

地域再生計画

1 地域再生計画の名称

高根沢町産「とちぎの星」のプロモーション推進計画

2 地域再生計画の作成主体の名称

栃木県塩谷郡高根沢町

3 地域再生計画の区域

栃木県塩谷郡高根沢町の全域

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

・賑わい、町のイメージアップといった部分で目に見える成果を上げたものの、次の課題として、アプローチできた交流人口・関係人口に対して、さらに本町のことを深掘りし好きになっていただく、定期的・日常的に関わりを持っていただく等、交流→関係→移住・定住・創業の検討へと誘導していくまでの「訴求力」、「キラーコンテンツ」、「付加価値」の部分が、そもそも本町は弱い＝十分でない。

・「高根沢ロックサイドマーケット」では「ローカルグルメエリア＝町農産物加工品の販売」を実施している。

平成 28（2016）年度からこれまで 8 回開催し、集客の伸びに応じ当日売上が飛躍的に上がっているほか、SNS での反響（ページいいね！数 7,600 人超）など、町の農産物についての認知度が飛躍的に上がっている状況にあるが、一方で「高根沢町元気あっぷむら」農産物直売所の年間売上高はそこまでの大きな伸びは示しておらず（近年の売上高は 100,000 千円程度で横ばい）、イベント時の勢いを、平常時の勢いへと効果的に横展開できていない。

・本町はかねてから、単純に「長閑な田園風景を有する」というだけでなく、

宮内庁御料牧場が立地していることが既に示しているように、「（気候が良い、水質が良いといった）農業に適した地域である」、「品質が確かで、かつ美味しい農産物がたくさんある」という、他地域と差別化を図ることができる、付加価値を生むことができるポテンシャルを有しているが、そのポテンシャルを十分に生かし切れていない。

・味や品質は確かでも、消費者が日常的に「手に取るもの、買うもの」となると他地域の、全国的に知名度の高いブランド品の後塵を拝してしまっている状況となっていることから、本町にあってはまず競争に勝ち抜いていく以前に、競争の俎上に乗せていく＝町外、県外者の選択肢に入っていくことが課題解決に向けたポイントと考えており、そのためには「訴求力」、「キラーコンテンツ」、「付加価値」が不可欠と考えている。

4-2 地方創生として目指す将来像

【概要】

【目指す将来像】

・本町の人口動態をみると、一般的な地域の場合、10代後半から20代前半にかけて人口減少がみられるのに対し、本町はむしろこの世代は転入超過であり、30代から40代前半が流出傾向にある。

・年齢的にみて就職を機に転入し、結婚や子育てを機に、マイホームを取得するタイミングで転出していると推察されることから、当該世代＝20代の若者層、30～40代のファミリー層をターゲットとし、町の魅力を訴えかけ、転入促進及び転出抑制を図っていくことが課題となっている。

・課題解決に向けては

①交流人口を増やす（まずは来てもらう、興味を持ってもらう）

②交流人口から関係人口へと、本町との関わりを深掘りしてもらう、好きになってもらう（一時【イベント時のみ】から滞在【宿泊・リピート】へ）

という段階を踏みながら、最終的に

③関係人口が定住人口（移住・定住・創業者）へ
となっただくことで、本町への人の流れを促進していきたい。

・あわせてそうなることで町民にとっても、新しい地域の誇りや賑わいが生まれ、経済が活性化し、しごとが生まれるといった、地力のある、持続可能なまちづくりへとつなげていくことが、目指す将来像である。

【交付対象事業の背景】

・まずは①交流人口を増やすため、町はこれまで、前身事業（地方創生先行型、地方創生加速化交付金、地方創生推進交付金及び地方創生拠点整備交付金）、町西部地区（市街化区域）の JR 宝積寺駅を拠点とした取組み実施により、平成 28（2016）年度及び平成 29（2017）年度において、住民基本台帳人口の社会減が社会増に転じたという、目に見える成果を上げた状況にある。

