平成30年度地域未来投資成長分野促進モデル事業

奈良県広陵町における農業等の地域特性を活用した観光アクションプラン策定調査 報告書

平成 31 年 3 月

近畿経済産業局

目　次

Ⅰ．はじめに …… **1**
1．広陵町のあらまし（および課題） …… 1
2．本事業の目的 …… 1
3．地域特性の把握手法について …… 2

Ⅱ．広陵町の地域特性（強み） …… **4**
1．全般的な地域特性 …… 4
2．地域特性①観光資源（神社仏閣、史跡、大型公園、その他集客施設） …… 7
3．地域特性②農林業・特産品 ……18
4．地域特性③地場産業や企業集積（商業施設含む） ……33
5．地域特性④生活文化、言い伝え、風習 ……46
6．地域特性⑤自然環境、遊歩道、街並み ……53
7．地域特性⑥その他（例：人材、技術、インフラ、ヘルスケア・健康増進関連施設など） ……55

Ⅲ．外部からの来訪や域内交流を阻害する要因 ……**60**

Ⅳ．地域特性×観光にかかる先行事例 ……**65**
①観光資源（神社仏閣、史跡、大型公園、その他集客施設） ……66
②農林業・特産品 ……70
③地場産業や企業集積（商業施設含む） ……76
④生活文化、言い伝え、風習 ……82
⑤自然環境、遊歩道、街並み ……86
⑥その他（例：人材、技術、インフラ、ヘルスケア・健康増進関連施設など） ……92

Ⅴ．広陵町におけるアクションプラン ……**96**
1．各種調査を踏まえたアクションプランの策定の考え方 ……96
2．広陵町におけるアクションプラン ……99
①観光資源（神社仏閣、史跡、大型公園、その他集客施設 …… 100
②農林業・特産品 …… 103
③地場産業や企業集積（商業施設含む） …… 106
④生活文化、言い伝え、風習 …… 109
⑤自然環境、遊歩道、街並み …… 114
⑥その他（例：人材、技術、インフラ、ヘルスケア・健康増進関連施設など） …… 117

【アンケート結果概要】
Ⅰ．町民向けアンケート …… 1
Ⅱ．事業者向けアンケート ……21
Ⅲ．農家向けアンケート ……32

【資料編】
○広陵町における観光アクションプラン策定調査検討委員会の開催 …… 1
○調査票
町民向けアンケート …… 2
事業者向けアンケート ……10
農家向けアンケート ……18
○単純集計表
町民向けアンケート ……26
事業者向けアンケート ……35
農家向けアンケート ……43

Ⅰ．はじめに

１．広陵町のあらまし（および課題）

広陵町は奈良県中和地域に位置し、箸尾駅を中心に発展してきた北部地域、のどかな田園風景が広がる東部地域、地場産業である靴下事業者が集積する西部地域および大規模なニュータウン地域からなり、多様な地域特性を有する。また、大阪市から直線距離で約30kmにあり、ベッドタウンとしての性格が強く、現在もなお、農地の宅地化が進行し、わずかながら人口が増加し続けている。しかし、町外での就業が多いことから昼間人口は町外への流出が多く、地域での雇用の創出、経済の活性化が課題といえる。

主要な地場産業は靴下とプラスチック製品で、特に靴下は全国有数の生産量を誇り、町の発展を支えてきた重要な産業であるが、安価な海外製品に押され、製品出荷額は減少傾向にある。また、小規模企業が多いことから機械化が進まず、後継者不足や若者の働き手不足等も課題となっている。農業は、米を中心に、小麦、ナス、軟弱野菜（小松菜、ほうれん草等）等が栽培されているが、多くは兼業農家であり、近年は高齢化や後継者不足等が課題となっている。

一方、観光振興については、馬見丘陵の古墳群や大型公園、竹取物語ゆかりの地とされる讃岐神社等が点在しているものの、近隣他市町と比較すると、観光資源としての訴求力は乏しい。

２．本事業の内容

（１）目的

本事業では、「広陵町の農業や靴下産業などの特性・魅力をきっかけとして、様々な目的で町外から人が訪れ、町内で交流が生まれ、町のにぎわいにつながること」を「観光」と捉え、同町において、あらためて地域の特性を調査・把握し直し、全国各地の先行事例も踏まえることで、それらの地域特性を活用して域外から人を呼び、町内で交流が生まれ、経済活動の発展につながり得る観光アクションプランを策定するものである。

なお、本事業における調査結果や観光アクションプランは、近畿経済産業局が独自に検討し提案するものであり、その実施を義務付けるものではない。

（２）地域特性の把握

本事業では、次の①から⑥の分野について、周辺市町村の地域特性と比較しながら、類似観光資源の有無・優劣など、相対的な強み・弱み等の定量的または定性的な把握を試みた。

①観光資源（神社仏閣、史跡、大型公園、その他集客施設）
②農林業・特産品
③地場産業や企業集積（商業施設含む）
④生活文化、言い伝え、風習
⑤自然環境、遊歩道、街並み
⑥その他（例：人材、技術、インフラ、ヘルスケア・健康増進関連施設など）

（３）外部からの来訪や域内交流の阻害要因の把握

広陵町において観光振興にかかるアクションプランを検討するにあたっては、（２）に掲げる同町の地域特性に加え、外部の人が同町を訪れる場合に、また町内外の人が町内を移動し交流を図る場合に、地勢面、施設面、環境面等における来訪・移動・交流のしやすさを把握する必要があることから、アンケートおよび町、各種団体へのヒアリングにより、来訪・交流の阻害要因の把握を試みた。なお、アンケートでは「観光などで町外から訪れる人や町民の行き来を増やそうとする場合の阻害要因（不都合、邪魔になっているものなど）」を問う設問により回答を求めた。

（４）先行事例調査

（２）で把握した地域特性と類似した特性を有しながら、それらの特性を観光分野等に活用し、交流人口の増加につなげている、全国各地の先行事例を調査した。

（５）アクションプランの検討

以上の調査結果を踏まえ、広陵町において交流人口を拡大し、地域が稼ぐ力の向上につながるアクションプランを、（２）の６つの地域特性に整理して検討を行った。また、（３）で把握した外部からの来訪や域内交流の阻害要因の克服についても、IoTやモビリティ関連の技術を導入する案の検討を行った。

３．地域特性の把握手法について

（１）各種統計による分析

広陵町の観光資源や農林業・特産品、地場産業等の現状、地域特性（強み）の把握に際しては、「地域経済分析システム（RESAS）」や「地域経済循環分析自動作成ツール」などの官民ビッグデータ、各種統計資料（国勢調査、農林業センサス、工業統計調査、経済センサスなど）を用いて分析を行い、可能な限り、近隣市町との比較も行った。

（２）アンケート調査

地域特性、広陵町が目指すべき観光の将来像、強化していくべき施策の方向性を把握するために、次の３つのアンケートを実施した。（合計1,000通を郵送、目標有効回答率15%。結果概要は、巻末の参考資料を参照）

○町民アンケート（有効回答率25.4%）

18歳以上の住民27,884名のうち、無作為に抽出した500名に調査票を郵送。広陵町全般、町の公園や社寺、イベントなどの認知度・訪問度、地域交流や観光の活性化、広陵町内での活動・活躍等について尋ね、127名から回答を得た。

○事業者アンケート（有効回答率27.0%）

町内事業者855先のうち、無作為に抽出した300先に調査票を郵送。広陵町全般、町の農産物や特産品の取扱い、地域交流や観光の活性化、観光振興への参画意向等について尋ね、81先から回答を得た。

○農家アンケート（有効回答率40.0%）

町内の農地所有者1,692名のうち、無作為に抽出した200名に調査票を郵送。農業の形態、農作物の生産・供給体制、農作物の市場開拓、広陵町の全般、地域交流や観光の活性化等について尋ね、80名から回答を得た。

（３）グループインタビュー

広陵町の住民および広陵町内で事業に携わっている個人5名（男性1名、女性4名）の方を対象にグループインタビューを行い、広陵町の現状や交流人口の拡大策などについて意見を伺った。

開催日時：平成31年2月22日（金）14：00～16：00

（４）ヒアリング

事業者アンケートの回答において、見学や体験等の受入れ実績や受入れる可能性のある事業者に、電話にてヒアリングを行った。また、広陵町商工会や町内の農家、町役場等を訪問し、ヒアリングを行った。

（５）観光アクションプラン策定調査検討委員会

有識者4名を委員とする検討委員会を開催し、意見・提案を求めた。（詳細は資料編を参照）

Ⅱ．広陵町の地域特性（強み）

１．全般的な地域特性

（１）各種統計による分析

○人口

広陵町の人口33,606人（2018年10月1日現在）、面積16.30km²で、ニュータウンでの新築が概ね一巡した現在も、農家の高齢化に伴う農地の宅地化も進んでいることから、県内自治体の多くで人口減少が進む中、当町は対2015年比で0.36%増と、わずかながら人口は増加している。

2015年国勢調査で流出人口・流入人口の動態をみると、常住人口の43%にあたる12,542人が町外に流出している反面、流入人口はその半分の6,216人に留まり、流出超過となっている。ベッドタウンとしての町の特性が現れているが、一方で商業施設や製造業等の事業所のほか、県立高校、私立大学が町内にあることで、流出超過はある程度抑制されている。

市町村別面積、世帯数及び人口（2018年10月1日現在）

市町村別	面積 (km²)	構成比(%)	世帯数 (世帯)	人口（人） 総数	構成比(%)	男	女	対2015年国勢調査増加率 (%)	人口密度 (1Km²当たり)
奈良県計	3,690.94	100.0%	593,146	1,340,070	100.0%	631,465	708,605	△1.78	363.1
大和高田市	16.48	0.45%	29,854	62,489	4.7%	29,275	33,214	△ 3.59	3,791.8
橿原市	39.56	1.07%	53,156	122,422	9.1%	57,910	64,512	△ 1.36	3,094.6
香芝市	24.26	0.66%	31,139	78,542	5.9%	37,138	41,404	1.26	3,237.5
三宅町	4.06	0.11%	3,022	6,726	0.5%	3,175	3,551	△ 1.61	1,656.7
田原本町	21.09	0.57%	12,787	31,142	2.3%	14,889	16,253	△ 1.73	1,476.6
上牧町	6.14	0.17%	9,942	21,484	1.6%	10,051	11,433	△ 2.58	3,499.0
王寺町	7.01	0.19%	10,365	23,733	1.8%	11,215	12,518	3.07	3,385.6
広陵町	16.30	0.44%	13,036	33,606	2.5%	16,010	17,596	0.36	2,061.7
河合町	8.23	0.22%	7,790	17,369	1.3%	8,096	9,273	△ 3.19	2,110.4

資料：国土交通省国土地理院「全国都道府県市区町村別面積調」、奈良県統計課「奈良県推計人口調査」
総務省統計局「国勢調査報告」

流動人口・昼間人口（2015年）

（単位：人）

市町村別	常住人口 (A)	総数 流入人口 (B)	総数 流出人口 (C)	総数 昼間人口 (D) (A+B−C)	県内移動 流入人口 通勤	県内移動 流入人口 通学	県内移動 流出人口 通勤	県内移動 流出人口 通学	県内移動 比較増減 △は流出超過	県外移動 流入人口 通勤	県外移動 流入人口 通学	県外移動 流出人口 通勤	県外移動 流出人口 通学	県外移動 比較増減 △は流出超過
県計	1,364,316	250,715	386,605	1,228,426	164,872	27,896	164,872	27,896	―	44,425	13,522	165,255	28,582	△135,890
大和高田市	64,817	12,086	20,712	56,191	9,181	1,732	10,946	1,591	△1,624	987	186	6,834	1,341	△7,002
橿原市	124,111	25,285	34,333	115,063	19,385	2,686	18,790	2,972	309	2,746	468	10,209	2,362	△9,357
香芝市	77,561	9,567	26,696	60,432	6,488	1,224	9,569	2,013	△3,870	1,299	556	13,133	1,981	△13,259
三宅町	6,836	943	2,550	5,229	835	65	1,722	240	△1,062	38	5	462	126	△545
田原本町	31,691	7,387	10,130	28,948	6,372	653	6,404	904	△283	361	1	2,187	635	△2,460
上牧町	22,054	3,533	7,313	18,274	3,166	180	3,274	623	△551	185	2	3,005	411	△3,229
王寺町	23,025	5,486	8,951	19,560	3,773	754	3,416	541	570	658	301	4,485	509	△4,035
広陵町	33,487	6,216	12,542	27,161	4,444	666	6,401	1,009	△2,300	510	596	4,170	962	△4,026
河合町	17,941	3,921	5,929	15,933	2,445	362	2,733	401	△327	243	871	2,403	392	△1,681

（注）年齢不詳の者は対象から除外している。
資料：総務省統計局「国勢調査報告」

○地域経済循環

広陵町の地域経済循環マップによると、町内における生産（付加価値額）は539億円で、うち第3次産業（424億円）が全体の8割近くを占め、第2次産業は約2割、第1次産業はごくわずかとなっている。

地域経済循環率は54.7%と100を大きく割り込んでおり、分配（所得）面において、地域外から流入する雇用者所得（323億円）等に依存していることがわかる。

地域経済循環図（2013年）

（注）「地域経済循環率」とは、地域住民・企業等が稼いだ所得が、地域内でどの程度支出されているか（＝それが企業の生産にどの程度結びついているか）を表す指標。
域内で生み出された所得がどの程度域内に環流しているかを把握するもので、自治体ごとの特徴を表すものであり、他の自治体と比較して数値が高いか低いかを議論するものではない。

【出典】
環境省「地域産業連関表」、「地域経済計算」（株式会社価値総合研究所（日本政策投資銀行グループ）受託作成）
地域経済循環分析　http://www.env.go.jp/policy/circulation/index.html

【注記】
「地域経済循環率」とは、生産（付加価値額）を分配（所得）で除した値であり、地域経済の自立度を示している。（値が低いほど他地域から流入する所得に対する依存度が高い。）
「雇用者所得」とは、主に労働者が労働の対価として得る賃金や給料等をいう。
「その他所得」は、財産所得、企業所得、交付税、社会保障給付、補助金等、雇用者所得以外の所得により構成される。
「その他支出」は、「政府支出」+「地域内産業の移輸出-移輸入」により構成される。
例えば、移輸入が移輸出を大きく上回り、その差が政府支出額を上回る場合（域外からの財・サービスの購入を通じた所得流出額が政府支出額よりも大きい場合）は、「その他支出」の金額がマイナスとなる。
「支出流出入率」とは、地域内に支出された金額に対する地域外から流入・地域外に流出した金額の割合で、プラスの値は地域外からの流入、マイナスの値は地域外への流出を示す。

【その他の留意点】
本データは国民経済計算、県民経済計算、国勢調査、経済センサス等のデータを用いて、全国の市町村のデータを統一的な方法で作成している。東京特別区は一地域として扱う。

一人あたり付加価値額を、広陵町と人口が同規模の田原本町とで比較してみると、広陵町は第1次産業が215万円（田原本町161万円）、第2次産業が393万円（同602万円）、第3次産業が651万円（714万円）となっており、第2次産業の付加価値額が相対的に広陵町は低く、乖離が大きい。

同様に、広陵町の一人あたり所得は、雇用所得が409万円（田原本町412万円）、その他所得が110万円（同125万円）となっている。

広陵町の支出流出入率は、民間消費が△13.8%（田原本町△4.9%）、民間投資が△38.4%（同△25.4%）、その他支出が△146.6%（△54.6%）となっている。

一人あたり付加価値額（2013年）

		広陵町（順位）	田原本町（順位）
一人あたり付加価値額	第1次産業	215万円（881位）	161万円（1,314位）
	第2次産業	393万円（1,595位）	602万円（1,115位）
	第3次産業	651万円（1,185位）	714万円（772位）
一人あたり所得	雇用者所得	409万円（894位）	412万円（858位）
	その他所得	110万円（1,681位）	125万円（1,556位）
支出流出入率	民間消費	−0.138（1,166位）	−0.049（895位）
	民間投資	−0.384（1,454位）	−0.254（1,126位）
	その他支出	−1.466（1,645位）	−0.546（684位）

（注）順位は全国1,719市町村におけるランキング。

【出典】
環境省「地域産業連関表」、「地域経済計算」（株式会社価値総合研究所（日本政策投資銀行グループ）受託作成）
地域経済循環分析　http://www.env.go.jp/policy/circulation/index.html

２．地域特性①観光資源（神社仏閣、史跡、大型公園、その他集客施設）

（１）各種統計による分析

神社仏閣や史跡等に関する統計データがないため、公表されている都市公園のみについて分析を行う。

広陵町の都市公園は、個所数が28箇所で奈良県全体の1.2%、面積が57.16haで同3.3%となっている。広陵町には「馬見丘陵公園（29.30ha）」が含まれているが、河合町に属する26.90haを差し引くと、広陵町に属する実質的な公園面積は2.40haと限られている。広陵町の地区公園の1箇所は「竹取公園」で面積が6.51haあり、広陵町および近隣市町（隣接7市町＋王寺町）の9市町の中では最大の面積を誇っている。

また、広陵町の近隣公園は5箇所で、9市町の中で2番目に多く、合計面積は11.86haで最も多い（人口の多い大和高田市、橿原市、香芝市よりも多い）。

市町村別都市公園

（単位：面積ha）　（2017年3月31日現在）

都市計画区域市町村	都市公園合計		住区基幹公園						都市基幹公園				広域公園国営公園	
			街区公園		近隣公園		地区公園		総合公園		運動公園			
	箇所	面積	箇所	面積	箇所	面積	箇所	面積	箇所	面積	箇所	面積	箇所	面積
奈良県計	2,392	1,752.38	1,720	236.63	78	142.33	24	126.74	13	180.70	6	84.58	3	624.72
構成比(横%)			71.9%	13.5%	3.3%	8.1%	1.0%	7.2%	0.5%	10.3%	0.3%	4.8%	0.1%	35.6%
大和高田市	19	19.53	11	2.61	6	8.90	1	2.31	1	5.71	－	－	－	－
橿原市	235	99.35	205	14.11	5	8.99	1	4.10	2	40.41	1	10.20	－	－
香芝市	150	40.62	97	14.62	4	9.63	1	4.57	1	1.68	－	－	－	－
三宅町	11	2.99	10	0.99	1	2.00	－	－	－	－	－	－	－	－
田原本町	80	13.11	79	10.91	1	2.20	－	－	－	－	－	－	－	－
上牧町	38	6.32	37	5.15	1	1.17	－	－	－	－	－	－	－	－
王寺町	43	17.12	38	5.27	3	8.19	－	－	－	－	－	－	－	－
広陵町	28	57.16	16	8.30	5	11.86	1	6.51	－	－	－	－	1	29.30
構成比(横%)			57.1%	14.5%	17.9%	20.7%	3.6%	11.4%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	3.6%	51.3%
河合町	41	46.38	34	9.92	2	2.18	1	5.76	－	－	－	－	－	(26.90)
広陵町の県内構成比→	1.2%	3.3%	0.9%	3.5%	6.4%	8.3%	4.2%	5.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	33.3%	4.7%

(注) 1.都市公園合計には特殊公園(11箇所、42.22ha)、都市緑地(469箇所、310.16ha)、広場公園(1箇所、0.39ha)、緑道(67箇所、3.91ha)を含む。

2.広域公園は奈良公園及び馬見丘陵公園で、国営公園は国営飛鳥歴史公園であり、( )内の数字は馬見丘陵公園で、箇所数は広陵町にカウントしている。

資料：奈良県公園緑地課

【参考】

都市公園の種類

種類	種 別	内　　容
住区基幹公園	街区公園	もっぱら街区に居住する者の利用に供することを目的とする公園で誘致距離250mの範囲内で1箇所当たり面積0.25haを標準として配置する。
	近隣公園	主として近隣に居住する者の利用に供することを目的とする公園で近隣住区当たり1箇所を誘致距離500mの範囲内で1箇所当たり面積2haを標準として配置する。
	地区公園	主として徒歩圏内に居住する者の利用に供することを目的とする公園で誘致距離1kmの範囲内で1箇所当たり面積4haを標準として配置する。都市計画区域外の一定の町村における特定地区公園（カントリーパーク）は、面積4ha以上を標準とする。
都市基幹公園	総合公園	都市住民全般の休息、観賞、散歩、遊戯、運動等総合的な利用に供することを目的とする公園で都市規模に応じ1箇所当たり面積10～50haを標準として配置する。
	運動公園	都市住民全般の主として運動の用に供することを目的とする公園で都市規模に応じ1箇所当たり面積15～75haを標準として配置する。
大規模公園	広域公園	主として一の市町村の区域を超える広域のレクリエーション需要を充足することを目的とする公園で、地方生活圏等広域的なブロック単位ごとに1箇所当たり面積50ha以上を標準として配置する。
	レクリエーション都市	大都市その他の都市圏域から発生する多様かつ選択性に富んだ広域レクリエーション需要を充足することを目的とし、総合的な都市計画に基づき、自然環境の良好な地域を主体に、大規模な公園を核として各種のレクリエーション施設が配置される一団の地域であり、大都市圏その他の都市圏域から容易に到達可能な場所に、全体規模1000haを標準として配置する。
国営公園		主として一の都府県の区域を超えるような広域的な利用に供することを目的として国が設置する大規模な公園にあっては、1箇所当たり面積おおむね300ha以上を標準として配置する。国家的な記念事業等として設置するものにあっては、その設置目的にふさわしい内容を有するように配置する。
緩衝緑地等	特殊公園	風致公園、動植物公園、歴史公園、墓園等特殊な公園で、その目的に則し配置する。
	緩衝緑地	大気汚染、騒音、振動、悪臭等の公害防止、緩和若しくはコンビナート地帯等の災害の防止を図ることを目的とする緑地で、公害、災害発生源地域と住居地域、商業地域等とを分離遮断することが必要な位置について公害、災害の状況に応じ配置する。
	都市緑地	主として都市の自然的環境の保全並びに改善、都市の景観の向上を図るために設けられている緑地であり、1箇所あたり面積0.1ha以上を標準として配置する。但し、既成市街地等において良好な樹林地等がある場合あるいは植樹により都市に緑を増加又は回復させ都市環境の改善を図るために緑地を設ける場合にあってはその規模を0.05ha以上とする。（都市計画決定を行わずに借地により整備し都市公園として配置するものを含む）
	緑道	災害時における避難路の確保、都市生活の安全性及び快適性の確保等を図ることを目的として、近隣住区又は近隣住区相互を連絡するように設けられる植樹帯及び歩行者路又は自転車路を主体とする緑地で幅員10～20mを標準として、公園、学校、ショッピングセンター、駅前広場等を相互に結ぶよう配置する。

注）近隣住区＝幹線街路等に囲まれたおおむね1km四方(面積100ha)の居住単位
資料：国土交通省Webサイト

〇観光マップ「目的地分析」

観光に関する地域の現状を把握するための調査として、観光庁では「共通基準による観光入込客統計」と「宿泊旅行統計調査」が行われている。また、奈良県では「観光客動態調査」と「宿泊統計調査」が行われている。

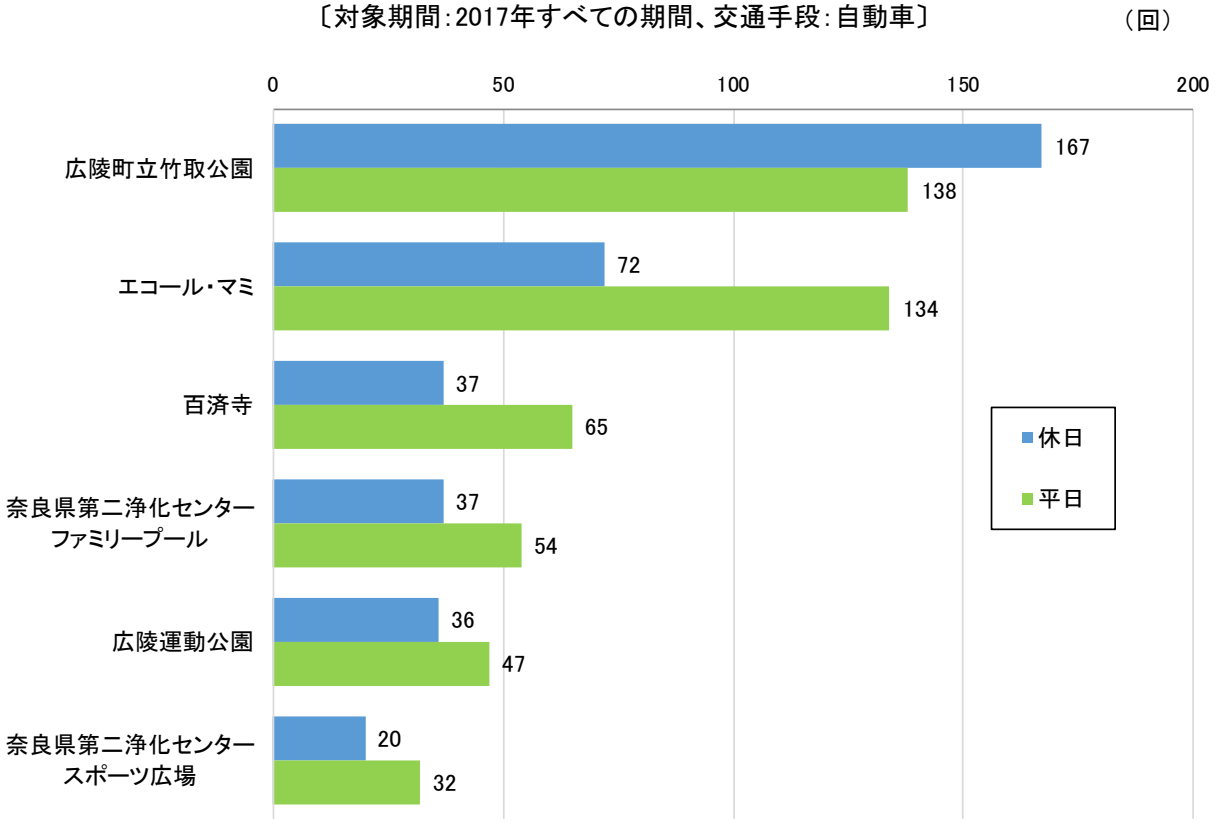
しかしながら、いずれの調査においても広陵町に限定したデータ把握や分析が行われていないため、広陵町を訪れている観光客の実態（入込客数や消費額、立ち寄り地点など）を把握できない。

このため、RESAS・地域経済分析システムにおいて公開されている観光マップ「目的地分析」で、広陵町の観光地等が経路検索されている状況を分析することにより、観光などの目的で訪問されている頻度の高い地域を分析する。

株式会社ナビタイムジャパンの「経路検索条件データ」によると、2017年すべての期間（休日）に広陵町内の観光地等が経路検索（交通手段：自動車）されている状況をみると、「広陵町立竹取公園」が167回（平日138回）で最も多く、次いで「エコール・マミ」72回（同134回）、「百済寺」37回（同65回）、「奈良県第二浄化センターファミリープール」37回（平日54回）、「広陵運動公園」36回（同47回）、「奈良県第二浄化センタースポーツ広場」20回（平日32回）が続いている。

広陵町では、休日・平日とも「広陵町立竹取公園」を目的とされる人が多いことがわかる。

観光マップ「目的地分析」（目的地：奈良県広陵町内）
〔対象期間：2017年すべての期間、交通手段：自動車〕



【資料・出典】
株式会社ナビタイムジャパン「経路検索条件データ」
【注記】
検索回数は、同一ユーザの重複を除いた月間のユニークユーザ数。下記条件に全て該当した場合にのみ表示。
・施設分類が、観光資源、宿泊施設や温泉、広域からの集客が見込まれるレジャー施設や商業施設に該当
・年間検索回数が全国1000位以内または都道府県別50位以内または市区町村別10位以内

次に、広陵町および近隣市町（隣接7市町＋王寺町）の9市町について、2017年すべての期間（休日）に9市町内の観光地等が経路検索（交通手段：自動車）されている状況をみると、検索回数が一定水準以上の目的地の数は、9市町の中では橿原市が10箇所で最も多く、広陵町は6箇所で2番目に多い。そのほかは、大和高田市が5箇所、王寺町が4箇所と続いている。なお、三宅町は該当データなし。

9市町全体で35箇所が経路検索されているが、ショッピングセンターや野球場・グラウンド、文化ホールなどを除いて考えると、社寺で6箇所、公園3箇所、遺跡1箇所、スーパー銭湯1箇所、見学施設1箇所の計12箇所と限定される（広陵町は、「広陵町立竹取公園」と「百済寺」の2箇所）。

観光マップ・「目的地分析」（目的地：広陵町等9市町）【市町別】
〔対象期間：2017年すべての期間（休日）、交通手段：自動車〕

所在地	順位	9市町内の目的地	検索回数
大和高田市	1	大和高田市総合公園多目的グラウンド	102
	2	大和高田さざんかホール	98
	3	大和高田市立総合体育館	51
	4	大中公園	41
	5	オークタウン大和高田	30
橿原市	1	イオンモール橿原	2,946
	2	橿原神宮	926
	3	橿原ロイヤルホテル	693
	4	興福寺	347
	5	橿原市昆虫館	301
	6	奈良県立橿原公苑野球場	214
	7	橿原市総合プール	195
	8	おふさ観音	160
	9	奈良県橿原文化会館	103
	10	ジェイテクトアリーナ奈良	87
香芝市	1	香芝市総合体育館	84
	2	ジャンボスクエア香芝	21
	3	じゃんぼスクエア香芝店	14
三宅町		該当データなし	
田原本町	1	奈良県フットボールセンター	157
	2	田原本町中央体育館	27
	3	唐子・鍵遺跡	8
上牧町	1	虹の湯西大和店	154
	2	レインボープラザ西大和	19
王寺町	1	達磨寺	27
	2	りーべる王寺	19
	3	王寺アリーナ	16
	4	王寺町文化福祉センター	15
広陵町	1	広陵町立竹取公園	167
	2	エコール・マミ	72
	3	百済寺	37
	4	奈良県第二浄化センターファミリープール	37
	5	広陵運動公園	36
	6	奈良県第二浄化センタースポーツ広場	20
河合町	1	馬見丘陵公園	452
	2	廣瀬神社	26

【資料・出典】株式会社ナビタイムジャパン「経路検索条件データ」

また、2017年すべての期間（休日）に9市町内の観光地等が経路検索（交通手段：自動車）されている状況を検索回数の多い順に並べて目的地をみると、上位8位までは橿原市が7箇所、河合町が1箇所となっており、橿原市を目的とする移動が多いことがわかる。

「広陵町立竹取公園」は全体の9位に入っており、次いで「エコール・マミ」18位、「百済寺」21位、「奈良県第二浄化センターファミリープール」22位、「広陵運動公園」23位が続いている。

9市町のなかでの広陵町の検索状況をみると、広陵町は橿原市の目的地数や検索回数より大きく下回っているものの、大和高田市とはほぼ同水準にある。

観光マップ「目的地分析」（目的地：広陵町等9市町）【検索回数の降順】
〔対象期間：2017年すべての期間（休日）、交通手段：自動車〕

順位	9市町内の目的地	所在地	検索回数
1	イオンモール橿原	橿原市	2,946
2	橿原神宮	橿原市	926
3	橿原ロイヤルホテル	橿原市	693
4	馬見丘陵公園	河合町	452
5	興福寺	橿原市	347
6	橿原市昆虫館	橿原市	301
7	奈良県立橿原公苑野球場	橿原市	214
8	橿原市総合プール	橿原市	195
9	広陵町立竹取公園	広陵町	167
10	おふさ観音	橿原市	160
11	奈良県フットボールセンター	田原本町	157
12	虹の湯西大和店	上牧町	154
13	奈良県橿原文化会館	橿原市	103
14	大和高田市総合公園多目的グラウンド	大和高田市	102
15	大和高田さざんかホール	大和高田市	98
16	ジェイテクトアリーナ奈良	橿原市	87
17	香芝市総合体育館	香芝市	84
18	エコール・マミ	広陵町	72
19	大和高田市立総合体育館	大和高田市	51
20	大中公園	大和高田市	41
21	百済寺	広陵町	37
22	奈良県第二浄化センターファミリープール	広陵町	37
23	広陵運動公園	広陵町	36
24	オークタウン大和高田	大和高田市	30
25	田原本町中央体育館	田原本町	27
26	達磨寺	王寺町	27
27	廣瀬神社	河合町	26
28	ジャンボスクエア香芝	香芝市	21
29	奈良県第二浄化センタースポーツ広場	広陵町	20
30	レインボープラザ西大和	上牧町	19
31	りーべる王寺	王寺町	19
32	王寺アリーナ	王寺町	16
33	王寺町文化福祉センター	王寺町	15
34	じゃんぼスクエア香芝店	香芝市	14
35	唐子・鍵遺跡	田原本町	8

【資料・出典】株式会社ナビタイムジャパン「経路検索条件データ」

（２）各市町のWebサイトなどで紹介されている主な観光資源

広陵町および近隣市町（隣接7市町＋王寺町）の9市町について、各市町のWebサイトや観光関連のWebサイトなどで紹介されている主な観光資源は以下のとおりである。

観光資源の箇所数では、広陵町は橿原市、大和高田市、田原本町についで4番目に多い。一般的に広く知られている観光資源という観点でみると、近隣市町の中では橿原市が突出している。

市町名	主な観光資源（神社仏閣、史跡、大型公園、その他集客施設）
広陵町	・百済寺三重塔、与楽寺、大福寺、正楽寺、讃岐神社 ・巣山古墳、牧野古墳、新木山古墳、新山古墳、三吉石塚古墳　・石造伝・弥勒菩薩坐像 ・竹取公園、県営馬見丘陵公園　・はしお元気村、広陵パークゴルフコース
大和高田市	・天神社、春日神社（弁慶の七つ石）、長谷本寺、龍王宮（石園坐多久虫玉神社）、不動院、名称寺、弥勒寺、福田寺（行者堂）、天満神社、専立寺 ・高田城址、築山古墳、静御前の塚、刀良売の墓　・大中公園、大谷山自然公園 ・総合公園コミュニティプール、さざんかホール、大和高田市立総合体育館、大和高田市市民交流センター、高田温泉さくら荘
橿原市	・橿原神宮、おふさ観音、久米寺、畝尾都多本神社、御厨子観音妙法寺、國分寺、瑞花院、正蓮寺、称念寺、宗我坐宗我都比古神社、法然寺庭園、浄国寺石造燈篭、 ・本薬師寺跡、益田岩船、綏靖天皇陵、懿徳天皇陵、宣化天皇陵、孝元天皇陵、安寧天皇陵、神武天皇陵、藤原宮跡、菖蒲池古墳、植山古墳、丸山古墳、新沢千塚古墳群、梅川・忠兵衛の碑 ・橿原市昆虫館、橿原市立こども科学館 ・橿原運動公園、橿原森林遊苑、万葉の丘スポーツ広場ボタン園、万葉の森 ・県立橿原考古学研究所附属博物館、歴史に憩う橿原市博物館、JAならけんまほろばキッチン内観光案内所、橿原市観光交流センター、今井まちなみ交流センター華甍、福祉センターやわらぎの郷
香芝市	・鹿島神社、十二社神社、坂山口神社（穴虫）、福応寺、志都美神社、大坂山口神社（逢坂）、阿日寺、福応寺の板仏 ・武烈天皇陵、顕宗天皇陵、平野塚穴山古墳　・二上山博物館、かしば・屯鶴峯温泉
三宅町	・伴堂杵築神社、屏風杵築神社、腰掛石
田原本町	・浄照寺、鏡作神社、本誓寺、村屋神社、金剛寺、秦楽寺、安養寺、多神社、千萬院、法楽寺 ・唐古・鍵遺跡 ・しきのみち・はせがわ展望公園、やすらぎ公園 ・えのき広場グラウンドゴルフ場（しきのみちはせがわ展望公園内）、唐古・鍵考古学ミュージアム、観光ステーション「磯城の里」
上牧町	・浄安寺（西国三十三箇所観音傍丘霊場）、伊邪那岐神社 ・片岡城跡、上牧銅鐸　・神の牧温泉「虹の湯」
王寺町	・達磨寺（座禅体験）、品善寺、放光寺、久度神社、親殿神社、火幡神社　・悠久の鐘 ・舟戸児童公園（蒸気機関車（D51））、大和川ふれあい広場
河合町	・広瀬神社　・ナガレ山古墳、乙女山古墳、佐味田宝塚古墳、大塚山古墳群 ・県営馬見丘陵公園（同町Webサイトに「河合町にある馬見丘陵公園に咲く花のカレンダー」が掲載されている）

（各市町のWebサイトや観光関連のWebサイトなどより）

（３）アンケート調査結果

〇近隣市町村と比較した場合の広陵町の強み・弱み〔「５（強み）」～「１（弱み）」の５段階評価の階級平均値〕

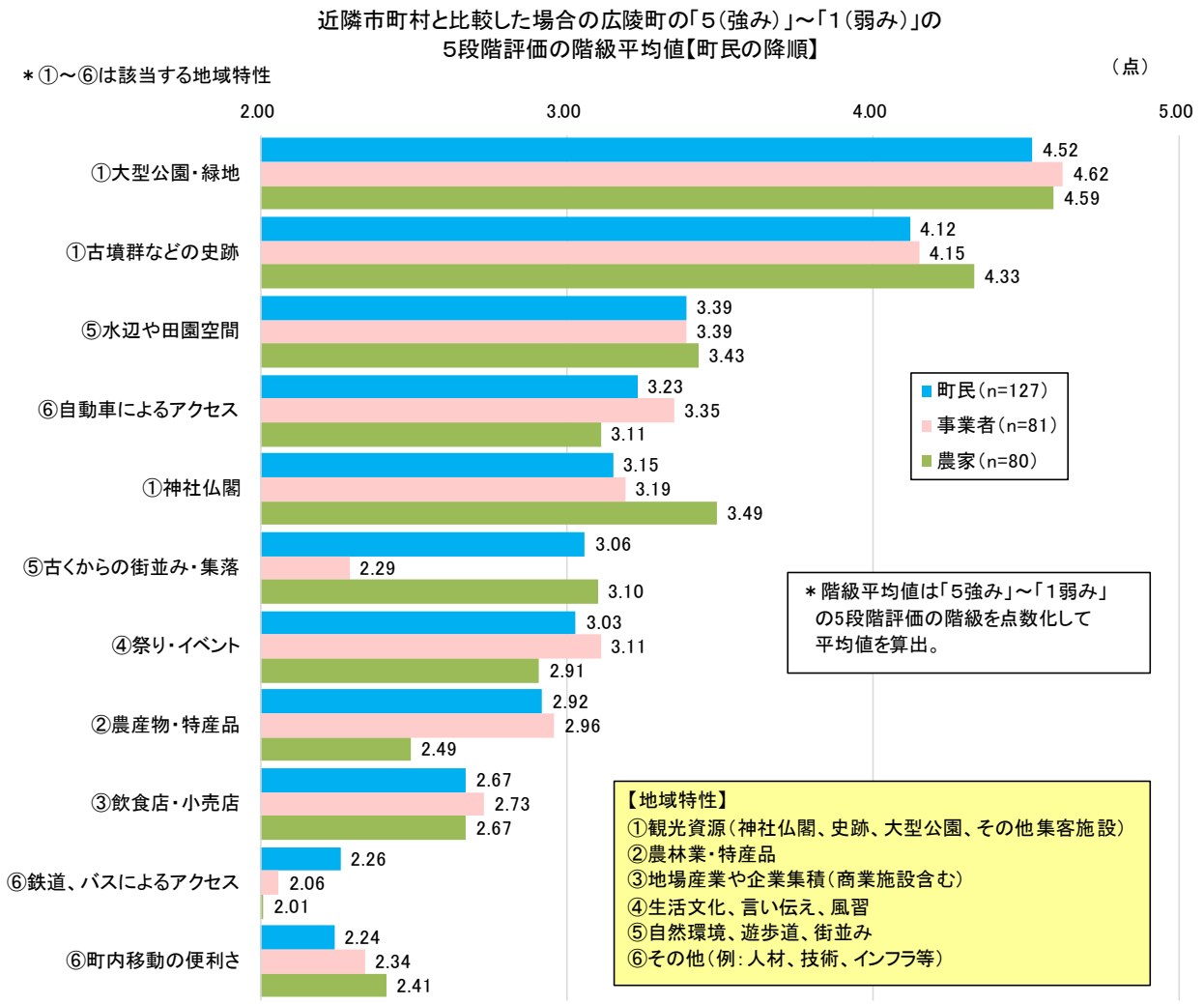
町民・事業者・農家の3者を対象に、観光資源や交通アクセスなどの11項目について、近隣市町村と比較した場合の広陵町の強み・弱み〔「５(強み)」～「１(弱み)」の５段階評価〕を聞き、階級平均値（「５強み」～「１弱み」の5段階評価の階級を点数化して平均値を算出）による各項目の相対比較を行ったところ、結果は以下のとおりである。

町民・事業者・農家の3者とも、「大型公園・緑地」（それぞれ4.52点、4.62点、4.59点）が最も高く、次いで3者とも「古墳群などの史跡」（それぞれ4.12点、4.15点、4.33点）も4点以上と高い。

また、町民・事業者・農家の3者とも、「水辺や田園空間」（それぞれ3.39点、3.39点、3.43点）、「自動車によるアクセス」（それぞれ3.23点、3.35点、3.11点）、「神社仏閣」（それぞれ3.15点、3.19点、3.49点）の3項目が3点以上となっている。

一方、「町内移動の便利さ」（それぞれ2.24点、2.34点、2.41点）、「鉄道、バスによるアクセス」（それぞれ2.26点、2.06点、2.01点）、「飲食店・小売店」（それぞれ2.67点、2.73点、2.67点）の3項目は、3者とも2.00点～2.80点と低い。

これらの結果から、近隣市町村と比較した場合の広陵町の強み・弱みについて、「大型公園・緑地」と「古墳群などの史跡」の2項目は強みと捉えられているが、「町内移動の便利さ」・「鉄道、バスによるアクセス」・「飲食店・小売店」の3項目は弱みと捉えられていることがわかる。



○地域交流や観光の活性化に注力していくべき分野〔１位〕

町民・事業者・農家の3者を対象に、広陵町では、どのような分野で地域交流や観光の活性化に注力していくべきと思うか（特に重要と思うもの上位３つ）について聞いたところ、結果は以下のとおりである。

1位は、町民・事業者・農家の3者とも、「大型公園の活用強化」59.1%、53.1%、33.8%が最も多く、町民・事業者は過半数を占めている。町民は次いで「既存の神社仏閣・史跡などの活用」11.0%が多い。事業者は次いで「地場産業を活かした観光の活性化」16.0%が多く、農家は次いで「既存の神社仏閣・史跡などの活用」30.0%が多い。

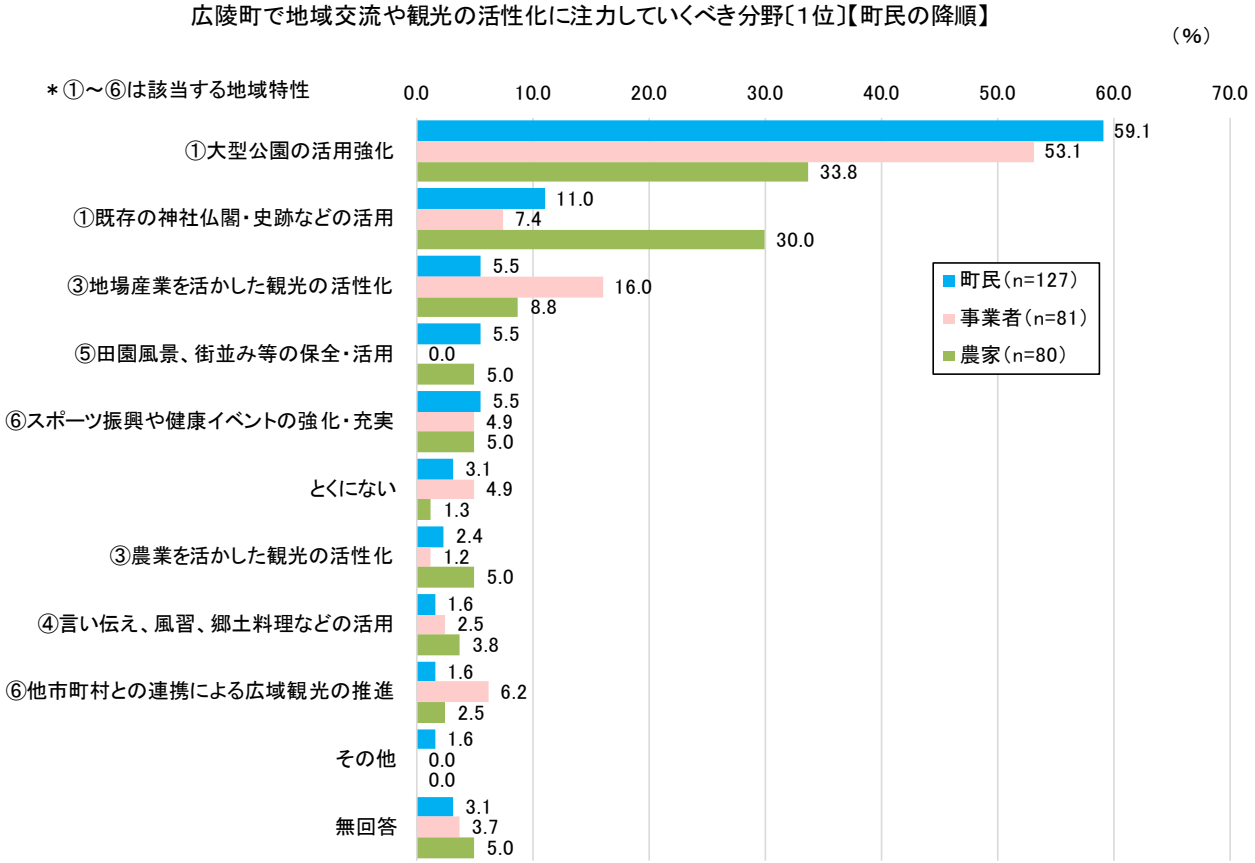
回答者別にみると、町民の２位は「地場産業を活かした観光の活性化」18.1%、「大型公園の活用強化」17.3%が多く、同３位は「地場産業を活かした観光の活性化」16.5%、「他市町村との連携による広域観光の推進」13.4%が多い（図表掲載省略、以下同様）。

事業者の２位は「大型公園の活用強化」・「スポーツ振興や健康イベントの強化・充実」各18.5%が多く、同３位は「他市町村との連携による広域観光の推進」25.9%が多い。

農家の２位は「大型公園の活用強化」32.5%が多く、同３位は「他市町村との連携による広域観光の推進」21.3%が多い。

これらの結果から、地域交流や観光の活性化に注力していくべき分野として、「大型公園の活用強化」が強く望まれていることがわかる。

広陵町で地域交流や観光の活性化に注力していくべき分野〔1位〕【町民の降順】



○地域交流や観光の活性化にあたって強化・充実していくべき施策・取組み

町民・事業者・農家の3者を対象に、地域交流や観光の活性化にあたって、どのような施策・取組みを強化・充実していくべきと思うか（複数回答：3つ以内）について聞いたところ、結果は以下のとおりである。

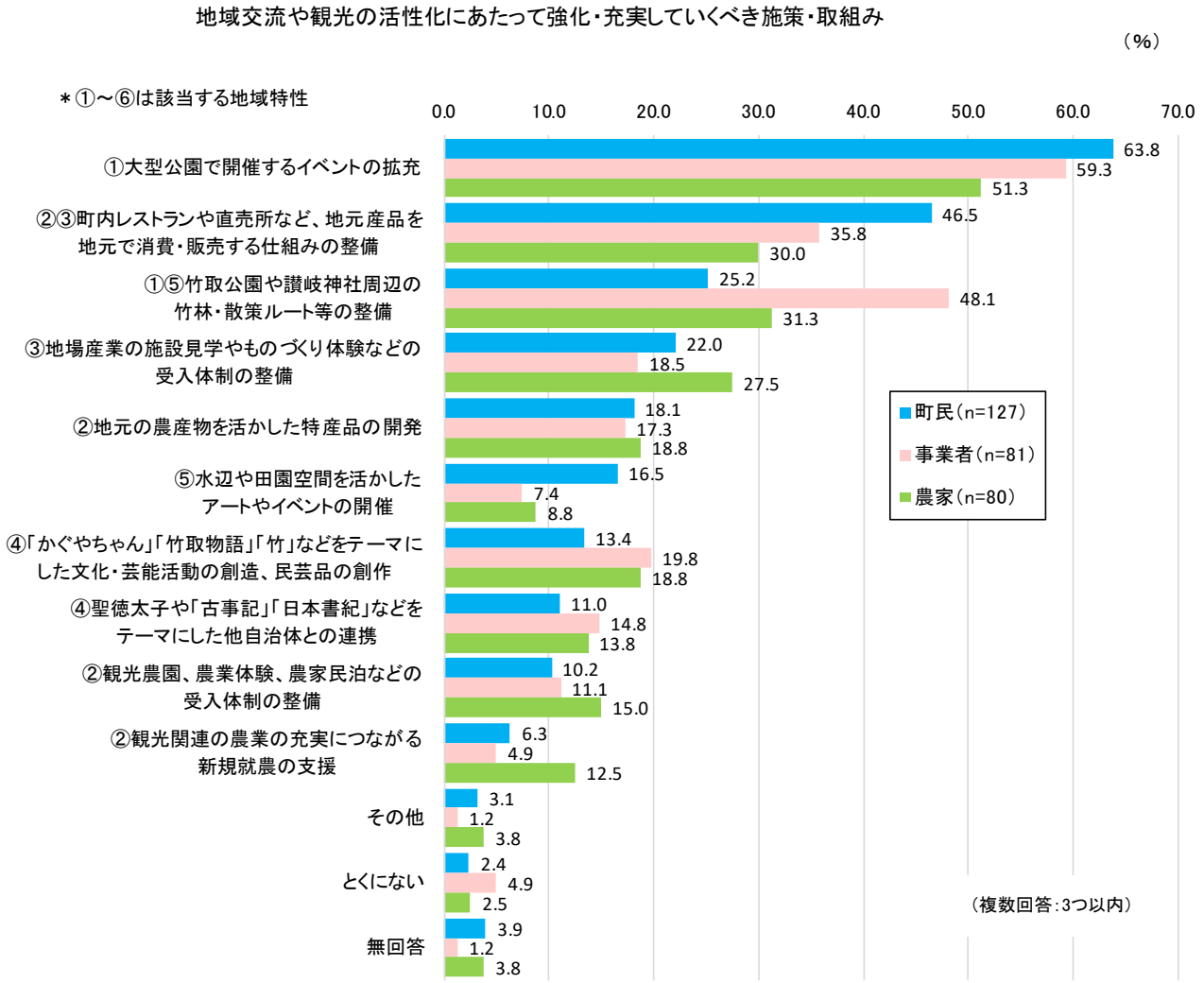
町民・事業者・農家の3者とも、「大型公園で開催するイベントの拡充」63.8%、59.3%、51.3%が最も多く、3者とも過半数を占めている。町民は次いで「町内レストランや直売所など、地元産品を地元で消費・販売する仕組みの整備」46.5%が多く、「竹取公園や讃岐神社周辺の竹林・散策ルート等の整備」25.2%が続いている。

事業者は次いで「竹取公園や讃岐神社周辺の竹林・散策ルート等の整備」48.1%が多く、「町内レストランや直売所など、地元産品を地元で消費・販売する仕組みの整備」３5.8%が続いている。

農家は次いで「竹取公園や讃岐神社周辺の竹林・散策ルート等の整備」31.3%が多く、「町内レストランや直売所など、地元産品を地元で消費・販売する仕組みの整備」３0.0%が続いている。

これらの結果から、地域交流や観光の活性化にあたって強化・充実していくべき施策・取組みとして、「大型公園で開催するイベントの拡充」や「町内レストランや直売所など、地元産品を地元で消費・販売する仕組みの整備」が強く望まれていることがわかる。

地域交流や観光の活性化にあたって強化・充実していくべき施策・取組み

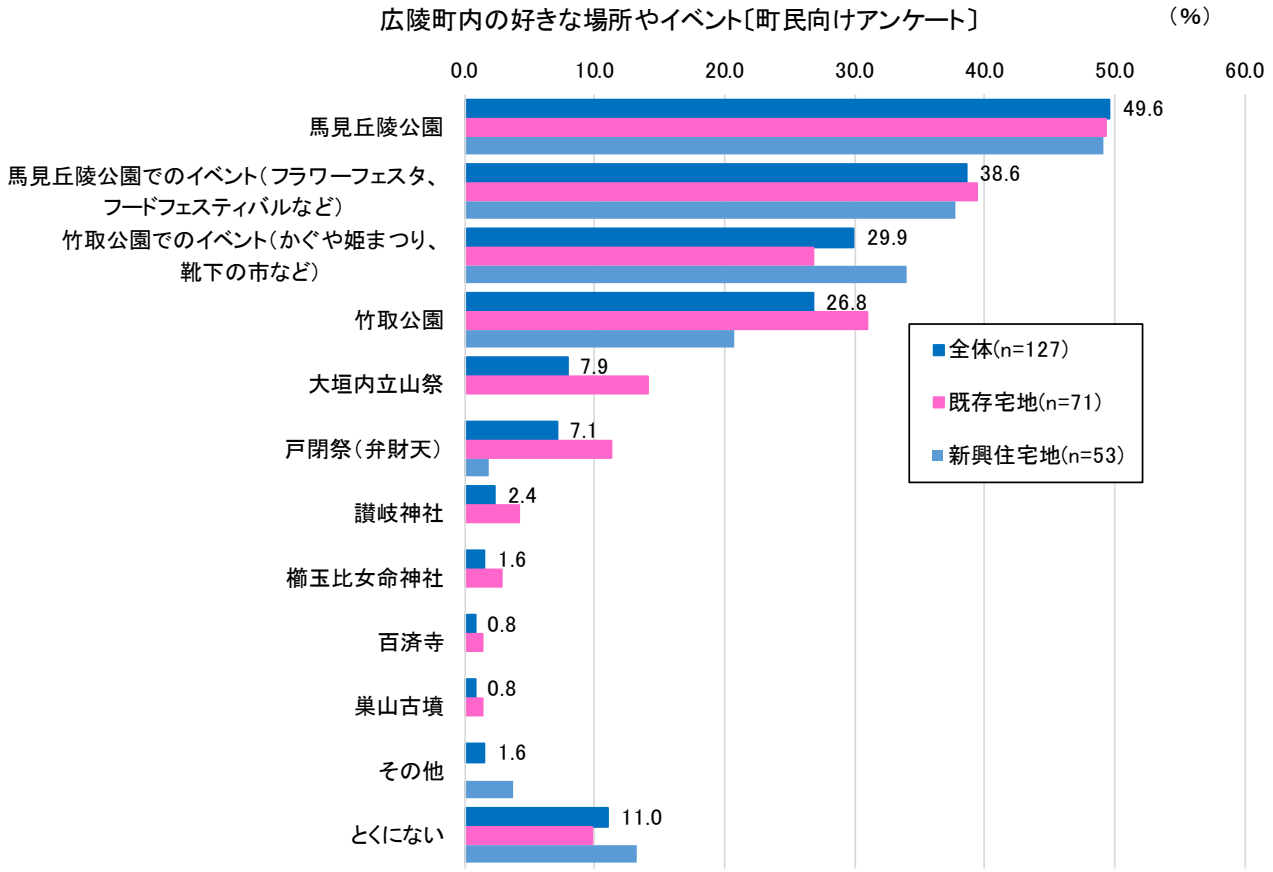


○散策・レジャー・観光目的で過去3年間に行った（利用した）場所やイベント／好きな場所やイベント【町民】

町民を対象に、散策・レジャー・観光目的で、過去3年間に行った（利用した、参加した）広陵町内の場所やイベントを聞いた結果、「馬見丘陵公園」73.2%が最多、次いで「馬見丘陵公園でのイベント」56.7%、「竹取公園でのイベント」47.2%、「竹取公園」46.5%と続く。「戸閉祭（弁財天）」、「櫛玉比女命神社」、「大垣内立山祭」は新興住宅地ではいずれも5%未満だが、既存住宅地では約20%となっている（図表掲載省略）。

町民を対象に、広陵町内の好きな場所やイベントを聞いた結果、「馬見丘陵公園」49.6%が最多、次いで「馬見丘陵公園でのイベント」38.6%、「竹取公園でのイベント」29.9%、「竹取公園」26.8%が続く。「大垣内立山祭」、「戸閉祭（弁財天）」は新興住宅地が2%未満に対し、既存住宅地では10%以上となっている。

これらの結果から、散策・レジャー・観光目的での訪問地やイベントとして、また広陵町内の好きな場所やイベントとして、「馬見丘陵公園」や「竹取公園」、「馬見丘陵公園でのイベント」や「竹取公園でのイベント」の人気の高さがわかる。



（４）その他

○グループインタビューでの主な意見

・広陵町の強みといえば、やはり古墳だと思う。先日、広陵町文化財ガイドの方の案内により10人ほどのグループで古墳巡りをしてきた。普段公開されていないところまで見学できた。

・広陵町は文化財が豊富だが、あまり知られていない。もっとうまくＰＲすれば、広陵町に人が来てくれると思う。

・古墳の見学にイベント的な要素を少し取り入れたら、訪れる人の幅も広がると思う。

・古墳ツアーも一例であるが、民間の知恵を絞れば、広陵町にあるものを活かして、お金をかけずにできることはある。

・人を呼び込むには、県営馬見丘陵公園の活用が有効だと思う。

・馬見丘陵公園を訪れた人が、竹取公園まで流れて来てくれたらよいのだが。

・馬見丘陵公園でのイベントの際に、竹取公園で模擬店を出してはどうか。古墳や靴下工場の見学などと関連づけていくことができたらと思う。

・馬見丘陵公園から歩いて来た人は、竹取公園まで来ると、花も無くなり雰囲気が変わって、何かすごく残念な感じをされていると思う。県営と町営との差があるのは仕方がないが、何か改善策を考えていかなければと思う。

・例えば、竹取公園の一部をドッグランに利用したり、キャンプ場やバーベキュー広場にしたりすることも良いと思う。ちょっと近場でのアウトドア、デイキャンプ的な感じみたいなものとして利用できる。

・公園の近くで体験農園のようなものもあったらいい。

・竹取公園みんなの広場で、9月に開催している「広陵かぐや姫まつり」は、年々、来てくれる人が増えており、かなりの集客がある。4月と11月には「靴下の市＆地域特産品交流フェア」も開催しており、町外の方や大阪・神戸方面からのリピーターも来ている。

・四季折々の花などを見ながらウオーキングできるような、竹取公園を周遊できる道を整備してはどうか。どれぐらい歩いたか分かるように道の途中にメートル表示などをするのも良い。

・竹取公園の周辺に温泉などがあったら嬉しい。

・竹取公園の中で、「竹」を体感できるような小道などがあれば良いと思う。

・讃岐神社から竹取公園までつながっている散策路があれば良いと思う。

・広陵町の図書館は、町外の人も多く利用されているそうである。

・広陵町の「広陵パークゴルフコース」は、すごく立派な施設。町外の人の利用も結構多く、大阪方面から来る人もいる。このコースで大会をするとか、それに合わせて何かのイベントを考えるというのはどうか。

・広陵町はサッカーや野球も盛んである。町内のグラウンドを使って、色んなスポーツの交流試合を検討してはどうか。

３．地域特性②農林業・特産品

（１）「農林業センサス」による分析

〇農家数及び販売農家農業就業人口

2015年2月1日現在、広陵町の農家数（総数）は804戸で、奈良県全体の3.1%を占めている。9市町の中では、橿原市、田原本町に次いで3番目に多い。広陵町の販売農家380戸のうち、「専業販売農家」は92戸で24.2%を占めている。奈良県平均の29.6%より約5ポイント低い。

経営耕地面積規模別（販売農家）をみると、広陵町は「0.5～1.0ha」50.3%が最も多く、次いで「0.3～0.5ha」32.1%、「1.0～1.5ha」11.6%、「1.5ha以上」6.1%が続いている。なお、広陵町の「1.5ha以上」の県内シェアは1.8%と少なく、小規模農家がやや多いと言える。

隣接する田原本町と比較すると、総人口は広陵町が田原本町の1.07倍となっているが、専業販売農家は同町の0.86倍、経営耕地面積1.5ha以上の販売農家は同町の0.55倍にとどまっている。また、販売農家農業就業人口は同町の0.46倍と少ない。

農家数及び販売農家農業就業人口①

（2015年2月1日現在）

市町村別	総数	自給的農家数	販売農家数	農家数（戸） 専業兼業別(販売農家) 専業	兼業 計	兼業 第1種	兼業 第2種	経営耕地面積規模別(販売農家) 0.3ha未満	0.3～0.5	0.5～1.0	1.0～1.5	1.5ha以上	販売農家農業就業人口（人）
奈良県計	25,594	12,664	12,930	3,832	9,098	921	8,177	111	4,009	5,899	1,645	1,266	19,419
構成比(横%)	－	－	100.0%	29.6%	70.4%	7.1%	63.2%	0.9%	31.0%	45.6%	12.7%	9.8%	－
大和高田市	614	352	262	90	172	18	154	－	87	127	25	23	375
橿原市	1,486	846	640	169	471	37	434	2	267	287	51	33	912
香芝市	624	447	177	35	142	8	134	5	82	73	14	3	200
三宅町	205	94	111	20	91	10	81	－	38	54	10	9	146
田原本町	1,035	433	602	153	449	45	404	3	142	314	101	42	882
上牧町	135	83	52	10	42	5	37	－	22	21	6	3	69
王寺町	116	90	26	5	21	－	21	－	13	13	－	－	30
広陵町	804	424	380	92	288	26	262	－	122	191	44	23	403
構成比(横%)	－	－	100.0%	24.2%	75.8%	6.8%	68.9%	－	32.1%	50.3%	11.6%	6.1%	－
河合町	318	197	121	31	90	3	87	3	53	51	7	7	159

農家数及び販売農家農業就業人口②〔奈良県内の構成比〕

市町村別	総数	自給的農家数	販売農家数	農家数 専業兼業別(販売農家) 専業	兼業 計	兼業 第1種	兼業 第2種	経営耕地面積規模別(販売農家) 0.3ha未満	0.3～0.5	0.5～1.0	1.0～1.5	1.5ha以上	販売農家農業就業人口
奈良県計	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
大和高田市	2.4%	2.8%	2.0%	2.3%	1.9%	2.0%	1.9%	－	2.2%	2.2%	1.5%	1.8%	1.9%
橿原市	5.8%	6.7%	4.9%	4.4%	5.2%	4.0%	5.3%	1.8%	6.7%	4.9%	3.1%	2.6%	4.7%
香芝市	2.4%	3.5%	1.4%	0.9%	1.6%	0.9%	1.6%	4.5%	2.0%	1.2%	0.9%	0.2%	1.0%
三宅町	0.8%	0.7%	0.9%	0.5%	1.0%	1.1%	1.0%	－	0.9%	0.9%	0.6%	0.7%	0.8%
田原本町	4.0%	3.4%	4.7%	4.0%	4.9%	4.9%	4.9%	2.7%	3.5%	5.3%	6.1%	3.3%	4.5%
上牧町	0.5%	0.7%	0.4%	0.3%	0.5%	0.5%	0.5%	－	0.5%	0.4%	0.4%	0.2%	0.4%
王寺町	0.5%	0.7%	0.2%	0.1%	0.2%	－	0.3%	－	0.3%	0.2%	－	－	0.2%
広陵町	3.1%	3.3%	2.9%	2.4%	3.2%	2.8%	3.2%	－	3.0%	3.2%	2.7%	1.8%	2.1%
河合町	1.2%	1.6%	0.9%	0.8%	1.0%	0.3%	1.1%	2.7%	1.3%	0.9%	0.4%	0.6%	0.8%

1)農家の範囲は2月1日現在の経営耕地面積が10a以上の世帯、又は調査期日前1年間の農産物販売金額が15万円以上ある世帯。
2)販売農家とは経営耕地面積が30a以上、又は調査期日前1年間の農産物販売金額が50万円以上の農家をいう。
3)専業農家とは世帯員中に兼業従事者が1人もいない農家、兼業農家とは世帯員中に兼業従事者が1人以上いる農家をいう。
4)兼業農家の第1種兼業とは農業所得を主とするもの、第2種兼業とは農業所得を従とするものをいう。
資料：農林水産省「農林業センサス」

○経営耕地面積及び作物の類別作付面積

経営耕地面積の内訳をみると、広陵町の販売農家は「田」が26,486aで全体の89.9%を占めている。

「畑」は2,724aで全体の9.2%あり、奈良県全体より0.8ポイント多い。9市町の中では、田原本町、橿原市に次いで3番目に多い。

また、作物の類別作付面積をみると、露地の「稲」が17,074aで全体の58.0%を占めて最も多い。その他の露地・施設の作物は秘匿数値が多く、比較分析は困難な状況。

経営耕地面積及び作物の類別作付面積①

（単位：a）　（2015年2月1日現在）

市町村別	経営耕地面積				
	総農家	販売農家			
		計	田	畑	樹園地
奈良県計	1,351,038	1,118,404	811,689	94,183	212,532
構成比(横%)		100.0%	72.6%	8.4%	19.0%
大和高田市	25,685	21,155	19,169	1,952	34
橿原市	48,476	46,785	42,793	3,308	684
香芝市	11,871	10,315	9,585	602	128
三宅町	10,922	9,059	8,427	579	53
田原本町	50,643	49,607	46,110	3,345	152
上牧町	4,246	3,734	3,181	474	79
王寺町	11,230	1,333	1,144	185	4
広陵町	31,119	29,462	26,486	2,724	252
構成比(横%)	－	100.0%	89.9%	9.2%	0.9%
河合町	10,188	9,044	7,301	476	1,267

資料：農林水産省「農林業センサス」

経営耕地面積及び作物の類別作付面積②

（単位：a）　（2015年2月1日現在）

市町村別	作物の類別作付（栽培）面積（販売農家）												果樹栽培面積（販売農家）	
	露地									施設			露地	施設
	稲	麦類	雑穀	いも類	豆類	工芸農作物	野菜類	花き類・花木	その他の作物	野菜類	花き類・花木	その他の作物		
奈良県計	557,280	3,697	743	2,025	5,066	46,158	53,316	20,610	2,001	19,277	2,691	320	153,598	3,461
構成比(横%)	49.8%	0.3%	0.1%	0.2%	0.5%	4.1%	4.8%	1.8%	0.2%	1.7%	0.2%	0.0%	13.7%	0.3%
大和高田市	13,926	－	－	42	X	－	X	46	X	X	55	－	X	X
橿原市	31,385	X	X	X	60	－	1,273	X	X	X	258	X	X	－
香芝市	5,897	－	X	17	X	－	X	X	－	X	－	－	X	－
三宅町	7,063	－	－	X	－	－	X	－	X	X	－	－	33	－
田原本町	32,908	891	X	60	X	X	X	X	X	X	271	－	X	X
上牧町	2,358	－	－	8	X	－	X	－	－	X	－	－	X	－
王寺町	574	－	－	－	－	－	X	－	－	X	－	－	－	－
広陵町	17,074	171	X	33	X	X	X	X	54	X	121	X	X	－
構成比(横%)	58.0%	0.6%	－	0.1%	－	－	－	－	0.2%	－	0.4%	－	－	－
河合町	5,359	－	－	X	X	－	X	－	－	X	－	－	X	90

資料：農林水産省「農林業センサス」

「0」： 単位に満たないもの。（例：0.4ha → 0ha）

「－」： 調査は行ったが事実のないもの

「…」： 事実不詳又は調査を欠くもの

「x」： 個人又は法人その他の団体に関する秘密を保護するため、統計数値を公表しないもの

○農産物販売金額１位部門別農家数（販売農家）

販売農家270戸のうち、「稲作」が234戸で86.7%を占めている。次いで、「施設野菜」が15戸、「露地野菜」が14戸と続いている。そのほか、「麦類作」、「花き・花木」、「その他の作物」は各2戸、「雑穀・いも類・豆類」が1戸となっている。

なお、「工芸農作物」、「果樹類」、「酪農」、「肉用牛」、「養豚」、「養鶏」、「その他の畜産」、「養蚕」は該当なし。

農産物販売金額1位部門別農家数（販売農家）

（単位：戸）　（2015年2月1日現在）

市町村別	総数	販売部門別														
		稲作	麦類作	雑穀・いも類・豆類	工芸農作物	露地野菜	施設野菜	果樹類	花き・花木	その他の作物	酪農	肉用牛	養豚	養鶏	その他の畜産	養蚕
奈良県計	11,030	8,060	5	45	193	656	627	938	345	58	41	19	6	30	7	－
構成比(横%)	100.0%	73.1%	0.0%	0.4%	1.7%	5.9%	5.7%	8.5%	3.1%	0.5%	0.4%	0.2%	0.1%	0.3%	0.1%	－
大和高田市	233	195	－	－	－	34	2	－	2	－	－	－	－	－	－	－
橿原市	534	478	－	1	－	20	14	5	13	1	1	－	－	1	－	－
香芝市	129	112	－	1	－	4	2	2	2	1	1	2	－	2	－	－
三宅町	103	98	－	－	－	2	2	－	－	－	－	1	－	－	－	－
田原本町	531	425	1	1	－	34	45	1	19	2	－	－	－	2	1	－
上牧町	48	46	－	－	－	－	1	1	－	－	－	－	－	－	－	－
王寺町	16	15	－	－	－	－	1	－	－	－	－	－	－	－	－	－
広陵町	270	234	2	1	－	14	15	－	2	2	－	－	－	－	－	－
構成比(横%)	100.0%	86.7%	0.7%	0.4%	－	5.2%	5.6%	－	0.7%	0.7%	－	－	－	－	－	－
河合町	99	84	－	－	－	－	1	11	－	－	－	－	1	2	－	－

資料：農林水産省「農林業センサス」

○市町村別農業産出額

市町村別農業産出額（2015年推計）をみると、広陵町は80千万円で9市町内のシェアは15.2%。9市町内の順位は、田原本町の142千万円、橿原市の119千万円、大和高田市の89千万円に次いで4番目に多い。

販売農家の経営耕地面積をみると、広陵町は大和高田市の1.39倍となっているが、広陵町の農業産出額は大和高田市を9千万円下回っている。また、大和高田市は「野菜」が55千万円となっているが、広陵町は37千万円にとどまっている。

市町村別農業産出額（2015年推計）

（単位：1,000万円）

市町村別	農業産出額 ア+イ+ウ	耕種										畜産	加工農産物
		小計 ア	米	麦類	豆類	いも類	野菜	果実	花き	工芸農作物	その他作物	小計 イ	ウ
大和高田市	89	89	31	－	0	1	55	0	2	－	0	0	－
橿原市	119	99	58	x	0	1	24	4	12	－	x	19	－
香芝市	42	22	15	－	0	1	5	1	x	－	x	20	－
三宅町	20	20	14	－	0	0	6	0	－	－	0	0	－
田原本町	142	137	63	x	0	1	61	1	12	0	x	5	－
上牧町	6	6	4	－	0	0	2	1	－	－	0	－	－
王寺町	3	3	2	－	0	－	1	－	－	－	－	－	－
広陵町	80	80	38	x	0	0	37	1	x	0	1	－	0
河合町	26	22	9	－	0	0	3	10	－	－	0	4	－
9市町　計	527	478	234	－	0	4	194	18	26	－	1	48	－
広陵町のシェア	15.2%	16.7%	16.2%	－	－	0.0%	19.1%	5.6%	－	－	100.0%	－	－

資料：農林水産省「農林業センサス」

○品目別の農業経営体(*)数・作付面積

農林水産省Webサイト「わがマチ・わがムラ　グラフと統計でみる農林水産業」によると、広陵町の農業経営体は、「なす」が36経営体で最も多く、次いで、「その他野菜」27経営体、「だいこん」24経営体、「たまねぎ」24経営体、「きゅうり」23経営体、「はくさい」20経営体が続いている。なお、「いちご」は2経営体と少ない。

広陵町の品目別の作付面積は、「なす」が6haで奈良県内2位となっている。「だいこん」が1haで同6位、「レタス」が1haで同3位、「きゅうり」が1haで同6位となっている。この結果から、広陵町のなす栽培の優位性が際立っていることがわかる。なお、「いちご」は秘匿数値となっている。

販売を目的とした農産物（野菜）の作付状況　〔販売農家の経営耕地面積が20,000以上の4市町〕

＊2015年農林業センサスによる2015年2月1日前1年間の値。

	広陵町		田原本町		大和高田市		橿原市	
	農業経営体数	作付面積	農業経営体数	作付面積	農業経営体数	作付面積	農業経営体数	作付面積
だいこん	24	1 ha	34	X	29	1 ha	50	X
にんじん	10	0 ha	14	0 ha	18	0 ha	19	0 ha
さといも	14	X	22	X	21	0 ha	37	1 ha
やまのいも	1	X	−	−	1	X	3	0 ha
はくさい	20	X	33	X	32	1 ha	54	1 ha
キャベツ	14	X	35	X	28	2 ha	42	X
ほうれんそう	14	X	64	9 ha	25	2 ha	31	X
レタス	9	1 ha	7	X	2	X	10	X
ねぎ	17	X	17	X	25	14 ha	30	1 ha
たまねぎ	24	X	29	X	27	1 ha	40	1 ha
ブロッコリー	17	X	17	1 ha	11	0 ha	27	X
きゅうり	23	1 ha	19	1 ha	23	1 ha	35	1 ha
なす	36	6 ha	38	5 ha	28	1 ha	31	1 ha
トマト	13	0 ha	25	2 ha	23	1 ha	31	1 ha
ピーマン	14	X	7	X	13	X	10	0 ha
いちご	2	X	19	2 ha	3	0 ha	23	1 ha
メロン	3	X	5	X	2	X	3	0 ha
すいか	13	0 ha	32	5 ha	12	0 ha	23	0 ha
その他の野菜	27	8 ha	36	7 ha	28	13 ha	43	5 ha

資料：農林水産省Webサイト「わがマチ・わがムラ　グラフと統計でみる農林水産業」

＊「農業経営体」とは、農林産物の生産を行うか又は委託を受けて農林業作業を行い、生産又は作業に係る面積・頭数が、次の規定のいずれかに該当する事業を行う者をいう。

(1) 経営耕地面積が30a以上の規模の農業

(2) 農作物の作付面積又は栽培面積、家畜の飼養頭羽数又は出荷羽数、その他の事業の規模が次の農林業経営体の外形基準以上の農業

(ア) 露地野菜作付面積　15a

(イ) 施設野菜栽培面積　350平方メートル

(ウ) 果樹栽培面積　10a

(エ) 露地花き栽培面積　10a

(オ) 施設花き栽培面積　250平方メートル

(カ) 搾乳牛飼養頭数　1頭

(キ) 肥育牛飼養頭数　1頭

(ク) 豚飼養頭数　15頭

(ケ) 採卵鶏飼養羽数　150羽

(コ) ブロイラー年間出荷羽数　1,000羽

(サ) その他　調査期日前1年間における農業生産物の総販売額50万円に相当する事業の規模

(4) 農作業の受託の事業

(5) 委託を受けて行う育林若しくは素材生産又は立木を購入して行う素材生産の事業（ただし、素材生産については、調査期日前1年間に200立方メートル以上の素材を生産した者に限る。）

（２）農家向けアンケート調査結果

〇今後の農業経営について（複数回答：いくつでも可）

農家全体においては、「今のままで後継者に引き継ぎたい」（43.8%：35先）が最も多い。

うち、「機械化による作業負荷の軽減」については、「主業農家」（57.1%：4先）で半数を超える。

また、「農地所有適格法人(*)に参画したい」とする、法人による効率的な経営への期待が、「主業農家」（14.3%：1先）、「準主業農家」（27.3%：3先）でみられる。

※農地法に適合する「農業経営を行うために農地を取得できる」農業法人

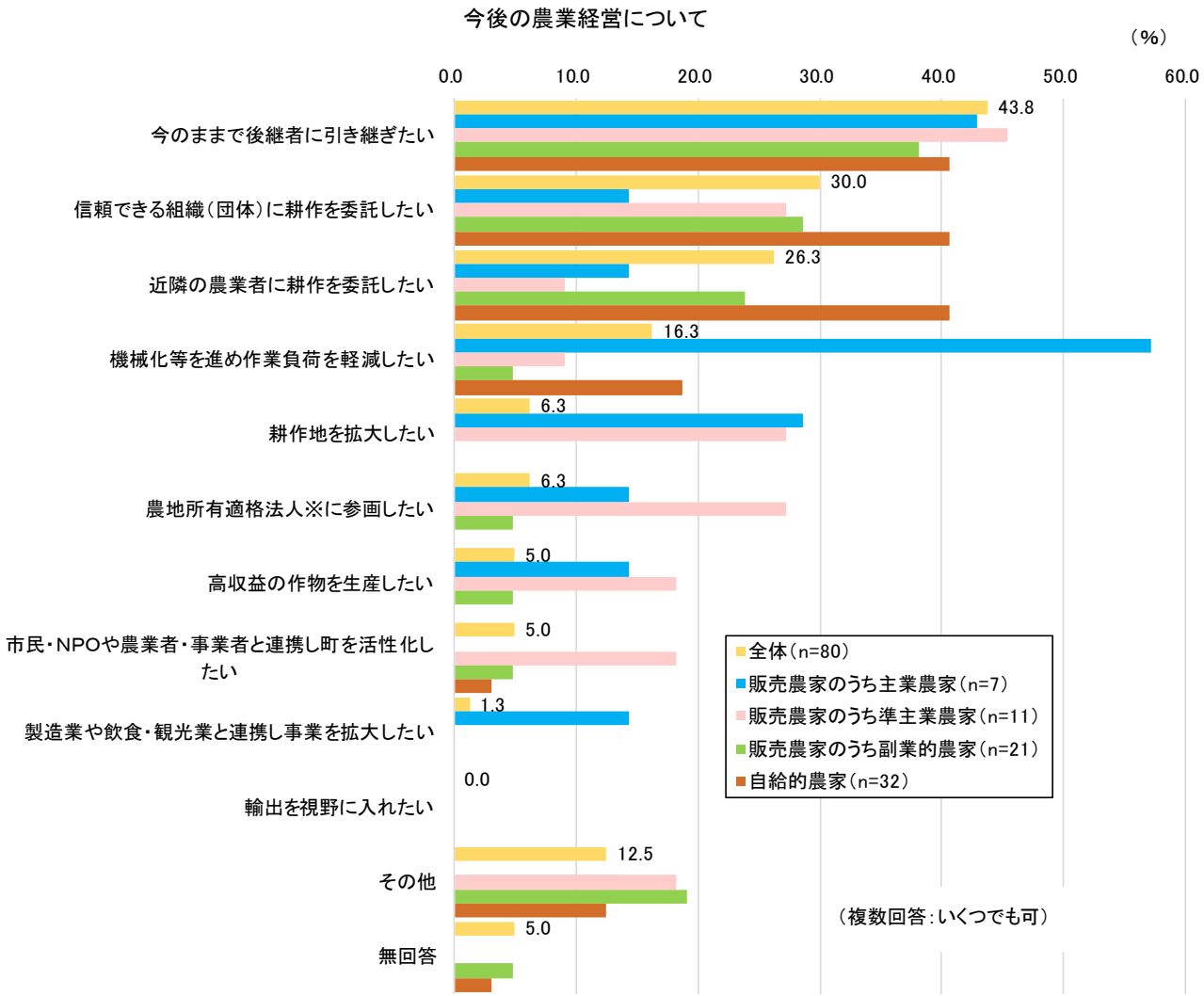
〔農家等分類〕　＊「販売農家」とは、経営耕地面積が30a以上又は農作物販売金額が50万円以上の農家

①販売農家のうち主業農家：農業所得が主（農家所得の50%以上が農業所得）で、１年間に60日以上自営農業に従事している65歳未満の世帯員がいる農家

②販売農家のうち準主業農家：農外所得が主（農家所得の50%未満が農業所得）で、１年間に60日以上自営農業に従事している65歳未満の世帯員がいる農家

③販売農家のうち副業的農家：１年間に60日以上自営農業に従事している65歳未満の世帯員がいない農家（主業農家及び準主業農家以外の農家）

④自給的農家：経営耕地面積が30ａ未満かつ農作物販売金額が年間50万円未満の農家

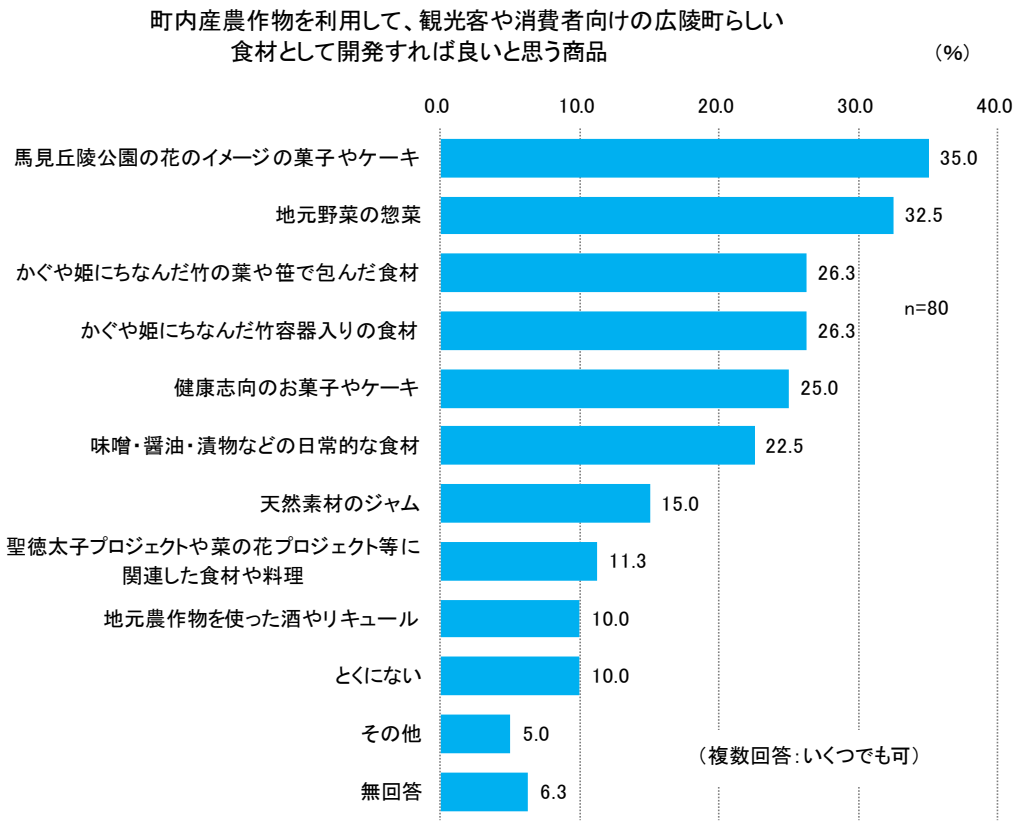


一方、「耕作地を拡大したい」や「高収益の作物を生産したい」など、積極的な経営を目指す動きが、「主業農家」（それぞれ28.6%：2先、14.3%：1先）、「準主業農家」（それぞれ27.3%：3先、18.2%：2先）で20%前後存在するほか、「製造業や飲食・観光業と連携し事業を拡大したい」として6次産業化に興味を示す農家が「専業農家」（14.3%：1件）にみられる。

○町内産農作物を利用して、観光客や消費者向けの広陵町らしい食材として開発すれば良いと思う商品

広陵町らしい食材として開発すれば良いと思う商品（複数回答：いくつでも可）について聞いた結果、「馬見丘陵公園の花のイメージの菓子やケーキ」35.0%が最も多く、次いで「地元野菜の惣菜」32.5%、「かぐや姫にちなんだ竹の葉や笹で包んだ食材」「かぐや姫にちなんだ竹容器入りの食材」各26.3%が続いている。

