

No.	事業名称	事業のねらい	実施 年度	事業実績	最終予算 （円）	実 績 （円）	執行率 （％）	指標名称	当年度 目 標	当年度 実 績	達成状況	評価コメント
1	地場産業「安田瓦」を核とした交流人口拡大・就労促進事業	交流人口の拡大 市内事業所への就労促進 新たな事業展開による魅力ある地場産業の創出	R3	【ハード】 ①安田瓦体験型産業観光施設実施設計費地場産業の情報発信、新たな商品開発、学生の課外授業・教育旅行の池入れ、A Iを活用したオンデマンドバスの運行などの取り組みを効果的に行うために整備する施設の実施設計（基本設計、地盤ボーリング調査）を行いました。 【ソフト】 ①やすだ瓦ロードを訪れた人へ歴史的建造物やモニュメントなどを案内し、地場産業の歴史や技術を説明する案内ガイドを育成するため、人材育成プログラムを作成し、研修内容の検討を行いました。 ②ヤキモノ（安田瓦、陶器、陶管など）の販売促進に向けた取り組み理念・方針を現状調査や地場産業関係者との意見交換を実施し、検討を行いました。	3,280,000	3,279,100	100.0%	指標① やすだ瓦ロードの来訪者数（人）	34,789	31,085	順調ではない	【取組の評価】 令和3年度におけるKPIは目標値を下回りました。指標①のやすだ瓦ロード来訪者数は、目標値より8,915人少ない31,085人でした。また、指標②の安田瓦出荷枚数は目標値より733,167枚少ない3,266,833枚でした。 新型コロナウイルス感染症の影響を受け、県外からの来訪者や団体利用が大きく減少したことや、建築様式の変化が要因と考えられます。
			R4	【ハード】 地場産業の情報発信、新たな商品開発、学生の課外授業・教育旅行の受け入れ、AIを活用したオンデマンドバスの運行などの取り組みを効果的に行うために体験型産業観光施設及び駐車場を整備しました。 【ソフト】 ①人材育成プログラムに基づく接客基礎マナー講座や安田瓦に関する技術勉強会を開催し、やすだ瓦ロードにおいての模擬案内を実施し、地場産業の歴史や技術を説明する案内ガイドを育成しました。 ②ヤキモノ（安田瓦、陶器、陶管など）の販売促進に向けた取り組み理念・方針を踏まえ、ロゴデザインやイメージムービー、プロモーションムービー、パンフレットを作成しました。また、ヤキモノを活用した体験コンテンツのPRツールを制作しました。 ③ハウスメーカーや建築設計士などとの意見交換を行い、市場調査を実施したうえで、新商品の企画やコンセプト、プロダクトデザインの検討や試作品の制作を行いました。 ④地場産業関連事業所への就労を促進するため、産地・産業の紹介動画の制作を行いました。	113,950,000	113,729,000	99.8%	指標② 安田瓦年間出荷枚数（枚）	3,793,058	3,266,833	順調ではない	【今後の課題や改善案など】 指標①は新型コロナウイルス感染症の感染拡大の影響により、県外からの来訪者が見込めなかったことが原因と考えられます。 指標③は令和3年度事業が10月から始まったばかりであり、地場産業である「安田瓦」の歴史や技術等の紹介を行う人材育成事業における初回セミナーを令和4年2月に開催したため、瓦職人の魅力を若者に対して伝えきれていないことから、入校希望者がいなかったものであると考えられます。 今後も安田瓦協同組合との連携を強化し、事業を推進していく必
								指標③ 安田瓦職業訓練校入校生数（人）	6	0	順調ではない	
								指標④ 安田瓦関連の新商品創出件数（件）	0	0	－	
								指標① やすだ瓦ロードの来訪者数（人）	35,289	29,556	順調ではない	
			R5	【ハード】 地場産業の情報発信、新たな商品開発、学生の課外授業・教育旅行の受け入れ、AIを活用したオンデマンドバスの運行などの取り組みを効果的に行うために設備・備品を整備しました。 【ソフト】 ①安田瓦協同組合のHPをフルリニューアルし、案内ガイドや体験プログラム等の予約受付システムを導入しました。 ②市場調査を踏まえた新商品試作品に対しての具体的なブランディング作業を実施し、販売ルートについての検討を行いました。また、新商品として瓦素材を使ったレンガを制作しました。 ③地場産業関連事業所への就労を促進するため、産地・産業の紹介動画の制作を行いました。また、市内の小学校・中学校・高校の児童・生徒に向けた課外授業用の教育キットを制作した。 ④市内観光地を訪れる観光客を主な対象として、やすだ瓦ロードを訪れやすくするため、9月から11月の3か月間、土・日・祝日にAIを活用したオンデマンドバスを運行しました。	23,270,000	23,259,833	100.0%	指標② 安田瓦年間出荷枚数（枚）	3,803,058	2,960,127	順調ではない	【今後の課題や改善案など】 指標①は新型コロナウイルス感染症の感染拡大の影響により、県外からの来訪者が見込めなかったことや瓦ロードフェスティバルの未実施が原因と考えられ、更なるPRやイベント実施による来訪者の増加を図ります。 指標②は住宅様式や瓦に対する価値観の変化が原因と考えられます。 今後、安田瓦協同組合は、やすだ瓦ロードや安田瓦体験型産業観光施設を訪れる人へのモニタリングを強化し、随時市場ニーズの把握に努め、既存の屋根瓦以外の新商品開発等を継続して行うことにより、受注生産型からの脱却を図り、開発力のある提案型組合・産地への自立化を目指す必要があります。
								指標③ 安田瓦職業訓練校入校生数（人）	7	8	順調	
								指標④ 安田瓦関連の新商品創出件数（件）	1	1	順調	
								指標① やすだ瓦ロードの来訪者数（人）	41,289	31,545	順調ではない	
								指標② 安田瓦年間出荷枚数（枚）	3,813,058	2,383,597	順調ではない	【取組の評価】 令和5年度におけるKPIは目標値を下回りました。指標①のやすだ瓦ロード来訪者数は、目標値より9,744人少ない31,545人でした。また、指標②の安田瓦出荷枚数は目標値より1,429,461枚少ない2,383,597枚でした。 令和5年7月に、にいがた瓦館「かわらティエ」がオープンしたことで、昨年より来訪者数は増加しました。出荷枚数は建築様式の変化が要因で減少したと考えられます。 【今後の課題や改善案など】 指標①は新型コロナウイルス感染症が5類に移行したところですが、依然として新型コロナウイルスの影響により、県外からの来訪者が見込めなかったことが原因と考えられるため、更なるPRやイベント実施による来訪者の増加を図ります。 指標②は住宅様式や瓦に対する価値観の変化が原因と考えられます。 今後、安田瓦協同組合は、やすだ瓦ロードやにいがた瓦館「かわらティエ」を訪れる人へのモニタリングを強化し、随時市場ニーズの把握に努め、既存の屋根瓦以外の新商品開発等を継続して行うことにより、受注生産型からの脱却を図り、開発力のある提案型組合・産地への自立化を目指す必要があります。
								指標③ 安田瓦職業訓練校入校生数（人）	9	3	順調ではない	
								指標④ 安田瓦関連の新商品創出件数（件）	2	1	順調ではない	

