

観光資源としての農業の可能性

～久喜市をフィールドにして～

Weekend

Farmers

Project

@Kuki



チーム オタ☆クキ

オタ☆クキとは…

埼玉県内の自治体職員20名により構成。久喜市をフィールドとした研究を約8カ月間にわたり行い、研究員全員が久喜市を大好きになり「久喜市のオタク」になってしまおう！という願いが込められたネーミングである。

目 次

| | | |
|-----|------------|---|
| 序 章 | はじめに | 4 |
|-----|------------|---|

どうなっているの？
日本の農業と観光

| | | |
|-----|-----------------------------|----|
| 第1章 | 「観光資源としての農業の可能性」について（研究の背景） | |
| 1 | 農業を取り巻く環境 | 5 |
| 2 | 観光を取り巻く環境 | 8 |
| 3 | 農業と観光の相互補完 | 13 |

どうなっているの？
久喜市の農業と観光

| | | |
|-----|---------------------|----|
| 第2章 | 現状分析と課題の発見 | |
| 1 | 久喜市の現状 | 14 |
| 2 | 久喜市の農業の現状 | 16 |
| 3 | 久喜市の観光の現状 | 24 |
| 4 | 久喜市の農業及び観光の課題 | 32 |

こんな久喜市にしたい！

| | | |
|-----|---|----|
| 第3章 | 久喜市における『理想像』 | |
| 1 | 農業を観光資源化するために・・・久喜市における『理想像』 の提案 | 34 |
| 2 | 理想像を実現するために解決すべきこと | 36 |

実現へ向けての問題解決手法

| | | |
|-------|--------------------|-----|
| 第4章 | 政策提言 | |
| 1 | 政策提言4本の柱 | 40 |
| 2 | 「推進体制」の整備 | 43 |
| 3 | 農業と観光を結びつける「制度」 | 56 |
| 4 | 久喜市の魅力発信のための「イベント」 | 69 |
| 5 | 話題性のある情報を発信する「拠点」 | 94 |
| 6 | プロジェクト名 | 109 |
| 7 | 実施計画(案) | 110 |
| 第5章 | おわりに | 111 |
| 資料編 | | 112 |
| 参考文献 | | 139 |
| 研究員名簿 | | 141 |

序章 はじめに

バブル経済崩壊後の失われた20年を乗り越え、経済再生のけん引役として観光が期待を集めている。観光産業は、運輸業、宿泊業、小売業などすそ野が広く、農林水産業に対する波及効果も1.11兆円と見込まれている。

四季折々の豊かな自然、固有の歴史文化、几帳面で親切な国民性など優れた観光資源を有するわが国であるが、国際観光収入を比較すると、米国1,162億ドル、スペイン598億ドルに対し、日本109億ドルと、世界で28位、アジアでも中国などに大きく引き離された10位にすぎない。

農業は、食料の供給を通じて国民の健康と暮らしを守る生命産業であるとともに、生態系を守り、国土の保全に貢献する環境産業でもある。英国では、「農家は国土を守る庭師」と言われる所以である。

しかしながら、わが国の農業は、産業としての収益性の低さなどから、営農者の高齢化、後継者不足、耕作放棄地の増加など多くの課題を抱えている。

昨年秋、政府は、環太平洋戦略的経済連携協定交渉（TPP）交渉をにらみ、1970年以来、40年以上続けてきたコメの生産調整（減反）を見直す方針を打ち出した。現在は、わが国の農業政策の一大転換期にある。

こうした国家レベルでの産業動向を踏まえ、少子高齢社会における地域活性化に向けて、唯一絶対の処方箋など存在しない中、各自治体が様々なアプローチを試みている。

本研究会（「チーム オタ☆クキ」）では、関東平野のど真ん中という立地に恵まれ、市町村合併により県東部の中核的機能が期待される久喜市をフィールドに、「観光資源としての農業の可能性」を研究した。

第1章では、わが国の観光や農業を取り巻く環境の変化を概括し、第2章では、久喜市の現状と課題を分析し、第3章では、久喜市が目指す理想の姿を描いた。こうした研究を踏まえて、第4章には、「チーム オタ☆クキ」から久喜市への政策提言をまとめた。

現状と課題は、「農業」・「観光」に分けて分析した。政策提言は、「推進体制の整備」・「農業分野での新しい仕組み」・「人を呼び込む魅力的なイベント」・「話題性のある情報を発信する拠点」の4本の柱で構成されている。

全体として一つの提案であるが、一つひとつの施策・事業として取り組むことも可能である。久喜市の活性化に少しでも活かされれば幸いである。

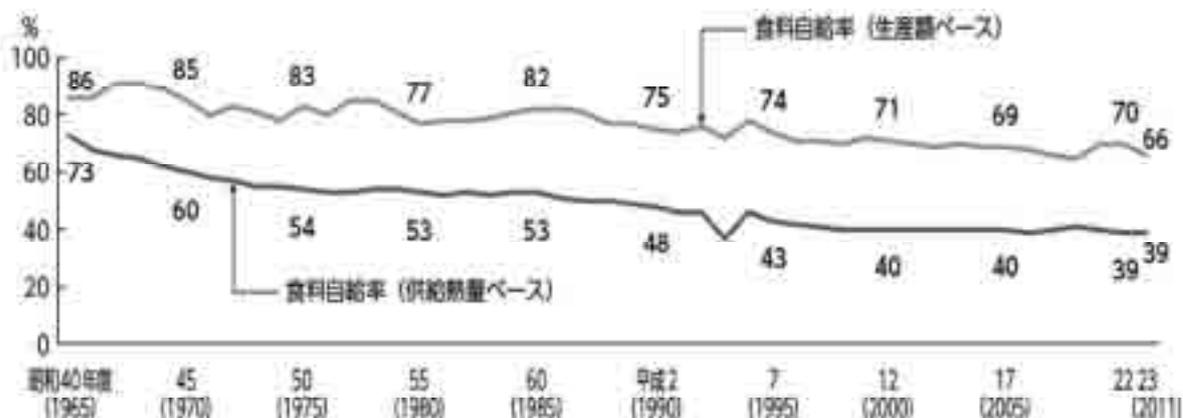
第1章 「観光資源としての農業の可能性」について（研究の背景）

1 農業を取り巻く環境

(1) 食料自給率

2011年度の1人1日当たりの供給熱量は、2,436kcalであり、供給熱量ベースの自給率が73%あった1965年度の2,459kcalとほとんど変わらない。しかしながら、1人1日当たりの供給熱量の変化を品目別にみると、1965年度から2011年度の間で、自給可能な米の供給熱量全体に占める割合が大きく低下する一方、畜産物や油脂類の割合が大きく上昇している。このように供給熱量ベースの食料自給率の低下の背景には、米の消費量の減少に加え、輸入飼料穀物や輸入油糧作物に依存する傾向が高い畜産物や油脂の消費量の増加がある。

図表 1-1-1 我が国の食料自給率の推移



出典：農林水産省「食料需給表」

農産物の1人当たり年間供給量を品目別（重量ベース）で見ると、1965年度から2011年度の間で、肉類が3.2倍、牛乳・乳製品が2.4倍と大幅に増加する一方、米は111.7kgから57.8kgまで約半分に減少している。野菜の供給量は、1965年度から1980年度にかけてはやや増加しているが、1980年度から2011年度にかけて113.0kgから91.1kgに19%減少している。

2010年度における、供給熱量ベースの食料自給率を都道府県別にみると、畑作物の生産が盛んな北海道や米の生産量が多い秋田県、山形県等で高い傾向にある。生産額ベースでは、宮崎県、鹿児島県、青森県、北海道等で特に高く、畜産、野菜、果樹の生産が盛んな地域で高い傾向にある。また、秋田県、富山県は、生産額に占める米の割合が高いことから、供給熱量ベースの食料自給率が生産額ベースの食料自給率を上回っている。

一方、人口が集中している東京都（供給熱量ベース1%、生産額ベース4%）、

う利点を活かし、個人への直売や直売所等を通じた新鮮な農産物の供給という重要な役割を果たしている。また、このような役割に加え、建築物の密集する都市における貴重な空間として災害時の防災空間を確保する役割、農業体験・交流活動の場や心やすらぐ緑地空間を提供する役割、都市住民の農業への理解を醸成する役割等、多様な役割を果たしている。

図表 1-1-3 都市農業の多様な役割



出典：農林水産省で作成

(4) 農業と生きがい

農林漁家の生きがいの充実や地域の活性化を図るため、地域住民や地方公共団体、観光事業者等が連携し、修学旅行生等をターゲットとした農林漁業の体験型学習を展開したり、農林漁家の女性や高齢者が民家泊の受入先となり、生業に根ざす生活・食文化等を子供たちに伝授したりする取組等がみられる。

近年、農山漁村における安らぎや癒やしの提供、農作業等の体験を通じた精神の安定や健康の維持・増進等、農山漁村・農林水産業の有する機能に対する期待が高まっている。農林水産省が市民農園・家庭菜園の農作業実践者と非実践者とを対象として行った調査によると、現在、生きがい（喜びや楽しみ）を「十分感じている」割合は、農作業実践者（36%）は、非実践者（28%）を8ポイント上回っている。

また、地域の人たちとのつながりについては、「強い方だと思う」、「どちらかといえば強い方だと思う」割合は、農作業実践者（38%）が非実践者（22%）を16ポイント上回っている。

さらに、農作業の健康への効果については、農作業実践者の約9割が「ある」、「ややある」と回答したのに対し、非実践者は約7割にとどまっている。

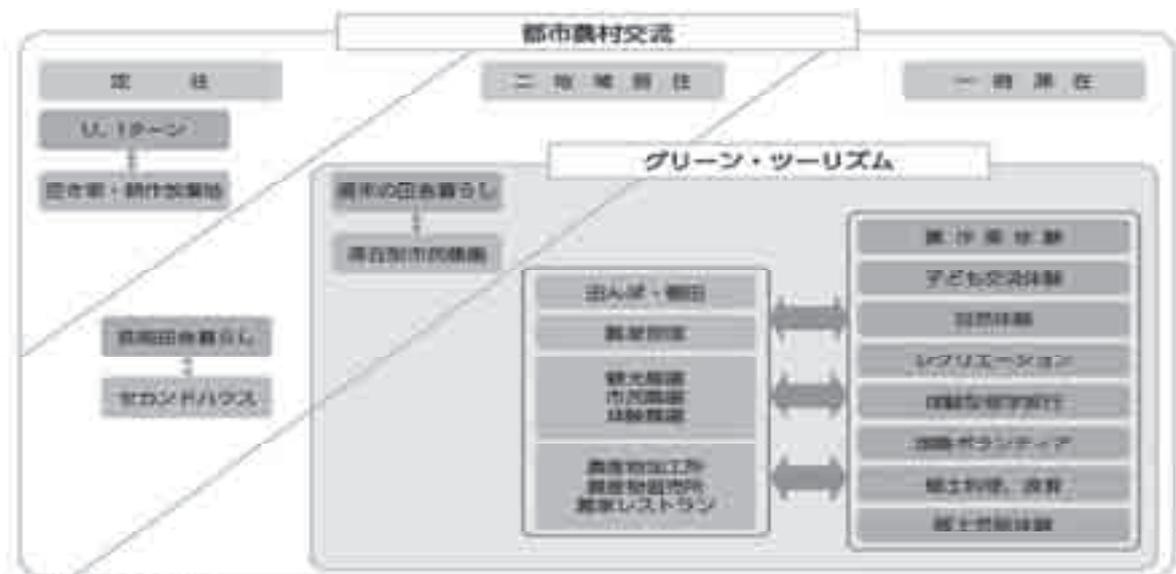
（5）都市と農村の交流

都市と農村の交流の推進は、「人・もの・情報」の行き来を活発にし、都市と農山漁村それぞれに住む人々がお互いの地域の魅力を分かち合い、理解を深めるために重要な取組である。

その形態としては、グリーン・ツーリズム（農山漁村における滞在型の余暇活動）を中心とした一時滞在型のものから、二地域居住型、定住型まで、多様なものがある。

このような都市と農村の交流は、都市住民に「ゆとり」や「やすらぎ」のある生活をもたらすほか、郷土食・伝統文化、棚田や里山等を通じた農村地域の魅力の再発見とその活用・利用により、農村地域の活性化にも重要な役割を果たしている。

図表 1-1-4 都市と農村の交流に関わる多様な形態



出典：農林水産省で作成

2 観光を取り巻く環境

（1）国外観光

ア 観光立国に向けた政府の取組

2003年1月の小泉総理大臣の施政方針演説において、観光の振興に国を挙げ

て取り組み、2010年までに訪日外国人旅行者数を1,000万人にすることを目標とすることとされた。

その後、更に幅広い視点から我が国の観光立国としての基本的なあり方を検討するため、2003年1月に総理大臣が主宰する「観光立国懇談会」が開催され、4月に報告書がとりまとめられた。観光立国の実現に向けた本格的な取組の開始である。

2006年には、「観光基本法」を全面改正した「観光立国推進基本法」が成立した。同法の制定により、観光を21世紀の国の重要な政策の柱に位置づけることが法律上も明確化され、同法に基づいて定められた「観光立国推進基本計画」をマスタープランとして施策が推進され始めた。

2008年には観光行政の責任を有する組織を明確化するとともに、機能的かつ効率的な施策の実施を可能とする体制を整備するため観光庁が発足した。

観光は、わが国の力強い経済を取り戻すための極めて重要な成長分野である。経済波及効果の大きい観光は、急速に成長するアジアをはじめとする世界の観光需要を取り込むことにより、地域活性化、雇用機会の増大などの効果を期待できる。

イ 国際観光客数

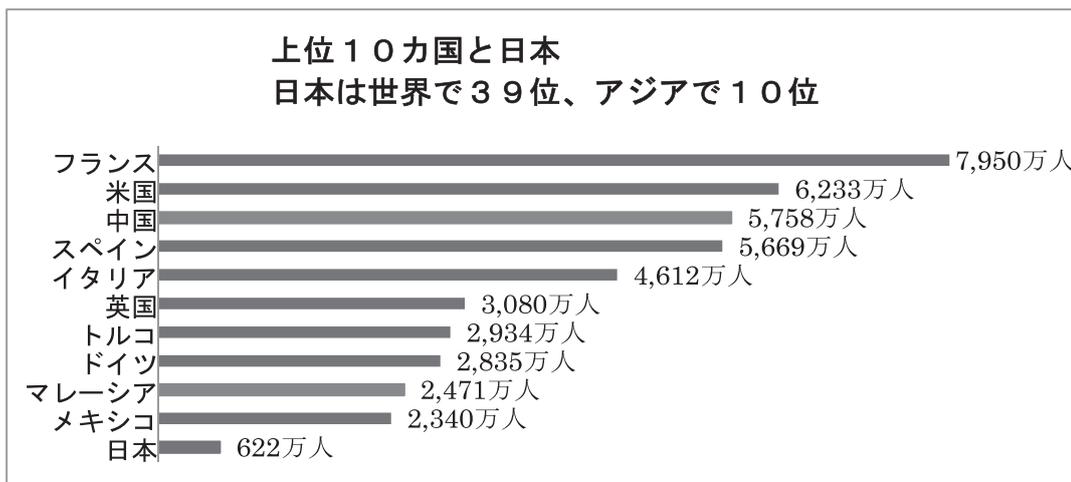
世界観光機関（UNWTO）によると、2012年の世界全体の国際観光客数は、厳しい世界経済にもかかわらず、前年比約4%の増加となり、史上初めて10億人を突破した。2013年については、引き続き3～4%の堅調な増加となると予測されている。

ウ 国際観光客受入数

2011年の各国・地域の外国人旅行者受入数については、2010年と比べ上位10か国に順位の変動はなく、フランスが7,950万人で引き続き首位となり、米国が6,233万人で2位、中国が5,758万人で3位であった。

日本は東日本大震災の影響を受けて2010年の861万人から622万人まで大きく減少したことにより、世界で39位（アジアで10位）となった。

図表 1-2-1 外国人旅行者受入数ランキング（2011年）



世界観光機関（UNWTO）各国政府観光局のデータを基に本研究会作成

エ 国際観光収入

2011年の各国・地域の国際観光収入については、米国が116,279百万米ドルで2010年に引き続き首位、スペインが59,892百万米ドルで2位、フランスが53,845百万米ドルで3位であった。

日本は10,966百万米ドルで、世界で28位（アジアで10位）と外国人旅行者受入数と同様に2010年から順位を下げている。アジアについて見ると、中国が2010年に引き続き首位であった。

オ 訪日外国人の経年変化

2012年の訪日外国人旅行者数は、837万人（前年比34.6%増、前々年比2.8%減・暫定値）となり、過去最高である2010年の861万人に次ぐ過去2番目の結果となった。

東日本大震災の影響からはほぼ回復したと言えるが、政府による尖閣諸島三島の取得・保有等の外的要因の影響もあり、観光庁が目標としていた900万人には及ばなかったものの中長期的には訪日外国人旅行者数は伸びている。

さらに、2020年東京オリンピック開催に向けて、今後、飛躍的な伸びが見込まれる。この中には、リピーターとしてよりディープな日本観光を楽しむ外国人も増えてくると思われる。

（2）国内観光

2012年の国民一人当たりの国内宿泊観光旅行回数は1.40回（前年比7.7%増・暫定値）であった。また、国民一人当たりの国内宿泊観光旅行宿泊数は2.24泊（同7.7%増・暫定値）であった。

2012年の日本人の国内観光旅行者数は、日帰り旅行については延べ2億430万人（前年比3.8%増、前々年比0.6%減）、宿泊旅行については延べ1億7,876万人（前年比5.2%増、前々年比4.3%増）となった。

いずれも、前年を上回り、東日本大震災前の水準と比べてもほぼ同じ又は上回る結果となった。

（3）旅行消費の動向

国内の旅行消費額 22.4 兆円による生産波及効果は 46.4 兆円、雇用誘発効果は 397 万人であり、日本経済への貢献度は、それぞれ 5.1%、6.2%を占めている。

また、産業別では生産波及効果が運輸業 7.18 兆円、食料品産業が 3.64 兆円、宿泊業が 3.59 兆円と続き、雇用誘発効果が飲食店業が 57.6 万人、小売業が 48.8 万人、農林水産業が 42.1 万人と続いている。

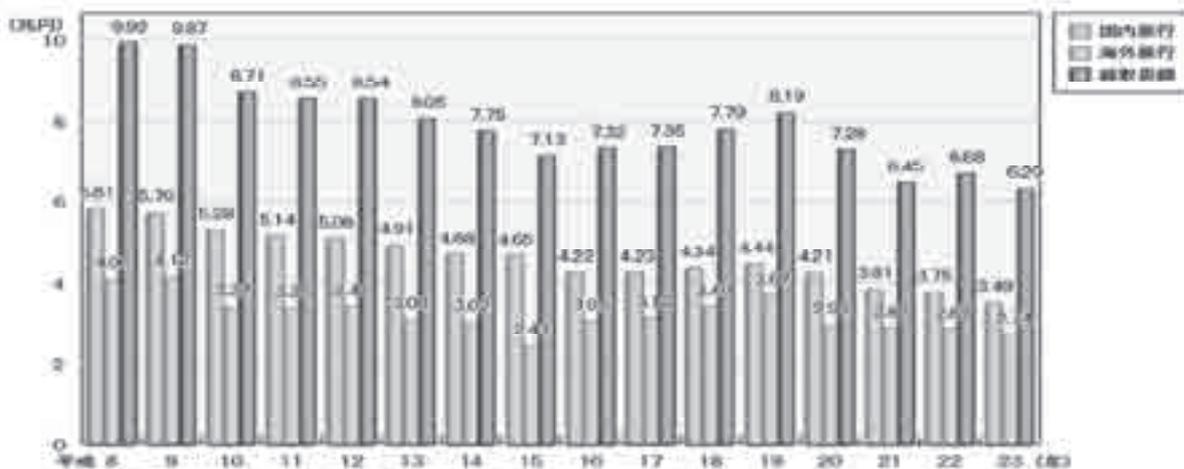
図表 1-2-2 産業別経済効果（2012年度）



出典：観光庁「旅行・観光産業の経済効果に関する調査研究」

このように、国内の経済・雇用への波及効果が大きく、すそ野が広い観光産業であるが、長期的な旅行業者の旅行取扱額は縮小傾向にある。

図表 1 - 2 - 3 旅行業者の旅行取扱額の推移



出典：旅行年報 2012（公益財団法人日本交通公社編）に基づき観光庁作成

（4）これからの観光政策

今後、さらなる人口減少と少子高齢化が進展する中、国内市場は縮小していくことが見込まれる。そのような状況にあって日本経済を活性化させるためには、海外需要、特に、今後大きな成長が予想されているアジアをはじめとする新興国の需要を取り込むことが重要である。

観光地域においても、多様な主体や施策の連携が不可欠である。「日本の顔」となる観光地域の魅力を発信していくためには、中核となる組織と人材を中心として、地域が一体となってブランドを構築していかなければならない。

歴史的、文化的、地理的な共通項を持つ各地域が広域に連携し、さらには官民の主体が一体となって発信することで、世界に主張する力を持つことも少なくないただろう。

観光産業は、国内各地域との結びつきが非常に強く、一般的な観光振興のための取組に留まらず、地場産業の活性化、自治体に対するコンサルタント機能の提供等、地域に対して経済面や雇用面で大きな貢献を果たしていく必要がある。

未だ観光新興国ともいふべき状況にある我が国が、一日も早く観光先進国となるためには、観光産業が国民の期待に応じて大きな役割を果たす必要がある。

3 農業と観光の相互補完

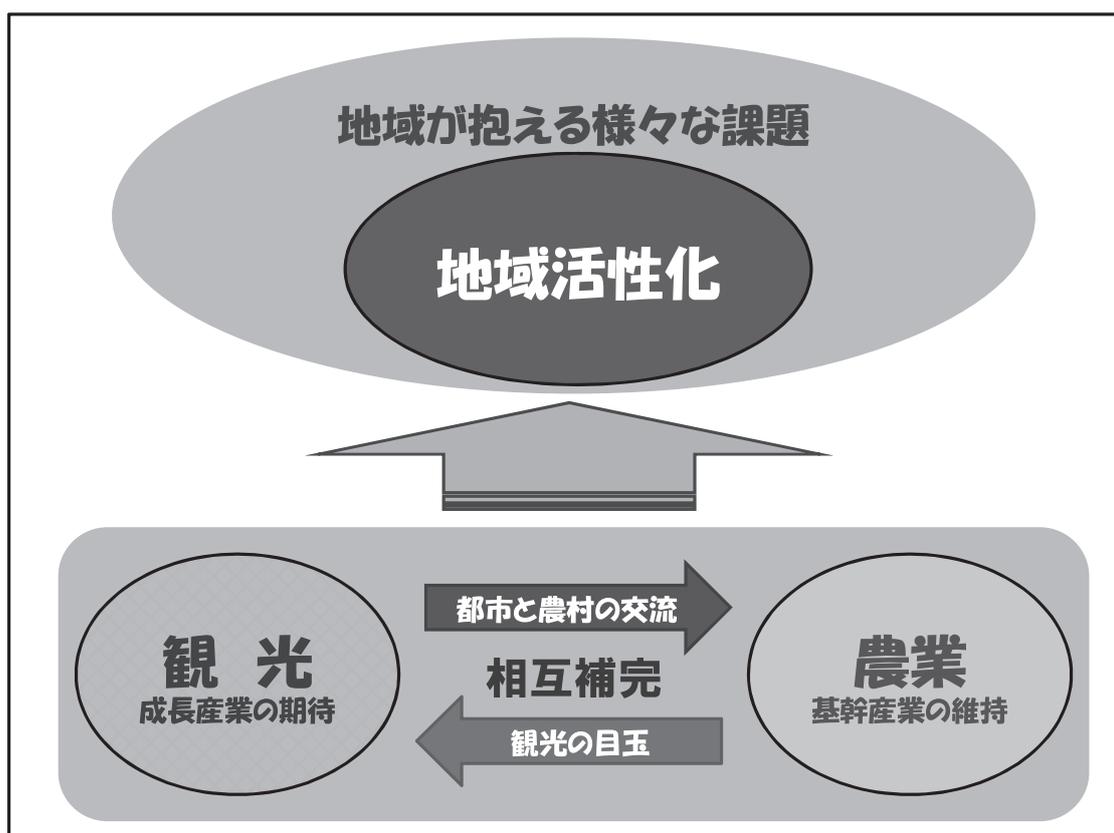
農業と観光それぞれを取り巻く国内情勢や国際環境を見てきた。粗々には、「基幹産業でありながら衰退を続ける一方、多面的機能の発揮や都市と農村の交流が期待される農業」と「成長産業として期待されるが未成熟な観光産業」と、言えるのではないか。

このように、基幹産業・成長産業として期待される農業と観光は、元気な農業が観光の目玉になるとともに、観光を通じて都市と農村の交流を図るなど、相互に補完しながら地域活性化に寄与できるのではないか。

さらに、農業や観光は、産業としての側面に加え、自然環境の保全や地域文化の伝承、子どもたちの教育やお年寄りの生きがいなど、今日、地域が抱える様々な課題の解決に貢献する可能性も秘めている。

次章からは、観光資源としての農業の可能性について、久喜市をフィールドにして具体的に研究していく。

図表 1-3-1 農業と観光の相互補完



本研究会作成

第2章 現状分析と課題の発見

1 久喜市の現状

(1) 位置と地勢

久喜市は、埼玉県の東北部にあり、都心まで50km圏内に位置し、東は幸手市及び茨城県五霞町、西は鴻巣市及び桶川市、南は杉戸町、宮代町、白岡市及び蓮田市、北は加須市及び茨城県古河市にそれぞれ接している。

地形は、関東平野のほぼ中央にあり概ね平坦である。また、利根川、元荒川、葛西洋水路及び見沼代用水等の多くの河川や用水路に恵まれている。

気候は、夏が高温多湿、冬が低温乾燥であり、太平洋側気候に属している。

市内には、久喜ICを擁する東北自動車道、国道4号線及び国道122号線が縦断し、白岡菖蒲IC、圏央道及び国道125号線が横断している。また、鉄道は、JR宇都宮線、東武伊勢崎線及び東武日光線が縦断し、5つの駅を擁しており、広域的な交通の利便性に恵まれている。

図表2-1-1 久喜市の位置図と市内の鉄道・道路網図



久喜市公共交通計画を基に作成

観光資源としての農業の可能性

（2）沿革

久喜地域は、昔から利根川水系の河川が集中し、肥沃な土地であるとともに、河川交通の要として重要な地域であった。鎌倉時代の幕府の歴史書である「吾妻鏡」に鷲宮神社がたびたび登場することから、幕府ゆかりの神社であったことがうかがえる。

江戸時代になると、五街道のひとつである日光道中が整備され、その宿場である栗橋宿が設置される。宿場の両側には、旅籠や商家など 400 件を超える家並みが続く大きな宿場町として栄えた。また、利根川を通行する人や荷物の取調べを行う栗橋関所が設けられ、交通の要衝地として重視され、江戸時代通じて江戸北方の警護を担っていた。

明治時代になると、鉄道が敷かれ、宇都宮線の久喜駅や栗橋駅、東武伊勢崎線久喜駅や鷲宮駅などが設置された。その後昭和に入ると、宇都宮線の東鷲宮駅、東武日光線の栗橋駅や南栗橋駅が設置されるとともに、駅を中心とした土地区画整理事業など住宅開発が進み、首都東京の近郊都市として発展した。

昭和 40～50 年代には、東北自動車道の久喜 IC が開通し、交通の利便性に恵まれた地域となったことから、久喜菖蒲工業団地などの造成が進められるなど、産業都市としても発展している。近年においては、東北道と圏央道を結ぶ久喜白岡 JCT や圏央道の白岡菖蒲 IC も開通するなど、交通の要衝地として一層の発展が見込まれている。

（3）1市3町の合併の歴史

今までの行政区画は、明治の廃藩置県や明治の大合併を経て、昭和の大合併とよばれる、昭和 28 年さらに昭和 31 年に制定された法律に基づいて促進された市町村合併によって、旧 1 市 3 町は形成された。

久喜地区は、昭和 29 年 7 月 1 日、久喜町、太田村、江面村、清久村が合併し、久喜町となり現在の久喜地区（旧久喜市）となる。菖蒲地区は、昭和 29 年 9 月 1 日、菖蒲町、小林村、三箇村、栢間村及び大山村大字上大崎が合併し、菖蒲町となり現在の菖蒲地区（旧菖蒲町）となる。鷲宮地区は、昭和 30 年 1 月 1 日、鷲宮町と桜田村（大字中川崎・大字下川崎除く）が合併し、鷲宮町となり現在の鷲宮地区となる。栗橋地区は、昭和 32 年 4 月 1 日、栗橋町、静村、豊田村が合併して、栗橋町となり現在の栗橋地区となる。

現在の行政区画は、平成 22 年 3 月 23 日に旧久喜市、菖蒲町、鷲宮町及び栗橋町が合併により、人口 157,038 人を有する新たな久喜市として誕生したものである。

2 久喜市の農業の現状

(1) 統計でみる久喜市農業の現状

ア 経営耕地面積¹

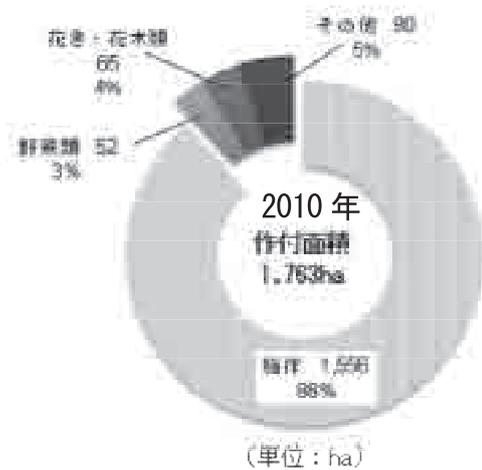
市内の経営耕地面積は2,350haであり、市内を合併以前の旧4地区(久喜、菖蒲、栗橋、鷲宮)に分類した場合、菖蒲地区が久喜市全体の45%の1,062haの耕地面積を有している。続いて久喜地区(540ha)、栗橋地区(476ha) 鷲宮地区(272ha)の順になっている。また、市内の農家1件あたりの耕作面積については平均で約1haであり、平均値より多い地区としては菖蒲地区と栗橋地区である。

イ 品目毎の作付面積

品目毎の作付面積は、久喜市の特産品として梨やいちごなどが一般的には有名であるが、稲作が全体作付面積1,763haのうち、約9割にあたる1,556haにおいて水稲が作付けされており、稲作が最も生産されている品目となっている。

近年では、減反政策の一環として、水稲に代わり蕎麦の栽培も行われている。

図表2-2-1 品目別作付面積

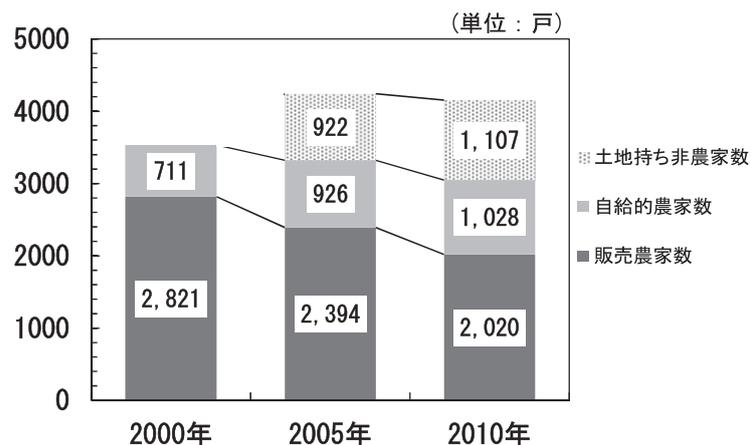


ウ 農業経営形態

市内農家を農業形態別に見てみると、販売農家数²の減少が大きく、業として行わない自給的農家³や土地持ち非農家⁴の件数が増加傾向にある。

しかしながら、単純に世帯だけを考えれば、農地を所有している世帯が増加していることが分かる。

図表2-2-2 農業経営形態の推移



図表2-2-1、2-2-2 農林水産省統計部「2000, 2005, 2010年農林業センサス」を基に作成

¹ 農林水産省「2010年農林業センサス」

² 「販売農家」とは、経営耕地面積が30a以上または農産物販売金額が年間50万円以上の農家

³ 「自給的農家」とは、経営耕地面積が30a未満かつ農産物販売金額が年間50万円未満の農家

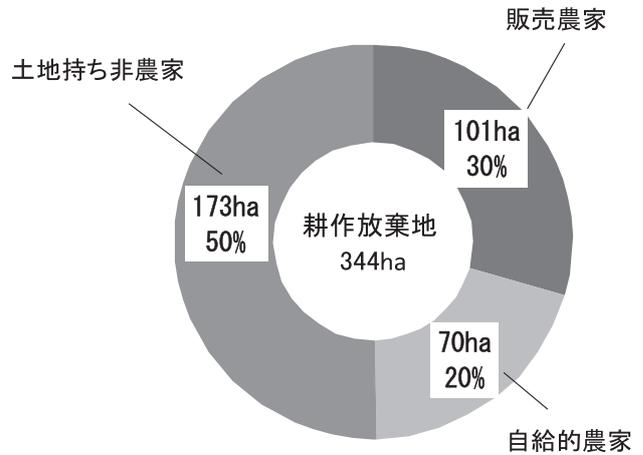
⁴ 「土地持ち非農家」とは、農家以外で耕地及び耕作放棄地を5a以上所有している世帯

