

(別紙1) 2024年度地方創生推進タイプ(先駆型、横展開型、Society5.0型)(第2回)実施計画【新規事業】

1. 申請者情報

都道府県名	大分県	市区町村等名	玖珠町	地方公共団体コード	44462
担当部局名	みらい創生課	責任者名	後藤将典	責任者役職	課長
担当者名	後藤将典	電話番号	0973-72-9031	メールアドレス	shinko@town.kusu.oita.jp

2. 交付対象事業の名称等

単独 広域	交付対象事業の名称				
単独	地域商社を軸とした地域産業活性化事業				
事業類型	横展開型	横展開型での採択希望 (先駆型、Society5.0型の場合)	後継事業	×	
事業分野 (大項目)	農林水産(しごと創生)	事業分野 (詳細)	農林水産品の輸出拡大等の農林水産分野	事業分野	○
事業実施期間	交付決定日 2027年3月31日 まで				

3. 地域再生計画の名称等

地域再生計画の名称		認定(初回)
地域商社を軸とした地域産業活性化事業		新規
地域再生計画の区域	大分県玖珠町の全域	
計画期間	地域再生計画の認定の日 から 2027年3月31日 まで	

< 入力チェック >

有識者対象 (先駆)	有識者対象 (Society5.0)	広域・単独	広域連携 の 上限額	事業費	注意
-	-	○	-	-	

< 変更状況確認欄 > ※軽微変更報告の際に記載

最終交付決定日	軽微変更報告日
---------	---------

No.	都道府県名	市区町村等名	地方公共団体 コード	2024年度交付金 対象事業経費	2024年度交付金申請額 (左記の1/2)
1	大分県	玖珠町	44462	13,370千円	6,685千円
計				13,370千円	6,685千円

4. 交付対象事業の背景・概要

A. 地方創生として目指す将来像(交付対象事業の背景)

■地方創生(地域産業の活性化における取り組み)

- ・玖珠町では、玖珠町第6次総合計画及び第2期玖珠町総合戦略において、人口の自然増、社会増の両面から対策を進めるとともに、地域の活性化を図り、将来的に玖珠町が発展していくことができるまちづくりを進めることとしている。具体的な目標として、『Ⅰ 地域に活力あるまちをつくる』『Ⅱ 未来へつなぐひとを育てる』『Ⅲにぎわいと活力を興す しごとをつくる』を掲げている。
- ・その中で、基幹産業である農林業については、農産物の生産向上策として第6次産業化を推進しながら、農産物に付加価値をつける取り組みを行い、農産物の生産拡大と出荷体制の強化、販路の開拓・拡大に取り組み農業者の所得の安定と向上に向けた支援を行うこととしている。
- ・また、町内の産業の半数以上を占める商工業との連携の促進を図り、商品の開発の促進を図ることとしている。
- ・玖珠町では、上記の計画を促進する一環として、出荷体制の整備や、町内2ヶ所に整備した道の駅にて直販による販路の確保や商業戦略を行ってきた。また、行政主導のもと、農産物を主力とした地場産品のブランド化を行うため、専門部署を設け取り組んできた経過もある。

■目指す将来像

地域産業が活性化し、人材の確保ができる様々な施策を総合的に行うことで人口減少の抑制を図り『将来にわたり玖珠町が発展していくことができるまちづくり』を目指す。

○次世代を見据えた、経済を牽引し地域の経済循環と活性化が行われる持続可能な、地域商社を軸とした地域産業活性化事業(ICT技術やデジタル技術の活用・既存の道の駅の再活性化)の構築

・人口

2024年3月現在、玖珠町の人口は13,888人(住基人口)であり、総合戦略策定時に推計した数値より早いペースで人口減少が進んでいる。産業や地域を維持するためにも、2040年までに11,000人程度の人口の維持を目指す。

(関連する数値目標)

玖珠町の人口 15,823人(2015年)→11,747人(2040年)

・産業

玖珠町の気象条件や自然を活かした水稲と畜産・夏秋野菜や、水を主体とする地域産品により、農業及び商業において、経営基盤の安定や強化を図り、所得の安定と向上を目指す。

(関連する数値)

玖珠町農林水産出荷額 44億円円(2021年)→46億円増額(2026年)

・雇用

上記産業の振興策を講じることで、雇用の機会を増やし、人材の維持・確保を行い、併せて次代を担う世代の確保を行う。

(関連する数値)

農業従事者数 1,397人(2015年)→維持又は増(2026年)

町内従業者数 5,326人(2021年)→5,488人(2016年数値)(2026年)

B. 地方創生の実現における構造的な課題

■進む人口減少(少子高齢化が地域産業へもたらす影響)

・人口

人口動態については、2015年には16,000人程度であった人口も、令和22年(2040年)には10,000人を下回る予測がされている。このことに伴い、地域の活力を担う生産年齢人口も8,390人から4,306人へと半数が減ることが予測されている。(リーサス、玖珠町人口ビジョンによる)

・産業

玖珠町は九州の中心部に位置し、山地に囲まれた盆地に所在しており、農業を町の基幹産業としてきた町である。

(関係する数値)

就業者数の内訳2020年:第1次産業(農林水産業)15.9%(全国平均3.5%)

基幹産業である農業についても、農業生産額は2020年の46億円から2021年には44億円と減少している。(リーサス産業構造マップ)また、2015年の農家戸数は1,633戸、農業従事者数は1,397人であったが、2020年の調査では1,414戸1,074人と減少している。(農林業センサス)

昨今の物価高や物流の2024問題により、従来の車両による農産物の輸送方法においては、輸送費のコストが課題となっており、従来の販路(直販)での見直しを迫られている。(農産物を主に福岡県にて販売している 町内業者 令和5年度から令和6年度にかけて輸送コストが20,000千円アップ)

・雇用

玖珠町の産業全体としては、2016年の事業所総数は857事業所、従業者数5,488人であったが、2021年には793事業所、従業者数5,326人と縮小傾向にある。(経済センサス)

