

平成29年度 地域振興施設等検討調査業務 報告書〈概要版〉

目次

序章 業務の目的等	
序-1 調査の目的	1
序-2 調査フロー	1
序-3 地域振興施設等の概要	2
1章 市場動向調査	
1-1 市民アンケート調査	5
1-2 ヒアリング調査	7
1-3 商圈調査	9
2章 事業計画の作成	
2-1 コンセプト、商品構成、サービスラインナップの検討	14
2-2 施設規模・機能・配置計画の検討	15
2-3 収支計画の検討	18
3章 整備手法検討	
3-1 官民連携事業スキームの検討	21
3-2 官民連携事業の事業化に向けた課題整理	24
4章 平成29年度のまとめ	

平成30年3月

神奈川県綾瀬市

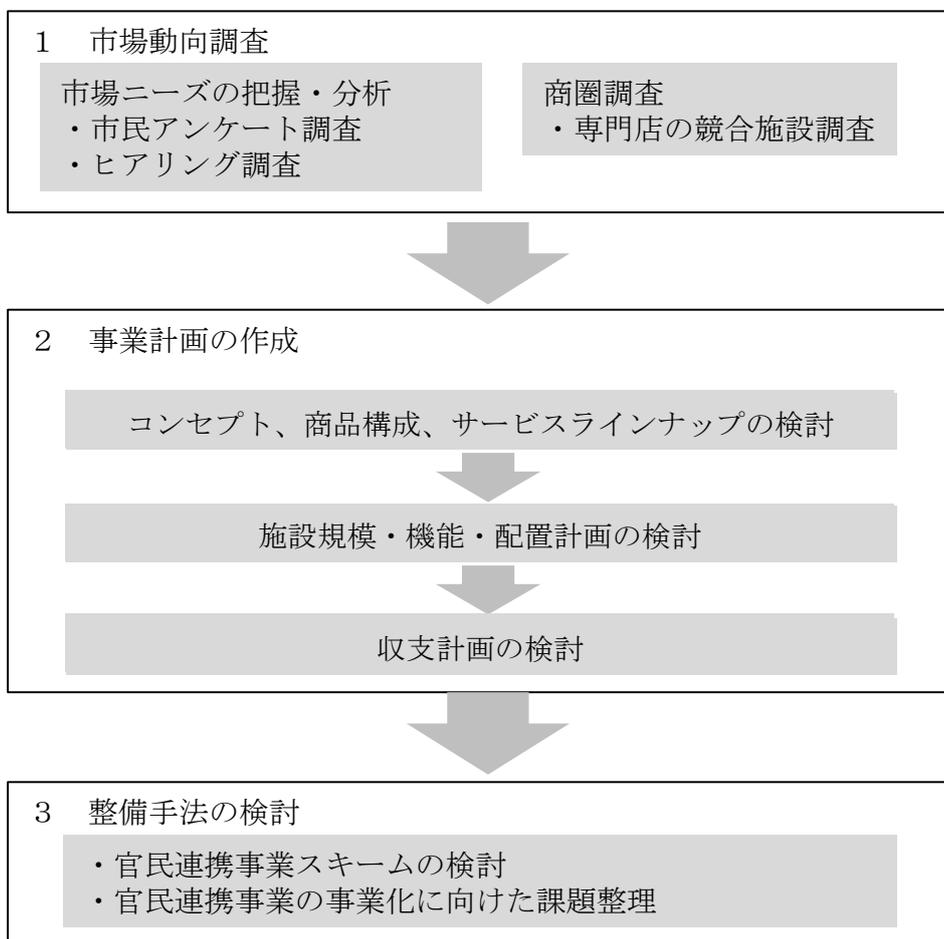
序章 業務の目的等

序-1 調査の目的

本業務は、「まち・ひと・しごと創生総合戦略」に位置づけられた地域振興施設等の整備・誘導による交流人口の確保により、地域経済の好循環モデルを構築し、活力ある持続可能な都市として、将来に向けて希望の持てる綾瀬市の確立を目指す。また、平成 32 年上半期の（仮称）綾瀬スマートインターチェンジの開通に向けて、平成 28 年度の「綾瀬市地域振興施設等整備計画策定業務」の成果に基づき、道の駅としての整備も視野に入れた当該施設の市場ニーズを分析・調査し、マーケティング戦略を立案、整備主体・整備運営手法等について検討することを目的とする。

序-2 調査フロー

本業務の調査フローを以下に示す。



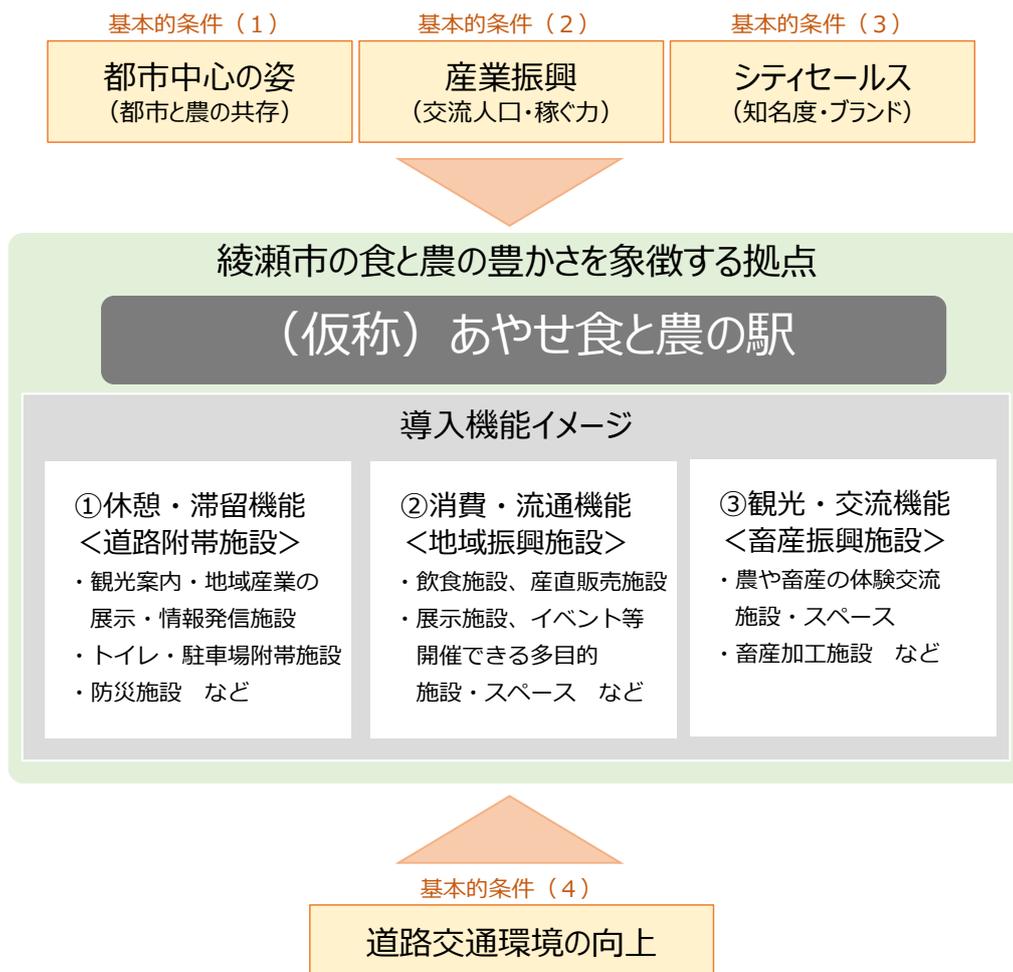
序－3 地域振興施設等の概要

地域振興施設等の概要について、平成28年度の「綾瀬市地域振興施設等整備計画策定業務」の報告書より、整理する。

■地域振興施設等の基本的条件

基本的条件(1) 都市中心の姿(都市と農の共存)	<p>市内南北方向の広域軸(県道42号都市計画道路寺尾上土棚線沿道)は、市役所などの官庁施設、文化施設、商業施設が集積するなど、「あやせ都市マスタープラン」において重要な拠点として位置付けられている。また、優良農地の田園景観との調和を図り、「にぎわい・うるおい・やすらぎ」を感じられる市街地を形成するとともに、安全かつ快適に移動できるよう計画に位置づけている。</p> <p>拠点形成にあたっては、前述した都市中心の姿をより一層効果的に演出する拠点として、周辺の優良農地と都市機能をつなぎ、「市内外の広域交流」、「交流人口の増加」、「農畜産物の流通・消費」などを推進するための位置の選定や、あり方を検討する必要がある。</p>
基本的条件(2) 産業振興(交流人口・稼ぐ力)	<p>「綾瀬市まち・ひと・しごと創生総合戦略」を策定し、地域経済の好循環モデル(産業振興、雇用創出、市税確保)を構築し、活力ある持続可能な都市として、将来の世代が希望の持てる綾瀬市の確立を目指している。</p> <p>市内外からの集客を促す新たな拠点となる施設などを整備することで、綾瀬市の情報発信をはじめとする農畜産物等の地場産物の高収益化と販路拡大による市内事業者の振興・育成に加えて、雇用創出や税収増加といった好循環化を図る必要がある。</p>
基本的条件(3) シティセールス(知名度・ブランド)	<p>人口増加が続いていた本市においても、少子高齢化や人口減少社会への転換が始まっている。本市の魅力を内外に発信し、着地型観光などによる交流人口の増加や、若年層の人口流出を抑えるとともに子育て世代の転入促進に力を注ぐ必要がある。</p> <p>拠点形成にあたっては、(仮称)綾瀬スマートインターチェンジの開通により、高まる利便性、豊富な自然、子育て環境に優れるといった生活の豊かさを、来訪者や市民に訴求し、地域の活性化を図るとともに、定住・移住を促進する必要がある。</p>
基本的条件(4) 道路交通環境の向上	<p>(仮称)綾瀬スマートインターチェンジの開通に伴う交通利便性の向上により、交通環境が大きく変化するとともに、市内産業の活性化が図られるものと考えられる。一方で、市内の幹線道路などへの荷待ち車輛の路上駐車が増加し、円滑な一般交通の阻害や交通事故の誘発などが懸念されるため、大型貨物車輛が駐車できる施設を整備し、道路交通環境の向上を図る必要がある。</p>