エ 耕作放棄地

市内には 344ha の耕作放棄地があり、その所有者は販売農家が 30%、自給的農家が 20%、土地持ち非農家が 50%となっている。

特に、土地持ち非農家が所有する面積が 173ha であり、農家以外が農地を取得した際に、耕作放棄地となってしまうことが問題である。

図表 2-2-3 耕作放棄地所有状況



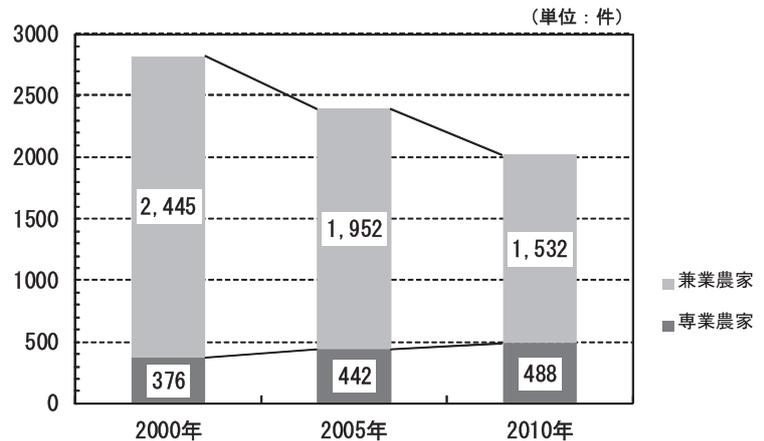
埼玉県「平成 24 年埼玉県農林年報」を基に作成

オ 農業形態

市内の農業形態の傾向としては、兼業農家が減少している一方で、専業農家は増加傾向である。

これは兼業から専業という形態の質の向上と考えるのではなく、団塊世代の定年退職等により兼業農家が専業化している、という不可抗力のような要因によるものと考えられる。

図表 2-2-4 農業形態

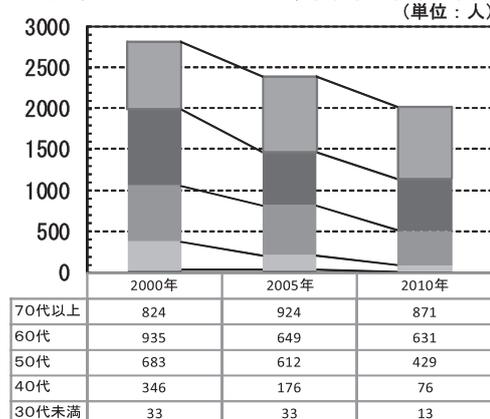


カ 農業就業者年齢

農業就業者人口については 2000 年に 2,821 人、2005 年に 2,394 人、2010 年に 2,020 人⁵と大幅に減少している。

年齢の構成比率において、50 歳代以下の割合は 2000 年から 10 年間で約 3 分の 1 まで減少している。その一方で 60 歳代以上、特に 70 歳代以上の割合は増加傾向にある。

図表 2-2-5 農業就業者年齢



図表 2-2-4、2-2-5 農林水産省統計部「2000、2005、2010 年農林業センサス」を基に作成

⁵ 農林水産省「2000 年、2005 年、2010 年農林業センサス」

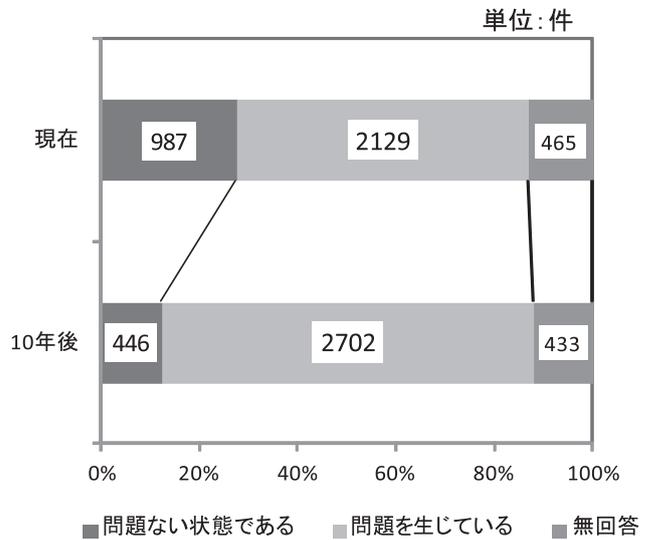
(2) 農家意向調査結果報告書でみる久喜市農業の現状

ア 現在と将来の集落・地域農業について

現在の集落・地域農業が「問題ない状態である」と回答した人は28%であるのに対し、「後継者がいない」、「荒廃農地が増加している」、「地域で中心となる農業経営体がない」など、何かしらの「問題を生じている」と回答した人は59%である。

10年後の農業に関する回答では、「問題ない状態である」と回答した人は13%にまで減少し、将来的に「問題を生じている」と考えている人が約75%にまで増加している。

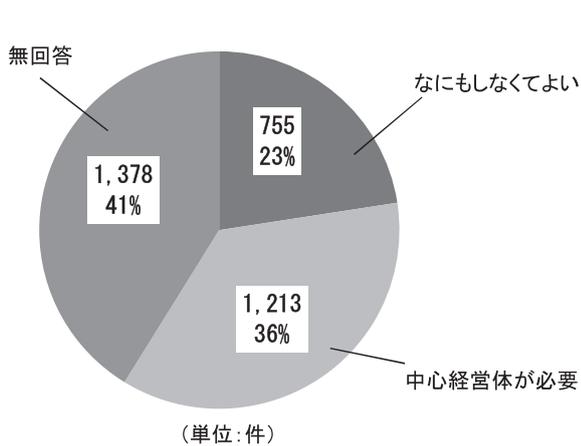
図表2-2-6 現在と将来の集落・地域農業



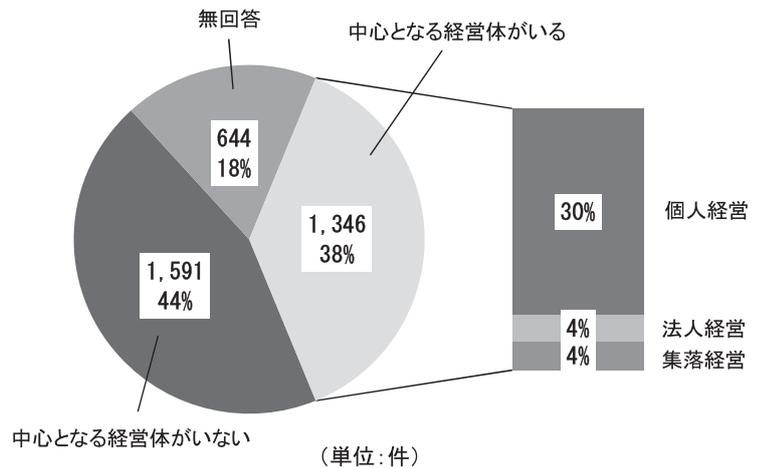
イ 地域農業の持続措置について

地域農業を持続するために必要な措置として、「なにもしなくてよい」と回答した人は23%で、「中心経営体が必要」と回答した人は36%である。また、地域の中心となる経営体がいると回答した人は38%であり、その中では個人経営が大半を占めている。

図表2-2-7 地域農業の持続措置



図表2-2-8 地域の中心経営体の有無



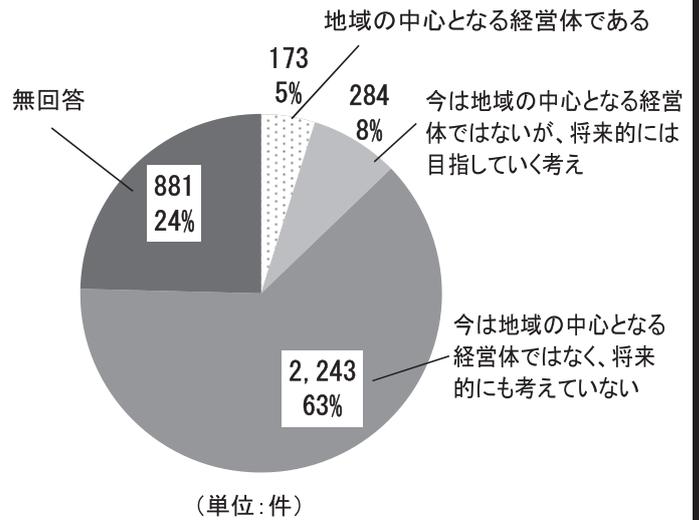
図表2-2-6、2-2-7、2-2-8 久喜市「久喜市農業振興地域整備計画農家意向調査結果報告書」を基に作成

観光資源としての農業の可能性

自身の農業経営の位置付けにおいて、「地域農業の中心となる経営体である」と回答した人は5%で、「今は地域の中心となる経営体ではないが、将来的には目指していく考えである」と回答した人は8%で、「今は地域の中心となる経営体ではなく、将来的にも考えていない」と回答した人は63%である。

地域の維持のためには、中心経営体の存在が不可欠だと考える農家は多いが、自ら取り組む農家は少ないことが伺える。

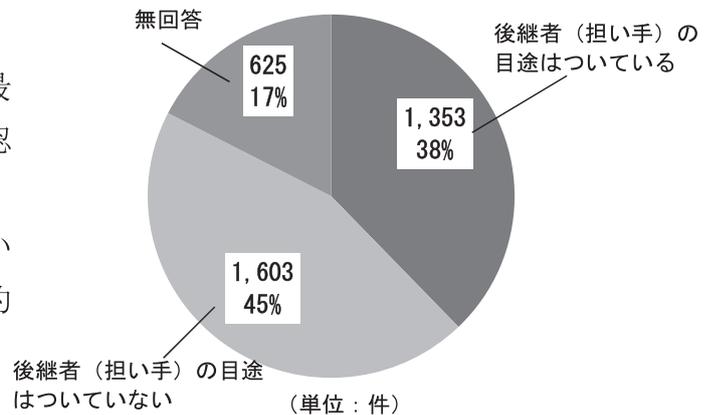
図2-2-9 自身の経営の位置付け



ウ 後継者について

後継者（担い手）については、「目途がついている」と回答した農家は38%である。また、後継者の候補については、「家族」が最も多く、次いで、「家族以外の個人農業者（認定農業者等）」の順となっている。一方、後継者（担い手）の「目途がついていない」と回答した農家は45%であり、将来的には農家の担い手不足が懸念される。

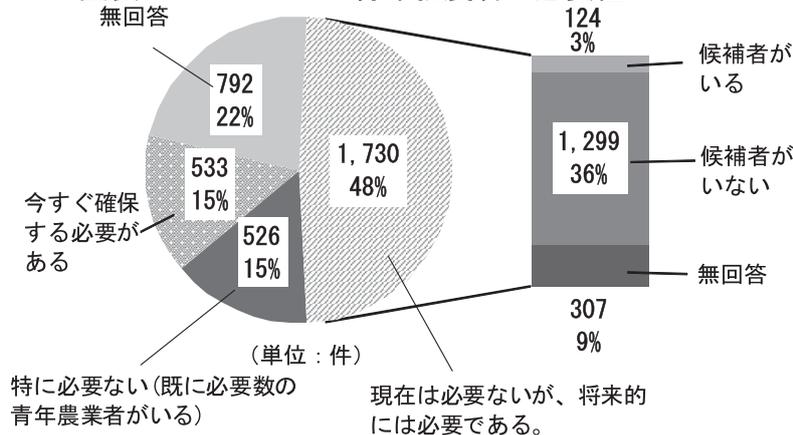
図2-2-10 後継者の有無



エ 青年就農者の必要性について

地域に青年就農者が入ってくる必要性については、「現在は必要としていないが、早い段階で確保する必要がある」と回答した農家が5割近くを占めている。その中でも「青年就業者の候補はいない」が7割を超えている。

図表2-2-11 青年就農者の必要性



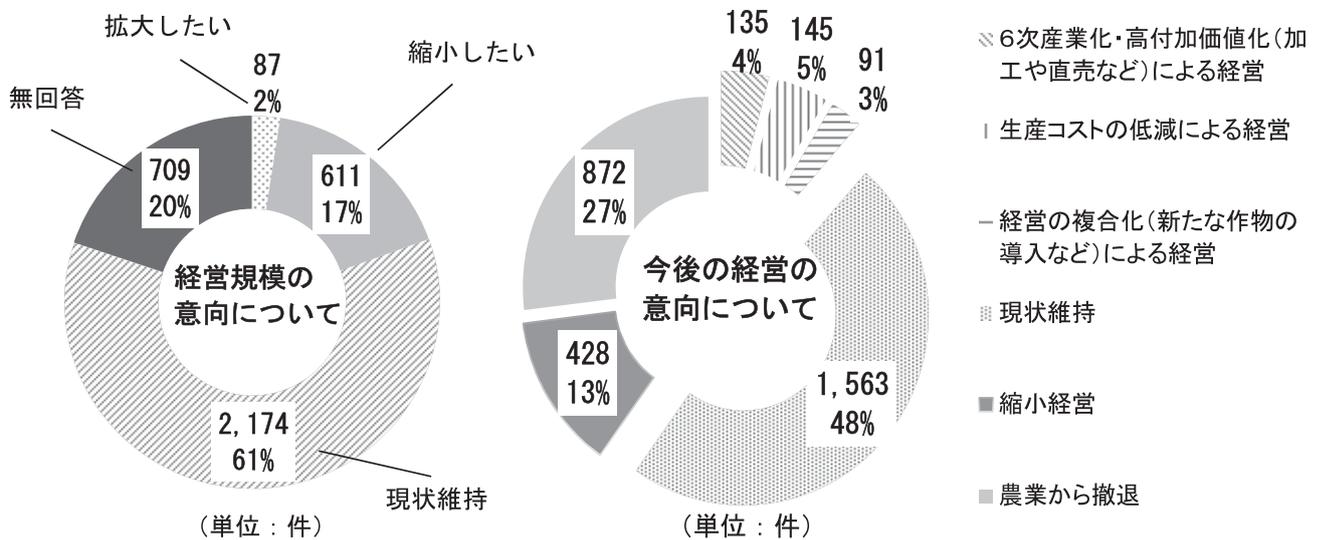
図表2-2-9、2-2-10、2-2-11 久喜市「久喜市農業振興地域整備計画農家意向調査結果報告書」を基に作成

オ 今後の意向について

各農家の今後の意向においては、今後の経営耕地面積は、「現状のまま」が最も多く、今後とも現状を維持していく意向を示している。しかし、積極的な意向である「拡大したい」の拡大希望面積は、「縮小したい」の希望面積より少なく、将来における農地利用の減少が懸念される。

「6次産業化・高付加価値化（加工や直売など）による経営」、「生産コストの低減による経営」、「経営の複合化（新たな作物の導入など）による経営」などの積極的な経営展開の回答が12%であるのに対し、「現状維持」、「農業から撤退」、「縮小経営」などの消極的な回答が約88%を占めている。

図表2-2-12 今後の意向について



久喜市「久喜市農業振興地域整備計画農家意向調査結果報告書」を基に作成

カ 市民からの自由意見について

久喜市農業振興地域整備計画農家意向調査結果報告書の中から当研究に関係のある意見を一部抜粋し、集約したものである。

<しくみ・制度>

・優良農地の保全是農業経営が活性化しないと駄目である。地産地消や観光農業等を推進して、人々が集まるような地域を目指す必要がある。

・当市は東京に近く、首都近郊農業であり、耕作面積もさほど大きくない。そのため、大規模営農により、市民農園的な貸農園経営も良いと考える。また、農業の体験ができる「楽農学校」的な経営も良いと思う。会員制を導入し、ここで生産された農作物は会員に配分するようにして、経営資金を捻出する。さらに、消費地に近いこともあり、「観光農園」

観光資源としての農業の可能性

の経営も良い。

<経営体>

・自分が高齢であるため、個人経営の方に耕作してもらっているが、その人が何年後まで続けられるかわからない。農地は誰かに耕作してもらわなければ、休耕地となり荒地化する。今後も農業従事者が減っていることを考えると、農業の経営体を設立してほしい。また、後継者（子供）がいない農家も多いため、青年育成を主としたアグリビジネス（ベンチャー）を立ち上げることも重要である。

<農地の貸し借り>

・農地の貸し借りや売買について、個人で、さらに高齢であると「騙されるのではないか」という意識が強く、1歩前に進めない。しかし、市が中心になるとそういった不安もなく、土地の有効利用に1歩踏み出せる。

・田んぼを作ってくれた人が高齢のためやめてしまったので困っている。作農してくれる人を探したいが、なかなか見つからない。

・現在、農地はすべて休耕地であり、農地の維持管理の負担が大きいため問題となっている。どのような形（売却を含め）でも、土地を必要とする方に譲渡できると、非常に助かる。ただ個人では、誰が借りたくて、誰が貸したいのかの情報がまったくない。

<ブランド>

・高齢化を活用した産直や特産品の加工食品等を住民参加で行うことにより、地域コミュニティづくりをお願いしたい。

<その他>

・規模を拡大しても海外には勝てないので、地域の相互連携を密にして現状から生き残れる方向を目指すべきである。

・農業は老後の楽しみ。

(3) 久喜市の特産品と取組み

ア 特産品

梨：特産品として栽培されており、出荷量年間 2,173t は県内第1位⁶であり、生産農家数においても県内第1位⁷を誇っている。市のホームページなどでも広く紹介され、

⁶ 農林水産省「平成18年作物統計調査」

⁷ 農林水産省「2010年農林業センサス」

南彩農業協同組合直売所をはじめ、市内の直売所で販売されている。

米：市内の耕作面積の約9割を占める稲作は、県内有数の収穫量を誇り、鷺宮地区では「病虫害防除は1回のみ」、「除草剤の使用も1回に限定」、「倒伏軽減剤は使用しない」という栽培協定を結んだ農家の方々が栽培する「究極の味 鷺宮のこしひかり」も収穫されている。

イ 市の農業に対する取組み

<しみん農園>

久喜市では、市民の方々に四季折々の自然に触れながら、農業体験をしてもらう場として、市民農園を久喜、菖蒲、栗橋、鷺宮の旧4地区の自治体で整備をしている。農園によっては、調理できる施設やバーベキュー設備を備えている農園もあり、農作業に従事してもらうだけでなく、屋外活動の促進にも寄与している。

写真2—2—13 市民農園鷺宮



写真2—2—14 市民農園菖蒲



出典：久喜市ホームページ

<緑風館>

しみん農園久喜緑風館では、地産・地消の促進と、農村部と都市部の市民の相互交流を図るために、昔から農村部に伝わる伝統料理や郷土料理の紹介、地元の農産物を使った料理の講習会を実施し、農業農村への理解を深めている。

写真2—2—15

緑風館の外観



図表2—2—16 講習会の内容（一部抜粋）

| ■伝統・郷土料理 | ■地元の食材を使った野菜 |
|----------|----------------|
| 手打ちそば | イチゴのタルト |
| 小麦まんじゅう | 米粉のかぼちゃのロールケーキ |
| いがまんじゅう | ジャガイモピザ |
| いも餅 | よもぎパン |

出典：久喜市ホームページ

＜その他の施設や取組み等＞

- ・ 農業者トレーニングセンター：アリーナ、研修室、後継者対策室
- ・ 農業センター：農業機械の貸出および農作業の受託業務
- ・ 地産地消の取組み：学校給食における地場産農産物の使用を推進

ウ 観光農園

観光農園以外にも、米、そば粉、各種野菜などの自家産のものを直売したり、農業、そば・うどん打ち、餅つきなどの体験教室も受け付けている。また、昔の農家の再現として、鶏や山羊などの動物の飼育小屋がある。その他、小さな子供の遊べるスペースやバーベキュー施設などもある。

写真2—2—17 むさしの園並木



本研究会撮影

3 久喜市の観光の現状

(1) 久喜市の主な観光資源

久喜市の観光資源は、歴史・文化・自然など、市内の久喜、菖蒲、栗橋、鷺宮の全4地区に多く存在し、年間を通じて様々なイベント等が開催されている。

久喜地区は、220余年の伝統を誇り、毎年7月12日・18日に盛大に行われる「提燈祭り・天王様」が知られており、当日は関東一と言われる提燈山車が、賑やかなお囃子とともに曳き廻され、各町内合わせて6台の提燈山車が一同に集まる夜は、夏の夜を彩るイベントとして最大の見どころとなっている。また、その他にも、春のれんげ祭り、秋の市民祭りと各季節を通じて大きなお祭りがあり、地域に伝わる伝統芸能や史跡などの貴重な文化財も数多く残されている。

写真2-3-1 提燈祭り・天王様



出典：久喜市観光協会ホームページ

菖蒲地区は、1年を通じて花や自然に溢れており、毎年6月中旬頃には「あやめ・ラベンダーのブルーフェスティバル」が開催される。このイベントは、「菖蒲城趾あやめ園」に約1万6千株の花菖蒲、久喜市役所菖蒲総合支所周辺に約1万2千株のラベンダーが見事に咲きそろい、その鮮やかな紫色の花と甘い香りが訪れる人々を楽しませている。

また、旧菖蒲町出身の本多静六博士の軌跡と功績を称え、平成25年4月に久喜市役所菖蒲総合支所内に「本多静六記念館」が設置された。本多静六博士は、日本初の林学博士として造林学・造園学の基礎を築くとともに、日比谷公園など全国各地の数百にも及ぶ公園や、青森県野辺地町の鉄道防雪林設計を手掛けた人物で知られており、当時の貴重な資料等が展示されている。

写真2-3-2 ブルーフェスティバル（左）と本多静六記念館（右）



出典：久喜市ホームページ

栗橋地区は、毎年7月の第3土曜日・日曜日に栗橋駅東口周辺を中心に開催される「栗橋天王様」が知られており、梅雨明けを告げる夏に欠かせない風物詩である。この祭りで担がれる神輿は、江戸末期の作で大きく、重く、造りが壮麗で、かつぎ方も豪快なのが特徴である。また、付け祭りには子供神輿、流し踊りや阪東太鼓の演奏等の催し物が祭りを一層盛り上げ多くの観客で賑わいをみせている。

また、その他にも、中国大陸原産のコイ科の淡水魚であるハクレンが、5～7月の産卵期に利根川で壮大にジャンプする「ハクレンジャンプ」、くりはし八福神めぐり、桜の名所などもあり、季節を通じて見どころがある。

写真2-3-3 栗橋天王様



出典：久喜市ホームページ

鷲宮地区は、関東最古の大社といわれる「鷲宮神社」が知られており、お酉様の本社とされ、天穂日命とその子の武夷鳥命、及び大己貴命を祭神とし、鎌倉時代には幕府による社殿の再建や、江戸時代には徳川将軍家から400石の社領を寄進されるなど、各時代の有力者から厚く保護されていた。

また、「千貫神輿」は、関東でも最大級の神輿で、毎年9月第1日曜日に行われる「土師祭」には、関東一円からこの神輿を担ぐために担ぎ手が集結し、大迫力な渡御が大人気であり、観客を魅了している。

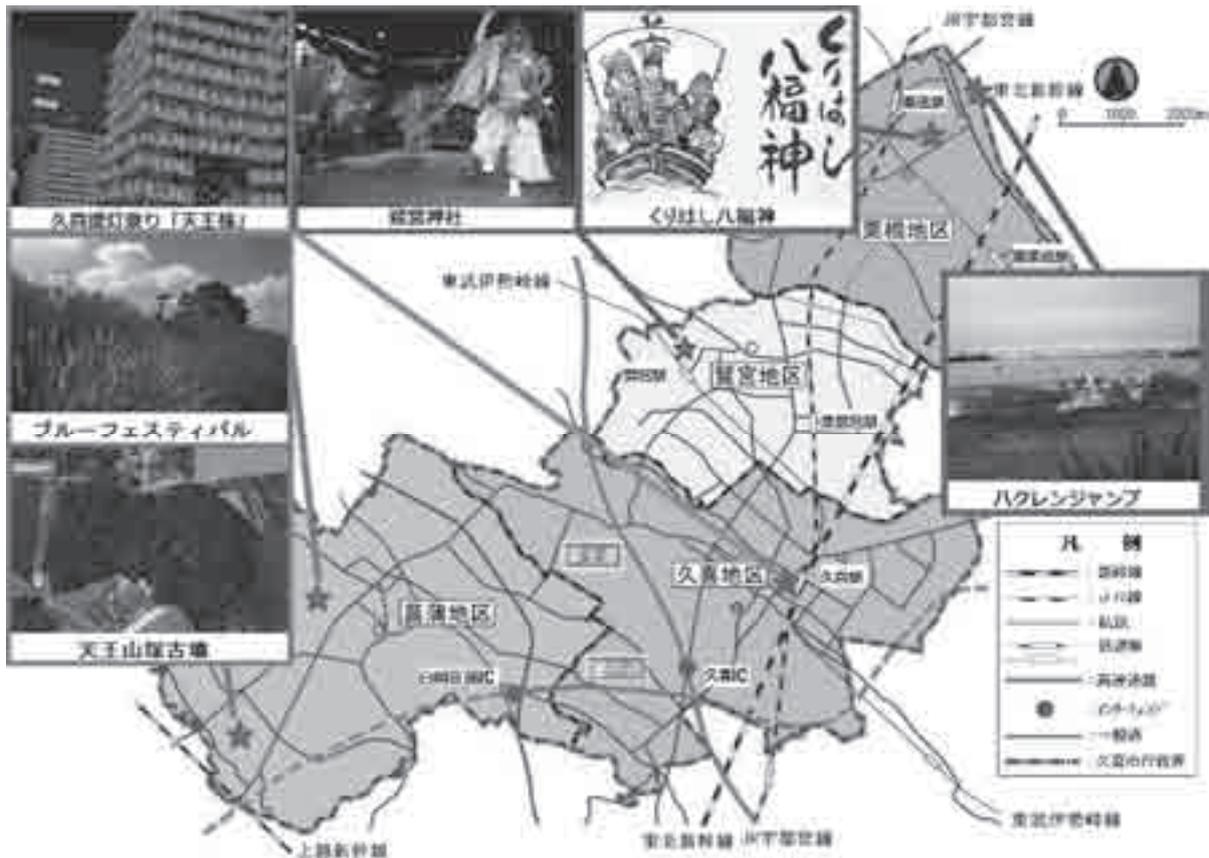
近年は、アニメ「らき☆すた」の舞台になったことで、いわゆる「アニメオタク」達の聖地としても有名となり、鷲宮神社への初詣客は毎年多くの「アニメオタク」が聖地巡礼として訪れている。

写真2-3-4 鷲宮神社(左)と鷲宮神社の絵馬(右)



本研究會撮影

図表 2-3-1 久喜市観光資源マップ



久喜市ホームページを基に作成

観光資源としての農業の可能性

図表 2-3-2 久喜市観光資源一覧表

| 地区名 | 久喜 | 菖蒲 | 栗橋 | 鷺宮 |
|-------------|--------------|-----------------|-------------------------------------|----------------|
| キャラクター | 来久ちゃん(ゆるキャラ) | しょうぶパン鬼ー(ゆるキャラ) | 栗橋 みなみ(東武鉄道) | らき☆すた(アニメ) |
| 農業資源 | しみん農園久喜 | しみん農園菖蒲 | しみん農園栗橋 | しみん農園鷺宮 |
| | JA南彩久喜農産物直売所 | JA南彩菖蒲グリーンセンター | 南栗橋農産物直売所フレサ | 農業センター |
| | 久喜キラリ直売館 | 農協食堂(そば・うどん) | 赤花そば | 芋掘り体験(鷺宮商工会主催) |
| | 観光農園 むさしの園並木 | 梨・いちご | 集団優良農地 | 米 |
| | 米 | 米 | 米 | 蕎麦 |
| 文化財 | 清福寺(大イチョウ) | 神明神社と社叢 | 静御前の墓 | 鷺宮神社 |
| | 光明寺 | 天王山塚古墳 | 栗橋閼所跡 | 旧渡辺多門家の楠の木 |
| | 甘棠院(足利政氏の墓) | 善宗寺と内藤家墓所 | くりはし八福神 | 鷺宮神社催馬楽神楽 |
| | 獅子舞 | 菖蒲神社 | 八坂神社 | |
| | 八幡神社 | 吉祥院 | | |
| 花・資源 | 清久さくら通り | 多くの沼 | 内池(水辺再生プラン) 久喜市自然環境保全地域(平成23年指定) | ポピー |
| | 青毛堀川桜並木 | 菖蒲城跡 | 桜並木・大排水路(1.5km) | コスモスふれあいロード |
| | 除堀曼珠沙華 | 菖蒲神社のフジ | 静桜 | |
| | れんげ | 花しょうぶ・あやめ・ラベンダー | ハクレンジャンプ | |
| | 提燈祭り | 菖蒲神社夏祭り | 栗橋夏祭り・八坂神社神輿 | 土師祭 |
| 祭り | くき市民まつり | | 静御前祭り | 鷺宮の八坂祭 |
| | 七夕まつり | | 羅漢祭り | |
| | れんげ祭り | ブルーフェスティバル | ミス栗橋 栗橋みなみ夏祭り | コミュニティ祭り |
| イベント | 綱引き大会 | ポピー祭り | 東武鉄道ファンフェスタ | コスモスフェスタ |
| | 提燈最中 | 生パスタ | いが饅頭 | あぶりチーズ・カレーうどん |
| | ちょうちんサブレ | ラベンダー商品 | 個性派の店 | らき☆すたツンデレソース |
| 名産品 | 塩あんびん | 塩あんびん | 静御前のお酒 | 鷺宮産そば |
| | 久喜一、久喜クッキー | 梨やいちごのジャム | | 地酒 |
| | 地酒 | | | |
| その他(人物、施設等) | 温泉施設なごみ | 本多静六記念館 | ポートピア栗橋 | 川内優輝(マラソン選手) |
| | 久喜菖蒲公園 | 本多静六(日本公園の父) | サイクリングロード | 郷土資料館 |
| | 新しいグルメスポット | NHK菖蒲久喜ラジオ放送所 | どこまでも見渡せる広大な田園風景 | 花と香りのふれあいセンター |
| | 大型ショッピングモール | 菖蒲総合支所展望室 | | 百観音温泉 |

本研究会のフィールドワーク結果を基に作成

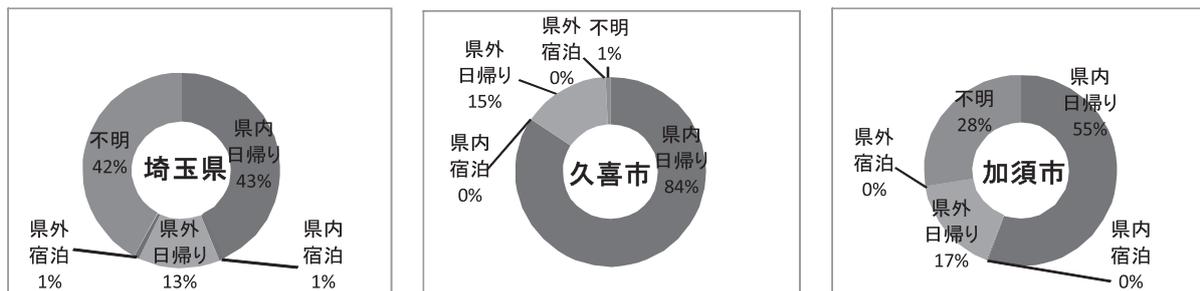
(2) 久喜市の観光入込客数

図表2-3-3の平成22年の埼玉県、久喜市及び久喜市の隣に位置する加須市の利用別観光入込客数¹を見てみると、埼玉県では宿泊客に対して日帰り客が圧倒的に多い結果となっている。久喜市においてはその差はさらに顕著となり、全ての観光入込客が日帰り客となっている。また、その内の約84%が県内からの訪問であった。なお、加須市においてもその傾向は同様である。また、埼玉県、久喜市及び加須市のいずれにおいても県外客より県内客の方が多結果となっている。

次に、図表2-3-4の通り平成23年の利用別観光入込客数²を用いて、埼玉県、埼玉県の隣県である千葉県、そして全国³との比較を行った。まず、千葉県及び全国に比べて埼玉県は、全体の入込客数のうちに占める日帰り客の割合が非常に大きい。また、県内客の占める割合も埼玉県は大きいという結果が見て取れた。これは、千葉県は東京ディズニーリゾートや、勝浦・小湊の温泉など、宿泊施設の多い観光地を有しているのに対し、埼玉県は大きなテーマパークや温泉地などの宿泊施設を必要とする観光資源に乏しいことが考えられる。

図表2-3-3 平成22年埼玉県、久喜市、加須市の利用別観光入込客数
(単位:千人)

| | 県内 | | 県外 | | 不明 | 合計 |
|-----|--------|-----|--------|-----|--------|---------|
| | 日帰り | 宿泊 | 日帰り | 宿泊 | | |
| 埼玉県 | 48,983 | 901 | 15,368 | 932 | 48,146 | 114,330 |
| 久喜市 | 2,218 | 0 | 392 | 0 | 23 | 2,632 |
| 加須市 | 1,475 | 6 | 444 | 1 | 733 | 2,659 |



埼玉県『観光入込客統計調査結果』を基に作成

¹埼玉県「観光入込客統計調査結果」で比較できる年は平成22年(暦年)が最新であったため、このデータを用いた。また、久喜市及び加須市のデータはいずれも合併前の旧市町村を合計した。

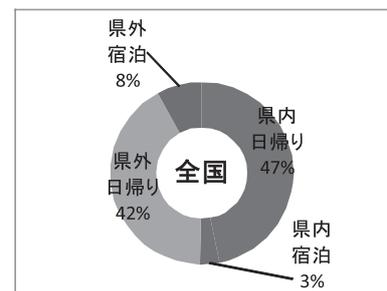
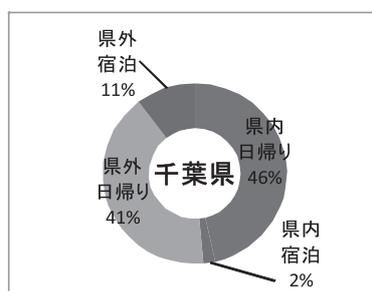
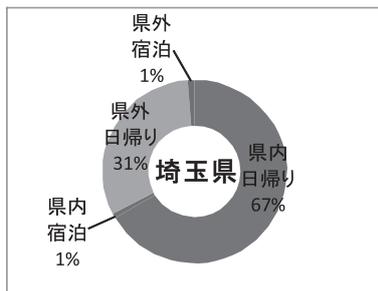
²観光庁「共通基準による観光入込客数観光入込客統計調査」で比較できる年は平成23年(暦年)のみであったため、このデータを用いた。

³未集計の神奈川県、富山県、福井県及び京都府と、統計のない大阪府及び福岡県を除く。

図表 2-3-4 平成 23 年埼玉県、千葉県、全国の利用別観光客数

(単位:千人)

| | 県内 | | 県外 | | 合計 |
|-----|---------|--------|---------|---------|-----------|
| | 日帰り | 宿泊 | 日帰り | 宿泊 | |
| 埼玉県 | 54,715 | 757 | 25,755 | 1,032 | 82,259 |
| 千葉県 | 29,151 | 1,276 | 25,775 | 6,597 | 62,799 |
| 全国 | 607,889 | 43,485 | 540,679 | 102,929 | 1,294,982 |