■課題解決のためのこれまでの経過

○新たな販路開拓

・コロナ禍前には大手販売企業と玖珠町とで合同フェアの開催を行った上で、商談会へとつながったが、参加した5社(地域の農産加工品)からロット数や品質の確保が課題となり、商談に結びつくことはなかった。また、10数年前から福岡県にて毎年、玖珠町フェアとして事業所数社でPR活動を行っていたが、事業所の高齢化に伴い今年度にて終了した。その他にもイベントの開催や参加により、販売活動を重ねてきたが、その場限りの販売活動で終了しており、アンケート調査やSNS登録につなげること等の定量的に事業を見直すことを行っておらず、その後の販路確保に向けた取り組みとはなっていなかった。

・また、農業や観光部署がそれぞれで事業を行うことで、一貫性のない取り組みとなってきた。農業部署:年間3事業程度 観光部署:突発的なイベント対応

○魅力ある地域産品づくり

・平成時代に庁舎内にブランド推進室を立ち上げ、町内数社にブランド認定書の交付を行ったが、その後の事業展開もなく、また、事業担当者も異動となり、現在、認定事業者の把握もできない状況となっており、一過性の取り組みとなっている。

・令和2年から令和3年に、行政と地元事業者とでプロジェクトチームを結成し、新たな地域産品の開発や情報発信戦略の検討を重ね、協議会にて委員より様々な商品案は出たものの、商品開発の担い手が見つからないこと、具体的な手法が見いだせなかったことから、その後の商品化までは繋がらなかった。また主な情報発信媒体がチラシやパンフレットといった、アナログ的な手法となってしまったことも原因と考えられる。

・行政主導にて取り組んだが、専門的な知識不足や、人員不足により事業に集中して取り組める環境でないことも原因であったと考える。

○道の駅の活用

・地域の農産物を中心とした産品の販売先として、平成21年に道の駅を整備した。経営状況は現在売上げが伸び悩んでいる。

・地域の産品が集まっている場でもあることから、新たな商品開発や販売戦略を講じたいところではあるが、担う人材がいない状況である。

・整備当初からの農産物や加工品、その他の物産品については、商品内容があまり変わっていない。

道の駅直売部門の売上げ(コロナ影響前と直近のデータ)

平成31年度 231,202千円 令和4年度229,834千円

レジ通過者数

平成31年度 340,897人 令和4年度286,523人

■課題への考察

・玖珠町においては、人口減少や少子高齢化がもはや止まらないスピードで深刻化しており、このことが基幹産業やその他の産業の衰退を招き、地域経済縮小をどう克服するのが最大の課題となっている。

・要因としては、玖珠町の基幹産業である農林業では、従来の販路に頼り切りになっており、新しい販路の拡大などが追いついていないため業績の低下、人手不足により生産及び出荷量に制限がかかっている。

・また、これまでの取り組みを通じて、専門人材における戦略的な事業展開が欠けており、出荷体制の整備や先に挙げたブランド戦略、企業への商談等、地方自治体職員では枠組みを構築できたとしても、そこから商業戦略へと昇華させるには専門的知見が不足しており、新たな販路開拓へと繋がらないといった反省がある。さらにこれまでの取り組みには継続性のないものとなっている。

・新たな商流や販路開拓にはICT技術等を活用した事業展開が主流ではあるが、各業務プロセスにおいてデジタル技術の導入が遅れており、生産効率が低い。

・また地域産品の対外的な販路としての道の駅の売上は横ばい状態で、レジ通過者数は減少しているため積極的な経営戦略の導入が必要となっている。

C. 交付対象事業の概要

(デジタル技術の事業への活用又はその普及等を推進する取組を事業に含める場合には、当該取組についても必ず記載)

■『地域商社』の設立

・これまでの地域産業の活性化を図るための、新たな販路開拓や魅力ある地域産品づくりに関する施策を振り返ると、過去の取り組みの延長線上では上手くいかないと考ええる。

また、行政主導では専門的な取り組みはリソース(人・物・金・情報)も足りず、ノウハウもなく現実的に困難な状況である。

・構造的な課題の解決方法を模索する中、杵築市(大分県)がICT技術を含むデジタル技術を活用した流通、販売戦略やそのシステム等の構築、企業と連携した特産品の開発等を一体的に推進する手法を取り入れた『地域商社事業』に着目した。さらに、道の駅を再活性化させ販路を再開している地域商社への視察も行い、研究を重ねた。

・地域商社の活用は、将来像実現のために有効な手段であると考え、令和5年度に地域商社を軸とした地域産業の活性化策についての事業計画を策定した。

・地域商社という新しい組織を立ち上げ、ICT技術を含むデジタル技術の活用、商品開発やマーケティングなど、専門知識と新たな雇用を作り、専門的な人材による営業強化を含めた、戦略的な地域経済の回復を目指し、地域経済の縮小の克服を図ることで、将来に渡り玖珠町が発展していくことができるまちづくりを実現させる。

■事業推進のために軸となる地域商社設立事業

(1年目)

・商社形成のための基盤整備として、市場調査や地域産品の整理や商品開発のための調査業務を行う。

・情報発信事業として、取材・撮影・編集を行いコンテンツ制作し、Webページを作成し地域商品の販路を開拓する。また、各メディアへの広告・発信も併せて行う。

・デジタル技術の導入に伴い、事業期間中にトレーニングプログラムも併せて行い人材の育成を行う。

(2年目)

・基盤整備を引き続き行いつつ、外部への販路開拓に向けた取り組み、組織づくりに本格的に着手し、終盤に地域商社を民間資本にて行う。

・1年目に整理した地域産品の商品開発を実行する。

・情報発信事業はコンテンツ作成を行いつつ町外でのリアル販促イベントも展開する。

・地域商社のもう一つの販路や新たな商流の場として、道の駅との連携事業を始める。

道の駅の集客力を高め、地域特産品の販売を強化するため、商社主導で積極的な経営戦略を導入する。

(3年目)

