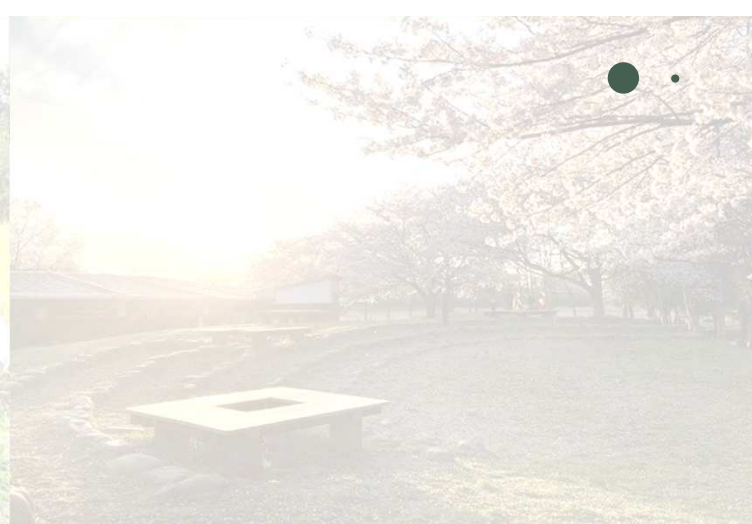


機能強化の考え方とPR戦略（案）

宮代町産業観光課



魅力アップの考え方



魅力アップの目的

1. 集客力の向上

- 利用ニーズを踏まえて、体験イベント等を充実させるとともに、直売所やカフェ等の機能強化により、農に触れるきっかけにつながる集客力の向上を図る

2. 農業従事者の増加

- 新しい村をきっかけに農に関心を持ってもらった上で、新しい村や町等が提供する農業教育や研修、就農支援等を通じて、1人でも町で就農してもらい、農業従事者の増加を図る。

