

令和3年度

温海地域における道の駅移転整備に係る基盤整備検討調査

山形県鶴岡市

目次

1. 業務概要.....	1-1
1-1. 業務目的.....	1-1
1-2. 業務箇所.....	1-1
1-3. 業務項目.....	1-2
2. 基盤整備を推進するために必要な検討調査.....	2-1
2-1. 基礎データ収集.....	2-1
2-1-1. 整備予定地の状況.....	2-1
2-1-2. 整備予定地周辺の状況.....	2-11
2-2. アンケート・ヒアリング調査支援.....	2-14
2-2-1. ヒアリング調査.....	2-14
2-2-2. WEB アンケート調査.....	2-23
2-2-3. 出口調査.....	2-38
2-3. 施設テーマ（主題）の設定、コンテンツ・導入機能の検討.....	2-47
2-3-1. 施設テーマの設定.....	2-47
2-3-2. 主要コンテンツ・導入機能の整理.....	2-50
2-4. 新しい生活様式への対応の調査検討.....	2-53
2-4-1. 全国道の駅における新しい生活様式への対応.....	2-53
2-4-2. 利用者ニーズの整理.....	2-55
2-5. 需要予測及び施設規模の決定.....	2-57
2-5-1. 将来の目標の設定.....	2-57
2-5-2. 駐車場施設規模の算定.....	2-62
2-5-3. 建築施設規模の算定.....	2-66
2-6. 施設概略設計.....	2-69
2-7. 整備効果の検討.....	2-71
2-7-1. 新道の駅整備による直接的効果.....	2-71
2-7-2. 新道の駅整備による間接的効果.....	2-75
3. 施設の整備・維持管理・運営手法に関する検討調査（PPP/PFI 導入可能性調査）.....	3-1
3-1. 基本事項・基本的な考え方の整理.....	3-1
3-2. 法制度上の規制等の整理.....	3-3
3-3. 事業手法の検討.....	3-4
3-4. 事業スキーム（案）の検討.....	3-7
3-5. サウンディング調査支援.....	3-8
3-5-1. サウンディング調査を踏まえた事業内容・スキームへの変更点のまとめ.....	3-8
3-6. VFM の算定.....	3-12
3-6-1. VFM算定結果.....	3-12
3-7. 今後の検討課題の整理.....	3-14
3-7-1. 基本計画関連.....	3-14
3-7-2. 事業手法関連.....	3-16

1. 業務概要

1-1. 業務目的

本業務は、日本海沿岸東北自動車道・鼠ヶ関 IC（仮称）周辺への道の駅移転整備事業に関し、官民連携による地域活性化のための基盤整備を推進するために必要な検討調査及び施設の整備・維持管理・運営手法に関する検討調査（PPP/PFI 導入可能性調査）を行うものとする。

1-2. 業務箇所

業務対象箇所を以下に示す。



図 1. 1 位置図（出典：日沿道新潟県境区間 IC 周辺土地利用基本計画）

1-3. 業務項目

本業務における業務項目は以下の通りである。

表 1. 1 業務項目

項目	規格	数量	摘要
(1) 基盤整備を推進するために必要な検討調査		1 式	
① 基礎データ収集		1 式	
② アンケート・ヒアリング調査支援		1 式	
③ 施設テーマ(主題)の設定、コンテンツ・導入機能の検討		1 式	
④ 新しい生活様式への対応の調査検討		1 式	
⑤ 需要予測及び施設規模の決定		1 式	
⑥ 施設概略設計		1 式	
⑦ 整備効果の検討		1 式	
(2) 施設の整備・維持管理・運営手法に関する検討調査 (PPP/PFI 導入可能性調査)		1 式	
① 基本事項・基本的な考え方の整理		1 式	
② 法制度上の規制等の整理		1 式	
③ 事業手法の検討		1 式	
④ 事業スキームの検討		1 式	
⑤ リスク分担の検討		1 式	
⑥ サウンディング調査支援		1 式	
⑦ VFM の算定		1 式	
⑧ 事業スケジュールの検討		1 式	
⑨ 今後の検討課題の整理		1 式	

2. 基盤整備を推進するために必要な検討調査

2-1. 基礎データ収集

2-1-1. 整備予定地の状況

(1)地勢、地形、地質

鶴岡市より受領した既往資料及び、鼠ヶ関小学校改築地質調査データ、日沿道整備に係る地質調査データより、地形、地質を確認した。

1)整備予定地位置図



図 2. 1 位置図

出典：国土地理院「国土地理院地図」

2)地形

調査地を含む庄内地方は、グリーンタフ山地のなかの凹地で、海岸砂丘・湯湖性低地・山麓部の扇状地性低地よりなる、地形発達上典型的な日本海沿岸平野のひとつである。庄内平野と庄内平野を囲むように東方に出羽山地、南方に月山山麓、西方に朝日山地の一角を成す羽超山地の北端（加茂台地）庄内平野を囲んでいる。調査地が位置する温海地区は庄内地域の南端に位置し、朝日山系の北端に相当する摩耶山地の西側、日本海との間にある隆起山地が卓越する地域である。

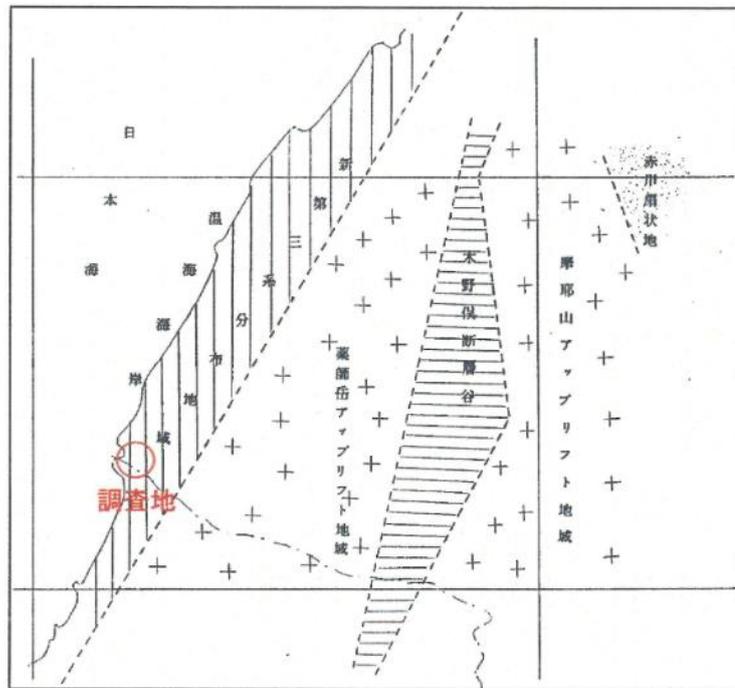


図 2. 2 温海地区付近の地形概念図

出典：鶴岡市貸与資料

この地域の地形的な特徴は、断層群により画されて隆起した地塁（アップリフト）地形が明瞭に認められる。「図 2. 2」に示す通り、温海地区の中央部及び東部にはそれぞれ薬師岳・摩耶山アップリフトと称される地塁（地塁：ほぼ平行な二つの断層によって縁どられた周囲より高い地形）が発達し、地形的におおよそ南北方向へ規制が認められる。アップリフト地帯は硬い基盤岩類で構成されているため地塁間に木野俣断層谷と称される谷状地形を挟んでおり、やや西側に傾斜した穏やかな準平地～丘陵地となっており耕地や集落が点在している。また、日本海側は第三系の基盤を貫く玄武岩類（多くは海底火山を起因とする）が沿岸まで達しており険峻な岩石海岸となっている所が多い。水系は概ね五十川・温海川・小国川・鼠ヶ関川の四水系に集約され、共に摩耶山地から発した源流が木野俣断層谷に集まり若干、南北流した後、薬師岳アップリフト地帯を貫流し日本海へ注いでいる。



図 2. 3 調査地周辺の空中写真（昭和 51 年撮影）

出典：鶴岡市貸与資料

鼠ヶ関地区は摩耶山地を水源とする鼠ヶ関川の河口部に開けた平野部にあたる。付近は北側に源蔵山山地、南側を日本国山地に挟まれ、中央部を鼠ヶ関川が蛇行しながら北西方向へ流下し鼠ヶ関湾に注いでいる。鼠ヶ関川の下流部には、沿岸平野が広がっており、海拔数m程度の極低い平坦地が広がっている。JR 羽越本線より西側、海に突き出た三角形の地域は、海浜に形成された砂丘地帯であり、鼠ヶ関の中心市街地が展開している。対して JR 路線より東側は、鼠ヶ関川による氾濫原ないし三角州であり低湿な地帯であるため、近年までその殆どが水田地帯となっていた。

3)地質

地形概要で温海付近は東側から、摩耶山アップリフト帯・木野俣断層谷・薬師岳アップリフト帯・沿岸部の第三紀帯の四帯に大別される事を示したが、地質的にもその区分に準じた構造となっている。摩耶山・薬師岳の両アップリフト帯は、地殻変動に伴う隆起帯であり白亜紀の深成岩類を主体とする地帯である。岩質は花崗岩類が大半を占め、極新鮮な硬質岩～マサ土化した土砂状のものまで様々な状態で分布する。沿岸部の第三紀帯は、基盤の花崗岩類を覆うようにほぼ単斜構造を呈して累重しており、かなり岩相が入り組んで複雑である。第三紀層は陸成の礫岩・砂岩などの堆積岩とそれに挟む火山性岩石、その上に海成の泥岩類が堆積し、それらに貫入する玄武岩質の岩体が多く見られる。玄武岩質の貫入岩は柱状節理が発達し、海岸部では枕状溶岩として特徴的な奇岩となっているものが多い。調査地の鼠ヶ関地区は沿岸部にあたり、**花崗岩類を覆う新第三紀の堆積岩及び堆積岩を貫く火成岩が分布する**。堆積岩は、凝灰質な泥岩と凝灰岩などの不規則な互層を主体とする「善宝寺層」で、その上位に「大山層」が分布し、岩質は下位に礫岩・砂岩が多いが上位へ次第に泥岩が優位になり、伴って凝灰岩を多く挟むようになる。貫入する火成岩は、調査地東側に安山岩や粗面岩あるいは安山岩質のほか、地層の間に平行に貫入している（下示の地質断面図を参照願います）。基盤岩の上位は隆起山塊の間のV字谷を鼠ヶ関川が上流域より運搬した土砂で埋積したものであり、日本海に近接しているため、海進海退（数万年単位の海面の上昇及び低下）の影響はあるが、少なくとも地表数m程度の区間は純粋な河成堆積地盤と見られる。

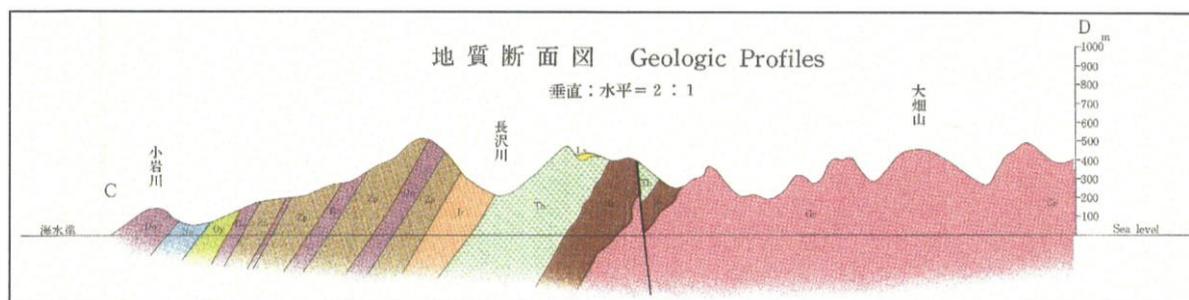


図 2. 4 地質断面図

出典：鶴岡市貨与資料

(2)ハザードマップ

ハザードマップより、整備予定地が該当するエリアを以下の通り確認した。対象地と凡例のみ抜き出す。

■洪水ハザードマップ

想定される浸水深0.5m～3.0mに該当しており、敷地の鼠ヶ関川左岸側約36m程度は河岸浸食で家屋が倒壊するおそれのある区域に該当することを確認した。想定される浸水想定ラインは、現況地盤面より3mの高さにあるため、施設及び外構をすべて浸水しない高さであるGH=約9.0m程度とする場合、国道7号出入口（GH=約7.74m）から1.26m、国道345号出入口（GH=約8.10m）から0.9mの高低差を解消する盛土が必要である。

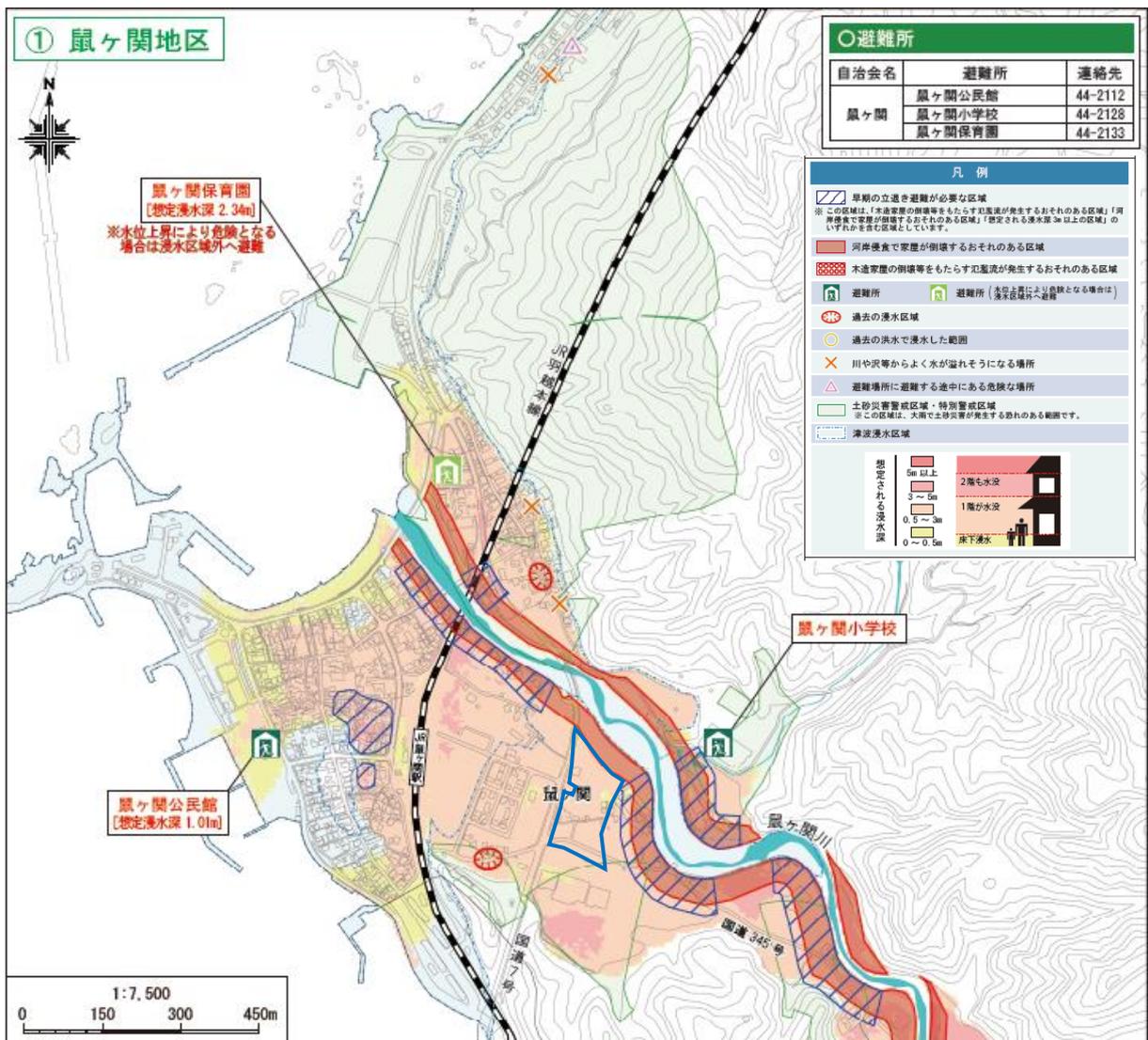


図 2. 5 洪水ハザードマップ

出典：鶴岡市 HP

■鶴岡市土砂災害避難地図（土砂災害ハザードマップ）鼠ヶ関地区

警戒区域や危険性のある場所には該当しないことを確認した。

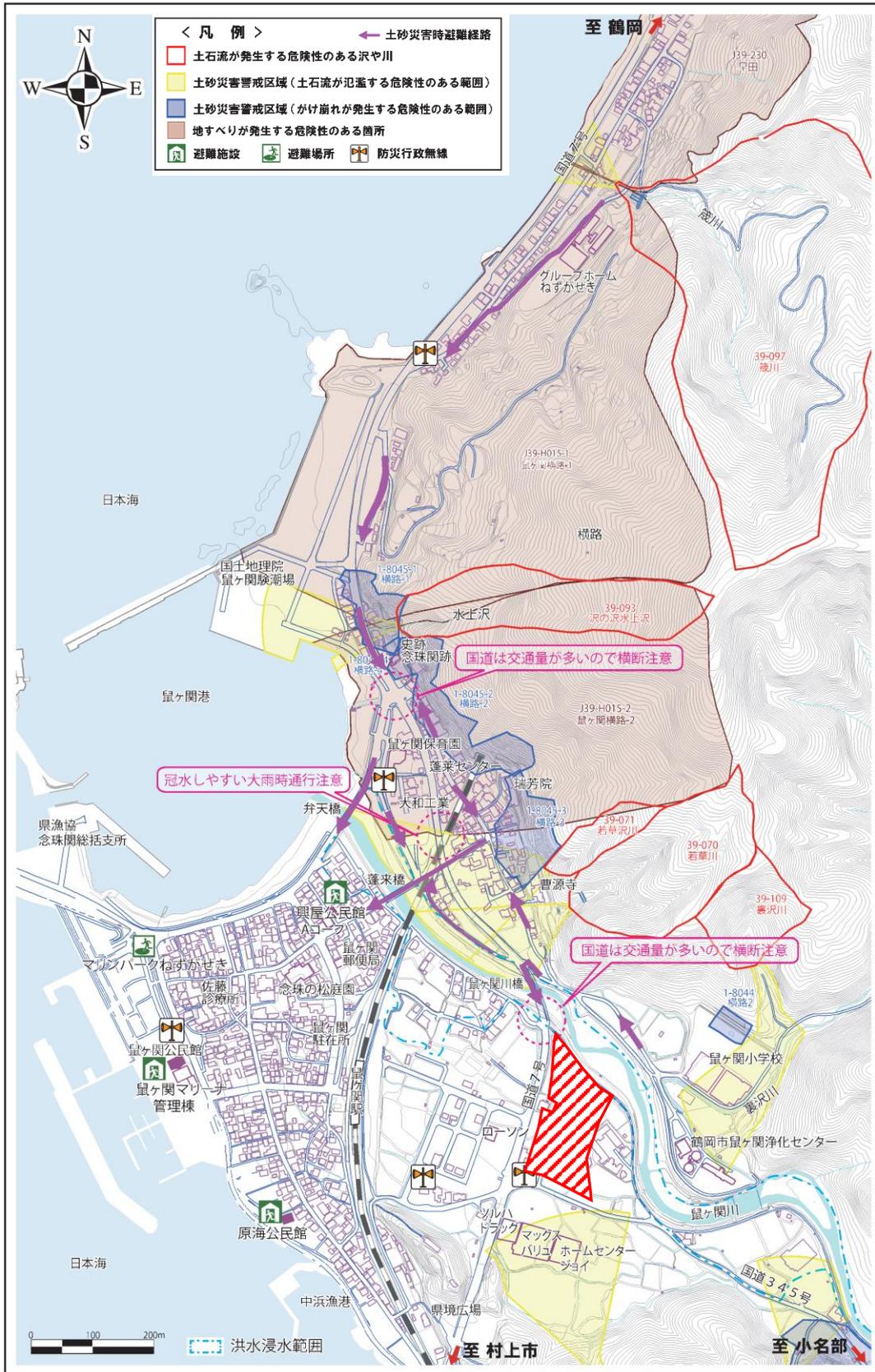


図 2. 6 土砂災害ハザードマップ

出典：鶴岡市 HP

■津波ハザードマップ

当事業予定地は、「浸水に注意を要する範囲」に該当することを確認した。



図 2. 7 津波ハザードマップ

出典：鶴岡市 HP

■鶴岡市地震ハザードマップ

当事業予定地は、震度4~5強のエリアに該当することを確認した。

鶴岡市 地震ハザードマップ

揺れやすさマップ



揺れやすさマップとは

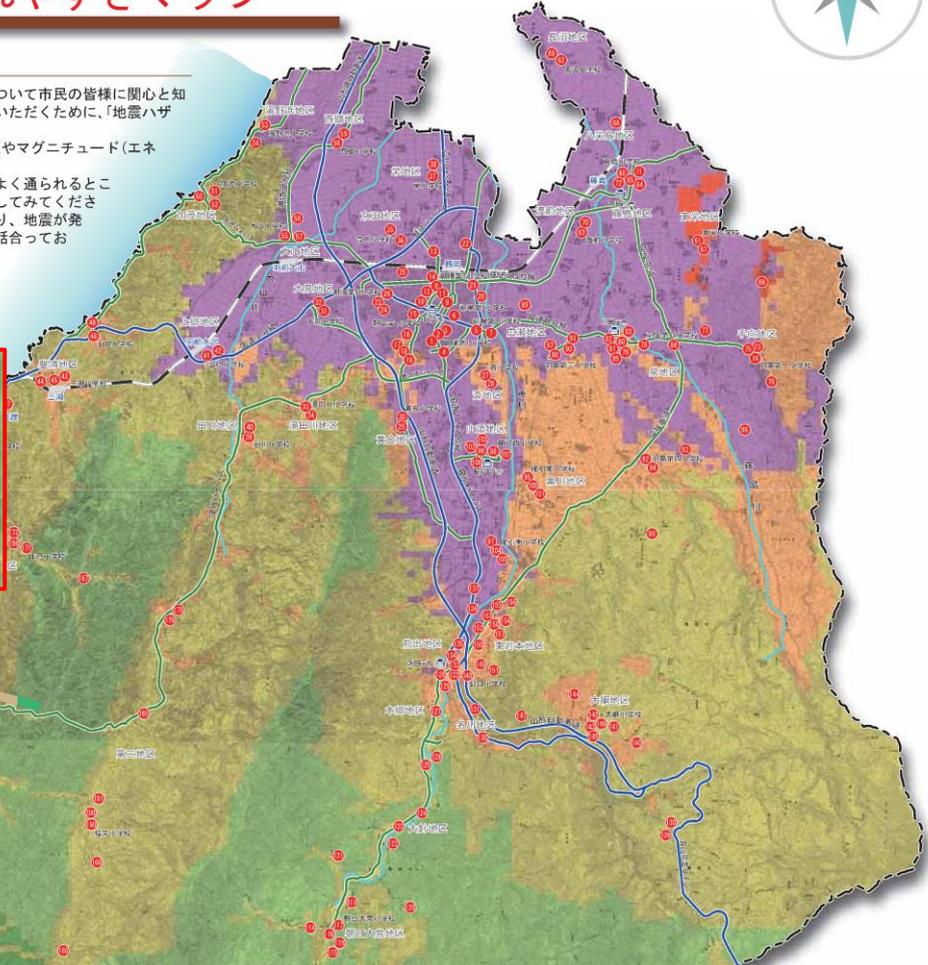
鶴岡市では、今後発生する可能性のある地震について市民の皆様に関心と知識を持っていただき、日頃から地震の備えをしていただくために、「地震ハザードマップ」を作成いたしました。

揺れやすさマップとは、想定していた地震の震源やマグニチュード(エネルギー)、地盤状況から震度を予測したものです。

ご自宅の周辺や普段からよく行かれるところ、よく通られるところなどについて、想定される揺れの大きさを確認してみてください。また、地震に備えて避難場所を確認してみたり、地震が発生した場合の対応などをご家族や周囲の方たちと話合っておきましょう。

＜地震ハザードマップに関するお問い合わせ先＞

鶴岡市 建設部建築課 〒997-8601 山形県鶴岡市馬場町9-25
TEL/0235-25-2111 (内線457、484)
FAX/0235-25-2131



- 180 鍋倉集会所
- 181 鼠ヶ関青少年海洋センター
- 195 鼠ヶ関保育園

震度と揺れの日安

3.5		かなりの恐怖感あり、一部の人は、身の安全を回らうとする。眠っている人もほとんど目が覚めます。塵の悪い異物が倒れることがある。電線が小さく揺れ、歩いている人も揺れを感じる。
4		多くの人が、身の安全を回らうとする。滑り込んだ食器や本などが落ちることがある。家具が動くことがある。耐震性の低い木造住宅では、壁や柱が破損するものがある。
4.5		多くの人が行動に支障を感じる。タンスなどの家具が倒れることがある。変形でドアが開かなくなったり、戸が外れることがある。耐震性の低い木造住宅では、壁や柱がかなり破損したり、傾くものがある。
5.0		立っていることが困難になる。重い家具の多くが移動したり倒れたりする。変形したドアが開かなくなることが多い。耐震性の低い木造住宅では、傾くものがある。
5.5		耐震性の高い住宅でも、壁や柱が破損するものがある。
6.0		立っていることができず、はわないと動くことができない。固定していない家具のほとんどが移動・転倒する。耐震性の低い木造住宅では、倒壊するものがある。耐震性の高い住宅でも、壁や柱がかなり破損するものがある。
6.5		揺れにほんろうされ、自分の意思で行動できない。ほとんどの家具が大きく移動し、飛ぶものもある。耐震性の高い住宅でも、傾いたり大きく破損するものがある。
7		

出典：「気象庁ホームページ気象庁震度階級関連解説表」

想定した地震

想定した地震は、「山形県地震被害想定」で報告されている地震の中から、鶴岡市に最も被害を与えると考えられる「庄内平野東縁断層帯」の地震としました。

【庄内平野東縁断層帯】
想定マグニチュード：7.5



図 2. 8 地震ハザードマップ

出典：鶴岡市 HP

(4)開発許可

開発許可制度は、適正な都市的土地利用を実現するために都市計画法が設けられている制度で、一定敷地面積の開発行為を行う場合は都道府県知事の許可が必要となる。

本事業予定地は、都市計画区域・市街化区域内の1,000㎡以上に該当するため、開発許可申請が必要となる。

なお、鶴岡市の場合は、鶴岡市長に許可権限が与えられているため、所管課（都市計画課）での手続きとなる。

表 2. 1 開発許可申請要件

都市計画区域		都市計画区域外	
市街化区域と市街化調整区域に区分している場合		市街化区域と市街化調整区域に区分していない場合	
市街化区域	市街化調整区域		
1,000 平方メートル以上	面積を問わず全て	3,000 平方メートル以上	10,000 平方メートル以上

2-1-2. 整備予定地周辺の状況

(1)気候

1)気温

鶴岡市の年間の気温について以下の通り確認した。

年間の平均気温は 12. 9℃、最高気温は 8月の 28. 9℃、最低気温は 1月の-0. 3℃である。

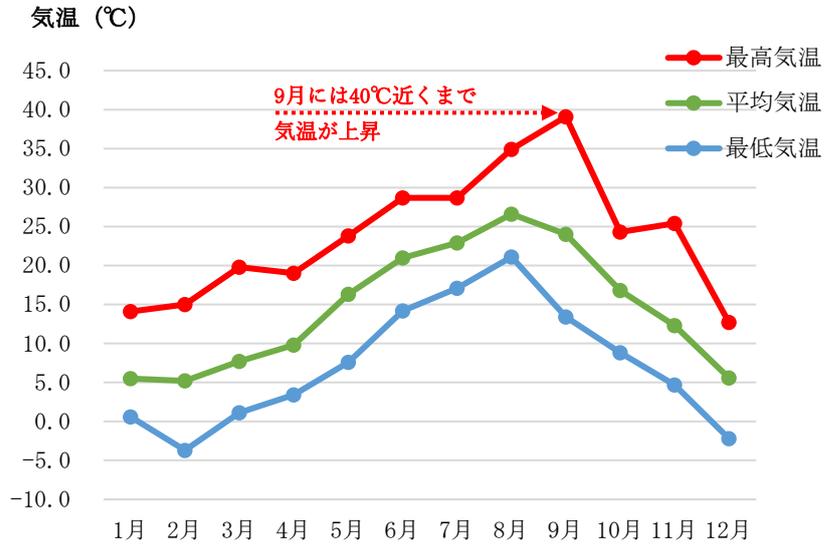


図 2. 11 気温

2)風況

鶴岡市の年間、冬期の風況について以下の通り確認した。

年間の平均風速は 2. 0m/s であるが、最も風が強い時期は 4月で西南西方向より 10. 0m/s の風が吹く。冬季及び年間の卓越風向は西南西である。

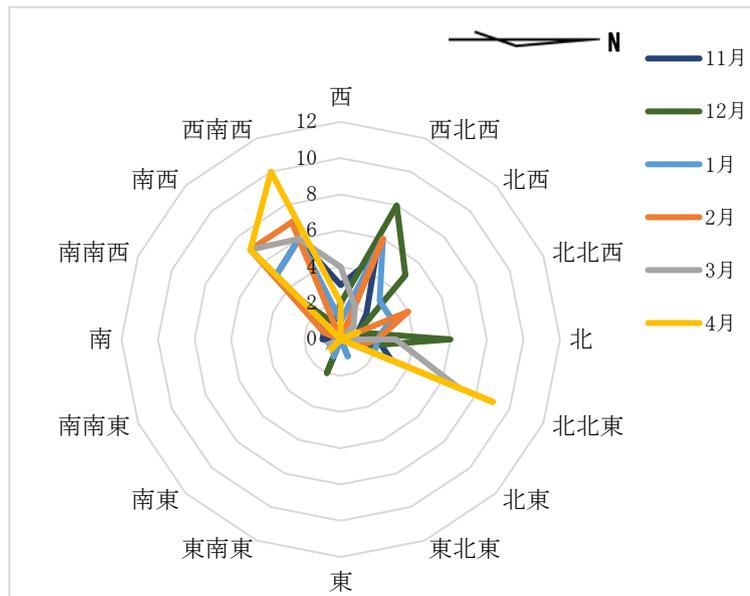


図 2. 12 風況

3)降水量

鶴岡市の年間の降水量について以下の通り確認した。

年間降水量は 2037.9 mm、月降水量・雨日数は、共に 7月が最も多く、479mm、13日である。

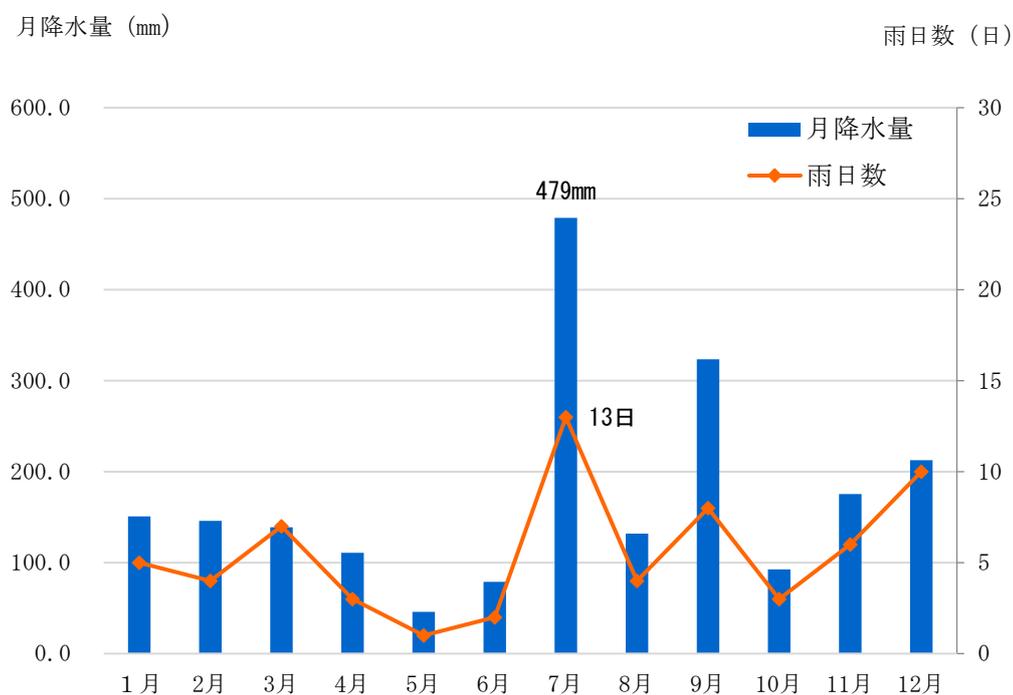


図 2. 13 降水量

出典：国土交通省 気象庁

4)積雪量

山形県建築基準法施行細則 16 条の 2 積雪荷重によると、政令第 86 条第 2 項ただし書の規定により知事が指定する多雪区域は、山形市の区域を除く県内全域とされているため、整備予定地は多雪地域に該当することを確認した。また、鶴岡市温海町区域の垂直積雪量は 2m であることを確認した。

