

# しもつま中央工業団地 緑地・調整池利活用基本構想

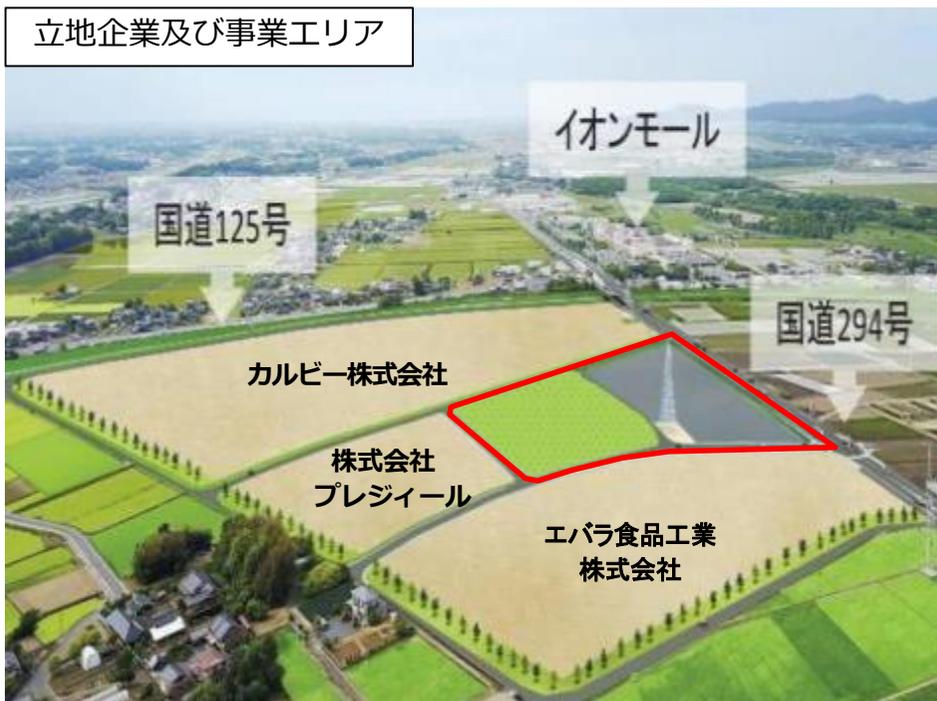


令和8年1月  
一般財団法人下妻市開発公社

1. 事業背景	3
2. 事業概要	4
3. 事業ビジョン	5
4. コンテンツイメージ	7
5. 想定される年間イベントイメージ	9
6. 土地利用イメージ	10
7. エネルギーの循環について	11
8. 想定するターゲット	12
9. 推進体制（案）	13
10. 事業スケジュール（案）	14
11. 今後の検討課題	15



# 2. 事業概要



## 【事業地】

しもつま中央工業団地内緑地・調整池  
(下妻市中央工業団地800番6、800番7)

## 【事業エリア面積】

5.11ha (緑地1.86ha + 調整池3.25ha)

