

地域再生計画

1 地域再生計画の名称

地域商社設立による市産品の販路拡大及び地域資源の磨き上げ・魅力発信事業

2 地域再生計画の作成主体の名称

茨城県古河市

3 地域再生計画の区域

茨城県古河市の全域

4 地域再生計画の目標

4-1 地方創生の実現における構造的な課題

本市の産業構造は、農・商・工のバランスの良さが特徴である。農業については、利根川・渡良瀬川が生み出した肥沃な土地と、東京都心から50～60km圏に位置し、交通利便性が高いという特性を活かし、これまで都市近郊型農業として発展し、稲作や野菜づくりが盛んであり、「かぼちゃ」や「にんじん」といった良質な農産物を産出している。商工業についても、地元中小企業を中心に、食品（さしま茶、鮎甘露煮等）や菓子（しら玉、御家寶、どら焼き等）、醸造品（日本酒、ビール、しょうゆ等）の製造が盛んであり、市の認定する「古河ブランド」として流通販売している。

しかしながら、事業規模が小さいことや、従事者の高齢化、後継者不足等により、ECへの対応の遅れや、積極的な販路拡大が進まないとの課題が生じている。また、急速に拡大するEC市場に求められる商品の開発や、オンライン化の時代に対応したサービス商品の提供（例：動画サービス付き商品）ができていないとの課題が生じている。

統計データとしても、本市の支出流入率（民間消費）は「-45.3%」であり全国1,710番目の数値である。このことは、魅力ある地域資源が潜在しているものの、それらを十分に活かせておらず、域外からの消費を呼び込む「稼ぐ力」が弱いことを示している。

また、農産物加工に取り組む割合が県平均よりも低水準であり、農産物の加工や商品開発が進んでいないことを示している。農業の6次産業化や、時代のニーズにあった商品開発により、地域の稼ぐ力を高める必要がある。

ECによる販路拡大のため、まずは市内事業者のふるさと納税への参入の増加や商品開発を推進していきたいが、ふるさと納税事業者説明会（令和4年8月）でのアンケート結果や、事業者への個別ヒアリングにおいて、下記の課題が挙げられている。

- ・高齢者のみで事業を行っており、インターネットへのアクセスが不安であるため、ふるさと納税に参入できない。（※ふるさと納税で人気のバラを栽培する花き農家は市内3農家あるが、1農家しか参入できていない。なお、当参入農家も事業規模が小さいことから、オーダーストップとなることが多く、旺盛な需要に応えられていない。）
- ・家族経営のため人員や資金繰り等に限りがあり、ふるさと納税の規模拡大ができない。（※米販売店の意見。米は返礼品第6位の人気商品）
- ・社の流通体制として個別配送（宅配）への対応が難しく、ふるさと納税に参入できない。（※大手製菓メーカーの意見。同業他社スナック菓子製品が返礼品第1位の人気商品。）
- ・他社と連携した商品展開、商品開発を行ってみたいので、マッチングの機会を提供してほしい。

・ふるさと納税に参入したものの、売り上げがほとんどない。市で地域産品のPRをもっと展開してほしい。（※市内では銘菓や特産品として認知されているものの、全国的な知名度不足により、ふるさと納税での売り上げが少ない事業者が多い。）

・農産品だけでなく、オンラインでの調理方法の紹介サービス付き商品にも挑戦してみたいが、サポートが欲しい。

以上のことから、ふるさと納税事業への課題として、受注管理や配送を代行を担う事業主体、各事業者間のマッチングや商品開発のサポート、地域産品の積極的な魅力発信を行う事業主体が必要とされている。

本市においては地域商社を担う事業主体が不在であることにより、近隣自治体（例：茨城県境町）と比較して、特にふるさと納税事業の規模が大幅に小規模であり、議会や市民等から改善が求められている。今後、地域経済の司令塔として地域商社を設立し、ふるさと納税をはじめとした販路拡大、魅力ある商品開発、地域の魅力のブランド化等に取り組む必要があるが、ふるさと納税事業の規模で早期に近隣自治体レベルに追いつくためには、民間の持つスピード感を取り入れた事業展開が求められる。また、当事業の収益化により経営を自立させ、市の財政支援（市民負担）を縮小できるよう、的確な市場分析等の民間経営の視点を取り入れる必要がある。

