

新しい村 魅力アッププラン（素案）

令和5（2023）年3月
宮代町

目次

第1章	本計画の位置づけ	2
1.	本計画の背景と目的	2
2.	計画の位置づけ	3
第2章	新しい村の現状と課題	6
1.	新しい村の概要	6
2.	個別施設の状況	8
3.	上位計画の位置づけと施設が担う役割	10
4.	新しい村に期待されること	17
5.	農業の現状と社会のトレンド	23
6.	新しい村の抱える課題	31
第3章	魅力アップに向けた方針	34
1.	コンセプト	34
2.	魅力アップ方針	35
3.	対応方策の優先順位の考え方	36
第4章	機能強化の考え方	40
1.	基本的な考え方	40
2.	機能別の強化方針と具体的なアクション	41
第5章	将来の平面プラン	50
1.	将来の全体ゾーニングのイメージ	50
2.	各施設における平面プランイメージ	52
第6章	事業手法の検討	58
1.	各方策の役割分担	58
2.	魅力アップに向けた事業スキーム	60
第7章	PR戦略	65
1.	基本的な考え方	65
2.	ターゲット設定の考え方	66
3.	ターゲット別のPR施策	66
第8章	事業スケジュール	72
1.	計画期間	72
2.	事業スケジュール	72
3.	施設の修繕・更新に要する概算事業費	74



第 1 章

第1章 本計画の位置づけ

1. 本計画の背景と目的

宮代町（以下「本町」という。）では、これまで25年にわたり「農」のあるまちづくりを進めてきました。この考え方は、急速に進んでいた都市化の影響で、宮代町の魅力である田園風景や屋敷林、用水路等の景観資源が今後担い手不足により維持できなくなることに危機感を抱いた町の職員プロジェクトにより、1992年に発案され、まちづくりの理念として今に至るまで継承されています。

このまちづくりの理念を具体化していくために、1998年に「農」のあるまちづくり基本計画を策定しました。この計画に基づき、「農」のあるまちづくりを具現化し実践する拠点として新しい村が整備されました。

新しい村（以下「本施設」という。）は、「農」のあるまちづくりの理念に基づき、農産物及び商工製品の地域内自給及び交流を目指した、地域内産業の活性化を図るとともに、農村景観を活かした憩いの場を提供することにより、「農」に関する町民の理解を深め、宮代らしい自立したまちづくりを促進するために整備されました。

整備以来、本施設は、宮代の農業を支え、豊かな農風景を保全する役割、農や食を通じてコミュニティを創造する役割、地産地消を推進し、町内農業を活性化させる役割を担ってきました。

一方で、整備から20年が経過したことで、本施設の老朽化が進行するとともに、利用ニーズや社会環境の変化等により、スペースの狭さや駐車場不足、利用者・管理者の高齢化、競合店舗の増加等の課題が顕在化してきました。また、新しい村だけでなく本町の農においても、少子高齢化等による農業従事者の減少や後継者不足、耕作放棄地の拡大等、早急に解決に向けて動き出すべき課題に直面しています。

これらの課題への対応が求められる中で、社会動向を見ると、SDGsや気候変動への取組など、地球環境に配慮した持続可能なまちづくりが求められるようになっており、また、新型コロナウイルス感染症の拡大に伴い、密を避けながらリフレッシュができるオープンスペースの価値が再評価されるなど、豊かな農と里山の魅力を有する本施設にとって追風となる社会情勢とも考えられます。

こうした20年間での変化を踏まえ、本施設の有する魅力を最大限発揮し、関係する主体が一丸となって「農」のあるまちづくりを進化させながら、次の20年間に継承していくために、新しい村魅力アッププラン（以下「本計画」という。）を策定します。

2. 計画の位置づけ

本計画は、「農」のあるまちづくり基本計画」において、示された理念や施設設置の目的を継承しながら、「第5次宮代町総合計画」や「第2期宮代町まち・ひと・しごと創生総合戦略」、「宮代町都市計画マスタープラン」に示されるまちづくりの方針を踏襲し、本施設の魅力アップに向けた方針や施策を整理するものです。

また、本計画は、本庁の公共施設全体のマネジメントの考え方を示した「宮代町公共施設等総合管理計画」を踏まえた、本施設の有する建築物のマネジメントの方針を示す個別施設計画としても整理します。

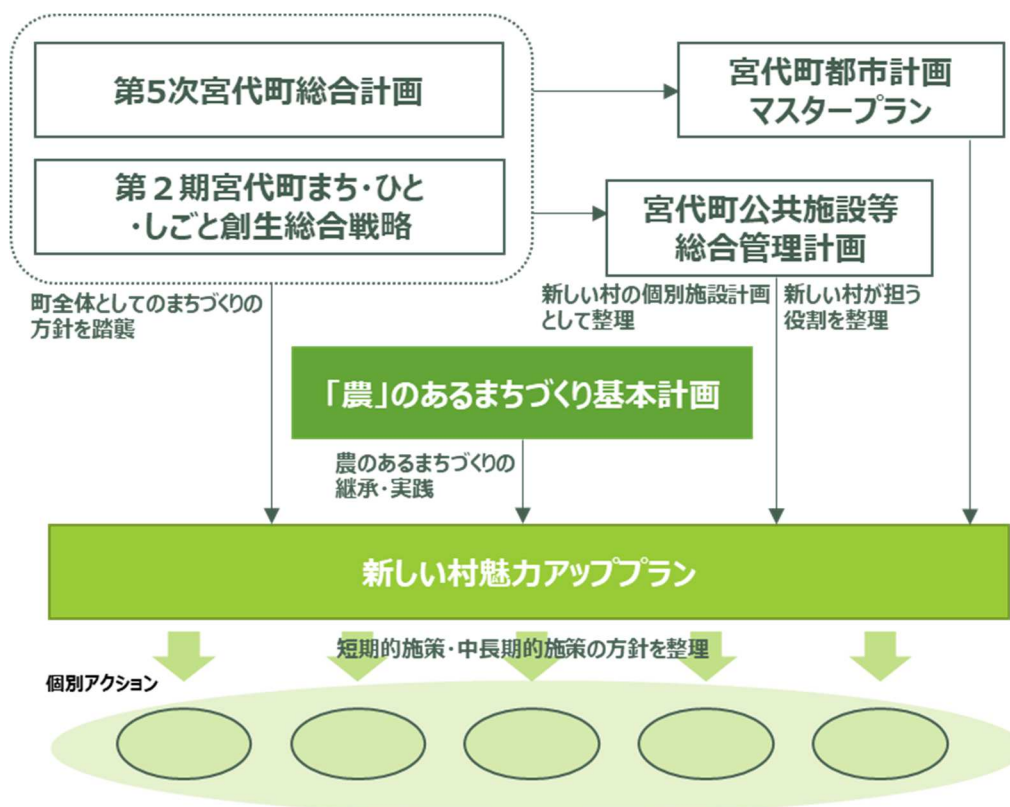


図1 魅力アッププランの位置づけ

3. 新しい村の魅力アップの考え方

3-1 魅力アップの目的

本施設で魅力アップを図る目的は、農のあるまちづくりを活性化させることです。そのためには、まず多くの人に来てもらい、農に触れる機会を増やすことが重要です。そこで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を図ります。

次に、本施設をきっかけに、農に関心を持ってもらった上で、本施設や本町等が提供する農業教育や研修、就農支援等を通じて、1人でも多くの人に本町で就農してもらうことで、農業従事者の増加を図ります。

そして、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も農による活性化を図ります。

こうした目的を踏まえて、現状分析やニーズ調査から導き出された個性を伸ばすとともに、時代に合った新たな機能を導入して、持続的な運営を行うことで、本施設の魅力を高めていきます。そのための方針と具体的なアクションを示す指針として本計画を策定します。

本計画を通じて、本施設の魅力アップを推進するとともに、発信していくことで、町の魅力発信にもつながり、本町全体としての活性化を促進します。

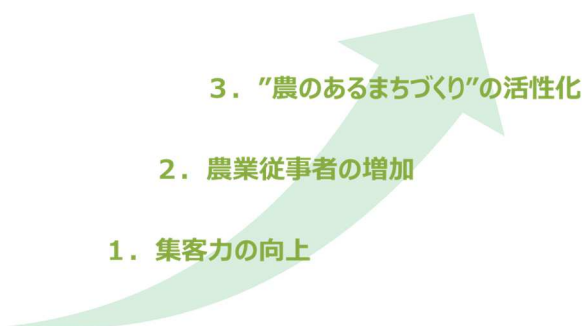


図 2 魅力アップの目的

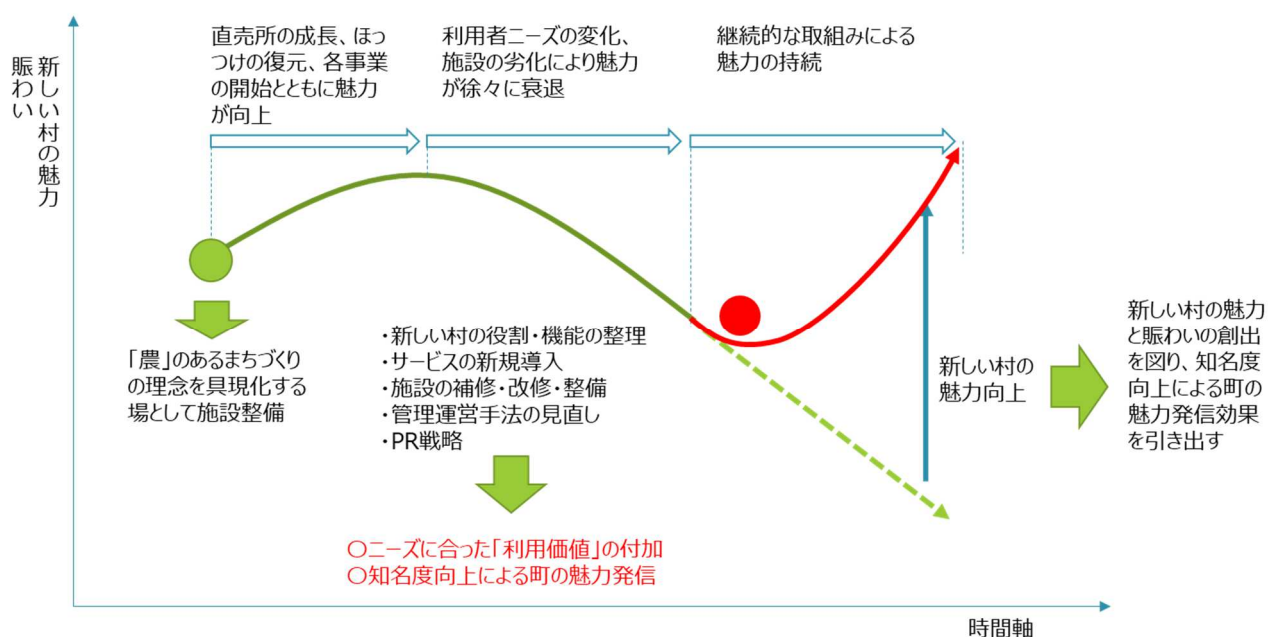


図 3 魅力アップのイメージ

第 2 章

第2章 新しい村の現状と課題

1. 新しい村の概要

1-1 新しい村の基礎情報

(1) 位置

本町は、埼玉県の一部に位置します。東武伊勢崎線が町を縦断しているため、都心へのアクセスが良く、ベッドタウンとして1960年代中頃以降人口が急増しました。一方で、水田や里山など人の手によって管理されてきた自然や田園の風景が残っています。

本施設は、宮代町の中央部に位置する山崎地区に立地し、東武伊勢崎線の東武動物公園駅から、約1Km、徒歩約15分の距離となっています。また、多くの観光客の訪れる東武動物公園や校舎の意匠が有名な笠原小学校に隣接しています。

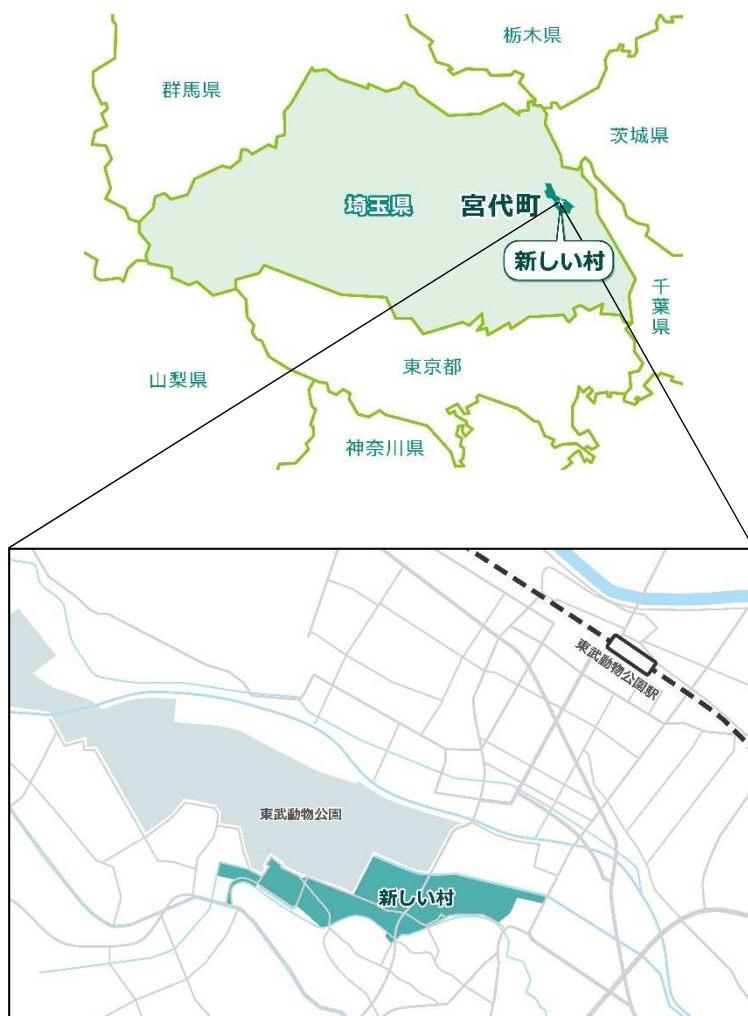


図 4 本施設の位置

(2) 本施設の役割と有する機能

本施設は、「農」のあるまちづくりの理念を具現化するため、「地産地消」、「食育」、「農家支援」の3つの中核事業によって、以下のようなサービスを提供しています。また、サービスを提供するために本施設を形成する個別施設と各施設が有する機能は以下の通りです。

【主な提供サービス】

- ・ 農作物及び商工産品の地域内自給を目指した地産地消の推進を行うこと
- ・ 食育及び各種講座を実施すること
- ・ グリーンツーリズム事業として農体験事業を企画実施すること
- ・ ほっつけや農村景観を保全すること
- ・ 農作業の受託や水稻苗の生産など農家支援に寄与すること

【主な施設と機能】

個別施設	機能
森の市場結・森のカフェ	農産物直売所、喫茶軽食
森の工房	パン・ジャム、惣菜加工所
農の家	生涯・体験学習
村の集会所	団体休憩室・体験学習
結の里	市民農園
芝生広場	イベントスペース、BBQ
ハーブ園、果樹園、ほっつけ田	交流・体験事業
育苗施設	水稻苗の生産
農業用機械施設	農業用機械の倉庫

(3) 周辺土地利用

本町では、「田」「畑」の土地利用が減少しており、農地の宅地化が進行しています。また、農業振興地域内の耕作放棄地が増加しており、「農」のあるまちを形成する資源が減少していると言えます。一方で、新しい村は田・畑・山林等による原風景が保全されています。本施設の周辺の土地利用をみると、西側に東武動物公園、東側には広く「田」が広がっています。

なお、本施設は市街化調整区域に立地しており、農用地区域に指定されています。

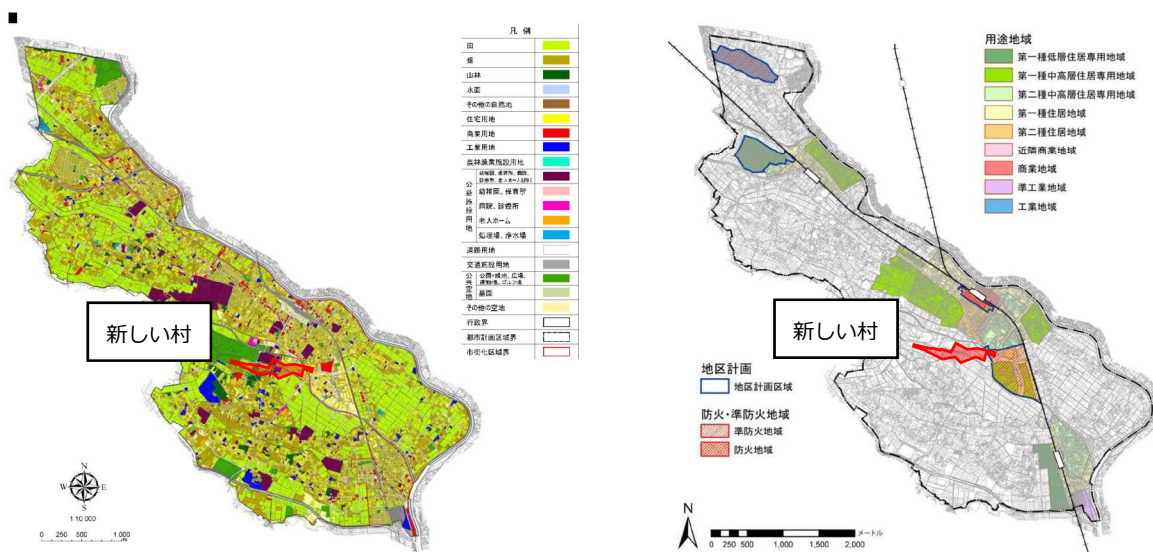


図 5 本町の土地利用現状図と都市計画図

2. 個別施設の状況


2-1 個別施設の概要

本施設が有する個別施設の概要は以下の通りです。


(1) 育苗施設

延床面積	育苗施設 491.33 ㎡ 農業機械庫 122.85 ㎡ ライスセンター(乾燥調製施設) 110.95 ㎡	
建築年	2002 年	
修繕履歴	<ul style="list-style-type: none"> ・育苗関連機器の消耗部品の交換や整備 ・シャッター等の施設、給排水設備等の定期的な修繕を実施 ・2007 年にライスセンター(乾燥調製施設) 増設 ・2020 年にトイレ増設工事を実施 	
施設概要	<ul style="list-style-type: none"> ・水稻苗生産のための緑化室、出芽室、作業場、箱・床土置き場からなる施設 ・農業機械庫、ライスセンター(乾燥調製施設)等に隣接 	
利用状況	<ul style="list-style-type: none"> ・株式会社新しい村のアグリ生産事業が中心となり、水稻苗を生産 ・年間、約 30,000 枚の水稻苗を生産 	
問題点	<ul style="list-style-type: none"> ・播種プラントの老朽化 ・米・苗箱保管場所の不足 	


(2) 村の集会所

延床面積	198.74 ㎡	
建築年	2012 年	
修繕履歴	<ul style="list-style-type: none"> ・竣工以来、設備等の更新は基本的に行っていない ・2021 年網戸取付 	
施設概要	<ul style="list-style-type: none"> ・集会室、調理場、倉庫が設置されている ・トイレは、男女用の他にバリアフリーの多目的トイレも整備されている 	
利用状況	<ul style="list-style-type: none"> ・屋内施設の為、天気に左右されることなく利用可能 ・大人数での会議や農体験の休憩室、イベントの用途で利用されている施設 ・調理場を利用してジャムづくり体験や料理教室も実施されている 	
問題点	<ul style="list-style-type: none"> ・稼働率が低い ・柔軟な利用ができない 	

(3) 農の家

延床面積	123.39 m ²	
建築年	2002年	
修繕履歴	<ul style="list-style-type: none"> ・給排水・空調設備やデッキ等の施設等の定期的な修繕の実施 ・2005年に改築工事 ・2008年に外壁塗装 ・2012年にデッキ・スロープ・鍵の修繕 ・2018年に掲示板設置 	
施設概要	<ul style="list-style-type: none"> ・休憩室と調理室、株式会社新しい村の事務室の機能からなる施設 ・休憩室は板の間で長テーブルが設置されており、約15名程度で利用可能 ・調理室には、キッチン設備あり 	
利用状況	<ul style="list-style-type: none"> ・屋内施設の為、天気によって左右されることなく利用が可能 ・小人数での講座や会議、農園利用者の交流の場として利用されている 	
問題点	<ul style="list-style-type: none"> ・外壁等、施設の老朽化 	