■地域振興施設等の目標像と機能と基本構成



■施設の必要性と整備方針

①道路付帯施設

（仮称）綾瀬スマートインターチェンジの開通に伴い、交通利便性が飛躍的に向上するとともに、企業等の活性化が図られ、綾瀬市への来訪者の増加が予想される。一方で、大型貨物車輛の増加に伴う荷待ち路上駐車増加も懸念される。

このことから、拠点施設に導入すべき基本的機能として、路上駐車対策を講じるとともに道路利用者の利便性や安全性などを確保できる施設を整備するものとする。

また、拠点形成の果たす広域的な役割や波及効果等を勘案すると、道路交通環境の充実が図られる機会を捉え、都市防災の面での貢献も求められるところである。このため、都市防災機能の向上に資する道路付帯施設の整備を図るものとする。

②地域振興施設

（仮称）綾瀬スマートインターチェンジの設置に伴う新たな交通流動の発生は、道路付帯施設とも相まって、多くの人々の滞留の仕掛けとなり、地域の活性化効果に資するものである。

このため、拠点施設における新たな機能として、地域固有の商品やサービス、情報等の活用を通じ、来訪者が生活豊かな時間・空間を体感しうる地域振興施設の整備を図るものとする。

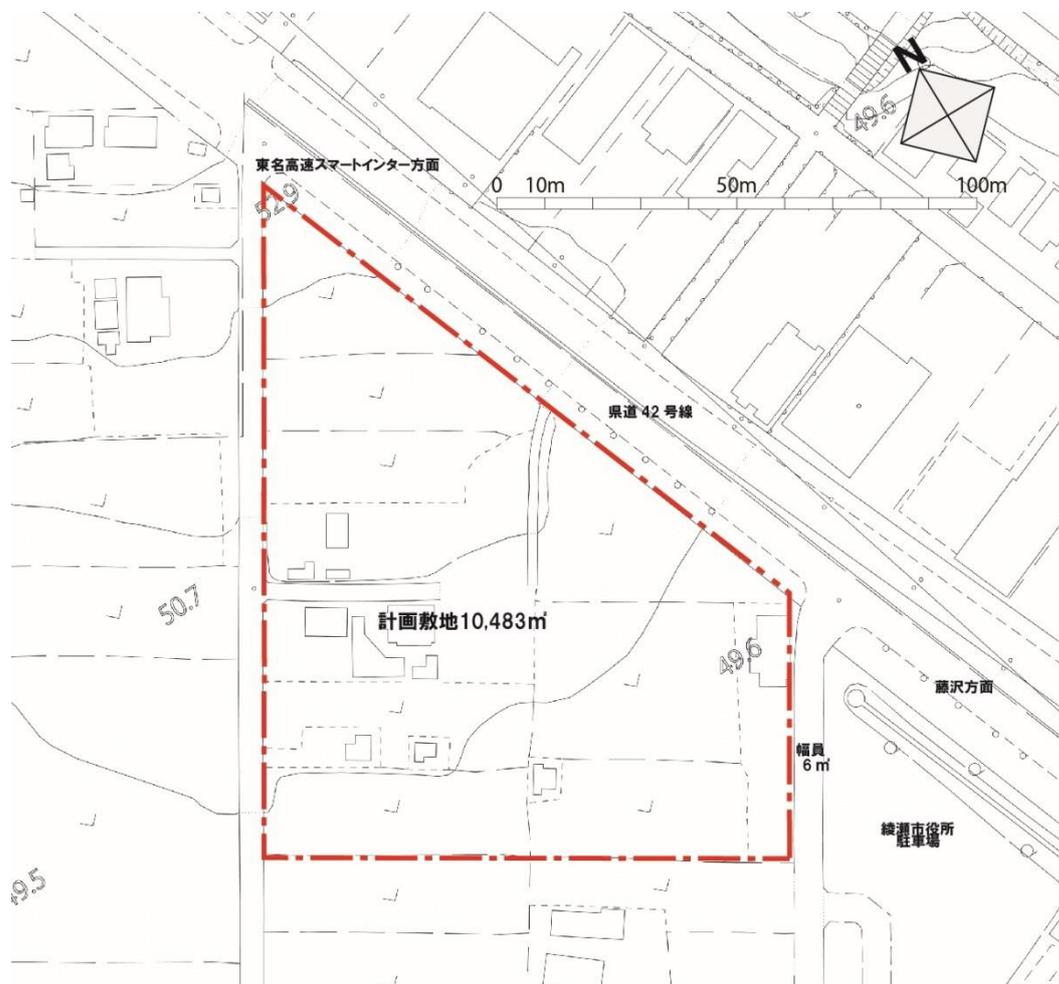
③畜産振興施設

(仮称) 綾瀬スマートインターチェンジの設置に伴う市内外からの新たな来訪者の獲得は、綾瀬市固有の貴重な農的環境や、質の高い都市型畜産業に対する認知を高め共感を広げる、これまでに無い好機として期待される。

このため、拠点施設における付加価値的な交流機能として、市内畜産業を核とした産業連携のもと、来訪者にとって非日常的かつ豊かな体験機会等の創出が可能な畜産振興施設の配置についても検討するものとする。

■候補地の規模と概要

- ・所在地：綾瀬市早川地内
- ・土地規制：市街化調整区域、農業振興地域内農用地
- ・敷地面積 10,483 m²
- ・敷地形状（下図の通り）



1章 市場動向調査

地域振興施設等の整備に向けて、一般住民や観光来訪者について、市民アンケートやヒアリング調査、商圈調査により、市場ニーズを把握・分析し、コンセプトや必要なサービス、基盤整備の優先度について検討した。

1-1 市民アンケート調査

①市民アンケート調査実施概要

■調査概要

対象	市内在住で18歳以上の市民を無作為抽出（1,000人）
実施期間	平成30年2月28日（水）～3月16日（金）
有効回収率	54.7%（547人）

②市民アンケート結果の概要

市民アンケート結果の概要について、以下に整理・分析した。

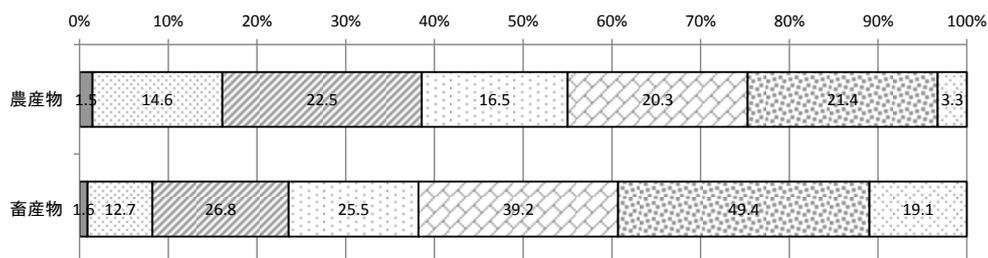
■市民の綾瀬産農産物の購入度合い・品目等

- ・農畜産物の消費において、「デパートやスーパーなどの量販店」が94.9%と最も多く、次いで「農産物直売所」が24.1%、「農家の庭先など生産者から直接購入」が17.2%である。
 - ・市内産の農畜産物において、ブロッコリー、トウモロコシ、豚肉、トマトといった品目は、2～3割の市民がよく購入すると回答している。一方で21.4%の市民は特に購入しないと回答している。
 - ・綾瀬産の農産物を4割弱の市民が週1回以上の頻度で購入している。
- 市民において、直売所や生産者からの購入層（約2割）、綾瀬産の農産物の購入層（4割弱が週1回以上購入）であり、この層を地域振興施設等にそのまま誘客し、その他の層をいかに取り組むかを検討していく必要がある。

■市民の綾瀬産畜産物の認知度と消費・購入頻度

- ・綾瀬産の豚について、「知っている」が62.7%、「聞いたことはあるが詳しい内容は知らない」が29.1%、「知らない」が7.7%となっている。詳しい内容を知らないを含めた認知度は、40歳代で最も高い。
 - ・消費頻度については、「たまに食べる」が43.1%と最も多く、次いで「ほとんど食べたことがない」が28.7%、「食べたことがない」が14.8%、「よく食べる」が10.6%となっている。消費頻度は、概ね年齢が高くなるほど、多くなる。
 - ・畜産物の購入頻度について、「ほぼ毎日」が0.9%、「週に2～3回程度」が7.3%、「週に1回程度」が15.4%、「月に1～2回程度」が14.6%である。「ほとんど買わない」が28.3%である。
- 綾瀬産の豚の市民の認知度は、9割に達する。そのうち3割は聞いたことはあるが詳しく知らない層である。消費頻度に関しては、5割以上の市民が消費しており、うち「よく食べる」割合が1割となっている。また、市民の2割強が綾瀬産畜産物を週1回以上購入しており、「月1～2回程度」を含めると4割近くに達する。綾瀬産の豚は認知度が高く、消費頻度も一定程度あるため、綾瀬産の畜産をコンセプトにすることで、地域振興施設等への誘客が期待される。

