

行田市産業交流拠点整備調査研究業務 【調査研究報告書】

平成 28 年 1 月

目 次

第 1 章 前提条件の整理.....	1
1. 産業交流拠点整備の目的と位置づけ	1
(1) 本調査研究の目的.....	1
(2) 産業交流拠点整備の位置づけ	1
2. 上位計画及び関連計画の整理.....	2
(1) 行田市都市計画マスタープラン（平成 25 年 3 月策定）	2
(2) 行田市産業ビジョン（平成 25 年 3 月策定）	4
3. 立地条件の整理	8
(1) 位置.....	8
(2) 交通条件	9
(3) 産業特性.....	13
(4) 人口の流動と滞在状況	17
(5) 土地利用現況.....	18
(6) 生活関連施設の立地状況.....	19
4. 制約条件の整理	22
(1) 都市計画法関連	22
(2) 災害関連	24
(3) 動植物の状況.....	27
5. 対象地の条件整理.....	28
(1) 対象地の選定.....	28
(2) 対象地の条件整理.....	30
(3) 対象地周辺の状況.....	31
第 2 章 各種意向調査	32
1. 市民意向調査.....	32
(1) 調査概要	32
(2) 調査結果（単純集計）	32
(3) 分析結果.....	37
2. 市外利用者意向調査	38
(1) 調査概要	38
(2) 調査結果（単純集計）	38
(3) 分析結果.....	43

3. 団体意向調査.....	44
(1) 調査概要.....	44
(2) 調査結果概要.....	45
4. 事例調査.....	46
(1) 調査概要.....	46
(2) 調査結果.....	46

第3章 地域の課題の整理..... 50

1. ニーズ分析.....	50
(1) 地域ニーズの分析.....	50
(2) 年齢ニーズの分析.....	51
(3) 日常（平日）の利用ニーズ.....	52
(4) 隣接施設や観光施設との連携によるニーズ.....	53
2. 課題の整理.....	54
(1) 課題の抽出.....	54
(2) 課題の整理.....	58

第4章 基本的な考え方の整理..... 59

1. 基本的な考え方.....	59
(1) ターゲットの設定.....	59
(2) 産業交流拠点のコンセプト.....	60
(3) 必要機能の整理.....	62
2. ターゲット別需要量の算出.....	63
(1) 需要量算出の考え方.....	63
(2) ターゲット別需要量の算出.....	64

第1章 前提条件の整理

1. 産業交流拠点整備の目的と位置づけ

(1) 本調査研究の目的

少子高齢化や人口減少、市民ニーズの多様化等の様々な社会情勢に対応するとともに、本市の産業（農業・工業・商業）及び観光の現状と課題を踏まえ、地域経済の活性化、異業種間の連携・交流による産業の振興を図るため、『行田市産業振興ビジョン（平成25年3月策定）』に定められた「地域商圏を活かした広域交流拠点の整備」に向けた調査・研究を目的とします。

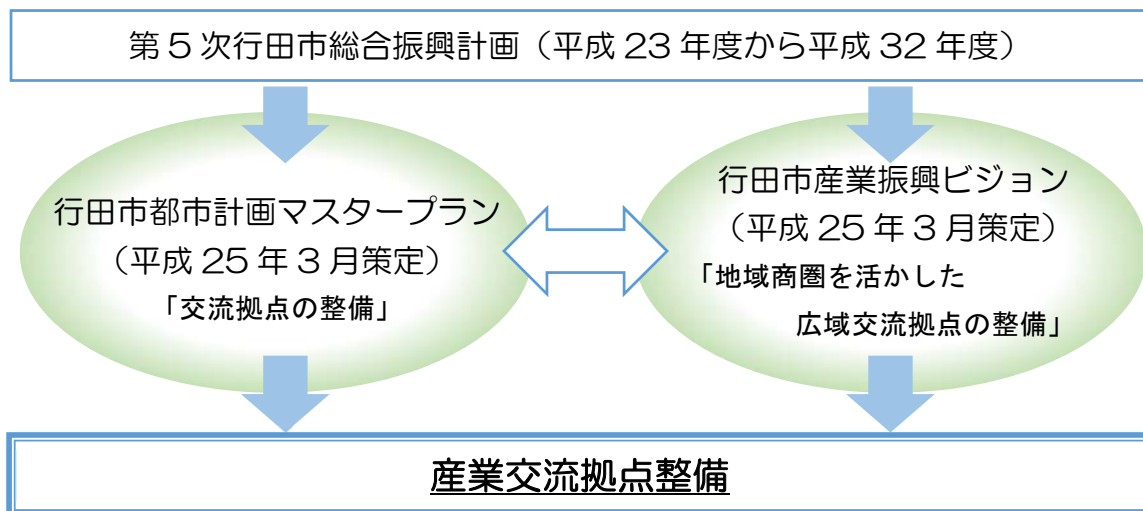
産業交流拠点とは・・・

本市では、『行田市産業振興ビジョン（平成25年3月策定）』において、地域商圏を活かした広域交流拠点の整備を掲げており、新たな雇用や賑わいの創出、地域経済の活性化を図るため、農業・商業・工業・観光等の各産業が有機的に連携・交流する拠点として、道の駅を基本とする多機能な複合施設を「産業交流拠点」と称しています。



(2) 産業交流拠点整備の位置づけ

産業交流拠点は、第5次行田市総合振興計画に基づく個別計画として、行田市都市計画マスタープランにおいて「交流拠点の整備」が位置づけられているとともに、行田市産業振興ビジョンにおいて「地域商圏を活かした広域交流拠点の整備」としての位置づけがされています。



2. 上位計画及び関連計画の整理

(1) 行田市都市計画マスタープラン（平成 25 年 3 月策定）

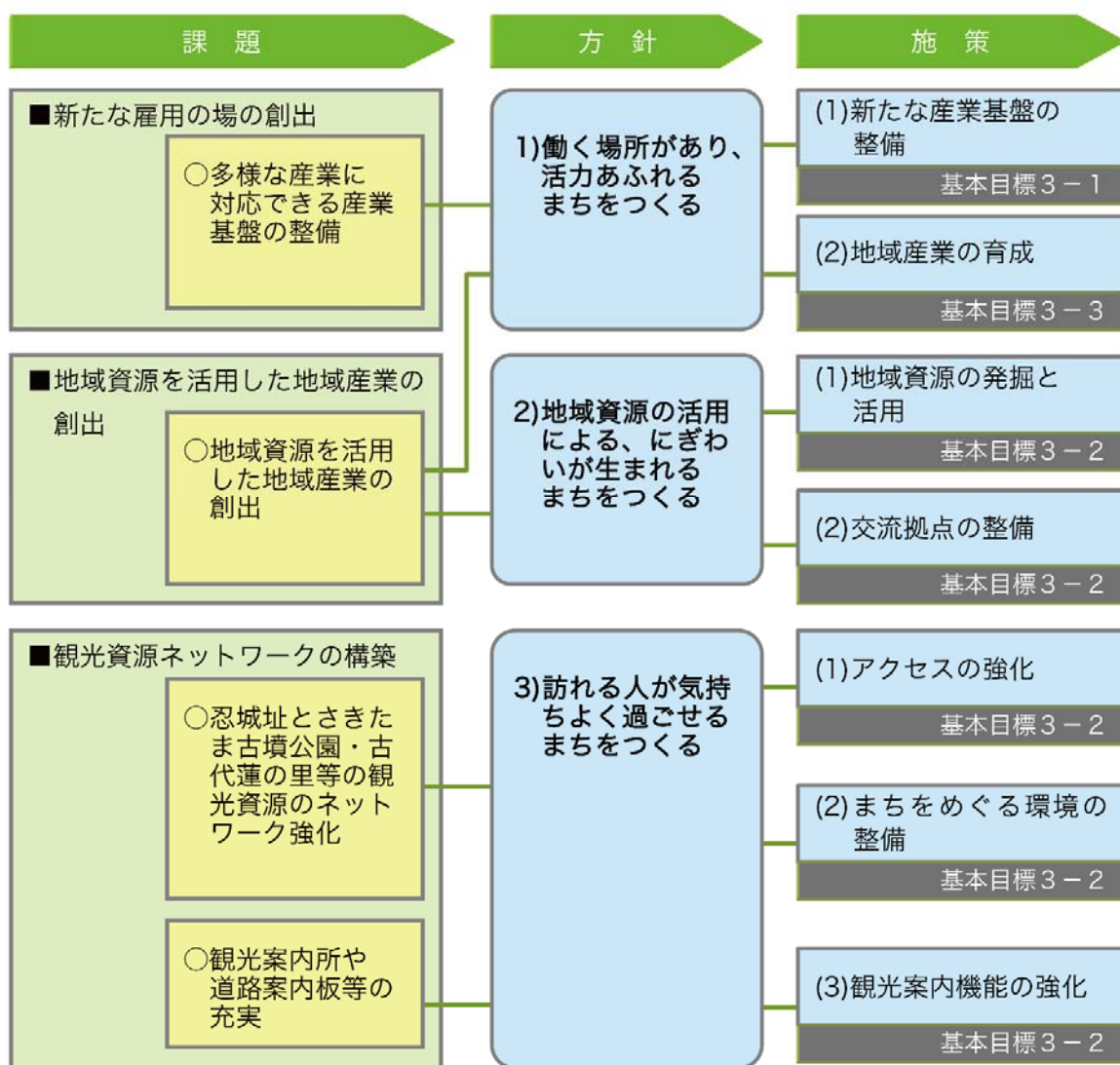
産業振興・交流に関する方針

行田市都市計画マスタープランでは産業振興・交流に関する方針として、

- 1)働く場所があり、活力あふれるまちをつくる
- 2)地域資源の活用による、にぎわいが生まれるまちをつくる
- 3)訪れる人が気持ちよく過ごせるまちをつくる

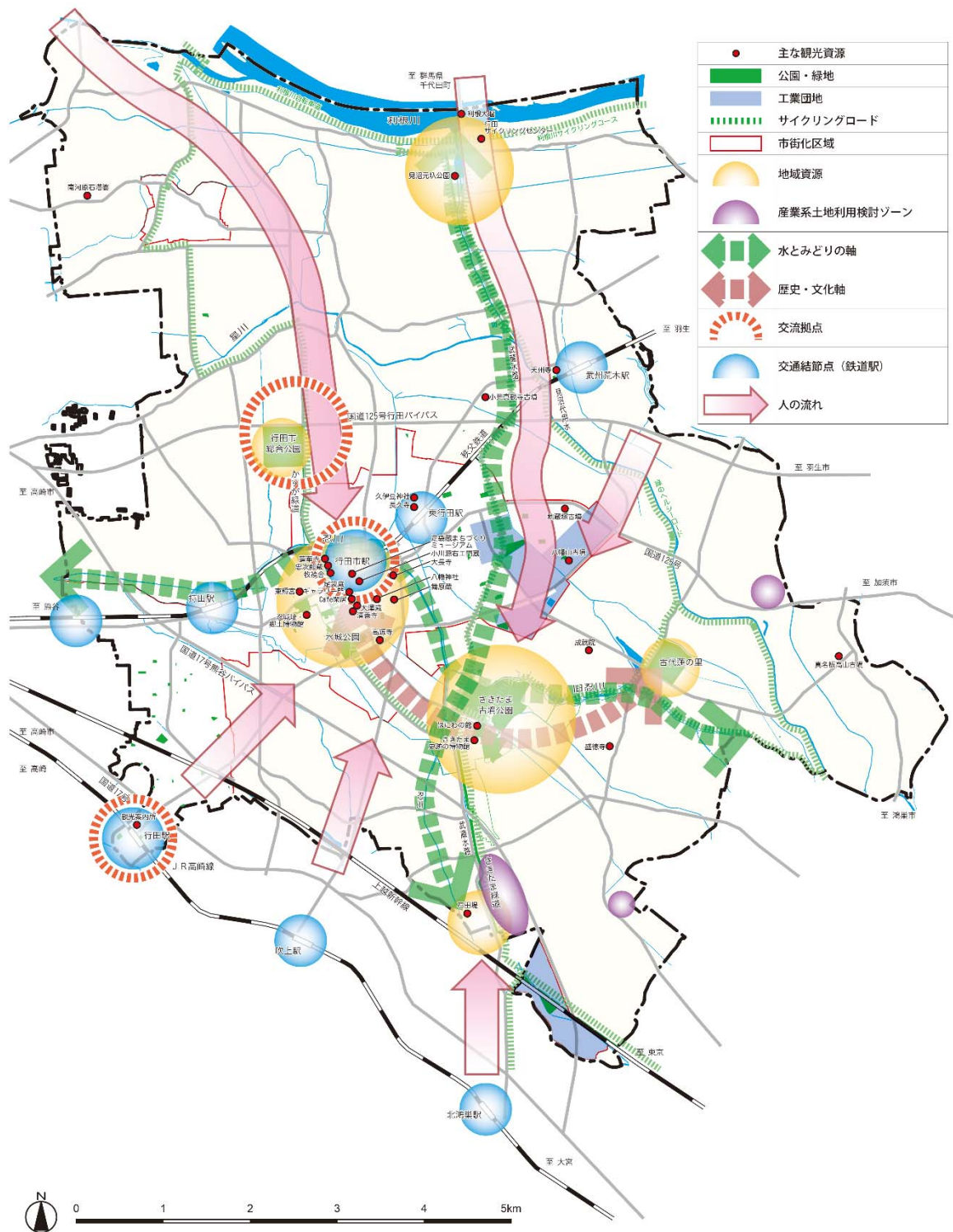
の3つの方針を掲げ、方針に基づいた具体的な施策及び構想図を示しています。

■ 産業振興・交流に関する体系図



資料：行田市都市計画マスタープラン（平成 25 年 3 月）

産業振興・交流に関する構想図



資料：行田市都市計画マスタープラン（平成 25 年 3 月）

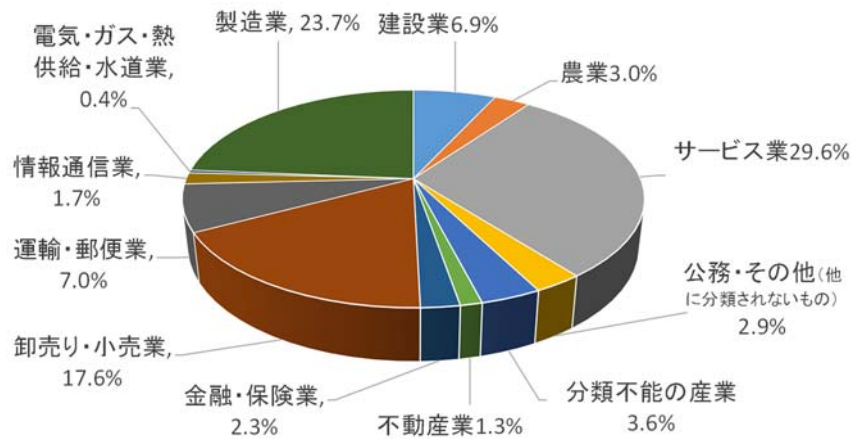
(2) 行田市産業振興ビジョン（平成 25 年 3 月策定）

行田市産業振興ビジョンでは、【「ひとの元気」「地域の元気」「まちの元気」】のスローガンのもと、産業振興施策を設定しています。

産業の現状

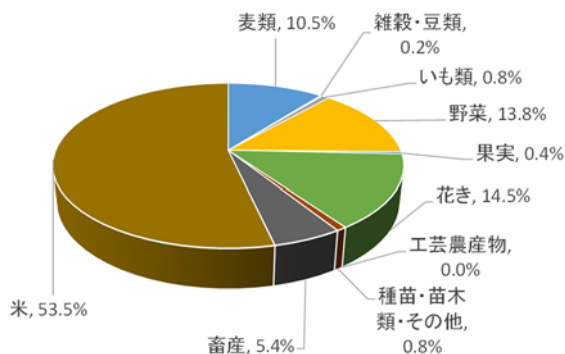
本市の産業構造はサービス業、製造業及び、卸売・小売業の3分野で全体の約70%を占めています。また、産業別の従業者については、増加傾向にあります。2次産業の事業所数及び従業者数は減少傾向にあります。

