



2022年3月



野遊び SDGs 基本構想

INDEX

はじめに	2
第 1 部 基本構想策定の背景.....	4
1.1 いなべ市の現状と課題	5
1.2 いなべを訪れる人々の需要の趨勢.....	11
第 2 部 「いなべらしい」コンテンツの高付加価値化.....	14
2.1 「いなべらしい」コンテンツの高付加価値化に向けた取り組み	15
2.2 「いなべらしい」体験型コンテンツを本格展開する上での今後の課題.....	20
第 3 部 野遊び SDGs 拠点の整備	23
3.1 拠点創出の必要性及び求められる機能	24
3.2 新拠点の候補地及び整備イメージ.....	27
3.3 拠点整備に係る定量分析.....	39
第 4 部 野遊び SDGs 拠点整備に係る主要論点	51
4.1 開業に係るスケジュールやスキーム	52
4.2 梅林公園の現行イベントとの調整や活用等	56
4.3 野遊び SDGs の体現に向けた取り組みの検討	59
おわりに	62

この基本構想は、2021年度いなべ市事業「野遊びSDGs資源調査・人材育成業務」を受託した株式会社スノーピーク地方創生コンサルティングの監修のもと、いなべ市が作成しました



はじめに

野遊び SDGs 基本構想とは

本市では、2015年3月に「第2次いなべ市総合計画」を策定し、10年後(2025年)に目指す市の姿として、「住んでいーな！来ていーな！活力創生のまちいなべ」を掲げました。当該計画の3つの共通目標として「市民が主役のまちづくり」「いなべブランドの創造」「定住・移住・交流の促進」を設定し、「グリーンクリエイティブいなべ^{*1}」を理念とした市の強みを活かし、特に若者にとって魅力あるまちづくりが行われてきました。

なお、当該計画のうち、人口減少の克服や地方創生については、同年12月に策定された「いなべ市総合戦略」においても施策の基本的な方向や具体的な取り組みが取りまとめられたところです。

また、2020年7月には本市が「SDGs 未来都市」に選定される等、そうしたまちづくりをサステイナブル(持続可能)なものとするべく、本市が誇る地域資源である自然を有効に活用した取り組みが進められてきているところです。

他方で、2020年以降、新型コロナウイルス感染症が世界中に猛威を振るったことで社会は激変しました。例えばフィジカル空間の開疎化等、感染症対策のために人々の行動・生活様式は変化を余儀なくされたと同時に、よりサステイナブルなものや、より「人間性」が感じられるものを求める等、価値観や規範意識までもが変容してきています。

野遊び SDGs 基本構想(以下「本基本構想」といいます。)は、上述した本市の基幹的な計画や取り組み及び今日の時代背景に立脚したうえで、これからの時代に必要な地方創生の動きを加速化・具現化する取り組みの1つとして、「野遊び SDGs」(SDGsの視点を踏まえ、地域の魅力を『野遊び^{*2}』の力で高付加価値化する考え方)の理念のもとで、いなべの魅力を地域の内外の人々に提供する」ために策定されるものです。

^{*1} いなべの豊かな自然、里山、農産物などの地域資源をグリーンと定義し、都会的なもの(選ばれるもの)に磨き上げ、人々を魅了する創造活動のこと。

^{*2} 「野」は、自然、景観、季節、歴史、文化等を包含し、「遊び」は、豊かな時間を過ごす仕掛けを言います。「野遊び」とは、自然環境の中で、充足感やストレスの解消、心の安らぎや高揚・満足などを得ることで、人間の本質的に豊かな生き方に繋げるものです。

野遊び SDGs 基本構想の位置づけ



※人口減少の克服や地方創生については、同年12月策定の「いなべ市総合戦略」においても基本的な方向性等を明記

(参考)SDGs について

SDGsとは、「Sustainable Development Goals(持続可能な開発目標)」の略称で、2015年9月の国連サミットで加盟国の全会一致で採択された「持続可能な開発のための2030アジェンダ」に記載された、2030年までに持続可能でよりよい世界を目指す国際目標です。

SDGsは、貧困、教育、気候変動、産業やジェンダーなど、17のゴール・169のターゲットから構成され、地球上の「誰一人取り残さない(leave no one behind)」ことを誓っています。SDGsは発展途上国のみならず、先進国自身が取り組むユニバーサル(普遍的)なものであり、すべての国が関わっていく目標で日本としても積極的に取り組んでいます。

本市は、2020年7月17日に「SDGs未来都市」及び「自治体SDGsモデル事業」の認定を受け、持続可能なまちづくりを進めるためのSDGs未来都市計画を策定するとともに、第2期基本計画(2021年3月策定)においても、SDGsの視点を取り入れ、この理念に沿った総合的な取り組みを力強く推進してきています。

持続可能な開発目標(SDGs:Sustainable Development Goals)における 17 のゴール



第1部 基本構想策定の背景

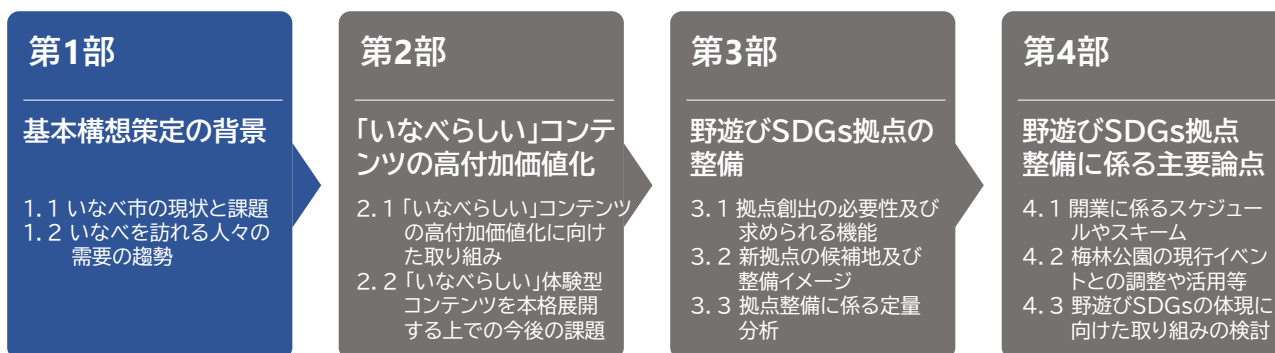
本基本構想の序章となる第1部では、本基本構想を策定するにあたっての前提事項を整理するため、本市が誇るべき「いなべの自然」を出発点として、本市の現状と課題について言及していきます。

まず、本市のビジョンである「住んでいーな！来ていーな！活力創生のまちいなべ」を2025年に実現していくための1つの道筋として、いなべの自然資源を中心に据えて、人口減少・少子高齢化社会に直面する中で持続可能性を担保するためには、いなべに暮らす人々(定住人口)といなべを訪れる人々(交流人口)の双方に目を向けることが必要不可欠であるという基本的な方向性を提示します。

その前提に立脚したうえで、いなべに暮らす人々(定住人口)といなべを訪れる人々(交流人口)の両方に訴求していくためのより具体的な方向性として、豊かな自然資源を「いなべらしい」モノやコトとして体験価値を付与し、高付加価値化していく取り組みを今後一層加速させるべき旨提起するとともに、いなべ全域で賑わいを創出するために、「山辺」の活用や宿泊施設の充実強化が必要である点についても触れています。

あわせて、いなべや近隣地域を訪れる人々(交流人口)のトレンドを把握する観点から、観光入込客数の推移や旅行目的に係る各種統計データ等についても記載しています。

本基本構想の流れ



なお、続く第2部においては、「いなべらしい」体験型コンテンツの高付加価値化に向けて、本市がこれまで取り組んできている事業や施策を前提としたうえで、インバウンド需要を含むいなべを訪れる人々(交流人口)にも訴求していくための今後の課題やそれを踏まえた基本的な方向性等について検討していきます。

そして第3部では、当該課題のうち、主にハード面の課題、すなわち、いなべを訪れる人々(交流人口)を対象とする上質かつ地域のストーリーを感じられる高付加価値な宿泊施設や、いなべに暮らす人々(定住人口)も含めて「いなべらしい」体験型コンテンツを提供する「場」・「空間」の充実強化が必要であるという問題を解決するため、新たな拠点の整備(野遊びSDGs拠点)について検討していきます。

最後に第4部では、上記で言及した次年度以降の事業や施策を実行していくにあたって検討・解決すべき課題や論点について言及し、本構想が「絵に描いた餅」にならないよう、具体的なアクションに繋げていくこととし、論を締めることとしています。

総じて、本基本構想は、これまで本市が推進してきたまちづくり・人づくりの取り組みを「野遊びSDGs」の理念のもとでさらに飛躍させ、今後具現化していくためのグランドデザインと言えます。

1.1 いなべ市の現状と課題

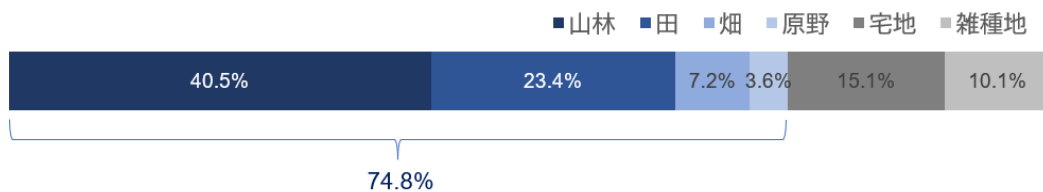
いなべは自然が豊かな地域であり、それは市民が「住みやすいまち」と感じる最も大きな要素

本市は、北に養老山地、西に鈴鹿山脈をいだき、市のほぼ中央を流れる員弁川を挟んで緑豊かな自然と平野に囲まれています。なかでも、鈴鹿国定公園内にある藤原岳は、全国でも屈指の「花の山」として、年中登山客が絶えることなく、同公園内の竜ヶ岳が育む宇賀溪も鈴鹿の滝の景勝地として知られています。

また、市北部のいなべ市農業公園梅林公園(以下「梅林公園」といいます。)は、38ヘクタールを誇る敷地内に東海エリア最大級の100種類、4,000本以上の梅が咲き乱れ、毎年3月に開催される梅まつりには、多くの観光客が訪れます。

実際、本市の私有地面積のうち4割強を山林が占めており、田畑や原野とあわせて全体の4分の3近くが、自然豊かな原風景で満たされていることとなります。

本市の私有地面積の割合

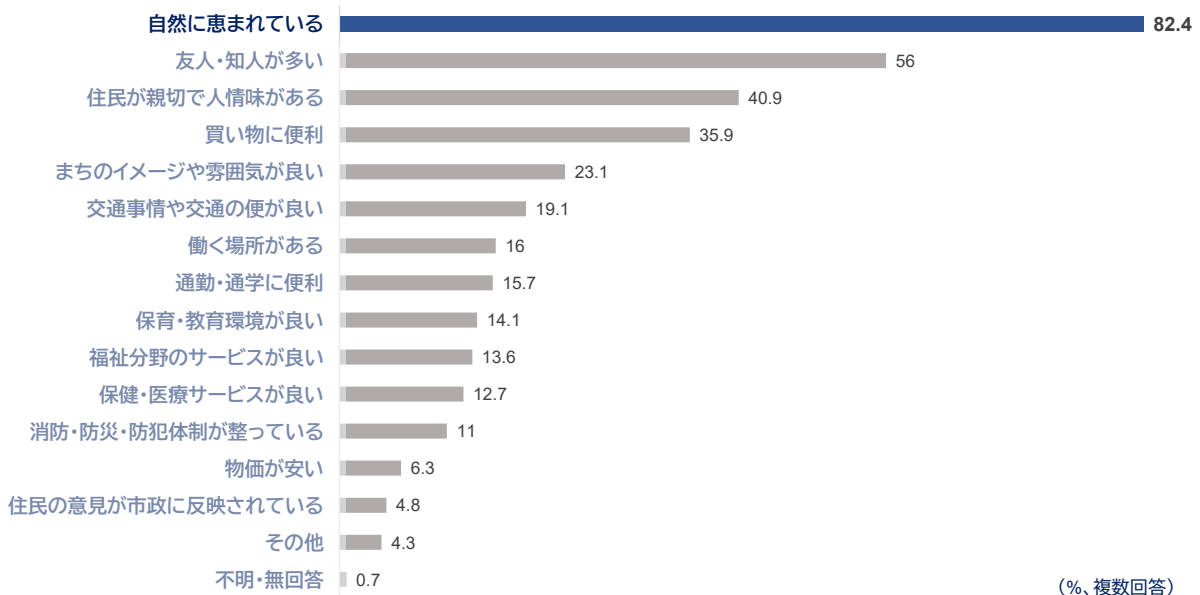


いなべ市の姿 2021 を基に作成

また、2015年に実施した住民向けアンケートの結果によれば、本市を住みやすいと感じる人が理由として最も多く挙げた意見としては「自然に恵まれているから」が82.4%と突出しており、いなべの自然が市民の生活に深く根差したものであることが見て取れます。

なお、地区別で見ても、北勢地区、員弁地区、大安地区、藤原地区いずれの地区でも同意見の割合が最も高くなっており、全域を通じて市民の皆さんが自然の豊かさを体感して生活を営んでいることが分かります。

本市が住みやすいと感じる理由



第2次いなべ市総合計画策定のためのまちづくり市民満足度調査報告書(2015年1月)を基に作成

持続可能性の観点では、定住人口と交流人口の双方を重視したまちづくりが必要不可欠

自然豊かで住みやすいとされる本市ではありますが、全国の他の地方公共団体同様に、人口減少及び少子高齢化といった社会構造の変化に直面しています。

まず総人口については、毎年増減を繰り返しながらほぼ横ばいで推移していますが、直近5年間(2016年から2020年)では、45,940人から45,692人へと、248人の減少がみられます。

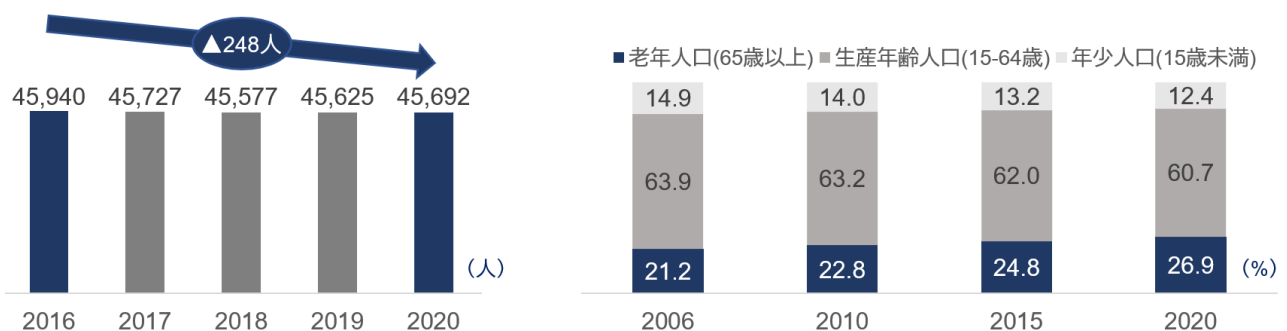
次に、年齢3区分別人口割合をみると、老年人口は2006年の21.2%から2020年には26.9%と増加している一方で、生産年齢人口は2006年の63.9%から2020年には60.7%と減少し、年少人口も2006年の14.9%から2020年には12.4%と減少し、全体でみると少子高齢化が進んでいることが見て取れます。

また、国立社会保障・人口問題研究所の推計によれば、本市の総人口は、2025年には42,060人になると予測されています。さらに、2040年には37,195人となり、高齢化率は33.5%になると推計されています。

以上を踏まえると、本市のまちづくりを検討していくにあたっては、人口減少および少子高齢化が進行する中で、いかに持続可能性を高めるまちづくりができるかが重要な観点になります。

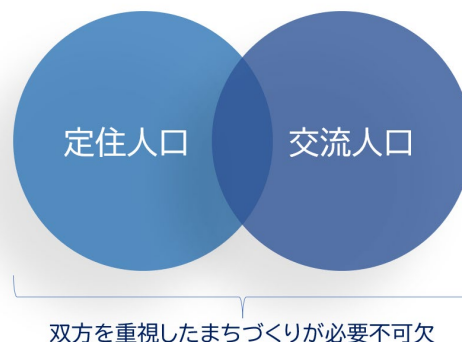
ゆえに、「いなべに住んでみたい、住み続けたい」と考える人々(定住人口)、そして、「いなべに定期的に訪れたい、関わりを持ち続けたい」と考える人々(交流人口※インバウンド含む)、その両者にとって魅力的なまちとしていくことが、本市のまちづくりにおける基本的な方向性となります。

いなべ市の人口推移及びいなべ市の年齢3区分別人口割合



住民基本台帳を基に作成

人口減少・少子高齢化社会において持続可能性を担保するために必要な観点



現状では、本市の豊かな自然資源を「いなべの魅力」として高める取り組みは道半ば

前述のとおり、本市が豊かな自然に恵まれていることは、市民の皆さんにも広く周知されていますが、そうした強みを「いなべの魅力」として高める取り組みについては、従前不十分であるとされてきました。

例えば、2015年9月に実施した「いなべ市地方創生総合戦略策定にかかるアンケート調査」において、地元企業や地域金融機関から得られた回答の中にも、本市の魅力発信の重要性及びその課題について一定数の声が寄せられていたところです。

いなべの魅力発信に係る課題についての企業等の意見

市内企業・ 地域金融機関 の声の例

- 国際自転車ロードレース等をうまく活用するとともに、観光協会や三重県等ともコラボして、市のHPや三重テラス等を通じて、いなべの魅力発信が必要。特にHPの品質(魅せるHP)は重要である
- 豊かな自然に恵まれており、登山で有名な藤原岳、自転車ロード競技ツアー・オブ・ジャパンの開催などのアウトドアスポーツ、そば、さくらポークなどの地元食材等魅力ある観光資源があるものの、十分に発信されておらず、また来訪した観光客を滞在させる施設も少ない
- いなべ市全体(住民、企業人)で一丸となって取り組める行事を考案し、地域の知名度を上げ、地域の魅力を引き出すことが、今のいなべ市に必要不可欠と思われる
- 自然豊かな観光面でのアピールが少ない
- 発信の仕方が良いとは思えない。もっと人を惹きつける方策を考えるべき
- 成功した自治体をモデルとした情報発信を試みてはいかがか
- 商工会なども参画して、各企業間の定期会議等を実施してはいかがか

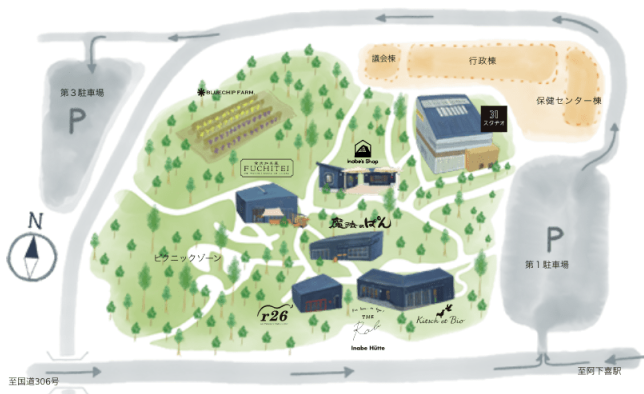
「いなべ市地方創生総合戦略策定にかかるアンケート調査」(2015年9月)を基に作成

本市では、こうした問題意識も踏まえて、2019年5月に、グリーンクリエイティブいなべの理念によるまちづくりを展開していく拠点として、本市の新庁舎開庁に併せて「にぎわいの森」をオープンしました。

「にぎわいの森」は、ヒュッテ(小屋)を巡るデザインを通じて、生業や起業を切り口とした住む場や働く場づくり、そして、農と食の価値を高める文化の場づくりを企図した、まちづくり・人づくりへのトライアルです。

この「にぎわいの森」を核としてSDGsの視点を取り入れたまちづくりを実現すべく、5つの主課題(①市内回遊の促進、②農業・商業振興、③生業支援・移住促進、④市民協働、⑤持続可能なまちづくり)に対して精力的に取り組んできているところです。

にぎわいの森(2019年5月開業)



さらに「にぎわいの森」の誕生により、いなべ市にいわば中心地が創出されたことも大きな転換点となりました。本市を構成する北勢地区、員弁地区、大安地区及び藤原地区は、古くから地形的にも文化的にも密接に交流し栄えてきた歴史がありますが、一方で、2003年12月1日に新設合併として「いなべ市」が誕生するまでは、それぞれが北勢町、員弁町、大安町及び藤原町として個性豊かなまちづくりがなされてきた経緯があるために、本市を象徴する中心拠点の整備が不十分であった点も否めませんでした。

「にぎわいの森」という中心地が創出されたことは、今後インバウンドを含む交流人口の増加に向けて本市を目的地化してもらう上での追い風となることが期待されます。

一方で、そうした豊富な自然資源を活かしたまちづくりや経済活動については、まだ緒に就いたばかりであることから、今後一層の施策の充実強化を図っていく必要があります。とりわけ、本市の魅力を高めていく取り組みについては、引き続き進展させていく必要があります。

実際に、本基本構想の策定にあたって2021年11月にいなべ市内の事業者やインバウンド観光事業者向けに実施したワークショップでは、依然として「いなべの魅力の向上」が最も大きな課題感として挙げられていました。

ワークショップで挙げられた「いなべ市の課題感」

カテゴリー	各意見 ※重複回答あり
いなべの魅力度向上 (情報発信、特産品の創出)	●「いなべ」の地名を仕事で初めて知った ●知名度 ●観光誘客できていない ●どんな観光ができるかわからない ●土産がない ●いなべの特産物・特産品がわからない ●キャッチコピーがわからない ●いなべの全容がわかりにくい ●知名度が低い ●場所がバツと思いつかばない ●歴史・文化が知られていない ●お土産がない ●観光情報へのアプローチ ●観光情報が充実していない ●三重県他の観光地との組み合わせが難しい ●県内の他のメジャー観光地が強い ●Webにいなべの情報が少ない ●名産が少ない
交通の便・道路事情の改善	●電車バスが利用できない ●電車バスが少ない ●電車が遅い ●北勢線がゆっくりに ●タクシーがなかなか来ない ●公共交通機関 ●山間部の足がない ●アクセス ●駐車場がない ●車がないと移動できない ●移動に時間がかかる ●道が混む
飲食店の増加・多様化	●自然を感じられるカフェが欲しい ●特にランチの店が少ない ●夜ごはんを食べに行ける場所がない ●チェーン店が無い ●食べる店がない ●カフェなど少し時間をつぶす場所がない ●犬を連れて食事できる場所がない ●夜過ごすところが少ない ●夜間飲食施設 ●夜営業しているお店が少ない ●飲みに行ける場所がない
宿泊施設の増加・多様化	●ホテルが少ない ●ホテルが選べない ●宿が少ない ●宿泊施設が少ない ●宿泊先数 ●宿泊施設 ●泊まりのプランを立てにくい ●泊まる場所が少ない ●宿泊施設が少ない ●宿泊施設が少ない
地形や気候上の障壁の軽減	●日暮れが早い ●風が強い ●エリアが広すぎる ●地理が分かりづらい ●車の運転をしていて方向感覚が分からなくなる ●地理的高低差がある ●坂道が多い(傾斜がきつい) ●坂が多い
ランドマーク拠点の創設	●道の駅がない ●にぎわい拠点(中心市街地)がない ●目的地がない ●中心地(ここにとりあえず行く)がない ●観光案内所がない ●観光スポットが少ない ●目的地をどこにしたらいいかわからない
娯楽施設・コンテンツの充実	●ショッピングモールが少ない ●レジャー・インドアともない ●買い物する場所・商品数 ●アクティビティできる公園が少ない ●天気が悪い日に遊びに行くところがない
文化施設・音楽イベの充実	●美術館や博物館のような文化施設がない ●美術館などのアート系を楽しむところがない ●ライブハウス等音楽を楽しむところがない
自然豊かな景観の活用	●太陽光パネル ●意外と自然を体感しにくい ●イベントが開催できる開けた森が少ない
若年層の定着	●家が借りにくい ●若い人・子供が少ない ●若い働き手が少ない
IT面の利便性の改善	●電波が悪い ●ワーク拠点(Wi-fi環境)整備されていない ●会計時の決済手段が限定的