(2)商業施設・観光施設の立地状況

整備予定地周辺の商業施設、観光施設の立地について以下の通り確認した。

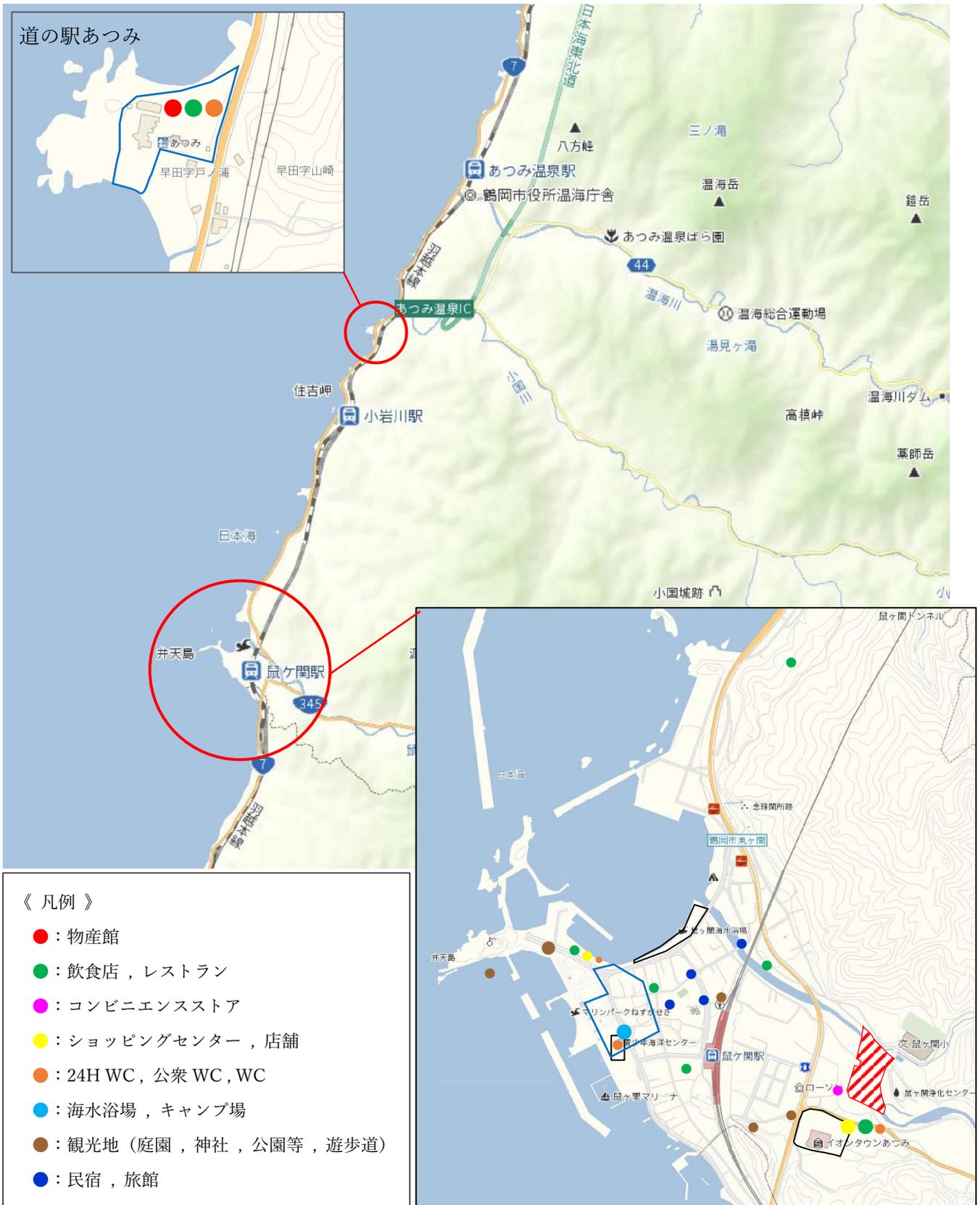


図 2. 14 商業施設・観光施設の立状況

出典：©NTT インフラネット

2-2. アンケート・ヒアリング調査支援

新たな道の駅へのアイデアを引き出し、地元の機運醸成を図りながら、施設テーマ等の設定、需要予測及び施設規模を決定するため、市が実施する意見聴取の支援を行った。

2-2-1. ヒアリング調査

(1)調査目的

新たな道の駅へのアイデアを引き出し、地元の機運醸成を図りながら、施設テーマ等の設定、需要予測及び施設規模を決定することを目的とする。

(2)調査概要

- 調査方法：対面ヒアリング
- 対象団体等：農林水産生産者団体、農協、漁協、市内企業（小売、飲食、観光等）、地元自治会・まちづくり団体等、株式会社クアポリス温海、イオンタウン鼠ヶ関運営事業者の計42団体、2市町とした。
- 実施期間：2021年6月上旬～2021年8月上旬

(3)調査対象一覧

本調査において、以下の8グループを対象にヒアリングを実施した。
詳細な実施対象事業者・団体は、次頁以降に示す。

- A) 農林水産業生産者団体
- B) 鶴岡市農業協同組合、庄内たがわ農業協同組合
- C) 山形県漁業協同組合
- D) 市内企業（小売、飲食、観光等）
- E) 株式会社クアポリス温海（道の駅あつみ「しゃりん」の運営事業者）
- F) イオンタウン鼠ヶ関の運営事業者
- G) 鼠ヶ関自治会、温海地域自治会長会、温海地域まちづくり団体
- I) その他（関連市町村）

(4)調査結果の概要

以下に、ヒアリング結果の概要を整理する。

1)日沿道延伸による期待について（質問1）

【物流など運輸面の活性化について】

- ・食料品を積んだ移動販売に需要があるので、道の駅の移動販売車の運行を期待する
- ・人流や物流の活性化
- ・鼠ヶ関市場で水揚げされた魚介類を、翌朝の出荷に間に合わせるとなると金沢が限界。それが大阪まで出荷範囲を伸ばせる可能性あり
- ・市場では到着順に値段がつけられる特性があるため、魚価の向上に期待
- ・新潟・村上市とつながることに伴って販路が広がることを期待
- ・物流の高速化、新鮮な商品を日本海エリア最大の新潟市への商品提供のビジネスチャンス
- ・新潟⇄秋田の観光商品の通過型でのビジネスチャンスの拡大

【観光面の活性化について】

- ・高速が繋がることでこれまでとは違い、多くの観光客が期待される
- ・地域への波及効果（道の駅を拠点に地域へ誘導）
- ・日沿道の延伸により、新潟市内をはじめ新潟県内各地から庄内地域への自動車による移動時間が大幅に短縮される。また、日沿道が新潟市を基点に関越道、北陸道とつながること
で利便性が高まり、新潟県内各地、首都圏、北陸地域、関西圏との交流の拡大による観光入込増加を期待する
- ・産業並びに観光に対してのエリア拡大となり商圏が拡大し経済効果のプラス要因に期待

【地元産業の振興について】

- ・農産物のPRに繋がればよいと思う。
- ・新潟からの乗り入れにより、雇用機会、商機の拡大が期待される。
- ・雇用、若い人が残れること
- ・イベント等については期待できる。観光客に様々な資源を周知してもらえることは期待
- ・県外の新しいお客さんが来られる…出荷農家さんが刺激されて出荷意欲向上

【地元住民の利便性向上について】

- ・買物など便利に
- ・高波による通行止めがあった場合など非常事態でも生活安全保障
- ・国道7号だけではライフラインが脆弱だったので安心して暮らせるようになる
- ・高速延伸による生活圈、商業圏の拡大による利便性の向上…村上市への買い物

【懸念点について】

- ・便利になると逆に人口の流出も増えるのでは
- ・通過されずに降りてもらおうための魅力づくり

2) 温海の活かすべき強みについて (質問 2)

【食資源の活用について】

- ・ 地元特産の提供…ここでしか食べられないもの
- ・ 朝採れなどその時間や時期でしか食べられない特別感のある旬のものを提供
- ・ 温海地域は、山と海が隣接することで多様な自然環境に恵まれ、そこから生まれる食材や食文化（そば、寿司（海鮮物）、温海かぶ、山菜、ラーメンなど）
- ・ 浜焼き、海鮮など海産物の提供
- ・ 農産物の出荷時期が温海では山間部と平地では違うため強み
- ・ 山菜、かぶ、あつみ豚、山菜そば
- ・ 地域らしさを感じられるものの販売、レストラン
- ・ 農水産物（在来作物を含めて）…あつみかぶは秋頃から
- ・ 山海の幸を販売、特に漁協の直売所施設（魚介類、干物など）が入った整備
- ・ 海岸エリアの「道の駅」であり海の幸等の強みを生かすべき
- ・ 鮮魚市場みたいなもの、寄ってみる雰囲気が出せれば良い。
- ・ 温海の山菜、温海かぶ、鼠ヶ関の海のもの（紅えび）を売りにする道の駅
- ・ 季節の温海の食材などが手に入るよう工夫し、一夜干しを干すなど特長を活かすと良い
- ・ 「食の都庄内」のイメージの強調…季節の食材を使ったレストラン、フルーツも含めて
- ・ 脱温海。鼠ヶ関に特化…海に関わるものを中心にする（多品種な魚介類：Ex ヤナギマイアガラ）
- ・ 種類豊富な海産物
- ・ ファストフード的な寿司の提供も可能ではないか
- ・ 多品目多品種を活かして、季節の特徴を出していく（6月はい貝の時期）

【豊かな自然環境の活用について】

- ・ 鼠ヶ関は海、夕陽、山、田舎らしさといった点が特徴的である。
- ・ 海と山が近い立地
- ・ 建物（施設）について、温海地域の「木材（庄内あつみ杉）」や「しな織り」を活用した暖かみのある施設
- ・ 夕陽を売りにしてはどうか。足湯に浸かって夕陽を眺めるなど、ドライブの休憩ポイントに
- ・ 釣りスポットの案内
- ・ 県境…庄内エリア、広域的な強みを発揮すべき

【伝統・文化の活用について】

- ・ 温海といえば「温泉」のイメージがあるので日帰り温泉施設か最低でも足湯の設置があればリピーターの温海温泉の誘客に繋がるのではないか。
- ・ 入口付近で足湯を楽しんでいる様子が見られると良い

3)地元住民にとって必要と考えられる機能と施設について（質問3）

【産直・物販施設について】

- ・焼畑あつみかぶ、海産物、山菜など季節に応じた特色ある産物
- ・地域外の足の早い旬なものを買える場所
- ・山形県内の特産品
- ・地元で昨日競りにかけられた新鮮な魚を購入できる
- ・必ず家庭で調理に使う20品目（にんじん、ジャガイモ、なす、、、）
- ・日用品や健康食品を購入できる施設
- ・地域にない業態の店舗、施設
- ・道の駅でスーパーのように何でも揃うようになると良い

【飲食施設について】

- ・地元の人のための弁当
- ・しっかりしたコンセプトを持ったレストラン

【休憩・集会施設について】

- ・ゆっくり休める場所があると良い（お茶飲みなど）
- ・コミュニティセンター的な形で多目的に利用できる空間
- ・バスの待ち時間も過ごせる場所
- ・高齢者が集まれるような施設

【情報発信施設について】

- ・観光案内機能と周辺ボランティアガイドでの付加価値のあるサービス提供
- ・コンシェルジュ機能による、観光案内の充実
- ・地域で行われているイベント等をリアルタイムで見られる仕組みを作る

【遊び場・イベントスペース等について】

- ・子どもの遊び場（屋内、屋外両方の意見あり）
- ・子供がいる家庭目線では遊具があると良い。
- ・保育施設、学童保育
- ・芝生、遊具、ドックラン
- ・朝市ができるなど、イベントスペース

【生活利便性向上に関わる施設について】

- ・ATM
- ・宅配サービス
- ・防災機能（災害が起こったときのヘリポート など）
- ・健康増進につながる温泉施設や、温泉と併設する介護施設
- ・ジム、フィットネス

【施設レイアウトについて】

- ・駐車スペースから店内までの距離感は重要
- ・平屋一階建てなら年寄りも移動が楽

4)観光客にとって必要と考えられる機能と施設について (質問 4)

【産直・物販施設について】

- ・ ここでしか売っていないもの (物産、お土産、記念的なもの)
- ・ 来館者を飽きさせない為の定期的な商品の入れ替え
- ・ ここでしか買えないもの
- ・ 特産品の販売
- ・ エッジを利かせたもの
- ・ 気軽さのあるもの (お土産、食べ物など)
- ・ 加工品の新商品を地域の方々と開発
- ・ テーマを決めた物販 (地酒・ワイン)
- ・ 庄内のものの品揃え (温海に特化する必要はない)

【飲食施設について】

- ・ パン (ベーカリー) など、寄ってみたいものがあると良い
- ・ 郷土料理の提供機能
- ・ 地産地消のフードコートの展開
- ・ 採れたて海産物を焼いて食べられる
- ・ 珍しい食べ物、立ち寄らないと、ここでしか食べられない食べ物
- ・ 気軽に腰掛けられるベンチがたくさんあること。その場でさっと食べられること。
- ・ ブランド的なテナント/そこ自体が目的となるグルメ
- ・ 既存の飲食店との競争を避けるため、道の駅の飲食店には「体験をプラス」(手ぶらバーベキュー:買った海鮮を調理できる 等)
- ・ 観光シーズン期間での夕食提供施設

【休憩・集会施設について】

- ・ 立派なトイレ完備
- ・ 足湯など休憩スポット
- ・ 温泉施設 (24 時間開いている)
- ・ 身障者に配慮した施設
- ・ 釣り客が多く来ているので宿泊施設

【情報発信施設について】

- ・ 旬の食材提供や地域情報の発信 (温海観光マップを掲示する)、漁船クルージング、親水空間
- ・ 地域独自の伝統・文化の「再発見」
- ・ 地域のことを知れる場所…あつみの自然、写真を並べるなど
- ・ 大きなサイネージ…種まき～収穫までの流れ。生産者の顔写真、QR コードで生産者情報が分かる仕組み
- ・ 観光案内:対面、地域ならではの情報 (スマホで調べられる以上のこと)
- ・ 観光情報をタッチパネルで見られるようにする
- ・ インスタ映えするようなもの

【遊び場・イベントスペース等について】

- ・海のものを活かしたイベント（解体ショーなど）
- ・鼠ヶ関でのイベントをしっかりとやれば、山の人にとっては新鮮
- ・芝生がある休憩スペース
- ・河川の親水空間での休憩、動物とふれあえる施設
- ・散策コースの設定（春、夏、秋、冬）。温海地域、鶴岡市内への観光客誘導のため
- ・子供目線だと遊び場、アイスクリーム
- ・買ったものが外で食べられるイベント広場
- ・お子様連れに特化した遊び場
- ・ペットと遊べる体験施設…ドッグランなど

【施設レイアウトについて】

- ・建物に温海杉を使ってもらいたい…内装だけでも良い
- ・大きくて綺麗で入り易い施設
- ・入りやすく、わかりやすい出入口の配置
- ・建物間口が狭く、中が見えていないことが現道の駅の課題。観光客にとって入りやすいことが大切
- ・建物は見た目より地理的に理にかなった施設で、使用者（観光客）の利用（使いやすさ）にかなった施設を整備すべき
- ・トイレはできる限り、食堂やレストランなどに近い場所に設置すべき

5) 周辺との連携、案内所機能のアイデアについて（質問 5）

【情報発信手法について】

- ・ 有人の観光案内、観光案内所専属の職員の配置（あつみ観光協会、職員の採用など）
- ・ 道順と所要時間が分かるような案内が出来ることが理想。
- ・ コンシェルジュ機能（鼠ヶ関に観光案内所はなし）
- ・ デジタルサイネージ、DVD での紹介
- ・ 各観光施設までの距離、渋滞情報、天気情報を画面で表示し、訪れた観光客（道の駅利用者）に配慮したきめ細やかな情報発信を行い、利用者に優しい道の駅をコンセプトに展開したほうが良い
- ・ 写真や映像での情報提供
- ・ 最先端テクノロジーの活用（5G など）、携帯端末の活用など
- ・ コンテンツを紹介する動画があればいい

【発信内容について】

- ・ 映像でしな織りなど PR できればいい
- ・ WEB では出てこない地元ならではの情報。
- ・ ネット、ガイドブックでは得られない（なかった）ニッチな情報を提供
- ・ 観光情報として、温海地域のレジャー（体験など）を PR
- ・ あつみかぶの焼畑農法など地域特性や、地域ならではの情報を紹介
- ・ 日没時間の案内

【周辺エリアとの連携手法について】

- ・ 観光協会とタイアップ。案内板も大切ではある。海に案内できる
- ・ 観光ルートを作る。道の駅を出発拠点として考えてほしい
- ・ 来所者の目的別（食、観光、体験、歴史など）に案内できると良い。
- ・ 道の駅内に、NPO 温海コーディネットが行う 体験申込の窓口を置くと良い
- ・ 道の駅に、周辺や広域の観光イベントや新商品販売などの情報がタイムリーに届く仕組みづくり（庄内地域全体の観光案内プラットフォーム構築）が必要となる。
- ・ 運営事業者自身で着地型観光を実施（事前に企画観光）
- ・ 道の駅で周辺施設のクーポン等を配布（ex. 「まちなびカード」）
- ・ 施設予約できるなど、一步踏み込む（ネット予約競合）

【連携コンテンツについて】

- ・ 市場の競り
- ・ 釣り船の案内
- ・ あつみ温泉との連携
- ・ マリンパーク、弁天島、巖島神社の遊歩道の整備
- ・ 地元鼠ヶ関の漁業イベントとの連携／農産物収穫体験などのイベントやコンサート開催

6)産直・物販のイメージについて（質問6）

【販売方法について】

- ・しな織りの現物+紹介動画
- ・対面販売（シーズン限定、週末限定など）
- ・対面販売で料理方法を紹介
- ・テナント方式：地元の人と話せる
- ・対面販売を基本に賑やかな売り場にする
- ・自動車利用層とは言え、お土産ニーズを拾うには宅配機能は必要か
- ・生産する人の個人販売（対面販売）を基本に、採れる場所が見えるような（そこに行ってみたくなるような）販売
- ・産直／市場的イメージで個人客のリピーターの取り込み作りが肝心

【商品内容について】

- ・年間通して「旬」をつないでいく。
- ・あつみ豚を通年で提供できる
- ・あつみかぶ、だいこん、じゃがいも、にんじんなどの野菜類を豊富に取り扱う施設
- ・旬に合わせた地域のもの
- ・温海域内⇒鶴岡域内⇒庄内域内の順で産品を揃える
- ・今一度お米に特化、重きを置くのもよいのではないか。
- ・より多くの温海の山のもの、農産物を店内で取り扱ったほうが良い（活気ある店舗に）
- ・新鮮な野菜より新鮮な魚のほうが魅力的ではないか。
- ・干物、冷凍も必要
- ・元禄餅以外の名物菓子もつくりたい
- ・All 鶴岡の関わり（こきよう、だだ茶豆、さくらんぼ 等）
- ・養殖も考えていかなければいけない。遊漁センターあり

【レイアウト等について】

- ・売り場が広い方がきれいに陳列可能
- ・人の視線より低い陳列で見渡せると良い
- ・バックヤードが必要
- ・トイレへの通り道に売り場がないとダメ
- ・道の駅「しゃりん」より広さを感じられる売り場
- ・大型水槽を設け、活魚やカニを放し見学や食事ができる売り場にする

7) 参画可能性、各組織との連携について（質問 7、8）

- ヒアリング調査を実施した農林水産生産者団体については、概ねすべての事業者が新道の駅において「納品／イベント」での参画意向を示した。
- テナント等への参画意向がある事業者が7者いた。うち5者は飲食テナント（三角そば、海鮮、ラーメン）としての参画意向があり、その他2者は、産直あるいは観光案内所としての参画意向を示した。
- また、ヒアリングを実施した事業者のうち、2者が条件次第ではあるものの、運営事業者としての参画意向を示した。
- なお、各者の参画意向、連携手法については、参考資料にある個票を参照。

(5) 調査結果の意見整理

本調査において頂いた意見を以下のようなイメージマップに取り纏めた。

下図の赤字で示している内容については、複数団体から得られた意見であり、本事業における重要なキーワードとして考えられる。

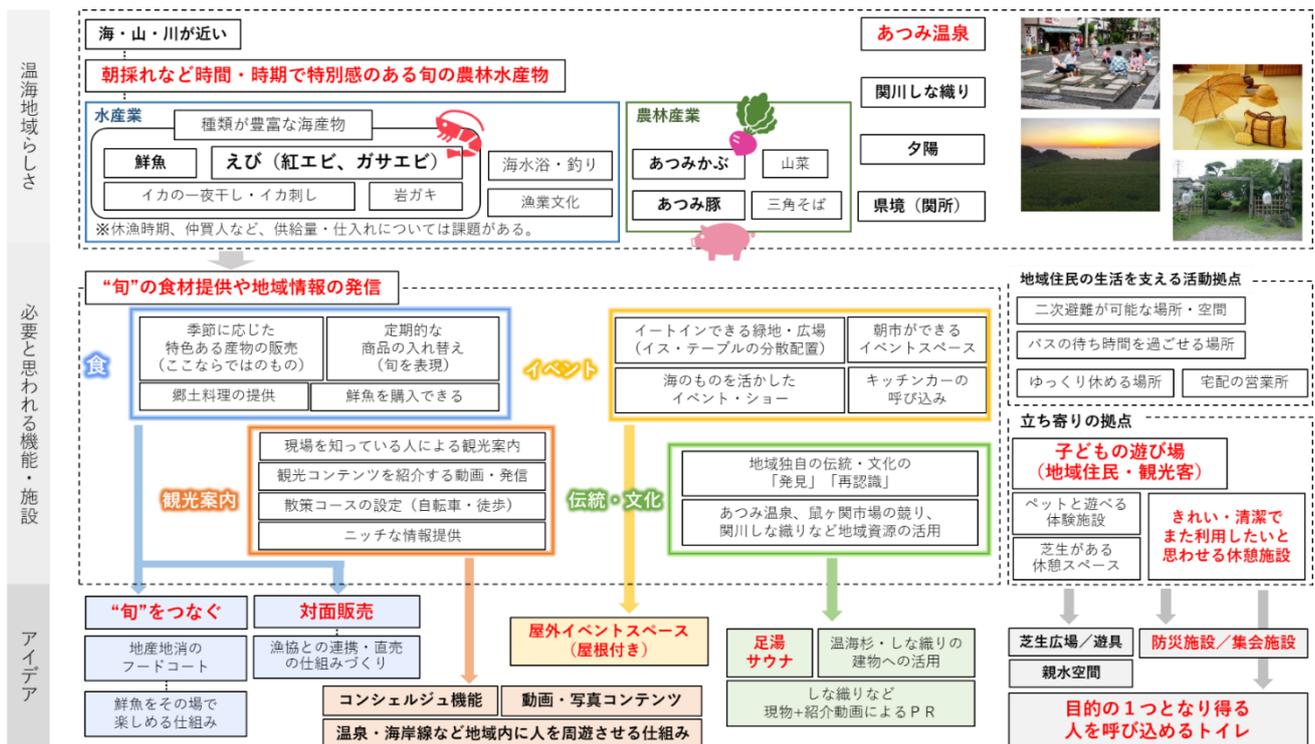


図 2. 15 ヒアリング調査結果から得られたイメージマップ

写真出典：鶴岡市より提供

2-2-2. WEB アンケート調査

(1)調査目的

- ① 鶴岡市の観光資源に関する現状認識を整理する。
 - (ア) 鶴岡市温海地区に求められる消費ニーズを把握する
 - ・ 施設計画における導入機能を整理
 - (イ) 道の駅「しゃりん」利用者の居住地傾向を把握する
 - ・ 新道の駅の主要な需要圏域を整理
- ② 持続的な運営を行うことが可能な施設規模を把握するため、事業計画の検討に活用できる数値指標を整理する。
 - (ア) 利用頻度別に回答者属性（年齢、世帯構成）を整理する
 - ・ 「道の駅」の利用頻度が高いひとはどういう人か把握
 - (イ) 道の駅立ち寄り者のうち、産直・飲食施設の利用頻度を把握する
 - ・ 事業計画の検討にあたり、レジ通過率・飲食施設の利用率を整理
 - (ウ) 産直・飲食施設における平均消費金額を把握する
 - ・ 事業計画の検討にあたり、消費単価の設定金額を整理
- ③ 「新しい生活様式」における道の駅利用者のニーズを整理する。
 - (ア) コロナ禍における外食・テイクアウトに関する需要の変化を整理する
 - ・ 「新しい生活様式」に合わせた飲食施設のあり方を把握
 - (イ) コロナ禍による特産品購入に関する需要の変化を整理する
 - ・ 「新しい生活様式」に合わせた産直施設のあり方を把握

(2)調査概要

- 調査方法：WEB 調査を実施し、サンプルを回収する
- サンプル数： 1,500 票程度
- 実施期間：2021年8月12日（木）～2021年8月16日（月）
- 性別：男女不問
- 年齢：15歳以上79歳以下

(3)対象条件

日本海沿岸道路沿いの市町村（新潟方面・秋田方面）、また山形県内の市町村在住者を対象とし、概ね以下の割合でサンプルを回収する。

- ・日本海沿岸道路沿い 新潟方面在住者 約 700 票
- ・日本海沿岸道路沿い 秋田方面在住者 約 500 票
- ・その他山形県内在住者 約 300 票

各地域の市町村は次のとおり。

【日本海沿岸道路 新潟方面】

新潟県：4市1町1村（新潟市、聖籠町、新発田市、胎内市、関川村、村上市）

【日本海沿岸道路 秋田方面】

山形県：2市3町（鶴岡市、三川町、庄内町、酒田市、遊佐町）

秋田県：3市（にかほ市、由利本荘市、秋田市）

【その他山形県内】

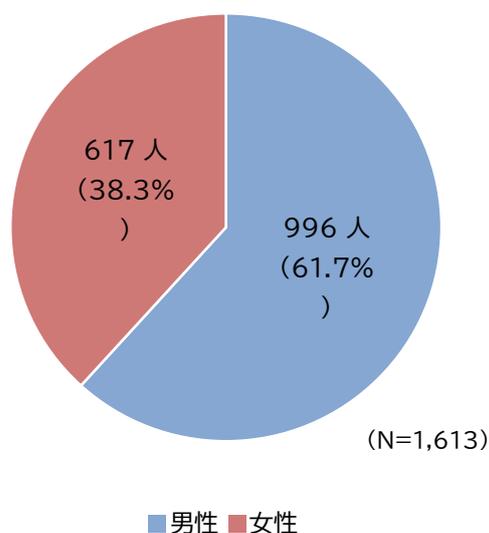
山形県：8市11町3村（山形市、上山市、新庄市、尾花沢市、村山市、東根市、天童市、寒河江市、真室川町、金山町、最上町、舟形町、大石田町、河北町、山辺町、朝日町、中山町、大江町、西川町、鮭川村、戸沢村、大蔵村）

