

観光ビジョン策定検討会議検討シート

(1) 観光動線（参道の演出）

記入例

事業 東武動物公園の園内等で新しい村の野菜の販売

理由 東武動物公園の来園者が帰宅時には新しい村に寄ることが出来ないため、こちらから出向く必要があったため。新しい村の存在を周知させる目的もある。

事業1：動物公園で遊び、電車で帰るお客様に、晩御飯を食べさせる、またはデリをテイクアウトさせる店を参道に出店してもらう。

理由1：飲食店がほとんど無い。土日お休みの店が多い。大勢でコーヒーを飲む店が無い。宮代のお土産を買う店も無い。夕飯のお弁当、デリを売る店も無い。オシャレなお店もほとんど無いため。空き店舗を利用させてもらうことで空きの解消、事業者は設備投資せず、屋台感覚で支店開設。

事業2：駅前にできる芝生広場、新しい村の広場を利用して夏はビアガーデン、アイスクリームショップ、冬は多少の囲いをして巨峰ホットワインなどを提供できる店を配置。つまみやデリのイートイン、テイクアウトも用意。夏休み中は縁日を開催。新しい村は夜間営業を業者に委託できるか？

理由2：電車で帰るお客様の最大のメリットはお酒が飲めること。子どもと一緒に飲食できるとなれば、夕飯を作る手間と時間が省ける。

事業3：駅から新しい村までの道幅の電信柱や木を利用して〇〇通りとして、イルミネーションなどを付けてはどうか。

理由3：まずお客様の流れを作る方向で検討する必要がある。

事業4：ストリートを作る事で検討する。

理由4：進修館、庁舎イベント、学校祭、東武公園、新しい村で年間共通できるイベントを作り、月一度催しものを開催する。絶えず何かやっているという印象をもってもらう。

事業5：宮代町軸線一体化作戦

理由5：象設計集団は駅から山崎山までを宮代町の枢軸とらえランドマークとして進修館、笠原小学校を建設しました。この軸線を寺社観光でみられる参道とみたと東武動物公園&新しい村までを一体として演出。

事業6：キッチンカー作戦

理由6：駅から新しい村まで配置（特に商工会駐車場を利用）。

事業7：駅から山崎山までの道に動物の足跡を並べる。

理由7：東武動物公園駅にはすでに、動物の足跡がある。このコンセプトを継承して道にも延長していく。目立つように表示する。楽しさ、おもしろさの演出も。

事業8：西口参道のエリアマップを作成。宮代町の強みのテーマ：自然・農・動物・ユニーク建築や新しい村、東武動物公園、進修館などの情報（キーワード、キャッチコピー等）も盛り込む。デジタル化してスマホでも見られるようにする。

理由8：情報をプラスしたエリアマップで、コンパクトかつダイレクトに宮代町の魅力を訴求する。見どころや楽しみ方の提案も加味する。

事業9：駅前広場または駅構内に宮代 PR 用のイーゼル、パンフレットスタンドを設置。イーゼルには A3 の PR 用ポスターを掲示。パンフスタンドに西口エリアアップ等を入れる。デジタル化してスマホでも見られるようにする。

理由9：A3ポスターやA4チラシなどでのタイムリーな情報提供が効果的と思われる。杉戸町はすでに駅構内にパンフスタンドを設置しているので、宮代町も設置してはどうか。

事業10：駅前広場にホワイトタイガーのモニュメントを設置する。さわると、ホワイトタイガーのほえる声が流れるように演出する。

理由10：東武動物公園の西口ゲート近くに同じようなもの(写真と足跡模型)があるので、

それを活用して駅前でのPRに役立てる。ほえる声は迫力がある。

事業11：東武動物公園駅から東武動物公園までの道に、宮代町の紹介ボードを設置、・駅に分かりやすく近隣の情報(新しい村や飲食店)が載っているポスターやチラシを置く。

理由11：ボードごとにクイズなどを書いて、次のボードに答えが載っているなど工夫して楽しみながら動物園まで辿り着けると良い。

事業12：駅までの動線に、食べ歩きできるお店

理由12：基本的に東武動物公園を目的に遊びに来ているお客さんは、ふと帰りにどこかに寄ろうとは、思わないと気がします。よっぽど目を引くとか、興味があることでないと、遊び疲れてついでにどこかに寄ろうとは、私は考えません。なので、小腹が空いたときに、ちょっと気軽に食べ歩けたりするものを、お店に協力してもらったりすることは良いと思います。

