

件 名 ノーラ名栗グランドオープン及び地域への波及効果等について

ノーラ名栗につきましては、令和元年度、令和2年度の2か年にわたり、本市の地方創生に資する拠点施設として整備を進めてまいりました。

野外ステージ、kokkoBBQ、サウナクラブなどを配置した交流事業エリアについては、令和元年度に工事を完了させましたが、新型コロナウイルス感染症の拡大の影響もあり、令和2年8月から運営を開始しました。

また、宿泊事業を実施するグランピングフィールドについては、令和2年度に工事を完了させ、本年4月29日から運営を開始し、グランドオープンを迎えることができました。

つきましては、ノーラ名栗のグランドオープン等の状況について報告します。

1 ノーラ名栗のグランドオープンについて

(1) グランピングフィールドの完成と運営状況について

グランピングフィールドは、西川材製のウッドデッキ上に大人4人がゆったり宿泊することのできるグランピングテントと北欧風BBQを楽しむことのできるガゼボ（東屋）が10棟、施設全体の総合受付を行う管理棟が1棟、グランピングフィールド専用のトイレ1棟のほか、グランピングフィールド全体を囲む木柵、ファイヤーピット（焚火台）や照明、植栽などから構成されています。

この施設に宿泊する方々は、春には真っ白な雪柳、夏には虫の声を、秋には山々の紅葉を、冬には満天の星空を楽しむことができ、1年を通して名栗の自然に触れ合うことができます。

運営開始直後のゴールデンウィーク中の利用状況としては、4月29日から5月9日までの11日間で298人の利用があり、6月末までの予約者数を含めるとオープンから857人の利用が予定されています。

宿泊客からのアンケートでは、「素敵な施設を作ってください、ありがとうございました」、「景色も素晴らしく友人にも紹介したい」などの感想をいただいております。

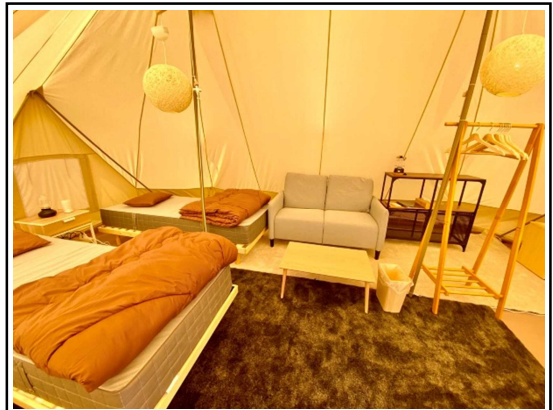
〈運営が開始されたグランピングフィールド〉



〈ウッドデッキ上のグランピングテントとガゼボ〉



〈グランピングテント内部〉



〈総合受付を行う管理棟〉



〈夜のファイヤーピット〉



(2) 内覧会及びグランドオープンセレモニーについて

グランピングフィールド運営開始前の4月27日に地域の自治会の皆様、地域団体の代表の皆様、市議会議員の皆様を対象に施設全体の内覧会を開催いたしました。内覧会は、密にならないよう、時間帯を3回に分けて開催し、参加者は合計で43人となっています。

また、グランドオープンに合わせオープン記念セレモニーを検討しておりますが、開催時期等につきましては、新型コロナウイルス感染症の感染拡大の状況を踏まえ、今後決定してまいります。

〈内覧会の様子〉



(3) 施設整備に係る事業費及び財源内訳について

ノーラ名栗の施設整備に要した事業費については、令和元年度の決算額と令和2年度の決算見込み額の合計で約3億円となっており、財源については、国からの地方創生拠点整備交付金及び地方創生推進交付金として約1億2千万円、埼玉県からの魅力ある地域づくり事業として約1千万円、地方債として約1億円、基金繰入金としてムーミン基金から約7千万円を措置しており、一般財源は事業費の1%に当たる約3百万円となっております。

〈整備費の財源内訳〉

財源内訳	金 額	備 考
国 費	115,078,904 円	地方創生拠点整備交付金 地方創生推進交付金
県 費	9,988,000 円	埼玉県魅力ある地域づくり事業
地 方 債	100,700,000 円	償還金の50%が地方交付税措置
基金繰入金	66,248,088 円	ムーミン基金
一 般 財 源	3,083,639 円	
合 計	295,098,631 円	