■行田市の産業別内訳割合



■行田市の地域資源

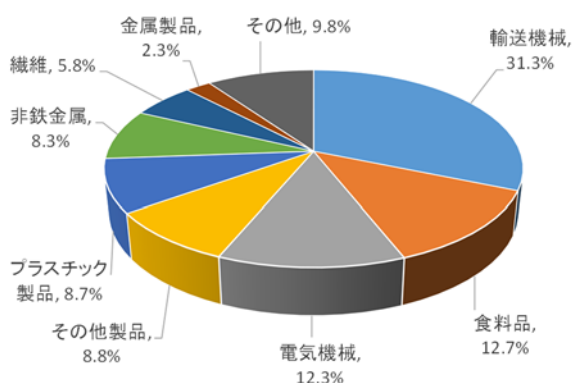
□品目別農業算出割合



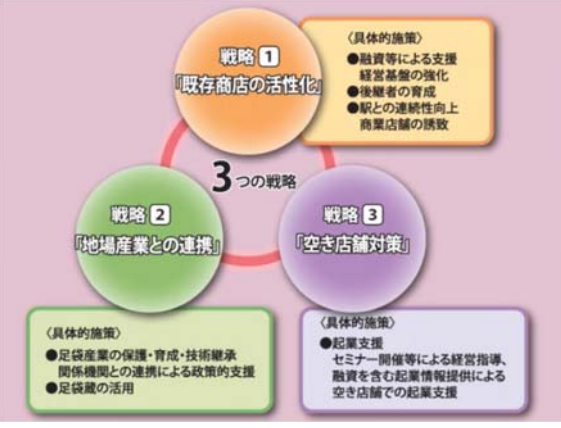
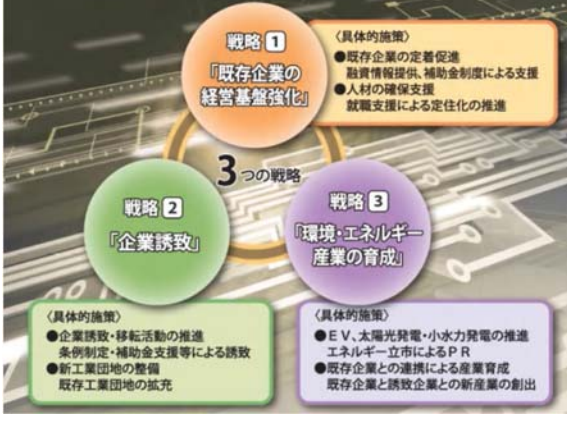
□行田市で毎年開催されるイベント



□主な産業別製造品出荷額の割合



産業別の将来像と戦略について

農業	商業
○将来像 安心・安全な 農産物を供給できる農業の育成	○将来像 人の行き交う 賑わいのある商業地区の創出
○戦略  The diagram for Agriculture features a central circle labeled '3つの戦略' (3 Strategies). It is surrounded by three strategy circles: Strategy 1 (orange) '経営の安定・強化' (Stabilization and Strengthening of Management), Strategy 2 (green) '経営・生産基盤の整備' (Improvement of Management and Production Base), and Strategy 3 (purple) '特色ある地域農業の推進' (Promotion of Characteristic Regional Agriculture). Each strategy circle is linked to a box of specific measures (具体的施策). 戦略1 『経営の安定・強化』 ●農業生産法人の育成強化 ●生産効率を高めて、経営を強化する ●農業の担い手確保・育成 ●後継者を育成し、持続的な農業の発展 戦略2 『経営・生産基盤の整備』 ●農業経営・生産基盤の整備 ●補助制度の推進、経営指導の強化 ●大区域化のほ場整備事業の展開 ●大規模化による経営の効率化 戦略3 『特色ある地域農業の推進』 ●地産地消による地域ブランド化 ●付加価値による地元食材の販路拡大 ●グリーンツーリズム ●生産体験を通じた特産品の発信	○戦略  The diagram for Commerce features a central circle labeled '3つの戦略' (3 Strategies). It is surrounded by three strategy circles: Strategy 1 (orange) '既存商店の活性化' (Revitalization of Existing Shops), Strategy 2 (green) '地場産業との連携' (Cooperation with Local Industries), and Strategy 3 (purple) '空き店舗対策' (Vacant Shop Countermeasures). Each strategy circle is linked to a box of specific measures (具体的施策). 戦略1 『既存商店の活性化』 ●融資等による支援 ●経営基盤の強化 ●後継者の育成 ●駅との連携性向上 ●商業店舗の誘致 戦略2 『地場産業との連携』 ●足袋産業の保護・育成・技術継承 ●関係機関との連携による政策的支援 ●足袋蔵の活用 戦略3 『空き店舗対策』 ●起業支援 ●セミナー開催等による経営指導、融資を含む起業情報提供による空き店舗での起業支援
工業	観光
○将来像 ものづくり産業を 中心とした地域産業の振興	○将来像 歴史と文化、水と緑の 魅力ある観光の振興
○戦略  The diagram for Industry features a central circle labeled '3つの戦略' (3 Strategies). It is surrounded by three strategy circles: Strategy 1 (orange) '既存企業の経営基盤強化' (Strengthening of Existing Companies' Management Base), Strategy 2 (green) '企業誘致' (Company Attraction), and Strategy 3 (purple) '環境・エネルギー産業の育成' (Cultivation of Environment and Energy Industries). Each strategy circle is linked to a box of specific measures (具体的施策). 戦略1 『既存企業の経営基盤強化』 ●既存企業の定着促進 ●融資情報提供、補助金制度による支援 ●人材の確保支援 ●就職支援による定住化の推進 戦略2 『企業誘致』 ●企業誘致・移転活動の推進 ●条例制定・補助金支援等による誘致 ●新工業団地の整備 ●既存工業団地の拡充 戦略3 『環境・エネルギー産業の育成』 ●E V、太陽光発電・小水力発電の推進 ●エネルギー立市によるP R ●既存企業との連携による産業育成 ●既存企業と誘致企業との新産業の創出	○戦略  The diagram for Tourism features a central circle labeled '3つの戦略' (3 Strategies). It is surrounded by three strategy circles: Strategy 1 (orange) '観光体制の整備' (Improvement of Tourism System), Strategy 2 (green) '観光動線構築とPR' (Construction of Tourism Itinerary and PR), and Strategy 3 (purple) '多様なコンテンツの提供' (Provision of Diverse Content). Each strategy circle is linked to a box of specific measures (具体的施策). 戦略1 『観光体制の整備』 ●受け入れ体制の確保 ●おもてなしの心と地元を愛する心の醸成 ●歴史・文化への理解 戦略2 『観光動線構築とPR』 ●観光施設と中心市街地の回遊性向上 ●観光ルートの見直し ●おすすめの店の紹介 ●広報活動、情報発信 ●河川を利用した観光拠点のネットワーク化 戦略3 『多様なコンテンツの提供』 ●イベントなど交流機会の提供 ●イベントを通じた体験交流の場の創出 ●心を捉える物の提供 ●残る「物」の提供による充足感の向上

各産業(農業、商業、工業、観光業)の連携について

【将来像】

地域資源を活用した農商工連携による新産業の創出

活力ある経済社会を構築するには、地域経済の中核をなす中小企業者や農林漁業者の活性化を図ることが重要です。そのためには、中小企業者や農林漁業者が一次、二次、三次の産業の壁を越えて有機的に連携し、互いの有するノウハウ・技術等を活用することで、両者の有する強みを発揮した新商品の活用や販路開拓等を促進することが重要です。そこで各産業の連携におけるビジョンとして『地域資源を活用した農商工連携による新産業の創出』を掲げ、2つの戦略を挙げます。戦略①として「地域商圈を活かした広域交流拠点の整備」、戦略②として「地域ブランド商品の開発」です。

戦略①「地域商圈を活かした広域交流拠点の整備」

ア) 核となる施設の整備

農商工連携による新産業の創出のためには、行田市を中心とした地域商圈を対象として、行田市の特性を活かした独自性のある拠点施設の整備を検討する必要があります。そこで国道125号行田バイパス沿道の土地利用について、125号バイパス沿いに各産業の交流拠点の整備を検討してまいります。

例えば、産直市場、手づくり市、就業体験施設、アート工房等、農・商・工業の枠にとらわれず、観光やNPO団体など、広く連携・交流できる開かれた場所となることを目指します。

コミュニティビジネスを展開することにより、地域の問題解決のために、新しいビジネスの場を提供し、地域における創業の機会や地域の雇用を拡大する効果がうまれます。

さらには、これらのことが地域経済や社会の活性化に繋がることも期待されることから、NPO等と連携し、コミュニティビジネスの支援を図ります。

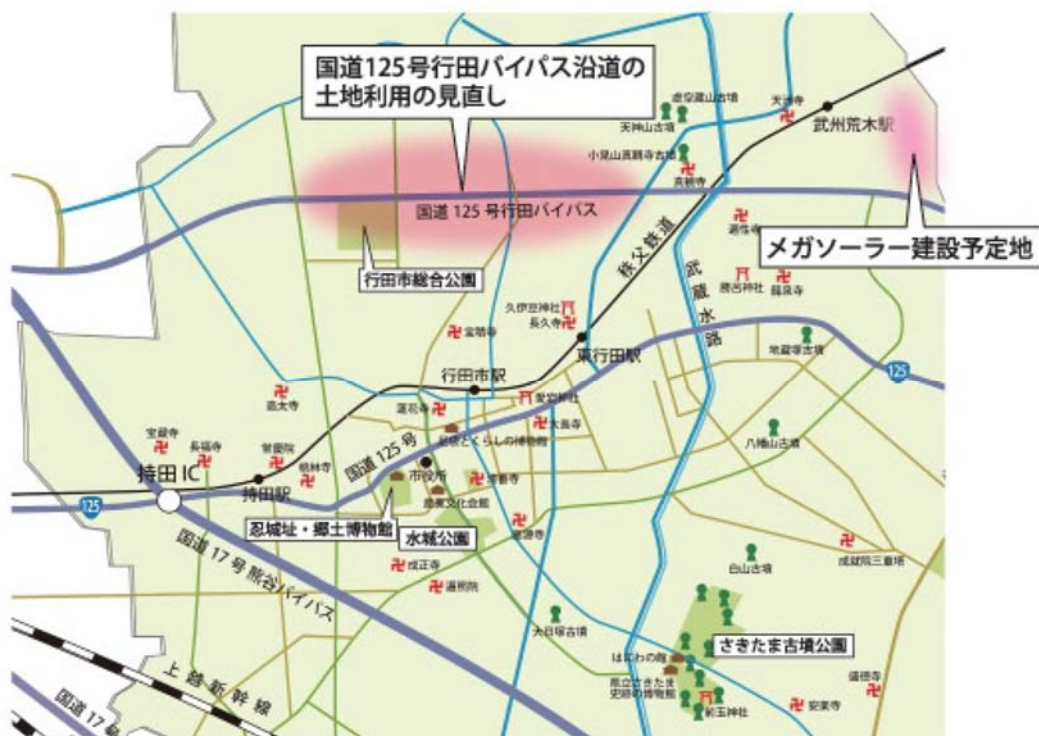
イ) 地域資源の発掘

独自性のある産業拠点を整備するには、消費動向など市民のニーズを理解した上で、行田市の特性を把握する必要があります。このような消費動向やニーズをもとに、地産地消を目指した地域資源の発掘を推進します。

ウ) 連携・交流のための人材発掘

各産業や種々の業種業態の連携・交流を促すためには、これを繋ぐ人材の発掘が必要となります。行田市では、様々な分野から人材を発掘し、産業の連携・交流の促進を図ります。

■広域交流拠点検討地域



資料：行田市産業振興ビジョン（平成 25 年 3 月）

戦略②「地域ブランド商品の開発」

ア) 統一されたコンセプト作り

既存の地域資源（ホンモロコ、青大豆、米、ハス、足袋など）を再評価することで地域資源を発掘し、行田市の新しい特性を見つけます。また地域ブランドの開発は、他の自治体でも推進されており、地域の特性を出して、他の自治体の地域ブランドと差別化を図っていく必要があります。このような既存の地域ブランドや新たな地域ブランドを統一的なコンセプトの下に集約し、まち全体のブランドとして推進します。

イ) ターゲットの設定

現代の多様な消費者の欲求を満たすには、広く一般受けする商品開発よりも、一部のコアな消費者に満足を与える商品開発が必要となります。そのためには「何を売るか」よりも「誰に売るか」を明確にする必要があります、このターゲットのニーズを調査して満足度の高い商品開発を推進します。