観光庁『共通基準による観光入込客統計調査』を基に作成

そして、図表 2-3-5 の平成 22 年の目的別観光入込客数⁴を見てみると、埼玉県において最も多かったものは、まつり見学で 28,781 千人、次にスポーツで 24,038 千人、さらに公園等が 14,841 千人と続いている。同年の久喜市において、最も多かったものは神社仏閣等の文化財等に 662 千人、次にまつり見学の 653 千人、その次に産業観光の 471 千人であった。なお、産業観光のうち 466 千人を観光農業が占めている形になっているものの、その大半は農産物直売所への入込客と考えられ⁵、いわゆる観光農園の入込客は少ない。また、久喜市の隣に位置する加須市を見てみると産業観光が最も多い割合となっているものの、そのうちに占める観光農業の割合は少ない。

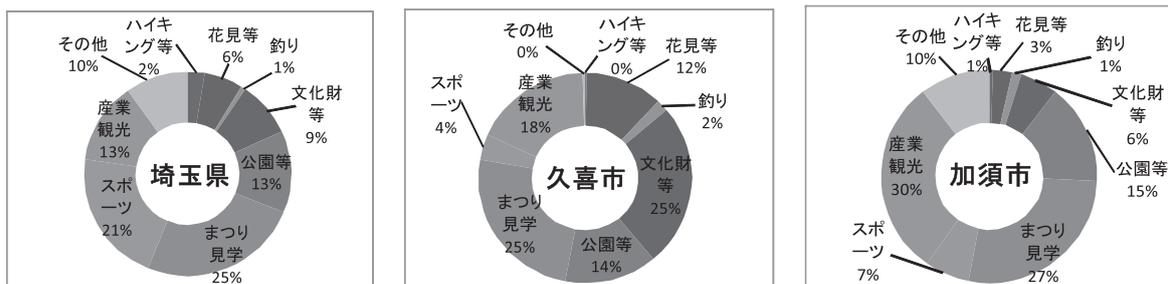
⁴埼玉県「観光入込客統計調査結果」で比較できる年は平成 22 年(暦年)が最新であったため、このデータを用いた。また、久喜市及び加須市のデータはいずれも合併前の旧市町数を合計した。

⁵久喜市商工観光課が平成 23 年に調査・集計した観光地点別入込客延人数を基に推定。

図表 2-3-5 平成 22 年埼玉県、久喜市、加須市の目的別観光入込客数

(単位:千人)

| | ハイキング等 | 花見等 | 釣り | 文化財等 | 公園等 | まつり見学 | スポーツ | 産業観光 | (うち観光農業) | その他 | 合計 |
|-----|--------|-------|-----|-------|--------|--------|--------|--------|----------|--------|---------|
| 埼玉県 | 3,047 | 6,899 | 854 | 9,932 | 14,841 | 28,781 | 24,038 | 14,720 | 4,229 | 11,217 | 114,330 |
| 久喜市 | 6 | 308 | 49 | 662 | 373 | 653 | 101 | 471 | 466 | 9 | 2,632 |
| 加須市 | 14 | 78 | 36 | 149 | 404 | 729 | 178 | 792 | 84 | 279 | 2,659 |



埼玉県『観光入込客統計調査結果』を基に作成

(3) 各交通機関、高速道路及び自動車の利用者数等

鉄道は、JR 宇都宮線（東北本線）、東武伊勢崎線、東武日光線の計 3 路線がある。駅は久喜駅、鷲宮駅、東鷲宮駅、栗橋駅、南栗橋駅の計 5 駅で、図表 2-3-7 の通り平成 23 年度では 1 日平均で合計約 13 万人以上の乗降客数があった。なお、隣の加須市の計 4 駅では約 3 万人の乗降客数にとどまる。平成 13 年度から 5 年ごとの推移を見てみると、ほとんどの駅において乗降客数が漸減しているなか、久喜駅および南栗橋駅では増加しており、久喜市の駅の合計では増加となっている。これは、地下鉄半蔵門線・東急田園都市線が平成 15 年 3 月に南栗橋駅まで、平成 18 年 3 月に久喜駅まで相互乗り入れを行ったことが大きな要因であると考えられる。

また、バスについては路線バスが 20 路線、市内循環バスが 7 ルート 69 便運行されている。平成 23 年度は年間で約 152,876 人の利用者があり、1 日平均約 518 人の利用者がある。⁶

更に、タクシーについては、平成 23 年度の調査で市内タクシー業者 10 社合計の保有台数が 146 台（全て中型車）あり、1 日平均の利用者は平日約 2,900 人、休日約 1,400 人という現状である。⁷

⁶久喜市地域公共交通計画。

⁷久喜市地域公共交通計画。

図表 2-3-6 久喜市鉄道・道路網図



久喜市地域公共交通計画を基に作成

図表 2-3-7 久喜市内および加須市内鉄道駅 1日平均乗降客数

| 駅名 | (単位:人) | | |
|---------|---------|---------|---------|
| | 平成13年度 | 平成18年度 | 平成23年度 |
| 久喜(東武) | 44,253 | 45,326 | 49,424 |
| 鷲宮(東武) | 7,986 | 7,401 | 7,214 |
| 栗橋(東武) | 10,944 | 11,060 | 10,773 |
| 南栗橋(東武) | 5,771 | 6,893 | 8,289 |
| 久喜(JR) | 36,147 | 36,507 | 35,629 |
| 東鷲宮(JR) | 11,631 | 11,476 | 10,844 |
| 栗橋(JR) | 12,451 | 13,008 | 11,989 |
| 久喜市内駅計 | 129,183 | 131,671 | 134,162 |
| 花崎(東武) | 11,951 | 11,642 | 11,451 |
| 加須(東武) | 15,955 | 15,008 | 14,557 |
| 新古河(東武) | 3,034 | 2,760 | 2,288 |
| 柳生(東武) | 2,389 | 1,921 | 1,539 |
| 加須市内駅計 | 33,329 | 31,331 | 29,835 |

※JRは乗車客数のみ

埼玉県統計年鑑を基に作成

また、久喜市では平成 25 年 10 月より、あらかじめ利用登録をした利用者が電話などの予約により、自宅等から目的地（乗降ポイント）まで、乗り合いにより移動する形態のデマンド交通を、久喜市内の菖蒲地区及び栗橋・鷲宮地区の 2 地区に分けて開始した。

平成 23 年度の高速道路インターチェンジの 1 日平均の通過台数については、東北自動車道久喜 IC では、約 21,200 台、圏央道白岡菖蒲 IC では約 3,300 台であった。なお、東北自動車道加須 IC では約 11,900 台となっていた。⁸

久喜市民の自動車保有率は 1,000 人当たり 568 台で、2 人に 1 台以上と高くなっており、地区別にみると、菖蒲地区が最も高くなっている。⁹

⁸NE XCO 東日本への聞き取り調査。

⁹久喜市地域公共交通計画。

4 久喜市の農業及び観光の課題

久喜市の農業及び観光の現状把握から浮かび上がった、それぞれの課題は以下の通りである。

まず農業の課題については、久喜市では農家人口の減少及び農業従事者の高齢化が進行しており、将来的には農業の担い手及び農業労働力不足が懸念される。同時に、土地持ち非農家の増加による耕作放棄地の増加など、農地の荒廃が進むことも懸念される。農林業センサス等の統計から、全国的にもみられる農業の衰退が久喜市においても今後進んでいくと考えられる。

また、将来の農業経営についての意向調査を行った結果においても、農業の現状や将来を憂う現場の声は多い。しかし、憂いてはいても農業という職種に魅力・将来性がなく、経営の現状維持・縮小及び農業からの撤退の意向を示している農家は多い。また、自ら中心的・積極的に農業経営を拡大しようという意向のある農家や、6次産業化・高付加価値化等の新たな取組を行う意向を示す農家も極めて少ない。つまり、地域農業全体は憂いても、自らが地域農業をなんとかしようという農家は少ないという実態が浮き彫りになったということは、現状として看過することは到底できない。

今後の地域農業については、これからは農家自身に任せきるのではなく、行政も含めて都市近郊農業の保全の方法を見直す必要性があるのではないか。梨、水稲などの地域の特性を生かした農産物の生産はもとより、豊かな地域資源を活用した特色ある農産加工や直接販売等の新しい取り組みや、観光農業等による農村と都市との交流促進とともに、農村環境の保全に努めていく必要がある。また「農業」という産業としての一面だけでなく、景観、文化なども含む「農」という広い概念をもつこと。グリーンツーリズムやルーラルツーリズムといった「観光」という視点を入れること。それら「農」と「観光」という要素を持って考えることで、新しい都市近郊農業の保全の活路が見出せるのではないだろうか。

次に、久喜市の観光については、久喜、栗橋、菖蒲、鷺宮の各地区に多くの観光資源が存在し、それらの多くは長い歴史を持ち合わせるものであったり、学術的に貴重なものであったりするなど、大きなポテンシャルを感じさせるものばかりである。しかしながら、観光施策は各地区それぞれの取り組みにとどまっている状況であり、まず課題として挙げられることは、一体感に乏しいということである。

観光入込客数について見てみると、ほぼ全ての観光客は日帰り客となっているため、日帰り観光に特化した政策が求められる。また、県内からの観光客が大半を占めており、県外からの観光客も獲得できていないという状況であるこ

とを考えると、県外へのPRに力を入れることも必要となってくるであろう。

交通の面では、鉄道駅利用者や高速道路インターチェンジ利用者が隣の加須市に比べて非常に多いにも関わらず、図表2-4-1の通り直接観光に結びついているとは言い難い状況にある。特に鉄道については、JRと東武鉄道の乗り換え駅を2つ有しているために駅利用者が多い結果となっていることから、これらの利用者をいかに観光に取り入れるかということも、大きな課題である。久喜市が持つ観光資源のポテンシャルと、交通の利便性を最大限活かしていく必要があるのではないだろうか。

図表2-4-1 久喜市・加須市観光入込客数比較表

| | 平成22年 観光入込客数(単位:千人) | 平成22年10月1日 現在人口(単位:人) | 面積 (単位:m ²) |
|-----|------------------------|--------------------------|----------------------------|
| 久喜市 | 2,632 | 156,847 | 82.40 |
| 加須市 | 2,659 | 117,376 | 133.47 |

埼玉県『観光入込客統計調査結果』などを基に作成

第3章 久喜市における『理想像』

1 農業を観光資源化するために・・・久喜市における『理想像』の提案

(1) 久喜市における『理想像』の定義

～新時代の豊かなライフスタイルを実現するアグリパークシティ～

久喜市は、埼玉県東北部の豊かな水田地帯に位置し、明治時代以降生産が盛んとなり現在埼玉県一の生産量を誇る梨など多くの農業資源を有した街である。

また、自然にあふれた美しい景観や多くの歴史的な史跡も数多く有し、一方で発達した交通網を中心とする都市も発達している。

このように、農業をはじめとした古き良き農村と、近年のベッドタウン化に伴う都市化の中で醸成された新たな文化が融合した街である。

本研究では、農村文化や農業体験などのグリーン・ツーリズムに関心を持った古き良き農村の癒しを求めている都市部住民に対し、①農業体験を通して得た収穫物を加工・調理して満足してもらい、②観光農園等と地域観光資源とをめぐり体験型ツアーで感動してもらい、③都心近郊で本格的な農業（家庭菜園含む）に携わり農業の大切さを実感してもらい、などといった魅力ある農村都市の企画提案を行う。

具体的には、久喜市そのものを「アグリパークシティ」と位置づけ、話題性のある情報を発信する拠点施設や持続可能な推進体制のもと、「農」「食」「学」「遊」といった要素を、五感を通じて「実体験として」味わえる魅力ある企画を提供していく。また、地域がもともと有している農業体験施設、農産物直売所、観光資源等などのネットワーク化も図っていく。さらに、久喜市の有する特性を最大限に活かした形で「身近に農業に触れ合える豊かなライフスタイル」を提唱することや、積極的な情報発信によって魅力を強くアピールすることにより、都心近郊に位置する久喜市で過ごす「豊かなライフスタイル」そのものを「地域ブランド」としていく。

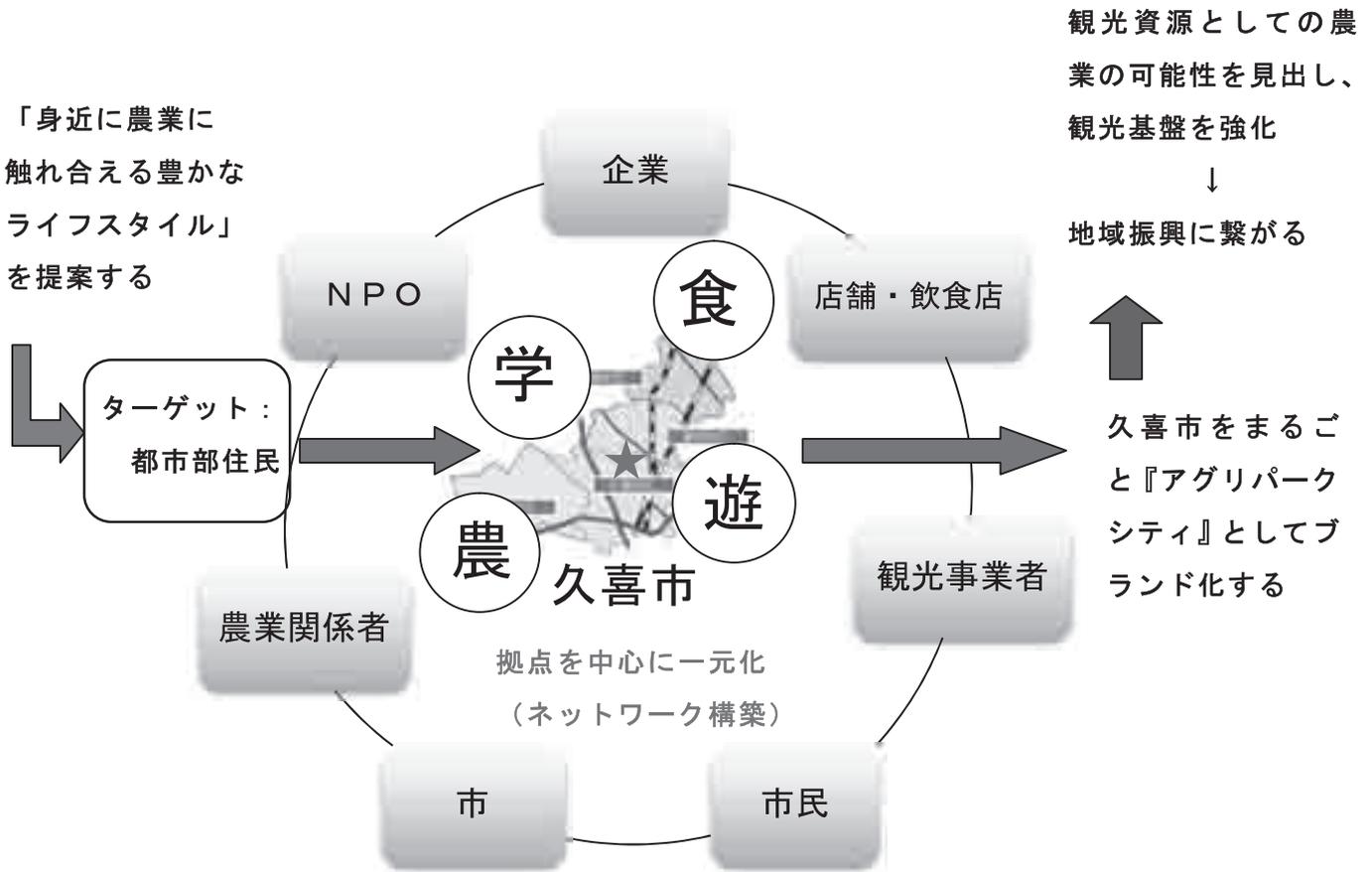
こうした取り組みを通し、観光資源としての農業の可能性が見出されることによって観光基盤が強化され、ひいては農業と観光の連携により地域の振興につなげていく。

そして、その先には、「見たい・食べたい・体験したい」という欲求を持って久喜市を訪れた来訪者が、その実体験を通じて久喜市に「住みたい」と感じてもらい、居住者が増加することが期待できる。

また、観光客を受け入れて「おもてなし」をする市民が、地域の活性化を実感し、ふるさとである久喜市に対して「誇り」と「豊かさ」をさらに実感できるようになることも期待できる。

図表 3-1-1

新時代の豊かなライフスタイルを実現するアグリパークシティ概念図



※各関係者のアグリパークシティ実現によるメリット

- 市 : 行政の永遠のテーマである「地域活性化」の実現
- 農業関係者 : 農業の魅力向上、新規就農者など担い手の発掘
- N P O : 地域貢献の機会拡大
- 企業 : ビジネスチャンスの拡大
- 店舗等 : 観光客の増加による収益向上
- 観光事業者 : 地域の知名度・集客力のアップ
- 市民 : 自分の住む地域に誇りを持つことができる

(2) 『理想像』実現までの所要期間

先に述べた理想像を実現するまでに必要となる期間は、事業の内容や規模によって前後するところであるが、ここで設定する実現までの期間は、概ね5年間で達成できるものについて課題を抽出し、政策案を提案する。

観光資源としての農業の可能性

2 理想像を実現するために解決すべきこと

第2章で述べた久喜市の現状と本研究で掲げる理想像を照らし合わせた結果、理想像を実現するために解決すべき課題を次の4点とした。

(1) 高齢化が進み担い手を必要とする農業

久喜市の農業の最大の問題点は、農業者の高齢化が進みながらも担い手が欠如しており、近い将来に農業の衰退が確実視されている。

農業の現状や将来を憂う声は多いものの、実労働の重さに対し、農業収入の収益性が極めて悪いため、積極的に農業者になる者はほとんど見られず、農業の収益構造の改革に取り組む農業者は極めて少ない。また、高齢化や後継者不足による農業の担い手の不足や、土地持ち非農家の増加による遊休農地の増加が深刻化しており、すでに久喜市内の耕作放棄地の面積は344ヘクタール(市内全域の約15%に相当)に上る。このような農業の衰退は、田園を中心とした美しい農村風景が急速に荒廃していることを示しているものである。

こうした中、近年、農業の担い手として規模を拡大していきたい意向の地域の大規模農家や就農に必要な農地を探している株式会社などの法人等の新規就農者等は増加傾向にあるほか、都市部の住民が農業体験の場を求める需要も増加している。また、農林業体験や自然とのふれあいによる癒しを求め、食に対する安全や健康志向の高まりなどを背景に、グリーン・ツーリズムに対するニーズは着実に高まっている。

例えば、埼玉県が2012年(平成24年)2月に実施した「県政サポーターアンケート」の結果をみると、「グリーン・ツーリズムを体験したことがある方」は1割強にとどまるものの、「グリーン・ツーリズム体験をしてみたい」と回答した方が約7割であることから、農村に対する潜在的需要は非常に大きいものと推測される。

このようなことから、理想像である「新時代の豊かなライフスタイルを実現するアグリパークシティ」を目指すためには、従来のように個別の地域農業者の努力に任せた支援制度ではなく、地域の関係団体や遊休農地などの農業資源を有機的に繋いだネットワークの構築を図ることにより、地域外の法人や観光客でも簡単に農業に携わることができ、農村に触れ合えるような久喜市独自の制度のモデルケースを検討する必要がある。

(2) 一元化されない観光資源

久喜市の観光の問題点として、久喜、菖蒲、栗橋、鷲宮の旧1市3町に多くの観光資源があるものの、市で一元的な観光施策を実施しておらず、前述の4

地区がそれぞれ独自の取り組みを行うにとどまっているという点がある。

また、現状では少ない宿泊施設や、地域資源の知名度不足等から考慮すると宿泊観光客をターゲットとすることには無理があるため、やはり、現状と同様日帰り観光客をターゲットとせざるを得ないと考えられる。

さらに、乗降客数が非常に多い久喜駅などの鉄道駅や、東北道や圏央道といった優れた道路交通網を有しているにも関わらず、こうした強みが生かされているとは言い難い。

このような現状の問題点をふまえ、交通の要衝であるというメリットを最大限に生かし、4地区の間にヒト、モノ、情報の流れを一元的に構築したうえで、日帰り観光客にターゲットを絞った体験型観光を行うことによって、久喜市を訪れる観光客の集客増加を図ることができるよう検討する必要がある。

（3）実施主体の欠如

久喜市の農業や観光には、多くの問題点が内在されているが、理想像の実現にあたっては農業や観光などの地域資源の魅力を再発見し、これを商品として売り込むことができるように地域資源を有機的にネットワーク化する実施主体を必要としている。

また、既存の関係団体を連携させることが可能な強力なリーダーシップを発揮する推進体制のもとで事業化を図っていく必要がある。

しかし、これらの取り組みは、営利的な性質が強いものであることから、行政が単独で主体となって実施できるものではない。また、行政に代わって機能するような担い手は既存の団体の中に存在しない。このため、持続可能な事業として展開していくための新たな推進体制を検討する必要がある。

（4）差別化の図られない地域性

久喜市に限らず関東地方の都心近郊の多くの都市は、都心へ通勤する住民のベッドタウンとして発展する道を歩んできており、その面に特化したまちづくりを進めてきている。この結果、良くも悪くも没個性化しているのが実情である。このような中、観光で成功している多くの都市では、シンボルと言えるような拠点を有していることが多い。

久喜市においても、他地域との差別化を明確にし、「行ってみたい」という関心を喚起するような地域振興事業の拠点のあり方について検討する必要がある。

（5）施策の検討にあたり留意すること

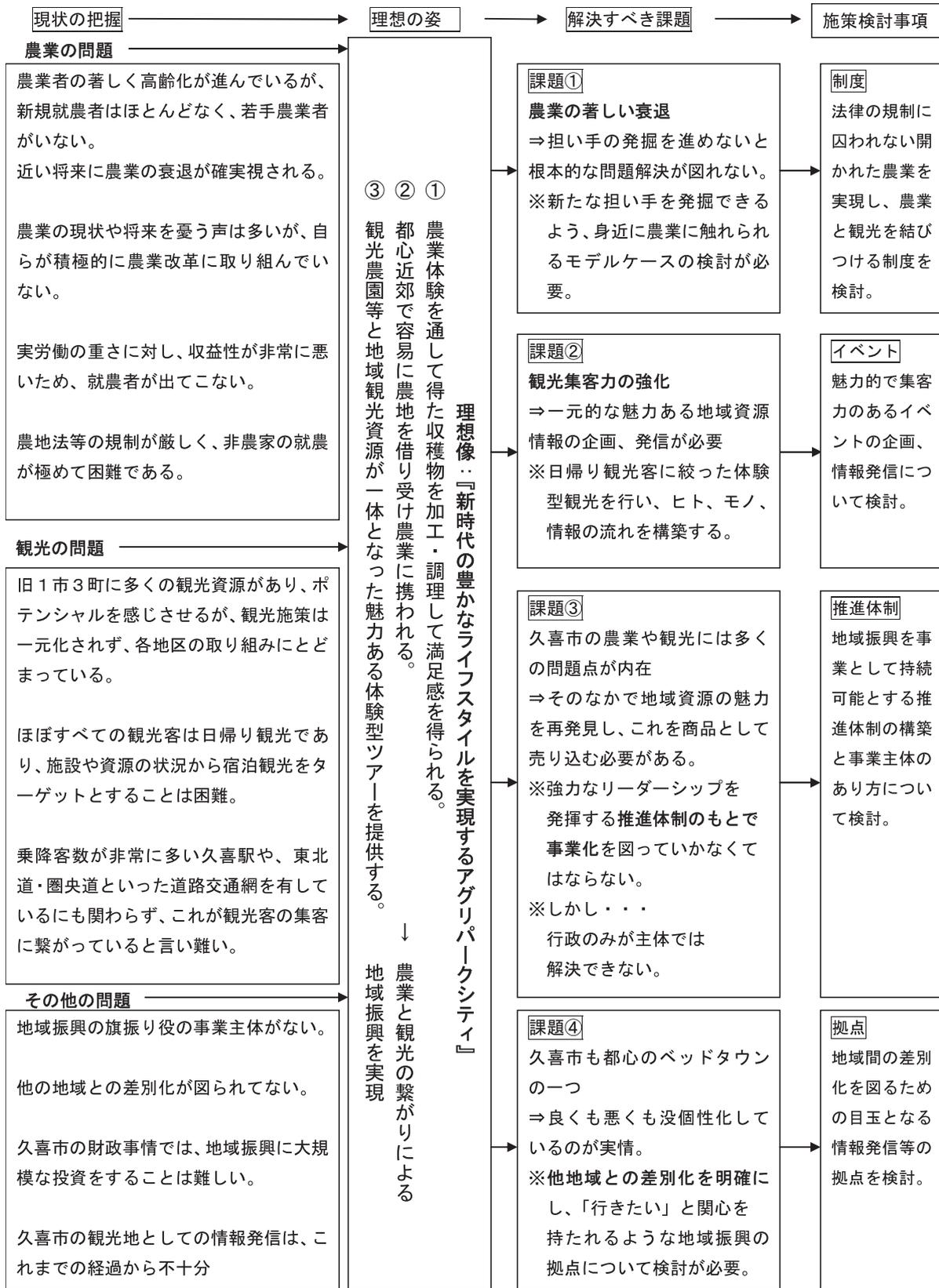
久喜市の財政については、近年の景気低迷等により硬直化が著しく進んでい

る。このため、今後農林水産業費、商工費に投入できる予算は、限定的であると想定されることから、国や県からの支援や民間資金導入などを積極的に行っていく必要がある。

また、情報発信の現状については、市内の様々な機関が連携せずにホームページ等を通じて各々発信しており、また、観光の見どころなど地域資源への案内表示があまり充実していないという状況である。このため、久喜市の魅力を一元的かつ効果的に発信し、来訪者の増加を図る必要がある。

図表 3-5-1

久喜市の現状と理想像の比較および解決すべき問題点



第4章 政策提言

1 政策提言4本の柱

第3章で述べた理想像を通して見たときに、久喜市の改善点として次の4点が浮き彫りになってきた。

- ①収益性の低い閉鎖的な農業
- ②一元化されない観光資源
- ③実施主体の欠如
- ④差別化の図られない地域性

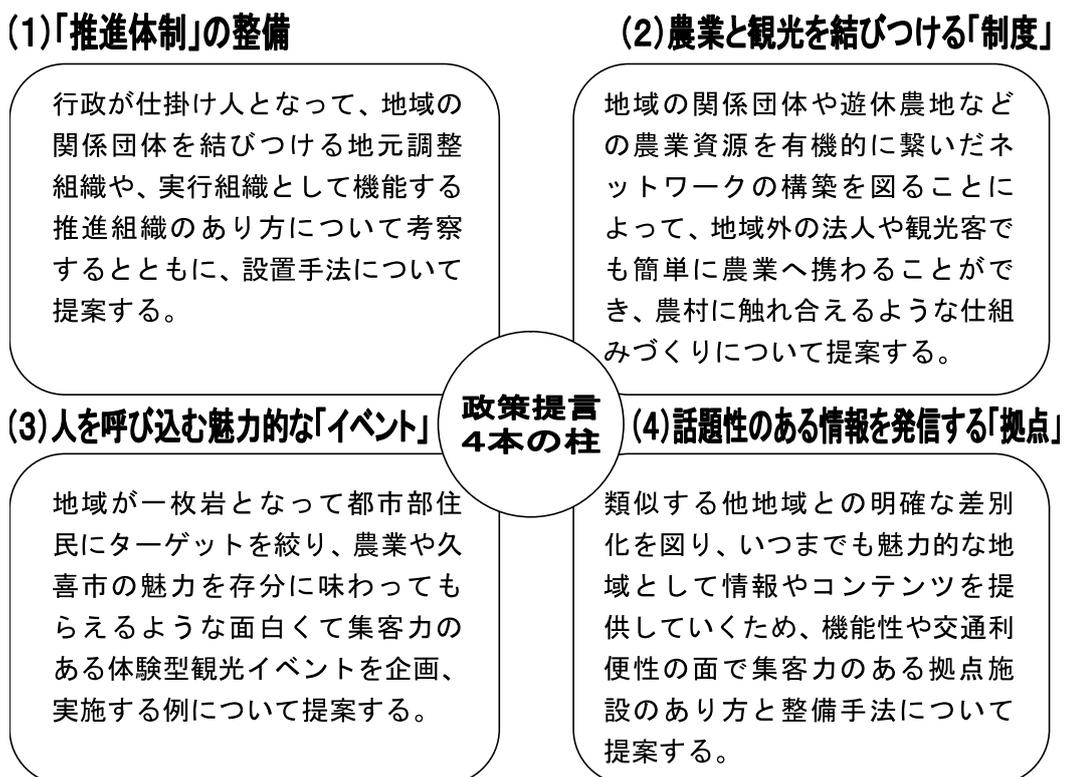
これに鑑み、久喜市の現状を理想像である『新時代の豊かなライフスタイルを実現するアグリパークシティ』の具体像に近づけていくためには、各分野での問題点を解決する手法として下記のとおり政策提言4本の柱を提案する。

- (1)「推進体制」の整備
- (2)農業と観光を結びつける「制度」
- (3)人を呼び込む魅力的な「イベント」
- (4)話題性のある情報を発信する「拠点」

提言の順番は、実現に向けて取り組む順序に沿って、時系列順とした。

また、各政策提言の個別の趣旨については、順次述べることとする。

図表4-1-1 政策提言4本の柱



(1) 「推進体制」の整備

何ごとも新しい取り組みを行うときに、第一に求められることは「誰が、何を、どのように」行うのかという見通しである。なかでも、「誰が」行うのかという点は大変根本的な問題である。

これまで、農業や観光などの地域産業の振興策は主に行政や公的機関が個別に推進を図ってきたが、従来型の個別の取り組みだけでは、地域を繋いで作り上げる『アグリパークシティ』の醸成に至らない。

このようなことから、行政が仕掛け人となって、地域の関係団体を結ぶ地元調整組織の形成や、事業の実行組織として永続的に機能する推進体制について提言する。

(2) 農業と観光を結びつける「制度」

次に、「何を」行うのかという点が問われてくるが、本研究のテーマである「農業の観光資源としての可能性」という点を鑑みたときに、地域の関係団体や遊休農地などの農業資源を有機的に繋いだネットワークの構築を図ることによって、地域外の法人や観光客でも簡単に農業へ携わることができ、農村に触れ合えるような「身近に農業に触れ合える豊かなライフスタイル」を提唱していくことを第3章で述べた。

この趣旨に則った制度として、次の3案について提言する。

- ①「観光農業等のネットワーク化」
- ②久喜市型「農産物オーナー」制度
- ③久喜市型「農地バンク」制度

(3) 人を呼び込む魅力的な「イベント」

「何を」行うのかという点において第2弾の政策として、都市部住民にターゲットを絞り、農業や久喜市地域の魅力を存分に味わってもらえるような面白くて集客力のあるイベントを積極的に開催していく必要がある。特に、地域の関係団体や連携あるいは農業・観光の資源のネットワーク化を進め、従来型の単発的なイベントだけでなく、観光客のニーズに応じた多種多様な体験型観光イベントを提供できるようにしていく。

これを踏まえ、本章では「農の魅力に触れて五感を刺激する」をコンセプトにしたイベント企画の例について提言する。

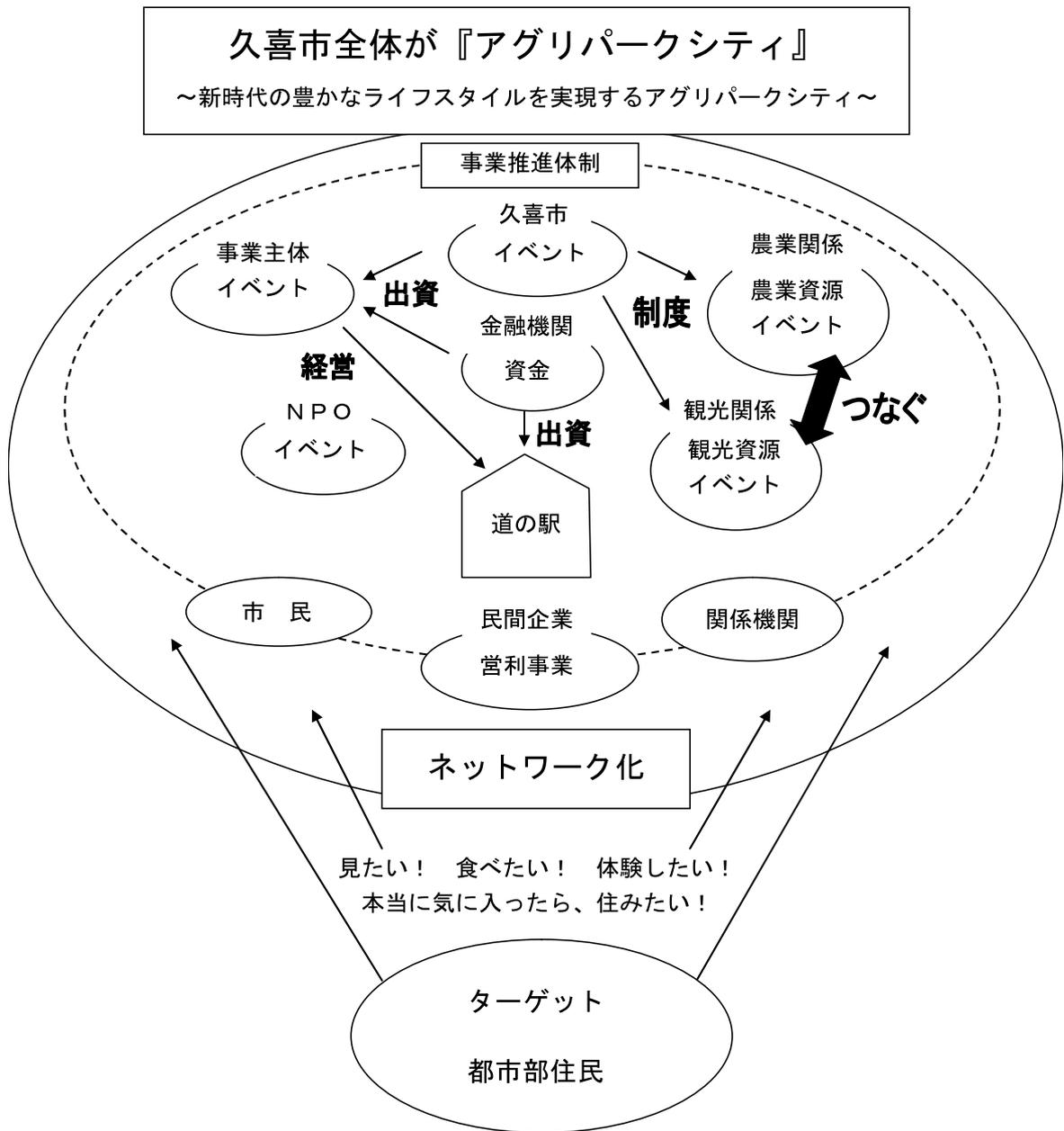
(4) 話題性のある情報を発信する「拠点」

地域振興の「仕掛け」がある程度定着し、事業実施や観光客の集客の目途が

立ってきたら、これを半永久的に継続していけるような事業展開を図っていく必要がある。また、類似する他地域との明確な差別化を図り、いつまでも魅力的な地域として話題性のある情報やコンテンツを提供していくためには、先進事例等を鑑みると、「道の駅」などの相応の拠点施設を有していることが多い。

