別　記

第１号様式

# 事業提案書

令和8年10月30日

（あて先）成田市長

所　在　地　千葉県成田市花崎町856番地
申請団体　団体の名称　一般社団法人ナリタカイギ
代表者氏名　代表理事 甲斐考太郎

次のとおり事業を実施したいので，成田市提案型企業版ふるさと納税活用事業実施規則及び同規則に係る手引きを確認の上，提案します。

| | |
|---|---|
| 提案事業の名称 | 裏参道にぎわい創出事業 |
| 認定地域再生計画の該当事業 | 第２期成田市まち・ひと・しごと創生推進計画 5-2 ① イ「住む人が誇れ、多くの人が行き交うまちをつくる事業」。具体的な事業:「新たな観光資源の整備・発掘と公共空間を活用した『にぎわいの創出』」「成田空港の更なる機能強化を見据えた新たなまちづくりの推進」 |
| 実施期間 | 補助金交付決定日（2027年4月以降）から2028年3月31日まで（事業の実施は2027年5月～2028年2月。3月は実績報告・精算書類の提出） |
| 提案事業の概算事業費 | 5,000,000円 |
| 概算事業費のうち必要最低補助金の額 | 2,000,000円 |
| 添付書類 | 事業提案計画書（第2号）<br>概算事業費調書（第3号）<br>見積書の写し<br>誓約書（第4号）<br>登記事項証明書<br>その他参考資料（裏参道の地図、事業の全体像を示 |

| | |
|---|---|
| | す資料1枚、ナリタカイギの説明資料「成田Meets!サマリー資料」） |

第２号様式

事業提案計画書

| | |
|---|---|
| 提案事業の名称 | 裏参道にぎわい創出事業 |
| 提案事業の内容 | **1 提案事業者の概要**<br>【名称】一般社団法人ナリタカイギ<br>【代表者】代表理事 甲斐考太郎<br>【所在地】千葉県成田市花崎町856番地<br>【設立年月日】令和8年1月30日（前身の任意団体としての活動は2018年から）<br>【従業員数】一般社団法人のため、従業員に代えて役員と社員の数を記す。役員：理事4名（うち1名は未登記）・監事1名。社員（正会員）数：3名<br>【資本金】一般社団法人のため資本金はない。基金の定めもない（定款）。<br>【売上高（直近2年間）】【経常利益】【当期純利益】【総資産】【純資産】【自己資本比率】設立初年度のため決算未了（第1期 令和8年1月30日～11月30日）。<br>【業務概要等】成田地域の歴史的・文化的資産と国際空港の特性を活かし、裏参道エリアを中心に地域課題の解決・活性化を図る。合意形成と行政連携、場の創出、空き家・空き地の研究と再生、商業・観光振興、次世代人材育成、情報発信等。<br>空港という日本の玄関と新勝寺というランドマークに恵まれている一方で、成田で暮らし・働き・学ぶ人にとっての「地元感」や「愛着」は十分とは言い切れない。とくに表参道は外から来る人のための空間になっている。裏参道を市民の日常の空間として捉え直すため、担い手の育成と空間活用の社会実験を行う。<br><br>**2 事業提案における全体構想**<br>**2-1 本事業の実施により目指す姿　① 対象範囲**<br>・成田山新勝寺の門前、表参道と並行する「裏参道」（新道通り周辺）。直接の効果は整備中の広場の利用者、波及は裏参道・表参道の店と通りと駅前、と2段で示す。範囲と広場の位置は、参考資料の地図に |