ウ) 民間との連携による商品開発

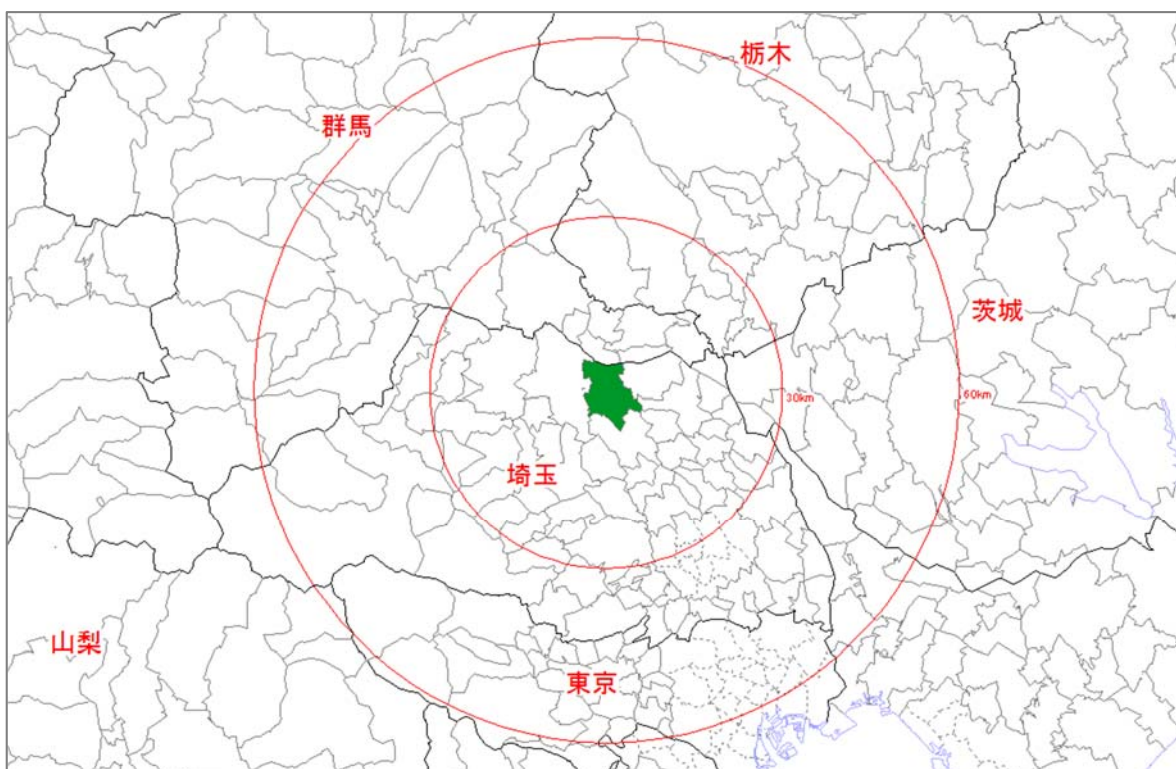
ターゲットの設定によって、消費者の満足度を高めるためには、消費者ニーズを十分に探求し、消費者ニーズに合致した商品開発をしていく必要があります。そのために民間企業や市民との協力関係の下、地域の独自性ある商品の開発を行っていきます、また、民間企業だけでなく、ものづくり大学による学術・技術支援など産学の連携によって新商品の開発を目指します。

3. 立地条件の整理

(1) 位置

東京都心から北北西に約 60 k m、埼玉県 of 北東部に位置し、北は利根川を境として群馬県に、東は羽生市、加須市、西は熊谷市、南は鴻巣市に隣接しています。平成 18 年 1 月には北埼玉郡南河原村と合併し、市域は東西 11.4km、南北 11.9km、面積は 6,737ha となっています。

■行田市の位置図

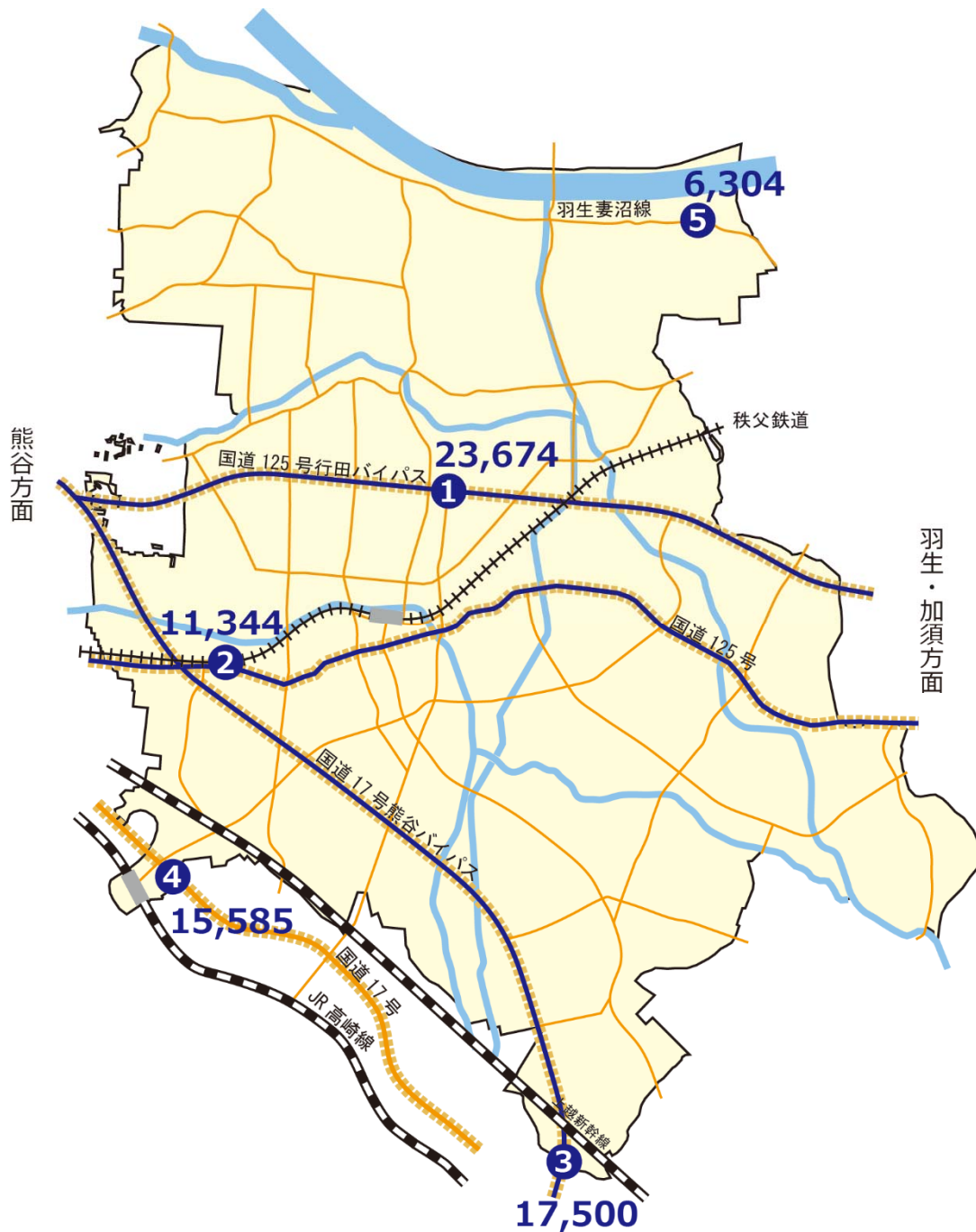


資料：白地図 KEN MAP より作成

②交通量

平成 22 年度道路交通センサスより市内の主要道路の交通量を比較すると、国道 125 号行田バイパスの交通量が最も多いことがわかります。特に、7～8 時台と 17～18 時台においては、小型車の交通量が多くなっています。また、大型車は 10～11 時台、14～15 時台の交通量が多くなっています。

■交通量調査地点及び交通量総数

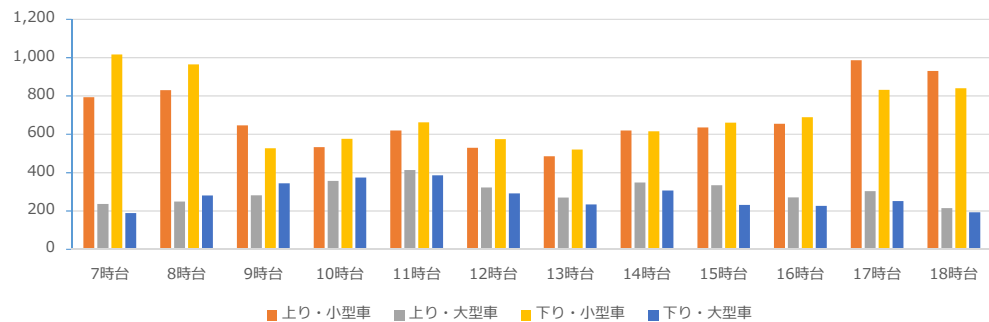


資料：平成 22 年度道路交通センサス（国土交通省）

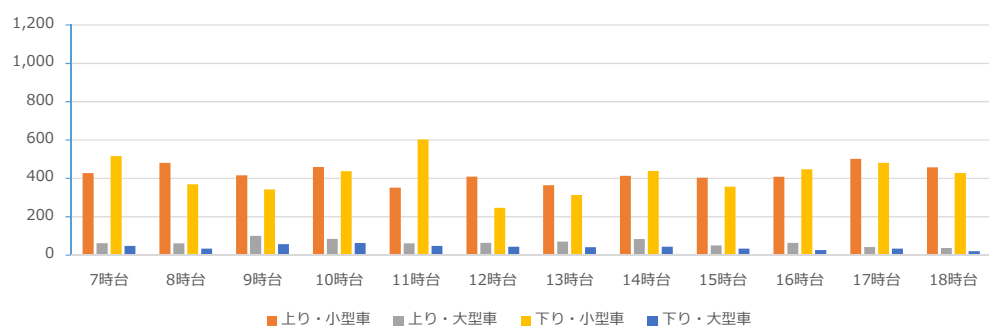
■交通量調査地点ごとの時間別交通量

資料：平成 22 年度道路交通センサス（国土交通省）

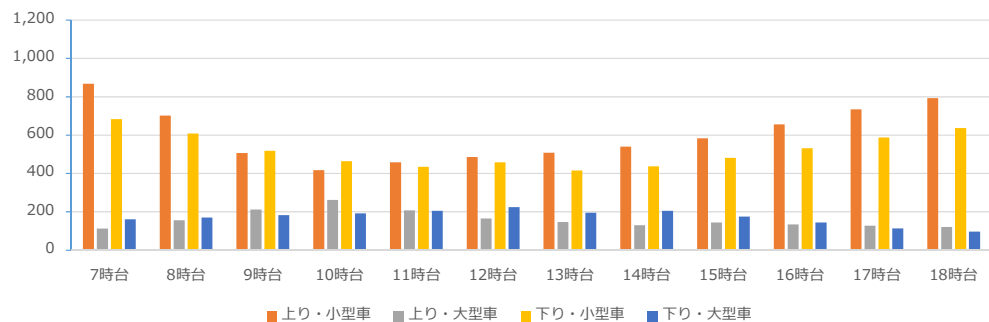
①国道 125 号行田バイパス



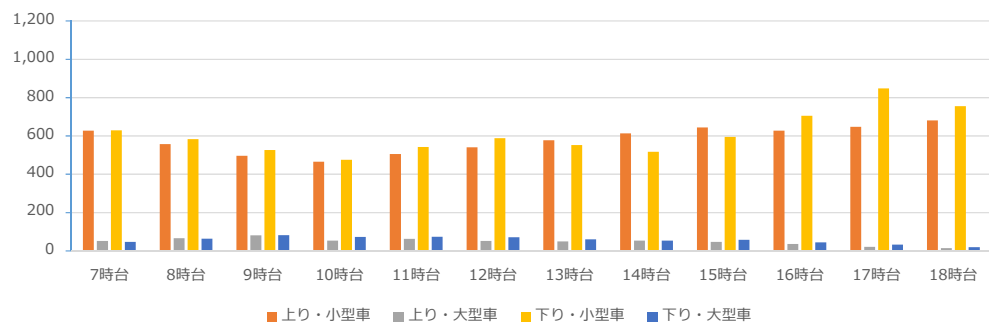
②国道 125 号



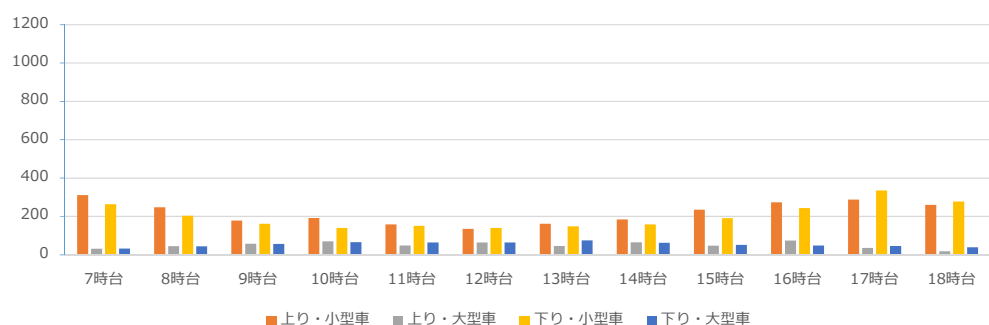
③国道 17 号バイパス



④国道 17 号



⑤羽生妻沼線



③バス路線網

本市の市内循環バス路線網を見ると、**JR 行田駅**と**行田市駅**を拠点として北西循環、東循環、南大通り線、北東循環、西循環、観光拠点循環の合計 6 路線が通っています。北西循環、東循環、北東循環、観光拠点循環路線は 1 日に 8 便であるのに対し、西循環、南大通り線は 1 日に 20 便以上となっており、利用ニーズが高いことがうかがえます。

■市内バス路線図



資料：行田市 市内循環バス 「ぐるっと便利帳」

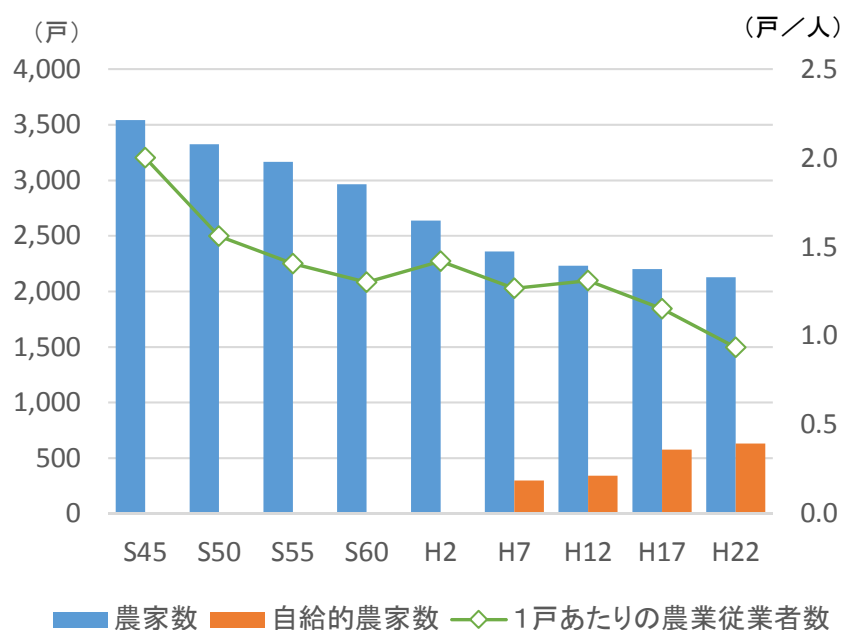
(3) 産業特性

①農業

本市の農業は、農家戸数及び1戸あたりの農業従業者数ともに減少傾向にあり、農業の衰退や担い手不足がうかがえます。一方で、自給的農家数は増加傾向にあることから、生産農家が大幅に減少していることが分かります。

農業産出額は平成18年で484千万円となっており、50%以上は米の産出額が占めています。

■農家戸数・農業従業者数の推移



資料：農業センサス（農林水産省）

■農業産出額

(千万円)	総額	米	麦	野菜	果実	花き	畜産
農業産出額	484	259	51	67	2	70	26

※農業産出額は、「生産農業所得統計（平成18年）」（農林水産省統計部）、または農業委員会調べ。

②商業

店舗面積が 1000 m²を超える小売店舗（食料品売場）は、市内に 11 店舗（1000 m²～3000 m²が 9 店舗、5000 m²以上が 2 店舗）あり、市南部に集中しています。

