

道の駅あらお（仮称）基本計画（案）

令和3年4月

荒尾市

目次

| | |
|------------------------------------|-----------|
| 第 1 章 計画策定の背景と目的 | 1 |
| 1. 背景 | 1 |
| 2. 目的 | 1 |
| 第 2 章 「道の駅」整備の基本的な考え方 | 2 |
| 1. 計画地の概要 | 2 |
| 2. コンセプト（上位計画等における位置づけ） | 2 |
| 3. 施設間機能連携 | 3 |
| 4. 基本構想策定後の新たな動向 | 3 |
| 5. 道の駅あらお（仮称）を取り巻く環境の整理 | 4 |
| 6. コンセプトを具体化する戦略及び魅力づくりの方向性 | 15 |
| 7. ターゲット設定 | 19 |
| 第 3 章 導入機能・施設 | 23 |
| 1. 導入機能及び施設テーマ | 23 |
| 2. 施設ごとの特色 | 24 |
| 3. 先進コア街区の周辺施設との機能連携 | 29 |
| 4. 施設規模 | 30 |
| 第 4 章 配置計画 | 39 |
| 1. ゾーニング・動線計画の基本的な考え方 | 39 |
| 2. 施設配置の考え方 | 40 |
| 3. 施設配置 | 41 |
| 第 5 章 事業計画 | 42 |
| 1. 概算事業費 | 42 |
| 2. 収支シミュレーション | 43 |
| 3. 事業手法 | 47 |
| 4. 開業までのスケジュール | 49 |
| 第 6 章 実現に向けて | 50 |

第1章 計画策定の背景と目的

1. 背景

荒尾市では、有明海沿岸道路の延伸や、南新地土地区画整理事業の事業決定を荒尾市における大きな経済成長のチャンスと捉え、有明海沿岸道路の整備効果と一体となった南新地地区のまちづくりを進めています。

令和元年8月には、「有明海の夕陽が照らすウェルネスタウンあらお」をコンセプトとする「南新地地区ウェルネス拠点基本構想」を策定し、子どもからお年寄りまで全ての人々が、心豊かに健康で快適に過ごせる居住環境・交流環境を創出するために必要な手段や機能を定めました。その中では、地区に整備を計画する「道の駅」や「保健福祉子育て支援施設」との連携や民間誘導、多世代の健康と観光を軸とした「荒尾ならではのウェルネス拠点」を目指すこととしています。

これを受けて、令和2年3月には、「道の駅あらお（仮称）基本構想（以下、基本構想）」を策定し、道の駅のあるべき姿の指針を定めました。基本構想では、「しあわせと元気の創造ステーション」をコンセプトとし、誰もが生き生きと過ごすことで「しあわせ」を感じることができるとの創出や、「食」を中心とするサービスにより「元気」を生み出すことで地域経済の循環の拡大を目指すこととしています。

今後、人口減少・少子高齢化や農水産業振興等の課題に対応し、荒尾市における地方創生に向けた取組をさらに加速するため、道の駅には、地域課題の解決を図るとともに、魅力の創出や発信を行い、荒尾市の「ブランド力の向上」、「地域経済の活性化」の実現に資することが求められています。

2. 目的

人口減少が加速度的に進行し、農水産業や飲食業をはじめ地域経済が縮小していく恐れがある中、人々の交流を生み出し、地場産品や特産品の販売によって地域経済を活性化させるための拠点として道の駅あらお（仮称）の整備を推進しています。

本施設は、市内農漁業者や飲食店事業者、また加工事業者等の所得向上に資することはもとより、観光情報の発信等により市内周遊及び熊本県内の観光拠点をつなぐ起点とするなど、荒尾市産業を支える施設として整備します。

また、道の駅あらお（仮称）においては、単に市民や来訪者が買い物をして楽しむ施設ということだけではなく、ニューノーマルな時代において、改めてリアルな交流や体験が生み出す価値感を大切にしながら、それに共感するあらおファンを継続的に増やしていくことを目指してまいります。

「道の駅あらお（仮称）基本計画」（以下、基本計画）は、基本構想等を踏まえつつ、荒尾市の課題解決に資する道の駅の整備推進に向けて、魅力づくりの方向性やターゲット、導入機能や施設、整備及び管理運営の方針、今後の事業の進め方等を定めるものです。

第2章 「道の駅」整備の基本的な考え方

1. 計画地の概要

「道の駅あらお（仮称）」の南新地地区内への施設配置は、有明海沿岸道路に近接し、かつ、有明海沿岸道路の西側の中心エリア（約 2.3ha）とします。

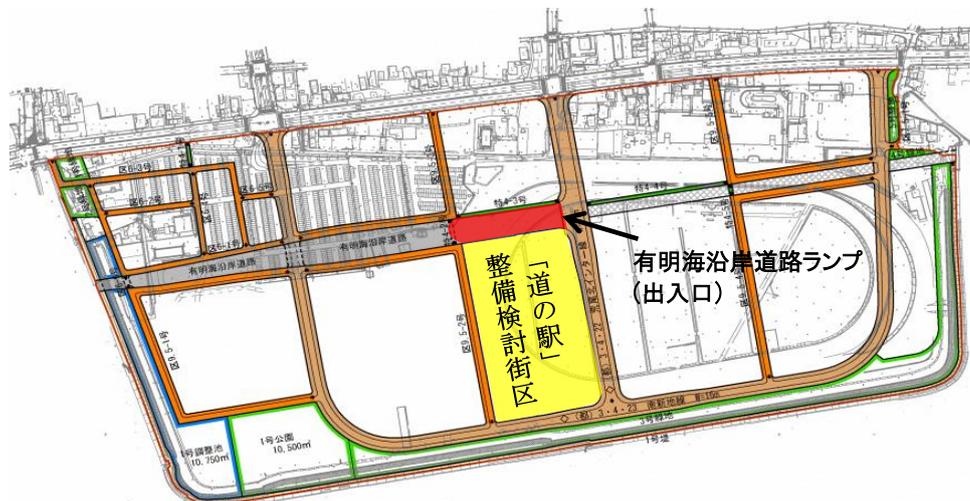


図 2-1 南新地地区全体図及び「道の駅」整備検討街区

2. コンセプト（上位計画等における位置づけ）

「南新地地区ウェルネス拠点基本構想」（令和元年8月）では、南新地地区のコンセプトとして、「有明海の夕陽が照らすウェルネスタウンあらお」を掲げています。また、ウェルネス拠点への訪問のメインターゲットを「20～30代の女性（特に子育て世代）」、荒尾市への移住・定住のターゲットを「20～30代の女性と男性（特に子育て世代）」と設定し、20～30代の子育て世代が訪問したくなるような魅力を高めることで「このようなウェルネス拠点がある荒尾市に移住したい／住み続けたい」と思う人を増やすことを目指しています。

それを踏まえた「基本構想」では、道の駅あらお（仮称）のコンセプトを、「しあわせと元気の創造ステーション」とし、「食」を中心とするサービスにより「元気」を生み出すことで地域経済の循環を拡大するとともに、誰もが生き生きと過ごすことで「しあわせ」を感じることができると創出を目指してまいります。

基本構想の位置づけ等

- ◆南新地地区のコンセプト：（南新地地区ウェルネス拠点基本構想）

有明海の夕陽が照らすウェルネスタウンあらお

- ◆道の駅のコンセプト：（道の駅あらお(仮称)基本構想)

しあわせと元気の創造ステーション

～有明の海と小岱の山で紡ぐ「食ものがたり」～

3. 施設間機能連携

南新地地区ウェルネス拠点基本構想及び基本構想において、道の駅あらお（仮称）がウェルネス拠点に立地することの大きな強みとして、「道の駅」における物販や飲食等と、「保健福祉子育て支援施設」、「宿泊施設」、「温浴施設」、「アウトドア施設」等の機能を相互に連携させ、他にはない価値の提供を目指すこととしています。地区全体の機能やサービスが「道の駅」を中心に連携し、滞在時間の過ごし方や、グルメ、宿泊等の案内までを一元的に提供することによって地域振興と市のブランド力を向上させます。

特に、市によって整備を行う「道の駅」と「保健福祉子育て支援施設」や「公園」は、様々な連携を検討し整備していく事で、単体では達成できないような魅力ある施設となることが期待できます。

4. 基本構想策定後の新たな動向

基本計画の策定に当たって踏まえる事項として、基本構想策定後の新たな社会動向を整理します。

(1) 新型コロナウイルス感染症の拡大による生活様式の変化

新型コロナウイルス感染症の拡大により、人々の行動や価値観が大きく変容しているとともに、飲食業や宿泊業をはじめ、観光関連産業は深刻な打撃を受けています。

今後は、「3密」回避など「新しい生活様式」に対応した空間や機能が求められるとともに、テイクアウトや中食需要が伸びてくることが予想され、新たな生活様式や市場の変化に注視しながら、社会の変化にも柔軟に対応できる整備・運営が求められます。

(2) 南新地地区のまちづくりの進展

令和2年10月には、あらおスマートシティ推進協議会により、「荒尾ウェルビーイングスマートシティ実行計画」が取りまとめられました。その中では、南新地地区ウェルネス拠点を中心としたスマートシティの取組みを「荒尾ウェルビーイングスマートシティ」として、人と人との交流とテクノロジーを通じて時代を先駆ける価値を共創しながら、市民や来訪者など、誰もが安全に幸せを感じて心身ともに良好な状態を持続できる都市を目指すこととしています。

また、「ヘルスケア」「エネルギー」「モビリティ」「データ利活用」等の分野のスマートシティ機能を埋め込み、Society5.0を体感できるまちにすることで、ヒト・モノ・コト・カネ・情報が集まるエリアを目指します。

さらに、南新地地区では、今後、温浴施設や宿泊施設、アウトドア施設など民間施設の誘致を進める一方で、公共施設として保健福祉子育て支援施設の整備を検討しており、道の駅との連携による体験や食育メニューの提供などが見込まれています。

5. 道の駅あらお（仮称）を取り巻く環境の整理

道の駅あらお（仮称）の魅力づくりの方向性やターゲット、機能ごとの特色などについて検討するため、道の駅あらお（仮称）を取り巻く環境として、内部環境、競合環境、外部環境を整理します。

(1) 内部環境

1) 市民の意向

過年度に実施した市民意向調査から、市民ニーズとして以下のような点が明らかになっています。

表 2-1 市民意向調査の概要

| | |
|-------|----------------------------|
| 実施方法 | アンケート調査票を対象者の自宅に郵送し、郵送にて返送 |
| 実施期間 | 平成 31 年 3 月 8 日～3 月 31 日 |
| 対象 | 荒尾市民（無作為抽出による） |
| サンプル数 | 配布：2,000 件、回収：961 件 |

<市民ニーズの概要>

- 道の駅あらお（仮称）には、「新鮮な商品や特産品が購入できる」ことや、「買い物・食事が便利になる」ことへの期待が高い傾向にありました。また、20～30 代では、「『食』が楽しめる」ことへの期待が、より高い傾向にありました。（図 2-2）
- 充実させたほうがよいと思う施設の第 1 位としては、「直売施設」が最も多い状況でした。（図 2-3）
- 20～30 代では、周辺での整備が予想される機能や体験に対する期待が高く、周辺施設との機能連携により、これらの世代への訴求力が高まる可能性が示唆されました。（図 2-4）
- 道の駅の利用意向は、20～30 代でも比較的高い意向がみられました。60 代以上では、交通手段がないことが利用意向を妨げる要因となっている可能性も示唆され、送迎サービス・運転代行サービス、配達サービス等の提供により、利用促進が期待できることが示唆されました。（図 2-5）

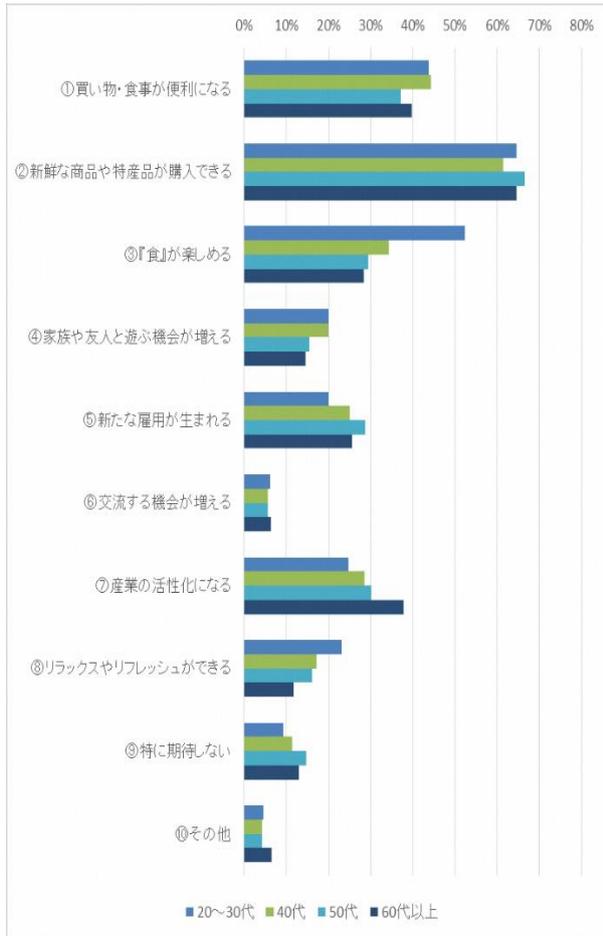


図 2-2 道の駅あらかお（仮称）に期待すること（複数回答）

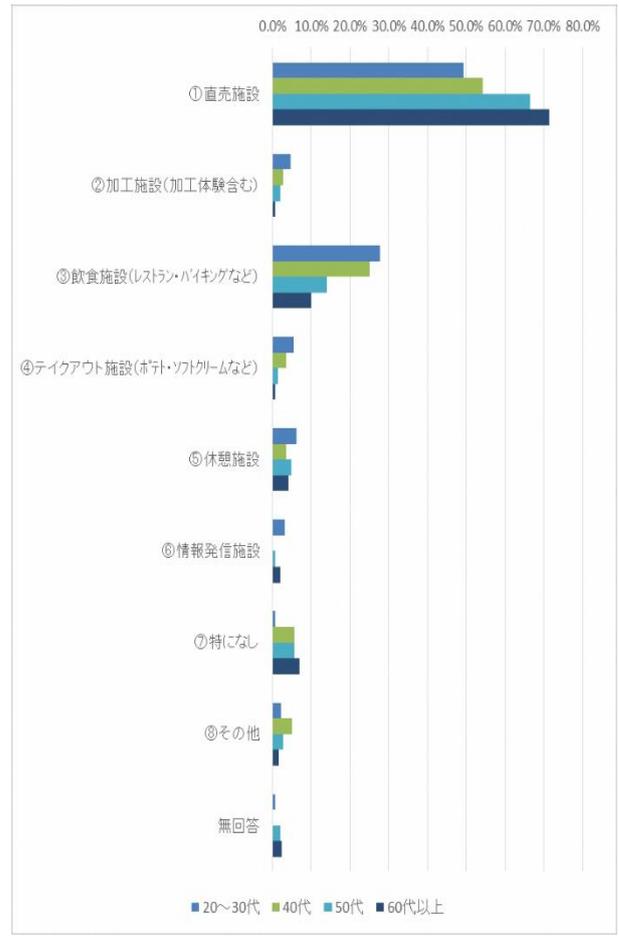


図 2-3 道の駅あらかお（仮称）に充実させた方がよいと思う施設（第1位）（複数回答）

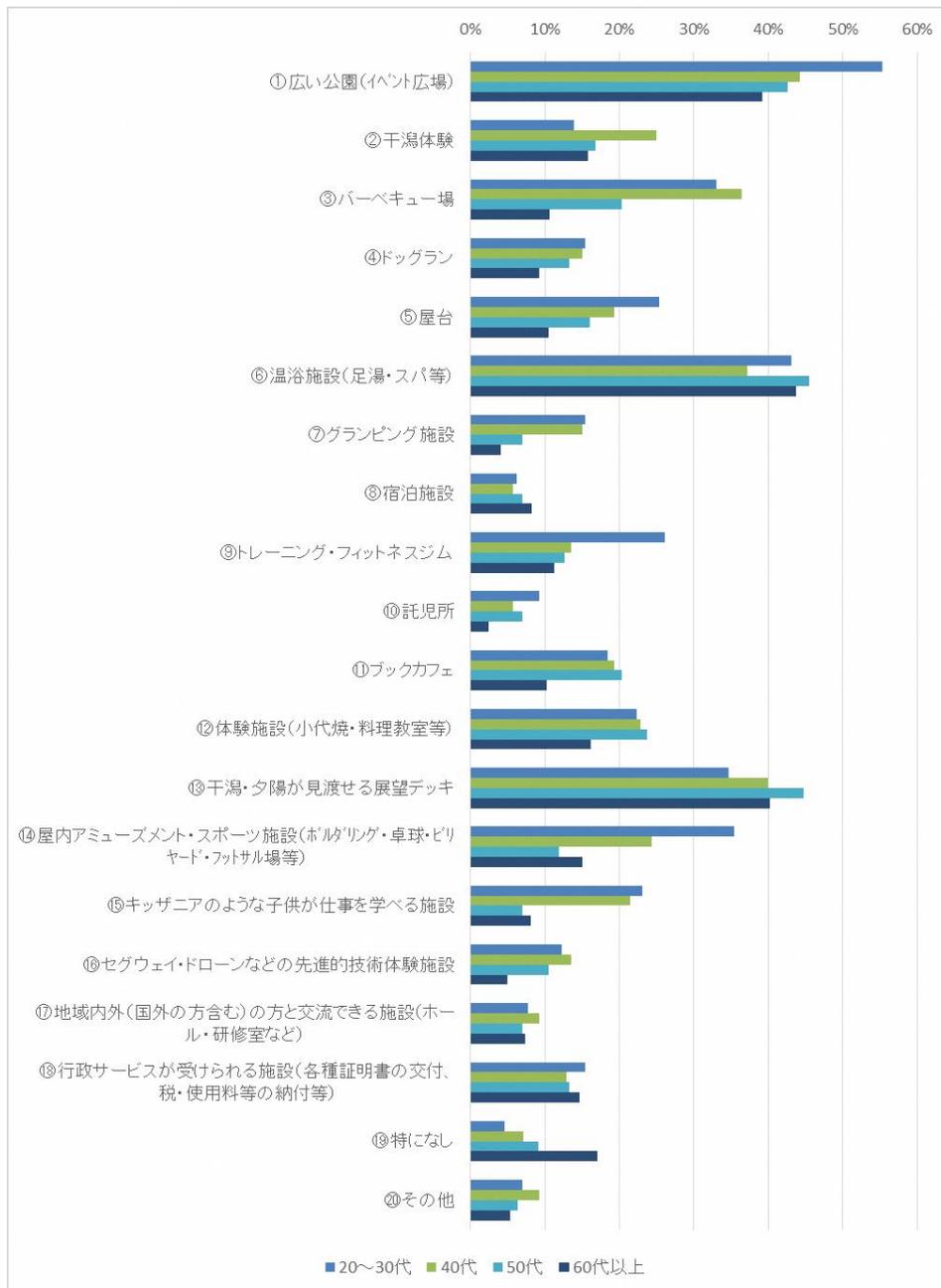


図 2-4 あれば嬉しい施設 (複数回答)