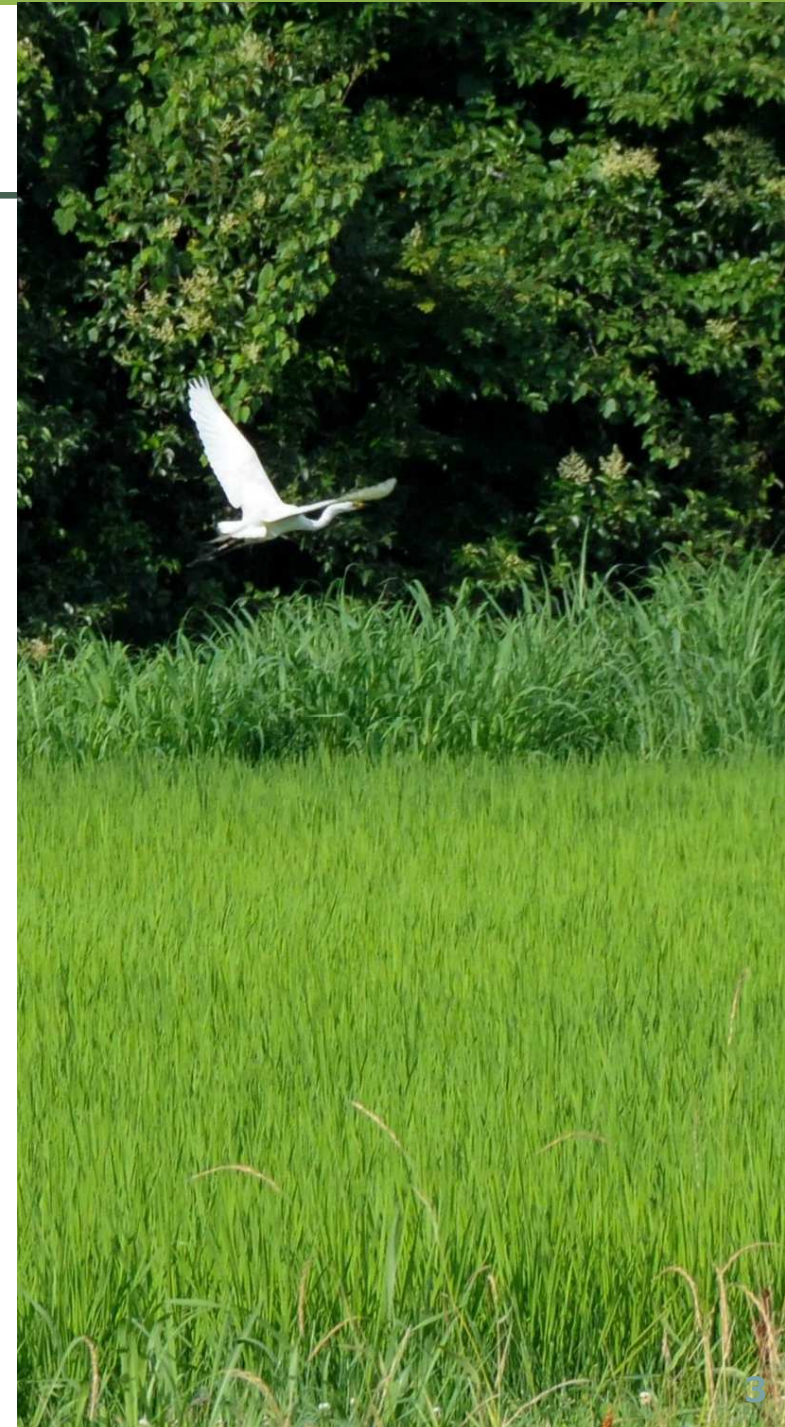
3. “農のあるまちづくり”の活性化

- 新しい村をきっかけに、安定的に農業従事者が育ち、農業が一次産業として活性化するだけでなく、地域住民や町外からの来訪者に、農のある空間や農体験を提供することで観光・交流による三次産業として活性化を図る。

コンセプト（案）

本気で取組む、気軽に楽しむ 農体験フィールド

- 従来の、宮代の資源や農資源を活かした地域コミュニティの交流及び観光拠点としての機能を維持・強化するとともに、本気で農を志す人を応援するために、趣味としてのステップアップや将来の就農につながる支援機能を強化・導入し、必要に応じて耕作放棄地や遊休地を活用した敷地の拡大を図ることで、都市部からも通える豊かな自然環境の中で、ライト層からコア層まで農を実践できる、体験フィールドとして整備を進めます。



魅力アップ方針（案）



方針 1：農にチャレンジできる、楽しめる場の形成

- これまで提供してきた、農体験や市民農園等の既存機能の充実・高質化を図るとともに、都心部からのアクセス性を活かして、**就農に向けた試行・研修や環境に配慮した農にチャレンジできる場**として、機能強化を図ります。
- これまで**継承されてきた里山を保全し**、豊かな自然の中での時間をより楽しめるように、**宿泊機能の検討**や周辺施設との連携強化により**自然と共生した滞在型**の利用促進を図ります。

