

| 柏市 第2世代交付金(旧デジタル田園都市国家構想交付金)事業 評価シート | | | | | |
|--------------------------------------|---|---------------------------|--------------|--------|---------------|
| 番号 | 手賀沼エリアの水辺観光拠点化推進事業 | | | | |
| 担当部署 | 経済産業部 商工観光課／農政課 | 担当者 | 入／水代 | 連絡先 | 771-2484／2469 |
| 目的 | ・コロナ禍を経て、生活や価値観も多様化し、自然環境で過ごす時間や暮らしの需要が高まっている。 ・手賀沼周辺地域は東京都心からも近距離であり、現在の暮らしの延長上で、都市の利便性を享受しつつも、手賀沼を中心とした水辺・自然環境の魅力や様々なコンテンツなどを体感・体験してもらうことで、暮らしのなかにある観光地、田園地域としてのモデルの確立を目指す。 | | | | |
| 経費概要 | 委託費(水辺空間活用賑わい創出実証:2,999,700円、手賀沼アグリビジネスパーク事業推進:9,867,000円、民間サウンディング調査・水辺利活用デザイン案作成:9,983,600円、地域産品活用イベント:7,997,315円) | 交付事業に要する経費 | 30,847,615円 | | |
| 重要業績評価指標(数値目標) | | | 基準値 | 最終目標値 | |
| (15)ページ | 手賀沼・東部地域流動人口 | | 70,100 | 84,000 | |
| 本事業における重要業績評価指標 | 指標 | | 最終目標値 | 実績値 | 達成度(%) |
| | 指標① | 地域における観光消費額(手賀沼エリア) | 100百万円(増減値) | 289百万円 | 289% |
| | 指標② | 手賀沼エリアの観光施設の観光入込客数 | 146.5千人(増減値) | ▲46千人 | -31% |
| | 指標③ | 各拠点にて実施したコンテンツの利用者数 | 2,400人(累計値) | 3,478人 | 145% |
| | 指標④ | 手賀沼西側における新たな地域観光イベントの利用者数 | 12,000人(累計値) | 6,000人 | 50% |
| 事業効果(自己評価) | ○ ①地方創生に非常に効果的であった ○ ②地方創生に相当程度効果があった ○ ③地方創生に効果があった ○ ④地方創生に効果がなかった | | | | |
| 事業概要(進捗) | 1-1. 手賀沼周辺地域活性化事業【水辺空間活用賑わい創出実証】 道の駅しょうなん北側の水辺エリアを中心として、実証イベント「ミズゾラパーク手賀沼 in 道の駅しょうなん」を6/15・16、8/17・18、11/23・24の計6回実施 1-2. 手賀沼周辺地域活性化事業【手賀沼アグリビジネスパーク事業】 地域回遊型プログラム及び地域PRイベントの開催(手賀沼ブルーベリーサマー、手賀沼いちごスタンプラリー、FARMERS YOGA、てんと星空観隊)、体験コンテンツ(デジタルスタンプラリー、ちよい手賀プログラム)を実施 ミズゾラパーク開催と連動した水上アクティビティ(フロートバイク)搭乗体験を計6回実施 拠点活性化イベントの開催(生きもの観察会、SUP搭乗体験、手賀沼歴史サイクリングツアー、テガヌマ・ウィークエンド) 事業広報・PR(広報紙「手賀沼だより」の毎月配布、WEB.SNS活用強化、地域のガイドブック「TEGA LOVE」の改訂増刷) 2-1. TEGA GATE化推進に関する事業【民間サウンディング調査、水辺利活用デザイン案作成】 手賀沼周辺で活動するステークホルダーをはじめ、まちづくり関係団体や民間事業者等に手賀沼の将来的な利活用についてサウンディング調査を実施するとともに、年間を通じて多くの集客がある道の駅しょうなんの北側の水辺の利活用デザイン案を作成 2-2. TEGA GATE化推進に関する事業【地域産品活用イベント】 11/3に手賀沼西部の柏ふるさと公園において、地元のお酒や柏市ふるさと産品、市内キッチンカーを集めたバルイベント「手賀沼オータムバル」を開催 | | | | |