(4)調査結果の概要

1)【回答者属性】

■Q1-1【性別】

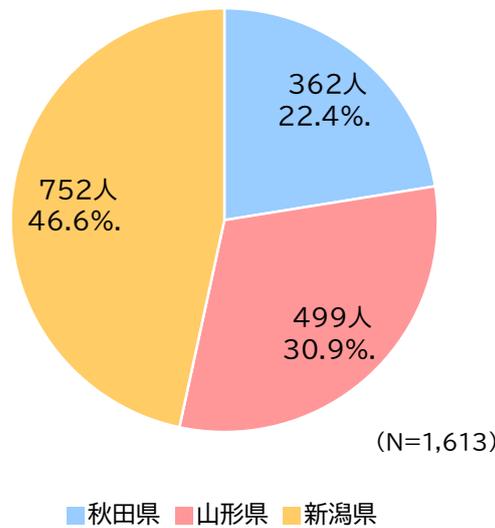
- ・ 男性の回答者が996人（61.7%）と多く、全体の約6割を占める。



		人	割合
1	男性	996	61.7%
2	女性	617	38.3%
	計	1,613	100.0%

■Q1-2【居住地】

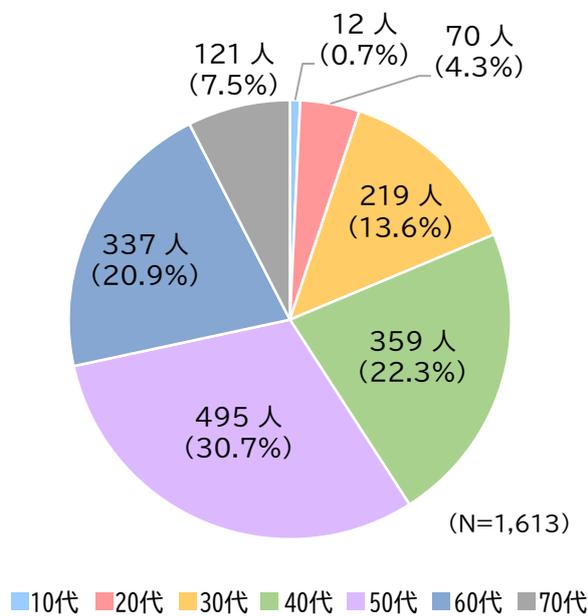
- ・ 回答者の居住地は、新潟県（752人 46.6%）、山形県（499人 30.9%）、秋田県（362人 22.4%）の順に多い。



		人	割合
1	秋田県	362	22.4%
2	山形県	499	30.9%
3	新潟県	752	46.6%
計		1,613	100.0%

■Q1-3[年齢]

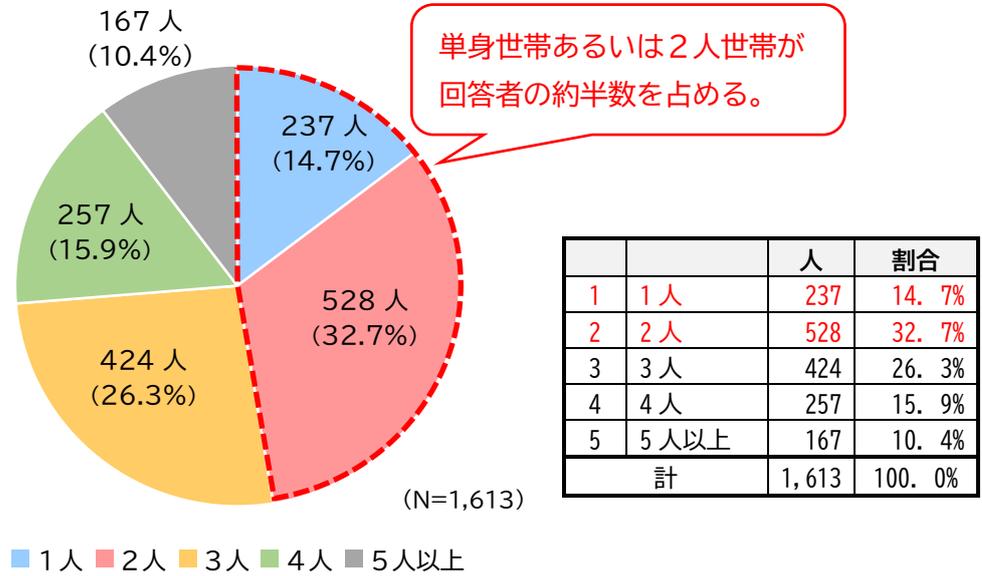
- ・ 年齢別では、50代の回答者が495人（30.7%）と最も多く、全体の約3割を占める。
- ・ 次いで、40代（359人 22.3%）、60代（337人 20.9%）の順に多い。



		人	割合
1	10代	12	0.7%
2	20代	70	4.3%
3	30代	219	13.6%
4	40代	359	22.3%
5	50代	495	30.7%
6	60代	337	20.9%
7	70代	121	7.5%
計		1,613	100.0%

■Q1-3[世帯人数]

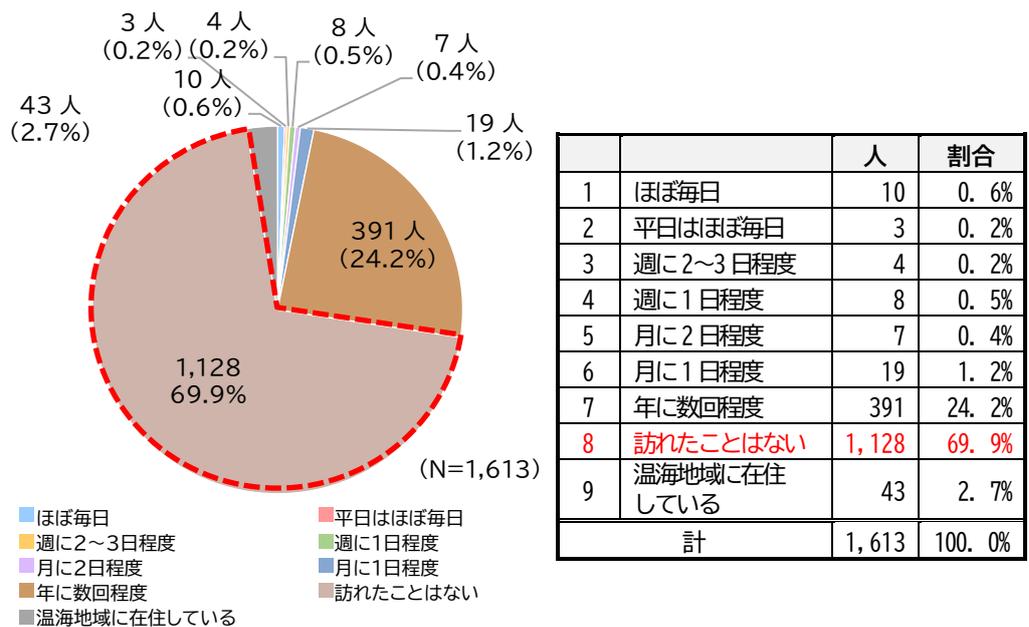
- ・ 世帯人数は、「2人世帯」と「3人世帯」の回答者がそれぞれ3割前後を占める。
- ・ また、単身世帯あるいは2人世帯の回答者が全体の約半数を占める。



2) 鶴岡市への観光ニーズについて

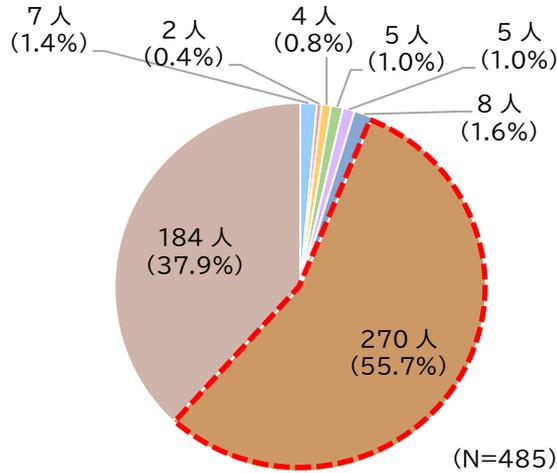
■Q2-1[鶴岡市温海地域の訪問状況]

- ・ 温海地域の訪問状況について、「訪れたことはない」と回答した方が1,128人(69.9%)と最も多く、全体の約7割以上を占める。
- ・ また、次いで「年に数回程度」と回答した方が391人(24.2%)と多く、日常的な利用はあまりされていない、という結果になった。



■Q2-2[道の駅あつみ「しゃりん」の訪問状況] (Q2-1で1~7,9を選択した方のみ)

- ・ 温海地域を訪れたことのある回答者のうち、道の駅あつみ「しゃりん」の訪問状況は、「年に数回程度」の回答者が 270 人 (55. 7%) と最も多く、全体の約 6 割を占める。
- ・ また、「訪れたことはない」と回答した方が約 4 割を占めており、道の駅あつみ「しゃりん」の利用頻度はあまり高くない、という結果になった。

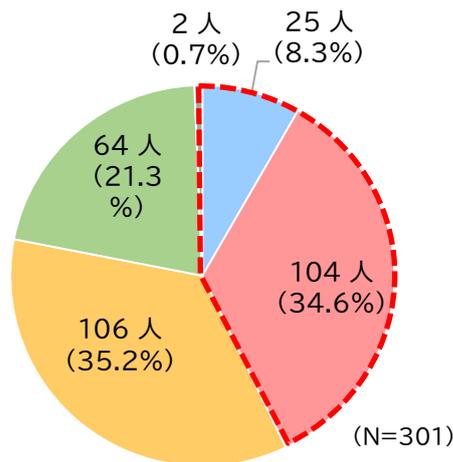


		人	割合
1	ほぼ毎日	7	1.4%
2	平日はほぼ毎日	2	0.4%
3	週に2~3日程度	4	0.8%
4	週に1日程度	5	1.0%
5	月に2日程度	5	1.0%
6	月に1日程度	8	1.6%
7	年に数回程度	270	55.7%
8	訪れたことはない	184	37.9%
	計	485	100.0%

- ほぼ毎日
- 平日はほぼ毎日
- 週に2~3日程度
- 週に1日程度
- 月に2日程度
- 月に1日程度
- 年に数回程度
- 訪れたことはない

■Q2-3[道の駅あつみ「しゃりん」の満足度] (Q2-2で1~7を選択した方のみ)

- ・ 道の駅あつみ「しゃりん」の満足度について、「非常に良かったのでまた行きたい」「良かったのでまた行きたい」と回答した方が延べ 129 人 (42. 9%) であり、積極的なリピート意欲のある利用者が半数にも満たない、という結果になった。

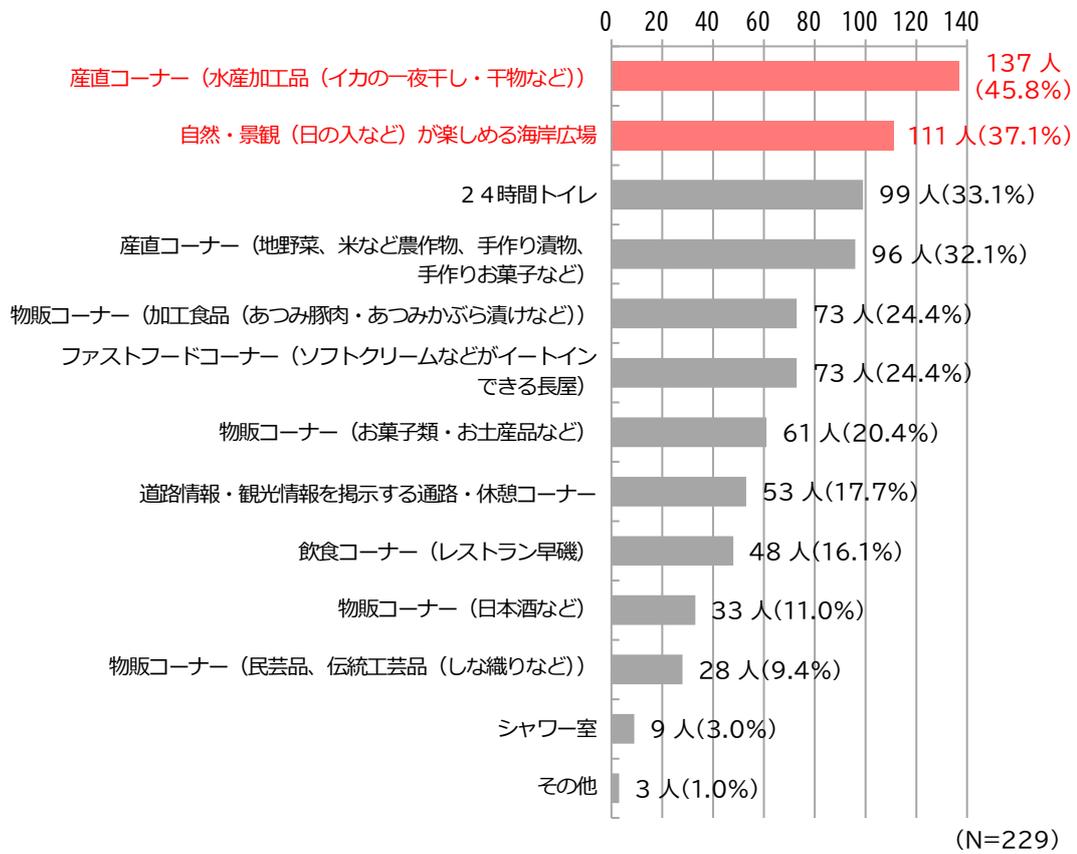


		人	割合
1	非常に良かったのでまた行きたい	25	8.3%
2	良かったのでまた行きたい	104	34.6%
3	ふつう	106	35.2%
4	機会があれば利用したい程度	64	21.3%
5	次回は利用しない	2	0.7%
	計	301	100.0%

- 非常に良かったのでまた行きたい
- 良かったのでまた行きたい
- ふつう
- 機会があれば利用したい程度
- 次回は利用しない

■Q2-4-1[良かった・印象に残った点] (Q2-2で1~7を選択した方のみ)

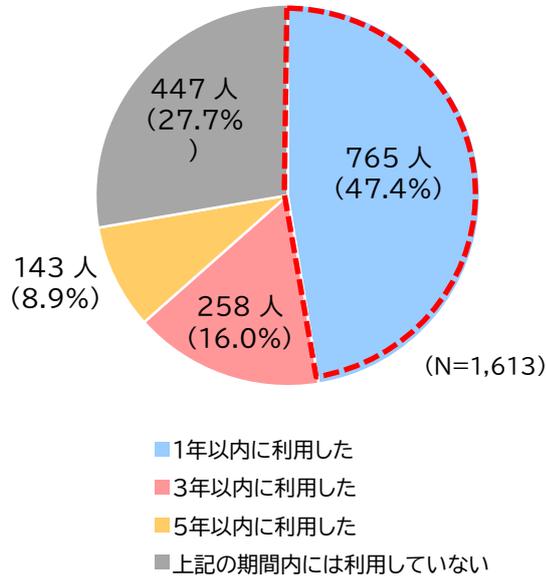
- ・ 「産直コーナー (水産加工品)」(137人 45.8%)、「自然・景観が楽しめる海岸広場」(111人 37.1%) の順に回答が多く、集客コンテンツとなっていたことが分かった。



3)「道の駅」について

■Q3-1[ここ最近での道の駅の訪問状況]

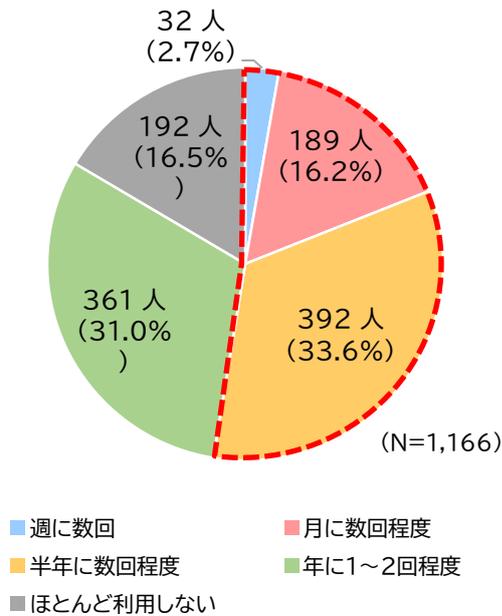
- 道の駅の利用状況について、「1年以内に利用した」と回答した方が765人(47.4%)と最も多く、全体の約半数を占める。



		人	割合
1	1年以内に利用した	765	47.4%
2	3年以内に利用した	258	16.0%
3	5年以内に利用した	143	8.9%
4	上記の期間内には利用していない	447	27.7%
計		1,613	100.0%

■Q3-2[道の駅の利用頻度] (Q3-1で1~3を選択した方のみ)

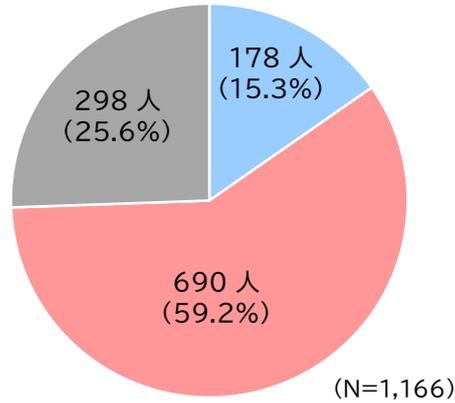
- 道の駅の利用頻度について、「半年に数回程度」と回答した方が392人(33.6%)で最も多く、次いで「年に1~2回程度」と回答した方が361人(31.0%)と多い。
- また、「半年に数回程度」以上の頻度で道の駅を利用している方が、半数以上を占める。



		人	割合
1	週に数回	32	2.7%
2	月に数回程度	189	16.2%
3	半年に数回程度	392	33.6%
4	年に1~2回程度	361	31.0%
5	ほとんど利用しない	192	16.5%
計		1,166	100.0%

■Q3-3[道の駅の利用目的] (Q3-1で1~3を選択した方のみ)

- ・ 道の駅の利用目的について、「あれば立ち寄り利用している」と回答した方が 690 人 (59.2%) と最も多く、全体の約 6 割を占めている。
- ・ 一方で「目的地の 1 つとして利用している」と回答した方が 178 人 (15.3%)、「ほとんど利用しない。トイレを利用する程度」と回答した方が 298 人 (25.6%) であった。

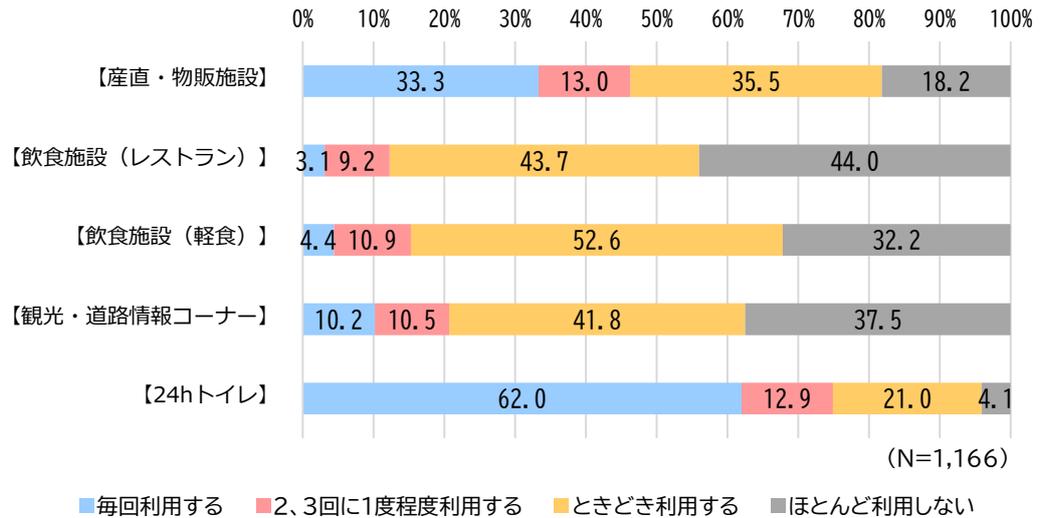


		人	割合
1	目的地の1つとして利用している	178	15.3%
2	あれば立ち寄り利用している	690	59.2%
3	ほとんど利用しない。トイレを利用する程度	298	25.6%
計		1,166	100.0%

- 目的地の1つとして利用している
- あれば立ち寄り利用している
- ほとんど利用しない。トイレを利用する程度

■Q3-4[道の駅の施設・コーナーの利用頻度] (Q3-1で1~3を選択した方のみ)

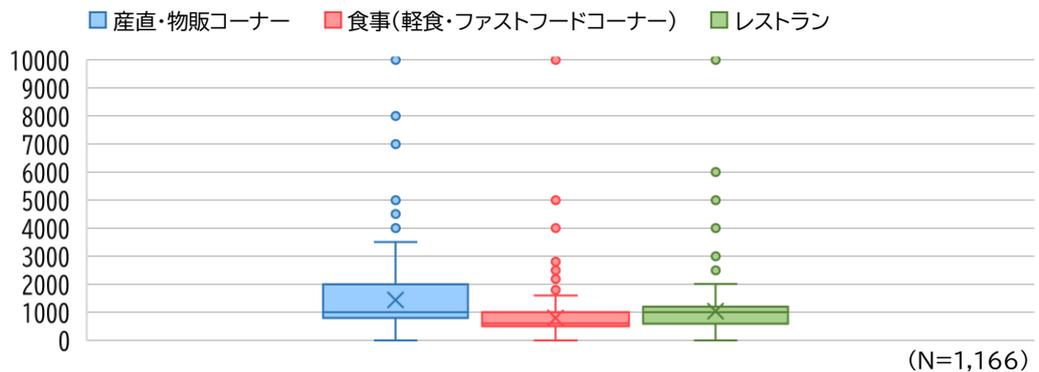
- ・ 「毎回利用する」と回答した施設・コーナーとして、24時間トイレが723人(62.0%)と最も多く、次いで、「産直・物販施設」(388人 33.3%)、「観光・道路情報コーナー」(119人 10.2%)の順に多い。
- ・ 「飲食施設(レストラン)」については、「ほとんど利用しない」と回答した方が4割以上を占める。
- ・ 一方、「飲食施設(軽食)」の利用については、「ときどき利用する」と回答した方が半数以上を占める。



	毎回利用する	2,3回に1度程度利用する	ときどき利用する	ほとんど利用しない
産直・物販施設	388人(33.3%)	152人(13.0%)	414人(35.5%)	212人(18.2%)
飲食施設(レストラン)	36人(3.1%)	107人(9.2%)	510人(43.7%)	513人(44.0%)
飲食施設(軽食)	51人(4.4%)	127人(10.9%)	613人(52.6%)	375人(32.2%)
観光・道路情報コーナー	119人(10.2%)	123人(10.5%)	487人(41.8%)	437人(37.5%)
24hトイレ	723人(62.0%)	150人(12.9%)	245人(21.0%)	48人(4.1%)

■Q3-5[道の駅での「買い物」「食事」における消費金額] (Q3-1で1~3を選択した方のみ)

- ・ 「産直・物販コーナー」での利用金額が平均値・最大値ともに最大の結果となった。
- ・ 各施設における平均利用金額は、「産直・物販コーナー」が1,441円、「食事(軽食・ファストフードコーナー)」が802円、「レストラン」が1,033円であった。
- ・ 「産直・物販コーナー」について、中央値は「レストラン」と同程度である一方、第1四分位数と第3四分位数の差額が広く、消費金額の幅が広いことが分かる。



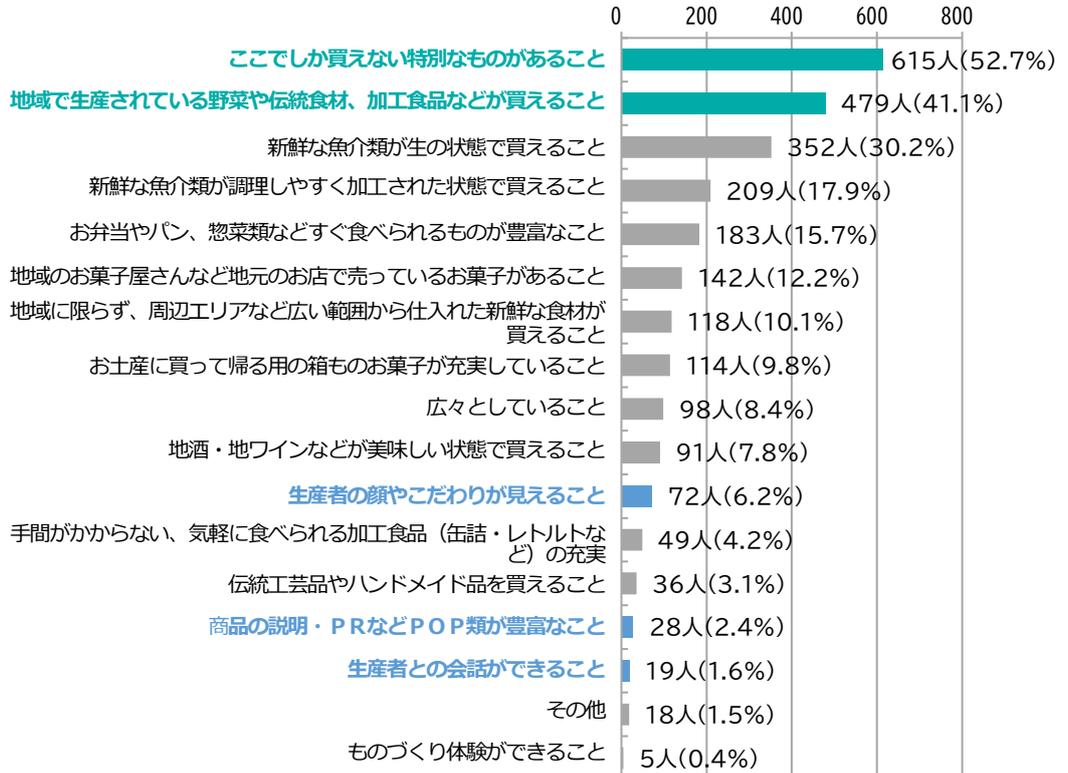
※グラフ範囲外に産直・物販コーナーで40,000円という回答あり

	産直・物販コーナー	食事(軽食・ファストフードコーナー)	レストラン
平均値	1,441	802	1,033
最大値	40,000	10,000	10,000
第三四分位数	2,000	1,000	1,200
中央値	1,000	600	1,000
第一四分位数	800	500	598
最小値	0	0	0

■Q3-6-1[「行きたい」「オススメしたい」と思う道の駅に当てはまるキーワード]

(産直・物産コーナー) (Q3-1で1~3を選択した方のみ)

- ・産直・物販施設については、「ここならではの」体験を、「行きたい」「オススメしたい」要素として回答した人が多い。
- ・またPR・販売方法に関する項目を「行きたい」「オススメしたい」要素として回答した人は比較的少なく、優先度はあまり高くないことが分かった。



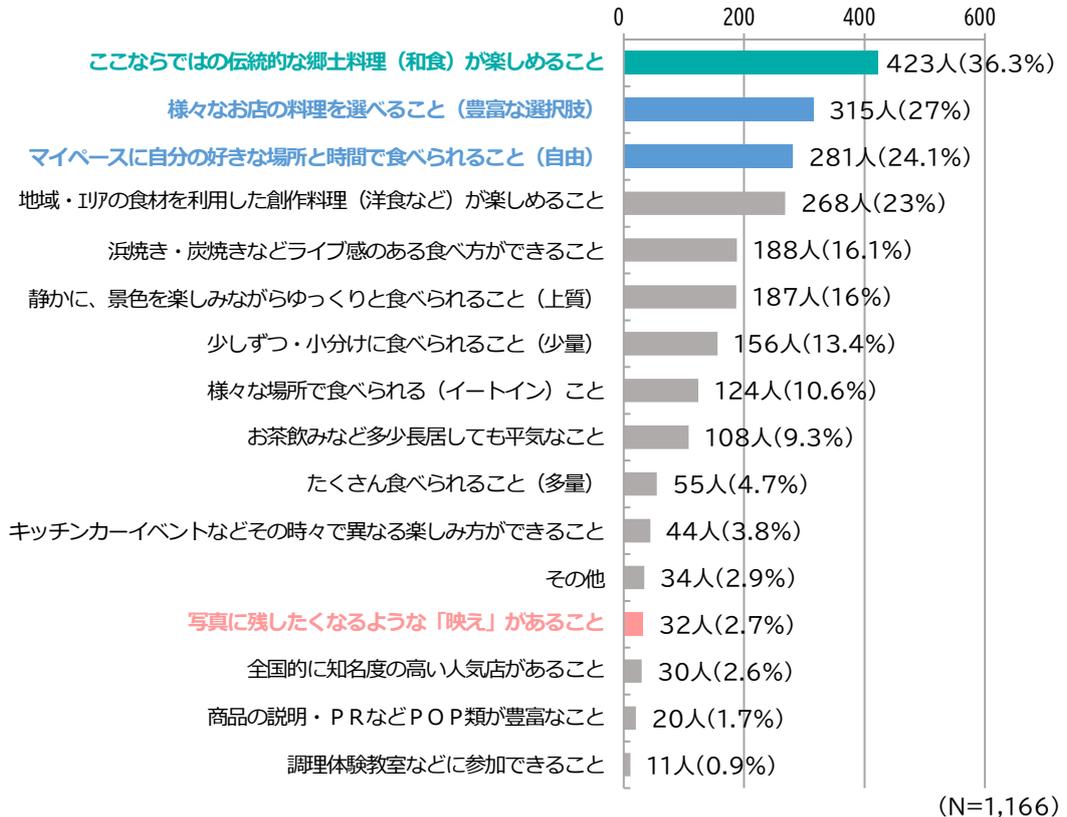
(N=1,166)

	人	割合
ここでも買えない特別なものがあること	615	52.7%
地域で生産されている野菜や伝統食材、加工食品などが買えること	479	41.1%
新鮮な魚介類が生で買えること	352	30.2%
新鮮な魚介類が調理しやすく加工された状態で買えること	209	17.9%
お弁当やパン、惣菜類などすぐ食べられるものが豊富なこと	183	15.7%
地域のお菓子屋さんなど地元のお店で売っているお菓子があること	142	12.2%
地域に限らず、周辺エリアなど広い範囲から仕入れた新鮮な食材が買えること	118	10.1%
お土産に買って帰る用の箱もお菓子が充実していること	114	9.8%
広々としていること	98	8.4%
地酒・地ワインなどが美味しい状態で買えること	91	7.8%
生産者の顔やこだわりが見えること	72	6.2%
手間がかからない、気軽に食べられる加工食品（缶詰・レトルトなど）の充実	49	4.2%
伝統工芸品やハンドメイド品を買えること	36	3.1%
商品の説明・PRなどPOP類が豊富なこと	28	2.4%
生産者との会話ができること	19	1.6%
その他	18	1.5%
ものづくり体験ができること	5	0.4%
計	1,166	100.0%