野遊び SDGs モニタリングキャンプ(2021年11月開催)におけるワークショップ結果を基に作成

ここで改めて、いなべの自然の魅力度向上に係る課題感について、前出の地元事業者及び市民の各意見も踏まえてより具体的なボトルネックを紐解いていくと、まず1点目として対外的な情報発信が不足していること、そして2点目としていなべの自然が高付加価値化されていないこと、に帰着すると考えられます。

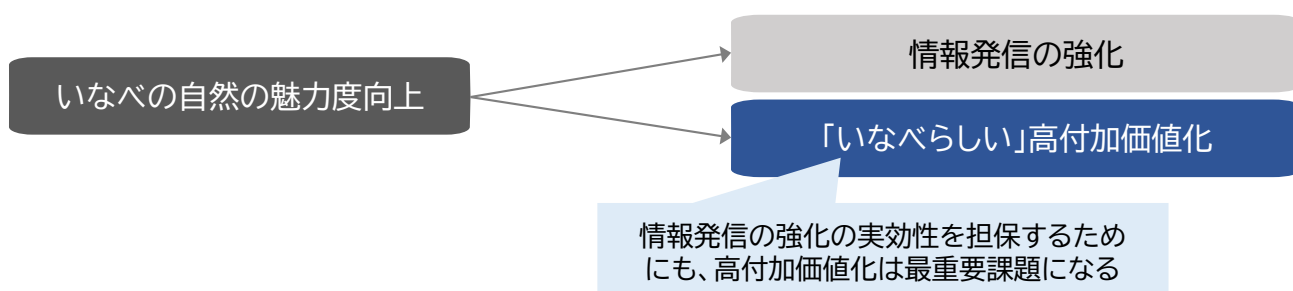
そのうち1点目については、第2部において後述する「野遊び SDGs 広報事業」等により、国内各地からは勿論のこと、外国からも本市に対して送客できるよう、広報冊子の作成等に着手し、情報発信を強化する素地を固めているところです。

一方で、そのような情報発信についても、発信する内容自体が伴わなければ実効性はありませんので、上記2点目として挙げた「いなべの自然の高付加価値化」、すなわち、いなべが誇る自然をどのように活用すれば、地域に最も恩恵がもたらされるのか、がより重要になってきます。

上記を総括すると、いなべに暮らす人々といなべを訪れる人々の両方に対して訴求力を高めるためには、いなべの自然の魅力を地域内・地域外に向けてさらに「いなべらしい」モノやコトとして具現化していく必要がある、ということになります。

本基本構想では、こうした「いなべらしい」高付加価値化のあり方について、ハード・ソフト両方の側面から検討していきます。

いなべの自然の魅力向上に向けた施策の方向性



いなべ全域での賑わいの創出のためには、「山辺」の活用や宿泊拠点の充実強化が有効

また、「にぎわいの森」がオープンしたことで高まってきているまちづくり・人づくりの機運や、本市を訪れる人々(インバウンドを含む)の増加を一過性のものととどめず、さらに推進していくためには、本市全域での賑わいを創出するとともに、訪れる人々の広域回遊や滞在時間の増加を促進する取り組みを実施することが必要不可欠です。

まず、「にぎわいの森」については、立地上、本市の中心地として位置付けられることに鑑み、今後は当該中心地から一定の距離を離れたエリアにおいても、賑わいや交流の空間を創出することが理想的です。その際、グリーンクリエイティブいなべにおいても着目している「山辺^{*1}」も有力な候補エリアとなります。

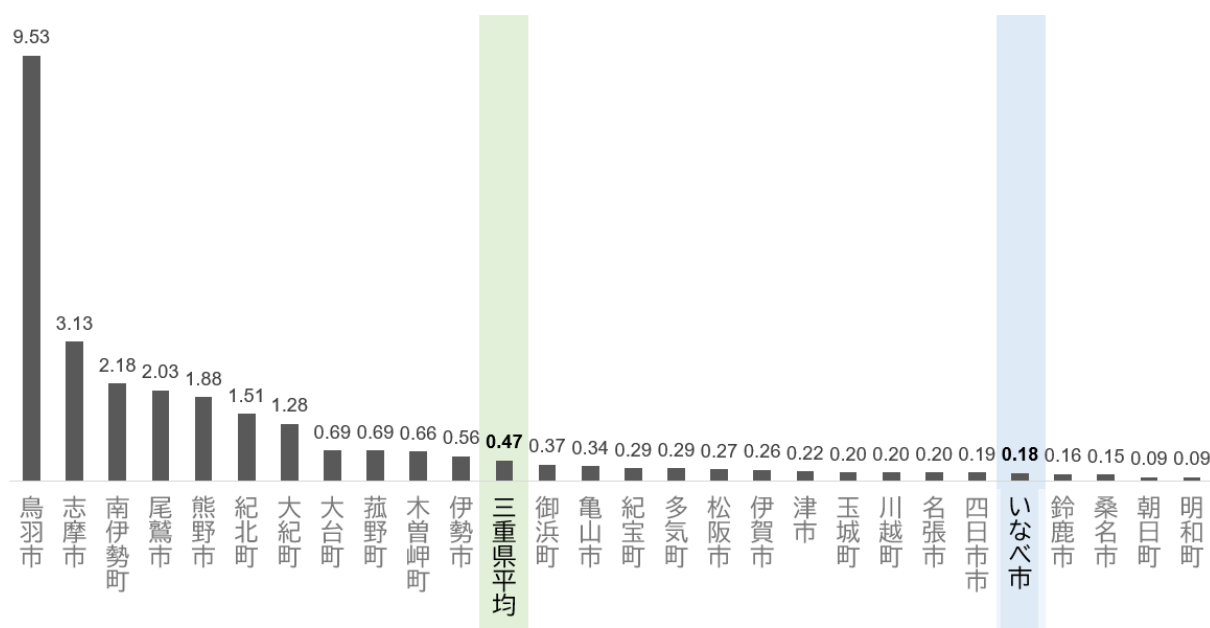
^{*1}「山辺」は山の麓を指しますが、本市では、グリーンクリエイティブの理念に基づき、鎌倉・湘南の海辺を連想、関連付けるイメージとして、里山や麓に代えてこの語を用いることとしています。里山より広範な概念で、気候的に鈴鹿山脈の影響を受け、視覚的に山の存在を強く感じられる場所を指します。

中心地既設の「にぎわいの森」と山辺に集う新たな賑わいや交流の空間が両輪となることにより、賑わい創出が継続化されるとともに、相乗的にその賑わいが高次の段階に引き上げられることも期待できます。

また、前述の通り、いなべの魅力度を高める上では、本市の自然資源を主役に据えたまちづくり・人づくりが根幹の考え方になることを踏まえると、より自然豊かな「山辺」に焦点を当てていくことは合理的であるとともに、SDGs の理念である“誰一人取り残さない”を実現する上でも、既設の中心地にとどまることなく、山辺も含めて市内全域で賑わいを創出し、回遊を促していく取り組みは、極めて重要な考え方といえます。

また、滞在時間を長期化させる観点では、本市と各主要都市圏等との地理関係に鑑みると、日帰りではなく宿泊を伴う旅程が組まれるよう、宿泊施設を充実させていくことも重要です。2022年3月現在でも、ホテルや民宿をはじめとして本市には宿泊施設が存在していますが、統計的に見ると、観光に力を入れている三重県他の市町に比して、宿泊施設の数(人口当たり)では0.18と少ないことがわかります。

三重県内市町の人口当たり宿泊施設数比較



(人口当たり事業数。人口は2020年国勢調査の数値を使用している。ただし、東員町及び度会町については宿泊事業に係るデータ不存在につき分析対象外としている)

宿泊事業数に係る株式会社三十三総研調査を基に作成

なお実際、前述のワークショップにおいても、宿泊施設の充実強化については、少なからぬ意見として参加者から寄せられていました。

ワークショップで挙げられた「宿泊施設の充実強化の必要性」に係る意見(一部再掲)

宿泊施設の増加・多様化
を求める意見

- 泊まりのプランを立てにくい
- 泊まる場所が少ない
- 宿泊施設が少ない
- 宿泊施設が少ない
- 宿泊施設が少ない
- ホテルが少ない
- 宿が少ない
- ホテルが選べない

※同内容の回答も1つにまとめずに全て併記しています

野遊び SDGs モニタリングキャンプ(2021年11月開催)におけるワークショップ結果を基に作成

1.2 いなべを訪れる人々の需要の趨勢

コロナ禍でもいなべ市の観光入込客数は増加

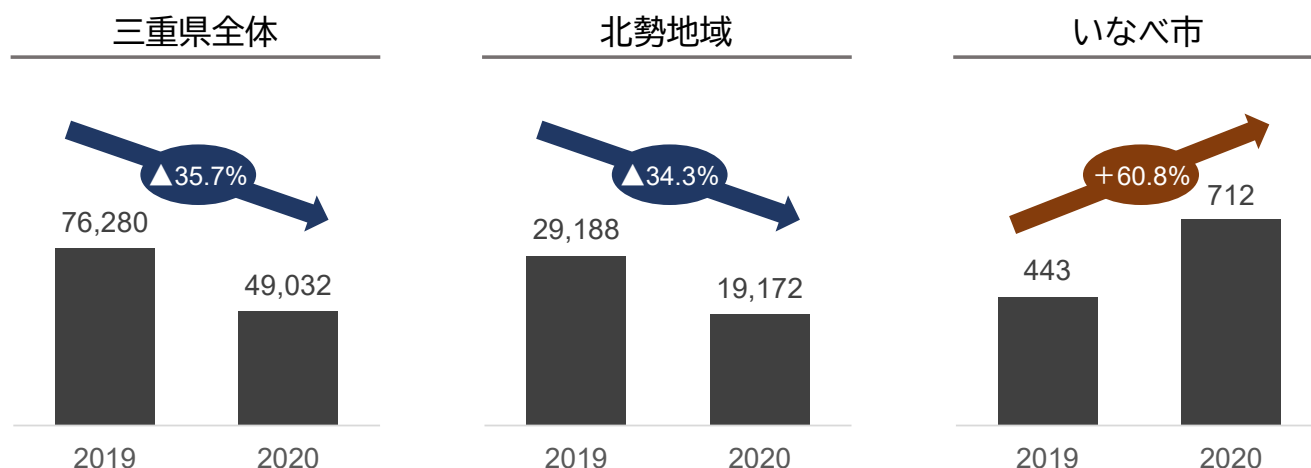
三重県の統計・調査によると、近年のインバウンド観光の隆盛に伴い、2019年までは観光入込客数は年々増加傾向にありましたが、2020年は新型コロナウイルス感染症の影響により、県全域で前年比▲35.7%と大幅減少し、北勢地域でも同様に前年比▲34.3%と大きく減少しています。

ところが、本市に限ってみると、「にぎわいの森」が2019年5月に開業したこともあり、2020年は71.1万人と、2019年の44.2万人から大きく増加(前年比+60.8%)しています。

こうしたトレンドを一過性のものにとどめることなく、むしろ追い風にしていなべを訪れる人々の絶対数を増やすとともに、一度訪れた人々が何らかの形で本市との関わりを持ってくれるような関係性にまで高めること(交流人口化)が重要になります。

新型コロナ感染拡大前後の観光入込客数の変化

(千人)

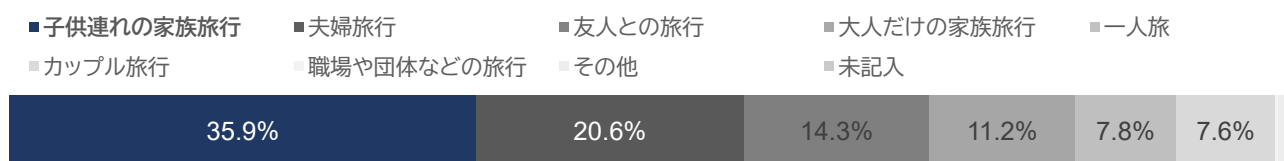


三重県「観光レクリエーション入込客推計書・観光客実態調査報告書」を基に作成

コロナ禍でも子供連れのファミリー旅行の需要は根強い

また、北勢地域を訪れる人々を同行者別で見た場合には、「子供連れの家族旅行」が全体の35.9%を占めており、新型コロナウイルス感染症の影響により前年より割合を低下させているものの、2番目の「夫婦旅行」と15ポイント以上の差をつけていることから、ファミリーでの家族旅行の需要が依然として高いことが事実として伺えます。

北勢地域を観光で訪れる人々の同行者別割合(2020年)



三重県「観光レクリエーション入込客推計書・観光客実態調査報告書」を基に作成

旅行目的は変化し、「買い物」「自然や風景」「温泉」「食事」が注目されている

また、北勢地域の旅行目的としては、2020年は「テーマパーク・水族館」の割合が前年に比べて大きく低下する一方、「買い物」や「自然や風景を見てまわる」の割合が急増しているほか、「温泉を楽しむ」、「のんびり過ごす」「おいしいものを食べる」についても引き続き高順位につけていることに着目することができます。

北勢地域の旅行目的(2020年)

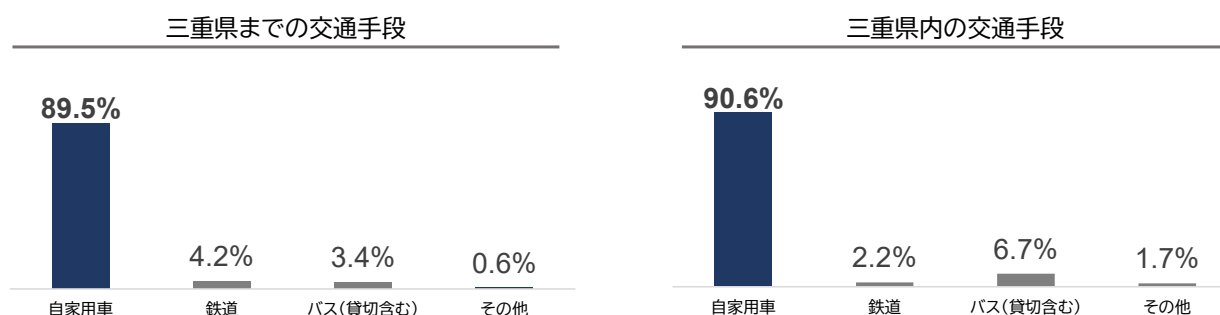
旅行目的	選択した人の割合(%、複数選択)	前年比(pt)
買い物	48.9	18.3
自然や風景を見てまわる	35.7	9.4
温泉を楽しむ	15.9	1.1
のんびり過ごす	15.7	8.1
おいしいものを食べる	15.5	4.3
テーマパーク・水族館	7.8	-28.4
その他	7.8	1.4
アウトドア(キャンプ等)	5.6	2.9
祭り・イベント	2.7	2.4
参拝	1.6	-0.5
各種体験	0.9	0.9
名所・旧跡の観光	0.7	-0.5
スポーツ(ゴルフ等)	0.4	-0.1
ドライブ・ツーリング	0.4	-0.1

三重県「観光レクリエーション入込客推計書・観光客実態調査報告書」を基に作成

交通手段は、三重県まで&三重県内、ともに自家用車が圧倒的多数

観光客の交通手段について、三重県までの交通手段及び三重県内の交通手段を見ると、ともに自家用車の利用が圧倒的多数を占めており、公共交通機関(バス、鉄道等)については少数となっています。こうしたトレンドは新型コロナウイルス感染症の影響が沈静化した後であっても基本的には変わらないものと考えられます。

観光客の三重県までの交通手段及び三重県内の交通手段(2020年)



(複数選択。未回答含まないため合計は100%と一致しない)

三重県「観光レクリエーション入込客推計書・観光客実態調査報告書」を基に作成

いなべの自然を高付加価値化するためには、自然を「体験」する対象へと昇華するべき

前述の通り、いなべの魅力度向上に向けて、いなべの自然資源を高付加価値化していくことが必要ですが、交流人口を増やしていく観点でそれを実現するためにはどのような施策が求められるのでしょうか。

現代社会では、各種メディアや SNS(ソーシャルネットワークサービス)を通じた情報発信が盛んに行われているため、雄大な自然資源であっても、景観それ自体については既視感を抱かせてしまうおそれがあります。

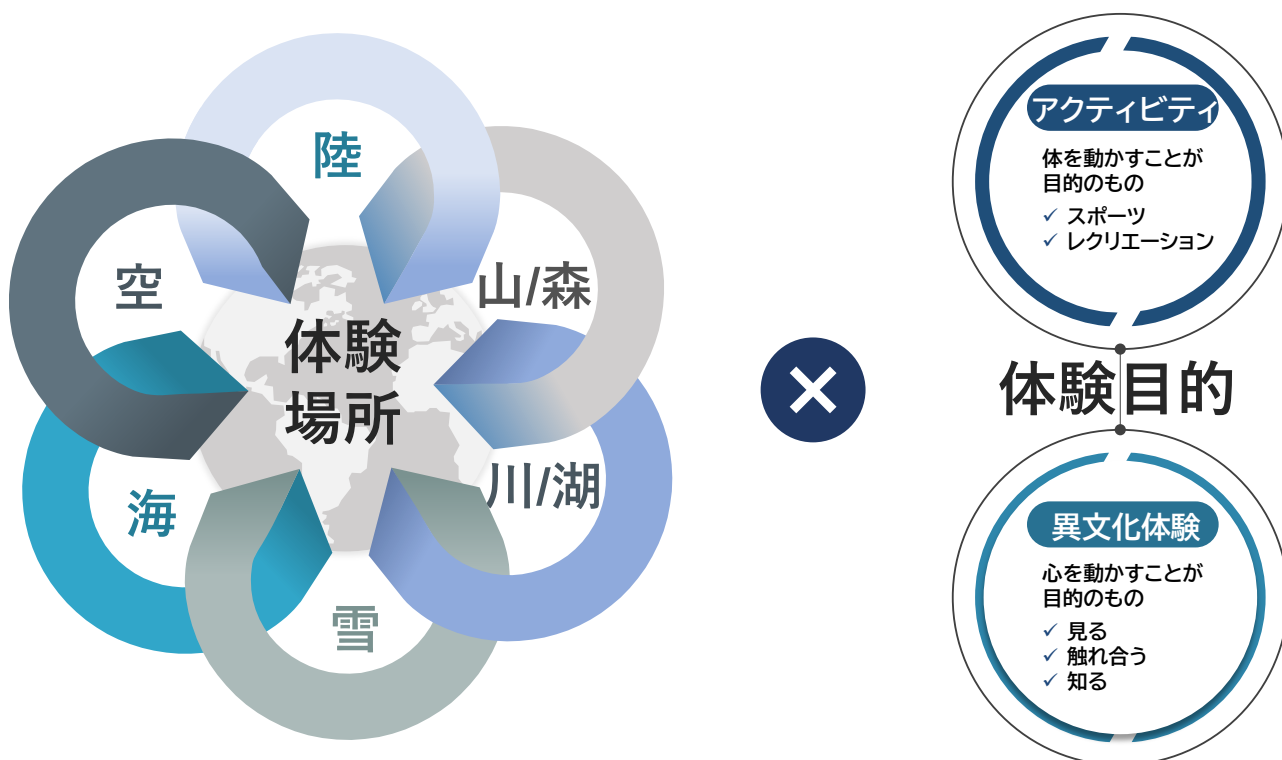
そこで、本市の域外から誘客するためには、いなべの地域資源を、サイバー空間を通じてでは得られない何かを得るために「わざわざ」来てもらう対象へとアップグレードしていく必要があります。

そのために必要なエッセンスが、「体験価値」です。換言すれば、本市に実際に足を運び、各人の五感で自然や地域の文化や伝統、歴史を堪能してもらう仕掛けに変えていくことで、いなべならではの高い価値を創出することが可能になります。

実際に、国土交通省観光庁等の各種資料においても、今までは都市部に訪れていた観光客が地方部を周遊するようになり、その土地ならではの体験を楽しむ「コト消費」のニーズの高まりが見込まれる今日のトレンドの中で、交流人口の拡大と地域経済の循環のためには、地域の自然を体験型コンテンツ化していくことが鍵である旨言及しています。

そしてより具体的には、「体験価値」を創出するためには、自然(海、雪、川・湖、空、山・森、陸)という「体験場所」に対して、体を動かすことを目的とする体験(アクティビティ)と、心を動かすことを目的とする体験(異文化体験)という2つの「体験目的」をそれぞれうまく掛け合わせていくことが必要とされています。

自然資源を高付加価値化するための考え方(国土交通省観光庁の指針に基づくイメージ)

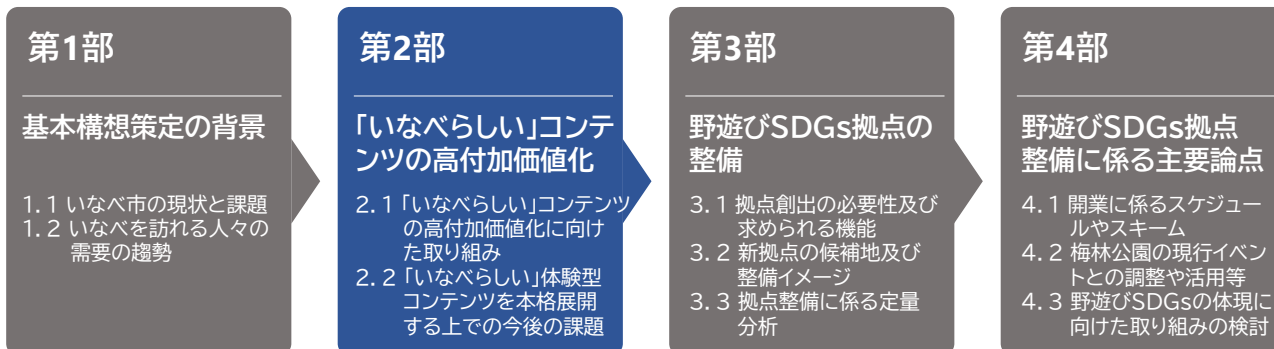


地域の自然体験型観光コンテンツ充実に向けたナレッジ集(2019年3月 国土交通省観光庁)を基に作成

第2部 「いなべらしい」コンテンツの高付加価値化

第1部では、持続可能なまちづくり・人づくりを進めていく上では、いなべの地域資源を高付加価値していくことが必要不可欠である旨提示しました。第2部では、高付加価値の「いなべらしい」コンテンツを上げるための具体的な取り組みについて、本市のこれまでの事業や施策を前提として、今後に向けた課題や基本的な方向性にも言及します。