方針 2：安心・快適に利用できる自然と共生した空間づくり

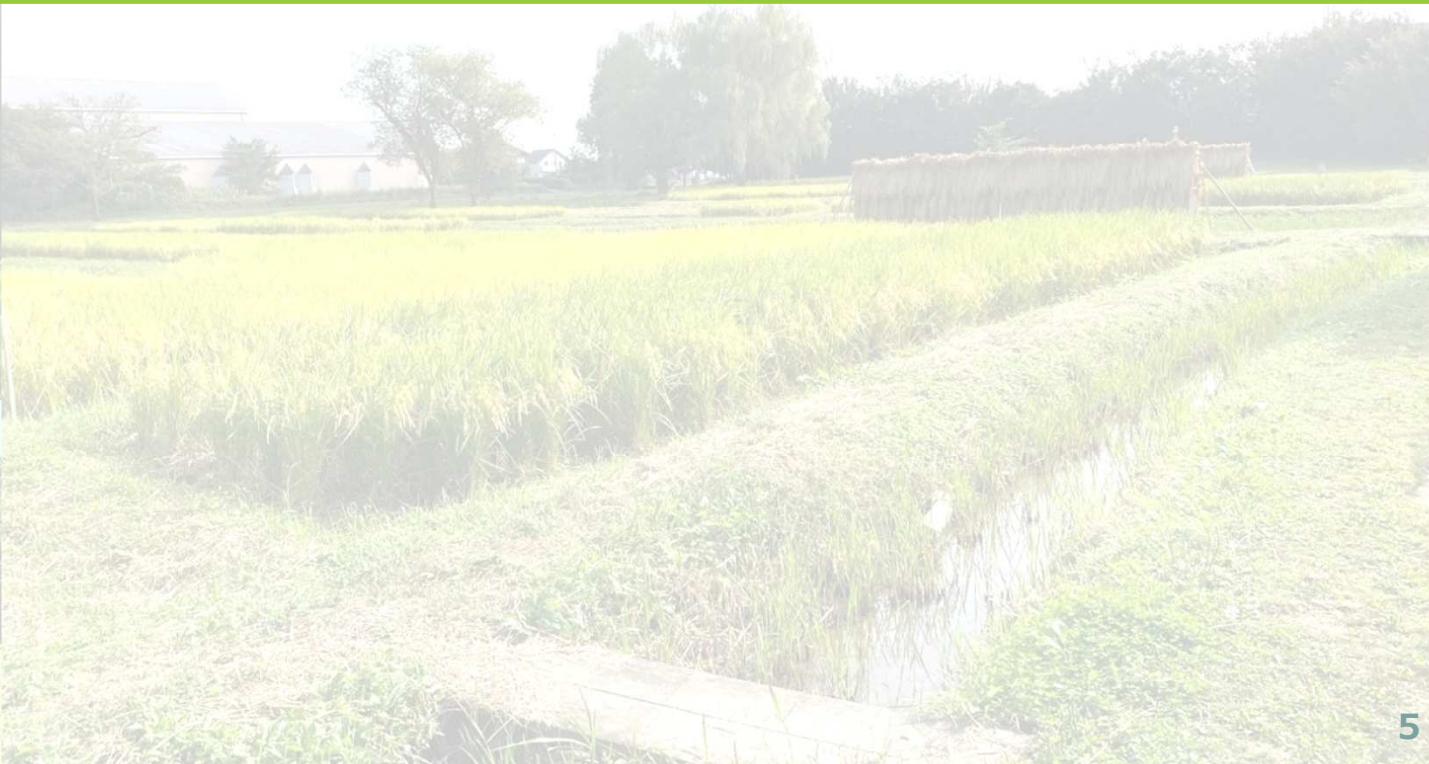
- 老朽化する施設・設備の**予防保全的な修繕・更新**や**利用しやすい直売所へのレイアウトの見直し**を図るとともに、バリアフリー化、ユニバーサルデザインにより誰もが安心して快適に利用できる施設に更新します。
- デザインコードを設定し、各施設やサイン等を統一したデザインを採用し、豊かな自然環境と**共生した**映える施設として更新します。

方針 3：周辺施設との連携とPR力の強化

- 名前やどういった場であるかをまず知ってもらうために、**ターゲットを設定した上で**、キャッチコピーの設定やPRを戦略的に展開します。
- 東武動物公園や笠原小学校、無印良品等の周辺施設との連携によりエリア全体としての更なる魅力アップを図ります。