このようなことから、久喜市における拠点施設について、①機能性、交通利便性、集客性、②拠点施設を活用した事業展開、③情報発信の方向性、④多額の経費を要する拠点施設の整備時における効率的な資金調達の手法等について提言する。

【図表 4-1-2】 『アグリパークシティ』の具体像



観光資源としての農業の可能性

2 「推進体制」の整備

(1) 方向性・必要性について

第3章において、“理想を実現するために解決すべきこと”の一つとして”実施主体の欠如”について述べたところである。本章においては、久喜市としてのあり方を具体的に示す。

ア ランドオペレーター組織設置の必要性

一般的にまち全体の人や組織をマネジメントするのは行政（自治体）であり首長がリーダーシップを発揮して官民一体となって観光振興に取り組むのが理想である。しかし、観光の現場においては「営利に係る部分が多いこと」、「具体的な企画のできる観光の専門家がないこと」等から、自治体主導のやり方には限界があると考えられる。そこで、営利活動が容易に行うことのできる組織を設置し、そこに観光の専門家を配置する等の推進体制を構築していく。必要な機能については、「観光マーケティング調査分析」、「観光マネジメント」である。

「観光マーケティング調査分析」については、新たなマーケットでの成果を生み出すために、①客観的なデータやきめ細かなマーケット分析によりリピーターを増やすための仕組みづくり、②マーケットへの対応、③地域の人や組織との合意形成や協働システムの構築、④観光資源や農業資源等の掘り起し等を行う。「観光マネジメント」については、「観光マーケティング調査分析」にもとづいて”経済効果の高い農業資源を最大限生かした地域振興及び観光戦略事業（着地型ツアー含む）を企画・実施していく。

本研究においては、この2つの機能を実行していく組織として「ランドオペレーター組織（実行組織）」¹の設置を提案する。さらに、この組織については、（1）プロモーション活動、（2）食農支援事業²の企画・実施も付加する。

イ 観光まちづくり組織設置の必要性

様々な機関での重複事業をなくし事業効率を良くするためには、関係者による合議の場が必要、併せて地域への影響力もあることから地域への効果的な波

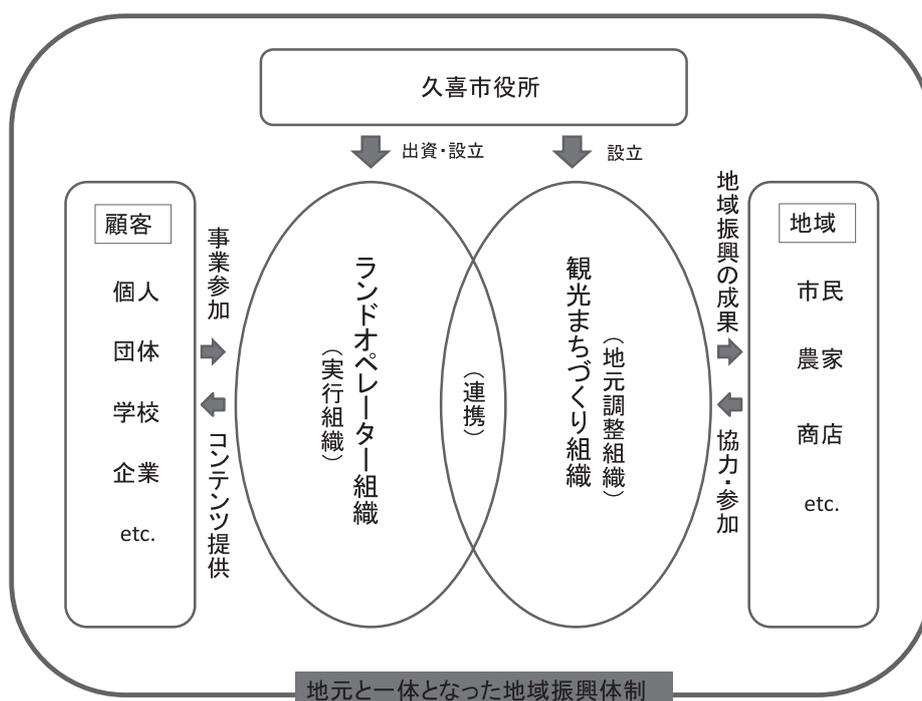
¹ この研究では、①観光マーケティング調査分析、②プロモーション活動、③食農支援事業をも行う組織をとす。

² この研究では、農業体験など観光農業を中心として考えることから農業生産法人という形態はとらない。また、食農支援事業に関して必要な農地利用については「借地」の形態をとる。

及効果が見込める。

このため、地域の様々な関係者から構成する「地域振興及び観光戦略の企画・提案（農業資源を生かした取組含む）」、「市内観光・イベント支援・来訪者のおもてなし」、「地元関係者との連携・調整」、という大きく3つの機能を有する「観光まちづくり組織」の設置を提案する。また、この組織は前述の実行組織であるランドオペレーター組織の意思決定を行う機関となる。

図表4-2-1 久喜市における推進体制のイメージ



従来からの行政主導型から、顧客志向のサービス提供により資金を獲得する収益構造に転換していくことで、結果としてまち全体の観光マネジメントが機能する仕組みが必要である。

(2) ランドオペレーター組織（実行組織）について

本節では、望ましい組織形態及び事業内容について提案する。

ア 組織に求められる事業内容

前節で示した「ランドオペレーター組織（実行組織）」について、国内の12組織事例³をリストアップした。

本研究においては、これらの事例を参考として、次のとおり提案する。

- ・全体の枠組については、(株)大田原ツーリズムのケースを参考とする

³ 資料編(ランドオペレーター組織の先進事例)を参照

- ・事業内容については、(株)大田原ツーリズム（着地型ツアー実施）、(株)ファーマーズ・フォレスト（地域プロデュース事業、食農支援事業の実施）、(社)北海道観光振興機構（観光戦略の企画、マーケティング調査研究、プロモーション活動）のケースを参考とする。

久喜市のケースについては、これらを1つにまとめ、さらに出資者については、南信州観光公社（14市町村、JA、交通会社、マスメディア、商工会議所、銀行等の出資）のケースを参考とする。

イ 久喜市におけるランドオペレーター組織あり方

図表4-2-2 ランドオペレーター組織（実行組織）

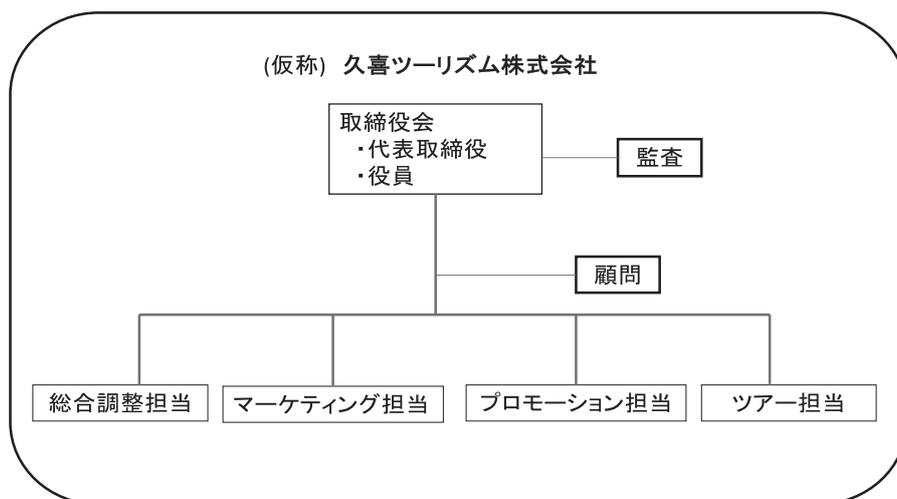
| | |
|-------------|--|
| 名称 | (仮称)久喜ツーリズム株式会社 |
| 取組方針 | <p>(1) 地域の様々な資源に熟知した人材を配置し専門的なノウハウをもとに久喜市内に特化する観光サービス（着地型ツアー等）を提供する。</p> <p>(2) 主にマーケティングとセールスの専門性をもつスタッフを配置し地域のブランドづくりやイメージづくりなど戦略的なマーケティング活動を担い、久喜市内に特化する観光を企画・実施し地域経済の活性化につなげる。</p> |
| 出資者 (想定) | 久喜市役所、市内企業、久喜市商工会、JA、交通会社、マスメディア、市内銀行など |
| 主な 事業内容 | <p>① 観光事業に係るマーケティング等調査研究</p> <ul style="list-style-type: none"> ・マーケティング機能 ・久喜市来訪者調査 ・調査結果に基づく分析 ・マーケティング調査 ・久喜市観光DI調査⁴ <p>② 観光プロモーション⁵の企画及び実施</p> <p>《国内プロモーション》</p> <ul style="list-style-type: none"> ・国内キャンペーン ・首都圏等マスコミ招聘 ・教育及び企業旅行誘致 ・PR催事出展 ・宣伝印刷物作成 ・観光ブランドの開発および支援 <p>《国際プロモーション》</p> <ul style="list-style-type: none"> ・国際旅行博出展 ・海外マスコミ ・海外媒体宣伝（各種広告、TV番組作成など） ・海外観光プロモーション ・エージェント等の招聘 |

⁴ DIは、Diffusion Index（景気動向指数）の略、DI調査とは景況感のアンケートを組織的に実施する調査

⁵ 販売テクニックのこと。広告やマーケティング努力を補足する活動

| | |
|--|---|
| | <p>③地域プロデュース・食農支援事業の企画・実施</p> <ul style="list-style-type: none"> ・久喜市の地域プロデューサー（地域商社）として、埼玉県内及び県外のプロデュース事業を展開する。特に、農業と食、地域資源を切り口に、地域活性の仕組み（地域食ブランド提案、農商工連携企画、遊休農地有効活用提案、観光農園提案など）を企画し実施する。 ・ポータルサイトと、ECサイト（ネット宅配事業）を中心に生産者と消費者をつなぐ新しいコミュニケーションチャネルを形成する。 <p>④着地型ツアーの企画・実施</p> <ul style="list-style-type: none"> ・マーケティング分析に基づく具体的な着地型ツアーの企画実施 ・営業による旅行者の継続的誘致 ・地域ブランド商品の開発 ・旅行の案内、個人及び団体旅行のプランニング、見積、航空券などの手配、添乗 ・JR、旅館、ホテル、貸し切りバス、レンタカーなどの手配 ・パッケージツアー（添乗員付き、フリープラン）の予約 <p>⑤（仮称）久喜市地域振興協議会が行う取組との連携・支援</p> <ul style="list-style-type: none"> ・作業部会の中心として、地元のノウハウを活かし地域振興の担い手の中核に位置する。行政や地域機関との連携を深め、共同企画を提案していく。 ・行政で策定する地域振興の基本計画についてコンサルタントとしての役割を果たす。 |
|--|---|

図表4-2-3 （仮称）久喜ツーリズム株式会社の組織図(案)



ウ 組織形態についての検討

本節では、ランドオペレーター組織の具体的な形態を提案する。

観光と農業に関する事業を行う経営体、また行政の関わりという観点から、NPO・第三セクター・行政出資の株式会社⁶の3つを挙げる。これらの組織形態についての特徴をまとめたのが表4-2-4である。次項よりそれぞれの組織別の特徴、メリット、デメリットについての詳細を述べていく。

表4-2-4 組織別の比較

| | NPO | 第三セクター (行政の関与大) | 株式会社 (一部行政出資) |
|----------------|--|--|-------------------------------------|
| 資金調達 | 限定的 | 限定的 | 広範 |
| 行政が負担する リスク | 小 (経営体設立時の 資金、その後の 寄付金) | 大 (設立時の資金、 公共補填のリス ク。経営体設立後 も行政との結び つきが強い) | 小 (経営体設立時 の出資金) |
| 収益構造 | ・ 寄付金 ・ 補助金、助成金 ・ 営業収益 | ・ 営業収益 | ・ 営業収益 |
| 税制 | 寄付金、助成金な どに関しては非 課税。収益事業に 関しては課税。 | 収益に課税 | 収益に課税 |
| 特徴 | 事業報告が必要 寄付のみで、利益 分配はない。 | 赤字補填のリスク 設立には住民の同意 形成が必要。 自治体の組織外に位 置するため、経営の チェックが働きにく い。 | 収益を上げれば 出資者への利益 還元が期待でき る。 |
| 提案組織適合性 | △ | △ | ◎ |

⁶ 一般的に「行政出資の株式会社」とは広義の第三セクターに含まれる。しかし本報告書では「行政出資の株式会社」という表現で、財政的支援（補助金、貸付金、損失補償・債務保証）を行わず、行政のリスクは出資分のみでかつ行政から独立した組織として、広義の第三セクターとは区別する。（詳細は後述）

① NPO

株式会社と比較したNPOのメリットとしては、非営利のため利益分配が不要であること、またミッション主義を採ることによる社会的な信用をもたらすことが挙げられる。収益事業以外という限定的な範囲ではあるが、節税もできる。

一方NPOのデメリットとしては、NPOと認可を受ける際の要件を満たさなくてはならないことやその手続の手間が挙げられる。収益事業を「主たる」目的とすること、利益を構成員で分配することが禁じられている。つまり収益事業部門が全体事業の1/2以下であることが求められ、その利益は本来事業のために使うことが義務付けられている。節税に関しては、本報告書で提案する組織が行う事業の種類を鑑みると税法上の収益事業⁷に該当することが考えられ、このメリットを享受出来ない可能性が高い。また資金調達に限られるというのは事業を実行していく上で大きな制約となる。

以上より、本報告書で提案する事業経営体の形態はNPOではなく株式会社であることが妥当である。

② 第三セクター

第三セクターのメリットとしては、行政が関与することで新規事業かつ公益性の高い事業を行う事業体への出資も行いやすくなる。また補助金といった政策に比べ、独立した運営を行うことで事業を継続的にやりやすいといった効果が期待される。

デメリットとしては新規事業かつ公益性の高い事業であることによる収益を見込むことの困難さやリスクの高さ、事業化への意識の働きにくさといったことが挙げられる。現状として、第三セクターのうち約4割が赤字に陥っている⁸ということで、苦しい経営状況がうかがえる。第三セクターの苦戦要因は一般的に様々なものが挙げられるが、事業見通しの甘さ、官民の役割分担の不明確さに起因する責任意識の欠如、自治体OBの天下り先として位置づけられ、経営感覚を持った職員の不足などが指摘される⁹。

③ 提案する組織の検討

各種事業の実行する自由度を確保するという観点から株式会社形態であることが望ましいと述べた。第三セクターは見通しが難しい事業に参入できる反面、行政の関与の度合いが大きいと補てんのリスクが付きまとうというデメリット

⁷ 例えば農業体験の斡旋をした場合周旋業等に該当すると考えられる。

⁸ 総務省（2013）『第三セクター等の状況に関する調査結果』

⁹ 高橋秀文（2008）『第三セクターを活用した地域再生への期待』

がある。よって本報告書では、行政の関与を出資のみにとどめた株式会社の設立を提案する。これにより行政が負担するリスクを限定しつつ、新規の公共性の高い分野に参入する事業体を作ることができる。第1節でも触れたように、観光事業は専門性が求められるが、行政の関与を出資にとどめ民間活力を利用することで、事業を軌道に乗せることが期待できる。

(3) 観光まちづくり組織（地元調整組織）について

(2) で実行組織を提案したが、営利企業を置いた場合、地域の既存関係団体との軋轢を生じる懸念がある。収益性が見込まれる完成度の高い事業計画による経営を行おうとしても、取り扱う「商品」が「地域資源」である以上、地域の一員として融合し、地域に根付いた経営展開を進めることができないと、既存団体との関係悪化から継続的な経営は見込めないと予想される。

よって本節では、地域振興の関係団体をコーディネートする目的で設立する「(仮称)久喜市地域振興協議会」について、その構成と機能及び事業内容を提案する。そうした組織の必要性は(1)で述べたとおりであるが、栃木県大田原市や、埼玉県宮代町など、すでに実行組織となる企業を持ち、事業を実施している先進団体を見てみると、地域の実情に即した協議会や連絡会議を持ち、行政が調整役として機能している状況が確認されていることから、その必要性は明らかである。

ア 組織形態について

久喜市の関係団体については、農業の面では農業協同組合、特産である梨やいちご等の生産者組合、地域農業者の代表者組織である農業委員会といった組織が存在する。また、商工観光業の面は、商工会、観光協会、地元有志で組織された市民まつり実行委員会といった組織が存在する。

こうしたことから「(仮称)久喜市地域振興協議会」のあるべき姿は、地域振興の担い手となる関係団体の代表者が参画するほか、行政機関の代表者、市民の代表、地域振興施策に高い学識を有する経験者、外部の新鮮な意見をもたらしてくれる公募選出者などが一同に介し、地域振興のあり方について方向性を一つにし、関係団体が競合するのではなく、協力してより良い事業企画を生み出せるようにするための協議を行う場である必要がある。

よって「(仮称)久喜市地域振興協議会」には、関係団体との調整を主体的に行い、企業参入による地域振興事業の意義や収益性と、関係団体へのメリットを十分に説明して、積極的に合意形成を図っていく機能が求められる。

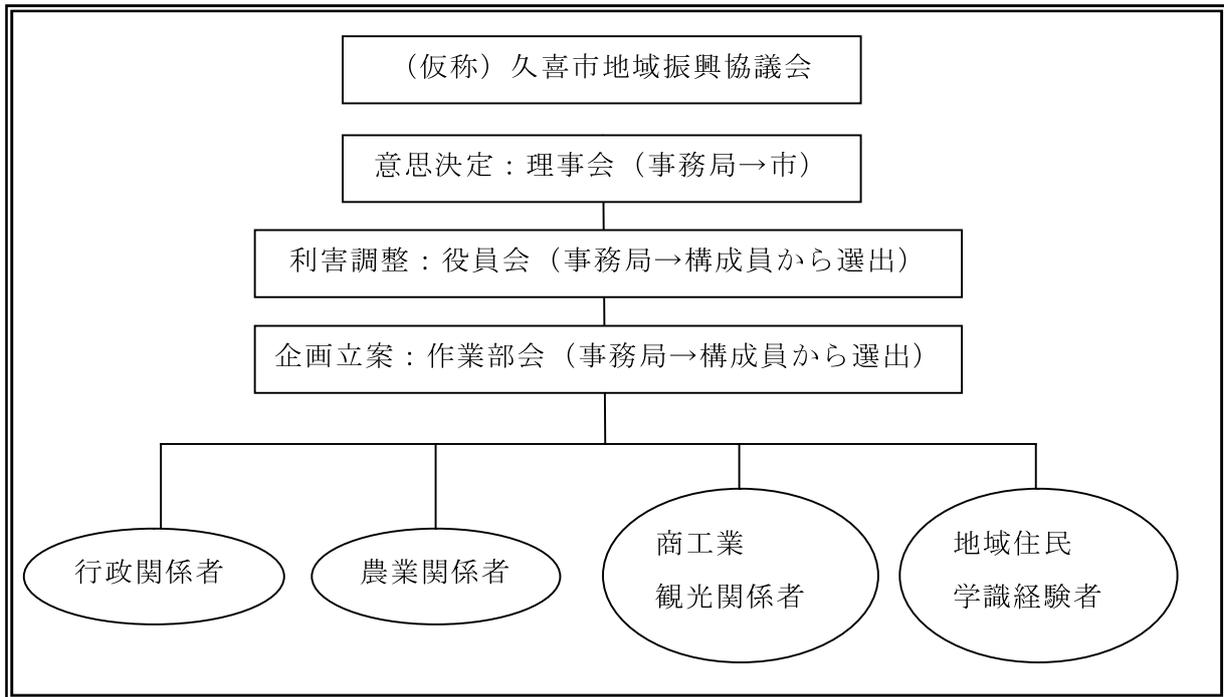
イ 組織及び事業内容について

これまでの検討を踏まえ、具体的に提案する組織については次のとおりである。

図表4-2-5 観光まちづくり組織（地域振興協議会）

| | |
|---------------|--|
| 名称 | (仮称) 久喜市地域振興協議会 (設置者：久喜市役所 事務局：構成員から選出) |
| 組織 | 企画立案機関：作業部会 <ul style="list-style-type: none"> ・・・各構成団体の現場責任者で組織 利害調整機関：役員会 <ul style="list-style-type: none"> ・・・各構成団体の担当部署の幹部で組織 意思決定機関：理事会 <ul style="list-style-type: none"> ・・・各構成団体の代表者で組織 |
| 取組方針 | 地域振興のあり方について方向性を一つにし、関係団体が競合するのではなく、協力してより良い事業企画を生み出せるようにするための協議調整を行う。 |
| 構成員 (案) | 行政（久喜市(関係部局すべて参加)、市議会、商工会、観光協会、JA、農業委員会、生産者団体、地域振興事業の運営企業、学識経験者、市民代表者、公募選出者 |
| アドバイザー (案) | 県（地域振興センター、農林振興センター など） |
| 主な 事業内容 | <p>①地元関係機関の連携調整</p> <ul style="list-style-type: none"> ・コーディネート機能 ・県など関係機関及び地域間調整 ・他産業との連携 <p>②地域振興・観光戦略の企画・推進</p> <ul style="list-style-type: none"> ・久喜市地域振興及び観光戦略の推進機能 ・久喜市地域振興及び観光に関する提言 ・要望活動 ・各種セミナーの開催 <p>③市内観光・イベント支援</p> <ul style="list-style-type: none"> ・市内支援機能 ・市内向けプロモーション事業（地域部会の各種事業） ・市内向け観光振興事業（地域に対する助成事業） ・久喜市観光ボランティア連絡協議会（仮称）への支援 ・外国人観光客受入研修会の開催 ・ホスピタリティ運動の展開 ・観光事業功労者の表彰 <p>④(仮称)久喜ツーリズム株が実施する事業との連携・支援</p> <ul style="list-style-type: none"> ・(仮称)久喜ツーリズム株で企画・実施する事業について、関係機関の協力を取り付ける調整役となり、協議の場を提供するほか、事業に対しあらゆる面で支援・後援を行う。 |

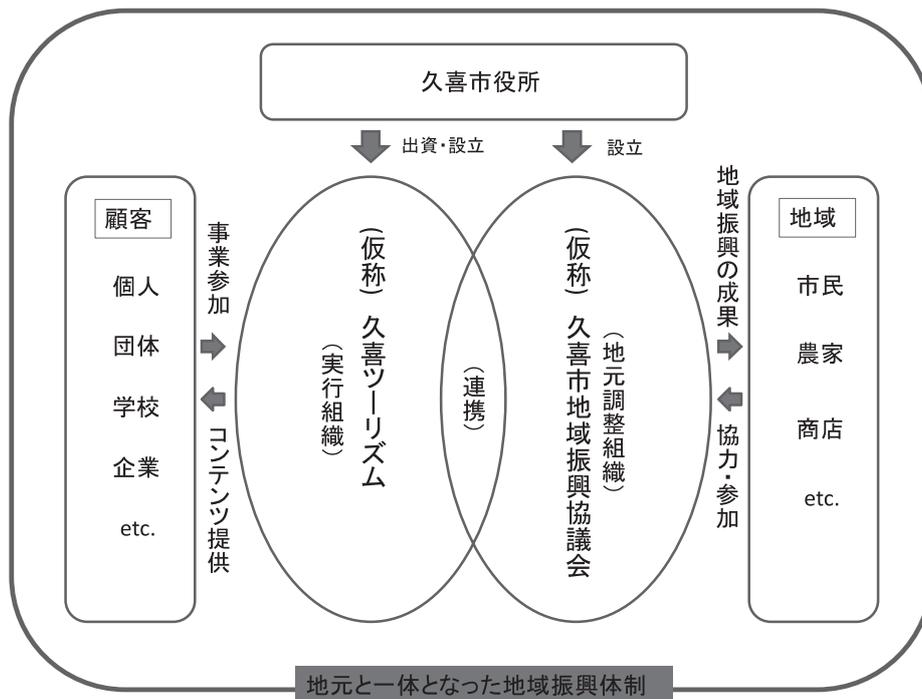
図表4-2-6 (仮称)久喜市地域振興協議会の組織図(案)



(4) 久喜市における推進体制

「観光マネジメント」および「観光マーケティング」を行う「ランドオペレーター組織(実行組織)」設置の必要性を述べ、また、設立を市が一部出資する「株式会社」とすることを提案した。久喜市において設置を提案する具体的な組織形態を図表4-2-7および4-2-8に示す。

図表4-2-7 久喜市における推進体制①



図表4-2-8 久喜市における推進組織②

| 名称 | (仮称)久喜ツーリズム株式会社 | (仮称)久喜市地域振興協議会 |
|------|---|--|
| 組織 | 取締役会 事務局 ・総合調整担当 ・マーケティング担当 ・プロモーション担当 ・ツアー担当 | 企画立案機関：作業部会 ・各構成団体の現場責任者で組織 意見調整機関：役員会 ・各構成団体の担当部署の幹部で組織 意思決定機関：理事会 ・各構成団体の代表者で組織 |
| 取組方針 | (1) 地域の様々な資源に熟知した人材を配置し専門的なノウハウをもとに観光サービスを提供する。 (2) 主にマーケティングとセールスの専門性をもつスタッフを配置し地域のブランドづくりやイメージづくりなど戦略的なマーケティング活動を担い、観光による地域経済の活性化を果たす。 | 地域振興のあり方について方向性を一つにし、関係団体が競合するのではなく、協力してより良い事業企画を生み出せるようにするための協議を行う。 |

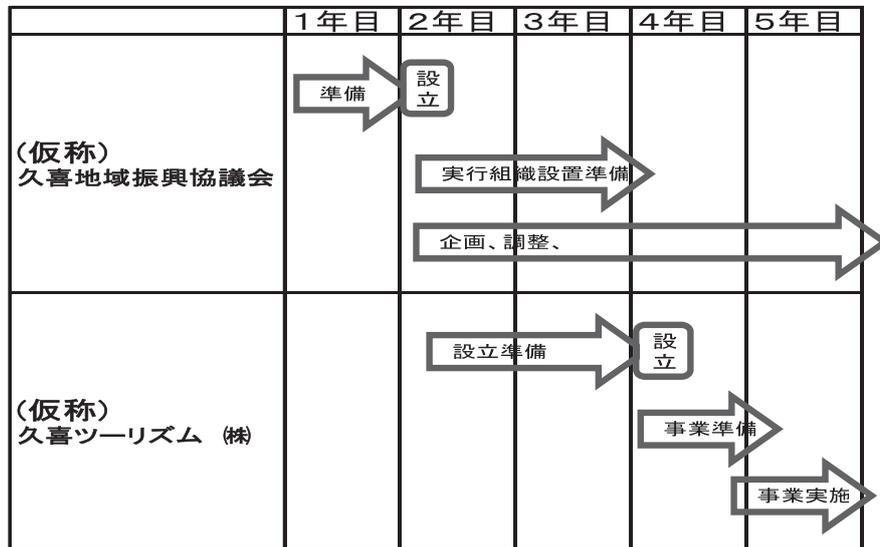
観光資源としての農業の可能性

| | | |
|----------------|--|---|
| 構成員 (案) | 久喜市役所、市内企業、J A、 交通会社、マスメディア、 市内銀行など | 行政（久喜市(関係部局すべて参 加))、市議会、商工会、観光協会、 J A、農業委員会、生産者団体、地 域振興事業の運営企業、学識経験 者、市民代表者、公募選出者など |
| アドバイザー(案) | ※必要に応じて召集 | 県（地域振興センター、農林振興セ ンター など） |
| 主な 事業 内容 | <p>①観光事業に係るマーケティング等調査研究</p> <ul style="list-style-type: none"> ・マーケティング機能 ・マーケティング調査 ・久喜市来訪者調査 ・久喜市観光D I 調査 <p>②観光プロモーション の企画及び実施 《国内プロモーション》</p> <ul style="list-style-type: none"> ・国内キャンペーン ・P R 催事出展 ・首都圏等マスコミ招聘 ・宣伝印刷物作成 ・教育旅行誘致 ・観光ブランドの開発 及び支援 <p>《国際プロモーション》</p> <ul style="list-style-type: none"> ・国際旅行博出展 ・海外観光プロモーション ・海外マスコミや エージェント等の招聘 ・海外媒体宣伝（各種広告、 T V 番組作成など） ・海外旅行エージェントへの 支援 <p>③地域プロデュース</p> <ul style="list-style-type: none"> ・食農支援事業の企画、実施 久喜市の地域プロデュー サー（地域商社）として、 埼玉県内のプロデュース事 業を展開する。 <p>特に、農業と食、地域資 源を切り口に、地域活性の 仕組み（地域食ブランド提 案、農商工連携提案、遊休 農地有効活用提案、観光農 園提案など）を提案し実施</p> | <p>①地元関係機関の連携調整</p> <ul style="list-style-type: none"> ・コーディネート機能 ・国、県及びよび地域間調整 ・他産業との連携） <p>②地域振興・観光戦略の企画・推進</p> <ul style="list-style-type: none"> ・久喜市地域振興及び観光戦略 の推進機能、 ・久喜市地域振興及び観光に関 する提言 ・要望活動 ・各種セミナーの開催 <p>③市内観光・イベント支援</p> <ul style="list-style-type: none"> ・市内支援機能 ・市内向けプロモーション事業 （地域部会の各種事業） ・市内向け観光振興事業 （地域に対する助成事業） ・久喜市観光ボランティア連絡 協議会（仮称）への支援 ・外国人観光客受入研修会の開 催 ・ホスピタリティ運動の展開 ・観光事業功労者の表彰 <p>④(仮称)久喜ツーリズム(株)が実施す る事業との連携・支援</p> <ul style="list-style-type: none"> ・金銭的な補助、事業の後援 ・関係機関との調整、法的な 規制等の処理等 |

| | | |
|--|--|--|
| | <p>する。</p> <p>ポータルサイトと、ECサイト（ネット宅配事業）を中心に生産者と消費者をつなぐ新しいコミュニケーションチャンネルを形成する。</p> <p>④着地型ツアーの企画、実施</p> <ul style="list-style-type: none"> ・調整、・営業による旅行者の継続的誘致 ・地域ブランド商品の開発 ・旅行の案内、個人・団体旅行のプランニング、見積、手配、添乗、航空券 ・JR、旅館、ホテル、貸し切りバス、レンタカーなどの手配、 ・パッケージツアー（添乗員付き、フリープラン）の予約 <p>⑤（仮称）久喜市地域振興協議会が行う取組との連携・支援</p> <ul style="list-style-type: none"> ・作業部会の中心として、地元のノウハウを活かし地域振興の担い手の中核に位置する。 ・行政や地域機関との連携を深め、共同企画を提案していく。 ・行政で策定する地域振興の基本計画についてコンサルタントとしての役割を果たす。 | |
|--|--|--|

(5) 推進組織設置スケジュール

図表4-2-9 スケジュール(案)



(6) 小括

実行組織としての「ランドオペレーター組織（実行組織：久喜市出資）」と調整組織として「地域まちづくり組織（地元調整組織：久喜市設置）」を事業推進の両輪として立ち上げることを提案した。これは、実行部門と調整部門の役割分担をすることで、円滑な事業運営を図るものである。事業の根幹となる企画・実行を顧客ニーズに即して展開する経営感覚の鋭い企業経営と、地域の意見調整役を担う行政の積極的かつ多角的な関わりが欠かせない。両輪となる団体が一丸となって粘り強く関係団体に事業のメリットを示し、コンプライアンスのもとに協力体制を築き上げていかななくてはならない。

さらに、明るく楽しい農業をめざしていくために、農業従事者の大部分を占める女性の経営参画も大切な視点である。¹⁰最後に、事業の成功には、強いリーダーシップが必要である。平成25年に旭日双光章を受賞した並木源栄氏¹¹の言葉を借りると、「やってみせて、言って聞かせて、リーダーのやるべきことは率先垂範¹²」を実践し、あきらめずに継続して仕掛けを行い、地域ぐるみでニーズを先取りした斬新な企画を打ち出していけるよう常に努力していくことも重要である。

¹⁰ (株)トミタモーターズ 富田伯枝さんへのヒアリングより

¹¹ 観光農園経営者、元県農業会議会長、元久喜市農業委員会会長

¹² 自分がすすんで手本を示す。模範を見せること

3 農業と観光を結び付ける「制度」

～「アグリパークシティ」実現に向けた3つの制度づくり～

第2章－4で述べたように、市内では農業の衰退が懸念されているが、農業活性化のために農家自ら新しい取組みを行うことについて消極的であると言わざるを得ない。

こうした状況で「アグリパークシティ」を実現するためには、農家が主体的、継続的に参加するメリットのある制度や、都市住民の受け入れを行う農家を支援する制度等が必要である。さらに、インターネット等を活用した情報発信の強化も重要である。

私たちは、下記の3つの制度を提案する。

アグリパークシティの実現に向けた「制度づくり」の提案概要

| |
|---|
|  <p>(1)観光農業等のネットワーク化</p> <p>バラバラになっている観光農園などの「農」情報を集約し一元化して効果的な情報提供を行う。さらに横断的団体が、サービス規格を統一し、個々の農家に代わって一括受注するなどのスキームを構築する。</p> |
|  <p>(2)久喜市型農産物オーナー制度</p> <p>市の特産物などの農産物をはじめ多様なオーナー制度を推進するとともに、専用サイト等に、各種オーナー制度を統一的に運営する。</p> |
|  <p>(3)久喜市型農地バンク制度</p> <p>近年増加している遊休農地等の集積を行い、NPO法人やボランティアに貸し出し、「農」に触れ合えるイベントを行ってもらうことで、農地の有効活用と観光の活性化を図る。</p> |

(1) 観光農業等のネットワーク化

ア 久喜市の観光農業資源の現状と課題

観光農業は、新たな販路開拓や農家所得の向上、担い手の育成、地域雇用の確保などの効果が期待でき、農業振興や地域活性化になると言われている。

久喜市の観光農業資源の現状は、図表4－3－1のとおりである。

県内の他地域と観光農業資源を比較すると、極端に少なくはないものの観

光農業の盛んな地域と比較すると見劣りしてしまう。また、個々の農園等の運営主体は、行政、JA、農家等さまざまであるが、相互に連携し取り組みを行うような動きはほとんど見られない。