商材としては、「スイーツ」「惣菜」、日常的な「味噌・醤油・漬物」や「ジャム」「リキュール」が挙げられている。

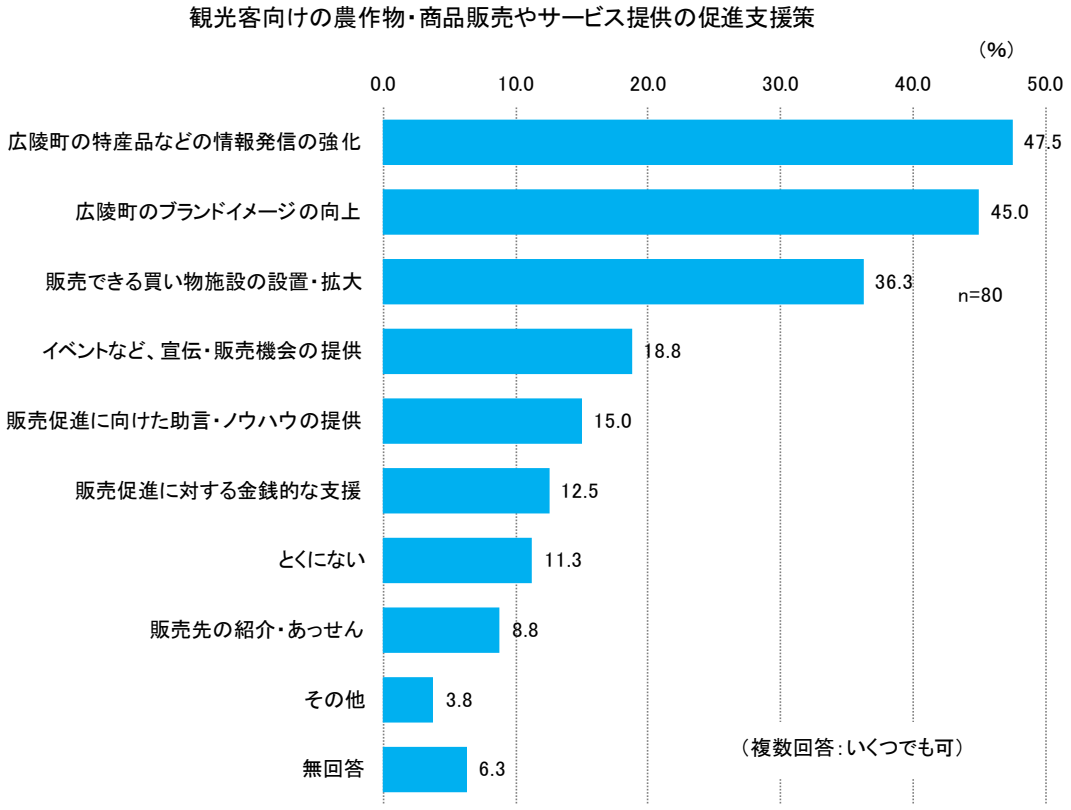


○観光客向けの農作物・商品販売やサービス提供の促進支援策

観光客向けの農作物・商品販売やサービス提供の促進について、あれば良いと思う支援策（複数回答：いくつでも可）を聞いた結果、「広陵町の特産品などの情報発信の強化」47.5%、「広陵町のブランドイメージの向上」45.0%がそれぞれ半数近くに上っている。

また、地場産品の直売所である「販売できる買い物施設の設置・拡大」36.3%、「イベントなど、宣伝・販売機会の提供」18.8%、「販売促進に向けた助言・ノウハウの提供」15.0%などの要望も多い。

その他、「販売促進に対する金銭的な支援」12.5%、「販売先の紹介・あっせん」8.8%など。



○農作物や食材の「広陵ブランド」を構築する場合に、ブランド管理力・競争力の向上や、その体制づくりに必要と考える要素・基盤

農作物や食材の「広陵ブランド」を構築する場合に、ブランド管理力・競争力の向上や、その体制づくりに必要な要素・基盤としてどのようなものが考えられるか（複数回答：いくつでも可）について聞いた結果、「学校給食や高齢者施設等、地産地消の安定需要先の確立」38.8%が最も多く、次いで「高ランク作物の開発力・生産力」32.5%、「地域内の商工業者や飲食業者との連携による地産地消システムの構築」31.3%、「品質ランク管理力（食味等の管理体制とランク別市場の開拓）」26.3%などが続いている。

「広陵ブランド」構築に向けての必要要素・基盤として、ほぼすべての品種の栽培農家で学校給食、高齢者施設等、地元での安定需要が最も必要であるとされている。また、米農家では「ひのひかり」などのブランド米、野菜農家では高ランク作物の開発力・生産力を必要要素・基盤としている。さらに、地元商工業者と連携した加工による地産地消システムの構築や、品質ランク管理力と管理体制構築も必要とされている。

農作物や食材の「広陵ブランド」を構築する場合に、ブランド管理力・競争力の向上や、
その体制づくりに必要と考える要素・基盤

（単位：%　表頭表側とも複数回答）

回答割合1位 / 回答割合2位	n=（先）	学校給食や高齢者施設等、地産地消の安定需要先の確立	高ランク作物の開発力・生産力	地域内の商工業者や飲食業者との連携による地産地消システムの構築	品質ランク管理力（食味等の管理体制とランク別市場の開拓）	伝統・歴史に基づく「物語性」	観光客等の交流人口の増大やブランド確立の安定基盤となるべき地元需要	知的財産（商標権・育成者権・特許権・地域団体商標等）の取得	農産品別の競合状況と優位性の分析（市場での競争優位性）
全体	80	38.8	32.5	31.3	26.3	21.3	16.3	11.3	11.3
米	62	35.5	33.9	32.3	29.0	21.0	14.5	8.1	12.9
ナス	19	42.1	26.3	26.3	31.6	21.1	31.6	15.8	15.8
きゅうり	20	40.0	35.0	35.0	25.0	30.0	30.0	20.0	10.0
トマト	17	41.2	35.3	23.5	23.5	29.4	23.5	11.8	5.9
葉物野菜	26	34.6	38.5	30.8	23.1	26.9	23.1	19.2	11.5
根菜類	23	52.2	34.8	30.4	30.4	21.7	26.1	21.7	8.7
イチゴ	7	42.9	14.3	28.6	14.3	14.3	14.3	0.0	0.0
果樹	13	61.5	30.8	38.5	38.5	23.1	30.8	23.1	7.7
大和野菜	2	100.0	50.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	50.0
花卉類	2	50.0	50.0	50.0	0.0	0.0	50.0	100.0	0.0
特殊品目	2	100.0	50.0	50.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0
その他	3	66.7	100.0	66.7	0.0	0.0	33.3	0.0	0.0

○農作物・食材・料理等の広陵町独自のブランドを築くうえでの問題点

農作物・食材・料理等の広陵町独自のブランドを築くには、現状ではどのような問題点があると思うか（複数回答：いくつでも可）について聞いた結果、「農作物の安定供給に向けた集荷・流通体制が不十分」が42.5%と最も多く、次いで「農作物の地産地消や商工業者・観光業者向けに安定供給する生産体制が不十分」「農業の大規模化（連担化）による効率化を図る組織力が弱い」各38.8%、「点在する農地をまとめ上げて効率化を図るICT（情報通信技術）が不十分」26.3%などが続いている。

農作物・食材・料理等の広陵町独自のブランドを築くうえでの問題点

（単位：%　表頭表側とも複数回答）

回答割合1位 / 回答割合2位	n=（先）	農作物の安定供給に向けた集荷・流通体制が不十分	農作物の地産地消や商工業者・観光業者向けに安定供給する生産体制が不十分	農業の大規模化（連担化）による効率化を図る組織力が弱い	点在する農地をまとめ上げて効率化を図るICT（情報通信技術）が不十分	農作物を変更するために必要な労働力が不十分	人手不足を解消する機械・ロボット化等の機器導入の補助政策が不十分
全体	80	42.5	38.8	38.8	26.3	22.5	17.5
米	62	41.9	38.7	43.5	29.0	21.0	16.1
ナス	19	47.4	47.4	26.3	15.8	36.8	26.3
きゅうり	20	40.0	50.0	30.0	20.0	25.0	25.0
トマト	17	35.3	35.3	29.4	29.4	29.4	17.6
葉物野菜	26	38.5	42.3	34.6	23.1	23.1	23.1
根菜類	23	43.5	52.2	34.8	30.4	21.7	21.7
イチゴ	7	28.6	14.3	28.6	14.3	0.0	0.0
果樹	13	46.2	61.5	23.1	38.5	23.1	23.1
大和野菜	2	50.0	100.0	0.0	50.0	100.0	50.0
花卉類	2	50.0	50.0	0.0	50.0	50.0	50.0
特殊品目	2	50.0	100.0	50.0	0.0	0.0	0.0
その他	3	33.3	33.3	66.7	66.7	33.3	0.0

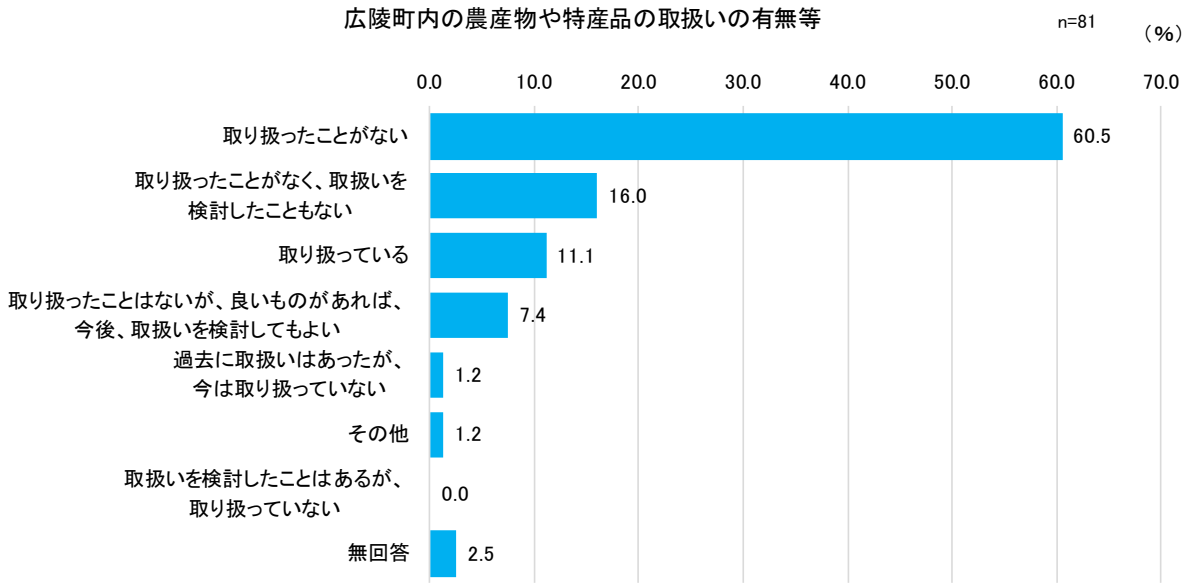
（３）事業者向けアンケート結果

〇広陵町内の農産物や特産品の取扱いの有無等

広陵町内の農産物や特産品の取扱いの有無等について聞いた結果、「取り扱ったことがない」60.5%が最も多く、次いで「取り扱ったことがなく、取扱いを検討したこともない」16.0%、「取り扱っている」11.1%、「取り扱ったことはないが、良いものがあれば、今後、取扱いを検討してもよい」7.4%、「過去に取扱いはあったが、今は取り扱っていない」1.2%、「その他」1.2%が続いている。「取り扱っている」と回答のあった9社の具体的な取扱品目をみると、靴下が8社、野菜（サラダ茄子）が1社となっており、農産物の取扱いは少ない。

個別項目でみると、「取り扱ったことはないが、良いものがあれば、今後、取扱いを検討してもよい」は卸売業（50.0%：3社）、建設業（7.7%：1社）、その他（9.10%：1社）となっている。

なお、「取扱いを検討したことはあるが、取り扱っていない」は0.0%、「無回答」は2.5%。



○広陵町内の農産物や特産品を取り扱う際の課題

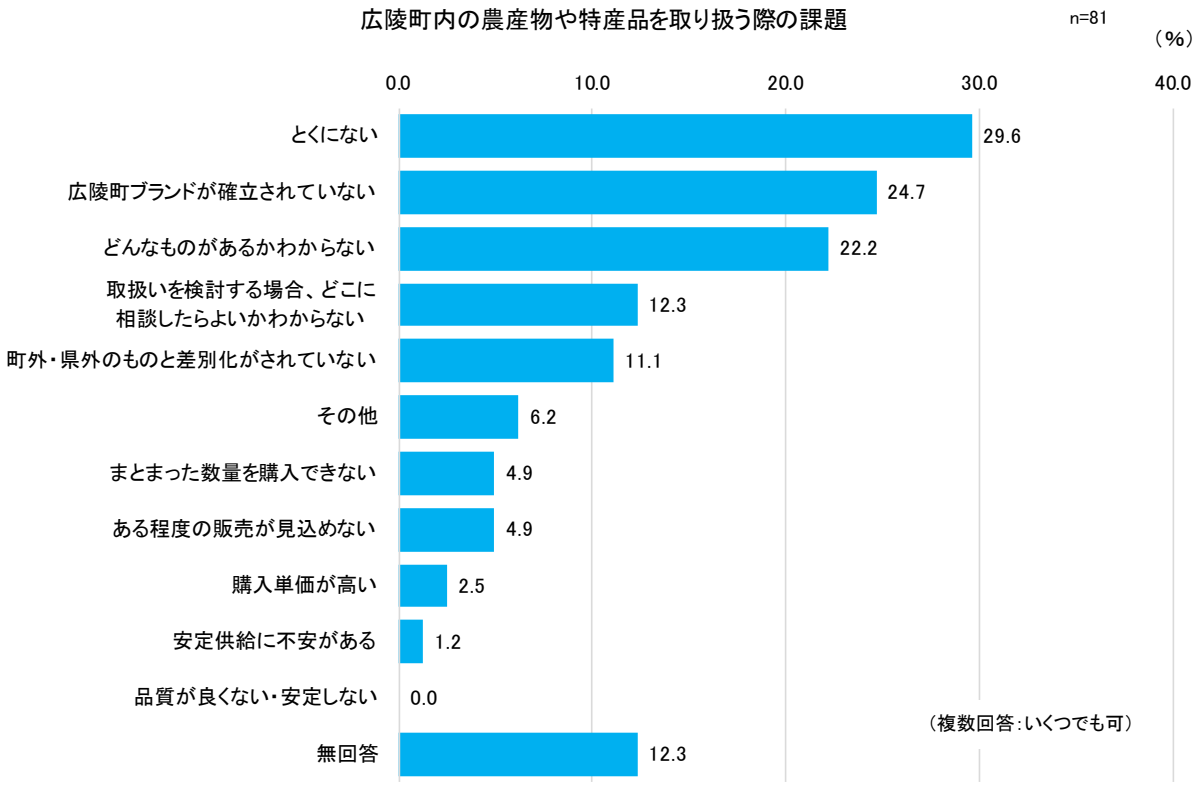
広陵町内の農産物や特産品を取り扱う際の課題（複数回答：いくつでも可）について聞いた結果、「とくにない」29.6%が最も多く、次いで「広陵町ブランドが確立されていない」24.7%、「どんなものがあるかわからない」22.2%、「取扱いを検討する場合、どこに相談したらよいかわからない」12.3%、「町外・県外のものと差別化がされていない」11.1%などが続いている。

一方、「まとまった数量を購入できない」4.9%、「ある程度の販売が見込めない」4.9%、「購入単価が高い」2.5%、「安定供給に不安がある」1.2%は少なく、「品質が良くない・安定しない」は0.0%。

「その他」6.2%の具体的な内容としては、「お客を集める場所が無い」、「どこで売っている、ショップは？」などがある。

個別項目でみると、「とくにない」は卸売業（50.0%）、建設業（46.2%）が多い。「広陵町ブランドが確立されていない」は卸売業（33.3%）、建設業（30.8%）、サービス業（28.6%）、製造業（靴下）・その他（各27.3%）が多い。「どんなものがあるかわからない」はその他（36.4%）、製造業（靴下）（27.3%）が多い。「取扱いを検討する場合、どこに相談したらよいかわからない」は小売業（37.5%）が多い。

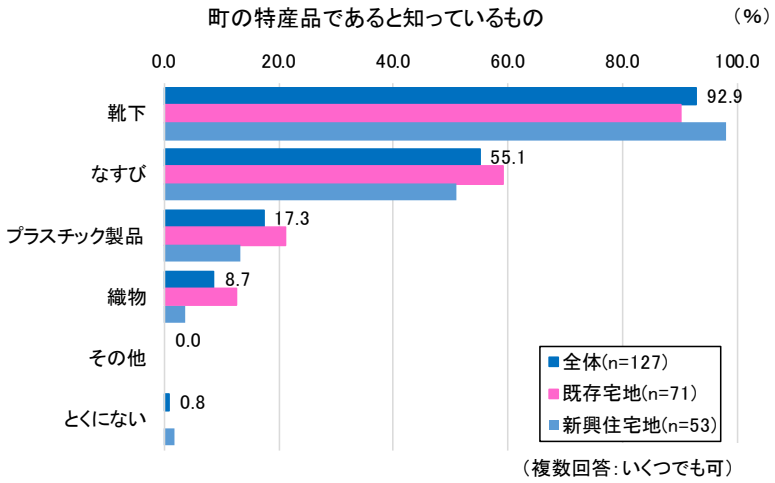
なお、「無回答」は12.3%。



（４）町民向けアンケート調査結果

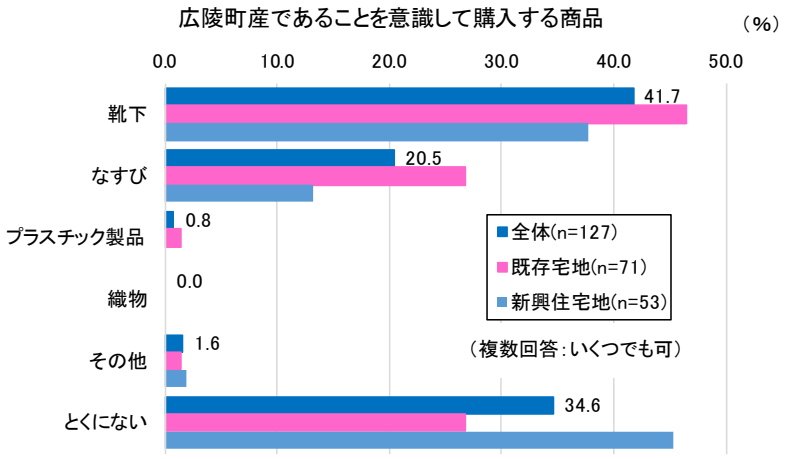
○広陵町の特産品であると知っているもの

広陵町の特産品であると知っているもの（複数回答：いくつでも可）を聞いた結果、「靴下」92.9%が非常に多く、次いで「なすび」55.1%、「プラスチック製品」17.3%が続いている。



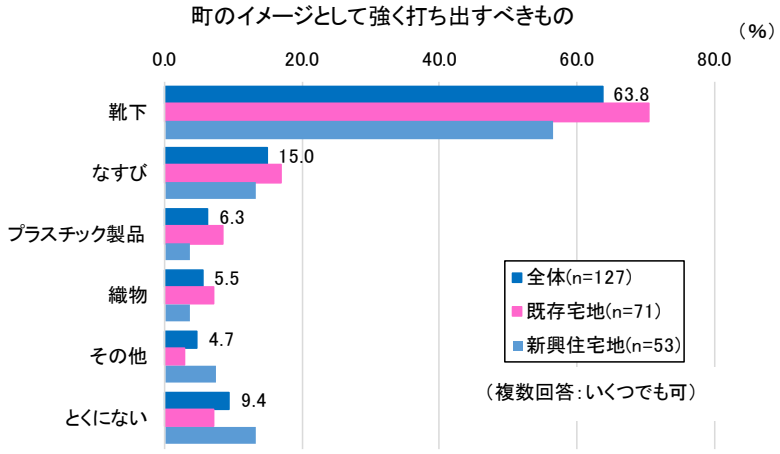
○広陵町産であることを意識して購入する商品

広陵町産であることを意識して購入する商品（複数回答：いくつでも可）について聞いた結果、「靴下」41.7%が最多、次いで「なすび」20.5%が多い。「靴下」、「なすび」ともに、新興住宅地よりも既存宅地で意識的に購入されている。



○「○○の広陵町」など、町のイメージとして強く打ち出すべきもの

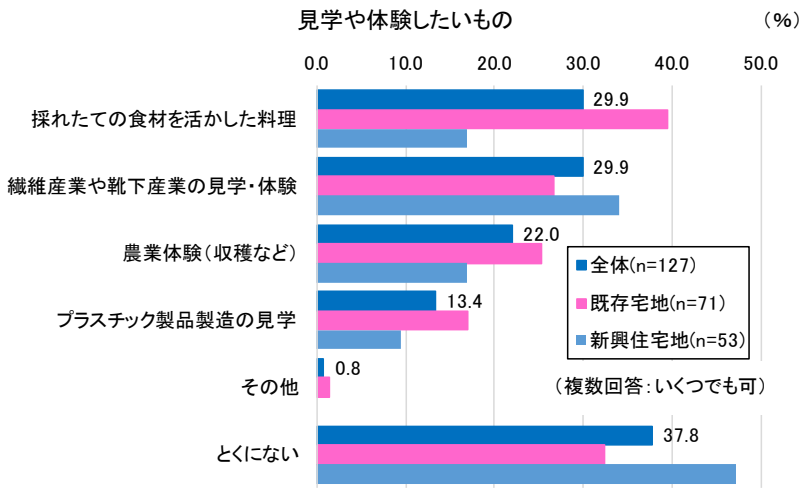
町の特産品について、「○○の広陵町」など町のイメージとして強く打ち出すべきもの（複数回答：いくつでも可）を聞いた結果、「靴下」63.8%が最多、続く「なすび」（15.0%）を大きく引き離している。地域別では既存宅地で70.4%と特に多く、新興住宅地も56.6%と過半数にのぼる。



○町の農業や地場産業について、見学や体験したいもの

町の農業や地場産業について、見学や体験したいもの（複数回答：いくつでも可）を聞いた結果、「採れたての食材を活かした料理」「繊維産業や靴下産業の見学・体験」各29.9%が最も多く、次いで「農業体験（収穫など）」22.0%、「プラスチック製品製造の見学」13.4%が続いている。

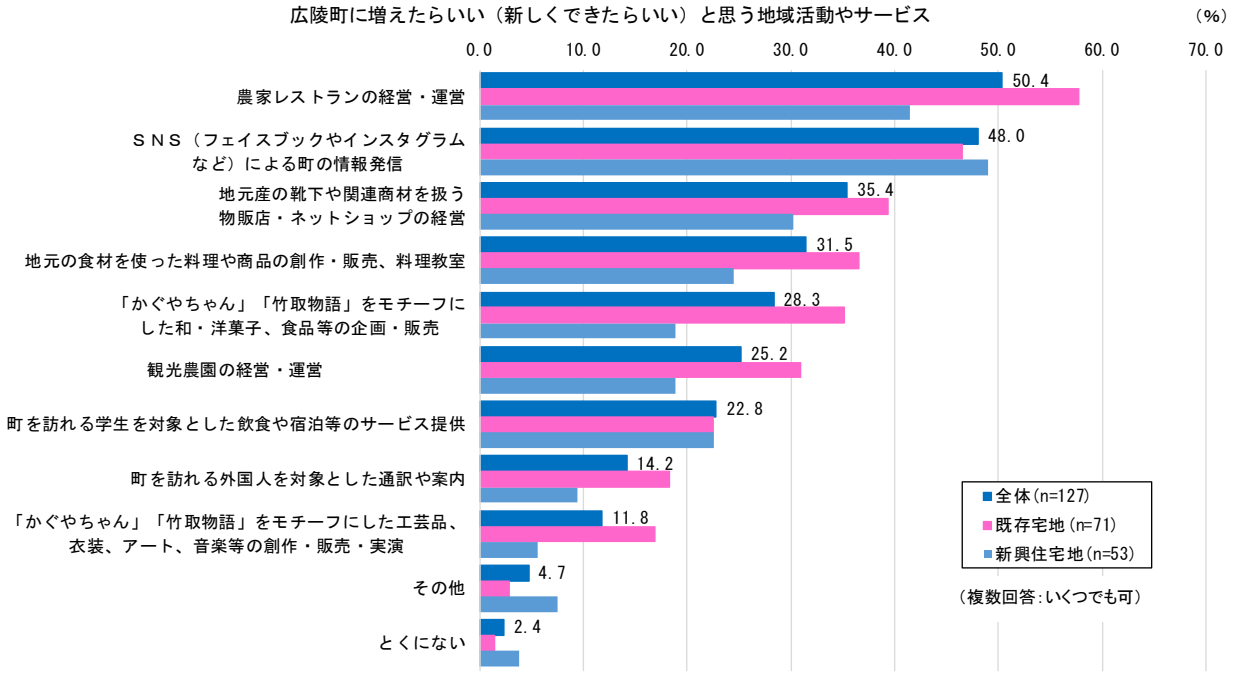
地域別にみると、「採れたての食材を活かした料理」は既存住宅地で約4割と特に多い反面、新興住宅地では「繊維産業や靴下産業の見学・体験」が最多となっている。



○広陵町に増えたらいい（新しくできたらいい）と思う、地元産品、伝統等を活用した地域活動やサービス

広陵町に増えたらいい（新しくできたらいい）と思う、地元産品、伝統等を活用した地域活動やサービス（複数回答、いくつでも可）を聞いた結果、「農家レストランの経営・運営」50.4%が最多で、次いで「SNSによる町の情報発信」48.0%、「地元産の靴下や関連商材を扱う物販店・ネットショップの経営」35.4%となっている。

なお、新興住宅地では、「SNSによる町の情報発信」49.1%、「農家レストランの経営・運営」41.5%、「地元産の靴下や関連商材を扱う物販店・ネットショップの経営」30.2%の順。



（５）その他

①グループインタビューでの主な意見

・今、町でイチゴに力を入れているようだが、広陵町の特産品といえば、やはりサラダナスやナスだと思う。

・昨年、広陵町主催の「なすレシピコンテスト」があり、色んなアイデアが出てとても良かった。

・「はしお元気村」の朝市を利用しているが、8時オープンなのに、8時過ぎに行くと、ほとんどの商品が売り切れている。

・広陵町は、人を呼び込むための目玉の場所もなく、交通の便も悪い。そのうえで女性などに来てもらうには、やはり「食べ物」が重要だと思う。どんなに不便なところでも、食べたいと思えば行くので。

②農家（アンケート回答先3件）へのヒアリングでの主な意見

・長男がいるが農業を継ぐ気はなく、近隣農家も同じ状況。世代交代する時期になると、近隣農家はみな農地を売りたいと考えており、先祖から受け継いだ農地という意識は若い者はあまり持っていない。

・農振地域であり、周囲の農家は比較的規模が大きいが、高齢化が進み農地を預けたいという農家が増えている。

・高齢化が進み町歩単位で預かってくれという希望者が増えている。

・軽作業でパート8人を雇っているが、主な作業は農家が1人で行っている。後継者がおらず、農業法人化は考えていない。

・かつて町内ではイチゴ栽培が盛んだったが炭疽病で壊滅状態となり、ナス生産に切り替わった。

・広陵は「水ナス」が有名、「小ナス」も漬物の材料として作られ、かつては京都にも出荷していた。

・春ナスの生産は近隣では広陵町ぐらいで珍しい。ブランド化しようと思えば大量の出荷が必要。

・農業を続けていくためには、ブランド農作物を作って安定供給していくことが課題。朝市程度では話にならない。

・スーパーなどとの直接契約では、価格が通りにくい他、量的に大きくはなるが供給責任もあり、契約量は他所から買い入れても必ず出荷しなければならないリスクがある。

・地元農作物は給食センターにも入っている。香芝市と広陵町が共同で運営しているもので規模も大きい。

・米でもナスでも集荷するときはかなり重く、補助ロボットがあれば助かる。

③ヒアリングでの主な意見

・広陵町内に、体験農園や農家レストランなどができてほしい。（野菜卸売業）

・収穫物が偏っている。新しい作物に挑戦する農家が増えてほしい。色物野菜の増加を期待している。（野菜卸売業）

４．地域特性③地場産業や企業集積（商業施設含む）

（１）各種統計による分析

○産業構造　付加価値額(企業単位)2016年　広陵町　：31,121百万円

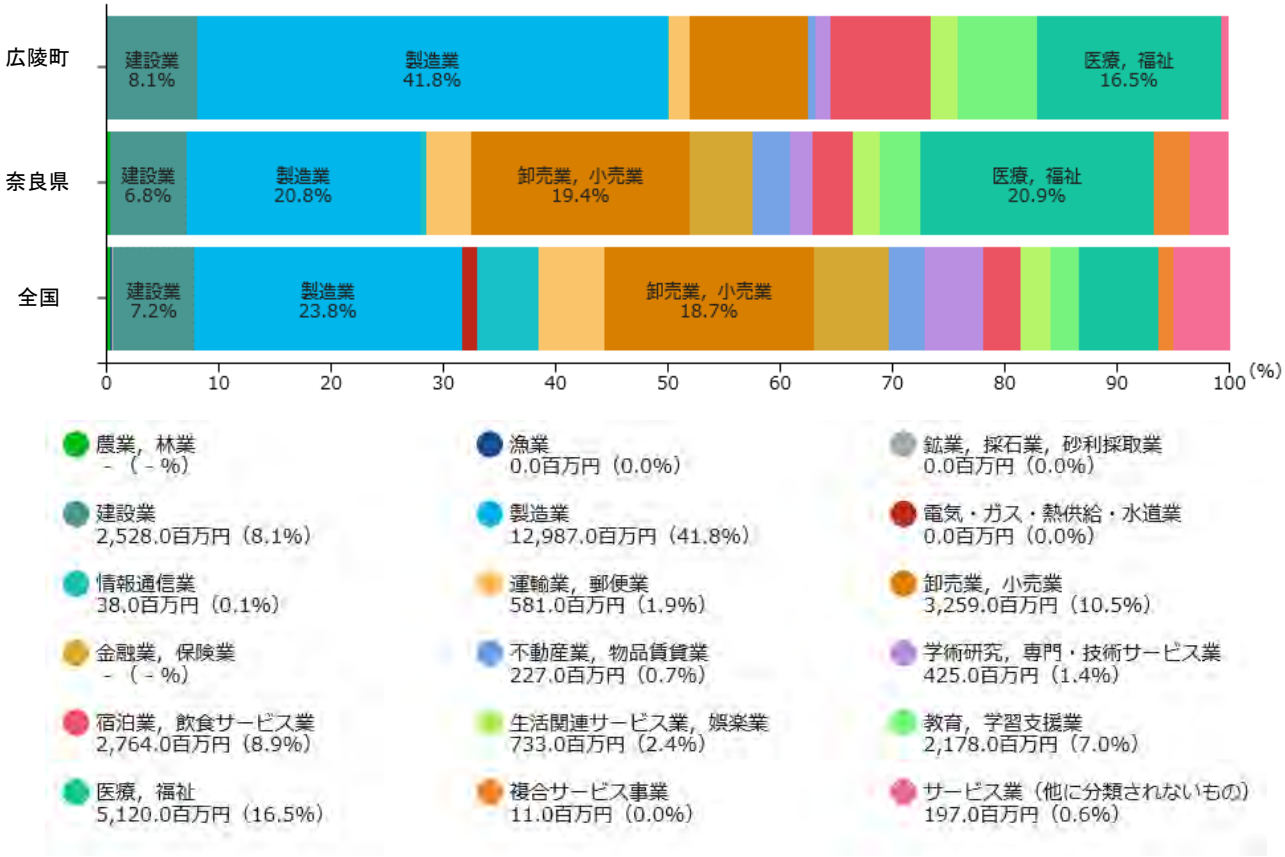
広陵町の産業構造について、地域経済分析システム（RESAS）を用いて付加価値額(2016年企業単位31,121百万円)の構成比をみると、「製造業」が41.8%と最も多く〔奈良県20.8%〕、次いで「医療，福祉」16.5%〔同20.9%〕、「卸売業，小売業」10.5%〔同19.4%〕、「建設業」8.1%〔同6.8%〕、「宿泊業，飲食サービス業」8.9%〔同3.6%〕、「教育，学習支援業」7.0%〔同3.6%〕が続く。奈良県平均と比較すると、「製造業」にやや偏重した産業構造である。

製造業12,987.0百万円（41.8%）の内訳をみると、「プラスチック製品製造業（別掲を除く）」34.6%〔奈良県12.1%〕が最も多く、次いで「繊維工業」26.9%〔同8.4%〕、「パルプ・紙・紙加工品製造業」14.0%〔同3.1%〕が続く。奈良県は「食料品製造業」12.8%が最も多いが、広陵町は4.2%にとどまる。

卸売業，小売業3,259.0百万円（10.5%）の内訳をみると、「飲食料品小売業」36.8%が最も多く〔奈良県22.9%〕、次いで「その他の小売業」21.6%〔同23.0%〕、「機械器具小売業」8.8%〔同16.1%〕が続く。

宿泊業，飲食サービス業2,764.0百万円（8.9%）の内訳をみると、「飲食店」99.2%が最も多く奈良県67.2%〕、「持ち帰り・配達飲食サービス業」は0.8%〔同13.3%〕、「宿泊業」は0.0%〔同19.6%〕。

付加価値額(企業単位) 2016年

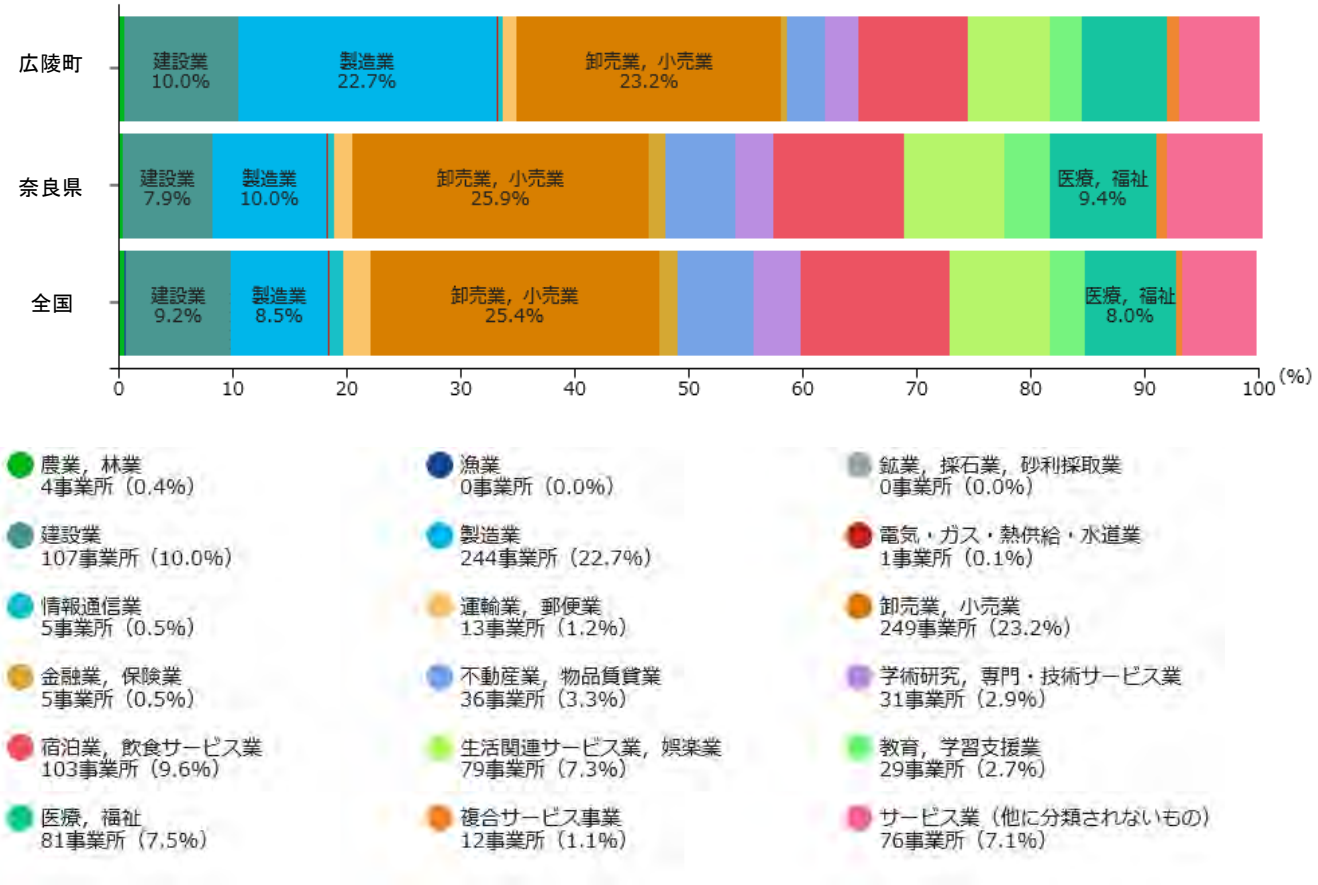


【出典】総務省「経済センサス－基礎調査」再編加工、総務省・経済産業省「経済センサス－活動調査」再編加工
【注記】会社数と個人事業所を合算。

○事業所数　2016年　広陵町　：1,075事業所

広陵町の事業所数および構成比をみると、「卸売業，小売業」が249事業所（23.2%）と最も多く〔奈良県25.4%〕、次いで「製造業」244事業所（22.7%）、「建設業」107事業所（10.0%）、「宿泊業，飲食サービス業」103事業所（9.6%）、「医療，福祉」81事業所（7.5%）と続く。奈良県の構成比と比較すると、「製造業」の割合が大きい。

事業所数 2016年



【出典】総務省「経済センサス－基礎調査」再編加工、総務省・経済産業省「経済センサス－活動調査」再編加工
【注記】会社数と個人事業所を合算。

○製造業の事業所数

広陵町の製造業（244事業所）の内訳をみると、「繊維工業」が142事業所（58.2%）と最も多く、次いで「プラスチック製品製造業」が30事業所、「パルプ・紙・紙加工品製造業」、「金属製品製造業」がそれぞれ12事業所と続く。奈良県の製造業（4,651事業所）においても、「繊維工業」が826事業所（17.8%）で最多となっており、次いで、「木材木製品製造業」が563事業所（12.1%）、プラスチック製品製造業が449事業所（9.7%）と続く。

近隣市町の製造業においても、「繊維工業」は大和高田市で135事業所（43.7%）、橿原市で101事業所（28.7%）、香芝市で50事業所（24.5%）と、いずれも製造業全体に占める構成割合が大きいが、特に広陵町の構成割合は約6割と他地域を抜きん出て大きいことがわかる。

製造業の事業所数、従業者数 2016年

広陵町

業種	事業所数	割合（%）	従業者数（人）
製造業	244	100.0	2,500
繊維工業	142	58.2	1,199
プラスチック製品製造業	30	12.3	433
パルプ・紙・紙加工品製造業	12	4.9	151
金属製品製造業	12	4.9	110
その他の製造業	11	4.5	135

奈良県

業種	事業所数	割合（%）	従業者数（人）
製造業	4,651	100.0	69,498
繊維工業	826	17.8	7,079
木材・木製品製造業（家具を除く）	563	12.1	3,048
プラスチック製品製造業	449	9.7	7,673
食料品製造業	442	9.5	9,407
金属製品製造業	394	8.5	5,256

大和高田市

業種	事業所数	割合（%）	従業者数（人）
製造業	309	100.0	3,424
繊維工業	135	43.7	1,219
プラスチック製品製造業	39	12.6	490
金属製品製造業	24	7.8	242
その他の製造業	21	6.8	178
食料品製造業	20	6.5	279

橿原市

業種	事業所数	割合（%）	従業者数（人）
製造業	352	100.0	6074
繊維工業	101	28.7	686
プラスチック製品製造業	41	11.6	494
その他の製造業	30	8.5	138
金属製品製造業	22	6.3	341
食料品製造業	21	6.0	379

香芝市

業種	事業所数	割合（%）	従業者数（人）
製造業	204	100.0	2,552
繊維工業	50	24.5	658
プラスチック製品製造業	27	13.2	402
金属製品製造業	21	10.3	243
生産用機械器具製造業	20	9.8	245
窯業・土石製品製造業	13	6.4	175

三宅町

業種	事業所数	割合（%）	従業者数（人）
製造業	60	100.0	668
その他の製造業	16	26.7	90
繊維工業	10	16.7	142
プラスチック製品製造業	9	15.0	174
なめし革・同製品・毛皮製造業	8	13.3	28
生産用機械器具製造業	3	5.0	24

田原本町

業種	事業所数	割合（%）	従業者数（人）
製造業	166	100.0	2430
プラスチック製品製造業	36	21.7	386
繊維工業	31	18.7	227
金属製品製造業	15	9.0	171
食料品製造業	11	6.6	494
その他の製造業	10	6.0	45

上牧町

業種	事業所数	割合（%）	従業者数（人）
製造業	33	100.0	573
ゴム製品製造業	9	27.3	313
繊維工業	4	12.1	35
プラスチック製品製造業	4	12.1	55
金属製品製造業	3	9.1	24
その他の製造業	3	9.1	9

王寺町

業種	事業所数	割合（%）	従業者数（人）
製造業	39	100.0	628
金属製品製造業	8	20.5	323
繊維工業	5	12.8	68
その他の製造業	5	12.8	40
プラスチック製品製造業	4	10.3	39
食料品製造業	3	7.7	21
窯業・土石製品製造業	3	7.7	10

河合町

業種	事業所数	割合（%）	従業者数（人）
製造業	46	100.0	717
その他の製造業	10	21.7	49
食料品製造業	9	19.6	234
プラスチック製品製造業	7	15.2	57
繊維工業	5	10.9	18
生産用機械器具製造業	3	6.5	293

【出典】総務省・経済産業省「経済センサス－活動調査」再編加工

○小売業の事業所数、従業者数、年間商品販売額 2016年

広陵町の小売業は、事業所数が198事業所（奈良県全体の2.0%）、従業者数が1,607人（同2.1%）、年間商品販売額が22,633百万円（同2.1%）となっている。内訳を事業所数および構成比でみると、「その他の小売業」が74事業所（37.4%）と最も多く、次いで「飲食料品小売業」66事業所（33.3%）、「織物・衣服・身の回り品小売業」28事業所（14.1%）、「機械器具小売業」24事業所（12.1%）と続き、奈良県全体の構成比と、概ね同じ傾向となっている。

小売業の事業所数、従業者数、年間商品販売額 2016年

（単位：所、人、百万円）

		小売業全体	県内構成比（縦%）	各種商品小売業	構成比（横%）	織物・衣服・身の回り品小売業	構成比（横%）	飲食料品小売業	構成比（横%）	機械器具小売業	構成比（横%）	その他の小売業	構成比（横%）	無店舗小売業	構成比（横%）
奈良県計	事業所数	9,812	100.0	30	0.3	1,404	14.3	2,935	29.9	1,324	13.5	3,770	38.4	345	3.5
	従業者数	75,177	100.0	3,988	5.3	6,813	9.1	30,516	40.6	8,738	11.6	22,756	30.3	2,360	3.1
	年間商品販売額	1,066,487	100.0	130,853	12.3	65,653	6.2	312,329	29.3	226,134	21.2	284,312	26.7	47,206	4.4
大和高田市	事業所数	516	5.3	－	－	93	18.0	132	25.6	75	14.5	196	38.0	20	3.9
	従業者数	3,290	4.4	－	－	290	8.8	1,342	40.8	384	11.7	1,114	33.9	160	4.9
	年間商品販売額	41,062	3.9	－	－	2,231	5.4	15,600	38.0	6,971	17.0	12,918	31.5	3,342	8.1
橿原市	事業所数	1,030	10.5	3	0.3	189	18.3	282	27.4	136	13.2	382	37.1	38	3.7
	従業者数	9,598	12.8	707	7.4	1,519	15.8	3,330	34.7	1,008	10.5	2,830	29.5	204	2.1
	年間商品販売額	149,839	14.0	27,824	18.6	14,785	9.9	34,379	22.9	27,306	18.2	42,566	28.4	2,980	2.0
香芝市	事業所数	357	3.6	2	0.6	44	12.3	95	26.6	67	18.8	138	38.7	11	3.1
	従業者数	3,445	4.6	84	2.4	243	7.1	1,373	39.9	514	14.9	1,188	34.5	43	1.2
	年間商品販売額	45,286	4.2	－	－	3,147	6.9	16,060	35.5	12,991	28.7	12,880	28.4	209	0.5
三宅町	事業所数	29	0.3	－	－	1	3.4	12	41.4	1	3.4	14	48.3	1	3.4
	従業者数	132	0.2	－	－	1	0.8	78	59.1	2	1.5	49	37.1	2	1.5
	年間商品販売額	811	0.1	－	－	x	－	280	34.5	x	－	491	60.5	x	－
田原本町	事業所数	252	2.6	－	－	29	11.5	57	22.6	55	21.8	98	38.9	13	5.2
	従業者数	2,325	3.1	－	－	121	5.2	1,007	43.3	251	10.8	567	24.4	379	16.3
	年間商品販売額	30,014	2.8	－	－	1,149	3.8	6,060	20.2	6,837	22.8	5,828	19.4	10,140	33.8
上牧町	事業所数	112	1.1	1	0.9	34	30.4	29	25.9	10	8.9	34	30.4	4	3.6
	従業者数	1,138	1.5	145	12.7	194	17.0	412	36.2	106	9.3	265	23.3	16	1.4
	年間商品販売額	11,208	1.1	x	－	1,453	13.0	2,590	23.1	2,973	26.5	2,291	20.4	x	－
王寺町	事業所数	168	1.7	1	0.6	15	8.9	45	26.8	21	12.5	79	47.0	7	4.2
	従業者数	1,327	1.8	127	9.6	47	3.5	513	38.7	105	7.9	486	36.6	49	3.7
	年間商品販売額	17,113	1.6	x	－	381	2.2	4,033	23.6	2,221	13.0	5,390	31.5	x	－
広陵町	事業所数	198	2.0	2	1.0	28	14.1	66	33.3	24	12.1	74	37.4	4	2.0
	従業者数	1,607	2.1	277	17.2	98	6.1	616	38.3	110	6.8	460	28.6	46	2.9
	年間商品販売額	22,633	2.1	x	－	486	2.1	8,503	37.6	1,467	6.5	x	－	704	3.1
河合町	事業所数	105	1.1	2	1.9	14	13.3	29	27.6	12	11.4	43	41.0	5	4.8
	従業者数	960	1.3	145	15.1	87	9.1	364	37.9	53	5.5	292	30.4	19	2.0
	年間商品販売額	14,201	1.3	x	－	1,119	7.9	3,242	22.8	1,283	9.0	4,931	34.7	x	－

【出典】総務省・経済産業省「経済センサス－活動調査」再編加工

（２）事業者向けアンケート結果

○観光客向けの商品・サービスの取扱いの有無

事業者において、観光客向けの商品・サービスを取り扱っているかを聞いた結果、「何も取り扱っていない」88.9%が最も多く、全体の9割を占めている。次いで「自社で製造し、卸会社や取引先などに販売している」3.7%、「原材料・素材を加工して販売している」2.5%、「自社で製造し、直接、観光客向けに販売している」1.2%、「仕入れた商品を販売している」1.2%が続いている。個別項目の回答業種は以下のとおり。

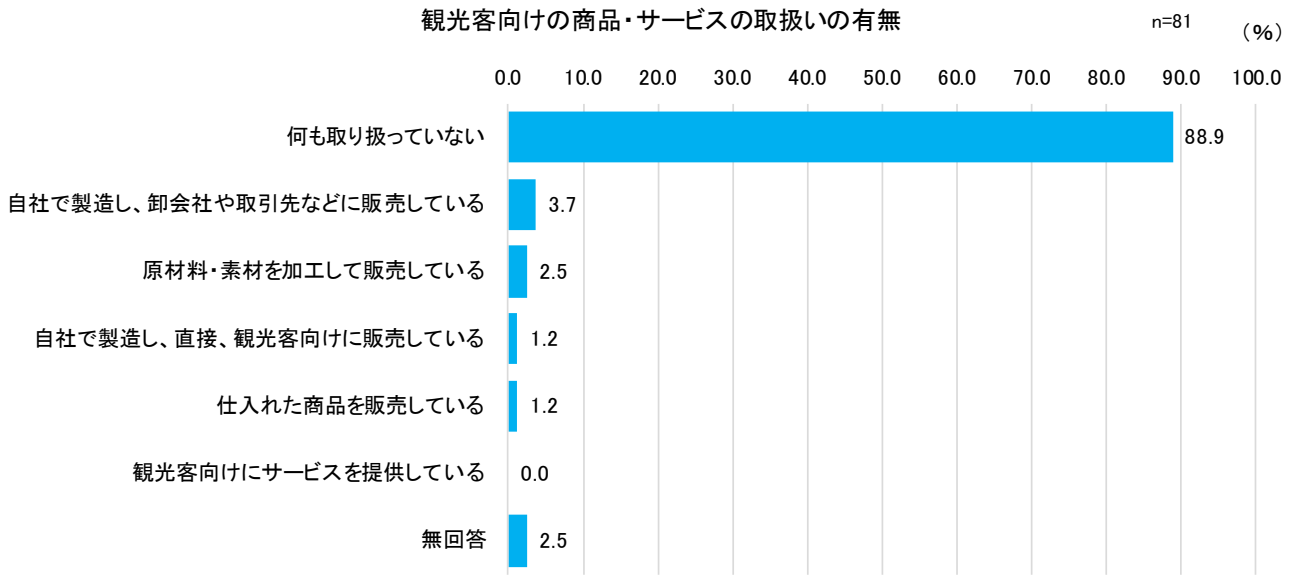
・「自社で製造し、卸会社や取引先などに販売している」は製造業（靴下）が3社。

・「原材料・素材を加工して販売している」は小売業が1社、製造業（その他）が1社。

・「自社で製造し、直接、観光客向けに販売している」は製造業（靴下）が1社。

・「仕入れた商品を販売している」はサービス業が1社。

なお、「観光客向けにサービスを提供している」は0.0%、「無回答」は2.5%。



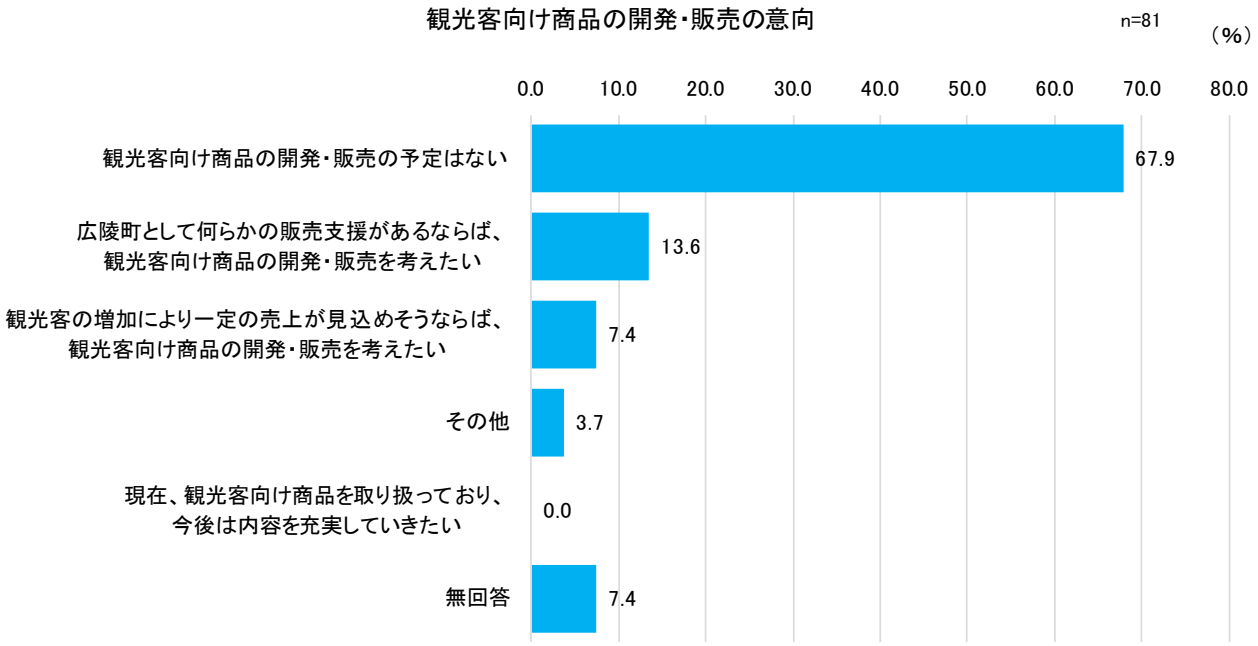
○観光客向け商品の開発・販売の意向

観光客向け商品の開発・販売の意向について聞いた結果、「観光客向け商品の開発・販売の予定はない」67.9%が最も多く、次いで「広陵町として何らかの販売支援があるならば、観光客向け商品の開発・販売を考えたい」13.6%、「観光客の増加により一定の売上が見込めそうならば、観光客向け商品の開発・販売を考えたい」7.4%、「その他」3.7%が続いている。

個別項目でみると、「観光客向け商品の開発・販売の予定はない」は建設業（84.6%）、卸売業（83.3%）、小売業（62.5%）、サービス業（57.1%）が多い。

一方、「広陵町として何らかの販売支援があるならば、観光客向け商品の開発・販売を考えたい」は製造業（靴下）（36.4%：4社）が多い。また、「観光客の増加により一定の売上が見込めそうならば、観光客向け商品の開発・販売を考えたい」は小売業（25.0%：2社）、製造業（その他）（22.2%：2社）が多い。

なお、「現在、観光客向け商品を取り扱っており、今後は内容を充実していきたい」は0.0%、「無回答」は7.4%。

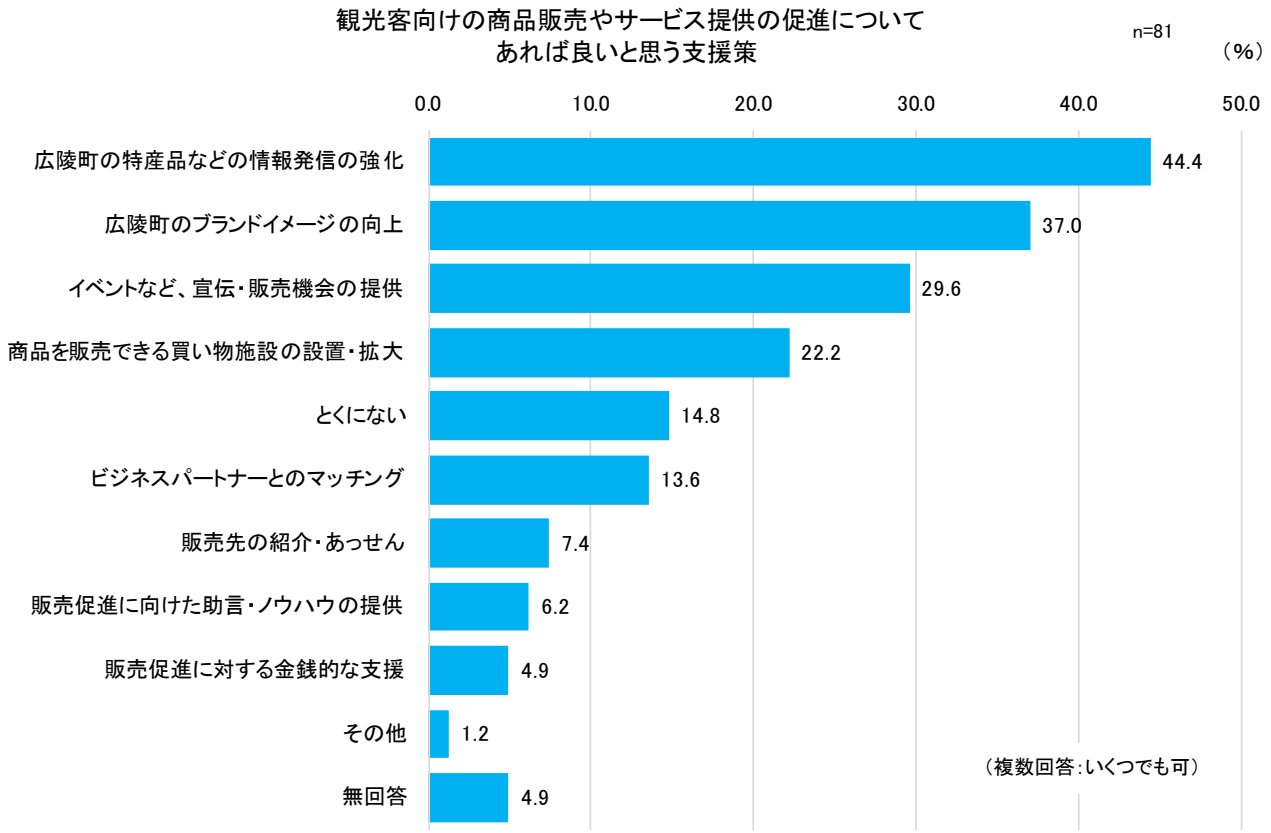


○観光客向けの商品販売やサービス提供の促進について、あれば良いと思う支援策

観光客向けの商品販売やサービス提供の促進について、どのような支援策があれば良いと思うか（複数回答：いくつでも可）を聞いた結果、「広陵町の特産品などの情報発信の強化」44.4%が最も多く、次いで「広陵町のブランドイメージの向上」37.0%、「イベントなど、宣伝・販売機会の提供」29.6%、「商品を販売できる買い物施設の設置・拡大」22.2%、「とくにない」14.8%、「ビジネスパートナーとのマッチング」13.6%、「販売先の紹介・あっせん」7.4%、「販売促進に向けた助言・ノウハウの提供」6.2%、「販売促進に対する金銭的な支援」4.9%が続いている。

個別項目でみると、「広陵町の特産品などの情報発信の強化」は製造業（靴下）（63.6%）、製造業（その他）（55.6%）、卸売業（50.0%）が多い。「広陵町のブランドイメージの向上」は卸売業（83.3%）、小売業（50.0%）、その他（45.5%）が多い。「イベントなど、宣伝・販売機会の提供」はその他（45.5%）、製造業（その他）（44.4%）が多い。

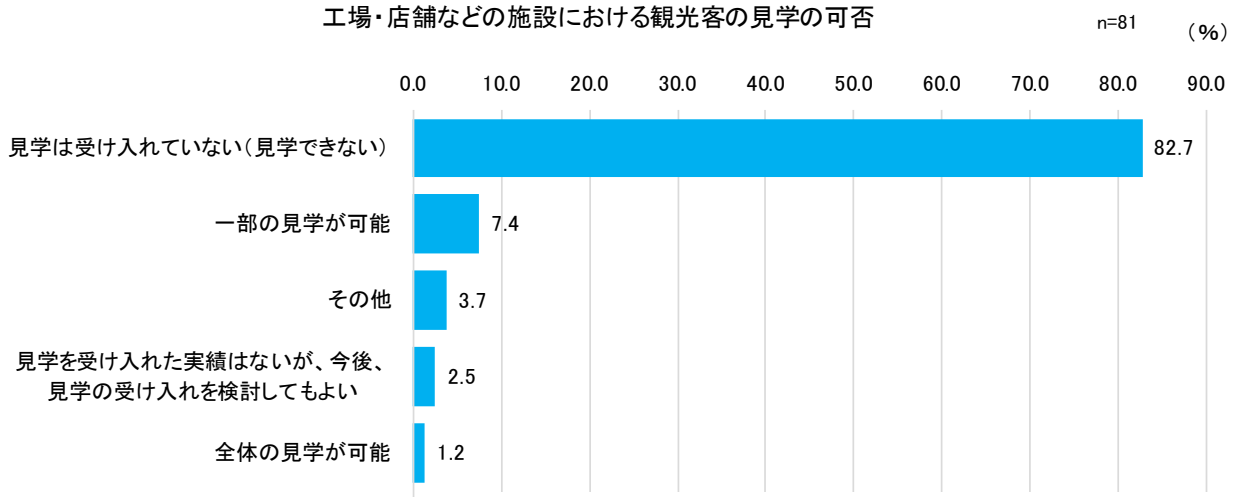
なお、「その他」は1.2%、「無回答」は4.9%。



○工場・店舗などの施設における観光客の見学の可否

工場・店舗などの施設において観光客の見学が可能かどうかを聞いた結果、「見学は受け入れていない（見学できない）」82.7%が最も多く、次いで「一部の見学が可能」7.4%、「その他」3.7%、「見学を受け入れた実績はないが、今後、見学の受け入れを検討してもよい」2.5%、「全体の見学が可能」1.2%が続いている。「無回答」は2.5%。

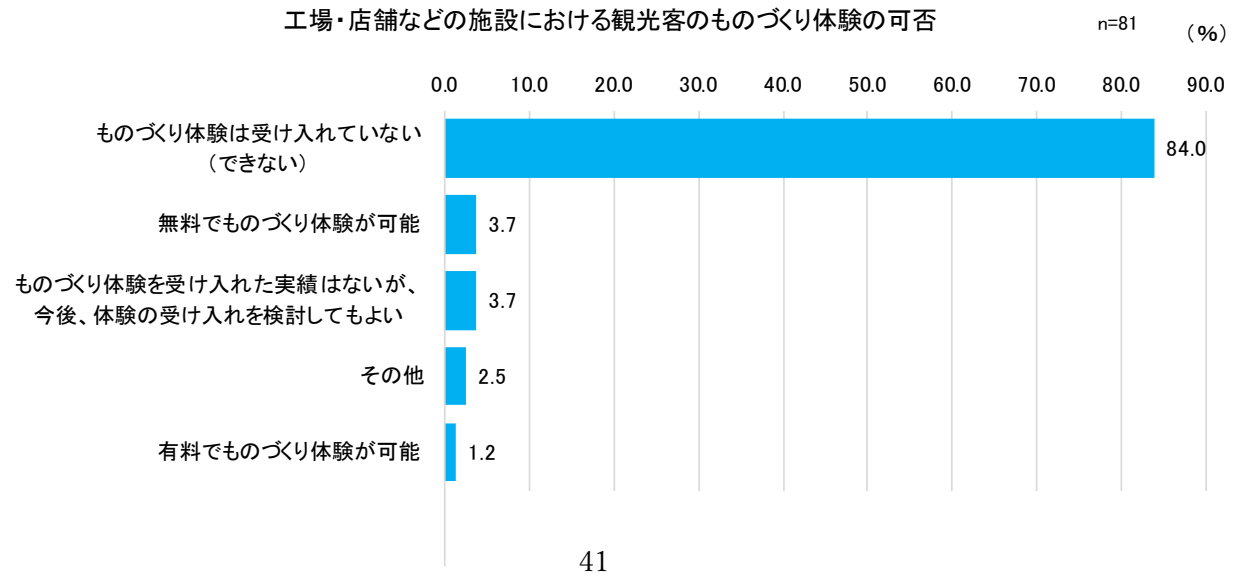
個別項目でみると、「一部の見学が可能」は製造業（靴下）（27.3%：3社）、製造業（その他）（22.2%：2社）。「全体の見学が可能」は小売業（12.5%：1社）。「見学を受け入れた実績はないが、今後、見学の受け入れを検討してもよい」は医療・福祉（25.0%：1社）。



○工場・店舗などの施設における観光客のものづくり体験の可否

工場・店舗などの施設において観光客のものづくり体験が可能かどうかについて聞いた結果、「ものづくり体験は受け入れていない（できない）」84.0%が最も多く、次いで「無料でものづくり体験が可能」3.7%、「ものづくり体験を受け入れた実績はないが、今後、体験の受け入れを検討してもよい」3.7%、「その他」2.5%、「有料でものづくり体験が可能」1.2%が続いている。なお、「無回答」は4.9%。

個別項目でみると、「無料でものづくり体験が可能」は製造業（その他）（11.1%：1社）、建設業（7.7%：1社）。「ものづくり体験を受け入れた実績はないが、今後、体験の受け入れを検討してもよい」は製造業（靴下）（9.1%：1社）、製造業（プラスチック製品）（33.3%：1社）。「有料でものづくり体験が可能」は製造業（靴下）（9.1%：1社）。



○事業者において見学・ものづくり体験の場を提供する際の課題

事業者の施設において、見学・ものづくり体験の場を提供する際の課題（複数回答：いくつでも可）について聞いた結果、「とくにない」30.9%が最も多い〔「見学やものづくり体験を行える業種ではない」などの理由が多い〕。

次いで「本業が忙しい（本業に注力している）」22.2%、「見学者などを受け入れることによる様々なリスク（事故・秘密漏洩など）がある」19.8%、「安全を確保できない」17.3%、「見学・ものづくり体験の場として提供するメリットがない（わからない）」16.0%、「その他」13.6%、「駐車場や応対人員の確保が難しい」12.3%、「受け入れのノウハウがない」8.6%が続いている。

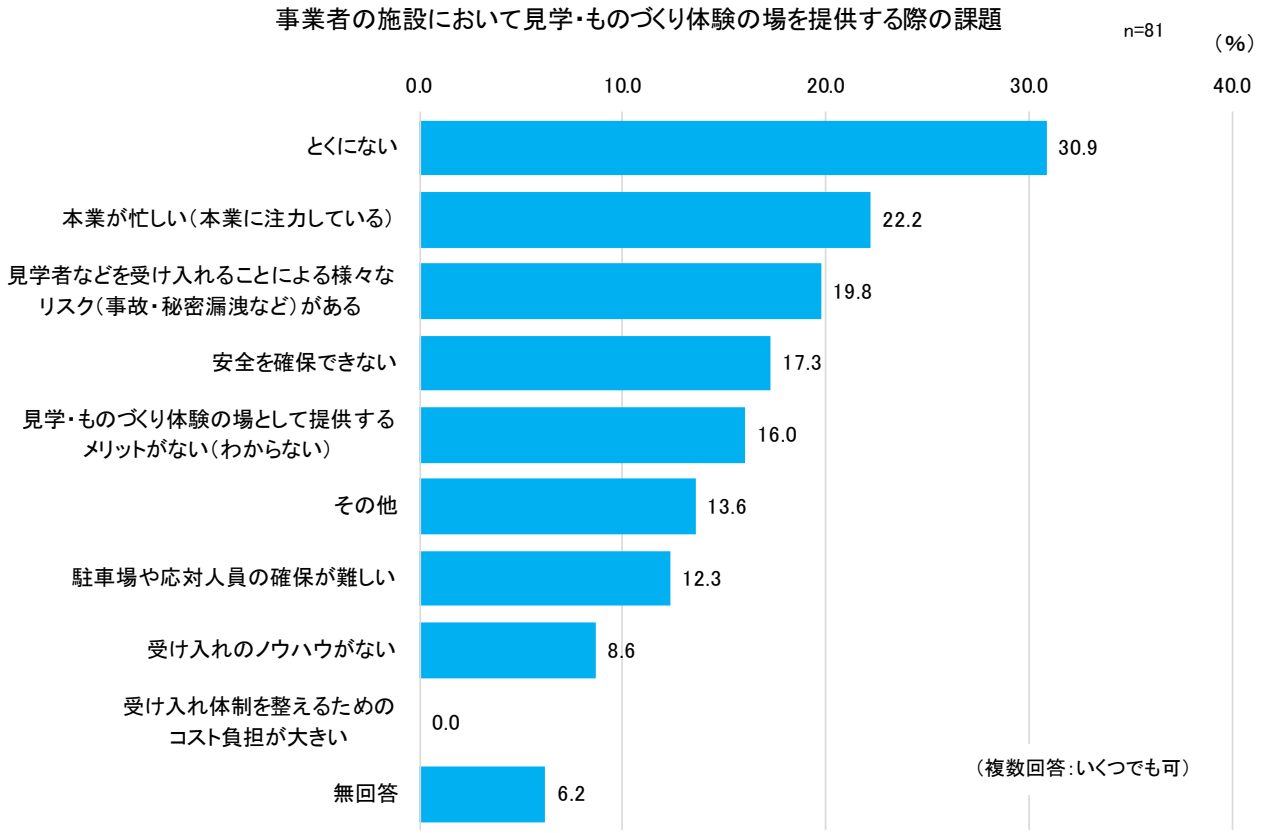
個別項目でみると、「とくにない」はその他（54.5%：6社）、サービス業（50.0%：7社）、小売業（37.5%：3社）が多い。「本業が忙しい（本業に注力している）」は製造業（靴下）（63.6%：7社）が多い。

「見学者などを受け入れることによる様々なリスク（事故・秘密漏洩など）がある」は製造業（その他）（66.7%：6社）、製造業（靴下）（45.5%：5社）が多い。

「安全を確保できない」は製造業（その他）（44.4%：4社）が多く、「見学・ものづくり体験の場として提供するメリットがない（わからない）」は卸売業（50.0%：3社）が多い。

製造業（靴下）の1社で、「近い将来、見学・ものづくり体験の場、販売の場を提供できるようにしたいと思っている」との回答がみられる。

なお、「受け入れ体制を整えるためのコスト負担が大きい」は0.0%、「無回答」は6.2%。



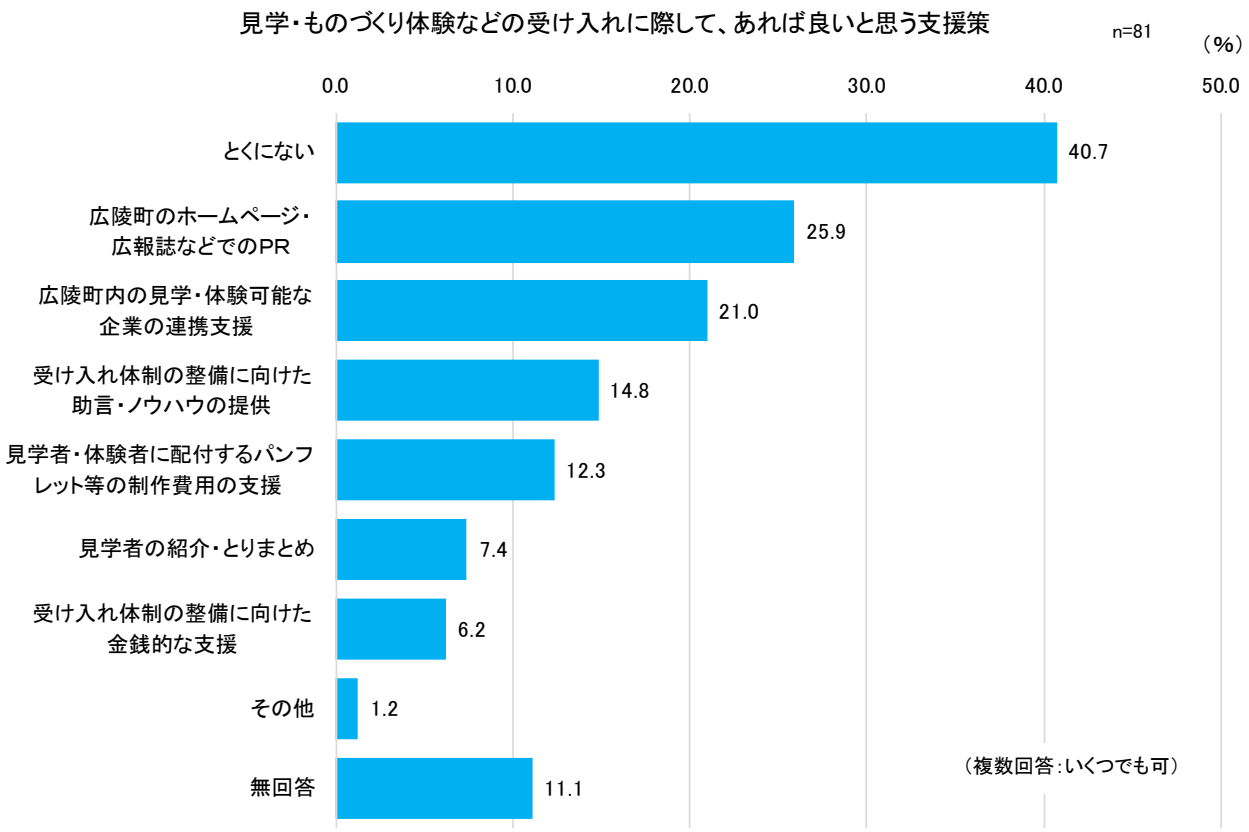
○見学やものづくり体験などの受け入れに際して、あれば良いと思う支援策

観光客の見学やものづくり体験などの受け入れに際して、どのような支援策があれば良いと思か（複数回答：いくつでも可）を聞いた結果、「とくにない」40.7%が最も多く、次いで「広陵町のホームページ・広報誌などでのＰＲ」25.9%、「広陵町内の見学・体験可能な企業の連携支援」21.0%、「受け入れ体制の整備に向けた助言・ノウハウの提供」14.8%、「見学者・体験者に配付するパンフレット等の制作費用の支援」12.3%、「見学者の紹介・とりまとめ」7.4%、「受け入れ体制の整備に向けた金銭的な支援」6.2%が続いている。

個別項目でみると、「とくにない」はサービス業（71.4%）、建設業（53.8%）が多い。

「広陵町のホームページ・広報誌などでのＰＲ」は卸売業（50.0%：3社）が多く、「広陵町内の見学・体験可能な企業の連携支援」は卸売業（33.3%：2社）、建設業（30.8%：4社）が多い。

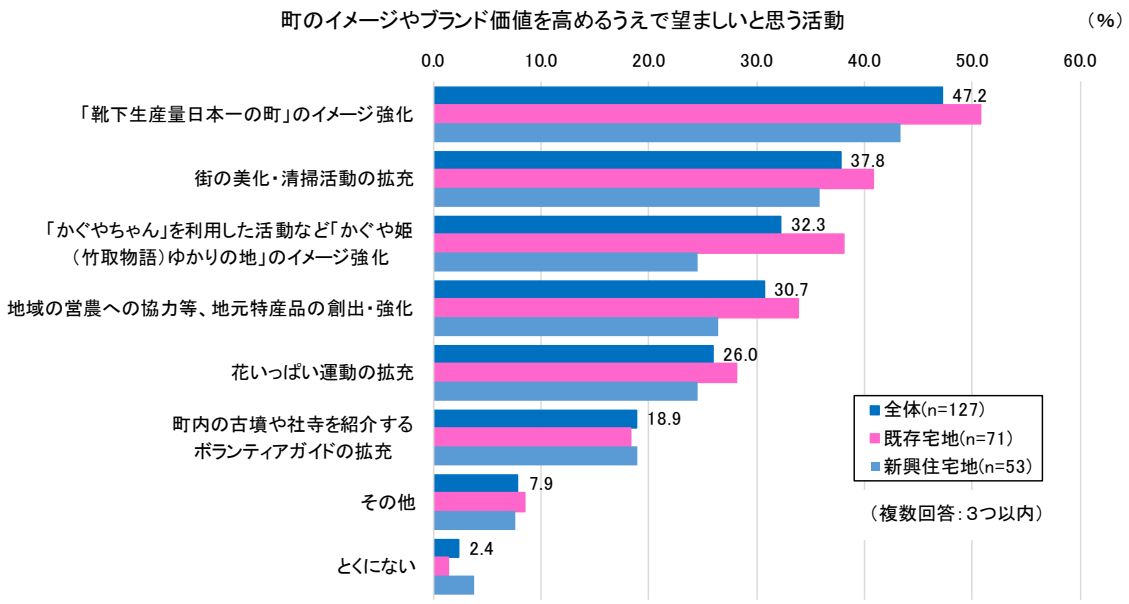
なお、「その他」は1.2%、「無回答」は11.1%。



（３）町民向けアンケート調査結果

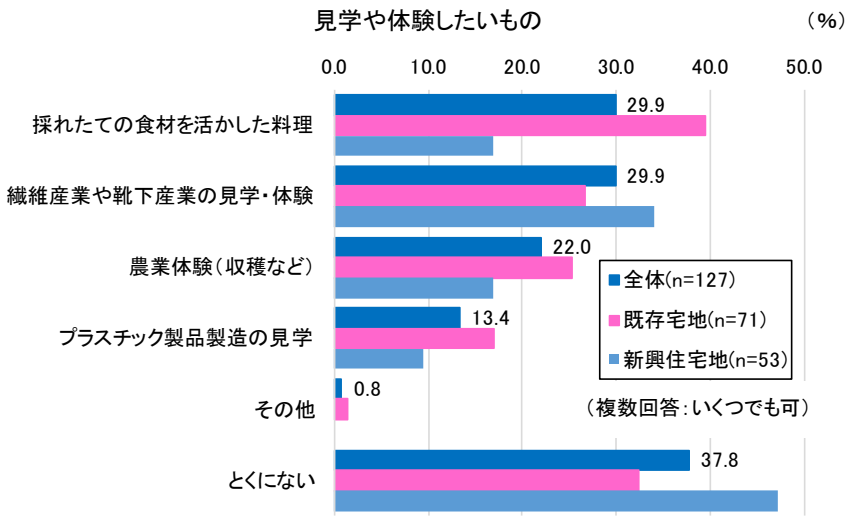
○町のイメージやブランド価値を高めるうえで望ましいと思われる活動

町のイメージやブランド価値を高めるうえで望ましいと思われる活動（複数回答、３つ以内）を聞いた結果、「『靴下生産量日本一の町』のイメージ強化」が47.2%と最多となっている。



○町の農業や地場産業について、見学や体験したいもの【再掲】

町の農業や地場産業について、見学や体験したいもの（複数回答：いくつでも可）を聞いた結果、「採れたての食材を活かした料理」および「繊維産業や靴下産業の見学・体験」がともに29.9%と多く、次いで「農業体験（収穫など）」22.0%、「プラスチック製品製造の見学」13.4%が続いている。また、地域別にみると、既存住宅地では「採れたての食材を活かした料理」が約4割と特に多い反面、新興住宅地では「繊維産業や靴下産業の見学・体験」が最多となっている。



（４）その他

①グループインタビューでの主な意見

・昨年「広陵フェス」というイベントのなかで、広陵町長をはじめ、町内の職業を体験できるコンテストを開催し、合格者の子どもさんには冬休み期間中に実際に仕事を体験してもらった。このような職業体験を定期的に開催し、町内の地元企業を訪問して、体験してもらうことは、広陵町を知ってもらう機会になると思う。

・大人の職業体験もいいかもしれない。それを町ぐるみで、徐々にできれば面白いと思う。

・「町を愛してもらう＝皆さんに注目してもらう」ことではないかと思っている。

②ヒアリングでの主な意見

・産業観光としての工場見学については、少人数ならできないことはない。体験を受け入れるなら平日限定（土日は機械を止めており難しい）である。（靴下製造業）

・靴下の編み機と自転車を融合させた機械を体験用に設置している。糸の色を自分で選んで組み合わせることで、オリジナルカラーのソックスを作ることができる。工場見学はあくまで売上増加に繋げるための取組みと考えている。町が組成する観光モデルルートに体験を取り入れることもできる。（靴下製造業）

・見学を受け入れるとしたら、数名程度で、説明も含めて1時間程度になると思う。ものづくり体験も可能であるが、実際の作業は「検品」ぐらいしかできない。生産工程の多くを外部に出しているため、パネルなどによる説明にならざるをえない。同業他社も同じ状況と思う。（靴下製造業）

・工場見学の予定はないが、広陵町限定メニューの提供は可能であれば検討したい。（食品製造・飲食業）

・工場見学は少人数であれば受入れ可能。婦人会や商工会などを受入れてきた。将来の夢としては、ガラス張りの工場見学施設や直売所を設置したいが、社屋が老朽化しており、調整区域にあることから難しい。（食品製造業）

③検討委員会での主な意見

・広陵町には靴下以外に織物も若干あるが規模は小さく、産業観光は難しいと思う。

・細々とでも事業が行われているのであれば、見学、体験等を受け入れられるよう行政等から支援することも検討されてはどうか。特に、織物は「かぐや姫」と親和性が強いと考える。

・観光振興において、どういった層をターゲットに設定するにしても、「靴下」ではターゲットが狭まるのではないか。イベントにしても「食」は集客力があるが、「靴下」と「食」は結びつけにくい。「かぐや姫」「かぐやの里」であれば「食」との親和性が強く広がりがあり、様々な打出し方ができると思う。

５．地域特性④生活文化、言い伝え、風習

（１）地域に伝わる民話、祭り等

①「広陵町の民話」（作成：広陵町社会教育委員会議）

広陵町社会教育委員会議が作成した「広陵町の民話」には、「広陵町史」（昭和40年発行）に記載されている広陵町の伝説の中から抜粋し、一部見直しを行い編集したものが紹介されている。

・大場の弁財天(大場)　・赤坂の古戦場(大野)　・庄屋長五郎(沢)　・雨乞い地蔵(萱野)
・広瀬大明神(広瀬)　・くさ神井戸(弁財天)　・弁財天(弁財天)　・権現狸(寺戸)
・おんどり(寺戸)　・百済の宮(百済)　・梵字の池(百済)　・黄金堂(百済)
・蛙鳴かずの池(南郷)　・南郷どん(南郷)　・若殿塚と奥方塚(南郷)　・弘法井戸と雷(南郷)
・六道山と後藤又兵衛(大塚)　・相撲太鼓の鳴る所(大塚)　・雷が落ちない所(安部)
・中将橋(安部)　・中将地蔵(安部)　・仏ヶ谷(安部)　・鐘畑(安部)
・伝正寺(笠)　・ナデシコの花(笠)　・八嶋神社(笠)　・夢想の地蔵(大垣内)
・千本橿(赤部)　・麦粉池(赤部)　・安産の神様(斉音寺)　・巣山の神木(斉音寺)
・大塚の大蛇(斉音寺)　・麦飯宵宮(斉音寺)　・徳川家康からもらった檜(新家)
・讃岐神社と竹取翁(三吉)

＊なお、本書には「記載の内容には事実を確認できないものもあるが、今となっては真偽を確かめる術はなく、できるだけ原本に従って編集した。昔から地域で語り伝えられていた「伝説」としてお読みいただき、伝説の地が時代とともにどのように変わってきたかを写真によりお楽しみいただければ幸いで

（広陵町社会教育委員会議「広陵町の民話」より）

【讃岐神社と竹取翁（三吉）】

かぐや姫

「今は昔、竹取の翁というものありけり･･･」で始まる「竹取物語」（平安時代作者不詳）に登場する竹取翁の出身部族である讃岐氏は、持統～文武朝廷に竹細工を献上するため、讃岐国（香川県）の氏族斎部氏（いんべし）が大和国広瀬郡散吉郷に移り住んだものとしている。翁の讃岐姓は、「和名抄」の大和国広瀬郡に散吉郷があり、「大和志」では、「散吉郷廃存済恩寺村」として、現在の北葛城郡広陵町大字三吉の斉音寺集落付近に比定している。又この付近に「薮ノ下」、「薮口」、「竹ケ原」という地名があり真竹孟宗竹等の竹林が多数残っている。三吉の北部には讃岐神社が鎮座し「延喜式」神名帳、広瀬郡の讃岐神社がこれに当たるとされる。「竹取物語」の舞台が大和国であったことは、かぐや姫の求婚者であった五人の貴公子の名が、持統朝末期から文武朝初期にかけて朝廷の中心にいた五人の実在の人物に比定されることも符合する。

（資料）奈良県史（風土と文学）、読売新聞（昭和六十一年三月十五日付夕刊）

（讃岐神社現地案内板より）

②広陵町の祭り

〇「櫛玉比女命神社の戸閉祭」

前方後円墳の後円部に本殿があり、古墳全体が神社の境内にある櫛玉比女命（くしたまひめのみこと）神社。10月31日、11月1日に行われる戸閉祭（とだてまつり）は、この古社で江戸時代より受け継がれる伝統の祭礼です。祭の時期が晩秋で寒いため、各家が戸を閉めて行ったことからその名がついたといわれています。10月31日の宵宮には、氏子4大字（南、萱野、弁財天、的場）のだんじりが鐘・太鼓もにぎやかに神社へ入る「宮入り」が行われ、その勇壮な姿に祭は最高潮を迎えます。（「広陵町勢要覧2012」より）