周辺都市も含めた広域的な立地状況を見ると、鴻巣市や熊谷市など、市南西部の都市に多く立地しており、商圈の重なりも多くなっています。

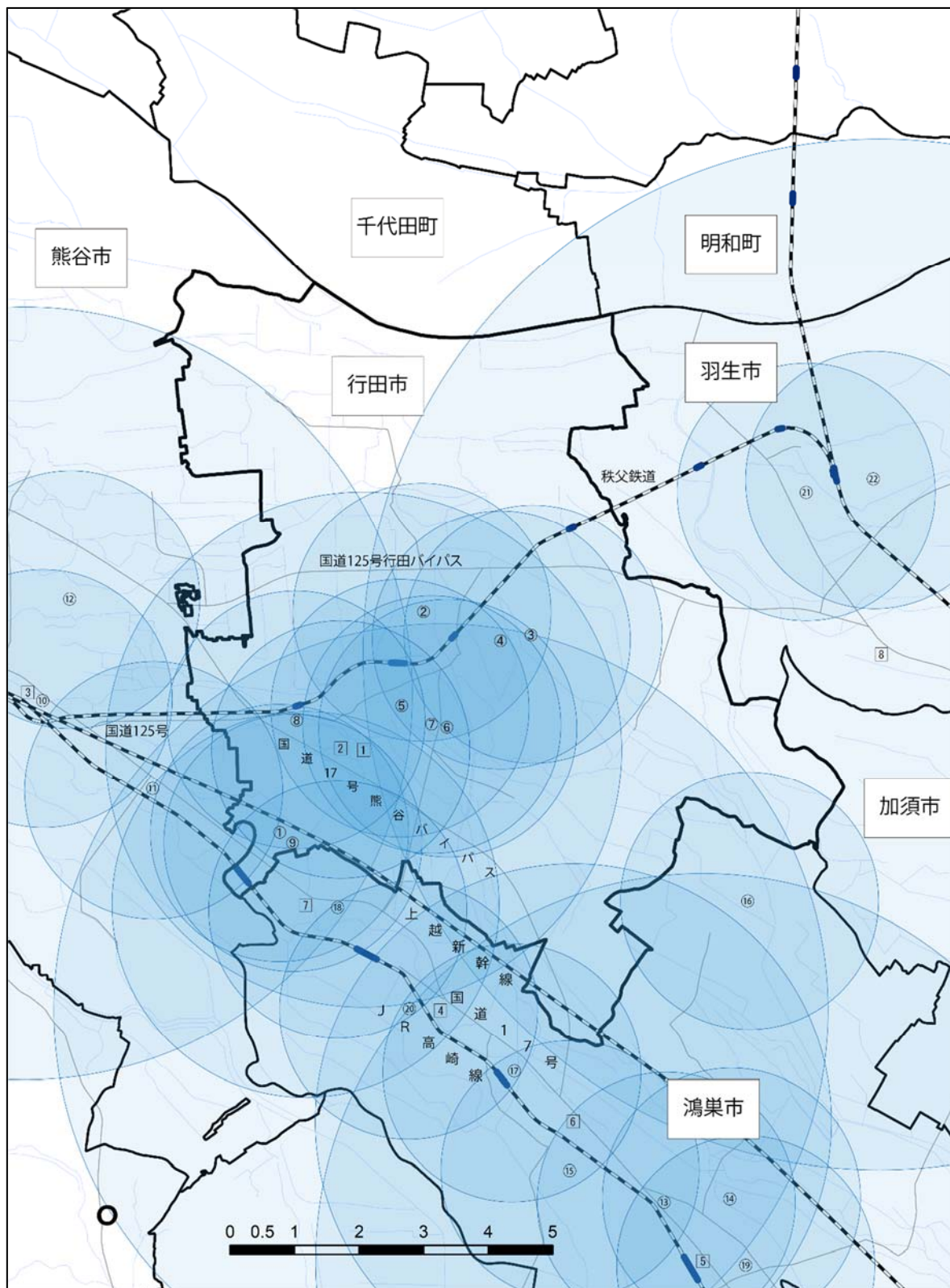
■小売店舗リスト

店舗 番号	店舗種類
	店舗面積(m ²)

1000～3000m ²			1000～3000m ²		
行田市	①	食料品、家庭用品 1,813	鴻巣市	⑯	食料品、家庭用品 1,621
	②	食料品、家庭用品 2,095		⑰	食料品、家庭用品 1,596
	③	食料品、家庭用品 2,028		⑱	食料品、家庭用品 1,488
	④	食料品、家庭用品 2,918		⑲	食料品、家庭用品 1,278
	⑤	食料品、家庭用品 1,738		⑳	食料品、家庭用品 1,216
	⑥	食料品、家庭用品 2,020	羽生市	㉑	食料品、家庭用品 1,913
	⑦	食料品、家庭用品 1,898		㉒	食料品、家庭用品 2,284
	⑧	食料品、家庭用品 2,147	5000m ² ～		
	⑨	食料品、家庭用品 2,058	行田市	1	食料品、家庭用品、DIY用品 12,470
熊谷市	⑩	食料品、家庭用品 2,584		2	食料品、家庭用品 5,335
	⑪	食料品、家庭用品 2,508	熊谷市	3	食料品、家庭用品 19,612
	⑫	食料品、家庭用品 1,875		4	総合 17,297
鴻巣市	⑬	食料品、家庭用品 1,182	鴻巣市	5	食料品、家庭用品 14,880
	⑭	食料品、家庭用品、医薬品・化粧品 2,967		6	食料品、衣料品 8,567
	⑮	食料品、家庭用品		7	食料品、家庭用品 6,390
		1,995	羽生市	8	総合 57,000

※3000～5000 m²の小売店舗（食品売り場）は該当無し

■商業施設分布図（規模別）



《凡例》

① 1000～3000㎡

② 5000㎡～

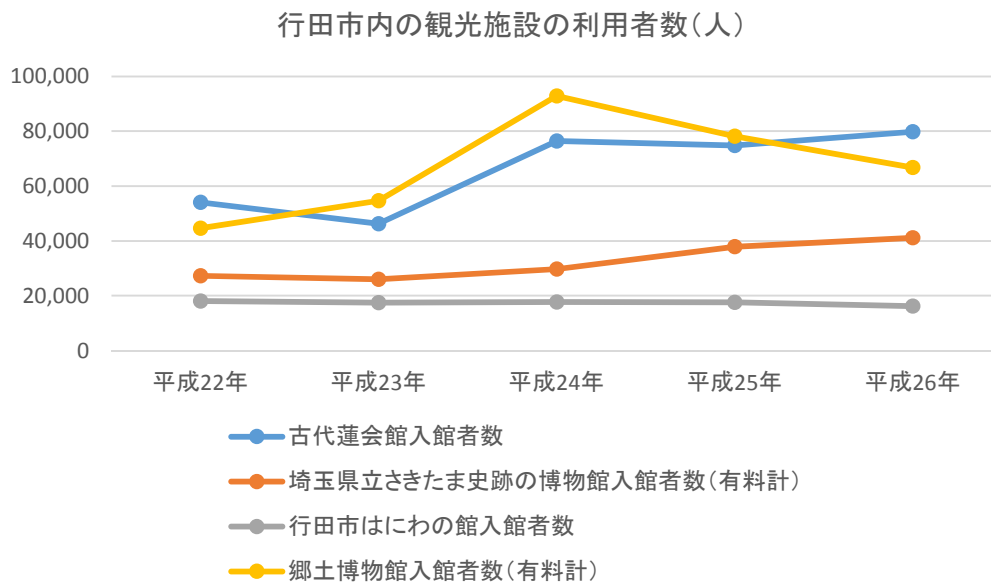
● 商圈

※「共同店舗における複合化商業施設の対応について」の定義を参考に、商圈を設定

③観光

平成 22 年から平成 26 年の市内観光施設の利用者の平均は約 18 万人となっており、特に埼玉県さきたま史跡の博物館や古代蓮会館の入館者数が増加しています。

■主な観光施設への入込客数の推移



資料：平成 27 年度統計ぎょうだ

■観光案内所利用者数の推移

各年12月31日現在 (単位：人)					
年次	平成22年	平成23年	平成24年	平成25年	平成26年
利用者延べ人数	15,330	14,762	16,574	16,768	13,799
利用者 (通常時間帯)	13,101	11,614	12,406	11,155	8,684
利用者 (6～8月早朝分)	2,229	3,148	4,168	5,613	5,115

資料：商工観光課

※早朝分は午前7時～9時の間。

■観光レンタサイクル貸出数の推移

各年12月31日現在 (単位：台)					
年次	平成22年	平成23年	平成24年	平成25年	平成26年
貸出数	2,568	2,409	2,637	3,886	4,061

資料：商工観光課

※観光案内所、郷土博物館、はにわの館、古代蓮の里売店、NPO法人さくらメイト事務所、ぶらっと行田で貸し出した数の合計。

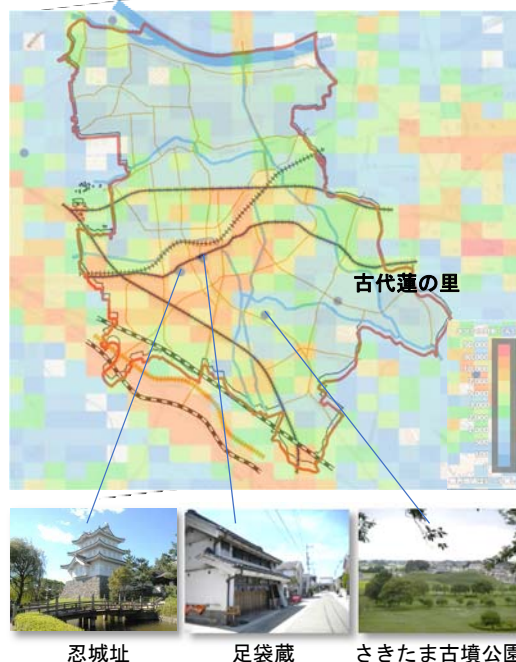
(4) 人口の流動と滞在状況

休日の流動人口をみると、秩父鉄道行田市駅周辺の市街地で流動が見られます。

また、高崎線沿線の流動性も高く、JR 行田駅も東京からの玄関口として高いポテンシャルを有しています。

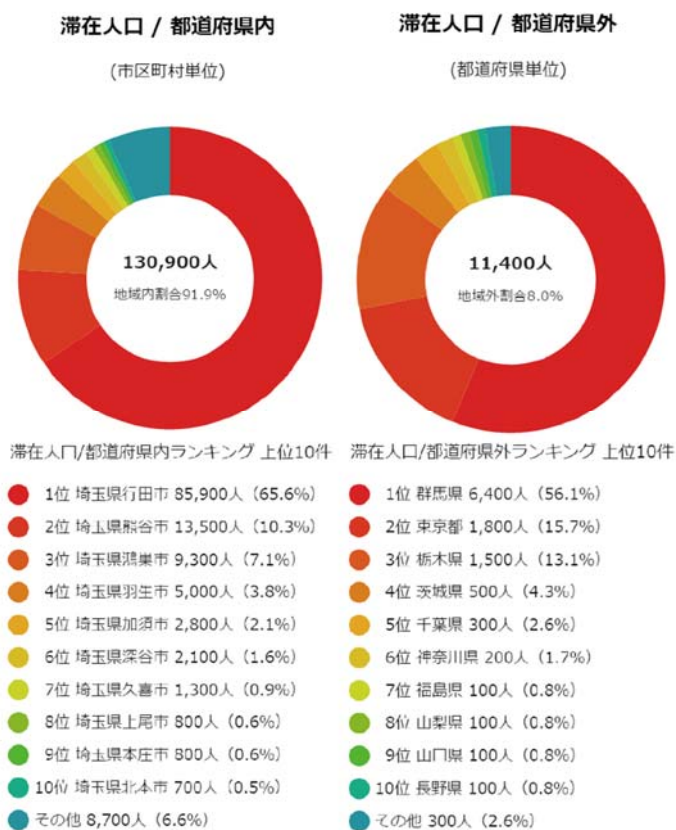
本市への 2 時間以上の滞在人口をみると、熊谷市や鴻巣市、羽生市からの滞在人口が多く、これは日常生活における行田市への滞在ニーズと考えられます。また、埼玉県外では群馬県や東京都、栃木県からの広域的なニーズも高い状況です。

■休日の流動人口（メッシュ分析）



資料：地域経済分析システム（内閣府）

■本市への 2 時間以上の滞在人口

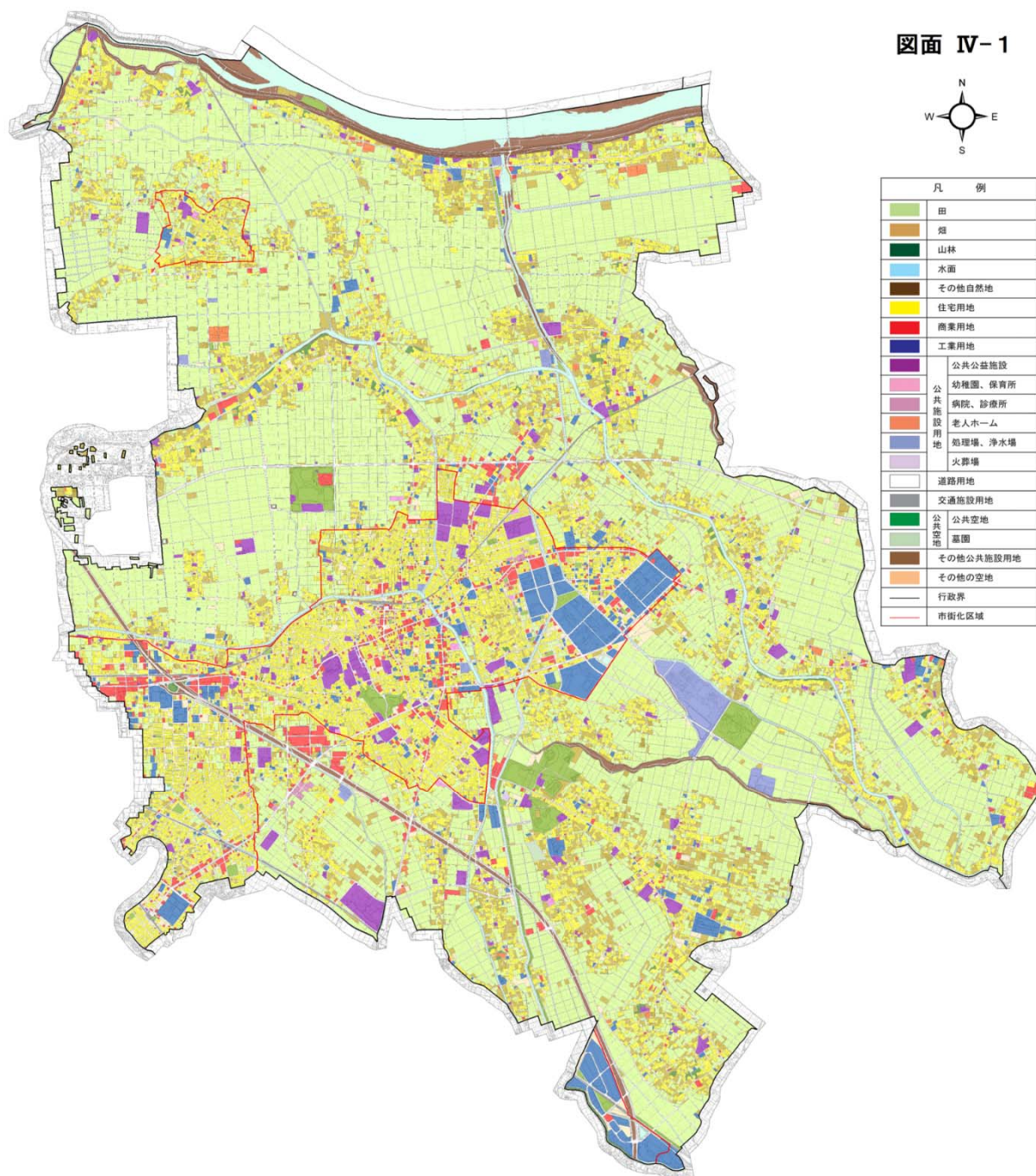


資料：地域経済分析システム（内閣府）

(5) 土地利用現況

土地利用現況は、自然的土地利用（農地、山林）が 55.7%、都市的土地利用（住宅、商業、工業、公共公益）が 44.3%となっています。なお、行政区域全体に占める農地の面積の割合は 53.3%となっています。