さらに、これら既存の観光農業資源の情報発信も効果的に行われているとは言いがたい。たとえば、久喜市内の観光農園をインターネットの大手検索サイト（Yahoo・google）で検索すると、直接検索できるのは並木園のみである。市HP上でも、これら観光農園の情報提供はまったく行われていない。唯一、久喜市観光協会の発行する「久喜街符」に簡単に菖蒲グリーンセンター（いちご狩り）が紹介されているが、詳細な情報は掲載されておらず、観光農業目的で久喜市を訪れる訪問者は極めて少ないと思われる。

図表4-3-1 久喜市の観光農業資源

| 旧市町村名 | 貸農園・体験農園等 ¹ | 観光農園 ² | 農家民宿 ³ ・農家レストラン ⁴ |
|-------|------------------------|-------------------|---|
| 旧久喜市 | 8 | 2 | 0 |
| 旧菖蒲町 | 2 | 3 | 0 |
| 旧栗橋町 | 1 | 1 | 0 |
| 旧鷺宮町 | 2 | 1 | 0 |
| 合計 | 13 | 7 | 0 |

出典：「世界農林業センサス2010」

イ 観光農業等のネットワーク化

地域農業の観光化を推進するには、マーケティングやPR手法など観光のノウハウを持たない農家が、観光農業分野に参入する際の障壁を取り除き、かつ継続的な事業運営を支援するような制度が必要である。

また、訪問客の滞在時間の増加や、新たな需要を生み出すためには、農家同士の連携によるサービスのパッケージ化を図ることも重要である。

観光農業が盛んな先進地事例を見ると、総合窓口等で観光農園情報を一元化し、観光農園等が相互に連携するか、または他の主体と連携した取組が行われている。これらの効果としては、単一の農家だけではできない地域のイメージアップ戦略による効果的なPRや、団体客の受入、バスツアーの企画等ができることが挙げられる。

ここでは、主な観光農園等のネットワーク体系を以下の3つに分類した。

① 観光農園経営者等の農家同士のネットワーク

メリット1：他の農園と連携することで効果的なPRができること。

メリット2：団体客の受入ができること。

【先進事例】 春日部市「産直の里内牧」

昭和50年代、春日部市の都市化が進む中、市民に農産物を提供しようと、集落ぐるみで産直に取り組むために、県の補助事業を活用して「産直の里内牧協議会」が設立された。現在は、地域の観光農園27園で構成されており、産



直の里散策マップを作成したり、各農園の入り口に共通の案内看板を設置したりする取り組みが行われている。また、専用HPで情報提供されている。

図表4-3-2

春日部市HP：

<http://www.city.kasukabe.lg.jp/nousei/sangyou/nougyou/shoukai/>

② 観光農園情報と消費者等を結びつけたネットワーク

メリット1：「食」に関心の高い消費者に直接情報提供できること。

メリット2：消費者が欲しい情報が網羅的に手に入れられること。

【先進事例】 うまいもんどころいばらき

豊かな食材を産み出す茨城をより多くの人に印象づけ、親しまれ、そしてイメージアップを図るため、県民の一般公募により生まれた。茨城県農林水産物統一キャッチフレーズによるイメージアップ戦略を展開している。



図表4-3-3

茨城県食と農のポータルサイトHP：<http://www.ibaraki-shokusai.net/>

この統一キャッチフレーズ「うまいもんどころ」のもと、行政、生産者、流通関係者等が一丸となって取り組むという形は、他県には見られない販売戦略である。この取組みの一環で、専用HP（食と農のポータルサイト）で茨城の食に関する情報を一元管理・情報提供している。

また、ブログ・Twitter・Facebook等さまざまなメディアを活用し、タイムリーな情報提供を行っている。

③ 観光農業と飲食店など他の事業主体とのネットワーク

メリット1：観光農園経営者など農家単体ではできない新たなビジネスに繋がる可能性があること。

メリット2：旅行会社のバスツアーの企画等に繋がりやすいこと。

【先進事例】 南房総市「道の駅とみうら（枇杷倶楽部）」

南房総市にある道の駅とみうら（枇杷倶楽部）は、自治体が全額出資した「(株)とみうら」が運営し、南房総に点在する小規模な既存の農園や食事会場等の観光資源を束ねており、メニューや料金、サービスを規格化している。また、枇杷倶楽部が旅行会社に対して企画営業を行い、観光会社からの配分、代金の精算、クレーム処理までも行っている。いわゆる、南房総のランドオペレーターとしての役割を担っているといえる。

たとえば、観光バスツアーを中心とした観光客の食事や枇杷狩り、花摘みなどの予約受入及び斡旋や、第3種国内旅行業、レンタカー事業、南房総マップの作成などグループや個人客の誘致を行っている。

今では、閑散期と言われていた南房総の冬に観光バスツアーが定着しているほど成果がでている。

ウ 久喜市の目指すべき方向性

今後、「アグリパークシティ」の実現に向け積極的な情報発信を行い、観光バスツアーの商品化を目指して旅行会社等に売込みを行うためには、どちらかと言えば個人観光客をターゲットとする②のような情報のネットワークだけでなく、団体客やツアー客にも訴求しやすい③のような受入体制のネットワークも構築すべきである。

しかしながら現状では、久喜市に有機的なネットワークを構成する観光農業資源自体が少ない。そのため、市内の新たな観光農業資源を育てること、また既存の資源を磨きあげることが非常に重要である。さらに、農業や食にとらわれないその他観光資源を加えたネットワーク化や、市域を超えた広域的なネットワーク化も検討する必要がある。また同時にこれらネットワーク

化の取組みを推進するリーダーとなる人材や組織、参加意欲のある農家の育成も必要である。

エ 「観光農業等のネットワーク化」の提案

市が目指すべき「アグリパークシティ」は、個人客や団体客にとらわれず多くの都市住民を呼び込む必要があるが、まずは人材育成や資源の掘り出しなどを行い、並行して比較的短期間で取り組みやすい観光農業等の情報のネットワーク化を進め、段階的に団体客などを受け入れるための受入体制のネットワーク化を図っていくことが望ましい。その上で、さらに大きなビジネス展開を目指して、他の主体・他の地域も巻き込みながら、観光農業ネットワークを発展させていくべきである。

オ 「観光農業等のネットワーク化事業」概要・実行手順

【Step 1】観光農業資源の掘り起こし・ブラッシュアップ(1~2年以内)

そもそも多くの資源がなければ、農業関連情報等のネットワーク事業は形骸化してしまうことから、市内に魅力ある観光農業資源を増やさなければならぬ。

たとえば、農家が観光農園や農家レストラン等の観光農業に取り組む場合、来訪者の駐車場、トイレなど施設の整備などのハード面の課題と農園等をどのように運営するか等のソフト面の課題がある。

市内に観光農業資源が少ない原因の一つとして、主体となる農家が、その課題解決のノウハウがないことだけでなく、その手間やコストを考えると、そもそもメリットを感じていないことや、手本となる観光農業の成功者がいない事などが挙げられる。

そこで、市又は(仮称)久喜市地域振興協議会(第4章-2で述べた「観光まちづくり組織」。以下「まちづくり組織」という。)が、農家に対して農園開設手法の普及啓発を行うことや、農園来訪リピーターを獲得するために受入体制の充実を支援する。具体的には、農園開設のノウハウや、HP等の情報発信手法、おもてなしの心を学ぶ人材育成講座等を開催することや、農家向け農園開設マニュアル、運営マニュアルの作成を行う。

また、JAや出荷組合などの協力を得るなど、農家の支援体制を構築することも重要である。さらに、一定の要件を満たす新規開設農家に対して、行政が何らかの補助をすることも検討すべきである。

【Step 2】農関連情報のネットワーク化（1～2年以内）

市又はまちづくり組織などが、JA等の協力のもと、市内の貸農園、体験農園、観光農園、農家レストラン、農産物加工品等について情報を集約し、専用HPで情報を一元化して提供する。掲載を希望する農家等は、登録制とし、市の用意する登録フォーマットを記入し届出する。

この専用のHPの情報発信にとどまらず、パンフレットのような紙媒体、TwitterやFacebook等を活用し、ターゲットや状況に応じて複数のチャンネルを使用する。「さいたまマルシェ」や「うまいもんどころいばらき」等の久喜市のコンセプトを表した統一したキーワードを用いるとターゲットに訴求しやすい。

この情報ネットワークを用いて、農産物の旬の情報と久喜市のお祭りと連動した情報提供や、歴史・史跡のストーリーと結びつけてPRすること等、工夫してPRを行うことが重要である。

【Step 3】統一スキームによる総合受入体制の構築（2～3年目以降）

集約した農園等情報を活用して、（仮称）久喜ツーリズム株式会社（第4章－2で述べた「ランドオペレーター組織」。以下「推進組織」と言う。）が、市内に点在する既存の体験農園・観光農園や飲食店等の観光資源を束ねて、メニューや料金、サービスを規格化し、総合申込窓口となって、代金の收受・集客配分などの調整を行う。これにより、バスツアーなどの団体客の受入も可能となる。

また、団体客だけでなく、個人客向けにも専用HPでの情報提供、申込及び代金の收受等のスキームを一元化管理する。これは推進組織が「楽天市場」や「じゃらんnet」のような制度・枠組みを作り、農家が、そこに新店のようなイメージである。

この推進組織による総合申込窓口の仕組みが整備されれば、都市住民もより安心して参加できるだけでなく、農家の負担も軽減されることから、さらに多くの農家の参画も期待できる。

また、推進組織が、束ねた他の観光資源を組み合わせ、旅行会社へバスツアーの売込みを行う。サブカルチャーなどのキーワードで、先行した施策を展開する行田市や春日部市など近隣の市町村を含めた広域連携ツアーの売込みも考えられる。

さらに、体験農園や飲食店、休憩場所、宿泊施設、学習施設等を組み合わせ、農業体験プログラムの規格化を行うことで、近年盛んになりつつある農山村地域での企業の社員研修の場や、小・中学校の体験学習の場としての売

込みも可能となる。

(2) 久喜市型農産物オーナー制度

久喜市は、古くから水稻や梨の特産地として有名であるが、オーナー制度に取り組んでいる農園は菖蒲地区で田んぼ1件のみであり、梨に関しては0件である。これは埼玉県一の生産量を誇る梨の特産地であるにも関わらず、観光と農業が結びついていない現れであるといえる。

梨農家は、梨生産組合に加入し組合出荷により、敢えて観光と農業を結び付けなくても安定的な収入を確保できる。しかしながら、近年は農業従事者の高齢化や後継者不足のため、梨農園をやめる農家も増えていること等から、将来的には衰退が懸念されている。

以上のような現状から私たちは、農産物オーナー制度を提案する。

ア オーナー制度の概要

オーナー制度とは、消費者（オーナー）が生産者（農家）に事前に出資し、生産物を受け取る仕組みである。農作物の他、畜産物や魚介類・酒・森林等を対象としたものもある。

代表的な例は、「田んぼ・畑」や「果樹」のオーナー制度であり、珍しい例としては海産物の「養殖牡蠣のロープ」といったものが存在する。基本的には、その地域ならではの特産品を扱ったものが主流である。

この制度は、地元の観光と農林水産業を結びつけ地域の活性化を促進する有効な手段の一つとなることができ、生産者及び消費者の双方にメリットがある。また、地域にもメリットがあり、いわば一石三鳥の制度といえる。

【オーナー制度のメリット】

① 生産者（農家）側のメリット

- ・新しい販売ルートができること。
- ・契約金の前払いにより安定した収入が見込めること。
- ・オーナーが農業体験をすることから、繁忙期の労力となり人手不足の解消になること。

② オーナー（消費者）側のメリット

- ・旬なものを旬な時期に味わえること。
- ・農作業体験イベントに参加できること。
- ・日常生活にドキドキ・ワクワク感が生まれること。

③ 地域のメリット

- ・オーナーが体験イベントに参加することにより地域が活性化すること。

- ・オーナーが増えることで遊休農地の解消に繋がること。
 - ・オーナーが継続的な農作業体験を行うことで農業に興味を持つこと。
- ⇒これは、新規就農者予備軍の開拓、新規就農者の誕生に繋がるといえる。

イ 久喜市の目指す方向性

事業が軌道に乗れば、地域外の方でも簡単に農業に携わることができ、かつ継続的な事業展開が可能となることから、まさにアグリパークシティ作りの第一歩となると考えられる。

次に、オーナー制度の問題点にも触れる。

【オーナー制度の課題】

- ① オーナーは、農作業について素人であり、農家一人分の労働力を期待することは難しいこと。
- ② オーナーに農業体験させる場合、参加者が多いと、インストラクターが多く必要になり、人件費がかかること。
- ③ 農作物は、気象状況により、不作の時もあることから、オーナーとの信頼関係が構築できないと継続できないこと。

これらの問題点や、現状、市内でオーナー制度を行っている農家がほとんどない事を踏まえると、今後オーナー制度を推進していくには、行政が主体となり、農家をバックアップする仕組みが必要である。

本来は、個々の農家がそれぞれ創意工夫を凝らしオーナー制度を構築するが、まちづくり組織等が農家に代わり、専用HPで募集活動を行ったり、代金收受を行ったりして、統一的運営を行うこともオーナー制度普及のためには必要である。まちづくり組織等がオーナー制度の主体となることで、オーナー制度を始める農家数の増加だけでなく、信頼性やPR効果から希望するオーナーの増加なども期待できる。

ウ 「久喜市型農産物オーナー制度」の提案

行政やまちづくり組織等は、農産物オーナー制度に取り組むよう農家に対して普及啓発するとともに、専用HPにより市内の農産物オーナー制度を統一したスキームでまちづくり組織等が運用すべきである。

また、取り扱う農産物は、久喜市ならではのオリジナリティのある商品が必要である。従来の特産品である水稻や梨の他、新たに特産品と成りうる商品（イチゴ、ソバ、野菜等）を加え、さらに、消費者の健康意識が高くなっていることから、なるべく農薬や化学肥料に頼らない農作物（有機無農薬栽

培や埼玉県特別栽培農産物認証に基づく商品）を取り入れ、他のオーナー制度と差別化を図る必要がある。

エ 「久喜市型農産物オーナー制度」実行手順

【Step 1】オーナー制度参加者募集（1～2年以内）

行政又はまちづくり組織等は、関係機関との調整や説明会の開催やパンフレットの作成などを通じて、市の特産物の生産を行う農家等を中心に、協力農家を募集する。

【Step 2】オーナー制度プログラム作成等（1～2年以内）

他地域の事例や市内農家のヒアリングをもとに、基本となるオーナー制度のモデルプログラムを作成し、その運営手法や、生産者の役割、オーナーの役割、まちづくり組織の役割を明確化する。一例を下記に示す。

例：『田んぼのオーナー制度プログラム』

- ・オーナーの募集は、まちづくり組織が行う。
- ・インターネットを通じて、定期的に生産者各自もしくはまちづくり組織が Facebook や You Tube にて生産状況をオーナーにお知らせする。
- ・オーナーの希望に合わせて、オーナーは田植えや稲刈り体験に参加できる。この農業体験イベントの主催は、まちづくり組織として、農作業インストラクターの手配等も協議会が行う。
- ・オーナー制度の代金の收受や収穫物配送等の事務は、生産者がまちづくり組織に委託することができる。
- ・最低保証量を明確にして、気象状況や不作時の場合の対応を決めておく。

【Step 3】オーナー制度運用開始（2年目以降～）

前述の農業関連情報のネットワーク化事業等で構築した HP 内に、オーナー制度専用の HP を作成し情報発信し、幅広くオーナーを募集する。

事業開始以降は、アンケートやヒアリングを行いオーナーや参加農家の意見を聞き、次年度以降に反映させる。

(3) 久喜市型農地バンク制度

第2章－3で述べた通り、高齢化や後継者不足による農業の担い手不足や、土地持ち非農家の増加による遊休農地の増加等により、市内耕作放棄地の面積は、すでに344ヘクタールにのぼっている。

農業の活性化には、増え続けるこれらの遊休農地を解消することが急務と考えられることから、久喜市独自の農地バンク制度を提案する。

なお、農地バンク制度は、埼玉県内では、ときがわ町、鳩山町で運用されており、愛知県日進市、奈良県生駒市等多数の自治体が同制度を運用している。

ア 農地バンク制度の概要

農地バンクとは、遊休農地や将来的に農地所有者が管理出来なくなるであろう農地を集約し、行政の仲介により、別の農家に対して農地を貸し付ける制度である。貸主及び借主は、下記のとおりである。



【貸主の対象者】

- ・ 経営規模を縮小したいと考えている農家や農業法人
- ・ 耕作が困難となり、農地が遊休農地となる可能性のある農家や農業法人
- ・ 長年農地管理をせず、すでに遊休農地となってしまった土地の所有者

【借主の対象者】

- ・ 市内で新規就農を希望される人
- ・ 農地を借り、経営規模を拡大したいと考えている農家や農業法人

【制度のメリット】

同制度のメリットは下記のとおりである。

- 貸主：自分ではできない農地の維持管理をしてもらえること。
- 借主：遊休農地を利用することで、農業法人については経営規模の拡大を図ることができ、新規就農者については耕作の開始が容易になること。
- 行政：農地の貸借を斡旋することで、遊休農地の解消を促進することができること。

【先行する自治体での課題】

すでに農地バンク制度を運用している自治体の課題として、以下の3点が挙げられる。

- ① 先祖代々の土地を他人に貸すことや、適切に管理してもらえるか等の不安があり、農地を貸すことに対して抵抗感があること。
- ② 農地を借りることが出来る対象者は、農家資格がある人等に限られ、農地の借主が限定されてしまっていること。
- ③ 長い間耕作放棄されている遊休農地は、耕作可能な農地に戻すのに時間と労力がかかるため、借主が見つからない可能性があることが問題である。

イ 久喜市の目指すべき方向性

前述の課題①を解決するためには、借主の農地を貸すことに対する抵抗感をなくすことが必要である。市が設置するまちづくり組織が、農地バンクを運営することで抵抗感を軽減できる助けになると思われる。なぜなら、市は、公共の目的に沿った活動を行うため、利益を追求する民間企業とは違い、住民に対する信頼が厚いためである。まちづくり組織が、農地バンク制度の運営を行い、農業委員等と協力して制度の運用を図ることで、農地を集積することができる。また、適度に農地パトロール等を行い、耕作が放棄されている農地を発見し、その農地を協議会に集積してもらうことで、制度を促進することもできる。

次に、課題②を解決するためには、農家以外でも農地を借りることができる仕組みを検討する必要がある。先行する自治体の手法や、国の動向を見ながら、特区制度など現行の法制度の枠組みを超えた運用も含めて検討することが重要である。

最後に課題③を解決するためには、農地の整備を行い、農地を利用することで、いつでも耕作可能な状態で維持管理を行う必要がある。農地の借主が見つかるまで、企業やNPO法人に次の事例のようなイベントを行ってもらうことで、農地の維持管理に繋げることも一つの方法と考えられる。農地を放置しておくと雑草等が生え、農作物が育たない状態になってしまうため、市が管理している農地を貸付けの期間等を設けず、積極的に団体や個人に利用してもらうべきである。

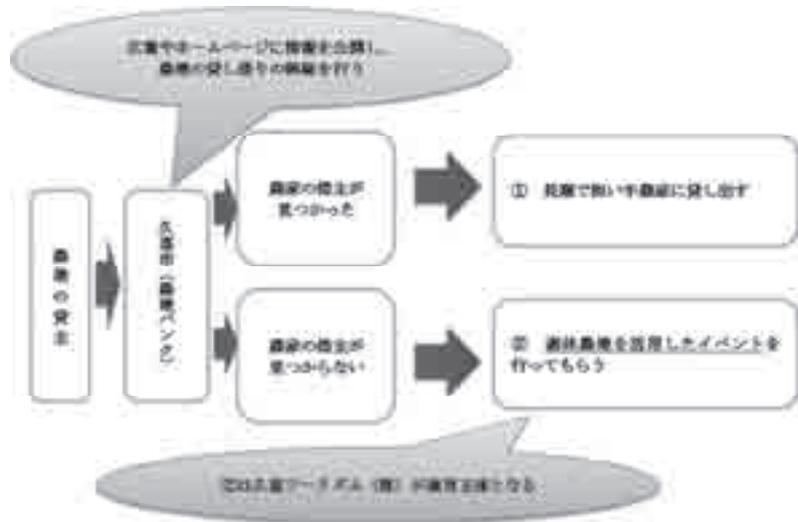
【先進事例】山梨県南アルプス市の「AeLL.（エール）村プロジェクト」

「AeLL.村プロジェクト」とは、2011年10月から、人気アイドルの「AeLL.」のメンバーとそのファンの方が力を合わせて、南アルプス市上宮地地区の耕作放棄地を農業体験しながら開墾し、最終的に農村をつくるという企画である。初回のイベント時には、アイドルのファン140名が集まり、2メートル程もある雑草の抜根を行った。主催者は、市内で耕作放棄地の解消に取り組む「NPO法人南アルプス山麓いやしの里づくりの会」とAeLL.所属のプロダク

ション「シャイニングウィル」で、双方が協定を組みイベントの企画運営を行っている。

ウ 「久喜市型農地バンク」の提案

一般的な農地バンク制度は、「①自治体が農地バンク制度を創設⇒②自治体と農業委員が協力して遊休農地を集約⇒③借主が見つかり次第、農地を整備し、自治体が農地を貸付け」という流れである。



私たちが提案する久喜市独自の農地バンク制度の特徴は、借主が見つかるまでの間、田んぼアートやひまわり迷路等の農地活用イベントや市民農園の運営を行う等の有効活用を図ることである。

遊休農地を集積後、借主が見つければ即時農地の斡旋を行い、すぐに借主が見つからない場合は、農地をHPや広報に掲載し、遊休農地を活用したい団体を幅広く集める。市は、農地の斡旋を行うだけとなり、余計な費用や農地管理の手間をかけずに制度を運用でき、遊休農地の解消を図ることができるのである。

また、「遊休農地を改善したい」、「農作業をしたい」等のボランティアの協力を得て、遊休農地の草刈りや、そこで行われるイベントの手伝いなどの活動を行う「遊休農地サポーター」制度を並行して運用することも、特徴である。これらにより、市は「農地バンク制度」にて農地の斡旋、「農地サポーター制度」にて人の斡旋を行うだけで、一部遊休農地の解消を図ることができる。しかも、これらはほぼ無料で運用できることに加え、遊休農地の管理やイベントの運営を「遊休農地サポーター」との協働で行うため、職員の労力と人件費も削減できるのである。



このように、農家同士だけでなく、農家と非農家、農家と住民等を繋ぎ、遊休農地を効率よく解消する仕組みをつくることで、市の農業と観光を活性化させることができると考える。

オ 「久喜市型農地バンク」実行手順

【Step 1】農地バンク制度の設立（～概ね1年以内）

- ① 市が農家対象の説明会等を行い、農地の貸付け希望者を募集する。
- ② 市が民間企業やNPO法人に対して説明会等を行い、農地の借り受け希望者を募集する。
- ③ 説明会や啓発パンフレット、HP等で、遊休農地サポーターを募集し、登録してもらう。
- ④ 市の広報誌やHPに貸借可能な農地の情報を掲載する。

【Step 2】遊休農地の集約（～概ね1年以内）

久喜地域振興協議会と農業委員が遊休農地情報の集約を行う。

【Step 3】遊休農地イベント等の運営補助（2年目以降）

- ① 広報やHPで、農地復元作業や農地イベント等の告知をする。
- ② 事前に登録されている「遊休農地サポーター」などを中心に、作業やイベントの運営補助を行うボランティアを募集する。

※選出されたサポーターの活動内容としては、遊休農地における草刈り・抜根など農作物の栽培が可能な状態に復元する活動や、復元された農地で、サポーターが中心的に農作物や花などの栽培管理を行う活動等が想定される。

¹貸農園・体験農園等とは、所有又は借り入れている農地を農園利用方式等により非農業者に利用させ、料金を得ているもの

²観光農園とは、農業者が観光客等に農地で自ら生産した農産物の収穫等を体験又は農地を観光させ、料金を得ているもの

³農家民宿とは、農業者が観光客等を宿泊させ自ら生産した農産物等を用いた料理を提供し、料金を得ているもの

⁴農家レストランとは、農業者が観光客等に自ら生産した農産物等を用いた料理を提供し、料金を得ているもの

4 久喜市の魅力発信のための「イベント」

第1章でも述べたように、観光と農業の分野においては国家レベルにおいても様々な取組がなされており、また、グリーンツーリズムを例として都市と農村の交流の在り方も再発見されてきた。つまり、観光と農業は相互補完できる要素を持ち合わせている。

しかし、第5章で述べたように、久喜市では観光と農業において、多くの課題が見られる。それらを踏まえ本章では、久喜市の既存の観光資源と農の魅力を掛け合わせたイベントを提言する。イベントを提言するにあたり、「農の魅力に触れて五感を刺激する」をコンセプトとし、「魅力的なイベントに必要な5つの要素」を盛り込んだ、11のイベント案について「イベント提案シート」により提言していく。

(1) コンセプト

ア 農の魅力に触れて五感を刺激する

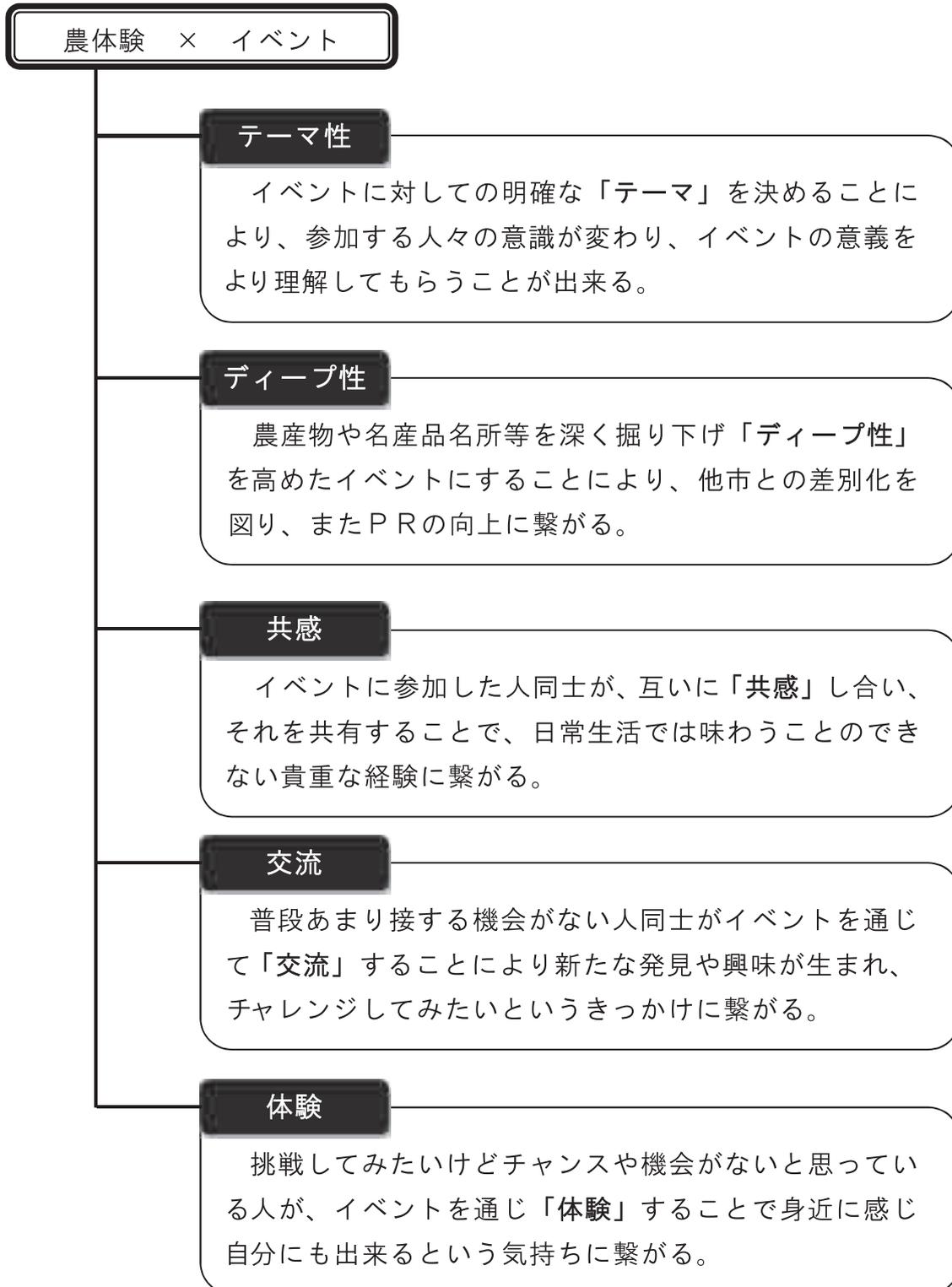
「農」には、目で見て感じる視覚、耳で聴く聴覚など人の五感を刺激する要素がたくさん詰まっている！

【刺激される五感】

| | | | |
|---|----|---|---|
| ① | 視覚 |  | 田園風景や花々を目で <u>見て</u> 、心の安らぎを感じる。 |
| ② | 聴覚 |  | 田園に吹く風の音や、虫や動物の鳴く声を <u>聴いて</u> 、癒しを感じる。 |
| ③ | 触覚 |  | 土に <u>触れて</u> 、自然を感じる。 |
| ④ | 味覚 |  | 採れたての新鮮な野菜や果物を <u>味わって</u> 、体の内側から幸せを感じる。 |
| ⑤ | 嗅覚 |  | 土の香りや植物の香りを <u>嗅いで</u> 、どこか懐かしさを感じる。 |

イ 魅力的なイベントに必要な5つの要素

イベントの提案を考えていくうえで、5つの要素をもつイベントは、魅力が高いと考える。



(2) 11のイベント案の提言

ここでは、図表4-2-1に示すような体系に沿って、具体的な実現手段を「政策提言シート」により提言する。なお、これらの実現手段はいずれも、「農の魅力に触れて五感を刺激する」というコンセプトを踏まえたものであり、それぞれの提言がどの五感に対応するものかを凡例（●視覚、▲聴覚、■触覚、★味覚、◆嗅覚）で示している。

図表4-2-1 政策提言の体系とイベント案

| 農の魅力 | 視覚 | 聴覚 | 触覚 | 味覚 | 嗅覚 |
|---|----|----|----|----|----|
| 「地産地消」にこだわり、食の大切さを伝えることを目的としたイベント | | | | | |
| イタリアンフェスティバル IN 久喜 | ● | | | ★ | ◆ |
| レシピコンテスト | ● | | | ★ | ◆ |
| 久っ喜ing甲子園 | ● | | | ★ | ◆ |
| 「アートを通じた久喜市の魅力再発見」をモットーに、田んぼアートや写真を通じ、体験や共感することにより、農に触れてもらうことを目的としたイベント | | | | | |
| 田んぼアート・かかしアートフェスタ | ● | | ■ | | |
| あなたもまちの広報マン！広報誌写真大募集 | ● | | | | |
| とにかく「梨」にこだわった種目を競い合うことにより、久喜市の特産品である、梨のPRと、話題性を高めることを目的としたイベント | | | | | |
| 梨リンピック | ● | ▲ | ■ | ★ | ◆ |
| 「農ガール予備軍」となりうる女性にターゲットを絞り、一見ミスマッチな「ファッション」と「農業」、「女性」と「農業」を組み合わせることにより、人々の興味を惹きつけ、農業に対するイメージアップを図ることを目的としたイベント | | | | | |
| NOGYO GIRLS COLLECTION (NGC) | ● | | | ★ | |
| STRAWBERRY FESTIVAL IN KUKI (SFK) | ● | | | ★ | ◆ |
| 田園風景や農家のロケーションを活かした農体験や交流をすることにより癒しを感じ、また農への関心や、理解を深めてもらうことを目的としたイベント | | | | | |
| 農家セラピー 癒し時間のすすめ | ● | ▲ | ■ | ★ | ◆ |
| 宝さがし@KUKI | ● | | ■ | ★ | |
| 農☆コン | ● | ▲ | ■ | ★ | ◆ |

| イベント名 | イタリアンフェスティバル N久喜 | | | | |
|---------|---|---|---|---|---|
| 農の魅力 |  視覚 |  聴覚 |  触覚 |  味覚 |  嗅覚 |
| 事業概要 | | | | | |
| 事業内容 | <p>道の駅や市民農園菖蒲のバーベキュー施設を利用し、菖蒲地区で製造している“生パスタ”や“地元野菜”を使用した料理体験や栗橋地区にある、数多くのワインを販売しているお店の、ワインコレクションを使用した“ソムリエ体験や試飲コーナー”等を実施。</p> <p>イタリアの農村風景をイメージしたテーブルコーディネートで、一瞬でも久喜にいることを忘れてしまうような演出で、来場者を“お・も・て・な・し！”地元野菜を使った生パスタやワインを久喜市の新しい特産品にしよう！埼玉ゆるキャラ選手権も同時開催！</p> | | | | |
| 対象 | 全ての人（主にファミリー層） | | | | |
| 手段 | <p>実施に要する期間 約10ヶ月</p> <p>① 地元農家、地元企業、レストラン等への協力依頼 ② 事業計画策定（予算・会場等の決定） ③ 保健所への届出 ④ 広報活動</p> | | | | |
| 予算項目 | <p>予算規模 約70万円～100万円</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 会場等使用料（会場使用料、調理器具レンタル料） ● 広告宣伝費 ● 事務費（通信費、消耗品等） ● 材料費（地元野菜購入費、生パスタ代、ワイン代等） ● 光熱費（ガス代、水道代等） ● 予備費 | | | | |
| 期待される効果 | <ul style="list-style-type: none"> ● 地元企業の製品や、地元野菜等を使用した地産地消のイベントを開催することにより、地場産品の発掘や、産業の活性化につながる。 ● 農と商が主役のイベントを開催することで、参加者が「久喜市にはこんな農の魅力があったんだ。」と農の魅力の再発見につながる。 | | | | |

| | |
|--------------|-----------------|
| イベント名 | レシピコンテスト |
|--------------|-----------------|

| | | | | | |
|-------------|---|---|---|---|---|
| 農の魅力 |  視覚 |  聴覚 |  触覚 |  味覚 |  嗅覚 |
|-------------|---|---|---|---|---|

| |
|-------------|
| 事業概要 |
|-------------|

| | |
|----------------|---|
| 事業内容 | <p>久喜市産の野菜をテーマにしたレシピコンテスト。</p> <p>料理には自信がある。でも披露する場がない。家族以外にも自慢してみたい！そんな料理好きの腕前を披露できちゃうコンテスト。上位入賞作品は、久喜市のHPに掲載され、道の駅や市内のレストランで限定メニューとして採用されます！</p> |
| 対象 | 久喜市民 |
| 手段 | <p>実施に要する期間 約10ヶ月</p> <p>①地元農家、レストランへの協力依頼 ②事業計画策定（予算・会場等の決定） ③保健所への届出 ④広報活動 ⑤出場者の募集 ⑥審査員の選出（審査委員長は、久喜市長）</p> |
| 予算項目 | <p>予算規模 約60万円～100万円</p> <ul style="list-style-type: none"> ●会場等使用料（会場使用料、調理器具レンタル料） ●広告宣伝費 ●光熱費（ガス代、水道代等） ●材料費（地元野菜購入費等） ●審査費（謝礼等） ●表彰費（表彰状、盾等） ●事務費（通信費、消耗品等） ●予備費 |
| 期待される効果 | <p>●レシピコンテストを久喜市で開催し、地元食材のPRや話題性を高めることにより、イベント開催をきっかけとした、久喜市のB級グルメの考案や、地元レストランでの地産地消メニュー提供につながり、特産品を通じたPRになる。</p> |