※上記のうち、温浴施設、宿泊施設、トレーニング・室内アミューズメント・スポーツ施設などの施設や機能については、南新地地区内へ民間企業を誘致することを検討しています。

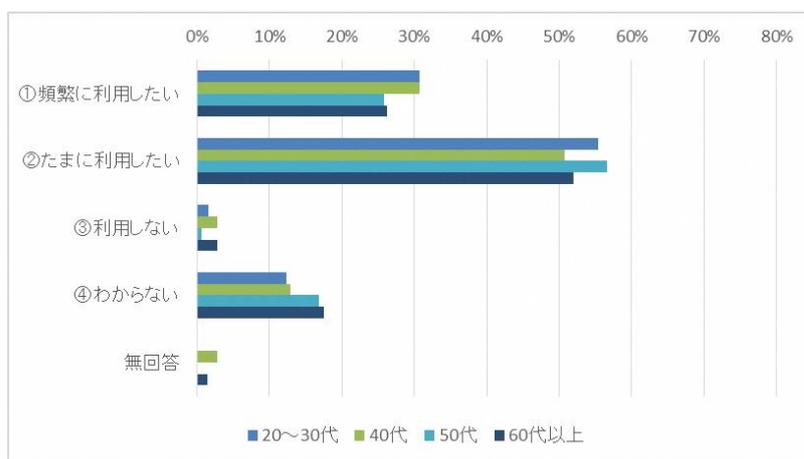


図 2-5 道の駅あらかお（仮称）の利用意向

※全体の約8割の方が利用意向を示した一方で、利用しないと回答した方については、道の駅に興味がない、市内の商業施設で充足しているとする理由の他、交通手段がないという理由がありました。

2) 農水産物等の品揃えの可能性

荒尾市の農水産物の代表的なものとしては、果物（梨・ミカン・ブドウ等）、生乳、キノコ（エリンギ・ブナシメジ・シイタケ・エノキ）、水産物（海苔・アサリ・マジック）等があります。特に果物については、一年を通して、季節に応じた、ミカン、ブドウ、梨、柿などが楽しめます。

令和元年度に実施した、道の駅あらかお（仮称）への農水産物等の出荷意向調査結果からは、生産者・出荷量が少ない産品や、出荷時期が限られている産品もあることが明らかになりました。

今後は、他地域に比べ、収穫量が一定程度高く見込める農水産物を強みとした商品構成を行い、周年、安定供給できる体制を実現していくことが課題です。



図 2-6 荒尾市の代表的な農水産物の例

3) 市内事業者の意向

平成30年度に実施した、市内関係団体（商工業関係/農水産業関係/地区協議会など）への意向調査においては、事業者から、「農林水産業の活性化」や「地域ブランドの創出」に対して一定の期待がある一方、道の駅の問題点として、「商品の供給力」を挙げる声がありました。

4) 加工品等の品揃えの可能性

令和2年度には、市内の加工事業者（梨・海苔・オリーブ・生乳・酢・味噌等の関係主体）へのヒアリング調査を実施し、道の駅あらかお（仮称）において加工品として販売の可能性のある素材について、道の駅との連携可能性や、魅力発信のアイデア等の意向を確認しました。

その結果、加工品としての素材提供や商品販売、交流・体験などの実施について、相互連携等に関する前向きな意見が得られた一方で、事業を継承する担い手が現れていないという課題もあります。

(2) 競合環境

1) 周辺のスーパー等

計画地から車で 10 分程度の圏域に位置する大型商業施設（大規模小売店舗立地法に基づく大規模集客施設等）の分布状況を見ると、比較的多くの施設が立地している状況です。

全国チェーンのスーパーでも、産直コーナーを設置するなどして、地元産品を取り扱っている店舗やドラッグストアと併設して生鮮食品を取り扱っている店舗もある一方、荒尾市のお土産品等を取り扱っているスーパーはみられません。

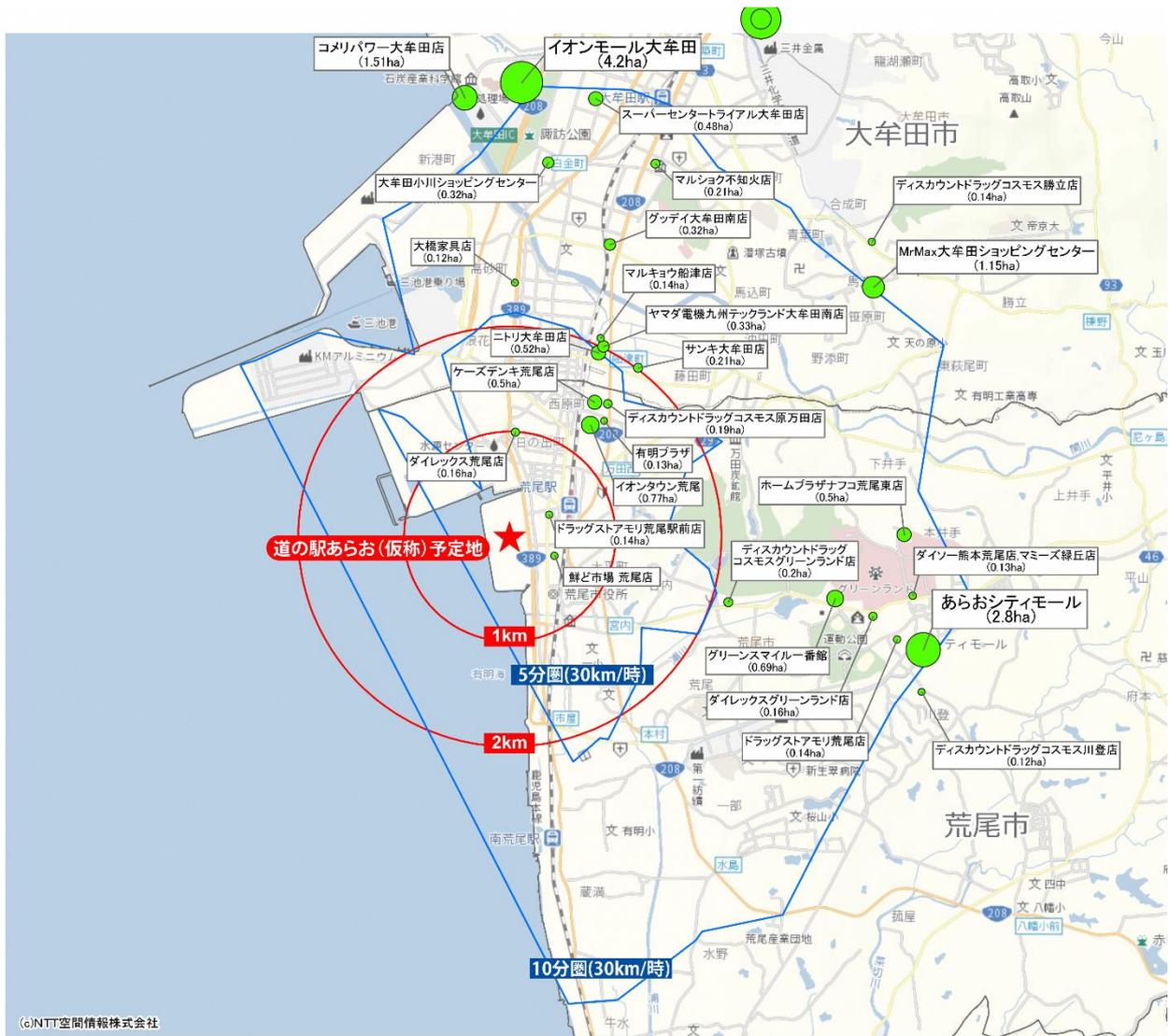


図 2-7 周辺店舗の分布状況

出典：「全国大型小売店総覧 2020 年版」※施設面積の記載がないものは、別途地図検索により把握したものの国土数値情報「R2 行政区域データ」(<https://nlftp.mlit.go.jp/index.html>)、

jSTAT MAP (<https://www.e-stat.go.jp/>)、NTT 空間情報

2) 有明海沿岸の道の駅

近隣の道の駅の競合リスクの精査及び国交省の道の駅第3ステージで示された、道の駅同士の連携の実現に向けて、有明海沿岸の道の駅及び近隣の道の駅を訪問し、各道の駅の運営状況や、連携についての意見交換などを行いました。

その結果、各道の駅が産直をメインに、それぞれがセールスポイントとなる商材（生鮮品・加工品等）によって差別化し、集客を図っている一方、売るのが少なく、仕入れに頼らざるを得ない時期があるという共通の課題があることが明らかになりました。また、道の駅の連携については、環有明海での共通ブランドの確立及び商品の融通、相互送客(誘客)を図っていくこと等に対して概ね賛同が得られました。

今後は、連携体制等を確立していくにあたり、各自治体を含む体制づくりを進める必要があります。



図 2-8 周辺の道路休憩施設等の分布状況

出典：国土数値情報「H30 道の駅データ」
(<https://nlftp.mlit.go.jp/index.html>)、
NTT 空間情報

(3) 外部環境調査（潜在利用者のWEBアンケート）

道の駅あらお（仮称）の潜在的な利用者として想定される、福岡市・熊本市・佐賀市及び有明海沿岸道路の沿線等の住民のニーズを明らかにし、ターゲット分析や機能の検討に活かすこと
目的として、WEB アンケート調査を実施しました。

表 2-2 WEB アンケートの実施概要

| | |
|-------|---|
| 実施方法 | インターネットリサーチ会社に登録しているアンケートモニターを対象とするWEB アンケート |
| 実施期間 | 令和2年9月2日～9月7日 |
| 対象 | 道の駅あらお（仮称）の主要ターゲットと想定する以下の地域の居住者・20歳以上の男女 ◇荒尾市まで概ね1時間圏内の都市住民（福岡市、熊本市、佐賀市）：n=500 ◇上記以外の、有明海沿岸道路周辺自治体（大牟田市、柳川市、大川市、みやま市、小城市、杵島郡白石町）：n=500 |
| サンプル数 | 1,000件 |

1) 道の駅あらお（仮称）へのニーズ

道の駅あらお（仮称）がどのような道の駅であれば、行ってみたいかを尋ねたところ、「地域で採れた野菜や果物などの生鮮食品が充実している」が最も多く、次いで「地域の食材を楽しめるレストランやカフェが充実している」が多くみられました。

年代別にみると、「地域で採れた野菜や果物などの生鮮食品が充実している」は60代以上において支持が高く、「地域の素材を活かしたスイーツが充実している」は20～30代において支持が高い傾向にありました。

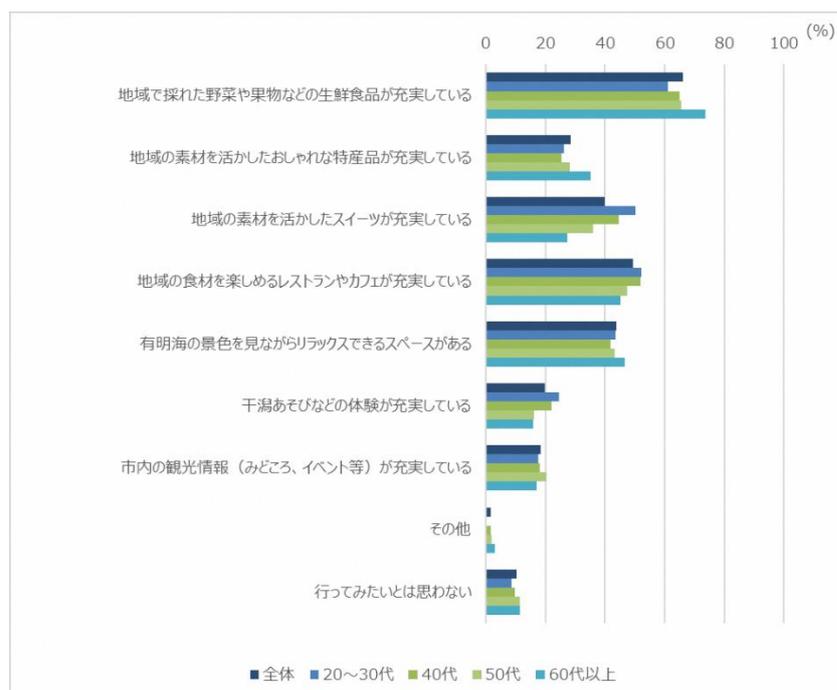


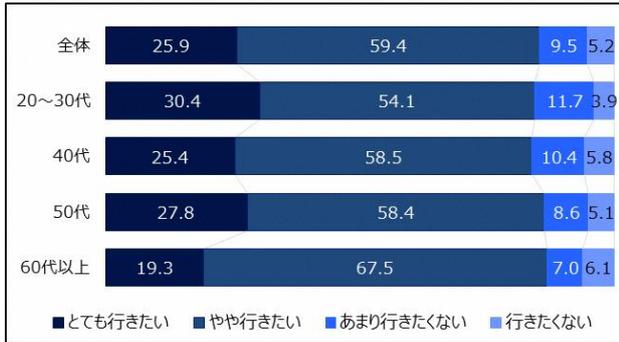
図 2-9 道の駅あらお（仮称）へのニーズ（複数回答）

2) 道の駅でのイベントの参加意向

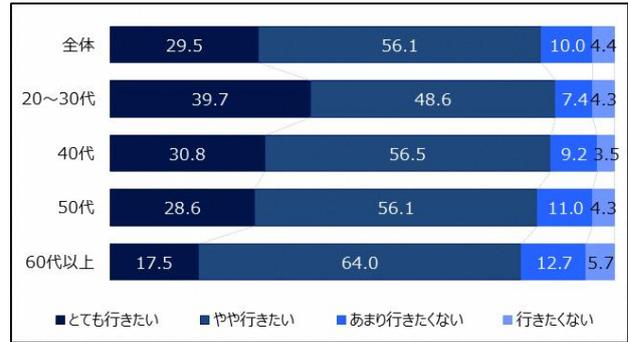
イベントに「行きたい」と回答した方（「とても行きたい」「やや行きたい」）の割合は、「ファーマーズマーケット」「食のイベント」では、約 8 割を超えた一方、「マジック釣り・小代焼の作陶体験などの体験イベント」は約 5 割、「地元産品を使った離乳食や介護食などの料理教室」は約 3.5 割でした。

年代別にみると、「食のイベント」は 20～30 代において支持が高い傾向にありました。

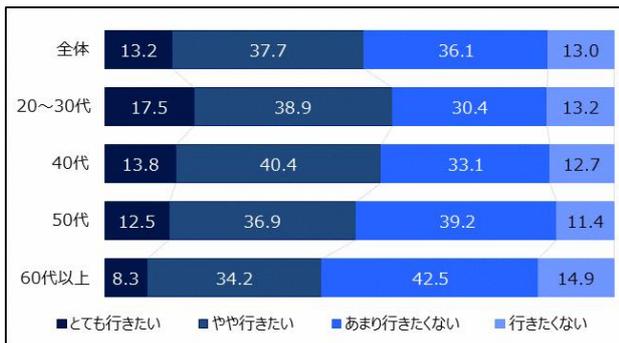
●ファーマーズマーケット



●食のイベント



●体験イベント



●料理教室

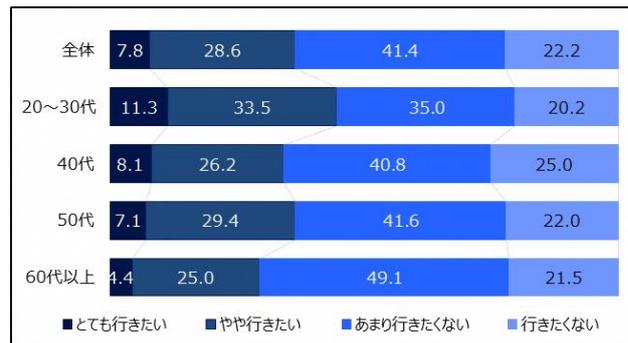


図 2-10 イベントへの参加意向

3) 飲食施設への期待

飲食する場合の希望は、「セルフサービス型で手軽に食事ができるフードコート」が 37.3%と最も多く、次いで「ドライブ休憩などで小休憩ができるカフェ」が 28.7%を占めました。

年代別にみると、「セルフサービス型で手軽に食事ができるフードコート」は 60 代以上において支持が高く、「ドライブ休憩などで小休憩ができるカフェ」は 20～30 代において支持が高い傾向にありました。

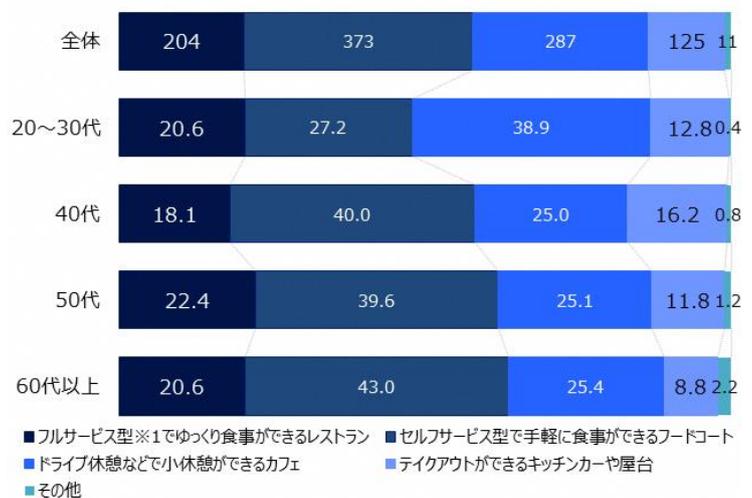


図 2-11 飲食施設への期待

4) レストランへの期待

道の駅あらかわ（仮称）にレストランがあるとした場合に、あったら嬉しいサービスとしては、「ビュッフェ形式で色々な料理が手頃な価格で楽しめる」が63.0%と最も多く、次いで「テイクアウトができる」が36.8%、「地元の食材を活用した少し高級な料理が楽しめる」が31.3%となりました。年代別にみると、「減塩、低カロリーなどの健康志向のメニューがある」は60代以上において支持が高い傾向にありました。