■土地利用現況図



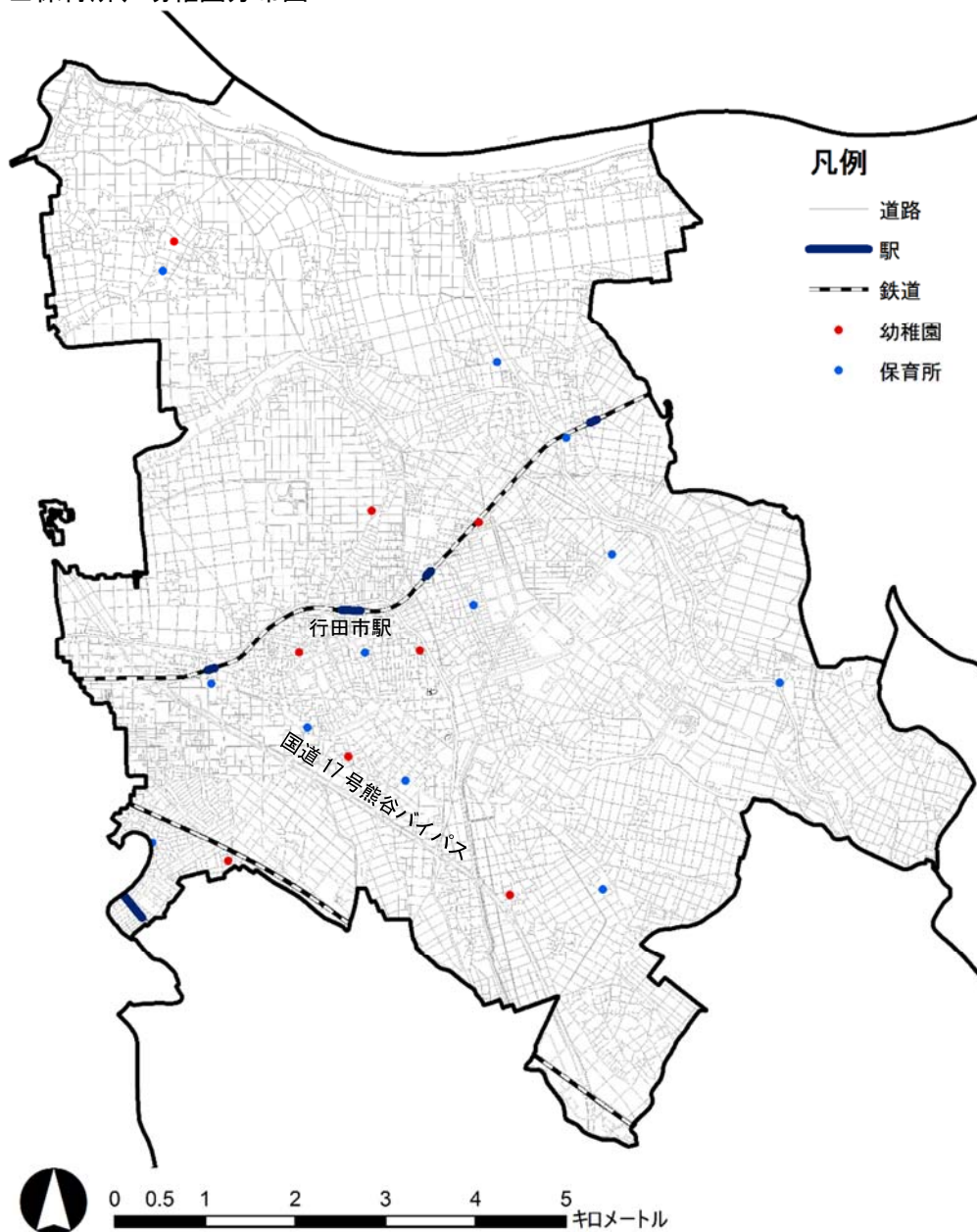
資料：都市計画基礎調査（平成 23 年度）

(6) 生活関連施設の立地状況

① 保育所、幼稚園

市内には保育所が 12 か所、幼稚園が 8 か所立地しています。行田市駅南側や国道 17 号熊谷バイパス沿いなど、市南部に多く分布しています。

■ 保育所、幼稚園分布図



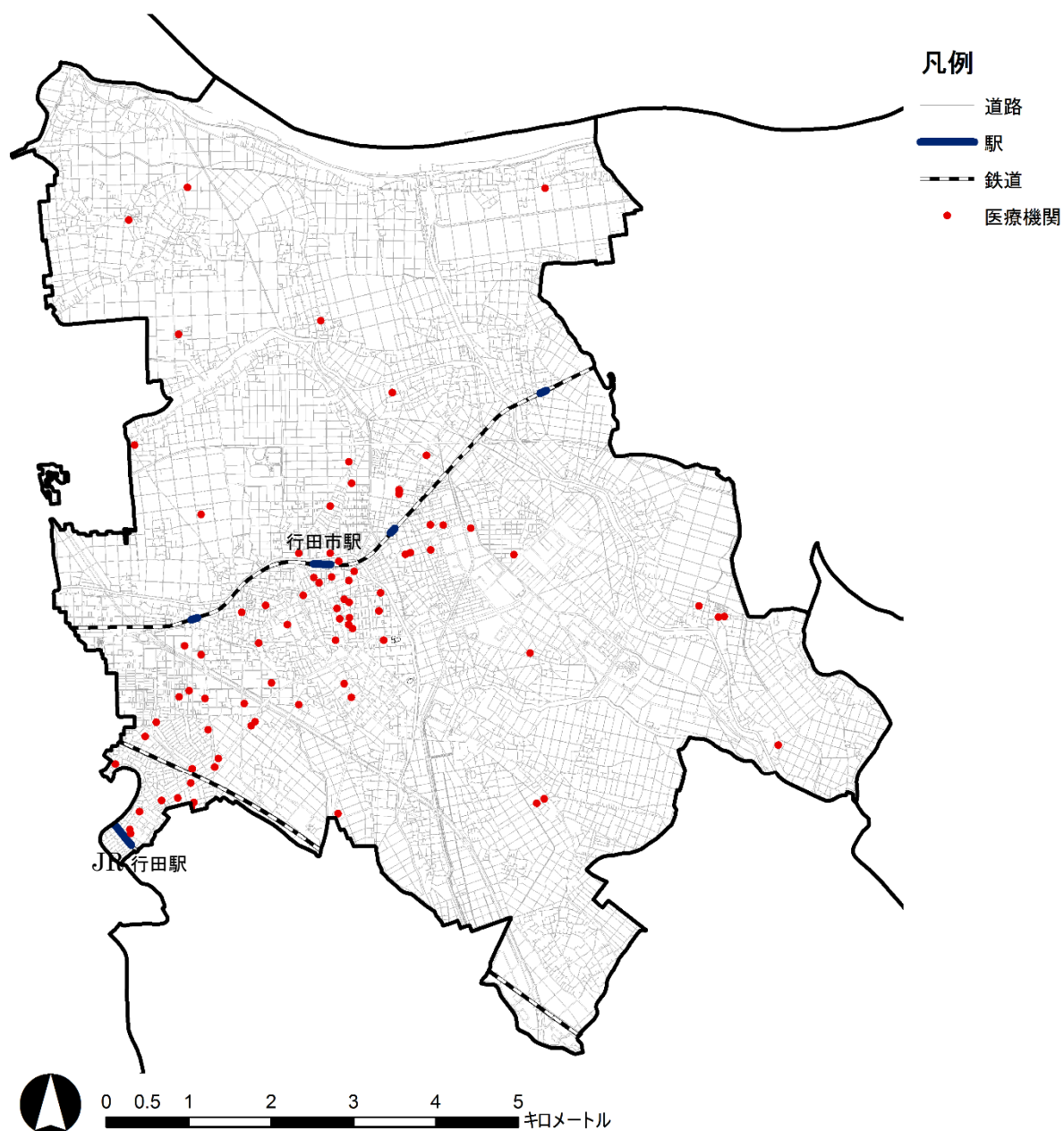
資料：国土数値情報、都市計画基礎調査（平成 23 年）

②医療施設

本市の医療施設は市中央部及び南西部に多く分布しています。

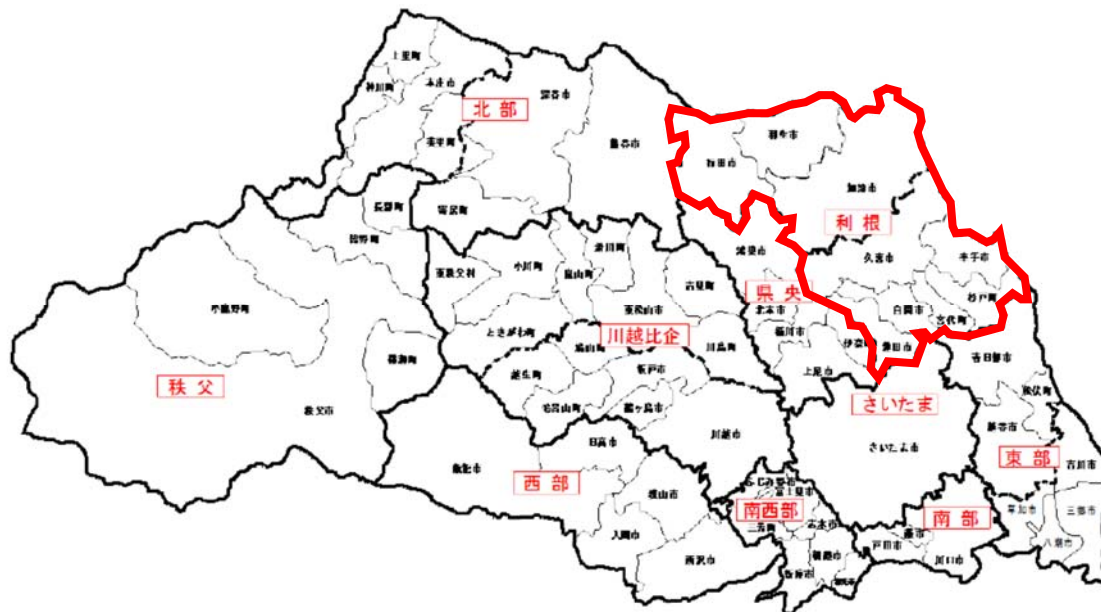
また、埼玉県地域保健医療計画では、病院における入院医療の提供体制を整備することが相当と認められる地域単位として二次保健医療圏を定め、医療圏ごとに療養病床及び一般病床の基準病床数を設定しています。同計画では基準病床数からの加算の上限を 780 と設定しています。行田市を含む利根保健医療圏では基準病床数を 3,445 と設定している中、既存の病床数（平成 26 年末現在）は 4,164 となっており、基準病床数を超過しています。

■医療施設分布図



資料：国土数値情報、都市計画基礎調査（平成 23 年）

■埼玉県の二次保健医療圏



資料：第6次埼玉県地域保健医療計画(利根保健医療圏)

■二次保健医療圏ごとの基準病床数及び既存病床数

		(参 考)
二次保健医療圏	加算前の 基準病床数	既存病床数
南部保健医療圏	4,609	4,355
南西部保健医療圏	4,376	4,376
東部保健医療圏	7,680	7,667
さいたま保健医療圏	7,402	6,976
県央保健医療圏	3,300	3,288
川越比企保健医療圏	6,336	6,781
西部保健医療圏	7,567	7,550
利根保健医療圏	3,445	4,164
北部保健医療圏	3,550	3,567
秩父保健医療圏	578	757
計	48,843	49,481

(平成26年3月末日現在)

病床数の加算の上限	780
-----------	-----

資料：第6次埼玉県地域保健医療計画(利根保健医療圏)

