

分類	総合戦略分類	2-2-2		
	基本目標	邑楽町への新しい人の流れをつくる		
	プロジェクト	田舎の「衣食住」で、新たな賑わい創出		
	事業名	観光イベント活性化事業	担当課	農業振興課・商工振興課
目標①	KPI	移住定住者数(子を持つ転入世帯—子を持つ転出世帯)		
	H29.3	8世帯増	H33.3	累計40世帯増
目標②	KPI	中央公園内入込客数		
	H29.3	入込客数177千人	H33.3	入込客数222千人

<予 算>

<成果指標>

成 果 算	要求額	予算	実績	執行率	目標①	指標	成果	達成率	
	H28	6,200千	6,233千	6,224千	99.86%	H28	8世帯	23世帯	287.5%
	H29	560千	560千		未実施	目標②	指標	成果	達成率
	H30			未実施	H28	177千人	178千人	101%	

PLAN

DO

P D C A サ イ ク ル	<背景・必要性>、<事業内容>及び<指標達成に向けた計画>	<計画に基づいた取組状況>
	<p>【背景・必要性】</p> <p>邑楽町は人口約27,000人。群馬県の東南部、東京圏から約70kmの位置にあり、日本一暑いといわれる館林市に隣接している。夏には暑い気候を生かしたゴーヤ畑、冬には日本テレビ「ザ! 鉄腕! DASH!!」でも取り上げられた白菜「邑美人(むらびじん)」畑が広がり、その頭上では白鳥が数多く羽ばたくなど、都会から1時間ほどで自然豊かな原風景を今なお見ることができる数少ない町でもある。しかしながら、町内には商店街などの賑わいを創出する拠点はなく、町外者からみても国道沿いの通過点でしかない。また、滞在人口時間別推移も休日の午前10時から午後5時においては、全体人口の平均約3%減少(「RESAS」より)となっている。さらに、町民アンケートによると町民の外食先が町外89.6%と、特に「食」に関しては町外に出てしまうケースが多い。外からの来町者も少なく、町内は日中閑散としている実情が浮き彫りとなってきた。</p> <p>【事業内容】</p> <p>別紙のとおり</p> <p>【指標達成に向けた計画】</p> <p>田舎の「衣食住」をテーマに、町の中心である「おうら中央公園」から新たな賑わい創出し、魅力ある地域おこしを行い、その力を原動力に移住定住促進に結び付ける。</p>	<p>【あいあいセンターによる農村レストランを利用した賑わい創出事業】</p> <p>あいあいセンターをリニューアルし、農村レストランをオープン。邑楽町の食材を利用した、地元でしか味わえないメニューを提供した。地場産の野菜などのPRにつながり、チラシの配付(あいあいセンター、シンボルタワー経由)、町HPの掲載、町公共施設などでポスター掲示、生産者団体の会合等での説明(邑楽町認定農業者協議会、あいあいセンター出荷者協議会等)を行い誘客につなげた。</p> <p>【シンボルタワーを利用した賑わい創出事業】</p> <p>賑わい創出に向けた各種イベント(光のページェントHIKARI MIRAIの開催、タワーオブクリスマス、ナイトコンサート、バレンタインイベントなど)を開催した。</p> <p>【田舎体験促進事業】</p> <p>伝統工芸品「中野餅(かすり)」体験プロジェクトを行うことで、綿裁培から糸を紡ぎ、機織りに至るまでの行程を体験できる独自メニューを構築した。糸紡ぎ体験教室・くくり横餅入門教室・子ども機織り体験教室を実施。また、都市農村交流協議会主催のモニターツアーにおいて、中野餅の技法を使った「中野織り」を、ツアー客に配布し、当町の伝統工芸品のPRもおこなった。</p> <p>【事業の期間】</p> <p>平成28年6月～平成29年3月</p>
	<p>翌年度PLAN</p> <p>ACTION</p>	CHECK