2 新型コロナウイルス感染症対策について

(1) 野外ステージ前テント設置工事とその効果について

新型コロナウイルス感染症拡大防止対策の一環として、交流事業エリアが利用者によって「密」になることなく、安心して飲食等を楽しんでいただいたり、くつろいでいただいたりできるよう、野外ステージ前テント設置工事を実施しました。

野外ステージ前テントは、ステージ上の日差しや雨を遮ることができるよう可動式の布製オーニングでステージ上空を覆う構造としました。

〈野外ステージ前テント設置工事〉



(2) その他の新型コロナウイルス感染症対策

ノーラ名栗におけるその他の新型コロナウイルス感染症対策といたしましては、スタッフ、予約客の検温、消毒、体調の聞き取りのほか、テーブルやドアノブの消毒などを徹底して行っております。

また、密状態を回避するため、kokkoBBQ のテント数を当初計画の半分にして、いるほか、キャッシュレス決済を導入し接触機会を軽減するなど、「新しい生活様式」のモデルとなるような施設運営を進めています。

3 メディア、雑誌での紹介について

本市では、ノーラ名栗について継続的に情報発信を行ってまいりました。その結果、地上波、SNS、雑誌において多数のメディアに取り上げられ、グランピングフィールドの運営開始についても紹介されています。

また、若者に人気の俳優が取材の中で、「飯能のことは知っています。今、日本のフィンランドと言われ始めている」と飯能について語り、「行ってみたいところですね。サウナを建てるなら飯能かな。飯能にプライベートサウナを作って、そこで経済を回したい」と飯能とサウナについて語っています。このように若者に影響力のある俳優が、飯能についてコメントをしていることも波及効果の好材料となっています。

局名/雑誌社名	番組名/雑誌名
TBS	カウントダウンTVライブライブ
TBS	日立 世界ふしぎ発見！
TBS	王様のブランチ
TV TOKYO	ワールドビジネスサテライト
(株) 日経新聞社	日本経済新聞〈電子版〉
ぴあ	春ぴあ首都圏版

4 令和2年度入込客数について

ノーラ名栗の令和2年度入込客数は、7万3千人と令和元年度入込客数4万4千人から大幅な増となり、コロナ禍で休業等の営業制限があった中においても、多くのお客様にご来場いただきました。

昨年4月からcafé&shopYAMASEMIがニューオープンとなり、8月からは、kokkoBBQ、サウナクラブもオープンしたことで客数が増えたと考えられます。また、メディアによる情報発信の効果が現れたことも客数の伸びに繋がっていると思われ、グランピングフィールドの運営開始により、令和3年度の入込客数も令和2年度以上に伸びていくことが期待できます。

5 地域への波及効果について

(1) 運営に係る効果について

昨年8月のサウナクラブ、kokkoBBQの事業開始に加え、グランピングフィールドの運営開始に伴い、指定管理者はスタッフを増員しており、新規雇用21人のうち、7人が市内在住となっております。現在もスタッフの募集は継続しておりますので、今後も地域雇用者の数は増えていくことが予想されます。

また、施設で使用する薪やプロパンガスのほか、肉や魚、野菜などのBBQで使用する食材についても市内の店舗等から納入しています。ゴールデンウィーク中には、地域の団体によるマルシェも開催されています。

(2) 商店街等との連携について

ノーラ名栗がグランドオープンしたことによる波及効果を、名栗地域のみならず市街地へも繋げるため、今後は、商店街店舗のマルシェへの出店や、観光協会のブースの出店などにより、ノーラ名栗において商店街等と連携し、物品販売を積極的に行ってまいります。

6 新たな森林利活用モデルの構築

ノーラ名栗は、賑わいや交流、雇用創出のみならず、森林に親しみ、森林を学び、森林を通した体験ができる拠点施設としての機能を果たすため、昨年度は、名栗地域の活性化に取り組む「わくわく名栗クラブ」と連携し、ノーラ名栗周辺の森林を活用した森林体験プログラムを作成し、モニターツアーを実施しました。今後、都市部の住民や児童・生徒、企業などを対象とした多様な森林体験や環境教育のプログラムを作成し、森林の保全・利活用の新たな取組を先導的に展開してまいります。

担当者	農業振興課長 犬竹 章
連絡先	Tel 042-973-2122