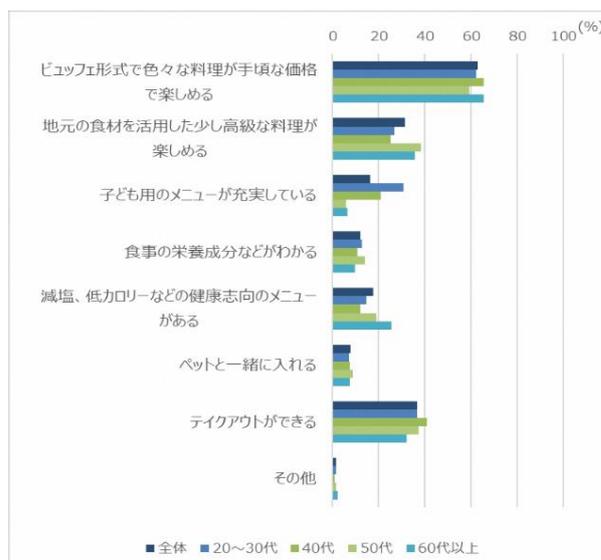


図 2-12 レストランへの期待

5) 道の駅での生鮮食品の購買に期待すること

「安く買えること」への期待が最も高く、「新鮮な食品の取り扱いがあること」、「地元産の食材が購入できること」、「品揃えの多さ」などが続きました。

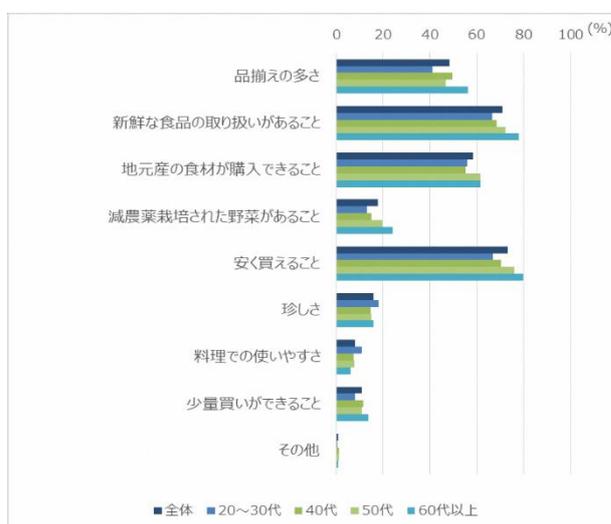


図 2-13 道の駅での生鮮食品の購買に期待すること

6) 道の駅の利用頻度

道の駅の利用頻度は、「半年に1回程度」が25.2%と最も多く、月に1回以上（「ほぼ毎日」、「週に1回程度」、「月に1回程度」の合計）が23.2%、「2か月に1回程度」が18.0%を占めました。

年代別にみると、月に1回以上（「ほぼ毎日」、「週に1回程度」、「月に1回程度」の合計）は、50代及び60代以上において、比較的多い傾向にありました。

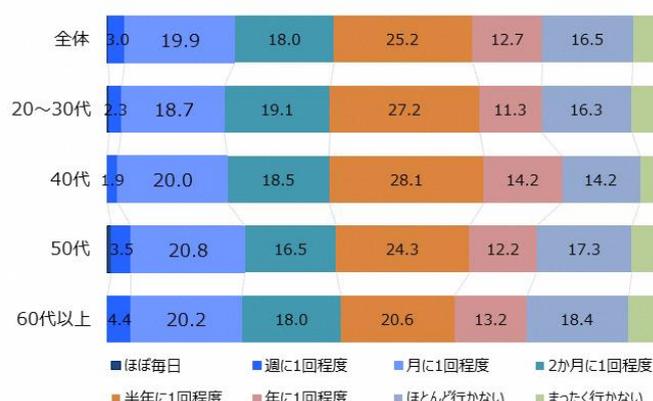


図 2-14 道の駅の利用頻度

(4) 道の駅あらお（仮称）を取り巻く事業環境のまとめ

これまで行った調査等の結果を踏まえ、道の駅あらお（仮称）を取り巻く環境として、荒尾市及び道の駅あらお（仮称）の内部環境としての強み・弱み、外部環境としての機会・脅威を、以下のとおり整理します。また、市民や潜在的利用者に行ったアンケートなどで明らかになった、道の駅に対するニーズについては、具体的な機能やサービスに反映します。

表 2-3 道の駅あらお（仮称）を取り巻く内部環境

| | | |
|------|----|---|
| 内部環境 | 強み | <p>◆個性ある地域資源の存在</p> <p>荒尾市は、ラムサール条約湿地に登録された荒尾干潟に面し、有明海やそこに沈む夕陽などの素晴らしい景観がみられます。また、県立自然公園に指定されている小岱山や、世界文化遺産に登録された三池炭鉱万田坑など、豊かな自然や歴史がみられます。さらに、ジャンボ梨の名で親しまれている新高梨をはじめ、季節毎に収穫されるフルーツなどの農産物、有明海の手取海苔や独特の漁法で捕るマジャクなどの海産物、国の伝統的工芸品に指定されている小代焼など、魅力ある地域資源が数多く存在します。</p> <p>◆多様な機能の集積</p> <p>南新地土地区画整理事業では、約 35ha の地区の中に、道の駅のほか、保健福祉子育て支援施設、民間事業者による各種便益施設、公園・緑地、集合住宅・戸建て住宅などの開発を計画しています。道の駅あらお（仮称）は、このような多様な機能が集積するウェルネス拠点の中核としての強みを有しています。</p> <p>◆有明海沿岸道路の終着点</p> <p>有明海沿岸道路の延伸と荒尾北 I C（仮称）の整備が実現した際には、有明海沿岸道路の旅の出発点・終着点（終着点としては、一定年数）になります。</p> <p>◆新たなまちづくりの進展</p> <p>荒尾市では、スマートシティの実現に向け、先進的技術を積極的に活用したまちづくりを進めています。</p> |
| | 弱み | <p>◆荒尾市の知名度の低さ</p> <p>荒尾市の観光振興や移住促進の観点からは、県内の他地域と比較し、グリーンランド以外の観光スポットの知名度が不足していることが課題です。</p> <p>◆製品の供給力の低さ</p> <p>荒尾市の製品については、出荷時期が限られていたり、生産者・出荷量が少ないなど、安定した供給が難しい商品等もみられます。</p> <p>◆高齢化の進展</p> <p>国、県を上回る高齢化の進行に伴い、社会保障費の増加や人手不足など様々な問題の発生が懸念されます。</p> |

表 2-4 道の駅あらか（仮称）を取り巻く外部環境

| | |
|------|--|
| 外部環境 | <p>●有明海沿岸道路の延伸</p> <p>有明海沿岸道路の延伸と荒尾北IC（仮称）の整備が実現した際には、有明海沿岸の各都市とアクセス環境が充実し、佐賀空港まで1時間程度となるなど、熊本・福岡の両都市圏へのアクセスも含めて、さらなる交通便利性の向上や、来訪者の増加も見込まれます。</p> <p>●安全・健康等への意識の高まり</p> <p>食の安全・安心への意識や、健康志向が高まっていると言われており、安全・地元産・新鮮・健康等を特徴とする商品への需要が高まることも期待されます。</p> <p>●新型コロナの影響を踏まえた新たな需要</p> <p>新型コロナの影響により、新しい生活様式が求められる中、飲食分野ではテイクアウトや中食の需要が伸びています。また、観光分野では車を使った移動、マイクロツーリズム等の需要の高まりがみられます。</p> <p>●「道の駅」第3ステージにおける道の駅への期待</p> <p>新たな時代の道の駅には、『地方創生・観光を加速する拠点』及び『ネットワーク化で活力ある地域デザインにも貢献』することが期待されており、その実現のための具体策として、道の駅同士の連携促進や、多様な世代の活躍の場となることなどの方向性が示されています。</p> <p>●南新地地区への道の駅の整備</p> <p>南新地地区において行われる新たなまちづくりの中心的な施設として道の駅あらか（仮称）の整備が期待されています。</p> |
| 脅威 | <p>●近隣のスーパーや産直の立地</p> <p>道の駅周辺には、新鮮・安価をセールスポイントとしたスーパーや産直が多数立地しています。</p> <p>●道の駅の増加に伴う競争激化</p> <p>計画予定地周辺には、各地の特色を活かした道の駅が多数立地しています。</p> <p>●新型コロナの影響による消費行動の変化</p> <p>新型コロナの影響により、非接触型の購買行動や、衛生管理の徹底を通じた安全・安心の確保などが、これまで以上に求められています。</p> <p>●少子高齢化の進展</p> <p>少子高齢化の進展に伴う人口減少に起因して、消費者の減少による経済の縮小や生産年齢人口の減少による深刻な人手不足などが問題となっています。</p> <p>●核家族化の進展</p> <p>高齢単身世帯の増加とそれに伴う孤独死、要介護者の増加と介護を行う者の負担増、買い物難民の増加などが問題となっています。</p> <p>相談相手や地域内における交流が希薄になることによって、子育てに対する不安や、孤独化などが問題となっています。</p> |

6. コンセプトを具体化する戦略及び魅力づくりの方向性

基本構想のコンセプトを具体化し、「道の駅あらお（仮称）」の魅力づくりにつなげていくため、コンセプトを具体化するために道の駅あらお（仮称）が重点的に取り組むべき事項（戦略）及び、「道の駅あらお（仮称）」の魅力づくりの方向性を定めます。

(1) コンセプトを具体化する戦略

道の駅あらお（仮称）のコンセプトを具体化するため、荒尾市の弱みを克服するための戦略と、強みを活かすための戦略を定めます。

弱みを克服するために、どう機会を利用するか、機会を捉え、どう強みを最大限に活かすか、機会を活かし、どうみんなが活躍できる場にするか、という視点で、道の駅あらお（仮称）が重点的に取り組むべき事項として、以下の3つの戦略を位置付けます。

【弱みを補い機会を活かす視点】

戦略①有明海沿岸地域の連携による商品・コンテンツの充実、マーケットの創出（有明アライアンス）

有明海沿岸道路の延伸による交通環境のさらなる向上を機会に、有明海沿岸地域にある道の駅の連携（有明アライアンス）により、道の駅あらお（仮称）における商品・コンテンツの充実を図るとともに、「有明」ブランドの確立により、新たなマーケットの創出を目指します。

まずは、弱みとなっている商品の供給力に対しては、旬の商品や加工品を中心に、有明海沿岸地域の道の駅において、相互調達を進めることで強化を図ります。

一方、荒尾市の知名度が十分に高まっていない中、広域的にも知名度がある「有明」というブランドを確立することで、新たなマーケットの創出を図り、有明海沿岸地域全体の集客力を高めるとともに、有明アライアンスにより道の駅同士の周遊を促すことで、それぞれの道の駅への集客増加を図ります。



図 2-15 有明アライアンスのイメージ

【連携の取組みのイメージ】

- 共同プロモーションによるマーケット創出・拡大、相互誘客（一斉イベントの開催、相互の情報発信等）
- 有明ブランドの商品開発・育成（OEM、プライベートブランド等により、商品開発・製造等を圏域全体で担う取組み等）
- 商品の融通 等

戦略③あらゆる世代が活躍する舞台としての地域センター・居場所づくり

新たな時代の道の駅には、子どもから大人まで、あらゆる世代が「道の駅」で活躍するための環境を提供することが期待されています。具体的には、子育て応援・高齢者の暮らしサポート、ボランティアを含めた様々な団体や学校・地域との連携、地域の子育てを応援する施設の併設、高齢者の交通手段を確保するための自動運転サービスのターミナルの提供などが期待されています。

土地区画整理事業が進む南新地地区においても、今後、新たに居住する住民同士のコミュニティ形成や、近隣住民等との交流を進めることで、地域への愛着醸成につなげていくことが求められます。

こうした状況を踏まえ、道の駅あらお（仮称）が、今後、「第3ステージ」を迎えた道の駅をけん引するモデルとなるよう、隣接する保健福祉子育て支援施設とも連携し、あらゆる世代が「道の駅」で活躍するための環境の充実を進めます。

道の駅を核とした、市民や来訪者の活躍や交流の場を形成するとともに、ウェルネスタウンが目指す健康なライフスタイルや、市民がいいきと活躍できる場を提供することで、市民の荒尾市への愛着が深められ、シビックプライド（※1）が醸成されます。シビックプライドが醸成されることで、人々が自らまちに関りを持つと思うようになり、その関りを通して、人と人が繋がり、市民のソーシャルキャピタル（※2）の向上につながります。ソーシャルキャピタルの向上は、治安、衛生（健康）、教育の向上に効果があると言われており、そのことによって、誰もが安心して暮らせる世の中がもたらされます。

※1シビックプライド：市民の荒尾市に対する誇りやプライドが育まれることによって、自ら地域のために何かを成し遂げたいという思いで行動を起こすこと。

※2ソーシャルキャピタル：人々の協調行動を活発にすることによって、社会の効率性を高めることのできる、「信頼」「規範」「ネットワーク」といった社会組織の特徴。

ソーシャルキャピタルが豊かなら、市民活動への参加が促進される可能性があり、市民活動の活性化を通じて、ソーシャルキャピタルが培養される可能性がある。（厚生労働省資料より）

(2) 魅力づくりの方向性

コンセプト及びコンセプトを具体化する戦略を踏まえ、道の駅あらお（仮称）ならではの魅力づくりを進める上での基本となる考え方として、「魅力づくりの方向性」を明らかにします。「魅力づくりの方向性」は、3つの戦略に対応する4つの方向性として整理しています。

●方向性1：周辺施設と連携し、健康づくりやアウトドアなどの新たなニーズも踏まえた機能の整備により、他の道の駅にはない価値を提供します。

- 多様な機能が集積するウェルネス拠点の中核に立地する強みを活かし、周辺の施設と連携することにより、健康づくりやアウトドアなどの新たなニーズも踏まえた機能を整備していきます。また、周辺施設と連携し、道の駅あらお（仮称）ならではの滞在の魅力を高め、他の道の駅にはない価値の提供を目指します。

●方向性2：荒尾・有明ならではの地域資源の活用により、ニューノーマルに対応した、「食」を中心とした感動体験を提供します。

- 荒尾市ならではのロケーションや景観、歴史・文化資源、農水産物など、個性ある地域資源を活かしつつ、「食」を中心として来訪者が楽しみやすい形で提供することで、その魅力を体感してもらう「感動体験」を提供します。
- 事業者の方々と道の駅の運営者が一緒に商品をつくりあげ、生産者を巻き込んで新たな価値を生むようなプロデュース機能を持った道の駅を整備します。
- ニューノーマル時代に則した、免疫力アップや健康維持に寄与する食を提供します。

●方向性3：魅力ある「ゲートウェイ」を形成し、圏域内での連携による交流の促進や災害時の安全・安心の場を提供します。

- 道の駅あらお（仮称）は、熊本県における北の玄関口として、荒尾市、さらには熊本県内の情報を発信し、県域最北端の魅力ある「ゲートウェイ」を形成します。
- 道の駅あらお（仮称）は、様々な人の集まる場所という事に加え、そこに集う人たちの交流による新たな価値を創造していきます。
- また、有明海沿岸道路は、物流拠点施設をつなぐ「物流の道」、観光圏を支える「観光の道」災害発生時の「命の道」としての役割が期待されていることを踏まえ、道の駅においても圏域内での連携による交流の促進や災害時の安全・安心の場を提供します。

●方向性4：スマート技術に支えられた、便利で快適なまちの魅力を体感できる場を提供します。

- スマートシティの中核に位置する施設として、先進的技術の導入により、市民や来訪者が、スマート技術に支えられた、便利で快適なまちの魅力を体感できる場を提供します。

7. ターゲット設定

(1) アンケート結果（市内・市外）の総括

市民および近隣自治体の居住者（潜在利用者）を対象にしたアンケートの結果から、以下のよう傾向が見られました。

<ニーズの概要>

◇道の駅へのニーズは、年代による傾向の差があり、特に 20～30 代と 60 代以上に大きな特徴がみられました。

◇市外客では、年代が高くなるほど、道の駅の利用頻度は増加する傾向となっています。一方で、市民においては、世代に関係なく道の駅の利用意向は高くなっています。

【20～30 代のニーズ】

- イベントや学び・体験等への期待が高い。
- 「食が楽しめること」や「飲食施設」への期待が高い。
- 市外客からは、地域の素材を活かしたスイーツやカフェ、特産品のパッケージや見た目のセンスなどが期待されている。
- 市民からは、イベント広場やアミューズメント・スポーツ施設、子どもが仕事を学べる施設なども期待されている。

【60 代以上のニーズ】

- 「生鮮食品の充実」や「直売施設」への期待が高い。
- 市外客からは、生鮮食品の新鮮さ、安価、地元産、品揃えの多さ、健康志向のメニューなどが期待されている。特産品については、生産者の想いが見えること、実用性、健康によいこと、少量買いができることなどへの期待が高い。

(2) 年代別の消費行動における価値観の特徴

一般的な年代別の消費行動における価値観の特徴として、以下のようなことが言われています。

表 2-5 年代別の消費行動における価値観の特徴

| 年代 | 価値観の特徴 |
|---------------|---|
| 概ね 20～30 代 | <ul style="list-style-type: none">● 「自分のライフスタイルにこだわって商品を選ぶ」傾向が強く、個性やライフスタイルを貫く消費スタイルに共感する傾向が強い。● 「モノ」より「コト」重視、つながりを重視する傾向が強い |
| 概ね 40 代 | <ul style="list-style-type: none">● 他人とは緩やかなつながりを求めつつも、「ひとり志向」が強い。● 共働き世帯が多く、利便性を求める傾向がある。 |
| 概ね 50 代 | <ul style="list-style-type: none">● ブランド志向が強く、百貨店に回帰している。● 人とのつき合いに積極的にお金を使いたい傾向がある |
| 概ね 60 代 以上 | <ul style="list-style-type: none">● 時間的な余裕が増える中で、人とのつきあいにお金をかけたいという人が多い。● 健康に関する商品・サービスにチャンスがある。● 「夫婦お互いのために」をテーマにした商品・サービスが訴求する。 |

出典：日置浩之,世代別分析から見た消費行動の展望,知的資産創造 2019 年 10 月号,P18 をもとに作成

こうした価値観の特徴を踏まえると、20 代～30 代においては、商品やサービスを購入したことで得られる「体験」や、「魅力あるライフスタイルを演出する商品・サービス」が訴求する可能性が高いことが示唆されます。

一方、60 代以上においては、「人とのつき合いに積極的にお金を使いたい」などの特徴があり、この層に訴求する商品・サービス（60 代以上においては「健康」に関連するもの等）が提供できれば、道の駅の売上を支える層となる可能性が示唆されます。

(3) ターゲット設定

道の駅ファンの期待に応えるサービスの提供を基本とし、道の駅あらお（仮称）の特色をだしていくために、アンケート結果及び世代別の消費行動の価値観の特徴、さらには事業コンセプト等との整合の観点から、重点ターゲットを以下のとおり設定します。

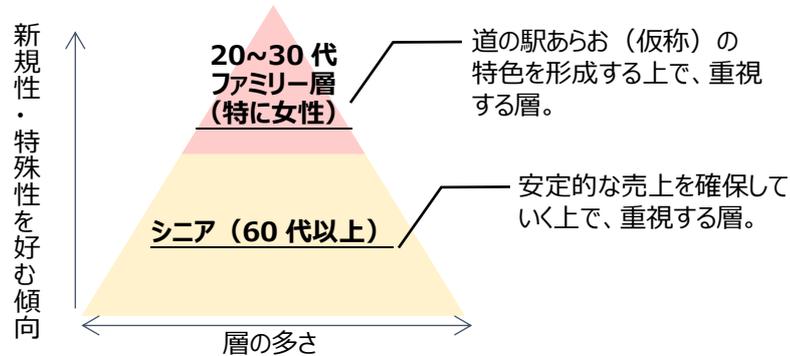


図 2-17 ターゲット設定

●ターゲット①：20~30代ファミリー層（特に女性）

- ◇ 道の駅あらお（仮称）の特色を形成する上で、重視する層。
- ◇ ファミリー層（特に女性）への訴求力を高めることで、他にはない魅力づくりと差別化を目指します。
- ◇ 親から子へと、中長期的なファンの獲得を目指します。