| | |
|---|---|
| | 示す。<br>・裏参道を選ぶ理由:<br>－表参道と隣り合いながら、昔からの食堂や精肉店など市民の日常の店が残っている。<br>－空き家活用で12の事業が生まれ、12事業すべてが初出店・初拠点だった。千葉工業大学 田島研究室の調査では、調査範囲の建物215軒を外観目視で調べ、31軒を実測した。<br>－観光庁補助で広場を整備中で、市民が集まる場所ができる。<br>**2-1 ② 現状分析（定量・定性）**<br>・顕在1（居場所）：成田駅周辺で、市民が日常的に立ち寄り、過ごせる場所が少ない。ナリタカイギの勉強会の出発点は、2017年に住民が感じた「自分の町が、自分の町じゃない気がする」という違和感であり、言葉にすると「居場所が少ない」だった。<br>・顕在2（通過点）：空港と新勝寺に人は集まるが、多くは通り過ぎ、滞在は短い。空港や地域で働く人も、休日を成田で過ごす場面が想像しにくい。<br>・顕在3（住民が脇役）：市民が消費者・お客様の位置に置かれてきたような印象。市民が地域づくりに関わる機会と担い手が少ない。<br>・今後の懸念：地域の観光化が裏参道に及ぶと、単価の高い店やマンションに置き換わり、市民の日常の店が失われるおそれがある。にぎわいで日常の客を増やすこと自体が、この懸念への打ち手になる。<br>・強み：空き家活用で生まれた12事業と、出店しやすい協力体制。鉄道駅から近く、表参道の隣という立地。2018年から続く勉強会と、学生も加わるワークショップの運営の経験（例：既存行事ナリタノヒカリの企画会議として2026年10月18日に行ったワークショップには、専修・立教・産業医大・国福大の学生も参加した。本事業の外の活動で、経費は本事業に含めない）。<br>・定量データ（歩行者数・滞在時間・空き店舗数）は継続的な計測が見つかっていないため、本事業の定点観測で基準値を取る。 |

| | |
|---|---|
| | 2-1 ③ 目指す姿（コンセプト）<br>・「いつか、ふるさとになる。成田で働き、学び、暮らす人が、自分の席をつくる場所。」<br>・観光のためにつくった地域ではなく、日常そのものが魅力となる地域を目指す。日常の魅力が、結果として旅行者を呼ぶ。<br>・全体構想（申請年度に限らない）：本提案は、ハードの整備に先立ち、それを使い続ける人の輪をつくる。<br>ー広場の整備（実施中）：観光庁補助で進めている（観光案内所・トイレ・備品倉庫を含む）。<br>ー通りの活用（本提案）：広場を中核に裏参道を活用する担い手コミュニティを創出するため、勉強会・ワークショップ（3回）と社会実験（2回）を2027年5月～2028年2月に実施する。SNS（LINEオープンチャット等）を通じて常時つながるコミュニティを育成し、そのメンバー発意の社会実験を実施する。エリアへの効果は定点観測で測る（実証）。<br>ー複合施設の整備（構想）：カフェ・ブルワリー・ゲストハウス等の整備。<br>2-1 ④ 市の計画における位置づけ<br>・地域再生計画（第２期成田市まち・ひと・しごと創生推進計画）5-2 ① イ「住む人が誇れ、多くの人が行き交うまちをつくる事業」。具体的な事業「新たな観光資源の整備・発掘と公共空間を活用した『にぎわいの創出』」。<br>・第3期総合戦略 基本目標2(2)「成田空港の更なる機能強化を見据えた新たなまちづくりの推進」：「地域と空港が共生・共栄できるよう…住民と関係機関が一体となってまちづくりを進める必要があります」。KPI「成田市民の『空港を生かしたまちづくり』の重要度 71.7%（R6）→ 80.0%」。主な事業「中心市街地活性化事業」。<br>・総合計画「NARITAみらいプラン」の将来像「住んでよし 働いてよし 訪れてよしの生涯を完結できる空の港まち なりた」と、方向性「若者や子育て世代に |