■Q3-6-2[「行きたい」「オススメしたい」と思う道の駅に当てはまるキーワード]

(飲食・軽食コーナー) (Q3-1で1~3を選択した方のみ)

- ・ 飲食施設については、「ここならではの」の食体験に加え、メニュー・場所・時間といった選択肢の豊富さが求められている。
- ・ また、写真映えを「行きたい」「オススメにしたい」要素として回答した人は比較的に少なく、優先度はあまり高くないことが分かった。

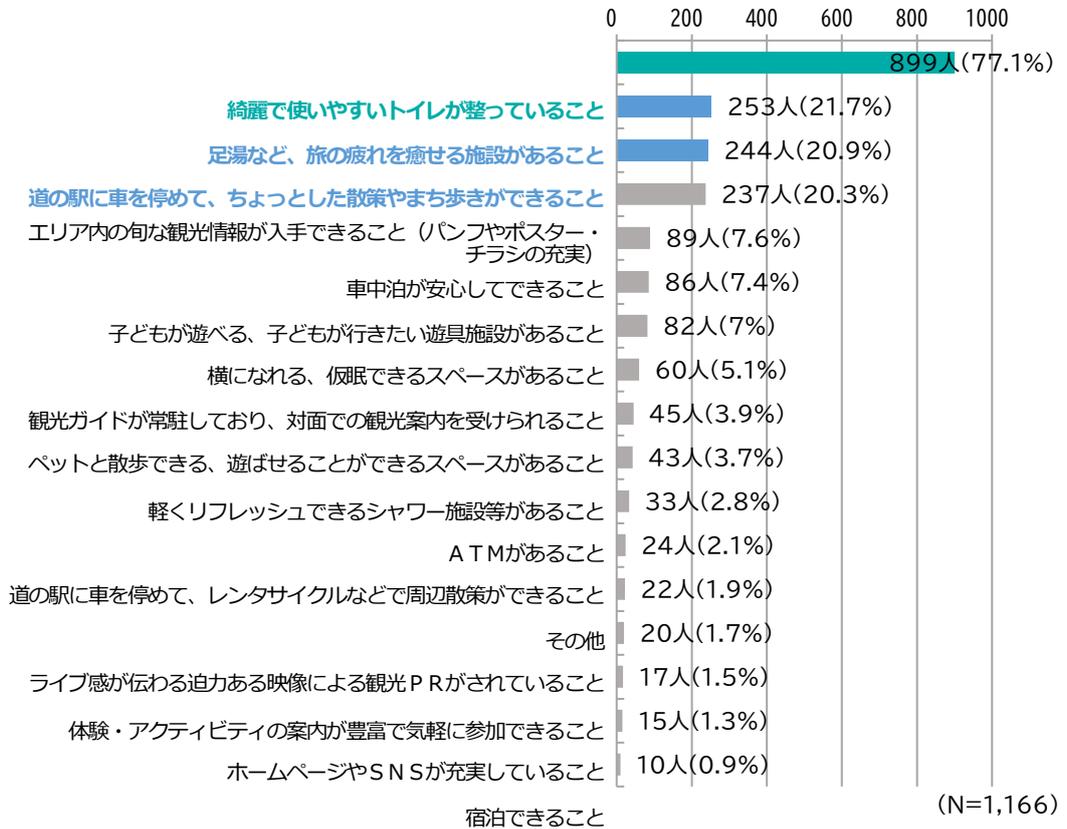


	人	割合
ここならではの伝統的な郷土料理 (和食) が楽しめること	423	36.3%
様々なお店の料理を選べること (豊富な選択肢)	315	27.0%
マイペースに自分の好きな場所と時間で食べられること (自由)	281	24.1%
地域・エリアの食材を利用した創作料理 (洋食など) が楽しめること	268	23.0%
浜焼き・炭焼きなどライブ感のある食べ方ができること	188	16.1%
静かに、景色を楽しみながらゆっくりと食べられること (上質)	187	16.0%
少しずつ・小分けに食べられること (少量)	156	13.4%
様々な場所で食べられる (イートイン) こと	124	10.6%
お茶飲みなど多少長居しても平気なこと	108	9.3%
たくさん食べられること (多量)	55	4.7%
キッチンカーイベントなどその時々で異なる楽しみ方ができること	44	3.8%
その他	34	2.9%
写真に残したくなるような「映え」があること	32	2.7%
全国的に知名度の高い人気店があること	30	2.6%
商品の説明・PRなどPOP類が豊富なこと	20	1.7%
調理体験教室などに参加できること	11	0.9%
計	1,166	100.0%

■Q3-6-3[「行きたい」「オススメしたい」と思う道の駅に当てはまるキーワード]

(観光情報・休憩コーナー) (Q3-1で1~3を選択した方のみ)

- ・観光情報・休憩コーナーについて、回答者の8割近くが「行きたい」「オススメしたい」要素として、「綺麗で使いやすいトイレが整っていること」と回答した。
- ・また、足湯など疲れを癒せる機能や、散策・まち歩きの拠点となる機能も求められている。

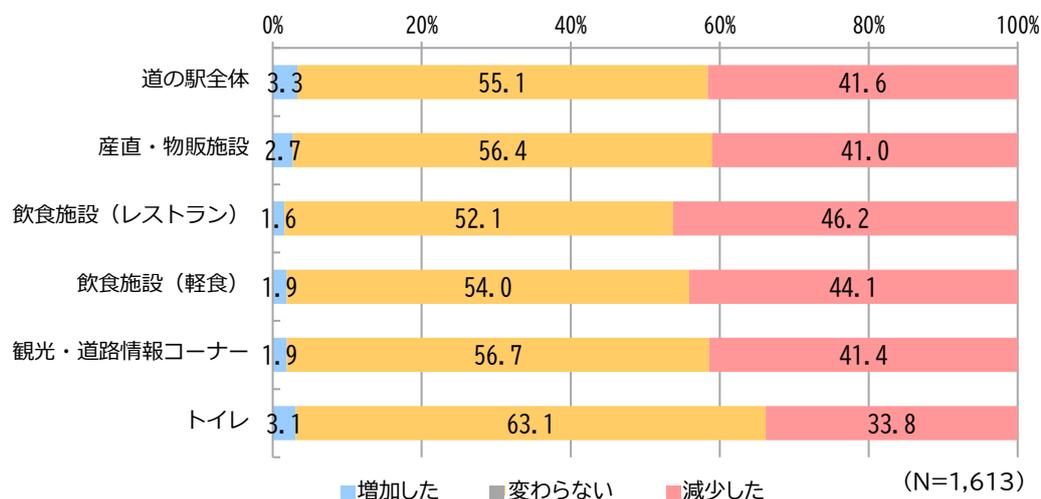


	人	割合
綺麗で使いやすいトイレが整っていること	899	77.1%
足湯など、旅の疲れを癒せる施設があること	253	21.7%
道の駅に車を停めて、ちょっとした散策やまち歩きができること	244	20.9%
エリア内の旬な観光情報が入手できること (パンフやポスター・チラシの充実)	237	20.3%
車中泊が安心してできること	89	7.6%
子どもが遊べる、子どもが行きたい遊具施設があること	86	7.4%
横になれる、仮眠できるスペースがあること	82	7.0%
観光ガイドが常駐しており、対面での観光案内を受けられること	60	5.1%
ペットと散歩できる、遊ばせることができるスペースがあること	45	3.9%
軽くリフレッシュできるシャワー施設等があること	43	3.7%
ATMがあること	33	2.8%
道の駅に車を停めて、レンタサイクルなどで周辺散策ができること	24	2.1%
その他	22	1.9%
ライブ感が伝わる迫力ある映像による観光PRがされていること	20	1.7%
体験・アクティビティの案内が豊富で気軽に参加できること	17	1.5%
ホームページやSNSが充実していること	15	1.3%
宿泊できること	10	0.9%
計	1,166	100.0%

4)「新しい生活様式」への対応について

■Q4-1[「新型コロナウイルス感染症」による道の駅の施設・コーナーの利用頻度の変化]

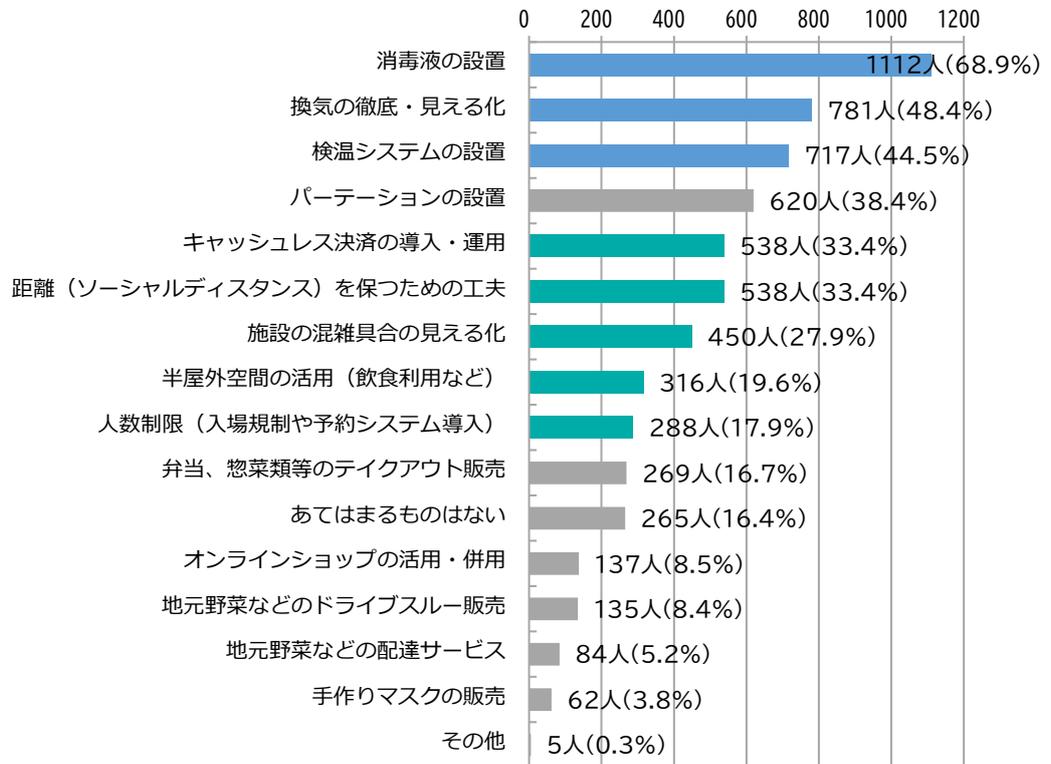
- ・ 道の駅施設全体については、利用頻度が低下したと回答した方が約4割を占めており、特に飲食施設（レストラン）の利用頻度が減少したと回答した方が最も多い。
- ・ 一方、トイレの利用頻度については、「変わらない」と回答した方が多く、「減少した」と回答した方は比較的に少なかった。



	増加した	変わらない	減少した
道の駅全体	53人(3.3%)	889人(55.1%)	671人(41.6%)
産直・物販施設	43人(2.7%)	909人(56.4%)	661人(41.0%)
飲食施設(レストラン)	26人(1.6%)	841人(52.1%)	746人(46.2%)
飲食施設(軽食)	30人(1.9%)	871人(54.0%)	712人(44.1%)
観光・道路情報コーナー	31人(1.9%)	915人(56.7%)	667人(41.4%)
トイレ	50人(3.1%)	1,017人(63.1%)	546人(33.8%)

■Q4-2[「新しい生活様式」における道の駅の取り組みとして望ましいもの]

- ・ 「新しい生活様式」における道の駅の取り組みとして、「消毒液の設置」「換気の徹底・見える化」など、既存の取り組み継続を望む意見が多い。
- ・ 一方で、「キャッシュレス決済の導入・運用」や「施設の混雑具合の見える化」など、継続的に営業できる施設づくりを望む意見も多い。



(N=1,613)

	人	割合
消毒液の設置	1,112	68.9%
換気の徹底・見える化	781	48.4%
検温システムの設置	717	44.5%
パーテーションの設置	620	38.4%
キャッシュレス決済の導入・運用	538	33.4%
距離 (ソーシャルディスタンス) を保つための工夫	538	33.4%
施設の混雑具合の見える化	450	27.9%
半屋外空間の活用 (飲食利用など)	316	19.6%
人数制限 (入場規制や予約システム導入)	288	17.9%
弁当、惣菜類等のテイクアウト販売	269	16.7%
あてはまるものはない	265	16.4%
オンラインショップの活用・併用	137	8.5%
地元野菜などのドライブスルー販売	135	8.4%
地元野菜などの配達サービス	84	5.2%
手作りマスクの販売	62	3.8%
その他	5	0.3%
計	1,613	100.0%

2-2-3. 出口調査

(1)調査目的

現利用者の特性（居住地、利用頻度、利用金額など）について把握することを目的とし、出口調査を実施する。

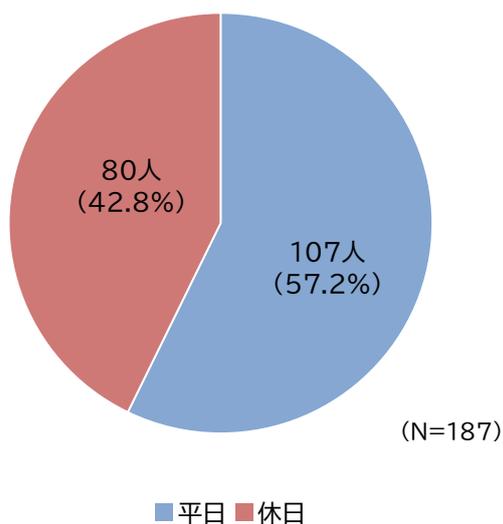
(2)調査概要

- 実施方法：出口調査
- サンプル数：187 票
- 実施期間：令和3年7月30日（金）9:00～17:00
 〃 （日）9:00～14:00
- 実施箇所：以下の4箇所において実施
 - ①道の駅あつみ「しゃりん」
 - ②イオンタウン鼠ヶ関
 - ③道の駅鳥海「ふらっと」
 - ④加茂水族館

(3)調査結果の概要

■[実施日]

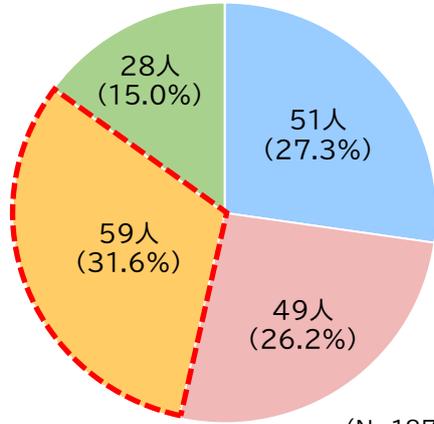
- ・ 調査日の内訳は、平日 107 人（57.2%）、休日 80 人（42.8%）となっている。



	年齢	人	割合
1	平日	107	57.2%
2	休日	80	42.8%
	計	187	100.0%

■[回答箇所]

- ・ 回答箇所は、道の駅「しゃりん」が59人(31.6%)と最も多く、道の駅鳥海「ふらっと」(51人 27.3%)、加茂水族館(49人 26.2%)、イオンタウン鼠ヶ関(28人 15.0%)の順が多い。



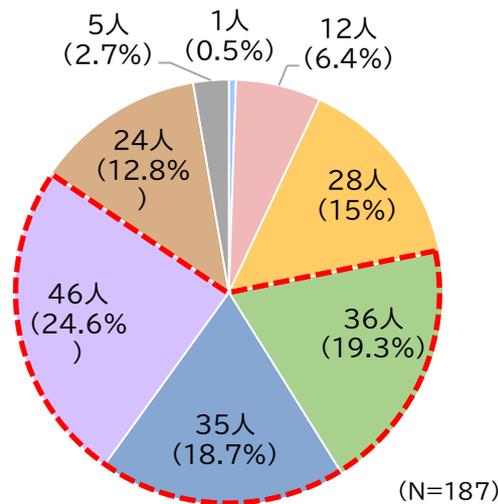
	年齢	人	割合
1	道の駅鳥海「ふらっと」	51	27.3%
2	加茂水族館	49	26.2%
3	道の駅あつみ「しゃりん」	59	31.6%
4	イオンタウン鼠ヶ関	28	15.0%
	計	187	100.0%

- 道の駅鳥海「ふらっと」
- 加茂水族館
- 道の駅あつみ「しゃりん」
- イオンタウン鼠ヶ関

1)回答者属性

■Q1-1[年齢]

- ・ 年齢別では、60代の回答者が46人(24.6%)と最も多く、40~60代の回答者が全体の約60%を占める。

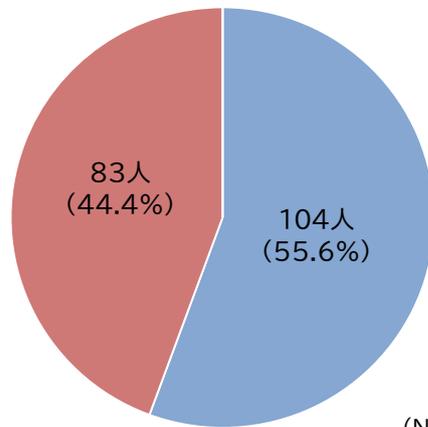


	年齢	人	割合
1	10代	1	0.5%
2	20代	5	2.7%
3	30代	12	6.4%
4	40代	35	18.7%
5	50代	36	19.3%
6	60代	46	24.6%
7	70代	24	12.8%
8	80代以上	1	0.5%
	計	187	100.0%

- 10代
- 20代
- 30代
- 40代
- 50代
- 60代
- 70代
- 80代以上

■Q1-2[性別]

- ・ 男性の回答者が104人（55.6%）と比較的多いものの、性別について概ね偏りはなかった。

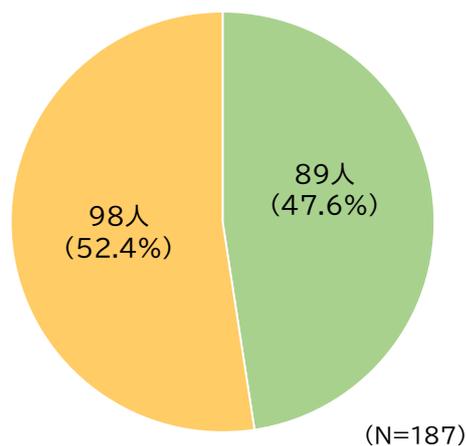


	年齢	人	割合
1	女性	104	55.6%
2	男性	83	44.4%
	計	187	100.0%

■男性 ■女性 ■無回答

■Q1-3[居住地(都道府県)]

- ・ 回答者の居住地は、山形県内が89人（47.6%）、山形県外が98人（52.4%）と、概ね偏りはなかった。

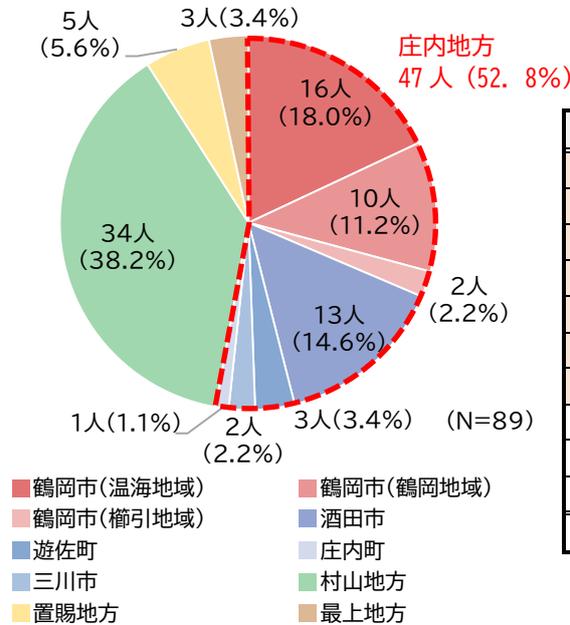


	年齢	人	割合
1	山形県内	89	47.6%
2	山形県外	98	52.4%
	計	187	100.0%

■山形県内 ■山形県外

■Q1-3-1[居住地(山形県内 内訳)]

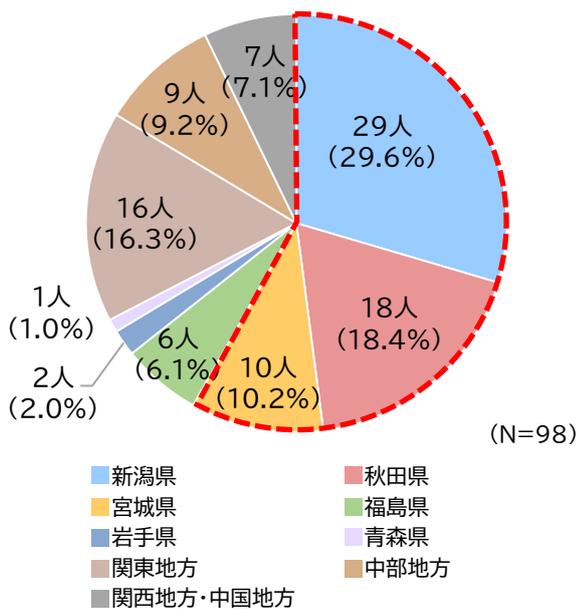
- ・ 回答者のうち、山形県内居住者の内訳は、庄内地方 47 人 (52. 8%)、村山地方 34 人 (38. 2%)、置賜地方 5 人 (5. 6%)、最上地方 3 人 (3. 4%) の順に多い。
- ・ 庄内地方の内訳は、鶴岡市が延べ 28 人、うち温海地域が 16 人 (18. 0%) で最も多く、次いで酒田市 13 人 (14. 6%) が多い。



	年齢	人	割合
1	鶴岡市(温海地域)	16	18.0%
2	鶴岡市(鶴岡地域)	10	11.2%
3	鶴岡市(櫛引地域)	2	2.2%
4	酒田市	13	14.6%
5	遊佐町	3	3.4%
6	庄内町	2	2.2%
7	三川市	1	1.1%
8	村山地方	34	38.2%
9	置賜地方	5	5.6%
10	最上地方	3	3.4%
	計	89	100.0%

■Q1-3-2[居住地(山形県外 内訳)]

- ・ 回答者のうち、山形県外居住者の内訳は、新潟県 29 人 (29. 6%) が最も多く、次いで秋田県 18 人 (18. 4%)、宮城県 10 人 (10. 2%) と隣県居住者が半数以上を占める。
- ・ 一方で、関東地方、中部地方、関西地方といった遠方居住者の回答も得られた。

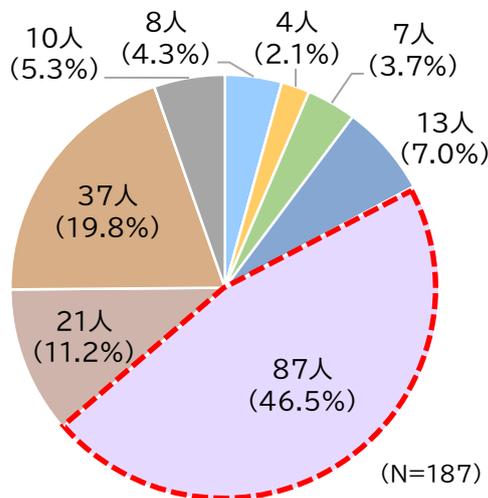


	年齢	人	割合
1	新潟県	29	29.6%
2	秋田県	18	18.4%
3	宮城県	10	10.2%
4	福島県	6	6.1%
5	岩手県	2	2.0%
6	青森県	1	1.0%
7	関東地方	16	16.3%
8	中部地方	9	9.2%
9	関西地方・中国地方	7	7.1%
	計	98	100.0%

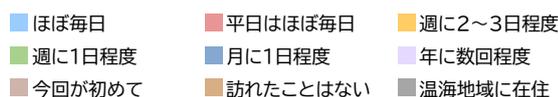
2) 温海地域・道の駅あつみの訪問状況

■Q2-1[温海地域の訪問状況]

- ・ 温海地域の訪問頻度は、「年に数回程度」と回答した方が 87 人 (46.5%) と最も多く、全体の約半数を占める。

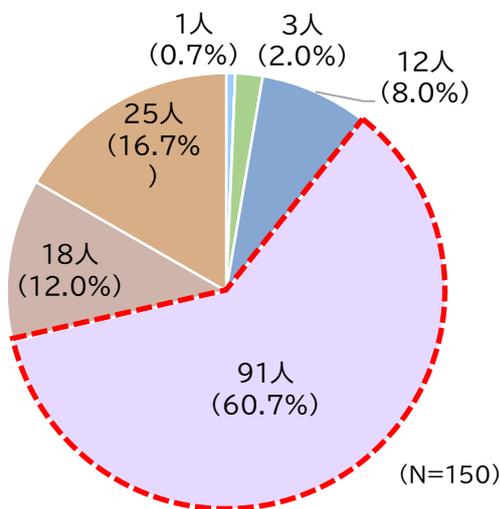


	年齢	人	割合
1	ほぼ毎日	8	4.3%
2	平日はほぼ毎日	0	0.0%
3	週に2~3日程度	4	2.1%
4	週に1日程度	7	3.7%
5	月に1日程度	13	7.0%
6	年に数回程度	87	46.5%
7	今回が初めて	21	11.2%
8	訪れたことはない	37	19.8%
9	温海地域に在住	10	5.3%
	計	187	100.0%



■Q2-2[道の駅あつみの訪問状況] (Q2-1で1~7,9を選択した方のみ)

- ・ 道の駅あつみ「しゃりん」の訪問頻度は、「年に数回程度」と回答した方が 91 人 (60.7%) と最も多く、全体の約6割を占める。



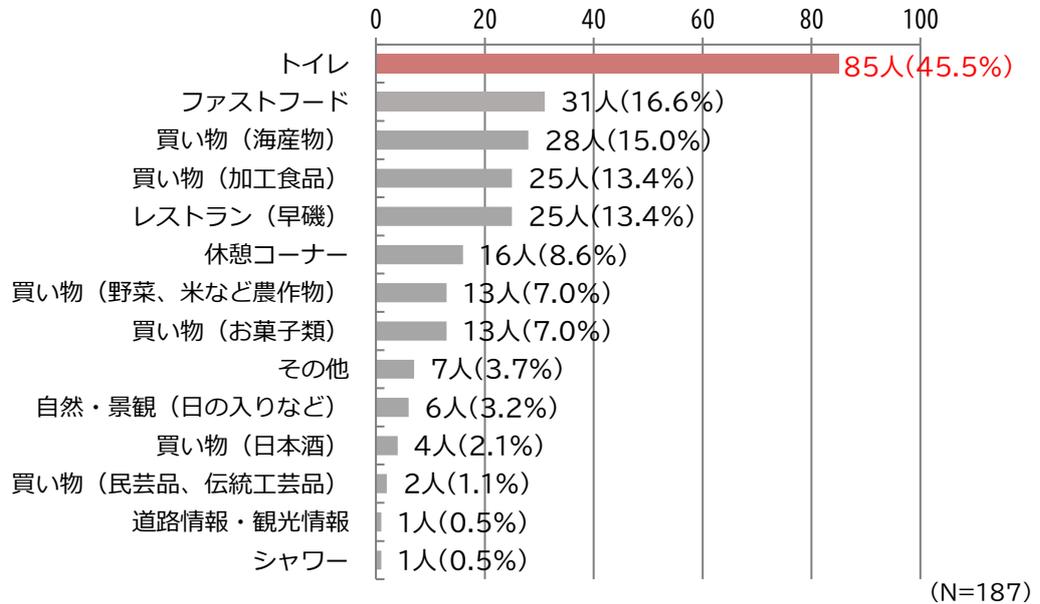
	年齢	人	割合
1	ほぼ毎日	1	0.7%
2	平日はほぼ毎日	0	0.0%
3	週に2~3日程度	0	0.0%
4	週に1日程度	3	2.0%
5	月に1日程度	12	8.0%
6	年に数回程度	91	60.7%
7	今回が初めて	18	12.0%
8	利用したことはない	25	16.7%
	計	150	100.0%

※無回答、37人は除く



■Q2-3[道の駅あつみ「しゃりん」の利用目的](MA)

- ・ 道の駅あつみ「しゃりん」を利用する際の目的について、「トイレ」と回答した方が85人(45.5%)と最も多い。
- ・ 次いで、「ファストフード」31人(16.6%)、「買い物(海産物)」28人(15.0%)、「買い物(加工食品)」25人(13.4%)、「レストラン(早磯)」25人(13.4%)の順に多い。



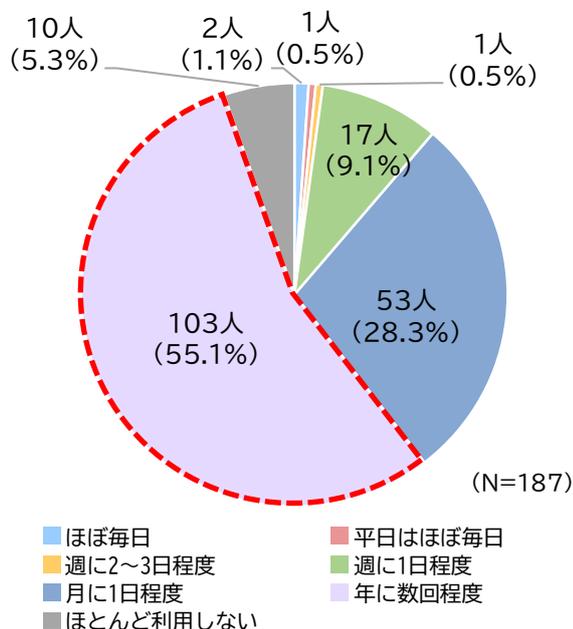
(その他 自由記述)

- ・ イベント、友達訪問、犬の散歩、朝食、アイスクリーム、魚をつかまえる、初めて の意見があった。

3)道の駅あつみの利用目的

■Q3-1[道の駅の利用状況]