事業13：四季の花を見せよう

理由13：ちょうどこの動線には、桜や紫陽花、彼岸花などのきれいな花が咲きます。特に桜はとてもきれいで、足を止め写真を撮る人もいるかもしれません。インスタ映えしそうな撮影スポットなどを設けたりするのも、良いかと思います。

事業14：東武動物公園内での定期的なマルシェの開催(新しい村・宮代町特産品)

理由14：新しい村 宮代町特産品のPRと来園者への周知

(2) 観光推進に外せないキーワード「農」と「自然」

記入例

事業 新しい村でグランピングなどのキャンプの実施

理由 都心からも近く駅からも徒歩で自然を満喫することが出来るため。また、宮代町の生産者と来訪者をつなぐ目的もある。

事業1：他市町村の歩け歩けクラブ、老人クラブ、町内会などの団体へ電車+歩く散策プランをPR。マップでコースを作りパターン化する。町への滞在時間を長くしてもらうために、ランチ、または夕飯をセットすれば、事業者にもメリット。

理由1：歩く人たちは風景や建物に興味があるので宮代は最適。商業店舗を巡らせ、ランチまたはディナーを食べる、買い物することで消費が進む。

事業2：農家、クラフト作家、料理関係者などによるワークショップの開催。野鳥観察、自然植物の撮影会、デッサン会等の開催。ランチ付きで一日村にいてもらう。農の家、村の集会所等を最大限利用して、展示会、販売会の会場として貸し出す。

理由2：宮代の良さを発見してもらうと共に、手づくりの楽しさや宮代の人々に興味を持ってもらえる。人を知ってもらえば、リピーターが期待できる。

事業3：都内、県内の小学生の体験教室や見学コースの体験

理由3：新しい村にて田植えに関してはすでに実績もあり、農を営む方の体験談、生産者の商品の作りから販売までの流れをユーチューブなどで発信できたら良いと思う。埼玉TVの取材も考えられたらPRになると思う。

事業4：宮代グリーンツーリズムと体験観光

理由4：新しい村、山崎山イベントスペース、体験ゾーンとして他地区にはない駅からのアクセスのよさ自然環境が整っていることを最大限活用すべき。また埼玉県東部地区の弱点である宿泊施設解消の手段としてグランピング（良品計画研修会でも提案されていました。）また、昔からの道路を利用したウォーキングツアー、サイクリングなど活用

事業5：新しい村 自然散歩10分コース、20分コースを設定する。

理由5：お薦め自然散歩モデルコースをPRすることで、宮代町の自然の豊かさの認知度アップを図る。誘客にもつながる。スタートとゴールを森の市場結にすることにより、直売所への誘客も加味する。

事業6：「花と農のみやしろレンジャー」を創作する。ハナレンジャーから派生して、現メンバーのサクラピンクとヤサイグリーンを選抜、新メンバーのハクモクレンホワイトとブドウパープルを加え、4人のユニットをつくる。

理由6：ハナレンジャーの「はなみやしろ」活動に、「農」と「みやしろ」を加え、花（自然）、農、宮代をセットでPRするかたちにする。花の桜（姫宮落とし浴い）、ハクモクレン（笠原小学校）、農（新しい村の農園、森の市場、ブドウ畑）は場所的に参道の演出とも関連する。

事業7：新しい村でのキャンプ、宿泊体験

理由7：宮代町の自然を満喫してもらうため。遠方からきた方に土日で東武動物公園来園と自然体験のどちらも体験できる。

事業8：蛍の鑑賞会の時期の新しい村での模擬店

理由8：蛍の鑑賞会には、例年たくさんの方々がいらっしゃいます。そのお客さんをもてなすために、ちょっと飲食が出来るスペースや、お土産を買えるような店があると、良いと思います。

事業9：東武動物公園に合わせた新しい村での模擬店

理由9：西口商店会のお祭りの様に、東武動物公園には悪いが、タダで花火が見られて、お店も出ているなら、お客さんが来ないわけがない。

事業10：バーベキューと農業体験のセットプランや東武動物公園の夏の夜間営業日には体験＋東武動物公園入園のセットプランなどツアーを販売

理由10：宮代町の農産物を使ったBBQはとて面白い宣伝になると思う。知ればもっと利用客が増えるはず。

(3)「東武動物公園」来訪者の町内回遊の仕組みづくり

記入例

事業 わかりやすいサイン、案内板の設置

理由 東武動物公園から新しい村までは、目的地をイメージする看板等が設置されていない。わかりやすく目的地、周辺を案内する看板等を設置するもの。

事業1：街路灯の設置。季節ごとに変えたフラッグを統一して配置。ハンギングバスケットのように手入れされた花たちで飾るなど。今日のイベント情報を大きな看板で動物公園から出た人たちに見えるところに設置。駐車場に行くまでの間なども。村にカフェがあり、くつろげることもPR。