〇広陵町指定文化財「立山祭」

専光寺（地蔵堂）で毎年8月24日に行われる地蔵盆の祭。地域住民によって行われてきた伝統の行事で、「作り物」を飾る。「作り物」は、公民館、新築の家、婚礼のあった家などを会場として、その年に話題となった出来事や有名になった人物を取り上げておもしろおかしく飾り付け、話題性を盛り上げるものである。これを立てないとフジイル（病気や事故が起きる）と言われ、近隣からも見物人が多く集まる。立山祭の由緒は、江戸時代に流行した疫病の身代わりとして立て始めたとする説や、中世「見立山武士」と呼ばれた土豪細井戸氏が元禄年間に武士の名残を偲んで武者人形を立てたのが始まりとする説など、さまざまに語り伝えられている。（現地案内板より）

③近隣市町の民話、伝承等

大和高田市	井原西鶴の「好色五人女」に登場する八百屋お七の物語の元となった事件や、源義経との悲恋で知られる静御前の生家があったこと、役行者の母にまつわる話などが、町のホームページで紹介されている。
橿原市	「古事記」「日本書紀」によると、カムヤマトイワレビコが八咫烏に導かれて大和に入り、神武天皇として橿原宮で即位した。町のホームページの「歳時記」で、通年の伝統行事が紹介されている。
香芝市	當麻の蹴速（けはや）が野見宿禰（のみのすくね）に腰の骨を折られて死んだとされる「腰折田（こしおれだ）」を相撲発祥の地として紹介している。隣の葛城市や桜井市とも連携している。ホームページでは他の伝説、民話も紹介されている。
三宅町	聖徳太子が斑鳩から飛鳥へ通ったとされる「太子道」が通り、「腰掛石」、「太子接待の絵馬」、「矢じりの井戸」など聖徳太子ゆかりと伝わる歴史文化資源がある。町のホームページでは紹介されていない。
田原本町	桃太郎伝説発祥の地の一つとされ、同町観光協会のイメージキャラクター（ももたん）にもなっている。町の公式キャラクターは「タワラモトン」。能楽発祥の地でもある。また、町のホームページには、地域の昔話が多数紹介されている。
上牧町	「片岡城笹ゆり姫物語（戦国時代、片岡城の一人娘佐葦姫と木辻城の嫡男景頼との恋物語）」が町のホームページで紹介されている。
王寺町	聖徳太子にまつわる達磨寺や愛犬・雪丸に関する言い伝えがあり、同町のイメージキャラクターとしてメディアに度々登場。ドローンを活用し、話題となった。
河合町	廣瀬神社で行われる、豊作を祈願する「砂かけ祭」は、雨に見立てた砂をかけ合う大和の奇祭で、奈良まほろば検定にも度々出題される。

（各市町のホームページより）

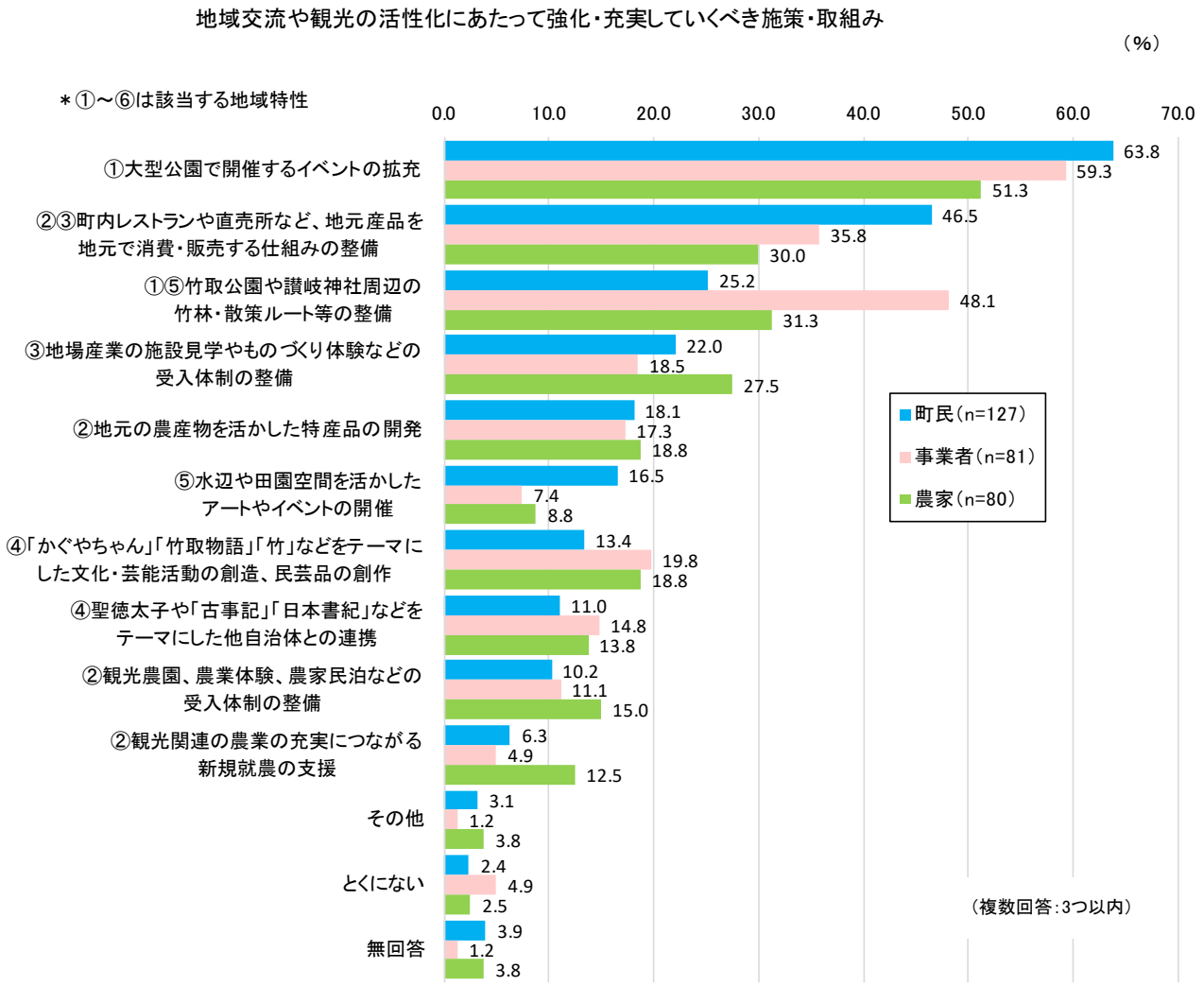
（２）アンケート調査結果

〇地域交流や観光の活性化にあたって強化・充実していくべき施策・取組み【再掲】

町民・事業者・農家の3者を対象に、地域交流や観光の活性化にあたって、どのような施策・取組みを強化・充実していくべきと思うか（複数回答：3つ以内）について聞いたところ、結果は以下のとおりである。

町民・事業者・農家の3者とも、「大型公園で開催するイベントの拡充」63.8%、59.3%、51.3%が最も多く、3者とも過半数を占めているが、生活文化、言い伝え、風習に関連する項目に限定してみると、「『かぐやちゃん』『竹取物語』『竹』などをテーマにした文化・芸能活動の創造、民芸品の創作」は町民が13.4%、事業者が19.8%、農家が18.8%となっており、「かぐやちゃん」「竹取物語」などへの期待がみられる。

また、「聖徳太子や『古事記』『日本書紀』などをテーマにした他自治体との連携」は、町民が11.0%、事業者が14.8%、農家が13.8%となっている。



○町に残る生活文化・風習・言い伝えについて【町民】

町に残る生活文化・風習・言い伝えで知っているものについて、回答者に自由記述をお願いしたところ、「竹取物語」に関する記述が多く、「戸閉（とだて）祭」も少数みられる。

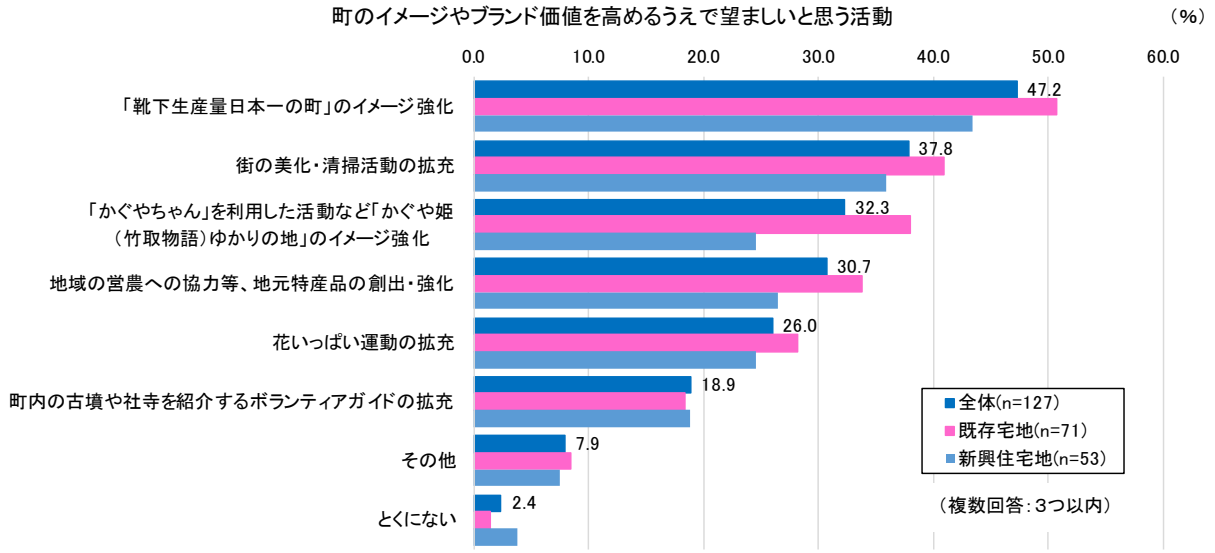
その他、「お地ぞうさん（地蔵盆）」「名替」「雑煮」「かき餅」などの記述もみられる。

町に残る生活文化・風習・言い伝えに関する自由記述

・「竹取物語（かぐや姫）」に関するコメント11名
・「戸閉祭」に関するコメント4名
・ お地ぞうさん
・ 八皇子神社の男児が15才になったら行う名替行事。武士時代なら元服のようなものです。
・ 聖徳太子の馬屋が多かった。水が豊富。天候安定、良好。特に昔栄えた町、古墳も多い。
・ お雑煮は白味噌でたき、お餅はきな粉をつけて食べるのはびっくりしました。
・ 大寒の頃、農村である百済地区はどこの家でもかき餅をつきました。今はそんな習慣はなくなりましたが、なつかしい冬の行事でした。
・ 秋祭
・ 同学年の男子が集まり、春と秋のお彼岸にみんなでご飯を食べたり、遊んだりします。（私の地域では「こと」といい、伊勢講のことだと思います）これは成人になっても続きます。（但し女子にはありません）
・ これは50年前のことで三吉のお寺だけのことなので広く知られていないと思いますが、墓寺で墓会と云ってたいそうにぎわっていました。お店も出て、子供達も喜んでお参りしたものでした。9月には千本灯明と云ってローソクを順に手渡し墓に立てるとゆうこともあり手を合わせると云うこともたくさんありました。
・ 靴下、なすび、巣山古墳等はぜひ言い伝えたいです。
・ かぐや姫にしてもデザインがダサ過ぎる。かぐや姫伝説は色んな地域にある。
・ 引っ越してきてまだ2年で、詳しく知りません。

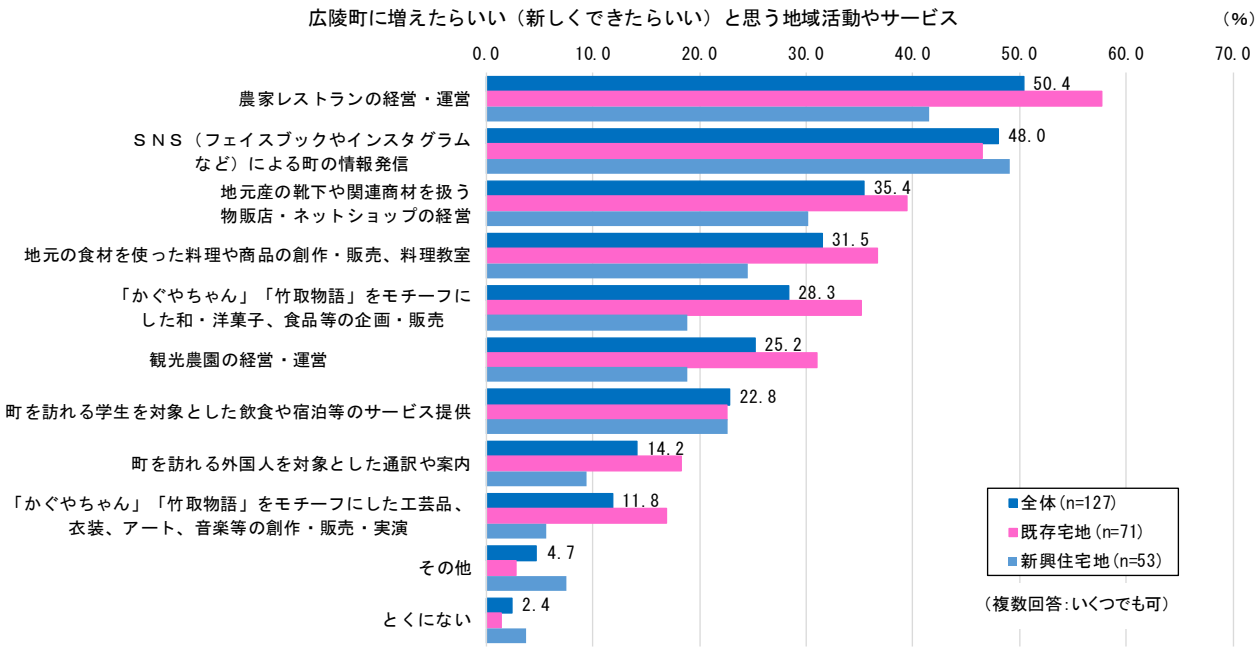
○町のイメージやブランド価値を高めるために望ましい活動【町民】

町のイメージやブランド価値を高めるうえで望ましいと思われる活動（複数回答：3つ以内）について聞いた結果、「『かぐやちゃん』を利用した活動など『かぐや姫（竹取物語）ゆかりの地』のイメージ強化」が32.3%となっている。



○地元産品や生活文化・伝統を活用した地域活動やサービス等で、広陵町に増えたらいい（新しくできたらいい）と思うもの【町民】

広陵町に増えたらいい（新しくできたらいい）と思う、地元産品、伝統等を活用した地域活動やサービス（複数回答：いくつでも可）について聞いた結果、「『かぐやちゃん』『竹取物語』をモチーフにした和・洋菓子、食品等の企画・販売」が28.3%、「『かぐやちゃん』『竹取物語』をモチーフにした工芸品、衣装、アート、音楽等の創作・販売・実演」が11.8%となっている。



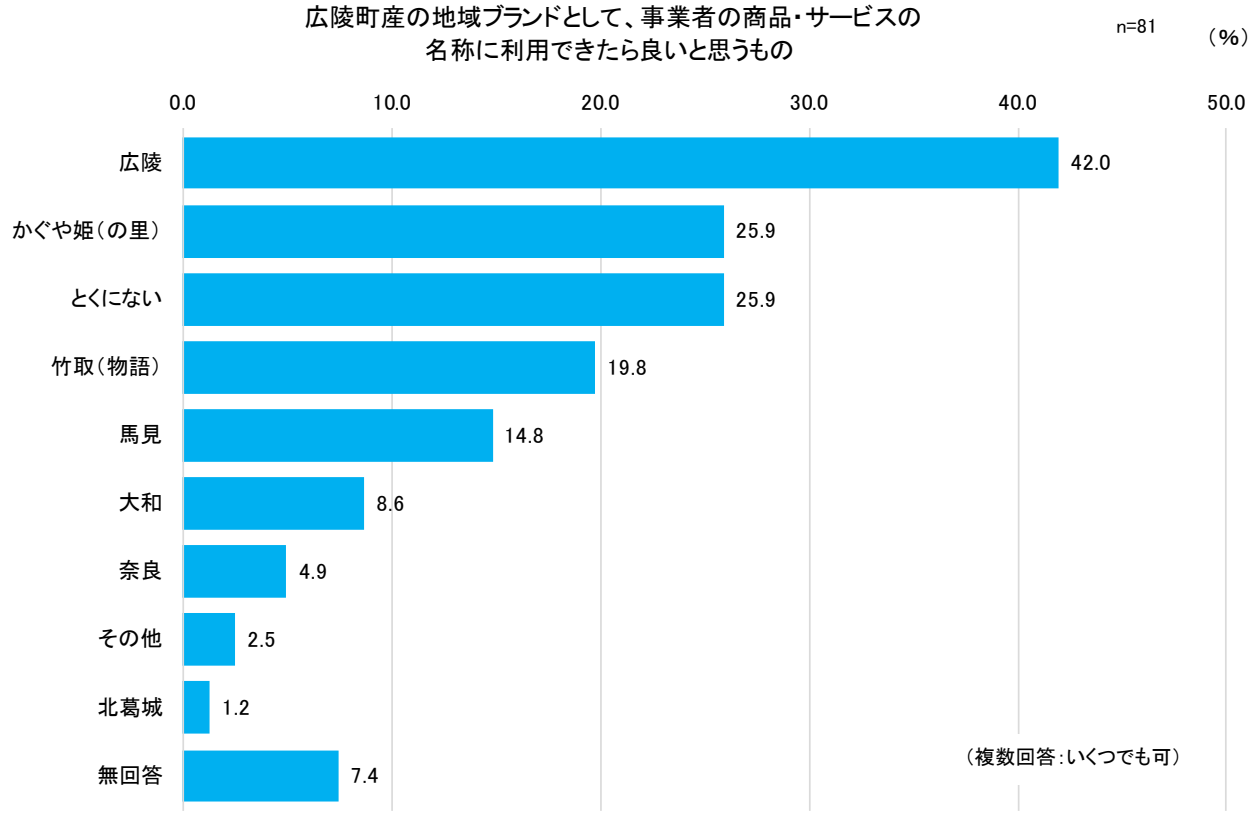
○広陵町産の地域ブランドとして、事業者の商品・サービスの名称に利用できたら良いと思うもの【事業者】

広陵町産であることを表す地域ブランドの名称として、事業者の商品・サービスの名称に利用できたら良いと思うもの（複数回答：いくつでも可）を聞いた結果、「広陵」42.0%が最も多く、次いで「かぐや姫（の里）」25.9%、「とくにない」25.9%、「竹取（物語）」19.8%、「馬見」14.8%、「大和」8.6%、「奈良」4.9%が続いている。

個別項目でみると、「広陵」は製造業（靴下）（81.8%）、その他（54.5%）が多い。「かぐや姫（の里）」は小売業（37.5%）、製造業（靴下）（36.4%）が多く、「竹取（物語）」はその他（36.4%）が多い。

その他の具体的な記述には、「かぐやの里－広陵」、「『竹取（物語）』『かぐや姫（の里）』もいいかもしれないが、海外からくる観光客にも理解できる名前であってもよい」があった。

なお、「その他」は2.5%、「北葛城」は1.2%、「無回答」は7.4%。



（３）その他

①グループインタビューでの主な意見

・「戸閉（とだて）祭り」は歴史があり、結構有名だと思う。色んな団体などが連携して、もう少し宣伝もして、人を呼び込む努力をしないともったいないと思う。

・10年ほど前だと思うが、以前は老人会の方々が竹細工をされていて、作品を「はしお元気村」で展示したり、かぐや姫祭りで販売されたりしていました。

・文化教室の講座に竹細工があれば、生徒が集まって、竹細工をできる人が町内の増えると思う。

②検討委員会での主な意見

・戸閉祭は老若男女を問わず伝統行事として根づいており、だんじりについて熱く語る若者もいる。また、雑煮の餅のきな粉の付け方だけで論争になるほど郷土愛が強い地域もあり、人と接するとそのような風土を体験できる。

・全国的に祭りが盛んな地域は郷土愛が強く、都市部からＵターンする人にも祭りを語る人がいる。祭りは郷土愛を育む効果がある。

・地元の祭りは「戸閉祭り」が挙げられるが、だんじりを曳く若者の参加が減少しているとのこと。

・子どもの時分に地元の祭りに参加していた人がＵターンするケースも多い。地元の祭りを大事にして子どもの参加を促すことも、長い目で見れば重要。

・広陵町には讃岐神社があり、竹取の里としてＰＲできる根拠は十分にある。靴下とうまく絡められたらいいと思う。

６．地域特性⑤自然環境、遊歩道、街並み

（１）広陵町および近隣市町の自然環境等

広陵町は、町域の中央部から東部にかけて農地を中心とした平野部がひろがり、西部一帯は起伏の緩やかな馬見丘陵となっている。特に、景観保全地区に指定されている馬見丘陵には緑豊かな山林が多く残り、良好な自然環境を形成している。また、町内には高田川、葛城川、曽我川などの一級河川のほか、多くの河川が流れている。

〔「広陵町都市計画マスタープラン」より〕

○各市町のWebサイトなどで紹介されている主な自然環境、遊歩道、街並み

広陵町および近隣市町（隣接7市町＋王寺町）の9市町について、各市町のWebサイトや観光関連のWebサイトなどで紹介されている主な自然環境、遊歩道、街並みは以下のとおりである。

主な自然環境、遊歩道、街並みの個所数では、広陵町は橿原市、大和高田市、田原本町についで4番目に多いと言える。一般的に広く知られている観光資源という観点でみると、近隣市町の中では橿原市が突出している。

市町名	主な自然環境、遊歩道、街並み
広陵町	＊該当なし
大和高田市	高田千本桜 、横大路、藤森環濠集落、池尻環濠集落
橿原市	・名勝大和三山（香具山・畝傍山・耳成山）、深田池、貝吹山 ・千塚古墳遊歩道、竹ノ内街道・横大路 ・今井町の町並み（今西家住宅、旧上田家住宅（丸田家住宅）、山尾家住宅（今井まち衆博物館新堂屋）、音村家住宅、中橋家住宅、中橋家住宅、高木家住宅、豊田家住宅、上田家住宅、旧米谷家住宅、河合家住宅）、八木町
香芝市	・どんづる峯、旗尾池、千股池
三宅町	・太子道
田原本町	・保津の環濠集落
上牧町	＊該当なし
王寺町	明神山
河合町	＊該当なし

（各市町のWebサイトや観光関連のWebサイトなどより）

○広陵町内のサイクリング道

広陵町内には奈良県が設定した次の2本のサイクリングルートが通っており、ハード整備がある程度進んでいる。

・奈良～大和郡山～斑鳩から広陵町に至り、さらに大和高田～橿原～飛鳥へと続く「せんとの道ルート」

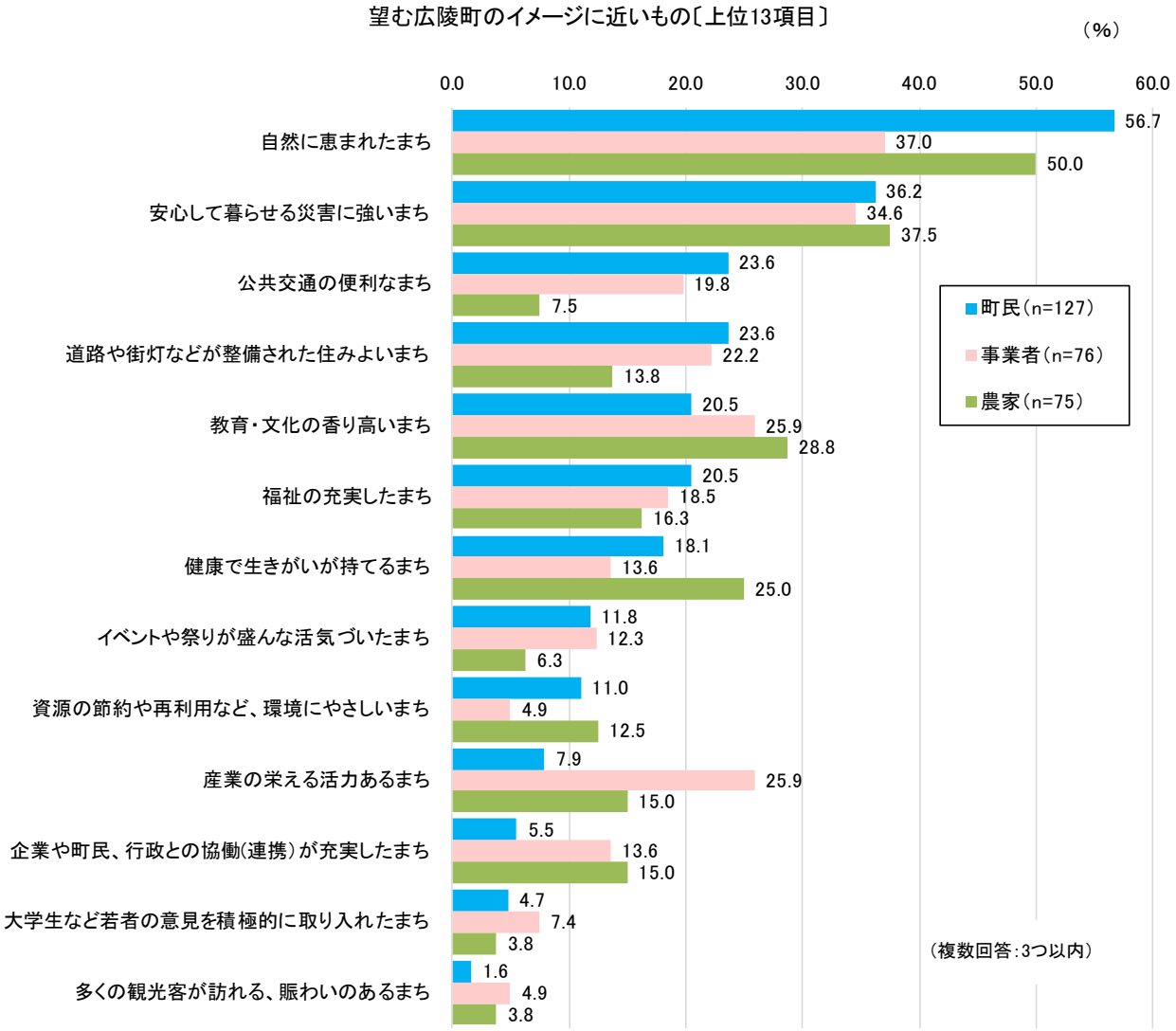
・香芝から広陵町を通り田原本へ至る「かぐや姫ルート」

（２）アンケート調査結果

〇望む広陵町のイメージに近いもの

町民・事業者・農家の3者を対象に、15の選択肢の中から望む広陵町のイメージに近いもの（複数回答：3つ以内）について聞いた結果、町民・事業者・農家の3者とも「自然に恵まれたまち」が最も多く、次いで「安心して暮らせる災害に強いまち」が続いている。

町民についてみると、「イベントや祭りが盛んな活気づいたまち」は11.8%と少なく、「多くの観光客が訪れる、賑わいのあるまち」は1.6%と僅かであった。



７．地域特性⑥その他（例：人材、技術、インフラ、ヘルスケア・健康増進関連施設など）

（１）仮説

その他の地域特性として、①町に大規模新興住宅地があり、地域活動の担い手として期待できる女性やシニアが多数存在すること、②町内に私立大学を有し、まちづくりや観光振興に対する学識者の知見、学生のアイデアの活用が期待されること、が挙げられる。

（２）アンケート調査結果

○広陵町に増えたらいいと思う地域活動やサービス等のうち、自分自身が関わってみたいと思うもの

町民を対象に、地元産品や生活文化・伝統を活用した地域活動やサービス等で、広陵町に増えたらいい（新しくできたらいい）と思うもの（複数回答：いくつでも可）を聞いた結果、全体では「農家レストランの経営・運営」が50.4%が最も多く、「地元産の靴下や関連商材を扱う物販店・ネットショップの経営」35.4%、「地元の食材を使った料理や商品の創作・販売、料理教室」31.5%なども約3割と多い（図表掲載省略）。

広陵町に増えたらいいと思う地域活動やサービス等のうち、自分自身が関わってみたいと思うもの（複数回答：いくつでも可）を聞いた結果、全体では「地元の食材を使った料理や商品の創作・販売、料理教室」12.8%と「農家レストランの経営・運営」10.3%が約1割と多い。性別・年代別でみると、男性・70歳代以上で「観光農園の経営・運営」が30.0%。女性・40歳代で「地元の食材を使った料理や商品の創作・販売、料理教室」と「農家レストランの経営・運営」がともに30.8%と多い。また、女性・20歳代および70歳代以上でも「地元の食材を使った料理や商品の創作・販売、料理教室」が約2割と多い。

女性・40歳代は、地域活動等に「可能な範囲で参加したい」が46.2%と他の年代よりやや多い。

広陵町に増えたらいいと思う地域活動やサービス等のうち、自分自身が関わってみたいと思うもの

（複数回答） （ ）内＝n	地元の食材を使った料理や商品の創作・販売、料理教室	農家レストランの経営・運営	SNS（フェイスブックやインスタグラムなど）による町の情報発信	「かぐやちゃん」「竹取物語」をモチーフにした和・洋菓子、食品等の企画・販売	観光農園の経営・運営	地元産の靴下や関連商材を扱う物販店・ネットショップの経営	町を訪れる外国人を対象とした通訳や案内	「かぐやちゃん」「竹取物語」をモチーフにした工芸品、衣装、アート、音楽等の創作・販売・実演	町を訪れる学生を対象とした飲食や宿泊等のサービス提供	その他	とくにない
全体（117）	12.8	10.3	8.5	6.0	5.1	4.3	3.4	2.6	2.6	0.9	16.2
男性-10～20歳代（8）	0.0	12.5	12.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	25.0
男性-30歳代（8）	12.5	12.5	12.5	12.5	12.5	25.0	0.0	25.0	0.0	0.0	12.5
男性-40歳代（4）	0.0	0.0	25.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	25.0
男性-50歳代（4）	0.0	25.0	0.0	25.0	0.0	0.0	0.0	25.0	0.0	0.0	25.0
男性-60歳代（14）	7.1	0.0	7.1	0.0	7.1	0.0	7.1	0.0	7.1	0.0	7.1
男性-70歳代以上（10）	10.0	0.0	0.0	0.0	30.0	0.0	0.0	0.0	10.0	0.0	20.0
女性-10～20歳代（6）	0.0	16.7	0.0	16.7	0.0	0.0	16.7	0.0	0.0	0.0	33.3
女性-30歳代（9）	22.2	11.1	11.1	11.1	0.0	0.0	0.0	0.0	11.1	0.0	22.2
女性-40歳代（13）	30.8	30.8	23.1	7.7	0.0	7.7	7.7	0.0	0.0	7.7	0.0
女性-50歳代（18）	16.7	11.1	5.6	5.6	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	22.2
女性-60歳代（13）	7.7	0.0	7.7	0.0	0.0	7.7	0.0	0.0	0.0	0.0	15.4
女性-70歳代以上（10）	20.0	10.0	0.0	10.0	10.0	10.0	10.0	0.0	0.0	0.0	10.0

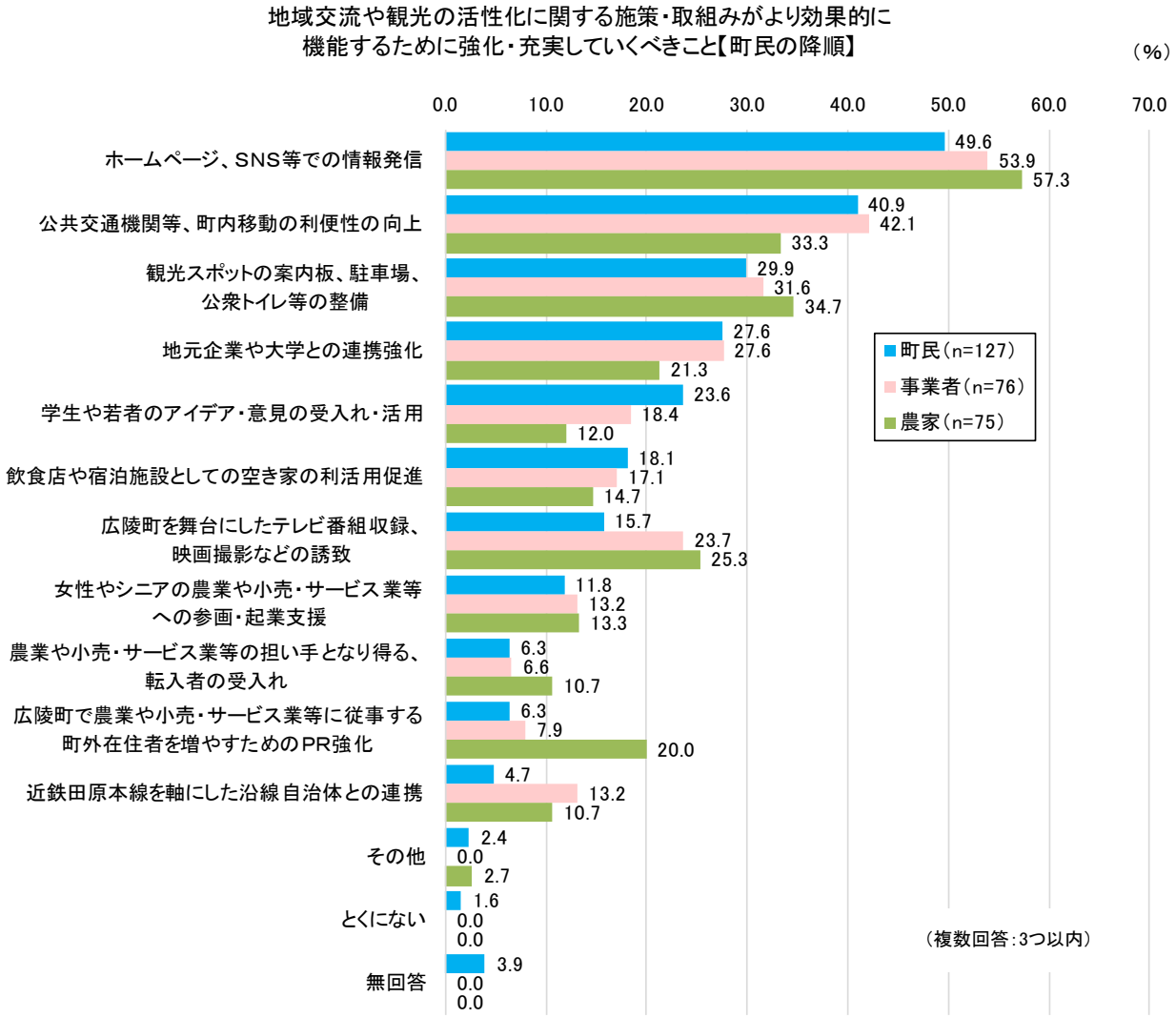
○地域交流や観光の活性化に関する施策・取組みがより効果的に機能するために強化・充実していくべきこと

町民・事業者・農家の3者を対象に、地域交流や観光の活性化に関する施策・取組みがより効果的に機能するためには、どのようなことを強化・充実していくべきと思うか（複数回答：3つ以内）を聞いた結果は以下のとおり。

町民・事業者・農家の3者とも、「ホームページ、ＳＮＳ等での情報発信」49.6%、53.9%、57.3%が最も多く、3者とも5割前後を占めている。町民・事業者は次いで「公共交通機関等、町内移動の利便性の向上」40.9%、42.1%、「観光スポットの案内板、駐車場、公衆トイレ等の整備」29.9%、31.6%が続いている。

また、「地元企業や大学との連携強化」は町民・事業者とも各27.6%と多く、「学生や若者のアイデア・意見の受入れ・活用」は町民が23.6%と多い。

奈良県37市町村において、大学を有するのは広陵町を含めて6市町と限られている。広陵町内にある畿央大学は健康科学部と教育学部の二つの学部があり、学生数は約2,100人と多い。特に、健康科学部の人間環境デザイン学科（学生数役200人）では、「ユニバーサルデザイン」をテーマに健康で快適な住まい、インテリア、造形デザインに取り組んでいる。また、2・3回生合同プロジェクトゼミとして、地元企業や市町村、地域住民の方々と一緒にまちづくりやリフォーム、商品開発、イベント企画など、地域の問題解決に取り組んでいる。



（３）自治体Webサイトなどによる情報発信の現状

近年、観光目的で目的地を選んだり、観光ルートや過ごし方を検討したりする手段として、ネット検索により目的地の観光情報を調べることが一般化しており、WebサイトやSNSなどを活用した観光情報の発信が不可欠となっている。

ネット上での広陵町の情報発信の現状をみると、町外の人による閲覧や情報収集を促すような魅力（親しみやすさ、わかりやすさ、画像や映像の活用など）に欠けていると思われる。

広陵町と人口規模が近く、かつ隣接している田原本町の情報発信の現状（次頁参照）をみると、トップページからトップメニューをクリックした次のサイトは、広陵町と同様に文字情報のみであるが、「観光アプリ『ココシルたわらもと』」、「田原本町公式インスタグラム」「田原本町公式Facebook」「田原本町観光プロモーションビデオ」「たわらもとDAYS（電子ブック）」「『たわらもとプロモーション大使』（町内外の一般住民14名）の任命」など、様々な方法により観光情報の発信の多様化・充実を行っている。

また、王寺町と河合町では「公式LINE」を開設している。

○広陵町のトップページ

○トップメニュー「観光・イベント」をクリックした次のサイト

○バナー画像「町のイチオシ」をクリックした次のサイト

○田原本町のトップページ

○トップメニュー「観光・文化財」をクリックした次のサイト

○観光アプリ「ココシルたわらもと」

○田原本町公式インスタグラム

○田原本町公式Facebook

（４）その他

○グループインタビューでの主な意見〔地域特性①～⑤に該当しないものをすべて記載〕

・広陵町民が、自分たちの町のことを知らないというのでは、どうしようもない。
・教育の一環として、子供たちに広陵町の歴史や古墳等の文化財などについて教える機会を増やすことは大事だと思う。
・人から、「そもそも広陵町ってどこにあるの？」と聞かれたりする。「高田の隣」、「香芝の横」などと言わないと伝わらない。
・「広陵」という地名自身の発信力も弱い。他の市町村へ行く時の通過地点程度にしか思われていないのではないか。

・色んな活動が行われているが、あまり知られていない。個人ではFacebookやLINEに写真を載せたりしているが、町としての宣伝が弱いと思う。
・例えば、イチゴを食べたいと思ったら、ネット検索で店を探して食べに行く。もっとＳＮＳを駆使していけば良いのではないか。スタンプラリーで広陵町のカフェ巡りを企画してはどうか。
・お店や商品を「選ぶ」というのが一番好き。でも、そこへ行くための交通手段を何とかしてほしい。
・高田駅から法隆寺まで、県道５号線にバスを走らせるべきだと思う。

・広陵町の良いところは、本当に皆さん穏やかで、住民の方々もすごくいい方が多い。
・私は町外から転入してきたが、広陵町の方は観光客に来てほしいと思っているのかやや疑問。別に今の状況のままが良いと思っている人もいるのではないか。

・町をつくろうと思ったら、やはり住民が考えないといけない。行政主導では絶対に長続きしないと思う。行政だけに任せていてはいけない。「かぐや姫祭り」でも、本当は住民が主体になってやらないといけない。

・数年前から、町民有志で「広陵寄席」を立ち上げた。2019年4月で18回目の開催になる。最初は小さなカフェからスタートしたが、今は「ふるさと会館グリーンパレス」の5階大ホールで開催している。有料であるが、毎回約100人の方が来場してくれる。大阪から来られている人もいる。
・別に落語に限らず、例えばクラフト好きな人が集まって講座のようなことを継続的にやっていくとか、小さな活動でも広陵町へ足を運んでもらう仕組みづくりは色々とあると思う。

・「広陵少年ラグビークラブ」に私の子どもが参加している。あまり知られていないが、幼稚園から小学６年生まで全体で100人程が加入しており、そのほとんどが町外からの参加である。毎週、日曜日の午前中に練習をしている。
・広陵町の中学にはラグビー部がないので、ラグビーを続けたい子どもは河合第二中学校へ進む。
・今年の春からトップリーグで活躍する選手が広陵町のクラブから誕生しているのに、広陵町の中でラグビーを続けられないというのが現状。

・今はＳＮＳの時代であるが、クチコミのほうが確実だと思う。
・町内で、皆さんで広陵町のアピールをしていこうという気持ちが必要である。
・皆さんで情報の共有などを行う場を作っていくことも大切だと思う。
・近隣の町と、日本昔話ツアーのような企画が出来たらいいと思う。
・高級志向の方用の人間ドックのようなものを広陵町で提供できれば、町外からも人を呼べると思う。

Ⅲ．外部からの来訪や域内交流を阻害する要因

外部からの来訪や域内交流を阻害する要因（以下「阻害要因」という）として、当初、仮説として「①広陵町の認知度が低い」「②広陵町を観光目的で訪れたいと考える程の地域の魅力が乏しい」「③鉄道による広陵町へのアクセスが不便である」の3点を想定し、町民・事業者・農家の3者に対するアンケートおよび広陵町等へのヒアリングを行った。

アンケートでは、上記3点が阻害要因であると再確認できる結果であった。また、広陵町からは、新たな阻害要因と思われる意見は無かった。

【外部からの来訪や域内交流を阻害する要因】

①広陵町の認知度が低い。

「広陵」のついた駅名や観光スポットがなく、広陵町の町名や所在地（奈良県内での位置関係等）などの認知度が低い。奈良県内の観光地を紹介している大手Webサイトの秋のおすすめランキングにおいても、上位30位以内には「竹取公園」（28位）が入っているだけとなっている。

また、「竹取物語」についても、広陵町のキャラクターとして「かぐやちゃん」が制作されているが、これを生かした食材や食品、工芸品等の開発といった経済活動に結びついておらず、より多くの人々に認知されるだけの魅力と機会の創出に繋がっていない。

②広陵町を観光目的で訪れたいと考える程の地域の魅力が乏しい。

町内には県営馬見丘陵公園（古墳と大規模花壇）、町立竹取公園といった大型公園、サイクリングロードが存在し、行楽シーズンには多数の来訪者があるものの、観光拠点・資源として町自体に人を呼び込むほどのマグネットとはなっていない。

また、かつては「下街道」が通る交通の要所であった箸尾地区や、伝統的な綿産業の歴史を継ぐ、靴下産業が集積する馬見地区も、現在はその大半が民家であり、観光客を対象とした小売・サービス業も見当たらず、地域交流、経済の還流には結び付いていない。

③鉄道による広陵町へのアクセスが不便である。

町域には国道が通っていないが、西名阪自動車道柏原I.C.、香芝I.C.からは国道165号、168号を経由し、町内を東西に横切る県道105号「中和幹線」により、西名阪自動車道法隆寺I.C.からは県道5号「大和高田斑鳩線」によりアクセス可能で、他にも県道132号「河合大和高田線」、県道277号「大和高田広陵線」が通っており、自動車によるアクセスは良好である。しかし、上述のとおり町内への誘導連携策に乏しく、通過エリアとなっているのが実情といえる。

また、鉄道によるアクセスは、大阪方面からは主に近鉄大阪線の五位堂駅（香芝市）および大和高田駅（大和高田市）から、京都方面からは近鉄橿原線の田原本駅（田原本町）から、さらに2次交通を利用する必要がある。町内を通る鉄道は近鉄田原本線のみで、町内にある駅は唯一、箸尾駅のみである。朝夕のダイヤ1時間に4本、昼間は2～3本のいわゆるローカル線であり、箸尾駅の定期外の乗車人員は86,903人（2016年）で10年前より7.5%減少している。当駅からの2次交通はコミュニティバスが頼りである。町内の移動手段は、民間バス路線が通過する真美ケ丘ニュータウン地域を除き、マイカー・自転車等が主流となっている。

●アンケート調査結果

〇観光などで町外から訪れる人や町民の行き来を増やそうとする場合の阻害要因（複数回答：いくつでも可）

町民・事業者・農家の3者を対象に、観光などで町外から訪れる人や町民の行き来を増やそうとする場合の阻害要因（不都合、邪魔になっているものなど）には、どのようなことが当てはまると思うかを聞いたところ、結果は以下のとおりである。

町民は「町外からのアクセスが不便である」51.2%が最も多く、次いで「町内の移動が不便である」47.2%、「広陵町の名前や所在地の認知度が低い（知らない人が多い）」43.3%、「有名な観光スポットがない（少ない）」42.5%、「広陵町の農産物や特産品を活かした土産物などがない（少ない）」40.9%が続いている。

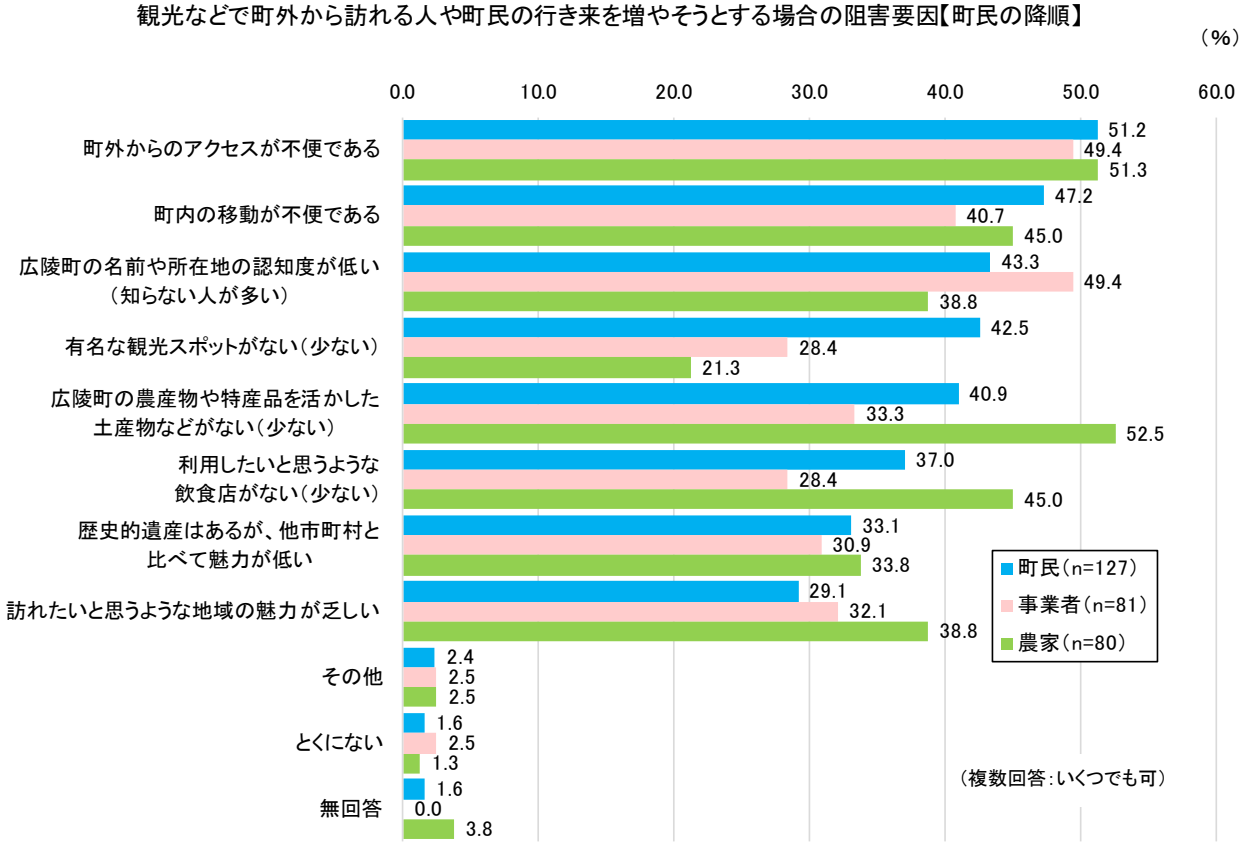
事業者は「町外からのアクセスが不便である」・「広陵町の名前や所在地の認知度が低い（知らない人が多い）」各49.4%が最も多く、次いで「町内の移動が不便である」40.7%が続いている。

農家は「広陵町の農産物や特産品を活かした土産物などがない（少ない）」52.5%が最も多く、次いで「町外からのアクセスが不便である」51.3%、「町内の移動が不便である」「利用したいと思うような飲食店がない（少ない）」各45.0%が続いている。

また、「歴史的遺産はあるが、他市町村と比べて魅力が低い」と「訪れたいと思うような地域の魅力が乏しい」も、3者とも3～4割と比較的多い。

これらの結果から、町外からのアクセスの不便さと町内移動の不便さ、広陵町の認知度の低さが大きな阻害要因となっていると思われる。また、回答割合はやや少ないものの、地域の魅力の乏しさも阻害要因に該当すると言える。

観光などで町外から訪れる人や町民の行き来を増やそうとする場合の阻害要因【町民の降順】



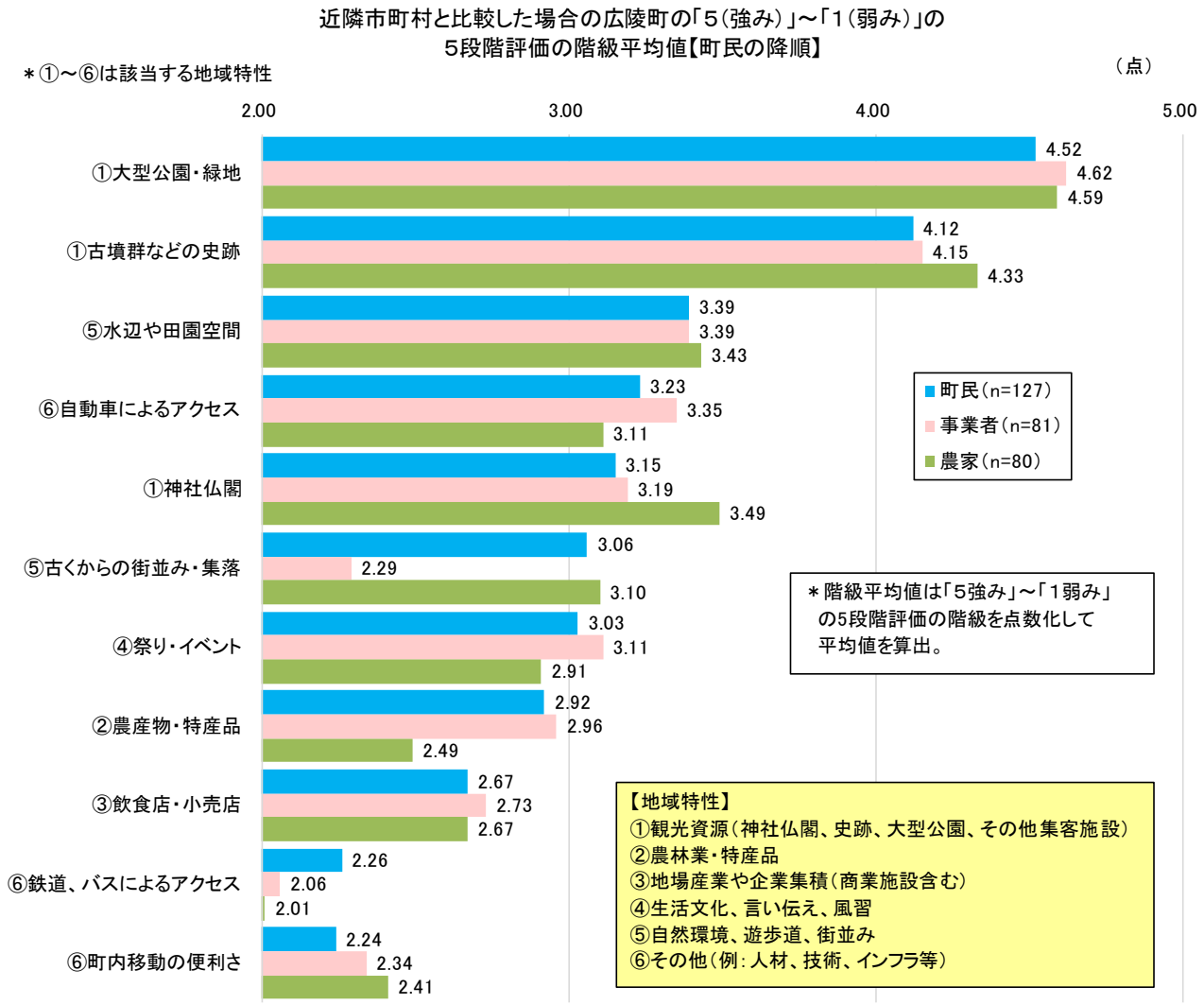
○近隣市町村と比較した場合の広陵町の強み・弱み〔「５（強み）」～「１（弱み）」の５段階評価の階級平均値〕【再掲】

町民・事業者・農家の3者を対象に、観光資源や交通アクセスなどの11項目について、近隣市町村と比較した場合の広陵町の強み・弱み〔「５（強み）」～「１（弱み）」の５段階評価〕を聞き、階級平均値（「５強み」～「１弱み」の5段階評価の階級を点数化して平均値を算出）による各項目の相対比較を行った。

同結果のうち、阻害要因に関連する項目をみると、町民・事業者・農家の3者とも、「自動車によるアクセス」は3.23点、3.35点、3.11点と3点台前半で、平均点な水準といえる。

一方、「町内移動の便利さ」は2.24点、2.34点、2.41点、「鉄道、バスによるアクセス」は2.26点、2.06点、2.01点と2点台前半で、弱みと捉えられていることがわかる。

これらの結果から、町外からのアクセスの不便さと町内移動の不便さが大きな阻害要因となっていると思われる。

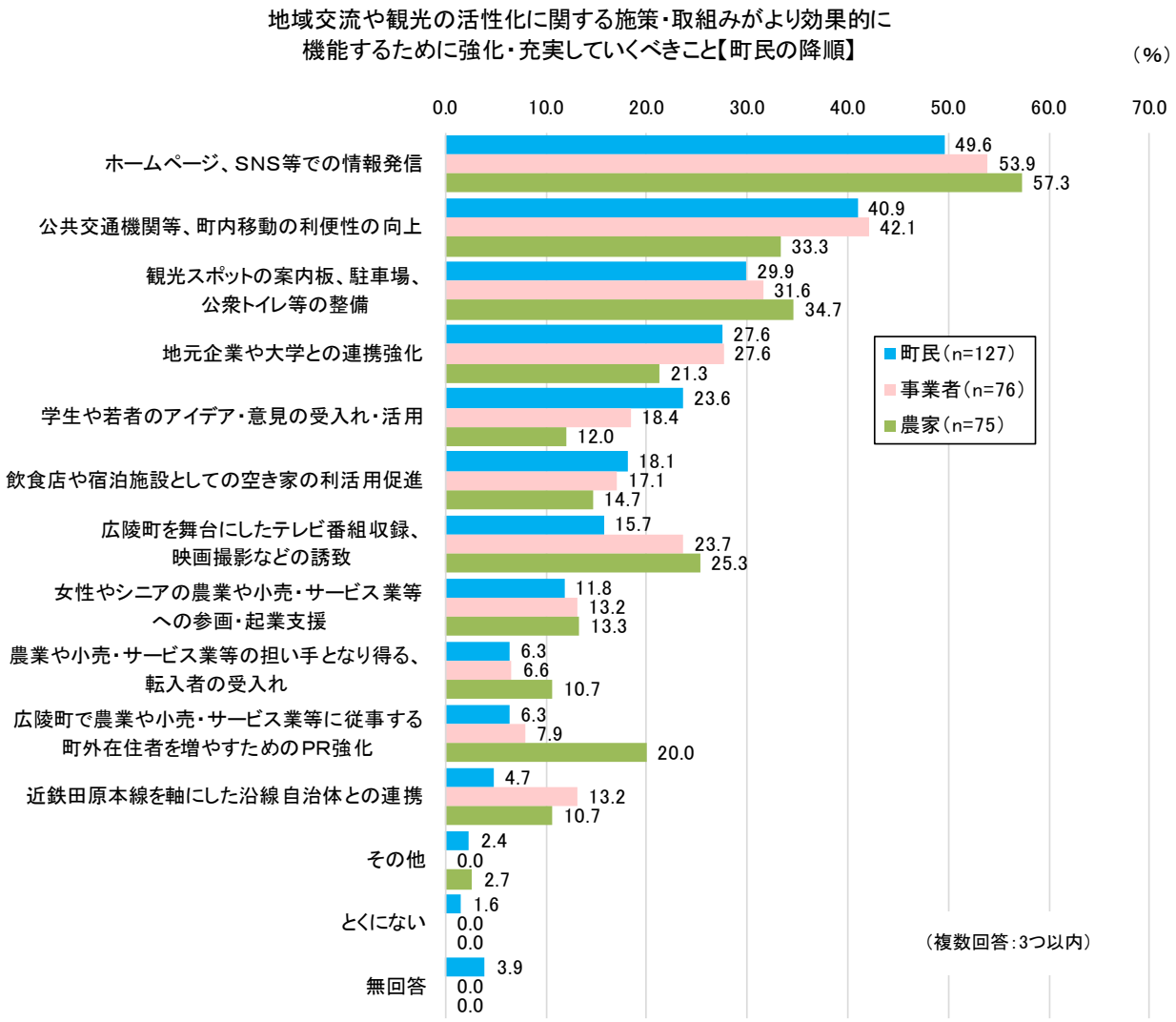


○地域交流や観光の活性化に関する施策・取組みがより効果的に機能するために強化・充実していくべきこと【再掲】

町民・事業者・農家の3者を対象に、地域交流や観光の活性化に関する施策・取組みがより効果的に機能するためには、どのようなことを強化・充実していくべきと思うか（複数回答：3つ以内）を聞いた。

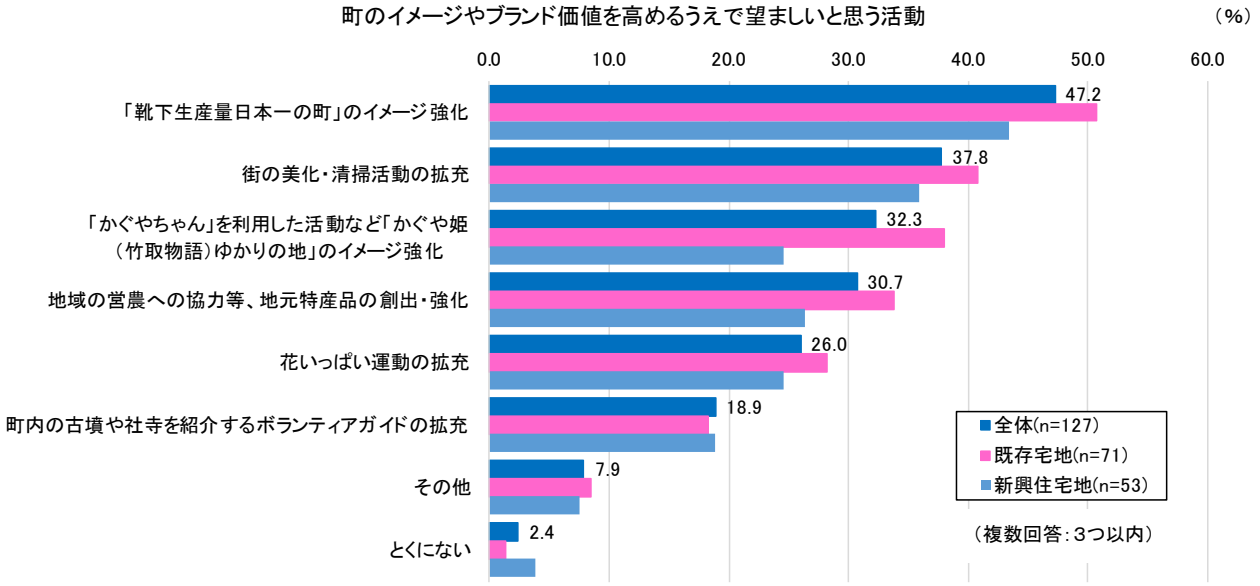
同結果のうち、阻害要因に関連する項目をみると、町民・事業者・農家の3者とも、「ホームページ、ＳＮＳ等での情報発信」49.6%、53.9%、57.3%が最も多く、5割前後を占めており、阻害要因となっている広陵町の認知度の低さを改善する方法として、ホームページ、ＳＮＳ等での情報発信の強化が期待される。

町民・事業者は、次いで「公共交通機関等、町内移動の利便性の向上」40.9%、42.1%、「観光スポットの案内板、駐車場、公衆トイレ等の整備」29.9%、31.6%が続いている。阻害要因となっている町内移動の不便さを改善する方法として、公共交通機関等の利便性の向上とともに、観光関連のインフラ整備（観光スポットの案内板、駐車場、公衆トイレ等の整備）の推進が期待される。



○町のイメージやブランド価値を高めるうえで望ましいと思われる活動

広陵町の認知度の低さが阻害要因の一つであると考えられるが、町民に対して、町のイメージやブランド価値を高めるうえで望ましいと思われる活動を聞いた結果、「『靴下生産量日本一の町』のイメージ強化」47.2%が最も多く、特に既存宅地では50.7%と多い。次いで「街の美化・清掃活動の充実」37.8%、「『かぐやちゃん』を利用した活動など『かぐや姫（竹取物語）ゆかりの地』のイメージ強化」32.3%、「地域の営農への協力等、地元特産品の創出・強化」30.7%が続いている。



	合計	「靴下生産量日本一の町」のイメー	街の美化・清掃活動の拡充	「かぐやちゃん」を利用した活動など	地域の営農への協力等、地元特産品	花いっぱい運動の拡充	町内の古墳や社寺を紹介するボラン	その他	とくにない	無回答
全体(n=127)	127	47.2	37.8	32.3	30.7	26.0	18.9	7.9	2.4	4.7
既存宅地(n=71)	71	50.7	40.8	38.0	33.8	28.2	18.3	8.5	1.4	4.2
新興住宅地(n=53)	53	43.4	35.8	24.5	26.4	24.5	18.9	7.5	3.8	3.8

Ⅳ．地域特性×観光にかかる先行事例

類似した特性を有しながら、それらの特性を観光分野で活用することにより、来訪者の増加や交流人口の増加につなげている全国各地の事例を調査した。

地域特性	観光にかかる先行事例と実施（活動）主体等
①観光資源（神社仏閣、史跡、大型公園、その他集客施設）	「出石そば」のストーリー性確立によるブランド定着と出石の観光戦略 NPO法人但馬國出石観光協会
	住民ニーズを把握し、みどりを活かした公園づくりを実現、地域の交流の場にも 東京都練馬区　「練馬区立こどもの森」
②農林業・特産品	利用者視点の創意工夫により、農業体験用貸農園の利用を促進 農業生産法人株式会社和創　農業体験用貸農園「とれとれ農園」
	道の駅が農産物の販売や地域の雇用増に貢献、6次産業化にも取り組む 竜王町（管理・運営：株式会社みらいパーク竜王）
	ＩＴ活用により「白いきくらげ」をブランド化、儲かる農業をＩｏＴで拡大 株式会社アスカグリーンファーム
③地場産業や企業集積（商業施設含む）	絹織物の産業遺産、見学・体験施設 手おりの里 金剛苑
	地域ビジネスの起業支援で地域内雇用増を実現 江津市・NPO法人てごねっと石見
	農業経営の近代化と地産地消のサプライチェーン確立 農業生産法人株式会社和創
④生活文化、言い伝え、風習	「河童のガジロウ」など妖怪をモチーフにした観光振興 福崎町
	「桃太郎」をモチーフにした観光振興 「桃太郎のまち岡山」 岡山市プロモーション・MICE推進課
⑤自然環境、遊歩道、街並み	「竹の径」「かぐやの夕べ」、竹林を観光資源として活用 向日市観光協会、京都市洛西竹林公園
	古墳スタンプラリーなどのイベントで、古墳への理解を深めてもらう 名古屋市教育委員会事務局生涯学習部文化財保護室
	多摩川沿いを歩き、複数市をまたぐスタンプラリーと謎解きに挑戦 青梅市経済スポーツ部スポーツ推進課
	サイクリングで結ぶ域内観光地と協賛店舗による周遊性のサポート 輪の国びわ湖推進協議会
⑥その他（例：人材、技術、インフラ、ヘルスケア・健康増進関連施設など）	市民大学、子ども向けキャリア教育プログラムなどによる交流人口の拡大 江津市・NPO法人てごねっと石見
	学生ならではの視点や専門分野を活かし、道の駅の新商品開発や空間づくりに貢献 滋賀短期大学

●地域特性：①観光資源（神社仏閣、史跡、大型公園、その他集客施設）

「出石そば」のストーリー性確立によるブランド定着と出石の観光戦略
実施（活動）主体：NPO法人但馬國出石観光協会
所在地：兵庫県豊岡市出石町内町104-7
概要：出石は近隣の産業（鞄・縮緬）の下請けが主産業であったが、徐々に衰退する中、史跡復元や街並み保全で観光地化に取り組み、その中で江戸時代からの物語を元に「出石皿そば」を創案し、強力なPR活動でブランドを確立。立ち寄り型に重点を置いた観光戦略を展開。

①地域の特徴

・昭和30年代は何もないところで、観光客もない農村だったが、工場誘致で鞄や縮緬の下請けとしての工業が形成された。しかし、それらが衰退する中で観光に活路を見出すため、住民の寄付により出石城のやぐら復元、時計台（辰鼓楼）の修復などに着手、昭和50年代には「小京都」と称されるようになった。

・江戸時代に信州から仙石家が国替えで入城し、当地を治めたという経緯から、ほとんど廃れていたそば作りの歴史を掘り起こして地域の物語を再生し、大阪、東京の百貨店やホテルに対して、近隣の観光地等に付随して、あるいは単独でＰＲ活動を繰り広げた。

②主な活動内容

〇出石観光の主な特徴

・出石には宿泊施設がなく、他の観光地へ行く途中の立ち寄り先という位置づけに徹したことから、他の観光地と大きなバッティングを生まず、城崎等の温泉地、竹野などの海水浴とカニ料理、神鍋といったスキー場など、有名な観光地が都市部でＰＲ活動を行う際には一緒に参加させてもらえたことで、徐々に知名度が上がった。

・行政の補助金で農産物の直売を開始し、観光協会の売り上げはピークで3億円。平成10年、幅広い事業活動を行うために観光協会の事業部門を独立・法人化し、「株式会社出石まちづくり公社」を設立。

・もともと出石は米作りに適した農地に恵まれ、そばの栽培は盛んではなかった。そのため北海道、九州産のそば粉を使っているが、江戸時代の信州とのかかわりを物語化することでイメージをカバーしている。

・定期的にまちづくり公社、商工会、観光協会、市が会議を開催しており、連携の強化を図っている。

〇出石皿そばのブランド強化

・近畿大学、豊岡短期大学の通信教育部が出石の近くにあり、授業の一環として年に4～5回課外授業で出石に来てくれていたことから、「そば喰い大会」を開催。学生を通じて出石を全国に知ってもらう契機となった。

・乾麺のお土産品を積極的に業者につくってもらい、観光協会が大阪や東京などにPRに行った。だんだんと観光客が増え、それに従いそば屋も増えて相乗的な効果を生んだ。

・信州とのかかわりについてストーリー性をしっかりと確立して、何十年と言い続けることでイメージが定着してきた。

③参考になる視点・ノウハウなど

・観光案内業務も含めて「出石皿そば巡り」という商品を開発した。これは、出石ちりめんの巾着の中に、仙石家の

家紋が入った永楽通貨が3枚入っており、加盟店の中から計3店舗を巡ることができ、いろいろな味が楽しめる。金額は1,800円で年間7千セット販売（利益は1セット当たり300円）、観光協会の主要収益源となっており、行政からの補助を当てにせず独自財源での運営を可能としている。

・任意団体の「出石皿そば組合」があったが、まとまりに欠け、チラシやパンフレットなども一本化してつくることが困難であった。そのため、法人格をもった組合を設立し、地域ブランドを取得、2011年に「出石皿そば」で、特許庁の地域団体商標登録ができた。

・組合ができたことで、統一したチラシができて、スタンプラリーもできるようになり、街中を巡る楽しみが増えた。

（但馬國出石観光協会ホームページより）

④取組成果／期待される効果

・国鉄のキャンペーンと連動した効果も大きかった。出石には鉄道はないが、バスを利用して周遊券の制度に乗せてもらうことになり、「出石」という名前を無料で全国にPRしてもらえ、そば・古いまち並みの宣伝に非常に効果があった。それ以前はそば屋が2軒しかなかったが、その後43軒まで増えた。

・農村歌舞伎の劇場である「永楽館」を復興させ、大歌舞伎の興行も誘致したことで出石の知名度向上につながった。日常的な活用にも注力しており、

　・週1回、ボランティアで落語学校を開催。

　・年に2回、素人（出石焼の窯元など）の寄席を開催。

　・皿そばと永楽館の寄席をセットにした着地型旅行商品などを販売。

などを行い、観光客、また近隣からの交流人口増加につながった。

・滞在時間は短いが、昼に立ち寄ってもらい、必ずそばを食べてもらう。また、帰りに立ち寄る客には、土産物を買ってもらうという誘致活動と観光客対応を徹底。立ち寄り型観光を確立してきた。

⑤その他（留意点、特記事項、取材先からの意見など）

・北近畿豊岡自動車道の延伸で立ち寄り観光客が減少しており、団体旅行は平成15～29年にかけて7割ほど減少した。そのため再度、発信力を高めないといけない。

・出石そばの由来となるストーリー性をしっかり確立して、30～40年言い続けたことで、「出石＝出石そば」のイメージや認知度が定着してきた。

・団体の歴史をさかのぼれば農産物直売所を重要な起源に持つが、継続は難しかった。各地の朝市（直売所）が融合できず、農家がみな同じものを持ってくることから、品揃えの面で消費者ニーズに合致させることが難しかった。

・大規模農家がないことから観光と結びつけるのは商売として難しく、新しい事業を試みようとしても「誰がリスクを取るのか」という点で行き詰まる。

・小京都といわれる街並みや「おりゅう灯篭」など、ストーリー性をリアルに再現するほど観光客には実感が持たれる。

・道の駅が各地にでき、観光客を奪われている。地元の事業者も道の駅にも商品を出している。いかに出石に客を誘導するかが課題。そのためには他地域の観光協会と連携する必要があり、出石単独では難しい。

・「小京都」「芝居小屋」「出石焼き」など、複数のチャネルや連携グループを持つことが重要。

●地域特性：①観光資源（神社仏閣、史跡、大型公園、その他集客施設）

住民ニーズを把握し、みどりを活かした公園づくりを実現、地域の交流の場にも
実施（活動）主体：東京都練馬区　「練馬区立こどもの森」
所在地：東京都練馬区羽沢２－３２－７
概要：「自然×冒険×交流」をコンセプトとして、樹林地や農地など、練馬に昔からあるみどりに囲まれて、思いっきり遊ぶことができる緑地を「こどもの森」としてオープン。遊びを見守ってくれるプレーリーダーが常駐し、季節のイベントも盛りだくさん。

①地域の特徴

・練馬区は、東京都の特別区の一つで、23区では最西端に位置する。人口は約73万5千人。
・農地や樹林地などの豊かなみどりと都市の利便性が両立している。

②主な活動内容

〇目的等〔「練馬区立こどもの森緑地条例」（2015年4月1日から施行）より〕

・子どもが遊びや自然体験を通じて、みどりの豊かさを実感できる場を提供し、みどりの保全および創出に関する意識の向上を図ることを目的としており、「みどりを活用した冒険的な遊びの場の提供」、「自然観察、果実等の収穫その他の自然体験」、「こどもの森を利用する者および地域住民の交流」などの事業を行う。

〇経緯等

・2011年度から、区民のニーズを探るため、こども遊びのＮＰＯと相談しながら、地域の子どもたちを対象に、新しい公園で想定している遊び（秘密基地づくりやロープを使ったターザンごっこなど）を体験してもらうイベントを開催し、アンケート方式で住民の意見を収集。以後、開園まで毎年体験イベントを実施。
・こどもの森は、2015年4月5日から一部開園。現在の面積は3,043㎡、今後は13,000㎡まで拡張の予定。
・通常の施設の管理や清掃、植栽の手入れからイベントの立案・実施、広報媒体の作成等すべてを一括して外部委託している。運営管理業務受託者である「JVPLAYTANK（プレイタンク）」は、子どもと関わる専門スタッフ「プレーリーダー」として現場で施設管理や見守り行うNPO法人あそびっこネットワークのほか、イベント企画、樹木管理、清掃といったそれぞれの強みを持つ企業が加わった４社共同事業体。

〇こどもの森の特徴

・地面の凸凹やぬかるみ、雑草など、元の緑地環境をあえて残している。カエルや昆虫などの生き物にも出会える。
・子どもたちが自然の中で思いっきり体を使いながら、自分たちで遊びを考えていく場所。作り付けの遊具は殆どなく、手作りの木製の遊び道具や、バケツ・スコップ、ロープなどが用意されている。
・専門スタッフ「プレーリーダー」が2名以上常駐。平日午前の乳幼児の時間には、「ちびもりスタッフ」(主に乳幼児とその保護者に対応する子育て支援者）が入る。スタッフは「プレイワーク」（子どもが主体性を発揮できる環境づくりに必要な知識を、体系的にまとめた専門分野）に基づいて、必要な研修を受けている。
・「こどものうえん」という畑を運営。「農園マスター」を募り、地元の農家の方に教わりながら野菜を栽培している。単なる農業体験に終わらない交流の場となっている。
・開園時間は、3～9月は午前9時から午後5時まで、10～2月は午前9時から午後4時30分まで。休園日12月29日～1月3日。入園は無料。イベントの多くも無料（一部のイベントを除く）。

・布、タイヤ、木材などあそびに使う素材も、地域の会社の方が提供してくれている。
・外部団体との連携により、青空紙芝居や親子防災イベント、工作教室などを行い、地域交流にも力を入れている。

〇現在の利用状況等
・年間運営費は約2,700万円で、運営人件費が大半を占める。
・2017年度の年間利用者数は、延べ41千人。平日は平均93人（月によって60～130人）、休日は平均158人（月によって80～220人）が利用している。
・冬は利用者が減少、1月の利用が一番少ない（平日60人、休日80人）。一方、5月は利用が一番多く、平日は110人、休日は220人が利用している。
・近隣のシニアの方も散歩がてらにやってきて、会話を楽しんでいく。
・SNSや口コミで利用者が増加している。イベントも随時開催しており、休日は遠方からの利用者も多い。
・事前に申請し、区の承認を受ければ、保育園、幼稚園等の団体でこどもの森を利用することも可能。
・なお、エリア内でのバーベキューやデイキャンプ、飲酒や喫煙は禁止されている。

③参考になる視点・ノウハウなど
・体験イベントなどを通じて、住民のニーズ把握に努めている。
・元の緑地環境をあえて残すことで他の公園と差別化している。安価な手作り遊具で魅力を高めている。
・プレーリーダーの存在が、通常の公園管理では難しい、自由度の高いあそび環境を可能にしている。

④取組成果／期待される効果
・公園の多目的活用により、利用者の増大が期待できる。近隣市町村からの集客も期待できる。
・公園周辺の公共施設や農家などとの連携が可能。
・住民同士の交流が活発化する。地域と一体化した取組みにより、企業・団体からの協力・支援も期待できる。

⑤その他（留意点、特記事項、取材先からの意見など）
・子供さんが骨折などの怪我をする時もある。初めての利用者の父母に対して注意を促している。

（練馬区ホームページより）

●地域特性：②農林業・特産品

利用者視点の創意工夫により、農業体験用貸農園の利用を促進
実施（活動）主体：農業生産法人株式会社和創　農業体験用貸農園「とれとれ農園」
所在地：奈良県奈良市中町4207
概要：農作物の開発から加工販売まで多角的に経営拡大を図り、2016年11月から農業体験用貸農園「とれとれ農園」の運営を開始。創意工夫で自治体が運営する貸農園と差別化を図る。

①地域の特徴

・奈良市の同地域は、農家の高齢化が進んでおり、地域の荒廃が懸念されていた。

・住宅地に近く、農業をやってみたいと思う人を呼び込みやすい。

②主な活動内容

〇「とれとれ農園」の主な特徴

・10台分の駐車場を確保。

・水道設備、水洗トイレ、シャワー完備で安心、休憩室もある。

・道具は全て揃っているため手ぶらで通える（重たい農具や肥料は農園でレンタル可）。機械貸し出しや肥料などの追加費用は徴収していない。基本的に買ってくるのは苗・種程度で済む。

・プロの農家がサポートするので、初心者でも安心して野菜作りを楽しめる。

・コンロの貸し出しが無料なので手軽にバーベーキューができる。

〇現在の利用状況等

・貸農園プランは1㎡あたり月額250円〔10㎡(畳約6畳分)で2,500円〕、区画賃貸料、農機具等の貸出料、水道料、指導料、お知らせ料（Facebookなど）を含む。

・貸し農園23区画（1区画9～16㎡、約5～9畳の広さ）のうち、現在、18区画が利用されている。

・利用者は、自転車や車で気軽に来られる近隣居住者（奈良市富雄地区、マンション住まいの方）が多く、20歳代後半から60歳代と幅広い年代の方が利用している。若い人は子供さん連れ来る人が多く、身近なレジャーとして利用してもらっている。

・プランターでの栽培に限界を感じて広い農地を求められたり、設備があまり整っていない他の農園から移ってこられたりしている方もいる。

・好きな方は2区画借りている。更に同貸農園の利用を卒業して、道具などの貸出がない農地（1㎡100円）だけを利用する人が3組いる。

・50㎡や100㎡近い農地を借りる人は、空きスペースに農機具を置いている。農業を好きになると、自分でこだわりの道具を買いたくなる。貸農園の利用は、好みの道具を見つける練習期間になっている。

③参考になる視点・ノウハウなど

・開始当初は、ホームページを開設し、郵便局にチラシを配置した。今は検索でも上位に挙がってくる。

・主要検索サイトで「奈良　体験農園」などで検索すると、上位に表示されるように工夫している。

・人（特に子ども）が写っている画像を多く掲載し、親しみやすいサイトにしている。
・フェイスブックやブログの定期的な更新を心掛けている。今は、ホームページを見ての申し込みが多い。
・あれば助かる、あれば嬉しいと思うような付帯施設を完備している。
・単に農作物を育てるだけではなく、収穫した野菜などをその場で食べたりすることができ、手近なレジャーとしても利用可能な仕組みづくりを行っている。
・利用者が触れ合える場所（屋根付きの休憩場所、テーブル・椅子等も配置）を設けている。
・貸農園の利用者は、ピザ窯を自由に利用できるため、SNSなどに画像をあげてくれる。

④取組成果／期待される効果

・耕作放棄地などを有効活用できる。
・幅広い年代の人々の集客が期待できる。
・住民の憩いの場、新たな生きがいの場を提供できる。
・町内での滞在時間、活動が増えることで、地域の愛着を高めることにつながる。
・貸農園の利用者の中から、新規就農者の誕生も期待される。
　　→とれとれ農園の卒業者の中で、貸し農園で物足りなくなった人が、京都で新規就農した。イタリアン野菜を作って、レストランに直売している。

⑤その他（留意点、特記事項、取材先からの意見など）

・貸農園だけでは、採算はあわない（人件費がでない）。貸農園単独で付帯施設の設置・維持は困難。
・観光農園モデルとして、いちご、ブルーベリーなどの主軸（使い分けることで時期を変える）を持ちながら、その隣接地で貸農園を運営するのが望ましい。

（農業生産法人株式会社和創
農業体験用貸農園「とれとれ農園」ホームページより）

●地域特性：②農林業・特産品

道の駅が農産物の販売や地域の雇用増に貢献、6次産業化にも取り組む
事業主体：竜王町　　**管理・運営**：株式会社みらいパーク竜王〔道の駅アグリパーク竜王、道の駅竜王かがみの里〕
所在地：・道の駅アグリパーク竜王・・・滋賀県蒲生郡竜王町山之上6526番地 ・道の駅竜王かがみの里・・・滋賀県蒲生郡竜王町大字鏡1231番地の2
概要：農産物の販売のほか、観光農園、動物ふれあい広場、グラウンド・ゴルフコース等、多様な取り組みで集客に努めている。大学等との連携活動により、新しい商品開発や店舗ディスプレイの改善につなげている。6次産業化にも取り組む。

①地域の特徴

・竜王町の総面積は44.5㎢（広陵町の約3倍）で、水田が30%を占める。人口は12千人（広陵町の1/3）。

・竜王町内には名神高速道路・竜王ＩＣがある。国道は２本走り、道の駅が２つある。

②主な活動内容

〇経緯等

・竜王町では、「道の駅竜王かがみの里」（生産物の拠点）と「道の駅アグリパーク竜王」（魅力発信拠点、新規就農や農産物の新規開拓拠点）の2つの道の駅を地方創生事業の推進拠点として位置付け、付加価値創出・販路拡大等による第一次産業の底上げを図り、農業者の定住・Ｕターン促進・新規就農者の増加や、「近江牛のまち」としてのブランド化等を目指している。

・年間来場者数は、道の駅アグリパーク竜王が55万人、道の駅竜王かがみの里が72万人。

・従業員は2か所で100人。正社員は3名のみで、他は準社員とパート・アルバイト。

・2か所の道の駅には、計15名の野菜ソムリエ（ジュニア）がいる。

〇道の駅アグリパーク竜王（売上約3億円）の概要

・1996年から体験型農業公園としてスタート。丘陵地があり、近江牛の畜産や果樹（柿、梨、桃）が盛ん。

・県管轄の2級国道に接する単独型（市町村で全て整備）で2015年に登録。道の駅になると、マップなどに掲載され、知名度や信頼度が上がる。　＊道の駅竜王かがみの里は、道路管理者と市町村長等で整備する一体型。

・道の駅、設立当初は大手スーパーのＯＢを採用し、販売は好調。

・道の駅の儲け頭は、商品の委託販売（農家の野菜等を店頭に並べ、売上に応じて販売手数料を徴収）。今後、直売所の売り場面積を3倍に拡張する予定。

・一番苦労するのは、出荷してくれる地元の生産者を集めること。同道の駅では、組合を設立して生産者を集めた。安定して出荷してもらえるよう、できるだけ販売し、売れ残りがないように努めている。

・道の駅直売所での野菜購入の平均客単価は1,200～1,300円、果物の購入者は1,500～2,000円程度。

・観光農園・味覚狩り（いちご、さくらんぼなど11種類）の人気の高い上位３つは、①サクランボ、②桃（中国人に人気）、③イチゴ（滋賀のブランドはない）。観光果樹は天候不順の影響を受けやすい。

・アンケート結果によると、味覚狩りの「梨」の利用者は、半数の方が初めての来園であった。団体客が2割を占める。県外からの利用者は6割を占める。
・梨（白）の花見を企画した結果、ＮＨＫや新聞各社に取り上げてもらい、評判になった。
・田植え・稲刈りの農作業体験教室は、毎回、150人ほどが参加している。普通の農家においても取り組める。
・動物ふれあい広場（6種類の動物）、グラウンド・ゴルフコース、田園資料館、スワンボートなども運営している。