綾瀬産の農産物と畜産物の購入頻度

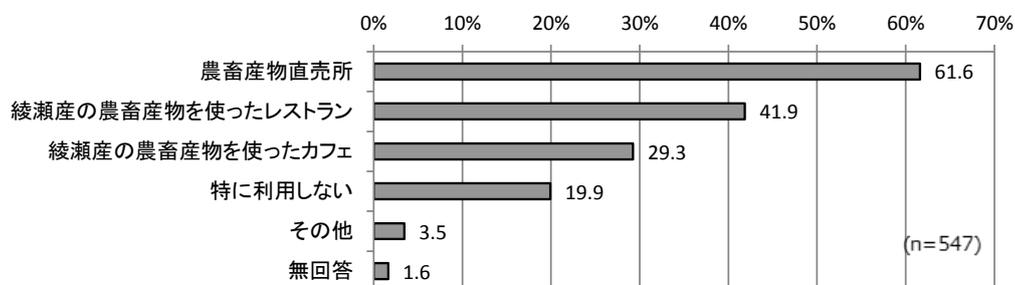


□ほぼ毎日 □週に2~3回程度 □週に1回程度 □月に1~2回程度 □年に数回程度 □ほとんど買わない □無回答 (n=547)

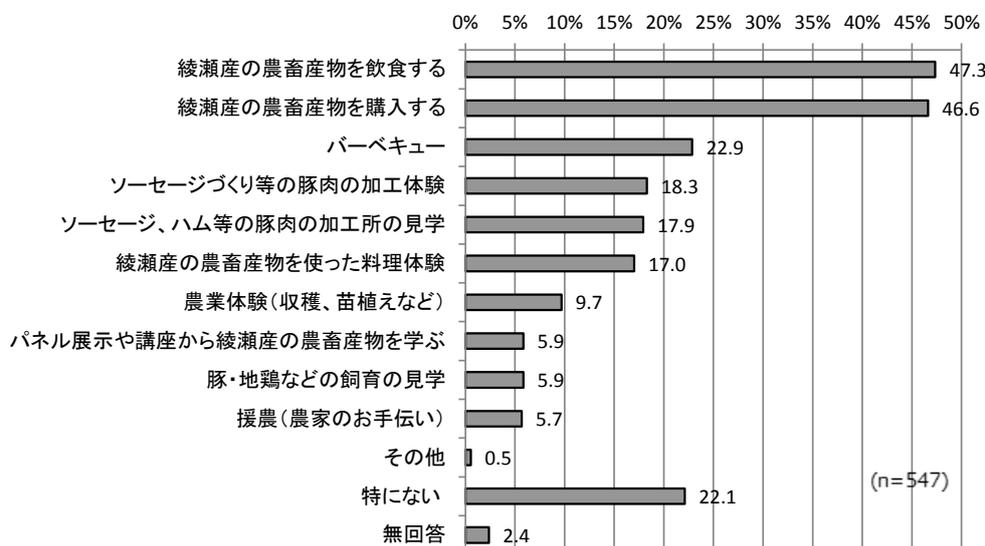
■市民の地域振興施設等へのニーズ

- ・地域振興施設等において、利用したい施設として、「農畜産物直売所」が61.6%と最も多く、次いで「綾瀬産の農畜産物を使ったレストラン」が41.9%、「綾瀬産の農畜産物を使ったカフェ」が29.3%となっている。「特に利用しない」が19.9%となっている。
 - ・地域振興施設等のサービスとして、「綾瀬産の農畜産物を飲食する」が47.3%と最も多く、次いで「綾瀬産の農畜産物を購入する」が46.6%、「バーベキュー」が22.9%、「ソーセージづくり等の豚肉の加工体験」が18.3%、「ソーセージ、ハム等の豚肉の加工所の見学」が17.9%、「綾瀬産の農畜産物を使った料理体験」が17.0%となっている。「特にない」は22.1%である。
- 地域振興施設等において、直売所が約6割、レストラン約4割、カフェが約3割の利用意向があり、購買や飲食のニーズが高いため、優先的に設置することが考えられる。
- 購入、飲食に次いで、加工体験、加工所見学、料理体験などの体験メニューのニーズが伺える。地域振興施設内での整備、プログラム開発を検討していく余地がある。

地域振興施設等での買い物や飲食において利用したい施設（複数回答）



地域振興施設等の農畜産物に関するプログラムやサービスの体験意向（複数回答）

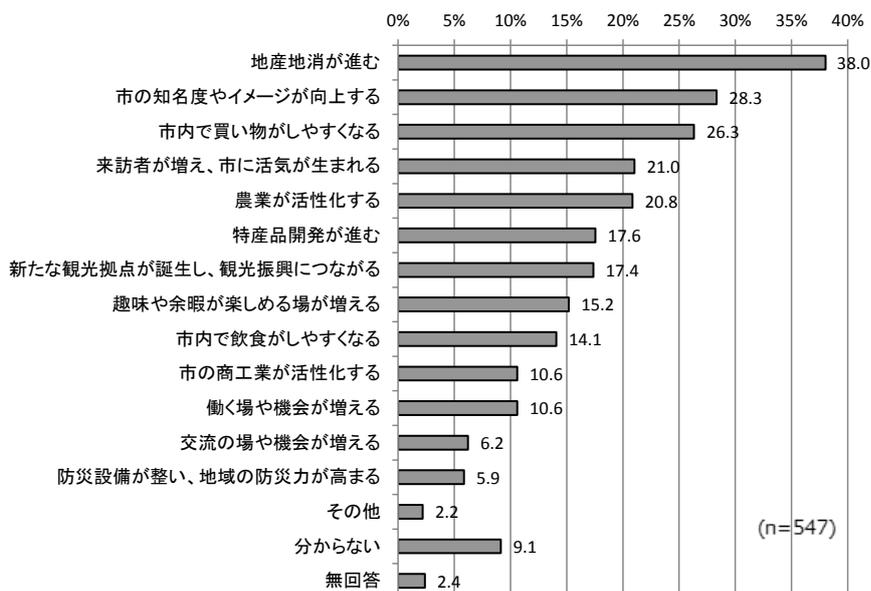


■市民の地域振興施設等へのニーズ

・地域振興施設等の整備効果として、「地産地消が進む」が38.0%と最も多く、次いで「市の知名度やイメージが向上する」が28.3%、「市内で買い物がしやすくなる」が26.3%、「来訪者が増え、市に活気が生まれる」が21.0%などがあげられた。

→地域振興施設等の整備することで、地産地消、地域の認知度・イメージの向上、地方創生などの効果が、市民から期待されている。

地域振興施設等が市にもたらす効果について期待すること
(複数回答)



1-2 ヒアリング調査

食への関心を持った顧客の動向を知る食品業界や旅行業界関係者5名に対し、ヒアリング・意見交換を行った。地域振興施設等の方向性、広域観光としての可能性や、顧客の拠点に対するニーズや課題点について、考察する。

■ヒアリング者概要

分野／氏名	概要・略歴等
食・農業専門家／ 勝瀬典雄氏	<ul style="list-style-type: none"> 兵庫県立大学 客員教授 県立広島大学専門職大学院(MBA) 非常勤講師 農林水産省6次産業化プランナー
食・農業専門家／ 府川真寸美氏	<ul style="list-style-type: none"> 株式会社インターリニア代表取締役 農林水産省6次産業化プランナー
観光事業者／ 野々山桂氏	<ul style="list-style-type: none"> 東京パッセンジャー株式会社 顧問
観光事業者／ 天野良英氏	<ul style="list-style-type: none"> 株式会社JTB 総合研究所 客員研究員
観光事業者／ 小坂典子氏	<ul style="list-style-type: none"> 株式会社JTB 総合研究所 研究員

■ヒアリング結果の考察

<「綾瀬の豚」の情報発信>

- ・「高座豚」に比べ「綾瀬の豚」は地域外に知名度がない状況であるが、今後、効果的に情報発信を行い、その歴史や、市民や地域に根付いていることを、市民と一緒にPRしていくこと。

<地域振興施設等の方向性>

- ・特別な観光施設ではなく、普段利用できる飲食店、テイクアウトできる飲食店、近隣農家の新鮮な産品を購入できる直売所、常に施設内で市民イベントを行っているなどの施設であれば、活気ある施設になると考える。地域の農畜産物、人、文化など、綾瀬の地域資源を着実に活用していくこと。
- ・飲食、物販については種類をそろえるということよりも、ALL綾瀬で揃え、洗練された空間での綾瀬物販のショールームというイメージで整備する。
- ・綾瀬市に隣接する藤沢市等は、子育て中世代のファミリー層と富裕層が多く、そのような消費者を、ターゲットとして誘客していくこと。
- ・市民が普段使いできる立地、施設内容となっており、家族連れの観点・日常生活の観点で見て、市民サービスにも資する施設とすること。
- ・良い食材をその価値を最大限に活かす方法（質にこだわる、単価は高め）で提供し、周辺住民にとっては接待や特別使いができる場とすること。

<地域振興施設等の具体機能>

- ・材料を直接仕入れなどができ、収益が確保しやすいため、地元農産物を加工し、美味しく提供する地産地消レストランを整備する。
- ・常設の「農畜産物直売所」は、市民にとっても生産者にとっても生活インフラとして有益である。畜産物の購買シェアは概ね11%と限定的であるから、畜産物だけでなく、野菜、加工品等を総合的に扱い、集客を増やしていくこと。
- ・大型バスの乗客受入を想定し、40名以上がまとまって着席できる飲食店、料理類が短い時間で全員にサーブされる体制をつくる。レストランにおいては、100席以上の座席数を目安とすること。

<畜産振興等に関する体験プログラムやサービス等>

- ・物見遊山的なものから、体験型・交流型に移行しており、綾瀬の第一次産業、農畜産物をテーマにする拠点とすることは適切と考える。
- ・綾瀬市の畜産物をただ販売、食するだけではなく、加工施設を見学できるのは大きな魅力となるため、加工施設の整備を検討すること。
- ・食肉加工は特にセンシティブな問題にもなりやすいため、加工の過程を知る大切さを食育の観点から視察サービスを検討していくこと。