【設定根拠】

- ◇ 南新地地区全体のターゲットであり、保健福祉子育て支援施設等の周辺施設との連携により、荒尾市ならではの体験を提供することで、一体的な利用を促すことができると考えられます。
- ◇ 道の駅の商品・サービス・体験等を通して、これらの層に荒尾市を実感してもらうことが、まちづくりの目標達成の上でも重要です。
- ◇ 商品やサービスを購入したことで得られる「体験」や、「魅力あるライフスタイルを演出する商品・サービス」への感度が高い層と想定され、従来の道の駅にはない新たな価値が訴求する可能性が高い。
- ◇ 「癒しやすさ」に対するニーズが高く、また、子どもの食の安全や健康に関心が高いと想定され、「ウェルネス」を趣旨とする事業コンセプトが訴求する可能性が高い。

●ターゲット②：シニア（60代以上）

- ◇ 安定的な売上を確保していく上で、重視する層。
- ◇ 道の駅の利用頻度が比較的高く、層も厚いことから、ファンとリピーターの獲得を目指す。

【設定根拠】

- ◇ 子育てが終わり、時間的に一定の余裕がある層と考えられる。
- ◇ 道の駅における「新鮮さ」、「安さ」、「地元産」、「品揃え」などのニーズが高く、一定の市場規模が見込まれることから、売上を支える重要顧客となりうる。
- ◇ 健康に一定の関心があり、健康に関する商品・サービスにチャンスが見込まれることから、「ウェルネス」を趣旨とする事業コンセプトが訴求する可能性が高い。

(4) ポジショニング

休日及び平日では、狙う客層が異なることを踏まえ、休日・平日のそれぞれについて、ターゲット層に訴求するための商品・サービスの差別化戦略（ポジショニング）を、以下のとおり設定します。

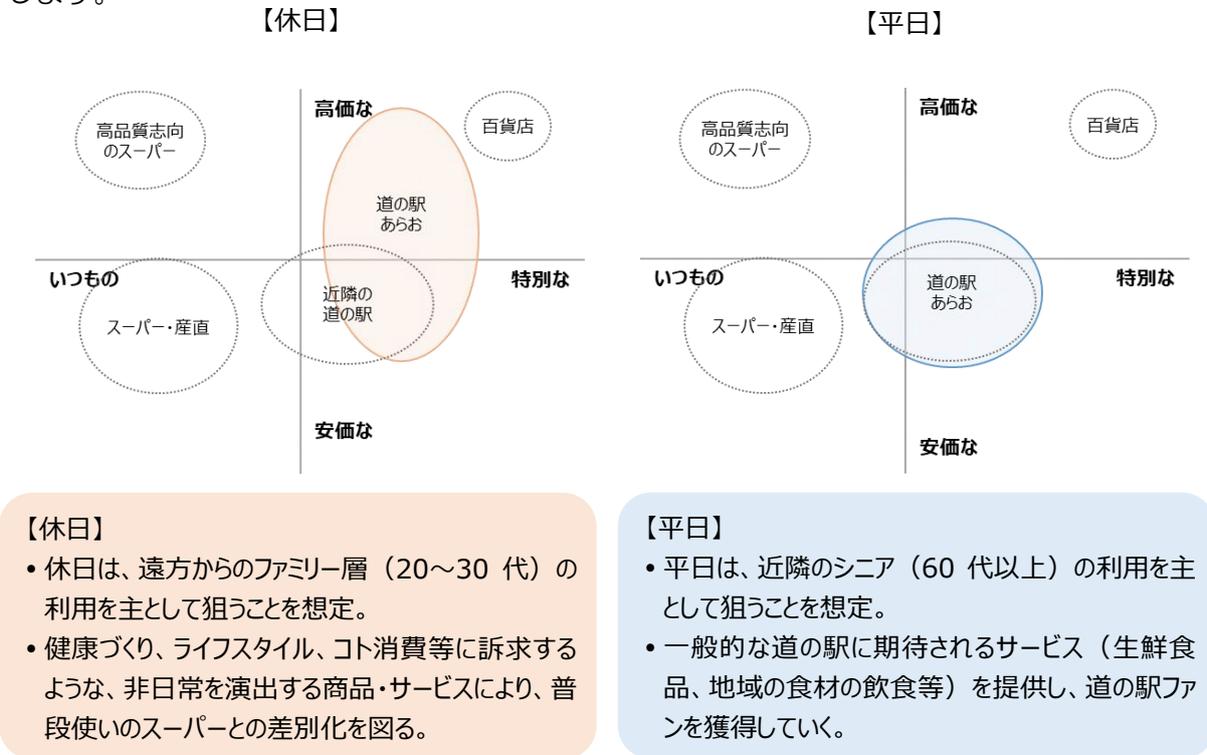


図 2-18 ポジショニング

(5) 道の駅あらお（仮称）が提供する価値

ターゲットに対する訴求力を高めるため、基本構想のコンセプト「しあわせと元気の創造ステーション」のもとに、道の駅で提供する価値を以下のように具体的に示します。

◆道の駅が提供する価値◆

特別な日常を彩る有明の資源（食、自然、風景等）の魅力を体感してもらい、暮らしに取り入れる仕掛けにより、心身ともに健康なライフスタイルと地域の元気をサポートする。

◆道の駅あらお（仮称）が重点ターゲットに対して提供する価値の具体的なイメージ

| 価値 | 重点ターゲットに対して提供する価値 | | | | | |
|--|---|--|--|--|---|--|
| | ファミリー層 | | | | シニア層 | |
| 特別な日常を彩る 有明の資源（食、自然、風景等）の 魅力を体感してもらう | <p>物販機能（梨） 物販機能（海苔） 物販機能（加工品） 飲食機能</p> | | | | <p>物販機能（農産物） 物販機能（加工品） 飲食機能</p> | |
| | <p>家族や友人等とともに味わう「特別な日常(達成感や感動)の共有体験」や地域の「食体験」を提供することで、その価値に共感、共鳴する顧客（ターゲット）の集客を図っていく</p> | | | | | |
| 暮らしに取り入れる仕掛け | <p>例</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ 荒尾市内の梨農園での梨のもぎ取り体験 ◆ 何種類もの梨の品種の中から、お気に入りを選んで購入 ◆ 梨 100%の贅沢スムージーの飲食 ◆ 有明海の干満差が生み出す有明海苔の特徴の学び ◆ 海苔すき体験 ◆ 味噌づくり体験 ◆ チーズづくり体験 ◆ 荒尾の生乳やフルーツを使ったソフトクリームやパフェなど、地域の食材を活かしたスイーツを食べながら小休憩 | | | | <p>例</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ 荒尾で採れる農水産物や、有明海沿岸の道の駅から、四季を通して集まる新鮮な農水産物の購入 ◆ 海苔の漁師、梨農家など地域の生産者が発案した加工品の購入 ◆ 有明海に沈む夕陽が見えるロケーションで、夫婦や友人同士、有明海沿岸の食材を活かした健康志向の食事を堪能 | |
| | <p>体感を通して得られた感動や魅力を持ち帰り、暮らしに取り入れることによって、その価値を改めて感じてもらい、「道の駅あらお（仮称）」のファンを獲得していく。</p> | | | | | |
| 心身ともに健康なライフスタイルをサポート | <p>例</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ もぎたて梨の購入 ◆ ドライフルーツ、梨の冷凍キューブ等の購入 ◆ 海苔のふりかけづくりキット ◆ おつまみ海苔、おやつ海苔、海苔ドレッシング等の購入 ◆ 味噌づくり・チーズづくりキットの購入（自宅で味噌づくり） ◆ 乳製品、フルーツの購入 | | | | <p>例</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ 美味しく健康になるレシピの紹介 ◆ 生産者と顔の見える関係（スマート技術を活用） ◆ 生産者の想いが伝わる商品の紹介（スマート技術を活用） ◆ 自炊のおかずのあと一品に役立つ、加工品や半調理済み素材の購入 | |
| | <p>ウェルネス拠点としての価値を提供することによって、心身ともに健康で元気やしあわせを感じることのできるライフスタイルをサポートする</p> | | | | | |
| 地域の元気をサポート | <p>例</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ タンパク質分解酵素の働きで肌の調子を整える ◆ 夏バテ解消、疲労回復 ◆ 食物繊維の整腸効果 ◆ ビタミン C の美白効果 ◆ 無添加、新鮮で子ども安心 ◆ 栄養価の高い乳製品やフルーツで健康管理 | | | | <p>例</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ レシピの工夫で健康づくり ◆ 生産者の顔が見える安心感 ◆ 減塩、低カロリー等の健康志向の食材で、高血圧や肥満の予防 | |
| | <p>出荷者、従業員等のプレイヤーの生き甲斐の場、活躍の場として、地元企業等のチャンス場として地域の元気を生み出し、地域経済を活性化させる</p> <p>例：【地域産業】地域食材の消費拡大、地域食材の新たな付加価値の創出、生産者のビジネス創出の場（消費者ニーズの事業者へのフィードバック、テストマーケティングの場の提供、農水産業や食品加工への新規参入等） 【賑わい】賑わい・交流促進、地域への周遊促進（市民と来訪者の交流によるコミュニティ価値の向上）</p> | | | | | |

図 2-19 道の駅あらお（仮称）が重点ターゲットに対して提供する価値の具体的なイメージ

第3章 導入機能・施設

1. 導入機能及び施設テーマ

道の駅あらお（仮称）は、利用する人や働く人、出荷する人などが快適で効率的に利用できるような施設、環境に配慮した施設（ZEB への取り組みなど）の整備を行います。

道の駅あらお（仮称）で想定する導入機能及び施設テーマについて、コンセプトやターゲット等を踏まえ、以下のとおり整理しました。

表 3-1 導入機能及び施設テーマ

| 機能 | | 施設テーマ |
|----------|----|---|
| 地域 連携 | 物販 | <ul style="list-style-type: none"> 荒尾・有明の産品が集まる品揃えが自慢のショップ 心身ともに健康なライフスタイルを応援する商品が揃うショップ ウェルネス拠点での活動を支えるショップ 生産者や従業員が活躍するショップ 地域の生活を支えるショップ 作り手と買い手の出会いの場 |
| | 飲食 | <ul style="list-style-type: none"> 荒尾・有明の幸をゆっくり楽しめるレストラン 荒尾・有明の幸が気軽に楽しめるフードコート 荒尾・有明の幸を気軽にお持ち帰りできるテイクアウト機能 夕陽を眺めながら、多世代が憩う居場所 |
| | 交流 | <ul style="list-style-type: none"> 交流から賑わい、新たなコミュニティを創出する全天候型の大屋根広場 快適な移動手段の実現を目指したスマートモビリティの発着地 市民の活躍・生きがいの場・コミュニティ醸成の場 地域を知る、環境を知る、歴史を知る学習の場 |
| 情報発信 | | <ul style="list-style-type: none"> 様々なニーズをスマートにマッチングする、旅ナカコンシェルジュ 荒尾のファンになりたくくなるような素敵な情報の発信 荒尾と熊本の旅を提案 快適なドライブや安全・安心な市民生活を支える交通や災害情報の発信 |
| 休憩 | | <ul style="list-style-type: none"> 24 時間利用でき、誰もが利用しやすい駐車場 子ども連れ・シニアをはじめとして誰もが快適に利用できるトイレ等 様々なニーズに対応できる休憩スペース |
| 防災 | | <ul style="list-style-type: none"> 災害時にも停電しない、安全・安心の防災拠点 |

2. 施設ごとの特色

魅力づくりの方向性を踏まえた、施設テーマごとの特色（提供するサービスや空間のイメージ、提供する価値等）は、以下のとおりです。

(1) 地域連携機能

1) 物販

表 3-2 物販機能における施設テーマごとの特色

| 施設テーマ | 特色 | 魅力づくりの方向性 | | | |
|-------------------------------|--|---|--|--|---|
| | | 方向性1 【機能連携】 周辺施設と連携し、健康づくりやアウトドアなどの新たなニーズも踏まえた機能の整備により、他の道の駅にはない価値を提供する | 方向性2 【地域資源の活用・体験】 荒尾・有明ならではの地域資源の活用により、ニューノーマルに対応した、「食」を中心とした感動体験を提供する | 方向性3 【圏域連携】 魅力ある「ゲートウェイ」を形成し、圏域内での連携による交流の促進や災害時の安全・安心の場を提供する | 方向性4 【スマート技術】 スマート技術に支えられた、便利で快適なまちの魅力を体感できる場を提供する |
| 荒尾・有明の産品が集まる品揃えが自慢のショップ | <p>【サービス】梨、海苔、キノコ等を主力商品としつつ、有明・熊本一円の特産品を販売（有明産の魅力を体感する仕掛け（VR ポップ等の活用）による販売促進）</p> <p>【空間】市場を連想させる大空間で、非日常の活気と賑わいを演出</p> <p>【価値】有明の産品が何でも揃う購買体験</p> | <ul style="list-style-type: none"> 保健福祉子育て支援施設における体験プログラムをきっかけに、商品を買ってもらい、有明の産品を暮らしに取り入れてもらおう工夫（海苔の生産工程を知ってから海苔を購入／味噌づくり体験から味噌づくりキットを購入等） アウトドア施設利用者向けに BBQ 食材やアウトドアグッズの販売等 | <ul style="list-style-type: none"> 荒尾・有明産ならではの地域資源の購入 地域資源の魅力を体感するプログラムを提供（例：味噌づくり体験、海苔すき体験、小代焼作陶体験等） 下ごしらえ済みの食材を購入 健康、安全・安心に配慮した食材の提供 宅配サービス | <ul style="list-style-type: none"> 圏域の連携により、四季折々の商品の品揃えを確保 圏域内のお土産品を揃えた環有明アンテナショップ ファーマーズマーケットの開催 新商品や新規作物等の商談会の開催 | <ul style="list-style-type: none"> VR ポップ（商品に関する機能性や美味しさの秘訣、生産者の想い、製造工程等の情報提供） VR 加工場（加工風景の紹介） ネット販売 ドローン配送 買った食材で作れる献立やレシピが提供されるサービス お取り置きサービス |
| 心身ともに健康なライフスタイルを応援する商品が揃うショップ | <p>【サービス】自宅で手軽に無添加の食品づくりを楽しめるキット（味噌づくりキット等）、減塩の加工品、食卓のあと1品に役立つ半調理済み食材など、健康な暮らしを彩る商品を提供</p> <p>【価値】有明の産品を取り入れた健康なライフスタイルの支援</p> | | | | |
| ウェルネス拠点での活動を支えるショップ | <p>【サービス】BBQ 食材や道具・マジャク釣り道具・自転車の貸出や、アウトドアグッズ・運動中の補給食の販売など、ウェルネス拠点での活動に必要な物資を提供</p> | | | | |
| 生産者や従業員が活躍するショップ | <p>【空間】生産者や従業員のアイデアや意見を生かしたショップづくり</p> <p>生産者や従業員が生き生きとする場所</p> <p>【価値】みんなが活躍し、働き甲斐、生き甲斐を感じる</p> | | | | |
| 地域の生活を支えるショップ | <p>【サービス】小家族向けの商品・働く人の食生活をサポートする商品を提供</p> <p>【価値】ニーズにあった商品を提供することで、モノや時間の無駄をなくし、ゆとりのある生活を支援</p> | | | | |
| 作り手と買い手の出会いの場 | <p>【サービス】作り手の顔の見える売り場、道の駅を商談の場として提供、道の駅から市場へ出荷</p> | | | | |

2) 飲食

表 3-3 飲食機能における施設テーマごとの特色

| 施設テーマ | 特色 | 魅力づくりの方向性 | | | |
|--------------------------|--|---|--|---|---|
| | | 方向性1 【機能連携】 周辺施設と連携し、健康づくりやアウトドアなどの新たなニーズも踏まえた機能の整備により、他の道の駅にはない価値を提供する | 方向性2 【地域資源の活用・体験】 荒尾・有明ならではの地域資源の活用により、ニューノーマルに対応した、「食」を中心とした感動体験を提供する | 方向性3 【圏域連携】 魅力ある「ゲートウェイ」を形成し、圏域内での連携による交流の促進や災害時の安全・安心の場を提供する | 方向性4 【スマート技術】 スマート技術に支えられた、便利で快適なまちの魅力を体感できる場を提供する |
| 有明の幸をゆっくり楽しめるレストラン | <p>【サービス】有明産の食材を活かした、健康志向の食事（減塩、発酵、新鮮等）を提供</p> <p>【空間】有明海を望むオープンテラス・高級感を演出する設え・ゆとりある席配置等により、非日常をゆっくり贅沢に楽しめる空間を演出</p> <p>【価値】ここならではの食と風景の中で、ゆったりくつろぐ癒しの時</p> | | | | |
| 有明の幸が気軽に楽しめるフードコート | <p>【サービス】有明産の食材を活かした、食事やスイーツやアスリート向けの健康食（管理栄養士が監修する健康メニュー等）、お好み焼きなどのご当地グルメ等を提供</p> <p>【空間】子ども連れ・三世代等でも利用しやすい空間を演出（ユニバーサルデザインへの配慮等）</p> <p>【価値】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・期間限定など希少性のあるメニュー（例：梨の収穫時期限定の生搾りスムージーなど） ・ウェルネス拠点での健康づくり活動を食の面からサポート | <ul style="list-style-type: none"> ・宿泊施設（ホテル）と連携し食を通じた荒尾の魅力の体験を提供 ・公園やアウトドア施設の利用者向けに食事を提供することで、一日楽しめるアウトドア空間を提供 ・運動施設利用者向けに健康食を提供することで、健康づくりをサポート ・保健福祉子育て支援施設の利用者（子育て世代、シニア等）の休憩場所として活用してもらう | <ul style="list-style-type: none"> ・物販施設で購入した食材をその場で調理して提供（グローサラント等） ・有明産の食材を活かしたメニューの提供 ・地域の伝統的な食の提供 ・料理や材料に込められた思いを合わせて提供 ・有明海、干潟、夕陽の眺望を活かした景観演出 ・免疫力をアップするような食を提供 | <ul style="list-style-type: none"> ・圏域の連携により、有明海の幸をはじめとした多様な食材を確保 ・圏域の旬の情報を発信することで、各地の旬の食材を食べ歩く楽しみを提供 | <ul style="list-style-type: none"> ・スマートレストラン（ウェイトレス無人化、AR技術を活用したスマートメニュー、ソーシャルディスタンスを確保した自動配席システム） ・キャッシュレス対応 ・顧客の好み等を分析し、顧客ごとに適すると思われる。（健康に良い食事等の情報を提供（リコメンド機能）） |
| 有明の幸を気軽にお持ち帰りできるテイクアウト機能 | <p>【サービス】公園等の屋外で気軽に楽しめるランチボックスをはじめ、フードコートで提供している食事やスイーツのテイクアウト</p> <p>【価値】隣接する公園やアウトドア施設・運動施設等でのアウトドア・健康づくり活動をサポート</p> | | | | |
| 夕陽を眺めながら、多世代が憩う居場所 | <p>【サービス】平日は、主に市民が憩う居場所（自宅でも職場でもないサードスペース）として、休日は道路利用者の休憩場所として、コーヒー等のドリンクを提供（小代焼の器での提供）</p> <p>【空間】夕陽の眺望を楽しむことができる空間／お一人様でもグループでも、ゆったりと楽しめる空間</p> <p>【価値】荒尾ならではの景観の提供／周辺施設の利用しやすさに貢献／市民の交流促進</p> | | | | |

