

## ● 魅力アップに向けた事業スキームの考え方

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」、既存の枠組みを超えて機能強化を行う場合は、定期借地権による貸付けなどを合わせて行うことを基本とし、新たな機能の導入を検討する際に、本事業に最も適した事業手法を決定します。

### 確保すべき機能に応じた事業手法の考え方

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	公共事業	<ul style="list-style-type: none"> <li>結の里 / 村の集会所</li> <li>ほっつけ農遊塾 / 田んぼの学校</li> <li>芝生広場 / ハーブ園</li> <li>森の市場「結」</li> <li>アグリ部門 (育苗、農作業受託等)</li> <li>情報発信</li> </ul>	直営事業 指定管理者制度
		<ul style="list-style-type: none"> <li>加工機能</li> <li>観光周遊促進</li> <li>飲食サービス (森のカフェ)</li> <li>1日農業体験</li> </ul>	
収益性高	民間事業	<ul style="list-style-type: none"> <li>農業教育・研修機能</li> <li>滞在・宿泊機能</li> </ul>	定期借地権など

## ● PR戦略

認知、関心、検索、行動、共有の5つのプロセスから成る「AISAS」の購買行動モデルのフレームに従い、コンセプトから設定した3つのターゲット別にPRアクションのアイデアを整理しました。今後、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 (※新たに検討する取組のみを抜粋)

	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"> <li>インフルエンサーへの記事作成依頼検討</li> <li>東武伊勢崎線沿線での中吊り広告</li> <li>東武動物公園駅内での情報発信</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>東武動物公園と共同での情報発信</li> <li>専門家監修によるPR動画作成・公表</li> </ul>
	対象別	<ul style="list-style-type: none"> <li>農業関連ポータルサイトや農業求人サイトなどでの情報発信</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ラジオCMの実施</li> <li>東武伊勢崎線沿線住民に向けたチラシ配布</li> </ul>
関心	共通	<ul style="list-style-type: none"> <li>公募によるキャッチコピーの設定・活用</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>悪天でも楽しめる仕掛け</li> </ul>
	対象別	<ul style="list-style-type: none"> <li>研修体験記の発信</li> <li>アグリ部門の活動内容の発信</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>日替わり一押し商品</li> <li>変わり種の紹介</li> <li>親と子それぞれ目線での体験レポートの発信</li> <li>1日滞在プランの発信</li> <li>新しい村の多様な緑の案内</li> </ul>
検索	共通	<ul style="list-style-type: none"> <li>情報を一元管理・発信・共有する場づくり</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>SEO対策の推進</li> </ul>
	対象別	<ul style="list-style-type: none"> <li>農業協同組合や、農業関連ポータルサイト、農業求人サイトなどの相互リンク</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>HPやSNSにおける買い物関連情報の充実</li> <li>SNSでのクーポン配布</li> <li>分かりやすいリンク設定</li> <li>農体験などに特化したハッシュタグの設定・活用</li> <li>定期的な特集ページなどの作成</li> </ul>
行動	共通	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"> <li>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</li> <li>映える空間づくり</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>教えたくなる、発信したくなる共通デザインの設定</li> </ul>
	対象別	<ul style="list-style-type: none"> <li>新規就農者同士のSNSグループづくり</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>農産物を活用した料理コンテストの開催</li> <li>知人・友人への紹介キャンペーンの実施</li> </ul>

新しい村 魅力アッププラン 2023年3月

宮代町 産業観光課

電話番号 0480-34-1111

# 新しい村 魅力アッププラン 概要版

新しい村は整備から20年が経過し施設の老朽化が進むだけでなく、社会も大きく変化しています。そうした変化を踏まえ、新しい村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を策定しました。

本計画を通じて、新しい村の魅力アップを推進するとともに、PRを強化し、情報発信していくことで、町の魅力発信にもつながり、本町全体の活性化を促進します。

## 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農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。

### 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、農体験や市民農園などの既存機能の充実・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、各施設やサインなどを統一したデザインを採用することで、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

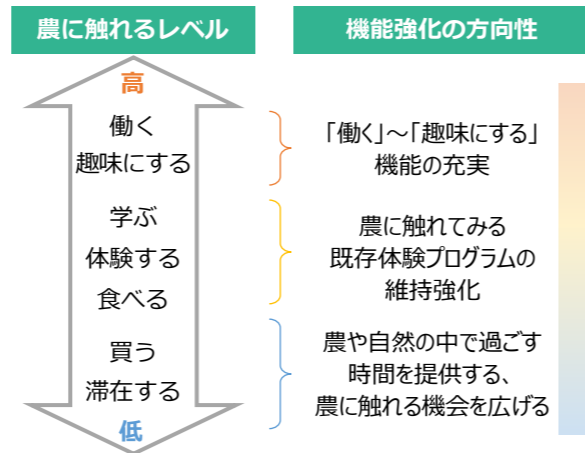
- 名前やどういった場であるかをまず知ってもらうために、ターゲットを設定した上で、キャッチコピーの設定やPRを戦略的に展開します。
- 東武動物公園や笠原小学校、無印良品などの周辺施設との連携によりエリア全体としての更なる魅力アップを図ります。