機能強化の考え方（案）



機能強化・導入の考え方

維持・強化 新規導入



機能強化に向けたアクション（案）

“農”に触れるレベル		公共機能	I 期（短期）	II 期（中長期） ※将来的に実施を検討する方策
<p>本気で取組む</p> <p>↑</p> <p>↓</p> <p>気軽に楽しむ</p>	高	アグリ部門（育苗等）	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 作業受託の継続 ✓ 人員の確保 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ ライスセンターの設備更新
	働く	アグリ部門（農作業受託）	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 育苗施設の設備更新 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ その他農業関連施設の増設
	趣味にする	農業教育・研修機能 新	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 指導者の育成 ✓ 担い手塾入塾前研修生の受け入れ 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 研修用施設の整備 ✓ 農業教育サービスの展開 ✓ 新規就農者向け荷捌き場の整備
	学ぶ	結の里 個人で借りられる市民農園	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 有機農業講座等の実施 ✓ 市民農園区画の再編・増設 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 農の家・農機具庫の設備更新
	体験する	ほっつけ農遊塾	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 通年型・滞在型の農体験・自然教育プログラムや講座の充実 ✓ 体験農園（果樹園）の拡張 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ プログラムの充実に合わせた農体験フィールドの拡張 ✓ 施設更新にあわせた施設の移設・集約化
	食べる	田んぼの学校 自然教育学習		
	買う	1日農業体験 フルーツ摘み取り・芋掘り・野菜収穫		
	見る	ハーブ園 メディカルハーブガーデン		
	滞在する	飲食サービス（森のカフェ）軽食のみ	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 宮代産の農産物を活用したメニュー開発 ✓ 厨房、販売スペースのレイアウト再編・改修 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 施設更新にあわせたカフェの拡張・農家レストランの整備
	低	森の市場 結 直売所	<ul style="list-style-type: none"> ✓ プライベートブランド ✓ 地場産品の充実の開発 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 施設更新にあわせた直売所の拡張 ✓ 駐車場の集約化・拡張
<p>認知度 UP</p>		加工機能 新	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 商品ポップ・メニューのデザイン見直し ✓ 売場レイアウトの再編 ✓ 森の市場の改修 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 施設更新にあわせた加工施設の導入 ✓ 屋外トイレの整備 ✓ 宿泊機能導入
		滞在・宿泊機能 新	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 芝生広場のキャンプサイト利用の実証実験 ✓ 講座や体験プログラムの実施 	
		芝生広場 BBQへの貸し出し、カフェテイクアウト	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 芝生広場のBBQ場としての活用 ✓ 芝生広場や村の集会所を柔軟に利用できる仕組みづくり ✓ じゃぶじゃぶ池の整備 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 施設更新にあわせた施設の移設・集約化
		村の集会所：各種イベント 料理教室／体験工房 etc		
		観光周遊促進 新	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 周辺施設との連携 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 観光窓口機能の設置 ✓ 回遊を促す動線の環境整備
		情報発信 新	<ul style="list-style-type: none"> ✓ PR戦略の実行 ✓ キャッチコピーの設定 ✓ 情報発信ツールの共通デザイン化 	

機能強化に向けて期待する役割 (案)

機能によっては、専門とする民間事業者による運営も想定

	宮代町	新しい村 (指定管理者)	生産者	地域住民/地域団体	東武動物公園 / 町内事業者	民間事業者
農で働く ・アグリ部門 ・農業教育・研修	・農業担い手塾の実施 ・関連施設の整備・更新	・ 農業教育サービスの展開	・研修等の連携			・ 農業教育サービスの展開
農を趣味にする ・市民農園	・市民農園の拡張	・ 市民農園区画の再編 ・ 農機具庫の設備更新	・ 有機農業講座等の講座実施			
農を学ぶ ・農業・自然学習	・プログラム実施にあたっての連携	・ 各種プログラムの実施	・プログラム実施にあたっての連携	・各種プログラムの実施	・プログラム実施にあたっての連携	
農を体験する ・農業体験	・農体験フィールドの拡張 ・施設更新にあわせた移設・集約化検討	・ 体験農園の拡張 ・ 体験プログラムの実施	・プログラム実施にあたっての連携	・各種プログラムの実施	・プログラム実施にあたっての連携	
農を食べる ・飲食機能	・施設更新にあわせたカフェの拡張、農家レストラン整備	・ メニュー開発 ・ 厨房・販売スペースのレイアウト再編・改修	・農産物の提供	・メニュー開発	・ メニュー開発	・メニュー開発指導
農を買う ・直売所機能 ・加工機能	・森の市場の改修 ・施設更新にあわせた直売所の拡張、加工施設の導入	・ プライベートブランドの開発 ・ 売場レイアウトの再編 ・商品ポップ・メニューのデザイン見直し	・ 農産物の出品		・ プライベートブランドの開発	・プライベートブランドの開発指導 ・デザイン監修
農に滞在する ・滞在・宿泊機能 ・広場・集会所機能	・施設更新にあわせた移設・集約化検討 ・屋外トイレの整備 ・案内窓口の設置 ・芝生広場、集会所の利用	・ 芝生広場、集会所の利用ルールづくり ・ B B Q場の運用 ・各種プログラムの実施 ・共通デザインの検討	・プログラムでの農産物の提供	・ 芝生広場や集会所を活用するプログラムの企画・実施	・芝生広場や集会所を活用するプログラムの企画・実施 ・プログラム実施にあたっての連携	・ 宿泊機能の導入 ・ B B Q場の運用 ・共通デザインの監修