<広域観光としての可能性（東名高速利用者、湘南方面観光客等）>

- ・大都市近郊に位置する綾瀬市の観光は、特別に観光のために訪問する地域ではなく、観光地に向かう、また観光地から帰る途中の立寄り地としての位置づけであると考えられる。
- ・綾瀬市周辺には著名な観光地はないので普通では立ち寄りをする可能性は非常に少ない。よって地域振興施設等自体に、他にはない魅力があることが絶対条件となる。
- ・綾瀬スマートインターチェンジ、地域振興施設等でのETC2.0対応の早期導入することができれば、東名高速利用者の利用が促進されると考える。

1-3 商圏調査

①人口動態

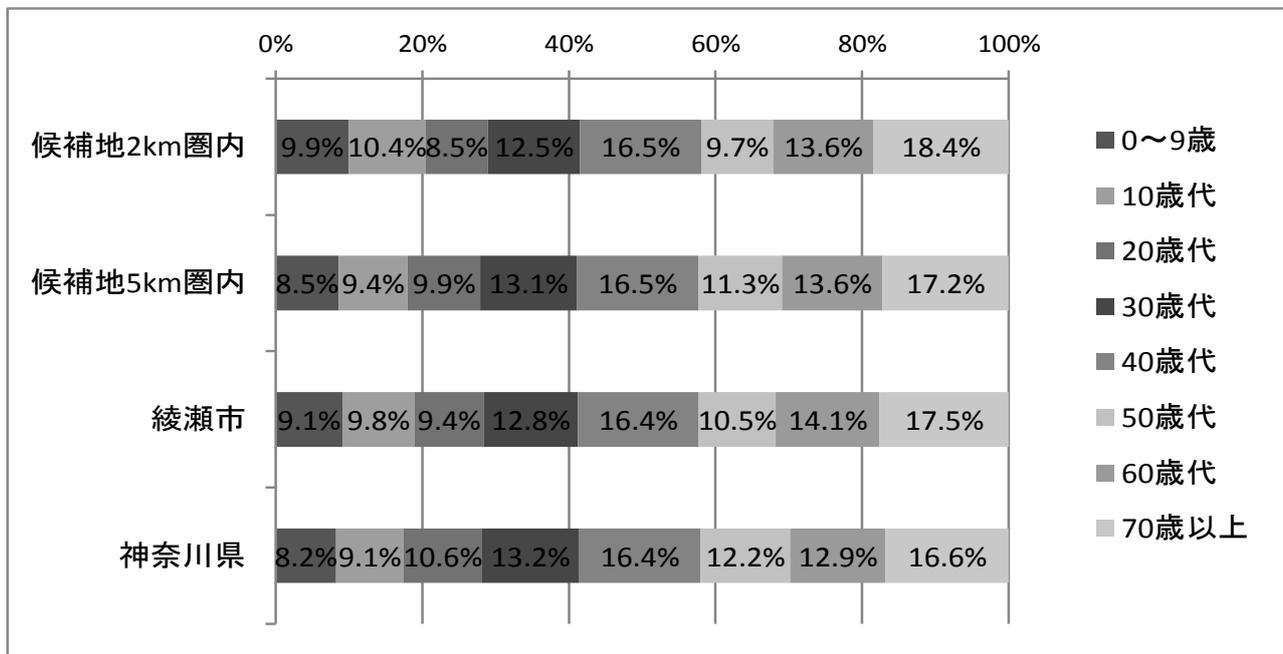
市民、周辺住民の人口動態を整理した。

候補地から2km圏内(自動車で概ね10分)、5km圏内(自動車で概ね20分)、綾瀬市の人口は、それぞれ43,985人、392,824人、84,460人となっており、そのうち20歳以上の人口は、34,840人、320,566人、68,149人である。周辺市にも多くの住民が住んでいるため、5km圏内の人口は、約40万人にのぼる。

市民アンケートにおいて、市民の約半数が、地域振興施設等での飲食や農畜産物の購入意向があった。市民及び周辺住民は、一定の人口数があり、地域振興施設等の利用意向を示していることから、地域振興施設等の主要な利用者となることが期待できる。



■市民及び周辺住民の年代別人口割合

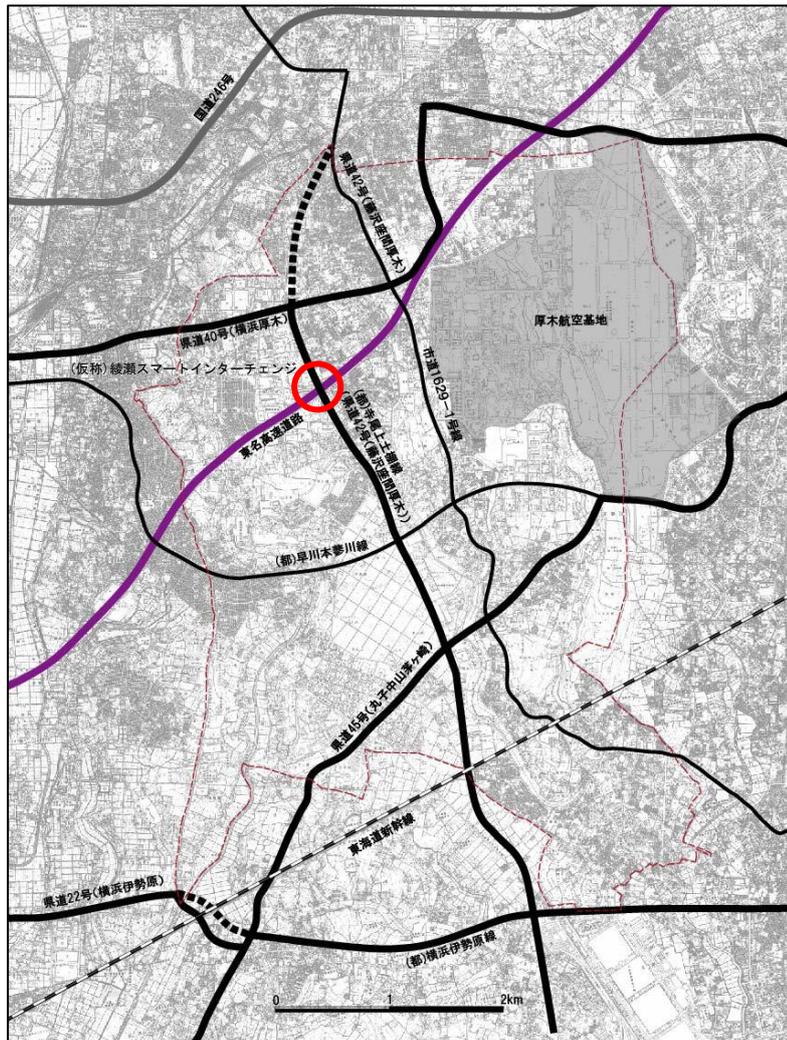


※平成27年国勢調査より

②道路交通の状況

市内は県道を中心に骨格道路が形成されており、県央地域における広域的な交通を受け流している。平成 20 年 3 月に、南北方向の骨格となる都市計画道路寺尾上土棚線が、県道 40 号から国道 1 号まで 4 車線で供用され、本市の新たな背骨として機能している。候補地は、都市計画道路寺尾上土棚線沿いにあり、一定の交通量があること、また、今後（仮称）綾瀬スマートインターチェンジの開通が予定されていることから、集客が期待できるが、一方で、多くの飲食店が立地しているため、競合しないような空間形成、サービスの提供を進めていく必要がある。

■現況骨格道路網



【出典：綾瀬市総合都市交通計画(平成 22 年 12 月改訂)】

■都市計画道路寺尾上土棚線の交通量

調査年	交通量(台)	観測時間	平日/休日	データ元
平成 25 年	19,841	12 時間	平日	市交通量調査
平成 25 年	16,593	12 時間	休日	市交通量調査
平成 27 年	15,580	12 時間	平日	道路交通センサス
平成 27 年	15,845	12 時間	休日	道路交通センサス

