

栄町ドラムの里活性化計画【概要版】

1. ドラムの里活性化計画策定の背景

売上及び利用者の減少	<ul style="list-style-type: none"> 2002年に開業し2008年に年間売上、年間来訪者数が過去最高となったが、その後売上・利用者ともに減少の一途をたどる 新型コロナウイルス感染症の影響で2020年には売上がピーク時の半分以下まで減少
指定管理者の撤退	<ul style="list-style-type: none"> 2016年から民間事業者へ運営を委託したが、2021年12月に指定管理者が撤退

2. 基礎調査

現状のドラムの里の施設概要

施設概要		情報館	(15㎡)
物産館	(144㎡)	サイクルステーション	(50㎡)
食の文化館	(148㎡)	駐車場23台	(普通車：20台、大型バス：3台)
交流館	(87㎡)	※(参考)千葉県立房総のむら 駐車場 駐車場台数：312台(普通車：300台、大型バス：12台)	
コスプレの館	(250㎡)	建築面積	：694㎡
総敷地面積：10,198㎡			

栄町やドラムの里の現状分析及び栄町の資源把握調査などを実施

ドラムの里を取り巻く環境	<ul style="list-style-type: none"> ドラムの里の来訪者は比較的年齢層が高い方が多い 自動車30分圏には約14万人が居住し、30～40代のファミリー層が多いが十分に取込みできていない
栄町の歴史	<ul style="list-style-type: none"> 岩屋古墳をはじめとした古墳群や龍角寺など歴史的価値が高い資産が点在している、魅力ある地域 江戸時代には利根川に河岸が設けられ、ヒトモノの交流の拠点として栄えた
栄町の産業	<ul style="list-style-type: none"> 農業が基幹産業だが、高齢化と後継者不足から就農者の減少が著しい 商・工業の事業所や従業員、販売/出荷額は近年大きく拡大していないが、ドラムの里との連携や栄町産品を取り扱いたいという意向が多い
ドラムの里の現状	<ul style="list-style-type: none"> ドラムの里前面道路は周辺の国道と比較しても交通量が多いが、前面道路を通過する車両の立ち寄り比率は、2.4%と低いため売上機会を逸している(道の駅などは10%～19%の立ち寄り比率となっている) 物産館や食の文化館へ一定数は来訪しているが、ドラムの里を回遊する状況になっていない 客単価は道の駅の平均値と遜色ないが、来訪客数が少ないため、施設全体の売上額は低い状況となっている

ドラムの里の3つの課題と活性化の方向性

商圏人口も多く、交通量もある立地を活用できていない

- 入店を促す施設整備・仕掛けの実施
- 視覚的に楽しい場として、わかりやすいデザインに
- 房総のむらに訪れている人々のドラムの里への流入が少なく、構造上、房総のむらに背を向けているため、房総のむらからの視認性等を改善

栄町の農産品だけでは、品ぞろえが不足して売り場を賅えない

- オール栄町で、あらゆる商品を取りそろえ、尚且つ、積極的に商品開発も行っていく
- 古くから人や良品が集まる場所であった河岸の賑わいを再現するために、利根川流域の商品も取り揃える

地元の方々だけではなく、広域の方々も立ち寄る「場」になっていない

- あらゆる方々が楽しめるスペースとして、リニューアルを行う
- 商品購入だけではなく、来訪者が楽しむ仕掛けを作る
- 町内・地域周遊のスタート地点・交流の場として活用していく
- 周辺地域住民と施設利用者の憩いの場・安全安心の場を作る