(4) 森の市場結（森の市場結、森の工房）

延床面積	森の市場結、森のカフェ 397.21 m ² 森の工房 131.22 m ²	
建築年	2001年	
修繕履歴	<ul style="list-style-type: none"> ・毎年度、空調・電気設備や屋根・壁等の施設の修繕を継続的に実施 ・2004年ガラスハウス・パーゴラ増設 ・2005年に増築工事・出入口の修繕 ・2011年に駐車場整備 ・2013年に駐車場拡張工事 ・2016年に円形ウッドデッキ整備 ・2017年に荷捌き所増設 ・2018年に裏山法面整備 ・2019年に芝生広場水道設備増設 ・2020年に換気扇増設（感染症拡大防止） 	
施設概要	<ul style="list-style-type: none"> ・宮代産の農作物やお酒、加工品などを販売する直売所と、ガラスハウス、荷捌き所からなる施設 ・飲食店である森のカフェと加工室である森の工房が併設され、加工室には原料資材庫が隣接、その他管理者が利用する事務室、休憩室、更衣室が設置 	
利用状況	<ul style="list-style-type: none"> ・地域住民を中心に、買い物に利用されており特に平日は本施設の利用者の多くを占める ・地元の生産者が農作物や苗、花に加え、森の工房や地元商業者の弁当や惣菜、パン等も販売されている ・ガラスハウスでは、ハーブに関するイベントも実施 	
問題点	<ul style="list-style-type: none"> ・地場産と仕入れ品、生産者同士の販売スペースが混在 ・カフェのイートインやバックヤード等が狭い、空間にゆとりがない ・レジに並ぶ人で売り場を遮っており、動線が悪い ・店内の雨漏り ・トイレが汚い、少ない 	

3. 上位計画の位置づけと施設が担う役割

上位計画における位置づけから、本施設が担ってきた役割を整理します。

3-1 上位関連計画における位置づけ

上位計画における本施設に関連する記載は以下の通りです。

(1) 第5次宮代町総合計画

総合計画とは、町が目指すべき未来像を示し、さまざまな主体がこの目標を思いうかべながら、より良い町を創っていくための指針です。町の未来像とそれを実現するための構想、構想を実現するための方針によって構成されています。

■ 宮代町の未来像

首都圏でいちばん人が輝く町

■ 構想と方針（新しい村に関するものを抜粋）

構想 1	宮代町らしさを価値として高めていく
方針 A	町の原風景を形づくる「農」の資源を活かしていく 田や畑、雑木林、河川など、町の原風景を形づくる「農」の資源は人が自然に手を入れることによって作られてきました。こうして、宮代町では農村集落を中心に里山的な風景が形成されています。こうした地域資源を農業だけでなく、観光や環境、教育、福祉など、さまざまな分野で活かすことで、町の取り組みの魅力や価値、独自性を高めていきます。 【実行計画事業】 <ul style="list-style-type: none">■ 新しい村魅力アップ事業：<ul style="list-style-type: none">・ 着地型観光の視点を含めて、「新しい村」をより魅力的な空間へと変えていく■ 集落で支え合う営農事業：<ul style="list-style-type: none">・ 生産効率化・省力化による魅力ある産業へ■ 宮代農業人材育成事業：<ul style="list-style-type: none">・ 就農希望者のための実践的な研修環境を整え、将来の宮代農業を支える骨太な若手農業者を育成
	東武動物公園駅西口エリアの魅力を高めていく 東武動物公園駅西口周辺には、進修館、笠原小学校、新しい村、東武動物公園などが、狭い範囲の中に点在しています。町の玄関口であるこのエリアには町の外から多くの皆さんが訪れます。このエリアを「線と面」で考え、整備し、賑わいを演出することで、他の自治体とは違う「宮代らしさ」を展開していきます。 【実行計画事業】 <ul style="list-style-type: none">■ 東武動物公園駅西口わくわくロード事業：<ul style="list-style-type: none">・ 駅から東武動物公園、新しい村までを、町民・観光客・事業者と協働し、歩いて楽しく、わくわくするような道に整備し、西口エリアの価値を高める
方針 B	

(2) 第2期宮代町まち・ひと・しごと創生総合戦略

総合戦略とは、少子高齢化、人口減少を抑制し、住みよい環境の確保と将来にわたっての活力ある地域の維持に向けて、人口の将来展望とその達成のための目標と施策を示すものです。

■ 目標

「合計特殊出生率が令和7年（2025年）＝1.6」水準

年齢3区分の年齢構成の緩やかな改善

（年少人口・生産年齢人の比率を引き上げ、高齢人口比率の上昇を抑制する。）

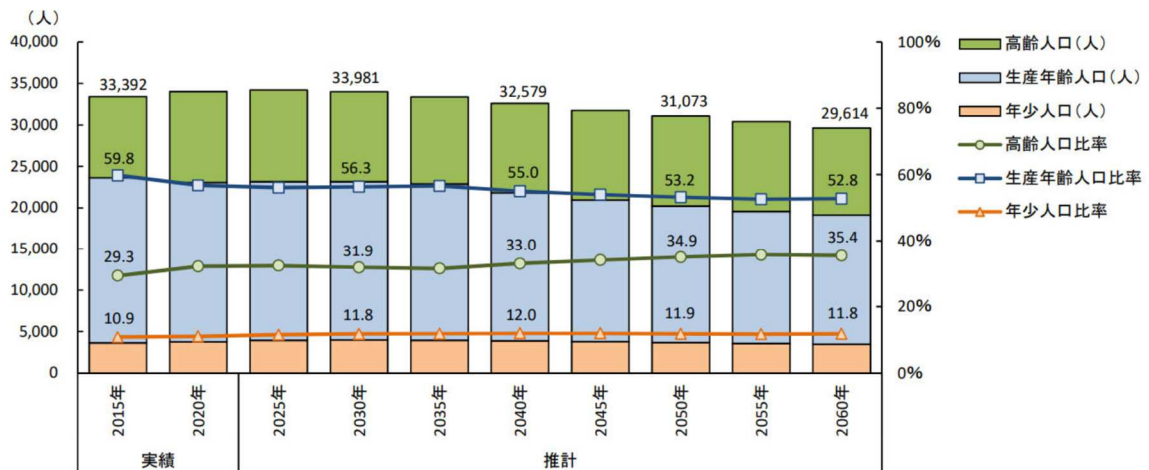


図 6 年齢別人口の推移

(出典：宮代町「第2期宮代町まち・ひと・しごと創生総合戦略」)

■ 基本目標と基本的な方向（新しい村に関するものを抜粋）

基本目標 1	<p>地域資源を活かし雇用を生み出す</p> <p>【基本的な方向】</p> <ul style="list-style-type: none"> 農作物の加工品や新規就農などを中心に儲かる農業への転換、起業への支援 若い世代の就業希望へ対応
基本目標 2	<p>町の魅力を高め、新しい人の流れをつくる</p> <p>【基本的な方向】</p> <ul style="list-style-type: none"> 宮代型観光の推進 新しい村の魅力を高め、ゆったりした町の特徴をPR 利便性の高さや自然環境の豊かさの同居（住みやすさ）をPR 知名度があり、多くの観光客が訪れる東武動物公園の町産業としての活用 結婚しても宮代に住み続けたいと思える事業、PR事業の展開

(3) 宮代町都市計画マスタープラン

都市計画マスタープランとは、都市計画法第 18 条の 2 の規定に基づく「市町村の都市計画に関する基本的な方針」として、長期駅な視点に立ったまちづくりの方針を示すものです。

- 将来都市像
 - 首都圏でいちばん人が輝く町
- まちづくりの理念
 - 笑顔をまもり、未来へつなぐ
- まちづくりの目標
 - 賑わいと活力のあるまちづくり
 - 誰もが安全に安心して住み続けられるまちづくり
 - “農”と共生したまちづくり
- 将来都市構造

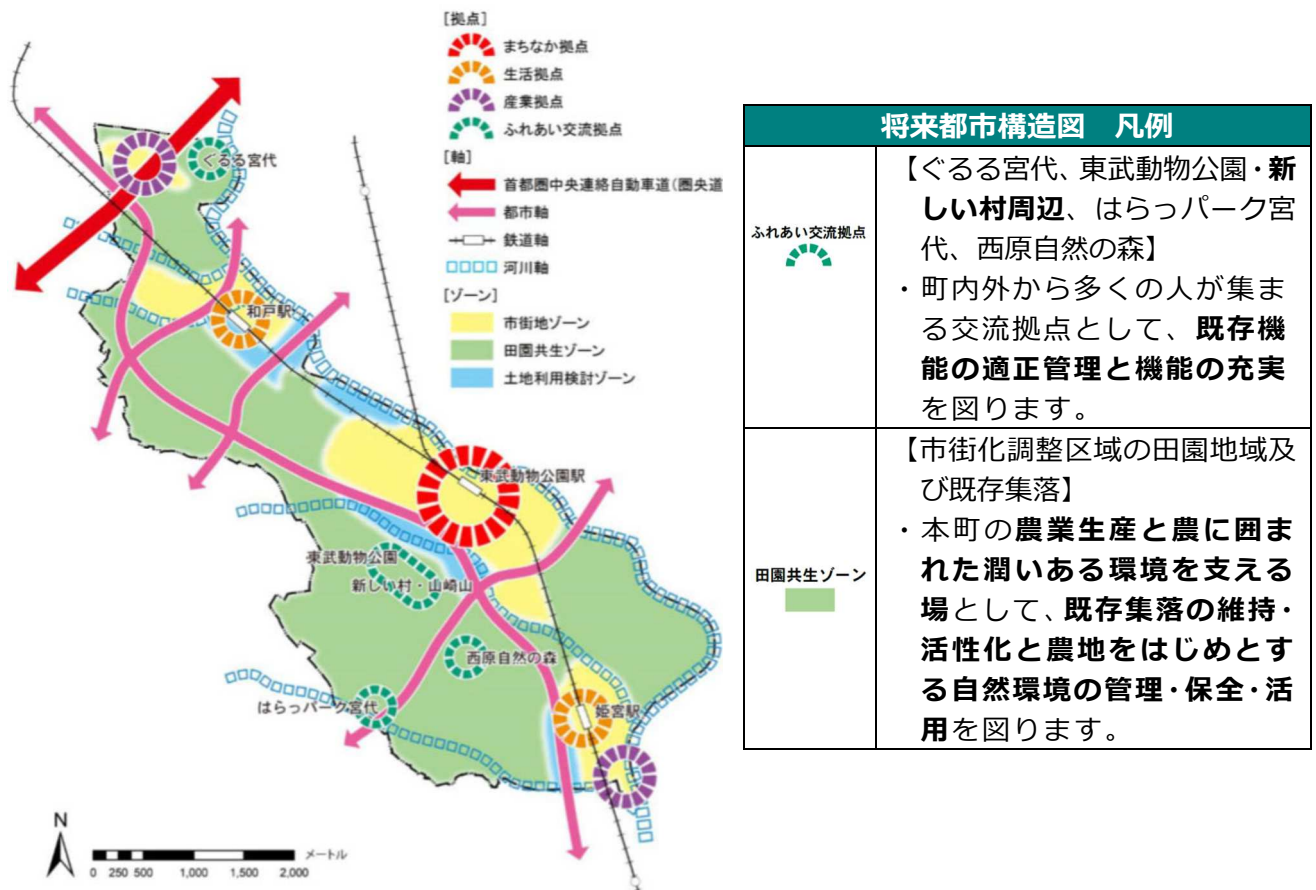


図 7 将来都市構造図

(出典：宮代町「宮代町都市計画マスタープラン」)

■ 各種基本方針（新しい村に関するものを抜粋）

土地利用
基本方針 3

“農”を支える自然環境の管理・保全・活用

（1）地域資源の適正利用

- ・本町に広がる農地や平地林、河川・用水路など、町の原風景を形づくる「農」の資源は、本町が目指す「宮代らしさ」の価値を高めていく重要な地域資源です。
- ・これらの地域資源を将来にわたって適正に確保していくため、市街化調整区域に広がる農地や平地林については、「農業振興地域の整備に関する法律」や「森林法」などの関係法令の適正運用による管理・保全を基本としながら、町内の農業振興施策との連携による活用を図ります。
- ・市街化区域内に点在する農地・緑地などについては、新たな宅地需要の受皿としての役割も担っている一方で、住民に安らぎと潤いを与える緑空間としての役割を果たしていることから、周辺環境との調和や将来の見通しを踏まえながら、地区の状況に応じた保全・活用方法について検討します。

緑と水
基本方針 2

緑化の推進

（3）農地の管理・保全と多面的活用

- ・市街化調整区域に広がる農地は、本町の農業生産を支える営農の場として、また町の原風景を構成する貴重な資源となることから、引き続き、生産基盤の拡充や後継者の確保、新たな生産団体の設立など、それぞれの利用に基づいた適正な管理・保全を目指します。
- ・農業従事者の高齢化や後継者不足などを背景に耕作放棄地も増加傾向にあることから、ロボット技術やIoTなど、新たな技術を活用した「スマート農業」の展開について研究を進めながら、持続可能な営農環境づくりを目指します。
- ・学校教育や生涯学習、観光交流の観点から農業を体験できる「新しい村」を拠点に、市民農園や観光農園としての利用を促進し、「農」の資源を住民や来訪者にも体感してもらう場として、多面的に活用します。

(4) 宮代町公共施設等総合管理計画

公共施設等総合管理計画とは、公共施設等の現況及び将来の見通しや、それらに基づく総合的かつ計画的な管理に関する基本的な方針について定めた計画です。

■新しい村の位置づけ

文化施設

■文化施設の管理に関する基本的な方針

公共施設マネジメントの基本的な考え方	<ul style="list-style-type: none"> ・計画的保全による長寿命化の推進 ・資産総量の適正化による維持管理コストの削減 ・保有財産を経営資源として捉えた有効活用
削減目標	【公共施設】 <ul style="list-style-type: none"> ・更新投資額総額 「約 60 億円を削減」(約 283 億円→約 223 億円) ・更新投資額平均 「約 1.2 億円を削減」(約 5.7 億円→約 4.5 億円)
類型ごとの管理に関する基本的な方針	【新しい村の位置づけ】 <ul style="list-style-type: none"> ・文化施設 【文化施設の方針】 <ul style="list-style-type: none"> ・文化活動拠点として規模の適正化を図りつつ、改修、更新を行います。また、ホールや広大な敷地などを有する施設規模の大きい文化施設については、維持管理に多額の経費を要するため、収入の確保とともに、民間活力の活用、予防保全によるライフサイクルコストの削減を図ります。また、公共施設の多機能化の視点から、小中学校施設の更新に合わせて、学校施設との併設の可能性についても検討します。なお、広域連携の観点からは、引き続き相互利用を推進します。

※参考：公共施設現地調査レポートでの意見

(出典：宮代町「公共施設マネージメント計画」)

- ・人の賑わいがあり町でも集客力のある数少ない施設。**品物の安定供給を確保**し、ふれ愛センター付近の昔ながらの**環境資源と連携**できれば、町外からの来客も見込め、さらに**東武動物公園の来場者が回遊したくなる仕掛け**ができれば販売促進にもつながるのでは。

コラム：「農」のあるまちづくり基本計画

「農」のあるまちづくり基本計画とは、農のあるまちづくりの継承・実践を行い、人間と環境が調和したまちづくりを実現するための基本的な提言を含めた総合政策を定めたものです。「農」のあるまちとしての本町の目標像や事業計画等の方向性について整理しており、また、本施設の設置目的や事業計画についても定めています。

この計画は、「農」のあるまちづくりという理念が示された最初の計画であり、その理念や思いが町の各計画の根底に流れています。

■まちづくりの将来像 水面に映える文化都市

宮代らしさ	<ul style="list-style-type: none">・ 水田や屋敷林、川や森を大切にしてきた文化をもっていること。・ 様々な地域活動に見られるように質の高いコミュニティと、“民度の高い”言い換えれば社会性の高い町民が育まれてきたこと。・ 日本工業大学や進修館、図書館などが充実した文教都市としての性格を育ててきたこと。 など
理念を実現するための行動計画	<ol style="list-style-type: none">1. “農交文化”の創造（宮代マーケット計画）2. “土着ライフ”のすすめ（新しい村の整備）3. 「農」がつくる豊かな住環境4. 環境と共生するまち・暮らし5. 「農」のあるまちづくりの推進に向けて（担い手としくみ）
行動指針	<ol style="list-style-type: none">1. 宮代らしい個性あるまちづくりのテーマとして2. 地域の自立性を高める3. 生活重視のまちづくり4. 環境と調和するまちづくり5. 総合行政としての取り組み

3-2 上位計画からみた「新しい村」の役割

第5次宮代町総合計画

「宮代らしさ」を価値として高めるために、原風景を形づくる**農資源の活用**や東武動物公園駅西口エリアの玄関口としての一体的な魅力向上の拠点の役割が期待されています。

第2期宮代町まち・ひと・しごと創生総合戦略

地域資源を活かした雇用を創出するため、農作物加工品や新規就農などを中心に**儲かる農業へ転換・起業支援**を目指しています。また町の魅力を高め、新しい人の流れをつくるために、**本施設の魅力アップ**や、**ゆったりとした町の特徴のPR**、観光推進、住みやすさのPRを進めていく方針です。

宮代町都市計画マスタープラン

本施設は、ふれあい交流拠点に位置付けられ、田園共生ゾーンに含まれているため**農地の管理・保全と多面的活用**を行う役割を担っています。また、「スマート農業」による持続可能な営農環境を構築し、農資源を住民や来訪者に**体感してもらう拠点**として位置づけられています。

宮代町公共施設等総合管理計画

本施設は文化施設として位置づけられており、**規模の適正化**を図りつつ、**改修・更新を行う**必要があるとされています。

■新しい村が担ってきた役割：

「農」と「にぎわい」の交流拠点

- ① 農業を魅力ある持続的な産業として発展させ、周知させる拠点
- ② 「農」の資源を活かした、体験が楽しめる観光交流拠点
- ③ 宮代町らしい田園居住を支える拠点

4. 新しい村に期待されること

4-1 各種アンケート調査から見た意向

本施設は、多様な主体が関わり運営しています。そのため、本施設による宮代町への波及効果や課題や、魅力アップに向けて求めることなどについて、生産者組合や施設運営事業者、施設利用者を対象に実施した、ヒアリング調査やアンケート調査の概要を以下に整理します。

(1) 生産者の意向・意見

農産物直売所「森の市場結」組合員に対してアンケート調査を実施しました。概要は以下の通りです。

調査方法	調査対象	実施時期	回収率
郵送による アンケート調査	農産物直売所「森の市場結」 組合員	2021年10月22日 ～2021年11月19日	57.2% (83/145)

機能・サービスについて

- 生産者の約 90%が定期的または生産状況次第で出荷しており、そのうち約 35%は出荷量を増やしていることから、直売所としての機能継続は必須であり、陳列スペースの拡大が必要と考えられます。
- 生産者の約 70%は施設に満足していますが、施設の狭さや駐車場への意見もあり、ゆとりある施設への更新や、駐車場の拡大が求められています。また、トイレへの意見も多く、改修は必須と考えられます。
- 強化すべき機能として、約 40%が直売所、約 35%がカフェ等飲食店を挙げており、日常的に利用できる既存機能の強化が求められています。
- 新たな機能として、約 25%が宿泊施設を求めており、自然環境を活かした宿泊機能の導入を検討することが考えられます。

プログラムについて

- 生産者の約 65%がイベントに概ね満足している一方で、集客力や継続性、PR力の向上が課題という意見もあります。
- 生産者の約 70%が施設の運営ルールに概ね満足している一方で、手数料や品質確保に関する意見があり、運営手法等についても検討が必要と考えられます。
- 生産者の約 10%が直売所での販売以外にも新しい村で活動したい意向があることから、より柔軟に活動しやすい環境づくりに向けた検討も必要と考えられます。