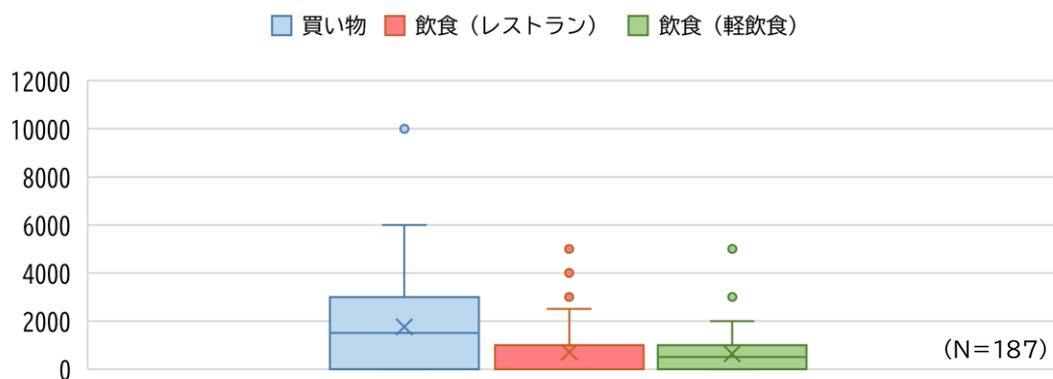
- 道の駅を利用する頻度については、「年に数回程度」と回答した方が 103 人 (55.1%) と最も多く、全体の半数以上を占める。



	年齢	人	割合
1	ほぼ毎日	2	1.1%
2	平日はほぼ毎日	1	0.5%
3	週に2~3日程度	1	0.5%
4	週に1日程度	17	9.1%
5	月に1日程度	53	28.3%
6	年に数回程度	103	55.1%
7	ほとんど利用しない	10	5.3%
	計	187	100.0%

■Q3-2[道の駅での用途別消費金額]

- 各施設・コーナーにおける消費金額の平均については、「買い物」が 1,759 円、「飲食（レストラン）」が 706 円、「飲食（軽飲食）」が 636 円という結果になった。
- 「飲食（レストラン）」については、半数以上の回答者が利用していない、という結果になった。

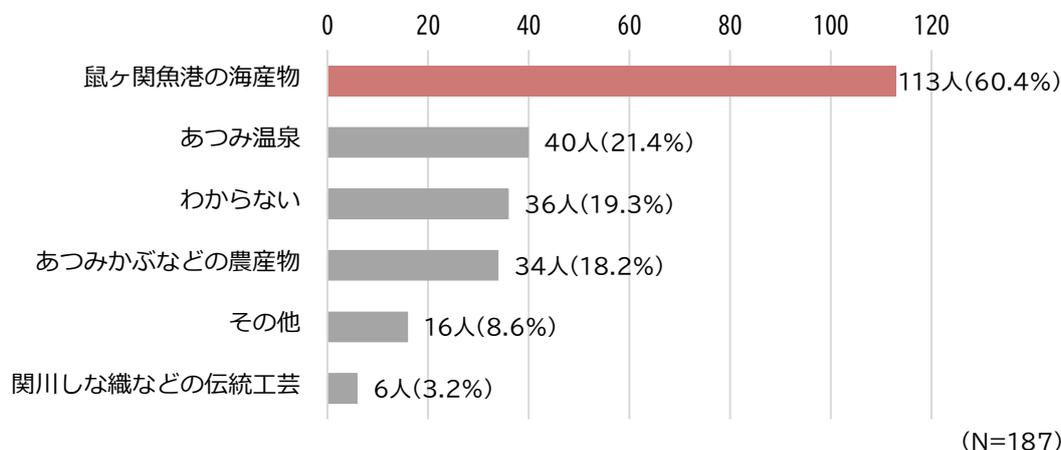


	買い物	飲食（レストラン）	飲食（軽飲食）
平均値	1,759	706	636
最大値	10,000	5,000	5,000
第三四分位数	3,000	1,000	1,000
中央値	1,500	0	500
第一四分位数	0	0	0
最小値	0	0	0

4) 温海地域(鼠ヶ関)らしさの意識

■Q4[温海地域(鼠ヶ関)らしい「道の駅」の強み](MA)

- ・ 温海地域(鼠ヶ関)らしい「道の駅」について、「鼠ヶ関港の海産物」113人(60.4%)と最も多く、全体の6割以上を占める。
- ・ 自由記述においては、景観や綺麗な海など、自然の豊さを強みとして認識している回答も得られた。



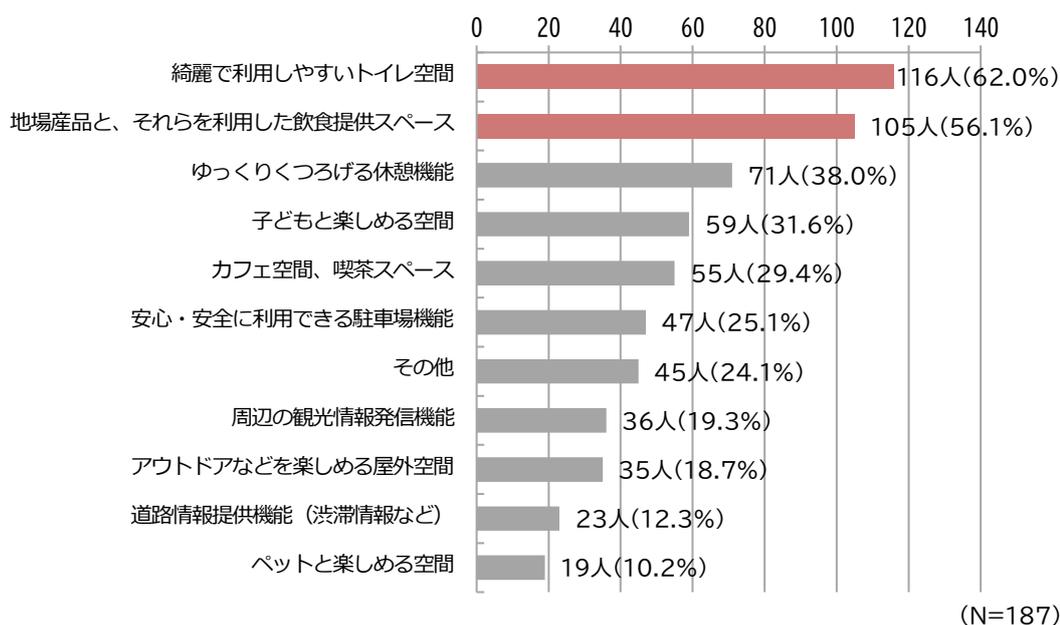
(その他 自由記述)

- ・ 一夜干し、景観、食べられるフードコート、綺麗な海・キャンプ・温泉、駐車場、山菜・きのこ、だだちゃ豆の加工品、美味しいもの、鶴岡の紹介、足湯、魚をさばいてくれる、地元のムードがよいこと、トチモチ の意見があった。

5) 道の駅に求められる機能

■Q5-1[道の駅に求められる機能]

- ・ 道の駅に求められる機能については、「綺麗で利用しやすいトイレ空間」と回答した方が116人(62.0%)と最も多く、次いで「地場産品と、それらを利用した飲食提供スペース」と回答した方が105人(56.1%)と、過半数以上を占めている。



■Q5-2[意見・要望、期待すること]

- ・ 道の駅に対する意見や要望・期待することについては、温泉や足湯に関する意見が 21 件あり、全体の約半数が温泉や足湯に関連する回答となった。

(道の駅に対する意見や要望)

No	自由意見	No	自由意見
1	温泉	29	入りやすい導線
2	広い駐車場	30	目玉的な価格のもの、温泉
3	宿泊施設 グランピング	31	産地を表示してほしい
4	朝食 8時くらいから ゴルフのため	32	飲料水が買えること
5	地産品などのアピール	33	綺麗なトイレ
6	広い駐車場	34	駐車場が空いていない時がある
7	休憩しやすい施設	35	簡易宿泊施設
8	休憩スペースがあればいい	36	品揃え豊富にしてください
9	綺麗で安心	37	女性用トイレの充実
10	木陰の休憩スペース	38	お風呂、シャワー、充電設備
11	地元産が欲しい	39	スターバックス
12	道の駅スタンプをしたい	40	地元の特産品が安く買える
13	トイレの綺麗さ	41	周辺の観光情報
14	B級グルメ	42	地域のものが買える
15	観光地の案内 地域への案内	43	駐車場が広いこと
16	簡易宿泊施設	44	ガソリンスタンドがあると良い
17	かき氷などの名物	45	広い駐車場
18	駐車スペースを広くしてほしい ベビーカーを出せるように	46	シャワー室
19	温泉	47	新鮮な野菜
20	映画館	48	駐車場が広いこと特産品が多く買えること
21	あつみ温泉の手前であれば良い	49	広いトラック駐車場
22	広い駐車場、名物的なもの	50	仮眠するところ
23	広い駐車スペースがあるといい		
24	木陰がある休憩スペースがあるとよい		
25	駐車スペースを広く取って欲しい		
26	地元をいかした		
27	木陰があり子供が寝転んで遊べるスペース		
28	ペットショップがあれば寄りたい		

2-3. 施設テーマ(主題)の設定、コンテンツ・導入機能の検討

既往調査結果・計画、及び本業務でのヒアリング・アンケート調査結果等を基に、施設テーマの設定と、施設テーマに即したコンテンツ・導入機能の検討を行った。

2-3-1. 施設テーマの設定

ヒアリング、WEB アンケート調査、出口調査の結果を踏まえ、3C分析(内部環境分析・競合環境分析・市場環境分析)より新たな道の駅の施設テーマの案を整理した。

(1)内部環境分析

■鼠ヶ関地区のポテンシャルと課題

- 鼠ヶ関港から水揚げされる新鮮な魚介類を調達可能(エビ、イカ など)
⇒通年漁が出来ないため、季節によっては鮮魚の品不足が懸念される。また、競りを経るため、仲買人やJFとの連携が必要。
- 全国でも珍しい「夕競り」が行われている。
- 「鼠ヶ関マリーナ」や「マリンパークねずがせき」といった海洋性レクリエーション基地がある他、「恋する灯台」(鼠ヶ関灯台)、弁天島、巖島神社などの観光資源が集まっているが認知度は高くない。また、日本海に沈む夕陽が人気であり多くの人が訪れるが、景色を活用したサービスや取り組みなどは積極的には行われていない。

■温海地域のポテンシャルと課題

- 「在来作物」(あつみかぶ、越沢三角そば など)や、あつみ豚を調達可能。
⇒少量多品目生産の農家が多く、季節によっては品不足が懸念される。
- 「あつみ温泉」では魅力ある温泉観光地に向けた取り組みが様々行われているが、観光客数は減少中。
- 「関川しな織り」など、地域の伝統文化、伝統芸能等が色濃く残っているものの、認知度は高くない。

■鶴岡市のポテンシャルと課題

- 豊かな自然、先人たちにより開発・継承されてきた「在来作物」、出羽三山の伝統的な「精進料理」など、ユネスコ食文化創造都市「鶴岡」を体験できる。
- さくらんぼ、メロンなど、全国的にも有名な「フルーツ王国」である。ただ、温海地域は市中心部から離れており、豊富な資源の流通・確保が課題となる。

(2)競合環境分析

➤ 道の駅「鳥海」 ふらっと（鼠ヶ関 IC より約 70km）

- ・ JF 婦人部による浜食堂、直売所がキラーコンテンツ。
- ・ 年間 213 万人（令和元年）が利用する人気の道の駅。
- ・ 複数のフードテナントが入っているほか、旬の食材カレンダーの提示や、年間を通したイベントを実施しており、飽きられないための試みが施されている。

➤ 道の駅「朝日」 まほろば（鼠ヶ関 IC より約 40km）

- ・ 内陸部にある道の駅で、海産物より農産物に強みがある。
- ・ 「朝日みどりの里」の一部として立地しており、物産館のほか、温泉、プール、宿泊施設等といった様々な施設が隣接しており、様々な目的を持った観光客をターゲットにしている。

(3)市場環境分析

■道の駅全般に対するニーズ

①セグメント別

➤ 利用者全般

- ・ 利用者の大多数が「綺麗で使いやすいトイレ」を求めている。
- ・ “旬”の食材など、鮮魚や伝統食材といった「ここでしか買えない特別なもの」を求めている。

➤ ファミリー層

- ・ 子どもの遊び場、芝生広場といった子どもを自由に遊ばせられる施設とともに、一休みできることを求めている。

➤ ペット同伴利用者

- ・ ペットと散歩できる、遊ばせられることを求めている。

②目的別

➤ 「目的地の1つとして利用している」人（全体の15%）

- ・ 地域で生産されている伝統食材や加工食品、郷土料理が楽しめること、また道の駅を拠点とした周辺観光・散策に対するニーズが高く、「地域ならではの」体験・情報を重視している。

➤ 「あれば立ち寄り利用している」人（全体の59%）

- ・ 地域で生産されている伝統食材や加工品、郷土料理が楽しめることや、トイレが使いやすく綺麗であることに対するニーズが高く、道の駅施設の満足感を重視している。

➤ 「ほとんど利用しない／トイレを利用する程度」人（全体の26%）

- ・「地域ならではの」の食材に対するこだわりや、長時間の滞在に対するニーズは高くない一方、食事の豊富さ、時間の自由度やトイレが使いやすく綺麗であることに対するニーズが高く、立ち寄り利用に対する手軽さを重視している。

■ **温海地域・鼠ヶ関地区に対するニーズ**

➤ 観光客

- ・鼠ヶ関港で実施されている、全国でも珍しい「夕競り」との連携など、「旬」な食材の提供が求められている。
- ・日沿道利用者の休憩の場として、あつみ温泉を連想させる足湯や温浴施設が求められている。

➤ 地元住民

- ・朝採れ野菜や鮮魚など、地元の食材を購入できることが求められている。
- ・鼠ヶ関地区周辺に子どもが遊べる広場、施設が少ないため、遊具のある遊び場が求められている。
- ・平時は集会利用、非常時には防災拠点として機能する施設が求められている。

■ **「新しい生活様式」における道の駅へのニーズ**

➤ ユーザー全般

- ・消毒液や検温システムの設置、換気の徹底など、安心・安全に利用できる施設・設備が求められている。

(4)施設テーマ案

施設テーマ： 鼠ヶ関・温海・鶴岡の“旬”をつないで、手軽に、いつ来てもワクワクする道の駅

- ・鼠ヶ関漁港で水揚げされる新鮮な魚介類をふんだんに活用した道の駅とする。
- ・農産物の生産状況が「少量多品種」という地域の特徴を逆手にとって、珍しい、ここでしか買えない、旬の地のものが買える道の駅とする。
- ・県境の道の駅として、庄内エリアの産品や、新潟下越北部エリアの産品を広く取りそろえた、地場産品が充実したワクワクする道の駅とする。
- ・道の駅をきっかけに、あつみ温泉など地域の事を知ってもらい、体験してもらい、人の移動が育まれる道の駅とする。

2-3-2. 主要コンテンツ・導入機能の整理

主要コンテンツ・導入機能について、次頁のとおり整理した。

	アンケート・ヒアリング調査によるニーズ	そのために必要な施設の機能・考え方	施設概要・空間コンセプト	設計・運営に求める課題
産直物販施設	<p>【事業者ニーズ】（ヒアリングより）</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 地域の歴史や風土、鼠ヶ関地区の漁業文化を伝えたい ● 商品が生まれ出されるまでのストーリーを伝えたい <p>【利用者ニーズ】（意向調査より）</p> <ul style="list-style-type: none"> ● ここでしか買えない特別なものがほしい ● 地域で生産されている伝統野菜・加工食品を買いたい ● 新鮮な魚介類を生で買いたい 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 生産者や地域に精通した人間が<u>自分の言葉で商品の魅力・ストーリーを伝えられること</u> ➢ 鼠ヶ関地区・温海地域の<u>食資源・伝統工芸品等の「発信拠点」となる売り方が出来ること</u> ➢ 鼠ヶ関地区、温海地域を中心に、<u>山形県あるいは新潟県の玄関口となる品揃えが出来ること</u> ➢ 生の状態で購入可能なように冷蔵ショーケースの充実 ➢ 休漁期・厳冬期の品揃えに対応するための加工食品用冷凍ショーケースの充実 	<p>『鼠ヶ関港の賑わいを感じられる市場的産直空間』</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 漁業、農業関係者等による対面販売により、市場的な活気を感じられる空間 ・ 大漁旗などをモチーフにした装飾 ・ 耐水性があり維持管理しやすい床仕上げ材 ・ 売り場を一望しやすい背が高すぎない什器類 ・ 冷蔵・冷凍什器の充実 <p>『日本海・庄内浜を五感で味わう物販施設』</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 紅エビなど新鮮な魚貝類を見る・食べる・触るなど、様々な体験ができる空間（生け簀・水槽等の設置） ・ 商品とともに、商品の魅力・ストーリーを伝えられる映像（漁の様子、夕陽など）を流すなど、視覚・聴覚で楽しめる空間 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 時期によって漁ができないときなど、魚介類の供給が途切れない状態の構築。 ・ 旬菜市など、地場生産体制の確立・育成、新規品種の育成検討。 ・ 仲買人・漁協との連携 ・ 鮮魚販売用設備（生け簀等）の設置検討、管理 ・ 冷凍保存（中長期）が可能な地場加工食品の開発サイクルの構築 ・ 広い売り場の確保 ・ イベントを年50回程度（ほぼ毎週末）実施できる体制の構築
	<p>【事業者ニーズ】（ヒアリングより）</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 鼠ヶ関港で水揚げされる豊富な海産物を販売したい、特に紅エビを推したい ● 温海地域の多種多品目な農産物の魅力等を発信したい ● 庄内、山形の特産品を取り揃えて販売したい <p>【利用者ニーズ】（意向調査より）</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 鼠ヶ関港で水揚げされる海産物を楽しみたい 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 鼠ヶ関港で水揚げされる魚介類を中心に、年間通して季節ごとに異なる「食」を楽しめること ➢ 利用者が自由に料理・時間・場所を選べ、訪問するたびに異なる食体験を楽しめること <p>⇒ 「フードコート」形式による飲食提供</p> <ul style="list-style-type: none"> ➢ メインターゲットは1～5人程度のグループに設定（出口調査より）するとともに、団体客の利用にも柔軟に対応できること ➢ <u>地元客が日常的に・気軽に立ち寄り出来ること</u> 	<p>『地元食材を活用した豊富な選択肢を誇るフードコートコーナー』</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 自分のスタイルで気軽に楽しめるフードコートスタイルの飲食施設 ・ 鼠ヶ関港で水揚げされた新鮮な魚貝類を提供する店や、三角そばを提供する店、あつみ豚を活用したファストフード店など、豊富な選択肢により何度利用しても飽きさせない空間 <p>『様々なニーズに対応可能な空間』</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 「新しい生活様式」における利用や、ペット同伴利用など、様々なニーズへの対応が可能な半屋外空間（テラス席、大屋根など） ・ 可動間仕切りの設置により、大人数の個室利用（集会、ツアー利用など）にも対応可能な空間 	<ul style="list-style-type: none"> ・ フードテナントの募集・選定 <p>※現案では海鮮、そば、ラーメン、ファストフード（ソフトクリーム、ジェラート、ハンバーガー、パン、コーヒー・喫茶）の用途で5件を想定</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 密にならないようイートイン可能なスペースの分散配置
飲食施設	<p>【事業者ニーズ】（ヒアリングより）</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 鮮魚・生鮮物の食品ロスを無くすために、飲食販売・加工販売の効率的な連携が図れるようにしたい <p>【利用者ニーズ】（意向調査より）</p> <ul style="list-style-type: none"> ● ここならではの郷土料理・創作料理を楽しみたい ● 様々なお店の料理から選びたい ● マイペースに、手早く自分の好きな場所・時間帯で食事を楽しみたい ● ゆっくり休めるカフェがほしい ● 集会利用・団体利用など、大人数での利用にも対応可能としてほしい 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 鼠ヶ関港で水揚げされる魚介類を中心に、年間通して季節ごとに異なる「食」を楽しめること ➢ 利用者が自由に料理・時間・場所を選べ、訪問するたびに異なる食体験を楽しめること <p>⇒ 「フードコート」形式による飲食提供</p> <ul style="list-style-type: none"> ➢ メインターゲットは1～5人程度のグループに設定（出口調査より）するとともに、団体客の利用にも柔軟に対応できること ➢ <u>地元客が日常的に・気軽に立ち寄り出来ること</u> 	<p>『地元食材を活用した豊富な選択肢を誇るフードコートコーナー』</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 自分のスタイルで気軽に楽しめるフードコートスタイルの飲食施設 ・ 鼠ヶ関港で水揚げされた新鮮な魚貝類を提供する店や、三角そばを提供する店、あつみ豚を活用したファストフード店など、豊富な選択肢により何度利用しても飽きさせない空間 <p>『様々なニーズに対応可能な空間』</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 「新しい生活様式」における利用や、ペット同伴利用など、様々なニーズへの対応が可能な半屋外空間（テラス席、大屋根など） ・ 可動間仕切りの設置により、大人数の個室利用（集会、ツアー利用など）にも対応可能な空間 	<ul style="list-style-type: none"> ・ フードテナントの募集・選定 <p>※現案では海鮮、そば、ラーメン、ファストフード（ソフトクリーム、ジェラート、ハンバーガー、パン、コーヒー・喫茶）の用途で5件を想定</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 密にならないようイートイン可能なスペースの分散配置

	アンケート・ヒアリング調査によるニーズ	そのために必要な施設の機能・考え方	施設概要・空間コンセプト	設計・運営に求める課題
情報発信施設	<p>【事業者ニーズ】</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 周辺のイベントと連携できるようにしてほしい ● 鼠ヶ関マリーナや魚市場に人を流す仕組みづくりがほしい <p>【利用者ニーズ】</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 道の駅に車を停めて、<u>ちょっとした散策やまち歩き</u>がしたい ● エリア内の<u>旬な観光情報</u>を入手したい ● 観光ガイドが常駐しており、<u>対面での観光案内</u>を受けたい 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ ネットでは手に入らない、「<u>ここならでは</u>」の情報が映像などから手に入れられること ▶ <u>鼠ヶ関マリーナ、魚市場などに足を伸ばして見たくなるような情報発信</u>が出来ること ▶ 観光コンシェルジュの配置により<u>上質な観光情報提供</u>が行えること 	<p>『<u>思わず寄り道したくなる観光情報を発信</u>』</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 地域精通度の高い観光コンシェルジュを配置し、利用者の様々なニーズに合った観光情報を提供 ・ インターネットでは手に入りにくい「<u>ここならでは</u>」の情報を提供（例：地元住民のみぞ知る夕陽の穴場スポット、周辺観光に役立つリアルタイムの情報 など） ・ 夕陽がキレイに見える場所などの観光PR映像を放映し、視覚的に立ち寄りを喚起する仕組み 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 旬な情報をリアルタイムで発信する仕組みづくり ・ 欲しい情報を素早く返せる仕組みづくり ・ <u>地域に人を散らばらせるための仕組みづくり</u>（映像、クーポンなど）
休憩施設	<p>【事業者ニーズ】</p> <ul style="list-style-type: none"> ● あつみ温泉の玄関口として、<u>温泉街への誘客に繋がるように足湯</u>があると良い <p>【利用者ニーズ】</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 足湯など、<u>旅の疲れを気軽に癒したい</u> ● 子どもが楽しめるような仕掛けが欲しい ● ペットを遊ばせられるスペースが欲しい 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ <u>温泉資源を最大限活用した気軽な癒し体験</u>ができること ▶ 体験から認知に繋げ、<u>人の流れを地域内に拡げること</u> ▶ <u>子どもが楽しめ、ペットが自由に遊べることで、「鼠ヶ関で一休み」することが目的となること</u> 	<p>『<u>鼠ヶ関で一休みすることが目的化する休憩施設</u>』</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 日浴道利用者が鼠ヶ関で気軽に休憩したくなる施設（例：足湯・サウナ）などの休憩施設 ・ 子どもが楽しめ、ペットが自由に遊べるような設備の設置 	<ul style="list-style-type: none"> ・ あつみ温泉からお湯を運ぶコストを掛けて足湯を行うかは運営事業者との協議が必要 ・ ソファ等休憩のための家具類の設置 ・ <u>子供が楽しめる遊具の設置検討</u> ・ 休憩施設内での災害発生時における対応の想定（何をするのか）
24hトイレ	<p>【事業者ニーズ】</p> <ul style="list-style-type: none"> ● トイレで人を呼び込めるようにしてほしい <p>【利用者ニーズ】</p> <ul style="list-style-type: none"> ● <u>綺麗で使いやすいトイレを整備</u>してほしい 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ <u>常に綺麗で清潔感に溢れ、「鼠ヶ関で休憩したい」と思わせる印象に残る空間</u>であること ▶ 掃除がしやすく維持管理がしやすいこと ▶ トイレ目的の利用者に<u>購買を促す動線の工夫</u> 	<p>『<u>人を呼び込めるトイレ</u>』</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 女性用にはパウダークォーターを設置 ・ 間接照明、地元産木材等を基調とした柔らかく落ち着いた空間 ・ 子ども連れにとっても利用しやすいキッズトイレを設置 ・ 男性が育児参加できるように、授乳室（女性専用）とオムツ替えスペース（男性も使用）を別々に設置 	<ul style="list-style-type: none"> ・ <u>デザイナーによるトイレ空間設計（特に女性目線）</u> ・ 維持管理・清掃頻度の設定
駐車場・外構	<p>【事業者ニーズ】</p> <ul style="list-style-type: none"> ● イベント開催が出来るイベント広場がほしい（屋根があると良い） ● <u>渋滞を起こさない駐車場アクセス</u>してほしい ● 防災拠点として整備してほしい <p>【利用者ニーズ】</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 歩行者が安全に利用できる駐車場にほしい ● 車中泊が出来るようにしてほしい ● <u>親水空間やアウトドア</u>を楽しみたい 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 朝市、夕市などの定期イベントや、地元イベントと連携して<u>地域の賑わいを創出・発信できるイベントスペース</u>があること ▶ 親水空間や広場空間などで<u>外遊び・アウトドア利用</u>ができること ▶ 駐車場レイアウトやサイン計画により、<u>場内の接触事故等がなく、安心して利用できること</u> ▶ <u>災害時の救援・復旧活動を想定した防災拠点となる平場</u>を確保できること 	<p>『<u>賑わいが外に溢れ出す半屋外空間／外構空間</u>』</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 朝市や夕市などのイベント利用や、周辺の鼠ヶ関川の親水空間との一体的なアウトドア利用を想定した広々とした外構空間（例：一部、屋根空間にするなど） ・ 夕陽と調和して写真映えするような、インターロッキングと芝生のメリハリある空間デザイン <p>『<u>事故発生を予防する分かりやすい駐車場施設</u>』</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 広い駐車場動線、駐車マスの確保 ・ サインの充実、接触事故に配慮した照明柱の配置 ・ 災害発生時など有事の際に防災拠点として活用できるような広い平場の確保、災害時に使える設備の設置 	<ul style="list-style-type: none"> ・ <u>冬季などに発生する西南西からの強風対策</u> ・ <u>デザイナーによるランドスケープ設計</u> ・ 県管理の鼠ヶ関川河川敷の一体整備 ・ 災害対応拠点としての利活用を想定した性能・機能の検討（車止めつけない・ヘリポートなど） ・ 出入口誘導する誘導員の配置

2-4. 新しい生活様式への対応の調査検討

2-4-1. 全国道の駅における新しい生活様式への対応

(1) 全国道の駅の目指す姿の整理

新型コロナウイルス感染症の蔓延により、国土交通省では、「道の駅 第3ステージ『地方創生・観光を加速する拠点』」（2020年～2025年）の取り組みに、「with コロナ」「after コロナ」を踏まえつつ本格化させる基本方針を持っている。

以下に、国土交通省において検討されている全国道の駅の目指す姿についての提言と、令和3年度における取組方針を整理した。

新「道の駅」のあり方検討会 (R元.11.18) 第3ステージ (2020年～2025年) ≪地方創生・観光を加速させる拠点≫	全国道の駅「連絡会」(R2.5.22) 全国道の駅の「ニューノーマル」を 見据えた進化
<p>「2025年」に目指す3つの姿</p> <p>①「道の駅」を世界ブランドへ</p> <ul style="list-style-type: none"> ・多言語対応やキャッシュレスの導入 ・海外や観光関係団体との連携 <p>②新「防災道の駅」が全国の安心拠点に</p> <ul style="list-style-type: none"> ・地域防災：BCPの策定 ・広域防災：防災道の駅 <p>③あらゆる世代が活躍する舞台となる 地域センターに</p> <ul style="list-style-type: none"> ・子育て支援 ・地域活性化プロジェクト ・大学等との連携企画の実施 	<p>①道の駅の継続的な営業のための緊急支援</p> <ul style="list-style-type: none"> ・お客様や職員双方が安心して利用できる環境の再整備や顧客動線の見直し <p>②新たな生活様式に対応した「インフラの強化」</p> <ul style="list-style-type: none"> ・キャッシュレス化の徹底と通販・EC化の早期実現 <p>③感染症対策にも対応するサステナブルな「防災道の駅」の整備</p> <ul style="list-style-type: none"> ・自然災害、感染症対策としてBCPの策定、マスクや消毒液の常備、備蓄および一部販売の検討 <p>④オンライン等を活用した活性化</p> <ul style="list-style-type: none"> ・5Gを道路管理者が整備し、平時は地域住民の生活コミュニケーション拠点として活用すべき <p>⑤推進体制の確立</p> <ul style="list-style-type: none"> ・先導的に遂げられる体制作り、公的支援、民間支援の集中による成功事例の横展開

■ 令和3年の取組方針

<p>1. ニューノーマル対応</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ <u>ニューノーマル対応</u>にも資する「キャッシュレス・ECの導入」を加速 ・ 個々の状況を踏まえ、<u>after コロナに向けての対応（多言語化等）</u>も実施
<p>2. 防災拠点化</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ <u>コロナ下において災害に備えることの重要性はさらに増している</u>との認識の下、防災拠点化の取り組みを加速
<p>3. 地域センター化</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ <u>コロナ下でも安定した場を提供できる道の駅の公共性</u>を活かして、多様な主体の活動を下支えする取組みを積極的に実施

(2)全国道の駅における具体的な取り組み事例

新型コロナウイルス感染症の拡大に伴い、全国の道の駅では様々な取り組みが行われてきた。

以下に示すとおり、新型コロナウイルス感染症への対策として、「消毒液の設置」や「飛沫防止シート等の設置」、「施設内の定期的な換気」、その他感染対策の広報・周知に取り組んだ道の駅が全国の9割以上を占める結果となっている。