本基本構想の流れ(再掲)



まず、本市には景勝地・名所や特産品等、誇るべき地域資源が数多く存在していることを念頭に置きつつ、「いなべらしい」コンテンツの高付加価値化に向けて、本市の事業として「いなべらしい」体験型コンテンツの開拓・開発に取り組んできていることについて紹介しています。

続いて、これらの体験型コンテンツを旅行商品として造成することで、いなべ全域にプラス効果を波及させたり、いなべファン(交流人口)化を促進したりすることが可能となることに鑑み、同じく本市の事業において推進している旅行商品造成のトライアルについても言及しています。

また、並行して情報発信の強化に向けた広報事業のトライアルについても言及しています。

これらの事業は、人口減少等による国内市場の縮小や、訪日観光客における地域色のある体験型コンテンツに対するニーズの高まりを踏まえ、インバウンドを対象としているものの、国内各地からいなべを訪れる人々に対しても等しく訴求することを想定した取り組みとなっています。

第2部の後半では、「いなべらしい」体験型コンテンツの深掘りに係る課題感として、ソフト・ハード両面から指摘しています。

ソフト面では、訪れる人々が、“わざわざ”いなべを選択するに至るレベルにまで「いなべらしい」コンテンツの付加価値を高めるためには、「野遊び SDGs」の理念を掛け合わせる形で、「世界的価値」へと一層深化させていく必要があるとしています。

一方ハード面では、高付加価値を求めて訪れる人々にとって「上質かつ地域のストーリーを感じられる高付加価値な宿泊施設」が必要不可欠であることに鑑み、当該ニーズに即した宿泊拠点の充実強化が必要であるとともに、一元的に「いなべらしい」体験型コンテンツを提供する「場」や「空間」を整備することが重要である、とも結論付けています。

2.1 「いなべらしい」コンテンツの高付加価値化に向けた取り組み

本市には誇るべき地域資源が数多く眠っている

本市は、登山・アウトドアに最適な藤原岳や竜ヶ岳、宇賀溪、青川峡キャンプパークをはじめ、いなべ公園や聖宝寺、東林寺の白滝等の景勝地・名所等も数多く擁していると同時に、そばや茶、しいたけ、古代米、梅ジュースをはじめとする特産品にも恵まれており、「いなべらしさ」を体現できるポテンシャルのある地域資源は少なくありません。

したがって、これらの地域資源を最大限に活用して高付加価値化を図っていくことがネクストステップとして極めて重要になります。

いなべが誇る地域資源（いなべ市観光協会パンフレットより）



野遊び SDGs 体験コンテンツ開発事業により、「いなべらしさ」の磨き上げを進めてきた

第1部で述べた通り、各地域における「らしさ」に高付加価値を加味していく上では、ただ単純に自然の美しさや食の美味しさを来訪客に堪能してもらうのみならず、その場に身を置くことでしか得ることのできない「体験価値」をユーザーに提供できるよう、体験型コンテンツ化していくことが極めて重要になります。

本市では、こうした基本的な考え方にに基づき、豊かな地域資源を野遊び SDGs の理念のもとで「いなべらしい」体験型コンテンツとして開発し、深化させる取り組みの一環として、「野遊び SDGs 体験コンテンツ開発事業」を実施し、市内の多種多様な事業者と連携してきました。

当該事業において、各事業者は、「いなべらしい」地域の食材等を題材として、作物の収穫や調理・加工の工程を参加者に体験してもらうとともに、食材そのものやいなべの歴史・文化に係る理解を深めてもらうための学びのプログラムも包摂する形で、オリジナリティ溢れるコンテンツを製作することとなっています。

具体例としては、古民家の江戸時代から残るかまどでご飯を炊く体験を経た上で地域の食材と旬を活かした日本食を味わうコンテンツや、座敷で生の茶葉を使って手揉みをし、自分だけのお茶を急須で味わうと同時に、特産の茶の歴史等についての学びも深めるコンテンツ、等がこれまで実践されてきました。

各事業者によるコンテンツ当日は、体験終了後に参加者からアンケート形式のフィードバックがなされ、魅力度の高い「いなべらしい」コンテンツに磨き上げていくための再検討の材料が蓄積されてきています。

なお、本基本構想策定時点では、当該事業の実施期間途中であるため、コンテンツに係る記載には今後一部変更が生じる可能性があります。

野遊び SDGs 体験コンテンツ開発事業の実施例(2022年1月11日現在)



古民家×和食(卵かけご飯)

江戸時代から残るかまどでご飯を炊き、蔵案内や藁をなう体験等日本伝統文化を体験した後、地域の食材と旬を活かした日本食を提供



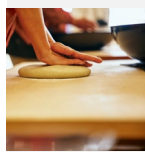
日本家屋×石樽茶手揉み

座敷で生の茶葉を使いながら手揉み体験をし、出来た自分だけのお茶を急須で味わう。併せて石樽茶の歴史や茶の種類などの話も堪能



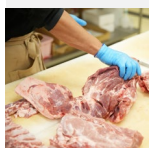
芋の実食×農家・農業体験

紙芝居等を通じた食育プログラムで芋の生育等について学んだうえで実際に畑で収穫し、カントリーテイストのハウスにて焼き芋等を実食



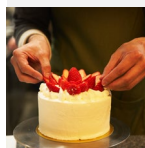
いなべのそば×蕎麦打ち

いなべで育てたそばの実を使ったそば粉で一連の蕎麦打ちをほぼマンツーマン指導で体験。映像でのそばの理解の後、実食



トンカツ実食×工程見学・食育

名産の豚肉の部位の切り分け工程を見学後、トンカツ等により実食。併せて養豚場の紹介から豚肉に至るまでの紹介を経て尊さも学ぶ



地元のイチゴ×ケーキ製作

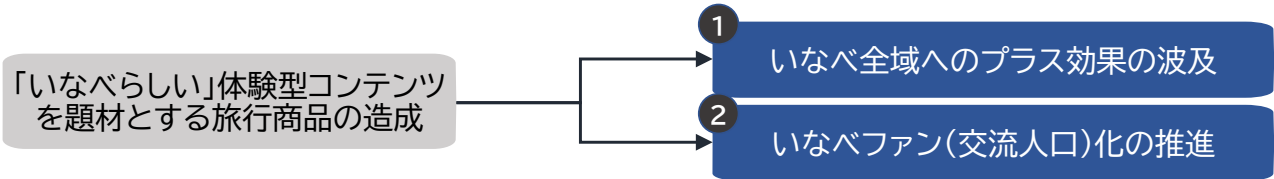
地元事業者の実際の厨房でデコレーションケーキの製作を学び体験。イチゴは地元のファームの朝どれのものを使用

「いなべらしい」体験型コンテンツをインバウンド旅行商品として造成する必要

前項で述べたような「いなべらしい」コンテンツの開発・磨き上げについては、また緒に就いたばかりであり、引き続き継続していく必要がありますが、実際にそうした体験型コンテンツを実際の価値として提供する上では、当該コンテンツが組み込まれた旅行商品を造成して「見える化」していくことが引き続き重要になります。

旅行商品として地域を回遊してもらうことにより、いなべ全域を通じて高付加価値によるプラス効果を波及させることが可能になると同時に、来訪客に、特定の体験型コンテンツに対して好印象を与えるのみならず、「いなべブランド」全体のファンとなってもらうことにより、交流人口化を推進することも可能になります。

「いなべらしい」体験型コンテンツを題材とする旅行商品を造成する意義



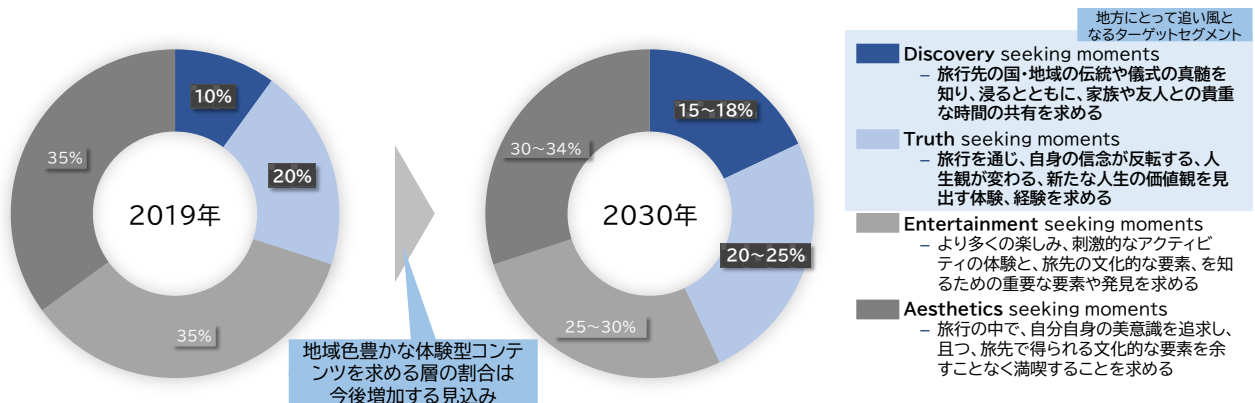
また、旅行商品を造成する以上は、来訪客となるターゲット層を特定する必要があるところ、まずは高付加価値を求めるインバウンド(訪日観光客)を想定することが合理的と考えられます。

インバウンドをターゲットとする理由としては、人口減少等により国内市場が縮小する中で、当該需要減を補完するための機会としてインバウンド需要が期待されているとともに、高付加価値を求めるインバウンドのトレンドとして、地域色のある体験型コンテンツに対するニーズが高まっているためです。

“人口減少による我が国の経済成長率の低下が懸念されている中、そうした国内での需要減を補うための新たな需要の創出の必要性が指摘されており、インバウンド需要はそうした新たな需要の一つとして期待されている。特に、人口減少のペースが速い地域経済にとっては、インバウンド需要により観光・宿泊業や外食業、小売業といった関連産業が売り上げや雇用を増加させると共に、街が異文化を交えて「賑わい」を取り戻すこととなり、地域の活性化にも大きく資するものと考えられる。”

—地域の経済2018 第2章 インバウンド需要の取り込みに向けて 2018年11月 内閣府政策統括官(経済財政分析担当)—

高付加価値を求める世界の旅行者の分類別割合の今後の見立て



上質なインバウンド観光サービス創出に向けた観光戦略検討委員会報告書(2021年6月)を基に作成

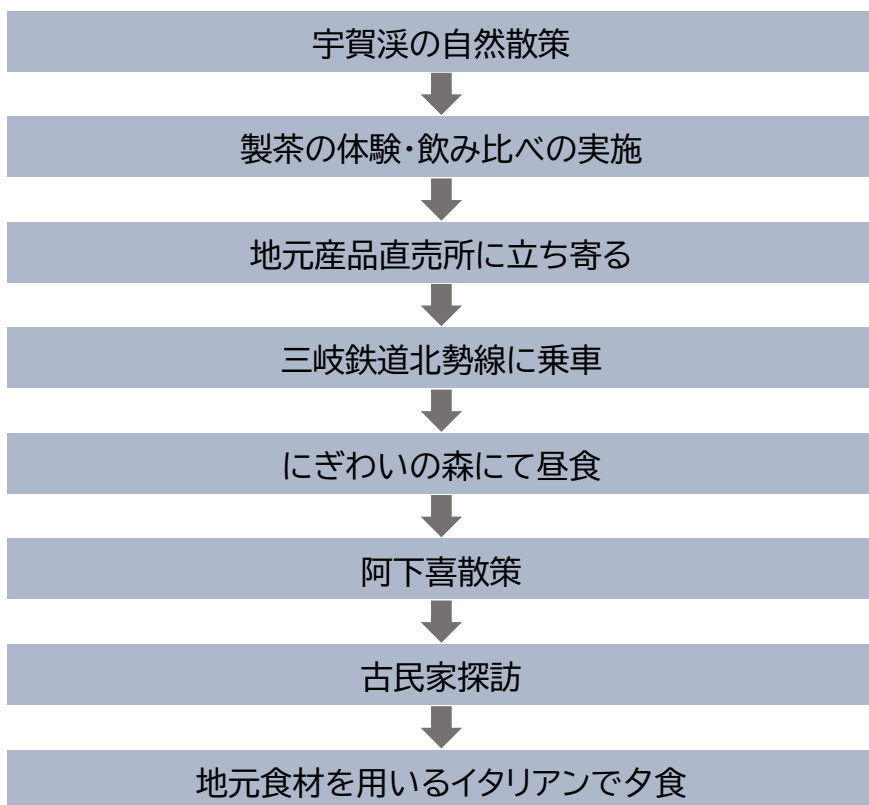
なお、当初段階でインバウンドをターゲットとする場合であっても、高付加価値を求める旅行者のニーズのうち、宿泊・交通などの必要条件については国ごとに大きく異なるものではないとされていることから、インバウンド向けニーズを充足できる施設やサービスを今のうちに整備しておくことで、同時に国内旅行者の受入れ体制の強化にも繋がることになります。

また、インバウンド需要を想定するに当たっては、新型コロナウイルス感染症の影響の見通しが不透明である現時点では、B to B(Business to Business:法人向け)の旅行商品及び B to C(Business to Consumer:個人向け)の旅行商品の両方を念頭に置いて商品開発に臨むことが適切であると考えられます。

インバウンド向け旅行商品を試行的に造成し、実証実験を実施

上記のとおり初期的な顧客ターゲットについて、高付加価値を求めるインバウンドとして位置付けたうえで、本市は、「野遊び SDGs 体験コンテンツを活かした旅行商品の造成及び提供体制構築事業」の実施を通じて、「いなべらしい」コンテンツを実際に組み込んだ旅行商品を試作するとともに、実証実験を実施しました。(ただし、新型コロナウイルス感染症の蔓延が再拡大したこともあり、当日は急遽オンラインによるモニターツアーへと切り替えました。)

「いなべらしい」コンテンツを活かした旅行商品による実証実験の工程(オンラインモニターツアーとして実施)

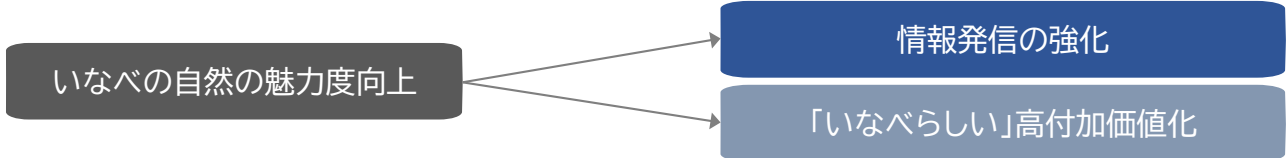


(注)撮影時及び飲食時のみマスクを外しています。

高付加価値を求めるインバウンド向けの情報発信の強化もあわせて試行的に実施

第1部で述べた通り、いなべの自然を活かした魅力度を向上させるためには、「いなべらしい」体験型コンテンツによる高付加価値化の取り組みと足並みを揃えて、当該コンテンツの価値を、積極的かつ効果的に对外情報発信をしていくことが今後重要になります。

いなべ市の魅力度向上に向けた方向性(再掲)



その際、旅行商品のターゲットを少なくとも初期的には高付加価値を求めるインバウンドに据えたことに鑑み、当然ながら情報発信のターゲットについても、同様にインバウンド需要に設定することとなります。

したがって、広報媒体としては国内向け日本語メディアだけでは当然不十分であり、海外で人口に膾炙する多言語メディアへの露出を増やし、高付加価値を求めるインバウンドに対して本市の認知度を高めるとともに、「いなべに訪れてみたい」という欲求を駆り立てる必要があります。

上記の狙いを踏まえ、本市は、これまで「野遊び SDGs 広報事業」を実施し、外国人旅行者をはじめとする本市への来訪者をターゲットとした外国の観光誌における紹介記事の掲載及び広報冊子の作成等に取り組んできました。

「野遊び SDGs 広報事業」により作成した外国の観光誌における紹介記事の例



2.2 「いなべらしい」体験型コンテンツを本格展開する上での今後の課題

ソフト面の課題としては、野遊び SDGsのもと、いなべならではの「世界的価値」への引き上げ

前項までで述べた通り、本市はこれまで野遊び SDGs 事業の一環として、「いなべらしさ」を高付加価値の体験型コンテンツ及び旅行商品として造成するための取り組みを実施してきていますが、様々な試行を重ねる中でソフト・ハード両面から課題も見えてきました。

今後に向けた課題(ソフト面)

ソフト面の課題	<ul style="list-style-type: none"> ▶いなべに来ることで初めて体験できる、いなべ固有の「世界的価値」になっていない(あわせて、高付加価値を求めるインバウンド旅行者目線の商品づくりも必要)
ハード面の課題	<ul style="list-style-type: none"> ▶いなべを周遊し、いなべを体感してもらうために必要な滞在拠点が不十分 ▶「いなべらしい」体験型コンテンツを一元的に提供する「場」が存在していない

まず、ソフト面の課題としては、野遊び SDGs 体験コンテンツ開発事業等により、「いなべらしい」食材や文化を題材とする体験型コンテンツの深化に係る取り組みは確実に進展していますが、一方で、海外の旅行者が、“わざわざ”そのコンテンツを体験するために無数にある観光地候補の中からいなべを選択するに至るレベルには未だ達していない可能性が高いと言わざるを得ません。

また、価値観の多様化が進む現代は、SIT(Special Interest Tour:テーマ性の高い特別な目的に絞った旅行)を求める旅行者が増加傾向にあることにも鑑み、体験型コンテンツが「地域が思う価値の押し売り」とならないよう、ターゲットの実際の関心や個別の指向に即したマーケットイン目線での商品造成が今後ますます重要になります。

これらは全国各地で共通の課題であり、裏を返せば共通で万能なソリューションは存在しないことから、あらためて本市固有の「世界的価値」を高めていくほかありません。

その際、本事業の根幹にある価値観は「野遊び SDGs」である点に立ち返り、「いなべらしい」体験型コンテンツを「野遊び SDGs」と掛け合わせていくことで得られる果実こそが、高付加価値を求めるインバウンド需要に対して本市として訴求すべき“本物の価値”と考えられます。

具体的には、あくまで一例ですが、「いなべらしい」体験型コンテンツの中には地域の食文化を題材とするものが数多いことを踏まえ、SDGsの中で食育と関係の深い目標2、目標4及び目標12と結び付ける形で持続可能な食料システム(フードシステム)の構築にまで意識を向けた体験コンテンツに昇華させることも考えられます。

“「持続可能な開発のための 2030 アジェンダ」は、17 の目標と 169 のターゲットから成る「SDGs(持続可能な開発目標)」を掲げ、「誰一人取り残さない」社会の実現を目指しています。SDGs の目標には、「目標 2. 飢餓を終わらせ、食料安全保障及び栄養改善を実現し、持続可能な農業を促進する」、「目標 4. すべての人々への包摂的かつ公正な質の高い教育を提供し、生涯学習の機会を促進する」、「目標 12. 持続可能な生産消費形態を確保する」などの食育と関係が深い目標があります。”

— 農林水産省「第4次食育推進基本計画」啓発リーフレット 2021年5月更新版 —

「野遊び SDGs」×「いなべらしい」体験コンテンツの取り組みの方向性の例 (テーマ例:「食育」)



ハード面の課題としては、滞在拠点の整備及び体験価値を一元的に提供できる場の構築

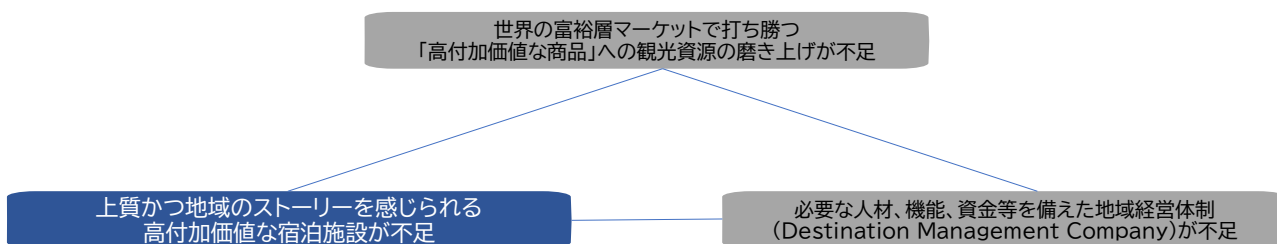
今後に向けた課題(ハード面)

ソフト面の課題	<ul style="list-style-type: none"> ▶ いなべに来ることで初めて体験できる、いなべ固有の「世界的価値」になっていない(あわせて、高付加価値を求めるインバウンド旅行者目線の商品づくりも必要)
ハード面の課題	<ul style="list-style-type: none"> ▶ いなべを周遊し、いなべを体感してもらうために必要な滞在拠点が不十分 ▶ 「いなべらしい」体験型コンテンツを一元的に提供する「場」が存在していない

一方、ハード面の課題については、より根本的な課題とも言えます。まず何よりも、いなべという地域を回遊し、体感してもらうためのハブの役割を果たすのにふさわしい滞在・宿泊拠点を優先的に整備する必要があります。

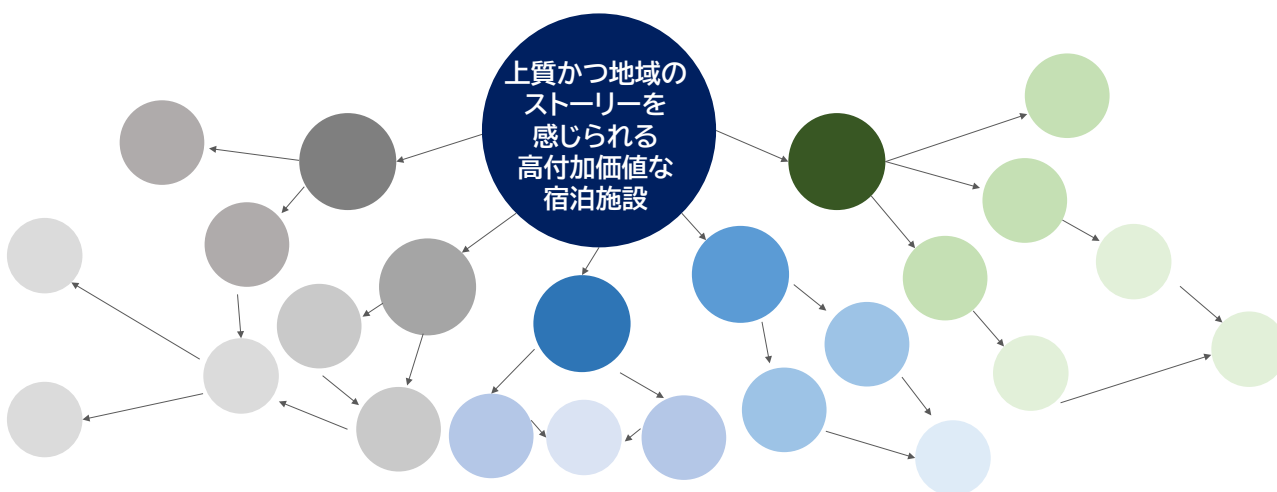
なぜならば、国等の指針においても、高付加価値を求める国内観光客・インバウンド双方に対しては、上質かつ地域のストーリーを感じられる高付加価値な宿泊施設が必要不可欠である点指摘されているところ、本市においては第1部で述べた通り、そもそも宿泊施設の絶対数が他地域と比較しても少ない中であって、そうしたハイクオリティの滞在拠点の整備は喫緊の課題と言えるからです。