## 【事業主体】

一般財団法人下妻市開発公社

## 【特徴】

### ① アクセスの良さ

圏央道常総 I.C. から車で約15分と好アクセス

### ② 視認性の高さ

国道125号と国道294号が交差する高い視認性

### ③ 食品系企業3社の立地

カルビー株式会社、株式会社プレジール、エバラ食品工業株式会社の食品系企業3社の立地が決定

## 【事業のポイント】

**立地企業等との連携により、** 交流人口・関係人口創出の拠点となる**誘客交流施設の整備**を行う。

## 下妻発

**「ここでしか味わえない体験」を生み出す**

**五感で楽しむ食の拠点を創造する。**

【拠点づくりの方向性】

こころゆくまで"おいしい"を感じる場

楽しみながら食と触れ合い、心身を育む場

新たな体験とつながりが芽生える場

### 3. 事業ビジョン

## 事業ビジョンの核となるテーマ



「食」と「健康」の2つを核となるテーマに設定。

## その他、重要となるテーマ

- ・多世代コミュニティ
- ・多様性、多文化
- ・リピーター獲得の仕組みづくり
- ・エネルギーの循環

# 4. コンテンツイメージ



## 1.食

**"食"をテーマにした、ここでしか体験できないコンテンツを検討する。**

また、地元食材・地元事業者との連携が図れるようなコンテンツの導入も検討する。

【コンテンツイメージ例】

- ・企業体験
- ・地元食材を使用したレストラン
- ・クッキングスタジオ
- ・収穫体験
- ・ローカルフードショップ など



# 4. コンテンツイメージ



## 2.健康

健康食や食育など食の分野と連携したコンテンツを検討する。また、**"多世代・多文化交流"**、**"生涯スポーツ"**、**"誰でも手軽に"**をキーワードにし、**"食とスポーツが気軽に楽しめ、交流が生まれる"**スポーツコンテンツを検討する。

【コンテンツイメージ例】

- ・子供向け食育授業
- ・腸活、朝食セミナー
- ・地元食材を使った健康志向の料理教室
- ・ヨガやフィットネス
- ・ニュースポーツ（例：ピックルボールなど）