これらの対策は、既存の道の駅の建物・設備をそのまま活かした状態で、感染リスクを低下させるための取り組みである一方、新たに「電子決済の導入」を行った道の駅が約6割（56.1%）を占めるなど、道の駅の建物・設備についても、「新しい生活様式」へ対応しようとする試みが見られる。

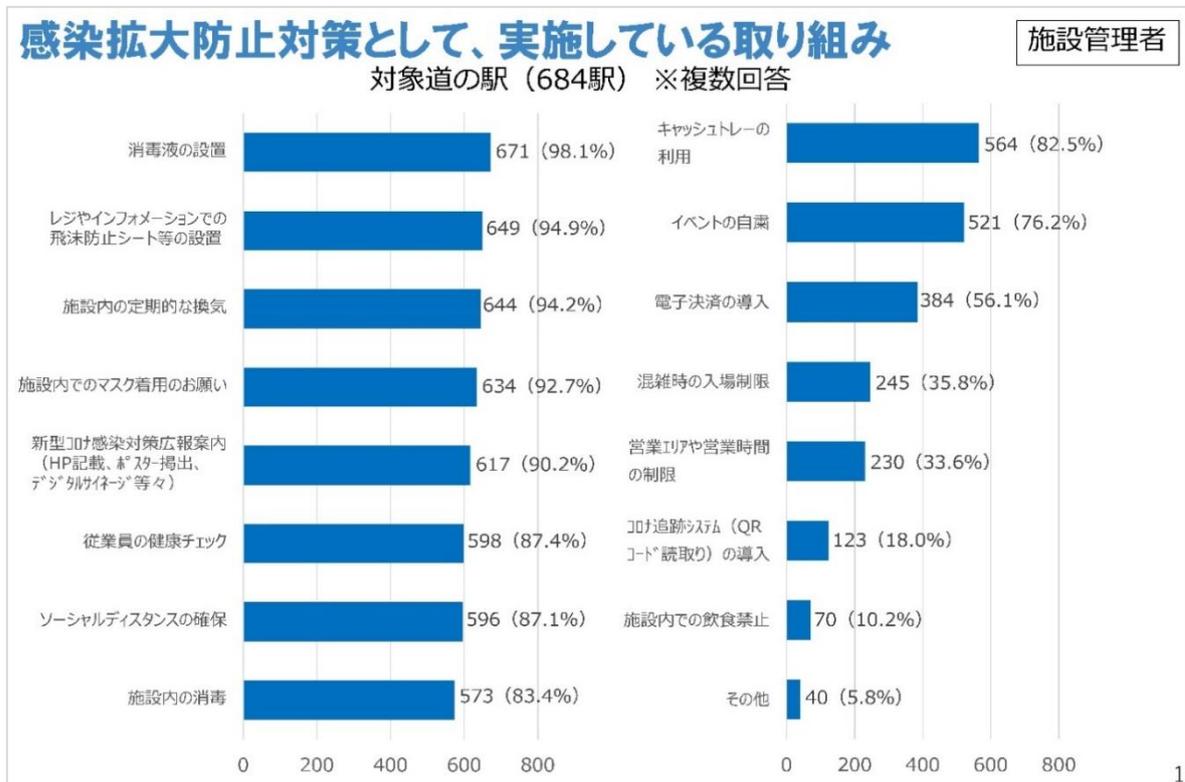


図 2. 16 全国道の駅で実施されている感染症対策

出典：「道の駅」第3ステージ推進委員会「道の駅における新型コロナウイルス感染症対策の取組」

2-4-2. 利用者ニーズの整理

2-2-2. で示した WEB アンケートの結果より、「新しい生活様式」における道の駅の利用者ニーズについて整理する。

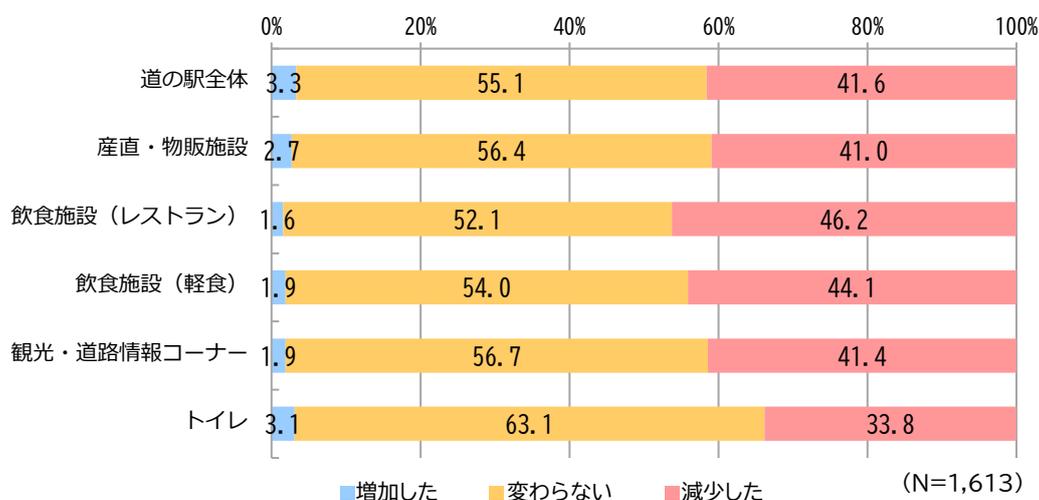
(1) コロナ禍における道の駅利用の実態

WEB アンケートの回答結果を見ると、道の駅施設全体については、利用頻度が「減少した」と回答した方が約4割を占めており、特に飲食施設（レストラン）の利用頻度が減少したと回答した方が最も多い。

収益部門（産直・物販施設、飲食施設）に限れば、産直・物販施設の利用頻度が最も変化なく推移した結果となっており、道の駅における買い物利用のニーズは、「新しい生活様式」においても変わらず高いものと想定される。

また非収益部門に関しては、トイレの利用頻度が「変わらない」と回答した方が約6割以上を占めており、「新しい生活様式」においても、道の駅のトイレ利用のニーズは変わらず高いものと想定される。

■新型コロナウイルス感染症による道の駅の施設・コーナーの利用頻度の変化



	増加した	変わらない	減少した
道の駅全体	53人 (3.3%)	889人 (55.1%)	671人 (41.6%)
産直・物販施設	43人 (2.7%)	909人 (56.4%)	661人 (41.0%)
飲食施設(レストラン)	26人 (1.6%)	841人 (52.1%)	746人 (46.2%)
飲食施設(軽食)	30人 (1.9%)	871人 (54.0%)	712人 (44.1%)
観光・道路情報コーナー	31人 (1.9%)	915人 (56.7%)	667人 (41.4%)
トイレ	50人 (3.1%)	1,017人 (63.1%)	546人 (33.8%)

(2)「新しい生活様式」において求められる道の駅の機能

「新しい生活様式」における道の駅の取り組みとしては、「消毒液の設置」「換気の徹底・見える化」「検温システムの設置」など、これまで全国の道の駅で実施されてきた感染症対策の継続的な実施を望む意見が多い。

その一方で、「キャッシュレス決済の導入・運用」や、「距離（ソーシャルディスタンス）を保つための工夫」、「施設の混雑具合の見える化」といった感染症対策に配慮した道の駅の設備導入や、「半屋外空間の活用」といった感染症対策に配慮した空間の在り方を求める意見も多く得られた。

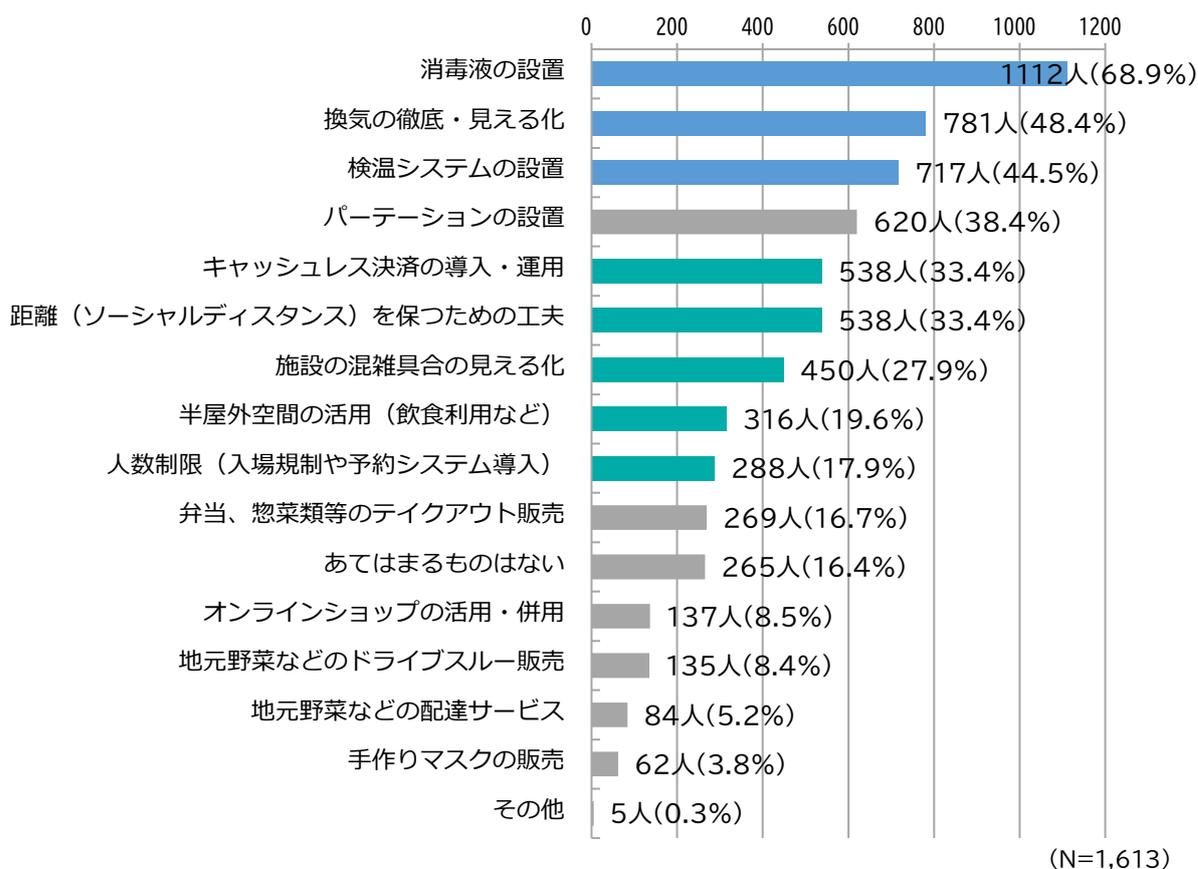


図 2. 17 「新しい生活様式」における道の駅の取り組みとして望ましいもの

2-5. 需要予測及び施設規模の決定

新たな道の駅の一般的な需要予測を行い、整備すべき施設規模を設定した。なお、需要予測は、主たるターゲットを設定し、利用者数、立寄り率、売上高等を試算し、施設規模は、駐車場、休憩施設、情報発信施設、地域連携施設等の面積を算出している。

2-5-1. 将来の目標の設定

(1) 周辺にある道の駅の概要

周辺にある、同種の道の駅として旧一級国道、及び高規格道路沿いにある近隣の道の駅をについて以下のとおり概要を整理した。

①道の駅 鳥海(道の駅あつみから約1時間)

- 1997年4月登録(1997年オープン)
- 駐車場規模：小型車197台、大型車12台
- 前面交通量(国道7号)：11,180台日
(大型車混入率29.0%)

【現道の駅の特徴】

- ・ JF 婦人部による浜食堂、直売所がキラーコンテンツ。
- ・ 年間213万人(令和元年)が利用する人気の道の駅。
- ・ 複数のフードテナントが入っているほか、旬の食材カレンダーの提示や、年間を通したイベントを実施しており、飽きられないための試みが施されている。



図 2. 18 道の駅鳥海「くらっと」

写真出典：全国道の駅連絡協議会 HP

② 道の駅 朝日(道の駅あつみから約 40 分)

- 1993 年 4 月登録
- 駐車場規模：小型車 238 台、大型車 20 台
- 前面交通量 (国道 7 号 (H27))：8,237 台日
(大型車混入率 34. 9%)

【現道の駅の特徴】

- ・内陸部にある道の駅で海産物より農産物に強みがある。
- ・「朝日みどりの里」の一部として立地しており、物産館のほか、温泉、プール、宿泊施設等といった様々な施設が隣接している。



図 2. 19 道の駅「朝日」

写真出典：全国道の駅連絡協議会 HP

③ 道の駅 米沢（道の駅あつみから約2時間半）

- 2017年11月登録（2018年4月オープン）
- 駐車場規模：小型車198台、大型車30台
- 前面交通量（国道13号（H27））：20,104台日

（国道13号 大型車混入率13.9%）

【現道の駅の特徴】

- ・重点道の駅に指定されており、全国「道の駅ランキング」2年連続TOP10入り（2019、2020年）。
- ・年間203万人（令和元年）が利用する道の駅。
- ・米沢牛を活用した様々なメニューをはじめ、山形蕎麦やフルーツ等、郷土食豊かなグルメが人気である。



図 2. 20 道の駅「米沢」

写真出典：全国道の駅連絡協議会 HP

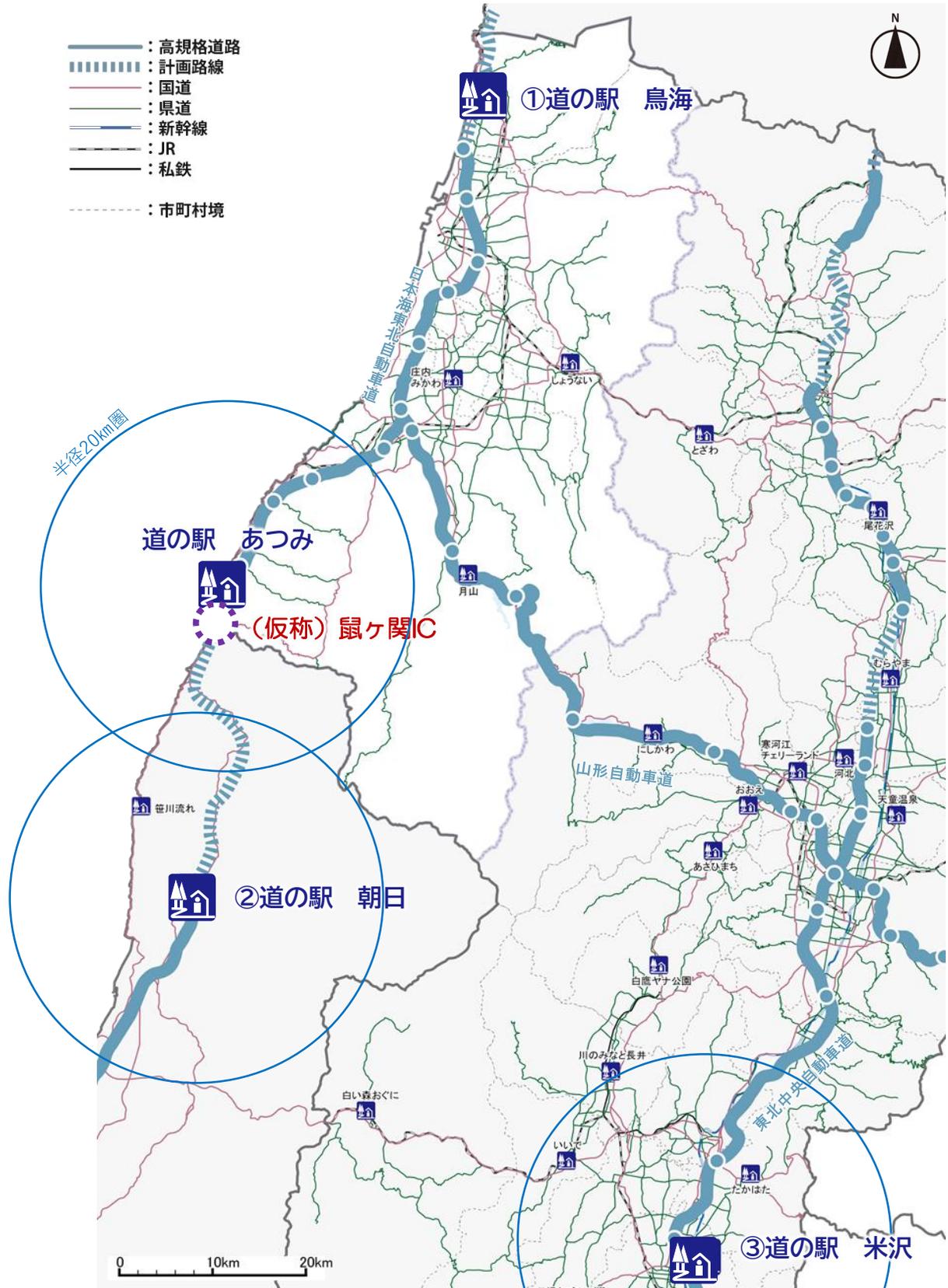


図 2. 21 道の駅 分布図

(2)将来目標の設定

道の駅あつみ周辺の類似道の駅について、市場環境（前面日交通量・100 km圏内（車で2時間圏内）人口）と売上高の関係性を図のとおり整理した。

新道の駅あつみでは、日沿道開通により将来交通量が増加（5,887台日（国道7号）⇒10,600台日（日沿道）へ約1.8倍増）することを考慮し、同様の条件（100 km圏内・交通量）となる道の駅Aに近い約5億円の売上高達成を目標とする（案）。

- 目標売上高 5億円/年
 - ①産直・物販 3.5億円/年
（m²単価 60～80万円前後）
 - ②飲食関係 1.5億円/年
（m²単価 50～60万円程度）
 - ③その他（提案による）
- 目標入込客数 70万人/年
レジ通過 35万人/年

高規格道路IC付近道の駅の市場環境と売上高の関係

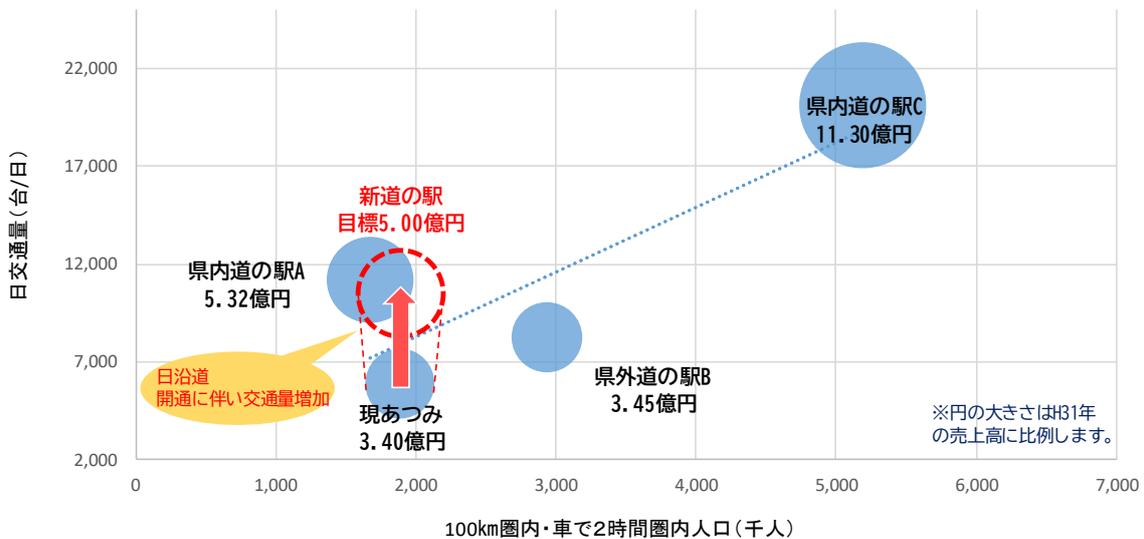


図 2. 22 周辺道の駅との比較を踏まえた将来目標の設定

資料：各道の駅へのヒアリング結果より

2-5-2. 駐車場施設規模の算定

(1) 駐車マスの算定方法

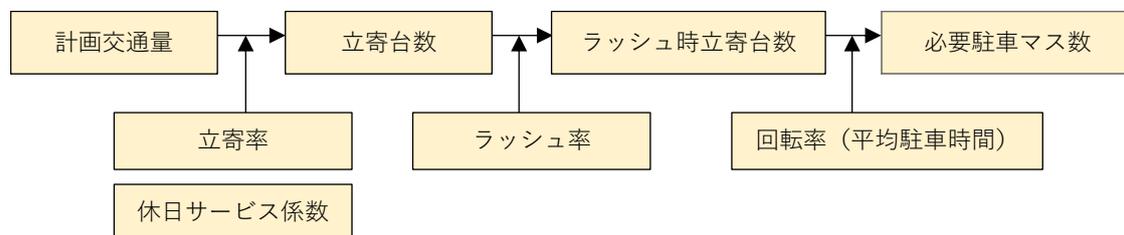
道の駅の駐車マス数の算定方法は国土交通省からの以下の通達に準ずることとする。

【道の駅登録・案内要綱（H5年～）】（道路局長通知）
 <施設構成>
 ㊦. 休憩目的の利用者が無料で利用できる十分な容量の駐車場と清潔な便所を備えるとともに、それらの施設及び施設間を結ぶ主要な歩行経路のバリアフリー化が図られていること

【道の駅登録・案内要綱の当面の運用方針（H5年～）】（評価室長通知）
 <施設構成>
 1. 十分な容量の駐車場とは、交通量・立地条件・施設内容等に応じて利用需要に対応できると認められるもので、駐車台数概ね20台（大型車用は2台分に換算）以上のものとする。

【直轄事業における「道の駅」（一体型）の整備及び維持管理について（H24年～）】
（国道・防災課課長補佐通知）
 「道の駅」の休憩施設等の規模について、原則、日本道路公団設計要領を準用し、本線交通量及び地域特性を考慮の上、道路管理者が整備すべき範囲について適切に計画を行うこと。

上記の通達等を踏まえ、日本道路公団設計要領（東日本高速道路株式会社発行休憩施設設計要領（H17.10））より以下の算定式にて、駐車マス数を求める。



- ① 計画交通量：R12年推計値となる将来交通量（14,300台/日 日沿道106百台/日+R7号37百台/日）を設定、H27年センサスより大型車混入率32.0%とし台数を区分（小型車 9,730台/日、大型車 4,570台/日）
- ② 休日サービス係数：年平均日交通量Q（14,300台/日）より1.40と設定

表 2.2 サービス係数

年平均日交通量Q（両方向：台/日）	サービス係数
0 < Q < 25,000	1.4
25,000 < Q < 50,000	1.65 - Q × 10 ⁻⁵
50,000 < Q	1.15

出典：「休憩施設設計要領（H17）/東日本高速道路株式会社 P26

③ 立ち寄り率、ラッシュ率、回転率：日本道路公団設計要領より設定

表 2. 3 車種別立寄率、ラッシュ率、平均駐車時間 (SA)

車種	SA値			
	立寄率	ラッシュ率	平均駐車時間 (分)	回転率
小型車	0.175	0.10	25	2.4
大型バス	0.25	0.25	20	3
大型貨物車	0.125	0.075	30	2

出典：「休憩施設設計要領 (H17) / 東日本高速道路株式会社 P26

(2) 駐車マス数算定結果

駐車マスの算定結果は以下のとおり。

表 2. 4 駐車マス算定表 (日本道路公団設計要領より算定)

数値名称		数値		備考
		小型車	大型貨物車	
計画 交通量	国道 7 号	2,517	1,183	各道路における大型車混入率は、「一般国道 7 号:31.59%、日沿道:31.59%」(R12 年将来交通量推計値より)を使用。
	日沿道	7,213	3,387	
立寄率		0.175	0.125	基準値: 「休憩施設設計要領(H17.10)/東日本高速道路株式会社」P28
サービス係数		1.40		平均日交通量から年間 365 日のうち 35 番目程度の交通量を求める係数
ラッシュ率		0.10	0.075	基準値: 「休憩施設設計要領(H17.10)/東日本高速道路株式会社」P28
平均駐車時間		25	30	基準値: 「休憩施設設計要領(H17.10)/東日本高速道路株式会社」P28
回転率		2.4	2	基準値: 「設計要領第 6 集 建築施設編(H30.7)/東日本高速道路株式会社」P14
駐車 マス数	国道 7 号	25	7	・「計画交通量×立寄率×サービス係数×ラッシュ率÷回転率」により算定 ・一般国道 45 号、三陸沿岸道路それぞれの計画交通量ごとに必要駐車マスを算定。その合計値を道の駅全体の必要駐車マスとして設定。
	日沿道	73	22	
	合計	98	29	

小型車 98 台 大型車 29 台 とする

※①二輪車用駐車マス、②EV 用駐車マス、③身体障がい者用駐車マス、
④婦人用駐車マスは別途計上

(3)その他 駐車マス数算定結果

1)二輪車専用駐車場

二輪車専用駐車場は、「設計要領第六集 建築施設編」に基づき算出する。

表 2. 5 二輪車専用駐車マス数

区分	計画交通量（台/日）	二輪車駐車台数（台）
SA	30,000台以上	8
	30,000台未満	4
PA	全箇所	4

算定の結果、二輪車専用駐車場4台（小型車1台分）の駐車スペースとなるが、日本海沿岸国道7号はツーリング利用者の需要が特に高い地域であり、4台では需要を満たせない可能性も懸念されることから、二輪車専用駐車場8台分＝小型車専用駐車場4台分とする。

自動二輪車専用駐車場＝計8台（小型車4台分）とする。

2)電気自動車(EV車)充電駐車場

電気自動車（EV車）専用の充電駐車場については、「駐車場等への充電施設の設置に関するガイドライン（H24年6月）/国土交通省都市局」に基づき算出する。

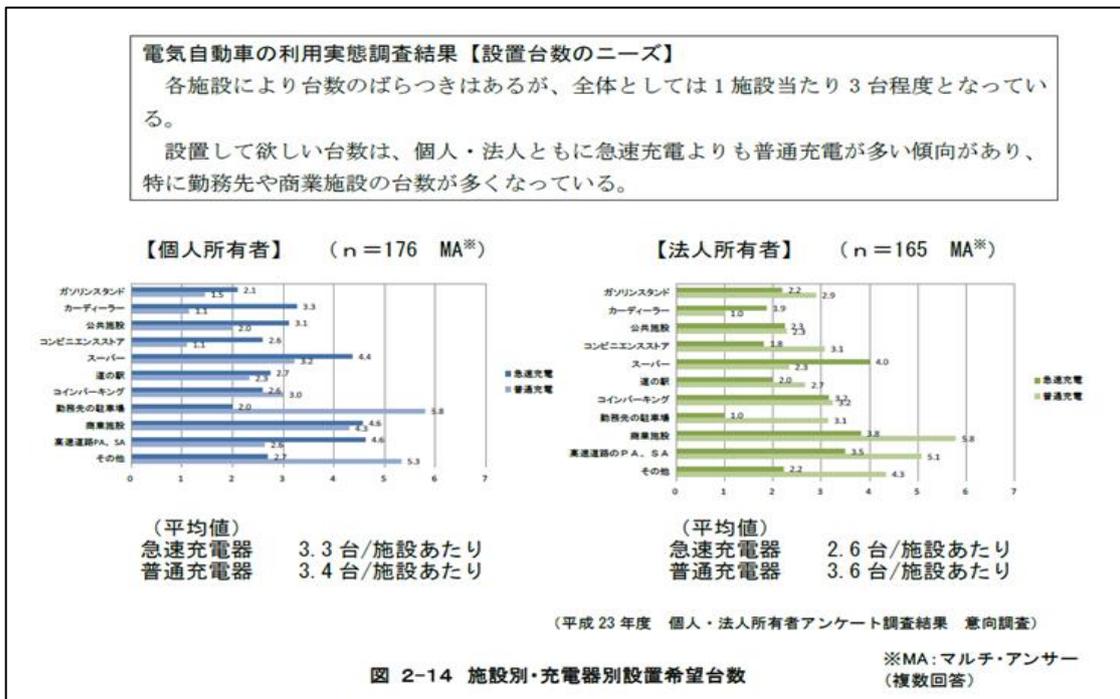


図 2. 23 電気自動車の利用実態調査結果【設置台数のニーズ】

出典：「駐車場等への充電施設の設置に関するガイドライン（H24年6月）/国土交通省都市局」P. 28

ガイドラインでは、「電気自動車の利用実態調査」により、1施設あたり3台程度と整理されていることから、電気自動車（EV車）充電駐車場＝3台とする。

電機自動車（EV車）充電駐車場＝計3台とする。

3)身体障がい者用駐車場の算定

身体障がい者用小型駐車マス数は、「東日本高速道路株式会社設計要領第六集 建築施設編」に基づき算出する。

表 2. 6 身体障がい者用小型駐車マス数

駐車ますの区分	身体障がい者用小型駐車マス数算定式（台）
全小型車駐車マス数 = <200	全小型車駐車マス数×1/50以上
全小型車駐車マス数 > 200	全小型車駐車マス数×1/50+2以上

※大型・小型兼用駐車ますの場合は小型車換算して計上する

出典：「設計要領第6集 建築施設編（H30. 7）／東日本高速道路株式会社」 第1編P29

最大駐車マス数 127台<200台より、

身体障がい者用小型駐車マス数=127×1/50=2.54≒3=3台とする。

4)婦人用駐車スペース(ママスペース)

子育て応援施設として、婦人用駐車スペースを確保する。駐車台数の設定基準は無いため、身障者用駐車スペースと同等の規模＝7台とする。

婦人用駐車スペース＝身体障害者用小型駐車マス数＝3台とする。

5)必要駐車ます数のまとめ

本施設の必要駐車ます数は、以下のとおりとする。

必要駐車規模：小型車 98台、大型車 29台

自動二輪車用 8台、EV車用 3台、身障者用 3台、婦人用 3台

2-5-3. 建築施設規模の算定

(1)道路休憩施設

1)24hトイレ 200 m²

車種別駐車台数より、「東日本高速道路株式会社 設計要領(第六集建築施設編)(H30年7月)」に従いトイレ規模の算出を行った。算定では合計153.5 m²となるが、前室の設置や24時間トイレへの要望・期待感を踏まえ、切り上げて200 m²とする。

