

地 域 再 生 計 画

1 地域再生計画の申請主体の名称

宮城県大郷町

2 地域再生計画の名称

大郷ふるさと資源再生計画

3 地域再生の取組を進めようとする期間

認定を受けた日から5年間

4 地域再生計画の意義及び目標

大郷町は、宮城県の中央部に位置する自然豊かな田園地帯であり、百万都市仙台の近郊にある地理的条件を生かし、稲作を主体に畜産、野菜、花卉等の施設園芸及び果樹等も取り入れた都市近郊型農業を展開してきた。

また、都市住民のふるさと志向や自然・健康志向、国民の余暇時間の増大や価値観の多様化等から、農村は農家を含めた住民の生活の場や生産の場だけでなく、都市住民の憩いの場、休養の場としても重要な役割を担っていることにも着目し、豊かな自然、田園風景等の保全に努めながら、農業と観光、農村と都市、農家と都市住民を結ぶ拠点づくりとして、平成元年度から平成4年度にかけて「大郷ふるさとプラザ（物産館、開発センター、公園）」を整備した。

本町では、平成10年に「アグリビジネス構想」〔資料2〕を策定し、農業をあらゆる産業に結び付けることで、①自立型農業の確立、②消費者ニーズに対応した農産物の計画的な安定生産、③消費者への新たな流通システムの構築を目指しており、その方策の1つとしてグリーンツーリズムを推進している。

ふるさとプラザの中心である物産館は、(株)おおさと地域振興公社(町出資70%、代表取締役社長は大郷町長)〔資料3〕に管理運営を委託しており、平成8年には道の駅にも認定され、仙台都市圏及び日本三景の松島に隣接する条件を生かしながら、特産品の販売、地元で生産した食材による料理等を提供するなど企業的な経営を行っており、平成15年度には32万人に利用されている。

特に構想の一環として平成12年に物産館の一角に設置した農産物直売所「郷の市はいらいん」は、自然・健康志向等も影響し、地元農家が生産した安心安全な生鮮野菜や花卉等を安価で提供しているため、町内の非農家はもちろん、近隣都市部からのリピーターも多く、直売所だけでも年間1億円に近い売上があった。

直売所は、地元農家77名で組織する「産直友の会」で運営され、町と地域振興

公社はアグリビジネス創出の観点から活動を支援し、産直友の会から売上の10%を会場料として地域振興公社に支払われるシステムになっているが、出展者の個人ブランドが確立するなど、グリーンツーリズムの基礎となる環境が形成されている。

また、平成14年にやすらぎの交流空間整備事業により町で農園付きの宿泊施設「パストラル緑の郷」を建設し、市民農園、体験農園等を併設して農業体験を通じた交流を行っており、都市住民の農村、農業への理解も深めている。この施設の管理運営も地域振興公社に委託しており、農業体験については地元認定農家等の18名で組織する「食と農の大学校運営委員会」が行い、平成15年には年間延べ1万7千人に利用されている。

農業を取り巻く状況は、経営者の高齢化や兼業化、後継者不足、農地の遊休化、農地農産物の価格低迷など厳しさを増す一方であり、本町にとっても例外ではない。農業を産業基盤として生き残るためには、担い手農家の育成や農地の集積、土地利用型大規模経営によるコスト低減等を図るだけでなく、立地条件を最大限に活用した都市との共生が重要になっている。

農家、地域振興公社、町が一体となり、グリーンツーリズムを推進していくことが産地間競争に打ち勝てる「大郷ブランド」の確立、担い手農家だけでなく、中小農家、高齢者や女性農業者の支援策にもつながり、本町の目指すアグリビジネス構想を実現する手がかりになる。

今後、グリーンツーリズムをさらに推進していくためには、既存施設の機能を生かしながら地域資源を有効に活用し、施設間の連携を強化して、さらに交流人口を増やしていく必要があり、機能を十分に生かしきれていない開発センターの有効活用が不可欠になっている。

現在、開発センターの管理運営は町で行っているが、物産館同様に地域振興公社に委託し、一体的な企業的経営を行うことで、ふるさとプラザ全体の機能がさらに高まり、集客能力の向上も望める。

本計画により物産館と開発センターの連携を図りながら、個々の役割を明確にし、直売所の拡充と観光的な要素を取り入れた体験交流型販売の場を創設することで、町全体の観光客増加、地場製品の消費拡大、地元農家の所得向上、さらには新たな雇用の創出を図り、地域経済の活性化につなげられると期待している。