・地域商社で得た利益をもとに、更なる地域課題を解決する事業へ投資することで、自治体の予算に頼らず、自走して地域課題を解決出来る循環を目指す。

・道の駅と連携した商品開発、販路開拓、販売展開

事業期間2年目から3年目に向け、町内にある道の駅にて、経営分析を行った上で、道の駅にて取り扱っている地域の産品を活用し、商社の自社商品開発として、企画・開発・販促を行う。

・政策・施策間連携に向けた取り組み

地域商社にまちづくり事業推進機能を設け、民間の専門的知見や活力を活用した、連携体制を構築する。

具体的には、衛星データを活用した特選米(宇宙米)の販売や販路開拓、スポーツツーリズム事業の展開を予定しており、2つのビジネスモデルの調査検討を行う。

・新たな財源確保の調査、研究(水田DX)

地域商社に導入するICT技術を含むデジタル技術の活用し、衛星データを活用した、水田の水の管理を遠隔操作で行うことで、人手不足を補い、この事業によりカーボンクレジットの獲得を目指す。

■ICT技術を含むデジタル技術の活用

・本事業を推進するうえで、市場調査や新たな商流の確保、地域の情報を発信するうえでICT技術を含むデジタル技術を活用する。

(地域産品の整理、WEBページ制作、コンテンツ作成、広告宣伝、OEM企画開発取扱い、販路イベントの際にポータル決済端末の導入等)

・また、事業期間終了後に自走できる体制を構築するために、トレーニングプログラムを実施し、自治体職員、商社社員の人材育成を図る。

①地域産品の販路開拓、情報発信事業

地域産品の取材・撮影・ライティング・編集作業を行い、コンテンツを作成し、販売ポータルサイトのページを作成しWebページを制作する。また、Webでの広告・発信を行う。効果を把握するため、本事業による地域産品の売上高及び情報コンテンツの利用数や閲覧数を把握するKPIを設定。

②販促イベントにおける新たな決済システムの導入

これまで、販促イベントでは直売方式での決済方法であったが、都市圏での販促イベントを開催する際、スマホやカード決済できるポータル決済端末を活用する。利用数をKPIに設定し検証を行う。

③水田DXの検討

衛星データを利用し、水田の水の管理が行える仕組みの研究を行う。これにより、高齢化により人手不足の農業の負担軽減を図る。事業完了年までに1農家で実証することをKPIに設定する。

(C-1)マイナンバーカードの利活用方策の具体的内容 ※該当がある場合

D. 交付対象事業が構造的な課題の解決に寄与する理由
 (デジタル技術の事業への活用又はその普及等を推進する取組を事業に含める場合には、当該取組が構造的な課題の解決に寄与する理由についても必ず記載)

- 地域経済縮小を解決
 (本事業を行うことで、今以上の外貨獲得が期待出来る。)
 ・商品開発や地域特産品活用を含めた市場調査、民間組織を立ち上げ戦略的かつ集中的に実行、ICT技術を含むデジタル技術の活用やマーケティングのノウハウを用いて商品開発と販路開拓の強化を行う。
 ・結果、今以上に外貨を獲得出来るので、地域経済縮小の解決につながる。
- 地方創生施策実施に向けた、軸となる地域商社の設立
 (新たな販路開拓・魅力ある特産品づくり)
 ・本事業の実施には専門的技術や知見を持つ業者へ委託することで、これまで不得意であったマーケティング戦略やICT技術を含むデジタル技術の活用が活性化し、また、事業に携わることで、専門的な知識を取得することができる。
 ・地域商社を軸とした事業展開を行うことにより、人手不足により分散的であった活動が有機的に繋がり、より地域経済の発展に影響力を付けることができる。
 ・地域商社という軸ができることで、散発的であった事業推進体制から、一体的かつ長期的に取り組める推進体制の構築ができる。
 (人口・産業・雇用)
 ・事業を推進することで、農業者や商工業、小規模事業者、地域産業への安定的な利益還元が促進されることから、目標である玖珠町の地方創生の取り組みである。農産物の生産拡大と出荷体制の強化、販路の開拓・拡大に取り組む農業者の所得の安定と向上に向けた支援を行うことができる。
 ・本事業を通じて、地域産業の振興を図ることで、新たな雇用の創出が期待でき、人口減少の抑制を図ることができる。
- 道の駅の更なるポテンシャルアップ
 ・町の情報発信、地域産業活性化の場として重要な位置づけである道の駅の調査や新たな商品開発、販路開拓事業を行うことで経営の向上化が図られ、新たな魅力向上により、地域産品の販路としての機能も強化されることとなる。
 ・商社も新たな自社製品の開発を道の駅と連携して行うことで、経営の安定化を図ることができる。
 ・地域商社の研究を重ねる過程で交流が生まれた他の地域商社と、今後の新たな商流の検討や交流を行うことで、地場にはない商品の交流を図り、地域間相互の地域経済の活性化に繋げる。
- ICT技術を含むデジタル技術の導入・活用
 ・本事業にICT技術を含むデジタル技術を導入、活用することで、新たな商流、販路の開拓を図ることができ、また、事業に合わせて人材育成を行うことで、本事業の自動化を推進することができ、さらに魅力ある雇用の場の創出により、今後の施策に効果的に活用できる若手の人材を確保することができる。

E. 事業設計の根拠
 (地域経済分析システム(RESAS)の活用などによる客観的なデータやこれまでの類似事業の実績評価に基づき交付対象事業の設計がなされているか)

- 本事業の構築には、リーサスや国勢調査、農林業センサス、経済センサス、県の統計データ等の客観的データや、これまでの事業の検証や実績等を分析した結果に基づいて、玖珠町における課題を分析し、事業設計を行っている。
- ・地域経済分析システム(RESAS:リーサス)
 産業構造マップ機能(産業の構造、農業産出額、農業者分析)
 データ分析支援機能(人口対策、第一～三次産業)
 - ・RAIDA-AIの分析
 RAIDA-AIの分析でも「玖珠町の人口は全体的に減少傾向にあり、特に生産年齢人口の減少が顕著」とある。(1980年の約14700人から2045年には約3500人へと減少)基礎分析サマリーにおいて、社会減による影響がより深刻であると考えられることから、優先的に取り組む地域課題の一つ(人口減少の長期対策)として、地域の魅力を高めることで移住者を増やす取り組みや、地域産業の振興を通じて雇用機会を創出することが求められるとある。
 - ・国勢調査 今後の町の人口推計や労働力の推移等を参照
 - ・農林業センサス 農家世帯の推移や販売農家数、農業経営体について参照
 - ・経済センサス 農林業や小売業、サービス業等の事業所の従業者数の推移を参照(R3は速報値)