2)道路・観光情報コーナー 170 m²

道路利用者のための24時間利用可能な休憩施設として、道路交通情報の発信などを行うスペースを設置する。「東日本高速道路株式会社 休憩施設設計要領(H30年7月)」より、面積を170 m²とする。

リアルタイムで道路情報や気象情報を発信できるようなモニター画面の設置を想定しており、入口と24hトイレを結ぶ動線上にモニター設置を想定する。

また、道路利用者、観光客、地元住民に対して、有益な道路情報や周辺の観光情報を提供する。

3)子育て関連施設(キッズスペース) 20 m²

赤ちゃん連れにやさしい空間づくりガイドブック(福島県保健所福祉児童家庭課)より算定(3.5m×5.5m)する。授乳室として2~3人の利用を想定して、20 m²を確保し、その他、待合室、おむつ替えスペースを見込む。男性もおむつ替えのために利用することを想定し、授乳室との動線を分けるなど留意が必要なため、余裕のある設定とする。

(2)地域振興施設

1)産直・物販施設 420 m²

道の駅整備事例に基づく面積をもとにユニバーサルデザインにも配慮し420 m²程度とした。先進事例等を調査したうえで利用者のニーズに合わせた施設を整備する。

あつみかぶなどの新鮮な地野菜、鼠ヶ関港直送の鮮魚販売、庄内地方・新潟村上地方など広域の産品を販売できる広い売り場となる。

なお、観光情報コーナーや共用廊下スペース等も売り場として有効活用することも想定した拡張性のあるレイアウト計画とすることで、書き入れ時における売り場面積の確保も可能とすることを目指す。

2)バックヤード 200 m²

バックヤードの面積は、産地直売施設(420 m²)の4割程度の面積である200 m²を確保する。また、品卸や発送作業が容易に行えるよう、一般客の動線と分けて整理する。

また、従業員の方々の休憩スペース、更衣スペース、ロッカー等を設置する。

3)事務室 100 m²

従業員8名程度の着座作業を執り行えるような規模、8 m²/人とします。従業員事務机8基に加え、コピー機・書棚・応接スペース等を考慮する。さらに、放送設備や各種設備の操作盤等の機

械スペースも含めた十分な広さを確保する。

4) 飲食施設(フードコート) 215 m² + フードテナント厨房 125 m²

需要予測案から整理した必要な面積を、厨房を含み、340 m²とした。

フードコートは、1.6 m²/人から、約100席以上確保可能な広さとなる。

半屋外(広場等)空間を有効に活用し、感染症対策を考慮した分散配置を可能とする。フードコート式のフードテナントとし、厨房のみの面積として1店舗あたり25 m²程度の5店舗を想定する。

なお、テナント内容によっては20 m²、30 m²と、面積規模を分けることも想定される。

5) 共用廊下スペース 250 m²

各施設機能を繋ぐ共用廊下スペース・風除室等となる。感染症対策を考慮し、余裕のある通路幅等を確保する。

(3) 建築施設規模のまとめ

建築施設規模は以下のとおりとする。

なお、下表は次章で整理するサウンディング調査の結果を踏まえた内容となっている。

収益が発生する商床面積の比率(レントابل比)は56%となる。

表 2.7 建築面積(ヒアリングを踏まえて更新)

施設機能	計画面積(m ²)	備考
24hトイレ	200	計画(SA観光部)で算定、現状より男子WC規模縮小 男:小6器 大4器 手洗い2器、女:大19器 手洗い4器・パウダー6器 多目的WC
情報コーナー	170	24時間開放を90m ² 、重複利用を80m ² と整理
子育て関連施設	20	授乳室・おむつ替えスペース等
産直・物販	420	情報コーナーの重複利用も活用可能とする
バックヤード	200	産直・物販の4割程度
フードコート	215	厨房×3の規模を設定、1.6m ² /人⇒密で200人規模 ただし広場利用を考慮し△160m ² とする。
厨房	125	テナント5店舗×平均25m ² と想定
事務室	100	休憩室含む
共用部	250	風除室・廊下等
合計	1,700	レントابل比 = 56%

(4)その他付帯施設

1)自家発電設備

災害時の停電に備え、自家発電設備を設置する。

なお、防災倉庫については、近隣の鼠ヶ関小学校に設置済みであることから、本施設では設置しないこととする。

2)貯水槽

道の駅の日常の運用を考慮し、貯水槽を設置する。また、災害時の給水拠点（生活用水、防火用水）として活用することも想定し、耐震性等を考慮した性能の設備とする。

3)多目的広場・防災調整池

① 多目的広場

青空テント市やフリーマーケット等、大漁旗フェスティバル等の特色あるイベントや季節の風物詩となる様々なイベントができるよう広いスペースを確保する。鼠ヶ関川の親水エリアと一体的な空間となるように配置（要河川協議・市道協議）するとともに、ペット連れの利用者に配慮したエリア、子供が走り回れるようなエリアなど、様々な賑わいが期待される空間とする。

大漁旗フェスティバルとして、屋台用（運動会テント（2×3間）×5張り程度）を想定し、海産焼き物、焼きそばなど、えび汁、ドリンクなどを販売する。

② 防災調整池

調整池は、本事業による開発及び起業地の雨水排水計画上欠くことのできないものである。「山形県河川流域開発に伴う雨水排水対策指導要綱」に基づき整備が求められる、30年に1度の確率で起こることが想定される雨量に対して、雨水を一次貯留する施設となる。

今回の道の駅整備による開発面積（ $A=2.1\text{ha}$ ）に対して、その流末は鼠ヶ関川側の流末 F （許容通水量 $0.111\text{m}^3/\text{s}$ ）となる。算定の結果、調整池容量は約 $1,009\text{m}^3$ （ 815m^3 ）となる。最深部約 160cm （ 120cm ）の水深とし、日常利用を考慮した、広場と一体的な空間となるような防災調整池を計画する。

4)市道中道奥田線

道の駅への物資搬入動線として、鼠ヶ関川河川堤防沿いの市道である、中道奥田線を再整備する。幅員は 3.0m 程度とする。

5)鼠ヶ関川親水護岸

道の駅多目的広場と一連の賑わい空間とするため、鼠ヶ関川親水護岸を整備する。鼠ヶ関川は山形県管轄の二級河川であり、今後、山形県との協議により、かわまちづくり計画の立案などを踏まえながら具体的な整備内容について検討を進める。

なお、当計画敷地においては、海への眺望を確保することは困難となっているが、本施設は海に繋がる散策路、及び、将来的には対岸へ移動できるようにすることで、鼠ヶ関小学校のある高台からの眺望動線を確保するなど、将来的にハンデを克服するための施設となり得るものとして期待される。

2-6. 施設概略設計

整備予定地全体のレイアウト案、コンテンツ・導入機能を基に、建築敷地内の施設の標準的なレイアウト案、及び概算事業費を整理した。

本業務における完成イメージパースを以下のとおり作成した。



図 2. 24 鳥瞰イメージ案

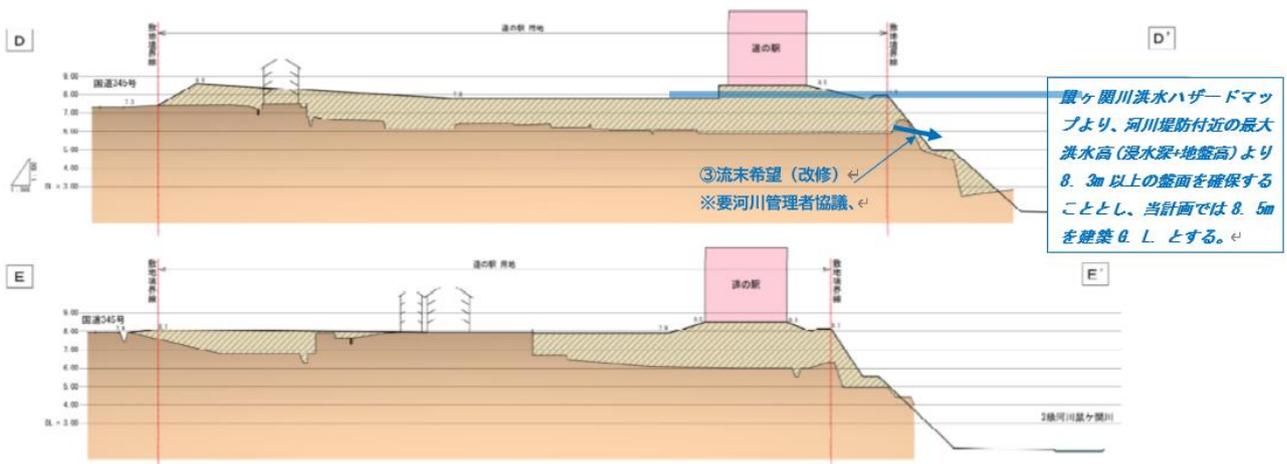


図 2. 25 事業予定地における断面イメージ

本事業の概算事業費を次のとおり整理する。

表 2. 8 概算事業費まとめ

	事業名（仮称）	概算事業費（税込）
1	盛土造成事業	851,000 千円
2	道の駅整備事業（駐車場・建築）	1,883,200 千円
3	市道整備事業	27,956 千円
4	親水護岸整備事業	133,275 千円
	合計	2,895,431 千円（28.95 億円）

2-7. 整備効果の検討

新たな道の駅の移転整備による効果について整理した。

2-7-1. 新道の駅整備による直接的効果

(1) 現道の駅における経済効果の想定

現道の駅の損益計算書より、地元経済効果を以下のとおり約 1.38 億円と算定した。

表 2.9 地元経済効果（現状）（H27～R1 年平均）

■ 地元経済効果

	効果(千円)	割合	備考
一次製品の販売	20,827	15.1%	産直売上の80%
地場加工製品等の販売	36,690	26.6%	物販売上の18%(原価率6割,地元産比率3割※想定)
飲食における食材調達費	12,160	8.8%	飲食売上の9%(原価率3割,地元産比率3割※想定)
人件費	67,192	48.7%	延 42 人ほど ※想定
法人税	1,055	0.8%	法人市民税 8.4%
施設使用料(自治体納付金)	0	0.0%	※イベント収益・広場施設利用等は加味していない
経済波及効果	137,925	100.0%	

なお、以下の想定による。

① 一次製品の販売による効果

…産直手数料率 80%として、その原価相当は生産者の売上になるため経済効果として算定した。

② 地場加工製品等の販売

…物販原価率を 60%、地元産比率を全体の 30%と想定し、物販売上高の 18%相当を地元経済効果と算定した。

③ 飲食における食材調達費

…飲食原価率を 30%、地元産比率を食材全体の 30%と想定し、飲食売上高の 9%相当を地元経済効果と算定した

④ 人件費

…パート・アルバイトを含む従業員全体の雇用コストとして、一人当たり 1,600 千円と想定し、売上高より延 42 人の雇用を見込み、その額を地元経済効果と算定した。なお、クアポリス温海(株)の損益計算書によると、給与手当・賞与・退職金・雑給・法定福利費・福利厚生費の合計は 51,951 千円（H27～R1 年 5 ヶ年平均）であり、それにテナント分の人件費を加味した額相当となる。

⑤ 法人税

…法人市民税率 8.4%として、営業利益に乗じた額を地元経済効果と算定した。

⑥施設使用料（自治体納付金）

…道の駅で得た収益の一部を自治体納付金として納入する額を地元経済効果として算定した。なお、現道の駅温海では、施設使用料は支払わない契約となっている。

(2)新道の駅を整備することによる経済効果の想定

本事業では道の駅の需要予測として、売上高5億円を目標値として設定している。その目標を達成するために、交通量・観光客数・消費単価・レジ通過率などの変動係数（パラメータ）の増減率の目標値を以下のとおり設定した。なお、ここでの増減率はあくまで目標値であり、このとおりになると確約されるものではないことに留意されたい。

表 2. 10 売上高を構成する変動係数（現況想定・将来目標）

■ 現況想定		■ 将来目標			
	パラメータ	パラメータ	増減率	考え方・方針	
交通量(H27)	5,887台日	推計交通量(R12)	10,600台日	1.8	交通量増に比例して入込増を想定
平日地元客利用率	44.115人	平日地元客利用率	66.172人	1.5	平日の地元利用を増やす
平日観光客利用客	92.296人	平日観光客利用客	138.444人	1.5	平日の観光利用を増やす
休日地元客利用客	10.804人	休日地元客利用客	10.804人	1.0	休日の地元利用はそのまま
休日観光客利用客	226.031人	休日観光客利用客	484.611人	2.1	休日の観光利用を促進する
合計	373.245人	合計	700.030人	1.9	
A 地元客消費単価	1,970円	A 地元客消費単価	2,000円	1.0	現況は高めなので、それを維持
A 観光客消費単価	1,850円	A 観光客消費単価	2,000円	1.1	現況は高めなので、それを維持、やや上昇
A レジ通過率	30%	A レジ通過率	25%	0.8	
産直物販 小計	211,849千円	産直物販 小計	350,000千円	1.7	
B 地元客消費単価	800円	B 地元客消費単価	800円	1.0	現況より100円UP
B 観光客消費単価	750円	B 観光客消費単価	1,100円	1.5	現況より、高付加価値飲食により単価UP
B レジ通過率	25%	B レジ通過率	7%	0.3	高価格帯化に伴いレジ通過率は減少を想定
飲食(重食×1) 小計	69,783千円	飲食(重食×1) 小計	49,298千円	0.7	じっくりおもてなしサービスを展開
C 地元客消費単価	420円	C 地元客消費単価	500円	1.2	現況より80円UP
C 観光客消費単価	700円	C 観光客消費単価	750円	1.1	現況より50円UP
C レジ通過率	27%	C レジ通過率	20%	0.7	入込増に伴い例示通過率が減少を想定
飲食(軽食×4) 小計	65,328千円	飲食(軽食×4) 小計	100,397千円	1.5	高回転率の気軽なサービスを展開
売上高	346,960千円	売上高	499,695千円	1.4	
レジ通過人数	305千人	レジ通過人数	380千人	1.2	

売上高5億円となった場合の損益計算書を以下のとおり想定する。

産直部門の売上は70,000千円、物販部門の売上は279,990千円、産直・物販の合計は349,990千円と現状の1.7倍とした。なお、産直部門について、現状ではない水産物の取り扱いを目指していることを反映している。JF庄内・念珠関支所のR2年漁獲高は575,341千円と、酒田支所に次ぐ2番目に多い港である。仮に農産物の売上高を20,000千円とした場合、水産物に期待される売上高は50,000千円となり、漁獲高の1割程度の金額となる。(※漁獲高は販売原価に相当するため、実際に求められる漁獲高はさらに低いと考えられる)

飲食については、重食1件49,300千円、軽食4件100,400千円として合計149,700千円と現状の1.1倍とした。産直・物販の売上の延ばし、飲食は現状の運営で得ている賑わいを維持するような経営を想定している。

表 2. 11 新道の駅温海 損益計算書 (想定)

	R9～R14 想定5カ年平均	割合	備考
産直	70,000	14%	現状の約2.7倍
物販	279,990	56%	現状の約1.4倍
産直・物販 小計	349,990	70%	現状の約1.7倍
飲食(重食×1)	49,300	10%	現状の約0.7倍 フードコート化に伴い
飲食(軽食×4)	100,400	20%	—
飲食 小計	149,700	30%	現状の約1.1倍
道の駅売上高計	499,690	100%	現状の約1.4倍
施設利用料	12,000	2.4%	飲食売上対比率 20万円×5店舗×12か月
受託料	0		指定管理料率はサービス購入料として別途計上
売上高計	499,690		産直・物販・飲食計、施設使用料は入れない
売上原価	273,834	55%	事例等より想定
一般管理費	183,300	37%	テナント施設使用料含む
営業利益	42,556	9%	
営業外損益	3,000		イベント収益等、想定で過去平均値より切上
特別損益	0		
自治体納付金	19,241		※5000円/㎡+売上高の3%
経常利益	26,315		
法人税等	9,016	34%	※実効税率(法人税・地方法人税・法人事業税・特別法人事業税・法人県民税・法人市民税)
当期純利益	17,300		

施設使用料は12,000千円としている。これは飲食のテナント料相当となり、月20万円程度と想定している。

売上原価は、施設全体で55%とした。

一般管理費は、施設全体で37%とした。(※売上高は増えるほど、人件費等の融通が利きやすくなり(コストコントロール)、一般管理費は圧縮することが見込まれる。)

自治体納付金は、5,000円/㎡を固定費にし、売上高変動制として売上高の3%を計上した。(※詳細は次章に記述)

以上を踏まえ、新道の駅整備による地元経済効果を約 2.38 億円と算定した。

表 2.12 地元経済効果（将来・想定）（R9 年～）

■ 地元経済効果

	効果(千円)	割合	備考
一次製品の販売	55,999	23.5%	産直売上の80%
地場加工製品等の販売	100,797	42.3%	物販売上の36% (原価率6割 地元産比率6割)
飲食における食材調達費	29,904	12.6%	飲食売上の20% (原価率約3割 地元産比率6割)
人件費	29,904	12.6%	延 61 人ほど
法人税	2,210	0.9%	法人市民税 8.4%
施設使用料（自治体納付金）	19,241	8.1%	※イベント収益・広場施設利用等は加味していない
経済波及効果	238,055	100.0%	

なお、以下の想定による。

①一次製品の販売による効果

…産直手数料率 80%として、その原価相当は生産者の売上になるため経済効果として算定した。

②地場加工製品等の販売

…物販原価率を 60%、地元産比率を全体の 60%と想定し、物販売上高の 36%相当を地元経済効果と算定した。

③飲食における食材調達費

…飲食原価率を 30%、地元産比率を食材全体の 60%と想定し、飲食売上高の 20%相当を地元経済効果と算定した。

④人件費

…パート・アルバイトを含む従業員全体の雇用コストとして、一人当たり 1,600 千円と想定し、売上高より延 61 人の雇用を見込み、その額を地元経済効果と算定した。

⑤法人税

…法人市民税率 8.4%として、営業利益に乗じた額を地元経済効果と算定した。

⑥施設使用料（自治体納付金）

…道の駅で得た収益の一部を自治体納付金として納入する額を地元経済効果として算定した。

2-7-2. 新道の駅整備による間接的効果

関係人口、観光客の増加により期待される事業効果について、総務省が公表している平成 27 年(2015 年)産業関連表による経済波及効果簡易計算ツールを用いて試算した。

新規需要額として、道の駅建設投資額 2,895 百万円(※盛土造成費・駐車場・建築・市道・親水護岸)、農林漁業として 86 百万円(道の駅産直での一次産品販売額 56 百万円、飲食での食材調達費 30 百万円)、商業として 350 百万円(道の駅産直・物販での総売上高)、対個人サービスとして 150 百万円(道の駅飲食での総売上高)より、総計 3,481 百万円と設定した。なお、そのうち道の駅運営事業による新規需要額は 586 百万円とした。

その結果、経済波及効果全体で 62.04 億円(新規需要対比 1.8 倍)と試算される。また、道の駅運営事業のみとした場合、8.87 億円(新規需要対比 1.5 倍)と試算される。

※波及効果の所要時間は明確ではないため、必ずしも 1 年以内に効果が出るとは限りません。

表 2.13 H27 産業関連表・経済波及効果簡易算定表による試算結果

(単位：百万円)

	新規需要額	建設	商業	対事業所サービス	金属製品	鉄鋼	運輸・郵便	パルプ・紙・木製品	窯業・土石製品	対個人サービス	情報通信	農林漁業	電力・ガス・熱供給	金融・保険	石油・石炭製品	プラスチック・ゴム製品	化学製品	分類不明	不動産	非鉄金属	飲食料品	その他	合計
建設(建設事業費総額)	2,895	####	232	414	275	265	209	163	152	3	96	9	68	64	67	60	47	50	36	45	2	153	5,317
農林漁業(一次産品販売額・飲食食材調達費)	86	0	7	5	0	0	6	2	0	0	1	80	2	1	2	1	5	1	1	0	9	3	126
商業(道の駅産直・物販売上高)	350	2	357	43	1	1	24	5	0	1	21	0	10	9	3	3	1	3	12	0	0	12	509
対個人サービス(道の駅飲食売上高)	150	1	15	12	1	1	9	2	0	149	6	7	8	2	2	2	2	1	3	0	20	9	252
総計	3,481	####	611	475	278	267	249	172	153	152	124	96	88	76	74	66	55	55	52	46	32	177	6,204
うち、運営事業による効果	586	3	379	60	3	2	39	9	1	150	28	87	20	12	7	6	8	4	16	1	29	24	887

資料：総務省 HP より (https://www.soumu.go.jp/toukei_toukatsu/data/io/hakyu.htm)

3. 施設の整備・維持管理・運営手法に関する検討調査(PPP/PFI 導入可能性調査)

3-1. 基本事項・基本的な考え方の整理

PPP/PFI 導入可能性調査の前提条件を以下のとおり整理する。

本検討では、道の駅運営事業者の独立採算事業実施の実現性に重きを置いて検討する。

表 3. 1 基本事項・基本的な考え方の整理

	基本事項	基本的な考え方
1	現道の駅あつみの取り扱い	<ul style="list-style-type: none"> ・ 現道の駅あつみは市の土地を定期借地により貸し出し、運営事業者（株式会社クアポリス温海）が施設を整備し、運営事業が行われている。 ・ 市による定期借地契約期間が R5 年度末までとなっているが、定期借地契約期間は R8 年度末以降に予定されている新道の駅の開業時期まで延長する予定である。 ・ R8 年度末以降、現道の駅は定期借地契約を終了、施設は事業者により解体される予定である。
2	現道の駅あつみの運営事業者の今後について	<ul style="list-style-type: none"> ・ 運営事業者（株式会社クアポリス温海）は、市の出資による第三セクターである。現道の駅では、売上高 3.4 億円（H31 年コロナ前）となり営業利益も計上していたものの、Covid-19 により売上高・営業利益等について大きな打撃を受けている。要因として、観光客利用に重きを置いた事業運営にあると考えられる。 ・ 新道の駅に於いては、観光客利用に重きを置きつつも、地元生活者・鶴岡市民も対象としたマイクロツーリズム圏内も対象とした事業実施を目指し、現運営事業者に固定せず、広く運営事業者を公募する。 ・ なお、現運営事業者が築いてきた仕入れ元・販路などのネットワーク、及び従業員等人材については、新たな道の駅運営事業者へ引き継ぐことを前提とする。
3	新運営事業者へ求める性質について	<ul style="list-style-type: none"> ・ 市内事業者に限定しない。 ・ 市のリクエスト（地域産品の充実等）を理解し、適切に事業計画へ反映し、独自の事業運営手法により PDCA を回し、独立採算で事業を実施できる企業体を求める。
4	設計・建設事業者へ求める性質について	<ul style="list-style-type: none"> ・ 設計（特に基本設計）については、道の駅に関するノウハウが重視されるため、市内事業者に限定しない。 ・ 建設については、市内・県内事業者の積極的な参画を期待する。
5	官民連携手法について	<ul style="list-style-type: none"> ・ 特に収益事業の中核となる地域特産品販売所・飲食コーナーにおいて、運営事業者による事業計画・営業戦略に基づ

	基本事項	基本的な考え方
		<p>く施設整備が重要であると認識し、運営事業者の創意工夫・意向が施設整備へ適切に反映される事業スキームの立案検討を前提とする。</p>
6	独立採算・サービス購入の考え方について	<ul style="list-style-type: none"> ・道の駅の公共性を担う機能として、駐車場・広場外構・道路休憩施設・観光情報提供機能があるが、その維持管理に要する費用は市から指定管理料として拠出する。 ・そのほか、収益の発生が見込まれる地域振興施設（地域特産品販売所・飲食等）については、運営事業者による独立採算を基本とし、公共からの補填支援なしに、自律的な運営事業の実施を求める。 ・独立採算によるプロフィットシェア、及びロスシェアについての考え方・設定については、運営事業者との協議により決定する。
7	KPI の設定について	<ul style="list-style-type: none"> ・市として運営事業者に対する目標値を設定し、その達成に向けた事業者による自主的な施策の提案、及び履行を求める。 ・KPI に対するペナルティの設定については、運営事業者との協議により決定する。
8	スケジュールについて	<ul style="list-style-type: none"> ・R8 年度末以降の開業を目指し、R4 年度から実現に向けて本格的な調査設計を実施する。

3-2. 法制度上の規制等の整理

本事業を PPP/PFI 手法で実施する場合において、法制度上の規制等を整理する。

(1) 関連する法制度に関する整理のまとめ

関連する法制度について以下のとおり整理した。

表 3. 2 関連する法制度に関する整理のまとめ

法令等	検討結果
P F I 法	<ul style="list-style-type: none"> ○本施設は、その整備目的から公益的施設として位置づけられるため、同法で規定されており、P F I 事業としての実施が可能 ○P F I 事業契約締結にあたり、議会の議決が必要 ○P F I 法に準じてD B O事業を実施することで、透明性の高い事業者選定手続きとなるほか、段階を踏んだ情報公開が可能
地方自治法	<ul style="list-style-type: none"> ○地方自治法上の「公の施設」にあたることから、本事業の業務内容に応じて、指定管理者制度を導入するか否かの検討が必要 ○本事業をP F IまたはD B Oで実施する場合、事業期間にわたって市の財政負担が生じるため、債務負担行為の議決が必要
都市計画法	<ul style="list-style-type: none"> ○都市計画区域用途地域内にあたることから、鶴岡市の開発許可基準に基づき、開発許可の取得が必要
農振法	<ul style="list-style-type: none"> ○農業振興地域農用地区域内にある場合は、農振法に基づき、農用地区域からその農地を除外したうえで農地法による転用許可を受けることが必要
農地法	<ul style="list-style-type: none"> ○鶴岡市農業委員会へ、農地法の手続きによる許可を受けることが必要

3-3. 事業手法の検討

事業実施に向けた諸条件及び課題を整理し、PFI手法のほか、可能性のある民間活力の活用手法を比較し、最適な事業手法を検討する。

PPP（Public Private Partnership：官民連携事業方式）とは、行政と民間が連携し、お互いの強みを活かすことで最適な公共サービスの提供を実現し、地域の価値や地域住民満足度の最大化を図るものである。

道の駅は、物販施設、飲食施設としての機能を有することから指定管理者制度等を活用したPPPによる運営形態が多く、DBO（Design Build Own operate：公設民営方式）やPFI（Public Finance Initiative：民間資金等活用事業）による事例についても増加傾向にある。本調査においては、先行事例等を参考に道の駅整備における事業特性を踏まえた評価を行い、本施設の整備に最適な事業手法について検討を行う。

(1)先行類似事例

特定非営利活動法人日本PFI・PPP協会より、今回の市民会館整備における先行類似事例を調査し、以下に整理した。

なお、道の駅整備において、国道事務所と共同で整備している事例については事業類型に（一体型）と表記している。

表 3. 3 先行類似事例一覧

	事業名	募集・選定方式	事業累計	地域	公表日
1	桶川市道の駅整備事業	公募型プロポーザル	DBO方式 (一体型)	埼玉県桶川市	2021/9/30
2	道の駅「(仮称)蔵王」整備事業	公募型プロポーザル	DBO方式 (一体型)	山形県山形市	2020.9.8
3	広域道の駅整備事業	公募型プロポーザル	DBO方式 (一体型)	岩手県久慈市	2019.7.30
4	音更町道の駅整備事業	公募型プロポーザル	DBO方式	北海道音更町	2018.12.25
5	道の駅「いたの」整備・運営事業	公募型プロポーザル	DBO方式	徳島県板野町	2018.11.2
6	本巣市観光等施設再整備事業	公募型プロポーザル	DBO方式	岐阜県本巣市	2017.5.1
7	木更津市「道の駅」整備事業	公募型プロポーザル	DBO方式	千葉県木更津市	2015.10.23.
8	(仮称)ハイウェイテラス・京たんば整備事業	総合評価一般競争入札	DBO方式	京都府京丹波町	2012.7.6
9	猪名川町道の駅整備事業	総合評価一般競争入札	PFI(BTO)方式	兵庫県猪名川町	2020.01.22 ※事業中止
10	前橋市新設道の駅整備運営事業	公募型プロポーザル	PFI(BTO)方式 (一体型)	群馬県前橋市	2017.01.20
11	南の拠点整備事業(B棟)	公募型プロポーザル	PFI(BTO)方式 (一体型)	鹿児島県垂水市	2017.03.03
12	むつざわスマートウェルネスタウン拠点形成事業	総合評価一般競争入札	PFI(BTO)方式 (一体型)	千葉県睦沢町	2016.7.11

13	函南「道の駅・川の駅」 PFI事業	総合評価一般競争入札	PFI (BTO) 方式	静岡県函南町	2014.08.08
14	笠岡市笠岡バイパス道の 駅地域振興施設整備等事 業	総合評価一般競争入札	PFI (BTO) 方式 (一体型)	岡山県笠岡市	2009.08.13
15	(仮称) 道の駅ようか整 備事業	総合評価一般競争入札	PFI (BTO) 方式 (一体型)	兵庫県養父市	2005.01.14

※非特定営利法人日本PPP・PFI協会HP (<https://www.pfikyokai.or.jp/>) より作成

(2)民間活力導入手法の整理

本調査において適用可能性のある導入手法を整理し、一般的な道の駅の特性を踏まえた比較検討を行う。

一般的な公共事業の調達方式である公設公営を従来方式とすると、民間活力導入手法としては、資金調達、設計・建設、維持管理・運営の官民役割分担により、以下に大別される。

表 3. 4 民間活力導入手法の概要

事業手法	概要	資金 調達	設計 建設	維持管理 運営
①公設公営方式	資金調達、設計・建設、維持管理・運営を全て公共が行う。	公	公	公
②公設＋包括運営委託方式	公共の資金調達により施設の設計・建設を行い、指定管理者制度等により維持管理・運営を包括的に民間に委ねる。	公	公	民
③DBO方式	公共が資金調達を行い、民間に設計・建設、維持管理・運営を一体的に委ねる。	公	民	民
④PFI方式	民間に資金調達、設計・建設、維持管理・運営を一体的に委ねる。	民	民	民
⑤リース方式	民間に設計・建設を委ね、建物をリースし、指定管理者制度等により維持管理・運営を民間に委ねる。	民	民	民