5 地域再生計画の実施が地域に及ぼす経済的社会的効果

直売所は、地元農家にとって副収入が得られる貴重な場所になっており、農家によっては本業として取り組む方々も出てきている。特定農家の農産物を求めて来場する利用者が多数いることは農家にとっても大きな励みであり、「作った物を売る」という考え方から「売れる物を作る」、「よい物は売れる」という考え方の転換につながっている。また、直売が縁で消費者に通信販売等を行っている農家も出てきており、個人ブランドが一定程度確立してきたと言える。

これらの流れは、直売所に参加していない農家にとっても影響が大きく、「直売所に出品したい」、「従来の系統販売だけではなく自ら販路を拡大しよう」、「米以外の農産物も計画的に生産しよう」とする相乗効果も見られている。

この計画により直売所の拡充ができれば、消費者の要望に応じて品数や数量の充実ができ、農産物の消費拡大、地元農家の所得向上が期待できる。また、観光的な要素を取り入れた体験交流型販売の場が創設できれば、都市住民との交流が活発化し、町全体の観光客増加も望める。

ふるさとプラザは、都市住民と地域住民の交流の場であり、町のシンボルゾーンから大郷町のイメージを宣伝するアンテナショップとしての役割も果たすようになっており、町全体の産業振興にも大きな影響力がある。開発センターを有効利用することでプラザ全体の機能が充実すれば、大郷町のイメージアップにつながり、農産物についても個人ブランドから大郷ブランドに確立していく手がかかるになる。

今後、良質で安価な農産物の提供を続けることで、直売所だけでなく、町全体の農産物の大郷ブランド化を図り、町内の農業産出額の 67.5%を占める大郷米の消費拡大、販路拡大にも結び付け、新たなアグリビジネスの展開によって特産品開発、雇用の創出、さらには地域経済の活性化も期待できる。

表1 経済的社会的効果の指標〔資料4・5・6・7〕

○観光客入込数				(単位：人)
項 目	H14 年実績	H15 年実績	H17 年目標	H21 年目標
ふるさとプラザ (開発センター)	322,700 (3,755)	326,600 (3,838)	333,000	360,000
町 全 体	468,737	452,717	462,000	500,000
15 年基準増減(%)	98%	100%	102%	110%

※大郷町農政商工課調べ（町全体は町内観光施設等の観光入込数合計）

○ふるさとプラザ売上額

(単位：千円)

項 目	H14 年実績	H15 年実績	H17 年目標	H21 年目標
ふるさとプラザ (直 売 施 設)	230,851 (84,411)	222,427 (93,945)	227,000	245,000
15 年基準増減(%)	103%	100%	102%	110%

※大郷町農政商工課調べ

6 講じようとする支援措置の番号及び名称

① 補助対象施設の有効利用 (№13004)

7 構造改革特区の規制の特例措置により実施する取組その他の関連する事業

8 その他の地域再生計画の実施に関し地方公共団体が必要と認める事項

別紙

1 支援措置の番号及び名称

(1) 補助対象施設の有効利用 (№13004)

2 当該支援措置を受けようとする者

支援措置を受ける者 大郷町

3 当該支援措置を受けて実施し又はその実施を促進しようとする取組の内容

(1) 取組に関与する主体

大郷町及び(株)おおさと地域振興公社

(2) 取組が行われる場所

大郷町開発センター

位 置：宮城県黒川郡大郷町中村字馬場沢 20 番地

規模・構造：1 棟 1,044 m² 鉄骨造平家建

(3) 取組の実施期間

認定を受けた日から 5 年間

(4) 実施する取組

① 開発センターの管理運営を(株)おおさと地域振興公社に委託

ふるさとプラザ全体を一体的に管理運営し、企業的な手法を導入するため、物産館同様に開発センターの管理運営も地域振興公社に委託する。

ふるさとプラザにある開発センター〔資料 8・9・10・11〕は、平成 2 年度～4 年度農業農村活性化農業構造改善モデル事業により、特産品開発や農産加工体験、各種情報受発信等をする施設として整備した。地元の農産加工グループ等でモロヘイヤを材料とした加工品が開発され、都市住民を対象としたモロヘイヤうどんづくり、みそづくり、草木染め体験等の事業が開催されるなど一定の役割を果たしてきたが、施設内には利用頻度の低いスペースも生じている。平成 15 年度の年間延べ利用者が 3 千 8 百人と、施設の機能を十分に生かしきれておらず、直売所利用者の誘導もできていない。