3) 交流

表 3-4 交流機能における施設テーマごとの特色

| 施設テーマ | 特色 | 魅力づくりの方向性 | | | |
|---|---|---|---|---|--|
| | | 方向性1 【機能連携】 周辺施設と連携し、健康づくりやアウトドアなどの新たなニーズも踏まえた機能の整備により、他の道の駅にはない価値を提供する | 方向性2 【地域資源の活用・体験】 荒尾・有明ならではの地域資源の活用により、ニューノーマルに対応した、「食」を中心とした感動体験を提供する | 方向性3 【圏域連携】 魅力ある「ゲートウェイ」を形成し、圏域内での連携による交流の促進や災害時の安全・安心の場を提供する | 方向性4 【スマート技術】 スマート技術に支えられた、便利で快適なまちの魅力を体感できる場を提供する |
| 交流から賑わいを創出する全天候型の大屋根広場 | <p>【サービス】ファーマーズマーケット、イベント等が開催できる空間を提供</p> <p>【空間】解放感が感じられる全天候型の大屋根広場</p> <p>【価値】有明海沿岸道路の「集着点」の強みを活かし、広域からの集客を図ることで、地域の元気に貢献</p> | | | | |
| 快適な移動手段の実現を目指したスマートモビリティの発着地、有明海沿岸をめぐるサイクリング基地等のモビリティステーション | <p>【サービス】道の駅を拠点とした地域内・地区内の快適な移動手段の実現と、有明海沿岸をめぐるサイクリングをサポートする場として、様々なサービス（自転車、応急処置用の工具貸出や空気入れ等）を提供</p> <p>【空間】スマートモビリティによる移動や有明海沿岸のサイクリングの出発地点としてのワクワク感を醸成する空間</p> <p>【価値】先進的技術を活用した近未来型モビリティの体感と快適な旅と周辺の運動・アウトドア施設と連携して、快適なアウトドア活動をサポート</p> | <ul style="list-style-type: none"> シャトルバス・おもやいタクシー*発着地（地区内、市内の周遊） アウトドア施設・運動施設との連携による、様々なアウトドア活動の拠点 周辺施設を活用したサークル活動の活動拠点 | <ul style="list-style-type: none"> 炭鉱、小代焼等をテーマとしたイベント開催による資源の魅力発信 有明海沿岸のサイクリングを通じた有明の魅力の体感 市民による地元の食材を使った加工品や料理の開発 地元の食文化の検証と継承 地元の方が、遠方から来たお客さんと、特産品の販売等を通して、知り合ったり、話をするなどの交流ができる。 子どもたちへの環境学習や地域文化の伝承 | <ul style="list-style-type: none"> 有明海沿岸の道の駅での一斉イベント（同じテーマや日時で行うイベント）等の開催による、集客促進 福岡・佐賀県からの高速バスによる誘客 サイクリングのフィールドとしての圏域連携 市民による地域の観光案内、体験プログラムの提供 | <ul style="list-style-type: none"> 湿度や温度、風速・風向に反応し、環境が調整される（ミストが噴霧される）等、安心して集える場の提供 南新地地区内や荒尾駅間の快適な移動手段の実現 サイクリングデータの可視化サービス等 |
| 市民の活躍・生きがいの場・コミュニティ醸成の場 | <p>【サービス】集まりやすいイスやテーブルの配置、自由に使える掲示板の設置・住民の楽しみを提供できるスペースの整備</p> <p>【空間】様々な人が集まりやすく、新たな交流が生まれるような場所の提供</p> <p>【価値】シビックプライドが醸成され、市民のソーシャルキャピタルが向上することによる幸福感の増大</p> | | | | |
| 地域を知る、環境を知る、歴史を知る学習の場 | <p>【サービス】情報発信機能と併せて、荒尾の名所や資源、歴史などをともに学ぶ機会や場所を提供</p> <p>【空間】サークル活動の活動拠点、荒尾のことを学ぶ拠点</p> <p>【価値】市民のシビックプライドの醸成と、市外の荒尾ファンの獲得</p> | | | | |

*おもやい(OMOYA)タクシーとは、路線バスやタクシーを補完する荒尾市の新しい公共交通機関です。

(2) 情報発信機能

表 3-5 情報発信機能における施設テーマごとの特色

| 施設テーマ | 特色 | 魅力づくりの方向性 | | | |
|--------------------------------|---|--|--|---|---|
| | | 方向性1 【機能連携】 周辺施設と連携し、健康づくりやアウトドアなどの新たなニーズも踏まえた機能の整備により、他の道の駅にはない価値を提供する | 方向性2 【地域資源の活用・体験】 荒尾・有明ならではの地域資源の活用により、ニューノーマルに対応した、「食」を中心とした感動体験を提供する | 方向性3 【圏域連携】 魅力ある「ゲートウェイ」を形成し、圏域内での連携による交流の促進や災害時の安全・安心の場を提供する | 方向性4 【スマート技術】 スマート技術に支えられた、便利で快適なまちの魅力を体感できる場を提供する |
| 様々なニーズをスマートにマッチングする、旅ナカコンシェルジュ | <p>【サービス】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・荒尾ならではの体験型観光を促す情報（体験プログラム等） ・有明海沿岸の道の駅の案内 ・旅人のわがままに応える魅力的な商品の提案 ・コンシェルジュ自らが発見、体験したおすすめ情報の提供 | <ul style="list-style-type: none"> ・周辺施設の状況（イベント開催状況、潮の干満の状況、保健福祉子育て支援施設の待ち時間、混雑状況等）が一目でわかる案内 | <ul style="list-style-type: none"> ・観光施設の疑似体験など市内における観光資源の魅力を体感 ・より深く荒尾のことを理解してもらえよう、地域資源の魅力を、その背景や出来事も併せて紹介 ・子どもたちへの環境学習や地域文化の伝承 | <ul style="list-style-type: none"> ・熊本県内及び圏域の観光等の情報をワンストップで発信、さらには観光モデルや体験を提案することで、圏域内の周遊を促進 | <ul style="list-style-type: none"> ・ニーズのマッチング（農作業等を体験したい人と手伝ってほしい人のマッチング等） ・観光、生活、防災、交通等の様々な情報のワンストップ化 ・AR/VRを活用した観光スポットの疑似体験 ・スマート技術による多言語対応 |
| 荒尾と熊本の旅を提案 | <p>【サービス】</p> <p>熊本県の北の玄関口かつ有明海沿岸道路の「集着地」という地の利を活かし、市内のみならず、県内・圏域内の周遊や立ち寄りを促す情報を提供</p> | | | | |
| 荒尾のファンになりたくなるような素敵な情報の発信 | <p>【サービス】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・普段の生活の中で出会う、素敵な景色や人、できごとやモノなどの紹介 ・人やモノ、コト等の背景にある情報も併せて発信し、より深く荒尾市のことを理解してもらうことで、あらおファンを獲得する。 | | | | |
| 快適なドライブや安全・安心な市民生活を支える情報発信 | <p>【サービス】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・快適なドライブを支える道路交通情報 ・市民生活に役立つ行政情報 ・防災情報 | | | | |

(3) 休憩機能

表 3-6 休憩機能における施設テーマごとの特色

| 施設テーマ | 特色 | 魅力づくりの方向性 | | | |
|---------------------------------|---|---|---|---|--|
| | | 方向性1 【機能連携】 周辺施設と連携し、健康づくりやアウトドアなどの新たなニーズも踏まえた機能の整備により、他の道の駅にはない価値を提供する | 方向性2 【地域資源の活用・体験】 荒尾・有明ならではの地域資源の活用により、ニューノーマルに対応した、「食」を中心とした感動体験を提供する | 方向性3 【圏域連携】 魅力ある「ゲートウェイ」を形成し、圏域内での連携による交流の促進や災害時の安全・安心の場を提供する | 方向性4 【スマート技術】 スマート技術に支えられた、便利で快適なまちの魅力を体感できる場を提供する |
| 24時間利用できる、誰もが利用しやすい駐車場 | 【サービス】 ・24時間利用できる駐車場 ・施設利用者や道路休憩者が安全に利用できる駐車場(大型車と小型車の動線、レイアウト、駐車マスの大きさ、照明等の工夫) ・高齢者や妊産婦なども利用しやすい「思いやり駐車場」 | <ul style="list-style-type: none"> 誰もが、いつでも、様々な理由で来訪しても、気軽に利用することができる心地の良い空間の確保に努め、快適な旅をサポートする 新型コロナウイルス感染症の流行により高まった、自動車を使った旅のニーズに対応するため、RVパークを整備する 周辺施設を利用する方の利用も考慮した駐車場を整備する 多言語に対応したトイレの整備をする | <ul style="list-style-type: none"> まねき灯などで空いている駐車スペースに誘導する機能(監視用カメラでの防犯機能を兼ねる)等 スマートトイレで健康管理 EV車の普及に対応するため、充電設備を充実する | | |
| 子ども連れ・シニアをはじめとして誰もが快適に利用できるトイレ等 | 【サービス】 ・乳幼児・子ども連れの方向けのオムツ交換台・子ども用トイレ ・高齢者や体の不自由な方をはじめ様々な方の利用を想定した多目的トイレ ・清潔で快適なパウダールーム | | | | |
| 様々なニーズに対応できる休憩スペース | 【サービス】 ・長距離運転のドライバーの休憩スペース ・安心して使える授乳室 ・新たな旅のニーズに対応した休憩スペース | | | | |

(4) 防災機能

表 3-7 防災機能における施設テーマごとの特色

| 施設テーマ | 特色 | 魅力づくりの方向性 | | | |
|----------------------|--|---|--|---|---|
| | | 方向性1 【機能連携】 周辺施設と連携し、健康づくりやアウトドアなどの新たなニーズも踏まえた機能の整備により、他の道の駅にはない価値を提供する | 方向性2 【地域資源の活用・体験】 荒尾・有明ならではの地域資源の活用により、ニューノーマルに対応した、「食」を中心とした感動体験を提供する | 方向性3 【圏域連携】 魅力ある「ゲートウェイ」を形成し、圏域内での連携による交流の促進や災害時の安全・安心の場を提供する | 方向性4 【スマート技術】 スマート技術に支えられた、便利で快適なまちの魅力を体感できる場を提供する |
| 災害時にも停電しない、安全安心の防災拠点 | 【サービス】 ・発災時でも停電せず、24時間、トイレ・情報発信施設・休憩施設等を開放できる、地域の防災拠点 ・駐車場などの広大な空間や有明海沿岸道路の利点を活用した、広域防災機能の充実(自衛隊・警察等の救援活動の拠点、緊急物資等の基地機能、復旧・復興活動の拠点等) | <ul style="list-style-type: none"> 災害時における周辺施設(公園、アウトドア施設、保健福祉子育て支援施設、宿泊・温浴施設等)との連携による防災拠点形成 | <ul style="list-style-type: none"> 災害時における炊き出しや飲食物の提供 | <ul style="list-style-type: none"> 有明海沿岸道路の利点を活用した広域からの物資や人材の集結など、安全・安心の防災拠点形成 | <ul style="list-style-type: none"> 太陽光発電及び蓄電池による災害時にも停電しない施設 |

3. 先進コア街区の周辺施設との機能連携

より効果的な価値提供を目指す観点から、南新地地区の周辺施設との機能連携のイメージについて、多様な施設の連携という「荒尾らしさ」を最大限に生かすことを前提に、以下のような考え方で具体化します。なお、ここでは連携に該当する機能のみを記載しています。また、道の駅以外の施設の役割については、道の駅からの提案であり、現時点で確約されたものではありません。

| | 先進コア街区を構成する施設 | | | | | | | | | 公園 | 地域のフィールド（街区の外） |
|-----------------------|--|---|--------------------------------|---------------------------------------|------------|---|-------------------------|------------------------------|------------------------------------|-----------------------------------|---|
| | 道の駅 | | | | 子育て施設 | 宿泊施設 | 温浴施設 | スポーツ施設 | アウトドア施設 | | |
| | 物販 | 飲食 | 交流 | 情報 | | | | | | | |
| 身体ウェルネス（アクティブ、リフレッシュ） | • BBQ食材販売 • BBQグッズ、釣りグッズ等のレンタル | • 屋外で気軽に食べられるランチボックス | アウトドア活動のサポート | | | | 荒尾・有明でのアウトドア活動 | • キャンプ • グランピング • BBQ | • ピクニック • アスレチック • 防潮堤ポルダリング | • 干潟の体験プログラム • マジャク釣り | |
| 身体ウェルネス（運動・スポーツ） | • アウトドアグッズ • アウトドア用の補給食 | • アスリート向けの健康食 • 管理栄養士が監修する健康メニュー | • 有明サイクルステーション | 健康づくり活動のサポート | | | 荒尾・有明での健康づくり活動 | • ランニング・散歩ステーション • シャワー施設 | 歩数データ蓄積・分析→健康管理に活用 | • 有明海沿岸サイクリング • 小岱山ハイキング散歩 | |
| 心のウェルネス（癒し、くつろぎ） | | • ホテル向けの朝食提供 • 夕陽カフェ | | 待ち時間の休憩 | （検診等の待ち時間） | • 干潟ビューの中での宿泊 | • 一日楽しめる屋内スパ、マッサージ、岩盤浴等 | | | • 干潟ヨガ | |
| まちのウェルネス（交流・賑わい） | | • 多世代にとってのサードプレイスの提供 | • 大屋根交流広場でのファーマーズマーケット等のイベント開催 | • コンシェルジュによる案内（体験プログラムのあわせ、周辺の資源の紹介等） | • 多世代の交流 | | | | | • 干潟フェス | |
| 脳のウェルネス（知的好奇心） | • 小代焼 商品の購入・暮らしへの取り込み | | | 商品の機能性等の紹介 | 背景情報の取得 | • 地域の自然・文化・産業・歴史等の学習 | | | | 職業・文化等の体験 人手が欲しい人・体験したい人のマッチング | • 小代焼の窯元巡り • 田植え体験（職業体験） • 万田坑探検 • 地域のおまつり |
| 身体ウェルネス（食と体験） | • 味噌づくりキット • 搾りたてのご褒美オリーブオイル • おやつ海苔・おつまみ海苔 • 海苔オーナー制度 • 梨ジェラートの氷キューブ等 | • “発酵”をテーマにしたメニュー • ソフトクリーム（炭鉱ソフト、梨ソフト等） • 小代焼の器でティータイム | | 商品の背景・知識を得て深く味わう | 魅力の体感 | • 味噌づくり体験 • オリーブ搾油体験 • 海苔すき体験 • 料理教室 | | | | 魅力の体感 • 梨のもぎ取り体験 | |

…ICT等を活用したスマートシティならではのサービスのアイデア（例）

図 3-1 周辺施設との機能連携のイメージ

4. 施設規模

(1) 施設規模の考え方

1) 年間利用者数の想定

飲食施設及び物販施設の規模については、需要に見合う適正な規模を想定するため、規模設定の前提となる、道の駅あらお（仮称）の年間利用者数を想定します。

A) 圏域人口の想定

年間利用者数については、計画地から時間距離 60 分圏内の顧客層の中から一定の認知度とシェアを獲得することを目標とします。

※過年度調査（市民アンケート、道の駅出口調査）から、主要なマーケットを形成しうるエリアを、時間距離概ね 60 分未満と想定します。

表 3-8 圏域人口の想定

| 圏域 | 人口（人） | 備考 |
|-------------------|-----------|----------------------|
| 時間距離 60 分未満圏内の居住者 | 1,427,493 | ArcGIS ネットワーク解析ツール使用 |

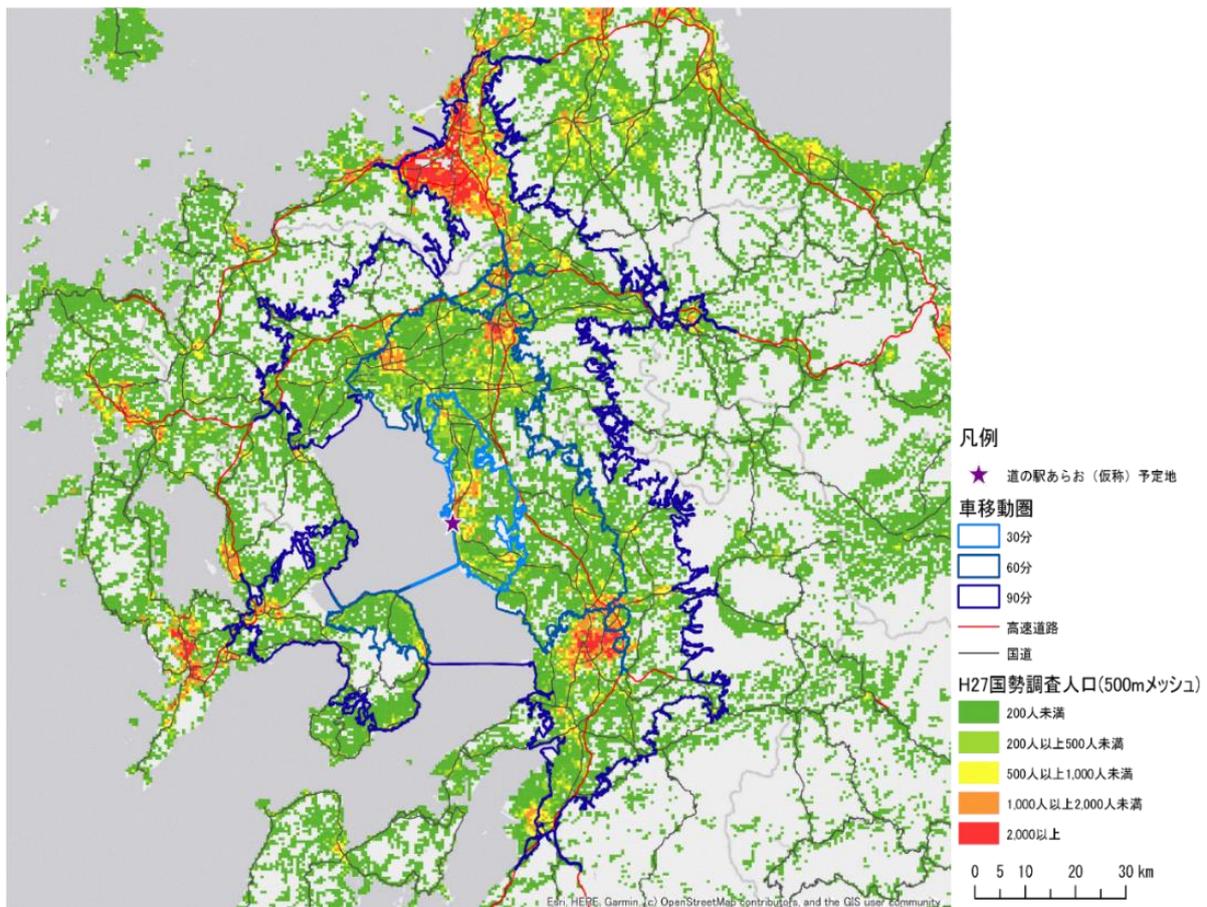


図 3-2 時間距離 60 分未満の範囲

Esri, HERE, Garmin, (c) OpenStreetMap contributors, and the GIS user community

B) 道の駅の年間利用回数の想定

圏域の居住者の道の駅の利用回数について、アンケート調査の結果をもとに想定します。

アンケート調査では、道の駅あらお（仮称）に限らない、一般的な道の駅の利用頻度を把握していることから、その中での道の駅あらお（仮称）のシェア率を想定し、年間利用者数を約 74万人と想定します。なお、シェア率については「クーポンマンの目標値※」を参考とします。

| 項目 | 年代別の人口構成比※1 | 年代別人口（人） | 道の駅の年間想定利用回数（回／年）※2 | 道の駅の年間利用者数（人／年） |
|--------|-------------|-----------|---------------------|-----------------|
| 10代以下 | 17.2% | 245,921 | - | - |
| 20～30代 | 22.0% | 314,317 | 5.3 | 1,665,881 |
| 40代 | 14.5% | 206,608 | 5.3 | 1,095,021 |
| 50代 | 12.2% | 173,480 | 6 | 1,040,880 |
| 60代以上 | 33.0% | 470,839 | 6.4 | 3,013,369 |
| 不詳 | 1.1% | 16,328 | - | - |
| 計 | | 1,427,493 | | 6,815,152 |

