設定した。達成率の算定は、事業実施前（H16～H19）から計画期間（H20～H24）への増加率を算定することにより行ったが、166.73%増となり目標を達成した。

(事業実施前)					単位：人
	H16 年度	H17 年度	H18 年度	H19 年度	計
交流人口	89	274	63	124	550

(事業実施後)						単位：人
	H20 年度	H21 年度	H22 年度	H23 年度	H24 年度	計
交流人口 (目標)	150	170	200	250	300	1,070
交流人口 (実績)	148	227	371	376	345	1,467

2 目標の達成のために実施した各事業の内容と効果

事業メニュー名	事業内容及び事業量		事業実施主体
農産物直売・ 食材提供供給施設	直売・食材提供供給施設 1 棟 A=937.36 m ²		七戸町
管理主体	事業着工年度	事業竣工年度	供用開始日
株式会社 七戸物産協会	平成 20 年度	平成 21 年度	平成 22 年 4 月 24 日
事業の効果			
<p>近年の輸入作物増加や高齢による離農及び後継者不足に悩まされている中で、農業従事者の生産意欲を高め離農者の増加を防ぐために、道の駅を利用した農産物の直売を実施していたが、販売面積が小さく、また町村合併により出品希望待機者が多数いる状況であった。本事業で直売施設を整備したことにより、出品者数も増え、農業所得の増加や生産意欲の向上が図られた。</p>			

事業メニュー名	事業内容及び事業量		事業実施主体
農山漁村活性化 施設整備付帯事業	◎直売施設の名称公募用 ポスター200枚、チラシ5,000枚作成 ◎施設オープンイベント 1回 ◎販売促進キャンペーン用 ポスター200枚、チラシ1,500枚、 PRポストカード3,000枚作成		七戸町
管理主体	事業着工年度	事業竣工年度	供用開始日
—	平成21年度	平成22年度	—
事業の効果			
<p>直売施設の名称公募による全国へのPRや施設オープンイベントを実施した。</p> <p>また「真心を贈ろうキャンペーン」と題し、直売施設から購入した農産物を親類や知人へ贈り、贈った方、贈られた方に抽選でオリジナルギフトのプレゼントを実施するなど販売促進を図った。</p> <p>全国へのPRや施設オープンイベント等の実施により直売施設の知名度、活用度アップにつながり、町内のみならず町外はもちろんのこと県外の多くの人にもまで周知することができ、直売施設の入り込み客数や売り上げの増加が図られた。</p>			

3 総合評価

<p>(コメント)</p> <p>町の基幹産業である農業は、近年、農業従事者の高齢化や農業所得の減少による離農、後継者不足による担い手の不足などの課題を抱えていた。そこで、農産物の直売施設を整備することにより、衰退危機にある農業の活性化を図ることとした。</p> <p>目標に掲げた①「地域産物の販売量の増加」は直売施設の売り上げや来客数、産直友の会会員数がいずれも増加傾向にあったことから目標を達成したと考えられる。②「交流人口の増加」についてはグリーンツーリズム事業を実施している「七戸町かだれ田舎体験協議会」の農業体験や農家民泊の参加人数も増加しており、当町の農産物の安心・安全・こだわりや農村の魅力、情報を広くPRすることにより、目標値も計画を大きく上回ることが出来た。</p> <p>また、整備された直売施設は「道の駅しちのへ」に隣接されていることから、青森市や八戸市、十和田湖、下北方面への広域交通の結節点に位置し、東北新幹線七戸十和田駅も近く立地条件に恵まれており、県内外から多数の観光客や消費者を呼び込むことが出来た。</p> <p>結果、地元農産物の販売も促進されたことにより農業所得の増加や生産意欲の向上につながり、農業の振興・活性化が図られたと考える。</p>

4 第三者の意見

(コメント)

直売施設“七彩館”完成以前は「産直友の会」入会待機者も多く、商品の種類・数量共に増加を望む声が多く聞かれたが、完成後は友の会々員も増加し、売上も特に産直売場の伸びが顕著である。商品数も十分充実している様に思われる。

地理的好条件に加え、時期によっては東北新幹線七戸十和田駅乗降客の利用も見られ、これまで売上は確実に増加してきているが、道の駅しちのへ全体としては、産直施設“七彩館”を柱として足湯、ジェラート販売など常に新鮮味を加える工夫が見られる。G.W.・盆・年末などはもちろん平常営業時でも土日・祝日は常に来場者が多く訪れ、直売施設拡充の効果が大きい表れているように思われる。

【 七戸町商工会 会長 よないやま まさよし
米内山 正義 】

①地域産物の販売量の増加 の達成判断資料

計画策定時

農産物出荷量

現 状		計画目標	
H14	6,646 t	H20	8,750 t
H15	6,025 t	H21	8,750 t
H16	8,577 t	H22	8,750 t
H17	8,762 t	H23	8,750 t
H18	8,736 t	H24	8,750 t
計	38,746 t (5年:5年)	計	43,750 t

※計画は、H17、18の平均値を設定した

$$\text{◎目標値 } 43,750 \text{ t} \div 38,746 \text{ t} \times 100 - 100 = \underline{12.91\%}$$

事後評価時

農産物出荷量

実 績

青森農林水産統計協会発行の「園芸作物統計」がH19年度以降発行されておらず、検証不可。



代替となり得る統計資料が無いことから、便宜的に施設完成前（H21）と施設使用開始（H22）での売上額、来客数、会員数を比較。

	施設完成前 (H21)	供用開始後 (H22)	対前年比 (%)
売上額 (千円)	229,518	262,291	114.3
来客数 (人)	606,439	673,981	111.1
会員数 (人)	150	214	142.7



以上より、農業所得の増加、農業従事者の生産意欲の向上が見られ、目標である地域産物の販売量の増加は達成されたと判断。