

上越市まちづくり市民大学
まちづくりアクションプラン

テーマ 【 振興会の活性化：財力の強化・空き家対策 】

メンバー：青木 諒太郎 上野 一美 小松 数浩 古海 誠一 古川 夏希 増田 和昭 矢澤正隆

私たちは、地元の野菜を使った生産者の顔が見える農家レストランの開設を企画しました。

○このテーマとした理由（背景）

- ・ 過疎と高齢化によって地域に元気がなくなっている現状をドキドキするまちづくりに変身させる。

- ① 市内外の人を引き付けること
- ② 年齢に関係なく誰もが参加出来ること
- ③ 大勢の人がかかわれること
- ④ 地域の活性化につながる事
- ⑤ 日常生活に密着していること

- ・ これらの諸条件を満たすものの一つとして農家レストランの開設を考えました。

○誰を対象にやるのか、誰（他の組織）と一緒にやるのか

- ・ 空いている民家を賃貸で利用します。場所は、農村の雰囲気がある所、わかりやすい所を優先して探します。
- ・ 農家で採れる季節の食材をメインに使います。
- ・ メニューは和食御膳を主として、ヘルシーと薬膳をテーマとします。（縄文時代のメニューも加えます。）
- ・ 食材は朝採り野菜として販売し、秋にはお米も販売します。希望するお客さまには宅配します。
- ・ レストランは情報提供の場として地元の観光情報を提供し、写真や絵画などのギャラリーとして利用します。
- ・ 野菜の収穫体験や特産品販売などを行います。

○どこでやるのか、どの地域を対象にやるのか

*実施対象

- ・ 同じ思いで協力してくれるならどなたでも（個人、組織問わず）
- ・ 趣旨に賛同する農家の人（米、野菜などを作っている生産者）
- ・ 食生活、生活改善を考えているグループ
- ・ まちおこし、地域おこしを考えているグループ

*実施地域

- ・ 本企画はどこでも実施することができます。

*想定するお客さま

- ・ 来店者は地域、市内外、県内、全国の人を想定します。

○期待される効果はどんなことか

- ・ 実施する区を知ってもらえる（地域を知っていただくことにより、観光にこつながらる
- ・ 生産者との交流で農業の活性化がすすむ（オーナー制度など）
- ・ 収穫体験、農業体験などのタイアップを兼ねて集客を狙います。
- ・ レストラン準備、開設等にかかわる人たち、食材提供者、地域の人たちに元気がでます。
- ・ かかわる人たちの交流と情報交換が図れ、しいては全体の連携と交流が図れ、地域全体に元気がでます。
- ・ 来店するお客さまとの交流が図れ、地域を知って頂くことにより観光につながります。
- ・ 本企画はどこでも実施することができますので市内の各地で展開することができ、上越市全体の元気出しになります。
- ・ 全国にPRすることにより、全国からのお客さまの誘致になります。

○行動スケジュール

*PR

- ・ マスメディアを利用してPRをします。
 - ・ 順次近県にPR範囲を広げます。
 - ・ 実施区内には回覧板で周知します。
 - ・ 状況を見て中央のマスメディアや旅行雑誌等に情報を提供していきます。
- } その後は口コミによる事とします。

*行動スケジュール

1. 空き民家を探します。
1軒ずつ条件に合う所を探して持ち主の了解を得ます。（相当に時間がかかりますが、不可能ではありません。）
2. 企画に賛同してくれる人やグループに声かけをします。
3. 賛同者によるプロジェクトを立ち上げます。
4. 民家の現状を見て改築の計画を立ち上げます。極力現状のまま使うこととします。
5. 資金計画を立てます。市、県、国、民間の助成金を探します。助成金で不足する分を賛同者から出資を募ります。
6. 収支計画を立てます。
7. 従事者を決めます。
8. 提供メニューを検討します。
9. 付帯するサービスを決めます。
10. 関係機関に申請します。

○参考

- ・ 当面は土曜日、日曜日、祝日の営業とします。
- ・ 冬季についてはお客さまの状況を見て検討します。

以上