※1:全国平均値を採用

※2:WEBアンケート調査の結果をもとに設定。

道の駅あらおに限らない、一般的な道の駅の利用回数。

| | |
|---------------|---------|
| シェア率 | 10.9% |
| 利用者数（人／年） | 742,852 |
| 利用者数（人／年）（改め） | 740,000 |

※クーポンマンの目標値：特定の市場における独占率（シェア）が持つ意味合いを分析した指標。

シェア率 10.9%は、市場においてようやく存在が認知される水準で、世間で「道の駅あらお（仮称）という道の駅がある」と認知してもらえる状況。

| 市場シェア | 状態 |
|--------------------------|--------------------------------|
| 1. 独占的市場シェア(上限目標値):73.9% | ごく少数の企業しか存在しない市場 |
| 2. 相対的安定シェア(安定目標値):41.7% | 複数の企業で競争している市場でトップシェアを握る企業のシェア |
| 3. 市場影響シェア(下限目標値):26.1% | 市場に影響を与える水準値として、目標とされるシェア |
| 4. 並列的上位シェア:19.3% | 複数の企業が競争し拮抗している状態 |
| 5. 市場的認知シェア(影響目標値):10.9% | 市場において存在が確認されるシェア |
| 6. 市場的存在シェア(存在目標値):6.8% | 市場において存在が許されるシェア |
| 7. 市場橋頭堡シェア:2.8% | 市場に参入するための足がかりを築いた状態の数字 |

図 3-3 道の駅あらお（仮称）の年間利用者数の想定

2) 飲食施設の施設規模

- 飲食施設の施設規模は、道の駅の年間利用者数の想定を元に想定します。
- アンケート結果から得られた、レストラン、カフェ、フードコートの利用意向の割合（P10の「飲食施設への期待」を参照）を参考に、各施設の利用者数及び回転数を想定し、面積を以下のとおり想定します。



図 3-4 飲食施設の利用率の想定

表 3-9 飲食施設の規模の設定根拠

| 項目 | レストラン | カフェ | フードコート | テイクアウト |
|---------------------|--------|--------|--------|--------|
| 利用率 | 6% | 9% | 12% | 3% |
| 総利用者数 (人/年) | 44,400 | 66,600 | 88,800 | 22,200 |
| 休日利用者数 (人/日) | 244 | 364 | 488 | 120 |
| 平日利用者数 (人/日) | 61 | 91 | 122 | 30 |
| 回転数 (回/日) | 3.5 | 6.0 | 5.0 | - |
| 必要席数 (席) | 69 | 60 | 97 | - |
| 一人あたり面積 (㎡/人) | 2.0 | 1.6 | 1.6 | - |
| 客室面積 (㎡) | 138 | 96 | 155 | - |
| 厨房面積 (㎡) | 56 | 39 | 63 | - |
| 店舗面積 (客室+厨房) (㎡) | 194 | 135 | 218 | - |
| 店舗面積 (客室+厨房) 改め (㎡) | 200 | 140 | 220 | - |

※平日利用者は休日の25%程度と想定（休日120日、平日245日）

※一人あたり面積はネクスコの1.6㎡/人を参考に設定。厨房面積はネクスコを参照し、客室面積の40%程度を想定。

※テイクアウト需要は面積の算出根拠としては見込まない

3) 物販施設の施設規模

- 物販施設の施設規模は、道の駅の年間利用者数の想定を元に想定します。
- 近隣の道の駅の事例等から、レジ通過率、客単価、単位面積あたりの売上想定を以下のとおり想定し、面積を想定します。

表 3-10 物販施設の規模の設定根拠

| 項目 | ショップ | 備考 |
|---------------------|---------|----------------|
| レジ通過率 | 50% | 近隣の道の駅の事例等から想定 |
| 総利用者数 (人/年) | 370,000 | |
| 客単価 (円) | 1,300 | 近隣の道の駅の事例等から想定 |
| 年間売上額 (千円) | 481,000 | |
| 単位面積当たりの売上想定 (千円/㎡) | 800 | 近隣の道の駅の事例等から想定 |
| ショップ面積 (㎡) | 601 | |
| ショップの面積 改め (㎡) | 600 | |

4) 交流施設

i) 大屋根広場

- 大屋根広場は、全天候型の広場の事例を参考に、マルシェ等のイベントが開催できる規模として、650 m²程度を想定します。（都城市 mallmall 約 650 m²/福井駅ハピテラス 約 630 m²/博多駅大屋根イベントスペース 826 m²）

ii) モビリティステーション

- モビリティステーションは、電気自動車や自動運転モビリティ等の駐車・乗り換えスペース及び、レンタサイクルの駐輪・貸出スペースとして、必要な規模を想定します。
- サイクルステーション等の事例を参考にして、400 m²を想定します。

5) 情報発信施設

- エントランス機能及び、休憩スペースを兼ね備えた情報発信施設として、整備します。
- 待ち合わせや小休憩ができる休憩スペースを設けつつ、その周辺に、観光案内所や大型ディスプレイ、情報端末、展示スペース、掲示板、パンフレットコーナー等の様々な媒体を配置することを想定し、100 m²程度を想定します。

6) 駐車場

駐車場は、「道路休憩施設」として必要な駐車場と、「地域連携施設」として必要な駐車場に分けて検討します。

i) 道路休憩施設の駐車まず数

- 「道路休憩施設」として必要な駐車場については、NEXCO 設計要領に基づき、前面道路の将来交通量を元に設定します。
- 道の駅に立ち寄り可能性がある交通量（以下、立寄り対象交通量と称す）の合計を、21,600 台/日と想定すると、必要な駐車まず数は、小型車 65 台、大型車 24 台と想定されます。

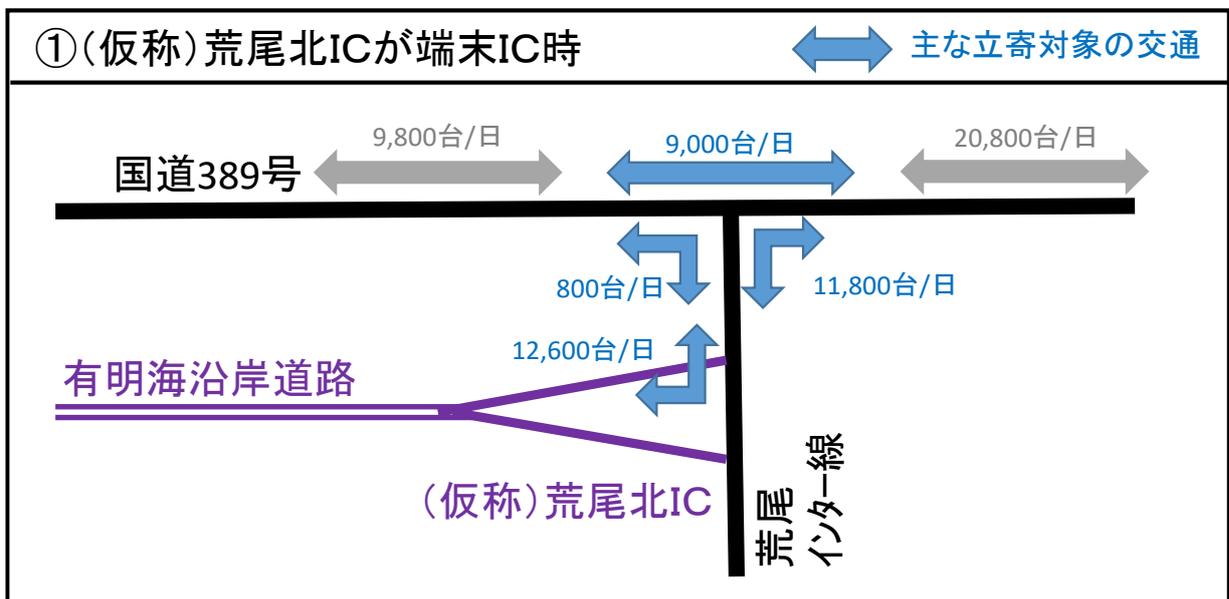


図 3-5 立ち寄り対象交通量

表 3-11 駐車ます数の算出根拠

| 数値名称 | 数 値 | | | | 備 考 |
|------------|--------|-------|-------|--------|---|
| | 小型車 | 大型バス | 大型貨物車 | 合計 | |
| 計画交通量(台/日) | 18,490 | 1,555 | 1,555 | 21,600 | H27道路交通センサス(国道389号)の調査結果より、大型車混入率を14.4%とする。なお、大型バスと大型貨物車の比率は不明であるため、1:1で設定する。 |
| サービス係数※ | 1.40 | | | — | |
| 立寄率※ | 0.100 | 0.100 | 0.125 | — | 立寄り台数(台/日)/計画日交通量(台/日) |
| ラッシュ率※ | 0.100 | 0.250 | 0.100 | — | ラッシュ時立寄台数(台/時)/立寄台数(台/日) |
| 平均駐車時間※ | 15 | 15 | 20 | — | 分 |
| 回転率 | 4.0 | 4.0 | 3.0 | — | 1(時)/平均駐車時間(時) |
| 駐車マス数 | 65 | 14 | 10 | 89 | =計画交通量×サービス係数×立寄率×ラッシュ率/回転率 |

| 年平均日交通量Q(台/日) | サービス係数 |
|-----------------|-------------------------|
| 0<Q<25,000 | 1.40 |
| 25,000≤Q<50,000 | 1.65-Q×10 ⁻⁵ |
| 50,000<Q | 1.15 |

※「休憩施設設計要領 平成17年10月 西日本高速道路株式会社」より

ii) 地域連携施設の駐車ます数

- 「地域連携施設」として必要な駐車場については、市内外からの観光客も含めて多くの集客を見込む目的型の施設を目指すことから、「大規模小売店舗を設置する者が配慮すべき指針」（平成19年2月1日）の算出方法に基づき設定します。

【小型車】

- 飲食施設 560 m²、物販施設 600 m²、情報発信施設 100 m²、イベント広場 650 m²の合計 1,910 m²を、店舗面積とみなして必要な駐車ます数を想定すると、必要な駐車ます数は、小型車 78 台と想定されます。
- また、従業員用の駐車ますとして、小型車 25 台程度を確保します。

「必要駐車台数」
 =「小売店舗へのピーク1時間当たりの自動車来台数」×「平均駐車時間係数」
 =「一日の来客（日来客）数（人）」
 （「A：店舗面積当たり日来客数原単位（人/千m²）」×「当該店舗面積」（千m²）」
 ×「B：ピーク率（%）」（ピーク1時間の来客数/日来客数）
 ×「C：自動車分担率（%）」（自動車による日来客数/日来客数）
 ÷「D：平均乗車人員（人/台）」
 ×「E：平均駐車時間係数」

表 3-12 駐車ますの算出に用いた値と駐車ます数

| 一日の来客数（日来客）（人） | B:ピーク率（%） | C:自動車分担率（%） | D:平均乗車人員（人/台） | ピーク時来場台数（台） | E:平均駐車時間係数 | 駐車ます数 |
|----------------|-----------|-------------|---------------|-------------|------------|-------|
| 1992 | 14.4% | 80% | 2 | 115 | 0.68 | 78 |

※店舗面積当たり日来客数：人口40万人未満、店舗面積5,000 m²以下の場合、以下の式で算出します。

$$1,100-30 \times \text{店舗面積 (千m}^2\text{)} = 1,100-30 \times 2,360 \text{ m}^2 / 1000 = 1,030 \text{ (人/千m}^2\text{)}$$

※平均駐車時間係数：店舗面積10,000 m²未満の場合、以下の式で算出します。

$$\text{平均乗車人数} = (30 + 5.5 \times \text{店舗面積 (千m}^2\text{)}) \div 60 \approx 0.72$$

iii) 思いやり駐車場の駐車ます数

- 思いやり駐車場については、NEXCO 設計要領に基づき算出し、道路休憩施設と地域振興施設をあわせて、4台程度を確保します。

| |
|--|
| 全小型車ます数×1/50 以上 = (65 + 101 ます) × 1/50 以上 = 3.32 台以上 ⇒ 4 台 |
|--|

iv) 駐車場面積の整理

- 道路休憩施設の駐車ます数及び地域振興施設の駐車ます数をまとめると、以下の台数を想定します。
- それぞれに必要な面積を踏まえ、駐車場面積は約 8,100 m²と想定します。

表 3-13 駐車ます数と駐車場面積の整理

| 車種 | 台数 | | | 面積 | |
|---------|--------|--------|------|------------------------------|-------------------------|
| | 道路休憩施設 | 地域振興施設 | 合計 | 1台あたり (m ² /台) | 面積 (m ²) |
| 小型車 | 65台 | 103台 | 168台 | 30 | 5,040 |
| 大型車 | 24台 | 0台 | 24台 | 118 | 2,820 |
| 障害者駐車場 | 1台 | 3台 | 4台 | 53 | 212 |
| 合計 | 90台 | 106台 | 196台 | - | 8,072 |
| 合計 (改め) | - | - | - | - | 8,100 |

表 3-14 面積の根拠

| 車種 | 面積 (m ² /台) | 備考 | 出典 |
|---------|---------------------------|--|--|
| 小型車 | 25.35 | 駐車角 = 90°、前進駐車 駐車ます + 車路 2.6m×9.75m | 日本道路協会「道路構造令の解説と運用」(平成 27 年 6 月) P.639,640 |
| 大型車 | 117.5 | 駐車角 = 45°、前進駐車・前進発進 駐車ます + 車路 4.7m×25.0m | 日本道路協会「道路構造令の解説と運用」(平成 27 年 6 月) P.639,641 |
| 思いやり駐車場 | 53.0 | 駐車角 = 90° 駐車ます + 車路 駐車幅 3.5m×(9.1+6) m | NEXCO 設計要領第六集 建築施設編 (平成 30 年 7 月) P.29 |

7) トイレ

- トイレは、NEXCO 設計要領に基づき、「道路休憩施設」として必要な規模を以下のとおり想定します。

表 3-15 トイレの規模設定の根拠

| 項目 | 男子トイレ | | | 女子トイレ | | | その他 | | | 合計 |
|-----------|-------|--------|------|-------|--------|-------|------|--------|------|-------|
| | 数 | 単位面積 | 面積 | 数 | 単位面積 | 面積 | 数 | 単位面積 | 面積 | 面積 |
| | (箇所) | (㎡/箇所) | ㎡ | (箇所) | (㎡/箇所) | ㎡ | (箇所) | (㎡/箇所) | ㎡ | ㎡ |
| 小便器数 | 8 | 3.0 | 24.0 | - | - | - | - | - | - | 24.0 |
| 洋式大便器数 | 6 | 5.4 | 32.4 | 23 | 5.4 | 124.2 | - | - | - | 156.6 |
| 和式大便器数 | 0 | 5.4 | 0.0 | 3 | 5.4 | 16.2 | - | - | - | 16.2 |
| 大型ブース数 | 1 | 8.8 | 8.8 | 1 | 8.8 | 8.8 | - | - | - | 17.6 |
| オストメイト設備数 | 1 | 9.2 | 9.2 | 1 | 9.2 | 9.2 | - | - | - | 18.4 |
| 洗面器数 | 3 | 3.0 | 9.0 | 5 | 3.0 | 15.0 | - | - | - | 24.0 |
| パウダーコーナー数 | - | - | - | 7 | 2.2 | 15.4 | - | - | - | 15.4 |
| 多機能便器数 | - | - | - | - | - | - | 1 | 10.8 | 10.8 | 10.8 |
| 合計 | 19.0 | - | 83.4 | 40.0 | - | 188.8 | 1.0 | - | 10.8 | 283.0 |
| 合計 (改め) | | | | | | | | | | 290 |

8) ベビーコーナー

- ベビーコーナーは、おむつ交換スペースや授乳コーナーを備えたものとして、30 ㎡を確保します。

9) 備蓄倉庫

- 災害時の非常食、非常用飲料、耐寒衣布類等の備蓄を想定します。約 5,000 人に対応可能な備蓄量を確保できる空間として、150 ㎡程度を想定します。

10) 自家発電施設

- 自家発電機は、設置する発電機と機器外周部のメンテナンス空間を見込んで想定します。
- 発電機の能力は、「建築設備計画基準 平成 30 年版／国土交通省」に示された、建物規模に対する発電機出力を参考に、約 150kVA と想定します。
- 150kVA の発電装置の設置面積は概ね 1.5m×4.0m であり、メンテナンスとして 2.0 m程度を見込み、5.5m×8.0m=44 ㎡≒50 ㎡を想定します。

11) 事務所

- 事務所は、スタッフ 12 名程度を収容できる規模として、約 90 m²を想定します。

表 3-16 事務所の規模

| 諸室名 | 必要面積(m ²) | 根拠 | 出典 |
|-------|-----------------------|---|--------------------------------|
| 事務室 | 52.0 | 4m ² /人×12人 | 建築資料集成 空間単位Ⅱ（日本建築学会編）」の小規模な事務室 |
| 会議室 | ※ | ※別途設定 | |
| 小会議室 | 20.0 | | 西日本高速道路（株）「設計要領（第四集）」 |
| 更衣室 | 5.9 | 0.45m ² /人×12人 | |
| 事務用倉庫 | 9.9 | 事務室×0.13m ² 、最低9.9m ² | |
| 合計 | 87.8 | | |

12) 会議室

- 会議室の規模は、「建築資料集成 空間単位Ⅱ（日本建築学会編）」を参考に設定します。
- 会議室のレイアウトによって、最大 100 人前後に対応できる規模として、150 m²を想定します。