F. ハード事業(施設整備等事業)とソフト事業との連携による高い相乗効果 ※ハード事業経費が総事業費の5割以上の場合のみ記載

5. 地方版総合戦略の策定状況

地方公共団体名	地方版総合戦略の計画期間・基本目標	
	現行の地方版総合戦略	次期地方版総合戦略 (本事業の開始前又は本事業期間中に現行の地方版総合戦略の計画期限を迎える場合)
大分県玖珠町	2021年4月1日～2025年3月31日	2025年4月1日～2030年3月31日
	まち・ひと・しごと創生 第2期玖珠町総合戦略 基本目標 1 地域に活力あるまちをつくる 基本的な施策 2 魅力発信と移住定住の促進 3 関係・交流人口の創出 基本目標 III にぎわい・活気を興す しごとをつくる 基本的な施策 1 農林業の振興 2 商工業の振興	本事業の遂行に伴い、関連する項目は継承する。

6. 関連事業等の概要

(1) 交付対象事業と他の国庫補助金等との関連性

交付対象事業において、他の国庫補助金等の対象となる部分や特別交付税等の他の財政上の支援を受けている経費があるか 【対象となる可能性のある他の国庫補助金等の例】 「農産漁村振興交付金」、「中山間地域農業農村総合整備事業」、「ポストコロナを見据えた受入環境整備促進事業」、「広域周遊観光促進のための観光地域支援事業」、「福島県における観光関連復興支援事業」、「離島活性化交付金」、「社会資本整備総合交付金」、「地域少子化対策重点推進交付金」等	無
他の国庫補助金等の対象となる部分や特別交付税等の他の財政上の支援を受けている経費がある場合、交付対象事業の対象から除外しているか ※他の国庫補助金等の対象となる部分がある場合のみ記載	

(2) 地域再生法の支援措置によらない独自の取組 該当の有無 無

(3) 交付対象事業と他の政策・施策との連携状況

別添2のⅢ. 7. における弾力措置適用の有無	無	
併用有無	無	
企業版ふるさと納税	企業版ふるさと納税の地域再生計画の名称	
	企業版ふるさと納税と併用する場合の寄附見込額	2024年度

7. 交付対象事業の重要業績評価指標(KPI)、費用対効果分析等

KPI① (アウトカムベースで、複数年度を通じて評価指標としてふさわしいもの)							単位	億円
KPI②	地域における農林水産出荷額						単位	千円
KPI③	本事業による地域産品の売上高						単位	人
KPI④	地域商社の雇用者数						単位	人
KPI④	情報コンテンツの利用数 閲覧数						単位	人
設定したKPIが複数年にわたって費用対効果を計測するのに適している理由・計測手法・目標値の根拠	①【農林水産出荷額】2021年 地域経済分析システム(産業構造マップ→農業→農業産出額) 本事業が地域産業の活性化を図り、地域経済縮小を克服することであるため、町内の農業産出額にて効果を把握する。また、総額のデータではあるが、農産品別の算出額も把握できるため、どの部門にどのように効果が出ているのかも直接的な効果が計測できる。 ②【本事業による地域産品の売上高】 本事業はデジタル技術を活用した販路を確保するため、年度末に事業を通じた売上高を把握することにより、事業の直接的な効果を計測できる。 ③【地域商社の雇用者数】 本事業を行うため、ICT技術を含むデジタル技術を活用することとしており、そのことで魅力ある雇用の場を創出し、次世代の確保及び商社の自走性を高める上で人材育成を行うため、職員数を把握することにより、事業の直接的な効果を計測できる。 ④【情報コンテンツの利用数、閲覧数】 本事業ではICT技術を含むデジタル技術を活用した情報発信事業を行うことから、技術の活用がどう事業に効果を与えているのかを計測するため情報コンテンツの利用数や閲覧数を把握する。 ②③④については、統計調査結果を待たずに、誤差もなく、年度ごとに具体的に数値を抑えることができ、アウトカム評価、PDCAサイクルをまわす上で有効であると考え。							
	事業開始前(現時点)	2024年度増加分(1年目)	2025年度増加分(2年目)	2026年度増加分(3年目)	2027年度増加分(4年目)	2028年度増加分(5年目)	KPI増加分の累計	
KPI①【①】	44.00	0.50	0.50	1.00			2.00	
KPI②	0.00	8,000.00	33,000.00	45,000.00			86,000.00	
KPI③	0.00	2.00	0.00	5.00			7.00	
KPI④	0.00	53,000.00	7,000.00	1,000.00			61,000.00	
	2024年度(1年目)	2025年度(2年目)	2026年度(3年目)	2027年度(4年目)	2028年度(5年目)	合計		
交付対象事業経費【②】 ※2年目以降の交付額が担保されるわけではありません。	13,370千円	48,510千円	68,310千円	0千円	0千円	130,190千円		
交付対象事業における単位当たりコスト【②/①】	26,740.00千円	97,020.00千円	68,310.00千円	0.00千円	0.00千円	65,095.00千円		
交付対象事業におけるハード事業経費【③】	0千円	0千円	0千円	0千円	0千円	0千円		
交付対象事業におけるハード事業比率【③/②】	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%		