| | |
|---|---|
| | 魅力のあるまちづくり」「空港と共に発展するまちづくり」。<br>・第3期総合戦略「増加する外国人住民との共生に向けて、多様な文化を認め合い、地域の一員として共に支え合う環境づくりを推進します」。<br>**2-2 目指す姿の実現に向けた取組方針　① 不足している点（課題設定）**<br>・地域課題1：中心市街地に、市民が日常的に滞在し、交流できる場所と機会が少ない。<br>－困ること：人が通り過ぎるだけでは、市民の日常の店を支える客が育たない。日常の客が少ないと、観光化が進んだときに市民の店が観光向けの店やマンションに置き換わりやすくなり、空き家を再生しても市民の日常の空間として続かなくなるおそれがある。だから、市民が日常的に集まれる場所と機会が必要。<br>・地域課題2：市民が地域の取組を自ら企画し、続けて関わる機会と担い手が少ない。<br>－困ること：地域活動を担う人が固定化していると、将来的に担い手の高齢化等によって活動が継続できなくなり、再び空き家が増えるなど、地域の活力が失われるおそれがある。だから、継続的に新たな担い手を呼び込む仕組みと場所が必要。<br>・地域課題3：空港や地域で働く人・学ぶ人が、地域との接点を持ちにくく、休日等を地域で過ごす機会が少ない。<br>－困ること：成田で働き学ぶ人が地域と関わる入口がないと、担い手になりうる人と、日常の店を支える客の両方を、地域が取り込めないおそれがある。だから、働く人・学ぶ人が気軽に関われる入口が必要。<br>・広場が要る理由：3つの課題に共通して「集まって試せる場所」が無い。完成後の広場をその場所として使い、使う人を育てる。<br>**2-2 ② 方針と必要な取組**<br>・方針1：勉強会・ワークショップで、まちづくりを自分ごととして考える市民の輪（担い手コミュニテ |

| | |
|---|---|
| | ィ）をつくる。<br>　－各回の出口を、共通の「企画シート」（検証したい仮説／対象と条件／担い手／測るもの／費用）にそろえ、意見交換で終わらせず、そのまま社会実験の企画として使う。<br>・方針2: コミュニティのメンバーが自ら企画した社会実験を、広場と裏参道で行う。社会実験はトライ＆エラーの場とし、共通の体験をつくることを重視する。<br>　－社会実験で検証する仮説（定点観測〈5月の基準値と8月・2月の値〉とアンケートで検証する）:<br>　－仮説A（働く人の参加）: 広場に、勤務の前後や休日に立ち寄れる日常的な交流の機会をつくると、市内で働く人が地域活動に参加するきっかけになる。<br>　－仮説B（回遊）: 広場での活動をきっかけに、周辺の店への回遊が生まれる。<br>　－仮説C（担い手）: 市民が企画の段階から関わると、次の企画者・運営者が生まれる。<br>　－条件: 社会実験1は2027年8月（夏休み期間の朝・休日）、社会実験2は2028年2月（週末）。場所は広場と裏参道。費用は1回あたりの上限の範囲。<br>・方針3: SNS（LINEオープンチャット等）で常につながる場を設け、空港や地域で働く人・学ぶ人も参加しやすくする。<br>・方針4: 定点観測とアンケートで、エリアへの効果とコミュニティの広がりを数字で示す。<br>・方針5（イベント日以外の利用）: 清掃やラジオ体操のような小さな定例をコミュニティで続け、イベントの無い日も広場と裏参道を使う習慣をつくる。小さな定例は年5回の回数には数えず、経費も計上しない。<br>・波及の道筋: 広場に人が集まる → 周辺の店を使う → 消費と出店が増える → 裏参道に日常のにぎわいが生まれる。この道筋は参考資料（事業の全体像を示す資料）に示す。 |

・これまでの取組との関係：空き家再生（ハード）で生まれた裏参道の店舗・拠点も、参加者が立ち寄る回遊先の一つとする。空き家再生 → 本事業で使う人の輪をつくる（ソフト）→ 新たな担い手が次の空き家を活かす、という循環を目指す。回遊先・つなぎ先は、特定の店や物件に限らない。
・課題と方針の対応：課題1→方針2・3 ／ 課題2→方針1・2 ／ 課題3→方針3。
・本提案以外の取組：観光庁補助による広場・施設整備。既存行事（ナリタノヒカリ）は本事業の外で行う。
・既存行事との違い：ナリタノヒカリは、これまでどおり本事業の外で行い、経費は本事業に計上しない。本事業で新しく加わるものは、① 市民が企画の段階から関わる勉強会・ワークショップ ② メンバー発意の社会実験 ③ SNS で常につながるコミュニティ ④ 定点観測による効果の測定。各回は、勉強会・WSで学び企画を固める → 社会実験で試す → 振り返りのWSで次の企画に活かす、を2巡する（2巡目の振り返りは2月の成果報告会で兼ねる）。