その要因として、①物産館は地域振興公社、開発センターは町（加工施設のみ地域振興公社）と管理運営を分離していること、②施設の使用目的を規制し、不特定多数の利用者を受け入れていないこと、③常時立ち寄れるような施設環境を整備していないこと、④農産加工グループ等が個々の加工品を確立し、自前の簡易施設を整備していること等が考えられる。

現在、直売所では、スペースの関係で陳列ブース数が制約され、出展農家数を増やすことは不可能であり、個々の陳列ブースの大きさから出品数量等

が限られている。そのため、時間帯や曜日によっては売り切れによる空きブースも生じており、地元農家の方々からは産直施設への新規参入やスペースの拡大、利用者からも品数や数量の充実、スペースの拡大、交流できる機会づくりを求める声が多くなっている。また、ゆったりと交流を楽しめる空間や体験交流型販売を行えるスペースも必要になっており、町では開発センターを含めたふるさとプラザ全体の有効利用及び地域振興公社に管理運営を委託する手法を以前から検討してきた。

② 加工施設以外の開発センターの利用目的変更と利用機能追加

〔資料 12・13・14〕

資料のとおり新たな利用目的と機能を追加する。なお、この計画において、施設の改装、内装やレイアウトの大幅な変更は行わないものとする。

物産館の直売所に混在している農産物を物産館は生鮮野菜、開発センターは米を中心とした穀類等に整理し、物産館利用者を開発センターに誘導する。これにより、ふるさとプラザ利用経路が確立し、物産館でも生鮮野菜の品数増及び数量増が図られる。また、観光的な要素を取り入れた体験交流型販売の場を創設することで、地元農家の方々との交流が深められ、消費者ニーズを把握した販売を促進できる。

大郷町では、東京都特別区競馬組合に場外馬券売場の誘致を進めており、今秋には開設する。誘致を進める条件には競馬組合関係者等への米直売を条件としており、窓口となる直売拠点施設としても位置付けている。

(支援措置 13004 に係る添付書類)

1 補助事業者の意見

大郷町では、重点施策として地域活性化と農業生産物に対する都市住民意識の向上を図るためのグリーン・ツーリズム事業や農産物直売を展開しているが、事業推進のため、既存施設の更なる利用促進が求められている。

補助事業の制度上、目的に即した活用が望ましいが、地域再生プランに基づいた、本施設の一部を使用目的の用途変更を主とした計画は、大郷町の地域再生に有効であると考えられる。

(施設の概要)

事業名	農業農村活性化農業構造改善モデル事業
事業目的	町内の農畜産物を活用した新たな特産品の研究開発や農産加工体験学習等の開催、都市住民との交流及びパソコン通信での各種情報の受発信等による地域農業の振興とまちづくりを推進し、地域の活性化を図る。
事業工期	平成2年4月～平成5年3月
所在地	宮城県黒川郡大郷町（中村地区）
事業主体	大郷町
施設名称	開発センター（地域資源総合管理施設）
建築面積	1,044.52㎡
延床面積	1,044.52㎡
敷地面積	13,230.18㎡（ふるさとプラザ敷地面積）
建物構造	鉄骨造り平屋建て 蔵造り
建設費	165,242千円（備品を含む）
財源内訳	国庫 82,621千円（50／100） 県費 18,382千円（11／100） 町費 64,239千円（39／100）
供用開始日	平成5年4月
管理主体	大郷町

2 当該施設における補助目的を取り巻く社会経済情勢の変化

○施設「開発センター」の整備目的（当初）

大郷ふるさとプラザを構成する施設として、農畜産物を活用した新たな特産品の研究開発や農産加工体験学習等の開催、都市住民との交流及びパソコン通信での各種情報の受発信等による地域農業の振興を目的に、平成2年度から平成3年度に施設を建設され、平成4年度には備品等を整備し、平成5年4月に供用開始された。

ふるさとプラザは、物産館、開発センター、公園からなり、百万都市である仙台市や日本三景である松島町に近い地理的条件を生かし、本町の自然、歴史、文化、産業等のあらゆる地域資源を活用した町の活性化を図るため、①地場産品の振興、②地場産業に係わる関連産業の振興、③地場産業と地域住民の相互交流と地域文化の振興、④町のシンボルゾーンの形成と観光拠点づくりを目的に整備した。

○社会経済情勢等の変化

開発センターでは、地元の農産加工グループ等でモロヘイヤを材料とした特産品が数多く開発され、都市住民を対象としたモロヘイヤうどんづくり教室、みそづくり教室、草木染め体験等の事業が開催されるなど一定の役割を果たしてきた。また、モロヘイヤを使った料理の展示や試食、摘み取り体験等を行うモロヘイヤフェスタの開催時にはメイン会場として使用されている。

