

赤磐市における道の駅を核とした公共ゾーン
整備・運営に関するサウンディング型市場調査
結果の公表

サウンディング型市場調査は、道の駅を核とした公共ゾーン整備を検討するにあたり、設計・建設・維持管理・運営について、民間事業者から意見を収集し、今後の事業実施に向けた条件等の整理・検討に活用することを目的として実施しました。つきましては、その結果概要を公表します。

1. 実施の流れ

実施要領の公表	令和6年11月20日（水）
説明会の開催	令和6年12月4日（水）
サウンディングの実施	令和6年12月16日（月）～令和6年12月18日（水）

2. 実施方法

説明会 : Zoom を使用した WEB 形式での実施

サウンディング : Zoom を使用した WEB 形式での実施

3. 参加事業者数

説明会

設計・建設・インフラ関係	8 社	
建設コンサルタント関係	4 社	
維持管理運営・ファイナンス関係	5 社	<u>合計 17 社</u>

サウンディング

設計・建設・インフラ関係	7 社	
建設コンサルタント関係	4 社	
維持管理運営・ファイナンス関係	8 社	<u>合計 19 社</u>

※参加事業者のノウハウ等を保護するため、参加事業者の名称は非公表とします。

4. 調査内容

- (1) 立地性からみた集客性・事業性について
- (2) 事業内容（整備コンセプトや整備方針）について
- (3) 導入機能・必要規模について
- (4) 事業手法について
- (5) 事業者との連携について
- (6) 維持管理運営期間・事業スケジュールについて
- (7) 市への要望・参画条件・付帯事業の可能性について
- (8) その他

5. サウンディング結果

多くの民間事業者の皆様より様々なご意見・ご提案をいただきました。そのご意見・ご提案の要約・抜粋を結果概要として公表します。

○設計・建設・インフラ関係事業者の意見概要

調査内容	意見概要
立地性からみた 集客性・事業性	○ 道の駅空白地であり集客性・事業性は高い。農産物のブランド力も高く、農産物生産者やその加工業者との連携が期待できる。 ○ 周辺開発との複合的な効果として、地域内外からの集客が見込まれ長時間の滞在を促す効果が期待できる。 ○ 交通渋滞や洪水浸水が課題である。
事業内容	○ 観光、教育、子育て等、導入機能が充実しており、地域資源を最大限活用できる。 ○ 観光客に重点を置いているのか、地域住民に重点を置いているのかターゲットが不明瞭である。
導入機能・ 必要規模	○ 子育て支援は、地域企業・団体と連携し、子育て世代向けのワークショップ等多数実施できるとよい。 ○ 環境配慮型の設備の導入や電気自動車の充電スポットの設置ができるとよい。
事業手法	○ PFI（BTO）方式やDBO方式による発注を一括りにした上で、建設リスクを設計建設事業者へ、運営リスクを運営事業者それぞれにそれぞれ分担した契約形態が望ましい。 ○ PFI手法となると資金調達等、事業者の負担が大きい。
事業者との連携	○ 建設については、地元企業の貢献・育成という観点から赤磐市内業者の参画が必須である。 ○ 設計・建設・運営事業者が企画段階から一丸となって整備に携わることは必須だと考える。
維持管理 運営期間・事業 スケジュール	○ 15年程度の維持管理運営期間があると、雇用含め、安定的な施設運営を実施することが出来る。
市への要望・ 参画条件・ 付帯事業	○ 道の駅整備の実績がある会社は少数であり、参加要件、実績、資格要件を厳しくすると参加不可能となるため、参加しやすい条件として頂きたい。 ○ 物価の高騰、人件費の高騰の影響があるため、適切な提案上限価格設定と物価スライドについて対応していただきたい。 ○ 参画意欲のある地元事業者・団体様とのマッチングの場の機会を作っていただきたい。