・例として現在も実施している「高根沢ロックサイドマーケット」は、町外・県外から 120 もの店舗が出店するとともに、20 代の若者、30～40 代のファミリー層を中心に 45,000 人もの人が集まるまでに成長し、新たな賑わいを生み出している。

・あわせて波及効果として、マーケット等のイベントを実施していく過程で、民（マーケットに出店した、栃木県内のおしゃれな個人事業主やアーティスト等）との新たなネットワークが得られ、「高根沢ロックサイドマーケット」の出店者が「ソラシタ夜市」等、他の駅前マルシェ等を自ら企画→実施するようになるなど、①交流人口→②関係人口増に向けた流れも生まれつつある状況にある。

・ただし、このような大きな成果は得たものの、それを効果的に②町との関わりの深堀り（一時から滞在へ）へと誘導できているかという点、そこまでには至っていないと課題認識しており、取組みの比重を、①から②へとシフトさせていく過渡期にある。

【数値目標】

K P I	事業開始前	2020 年度増加分	2021 年度増加分
	(現時点)	1 年目	2 年目
「道の駅たかねざわ 元気あっぷむら」総売上高(千円)	321,299	100,000	110,000
「道の駅たかねざわ 元気あっぷむら」施設宿泊者数(人)	7,501	3,000	4,000
【RESAS】高根沢町休日滞在人口(人)	52,314	1,000	1,000

2022 年度増加分	K P I 増加分
3 年目	の累計
100,000	310,000
4,000	11,000
1,000	3,000

5 地域再生を図るために行う事業

5-1 全体の概要

5-2の③及び5-3のとおり。

5-2 第5章の特別の措置を適用して行う事業

○ 地方創生推進交付金（内閣府）：【A3007】

① 事業主体

2に同じ。

② 事業の名称

高根沢町産「とちぎの星」のプロモーション推進事業

③ 事業の内容

【環境変化に対する迅速な対応】

・前記のような状況下において、昨年11月に執り行われた令和の大嘗祭

において、悠紀地方の齋田として本町が、献上米として本町の農業者が生産した「とちぎの星」が選ばれた。

・また大嘗祭当日（11月14日）、町は町内農産物直売所において高根沢町産とちぎの星の特別販売会（新米2kgを100袋）を実施したが、販売開始時刻（午前10:00）前から30人ほどの列ができ、開始後2時間ほどで早々に完売となった。

・さらに現時点においても日本各地から、「高根沢町産のとちぎの星は、どこで買えるのか?」、「道の駅では販売しているのか?」等、電話問合せがあるという状況である。

・これらの事実を照らし合わせてみても、「高根沢町産とちぎの星」は、付加価値を生み出し、20代の若者、30~40代のファミリー層に訴求するキラークンテンツになり得るポテンシャルを秘めていると考えられることから、この機を逸することなく迅速に交流人口にアプローチすることによって、ターゲットとする20代の若者層、30~40代のファミリー層を、交流人口から、より町との関わりの深い関係人口へと誘導していきたい。

・また本事業の実施にあたっては、

①交流人口

【一時：イベント等の機会に、JR宝積寺駅前高根沢町と関わる】

②関係人口

【滞在：定期的、日常的（長期的）に、色々な高根沢町の人、モノに関わる】

へと誘導していくためにも、一義的にはキラークンテンツとしての「高根沢町産のとちぎの星」のプロモーションを引き金（取組みの中心）にしていくものの、そこに「米以外の農産物」、「生産者」、「食」、「観光」などを絡めて複層的に取り組んでいくことによって、ターゲットを飽きさせない、「高根沢町産とちぎの星」をゲートウェイ（入口）として、「色々