※道路交通センサスの観測地点は、綾瀬市深谷 4176-3 である。

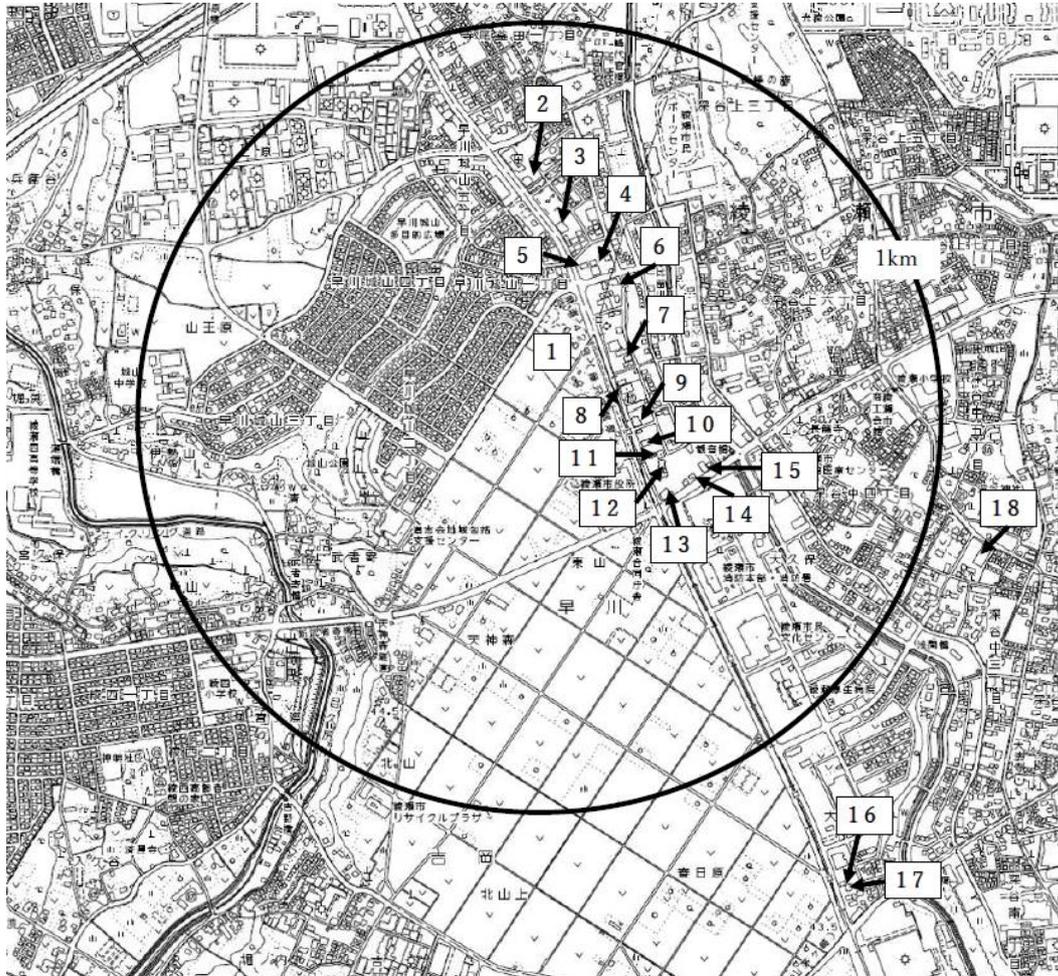
※市交通量調査の観測地点は、綾瀬市役所前交差点である。

③競合施設の調査

地域振興施設等整備予定エリアから概ね5~10km圏内、主要幹線道路沿いにおいて、規模など、競合が想定される飲食店等を抽出後、マッピングを行い、店舗の立地・規模、想定客単価、メニュー等から、競合性や地域振興施設等の有り方を検討した。

■調査結果の概要

■候補地周辺の飲食店の分布図



■候補地周辺の飲食店リスト

地図 番号	店名	地図 番号	店名
1	(候補地)	10	バーミヤン
2	ビッグボーイ	11	味の比留川(昼のみ)
3	華屋与兵衛	12	マクドナルド
4	しゃぶしゃぶ温野菜	13	まるさ水産
5	かつや	14	リンガーハット
6	牛角(夜のみ)	15	焼肉さんぐ(夜のみ)
7	ラーメンぎょうてん屋	16	イタリアンレストランバフェット
8	スパゲティ五右衛門	17	パティスリーイロドリ
9	くら寿司	18	グリーンセンター綾瀬

■市内の農産物直売所（５ヶ所）

No	店舗名	出店地区	営業日時
1	愛菜市	早川	日曜：１０時～
2	フレッシュマーケット	早川	水曜：１０時～
3	グリーンセンター綾瀬	深谷中	常設
4	みのりファーム農園前直売所	大上	火・木・土
5	マーちゃんの野菜	吉岡	常設

■体験施設（６ヶ所）

No	店舗・施設名	出店市町	内容
1	高座豚手造りハム 綾瀬本店	綾瀬市	手作りウインナー教室
2	鎌倉ハム富岡商会本社工場	鎌倉市	手作りソーセージ体験
3	腸詰屋鎌倉 八幡宮前	鎌倉市	手作りソーセージ教室
4	雪印こどものくに牧場	横浜市	ふれあい、乳搾りなど
5	カップヌードルミュージアム	横浜市	手作りカップヌードル
6	服部牧場	愛川町	バター作り、乳搾りなど

■その他飲食店調査の概要

- ・肉系飲食店の状況
- ・精肉専門店、デリカテッセンの状況
- ・市内鶏肉関連店舗の状況
- ・市内ショッピングセンター及び複合テナントの状況
- ・市内スーパーの食肉取扱店舗の状況
- ・とんかつ専門店の状況

■調査考察

立地	<p>候補地 5km 圏内において、道路網、交通量の多さ、飲食店の集積動向より、最も競合する飲食店は、県道 42 号沿いの飲食店群である。市民スポーツセンター入口交差点から早川交差点まで、候補地から概ね 1km 圏内に、特に飲食店が集中している。</p> <p>候補地の近隣の飲食店の多くは、全国チェーンである。全国チェーンは事前調査と各社に蓄積されたデータから出店していることから、集客上有利な土地である可能性がある。</p> <p>一方で、全国チェーンと類似した店舗づくりを行うと、競争にさらされることとなるため、恒久的に収益をあげられる施設として、差別化をする必要がある。</p> <p>市民アンケートにおいて、綾瀬の農畜産物を活用した直売所、レストラン、カフェへの高いニーズが伺えた。</p> <p>チェーン店と競合とならないよう、地元農畜産物、地産地消、生産者との交流などをテーマとするなど、地域振興施設等の特徴づけていくことが不可欠である。</p>
----	--

駐車場の規模	候補地の向かい側飲食店の駐車場合計は450台であり、綾瀬タウンヒルズは1,200台となっている。その上でこれら飲食店がある一定の利益をあげながら営業を継続している。向かい側飲食店群を一体的に見た時に、顧客にとって、「休憩・滞留」機能を満たす一つとして捉えることもでき、地域振興施設等では、地元農畜産物、地産地消、生産者との交流などをテーマとするなど、これらとは異なる空間づくりを行う必要がある。
飲食店メニュー等	候補地周辺及び綾瀬市全体で、牛肉及び豚肉の飲食店が多く、人気が高いことがわかった。市民アンケートにおいて、綾瀬の農畜産物を活用したレストラン、カフェへの高いニーズが把握できており、それらを供用していくことが良いと考える。 地域振興施設等において、綾瀬市や綾瀬市の農畜産物の特徴を活かし、地産地消、地域密着型の専門飲食店として整備していくことが必要である。 近年、成長している鶏肉専門店が近隣であまり見られないこともり、周辺施設として差別化して、焼き鳥や唐揚げなど、綾瀬の新しい食またはメニューを検討していくことが考えられる。
綾瀬ブランド品の消費流通拡大	農産物直売所を基本として、綾瀬ブランド品の規模拡大を行い、人々が集まる仕掛けを企画していく必要がある。自然とのふれ合いや人々の交流等により、チェーン店の集まる42号線東側エリアとは対比的な綾瀬らしい拠点であるべきである。農産物直売所の発展をベースとして、畜産品の普及や、新しい特産品の開発及び需要拡大、更には観光交流への発展を推進していく必要がある
憩いと交流機能	候補地近隣に喫茶店やカフェのような場が少ない。現在、専門店としてはチェーンのタリーズコーヒーのみであり、同機能にファミレスを活用していると考えられる。候補地は景観がよく自然の癒しなどとの相乗効果を演出しやすい環境にあるため、チェーン店と一線を画した、格調高い「綾瀬ナチュラルカフェ」のようなニーズがあると考えられる。
畜産物の体験施設機能	ハム・ソーセージ作り体験は、綾瀬市及び近隣の老舗専門店が既にサービスを行っており、人気があることが伺われ、地域振興施設等でも展開することが有効であると考ええる。 畜産関連の体験施設としては、候補地から少し距離があるが、横浜市青葉区のこどもの国の存在感が大きい。長時間子ども連れで楽しめる企画が支持されてきた。愛甲郡愛川町の服部牧場も、リニューアルしながらこどもの国モデルに近づいている。広大な自然環境を背景に、多様な体験ができる。どちらも乳しぼりとバター作りが体験メニューに含まれている。これらの施設と肩を並べる体験メニューを展開していく必要がある。
景観	候補地は、西側に富士山が見え、広大な農地となっている。高級有料老人ホームが建てられているのは、おそらく景観と環境の良さが理由の一つであると考ええる。この地域は、農地、自然との関わりを保っており、市民や来訪者がそれらを体験できる可能性を秘めていると言える。農業との関わり、新しい形の癒し、自然と融合するしかけを、行っていく必要がある。

2章 事業計画の作成

2-1 コンセプト、商品構成、サービスラインナップの検討

市場動向調査の結果を受けて、市場ニーズにあった顧客に訴求すべきコンセプトや商品構成、サービスラインナップを以下のとおり、整理した。

<p>■活かすべき地域資源</p> <ul style="list-style-type: none">・歴史を有する綾瀬の畜産。特に養豚は基幹産業である。6次産業化への積極的な取組。・都市農業が盛ん(農業振興地域約791ha、うち農用地約238ha。市中央部に一団で分布。)・横浜、東京に近い立地である。(10~20km圏内)	<p>■活かすべき機会</p> <ul style="list-style-type: none">・綾瀬スマートインターチェンジが近年、開通する。・食の安全・安心が高まっている。・グリーンツーリズムへの需要が高まっている。
<p>■市民・消費者ニーズ</p> <ul style="list-style-type: none">・日常的に、綾瀬産の農産物(4割弱が週1回以上)や畜産物(2割強が週1回以上)を購入している。・地域振興施設等において、直売所が約6割、レストラン約4割、カフェが約3割の利用意向がある。・加工体験、加工所見学、料理体験などの体験メニューのニーズが伺える。・「綾瀬の豚」ファンが、市内及び周辺市町に多くいる。東京や横浜など広域にもいる。・「綾瀬の豚」ファンは、地域振興施設等への関心が、一般市民より高い。	
<p>■商圈調査</p> <ul style="list-style-type: none">・候補地周辺には多くの全国チェーン飲食店が立地。一定の前面交通量があることから、飲食店に適した立地である。一方で、チェーン店と競合しない店舗開発が必要。・周辺にはあまり立地しない、カフェ、農産物直売所、体験型の機能が想定される。これらは地域振興施設等のサービスの特徴づけるものでもある。	

