

なぜ、にこりこー帯のリニューアルなの？

Q. そもそも、にこりこー帯は何のために作られたの？(経過)

もともとは平成5年、大出区の生産者の皆様による直売所として発足、平成9年に前身の「愛来里」として現在の場所に建築。町内全域を対象とした箕輪町農産物生産組合が運営。平成23年に生産と経営を分け、経営を株みのお振興公社が請負い、「にこりこー」としてオープンし、現在にいたります。

設置の目的は、農家所得の向上、生産者の販路拡大です。地域の農畜産物・地場産品の販路拡大により、産地化を促進し、生産者の意欲向上、担い手の育成、農業活性化を目指しました。

そのために、「加工施設（H23 新設）」「交流施設（H23 新設）」「農家レストラン（H26 改装）」を設置。直売所を中心に施設が連携、箕輪の「農の魅力」を発信することで、販路拡大を目指しました。

Q. やってみて、どうだったの？

○登録出荷者（にこりこー会員）約300人　うち出荷者213人

売上4,082万円（@172千円/人）　（H27 出荷者分の売上抜粋）

○一定の売上はあるものの、施設運営の収支が赤字に

3施設　売上累計（H23-27）　3億7,635万円

⇔直売所・レストラン・加工施設の連携で「町の農産物の魅力発信」を狙うが、直売所の売上は回復傾向も、経費を含めた収支全体では伸び悩んでいます。

平成27年度決算は、3施設累計で初の赤字（▲322万円）

Q. 今後、どうするの？(私たちがこれから検討すること)

①直売所を取り巻く環境の変化

平成9年建設当時、珍しかった直売所も、町内大型店のほぼ全てで地場製品の取り扱いを始めています。また、最近ではコンビニでも取り扱うほか、大芝高原の道の駅化（H30.4）、あじーなりリニューアル（H29.4）など、近隣類似施設のパワーアップも見込まれます。

一方、にこりこ周辺に広がる農地では、観光農園を目指し、JAが中心となり整備した果樹団地が適期になっています。

②住民にとって価値のある施設に

一帯は町の施設です。現在の農の魅力伝える機能の向上に加え、住民にとって訪れる、訪れたい理由や、町の魅力を伝える機能が必要と思われれます。

③運営主体の検討

また、それを誰が運営するのが良いか、経営的な面も含めて考える必要がありそうです。リニューアルの方向性や事業が決まったところで、併せて検討を始めたいと思います。

④知名度向上・集客の機能としての「道の駅」

既存施設を地域振興施設として活かし、24時間使用可能なトイレ・駐車場等を整備すれば、道の駅として登録が可能です。一帯の知名度向上・集客機能の仕組みとして、私たちが提供したい価値の方向性と合致すれば、有効な一手段と思われれます。近隣では、南箕輪村の大芝高原で道の駅が平成30年4月にオープン予定です。

この会議で検討していただきたいこと

にこりこ一帯がにぎわうための リニューアル方針と、運営主体

条 件

現在のにこりこ、たべりこ、加工所、交流施設を対象とします。

町の中からも、外からも人が訪れ、賑わう場所にしてください。

建物・設備は、基本的に既存施設の利用を前提としてください。

土地は、現在の敷地に加え、周辺まで含めて検討してかまいません。

予算は当面1億円を上限とします。

検討のステップ（提案）

① にぎわいのために、何が必要でしょうか？（2-4月 3回）

町民の皆さんが訪れたいくなるために、一帯がどんな場所であったらいいか。
リニューアルのコンセプトを考えます。

例えば、

「子連れのお母さんが、子供を遊ばせながら過ごせる場所」

「野菜を買ったついでに、おしゃべりして過ごせる場所」

「いつ行っても野菜が豊富にある」

「町外の友達を連れて行く理由がある」

② にぎわいを実現するための手段・方策を考えましょう（5-6月 2回）

コンセプトを実現するには、どんなことをすればいいか？
具体的な手段・方策として考えていきます。

先程の例でいけば、

「子連れのお母さんが、子供を遊ばせながら過ごせる場所」のために

→子供を遊ばせる場所、日陰、雨の日も過ごせる場所を考えよう。

→西側の畑部分を一部植栽し、サンルーム的なものが作れないか？

（6月には中間発表を行います。）

③ 事業を運営するための、運営主体の検討（7-8月）

④ まとめ（9-10月）

（10月には最終発表を行います）

○会議の目的

以下の「テーマ」、「基本方針」、「目指す姿」をふまえて、現在の「農の魅力発信」という観点に加え、「にぎわいを作り出す新しいコンセプト」「それを実現する事業」、「運営主体」を検討する。

テーマ

- ・「町民が行きたくなる」場所へのステップUP
- ・ 農の魅力の更なる発信

基本方針

- ・ 今ある施設（直売所・レストラン・加工所・交流施設）・場所で考える
- ・ 「町にあるもの」を基本に考える
- ・ 道の駅を手法として考える
- ・ できるだけ、お金をかけずに考える

目指す姿

「農家の所得向上」を主な目的として作られた「直売所」「レストラン」「加工所」「交流施設」のさらなる活用や、周辺の農地・果樹園等を含めた土地利用など「農の魅力の更なる発信」に加えて、住民の皆さんに愛され「行きたくなる場所」になることを目指します。