

地域再生計画

1 地域再生計画の名称

秩父高原牧場の交流施設整備による地域活性化計画

2 地域再生計画の作成主体の名称

埼玉県

3 地域再生計画の区域

埼玉県の全域

4 地域再生計画の目標

4-1 地方創生の実現における構造的な課題

秩父高原牧場には年間46万人の集客があり、この集客力を活用し、牧場周辺の観光地や地元飲食店に誘客するための情報発信拠点としての機能が求められている。また、秩父高原牧場は乳製品手作り体験教室を実施していたが、牛乳以外の県産畜産物の販売所が無いため、県産畜産物を購入し、味わう施設や休憩施設などを整備する必要がある。

4-2 地方創生として目指す将来像

秩父高原牧場に新たに県産農畜産物販売所や休憩施設等を整備することで、集客の受け入れ体制が充実し、情報発信拠点の役割を担うことが可能となる。また、県産農畜産物販売所は、県内の畜産農家等が出店し、自ら販売をすることで、生産者の収益向上につながる。

【数値目標】

	事業開始前 (現時点)	平成29年度 増加分 (1年目)	平成30年度 増加分 (2年目)	平成31年度 増加分 (3年目)
彩の国ふれあい牧場のモーモーハウス入館者の増加数(単位:人)	0	0	0	2,500

	平成32年度 増加分 (4年目)	平成33年度 増加分 (5年目)	KPI増加分の累計
彩の国ふれあい牧場のモーモーハウス入館者の増加数(単位:人)	3,500	4,000	10,000

5 地域再生を図るために行う事業

5-1 全体の概要

秩父高原牧場は、本県の畜産に対する県民理解を深めるために乳製品の手作り体験教室や牧場まつりを開催している。また、平成19年度から「彩の国ふれあい牧場連絡協議会」が開催する「天空を彩るポピーまつり」も加わり、今では年間46万人の来場者があるなど、地元経済の活性化に大きく貢献している。しかし、秩父高原牧場には物品販売施設、休憩施設やトイレなどの集客受け入れ体制が不十分で、来場者からは改善が要望されていた。また、秩父地域の玄関口にある立地を生かした観光拠点施設として、来場者を地元飲食店や観光施設に誘客する役割も期待されており、情報の発信機能の強化が要望されている。

そこで、秩父高原牧場に県産農畜産物販売所、休憩施設などを整備し、さらに既存施設を情報発信拠点として充実させる。これらにより、牧場の来場者が、地元市町村の観光地周遊や飲食店を利用するなど、地域経済の活性化が図られる。

5-2 第5章の特別の措置を適用して行う事業

地方創生拠点整備交付金(内閣府):【A3007】

① 事業主体

埼玉県

② 事業の名称：秩父高原牧場の交流施設整備による地域活性化事業

③ 事業の内容

秩父高原牧場に、県産農畜産物販売所や休憩施設などを整備することで、さらなる集客力アップを図るとともに、情報発信拠点として、地元市町村の観光施設や飲食店への誘客につなげることで、地域経済の活性化を図る。

④ 事業が先導的であると認められる理由

【自立性】

県産農畜産物販売所は、県内の意欲のある生産者(古代豚のハム、ソーセージ、地鶏タマシャモのシャモ弁当、炭火焼、酪農家のジェラート、ヨーグルト、地元のカエデから作ったメイプルシロップなど)が販売所に出店する。生産者は、売上げから電気使用料等を県に支払い、残金は生産者の収入になる。

【官民協働】

行政は秩父高原牧場に県産農畜産物販売所や休憩施設等を整備し、集客の受け入れ体制を整え、県内の生産者が農畜産物を販売することで、来場者の増加が見込める。地元農協や生産者団体が、販売所出店者の斡旋を担う。また、皆野町、東秩父村の観光施設や商工会が、情報発信拠点となる秩父高原牧場の情報検索コーナーにグルメマップや観光情報を提供し、来場者が検索できるようにする。また、民間旅行会社が、秩父高原牧場や地元観光地を巡るバスツアーを行うなど、官民連携により来場者の増加につなげることができる。