レシピコンテスト



久喜市産の野菜をテーマにした
レシピコンテスト！！

- 料理自慢の方！
- 料理好きのあなた！
- 料理に興味があるあなた！
- お祭り大好きな方！ 等々



料理には自信がある！ でも披露する場所がない！ 家族以外にも
自慢してみたい！ そんな料理好きのあなたの腕前を披露出来ちゃう
コンテスト。(o)/ 是非チャレンジしてください！！

【開催日】

平成●●年●月●日

【開催時間】

午前●時～午後●時まで

【場所】

●●●●●●●●●●

【レシピ参加問い合わせ】

●●●●● 事務局

TEL: ●●●-●●●-●●●●

※上位入賞作品は、久喜市のHPに掲載

され、道の駅や市内のレストランで

限定メニューとして採用されます！(*。*)v

ご家族で！ 恋人同士で！ お友達と！

ご近所お誘い合わせのうえ、是非



イベント名 久っ喜 i n g 甲子園

| | | | | | |
|-------------|---|---|---|---|---|
| 農の魅力 |  視覚 |  聴覚 |  触覚 |  味覚 |  嗅覚 |
|-------------|---|---|---|---|---|

事業概要

| | |
|----------------|---|
| 事業内容 | <p>高校生が青春を捧げる部活動。その中の料理研究部に活躍の場を提供する。「久喜市で取れた食材を使用する」というルールの下、その技術や味を競ってもらう料理研究部版甲子園とも言える「久っ喜 i n g 甲子園」を開催。（地元高校は特別枠で参加）</p> <p>久っ喜 i n g 甲子園を通じて、久喜市の知名度を向上、食育の推進を目的とする。また、参加者と地元農家の交流の場を提供することもでき、多くの参加者を目の当たりにすることで、地域の人々が地域に愛着をより持てるようにすることもできる。</p> |
| 対象 | 農ガール予備軍（全国高等学校料理部） |
| 手段 | <p>実施に要する期間 約10ヶ月</p> <p>①実行委員会の立ち上げ ②事業計画策定（予算・会場等の決定） ③審査員の選出 ④出場校の募集 ⑤選考（1次：書類、2次：審査員試食、3次：一般試食） ⑥レシピのHP掲載、市内飲食店での販売</p> |
| 予算項目 | <p>予算規模約70～100万円</p> <ul style="list-style-type: none"> ●広告宣伝費 ●会場等使用料（会場使用料、調理器具レンタル等） ●審査費（謝礼、審査用試食製作費等） ●表彰費（表彰状、盾等） ●事務費（通信費、消耗品費等） ●予備費 |
| 期待される効果 | <ul style="list-style-type: none"> ●久喜市の地元イベントに、普段参加するチャンスがあまりない若い世代が参加することにより、久喜市の食や農の良さを知るきっかけづくりとなる。 ●久っ喜ing甲子園を開催することで、他の市町村にはない新しい試みが話題性を提供し、久喜市のPRや認知度の向上につながる。 |

アグリパークシティ久喜で
旨い戦いが今始まる

久っ喜ーNG

甲子園

XX/XX
(日)



会場・久喜市緑風館

主催・久っ喜ーNG甲子園実行委員会

後援・久喜市 久喜市農業委員会

| | |
|--------------|----------------------|
| イベント名 | 田んぼアート・かかしアート |
|--------------|----------------------|

| | | | | | |
|-------------|---|---|---|---|---|
| 農の魅力 |  視覚 |  聴覚 |  触覚 |  味覚 |  嗅覚 |
|-------------|---|---|---|---|---|

事業概要

| | |
|----------------|---|
| 事業内容 | 遊休農地等を活用して、田んぼに久喜市特有のもの（キャラクター等）を描く。イベントとして田植え（6月頃）と稲刈り（10月頃）を開催し米づくり体験等を通して、農業に触れ合ってもらおう。 |
| 対象 | 全ての人（市内・市外問わず） |
| 手段 | <p>実施に要する期間 約10ヶ月（農家交渉から稲収穫まで）</p> <ol style="list-style-type: none"> ① 田んぼアート候補地の選定（線路近く、高台がある所、遊休農地が密集している所等） ② 地権者への説明（土地の借上げ料） ③ 図柄の公募（1月～3月） ④ 田植え体験会参加者募集（4月～5月） ⑤ 田植え体験会（イベント・6月） ⑥ 案山子作成会（イベント・8月） ⑦ 稲刈り体験会募集（8月～9月） ⑧ 稲刈り体験会（イベント・10月） ⑨ 参加者への収穫できたお米の配布（11月） |
| 予算項目 | <p>予算規模約400万円</p> <ul style="list-style-type: none"> ●土地の借上げ料 ●イベント運営費（案内郵送費、設営費） ●資材費（案山子の材料、稲の種代） ●農地管理費（草刈、農薬防除、肥料施肥） ●農作業委託費（耕うん、育苗、田植え、稲刈り、籾すり、精米） |
| 期待される効果 | <ul style="list-style-type: none"> ●普段何気なく目にしている、久喜市の田園風景が、田んぼアートを行うことにより、イベントとしての田植えや稲刈り体験ができ、普段米づくりに携わっていない人達が農業に触れるきっかけづくりとなる。 ●田んぼアートによる有効活用は、耕作放棄地の解消にもつながる。 |

田んぼアートとは...
田んぼをキャンパスに見立て色の異なる稲を使って、巨大な絵を作り出す

田んぼアート in 久喜市 田植えをしよう！

～稲の生長とともに表情をかえる田んぼアート
春から秋までみんなを久しく

喜ばせるアートです～



【開催日】
平成〇〇年〇月〇日
【開催時間】
〇〇:〇〇～〇〇:〇〇
【場所】
〇〇〇仔場



参加者大募集

出来たお米をプレゼント！！



| | | | | | |
|----------------|---|---|---|---|---|
| イベント名 | あなたもまちの広報マン！広報誌写真大募集 | | | | |
| 農の魅力 |  視覚 |  味覚 |  触覚 |  嗅覚 |  聴覚 |
| 事業概要 | | | | | |
| 事業内容 | 毎月1日に発行されている久喜市の広報誌に掲載する写真を大募集。久喜市の風景、イベントの様子、自慢の子どもなど、とにかく久喜市内で撮影された写真なら、なんでもよい。久喜市内で撮影された写真を通じて、久喜市民だけでなく、市外の人にも久喜市を知ってもらおうきっかけ作りをする。 | | | | |
| 対象 | 全ての人（市内・市外問わず） | | | | |
| 手段 | <p>実施に要する期間 約3ヶ月（募集期間、編集、掲載等）</p> <ol style="list-style-type: none"> ① 久喜市広報誌の表紙写真募集をアナウンス ② 各月の広報誌の締切までに写真を選定 ③ 広報誌へ掲載 ④ 市外の人へ広報誌を送付 | | | | |
| 予算項目 | ●広報誌の表紙写真募集に関するアナウンスは、広報誌上で行うことができれば、基本的には、コストはなし。 | | | | |
| 期待される効果 | ●久喜市の写真撮影等を通じ、新たな観光資源の発掘や、もっと久喜市の魅力を発信していきたい！という郷土愛の高まりにつながる。 | | | | |



あなたもまちの
広報マン

投稿写真大募集！！

テーマは「久喜市」

【募集期間】平成〇〇年〇月〇日～平成〇〇年〇月〇日

【投稿先】久喜市〇〇課 〇〇担当まで
mailアドレス 〇〇@city.kuki.lg.jp

久喜市風景、イベントの様子、自慢の子供
など、とにかく久喜市内で撮影された写真を
募集します。



久喜市の魅力を発信しよう

| | |
|-------|--------|
| イベント名 | 梨リンピック |
|-------|--------|

| | | | | | |
|------|---|---|---|---|---|
| 農の魅力 |  視覚 |  聴覚 |  触覚 |  味覚 |  嗅覚 |
|------|---|---|---|---|---|

| |
|------|
| 事業概要 |
|------|

| | |
|---------|---|
| 事業内容 | <p>～9月第1日曜日（午前中）土師祭と同日開催～</p> <p>とにかく梨に関する種目を競って競って競いまくる。単に梨製品の販売等でなく、すべて協議として真剣に競う、それが梨リンピック。中でも、公式ギネス審査員を呼んで開催される「ギネスへの挑戦！」は一番の人気になる可能性を秘めている。あの有名人気キャラの出場もあるかも…？</p> |
| 対象 | <p>地域→近郊住民から大都市住民、そして世界中の好奇心旺盛な人</p> <p>年齢→子どもから大人まで</p> |
| 手段 | <p>実施に要する期間 約6ヶ月</p> <p>① 4月初旬 実行委員会の立ち上げ</p> <p>② 4月中旬 梨提供農家・梨組合への依頼及び関係機関との調整</p> <p>③ 7月初旬 HP.twitter.広報誌.ポスター等による周知及び参加者募集</p> <p>④ 8月初旬 参加者確定</p> <p>⑤ 8月初旬～中旬 道具等の準備（購入・レンタル）</p> <p>⑥ 開催日3日前～当日 会場施設準備</p> |
| 予算項目 | <p>予算規模約300万円～350万円</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 梨提供農家・実行委員会への補助 ● 会場利用料 ● ポスター等製作費 ● らき☆すたや栗橋みなみちゃんとコラボした参加賞開発費 |
| 期待される効果 | <ul style="list-style-type: none"> ● 土師祭と同日に開催することで、市内外の若者に対して久喜市の梨のPR及び農への関心を深めることにもつながる。 ● オリジナル性の高いイベントの開催により、話題性を提供し、メディアに取り上げてもらうことで、久喜市自体の認知度向上や、久喜市といえば梨、というような関連性を持たせることが期待できる。 |

梨に関する種目を真剣に競いませんか？

梨ハロピック

日時

平成〇〇年〇月〇日 (〇)

9:00~12:00

会場

鷺宮運動公園 (鷺宮公民館の隣)

競技種目

梨遠投 利き梨 梨障害物レース

梨投げ合い 梨キャッチ等



「ギネスへの挑戦！」

もあるよ！

参加者
募集

イベント名

NOGYO GIRLS COLLECTION (NGC)

農の魅力



視覚



嗅覚



触覚



味覚



聴覚

事業概要

事業内容

国、自治体は現在、補助金の交付などの様々な側面から新規就農者や若い農家の増加を目指している。NGCを通じて、農業に対する見方を少しでも変えてもらい、農の魅力を感じてもらい、久喜市内での新規就農者や市内農家の後継者を増やすことを目的とする。

また、NGC内において、様々な問題を抱える地元農家と自治体や企業等とのマッチングを行い、耕作放棄地等の問題を未然に防いでいくことも目的とする。その他、農作業着ファッションショーや野菜販売等が挙げられる。

対象

農ガール予備軍

手段

実施に要する期間 約8ヶ月

- ①実行委員会の立ち上げ
- ②ニーズ調査・企画検討
- ③関係機関との調整
- ④事業計画策定（予算・会場等の決定）
- ⑤会場の確保、後援団体、協力団体への依頼
- ⑥イベント告知（出店者、参加者の募集）
- ⑦イベント開催（11月下旬～12月上旬）

予算項目

予算規模約100万円

- 広告宣伝費
- 会場等使用料（会場使用料、調理器具レンタル等）
- 事務費（通信費、消耗品費等） ●予備費

期待される効果

- 農ガール予備軍が主役のイベントを開催することで、普段農業に携わっていない若い女性等の来場も見込め、話題性の提供により、久喜市PRや、農業のイメージアップにもつながる。
- 高齢化・後継者不足等で、衰退傾向にある農業に、農ガールズパワーを注入することにより、従事者減少問題解消のきっかけづくりにつながる。



日本最大級の農ガールの祭典

NOGYO GIRLS COLLECTION

in AgriParkCity KUKI

2013.XX.XX Fri.- XX Sun.
会場：久喜市総合文化会館
主催：久喜市 久喜市農業委員会
後援：〇〇〇〇〇 株式会社〇〇〇〇



イベント名

STRAWBERRY FESTIVAL IN KUKI (SFK)

農の魅力



視覚



味覚



嗅覚



味覚



嗅覚

事業概要

事業内容

久喜市の特産品である、「いちご」とその「ストロベリー色」をテーマにしたフェスティバル。

久喜市は、埼玉県内においても1位2位を争ういちごの産地であることを、もっとPRしよう！をコンセプトに、「いちごスイーツ」の販売や、「いちごモチーフの雑貨」販売、ストロベリーカラーをテーマにした、「ファッションショー」や「メイクショー」など、とにかく「いちご」にこだわったものにするにより、久喜市のいちごのオンリーワン感を高める。

対象

農ガール予備軍

手段

実施に要する期間 約8ヶ月

- ①実行委員会の立ち上げ
- ②ニーズ調査・企画検討
- ③関係機関との調整
- ④事業計画策定（予算・会場等の決定）
- ⑤会場の確保、後援団体、協力団体への依頼
- ⑥イベント告知（出店者、参加者の募集）
- ⑦イベント開催（いちご狩りが可能なシーズンのうちの1日間）

予算項目

予算規模約100万円

- 広告宣伝費
- 会場等使用料（会場使用料、調理器具レンタル等）
- 事務費（通信費、消耗品費等） ●予備費

期待される効果

- 国内には数多くのいちごの産地が存在し、その中で特色を出していくには、ある程度話題性が必要である。そこで、食べて美味しいだけの「いちご」から、目で見ても楽しく食べても美味しい「いちご」のイベントを開催することにより、流行に敏感な農ガール予備軍の興味を惹きつけるきっかけとなり、久喜市のPRにもつながる。

STRAW BERRY FESTIVAL IN KUKI

〔開催日〕
平成●●年●月●日
〔開催時間〕
午前●時から午後●時まで
〔場所〕
菖蒲グリーンセンター

あなたはきっとイチゴに恋をする



イベント名 農家セラピー～癒し時間のすすめ～

| | | | | | |
|-------------|---|---|---|---|---|
| 農の魅力 |  視覚 |  聴覚 |  触覚 |  味覚 |  嗅覚 |
|-------------|---|---|---|---|---|

事業概要

| | |
|----------------|---|
| 事業内容 | 久喜市の田園風景や農家のロケーションを活かした体験プログラム。ある時は、農家の庭先でヨガ体験を行い、ランチは収穫体験で収穫した新鮮な野菜を使ったランチ作りを農家さんと共に行い、またある時は、菖蒲地区がラベンダーシーズンを迎えた頃に、収穫体験とラベンダーを使ったアロマオイル作りを体験。その体験を通じて、久喜市の自然豊かなロケーションと、人と人との繋がりで癒しを感じてもらい、久喜市の良さを知ってもらう。 |
| 対象 | 農ガール予備軍 |
| 手段 | <p>実施に要する期間 約1年</p> <p>①実行委員会の立ち上げ ②ニーズ調査・企画検討（ワークショップ等で意見集約） ③関係機関との調整（協力してくれる農家との調整） ④事業計画策定（予算・会場等の決定） ⑤会場の確保、後援団体、協力団体への依頼 ⑥イベント告知（参加者の募集） ⑦イベント開催（季節ごとに変化する可能性あり）</p> |
| 予算項目 | <p>予算規模約100万円</p> <p>●広告宣伝費 ●人件費（講師等） ●事務費（通信費、消耗品費等） ●予備費</p> |
| 期待される効果 | ●農業体験や、収穫体験等を通じた「農との関わり方」は多く見られるが、田園風景や農家のロケーションを活かしたイベントの開催をすることにより、農村景観の保全にもつながり、また、人と人が交流することにより、農への関心を深めていくことにもつながる。 |

五感すべてで感じる休日



農家セラピー
～癒し時間のすすめ～
平成●●年○月○日開催
お問い合わせ先
○○事務局 TEL ●●●●-●●●●

| | |
|-------|------------|
| イベント名 | 宝さがし@KUK I |
|-------|------------|

| | | | | | |
|------|---|---|---|---|---|
| 農の魅力 |  視覚 |  触覚 |  触覚 |  味覚 |  嗅覚 |
|------|---|---|---|---|---|

事業概要

| | |
|----------------|---|
| 事業内容 | <p>ファミリー大集合！次々に出される指令をこなし、宝を手に入れよう！関東のアグリツーリズムの玄関口・久喜市を舞台に、町中にある沢山の野菜を親子で収穫しながら、次々と出される指令をクリアし、お宝をゲットする。また、この宝さがしを通じ、久喜市の良さを再発見してもらい、採れたて野菜の新鮮さや美味しさも同時に味わうことにより楽しみながら食育も学べる。</p> |
| 対象 | 全ての人（主にファミリー層・市内・市外問わず） |
| 手段 | <p>実施に要する期間 約1年</p> <ul style="list-style-type: none"> ①実行委員会の立ち上げ ②ニーズ調査・企画検討（ワークショップ等で意見集約） ③関係機関との調整（協力してくれる農家との調整） ④事業計画策定（予算・会場等の決定） ⑤会場の確保、後援団体、協力団体への依頼 ⑥イベント告知（参加者の募集） ⑦イベント開催（季節ごとに変化する可能性あり） |
| 予算項目 | <p>予算規模約150万円</p> <ul style="list-style-type: none"> ●広告宣伝費 ●人件費（警備等） ●事務費（通信費、消耗品費等） ●予備費 |
| 期待される効果 | <ul style="list-style-type: none"> ●久喜市内の農家をフィールドに、親子でゲーム感覚で楽しみながら農業体験等を行うことにより、農家の方との交流が生まれ、野菜に対する親しみが湧き、また新鮮な野菜の美味しさも分かることから、食に対する興味向上につながるきっかけとなる。 |

宝さがし@KUKI

ファミリー大集合！！

舞台は関東のアグリツーリズムの
玄関口、久喜市！

次々に出される指令をこなし、
お宝を手に入れよう！

【開催日】
平成●●年●月●日
【開始時間】
午前●時スタート
【集合場所】
久喜市役所駐車場
【参加費】
大人△△△円
小人△△△円
【事務局】
〇〇〇実行委員会
☎〇〇〇〇—〇〇〇〇



| | |
|-------------------|--|
| イベント名 農★コン | |
| 農の魅力 |  視覚  聴覚  触覚  味覚  嗅覚 |
| 事業概要 | |
| 事業内容 | <p>市内農家の方の圃場にて野菜の収穫等の農作業体験を共同で行い、収穫した野菜を食材に料理（ピザやジャム等）作りを行うイベント。圃場の提供や農作業の指導を農家さんへ依頼し、料理作りについては地元のレストランに依頼する。</p> <p>出会いはもちろん、都会ではなかなか体験できない農作業も経験でき、できたての料理も味わえるイベント。</p> <p>基本的には男性側は地元若手農家が中心となり、運営等にも携わり、女性側については一般公募を行う。</p> |
| 対象 | 独身の全ての人 |
| 手段 | <p>実施に要する期間 約10ヶ月</p> <p>①実行委員会の立ち上げ（男性若手農家が中心） ②地元農家、レストランへの協力依頼 ③事業計画策定 ④広報活動 ⑤参加者への案内等の送付 ⑥地元農家、レストランとの最終調整</p> |
| 予算項目 | <p>予算規模 約150万円</p> <ul style="list-style-type: none"> ●会場等使用料（会場使用料、調理器具レンタル料） ●食材費（地元野菜購入等） ●広告宣伝費 ●事務費（通信費、消耗品等） ●予備費 |
| 期待される効果 | <ul style="list-style-type: none"> ●地元在住の農家の方と、将来的には結婚を視野に入れる出会いができる場を提供することで、農業という産業における高齢化及び後継者不足の問題の解消につなげる。 ●今話題のアウトドア婚活を行うことで久喜市のPRにつなげ、認知度が向上する。 |

農 ★ コン

in アグリパークシティ久喜



素敵な出会いが待っている

日 時：平成〇〇年〇〇月〇〇日 (〇) 10:00～

会 場：久喜市□□□□

参加費：男性××××円 女性無料

主 催：久喜市△△△△



5 話題性のある情報を発信する「拠点」

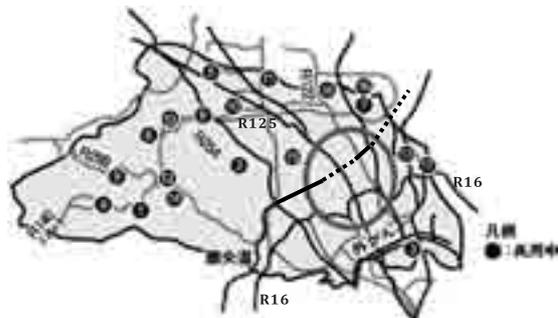
(1) なぜ「道の駅」なのか

第2章で説明したとおり、久喜市内の5駅の1日当たりの乗降客数は13万人を上回る。また、高速道路の1日当たりの通過台数は、約2万5千台となっており、久喜市は埼玉県東北部における交通の要衝である。

鉄道網が発達した現代において、「駅」といえば通常鉄道駅を指し、鉄道駅周辺に市場が形成されてきた。こうした「交通（人や物の流れ）」⇔「駅⇨市場（物や情報の交換）」という流通拠点の一つに「道の駅」がある。現在、関東地方には、東京都1箇所、神奈川県2箇所、千葉県23箇所、茨城県10箇所、栃木県21箇所、群馬県28箇所、埼玉県19箇所と、合計104箇所の「道の駅」がある。県内の「道の駅」は、国道140号と国道125号を結ぶ周りに集中しており、県央エリア（概ね国道16号から圏央道周辺）は、ほぼ空白地帯になっている。

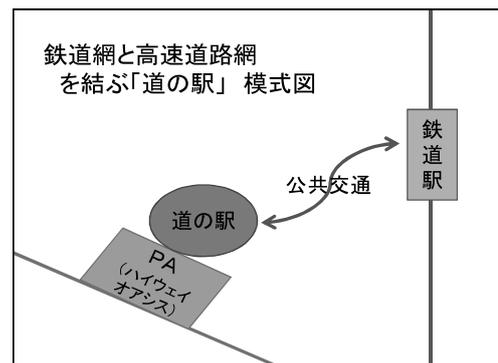
現状では通過地点の傾向が強い圏央道に菖蒲PAの設置が見込まれる。この菖蒲PAを外部との接続可能な“ハイウェイオアシス”とし、隣接地に「道の駅」を設置して、久喜市の農業や観光の拠点として情報発信していくことを提案する。

図表 4-5-1
埼玉県の「道の駅」配置図



出典：国土交通省ホームページより作成

図表 4-5-2
鉄道網と高速道路を結ぶ
「道の駅」模式図



本研究会作成

(2) 「道の駅」とはどのようなものか

ア 「道の駅」の現状

1993年、「道の駅」登録・案内制度(旧建設省)の創設により「休憩機能」、「情報発信機能」、「地域連携機能」の機能を併せ持つ施設として「道の駅」が誕生した。

当初103箇所だった「道の駅」の登録数は年々増え続け、2013年10月11日現在で1,014箇所が登録されている。

以前の「道の駅」は、高速道路のSAと類似したものであり、道路利用者の休憩の場としての色合いが強かったが、登録数の増加や認知度の高まりとともに、地域における「道の駅」の役割も大きく変わってきた。道路交通情報はもと

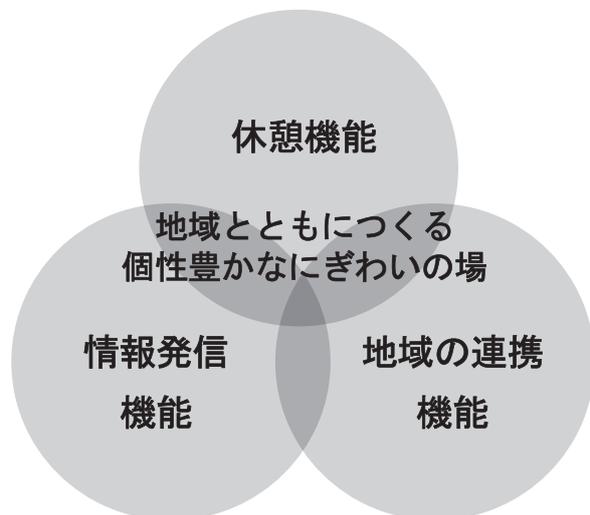
より、周辺の観光名所、飲食施設、イベント、物販施設などの情報提供、さらには情報提供に留まらず、こうした地域資源を活用して、創意工夫を凝らした多様なサービスが提供されている。特に、地産地消の浸透や食の安全・安心への関心の高まりを背景として、「農林水産物直売所」、「農林水産物加工場」、「レストラン」などを備えた「道の駅」が増加している。

イ 「道の駅」の基本コンセプト¹

「道の駅」とは、地域の創意工夫により道路利用者に快適な休憩と多様で質の高いサービスを提供する施設で、基本として次に掲げるサービス等を備える施設をいう。

- ① 休憩施設としての利用しやすさや「道の駅」相互の機能分担の観点から適切な位置にあること。
- ② 休憩目的の利用者が無料で利用できる十分な容量の駐車場と清潔な便所を備えるとともに、それらの施設及び施設間を結ぶ主要な歩行経路のバリアフリー化が図られていること。

図表4-5-3
「道の駅」に必要な要素



出典：国土交通省HPより作成

¹国土交通省「道の駅」登録・案内要綱

- ③ 利用者に多様なサービスを提供する施設であって、道路及び地域に関する情報を提供する案内所又は案内コーナーが備わっていること
- ④ 駐車場・便所・電話は24時間利用可能であること
- ⑤ 案内・サービス施設には、原則として案内員を配置し、親切な情報提供がなされること
- ⑥ 案内・サービス施設の設置者は市町村又は市町村に代わり得る公的な団体であること
なお、案内・サービス施設の管理または運営を市町村等以外のものを行う場合は、契約等により「道の駅」として必要なサービスが確保されるよう措置されていること
- ⑦ 女性・年少者・高齢者・身障者など様々な人の使いやすさに配慮されていること
- ⑧ 施設計画は景観に十分配慮し、特に景勝地にあっては、地域の優れた景観を損なうことのないよう計画されていること

(3) これまでの「道の駅」の経営はどうか

2012年3月に、財団法人地域活性化センターがまとめた『道の駅』を拠点とした地域活性化調査研究報告書から、これまでの「道の駅」(971箇所)の経営(設置主体等・整備状況・経営状況)や取り組み(利用者・取り組み・課題)を見ていく。

ア 「道の駅」設置等の主体

設置主体は、市区町村が9割近くと圧倒的多数である。

管理主体は、第三セクターが3割以上と主流だが、市区町村や民間企業も2割前後みられる。

運営主体は、第三セクターが4割近くと主流だが、農林水産物直売所、農林水産物加工場、飲食施設などの運営には、生産者組合や民間企業など現場ノウハウを有する多様な主体の参画がみられる。

イ 「道の駅」整備状況

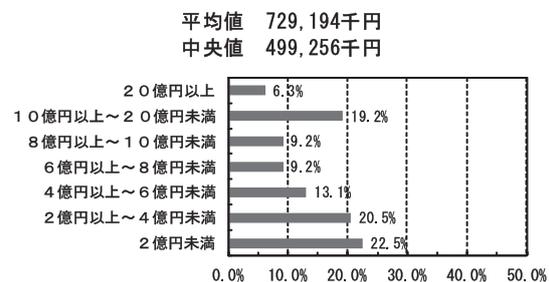
整備に係る総事業費は、2億円未満が最も多く、平均値は約7億3千万円、中央値は約5億円である一方、総事業費20億円以上の施設もあるなどバラツキが大きい。

整備手法は、「道の駅」設置者と道路管理者とで整備する一体型と「道の駅」設置者が全てを整備する単独型があり、一体型の方が6割近くとやや多い。

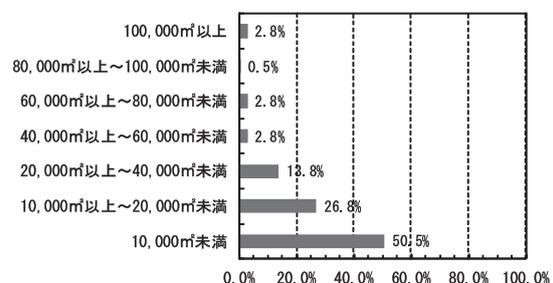
交付金・補助金の活用は、活用したものが8割近く、交付元は農林水産省が62.2%、国土交通省が24.4%、その他が38.7%である。

敷地面積は、10,000㎡未満が約5割と主流であり、40,000㎡未満が9割以上を占めている一方、100,000㎡以上の施設もある。

図表4-5-4
「道の駅」整備の総事業費



図表4-5-5
「道の駅」の敷地面積



図表 4-5-4、-5

出典：「『道の駅』を拠点とした地域活性化」調査研究報告書より作成

ウ 「道の駅」経営状況

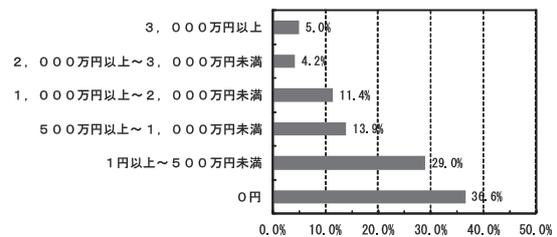
「道の駅」の約7割が指定管理者制度を導入しており、指定管理料は、無料が36.6%、1円以上5百万円未満が29.0%、5百万円以上1千万円未満が13.9%と、1千万円未満が8割近くを占める。

「道の駅」年間売上高は、特産販売所（農林水産物直売所含む）で1億以上2億円程度、農林水産物直売所で1億円前後、農林水産物加工場や飲食施設で1千万円以上5千万円程度となっている。

各施設の年間売上高の合計は、1億円以上3億円未満のところが多く、その中でも20億円以上売り上げるところもある。

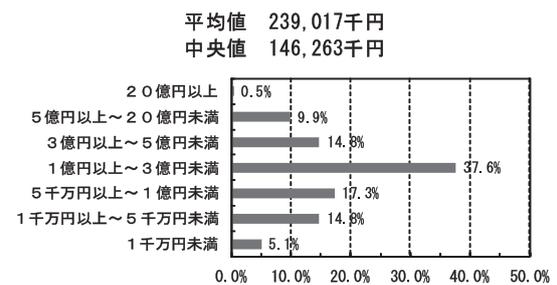
図表 4-5-6

「道の駅」の指定管理料



図表 4-5-7

「道の駅」の年間売上高



図表 4-5-6、-7

出典：「『道の駅』を拠点とした地域活性化」調査研究報告書より作成

エ 「道の駅」の利用者

「道の駅」の利用者は、安定的に年間 20～30 万人のところが多く、中には 100 万人以上のところも少数ある。開駅から 12 カ月と直近 12 カ月を比較して、利用者数が増加したところが 5 割以上あり、認定年度が新しい「道の駅」ほど利用者数が増加したところが多い。

ターゲットとする利用者を、地元住民の方とするところが 4 分の 1、観光客とするところが 4 分の 3 である。地元住民の利用目的は、買い物や食事がそれぞれ 7 割以上と、「道の駅」が住民の方々の生活と密接な関係にあることがわかる。

オ 「道の駅」の取り組み

他の「道の駅」との差別化を図るための特徴的なイベント等の実施については、“地域性のあるイベント”が113件、“安心安全・地産地消へのこだわり”が48件、“都市部への産直をはじめとした外販に関する取り組み”が47件であった。

「道の駅」が単独もしくは企業等と連携して開発したオリジナル商品については、6割近くが取り組んでおり、商品は“パン・お菓子・スイーツ”、“カレー・麺類”、“調味料・香辛料”、“飲料・お酒類”の順であった。

今後の事業展開で重視する分野は、“特産品開発”、“農林水産物直売所”、“飲食部門”の順で、食に関する分野に力を入れていきたいという傾向が強い。

カ 「道の駅」の課題

今後の課題（選択方式・複数回答）では、“生産者の高齢化”、“冬期間の利用者の減少”、“人材育成”、“施設の老朽化”、“品揃え”が多い。

今後の課題（記述方式）のうち、久喜市の参考になりそうなものとして、“指定管理者制度の問題”、“国庫補助の制約”、“地元の食材を有効活用できる加工所の設置”、“高速道路の開通”、“新たな道の駅との競合”などが挙げられる。

(4) どのような「道の駅」があるか

「道の駅」設置の時期や経緯、あるいは整備手法などは様々である。ここでは、PFI 事業、ハイウェイオアシス併設、アグリパーク（農業施設）の特徴的な「道の駅」を紹介し、仮称「道の駅 久喜」での導入可能性を探っていく。

「道の駅 いぶすき彩花菜（さかな）館」は、PFI 事業により資金調達や経営を行っている。PFI 事業は、財政状況が厳しい久喜市が「道の駅」を設置する際の資金調達や民間経営ノウハウの活用などに有効な手法であろう。

「ハイウェイオアシス 道の駅オアシスおぶせ」と「ハイウェイオアシス ららん藤岡」は、高速自動車道に設置された PA「ハイウェイオアシス」と一般道に設置された「道の駅」が併設されている。

「道の駅オアシスおぶせ」は、「道の駅」と小布施町内の美術館等が町内周遊バスで結ばれている。

「ららん藤岡」は、食とイベントに力を入れた運営が行われており、4年連続で「関東好きな道の駅ランキング」1位に選ばれている。

「道の駅 アグリパークゆめすぎと」は、農業施設に力を入れており、仮称「道の駅 久喜」に期待される“農”の機能をほぼ有している。“FM Nack5”の“SAITAMA 勝手にランキング「道の駅」部門”で、1位に選ばれている。