高付加価値を求める旅行者誘致に必要なもの・課題についての整理 (参考:観光庁資料)



観光庁資料「魅力的な地域コンテンツの発掘力・商品造成力の強化について」(2022年1月)を基に作成

「上質かつ地域のストーリーを感じられる高付加価値な宿泊施設」を整備する意義のイメージ図



新たな宿泊施設(滞在拠点)が、いなべの地域資源(コンテンツ・観光スポット等)を堪能するためのハブの役割を果たす

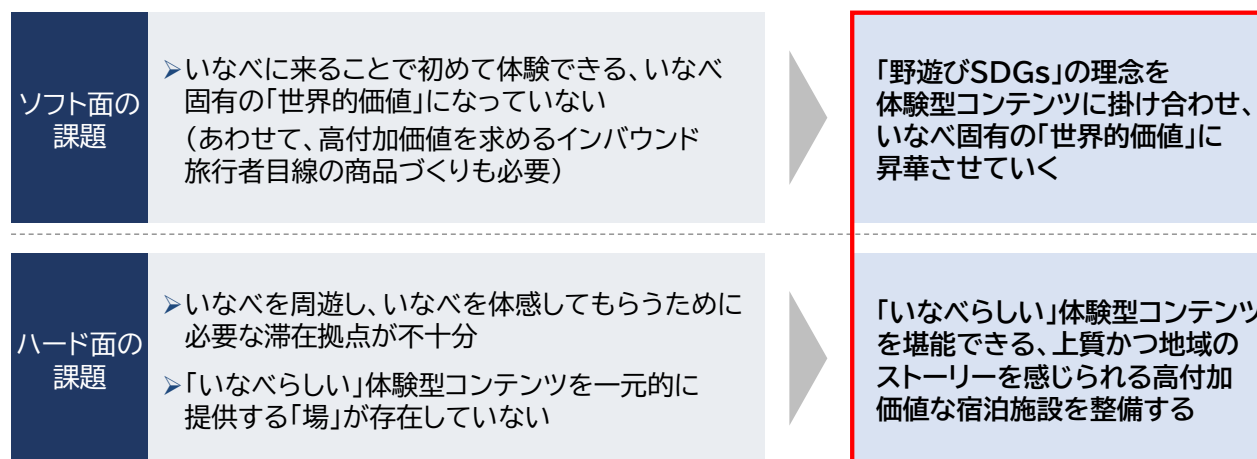
また、いなべを訪れる人々に、「いなべらしい」体験コンテンツを効果的に堪能してもらう観点でも、拠点を整備したうえで、当該拠点を多種多様なコンテンツを一元的に提供できる場とすることは非常に有効な策となります。

それぞれの事業者が各自の事情に応じて体験コンテンツを提供することとした場合には、ニーズの取りこぼし等により意図しない形で体験価値を毀損してしまうおそれがあるところ、特定の場で一元的に提供できるようにした場合には、全体を通じた商品造成のデザインができるほか、同時に複数の体験コンテンツを提供できる等、高付加価値に一層の厚みをもたらされることとなります。

さらに、前出の野遊び SDGs 体験コンテンツ開発事業における試行により見えてきた課題として、各事業者の事業所等を体験コンテンツの提供場所とした場合には、スペースやスタッフ人員の問題等から、一度に催行できる人数に限りがあるほか、通常の業務運営に支障をきたすおそれも生じていたところ、上記のように新たに場を設けることとした場合には、そうした懸念についても解消できることとなります。

以上の課題をまとめると、下図の表のようになります。

「いなべらしい」体験型コンテンツを本格展開する上での今後の課題と基本的な方向性



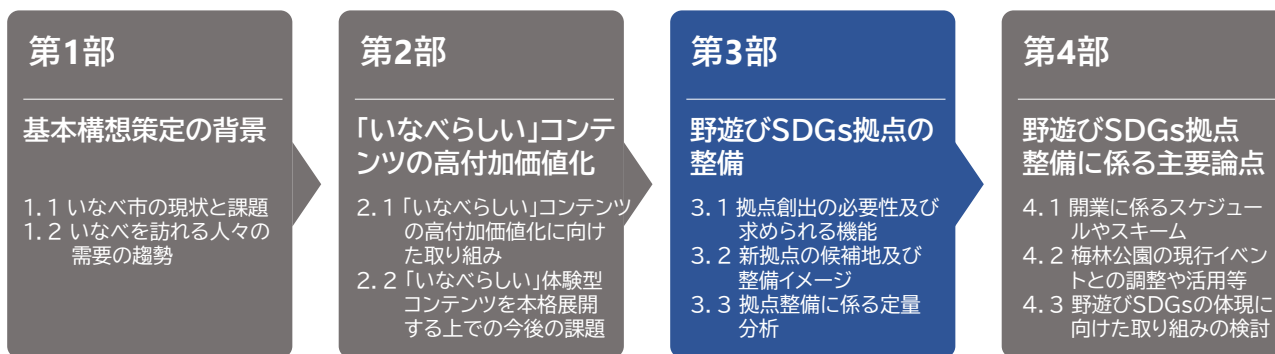
まずソフト面の課題については、「いなべらしい」体験型コンテンツのさらなる磨き上げを図るため、野遊び SDGs の理念等も十分に意識したうえで、引き続きコンテンツの深化を進めていくことが唯一解となります。

一方、ハード面の課題については、いなべを訪れる人々に「いなべらしい」体験型コンテンツによる高付加価値を十分に堪能してもらう必要性や、一元的に当該コンテンツを提供する意義等に鑑みて、新たに「上質かつ地域のストーリーを感じられる高付加価値な宿泊施設」を整備していくことが最適解となります。第3部では、当該新たな施設の整備をテーマとして、必要な論点を順に検討していくことにします。

第3部 野遊び SDGs 拠点の整備

第3部では、第2部における結論として導出された、「いなべらしい」体験型コンテンツを堪能でき、かつ、上質かつ地域のストーリーを感じられる高付加価値な宿泊施設(野遊び SDGs 拠点)の整備について、具体的に検討していくことにします。

本基本構想の流れ(再掲)



まず、「いなべらしい」「野遊び」を堪能できる宿泊形態として、五感で本市の地域資源を体感できる、グランピング及びキャンプが最適解であるとしたうえで、併設すべき機能として、「いなべらしい」体験型コンテンツを提供する「場」や地域商品やアウトドア用品の物販施設をはじめ、地元の食材等を提供するレストラン、自然資源を堪能できる温浴施設等のほか、いなべに暮らす人々といなべを訪れる人々が交流できる広場や、本市全域に宿泊客等を送客し、賑わいを波及させるための観光案内所等を挙げています。

続いて、実際に野遊び SDGs 拠点を整備する候補地として梅林公園を選定するとともに、実証実験(モニタリングキャンプ)の実施を通じて初期的なゾーニングのもとにレイアウトを作成します。具体的には、「拠点棟エリア」「野遊び広場」「野遊びアカデミー」「グランピングエリア」「キャンプエリア」により当該拠点が構成されることを想定します。

その上で、野遊び SDGs 拠点が整備された場合の定量分析を実施しています。ただし、需要予測については、新型コロナウイルス感染症の影響や見通しが不透明であることに鑑み、幅を持たせた需要予測シナリオを想定することとしています。また、需要予測を踏まえた収支分析や経済波及効果についても試算しています。

3.1 拠点創出の必要性及び求められる機能

「いなべらしい」コンテンツを定住人口・交流人口両方に提供する「場」が必要

第1部で述べた通り、本市が「住んでいーな！来ていーな！活力創生のまちいなべ」を実現していく上では、いなべに暮らす人々(定住人口)と、いなべを訪れる人々(交流人口)の両者に向けて、豊かな地域資源を活かして「いなべらしい」コンテンツを磨き上げ、高付加価値化していくことが重要になります。

その点を受けて、第2部では、従前推進してきた「いなべらしい」体験型コンテンツの開拓・開発の取り組みを「野遊び SDGs」の理念のもとで一層深化させていく必要がある点について言及しました。

あわせて、インバウンドを含むいなべを訪れる人々(交流人口)に対して実際に価値提供していく上では、上質かつ地域のストーリーを感じられる高付加価値な宿泊施設が必要不可欠であること、そして、いなべを訪れる人々(交流人口)のみならずいなべに暮らす人々(定住人口)に対しても「いなべらしい」体験型コンテンツを一元的に提供できる「場」や「空間」が重要であることについても問題提起したところです。

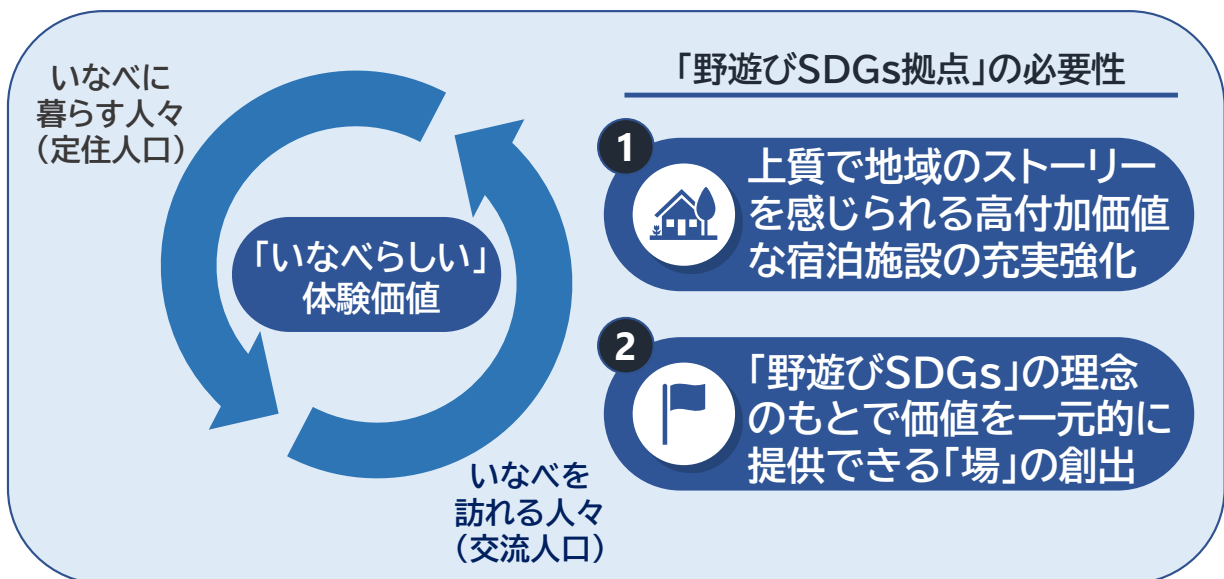
換言すれば、今後本市が持続可能なまちづくり・人づくりを真に実現していくためには、「野遊び SDGs」の理念が体现される形で「いなべらしい」価値をいなべに暮らす人々(定住人口)と、いなべを訪れる人々(交流人口)それぞれに提供できる「場」や「空間」を有する滞在拠点を整備していくことが最も理想的な方向性ということになります。

そのような価値提供を可能とする「場」や「空間」が存在することによって、いなべに暮らす人々といなべを訪れる人々との間の新たな交流や賑わいも生まれ、そして「いなべらしい」体験型コンテンツもさらに磨き上げられるという好循環も期待できます。

また、第1部で述べた通り、こうした新たな拠点の整備に際しては、SDGs の理念である“誰一人取り残さない”にも鑑み、山辺も含めて市内全域で賑わいを創出し、回遊を促していくことができるようなデザインとしていくことも重要です。

上記を踏まえ、当該新たな拠点を「野遊び SDGs 拠点」とし、この第3部において具体的に検討を深めます。

「野遊び SDGs 拠点」を創出する必要性



「いなべらしい」「野遊び」を堪能できる宿泊拠点としてグランピング及びキャンプを想定

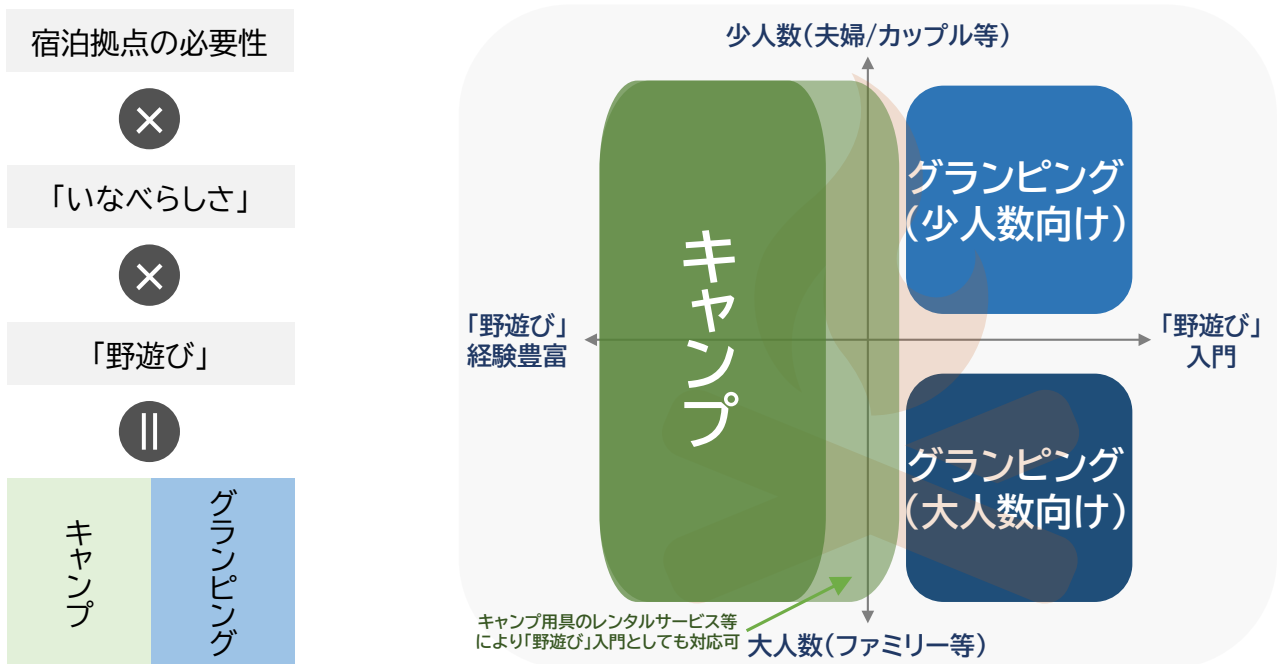
「いなべらしい」コンテンツを媒介として、いなべを訪れる人々が滞在できる宿泊拠点を創出するにあたっては、「いなべらしい」宿泊形態として最適な選択肢を検討していく必要があります。

一般的に高付加価値を提供する周遊等における宿泊拠点としては、ラグジュアリーでハイクラスなシティホテルが想起されるケースもありますが、本基本構想のコンセプトがいなべの自然を出発点とし、「いなべらしさ」を来訪客に五感で堪能して頂くことに主眼を置いていることに鑑みれば、宿泊形態としては、「いなべらしさ」を「野遊び」によって全身で体感できる形態として、グランピング及びキャンプをあるべき姿の1つとして挙げることができます。

ここでグランピングとキャンプを併用する理由としては、多様性が前提となる現代社会において、本市を訪れるターゲット層として、夫婦やカップル等の少人数からファミリー等の大人数に至るまで、幅広く想定するとともに、同じ高付加価値であってもその中でさらに「野遊び」への慣れの度合いに応じて、すなわち経験豊富な方向けにはキャンプを、入門の方向けにはグランピングを、等使い分けて頂くことを想定しているためです。

また、上記を踏まえ、グランピング施設の整備に当たっては、夫婦やカップル等の少人数をターゲットとしたモバイルハウス等と、ファミリー等の大人数をターゲットとしたモバイルハウスやグランピングテント等とを合わせて整備していくことが望ましいと言えます。なお、キャンプについては、テント等のキャンプ用具一式のレンタルサービスを展開する等により、「野遊び」の入門の人々にとっても広く門戸を開くことも可能になります。

本基本構想のコンセプトのもとで整備すべき宿泊拠点のあり方（ターゲット層の多様性にも配慮）



野遊び SDGs 拠点を充実させるためにグランピング+キャンプに併設すべき機能・施設

宿泊形態としてグランピング及びキャンプを想定する場合に、野遊び SDGs 拠点到にふさわしい機能や施設を必要合理的な範囲で検討していく必要があります。

まず、本基本構想のコンセプトである「野遊び SDGs」を実現するために必要不可欠な機能として、「いなべらしい」体験型コンテンツを五感で堪能するための「場」を設ける必要があります。当該コンテンツには屋内・屋外で提供すべきものがそれぞれが想定されるため、両ニーズを満たす形で設計されることが重要です。また、体験価値を下支えするために、本市の地域商品や、キャンプを楽しんでもらうためのアウトドア用品を販売する物販施設を設置することが考えられます。(①)

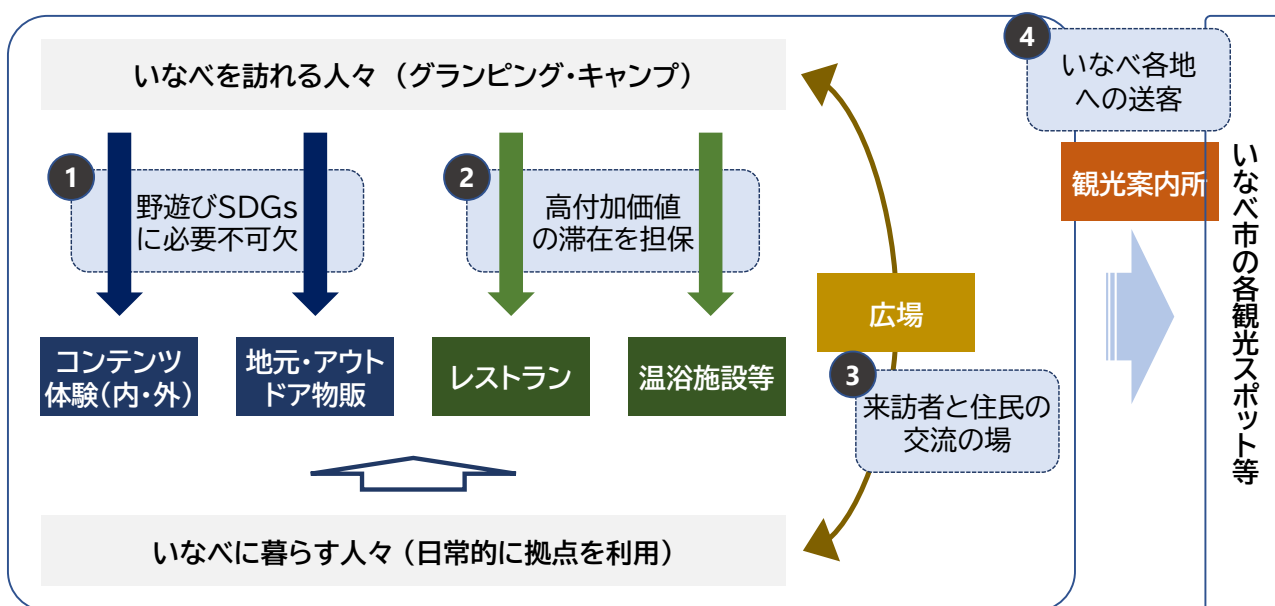
次に、いなべを訪れる人々がグランピング又はキャンプで宿泊する際に、その滞在の高付加価値化を担保するサービスとして、地元の食材や郷土料理による(BBQ スタイルによる提供含む)1泊2食付の滞在プランを可能とするレストランを設置するほか、本市が誇る自然資源を堪能できる温浴施設やサウナ等(以下「温浴施設等」という。)の併設が必要です。(②)

なお、本基本構想では、いなべを訪れる人々同様に、いなべに暮らす人々にとっても必要な拠点とする必要があることから、上記①②については、いなべに暮らす人々に対しても広く開放し、サービスを提供していく方向性としていくことが基本線となります。

続いて、当該拠点を整備する意義の1つでもある、いなべに暮らす人々といなべを訪れる人々が交流し、お互いに語り、「野遊び」を楽しむことで新たな賑わいが生まれるような場としての広場(パブリックスペース)も必要不可欠です。(③)

そして、本市のビジョンである「住んでいなべ！来ていなべ！活力創生のまちいなべ」を真に実現する観点では、当該拠点における賑わいの創出にとどまらず、拠点を訪れるいなべに暮らす人々、いなべを訪れる人々、それぞれを、市内各地の観光スポット等へと送客し、本市全域で賑わいを創出する一助となるような観光案内所等についても併設することが理想的です。(④)

いなべを訪れる人々、いなべに暮らす人々、それぞれのニーズを満たすために必要な機能・施設



3.2 新拠点の候補地及び整備イメージ

野遊び SDGs 拠点を創出する候補地として梅林公園を選定

野遊び SDGs 拠点到に必要な機能・施設に係る方向性を決定した次の段階として、具体的に本市内のどの場所です実際に当該拠点を整備すべきかを選定していく必要があります。

候補地として梅林公園、いなべ市農業公園エコ福祉広場、いなべ公園、宇賀溪(+水晶谷)、ドロマイト鉱山跡地、白石工業鉱山跡地の計6カ所をリストアップしたうえで、現地視察を経て総合的に検討しました。

検討の結果、広大な土地に恵まれ、数多くの梅林等の観光地ポテンシャルが高く、賑わいを新たに創出できる山辺として最適である等の理由から、梅林公園を最有力候補として選定しました。他5候補地についても、景観等の観点で有力な候補地が出揃っていましたが、主にボトルネックの解消に係るハードルの高さゆえ、最有力候補とはしませんでした。

野遊び SDGs 拠点の各候補地のリストアップ理由及び課題

候補地	リストアップ理由	課題
<div style="display: flex; align-items: center;"> <div style="background-color: #003366; color: white; padding: 5px; text-align: center; width: 150px;"> いなべ市 農業公園 梅林公園 </div>  </div>	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 広大な土地と数多くの梅林等、観光地ポテンシャルが高い ◆ 地域の方々による梅林の剪定等、整備が行き届いている 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 太陽光パネル・キャンプ施設・間伐材ヤード等の現行事業者との調整が必要
<div style="display: flex; align-items: center;"> <div style="background-color: #003366; color: white; padding: 5px; text-align: center; width: 150px;"> いなべ市 農業公園 エコ福祉広場 </div>  </div>	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 広大な土地に恵まれ、観光地ポテンシャルが高い 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 新しい展開を持っていく際に、現状の建物との調整が必要
<div style="display: flex; align-items: center;"> <div style="background-color: #003366; color: white; padding: 5px; text-align: center; width: 150px;"> いなべ公園 </div>  </div>	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 池や塔等のユニーク性や広大な土地で、エリア別テーマを持たせた分散型展開が可能 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 敷地自体は広いものの、拠点整備をする有効地は少ない
<div style="display: flex; align-items: center;"> <div style="background-color: #003366; color: white; padding: 5px; text-align: center; width: 150px;"> 宇賀溪 + 水晶谷 </div>  </div>	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 鈴鹿国定公園に指定され、河川特有の景色や自然が残存 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 別事業により既に整備予定済
<div style="display: flex; align-items: center;"> <div style="background-color: #003366; color: white; padding: 5px; text-align: center; width: 150px;"> ドロマイト 鉱山跡地 </div>  </div>	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 鉱山跡ならではの歴史観溢れる景観や高台からの絶景等、観光地ポテンシャルが高い 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ アクセス道路並びにインフラの整備が必要
<div style="display: flex; align-items: center;"> <div style="background-color: #003366; color: white; padding: 5px; text-align: center; width: 150px;"> 白石工業 鉱山跡地 </div>  </div>	<ul style="list-style-type: none"> ◆ いなべ市の歴史を感じられる 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 荒廃が進み危険性が高い