〇売上高・利益率を高める取組み
・珍しいものは県外産も品揃えしているが、差別化のために町外の農産物は2割以内に抑えるように努めている。
・2割の町外産の農産物が、どの時期に、どれだけ売れているかという情報提供を町内の農家に行い、新しい農産物の生産を働きかけている。どの時期に地元産を作れば売れるかというデータとして活用してもらっている。
・果樹園への帰りにも道の駅に寄ってもらえるよう、10%の確率でジェラートやパンが当たる抽選カードを配付。利用者へのアンケート結果を参考にして、施設内で一日ゆっくり過ごしてもらい、消費してもらう仕組みを考えたい。
・竜王町産の材料を使った商品を増やす努力をしている。6次産業化の取組みとして、外部から仕入れている商品について、竜王町産の素材を使った、ＰＢ（プライベートブランド：自主企画商品）の開発に取り組んでいる。
・メーカーに竜王町産の一次産品を提供して加工してもらっている〔黒豆の二等品をきな粉にするなど〕。
・農産物には必ず二等品が出る。施設内の加工室を利用して、果物の売れ残りはピューレにして冷凍保管している。同ピューレを食品メーカーに渡して、プリンや焼き肉のタレ、ビネガーなどに展開している。全量買取なのでリスクはあるが、最小ロット200～300程度で都度発注している。

〇滋賀短期大学との連携　＊活動内容は、「地域特性：⑥その他」の事例を参照。
・若い人の発想でいろいろなアイデアを提供してもらえる。新しい商品開発や店舗ディスプレイの改善につながる。
・大学等との連携活動により、マスコミで取り上げてもらう機会が増えた。若い客層の集客につながっている。
・大学側とのスケジュール調整がやや難しく、活動が少し遅れがちになった。

③参考になる視点・ノウハウなど
・農産物の販売に限らず、多様な取り組みを行い、道の駅への集客につなげている。
・販売機能を自ら持つことで、農家への有効な情報提供が可能になり、農家の活動をサポートしている。
・若い人の発想を活かして新しい商品開発や店舗ディスプレイを改善している。
・大学との連携活動やイベントなどに関するマスコミへのニュース・リリースを積極的に行っている。

④取組成果／期待される効果
・地元産の農産物を加工・販売できる施設（道の駅など）を活用して、農産物の売上増加が期待できる。
・6次産業化の取組みにより、町内の農産物の活用増大につながる。

⑤その他（留意点、特記事項、取材先からの意見など）
・第三セクターとして、行政と生産者の間で潤滑剤としての役割を担っていきたいと考えている。

●地域特性：②農林業・特産品

ＩＴ活用により「白いきくらげ」をブランド化、儲かる農業をＩｏＴで拡大
実施（活動）主体：株式会社アスカグリーンファーム
所在地：奈良県五條市相谷町295
概要：科学的、経営的な研究により高収益の農業を実施。食品加工で6次産業化を進め、さらに、中心作物である「明日香きくらげ」をブランド化し強化することで、同時に大和野菜のブランド化にも結び付ける。また、大手通信企業との連携でＡＩ、ＩｏＴによる事業の拡大を目指す。

①地域の特徴

・奈良県南部の金剛山の麓に広がる五條市は、農業従事者の高齢化により休耕地が増加しつつあり、農業に興味を持つ新規就労者もみられるが、従事者の減少に追いつかない状況となっている。

・小規模の農家が多く、収益的に経営を維持することが難しくなってきており、集約化の必要性、あるいは高収益品種の栽培の必要性が高い。

・農家として栽培に集中する中で、経営面の近代化が遅れており、投資とその回収や収益計算などの計数的な感覚、および新品種栽培などによる収益性の改善意欲は低い。

・五條市は観光資源に乏しく宿泊観光は低調だが、「京奈和自動車道」の整備が進む中でアクセスが向上しており、交流人口を増やせる可能性が高まり、特に関空からの高速道路結節でインバウンド客の来訪も見込める。

②主な活動内容

〇経緯等

・ビルメンテナンスや飲食業、宿泊施設運営などを幅広く手掛ける企業が、その代表者の所有地を元に周辺農家の遊休地を借り受けるなどして平成16年に農業法人を設立。

・大和まな、ホウレンソウ、丸ナス、ひも唐辛子など30種類ほどを通年で栽培し、地場の朝市や販売所「地の味土の香」等々で地産地消を行ってきたが、作付け規模的に大量栽培、安定供給ができず赤字経営が続いた。

・農業に興味を持ち、大阪府立大学で研究者から農業を学んでいた現社長を5年前に招き入れ、収益性を重視した農業に転換。現社長は三重県で自動車販売関連等の企業を営んでいたが、今は人にまかせ当地に単身赴任している。

（株式会社アスカグリーンファーム　ホームページより）

・1反当り収入を考慮した場合、きくらげの収益性が極めて高いことに着目。きくらげ栽培用の温室でＩＴによる湿度、温度、酸素量、二酸化炭素量等の環境管理を行い、1反当り3つの温室を建設し、約8,000万円の反収にこぎつけた。

〇現在の利用状況等

・きくらげは97%が輸入されており、その大部分が中国からで、また、ほとんどが乾燥品としての輸入である。食の安心・安全面から純国内産で無農薬にこだわり、生産面の管理ノウハウも蓄積したことから生産量が伸び、国内産と

しては全国で生産量の最も多い農場の一つである。

・きくらげは本来は黒いが、1万分の1程度の確率で白いものが生まれ、それを培養して白いきくらげの栽培に着手し、その珍しさもあって全国から注目されている。

・白いきくらげは、味としては淡白だが、栄養素やコラーゲン、食物繊維の含有量に優れ、特にビタミンＤが他の食材より圧倒的に多く、デトックス効果のある食材、サプリメント、健康食品、美容食品としても応用範囲は広い。

・自社で乾燥きくらげや漬物、つくだ煮などに加工し、土産物店、ホテルなどで販売しているほか、飲食店にも生のままや加工品として販売しており、6次産業化事業者としての認定も受けている。

・きくらげ以外の大和野菜の地産地消も引き続き行っており、地場の朝市などで買い物客を集めているほか、大和高田市内でも「地の味土の香」の販売所を運営している。

③参考になる視点・ノウハウなど

・農業を科学として研究し、最も適切な栽培方法の研究を進めている。また、経営としても、反収を研究し、収益性の高い品種の栽培を手掛けている。大阪府立大学との連携に続き、現在では近畿大学農学部とも連携を深め、研究者の派遣や雇い入れなども行っており、品種改良や栽培の効率化など常に先を見続けている。

・きくらげを「明日香きくらげ」として商標登録しブランド化に尽力している。他所にない特殊なものをブランド化することで認知度を高め、自社の農産物全般の販路の開拓につなげている。

・営業活動の人材を置き、営業活動を積極的に行っている。地産地消販売店や百貨店などでプレゼンテーションを頻繁に行い、きくらげを始めとした自社農産物のブランド浸透に努めている。

・現在、農作物の生育は科学的に解明されており、データはそろっている。食味や大きさ等々は、特に施設栽培においてはＩＴで科学的にコントロールが可能という見方をしている。

・ＩｏＴによる遠隔管理の実証実験に取り組んでおり、通信企業からも共同事業としてオファーが来ている。

④取組成果／期待される効果

・栽培現場を視察するツアーに旅行社とともに取り組んでおり、関空からのインバウンドのツアーも訪れるなど、グリーンツーリズムの一環としても期待される。

・当社農場は、吉野川沿いの自然環境に恵まれた場所にあり、春から秋には予約によりバーベキューの客を受け入れている。食材は持ち込みで、1人1,000円の料金を徴収しているものの、無料で器材の貸し出しやごみの処理なども行っている。収益的には赤字だが、知名度の向上とブランドの強化には効果的である。

・ＩｏＴ技術の向上を図ることで、協力農家の獲得も目指しており、一種のフランチャイズチェーンの構築により迅速な売り上げの向上を計画している。

⑤その他（留意点、特記事項、取材先からの意見など）

・農作物のブランド化を進めるうえで不可欠な品質を保証するという意味で、JISマーク、ハサップなどを取得手続きを進めている。

・農地の有効利用や雇用の促進、また、投資家目線に立った時には社会貢献を重視する投資（安心・安全、健康、高齢化対策等）として、農業の振興は地域起こし事業としても有効といえる。

・日本の農業は小規模性が強く、農業経営的には収益性というものをもっと重視する必要がある。農家は、栽培に集中するあまり、経営的にはいわゆる「どんぶり勘定」的な色彩が強いままである。

●地域特性：③地場産業や企業集積（商業施設含む）

絹・麻織物の産業遺産、見学・体験施設
実施（活動）主体：手おりの里 金剛苑
所在地：滋賀県愛知郡愛荘町蚊野外514
概要：近江上布、秦荘紬の藍染め、機織りの見学・体験が可能。織物の材料や、昭和30年代の機織り機等の道具類を展示し、麻、近江ちぢみの生地や布小物等を販売。アクティブシニアの来苑、消費が多い。

①特徴

・1977（昭和 52）年、着物離れ、需要の減少を受け、織物の技法、伝統文化、価値を守る目的で開苑。

・10 名の伝統工芸士が染織、デザイン、機織りを行い、体験コースの指導も行っている。

・建物は、明治・大正期の村役場、尋常高等小学校の校舎、江戸時代後期の田舎庄屋を移築したもの。

②主な活動内容

〇経緯等

・近江上布、秦荘紬の技法、昔の暮らしぶりなどの伝統文化、価値を守る目的で開苑。

・見学・体験を含めて滞在時間は概ね 90 分程度。

①入苑料金

大人	320 円
団体（25 名以上）	270 円
小中学生	170 円

②営業時間（見学の所要時間は 40～50 分程度）

営業時間	9：00～16：30（受付 16：00 まで）
休苑日	日曜日、月曜日、お盆、年末年始

③藍染・機織り体験

藍染体験（結び染め）コース

	料金	所要時間（参考）
綿ハンカチ	1,000 円	約 60 分～
麻ハンカチ	1,350 円	〃
麻テーブルセンター	3,100 円	〃
シルクストール	4,000 円	〃

染織体験コース

	織柄	料金	所要時間
コースター（2 枚）	縞（しま）柄（絹）	2,100 円～	約 1 時間～
テーブルセンター（1 枚）	絣（かすり）柄（麻）	12,300 円～	約 4 時間～
着尺（きじゃく）等	絣柄	要相談	約 40 日
〃	縞	〃	〃
帯生地		〃	〃

〇現在の利用状況等

・来苑者は年間約 7 千人。

・団体客では自治体が開催する高齢者向けの生涯学習の研修旅行が多く、平日の来苑が多い。

・特に 60～75 歳のアクティブシニアは工房体験や商品購入意欲が高く、当施設の収益に寄与している。

・購入商品はハンカチ、スカーフ、ランチョンマット、アームカバー、頭巾等の小物類が多く、購入額は 1 人あたり1,000～1,500 円前後。

・町内、県内他市町村からの来苑者が多いが、京阪神地区からも多く訪れる。

・桑畑での養蚕の様子などの学習目的で、小学生も、親子連れや子供会等で訪れる。

・雑貨を加工・販売する個人が生地や残糸を求めて来る人や、純粋に藍染め体験がしたい人など、当施設を最終目的地とされるケースもある。

③参考になる視点・ノウハウなど

・近隣を周遊する観光コースの一部に当施設が組込まれるケース（通過型観光）が多い。

・近隣に飲食コーナーを備えた観光情報発信施設「湖東三山館あいしょう」（観光協会）や食事処がある。

・町内に近江上布伝統産業会館（機織り体験が可能）、びんてまりの館（ガラス瓶に手毬を封じ込めた「愛知川びん細工てまり」を紹介）、㈱コクヨ工業滋賀、UCC 上島珈琲㈱滋賀工場（いずれも工場見学可能）がある。近畿経済経産局の産業観光モデルコースとしても紹介されている。

・旅行代理店から日帰りツアー商品（1 万円前後）への参加の打診が稀にある。エージェントへのマージン（売上の10%）を支払う必要があり客単価は下がるが、まとまった人数の団体客が期待できる

④取組成果／期待される効果

・織物の技法、伝統文化、価値を知り、体験できる場となっており、自治体によるシニアの生涯学習の研修旅行など、一定の観光ニーズの受け皿として、独自の存在価値を有する。

⑤その他（留意点、特記事項、取材先からの意見など）

・鉄道の駅から遠く、マイカーや観光バスでの来苑がほとんど。（まとまった駐車スペースが必要）

・湖東三山を訪れる観光客は目的が異なるため、当施設には立ち寄らない。（ターゲットの選定が必要）

・（公社）びわこビジターズビューロー（旧㈳滋賀県観光連盟）とは、平成 15 年の設立当初は積極的に連携していたが、個人の情報源がインターネットに移ったことでビューローの方針が変わり、現在はあまり連携していない。（ネットによるプロモーションの重要性）

●地域特性：③地場産業や企業集積（商業施設含む）

地域ビジネスの起業支援で地域内雇用増を実現
実施（活動）主体：江津市・NPO法人てごねっと石見
所在地：江津市：島根県江津市江津町1525番地 NPO法人てごねっと石見：島根県江津市江津町1517-2 駅前KICHI
概要：地域の課題を解決し、活力を生み出すソーシャルビジネスに着目し、ビジネスプランコンテスト「GO-CON」を立ち上げる。人がつながり、仕事や活動が生まれ、地域の雇用増につながっている。

①地域の特徴

・島根県の中央に位置する人口 24 千人、面積 268 ㎢の自治体。人口減少が進み、高齢化率は 37.6%。

・リーマン・ショック前後から、企業や生産施設の縮小・撤退が相次ぎ、地域の雇用が大幅に減少。

②主な活動内容

〇経緯等

ⅰ)コンテスト立ち上げの経緯

・「市内に仕事がないのであれば、ビジネスを生み出せる人材を呼ぼう」と、小規模であっても地域の課題を解決し、活力を生み出す可能性のあるソーシャルビジネスに着目。ビジネスプランコンテスト「GO-CON」を立ち上げる。

・起業支援の実績を持つ NPO 法人（東京）の助言を受け、コンテストを企画・運営する中間支援組織づくりに取り組み、第 1 回コンテスト終了後、NPO 法人てごねっと石見（いわみ）を設立。

・総務省の 2010 年度の過疎地域等自立活性化推進交付金1,000 万円を受けてスタート。

ⅱ)GO-CON の概要

・行政の手が届かない分野の課題解決や、地域資源を活用したビジネスが公募の対象。居住地や出身地は不問。

・大賞受賞者（1 名）に、活動資金として賞金 100 万円を進呈。

・第二創業（既に事業を行っている者の業態変更、または別の事業への進出）も応募対象。

ⅲ）スケジュール

・5 月下旬～8 月初旬：プラン応募

・8 月下旬：一次審査会（書類審査）

・9～11 月：ブラッシュアップ勉強会（3 回）

メンターを交えて、やりたいこと、行動するべきことを検討⇒プランの磨き上げ

⇒プレゼンの精度向上

・12 月中旬：最終審査会（プレゼン）、大賞決定

・市、「てごねっと石見」、商工会議所、商工会、信用金庫が、それぞれの機能に応じて、相談窓口、収支計画・資金計画の相談、事例勉強会の開催、チャレンジオフィス・ショップの運営、店舗改装費・家賃の補助等で支援。

（Go-Con ホームページより）

ⅳ)コンテストに関連する様々な取組み

・交流会、創業の相談、県外者を招くツアーイベント（地域で活躍する魅力的な人々との交流）等を開催。

o 「てごねっと石見」の概要

・スタッフは 14 名で、うち 11 名は複合施設「パレットごうつ」の管理スタッフで、実質 3 名が中心的な役割を担う。

・年間収入は約 4,000 万円。うち駅前の複合施設「パレットごうつ」の指定管理費が 3,000 万円。ビジネスプランコンテスト、シティプロモーション等の受託が 600 万円。ほかに、教育委員会等からの受託もある。

・コンテスト以外の交流イベント等の予算は、「パレットごうつ」の指定管理費に含まれている。予算の枠内で実施する事業の内容は、ある程度、てごねっと石見に任せている。

・委託費以外の活動による純粋な収入は、事務所やショップの賃貸料程度。

〇現在の利用状況等

・GO-CON の開催状況（応募件数、創業件数等の推移）

年度		2010 (H22)	2011 (H23)	2012 (H24)	2013 (H25)	2014 (H26)	2015 (H27)	2016 (H28)	2017 (H29)
応募件数		25	23	13	11	13	9	5	7
性別	男	18	16	12	7	6	6	3	4
	女	7	7	1	4	7	3	2	3
居住地	市内	6	12	4	3	4	5	3	2
	市外（県内）	5	4	4	1	3	1	0	2
	市外（県外）	14	7	5	7	6	3	2	3
最終審査会進出者		6	7	6	6	6	6	3	6
受賞者（大賞）		4	2	1	1	1	1	1	1
創業件数（H30.1末現在）		**1**	**2**	**1**	**1**	**3**	**5**	**2**	**4**

（Go-Con ホームページより）

・大賞を受賞したビジネスプラン例（一部）

プラン	概要
若者を対象にした地域実践型インターンシップ	「地域と関わりたい」大学生を対象に、地域の実践者と関わりながら、地域の情報発信や企画などを行う。
Feからはじめる地域資源連携活用プロジェクト	①江津市産「桑の実」の栄養成分（鉄分）を活かしたタブレット（錠菓）や菓子を商品化 ②商品に「江津」がわかる表示や仕掛けを工夫し、地域の自然・環境資源を包括的にPR
しまねPR協会の設立	地域コンテンツの魅力化に必要なブランディングやプロモーションを行う。
風のえんがわ	人と農と食が繋がった場をつくること。食（カフェ）を柱に置き、人が出会い、農業を応援し新しい風を吹かせる。
GO TO ROOM 空家活用ビジネス	空家や空き店舗を使ったビジネスの展開
菰沢公園活性化計画	行政・地域住民・各種諸団体との連携からなる地域の魅力を体験出来るプランを提案・提供することにより菰沢公園オートキャンプ場を滞在型観光資源として認知させ、その魅力発信し、江津を全国区へ。
目指せオクトーバーフェスト！街全体がブルワリー	地域の農産物を活用したクラフトビールづくり。

③参考になる視点・ノウハウなど

・起業者を継続的に支援・伴走する仕組みが重要。行政の担当者は数年で入れ替わるため、別の担い手が必要。

・コンテストの事業予算は年間 400 万円（賞金、NPO の人件費、審査員や応募者の旅費等）

・受賞の有無にかかわらず、出場者が起業する場合、市が創業資金 100 万円を補助。

④取組成果／期待される効果

・コンテストへの応募は、既に U ターン・起業した人からの口コミ等がきっかけとなっている。

・「てごねっと石見」は人と人を繋ぐ役割を担っており、駅前の商店会青年部の発足や交流スペース「52Bar」の運営、駅前周辺での新規出店増加（32 軒）、複合施設「パレットごうつ」の設置・運営等に繋がっている。

⑤その他（留意点、特記事項、取材先からの意見など）

・コンテストを開催するだけでは起業に結び付きにくい。自治体、NPO、起業の先輩等の支援・伴走が重要。

●地域特性：③地場産業や企業集積（商業施設含む）

農業経営の近代化と地産地消のサプライチェーン確立
実施（活動）主体：農業生産法人株式会社和創
所在地：奈良県奈良市中町4207
概要：魅力ある農産物の開発とともに、農産物の販路開拓活動、さらには収益管理などについて研究・調査し、地場産農産物の安定供給とともに、その魅力を高めて交流人口の増大を図る。

①特徴

・多くのスーパーが地場の新鮮な野菜売場を目玉にしている。しかし、ほとんどが委託販売で、スーパー側も買取ではないことから売り場をきれいにしない。「旬の駅」などのように、熱心に売ってくれる販売所が必要。

・奈良県は、平城遷都1300年祭を契機に「奈良のうまいもの」を創設したが、これを県との協働の下で、民間の手でさらに発展させようと「一般社団法人　奈良のうまいもの会」が発足し、大和野菜の消費拡大が図られている。この、需要に応えるため、「フレッシュ・森」などのように、奈良県の野菜を中心に、直接生産者から仕入れをして、大和野菜を中心にメニュー作りをしている飲食店にデリバリーをするサプライチェーンが生まれつつある。

・当農場は、スーパーやコープに朝どれ野菜を直接卸すのがメインだが、消費者への直接販売としては富雄の「朝市」に出荷している。

・小売業や飲食事業者との直接取引により価格を安定させないと、適切な経営計画を立てることができない。

②主な活動内容

〇経緯等

・当農場の始まりは、電気工事業界から新規参入したもので、現社長は、オーナー会社代表から農業部門を任された。当初は、農家として認めてもらうために「認定農業者」（経営改善基盤計画）を取得するなどして苦労した。

・「何を栽培すれば収益が見込まれるか」と色々と研究を重ね、方々へも視察に訪れ、その中で砂耕栽培（高床式砂栽培）に出会い、ビニールハウスで高床式のレタス栽培を開始した。

・ハウス内はＩＴ管理され、通年でレタスを栽培している。いちごなども検討したが、12～5月のみの稼働となり、売上げ（収入）の無い期間が長く、リスクが高いと判断した。

・露地栽培においては、センサーよりも人の肌、人の目などの感覚が重要。今の湿度は何%なのかはわかるが、その後を予想できないため、露地栽培は特に難しい。

・レタスを選んだのは、各家庭で普通に最も使われる野菜であるため。また、通年栽培ができることから反収の安定も見込まれる。

〇活動の主な特徴

・季節により3種類の種を環境に合わせて使い分け、通年生産している。

・ハウスは点在しているが、太陽光発電の仕組みを利用して、気温・日射量・カメラ映像で管理し、遠隔操作で散水を行っている。

・次の対応により、高齢者や障がい者の方でもできる農業を実現している。

・高設ベッドでかがまなくても良い。

・ビニールハウスで天候に左右されない。

・砂耕栽培により365日の周年栽培が可能である。

・業務をルーティン化している。

③参考になる視点・ノウハウなど

・設備投資を行い、安定出荷・安定供給をしている。

・小売業などへの直接取引を増やし、販売価格の安定に努めている。

・収入の安定化を図るため、通年栽培の可能な作物を扱っている。

・高齢者や障がい者の方でもできる農業を実現している。

・簡易なIT管理により、遠隔操作による散水を可能にしている。

・社長自らが取引先の新規開拓に熱心である。

④その他（留意点、特記事項、取材先からの意見など）

・天候に左右されるリスクの高い農業は、これからは成り立たない。

・農協は、トマト・いちご・米ぐらいしか引き取ってくれないところが多い。

・農業の公設試験機関では、現在の技術は教えてくれるが、将来の展望については難しい。また、有望な品種の推奨はしてくれるが、出口（販売）は用意されておらず、多くの農家が栽培して供給過多になってしまう可能性が大きい。

・農家の勉強会の開催が各地で活発化してきていおり、農業生産法人等から講師を招き、収益事業としての農業について学ぶ姿勢が強まっている。

・レタスというような一般的な野菜で「広陵ブランド」を確立するためには時間がかかる。また、特殊な野菜ではニッチな市場が多く需要量が少ないことから、強力にアピールして知名度を広げなければブランド化は難しい。

・消費者直接販売としては「朝市」など、地域の直接販売施設からのスタートが一般的。「朝市」さらには「道の駅」レベルに出荷するようになれば対消費者という意識も高まる。

・スーパーでは地場野菜売場が人気で広まっているが、ほとんどが委託販売でスーパー側も売り場をきれいにしな いなど、販売担当者の意気込みには差がある。地域の地産地消の店で、農作物に愛情と熱意を持ってくれるところに販売したい。

・販売価格が安定しないと経営計画が立たない。販売価格は原価、及び廃棄率も計算して直接交渉により決定していくべきである。

●地域特性：④生活文化、言い伝え、風習

「河童のガジロウ」など妖怪をモチーフにした観光振興
実施（活動）主体：福崎町
所在地：兵庫県神崎郡福崎町南田原3116-1
概要：目立った観光資源がなく、民俗学者、柳田國男の生家があったことから、河童や天狗など、妖怪を観光振興のコンテンツとして磨き上げ、観光客誘致に成功している。

①地域の特徴

・「遠野物語」の著作で知られる民俗学者、柳田國男出生の地であり、生家が辻川山公園に移築・保存されているが、目立った観光資源はなく、2013 年の兵庫県の観光客動態調査ではワースト３だった。

・町の特産品はもち麦で、第三セクターが加工、物販施設を運営していたが、長らく業績は振るわなかった。

②主な活動内容

〇経緯等

ⅰ)辻川山公園内に河童や天狗を設置

・町長が、観光振興策の一つとして、辻川山公園の池に河童を出現させる仕掛けの設置を庁内担当に指示。

・粘土細工・造形を趣味としていた役場職員が、自らのアイデアやコネクションを駆使し、2014 年 2 月、河童「ガジロウ」が池の中から出現する設置が稼働開始（設置費用 300 万円）。

・2016 年 4 月、逆さづりの天狗が高床式の小屋から出現する仕掛けを設置（設置費用 1,500 万円）。

・2017 年 4 月、ガジロウの左右に阿吽の子河童も設置。

ⅱ)全国妖怪造形コンテストを開催

・2014 年より 5 回開催。毎年、テーマ（妖怪の種類）を決め、最優秀作品には 30 万円の賞金を進呈。開催コストは 1 回あたり 200 万円。

・最優秀作を FRP（強化プラスチック）像にして公園に設置。（設置費用 200 万円）

・最終回には 208 作品（うち海外から 5 作品）の応募があった。

ⅲ)町内に妖怪ベンチを設置

・ヨーロッパの街中にある、モニュメントと一体となったベンチにヒントを得て、「観光客と絡められたら面白いのでは」との発想から考案。

・2017 年 3 月、「将棋をしている河童」と「ノートパソコンを操作しているスーツ姿の天狗」のベンチを設置。好評を博し、2018 年 11 月現在、全９基まで増設している。

・3 基目以降のデザインはコンテストの入賞者に依頼し、原型料を支払い、デザインを買い取っている。JR 福崎駅から辻川山公園へのルート上にある商店の軒先などに設置。予算は県の補助金、国の交付金を活用。

・妖怪ベンチ MAP も作成。紙媒体にせず、ホームページへの掲載のみとした。
・次年度以降、町中の商店をレンタサイクルで巡ってもらえるよう、合計 40 基程度に増設する方針。

ⅳ)妖怪グッズをネット等で販売

・地方創生推進交付金を活用し、妖怪コンテストのスポンサーであるフィギュアメーカーの協力のもと、ガジロウのプラモデルを商品化。その他、河童カレー（レトルトカレー）、河童サイダー、T シャツ、絵本なども商品化。

〇現在の利用状況等

・河童「ガジロウ」設置前は、同公園を訪れる人は一日に数名程度だったが、設置後はマスメディアが次々に取材に訪れ、町内外から大勢の見物人が訪れるようになった。翌年には観光客が約 10 万人増加した。
・妖怪ベンチ設置により、SNS（インスタグラム等）で「妖怪ベンチ」のヒット率が上昇しており、実際にベンチを設置した商店では売上が 1～2 割増加したとの声が聞かれる。
・「ガジロウ」のプラモデルは、模型等の分野のネット販売ランキングで上位にランクインした。
・「ガジロウ」考案から 5 年を経て、「ガジロウ」を使った商品開発（「河童納豆」など）の相談が来るようになってきた。
・「ガジロウ」はリアルな着ぐるみも存在し、町のイベントや、移住定住の PR 動画にも出演している。
・辻川山公園に隣接する物産施設「もちむぎのやかた」の業況も、ガジロウ設置後に大きく改善した。

		2012.9～2013.8（ｶﾞｼﾞﾛｳ設置前）	2017.4～2018.3（直近）	増減	増減比
利用客数（人）		39,806	48,881	9075	22.8%
売上高（百万円）		172	183	11	6.4%
	販売店	56	49	△ 7	−12.5%
	館内売店	45	50	5	11.1%
	館内レストラン	26	23	△ 3	−11.5%
	通販	45	52	7	15.6%

（福崎町提供データより）

③参考になる視点・ノウハウなど

・河童のデザイン等に関して組織としての公式な決裁等はほぼ経ずに、半ば独断で進めたため、役場内ではゆるキャラ「フクちゃん」「サキちゃん」が公園に出現すると思われていた。完成当初は批判が相次いだが、ゆるキャラ全盛期に同じ手法では勝負にならないと考え、不気味なキャラクターを考案した。
・イベントは、開催の度に世話や管理などで事務局の負担が大きく、継続するのが大変。「妖怪ベンチ」のように仕掛けだけ作っておき、利用者が勝手に楽しめるようなものが望ましい。
・1 年に 1～2 回、何かイベントを起こすなど、飽きられないような工夫と、そのための予算を確保しておく必要がある。
・キャラクターグッズの商品化は、人気が不安定な状態では声が掛からない。常にメディアへの露出が必要。

④取組成果／期待される効果

・目立った観光資源がなくても、コンテンツを作り込み、ストーリー性がしっかりしていれば、観光客の増加は可能。
・メディア受けがよく、町自体や特産品の PR に有効。

⑤その他（留意点、特記事項、取材先からの意見など）

・特異な趣味、スキル、感性を持った町役場の職員のアイデアと、半ば独断専行的な実行力により実現したもので、上司や組織の顔色を窺う「公務員」的な発想・思考では難しい。
・観光客の流入を歓迎する住民もいれば、そう思わない住民もいることに留意。
・「柳田國男と河童」など、背景をきちんと押さえておかないと、コンセプトがぶれ、失敗する。
・グッズを作る場合、町の品格などは度外視し、「売れるモノ」という視点で作るべき。
・「竹取物語発祥の地」の信憑性は気にせず、いかにストーリーを作り、強く打ち出し、既成事実化するかが重要。

●地域特性：④生活文化、言い伝え、風習

「桃太郎」をモチーフにした観光振興　「桃太郎のまち岡山」
実施（活動）主体：岡山市プロモーション・MICE推進課
所在地：岡山県岡山市北区大供一丁目1番1号
概要：ＰＲキャンペーン「伝説の岡山市」の展開など、特設ホームページの開設やYouTubeでの動画配信などを有効活用している。大きな祭りに「桃太郎」のネーミングを用いて、「岡山市＝桃太郎」のイメージを訴求している。

①地域の特徴

・岡山市の吉備路は、桃太郎の「三大伝説地」の一つとされている。

・2018年5月に、吉備路エリアの遺跡群を舞台とした「桃太郎伝説」のストーリーが文化庁から日本遺産の認定を受けた。

②主な活動内容

〇経緯等

・1962年、国民体育大会岡山大会の時に知事が大会のシンボルとして桃太郎を採用し、閉会式とマスゲームのテーマも桃太郎にした。桃太郎少年合唱団も結成するなど、大々的に桃太郎の活用を始めた。

・伝説の舞台である吉備路の観光地化が進む中で、桃太郎伝説が再び注目を集めることとなった。

・岡山の桃太郎伝説の三大根拠とされるのが、名物の吉備団子と桃、吉備津彦命（きびつひこのみこと）の温羅（うら）退治伝説である。

〇主な取り組み

・岡山の玄関口であるJR岡山駅東口に桃太郎像が立つ。台座はベンチになっており、ちょっと休憩をしたり、待ち合わせ場所として使われたりしている。撮影スポットとしても人気。岡山駅東口には桃太郎の郵便ポストも設置。

・岡山駅から東に延びる「桃太郎大通り」（愛称を公募）沿いには、桃太郎をモチーフにした銅像20体が点在。

・道路のマンホールも桃太郎仕様で、桃太郎大通りには鬼の金棒をイメージしたデザインのガードレールポストもある。

・2009年頃から、桃太郎関連の情報発信イベントを毎年実施。「進撃の桃太郎」など、桃太郎の動画を作ってYouTubeに公開している。

・2013年からＰＲキャンペーン「伝説の岡山市」を展開。特設ホームページを開設して様々な動画を公開。最初のイントロダクション部分に、岡山市職員が桃太郎の衣装を着て出ている動画もある。

・岡山市出身の女優、桜井日奈子を起用したPR事業の予算は、動画・関連イベント含めて3000万円。新しく創作した桃太郎ファッションを着た桜井日奈子が、吉備津神社など桃太郎伝説ゆかりの歴史スポットで「うらじゃ(*)」の演舞を行うプロモーションビデオを作成し、YouTube等の動画配信サイトで配信。

＊毎年8月の第一土曜と日曜に岡山市中心部で、踊りを軸として開催される祭り。

・上記ＰＲ事業において「桃太郎のまち岡山」の認知度向上に向けて、「桃太郎の日（10月7日）」を設定。

・吉備津彦神社と吉備津神社が人気の観光スポット。吉備津彦神社は、桃太郎伝説にゆかりのある「大吉備津彦命」を祀っていることから、大人から子供まで馴染みのある神社である。桃をモチーフにしたオリジナルの御朱印帳は、おしゃれな感じがあり、かわいらしいと評判になっている。若い人を意識して、桃をモチーフにしたお守りもある。御朱印ブームにあやかって、両神社に行く人が多い。吉備津神社は回廊の造形美も人気で、アジア系の観光客も多い。
・「桃太郎のまち岡山」ならではのネーミングの祭りが3つある。夏は2018年で18回目を迎える「おかやま桃太郎まつり」（2日で60万人が参加）を開催、愛らしくカッコ良く顔にペインティングした色鮮やかな温羅化粧をした踊り子たちが、華やかな衣装に身を包んで、踊りを披露する。
・秋は郷土食や芸能を中心とした「秋のおかやま桃太郎まつり」（甲冑を着た人が練り歩く）、冬はJR岡山駅周辺の光のイベント「モモタロウファンタジー」を開催。いずれの祭りにも桃太郎は出てこない（桃太郎と出会わない）。
・３つの祭りの運営委員会には、経済団体のほか、主だったマスコミが入っている。宣伝効果があり、企業も広告を載せやすい。

〇その他の取り組み
・岡山西商工会が、「岡山桃太郎」ブランド特産品認証制度を導入。吉備、高松、足守地域の地域資源を活用した特産品について、商工会が一定の基準を設け、特産品認証委員会が、その基準に適合するものを「岡山桃太郎ブランド特産品」として認証している。

③参考になる視点・ノウハウなど
・行政の長が、自ら先頭にたって、「桃太郎」のイメージを強く打ち出している。
・YouTube等の動画配信サイトを有効活用している。職員も動画に登場し、市のPRに一役買っている。
・大きな祭りに「桃太郎」のネーミングを用いて、「岡山市＝桃太郎」のイメージを訴求している。祭りに桃太郎は出てこない（桃太郎と出会わない）が、岡山市民から違和感を持たれていない。「桃太郎」の名前そのものが、岡山市民に浸透している。
・民間主導の大きな祭りの運営に、行政や経済団体、マスコミが協力的である。

④取組成果／期待される効果
・打ち出したいイメージを絞り込み、継続的に訴求してくことで地域住民とイメージの共有が図れる。
・YouTube等の動画配信を利用することで、コストの低減を図ることができる。

⑤その他（留意点、特記事項、取材先からの意見など）
・岡山市として、桃太郎のキャラクター、統一イメージは存在しない。
・岡山駅の観光案内所に桃太郎関連のパンフレットは置いていない。桃太郎のイラストが載った、A4サイズの簡易な地図のみがある。各種観光パンフレットに、桃太郎に関する記述はほとんど見られない。
・多くの土産物の箱やケースに用いられている桃太郎のイラストは、バラエティーに富む（統一感がない）。

●地域特性：⑤自然環境、遊歩道、街並み

「竹の径」「かぐやの夕べ」、竹林を観光資源として活用
実施（活動）主体：向日市観光協会、京都市洛西竹林公園
所在地：向日市観光協会：京都府向日市寺戸町中野２０
概要：市内の放置竹林の整備と観光振興を兼ねて、竹林内の農道に竹垣を設置し、散策路として整備。近年はテレビコマーシャルの撮影も行われ、観光客誘致に繋がっている。

①地域の特徴

・京都盆地の南西部に位置し、京都市および長岡京市に隣接。東西約 2 キロメートル、南北約 4 キロメートル、面積 7.72 平方キロメートルと、西日本の市では面積が最も小さい。

・西部一帯は標高 35～80 メートルの丘陵が南北に横たわり、丘陵全域に竹林が広がる。

②主な活動内容

〇経緯等

ⅰ)散策路「竹の径」

・市域の 1 割を占める竹林（民有地）では、放置竹林が増え、不法投棄の温床となっていた。

・1998 年より、景観保全、観光振興等の観点から、向日丘陵の竹林内の農道（1.8km）の両側に竹垣を設置、散策路として整備している。竹垣は道路構造物だが、設置箇所は民有地のため、所有者の了解を得ている。

・竹垣は経年劣化（色褪せ、朽ちる）により定期的な更新が必要となる。設置・維持・更新は市が行っている。今後は「ふるさと納税」と現地での寄付を活用したい意向。

・竹垣の設置・更新は、京銘竹（京都産の竹を素材とした伝統工芸品）の加工業者の組合に委託。ふるさと納税を活用できれば、市内での経済循環が期待される。また、クラウドによる事業資金の募集も検討中。

ⅱ)京都市洛西竹林公園

・「竹の径」に隣接。1981 年、竹林景観の保存を目的に、洛西ニュータウンの記念事業として整備。

・京銘竹、竹の生態系、伝統的竹製品等を展示・紹介する「竹の資料館」、全国の多種多様な竹類が植えられた回遊式和風庭園「生態園」などから成り、入園料は無料。

ⅲ)「竹の径・かぐやの夕べ」

・2002 年より、放置竹林の整備を兼ねて「竹の径」周辺で 10 月に開催するイベント。

・伐採した竹を活用して、「竹の径」沿いに竹行灯（たけあんどん)4,000 本以上を設置し、竹林のライトアップも実施。
・予算は 2018 年度が約 300 万円。当初 2～3 年は 100 万円程度だったが、2 日間開催に拡大したことで増加した。

〇現在の利用状況等
・「竹の径」の年間推計来場者は、隣接する洛西竹林公園の来館者の 1.3 倍と推計すると、年間 3～4 万人程度。
・沿道の竹畑は私有地だが、農業継続を希望しない農家が増え、竹林整備の担い手の減少や高齢化が課題。
・竹林は嵐山が有名だが観光客が多すぎてインスタ等の撮影に適しておらず、静かでゆったり散策できる向日市に人が流れてきている。近年は外国人観光客も増えている。
・電気や上下水道が通っておらず、市街化調整区域のため飲食店、物販店等の消費施設を設置できないことから、今後は消費地点の設定が課題と考えている。
・ＪＲ向日町駅から「竹の径」までは徒歩で 20～30 分。往路は徒歩、復路はタクシー利用が多い。
・ＣＭ撮影にも使われており、今年も 9～12 月に 5～6 本〔自動車メーカー、大手電機メーカー等〕の撮影があった。
・「京都市洛西竹林公園」は、管理自治体は異なるが、実質的に一体の観光資源となっており、イベント開催等で連携している。テレビの情報番組で紹介されたことがきっかけで、年々来園者が増えている。
・「竹の径・かぐやの夕べ」は、2018 年度は 10/20（土）、21（日）の 2 日間開催し、来場者は 3 万 5 千人。毎年の恒例イベントとして定着してきている。
・竹行灯は観光協会のスタッフが自ら竹を切って作成するほか、会場の一部となる小学校の生徒や、市内のショッピングモールで開催されるワークショップで、市民も作成している。
・竹行灯の配置は 10 名程度のボランティア団体に協力してもらっているが、年々減少傾向。
・本イベントは、飲食・小売業など市内 16 事業者が出店しており、2 日間の売上が大きく、ＰＲ効果もあることから大変喜ばれている。

③参考になる視点・ノウハウなど
・CM 撮影を活用した市の PR 方法や、撮影にあたっての施設使用料等の受け入れは、今後の検討課題。
・「竹の径・かぐやの夕べ」に登場する「かぐや姫」は近隣の大学生が務めている。
・竹を活かした地域の活動として、南京玉すだれのサークルや花籠づくりの体験があり、京銘竹の職人が指導している。

④取組成果／期待される効果
・CM 撮影に取り上げられ知名度が高まりつつある。
・フォトジェニックなスポットとしてインバウンドの認知度も高まっており、観光客は増えている。

⑤その他（留意点、特記事項、取材先からの意見など）
・竹は成長が早く、竹林公園では毎日 2 名の職人が手入れをしている。
・観光客が多い嵐山を避ける、ニッチな観光客からのニーズはあるが、いつまでもその状況が続くとは考えていない。
・毎年 1 月、たけうま全国大会が開催され、全国放送のテレビ番組で取り上げられたこともある。

●地域特性：⑤自然環境、遊歩道、街並み

古墳スタンプラリーなどのイベントで、古墳への理解を深めてもらう
実施（活動）主体：名古屋市教育委員会事務局生涯学習部文化財保護室
所在地：愛知県名古屋市中区三の丸三丁目1番1号
概要：地域の史跡である古墳を巡ってもらう仕組みづくりとして、学校の夏休み期間中にウォーキングイベント「歴史の里ワクわく！古墳スタンプラリー」を開催。秋には歴史の里しだみ古墳群「体感！古代秋まつり」を開催。

①地域の特徴

・名古屋市守山区上志段味（かみしだみ）には66基の古墳があり、2014年10にはそのうち7基が国の史跡に指定されている。

②主な活動内容

〇経緯等

・名古屋市教育委員会では、国史跡志段味古墳群と周辺の豊かな自然環境を一体的に保存・活用し、五感で感じる体験学習を通して、学びとにぎわいを創出できる場として「歴史の里」の整備を進めている。

・2019年4月、体験型施設「体感！しだみ古墳群ミュージアム」（愛称：SHIDAMU「しだみゅー」（「SHIDAMI」＋「MUSEUM」）が開館予定。展示室や体験活動室、カフェレストランなどが利用可。

〇ウォーキングイベント「歴史の里ワクわく！古墳スタンプラリー」

・2018年7月21日（土）から8月31日（金）の夏休み期間に歴史の里にある6つの古墳のスタンプを集めてゴールの東谷山フルーツパークを目指すウォーキングイベントを開催。2018年は期間中約500人が参加。ゴールでアンケートに回答すると、同パーク特製のミニフルーツフラッペをプレゼント。

・スタンプラリーシートは、ホームページからダウンロード可能。周辺市町村の小学校にもチラシを配布。スタンプ設置古墳は、志段味大塚古墳など6か所。

（歴史の里しだみ古墳群ホームページより）

〇歴史の里しだみ古墳群「体感！古代秋まつり」（2018年11月11日）

・古墳時代を体感するプログラム（火起こし体験、勾玉(まがたま)づくり、古代衣装で記念撮影、古墳見学ツアー、埴輪づくりなど）を提供。マルシェも出店している。

・2018年は延べ約7600人が参加。小学生低学年以下のお子さんとその家族の参加が多い。

・予算は約300万円（テント、スタッフ、バス、搬入搬出など）。

③参考になる視点・ノウハウなど

・スタンプラリー形式のため、地域を巡るきっかけとなりやすい。ウォーキングイベントはほとんどお金をかけずに開催。

・夏休み期間中の自由参加で、職員の負担がほとんどなく、参加の時期を分散できる。

④取組成果／期待される効果

・史跡である古墳への理解を深めることができる。地域内の回遊を増やすことができる。

●地域特性：⑤自然環境、遊歩道、街並み

多摩川沿いを歩き、複数市をまたぐスタンプラリーと謎解きに挑戦
実施（活動）主体：青梅市経済スポーツ部スポーツ推進課
所在地：東京都青梅市東青梅1丁目11番地の1
概要：複数の市が協力して、互いの市域を歩くイベントを開催。多摩川沿いを歩きながらスタンプラリーと謎解きに挑戦。

①地域の特徴

・青梅市（人口約13万人）は、多摩地域北西部にある市で、都心から40～60kmに位置する。島嶼部を除いた東京都の市町村では4番目に面積が広く、市域の63%を占める緑豊かな山並みと美しい渓谷に囲まれている。

②主な活動内容

・前年に続き2018年11月、「多摩川カヌー駅伝大会＆多摩川謎解きウォークラリー」としてウォークラリーを開催。2018年はウォークラリーに210人が参加（9割が多摩地域から参加）。

・青梅市総合体育館などをスタートし、豊かな自然と美しい景観の多摩川沿いを歩きながらスタンプラリーと謎解きに挑戦する。当日は、多摩川でカヌー駅伝、カヌー体験教室が開催されるほか、ゴールの多摩川緑地くじら運動公園（昭島市）では、ウォークラリー抽選会、堰の歴史がわかるパネル展示などのイベントのほか、グルメ販売のキッチンカーの出店や地域の物産販売も行われた。

・予算は、多摩川カヌー駅伝大会のイベント、会場設営なども含めて500万円で、市外の専門業者に外部委託している。東京都市町村会の複数市町村による連携事業の補助金を活用。

・当日の運営は、スポーツ振興関係者などのボランティアの協力をえている。

・地域の企業10社程から協賛を得て、謎解きウォークラリー抽選会賞品の提供を受けている。

・参加者特典として、青梅市総合体育館からスタート（14.5kmコース参加）の先着150名に、「ミニショルダーバッグ」をプレゼント。羽村取水堰からスタート（9.3kmコース参加）の先着250名に、大塚製薬株式会社提供の「SOYJOY」をプレゼント。

③参考になる視点・ノウハウなど

・参加するコースの距離に応じて、スタート地点を3か所設定し、受付時間も変更。短距離希望の人も参加しやすい。

・謎解きを取り入れて、ゲーム性を高めている。

・複数の市が協力して、互いの市域を歩くイベントを開催している。

④取組成果／期待される効果

・地域内、近隣市町村の回遊を増やすことができる。

・地域のシンボルである多摩川流域の再発見とともに、地域のつながりを認識する機会となる。

（青梅市ホームページより）

●地域特性：⑤自然環境、遊歩道、街並み

サイクリングで結ぶ域内観光地と協賛店舗による周遊性のサポート
実施（活動）主体：輪の国びわ湖推進協議会
所在地：（本部）滋賀県守山市梅田町3-6南井産業第一ビル (事務局)滋賀県湖南市菩提寺東2-6-51 (一社)輪の国びわ湖内
概要： びわ湖一周サイクリングは小中高生の「冒険」として昔からあり、そこに目をつけて協議会を立ち上げた。「びわ湖一周サイクリング認定証」の発行や、サイクリングコースの推奨でサイクルツーリズムを広げ、さらに、コース沿いの店舗等を協賛で巻き込んで地元との良好な関係を築き、交流人口の増大に結び付けている。

①主な活動内容

〇経緯等

・びわ湖一周サイクリングは小中高生の「冒険」として昔から知られていた。そこに目をつけて、2009年、自転車ファンを広げることをミッションとして「輪の国びわ湖推進協議会」はNPOに対する助成金を利用してスタートした。

・行政と連携する際にネックになるので会費はとっておらず、民間団体として、自発的で自由度の高い活動を行っている。官民連携主体の組織としては滋賀プラス・サイクル推進協議会があり、関係各市町村などとも連携している。

・NPOや環境団体、事業者を巻き込んで「輪の国びわ湖推進協議会」を形成。本来は、観光振興の団体ではなく、気軽に自転車に親しむ人を増やし、健康的で環境に調和した社会を目指す団体である。

・普通の自転車では体力的な負担が大きいことなどから、大人になって乗らなくなる人が多い。そこで、達成感を持ってもらうため「びわ湖一周サイクリング認定証」の発行を開始。蓋をあけると大人が多かった。「認定書」は1件1,000円で自主財源としており、2017年度は1,782件の申請があった。

・県市や関係機関が「ビワイチ（びわ湖一周）」をアピールしてくれている。また、滋賀プラス・サイクル推進協議会が地元の飲食店やショップ等の事業者を巻き込んで、サイクリングをサポートする「サイクルサポートステーション」を県内の約300店舗で形成。

・自転車を核にいくつもの団体が集まり、「観光」と「環境保全」に取り組んでいる。

〇具体的な活動内容

・「認定書」は、湖岸沿いの施設にチェックポイントを設置し、4箇所以上のチェックポイントで簡単なクイズにスマートフォンで答えながら巡ることにより、日時・場所等のデータを自動的に記録し認定を行う。外国人にも人気で、海外からの参加も増えており、海外からの認定申請もある。

・2016年にサイクリングと周辺の名所、店舗などを紹介した「びわ湖一周自転車BOOK」を刊行。各地のメンバーが

実際に調査した推奨サイクリングコースや店舗等を紹介した決定版ともいえる。その他、びわ湖一周ウェブサイトの運営、セミナーやサイクルツーリズムシンポジウムの開催などの情報発信・共有を基軸に活動している。

・地域に利点をもたらさないと、サイクリングと地元が分離することから、協賛店舗を募り紹介・PRを行っている。また、行政がやると個別店舗を推奨できないが、民間組織ならば可能となる。協賛店補の会費は昔あったが、営業・フォローの人件費が採算にあわないため、人件費をかけずにメールやガイドブックなどでフォローしている。

②参考になる視点・ノウハウなど

・協賛店舗については、行政はやりにくいが、民間組織ではやっていける。協賛にエントリーする店舗は本気で申し込んでくる。サイクリストに対するホスピタリティを持つことが最低限必要。

・サイクリングパンフレットを自主財源で製作し、県・市の情報を入れて相互に配布。行政には配布で協力してもらっている。その他、サイクルラックを設置する事業についても、行政と連携して（お金を出して）一緒に行った。民間と行政とでやれることを分担することが重要。

・大手企業等の組織と連携する場合には、民間なら相手にされない場合もあるが、行政の信用力は極めて強く、行政のバックアップの有無が重要になる。

・目指すべき場所をつくることが人を集めるポイントだが、情報発信が不十分なため、みんなで食べられる農家バイキングなど、グループで連れ立って入れる店などは知られておらず、よく知られたロードサイド店やコンビニに向かうことになる。

③その他（留意点、特記事項、取材先からの意見など）

・奈良県は全国的に見ればサイクリングの先進県で、案内板などのハード整備では全国有数。城陽～木津～奈良～天理～橿原間のサイクルコースもあるなど、奈良県内にはサイクリング振興に生かせる要素がいろいろある。

・自転車は市町村域で区切れるものではない。奈良は確実に魅力があり、どう広げていくかが課題。

・奈良は餅屋などが多い。丁寧に紹介するだけで随分違う。それぞれ物語があり、掘り起こしていくことが重要。

・竹取物語で売るならば、土産などは、一個単位で買えるものが、荷物を持てないサイクリングでは重要。

・ガイドの必要性は高い。振り返りポイント、撮影ポイント、安全管理まで含めてガイドしてくれことが重要で、また、見えない物語を伝えることがガイドの役目。人が介在しなくても見てわかるものはスマホに置き換わる。

・奈良のような歴史の古いところは、当時の風景・物語を伝えられるガイドが必要。

・ガイドの育成が重要で、かつ、優良であるべき。いただく対価により勉強したり、組織を強化したりすることが必要。皆、ガイドを安売りしすぎる傾向があり、活動が持続できなかったり、安かろう悪かろうになったりする。

・広陵町はナスが有名。ナスを食べられるところがあれば喜ばれるだろう。出荷が多いからと言って、町外に出荷されるばかりで現地で食べられるとはかぎらない。また、広陵近辺には雑煮に黄な粉もちを入れる風習があるが、興味をそそられ、食べてみたいと思う。「地域ならではのものを食べられます」というのは訴求効果がある。

●地域特性：⑥その他（例：人材、技術、インフラ、ヘルスケア・健康増進関連施設など）

市民大学、子ども向けキャリア教育プロブラムなどによる交流人口の拡大
実施（活動）主体：江津市・NPO法人てごねっと石見
所在地：江津市：島根県江津市江津町1525番地 NPO法人てごねっと石見：島根県江津市江津町1517-2 駅前KICHI
概要：暮らしの中にある多種多様な価値観や経験、知識を掘り起こし「おもしろい学び」にかえて、そしてお互いに交換し合う学びの場。多種多様な人々が交流する場となり、新たな活動が生まれるきっかけに。

①地域の特徴

・島根県の中央に位置する人口 24 千人、面積 268 ㎢の自治体。人口減少が進み、高齢化率は 37.6%。

・リーマン・ショック前後から、企業や生産施設の縮小・撤退が相次ぎ、地域の雇用が大幅に減少。

②主な活動内容

〇経緯等

・同市では 2010 年よりビジネスプランコンテストを開催し、U ターン者等の起業促進を図ってきた。

・地域課題の解決や創業を促進するには、地域住民の理解も広め、仲間を増やし、裾野を広げる必要がある。

◇市民大学「GO▶つくる大学」

・「GO▸つくる大学～山陰の想像力特区へ～」というスローガンを掲げて、2 年前に江津市が構想。

・2018 年 2 月、町をまるごと学びの「ネタ」にして、江津に暮らす人だけでなく、江津に関わる人みんなで、おもしろく学び合える場として、自分たちが暮らすまち、関わるまちでもっとおもしろく生きていくために開校。

・趣味、特技、知識、経験を活かして「教えたい（伝えたい）」と思う人と、「学びたい（知りたい）」人をマッチング。

・「教えたい人」への活動の場の提供、活動意欲の高揚が図られる。

・「学びたい人」が自ら考え、自分なりの考えや答えを導き出すことで、学びや気付きが得られる。感度の高い人、活動意欲の高い人等が交流する場となり、新たな活動が生まれるきっかけとなったり、そうした土壌が地域に広まったりすることが期待される。

・受講料は講師により異なり、最少催行人数に達した場合に開講する。

・講師は市民が多く、隣の浜田市の住民もいる。受講者は市外の人も多く、県外からの受講もある。

・市からの委託を受け、NPO 法人てごねっと石見が運営。事業予算は年間 600 万円。

・当初 3 年間は市が事業費を支出し、以降は自走させる方針。

◇キッズミュージックスクール

・子ども向けキャリア教育プログラム（主に小学生向け）

・参加費は月額 500 円。合宿もある。

・「てごねっと石見」が教育委員会から受託。予算は年間 600 万円。

（NPO 法人てごねっと石見　ホームページより）

〇現在の利用状況等

◇市民大学「GO▶つくる大学」

・講義内容（例）

講義タイトル	概要
大統領のつぶやき ～GOTSU & the rest of the WORLD～	元外資系会社員が、私たちの知らない、ちょっとおもしろい外国人の特徴やその国独特の考え方、意外と知られていない日本人との共通点などを紹介。
ブラしろう ～学校では学べない”まちの歩き方”～	古地図、石見焼き、北前船の研究、街歩きイベントの企画などを精力的に行う現役高校教師が、学校では学べない”まちの歩き方”を伝授。
盛り付け美食倶楽部 ～ご縁深まる食卓をデザインしよう～	料理の盛り付けデザインや百貨店のディスプレーデザイン、食のプロデュースを手掛ける盛り付けデザイナーが、島根県の食材や民芸の器を題材に、盛り付け方やコーディネート演出のヒントを伝える。
黒板アートプロジェクト ～巨大黒板アート大作戦～	現役の美術教員や、イラストレーターなど多岐にわたる教授陣が、黒板アートの書き方や、楽しみ方を伝授。受講者による巨大な黒板アートの共同制作・展示を行う。
ひげ店長のお気軽ワイン学 赤ワイン編 ～ちょっとした贅沢で、日々の暮らしに豊かさを～	講師のワイン愛をききながら、受講者それぞれのワインのたのしみ方を一緒に探す。

・専用ホームページ、フェイスブック、ツイッター、インスタグラムにより講義内容、レポート、イベント等を随時公開。

◇キッズミュージックスクール

・参加児童は 25 名（市内の各小学校から）。多世代交流の場、若者の地域活動の場となっている。

③参考になる視点・ノウハウなど

・「教えたい人」に活動の場を提供し、関心のある人同士がつながり、新たな活動の輪が広がることが期待される。

・「学びたい人」が自ら考え、自分なりの考えや答えを導き出す場とすることで、地域の人々の知識、感性、スキルを高めること（地域人材の育成）につながっている。

・住民の感性や活動意欲が高まり、地域を盛り上げよう、新しいものを受入れようとする土壌を育むことで、ビジネスプランコンテストへの応募等に繋げようとしている。

・キッズミュージックスクールは、音楽を通じて、若い世代が地域活動に携わる機会、子どもが地域の大人と将来について考える機会などを提供し、子どもや若者の地域への愛着を育み、都市部への流出防止につなげる狙いがある。

④取組成果／期待される効果

・様々な感性、スキルを持った地域人材の育成を通じ、地域活動、地域ビジネスの創出につながる。

・市内だけでなく県外からの受講もあり、多種多様な人々の交流が図られている。

・江津市が「面白いことをしているまち」であるという、内外への PR 効果、シティプロモーション効果が期待される。

⑤その他（留意点、特記事項、取材先からの意見など）

・ビジネスプランコンテストではUターン者に地域での創業をアピールしてきたが、地元にもそれを受入れる土壌や盛り上がりが必要。本事業はそうした風土を醸成する狙いがある。

・市民大学として、最終的には市の補助を打ち切り、自走させる方針。

（NPO 法人てごねっと石見　ホームページより）

●地域特性：⑥その他（例：人材、技術、インフラ、ヘルスケア・健康増進関連施設など）

学生ならではの視点や専門分野を活かし、道の駅の新商品開発や空間づくりに貢献
実施（活動）主体：滋賀短期大学
所在地：滋賀県大津市竜が丘24-4
概要：道の駅と連携し、若者の感性を活かして、「地元食材（近江牛等）を使った新商品の開発、菓子・パン等の商品企画・製造」、「店舗ディスプレイと商品陳列等の売り場改善」、「イベント開催等」を行っている。

①滋賀短期大学の特徴

・生活学科（食健康コース、製菓・製パンコース）、幼児教育保育学科、ビジネスコミュニケーション学科（医療事務コース、観光・ホテル・ブライダルコース、ビジネス実務コース、スポーツ健康コース）の3学科がある。

・学生の約8割は滋賀県内出身、男子は全体の約15%を占める。地域活動は女子中心になっている。

②主な活動内容

〇経緯等

・滋賀短期大学は、2015年3月に国土交通省が推進する連携企画型実習に参加することを決定し、同省近畿地方整備局の仲介により同年5月に「道の駅竜王かがみの里」と実習に関する協定を締結（金銭的支援無し）。

・同実習は、学生ならではの視点や専門分野を活かして、道の駅の活性化につながる企画、農産物のブランド化、キャラクターの制作、地元食材を用いた新たな商品の開発などを行うことを目的として行われている。

〇取り組み内容

・道の駅竜王かがみの里と滋賀短期大学が連携し、若者の感性を活かして、「地元食材（近江牛等）を使った新商品の開発、菓子・パン等の商品企画・製造」、「店舗ディスプレイと商品陳列等の売り場改善」、「イベント開催等」を行っている。

・学生を学外に連れていき、現場で学ぶ機会を作ることを目指している。

・ビジネスコミュニケーション学科の場合、学生の活動への参加は単位取得にもつながっている。

・連携活動に要した交通費(実費)と弁当代は、大学の後援会から手当した〔年間約10万円〕。

・竜王町の2つの道の駅と「竜王町まるごと『スキヤキ』プロジェクト推進協議会」の運営により、商品開発・ブランドプロモーション・農業支援を精力的に行っている。

〇主な活動実績

（2015年）

・ビジネスコミュニケーション学科の学生は、レストランのメニューの表示やデザインの改善に取り組み、魅力的なメニュー表を完成。レストラン入り口に掲示され、売上が数%増加。

・同学科の学生が、近江牛のすじ肉を使用した牛丼を考案し、「竜王牛丼丸」と命名。パッケージのデザインも学生が行なった。レシピは生活学科食健康コースが作成。

・生活学科食健康コースの学生が、道の駅で「健康栄養ミニ講座with滋賀短期大学」を開催。

・生活学科製菓マイスターコースでは、道の駅パン工房との連携を行い、ライ麦パンなどの新商品開発を行った。

・生活学科生活クリエイトコースでは、ユニフォーム、商品の見せ方の工夫、商品のポップを提案し、さらにレストランや情報館の新しいレイアウトを企画した。

（2016年） ＊前年と類似の活動は記載省略。

・三井アウトレットパーク滋賀竜王において、生活学科製菓マイスターコースのパンとスイーツの研究サークル「ベーカリー塾」の学生がレシピを考案し、「道の駅竜王かがみの里」と協力して製パン、調理を行ったフランス風サンドイッチ「竜王カスク」（竜王町特産の近江牛と野菜が入ったバケットサンド）を販売。

（2017年） ＊前年と類似の活動は記載省略。

・「ひな達のおもてなし」と称して、道の駅竜王かがみの里にて「滋賀短フェア」を開催。3学科の特色を前面に出し、学生中心にそれぞれが工夫を凝らしたイベントを実施。

③参考になる視点・ノウハウなど

・大学の学部学科の特色を活かして、多様な展開を図っている。
・学生と連携先従業員の双方が良い刺激を受けている。
・若い人のアイデアや活動により、連携先を訪れる客層に変化が見られる。
・大きなイベントや商品開発などの際は、連携先と大学の両方からニュース・リリースしている。

④取組成果／期待される効果

・参加した学生の反応などから、当初の期待以上の成果を得られたと評価している。
・若い視点や感性を活かしたことで、メディアでの取り上げ回数の増加により、若い客層の集客に繋がっている。
・道の駅に学生が採用された。
・学生など若い人が来ると、地域の人が集まってくる。「若い人が参画してくれて、活気が出た、年配の来店客などとの交流などが喜ばれた」などの評価をもらっている。
・当初に期待していた以上の成果が出ていると思う。体験に影響を受けて、自分の職業選択を変える学生もいる。

⑤その他（留意点、特記事項、取材先からの意見など）

・初年度はゼロから組み立てるため、活動全体に熱気がある。活気や企画力という面では、初年度の学生が一番勉強になった。2年目以降は、前年の内容を踏襲することが多くなり、ルーチン化してしまいがちである。
・地域との連携は、それに理解を示す教員がどれだけいるかに大きく影響を受ける。教員は上から目線になりがちなため、連携先から学ばせていただくという姿勢とともに、連携先と率直に話し合えるコミュニケーション力が必要。
・最初の段階で、連携先との間で活動の期間やコスト負担などを協議しておくのが良い。
・学生の試験期間などを避ける必要があり、「いつ、何をやるか」について少し早めに計画を立てておく。また、アルバイトとの時間調整もあり、早めに予定を学生に周知するのが良い。
・事故が起こると責任の問題が出てくるため、教員の立ち合いは不可欠。地域連携の活動では、特定の担当教員の負担が大きくなりがち。教員の土日の活動はボランティアとなっており、教員の協力・理解が必要である。
・今の学生気質からすると、交通費も負担する学生ボランティアは厳しい。交通費の補助があるのが望ましい。
・「〇〇町を衰退させたくない、良くしたい」など共通の目的が大切。単に連携協定を結ぶだけではいけない。

Ⅴ．広陵町におけるアクションプラン

１．各種調査を踏まえたアクションプランの策定の考え方

（１）地域特性①観光資源（神社仏閣、史跡、大型公園、その他集客施設）

アンケートでは、近隣市町と比較した広陵町の「強み」や地域交流・観光の活性化に注力していくべき分野、施策・取組みとして「大型公園」に関する項目が最も多い。グループインタビューにおいても、四季折々の花を見ながらウォーキングできる周遊散策路の整備や、ドッグラン、バーベキュー施設の設置など、馬見丘陵公園や竹取公園を有効活用するべきとの声が聞かれた。先行事例として調査した「練馬区立こどもの森」は、多額のコストをかけずに子ども達がのびのび遊べる環境を運営管理業務受託者が提供しており、公園の活用手法の好事例である。

また、グループインタビューやヒアリングを通じて、広陵パークゴルフコースについても有効活用の可能性があるとの感触を得た。以上の調査結果等を踏まえ、次の３つのアクションプランを策定した。

【策定した観光アクションプラン】

・花いっぱい活動による竹取公園、古墳群と馬見丘陵公園の周遊
・パークゴルフ場を核とした、特定農業振興ゾーン等との連携による交流人口の拡大
・竹取公園等の多目的活用で人の交流を活発化

（２）地域特性②農林業・特産品

農家レストランや地元の農産物を活かした料理、商品に対する広陵町民の関心は高い一方で、農家の高齢化、担い手の減少が課題となっている。農業を町の産業として伸ばし、交流人口を拡大するために、特産品の創出、担い手の確保、儲かる農業の実現が必要であり、先行事例調査では、近隣住民の農業への関心喚起、担い手発掘や、高収益作物、６次産業化に取り組む事例を調査し、次の３つのアクションプランを策定した。

【策定した観光アクションプラン】

・収益性の高い新種作物の栽培による「広陵」ブランドの確立・浸透
・地元野菜等の食材の需要安定化による地産地消の推進
・農業体験農園の拡大などによる農地の有効活用、農業体験のレジャー化など

（３）地域特性③地場産業や企業集積（商業施設含む）

町民向けアンケート等の結果によると、町の特産品、イメージとして「靴下」が強く認識されているが、ほとんどの事業者は規模が小さく、オリジナルブランドの開発や見学・体験の受入れが難しい。産業観光への関心や対応力がある事業者を発掘し、行政、団体等が連携して支援する必要がある。

一方、町が振興する農業についても、担い手の高齢化・減少に対応しつつ、安定供給を実現していく必要があり、先行事例として調査した株式会社和創、株式会社アスカグリーンファーム、株式会社みらいパーク竜王の取組みが参考になると考えられる。

加えて、様々な地域課題に対応する地域ビジネスや、観光・サービスに関連する小ビジネスが生まれる素地を作ることも交流人口の増加に有効な取組みと考えられ、江津市における起業支援の取組みが好事例といえる。

以上の調査結果等を踏まえ、次の３つのアクションプランを策定した。

【策定した観光アクションプラン】

・施設農業・IT農業の推進による高収益作物の開発
・ビジネス・コンテストによる地域ビジネスやその担い手の発掘・育成
・産業観光（工場見学、ものづくり体験）の推進

（４）地域特性④生活文化、言い伝え、風習

町に残る生活文化・風習・言い伝えに関する町民アンケートの自由記述では、「竹取物語（かぐや姫）」に関する記述が最も多い。先行事例として調査した、「出石そば」で有名な豊岡市出石町や、マスコミにより認知度を高めた「河童のガタロウ」の兵庫県福崎町も、元は特段の観光資源もなかったまちだが、背景やストーリーをしっかり押さえたうえで、物語に付加価値を付け、観光資源として磨き上げたことで、観光客の誘致、地域の消費拡大に成功している。

また、古くから地域に伝わる祭りや郷土料理を改めて掘り起こし、これらを積極的に守ろうとする活動に結び付けることも重要な取組みと考えられる。そうした活動を通じて、地域に対する住民の求心力や、そこに住む子どもたちの郷土愛が育まれれば、結果として地域の魅力が高まり、都市部からのUターン・Iターンの促進につながることが想定される。

以上の調査結果等を踏まえ、次の５つのアクションプランを策定した。

【策定した観光アクションプラン】

・「かぐや姫のまち、広陵町」のブランドイメージの町内浸透、地域の機運高揚
・「かぐや姫のまち、広陵町」を演出するコンテンツの充実
・「かぐや姫のまち、広陵町」の魅力の外部発信
・広陵町の祭りの活性化による参加者・来訪者の増大
・奈良盆地周辺の郷土料理「きな粉雑煮」の観光資源としての掘り起こし

（５）地域特性⑤自然環境、遊歩道、街並み

町民アンケート等では町の「強み」として「大型公園」や「古墳」が多く選ばれているが、これらに次いで「水辺や田園空間」、「神社仏閣」も「やや強み」と捉えられている。農村にひっそり佇む百済寺の三重塔や高田川沿いの桜並木、南郷環濠集落などは、遠方からの観光客誘致を図れるほどの強い訴求力はないが、町内を周遊するウォーキング・イベント等を定期的に開催するなどにより、地元住民の交流や近隣市町からのイベント参加を促進することは可能と考えられる。

また、町内各地のスポットと何らかのテーマで関連づけられる他地域と連携し、広域的な観光ルートを設定することで、より発信力を高められ、幅広いターゲットに訴求することができる。一例として、奈良県が整備するサイクリングルート「ならクル」の活用が挙げられる。「ならクル」は町内を２ルート通過しており、広陵町は通過地点に過ぎないが、情報発信の工夫により、サイクリストの立ち寄り観光、域内消費に結び付けられる可能性もある。

以上の調査結果等を踏まえ、次の３つのアクションプランを策定した。

【策定した観光アクションプラン】

・広陵町の魅力再発見（謎解き・健康ウォーキング、動画・フォトコンクール等）
・多地域との連携による広域的な観光ルートの設定
・サイクリングロード等を活用した町内周遊促進

（６）地域特性⑥その他（例：人材、技術、インフラ、ヘルスケア・健康増進関連施設など）および外部からの来訪や域内交流を阻害する要因の克服

広陵町の地域特性として、①から⑤以外に、ⅰ)町の西部に大規模新興住宅地があり、地域活動の担い手として期待できる女性やシニアが多数存在すること、ⅱ)町内に私立大学を有し、まちづくりや観光振興に対する学識者の知見、学生のアイデアの活用が期待されること、が挙げられる。先行事例では、地域人材の育成に取り組む江津市、道の駅の運営にアイデアを提供する滋賀短期大学の取組みを調査した。

一方、外部からの来訪や域内交流を阻害する要因については、①広陵町の認知度が低い、②広陵町を観光目的で訪れたいと考える程の地域の魅力が乏しい、③鉄道による広陵町へのアクセスが不便である、の3点を挙げた。このうち要因①、②については、前述の地域特性①から⑤のアクションプランにおいて克服することが期待される。他方、要因③については、町民向けアンケートにおいても広陵町の「弱み」として認識されており、鉄道の駅とのアクセスおよび町内移動の利便性を高める、モビリティを活用するプランを検討した。また合わせて、町内各地に点在するスポットの魅力を高めるために、サービスを移動させる手段としてモビリティを活用するプランを検討した。

以上の調査結果等を踏まえ、次の4つのアクションプランを策定した。

【策定した観光アクションプラン】

・まちづくり交流サロンによる、地域ビジネス・活動、人材の発掘
・大学との連携（アイデア・視点の活用、活動の場の提供）による観光振興の推進
・自動運転モビリティによる物販・飲食サービスの提供
・自動運転小型モビリティによるフレキシブルな町内移動の実現

２．広陵町におけるアクションプラン

「域外から人が流入し、域内の人や事業所等と交流が生まれ、稼ぐ力が向上する」を具現化するアクションプラン

地域特性	アクションプラン
①観光資源（神社仏閣、史跡、大型公園、その他集客施設）	花いっぱい活動による街中への周遊促進（馬見丘陵公園・竹取公園から街中へ）
	パークゴルフ場を核とした、特定農業振興ゾーン等との連携による交流人口の拡大
	竹取公園等の多目的活用で人の交流を活発化
②農林業・特産品	収益性の高い新種作物の栽培による「広陵」ブランドの確立・浸透
	地元野菜等の食材の需要安定化による地産地消の推進
	農業体験農園の拡大などによる農地の有効活用、農業体験のレジャー化など
③地場産業や企業集積（商業施設含む）	施設農業・IT農業の推進による高収益作物の開発
	ビジネス・コンテストによる地域ビジネスやその担い手の発掘・育成
	産業観光（工場見学、ものづくり体験）の推進
④生活文化、言い伝え、風習	「かぐや姫のまち、広陵町」のブランドイメージの町内浸透、地域の機運高揚
	「かぐや姫のまち、広陵町」を演出するコンテンツの充実
	「かぐや姫のまち、広陵町」の魅力の外部発信
	奈良盆地周辺の郷土料理「きな粉雑煮」の観光資源としての掘り起こし
	広陵町の祭りの活性化による参加者・来訪者の増大
⑤自然環境、遊歩道、街並み	サイクリングルート等を活用した町内周遊促進
	他地域との連携による広域的な観光ルートの設定
	広陵町の魅力再発見（謎解き・健康ウォーキング、動画・フォトコンクール等）
⑥その他（例：人材、技術、インフラ、ヘルスケア・健康増進関連施設など）	まちづくり交流サロンによる、地域ビジネス・活動、人材の発掘
	自動運転モビリティによる物販・飲食サービスの提供
	自動運転小型モビリティによるフレキシブルな町内移動の実現
	大学との連携（アイデア・視点の活用、活動の場の提供）による観光振興の推進

●アクションプラン：①観光資源（神社仏閣、史跡、大型公園、その他集客施設）

花いっぱい活動による街中への周遊促進（馬見丘陵公園・竹取公園から街中へ）

■**キーワード**：馬見丘陵公園の花のイメージ、ランドマークの創設、街中への誘導

■ねらい・想い

・主要国道や高速道路を利用する自動車を町内へ誘導する。また、人気の高い「馬見丘陵公園」への来訪者を竹取公園、馬見丘陵、さらに町内へ誘導する。

・「明るい」「楽しい」「活気のある」「健康的」な町としてアピールすることで、広陵町のブランドイメージ向上を図る。

・花いっぱい活動の展開により、広陵町民としての「アイデンティティ」の醸成を図り、ひいては来訪者へのホスピタリティ向上に結び付ける。

■ターゲット

・馬見丘陵公園への来訪者、花の鑑賞が好きな人、花の栽培が好きな人、ウォーキングなどのアクティビティ愛好者

■取組み例

・馬見丘陵公園を取り巻く花づくりのボランティア、NPO（「馬見丘陵公園　花サポーター」など）と連携を行うとともに、広陵町内としても花壇整備のボランティアの育成を図る。

・道路脇への花壇設置、空き地や誘導ルート沿道の遊休地の借り上げ、休耕農地への協力依頼等により、季節に応じた花の栽培、遊休農地での景観作物（花類）の栽培を行う。→花のランドマークと案内板等のハード整備。

・さらに魅力的な誘導を図るため、「広陵町文化財ガイドの会」等の協力による有料ガイドを実施するとともに、馬見古墳群のボランティアガイド、馬見丘陵での里山体験ボランティアの育成を行い、町内外からの来訪者誘致と体験メニューの豊富化を図る。

・広陵町内の観光資源（社寺、町内昔話ポイント、景観、飲食・買い物ポイント等）を取り入れた周遊ルートの設定を行い、花で誘導することで周遊をより魅力のある体験としていく。

・ウォーキングなどのアクティビティ愛好者、引退農業者、菜園愛好者などの組織化を図るとともに、ワークショップの実施（町で講師招聘）により、栽培品種の検討、栽培方法の学習を行う。

・広陵らしい花を設定し、住民に対して種苗の購入補助や無料配布、器具等の無料貸し出しなどを行い、広陵町内での花の普及を図る。

・ウォーキングや菜園などのアウトドアにおけるアクティビティに関係したNPOやボランティア活動グループの組織化、会員募集の支援を行う。

・遊休農地や耕作放棄地の無償貸与の申し入れ、賃貸料の補助金支出を行う。

■参考となる先行事例

・奈良県「馬見丘陵公園　花サポーター」

●地域特性：①観光資源（神社仏閣、史跡、大型公園、その他集客施設）

パークゴルフ場を核とした、特定農業振興ゾーン等との連携による交流人口の拡大

■**キーワード**：アウトドア・レジャー、ファミリー層、特定農業振興ゾーン

■ねらい・想い

・県内に 3 か所程度しかないパークゴルフ場のひとつ、広陵パークゴルフコースが、特定農業振興ゾーン（百済川向地区）に近接しているというロケーションの強みを活かし、スポーツ、農業、飲食を核とした半日楽しめるアウトドア・レジャー、多世代交流拠点として整備する。

■ターゲット

・町内および近隣市町のファミリー層およびシニア層

■取組み例

・広陵パークゴルフコースのPRを強化し、ネットで簡単に予約できるしくみを検討する。
・駐車場、バーベキュー施設等の土地を確保する。
・特定農業振興ゾーンの農家や町内の焼肉店等と連携し、周辺にバーベキュー施設を設置する。食材の提供には、行政が貸し出す移動販売車等を使用し、飲食・物販機能も持たせる。
・特定農業振興ゾーンに農園を開設し、パークゴルフ、収穫体験、バーベキューをセットで楽しめるよう連携する。
・幼稚園、小学校の課外授業等に取り入れ、広陵町民の認知度向上、利用促進を図る。
・経営センスを持った、連携・運営の担い手を確保する。
・学校間の交流等にも活用し、近隣市町の利用促進につなげる。
・広陵町やパークゴルフコースのホームページに、パークゴルフを絡めた広陵町での楽しみ方を掲載する。

■参考となる先行事例

・アグリパーク竜王〔滋賀県蒲生郡竜王町〕（報告書に掲載）
・久留米ふれあい農業公園（福岡県久留米市）

●アクションプラン：①観光資源（神社仏閣、史跡、大型公園、その他集客施設）

竹取公園等の多目的活用で人の交流を活発化

■**キーワード**：遊ぶ・学ぶ・体験する、親子での参加、自然とのふれあい、地域住民の交流、既存施設の有効活用

■ねらい・想い

・既存公園施設等（一定区画）の多目的活用により、利用者数の増大を図るとともに、町民等の交流を図る。

■ターゲット

・自然に触れあって子どもを育てたいと思っている家庭、身近にレジャーを楽しみたいと思っている家庭・若者

■取組み例

・竹取公園などの既存公園施設および近隣の公共施設等の利用状況を調査する。

・町民参加のワークショップや体験イベントなどを通じて住民ニーズの把握に努める。

・冒険的な遊びのほか、自然観察、野菜・果実等の収穫などの自然体験をできる公園環境を整備する。

〔イメージ・展開例〕

・ブランコ、滑り台などの作り付けの遊具の配置を少なくし、手作りの遊び道具を増やす。バケツ・スコップ、ロープなど、土と触れ合える道具を備え置く。

・公園敷地内または近隣農地に、子どもや高齢者が参加できる体験農園を開設する。地元の農家の方から教わりながら、野菜などの栽培を行う。

・バーベキュー広場を作り、期間限定（例：3/下～5/上）で貸出する（ミニキャンプ場も検討）。有料貸出も検討する。

〔イメージ・展開例〕

・炊事場、灰捨場等を設置する。近隣小売店やスーパーなどと提携し、利用者向けのレンタルサービス（テーブル、イス、コンロなど）を行う。

・土日等は要予約を検討する。利用状況に応じて事前予約制の導入や3時間入れ替え制なども検討。

・親子で参加できる学びイベント、定期的な朝市、フリーマーケットの開催なども検討する。

・子どもの安全指導、農作業の指導などを行うボランティアを確保・育成する。

・竹取物語などのテーマに関するモニュメント（例：ハート型の巨大リース）等を公募・制作し、公園内に設置する。

・竹取公園を周回する散策・ジョギングコースを整備。一定区間ごとにメートル表示を行い、健康増進の運動を支援。

■参考となる先行事例

・冒険的な遊びができる公園：練馬区立こどもの森〔東京都練馬区〕（報告書に掲載）

・バーベキュー広場：大阪鶴見緑地・緑のせせらぎ東側バーベキュー広場、大阪市長居公園バーベキューエリア

●アクションプラン：②農林業・特産品

収益性の高い新種作物の栽培による「広陵」ブランドの確立・浸透

■**キーワード**：農産物の研究、農業経営高度化、収益性の高い新種作物、ブランドの確立

■ねらい・想い

・収益性の高い新種作物の栽培を創出し、それを核として「広陵」のブランドを強化し、農産物全体への波及を図る。

・「広陵」ブランドの確立・浸透により、広陵町での農産物販売や町民・来街者の飲食の増大に結びつける。

■ターゲット

・意欲のある農産生産者、地元食材の活用に積極的な食品加工業者・飲食店、地元食材を求める来街者等

■取組み例

・大学や先進的農業者、経営感覚に優れた農業者等を招いた勉強会やワークショップを開催し、同結果を踏まえて収益性の高い新種作物の栽培に活用していく。

・ナス等の広陵産の農作物の品質の分析を進め、「おいしい」「きれい」「艶がある」「大きい」「栄養豊富」などを備えた富裕層向けの高品質農作物の品種改良・栽培方法改良と品質管理を行う。

・「広陵」ブランドの確立・浸透に向けて、農産物の生産者や食品加工業者、レストラン等の活動を支援する。

〔イメージ・展開例〕

・農作物と一緒に販売できる調味料やドレッシング、スイーツ等の開発を支援する。

・自然の中で味わう農家レストラン、目で見て触れてみて採れ立てを味わうカフェやレストランの拡大を促す。

・広陵という場所の持つ特徴（古墳の歴史、かぐや姫）を明示し、農作物等に関するストーリーを伝える。

・新用途（新しい利用シーン）を提案するため、ストーリー性や品質、栄養学に基づく健康への影響等を打ち出した料理やレシピを開発し、「食べログ」等のグルメサイトやレシピサイトへ掲載する。

・「花いっぱい」の広陵を象徴するカラフルな野菜の開発を行うとともに、それらの陳列方法の助言を行い、カフェやレストラン、花屋などでの販売増を支援する。

・奈良県のアンテナショップ等の協力を得て、広陵発の「ブランド」の認知度向上を図る。

・経営感覚に優れた人材の育成により、収益の確保、リスクの低い積極的な投資を促す。

〔イメージ・展開例〕

・ＩｏＴを活用した施設栽培の強化を図り、高収益化と安定供給のシステムを構築する。

・ＩｏＴによるデータ管理により、点在する受託耕作地の管理効率化を図る。

・農作物や食品の安心安全を追求するグローバルギャップ「GROBAL GAP」の認証取得を支援する。

・農作物に関係者に品質向上意欲や5S徹底を推奨することにより高品質をアピールする。

■参考となる先行事例

・但馬國出石観光協会〔兵庫県豊岡市〕（報告書に掲載）

●アクションプラン：②農林業・特産品

地元野菜等の食材の需要安定化による地産地消の推進

■**キーワード**：地元野菜等の食材の需要安定化、食育、「うまいもの」の発掘と開発、関連加工品の豊富化

■ねらい・想い

・公共性の高い現場（学校給食等）と連携し、地元野菜等の食材の需要安定化を図るとともに、地域産食材を積極的に活用することで「食育」にも資する活動を進める。

・広陵町の「うまいもの」の発掘と開発、関連加工品の豊富化を図り、町民や来街者の飲食の増大に結びつける。

■ターゲット

・学校給食等の加工業者、農産物直売所、町内の食品加工業者・飲食店、地元食材を求める来街者等

■取組み例

・公共性の高い現場での給食等に地元野菜等の食材を使ったメニューを取り入れることで、観光客閑散時や大量収穫期における地元野菜等の食材の安定需要を確保する。

・学校給食等の機会を、おいしい食べ方の提案、地元野菜等の食材の栄養や栽培の苦労を知る「食育」の場とすることで、地元への愛着を高め、最も近い消費者である町民へのブランド浸透を図る。

・ＰＴＡ等の組織と連携し、地元野菜等の食材のおいしい食べ方、名物料理やスイーツの開発をコンテスト形式で掘り起こす。

・町民の「他薦」、あるいは町外からの来店客によるアンケートをもとに、地元野菜等の食材を活用した、広陵町内での「うまいもの」「イッピン（逸品）」を選定し、その結果をWEB等で紹介して認知度の向上を図る。

・広陵町内の農産物直売所に対して、個々の仕入れ体制の見直しや、各直売所による「イッピン（逸品）」のアピール、小売業としての高度化（陳列方法や店頭広告、接客の向上）を支援する。

・農産物直売所の販売実績を踏まえ、消費者の購買動向やニーズを生産者にフィードバックする。

・広陵町内における農産物の品揃えを調整する。

・広陵町農業の生産・流通過程「マーケティング－資材－生産（栽培）―加工―販売」が生み出す付加価値を分析し、6次産業化に向けた連携の可能性を明確化する。

・観光交流の中核地点といえる「奈良市周辺」「明日香周辺」「吉野周辺」と広陵町との農産物供給による連携を深め、奈良県内での「地産地消」により強力な広陵ブランドの創出を図る。