4－2 地方創生として目指す将来像

【概要】

本市は、利根川・渡良瀬川の水辺、平地林・屋敷林に代表される関東平野の原風景としての風情があり、万葉の時代から古河公方・古河藩などの時代を通じて培われてきた歴史・文化的資産があり、多くの文化・観光資源を有している。また、ネーブルパークや古河公方公園、道の駅等の集客力のある施設を有している。

農業や商工業についても、中小規模の農家や事業者を中心に魅力ある農産品、加工品、技術等の地域資源を有している。特に、農産品ではバラの商品価値が高く、本市のふるさと納税返礼品第7位の人気を誇っている。また、人参、ニガウリ及びサニーレタスは茨城県青果物銘柄産地指定を受けている。

このため、地域商社事業の展開により、ECサイトやふるさと納税、観光物販施設を通じて地元農産物や加工品の販路を拡大することで、地域経済の活性化、事業者の収益性向上を図る。また、古河市産品の魅力を全国にアピールし、道の駅等の物販施設への来訪者を呼び込むことで交流人口を拡大させ、各施設の回遊性を高めた新たな観光ルートの構築により地域活性化を図る。

【数値目標】

K P I ①	地域商社事業の売上高							単位	千円
K P I ②	市ふるさと納税事業における地域商社事業の占めるシェア（売上高ベース）							単位	%
K P I ③	地域商社事業と連携する事業者数							単位	社
K P I ④	地域商社事業で新規開発した商品数							単位	件
	事業開始前 （現時点）	2023年度 増加分 （1年目）	2024年度 増加分 （2年目）	2025年度 増加分 （3年目）	2026年度 増加分 （4年目）	2027年度 増加分 （5年目）	2028年度 増加分 （6年目）	K P I 増加分 の累計	
K P I ①	0.00	5,000.00	20,000.00	50,000.00	-	-	-	75,000.00	
K P I ②	0.00	1.00	3.00	6.67	-	-	-	10.67	
K P I ③	0.00	5.00	20.00	50.00	-	-	-	75.00	
K P I ④	0.00	0.00	5.00	5.00	-	-	-	10.00	

5 地域再生を図るために行う事業

5－1 全体の概要

5－2の③及び5－3のとおり。

5－2 第5章の特別の措置を適用して行う事業

○ 地方創生推進タイプ（内閣府）：【A3007】

① 事業主体

2に同じ。

② 事業の名称

地域商社設立による市産品の販路拡大及び地域資源の磨き上げ・魅力発信事業

③ 事業の内容

「(一財)古河市地域振興公社」に新たに地域商社事業を立ち上げ、地元事業者が販路拡大するための支援(ふるさと納税への参入、観光物販施設での販路拡大)及び本市の魅力ある地域資源や製品の発掘・付加価値の高い商品開発を地元農家や事業者と協働で展開する。地域商社事業のスタートアップ支援、地域資源の磨き上げ、魅力発信事業を行い、交付対象外事業との相乗効果により、地域経済の活性化、事業者の収益性向上を図るとともに、地域商社事業の経営を自立させる。

1. 地域商社事業のスタートアップ

公社が地域商社としての経営ノウハウとスキルを習得し、成果を持続的に上げ、当事業が自走できるよう、また、地域経済の司令塔となれるよう、スタートアップ支援として3年間の立ち上げ補助を行う。

(1) 初年度(地域商社事業立ち上げ)

① スタートアップ支援コンサルティング(交付対象事業)

・地域の現状分析:

各種データ分析により現状を把握し、地域が抱える課題の抽出、整理を行う。

・経営方針の明確化、経営戦略・アクションプラン策定:

地域の強みを活かし、顧客ターゲットを設定し、市場ニーズ、時代ニーズを踏まえた、経営方針、経営戦略を策定する。また、具体的な実施内容を明確化したアクションプランを策定する。

② 地域商社事業の基盤整備(交付対象外)

・組織体制構築:

公社に担当職員2名(公社採用)を置き、当事業の立ち上げを行う。また、市もプラン策定や地元事業者との連携を支援する。

・地元事業者、経済団体(商工会議所、商工会等)との連携

地元事業者と連携し、地域商社としてふるさと納税事業に参入する。古河商工会議所、古河市商工会、古河市工業会との連携、紹介により、地元事業者を対象とした説明会、個別営業等を通じて、公社と地元事業者のマッチングを行う。