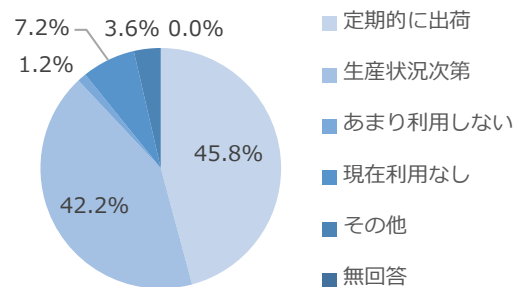


図 8 直売所利用状況

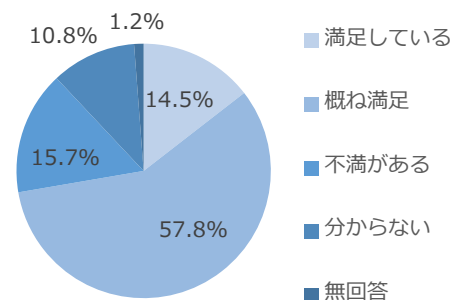


図 9 施設の満足度

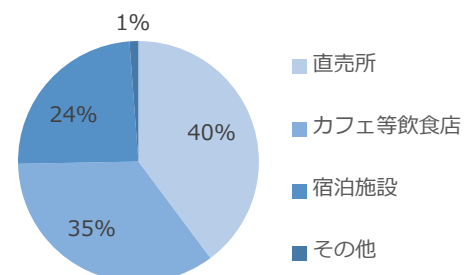


図 10 あると良い/強化すると良い機能

人材について

- 10年後には半数以上の生産者が販売を停止する可能性があり、出品内容の充実のためにも、着実な世代交代に向けた、担い手育成や農地と就農希望者をつなぐマッチング機能、自社生産の強化が必要と考えられます。

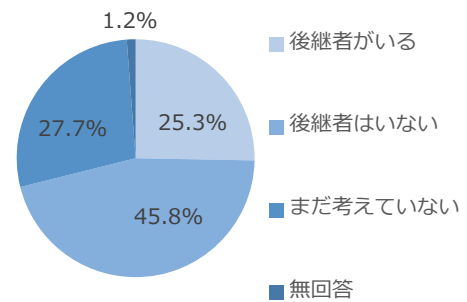


図 11 後継者の有無

他施設との連携について

- 連携により魅力アップが期待できる資源として、60%以上の生産者が東武動物公園、約20%が東武ストアを挙げており、各施設との連携促進に向けた検討が必要と考えられます。

※新しい村の関係者へのヒアリング結果の概要

アンケート調査に加え、新しい村との関係の深い方に、これからの新しい村に求めることについてヒアリング調査を実施しました。主な意見の概要は以下の通りです。

時代や市民のニーズに合った、施設更新や機能強化

- 播種プラント等の設備や施設全体の老朽化への対応、施設利用者視点で分かりやすい案内サイン
- ゆとりあるオープンな空間整備や高品質で多様な商品展開による時代の変化への対応
- 家庭菜園、ベランダ菜園講座の実施や観光農園化、大規模な市民農園の区画の整備
- ネット販売の窓口機能や、生産者が共用で使用可能な加工機能の導入等による販売促進
- 散策路や休憩スポット、観光拠点としての機能導入による観光・交流機能の強化
- 耕作放棄地や村の集会所の有効活用、周辺施設との連携によるまちづくり上の拠点としての機能強化

PR やデザイン、プログラムの充実、人材育成等、ソフト面の強化

- 関係者が共有できるビジョンづくりと、対外的なPRを含めたデザイン監修
- 通年実施や滞在型の農体験や自然体験プログラムの充実
- 新しい村での雇用による農業の担い手の育成や、出荷量の拡大やサービス拡充のための人材の確保

(2) 施設利用者の意向・意見

農体験を主目的とした施設利用者に対してアンケート調査を実施しました。概要は以下の通りです。また、過去に実施された、森の市場「結」顧客アンケート調査の結果も踏まえて意向・意見を整理しています。

調査方法	調査対象	実施時期	回収数
直接配布 ・回収	カフェ利用者、農の家利用者（そば打ちサークル）、山崎山自然体験会参加者、ほっつけ農遊塾、芋ほり体験、講座「絵本であそぼう」参加者、婚活イベント参加者、市民農園班長会、「フライングリース& ミニスワッグ作り講座」参加者	2021年10月23日以降の左記イベント時	248

機能・サービスについて

- ・利用してよかった施設として、約 29%が森の市場「結」を評価しており、また、約 48%が農作物の買い物を理由に新しい村を利用していることから、直売所は継続するべきと考えられます。
- ・森の市場「結」は新鮮さ、安心・安全、品質価格が評価されているものの、予定していた商品が確実に手に入らない等の意見もあることから、今後も品質を確保しつつ、出品量や種類を確保することが求められています。
- ・新たにあるとよい機能として、約 34%が宿泊施設と回答していることから、宿泊機能の導入を検討することが考えられます。

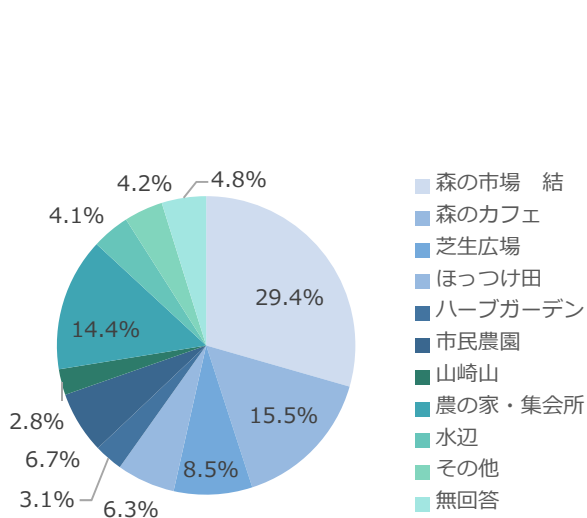


図 12 利用してよかった施設

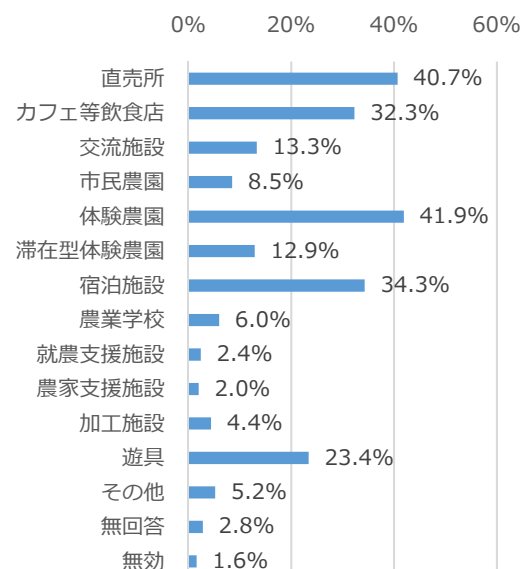


図 13 あると良い/強化すると良い機能

プログラムについて

- 森の市場「結」を週に1回以上利用する人が平日では約60%、休日では約32%となっており、平日は地域住民の買い物需要に、休日は農体験などを含む家族での出かけ先としての需要に応えていると考えられます。
- 新しい村を利用している理由として、約54%が農体験、約48%が農作物の買物、約38%がイベントと回答しており、農体験をはじめとしたプログラムの充実や体験フィールドの拡張を検討することが更なる集客力向上につながると考えられます。
- 宿泊施設を求める意見に対して、滞在型体験農園を求める意見は少ないことから、宿泊機能の導入に合わせて、農体験だけでなくその他のアクティビティなどをセットにしたプログラム拡充なども検討していくことが必要と考えられます。

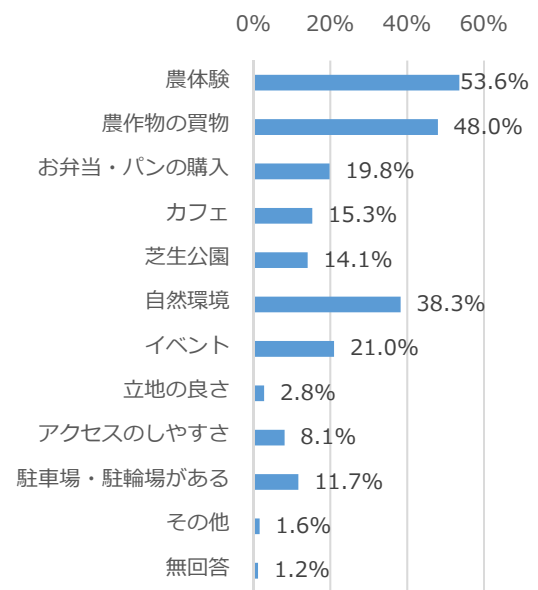


図 14 新しい村を利用している理由

(3) 市場ニーズ

関東在住の人に対して、農資源を活かした機能やサービスへのニーズについて web アンケート調査を行いました。概要は以下の通りです。

調査方法	調査対象	実施時期	回収数
WEB アンケート	関東圏在住の15歳以上	2021年10月27日、28日	500

機能・サービスについて

- 約52%が直売所、約35%がカフェ等の飲食店、約22%が体験農園を利用してみたいと回答しており、これらの既存機能の維持・拡充が必要と考えられます。
- 農への関心度を見ると、約29%は関心がなく、約39%は農産物購入程度の意向があると回答しており、集客を図る上では、直売所等を求めるライト層に対する機能も確保することが必要と考えられます。
- 家庭菜園や市民農園等を行いたいと回答した人は、加工施設や農業学校、農家向けの支援施設などへの意向が比較的高く、趣味としての農のステップアップを支援する機能の充実についても検討が必要と考えられます。
- 外出時の目的地を決める上で、約54%が食事、約49%が景観をポイントとしていることから、「農」のあるまちの景観を維持し、ゆとりある環境づくりを進めるとともに、食の視点から農を楽しむ、農家レストラン等のコンテンツの拡充が必要と考えられます。

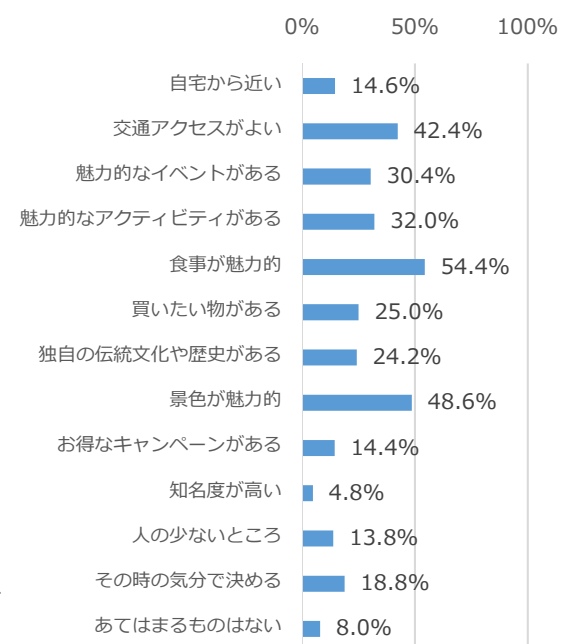


図 15 目的地を決めるポイント

人材育成について

- 約3%と少数ではあるものの将来的に就農を希望する層が一定数いることから、町の実施する担い手塾の対象から外れる層などへの通年での就農体験等の人材育成の機能・サービスの充実についても検討する必要があると考えられます。

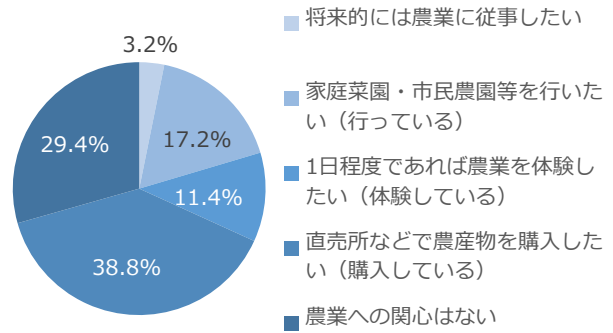


図 16 農への関心

PRについて

- 90%以上の人新しい村を知らないことから、関東圏全体に向けたPRを戦略的に展開していくことが必要と考えられます。
- 新しい村の施設名からは、約40%がどのような施設かイメージできない、約18%は新興住宅地をイメージするという結果であったことから、PRと合わせた施設のイメージができるキャッチコピー等の検討が必要と考えられます。

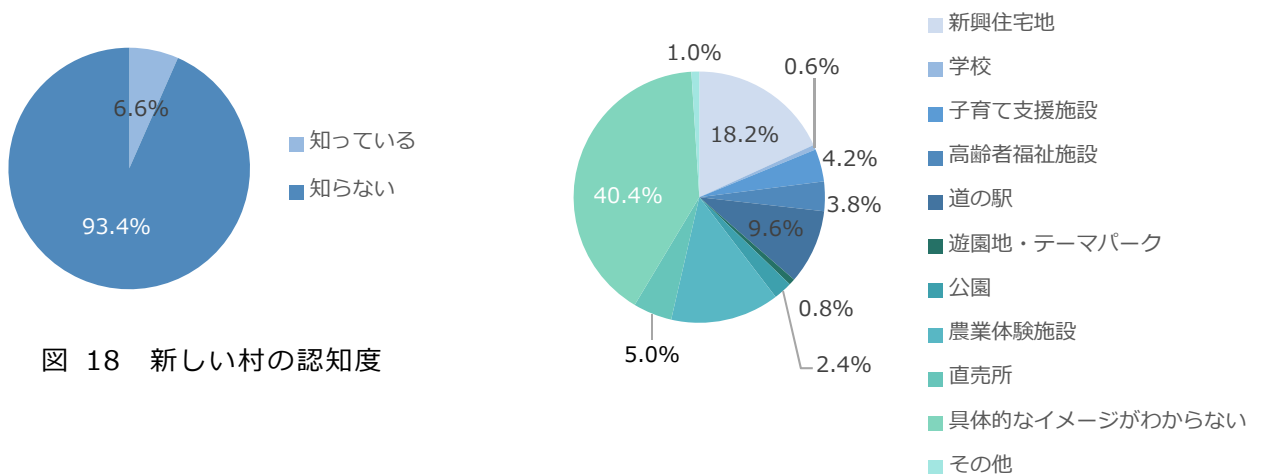


図 18 新しい村の認知度

図 17 「新しい村」の施設名から想像するイメージ

4-2 ワークショップ結果の概要

新しい村の魅力アップに向けて、2022年4月23日にワークショップを実施しました。計23人が参加し、以下のようなご意見がありました。

【機能・サービス】

- 魅力的な自然に囲まれ、楽しめ、くつろげる空間づくり
- 新しい村や遊歩道を生かした周回コースや、花見の場としての整備
- 既存施設の拡大や、複合化・新しいエリア設定、全面リニューアル等、施設の更新
- 駐車場、トイレ、レンタサイクル等の設備の拡充や、バリアフリー対応、案内板の設置
- 用水路、調整池の整備
- 生産者同士や生産者と消費者の交流施設
- 直売所におけるクラフトビールや給食弁当等、宮代ブランドの確立と、電子マネーの導入
- バーベキューやキャンプ・グランピング等のアクティビティができる設備整備やサービス

【プログラム】

- 自然観察会やホテル等自然を生かしたイベントや四季を感じられるイベントの充実
- 幅広いニーズに向けた農業体験や農業教室の開催 / 観光農園やグリーンツーリズム
- 動物の飼育や、移動動物園など、動物と触れ合える機会の創出
- 農村結婚式等、他ではできない独自の行事
- せともの市や植木市等のイベント

【PR】

- 広告担当者を配置し、写真を見て行きたいと思われるよう、SNSを活用した情報発信に力を入れる。

【連携】

- 東武動物公園を行き来できるゲートやサービスによる連携
- 周辺施設との連携

5. 農や観光を取巻く社会動向

5-1 農を取り巻く状況

(1) 国内の動向

農地面積

- 全国的に、宅地等への転用や荒廃農地の発生等により農地面積は減少傾向にあります。2021年には約435万haと1960年から約172万ha減少しており、今後も減少傾向が続くと予測されます。また、農地面積の減少とともに、耕作放棄地面積も増加傾向にあり、耕作放棄地への対応が求められています。

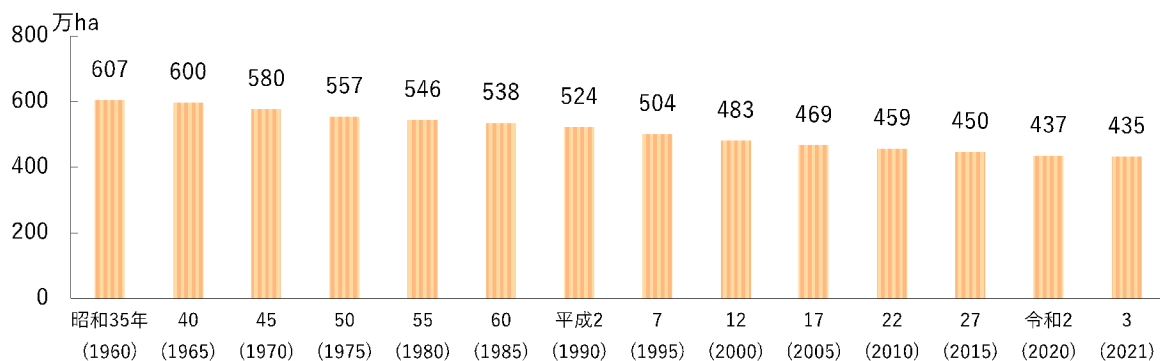


図 19 農地面積の推移

(出典：農林水産省「令和3年度 食料・農業・農村白書」)

農業の新たな取組

- 農業生産関連事業の年間総販売金額は、2020年度には2兆330億円となっており、対前年度比で約1.0%減少しています。農産物の加工による年間総販売金額は、2010年度から増加傾向にありましたが、2020年度に減少に転じています。
- 6次産業化・地産地消費に基づく総合化事業計画の対象となる認定事業者の新商品の売上高平均額も上昇傾向にあります。

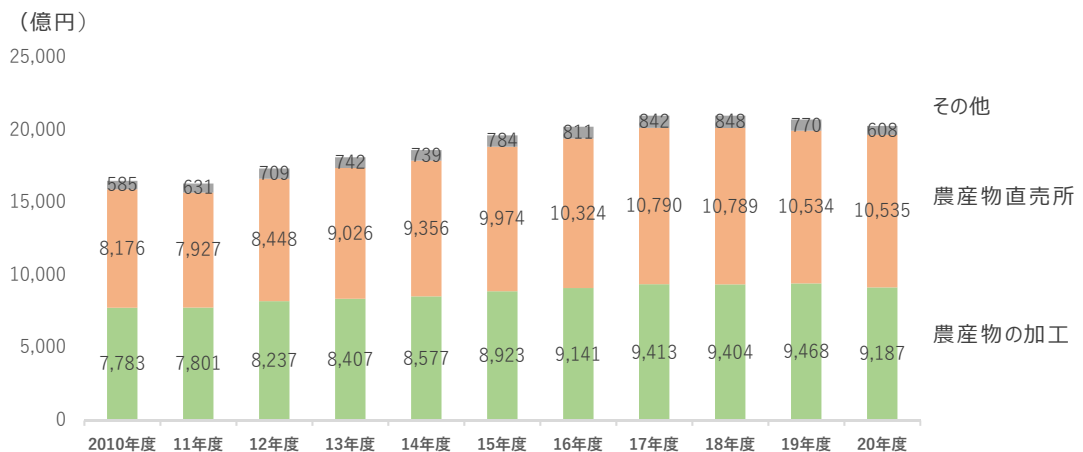


図 20 農業生産関連事業年間総販売金額の推移

(出典：農林水産省「6次産業化総合調査報告(各年度)」)

- 農業経営体数は2010年から2020年で60.3万経営体が減少していますが、一方で法人経営体数は2020年で3.1万経営体となっており、10年で9,000法人増加しており、農業が個人の営みから法人主体へと変化していることが伺えます。

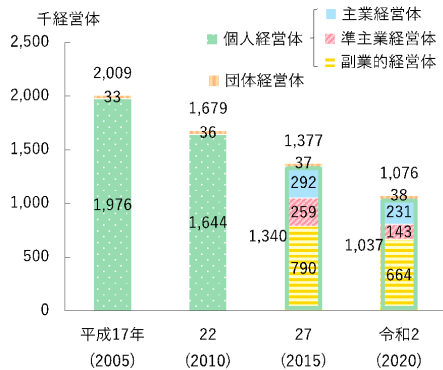


図 21 農業経営体数

(出典：農林水産省「令和3年度 食料・農業・農村白書」)