<課題解決>及び<指標達成に向けた今後の取り組み方法>

<指標に対する成果>及び<事業課題>

P D C A サ イ ク ル	<p>【課題解決】※【事業課題】項目より</p> <p>①誘客につながる「食」に焦点を合わせ、観光客向に農村レストランの営業日を増やし、邑楽町の「食」をPRし、リピーターを増やす。併せて、本町でしか購入できない、あいあいセンター独自のお土産品の開発を行い六次産業のさらなる深化を図る。また、隣接するシンボルタワーの付加価値を高める事業の展開を行い、既存イベントがさらなる誘客につながるようプログラムの改革も行う。伝統工芸を利用した体験型プログラムを年間を通してできるような事業展開など、観光拠点としての磨き上げを行い、交流人口の増加に直結させる。</p> <p>②東京の「ぐんまちゃん家」、県の出先機関である大阪事務所、名古屋事務所に本町の観光パンフレットを設置してもらう。また、東京国際フォーラムで開催される町イチ村イチにブースを設け、本町の魅力を発信する足がかりとする。また、ググッとぐんま観光キャンペーンを利用したPRも積極的に行っていく。群馬県観光物産国際協会と連携して、本町の強みを生かしたプロモーションスキームの構築を行う。</p>	<p>【指標に対する成果—平成29年3月成果目標値】</p> <p>①移住定住者数(転入者数)→目標値: 子連れの転入世帯数8世帯増加(男1+女1+子1)×8世帯=24人に対し実績値: 23世帯(男27+女23+子37人)と、目標を大幅に達成することができた。</p> <p>②おうら中央公園内入込客数(あいあいセンター、シンボルタワー、観光イベント入込客数)→目標値: 入込客数177千人に対し178千人を達成。賑わい創出につなげた。</p> <p>【事業課題】</p> <p>①事業内容の精査・検討を行い、さらなる賑わい創出に向けた取り組みを強化する</p> <p>②移住定住につながる、まちの魅力を発信するプロモーションの強化</p>
--------------------------------------	--	--

内部検証結果 (担当課評価)	内部評価 (A B C D)	項目		小項目	大項目	総合	
		妥当性	今後も行政が積極的に関与すべきか	B	B	B	B
			住民ニーズは高かったか	B			
			目的・対象は妥当であったか	B			
		有効性	事業効果があったか	A	B		
			目標は達成できたか	B			
			長期計画へは貢献できたか	B			
		効率性	手段・内容は最適であったか	B	B		
			低コストや効率性を考慮して実施したか	B			
	受益者負担は適切であったか		C				
事業の方向性	今後どのように事業を行っていくべきか、また、どこが主体として事業を行うべきだと考えますか。						
	該当する箇所に○をつけてください。(1つのみ)			該当する箇所に○をつけてください。(複数可)			
	拡充(予算増)または継続(現行)		○	地域住民			
	継続(改善)または縮小(予算減)			各種団体	○		
	継続(大幅な改善)または縮小(予算減)			行政(地方自治体)	○		
	縮小(大幅な予算減)または廃止			広域行政(国・県)			
				民間企業	○		

外部検証結果 (有識者総合評価)	評価 (A B C D)	項目		小項目	大項目	総合	
		妥当性	行政が関与すべき事業か	A2 B4	B	B	B
			住民ニーズは高いか	A1 B5			
			目的・対象は妥当か	A1 B5			
		有効性	事業の効果があるか	A2 B4	B		
			成果達成の可能性	A1 B5			
			長期計画への貢献度	A1 B4 C1			
		効率性	手段は最適か	B6	B		
			低コスト・効率化	B6			
	受益者負担は適切か		A1 B3 C2				
事業の方向性	今後どのように事業を行っていくべきか、また、どこが主体として事業を行うべきだと考えますか。						
	該当する箇所に○をつけてください。(1つのみ)			該当する箇所に○をつけてください。(複数可)			
	拡充(予算増)または継続(現行)		4	地域住民	3		
	継続(改善)または縮小(予算減)		1	各種団体	5		
	継続(大幅な改善)または縮小(予算減)		1	行政(地方自治体)	5		
	縮小(大幅な予算減)または廃止			広域行政(国・県)	2		
				民間企業	2		