(2) 2年目以降(地域商社事業の自走に向けたフォローアップ)

① スタートアップ支援コンサルティング(交付対象事業)

・事業進捗分析、経営管理:

事業の進捗状況(売上、利益、販路、顧客獲得状況等)を分析し、収益化とスピード感を重視した民間経営の視点で経営管理を行う。

・経営戦略、アクションプラン等の見直し:

必要に応じて経営戦略、アクションプランを見直し、スピード感を持った臨機応変な経営・事業を行う。

② 地域商社事業アドバイザー招聘(交付対象事業)

○内容: 民間経営や営業の経験を有する人材を地域商社事業アドバイザーとして公社に招聘し、仕入れ交渉、販路開拓等の営業ノウハウを公社職員へ伝授する。

○招聘人員: 1名

○募集方法: 公社による公募又は地元経済団体との連携を通じての紹介等

○採用基準: 民間経営や営業の経験を有する者として理事長(市長)が認める者。

○任期: 1年(更新あり)

○形態: 公社の非常勤職員又はアドバイザー業務委託(週4日程度の勤務を想定)

③ 地域商社事業の基盤整備(交付対象外)

・組織体制構築:

公社に担当職員4名(公社採用)を置き、当事業を運営する。市も事業進捗分析や経営管理、地元事業者との連携を支援する。

・地元事業者、経済団体(商工会議所、商工会等)との連携

当事業を軌道に乗せるため、地元事業者や経済団体(古河商工会議所、古河市商工会、古河市工業会)との連携を深化させ、地元事業者とのマッチング強化や取引増大を図る。また、事業者同士のマッチング支援を行い、新たなビジネス展開を支援する。特に、古河商工会議所や古河市商工会が主催・協力する「古河よかんべまつり、関東ド・マンナカ祭り、さんさんまつり」は市内事業者が多数出店し、市内外から多くの来訪者が訪れるイベントであることから、公社も地域商社として参画し、イベントのさらなる活性化のみならず、事業者との連携強化の機会として活用する。

2. 地域資源の磨き上げ、魅力発信事業

地域商社事業立ち上げ後の2年目以降、地元事業者と連携して地域資源の磨き上げを行い、市産品の魅力を発信していく。

① 新たな地域産品の開発(交付対象事業)

公社から市内ふるさと納税参入事業者に対し、新たに「古河ブランド」認証商品(古河ブランド認証要綱に基づき古河市ブランド推進戦略会議が審査。古河ブランド認証基準を満たす独創性、安全安心、品質を有する市産品を対象。)と認証される商品の開発費、デザイン費の一部を補助することで、新しい価値観と付加価値の高い「古河ブランド」を充実させ、ふるさと納税を通じて市産品の魅力を発信する。また、公社自らが地域商社として商品開発をリードし、「古河ブランド」認証商品の開発に取り組むことも希望する。また、商品開発費の補助を行う。

④ 事業が先導的であると認められる理由

【自立性】

当事業は（一財）古河市地域振興公社が主導となって行うが、市の地域振興に資する事業であるため、一般財源から地域振興事業費補助金として支援し、事業の継続性を担保する。当事業の収益で公社の経営を自立させ、市の財政支援は縮小させていく方向で進める。また、将来的にはふるさと納税業務の受託事業者を担い、安定的な収益を確保する。

【官民協働】

地元農家、事業者と連携して進めていく。また、古河商工会議所、古河市商工会、古河市工業会といった経済団体と連携して事業を展開する。
市と「デジタルデバйд解消に向けた連携に関する協定」を締結して市内のDX推進を担っている市内企業とも連携し、事業者のDX推進、オンライン化をサポートする。

【地域間連携】

茨城県と連携し、アンテナショップ（IBARAKI sense）での商品販売や茨城県テレビ広報「いばらき推し」でのPRを展開する。関東どまんなかサミット（古河市、栃木県栃木市、小山市、野木町、群馬県板倉町、埼玉県加須市）や姉妹都市（山形県真室川町、栃木県さくら市、福井県大野市）と連携し、渡良瀬遊水地や歴史（古河藩）等の資源を活用することで、オリジナル性のある商品展開を行う。