(3)本調査の検討対象とする事業方式の抽出

本調査の検討対象とする事業方式について、これまでの整理を踏まえ整理する。

①公設公営方式

今後、本事業において、市が直営により施設の運営を行うことは想定されないことから、**公設公営方式は検討対象外とする**。

②公設+包括運営委託方式

分割発注であるため、民間ノウハウの発揮余地が限定される等のデメリットはあるが、指定管理者による施設運営は全国で数多く導入されている方式であり、一般的である。本導入可能性調査検討において③DBO方式及び④PFI方式の導入選択に至らなかった場合の選択肢となることから、**公設民営方式のうちの公設+包括運営委託方式は、従来方式との位置づけで、検討対象の一つとする**。

③DBO方式

先行事例に乏しく、また金融機関による監視機能がないという点でデメリットはあるが、**一括発注により民間事業者のノウハウの発揮余地の確保が可能となるため、公設民営方式としてDBO方式を検討対象のひとつとする**。

④PFI(BTO)方式

PFI方式では、民間の資金調達により金利コストが発生することから、VFM算定上は不利になる。一方で、一括発注によりDBO方式と同様の効果が期待できる。PFI方式のうち、BTO方式はPFI方式による整備事例で最も多く採用されており、デメリットも少ないことから、PFI方式のうち**BTO方式は検討対象のひとつとする**。

なお、PFI方式のうち、BOT (BuildOperateTransfer) 方式、及びBOO (BuildOwnOperate) 方式は維持管理・運営期間中の施設所有権が民間事業者にあるため、公租公課が生じることからVFM算定上不利となる。またBOO方式は、事業期間終了後に施設の解体・撤去等を行う方式であるが、本施設については現段階で解体・撤去の想定はしていない。

以上より、**BOT方式、BOO方式は、検討対象外とする**。

⑤リース方式

リース方式は、BOT方式及びBOO方式と同様、維持管理・運営期間中の施設所有権が民間事業者にあり公租公課が発生するため、財政負担の削減効果は少なくなる。そのため、**リース方式は検討対象外とする**。

以上の整理を踏まえ、本調査では、**従来方式（公設+包括運営委託方式）、DBO方式、BTO方式を本事業実施に当たっての事業手法の検討対象とする**。

3-4. 事業スキーム(案)の検討

事業スキーム（案）を以下のとおりとする。

表 3. 5 事業スキーム（案）

No	項目	内容		
01	事業手法	PFI (BT0) 方式		
02	支払い方式	混合型 ※混合型における事業者の収入は、市からのサービス購入料支払い＋民間収益施設運営業務による収入＋独立採算業務による収入を想定		
03	設計・建設・開業準備	2年9ヵ月（設計1年6ヵ月、建設1年3ヵ月、竣工1～2ヵ月後開業・準備6ヵ月） 開業目標 R9年度初頭		
04	維持管理・運営期間	15年		
05	民間事業者の業務範囲	ア. 資金調達業務	・ 資金調達業務（主に初期投資費用）	民
		イ. 調査業務	・ 用地測量業務 ・ 地質調査業務	公
		ウ. 造成業務	・ 造成設計業務 ・ 造成工事業務	公
		エ. 設計業務	・ 建築設計業務（基本設計・実施設計） 建築物・外構・広場・防災施設（調整池、貯水槽、災害発生時の発電システム等） ・ その他関連業務（各種許認可、必要な調査等）	民
		オ. 建設業務	・ 建設工事業務建築物・外構・広場・防災施設（調整池、貯水槽、災害発生時の発電システム等） ・ 備品等調達・設置業務 ・ 工事監理業務 ・ 施設引渡業務	民
		カ. 開業準備業務	・ 運営体制の確立及び従業員の研修に関する業務 ・ マニュアルの整備に関する業務 ・ 事業計画の策定及び開業後の実施に向けた準備に関する業務 ・ 広報業務 ・ オープニングイベントの実施業務	民
		キ. 運営業務（サービス購入）	・ 統括管理業務 ・ 運営管理業務 ・ 観光情報コーナー運営業務 ・ 広報・情報発信業務	民
		ク. 運営業務（独立採算業務）	・ 産直・物販コーナー運営業務 ・ 飲食コーナー運営業務 ・ テナントリーシング・管理業務 ・ イベント企画・実施業務（軽トラ市・キッチンカーなど）	民
		ケ. 維持管理業務（サービス購入）	・ 建築物・建築設備保守管理業務 ・ 備品等保守管理業務 ・ 清掃・環境衛生管理業務 ・ 外構・植栽保守管理業務 ・ 修繕業務 ・ 警備業務	民
06	民間収益事業（独立採算、自由提案）	・ 自動販売機運営業務 ・ その他自主提案 ・ 敷地余剰地を活用した収益施設の設置・運営（提案による）	民	

3-5. サウンディング調査支援

本事業への運営事業者としての参加意欲、事業成立条件、事業採算性、独立採算事業の可能性等を検証するため、市が実施するサウンディング調査（対話型市場調査）の支援を行う。（運営・建設・維持管理等の企業、金融機関等を想定）

3-5-1. サウンディング調査を踏まえた事業内容・スキームへの変更点のまとめ

表 3. 6 対応まとめ

	頂いた意見・アイデア等	事業内容・スキームへの反映
1	<ul style="list-style-type: none"> 産直・バックヤードについて、目的地になるような魅力づくりのため更なる売り場面積増が必要。 	<ul style="list-style-type: none"> 拡張性ある売り場機能を実現できるように、共用部（通路）や観光情報コーナーの一部（※一体型整備の場合、国道事務所との協議が必要）を売り場の一部として活用することの許可を検討する。
2	<ul style="list-style-type: none"> フードの厨房サイズを少し大きくしつつ、厨房と飲食スペースの面積比は1：3とすることが望ましい。 	<ul style="list-style-type: none"> 厨房の3倍を確保するよう修正するが、ただし一部面積（160㎡）については多目的広場など屋外/半屋外空間を利用することを前提とする。
3	<ul style="list-style-type: none"> 事務室内では従業員の休憩の他、積極的に当道の駅をPRする営業部署としての機能が必要で、そのための事務スペースも確保することが望ましい。 	<ul style="list-style-type: none"> 事務室（休憩室・更衣室等含む）は100㎡を基準とする。
4	<ul style="list-style-type: none"> 24時間開放エリアとして、観光情報コーナー170㎡を管理するのは難しい。防犯対策を講じる必要があり、負担が大きい。 	<ul style="list-style-type: none"> 観光情報コーナー170㎡のうち一部（90㎡）を営業時間連動の管理区域とする。（※なお、一体型整備として国土交通省の道路管理者区域に編入される区域内については国の補助が入るため、営利目的の活動等は禁じられるとともに、道路休憩施設として24時間の開放が求められる。）
5	<ul style="list-style-type: none"> 加工室があれば、コロナにより営業休止となったとしても、6次化加工することで商品製造ストックに取り組むことができ、結果的に従業員の雇用の確保などが可能となる。 一方で、オリジナル商品の開発など、一定程度の在庫量が求められるようなものの製造に置いては付属的な加工室では足りないため、市内加工事業者へのOEMなどにより製造することが 	<ul style="list-style-type: none"> 当道の駅では加工室を設定しない。 なお、民間事業者による自主提案として独立採算で加工室を提案することについては可能とする。

	頂いた意見・アイデア等	事業内容・スキームへの反映
	<p>適当である。加工室の設置を発注者からの指定事業とするのであれば、地域の方々に利用してもらい加工場として開放し、施設使用料を得るような内容が適当であり、独立採算事業としての実施は適当でない。</p>	
6	<ul style="list-style-type: none"> キッズルーム、遊具、ドッグランがあると、ファミリー層の利用を促すことが出来る。中長期的な利用ニーズを獲得するため、道の駅であり公園でもあるという複合的な目的があると良い。 	<ul style="list-style-type: none"> 観光情報コーナー内にキッズスペース機能や、アクアリウム機能（クラゲ・エビ等を鑑賞、W180 cm程度）を設定する。 防災調整池の日常利用としてドッグランとしての利用も可能なように駐車場・外構整備計画を検討する。
7	<ul style="list-style-type: none"> KPI 案①売上高5億円の達成は可能。ただし、地元住民へのサービスを重視した施設とするのか、観光客にPRする施設とするのか、市のスタンスは重要。 KPI 案②地元産品比率を高めることについてはKPI 案①と相反するところがあり、単に産直売上を増やすのではなく、鶴岡市産・庄内産の地場産品の商品を充実するような内容が望ましい。 	<ul style="list-style-type: none"> 実施方針検討段階において今後の検討課題とする。 庄内地域へのゲートウェイとしての位置づけであることから、観光客に対してしっかりとPRできる施設を目指す。
8	<ul style="list-style-type: none"> KPI 案③④については、その定量的な測り方が課題となる。KPI 案④については、道の駅の努力も必要だが、あつみ温泉が主体となった取り組みこそ重要であり、道の駅事業者へのKPIとして設定することは望ましくない。 	<ul style="list-style-type: none"> 実施方針検討段階において今後の検討課題とする。 道の駅への入込客数などを定量的に把握するためのAIによるカウンター設置（AI 駐車状況把握システム等）を仕様に含めることを検討する。
9	<ul style="list-style-type: none"> 行政へ求める役割として、開業前に協議会の設立を行い、各ステークホルダーの意見のはけ口を設けることを求めたい。運営事業者×行政×地元産業代表者で意見交換をしながら開業に向けて準備することが必要。 	<ul style="list-style-type: none"> 開業に向けた協議会の設置は重要であると認識し、実施方針検討段階において今後の検討課題とする。
10	<ul style="list-style-type: none"> 建設事業者はPFI方式であっても市の発注方式に合わせることは可能だが、設計・運営者とのマッチングが課題となる。 運営事業者はPFI方式での参画は難しく、従来方式として指定管理事業者としての参画であれば検討の余地がある。 	<ul style="list-style-type: none"> PFI（BTO）方式の場合、運営事業者による初期SPCへの投資参画が容易ではなく、対応が可能な企業が著しく限定される可能性が高いこと、独立採算事業に重点が置かれるPFI事業は東北エリアでは初となり金融機関としても判断が慎重になるというご意見を踏ま

	頂いた意見・アイデア等	事業内容・スキームへの反映
	<ul style="list-style-type: none"> 金融事業者はPFI方式の場合、プロジェクトファイナンスの活用要否の検討が必要で、独立採算事業への融資については計算できない要素が多いため難易度が高い。 	<p>え、従来方式を基本とした事業手法について再検討する。</p>
1 1	<ul style="list-style-type: none"> 独立採算事業について、公共として最低限のリスク分担（ロスシェア）を求めたい。天候・コロナのような、外的要因によりKPI目標達成が困難となる事態に陥った場合の補填をある程度考えておくべき。 	<ul style="list-style-type: none"> 実施方針検討段階において今後の検討課題とする。
1 2	<ul style="list-style-type: none"> 設計期間1年6ヵ月は適当であるが、じっくり案を練る期間として2年程度はあると良い。 	<ul style="list-style-type: none"> 基本設計・実施設計の期間は1年6ヵ月を基本とする。
1 3	<ul style="list-style-type: none"> 建設期間1年3ヵ月は適当であるが、工事着手が年度下半期と想定されており、天候により基礎工事等に着手できないという事態が発生することが懸念される。 	<ul style="list-style-type: none"> 建設基幹は1年6ヵ月を基本とする。
1 4	<ul style="list-style-type: none"> 開業準備期間6ヵ月は適当である。 	<ul style="list-style-type: none"> 開業準備期間は6ヵ月を基本に、施設引き渡しから開業までの期間の考え方は事業者委ねることとする。
1 5	<ul style="list-style-type: none"> 維持管理・運営期間15年について、概ね適当であるが、運営事業者にとっては運営期間15年と固定すること自体がリスクとなる場合がある。 	<ul style="list-style-type: none"> 維持管理・運営期間はPFI（BTO）方式、及びDBO方式とする場合は15年を基本とする。 指定管理方式となる場合は5年を基本とする。

施設機能	当初計画		変更案		変更理由
	面積 (㎡)	構成比	面積 (㎡)	構成比	
24hトイレ	200	12%	200	12%	(当初計画採用) SA駐車台数より算定
情報コーナー90/80	170	10%	170	10%	(当初計画採用) アロケにより24h 90㎡、重複利用80㎡と整理
子育て関連施設	30	2%	20	1%	「赤ちゃん連れに・・・ガイドブック」より算定、24h
鮮魚等産直・物販	500	29%	420	25%	(当初計画採用) 需要予測により算定、ただし情報コーナー重複利用を控除△80㎡
バックヤード	200	12%	200	12%	(当初計画の考え方採用) 産直・物販の4割程度
フードコート	180	11%	215	13%	(サウンディング結果採用) 厨房の3倍を確保、ただし広場利用を考慮△160㎡
厨房	100	6%	125	7%	(サウンディング結果採用) テナント5店舗×平均25㎡と想定
事務室	70	4%	100	6%	(サウンディング結果採用) 休憩室含む
共用部133/118	250	15%	250	15%	
合計	1700	100%	1700	100%	

図 3. 1 計画面積の変更案

3-6. VFMの算定

3-6-1. VFM算定結果

前述の前提条件等を踏まえ、VFMシミュレーションを行った結果は次のとおりである。

道の駅あつみ 移転整備事業	2022.03.02版
■VFM算定結果	

■ VFM算定結果

項目			従来方式	DBO方式	PFI(BTO)方式 起債あり
公共の財政負担額		現在価値化前	2,132,174	2,071,780	2,123,020
		現在価値化後	1,964,115	1,910,864	1,946,177
VFM	現在価値化前	金額	-	60,395	9,154
		割合	-	2.83%	0.43%
	現在価値化後	金額	-	53,250	17,937
		割合	-	2.71%	0.91%

■ 従来方式とDBO方式、PFI方式との比較

項目			従来方式	DBO方式	PFI(BTO)方式 起債あり
起債調達額	税込		1,310,938	1,143,138	1,143,138
補助金/交付金	税込		496,017	432,527	432,527
市税相当分			0	251	562
公共の収入		①	1,806,955	1,575,916	1,576,227
施設整備費	施設整備費		1,843,254	1,607,318	-
	"に係る消費税及び地方消費税		184,325	160,732	-
施設整備費		税込	2,027,579	1,768,049	-
一括支払い分(起債調達)	一括支払い分(起債調達)		-	-	1,039,216
	一括支払い分(補助金/交付金)		-	-	393,206
	一括支払い分(一般財源)		-	-	0
	割賦元本		-	-	205,978
	割賦金利 ※非課税		-	-	20,068
	割賦払い分		-	-	226,046
	サービス購入料(施設整備費相当)		-	-	1,658,469
"に係る消費税及び地方消費税			-	-	163,840
サービス購入料(施設整備費相当)		税込	-	-	1,822,309
開業準備費	開業準備費		8,363	7,486	7,486
	維持管理・運営費		461,400	406,577	406,577
	収入		0	0	0
	SPC経費		-	40,800	40,800
	SPC税・配当/利益還元分		-	29,865	44,611
	指定管理料/サービス購入料(維持管理・運営費相当)		469,763	484,728	499,474
"に係る消費税及び地方消費税			46,976	48,473	49,947
指定管理料/サービス購入料(維持管理・運営費相当)		税込	516,739	533,201	549,421
小計※予定価格ベース		税込	2,544,318	2,301,250	2,371,730
アドバイザー費		-	44,000	44,000	
直接協定締結支援		-	-	5,500	
SPC株式会社保全支援		-	5,500	-	
工事監理費		16,500	16,500	-	
モニタリング費(施設整備期間)		-	33,000	33,000	
モニタリング費(維持管理・運営期間15年分)		-	82,500	82,500	
設計業務確認・検査費		16,946	-	-	
建築業務確認・検査費		16,946	-	-	
運營業務発注経費		8,473	-	-	
小計(税込)			58,865	181,500	165,000
起債元本償還分		1,310,938	1,143,138	1,143,138	
起債金利償還分		25,009	21,807	19,380	
公共の支出		②	3,939,130	3,647,695	3,699,248
公共の財政負担額 (=②-①)		現在価値化前	2,132,174	2,071,780	2,123,020
		現在価値化後	1,964,115	1,910,864	1,946,177

図 3. 2 VFM 算定結果

VFM 算定の結果、従来方式に比べて、DBO 方式、PFI (BTO) 方式ともに $VFM > 0$ となり、官民連携による効果が発現する結果となった。

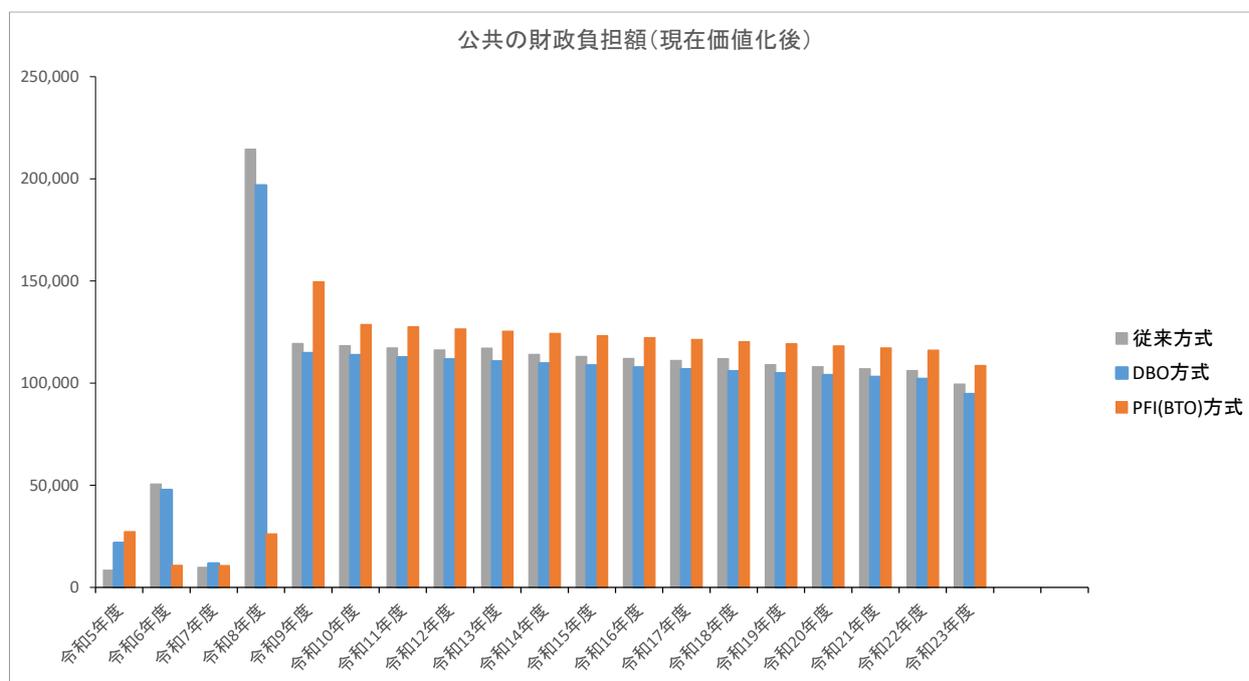


図 3. 3 VFM 算定結果

3-7. 今後の検討課題の整理

今後の課題として、主に2章に関する基本計画関連、3章に関する事業手法関連の2つの視点で整理した。

3-7-1. 基本計画関連

(1) 一体型整備に向けた覚書の締結

本事業は国道7号の道の駅として、酒田河川国道事務所との一体型道の駅として整備することについて協議が進められている。本業務では、道路管理者区域の設定を想定した駐車台数の算出・レイアウト検討を行っているが、鶴岡市における事業費負担の額を明らかにするためにも、具体的な費用按分の考え方などについて、詳細に決めて行くことが望ましい。

なお、PFIやDBO手法など、設計・施工・運営の一括発注の場合、敷地・施設内のレイアウト計画は事業者からの提案を踏まえた協議により詳細が決まることとなる。現時点における想定では、令和5年度に公告・事業者選定、令和6年度より設計着手となる。そのため、令和5年度の公告段階までに一体型道の駅として求められる仕様を整理しておくことが望ましい。

(2) 交差点出入口に関する協議の継続

当道の駅の出入口として、国道7号、及び国道345号に計2か所設定されている。周辺道路への混雑影響の緩和のため、右左折レーンの設置を含む道路拡幅など交差点改良が求められる。この事業の実施においては、道路管理者との綿密な協議調整が求められるため、令和5年度の公告までに前提条件として詳細を詰めておくことが望ましい。

(3) 盛土材確保についての協議の継続

本事業では、鼠ヶ関川の洪水氾濫への対応も兼ねて、一体的な盛土整備を構想しており、そのために必要な盛土材の量は4.2万m³（計画高8.3m、敷地2.1ha×（平均盛土高1.5m+表土分0.5m））と試算する。さらに余盛分や運搬時の変化率等考慮すると盛土材はさらに必要となる。盛土材の購入費・運搬費は高額となるため、可能な限り、近隣で実施している公共事業から土砂供給を受けることが最も経済的となる。そのため、浚渫土の排出が想定される河川整備事業や、トンネル摺りによる掘削土が想定される日沿道トンネル整備事業など、多方面との工事調整による盛土材確保が望ましい。

また、本事業により盛土施工することに伴い、日沿道鼠ヶ関IC（仮称）のランプ法尻について腹付け盛土をすることで有用な平場を確保することが期待される。そのため、盛土施工範囲・高さについては、令和5年度の公告までに前提条件として詳細を詰めておくことが望ましい。

(4) その他事業者公募に向けた設計基礎資料の整理

以下の点について、設計と条件として令和5年度の公告までに前提条件として詳細を詰めておくことが求められる。

- ・鼠ヶ関川への排水を想定した流末設定に関する資料のとりまとめ
- ・地質調査の実施による、圧密期間の設定、及び設計のための各種定数の取得
- ・鼠ヶ関川親水空間整備、市道改良事業の仕様設定

(5)観光目的地化に舵を切った事業コンセプトの設定

サウンディング調査では、本事業予定地の市場環境において、市が求める自立した事業運営を実現するには、地元住民へのサービス重視型ではなく、観光客が目的地として当道の駅を目指して来訪するような、観光客をメインターゲットに据えた尖ったコンセプトの設定が必要であるという意見を複数の事業者より得た。また、仮に観光特化となったとしても、地域の方の利用を拒むものではなく、むしろ地域の方々にとっても、帰省した家族を案内したり、お土産品を発送するなど、目的を持って来訪する場所となることを目指すべきという意見も得ている。

そういった民間事業者の意向を踏まえて、市では、当道の駅に期待することを明確化することが求められる。

(6)KPI 設定

市が事業者に対して期待することを指標化するうえで、目標値としての KPI の設定は有効であると考えられる。一方で、KPI が達成されなかった場合のペナルティの設定など、事業者の参画意欲を極度に削ぐことが無いような制度設計が求められる。

本業務では、KPI の案として、売上高・入込客数といった経営的指標の他に、地場製品の取り扱い比率、リピート率、温海地域内に於ける観光周遊活動の促進といった内容を検討し、サウンディング調査を行った。その結果、売上高・入込客数については概ね達成可能だが、地場製品の取り扱いについては、市側の積極的な支援が必要で、具体的には市内の道の駅に関連する各産業団体のステークホルダーの集まる準備会のような組成を求めるなど、意見を得ている。また、リピート率については、その計測の仕方を明文化すること、温海地域内観光周遊活動の促進については、実施主体が道の駅ではなく、地域観光事業者となるため KPI の設定としては不適切といった意見を得ている。今後、実施方針の公表に KPI の考え方を含める場合、民間事業者との対話継続が求められる。

(7)地場製品の取り扱い

現道の駅あつみの運営事業者である株式会社クアポリス温海は、道の駅運営事業者として長らく培ってきた経験・ノウハウを活かして、今後の新道の駅にも関与していくことが望ましい。関与の仕方としては、主となる運営事業者の傘下に入りながら、農産物を中心とした産直販売に携わるテナント事業者として存続すること、もしくは、スタッフの再雇用を前提とした事業者公募という条件設定とすることなどが想定される。市の方針として、明確に定めることが望ましい。

また、海産物の取り扱いについては、鼠ヶ関港を有するまちの道の駅として、地魚の積極的活用が見込まれるものの、水産物の取り扱いについては市場での競争を経る必要があり、そのため山形県漁業協同組合（JF 庄内）の関与は非常に重要となる。鮮魚を販売するためには当該事業者の主体的な売り場運営が必要になる可能性があるなど、海産物が充実した道の駅とするには、更なる意向の

整理とスキームの立案が求められる。

(8)テナント事業者の公募・選定

本業務では、飲食としてはフードコートスタイルで、テナント 5 店舗により構成する計画として取りまとめている。飲食の構成は、道の駅全体の運営コンセプトとの整合性という観点で重要なテーマとなる。先述の産直部門におけるテナント事業（農産物販売テナント、水産物販売テナントの可能性）と併せて、運営事業者の選定後に、運営事業者主体によるテナント事業者の公募・選定とすることが望ましい。

3-7-2. 事業手法関連

(1)事業手法の選定:DBO 方式

VFM 算定の結果より、官民連携手法である DBO 方式、及び PFI (BTO) 方式による事業費縮減効果の発現が期待されることが判明した。

一方で、民間事業者へのサウンディング調査の結果では、PFI (BTO) 方式では、民間による資金調達が求められ、地元事業者中心の SPC 組成は、難易度が高く事業者の応募が無い可能性が高いこと（※PFI 事業の経験に長けた規模の大きい事業者の積極的な参画が期待できる規模ではない）、金融機関による経営モニタリングが期待できないことが明らかになった。

DBO 方式であれば、事業運営も指定管理方式での委託が可能で、複数の参画が見込まれ、競争が働くことでコスト削減等、より良い事業者提案が期待できることが明らかになった。

以上を踏まえて、本事業に於いては、VFM > 0 であり、市負担の最小化が期待できる DBO 方式での事業実施が望ましいと考えられる。

なお、サウンディング調査では、運営事業を切り離す DB+指定管理（5 年）とするべきとの意見も得られており、特に運営を担う事業者にとっては世界的にまん延する Covid-19 による打撃からの回復が図られていないことなど、潜在的なリスクがあることに留意の上、対話を継続しながら事業手法・事業スキームの構築を継続していくことが望ましい。

(2)リスク分担

本事業は、地域振興施設における独立採算事業の重要性が高い事業である。そのため、Covid-19 のような不可抗力な状況下による経営不振に陥った場合のリスクシェアの考え方や、市への利益還付の方法（施設使用料や売上高の数%の納付など）などプロフィットシェアの考え方について取り決めておくことが望ましい。

(3)物価変動・世界情勢への対応

Covid-19 の蔓延や、ウクライナ情勢等により、半導体不足・建設資材の物価高騰はかつてない勢いで進んでいる。今後、要求水準書の公告に向けて、提案上限額の適正化（予定価格に余裕をみる）や、整備費の見直し指標の策定（公告時からの物価変動を踏まえた変動率を想定する）、要求水準の柔軟化を可能にするなどの対策の検討が求められる。

(4)事業スキームの案

サウンディング調査結果、VFM 算定等を踏まえて事業スキームを以下のとおり修正する。

表 3. 7 事業スキーム (修正)

No	項目	内容		
01	事業手法	DBO 方式		
02	支払い方式	サービス購入 (非収益施設運営維持管理費相当) + 独立採算 (収益施設分) ※公共性の高い 24 時間トイレ・情報コーナー等に関する維持管理運営費は公共で負担、地域振興施設内における事業運営による収益は事業者の収入とし、地域振興施設分の維持管理運営費は事業者の負担とする。		
03	設計・建設・開業準備	3 年 2 ヶ月 (設計 1 年 6 ヶ月、建設 1 年 6 ヶ月、竣工 1 ~ 2 ヶ月後開業・準備 6 ヶ月) 開業目標 R 9 年 5 月頃 (GW 頃)		
04	維持管理・運営期間	15 年		
05	民間事業者の業務範囲	ア. 資金調達業務	・ 資金調達業務 (主に初期投資費用)	公
		イ. 調査業務	・ 用地測量業務 ・ 地質調査業務	公
		ウ. 造成業務	・ 造成設計業務 ・ 造成工事業務	公
		エ. 設計業務	・ 建築設計業務 (基本設計・実施設計) 建築物・外構・広場・防災施設 (調整池、貯水槽、災害発生時の発電システム等) ・ その他関連業務 (各種許認可、必要な調査等)	民
		オ. 建設業務	・ 建設工事業務建築物・外構・広場・防災施設 (調整池、貯水槽、災害発生時の発電システム等) ・ 備品等調達・設置業務 ・ 工事監理業務 ・ 施設引渡業務	民
		カ. 開業準備業務	・ 運営体制の確立及び従業員の研修に関する業務 ・ マニュアルの整備に関する業務 ・ 事業計画の策定及び開業後の実施に向けた準備に関する業務 ・ 広報業務 ・ オープニングイベントの実施業務	民
		キ. 運営業務 (サービス購入)	・ 統括管理業務 ・ 運営管理業務 ・ 観光情報コーナー運営業務 ・ 広報・情報発信業務	民
		ク. 運営業務 (独立採算業務)	・ 産直・物販コーナー運営業務 ・ 飲食コーナー運営業務 ・ テナントリーシング・管理業務 ・ イベント企画・実施業務 (軽トラ市・キッチンカーなど)	民
		ケ. 維持管理業務 (サービス購入)	・ 建築物・建築設備保守管理業務 ・ 備品等保守管理業務 ・ 清掃・環境衛生管理業務 ・ 外構・植栽保守管理業務 ・ 修繕業務 ・ 警備業務	民
06	民間収益事業 (独立採算、自由提案)	・ 自動販売機運営業務 ・ その他自主提案 ・ 敷地余剰地を活用した収益施設の設置・運営 (提案による)	民	

表 3. 8 事業スケジュール（修正）

プロセス		2021年度	2022年度		2023年度		2024 (R6)年度		2025年度		2026 (R8)年度		2027年度～	
		下期	上期	下期	上期	下期	上期	下期	上期	下期	上期	下期		
計画検討		可能性調査		AD調査				MO調査						
D B O 方 式 等	事業者選定		事業者・公募・選定 公募内容検討											開業目標
	設計・建設期間						設計1年6ヵ月		施工1年6ヵ月 <small>（※検査含めず）</small>				(R9年5月頃)	
	開館準備										準備6ヵ月			

※建築工事着工のタイミングは、対象敷地における粗造成完了後であり、詳細は今後調整