メイン拠点となる梅林公園で、実際に実証実験(モニタリングキャンプ)を実施

梅林公園を野遊び SDGs 拠点の候補地として選定したことを踏まえ、続くステップとして、梅林公園にて実証実験を実施しました。拙速に設計プロセスに入るのではなく、現場で実際に疑似体験をすることにより初めて判明するニーズや課題感を抽出できると考えたためです。

当該実証実験においては、可能な限り実際に整備予定の拠点で提供される価値を模したものとするため、①参加者は梅林公園で宿泊(テント泊、一部トレーラーハウス泊)をし、②地元の食材を活かした形で2食(夕食⇒朝食 ※終了後にオプションとして昼食)を提供しました。なお、③「いなべらしい」コンテンツの提供(手もみ茶体験)及び④温浴施設については、拠点整備前の代替手段として、ツアー形式により、市内の事業者へと直接車移動をすることとしました。

実証実験の流れとしては、1日目にまず参加者に梅林公園の全体像を把握してもらうために、約1時間半かけて市役所職員案内のもとで、梅林公園全体を散策しました。

続いて、車移動により「いなべらしい」コンテンツ体験の1つとして手もみ茶の体験を実施し、そのまま市内の温泉(露天風呂あり)に向かいました。

その後、梅林公園へ戻り、地域活性化企業人として本市と繋がりのある飲食事業者の協力のもと、地元食材を使った夕食を囲んだ後、焚き火台を3カ所設置し、焚き火を囲んで野遊び SDGs 拠点についての意見交換(焚き火トーク)を実施しました。就寝前には地元ガイドの案内の下で星空観賞を実施しました。

2日目は、早朝に地元インストラクターのもとで山並みを眺めてのヨガ体験を実施した後、地元事業者による食材及び調理が提供される形で朝食が振る舞われました。

最後に、参加者全員でワークショップを実施し、いなべにおける課題感や、梅林公園を活用したいいなべ周遊ツアーの考案について意見交換がなされました。

梅林公園における実証実験の工程概要及び開催当日の様子 (2021年11月4 - 5日実施)



梅林公園モニタリングキャンプ(1泊2日)



梅林公園散策

拠点のレイアウト作成に向けて場内を巡る



手もみ茶体験

「いなべらしい」体験コンテンツに触れる



地元食材を使った夕食

大自然の中でいなべの食材を堪能する



焚き火トーク

焚き火を囲み、いなべの未来を語る



星空観賞

闇夜の静寂に包まれて満天の星空を仰ぐ



朝ヨガ体験

壮大な鈴鹿山脈を眺めながら心身を整える

実証実験を実施したことにより、いなべを訪れる人々にグランピング及びテント泊を前提として「いなべらしい」コンテンツを体験してもらい、レストランや温浴施設も含めた「野遊び」を体感してもらうための野遊びSDGs拠点を、梅林公園に整備する方向性の正当性・妥当性が実証されました。

一方で、当初想定していた整備案についての課題や今後検討すべき論点についても同時に明らかとなったため、今後設計フェーズに移行した際には、特に留意する必要があります。

梅林公園における実証実験(モニタリングキャンプ)を通じた総括

Overview

- ◆ 梅林公園は広大な敷地を誇り、かつ、鈴鹿山脈を望む等、雄大な自然景観に恵まれていることから、いなべに暮らす人々が日常的に利用し、及び、いなべを訪れる人々がグランピングやキャンプによって滞在するための野遊びSDGs拠点を整備する環境として最適である点の実証されました
- ◆ 同時に、次のステップとして具体的に梅林公園内の整備イメージ(レイアウト)を考えていく上での示唆も得られました(下記)

レイアウト上の論点	実証実験を踏まえた考察
<div style="background-color: #1a3d4d; color: white; padding: 10px; text-align: center;"> 拠点全体の デザイン </div>	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 第1駐車場を人が集まる場に設計しないと敷地全体が空洞化する ➢ 拠点棟を現第2駐車場に設置する場合、高台エリアからかなり遠くなることや、中心となる第1駐車場と高低差が生じることが懸念される ➢ 梅林公園は高低差や勾配が目立つため、高齢者等を含めすべての人々に開放するためには、バリアフリー等の設計に配慮する必要
<div style="background-color: #1a3d4d; color: white; padding: 10px; writing-mode: vertical-rl; text-orientation: upright;"> 各施設の デザイン </div> <div style="background-color: #4d4d4d; color: white; padding: 10px; text-align: center;"> レストラン (飲食) </div>	<ul style="list-style-type: none"> ➢ BBQスタイル等、自然の中でいなべの食材を堪能することで特別感が得られる ➢ 夜は特別なプライベート感が得られるため、宿泊客以外に対してはディナー営業はしないほうが望ましい(する場合は動線分離が必要) ➢ レストランは、山並みの景観が望めるようテラス配置等が望ましい
<div style="background-color: #4d4d4d; color: white; padding: 10px; text-align: center;"> 温浴施設 </div>	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 雄大な自然を眺望できる露天風呂やアウトドアサウナを併設すべき ➢ 夜は特別なプライベート感が得られるため、宿泊客以外に対しては夜間・早朝営業はしないことが望ましい(する場合は動線分離が必要) ➢ 実証実験では、市内の温泉を利用したが、梅林公園からは距離があるため、野遊びSDGs拠点敷地内に整備することが望ましい
<div style="background-color: #4d4d4d; color: white; padding: 10px; text-align: center;"> グランピング ・キャンプ </div>	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 宿泊者のプライベート空間を担保するためにも、グランピングやキャンプエリアは拠点棟から距離を置くことが望ましい。ただし、現駐車場から距離がある場合には、直接乗り入れ可能とする必要。 ➢ 実証実験エリアの近辺にはお手洗いが無かったが、拠点棟とは別個にグランピングやキャンプエリアの近くに設置は必要不可欠。

本基本構想策定時点における野遊び SDGs 拠点のレイアウト(初期案)を作成

これまで記載した野遊び SDGs 拠点に必要な機能・施設、実証実験を通じて得られた示唆、梅林公園に既存の事業者やイベントを総合的に考慮したうえで、現時点版としてのレイアウト案を作成しました。

なお、具体的な諸元等については、本基本構想策定以降、実際に設計フェーズにおいて検討・決定されるべき事柄のため、現時点ではあくまで視覚的に分かりやすくするための初期的資料として以下掲載します。

野遊び SDGs 拠点のレイアウト(初期案) —平面図— ※基本構想時点のため、今後変更はあり得ます



野遊び SDGs 拠点のレイアウト(初期案) —鳥瞰イメージ— ※基本構想時点のため、今後変更はあり得ます



各エリアのコンセプト及び整備方針(初期案)※基本構想時点のため、今後変更はあり得ます

エリア(仮称)	コンセプト	整備方針(初期案)
拠点棟エリア LAND STATION	いなべに暮らす人々、 いなべを訪れる人々、 それぞれを出迎える 「山辺」のエントランス 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 野遊びSDGs拠点に必要な不可欠な屋内機能を一元集約して整備 <ul style="list-style-type: none"> ✓ 体験型コンテンツ(屋内) ✓ 地元物販+アウトドア店舗 ✓ 観光案内 ✓ レストラン ✓ 温浴施設
野遊び広場 NOASOBI Public Square	いなべに暮らす人々と いなべを訪れる人々が 「野遊び」を介して交流し、 絆を深める賑わいの場 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 野遊びSDGsの中心部として、緑化を基本線に、現第1駐車場(アスファルト舗装)を再整備 <ul style="list-style-type: none"> ※ 拠点棟エリアやグランピングエリア等からのスムーズな歩行者動線の確保や、Tour of Japan運営への配慮は必要
野遊びアカデミー NOASOBI Academy	「いなべらしい」体験型 コンテンツを通じて 人々がいなべの自然や 文化の学びを深める場 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 体験型コンテンツ(屋外)のほか、「野遊び」を通じた学びや研修を可能とする空間とするべく、現直売施設のリニューアル等により再整備
グランピングエリア Glamping Area	「野遊びSDGs」の理念 のもとで高付加価値の 滞在体験を得られる グランピング空間 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 高台や桜植栽地にモバイルハウス・テントグランピング等を計15棟程度(予定) <ul style="list-style-type: none"> ※ ウッドデッキやトイレ等併設も検討 ▶ 乗り入れのための道路や駐車場を整備 ▶ アウトドアサウナやバーラウンジ、バックヤード等を整備
キャンプエリア Camping Area	「野遊びSDGs」の理念 のもとで高付加価値の 滞在体験を得られる キャンプ空間 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 芝生造成等により、現イベント広場及び加工場立地エリアにテントサイトを整備 ▶ サニタリー棟(トイレ・炊事場)を両エリアに計2棟(予定)整備 <ul style="list-style-type: none"> ※ うち1棟は、加工場のリニューアル等により対応することも検討

野遊び広場のイメージパース①



野遊び広場のイメージパース②



グランピングエリアのイメージパース①



グランピングエリアのイメージパース②



グランピングエリアのイメージパース③



キャンプエリアのイメージパース



なお、野遊び SDGs 拠点のサテライト施設としてドロマイト鉱山跡地の活用も考えられる

前述の通り、野遊び SDGs 拠点の整備地としては梅林公園が最有力候補として考えられるところですが、一方で、いなべを訪れる人々に本市を周遊してもらう観点では、さらに梅林公園以外のロケーションを活用して、野遊び SDGs の機運をいなべ全域で盛り上げていける仕掛けづくりをしていくことも考えられます。

具体的には、風光明媚な景観が魅力的なドロマイト鉱山跡地をいわばサテライト施設として活用する方向性についても検討の余地が残されています。

ドロマイト鉱山跡地は、ドロマイト鉱山採掘として、中山間地域である本市の産業を支えてきた場所で、廃鉱以降は荒廃地となっていますが、鉱山跡ならではの歴史観あふれる景観や、本市を一望できる高台からの絶景など新たな観光地点としての高いポテンシャルを有している点については疑いの余地がありません。

そこで、サテライト施設としてのポテンシャルを検証する意味合いも込めて、訪日外国人向け旅行会社、飲食関連企業及びアウトドア関連企業を参加者とする形で、当該ロケーションにてアウトドア用品を活用して「野遊び」の空間を造成し、地元食材を使った食事を囲む等の実証実験を実施しました。

参加者は口を揃えて唯一無二の体験ができたことに満足していました。一方で、実証実験当日は、一時的にプログラムを中断せざるを得ないほどの強風にさらされたことから、実際に事業運営を検討するに当たっては、こうした厳しい自然条件への対応策も併せて検討することが必要不可欠となります。

ドロマイト鉱山跡地における実証実験の様子



(注)撮影時及び飲食時のみマスクを外しています。

続いて、上記実証実験を踏まえ、ドロマイト鉱山跡地におけるサテライト拠点の整備計画を今後検討する前段として、当該エリアに係る土地利用調査を実施しました。


当該調査の前提として、サテライト拠点としては、実証実験で利用した平坦部(約 9,100 m²)を広場として整地するとともに、景観の荒廃感を軽減する工夫として、岩質土を砂質土等に置き換え、また、芝等により緑化を図ることとしました。

調査の結果として、法面、排水及び防護柵等についても整備が必要であることとした上で、サテライト拠点を立地させること自体については、土地利用上可能であるとの結論に達しました。

なお、初期的な参考値としての概算になりますが、工事費(直接工事費)としては、計 215 百万円と推計されています。

一方で、当該エリアへの道路整備や、衛生施設の設置に係る給水管配置、その他土質に係る細部調査を実施した場合の追加論点等、引き続き検討すべき課題は残されています。特に、青川右岸側の道路と当該エリアを結ぶ道路は存在するものの路面及び路側が荒れており、延長 1.5km が未舗装のため、道路整備は必須となります。

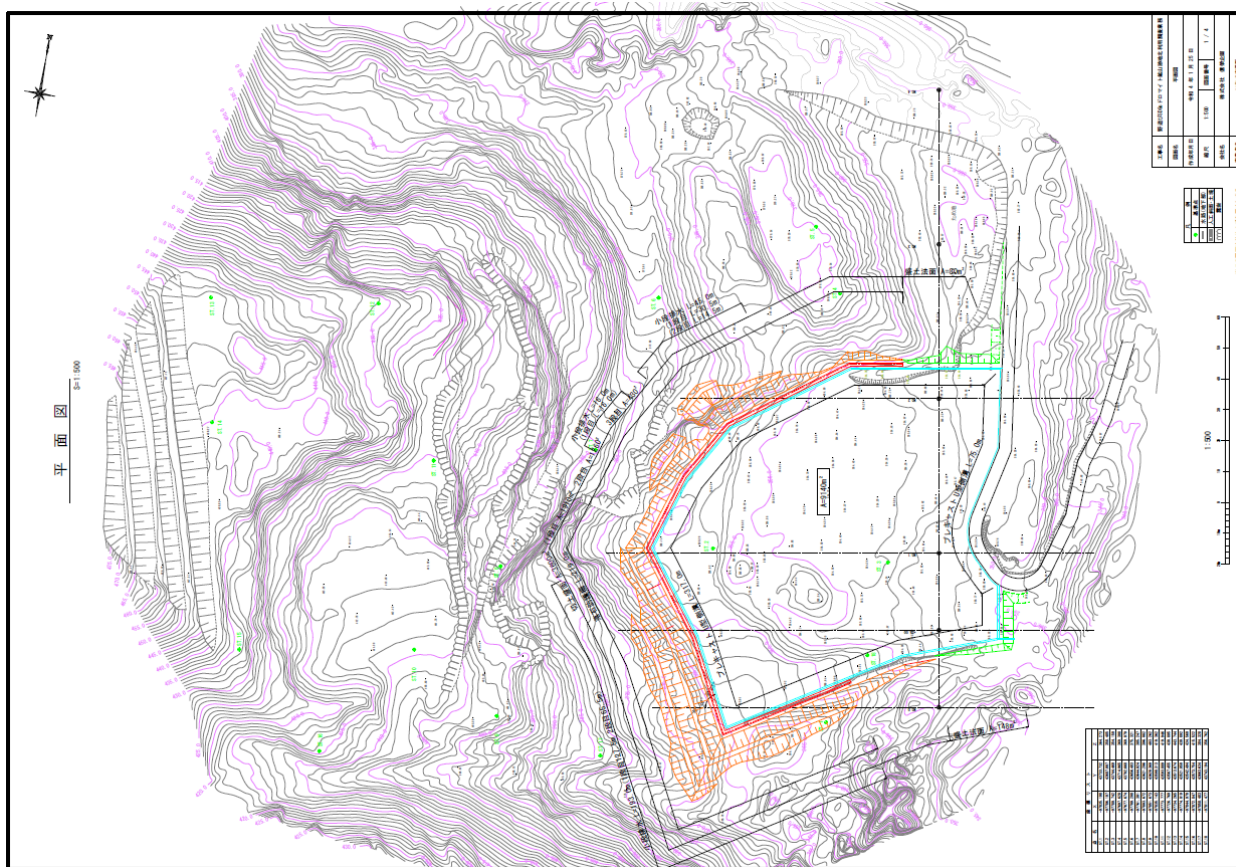
土地利用調査の結果①(整備計画の概要)

広場工	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 採掘跡地の平坦部を主に、広場に整地する。 ◆ 整備面は、岩質土を砂質土等と置き換え、芝等を張り緑化を図る。 <p>※広場エリアについては右写真(2枚)参照。</p>	
法面工	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 現地の分布する岩は堆積岩(苦灰岩)と推定し、亀裂の多い箇所も在ることから軟岩Ⅱ～中硬岩として切土勾配 1:0.7 において計画する。 ◆ 盛土勾配は、盛高5.0m以下の盛土として 1:1.5 の勾配にて計画する。 ◆ 法面保護は景観を考慮し、緑化を図る。 	
排水工	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 広場整地面、切土法面の表面排水は、広場整地面外周に側溝を設置し、表面水を排除する。 ◆ 切土法面部は、小段排水施設を設置する。 	
防護柵工	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 現況斜面下に、転石が多数在り、斜面上部に浮石、転石が見られるので、落石対策施設を設置する。 	

土地利用調査の結果②(概算工事費<直接工事費>)

切土工	29,100 m ³	9,580 千円	
盛土工	4,700 m ³	924 千円	
被覆土	2,500 m ³	8,805 千円	
法面整形工	3,760 m ³	3,631 千円	
残土処理工	25,200 m ³	51,307 千円	
張芝工	9,140 m ²	8,008 千円	整地面
法面工	3,760 m ³	7,520 千円	切土面・盛土面
排水施設工	760 m	4,811 千円	側溝工・小段排水工
落石対策工	219 m	120,450 千円	
直接工事費計		215,036 千円	

土地利用調査の結果③(平面図)



(参考)本市内のキャンプ場・グランピング施設とは拠点整備の趣旨・コンセプトが異なる

なお、本市には、オートキャンプ・コテージ・BBQ 場を揃えた青川峡キャンピングパークや、2022年開業予定の Nordisk Hygge Circles UGAKEI 等、アウトドア施設が既に充実しているところ、本基本構想における野遊び SDGs 拠点については、既に繰り返し記載している通り、本市における持続可能なまちづくり・人づくりを「野遊び SDGs」の理念のもとで具現化するものであり、キャンプ場やグランピング施設を擁する点でこれらの施設との共通点が見られるものの、拠点整備の趣旨・コンセプトが全く異なるものとなっています。

(参考) 青川峡キャンピングパーク及び Nordisk Hygge Circles UGAKEI ※公式 HP より

青川峡キャンピングパーク



Nordisk Hygge Circles UGAKEI



3.3 拠点整備に係る定量分析

野遊び SDGs 拠点を整備した場合の宿泊需要を、コロナ影響を加味したシナリオ毎に推計

第3部でここまで検討してきた野遊び SDGs 拠点を実際に整備した場合に見込まれる宿泊需要(キャンプ・グランピングの年間利用者数)について、重回帰分析により、仮試算をすることとします。

具体的には、野遊び SDGs 拠点が併せ持つ予定の機能と同種の機能を有する他地域の施設や、当該拠点と近接する施設等をサンプリングし、需要予測の対象となる年間利用者数を目的変数、利用者数に大きな影響を及ぼすと考えられる4要素(①施設の敷地面積、②キャンプサイト・グランピングサイト数、③圏域人口、④施設の機能)を説明変数とする重回帰分析を実施し、得られた回帰方程式を野遊び SDGs 拠点到適用することにより、当該拠点の年間利用者数(宿泊需要)を推計します。(各数値については対数変換することとします。)

サンプリング対象の施設としては、青川峡キャンピングパーク(三重県)、キャンプ inn 海山(三重県)、NEO キャンピングパーク(岐阜県)、椀の湖オートキャンプ場(岐阜県)、十二坊温泉ファミリーキャンプ場(滋賀県)、朽木オートキャンプ場(滋賀県)、美苗キャンプ場(北海道)、水海道あすなろの里ロジック棟及びキャンプ場(茨城県)、茅ヶ崎市柳島キャンプ場(神奈川県)、大久保キャンプ場(静岡県)、大原湖キャンプ場(山口県)、五ヶ山水源公園キャンプ場(福岡県)、スノーピーク十勝ポロシリキャンプフィールド(北海道)、スノーピーク箕面キャンプフィールド(大阪府)、スノーピークおち仁淀川キャンプフィールド(高知県)、スノーピークかわの駅おち(高知県)、スノーピーク土佐清水キャンプフィールド(高知県)、スノーピーク奥日田キャンプフィールド(大分県)の計18施設とし、各数値は各施設への郵送アンケート調査の結果及び総務省の地理情報システム(jSTAT MAP)による出力結果を使用しています。

なお、③圏域人口については、対象となる拠点から100km 圏内を0-40km 圏、40-70km 圏、70-100 km 圏に3分割したうえで、それぞれの圏域人口に対して距離抵抗を考慮して補正をかけました。

すなわち、ライリーの法則(ある地区から商業施設への出向確率はその距離の2乗に反比例する)を3つの各距離圏に適用した人口を「市場ポテンシャル」とし、それらの和を用いることとしました。

また、④施設の機能としては、吸引力の強弱に応じて、売店及び物販:100点、地域産品直売所、レストラン及び観光案内所:200点、温浴施設、体験施設及び会議研修所:300点と点数の大小を通じて差別化しました。(ただしいずれの機能も擁しない施設については合計1点としました。)

重回帰分析のためにサンプリングした18施設のデータ一覧

		時期	利用者	①敷地面積	②サイト数	③市場ポテンシャル	④機能
一般	茅ヶ崎柳島	2020	14,462	36,505	31	34,220	200
	水海道あすなろの里	2020	8,700	23,000	64	46,148	900
	大原湖	2020	8,992	41,000	49	2,459	700
	大久保	2020	11,220	11,879	54	4,930	400
	五ヶ山水源公園	2020	27,395	24,920	82	11,281	500
	美苗	2021	23,201	38,600	150	4,626	100
	キャンプinn海山	2020	20,963	35,000	74	2,465	400
	高島市朽木	2020	9,281	12,000	59	7,951	1
	NEOキャンピング	2020	14,019	29,326	74	5,353	500
	椀の湖	2019	32,000	38,700	74	3,580	500
	十二坊温泉ファミリーキャンプ場	2020	9,294	3,037	24	13,949	1,400
	青川峡	2020	46,000	42,000	70	14,008	700
Snow Peak	十勝ポロシリ	2020	9,337	38,000	71	736	100
	箕面	2020	21,714	39,913	90	33,890	100
	おち仁淀川	2020	7,613	15,050	40	2,202	500
	かわの駅おち	2020	682	568	7	2,072	700
	土佐清水	2020	4,382	30,242	52	312	200
	奥日田	2020	17,611	21,113	84	4,941	200