【政策・施策間連携】

地域商社の取組みは、農業、商工業及び観光関連産業など地域経済全体に波及効果が期待される。また、古河市産品の魅力を全国にアピールし、道の駅等の物販施設への来訪者を呼び込むことで交流人口を拡大させ、各施設の回遊性を高めた新たな観光ルートの構築により地域活性化を図る。

【デジタル社会の形成への寄与】

取組①

ふるさと納税をはじめとするECサイトにおいて販売を行う。

理由①

ふるさと納税やECサイトにアクセスできなかった中小零細事業者が、地域商社事業によりデジタルを活用した事業に参入できる。

取組②

市産品のPRにおいてSNS等を積極的に利用することで、デジタル技術の活用を行う。

理由②

既存のポスター・パンフレット等の紙媒体やHPのみでなく、多くの方へのアウトリーチを目的にSNSを利用し、デジタルの力を活用する。

取組③

市と「デジタルデバйд解消に向けた連携に関する協定」を締結して市内のDX推進を担っている市内企業とも連携し、事業者のDX推進、オンライン化をサポートする。

理由③

中小零細事業者のDX推進、オンライン化をサポートすることで、事業者の経営効率化、業務見直し、人員不足への対応が期待できる。

⑤ 事業の実施状況に関する客観的な指標（重要業績評価指標（KPI））

4-2の【数値目標】に同じ。

⑥ 評価の方法、時期及び体制

【検証時期】

毎年度 9 月

【検証方法】

古河市まち・ひと・しごと創生総合戦略会議にて、事業の進捗を報告し効果検証を行い、効果検証後速やかに古河市ホームページ上で公表する。

【外部組織の参画者】

(1) 産業関係の代表者 (2) 学識経験者 (3) 金融機関の代表者 (4) 労働団体の代表者
(5) 報道機関の代表者 (6) 議会の代表者

【検証結果の公表の方法】

古河市ホームページにて公表

⑦ 交付対象事業に要する経費

- ・ 法第5条第4項第1号イに関する事業【A3007】

総事業費 32,000 千円

⑧ 事業実施期間

地域再生計画の認定の日 から 2026 年 3 月 31 日 まで

⑨ その他必要な事項

特になし。

5-3 その他の事業

5-3-1 地域再生基本方針に基づく支援措置

該当なし。

5-3-2 支援措置によらない独自の取組

(1) ふるさと納税推進事業

ア 事業概要

ふるさと納税事業の展開により、市歳入（寄附金）の確保、地元商工業の発展及び市産品の魅力発信等を行う。

イ 事業実施主体

古河市、返礼品提供事業者

ウ 事業実施期間

2023 年 4 月 1 日 から 2026 年 3 月 31 日 まで

(2) 自治体DXの推進

ア 事業概要

AIやRPAを含めたICTの活用を広げ、業務の効率化や市民サービス向上のため、自治体DXを推進する。オンラインの行政手続きをまとめたポータルサイトを立ち上げ、オンライン申請に対応する。また、デジタルデバイドの解消に向けた高齢者向けのスマートフォン教室の開催及び公共施設Free Wi-Fiの拡充整備を行う。

イ 事業実施主体

古河市、デジタルデバイス解消に向けた連携に関する協定締結事業者

ウ 事業実施期間

2023 年 4 月 1 日 から 2026 年 3 月 31 日 まで

(3) 古河ブランド事業

ア 事業概要

古河ブランドに認証した商品のPRと販路拡大により、市の認知度を高めると共に地域経済の活性化を図る。

イ 事業実施主体

古河市、古河ブランド認定事業者

ウ 事業実施期間

2023 年 4 月 1 日 から 2026 年 3 月 31 日 まで

6 計画期間

地域再生計画の認定の日から 2026 年 3 月 31 日 まで

7 目標の達成状況に係る評価に関する事項

7－1 目標の達成状況に係る評価の手法

5－2の⑥の【検証方法】及び【外部組織の参画者】に同じ。

7－2 目標の達成状況に係る評価の時期及び評価を行う内容

4－2に掲げる目標について、5－2の⑥の【検証時期】に
7－1に掲げる評価の手法により行う。

7－3 目標の達成状況に係る評価の公表の手法

5－2の⑥の【検証結果の公表の方法】に同じ。