

○地方創生推進交付金事業に係る検証シート

<b>交付金対象事業の名称</b>	日本一の丸干し乾燥芋の産地を守る！地域特産品生産体制構築事業	
<b>事業の概要</b>	吉岡町の特産品である「小倉乾燥芋」の増産化を図り、継続的に安定供給するため、乾燥芋生産農家を中心とした自立可能な会社組織を設立し、新商品開発や道の駅等の主要観光施設、首都圏のアンテナショップ、食の専門店等への新たな販路開拓などの6次産業化をマネジメントすることにより、生産・加工・販売体制を構築する。	
<b>事業経費</b>	事業費総額：4,903,200円 (事業費内訳) ・協議会組織設立・運営支援費 839,160円 ・販路拡大実証費 1,976,400円 ・加工実証費 961,200円 ・成分分析費 1,126,440円	
<b>平成29年度 取組内容</b>		<b>取組結果</b>
<b>【協議会の結成・運営支援】</b> ・吉岡町乾燥芋協議会の設立 ・設立準備会1回、協議会3回実施		・生産者と関係機関が乾燥芋生産に関する情報共有する機会を創出した。 ・パッケージや販売方法について、アイデアを共有した。 ・衛生管理や地理的表示(GI)の申請等、今後協議して取り組む点について、共有した。
<b>【現地調査の実施】</b> ・栽培方法調査 ・収量調査 ・貯蔵の温湿度調査 ・キュアリング実施調査		・マルチの設置をすることにより収量の安定化を図ることができる。 ・収量調査により、紅はるかやシルクスイートと比較して、農林5号が必ずしも収量が落ちることがないことが判明 ・サツマイモの貯蔵最適温度は約12～14℃であり、12月下旬になると10℃を下回るため、温度管理できる貯蔵施設が必要となる。 ・キュアリング処理を行うことで、成分分析上は大きな違いはなかったが、味や見た目で劣るため、必要はない限りキュアリング処理を行わないほうがよい。
<b>【『小倉乾燥芋』ブランド化推進に係る販路拡大】</b> ・オリジナルお菓子の試作 ・パッケージの検討 ・試験販売の実施		・新たな収入源の検討として、小さい、形が悪く商品にならない生芋と乾燥芋の活用を検討した。 ・協議会の参加者有志により、試験販売にて使用するラベルシールのデザインを作成した。 ・新たに作成したラベルを貼り、通常とは違う内容量、価格で販売した結果、好評であったが、お菓子は売れ行きはよくなかった。
<b>【経営計画の見直し】</b> ・生産者の売上増加 ・法人の事業モデル		・栽培技術の向上による反収向上 ・貯蔵施設の導入による腐敗率の低下 ・単価向上施策による販売価格上昇 ・法人の事業モデルについて、既存の生産者の生産と共存する形で作成した。

○地方創生推進交付金事業に係る検証シート

重要業績評価指標	基準値	平成29年度末 目標値 (増加分)	平成29年度末 実績値 (増加分)	平成30年度末 目標値 (増加分)	平成31年度末 目標値 (増加分)
サツマイモの生産 面積 (a)	460	10	5	20	40
小倉乾燥芋生産・ 加工関連農家数 (戸)	18	0	0	2	2
法人等の売上 (千円)	0	200	70	500	6,000
<b>KPI未達成 の理由</b>	<p>小倉乾燥芋の生産量を増加させるため、栽培方法の状況調査や反収の調査を実施した。調査の結果、単に生産面積の増加だけでなく、栽培方法の改善により生産量を増加できる可能性や、貯蔵を適切に行い貯蔵時のロスを削減することで生産量を増加できる可能性を見出した。そこで、貯蔵時のロス削減のため、キュアリングによる品質や食味の変化の調査、貯蔵の状況調査を実施した。サツマイモの生産面積増加に向けた取り組みも同時に進めており、小倉以外の土地でサツマイモ生産を開始した生産者へのヒアリングも実施している。生産に関心のある方と生産組合とのマッチングも検討しているが、多少の遅れが生じ、平成29年度中にKPI達成ができなくなってしまった。</p>				
<b>事業の課題 /今後の取組</b>	<p>サツマイモ生産に関心のある方と生産組合とのマッチングが遅れているため、今後積極的に進め、未利用の畑での生産開始による生産面積の増加につなげる。また、栽培方法の改善のための栽培講習会を未利用の畑において実施し、生産面積の増加を図る。販売価格の上昇や新たなパッケージでの販売など新たな販売方法について生産組合や関係者との合意形成を進め、売上の向上につなげる。また、生産面積の増加や生産量の増加の取組も同時に進める。</p>				
<b>事業の評価</b>	<p>地方創生に有効であったが、効果が十分でないため、事業内容を改善して継続</p>				
<b>外部有識者による 意見・記述欄</b>	<p>法人化への賛否や、後継者を欲しているかなどの意向や、各農家の乾燥芋の売り上げなどを聞き取ったうえで全体の売上げを推計する必要があると思われるため、さらに詳細な個別調査（ヒアリングを含む）を行ったうえで、経営モデルにある数値の裏付けを行うようにされたい。</p>				