理由1：新しい村がどこにあるのか。なにがあるか分からない人が多いため。そのためには、毎日何か楽しいイベントを作る。現看板も素敵だが、高い位置にあり樹木に隠れていたり、色が少し地味。目立たないため。

事業2：道路（歩道も）の拡張。動物公園から新しい村までの歩道は花のみちにするか、足跡をつけ、辿らせるなどして子どもの興味を引き付ける工夫。トイレも少ないのでは？

理由2：車道は、交通量が多いのに大型バスが通れないので団体が受け入れられない。歩道は狭いので危険。ベビーカーなど段差在り不便。

事業3：動物公園の時間帯別の入場者、退出者数の調査からコース設定

理由3：動物公園での一日の滞在期間が長いと町内回遊の時間が短くなるので、実態を把握してからのが良いと思う。午前中用、午後用、夕方用、夜間用などのコースに分けて、歴史、飲食、イベントなど入れてスタンプラリーなどの遊びも取り入れたらと思う。特に飲食は各店舗のクーポン券などを利用して、おすすめメニューを用意したらどうだろうか。おすすめコースは期間設定で再度来訪の機会を作ってあげて使えるようにしたらと思う。

事業4：宮代町軸線プラカード作戦

理由4：宮代町の軸線と位置付け道路舗装の一体化、東武動物公園駅から山崎山まで、街路樹に3本旗（東武動物公園、新しい村、各事業者）をたて新しい村まで誘導する。また無印良品、東武動物公園、宮代町商工会相互間の割引チケットをだし回遊させる。

事業5：スタンプラリーの設定：新しい村、東武動物公園、進修館、東武動物公園駅、役場前機関車などにポイント箇所を設定して、スタンプを3つ集めた人に景品を提供する。景品提供は新しい村で実施。

理由5：景品の受けわたしで新しい村訪問のきっかけにもなる。西口エリア内の回遊の動機づけにもなる。東武では、どうぶつ・のりものスタンプラリー（東武動物公園＋東武博物館）を実施した。

事業6：西口、東口ゲート付近に新しい村のPRコーナーを設置。写真、アクセスマップ、チラシなどを置き告知して誘客につなげる。西口はりんご飴無人販売の近く、東口はわたあめ販売の近く。

理由6：東武動物公園入園者への新しい村の魅力・アクセス方法などのPRを効果的に行う機会を設ける。

事業7：東武動物公園帰りのお客様に宮代町をアピールする

理由7：園内で周辺の飲食店や買い物できる店のMAPを配布し、動物園の帰りに足を運んでもらえる流れを作る。（クーポン券付だと嬉しい）

東武動物公園駅⇄東武動物公園までのバス車内でアナウンスを流す。季節毎のイベント情報など。

事業8：イベントの告知や宣伝

理由8：東武動物公園の目的に来た人に、町を回遊してもらおうというのには、ちょっと難しい気がする。この宮代町のイベントなどを目的に、次回来てもらえるような宣伝広告が良いと思う。

事業9：町のPR動画など季節ごとの魅力ある映像を駅周辺で流す

(デジタルサイネージなど)

理由9：東武動物公園への来場者へのPR

事業10：街のおすすめスポットをマップにして、イベントなどは実際の画像を使用した看板の設置。スポット周辺には案内サインも追加。(ここから徒歩〇分などアクセス情報もあると良いのでは。)

理由10：文字だけでは伝わらないと思うから。

事業11：来園者が多い時期GW・お盆など商店の営業時間の延長

理由11：帰宅するお客様の取り込み・増収

事業12：駅前イルミネーションを新しい村まで拡張もしくは、スポットで設置。

理由11：なし

(4) 宮代ブランドの開発

記入例

事業 産業祭等のイベントでの人気投票

理由 宮代らしさを表現する商品がないため、大勢が集まる機会を利用し、人気投票を行うもの。

事業1：観光協会主催のコンテストを開催。出品者を町内に限る。出品者にプレゼンさせて、その思いも含めて宮代らしい確かな商品を選ぶ。

理由1：他市町村の業者では意味が無い。主催が商工会(産業祭)では会員しかエントリーできない雰囲気が出るため。

事業2：新しい村での月別売れ筋商品の検討会

理由2：日常買物でのお客様の地域商品の実績がわかるので、農を推進する意味でも、ベーシックな商品の発見から考えられたらどうだろうか。3カ月に1品のブランド品の提出が欲しい。例えば、ハーブなど。