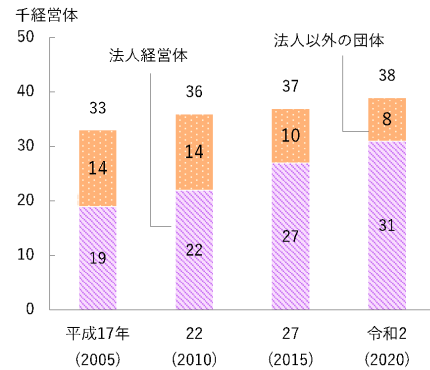


図 22 法人経営体数

(出典：農林水産省「令和3年度 食料・農業・農村白書」)

- 2009年の農地法改正の影響でリース方式による参入を全面解禁したことにより、農地を利用して農業経営を行うリース法人は増加傾向にあり、2019年は前年比で12%増加しており、今後も企業の参入が拡大することが予測されます。

図：リース法人数の推移

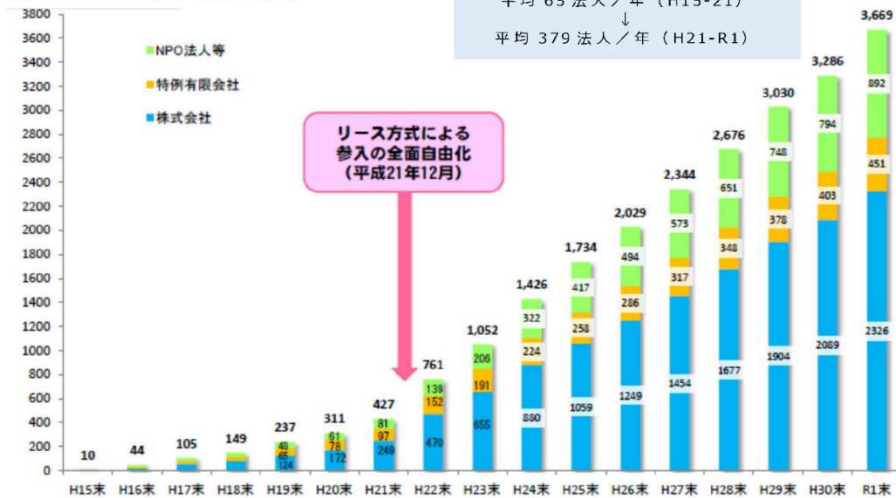


図 23 リース法人の推移

(出典：農林水産省「リース法人参入の動向」)

(2) 宮代町の農業

耕作放棄地

- 本施設では、町内の農地の委託管理業務等を行っているものの、本町の耕作放棄地面積は、増加傾向にあり、2005年から2015年にかけて約40ha増加しています。

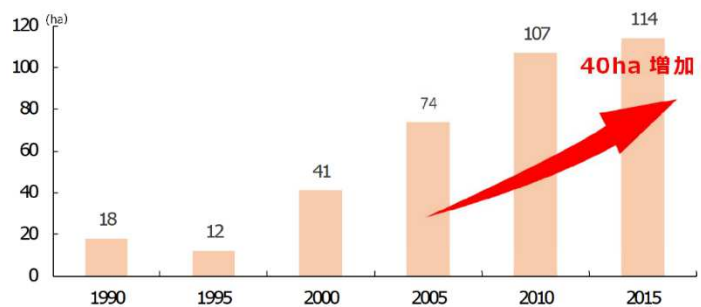


図 24 宮代町の耕作放棄地面積の推移

(出典：宮代町「統計みやしろ」)

農業就業人口

- 本町の農業就業人口は減少傾向にあり、2005年から2015年にかけて293人減少し、最も多かった1995年と比べると約半分まで減少しています。
- 2020年の年齢別農業従事者数をみると、15～39歳までは約7%、65歳以上が半数となっていることから農業従事者の高齢化が加速しています。

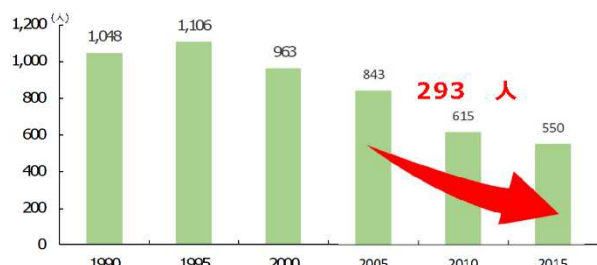


図 25 宮代町の農業就業総人口の推移

(出典：宮代町 HP「農家数・農家人口」)

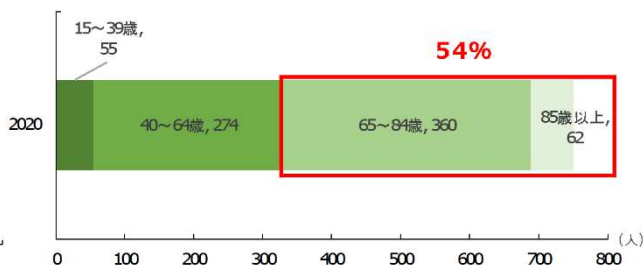


図 26 年齢別農業従事者数

(出典：農林水産省「2020年農業センサス」)

5-2 観光取り巻く状況

(1) 国内の動向

国内観光消費額

- 訪日外国人旅行者は近年増加傾向にあり、8年連続で過去最高を更新しており、2019年には3,188万人(前年比増減率2.2%増加)となっています。
- 新型コロナウイルス感染症の影響もあり、2020年には412万人(前年比増減率87%減少)、2021年には25万人となっていますが、日本の観光資源が失われていないことから、今後、訪日外国人旅行者数は回復することが期待されます。

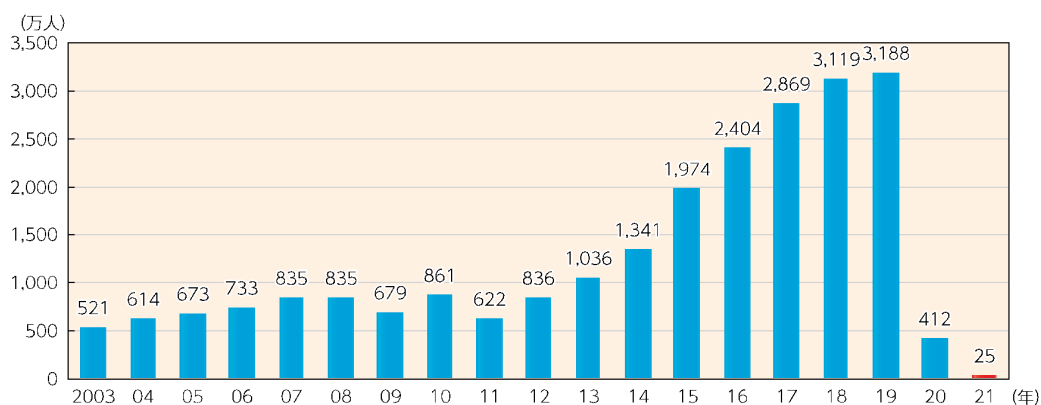


図 27 訪問外国人旅行者の推移

(出典：国土交通省「観光白書 令和4年度版」)

国内観光客のニーズの多様化

- 1998年と2015年で希望する国内旅行の傾向を比較すると、上位5位の人気コンテンツに大きな変化はありませんが、上位5位以外のコンテンツを見ると、2015年には30項目中22項目で関心が上昇、または横ばいとなっていることから、観光客のニーズが多様化していると考えられます。
- 新型コロナウイルス感染症の影響下において都心（※東京、大阪、名古屋）からの農山漁村への旅行ニーズが高まり、特に、20代・30代の若い世代でその傾向が顕著にみられ、農も観光コンテンツとして評価されてきていると考えられます。

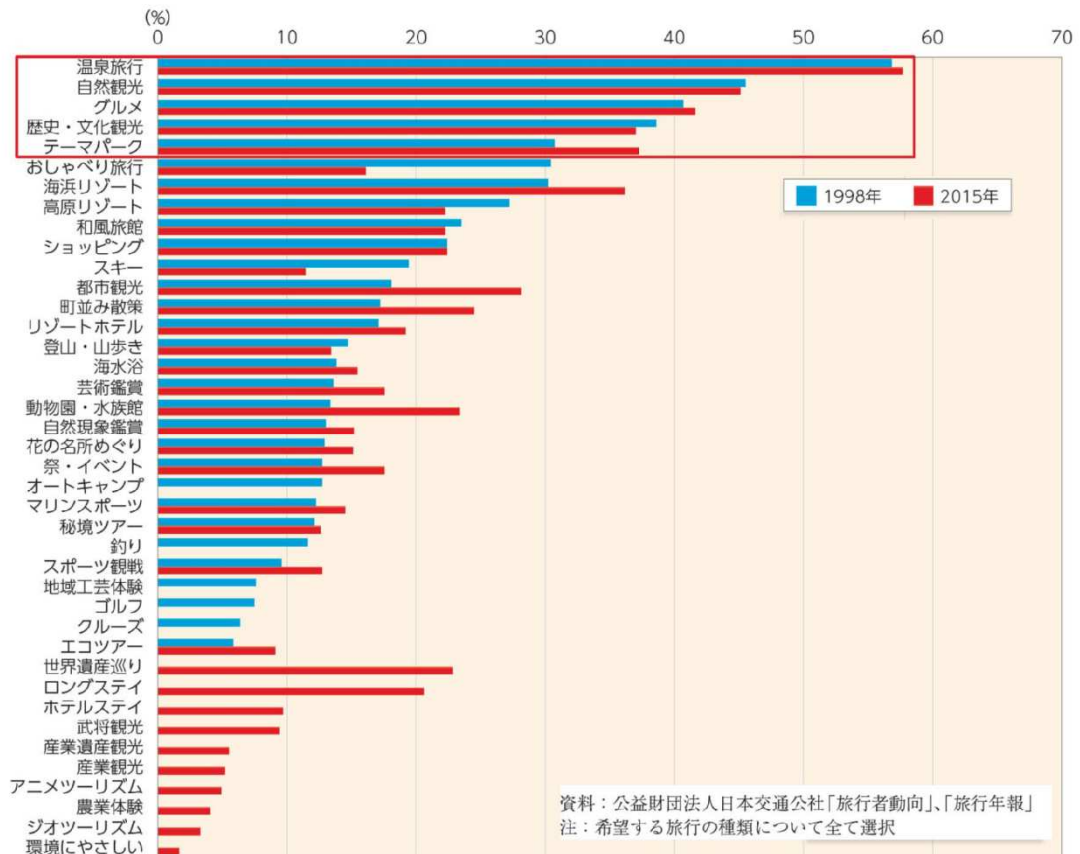


図 28 希望する国内旅行の比較

(出典：国土交通省「観光白書平成 29 年度版」)

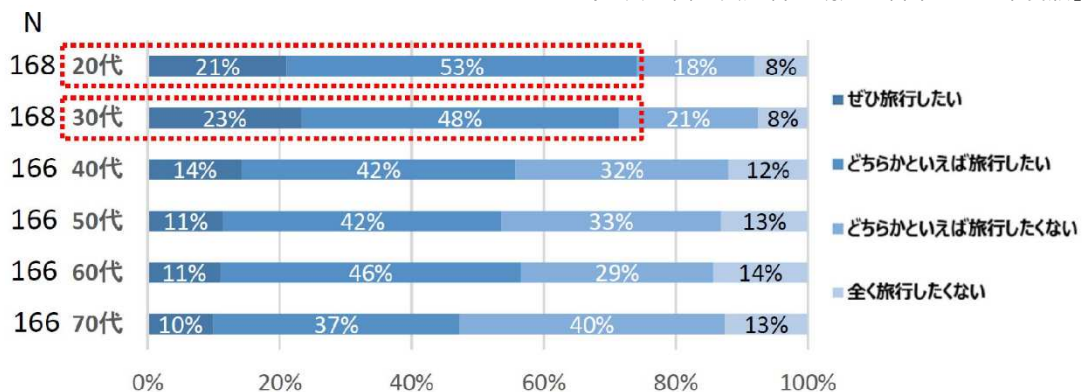


図 29 with コロナ期における農山漁村地域への旅行意欲

(出典：農林水産省「農泊をめぐる状況について」)

- 新型コロナウイルス感染症の影響から県内等の近隣地域内での観光（マイクロツーリズム）や、個人旅行の割合が増加しているとともに、三密を避けた滞在型観光、分散型旅行、オンラインツアーなどの新しい旅のスタイルがみられるようになり、賑わいの持続に向けた観光資源磨きやマーケットにおけるターゲットの明確化、DMO等の取り組みが期待されています。

<p>滞在型観光</p>  <p><田んぼランチ> <土間クッキング></p> <ul style="list-style-type: none"> 新潟県南魚沼市の旅館「ryugon」では、一年を通じて地域の素材自然や文化・暮らしを体験・体感できるコンテンツを提供。 「田んぼランチ」「スノーピーク」「土間クッキング」など様々な過ごし方を提案。宿も消費単価向上を実現。 	<p>修学旅行</p>  <p><田天神社で説明の様子> <船上での収穫体験></p> <ul style="list-style-type: none"> 大分県日出町では、「人間魚雷回天の訓練基地」で初めて修学旅行を受け入れ。 広島県尾道市の小学校では、地元での漁師体験を企画。定置網漁等を体験し、海洋プラスチック問題等も学習。
<p>分散型旅行</p> <ul style="list-style-type: none"> 官民一体となって、「人数・時期・時間帯・場所」が分散する旅行の促進キャンペーン実施。 旅行・交通系企業等も、平日の利用を促進する商品を開発。 コロナの状況下では、感染予防等の観点から、一人旅の志向が増加。 <small>調査主-41）インターネット調査</small> <small>これからの旅は主に誰と行きたいですか？</small>  <p>資料：旅行・交通系企業等が実施する旅行の促進キャンペーンに関する調査結果の <small>（調査期間：2020年12月8日～12月22日）</small></p>	<p>オンライン</p>  <p><オンラインツアー撮影の様子> <参加者に届くまぐろの切り身></p> <ul style="list-style-type: none"> 那智勝浦町による生まぐろを堪能するオンラインツアー。事前に参加者に生まぐろのブロックと地元産のしょうゆ・塩を届けた上で、パソコンなどを通じて専門家が勝浦のまぐろの特徴やおいしい刺身の切り方などを伝授。

図 30 新たな旅のスタイル

（出典：国土交通省「観光白書平成 29 年度版」）

（2）埼玉県・宮代町の観光

埼玉県の観光入込客数

- 埼玉県の 2021 年の観光消費額は約 6,502 億円（対前年増減率 23%増加）となっており、新型コロナウイルス感染症の影響は受けたものの、徐々に回復傾向にあることが分かります。特に宿泊旅行の消費額は、過去 10 年のうち最も高く、国が実施した旅行支援施策等の影響があったと考えられます。
- 2021 年は新型コロナウイルス感染症の影響も想定されますが、観光客の約 95%が日帰り客となっており、全国と比較しても宿泊客の割合が非常に低くなっています。

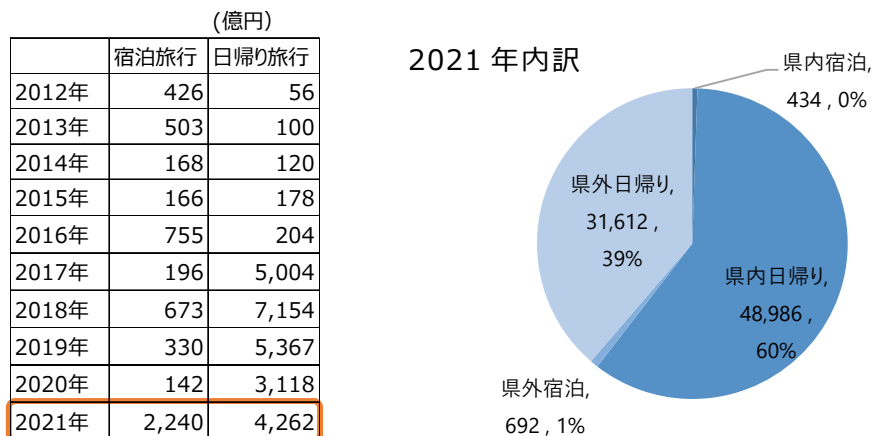


図 31 埼玉県における観光消費額と観光入込客数（日本人観光客）の内訳

（出典：埼玉県「観光入込客統計調査結果」）

宮代町の観光入込客数

- 本施設は、にぎわいを創出する役割を担っていますが、本町の観光入込客数は年間170～180万人程度で、2020（令和2）年には新型コロナウイルス感染症の影響により、94.8万人（前年比増加率47%減少）と減少しましたが、2021年には129.3万人に回復しています。
- 特に東武動物公園は町内の観光施設の中でも集客力が高く、観光入込客数の約70%を占めています。

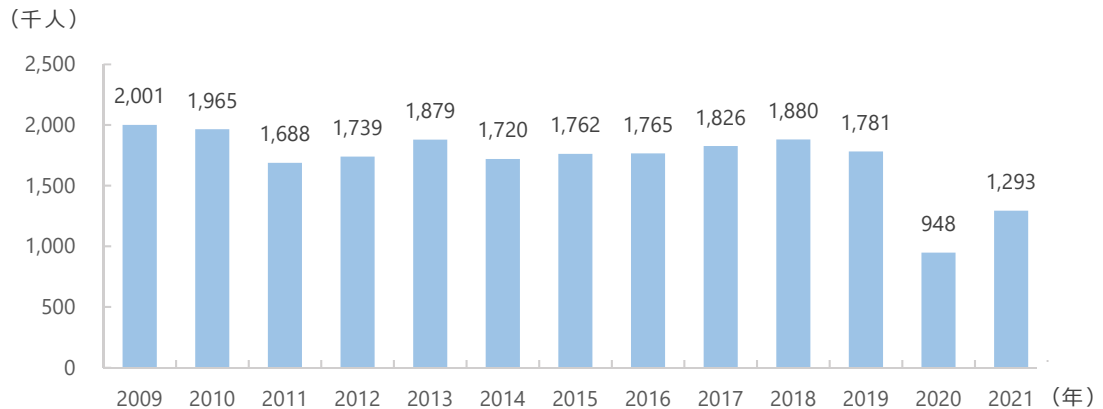


図 32 宮代町の観光入込客数の推移

（出典：埼玉県「観光入込客統計調査結果」）

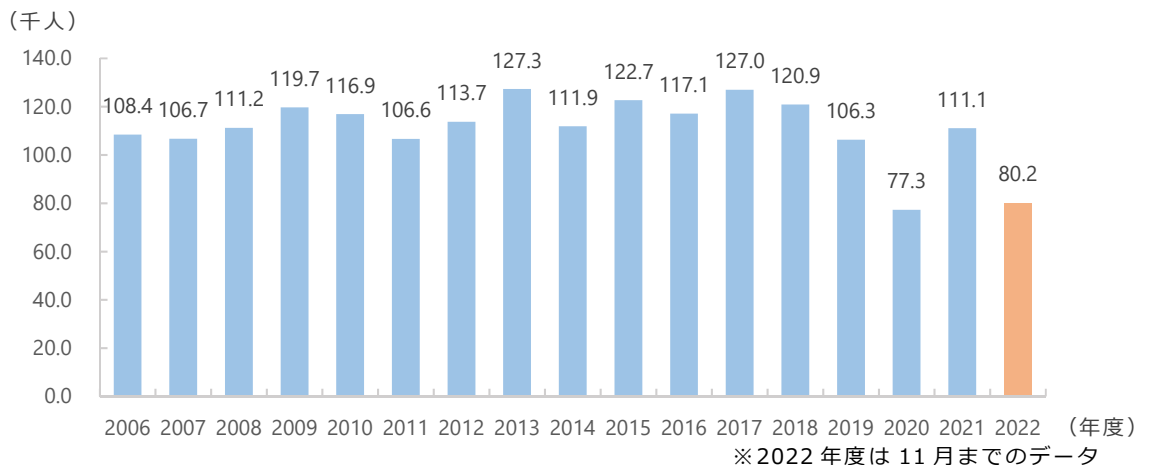


図 33 東武動物公園入園者数の推移

（出典：東武レジャー企画提供資料）

5-3 新型コロナウイルス感染症拡大による影響

新型コロナウイルス感染症の発生以降、テレワーク等のライフスタイルを重視した自由な働き方が普及し、全国の農泊地域においてワーケーションのニーズが高まっており、利用者のニーズに応じた宿泊施設の整備や食事・体験メニューの充実等により、ワーケーション対応可能な農泊地域の拡大が期待されています。