8. 経費内訳

< 2024年度(1年目) >

全事業期間における本年の位置付け		事業立ち上げ初年度(市場調査・主要製品の整理) ・地域商社機能の立ち上げ 早期に委託企業を選定し、地域製品のデータ整理や事業者への説明会の実施、既存の地域産品を中心に情報発信のツールを作成しつつ、広告宣伝を行っていく。併せて、新たな地域産品開発に伴う作業を行っていく。						
事業開始時期	事業終了時期	予算計上時期①	予算種別①	予算計上時期②	予算種別②	予算計上時期③	予算種別③	
2024 年 8 月	2025 年 3 月	2024 年 3 月	当初	2024 年 9 月	補正	年 月		
交付対象事業経費							13,370千円	
交付対象事業費におけるソフト事業経費					要素事業数	2	計	13,370千円
新規商流／販路開拓に関する事業(OEM／フルフィルメント他)					関連するKPI	①、③		3,000千円
1	商社形成における基盤整備(調査委託費) ・地域製品のデータ整理 事業者説明会、商品配送、サイト登録、商品開発のための調査業務 町内事業者の製造能力を生かしたOEM・フルフィルメントの企画							
情報発信に関する事業					関連するKPI	①、②、④		10,370千円
2	Web等を活用した新たな情報発信業務(新規販路開拓とマーケティング強化) ICT技術を含むデジタル技術を活用した新たな販路開拓を行い地域産品のブランド化やオンライン販売の促進 ・Webページ制作費 3,260千円「販売ポータルサイトのページ作成費用」 ・コンテンツ作成費 3,850千円「取材・撮影・ライティング・編集経費」 ・広告宣伝費 3,260千円「Webや各メディアでの広告・発信経費」 商社運営の柱となる業務であるため、継続して進めていく。 また、デジタル技術の導入推進を行っていくうえで併せてトレーニングプログラムを事業期間中に実施する。							
交付対象事業費におけるハード事業経費					要素事業数	0	計	0千円

< 2025年度(2年目) >

全事業期間における本年の位置付け		体制確立(経営基盤の確立、株式会社の設立) ・地域商社機能の基盤確立 1年目に引き続き経営基盤の整備を行いつつ、年度終盤には地域商社(株式会社)を設立する。 道の駅の経営課題への対策の連関						
事業開始時期	事業終了時期	予算計上時期①	予算種別①	予算計上時期②	予算種別②	予算計上時期③	予算種別③	
2025 年 4 月	2026 年 3 月	2025 年 3 月	当初	年 月		年 月		
交付対象事業経費							48,510千円	
交付対象事業費におけるソフト事業経費					要素事業数	2	計	48,510千円
新規商流／販路開拓事業 地域魅力情報発信に関する事業					関連するKPI	①、③、④		29,910千円
1	初年度から継続しつつ、外部への販路開拓に向けた取り組み(商社の基盤整備) ・アドバイザー費用 5,160千円「町内事業者の製造能力を生かしたOEM・フルフィルメントの企画／調査検討／事業者調整」 ・販促イベント開催費用 2,750千円「町外(都市圏)でのリアル販促イベント(ポータブル決済端末の活用)」 ・コンテンツ作成費 11,000千円「取材・撮影・ライティング・編集経費」 ・広告宣伝費 11,000千円「Webや各メディアでの広告・発信経費」 2年目も引き続き継続することで、生産効率を高めることで販路拡大の効果を最大化させる。							
道の駅経営改善に関する事業					関連するKPI	①、②		18,600千円
2	町内にある道の駅の更なるポテンシャルアップを図るための事業(道の駅と連携した商品開発、販路開拓) ・運営改善調査委託費 8,600千円「一般社団法人道の駅経営パートナーズによる道の駅の経営分析、販促分析、商品分析」 ・商品開発／マーケティング費用 10,000千円「道の駅と連携した商品企画・開発・販促費用」 新規販路の開拓とマーケティング強化と連携:道の駅の集客力を高め、地域産品の販売を強化するため、地域商社と連携した新たな商品開発・販路開拓や効果的なマーケティング 道の駅の収益性を高め、地域経済の活性化につなげる							
交付対象事業費におけるハード事業経費					要素事業数	0	計	0千円

< 2026年度(3年目) >

全事業期間における本年の位置付け	地域商社体制確立 ・地域商社の完全自立運営 商社の経営運営の安定化を図るとともに、前年度調査を行った道の駅について、具体的な支援策を実施し地域製品の強化を図るとともに、道の駅の経営向上に向けた取り組みを行う。また、政策・施策間連携に向けた調査やテストマーケティング(販路開拓・モニター事業の実施)を行い、次年度以降の政策・施策連携に繋げていく。							
	事業開始時期	事業終了時期	予算計上時期①	予算種別①	予算計上時期②	予算種別②	予算計上時期③	予算種別③
	2026年4月	2027年3月	2026年3月	当初	年月		年月	
交付対象事業経費								68,310千円
交付対象事業費におけるソフト事業経費					要素事業数	2	計	68,310千円
1	新規商流／販路開拓事業 地域魅力情報発信に関する事業				関連するKPI	①、③、④		42,910千円
	初年度から継続しつつ、外部への販路開拓に向けた取り組み(商社の基盤整備)及び業務の継承作業 ・アドバイザー費用 5,160千円「町内事業者の製造能力を生かしたOEM・フルフィルメントの企画／調査検討／事業者調整」 ・販促イベント開催費用 2,750千円「町外(都市圏)でのリアル販促イベント(ポータブル決済端末の活用)」 ・コンテンツ作成費 17,500千円「取材・撮影・ライティング・編集経費」 ・広告宣伝費 17,500千円「Webや各メディアでの広告・発信経費」 3年目も引き続き継続することで、生産効率を高めることで販路拡大の効果を最大化させる。							
2	道の駅運営改善・政策間戦略に関する事業				関連するKPI	①、②		25,400千円
	○前年度に引き続き道の駅との連携事業 商品開発／マーケティング費用 10,000千円「道の駅と連携した商品企画・開発・販促費用」 ○政策・施策間連携に向けた調査・研究業務 戦略事業(宇宙米・スポーツツーリズム・水田DX等、次年度独立後の政策課題解決に向けた調査検討事業) ・調査委託費 8,250千円「戦略事業のビジネスモデル調査検討」 ・テストマーケティング事業 7,150千円「戦略事業のパイロット事業の実施・検証」							
交付対象事業費におけるハード事業経費					要素事業数	0	計	0千円

