

資料 3-1

意向調査結果における、導入機能、施設規模についての主な意見のまとめ

○町民全世帯アンケート

- ・本来的機能である直売施設機能の充実が最も強く要望されている。次いで、飲食機能や休憩機能の要望が強く、公園・広場といった屋外機能の充実についても、要望が強い。
- ・更にあればうれしい施設として、ATM がもっとも多く、次いで屋台・キッチンカー機能、温浴施設機能となっている。

○農業者アンケート

- ・本来的機能である直売施設機能の充実が最も強く要望されている。また直売所の付加価値創出のために温浴施設機能や飲食機能、キャンプができる機能が望ましいとする声も多くなっている。その他、近くに別の目的で訪れた遠方からの来訪者が、立ち寄りたくなる機能の導入を目指すべきとする意見が多く見られる

○商業者アンケート

- ・地域の人が気軽に利用できる地域交流の場となってほしいという意見が目立つ。また、観光客との交流を図る場やカフェなどの飲食施設、ワークショップやイベントを行えるスペースへの要望も多く見受けられる。

○学生アンケート

- ・飲食機能の充実が最も強く要望されている。次いで、直売施設や休憩機能、公園・広場といった屋外機能も充実させた方が良いという意見も多く寄せられた。
- ・更にあればうれしい施設として、ATM が最も多い結果となっている。次いで温浴施設機能が多く、キャンプ場・バーベキュー場、屋台・キッチンカー、コワーキングスペース、農業体験施設、その他体験施設が同数で多い結果となっている。

○ゴルフ場来訪者インタビュー

- ・飲食機能(レストラン)の充実が望まれる声が多くなっている。次いで温浴施設機能(温泉)やレンタサイクル機能を望むとする声が多くなっている。

○近隣類似施設での来訪者インタビュー

- ・「木更津うまくだの里」と「むつざわつどいの郷」への来訪者における、新たな長南町直売交流施設にあると良い機能として、温浴施設機能(温泉)とする意見が最も多くなっている。次いで、子どもの遊び場という結果となっている。
- ・また、自由意見として、ペットを自由に遊ばせたり、世話をすることができる機能の充実が望ましいとする意見が多く見られる。

各種意向調査結果における、導入機能、施設規模の検討イメージ

意向調査結果を踏まえて、町民や事業者などからの要望の高さ、まちづくり・施設計画の重要度から、導入機能を決定していきます。次回9月の委員会にて、導入機能・規模の確定を目指します。

要望度・重要度は以下に沿って整理した。		要望度					重要度		導入機能 ◎:優先的に導入 ○:導入を検討	・まちづくり・施設計画面での提案 ・施設規模、設えについての配慮事項	規模 (次回委員会 で提示)	
全世帯アンケート 学生アンケート ゴルフ場インタビュー	●:50%以上が要望 ○:20%以上 50%未満が要望	●:要望度が非常に高い ○:要望度が高い					■:重要度が非常に高い □:重要度が高い					
農業者アンケート 商業者アンケート	●■:複数の回答があったもの ○□:回答があったもの	全世帯 アンケート	農業者 アンケート	商業者 アンケート	学生 アンケート	ゴルフ場 インタビュー	近隣施設 ヒアリング	検討委員会 (本日)の検討				
【直売所関連施設】												
	直売施設	●	●		○		■		◎	規模をフレキシブルな対応とするために什器を可動とする。		
	加工施設	○					□		○	加工した食品を販売するには、許可の取得・独自の基準検査を行える体制が必要であるが、交流促進への効果が高いため、「交流スペース」の一角に導入を検討する。		
【交流促進施設】												
	休憩施設(テーブル・ベンチなど)	○			○		□		○	一定のニーズが有り、来訪者や町民の利便性確保、及び集客にも一定の効果が見込まれるため		
	飲食施設(レストラン・バイキングなど)	●	●	●	●	●			◎	ニーズが高く、集客にも一定の効果が見込まれるため。		
	防災施設(防災倉庫・防災井戸)	○					■		◎	防災拠点としての機能(災害時避難スペース、備蓄倉庫等、蓄電池、貯水槽)		
	交流スペース		●	●	○				◎	地域の人と来訪者の交流促進できる場所という意見が多くあったため。		
	体験施設(加工体験、料理教室、アクティビティ等)				○		□		○	『加工施設』と同様。(交流促進への効果が高いため、「交流スペース」の一角に導入を検討する。)		
	情報発信施設(インフォメーション)								◎	農業者を中心に、チラシ等による商品や安全性の PR が必要という意見(自由回答)が多数見られたため。		
	コワーキングスペース (勉強・読書、ミーティングスペース)				○		□		○	学生からのニーズが高く、若者や移住者に対しての波及効果が期待される。		
	多目的室(屋内)											
	温浴施設(足湯・スパ等)	○	●	●		○			○	集客効果が高く要望も多いものの、整備コストが高くなるため、費用対効果の検討が必要。		
【地域利便施設】												
	ATM	○			○					ニーズは高いが、金融機関のニーズ調査から設置は困難であるとの回答があった。		
	コイン精米機	○							○	都市部の客層を中心に精米したての米へのニーズが高まっており、米の販売促進に効果が大きいと考えられる。		
	コインランドリー	○								民間による整備にゆだねる。		
	シャワー施設											
	トレーニング・フィットネスジム											
	授乳室											
【屋外施設】												
	公園・広場	○			○				◎	憩いの場や地域住民の交流の場として整備する。		
	屋台、キッチンカー	○			○				○	公園・広場と一体で検証		
	キャンプ・バーベキュー場		●		○				○	近隣施設のように RV パークが近年のトレンドとなっており、利用促進につながることから、温浴施設の整備と併せて検討。		
	展望デッキ				○							
	テイクアウト(ポテト・ソフトクリームなど)	○			○				◎	ニーズが高く、立ち寄り客の買い上げによる売上効果が高い。		
	EVスタンド(電気自動車充電スタンド)						□		◎	電気自動車の普及に対応できる施設であるとともに、災害時の電源としてnお対応も可能であるため。		
	ドッグラン											
	農業体験施設				○					周辺の農家との地域連携を図ることで体験機会を設けるものとして、本施設へのスペースの確保は行わない。		
	サイクルステーション											
	その他									※駐車場・トイレ・機械設備スペースなどの施設維持のための根幹的機能については別途検討する。		