人口過密地域である都市圏においては、三大都市圏に住む 20 代の 22%が地方への移住について「関心が高くなった」、「やや関心が高くなった」と回答しており、人口過密地域を離れて仕事をしたいという意向の高まりや、各自治体では半農半 X の拡大に向けた支援が行われています。

新型コロナウイルス感染症の拡大から、生産者が新たにオンラインを通じて消費者に直接販売する動きがみられ、Web サイトを通じて農産物の直接販売に取り組む生産者が増加しています。また、来園者が減少した観光農園では、SNS 等のオンラインを通じて情報を発信し、収穫の疑似体験等、消費者と交流することにより、販路を維持する取り組みが見られました。

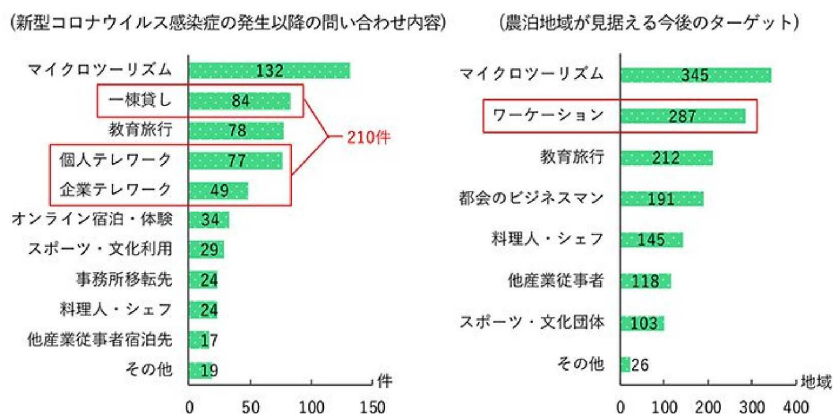


図 34 農泊地域におけるワーケーションニーズの調査

(出典：農林水産省「食料・農業・農村白書」)

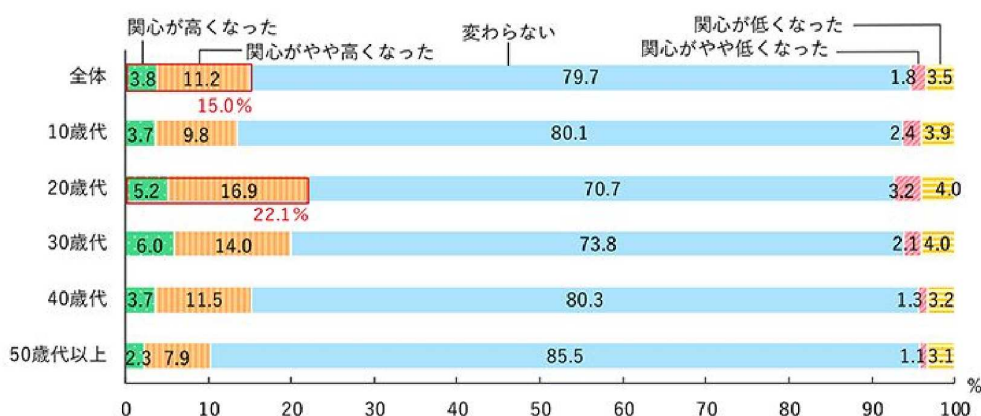


図 35 年齢別地方移住への関心の変化

(出典：農林水産省「食料・農業・農村白書」)

5-4 SDGsへの対応

SDGsとは2015年の国連サミットにおいて採択された、持続可能な開発目標(Sustainable Development Goals)を指し、2030年までに達成を目指す17のゴール等の世界共通の目標が整理されているものです。

本施設では、農業や食を通じて、人々により豊かな生活を提供する役割を担っているため「1. 貧困をなくそう」「2. 飢餓をゼロに」のゴールに対応するとともに、井戸の活用や森林の保全により地域の水質を守っているため「6. 安全な水とトイレを世界中に」に寄与しています。また、農業従事者への支援や直売所の運営により地域に雇用の場を提供しており、本計画の整備によりさらに農業の発展を図るため「8. 働きがいも経済成長も」のゴールにも対応することが期待されます。さらに、本施設では、農業を通じて町ににぎわいを創出するとともに、食の地域内循環を目標としていることから「11. 住み続けられるまちづくりを」「12. つくる責任 つかう責任」にも寄与し、本町の貴重な環境資源を保全する役割を担っているため、「15. 陸の豊かさも守ろう」に大きく貢献することが期待されます。



6. 新しい村の抱える課題

上位計画における本施設の位置づけや、本施設の関係者や生産者、施設利用者の意向、市場ニーズ等を踏まえ、「機能・サービス」、「人材育成」、「連携」、「PR」の4つの視点から新しい村の抱える課題を抽出しました。

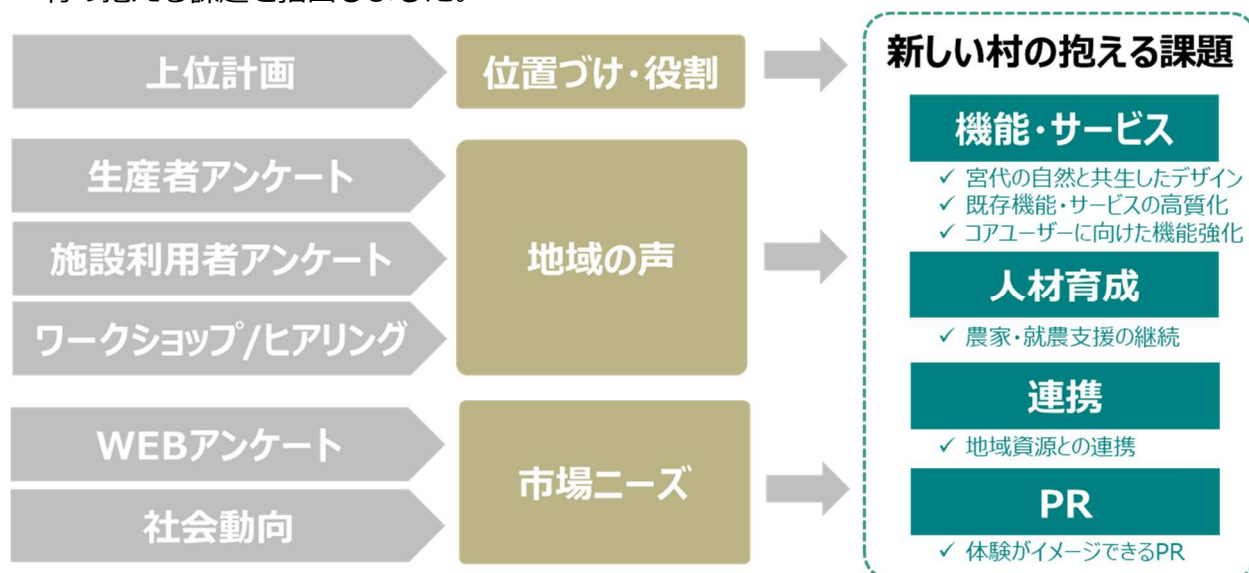


図 36 課題抽出のフロー

機能・サービス

① 宮代の自然と共生したデザイン

自然を感じられ、ゆとりのある施設に全体をリニューアルすることが求められています。また、魅力的な自然を生かし、くつろげる空間づくりや、子供が自然の中で自由に遊べる空間を整備するとともに、本施設内の自然の魅力を感じられる周回コースや花見ができる場づくりが求められています。

② 既存機能・サービスの高質化

安全で快適な場づくりのために、トイレや駐車場等の施設や設備の修繕・更新が求められています。また、宮代ブランドを発信する直売所や里山景観を楽しめるカフェ等の飲食店機能は維持・拡充するとともに、選ばれ続けるために、農作物の質と量の確保が求められています。

ソフト面に関しては、自然環境を活かした通年でのプログラムや四季を感じられるイベントをより充実させるとともに、生産者にとっても消費者にとっても活動しやすいルールや仕組みづくりを行うことで多様な主体の交流や活動の活発化を促進することが求められています。

③ コアユーザーに向けた機能強化

ライト層からコア層まで幅広いニーズに応えるため、直売所や家庭菜園・市民農園、加工施設を充実させ、農体験とプログラムの拡充に合わせて、農園や農体験フィールド等の拡張を検討します。

また、宿泊施設需要に応えるための自然環境を活かした滞在型の利用を促進する宿泊機能の導入を検討します。

人材育成

④ 農家・就農支援の強化

後継者や遊休農地活用のためのマッチング機能の強化や、就農者やライト層、子供等幅広いニーズに合わせた農業教育、研修機能の強化が求められています。

連携

⑤ 地域資源との連携

東武動物公園等の周辺施設との連携強化により、相乗効果によるにぎわいの創出が求められています。

PR

⑥ 体験がイメージできる PR

積極的な PR 戦略の検討や施設の活動やイメージにつながるキャッチコピーの検討等により、施設の認知度の向上が求められています。



第3章

第3章 魅カアップに向けた方針

1. コンセプト

各種調査結果を踏まえ、「本気で取組む、気軽に楽しむ 農体験フィールド」を魅カアップに向けたコンセプトとします。

【コンセプト】 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。



コラム：STP分析

コンセプトの設定にあたり、市場ニーズや競合する施設等を踏まえ、市場においてどのようなポジションを狙うべきか、マーケティング手法の1つであるSTP分析を用いて整理しました。

STP分析とは、市場を細分化（セグメンテーション）し、細分化した市場から狙いを定め（ターゲティング）、その市場の中での立ち位置（ポジショニング）を整理する手法です。

セグメンテーション

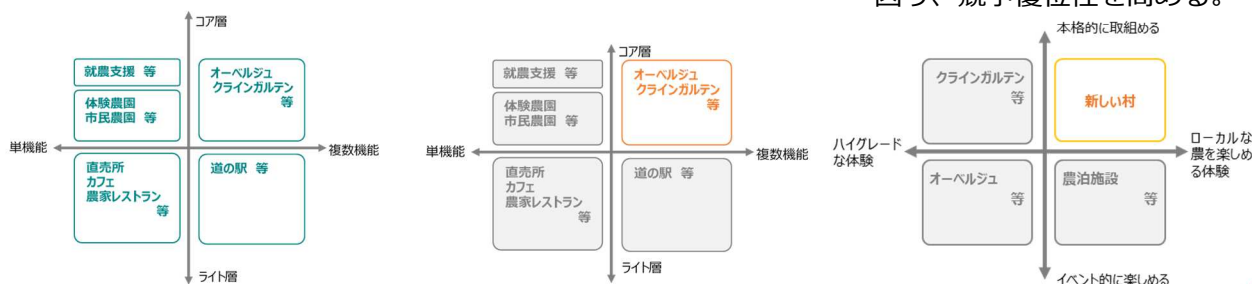
- ・ ニーズの高い既存の機能を活かしつつ、競合の少ない、コア層を取込む機能を含む複数機能を有する農体験市場をターゲットとする。

ターゲティング

- ・ ニーズの高い既存の機能を活かしつつ、競合の少ない、コア層を取込む機能を含む複数機能を有する農体験市場をターゲットとする。

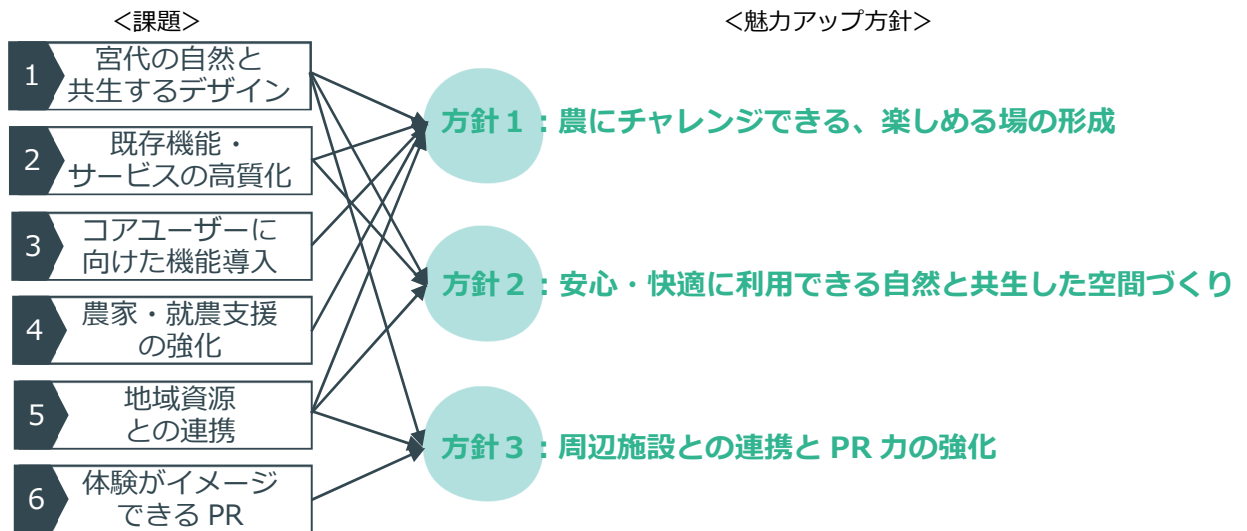
ポジショニング

- ・ 都心部からのアクセス性を活かした本気で挑戦するにも通いやすく、それでいて宮代らしいローカルな自然環境・農資源を楽しめる特徴を活かした、ポジショニングを図り、競争優位性を高める。



2. 魅力アップ方針

本施設の抱える課題を踏まえて、コンセプトの実現に向けた3つの魅力アップ方針を以下の通り定めます。



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。

写真

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。

写真

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。

写真

3. デザインコードの考え方

3-1 建築物・空間整備におけるデザインの考え方

建築物の建替えや更新時には周辺の農や里山景観に溶け込む色彩や高さ、素材等に配慮したデザインとします。また、本施設全体として一体的な空間とするために、各建築物の色彩や建築素材等を統一したデザインとします。

色彩については、農のあるまちとして景観に溶け込むようにアースカラーを中心とした色調とします。建築物の高さについても同様に、里山の景観を阻害しない高さとします。また、建築素材については、可能な限り自然素材やそれに類するものを使用することとし、自然色での仕上げを基本とします。加えて、利用者の動線を考慮しアプローチとなるオープンスペースを広く確保するとともに、建築内からも農や里山の景観を感じられるよう、開口部を確保します。

各建築物や農園を結ぶ歩道においても、農や里山の景観を配慮した植栽の保全・維持管理を行うとともに、広告物等を設置する際にも周辺の景観を配慮したデザイン、配置場所とします。

写真

写真

3-2 広報・PR、商品パッケージにおけるデザインの考え方

広報・PR に用いるパンフレットやフリーペーパー等に用いる共通のデザインフォーマットを整え、「新しい村」が発信する資料として統一感のあるデザインとします。

プライベートブランドや新商品を開発する際には、パッケージに関しても同様に、株式会社新しい村や地域と連携した商品であることが分かるように、統一したパッケージデザインとすることを基本とします。それぞれのデザインとしては農や里山を連想する色調を用いたものとし、農の要素を含むアイコン等を活用することを基本とした上で、広報物や商品に応じて検討します。

なお、広告やパッケージの素材に関しても、環境に配慮した自然に優しい素材を優先して選択します。

4. 対応方策の優先順位の考え方

4-1 建築経過年に応じた施設更新の実施

建築物の建替えや集約等は、各建築物の更新時期にあわせて行うことを基本とします。建築物の更新にあたっては、利用状況に加え、来訪者、生産者、施設運営者等からのニーズを改めて把握した上で、計画・設計を行うこととし、最適な施設規模を確保するとともに、位置や建築内のレイアウトを見直すことで魅力アップを図ります。

なお、各建築物における魅力アップに向けた機能配置の基本的な考え方を本計画第5章で整理します。

4-2 軽微な修繕・対応による魅力アップの優先的な実施

本施設の抱える課題の中に、施設の更新等を待たずに、軽微な修繕や対応により、改善を図れるものも多くあります。そのため、そうした対応方策については、指定管理者と連携しながら短期的集中的に実施することで、施設の利便性や快適性の向上を図ります。

4-3 大きな投資が必要な方策は必要性を精査した上で実施

建築物の更新や新しい機能の導入等にあたっては、大きな投資が必要になります。そのため、中長期的に、社会情勢を見据えながら改めて必要性を検討します。その際には、町や指定管理の負担による整備だけでなく、民間事業者との連携による整備・運営の可能性についても検討し、高質なサービスを町としての負担を抑えた上で実現できるように努めます。

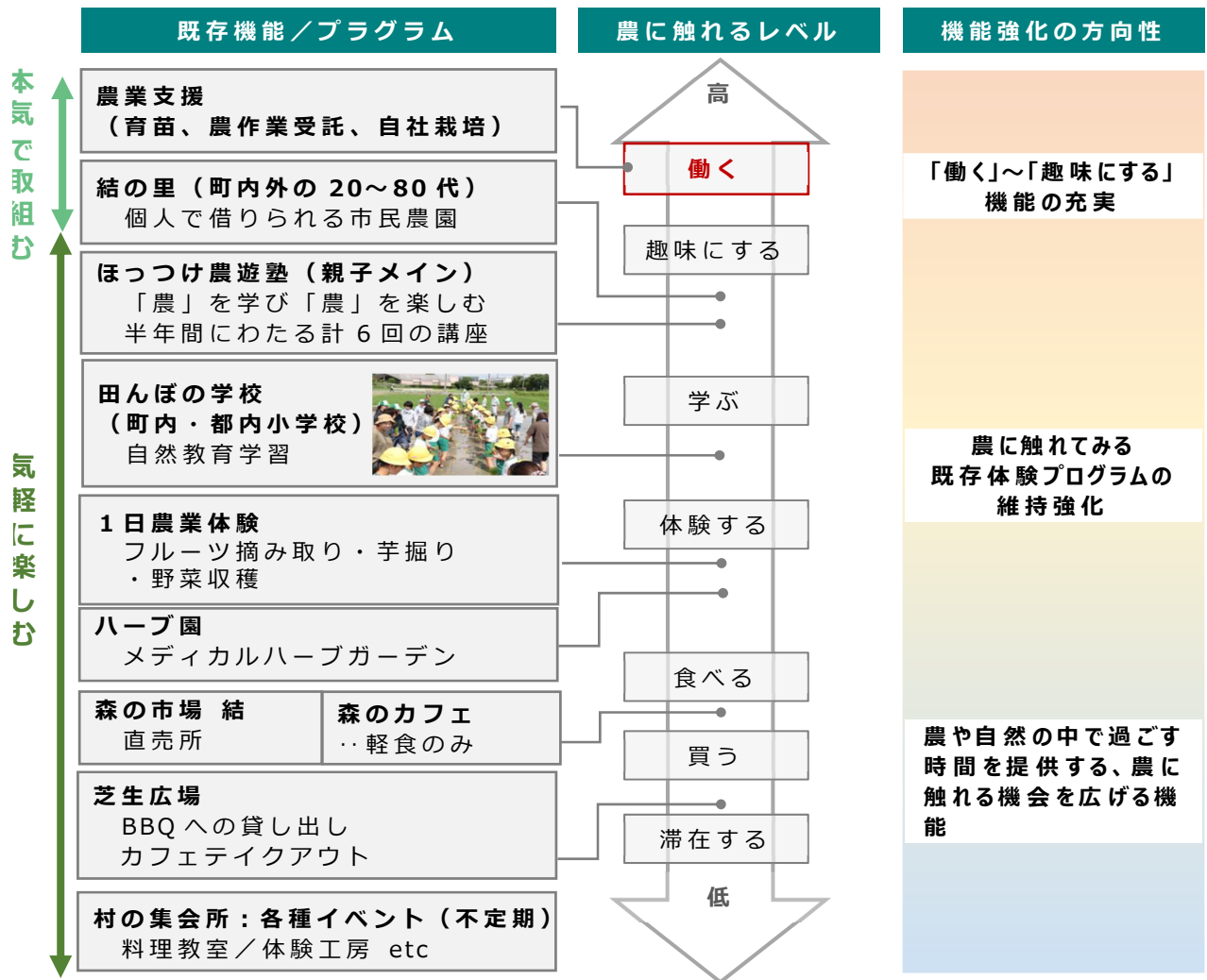
第 4 章

第4章 機能強化の考え方

1. 基本的な考え方

本施設の魅力アップにより、農に「本気で取り組む」コア層だけではなく、農を「気軽に楽しむ」ライト層まで、誰もがそれぞれの関心・興味に応じて農と触れ合える体験フィールドを実現し、来訪者の増加、ひいては、就農者の増加を目指します。