## 機能強化の基本的な考え方

新しい村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。



## 機能別の具体的なアクション

	機能	アクション	短期 (~2027)	中期 (~2032)	長期 (~2042)	
農で働く	アグリ機能	①作業受託の継続	→	→	→	
		②人員の確保	→	→	→	
農で働く	農業教育・研修機能	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	→	→	→	
		①指導者の育成	→	→	→	
		②担い手塾入塾前研修生の受入れ	→	→	→	
農を趣味にする	市民農園機能 (コア層向け)	③研修圃場の整備	→	→	→	
		④研修用施設の整備検討	→	→	→	
	市民農園機能 (ライト層向け)	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	→	→	→	
		市民農園機能 (コア層向け)	①有機農業講座などの実施	→	→	→
			②市民農園区画の再編・増設	→	→	→
農を学ぶ	農業・自然学習	①有機農業講座などの実施（再掲）	→	→	→	
		②農の家・農機具庫の設備更新検討	→	→	→	
農を体験する	体験農園・ハーブ園	①通年型・滞在型の農体験・自然教育プログラムの充実	→	→	→	
		②通年型・滞在型の農体験・自然教育プログラムの充実（再掲）	→	→	→	
		③体験農園（果樹園）の拡張	→	→	→	
		④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	→	→	→	
農を食べる	飲食機能	⑤施設更新にあわせた施設の移設・集約化検討	→	→	→	
		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	→	→	→	
農を買う	直売所機能	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	→	→	→	
		①プライベートブランドの開発	→	→	→	
		②地場産品の充実	→	→	→	
		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「結」の改修	→	→	→	
		⑥施設更新にあわせた直売所の拡張検討	→	→	→	
農に滞在する	滞在・宿泊機能	⑦駐車場の集約化・拡張検討	→	→	→	
		①施設更新にあわせた加工施設の導入検討	→	→	→	
農に滞在する	広場・集会所機能	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	→	→	→	
		①周辺環境と共生した芝生広場の空間づくり	→	→	→	
		②芝生広場のバーベキュー場としての活用	→	→	→	
地域連携・PR	観光周遊促進機能	③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	→	→	→	
		④水遊びエリアの整備	→	→	→	
		⑤施設更新にあわせた施設の移設・集約化検討	→	→	→	
地域連携・PR	情報発信機能	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	→	→	→	
地域連携・PR	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	→	→	→	

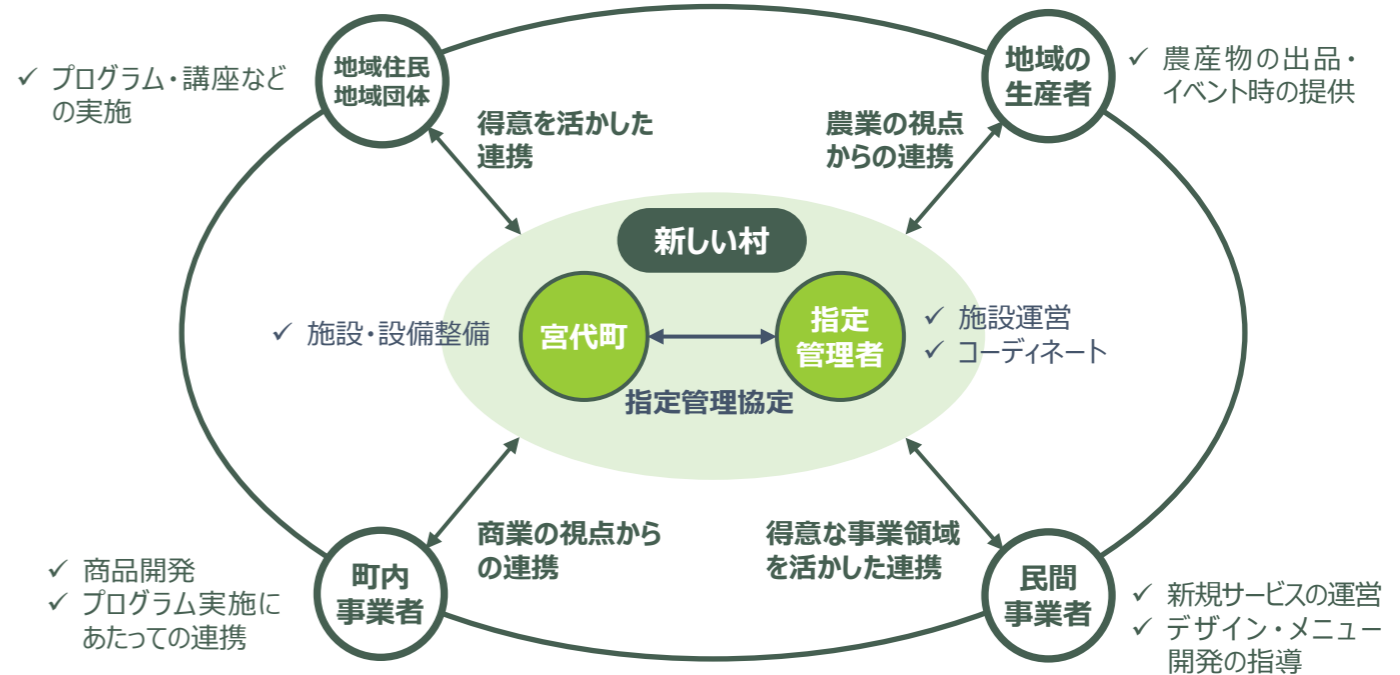
## 機能配置の考え方

「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などにより、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。



## 役割分担

指定管理者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。各機能によって中心となるべき主体や連携すべき主体を変えながら、地域全体でアクションプランを着実に実施します。



魅力アップに向けた役割分担のイメージ