4. 制約条件の整理

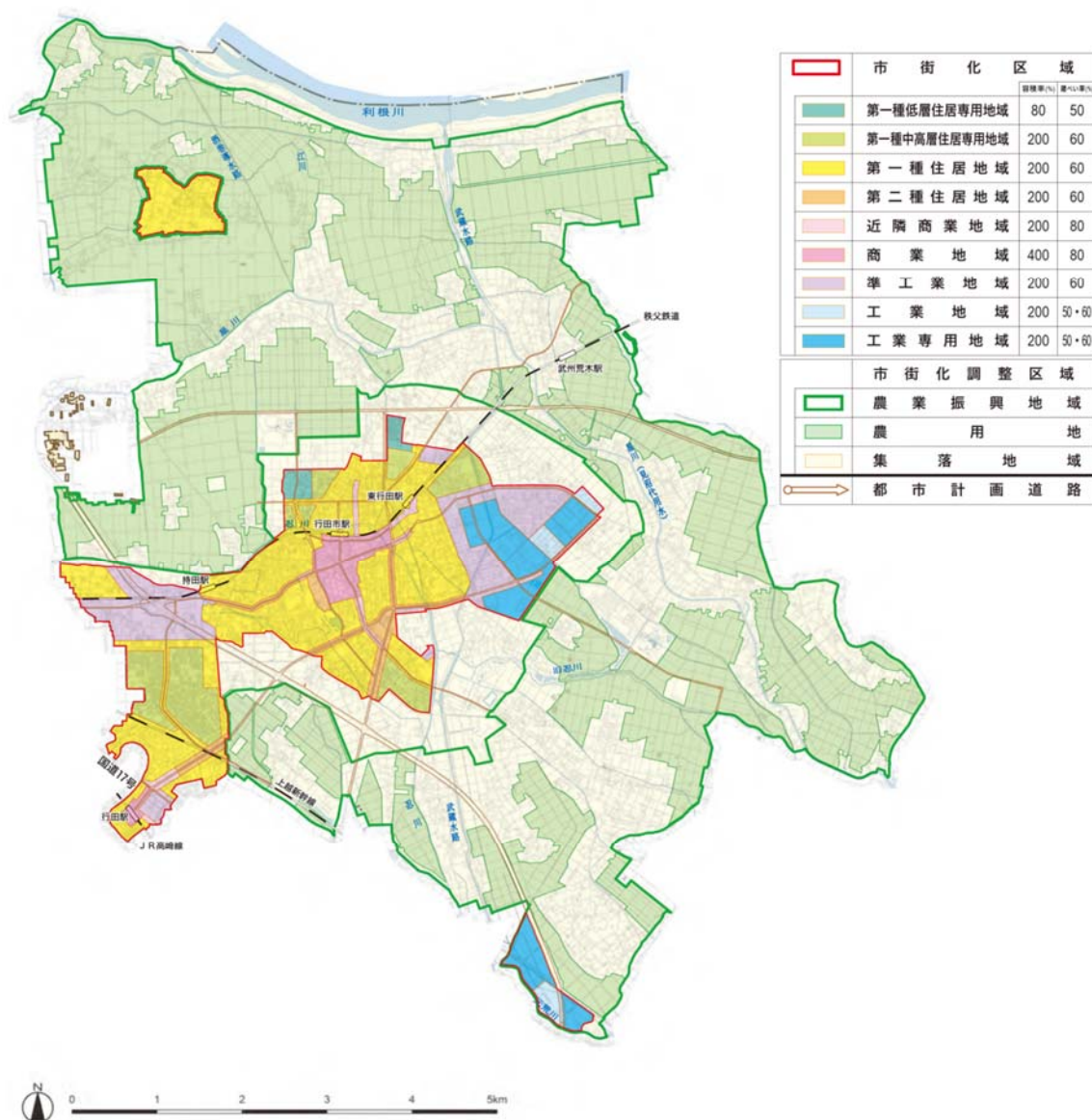
(1) 都市計画法関連

①土地利用規制

秩父鉄道行田市駅・持田駅・東行田駅周辺、JR 行田駅周辺、南河原支所周辺、行田みなみ産業団地が市街化区域に指定され、その面積は 1,160ha（市域の 17.2%）となっています。

市街化調整区域の大部分は農業振興地域（2,996ha、市域の 44.5%）に指定されており、農業振興地域内のうち集落部以外は農用地区域となっています。また、市街化区域の周囲には農業振興地域に含まれない区域が見られます。

■土地利用規制図



資料：都市計画課・農政課（平成 25 年 3 月）

②市街化調整区域の開発規制

市街化調整区域は、市街化を抑制すべき区域とされ、市街化調整区域において許可し得る開発行為は都市計画法第 34 条各号において定められています。原則として用途地域の指定は行われず、都市施設の整備、市街地開発事業の実施も予定されませんが、保全することが適当な区域などを除き、市街化を促進するおそれがなく市街化区域内において行うことが困難又は著しく不適当と認められる開発行為や、地区計画等を策定した上でこれに適合した開発行為については、許可を行う場合もあります。

従って市街化調整区域における開発許可の在り方については都市計画法の趣旨に照らし、

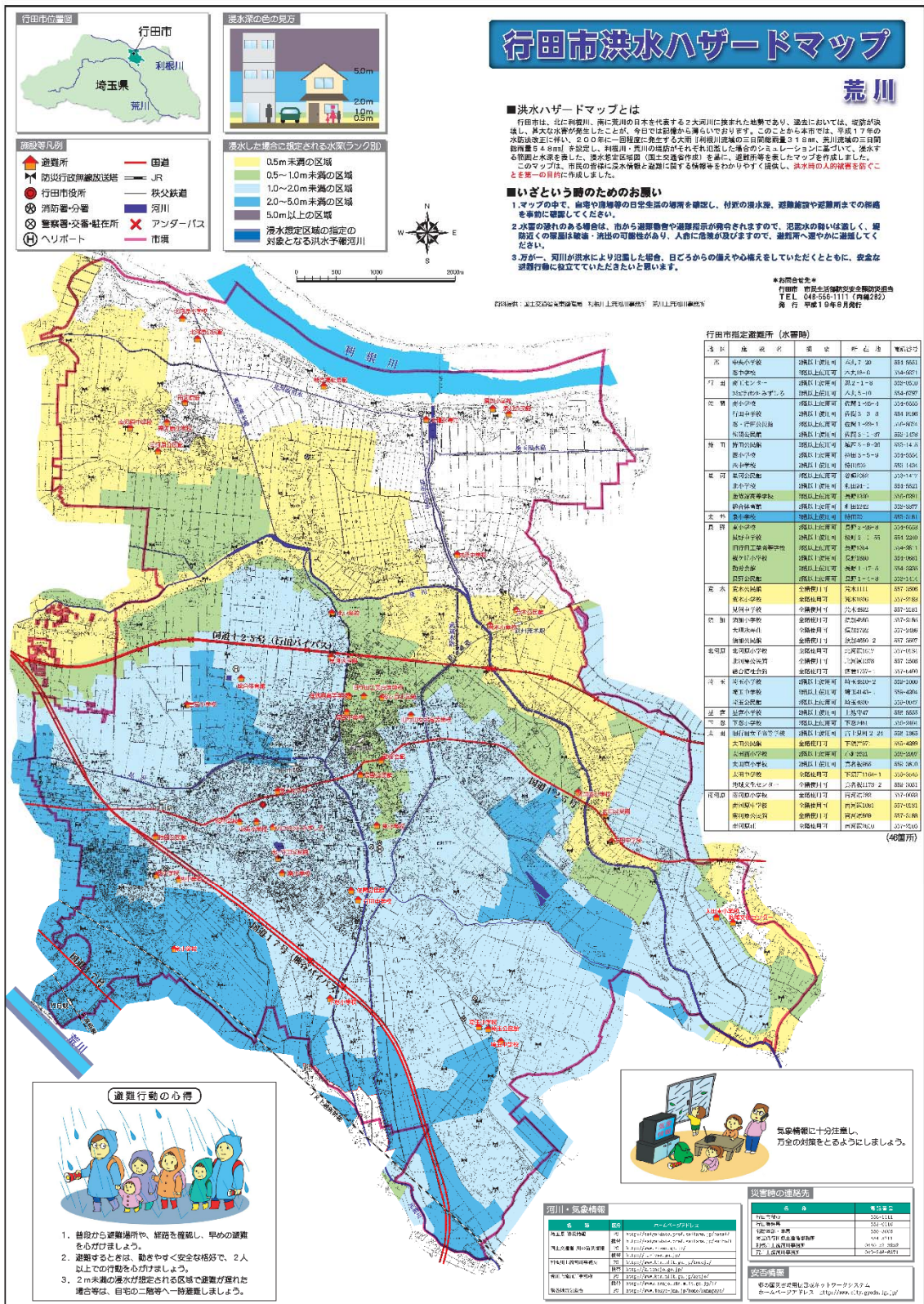
- ・開発行為が行われても支障がない区域であるか
- ・予定建築物の用途、目的、規模等が既存コミュニティの維持や社会経済情勢の変化への対応といった観点から必要性があると認められるか
- ・開発予定区域周辺の公共施設の整備状況、開発行為に係る公共施設等の整備予定などから適切な開発と認められるか
- ・既成市街地の空家・空地の増加につながらないか

などについて総合的に勘案し、市街化調整区域は市街化を抑制すべき区域であるという原則にも留意して行う必要があります。

以下に、産業交流拠点整備に係る、開発基準を整理します。

条項	対象	審査基準
34 条 1 号	店舗等	開発区域は、おおむね 50 以上の建築物（市街化区域に存するものを含む。）が連たんしている地域のうち、知事が指定した土地の区域内に存すること。
34 条 2 号	観光資源の有効な利用上必要な建築物等	開発区域は、利用の対象となる観光資源が存在する市街化調整区域内であること。
34 条 4 号	農産物、林産物若しくは水産物の処理、貯蔵若しくは加工に必要な建築物若しくは第一種特定工作物	開発区域は、予定建築物等において取り扱う農林水産物のうち、数量及び金額において過半のものが生産される市街化調整区域内であること。
34 条 9 号	休憩所（ドライブイン・コンビニエンスストア）	開発区域は、市街化調整区域内の現に供用されている国道、県道又はこれらの道路と交差又は接続する幅員 12m 以上の市町村道（国道又は県道と交差又は接続する箇所から 12m 以上の幅員が連続する区間に限る。）（以下「対象道路」という。）に 6m 以上接していること。
34 条 10 号	地区計画又は集落地区計画の区域の内、建築物等の整備及び土地の利用に関する計画である地区整備計画又は集落地区整備計画が定められている区域	当該地区計画等に定められた道路等の施設や予定建築物の用途等に正確に一致していること。
34 条 12 号	開発区域の周辺における市街化を促進するおそれがないと認められ、市街化区域内で行うことが困難又は著しく不適当と認められるもの	開発許可権限を有する地方公共団体の条例（埼玉県の場合、県条例第 6 条）。
34 条 14 号	都市計画法第 34 条第 1 号から第 13 号までの規定に該当しない開発行為であっても、周辺の市街化を促進するおそれがないと認められ、かつ、市街化区域内において行うことが困難又は不適当と認められるもの	開発審査会の議を経て許可し得る。

■洪水ハザードマップ（荒川）

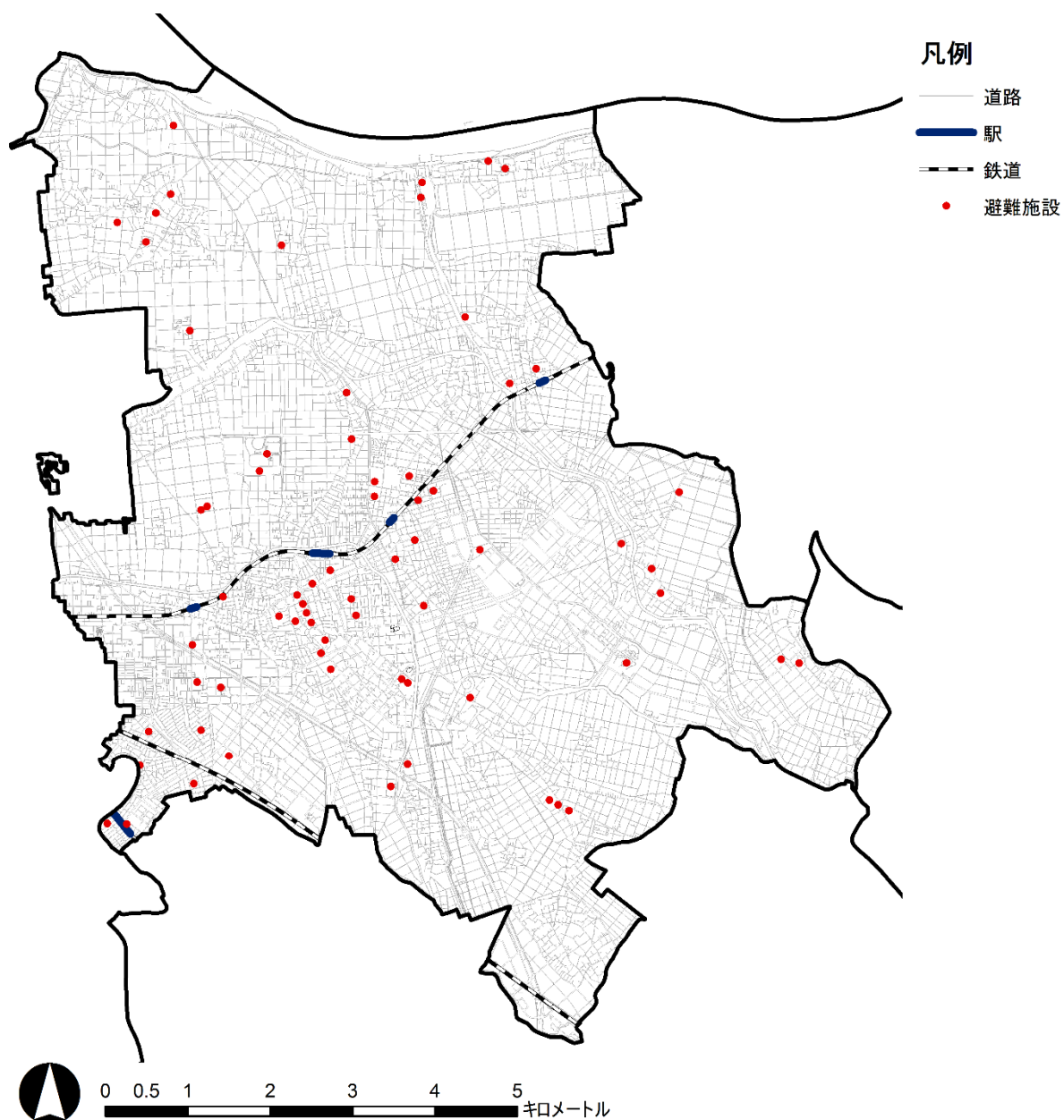


②避難施設

本市では、災害の危険から緊急的に避難し、身の安全を守るための場所として、市内の小学校や公園、公民館等を指定緊急避難場所として指定しています。

避難施設は市全体に広く分布しており、特に市中央部に多く分布しています。

■避難施設分布図



資料：国土数値情報、都市計画基礎調査（平成 23 年）

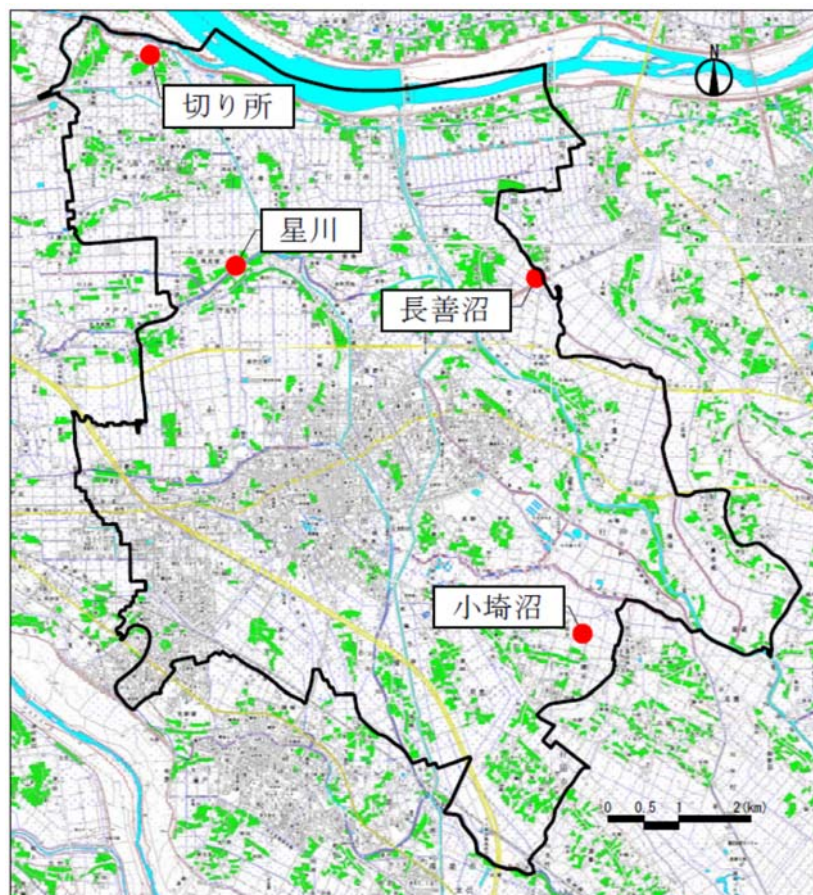
(3) 動植物の状況

「行田市自然環境調査報告書」によると、平成 24 年度の自然環境調査では、植物 8 種類、哺乳類 3 種類、鳥類 7 種類、両生類 1 種類、爬虫類 2 種類、昆虫類 5 種類の希少種が確認されました。特にキタミソウは、環境省の「レッドリスト（2012 年）」で絶滅危惧Ⅱ類、埼玉県「埼玉県の希少野生生物 埼玉県レッドデータブック 2011 植物編」で絶滅危惧ⅠＢ類に選定されており、非常に貴重な植物です。