3. 活性化の方向性を踏まえた整備コンセプト

コンセプト

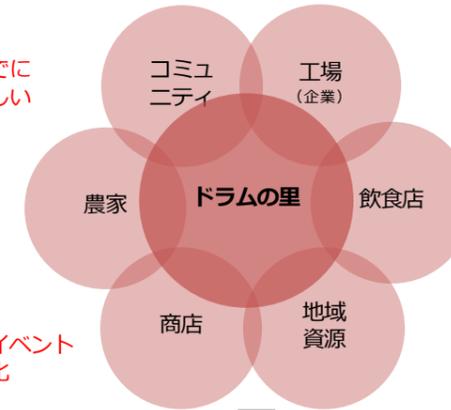
ヒト・モノ・コトをつなぐ産業振興拠点「みんなの里（ドラムの里）」

ドラムの里に求められる役割

ドラムの里が中心となり、栄町の様々な産業が連携し、町内産業の発展に資する機能をドラムの里に集約する

イメージ

- 他業種の町民の方等、これまでにないアイデアを取り入れた新しい農業への挑戦
- 農商工連携や6次産業化等による地域産業の振興
- 遊休農地を活用した体験農業等の新たなコンテンツ開発
- 町内事業者でスタンプラリーイベント等を実施し、町内の経済活性化
- 大人も子ども、普段は入れない工場の内部を見学
- 栄町の工場とコラボレーションした新たなメニュー開発
- 産官学連携の推進
- 歴史・文化・豊かな自然をめぐるガイドツアー



ドラムの里に栄町産品や栄町に所縁のあるものを集め、また積極的に農商工観の連携を推進することで町の一体感が醸成され、ドラムの里の魅力アップにつながる

町民からも町民以外の方からも選ばれる「産業・観光の発信拠点」へ

4. 課題解決に向けた整備機能の方向性

商圏人口も多く、交通量もある立地を活用できていない

- ドラムの里の顔となるよう、主要地方道成田安食線(県道18号線)側の入口に賑わい感を創出
- 房総のむら大木戸入口からの動線を改善し、視認性を向上させ、房総のむらからの流入を拡大
- 現行の駐車場及びテニスコート側の駐車場を拡大・整備し、収容能力を向上

栄町の農産品だけでは、品ぞろえが不足して売り場を賅えない

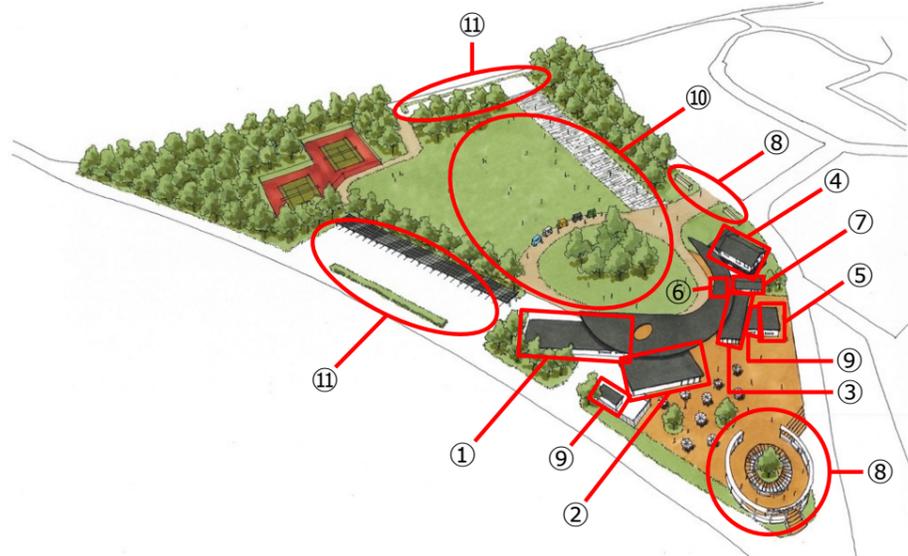
- 物産館の魅力向上=魅力ある商品やここでしか買えない品に加え、利根川流域の近隣市町からも商品を調達し販売商品を強化(商品の相互交流)
- レストランの魅力向上=地元産品を使った食材を手軽に食べられる場とする。さらに、屋外でも飲食できるようテイクアウトメニューの販売も検討
- サイクルステーションを有効活用=チャレンジショップ機能を付加し、創業や事業拡大等の機会を創出
- コスプレの館の魅力向上=物販機能を付加し、ドラムの里やコスプレ関連の商品等を販売。日本文化体験(忍者体験、野立て、房総のむらの体験連携等)も行う
- 交流館の魅力向上=イベントやサークル活動等に気軽に使えるスペースとするとともに、文化財サポーター制度やウォーキング講座等を開催