・農業と食についてのライフスタイル（健康志向、グルメ志向、ストーリー性など）の提案により、農作物と加工品の販売を促進する。

■参考となる先行事例

・農業生産法人株式会社和創〔奈良県奈良市〕（報告書に掲載）

・株式会社アスカグリーンファーム〔奈良県五條市〕（報告書に掲載）

●アクションプラン：②農林業・特産品

農業体験農園の拡大などによる農地の有効活用、農業体験のレジャー化など

■**キーワード**：農地の有効活用、レジャー感覚、新たなコミュニティーづくり、農業の新しい担い手の発掘

■ねらい・想い

・耕作を外部委託したいと考えている農家の農地の有効活用を図る。

・農作業や収穫の喜びのみならず、利用者にとって仲間と交流ができる、新たなコミュニティーを作る。

■ターゲット

・「新鮮で安心な農産物を食べたい」という家庭・人、自転車や車で気軽に来られる近隣居住者

■取組み例

・全農家に対するアンケート調査を行ったり、農業体験農園の講習会を開催したりして、農業体験農園の運営に関心がある農家（以下「体験農家」という）を発掘し、希望する形態や規模、要望などについてヒアリングを行う。

・体験農家の集積の高い地域に絞り、農業体験農園の拡大を図る。

・体験農家と共に、県内外のその先進地への視察を行い、ノウハウを学ぶ。

〔イメージ・展開例〕

・開設・運営ノウハウの提供や、接客マニュアルの配付、勉強会の開催などを行う。

・園主（プロの農家）が作付け計画を作り、作業に必要な技術を講習会で伝授する。

・道具は全て揃えておき、手ぶらで通えるようにする（重たい農具や肥料は農園でレンタル可）。

・付帯施設（駐車場、休憩所、水道設備、トイレ、農機具収納施設）の共同設置を検討する。

・農業体験農園の紹介用の特設Webサイトを開設。フェイスブックやブログ等の活用方法を指導する。

・レジャー感覚で収穫した野菜をその場で調理・食事可能な設備（テーブル、椅子、コンロ等）を設ける。

・収穫祭や料理講習会、音楽会などのイベントを企画し、サービス向上を図る。

・「援農ボランティア技術習得講座」（実習を伴う）を開講し、修了者が有償・無償ボランティアとして町内農家の農作業の手伝いをできるように紹介する。新規就農に意欲のある人は、「広陵町農業塾」への応募を斡旋する。

・田植え・稲刈りの農作業体験教室を開催する。町のWebサイトで開催希望農家を紹介する。

・広陵町内の農事組合法人（新規設立を含む）と連携して、農業に関心のある人や新規就農に意欲のある人の活躍の場を提供していく。町内企業の農業参入の支援、若手・退職者等の新規就農の支援も併せて行う。

■参考となる先行事例

・農業生産法人株式会社和創　農業体験用貸農園「とれとれ農園」〔奈良県奈良市〕（報告書に掲載）

●アクションプラン：③地場産業や企業集積（商業施設含む）

施設農業・IT農業の推進による高収益作物の開発

■キーワード：IoT、近代化、高収益

■ねらい・想い

・施設農業に重点を移し、地産地消ニーズへの安定供給と品質向上、魅力ある農作物の開発を促す。

・法人化等による経営組織の近代化、データに基づく経営の近代化を目指して、IT農業、IoTネットワークの構築を進め、広陵町産ブランドの高収益農作物を研究・開発する。

・農業を地場産業として育成する過程において、技術指導や研究開発を通じて地域内外における人材交流を促進するとともに、6次産業化による小売・サービス業、観光分野への展開、交流人口の拡大につなげる。

■ターゲット

・高収益作物の生産や耕作地の拡大など、積極的な農業経営を目指す農家・農事組合法人等

■取組み例

・人にやさしい農業として施設栽培の研究、農業の大規模化、IoTネットワークの構築または参画、高度農業人材の育成等の農かの取組みを促進・支援する。

〔イメージ・展開例〕

・栽培データや日報などの電子化、個人が習得した経験や栽培ノウハウのマニュアル化、ビッグデータ化

・ITに習熟した高度人材の育成促進

・栽培方法・履歴、市場、気象等のデータ管理による価格変動への抵抗力のある農業経営の促進

・IT管理された施設での計画栽培による、効率的・高収益な農業の研究の支援

・広陵町産農作物の信頼性向上と価格の安定に向けた、品質検査・ランク分類にかかるセンシング技術の導入支援

・官民共同による、先進的な農業機械・機器のリース・レンタル拠点の設置、設備投資・メンテナンスにかかる支援

・農業のIT化に対する農家の理解促進とデータ分析能力の向上を進める研究・学習の機会設定

・補助制度や農業高度化制度へのチャレンジの支援、著名な学者や農業実践者の招請

・突出した特徴（大きさ・艶・色など）を持つ農作物による広陵町ブランドの確立・認知度の向上

・研究機関より、高収益、高品質の農作物の開発や紹介を受け、栽培に挑戦する農業者へのサポート

■参考となる先行事例

・農業生産法人株式会社和創　農業体験用貸農園「とれとれ農園」〔奈良県奈良市〕（報告書に掲載）

・株式会社アスカグリーンファーム〔奈良県五條市〕（報告書に掲載）

●地域特性：③地場産業や企業集積（商業施設含む）

ビジネス・コンテストによる地域ビジネスやその担い手の発掘・育成

■**キーワード**：地域ビジネス、人材発掘・育成

■ねらい・想い

・そこで、地域内外との交流を生む機能・役割を、地域課題を解決し得るソーシャルビジネスおよびその担い手を発掘するビジネス・コンテストを継続的に開催することにより、地域内の創業・雇用創出を促進し、地域住民、地元事業者、町外の人・事業者との交流や経済活動の活性化につなげる。

■ターゲット

・町の活性化や地域活動への関心が高い女性、アクティブシニア、Uターン・Iターン

■取組み例

・地域の活性化に関する町民ワークショップを開催。いくつかの分野・テーマを決めて、地域課題への関心・感度の高い人を集め、地域の活性化、交流人口の拡大につながる、様々な活動・ビジネスのアイデアを出しあう。

・地域を盛り上げる楽しいイベントとして、ワークショップを定期的に開催し、出てきたアイデアを次回までに参加者がブラッシュアップする。

・機運の高まり、活動意欲の高まり、アイデアの具現化の実現度合い等をみて、ビジネス・コンテストを立ち上げる。

・優勝者への創業資金の支援や経営相談等は、商工会、行政、金融機関などに協力を依頼する。

・創業を継続的に伴走支援する機関を創設する。同機関の継続運営に対する予算面の支援、事業者間の連携促進を図る。

（例）テーマ：「町が誇る地場産業、靴下製造業の今後を考える」
ワークショップで浮かび上がる課題：靴下がどこで、どのように作られているのか知らない町民が多い
人手が足りず、工場見学を受け入れる余力がない
新たな商材を企画する余裕がない　など
アイデア：靴下製造現場の見学の有償ボランティア・ガイド、人材育成
靴下製造事業者とボランティア・ガイドを中継ぎする中間組織
町民や見学者を対象とした靴下ミニ講座（有料）の企画・運営
編みの技術を使った新商材のアイデア・コンテスト企画・運営
例）耐久性、伸縮性、衝撃緩和などの特性を活かし、スマートフォンのケース、ブックカバー、家屋室内のドア開閉時の衝撃吸収材など

■参考となる先行事例

・江津市ビジネスプランコンテスト〔島根県江津市〕（報告書に掲載）

●アクションプラン：③地場産業や企業集積（商業施設含む）

産業観光（工場見学、ものづくり体験）の推進

■**キーワード**：地域産業、広域連携、一般観光との連携、大人の社会科見学

■ねらい・想い

・広陵町民に地域の産業（靴下・プラスチック・織物メーカーなど）を知ってもらい、愛着をもってもらう。近隣市町との観光連携を促進する。

■ターゲット

・単なる観光に物足りなさを感じている人、ものづくり体験に興味のある人、産業視察を計画している団体等

■取組み例

・商工会や事業者団体などを通じて、産業観光（見学・ものづくり体験）に関心がある事業所を発掘し、本格的なヒアリング（見学可能スペースの有無、見学・ものづくり体験の内容、意向等）を行う。
・産業観光に積極的な事業者が集うワークショップを開催し、事業者からの意見・要望を吸い上げるとともに、そのサポートを検討していく。
・産業観光に積極的な事業者と共に、産業観光の先進地への視察を行い、ノウハウを学び、共有する。
・先行して開始する事業者に対して、パンフレットや解説用パネルの制作、見学のモデルケース・解説の例示、写真撮影・ムービー撮影の指導、撮影機器の貸し出しなどを行う。
・町のWebサイトで産業観光および参加企業の紹介コーナーの開設を検討する。
・成長が期待される企業・事業所について、見学コース、物販コーナーなど設置に向けた支援を検討する。
・事業所間、地域間の連携を推進する。また、町外の産業観光（広域連携）や、町内外の一般観光との連携を検討する。

〔イメージ・展開例〕

情報の共有化（情報交換会の開催、相互のパンフレットの設置、ベント情報等の掲示、ホームページのリンク等）、共通パンフレットの作成・配付、駐車場の共同利用・貸出、スタンプラリーの導入など

・最終的に複数業種、複数コースの設定を目指す。
・「大人の社会科見学」として、産業観光＋古墳巡りなどのセットで見学ツアーを企画する。町民の参加も働きかける。

■参考となる先行事例

・手おりの里　金剛苑〔滋賀県愛知郡愛荘町〕（報告書に掲載）
・宇部・美祢・山陽小野田産業観光推進協議会

●地域特性：④生活文化、言い伝え、風習

「かぐや姫のまち、広陵町」のブランドイメージの町内浸透、地域の機運高揚

■**キーワード**：ワークショップ、住民主体

■ねらい・想い

・町が掲げる「かぐや姫のまち、広陵町」を、町のプロモーションや活性化に有効に活用するため、イメージや演出手法等のブラッシュアップを、町民や町内事業者を巻き込んで町全体で練り上げ、町民の一体感・機運を高揚し、町内へのイメージ浸透と町そのものの魅力向上を図る。

■ターゲット

・町民、町内事業者、「竹取物語」や「竹」、「衣・織物」関連の有識者

■取組み例

・町民や町内事業者が「かぐや姫のまち、広陵町」のイメージ戦略を話し合うワークショップを継続的に開催する。
　テーマ：どのようなイメージを目指すか、どのようなコンテンツが考えられるかなど

・「竹取物語」や古代衣装、竹の加工や竹林整備等に関する有識者を町内外から集め、町民が「竹取物語」や「竹」「衣・織物」に触れる機会を設け、関心、知識、スキルを持った人材を育成し、増やす。
　例）・「竹取物語」「竹」「衣・織物」をモチーフにした商品、アート、イベント等、観光コンテンツの企画・充実につなげるため、竹職人や古典文学・サブカルチャー等の有識者を招き、交流機会を設ける。
　　・生涯学習講座として「竹取物語」の世界観を学び、発想を掘り下げるセミナーを開催する。
　　・有識者、職人を招いて、竹林の育成・整備、竹を使った商品やアート作品等に関する講座を開催する。
　　・町民を対象に、竹を観光資源としている先行事例の視察ツアーを開催する。

・竹林整備や加工に適した土地の提供（低廉な価格での貸与など）を求める。

■参考となる先行事例

・竹の径、かぐやの夕べ〔京都府向日市〕（報告書に掲載）
・かぐや姫の里〔鹿児島県薩摩郡さつま町〕
・たけた竹灯籠　竹楽(ちくらく)〔大分県竹田市〕
・竹灯籠アート〔徳島県小松島市〕
・CHIKAKEN（ちかけん）〔熊本県玉名郡南関町〕

●地域特性：④生活文化、言い伝え、風習

「かぐや姫のまち、広陵町」を演出するコンテンツの充実

■**キーワード**：演出

■ねらい・想い

・「竹取物語」や「竹」に着想を得た様々なモノ（モニュメント、公園整備、特産品）、コト（イベント）のアイデアを募り、「かぐや姫のまち、広陵町」を演出する観光コンテンツとして、創出・充実を図る。

■ターゲット

・本取組みに関心のある小中学生からシニアまで幅広い層の住民および町外の人

■取組み例

・「竹取物語」「竹」「かぐや姫」に着想を得たものづくりや芸術表現、イベント等、文化・サークル活動の促進

例）・「燕の子安貝」「火鼠の皮衣」などのイメージを膨らませた料理や和・洋菓子、小物・アクセサリー、衣装、調度品、室内装飾、楽器など

・絵画、CG、音楽、ゲーム、映像（ショートムービー）
現代版「竹取物語」や、町内スポットと絡めたかぐや姫のショートストーリー、
「あなたのお父さんが、実はかぐや姫だったら…」など

・創作物、アートのアイデアや出来映えを競うコンテストの開催

コンテンツの分類やテーマを決めて、町内だけでなく希望があれば町外からも作品を募集する。優秀作品には賞金を授与するなど、参加に対するインセンティブを付与し、取組みに対する町としての本気度を示すとともに、参加すること、創ること、関わり合うことの楽しみを演出する。また、運営方法としては、初動は行政が主体的に引っ張り、熱意やセンスのある担い手を発掘しながら、徐々に住民主体にシフトさせる。

■参考となる先行事例

・全国妖怪造形コンテスト（妖怪をモチーフにした観光振興）〔兵庫県神崎郡福崎町〕（報告書に掲載）
・竹製のスマホケース〔KIBACOWORKS 株式会社〕（神奈川県鎌倉市）

●地域特性：④生活文化、言い伝え、風習

「かぐや姫のまち、広陵町」の魅力の外部発信

■**キーワード**：発信

■ねらい・想い

・「かぐや姫のまち、広陵町」を軸に磨き上げた様々なコンテンツを観光資源として商品化・サービス化し、外部に発信することで広陵町の魅力を高めつつ、町に対する認知度・関心を高め、交流人口の増加、域内消費の拡大につなげる。

■ターゲット

・広陵町在住または町と関わりのある女性やアクティブシニア等から、商品化・サービス化などの地域ビジネスや外部発信の担い手を発掘する。

■取組み例

・「竹取物語」「竹」「衣・織物」に着想を得たものづくりや芸術表現等のコンテスト等で生まれた、魅力的なコンテンツを商品化・サービス化する。

例）商品の生産・販売、料理の提供、PRグッズの作成、PR動画の作成・編集など

・「かぐや姫のまち、広陵町」のイメージ・魅力をアピールするイベントを開催する。

例）・かぐや姫まつりでの創作物の展示、芸能の披露、飲食物の新メニューの試食・販売など

・町内飲食店のコラボレーションによる、「竹取物語」にちなんだメニューの提供、飲食店巡り、グルメマップの配信。

・町民が着られる「かぐやちゃん」新コスチュームを作成し、町内各地や地元の祭りと絡めたフォトコンテストを開催。

・町内各地に「かぐや姫のまち、広陵町」をイメージさせる仕掛けを配置する。

例）・町道に「かぐや姫どおり」や「翁の散歩道」などの名称をつける。

・竹取公園、讃岐神社周辺に竹林散策路を整備。

・かぐや姫（かぐやちゃん）や竹取の翁、5人の求婚者のモニュメントを町内周遊のマグネットとして配置。

・5人の求婚者の苦難をモチーフにしたフィールドアスレチックを竹取公園に設置。

・ネット等により、町外に「かぐや姫のまち、広陵町」を発信する。

例）・かぐやちゃん専用ホームページ、かぐやちゃんがつぶやくブログ等の設置

・SNSで町のイベントや新商品等の情報を発信

・かぐやちゃんが出演する、町のPR動画を作成

■参考となる先行事例

・妖怪をモチーフにした観光振興〔兵庫県神崎郡福崎町〕（報告書に掲載）

●地域特性：④生活文化、言い伝え、風習

奈良盆地周辺の郷土料理「きな粉雑煮」の観光資源としての掘り起こし

■**キーワード**：郷土料理、掘り起こし

■ねらい・想い

・奈良盆地周辺の郷土料理である「きな粉雑煮」を改めて掘り起こし、広陵町の観光素材として磨き上げる。

・たんぱく質や食物繊維、ミネラルを豊富に含むきな粉は、健康食材としてもアピールでき、女性やアクティブ・シニアへの訴求力が高いと考えられる。食育の一環も兼ねて、まずは学校給食等を通じて町内での浸透を図る。

・「雑煮」「餅」「きな粉」という要素に分解し、町内産の農産物、大和野菜、「かぐや姫」のイメージ等を活用するなど、伝統的な「きな粉雑煮」に囚われない、「意外だが美味しい」、「伝統的でありながら新しい」ご当地グルメとして、広陵町から発信する。

■ターゲット

・「食」に関心の高い女性、町外から訪れるレジャー・観光客、サイクリスト、町の農業振興等に携わる指導者・視察者など

■取組み例

・学校給食や地域の高校、大学の食堂のメニューに取り入れ、地域住民や地域に携わる人々への浸透を図る。

・住民や町内の学校、小売店等で「きな粉雑煮」に関するアンケートを実施。認知度や好み、難点、希望などの意見を吸い上げる。

・食べ合わせのよい食材を検討し、「きな粉雑煮」を一層美味しく食べられるようアレンジするコンテストを開催。雑煮に入れる具の選定、切り方、味噌の選定、餅の調理の仕方といったレシピだけでなく、食後のデザートとして、残ったきな粉を混ぜて食べられるヨーグルトを添えるなど、メニューとしての提供の仕方、みそ汁茶碗ではなく「かぐや姫」を連想させる竹をあしらった器での提供・見せ方など、幅広い観点からアイデアを募る。

・町内にある大学と連携して、「きな粉雑煮」のバリエーションを研究する。

・食材研究等に関する専門機関との連携を図る。

・優秀作品を広報や町のPR動画、SNS等で拡散する。

・食品、料理に関する国内イベントへの出品を検討する。

・正月だけでなく春・秋の行楽シーズンも含め、町内飲食店や野外イベントの出店コーナー等で、メニューのひとつとして提供する。

■参考となる先行事例

・あん餅雑煮（香川県）

●アクションプラン：④生活文化、言い伝え、風習

広陵町の祭りの活性化による参加者・来訪者の増大

■**キーワード**：広陵町民全体の祭り、祭りの存続、町民の祭りへの参加促進

■ねらい・想い

・広陵町民に地域の祭り（戸閉祭・立山祭など）をより深く知ってもらい、参加してもらい、愛着をもってもらう。

・一地区の祭りから「町民全体の祭り」として創造的発展を図り、祭りの存続および参加者・来訪者の増大を図る。

■ターゲット

・地域の文化・伝統などを守りたいと思っている人、祭りの雰囲気が好きな人、賑わいの好きな人

■取組み例

・祭り関係者に対するヒアリングの実施、または祭り関係者との情報交換会（勉強会）の開催などにより、祭りの存続や運営などに関する意見・要望など（町内他地区からの参加者の受入可否を含む）を吸い上げるとともに、そのサポートの可否や方法などを検討していく。

・一地区の祭りから「町民全体の祭り」としていくための各種取組みを検討・実施する。

〔イメージ・展開例〕

・広陵町民に対して、祭りに対する思いや意見などをアンケートする。（質問例：「祭りをもっと盛大にするにはどのようにしたら良いか」、「祭りを中心に前後に何か催しをするとしたらどんなものが良いと思うか」など）

・参加者や来訪者に楽しんでもらえる工夫（彩り鮮やかな絵やあんどんの作成、踊りやおはやしなどパフォーマンスの導入など）を行う。

・祭りの中や前後に町民参加のイベントを加えるなど、祭りの公益性を高める企画・方策を募る。

＊例：子ども山車・神輿、吹奏楽演奏、祭りをテーマにした写真・動画コンクール

・「山車」の町内引き回しや、展示・一般公開を検討する。

・「作り物」（その年に話題となった出来事や有名になった人物を取り上げておもしろおかしく飾り付け、話題性を盛り上げるもの）の展示スペースの提供や素材の貸出・提供を検討する。

・祭り終了後に参加団体や協力者、見学者へのアンケートなどを行い、次年度の改善・工夫に活かす。

・近隣市町村または県内の山車が一同に揃うイベントの開催の可否を関係者と協議する。

・事業所や町民から協賛を募り、金銭的な寄付や商品の提供などを依頼する。

・祭りのＰＲ活動（祭り紹介用の特設Webサイト開設、SNSの活用、ポスター・チラシの制作・掲示、小中学校や事業所などへの参加呼びかけなど）を積極的に行う。準備段階からの情報も発信していく。

■参考となる先行事例

・岸和田だんじり祭、川越氷川祭の山車行事、八雲山車行列

●アクションプラン：⑤自然環境、遊歩道、街並み

サイクリングルート等を活用した町内周遊促進

■**キーワード**：サイクリスト、ウォーカー、周遊

■ねらい・想い

・農地の広がる自然や隠れた歴史文化スポット、「うまいもの」の店、懐かしさを呼ぶ街並みなどを観光資源化する。
・町内の観光資源や物販店、飲食店等をルート化し、Web上のプロモーションプラットフォームを構築する。
・県内の著名観光地との連携PRや情報発信により、立ち寄りに特化した観光振興、交流人口の増大を図る。

■ターゲット

・サイクリスト、ウォーカー

■取組み例

・奈良県が設定するサイクリングルートを活用し、奈良、斑鳩、明日香などを巡るサイクリストの立ち寄りを促す。
・協賛ショップを募り、「うまいもの」や特産品の発掘・PRを行い、観光資源に関する詳しい情報をWebで発信する。
・町内のサイクリングルートやウォーキングルートを設定・アピールし、町内周遊を喚起する。

〔イメージ・展開例〕

・奈良県のサイクリングルート「ならクル」の「せんとの道ルート」、「かぐや姫ルート」を活用し、PR強化を図る。
・「高田川」沿いなどの桜や菜の花を活用し、水辺空間としての魅力をアピールする。
・「太陽の道」（春分と秋分の日に太陽が通る北緯34度32分）が広陵町を横切ることを活用し、稲荷神社(南郷)、於神社（うえじんじゃ：大塚）とともに古代ロマンの要素と結び付けてアピールする。

・広陵町文化財ガイドの会の協力を得て、丁寧な解説を元に、埋もれた町内の歴史を物語化する。
・位置情報を活用したWebスタンプラリーで、通過ポイントに応じたインセンティブを付与する町内周遊イベントを開催。
・他市町の観光資源と連携したWebによる観光情報の発信を行い、アピール力を高める。
・周遊することで気づく風景の良さ、フォトジェニックなスポットの発見をイベント化し、フォトコンテストを開催。観光情報のWebでの見せ方の改善に活用する。
・道路標識や交通安全設備などのハード整備。情報パンフレット等の町外・県外への配布。
・奈良、斑鳩、飛鳥の広域的なガイド地図と街なかガイド地図の制作
・著名観光地との位置的な関係性をアピールし、奈良観光の拠点地域のネット検索時に「広陵町」が検出されやすい仕組みを構築。
・町外も含め詳細に歴史文化をストーリー立てたネット用案内地図を作るとともに、街なかの観光資源、飲食店、物販店を詳細に解説したネット用案内地図を連続させる。

■参考となる先行事例

・輪の国びわ湖推進協議会〔滋賀県守山市〕（報告書に掲載）

●地域特性：⑤自然環境、遊歩道、街並み

他地域との連携による広域的な観光ルートの設定

■**キーワード**：広域連携

■ねらい・想い

・旅行者に対して訴求力のある観光資源を有する他地域や、観光テーマで広陵町と関連づけできる地域との連携により、広域的な観光ルートを設定することで、広陵町単独では乏しい訴求力を高め、観光客誘致を図る。

■ターゲット

・観光の目的・テーマにより様々

■取組み例

・広陵町と関連のあるテーマで、広域観光を展開できる可能性がある自治体と連携し、旅行商品の企画等を共同企画・販売する。

例)・県内各地の三重塔巡り（百済寺を絡めて。シニア層や歴女をターゲットに、「食」も絡める）

・「竹取物語」「かぐや姫」の聖地をめぐるツアー（かぐや姫サミット参加自治体 7 市町で御朱印帳を作成。ターゲットは古典マニアや、竹取物語をモチーフにしたゲームのファンなど）

・中将姫の足跡をたどるツアー（奈良市誕生寺～斑鳩町龍田～広陵町安部～當麻寺など）

・県内地場産業を巡る産業観光ツアー(シニア層、奈良県の地理・歴史マニア)

・パークゴルフ・ツアー、交流試合（県内、近隣府県のパークゴルフ場を巡り、各地域との交流試合を開催）

・健康食材の産地を巡るツアー（ナスと食べ合わせのよい食材の産地を巡り、各地で健康レシピによる料理を食べるツアー、健康志向のシニア向け）

・広陵町を経由地とするサイクリングロードを活用した広域観光への組込み、情報発信

・「～巡り」について、町内飲食店において、町内観光スポットを訪れたことを証明できる画像を店員に見せると食事の割引が可能、などの特典を設け、町内周遊につなげる。

・ツアー商品を企画・販売できる組織を立上げ、運営面での補助を行う。

■参考となる先行事例

・出石観光協会〔兵庫県豊岡市〕（報告書に掲載）

・手おりの里 金剛苑〔滋賀県愛知郡愛荘町〕（報告書に掲載）

●アクションプラン：⑤自然環境、遊歩道、街並み）

広陵町の魅力再発見（謎解き・健康ウォーキング、動画・フォトコンクール等）
■**キーワード**：広陵町の魅力再発見、健康志向、ゲーム性、まち歩き

■ねらい・想い

・町民に町内の自然や観光スポットを知ってもらう。地域の魅力を再発見してもらう。

・町民による町内観光を促進する。町外の人に広陵町を巡る機会を提供する。

■ターゲット

・街道やまち歩き好きの人、健康志向の人、歴史愛好家、町外からの転入者など

■取組み例

・スタンプラリー形式で広陵町内の観光スポットやイベントへの協賛事業所（靴下・食品等の粗品提供）などを巡る、ウォーキングイベントを開催する。テーマ(古墳巡り、隠れた観光スポット)を変えて定期的に開催する。

〔イメージ・展開例〕

・謎解きを取り入れて、ゲーム性を高める。地域の企業から協賛を得て、抽選会賞品の提供を受ける。

・夏休み期間中など、日程を限定しない自由参加のウォーキングイベントを開催する。

・春・秋の特定日の開催時は、ウォークラリー抽選会、地域・歴史がわかるパネル展示などのイベントのほか、グルメ販売のキッチンカーの出店や地域の物産販売も行う。

・近隣の複数市町と連携して、合同のウォーキングイベントの開催も検討する。

・「広陵ＰＲ動画コンクール」・「広陵町魅力発見フォトコンテスト」などを開催。四季折々の風景や各種イベント等の動画・写真を募集し、コンクールで決定の上、優秀作品を観光PRに活用する。民間企業に対して、会社案内やWebサイトなどへの広陵町の画像掲載などを働きかける。

〔動画コンクールの場合：イメージ・展開例〕

・応募作品は、広陵町に関わる素材を活用した15秒以上3分以内のオリジナル動画（未公開作品）で、表現方法（写真スライド、実写等）は問わない。YouTubeへのアップロードによる応募とする。

・「無償かつ応募者の許可なく使用・編集できる」という前提で応募作品を募る。審査基準は「地域の魅力を上手く伝えている」「広陵町に行ってみたいと思う」「テーマや素材選びなどが独創的」など。

・町民向けに広陵町魅力体験講座等を開催し、広陵町の魅力をより深く知ってもらう。

・お勧めのお散歩コースを公募し、「広陵まち歩き20選」を作成してWebサイトなどで公開する。

■参考となる先行事例

・「歴史の里ワクわく！古墳スタンプラリー」〔名古屋〕、「多摩川謎解きウォークラリー」〔青梅市〕（報告書に掲載）

●地域特性：⑥その他（例：人材、技術、インフラ、ヘルスケア・健康増進関連施設など）

まちづくり交流サロンによる、地域ビジネス・活動、人材の発掘

■**キーワード**：まちづくり交流サロン、地域ビジネス、人材発掘

■ねらい・想い

・町の活性化や交流人口の拡大など、町の将来を住民自身が主体的に考え、気軽に話し合える場を設けることで、地域ビジネスや地域活動のアイデアやその担い手を発掘につなげ、地域で活動しようとする町民の機運高揚を図る。

■ターゲット

・女性やアクティブシニア、Uターン・Iターン、広陵町に関心のある人

■取組み例

・今後のまちづくりについて、老若男女問わず気軽に話し合える常設の交流の場（町内のカフェ等を想定）を設ける。企画・運営主体は、NPO 法人や商工会青年部、女性部等を想定。

・交流人口拡大に向けて必要と考えられる、ありとあらゆる地域活動のアイデアを募るために、毎回、分野・テーマを絞って座談会を開催。大学の研究者など有識者をファシリテーターとし、広陵町に関心のある人であれば、町民以外の参加も可とする。開催場所は公共施設だけでなく、町内飲食店も想定し、食事しながらの話し合いも検討。住民相互間の交流を深めるとともに、町内消費の拡大にもつなげる。

・テーマや目的のために、町には何がなくて、何が必要か、どんなことであれば自分ができるか、

テーマの例）・地場産業「靴下」を応援するために（住民ができること）

・農業をまちのビジネスとして成長させるために（農家レストラン、貸農園、農泊など）

・竹取公園、讃岐神社周辺の魅力を高めるために

・百済寺、百済寺公園の活用について　など

・開催予告や内容（結果）、意見やアイデア等を町のホームページで発信する。

・地域交流、活性化に関心を示す人々が自然に集まる場となり、交流や人脈が広がることで、新たなアイデアが生まれ、共感・協働する人が増えるなど、地域ビジネス・活動のネタおよび担い手の発掘につなげる。

■参考となる先行事例

・ビジネスプランコンテスト〔島根県江津市〕（報告書に掲載）

●地域特性：⑥その他（例：人材、技術、インフラ、ヘルスケア・健康増進関連施設など）

自動運転モビリティによる物販・飲食サービスの提供
■**キーワード**：移動販売

■ねらい・想い

・町内各地の公園、イベント会場等での消費活動を誘発する。
（現状は馬見丘陵公園や竹取公園への来園者が多いにも関わらず、町内での消費につながっていない）
・市街化調整区域への商業施設の設置が難しいことから、サービスを提供する移動モビリティの活用を検討する。

■ターゲット

・公園を訪れるファミリー層、シニア層、スポーツの練習・試合やイベントの参加者など

■取組み例

・馬見丘陵公園、竹取公園、百済寺公園、交通公園、パークゴルフ場などへ、花やスポーツのイベント開催時に、町内の飲食・小売店が臨時で出店する。商工会やNPO法人が運営に携わり、出店時の接客、配膳等のオペレーションを専門とするスタッフ（パート）を派遣する。
・調理等に必要となるキッチンカーや移動販売車は、行政や商工会、NPO法人等が貸し出すことを想定。
例）①行楽シーズンの休日の百済寺公園に、カフェ、ケーキ店のコラボレーション企画による、オープンテラスの青空カフェを出店
②広陵パークゴルフコース周辺でバーベキュー設備を設置
③町内でのスポーツイベント開催時（青少年の野球やサッカーなど）に出店　など
・将来的には、自動車メーカーが構想する、自動運転モビリティによるサービス提供を想定。食材、備品の搬送を自動化することで、自店舗スタッフと現地スタッフがそれぞれの作業に専念し、２か所で同時に出店できる環境を整備する。

■参考となる先行事例

・自動運転技術を活用した次世代 EV「e-Pallete」（トヨタ自動車株式会社）

●地域特性：⑥その他（例：人材、技術、インフラ、ヘルスケア・健康増進関連施設など）

自動運転小型モビリティによるフレキシブルな町内移動の実現

■**キーワード**：自動運転、小型モビリティ

■ねらい・想い

・コミュニティバスが唯一の公共交通手段となる、町内のニュータウンを除く地域において、鉄道の最寄り駅から町内各地域を、移動ニーズの規模や道路事情に適した車両を使用し、効率よく輸送する仕組みを構築し、鉄道とのアクセスおよび町内移動の利便性を高め、交流人口の増加につなげる。

■ターゲット

・運転免許証を持たない交通弱者および鉄道等を利用して広陵町を訪れる地域外の人

■取組み例

・幹線系統の自動運転バスと、フィーダー路線またはラストマイルを担う自動運転小型モビリティによる移動サービスの実証実験を誘致し、町内移動手段を、現状のコミュニティバスから自動運転のバス・小型モビリティによるデマンド運行に切り替える検討を行う。

・大和高田市および斑鳩町と連携し、大和高田駅から法隆寺に至る南北幹線系統のバス路線を、自動運転コミュニティバスとして復活させる。同路線は、近鉄南大阪線（高田市駅）、大阪線（大和高田駅）、田原本線（箸尾駅）、JR 大和路線（法隆寺駅）を結び、中間の停留所は主だった商業施設や交通の結節点のみとすることで、速達性と便数の確保を重視し、特に高校生の通学利用の促進を図る。

・一方、町内各地域における公共交通手段としては、自動運転の小型バス、または小型モビリティによるデマンド運行を想定。町の中心部に位置するグリーンパレスを南北幹線路線バスとの中継拠点として、町内を複数エリアに分割し、各エリアに向かう小型バス（またはモビリティ）と接続させる。

・中継拠点（ターミナル）となるグリーンパレスは、一部を改装し、乗継ぎ待ち時間のストレス、暑さ、寒さを感じることなく過ごせるよう、バス、モビリティのロケーション・システム、カフェ、物販店等を設置する。

・宅配事業者や農家と連携し、各エリアへの小荷物輸送や農場からの食材輸送等にもバス、モビリティを活用するなど、町の補助を極力低減できるビジネスモデルを検討・導入する。

・検討、実施にあたっては、自動運転実証実験の先行事例調査および誘致、自動運転が可能な道路環境の整備、住民への自動運転車両通行への協力依頼、自動運転車両の購入補助、運行主体の確保、貨客混載に向けた宅配事業者等との連携等の対応が必要であると考えられる。

■参考となる先行事例

・国内各地における自動運転実証実験

●アクションプラン：⑥その他（例：人材、技術、インフラ、ヘルスケア・健康増進関連施設など）

大学との連携（アイデア・視点の活用、活動の場の提供）による観光振興の推進
■**キーワード**：学生のアイデア・視点、地元企業とのマッチング、地元大学生による町内観光の促進

■ねらい・想い

・連携協定を締結している大学（奈良県立大学、畿央大学、奈良芸術短期大学）との連携活動を充実していく。

・学生のアイデア・視点をまちづくり、観光振興に活かす。学生に各種体験・学びの場を提供する。

■ターゲット

・連携協定を締結している大学の学生など、若い人のアイデア・視点を活用したい企業・飲食店

■取組み例

・「広陵町を良くしたい」など目的を共有する場として、定期的な意見交換会を開催する。

・連携大学の学生などの参加を募り、SNS映えするような置き物、飾り物等（鐘、リース等）の制作を行い、期間限定で町内各所にパブリックアートとして展示する。

・新商品開発やディスプレイの改善などに取り組みたい企業・飲食店等のニーズを把握し、大学とのマチングを行う。

〔イメージ・展開例〕

・大学側から広陵町内での実習等に関するニーズや要望などを把握する。

・大学側のニーズなどをWebサイトや町の広報誌などに掲載し、大学と連携を希望する企業・飲食店等を募る。情報交換会などを開催し、連携希望企業等と大学との仲介を行う。

・試作のための材料費や交通費などの実費は、企業・飲食店等が負担する。

・地元の大学生などに、広陵町をもっと知ってもらう、日常的に巡ってもらう、楽しんでもらう仕組み・環境づくりを行う。

〔イメージ・展開例〕

・町内飲食店のクーポンを配付する。

・町内移動の手段として大学に自転車・バイクを貸し出し、学生の町内での回遊・滞在時間を増やす。

・学生の研究活動・サークル活動などの発表の場を提供する。（例：役場ロビーなどでのミニコンサート）

・空き店舗。空き家などをリノベーション（大学との連携も検討）して、学生に無料・低額貸し出しを行い、学生の週末起業などの場所として活用してもらう。

・大学の冠ミニ講座を定期的に開催し、町内外から聴講生を集める。内容によって、広陵町内の散策も含める。

■参考となる先行事例

・滋賀短期大学（報告書に掲載）

【アンケート結果概要】

Ⅰ．町民向けアンケート結果の概要

■１．回答者の属性

●問１－１　性別

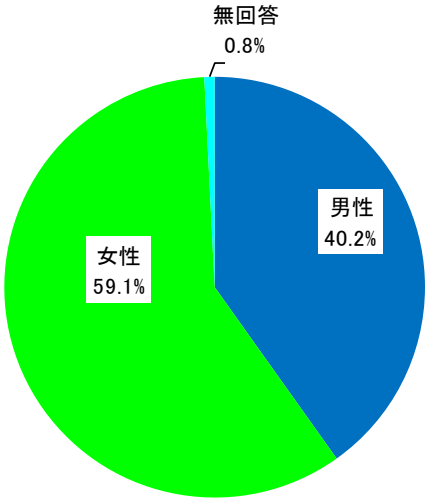
（「問１－１」等は調査票の設問番号。以下同様。）

回答者（n=127）の性別は、「男性」40.2%、「女性」59.1%と、概ね4:6の構成割合。

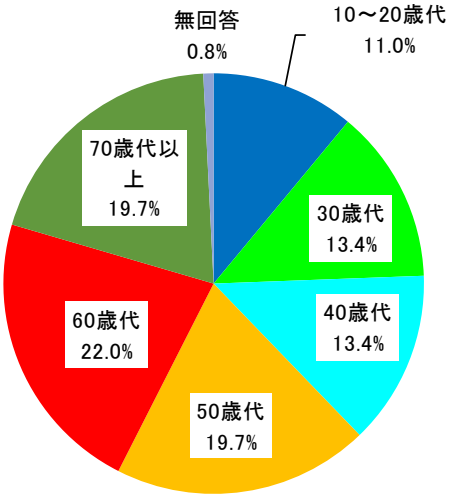
●問１－２　年齢

回答者の年齢は、「60歳代」22.0%が最も多く、次いで「50歳代」、「70歳代以上」がともに19.7%、最も少ない区分は「10～20歳代」11.0%と、どの年齢増からも万遍なく回答が得られた。

回答者の性別　n=127



回答者の年齢　n=127



性別　（横%）

	n	男性	女性	無回答
全体	127	40.2	59.1	0.8
既存宅地	71	39.4	60.6	0.0
新興住宅地	53	43.4	56.6	0.0
10～20歳代	14	57.1	42.9	0.0
30歳代	17	47.1	52.9	0.0
40歳代	17	23.5	76.5	0.0
50歳代	25	16.0	84.0	0.0
60歳代	28	50.0	50.0	0.0
70歳代以上	25	52.0	48.0	0.0

※「新興住宅地」は馬見北、馬見中、馬見南、みささぎ台を、「既存宅地」は左記以外の地域を指す。（以下、同じ）

年齢　（横%）

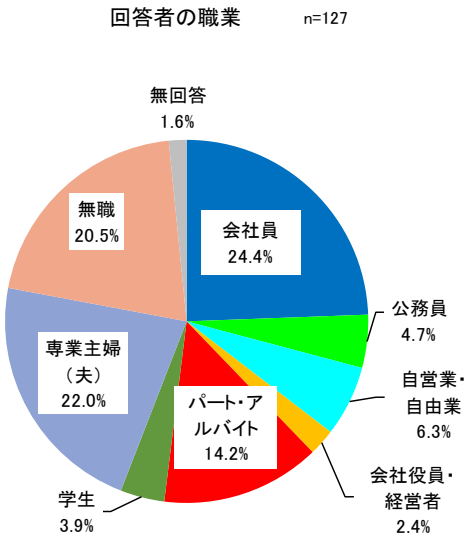
	n	10～20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳代以上	無回答
全体	127	11.0	13.4	13.4	19.7	22.0	19.7	0.8
既存宅地	71	7.0	16.9	11.3	19.7	16.9	28.2	0.0
新興住宅地	53	15.1	9.4	15.1	20.8	30.2	9.4	0.0

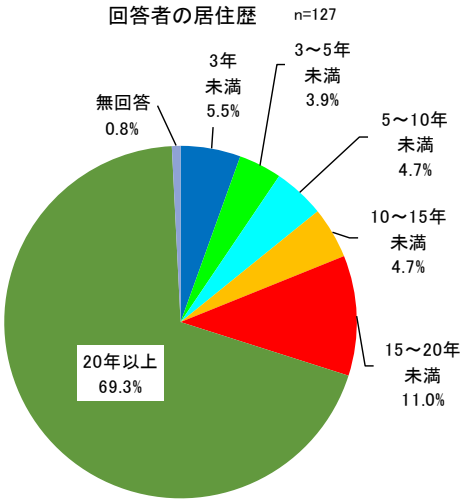
●問１－３　職業

回答者の職業は、「会社員」24.4%が最も多く、次いで「専業主婦（夫）」22.0%、「無職」20.5%が続いている。なお、「無回答」は1.6%。

●問１－４　広陵町での居住歴

回答者の居住歴は、「20年以上」69.3%が最も多く、次いで「15～20年未満」11.0%が多い。また、「20年以上」は既存宅地では76.1%を占めるが、新興住宅地においても60.4%と多い。





職業　（横%）

	n	会社員	公務員	自営業・自由業	会社役員・経営者	パート・アルバイト	学生	専業主婦（夫）	無職	無回答
全体	127	24.4	4.7	6.3	2.4	14.2	3.9	22.0	20.5	1.6
既存宅地	71	21.1	2.8	7.0	1.4	15.5	2.8	25.4	22.5	1.4
新興住宅地	53	28.3	7.5	5.7	3.8	11.3	5.7	18.9	18.9	0.0
10～20歳代	14	42.9	14.3	0.0	0.0	7.1	35.7	0.0	0.0	0.0
30歳代	17	47.1	11.8	0.0	0.0	17.6	0.0	11.8	11.8	0.0
40歳代	17	47.1	0.0	5.9	5.9	29.4	0.0	11.8	0.0	0.0
50歳代	25	20.0	4.0	4.0	4.0	28.0	0.0	36.0	0.0	4.0
60歳代	28	10.7	3.6	10.7	3.6	7.1	0.0	35.7	28.6	0.0
70歳代以上	25	4.0	0.0	12.0	0.0	0.0	0.0	20.0	64.0	0.0

広陵町での居住歴　（横%）

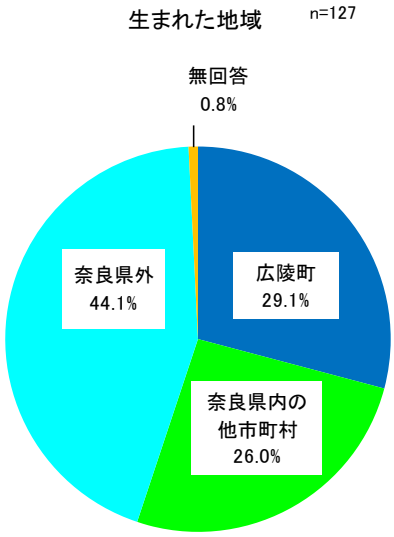
	n	3年未満	3～5年未満	5～10年未満	10～15年未満	15～20年未満	20年以上	無回答
全体	127	5.5	3.9	4.7	4.7	11.0	69.3	0.8
既存宅地	71	5.6	7.0	4.2	5.6	1.4	76.1	0.0
新興住宅地	53	5.7	0.0	5.7	3.8	24.5	60.4	0.0
10～20歳代	14	14.3	0.0	0.0	14.3	35.7	35.7	0.0
30歳代	17	17.6	11.8	5.9	0.0	5.9	58.8	0.0
40歳代	17	11.8	11.8	23.5	11.8	5.9	35.3	0.0
50歳代	25	0.0	4.0	4.0	4.0	16.0	72.0	0.0
60歳代	28	0.0	0.0	0.0	0.0	7.1	92.9	0.0
70歳代以上	25	0.0	0.0	0.0	4.0	4.0	92.0	0.0

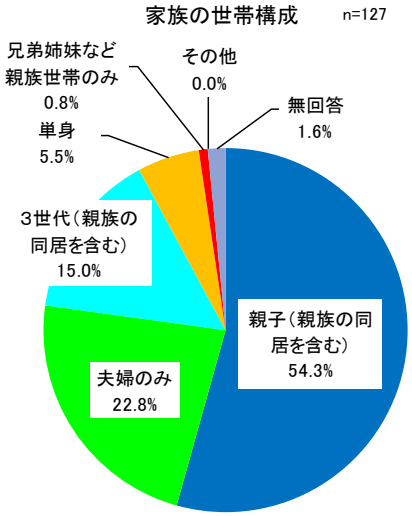
●問１－５　生まれた地域

回答者の生まれた地域は、「奈良県外」44.1%、「広陵町」29.1%、「奈良県内の他市町村」26.0%となっている。「奈良県外」は、広陵町西部の新興住宅地で60.4%、既存宅地で33.8%と、新興住宅地で特に県外出身者が多い。他方、「広陵町」は新興住宅地が11.3%に対し、既存宅地が40.8%となっている。

●問１－６　家族の世帯構成

家族の世帯構成は、「親子（親族の同居を含む）」54.3%が最も多く、次いで「夫婦のみ」22.8%、「３世代（親族の同居を含む）」15.0%が続く。このうち、「３世代」は新興住宅地が3.8%に対し、既存宅地は22.5%となっている。





生まれた地域　（横%）

	n	広陵町	奈良県内の他市町村	奈良県外	無回答
全体	127	29.1	26.0	44.1	0.8
既存宅地	71	40.8	25.4	33.8	0.0
新興住宅地	53	11.3	28.3	60.4	0.0
10～20歳代	14	42.9	42.9	14.3	0.0
30歳代	17	35.3	23.5	41.2	0.0
40歳代	17	29.4	11.8	58.8	0.0
50歳代	25	20.0	32.0	48.0	0.0
60歳代	28	17.9	32.1	50.0	0.0
70歳代以上	25	40.0	16.0	44.0	0.0

家族の世帯構成　（横%）

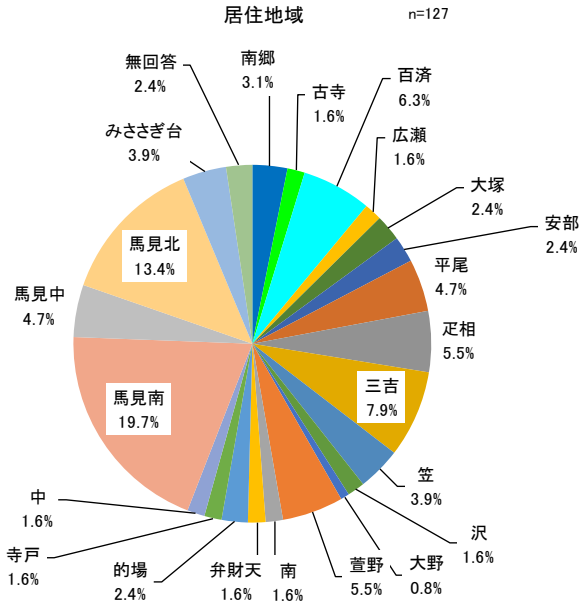
	n	単身	夫婦のみ	親子（親族の同居を含む）	3世代（親族の同居を含む）	兄弟姉妹など親族世帯のみ	その他	無回答
全体	127	5.5	22.8	54.3	15.0	0.8	0.0	1.6
既存宅地	71	7.0	19.7	49.3	22.5	0.0	0.0	1.4
新興住宅地	53	3.8	28.3	62.3	3.8	1.9	0.0	0.0
10～20歳代	14	7.1	0.0	71.4	14.3	7.1	0.0	0.0
30歳代	17	0.0	11.8	64.7	23.5	0.0	0.0	0.0
40歳代	17	0.0	11.8	82.4	5.9	0.0	0.0	0.0
50歳代	25	4.0	24.0	56.0	16.0	0.0	0.0	0.0
60歳代	28	10.7	35.7	42.9	7.1	0.0	0.0	3.6
70歳代以上	25	8.0	36.0	32.0	24.0	0.0	0.0	0.0

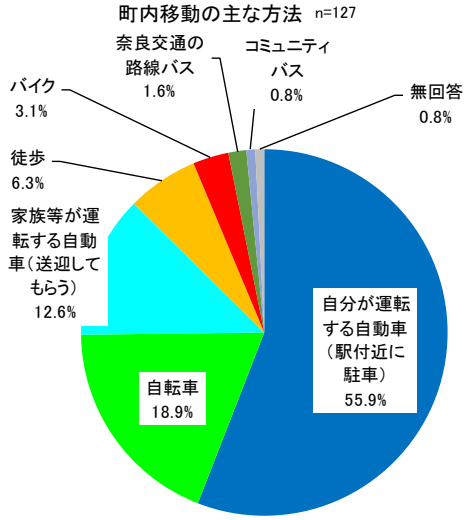
●問１－７　居住地域

回答者の居住地域は、「馬見南」19.7%、次いで「馬見北」13.4%、「三吉」7.9%と続く。また、西部の新興住宅地〔真美ケ丘新興住宅地（馬見北、馬見中、馬見南）およびみささぎ台〕は41.7%となっている。

●問１－８　町内移動の主な方法

町内移動の主な方法は、「自分が運転する自動車（駅付近に駐車）」が55.9%で最も多く、次いで「自転車」18.9%、「家族等が運転する自動車（送迎してもらう）」12.6%と続く。なお、「奈良交通の路線バス」は新興住宅地3.8%、既存宅地0.0%に対し、「コミュニティバス」は新興住宅地0.0%、既存宅地1.4%となっている。





居住地域　（横%）

	n	南郷	古寺	百済	広瀬	大場	大塚	安部	平尾	疋相	三吉	笠	沢	大野	萱野	南	弁財天	的場	寺戸	中	馬見南	馬見中	馬見北	みささぎ台	無回答
全体	127	3.1	1.6	6.3	1.6	0.0	2.4	2.4	4.7	5.5	7.9	3.9	1.6	0.8	5.5	1.6	1.6	2.4	1.6	1.6	19.7	4.7	13.4	3.9	2.4
既存宅地	71	5.6	2.8	11.3	2.8	0.0	4.2	4.2	8.5	9.9	14.1	7.0	2.8	1.4	9.9	2.8	2.8	4.2	2.8	2.8	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
新興住宅地	53	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	47.2	11.3	32.1	9.4	0.0
10～20歳代	14	0.0	0.0	7.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	7.1	0.0	7.1	0.0	7.1	0.0	0.0	0.0	7.1	0.0	28.6	0.0	14.3	14.3	7.1
30歳代	17	5.9	0.0	5.9	0.0	0.0	0.0	5.9	0.0	5.9	23.5	5.9	5.9	5.9	5.9	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	11.8	0.0	11.8	5.9	0.0
40歳代	17	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	5.9	5.9	5.9	11.8	5.9	5.9	0.0	0.0	0.0	5.9	0.0	0.0	0.0	0.0	29.4	11.8	5.9	0.0	5.9
50歳代	25	4.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	12.0	12.0	0.0	8.0	0.0	0.0	8.0	0.0	0.0	8.0	0.0	4.0	8.0	8.0	20.0	8.0	0.0
60歳代	28	0.0	0.0	3.6	7.1	0.0	3.6	3.6	0.0	0.0	7.1	0.0	0.0	0.0	0.0	3.6	7.1	3.6	0.0	3.6	35.7	3.6	17.9	0.0	0.0
70歳代以上	25	8.0	8.0	20.0	0.0	0.0	4.0	0.0	8.0	4.0	8.0	4.0	0.0	0.0	12.0	0.0	0.0	0.0	4.0	0.0	8.0	4.0	8.0	0.0	0.0

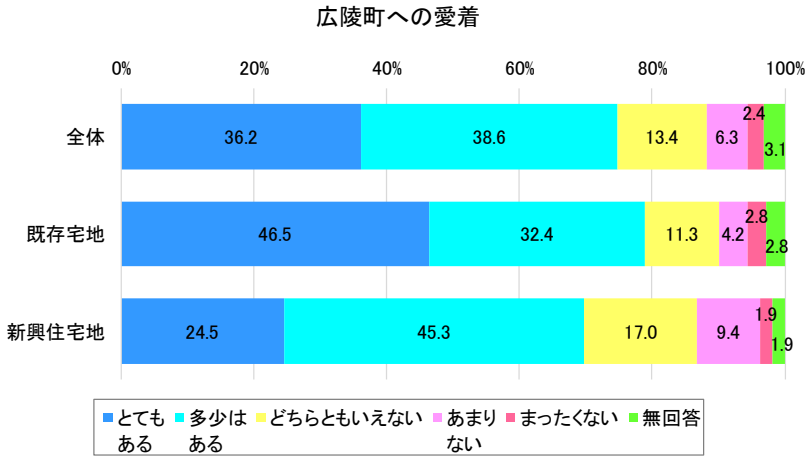
町内の主な移動方法　（横%）

	n	徒歩	自転車	バイク	自分が運転する自動車（駅付近に駐車）	家族等が運転する自動車（送迎してもらう）	奈良交通の路線バス	コミュニティバス	その他	無回答
全体	127	6.3	18.9	3.1	55.9	12.6	1.6	0.8	0.0	0.8
既存宅地	71	4.2	19.7	5.6	57.7	11.3	0.0	1.4	0.0	0.0
新興住宅地	53	9.4	18.9	0.0	54.7	13.2	3.8	0.0	0.0	0.0
10～20歳代	14	7.1	35.7	0.0	28.6	28.6	0.0	0.0	0.0	0.0
30歳代	17	5.9	11.8	5.9	64.7	11.8	0.0	0.0	0.0	0.0
40歳代	17	0.0	11.8	11.8	70.6	5.9	0.0	0.0	0.0	0.0
50歳代	25	8.0	12.0	0.0	76.0	4.0	0.0	0.0	0.0	0.0
60歳代	28	3.6	28.6	0.0	46.4	14.3	7.1	0.0	0.0	0.0
70歳代以上	25	12.0	16.0	4.0	48.0	16.0	0.0	4.0	0.0	0.0

■２．広陵町全般について

●問２－１　広陵町への愛着の有無

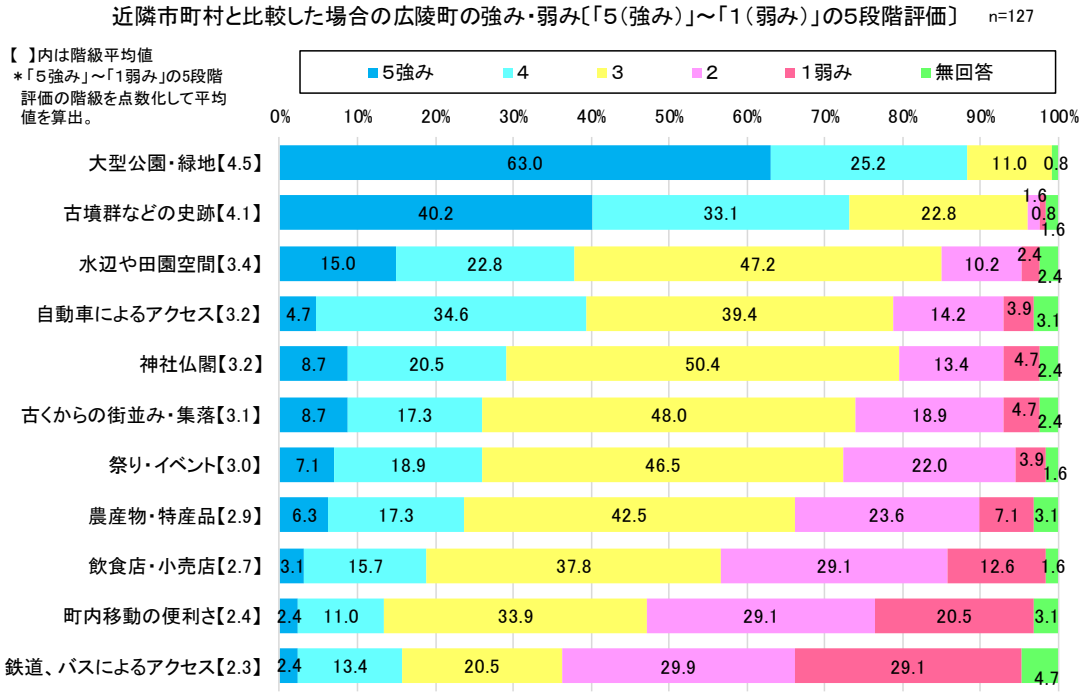
広陵町への愛着の有無は「とてもある」が36.2%、「多少はある」が38.6%となっている。地域別にみると、「とてもある」は既存宅地で46.5%、新興住宅地で24.5%。一方、「多少はある」は既存宅地で32.4%、新興住宅地で45.3%と、既存宅地のほうが、より愛着が強い傾向がみられる。



●問２－２　近隣市町村と比較した場合の広陵町の強み・弱み〔「５（強み）」～「１（弱み）」の５段階評価〕

近隣市町村と比較した場合の広陵町の強み・弱みについて、新興住宅地と既存住宅地の2地域を比較すると、「大型公園・緑地」、「古墳群などの史跡」、「自動車によるアクセス」、「農産物・特産品」、「祭り・イベント」は、両地域において概ね同様の傾向がみられる。また、既存宅地では「水辺や田園空間」、「古くからの街並み・集落」、「神社仏閣」を「強み」とする回答がやや多い。

一方、「弱み」とする回答は、「鉄道、バスによるアクセス」、「町内移動の便利さ」、「飲食店・小売店」が、既存宅地で多い。



●問２－３　広陵町の強み（優れている点、誇りに思う点、自由記述）

・　最寄駅が大阪へ出やすい駅（五位堂）、真美ケ丘地区の教育レベルの高さ、街並みが整っている。環境が良い（コンビニが11時に閉店）、パチンコ、ゲームセンターが建つことはない。図書館が充実。
・　上本町まで30分のアクセス
・　大阪や京都へも一時間前後で行けるので、ほどほど田舎でほどほど都会だと言われているとおりで、老後も住みやすい所だと思っています。まわりが山に囲まれているので、災害も少ないのが強みです。
・　なんといっても治安の良さと教育水準の高さ。自分自身が広陵で学び育ち、同じ環境で子供達も子育てをしたいと思い、結婚し又広陵に住まいを構えました。子育てに専念できる環境が整っていると感じています。
・　金メダリストを生み出した街であること。教育水準が高い。
・　子供を育てるにはすごくいい環境です。不便な所もあるけれどダークな場所や地域もなく本当に良い街です。安全安心な街。もっと子供が増え、人口が増えるといいですね！
・　教育レベルが高い
・　子育てしやすい
・　待機児童数0など、子育てに力を入れている点。
・　公園や側道の植物がいつもきれい
・　馬見丘陵公園があるので、散歩、ウォーキングにとても良いと思っています。
・　馬見丘陵公園を使ったイベント等
・　自然が多い。
・　環境が良い。地域、自然。
・　竹取公園でのイベントが多い
・　大型公園でさまざまなイベントがあり、広陵町の活性化に優れていると思う。駐車場が無料もいいと思う。ファミリーにとても住みやすい町だと感じています。
・　古墳がある
・　他府県、県内の友人、知人が3世代でイベント開催内に馬見丘陵公園へ来ている。
・　靴下の地場産業を積極的に宣伝している。
・　靴下産業
・　広陵町は日本一くつ下産業の生産地として全国に知られてますが、一体くつ下工場がどこを見学するのか他の県からみますと見学工場はどこの生産者を指定されるのか、私達町民としてもわかりにくいのとちがいますが、くつ下会館発祥の地として設立希望します。
・　一部真美ケ丘に属している。
・　景観が良い。道路がきちんと舗装されている。静かである。若い方が増えてきている気がする。
・　ニュータウン地域の道路の整備や清潔さ。
・　道路整備、図書館
・　新しいところと古いところがはっきりわかれている。
・　団地、商業地、農業地、分れバリエーションが有
・　田畑から宅地に変わり住宅（一戸建て）が増加し人も増えている。
・　移住してきた若い世代が多く、活気がある。
・　高層建築の建物が少ない点。
・　大きな災害も少なく、比較的平穏な所が強みである。
・　天候が極めて安定している。警報が出る事が少ない。居住には非常に安心。
・　箸尾はのどか
・　観正山の祭りの花火が意外と良い。ナガレ山古墳が教科書に載っていて嬉しい。
・　スーパーが多く買い物が便利である
・　むずかしい

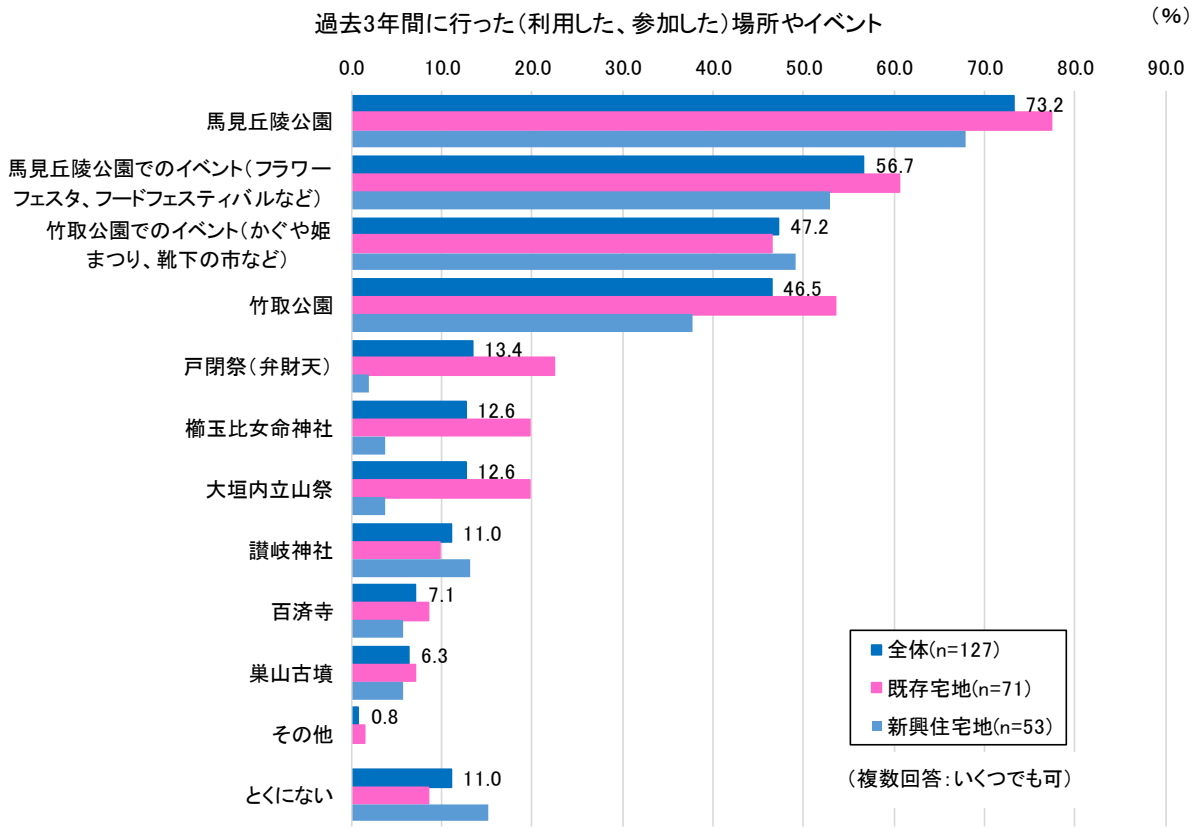
●問２－４　あなたが望む広陵町のイメージに近いもの

概要は、「１．広陵町の地域特性（強み）　⑤自然環境、遊歩道、街並み」に記載。

●問３－１－①　あなたが散策・レジャー・観光目的で、過去3年間に行った（利用した、参加した）場所やイベント

散策・レジャー・観光目的で、過去3年間に行った（利用した、参加した）場所やイベントを聞いた結果、「馬見丘陵公園」が73.2%で最多、次いで「馬見丘陵公園でのイベント」（56.7%）、「竹取公園でのイベント」（47.2%）と続く。「戸閉祭（弁財天）」、「櫛玉比女命神社」、「大垣内立山祭」は新興住宅地ではいずれも5%未満だが、既存住宅地では約20%となっている。

また、意見、感想（自由記述）では、「馬見丘陵公園や竹取公園で開催されるイベント（フラワーフェスタ、かぐや姫まつり、靴下市など）がよかった」とする意見が見られる。



	合計	馬見丘陵公園	同公園でのイベント(フラワーフェ	同公園でのイベント(かぐや姫まつ	竹取公園	戸閉祭（弁財天）	櫛玉比女命神社	大垣内立山祭	讃岐神社	百済寺	巣山古墳	その他	とくにない	無回答
全体(n=127)	127	73.2	56.7	47.2	46.5	13.4	12.6	12.6	11.0	7.1	6.3	0.8	11.0	6.3
既存宅地(n=71)	71	77.5	60.6	46.5	53.5	22.5	19.7	19.7	9.9	8.5	7.0	1.4	8.5	8.5
新興住宅地(n=53)	53	67.9	52.8	49.1	37.7	1.9	3.8	3.8	13.2	5.7	5.7	0.0	15.1	1.9

回答した場所やイベントの意見、感想（自由記述）

場所、イベント	ご意見・ご感想
馬見丘陵公園、竹取公園	very good
馬見丘陵公園、竹取公園、百済寺	PRが少なく情報がない。
馬見丘陵公園、竹取公園	チューリップ祭、ダリア祭、どちらも大変楽しみにしてます。
馬見丘陵公園	車でフラット行きやすい。駐車場が広い。
馬見丘陵公園、竹取公園、百済寺	かぐや姫まつりや靴下市は広陵町の物産展のようなものなので、広陵町の産業がわかりよかった。
馬見丘陵公園、竹取公園ほか	大型遊具や植樹、花が充実した公園は3代で訪れ大満足。駐車場が広く無料なのがとてもうれしい。花を購入できるブースの常設希望の声多い。
馬見丘陵公園、竹取公園、戸閉祭	1,3、遊具が楽しかった。10.活気があって良かった。
馬見丘陵公園、竹取公園	フラワーフェスタやイルミネーションなど、毎年活気があり、とても良いと思いますが、警備など税金を使うなら駐車場代を無料ではなく100円でも取った方が良いと思います！マルシェは楽しみなのでもっとしてほしいです！（雑貨や手作り品）
馬見丘陵公園、竹取公園、百済寺	ウォーキングの時にたまに立ち寄る
馬見丘陵公園、竹取公園	そばドーナツが美味しすぎる（くつ下祭、かぐや姫祭り）
馬見丘陵公園、竹取公園、百済寺	小さな子供が喜ぶ
馬見丘陵公園、竹取公園、讃岐神社	馬見丘陵公園→無料
馬見丘陵公園	公園内に店舗ができ、ゆっくり散策を楽しめるようになった。
馬見丘陵公園	友人とウォーキングし、トイレ等も整備され気持ち良く散策出来ました。
馬見丘陵公園	きれいに整備されていた
馬見丘陵公園、竹取公園	花火は大変楽しみにしています。
馬見丘陵公園、竹取公園	1はのどかで歩いたりすると気持ち良く、桜の季節やフラワーフェスタ、フードフェスティバルなどとても楽しませて頂いています。
馬見丘陵公園、竹取公園、戸閉祭	馬見丘陵公園は素晴らしいが、県の施設であること。
馬見丘陵公園、竹取公園	車が多く、道路も駐車場もいっぱいになるので、イベントに1、2度行っただけになった。
馬見丘陵公園	1年中花が楽しめる。
馬見丘陵公園、櫛玉比女命神社	活気がある、楽しい。
馬見丘陵公園	色々と四季おりおりの催しがあって、何度も行きたい。
馬見丘陵公園、竹取公園、立山祭	手入れが行き届いていてとても良い印象。
馬見丘陵公園	清潔
百済寺、讃岐神社、櫛玉比女命神社	周辺がいり組んでいて車を停めにくい。
馬見丘陵公園、竹取公園	靴下は安く多く買えて、広陵町の最も推せるポイントだと思います。
馬見丘陵公園	駐車場が無料が良かった！助かります。花がキレイだった。
馬見丘陵公園、竹取公園	イベント類は盛り上がっていいと思います。
馬見丘陵公園、竹取公園	馬見丘陵公園はウォーキング等健康に役立っています。
馬見丘陵公園、竹取公園	もう少し子どもが楽しめるゲームがほしい。
馬見丘陵公園、竹取公園、讃岐神社	広大な公園のため、もっと周辺市町村からの来場者が増える様宣伝しても良いのでは。但し、駐車場、交通渋滞の課題あり。
馬見丘陵公園、竹取公園、立山祭	靴下市は安く買うことができるのでほしい時は行ってます。竹取、馬見は大きなすべり台があるので、子どもたちが大好きです。
馬見丘陵公園、竹取公園、立山祭	子どもが楽しみにしている
馬見丘陵公園、竹取公園	四季折々花が素敵で心が和みました。
馬見丘陵公園、竹取公園	フラワーフェスタは身近で美しい花が見れるので良い。
馬見丘陵公園、竹取公園、櫛玉比女命神社	公園でのイベントはいつも楽しみにしている。隣接する図書館に立ち寄ることが多い。
馬見丘陵公園、竹取公園、巣山古墳	馬見丘陵公園は四季折々の花が楽しめる。車の進行を気にしないでゆっくりと散策できるのがうれしいです。
馬見丘陵公園、竹取公園	馬見丘陵公園や竹取公園は子供を連れてよく行きます。
馬見丘陵公園	フラワーフェスタが良かった
馬見丘陵公園、竹取公園	とても居心地が良く、よく使わせて頂いております。
馬見丘陵公園、竹取公園、讃岐神社	近年こういうイベント事が充実してきており、来場者も多く、凄く活気づいていて良いと思う。
馬見丘陵公園、竹取公園	満足した
馬見丘陵公園、竹取公園	馬見丘陵公園では四季の花を楽しむ事ができ、又イベントなど良い企画が多く、町外の友人を誘って参加させていただいております。
馬見丘陵公園、竹取公園、立山祭	その季節でお花のフェアがあったり、いろんなイベントがあり、とても楽しく過ごさせてもらいありがとうございます。
馬見丘陵公園、竹取公園、立山祭	1～4は子供と一緒に遊びに行きました。9は以前から行ってみたかったので昨年行ってみました。
馬見丘陵公園	きれいに整備されているので歩きやすかった。
馬見丘陵公園、竹取公園	馬見丘陵公園の季節ごとのイベントが大変良い。今後神社や寺にも行きたい。
ー	馬見丘陵公園大好き心が安らぎます。奈良県の財政やっていけますか？もったいない位幸せです。
各公園のイベント、百済寺、讃岐神社等の社寺	それぞれ良かったと思います
竹取公園	くつ下の町として親しみがもてる
立山祭	夜店が少ない
立山祭	あまりおもしろくなかった
とくにない	女性、子供が集まる場所には自然と人が集まるので、その観点からイベントを考えると良いのではないでしょうか？

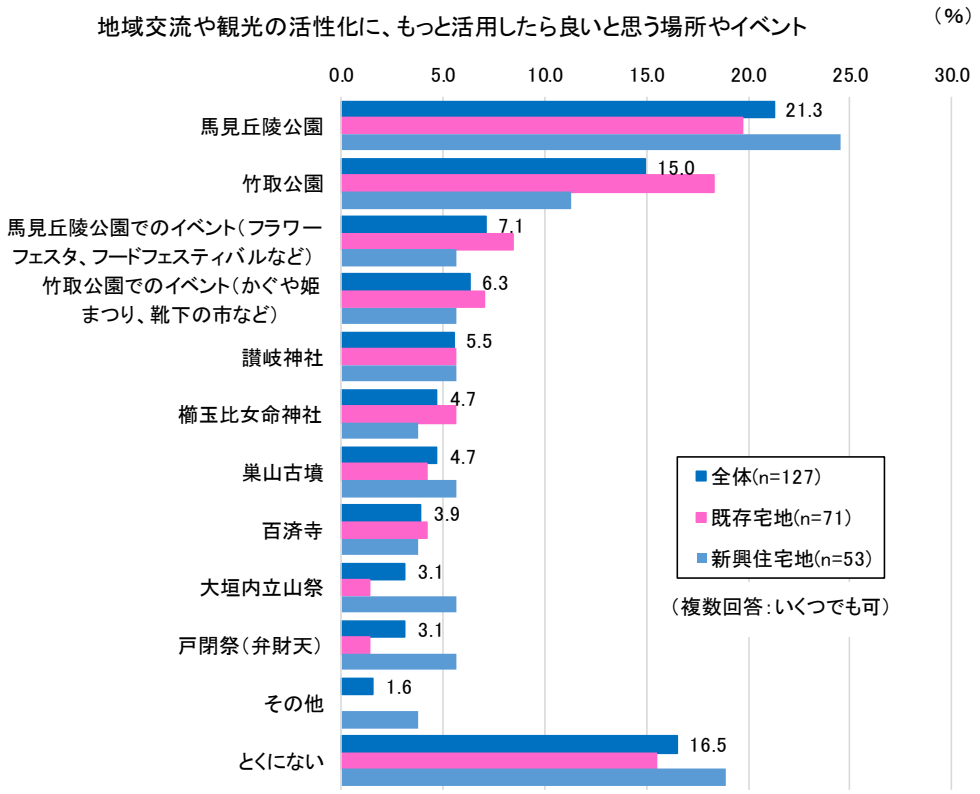
●問３－１－②　あなたが好きな場所やイベント

概要は、「１．広陵町の地域特性（強み）　①観光資源（神社仏閣、史跡、大型公園、その他集客施設）」に記載。ここでは自由記述のみ記載する。

場所、イベント	理由
馬見丘陵公園ほか	フラワーフェスターなどは色々な花が咲き、とても楽しい。
馬見丘陵公園	ゆっくり安全に楽しめる場が良い
竹取公園	公園がきれいに整備、手入れがいきとどいている。
馬見丘陵公園、百済寺	馬見丘陵公園は一年中すばらしくよく散歩する。百済寺は子供の頃から親しんでいるから。
馬見丘陵公園	広大な公園と多品種の花、木。
馬見丘陵公園	リフレッシュできる
馬見丘陵公園、竹取公園	図書館へ訪れる方の多くが夕方までの開館時間を残念とおっしゃる。月1or2回19時迄のオープンとするのも良いのでは？と思う。
竹取公園	子供の遊び場が豊富
各公園でのイベント、戸閉祭	かぐや姫祭の花火はとっても近くで見れてきれいで毎年とても楽しみにしています！
馬見丘陵公園、竹取公園	春夏秋冬の花がある
竹取公園	そばドーナツが美味しすぎる（くつ下祭、かぐや姫祭り）
馬見丘陵公園	美しい花をどの時期にでも見れるようにしてほしい。
馬見丘陵公園	一年中季節の花であふれてる。県内一だと思う。
馬見丘陵公園	イルミネーションが良い
馬見丘陵公園、竹取公園	小さな子供が喜ぶ
馬見丘陵公園	手入れが行き届いていて広い。
竹取公園	くつ下まつりで安価に購入
その他	家から近く、桜の時期等とてもきれい。
馬見丘陵公園、竹取公園	にぎやか、楽しい。花火が美しい。
馬見丘陵公園	花がきれいで散歩や写真をとるのに良い。
馬見丘陵公園	美しく整備されている
馬見丘陵公園	公園が広く、散策にピッタリ。又、フラワーフェスタなど植物が四季にわたり見られるため、楽しめる。
各公園でのイベント	食べ物がある、お店もある。
各公園でのイベント	季節を感じて友人に出会う事
馬見丘陵公園	公園が広いので、のんびりできる。フードフェスティバルはもっと店が出てほしい。（ただ混むのでどうにかしてほしい）
馬見丘陵公園、竹取公園	子供が喜ぶイベントが多いから
馬見丘陵公園	花が美しい
馬見丘陵公園	フラワーフェスタは毎年楽しみにしています。
馬見丘陵公園、竹取公園	広々として遊具も有り、子供が喜ぶ。
馬見丘陵公園	近場で1日楽しくすごせるから。
馬見丘陵公園	四季の花
竹取公園でのイベント	図書館に良く行くので、すぐ隣で参加しやすい。
馬見丘陵公園	丘陵公園は四季折々での緑や花が楽しめる。
戸閉祭	生まれてから戸閉祭で育っているから
馬見丘陵公園	色々と四季おりおりの催しがあって、何度も行きたい。
馬見丘陵公園、竹取公園	自然が多く、とても広いため、子どもがはしり回れる。花火がキレイ。
馬見丘陵公園	自然が多い
馬見丘陵公園	ウォーキングに良い場所です
馬見丘陵公園	いつも手入れが行き届いている
馬見丘陵公園、竹取公園	広い
馬見丘陵公園、竹取公園	大垣内立山祭の関係者
馬見丘陵公園	広くて美しくのどか、静か、手入れが行き届いている。
馬見丘陵公園	自然に親しむことができる。
馬見丘陵公園	お花がきれい
竹取公園でのイベント	靴下は安く多く買えて、広陵町の最も推せるポイントだと思います。
竹取公園でのイベント	安い
馬見丘陵公園、竹取公園	公園が広く駐車場無料はとてもいいと思います。
馬見丘陵公園	季節の花を楽しめる
竹取公園	広々としているから
竹取公園	広々としていて運動に適しているから
馬見丘陵公園、戸閉祭	自然や伝統行事による賑わい。
馬見丘陵公園、竹取公園	自然が豊かで、子供をのびのびと遊ばせることができる。
竹取公園でのイベント、立山祭	たのしい、安い。
馬見丘陵公園、竹取公園	子どもが楽しみにしている
馬見丘陵公園	やはり広いのが1番。四季折々の花等、見るものも多いしくつろげる。
馬見丘陵公園、竹取公園	馬見丘陵公園で歩くのが良い運動になり健康！
馬見丘陵公園	自然にあふれて美しいから
馬見丘陵公園、竹取公園	緑が多く広々とした空間。整備されている。
馬見丘陵公園、巣山古墳	古墳に興味があるので墳丘にのぼれる古墳があることが良いです。
馬見丘陵公園、竹取公園	環境が良く散策するのに良い所。健康の為に四季の花々、自然に触れられる事。
馬見丘陵公園、竹取公園	馬見丘陵公園や竹取公園は子供を連れてよく行きます。
馬見丘陵公園	駐車も無料でキレイな公園、ありがたい事です。
馬見丘陵公園、竹取公園	子供を連れて行くのに丁度良いから。
馬見丘陵公園、竹取公園	参加者が参加して良かったと思う内容を企画されている。
馬見丘陵公園、竹取公園	靴下の市は良い品をお安く購入する事ができて嬉しく思います。
馬見丘陵公園、竹取公園	やまと花ごよみに行かせてもらい、本当によかったです。
馬見丘陵公園、竹取公園	商工会女性部でかぐや姫まつりや靴下市、ゆび編など催し物があるのでとてもにぎわっていて良かったと思う。
讃岐神社、戸閉祭	6.長い参道の地車の宮入が非常に幻想的（秋祭）
各公園でのイベント、立山祭	2は整備された花をたくさん見れるので気持ちがいい。9はとにかく楽しい。4は地域で作られている靴下や働いていらっしゃる方々の姿が見れるのでいいと思う。
馬見丘陵公園	秋にやるビンゴゲームがおもしろい。
馬見丘陵公園	花だんが美しい
馬見丘陵公園、竹取公園	1はウォーキングでも利用しているが落ち着ける所だ。
とくにない	人が多い

●問３－１－③　広陵町の地域交流や観光の活性化に、もっと活用したら良いと思う場所やイベント

地域交流や観光の活性化に、もっと活用したら良いと思う場所やイベントを聞いた結果、「馬見丘陵公園」が21.3%で最多、次いで「竹取公園」（15.0%）、「馬見丘陵公園でのイベント」（7.1%）が続く。新興住宅地では「馬見丘陵公園」と「竹取公園」の乖離が大きいが、既存宅地では両公園の乖離は小さい。



	合計	馬見丘陵公園	竹取公園	同公園でのイベント(フラワーフェ	同公園でのイベント(かぐや姫まつ	讃岐神社	櫛玉比女命神社	巣山古墳	百済寺	大垣内立山祭	戸閉祭（弁財天）	その他	とくにない	無回答
全体(n=127)	127	21.3	15.0	7.1	6.3	5.5	4.7	4.7	3.9	3.1	3.1	1.6	16.5	46.5
既存宅地(n=71)	71	19.7	18.3	8.5	7.0	5.6	5.6	4.2	4.2	1.4	1.4	0.0	15.5	49.3
新興住宅地(n=53)	53	24.5	11.3	5.7	5.7	5.7	3.8	5.7	3.8	5.7	5.7	3.8	18.9	39.6

回答した公園、社寺活用方法、アイデア等（自由記述）

活用方法、アイデア	場所、イベント
・ バザーなど	馬見丘陵公園、竹取公園
・ もっとお店や地場の売り場をつくる。	馬見丘陵公園、竹取公園
・ 犬も利用可能にしたら来客者ももっと増えると思う。	馬見丘陵公園、竹取公園
・ 南の菓子安	馬見丘陵公園、竹取公園
・ 公園は食べるところが少ないので、もう少し設備されたらと思う。障害者施設等とコラボしたお店等も良いのでは。（例：ソーネおおぞね）	馬見丘陵公園、竹取公園
・ かぐや姫サミットを拡大してはどうか？	馬見丘陵公園、竹取公園
・ 犬などペットの散歩も可にしてもらいたい。	馬見丘陵公園、竹取公園
・ 竹取公園の広場を使って、アーティスト（芸人）のライブなど。（若者向けも）	馬見丘陵公園、竹取公園
・ フリーマーケットや青空市など	馬見丘陵公園、竹取公園
・ あれだけ広い土地なので、もっとアスレチックの数を増やしたら良いと思う。	馬見丘陵公園、竹取公園
・ 広大な敷地のアピール	馬見丘陵公園
・ 町として生かされていない	馬見丘陵公園
・ 露店を出す	馬見丘陵公園
・ 靴下の市は竹取公園でなく馬見丘陵公園で開催した方が他府県の来訪が多いので、地域のアピールになると思う。	馬見丘陵公園
・ 季節ごとにイベントを考案する。	馬見丘陵公園
・ 花が咲く時期にコスプレ撮影会を開催する。	馬見丘陵公園
・ 子ども向けイベント（小学生が楽しめるイベント。アスレチックができたり。）	馬見丘陵公園
・ ドッグランを設けてほしい。ドッグのトリミング店、ドッグカフェなどあれば良いと思います。	馬見丘陵公園
・ 馬見丘陵公園以外の観光は無理だと思う。	―
・ もう少し駐車場の確保をして、ラーメンフェスタやB級グルメなどしてほしい。あと自転車のマナーが悪いので、小学生ではなく中学生、高齢車への授業もしてほしいです！	竹取公園
・ もっとかぐや姫をフューチャーしたキャラクター、イベント	竹取公園
・ 竹取公園での手作り市は、他所でやっていない時期の3月に毎年開催すると出店者のスケジュールに入れてもらえて、レベルアップにつながると思う。過去のすばらしい出店者への再度の依頼も必要かと。	竹取公園
・ アスレチックを作ってほしいです。	竹取公園
・ 竹取物語に沿って、スマホを使い観光コースを作ってみてはどうでしょうか。	竹取公園、讃岐神社
・ かぐやちゃんの人気をうまく活用し、讃岐神社でのイベントをしてほしい。	讃岐神社
・ 投資をし、歴史の●●が解かる様にする。PRに力を入れる。	百済寺、讃岐神社ほか社寺、祭り
・ 昔からある神社のお祭りは、住民減のため年々活気がなくなっている。住民が協力して他所からも人が来てくれるように目新しいものを企画してはどうかと思う。たとえば路上ライブのようなものや大道芸など。	百済寺、讃岐神社ほか社寺、祭り
・ もっと広報で特集を組むなどしてみんなに周知させるのが先決では…。いつどんな催しがあるのかもわからない。	百済寺、讃岐神社ほか社寺、祭り
・ 秋祭りの夜店/露店が無く、小さい子供を連れて行きたくても行けない。	百済寺
・ ウォーキング地点にして知名度UP	巣山古墳、立山祭、戸閉祭
・ 次男のお宮参りで利用したが、とてもアットホームで良かった。もっと受け入れたらいいのに。	櫛玉比女命神社
・ 公園がたくさんあるが高齢化している地域の公園はさびれている。高齢者が集える、災害時に活用できるなど。	その他
・ 自然が多いので、その中での撮影会（フォトスタジオを利用して）、SNSで拡げる。	―