事業3：新しい村ブランド化製品開発

理由3：以前に町外からの方々を案内したときバジルペーストが評判よかったことがありました。新しい村のハーブ園、ブルーベリー園など製品開発、奈味公房、井上さん、渡邊農園さん、秋間農園さん、新宅屋さん、中野さん、折原園芸さん、門井さん、蛭田さん、あじまさん、矢部さん等意欲的に取り組まれている方々への良品計画さんの支援を受ければブランド化は可能と考えます。

事業4：動物をモチーフにした話題性のあるグッズ制作。（例：東武動物公園の实在特定動物のマスク）

理由4：動物は親しみやすい、かわいい、子供やシニアには受けが良い。

事業5：日工大、宮代高校などとコラボする

理由5：地域を巻き込んで取り組む。

事業6：的を絞った人気投票

理由6：産業祭などで、人気投票するのも、範囲が広いと決めにくいので、個の食材を使ったとか、餃子やスイーツ限定とか、ある程度的を絞った投票のほうが良い。ただ、産業祭は商工会のイベントなので、産業祭の実行委員会の一員として、会に参加する必要があります。

事業7：宮代町の子どもたちからアイデアを募集。

理由7：子どもたちが考えたアイデアなら地元の大人たちも興味を持ち賛同していただけるのでは。

(5) 食・名物料理

記入例

事業 商工会による名物料理コンテストの開催

理由 観光の目玉の一つである食。これという一品がないため、コンテストを実施し、新たな商品を生み出すもの。

事業1：観光協会主催の「宮代グルメを作ろう！選ぼう！」コンテストの開催。出品は町内事業者に限る。選ぶのは他市町村の人もたくさん入れる。動物公園内でも実施しても良いと思う。動物公園帰りの人々等も。駅を利用する人々も。

理由1：他市町村の業者では意味が無い。主催が商工会（産業祭）では会員しかエントリーできない雰囲気が出るため。

事業2：全商店街の一事業者単位の強みの把握

理由2：現状は何で売上を作っているのか、お客様の実績商品と要望商品を店舗単位で整理して、食の分類毎に整理して、地域の強みとして、店舗単位の今後の開発商品に生かしていく。まとめるだけでも、地域の埋もれていた商品が浮かびあがると思う。それから、ビッグなイベントを開催するときに新しい村と共同で料理教室やワークショップなども広げたら良いと思います。東武動物公園に期間限定での出店も興味ある。ギフトも面白いと思う。

事業3：動物をモチーフにした食のコンテスト。お菓子、パン、レシピなど。

理由3：動物をモチーフにして宮代らしさを加味。

(6) 人材確保・人材育成・広く町民を巻き込んでいける仕組みづくり

事業1：若手経営者にやりたいことを語ってもらう。町からの助成金をもらい人件費と通信費を賄う。役場職員を派遣（研修）してもらう。民間出資をしてもらう。

理由1：なし

事業2：若者主体のサークル活動の活発化

理由2：目的、内容、意義、環境、価格などを明確にしたサークル活動やあるいは町としての不足する課題に対してのプロジェクトなどに対して、呼びかけを行う。町内の若者が実際の宮代町を先々どう考えるのかわからい面もあるが、IT化、デジタル化は避けて通れないと思うので、8番の内容と同じになるが、参加して意見が言える環境が必要と思う。有名人の講演会も用意して、その後の打ち合わせ後に機会をもうけるのも有かなと思う。

事業3：民間活力を活かした組織づくり

理由3：従来の観光協会とかではなく、良品計画&(株)新しい村、宮代町事業者の合弁事業で民間活力を起し、アグリビジネス、グリーンツーリズム、教育、クリエイティブ（既に芽があります。）タウン構想を具現化し東武動物公園駅、無印良品をプレゼンテーションステーションとし首都圏からの関係人口を増やす将来構想を立てるべきと考えます。

事業4：宮代町をテーマにしたセミナーや講座の開催

理由4：町民の方に宮代町をさらに知っていただくセミナーや講座を開催する。町に関心のあるセミナー参加者の中から担い手を発掘する。

事業5：できる人ができる時にできることを、楽しんで活動できる仕組み作り

理由5：継続していくには楽しんでやる必要がある。

事業6：地元の様々なイベントを知らない方も多いのでは。様々な団体・個人の取組を取りまとめて継続していけるようアドバイスしたり宣伝や協力者を募ったり運営をサポートする組織を作る。