コンセプト

(仮称)あやせ食と農の駅

～綾瀬の都市農業の安全・安心発信基地

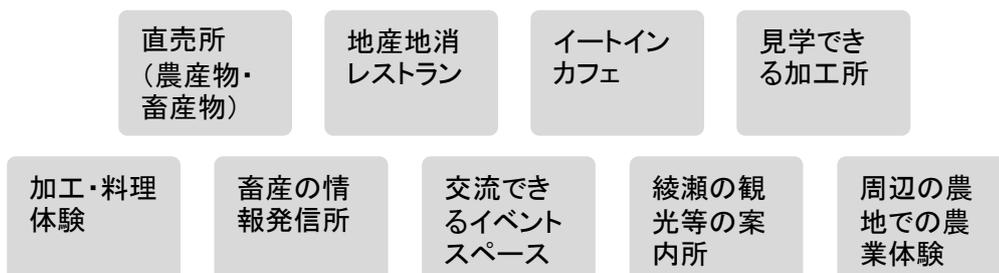
～大正・昭和からの歴史を有する綾瀬の畜産を楽しむ・学ぶ・体験する



■ターゲット

- ・市民・周辺市町住民
- ・既存の綾瀬の豚ファン
- ・スマートインターチェンジからのドライブ観光客
- ・大型バス観光客(旅行会社等と提携)等

■サービスラインナップ・商品構成



2-2 施設規模・機能・配置計画の検討

平成 28 年度の成果に記載の拠点施設全体の整備計画 3 案をもとに、道の駅登録に向けた協議や交通管理者協議等を見据え、また、施設の事業性や社会性を踏まえ、建築物の配置計画等のより具体的な検討を行った。

■駐車場需要の算定（少数点以下は切り上げ。）

車種	将来交通量予測 (平成 42 年度)	サービス 係数	立寄率 (%)	ラッシュ率 (%)	回転率 (時間当り回)	駐車場需要 ※1
小型車	25,020	1.357	0.100	0.100	4 回/時間	88 台
大型バス	628		0.100	0.250	4 回/時間	6 台
大型貨物	3,615		0.125	0.100	3 回/時間	21 台
合計						115 台

※1 小型車の駐車場需要台数は、計算による駐車場需要台数は 85 台となるが、身障者用の駐車スペース 3 台分を加え 88 台とした。（身障者用駐車台数は、国土交通省：道路の移動等円滑化整備ガイドラインでは、総駐車台数/50=2.2 台≒3 台となる。）

（東日本高速道路株式会社、平成 29 年 設計要領に基づく。）

①施設規模の検討

1) 駐車まず数

駐車場規模：小型車 88 台（身障者用 3 台含む） 大型バス 6 台 大型貨物 21 台

駐車まず数の検討にあたっては、将来交通量予測（平成 42 年度）と、「東日本高速道路株式会社、平成 29 年 設計要領」により算定し小型車 88 台（身障者用 3 台含む）とする。大型車については、バス、貨物に分けて算定し、それぞれ 6 台、21 台とする。

2) トイレ

トイレの数：男子 19 基（小使用 12、大使用 7）、女子 33 基以上

前述の駐車場規模からのトイレの数は、男子 19 基（小使用 12、大使用 7）、女子 33 基以上と算出する。（東日本高速道路株式会社、平成 29 年 設計要領に基づく。）

3) 休憩所

休憩所の規模：170 m²以上

休憩所の規模は、駐車場規模 100～150 台より、170 m²以上と算出する。（東日本高速道路株式会社、平成 29 年 設計要領に基づく。）

4) 案内所

案内所：30 m²以上

一般事務スペースの面積算定標準として 4.8 m²/人（建築設計資料集成より）を採用する。事務職員数を 2 名として想定し、4.8 m²×2 名≒10 m²程度確保し、これに倉庫・書庫 20 m²として合計 30 m²とする。

5) 地域振興施設

地域振興施設：870 m²以上

地域振興施設は、地元生産者からのヒアリングや、関係者ヒアリングによりレストランは 100 席以上を目安とすることから、870 m²程度の面積規模とする。

6) 加工場施設

加工場施設：900 m²以上

加工所施設は、畜産の情報発信所や加工・料理体験のできる場所を併設することを想定する。地元生産者からのヒアリング等により、900 m²以上のスペースが必要と考え、この規模を採用する。

なお、平成 28 年度に、地域振興施設等の候補地内で整備することを検討したふれあい畜舎については、民間による整備が望ましいことから、候補地内では整備しない。

②配置計画の検討

地域振興施設等の配置計画について、「施設を道路に近づけた案」「施設を西側に寄せた案」「施設を道路から離れた案」の3案の検討を行った。

■ 3案の配置計画の概要

	施設を道路に近づけた案 (市役所側道路よりアクセス)	施設を西側に寄せた案 (市役所側道路よりアクセス)	施設を道路から離れた案 (県道より直接アクセス)
平面図			
駐車台数	小型 95 台 大型 28 台 (最大値)	小型 99 台 大型 27 台 (最大値)	小型 95 台 大型 27 台 (最大値)
県道からの視認性	○ 両方向からの車両に対し、建物の視認性は高い。駐車場の位置はわかりにくい。	△ 藤沢方向からの車両に対して建物の視認性は高い。	△ 建物の視認性は低い。駐車場の位置はわかりやすい。
施設間の回遊性	△ 駐車場から地域振興施設にアクセスしにくい。	○ 駐車場から各施設にアクセスしやすい。施設間も回遊性が高い。	○ 駐車場から各施設にアクセスしやすい。施設間も回遊性が高い。
広場の活用性	○ 広場と地域振興施設・畜産振興施設・道路附帯施設の一体的な利用が可能となる。	△ 広場と地域振興施設の一体的な利用が可能となる。	○ 広場と、地域振興施設・畜産施設・道路附帯施設の一体的な利用が可能となる。
賑わい感	△ 広場が大きく、施設が分散されるため賑わい感が弱い。 広場と地域振興施設が道路に面しているため、賑わいの様子を伝えやすい。	○ 各施設を集約配置しているため賑わい感を感じやすい。 広場と地域振興施設が道路に面しているため、賑わいの様子を伝えやすい。	△ 各施設を集約配置しているため賑わい感を感じやすい。 道路から遠いため、賑わいの様子を伝えにくい。
イベント時の認知度	○ イベント広場が道路に面しているため、イベントの認知度が高くなる。 広場と各施設とのイベントの連携が可能である。	○ イベント広場が道路に面しているため、イベントの認知度が高くなる。 広場と地域振興施設とのイベントの連携が可能である。	△ イベント広場が道路から遠いため、イベントの認知度は低くなる。 広場と各施設とのイベントの連携が可能である。
周辺環境との調和	○ 計画地北側に住宅が点在しているが、住宅に近接する部分に地域振興施設等を寄せて配置することにより、駐車場等の騒音が伝わりにくい。	◎ 計画地北側に住宅が点在しているが、各施設を西側に寄せて配置することにより、駐車場等の騒音が特に伝わりにくい。	△ 計画地北側に住宅が点在しており、騒音等に配慮する必要がある。

2-3 収支計画の検討

年間利用者、雇用者、買い物率・飲食率、平均単価等の諸条件を設定し、いくつかのシナリオのもと、施設整備費、ランニングコスト等の収益や支出を算出、収支シミュレーションを行い、事業収支計画を作成、採算性を検討した。

事業収支計画の売上や支出の中で、市民の雇用費用、市内の農業者や事業者の売上・利益等を算出し、地域経済への活性化効果を検討した。

①地域振興施設等の年間利用者数予測

地域振興施設等の開設当初の年間利用者は、前面道路交通量から、約 56 万人と予測する。

■前面道路交通量からの平日・休日利用者数予測

	利用客推計 <a>=×<c> ×<d>×<e>	昼間 12 時間通 行量*1	立寄率*2<c>	乗車率*3<d>	片側交通係数 *4<e>
平日利用者数	1,579	—			
小型車	1,129	13,283	0.100	1.7	0.5
大型バス	313	298	0.100	21	0.5
大型貨物	137	1,999	0.125	1.1	0.5
休日利用者数	1,459	—			
小型車	1,261	14,837	0.100	1.7	0.5
大型バス	138	131	0.100	21	0.5
大型貨物	60	877	0.125	1.1	0.5

*1 平成 27 年度全国道路・街路交通情勢調査の県道 42 号（綾瀬市深谷 4176-3 地点）の観測値。（仮称）綾瀬インターチェンジの設置に伴う交通対策委員会資料より、設置当初は交通量が大きく変化しないと予測しているため、平成 27 年度観測値をベースとする。

*2 パーキングエリア基準

*3 パーキングエリア基準

*4 開設当初は、県道 42 号からのアクセスは、反対側車線アクセスに協議に時間が要し、片側からのみと想定されるため、交通量を半数とした。

■前面道路交通量からの年間利用者数予測

年間利用者数約 56 万人 =

（平日利用者数 1,579 人×平日日数 248 日） + （休日利用者数 1,459 人×休日日数 117 日）

②地域振興施設等の年間売上予測

地域振興施設等の前面道路交通量から年間利用者予測、約56万人をもとに、市場ニーズ、商圈調査、想定サービス等をもとに、年間売上を下記の通り、3つの水準で予測する。水準について、利用率、単価を3段階で設定した。