(参考)各施設の圏域人口及び市場ポテンシャル

		圏域人口			圏域人口			市場ポテンシャル			
		40km圏	70km圏	100km圏	0~40km圏	40~70km圏	70~100km圏	40km圏	70km圏	100km圏	合計
一般	茅ヶ崎柳島	10,670,569	29,461,579	39,079,799	10,670,569	18,791,010	9,618,220	26,676	6,212	1,331	34,220
	水海道あすなろの里	15,500,853	34,504,197	42,548,916	15,500,853	19,003,344	8,044,719	38,752	6,282	1,113	46,148
	大原湖	679,822	1,972,362	4,369,585	679,822	1,292,540	2,397,223	1,700	427	332	2,459
	大久保	1,523,861	3,560,131	6,792,307	1,523,861	2,036,270	3,232,176	3,810	673	447	4,930
	五ヶ山水源公園	4,019,115	6,789,025	9,083,729	4,019,115	2,769,910	2,294,704	10,048	916	318	11,281
	美苗	1,659,125	2,989,384	3,269,382	1,659,125	1,330,259	279,998	4,148	440	39	4,626
	キャンプinn海山	156,774	2,054,242	12,500,146	156,774	1,897,468	10,445,904	392	627	1,446	2,465
	高島市朽木	1,644,077	6,563,284	22,565,500	1,644,077	4,919,207	16,002,216	4,110	1,626	2,215	7,951
	NEOキャンピング	1,100,662	6,760,695	12,034,297	1,100,662	5,660,033	5,273,602	2,752	1,871	730	5,353
	椈の湖	434,229	4,786,074	12,411,259	434,229	4,351,845	7,625,185	1,086	1,439	1,055	3,580
	十二坊温泉ファミリーキャンプ場	3,449,795	14,633,911	26,391,744	3,449,795	11,184,116	11,757,833	8,624	3,697	1,627	13,949
青川峡	4,086,955	11,846,966	20,700,017	4,086,955	7,760,011	8,853,051	10,217	2,565	1,225	14,008	
Snow Peak	十勝ボロシリ	269,506	390,306	554,187	269,506	120,800	163,881	674	40	23	736
	箕面	12,644,304	18,401,456	21,116,350	12,644,304	5,757,152	2,714,894	31,611	1,903	376	33,890
	おち仁淀川	671,267	1,762,568	2,938,822	671,267	1,091,301	1,176,254	1,678	361	163	2,202
	かわの駅おち	624,766	1,747,042	2,750,916	624,766	1,122,276	1,003,874	1,562	371	139	2,072
	土佐清水	89,882	219,841	543,603	89,882	129,959	323,762	225	43	45	312
	奥日田	1,130,117	6,245,277	9,312,585	1,130,117	5,115,160	3,067,308	2,825	1,691	425	4,941

(参考)各施設の機能点数

	合計	売店	地域産品直売所	飲食・レストラン	物販	体験施設・スペース	観光案内所	会議・研修スペース	温浴施設
茅ヶ崎柳島	200	100	0	0	100	0	0	0	0
水海道あすなろの里	900	100	0	200	0	0	0	300	0
大原湖	700	100	200	0	100	0	0	300	0
大久保	400	100	200	0	100	0	0	0	0
五ヶ山水源公園	500	100	0	0	100	300	0	0	0
美苗	100	100	0	0	0	0	0	0	0
キャンプinn海山	400	100	0	0	0	300	0	0	0
高島市朽木	0	0	0	0	0	0	0	0	0
NEOキャンピング	500	100	0	0	100	300	0	0	0
椈の湖	500	100	0	0	100	300	0	0	0
十二坊温泉ファミリーキャンプ場	1,400	100	200	200	100	300	200	300	0
青川峡	700	100	200	0	100	0	0	300	0
十勝ボロシリ	100	0	0	0	100	0	0	0	0
箕面	100	100	0	0	0	0	0	0	0
おち仁淀川	500	100	0	0	100	300	0	0	0
かわの駅おち	700	100	200	0	100	300	0	0	0
土佐清水	200	100	0	0	100	0	0	0	0
奥日田	200	100	0	0	100	0	0	0	0

野遊び SDGs 拠点のデータ

	利用者	①敷地面積	②サイト数 (グランピング含む)	③市場ポテンシャル	④機能
野遊びSDGs拠点	28,796	25,363	95	14,234	1,700

(参考)野遊び SDGs 拠点の圏域人口及び市場ポテンシャル

	圏域人口			圏域人口			市場ポテンシャル			
	40km圏	70km圏	100km圏	0~40km圏	40~70km圏	70~100km圏	40km圏	70km圏	100km圏	合計
野遊びSDGs拠点	4,425,606	10,964,458	18,246,754	4,425,606	6,538,852	7,282,296	11,064	2,162	1,008	14,234

(参考)野遊び SDGs 拠点の機能点数

	合計	売店	地域産品直売所	飲食・レストラン	物販	体験施設・スペース	観光案内所	会議・研修スペース	温浴施設
野遊びSDGs拠点	1,700	100	200	200	100	300	200	300	300

上記の前提条件等を踏まえて重回帰分析を実施したところ、梅林公園に野遊び SDGs 拠点を整備した場合の年間利用者数(宿泊需要)は、**28,796人**と推計されました。

なお、野遊び SDGs 拠点のグランピング施設及びテントサイト数は仮置きの数値として計95サイト(テントサイト:80、グランピング:15)で推計しています。

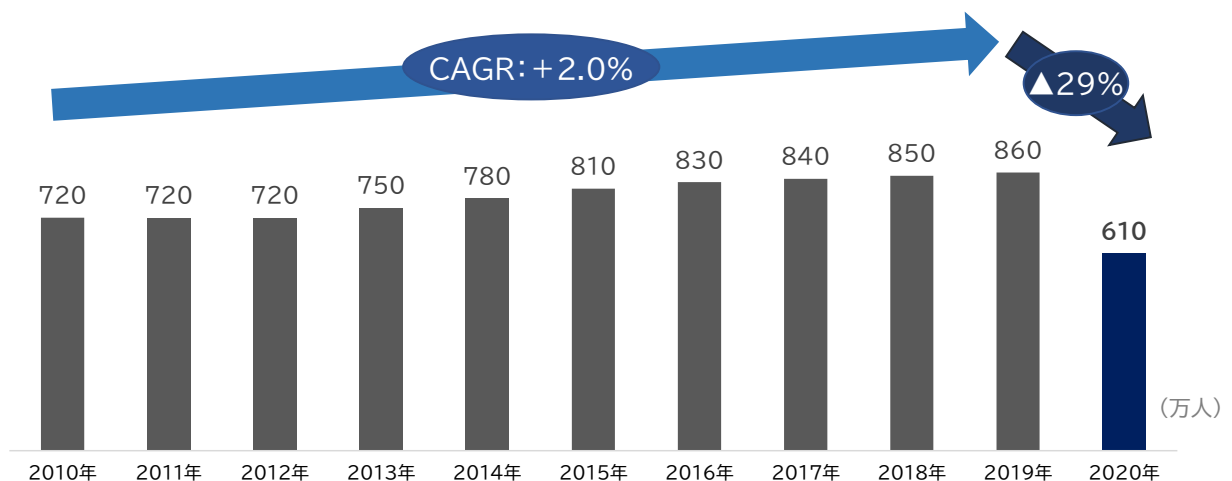
ここで、本推計のベースとなる各施設の利用者数データは、そのほとんどが新型コロナウイルス感染症による影響を大きく受けた2020年の数値(以下「新型コロナ禍水準という。’)となっている点に着目します。

「オートキャンプ白書2021」によれば、2020年のオートキャンプ参加人口(推計値)は2019年の860万人から大きく落ち込み610万人(前年比▲約29%)となっているため、各施設の利用者数データも新型コロナウイルス感染症による影響が生じる直前の水準(以下「新型コロナ前水準」という。)と比べて3割程度減少した数値になっていると考えられます。

さらに、新型コロナ禍水準に落ち込むまでの過去10年間の実績トレンドに鑑みれば、2010年以降のオートキャンプ参加人口は、アウトドアアクティビティ全般の人気の高まりを受けて年々増加傾向にあり、CAGR(Compound Annual Growth Rate:年平均成長率)ベースでは、約2.0%の伸び率でした。したがって、新型コロナ禍水準があくまで一時的な落ち込みであり、新型コロナウイルス感染症の蔓延が沈静化した後は元の成長水準に回帰すると考える場合には、新型コロナ前水準に対してそれまでのCAGRを加味した水準(以下「新型コロナ後水準」という。)を需要予測の前提数値とすることも妥当な判断となり得ます。

いずれにしても、野遊び SDGs 拠点開業に至るまでの間の新型コロナウイルス感染症の影響や見通しが不透明である以上、現時点で確からしい需要予測を決め打ちすることは合理性に欠けると考えられるため、想定需要の水準感(需要予測シナリオ)には幅を持たせたうえで、むしろそれぞれのケースに今後機動的に対応できるようにしておくことが一層重要であると言えます。

オートキャンプ参加人口の推移(推定値)



「オートキャンプ白書2021」を基に作成

そこで、野遊びSDGs拠点の需要予測として、【シナリオA】新型コロナ禍水準、【シナリオB】新型コロナ前水準、【シナリオC】新型コロナ後水準、の3つを想定します。シナリオの前提は以下の通りです。

需要予測シナリオの前提およびイメージ

【シナリオA】新型コロナ禍水準

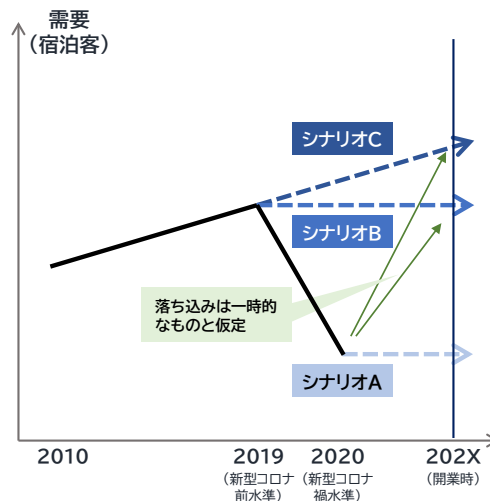
- ◆ 新型コロナウイルス感染症の蔓延による落ち込みは継続するものとし、かつ、従来のアウトドア需要の成長トレンドも終焉するものと仮定。
- ◆ 野遊びSDGs拠点開業時の需要水準は、2020年(新型コロナ禍水準)と同水準に設定。

【シナリオB】新型コロナ前水準

- ◆ 新型コロナウイルス感染症の蔓延による落ち込みは一時的なものとするが、従来のアウトドア需要の成長トレンドは高止まりするものと仮定。
- ◆ 野遊びSDGs拠点開業時の需要水準は、2019年(新型コロナ前水準)と同水準に設定。

【シナリオC】新型コロナ後水準

- ◆ 新型コロナウイルス感染症の蔓延による落ち込みは一時的なものとし、かつ、沈静化すれば、従来のアウトドア需要の成長トレンドが継続するものと仮定。
- ◆ 野遊びSDGs拠点開業時の需要水準は、2019年(新型コロナ前水準)を発射台としたうえで、2010年以降のCAGR(年平均成長率)を上乗せ。



上記の各シナリオにおける年間利用者数(宿泊需要)について順に推計します。

まず、【シナリオA】新型コロナ禍水準については、前出の重回帰分析の結果の通り、28,796人となります。

キャンプ・グランピング年間利用者数の推計(新型コロナ禍水準)

【シナリオA】

キャンプ・グランピング年間利用者数：28,796人 (新型コロナ禍水準)

続いて、【シナリオB】新型コロナ前水準については、2019年から2020年にかけて全国的に▲約29%となった需要減相当分を割り戻す形で補正することになりますので、**40,597人**を年間利用者数の推計値とすることになります。

キャンプ・グランピング年間利用者数の推計(新型コロナ前水準)

【シナリオB】

キャンプ・グランピング年間利用者数：40,597人 (新型コロナ前水準)

最後に、【シナリオC】新型コロナ後水準については、上記【シナリオB】の需要水準を発射台として、CAGR(約2.0%)を加味した水準となります。ここでは仮置きの間限ではありますが、2025年に当該拠点が開業しているものと仮定し、当該年限では**43,933人**が年間利用者数の推計値となります。

キャンプ・グランピング年間利用者数の推計(新型コロナ後水準)

【シナリオC】

キャンプ・グランピング年間利用者数：43,933人 (新型コロナ後水準)

それぞれの需要予測シナリオに基づき、売上高(営業収益)について推計

続いて、上述のシナリオ毎の年間利用者数(宿泊需要)を基に、一般公園利用者数等とあわせて、実際に野遊びSDGs拠点が開業された場合に施設全体として見込まれる売上高(営業収益)を試算します。試算の前提条件は以下の通りです。

売上高(営業収益)試算前提一覧

No.	区分	考え方
①	利用組数	重回帰分析による需要予測値を3人/組で除した数
②	キャンプ場・グランピング比率	・キャンプ場稼働率20%、グランピング稼働率50%、1サイト・1棟当たり利用者数各3名で各年間利用者数を試算した結果をもとに、キャンプ場利用者70%:グランピング30%とした。 ※設定根拠→キャンプ場稼働率:20%(採算率→20%(「第14次業種別審査事典」(株)きんざい))、グランピング稼働率:50%(50%前後が平均値((一社)全国グランピング協会HP2020.12.4記事)及び(一社)日本オートキャンプ協会HP2021.12.2記事)、1サイト・1棟当たり利用者数:キャンプ場3.0人(スノーピーク箕面事業報告書公表直近3か年平均3.0人より)、グランピング3.0人(「住箱」2名+小学生以下1名=3名で想定)
③	宿泊キャンプ・デイキャンプ比率	・スノーピーク箕面事業報告書公表の箕面キャンパフィールド直近4年間の宿泊キャンプ・デイキャンプ実績をもとに、宿泊キャンプ80%:デイキャンプ20%とした。 ・したがって、キャンプ場宿泊キャンプ比率はキャンプ場利用者70%×宿泊キャンプ80%=56%、キャンプ場デイキャンプ比率は70%×20%=14%となる。
④	宿泊キャンプ利用率(キャンプ場)	・宿泊キャンプ平均客単価⑩を算出しているため、利用率は100%。
⑤	デイキャンプ利用率(キャンプ場)	・デイキャンプ平均客単価⑪を算出しているため、利用率は100%。
⑥	レストラン利用率(キャンプ場)	・利用しないと想定。
⑦	温浴施設利用率(キャンプ場)	・箕面キャンパフィールド(2018・2019年の入浴施設利用者数÷2018・2019年のキャンパフィールド宿泊者数)=8.3%≒8%とした。
⑧	物販利用率(キャンプ場)	・物販平均客単価⑭を算出しているため、利用率は100%。
⑨	その他利用率(キャンプ場)	・その他平均客単価⑮を算出しているため、利用率は100%。
⑩	宿泊キャンプ平均客単価(キャンプ場)	・箕面キャンパフィールド(2018・2019年の宿泊合計金額÷同宿泊利用者数)=1,778円≒1,800円とした。
⑪	デイキャンプ平均客単価(キャンプ場)	・箕面キャンパフィールド(2018・2019年の日帰合計金額÷利用者数)=835.4円≒850円とした。
⑫	レストラン平均客単価(キャンプ場)	-
⑬	温浴施設平均客単価(キャンプ場)	・競合する阿下喜温泉(500円)と同じ金額500円で設定。
⑭	物販平均客単価(キャンプ場)	・青川峡キャンピングパーク(2019年度・2020年度売店収入合計÷2019年・2020年入場者数(ヒアリングベース)=392円≒400円とし、地元物販、アウトドア物販、地元体験コンテンツの計3つの合計で1,200円で設定。
⑮	その他平均客単価(キャンプ場)	・青川峡キャンピングパーク(2019年度・2020年度レンタル・その他収入合計÷2019年・2020年入場者数(ヒアリングベース)=169円≒170円とした。
⑯	グランピング利用率	・グランピング平均組単価を想定しているため、利用率は100%。
⑰	レストラン利用率(グランピング)昼食	・利用しないと想定。
⑱	温浴施設利用率(グランピング)	・グランピング平均組単価に含むと想定。
⑲	物販利用率(グランピング)	・物販平均客単価⑭を算出しているため、利用率は100%。
⑳	その他利用率(グランピング)	・その他平均客単価⑮を算出しているため、利用率は100%。
㉑	グランピング平均組単価	・スノーピークパークフィールドスノーピーク豊田鞍ヶ池店「朝食付スノーピークイートディナープラン(大人2名 小人1名)」41,100円を想定。
㉒	レストラン平均客単価(グランピング)	-
㉓	温浴施設平均客単価(グランピング)	-
㉔	物販平均客単価(グランピング)	・⑭と同じ。
㉕	その他平均客単価(グランピング)	・⑮と同じ。
㉖	一般公園利用者数	・梅まつり入込客数(三重県観光入込客推計書)に基づく。 【コロナ前】【コロナ後】2019年の数値(83,978人)を踏まえ80,000人と想定。 【コロナ禍】上記と2020年の数値(45,305人)の平均64,642人を踏まえ65,000人と想定。
㉗	レストラン利用率(一般昼食)	・国土交通省「平成26年度都市公園利用実態調査(平成27年3月)」における活動内容の「食事をした」8.2%、「公園内の施設を利用した」12.4%の単純平均10.3%≒10%を各利用率とした。
㉘	温浴施設利用率(一般昼)	
㉙	物販利用率(一般)	
㉚	その他利用率(一般)	・利用しないと想定。
㉛	レストラン平均客単価(一般昼食)	・昼食単価(日本食料新聞2021.12.6 514号)首都圏・京阪神・その他の平均=967円≒1,000円として設定。
㉜	温浴施設平均客単価(一般昼)	・⑬と同じ。
㉝	物販利用率(一般)	・⑭と同じ。
㉞	その他利用率(一般)	・利用しないと想定。

【シナリオ C】新型コロナ後水準の宿泊需要を前提とした売上高(営業収益)の推計

【シナリオC】

野遊びSDGs拠点全体売上高：313,095千円

(新型コロナ後水準)

年間利用者数(人)	比率	利用者数(人)		利用率		平均客単価(円/人)		売上高(円/年)			
		宿泊キャンプ	24,602	宿泊キャンプ	100%	宿泊キャンプ	1,800	宿泊キャンプ	44,284.464		
43,933	56%	8,201組		宿泊キャンプ	100%	宿泊キャンプ	1,800	宿泊キャンプ	44,284.464		
				レストラン(昼食)	0%	レストラン(昼食)	0	レストラン(昼食)	0		
				温浴施設	8%	温浴施設	500	温浴施設	984.099		
				物販	100%	物販	1200	物販	29,522.976		
				その他	100%	その他	170	その他	4,182.422		
				小計		小計		小計	78,973.961		
				2,050組		デイキャンプ	100%	デイキャンプ	850	デイキャンプ	5,228.027
						レストラン(昼食)	0%	レストラン(昼食)	0	レストラン(昼食)	0
						温浴施設	8%	温浴施設	500	温浴施設	246.025
						物販	100%	物販	1200	物販	7,380.744
				その他	100%	その他	170	その他	1,045.605		
				小計		小計		13,900.401			
14,644組	30%	4,393組		グランピング	100%	グランピング(朝・夕2食付き)	41,100	グランピング	180,564.630		
				レストラン(昼食)	0%	レストラン(昼食)	0	レストラン(昼食)	0		
				温浴施設(グランピング含む)	0%	温浴施設(グランピング含む)	0	温浴施設(グランピング含む)	0		
				物販	100%	物販	1200	物販	15,815.880		
				その他	100%	その他	170	その他	2,240.583		
				小計		小計		小計	198,621.093		
				80,000		レストラン(昼食)	10%	レストラン(昼食)	1,000	レストラン(昼食)	8,000.000
						温浴施設	10%	温浴施設	500	温浴施設	4,000.000
						物販	10%	物販	1200	物販	9,600.000
						その他	0%	その他	0	その他	0
				小計		小計		21,600.000			

全体売上高(円/年)	
宿泊キャンプ	44,284.464
デイキャンプ	5,228.027
グランピング(朝・夕2食付き)	180,564.630
レストラン(一般公園利用)	8,000.000
温浴施設	5,230.124
物販	62,319.600
その他	7,468.610
合計	313,095.455

(参考)売上高推計の前提となる展開事業のイメージ(初期的)

サービス	時間帯別ターゲット			
	朝	昼	夜	
「いなべらしゃ」	コンテンツ体験	(例) 09:00~18:00	—	
	観光案内	(例) 09:00~18:00	—	
	地元物販	(例) 09:00~18:00	—	
宿泊	キャンプ	(例) チェックアウト 11:00 / チェックイン 13:00~		
	グランピング	(例) チェックアウト 11:00 / チェックイン 13:00~		
高付加価値化	温浴施設	宿泊者のみ	誰でも利用可能	宿泊者のみ
	飲食	<朝食> グランピング客向け提供	誰でも利用可能 <レストラン>	<夕食・BBQ> グランピング客向け提供
	アウトドア物販	(例) 09:00~18:00		—

売上高推計を基に簡易 P/L を作成(収支分析)

上記の売上高推計のうち、一例としてシナリオ C(コロナ後水準)に基づき、当該拠点が一体的に運営された場合の収支分析すなわち簡易 P/L の作成を行います。なお、指定管理での運営を想定した場合の指定管理料及び初期設備投資に係る減価償却費については未確定事項のため、当該収支には含めていません。

また、梅まつりの時期には、野遊び SDGs 拠点の運営と一体的に梅まつりのオペレーションを実施することが必要であるため、当該拠点の売上高(営業収益)に対して、梅まつりに係る入園料収入(駐車場収入)を加算し、かつ、費用に対しても、梅まつりに係る固有のコストを加算することも合理的ですが、現段階では駐車場運営をはじめとするオペレーションに未確定事項が含まれるため、現時点では当該収支に含めていません。

【シナリオ C】コロナ後水準における野遊び SDGs 拠点全体の収支分析(初期的) ※小数点以下は四捨五入して表記

(単位:円)

簡易P/L(初期案)	【シナリオC】コロナ後水準	
	2025年想定数値	基本的な考え方
売上高	313,095,455	
野遊びSDGs拠点売上高	313,095,455	需要予測に基づく売上高試算値を使用
売上原価	79,859,908	
キャンプ部門(アウトドア店舗含む)	31,078,320	
グランピング部門(飲食部門除く)	702,424	アウトドア事業者、温浴施設事業者、飲食事業者、地元物販等事業者にヒアリング実施した数値を積み上げ
飲食部門	30,453,565	
「いなべらしさ」部門	17,625,600	
売上総利益	233,235,547	
販売費及び一般管理費	222,142,118	
人件費	108,611,646	
正規	80,771,646	アウトドア事業者、温浴施設事業者、飲食事業者、地元物販等事業者にヒアリング実施した数値を積み上げ
非正規	27,840,000	
経費	113,530,472	
水道光熱費	44,114,840	
支払手数料	19,289,834	
広告宣伝費・販売促進費	8,950,918	
備品消耗品費	13,889,987	
旅費交通費	2,407,430	アウトドア事業者、温浴施設事業者、飲食事業者、地元物販等事業者にヒアリング実施した数値を積み上げ
通信運搬費	2,486,010	
車両費・リース料	3,250,947	※左記細目に含まれないその他の経費等については、各細目に按分して加算している
修繕費・保守管理費	6,641,878	
外注費	3,459,987	
雑費	9,038,641	
減価償却費	0	本基本構想時点では初期投資額未確定のため0置き
営業利益	11,093,429	本基本構想時点では指定管理料については未定

野遊び SDGs 拠点創出による経済波及効果を算出

最後に野遊び SDGs 拠点創出に伴う経済波及効果を一定の仮定のもとに算出します。

分析手法

本基本構想における経済波及効果とは、生産誘発額、粗付加価値誘発額、雇用者所得誘発額及び雇用創出効果を指すこととし、算出においては、一般的な手法である産業連関表を用いた分析を行います。