**2-3 目指す姿の実現に向けた推進体制　① 合意形成・意思決定**

・2018年から続く市民有志の勉強会（ナリタカイギ）と「成田裏参道プロジェクト会議」を通じて、地域住民・店主・事業者と議論してきた。プロジェクト会議は、既に50回以上開催している。
・千葉工業大学 田島研究室（田島教授は当法人の理事）が、学生とともに成田での空き家・空き地調査と研究発表（2024年・2025年）を行ってきた。2025年の調査では、調査範囲の建物215軒を外観目視で調べ、31軒を実測した。
・法人化に先立つ2025年11月29日に設立発表会を開いた。成田市長にもご出席いただいた。参加者は約50名だった。

| 役割 | 担当 | 備考 |
|---|---|---|
| 主 | 一般社団法人ナリタカイギ（理 | ___ |

| | | |
|---|---|---|
| 催・意思決定 | 事会） | |
| 企画運営・PR | Orange株式会社／合同会社 Social-D | Orange株式会社: 勉強会・WSと社会実験の企画運営、広報、コミュニティの運営、事務局業務。合同会社Social-D: 全体の企画設計と進捗管理、勉強会・WSの企画・参加者調整・運営・報告書作成（最低案は全体の企画設計・進捗管理・勉強会・WSの企画） |
| 定点観測・分析 | 千葉工業大学 田島研究室 | 3回の測定と報告 |
| 関係者調整 | 一般社団法人ナリタカイギ | 市民・市や地域・周辺事業者との調整 |
| 社会実験の企画 | コミュニティのメンバー（市民・働く人・学生・事業者） | 社会実験1回あたりの上限の範囲で企画を担う。 |

## 2-3 ② 継続の方針

・データ: 定点観測（年3回）と参加者アンケートで効果を検証し、2月の成果報告会で公開する。
・資金: 協賛・寄附の組み合わせを本事業で試し、翌年度以降の収入計画をつくる（3章 自走化）。
・人材: 社会実験の企画者を、翌年度の運営メンバーとして迎える。コミュニティを今後のエリアマネジメントの母体とする。

## 2-4 数値実績及び目標（KPI）

| 区分 | 指標 | 最大案の目標 | 最低案の目標 | 測り方 | 設定の根拠 |
|---|---|---|---|---|---|

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | KPI1 | コミュニティ参加者数（LINEオープンチャット等の参加人数） | 50人 | 30人 | 2028年2月末時点の参加人数 | 先行事例（他自治体の取組）を参考に、約10か月の事業期間に合わせて設定 |
| | KPI2 | 社会実験参加者数（コミュニティの参加者のうち、社会実験に参加した人） | 30人 | 15人 | 社会実験2回の参加名簿の実人数 | コミュニティ参加者（KPI1）の半数以上が社会実験に参加する状態を目標とした |
| | KPI3 | 社会実験ごとのコンテンツ数（メンバー発意の企画の数） | 各回3以上（計6以上） | 各回2以上（計4以上） | 各回の実施内容の数 | メンバー発意の企画が1回に複数並ぶ状態を目標とした |
| | 補助指標 | コアメンバー数（社会実験の企画・運営に関わった人） | 8人 | 5人 | 企画・運営名簿の実人数 | 先行事例を参考に、参加者の2割前後と設定 |
| | 補助指標 | 社会実験の来場者数 | 2回の合計200人 | 2回の合計100人 | 受付・カウンター | ―― |
| | モニタリング | 裏参道の歩行者通行量・滞在時間・空き店舗数 | 目標値は置かず、基準値と変化を報告 | 同じ | 定点観測3回（5月・8月・2月） | 継続的な計測が無く、基準値が未確定のため |
| | モニタリング | 参加者のうち市内で働く人の割合（仮説A） | 目標値は置かず、検証の結果を報 | 同じ | 参加者アンケート（社会実験2 | 働く人の参加を検証するため（新しい数値目標は置かない） |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | | 告。割合を把握し、次年度以降の目標設定に使う | | 回） | |
| KSF（回遊） | 参加者が周辺の店を利用した割合 | 50%以上 | 40%以上 | 参加者アンケート | 広場から周辺の店への回遊を検証するため（仮説B） |