そのために、既存の機能・サービスを農に触れるレベルの視点から整理し、各レベルにあわせた機能強化の方向性を設定します。



2. 機能別の強化方針と具体的なアクション

農に触れるレベル別に、各機能の強化方針を以下の通り設定します。また、各機能の強化に加え、課題である施設の認知度の向上に向けて、地域連携・PR 機能の強化方針を設定します。

農で働く

《アグリ機能（育苗、農作業受託等）》

新しい村は、農のあるまちづくりを実践するために、水稻苗の栽培・販売や農地所有者に代わっての農作業の実施など地域の農業支援を行ってきました。農家や農地所有者からもこうした支援のニーズは高く、今後も農業従事者の高齢化や人口減少等により遊休農地等の発生が想定されることから、既存の機能の維持・強化を図り、本町の農業と農のある風景を守り、後世に継承します。

写真

【Action】

- ①作業受託の継続
 - ・自身での農業の継続が難しくなった農地所有者からの作業受託を継続することで、耕作放棄地の発生を抑制します。
- ②人員の確保
 - ・新しい村の運営に携わる人材の育成や、地域との連携強化により人員を確保することで、新しい村の魅力アップに向けた各種方策の展開を図ります。
- ③育苗施設の設備更新
 - ・老朽化が進む育苗施設の設備について、近隣の農家等からの需要を考慮し、最適な規模の設備に更新することで、地域の農業を支えます。
- ④ライスセンター（乾燥調製施設）の設備更新検討
 - ・老朽化が進むライスセンター（乾燥調製施設）について、将来的な地域の収穫力等を考慮しながら、最適な規模の設備への更新を検討します。
- ⑤その他農業関連施設の増設検討
 - ・農業従事者の高齢化や減少を踏まえ、生産性の向上を図るためスマート化に向けた設備の増設等を検討します。

《農業教育・研修機能》

後継者不足等による農業従事者の減少やそれに伴う直売所への地場産品の出品数の減少が想定される一方で、若い世代を中心に就農希望者は少数ではあるものの一定数確実にいることから、農業教育や研修機能の導入により、本気で農業を志す希望者を支援します。

写真

【Action】

- ①指導者の育成
 - ・地域の農業従事者と連携しながら、就農希望者や若い農業従事者を指導する人材の育成を行うことで、農業の継承を促進します。

- ②担い手塾入塾前研修生の受け入れ
 - ・本町で実施している「農業担い手塾」の条件に該当しない、町外からの通いで就農支援プログラム等を実施し、就農希望者の更なる受入を進めます。
- ③研修圃場の整備
 - ・就農希望者の更なる受け入れや技術向上に向けた研修の充実を図るため、研修用の圃場を整備します。
- ④研修用施設の整備検討
 - ・就農希望者の更なる受け入れや技術向上に向けた研修の充実を図るため、研修用の圃場に加え、研修室やスマート農業の学習に向けた研修用施設を整備します。
- ⑤農業教育サービスの展開検討
 - ・農業に関心のある人に向けた基礎知識の取得や、市民農園利用者等に向けたスキルアップ等に向けた、農業教育サービスの展開を検討します。
- ⑥新規就農者向け荷捌き所の整備検討
 - ・就農希望者への支援強化にあわせて、アグリ部門や新規就農者が利用できる共有の荷捌き所の整備を検討します。

農を趣味にする

《市民農園機能》

新しい村の整備以後、市民農園は高い人気をほこっており、町外から利用する人もいます。また、長く続けている人も多く、地域コミュニティの拠点としての役割を果たしています。一方で、広い区画を求める意見もみられます。

そのため、利用ニーズに応じた区画の多様化や拡張による魅力アップを図ります。

写真

【Action】

- ①有機農業講座等の実施
 - ・持続可能な農業や地域農業の普及・啓発のために、地域の農業生産者と連携し、市民農園利用者や地域住民等を太陽とした有機農業講座等を実施します。
- ②市民農園區画の再編・増設
 - ・それぞれのレベルにあわせた利用ができるように、複数の区画面積を設定した上で、市民農園區画を再編するとともに、市民農園を増設します。
- ③農の家・農機具庫の設備更新検討
 - ・市民農園利用者や農体験参加者が快適に利用できるように、利用ニーズを見据えながら農の家や農機具の設備の更新を検討します。なお、周辺の景観に影響のある設備の設置や更新を行う場合は、色彩や素材に配慮し農や里山の景観を阻害しないように配慮します。

農を学ぶ

《農業/自然学習》

新しい村では、主に親子を対象に、半年にわたり農を学び楽しむ「ほっつけ農遊塾」や、町内の小学校に加え都内の小学校などに向けた自然教育を行う「田んぼの学校」等、子どもたちの農や自然に関する学習機会の提供を行っています。

農のあるまちづくりにおいて、農に触れる機会を創出することは重要であり、こうした学習ニーズもあること、既存機能を維持するとともに、教育プログラムの充実を図ります。

写真

【Action】

①通年型・滞在型の農体験・自然教育プログラムの充実

- ・田んぼの学校のような通年で一貫した農体験や自然体験を楽しめるプログラムを充実させます。
- ・町内の施設と連携して、農や里山での暮らしを体験できる滞在型のプログラムを開発します。
- ・ハーブの栽培・採取から利用まで一貫して体験できるプログラムを充実させます。

農を体験する

《体験農園/ハーブ園》

農や自然をテーマとした体験プログラムを、これまでも企画・実施してきました。土日には、こうした体験プログラムを目的とした家族での利用者も多く、東京からも日帰りで訪れられる立地でもあることから、新しい村における農体験のニーズは高いと考えられます。一方で、通年でのプログラムの充実を求める声などもあり、改善を図れる点もあります。

そのため、既存機能を維持するとともに、利用者のニーズを踏まえながら農体験を中心とした体験プログラムの充実を図ります。

写真

【Action】

①通年型・滞在型の農体験・自然教育プログラムの充実（再掲）

- ・ほっつけ農遊塾のような通年で一貫した農体験や自然体験を楽しめるプログラムを充実させます。
- ・町内の施設と連携して、農や里山での暮らしを体験できる滞在型のプログラムを開発します。
- ・ハーブの栽培・採取から利用まで一貫して体験できるプログラムを充実させます。

③体験農園（果樹園）の拡張

- ・人気の高い果物の収穫体験等の更なる充実に向けて、果樹園を拡張します。

- ④プログラムの充実に合わせて農体験フィールドの拡張検討
 - ・通年での体験プログラムや滞在型のプログラムの充実による、来訪者の変化にあわせ、農体験フィールドの拡張を検討します。
- ⑤施設更新にあわせた施設の移設・集約化検討
 - ・老朽化状況を鑑みて農の家を更新する際には、利用者の利便性を高めるために施設の移設や集約化についても検討します。なお、施設設計を行う際には農や里山の景観に配慮した建築デザインとします。

農を**食べる**

《飲食機能》

宮代産の食材を使った料理が楽しめる場として、カフェが設置されているものの、限られた調理スペースのため、提供できるメニューも限定的になっています。一方で、新しい村を訪れた際にはカフェを利用したいという声も多く、web アンケートによると、休日などに出かける目的地を決める上で、食は大きな選定理由となっています。

また、コロナ禍をきっかけに自然の中でゆったりと過ごせる環境が再評価されていることも踏まえカフェが担っている自然の中で農を食べて楽しめる飲食機能の強化を図ります。

写真

【Action】

- ①宮代産の農産物を活用したメニュー開発
 - ・地産地消の更なる推進や食育のために、地域の生産者と連携して宮代産の農産物を活用したメニューの開発を継続的に行います。直売所やカフェで販売する際には、案内するポップやメニューに関しても、新しい村による開発商品であることをアピールするために、共通化したデザインとします。
- ③厨房、販売スペースのレイアウト再編・改修
 - ・宮代産を活かしたメニューの販売に向けて、厨房スペースの機能強化を図るため厨房、販売スペースのレイアウトを再編するとともに、必要に応じて施設改修を行います。
- ④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検討
 - ・老朽化状況を鑑みて森の市場や森のカフェを更新する際には、食を通じて農を楽しむようにカフェの拡張や農家レストランとしての整備についても検討します。なお、施設設計を行う際には農や里山の景観に配慮した建築デザインとします。

《直売所機能》

宮代産の農産物を中心とした商品を購入できる場所として、森の市場結があります。新しい村の機能の中でも、最も利用されており、特に平日は近隣住民の買い物場所にもなっています。一方で、商品を出品する生産者の視点からは、使いにくさやスペースの狭さに対する意見があります。

そのため、直売所としての機能は維持しながら、施設の拡張や利用しやすいレイアウトへの再編等により、施設の利便性・快適性の向上を図ります。

写真

【Action】

①プライベートブランドの開発

- ・地域の生産者と連携して、新しい村で出品される商品を中心にプライベートブランドとして共通のパッケージデザイン化をするとともに、継続的な商品開発を行います。

②地場製品の充実

- ・就農支援の条件設定による新規就農者からの出品を促すとともに、地域の農業生産者への声掛けを行いつつ、指定管理者の自社栽培を拡大することで、地場産品を充実させます。

③商品ポップ・メニューのデザイン見直し

- ・デザインコードの考え方を踏まえて、商品ポップやメニュー案内のデザインを見直し、建築デザインとあわせた一体的な空間づくりを進めます。

④売場レイアウトの再編

- ・出品する生産者にとっても、買い物客にとっても利用しやすい施設とするために、売り場レイアウトを再編し、宮代産の商品とその他仕入品を見分けやすい商品配置とします。

⑤森の市場の改修

- ・利用者の安全性、利便性を確保するために、森の市場を改修します。施設の改修を行う際には、農や里山の景観に配慮した色調の採用や自然素材の活用を検討します。

⑥施設更新にあわせた直売所の拡張検討

- ・老朽化状況を鑑みて森の市場を更新する際には、将来の利用ニーズを考慮しつつ、ユニバーサルデザインへの対応やゆとりある通路を確保するとともに、適切な陳列スペースを確保するため、直売所の拡張を検討します。

⑦駐車場の集約化・拡張検討

- ・施設の更新にあわせた利用動線の変化や利用ニーズ等を考慮し、適切な規模の確保に向けて、分散する駐車場の集約化や拡張について検討します。

《加工機能》

農のあるまちづくりの拠点として、6次産業化の推進が求められています。また、生産者からも、自由に利用できる加工機能を求める意見があります。

そのため、生産者や市民農園利用者が利用できる加工機能の導入を検討します。

写真

【Action】

①施設更新にあわせた加工施設の導入検討

- ・老朽化状況を鑑みて森の市場等を更新する際には、生産者や市民農園利用者等の利用ニーズ等を考慮しつつ、6次産業化の更なる推進に向けた加工施設の導入を検討します。

農に滞在する

《滞在・宿泊機能》

本町では、東武動物公園や新しい村など1つの目的地を訪ねるだけでなく、施設来訪者へのアンケート調査においても、宿泊機能を求める声があります。体験プログラムを観光につながる動きや宿泊機能を求めるニーズを踏まえ、一定期間滞在しながら農や里山の暮らしを体験できる、滞在機能の導入を検討します。

写真

【Action】

①芝生広場のキャンプサイト利用の実証実験

- ・滞在・宿泊機能導入の目的の整理と、それに対する費用対効果を見極めるため、芝生広場のキャンプサイトとしての運営に関する実証実験を行います。

②講座や体験プログラムの実施

- ・滞在型の観光・交流の促進に向けて、町内の施設と連携して、夜間も楽しめる講座や体験プログラムを検討します。

③屋外トイレの整備検討

- ・市民農園利用者や施設利用者等の利便性・快適性の向上に向けて、終日利用できる屋外トイレの整備について検討します。

④宿泊機能の導入検討

- ・芝生広場のキャンプサイト利用の実証実験等を踏まえて、官民連携手法の活用も考慮しながら、宿泊機能の導入について検討します。

《広場・集会所機能》

新しい村は、農のある風景を継承する施設となっています。コロナ禍をきっかけに自然の中でゆったりと過ごせる環境が再評価される中で、近隣だけでなく都内などからの来訪者も増えています。一方で、広場や集会所等をイベント等に利用しにくいといった声もあります。

そのため、広場・集会所としての機能は維持しながら、より柔軟に利用しやすい仕組みを構築し、地域で積極的に活用できる環境づくりを図ります。

写真

【Action】

- ①芝生広場の BBQ 場としての活用
 - ・直売所の商品等を購入して楽しめるように、時間等を指定した上で、芝生広場を BBQ サイトとして活用します。
- ②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
 - ・地域住民等がプログラムを企画し開催できるように、芝生広場や村の集会所をより柔軟に利用できるルールづくりをします。
- ③水遊びエリアの整備
 - ・家族連れの来訪者や地域の子供たちが集まり楽しめるように、水遊びエリアを整備します。
- ④施設更新にあわせた施設の移設・集約化検討
 - ・老朽化状況を鑑みて村の集会所を更新する際には、利用者の利便性を高めるために施設の移設や集約化についても検討します。

地域連携・PR

《観光周遊促進機能》

本町には、観光目的地となる施設が複数あるものの、施設間の連携が十分に図られていません。そのため、新しい村に町内の回遊性を高める窓口機能を設置するとともに、周辺施設との連携促進を図ります。

写真

【Action】

- ①周辺施設との連携
 - ・町内の回遊性を高めるために、建築が有名な笠原小学校や、家族連れを中心に多くの来訪者がいる東武動物公園等、知名度が高く集客力のある周辺施設と更なる連携を進めます。
- ②観光窓口機能の設置検討
 - ・町内の回遊促進に向けて、町内の見どころを紹介・案内するとともに、新しい村等での体験プログラムを紹介する情報発信コーナーの設置を検討します。
- ③回遊を促す動線の環境整備検討
 - ・町内の回遊を促すため、主たる施設を結ぶ道路等について、安心・快適に歩ける歩道の整備や植栽の配置による連続した景観づくりを検討します。

《情報発信機能》

関東圏在住者を対象に行ったアンケート調査によると、90%以上の人に新しい村が認知されていない状況です。また、新しい村の名称からは、本来の施設イメージや体験できる価値が適切に伝わっていない状況です。

そのため、本計画において PR 戦略を整理するとともに、新しい村のキャッチコピーを設定し、認知度の向上を図ります。

写真

【Action】

①PR 戦略の実行

- ・本計画の第7章で整理する PR 戦略に基づき、知名度の向上に向けた施策を多様な主体と連携して実行します。

②キャッチコピーの設定

- ・新しい村で過ごせる時間を端的に示すキャッチコピーについて、地域住民や利用者から公募し、採用したキャッチコピーを PR 活動に活用します。

③情報発信ツールの共通デザイン化

- ・デザインコードの考え方を踏まえて、PR や広報に活用する情報発信ツールについて一体的なデザインとなるようデザインフォーマットを作成します。



第5章

第5章 将来の平面プラン

1. 将来の全体ゾーニングのイメージ

1-1 機能配置の考え方

本施設は、本町の掲げる「農のあるまちづくり」を具現化する施設として、農業の魅力を発信し、農の価値を高めるとともに、町にとってのにぎわい創出を図る役割を担っています。そのための機能として、育苗施設やライスセンター（乾燥調製施設）等の宮代の産業としての農を支える機能、村の集会所や農の家に加え、ほっつけ田や水田、ハーブガーデン、体験農園、市民農園等の農や自然体験を通じた、自然学習・コミュニティの活性化を促す機能、森の市場結や森のカフェ等の宮代産の農作物の地産地消を推進する機能を有しています。

これらの既存の機能を継承しながら強化していくために、コンセプトに基づき、「本気で取り組む」と「気軽に楽しむ」の2つの視点から機能配置を見直します。

機能配置と拠点形成

「本気で取り組む」の視点から、「本気で農業に取り組むエリア」として、農家への支援就農希望者の教育研修などを行う機能を敷地西側に配置します。「気軽に楽しむ」視点から、「農や自然の中で過ごす時間を楽しむエリア」として、農や自然の中で過ごす時間を楽しめる直売所や飲食店、芝生広場等を中心とした機能を、敷地東側に配置します。本気で取り組む層も、気軽に楽しむ層も共通して利用し、両者の交流を促進することを想定し、「農に触れる体験をするエリア」として、体験農園や市民農園を中心とした機能を、敷地の中間に配置します。

「本気で農業に取り組むエリア」及び「農や自然の中で過ごす時間を楽しむエリア」において、既存施設の更新にあわせた機能強化等により、活動の中心となる拠点を形成します。この2つの拠点を中心に体験を軸とした交流を促進することで、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機能強化を図ります。

動線計画

本施設は、北側の東武動物公園に接続する南北軸の道路がアクセスする上でのメイン動線となっています。また、東西軸の道路は3つのエリアを横断するため、各エリアへの利用動線として重要です。そのため、施設の更新やレイアウトの再編を行う際にも、2つの道路を中心とした動線計画とし、本施設の象徴である田園風景を感じられるように配慮します。



図 37 施設全体の機能配置

(1) 本気で農業に取り組むエリア

現在、育苗施設やライスセンター（乾燥調製施設）等が配置されるとともに、株式会社新しい村による自社栽培が行われている農地があります。約 3 万枚の育苗の生産やライスセンター（乾燥調製施設）の管理・運営など、地域農業の支援を行っています。魅力アップにあたり、これまでの地域農業の支援に加え、就農希望者の教育や研修の場としての機能を導入することで、町における就農者の増加、ひいては直売所での宮代産農産物の確保を図ります。

(2) 農に触れる体験をするエリア

現在、登録制の市民農園や、気軽に農業に触れられる体験農園、これらの活動を支援する村の集会所や農の家が配置されています。魅力アップにあたり、これまでの機能は継続しながら、多様なニーズへの対応に向けた農園區画のレイアウト再編などを行うとともに、体験イベントや講習会等の拡充に向けた農園の拡張を検討します。

(3) 農や自然の中で過ごす時間を楽しむエリア

現在、本町の農作物やそれらを利用した商品等を提供する、森の市場結や森のカフェが配置され、施設の中心的な役割を担っています。また、かつての農業スタイルを体験できるほっつけ田に加え、芝生広場や調整池も配置され、山崎山に隣接する等、農や自然を感じることで空間を提供しています。魅力アップにあたっては、既存の環境を大事にしながら、より柔軟に空間を活用できるような仕組みづくりを進めます。また、新しい村でのアクティビティや町の回遊、滞在・宿泊場所の情報を提供します。

1-2 既存の自然環境への敬意と配慮

本施設の機能強化にあたり、施設や農園の再編等を、中長期的に行っていくことが想定されます。その際にも、農のあるまちを具現化する施設として、本町の里山の風景を形成する地域資源を大切にしていきます。

農や里山を感じられる景観に配慮した建築物や、敷地内に自生する貴重な種を含む植生などに配慮した整備を行います。

コラム：ほっつけ田の歴史

当該敷地の東側に位置するほっつけ田は、江戸時代ごろ造成され、その後開削等により形成した笠原沼を指します。笠原沼は窪地であったため、串歯状に堀を掘り、その土をかさ上げすることで耕作面としたことから、ホツツケと呼ばれる堀が数多く残る水田となりました。ほっつけ田はその歴史と美しい田園風景から、市民に親しまれてきました。



2. 各施設における平面プランイメージ

各エリアにおいて、中心的な役割を担う施設について、導入機能の考え方を整理します。

2-1 育苗施設

(1) 基本的な考え方

育苗施設は、「本気で取り組むエリア」の拠点としての役割が期待される施設です。

現状としては、育苗の生産工程に係わる緑化室、出芽室、作業室、箱・床土置き場及び、株式会社新しい村が利用する事務室から構成されています。これまでも、育苗による地域農家の支援や株式会社新しい村による農作業など、「農」のあるまちづくりを実践する上での拠点となってきた施設です。一方で、施設整備から時間が経過し、播種プラントの老朽化等が課題となっています。育苗のニーズなどもあることから、生産能力を維持・強化していくためにも、適切な更新が必要です。