< 2027年度(4年目) >

全事業期間における本年の位置付け								
	事業開始時期	事業終了時期	予算計上時期①	予算種別①	予算計上時期②	予算種別②	予算計上時期③	予算種別③
	年月	年月	年月		年月		年月	
交付対象事業経費								0千円
交付対象事業費におけるソフト事業経費					要素事業数		計	0千円
交付対象事業費におけるハード事業経費					要素事業数		計	0千円

< 2028年度(5年目) >

全事業期間における本年の位置付け								
	事業開始時期	事業終了時期	予算計上時期①	予算種別①	予算計上時期②	予算種別②	予算計上時期③	予算種別③
	年月	年月	年月		年月		年月	
交付対象事業経費								0千円
交付対象事業費におけるソフト事業経費					要素事業数		計	0千円
交付対象事業費におけるハード事業経費					要素事業数		計	0千円

9. 先導性に係る取組

先導性		取組内容					
(1) 自立性 事業を進めていく中で、事業推進主体が自立していくことにより、将来的に本交付金に頼らずに、事業として継続していくことが可能となる事業であること。	自立性のポイント	事業実施期間内に商社の運営基盤を構築し、ICT技術を活用した商品販路を構築する。また、道の駅において地域産品を活用した独自の商品開発も併せて行うことで事業収益を確保する。 将来的には道の駅との経営統合を図り、相互の安定的な運営事業収益確保を図る。 【A】商社設立事業のための委託費 4年目以降は商社の収益で事業を行う。 【B】物流事業が軌道に乗るまでは時間がかかるため、町のふるさと納税の中間業務を委託することで、会社としての自走性を促す。(町外事業者への発注とせず、本事業で設立する地域商社が受注することで、町内経済の循環を行う) 【C】商社独自に取り扱う、地域産品を活かした商品による収益 特に道の駅での産品を活かし商品開発を行う。					
	国・専門家等から事業運営等に対する助言・サポートを受け、それを反映させる体制(国・地方及び専門家等が協働したPDCAサイクル)の概要※ Society5.0型のみ記載	※Society5.0型のみ記載					
	3～5年以内の自立化の見込み	② あり(地方公共団体の一般財源による負担)					
	自主財源の種類	自主財源の内容と実現方法					
	【A】 委託料(一般財源:3年目まで)	地域商社の基盤構築のためデジタル田園都市国家構想交付金を活用しつつ一般財源にて確保 4年目以降は商社の収益にて事業継続					
	【B】 委託料(一般財源)	ふるさと納税の中間業務(出荷手配、請求支払い、問い合わせ等の業務)の委託料を運営費へ充当					
	【C】 事業収益	地域産品の開発、ブラッシュアップした地域産品によるマーケティング。独自のWebサイトを開設、また、道の駅にて、本事業により整理・開発された地域産品の販路を開拓する					
	【D】						
	各年度における自主財源見込額	2024年度(1年目)	2025年度(2年目)	2026年度(3年目)	2027年度(4年目)	2028年度(5年目)	2029年度(6年目)
	【A】	6,685千円	24,255千円	34,155千円	69,000千円	69,000千円	69,000千円
【B】	0千円	0千円	0千円	33,000千円	33,000千円	33,000千円	
【C】	0千円	0千円	0千円	3,000千円	3,000千円	5,000千円	
【D】							
合計	6,685千円	24,255千円	34,155千円	105,000千円	105,000千円	107,000千円	
交付対象事業経費	13,370千円	48,510千円	68,310千円	0千円	0千円		
うちソフト事業費	13,370千円	48,510千円	68,310千円	0千円	0千円		
うちハード事業費	0千円	0千円	0千円	0千円	0千円		
総事業費	13,370千円	48,510千円	68,310千円	105,000千円	105,000千円	107,000千円	