理由6：バラバラにやっけていてもうまく告知もできないので、サポートがあると良いと思ったので。

(7) 自立した観光

事業1：グリーンツーリズム、お散歩プラン、トウブコに匹敵するイベントを主催する。

理由1：手数料収入を得るため。

事業2：新しい村に観光案内できる場所を作る。

理由2：近隣地域と協力しての情報交換、また、案内所の人件費は(株)新しい村からの人件費で補い、その経費は町からの支援で考えて見たらどうだろうか。また、新しい村は終着点であり、情報が必要な方は来る確立は高く、流れを作る一方策になればいいと思う。

事業3：宮代グリーンツーリズムと体験観光

理由3：宮代町の農と自然と歴史と文化の融合 新しい村、山崎山、農のみち、西原の森（郷土資料館）を融合したプチフォトロゲーション、サイクルツーリング、四季を通した農体験（現在は田植え&稲刈り農業は1年を通して）、宮代町で行われている「まこも馬」、「わらじ作り」、「松飾り」等体験プログラムを観光体験事業として収益化、観光事業化できるものと考えます。

事業4：行政3分の1、民間3分の1、町民（個人&団体）3分の1で組織する観光推進機構（仮称）または観光まちづくり協議会（仮称）の準備委員会を設置。

理由4：観光ビジョンをテーマとした「チームみやしろ」的考え方にたったネットワークづくりを推進。

(8) 情報発信の仕組みの整備

記入例

事業 FBやインスタグラムなどのSNSの開設及びフォロワーの確保

理由 一般町民の視点で町の魅力を再発見することで、町への愛着を高め、その魅力をSNSを通じて町民並びに町外の方に発信するもの。

事業1：観光案内のHPの開設

理由1：ネット関連を整備して、今やっている事など整理してリンクさせて、LINEもいれて皆さんで作るネットなどのツールを作り、意見交換できる内容で作れば良いと思う。

事業2：宮代町プラットホームの開発

理由2：プラットホームに各種情報を格納して、その情報をPCスマートフォンで利用できるウェブとしてPRできるようにする。すすめる事業者が出ればいいが、中小企業庁の補助金の来年度予算の中で、商業・サービス競争力強化支援事業案件ができ、利用できれば経費的には助かると思う。

事業3：東武動物公園駅及び新無印良品店舗エリアでの大型ビジョンでの広報

理由3：宮代町のインターネット広報は他自治体に比べて劣るものではなく、むしろ進んでいるものと考えます。しかしながら、視聴の状況は芳しくありません。世の中はテレビの時代からNETの時代にはいりネコも杓子もSNSをやり現状埋没しているものと考えられます。むしろ来年以降無印良品の出店、東武動物公園来場者120万人をターゲットした広報活動、トーブコフェスタを進修館から新しい村で展開し周知するべきと考えます。

事業4：宮代「新しい村&東武動物公園」応援倶楽部を立ち上げ、ツイッターなどSNSツールを有効活用して「宮代・新しい村・東武動物公園」をセットにして情報発信・拡散・PRする。定期的に継続して投稿する。町内・近隣地町村を含め広く国内外に向け、認知度アップを図る。フォロワー数、いいね数の拡大も意図する。自然・農・動物などの宮代町の魅力PR・誘客にもつなげる。

理由4：アフターコロナ時代になり、ネット活用のPR活動は有効性を増している。SNSのシステムや普及も進んでおり、費用をかけずに有効活動できるなどプラス面が多い。SNSによる情報発信は宮代「四季の自然&風景」倶楽部（市民活動団体の位置づけ）が2020年5月よりスタートしており、東武動物公園&新しい村の写真や情報のストックも増えてきている。宮代「東武動物公園&新しい村」応援倶楽部を新設すること

により、フォロワー数拡大にむけ、相乗効果も期待できる。また、リツイート（ツイッター）により、東武動物公園&新しい村独自の SNS サイトとも連携が可能。

事業5：FBやInstagramなどのSNSの開設及びフォロワーの確保

理由5：SNSは、定期的な発信と明確な目的が必要で、うまくいけばとても効果的ですが、維持することはとても大変。イベントごとにPRするのであれば、素人ではなく、専門家の方に分かりやすく目を引く広告を、SNSやポスターなどを主要施設に張ってもらうことは大切だと思います。

事業6：東武動物公園内でポスター掲出などの告知

理由6：来園者に利用してもらうため