

(参考様式6)

農山漁村振興交付金（農山漁村活性化整備対策）
蔵 in ガルテン川越伊佐沼地区活性化計画 改善計画書

作成日：令和5年9月29日

都道府県名	計画主体名	地区名	計画期間	実施期間
埼玉県	川越市	蔵 in ガルテン 川越伊佐沼	令和元年度～ 令和3年度	令和元年度～ 令和3年度
事業メニュー名	事業内容及び事業量		事業実施主体	
(1)農林漁業・農山漁 村体験施設	(1)都市農山漁村交流施設、附帯施設 842 m ² 鴨田ふれあい農園 6,182 m ²		川越市	
(2)地域連携販売力強 化施設	(2)農産物直売所 153 m ²			

1 事業活用活性化計画目標の達成状況

事業活用活性化計画目標	目標値A	実績値B	達成率(%) B/A	備考
交流人口の増加	4,135人	-26,032人	-630%	
農産物直売所等の販売額 の増加	12,931,750円	9,818,528円	76%	自主的な 取組み

2 効果の発現状況及び目標が達成されなかった要因

<p>1 効果の発現状況</p> <p>「交流人口の増加」</p> <p>農林漁業・農山漁村体験施設事業により、川越市グリーンツーリズム拠点施設（都市農山漁村交流施設）を整備し、交流人口の増加及び地域の活性化を図った。</p> <p>これにより区域外からの入込客数増を見込んだが、次の2の要因により、評価対象期間の数値が目標値設定時の現状値を下回り、実績値を得られなかった。</p> <p>「農産物直売所等の販売額の増加」</p> <p>地域連携販売力強化施設事業により、伊佐沼農産物直売所を整備し、地域において重要な産業である農業による地域経済の活性化を図った。</p>
--

これにより伊佐沼農産物直売所（地域連携販売力強化施設）の販売額増を見込み、評価対象期間の数値は目標値設定時の現状値を上回った。しかし、次の2の要因により、目標値は達成できなかった。

2 目標が達成されなかった要因

「交流人口の増加」

新型コロナウイルス感染症（以下、「コロナ」とする。）による(1)社会的な外出自粛、(2)事業施設の使用制限及び(3)イベント中止等が考えられる。

(1)外出自粛については、令和2年から川越市全体の入込観光客数が減少していることから、当該地区の交流人口も同様に、コロナによる外出自粛のため減少したと考えられる。コロナ前の川越市全体の入込観光客数は約650万人から700万人程度であったが、コロナ後の令和2年及び令和3年は約400万人で、以前の6割以下に減少した。このような社会情勢の影響から、当該施設についても利用者が減少しており目標の達成が困難な状況であった。

(2)施設の使用制限については、令和2年3月9日から令和2年6月2日まで、また、令和3年1月8日から3月7日まで、それぞれコロナ対策のため、川越市グリーンツーリズム拠点施設（都市農山漁村交流施設）の利用を中止した。同施設の過去の利用実績から推定すると、コロナにより利用を中止したことで、令和2年度の交流人口は約12,500人減少したと考えられる。

(3)イベント開催制限については、評価対象期間中、コロナ対策のため、年2回実施していた農業まつりや、実施予定であった田植え体験、稲刈り体験等の15回の農業イベントを中止した。過去に実施した農業イベントの実績から推定すると、コロナによりイベントを中止したことで、令和2年度の交流人口は約5,800人減少したと考えられる。

「農産物直売所等の販売額の増加」

コロナによる(1)社会的な外出自粛に加え、(2)本事業区域の中心施設である川越市グリーンツーリズム拠点施設の使用制限及びイベント中止等に伴う集客減が、周辺施設である伊佐沼農産物直売所の立寄り集客等に影響したものと考えられる。

- ※ 効果の発現状況については、目標の達成に直接関係するものだけでなく、事業実施によって生じた地域の変化（取組への参加や話合いの回数）等についても記載すること。
- ※ 要因分析に当たっては、事業実施に係る要因と事業を取り巻く環境要因に分けて記載すること。環境要因については、社会経済動向、関連する施策の状況、実施地区を含む地域全体の動向等の考えられる要因を具体的に記載するとともに、事業実施地区における過去の指標の推移によるトレンドの把握や事業実施地区を含む地域全体や近隣地区における指標の推移との比較等により、事業実施による効果及び目標が達成されなかった要因を適切に分析すること。