<p>(2) 官民協働</p> <p>地方公共団体のみの取組ではなく、民間と協働して行う事業であること。また、単に協働することどまらず、民間からの資金(融資や出資など)を得て行うことがあれば、より望ましい。</p>	<p>官民協働のポイント</p>	<p>事業の柱である地域商社設立やICT技術を含むデジタル技術を活用した販路開拓、商品開発を担い、併せてデジタル人材の確保・育成を行い推進する。また、併せて道の駅の再活用についてもコーディネートを担い、連携した商品開発や販路の拡充を推進する。行政は各関係団体や住民、町内企業の架け橋として組織形成を担う。また上記事業者へ事業場所の確保(サテライトオフィス)、行政データ、サービスデータの提供等の支援を行う。町内金融機関は融資の相談体制を整備、商工会は経営支援、農業関係団体とは農業の産業化等事業の推進に関わる連携を強化する。</p>
	<p>行政の役割</p>	<p>行政は、事業実施に関する必要な体制づくりや、事業拠点の提供(サテライトオフィス)、調査や実証の際に必要なデータの提供や運営に関する支援を行うとともに、周知や実装活動を支援する。定期的に会議を開き、事業の推進をサポートし自走に向けた段階的な支援を行う。</p>
	<p>民間事業者の役割</p>	<p>民間企業のノウハウを生かし、自走できる地域商社の設立を必須要件とし、安定的な収益源と新規事業の企画推進を行っていく。具体的には、会社の安定的な運営基盤を構築し、Web等によるマーケティング戦略の施策、地域の産業のポテンシャルの調査と施策提言、これらの作業に伴い、会社の運営の中核となす人材の育成を行い、本事業完了後の商社の自走化を図る。また、併せて行政が抱える課題を解決するための政策・施策についても連携・推進を図る体制を構築する。</p>
	<p>金融機関・その他連携者の役割</p>	<p>商社運営のため、地元金融機関、商工会、農業関係団体とは事業の推進に関わる連携を強化する。</p> <p>■金融機関 将来的な事業運営を見据え、事業の採算制等に対する指導・助言を行う。また、法人化の際には、設立や事業への融資等の相談を受ける体制を整備する。</p> <p>■商工団体 商工及び小規模事業者に対する経営支援を行う。また、創業に当たっては行政と連携し経営指導等の創業支援を行う。</p> <p>■農業関係団体 JAや出荷組合と地域産品開発に向けた協議や、育成にかかる指導・助言を受ける。また、販路の開拓において、有効な販売先やバイヤーとの調整を依頼し協働で取り組む体制を整える。農産物の技術の指導により生産性と品質向上による農業の産業化に取り組む。</p>
	<p>PFIの活用の有無</p>	<p>無</p>
<p>(3) 地域間連携</p> <p>単独の地方公共団体のみの取組ではなく、関係する地方公共団体と連携し、広域的なメリットを發揮する事業であること。</p>	<p>地域間連携のポイント</p>	<p>事業の拠点場所としては、県と整備したサテライトオフィスを想定している。民間への事業支援や法人化に向け、町・県と連携して支援する体制を構築する。また、先駆的に取り組んでいる自治体とは、事業推進のための情報交換や、将来的にはそれぞれの自治体の特産品を活用した事業展開を検討する。</p>
	<p>地方公共団体名①及び役割</p>	<p>大分県 サテライトオフィス活用への支援、創業に関する支援。UIターンによる人材確保に向けての連携。これらを連携して行うことで、県としての誘致企業や経営指導の実績確保、町と連携して取り組んでいるUIターンを活用した人材確保を推進することができる。</p>
	<p>地方公共団体名②及び役割</p>	<p>大分県杵築市(視察研修に伴い交流を行っている自治体) 先行して本計画に近い手法で地域商社を運営している自治体。特産品を活用した道の駅での交流フェアの開催等による事業展開を模索し、それぞれの地場産業の発展を図る。同じ県内であるので、商社運営に関して事業着手時から、中間、商社設立後も、事業連携について模索し実行することで、個々の事業を連携により大きな効果をもたらすものとする。</p>
	<p>地方公共団体名③及び役割</p>	<p>北海道鹿部町(研修を行った自治体) 先行して本計画に近い手法で地域商社を運営している自治体。道の駅の経営改善、活用もしている。特産品を活用した道の駅での交流フェアの開催等による事業展開を模索し、それぞれの地場産業の発展を図る。当自治体は海産物を主に取り扱っているため、山地である珠珠町の物産との交流により、相互の収益につながる事業を推進する。</p>
	<p>地方公共団体名④及び役割</p>	<p>富山県氷見市(研修を行った自治体) 先行して本計画に近い手法で地域商社を運営している自治体。特産品を活用した道の駅でのフェアの開催等による事業展開を模索し、それぞれの地場産業の発展を図り、同自治体の復旧支援にもつなげる。</p>