## 5. 想定される年間イベントイメージ

季節ごとにイベントを開催し、**"リピーター・ファンの獲得"**を目指す。

春

- ・フードフェス
- ・旬の果物を使ったスイーツ作り体験
- ・地元野菜などのマルシェ



秋

- ・野菜の収穫体験
- ・収穫した野菜を味わうBBQイベント
- ・スポーツイベント



夏

- ・プール・水遊びエリアの展開
- ・音楽フェス
- ・ナイトマーケット



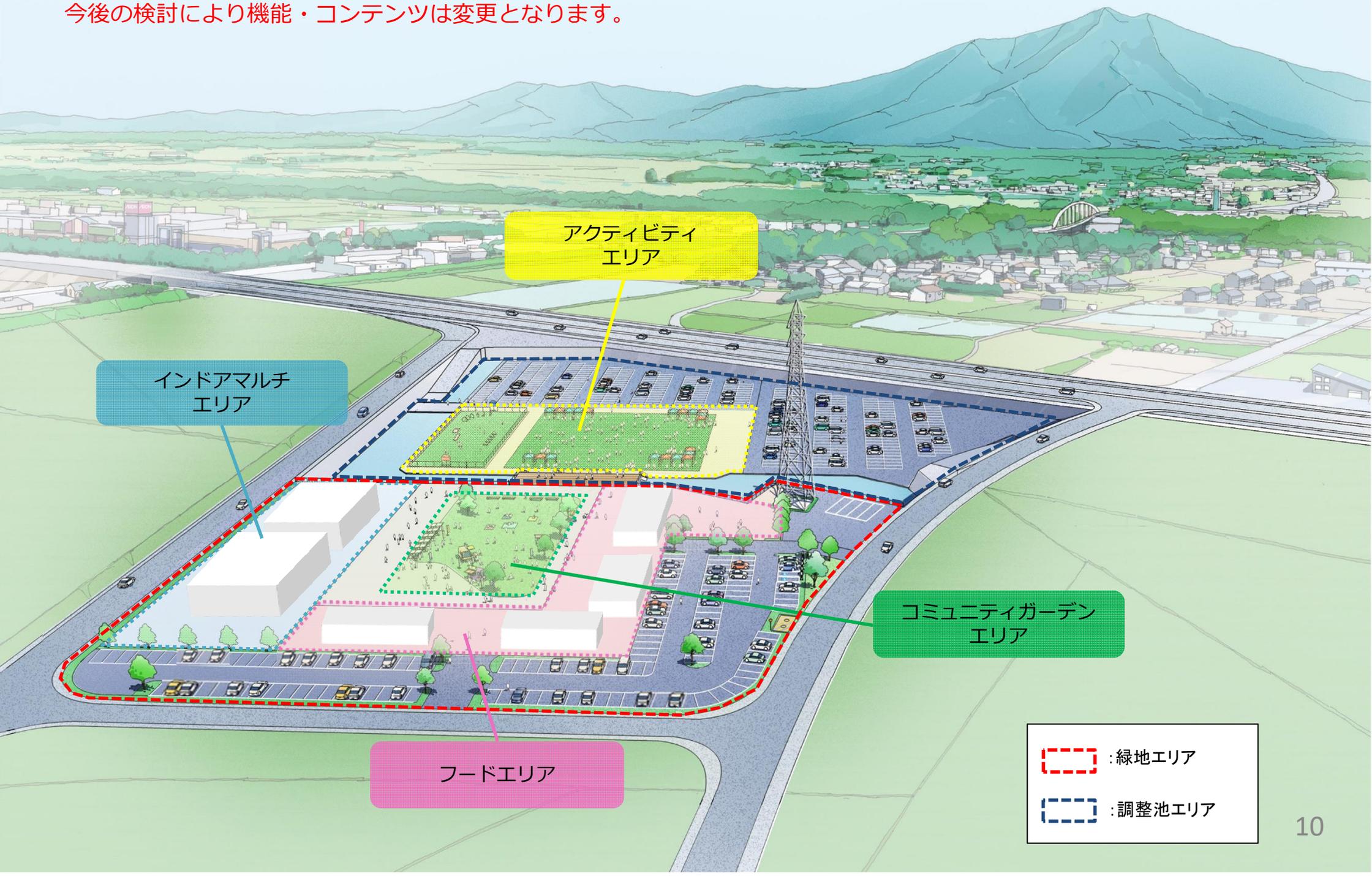
冬

- ・オリジナルみんなの鍋レシピコンテスト
- ・クリスマス、バレンタインデーなどのイベントごとのお菓子作り教室



# 6. 土地利用イメージ

※土地利用イメージは、基本構想時点での整備イメージであり、確定しているものではありません。  
今後の検討により機能・コンテンツは変更となります。

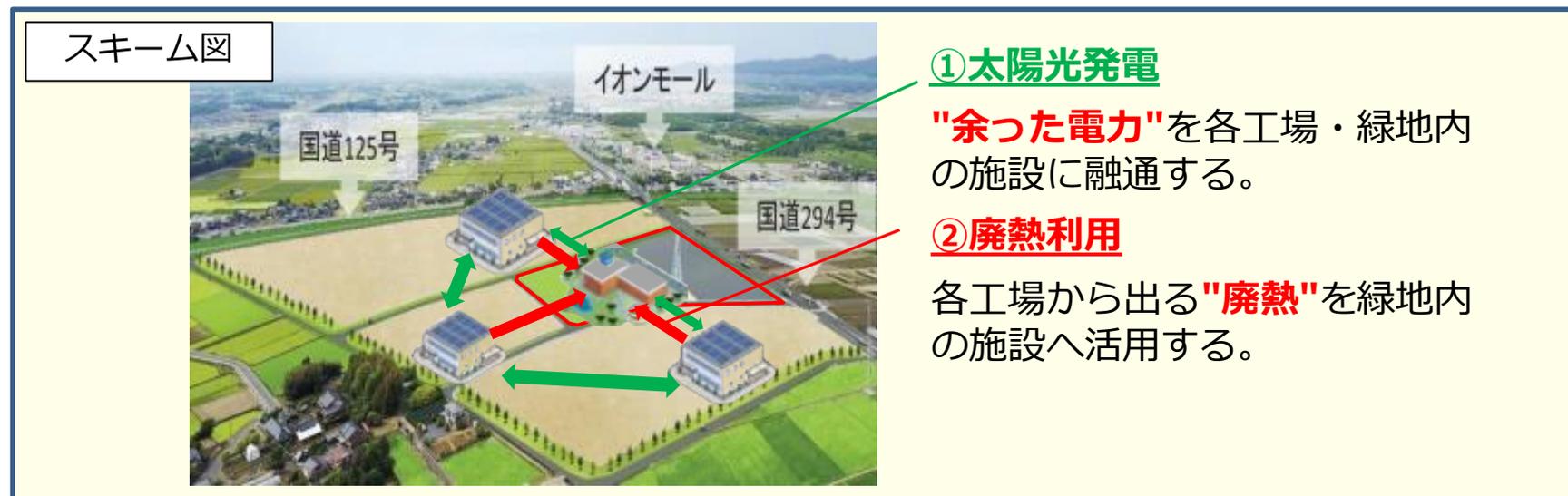


# 7. エネルギーの循環について

重要テーマとしている「**エネルギーの循環**」について、下記に示すような考え方を視野に入れ、実現可能性を検証していく。

## ①エネルギーネットワークの構築

企業と連携したエネルギーネットワークを構築し、**"エネルギーの地産地消"**を目指す。



## ②系統用蓄電池の設置

地域防災の観点から、系統用蓄電池を設置し、停電時の電力供給など**地域の防災力を高める**。



## ③電気自動車受電スタンドの設置

環境に配慮した電気自動車受電スタンドを設置し、**"ゼロカーボン"**を推進する。



## 8. 想定するターゲット

	平日	休日