図表 4-5-8 特徴的な「道の駅」の概要

| 道の駅 | 概要 | 総面積 (ha) | 駐車場(台) | | | トイレ(基) | | |
|-------------|----|-------------|------------|--------------|------------|--------|----|--------|
| | | | 大型車 | 普通車 | 身体障害者用 | 男性 | 女性 | 身体障害者用 |
| いぶすき彩花菜館 | | 1.46 | 4 | 59 | 4 | 7 | 5 | 2 |
| オアシスおぶせ | | 14.6 | 5 | 181 | 2 | 10 | 9 | 1 |
| ららん藤岡 | | 7.4 | 32 (25) | 478 (148) | 12 (10) | 23 | 16 | 5 |
| アグリパークゆめすぎと | | 1.02 | 25 | 468 | 7 | 17 | 17 | 5 |

※()内は高速道路内の値

出典：国土交通省ホームページより作成

ア 「道の駅 いぶすき彩花菜（さかな）館」

鹿児島県指宿市（人口約3万人）にある国道226号沿いの敷地で、PFI方式により、地域交流施設の整備、及び都市公園・道の駅・地域交流施設の維持管理・運営を行っている。

2004年10月にオープンし、地域の特産品や農林水産物を委託販売するコーナーや民間の経営ノウハウ・創意工夫が発揮できる自主運営コーナーなどが

あり、多くの利用者で賑わっている。

図表 4-5-9 PFIとは？

PFI (Private Finance Initiative : プライベート・ファイナンス・イニシアティブ)とは、公共施設等の建設、維持管理、運営等を民間の資金、経営能力及び技術的能力を活用して行う新しい手法です。

民間の資金、経営能力、技術的能力を活用することにより、国や地方公共団体等が直接実施するよりも効率的かつ効果的に公共サービスを提供できる事業について、PFI手法で実施します。

PFIの導入により、国や地方公共団体の事業コストの削減、より質の高い公共サービスの提供を目指します。

我が国では、「民間資金等の活用による公共施設等の整備等の促進に関する法律」(PFI法)が平成11年7月に制定され、平成12年3月にPFIの理念とその実現のための方法を示す「基本方針」が、民間資金等活用事業推進委員会(PFI推進委員会)の議を経て、内閣総理大臣によって策定され、PFI事業の枠組みが設けられました。

出典：内閣府ホームページより

イ 「ハイウェイオアシス 道の駅オアシスおぶせ」

道の駅「オアシスおぶせ」の登録を受けた小布施総合公園は、高速道路利用者の利便施設・ハイウェイオアシスとして、1993年に事業に着手し、2000年に全面開園した。

小布施町では、1日周遊券 300 円で、「道の駅オアシスおぶせ」と町内の美術館等を結ぶ町内周遊バス「おぶせロマン号」を運行している。

ウ 「ハイウェイオアシス ららん藤岡」

「ハイウェイオアシス ららん藤岡」は、2009年から2012年の4年連続で「関東好きな道の駅ランキング」1位に選ばれている。

人気の理由は、新鮮な野菜が豊富な農産物直売所、直営の地域食材レストラン、食肉卸売市場直営の「肉の駅」に加え、多様なテナントによる“食”へのこだわり、及び藤岡特産のシンビジウムをはじめ、四季の花々が咲き競う花の交流館の催しや観覧車、噴水など子ども向け施設の充実にある。

エ 「道の駅 アグリパーク ゆめすぎと」

アグリパークゆめすぎとは、杉戸町のほぼ中心部に位置する才羽地内の町道 11 号線(埼玉葛広域農道)沿いにあり、利用者の方に収穫体験を通じて農業を学び、自然と触れ合いながら楽しんでもらえる公園として、2001年4

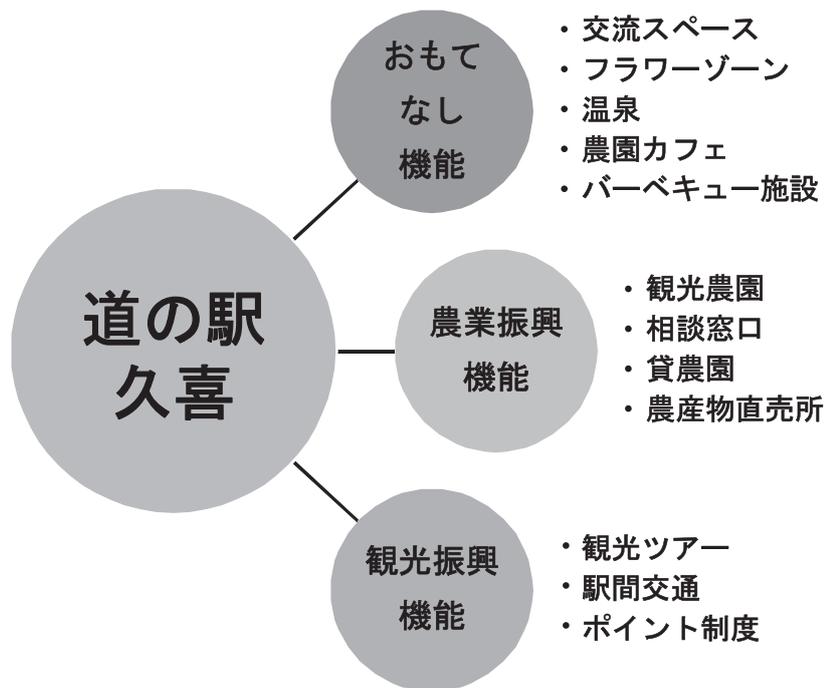
月にオープンした。

現在、農業と地域住民のふれあいや、地域住民と広域住民の新たな交流の場となっている。

(5) 仮称「道の駅 久喜」のイメージ

久喜市の「道の駅」に期待される機能は、大きく「おもてなし機能」、「農業振興機能」、「観光振興機能」の3つに分けられる。それぞれいくつかの施設やサービスを提案する。

図表4-5-10 「道の駅 久喜」に期待される機能と施設等



本研究会作成

ア おもてなし機能

① 交流スペース

自然の中の広い交流スペースは、思わず走りまわりたくなる自由な空間が広がっている。バドミントンやフリスビーなど思い思いに過ごせる。ドッグランもあり、愛犬を連れてきても一緒に楽しめる。広い交流スペースには、雑草をくまなく食べてきれいにしてくれる、道の駅のアイドル「やぎ」も放牧されており、子どもからお年寄りまで、来る者の心を癒している。

② フラワーゾーン

フラワーゾーンは、久喜市の木であるイチョウで囲われ、久喜市の花であるコスモスはもちろんのこと、「花・木選考会議」で候補に挙げられた、ナノハナ、アヤメ、レンゲソウ、ラベンダーや毎年イベントが行われているピーと赤花そば、さらに県の花であるサクラソウが四季折々に咲き誇る。

また、フラワーゾーン内には、花の見所などの観光案内や市内の農業体験

メニューなどが示されている。

③ 温泉

久喜市には、日本温泉機構から5つ星に認定された人気の「百観音温泉」がある。この「百観音温泉」から運ばれた足湯に無料で入れる。本格的に楽しみたい人は、「百観音温泉」まで無料送迎バスが利用できる。

④ 農園カフェ

貸し農園が見渡せる農園カフェでは、地元とりたての野菜を使った料理を楽しむことができる。また、貸農園でとれた野菜を持ってくると、その場で料理をしてもらえ、旬の野菜のレシピまで覚えることができる。農園カフェでは定期的に、料理教室も開催しており、地元主婦からも人気の講座になっている。

⑤ バーベキュー施設

バーベキュー施設は、道具や食材一式を有料で提供しているので、誰でも気軽に利用できる。さらに、貸農園利用者は、会員特典で自ら収穫した野菜を持ち込んで無料で道具を利用できる（持ち込み以外の食材は有料）。

販売する食材は、野菜は新鮮な久喜産が中心。あらかじめ予約すれば、彩の国ブランドの「彩の国黒豚」や「地鶏タマシャモ」も食べられる。

イ 農業振興機能

① 観光農園

観光農園では、ジャガイモ収穫などができる収穫農園があり、1月上旬から4月中旬まではいちご狩り、6月中旬から8月中旬まではブルーベリーの摘み取り、8月上旬から9月中旬まではブドウ狩り、8月中旬から10月中旬までは梨狩りが楽しめる。

② 相談窓口

農業をしたい人のための相談窓口では、農家になるためのトレーニングの研修講座の紹介や、農地バンクを通じた農地の斡旋など、外部の機関と連携したサポートをしてもらえる。

③ 貸農園

- ・手ぶらで気軽に野菜づくり

快適に野菜づくりを楽しめる環境が整えられ、種、農具、資材、肥料などすべて用意された中で、手ぶらで来ても野菜づくりができる。

- ・インストラクターのサポートによる、未経験でも安心の野菜づくり

野菜づくり初心者の方には、農家の方がインストラクターとしてサポートしてくれるため、未経験でも安心して野菜づくりを始めることができる。

④ 農産物直売所

農産物直売所は、午前9時から午後6時までの年中無休で、いつでも市内外からの買い物客で賑わっている。久喜産の農産物や農産物加工品を中心に、JA南彩やJA埼玉みずほ管内などから、久喜産以外の農産物も仕入れているので、品揃えは豊富だ。

ウ 観光振興機能

① 観光ツアー

「道の駅」や久喜駅を発着地に、市内観光スポットを巡る日帰りツアーが組まれている。

人気コースは、お手軽な「久喜ぐるっと一周観光コースA」、健脚向けの「久喜ぐるっと一周観光コースB」、サブカル愛好家に人気の「久喜まるごと社会科見学コース」などがある。

その他にも、イベント開催期間の臨時ツアーや、農業体験ツアーなども随時行われるほか、女性限定の「女子旅」も企画されている。

図表4-5-11 市内観光ツアー一例

| ①久喜ぐるっと一周観光コース(Aコース) | | | |
|-----------------------------------|--------------------------|--------------------------|-------------|
| <集合> | <集合・休憩> | <自由散策> | |
| 久喜駅西口10:00発三三(バス)三三道の駅10:40/11:00 | 天王山塚古墳と神明神社11:10/12:00 | | |
| <レストランにて昼食> | <見学> | <参拝> | |
| 道の駅12:10/12:50 | 本多野六博士記念館13:00/13:30 | 鷲宮神社14:00/14:30 | |
| <散策> | <入浴> | <解散> | |
| 野井御前の墓と関根駅前自由散策14:50/15:40 | 百観音温泉16:00/17:00 | 久喜駅西口17:15着 | |
| <解散> | 三三道の駅17:50着 | | |
| ②久喜ぐるっと一周観光コース(Bコース) | | | |
| <集合> | <集合> | <参拝> | <参拝・自由昼食> |
| 道の駅10:00発三三(バス)三三久喜駅西口10:40 | 甘菜園10:50/11:20 | 鷲宮神社11:40/13:00 | |
| <<くりはし八福神参拝>> | <<くりはし八福神参拝>> | <マップを手に自由散策> | |
| 三寶院寺13:10/13:30 | 定福院13:35/13:50 | 定福院…(徒歩にてくりはし八福神のヶ寺を散策)… | |
| <集合> | <入浴> | <解散> | <解散> |
| 定福院16:30 | 百観音温泉16:50/17:50 | 久喜駅西口18:05着 | 三三道の駅18:40着 |
| ③久喜まるごと社会科見学コース | | | |
| <集合> | <集合> | <車両工場の見学> | |
| 道の駅9:00発三三(バス)三三久喜駅西口9:40 | 東武鉄道南栗橋工場10:00/11:00 | | |
| <参拝・自由昼食> | <見学> | | |
| 三三三三鷲宮神社11:30/12:50 | NHK喜望久喜ラジオ放送所13:10/13:50 | | |
| <見学> | <※収穫体験とお買い物> | <解散> | <解散> |
| 三三キッコーマン久喜工場14:00/14:30 | 道の駅14:50/17:00 | 久喜駅西口17:40 | |

※ 三三三バス ……徒歩

※収穫体験は時期によって変更等がある。

本研究会作成

② 駅間交通

2013年10月から運行を開始した久喜市デマンド交通に、「道の駅」が追加され、これまで不便だった菖蒲地区から、市役所などの公共施設や病院、駅などへの足が確保された。

桶川駅東口～菖蒲車庫間を運行する路線バス(朝日バス)に加え、久喜駅西口や蓮田駅東口からの延伸も行われ、最近では、久喜駅から「道の駅」への観光に使う人も増えてきた。

若い人には、「道の駅」や鉄道駅で乗り捨て自由のレンタサイクルを利用した観光が大人気だ。自転車に疲れたら、乗り捨ててバスで帰ることも可能だ。

③ ポイント制度

利用者は会員登録を行い、ポイントカードで各種特典を受けられる。「道の駅」ファンやリピーターにはうれしいサービスだ。

会員特典の例

- ・メール・マガジンの購読（不定期配信）
- ・HP内の会員専用ページへの参加
- ・「道の駅」主催イベントへの参加

ポイント還元の例

- ・施設内のお買い物（ex. 200円購入で1ポイント、1ポイントで1円）
- ・農業関連指導者に、農業指導・管理時間に応じてポイント付与
- ・観光ボランティアに、観光案内時間に応じてポイント付与
- ・直売所農産物契約農家に、売上額に応じてポイント付与

(6) (仮称)「道の駅 久喜」実現に向けて

場所や時期、設置手法などにもよるが、この提案の実現には、概ね建設費35億円、意思決定から開設まで5年程度を要すると見込んでいる。

「道の駅」は成功例ばかりではない。また、食や農に軸足を置いた「道の駅」は多いので目新しさもない。それでも、「道の駅」は魅力だ。食通と思われる方、地元愛にあふれる若者、旅の思い出をつむぐ老夫婦、全国制覇を目指すライダーなど、インターネット上では、多くの利用者が各地の「道の駅」を語っている。「道の駅」の魅力とは、施設も来訪者も“多様”であること。

実際、既存の「道の駅」は、規模も経営状態も様々である。本提案では、便宜上、3つの機能に分け12の施設やサービスに整理したが、一つ一つを取り上げれば、既にどこかの「道の駅」で行われている。

久喜市が「道の駅」に取り組むとすれば、民間活力、資金調達の両面からPFI事業を選択すべきであろう。その場合、行政は、基本コンセプトと場所・時期を示すことになるが、本提案をたたき台に、第4章1「推進体制の整備」で示した関係者が協議して、より魅力あふれる拠点整備につなげてほしい。

6 プロジェクト名

ここまで、政策提言4本の柱について具体的に述べてきたが、それらを踏まえ、4つの提言内容に一体感を持たせ、またこの政策提言実現のために協力してくれる方々のシンボルとなるような、「プロジェクト名（仮称）」及び「ロゴ（案）」について提案する。

プロジェクト名（仮称）

『 Weekend Farmers Project @ Kuki 』

※「週末農家・週末農民」等の意味

（プロジェクト名のコンセプト）

本研究を進めていくうえで、研究員が共通のイメージとして持っていた、「久喜市の立地や交通網を生かし、都心から日帰りで気軽に訪れて、誰もが農に触れ合うことができる場所」をベースに、久喜市全体が「アグリパークシティ」となり、週末を利用して都市部の住民が久喜市に訪れ、農を通じ、土や自然に触れ合い、収穫することの喜びなど、五感全てで「週末農家・週末農民」ライフを味わうことが出来る場所が、久喜市となることをコンセプトに考案した。

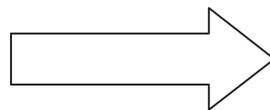
ロゴデザイン（案）

ロゴデザイン入りのグッズの販売や、シティープロモーションの一環として、久喜市職員の名刺にロゴデザインを印字することで、おもてなし力もアップ！

久喜市市章のテーマカラーを使用したデザイン



このロゴデザインを利用して



【久喜市職員ロゴ入り名刺】

久喜市役所

●●課

久喜 太郎

埼玉県久喜市〇〇

TEL ●●●●-●●●●



【ロゴ入りのぼり】（案）



久喜市・市章デザインの趣旨（久喜市 HP 抜粋） 久喜市の「久」の文字を基調に、白色は未来への限らない夢と希望を、青色は市内を流れる河川の清き水と澄んだ空を、黄緑色は豊かな恵みをもたらす田園を、緑色は自然の木々や美しい草花を表し、都市と豊かな自然環境が調和し発展する久喜市を表現しています。

7 実施計画（案）

政策提言内容の取り組みを進めていくにあたり、事業計画(案)を図表4-7のとおり作成しました。参考になれば幸いです。

図表4-7 実施計画（案）

| 政策提言(4本の柱) | | 概算費用(万円) | 事業主体等 | 1年目 | 2年目 | 3年目 | 4年目 | 5年目 | |
|------------------|-----------------------------------|---|---|----------------------|-----------------------|-----------------------|---------------|------|--|
| 推進体制 | (仮称) 久喜地域振興協議会 ～通称名:地元調整組織～ | (準備段階) 約100 (設立後)運営 約100/年 | (準備段階) 久喜市役所 (設立後)運営 久喜地域振興協議会 | 準備 → 設立 | 実行組織設置準備 企画、調整 | | | | |
| | (仮称) 久喜ツーリズム(株) ～通称名:実行組織～ | (準備段階) 約5,000 (市出資) (設立後)運営 ※独立採算 | (準備段階) 久喜市役所 (設立後)運営 久喜ツーリズム(株) | | 設立準備 | 設立 事業準備 | | 事業実施 | |
| 3つの仕組み (農業制度) | 観光農園等のネットワーク化 | (準備段階) 約100 (設立後)運営 約0～100/年 | (準備段階) (事業開始時) 久喜市 (組織設立後) 久喜地域振興協議会 久喜ツーリズム(株) | 準備・調整 → | 観光農業資源の掘り起こし・ブラッシュアップ | 「農」情報ネットワーク開始 | 統一スキームによる受入開始 | | |
| | 農産物オーナー制度 | (準備段階) 約100 (設立後)運営 約0～50/年 | | 準備・調整 → 統一プログラム作成 | 運用開始 | | | | |
| | 農地バンク制度 | (準備段階) 約100 (設立後)運営 約0～50/年 | | 準備・調整 → | 事業開始 | 遊休農地サポーター制度開始、イベント等開催 | | | |
| イベント | イタリアンフェスティバル IN 久喜 | 約70～100 | (準備段階) 久喜市役所 又は実行委員会等 (実施:～4年目) 久喜市役所 又は実行委員会等 (実施:5年目以降) 久喜ツーリズム(株) | 準備及び体制が整い次第実施 | | | | | |
| | レシビコンテスト | 約60～100 | | | | | | | |
| | 久っ喜ing甲子園 | 約70～100 | | | | | | | |
| | 田んぼアート・かかしアートフェスタ | 約400 | | | | | | | |
| | あなたもまちの広報マンin広報誌写真大募集 | 0 | | | | | | | |
| | 梨リンピック | 約300～350 | | | | | | | |
| | NOGYO GIRLS COLLECTION (NGC) | 約100 | | | | | | | |
| | STRAWBERRY FESTIVAL IN KUKI (SFK) | 約100 | | | | | | | |
| | 農家セラピー | 約100 | | | | | | | |
| | 宝さがし@KUKI | 約150 | | | | | | | |
| ベジタブルマラソン@KUKI | 約150 | | | | | | | | |
| 拠点施設 | (仮称) 「道の駅久喜」 | 【計画・設計】 約20,000 (PFI事業推進費) 【設置】 約350,000 (想定される施設規模から) 【管理/年】 PFI事業提案による | 【計画・設計】 久喜市役所 【設置】 PFI事業者 【管理】 PFI事業者 | 準備 → PFI導入可能性調査 | 事業者選定 | 建設・開設準備 | 開設 | | |

観光資源としての農業の可能性

第5章 おわりに

本研究会では、まず、「観光資源としての農業の可能性」という研究テーマを巡り、観光振興のために農業を活用するのか、農業振興のために観光客を呼び込むのかという議論があった。この議論の過程で、地域活性化を図ることを目的に、その方策として、基幹産業である農業と成長産業として期待される観光の相互補完を研究していくことが確認された。

次に、久喜市をフィールドに調査を重ねる中で、1市3町の合併に伴う新久喜市の一体感の醸成が求められていることや、関東地方のど真ん中で都心50km圏という立地条件を生かすことなど、久喜市が目指すべき理想の姿の前提条件が明らかになってきた。

こうして、都市部住民をターゲットに、身近に農業に触れ合える豊かなライフスタイルを提案し、久喜市をまるごとアグリパークシティとしてブランド化していく理想像を描いた。

そして、理想の実現に向け、「推進体制の整備」、「農業と観光を結びつける制度」、「人を呼び込む魅力的なイベント」及び「話題性のある情報を発信する拠点」の4本の柱で構成される政策提言をまとめた。

研究に当たり、多くの情報を提供してくださった久喜市役所をはじめ、快く取材に応じてくださった関係者の皆様に心から感謝申し上げます。今後とも、久喜市の地域活性化にご支援・ご協力を賜りたい。

また、本研究は久喜市をフィールドとしたが、埼玉県に多く存在する都市と農村が共存する地域に当てはまる面もあろうかと思う。農業や観光をはじめ、地域が一体となった活性化対策を検討する自治体の参考となれば幸いである。

資 料 編

目 次

◎ 1 調査資料

- ☆ 1 久喜市観光の現状で紹介した観光資源や人物等
- ☆ 2 ランドオペレーター組織の先進事例
 - 1 (株)新しい村 (埼玉県宮代町)
 - 2 (株)大田原ツーリズム (栃木県大田原市)
 - 3 (株)ファーム・アンド・ファーム・カンパニー (栃木県宇都宮市)
 - 4 (株)ファーマーズ・フォレスト (栃木県宇都宮市)
 - 5 (株)ちば南房総 [枇杷倶楽部] (千葉県南房総市)
 - 6 (株)南信州観光公社 (長野県南信州)
 - 7 (株)ニセコリゾート観光協会 (北海道ニセコ町)
 - 8 (株)小値賀観光まちづくり公社 (長崎県小値賀)
 - 9 (株)四万十ドラマ (高知県四万十町)
 - 10 NPO 法人 ハットウ・オンパク (大分県別府市)
 - 11 (社)北海道観光振興機構 (北海道全域)
 - 12 九州観光推進機構 (九州全域)
- ☆ 3 革新的農業経営組織の先進事例
 - 1 和郷園 (千葉県香取市)
 - 2 伊賀の里モクモク手作りファーム (三重県伊賀市)
- ☆ 4 農業制度に関連した国の施策

◎ 2 現地視察及び意見交換

- 1 鷲宮商工会
- 2 (株)ファームアンド・ファーム・カンパニー
- 3 (株)ファーマーズ・フォレスト
- 4 (株)トミタモーターズ
- 5 むさしの園 並木

| 分類 | 報告書関連ページ |
|--------|-----------|
| 調査資料 1 | 第 2 章 - 3 |

☆1 久喜市観光の現状で紹介した観光資源や人物等

■久喜提燈祭り・天王様

久喜提燈祭り「天王様」は、旧久喜町の鎮守である八雲神社の祭礼。天明 3 年（1783 年）の浅間山の大噴火で、桑をはじめ夏作物が全滅したことによる、生活苦、社会不安などを取り除くため、祭礼用の山車を曳き回して豊作を祈願したのが始まりと伝えられ、220 余年の歴史と伝統を誇る祭りとなっている。

祭りは毎年 7 月 12 日と 18 日に行われる。7 町内から 7 台の山車が繰り出され、昼間は、神話などから題材をとった人物の人形を山車の上に飾り立て、町内を曳き回す。夜は、人形を取りはずし、山車の四面に 500 個の提燈を飾りつけた、提燈山車に早変わりする。

この提燈山車は夏の夜を彩るイベントとして最大の見どころとなっている。町内の若い衆が、賑やかな笛や鉦・太鼓のお囃子にのせ、関東一と言われる山車を回転させたりして、市内を巡行する様はまさに圧巻。

■久喜市れんげ祭り

平成 25 年で 25 回目の開催となった久喜市れんげ祭り。もちつき、手打ちそば、農産物の直売、地元芸能、歌謡ショー、フリーマーケットや、ミスれんげコンテストなども開催される。

■久喜市民祭り

久喜市民まつりは、全市民の参加を目指し、人と人、心と心の交流、そして、よりよい地域のコミュニティづくりの一環となることを願い、市民手作りの祭りとして毎年開催されている。

平成 25 年 10 月 20 日に開催された第 27 回久喜市民まつりでは「夢はずむ！笑顔いっぱい 楽しいまつり」をテーマに、盛りだくさんのイベントが行われた。

■栗橋天王様

毎年7月の第3土曜日・日曜日に栗橋市街地を中心に開催され、梅雨明けを告げる夏に欠かせない風物詩。この祭りで担がれる神輿は、江戸末期の作で大きく、重く、造りが壮麗で、かつぎ方も豪快であることが特徴。また、流し踊りや、独特の暴れ太鼓である阪東太鼓の演奏等の催し物が祭を一層盛り立て多くの観客で賑わう。

■ハクレンジャンプ

中国大陸が原産で、体長が1メートルを超えるコイ科の淡水魚の「ハクレン」が産卵期の5月～7月にかけて数匹から数十匹が瞬間的に連続ジャンプを行うもの。利根川の栗橋付近が全国で唯一の自然産卵地になっており、ジャンプ様子を楽しむことができる。ジャンプをする理由は完全に解明されておらず、今なお謎の多い現象である。

■くりはし八福神

福神は一般的に、深廣寺(恵比須)、常薫寺(大黒天)、顕正寺(毘沙門天)、迎盛院(弁財天)、定福院(布袋尊)、福寿院(福祿寿)、浄信寺(寿老人)を祀っているが、栗橋では寶聚寺(吉祥天)も含め八福神としている。

くりはし八福神めぐりは通年行っているが、毎年1月は特別期間として満願の方限定で、民芸わら宝船や八福神ひょうたんの頒布が行われている。

■鷲宮神社

久喜市鷲宮1丁目に所在する、関東最古の大社とされる神社。また、お酉様の本社とされる。天穗日命とその子の武夷鳥命、及び大己貴命を祭神とする。社伝によれば、神代の昔、天穗日命が東国を経営するために武蔵国に到着し天穗日命のお供の出雲族27人の部族と地元の部族が当地の鎮守として大己貴命を祀ったのに始まると伝える。その後、日本武尊の東国平定の際、別宮を建てて天穗日命と御子神の武夷鳥命を祀ったという。

中世以降には本社周辺の地域が将軍領となり、総社として扱われたことから関東の総社・関東鎮護の神社として東国の武家の崇敬を受けた。建長3年(1251年)、北条時頼が当社に奉幣祈願したことが『東鑑』にあるほか藤原秀郷・新田義貞・古河公方・関東管領の歴代上杉氏などが幣帛の奉納、神領の寄進、社殿の造営などを行っている。天正19年(1591年)、徳川家康が社領400石を寄進し歴代の将軍も朱印状を発行して社領を安堵した。

■らき☆すた

「らき☆すた」は、美水かがみによる4コマ漫画作品、およびそれを原作としたゲーム、アニメ、小説作品。小柄でアニメやゲームが大好きな、オタクな女子高生“泉こなた”と、その友人でゆったりした性格の“柊つかさ”、つかさの双子の姉でしっかり者でツッコミ役の“柊かがみ”、容姿端麗で博識ながら天然な所がある“高良みゆき”の4人を中心として、その周囲の人々も含めたまったりとした普段の生活を描いている。鷲宮神社がモデルとなっている“鷹宮神社”は柊姉妹の父が宮司を務める神社で、柊家はこの境内に居住する。

■あやめ・ラベンダーのブルーフェスティバル

毎年6月中旬頃に開催される「あやめ・ラベンダーのブルーフェスティバル」は、「菖蒲城趾あやめ園」に約1万6千株の花菖蒲、菖蒲総合支所周辺には約1万2千株のラベンダーが見事に咲きそろい、その鮮やかな紫色の花と甘い香りが訪れる人々を楽しませている。開催回数は既に19回を数えている。

■本多静六博士

本多静六博士は、日本最初の林学博士として日本の造林学・造園学の基礎を築くとともに、東京の日比谷公園、明治神宮の森をはじめ、本県の大宮公園など、日本各地を代表する数百にも及ぶ公園の設計に携わった人物としても知られている。

「人生即(すなわち)努力、努力即幸福」を人生の教訓とした博士。学術研究だけにとどまらず、自ら考えついた「四分の一天引き預金」をもとに非凡な才を発揮して、莫大な財産を築いた。しかし自らは簡素な生活を続け、多大な財産は公共事業のために寄付していた。博士が秩父市(旧大滝村)に所有していた2,700ヘクタール余りの山林を奨学金制度の実施を条件に埼玉県に寄付したのは有名であるが、この制度は「本多静六博士奨学金」として現在まで1,400名以上の子弟に利用され、今日まで埼玉県教育水準の向上に大きな役割を果たしている。

■天王山塚古墳

全長 100 m を超える大型の前方後円墳で、元荒川左岸の栢間の台地上に分布する栢間古墳群の中心をなす古墳。前方部の高さ約 9 m、後円部の高さは約 10 m、前方部幅約 62 m、後円部径約 55 m を測り、主軸はほぼ東西をさしている。この古墳は、石室に使われたとみられる角閃石安山岩という石があることから、古墳時代後期（6 世紀終わり頃）に造られた大豪族の墓といわれている。

| 分類 | 報告書関連ページ |
|--------|-----------|
| 調査資料 2 | 第 4 章 - 2 |

☆ 2 ランドオペレーター組織の先進事例

■ 1 ㈱新しい村 (埼玉県宮代町)

[URL] <http://www.atarasiimura.com/>

- ・平成4年設立 (資本金500万円)

[主な事業]

- ・農産物及び商工製品の販売・農産物の加工及び販売
- ・育稲施設の管理運営
- ・農作業の受委託及び農地利用権設定による農業経営
- ・市民農園・体験農園・ハーブ園・ほっつけ田
- ・公共施設 (新しい村) の管理運営 (森の市場結、森のパン工房)
- ・生涯学習の推進・農産物処理加工施設の管理運営

[参考URL] 農林水産省HP

http://www.pref.saitama.lg.jp/site/06x07nougyousyoukai/h18/1819_miyasiro.html

[参考URL] 埼玉県HP

<http://www.pref.saitama.lg.jp/site/06x07nougyousyoukai/06x07miyasiroatarasiimura.html>

■ 2 ㈱大田原ツーリズム (栃木県大田原市)

[URL] <http://www.ohtawaragt.co.jp/>

- ・平成19年設立
- ・大田原市が出資 (5000万円) した地域密着型の旅行会社
- ・グリーン・ツーリズム事業を栃木県北地域で推進し農業や食を中心に地域の担い手を作っていくことが目的。

[主な事業]

- ・着地型旅企画、調整 (実施)、営業による旅行者の継続的誘致
- ・地域ブランド商品の開発

[参考URL] 大田原市HP

<http://www.city.ohtawara.tochigi.jp/>

■ 3 (株)ファーム・アンド・ファーム・カンパニー (栃木県宇都宮市)

[URL] <http://www.farmfirm.co.jp/>

- ・平成21年設立

[主な事業]

- ・経営支援事業（農業経営支援、一般業種（製造業など））
- ・農業事業（大根、ホウレンソウ、白菜、玉ねぎ等）
- ・飲食事業（レストラン「下野農園」）
- ・商品開発
- ・直売事業（野菜直売、商品開発）

■ 4 (株) ファーマーズ・フォレスト (栃木県宇都宮市)

[URL] <http://www.farmersforest.co.jp/>

- ・平成19年設立

[主な事業]

- ・宇都宮市が設置する公の施設の管理業務の受託（道の駅ろまんちっく村）
- ・農畜産物、乳製品等の仕入、加工、販売
- ・花き、花木、種、苗木の生産、販売
- ・公園等の植栽工事、管理の請負
- ・温泉施設、宿泊施設、レストラン、カフェの運営
- ・地域産業に関する商品の企画、立案及び運営
- ・建築資材、建具、家具等の木材加工製品の開発、製造、販売
- ・酒類の製造販売
- ・イベントの企画、運営
- ・情報誌の発行
- ・インターネットメディアミックス等利用による通信販売
- ・地域産業振興、地域農業振興のための研究開発や物流

■ 5 ㈱ちば南房総 [枇杷倶楽部] (千葉県南房総市)

[URL] 道の駅とみうら枇杷倶楽部HP <http://www.biwakurabu.jp/>

- ・ H5設立：㈱とみうら設立（名称変更（H24）：㈱ちば南房総）
- ・ 南房総市全額出資（9,500万円）

[主な事業]

- ・ 道の駅（「とみうら」外3箇所）管理・運営
- ・ 特産品加工、販売、卸、観光農園、着地型旅行商品販売
- ・ 地域情報発信など

[参考URL] 南房総いいとこどり 観光コンシェルジュHP

<http://www.mboso-etoko.jp/top/biwakurabu/shisatu/p4.html>

■ 6 ㈱南信州観光公社 (長野県南信州)

[URL] <http://www.mstb.jp/900other/archives/kousya.html>

- ・ H13設立（資本金 2,965万円、出資 14自治体、商工会議所、交通会社、マスメディア、銀行など）
- ・ 体験教育旅行を広域で受け入れている
- ・ ランドオペレーター事業を主に展開

[主な事業]

- ・ 主に教育体験プログラムの募集企画ツアーを実施（約180種類）

■ 7 ㈱ニセコリゾート観光協会 (北海道ニセコ町)

[URL] <http://www.niseko-ta.jp/index.php>

- ・ H14設立（ニセコ町とニセコ町民が50%ずつ出資）
- ・ 全国で初めて株式会社化した観光協会

[主な事業]

- ・ 観光案内業務
- ・ 施設管理業務（受託施設：道の駅ニセコビュープラザなど）
- ・ 旅行に関する業務
- ・ コミュニティFM放送業務

[参考URL] 国土交通省HP

<http://www.mlit.go.jp/common/>

■ 8 (株)小値賀 観光まちづくり公社 (長崎県小値賀)

(総称 おぢかアイランドツーリズム)

[URL] <http://ojika-stay.jp/company.html>

- ・ H21設立 (資本金980万円)
- ・ 雇用の創出が目的

[主な事業]

- ・ 「自然体験活動ツアー」や民泊事業の実施
- ・ 古民家の改修 (町からの支援あり)