農業の担い手不足が全国的な課題となっている中で、農業分野においてもスマート化なども進行しています。そのため、これまで担ってきた役割を継続しながら、施設の更新に合わせて、スマート農業や持続可能な農業等にも対応した農業教育や研修機能の強化を図ります。

(2) 機能配置の方向性

基本的な考え方に基づき、育苗関連施設の更新とあわせて、育苗の栽培等を行う「栽培エリア」、就農希望者や生産者同士の技術伝達・交流を行う「研修エリア」、株式会社新しい村が事務所として利用する「管理エリア」の3エリアに区分した機能配置を図ります。

作業上の利便性を考慮し、栽培エリアはライスセンター（乾燥調製施設）と近接させ、研修エリアは栽培エリアと管理エリアの中間に配置することとし、施設利用のために訪れた農家や研修参加者の交流促進を図ります。また、管理エリアは、新規就農者等の窓口機能も果たすため、研修エリアに接続する位置に配置します。

「栽培エリア」は、株式会社新しい村の社員や農家、「研修エリア」は研修生、「管理エリア」は株式会社新しい村の社員など、各エリアによって利用者が異なることが想定されます。そのため、駐車場から各機能へとアクセスできるように動線を設定します。

栽培エリア

- ・栽培エリアは、緑化室、出芽室、作業室及び箱・床土置き場の機能からなります。
- ・既存の機能配置を踏まえて、生産工程に沿った機能配置とします。
- ・利便性を確保するために、栽培エリアの各機能に対して駐車場からアクセスできるような機能配置とします。
- ・作業室は、プラント置き場や箱詰め等、生産工程ごとに多様な使われ方が想定されるため、出芽室や箱・床土置き場と隣接させ作業効率の向上を図ります。

研修エリア

- ・研修エリアは、新規就農に向けた教育・研修のための研修室と、スマート農業に関する研修・実習を見据えたシステム室の機能からなります。
- ・研修室は、教育・研修プログラムの管理・運営のための事務室からの動線と、研修生によるシステム室や農機具倉庫に利用を想定した動線とします。

- ・システム室は、育苗にあたっての温度管理等を行うことも想定されるため、緑化室や出芽室にアクセスしやすい配置とします。
- ・農機具倉庫は、株式会社新しい村の社員に加え、研修生なども利用することが想定されるため、研修室や作業室に加え、駐車場からもアクセスしやすい配置とします。

管理エリア

- ・管理エリアは、事務室の機能からなります。
- ・株式会社新しい村の事務作業に加え、研修エリアでの教育・研修の管理・運営を担うことが想定されるため、駐車場及び研修エリアと隣接した配置とします。
- ・本施設を初めて訪れる人から見た、主要な道路からの分かりやすさを考慮した配置とします。

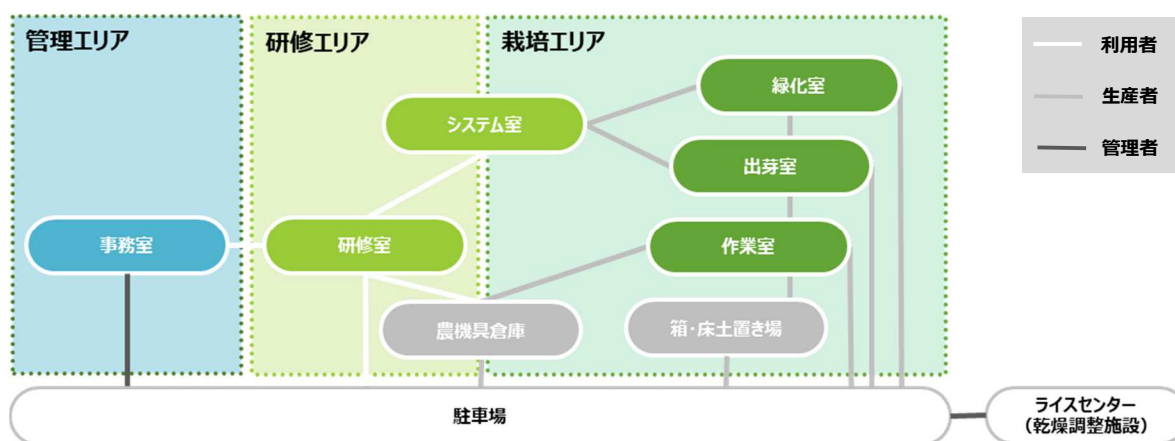


図 38 育苗施設機能構成図

2-2 村の集会所

(1) 基本的な考え方

村の集会所は、敷地の中央に位置しており、農や食をテーマとした体験事業や講座、イベントを行う上での拠点としての役割が期待される施設です。

現状としては、多目的な利用が可能な1つの諸室からなり、そこにトイレや調理場等の設備を備えています。これまで、料理教室や農体験婚活イベントや会議、パーティ等の会場として利用されてきました。農にとどまらず、多様なテーマによる交流の場となっています。設備や施設の更新が早急に求められる状況ではありませんが、地域による更なる利活用を促進していくことが求められています。

これまで、村の集会所が担ってきた交流の場としての役割を継続していくために、施設の更新が必要になった際にも、社会情勢を考慮しながら既存の機能を継承していくことを基本とします。

(2) 機能配置の方向性

既存の村の集会所と同様に、駐車場から多様な利用が想定されるイベントスペースにアクセスできるようにし、イベントスペースから、調理場等を含む作業場、作業場から倉庫へとアクセスできる機能配置とします。

- イベントスペースは、食をテーマとしたイベントや収穫体験後の調理等を想定し、作業場と一体的な空間として利用できるように機能を配置します。倉庫は、イベントで用いる備品や農機具等を保管することを想定し、作業場へと道具を持ち運びしやすい配置とします。

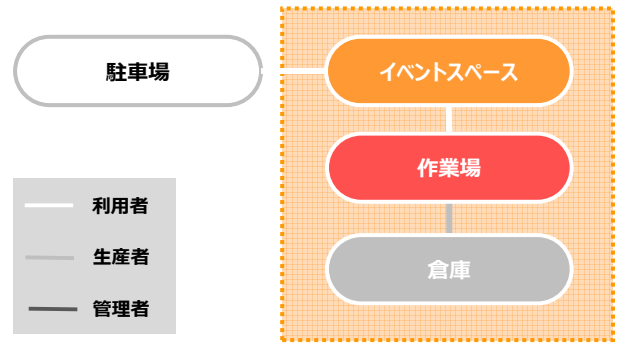


図 39 村の集会所機能構成図

2-3 農の家

(1) 基本的な考え方

農の家は、敷地の中央に位置しており、村の集会所に近接しています。農園利用者の活動の支援や交流を促進する役割が期待される施設です。

現状としては、市民農園や体験農園の利用者や管理・運営主体である株式会社新しい村の社員が利用することを想定した作業場、休憩所、事務室、更衣室、農機具倉庫からなります。施設整備から約 20 年が経過し、市民農園利用者の利便性、快適性の向上に向けた農機具庫の設備更新など、施設の老朽化への対応が求められています。

これまで、農の家が担ってきた交流の場としての役割を継続していくために、施設の更新が必要になった際にも、社会情勢を考慮しながら既存の機能を継承していくとともに、地域の農家が利用できる加工機能の導入を検討し、機能強化を図ります。

(2) 機能配置の方向性

既存の農の家と同様に、市民農園からの動線を想定し、作業場、休憩所、更衣室、農機具倉庫へのアクセスできる機能配置とします。

- 作業場は、市民農園利用者の利便性向上を図るとともに利用後の交流も見据えて、休憩所と隣接した配置とします。
- 休憩所は、農体験参加者や市民農園利用者の休憩、交流を促すとともに、運営上の対応を考慮し、事務室と隣接した配置とします。
- 更衣室は、作業前後の休憩や利用者同士の交流を考慮し、休憩所と隣接した配置とします。
- 農器具庫は市民農園から直接利用することを想定した配置とします。

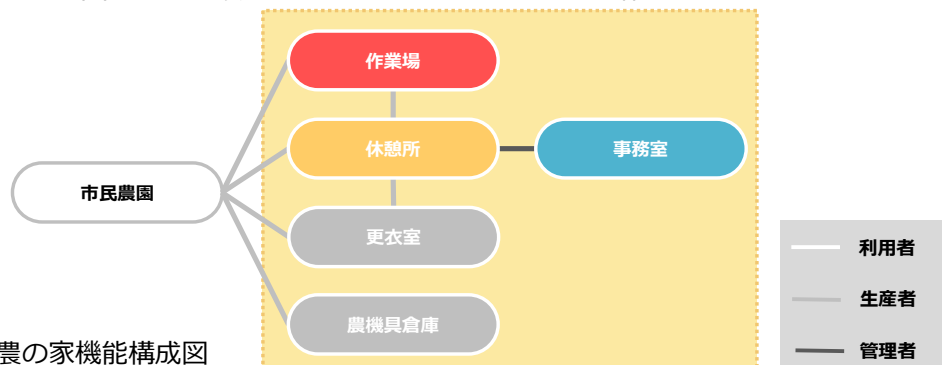


図 40 農の家機能構成図

2-4 森の市場「結」

(1) 基本的な考え方

森の市場「結」は、「気軽に楽しむエリア」の拠点としての役割が期待される施設です。現状としては、直売所やカフェ等の食や買い物を通じて、気軽に農を楽しめる機能に加え、それらを管理する事務室や荷捌き所等から構成されています。新しい村を訪れる多くの人が直売所やカフェを利用しており、施設のにぎわい創出に大きく貢献している施設です。

一方で、施設の設置から20年以上が経過し、施設の老朽化が進行するだけでなく、社会ニーズの変化などから、施設や駐車場の狭さやトイレの臭い等の改善が求められています。

そのため、直売所のレイアウトの再編や機能強化を図りながら、デッキや芝生広場を活用したアクティビティの充実を図りつつ、機能更新の際には施設規模の拡大や村の集会所、農の家との集約化も検討するとともに、本施設だけでなく本町を楽しむためのコンシェルジュ機能の導入についても検討する等、機能強化を図ります。

(2) 機能配置の方向性

基本的な考え方に基づき、施設内のレイアウト再編や施設更新とあわせた機能強化を通じて、地域の農産物を購入できる「販売エリア」、地域の農産物を食べて楽しめる「飲食エリア」、本施設の運営を支えるとともに、アクティビティの案内や町全体の観光情報を発信する「管理エリア」の3エリアに区分した機能配置を図ります。

エントランスとして、情報を案内するために、管理エリアを中心に配置しつつ、駐車場やデッキ・芝生広場からも各エリアにアクセスできる配置とします。

販売エリア

- ・販売エリアは、農産物を気軽に買って楽しめる直売所機能を有し、地場産品の販売と仕入れ品の販売スペース、レジスペースから成ります。
- ・地場産品と仕入れ品が見分けやすいように、それぞれの棚を区分したレイアウトに再編します。
- ・地場産品の販売スペースは、買い物時に地場産品に目が着くように、駐車場やエントランスからまずアクセスする位置に配置します。
- ・レジスペースは、地場産品のスペース、仕入れ品のスペース、どちらからも利用しやすく、エントランスに接続した位置に配置します。

管理エリア

- ・管理エリアは、他のエリアにアクセスするエントランスに加え、事務作業を行う管理室や棚出し・陳列等のための荷捌き所、倉庫からなります。
- ・エントランスは、施設の入り口としてデッキや芝生広場からまずアクセスできるとともに、販売エリアや飲食エリアへと誘導する配置とします。
- ・管理室は、BBQなどをはじめとしたアクティビティの案内を行うとともに、必要な備品等の管理を行うことを想定し、エントランスからアクセスしやすくしつつ、倉庫と隣接した配置とします。
- ・荷捌き所は、生産者などが持ち込んだ商品等を確認した上で、倉庫において一次保管することを想定し、倉庫に隣接した配置とします。また、搬入時の利便性を考慮し、関係者用駐車場から直接アクセスできる配置とします。

飲食エリア

- 飲食エリアは、農を食べて楽しむための飲食機能を有し、食事をする飲食スペース、商品を調理するための厨房やバックヤード、利用者自身が本施設で収穫した農産物の簡易的な調理が可能な調理スペースからなります。
- 飲食スペースは、エントランスからアクセスできるとともに、デッキ等の屋外空間を含む配置とし、農や里山に囲まれた空間を楽しむようにします。
- 厨房スペースは、提供する商品を調理する場とし、飲食スペースや調理スペースと隣接した配置とします。また、利便性向上のため関係者用駐車場から直接アクセスできるバックヤードと隣接した配置とします。
- 調理スペースは、イベント時などには厨房スペースとも連携できるように隣接した配置にするとともに、調理したものをその場で食べられるように飲食スペースと隣接した配置とします。

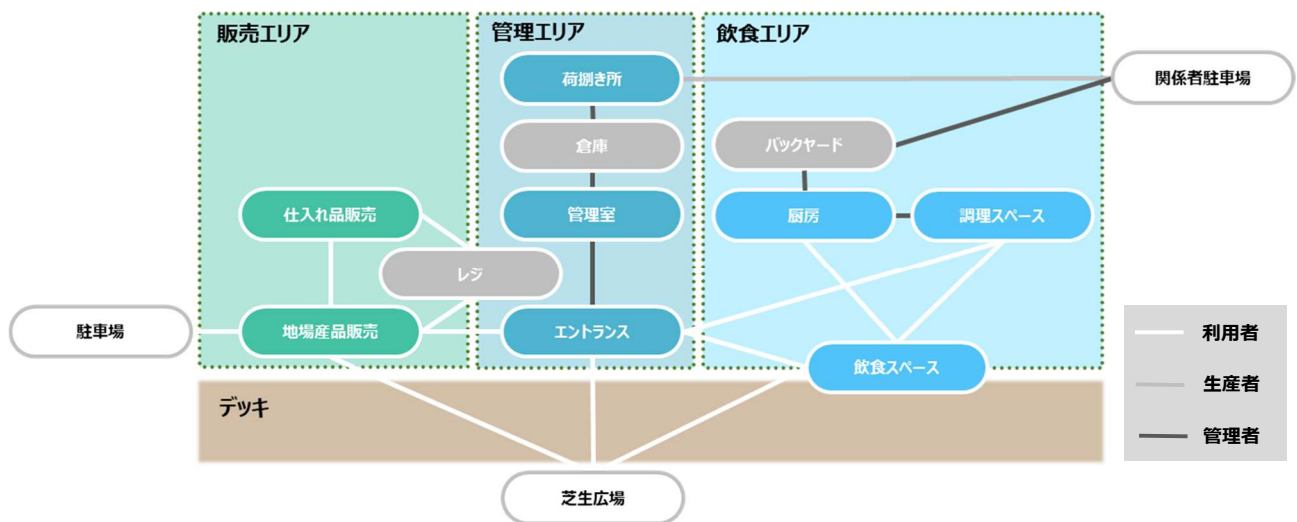


図 41 森の市場結機能構成図

第 6 章

第6章 事業手法の検討

機能強化に向けたアクションを実施していくためには、町や指定管理者だけでなく多様な主体との連携が重要です。そのため、各方策を実施する上での役割分担や新しい村の運営にあたっての事業スキームについて、考え方を整理します。

1. 各方策の役割分担

1-1 基本的な考え方

新しい村は、町が指定管理者を指定し協定を締結した上で、指定管理者による運営が行われています。現在は、株式会社新しい村が指定管理者となっています。

そのため、新しい村の魅力アップに向けても指定管理者との連携を密に行っていくことを基本とし、これまで提供してきたサービスの維持・拡充にあたっては、株式会社新しい村を中心に地域の生産者や活動団体、町と連携を強化します。一方で、新しい機能を導入する際には、ノウハウ等が少ないことから、その機能を用いたサービス運営を専門とする民間事業者等との連携を検討します。

また、新しい村は開設より20年が経過し、これから建築物の建替え時期を迎えてきます。日常的な点検や修繕対応は指定管理者が行うこととし、大規模修繕や施設の更新の際には、町が主導しながら、民間活力の導入も見据えた検討を行い、必要な機能を備えた適切な規模の建築物へと更新します。

1-2 各主体に期待する役割分担

上記の考え方にに基づき、指定管理者である新しい村が中心となりながら、多様な主体との連携を強化することで、新しい村の魅力アップを図ります。各機能によって、アクションの展開にあたり中心となるべき主体や連携すべき主体が変わります。そのため、アクションプランの着実な実施に向けて、機能別に各主体に期待する役割について、あらかじめ提示します。

【機能×主体別の期待される役割の整理】

	宮代町	新しい村 (指定管理者)	生産者	地域住民 /地域団体	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 ・農機具庫の設備更新	・市民農園區画の再編	・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 ・共通デザインの監修
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、集会所の利用ルールづくり	・芝生広場、集会所の利用ルールづくり ・BBQ場の運用 ・各種プログラムの実施	・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 ・BBQ場の運用

※地域連携・PR は別途第7章で役割分担を整理。

2. 魅力アップに向けた事業スキームの考え方

2-1 機能導入・運営にあたっての官民の役割分担

本計画により強化を図っていくべき機能は、大きく、公益性が高く収益性が低くても公共として担保すべき機能と、公益性もあるが収益性が見込める機能があります。


この公益性と収益性を踏まえ、官民の役割分担の視点から、各機能を「①公共がコストを負担する機能」、「②事業収益を充てながら、公共としても一部コストを負担する機能」、「③事業収益により、民間事業者がコストを負担する機能」の3つの類型に区分します。

2-2 新しい村で確保すべき機能に応じて想定される事業手法

3つの類型から、想定される事業手法の関係を整理したものが以下の表です。

上段2つの事業類型は公共事業となり、直営での事業実施や指定管理者制度の活用が考えられます。一方で、下段の事業類型は民間事業者に委ねる事業となり、公共事業と連動して展開するためには、定期借地権による貸付けやPFI、コンセッション等の事業手法の活用が想定されます。

そのため、官民連携による事業実施を基本と、既存の公共事業の枠組みの中でできる機能強化を行う場合は「指定管理者制度の活用」、既存の枠組みを越えて機能強化を行う場合は、定期借地権による貸付けやPFI、コンセッション等を合わせて行う必要があります。

公益性・収益性のバランス	官民の役割分担からみた類型	該当する機能	想定される事業手法
公益性高  収益性高	① 公共がコストを負担する機能 公共事業	<ul style="list-style-type: none"> ・アグリ部門（育苗、農作業受託等） ・結の里 / 村の集会所 ・ほっつけ農遊塾 / 田んぼ学校 ・加工機能 ・芝生広場 / ハーブ園 ・観光周遊促進 	直営事業 指定管理者制度
	② 事業収益を充てながら、公共としても一部コストを負担する機能	<ul style="list-style-type: none"> ・情報発信 ・1日農業体験 ・森の市場結 ・飲食サービス（森のカフェ） 	
	③ 事業収益により、民間事業者がコストを負担する機能 民間事業	<ul style="list-style-type: none"> ・農業教育・研修機能 ・滞在・宿泊機能 	PFI コンセッション 定期借地権

2-3 想定される官民連携による事業手法の比較検証

現在まで指定管理者制度を活用してきた経緯から、指定管理者制度を中心とした運営を基本とします。その上で、上記の整理を踏まえて想定される官民連携による事業手法として、「①指定管理者による全事業の運営」、「②指定管理者による既存機能の運営+民間事業者への貸付による新規機能の運営」の2つの方法が想定されます。そのため、この2つの事業手法について比較検証します

①の場合、一貫して新しい村の運営を指定管理者が行うことになり、ワンストップでの運営が可能ですが、新たな機能の実装にあたり、専門事業者による指導を依頼することも想定されますが、人員確保も同時に行う必要があります。②の場合、新たな機能の運営は専門事業者に委ねることで、既存の人員などで対応しきれない機能強化も可能となりますが、既存の機能との連携を町も関与しながら事業者間で調整し、進めていく必要があります。

そのため、町としても深く関わりながら指定管理者と共に、公共事業として全事業を展開していく場合①を、既存の指定管理者の負担を抑えながら新たな機能を導入し魅力アップを図っていく場合②を採用することを基本方針とし、新たな機能の導入について検討する際に、本事業に最も適した事業手法を決定します。