主なターゲット	<ul style="list-style-type: none"><li>・ビジネスパーソン</li><li>・シニア層</li><li>・主婦（主夫）</li><li>・近隣学生</li></ul> →車で30分圏内	<ul style="list-style-type: none"><li>・家族</li><li>・カップル</li><li>・友人グループ</li><li>・旅行客の立ち寄り</li></ul> →車で30分～90分圏内（関東近郊・都内在住）
目的・ニーズ	<ul style="list-style-type: none"><li>・仕事・用事</li><li>・短時間の食事</li><li>・健康促進、趣味、習い事</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>・レジャー・旅行</li><li>・非日常の体験、思い出づくり</li><li>・家族や友人との団らん</li></ul>
消費行動の特徴	<ul style="list-style-type: none"><li>・ランチや仕事帰りのディナーなど短時間利用</li><li>・一人での利用や、小人数での利用が多い</li><li>・消費額は休日に比べ低い傾向にある</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>・外食やレジャーなど、平日に比べて高額</li><li>・家族や友人など、複数人、グループでの利用が多い</li><li>・時間に余裕があり、体験や雰囲気重視する</li></ul>
ポイント	<ul style="list-style-type: none"><li>・「スピーディーさ・手軽さ」</li><li>・「ランチ・テイクアウト」</li><li>・「シニア層向けイベント開催」</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>・「特別感」</li><li>・「体験」</li><li>・「家族向けサービス」</li><li>・「家族、カップル、友人グループ向けイベント開催」</li></ul>