●問３－２　地域外の友人等に勧めたい町内のスポット、店（自由記述）

店、スポット	理由
図書館に昨年10/1にオープンしたかぐやカフェ	かぐやカフェのスタッフとして働いています。広陵で育ち、広陵に住み、又今子育て中の私が、何か町の魅力を伝えることができれば幸いです。
スペイン石窯パンGRECO、焼肉	美味しい、広陵町には美味しいパン屋さんがけっこうあるので、今流行りのパン活、パン部を利用して、パンのマルシェ、パン博覧会なども楽しいと思います！広陵町には美味しい焼肉屋も本当に多いです！迷うくらい。
はやし（そば店）、あぶりや健太郎	おいしいので
プール	子どもたちが大スキ
馬見丘陵公園	
はしお、川沿いの桜、おしゃれな古民家カフェなど	きれいだから
広陵町図書館	落ち着くから
ゆうはな（飲食店）	腕の良い板前の料理は絶品。美味しい食事は大阪に出掛ける事が多いが、ゆうはなは大阪に負けない味の良い店だと思っている。
箸尾の桜、百済の田園風景	箸尾の桜：とっても美しいので、百済の田園風景：のどかだから
だんじり	
カフェOMO屋	料理がおいしい（特にランチの「ひき肉とナスのジンジャー炒めライス」がすばらしい）、定期的にイベントをしている。落ち着いた雰囲気がある。
みたらし＆わらびもちがピカーにおいしい	
グリーンパレス	広陵町内を観光散策した後、演会をして宿泊できる。
（パンケーキ）そらみる	
そばはやし、イタリア料理アペティート	とにかく美味しい
夢スペースかぐや	福祉関係の喫茶店で、近辺の方が活用してくれたらと思う。
図書館	
Zen　ハワイアンの店	ガーリックシュリンプがおいしいから
みささぎ台の「木のお部屋」	カルチャースクールや子連れOKの習い事等、こじんまりとして利用しやすい。
カラオケ屋さんでボックス以外に家を少し改装してやっている所があります。	私も利用していますが町外からも来られて、皆親戚みたいな集まりでとても楽しいからです。
町内萱野区、大野区の高田川沿いの桜	
南さんちのケーキ屋さん	プリンが格別に美味しい。

●問３－３－①　広陵町の特産品であると知っているもの

概要は、「１．広陵町の地域特性（強み）　②農林業・特産品」に記載。

●問３－３－②　広陵町産であることを意識して購入する商品

概要は、「１．広陵町の地域特性（強み）　②農林業・特産品」に記載。

●問３－３－③　「○○の広陵町」など、町のイメージとして強く打ち出すべきもの

概要は、「１．広陵町の地域特性（強み）　②農林業・特産品」に記載。

●問３－４　町の農業や地場産業について、見学や体験したいもの

概要は、「１．広陵町の地域特性（強み）　②農林業・特産品」に記載。

●問３－５　町に残る生活文化・風習・言い伝えについて（自由記述）

①町に残る生活文化・風習・言い伝えについて知っているもの

概要は、「１．広陵町の地域特性（強み）　④生活文化、言い伝え、風習」に記載。

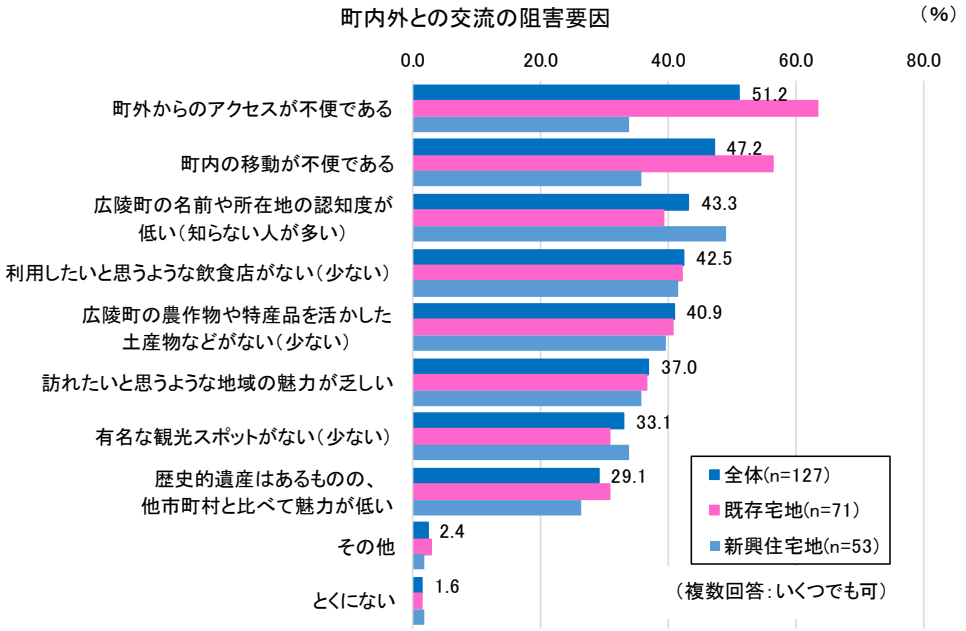
②地域交流や観光の活性化に活用できるもの、活用方法・アイデア等

・近隣の町や市と歴史上繋がりが強かったと思われる。連携して広い範囲で歴史的に興味のある、意味のある町として打ち出し、日本人の観光の地にしてはどうか。
・最近空き家で増えてきているようです。友人が広陵町に来ても泊る所がないので困ると言っています。空き家を民泊風にできないでしょうか。
・広陵産の野菜や食材を使ったオリジナルメニューを広陵町内の飲食店や農家と協力し、MAPを作ってみてはどうか？斑鳩の「竜田揚げ上げ↑プロジェクト」みたいな川上村の「ダムカレー」みたいな。広陵ナスナスナイス的な（笑）ご検討下さい。
・地域交流はまだしも観光の活性化を推進とは…おどろいた。
・竹取物語、古墳めぐり。
・かぐや姫をキャラクター化し、これをベースにしたコンテスト、イベント、youtube活用。　・広陵町→かぐや町に名称変更。
・おしゃれでかわいいと思われる様な若い方に関心を持ってもらえる様なアピール方法を考えるといいと思います。昔と今をうまく重ね、関心をまずもってもらう。第一印象が大事だと思います。
・旧村と真美ケ丘地区の地域差があまりにも大きい。伝統も大切だが、若者に受け入れるのは新しいことが必要。香芝市と連携して大型ショッピング（映画館があるような）誘致しては。イズミヤのショッピングセンターは中途半端。
・巣山古墳の早い整備と観光の準備、駐車場の確保。
・田舎での生活、野菜類は年寄りの手作りでまかないます。農業する人も高齢化、農機具も高く採算が取れず休耕田も増えるのみです。なす作る人、小松菜作る人、キャベツ作る人、村全体として特産物なくマチマチ→なかなかむつかしい経営です。
・図書館と公園とを上手く地域交流できる場所として開館時間の見直しや、設備を整えてはどうか。
・グリーンパレス、外国人も含め多くの人に利用しやすい様に改良して活用すべきだ。せっかくの施設を遊ばせておくのはもったいない。以前タイからのお客さんを宿泊されたことがある。
・竹取、馬見丘陵公園の活用
・交流の場となる建物が狭いし、古いため暗い。古さそのものに問題があるのでなく、古くなってもカッコいい（ステキな）ということを考えて設計、施工されたとは思えない。もっと明るく（光を取り入れた構造で）行くのが楽しくなるようなコミュニティセンターみたいなところで、色々なとりくみをするとよい。対象をどこに設定するのか。
・古墳の紹介、特産品の販売。
・すぐ大阪に出ることができるので、安全、安心な町であれば十分だと思います。
・国際的なイベント開催。奈良県全体から人が集まる機会になる。その時の参加費などとして広陵町産のもののセットとか渡す。
・古墳周辺の整備でその時代のイメージが表現できればよいのではと…。
・各地で行われる秋祭りの「だんじり」曳行などの活用も？
・同公園でのイベント、フラワーフェスタ等。
・大学があるので若い人たちのふれあい

●問４－１　町外から訪れる人や町民の行き来を増やそうとする場合の阻害要因

観光などにより町外から訪れる人や町民の行き来を増やそうとする場合の阻害要因を聞いた結果、「町外からのアクセスが不便である」が51.2%と最多で、次いで「町内の移動が不便である」（47.2%）、「広陵町の名前や所在地の認知度が低い（知らない人が多い）」（43.3%）と続く。

なお、既存住宅地では「町外からのアクセスが不便である」、「町内の移動が不便である」が6割前後と特に多く、新興住宅地では「広陵町の名前や所在地の認知度が低い」が約5割で最も多い。

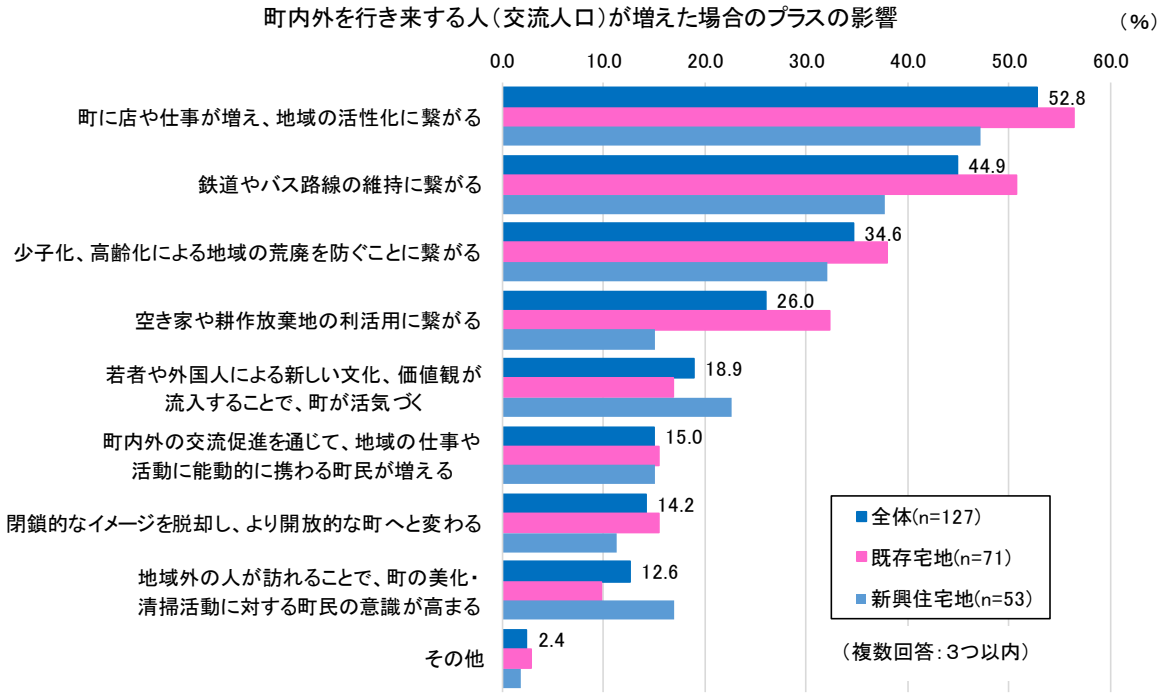


	合計	町外からのアクセスが不便である	町内の移動が不便である	広陵町の名前や所在地の認知度が低	利用したいと思うような飲食店がな	広陵町の農作物や特産品を活かした	訪れたいと思うような地域の魅力が乏	有名な観光スポットがない（少ない）	歴史的遺産はあるものの、他市町村	その他	とくにない	無回答
全体(n=127)	127	51.2	47.2	43.3	42.5	40.9	37.0	33.1	29.1	2.4	1.6	1.6
既存宅地(n=71)	71	63.4	56.3	39.4	42.3	40.8	36.6	31.0	31.0	2.8	1.4	1.4
新興住宅地(n=53)	53	34.0	35.8	49.1	41.5	39.6	35.8	34.0	26.4	1.9	1.9	0.0

●問４－２　仕事、観光などで交流人口が増えた場合のプラスの影響

仕事、教育、文化、買い物、観光などを通じて交流人口が増えた場合に考えられるプラスの影響を聞いた結果、「町に店や仕事が増え、地域の活性化に繋がる」が52.8％と最多で、次いで「鉄道やバス路線の維持に繋がる」（44.9％）、「少子化、高齢化による地域の荒廃を防ぐことに繋がる」（34.6％）と続く。

なお、既存住宅地では「鉄道やバス路線の維持に繋がる」は新興住宅地が37％に対し、既存宅地では50.7％。「空き家や耕作放棄地の利活用に繋がる」は新興住宅地が15.1％に対し、既存宅地が32.4％と乖離が大きい。



	合計	町に店や仕事が増え、地域の活性化	鉄道やバス路線の維持に繋がる	少子化、高齢化による地域の荒廃を	空き家や耕作放棄地の利活用に繋が	若者や外国人による新しい文化、価	町内外の交流促進を通じて、地域	閉鎖的なイメージを脱却し、より開	地域外の人が訪れることで、町の美	その他	無回答
全体(n=127)	127	52.8	44.9	34.6	26.0	18.9	15.0	14.2	12.6	2.4	3.9
既存宅地(n=71)	71	56.3	50.7	38.0	32.4	16.9	15.5	15.5	9.9	2.8	4.2
新興住宅地(n=53)	53	47.2	37.7	32.1	15.1	22.6	15.1	11.3	17.0	1.9	1.9

●問４－３　広陵町で地域交流や観光の活性化に注力していくべき分野

広陵町では、どのような分野で地域交流や観光の活性化に注力していくべきと思うか（特に重要と思うもの上位３つ）について聞いたところ、結果は以下のとおりである。

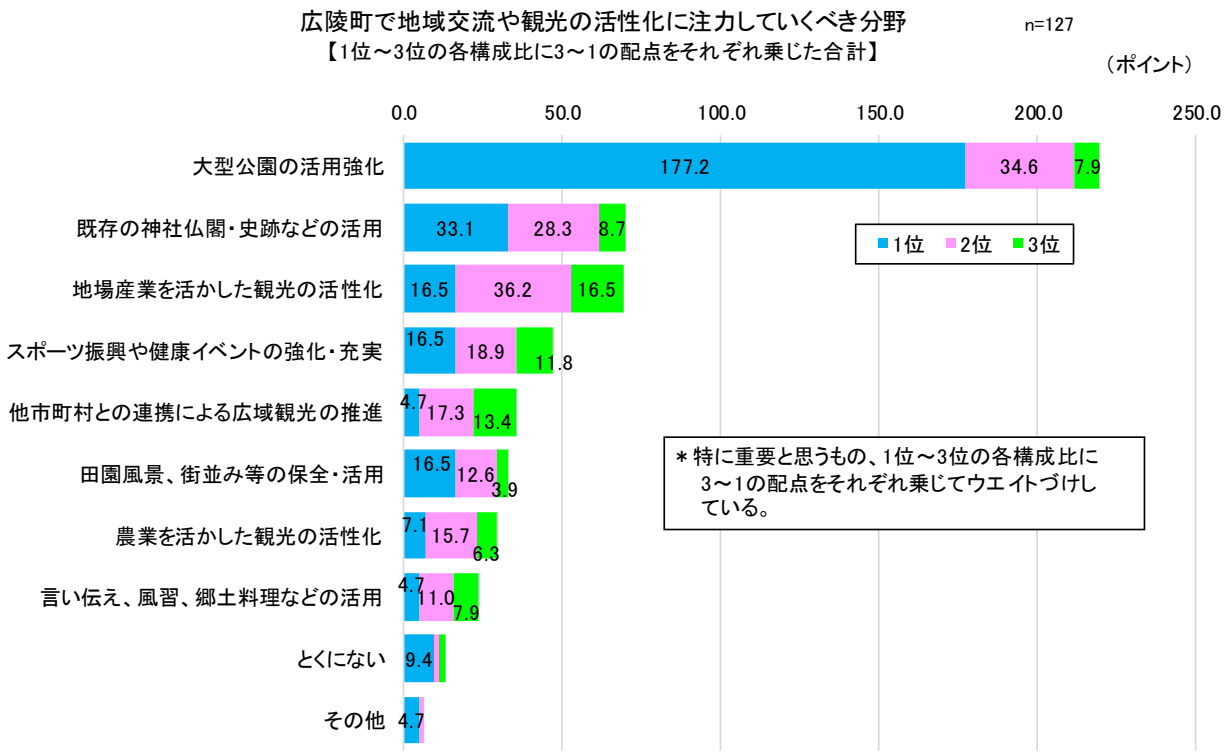
1位は、「大型公園の活用強化」59.1%が最も多く、過半数を占めている。次いで、「既存の神社仏閣・史跡などの活用」11.0%、「地場産業を活かした観光の活性化」「田園風景、街並み等の保全・活用」「スポーツ振興や健康イベントの強化・充実」各5.5%が続いている。

一方、「農業を活かした観光の活性化」2.4%、「言い伝え、風習、郷土料理などの活用」「他市町村との連携による広域観光の推進」各1.6%は少ない。なお、「とくにない」「無回答」はともに3.1%。（図表掲載省略）

広陵町で地域交流や観光の活性化に注力していくべき分野を総合的な視点からみるために、特に重要と思うもの、1位～3位の各構成比に3～1の配点をそれぞれ乗じてウエイトづけ（例：1位の構成比×3）を行って合計ポイントを算出した結果、「大型公園の活用強化」219.7ポイントが最も多く、その他の項目を大きく引き離している。

次いで、「既存の神社仏閣・史跡などの活用」70.1ポイント、「地場産業を活かした観光の活性化」69.3ポイント、「スポーツ振興や健康イベントの強化・充実」47.2ポイントの3分野が多い。

一方、「他市町村との連携による広域観光の推進」35.4ポイント、「田園風景、街並み等の保全・活用」33.1ポイント、「農業を活かした観光の活性化」29.1ポイント、「言い伝え、風習、郷土料理などの活用」23.6ポイントの4分野は少ない。



●問４－４　地域交流や観光の活性化にあたって、強化・充実していくべき施策・取組み

概要は、「１．広陵町の地域特性（強み）　①観光資源（神社仏閣、史跡、大型公園、その他集客施設）、④生活文化、言い伝え、風習」に記載。

●問４－５　前問で選択した各種施策・取組みがより効果的に機能するために強化・充実していくべき取組み

概要は、「１．広陵町の地域特性（強み）　⑥その他（例：人材、技術、インフラ、ヘルスケア・健康増進関連施設など）」、「２．外部からの来訪や域内交流を阻害する要因」に記載。

●問５－１　町のイメージやブランド価値を高めるうえで望ましいと思われる活動

概要は、「１．広陵町の地域特性（強み）　③地場産業や企業集積（商業施設含む）、④生活文化、言い伝え、風習」および「２．外部からの来訪や域内交流を阻害する要因」に記載。

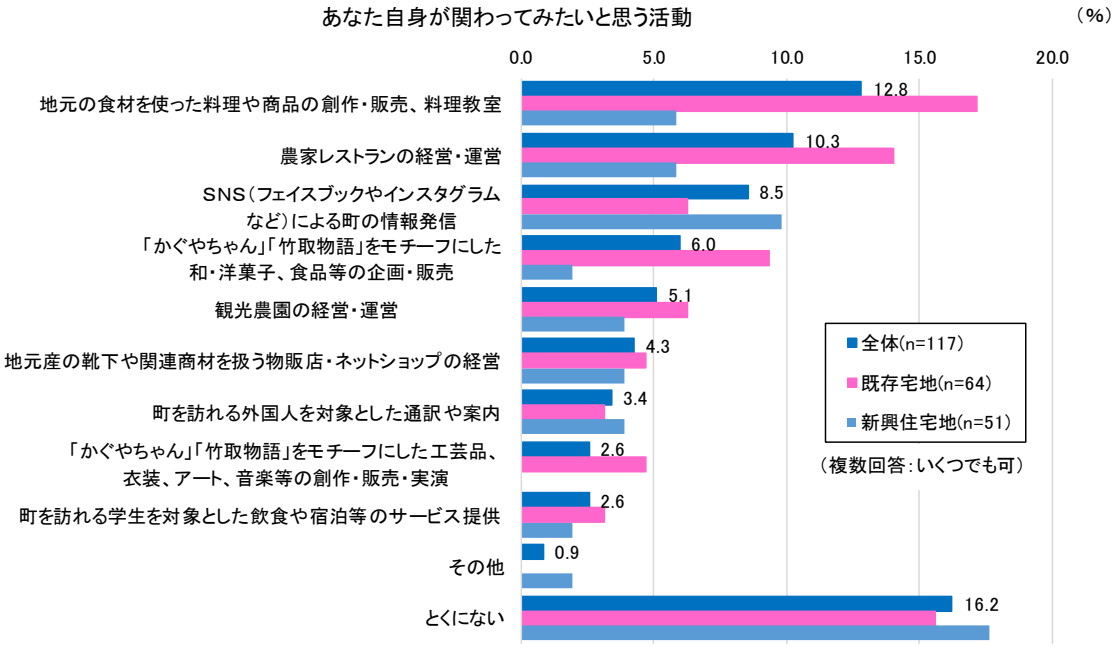
●問５－２　広陵町に増えたらいい（新しくできたらいい）と思う、地元産品、伝統等を活用した地域活動やサービス

概要は、「１．広陵町の地域特性（強み）　②農林業、特産品、④生活文化、言い伝え、風習、⑥その他（例：人材、技術、インフラ、ヘルスケア・健康増進関連施設など）」に記載。

●問５－３　問 5-1 で回答した地域活動、サービス等のうち、あなた自身が関わってみたいと思う活動

問5-1で回答した地域活動、サービス等のうち、あなた自身が関わってみたいと思う活動を聞いた結果、「地元の食材を使った料理や商品の創作・販売、料理教室」が12.8%と最多で、次いで「農家レストランの経営・運営」（10.3%）、「SNSによる町の情報発信」（8.5%）と続く。

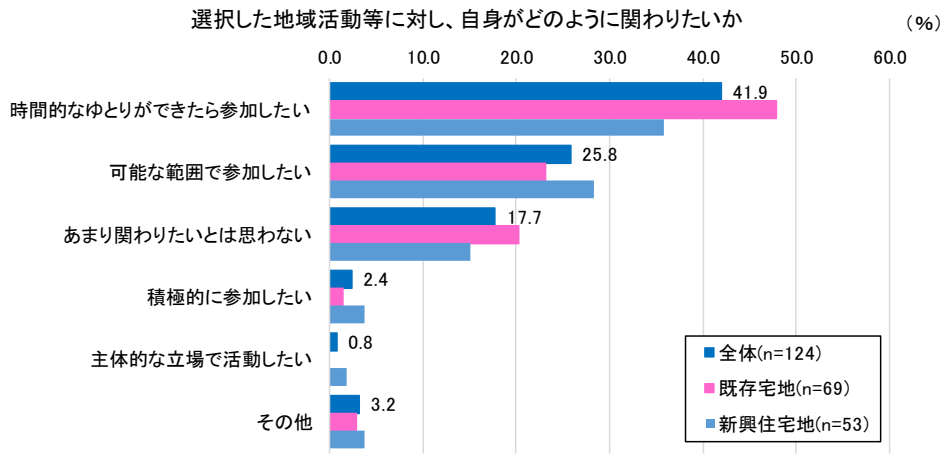
既存宅地では、3位は「『かぐやちゃん』『竹取物語』をモチーフにした和・洋菓子、食品等の企画・販売」（9.4%）。全般に新興住宅地より既存宅地のほうが、活動に関わることに積極的な人が多い傾向が見受けられる。



	合計	地元の食材を使った料理や商品の創	農家レストランの経営・運営	SNS（フェイスブックやインスタ	「かぐやちゃん」「竹取物語」をモ	観光農園の経営・運営	地元産の靴下や関連商材を扱う物販	町を訪れる外国人を対象とした通訳	「かぐやちゃん」「竹取物語」をモ	町を訪れる学生を対象とした飲食や	その他	とくにない	無回答
全体(n=117)	117	12.8	10.3	8.5	6.0	5.1	4.3	3.4	2.6	2.6	0.9	16.2	40.2
既存宅地(n=64)	64	17.2	14.1	6.3	9.4	6.3	4.7	3.1	4.7	3.1	0.0	15.6	32.8
新興住宅地(n=51)	51	5.9	5.9	9.8	2.0	3.9	3.9	3.9	0.0	2.0	2.0	17.6	49.0

●問５－４　問5-1または問5-2で選択した地域活動等に対し、自身がどのように関わりたいと思うか

問5-1または問5-2で選択した地域活動等に対し、自身がどのように関わりたいと思うかを聞いた結果、「時間的なゆとりができたら参加したい」が41.9%と最多で、特に既存宅地では47.8%と多い。「可能な範囲で参加したい」も合わせると、参加に前向きな人は全体では67.7%である。



	合計	時間的なゆとりができたら参加した	可能な範囲で参加したい	あまり関わりたいとは思わない	積極的に参加したい	主体的な立場で活動したい	その他	無回答
全体(n=124)	124	41.9	25.8	17.7	2.4	0.8	3.2	8.1
既存宅地(n=69)	69	47.8	23.2	20.3	1.4	0.0	2.9	4.3
新興住宅地(n=53)	53	35.8	28.3	15.1	3.8	1.9	3.8	11.3

●問６　観光まちづくりやイベント等に対する意見、提案、アイデア、期待など（自由記述）

・例えば、病院とのコラボ。他市町村にあるHP（病院）の健康フェアを招致し、人の動きを作る。（流れるように）
・高齢化が進み、調整区域のため農業をやめると、自分の土地ながら自由に家を建てたり、建て替えもできない。そんな地域で観光まちづくりイベントと言われても意欲がでないのが本音です。すみません。
・観光まちづくりには食べる、遊ぶ、泊まるを充実させるべきではないでしょうか。
・観光拠点作り→コアへの交通アクセス。夫々の地点に関連した芸術家が夫々発信。食品、商品へ発信。例えば竹→炭、工芸作品。
・今年の広陵フェスのような収穫祭は大変よかったと思う。しかし来場者の声では、高齢者（年配の方）への告知が不充分だったように感じた。ポスターが何のイベントなのかわかりにくかった。子育て世代に告知は学校を通じたことで大成功していた。お金も時間もある年配の方をいかによびこめるか、大切だと思う。お疲れ様です。よりよい広陵となる様願っています。
・広陵町内の飲食店などを活性化させるには、まず町民が来店することが大事だと思います。広報誌に（ぱーぷるのように）情報を広告料をとりのせたり、町民だけのクーポンをつけるなどして広陵町民も町内で飲食する様に、そしてそのお店をSNSなどで紹介し拡散する。今はネット社会、新聞をとらなくなった今、広報などに広告をのせるのは店側としてもすごく利益になるのではと思います。
・子どもたちがのびのび遊んでいるイメージがない。人がおもしろくない。農業する若者も地域で育てたらいいと思う。
・折しも新聞にふるさと納税赤字町村日本で3位とは…。それだけ何もない魅力もないことでしょう。この広陵町に馬見丘陵公園以外に観光で訪れようとする人はいない。力を注ぐ所ではない。馬見丘陵公園（広陵町ではない？）一つにしぼるべき。ふるさと納税にしても田舎では寄付を集める所もあるわけで、しっかりしたプランが必要なのでは。
・広陵町に近い駅までのアクセス整備（松塚や田原本、高田など）車道だけでなく遊歩道を設ける。
・古墳めぐり。興味ある人たちのボランティアルート整備。外部の人たちのためにも、元気号（町内バス）の有効利用。
・保育所や学童が全入になり、若い世帯が住みやすく楽しめて参加できる企画や、公園、教育環境があれば人が集まってくると思う。
・若い方が中心となって様々なイベントなどされると、他の町外の方など集まり、そして若い方のSNSなどの情報発信で訪れたいと思うおしゃれで活気のある町としてアピールできると思います。おしゃれな町になって欲しい。
・安全で一人ひとりが住みやすい環境が整っていて、公園や図書館をもっと利用できるようにできればいいなと思いました。
・真美ケ丘地区の街並みを生かし、おしゃれなカフェやイベント（イルミネーション）新しいこと（伝統にとらわれず）PRできたら、大阪市内から近いということもPRし。
・竹取公園をもっと活気づけて！
・まず人が集まるように飲食店やゲーム場施設をつくる。
・私は超高齢ですが、月1回サワヤカホールで集会があります。約10年ほとんど出席、午前中は只しゃべるだけ…シニアに向いたお話、例えば町の税の話、又健康の話、食べものの話等、何か目的があればいいと思います。午後はカラオケありますがこれも歌う人だけ。みんな合唱するとかたのしい歌会があるといいと思います。
・一時的に人を呼び込みたいならイベントも良いが、定住者を増やしたいなら住みやすさ（地域のつながり、買物の便、町政のサービスなど）を考えるべきだと思う。私は町役場の人の温かさで定住を決心した。私は広陵町が観光地にならなくてもいいと思う。
・大阪の友達が多いのですが、竹取公園や馬見丘陵公園へ大阪市内から車で来ているとのこと。イベントで来場者が増えると混むのが難点なので、道路整備、抜け道の確保をしてほしいです。
・長く続けていただきたい。
・観光まちとは一体どこから出て来た発想なのかと思う。観光で一時賑わった町も20～40年で衰退するのが現実である上、すでに全国にある観光地をしのぐようなものを無理に作ることに疑問がある。作ったところでタイアップできるものがあと2～3種ないとまちとして発展するわけがない。それより町民が大学を卒業しても仕事が近畿（大阪）なら住み続けたいと思える町にしていく方がよい。つまらない看板やのぼりの類は一切禁止して美しい町にするとか、もっとよそにない誇らしい景観の町を作ってほしい。安っぽい公共の建物を作らないでほしいし、たとえ街路樹でも木をどのように育てるのかなど、町独自のコンセプトがほしい。20年後、30年後も美しい町を作っていきたい。
・畿央大学と連携した取り組みや、旧村のよさや新しいところとのコミュニケーションを図れるような場所の工夫などあればと思う。
・馬見丘陵公園はあるのはいいが、駐車場がすぐにいっぱいになる。主人が混む所が嫌いなので、行く機会がない。
・バスの路線整備
・「靴下生産量日本一」をもっと推してもよいと思います。
・かぐやちゃんかわいいので活用できそう。
・他県民への靴下無料配布とか？（知ってもらう目的）
・Twitterで「卑屈な奈良県民bot」さんというアカウントのような町PR　botを作っても良いと思います。
・子どもの参加できるイベントを増やしてほしい。親子で体験したり出来るもの。（くつ下工場で自分だけのくつ下を作るなど。）
・秋のお祭り（公民館で行われる祭り）、もう少し子ども向けのゲームや当て物などあった方がいいと思います。射的、スマートボール、ボール投げ等。
・枯木橋の美化。枯木橋から南都BKまでの歩道の整備を望んでいます。
・種々の取組み、施策を推進したとしても、目的である人が訪れ、交流が生まれる振興が出来るとは思われない。ムダな取組と思う、（すみません）
・大きな公園があるのでそこを何か活用できたらいいかなと。くつ下の町ともいわれているので、もっと情報発信できたらいいかな。
・広陵町平尾は凄く住みやすい街になり、人口も増え、馬見丘陵は無料ですが入場料があっても良いと思います。
・できるだけ若い世代の人の意見や希望を取り入れて将来持続可能な施策が大事。
・イベントが馬見丘陵公園、竹取公園で行われていることが多く、他の場所（百済寺や箸尾駅など）でも行なうことができればいっそう活性化するのではと思います。
・空き家を上手く活用するべき。無料で使用できるなら小さなお店をやってみたい…と思っている若者は多いと思います。古民家カフェ等増えれば町のイメージ（古臭い）変化するのでは…。
・健康寿命をのばすための視点が必要であると思う。何をするにも代表者型になっている。全員参加を目標にした取り組みが大事ではないでしょうか？無理と決めつけず挑戦してみようということが大事なのでは。
・今までどおりでいいと思います。
・昔商工会主催で盆踊りなどありましたがそういった事などあったら楽しいと思います。
・次世代を担う若者の意見（小中高大学等）を多く聞く。若者の考えは無限大に広がる可能性があると思う。
・いろいろな人が来てもらえて笑いがある町にしたい。

Ⅱ．事業者向けアンケート結果の概要

■１．回答事業者の属性

●問１－１　業種

回答事業者（n=81）の業種は、「サービス業」17.3%が最も多く、次いで「建設業」16.0%、「製造業（靴下）」13.6%、「その他」13.6%、「製造業（その他）」11.1%、「小売業」9.9%、「卸売業」7.4%、「医療・福祉」4.9%、「製造業（プラスチック製品）」3.7%、「運輸業」1.2%が続いている。なお、「飲食業」は0.0%。

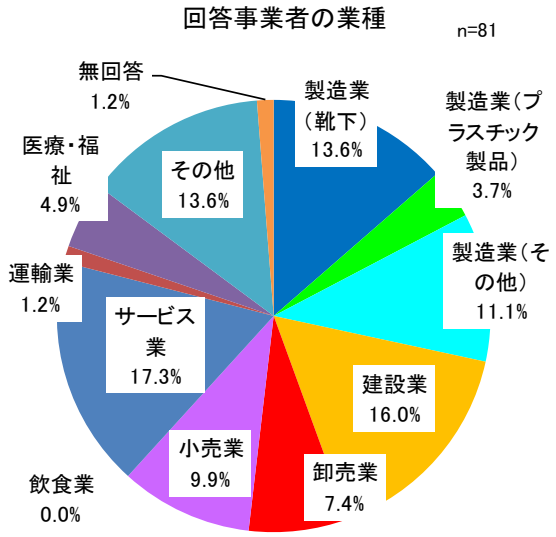
「製造業（靴下）」・「製造業（その他）」・「製造業（プラスチック製品）」の合計は28.4%で、全体の約3割を製造業が占めている。

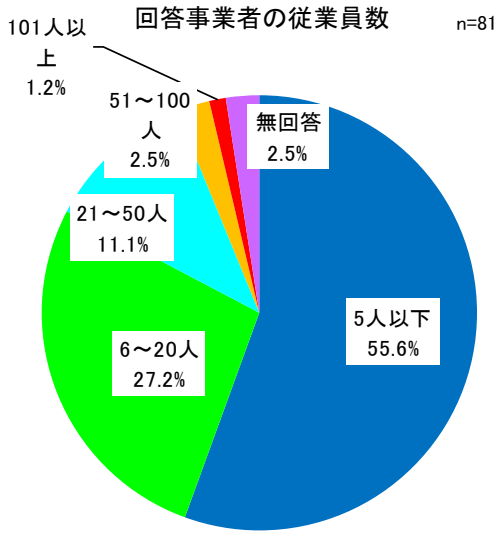
＊なお、有効回答企業数が少ない（4社以下）の業種については、参考数値としてそのまま記載。業種別の分析は行っていない〔以下同様〕。

●問１－２　従業員数

回答事業者の従業員数（パート、アルバイト等を含む）は、「5人以下」55.6%が最も多く、次いで「6～20人」27.2%、「21～50人」11.1%、「51～100人」2.5%、「101人以上」1.2%が続いている。なお、「無回答」は2.5%。

各業種の従業員規模をみると、回答企業数の最も多い「サービス業」は、「5人以下」71.4%、「6～20人」14.3%となっている。「建設業」は、「5人以下」46.2%、「6～20人」53.8%で、すべてが20人以下となっている。「製造業（靴下）」は、「5人以下」36.4%、「6～20人」「21～50人」各27.3%と分散している。





従業員規模別業種　（横%）

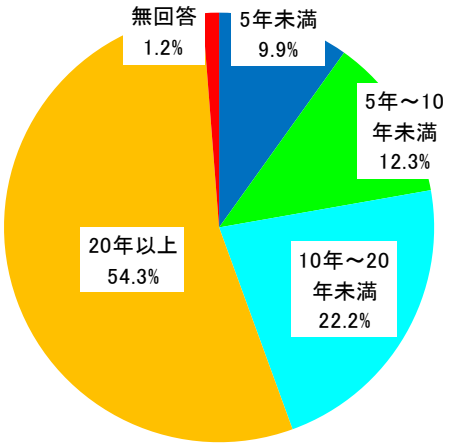
	n	5人以下	6～20人	21～50人	51～100人	101人以上	無回答
全体	81	55.6	27.2	11.1	2.5	1.2	2.5
製造業（靴下）	11	36.4	27.3	27.3	0.0	0.0	9.1
製造業（プラスチック製品）	3	33.3	33.3	33.3	0.0	0.0	0.0
製造業（その他）	9	22.2	44.4	22.2	0.0	11.1	0.0
建設業	13	46.2	53.8	0.0	0.0	0.0	0.0
卸売業	6	83.3	16.7	0.0	0.0	0.0	0.0
小売業	8	75.0	0.0	12.5	12.5	0.0	0.0
サービス業	14	71.4	14.3	7.1	7.1	0.0	0.0
運輸業	1	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0
飲食業	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
医療・福祉	4	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0
その他	11	81.8	18.2	0.0	0.0	0.0	0.0

●問１－３　町内で事業をしている年数（2018年10月1日時点）

町内で事業をしている年数（2018年10月1日時点）は、「20年以上」54.3%が最も多く、次いで「10年～20年未満」22.2%、「5年～10年未満」12.3%、「5年未満」9.9%が続いている。なお、「無回答」は1.2%。

各業種の町内での事業年数をみると、「サービス業」は「10年～20年未満」57.1%が最も多い。「建設業」は「20年以上」61.5%が最も多く、「製造業（靴下）」も「20年以上」90.9%が最も多い。

回答事業者の町内での事業年数　n=81



業種【町内で事業をしている年数別（2018年10月1日時点）】　（横%）

	n	5年未満	5年～10年未満	10年～20年未満	20年以上	無回答
全体	81	9.9	12.3	22.2	54.3	1.2
製造業（靴下）	11	9.1	0.0	0.0	90.9	0.0
製造業（プラスチック製品）	3	33.3	0.0	33.3	33.3	0.0
製造業（その他）	9	0.0	0.0	22.2	77.8	0.0
建設業	13	7.7	15.4	15.4	61.5	0.0
卸売業	6	0.0	0.0	33.3	66.7	0.0
小売業	8	0.0	0.0	12.5	87.5	0.0
サービス業	14	14.3	21.4	57.1	7.1	0.0
運輸業	1	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0
飲食業	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
医療・福祉	4	25.0	25.0	0.0	50.0	0.0
その他	11	18.2	27.3	18.2	36.4	0.0

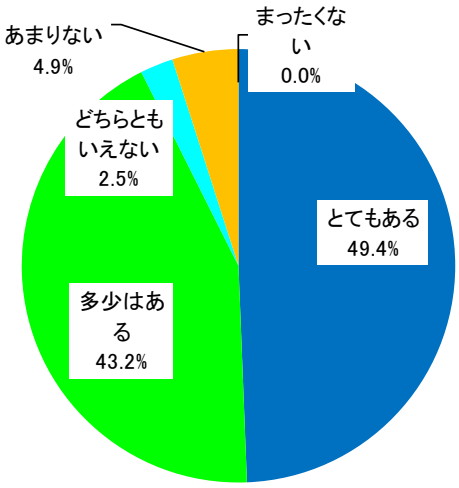
■２．広陵町全般について

●問２－１　広陵町への愛着の有無

広陵町への愛着があるかどうかについて聞いた結果、「とてもある」49.4%が最も多く、次いで「多少はある」43.2%、「あまりない」4.9%、「どちらともいえない」2.5%、「まったくない」0.0%と続いている。

「とてもある」49.4%と「多少はある」43.2%の合計は92.6%となっており、約9割の事業者が広陵町への愛着があると回答している。

広陵町への愛着の有無　n=81



●問２－２　近隣市町村と比較した場合の広陵町の強み・弱み〔「５（強み）」～「１（弱み）」の５段階評価〕

観光資源や交通アクセスなどの11項目について、近隣市町村と比較した場合の広陵町の強み・弱み〔「５（強み）」～「１（弱み）」の５段階評価〕を聞いた結果、「５（強み）」・「４」の評価は「大型公園・緑地」と「古墳群などの史跡」の2項目で多い。「大型公園・緑地」は、「５（強み）」が70.4%と特に多く、事業者の多くから強みと認識されていることがわかる。

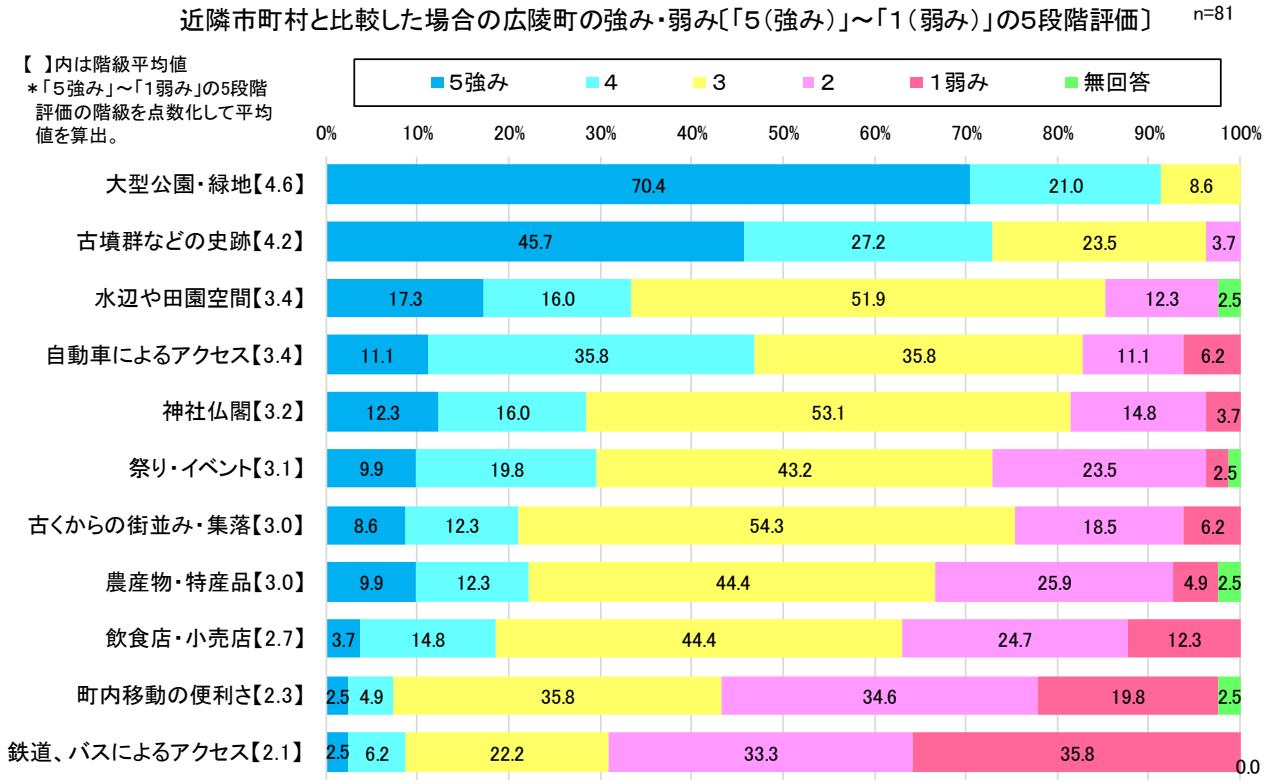
一方、「１（弱み）」・「２」の評価は、「鉄道、バスによるアクセス」と「町内移動の便利さ」の2項目で多い。「鉄道、バスによるアクセス」は、「１（弱み）」が35.8%と特に多く、事業者の多くから弱みと認識されていることがわかる。

11項目の強み・弱みを相対的に判断するために、5段階評価の階級を点数化して階級平均値を算出することで、11項目の強み・弱みの順位づけを行った。　＊以下、【　】は階級平均値。

その結果、「大型公園・緑地【4.6】」、「古墳群などの史跡【4.2】」、「水辺や田園空間【3.4】」「自動車によるアクセス【3.4】」の4項目は階級平均値が3.4以上と高い。

一方、「鉄道、バスによるアクセス【2.1】」、「町内移動の便利さ【2.3】」、「飲食店・小売店【2.7】」の3項目は階級平均値が3.0未満と低い。

残りの「神社仏閣【3.2】」、「祭り・イベント【3.1】」、「古くからの街並み・集落【3.0】」、「農産物・特産品【3.0】」の4項目は、平均的な評価となっている。



●問２－３　その他、広陵町の強み（優れている点、誇りに思う点）〔自由記述〕

住みやすさ
かぐや姫関連、くつ下関連、馬見丘陵公園フェス等のイベントが多い。
町内のだんじり台数、だんじり祭り
靴下産業の集積地　・古墳群
行政サービスがけっこうきめ細かくがんばっていると思う。
馬見丘陵公園の整備、花の植替え等美観に優れている。
強み-戸閉祭　弱み-電車の便
百済寺、南郷環濠集落、かぐや姫公園、馬見丘陵公園などがあり古くからの靴下生産地と田園が広がっている。
最近知ったのですが（広陵町に住んで27年です）、広陵町はくつ下のイメージが強くありましたが、奈良の蚊帳も古くからたくさん工場がある事を知りました。ブランドとしてもっと町からも押していっても良いと思います。（私達は蚊帳といえば奈良市の奈良町あたりのイメージでしたので）
日本一の靴下の生産地
五輪金メダル3連覇の野村忠宏氏の実家及び柔道場が広陵町に実在している点
災害の少ない町
靴下産業、馬見公園の広さ、誇りに思う一番は前人未到のオリンピックさん大会連続制覇の野村忠宏選手です。おじさんの豊和氏の金メダリスト含め4ケの金メダルが全国の町でおそらく広陵町だけと思っています。役場から豊徳館道場、記念碑、馬見公園のオリンピック塔の道路整備し世界の人々含め、交流に活かす様にしてほしい。野村忠宏さんの人間性が素晴らしい人です。
山村町長のリーダーシップと親近感
公園・緑地・田園にめぐまれていながら、大阪市・東大阪市等との交通アクセスが極めて良い。通勤時間も短い。（しかし、大形宅地開発以来30余年が経つにもかかわらず、広陵町の知名度が低く、いまだにその説明に時間がかかるのが難点）
役場、さわやかホール等、公共施設がとても雰囲気がよく人も明るく活気がある。
緑が多い。ニュータウンは道路状態が良い。
靴下の町
馬見丘陵公園と竹取公園との活用
自転車があれば生活が便利、大阪市内に近い、治安が良い。
馬見丘陵公園の広大さと日々の（草花等）メンテナンスが行き届いている。
ミニ開発ではない住宅地
二上山の夕日がきれい。

●問２－４　貴社が望む広陵町のイメージに近いもの

概要は、「１．広陵町の地域特性（強み）　⑤自然環境、遊歩道、街並み」に記載。

■３．広陵町の農産物や特産品の取扱いについて

●問３－１　広陵町内の農産物や特産品の取扱いの有無等

概要は、「１．広陵町の地域特性（強み）　②農林業・特産品」に記載。

●問３－２　広陵町内の農産物や特産品を取り扱う際の課題

概要は、「１．広陵町の地域特性（強み）　②農林業・特産品」に記載。

●問４－１　観光などで町外から訪れる人や町民の行き来を増やそうとする場合の阻害要因

概要は、「２．外部からの来訪や域内交流を阻害する要因」に記載。

●問４－２　広陵町で地域交流や観光の活性化に注力していくべき分野

広陵町では、どのような分野で地域交流や観光の活性化に注力していくべきと思うか（特に重要と思うもの上位３つ）について聞いたところ、結果は以下のとおりである。

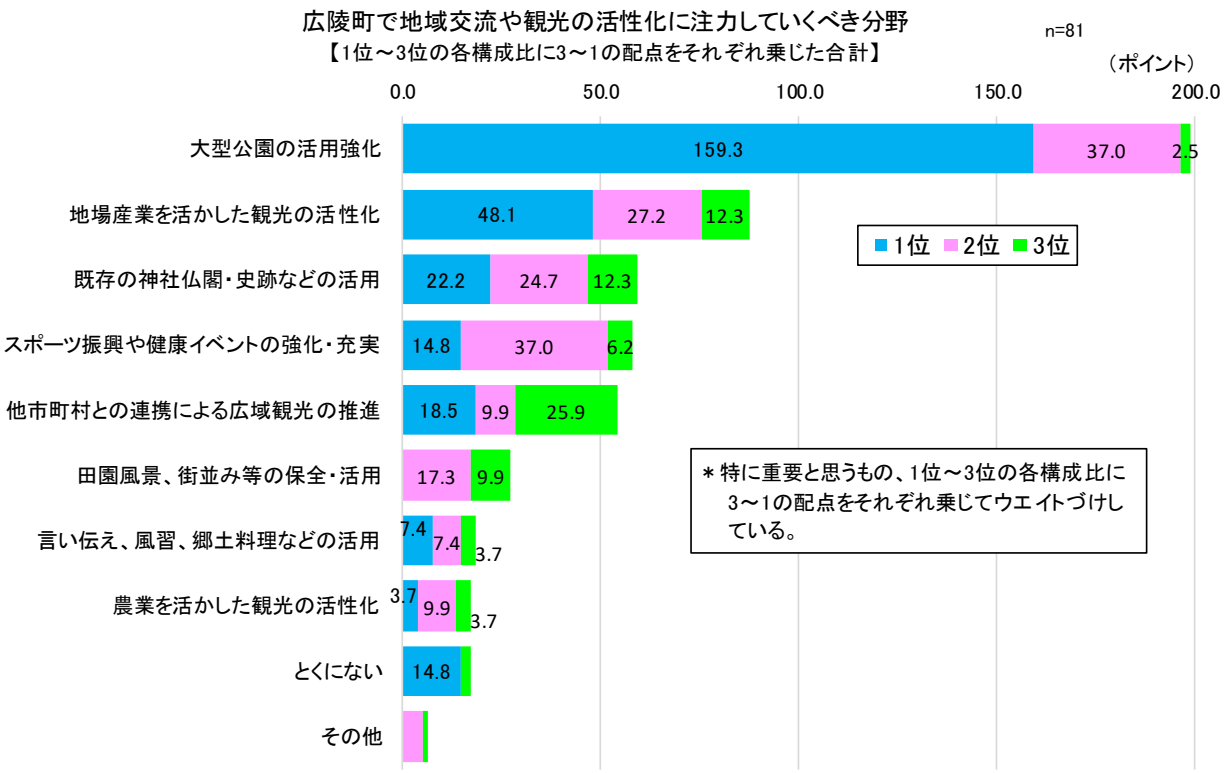
1位は、「大型公園の活用強化」53.1%が最も多く、過半数を占めている。次いで、「地場産業を活かした観光の活性化」16.0%、「既存の神社仏閣・史跡などの活用」7.4%、「他市町村との連携による広域観光の推進」6.2%、「スポーツ振興や健康イベントの強化・充実」4.9%が続いている。

一方、「言い伝え、風習、郷土料理などの活用」2.5%、「農業を活かした観光の活性化」1.2%は少なく、「田園風景、街並み等の保全・活用」は0.0%。なお、「とくにない」は4.9%、「無回答」は3.7%。（図表掲載省略）

広陵町で地域交流や観光の活性化に注力していくべき分野を総合的な視点からみるために、特に重要と思うもの、1位～3位の各構成比に3～1の配点をそれぞれ乗じてウエイトづけ（例：1位の構成比×3）を行って合計ポイントを算出した結果、「大型公園の活用強化」198.8ポイントが最も多く、その他の項目を大きく引き離している。

次いで、「地場産業を活かした観光の活性化」87.7ポイント、「既存の神社仏閣・史跡などの活用」59.3ポイント、「スポーツ振興や健康イベントの強化・充実」58.0ポイント、「他市町村との連携による広域観光の推進」54.3ポイントの4分野が多い。

一方、「田園風景、街並み等の保全・活用」27.2ポイント、「言い伝え、風習、郷土料理などの活用」18.5ポイント、「農業を活かした観光の活性化」17.3ポイントの3分野は少ない。



●問４－３　地域交流や観光の活性化にあたって強化・充実していくべき施策・取組み

概要は、「１．広陵町の地域特性（強み）　①観光資源（神社仏閣、史跡、大型公園、その他集客施設）、④生活文化、言い伝え、風習」に記載。

●問４－４　地域交流や観光の活性化に関する施策・取組みがより効果的に機能するために強化・充実していくべきこと

概要は、「１．広陵町の地域特性（強み）　⑥その他（例：人材、技術、インフラ、ヘルスケア・健康増進関連施設など）」、「２．外部からの来訪や域内交流を阻害する要因」に記載。

■５．広陵町内での観光振興への参画意向等について

●問５－１　観光客向けの商品・サービスの取扱いの有無

概要は、「１．広陵町の地域特性（強み）　③地場産業や企業集積（商業施設含む）」に記載。

●問５－２　観光振興に向けて広陵町とともに行いたい取組み、または既に行っている取組み

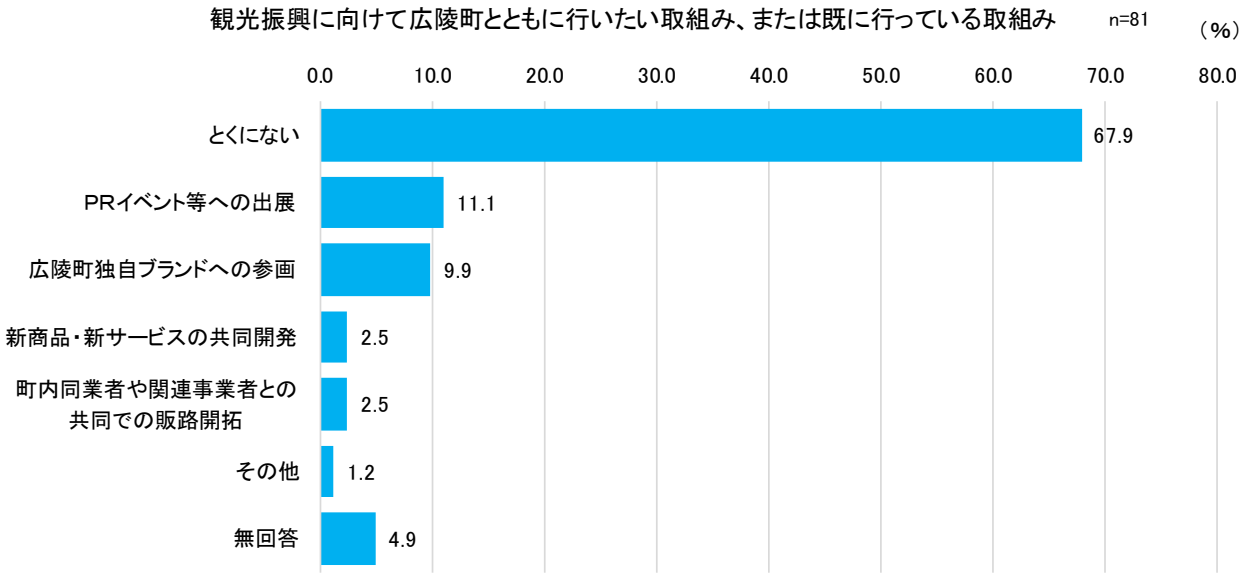
観光振興に向けて広陵町とともに行いたい取組み、または既に行っている取組みの有無について聞いた結果、「とくにない」67.9%が最も多く、次いで「ＰＲイベント等への出展」11.1%、「広陵町独自ブランドへの参画」9.9%が続いている。

一方、「新商品・新サービスの共同開発」2.5%と「町内同業者や関連事業者との共同での販路開拓」2.5%は少ない。

個別項目でみると、「ＰＲイベント等への出展」は卸売業（16.7%：1社）、小売業（12.5%：1社）、製造業（その他）（11.1%：1社）、製造業（靴下）（9.1%：1社）が選択している。「広陵町独自ブランドへの参画」は製造業（靴下）（18.2%：2社）、建設業（15.4%：2社）、製造業（その他）（11.1%：1社）が選択している。

また、「新商品・新サービスの共同開発」は製造業（靴下）（9.1%：1社）、サービス業（7.1%：1社）が選択している。「町内同業者や関連事業者との共同での販路開拓」は製造業（靴下）（9.1%：1社）、その他（9.1%：1社）が選択している。

なお、「その他」は1.2%、「無回答」は4.9%。



●問５－３　観光客向け商品の開発・販売の意向

概要は、「１．広陵町の地域特性（強み）　③地場産業や企業集積（商業施設含む）」に記載。

●問５－４　観光客向けの商品・サービス開発（販売）にあたっての他社・他機関との交流・連携状況

観光客向けの商品・サービス開発（販売）にあたっての他社・他機関との交流・連携（情報交換、人材交流、技術・ノウハウの提供など）状況について聞いた結果は次のとおり。

現在、交流・連携がある先（複数回答：いくつでも可）は、「とくにない」79.0%が最も多く、次いで「大学・研究機関」4.9%、「同業他社（町外）」1.2%が続いている。

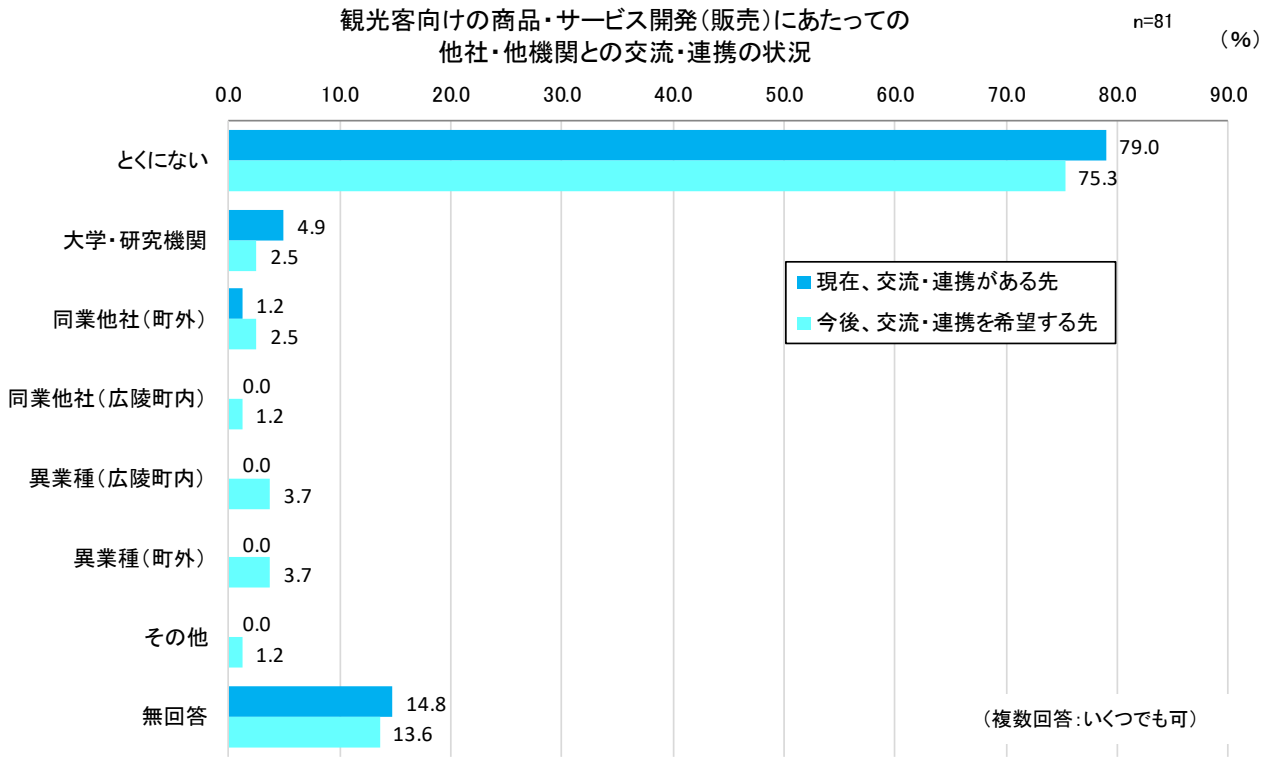
個別項目でみると、「大学・研究機関」は製造業（靴下）（27.3%：3社）が多い。

なお、「同業他社（広陵町内）」・「異業種（広陵町内）」・「異業種（町外）」・「その他」は各0.0%、「無回答」は14.8%。

今後、交流・連携を希望される先（複数回答：いくつでも可）は、「とくにない」75.3%が最も多く、「異業種（広陵町内）」・「異業種（町外）」各3.7%、「大学・研究機関」・「同業他社（町外）」各2.5%、「同業他社（広陵町内）」・「その他」各1.2%が続いている。

個別項目でみると、「異業種（広陵町内）」・「異業種（町外）」とも、製造業（靴下）（18.2%：2社）、製造業（その他）（11.1%：1社）となっている。

なお、「無回答」は13.6%。



●問５－５　観光客向けの商品販売やサービス提供の促進について、あれば良いと思う支援策

概要は、「１．広陵町の地域特性（強み）　③地場産業や企業集積（商業施設含む）」に記載。

●問５－６－①　工場・店舗などの施設日思うける観光客の見学が可否

概要は、「１．広陵町の地域特性（強み）　③地場産業や企業集積（商業施設含む）」に記載。

●問５－６－②　工場・店舗などの施設では、観光客のものづくり体験の可否

概要は、「１．広陵町の地域特性（強み）　③地場産業や企業集積（商業施設含む）」に記載。

●問５－６－③　工場・店舗などの施設における小学生や地域住民などの見学を受入実績

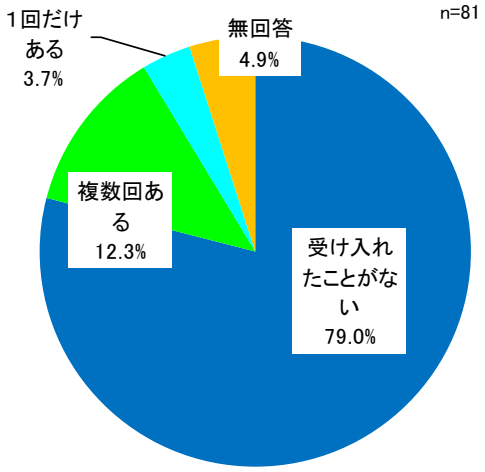
工場・店舗などの施設において小学生や地域住民などの見学を受け入れたことはあるかどうかについて聞いた結果、「受け入れたことがない」79.0%が最も多く、次いで「複数回ある」12.3%、「１回だけある」3.7%が続いている。

個別項目でみると、「複数回ある」は製造業（靴下）（36.4%：4社）、製造業（その他）（33.3%：3社）、製造業（プラスチック製品）（33.3%：1社）、小売業（12.5%：1社）、医療・福祉（25.0%：1社）。「複数回ある」の平均は12回、最大値は「40回ほど」、最小値は「2回ほど」。

また、「１回だけある」は製造業（その他）（11.1%：1社）、その他（9.1%：1社）。

なお、「無回答」は4.9%。

工場・店舗などの施設における小学生や
地域住民などの見学の受入実績



●問５－６－④　事業者において見学・ものづくり体験の場を提供する際の課題

概要は、「１．広陵町の地域特性（強み）　③地場産業や企業集積（商業施設含む）」に記載。

●問５－７　見学やものづくり体験などの受け入れに際して、あれば良いと思う支援策

概要は、「１．広陵町の地域特性（強み）　③地場産業や企業集積（商業施設含む）」に記載。

■６．その他

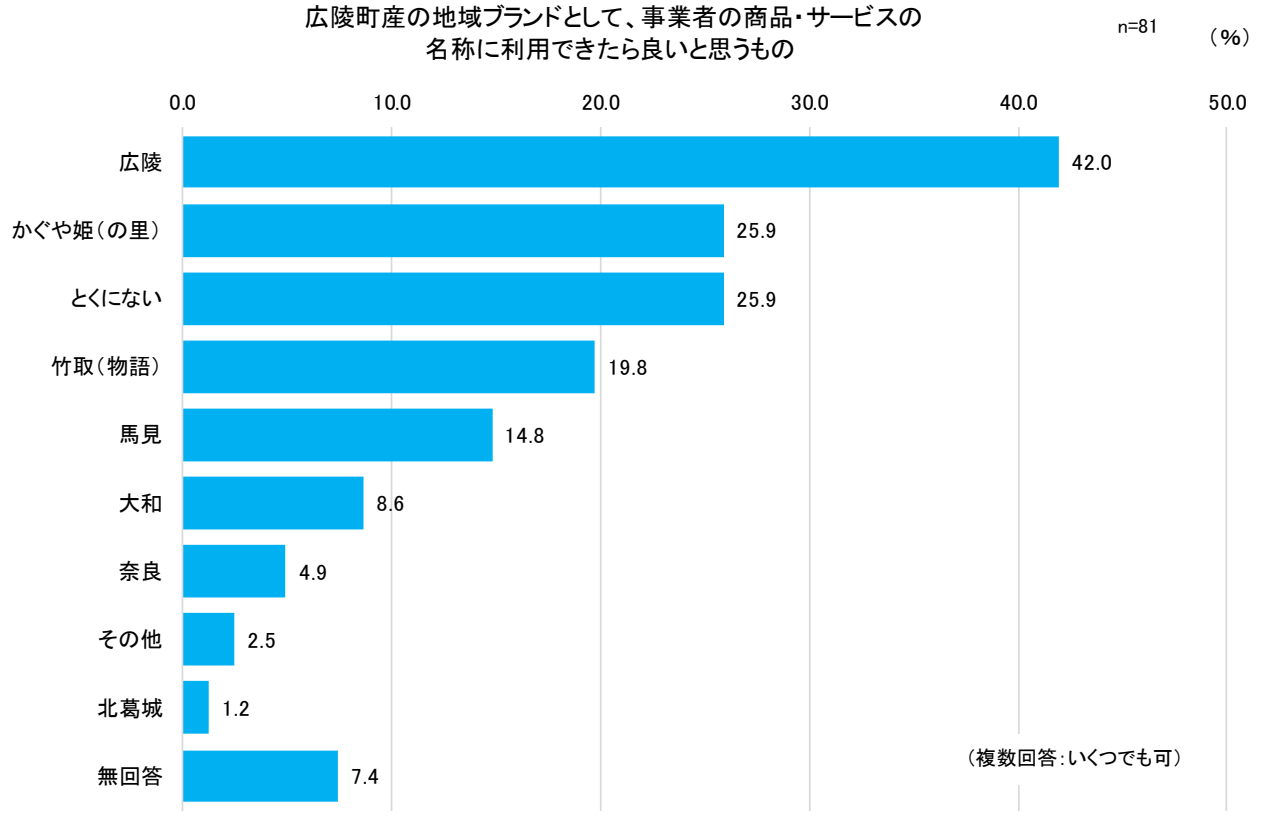
●問６－１　広陵町産の地域ブランドとして、事業者の商品・サービスの名称に利用できたら良いと思うもの

広陵町産であることを表す地域ブランドの名称として、事業者の商品・サービスの名称に利用できたら良いと思うもの（複数回答：いくつでも可）について聞いた結果、「広陵」42.0%が最も多く、次いで「かぐや姫（の里）」25.9%、「とくにない」25.9%、「竹取（物語）」19.8%、「馬見」14.8%、「大和」8.6%、「奈良」4.9%が続いている。

個別項目でみると、「広陵」は製造業（靴下）（81.8%）、その他（54.5%）が多い。「かぐや姫（の里）」は小売業（37.5%）、製造業（靴下）（36.4%）が多く、「竹取（物語）」はその他（36.4%）が多い。

その他の具体的な記述には、「かぐやの里－広陵」、「『竹取（物語）』『かぐや姫（の里）』もいいかもしれないが、海外からくる観光客にも理解できる名前であってもよい」があった。

なお、「その他」は2.5%、「北葛城」は1.2%、「無回答」は7.4%。



●問６－２　広陵町における観光まちづくりやイベント等に対する、自由なご意見やご提案、アイデア、ご期待など

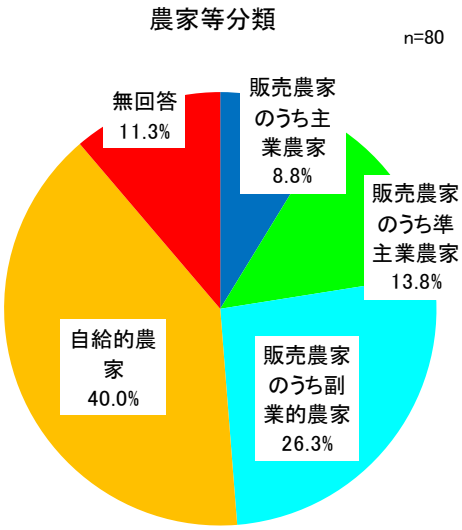
しっかり発信・告知・PRして頂きたい。
馬見丘陵公園は五位堂、池辺、法隆寺インターから観光客が来るので箸尾駅と五位堂駅間のバスルートが必要　・第二浄化センターの活用プール（夏以外はほとんど利用無し）
かぐや姫（の里）をもっと生かしてほしい。かぐや姫のスクラップを出してほしい。
地方から来る方でナビを入力出来ないという。広陵町で入れると入力できる。北葛城郡はいらないと思いますがどう思いますか？
公園・古墳をアピールして、バスで立ち寄ってもらうのが良いと思う。
竹取公園の駐車場の確保（整備された）、道の駅を造り一般客の足止めをねらう。かぐや姫レストランの活用。風呂を再生する。
住み易い良い街ですが、電車の便が良くない、街灯が少ない。夜、安心してウォーキング出来れば…
将来、広陵町がどのような町づくりをするかの指針の中で産業観光業を考えるのであって、町民をないがしろにした町づくりであってはならない。田園風景の中にある昔ながらの町でありながら、どこにもない町づくりを目指してほしいと思う。
丘陵公園の南側か竹取公園近くに「道の駅」を作って地元の特産品を販売するが良いと常々思っていました。
広陵町単独では限界があるように思います。王寺町・河合町と合同での広域で計画した方が得策に思います。
地域活性化の為に多くの方に参加出来る身近なイベントをお願いします
奈良にこられた人々には広陵町に来てもらう為にも、野村忠宏様にイベント等に協力してもらい地域ブランド、柔道の町としても（広陵中学も全国的に強い）柔道に対する商品作成し販売につなげてほしい。
広陵町は緑と史跡にかこまれたとてものどかないい町です。しかし知名度は高いとは言えず地味だと思います。かぐや姫伝説の最有力地であることとアピールして知名度を上げてはどうかと思います。かぐやちゃん（の着ぐるみ）は重くて動き辛いですが、あちこちに出場して広陵町をアピールしていただきたいです。（要：観光地としての整備）
自然豊かで歴史的遺産に恵まれ、かつ大阪とのアクセスが極めて良いにも関わらず、広陵町の知名度は未だに低いままである。　・五位堂駅～かつらぎの道～馬見丘陵公園・周辺の古墳～田原本線の駅の観光コースを整備開発、その間に「道の駅」を設置する。
広陵町の魅力を発見するために写真コンテストを行う。

Ⅲ．農家向けアンケート結果の概要

■１．回答農家等の形態・属性

●問１－１①　農家等分類

回答農家等（n=80）の分類は、「自給的農家」40.0%が最も多く、次いで「販売農家のうち副業的農家」26.3%、「販売農家のうち準主業農家」13.8%、「販売農家のうち主業農家」8.8%が続いている。なお、「無回答」は11.3%。



〔農家等分類〕

＊「販売農家」とは、経営耕地面積が30a以上又は農作物販売金額が50万円以上の農家

①販売農家のうち主業農家：農業所得が主（農家所得の50%以上が農業所得）で、１年間に60日以上自営農業に従事している65歳未満の世帯員がいる農家

②販売農家のうち準主業農家：農外所得が主（農家所得の50%未満が農業所得）で、１年間に60日以上自営農業に従事している65歳未満の世帯員がいる農家

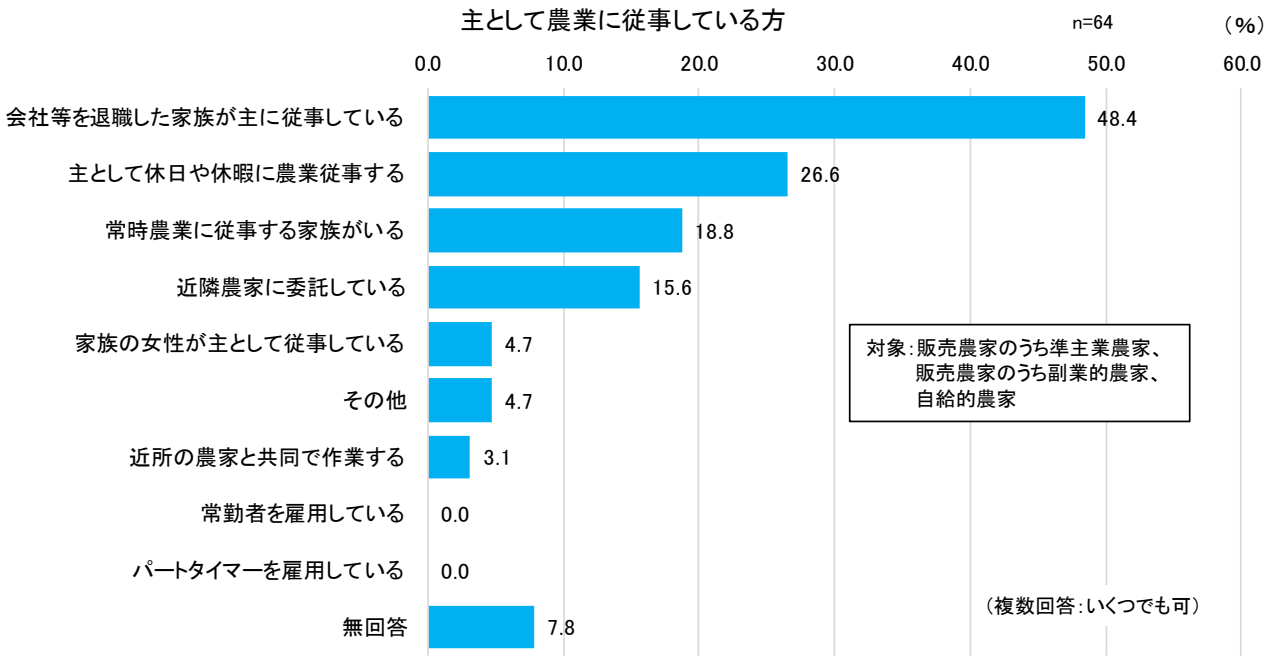
③販売農家のうち副業的農家：１年間に60日以上自営農業に従事している65歳未満の世帯員がいない農家（主業農家及び準主業農家以外の農家）

④自給的農家：経営耕地面積が30ａ未満かつ農作物販売金額が年間50万円未満の農家

●問１－1②　主として農業に従事している方（農業労働力構成）

販売農家のうち準主業農家、販売農家のうち副業的農家、自給的農家に対して、主として農業に従事している方（複数回答：いくつでも可）について聞いた結果、「会社等を退職した家族が主に従事している」48.4%が最も多く、次いで「主として休日や休暇に農業従事する」26.6%、「常時農業に従事する家族がいる」18.8%、「近隣農家に委託している」15.6%、「家族の女性が主として従事している」4.7%、「その他」4.7%、「近所の農家と共同で作業する」3.1%が続いている。

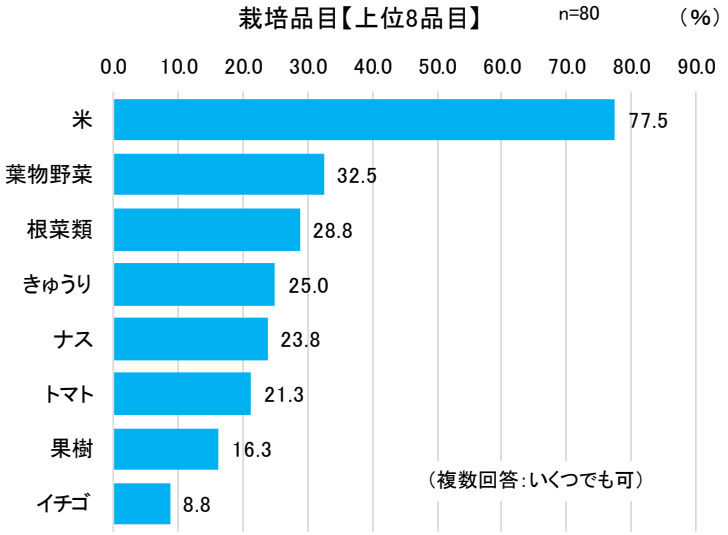
なお、「常勤者を雇用している」「パートタイマーを雇用している」は0.0%、「無回答」は7.8%。



●問１－２　栽培品目

全ての農家等に対して、栽培品目（複数回答：いくつでも可）を聞いた結果、「米」77.5%が最も多く、次いで「葉物野菜」32.5%、「根菜類」28.8%、「きゅうり」25.0%、「ナス」23.8%、「トマト」21.3%、「果樹」16.3%、「イチゴ」8.8%などが続いている。

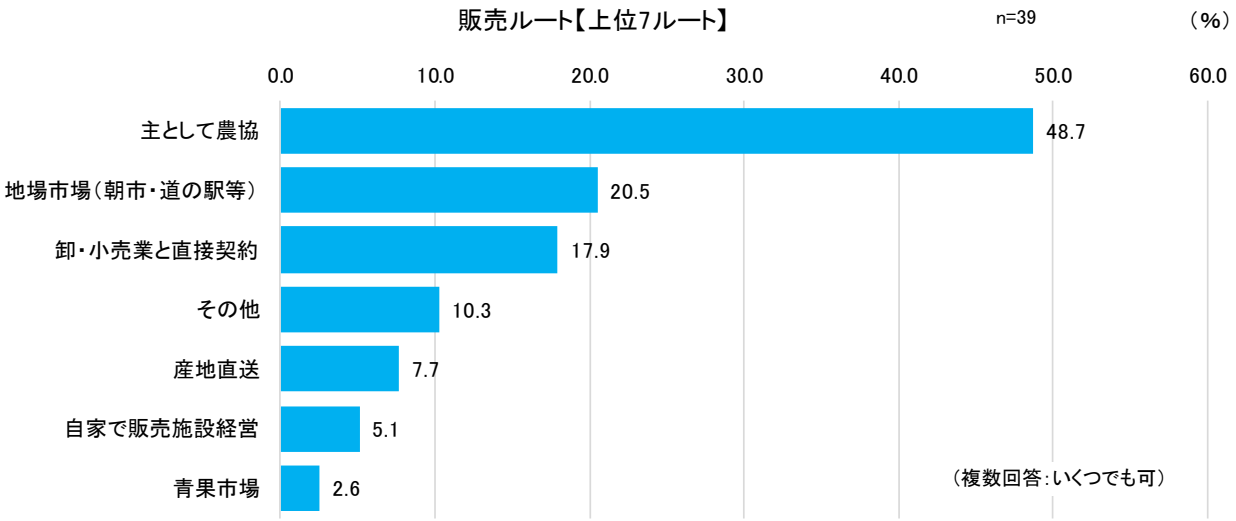
なお、「その他」は3.8%、「大和野菜」「花卉類」「特殊品目」は各2.5%、「薬草」0.0%、「菜の花・コスモス等景観作物」は0.0%、「無回答」は5.0%。



●問１－３　販売ルート（販売農家）

販売農家に対して、販売ルート（複数回答：いくつでも可）を聞いた結果、「主として農協」48.7%が最も多く、次いで「地場市場（朝市・道の駅等）」20.5%、「卸・小売業と直接契約」17.9%、「その他」10.3%、「産地直送」7.7%、「自家で販売施設経営」5.1%、「青果市場」2.6%が続いている。

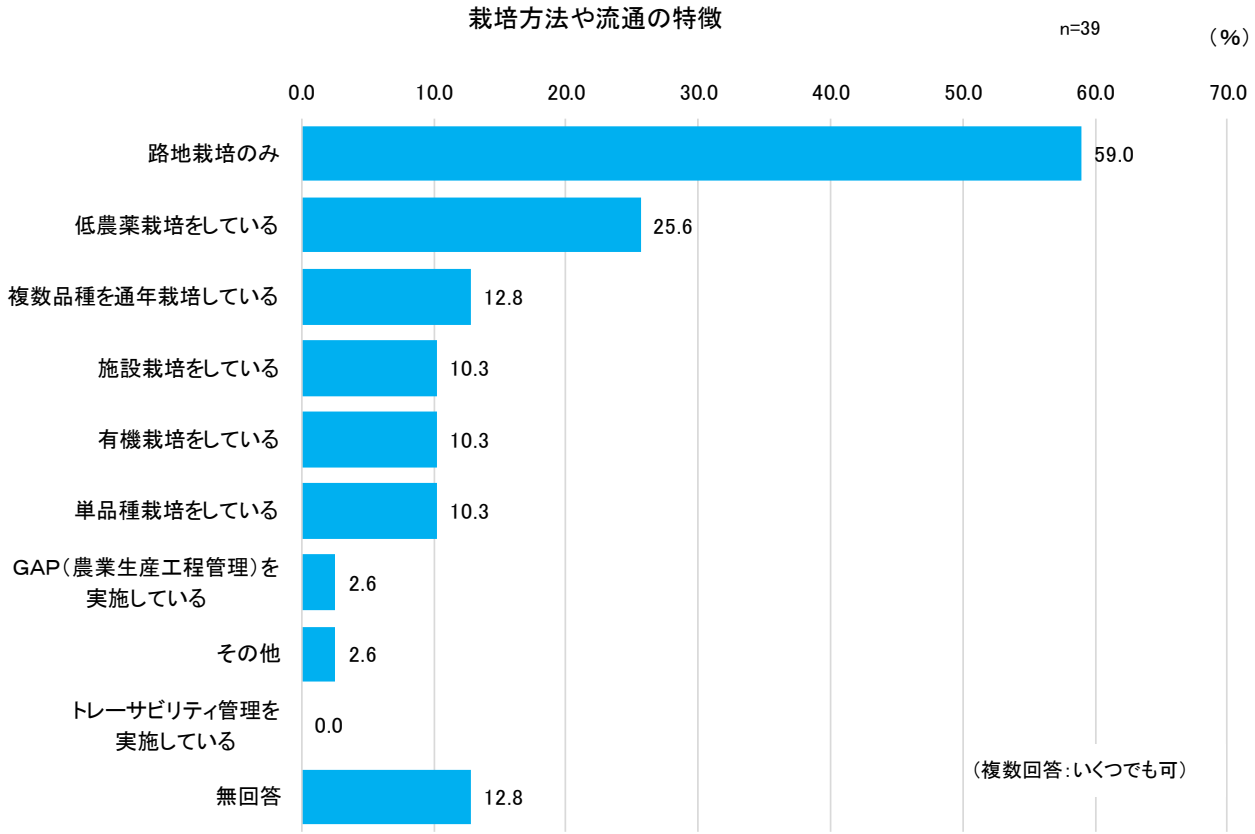
なお、「製造・加工業と直接契約」「飲食業・宿泊業と直接契約」「自家で加工施設経営」「観光農園経営」は各0.0%、「無回答」は10.3%。



●問１－４　栽培方法や流通の特徴（販売農家）

販売農家に対して、栽培方法や流通の特徴（複数回答：いくつでも可）を聞いた結果、「路地栽培のみ」59.0%が最も多く、次いで「低農薬栽培をしている」25.6%、「複数品種を通年栽培している」12.8%、「施設栽培をしている」「有機栽培をしている」「単品種栽培をしている」各10.3%、「ＧＡＰ（農業生産工程管理）を実施している」「その他」各2.6%が続いている。