	①指定管理者による全事業の運営	②指定管理者による既存機能の運営+ 専門事業者への貸付による新規機能の 運営
事業 スキーム図		
概要	<ul style="list-style-type: none"> 町が必要な施設を整備し、本町の公共施設として、指定管理者制度による管理・運営を株式会社新しい村に委託する方式。 既存の指定管理者が指定管理を継続し、新たな誘導する機能に関して、専門事業者が整備・運営等を指導する。 アグリ事業については、連携は図りつつ別事業として委託することも想定される。 	<ul style="list-style-type: none"> 維持・継続する機能については、本町の公共施設として、指定管理者制度による管理・運営を株式会社新しい村に委託し、新たに誘導する機能については、土地を専門事業者に貸付け、民間事業として実施する方式。 指定管理者と専門事業者との連携を図る機会をつくることで、各機能間の連携を強化することも想定される。
根拠法	<ul style="list-style-type: none"> 地方自治法 	<ul style="list-style-type: none"> 借地借家法
官民役割 分担	<ul style="list-style-type: none"> 資金調達：町 設計・建設：町 施設所有：町 管理運営：新しい村 運営指導：専門事業者 	<ul style="list-style-type: none"> 資金調達：専門事業者 設計・建設：専門事業者 施設所有：専門事業者 管理運営：専門事業者
事業期間	<ul style="list-style-type: none"> 3～5年程度 	<ul style="list-style-type: none"> 10年～50年
事業継続性	<ul style="list-style-type: none"> 指定管理の期間内に、民間事業者の判断により事業撤退がされることはない。 	<ul style="list-style-type: none"> 専門事業者による事業継続の判断がされる。

民間事業者 の柔軟性	<ul style="list-style-type: none"> 要求水準書、仕様書等の中での裁量となり自由度が限られる。 	<ul style="list-style-type: none"> 公有地を活用する公的な意義は必要であるが、民間事業者の自主事業として行われるため、自由度が高い。
町の関わり	<ul style="list-style-type: none"> 要求水準書、仕様書等により、町としての意向を反映できる。 施設整備等を行う場合、大きな投資が必要。 	<ul style="list-style-type: none"> 定期借地契約を行う際に、一定程度行政としての意向を反映できる。 町として、地代収入を得ることができる。 施設整備にあたって、都市計画上の手続きが必要になる可能性がある。
地域との 関わり	<ul style="list-style-type: none"> 従来指定管理者が実施するため、地域との関係性を維持して行える。 	<ul style="list-style-type: none"> 専門事業者と地域との関係性を構築する必要がある。

第7章

第7章 PR 戦略

1. 基本的な考え方

1-1 PR 戦略の必要性

新しい村は、都心からのアクセス性の高い立地でありながら、農や里山に囲まれた環境を提供している施設です。また、新型コロナウイルス感染症の拡大をきっかけに、自然環境やオープンスペースが再評価されており、こうした状況も後押しして、町外、県外からの来訪者も増加しています。

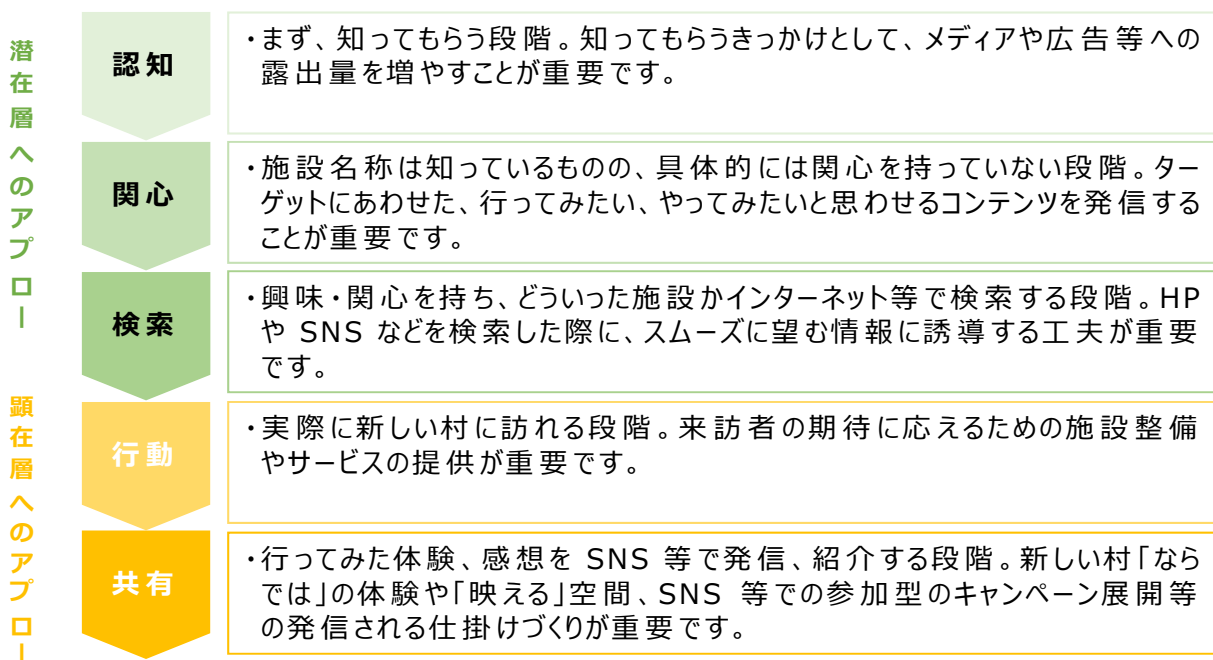
一方で、昨年度調査した、関東在住者を対象とした web アンケート調査では、新しい村の認知度は 10%以下となっています。そのために、新しい村の存在やそこで体験できることを知ってもらうことで、今以上に、集客が期待できるポテンシャルがあると考えられます。

これまで、各種イベントの広報や施設 HP の運営等、PR アクションは行われてきましたが、多様な主体で連携し、呼び込みたい層に向けた PR 効果を高めるために、PR 戦略として考え方を整理します。

1-2 基本的な考え方

新しい村は、多様なサービスを提供しており、結果として、施設の来訪者も目的に応じて多様な属性となっています。そのため、PR を行う際にも、ターゲットを整理した上で、それぞれのターゲットに響く方法や PR 内容を選ぶ必要があります。

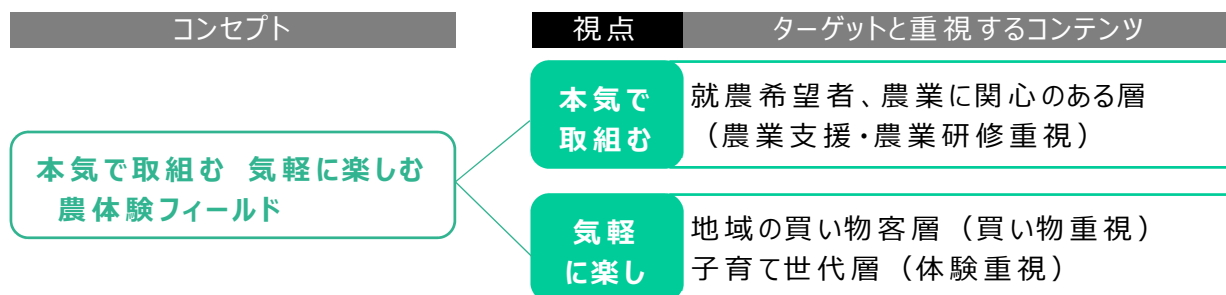
また、消費者が商品やサービスを購入するまでには、複数の行動プロセスを辿ると言われています。この行動プロセスを認識し、各プロセスに応じた効果的な PR 施策を行っていくことが重要です。そこで、商品の PR だけでなく、自治体のシティプロモーションにも用いられる、「AISAS」という購買行動モデルのフレームに従い、各プロセスにおける PR アクションを整理します。AISAS は、web での調査・検索等の行動を想定したモデルであり、認知、関心、検索、行動、共有の 5 つのプロセスから成ります。



2. ターゲット設定の考え方

コンセプトで示した「本気で取組む」「気軽に楽しむ」の2つの視点からターゲットを設定します。農業として関わる人を増やすことを目指す「本気で取組む」の視点から、就農を希望する人や農業に関心のある層をターゲットとします。また、農に触れるきっかけを広げていくための「気軽に楽しむ視点」から、従来の利用状況を踏まえて、平日に多く見られる地域の買い物客層及び、休日に多く見られる子育て世代層をターゲットとします。

設定した3つのターゲットごとに、購買行動プロセス別にPRすべきコンテンツを整理し、それぞれに向けた施策を展開します。



3. ターゲット別のPRアクション

3-1 各ターゲットへのアプローチの考え方

就農希望者や農業に関心のある層へのアプローチ

就農を希望している層は、就農や農業学校等のキーワードで検索していると考えられます。また、実際に農業を始めるにあたって抱えている不安事項を、新しい村でならば解消できると判断してもらうことが重要です。

そのため、各地のJAや農業関連ポータルサイトなどから、新しい村の情報へと誘導を図れるように、連携を進めるとともに、新しい村では研修等を通じてどういったことを学べるか、また農家として働き始めた際にどのような支援を受けることができるかを具体的にイメージできるように伝えることを目指します。

農業に関心のある層は、自身で栽培・収穫してみたいと考えていると想定されます。SNS等に加え、電車の中吊りや農業関連ポータルサイトなどへの広告やリンクを進め、新しい村の名称に触れる機会を増やしつつ、新しい村で行える農体験のプログラムや、市民農園に関するステップアップを図っていけるイメージを伝えることを目指します。

地域の買い物客へのアプローチ

地域の買い物客は、既に新しい村を知っている可能性が高いと考えられるため、いかに関心を持ってもらい、行きたいと思ってもらうことを重視したアプローチとします。

定期的な広報の発信等、受動的に知る機会を増やすとともに、日常的な買い物利用が想定されるため出品予定などを発信するとともに、SNSやHP等を訪れた人には新しい村ならではの商品や価値等、他施設との違いを伝えることを目指します。

体験を重視する子育て世代へのアプローチ

体験を重視する子育て世代は、子どもたちがどのような体験ができるか、実際にアクセスしやすいか立地かを、インターネットで検索し、他施設と比較しながら目的地を選択すると考えられます。

そのため、関東近郊における農体験等のキーワードを検索した際に、HP や関連情報のサイトが上位に表示される工夫や相互リンク等を進めるとともに、HP や SNS 等を通じて新しい村で体験できるコンテンツや過ごし方等の具体的なイメージを伝えることを目指します。

3-2 各ターゲットへの PR アクションのアイデア

各ターゲットへのアプローチの違いを踏まえて、今後想定される PR アクションをアイデアとして整理します。このアイデアをもとに、実行できるアクションから着実に実施していきます。

PR アクションのアイデア

		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	【継続的な取組】 ✓ 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		【新たに検討する取組】 ✓ 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	【新たに検討する取組】 ✓ 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	【新たに検討する取組】 ✓ 折込チラシの配布 ✓ ラジオ CM の実施	【新たに検討する取組】 ✓ フリーペーパーの作成・配布 ✓ 東武伊勢崎線沿線住
関心	共通	【継続的な取組】 ✓ 各種ツールによる情報発信内容、デザインの見直し		【新たに検討する取組】 ✓ 公募によるキャッチコピーの設定・活用
	対象別	【継続的な取組】 ✓ 研修内容の発信 ✓ 就農支援内容の発信 ✓ 研修体験記の発信 ✓ アグリ部門の活動内容の発信	【継続的な取組】 ✓ 農産物を利用したレシピの発信 ✓ 配送サービスの案内 【新たに検討する取組】 ✓ 日替わり一押し商品 ✓ 変わり種の紹介	【新たに検討する取組】 ✓ 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	【継続的な取組】 ✓ 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		【新たに検討する取組】 ✓ SEO 対策の推進 (検索キーワードの設定等)
	対象別	【新たに検討する取組】 ✓ 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	【新たに検討する取組】 ✓ 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	【新たに検討する取組】 ✓ 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	【新たに検討する取組】 ✓ 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		
	対象別	【継続的な取組】 ✓ 研修体験記などの発信 【新たに検討する取組】 ✓ 新規就農者同士の SNS グループづくり	【新たに検討する取組】 ✓ 農産物を活用した料理コンテストの開催	【新たに検討する取組】 ✓ 知人・友人への紹介キャンペーンの実施

3-3 PR アクション実施にあたって期待する役割

PR アクションの実施にあたって、株式会社新しい村が中心となりながら、具体的な PR アクションやその発信先に応じて、他機関や施設との連携が必要なアクションは町が中心に、既存の情報ツールの活用を行うものは新しい村が中心に、SNS 等による情報発信などは地域住民や施設の利用者にも協力いただきながら PR を行っていきます。

PR アクション実施にあたって期待する役割

	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

3-4 キャッチコピーの活用

新しい村という名称からは、実際の機能とは異なる施設をイメージしている人が多いことが分かりました。そのため、PR戦略を展開する際にはキャッチコピーを設定し活用することで、新しい村での体験や時間を伝えていくことを目指します。

キャッチコピーは、地域住民や利用者から公募することを基本とし、社会情勢の変化等に応じて見直しを図っていきます。また、本施設を知らない人にも、新しい村での体験や時間を正しく伝えるためにキャッチコピーを設定する際には、以下の条件に留意することとします。

- ①新しい村の提供価値が連想できる
 - ・ 農や里山をイメージできるキーワードもしくは、農体験や市民農園、買い物等、実際に体験できる内容がイメージできるキーワードを盛り込むこと。
- ②具体的なイメージが連想できる
 - ・ 新しい村を知らない人が見ることを前提とし、抽象的な表現でなく、具体的に新しい村の雰囲気やイメージできる内容とすること。
- ③端的な表現
 - ・ 具体的なイメージが連想できる内容としつつも、あくまでキャッチコピーとして、一度読めば覚えられる程度の長さの表現とすること。

第 8 章

第8章 事業スケジュール

1. 計画期間

本計画の計画期間は、2023年～2042年までの20年間とし、概ね10年が経過した段階で、社会情勢の変化等を踏まえて中間時の評価・見直しを行うこととします。

2. 事業スケジュール

第4章で整理した各アクションについては、緊急性や必要性等を踏まえながら、以下の事業スケジュールを進めていきます。

	機能	アクション	短期 (~2027)	中期 (~2032)	長期 (~2042)
農で働く	アグリ部門	①作業受託の継続	→		
		②人員の確保	→		
		③育苗施設の設備更新	→		
		④ライスセンター（乾燥調製施設）の設備更新検討		→	
		⑤その他農業関連施設の増設検討		→	→
	農業教育・研修	①指導者の育成	→		
		②担い手塾入塾前研修生の受け入れ	→		
		③研修圃場の整備		→	
		④研修用施設の整備検討		→	→
		⑤農業教育サービスの展開検討		→	
⑥新規就農者向け荷捌き所の整備検討				→	
農を趣味にする	市民農園	①有機農業講座等の実施	→		
		②市民農園区画の再編・増設		→	
		③農の家・農機具庫の設備更新検討			→
農を学ぶ	農業・自然学習	①通年型・滞在型の農体験・自然教育プログラムの充実	→		
農を体験する	農業体験	①通年型・滞在型の農体験・自然教育プログラムの充実（再掲）	→		
		②体験農園（果樹園）の拡張		→	
		③プログラムの充実に合わせた農体験フィールドの拡張検討		→	→
		④施設更新にあわせた施設の移設・集約化検討			→
農を食べる	飲食機能	①宮代産の農産物を活用したメニュー開発	→		
		②厨房、販売スペースのレイアウト再編・改修	→		
		③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検討			→
農を買う	直売所機能	①プライベートブランドの開発	→		
		②地場製品の充実	→		
		③商品ポップ・メニューのデザイン見直し	→		
		④売場レイアウトの再編	→		
		⑤森の市場の改修			
		⑥施設更新にあわせた直売所の拡張検討			→
		⑦駐車場の集約化・拡張検討			→
加工機能	①施設更新にあわせた加工施設の導入検討			→	

	機能	アクション	短期 (~2027)	中期 (~2032)	長期 (~2042)
農に 滞在する	滞在・宿泊機能	①芝生広場のキャンプサイト利用の実証実験	→		
		②講座や体験プログラムの実施	→		
		③屋外トイレの整備検討		→	
		④宿泊機能の導入検討		→	
		⑤滞在・宿泊案内窓口の設置検討		→	
	広場・集会所 機能	①芝生広場のBBQ場としての活用	→		
		②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	→		
		③じゃぶじゃぶ池の整備	→		
		④施設更新にあわせた施設の移設・集約化検討			→
	地域連携・PR	観光周遊 促進機能	①周辺施設との連携	→	
②観光窓口機能の設置検討				→	
③回遊を促す動線の環境整備検討				→	
情報発信機能		①PR戦略の実行	→		
		②キャッチコピーの設定	→		
		③情報発信ツールの共通デザイン化	→		

3. 施設修繕・更新の概算事業費

3-1 概算事業費試算に当たっての考え方

魅力アップに向けて、施設の修繕や更新にどの程度の費用が見込まれるか把握するため、概算事業を試算します。なお、全ての施設において耐用年数を迎えたタイミングで同じ規模の施設に建替えを行った場合を想定した、修繕費と更新費の試算となります。試算にあたっての条件は以下の通りです。

項目	内容																			
試算の対象	育苗施設、農業機械庫、ライスセンター（乾燥調製施設） 村の集会所、農の家 森の市場「結」、森の工房、荷捌き所																			
計画期間	宮代町公共施設等総合管理計画との整合を図るため、2060年までとします。																			
耐用年数	第2期公共施設マネジメント計画において、「全施設一律50年」としていることから、各施設50年としています。																			
大規模修繕時期	大規模修繕の実施時期は竣工後30年目とし、実施期間は1年間とします。																			
算出方法	更新費、大規模修繕費については「一般財団法人地域総合整備財団（ふるさと財団）」が提供している、「公共施設等更新費用試算ソフト」（平成28年1月）で採用されている下記の単価を用いて各施設の延床面積を乗じて算出します。 <table border="1" data-bbox="459 1019 1358 1205"> <thead> <tr> <th rowspan="2">試算対象</th> <th colspan="3">公共施設等更新費用試算ソフト</th> </tr> <tr> <th>建物分類</th> <th>更新費</th> <th>大規模修繕費</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>農の家、村の集会所</td> <td>市民文化系施設</td> <td>25万/㎡</td> <td>40万/㎡</td> </tr> <tr> <td>農業機械庫、荷捌き所</td> <td>行政系施設</td> <td>25万/㎡</td> <td>40万/㎡</td> </tr> <tr> <td>森の市場、森の工房、育苗施設 ライスセンター（乾燥調製施設）</td> <td>その他</td> <td>20万/㎡</td> <td>36万/㎡</td> </tr> </tbody> </table> <p>修繕費については、平成23年度から令和3年度にかけての実績値から、1年あたりの平均額を算出したものを各年の修繕費として計上します。なお、修繕費用には、上記施設以外のその他工作物（木製橋、井戸、ベンチ、パーゴラ等）修繕費用を含みます。</p>	試算対象	公共施設等更新費用試算ソフト			建物分類	更新費	大規模修繕費	農の家、村の集会所	市民文化系施設	25万/㎡	40万/㎡	農業機械庫、荷捌き所	行政系施設	25万/㎡	40万/㎡	森の市場、森の工房、育苗施設 ライスセンター（乾燥調製施設）	その他	20万/㎡	36万/㎡
試算対象	公共施設等更新費用試算ソフト																			
	建物分類	更新費	大規模修繕費																	
農の家、村の集会所	市民文化系施設	25万/㎡	40万/㎡																	
農業機械庫、荷捌き所	行政系施設	25万/㎡	40万/㎡																	
森の市場、森の工房、育苗施設 ライスセンター（乾燥調製施設）	その他	20万/㎡	36万/㎡																	
建替え期間	対象施設は全て木造もしくは軽量鉄骨造であり、延床面積が500㎡以下の比較的小規模な施設であることから、建替え期間は1年とします。																			

3-2 概算事業費

上記の考え方にに基づき試算すると、宮代町公共施設等総合管理計画の計画期間である2060年までの48年間に総額約5.2億円、1年あたりに平均すると約1,400万円かかる試算となります。また、本計画の計画期間である2023年～2042年でみまると、総額約4.1億円、年間約2,000万円かかる試算となります。