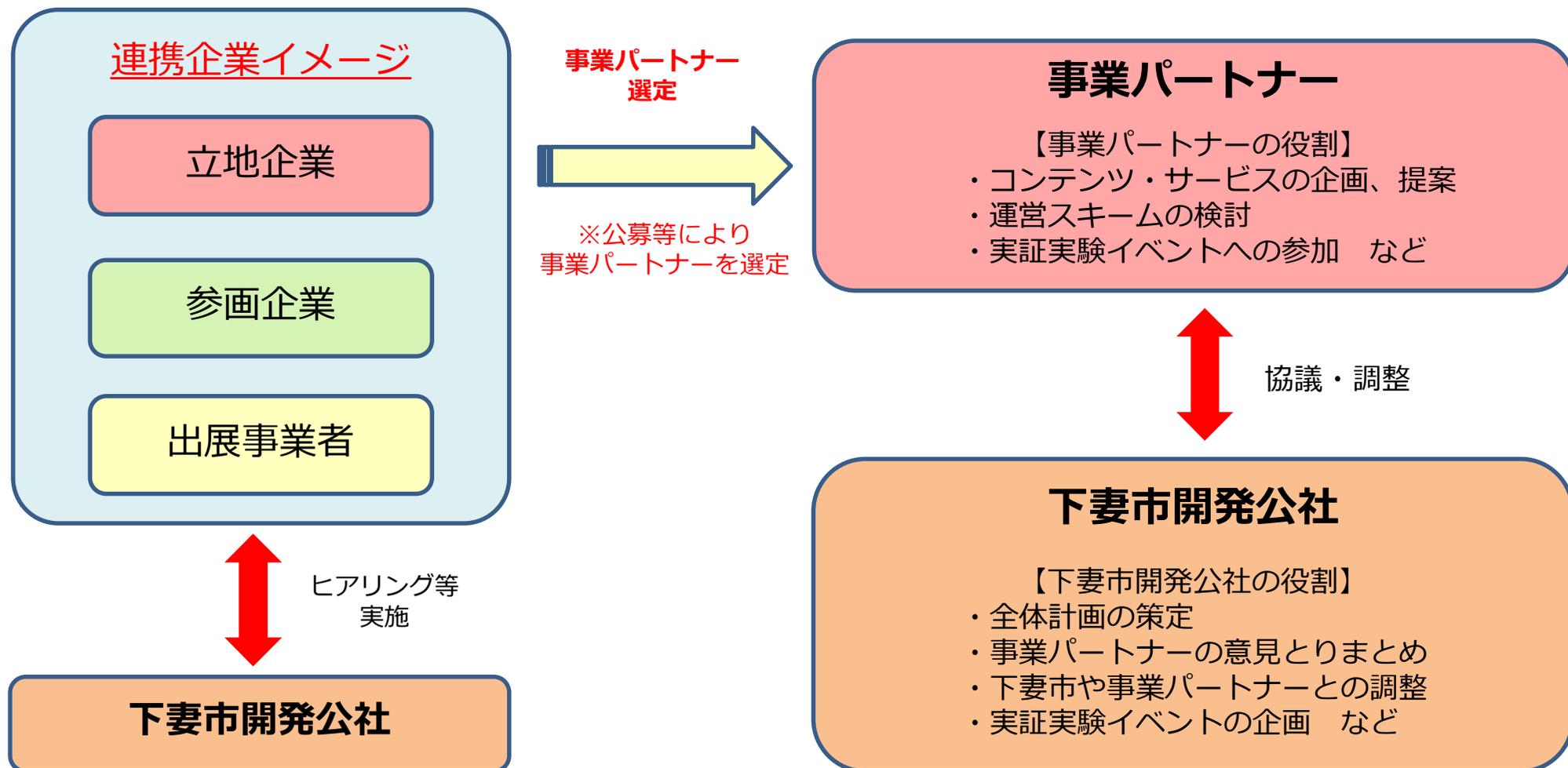
### 想定するターゲットの考え方

☆平日集客と休日集客の両立を目指した「二層ターゲット」の施設整備

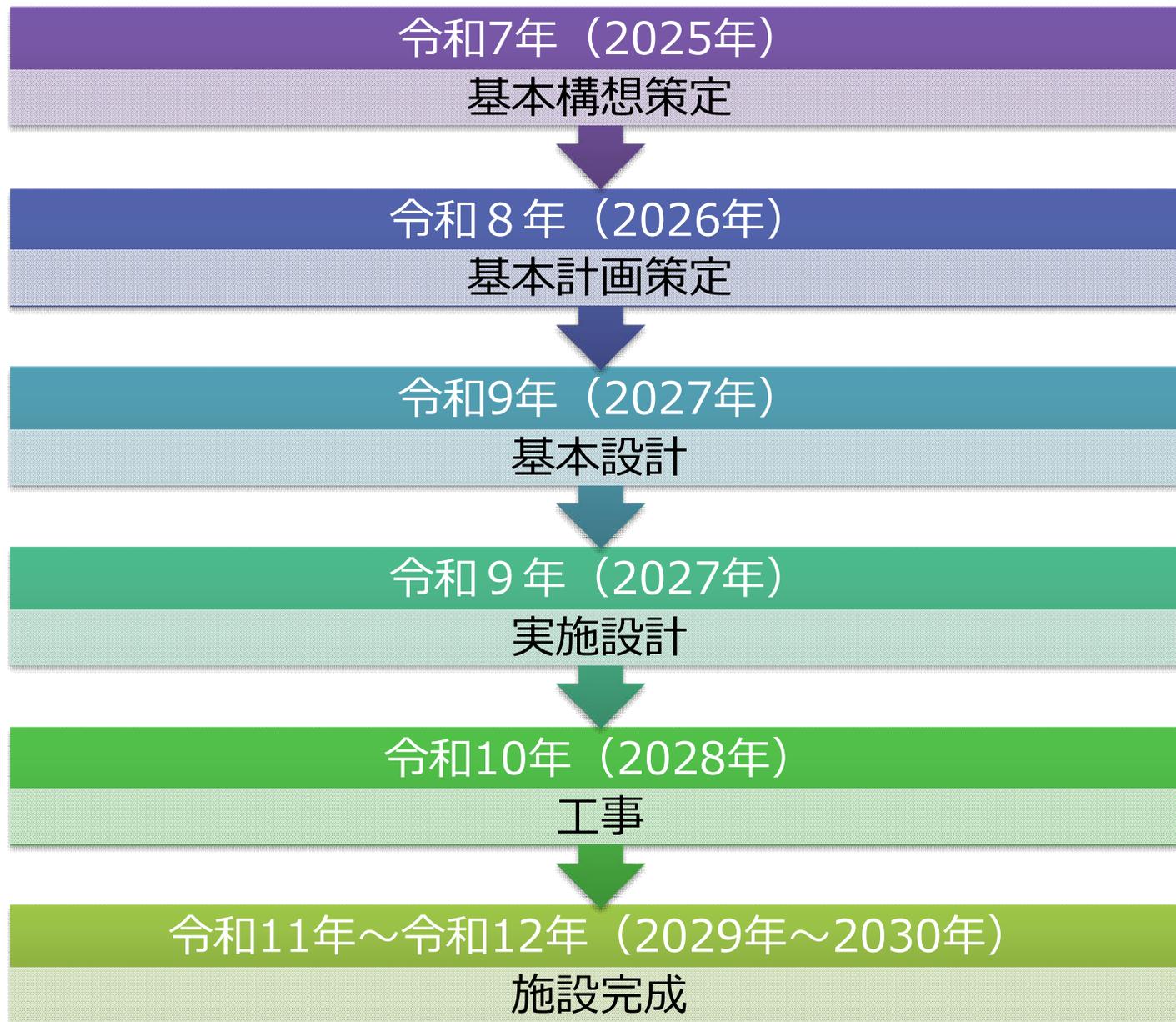
☆ポイントは各ターゲットに合わせた魅力的なイベント展開・仕掛け

# 9. 推進体制（案）

立地企業、当該事業への参画企業・事業展開の可能性のある事業者など、連携の可能性がある企業とのヒアリングを進めるとともに、事業パートナーとなる企業を基本計画策定時点で選定し、設計段階から運営を意識した施設整備計画を検討する。



## 10. 事業スケジュール（案）



※今後の検討状況によりスケジュールは変更となる場合があります。

# 11. 今後の検討課題

## 課題① コンセプト・コンテンツの検討

- 本事業が目指す「食」と「健康」を核とした事業ビジョンに即しつつ、**施設全体としての役割や位置付けを明確**にするため、コンセプトを具体化していく必要がある。
- 事業ビジョンやターゲット像を踏まえながら、「食」や「健康」に関する体験プログラム、イベント、サービスなど、導入するコンテンツの種類・規模・導入時期等について検討し、本事業にふさわしいコンテンツの構成を整理していく必要がある。

## 課題② 事業スキームの検討

- 本プロジェクトが、地方創生事業として長期にわたり地域の魅力創出につながるよう、持続可能な事業スキームの検討・構築を進めていく。
- **「全体最適」を図りつつ、様々な企業が事業展開を進められるよう、「部分最適」の視点も含めて、参画の可能性のある企業との協議・調整を進めていく必要がある。**

## 課題③ 施設運営体制の検討

- 施設整備の計画を進める際には、**稼働後の運営を見据えた計画づくりが重要**となる。そのため、**事業に関わる各事業者の役割を明確にする**必要がある。
- 施設整備後の**運営体制の構築は、事業の成否を左右する最も重要な要素**となる。施設整備の検討と併せて、様々な事例やヒアリングをもとに運営体制のスキームを検証し、**最適な運営体制を構築していく必要がある。**