・KGI：2-1 ③ の目指す姿（日常そのものが魅力となる地域）とし、上の KPI・KSF・モニタリング指標でその進み具合を見る。
・市の指標への寄与：地域再生計画のイ（基本目標2）に紐づく数値目標「観光入込客数 1,390万人 → 1,800万人（2027年度）」「社会増減数」に寄与する。総合戦略 KPI「成田市民の『空港を生かしたまちづくり』の重要度（R6 71.7% → 80.0%）」にも補助的に寄与する。

**3 現況・課題・今後の取組計画**

**【現状】**

・前身の任意団体（2018年～）として、市外の実践者を招く勉強会を重ねてきた。2025年11月26日にエンジョイワークスを招いた勉強会を開催。
・夜のイベント「ナリタノヒカリ」を、これまで6回程度開催してきた。JR成田駅前や表参道でのキャンドルナイト・音楽など。空港関連企業の出展もあった。ナリタノヒカリは今後も本事業の外で行い、経費は本事業に計上しない。
・2026年1月に一般社団法人化。観光庁の観光振興事業費補助金（地域資源を活用した観光まちづくり推進事業）「成田裏参道プロジェクト」に採択され、広場整備を進めている（総事業費 48,708,000円・補助率1/2・採択金額 24,354,000円）。広場の整備は

| | |
|---|---|
| | 2027年2月26日までに完了する予定である。<br>・空き家活用で生まれた店舗（ROUTEMAP COFFEE ROASTERS、Brune Studio、Bar鈴なり、季節の箱庭等）が裏参道に集まりつつある。<br>**【課題分析】**<br>・歩行者数・滞在時間などの定量データがまだ無いため、2027年5月の第1回測定を基準値として進める。<br>・地域課題1～3と、それぞれが少ないと困ること（日常の店を支える客が育たない／担い手が固定化する／働く人・学ぶ人を取り込めない）は、2-2 ① に示す。<br>**3-1 取組計画（担い手コミュニティの育成：勉強会・ワークショップと社会実験、定点観測）★**<br>**【事業実施者】**<br>一般社団法人ナリタカイギ<br>**【事業内容（300文字以内）】**<br>完成予定の裏参道の広場を拠点に、市民と空港や地域で働く人・学ぶ人が、まちを自分ごととして関わる担い手コミュニティをつくる。2027年5月から2028年2月に年5回、勉強会・ワークショップを3回行い、メンバーが自ら設計した社会実験を2回、広場と裏参道で実施する。社会実験では、働く人の参加と周辺の店への回遊を検証する。社会実験はトライ＆エラーの場とし、共通の体験をつくることを重視する。SNSで常につながる場を設け、参加者50人を目指す。歩行者数・滞在時間・空き店舗数の定点観測を5月・8月・2月に行い、2月の報告会で公開する。<br>**【事業費（円）】**<br>最大案 5,000,000円／最低案（必要最低補助金の額）2,000,000円。回数はどちらも年5回（勉強会・WS 3回、社会実験 2回）。最低案は各回の規模を縮める。内訳は第3号様式。<br>**【アウトプット（項目、数量、把握方法・時期）】**<br>・勉強会・ワークショップ 3回（2027年5月・7月・11月）。各回の参加者数と、出た案・企画シートの数を、申込と受付で把握する。<br>・社会実験 2回（2027年8月・2028年2月）。来場者 |

| | |
|---|---|
| | 数、企画・運営に関わった人数、コンテンツ数を、受付・カウンターと企画・運営名簿で把握する。<br>・SNS コミュニティの開設（2027年5月）と参加人数（2028年2月末時点で把握）。<br>・定点観測 3回（5月・8月・2月）。測定方法は毎回同じ（同じ地点・時間帯・曜日）。<br>・成果報告会1回（2028年2月）と報告書。<br>・各項目は 2-4 の KPI1～3・補助指標・モニタリング指標に対応する。<br>**【実施時期】**<br>2027年5月～2028年2月（交付決定後に発注・契約）。<br>**【資金計画】**<br>・本補助金（企業版ふるさと納税・個人版ふるさと納税・一般寄附）：寄附額を上限に、補助対象経費から事業による直接の収入を差し引いた額。<br>・事業による収入：見込まない。<br>・自己資金：充当しない。<br>・寄附の集め方と見通し：採択後、市がホームページ等で本事業を指定した寄附を募集する（募集期間は、市の現時点の想定では採択後から12月上旬まで）。対象は、市外に本社を置く法人の企業版ふるさと納税（1件10万円以上）、市内の法人の一般寄附、個人のふるさと納税。現在、数社に寄附を依頼中である。募集期間中も、当法人が寄附候補への事業説明を行い、市の募集に協力する。寄附の見返りとなる契約・発注・施設の優先利用等の便宜は約束しない。必要最低補助額 2,000,000円を下限とし、最大 5,000,000円を目指す。<br>・地域金融機関等の支援：本補助金は事業完了後に支払われる（完了払い）ため、事業期間（2027年5月～2028年2月）の支払いを立て替える資金として、地域金融機関に融資を打診中である。借入額は立替が要る額（税込の事業費。最大案 5,000,000円・最低案 2,000,000円）の範囲とし、額・借入期間・返済方法は金融機関と協議のうえ決定する。市に概算払が認められた場合は、その分を減らす。<br>・他の補助制度：観光庁補助は広場・施設整備（ハー |