地元の方々だけではなく、広域の方々も立ち寄る「場」になっていない

- 芝生広場の有効活用=バーベキューやアウトドアグッズのレンタル等のほかコンテナハウスやキッチンカー等の活用による多様な物販・飲食の提供も検討。多様な人が集まる仕掛けづくりを実施
- 地域の防災拠点としての活用=非常用電源、トイレ、車中泊スペースの確保等
- デジタル技術を活用し、来訪者の便宜を図る仕掛けを行う

栄町ドラムの里活性化計画【概要版】

5. 再整備後の施設配置（鳥瞰図）



6. 再整備後の導入機能

導入機能	現状	整備後の内容
① 物産館	144㎡	物販スペースを現状の約2倍に拡充整備
② レストラン	148㎡	バックヤードのレイアウトを整理し厨房スペースを拡大させる。ウッドデッキの飲食スペースも新設
③ 交流館	87㎡	貸出スペース、会議室に加え、事務所スペースとして再整備
④ コスプレの館	250㎡	コスプレスペース（貸し出し、着替え等）だけではなく、物販スペースを整備
⑤ サイクルステーション	50㎡	レンタサイクルに加え、チャレンジショップ機能を付加
⑥ 情報館	15㎡	ドラムの里のみならず、栄町の情報を発信する案内所として再整備
⑦ 観光トイレ	25㎡	全面的なバリアフリー化の改装
⑧ エントランス	—	主要地方道成田安食線（県道18号線）側、房総のむら（大木戸）側の2か所に新設
⑨ 倉庫	—	ドラムの里の備品を収納するために2か所を新設
⑩ 芝生広場	—	BBQやランチスポット等として活用できる多目的スペース + 車両（キッチンカー等）侵入路の整備
⑪ 駐車場	—	既存の駐車場2か所の舗装整備

7. ドラムの里の新たな管理運営

（1）管理運営手法について

公営、民営のさまざまな管理運営手法について、「民間事業者等の運営ノウハウ活用」「公益的機能の実現」「財政負担軽減」「地元事業者等の参画」の観点から評価した結果、管理運営委託とPFI事業が適していると考えられる。

運営運営手法	長所	短所
管理運営委託	<ul style="list-style-type: none"> 指定管理料が定額であるため、収支額が一定で予算化しやすい 現在、管理運営委託手法を活用しており、時間制約がある中で手戻りのリスクが低い 	<ul style="list-style-type: none"> 業務の範囲、仕様等を詳細に協定する必要があり、状況に応じた柔軟な運営ができにくくなる
PFI事業	<ul style="list-style-type: none"> 民間資本で施設を建設することにより、公共投資の抑制が可能 	<ul style="list-style-type: none"> 事業化に時間を要する また事業化が不可能となった場合、再検討が必要