＜ご意見＞	
PDCAサイクルについて	<ul style="list-style-type: none"> ・今後の事業に対しては良いと思う。 ・移住定住者数について、目標を大幅に達成することができたが、実績値が本事業による効果なのかが不明確である。 ・しっかりとサイクルができています。少し気になったのが目標設定。何を基準に設定されたのかがわからない。
内部評価について	<ul style="list-style-type: none"> ・事業の継続性と新しい事業への取り組みの必要がある。 ・農村レストランを毎日営業し「道の駅」的な拡大をめざせないだろうか。中野耕を中心に桐生市のように伝統工芸だけでなく、現在の生活に直結する品物の生産はできないだろうか。 ・良いと思う。週間土日等開催も検討する必要がある。 ・おうら中央公園周辺だけでなく、町内のロケーションを生かしたイベントを行えると町全体の取組になると思います。 ・翌年度PLANで掲げている農村レストランの営業日増は必須。6次産業化につながる取組を強化してもらいたい。
事業の方向性について	<ul style="list-style-type: none"> ・概ね良い。 ・良い。
その他	<ul style="list-style-type: none"> ・町全体の取組となるよう、「農商工」の連携した6次産業化や地域住民がホストとなり来町者をもてなすイベント実施により事業の効果が上がると思います。

【事業内容】

本町ならではの田舎の「衣食住」の魅力を最大限生かした施策を、町の中心に位置する「おうら中央公園※」一帯で展開し、町民が集まり賑わえる場所の形成と、町外の人が本町の魅力を肌で感じることでできる拠点づくりを行い、「住みたい町、住んでみたい町」と思わせる特色ある町づくりを行う。【※おうら中央公園は、「あいあいセンター(農産物直売所)」と「邑楽町シンボルタワー」が併設された水と緑の広がる広大な公園】

①「あいあいセンター」内に「農村レストラン」をオープンさせ、ゴーヤや白菜「邑美人」などを使った地元でしか味わえないメニューを提供。また、直売所へ農作物を卸している農家で構成された出荷者協議会と連携し収穫体験などを企画。自分の収穫した農作物を使った料理も提供する。町外の人には田舎ならではの「食」の魅力を、町民には改めて地元食材のおいしさを認識してもらう。こうして農村レストランのリピーターも増え、新鮮でおいしい農作物を求めて、併設する直売所へも町内外の人が足しげく通い、町に賑わいが生まれる。

②かつて西の「大和」、東の「中野」と謳われた本町の伝統工芸品である「中野絣(かすり)」づくりを体験型施策として行う。綿栽培から糸を紡ぎ、機織りに至るまでの工程を体験できる独自メニューを構築し、本町で田舎の「衣」の魅力を堪能できる施策を展開し、また、生涯学習と連携した自然観察教室などの施策を講じ、大人から子供まで田舎の魅力を体感できる場所とする。さらに、①の田舎の「食」を組み合わせることで一日中楽しめる空間となり、様々な年代層が訪れ、来町者と町民の交流が深まり、本町での滞在時間も増え一日中賑わいの絶えない場所となる。

③町のすべてが見渡せる「邑楽町シンボルタワー」内に暮らし体験ツアー窓口を設置し、展望室で町全体を見ながら本町の生活環境や支援施策を説明することで、本町の「住」の魅力をダイレクトに感じてもらうとともに、交流スペースや観光情報提供機能を備えさせる。また、四季折々に開催されるタワーイベントでの誘客者には、中央公園内で行われている田舎の「衣食」体験情報を提供することで、本町の新たな魅力を再発見してもらう。

④地域住民を移住定住コンシェルジュとして育成し、中央公園のすべての来町者に対して町が一丸となって田舎の「住」を発信し邑楽町に住むメリットを伝える。さらに、①～③に携わる人が、この賑わい創出を移住定住に結び付けるため、PR活動や移住定住のニーズを聞き取るなど、移住定住の窓口として役目を果たす。このように老若男女問わず来町者に本町の「衣食住」を五感で感じてもらい、移住定住の具体的なイメージやきっかけを掴んでもらうことで、本町への転入者増加に結び付く。

以上①から④の事業を展開することで、例えば①に来た人が②も体験できたり、②に来た人が①の「食」を堪能できたり、①と②を経験した人に③と④の事業を推進したりして、相乗効果で町の中心から賑わいを創出し、魅力ある地域を再生。その力を原動力に移住定住促進に大きく結び付けたい。