| 成果 | 1-1. 手賀沼周辺地域活性化事業【水辺空間活用賑わい創出実証】 季節に応じたテーマを設け、6月は道の駅しょうなんのてんと棟(農産物直売所)から北側の水辺への回遊性を高めるため、導線上にマルシェなどを出店した。8月は水辺のアクティビティを中心としながら、水辺近くの県立手賀沼自然ふれあい緑道上にテーブルや椅子など憩いの場を設けた。11月は飲食や音楽を主テーマとし、管理者である県の協力を得て同緑道上に初めてキッチンカーを設置し、水辺を臨むカフェスペースを創出した。集客は天候に左右される結果となったが、参加者へのアンケート調査の結果、今回のイベントに対する水辺空間への満足度は約90%となっており高く、より魅力的な水辺空間を期待する回答も多かったことから、相応に実施効果があった。 1-2. 手賀沼周辺地域活性化事業【手賀沼アグリビジネスパーク事業】 農業を主体とした観光・リクリエーション振興による地域活性化を目的に平成29年度から官民連携で開始し、これまでに道の駅しょうなんの再整備をはじめ、水辺の拠点(手賀沼フィッシングセンター)、わしのや農業交流拠点を活用した地域回遊型プログラムや地域PRイベント・体験コンテンツ等を展開することで、手賀沼周辺地域の回遊性向上と交流人口・関係人口の増加に取組んできた。R6年度は、R9年度からの道の駅しょうなんの次期指定管理期間において、指定管理者の事業として継続していくため、これまで試行的に取組んできた体験プログラムやコンテンツの費用対効果や継続可能性を検証しながら磨き上げを行った。手賀沼オータムバルや収穫祭といった大型イベントと連動したファミリー向けプログラムや、「ちよい手賀」プログラムといった予約不要でその場で楽しめるワークショップなどを複数回展開することによって、費用負担を抑えながらも道の駅しょうなんの滞在時間の延長や購買量の増加、地域の魅力PRに繋げることができた。 地域回遊型プログラム(手賀沼ブルーベリーサマー・手賀沼いちごスタンプラリー)は3年目だが、観光農園や飲食店などの事業者を巻き込んだ取組が徐々に事業者や参加者に周知され、道の駅しょうなんの来場者数が前年度と比較すると12.6%増加していることから、地域全体を盛り上げる機運が醸成されつつある。また事業自主化のため、事業者からの負担金徴収にも取組んだ。 「水辺の拠点」では、拠点内に整備された池(ミライいのち池)において、生き物観察会や環境整備活動などのワークショップを毎月実施している他に、10月にはテガヌマウィークエンドと称して、各団体がプログラムを提供し、SUPやヌマベを使ったヨガ体験、釣り教室、クイズラリー、ワークショップ等を実施した。情報発信事業としては、R4年度に40,000部を発行した地域のガイドブック「TEGA LOVE」の配布が終了したため、改訂版を20,000部発行した。改訂版の印刷発行にあたっては、地元企業とタイアップした記事広告を試行的に掲載し、今後の印刷発行費用を協賛金で賄っていく道筋を立てることができた。 2-1. TEGA GATE化推進に関する事業【民間サウンディング調査、水辺利活用デザイン案作成】 20組に事前アンケートの上サウンディング実施依頼をし、12組にサウンディングを実施した。手賀沼に関心がある事業者は多く、様々なアイデア出しもあった一方で、手賀沼までのアクセス面での課題を指摘する意見が多く、また現状では水辺のハード整備が何もない状況であり、そういった部分を市が主導して改善・整備すれば事業者も参加しやすいという意見があった。また、水辺のエリアデザインについては、実証イベントの課題も踏まえた上で複数パターン作成した。これらの結果を踏まえ、次年度事業(国土交通省のかまちづくり計画検討)に反映していく。 2-2. TEGA GATE化推進に関する事業【地域産品活用イベント】 地元の酒事業者10店舗、市内のキッチンカー事業者19店舗の出店のほか柏市ふるさと産品の販売を行い、市内外からの約6,000人の来場者で賑わった。全体の売上額も1,000万円を超え、市内経済活性化に資するとともに、これまで大規模なイベントの開催がなかった手賀沼西部における集客及び手賀沼の認知度向上に寄与するイベントとなった。JR北柏駅からシャトルバスを運行することにより、同駅をゲートとした手賀沼へのアクセス手段も確立した。また本イベントに参加した事業者等が同様の賑わい創出イベントを主催する事例も増え、2月には柏商工会議所青年部主催の「柏冬まつり」が柏ふるさと公園で開催され、本市主催のイベントを契機として民間主導のイベント開催による手賀沼西部の地域活性化に繋がった。現時点では本イベントの完全自主化に課題があることから、事業費の見直しや収入の増加を検討しながら、段階的に市負担の事業費を縮小し、将来的に民間事業者主体で自主化することを目指していく。 | | | | |
| その他特記事項 | | | | | |
| 柏市地方創生総合戦略評価委員会による評価 | | | | | |
| KPIについて | | | 意見 | | |
| 記入しない | ①総合戦略のKPI達成に有効であった ②総合戦略のKPI達成に有効とは言えない | | 記入しない | | |