○建設コンサルタント関係事業者の意見概要

調査内容	意見概要
立地性からみた 集客性・事業性	○ 隣接地への大型商業施設の誘致が実現すれば、その集客力のポテンシャルはさらに高まると期待できる。 ○ 大型商業施設が立地による渋滞が発生すると土日の道の駅来訪者数に悪影響を与えることが懸念される。
事業内容	○ 赤磐市の新たな玄関口・シンボルになり、「結び」と「成長」の地域創造拠点の考えは共感できる。 ○ 場所の提供に伴うソフトづくり、仕掛けづくり、また次世代のニーズも不可欠と考える。
導入機能・ 必要規模	○ 市内直売所との連携を図り、各直売所のフードロスを集約し、規格外の農産物を中心とした販売など、道の駅の新しい販売スタイルとして共感できる。 ○ 機能ごとに官民の役割分担（独立採算型・サービス購入型）を明確にしていきたい。 ○ 脱炭素関連の機能・設備の導入の考えを整理していただきたい。 ○ 屋根付きの屋外スペースは要望が多く、全天候型の空間のニーズは高い。
事業手法	○ PFI（BTO）方式もしくはDBO方式が望ましい。
事業者との連携	○ 農産品販売関係者との連携は、官民連携の合意形成を進めていくうえでも重要な課題である。 ○ イベント企画運営、農業振興に関わる学習・体験プログラムの提供等は地元事業者との連携が有効である。 ○ 事業への参入意欲を有する事業者とのマッチングの機会があると共同企業体の組成を検討しやすい。
維持管理 運営期間・事業 スケジュール	○ 維持管理運営期間の15年程度は、施設の大規模修繕を含まない期間として妥当である。 ○ 維持管理運営期間を長期に設定する場合にあっては、人件費や物価の上昇に適切に対応した維持管理運営費の改定ルールを契約書上に明確に規定してほしい。
市への要望・ 参画条件・ 付帯事業	○ 民間事業者に過度なリスク負担を求めることがないように、官民の適切なリスク分担を設定していただきたい。 ○ 民間事業者独自の自主収益事業を認めていただきたい。

○維持管理運営・ファイナンス関係事業者の意見概要

調査内容	意見概要
立地性からみた 集客性・事業性	○ 隣地に大型商業施設が誘致できれば新しいタイプの道の駅として可能性を感じる。 ○ 県道 27 号の渋滞発生による顧客満足度の低下が懸念される。
事業内容	○ 「結び」と「成長」を掲げ、多世代交流や農業の次世代への継承に注力する整備方針に共感できる。 ○ 想定される機能が多く、運営体制やそれぞれの機能の役割が曖昧な部分がある。 ○ ターゲットの選定がまだ定まっていない印象を受ける。
導入機能・ 必要規模	○ 産直市場の規模を拡大し、地域外からの需要も取り込めるようにすると良い。 ○ 周辺に直売所が多いので通常の道の駅にある直売所はなくても良い。 ○ 周辺に無料で使用できる大規模なドッグランが少ないことから、無料ドッグランの市民ニーズは高い。 ○ 屋外遊び場への大型遊具の導入や広場へのバーベキュー機能を導入したほうがよい。 ○ バックヤードの規模が小売として重要となるため、ある程度の面積確保が必要である。
事業手法	○ 施設整備と維持管理が一体となった発注方式は、機能的で効率的な計画が可能である。また、柔軟な対応や意思決定の過程などでのスピード感など、メリットが多くある。 ○ 金融機関から資金調達は、金融機関のモニタリングが期待でき、事業継続性の向上が図れる。
事業者との連携	○ 地元事業者の出店意欲がどれだけあるか、事前に市内ニーズをしっかりと把握いただきたい。
維持管理 運営期間・事業 スケジュール	○ 長期になるほど、中長期的な地域振興を計画的に進められ、経営の安定性やコスト削減にも繋がる。 ○ 管理運営期間の中でサービス対価や指定管理料の見直し機会を複数回設けていただきたい。
市への要望・ 参画条件・ 付帯事業	○ 本事業に興味を示している企業の名簿の作成や、マッチングの機会をご検討いただきたい。

6. 今後の進め方

本サウンディング市場調査を通して、多くの民間事業者の皆様より様々なご意見・ご提案をいただきました。今後は、本調査結果を踏まえ、事業実施に係る条件・課題の整理や実現可能性などの検証を行い、事業実施に向けて検討を進めてまいります。