■地域振興施設等の推計（低水準※1）

施設	売上予測 (千円) 〈a〉=〈b〉× 〈c〉×〈f〉	客単価 (円/人)〈b〉 ※2	利用者数(人/日) 〈c〉=〈e〉×〈f〉 ※3		営業日数 (日)〈d〉 ※4	施設全体利 用者数予測 (人)〈e〉	施設全体利 用者からの 利用率〈f〉
			平日	休日			
レストラン	66,421	1,000	平日	174	246	1,579	0.11
			休日	204	116	1,459	0.14
テイクアウトカフェ	24,338	400	平日	158	246	1,579	0.10
			休日	190	116	1,459	0.13
直売所(畜産物)	186,780	1,800	平日	284	246	1,579	0.18
			休日	292	116	1,459	0.20
直売所(農産物)	62,260	600	平日	284	246	1,579	0.18
			休日	292	116	1,459	0.20
合計	339,799						

※1 高水準売上予測：576,850、中水準売上予測：449,462

※2 独立行政法人中小企業基盤整備機構「J-Net21[中小企業ビジネス支援サイト]」

- ・とんかつ店（平日客単価1,200円、休日客単価1,400円）
- ・和食レストラン（平日客単価1,000円、休日客単価1,200円）

レストラン【高水準1,200円、中水準1,100円、**低水準1,000円**】

- ・ベーカリー（平日客単価500円）から、次のとおりとした。

テイクアウトカフェ【高水準600円、中水準500円、**低水準400円**】

近隣の類似店舗事例から、次のとおりとした。

直売所(畜産物)【高水準2,300円、中水準2,000円、**低水準1,800円**】

日本政策金融公庫「農産物直売所に関する消費者意識調査結果」

- ・1回あたりの消費額(標本数1,025)での回答割合、500～1000円程度35.6%、1,000～2,000円程度28.2%から、次のとおりとした。

直売所(農産物)【高水準800円、中水準700円、**低水準600円**】

※3 JTB総合研究所「ドライブ旅行に関するアンケート調査～SA・PA、道の駅の利用動向について～」

- ・道の駅を訪れた目的(標本数1,647)での回答割合、地場産品(野菜等)の購入52.7%、飲食(レストラン)14.7%、飲食(フードコート)20.6%を目安に設定した。地場産品(野菜等)の購入が52.7%のため、直売所(畜産物)、直売所(農産物)はそれぞれその半分の26.4%を目安とする。
- ・商業施設において、一般的に休日の方が利用者数が多いため、利用率は、休日は平日より高い率が利用すると設定した。

施設	高水準		中水準		低水準	
	平日	休日	平日	休日	平日	休日
レストラン	0.15	0.18	0.13	0.16	0.11	0.14
テイクアウトカフェ	0.18	0.20	0.13	0.16	0.10	0.13
直売所(畜産物)	0.23	0.25	0.21	0.23	0.18	0.20
直売所(農産物)	0.23	0.25	0.21	0.23	0.18	0.20

※4 年始の3日を除く362日(平日246日、休日116日)で算出した。

■売上の考察

項目	考察
レストラン	<p>年間7～9万人の利用があると推計したが、以下よりその利用数が期待できると考える。</p> <ul style="list-style-type: none"> 綾瀬市は約84千人の人口がある。候補地5km圏内に約321千人の住民（20歳以上）がいる。 市民アンケートでは、地域振興施設等のレストランについて、41.9%が利用したい回答しており、5km圏内の住民（20歳以上）が、その割合の半数が、実際に来訪、その1/4が2回以上来訪すると想定すると、8.4万人以上の利用があると推計する。休日を中心に、広域からの観光利用も見込める。 候補地は、前面交通量が一定量ある（平成27年度調査で15千台超、12時間）、県道42号候補地周辺1km圏内には、飲食店が多数立地（15飲食店、約1100席）しており、競争はあるが、飲食店の立地に適した場所と言える。地域振興施設等において、コンセプトが利用者に伝わるレストランを出店すれば、持続的に営業できると考える。
テイクアウトカフェ	<p>年間6～9万人の利用があると推計したが、以下よりその利用数が期待できると考える。</p> <ul style="list-style-type: none"> 綾瀬市は約84千人の人口がある。候補地5km圏内に約321千人の住民（20歳以上）がいる。 市民アンケートでは、地域振興施設等のテイクアウトカフェについて、29.3%が利用したい回答しており、5km圏内の住民（20歳以上）が、その割合の半数が、実際に来訪、その1/4が2回以上来訪すると想定すると、5.9万人以上の利用があると推計する。休日を中心に、広域からの観光利用も見込める。 候補地は、前面交通量が一定量ある（平成27年度調査で15千台超、12時間）、県道42号候補地周辺1km圏内には、飲食店が多数立地（15飲食店、約1100席）しており、競争はあるが、飲食店の立地に適した場所と言える。地域振興施設等において、コンセプトが利用者に伝わるカフェを出店すれば、持続的に営業できると考える。
直売所 (畜産物)	<p>年間8～11万人の利用があると推計したが、以下よりその利用数が期待できると考える。</p> <ul style="list-style-type: none"> 市内の類似する畜産小売店は、候補地に比べ、大通り沿いではないものの、7万人以上の来客がある。 候補地2km圏内に約35千人の住民（20歳以上）がおり、市民アンケート調査における綾瀬産の畜産物の購入頻度を掛け合わせると、年間延75万人以上と算出できる。候補地周辺、市内には、綾瀬産の畜産を購入できる小売店やスーパーなども点在するため、その10%以上が地域振興施設等を日常的に利用すると推計する7.5万人以上となる。
直売所 (農産物)	<p>年間6～9万人の利用があると推計したが、以下よりその利用数が期待できると考える。</p> <ul style="list-style-type: none"> 候補地2km圏内に約35千人の住民（20歳以上）がおり、市民アンケート調査における綾瀬産の農産物の購入頻度を掛け合わせると、年間延125万人以上と算出できる。候補地周辺、市内には、綾瀬産の農産物を購入できる小売店やスーパーなども点在するため、その5%以上が地域振興施設等を日常的に利用すると推計する6.3万人以上となる。

3章 整備手法検討

3-1 官民連携事業スキームの検討

事業方式や運営手法の整理

地域振興施設等は、道の駅の登録を目指す施設であることから、公共性が高く収益性が低い公益的施設と収益を上げて運営する収益施設とが併存する。

特に、収益施設に関しては、施設を持続的かつ安定的に運営していくためには、民間事業者の経営力を活用した方式・手法が必要であるため、官民パートナーシップ（public private partnership）で事業を進めることが望ましい。

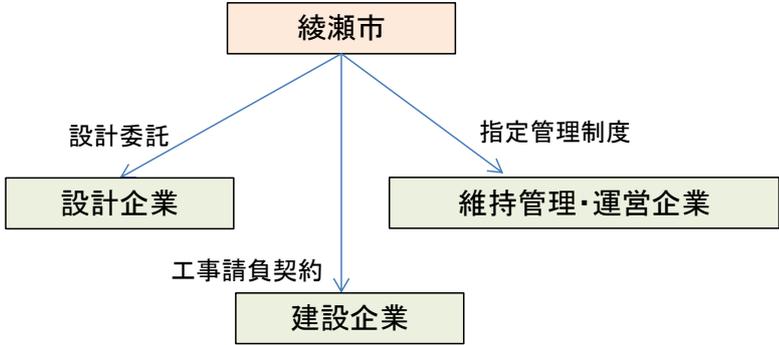
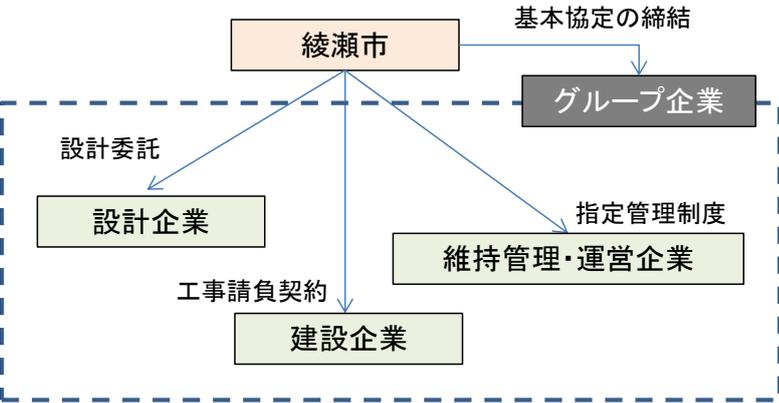
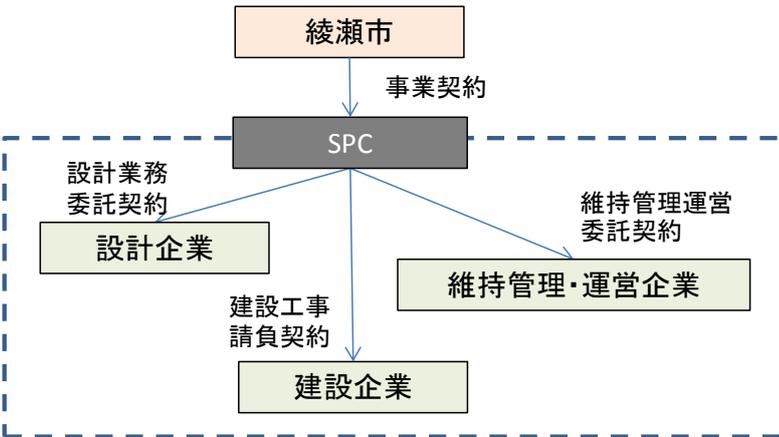
以上から、市が地域振興施設等を公共施設として設置、運営していくための事業方式は、「公設民営（指定管理）」、「公設民営（DBO方式）」、「民設民営（PFI（BTO方式）」が考えられる。

