

## 第2回新しい村魅力アッププラン検討委員会 におけるご意見と対応（案）

ご意見		対応（案）
<b>■魅力アップの方針（案）について</b>		
宿泊機能	<p>1. 宿泊機能について、アンケート調査結果から盛り込まれた内容と説明があったが、調査結果について、居住地や年齢別の結果が分かれば教えていただきたい。</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・生産者を対象としたアンケートでは、「今後、新しい村にあると良い機能や更に強化すると良いと思う機能」として、宿泊機能を回答された方の割合をみると、町内在住者 50%、町外在住者 50%であり、年齢別にみると、40代 10%、50代 30%、60代 30%、70代 15%、80代 15%となっています。</li> <li>・来場者を対象としたアンケートでは、「今後、新しい村にあると良い機能や更に強化すると良いと思う機能」として、宿泊機能と回答された方の割合は、町内在住者 22%、県内在住者（宮代町以外） 59%、県外在住者 19%であり、年齢別にみると、20代以下 6%、30代 35%、40代 38%、50代 4%、60代 4%、70代 12%、80代 1%、無回答 1%となっています。（※四捨五入しているため 100%になっていません。）</li> </ul>
<b>■導入機能の考え方（案）について</b>		
意見交換の方針	<p>1. 検討会において、意見する際には収益性等まで踏まえる必要があるか。</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・議論の幅を狭めることは避けたいですが、アイデアにもレベル感があり、方法もいくつか考えられます。そのため、何を目的とするか、それは新しい村として行うべきかを検討していきたいと考えており、最終的には、現実的に難しいと考えられるものはプランに示さない判断もあると想定しています。</li> </ul>
町としての方針	<p>2. 2040年には東武スカイツリーライン沿線の多くの自治体が消滅の可能性があると言われていたことを踏まえると、新しい村の魅力アップに限定するのではなく宮代町全体の取組として検討するべきではないか。そうした視点から、先進事例で見られるようなオーガニック給食の実施による環境循環型社会を目指していくことが考えられるのではないか。</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・第5次総合計画において、町全体としてのまちづくりの考え方を示しており、その計画に基づく1つの施策として新しい村の魅力アップが位置づけられています。</li> </ul>
ターゲット	<p>3. 群馬県沼田市に日本一と言われる道の駅がある。地産地消のものを使っているながら都会のカフェのようなお洒落な場所になっており、自身も「食べたい」「行きたい」と感じる施設であった。新しい村がそうあるべきというわけではないが、ターゲット層を考える上で参考になるのではないか。</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・デザイン性なども重要と認識しております。ご指摘を踏まえて、事例を参考にしながら検討を進めていきます。</li> </ul>
滞在・宿泊機能	<p>4. 滞在・宿泊機能について、考え方の背景として、「着地型観光を目指す町の方針」とあることが気になる。</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・産業観光課が観光関連の計画を検討した経緯があり、第5次総合計画においても、「着地型観光」の視点も含めて、新しい村の魅力アップ</li> </ul>

ご意見		対応（案）
		<p>ブ事業を進めていくことが示されています。</p> <p>・また、「和 e 輪 e」という、商業・観光事業者が中心となり体験型プログラムをつくり、町の観光につなげていく活動が行われており、この事業を始めた当時、町として着地型観光を目指していく方針を整理した経緯もあります。</p>
	<p>5. キャンプを行うことは可能かと思うが、ボイスカウトの一環としてキャンプを行った際にも一般利用者とのトラブルがあった。また、想定されるサイト規模も小さく、新しい村の事業としてキャンプサイトで収益を上げることは難しく、日帰りの BBQ 場等が限界ではないか。そうした中で、プランに実証実験といった表現まで記載することは再検討したほうがよい。</p>	<p>・新たな投資等の負担を抑えた際に想定される滞在・宿泊機能として、既存のスペースを活用したキャンプサイトと表現しています。ご指摘の通り、常設のサイトとして整備する、イベント的にサービス提供を行うなどいくつかのレベル感が想定されると考えられます。そのため、短期的、中長期的に、実施するとした場合どのように実践していくか、その方向性を検討していきます。</p> <p>・検討にあたっては、町や株式会社新しい村だけでなく、民間事業者等による運営の可能性等についても検討し、最終的な方針やその示し方を整理します。</p>
	<p>6. キャンプサイトと記載すると収益性を考える必要があると感じてしまうが、PR 等を目的とした単発的なプログラムとして行うのであれば十分可能性はあるかと思う。事業採算性を考えるとキャンプサイトの案は再整理すべきである。</p>	
	<p>7. 豊洲駅等の駅前 BBQ を行っていたりするので、場所を決めて行うことは新しい村でも可能ではないか。</p>	
PR	<p>8. 東武動物公園の東ゲートのロータリーに新しい村の案内があるが、初めて訪問する人は体験できる内容や施設の概要が分からないので、写真等でこういった体験ができるか示せると良いかと思う。</p>	<p>・ご指摘を踏まえて、PR 戦略の方策等として整理します。その上で、東武動物公園などとの連携可能性について引き続き調整していきたいと考えています。</p>
	<p>9. 以前、東武動物公園内で野菜販売等をしていましたが、そうした取組を継続することが認知度アップにつながるのではないか。</p>	
	<p>10. ワークショップの開催にあたって、個人の SNS も活用して PR を行ってみたが、商工会や近隣住民からも反応があり、認知度アップの上で重要なツールと感じた。新しい村でも HP や SNS で発信しているが、まだアピールが不十分と感じた。資料にあるキャッチコピーなどを活用しつつ、自身も SNS への発信により認知度アップに貢献できると感じた。</p>	<p>・SNS の更なる活用やその際のポイントについて整理するとともに、新しい村からの発信だけでなく来場者等が発信したくなる工夫についても検討していきます。</p>
実施主体	<p>11. 魅力アッププランで示す取組は、町が実施するのか、株式会社新しい村が実施するのか。株式会社新しい村としても行っている取組があると思うが、具体的な内容になると考え方が異なる取組もあるのではないか。</p>	<p>・魅力アッププランで示す内容は多岐にわたることから、町と新しい村で役割分担をしながら進めていく必要があると認識しています。庁内においても関連する部署との連携を促進していきます。</p> <p>・また、新たに導入を想定する機能に関しては、必要に応じて民間事業者との連携も見据えて検討していきます。</p>
	<p>12. 株式会社新しい村として資料の内容は驚くものもあるが、月 1 回行っている経営会議で示している内容と重なる部分もある。来年が指定管理の更新のタイミングとなるので、町と相</p>	