【政策間連携】

6次産業化に取り組んでいる県内畜産農家や県産ブランド畜産物等を広くPRすることで、農畜産物の生産力強化やブランド化、農業6次化の支援につながる。また、秩父高原牧場は、首都圏に一番近い公共牧場として、その特性を活用した多彩な体験型観光施設となることから、埼玉県の魅力発信と観光推進に貢献する。

【地域間連携】

皆野町や東秩父村、商工会などで構成する「彩の国ふれあい牧場連絡協議会」を軸にして、周辺地域の観光情報などの情報を効率的に収集し、発信する。

秩父高原牧場が情報発信拠点になる一方で、各町村観光協会のHPやSNSを利用し、さらに情報を拡散させる。

地元市町村と連携して、秩父産メイプルシロップなど新たな特産品の商品化やPR活動、販売を支援する。

地元小学校や幼稚園の体験学習あるいは、首都圏小学校の校外学習として、秩父高原牧場が手作り体験教室等を開催し、地域交流の場を提供する。

⑤ 重要業績評価指標（KPI）及び目標年月

【数値目標】

	事業開始前 (現時点)	平成29年度 増加分 (1年目)	平成30年度 増加分 (2年目)	平成31年度 増加分 (3年目)
彩の国ふれあい牧場のモーモーハウス入館者の増加数（単位：人）	0	0	0	2,500

	平成32年度 増加分 (4年目)	平成33年度 増加分 (5年目)	KPI増加分の累計
彩の国ふれあい牧場のモーモーハウス入館者の増加数（単位：人）	3,500	4,000	10,000

⑥ 評価の方法、時期及び体制

【検証方法】

毎年度、各年度の目標及びKPIの達成状況を企画財政部計画調整課が取りまとめる。

【外部組織の参画者】

埼玉県まち・ひと・しごと創生有識者会議（産業・経済界代表 4名、大学・教育機関代表 3名、金融機関代表 3名、労働団体代表 1名、メディア代表 2名、住民協働（NPO等）代表 2名 計 15名）の関与を得ながら検証結果報告をまとめる。

⑦ 交付対象事業に要する経費

- ・法第5条第4項第1号イに関する事業【A3007】

総事業費 99,863千円

⑧ 事業実施期間

地域再生計画認定の日から平成34年3月31日（5か年度）

5-3 その他の事業

5-3-1 地域再生基本方針に基づく支援措置

該当なし

5-3-2 支援措置によらない独自の取組

- ・情報発信拠点の整備事業
事業概要：地元町村と連携し、周辺の情報収集、発信、データの更新を行う。
実施主体：埼玉県
事業実施期間：平成30年度～平成33年度
- ・彩の国ふれあい牧場事業
事業概要：既存の乳製品手作り体験教室に新メニューの開発及び実施。
実施主体：埼玉県
事業実施期間：平成29年度～平成33年度

6 計画期間

地域再生計画認定の日から平成34年3月31日

7 目標の達成状況に係る評価に関する事項

7-1 目標の達成状況にかかる評価の手法

【検証方法】

毎年度、各年度の目標及びKPIの達成状況を企画財政部計画調整課が取りまとめる。

【外部組織の参画者】

埼玉県まち・ひと・しごと創生有識者会議（産業・経済界代表4名、大学・教育機関代表3名、金融機関代表3名、労働団体代表1名、メディア代表2名、住民協働（NPO等）代表2名 計15名）の関与を得ながら検証結果報告をまとめる。

7-2 目標の達成状況にかかる評価の時期及び評価を行う内容

【数値目標】

	事業開始前 (現時点)	平成29年度 増加分 (1年目)	平成30年度 増加分 (2年目)	平成31年度 増加分 (3年目)
彩の国ふれあい牧場のモーモーハウス入館者の増加数（単位：人）	0	0	0	2,500

	平成32年度 増加分 (4年目)	平成33年度 増加分 (5年目)	KPI増加分の累計
彩の国ふれあい牧場のモーモーハウス入館者の増加数（単位：人）	3,500	4,000	10,000

7-3 目標の達成状況にかかる評価の公表の手法

毎年度8月末日までに、埼玉県まち・ひと・しごと創生有識者会議の会議資料及び検証結果概要について県ホームページで公表する。