一方で、「特定外来生物による生態系等に係る被害の防止に関する法律（外来生物法）」の特定外来生物に指定されるミズヒマワリ、オオキンケイギク、ウシガエル、アライグマなども確認されています。これらの生物は、昔から生息・生育する在来の動植物に悪影響を与えるおそれがあります。

分類	確認された希少な動植物
植物	ミズワラビ、コギシギシ、コイヌガラシ、ヒメミソハギ、ミズマツバ、コキクモ、キクモ、キタミソウ
哺乳類	ホンドキツネ、ホンダタヌキ、ホンDOIタチ
鳥類	チュウサギ、ノスリ、チョウゲンボウ、バン、オオバン、カワセミ、コムクドリ
両生類	トウキョウダルマガエル
爬虫類	クサガメ、ヤマカガシ
昆虫類	モートンイトトンボ、ハネナガイナゴ、ギンイチモンジセセリ、アオスジアゲハ、アサマイチモンジ

■調査箇所



資料：行田市自然環境調査報告書調査

5. 対象地の条件整理

(1) 対象地の選定

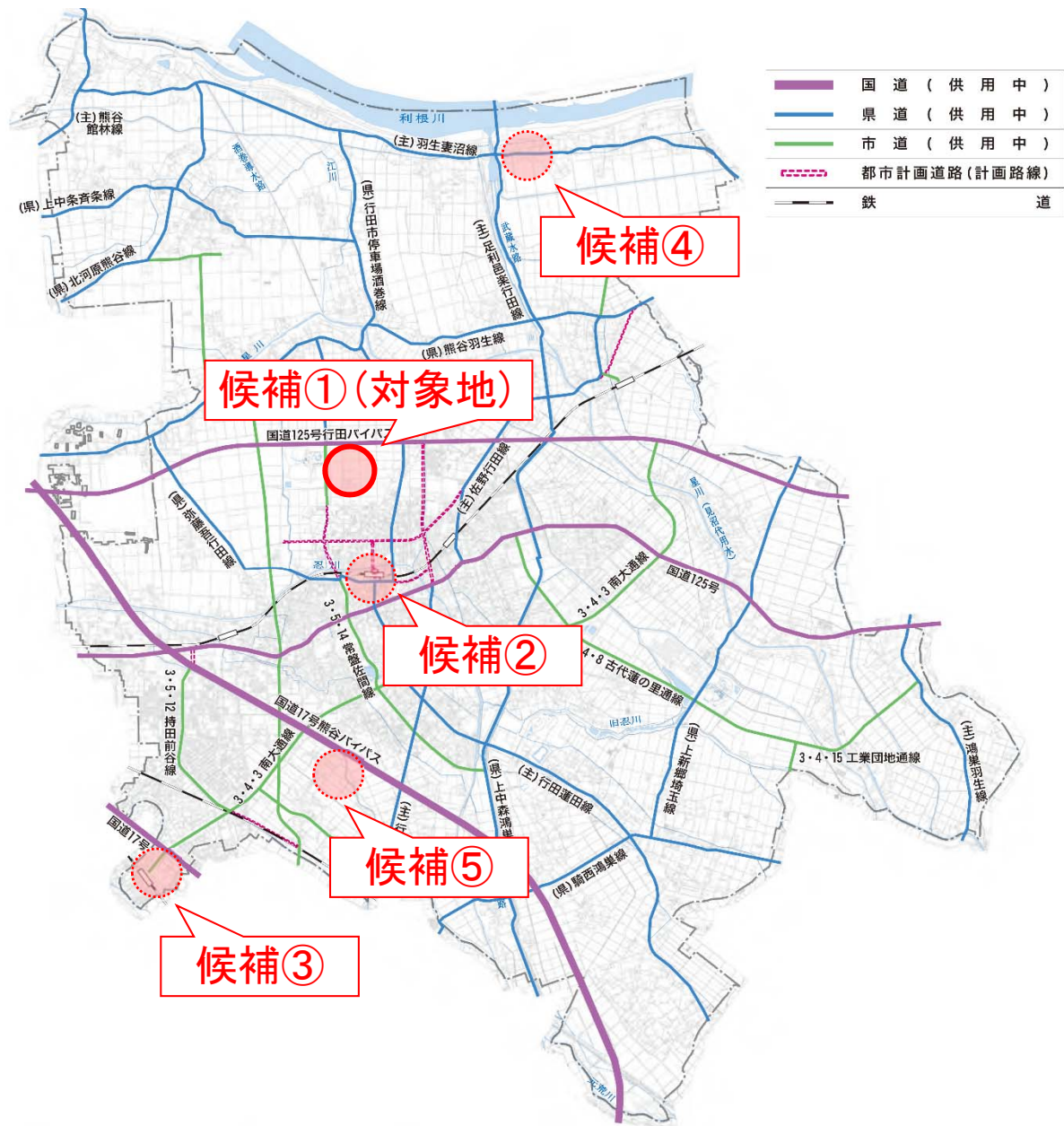
対象地の選定にあたっては、行田市都市計画マスタープランの将来の都市構造で位置づけられている「交流拠点」を考慮し、市内全域から 5 か所を候補としました。

そこから交通量、広域アクセス、土地利用現況、大規模種地の有無、周辺施設との連携、浸水危険性、景観、周辺商業施設の観点から評価し、候補①を対象地として選定します。

■対象地選定の観点

候補地	交通量	広域アクセス	土地利用現況	大規模種地の有無	周辺施設との連携	浸水危険性	景観	周辺商業施設	備考
①	◎	◎	△	△	◎	△	○	○	・ 国道 125 号行田バイパスの交通量が多く、車の広域アクセス性が高い ・ 現状は農地であるが、手法によっては大規模な土地利用の可能性がある ・ 行田市総合公園との連携、周辺の自然景観に優れている ・ 周辺商業施設と商圏の重なる部分が少ない
②	△	○	×	×	○	△	○	×	・ 国道 125 号の交通量は他路線と比較して少なく、車の広域アクセス性が低い ・ 市街地であるため、大規模な土地利用が困難である ・ 忍城址や商店街との連携、周辺の歴史景観に優れている
③	○	◎	×	×	×	×	×	×	・ 国道 17 号の交通量は比較的少ないが、周辺都市からの広域アクセス性は高い ・ 市街地であるため、大規模な土地利用が困難である ・ 周辺施設との連携、周辺の自然資源に劣る
④	△	△	△	△	×	×	○	◎	・ 羽生妻沼線の交通量が少なく車の広域アクセス性が低い ・ 住宅用地であるため、民間用地買収によって大規模な用地確保は考えられるが可能性は低い ・ 周辺施設との連携に劣る ・ 周辺の自然資源に優れている ・ 周辺商業施設と商圏の重なる部分が少ない
⑤	○	◎	△	△	×	△	×	×	・ 国道 17 号熊谷バイパスの交通量が多く、車の広域アクセス性が高い ・ 現状は農地であるが、手法によっては大規模な土地利用の可能性がある ・ 周辺施設との連携、周辺の自然資源に劣る

■対象地候補位置図



(2) 対象地の条件整理

立地条件及び制約条件から、対象地の条件を整理します。

■対象地の条件

項目		条件整理
立地条件	位置	・対象地は、市の中心よりやや北側に位置し、行田市駅から直線距離でおよそ 1.5km である
	交通条件	・対象地は国道 125 号行田バイパス沿道であり、熊谷市と羽生市・加須市を結んでいる ・1 日約 23,000 台の交通量があり、市内で最も交通量が多い路線である ・特に、朝夕の小型車、昼間の大型車の交通量が多い
	産業特性	・農家戸数、農業従業者数が減少しており、農業の生産性が低下している ・商業施設は国道 125 号、国道 17 号熊谷バイパス沿いに多く分布しており、国道 125 号行田バイパス沿いの商業施設は少ない
	観光ニーズ	・行田市の観光の中心である古代蓮の里、さきたま古墳公園、忍城址から対象地まで直線距離でそれぞれ約 5km、3.5km、2km であり、近くに観光施設はない
	土地利用現況	・行田市総合公園に隣接し、広大な農地としての土地利用がされている
制約条件	土地利用規制	・農振農用地となっているため農用地区域の除外、農地転用の手続きが必要である ・市街化調整区域のため開発にあたっての許可が必要である
	災害危険性	・利根川の洪水時に浸水の可能性がある（浸水高 2.0～5.0m）
	自然環境等	・市内の郊外部に、希少な動植物の生息地が分布している ・対象地には、希少な動植物の生息地や埋蔵文化財の指定等はない

(3) 対象地周辺の状況

対象地は広大な農地となっており、4車線道路の国道125号行田バイパスに接しています。
また、行田市総合公園が隣接しており、一体的な活用が可能となります。

■対象地周辺の状況



第2章 各種意向調査

1. 市民意向調査

(1) 調査概要

調査対象	20歳以上の市民を対象に無作為に抽出（約3,000名）
調査方法	郵送配布、郵送回収
調査時期	平成27年8月～9月
配布数	3,051票
回収数	836票
回収率	27.4%