（2）管理運営母体について

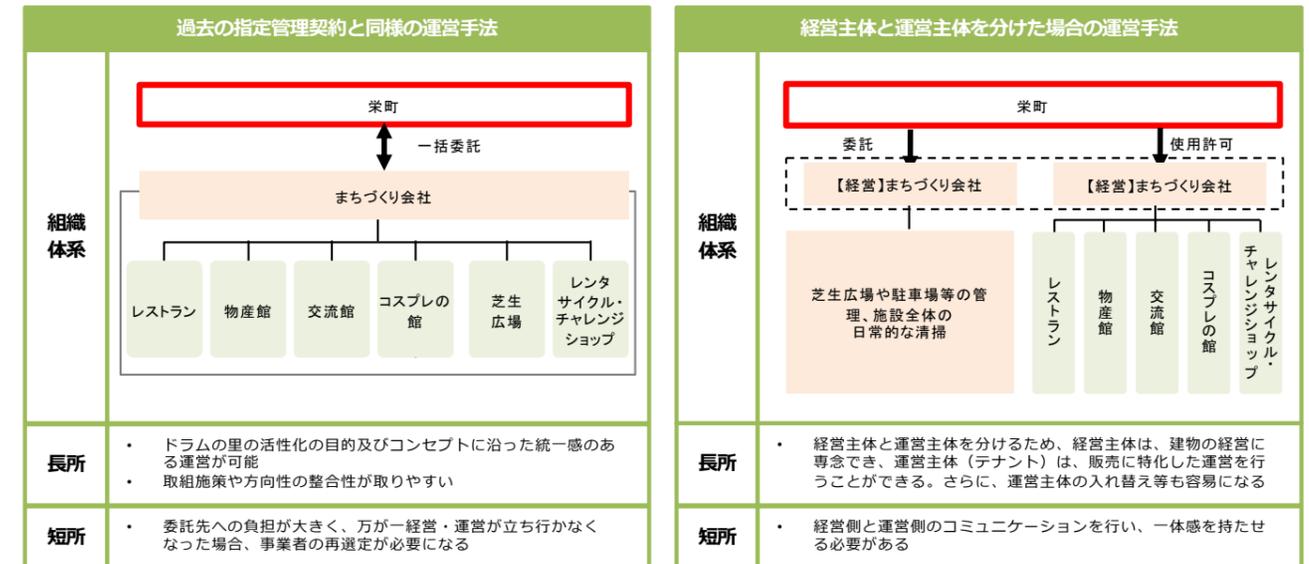
公共施設の代表的な管理運営母体4団体についてドラムの里に適している団体を比較した。

運営母体	1. 地域住民への貢献	2. 効率性と透明性採算性の確保	3. 地元の人材・組織の積極的な活用	4. 民間の経営ノウハウの積極活用	合計得点
公共団体	◎ 公共目的が直接反映できる	△ 総合的な管理運営の知見が不足する可能性	○ 行政施策との連携が図りやすい	△ 経営ノウハウが限られる	7点
NPO	◎ 営利目的でなく社会的な事業	○ 非営利団体のためコストパフォーマンスが高い	△ NPOの採用基準に準ずる	△ 民間ではあるが事業者よりも経営ノウハウが浅い可能性	7点
まちづくり会社	◎ 自治体と民間の共同資本で社会性がある	△ 自治体が赤字補填を行う	○ 行政資本があるため行政との連携が期待できる	◎ 民間の効率的経営方式を取り入れた事業効率化	9点
民間事業者	△ 民間としての利潤追求が成立した上での地域貢献	○ 採算性を重視するが破綻によるサービス停止のリスク	△ 事業者の採用基準に準ずる	◎ 創意工夫やノウハウを取り込みやすい	7点

※合計得点は、4項目のそれぞれの評価（◎ = 3点、○ = 2点、△ = 1点として得点化）の合算数値から算出した。

（3）運営体制について

まちづくり会社が携わる想定で検討。



（4）運営団体等について

まちづくり会社の中心となる運営団体として考える、次の5パターンで検討した。

運営団体	評価	理由
町内事業者	△	<ul style="list-style-type: none"> まちづくり会社を運営していくうえで必要となる専門知識やノウハウの不足 経営の存続が難しくなった場合に、負担が事業者に集中する
町内事業者によるコンソーシアム（共同企業体）	○	<ul style="list-style-type: none"> 町内の事情を把握しつつ、多様な業種の事業者がいることで偏った判断・偏ったネットワークの活用を阻止し公共性が高くなる 専門性や志の高い事業者のみの参画になるため、スムーズな事業推進が可能となる
町内の各種団体	△	<ul style="list-style-type: none"> 商業等を経験した団体・事業者以外は、推進する事業に関する経験値が不足している可能性が高い
町外の事業者	△	<ul style="list-style-type: none"> 事業者の業種や候補となる事業者数が増えるが、ノウハウが町外に流出する可能性が高い
人員を採用した新たな会社の設立	△	<ul style="list-style-type: none"> 経験値が高いプロフェッショナル人材の登用により、一気に事業が発展する 採用にかかる時間が読めない。また、プロフェッショナル人材が満足する事業内容と報酬等を提示できていない場合は採用につながらない 栄町への愛着が少ない可能性があり、採用しても離職等につながると考えられる

※機能は現在検討中のため、変更・取りやめとなる可能性があります。