ご意見		対応(案)
	<p>談しながら株式会社新しい村として行いたいものも提案の中に入れていきたい。</p> <p>13. 町内の他の課との連携もできると多様なイベントの展開ができるかと思うので、連携してよい方向に向かってもらいたい。</p>	
メディカル ハーブガーデン	<p>14. ハーブ園が手に負えず、収益にならないといった話を聞いたことがある。町の有志で実施してもらえれば良いと思うが、ハーブ園があるのであれば野草に関する取組も行ってほしい。</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・既にハーブガーデンはリニューアルし、プログラムも行われており、ハーブガーデンの管理は、町内外のボランティアに協力いただいています。また、ハーブの苗やワークショップ等により集客に貢献している部分もあると認識しています。</li> <li>・自然と共生した空間づくりの方針にぶら下がる方策として、新しい村本来の自然環境への配慮について検討していきます。</li> </ul>
	<p>15. 環境との共生といって、きれいな写真も示されているが、映っている植物は特定外来種の植物でありイメージを追いすぎているのではないか。以前より、新しい村の一角には絶滅危惧種が生息しており、守ってほしいと伝えている。環境との共生ということであればそうした野草との共生も重要ではないか。県内で絶滅したと言われた野草が見つかり、各地より人が集まったこともあり、コンテンツになりうるのではないか。</p>	
	<p>16. 新しい村、宮代町のハーブや野草を使っていることをアピールしたワークショップを実施したほうがよい。土に触れ育てる段階から行う体験は都心部ではできず、満足度も高い。</p>	
	<p>17. 資料では、農に触れる機会を広げ、訪れるきっかけとして整理されているが、ハーブに関しても本気で取組むコンテンツにしていけると感じている。</p>	
直売所	<p>18. 中長期的な方策として、直売所の拡張とあるが、農業就業人口が減少している中で、どうして拡張するのか。</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・農業就業人口の減少対策を課題として捉え、研修・教育等を行っていく方針を示しており、就農につながる支援を行うことで、仕入品ではなく、地域や施設内で栽培したものを直売所に充実させていきたいという意図で記載しています。</li> <li>・また、現時点での中長期的な考え方を示しており、必ず実施するというのではなく、状況が変化していく中であり方を検討していきたいと考えています。</li> </ul>
	<p>19. 直売所について、仕入品が多いという話を以前からしているが、改善されていないのではないかと。消費者の視点から見れば地場産品を求めてくるのかと思う。仕入品と地場産品が被り影響を受けているので改善してもらいたい。また、仕入品と地場産品の違いが示されていないものの混在しており、分かりにくい。レイアウト含めて、地場産品が優先されるように調整してほしい。</p>	

ご意見		対応(案)
■ゾーニングについて		
駐車場	20. 以前、ワークショップが行われた際に、交差点部分に駐車場を置かないほうがよいという意見が多くあったが、今回の図では駐車場となっている。直売所に向かう通りは稲穂や水田の風景が見えるほうがよい。南側の駐車場を拡大したほうが良いのではないかと。可能な限り人の動線と混在する配置は避けたほうが良い。	<ul style="list-style-type: none"> <li>自動車と歩行者の錯綜を抑制するために、用地の拡張を行わずに駐車場を可能な限りまとめることを意図した案になりますが、具体的な位置に関してはご指摘も踏まえて検討していきます。</li> </ul>
絶滅危惧種	21. 果樹園とされているエリアにも絶滅危惧種が存在しているので、以前お渡ししている航空写真等を参考に配慮いただきたい。	<ul style="list-style-type: none"> <li>現状、果樹園が点在していることから、効率的な活用を見据えて、土地利用上のゾーンとして1つにまとめる案としています。ご指摘を踏まえて、ゾーニングとあわせて、必要に応じて自然環境への配慮・留意事項等についても整理していきます。</li> </ul>