な魅力がある高根沢町」を深掘りしていただく事業として実施していきたい。

【交付対象事業の概要】

・着実にアプローチする、機を逸することなくプロモーションするために、以下の取組みを実施する。

<東京圏をターゲットとして、広く周知するために>

(1)「高根沢町産とちぎの星」の広告、宣伝を実施する。

①ブランド設計、企画プランニング ②雑誌広告、SNS 動画広告 ③マーケティング ④加工品開発

<30～40代のファミリー層に発信するために>

(2)「高根沢町産とちぎの星」の田植えや稲刈りなどの農業体験を実施する。

④ 事業が先導的であると認められる理由

【自立性】

(1)「高根沢町産とちぎの星」の広告、宣伝

・広告、宣伝のうち「道の駅たかねざわ 元気あつぷむら」を舞台とした取組み（PR イベント、商品開発等）については、4年目以降、道の駅の指定管理者である「塚原緑地研究所」が自立して実施していくよう組み立てる。

販売収益が上がり、町一般財源による負担がなくても自走できるようになる。

・広告、宣伝のうち、紙あるいはウェブコンテンツの取組み（SNS等）については4年目以降、商工会及び観光協会が自立して実施していくよう組み立てる。

会員のほか、3年目までに本事業によって確保したフォロワーのネットワーク（拡散力）を活用して、新たな投資をしなくても現在の商工会

及び観光協会の予算内で、町一般財源による負担がなくても自走できるようになる。

(2) 「高根沢町産とちぎの星」の田植えや稲刈りなどの農業体験

・ 4年目以降、生産者、観光協会及び商工会が自立して実施していくよう組み立てる。

3年目までに本事業によって獲得した事業ノウハウ及び担い手の人的ネットワークを活用して、新たな投資をしなくても 現在の商工会及び観光協会の予算内で、町一般財源による負担がなくても自走できるようになる。

【官民協働】

◆官民協働体制

<メインプレイヤー的役割>

【産】 高根沢町産とちぎの星の生産者

【民】 株塚原緑地研究所（※「道の駅たかねざわ 元気あっぷむら」
指定管理者）

<バイプレイヤー的役割>

【産】 商工会

【産】 観光協会

<シンクタンクの役割>

【学】 国立大学法人宇都宮大学

【金】 株栃木銀行、株足利銀行

<デザイナー的役割>

【民】 高根沢町イラストレーター

【民】 株カルチャーバンクスタジオ

<総合プロデューサー、アドバイザー的役割>

【民】 楽天株

<サポーター>

【官】 行政

◆また、上記を基本的な体制としつつも、特に（イベント実施を含めた）ビジネス展開への支援の部分にあたっては、次の連携体制により事業を推進する。

【ビジネス展開に係る資金計画について】 各地域金融機関

【創業に必要な知識、プラン作成等について】 ㈱栃木銀行

【生産者、企業、個人事業主の交流について】 各連携機関

◆「高根沢ロックサイドマーケット」等の前身事業を、既に上記あるいは上記の一部の体制でマトリックス的に色々と実施してきており、役割分担等への熟度やターゲット層の理解はある状況である。

「自立性」に前記したとおり、特に＜メインプレイヤー＞である生産者や道の駅指定管理者、あるいは＜バイプレイヤー＞である商工会や観光協会が、本事業により形作る楽天㈱の土台を吸収・引継ぎつつ、今後地域住民を巻き込み、町一丸となって取り組むよう、地力をアップさせていくことで、行政の関与を段階的に薄くしていくことがポイントとなる。

【地域間連携】

・隣市であり、本町に立地する JR 宝積寺駅を起点とする JR 烏山線の沿線を当町と 2 分している那須烏山市と、既に前身事業（地方創生推進交付金広域連携事業）において「JR 烏山線沿線まちづくり事業」を実施し、連携体制を構築している。「駅前市の市（マルシェ）の同日開催」、「沿線ウォーク」、「沿線ポタリング」等を実施した。

・民間レベルでも、日本酒の製造・販売において平成 30（2018）年度、＜高根沢町＞生産者との協働により酒米を生産、＜那須烏山市＞地元酒造において日本酒（縁も高根沢）を製造 など、地域間連携の成功事例を有している。