[参考URL] 国土交通省HP

<http://www.mlit.go.jp/common/000213065.pdf>

■ 9 (株)四万十ドラマ (高知県 四万十町)

[URL] <http://shimanto-drama.jp/>

- ・ H6設立 (資本金1,200万円)
- ・ 四万十川流域町村 (旧大正町・十和村・西土佐村)の出資により設立された第3セクター
- ・ 四万十川に負荷をかけない仕組みづくりを提唱し、人と共に生活文化、技術、知恵、風景を残しながら、四万十川流域に新たな産業をつくり出すこと

[主な事業]

- ・ 指定管理者として道の駅「四万十とおわ」の運営
- ・ 農林漁業に基づく技術や知恵を活かした商品開発と販売
- ・ 地域資源を活用した商品を開発ブランド化
- ・ 「また旅」たびコンテンツ開発、受付窓口、販売

[参考URL] 日本観光振興協会HP

<http://shimanto-drama.jp/>

[参考URL] 高知県HP

<http://www.pref.kochi.lg.jp/soshiki/120301/070325.html>

■10 NPO 法人 ハットウ・オンパク（大分県 別府市）

[URL] <https://www.onpaku.jp/>

- ・ H16設立

[主な事業]

- ・ 地域資源の発掘、人材の育成
- ・ 「別府八湯温泉泊覧会」通称「オンパク」実施

■11 （社）北海道観光振興機構（北海道全域）

[URL] <http://www.visit-hokkaido.jp/t/company/outline/>

- ・ H25設立（法人格あり）

[主な事業]

- ・ 北海道の観光戦略の企画及び推進
- ・ 観光団体及び関係団体との連携
- ・ 観光事業に係る調査研究
- ・ 観光プロモーションの推進
- ・ 地域観光振興事業（地域に対する助成事業）など

■12 九州観光推進機構（九州全域）

[URL] <http://www.welcomekyushu.jp/>

- ・ H17 設立（法人格なし）

[主な事業]

- ・ 九州の魅力をブランド化するための事業
- ・ 国内大都市圏からの誘客戦略のための事業
- ・ 海外からの誘客戦略のための事業

[参考URL] 国土交通省HP

<http://www.mlit.go.jp/common/000188423.pdf>

| 分類 | 報告書関連ページ |
|--------|-----------|
| 調査資料 3 | 第 4 章 - 2 |

☆ 3 革新的農業経営組織の先進事例
(農業生産法人)

■ 1 農事組合法人 和郷園 (千葉県香取市)

[URL] <http://www.wagoen.com/>

平成 10 年から野菜の生産・加工・販売事業（農業の 6 次産業化による高付加価値経営）、リサイクル事業、海外事業を行っている。年商約 40 億円。

[参考 URL] 徳島県総合大学 HP

http://manabia.tokushima-ec.ed.jp/seisaku/pdf/H24/H23agriculture_2.pdf

■ 2 農事組合法人 伊賀の里モクモク手作りファーム (三重県伊賀市)

[URL] <http://www.moku-moku.com/>

平成 4 年から農場経営、畜産加工、食育学習、施設の運営（ファーム事業：体験交流型の農業公園を運営）、通信販売事業、レストラン事業を行っている。年商約 47 億円。

[参考 URL] 徳島県総合大学 HP

http://manabia.tokushima-ec.ed.jp/seisaku/pdf/H24/H23agriculture_2.pdf

[参考 URL] 農林水産省 HP

http://www.maff.go.jp/j/kobetu_ninaite/n_seido/kyokai_zirei/mokumoku_farm.htm

| 分類 | 報告書関連ページ |
|--------|-----------|
| 調査資料 4 | 第 2 章 - 3 |

☆ 4 農業制度に関連した国の施策

① 農地中間管理機構

国が平成 26 年度から各都道府県に置く組織で、遊休農地となっている又は遊休農地になる恐れのある農地を借り上げ、集約した上で専業農家や農業法人などやる気のある担い手に貸し出す。つまり、農地中間管理機構は、「農地の貸借の仲介役」となる。仲介役を公的な組織とすることで農地を貸しやすくすることがそのねらいである。尚、農林水産省は来年度予算案で約 1 千億円を要求している。

② 人・農地プラン

農業従事者の高齢化、農業後継者の不足、耕作放棄地の増加など、地域が抱える『人と農地』の問題を解決していくための取組みのことである。地域における話し合いの中で、今後の中心となる経営体はどこか、中心となる経営体へどうやって農地を集めるか、地域農業の今後のあり方等について話し合い、各市町村ごとにプランを作成する。

このプランに位置づけられると、青年就農給付金、農地集積協力金、スーパー L 資金の当初 5 年間無利子化等の支援が受けられるため、農地の集積や担い手増加の後押しとなっている。

③ 農地法

農地法では、農地の売買や貸し借りを行う場合には、同法に基づく許可が必要であると定められている。ただし、譲受人（借主）は申請地を含め市町村の農業委員会が定める下限面積（原則 50 アール）以上耕作している農家及び農業生産法人等でならず、また、譲受人（借主）又はその世帯員が権利取得後農作業に常時従事することも条件となっている。さらに、農機具等耕作に必要な機具をそろえていること、申請地まで 1 時間程度で通作可能なところに居住している方等、通常の営農管理が可能であることが必要であり、すでに農地を持っている方は不耕作地がないことも必要な条件となっている。

④ 農業経営基盤強化促進法

農業経営基盤強化促進法とは、効率的かつ安定的な農業経営を育成するという目的を実現するため、農業経営の規模拡大、生産方式・経営管理の合理化などを進めていく意欲のある農業経営者（認定農業者）を総合的に支援するために、制定された法律である。「安心して農地を貸せる仕組み」と「効率的かつ安定的な農業経営を育成するための仕組み」がこの法律の主な内容となっており、同法に基づき、農地保有合理化事業の実施を促進する事業や農用地利用改善事業等が行われている。

| 分類 | 報告書関連ページ |
|-------------|----------|
| 現地視察・意見交換 1 | 全般 |

主な現地調査及び意見交換一覧

- 6月13日(木)
 埼玉キッコーマン(株)
 / 総務部(田振部長)、工場長
- 7月4日(木)
 「らき☆すた」を生かしたまちおこし”らきすた”について
 / 久喜市鷺宮商工会(坂田経営指導員)
- 10月10日(木)
 大田原ツーリズムの取組について
 / (株)ファーム・アンド・ファーム・カンパニー 代表取締役 藤井大介
- 10月10日(木)
 道の駅ロマンチック村における取組について
 / (株)ファームーズフォレスト 代表取締役 松本譲
- 11月28日(木)
 武蔵野銀行の取組について
 / 総合企画部経営政策室(森田室長)、広報CSR室(松本室長、
 小池調査役)、営業推進部営業推進グループ(土屋主任)
- 12月26日(木)
 (株)トミタモーターズの取組について
 / 代表取締役社長 富田英則、(株)トミタ取締役 富田伯枝
- 12月26日(木)
 むさしの園並木の取組について
 / 元県農業会議会長 並木源栄

| 分類 | 報告書関連ページ |
|-------------|----------|
| 現地視察・意見交換 2 | 全般 |

7月4日（木）

久喜市鷲宮商工会（坂田経営指導員）

「らき☆すた」を生かしたまちおこし”らきすた”について

【主な取り組み】

- ・「らき☆すた」のブランチ&公式参拝 in 鷲宮
- ・大酉茶屋3周年「らき☆すた」感謝祭
- ・声優白石稔氏を招いたファン感謝祭
- ・らき☆すた飲食店スタンプラリー
- ・鷲宮&萌え川柳☆狂歌コンテスト
- ・行く年来る年鷲宮絵馬市
- ・痛車だよ!全員集合!～ドン引き!痛車だらけの萌え☆輪ピック
- ・上海万博における「らき☆すた」御輿展示
- ・ミニFM放送局「ラジオ鷲宮」の放送
- ・萌えフェス in 鷲宮
- ・鷲宮MISSコン
- ・WOTAKOIソーラン祭り
- ・コスプレ祭り
- ・オタ婚活、オタ結婚披露宴
- ・鷲宮デジタルフォトコンテスト
- ・ミュージカル「らき☆すた おんすて」
- ・萌☆輪ピック
- ・「らき☆フェス」

【主な開発商品等】

- ・桐絵馬形携帯ストラップ
- ・「らき☆すた」ポストカード
- ・「らき☆すた」登場人物の特別住民登録証
- ・「らき☆すた」御輿
- ・埼玉新聞65周年記念書き下ろし絵馬ストラップ
- ・柊姉妹バースデーケーキセット
- ・「らき☆すた」記念コイン

- ・映画「鷺宮☆物語」
- ・ツンダーレソース
- ・「らき☆すた」絵馬型特別時刻表、及びセーラー服型時刻表
- ・「らき☆すた」携帯充電器
- ・「鷺宮☆物語」DVD
- ・SEGA くじ
- ・「らき☆すた」甘酒おみき、及び発泡清酒おみき
- ・「らき☆すた×ローソン鷺宮東大輪店」コラボ企画による「らき☆すたしょうゆラーメン」

【効果】

- ・三が日の鷺宮神社参拝者数の増加
- ・商店街の理解

【成功のポイント】

- ・人と人との交流
- ・柔軟な考えと行動
- ・会議は出来るだけ少人数でやりたい人で
- ・グッズを作成する場合に地域に押しつけない
- ・内容は出来るだけギリギリで、ネットで批判させるぐらいが丁度よい
- ・思いつきで行動
- ・ネーミング大事
- ・旬のもの
- ・だれかがきずついていないことが大事
- ・100人のうち10人文句言っても90人が喜んでくれるのであればやってみる価値ある

| 分類 | 報告書関連ページ |
|-------------|----------|
| 現地視察・意見交換 3 | 全般 |

10月10日（木）

株式会社ファーム・アンド・ファームカンパニー

（下野農園及び大田原ツーリズム経営参画者）

代表取締役社長 藤井大介氏

（1）大田原市でのグリーンツーリズムの取り組み

大田原市は、栃木県の北東部に位置し、鮎の漁獲量日本一の清流那珂川を挟んで八溝山系の美しい山並みが連なる日本の原風景が残る地域である。農業では県内第2位（平成17年）の農業生産額を誇っており、那須野ヶ原の穀倉地帯として、水稻は県内第1位の生産量がある。

平成24年には、市をあげて「大田原グリーンツーリズム推進協議会」を発足し、市が5,000万円の出資をして、企画旅行の企画・調整・営業及び旅行者の継続的な誘致のために、㈱大田原ツーリズムを設立した。

設立の目的は、10年後、20年後の大田原の人口減少を食い止め、大田原市の魅力を発信することのできる担い手を育てることである。そこには、日本の地方が今まさに立ち向かっている限界集落への問題がある。限界集落とは、「過疎化などで人口の50%以上が65歳以上の高齢者になって冠婚葬祭など社会的共同生活の維持が困難になった集落」と定義されている。限界集落の問題は、関東までも広がりつつあり、大田原市でも少子高齢化が進んだ集落が見え始めている現状にある。今から対策を進め、地域の担い手を作る行動をしないと、集落の伝統、歴史、文化が消滅する危機感から、大田原市では、大田原市の自然、文化、生活などの地域資源を都会の人々が求める旅行商品とすることで、都市と大田原市を行き交う新たなライフスタイルを広め、「ヒト・モノ・情報」の行き来を活発にし、地域を活性化する取組を推進している。現在、120種類ものプログラムが作られ、それらに都市の住民が参加することで、大田原の魅力を感じてもらい、将来の定住人口の増加を目指している。

大田原ツーリズム及び下野農園パンフレット写真

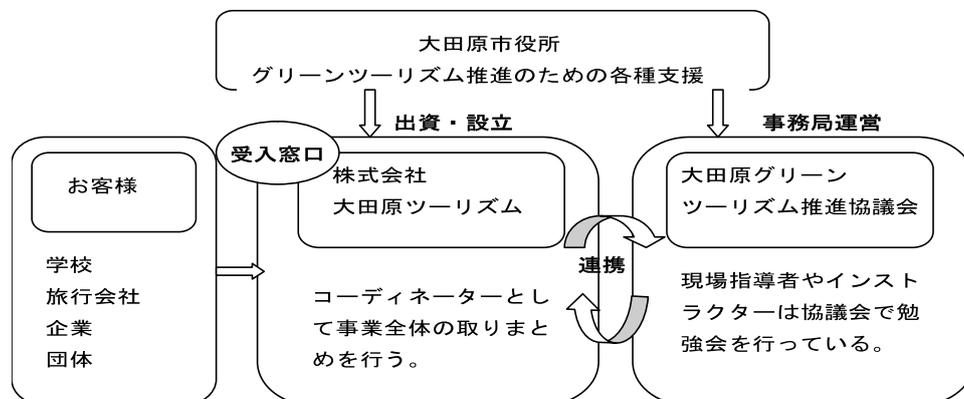


(2) 大田原市との会社設立について

大田原市のグリーンツーリズムは主に3つの組織により運営されている。市の役割は、農家民泊などの行政上での手続きなどの支援等、グリーンツーリズム推進のための各種支援であり、株式会社大田原ツーリズムは、グリーンツーリズムのコーディネーターとしてプログラムの開発からお客様の受け入れまで事業全体の取りまとめの役割を担う。協議会は、勉強会や視察を通して体験などの現場作りを行っている。

市からの資本金への出資 5,000 万円の他に、事業運営のための資金として、自治体初となる個人ファンドを集めた。出資者には、株式会社大田原ツーリズムの一定期間の売上を分配金として渡すほか、大田原ツーリズムが企画するファンド購入者向けのプログラム等へ参加割引（50%割引）や、大田原市特産品を活用したオリジナル商品を口数ごとに贈呈することとしている。出資することで、大田原市に関心を持ち、実際に大田原市を訪れることで地域のファンになり、地域農業を支える長期的な関係を築いていくこともファンドの効果として期待できる。

大田原市グリーンツーリズムの受け入れ体制



(3) 大田原式グリーンツーリズムの効果について

代表取締役の藤井さんのお話では、大田原市の交流人口は、平成24年は180名であったという。平成25年は1,000人、平成26年は3,000人から4,000人の交流人口を見込んでいる。

現在、多くの教育機関が教育活動の一環として、グリーンツーリズムを学校教育に役立てている。希薄化する人間関係を改善し、産業や文化・歴史への理解を深めることを目的としており、グリーンツーリズムのニーズが高まっているが受け入れ先が整っていないのが現状である。

一方、大田原市の受入先の農家では、地域農業の厳しさや、楽しさ、また多くの感動を、グリーンツーリズムへの参加者に、農作業を通じて伝えられたことへの喜びを感じている。そして多くの人々のつながりが地域を元気にしている。

増加傾向にあるグリーンツーリズムへの教育機関の需要に着目し、また担い手の育成をしたい農家とのマッチングを図り成功しているのが、株式会社大田原ツーリズムの事例であるといえる。

〈視察を終えての感想〉

大田原ツーリズムを手掛ける藤井社長の経営手法は、拠点なしの経営手法である。地域のテーマ性やストーリー性を地域の人とともに引き出し、来る者に日常にない交流や体験というエンターテイメントを与え、地域に利益が循環する仕組みを作り出そうとしている。

久喜市においては、大田原ツーリズムにおける地域の魅力を感じてもらえるグリーンツーリズムのプログラム事例や、グリーンツーリズムを推進するための組織体制について参考にしていきたい。

| 分類名 | 報告書関連ページ |
|-------------|----------|
| 現地視察・意見交換 4 | 全般 |

10月10日（木）

株式会社ファーマーズ・フォレスト
 （道の駅ろまんちっく村の指定管理者）
 代表取締役社長 松本 譲氏

（1）拠点機能としての道の駅

今や全国に千を超える道の駅がある。栃木県内においては平成25年で現在21カ所の道の駅が登録併用されている。その多くの施設が、農産物直売所や地域特産品の販売、飲食、情報発信を行う、いわゆる「通過型休憩施設」であるのに対し、道の駅「ろまんちっく村」は、「地域経営の中核拠点」として年間111万人の来園利用者数を誇り、地域の生産者と消費者を結ぶハブ拠点として多面的な事業展開をおこなっている。今までの道の駅の概念を覆す農業と食、地域資源を結ぶ地域総合プロデューサーとしての役割を「ろまんちっく村」は担っているといえる。

（2）ろまんちっく村と事業展開について

ろまんちっく村は、株式会社ファーマーズ・フォレストが平成20年4月より指定管理者として運営を開始し、以降、地域活性化に関する様々な事業領域を拡大展開している。具体的には、「ろまんちっく村」を拠点として地域全体を通じた次世代のアグリカルチャーとエコツーリズムを目指した「ものづくり」「ひとづくり」「まちづくり」に挑戦し、活力ある「栃木ブランド」を総合的にプロデュースしていくことを目標としている。

主な事業内容としては以下の4点がある。

①ファームツーリズム・食農支援事業

自社農場や周辺農業生産者の生産資源を活用した農産物の生産を通じた農業体験など地域農業活性化のための新たなツーリズムの展開をしている。いちごを通じた食農体験をはじめ、トラベルを立ち上げ、栃木県でのグリーンツーリズムを展開している。

②地域プロデュース事業

農業と食と中心に様々な地域資源を繋ぎ商品開発や地域活性化の仕組みづくりのための提案事業を行っている。栃木県で作られるホップを活用したクラブ

トビールの生産を行なっている。

③地域商社事業

栃木県の地域商社として農産物、地域特産物や農商工連携商品など大手流通にはなじまない地域資源の専門販路としての商社機能の展開を行っている。今までは、農商工連携という「まずは商品ありき」の傾向があり、販路に恵まれない傾向にあったが、宇都宮市内に宇都宮ブランドアンテナショップ「宮カフェ@MIYA」を経営や栃木県産品専門ギフトカタログ「トチギフト」で販路の拡大に取り組んでいる。

④観光連動型活性化拠点事業

ろまんちっく村をはじめとした複合施設、農産物直売所や地産地消型の飲食店の運営など生産者の販路となる拠点施設を持っていることはひとつの強みとなっているため、地域商社として事業展開ができる。

株式会社ファーマーズ・フォレストによる事業内容



〈視察を終えての感想〉

松本社長は、道の駅という拠点ありきの経営手法である。地域のテーマ性やストーリー性を地域の人とともに引き出し、来る者に日常にない交流や体験というエンターテインメントを与え、地域に利益が循環する仕組みを作り出そうとしている。

久喜市においては、大田原ツーリズムにおける地域の魅力を感じてもらえるグリーンツーリズムのプログラム事例や、グリーンツーリズムを推進するための組織体制について参考にしていきたい。

また、松本社長の地域経営の中核拠点となる道の駅を参考に、久喜市の4地区の間に、ヒト、モノ、情報の流れが構築できるような情報と体験の拠点施設の機能について参考にしていきたい。

| 分類 | 報告書関連ページ |
|-------------|----------|
| 現地視察・意見交換 5 | 全般 |

12月26日（木）

（株）トミタモータースの取組について

/代表取締役社長 富田英則、（株）トミタ取締役 富田伯枝

（会社概要、取組について）

- ・ 創業60周年、二代目、久保田農機具販売とホンダ車販売を行っている
 - ・ 久保田のスローガン“元気農業を応援しよう”
 - ・ 農業に元気になってもらいたい、課題克服できると思う
 - ・ 国の根幹である農業を元気にすることが活性化につながる
 - ・ 地元で役立ちたい、農業という切り口で何かできないか考えている
 - ・ 将来のビジョンを模索中、まだこれから
 - ・ 3年前、機械を売るだけでなくプラスアルファの仕事がしたいと考えた
 - ・ 高齢者問題、後継者不足を危機感と感じたため
 - ・ 農家の手伝い、おいしいものをみんなに広げていきたい、かあちゃん農業を広げたい。
 - ・ キーワードは、女性が参画する農業経営
- ー私の思うまちづくりについてー
- ・ 昨年度、経営革新計画の了承を得ることができた
 - ・ 高齢化問題、後継者問題、担い手不足に対処するために何が必要か考えた
 - ・ 稲作勉強会実施を開催（サンコーサロンで）・農薬、肥料について 協力：春日部農林振興センター・・・満席（詳しくはHP）
- ーいろいろな挑戦ー
- ・ 久喜市のマナビストへの参加：女性が参画する農業（農業従事者半分は女性）を学んだ
 - ・ 久喜市農業基本条例ができたのだから私たち民間も何かできないだろうか考えた
 - ・ 日本政策投資銀行のエグゼクティブサマリーに企画を応募、大賞とれなかった、今年も応募する
 - ・ 現在の工場は手狭、新工場建設中、H26.2.7～9 お披露目式
 - ・ 若手農家と交流（鷺宮のY氏、大利根のシクラメン農家T氏、白岡のお茶農家Y氏など）している

- ・担い手塾に参加・・・行政への希望→はたらきかけ少ないのが課題
- ー自ら稲作を行ったー
 - ・米を作らないと農家の苦労わからないと思い、農地を借りて（利用権設定、農業委員会に諮る、久喜市農林振興課などの協力）稲作を行った
 - ・大変であった、農家や社員にも手伝ってもらった、水張りや除草で予想以上に時間がかかった
 - ・この時思ったのは、会社の社員だけではできないので新しく法人を立ち上げる必要があること、どれだけ付加価値つけられるか、儲けはどのくらい出るのか、雇用はどうやってやるのかなど考え、米をつくるのは生半可ではできないと感じた。また、日々気候との戦いであった。野菜もやりたかったがそれどころではなかった。久喜市農林振興課、春日部農林振興センター、農業委員会などに大変お世話になった。
 - ・さらにわかったことは、社員は教え方がうまいこと、営農のことをよく知っていること、お米の収穫以上に大きな収穫であった。
- ー政策課題共同研究会資料（途中段階）についてー
 - ・女性目線がよかったが、これをだれがやるのか疑問、企画だおれになってしまうのか、だれに委託するのか、指定管理者であれば当社でトライする
 - ・菖蒲の観光農園、久喜市としてどう考えているのか、当社は営農できると思うので役にたてればと思う
 - ・女性が参画する農業経営の記述がないのが残念
 - ・経営者は強いリーダーシップ必要、命がけでうちこまなければ成功しない
 - ・行政のお力借りつつも命がけでやらないと成功しない
 - ・理想とするイメージは、伊賀の里モクモク手作りファーム(伊賀)、社員旅行で行った、ここは25年前に始まった、養豚が主体、観光農園のディズニーランド、埼玉で言うとサイボクハムを大きくしたイメージ、京都から車で一時間くらいの山奥、関西近県から年間100万人が訪れる、とても参考になるすばらしいビジネスモデル、米の付加価値3~4倍にして成功している（だっこ米：赤ちゃんの重さ、袋に写真つき）、プロセスよくできている、通販充実している（ギフトカタログ・商品多い）、関東では東京ミッドタウンに店ある

久喜の場合、はじめからこの規模は難しいので、小さく生んで大きく育てることが大事
 - ・和郷園(千葉県、香取市)参考になる、宿泊施設あり
 - ・八千代市の滞在型も参考になる

(その他)

- ・強みは、農家への支援
- ・弱みは、どうしても農家さんの支援に多くの時間を割いているので社員の生産性低いこと
- ・牛、豚、鶏なども久喜でもできないことはない。強い思いが必要、場所は選ぶ必要ある、環境に左右される、サイボクのように他県でも多くの家畜をやっている。
- ・TPP がらみで食米のほかに飼料用の米を生産して国内生産拡大と遊休地解消をねらう方法性については問題ないと思う。
- ・今回、市や春日部農林振興センターなどに協力いただきながら知り合いの農地を利用権設定して借りた、市農業委員会の心象もよかった。
- ・行政にお考えがあるのであれば一緒にやっていきたい、あくまで女性にこだわる（かあちゃん農業）
- ・農業生産法人の取得困難、当社でこの法人の取得を相談したら株式会社を進められた、農業法人は制約が多くなかなかない、農業生産法人であれば信用力が得られる
- ・事をなすためには強い思いが必要、これからもがんばっていきたい

【意見交換後の感想】

- ・地元久喜市でもこんなことを行っている方がいることは新たな発見
- ・会社で作成した企画が当研究会のものとかかなり似ていることに驚いた
- ・今後、本研究の成果を進めていくため、この会社と連携していくことはとても有効と思う

| 分類 | 報告書関連ページ |
|-------------|----------|
| 現地調査・意見交換 6 | 全般 |

12月26日（木）

むさしの園並木の取組について
/元県農業会議会長 並木源栄

（私の経験）

- ・小5から農業に従事、率先垂範が人生訓
- ・農村はかつて並木道に狭い砂利道（人用）であったが、昭和50年からの近代農村の取り組みにより並木道がなくなり広い舗装道路（車用 6m）となり、農村が壊れた。（農村の共同作業が失われた（かつて砂利道を地域みんなで補修していたが、行政が舗装道を補修するようになり農村の共同作業がなくなった））
- ・昭和57年農家のつどいで近代農村は農村破壊と発言したことの流れで農村に花と緑と清流についての会議に参加することとなった。
- ・24歳の時に青果園芸組合に関わる→いちごの共販と取組の改善を行った（かつていちご農家は大変（体を壊す）であったが休めるよう改善した。
- ・父の看護の関係から苺、畜産を辞めた後、ブドウを始めた。
- ・その後、農業委員会に関わることとなった。（選挙活動の政策：農業農村にロマンとビジョンを）
- ・農業委員会には法令集ないので判断があいまい、これを改善した。
- ・昭和52年頃、国や県の関係者との話をしている中で、今までうまくいかなかったのは“上位下達の方法が間違い”、これを“地域がランドデザインをつくり、行政が実行、農民が管理運営する”下位上達の方法に切り替える必要があると発言した。

（取り組んだこと）

- ・「自然児の村」実施、川口から毎年夏冬に20人くらいホームステイ、好評（竹細工、まんじゅうなど農家まるごと満喫する取組）
（地元の年寄が活躍・・・みんなから評価された）
（PTA会長時代9年間続いたが、やめてからやらなくなった（組織にとって牽引するリーダーがいないとだまだと感じた））
- ・その後“れんげまつり”を実施、これも当たった、なにもないところに約2万人来た。

(来た方は、ここが久喜だと認識していなかったという方いた)

(こういうのは、ほんとうは信用力のある行政がやるのがよい)

- ・地域の関わりを復活させるためには、お祭りが有効（地域の方が集まりやすい、金もおしみなく出す）

(観光農園について)

- ・最初はいちごだけを作っていたが、29歳の時にブドウをはじめた、このとき敷地を一般に開放したのがきっかけ
- ・一人100円でもぎ取りをしてもらった（のちに食べ放題も加えた）、みんなおもしろがっていた
- ・子供たち、一日中のかけずりまわっていた、体験農業も取り組んだ
- ・後に集落排水、駐車場も整備（観光農園には必須なもの）
- ・リピーター多い
- ・観光バスは率先して入れない

(その他農業経営について)

- ・経験だけではだめ。技術、天候、全部の学問わかっていないと農家できない
- ・経験あっても、生産から販売まで手がける6次産業化の取組を行なわないとなかなか利益が出ない。中には自分の敷地へ他人を入れたくない農家もいるので農家すべてが出来るわけではない。
- ・生産から販売まで、楽しみながらおもしろがってやっている。
- ・農村まるごと食べてもらおうとおもっている。
- ・農産物を売ると同時に農村で癒し、憩いを感じてもらう、そのかすりをおいてってもらう、満足していただき、また来ようか・・・ということになるのではと思う。
- ・会社を興してだれでも農業をやれるものではない、そう簡単ではない。やれるものならやってみな、わたしが仲介した新規営農者は6人中1人しか成功していない。農業にかかわったことのある方でないとだめだと思う、農業やったことがない方でも両親がやっていてその姿を見ていればできると思う、農業やる気あっても、そんなにあまくない、素人でも勉強積んでいればなんとかなるかな、農業は全部の学問がわかってないとできないと思う、天候のこともよくわかってなくてはならない
- ・耕作放棄地の解消は、地域の担い手農家がやるほかないと思う
- ・農業の範囲は、せいぜい片道4キロ以内でないと経済的に元気な農業はできないと思う
- ・お客と直にやるのが苦手な人はJAを活用した方がよい。

- ・ なにか事を起こす際には、地域からの声的大事、そのためには“裏からおおってやる”ことも必要
- ・ 常に努力すること大事

【意見交換後の感想】

- ・ 地元久喜市でもこんなことを行っている方がいることは新たな発見
- ・ 今後、本研究の成果を進めていくために、並木氏と連携していくことはとても有効と思う

参 考 文 献 等

書籍、論文、報告書及び資料、HP 一覽

第 1 章

- ・国土交通省「平成 25 年版観光白書」
- ・農林水産省「平成 24 年度 食料・農業・農村白書」

第 2 章

- ・農林水産省「2010 年農林業センサス」
- ・農林水産省「平成 18 年作物統計調査」
- ・観光庁「共通基準による観光入込客統計調査」(H23)
- ・埼玉県「観光入込客統計調査結果」(H22)
- ・久喜市総合振興計画
- ・久喜市公共交通検討報告書(久喜市公共交通検討委員会策定(H24.1))
- ・久喜市農業振興地域整備計画農家意向調査結果報告書
- ・久喜市商工観光課「観光地点別入込客延人数調査・集計資料」
- ・久喜市地域公共交通計画
- ・久喜市 HP・久喜市観光協会 HP・久喜市栗橋観光協会 HP
- ・久喜市商工会菖蒲支所 HP・久喜市商工会鷲宮支所 HP
- ・宮代町 HP・大田原市 HP

第 4 章

- ・太田昭和監査法人公会計本部資料(1996)
- ・総務省「第三セクター等の状況に関する調査結果(2013)」
- ・高橋秀文「第三セクターを活用した地域再生への期待(2008)」
- ・総務省(2012)第三セクター等の状況に関する調査
- ・東洋大学 PPP 研究センター『公民連携白書 2010~2011 新しい公共と PPP』
時事通信出版局
- ・大社充(2013)『地域プラットフォームによる観光まちづくり』学芸出版
- ・NPO の経営, 2001, 日本経済新聞社
- ・讀谷山洋司(1999)『第三セクター明日への課題』ぎょうせい
- ・小坂直人(1999)『第三セクターと公益事業 公益と私益のはざま』
日本経済評論社
- ・太田昭和監査法人公会計本部(1996)『第三セクターの経営 Q & A』
中央経済社
- ・世界農林業センサス 2010
- ・内閣府 HP、 ・日本 NPO センター HP、 ・いわき NPO センター HP

- ・小豆島 NPO 法人 DREAMISLAND HP ・ 藤原寛行政書士事務所 HP
- ・行政書士法人甲子園法務総合事務所 HP ・ NPO 法人ファストウェイ HP
- ・日本総研 HP 『コラム「研究員のココロ」見直しを求められる第三セクターの意義・役割』
- ・春日部市 HP 「産直の里 内牧」
- ・茨城県食と農のポータルサイト HP 「うまいもんどころ」
- ・枇杷倶楽部 HP (道の駅とみうら)
- ・山梨県南アルプス市 HP 「ALL. 村プロジェクト」
- ・国土交通省 HP 「埼玉県の道の駅配置図」及び「道の駅について」
- ・地域活性化センターHP 「道の駅を対象とした地域活性化調査研究報告書」
- ・道の駅いぶすき彩花菜（さかな）館 HP ・総務省 HP 「PFI について」
- ・小布施文化観光協会 HP 「道の駅オアシスおぶせについて等」
- ・ハイウェイオアシス ららん藤岡 HP ・アグリパーゆめすぎと HP
- ・杉戸町 HP ・朝日バス HP

資料編

- ・新しい村 HP (埼玉県宮代町)
- ・大田原ツーリズム HP (栃木県大田原市)
- ・ファームアンドファームカンパニーHP (栃木県宇都宮市)
- ・ファーマーズフォレスト HP (栃木県宇都宮市)
- ・道の駅とみうら枇杷倶楽部 HP (千葉県南房総市)
- ・南信州観光公社 HP (長野県飯田市)
- ・ニセコリゾート観光協会 HP (北海道ニセコ町)
- ・おじか観光まちづくり公社 HP (長崎県小値賀)
- ・四万十ドラマ HP (高知県四万十町)
- ・ハットウオンパク HP (大分県別府市)
- ・北海道観光振興機構 HP (対象区域：北海道全域)
- ・九州観光推進機構 HP (対象区域：九州全域)
- ・徳島県総合大学 HP
- ・農林水産省 HP

観光資源としての農業の可能性～久喜市をフィールドにして～

チーム オタ☆クキ 研究員名簿

| 役 割 | 所 属 | | 職 名 | 氏 名 |
|--------|------|--------------|-----------|--------|
| サブリーダー | 埼玉県 | 東松山環境管理事務所 | 主事 | 石川 純一 |
| | 戸田市 | 市民課 | 主任 | 江口 麻理 |
| | 鳩山町 | 企業誘致・地域活力推進室 | 主任 | 佐藤 正和 |
| | 伊奈町 | 生涯学習課 | 係長 | 澤田 勝 |
| | 埼玉県 | 川口県税事務所 | 主事 | 高萩 大貴 |
| | 鳩山町 | 産業振興課 | 主任 | 千装 隆宏 |
| | 久喜市 | 国民健康保険課 | 主任 | 富岡 智恵子 |
| | 桶川市 | 農政課 | 主事 | 長島 慶明 |
| | 白岡市 | 農政商工課 | 主任 | 西山 訓弘 |
| | リーダー | 埼玉県 | 越谷環境管理事務所 | 所長 |
| 行田市 | | 農政課 | 主事 | 萩原 宏幸 |
| 久喜市 | | 公文書館 | 主事 | 松永 克一 |
| 久喜市 | | 建設管理課 | 担当主査 | 目黒 忍 |
| 久喜市 | | 商工観光課 | 主事 | 本島 幹子 |
| 埼玉県 | | 農業ビジネス支援課 | 主査 | 矢沼 裕一 |
| 杉戸町 | | 産業課 | 主事 | 山崎 大雅 |
| 草加市 | | 産業振興課 | 主事 | 夢田 章吾 |
| 埼玉県 | | 総合治水事務所 | 担当部長 | 横田 弘一 |
| 春日部市 | | 施設管理課 | 技師 | 横山 雅士 |

(50音順)

指導・助言

| | | |
|-----------------|------|-------|
| 帝京大学 経済学部地域経済学科 | 専任講師 | 山田 耕生 |
|-----------------|------|-------|

事務局

| | | |
|-------------------------------------|----|-------|
| 彩の国さいたま人づくり広域連合 事務局 政策管理部 政策研究担当 | 主査 | 高橋 敏彦 |
| | 主事 | 友野 和哉 |