なお、「トレーサビリティ管理を実施している」は0.0%、「無回答」は12.8。



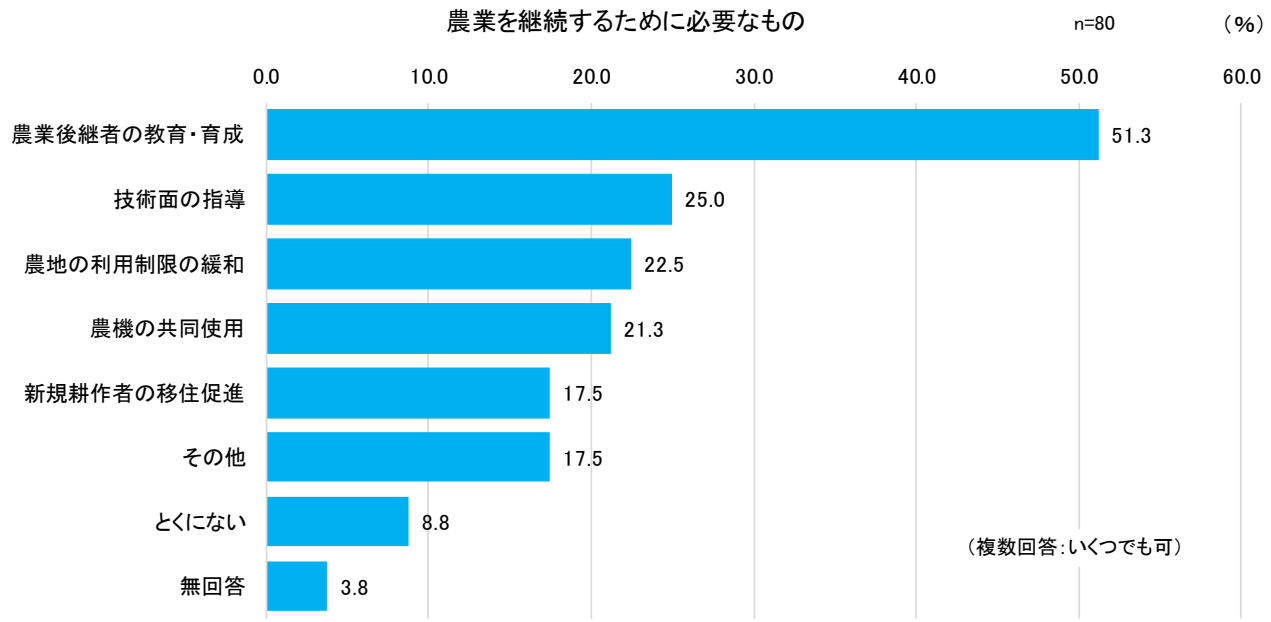
●問１－５　今後の農業経営について

概要は、「１．広陵町の地域特性（強み）　②農林業・特産品」に記載。

●問１－６　農業を継続するために必要なもの

全ての農家等に対して、農業を継続するために必要なものは何か（複数回答：いくつでも可）について聞いた結果、「農業後継者の教育・育成」51.3%が最も多く、次いで「技術面の指導」25.0%、「農地の利用制限の緩和」22.5%、「農機の共同使用」21.3%、「新規耕作者の移住促進」17.5%が続いている。

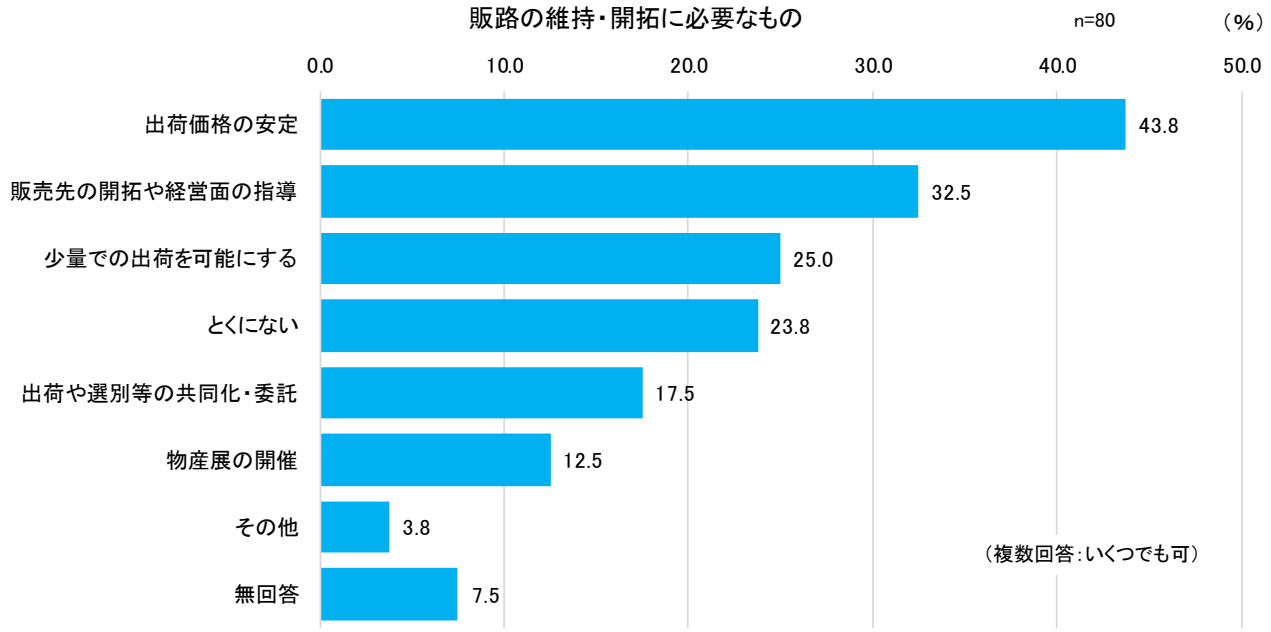
なお、「とくにない」8.8%、「無回答」3.8%。



●問１－７　販路の維持・開拓に必要なもの

販路の維持・開拓に必要なものは何か（複数回答：いくつでも可）について聞いた結果、「出荷価格の安定」43.8%が最も多く、次いで「販売先の開拓や経営面の指導」32.5%、「少量での出荷を可能にする」25.0%、「とくにない」23.8%、「出荷や選別等の共同化・委託」17.5%、「物産展の開催」12.5%が続いている。

なお、「無回答」7.5%。



■２．農作物の生産・供給体制について

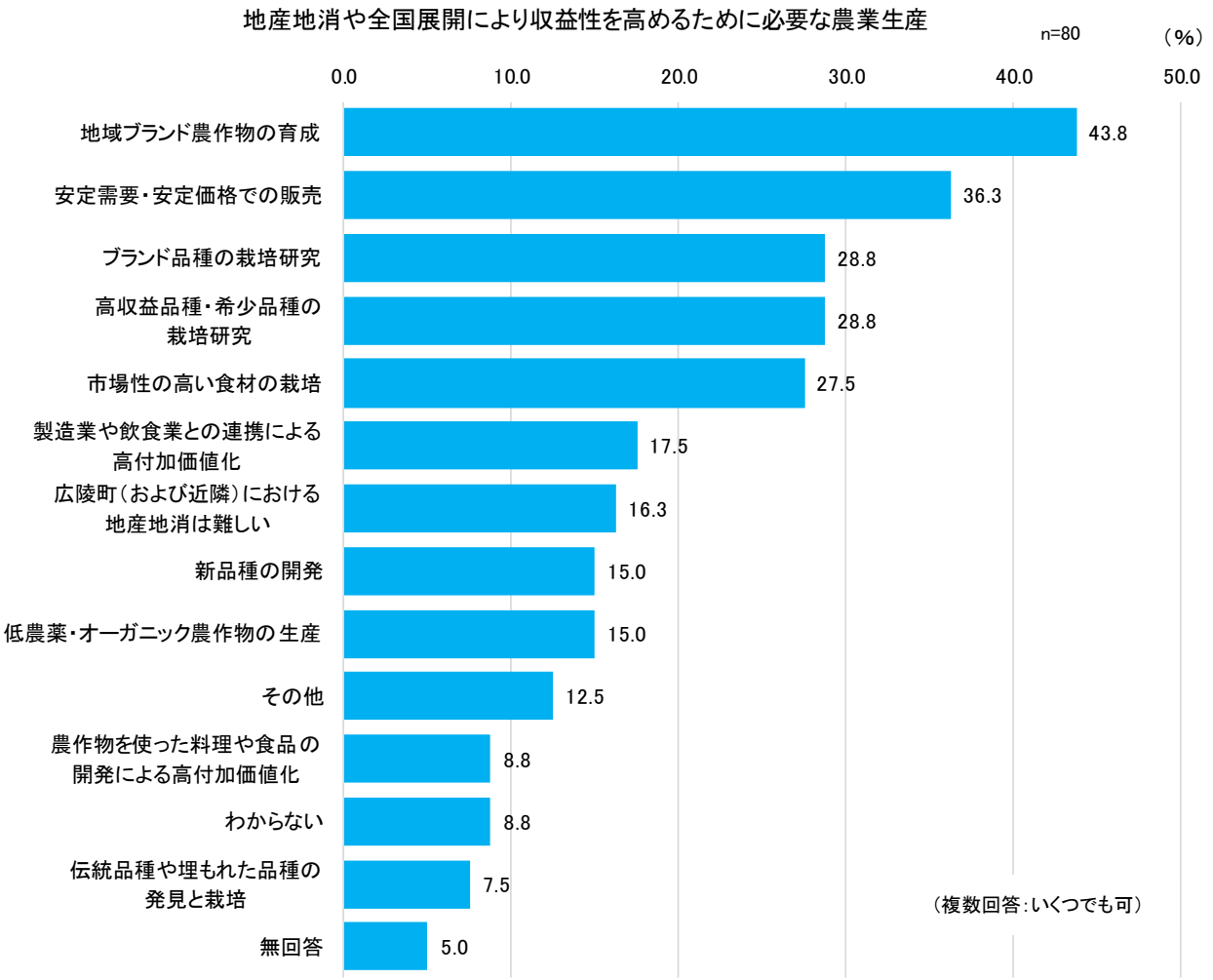
●問２－１　地産地消や全国展開により収益性を高めるために必要な農業生産

地産地消や全国展開により収益性を高めるために、必要な農業生産とはどのようなものであると思うか（複数回答：いくつでも可）について聞いた結果、「地域ブランド農作物の育成」43.8%が最も多く、次いで「安定需要・安定価格での販売」36.3%、「ブランド品種の栽培研究」「高収益品種・希少品種の栽培研究」各28.8%、「市場性の高い食材の栽培」27.5%、「製造業や飲食業との連携による高付加価値化」17.5%が続いている。

また、「新品種の開発」「低農薬・オーガニック農作物の生産」各15.0%、「農作物を使った料理や食品の開発による高付加価値化」8.8%、「伝統品種や埋もれた品種の発見と栽培」7.5%という意見もみられる。、

一方、「広陵町（および近隣）における地産地消は難しい」が16.3%あり、農家の6軒に1軒は広陵町内などでの地産地消は困難であると考えている模様。

なお、「無回答」は5.0%。

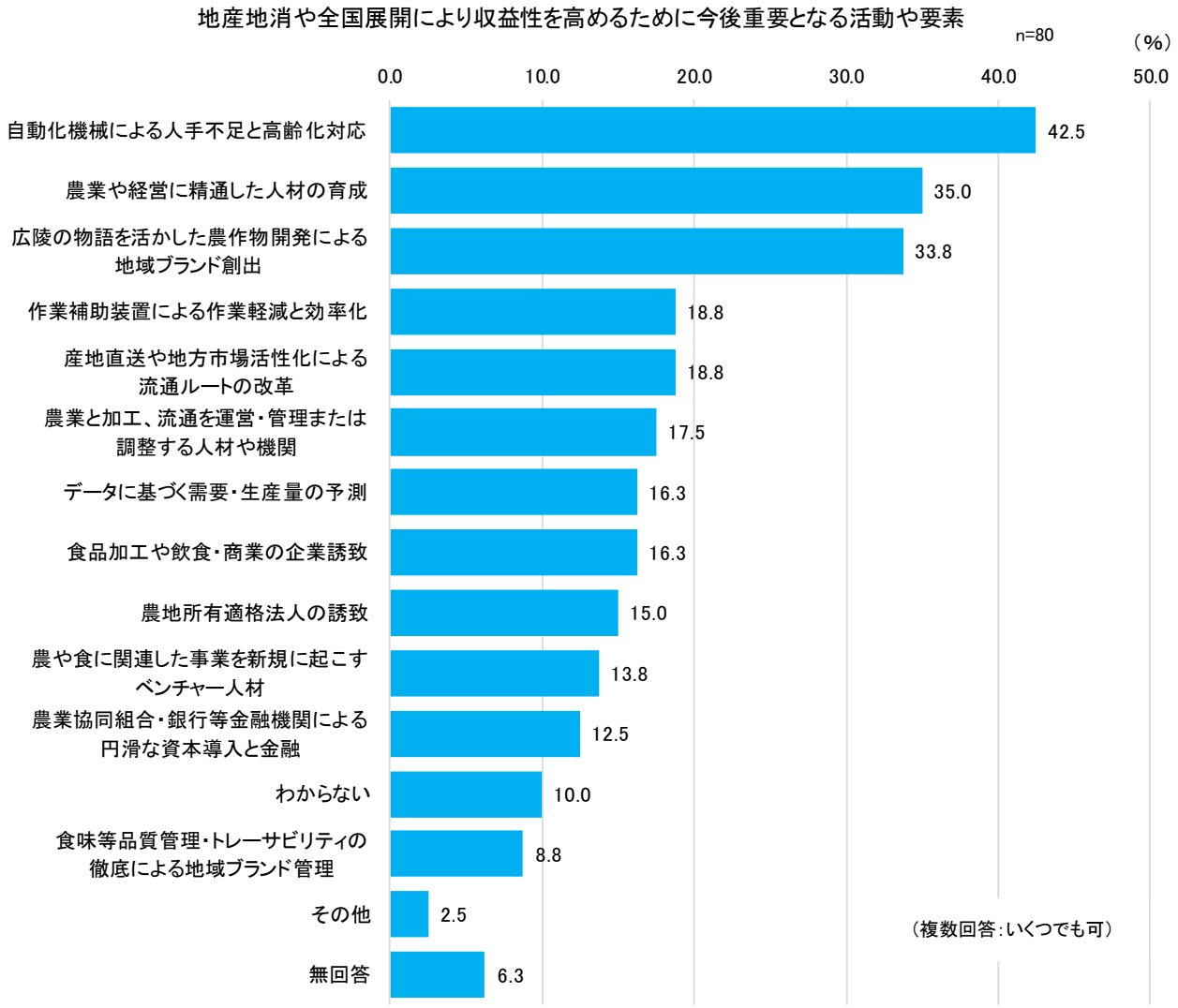


●問2－2　地産地消や全国展開により収益性を高めるために今後重要となる活動や要素

地産地消や全国展開により収益性を高めるために、今後重要となる活動や要素は何であると思うか（複数回答：いくつでも可）について聞いた結果、「自動化機械による人手不足と高齢化対応」42.5%が最も多く、次いで「農業や経営に精通した人材の育成」35.0%、「広陵の物語を活かした農作物開発による地域ブランド創出」33.8%、「作業補助装置による作業軽減と効率化」「産地直送や地方市場活性化による流通ルートの改革」各18.8%、「農業と加工、流通を運営・管理または調整する人材や機関」17.5%、「データに基づく需要・生産量の予測」「食品加工や飲食・商業の企業誘致」各16.3%、「農地所有適格法人の誘致」15.0%、「農や食に関連した事業を新規に起こすベンチャー人材」13.8%、「農業協同組合・銀行等金融機関による円滑な資本導入と金融」12.5%、「わからない」10.0%、「食味等品質管理・トレーサビリティの徹底による地域ブランド管理」8.8%、「その他」2.5%が続いている。

農業関係者の人材育成に努めるとともに、人手不足や高齢化への対応のための自動化機械化などの導入支援が期待される。

なお、「無回答」は6.3%。



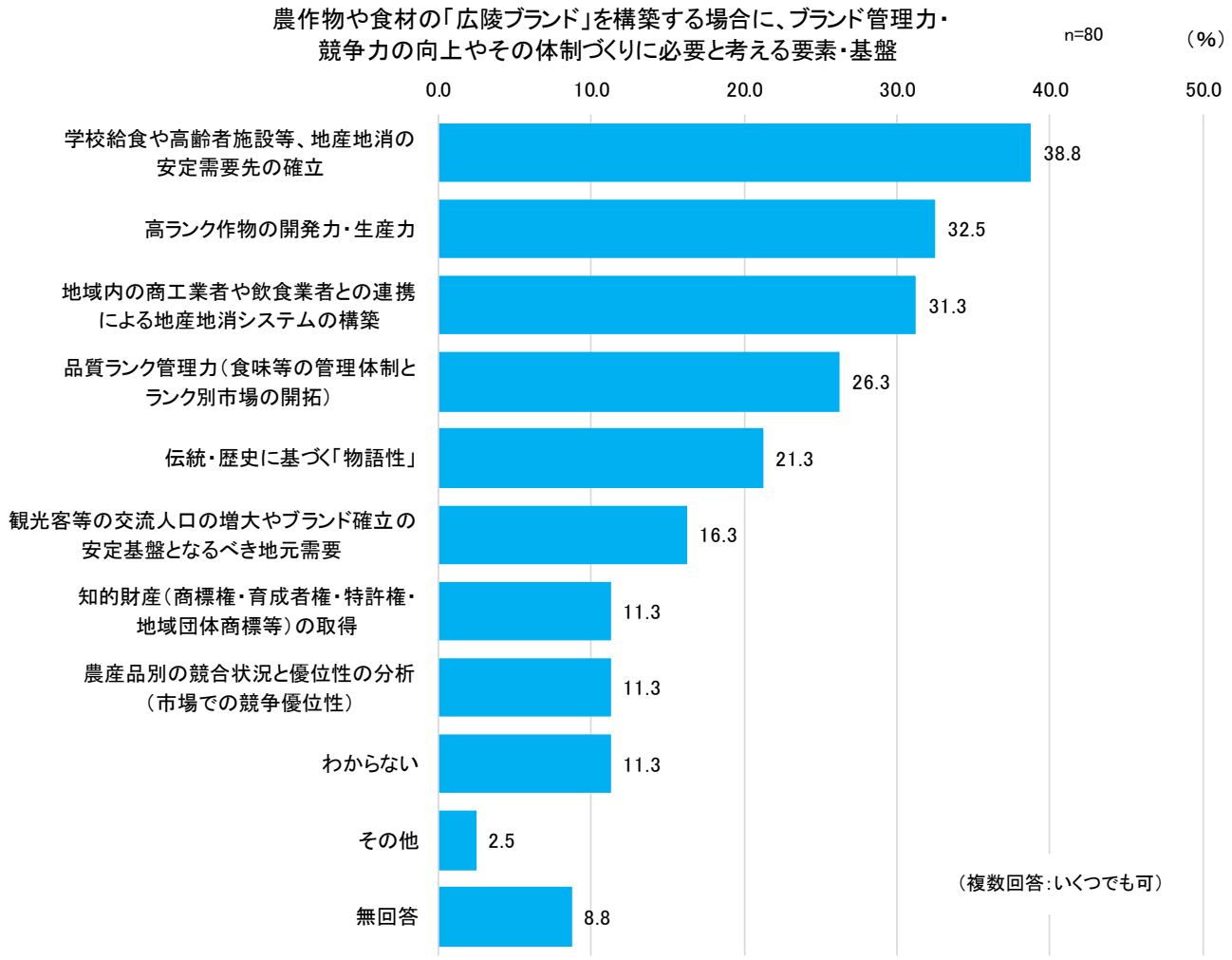
■ ３．農作物の市場開拓について

●問3－1　農作物や食材の「広陵ブランド」を構築する場合に、ブランド管理力・競争力の向上やその体制づくりに必要と考える要素・基盤

農作物や食材の「広陵ブランド」を構築する場合に、ブランド管理力・競争力の向上やその体制づくりに必要と考える要素・基盤（複数回答：いくつでも可）について聞いた結果、「学校給食や高齢者施設等、地産地消の安定需要先の確立」38.8%が最も多く、次いで「高ランク作物の開発力・生産力」32.5%、「地域内の商工業者や飲食業者との連携による地産地消システムの構築」31.3%、「品質ランク管理力（食味等の管理体制とランク別市場の開拓）」26.3%、「伝統・歴史に基づく「物語性」」21.3%などが続いている。

また、回答割合は2割以下とやや少ないが、「観光客等の交流人口の増大やブランド確立の安定基盤となるべき地元需要」16.3%、「知的財産（商標権・育成者権・特許権・地域団体商標等）の取得」「農産品別の競合状況と優位性の分析（市場での競争優位性）」「わからない」各11.3%が続いている。

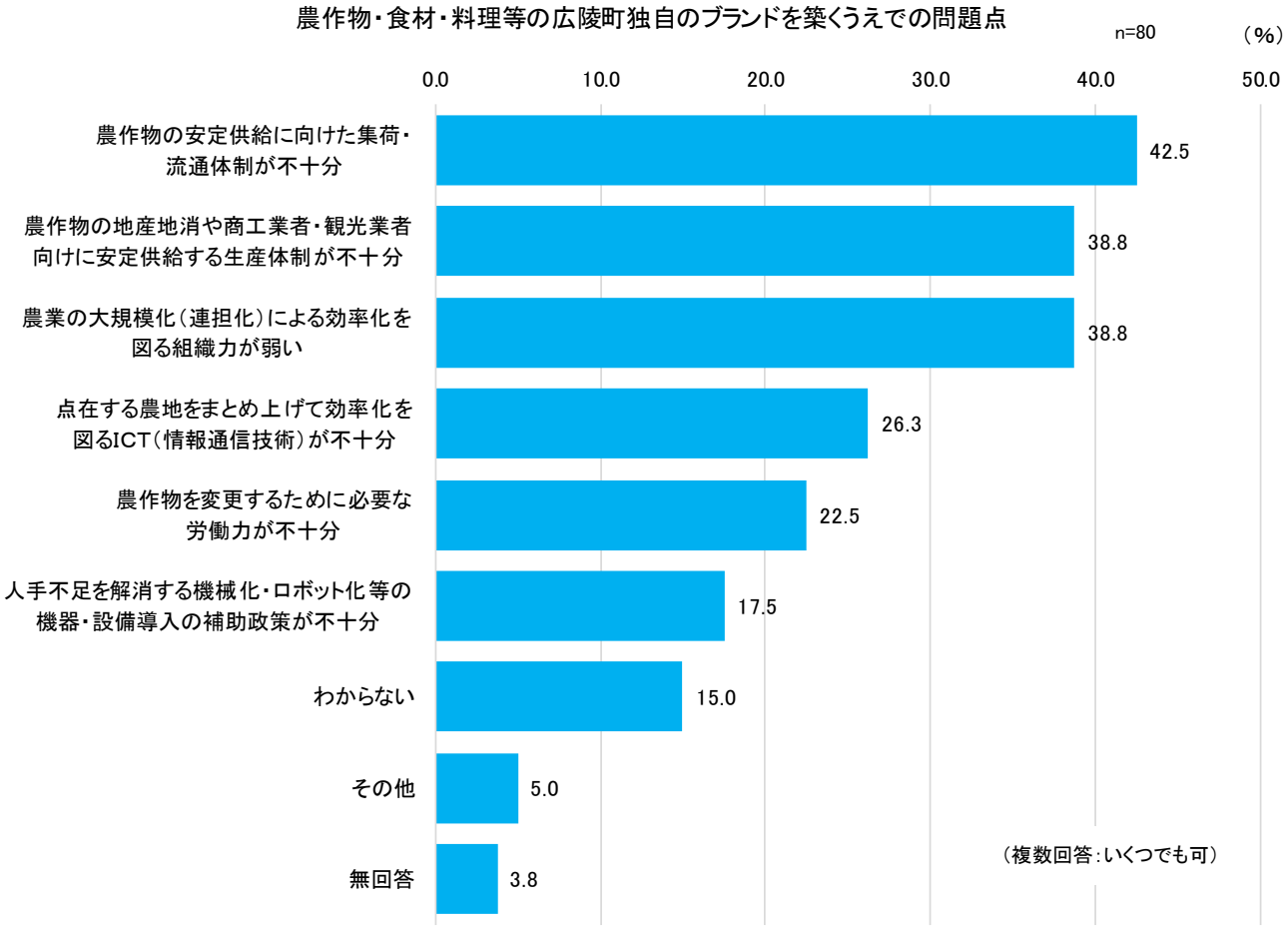
なお、「その他」2.5%、「無回答」8.8%が続いている



●問3－2　農作物・食材・料理等の広陵町独自のブランドを築くうえでの問題点

農作物・食材・料理等の広陵町独自のブランドを築くには、現状ではどのような問題点があると思うか（複数回答：いくつでも可）について聞いた結果、「農作物の安定供給に向けた集荷・流通体制が不十分」42.5%が最も多く、次いで「農作物の地産地消や商工業者・観光業者向けに安定供給する生産体制が不十分」「農業の大規模化（連担化）による効率化を図る組織力が弱い」各38.8%、「点在する農地をまとめ上げて効率化を図るＩＣＴ（情報通信技術）が不十分」26.3%、「農作物を変更するために必要な労働力が不十分」22.5%、「人手不足を解消する機械化・ロボット化等の機器・設備導入の補助政策が不十分」17.5%が続いている。

なお、「わからない」は15.0%、「その他」は5.0%、「無回答」は3.8%。

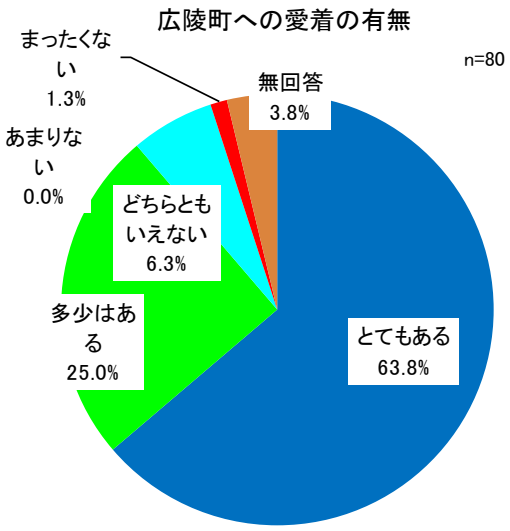


■４．広陵町全般について

●問4－１　広陵町への愛着の有無

広陵町への愛着があるかどうかについて聞いた結果、「とてもある」63.8%が最も多く、次いで「多少はある」25.0%、「どちらともいえない」6.3%、「まったくない」1.3%、「あまりない」0.0%が続いている。

「とてもある」63.8%と「多少はある」25.0%の合計は88.8%となっており、約9割の農家が広陵町への愛着があると回答している。なお、「無回答」は3.8%。



●問4－２　近隣市町村と比較した場合の広陵町の強み・弱み〔「５（強み）」～「１（弱み）」の５段階評価〕

観光資源や交通アクセスなどの11項目について、近隣市町村と比較した場合の広陵町の強み・弱み〔「５（強み）」～「１（弱み）」の５段階評価〕を聞いた結果、「５（強み）」・「４」の評価は「大型公園・緑地」と「古墳群などの史跡」の2項目で多い。「大型公園・緑地」は、「５（強み）」が66.3%と特に多い。

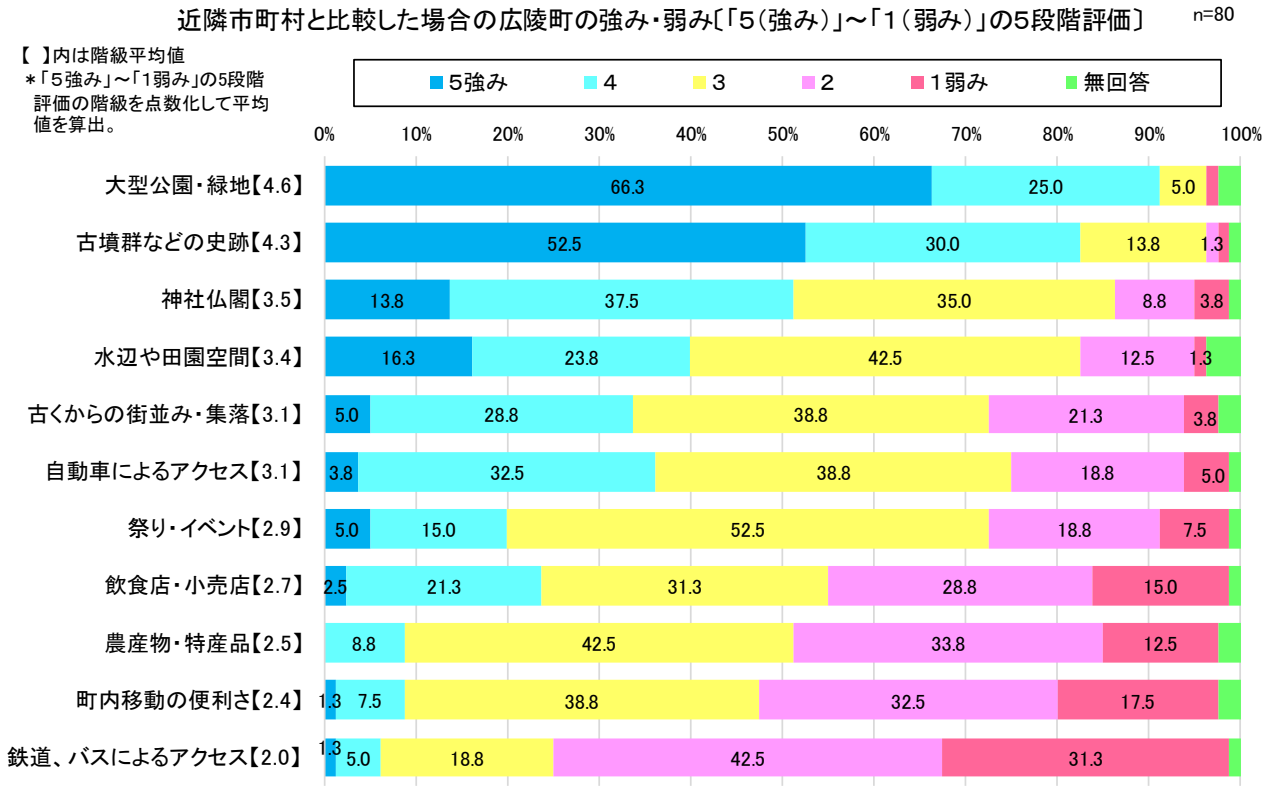
一方、「１（弱み）」・「２」の評価は、「鉄道、バスによるアクセス」が最も多く、次いで「町内移動の便利さ」「飲食店・小売店」「農産物・特産品」の3項目で多い。

11項目の強み・弱みを相対的に判断するために、5段階評価の階級を点数化して階級平均値を算出することで、11項目の強み・弱みの順位づけを行った。　＊以下、【　】は階級平均値。

その結果、「大型公園・緑地【4.6】、「古墳群などの史跡【4.3】」、「神社仏閣【3.5】」、「水辺や田園空間【3.4】」の4項目は階級平均値が3.4以上と高い。

一方、「鉄道、バスによるアクセス【2.0】」、「町内移動の便利さ【2.4】」、「農産物・特産品【2.5】」、「飲食店・小売店【2.7】」、「祭り・イベント【2.9】」の5項目は階級平均値が3.0未満と低い。

残りの「自動車によるアクセス【3.1】」、「古くからの街並み・集落【3.1】」の2項目は、平均的な評価となっている。



●問4－３　その他、広陵町の強み（優れている点、誇りに思う点）〔自由記述〕

仲間意識があると思うので、何人かまとまって取組。その手助け、そうするともっと力が大きくなる。グループ共通目標に町民参加、興味あることで集まる。
四季の環濠集落の町並みが大変美しく誇りに思う。
落ち着いた町の雰囲気と上品な住民が多い。町の強みを活かしてまちづくりを活性化させることができる資源は少ないが上述のようなイメージは転入者の増、転出者の減につながる大きな資源だと思う。
県立馬見丘陵公園あり
靴下の町として知られてはいるが農産物は特産品が知られていない
災害のない少ない町
靴下生産、かぐや姫の町、馬見丘陵公園（町：竹取・県：丘陵）と古墳
歴史と文化
過去に牧野古墳発掘により強力な遺品（馬具、武器など多数）が数多く出て来て、しかも他国（ドイツチュラント）えも送品・展示したことは広陵町の誇りであったと考えます。
広陵図書館の本の充実
自然が豊かな地域だ
靴下をはじめとした繊維産業。大阪へのアクセス。
地域の住民と行政がうまく連携できている。住宅地と農村地が点在しており幅広い視点で対応が可能。
温暖な気候で大変生活がしやすい、田舎ではあるが大阪・奈良方面にも近く神社仏閣もあり、地場産業（特に靴下）もあり農業に適した耕地も県内では比較的大きい。また他市町村より子供達の割合が多い。
JAを主体とした組織活動と農家へのサービスが優れている。健康増進に気配りする人が多数で勤労意欲も強い。
住宅環境は大変優れている。国道や鉄道等の交通面は自家用車で補完、但し運転不能になると困る。
丘陵公園
田舎の良さは人材である。教育・スポーツなど力を入れてもらっている。
特に祭りとイベントを外の市町村へのアピール
道路の開発が少ない。国道鉄道に営まれてない。
柔道家野村忠宏さん
目の前に馬見丘陵公園があり、各地域には祭りの賑わい、また竹取公園では靴下祭りも開催され、多くの見物者で賑わっている。

●問4－４　あなたが望む広陵町のイメージに近いもの

概要は、「１．広陵町の地域特性（強み）　⑤自然環境、遊歩道、街並み」に記載。

■５．広陵町における地域交流や観光の活性化について

●問５－１　観光などで町外から訪れる人や町民の行き来を増やそうとする場合の阻害要因

概要は、「２．外部からの来訪や域内交流を阻害する要因」に記載。

●問5－２　広陵町で地域交流や観光の活性化に注力していくべき分野

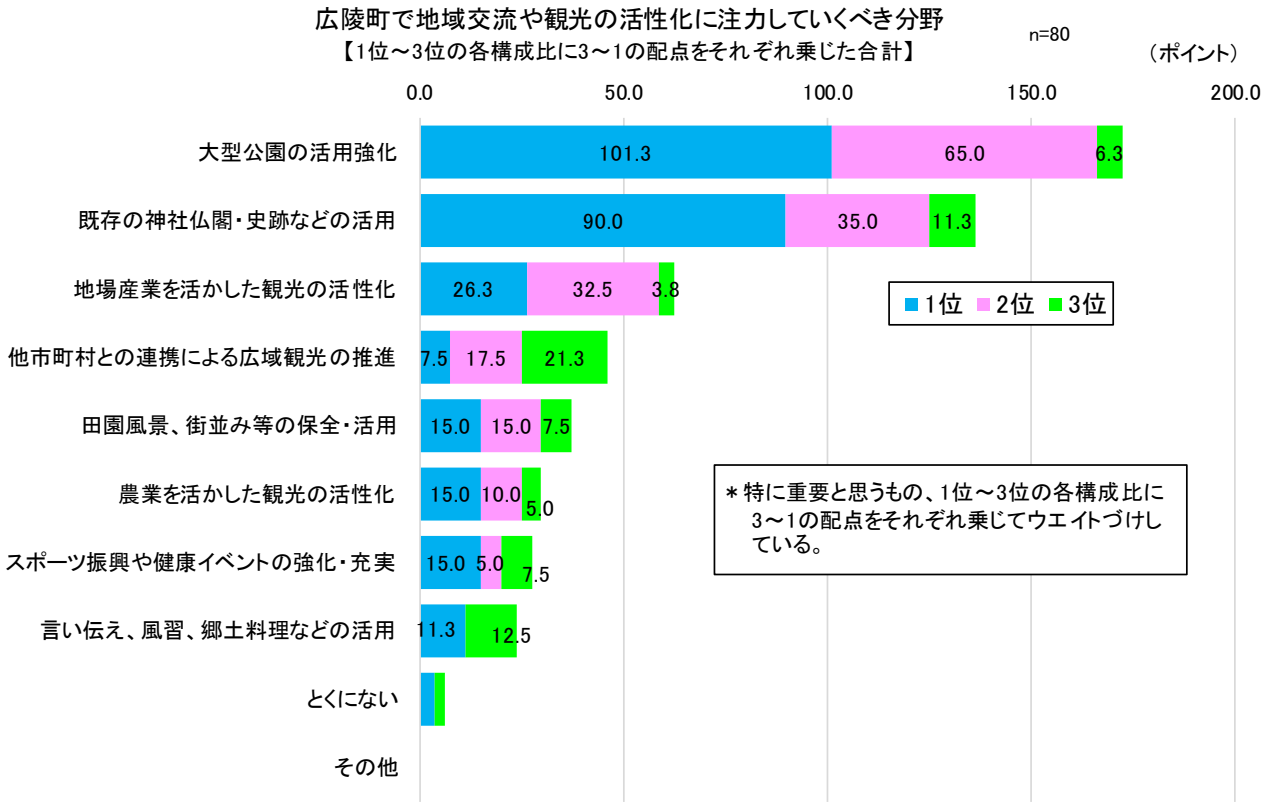
広陵町では、どのような分野で地域交流や観光の活性化に注力していくべきと思うか（特に重要と思うもの上位３つ）について聞いたところ、結果は以下のとおりである。

1位は、「大型公園の活用強化」33.8%と「既存の神社仏閣・史跡などの活用」30.0%が約3割と多い。一方、「地場産業を活かした観光の活性化」8.8%、「農業を活かした観光の活性化」5.0%、「田園風景、街並み等の保全・活用」5.0%、「スポーツ振興や健康イベントの強化・充実」5.0%、「言い伝え、風習、郷土料理などの活用」3.8%、「他市町村との連携による広域観光の推進」2.5%は少なく、「とくにない」は1.3%、「無回答」は5.0%。（図表掲載省略）

広陵町で地域交流や観光の活性化に注力していくべき分野を総合的な視点からみるために、特に重要と思うもの、1位～3位の各構成比に3～1の配点をそれぞれ乗じてウエイトづけ（例：1位の構成比×3）を行って合計ポイントを算出した結果、「大型公園の活用強化」172.5ポイントが最も多く、その他の項目を大きく引き離している。

次いで、「既存の神社仏閣・史跡などの活用」136.3ポイント、「地場産業を活かした観光の活性化」62.5ポイント、「他市町村との連携による広域観光の推進」46.3ポイント、「田園風景、街並み等の保全・活用」37.5ポイントの4分野が多い。

一方、「農業を活かした観光の活性化」30.0ポイント、「スポーツ振興や健康イベントの強化・充実」27.5ポイント、「言い伝え、風習、郷土料理などの活用」23.8ポイントの3分野はやや少ない。



●問５－３　地域交流や観光の活性化にあたって強化・充実していくべき施策・取組み

概要は、「１．広陵町の地域特性（強み）　①観光資源（神社仏閣、史跡、大型公園、その他集客施設）」に記載。

●問５－４　地域交流や観光の活性化に関する施策・取組みがより効果的に機能するために強化・充実していくべきこと

概要は、「１．広陵町の地域特性（強み）　⑥その他（例：人材、技術、インフラ、ヘルスケア・健康増進関連施設など）」に記載。

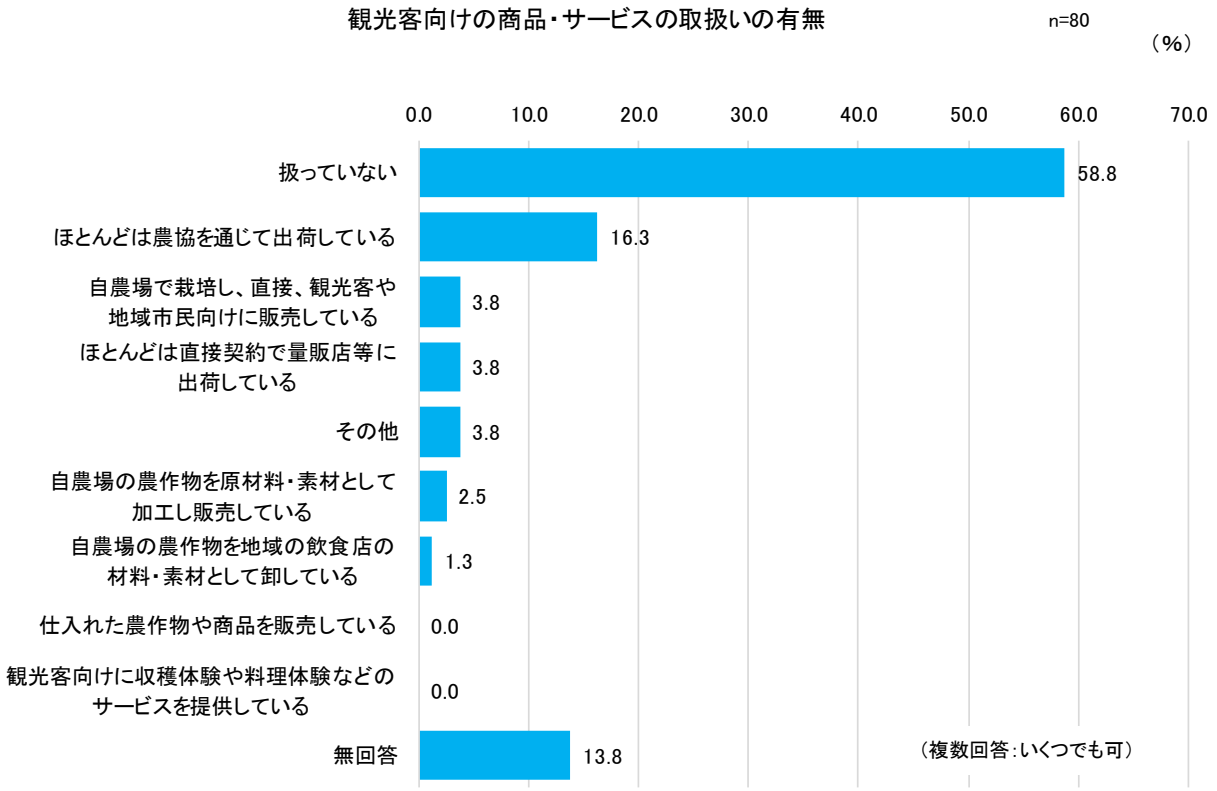
■６．広陵町内での観光振興への参画意向等について

●問6－１　観光客向けの商品・サービスの取扱いの有無

観光客や消費者向けの商品・サービスの取扱いの有無等（複数回答：いくつでも可）について聞いた結果、「扱っていない」58.8%が最も多く、次いで「ほとんどは農協を通じて出荷している」16.3%が多い。

一方、「自農場で栽培し、直接、観光客や地域市民向けに販売している」「ほとんどは直接契約で量販店等に出荷している」各3.8%、「自農場の農作物を原材料・素材として加工し販売している」2.5%、「自農場の農作物を地域の飲食店の材料・素材として卸している」1.3%は僅かである。

なお、「その他」3.8%、「仕入れた農作物や商品を販売している」「観光客向けに収穫体験や料理体験などのサービスを提供している」は0.0%、「無回答」は13.8%。



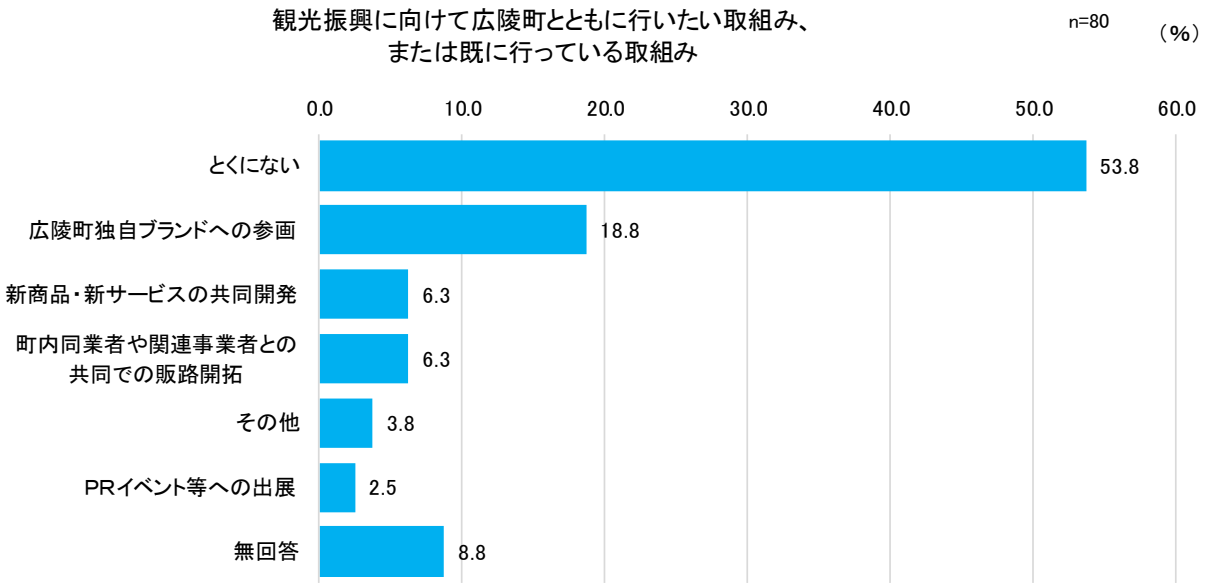
●問6－２　町内産農作物を利用して、観光客や消費者向けの広陵町らしい食材として開発すれば良いと思う商品概要は、「１．広陵町の地域特性（強み）　②農林業・特産品」に記載。

●問6－3　観光振興に向けて広陵町とともに行いたい取組み、または既に行っている取組み

観光振興に向けて広陵町とともに行いたい取組み、または既に行っている取組みの有無について聞いた結果、「とくにない」53.8%が最も多く、次いで「広陵町独自ブランドへの参画」18.8%、「新商品・新サービスの共同開発」「町内同業者や関連事業者との共同での販路開拓」各6.3%が続いている。

一方、「ＰＲイベント等への出展」2.5%は僅か。

なお、「その他」3.8%、「無回答」は8.8%。



●問６－４　観光客向けの農作物・商品販売やサービス提供の促進支援策

概要は、「１．広陵町の地域特性（強み）　②農林業・特産品」に記載。

●問7　広陵町における観光まちづくりやイベント等に対する、自由なご意見やご提案、アイデア、ご期待など

町民参加しやすい、来る人の思いに立って考えて下さい。すべてオープンにして参考資料など皆んなに伝わって行くまで何度もやり方も変えて推進して下さい。
「かぐや姫のまち」の魅力ある古民家を民泊や飲食店に整備再生し、神社仏閣・史跡などの観光拠点に。また、観光農園、農業体験の農家民泊などに利用する。
広陵町単体では広くPRすることに限界があると思うので今よりも更に広域連携を強化して多くの人に広陵町の良さを知っていただける方策を考えてほしい。そのことで定住人口、交流人口の増加につながるかも。かぐや姫まつりの駐車場用地の整備、かぐやちゃんの全国展開、映画「天使のいる図書館」の全国での上映会など。
馬見丘陵公園や竹取公園のイベントに合わせたウォーキングイベントの開催
各種のイベントを多くする事
スーパーや大型店等で広陵産の物品を販売するコーナーを作る
農業に特化したAIや最先端技術のシリコンバレー設立
百済寺の看板が台風等の影響で傷んでいる。他の看板と比べ小さい。分かり易い大きめの看板に取り替えるべき。場所…JA東支店より東の交差点に取り付けられた看板
観光客が多くなりますと事件がおこりやすい。残念ながら広陵町にはどこにも防犯カメラがないように思う。事件がおきても解決できない。私は広陵町百済に住んでいますが横には曽我川が流れています、大雨・台風シーズンになりますと水嵩が増、危険ですのにどこにも危険水位の表示がない。避難出来ない。
馬見丘陵公園周辺の拡大整備を早期に期待します
広陵町はいろんなイベントも多くあり、地域に密着している住みやすい町であると感じている。イベントもできるなら防災意識を高めるような工夫があってもいいのではないか。又、近隣市町村で「道の駅」が開設され、賑わいがあるが広陵町にも同様の施設があれば人の流れも変わり活気がでるのではないでしょうか。法的に難しいのは理解していますが…。
広陵町の情報発信の強化を行うと同じに観光客向けに販売する地場産品、靴下やプラスチック、野菜果物の開発と販売施設の設置を。
空き地など町有地をつくり観光案内所の設置、看板でPR、地元産品の展示販売を行うなど。寺院、社殿見学者、史跡めぐりの人々への案内書作成配布なども。
これといった特産品もないので、ふるさと納税の返礼品でも使えるような絶対的なものを町が中心となって開発すべき、予算化してはどうか。
地場産業市やイベントなど良くやっている又、担い手サポートや人材育成にも力を入れられている。特に人材育成については私も幾つかの県の研修に参加したが、一過性に終わらず継続してほしい。又、若者は農という言葉に抵抗あり広く園芸として理解して裾野を広げたい。
イベント会場周辺に駐車場が少ない、交通渋滞が起こる。歩道の巾がせまく散策しずらい。自転車道の整備。
一世紀経っても発展のない広瀬、百済に住んでいます。何故でしょうか？発想の転換を求めます。“明日香村”を例にとると最近目ざましい魅力的な観光地となっています。　・まず、鉄道、公共交通面整備して箸尾駅だけでなく旧村にも電車、バスを通してほしい。　・広陵ぶらりとして元気号のような観光バスを出してもらって地域のイベントや食事、買物を楽しんでもらえるようにする。その村で、その場で人とふれあい、学び楽しんだりできるよう、そして広陵なすなど入った広陵オリジナルカレーを自販機をおき、その場で味わったり土産に持って帰ったり出来るのではと思いました。　・またスポーツする場など充実し試合できる、試合に来る人は必ず食事をしたり広陵を記念して買い物出来る自販機を利用したり機会を工夫していくのはどうかと思いました。
竹取公園を拡張して運動公園として（例えば河内長野のサイクルスポーツセンターのような）整備し、馬見丘陵公園とコラボしたイベントを一年を通じて行う。同時に公園を訪れた人が抵抗なくお金を使ってくれるしくみを構築する。
馬見丘陵公園（広陵町河合町）があるが、イベント等年数回実施されているが、駐車場などの理由により交通渋滞がおき、住民として迷惑をしている。
いろいろとご研究いただいてますが早急に営業、セールスの育成と特にJAを主力に町内で役場の連結を保ち、強力な指導者（専従員）外務員の実務行動を展開してはどうですか。資金の分配大に計画、予算大で投資計画し行動してほしい。
既存の野菜などにも独自のネーミングをつけて差別化を図っていく。
馬見丘陵公園と竹取公園とのコラボ。イベントの立案等開催。
馬見丘陵公園、竹取公園靴下、櫛王神社戸閉まつり
歴史的遺産、例えば既存の神社仏閣、史跡など全国的に発信し、古社寺巡りルート整備等を行いPRを考えてはどうか？

【 資 料 編 】

○広陵町における観光アクションプラン策定調査検討委員会の開催

観光アクションプラン策定にあたり、有識者 4 名で構成される委員会を設置し、2 回の委員会を開催。委員から意見や提案等を求めた。

委　　員　：奈良県立大学 地域創造学部 准教授 大和 里美
畿央大学 健康科学部 人間環境デザイン学科 助教 清水 裕子
NPO 法人 奈良まほろばソムリエの会 理事 大山 惠功
広陵町 事業部 地域振興課 課長 栗山 ゆかり

オブザーバー：奈良県 産業・雇用振興部 産業政策課 課長補佐 奈良 英彦
〃　　政策推進係長 和田 元樹

事 務 局　：近畿経済産業局 地域経済部 地域開発室
一般財団法人 南都経済研究所

第 1 回 平成 31 年 1 月 29 日 午前 10 時 30 分 ～ 12 時 00 分
テーマ① アンケート結果（概要）の報告
テーマ② 観光アクションプランの方向性の検討

第 2 回 平成 31 年 2 月 28 日 午前 10 時 30 分 ～ 12 時 00 分
テーマ① 先行事例調査の報告
テーマ② 事業所等のヒアリング結果の報告
テーマ③ 観光アクションプラン（案）の概要

広陵町の皆さまへ

広陵町における観光の活性化に関するアンケート調査へのご協力のお願い

平素は、近畿経済産業局の施策推進にご協力いただきまして、誠にありがとうございます。

現在、当局では、広陵町と連携し、広陵町における観光戦略策定の調査を実施しております。その一環としまして、この度、広陵町の特性・魅力を再発見し、観光振興につなげるためのアンケート調査を実施いたします。

つきましては、皆さまの考える広陵町の魅力やイメージ、観光についてのご意見等をお答えいただけましたら幸いです。所要時間は３～５分程度ですので、ご多忙のところ恐縮ではございますが、ご協力くださいますようどうぞよろしくお願いいたします。

≪本調査での「観光」とは、「広陵町の農業や靴下産業などの特性・魅力をきっかけとして、様々な目的で町外から人が訪れ、町内で交流が生まれ、町のにぎわいにつながること」を言います。≫

※本調査は、広陵町の協力の下、奈良県の地域経済の調査・研究機関である一般財団法人南都経済研究所に委託し、調査・分析を実施します。

経済産業省 近畿経済産業局 地域経済部　地域開発室
広陵町 事業部 地域振興課

ご記入にあたってのお願い

- 回答は、特に断りのない限り、各設問の選択肢の中から該当する項目の番号に〇をつけて下さい。
- 設問に解答欄の枠 □ がある場合は、設問の指示に従い枠内に該当する番号をご記入下さい。
- 「(具体的に)」などの記載がある場合は、具体的な内容を記入して下さい。
- 回答していただいた調査票は、2019 年 **1 月 16 日（水）までに**同封の返信用封筒（切手は不要）にて返送して下さいますようお願いいたします。
- この調査票は広陵町内から無作為で抽出された方にのみお送りしています。
- 記入方法、内容などについてご不明な点がありましたら、下記までお問合せ下さい。

【調査機関・お問合せ】一般財団法人 南都経済研究所
〒631-0801　奈良県奈良市左京 6 丁目 5 番地の 4
電話：0742-72-0711（担当：山城、島田、前田）

【調査主体】　近畿経済産業局　地域経済部　地域開発室
〒540-8535　大阪市中央区大手前 1-5-44　大阪合同庁舎 1 号館
電話：06-6966-6012（担当：谷原、伊藤、長田）

【協力】　広陵町　事業部　地域振興課
〒635－8515　奈良県広陵町大字南郷 583 番地 1
電話：0745-55-1001（担当：栗山、細見）

１．ご自身について

問１－１　性別はどちらですか。（○は１つ）

１．男性　　２．女性

問１－２　年齢はどちらにあてはまりますか。（○は１つ）

１．10～20 歳代　２．30 歳代　３．40 歳代　４．50 歳代　５．60 歳代　６．70 歳代以上

問１－３　あなたの職業は何ですか。（○は１つ）

１．会社員　２．公務員　３．自営業・自由業　４．会社役員・経営者
５．パート・アルバイト　６．学生　７．専業主婦（夫）　８．無職

問１－４　広陵町での居住歴はどれくらいですか。（○は１つ）

１．3 年未満　２．3～5 年未満　３．5～10 年未満　４．10～15 年未満　５．15～20 年未満
６．20 年以上

問１－５　あなたのお生まれはどちらですか。（○は１つ）

１．広陵町　２．奈良県内の他市町村　３．奈良県外

問１－６　ご家族の世帯構成はどちらにあてはまりますか。（○は１つ）

１．単身　２．夫婦のみ　３．親子（親族の同居を含む）　４．３世代（親族の同居を含む）
５．兄弟姉妹など親族世帯のみ　６．その他（具体的に：　　）

問１－７　お住まいの地域はどちらですか。（○は１つ）

１．南郷　２．古寺　３．百済　４．広瀬　５．大場　６．大塚
７．安部　８．平尾　９．疋相　10．三吉　11．笠　12．沢
13．大野　14．萱野　15．南　16．弁財天　17．的場　18．寺戸
19．中　20．馬見南　21．馬見中　22．馬見北　23．みささぎ台

問１－８　あなたが町内を移動する際の主な方法はどれですか。（○は１つ）

１．徒歩　２．自転車　３．バイク　４．自分が運転する自動車（駅付近に駐車）
５．家族等が運転する自動車（送迎してもらう）　６．奈良交通の路線バス
７．コミュニティバス　８．その他（具体的に：　　）

２．広陵町全般について

問２－１　広陵町に愛着はありますか。（○は１つ）

１．とてもある　　２．多少はある　　３．どちらともいえない
４．あまりない　　５．まったくない

問２－２　次の１～11．について、近隣市町村と比較した場合の広陵町の強み・弱みを「５（強み）」～「１（弱み）」の５段階で評価し、あてはまる番号に○をつけてください。

	（強み）				（弱み）
１．大型公園・緑地・・・・・・・・・・・・・・・・・	5	4	3	2	1
２．古墳群などの史跡・・・・・・・・・・・・・・・・	5	4	3	2	1
３．水辺や田園空間・・・・・・・・・・・・・・・・・	5	4	3	2	1
４．古くからの街並み・集落・・・・・・・・・・・・・	5	4	3	2	1
５．神社仏閣・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	5	4	3	2	1
６．自動車によるアクセス・・・・・・・・・・・・・・	5	4	3	2	1
７．鉄道、バスによるアクセス・・・・・・・・・・・・	5	4	3	2	1
８．町内移動の便利さ・・・・・・・・・・・・・・・・	5	4	3	2	1
９．飲食店・小売店・・・・・・・・・・・・・・・・・	5	4	3	2	1
10．農産物・特産品・・・・・・・・・・・・・・・・・	5	4	3	2	1
11．祭り・イベント・・・・・・・・・・・・・・・・・	5	4	3	2	1

問２－３　その他、広陵町の強み（優れている点、誇りに思う点）があれば具体的にご記入ください。

問２－４　あなたが望む広陵町のイメージに近いものはどれですか。（○は３つ以内）

１．産業の栄える活力あるまち　　２．公共交通の便利なまち
３．自然に恵まれたまち　　４．多くの観光客が訪れる、賑わいのあるまち
５．教育・文化の香り高いまち　　６．資源の節約や再利用など、環境にやさしいまち
７．福祉の充実したまち　　８．健康で生きがいが持てるまち
９．安心して暮らせる災害に強いまち　　10．イベントや祭りが盛んな活気づいたまち
11．道路や街灯などが整備された住みよいまち
12．企業や町民、行政との協働(連携）が充実したまち
13．大学生など若者の意見を積極的に取り入れたまち
14．その他（具体的に：　　）
15．とくにない

３．町の公園や社寺、イベントなどの認知度・訪問度について

問３－１　町の公園や社寺、イベントなどに関する①から③の質問について、下記の選択肢からあてはまる番号を選んでください。「11．その他」の場合は、具体的な内容をご記入ください。

１．馬見丘陵公園	２．同公園でのイベント（フラワーフェスタ、フードフェスティバルなど）		
３．竹取公園	４．同公園でのイベント（かぐや姫まつり、靴下の市など）		
５．百済寺	６．讃岐神社	７．櫛玉比女命神社	８．巣山古墳
９．大垣内立山祭	10．戸閉祭（弁財天）	11．その他	12．とくにない

①　あなたが散策・レジャー・観光目的で、過去 3 年間に行った（利用した、参加した）場所やイベントはどれですか。その際のご意見・ご感想とともにご記入ください。（番号はいくつでも可）

あてはまる番号（いくつでも可）	「11. その他」の具体的な内容
ご意見・ご感想	

②　あなたが好きな場所やイベントはどれですか。理由とともにご記入ください。（番号はいくつでも可）

あてはまる番号（いくつでも可）	「11. その他」の具体的な内容
理由	

③　広陵町の地域交流や観光の活性化に、もっと活用したら良いと思う場所やイベントはありますか。活用方法やアイデアとともにご記入ください。（番号はいくつでも可）

あてはまる番号（いくつでも可）	「11. その他」の具体的な内容
活用方法・アイデア等	

問３－２　上記の選択肢以外に、地域外の友人等にお勧めしたい広陵町内のスポットやお店があれば、ご記入ください。

具体的なスポットやお店
その理由

問３－３　町の特産品についてお聞きします。下の①から③の質問について、下記の選択肢からあてはまる番号を選んでください。

１．靴下	２．織物	３．プラスチック製品	４．なすび
５．その他（具体的に）		６．とくにない	

①上記１～４．は町の特産品としてホームページで紹介されていますが、あなたが町の特産品であるとご存知であったものどれですか。

あてはまる番号（いくつでも可）	「5.その他」の場合、具体的な内容

②あなたが広陵町産であることを意識して購入する商品はありますか。

あてはまる番号（いくつでも可）	「5.その他」の場合、具体的な内容

③「○○の広陵町」など、町のイメージとして強く打ち出すべきものはどれですか。

あてはまる番号（いくつでも可）	「5.その他」の場合、具体的な内容

問３－４　町の農業や地場産業について、見学や体験したいものはありますか。（○はいくつでも）

１．農業体験（収穫など）　　２．採れたての食材を活かした料理
３．繊維産業や靴下産業の見学・体験　　４．プラスチック製品製造の見学
５．その他（具体的に：　　）　　６．とくにない

問３－５　町に残る生活文化・風習・言い伝え（竹取物語などの民話、戸閉祭などの行事、子どもの遊び、郷土料理など）についてお聞きします。

①あなたがご存知のものがあればご記入ください。（自由記述）

②広陵町の地域交流や観光の活性化に活用できると思うものがあれば、その活用方法・アイデア等をご記入ください。（自由記述）

４．広陵町における地域交流や観光の活性化について

問４－１　観光などで町外から訪れる人や町民の行き来を増やそうとする場合の阻害要因（不都合、邪魔になっているものなど）には、どのようなことが当てはまると思いますか。（○はいくつでも可）

１．広陵町の名前や所在地の認知度が低い（知らない人が多い）
２．広陵町の農作物や特産品を活かした土産物などがない（少ない）
３．歴史的遺産はあるものの、他市町村と比べて魅力が低い
４．訪れたいと思うような地域の魅力が乏しい
５．利用したいと思うような飲食店がない（少ない）
６．有名な観光スポットがない（少ない）
７．町外からのアクセスが不便である
８．町内の移動が不便である
９．その他（具体的に：　　）
10．とくにない

問４－２　仕事、教育、文化、買い物、観光などで町内外を行き来する人（交流人口）が増えた場合のプラスの影響として、あなたが期待することは何ですか。（○は３つ以内）

１．町に店や仕事が増え、地域の活性化に繋がる
２．地域外の人が訪れることで、町の美化・清掃活動に対する町民の意識が高まる
３．空き家や耕作放棄地の利活用に繋がる
４．少子化、高齢化による地域の荒廃を防ぐことに繋がる
５．鉄道やバス路線の維持に繋がる
６．町内外の交流促進を通じて、地域の仕事や活動に能動的に携わる町民が増える
７．若者や外国人による新しい文化、価値観が流入することで、町が活気づく
８．閉鎖的なイメージを脱却し、より開放的な町へと変わる
９．その他（具体的に：　　）

問４－３　広陵町では、どのような分野で地域交流や観光の活性化に注力していくべきと思いますか。特に重要と思うもの、上位３つを枠内にご記入ください。

１．既存の神社仏閣や史跡などの活用
２．大型公園の活用強化
３．地場産業を活かした観光の活性化
４．農業を活かした観光の活性化
５．言い伝え、風習、郷土料理などの活用
６．田園風景や街並みなどの保全・活用
７．スポーツ振興や健康イベントの強化・充実
８．他市町村との連携による広域観光の推進
９．その他（具体的に：　　）
10．とくにない

	1位	2位	3位
上位３つを記入⇒			

問４－４　地域交流や観光の活性化にあたって、どのような施策・取組みを強化・充実していくべきと思いますか。（○は３つ以内）

１．大型公園で開催するイベントの拡充
２．竹取公園や讃岐神社周辺の竹林・散策ルート等の整備
３．「かぐやちゃん」「竹取物語」「竹」などをテーマにした文化・芸能活動の創造、民芸品の創作
４．地場産業の施設見学やものづくり体験などの受入体制の整備
５．水辺や田園空間を活かしたアートやイベントの開催
６．地元の農産物を活かした特産品の開発
７．町内レストランや直売所など、地元産品を地元で消費・販売する仕組みの整備
８．観光農園、農業体験、農家民泊などの受入体制の整備
９．観光関連の農業の充実につながる新規就農の支援
10．聖徳太子や「古事記」「日本書紀」などをテーマにした他自治体との連携
11．その他（具体的に：　　）
12．とくにない

問４－５　問４－４で選択された各種施策・取組みがより効果的に機能するためには、どのようなことを強化・充実していくべきと思いますか。（○は３つ以内）

１．ホームページ、ＳＮＳ等での情報発信
２．地元企業や大学との連携強化
３．観光スポットの案内板、駐車場、公衆トイレ等の整備
４．広陵町を舞台にしたテレビ番組収録、映画撮影などの誘致
５．女性やシニアの農業や小売・サービス業等への参画・起業支援
６．学生や若者のアイデア・意見の受入れ・活用
７．農業や小売・サービス業等の担い手となり得る、転入者の受入れ
８．広陵町で農業や小売・サービス業等に従事する町外在住者を増やすためのＰＲ強化
９．飲食店や宿泊施設としての空き家の利活用促進
10．公共交通機関等、町内移動の利便性の向上
11．近鉄田原本線を軸にした沿線自治体との連携
12．その他（具体的に：　　）
13．とくにない

５．広陵町内での活動・活躍等について

問５－１　町のイメージやブランド価値を高めるには、どのような活動が望ましいと思いますか。（○は３つ以内）

１．街の美化・清掃活動の拡充　　２．地域の営農への協力等、地元特産品の創出・強化
３．花いっぱい運動の拡充　　４．「靴下生産量日本一の町」のイメージ強化
５．「かぐやちゃん」を利用した活動など「かぐや姫（竹取物語）ゆかりの地」のイメージ強化
６．町内の古墳や社寺を紹介するボランティアガイドの拡充
７．その他（具体的に：　　）
８．とくにない

問５－２　地元産品や生活文化・伝統を活用した地域活動やサービス等で、広陵町に増えたらいい（新しくできたらいい）と思うものはどれですか。
（○はいくつでも可）

１．観光農園の経営・運営
２．農家レストランの経営・運営
３．地元の食材を使った料理や商品の創作・販売、料理教室
４．「かぐやちゃん」「竹取物語」をモチーフにした和・洋菓子、食品等の企画・販売
５．「かぐやちゃん」「竹取物語」をモチーフにした工芸品、衣装、アート、音楽等の創作・販売・実演
６．地元産の靴下や関連商材を扱う物販店・ネットショップの経営
７．町を訪れる学生を対象とした飲食や宿泊等のサービス提供
８．町を訪れる外国人を対象とした通訳や案内
９．ＳＮＳ（フェイスブックやインスタグラムなど）による町の情報発信
10．その他（具体的に：　　）
11．とくにない

問５－３　問５－２のうち、あなた自身が関わってみたいと思うものはありますか。あてはまる番号を選んでください。（番号はいくつでも可）

あてはまる番号（いくつでも可）	「10.その他」の具体的な内容

問５－４　問５－１、２で選択した地域活動等に対し、あなたご自身はどのように関わりたいと思いますか。（○は１つ）

１．主体的な立場で活動したい　　２．積極的に参加したい
３．可能な範囲で参加したい　　４．時間的なゆとりができたら参加したい
５．あまり関わりたいとは思わない
６．その他（具体的に：　　）

６．その他

問６　広陵町における観光まちづくりやイベント等に対する、自由なご意見やご提案、アイデア、ご期待などをご記入ください。

アンケートは以上です。ご協力ありがとうございました。

＜個人情報の取扱いについて＞
今回、回答いただいた内容及びアンケート調査で得られた内容については、個人情報を含む秘密情報として漏えい等がないよう厳重に管理し、本調査以外の用途には利用いたしません。また、今回の調査は委託事業として実施いたしますので、アンケート票は近畿経済産業局が委託しました一般財団法人南都経済研究所より送付しておりますが、委託事業者においても個人情報の管理は厳重に行います。なお、アンケート調査の結果を公表する際には、統計的な処理をいたしますので、個人情報が特定されることはございません。

広陵町内の事業者の皆さまへ

広陵町における観光の活性化に関するアンケート調査へのご協力のお願い

平素は、近畿経済産業局の施策推進にご協力いただきまして、誠にありがとうございます。

現在、当局では、広陵町と連携し、広陵町における観光戦略策定の調査を実施しております。その一環としまして、この度、広陵町の特性・魅力を再発見し、観光振興につなげるためのアンケート調査を実施いたします。

つきましては、皆さまの考える広陵町の魅力やイメージ、観光についてのご意見等をお答えいただけましたら幸いです。所要時間は３～５分程度ですので、ご多忙のところ恐縮ではございますが、ご協力くださいますようどうぞよろしくお願いいたします。

≪本調査での「観光」とは、「広陵町の農業や靴下産業などの特性・魅力をきっかけとして、様々な目的で町外から人が訪れ、町内で交流が生まれ、町のにぎわいにつながること」を言います。≫

※本調査は、広陵町の協力の下、奈良県の地域経済の調査・研究機関である一般財団法人南都経済研究所に委託し、調査・分析を実施します。

経済産業省 近畿経済産業局 地域経済部　地域開発室
広陵町 事業部 地域振興課

ご記入にあたってのお願い

●回答は、特に断りのない限り、各設問の選択肢の中から該当する項目の番号に〇をつけて下さい。
●設問に解答欄の枠 □ がある場合は、設問の指示に従い枠内に該当する番号をご記入下さい。
●「(具体的に)」などの記載がある場合は、具体的な内容を記入して下さい。
●回答していただいた調査票は、2019 年 **1 月 16 日（水）までに**同封の返信用封筒（切手は不要）にて返送して下さいますようお願いいたします。
●この調査票は広陵町内から無作為で抽出された事業者さまにのみお送りしています。
●記入方法、内容などについてご不明な点がありましたら、下記までお問合せ下さい。

【調査機関・お問合せ】一般財団法人 南都経済研究所
〒631-0801　奈良県奈良市左京 6 丁目 5 番地の 4
電話：0742-72-0711（担当：山城、島田、前田）

【調査主体】　近畿経済産業局　地域経済部　地域開発室
〒540-8535　大阪市中央区大手前 1-5-44　大阪合同庁舎 1 号館
電話：06-6966-6012（担当：谷原、伊藤、長田）

【協力】　広陵町　事業部　地域振興課
〒635－8515　奈良県広陵町大字南郷 583 番地 1
電話：0745-55-1001（担当：栗山、細見）

１．貴社について

問１－１　業種についてお聞きします。（○は１つ）

１．製造業（靴下）　２．製造業（プラスチック製品）　３．製造業（その他）
４．建設業　５．卸売業　６．小売業
７．サービス業　８．運輸業　９．飲食業
10．医療・福祉　11．その他（　　）

問１－２　従業員数（パート、アルバイト等を含む）はどのくらいですか。（○は１つ）

１．5 人以下　２．6～20 人　３．21～50 人　４．51～100 人　５．101 人以上

問１－３　町内で事業をされている年数はどのくらいですか。〔平成 30 年 10 月 1 日時点でご回答下さい〕（○は１つ）

１．5 年未満　２．5 年～10 年未満　３．10 年～20 年未満　４．20 年以上

２．広陵町全般について

問２－１　広陵町への愛着がありますか。（○は１つ）

１．とてもある　２．多少はある　３．どちらともいえない
４．あまりない　５．まったくない

問２－２　次の１～11．について、近隣市町村と比較した場合の広陵町の強み・弱みを「５（強み）」～「１（弱み）」の５段階で評価し、あてはまる番号に○をつけてください。

	（強み）				（弱み）
１．大型公園・緑地・・・・・・・・・・・・・・・・・	5	4	3	2	1
２．古墳群などの史跡・・・・・・・・・・・・・・・・	5	4	3	2	1
３．水辺や田園空間・・・・・・・・・・・・・・・・・	5	4	3	2	1
４．古くからの街並み・集落・・・・・・・・・・・・	5	4	3	2	1
５．神社仏閣・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	5	4	3	2	1
６．自動車によるアクセス・・・・・・・・・・・・・	5	4	3	2	1
７．鉄道、バスによるアクセス・・・・・・・・・・・	5	4	3	2	1
８．町内移動の便利さ・・・・・・・・・・・・・・・・	5	4	3	2	1
９．飲食店・小売店・・・・・・・・・・・・・・・・・	5	4	3	2	1
10．農産物・特産品・・・・・・・・・・・・・・・・・	5	4	3	2	1
11．祭り・イベント・・・・・・・・・・・・・・・・・	5	4	3	2	1

問２－３　その他、広陵町の強み（優れている点、誇りに思う点）があれば具体的にご記入ください。

問２－４　貴社が望む広陵町のイメージに近いものはどれですか。（○は３つ以内）

１．産業の栄える活力あるまち
２．公共交通の便利なまち
３．自然に恵まれたまち
４．多くの観光客が訪れる、賑わいのあるまち
５．教育・文化の香り高いまち
６．資源の節約や再利用など、環境にやさしいまち
７．福祉の充実したまち
８．健康で生きがいが持てるまち
９．安心して暮らせる災害に強いまち
10．イベントや祭りが盛んな活気づいたまち
11．道路や街灯などが整備された住みよいまち
12．企業や町民、行政との協働(連携）が充実したまち
13．大学生など若者の意見を積極的に取り入れたまち
14．その他（具体的に：　　）
15．とくにない

３．町の農産物や特産品の取扱いについて

問３－１　貴社では、広陵町内の農産物や特産品を取り扱っていますか。（○は１つ）

１．取り扱っている　**→具体的な取扱品目は何ですか？**

２．取り扱ったことがない
３．過去に取扱いはあったが、今は取り扱っていない
４．取扱いを検討したことはあるが、取り扱っていない
５．取り扱ったことがなく、取扱いを検討したこともない
６．取り扱ったことはないが、良いものがあれば、今後、取扱いを検討してもよい
７．その他（具体的に：　　）

問３－２　広陵町内の農産物や特産品を取り扱う際の課題は何ですか。（○はいくつでも可）

１．どんなものがあるかわからない
２．購入単価が高い
３．まとまった数量を購入できない
４．安定供給に不安がある
５．品質が良くない・安定しない
６．ある程度の販売が見込めない
７．広陵町ブランドが確立されていない
８．町外・県外のものと差別化がされていない
９．取扱いを検討する場合、どこに相談したらよいかわからない
10．その他（具体的に：　　）
11．とくにない

４．広陵町における地域交流や観光の活性化について

問４－１　観光などで町外から訪れる人や町民の行き来を増やそうとする場合の阻害要因（不都合、邪魔になっているものなど）には、どのようなことが当てはまると思いますか。（○はいくつでも可）

１．広陵町の名前や所在地の認知度が低い（知らない人が多い）
２．広陵町の農産物や特産品を活かした土産物などがない（少ない）
３．訪れたいと思うような地域の魅力が乏しい
４．利用したいと思うような飲食店がない（少ない）
５．有名な観光スポットがない（少ない）
６．歴史的遺産はあるが、他市町村と比べて魅力が低い
７．町外からのアクセスが不便である
８．町内の移動が不便である
９．その他（具体的に：　　）
10．とくにない

問４－２　広陵町では、どのような分野で地域交流や観光の活性化に注力していくべきと思いますか。特に重要と思うもの、上位３つを枠内にご記入ください。

１．既存の神社仏閣・史跡などの活用
２．大型公園の活用強化
３．地場産業を活かした観光の活性化
４．農業を活かした観光の活性化
５．言い伝え、風習、郷土料理などの活用
６．田園風景、街並み等の保全・活用
７．スポーツ振興や健康イベントの強化・充実
８．他市町村との連携による広域観光の推進
９．その他（具体的に：　　）
10．とくにない

１位	２位	３位

問４－３　地域交流や観光の活性化にあたって、どのような施策・取組みを強化・充実していくべきと思いますか。（○は３つ以内）

１．大型公園で開催するイベントの拡充
２．竹取公園や讃岐神社周辺の竹林・散策ルート等の整備
３．「かぐやちゃん」「竹取物語」「竹」などをテーマにした文化・芸能活動の創造、民芸品の創作
４．地場産業の施設見学やものづくり体験などの受入体制の整備
５．水辺や田園空間を活かしたアートやイベントの開催
６．地元の農産物を活かした特産品の開発
７．町内レストランや直売所など、地元産品を地元で消費・販売する仕組みの整備
８．観光農園、農業体験、農家民泊などの受入体制の整備
９．観光関連の農業の充実につながる新規就農の支援
10．聖徳太子や「古事記」「日本書紀」などをテーマにした他自治体との連携
11．その他（具体的に：　　）
12．とくにない

問４－４　問４－３で選択された各種施策・取組みがより効果的に機能するためには、どのようなことを強化・充実していくべきと思いますか。（○は３つ以内）

１．ホームページ、ＳＮＳ等での情報発信
２．地元企業や大学との連携強化
３．観光スポットの案内板、駐車場、公衆トイレ等の整備
４．広陵町を舞台にしたテレビ番組収録、映画撮影などの誘致
５．女性やシニアの農業や小売・サービス業等への参画・起業支援
６．学生や若者のアイデア・意見の受入れ・活用
７．農業や小売・サービス業等の担い手となり得る、転入者の受入れ
８．広陵町で農業や小売・サービス業等に従事する町外在住者を増やすためのＰＲ強化
９．飲食店や宿泊施設としての空き家の利活用促進
10．公共交通機関等、町内移動の利便性の向上
11．近鉄田原本線を軸にした沿線自治体との連携
12．その他（具体的に：　　）
13．とくにない

５．広陵町内での観光振興への参画意向等について

問５－１－①　貴社では、観光客向けの商品・サービスを取り扱っていますか。（○は１つ）

１．自社で製造し、直接、観光客向けに販売している
２．自社で製造し、卸会社や取引先などに販売している
３．仕入れた商品を販売している
４．原材料・素材を加工して販売している
５．観光客向けにサービスを提供している
６．何も取り扱っていない

問５－１－②　【問５－１－①で、１～５と回答された方】
取扱い商品・サービスの具体的な内容をご記入ください。

問５－２　観光振興に向けて広陵町とともに行いたい取組み、または既に行っている取組みはありますか。（○は１つ）

１．広陵町独自ブランドへの参画
２．新商品・新サービスの共同開発
３．ＰＲイベント等への出展
４．町内同業者や関連事業者との共同での販路開拓
５．その他（具体的に：　　）
６．とくにない

問５－３　観光客向け商品の開発・販売の意向についてお伺いします。貴社の考え方に近い項目を選んでください。（○は１つ）

１．現在、観光客向け商品を取り扱っており、今後は内容を充実していきたい
２．観光客の増加により一定の売上が見込めそうならば、観光客向け商品の開発・販売を考えたい
３．広陵町として何らかの販売支援があるならば、観光客向け商品の開発・販売を考えたい
４．観光客向け商品の開発・販売の予定はない
５．その他（具体的に：　　）

問５－４　観光客向けの商品・サービス開発（販売）にあたっての他社・他機関との交流・連携（情報交換、人材交流、技術・ノウハウの提供など）状況について、下記の選択肢からあてはまる番号を選んでください。　「６．その他」の場合は、具体的な内容をご記入ください。

１．大学・研究機関	２．同業他社（広陵町内）	３．同業他社（町外）	
４．異業種（広陵町内）	５．異業種（町外）	６．その他	７．とくにない

①　現在、交流・連携がある先はどれですか。（番号はいくつでも）

あてはまる番号（いくつでも可）	「6. その他」の具体的な内容

②今後、交流・連携を希望される先はどれですか。（番号はいくつでも）

あてはまる番号（いくつでも可）	「6. その他」の具体的な内容

問５－５　観光客向けの商品販売やサービス提供の促進について、どのような支援策があれば良いと思いますか。（○はいくつでも可）

１．広陵町のブランドイメージの向上
２．広陵町の特産品などの情報発信の強化
３．イベントなど、宣伝・販売機会の提供
４．商品を販売できる買い物施設の設置・拡大
５．販売促進に対する金銭的な支援
６．販売先の紹介・あっせん
７．販売促進に向けた助言・ノウハウの提供
８．ビジネスパートナーとのマッチング
９．その他（具体的に：　　）
10．とくにない

問５－６－①　貴社の工場・店舗などの施設では、観光客の見学が可能ですか。（○は１つ）

１．全体の見学が可能
２．一部の見学が可能
３．見学は受け入れていない（見学できない）
４．見学を受け入れた実績はないが、今後、見学の受け入れを検討してもよい
５．その他（具体的に：　　）

問５－６－②　貴社の工場・店舗などの施設では、観光客のものづくり体験が可能ですか。（○は１つ）

１．有料でものづくり体験が可能
２．無料でものづくり体験が可能
３．ものづくり体験は受け入れていない（できない）
４．ものづくり体験を受け入れた実績はないが、今後、体験の受け入れを検討してもよい
５．その他（具体的に：　　）

問５－６－③　貴社の工場・店舗などの施設では、小学生や地域住民などの見学を受け入れたことはありますか。（○は１つ、１．の場合はおおよその回数もお答えください。）

１．複数回ある（　　回ほど）　　２．１回だけある　　３．受け入れたことがない

問５－６－④　貴社において、見学・ものづくり体験の場を提供する際の課題は何ですか。（○はいくつでも可）

１．本業が忙しい（本業に注力している）　　２．駐車場や応対人員の確保が難しい
３．安全を確保できない　　４．受け入れのノウハウがない
５．見学・ものづくり体験の場として提供するメリットがない（わからない）
６．見学者などを受け入れることによる様々なリスク（事故・秘密漏洩など）がある
７．受け入れ体制を整えるためのコスト負担が大きい
８．その他（具体的に：　　）
９．とくにない

問５－７　観光客の見学やものづくり体験などの受け入れに際して、どのような支援策があれば良いと思いますか。（○はいくつでも可）

１．広陵町のホームページ・広報誌などでのＰＲ　　２．見学者の紹介・とりまとめ
３．広陵町内の見学・体験可能な企業の連携支援　　４．受け入れ体制の整備に向けた金銭的な支援
５．見学者・体験者に配付するパンフレット等の制作費用の支援
６．受け入れ体制の整備に向けた助言・ノウハウの提供
７．その他（具体的に：　　）
８．とくにない

６．その他

問６－１　広陵町産であることを表す地域ブランドの名称として、貴社の商品・サービスの名称に利用できたら良いと思うものはどれですか？（○はいくつでも可）

１．広陵　　２．馬見　　３．竹取（物語）　　４．かぐや姫（の里）
５．奈良　　６．大和　　７．北葛城
８．その他（具体的に：　　）
９．とくにない

問６－２　広陵町における観光まちづくりやイベント等に対する、自由なご意見やご提案、アイデア、ご期待などをご記入ください。

○恐れ入りますが、お差し支えなければ、**事業所名・ご住所等のご記入をお願いいたします。**

（事業所名）　　**（ご担当部署）**

〒　　－

（所在地）　　**（TEL）　　－　　－**

アンケートは以上です。ご協力ありがとうございました。

＜個人情報の取扱いについて＞
今回、回答いただいた内容及びアンケート調査で得られた内容については、個人情報を含む秘密情報として漏えい等がないよう厳重に管理し、本調査以外の用途には利用いたしません。また、今回の調査は委託事業として実施いたしますので、アンケート票は近畿経済産業局が委託しました一般財団法人南都経済研究所より送付しておりますが、委託事業者においても個人情報の管理は厳重に行います。なお、アンケート調査の結果を公表する際には、統計的な処理をいたしますので、個人情報が特定されることはございません。

広陵町内の農家の皆さまへ

広陵町における観光の活性化に関するアンケート調査へのご協力のお願い

平素は、近畿経済産業局の施策推進にご協力いただきまして、誠にありがとうございます。

現在、当局では、広陵町と連携し、広陵町における観光戦略策定の調査を実施しております。その一環としまして、この度、広陵町の特性・魅力を再発見し、観光振興につなげるためのアンケート調査を実施いたします。

つきましては、皆さまの考える広陵町の魅力やイメージ、観光についてのご意見等をお答えいただけましたら幸いです。所要時間は３～５分程度ですので、ご多忙のところ恐縮ではございますが、ご協力くださいますようどうぞよろしくお願いいたします。