PR戦略 (案)



PR戦略の考え方

潜在層へのアプローチ

認知

・まず、知ってもらう段階。知ってもらうきっかけとして、メディアや広告等への露出量を増やすことが重要です。

関心

・施設名称は知っているものの、具体的には関心を持っていない段階。ターゲットにあわせた、行ってみたい、やってみたいと思わせるコンテンツを発信することが重要です。

検索

・興味・関心を持ち、どういった施設かインターネット等で検索する段階。HP や SNS などを検索した際に、スムーズに望む情報に誘導する工夫が重要です。

行動

・実際に新しい村に訪れる段階。来訪者の期待に応えるための施設整備やサービスの提供が重要です。

共有

・行って見た体験、感想を SNS 等で発信、紹介する段階。新しい村“ならではの”体験や“映える”空間、SNS 等での参加型のキャンペーン展開等の発信される仕掛けづくりが重要です。

顕在層へのアプローチ

具体的なPRアクション（案）

- ✓ 継続的な取組
- ✓ 新たに検討する取組

		就農希望者や農業に関心のある層	地域の買い物客	体験を重視する子育て世代
認知	共通	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 新しい村HPによる発信 ✓ Twitter、Facebook、Instagramによる情報発信（ハッシュタグ活用） ✓ 宮代町インターネット放送局の活用 ✓ 案内看板による発信 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 東武伊勢崎線沿線での中吊り広告 ✓ 東武動物公園と共同での情報発信 ✓ インフルエンサーへの記事作成依頼検討 ✓ 専門家監修によるPR動画作成・公表 	
	対象別	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 農業関連ポータルサイトや農業求人サイト等での情報発信 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 折込チラシの配布 ✓ ラジオCMの実施 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ フリーペーパー（宮代iLine）の作成・配布 ✓ 東武伊勢崎線沿線住民に向けたチラシ配布
関心	共通	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 各種ツールによる情報発信内容、デザインの見直し 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 公募によるキャッチコピーの設定・活用 	
	対象別	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 研修内容の発信 ✓ 就農支援内容の発信 ✓ 研修体験記の発信 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 農産物を利用したレシピの発信 ✓ 配送サービスの案内 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 親と子それぞれ目線での体験レポートの発信 ✓ 1日滞在プランの発信 ✓ 新しい村の多様な緑を案内
検索	共通	<ul style="list-style-type: none"> ✓ チラシやポスターへのQRコード挿入 ✓ HP内のリンク構造の定期的な見直し 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ SEO対策の推進（検索キーワードの設定等） ✓ 定期的な特集ページ等の作成 	
	対象別	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 農業協同組合や、農業関連ポータルサイト、農業求人サイト等との相互リンク 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ HPやSNSにおける買い物関連情報の充実 ✓ 分かりやすいリンク設定 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 農体験等に特化したハッシュタグの設定・活用
行動	魅力アッププランの展開によるコンテンツの充実、体験できる価値の向上			
共有	共通	<ul style="list-style-type: none"> ✓ ハッシュタグを活用したSNSでの参加型キャンペーンの実施 ✓ 教えたいくなる、発信したいくなる共通デザインの設定 ✓ 映える空間づくり 		
	対象別	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 研修体験記などの発信 ✓ 新規就農者同士のSNSグループづくり 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 農産物を活用した料理コンテストの開催 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 知人・友人への紹介キャンペーンの実施

