

産業交流拠点としての強み・弱み

①産業交流拠点としての『強み』

【現況・立地】

- 通勤時間帯の交通量が多く、大型車の交通も多い。
- 行田市総合公園と隣接しており、イベント時の利用者が多い。
- 市内には忍城址、古代蓮の里、田んぼアートなどの観光資源に恵まれている。

【市民意識調査】

- 道の駅には、立ち寄りやすさや品揃えの良さ（特に農産物）が求められている。
- 農産物直売所には、他の直売所の情報発信や共通のポイントカードの導入（特に若い世代）など、連携した取組も求められている。
- 普段食料品、日用品を購入する場所には、距離の近さ、品揃えの良さ、扱う品物の良さが求められており、高齢の世代ほど、品揃えの良さが求められる。
- 農産物直売所、飲食店、入浴施設、観光案内所、イベント広場、金融機関・ATMのニーズが高く、農産物直売所のニーズは高齢の世代ほど高い。
- 若い世代では、入浴施設、レジャー施設、コンビニエンスストアなどのニーズが高く、他にも水遊び場やレクリエーション遊具、イベント広場、農園・収穫体験施設といった子どもの遊び場や医療・子育て施設などの地域拠点機能ニーズも高い。
- 高齢の世代ほど、観光案内所、地元加工品・工芸品等の販売所や手作り市場のニーズが高い。
- 産業交流拠点でのイベントとして、いちごやブルーベリーの摘み取り、イルミネーション、朝市、石窯でのピザ作り、季節イベントのニーズが高い。
- 若い世代ほどイルミネーション、屋台祭り、ゼリーフライ作りのニーズが高い。
- 高齢の世代では、普段行く買い物場所としてのニーズが高く、若い世代では観光客を連れていく場所、祭り・イベント場としてのニーズが高い。

【団体意向調査】

- 産業交流拠点との連携について、イベントでの連携ニーズが高い。

【市外利用者意識調査】

- 利根川、埼玉古墳群、忍城址、古代蓮の里などの観光資源や、フライ・ゼリーフライの認知度が高い。
- 埼玉県内、栃木県、茨城県、群馬県からの来訪ニーズが高い。
- 地域資源の観光、行田市ならではの料理、特産品の購入に対しての来訪ニーズが高い。
- 若い世代と比較して、高齢の世代の道の駅での利用頻度、滞在時間、消費金額が高い。
- 農産物直売所、飲食店、地元加工品の販売所、観光案内所、入浴施設、コンビニエンスストアのニーズが高く、農産物直売所のニーズは高齢の世代ほど高い。
- 若い世代ほど、金融機関・ATMやコンビニエンスストア、レジャー施設のニーズが高く、高齢の世代では地元加工品・工芸品も求められている。
- 行田市の道の駅の来訪意向は、30～50歳代のニーズが高い。

② 産業交流拠点としての『弱み』

【現況・立地】

- 周辺の観光施設との連携、情報発信が少ない。
- 行田市を代表する特産品がない。
- 市街化調整区域に位置し、周辺の日常生活を行う地域住民が少ない。
- 運営主体となる民間団体がなく、地域活動団体の連携が少ない。
- 農業の衰退と担い手が不足している。
- 農家の高齢化が進んでいる。

【市民意識調査】

- 高齢の世代と比較して、若い世代の道の駅の利用頻度が低い。
- 市内に気軽に入れる飲食店が少ない。
- 市内に子供の遊び場が少ない。

【先進施設ヒアリング】

- 農家の高齢化。
- 労働人口減少による人材不足。
- 運営方法の確立（第3セクター、指定管理等）。
- 継続的な収益の確保。

【市外利用者意識調査】

- 高齢者と比較して、若い世代の行田市への来訪意向が低い。
- 高齢者と比較して、若い世代の道の駅の利用頻度が低い。
- 行田市及び観光資源の認知度が低く、特に若い世代が低い。