産業連関表は、理論的、実務的にその有用性が認められており、波及効果までを捉えた推計を行うことができます。なお、産業連関表は、その対象とする地域・目的に応じて、様々な表が作成されていますが、本分析では、当該拠点整備に伴う域内の経済波及効果を推計するという観点から、三重県が公表している「平成 27 年(2015 年)三重県産業連関表」(2020 年9月)を用います。

分析前提

経済波及効果は、①拠点施設整備に係る経済波及効果と②拠点施設利用需要額に係る経済波及効果について、その内訳となる直接効果*1、1次間接波及効果*2 及び2次間接波及効果*3をそれぞれ算出し、足し合わせることにより推計します。

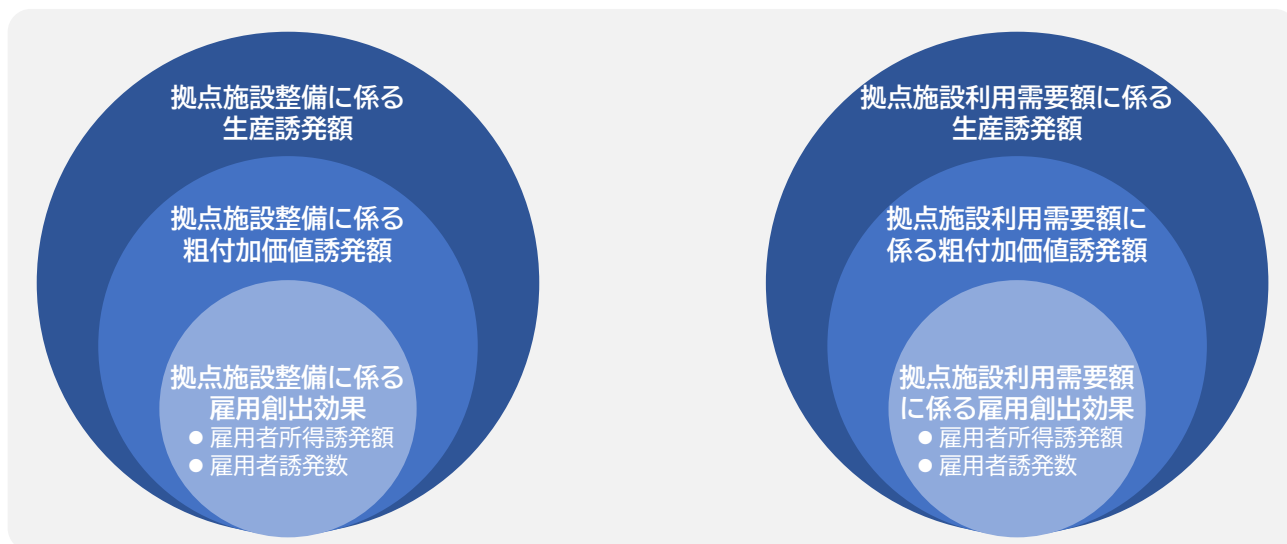
なお、2次間接波及効果の計算では、直接効果及び1次間接波及効果から誘発される雇用者所得に消費転換係数を乗じて、雇用者所得による需要増加額(雇用者所得のうち家計消費として支出される額)を算出することとし、消費転換係数は、三重県が「平成 29 年度県民経済計算」より算出した値(0.737)を使用します。

*1 直接効果とは、需要の増加によって新たな生産活動が発生し、このうち域内の生産活動に影響を及ぼす額を指します。

*2 1次間接波及効果とは、直接効果が波及することで生産活動に必要な財・サービスが各産業から調達される際に、誘発される財・サービスの生産に必要な原材料等の生産額を指します。

*3 2次間接波及効果とは、生産活動(直接効果及び1次間接波及効果)によって雇用者所得が誘発され、さらにその一部が消費に回ることによって誘発される生産額を指します。

三重県内経済波及効果の算出の全体像



また、本基本構想策定時点現在においては、拠点整備に係る総事業費(初期 CAPEX)は未定のため、仮置きの数値として、10億円、12億円、14億円の3パターンの金額を想定します。なお、売上高については前項で作成した簡易 P/L における売上高(313,095千円)を用いることとします。

経済波及効果の算出結果については次頁及び次々頁の通りです。

分析結果

拠点施設整備に係る経済波及効果(総合効果)

整備費用(初期CAPEX)を10億円とするケース

	(単位:億円)			(単位:人)
	生産誘発額	粗付加価値 誘発額	雇用者所得 (賃金・俸給) 誘発額	雇用創出効果
直接効果	10.0000	4.7268	3.1218	79.7
1次間接波及効果	2.5401	1.4172	0.5783	16.9
2次間接波及効果	2.0446	1.3415	0.4125	13.3
総合効果	14.5848	7.4856	4.1127	109.8

整備費用(初期CAPEX)を12億円とするケース

	(単位:億円)			(単位:人)
	生産誘発額	粗付加価値 誘発額	雇用者所得 (賃金・俸給) 誘発額	雇用創出効果
直接効果	12.0000	5.6722	3.7462	95.6
1次間接波及効果	3.0482	1.7007	0.6940	20.2
2次間接波及効果	2.4535	1.6098	0.4950	15.9
総合効果	17.5017	8.9827	4.9353	131.8

整備費用(初期CAPEX)を14億円とするケース

	(単位:億円)			(単位:人)
	生産誘発額	粗付加価値 誘発額	雇用者所得 (賃金・俸給) 誘発額	雇用創出効果
直接効果	14.0000	6.6176	4.3706	111.5
1次間接波及効果	3.5562	1.9841	0.8097	23.6
2次間接波及効果	2.8625	1.8781	0.5776	18.6
総合効果	20.4187	10.4798	5.7578	153.7

拠点施設利用需要額に係る経済波及効果(総合効果)

【シナリオC】新型コロナ後水準

(円)

内容	売上予測 【シナリオC】 (税抜)	売上予測 【シナリオC】 (税込)	基本分類	三重県産業連関表 39部門分類	部門額計	自給率	県内最終 需要増加額 (購入者価格)	県内最終 需要増加額 (生産者価格)
宿泊キャンプ	44,284,464	48,712,910	宿泊業	対個人サービス	267,637,970	0.876	234,515,767	234,510,029
デイキャンプ	5,228,027	5,750,830	その他の対個人サービス	対個人サービス				
グランピング	180,564,630	198,621,093	宿泊業	対個人サービス				
レストラン	8,000,000	8,800,000	飲食店	対個人サービス				
温浴施設	5,230,124	5,753,136	浴場業	対個人サービス				
物販	62,319,600	68,551,560	小売	商業	76,767,031	0.236	18,141,820	18,141,820
その他	7,468,610	8,215,471	小売	商業				
-	-	-	-	商業	対個人サービスの商業マージン			4,236
-	-	-	-	運輸・郵便	対個人サービスの運輸マージン			1,502
合計	313,095,455	344,405,001		-	344,405,001	-	252,657,587	252,657,587

(単位:億円)

(単位:人)

	生産誘発額	粗付加価値 誘発額	雇用者所得 (賃金・俸給) 誘発額	雇用創出効果
直接効果	2.5266	1.4707	0.6458	33.3
1次間接波及効果	0.5836	0.3330	0.1239	3.6
2次間接波及効果	0.4253	0.2791	0.0858	2.8
総合効果	3.5355	2.0827	0.8555	39.7

(参考) 東海環状自動車道の延伸による需要(利用者数)のアップサイドも今後考えられる

三重県の経済活動を支える交通インフラは名古屋圏に近い北勢地域を中心に整備が進んでいる最中です。特に2026年に全線開通する東海環状自動車道については、北勢地域の活性化に与える影響が非常に大きいとされています。現在の整備状況としては、大安IC-東員IC間が2019年3月に開通したところであり、2024年度には大安IC-北勢IC(仮)間が開通する予定です。

東海環状自動車道が全線開通すると、新名神高速道路、東名阪自動車道、名神高速道路、東海北陸自動車道、中央自動車道などの高速道路ネットワークと繋がり、本市へは今まで以上に県内外からのアクセスが良くなり、人流や物流も活発になることが予想されています。

また、第1部で記載した通り、北勢地域の観光実態における旅行目的として「自然や風景を見てまわる」の割合が上昇しているトレンドにも鑑み、当該自動車道の延伸・全線開通は、県内はもとより県外からの観光入込客の増加に向けて大きな追い風となることが期待されます。

当該開通効果は前述の需要予測で織り込まれていない伸びしろ(アップサイド)であるため、野遊びSDGs拠点に係る需要を確実に底上げできるように、開通前後のPR等も含め、効果的な施策が必要です。

東海環状自動車道の全線開通効果

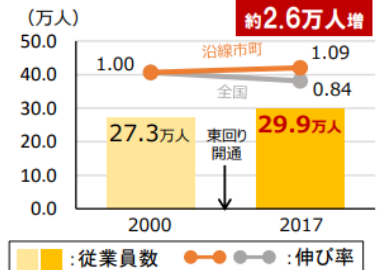
全線開通が支える中京圏の更なる発展<東海環状自動車道>

- 東海環状道の沿線地域では、全線着工した2000年以降に製造業従業者数が約2.6万人、製造品出荷額等が約8兆円増加するなど、産業の発展等に寄与しています。
- 今後は、2024年度に北勢IC(仮)～大安IC及び、山県IC～大野神戸IC、2026年度には全線開通が予定されており、中京圏の更なる発展を支援することが期待されています。

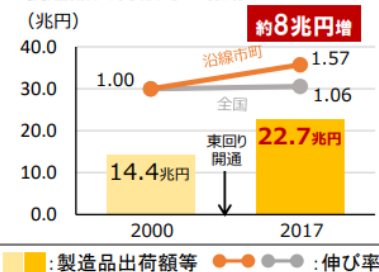


※1 用地取得等が順調な場合
 ※2 2022年度から順次開通見込み(2024年度全線開通見込み)
 ※沿線市町:東海環状自動車道が通過する市町
 東回り:8市4町(豊田市・瀬戸市・多治見市・土岐市・可児市・美濃加茂市・関市・美濃市・御嵩町・八百津町・川辺町・富加町)
 西回り:7市4町(岐阜市・山県市・本巣市・大垣市・海津市・いなべ市・四日市市・大野町・神戸町・養老町・東員町)

■製造業従業者数の推移



■製造品出荷額等の推移



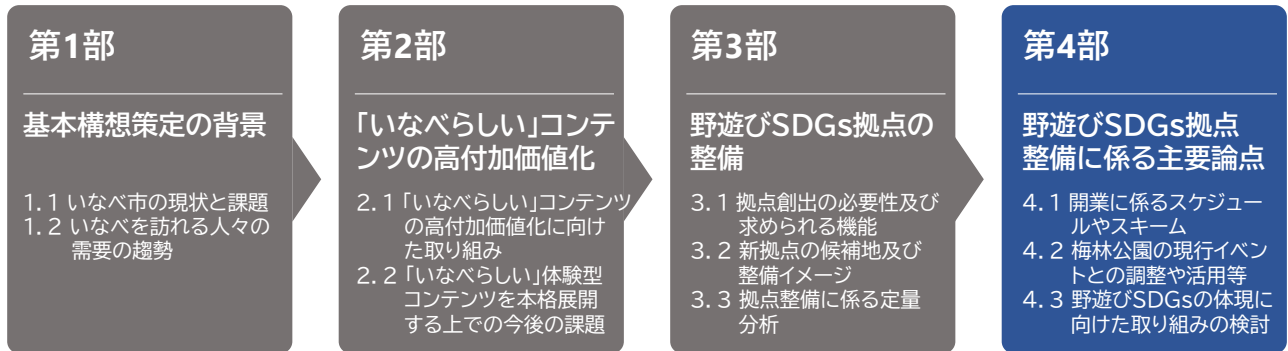
凡例
 ■■■ 東海環状道(事業中)
 ■■■ 東海環状道(開通済)
 ■■■ その他の高速道路(開通済・事業中)
 ■■■ 主な国道

新名神・東環開通効果検討会議(2020年4月7日)記者発表資料

第4部 野遊びSDGs拠点整備に係る主要論点

本基本構想の締めとなる第4部では、第3部で検討した野遊びSDGs拠点の整備を今後進めていくこととした場合に、さらに検討を深めていくべき具体的な論点のうち主なものについて提示することとします。

本基本構想の流れ(再掲)



基本構想という言葉が示す通り、本基本構想は、野遊びSDGsのコンセプトを本市で具現化していくための第一歩となるランドデザインを描くことを主眼としています。

したがって、この部で提示する各論点については、本基本構想が正式に策定されてはじめて関係者等と協議を進めることにより具体的な検討段階に移行することができる性質を持つものであるため、検討を深化させて最終的な方向性の決定に至るのは次年度以降とし、現段階では論点の整理にとどめることにします。

まず、野遊びSDGs拠点の開業に係るスケジュールについて、本市のビジョン及び設計・工事等のリードタイムを総合的に勘案したうえで、現時点で想定される年限をイメージします。また、現在既に梅林公園の運営管理において指定管理者制度が導入されていることを前提として、必要なスキームの検討を検討していきます。

続いて、現在梅林公園を舞台として展開される2つのビッグイベントである梅まつりとツアーオブジャパンについて、いなべが誇る「いなべらしい」コンテンツであるという共通理解のもとで、野遊びSDGs拠点開業後に相乗効果を高めることができるよう、必要な課題や検討事項について提示します。

最後に、本基本構想の根幹をなすテーマである「野遊びSDGs」を形骸化させることなく、当該拠点に実装していくために欠かすことができない視点として、ウィズコロナ・アフターコロナ下でのDXの検討の必要性及びSDGsの個別目標レベルへの落とし込みについて言及する形で、本基本構想を終えることとしています。

4.1 開業に係るスケジュールやスキーム

本市のビジョンを踏まえ、2024年度から2025年度にかけての拠点開業を想定

野遊び SDGs 拠点を整備することを前提とした上で、整備や開業、管理に向けた諸論点を今後検討していく前段として、まずは開業に係るスケジュールを想定していく必要があります。

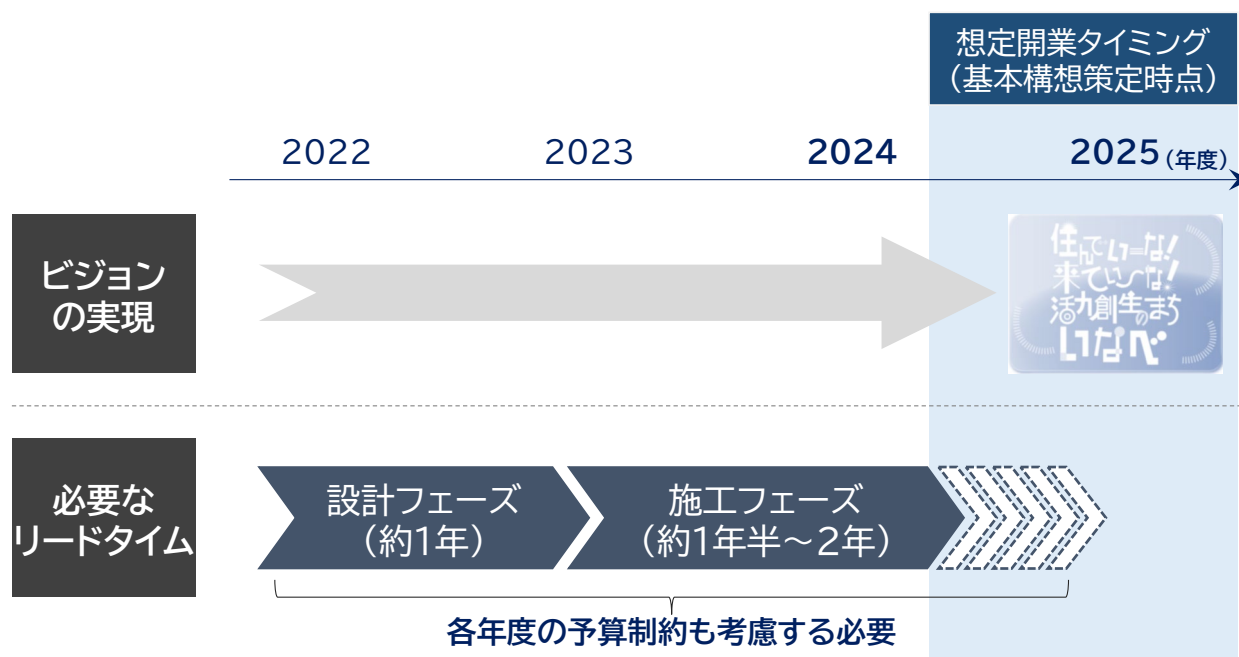
その際に最も重要な考慮要素として、本基本構想が拠り所とする本市のビジョンに立ち返ることとします。第1部の冒頭で明示した通り、本基本構想は、「第2次いなべ市総合計画」策定当時から起算して10年後(2025年)を目指す本市の姿として掲げた「住んでいなべ！来ていなべ！活力創生のまちいなべ」を実現するための具体的な道筋の一つとして策定するものです。

したがって、2025年というタイミングを1つのメルクマールとして、それまでの間に、いなべに暮らす人々及びいなべを訪れる人々の双方が利用できる形で野遊び SDGs 拠点が整備され、開業している状態に到達させておくことを一つの目標として考えることができます。

他方で、現実的な問題として、本基本構想を出発点として、今後野遊び SDGs 拠点の整備を進めていく上では、他の整備事業同様に、基本設計や実施設計等の設計フェーズや、工事等の施工フェーズに係るリードタイム並びにそれぞれのフェーズを確実に実施するための財源の確保に係るスケジュールに鑑みた全体工程とし、拙速な拠点整備に陥らないようにする必要があります。

具体的には設計フェーズに約1年、及び、施工フェーズに約1年半～2年、それぞれ要すると想定されることや、この部で提示する各種の論点についても並行して約1年以上かけて深掘りや方向性の決定をしていくべきであること等を総合的に勘案すると、2024年度から2025年度にかけての開業が本基本構想策定時点現在における見込みであると考えられます。

野遊び SDGs 拠点開業に係るスケジュールの基本的な考え方



拠点運営は指定管理者制度により民間事業者のノウハウを活用する想定

野遊び SDGs 拠点が整備された暁にどの主体がどのような形態で当該拠点の運営を担っていくこととするのか、当然のことながら、拠点が整備される前に決めておく必要があります。その際には、SDGs というキーワードからも見て取れるように、運営に係る持続可能性が担保されることが必要不可欠です。

その前段として、まず現在の梅林公園の運営管理状況について整理します。本基本構想策定時点現在、梅林公園は、いなべ市農業公園に関する条例に基づく「農業公園指定管理事業」により、いなべ市農業公園エコ福祉広場とあわせて指定管理者制度のもとで指定管理対象の施設となっています。したがって、野遊び SDGs 拠点の運営に係る考え方が指定管理者制度の趣旨と整合する場合には、引き続き指定管理者制度を踏襲し、逆に、整合しない場合には、指定管理者制度以外の制度設計を考えていく必要があります。

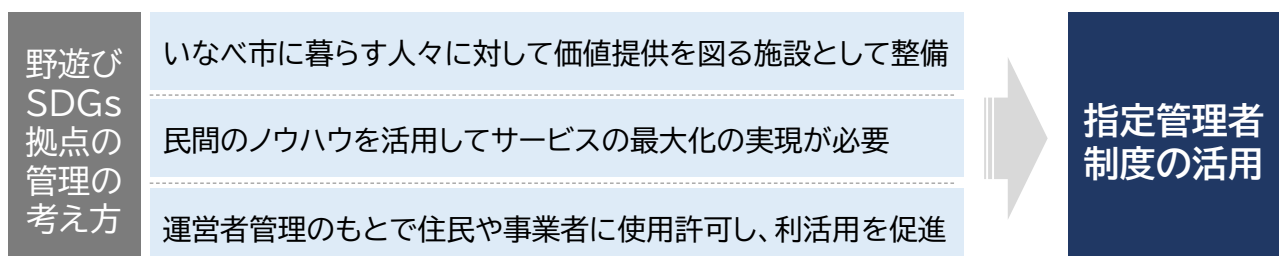
指定管理者制度は、多様化する住民ニーズに対してより効果的、効率的に対応するため、公の施設の管理に民間の能力を活用しつつ、住民サービスの向上を図るとともに、経費の節減等を図ることを目的とした制度です。指定管理者制度では、条例において指定管理者を指定する手続き、指定管理者が行う管理の基準、業務の範囲等の必要事項を規定したうえで、指定管理者を選定し、議会の議決を経た後に行政処分として「指定」することとされています。

また、指定管理者制度の適用対象となるのは、「公の施設」（「住民の福祉を増進する目的をもってその利用に供するための施設」（地方自治法第244条第1項））であり、住民の利用に全く供しない観光ホテル等については「公の施設」に当てはまらない場合も存在します。

また類似の制度である運営権制度と比較した場合の特徴として、条例の定めにより、指定管理者に使用許可の権限を付することができることが挙げられます。

上記の指定管理者の制度趣旨を踏まえると、野遊び SDGs 拠点は、本市に暮らす人々に対して価値提供を図る施設として整備されるものであると同時に、グランピング・キャンプや、レストラン、温浴施設、物販等、民間のノウハウを活用してサービスの最大化を実現することが必要な事業展開がなされる予定であり、さらには整備予定の拠点施設や広場等においては、運営者管理のもとで住民や事業者に開放して利活用を促進することが望ましい等、まさに指定管理者の制度趣旨と合致すると考えられるため、引き続き指定管理者制度を適用して民間事業者に梅林公園における野遊び SDGs 拠点の運営を委ねることが望ましいと言えます。

野遊び SDGs 拠点の運営に係る考え方と指定管理者制度との整合性



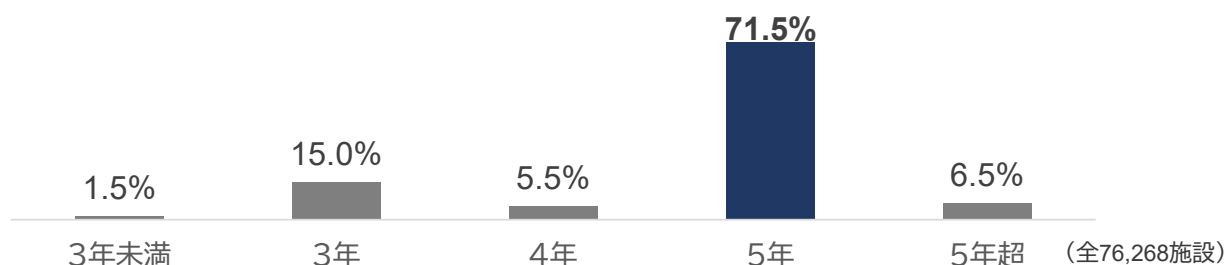
なお、具体的に指定管理者をどの事業者とするかについては次年度以降に決定していくこととなりますが、その際には、総務省「公の施設の指定管理者制度の導入状況等に関する調査結果」(2020年5月)によれば、全国の地方公共団体における指定管理者制度において、

- ① 施設のサービス向上に関すること
- ② 団体の業務遂行能力に関すること
- ③ 施設の管理経費の節減に関すること
- ④ 施設の平等な利用の確保に関すること

が選定基準として圧倒的多数の支持を得ていることから、これらを必要条件として満たすことができる事業者を選定することが大前提となります。

また、同調査結果によれば、指定管理期間は適切な設備投資や事業安定性の担保の観点から近年は長期化の傾向にあり、期間としては「5年」とする例が全体の7割強を数える点についても留意する必要があります。