しかし、施設内には利用頻度の低いスペースも生じており、平成15年度の年間延べ利用者は物産館の32万人に比べ、3千8百人と施設の機能を十分に生かしきれておらず、物産館の利用者にはほとんど利用されていない。

その要因として、①物産館は地域振興公社、開発センターは町（加工施設のみ地域振興公社）と管理運営を分離していること、②施設の使用目的を規制し、不特定多数の利用者を受け入れていないこと、③常時立ち寄れるような施設環境を整備していないこと、④農産加工グループ等が個々の加工品を確立し、自前の簡易施設を整備していること等が考えられる。

○有効活用の必要性

現在、物産館の直売所では、スペースの関係で陳列ブース数が制約され、出展農家数を増やすことは不可能であり、個々の陳列ブースの大きさから出品数量等が限られている。そのため、時間帯や曜日によっては売り切れによる空きブースも生じており、地元農家の方々からは産直施設への新規参入やスペースの拡大、利用者からも品数や数量の充実、スペースの拡大、交流できる機会づくりを求める声が多くなっている。また、ゆったりと交流を楽しめる空間や体験交流型販売を行えるスペースも必要になっており、町では開発センターを含めたふるさとプラザ全体の有効利用及び地域振興公社に管理運営を委託する手法を以前から検討してきた。

3 当該施設における計画と最近の状況

①計画利用人数

7, 135人

（内訳・加工施設5, 635人、その他施設1, 500人）

※加工施設……加工実習室・米飯加工室、製麺加工室、精肉加工室、乾燥製粉室

※その他施設…情報通信室、多目的研修室、和室、会議室

②最近3年間の利用状況

平成13年度 5, 248人

（内訳：加工施設1, 983人、その他施設3, 265人）

平成14年度 3, 755人

（内訳：加工施設1, 671人、その他施設2, 084人）

平成15年度 3, 838人

（内訳：加工施設1, 573人、その他施設2, 265人）

③最近3年間の管理運営費の支出状況

平成13年度	5,597千円
平成14年度	4,245千円
平成15年度	5,215千円

④地元の意見等

計画概要を管理運営の委託先として予定している㈱おおさと地域振興公社、物産館の産直施設を運営している産直友の会に提示し、意見を聴き取った。その結果、計画の内容に従い事業を実施したい旨の回答を得ている。

また、物産館の産直施設を利用している消費者にもアンケート調査（添付資料13）を実施し、当該計画に反映した。

4 補助対象施設の現状

開発センター内の加工施設については、現在も農産加工グループ等による加工開発が行われ、加工実習室でも各種体験教室等が定期的に開催されている。しかし、その他の施設については、利用頻度が低い状況にある。農園開設による都市交流は、現在も近隣都市部の多くの方々から利用され、当該施設整備後にも体験農園、市民農園を増設しているが、収穫祭等は利用者を考慮し、農園が集中するパストラル縁の郷で開催されるようになっている。各種情報提供についても利用者の情報収集先は集客能力が高い物産館（道の駅）に移行している。

5 転用の必要性

隣接の物産館に平成12年度開設した農産物直売所が盛況で、平成15年度は年間の延べ利用者が96,900人(売り上げ金9700万円余)に上った。このスペースが限られることから、多くの農産物を展示直売することが難しく、品物が売り切れる事態も現出している。このため、利用者、町内の農業者双方から売り場の拡充、数量の増加を求める声が出ている。また利用者からは、体験など楽しみながら買い物できるアメニティ機能の付加を求める声もあったが、限られたスペースでこれも実現できずにきた。

物産館の直売所に混在している農産物を物産館と開発センターに整理し、ふるさとプラザ利用経路が確立することで、物産館でも生鮮野菜の品数増及び数量増が図られる。また、観光的な要素を取り入れた体験交流型販売の場を創設することで、地元農家の方々との交流が深められ、消費者ニーズを把握した販売を促進できる。

なお、本町では、東京都特別区競馬組合に場外馬券売場の誘致を進めており、今秋には開設する。誘致を進める条件には競馬組合関係者等への米直売を条件としており、開発センター直売拠点施設としても位置付けている。

大郷町アグリビジネス構想を実現するためには、グリーンツーリズムを推進することが不可欠であり、農業振興を目的に整備された開発センターと物産館の連携を深め、個々の機能を十分に生かしていくことが必要になっている。