≪本調査での「観光」とは、「広陵町の農業や靴下産業などの特性・魅力をきっかけとして、様々な目的で町外から人が訪れ、町内で交流が生まれ、町のにぎわいにつながること」を言います。≫

※本調査は、広陵町の協力の下、奈良県の地域経済の調査・研究機関である一般財団法人南都経済研究所に委託し、調査・分析を実施します。

経済産業省 近畿経済産業局 地域経済部　地域開発室
広陵町 事業部 地域振興課

ご記入にあたってのお願い

- ●回答は、特に断りのない限り、各設問の選択肢の中から該当する項目の番号に〇をつけて下さい。
- ●設問に解答欄の枠 ［　　］ がある場合は、設問の指示に従い枠内に該当する番号をご記入下さい。
- ●「(具体的に)」などの記載がある場合は、具体的な内容を記入して下さい。
- ●回答していただいた調査票は、2019 年 **1 月 16 日（水）までに**同封の返信用封筒（切手は不要）にて返送して下さいますようお願いいたします。
- ●この調査票は広陵町内から無作為で抽出された農家の皆さまにのみお送りしています。
- ●記入方法、内容などについてご不明な点がありましたら、下記までお問合せ下さい。

【調査機関・お問合せ】一般財団法人 南都経済研究所
〒631-0801　奈良県奈良市左京 6 丁目 5 番地の 4
電話：0742-72-0711（担当：山城、島田、前田）

【調査主体】　近畿経済産業局　地域経済部　地域開発室
〒540-8535　大阪市中央区大手前 1-5-44　大阪合同庁舎 1 号館
電話：06-6966-6012（担当：谷原、伊藤、長田）

【協力】　広陵町　事業部　地域振興課
〒635－8515　奈良県広陵町大字南郷 583 番地 1
電話：0745-55-1001（担当：栗山、細見）

１．農業の形態について

問１－１　農家等の種類についてお聞きします。

①農家等分類関係は次のいずれですか。（○は１つ）

１．販売農家(*)のうち**主業農家**

農業所得が主（農家所得の **50%以上が農業所得**）で、１年間に 60 日以上自営農業に従事している 65 歳未満の世帯員がいる農家

２．販売農家(*)のうち**準主業農家**

農外所得が主（農家所得の **50%未満が農業所得**）で、１年間に 60 日以上自営農業に従事している 65 歳未満の世帯員がいる農家

３．販売農家(*)のうち**副業的農家**

１年間に 60 日以上**自営農業に従事している 65 歳未満の世帯員がいない**農家（主業農家及び準主業農家以外の農家）

４．**自給的農家**　経営耕地面積が 30ａ未満かつ農作物販売金額が年間 50 万円未満の農家

＊「販売農家」とは、経営耕地面積が 30a 以上又は農作物販売金額が 50 万円以上の農家

②　主業農家以外の方（上記の「農家等分類関係」で「１.」とお答えの方以外）にお聞きします。主として農業に従事している方（農業労働力構成）は次のいずれですか。（○はいくつでも）

１．主として休日や休暇に農業従事する　　２．常時農業に従事する家族がいる
３．常勤者を雇用している　　４．パートタイマーを雇用している
５．家族の女性が主として従事している　　６．近所の農家と共同で作業する
７．会社等を退職した家族が主に従事している　８．近隣農家に委託している
９．その他（具体的に：　　）

問１－２　栽培品目は次のいずれですか。（○はいくつでも可）

１．米　２．ナス　３．きゅうり　４．トマト　５．葉物野菜　６．根菜類
７．イチゴ　８．果樹（品目：　　）　９．大和野菜　10．花卉類（品目：　　）
11．薬草（品目：　　）　12．特殊品目（品目：　　）
13．菜の花・コスモス等景観作物　14．その他　（品目：　　）

問１－３　（販売農家の方にお聞きします）販売ルートはどのような先ですか。（○はいくつでも可）

１．主として農協　２．青果市場　３．卸・小売業と直接契約　４．製造・加工業と直接契約
５．産地直送　６．飲食業・宿泊業と直接契約　７．地場市場（朝市・道の駅等）
８．自家で販売施設経営　９．自家で加工施設経営　10．観光農園経営
11．その他（具体的に：　　）

問１－４　（販売農家の方にお聞きします）栽培方法や流通の特徴は次のいずれですか。（○はいくつでも可）

１．路地栽培のみ　２．施設栽培をしている　３．有機栽培をしている
４．低農薬栽培をしている　５．単品種栽培をしている　６．複数品種を通年栽培している
７．ＧＡＰ（農業生産工程管理）を実施している　８．トレーサビリティ管理※を実施している
９．その他（具体的に：　　）

※生産、加工、流通、販売の各段階で生産者や販売者などの情報を記録し、履歴を追跡できるよう管理すること

問１－５　（すべての農家の方にお聞きします）今後の農業経営について、あてはまる内容をお選び下さい。（○はいくつでも可）

１．今のままで後継者に引き継ぎたい　　２．高収益の作物を生産したい
３．機械化等を進め作業負荷を軽減したい　　４．耕作地を拡大したい
５．農地所有適格法人※に参画したい　　６．近隣の農業者に耕作を委託したい
７．信頼できる組織（団体）に耕作を委託したい　　８．輸出を視野に入れたい
９．製造業や飲食・観光業と連携し事業を拡大したい
10．市民・ＮＰＯや農業者・事業者と連携し町を活性化したい
11．その他（具体的に：　　）

※農地法の要件に適合する“農業経営を行うために農地を取得できる”農業法人

問１－６　（すべての農家の方にお聞きします）農業を継続するために必要なものは何ですか。あてはまる内容をお選び下さい。（○はいくつでも可）

１．農業後継者の教育・育成　　２．農機の共同使用
３．技術面の指導　　４．農地の利用制限の緩和
５．新規耕作者の移住促進　　６．とくにない
７．その他（具体的に：　　）

問１－７　（すべての農家の方にお聞きします）販路の維持・開拓に必要なものは何ですか。あてはまる内容をお選び下さい。（○はいくつでも可）

１．出荷や選別等の共同化・委託　　２．物産展の開催
３．販売先の開拓や経営面の指導　　４．出荷価格の安定
５．少量での出荷を可能にする　　６．とくにない
７．その他（具体的に：　　）

２．農作物の生産・供給体制について

問２－１　地産地消や全国展開により収益性を高めるために、必要な農業生産とはどのようなものだと思いますか。あてはまる内容をお選び下さい。（○はいくつでも可）

１．新品種の開発　　２．ブランド品種の栽培研究
３．高収益品種・希少品種の栽培研究　　４．市場性の高い食材の栽培
５．安定需要・安定価格での販売　　６．低農薬・オーガニック農作物の生産
７．地域ブランド農作物の育成　　８．伝統品種や埋もれた品種の発見と栽培
９．農作物を使った料理や食品の開発による高付加価値化
10．製造業や飲食業との連携による高付加価値化
11．広陵町（および近隣）における地産地消は難しい
12．わからない
13．その他（具体的に：　　）

問２－２　地産地消や全国展開により収益性を高めるために、今後重要となる活動や要素は何だと思いますか。あてはまる内容をお選び下さい。（○はいくつでも可）

１．自動化機械による人手不足と高齢化対応　　２．作業補助装置による作業軽減と効率化
３．データに基づく需要・生産量の予測　　４．農業や経営に精通した人材の育成
５．農地所有適格法人の誘致　　６．食品加工や飲食・商業の企業誘致
７．広陵の物語を活かした農作物開発による地域ブランド創出
８．食味等品質管理・トレーサビリティの徹底による地域ブランド管理
９．農業と加工、流通を運営・管理または調整する人材や機関
10．農や食に関連した事業を新規に起こすベンチャー人材
11．産地直送や地方市場活性化による流通ルートの改革
12．農業協同組合・銀行等金融機関による円滑な資本導入と金融
13．わからない
14．その他（具体的に：　　）

３．農作物の市場開拓について

問３－１　農作物や食材の「広陵ブランド」を構築する場合に、ブランド管理力・競争力の向上や、その体制づくりに必要な要素・基盤としてどのようなものが考えられますか。あてはまる内容をお選び下さい。（○はいくつでも可）

１．高ランク作物の開発力・生産力
２．品質ランク管理力（食味等の管理体制とランク別市場の開拓）
３．伝統・歴史に基づく「物語性」
４．知的財産（商標権・育成者権・特許権・地域団体商標等）の取得
５．農産品別の競合状況と優位性の分析（市場での競争優位性）
６．観光客等の交流人口の増大やブランド確立の安定基盤となるべき地元需要
７．地域内の商工業者や飲食業者との連携による地産地消※システムの構築
８．学校給食や高齢者施設等、地産地消の安定需要先の確立
９．わからない
10．その他（具体的に：　　）

※地域で生産したものを地域内で消費すること

問３－２　農作物・食材・料理等の広陵町独自のブランドを築くには、現状ではどのような問題点があると思いますか。（○はいくつでも可）

１．農作物の安定供給に向けた集荷・流通体制が不十分
２．農作物の地産地消や商工業者・観光業者向けに安定供給する生産体制が不十分
３．農作物を変更するために必要な労働力が不十分
４．人手不足を解消する機械化・ロボット化等の機器・設備導入の補助政策が不十分
５．農業の大規模化（連担化）による効率化を図る組織力が弱い
６．点在する農地をまとめ上げて効率化を図るＩＣＴ（情報通信技術）が不十分
７．わからない
８．その他（具体的に：　　）

４．広陵町全般について

問４－１　広陵町への愛着がありますか。（○は１つ）

１．とてもある　　２．多少はある　　３．どちらともいえない
４．あまりない　　５．まったくない

問４－２　次の１～11．について、近隣市町村と比較した場合の広陵町の強み・弱みを「５（強み）」～「１（弱み）」の５段階で評価し、あてはまる番号に○をつけてください。

	（強み）				（弱み）
１．大型公園・緑地・・・・・・・・・・・・・・・・・	5	4	3	2	1
２．古墳群などの史跡・・・・・・・・・・・・・・・・	5	4	3	2	1
３．水辺や田園空間・・・・・・・・・・・・・・・・・	5	4	3	2	1
４．古くからの街並み・集落・・・・・・・・・・・・・	5	4	3	2	1
５．神社仏閣・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	5	4	3	2	1
６．自動車によるアクセス・・・・・・・・・・・・・・	5	4	3	2	1
７．鉄道、バスによるアクセス・・・・・・・・・・・・	5	4	3	2	1
８．町内移動の便利さ・・・・・・・・・・・・・・・・	5	4	3	2	1
９．飲食店・小売店・・・・・・・・・・・・・・・・・	5	4	3	2	1
10．農作物・特産品・・・・・・・・・・・・・・・・・	5	4	3	2	1
11．祭り・イベント・・・・・・・・・・・・・・・・・	5	4	3	2	1

問４－３　その他、広陵町の強み（優れている点、誇りに思う点）があれば具体的にご記入ください。

問４－４　あなたが望む広陵町のイメージに近いものはどれですか。（○は３つ以内）

１．産業の栄える活力あるまち　　２．公共交通の便利なまち
３．自然に恵まれたまち　　４．多くの観光客が訪れる、賑わいのあるまち
５．教育・文化の香り高いまち　　６．資源の節約や再利用など、環境にやさしいまち
７．福祉の充実したまち　　８．健康で生きがいが持てるまち
９．安心して暮らせる災害に強いまち　　10．イベントや祭りが盛んな活気づいたまち
11．道路や街灯などが整備された住みよいまち
12．企業や町民、行政との協働(連携）が充実したまち
13．大学生など若者の意見を積極的に取り入れたまち
14．その他（具体的に：　　）
15．とくにない

５．広陵町における地域交流や観光の活性化について

問５－１　観光などで町外から訪れる人や町民の行き来を増やそうとする場合の阻害要因（不都合、邪魔になっているものなど）には、どのようなことが当てはまると思いますか。（○はいくつでも可）

１．広陵町の名前や所在地の認知度が低い（知らない人が多い）
２．広陵町の農作物や特産品を活かした土産物などがない（少ない）
３．歴史的遺産はあるものの、他市町村と比べて魅力が低い
４．訪れたいと思うような地域の魅力が乏しい
５．利用したいと思うような飲食店がない（少ない）
６．有名な観光スポットがない（少ない）
７．町外からのアクセスが不便である
８．町内の移動が不便である
９．その他（具体的に：　　）
10．とくにない

問５－２　広陵町では、どのような分野で地域交流や観光の活性化に注力していくべきと思いますか。特に重要と思うもの、上位３つを枠内にご記入ください。

１．既存の神社仏閣・史跡などの活用
２．大型公園の活用強化
３．地場産業を活かした観光の活性化
４．農業を活かした観光の活性化
５．言い伝え、風習、郷土料理などの活用
６．田園風景、街並み等の保全・活用
７．スポーツ振興や健康イベントの強化・充実
８．他市町村との連携による広域観光の推進
９．その他（具体的に：　　）
10．とくにない

1位	2位	3位

問５－３　地域交流や観光の活性化にあたって、どのような施策・取組みを強化・充実していくべきと思いますか。（○は３つ以内）

１．大型公園で開催するイベントの拡充
２．竹取公園や讃岐神社周辺の竹林・散策ルート等の整備
３．「かぐやちゃん」「竹取物語」「竹」などをテーマにした文化・芸能活動の創造、民芸品の創作
４．地場産業の施設見学やものづくり体験などの受入体制の整備
５．水辺や田園空間を活かしたアートやイベントの開催
６．地元の農産物を活かした特産品の開発
７．町内レストランや直売所など、地元産品を地元で消費・販売する仕組みの整備
８．観光農園、農業体験、農家民泊などの受入体制の整備
９．観光関連の農業の充実につながる新規就農の支援
10．聖徳太子や「古事記」「日本書紀」などをテーマにした他自治体との連携
11．その他（具体的に：　　）
12．とくにない

問５－４　問５－３で選択された各種施策・取組みがより効果的に機能するためには、どのようなことを強化・充実していくべきと思いますか。（○は３つ以内）

１．ホームページ、ＳＮＳ等での情報発信
２．地元企業や大学との連携強化
３．観光スポットの案内板、駐車場、公衆トイレ等の整備
４．広陵町を舞台にしたテレビ番組収録、映画撮影などの誘致
５．女性やシニアの農業や小売・サービス業等への参画・起業支援
６．学生や若者のアイデア・意見の受入れ・活用
７．農業や小売・サービス業等の担い手となり得る、転入者の受入れ
８．広陵町で農業や小売・サービス業等に従事する町外在住者を増やすためのＰＲ強化
９．飲食店や宿泊施設としての空き家の利活用促進
10．公共交通機関等、町内移動の利便性の向上
11．近鉄田原本線を軸にした沿線自治体との連携
12．その他（具体的に：　　）
13．とくにない

６．広陵町内での観光振興への参画意向等について

問６－１　貴農場では、観光客や消費者向けの商品・サービスを扱っていますか。（○はいくつでも可）

１．自農場で栽培し、直接、観光客や地域市民向けに販売している
２．自農場の農作物を原材料・素材として加工し販売している
３．仕入れた農作物や商品を販売している
４．観光客向けに収穫体験や料理体験などのサービスを提供している
５．自農場の農作物を地域の飲食店の材料・素材として卸している
６．ほとんどは農協を通じて出荷している
７．ほとんどは直接契約で量販店等に出荷している
８．その他（具体的に：　　）
９．扱っていない

問６－２　町内産農作物を利用して、観光客や消費者向けの広陵町らしい食材としてどのような商品を開発すればよいと思いますか。（○はいくつでも可）

１．味噌・醤油・漬物などの日常的な食材　　２．健康志向のお菓子やケーキ
３．地元野菜の惣菜　　４．天然素材のジャム
５．かぐや姫にちなんだ竹の葉や笹で包んだ食材　　６．かぐや姫にちなんだ竹容器入りの食材
７．馬見丘陵公園の花のイメージの菓子やケーキ　　８．地元農作物を使った酒やリキュール
９．聖徳太子プロジェクトや菜の花プロジェクト等に関連した食材や料理
10．その他（具体的に：　　）
11．とくにない

問６－３　観光振興に向けて広陵町とともに行いたい取組み、または既に行っている取組みはありますか。（○は１つ）

１．広陵町独自ブランドへの参画　　２．新商品・新サービスの共同開発
３．ＰＲイベント等への出展　　４．町内同業者や関連事業者との共同での販路開拓
５．その他（具体的に：　　）
６．とくにない

問６－４　観光客向けの農作物・商品販売やサービス提供の促進について、どのような支援策があれば良いと思いますか。（○はいくつでも可）

１．広陵町のブランドイメージの向上　　２．広陵町の特産品などの情報発信の強化
３．イベントなど、宣伝・販売機会の提供　　４．販売できる買い物施設の設置・拡大
５．販売促進に対する金銭的な支援　　６．販売先の紹介・あっせん
７．販売促進に向けた助言・ノウハウの提供
８．その他（具体的に：　　）
９．とくにない

７．その他

問７　広陵町における観光まちづくりやイベント等に対する、自由なご意見やご提案、アイデア、ご期待などをご記入ください。

○恐れ入りますが、お差し支えなければ、**お名前・事業所名・ご住所等のご記入をお願いいたします。**

（お名前・事業所名）

〒　　－

（所在地）　　**（TEL）　　－　　－**

アンケートは以上です。ご協力ありがとうございました。

＜個人情報の取扱いについて＞
今回、回答いただいた内容及びアンケート調査で得られた内容については、個人情報を含む秘密情報として漏えい等がないよう厳重に管理し、本調査以外の用途には利用いたしません。また、今回の調査は委託事業として実施いたしますので、アンケート票は近畿経済産業局が委託しました一般財団法人南都経済研究所より送付しておりますが、委託事業者においても個人情報の管理は厳重に行います。なお、アンケート調査の結果を公表する際には、統計的な処理をいたしますので、個人情報が特定されることはございません。

調査名 [広陵町における観光の活性化に関するアンケート(町民)]

問1-1 性別

No.	カテゴリー名	n	%
1	男性	51	40.2
2	女性	75	59.1
	無回答	1	0.8
	全体	127	100.0

問1-2 年齢

No.	カテゴリー名	n	%
1	10～20歳代	14	11.0
2	30歳代	17	13.4
3	40歳代	17	13.4
4	50歳代	25	19.7
5	60歳代	28	22.0
6	70歳代以上	25	19.7
	無回答	1	0.8
	全体	127	100.0

問1-3 職業

No.	カテゴリー名	n	%
1	会社員	31	24.4
2	公務員	6	4.7
3	自営業・自由業	8	6.3
4	会社役員・経営者	3	2.4
5	パート・アルバイト	18	14.2
6	学生	5	3.9
7	専業主婦(夫)	28	22.0
8	無職	26	20.5
	無回答	2	1.6
	全体	127	100.0

問1-4 広陵町での居住歴

No.	カテゴリー名	n	%
1	3年未満	7	5.5
2	3～5年未満	5	3.9
3	5～10年未満	6	4.7
4	10～15年未満	6	4.7
5	15～20年未満	14	11.0
6	20年以上	88	69.3
	無回答	1	0.8
	全体	127	100.0

問1-5 あなたのお生まれ

No.	カテゴリー名	n	%
1	広陵町	37	29.1
2	奈良県内の他市町村	33	26.0
3	奈良県外	56	44.1
	無回答	1	0.8
	全体	127	100.0

問1-6 ご家族の世帯構成

No.	カテゴリー名	n	%
3	親子(親族の同居を含む)	69	54.3
2	夫婦のみ	29	22.8
4	3世代(親族の同居を含む)	19	15.0
1	単身	7	5.5
5	兄弟姉妹など親族世帯のみ	1	0.8
6	その他	0	0.0
	無回答	2	1.6
	全体	127	100.0

調査名 [広陵町における観光の活性化に関するアンケート(町民)]

問1-7 お住まいの地域

No.	カテゴリー名	n	%
20	馬見南	25	19.7
22	馬見北	17	13.4
10	三吉	10	7.9
3	百済	8	6.3
9	疋相	7	5.5
14	萱野	7	5.5
8	平尾	6	4.7
21	馬見中	6	4.7
11	笠	5	3.9
23	みささぎ台	5	3.9
1	南郷	4	3.1
6	大塚	3	2.4
7	安部	3	2.4
17	的場	3	2.4
2	古寺	2	1.6
4	広瀬	2	1.6
12	沢	2	1.6
15	南	2	1.6
16	弁財天	2	1.6
18	寺戸	2	1.6
19	中	2	1.6
13	大野	1	0.8
5	大場	0	0.0
	無回答	3	2.4
	全体	127	100.0

問1-8 町内を移動する際の主な方法

No.	カテゴリー名	n	%
4	自分が運転する自動車(駅付近に駐車)	71	55.9
2	自転車	24	18.9
5	家族等が運転する自動車(送迎してもらう)	16	12.6
1	徒歩	8	6.3
3	バイク	4	3.1
6	奈良交通の路線バス	2	1.6
7	コミュニティバス	1	0.8
8	その他	0	0.0
	無回答	1	0.8
	全体	127	100.0

問2-1 広陵町に愛着はありますか。

No.	カテゴリー名	n	%
1	とてもある	46	36.2
2	多少はある	49	38.6
3	どちらともいえない	17	13.4
4	あまりない	8	6.3
5	まったくない	3	2.4
	無回答	4	3.1
	全体	127	100.0

問2-2-1 近隣市町村比較:大型公園・緑地

No.	カテゴリー名	n	%
1	1.弱み	0	0.0
2	2.	0	0.0
3	3.	14	11.0
4	4.	32	25.2
5	5.強み	80	63.0
	無回答	1	0.8
	全体	127	100.0

	階級値
	1
	2
	3
	4
	5
平均	4.52
標準偏差	0.690

調査名 [広陵町における観光の活性化に関するアンケート(町民)]

問2-2-2 近隣市町村比較:古墳群などの史跡

No.	カテゴリー名	n	%		階級値
1	1.弱み	1	0.8		1
2	2.	2	1.6		2
3	3.	29	22.8		3
4	4.	42	33.1		4
5	5.強み	51	40.2		5
	無回答	2	1.6	平均	4.12
	全体	127	100.0	標準偏差	0.876

問2-2-3 近隣市町村比較:水辺や田園空間

No.	カテゴリー名	n	%		階級値
1	1.弱み	3	2.4		1
2	2.	13	10.2		2
3	3.	60	47.2		3
4	4.	29	22.8		4
5	5.強み	19	15.0		5
	無回答	3	2.4	平均	3.39
	全体	127	100.0	標準偏差	0.952

問2-2-4 近隣市町村比較:古くからの街並み・集落

No.	カテゴリー名	n	%		階級値
1	1.弱み	6	4.7		1
2	2.	24	18.9		2
3	3.	61	48.0		3
4	4.	22	17.3		4
5	5.強み	11	8.7		5
	無回答	3	2.4	平均	3.06
	全体	127	100.0	標準偏差	0.961

問2-2-5 近隣市町村比較:神社仏閣

No.	カテゴリー名	n	%		階級値
1	1.弱み	6	4.7		1
2	2.	17	13.4		2
3	3.	64	50.4		3
4	4.	26	20.5		4
5	5.強み	11	8.7		5
	無回答	3	2.4	平均	3.15
	全体	127	100.0	標準偏差	0.937

問2-2-6 近隣市町村比較:自動車によるアクセス

No.	カテゴリー名	n	%		階級値
1	1.弱み	5	3.9		1
2	2.	18	14.2		2
3	3.	50	39.4		3
4	4.	44	34.6		4
5	5.強み	6	4.7		5
	無回答	4	3.1	平均	3.23
	全体	127	100.0	標準偏差	0.904

問2-2-7 近隣市町村比較:鉄道、バスによるアクセス

No.	カテゴリー名	n	%		階級値
1	1.弱み	37	29.1		1
2	2.	38	29.9		2
3	3.	26	20.5		3
4	4.	17	13.4		4
5	5.強み	3	2.4		5
	無回答	6	4.7	平均	2.26
	全体	127	100.0	標準偏差	1.116

調査名 [広陵町における観光の活性化に関するアンケート(町民)]

問2-2-8 近隣市町村比較:町内移動の便利さ

No.	カテゴリー名	n	%		階級値
1	1.弱み	26	20.5		1
2	2.	37	29.1		2
3	3.	43	33.9		3
4	4.	14	11.0		4
5	5.強み	3	2.4		5
	無回答	4	3.1	平均	2.44
	全体	127	100.0	標準偏差	1.025

問2-2-9 近隣市町村比較:飲食店・小売店

No.	カテゴリー名	n	%		階級値
1	1.弱み	16	12.6		1
2	2.	37	29.1		2
3	3.	48	37.8		3
4	4.	20	15.7		4
5	5.強み	4	3.1		5
	無回答	2	1.6	平均	2.67
	全体	127	100.0	標準偏差	0.998

問2-2-10 近隣市町村比較:農産物・特産品

No.	カテゴリー名	n	%		階級値
1	1.弱み	9	7.1		1
2	2.	30	23.6		2
3	3.	54	42.5		3
4	4.	22	17.3		4
5	5.強み	8	6.3		5
	無回答	4	3.1	平均	2.92
	全体	127	100.0	標準偏差	0.988

問2-2-11 近隣市町村比較:祭り・イベント

No.	カテゴリー名	n	%		階級値
1	1.弱み	5	3.9		1
2	2.	28	22.0		2
3	3.	59	46.5		3
4	4.	24	18.9		4
5	5.強み	9	7.1		5
	無回答	2	1.6	平均	3.03
	全体	127	100.0	標準偏差	0.933

問2-4 あなたが望む広陵町のイメージに近いものはどれですか。

No.	カテゴリー名	n	%		
3	自然に恵まれたまち	72	56.7		
9	安心して暮らせる災害に強いまち	46	36.2		
2	公共交通の便利なまち	30	23.6		
11	道路や街灯などが整備された住みよいまち	30	23.6		
5	教育・文化の香り高いまち	26	20.5		
7	福祉の充実したまち	26	20.5		
8	健康で生きがいが持てるまち	23	18.1		
10	イベントや祭りが盛んな活気づいたまち	15	11.8		
6	資源の節約や再利用など、環境にやさしいまち	14	11.0		
1	産業の栄える活力あるまち	10	7.9		
12	企業や町民、行政との協働(連携)が充実したまち	7	5.5		
13	大学生など若者の意見を積極的に取り入れたまち	6	4.7		
4	多くの観光客が訪れる、賑わいのあるまち	2	1.6		
14	その他	1	0.8		
15	とくにない	1	0.8		
	無回答	3	2.4	累計 (n)	累計 (%)
	全体	127	100.0	312	245.7

調査名 [広陵町における観光の活性化に関するアンケート(町民)]

問3-1① あなたが散策・レジャー・観光目的で、過去3年間に行った(利用した、参加した)場所やイベントはどれですか。

No.	カテゴリー名	n	%
1	馬見丘陵公園	93	73.2
2	同公園でのイベント(フラワーフェスタ、フードフェスティバルなど)	72	56.7
4	同公園でのイベント(かぐや姫まつり、靴下の市など)	60	47.2
3	竹取公園	59	46.5
10	戸閉祭(弁財天)	17	13.4
7	櫛玉比女命神社	16	12.6
9	大垣内立山祭	16	12.6
6	讃岐神社	14	11.0
12	とくにない	14	11.0
5	百済寺	9	7.1
8	巣山古墳	8	6.3
11	その他	1	0.8
	無回答	8	6.3
	全体	127	100.0

累計 (n)	累計 (%)
387	304.7

問3-1② あなたが好きな場所やイベントはどれですか。

No.	カテゴリー名	n	%
1	馬見丘陵公園	63	49.6
2	同公園でのイベント(フラワーフェスタ、フードフェスティバルなど)	49	38.6
4	同公園でのイベント(かぐや姫まつり、靴下の市など)	38	29.9
3	竹取公園	34	26.8
12	とくにない	14	11.0
9	大垣内立山祭	10	7.9
10	戸閉祭(弁財天)	9	7.1
6	讃岐神社	3	2.4
7	櫛玉比女命神社	2	1.6
11	その他	2	1.6
5	百済寺	1	0.8
8	巣山古墳	1	0.8
	無回答	10	7.9
	全体	127	100.0

累計 (n)	累計 (%)
236	185.8

問3-1③ 広陵町の地域交流や観光の活性化に、もっと活用したら良いと思う場所やイベントはありますか。

No.	カテゴリー名	n	%
1	馬見丘陵公園	27	21.3
12	とくにない	21	16.5
3	竹取公園	19	15.0
2	同公園でのイベント(フラワーフェスタ、フードフェスティバルなど)	9	7.1
4	同公園でのイベント(かぐや姫まつり、靴下の市など)	8	6.3
6	讃岐神社	7	5.5
7	櫛玉比女命神社	6	4.7
8	巣山古墳	6	4.7
5	百済寺	5	3.9
9	大垣内立山祭	4	3.1
10	戸閉祭(弁財天)	4	3.1
11	その他	2	1.6
	無回答	59	46.5
	全体	127	100.0

累計 (n)	累計 (%)
177	139.4

問3-3① あなたが町の特産品であるとご存知であったものはどれですか。

No.	カテゴリー名	n	%
1	靴下	118	92.9
4	なすび	70	55.1
3	プラスチック製品	22	17.3
2	織物	11	8.7
6	とくにない	1	0.8
5	その他	0	0.0
	無回答	5	3.9
	全体	127	100.0

累計 (n)	累計 (%)
227	178.7

調査名 [広陵町における観光の活性化に関するアンケート(町民)]

問3-3② あなたが広陵町産であることを意識して購入する商品はありますか。

No.	カテゴリー名	n	%		
1	靴下	53	41.7		
6	とくにない	44	34.6		
4	なすび	26	20.5		
5	その他	2	1.6		
3	プラスチック製品	1	0.8		
2	織物	0	0.0		
	無回答	17	13.4	累計 (n)	累計 (%)
	全体	127	100.0	143	112.6

問3-3③「〇〇の広陵町」など、町のイメージとして強く打ち出すべきものはどれですか。

No.	カテゴリー名	n	%		
1	靴下	81	63.8		
4	なすび	19	15.0		
6	とくにない	12	9.4		
3	プラスチック製品	8	6.3		
2	織物	7	5.5		
5	その他	6	4.7		
	無回答	26	20.5	累計 (n)	累計 (%)
	全体	127	100.0	159	125.2

問3-4 町の農業や地場産業について、見学や体験したいものはありますか。

No.	カテゴリー名	n	%		
6	とくにない	48	37.8		
2	採れたての食材を活かした料理	38	29.9		
3	繊維産業や靴下産業の見学・体験	38	29.9		
1	農業体験(収穫など)	28	22.0		
4	プラスチック製品製造の見学	17	13.4		
5	その他	1	0.8		
	無回答	12	9.4	累計 (n)	累計 (%)
	全体	127	100.0	182	143.3

問4-1 観光などで町外から訪れる人や町民の行き来を増やそうとする場合の阻害要因には、どのようなことが当てはまると思いますか。

No.	カテゴリー名	n	%		
7	町外からのアクセスが不便である	65	51.2		
8	町内の移動が不便である	60	47.2		
1	広陵町の名前や所在地の認知度が低い(知らない人が多い)	55	43.3		
5	利用したいと思うような飲食店がない(少ない)	54	42.5		
2	広陵町の農作物や特産品を活かした土産物などがない(少ない)	52	40.9		
4	訪れたいと思うような地域の魅力が乏しい	47	37.0		
6	有名な観光スポットがない(少ない)	42	33.1		
3	歴史的遺産はあるものの、他市町村と比べて魅力が低い	37	29.1		
9	その他	3	2.4		
10	とくにない	2	1.6		
	無回答	2	1.6	累計 (n)	累計 (%)
	全体	127	100.0	419	329.9

問4-2 仕事、教育、文化、買い物、観光などで町内外を行き来する人(交流人口)が増えた場合のプラスの影響として、あなたが期待することは何ですか。

No.	カテゴリー名	n	%		
1	町に店や仕事が増え、地域の活性化に繋がる	67	52.8		
5	鉄道やバス路線の維持に繋がる	57	44.9		
4	少子化、高齢化による地域の荒廃を防ぐことに繋がる	44	34.6		
3	空き家や耕作放棄地の利活用に繋がる	33	26.0		
7	若者や外国人による新しい文化、価値観が流入することで、町が活気づく	24	18.9		
6	町内外の交流促進を通じて、地域の仕事や活動に能動的に携わる町民が増える	19	15.0		
8	閉鎖的なイメージを脱却し、より開放的な町へと変わる	18	14.2		
2	地域外の人が訪れることで、町の美化・清掃活動に対する町民の意識が高まる	16	12.6		
9	その他	3	2.4		
	無回答	5	3.9	累計 (n)	累計 (%)
	全体	127	100.0	286	225.2

調査名 [広陵町における観光の活性化に関するアンケート(町民)]

問4-3-1 1位:広陵町では、どのような分野で地域交流や観光の活性化に注力していくべきと思いますか。

No.	カテゴリー名	n	%
2	大型公園の活用強化	75	59.1
1	既存の神社仏閣や史跡などの活用	14	11.0
3	地場産業を活かした観光の活性化	7	5.5
6	田園風景や街並みなどの保全・活用	7	5.5
7	スポーツ振興や健康イベントの強化・充実	7	5.5
10	とくにない	4	3.1
4	農業を活かした観光の活性化	3	2.4
5	言い伝え、風習、郷土料理などの活用	2	1.6
8	他市町村との連携による広域観光の推進	2	1.6
9	その他	2	1.6
	無回答	4	3.1
	全体	127	100.0

問4-3-2 2位:広陵町では、どのような分野で地域交流や観光の活性化に注力していくべきと思いますか。

No.	カテゴリー名	n	%
3	地場産業を活かした観光の活性化	23	18.1
2	大型公園の活用強化	22	17.3
1	既存の神社仏閣や史跡などの活用	18	14.2
7	スポーツ振興や健康イベントの強化・充実	12	9.4
8	他市町村との連携による広域観光の推進	11	8.7
4	農業を活かした観光の活性化	10	7.9
6	田園風景や街並みなどの保全・活用	8	6.3
5	言い伝え、風習、郷土料理などの活用	7	5.5
9	その他	1	0.8
10	とくにない	1	0.8
	無回答	14	11.0
	全体	127	100.0

問4-3-3 3位:広陵町では、どのような分野で地域交流や観光の活性化に注力していくべきと思いますか。

No.	カテゴリー名	n	%
3	地場産業を活かした観光の活性化	21	16.5
8	他市町村との連携による広域観光の推進	17	13.4
7	スポーツ振興や健康イベントの強化・充実	15	11.8
1	既存の神社仏閣や史跡などの活用	11	8.7
2	大型公園の活用強化	10	7.9
5	言い伝え、風習、郷土料理などの活用	10	7.9
4	農業を活かした観光の活性化	8	6.3
6	田園風景や街並みなどの保全・活用	5	3.9
10	とくにない	3	2.4
9	その他	0	0.0
	無回答	27	21.3
	全体	127	100.0

問4-4 地域交流や観光の活性化にあたって、どのような施策・取組みを強化・充実していくべきと思いますか。

No.	カテゴリー名	n	%
1	大型公園で開催するイベントの拡充	81	63.8
7	町内レストランや直売所など、地元産品を地元で消費・販売する仕組みの整備	59	46.5
2	竹取公園や讃岐神社周辺の竹林・散策ルート等の整備	32	25.2
4	地場産業の施設見学やものづくり体験などの受入体制の整備	28	22.0
6	地元の農産物を活かした特産品の開発	23	18.1
5	水辺や田園空間を活かしたアートやイベントの開催	21	16.5
3	「かぐやちゃん」「竹取物語」「竹」などをテーマにした文化・芸能活動の創造、民芸品の創作	17	13.4
10	聖徳太子や「古事記」「日本書紀」などをテーマにした他自治体との連携	14	11.0
8	観光農園、農業体験、農家民泊などの受入体制の整備	13	10.2
9	観光関連の農業の充実につながる新規就農の支援	8	6.3
11	その他	4	3.1
12	とくにない	3	2.4
	無回答	5	3.9
	全体	127	100.0

累計 (n)	累計 (%)
308	242.5

調査名 [広陵町における観光の活性化に関するアンケート(町民)]
問4-5 選択された各種施策・取組みがより効果的に機能するためには、どのようなことを強化・充実していくべきと思いますか。

No.	カテゴリー名	n	%
1	ホームページ、SNS等での情報発信	63	49.6
10	公共交通機関等、町内移動の利便性の向上	52	40.9
3	観光スポットの案内板、駐車場、公衆トイレ等の整備	38	29.9
2	地元企業や大学との連携強化	35	27.6
6	学生や若者のアイデア・意見の受入れ・活用	30	23.6
9	飲食店や宿泊施設としての空き家の利活用促進	23	18.1
4	広陵町を舞台にしたテレビ番組収録、映画撮影などの誘致	20	15.7
5	女性やシニアの農業や小売・サービス業等への参画・起業支援	15	11.8
7	農業や小売・サービス業等の担い手となり得る、転入者の受入れ	8	6.3
8	広陵町で農業や小売・サービス業等に従事する町外在住者を増やすためのPR強化	8	6.3
11	近鉄田原本線を軸にした沿線自治体との連携	6	4.7
12	その他	3	2.4
13	とくにない	2	1.6
	無回答	5	3.9
	全体	127	100.0

累計 (n)	累計 (%)
308	242.5

問5-1 町のイメージやブランド価値を高めるには、どのような活動が望ましいと思いますか。

No.	カテゴリー名	n	%
4	「靴下生産量日本一の町」のイメージ強化	60	47.2
1	街の美化・清掃活動の拡充	48	37.8
5	「かぐやちゃん」を利用した活動など「かぐや姫(竹取物語)ゆかりの地」のイメージ強化	41	32.3
2	地域の営農への協力等、地元特産品の創出・強化	39	30.7
3	花いっぱい運動の拡充	33	26.0
6	町内の古墳や社寺を紹介するボランティアガイドの拡充	24	18.9
7	その他	10	7.9
8	とくにない	3	2.4
	無回答	6	4.7
	全体	127	100.0

累計 (n)	累計 (%)
264	207.9

問5-2 地元産品や生活文化・伝統を活用した地域活動やサービス等で、広陵町に増えたらいい(新しくできたらいい)と思うものはどれですか。

No.	カテゴリー名	n	%
2	農家レストランの経営・運営	64	50.4
9	SNS(フェイスブックやインスタグラムなど)による町の情報発信	61	48.0
6	地元産の靴下や関連商材を扱う物販店・ネットショップの経営	45	35.4
3	地元の食材を使った料理や商品の創作・販売、料理教室	40	31.5
4	「かぐやちゃん」「竹取物語」をモチーフにした和・洋菓子、食品等の企画・販売	36	28.3
1	観光農園の経営・運営	32	25.2
7	町を訪れる学生を対象とした飲食や宿泊等のサービス提供	29	22.8
8	町を訪れる外国人を対象とした通訳や案内	18	14.2
5	「かぐやちゃん」「竹取物語」をモチーフにした工芸品、衣装、アート、音楽等の創作・販売・実演	15	11.8
10	その他	6	4.7
11	とくにない	3	2.4
	無回答	7	5.5
	全体	127	100.0

累計 (n)	累計 (%)
356	280.3

問5-3 問5-2のうち、あなた自身が関わってみたいと思うものはありますか。

No.	カテゴリー名	n	%
11	とくにない	19	16.2
3	地元の食材を使った料理や商品の創作・販売、料理教室	15	12.8
2	農家レストランの経営・運営	12	10.3
9	SNS(フェイスブックやインスタグラムなど)による町の情報発信	10	8.5
4	「かぐやちゃん」「竹取物語」をモチーフにした和・洋菓子、食品等の企画・販売	7	6.0
1	観光農園の経営・運営	6	5.1
6	地元産の靴下や関連商材を扱う物販店・ネットショップの経営	5	4.3
8	町を訪れる外国人を対象とした通訳や案内	4	3.4
5	「かぐやちゃん」「竹取物語」をモチーフにした工芸品、衣装、アート、音楽等の創作・販売・実演	3	2.6
7	町を訪れる学生を対象とした飲食や宿泊等のサービス提供	3	2.6
10	その他	1	0.9
	無回答	47	40.2
	非該当	10	
	全体	117	100.0

累計 (n)	累計 (%)
132	112.8

調査名 [広陵町における観光の活性化に関するアンケート(町民)]
問5-4 選択した地域活動等に対し、あなたご自身はどのように関わりたいと思いますか。

No.	カテゴリー名	n	%
4	時間的なゆとりができたら参加したい	52	41.9
3	可能な範囲で参加したい	32	25.8
5	あまり関わりたいとは思わない	22	17.7
	無回答	10	8.1
6	その他	4	3.2
2	積極的に参加したい	3	2.4
1	主体的な立場で活動したい	1	0.8
	非該当	3	
	全体	124	100.0

調査名 [広陵町における観光の活性化に関するアンケート(事業者)]

問1-1 業種

No.	カテゴリー名	n	%
1	製造業(靴下)	11	13.6
2	製造業(プラスチック製品)	3	3.7
3	製造業(その他)	9	11.1
4	建設業	13	16.0
5	卸売業	6	7.4
6	小売業	8	9.9
7	サービス業	14	17.3
8	運輸業	1	1.2
9	飲食業	0	0.0
10	医療・福祉	4	4.9
11	その他	11	13.6
	無回答	1	1.2
	全体	81	100.0

問1-2 従業員数

No.	カテゴリー名	n	%
1	5人以下	45	55.6
2	6～20人	22	27.2
3	21～50人	9	11.1
4	51～100人	2	2.5
5	101人以上	1	1.2
	無回答	2	2.5
	全体	81	100.0

問1-3 町内で事業をされている年数

No.	カテゴリー名	n	%
1	5年未満	8	9.9
2	5年～10年未満	10	12.3
3	10年～20年未満	18	22.2
4	20年以上	44	54.3
	無回答	1	1.2
	全体	81	100.0

問2-1 広陵町への愛着がありますか。

No.	カテゴリー名	n	%
1	とてもある	40	49.4
2	多少はある	35	43.2
3	どちらともいえない	2	2.5
4	あまりない	4	4.9
5	まったくない	0	0.0
	無回答	0	0.0
	全体	81	100.0

問2-2-1 近隣市町村比較:大型公園・緑地

No.	カテゴリー名	n	%
1	1.弱み	0	0.0
2	2.	0	0.0
3	3.	7	8.6
4	4.	17	21.0
5	5.強み	57	70.4
	無回答	0	0.0
	全体	81	100.0

	階級値
	1
	2
	3
	4
	5
平均	4.62
標準偏差	0.644

問2-2-2 近隣市町村比較:古墳群などの史跡

No.	カテゴリー名	n	%
1	1.弱み	0	0.0
2	2.	3	3.7
3	3.	19	23.5
4	4.	22	27.2
5	5.強み	37	45.7
	無回答	0	0.0
	全体	81	100.0

	階級値
	1
	2
	3
	4
	5
平均	4.15
標準偏差	0.910

調査名 [広陵町における観光の活性化に関するアンケート(事業者)]

問2-2-3 近隣市町村比較:水辺や田園空間

No.	カテゴリー名	n	%		階級値
1	1.弱み	0	0.0		1
2	2.	10	12.3		2
3	3.	42	51.9		3
4	4.	13	16.0		4
5	5.強み	14	17.3		5
	無回答	2	2.5	平均	3.39
	全体	81	100.0	標準偏差	0.926

問2-2-4 近隣市町村比較:古くからの街並み・集落

No.	カテゴリー名	n	%		階級値
1	1.弱み	5	6.2		1
2	2.	15	18.5		2
3	3.	44	54.3		3
4	4.	10	12.3		4
5	5.強み	7	8.6		5
	無回答	0	0.0	平均	2.99
	全体	81	100.0	標準偏差	0.955

問2-2-5 近隣市町村比較:神社仏閣

No.	カテゴリー名	n	%		階級値
1	1.弱み	3	3.7		1
2	2.	12	14.8		2
3	3.	43	53.1		3
4	4.	13	16.0		4
5	5.強み	10	12.3		5
	無回答	0	0.0	平均	3.19
	全体	81	100.0	標準偏差	0.963

問2-2-6 近隣市町村比較:自動車によるアクセス

No.	カテゴリー名	n	%		階級値
1	1.弱み	5	6.2		1
2	2.	9	11.1		2
3	3.	29	35.8		3
4	4.	29	35.8		4
5	5.強み	9	11.1		5
	無回答	0	0.0	平均	3.35
	全体	81	100.0	標準偏差	1.027

問2-2-7 近隣市町村比較:鉄道、バスによるアクセス

No.	カテゴリー名	n	%		階級値
1	1.弱み	29	35.8		1
2	2.	27	33.3		2
3	3.	18	22.2		3
4	4.	5	6.2		4
5	5.強み	2	2.5		5
	無回答	0	0.0	平均	2.06
	全体	81	100.0	標準偏差	1.029

問2-2-8 近隣市町村比較:町内移動の便利さ

No.	カテゴリー名	n	%		階級値
1	1.弱み	16	19.8		1
2	2.	28	34.6		2
3	3.	29	35.8		3
4	4.	4	4.9		4
5	5.強み	2	2.5		5
	無回答	2	2.5	平均	2.34
	全体	81	100.0	標準偏差	0.946

調査名 [広陵町における観光の活性化に関するアンケート(事業者)]

問2-2-9 近隣市町村比較:飲食店・小売店

No.	カテゴリー名	n	%
1	1.弱み	10	12.3
2	2.	20	24.7
3	3.	36	44.4
4	4.	12	14.8
5	5.強み	3	3.7
	無回答	0	0.0
	全体	81	100.0

	階級値
	1
	2
	3
	4
	5
平均	2.73
標準偏差	0.988

問2-2-10 近隣市町村比較:農産物・特産品

No.	カテゴリー名	n	%
1	1.弱み	4	4.9
2	2.	21	25.9
3	3.	36	44.4
4	4.	10	12.3
5	5.強み	8	9.9
	無回答	2	2.5
	全体	81	100.0

	階級値
	1
	2
	3
	4
	5
平均	2.96
標準偏差	1.006

問2-2-11 近隣市町村比較:祭り・イベント

No.	カテゴリー名	n	%
1	1.弱み	2	2.5
2	2.	19	23.5
3	3.	35	43.2
4	4.	16	19.8
5	5.強み	8	9.9
	無回答	1	1.2
	全体	81	100.0

	階級値
	1
	2
	3
	4
	5
平均	3.11
標準偏差	0.968

問2-4 貴社が望む広陵町のイメージに近いものはどれですか。

No.	カテゴリー名	n	%
3	自然に恵まれたまち	30	37.0
9	安心して暮らせる災害に強いまち	28	34.6
1	産業の栄える活力あるまち	21	25.9
5	教育・文化の香り高いまち	21	25.9
11	道路や街灯などが整備された住みよいまち	18	22.2
2	公共交通の便利なまち	16	19.8
7	福祉の充実したまち	15	18.5
8	健康で生きがいが持てるまち	11	13.6
12	企業や町民、行政との協働(連携)が充実したまち	11	13.6
10	イベントや祭りが盛んな活気づいたまち	10	12.3
13	大学生など若者の意見を積極的に取り入れたまち	6	7.4
4	多くの観光客が訪れる、賑わいのあるまち	4	4.9
6	資源の節約や再利用など、環境にやさしいまち	4	4.9
14	その他	1	1.2
15	とくにない	1	1.2
	無回答	3	3.7
	全体	81	100.0

累計 (n)	累計 (%)
200	246.9

問3-1 貴社では、広陵町内の農産物や特産品を取り扱っていますか。

No.	カテゴリー名	n	%
1	取り扱っている	9	11.1
2	取り扱ったことがない	49	60.5
3	過去に取扱いはあったが、今は取り扱っていない	1	1.2
4	取扱いを検討したことはあるが、取り扱っていない	0	0.0
5	取り扱ったことがなく、取扱いを検討したこともない	13	16.0
6	取り扱ったことはないが、良いものがあれば、今後、取扱いを検討してもよい	6	7.4
7	その他	1	1.2
	無回答	2	2.5
	全体	81	100.0

調査名 [広陵町における観光の活性化に関するアンケート(事業者)]
問3-2 広陵町内の農産物や特産品を取り扱う際の課題は何ですか。

No.	カテゴリー名	n	%
11	とくにない	24	29.6
7	広陵町ブランドが確立されていない	20	24.7
1	どんなものがあるかわからない	18	22.2
9	取扱いを検討する場合、どこに相談したらよいかわからない	10	12.3
8	町外・県外のものと差別化がされていない	9	11.1
10	その他	5	6.2
3	まとまった数量を購入できない	4	4.9
6	ある程度の販売が見込めない	4	4.9
2	購入単価が高い	2	2.5
4	安定供給に不安がある	1	1.2
5	品質が良くない・安定しない	0	0.0
	無回答	10	12.3
	全体	81	100.0

累計 (n)	累計 (%)
107	132.1

問4-1 観光などで町外から訪れる人や町民の行き来を増やそうとする場合の阻害要因には、どのようなことが当てはまると思いますか。

No.	カテゴリー名	n	%
1	広陵町の名前や所在地の認知度が低い(知らない人が多い)	40	49.4
7	町外からのアクセスが不便である	40	49.4
8	町内の移動が不便である	33	40.7
2	広陵町の農産物や特産品を活かした土産物などがない(少ない)	27	33.3
3	訪れたいと思うような地域の魅力が乏しい	26	32.1
6	歴史的遺産はあるが、他市町村と比べて魅力が低い	25	30.9
4	利用したいと思うような飲食店がない(少ない)	23	28.4
5	有名な観光スポットがない(少ない)	23	28.4
9	その他	2	2.5
10	とくにない	2	2.5
	無回答	0	0.0
	全体	81	100.0

累計 (n)	累計 (%)
241	297.5

問4-2-1 1位:広陵町では、どのような分野で地域交流や観光の活性化に注力していくべきと思いますか。

No.	カテゴリー名	n	%
2	大型公園の活用強化	43	53.1
3	地場産業を活かした観光の活性化	13	16.0
1	既存の神社仏閣・史跡などの活用	6	7.4
8	他市町村との連携による広域観光の推進	5	6.2
7	スポーツ振興や健康イベントの強化・充実	4	4.9
10	とくにない	4	4.9
5	言い伝え、風習、郷土料理などの活用	2	2.5
4	農業を活かした観光の活性化	1	1.2
6	田園風景、街並み等の保全・活用	0	0.0
9	その他	0	0.0
	無回答	3	3.7
	全体	81	100.0

問4-2-2 2位:広陵町では、どのような分野で地域交流や観光の活性化に注力していくべきと思いますか。

No.	カテゴリー名	n	%
2	大型公園の活用強化	15	18.5
7	スポーツ振興や健康イベントの強化・充実	15	18.5
3	地場産業を活かした観光の活性化	11	13.6
1	既存の神社仏閣・史跡などの活用	10	12.3
6	田園風景、街並み等の保全・活用	7	8.6
4	農業を活かした観光の活性化	4	4.9
8	他市町村との連携による広域観光の推進	4	4.9
5	言い伝え、風習、郷土料理などの活用	3	3.7
9	その他	2	2.5
10	とくにない	0	0.0
	無回答	10	12.3
	全体	81	100.0

調査名 [広陵町における観光の活性化に関するアンケート(事業者)]
問4-2-3 3位:広陵町では、どのような分野で地域交流や観光の活性化に注力していくべきと思いますか。

No.	カテゴリー名	n	%
8	他市町村との連携による広域観光の推進	21	25.9
1	既存の神社仏閣・史跡などの活用	10	12.3
3	地場産業を活かした観光の活性化	10	12.3
6	田園風景、街並み等の保全・活用	8	9.9
7	スポーツ振興や健康イベントの強化・充実	5	6.2
4	農業を活かした観光の活性化	3	3.7
5	言い伝え、風習、郷土料理などの活用	3	3.7
2	大型公園の活用強化	2	2.5
10	とくにない	2	2.5
9	その他	1	1.2
	無回答	16	19.8
	全体	81	100.0

問4-3 地域交流や観光の活性化にあたって、どのような施策・取組みを強化・充実していくべきと思いますか。

No.	カテゴリー名	n	%
1	大型公園で開催するイベントの拡充	48	59.3
2	竹取公園や讃岐神社周辺の竹林・散策ルート等の整備	39	48.1
7	町内レストランや直売所など、地元産品を地元で消費・販売する仕組みの整備	29	35.8
3	「かぐやちゃん」「竹取物語」「竹」などをテーマにした文化・芸能活動の創造、民芸品の創作	16	19.8
4	地場産業の施設見学やものづくり体験などの受入体制の整備	15	18.5
6	地元の農産物を活かした特産品の開発	14	17.3
10	聖徳太子や「古事記」「日本書紀」などをテーマにした他自治体との連携	12	14.8
8	観光農園、農業体験、農家民泊などの受入体制の整備	9	11.1
5	水辺や田園空間を活かしたアートやイベントの開催	6	7.4
9	観光関連の農業の充実につながる新規就農の支援	4	4.9
12	とくにない	4	4.9
11	その他	1	1.2
	無回答	1	1.2
	全体	81	100.0

累計 (n)	累計 (%)
198	244.4

問4-4 問4-3で選択された各種施策・取組みがより効果的に機能するためには、どのようなことを強化・充実していくべきと思いますか。

No.	カテゴリー名	n	%
1	ホームページ、SNS等での情報発信	41	53.9
10	公共交通機関等、町内移動の利便性の向上	32	42.1
3	観光スポットの案内板、駐車場、公衆トイレ等の整備	24	31.6
2	地元企業や大学との連携強化	21	27.6
4	広陵町を舞台にしたテレビ番組収録、映画撮影などの誘致	18	23.7
6	学生や若者のアイデア・意見の受入れ・活用	14	18.4
9	飲食店や宿泊施設としての空き家の利活用促進	13	17.1
5	女性やシニアの農業や小売・サービス業等への参画・起業支援	10	13.2
11	近鉄田原本線を軸にした沿線自治体との連携	10	13.2
8	広陵町で農業や小売・サービス業等に従事する町外在住者を増やすためのPR強化	6	7.9
7	農業や小売・サービス業等の担い手となり得る、転入者の受入れ	5	6.6
12	その他	0	0.0
13	とくにない	0	0.0
	無回答	0	0.0
	非該当	5	
	全体	76	100.0

累計 (n)	累計 (%)
194	255.3

問5-1① 貴社では、観光客向けの商品・サービスを取り扱っていますか。

No.	カテゴリー名	n	%
6	何も取り扱っていない	72	88.9
2	自社で製造し、卸会社や取引先などに販売している	3	3.7
4	原材料・素材を加工して販売している	2	2.5
1	自社で製造し、直接、観光客向けに販売している	1	1.2
3	仕入れた商品を販売している	1	1.2
5	観光客向けにサービスを提供している	0	0.0
	無回答	2	2.5
	全体	81	100.0

調査名 [広陵町における観光の活性化に関するアンケート(事業者)]
問5-2 観光振興に向けて広陵町とともに行いたい取組み、または既に行っている取組みはありますか。

No.	カテゴリー名	n	%
6	とくにない	55	67.9
3	PRイベント等への出展	9	11.1
1	広陵町独自ブランドへの参画	8	9.9
2	新商品・新サービスの共同開発	2	2.5
4	町内同業者や関連事業者との共同での販路開拓	2	2.5
5	その他	1	1.2
	無回答	4	4.9
	全体	81	100.0

問5-3 観光客向け商品の開発・販売の意向についてお伺いします。

No.	カテゴリー名	n	%
4	観光客向け商品の開発・販売の予定はない	55	67.9
3	広陵町として何らかの販売支援があるならば、観光客向け商品の開発・販売を考えたい	11	13.6
2	観光客の増加により一定の売上が見込めそうならば、観光客向け商品の開発・販売を考えたい	6	7.4
5	その他	3	3.7
1	現在、観光客向け商品を取り扱っており、今後は内容を充実していきたい	0	0.0
	無回答	6	7.4
	全体	81	100.0

問5-4① 現在、交流・連携がある先はどれですか。

No.	カテゴリー名	n	%
7	とくにない	64	79.0
1	大学・研究機関	4	4.9
3	同業他社(町外)	1	1.2
2	同業他社(広陵町内)	0	0.0
4	異業種(広陵町内)	0	0.0
5	異業種(町外)	0	0.0
6	その他	0	0.0
	無回答	12	14.8
	全体	81	100.0

累計 (n)	累計 (%)
81	100.0

問5-4② 今後、交流・連携を希望される先はどれですか。

No.	カテゴリー名	n	%
7	とくにない	61	75.3
4	異業種(広陵町内)	3	3.7
5	異業種(町外)	3	3.7
1	大学・研究機関	2	2.5
3	同業他社(町外)	2	2.5
2	同業他社(広陵町内)	1	1.2
6	その他	1	1.2
	無回答	11	13.6
	全体	81	100.0

累計 (n)	累計 (%)
84	103.7

問5-5 観光客向けの商品販売やサービス提供の促進について、どのような支援策があれば良いと思いますか。

No.	カテゴリー名	n	%
2	広陵町の特産品などの情報発信の強化	36	44.4
1	広陵町のブランドイメージの向上	30	37.0
3	イベントなど、宣伝・販売機会の提供	24	29.6
4	商品を販売できる買い物施設の設置・拡大	18	22.2
10	とくにない	12	14.8
8	ビジネスパートナーとのマッチング	11	13.6
6	販売先の紹介・あっせん	6	7.4
7	販売促進に向けた助言・ノウハウの提供	5	6.2
5	販売促進に対する金銭的な支援	4	4.9
9	その他	1	1.2
	無回答	4	4.9
	全体	81	100.0

累計 (n)	累計 (%)
151	186.4

調査名 [広陵町における観光の活性化に関するアンケート(事業者)]

問5-6① 貴社の工場・店舗などの施設では、観光客の見学が可能ですか。

No.	カテゴリー名	n	%
3	見学は受け入れていない(見学できない)	67	82.7
2	一部の見学が可能	6	7.4
5	その他	3	3.7
4	見学を受け入れた実績はないが、今後、見学の受け入れを検討してもよい	2	2.5
1	全体の見学が可能	1	1.2
	無回答	2	2.5
	全体	81	100.0

問5-6② 貴社の工場・店舗などの施設では、観光客のものづくり体験が可能ですか。

No.	カテゴリー名	n	%
3	ものづくり体験は受け入れていない(できない)	68	84.0
2	無料でものづくり体験が可能	3	3.7
4	ものづくり体験を受け入れた実績はないが、今後、体験の受け入れを検討してもよい	3	3.7
5	その他	2	2.5
1	有料でものづくり体験が可能	1	1.2
	無回答	4	4.9
	全体	81	100.0

問5-6③ 貴社の工場・店舗などの施設では、小学生や地域住民などの見学を受け入れたことはありますか。

No.	カテゴリー名	n	%
3	受け入れたことがない	64	79.0
1	複数回ある	10	12.3
2	1回だけある	3	3.7
	無回答	4	4.9
	全体	81	100.0

問5-6③ 回数

合計	83.00
平均	11.86
分散(n-1)	193.81
標準偏差	13.92
最大値	40.00
最小値	2.00
無回答	74
全体	7

問5-6④ 貴社において、見学・ものづくり体験の場を提供する際の課題は何ですか。

No.	カテゴリー名	n	%
9	とくにない	25	30.9
1	本業が忙しい(本業に注力している)	18	22.2
6	見学者などを受け入れることによる様々なリスク(事故・秘密漏洩など)がある	16	19.8
3	安全を確保できない	14	17.3
5	見学・ものづくり体験の場として提供するメリットがない(わからない)	13	16.0
8	その他	11	13.6
2	駐車場や応対人員の確保が難しい	10	12.3
4	受け入れのノウハウがない	7	8.6
7	受け入れ体制を整えるためのコスト負担が大きい	0	0.0
	無回答	5	6.2
	全体	81	100.0

累計 (n)	累計 (%)
119	146.9

調査名 [広陵町における観光の活性化に関するアンケート(事業者)]
問5-7観光客の見学やものづくり体験などの受け入れに際して、どのような支援策があれば良いと思いますか。

No.	カテゴリー名	n	%
8	とくにない	33	40.7
1	広陵町のホームページ・広報誌などでのPR	21	25.9
3	広陵町内の見学・体験可能な企業の連携支援	17	21.0
6	受け入れ体制の整備に向けた助言・ノウハウの提供	12	14.8
5	見学者・体験者に配付するパンフレット等の制作費用の支援	10	12.3
2	見学者の紹介・とりまとめ	6	7.4
4	受け入れ体制の整備に向けた金銭的な支援	5	6.2
7	その他	1	1.2
	無回答	9	11.1
	全体	81	100.0

累計 (n)	累計 (%)
114	140.7

問6-1広陵町産であることを表す地域ブランドの名称として、貴社の商品・サービスの名称に利用できたら良いと思うものはどれですか？

No.	カテゴリー名	n	%
1	広陵	34	42.0
4	かぐや姫(の里)	21	25.9
9	とくにない	21	25.9
3	竹取(物語)	16	19.8
2	馬見	12	14.8
6	大和	7	8.6
5	奈良	4	4.9
8	その他	2	2.5
7	北葛城	1	1.2
	無回答	6	7.4
	全体	81	100.0

累計 (n)	累計 (%)
124	153.1

調査名 [広陵町における観光の活性化に関するアンケート(農業者)]

問1-1① 農家等分類関係

No.	カテゴリー名	n	%
1	販売農家のうち主業農家	7	8.8
2	販売農家のうち準主業農家	11	13.8
3	販売農家のうち副業的農家	21	26.3
4	自給的農家	32	40.0
	無回答	9	11.3
	全体	80	100.0

問1-1② 主として農業に従事している方

No.	カテゴリー名	n	%
7	会社等を退職した家族が主に従事している	31	48.4
1	主として休日や休暇に農業従事する	17	26.6
2	常時農業に従事する家族がいる	12	18.8
8	近隣農家に委託している	10	15.6
5	家族の女性が主として従事している	3	4.7
9	その他	3	4.7
6	近所の農家と共同で作業する	2	3.1
3	常勤者を雇用している	0	0.0
4	パートタイマーを雇用している	0	0.0
	無回答	5	7.8
	非該当	16	
	全体	64	100.0

累計 (n)	累計 (%)
83	129.7

問1-2 栽培品目は次のいずれですか。

No.	カテゴリー名	n	%
1	米	62	77.5
5	葉物野菜	26	32.5
6	根菜類	23	28.8
3	きゅうり	20	25.0
2	ナス	19	23.8
4	トマト	17	21.3
8	果樹	13	16.3
7	イチゴ	7	8.8
14	その他	3	3.8
9	大和野菜	2	2.5
10	花卉類	2	2.5
12	特殊品目	2	2.5
11	薬草	0	0.0
13	菜の花・コスモス等景観作物	0	0.0
	無回答	4	5.0
	全体	80	100.0

累計 (n)	累計 (%)
200	250.0

問1-3 販売ルートはどのような先ですか。

No.	カテゴリー名	n	%
1	主として農協	19	48.7
7	地場市場(朝市・道の駅等)	8	20.5
3	卸・小売業と直接契約	7	17.9
11	その他	4	10.3
5	産地直送	3	7.7
8	自家で販売施設経営	2	5.1
2	青果市場	1	2.6
4	製造・加工業と直接契約	0	0.0
6	飲食業・宿泊業と直接契約	0	0.0
9	自家で加工施設経営	0	0.0
10	観光農園経営	0	0.0
	無回答	4	10.3
	非該当	41	
	全体	39	100.0

累計 (n)	累計 (%)
48	123.1

調査名 [広陵町における観光の活性化に関するアンケート(農業者)]

問1-4 栽培方法や流通の特徴は次のいずれですか。

No.	カテゴリー名	n	%
1	路地栽培のみ	23	59.0
4	低農薬栽培をしている	10	25.6
6	複数品種を通年栽培している	5	12.8
2	施設栽培をしている	4	10.3
3	有機栽培をしている	4	10.3
5	単品種栽培をしている	4	10.3
7	GAP(農業生産工程管理)を実施している	1	2.6
9	その他	1	2.6
8	トレーサビリティ管理を実施している	0	0.0
	無回答	5	12.8
	非該当	41	
	全体	39	100.0

累計 (n)	累計 (%)
57	146.2

問1-5 今後の農業経営について、あてはまる内容をお選び下さい。

No.	カテゴリー名	n	%
1	今のままで後継者に引き継ぎたい	35	43.8
7	信頼できる組織(団体)に耕作を委託したい	24	30.0
6	近隣の農業者に耕作を委託したい	21	26.3
3	機械化等を進め作業負荷を軽減したい	13	16.3
11	その他	10	12.5
4	耕作地を拡大したい	5	6.3
5	農地所有適格法人※に参画したい	5	6.3
2	高収益の作物を生産したい	4	5.0
10	市民・NPOや農業者・事業者と連携し町を活性化したい	4	5.0
9	製造業や飲食・観光業と連携し事業を拡大したい	1	1.3
8	輸出を視野に入れたい	0	0.0
	無回答	4	5.0
	全体	80	100.0

累計 (n)	累計 (%)
126	157.5

問1-6 農業を継続するために必要なものは何ですか。

No.	カテゴリー名	n	%
1	農業後継者の教育・育成	41	51.3
3	技術面の指導	20	25.0
4	農地の利用制限の緩和	18	22.5
2	農機の共同使用	17	21.3
5	新規耕作者の移住促進	14	17.5
7	その他	14	17.5
6	とくにない	7	8.8
	無回答	3	3.8
	全体	80	100.0

累計 (n)	累計 (%)
134	167.5

問1-7 販路の維持・開拓に必要なものは何ですか。

No.	カテゴリー名	n	%
4	出荷価格の安定	35	43.8
3	販売先の開拓や経営面の指導	26	32.5
5	少量での出荷を可能にする	20	25.0
6	とくにない	19	23.8
1	出荷や選別等の共同化・委託	14	17.5
2	物産展の開催	10	12.5
7	その他	3	3.8
	無回答	6	7.5
	全体	80	100.0

累計 (n)	累計 (%)
133	166.3

調査名 [広陵町における観光の活性化に関するアンケート(農業者)]

問2-1 地産地消や全国展開により収益性を高めるために、必要な農業生産とはどのようなものだと思いますか。

No.	カテゴリー名	n	%
7	地域ブランド農作物の育成	35	43.8
5	安定需要・安定価格での販売	29	36.3
2	ブランド品種の栽培研究	23	28.8
3	高収益品種・希少品種の栽培研究	23	28.8
4	市場性の高い食材の栽培	22	27.5
10	製造業や飲食業との連携による高付加価値化	14	17.5
11	広陵町(および近隣)における地産地消は難しい	13	16.3
1	新品種の開発	12	15.0
6	低農薬・オーガニック農作物の生産	12	15.0
13	その他	10	12.5
9	農作物を使った料理や食品の開発による高付加価値化	7	8.8
12	わからない	7	8.8
8	伝統品種や埋もれた品種の発見と栽培	6	7.5
	無回答	4	5.0
	全体	80	100.0

累計 (n)	累計 (%)
217	271.3

問2-2 地産地消や全国展開により収益性を高めるために、今後重要となる活動や要素は何だと思いますか。

No.	カテゴリー名	n	%
1	自動化機械による人手不足と高齢化対応	34	42.5
4	農業や経営に精通した人材の育成	28	35.0
7	広陵の物語を活かした農作物開発による地域ブランド創出	27	33.8
2	作業補助装置による作業軽減と効率化	15	18.8
11	産地直送や地方市場活性化による流通ルートの改革	15	18.8
9	農業と加工、流通を運営・管理または調整する人材や機関	14	17.5
3	データに基づく需要・生産量の予測	13	16.3
6	食品加工や飲食・商業の企業誘致	13	16.3
5	農地所有適格法人の誘致	12	15.0
10	農や食に関連した事業を新規に起こすベンチャー人材	11	13.8
12	農業協同組合・銀行等金融機関による円滑な資本導入と金融	10	12.5
13	わからない	8	10.0
8	食味等品質管理・トレーサビリティの徹底による地域ブランド管理	7	8.8
14	その他	2	2.5
	無回答	5	6.3
	全体	80	100.0

累計 (n)	累計 (%)
214	267.5

問3-1 農作物や食材の「広陵ブランド」を構築する場合に、ブランド管理力・競争力の向上や、その体制づくりに必要な要素・基盤としてどのようなものが考えられますか。

No.	カテゴリー名	n	%
8	学校給食や高齢者施設等、地産地消の安定需要先の確立	31	38.8
1	高ランク作物の開発力・生産力	26	32.5
7	地域内の商工業者や飲食業者との連携による地産地消システムの構築	25	31.3
2	品質ランク管理力(食味等の管理体制とランク別市場の開拓)	21	26.3
3	伝統・歴史に基づく「物語性」	17	21.3
6	観光客等の交流人口の増大やブランド確立の安定基盤となるべき地元需要	13	16.3
4	知的財産(商標権・育成者権・特許権・地域団体商標等)の取得	9	11.3
5	農産品別の競合状況と優位性の分析(市場での競争優位性)	9	11.3
9	わからない	9	11.3
10	その他	2	2.5
	無回答	7	8.8
	全体	80	100.0

累計 (n)	累計 (%)
169	211.3

問3-2 農作物・食材・料理等の広陵町独自のブランドを築くには、現状ではどのような問題点があると思いますか。

No.	カテゴリー名	n	%
1	農作物の安定供給に向けた集荷・流通体制が不十分	34	42.5
2	農作物の地産地消や商工業者・観光業者向けに安定供給する生産体制が不十分	31	38.8
5	農業の大規模化(連担化)による効率化を図る組織力が弱い	31	38.8
6	点在する農地をまとめ上げて効率化を図るICT(情報通信技術)が不十分	21	26.3
3	農作物を変更するために必要な労働力が不十分	18	22.5
4	人手不足を解消する機械化・ロボット化等の機器・設備導入の補助政策が不十分	14	17.5
7	わからない	12	15.0
8	その他	4	5.0
	無回答	3	3.8
	全体	80	100.0

累計 (n)	累計 (%)
168	210.0

調査名 [広陵町における観光の活性化に関するアンケート(農業者)]

問4-1 広陵町への愛着がありますか。

No.	カテゴリー名	n	%
1	とてもある	51	63.8
2	多少はある	20	25.0
3	どちらともいえない	5	6.3
4	あまりない	0	0.0
5	まったくない	1	1.3
	無回答	3	3.8
	全体	80	100.0

問4-2-1 近隣市町村比較:大型公園・緑地

No.	カテゴリー名	n	%		階級値
1	1.弱み	1	1.3		1
2	2.	0	0.0		2
3	3.	4	5.0		3
4	4.	20	25.0		4
5	5.強み	53	66.3		5
	無回答	2	2.5	平均	4.59
	全体	80	100.0	標準偏差	0.711

問4-2-2 近隣市町村比較:古墳群などの史跡

No.	カテゴリー名	n	%		階級値
1	1.弱み	1	1.3		1
2	2.	1	1.3		2
3	3.	11	13.8		3
4	4.	24	30.0		4
5	5.強み	42	52.5		5
	無回答	1	1.3	平均	4.33
	全体	80	100.0	標準偏差	0.858

問4-2-3 近隣市町村比較:水辺や田園空間

No.	カテゴリー名	n	%		階級値
1	1.弱み	1	1.3		1
2	2.	10	12.5		2
3	3.	34	42.5		3
4	4.	19	23.8		4
5	5.強み	13	16.3		5
	無回答	3	3.8	平均	3.43
	全体	80	100.0	標準偏差	0.966

問4-2-4 近隣市町村比較:古くからの街並み・集落

No.	カテゴリー名	n	%		階級値
1	1.弱み	3	3.8		1
2	2.	17	21.3		2
3	3.	31	38.8		3
4	4.	23	28.8		4
5	5.強み	4	5.0		5
	無回答	2	2.5	平均	3.10
	全体	80	100.0	標準偏差	0.934

問4-2-5 近隣市町村比較:神社仏閣

No.	カテゴリー名	n	%		階級値
1	1.弱み	3	3.8		1
2	2.	7	8.8		2
3	3.	28	35.0		3
4	4.	30	37.5		4
5	5.強み	11	13.8		5
	無回答	1	1.3	平均	3.49
	全体	80	100.0	標準偏差	0.972

調査名 [広陵町における観光の活性化に関するアンケート(農業者)]

問4-2-6 近隣市町村比較:自動車によるアクセス

No.	カテゴリー名	n	%		階級値
1	1.弱み	4	5.0		1
2	2.	15	18.8		2
3	3.	31	38.8		3
4	4.	26	32.5		4
5	5.強み	3	3.8		5
	無回答	1	1.3	平均	3.11
	全体	80	100.0	標準偏差	0.934

問4-2-7 近隣市町村比較:鉄道、バスによるアクセス

No.	カテゴリー名	n	%		階級値
1	1.弱み	25	31.3		1
2	2.	34	42.5		2
3	3.	15	18.8		3
4	4.	4	5.0		4
5	5.強み	1	1.3		5
	無回答	1	1.3	平均	2.01
	全体	80	100.0	標準偏差	0.913

問4-2-8 近隣市町村比較:町内移動の便利さ

No.	カテゴリー名	n	%		階級値
1	1.弱み	14	17.5		1
2	2.	26	32.5		2
3	3.	31	38.8		3
4	4.	6	7.5		4
5	5.強み	1	1.3		5
	無回答	2	2.5	平均	2.41
	全体	80	100.0	標準偏差	0.918

問4-2-9 近隣市町村比較:飲食店・小売店

No.	カテゴリー名	n	%		階級値
1	1.弱み	12	15.0		1
2	2.	23	28.8		2
3	3.	25	31.3		3
4	4.	17	21.3		4
5	5.強み	2	2.5		5
	無回答	1	1.3	平均	2.67
	全体	80	100.0	標準偏差	1.059

問4-2-10 近隣市町村比較:農作物・特産品

No.	カテゴリー名	n	%		階級値
1	1.弱み	10	12.5		1
2	2.	27	33.8		2
3	3.	34	42.5		3
4	4.	7	8.8		4
5	5.強み	0	0.0		5
	無回答	2	2.5	平均	2.49
	全体	80	100.0	標準偏差	0.833

問4-2-11 近隣市町村比較:祭り・イベント

No.	カテゴリー名	n	%		階級値
1	1.弱み	6	7.5		1
2	2.	15	18.8		2
3	3.	42	52.5		3
4	4.	12	15.0		4
5	5.強み	4	5.0		5
	無回答	1	1.3	平均	2.91
	全体	80	100.0	標準偏差	0.923

調査名 [広陵町における観光の活性化に関するアンケート(農業者)]
問4-4 あなたが望む広陵町のイメージに近いものはどれですか。

No.	カテゴリー名	n	%
3	自然に恵まれたまち	40	50.0
9	安心して暮らせる災害に強いまち	30	37.5
5	教育・文化の香り高いまち	23	28.8
8	健康で生きがいが持てるまち	20	25.0
7	福祉の充実したまち	13	16.3
1	産業の栄える活力あるまち	12	15.0
12	企業や町民、行政との協働(連携)が充実したまち	12	15.0
11	道路や街灯などが整備された住みよいまち	11	13.8
6	資源の節約や再利用など、環境にやさしいまち	10	12.5
2	公共交通の便利なまち	6	7.5
10	イベントや祭りが盛んな活気づいたまち	5	6.3
15	とくにない	4	5.0
4	多くの観光客が訪れる、賑わいのあるまち	3	3.8
13	大学生など若者の意見を積極的に取り入れたまち	3	3.8
14	その他	1	1.3
	無回答	1	1.3
	全体	80	100.0

累計 (n)	累計 (%)
194	242.5

問5-1 観光などで町外から訪れる人や町民の行き来を増やそうとする場合の阻害要因には、どのようなことが当てはまると思いますか。

No.	カテゴリー名	n	%
2	広陵町の農作物や特産品を活かした土産物などがない(少ない)	42	52.5
7	町外からのアクセスが不便である	41	51.3
4	訪れたいと思うような地域の魅力が乏しい	36	45.0
8	町内の移動が不便である	36	45.0
1	広陵町の名前や所在地の認知度が低い(知らない人が多い)	31	38.8
3	歴史的遺産はあるものの、他市町村と比べて魅力が低い	31	38.8
6	有名な観光スポットがない(少ない)	27	33.8
5	利用したいと思うような飲食店がない(少ない)	17	21.3
9	その他	2	2.5
10	とくにない	1	1.3
	無回答	3	3.8
	全体	80	100.0

累計 (n)	累計 (%)
267	333.8

問5-2-1 1位:広陵町では、どのような分野で地域交流や観光の活性化に注力していくべきと思いますか。

No.	カテゴリー名	n	%
2	大型公園の活用強化	27	33.8
1	既存の神社仏閣・史跡などの活用	24	30.0
3	地場産業を活かした観光の活性化	7	8.8
4	農業を活かした観光の活性化	4	5.0
6	田園風景、街並み等の保全・活用	4	5.0
7	スポーツ振興や健康イベントの強化・充実	4	5.0
5	言い伝え、風習、郷土料理などの活用	3	3.8
8	他市町村との連携による広域観光の推進	2	2.5
10	とくにない	1	1.3
9	その他	0	0.0
	無回答	4	5.0
	全体	80	100.0

問5-2-2 2位:広陵町では、どのような分野で地域交流や観光の活性化に注力していくべきと思いますか。

No.	カテゴリー名	n	%
2	大型公園の活用強化	26	32.5
1	既存の神社仏閣・史跡などの活用	14	17.5
3	地場産業を活かした観光の活性化	13	16.3
8	他市町村との連携による広域観光の推進	7	8.8
6	田園風景、街並み等の保全・活用	6	7.5
4	農業を活かした観光の活性化	4	5.0
7	スポーツ振興や健康イベントの強化・充実	2	2.5
5	言い伝え、風習、郷土料理などの活用	0	0.0
9	その他	0	0.0
10	とくにない	0	0.0
	無回答	8	10.0
	全体	80	100.0

調査名 [広陵町における観光の活性化に関するアンケート(農業者)]
問5-2-3 3位:広陵町では、どのような分野で地域交流や観光の活性化に注力していくべきと思いますか。

No.	カテゴリー名	n	%
8	他市町村との連携による広域観光の推進	17	21.3
5	言い伝え、風習、郷土料理などの活用	10	12.5
1	既存の神社仏閣・史跡などの活用	9	11.3
6	田園風景、街並み等の保全・活用	6	7.5
7	スポーツ振興や健康イベントの強化・充実	6	7.5
2	大型公園の活用強化	5	6.3
4	農業を活かした観光の活性化	4	5.0
3	地場産業を活かした観光の活性化	3	3.8
10	とくにない	2	2.5
9	その他	0	0.0
	無回答	18	22.5
	全体	80	100.0

問5-3 地域交流や観光の活性化にあたって、どのような施策・取組みを強化・充実していくべきと思いますか。

No.	カテゴリー名	n	%
1	大型公園で開催するイベントの拡充	41	51.3
2	竹取公園や讃岐神社周辺の竹林・散策ルート等の整備	25	31.3
7	町内レストランや直売所など、地元産品を地元で消費・販売する仕組みの整備	24	30.0
4	地場産業の施設見学やものづくり体験などの受入体制の整備	22	27.5
3	「かぐやちゃん」「竹取物語」「竹」などをテーマにした文化・芸能活動の創造、民芸品の創作	15	18.8
6	地元の農産物を活かした特産品の開発	15	18.8
8	観光農園、農業体験、農家民泊などの受入体制の整備	12	15.0
10	聖徳太子や「古事記」「日本書紀」などをテーマにした他自治体との連携	11	13.8
9	観光関連の農業の充実につながる新規就農の支援	10	12.5
5	水辺や田園空間を活かしたアートやイベントの開催	7	8.8
11	その他	3	3.8
12	とくにない	2	2.5
	無回答	3	3.8
	全体	80	100.0

累計 (n)	累計 (%)
190	237.5

問5-4 問5-3で選択された各種施策・取組みがより効果的に機能するためには、どのようなことを強化・充実していくべきと思いますか。

No.	カテゴリー名	n	%
1	ホームページ、SNS等での情報発信	43	57.3
3	観光スポットの案内板、駐車場、公衆トイレ等の整備	26	34.7
10	公共交通機関等、町内移動の利便性の向上	25	33.3
4	広陵町を舞台にしたテレビ番組収録、映画撮影などの誘致	19	25.3
2	地元企業や大学との連携強化	16	21.3
8	広陵町で農業や小売・サービス業等に従事する町外在住者を増やすためのPR強化	15	20.0
9	飲食店や宿泊施設としての空き家の利活用促進	11	14.7
5	女性やシニアの農業や小売・サービス業等への参画・起業支援	10	13.3
6	学生や若者のアイデア・意見の受入れ・活用	9	12.0
7	農業や小売・サービス業等の担い手となり得る、転入者の受入れ	8	10.7
11	近鉄田原本線を軸にした沿線自治体との連携	8	10.7
12	その他	2	2.7
13	とくにない	0	0.0
	無回答	0	0.0
	非該当	5	
	全体	75	100.0

累計 (n)	累計 (%)
192	256.0

問6-1 貴農場では、観光客や消費者向けの商品・サービスを扱っていますか。

No.	カテゴリー名	n	%
9	扱っていない	47	58.8
6	ほとんどは農協を通じて出荷している	13	16.3
1	自農場で栽培し、直接、観光客や地域市民向けに販売している	3	3.8
7	ほとんどは直接契約で量販店等に出荷している	3	3.8
8	その他	3	3.8
2	自農場の農作物を原材料・素材として加工し販売している	2	2.5
5	自農場の農作物を地域の飲食店の材料・素材として卸している	1	1.3
3	仕入れた農作物や商品を販売している	0	0.0
4	観光客向けに収穫体験や料理体験などのサービスを提供している	0	0.0
	無回答	11	13.8
	全体	80	100.0

累計 (n)	累計 (%)
83	103.8

調査名 [広陵町における観光の活性化に関するアンケート(農業者)]
問6-2 町内産農作物を利用して、観光客や消費者向けの広陵町らしい食材としてどのような商品を開発すればよいと思いますか。

No.	カテゴリー名	n	%
7	馬見丘陵公園の花のイメージの菓子やケーキ	28	35.0
3	地元野菜の惣菜	26	32.5
5	かぐや姫にちなんだ竹の葉や笹で包んだ食材	21	26.3
6	かぐや姫にちなんだ竹容器入りの食材	21	26.3
2	健康志向のお菓子やケーキ	20	25.0
1	味噌・醤油・漬物などの日常的な食材	18	22.5
4	天然素材のジャム	12	15.0
9	聖徳太子プロジェクトや菜の花プロジェクト等に関連した食材や料理	9	11.3
8	地元農作物を使った酒やリキュール	8	10.0
11	とくにない	8	10.0
10	その他	4	5.0
	無回答	5	6.3
	全体	80	100.0

累計 (n)	累計 (%)
180	225.0

問6-3 観光振興に向けて広陵町とともに行いたい取組み、または既に行っている取組みはありますか。

No.	カテゴリー名	n	%
6	とくにない	43	53.8
1	広陵町独自ブランドへの参画	15	18.8
2	新商品・新サービスの共同開発	5	6.3
4	町内同業者や関連事業者との共同での販路開拓	5	6.3
5	その他	3	3.8
3	PRイベント等への出展	2	2.5
	無回答	7	8.8
	全体	80	100.0

問6-4 観光客向けの農作物・商品販売やサービス提供の促進について、どのような支援策があれば良いと思いますか。

No.	カテゴリー名	n	%
2	広陵町の特産品などの情報発信の強化	38	47.5
1	広陵町のブランドイメージの向上	36	45.0
4	販売できる買い物施設の設置・拡大	29	36.3
3	イベントなど、宣伝・販売機会の提供	15	18.8
7	販売促進に向けた助言・ノウハウの提供	12	15.0
5	販売促進に対する金銭的な支援	10	12.5
9	とくにない	9	11.3
6	販売先の紹介・あっせん	7	8.8
8	その他	3	3.8
	無回答	5	6.3
	全体	80	100.0

累計 (n)	累計 (%)
164	205.0