論点4

PRアクション実施にあたって期待する役割 (案)

- ✓ 継続的な取組
- ✓ 新たに検討する取組

	宮代町	新しい村 (指定管理者)	生産者	地域住民/地域団体	東武動物公園 / 町内事業者	民間事業者
認知	<ul style="list-style-type: none"> ✓案内看板による発信 ✓フリーペーパー (宮代iLine) の作成・配布 ✓東武伊勢崎線沿線住民に向けたチラシ配布 ✓農業関連ポータルサイトや農業求人サイト等での情報発信 	<ul style="list-style-type: none"> ✓新しい村HPによる発信 ✓Twitter、Facebook、Instagramによる情報発信 (ハッシュタグ活用) ✓折込チラシの配布 ✓インフルエンサーへの記事作成依頼検討 ✓ラジオCMの実施 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Twitter、Facebook、Instagramによる情報発信 (ハッシュタグ活用) 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Twitter、Facebook、Instagramによる情報発信 (ハッシュタグ活用) ✓ 宮代町インターネット放送局 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 東武動物公園と共同での情報発信 	<ul style="list-style-type: none"> ✓東武伊勢崎線沿線での中吊り広告 ✓専門家監修によるPR動画作成・公表
関心	<ul style="list-style-type: none"> ✓就農支援内容の発信 ✓農産物を利用したレシピの発信 ✓新しい村の多様な緑を案内 ✓公募によるキャッチコピーの設定・活用 	<ul style="list-style-type: none"> ✓各種ツールによる情報発信内容、デザインの見直し ✓研修内容の発信 ✓配送サービスの案内 ✓日替わり一押し商品 ✓親と子それぞれ目線での体験レポートの発信 ✓1日滞在プランの発信 	<ul style="list-style-type: none"> ✓農産物を利用したレシピの発信 ✓研修体験記の発信 ✓変わり種の紹介 ✓日替わり一押し商品 	<ul style="list-style-type: none"> ✓親と子それぞれ目線での体験レポートの発信 ✓新しい村の多様な緑を案内 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 1日滞在プランの発信 	
検索	<ul style="list-style-type: none"> ✓HP内のリンク構造の定期的な見直し ✓農業協同組合や、農業関連ポータルサイト、農業求人サイト等との相互リンク 	<ul style="list-style-type: none"> ✓チラシやポスターへのQRコード挿入 ✓HP内のリンク構造の定期的な見直し ✓SEO対策の推進 (検索キーワードの設定等) ✓定期的な特集ページ等の作成 ✓HPやSNSにおける買い物関連情報の充実 ✓分かりやすいリンク設定 ✓農体験等に特化したハッシュタグの設定・活用 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 農体験等に特化したハッシュタグの設定・活用 ✓ 定期的な特集ページ等の作成 	<ul style="list-style-type: none"> ✓農体験等に特化したハッシュタグの設定・活用 ✓定期的な特集ページ等の作成 		<ul style="list-style-type: none"> ✓ SEO対策の推進 (検索キーワードの設定等)
行動	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 魅力アッププランの展開によるコンテンツの充実、体験できる価値の向上 					
共有		<ul style="list-style-type: none"> ✓ハッシュタグを活用したSNSでの参加型キャンペーンの実施 ✓教えたくなる、発信したくなる共通デザインの設定 ✓映える空間づくり ✓農産物を活用した料理コンテストの開催 ✓知人・友人への紹介キャンペーンの実施 	<ul style="list-style-type: none"> ✓研修体験記などの発信 ✓新規就農者同士のSNSグループづくり 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 農産物を活用した料理コンテストの開催 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ハッシュタグを活用したSNSでの参加型キャンペーンの実施 ✓農産物を活用した料理コンテストの開催 ✓知人・友人への紹介キャンペーンの実施 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ハッシュタグを活用したSNSでの参加型キャンペーンの実施 ✓教えたくなる、発信したくなる共通デザインの設定