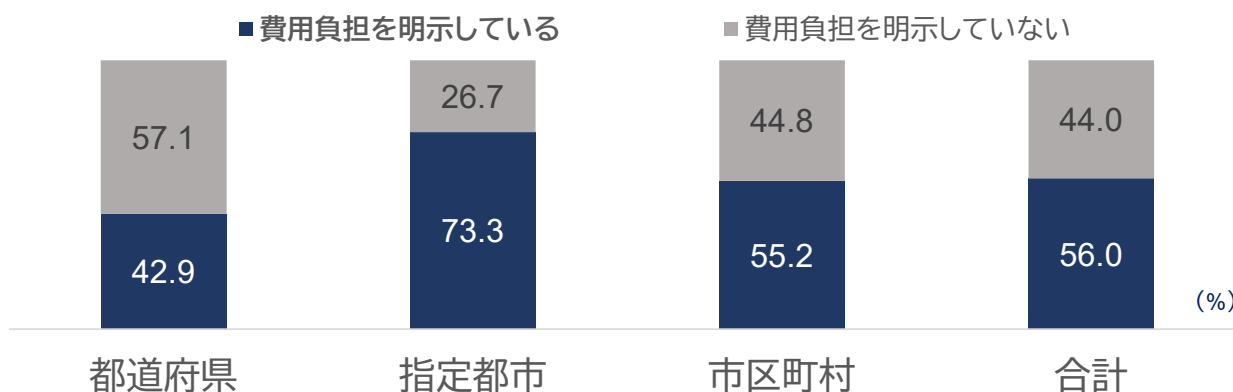
全国の指定管理者制度導入施設の指定期間別状況



総務省「公の施設の指定管理者制度の導入状況等に関する調査結果」(2020年5月)を基に作成

さらに、今日の新型コロナウイルス感染症に係る中長期的な影響が不透明である状況においては、パンデミックの深刻化や大規模災害等、不測の事態が生じた場合のリスク・費用を指定管理者に全面的に負担させることは適切ではないことから、全国の指定管理者制度導入施設において分担を予め明示している例が多くみられることに鑑み、野遊び SDGs 拠点に係る指定管理者の選定時や協定締結時においも、指定管理者の持続可能性を損なわないよう、リスクや費用の適切な分担について明文化することが望ましいと考えられます。

大規模災害等発生時の費用負担の協定等への記載状況



総務省「公の施設の指定管理者制度の導入状況等に関する調査結果」(2020年5月)を基に作成

指定管理者制度を前提とした場合のスキームの在り方

これまで検討してきたように、現行の梅林公園の管理運営同様に引き続き指定管理者制度を継続して適用することとした場合であっても、野遊びSDGs拠点の管理運営に係る事業は、現在の梅林公園の管理運営に係る事業に比して、指定管理者に求められる事業が多岐にわたり、かつ、業務量や必要な人員数等も飛躍的に増大することが考えられます。

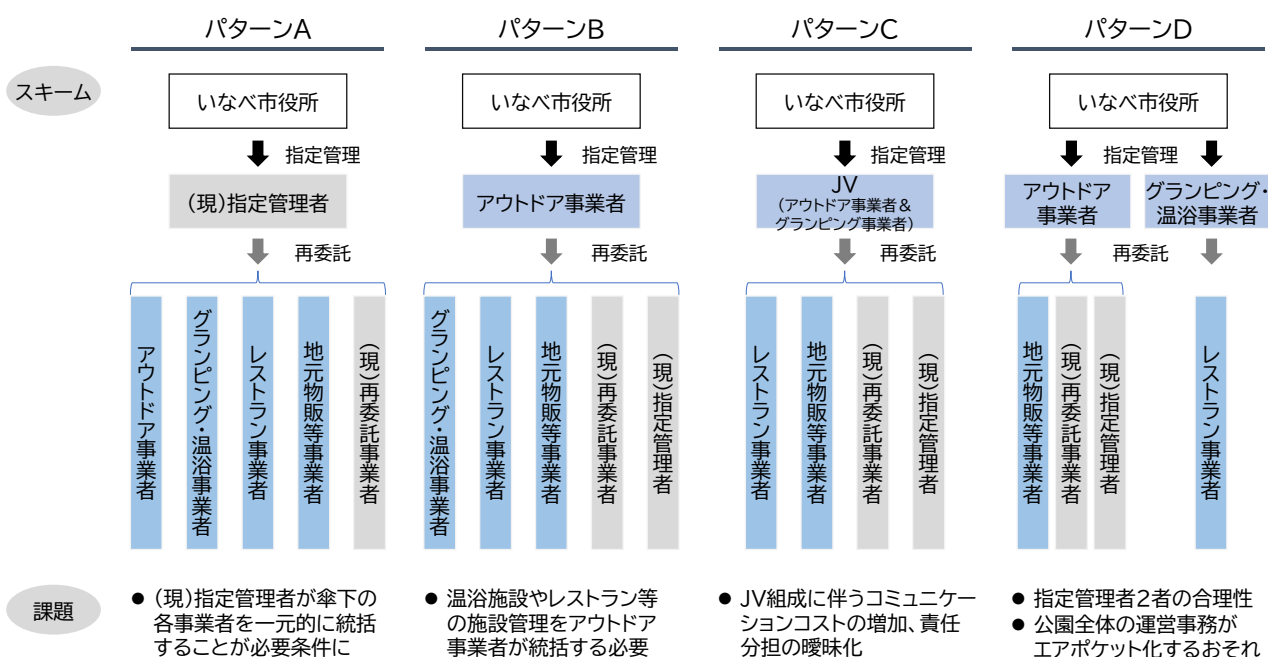
したがって、全ての業務を1事業者に委ねる選択肢を排除することはしないものの、それを実現可能とする適切な事業者の選定の困難さ及びそれぞれの専門性を活かした形で複数事業者の参画を求めることの合理性に鑑みると、指定管理者制度を前提としつつ、全体として複数事業者が相互に連携して野遊びSDGs拠点を運営管理していくスキームとする選択肢もあわせて検討していく必要があります。

現時点ではあくまでイメージですが、例えば現指定管理者が一元的に指定管理者となり、野遊びSDGs拠点で展開される各事業を各事業者に再委託する方法(パターンA)から、現指定管理者の代わりにキャンプ場及びアウトドア店舗を運営する事業者が指定管理者となる方法(パターンB)や、当該事業者とグランピング・温浴事業を運営する事業者との間でJVを組成して指定管理者となる方法(パターンC)、両者が別個に指定管理者となる方法(パターンD)等が考えられます。

もちろんいずれの場合であっても、現在梅林公園の運営管理を担っている現指定管理者(及び当該指定管理者から再委託を受けて個別事業を実施している事業者等がいる場合には当該事業者)と今後調整していくことが必要です。

なお、現指定管理者については、現在エコ福祉広場の運営管理もあわせて担っていますが、野遊びSDGs拠点とエコ福祉広場との直接的な業務の牽連性は低いことから、原則として野遊びSDGs拠点の運営管理はエコ福祉広場の運営管理は含めないこととすることが考えられます。

複数事業者の参画も想定した指定管理者制度の運用スキームのパターン(イメージ)



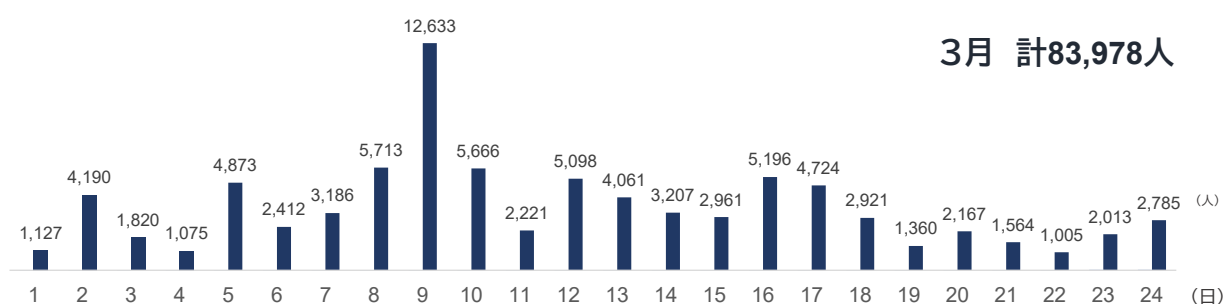
4.2 梅林公園の現行イベントとの調整や活用等

梅まつりシーズンを想定したオペレーションは戦略的検討が必要

周知のように、梅林公園においては、毎年3月を中心とする梅の見頃の時期に梅まつりが開催され、いなべ市内外、さらには三重県外からも多くの人々が訪れるイベントとして人気を博しています。実際、新型コロナウイルス感染症による影響前の2019年実績ベースでは、梅まつり開催期間中(有料期間中)にのべ83,978人が来場しており、本市の同時期人口の43,637人(2019年3月1日現在住民基本台帳に登録されている人口)の約2倍近くを数えることとなります。

したがって、野遊び SDGs 拠点を整備し、開業した後も引き続き、本市が誇るべき自然を堪能する機会として梅まつりの開催を継続することはもちろんのこと、梅まつりと野遊び SDGs 拠点それぞれの魅力を、全ての訪れる人に最大限堪能してもらえるよう、同時期における拠点全体の運営方針について予め検討しておく必要があります。

梅まつりの来場者数実績(2019年、有料期間中のみ)



梅まつりシーズンにおける拠点全体の運営方針に係る具体的な検討論点としては大きく2つあります。



1つ目は、梅まつりを主目的として梅林公園を訪れる人々に対しても、野遊び SDGs 拠点の各施設や各エリアにおいて価値提供ができるような誘客の仕組みを整備することを前提としつつ、当該拠点においてグランピングやキャンプにより宿泊する人々の時間や空間を阻害することのないよう、それぞれの動線や空間設計の観点でどのように対応するか、です。

2つ目は、近年の梅まつりの運営上の論点として議論の俎上にもしばしば載せられていますが、梅まつりを主目的として梅林公園を訪れる人々のための駐車場の不足に対してどのように解決するか、です。

第3部の配置図において検討した通り、野遊び SDGs 拠点においても駐車場は引き続き確保されますが、野遊び SDGs 拠点の整備を通じて日常的に来訪客が増加することが見込まれる一方で、仮に第3部に記載の案のとおり現第1駐車場が野遊び広場に整備される場合には、梅林公園全体の駐車場の総台数が減少することになるため、梅まつりシーズンにおける駐車場の不足は、より顕在化する問題となります。

1つ目の論点については、今後基本設計等の設計フェーズにおいて野遊び SDGs 拠点の全体デザイン等を検討する段階で対応方針を具体化していく必要があります。

2つ目の論点については、近年は梅まつりシーズンに梅林公園近辺の道路渋滞・混雑に対する懸念が高まっていることも踏まえ、梅林公園内に駐車場を拡張して確保する選択肢以外にも、例えば市内の別箇所に拠点を設けた上でシャトルバスを臨時運行する等の方策も考えられます。

- 1  宿泊客(グランピング・キャンプ)のプライベート空間の確保
- 2  梅まつりを主目的とする来場者の駐車場確保・道路渋滞の緩和

ツアーオブジャパンをさらに活性化し、「いなべらしい」コンテンツへと昇華していく

梅まつりと並ぶ梅林公園におけるもう1つのビッグイベントとして、国内最大規模の自転車ロードレースであるツアーオブジャパン(Tour of Japan。以下「TOJ」といいます。)の存在は欠かせません。TOJは、自転車月間である5月の最終日曜を東京でのゴールとし、8日間連続、8都市で開催されており、その第3ステージとして毎年本市では「いなべステージ」を開催しています。コースとしては、阿下喜駅前をパレードスタートした後、風光明媚な周回コースへ向かい、梅林公園に設定されたフィニッシュ地点を通過する形となっています。

本市はこれまで、自然が豊富で、のどかな田園風景と快適な道路インフラを有する強みを活かし、自転車を活用したまちづくりを実施することで、いなべ市を訪れるサイクリストや自転車を利用する市民へのサービス提供や情報発信を行い、観光交流人口及び関係人口の拡大に向けて取り組んできています。

具体的な取り組みの例として、市内各所にサイクリストの皆さんが安心してお店に立ち寄って休憩したり、食事をしたりすることができるように、木製又は鉄製のサイクルラックの市内の施設・店舗への設置等を進めてきており、サイクルツーリズムの推進及び新たないなべの価値や魅力を創造することによる地域活性化も見込んでいます。

そして、サイクリストの聖地との呼び声もあり、実際に本市を訪れるサイクリストも増加していることから、野遊びSDGs拠点におけるTOJのあり方を検討していくことは、今後「いなべらしい」コンテンツを磨き上げていく取り組みの一環としても非常に重要です。

また、SDGsの目標「7 エネルギーをみんなにそしてクリーンに」の実現とも親和性が高い移動手段であることに鑑み、いなべを訪れる人々のみならず、いなべに暮らす人々にとっても高付加価値を提供できるポテンシャルが期待できます。

上記を踏まえ、TOJをテーマとする主な検討論点として以下の2つが考えられます。

第1に、TOJを参加者等に限定された盛り上がりにとどめることなく、野遊びSDGs拠点を訪れる人々、ひいては、本市の市民に対してもポジティブ・プラスの効果が遺憾なく発揮されるようなイベントへと昇華させていくために、TOJ事務局と協調しながら当該拠点の運営方針と一体的に検討していく必要があります。

その際例えば、TOJのその他ステージの実施状況や、世界各地の自転車レース等から得られる知見も参考にしつつ、「いなべならでは」のコンテンツにするために必要な取り組みを実践していくことが望ましいです。

第2に、前述のとおり、梅林公園はTOJのフィニッシュ地点に設定されていることもあり、TOJ関係者のための運営本部や各種機材の設置等のスペースを確保する必要があるほか、選手や観客を含む動線等についても予め設定されることとなっています。

野遊びSDGs拠点開業後も引き続きTOJを運営していくためには、安全対策や適切なレース運営等の観点から、TOJ開催時のレイアウトや動線・空間設計について入念に検討していく必要があります。

ツアーオブジャパンを野遊び SDGs にふさわしいコンテンツとしていくための具体的な検討論点

1



野遊びSDGs拠点における「いなべらしい」コンテンツへ昇華

2



拠点整備後もレース運営が円滑に実施できる動線・空間設計

(参考)梅まつりのポスター(左)及びツアーオブジャパンの開催の様子(右)



(参考)ドロマイト鉱山跡地のサテライト拠点としての活用余地については引き続き検討

第3部で記載した通り、梅林公園に野遊び SDGs 拠点を整備した場合に、ドロマイト鉱山跡地をサテライト拠点として想定することが考えられます。

その際、第3部で言及した道路整備等の諸課題に加えて、ドロマイト鉱山跡地の收容人数や梅林公園との位置関係等に鑑み、野遊び SDGs 拠点との役割分担をすることの利便性や合理性等についても総合的に勘案した上で、その活用余地を検討していく必要があります。

4.3 野遊び SDGs の体現に向けた取り組みの検討

「ウィズコロナ・アフターコロナ」を前提に DX の取り組みを前進させる必要

本基本構想の締めくくりとして、本基本構想の根幹をなすテーマである「野遊び SDGs」を形骸化させることなく、ハード・ソフト両面において具現化していくために欠かすことができない2つの視点として、「ウィズコロナ・アフターコロナ下におけるDXの検討」及び「SDGs の個別目標レベルへの落とし込み」について基本的な考え方を提示します。

まず、新型コロナウイルス感染症が猛威を振るい始めてから本基本構想策定時点現在において既に約2年経過したことを踏まえ、今後私たちは、新型コロナウイルスを前提とする社会構造や生活パターン(ウィズコロナ・アフターコロナ)を基本軸として据えていく必要があります。換言すれば、ウィズコロナ・アフターコロナの環境下で取り組むべき課題と、地方創生に向けて取り組むべき課題との両方に向き合わなければなりません。

そうした状況において必要不可欠なコンセプトが DX(デジタルトランスフォーメーション)です。実際に、「まち・ひと・しごと創生基本方針2021」においても、DX 推進による地域課題の解決や地域の魅力向上の必要性が強調されているところです。

ウィズコロナ・アフターコロナ下での地方創生における DX の重要性

まち・ひと・しごと創生基本方針2021（2021年6月8日閣議決定）【抜粋】

- ◆ 多くの地域において、交通弱者の増加、医療・介護サービスの担い手不足、地域の小売・生活関連サービスの衰退、インフラ維持管理の負担増等、地方創生に向けて解決すべき様々な社会課題が山積しており、デジタル技術を活用した解決が期待されているが、概して地域における DX は遅れているのが実情である。さらに、今般の感染症によって、様々な分野でデジタル化の遅れなどの課題が一層浮き彫りになっている。
- ◆ 地域におけるデジタル化を推進することで、様々な行政機能やサービスが効率化・高度化されることにより、交通アクセスなどの地理的・時間的な制約要因に関係なく、いずれの地域でも同様のサービスを楽しむことができるようになる。

なお、DX とは、「トランスフォーメーション(変革)」という用語からも分かる通り、ハンコ文化の撤廃等の単なるデジタル化にとどまるものではなく、顧客起点で価値創出が実現されるような事業やビジネスモデルの変革を指すものとされています。

DX(デジタルトランスフォーメーション)の考え方



経済産業省「我が国における DX 推進施策について」（2021年1月）を基に作成

上記を踏まえ、野遊び SDGs 拠点の整備に当たっては、「顧客(ユーザー)起点の価値創出」が図られるような形でデジタル技術を活用し、ウィズコロナ・アフターコロナのもとで「いなべらしい」地方創生を実現していくDXが求められます。

具体的なアプローチについては今後検討していきますが、例えば、SDGs が謳う「誰一人取り残さない」という理念に基づいて野遊び SDGs 拠点をいなべに暮らす全ての人々にとって開かれた拠点とするためには、高齢者や障がいを持つ人々にとってもアクセスが可能となるような仕組みづくりが必要になるところ、梅林公園という本市の最北部に位置する当該拠点への交通手段の確保や、拠点におけるユニバーサルサービスの提供等を実装する上では、コストや人的資源上の制約から、DX 抜きには目的達成が図れないおそれがあります。

また、いなべを訪れる人々を野遊び SDGs 拠点から市内各地の観光スポット等へと送客するような周遊プランを設計する際にも、個々人の嗜好や属性に応じて最適化するために、デジタル技術を最大限活用することが必要となる場合があります。

いずれにしても、ただ単純にIT化を進めたり、最新のデジタル技術を導入したりするのではなく、ウィズコロナ・アフターコロナの環境下で、「野遊び SDGs」の根底となる理念を達成するために必要不可欠な手段としてDXの実現が想定されるということを念頭に置いておく必要があります。

SDGs が掲げる17の目標のうち、特に個別に落とし込めるアクションに注力していく

本基本構想が拠り所とする SDGs には、人権、経済・社会、地球環境等様々な分野にわたり計17の目標が設定されています。それらを全て統合する形で「持続可能な開発目標」と表現されていますが、実際にこの理念を実現していく上では、個々の17の目標に分解したうえで、具体的にどのような施策を実施すればそれぞれの目標が達成されるのかについて個別に検討していく必要があります。

持続可能な開発目標(SDGs:Sustainable Development Goals)における 17 のゴール (再掲)



あくまで一例になりますが、イメージを持っていただくために、SDGs の個別目標と、それに対応する施策の基本的な考え方について以下記載します。

SDGs の個別目標とそれに対応する施策の基本的な考え方の一例

11 住み続けられるまちづくりを



DX(デジタルトランスフォーメーション)の推進等を通じて、フレキシブルな地域交通を確保し、いなべに暮らす全ての人々に野遊びSDGs拠点へのアクセスを確保

前項で述べた通り、野遊び SDGs 拠点は、いなべに暮らす全ての人々が日常的に訪れることができるような拠点としていくことが望ましいと思われます。一方で、前出のワークショップにおいてもいなべの課題として、「いなべの魅力度向上」に次いで「交通の便・道路事情の改善」が挙げられていたように、地域の足となる公共交通については、必ずしも十分な利便性が担保されているとは言えないのが現状です。

しかしながら、財政制約等に鑑みると、電車やバス等について恒常的な路線拡充を図ることも極めて困難であることも事実です。

上記を踏まえ、例えば DX の推進(例:ダイナミックルーティング等)によって、地域の需要をリアルタイムで把握したうえで柔軟な交通手段を整備することができれば、市内各地から野遊び SDGs 拠点へのアクセスを低コストで担保することが可能になる余地があります。

11 住み続けられるまちづくりを



グランピング施設やキャンプ場の整備に向けて確保するアウトドア関連の製品等を防災用品に活用できるようにし、災害等に耐えられる強靱な地域の拠点に位置付け

野遊び SDGs 拠点については、第3部で述べた通り、グランピング施設やキャンプ場を整備することとしています。一般的に、それらの施設向けに常備されるアウトドア製品(例:テント)については、大災害等が発生した場合の防災用品として利活用することが可能です。

当該拠点において、平時は高付加価値を提供するための製品として活用しながら、有事では、命を守る道具として転用することができるようにしておくことで、広大な拠点のメリットも活かしながら、強靱な地域の避難等の拠点として位置付けることが可能になります。

7 エネルギーをみんなにそしてクリーンに



野遊びSDGs拠点の各施設(拠点棟、グランピング施設等)に整備されるインフラについて、地球環境に対して負荷の少ないエネルギーを利用することで、気候変動対策を強化

梅林公園には現在民間事業者によるバイオマス用間伐材集荷場や太陽光パネル等、エネルギーの観点で地球環境への意識が感じられる施設等が存在します。野遊び SDGs 拠点整備に伴い、電気やガス、水道等に係るインフラの追加整備が必要になることが予想されますが、その際、特にエネルギー使用量が多くなることが見込まれる拠点エリアやグランピング施設において、地球環境に対して可能な限り負荷の少ないエネルギーを利用するような施設設計とすることにより、拠点全体として気候変動対策が強化されることとなります。

おわりに

野遊び SDGs 基本構想の実現に向けて

SDGsや地方創生といった言葉は、もはやトレンドと言われる時期を過ぎて、官民を問わず日本社会に浸透し、向き合うべき「常識」となりました。

本基本構想は、SDGs の理念でもある「誰一人取り残さない」、いなべにおける地方創生を実現していくための、「いなべらしさ」を主役に据えたまちづくり・人づくりのグランドデザインとして策定したものです。

本基本構想の中でも再三言及した通り、私たちは、人口減少や少子高齢化等の社会構造の変化や、新型コロナウイルス感染症の影響を前提としながら、今後持続可能な形で「住んでいーな！来ていーな！活力創生のまちいなべ」を実現するために、着実に歩みを進めていく必要があります。

野遊び SDGs 基本構想を絵に描いた餅にすることなく、真に実現していくためには、まちづくり・人づくりの主役である、いなべに暮らす市民の皆さんや事業者の皆さんと一緒に取り組むことが必要不可欠です。

いなべ市として1つ1つの論点や課題にしっかり向き合いながら、必要な施策や事業を推進し、「野遊び SDGs」の理念に即した「いなべらしい」価値を共創していくことをお約束して、本基本構想の結びとします。