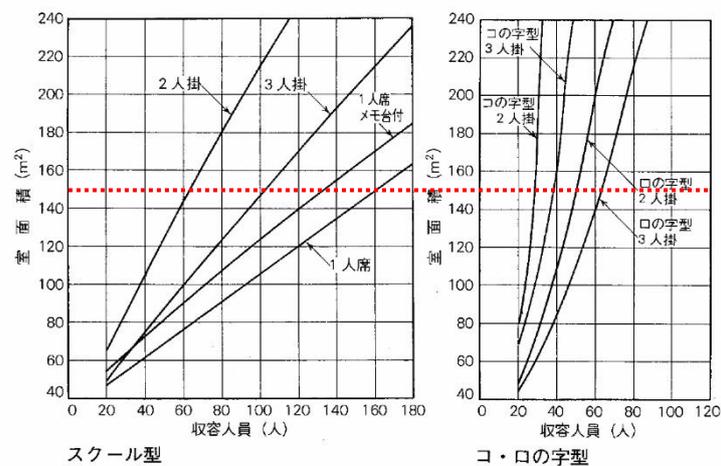


図 3-6 会議のレイアウト別収容人員（出典：建築資料集成 空間単位Ⅱ P.13）

(2) 施設規模

前述までの内容により、施設ごとの規模を以下のとおり想定します。

表 3-17 施設規模

| 機能 | 施設 | | 面積 (㎡) | 根拠等 |
|-------------|---------|-------------|------------------------------|---|
| 地域連携 | 飲食施設 | レストラン | 200 | 客室 140 ㎡ (約 70 席) + 厨房 60 ㎡ |
| | | カフェ | 140 | 客室 100 ㎡ (約 60 席) + 厨房 40 ㎡ |
| | | フードコート | 220 | 客室 160 ㎡ (約 100 席) + 厨房 60 ㎡ |
| | 物販施設 | ショップ (売り場) | 600 | 近隣の道の駅の事例から、単位面積当たりの売上想定を 80 万円/㎡と想定し、年間の売上想定から設定 |
| | | バックヤード、加工施設 | 150 | 事業者ヒアリング等から設定 |
| | 交流施設 | 大屋根広場 | 650 | 全天候型の広場の事例を参考に設定 |
| モビリティステーション | | 400 | 電気自動車の駐車スペース及び、サイクルステーションを想定 | |
| 情報発信 | 情報発信施設 | | 100 | 事例から、充実タイプ (50~100 ㎡) を参考に設定。 |
| 休憩 | 駐車場 | | 8,100 | NEXCO 設計基準をもとに設定 (小型車 168 台、大型車 24 台、思いやり駐車場 4 台、従業員用 25 台) |
| | トイレ | | 290 | NEXCO 設計基準をもとに設定 |
| | ベビーコーナー | | 30 | ベビーコーナー (授乳室、おむつ替えスペース等) |
| | 休憩スペース | | ※ | ※カフェ・フードコート等と兼用 |
| 防災 | 備蓄倉庫 | | 150 | 約 5,000 人分の非常食等を想定 |
| | 自家発電施設 | | 50 | 発電出力 150kVA を想定 |
| その他 | 事務所 | | 90 | スタッフ 12 名程度を収容できる規模の事務室、小会議室、更衣室、事務用倉庫を想定 |
| | 会議室 | | 150 | 最大 100 人前後に対応できる規模 |
| | 電気室 | | 50 | |
| | 外構 | | 8,030 | 地面積 19,400 ㎡から上記を除いた面積 |
| 建築面積 (合計) | | | 2,220 | 大屋根、モビリティステーション、駐車場、外構を除いた面積 |
| 全体面積 (合計) | | | 19,400 | 上記含むすべての面積 |

第4章 配置計画

1. ゾーニング・動線計画の基本的な考え方

ゾーニング・動線計画の基本的な考え方として以下の事項に留意し、今後の設計等を進めます。

①有明海沿岸のロケーションを活かす空間演出

◇ 有明海沿岸に立地する強みを活かし、有明海の様々な姿とそこを照らす夕陽の眺望を活かす空間演出を行います。

②周辺施設との機能連携の効果が高まる施設配置

- ◇ 道の駅を中心とした周辺施設との機能連携を重視する施設配置により、連携による相乗効果を最大化します。
- ◇ 特に、重点ターゲットである「20～30代ファミリー層（特に女性）」に魅力を感じてもらえるよう、子育て関連機能との連携等を重視した施設配置を行います。

③利用者・運営者双方にとっての利便性・安全性を確保する動線計画

◇ 利用者にとっての利便性・安全性はもちろんのこと、運営者にとっての運営のしやすさや、双方の動線の錯綜の回避等に留意した動線計画とします。

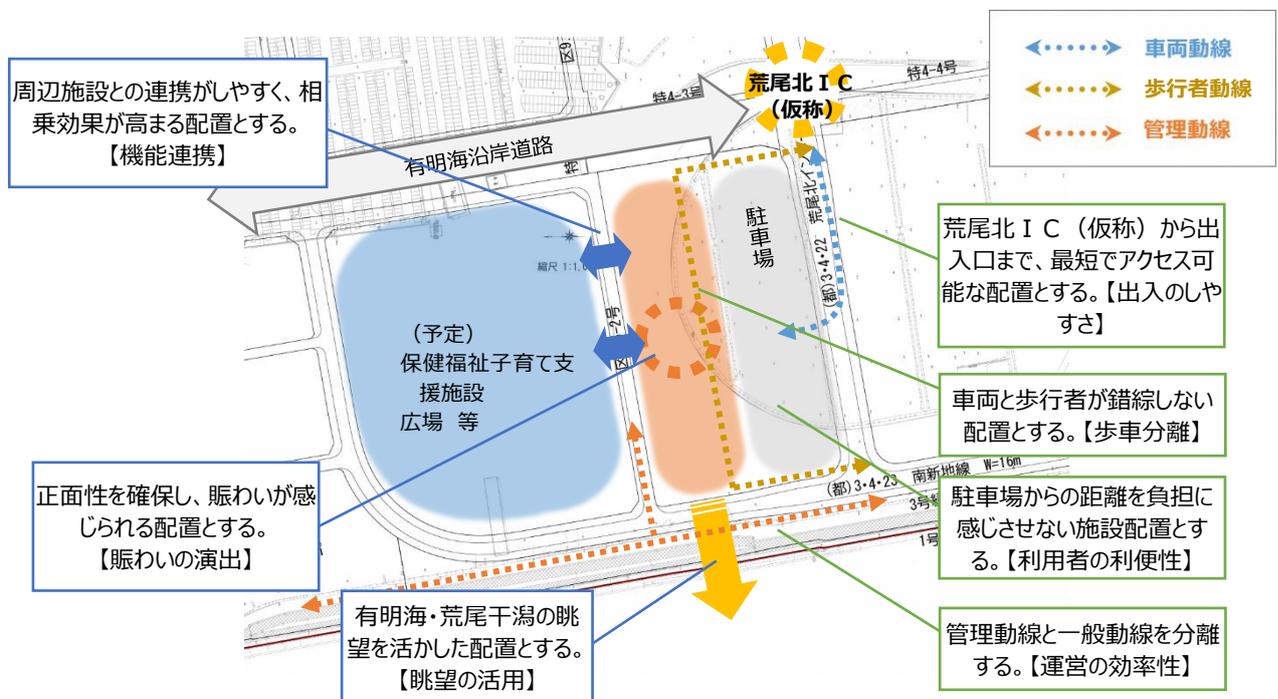


図 4-1 ゾーニング・動線計画の基本的な考え方

2. 施設配置の考え方

主な施設の配置の考え方として以下の事項に留意し、今後の設計等を進めます。

表 4-1 主な施設の配置の考え方

| 主な施設 | 考え方 |
|--------------|--|
| レストラン・フードコート | 集客性を確保するため1階に配置する。また、保健福祉子育て支援施設利用者の立ち寄り需要を見込めるよう、保健福祉子育て支援施設と近い位置に配置する。 |
| カフェ | 落ち着いた雰囲気 연출しやすく、かつ屋上階の展望デッキをオープンカフェとして運営する場合に、一体的に運営しやすいよう2階に配置する。 |
| ショップ等 | 集客性を確保するため、大屋根広場に隣接する1階に配置する。 自然に上の階に足を運んでもらえるような工夫。(一部を2階に配置し、スキップフロア等の空間演出で空間的な連続性を高める等) 飲食機能との連携を考慮した配置とする。 |
| 大屋根 | 賑わいの核として、施設の中心に配置する。曜日や季節限定のマルシェなどでの活用を想定し、ショップと一体的に利用できる配置とする。 |
| トイレ等 | 駐車場、広場やレストランからアクセスしやすいよう配置する。 |
| 防災 | 備蓄倉庫、自家発電機等の防災機能は、浸水被害を想定して2階以上に配置する。 |
| その他 | 集客性を問わない会議室、電気室等は2階以上に配置する。 |

3. 施設配置

施設配置の平面及び立面のイメージは以下のとおりです。

(※ゾーニングや施設配置の考え方を踏まえた現時点におけるイメージであり、今後の検討により、変更となる可能性があります。)

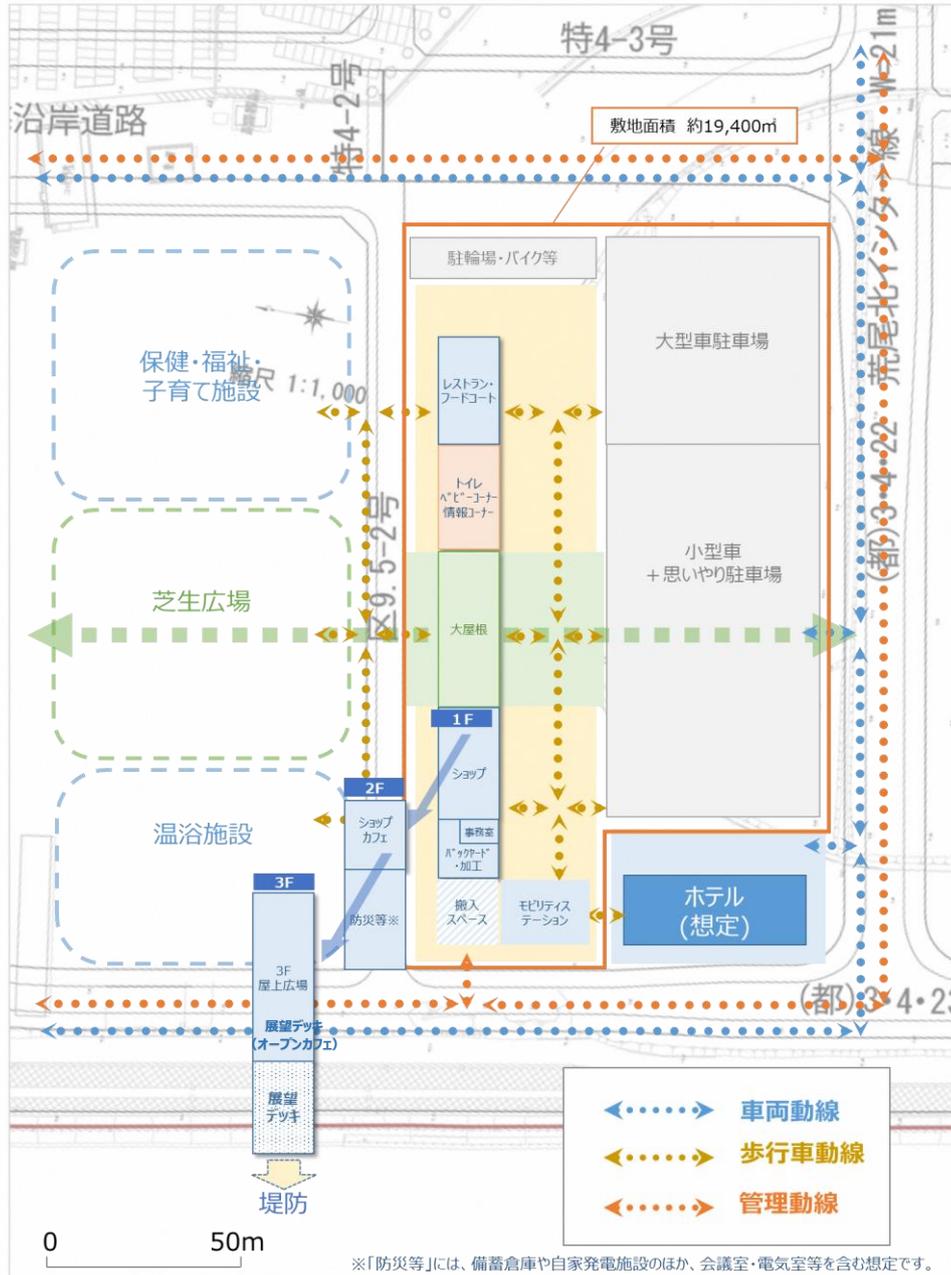


図 4-2 施設配置の平面イメージ



図 4-3 展望デッキ（オープンカフェ）から有明海への眺望イメージ（高さ9mからのドローン撮影・熊本大学）



図 4-4 施設配置の立面イメージ

第5章 事業計画

1. 概算事業費

以下の機能及び施設規模を想定した場合、本拠点の概算整備費は約 16 億円と想定されます。
 なお、概算事業費については、現段階における想定であり、今後の基本設計等の検討・調整により変更となる可能性があります。

表 5-1 概算事業費

| 機能 | 施設 | 面積 (㎡) | 整備単価 (千円/㎡) | 整備費 (千円) | 備考 | |
|-------------|---------|-------------|-------------|-----------|--|---|
| 地域連携 | 飲食 | レストラン | 200 | 400 | 80,000 | 客室140㎡ (約70席) + 厨房60㎡ |
| | | カフェ | 140 | 400 | 56,000 | 客室100㎡ (約60席) + 厨房40㎡ |
| | | フードコート | 220 | 400 | 88,000 | 客室160㎡ (約100席) + 厨房60㎡ |
| | 物販 | ショップ (売り場) | 600 | 400 | 240,000 | 近隣の道の駅の事例から、単位面積当たりの売上想定を80万円/㎡と想定し、年間の売上想定から設定 |
| | | バックヤード、加工施設 | 150 | 400 | 60,000 | 事業者ヒアリング等から設定 |
| | 交流 | 大屋根 | 650 | 300 | 195,000 | 全天候型の広場の事例を参考に設定 |
| モビリティステーション | | 400 | 20 | 8,000 | 電気自動車の駐車スペース及び、サイクルステーションを想定 | |
| 情報発信 | 情報発信施設 | 100 | 400 | 40,000 | 事例から、充実タイプ (50~100㎡) を参考に設定 | |
| 休憩 | 駐車場 | 8,100 | 20 | 162,000 | NEXCO設計基準をもとに設定 (小型車168台、大型車24台、思いやり駐車場4台、従業員用25台) | |
| | トイレ | 290 | 400 | 116,000 | NEXCO設計基準をもとに設定 | |
| | 休憩スペース | ※ | 400 | - | ※カフェ等の施設と兼用 | |
| | ベビーコーナー | 30 | 400 | 12,000 | 授乳室、おむつ替えスペース等に必要な規模として設定 | |
| 防災 | 備蓄倉庫 | 150 | 400 | 60,000 | 約5,000人分の非常食等を想定 | |
| | 自家発電施設 | 50 | 400 | 20,000 | 発電出力150kVAを想定 | |
| その他 | 事務所 | 90 | 400 | 36,000 | スタッフ12名程度を収容できる規模の事務所、小会議室、更衣室、事務用倉庫を想定 | |
| | 会議室 | 150 | 400 | 60,000 | 最大100人前後に対応できる規模 | |
| | 電気室 | 50 | 400 | 20,000 | | |
| | 外構 | 8,030 | 20 | 160,600 | 敷地面積19,400㎡から上記を除いた面積 | |
| 建築面積 | | 2,220 | - | 888,000 | 大屋根・モビリティステーション・駐車場・外構を除いた面積 | |
| 全体面積 | | 19,400 | - | 1,413,600 | 上記含む全面積 | |
| ①建築工事費 | | | - | 1,413,600 | | |
| ②調査設計費 | | | | 70,680 | 建築工事費の約5% | |
| ③間接費 | | | | 14,136 | 建築工事費の約1% | |
| ④予備費 | | | | 141,360 | 建築工事費の約10% | |
| ■総事業費 | | | | 1,639,776 | | |

活用が考えられる補助金は以下のとおりです。今後、荒尾市の直接的な負担額が可能な限り抑制できる適切な支援メニューの活用を検討・調整していきます。

表 5-2 活用が想定される支援メニュー

| 名称 | 概要 | 対象事業 | 補助率・上限 | 交付期間 |
|--------------------------|------------------------------------|---|---|----------------------|
| 社会資本整備総合交付金 (国土交通省) | 地方公共団体等が行う社会資本の整備その他の取組の支援 | <ul style="list-style-type: none"> ・道路事業 ・都市再生整備計画事業 ・広域連携事業 | 概ね 50% (国の重要施策に適合するものは 55%)、整備費の上限なし (市に与えられる同交付金の枠配分の範囲内で対応) | 概ね 3~5 年 |
| 地方創生拠点整備交付金 (内閣府) | 地域の観光振興や住民所得の向上等の基盤となる先導的な施設整備等の支援 | 地方版総合戦略に位置付けられ、地域再生計画に記載された施設 | 50% 整備費の上限 10 億円 | 原則 3 年間 (最長 5 年間) |
| 都市構造再編集中心支援事業費補助 (国土交通省) | 「立地適正化計画」に基づく取組みの視点 | 高度都市施設 ・観光交流センター ・子育て世代活動支援センター | 50% (都市機能誘導区域内の場合) ※延べ床面積が概ね 1,000 ㎡以上、整備費の上限 21 億円 | 概ね 3~5 年 |

2. 収支シミュレーション

(1) 収支計画の検討フロー

収支計画の検討フローは以下のとおりです。検討にあたっては、営業部門（物販、飲食）及び公的部門（情報、休憩、広場等）の2つ部門に分けて、部門別及び全体の収支を検証します。