・本事業にあってもこの連携体制を生かし、「高根沢町産とちぎの星」を絡めた、効果的な取組みを企画、実施していく予定。

・「高根沢町産とちぎの星」を入口としつつも、「観光」、「食」、「体験」等、それだけでない様々なコンテンツを地域間連携により厚みをもって提供していくことで、関係人口を飽きさせない、リピート（より深く知ってもらうこと）につなげていくことがポイントと考えている。

【政策間連携】

◆政策間連携のイメージ

【農】 「高根沢町産とちぎの星」を中心とした町農産物の普及（販売促進）

+ 【コンパクトシティ】 「道の駅たかねざわ 元気あっぷむら」をゲートウェイ（拠点）とした町東部地区エリア（ゾーン）形成

+ 【創業支援】 PR イベント（マルシェ等）の常設化

+ 【商工】 しごと創出

◆例えばプロセスとして…、

・「道の駅たかねざわ 元気あっぷむら」で行う「高根沢町産とちぎの星」のPRイベントの積極的な開催により、交流人口・関係人口が増え、賑わいが創出されるとともに、地域（町東部地区）が活性化することで、より魅力的になる。

・町内・町外を問わず、イベントに出店したいという民間の出店者が増える。（※参考として、前身事業の「高根沢ロックサイドマーケット」は、現在、出店希望が後を絶たない状況にある。）

・町創業支援制度へ誘導し、高根沢町を商圈として具体的に検討しても

らう。

町西部地区（※前身事業）、東部地区（※本事業）双方の取組みが、相乗効果的に町全体の活性化につながる。

・高根沢町で起業、創業、定住してもらうことで、結果として地域経済全体の活性化、さらなるしごと創出が期待できる。

◆政策間連携にあたっては、将来的な自走も含めて、取組みを途切れさせない（恒常化していく）ことが、関係人口との信頼関係を生み、より本町の魅力の深堀り、移住・定住・創業の検討へとつながっていく上でポイントになると考えている。

⑤ 事業の実施状況に関する客観的な指標（重要業績評価指標（KPI））

4-2の【数値目標】に同じ。

⑥ 評価の方法、時期及び体制

【検証方法】

毎年度、「高根沢町総合戦略推進会議」により、実績を検証するとともに、今後の成果向上に向けた提言を集約。

【外部組織の参画者】

外部有識者（産官学金民）による「高根沢町総合戦略推進会議」により、前年度実績を検証するとともに、当該年度及び次年度における成果向上に向けた提言を集約する。なお、「高根沢町総合戦略推進会議」の構成メンバーは、次のとおりである。

【産】町農業士会・町経済懇話会 【官】町議会、町教育委員

【学】国立大学法人宇都宮大学 【金】㈱栃木銀行

【民】町区長会・町人権擁護委員会・高根沢町志民活動サポートセンターたんたん café

【検証結果の公表の方法】

毎年度、町ホームページで公表する。

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 78,445 千円

⑧ 事業実施期間

2020年4月1日から2023年3月31日まで

⑨ その他必要な事項

特になし。

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

(1) 高根沢町産「とちぎの星」のレガシー化事業

ア 事業概要

令和の大嘗祭において、悠紀地方の斎田として本町が、献上米として本町の農業者が生産した「とちぎの星」が選ばれたという事実をレガシーとして付加価値化するとともに、シビックプライドとして後世に遺すために、案内看板、モニュメント設置のほか、稲春歌のPR、記念事業の開催等を実施する。（※令和2年度事業、町単独費）

イ 事業実施主体

栃木県塩谷郡高根沢町

ウ 事業実施期間

2020年4月1日から2021年3月31日まで

6 計画期間

地域再生計画の認定の日から2023年3月31日まで

7 目標の達成状況に係る評価に関する事項

7-1 目標の達成状況に係る評価の手法

5-2の⑥の【検証方法】及び【外部組織の参画者】に同じ。

7-2 目標の達成状況に係る評価の時期及び評価を行う内容

4-2に掲げる目標について、7-1に掲げる評価の手法により行う。

7-3 目標の達成状況に係る評価の公表の手法

5-2の⑥の【検証結果の公表の方法】に同じ。