| | |
|---|---|
| | ド）に充当しており、本提案の経費とは重複させない。観光庁「地域観光資源コンテンツ化促進事業」は今年度の事業であり、本提案は来年度の事業である。<br>**【リスクの分析及びその対策】**<br>・寄附が必要最低補助額に届かない → 補助なし。対策：採択前から寄附候補（空港・エアライン関連企業等）への事業説明。必要最低補助額で実施する場合の縮小案（第2号の該当欄）を用意。<br>・完了払いによる立替負担。対策：打診中の地域金融機関の融資等で立て替える。概算払を市に相談する。<br>・雨天・猛暑・寒さ（8月の朝・休日、2月の屋外開催）。対策：予備日・テント・屋内会場（裏参道の店舗）の確保。<br>・参加者が想定を下回る。対策：空港や地域で働く人への周知を、空港周辺の事業所・業界団体の協力で行う。<br>・広場の完成時期の遅れ、二期工事の着工時期によって広場が使えない期間が出ること。対策：広場が使えなくても実施できる内容で組み、周辺店舗・道路空間・屋内会場で代替する。（観光庁事業は2027年2月26日までに完了予定）<br>**【法令・許認可・関係者調整】**<br>・飲食出店に伴う臨時営業の届出・食品衛生、道路使用許可（道路を使う場合）、広場の使用承諾。<br>・観光庁補助の交付条件（補助事業目的外の使用・処分の制限、収益が生じた場合の国庫への返納）との整合。<br>**【自走化・継続方法】**<br>・補助終了後の運営主体：一般社団法人ナリタカイギ。社会実験の企画者を運営メンバーに迎える。ラジオ体操・清掃のような小さな定例は、常連の市民が担う形に移す。<br>・資金の道筋（本事業で検証するもの）：<br>　－複合施設が整備された場合、その収益の一部をエリア運営に回す |

・本事業の数字（参加者・測定結果）を翌年度以降の寄附募集と協賛依頼の材料にする。

4 今後のスケジュール

| 時期 | 内容 | 取組No. |
|---|---|---|
| 2027年4月以降 | 交付申請・交付決定、委託先の選定（相見積） | 3-1 |
| 2027年5月 | 勉強会・WS 第1回（キックオフ）、SNS コミュニティの開設、定点観測 第1回 | 3-1 |
| 2027年7月 | 勉強会・WS 第2回（社会実験1の企画会議） | 3-1 |
| 2027年8月 | 社会実験1、定点観測 第2回 | 3-1 |
| 2027年11月 | 勉強会・WS 第3回（社会実験1の振り返り・社会実験2の企画） | 3-1 |
| 2028年2月 | 社会実験2、成果報告会、定点観測 第3回（事業の実施の終わり） | 3-1 |
| 2028年3月31日まで | 実績報告・精算書類の提出 | 3-1 |

| | |
|---|---|
| 提案事業の実施による公益的な効果 | 広場を特定の店や団体のためではなく、市民・空港や地域で働く人・旅行者が誰でも使える公共の場として育てる。市民が企画の過程から関わることで地域への愛着を育て、地域の日常の店を支える。市民が企画の過程から関わる担い手の輪を広げ、その広がりとエリアへの効果を数字で示す。 |
| 提案事業に係る対象者，人数，規模等 | 対象＝成田で働く人・学ぶ人・暮らす人（住民票の有無は問わない。）、裏参道の店主。規模＝最大案・最低案とも年5回（勉強会・WS 3回、社会実験 2回）。人数＝コミュニティ参加者 50人（最低案 30人）、社会実験の来場者 2回で200人（最低案 100人）。 |