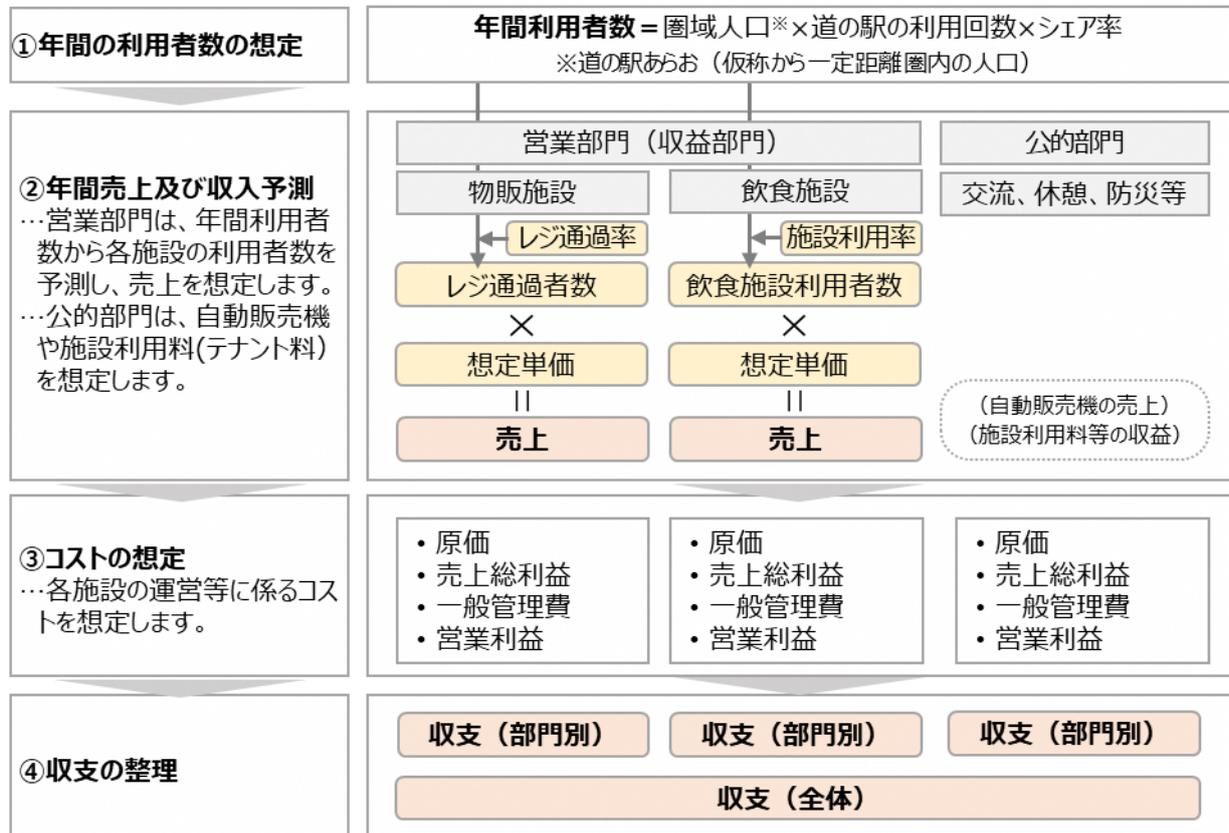


図 5-1 収支計画の検討フロー

(2) 運営スキームの想定

ここでは、従来型の方式として多くの道の駅で採用されている、公設民営方式（指定管理方式）を仮定します。

- 営業部門のうち、物販、飲食（レストラン・カフェ）は指定管理者が直営するものとし、フードコートはテナント運営と仮定します。（※実際の運営方法については、指定管理者の考え等にもよります。）
- 公的部門については、指定管理者が直接管理することを想定します。（一部業務については指定管理者から委託業者に委託することも想定します。）

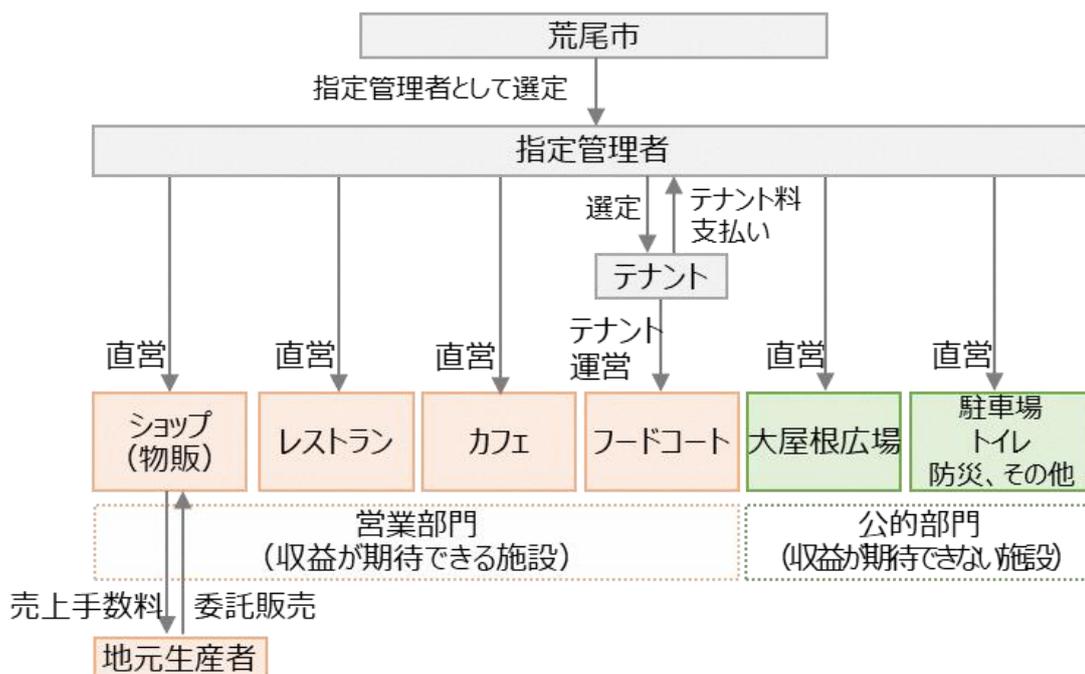


図 5-2 管理運営体制のイメージ

(3) 年間売上及び収入の想定

営業部門においては、年間売上を収入と見込み、近隣の道の駅の事例等から客単価を想定するとともに、前述の利用率の想定も用いて予測しました。

また、公的部門については、自動販売機による収入やフードコートに係るテナント料を年間の収入として予測しました。

表 5-3 飲食・物販施設の年間収入の予測

| 部門 | 施設 | 利用率 | 利用者数(人) | 単価(円) | 売上(千円/年) | |
|------------------------|---------|---|---------|-------|----------|-------|
| 物販 | ショップ | 50% | 370,000 | 1,300 | 481,000 | |
| 飲食 | レストラン | 6% | 44,400 | 1,200 | 53,280 | |
| | カフェ | 9% | 66,600 | 500 | 33,300 | |
| | テイクアウト | 3% | 22,200 | 500 | 11,100 | |
| | フードコート | 12% | 88,800 | 800 | 71,040 | |
| 公的部門 | 自動販売機 | 5% | 37,000 | 130 | 4,810 | |
| | テナント料 | 3,000 m ² /円/月×50 m ² ×12 か月×2 店舗 | | | | 3,600 |
| | テナント共益費 | フードコートの光熱水道費・維持管理費相当 | | | | 4,956 |
| 合計 | | | | | 663,086 | |
| 上記合計よりフードコートの売り上げを除いた額 | | | | | 592,046 | |

※フードコートについては、各テナント事業者の売上となり、運営者にはテナント料の収入として想定しているため、フードコートの売上については、道の駅の純粋な売上高として見込むものではありません。

(4) コストの想定

コストについては、以下の項目を想定し、算出します。

表 5-4 コストとして見込む項目と考え方

| 項目 | 根拠・考え方 |
|------------------|---|
| 給与・賃金 | <ul style="list-style-type: none"> 各施設の営業時間とスタッフの勤務体系を想定し、法定労働時間等も考慮した必要人員数を整理した上で、想定の給与・賃金を算出。 |
| 法定福利費 | <ul style="list-style-type: none"> 給与・賃金の10%と想定。 |
| 光熱水道費 | <ul style="list-style-type: none"> 建築物のライフサイクルコスト（中規模事務庁舎）の「電気、ガス」及び「水道」を参照。国家機関の建築物の保全の現況（平成29年3月）の平均値、3,000㎡以上10,000㎡未満の値を採用。 【電気・ガス：1,850円/㎡・年、水道：227円/㎡・年】 飲食施設の光熱費は、飲食店設計マニュアルを参照。 【レストラン：売上の5%、カフェ・フードコート：売上の3.5%】 |
| 維持管理費 | <ul style="list-style-type: none"> 建物については、建築物のライフサイクルコスト（中規模事務庁舎）の「維持管理費」を参照。国家機関の建築物の保全の現況（平成29年3月）の平均値、3,000㎡以上10,000㎡未満の値を採用。 【点検・保守費：2,218円/㎡・年、運転・監視費：1,721円/㎡・年、清掃費：2,441円/㎡・年】 大屋根広場（構造物を除く広場部分）、モビリティステーション、駐車場、植栽等の外構については、清掃・植栽管理等に対する委託費として、維持管理費を想定。 |
| 消耗品費 | <ul style="list-style-type: none"> 売上の2%程度と想定。 |
| 車両・通信費、 宣伝広告費 | <ul style="list-style-type: none"> 月額10万円程度と想定。 |
| 事務費、その 他雑費 | <ul style="list-style-type: none"> 営業部門は月額5万円程度、公益部門は月額10万円程度と想定。 |

(5) 収支の整理

前述までの考え方に基づき、全体の収支試算を算出したところ、一定の収益が見込める結果となりました。ただし、現時点では、あくまでも見込みであり、今後、運営ノウハウをもつ優良な運営事業者を選定し、採算性を確保できるよう努めることが重要です。

表 5-5 全体の収支

| 項目 | | 金額 (千円) | |
|-------|---|-----------------|---------|
| 売上高 | A | 物販 | 481,000 |
| | | 飲食 (レストラン) | 53,280 |
| | | 飲食 (カフェ・テイクアウト) | 44,400 |
| | | 公的部門 | 13,366 |
| | | 小計 | 592,046 |
| 仕入れ原価 | B | 物販 | 394,420 |
| | | 飲食 (レストラン) | 18,648 |
| | | 飲食 (カフェ・テイクアウト) | 15,540 |
| | | 公的部門 | 3,367 |
| | | 小計 | 431,975 |
| 売上総利益 | C | C = A - B | 160,071 |
| 一般管理費 | D | 給与・賃金 | 76,804 |
| | | 法定福利費 | 7,680 |
| | | 光熱水道費 | 9,163 |
| | | 維持管理費 | 20,907 |
| | | 消耗品費 | 11,841 |
| | | 車両・通信費 | 6,000 |
| | | 広告宣伝費 | 6,000 |
| | | 事務費 | 4,200 |
| | | その他雑費 | 4,200 |
| | | 小計 | 146,795 |
| 営業利益 | E | E = C - D | 13,276 |

3. 事業手法

(1) 事業手法の想定

主な事業手法は、従来から多く用いられている公設民営（指定管理）に加えて、DBO方式・PFI方式など、公共の関与度合に応じて、様々な形態が考えられます。

少子高齢化や厳しい行政の財政状況等を背景として、公共投資をできる限り抑制しつつ、効率的な社会資本の整備や、質の高い公共サービスを提供することが求められる中、近年は、道の駅事業においても、民間活力を導入した事業手法の導入事例がみられるようになってきました。

各手法の長所・短所を踏まえつつ、行政と民間が協働し、最も効率的に公共サービスの提供を行う観点から、最適な事業手法を選定することが必要です。

●民間事業者のノウハウ活用の視点

- ・道の駅の整備を予定する南新地地区内においては、道の駅における物販や飲食等の機能を中心に、「保健福祉子育て支援施設」や「宿泊施設」、「温浴施設」、「アウトドア施設」等の機能を相互に連携させることで、他にない価値を創出することを目指しており、民間の創意工夫により、その相乗効果を最大化することが期待できます。
- ・道の駅の整備・運営においては、事業性を確認しながら進めることが重要であり、公設民営（指定管理）の手法よりも開業時期が1年以上延びるものの、民間事業者の視点から事業性、採算性が確認できる可能性が高いDBO、PFIの手法は、道の駅の整備趣旨に合った手法と言えます。

【民間からの提案が期待されるアイデアの例／「道の駅」と「保健福祉子育て支援施設」の複合化】

南新地地区に整備を予定している公共施設である「道の駅」と「保健福祉子育て支援施設」について、近接性をさらに高めることで機能連携をさらに充実させる観点から、両施設を複合化するという案であり、以下のよう
なメリットが考えられる。

- ・集客に不利な平日においても、「保健福祉子育て支援施設」利用者として訪れたシニアや親子連れの立ち寄り需要を見込むことができる
- ・「道の駅」利用者として訪れた方へ食育の健康プログラム等を提供することなどによって、健康無関心層が立ち寄りやすい環境が構築される
- ・目的が違う者同士が会うことで、新たな発見やムーブメントが発生する
- ・会議室や休憩スペース等を共有できるため、整備面積が効率化され、建設工事費を低減できる
- ・その他、空間活用の観点においては、行政では発想できないような民間ならではのアイデアも期待できる

●民間事業者の資金活用の視点

- ・民間事業者による資金調達を採用することで、行政の財政負担が平準化され、初期投資の負担を抑制することが期待できます。さらに、PFIでは、資金調達に当たり、金融機関による事業計画の審査が行われるため、資金運用上のリスク管理を充実させることができ、事業期間中のモニタリングも行われるため、健全な事業運営が期待できます。
- ・民間事業者にとっては、初期投資に当たっての資金調達が必要になりますが、行政において全ての事業費が担保されるため、事業期間中の回収が可能となります。

(2) 事業手法の比較

下表のとおり、民間活力（DBO、PFI）を導入した事業手法でかつ複合化した場合、採算性や事業性及び民間ノウハウの活用による魅力向上の観点から優れていると言えます。

また、DBOやPFIについては、民間事業者の参入が条件となるため、本計画と並行して実施した「官民連携基盤整備推進調査」におけるサウンディング型市場調査で参画意向を伺った結果、複数の事業者より事業参画が可能であるとの意見をいただきました。

今後、財政負担、民間ノウハウの発現効果、経営の安定性等を考慮し、複合化も含め、最適な事業手法について決定します。

表 5-6 事業手法の比較

| 事業手法 | 公設民営（従来手法・指定管理） | | 公設民営（DBO） | | 民設民営（PFI手法） | |
|------------------------------|--|----------------|--|----------------|--|----------------|
| | 道の駅単体整備 | 保健福祉子育て施設との複合化 | 道の駅単体整備 | 保健福祉子育て施設との複合化 | 道の駅単体整備 | 保健福祉子育て施設との複合化 |
| ●効率的かつ魅力的な施設整備（民間のノウハウ活用の余地） | ▲ 民間ノウハウが発揮される余地が少ない | | ○ 民間ノウハウを発揮する余地がある | | ○ 民間ノウハウを発揮する余地がある | |
| ●コスト（財政支出の削減・平準化等） | ▲ コスト縮減の可能性は低い | | ○ 財政支出の削減 | | ○ 財政支出の削減 | |
| | ▲ 起債上限を超える部分が、市の一般財源からの負担となり、初期投資の負担が大きい | | ▲ 起債上限を超える部分が、市の一般財源からの負担となり、初期投資の負担が大きい | | ○ 事業費は事業期間にわたり平準化され、初年度の負担増は回避できる。 | |
| ●開業までの期間 | ○ 早期開業が可能 ・最短で令和6年度中の開業が可能 | | ▲ 1年程度開設期間が延長 ・民間事業者の選定に一定期間を要するため、追加で1年程度の期間が必要 | | ▲ 1年程度開設期間が延長 ・民間事業者の選定に一定期間を要するため、追加で1年程度の期間が必要 | |
| 従来手法と比較した際の総事業費の削減割合(VFM) | - | - | ◎ 6.4% | ◎ 6.7% | ○ 5.1% | ○ 5.5% |
| 参画意欲（サウンディング調査） | ◎ 可能とする意見が大半。 ※設計／運営を個別に発注することが前提となるため、設計段階から運営者の意向を施設整備に反映する工夫は必要 | | ○ 可能とする意見が多い。 | | ○ 可能とする意見が多い。 ※ただし、SPCの組成に関して、ネックになる場合があるという意見もあった。 | |
| ノウハウの蓄積（事例） | ◎ 多数事例あり | | ○ 事例あり | | ○ 事例あり | |
| 安定性・継続性 | ○ 公共による適切なモニタリングの実施により確保可能 | | ○ 公共による適切なモニタリングの実施により確保可能 | | ◎ 民間が金融機関から資金を調達するため、金融機関及び公共による適切なモニタリングが確保される | |
| 総合評価 | ▲ 最短で開業できる利点はあるものの、民間のノウハウを活用した効率的かつ魅力的な施設整備、財政支出の削減・平準化等の効果が小さい。 | | ○ 民間のノウハウを活用した効率的かつ魅力的な施設整備が可能で、VFMが期待できるが、従来手法と同様に初期投資の負担が大きくなる可能性がある。 | | ◎ 民間のノウハウを活用した効率的かつ魅力的な施設整備が可能で、VFMが期待できる。さらに、民間事業者が資金調達を行うことで、財政負担の平準化の効果と金融機関の審査・モニタリングが行われるため、資金面のリスク管理の充実や健全な事業運営の効果が期待できる。 | |

4. 開業までのスケジュール

道の駅あらお（仮称）の開業時期は、事業手法により異なりますが、令和6年度～7年度中の開業を目指し、事業を進めます。（PFIの場合、設計・建設工事の期間については民間提案次第で短縮される可能性もあります。）

【指定管理の場合】

| 項目 | | 令和2年度 | 令和3年度 | 令和4年度 | 令和5年度 | 令和6年度 | 令和7年度 |
|--------------|------|-------|-------|-------|-------|----------|-------|
| 基本計画 | | ■ | | | | | |
| 設計 | 基本設計 | | ■ | | | グランドオープン | |
| | 実施設計 | | ■ | ■ | | | |
| 建設工事 | | | | ■ | ■ | | |
| 管理運営主体の募集・選定 | | | ■ | ■ | | | |

【PFIの場合】

| 項目 | | 令和2年度 | 令和3年度 | 令和4年度 | 令和5年度 | 令和6年度 | 令和7年度 |
|--------------|------|-------|-------|-------|-------|----------|-------|
| 基本計画 | | ■ | | | | | |
| 設計 | 基本設計 | | | ■ | | グランドオープン | |
| | 実施設計 | | | | ■ | | ■ |
| 建設工事 | | | | | | ■ | ■ |
| PFI事業者の募集・選定 | | | ■ | ■ | | | |

図 5-3 開業までのスケジュール

第6章 実現に向けて

(1) 整備及び管理運営体制の決定

- 今後の整備及び管理運営に向けて、事業手法を早々に決定することが必要。
- 地元の産品の出荷体制等を整えるための地元事業者との連携体制の構築が必要。
- 地域の多様な主体の活躍の場として道の駅が活用できるよう、地域の学校・団体等と連携した取組み（商品開発等）の体制検討も必要。

(2) 民間活力導入の効果の最大化

- 民間活力を導入するにあたっては、保健福祉子育て支援施設との複合化なども含めて、その導入効果が最大化されるような事業を組み立てることが必要。

(3) 南新地地区全体のまちづくりとの連携

- 地区全体のエリアマネジメントの取組みの方針や、周辺施設の整備の進捗状況を確認しつつ、関係主体と調整しながら、連携策等を具体化することが必要。

(4) 周辺の観光資源や市の観光施策との連携強化

- 道の駅の整備効果を市の観光振興等につなげていくため、周辺の観光資源や観光施策との連携方策について検討・実行していくことが必要。

(5) 有明アライアンスの実現に向けた調整

- 有明アライアンスの実現に向けて、周辺道の駅や自治体との調整を進め、アライアンスの具体策を明確にし、取り組んでいくことが必要。