<p>(4) 政策・施策間連携</p> <p>単一の政策・施策目的を持つ単純な事業ではなく、複数の政策・施策を相互に関連づけて、全体として、地方創生に対して効果を発揮する事業であること又は利用者から見て意味あるワンストップ型の窓口等の整備を行う事業であること。</p>	<p>政策・施策間連携のポイント</p> <p>■ 地域商社を軸とした一体的な事業展開を行うことにより、農業者や商工業、小規模事業者、地域産業への支援を図ることで、農業では野菜、畜産等の各部門の振興策、商工業では商品開発を行うことで、しごとづくりと雇用づくりを図る。事業にデジタル技術を活用することで、町民の社会受容性を高め、デジタル技術を活用した事業への取り組みへの意識づけを行う。 ■ 既存の道の駅の購買力を高め、地域産品の販路拡大、生産性の向上へとつなげる。また、他の自治体(道の駅)との交流事業を行うことで広域的な販路の開拓へとつなげる。 ■ 地域商社運営やICT技術の活用と人材育成 人材については地域おこし協力隊制度を活用し、町外からの人材確保と定住化を図る。また、事業場所として、商談の場としてサテライトオフィスを活用することで、オフィススペースの利用やローカル5Gの利用へとつなげ、フリーランス及び学生等への創業意識の醸成へとつなげる。</p>																		
	<p>連携政策・施策①</p> <p>■ 産業拡大と雇用づくり デジタル技術を活用した基幹産業である農業の安定、地元企業の高収益化を目指しデジタル技術の普及拡大を行う。地域の強みを生かした地域産品の開発や販路開拓や情報発信の過程により交流人口の増加、商業者やバイヤーとの交流の中で新たな価値を創造する取り組みを行い、地域に新たな魅力ある仕事や雇用を生み出す。</p>																		
	<p>連携政策・施策②</p> <p>■ 道の駅のポテンシャルアップ 町内にある道の駅はコロナの影響が緩和した現在においても売上が伸び悩んでいる。商社による調査により、更なるポテンシャルのアップを図り、地場産業の活性化策の一つの場として確立し、将来的には、本地域商社が運営に携わることで、商社の安定した運営の材料とする。開発過程や他の自治体との交流を行うことで、地域の関係人口構築を図るとともに、新たなコミュニティの創出を促す。</p>																		
	<p>連携政策・施策③</p> <p>■ 人材育成と人材の確保 ICT技術の活用による安定した収益化を目指し、デジタルの普及拡大を図り、同時に携わる関係者の育成を行うことでデジタルを活用した地域課題の解決策を認識する意識醸成を行う。また、町外からの人材確保を行うことで、定住化や雇用の創出を図る。事業の仕場の場としてサテライトオフィスを提供することで、テレワークの推進、商談の場としても活用し、町内事業者はもとより、関係する町外者へサテライトオフィスの活用を誘うことで、新たな雇用の場の創出を図る。</p>																		
	<p>ワンストップ化の内容</p> <p>地域産業の活性化を図る本事業においては、地域商社を軸とした事業展開を構築することから、これまで分散的であった活動が有機的に繋がることで、より地域経済の発展に影響を与えることができる。</p>																		
	<p>他省庁補助金等の関連する他政策・施策との連携</p> <table border="1"> <tr> <td>補助金等の名称</td> <td colspan="5">地域おこし協力隊制度</td> </tr> <tr> <td>省庁名</td> <td>総務省</td> <td>予算額</td> <td>7,292千円</td> <td>事業実施年度</td> <td>2024年～</td> </tr> <tr> <td>連携のポイント</td> <td colspan="5">制度が「地域協力活動」に従事し、地域への移住・定住を目的としていることから、地域貢献を意識した人材の確保及び町内へのUIターン人材の確保を図ることができる。また、制度を活用することで、運営スタート時のコストの軽減を図り収益の向上へと繋げ、スピード感のある事業推進を構築する。</td> </tr> </table>		補助金等の名称	地域おこし協力隊制度					省庁名	総務省	予算額	7,292千円	事業実施年度	2024年～	連携のポイント	制度が「地域協力活動」に従事し、地域への移住・定住を目的としていることから、地域貢献を意識した人材の確保及び町内へのUIターン人材の確保を図ることができる。また、制度を活用することで、運営スタート時のコストの軽減を図り収益の向上へと繋げ、スピード感のある事業推進を構築する。			
補助金等の名称	地域おこし協力隊制度																		
省庁名	総務省	予算額	7,292千円	事業実施年度	2024年～														
連携のポイント	制度が「地域協力活動」に従事し、地域への移住・定住を目的としていることから、地域貢献を意識した人材の確保及び町内へのUIターン人材の確保を図ることができる。また、制度を活用することで、運営スタート時のコストの軽減を図り収益の向上へと繋げ、スピード感のある事業推進を構築する。																		
<p>(5) デジタル社会の形成への寄与</p> <p>デジタル技術の持続的な事業への活用やその普及等(デジタル技術の事業への活用を進めるための普及啓発及びその活用を担う人材の育成をいう。)を推進するための取組を行う事業であること。</p>	<p>デジタル社会の形成に寄与することが期待される取組の具体的内容</p>																		
	取組1	PV/CVR等のITを活用した販路開拓・販売戦略(ポータルサイト内における情報発信のツールとして、また、販促イベント時(スマホやカードのポータブル決済端末)に、IT技術を活用した情報発信を行う)																	
	取組2	取組1の手法を継続して活用できる人材の育成																	
	取組3	行政の施策課題解決と新たな収益確保に向けた取り組み																	
	<p>デジタル社会の形成に寄与することが期待される理由(以下①～④より選択の上、その理由(上記取組との関係性等)を具体的に記載)</p> <p>(① デジタルの力を活用した地方の社会課題解決・魅力向上、② デジタル人材の育成・確保、③ デジタル基盤整備、④ 誰一人取り残されないための取組)</p>																		
		選択	理由(上記取組との関係性等)を具体的に記載																
	取組1	①	これまで、行政が不得手としていた、地域産品のマーケティング、情報発信戦略において民間主導でICT技術を含むデジタル技術を活用する。																
	取組2	②	事業完了後の地域商社で、引き続きIT技術を活用した戦略を継承できうるデジタル人材の育成を行う。																
	取組3	③	高齢化により水田の水の管理が厳しくなっている。衛星を活用した水田の水の管理と併せてカーボンクレジットの取得に向けた研究を行う。																
	各取組における目標																		
取組1	設定したKPIの達成 情報コンテンツの利用数 閲覧数 2026年 61,000人 端末利用者																		
取組2	デジタル人材の育成 自治体職員や商社社員が継承 販路開拓や情報発信に特化した人材→2023年 0人→2026年 9人(商社7人 自治体2人)																		
取組3	事業期間内に事業形成できるよう調査、実証等の研究を行う。 2026年 1農家で実証																		

(6)事業推進主体の形成 事業を実効的・継続的に推進する主体が形成されること。特に様々な利害関係者が含まれつつ、リーダーシップを持つ人材がその力を発揮できる体制を有した推進主体であることが望ましい。	事業推進主体の名称	(仮称)地域商社運営体	設立時期	2024 年 8 月
	構成メンバー	玖珠町、大分県、農業団体関係者、金融機関、商工会、道の駅、生産者		
	事業推進主体の事業遂行能力	担当課による職員や商社を運営するスタッフを中心に事業を推進するうえでの協力体制を構築する。		
	経営責任の明確化	事業推進や経営については、設立する地域商社が推進を図り、経営に関する方針や判断は地域商社が行う。		
(7)地域社会を担う人材の育成・確保 事業を推進していく過程において、地方創生に役立つ人材の育成や確保を目指すものであること。	地域独自の人材ニーズ	地域商社としての設立から安定した事業運営を図るためには専門的な知識や技術を有するとともに、地域の産業関係者との連携やコーディネート力のある人材が必要である。また、ICT技術を活用することを計画していることから、その方面での専門性も必要となる。地域商社の自立や自走化に向けては、経営能力、商品開発や外商能力を有した人材が必要となる。		
	人材の確保・育成方法	上記の取り組みや知見のある民間事業者に委託し、本事業の推進の過程において、技術や手法等を取得するよう人材の育成を図る。自治体職員はもとより、商社機能を運営する人材をUIJターン者を主に検討し、玖珠町に定住し、地域産業やまちづくりの発展を視野に入れた人材を採用し、本事業において育成する。		

10. 交付対象事業の効果検証及び事業見直しの方法、時期及び体制

外部組織による検証			
検証時期	毎年度	9 月	
検証方法	玖珠町総合行政審議会にて検証		
外部組織の参画者	玖珠町住民代表(自治区の代表者)、コミュニティ連合会、社会福祉協議会、農業委員会、建設業協会、商工会、観光協会、老人会、教育委員、社会教育委員、民生委員、公募した住民		
検証結果の公表の方法	玖珠町ホームページにて公表		
議会による検証			
検証時期	毎年度	3 月	
検証方法	総合行政審議会における検証結果も含めて報告。事業の進捗状況の報告		