3 目標達成に向けた方策

<p>目標達成 予定年度</p>	<p>令和7年度</p>
<p>事業の 推進体制</p>	<p>川越市、蔵inガルテン川越グリーンツーリズム推進協議会、有限会社めぐり小江戸</p>
<p>具体的 取組方策</p>	<p>必要なコロナ対策に取り組みながら、イベントや講座等の積極的な実施、交付金により整備したグリーンツーリズム拠点施設のPRや情報発信、市や「蔵inガルテン川越グリーンツーリズム推進協議会」が主催するイベント等を通じた、グリーンツーリズム拠点施設と伊佐沼農産物直売所の相互的な集客効果を高めること等により、目標の達成を図る。</p> <p>「交流人口の増加」</p> <p>農林漁業・農山漁村体験施設事業により、川越市グリーンツーリズム拠点施設（都市農山漁村交流施設）を整備し、上記の要因により実績値は得られなかったものの、次の効果を得ている。</p> <p>(1)飲食スペースの整備：市内カフェ事業者の出店により、新たな利用者の獲得につながり、施設の集客力が向上した。</p> <p>(2)調理スペースの拡張：食体験等のイベント実施により、多くの都市住民と地域住民の交流が図られるようになった。</p> <p>(3)農園の拡張：農業体験ができる農園の受入可能人数が増加し、交流人口の増加につながった。</p> <p>この結果、令和5年度の交流人口は4月から7月末までの4か月間で74,393人となっており、年間に換算すると223,179人になる想定で、37,652人増加することから、令和5年度における目標の達成率は911%を見込んでいる。</p> <p>今後も、これらの事業効果を継続するため以下の取組方策を実施すること等により目標の達成を図る。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・イベントや講座等の積極的な実施 ・グリーンツーリズム拠点施設のPRや情報発信 ・直売所とグリーンツーリズム拠点施設の連携 ・アクセス性の向上について検討 ・食文化との連携を実施 ・農園を活用した集客の実施 ・民間事業者との連携を実施 <p>「農産物直売所等の販売額の増加」</p> <p>地域連携販売力強化施設事業により、伊佐沼農産物直売所を整備し、上記の要因により目標値は達成できなかったものの、次の効果</p>

	<p>を得ている。</p> <p>(1)売り場面積の拡張：販売スペースの拡張整備を実施し、米や野菜、畜産物等の、地域農産物の販売機会が拡充した。</p> <p>(2)事業の実施により発現した効果：管理主体の一つである(有)めぐり小江戸は「蔵inガルテン川越グリーンツーリズム推進協議会」の中核法人であり、協議会の主催する農業体験イベントの参加者の立寄り等を通じて、伊佐沼農産物直売所の集客効果があったものと考えられる。</p> <p>今後は、これらの事業効果をさらに拡大させるため、市や「蔵inガルテン川越グリーンツーリズム推進協議会」が主催するイベント等を通じた、グリーンツーリズム拠点施設と伊佐沼農産物直売所の相互的な集客効果を高める取組、方策を実施すること等により、目標の達成を図る。</p>
--	---

4 改善計画に対する第三者の意見

<p>(コメント)</p> <p>整備施設を活用して交流人口の増加を図るためには、アクセス性の向上、食文化に関する事業、農園による集客、民間事業者との連携などが必要である。</p> <p>まず、当該施設は東京圏にありながら自然豊かといったメリットがあるが、川越観光の中心街からは移動手段が限られている。例えば、アクセス性の向上により拠点施設への観光客の誘致につながるだろう。</p> <p>また、「来訪者増」を実現する方策として、川越の食と農にかかわる文化的な地域資源を生かすといった方向に展開すれば、グリーンツーリズムの核ともなり得る。取組方策で考えられるものとしては、例えば、施設を食と農に関することの紹介・展示・披露の場として活用することや、バリエーション豊かな食体験を実施することができるのではないかな。</p> <p>次に、「第三者を魅せる＝第三者に見せる」観光の仕組みを、「畑（という手段）で魅せる」ため、洗練された農園を作るといった方向に展開すれば、第三者がこの地域を見学・訪問してくれる可能性があるだろう。取組方策で考えられるものとしては、例えば、農園で花の栽培をするなどにより観光客を魅せる仕掛けづくりができるのではないだろうか。</p> <p>最後に、例えば、将来的に当該施設の運営形態を、P F S (Pay for Success) など民間活力をより生かした公民連携とする方向性があるとしたら、検討の準備も必要になってくると考えられる。</p> <p>なお、上記で示した取組方策として考えられるものなどの例については、論を補強するために示した部分もある。もし具体化する場合は、許認可や実効性などについて十分検討を行い、無理なく実施可能なものを事業に取り入れていけば良いだろう。</p> <p style="text-align: right;">東京国際大学 教授 矢澤 則彦</p>

令和5年度に入り、交流人口増加に明るい兆しが見られており、コロナ禍で培ったノウハウを生かし、さらなる集客対策を実施してもらいたい。また、グリーンツーリズム拠点施設への訪問客と伊佐沼農産物直売所への訪問客が互いに施設を行き来して消費する仕組みを構築することにより、交流人口の増加と農産物直売所等の販売額の増加の両方を達成することができる。具体的な仕組みの案として、例えば、グリーンツーリズム拠点施設と伊佐沼農産物直売所に共通の「仮称：川越グリーンツーリズムファンクラブ」のような会員制度を設けて、会員に対する定期的な情報発信や割引制度、年間パスの発行などを実施すれば、上記2施設の横断的な利用やリピーターの獲得につながるのではないかな。

女子栄養大学 准教授 平口 嘉典

※ 第三者とは、「当事者以外の者」又は「その事柄に直接関係していない人」であり、計画主体、事業実施主体、管理主体のいずれの組織にも属さない者で事業地区を熟知している者。

公務員は対象外とし、事業評価委員会等の組織を有する場合は積極的に活用すること。