想定スケジュール及び内容

| 回 | 時期 | 種類 | 内容（例） | 最低案での縮め方 | 測るもの |
|---|---|---|---|---|---|
| 1 | 2027年5月 | WS | キックオフ。広場の使い方を考えるWSと裏参道のまち歩き、SNSコミュニティの開設、清掃活動の | 会場を小さく | 参加者数、企画シート（下書き）の数、基準値 |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | | | 立ち上げ。定点観測 第1回。目的: 試したいことを集め、参加者を担い手コミュニティにつなぐ。成果: 企画シートの下書き | | |
| 2 | 2027年7月 | 勉強会・WS | まちづくりの実践者を招く勉強会と、社会実験1の企画会議。目的: 社会実験1の企画を固める。成果: 社会実験1の企画シート | 講師を招く | 参加者数、企画シートの数 |
| 3 | 2027年8月 | 社会実験1 | メンバー発意の企画（例: 夏休みの朝のラジオ体操から始まる、働く人の家族デー）。定点観測 第2回 | 企画実施費と設営を縮める | 来場者数、企画・運営に関わった人数、コンテンツ数 |
| 4 | 2027年11月 | 勉強会・WS | 社会実験1の振り返り、エリア運営の実践者を招く勉強会（最低案は事例共有）、社会実験2の企画。目的: 社会実験1の結果を振り返り、社会実験2に活かす。成果: 振り返りの記録、社会実験2の企画シート | 講師を招かず事例共有に | 参加者数、企画シートの数 |
| 5 | 2028年2月 | 社会実験2 | メンバー発意の企画（例: 店主と組んだ朝市・小さな交流会）＋成果報告会。定点観測 第3回 | 企画実施費と設営を縮める | 来場者数・KPI1〜3と補助指標の最終値、翌年度の運営希望者数 |

・社会実験の内容は、コミュニティの中で決める。表の例は、実施の雰囲気を示すためのもの。

| | |
|---|---|
| | ・対象・定員・募集方法: WS は成田で働く人・学ぶ人・暮らす人を対象に定員30人程度・SNS とチラシで申込制。社会実験は定員を設けない公開の回。<br>・社会実験の企画の募り方: 決まっている部分は、回数（社会実験2回）、時期、場所（広場と裏参道）、総額。コミュニティの中で決める部分は、各回の企画の中身と担い手。経費は1回あたり最大案10万円・最低案5万円を上限に、ナリタカイギが取引先に直接発注・支払いをする。1回の中に複数の企画があるときは、その範囲で分ける。<br>・社会実験の企画の選び方: メンバーが企画シートで提案し、勉強会・WSで次の基準に照らして選ぶ。① 仮説A〜Cのどれかを検証できる ② 誰でも参加できる（特定の者の利益にならない） ③ 費用が上限の範囲 ④ 安全・許認可・周辺への配慮の見通しがある。ナリタカイギ事務局は、基準と費用の確認、許認可の手続きを担う。 |
| 必要最低補助金の額で提案事業を実施<br>する場合の概要 | ・回数は最大案と同じ5回を保ち、各回の規模を縮める（講師を招く勉強会を2回→1回、体験講師を外す、社会実験の企画実施費を1回10万円→5万円、広報・記録・設営を縮小）。<br>・定点観測と報告会は規模によらず実施する（KPI の検証を守るため）。<br>・KPI への影響: コミュニティ参加者 50人→30人、社会実験参加者 30人→15人、コアメンバー 8人→5人、コンテンツ 各回3以上→2以上、来場者 200人→100人。<br>・回数を減らさない理由: 勉強会→社会実験→振り返り、の2巡のつながり（呼び水の効果）を保つため。 |
| 備　　考 | 観光庁補助（広場整備）とは経費を重複させない。関係者への委託は、原価（直接人件費と実費）で計上し、利益は含めない。主な委託・購入は相見積を取り、価格の妥当性を示す。 |