

農と人をつなぐ地域活動拠点魅力向上プロジェクトについて

1 事業概要

「田原ふるさと公園」は、都市住民と農村との交流を促進し、地域農業の活性化を図るとともに、市民に憩いの場を提供するため、平成12年4月に開設したものです。

更なる市内外の住民と地域との交流促進や、地域農業の活性化、市民の憩いの場としての機能を向上させることを目的に、令和4年度に地方創生拠点整備交付金を活用し、公園内にある「ふるさと伝承館」に販売休憩所を整備しました。

＜田原ふるさと公園における事業内容＞

- ・農産物直売（漬物を含む）

地場産農産物を販売

直売研究会 46 人（開設当時は 60～70 人）、漬けまっせ 6 人

- ・飲食店（そば処東雲）

飲食、そば打ち（従業員 10 人）

8 割そば（そば 8、小麦粉 2）

地場産のそばが主原料

2 これまでの経過

(1) 「表丹沢魅力づくり構想」と「田原ふるさと公園」の位置付け

令和2年9月に策定した「表丹沢魅力づくり構想」では、市内に点在している山岳・里山・農業・文化・歴史等に関する施設を、それぞれの特性を踏まえ「交流発信拠点」、「自然体験拠点」、「地域活動拠点」に位置付けています。

そのうち、「地域活動拠点」は、地域の人材や地場産品の活用により、地域活動を活性化させ、魅力を発信し、地域と来訪者の交流を創出することで、地域への愛着や誇りの形成、魅力的なスローライフを発信できる拠点としており、「田原ふるさと公園」をその一つに位置付けています。

(2) 「ふるさと伝承館」来客者数の推移

「ふるさと伝承館」の来客者数（そば処東雲来店者数、そば打ち体験者数、直売所来店者数）は、平成12年の開園以後、平成27年までは一定数を維持していましたが、同年以降は減少傾向となっていました。

(3) 「ふるさと伝承館」の来客数減少の要因

ア 施設や販売している地場産品への不満

令和元年10月に実施した公園来場者アンケートでは、「『田原ふるさと公園』における不便・不満なこと」として、「直売所や土産の品数が不十分」、「施設が使いづらい」、「ゆったり出来る場所がない」等の意見があり、「ふるさと伝承館」で提供している地場産品や施設等が来場者のニーズを満たしていないことが判明しました。

さらに、令和2年度に開催した「田原ふるさと公園の施設運営等に関するワーキンググループ」において、事業受託3団体や地域住民を交えた意見交換を行ったところ、「田原ふるさと公園」の魅力向上のため、施設整備が必要との意見が多く挙げられました。

イ 農畜産物直売等の需要の取りこぼし

令和2年7月に実施した「市民意識調査」では、87.3%の市民が「地産地消の商品を求めている」との結果が示され、需要があることが判明した一方で、「ふるさと伝承館」の直売所は直売スペースの制約から、登録農家者数や出荷数の拡充が難しい状況でありました。

3 整備事業の概要

「ふるさと伝承館」の来客数減少の要因となっている「施設や販売している地場産品への不満」及び「農畜産物直売等の需要の取りこぼし」の課題解決を図るため、「ふるさと伝承館」に隣接する場所に、半屋外型の「農産物直売所・食事・休憩スペース」（111.79平方メートル（約34坪））を整備しました。

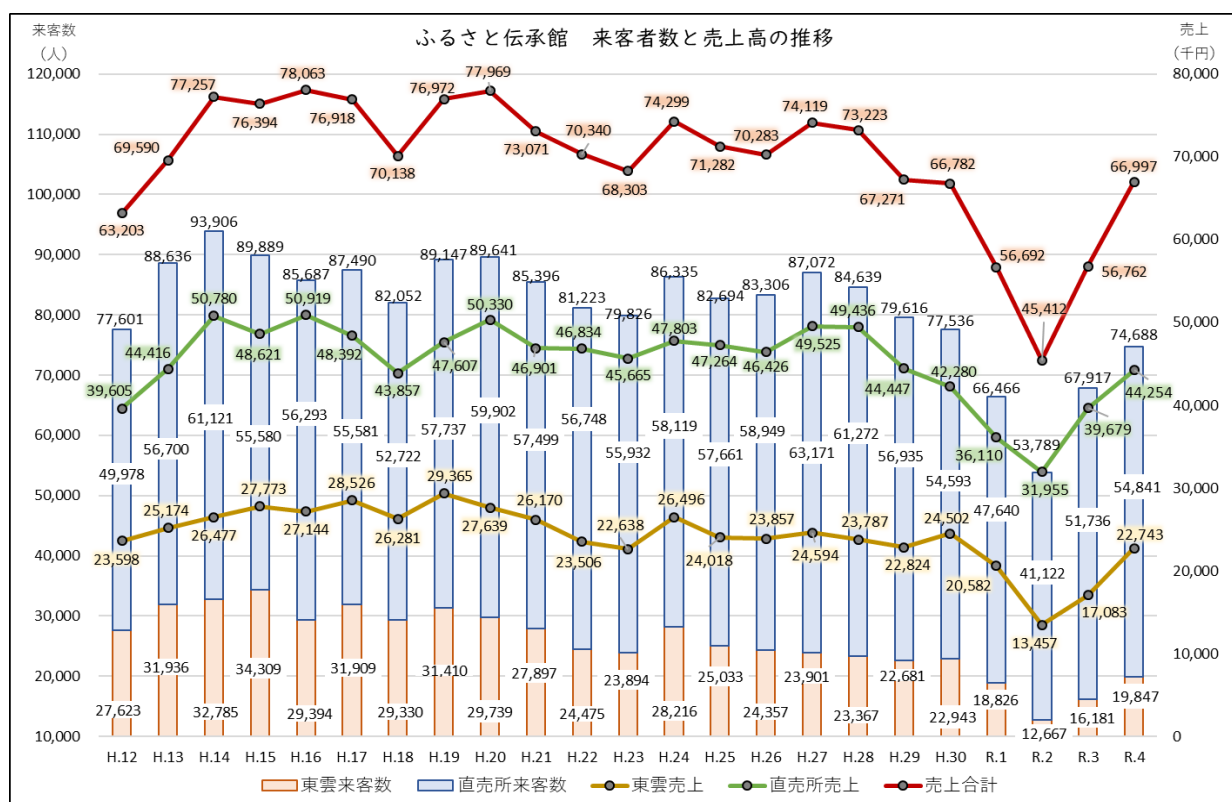
農産物の直売スペースとするとともに、訪れた人が休憩や食事ができるスペースとして活用しています。

4 事業の効果

半屋外の「農産物直売所・食事・休憩スペース」を整備したことにより、販売農産物の種類・出荷量の増加、屋外の開放的な空間での飲食などによる魅力向上及び集客力向上につながったため、来場者数は約7万5千人、売上は約6千7百万円と前年度と比べ増加し、全てのKPI達成につながりました。

今後は、さらに来客数を確保できるよう地元団体と収益性・集客性を高められるよう協議・検討していきます。

5 【参考】「ふるさと伝承館」の来場者数と売上の推移



※令和5年度について（10月末現在の状況）

	来客数【人】	売上【千円】
東雲	12,028	13,903
直売所	31,534	25,825
合計	43,562	39,728