6 転用の時期

地域再生計画が認定された日

7 転用の相手方

施設の維持管理運営を町の第3セクターに委託

8 転用の形態（譲渡・貸与の別、有償・無償の別）

(株)おおさと地域振興公社に施設全体の維持管理運営を委託

9 転用後の施設の目的、利用計画等

①転用（リニューアル）した施設の使用目的等

利用目的は下記のとおりとする。（転用後の施設平面図は別紙参照）

利用目的の変更を要望する区域	新たな利用目的と追加する機能
玄関 ホール	農産物直売 玄米の精米加工 俵、かかしなどモニュメントの展示 米の重量当てクイズなどミニイベント会場
会議室	雑穀類と味噌など加工品の展示・直売 米の栽培環境資料の展示 わら工芸品の展示・直売 俵作りなどわら細工体験
中庭	鉢植えなどの展示・直売 屋上緑化植物(セダム)の展示・直売 季節限定のハーブティーラウンジ
加工実習室	直売利用者を対象とした焼きおにぎり作り体験 焼きおにぎりの試食
多目的研修室	直売利用者を対象としたそば打ち体験 うどん打ち体験 同青豆を使ったずんだ餅作り体験 同大豆を黄な粉に挽いて作る黄な粉餅作り体験 以上の試食
和室	直売利用者の休憩 漬物など加工品の試食

②施設改修等についての考え方

開発センターの加工施設及び備品はこれまで同様に使用する。また、転用にあたっ

ても施設の改装、内装やレイアウトの大幅な変更は行わない。

③施設管理についての考え方

開発センターの設置等に関する条例を一部改正し、㈱おおさと地域振興公社に全施設の管理運営を委託する。

④関係法令に基づく手続き

施設の改装、内装、レイアウトの大幅な変更は行わないため、消防法、建築基準法上の問題は生じない。また、食品衛生法上の規制があり、加工施設は産直利用者等には開放しない。

10 転用により期待される効果

直売所は、地元農家にとって副収入が得られる貴重な場所になっており、農家によっては本業として取り組む方々も出てきている。特定農家の農産物を求めて来場する利用者が多数いることは農家にとっても大きな励みであり、「作った物を売る」という考え方から「売れる物を作る」、「よい物は売れる」という考え方の転換につながっている。また、直売が縁で消費者に通信販売等を行っている農家も出てきており、個人ブランドが一定程度確立してきたと言える。

これらの流れは、直売所に参加していない農家にとっても影響が大きく、「直売所に出品したい」、「従来の系統販売だけではなく自ら販路を拡大しよう」、「米以外の農産物も計画的に生産しよう」とする相乗効果も見られている。

開発センターに直売所の拡充ができれば、消費者の要望に応じて品数や数量の充実ができ、農産物の消費拡大、地元農家の所得向上が期待できる。また、観光的な要素を取り入れた体験交流型販売の場が創設できれば、都市住民との交流が活発化し、町全体の観光客増加も望める。

ふるさとプラザは、都市住民と地域住民の交流の場であり、町のシンボルゾーンから大郷町のイメージを宣伝するアンテナショップとしての役割も果たすようになっており、町全体の産業振興にも大きな影響力がある。開発センターを有効利用することでプラザ全体の機能が充実すれば、大郷町のイメージアップにつながり、農産物についても個人ブランドから大郷ブランドに確立していく手がかりになる。

今後、良質で安価な農産物の提供を続けることで、直売所だけでなく、町全体の農産物の大郷ブランド化を図り、町内の農業産出額の 67.5%を占める大郷米の消費拡大、販路拡大にも結び付け、新たなアグリビジネスの展開によって特産品開発、雇用の創出、さらには地域経済の活性化も期待できる

参考資料

資料 1 管内図

資料 2 大郷町アグリビジネス構想

資料 3 (株)おおさと地域振興公社定款及び登記簿謄本

資料 4 平成 14 年大郷町入り込み状況に関する資料

資料 5 平成 15 年大郷町入り込み状況に関する資料

資料 6 平成 14 年度開発センター利用状況に関する資料

資料 7 平成 15 年度開発センター利用状況に関する資料

資料 8 農業農村活性化農業構造改善モデル事業概要書

資料 9 大郷町開発センターの設置等に関する条例

資料 10 大郷町開発センター管理運営規則

資料 11 大郷町開発センター利用目的変更概要

資料 12 大郷町開発センターレイアウト図（利用目的変更後）

資料 13 大郷町農産物直売所の動向

資料 14 ふるさとプラザ利用アンケート結果

資料 15 大郷町大郷町構造改革特区提案及び回答（過去）