■事業方式の概要・メリット・留意点

事業方式		従来方式（指定管理）				DBO方式 (Design Build Operate)				PFI (BTO) 方式 (Build Transfer Operate)			
事業方式の概要		公共施設において、法人やその他の団体の中から行政が指定する者（指定管理者）に維持管理運営を委託する方式。				行政が資金調達を行い、設計・施工を一括発注し、行政が指定する者（指定管理者）に維持管理運営を委託する方式。				民間事業者が資金調達を行い、施設を建設し、完成直後に行政に所有権を移転し、民間事業者が、事業終了時点まで維持管理運営を行う方式。			
主体		資金調達	設計施工	維持管理運営	施設所有	資金調達	設計施工	維持管理運営	施設所有	資金調達	設計施工	維持管理運営	施設所有
		行政	行政	指定管理者	行政	行政	民間事業者	指定管理者	行政	民間事業者	民間事業者	民間事業者	行政
特長	資金調達	地方債、一般財源、補助金等				同左				民間金融機関、補助金等			
	民間事業者への支払い	<ul style="list-style-type: none"> 設計、施工については、各業務終了後に個別に支払われる（中間払いもある）。 維持管理運営については、年度ごとに、民間事業者に指定管理料を支払う。 				<ul style="list-style-type: none"> 施設整備終了後、全額を行政が支払う。 維持管理運営については、年度ごとに、民間事業者に指定管理料を支払う。 				<ul style="list-style-type: none"> 一般的に、行政からの支払いは、事業期間中に平準化されて支払われる。 支払い額は、割賦販売契約による建物の購入に係わる割賦料と、維持管理運営のサービス料の2つから構成される。 			
	サービス水準の維持	<ul style="list-style-type: none"> 行政による業務監視が必要。 指定管理者のセルフモニタリングとともに、公共の業務監視を行い、業務水準の維持を確認することが望まれる（モニタリング制度の有無による）。 				<ul style="list-style-type: none"> 指定管理者のセルフモニタリングとともに、行政による業務監視を行い、業務水準の維持を確認することが望まれる（モニタリング制度の有無による）。 建物の性能水準を満たさない場合は、支払いの保留等により改善を促す。引渡し後は、行政の瑕疵担保責任の範囲となる。 				<ul style="list-style-type: none"> 建物の性能水準を満たさない場合は、支払いの保留等により改善を促す。引渡し後は、行政の瑕疵担保責任の範囲となる。 維持管理運営業務については、民間事業者が、契約等において定められた業務水準を満たすことができない場合、サービス料の支払額を減額することにより業績の維持を誘導することができる。 民間事業者のセルフモニタリングとともに、行政の業務監視を行い、業務水準の維持を確認することが望まれる（モニタリング制度の有無による）。 			

事業方式		従来方式（指定管理）	DBO方式 (Design Build Operate)	PFI (BT0)方式 (Build Transfer Operate)
特長	コスト削減効果	<ul style="list-style-type: none"> ・民間事業者のノウハウによる維持管理運営のコスト削減が期待できる。 	<ul style="list-style-type: none"> ・民間事業者は、求められる施設性能を最小限のコストでの実現や最大限の質の向上を図ろうとするため、コスト削減や同価格で質の良い施設整備が期待できる。 ・効率的な維持管理運営を見越した施設設計・施工等により、管理運営コストの縮減が期待できる。 	<ul style="list-style-type: none"> ・民間事業者は、求められる施設性能を最小限のコストでの実現や最大限の質の向上を図ろうとするため、コスト削減や同価格で質の良い施設整備が期待できる。 ・効率的な維持管理運営を見越した施設設計・施工等により、管理運営コストの縮減が期待できる。
	主なメリット	<ul style="list-style-type: none"> ・行政の意向がきめ細かく反映できる。 ・将来の経済状況の変化に柔軟に対応可能。 ・民間金利より低い金利での地方債が活用できる。 	<ul style="list-style-type: none"> ・民間金利より低い金利での地方債が活用できる。 ・施設整備段階から維持管理運営事業者のノウハウを活用できるため、サービスや維持管理を見据えた設計、施工を行うことができる。 ・施設の整備・維持管理運営に行政の意向を反映しやすい。 	<ul style="list-style-type: none"> ・集客や施設利用の促進が収入の増につながり、民間事業者の自主的な経営努力を引き出すことが可能と考えられるため、利用料金制度を導入することで、行政が支払うサービス料を軽減できる可能性がある。 ・維持管理運営も含めた一括発注により、コスト管理が効果的で全体事業費の削減と効率的な業務遂行が期待できる。 ・行政の財政支出を平準化できる。
	主な留意点	<ul style="list-style-type: none"> ・各々委託契約等を結ぶなど事業期間の短縮が難しい。 ・行政が常に事業全体の調整とコントロールをしなければならない。 ・全体事業費の削減が難しい。 	<ul style="list-style-type: none"> ・施設の瑕疵と運営の瑕疵を分別して、対応する必要がある。 ・事業者の公募選定に時間を要する。 	<ul style="list-style-type: none"> ・行政の役割の可視化が難しい ・事業者の公募選定に時間を要する。

■事業方式の概要図

事業方式	概要図
従来方式（指定管理）	<p>公共施設において、法人やその他の団体の中から行政が指定する者（指定管理者）に維持管理運営を委託する方式。</p> 
DBO 方式	<p>行政が資金調達を行い、設計・施工を一括発注し、行政が指定する者（指定管理者）に維持管理運営を委託する方式。</p> 
PFI（BTO）方式	<p>民間事業者が資金調達を行い、施設を建設し、完成直後に行政に所有権を移転し、民間事業者が、事業終了時点まで維持管理運営を行う方式。</p> 

3-2 官民連携事業の事業化に向けた課題整理

官民連携事業として想定される従来方式（指定管理）、DBO方式、PFI(BTO)方式を比較すると、以下の課題が整理される。

各視点	従来方式（指定管理）	DBO方式	PFI(BTO)方式
民間活力	○ 民間活力により良質な公共サービスを実現することができる。	○ 民間活力により良質な公共サービスを実現することができる。	○ 民間活力により良質な公共サービスを実現することができる。
財政負担	○ 民間事業者のノウハウを活用したサービスの提供があり、運営コストを下げられる可能性がある。	○ 民間事業者のノウハウを活用し、サービスの質が上がり、維持管理を見据えた設計施工を一括化するためコスト削減が図れる。 ただし、本事業の事業規模よりコスト削減効果はあまり大きくないと想定する。	△ 民間事業者のノウハウ・資金を活用できるとともに、初期投資額を平準化できる。 民間事業者のノウハウを活用し、サービスの質が上がり、維持管理を見据えた設計施工を一括化するためコスト削減が図れる。 ただし、本事業の事業規模よりコスト削減効果はあまり大きくないと想定する。
		民間金利より低い金利での地方債が活用できる。	民間資金活用により、地方債より高金利なため、DBOに比べ事業期間全体での事業費が大きい。
整備と運営の連動	△ 設計、整備に運営者のノウハウを反映させづらい。	○ 設計段階から、運営者が関わるため、運営者のノウハウを整備に反映できる。	○ 設計段階から、運営者が関わるため、運営者のノウハウを整備に反映できる。
長期的運営	△ 指定管理期間（一般的に3～5年）の期間となるため、長期的展望に立った継続的な取組や安定経営が困難。 民間事業者の設備投資が難しい。	○ 長期的な期間（類似事例では15年程度）での契約となるため、中長期的な戦略を持った運営が可能となる。	○ 長期的な期間（類似事例では15年程度）での契約となるため、中長期的な戦略を持った運営が可能となる。
事前の手間・コスト・スケジュール	◎ 右記の2方式に比べると事務手続きに手間・時間・コストがかからない。	× 事業の手續に手間・時間がかかり、事務コストがかかる。（DBO方式、PFI(BTO)方式とも同程度）	
その他の留意点	行政が常に事業全体の調整とコントロールをしなければならない。	施設の瑕疵と運営の瑕疵を分別して、対応する必要がある。	行政の役割の可視化が難しい。



地域振興施設等においては、早期の整備を進めたいことから、
従来方式（指定管理）が最も適切な事業方式と考える。

4章 平成29年度のまとめ

地域振興施設等は、前年度からの検討を受け継ぎ、「道の駅」として整備を進めることを検討している。

平成29年度の業務において、市民アンケート調査や商圈調査等より、綾瀬の豚をはじめ、綾瀬産の農畜産物に慣れ親しみ、地域振興施設等への利用意向を示していること、候補地周辺に多くの住民がいること、候補地の前面道路に一定の交通量があること等から、一定の集客が期待できる。

地域振興施設等には、他地域や他施設にない独自性を有する必要があることから、都市農業、綾瀬の畜産を訴求する「(仮称)あやせ食と農の駅」をコンセプトとして、整備を検討していくこととし、サービスラインナップ・商品構成として、直売所（農畜産物、名産品、特産品）、地産地消レストラン、イートインカフェ、見学できる加工所、料理体験、畜産、ロケーションサービスを活かした観光等、綾瀬市の情報発信をする案内所、交流できるイベントスペースを検討し、さらに周辺農地での農業体験等への事業化による波及効果を期待したい。

また、今回の調査より、県道42号を北上する片側車線だけで、約56万人の年間利用者数を予測していることから、それ以上の利用者数の誘客の可能性は高い。

一方、事業の進め方としては、都市型道の駅の性質や候補地が市街化調整区域の農業振興地域内農用地ということから、市が用地を取得し、公共施設として整備を進め、運営方式としては、従来方式（指定管理）を最も適切な方式として、検討を継続する。

なお、本年度の業務において、3つの配置計画を作成したが、神奈川県警などとの関係機関協議が行なわれておらず、平成30年度以降の検討や協議によって、計画内容が変更されるものと考えているが、今後も円滑な関係機関協議等を進め、(仮称)綾瀬スマートインターチェンジの開通後すみやかにオープンできるよう促進する。

地域振興施設等検討調査業務

平成 30 年 3 月

発行 綾瀬市

編集 綾瀬市都市部都市計画課

編集協力 ランドブレイン株式会社