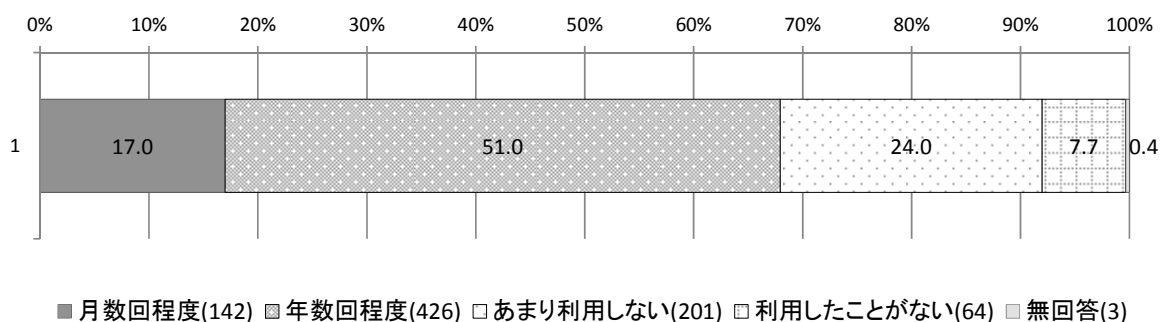
(2) 調査結果（単純集計）

①道の駅の利用ニーズ

◆道の駅の利用頻度

- ・道の駅の利用頻度は「年数回程度」が51.0%と最も高く、次いで「あまり利用しない」が24.0%となっています。

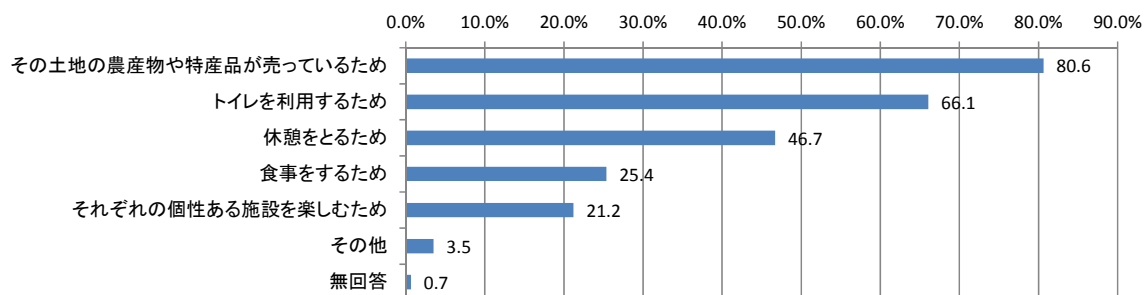
■道の駅の利用頻度（N=836、単一回答） ※凡例（ ）内は票数。以下同様



◆道の駅に立ち寄る目的

- ・道の駅に立ち寄る目的は「その土地の農産物や特産品が売っているため」が80.6%と最も高く、次いで「トイレを利用するため」が66.1%となっています。

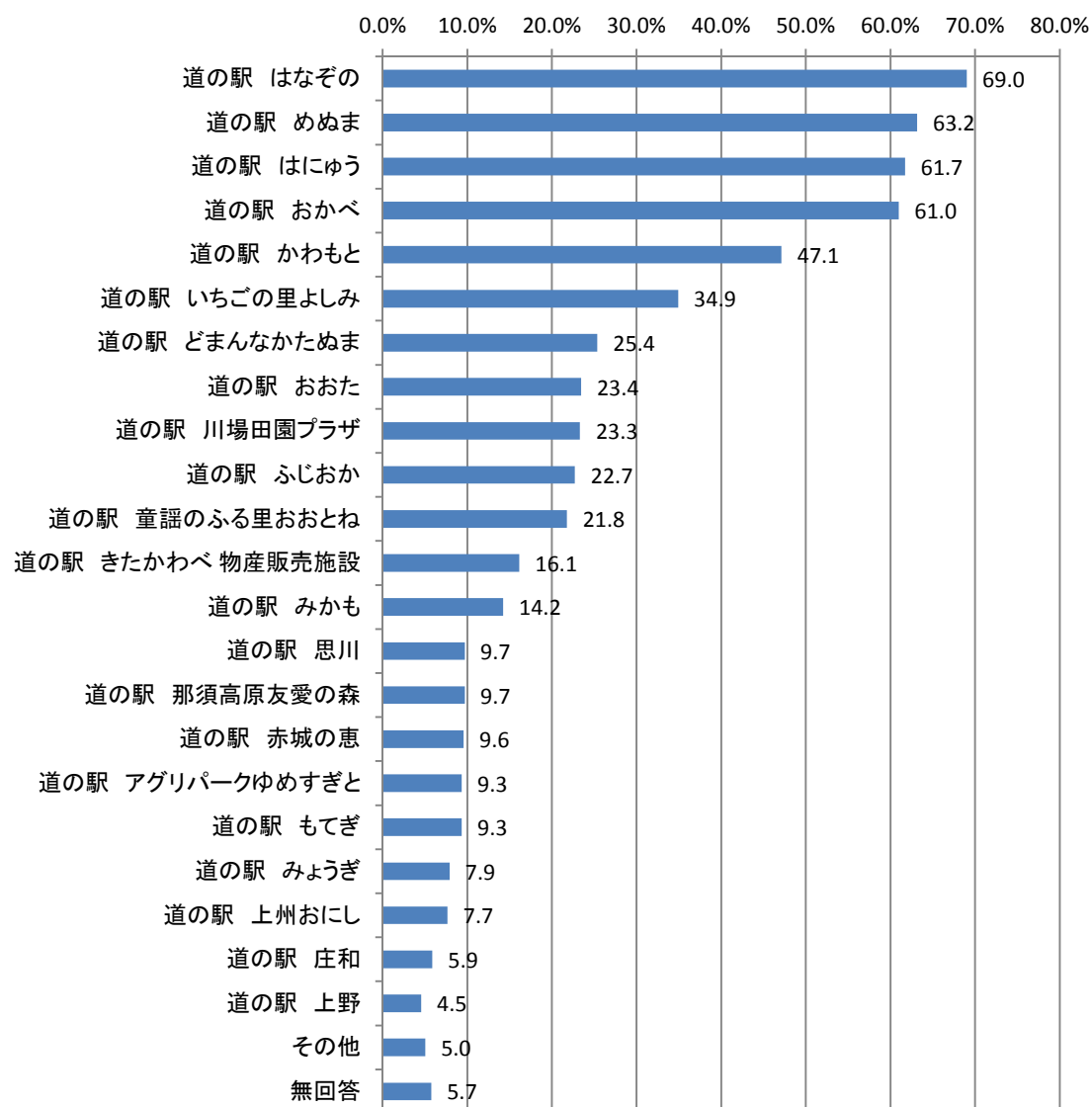
■道の駅の利用頻度（N=769、複数回答）



◆立ち寄ったことのある道の駅

・立ち寄ったことのある道の駅は、「道の駅 はなぞの」が 69.0%と最も高く、次いで「道の駅 めぬま」が 63.2%となっています。

■立ち寄ったことのある道の駅（N=836、複数回答）

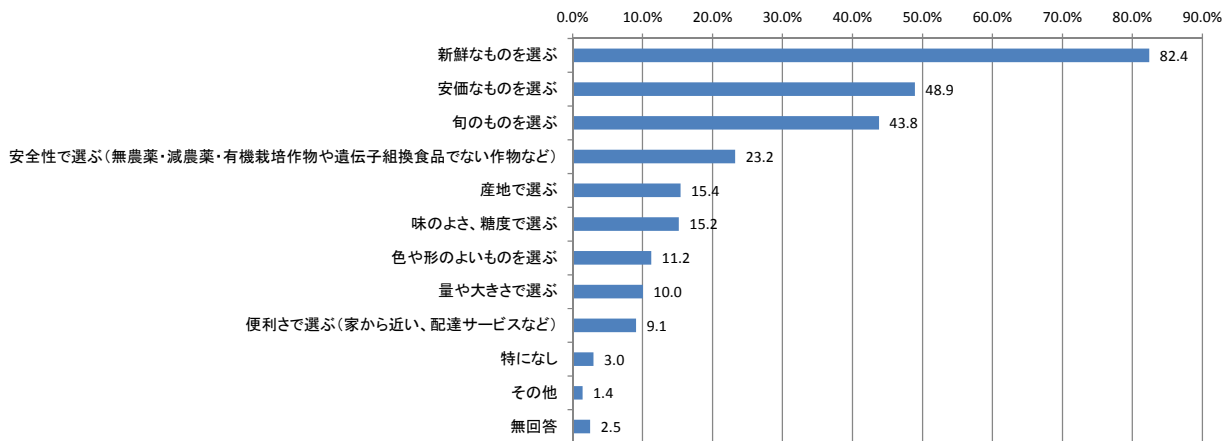


②農産物、食料品・日用品の購入ニーズ

◆農産物を購入する際に意識すること

- ・農産物を購入する際にどんなことを意識するかという設問には、「新鮮なものを選ぶ」が82.4%と最も高く、次いで「安価なものを選ぶ」が48.9%となっています。

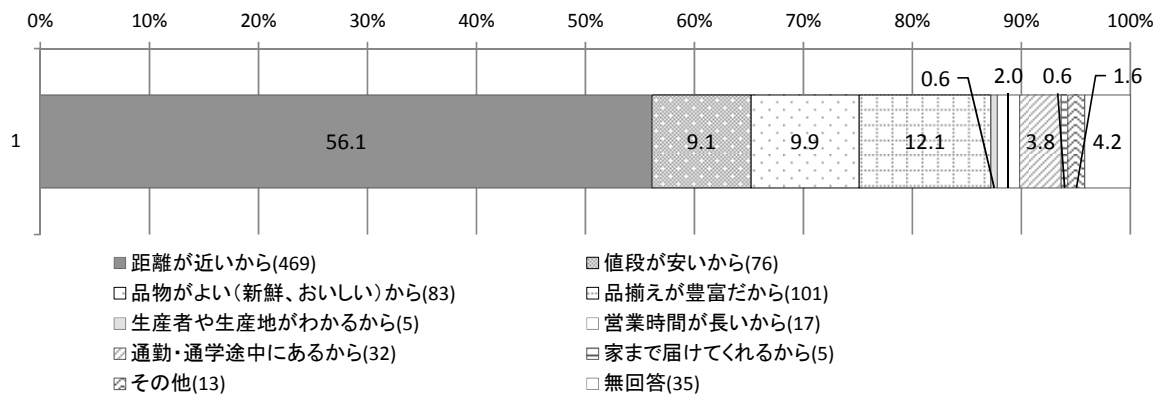
■農産物を購入する際に意識すること（N=836、複数回答）



◆普段、食料品・日用品を購入するお店を利用する理由

- ・普段、食料品・日用品を購入するお店を利用する理由は、「距離が近いから」が56.1%と最も高く、次いで「品揃えが豊富だから」が12.1%となっています。

■普段、食料品・日用品を購入するお店を利用する理由（N=836、単一回答）

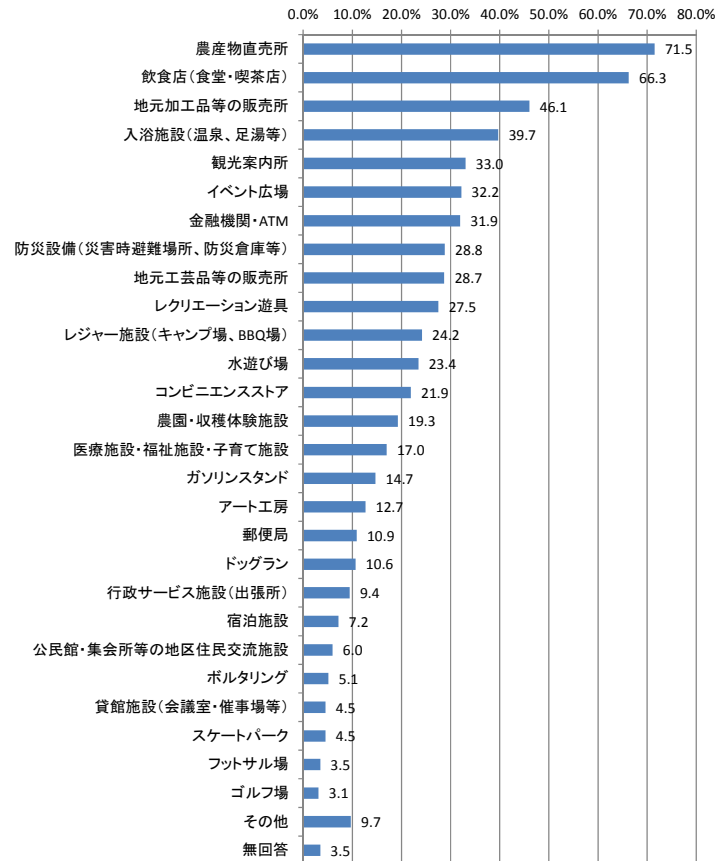


③産業交流拠点の機能・ニーズ

◆産業交流拠点に欲しいと思う機能

- ・産業交流拠点に欲しいと思うサービスは「農産物直売所」が 71.5%と最も高く、次いで「飲食店」が 66.3%となっています。

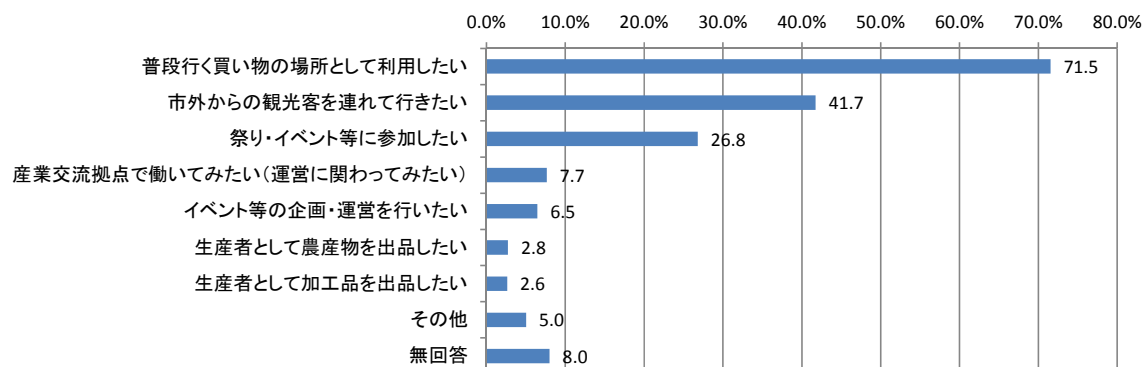
■産業交流拠点に欲しいと思うサービス（N=836、複数回答）



◆欲しい機能が揃っていた場合、産業交流拠点でしたいこと

- ・欲しい機能が揃っていた場合、産業交流拠点でしたいことは、「普段行く買い物の場所として利用したい」が 71.5%と最も高く、次いで「市外からの観光客を連れていきたい」が 41.7%となっています。

■欲しい機能が揃っていた場合、産業交流拠点でしたいこと（N=836、複数回答）

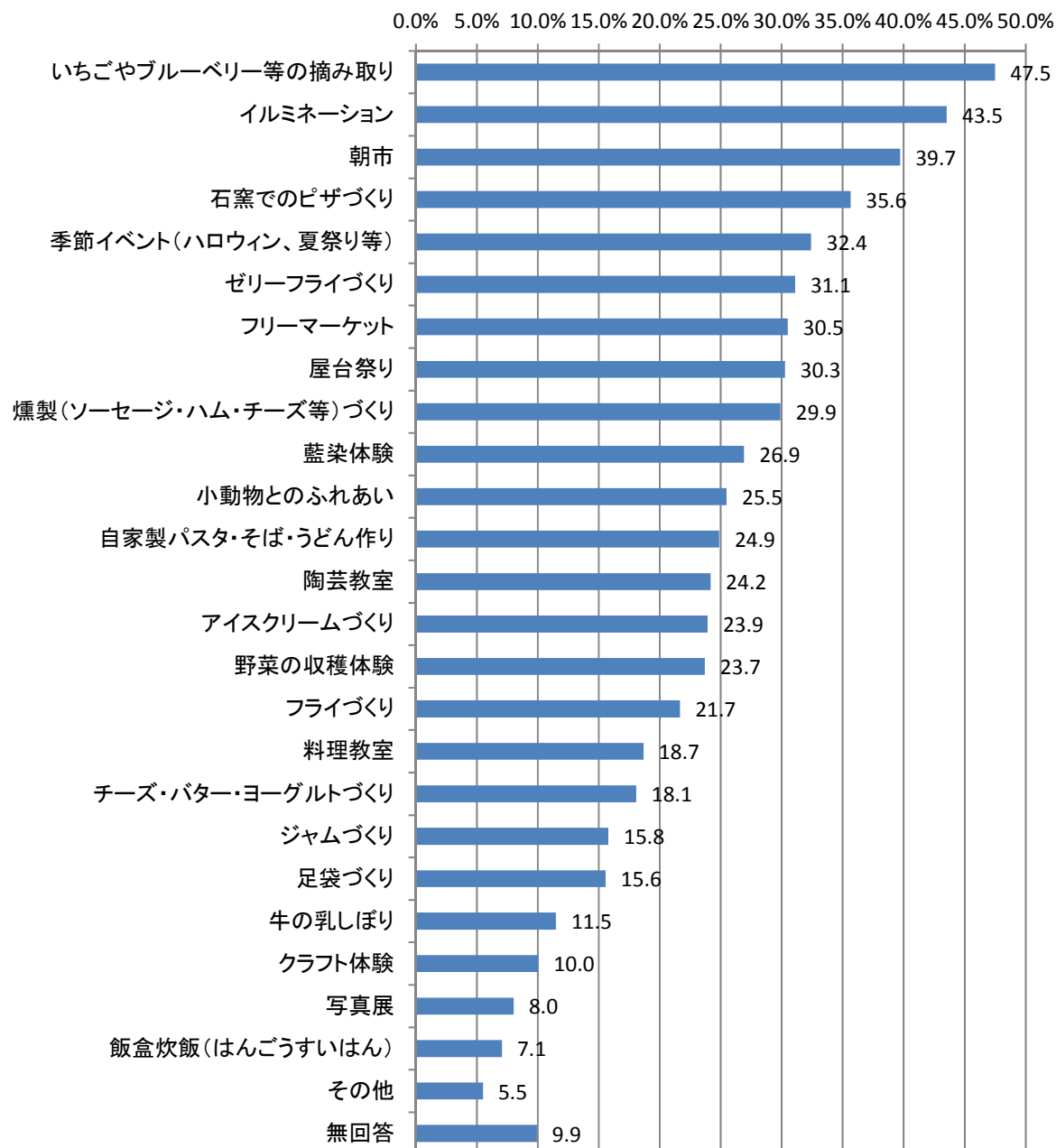


④産業交流拠点で体験・参加意向

◆産業交流拠点で体験してみたいこと、参加してみたいイベント

・産業交流拠点で体験してみたいこと、参加してみたいイベントは「いちごやブルーベリー等の摘み取り」が47.5%と最も高く、次いで「イルミネーション」が43.5%となっています。

■産業交流拠点で体験してみたいこと、参加してみたいイベント（N=836、複数回答）



(3) 分析結果

項目	分析結果
道の駅の利用ニーズ	・若い世代と比較して、高齢の世代の道の駅の利用頻度が高い。 ・道の駅の利用目的は、「その土地の農産物や特産品が売っているため」が約 80%。特に高齢者のニーズが高い。 ・利用頻度を高めるには、農産物や特産品の売り場が求められる。 ・「道の駅はなぞの」や「道の駅めぬま」など、近隣の道の駅の利用ニーズが高い。
農産物、食料品・日用品の購入ニーズ	・農産物を買うときに意識することは「新鮮なものを選ぶ」が最も多く、特に高齢者のニーズが高い。 ・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など、連携した取組みも求められる。 ・食料品や日用品は、距離の近いところを利用する傾向にある。 ・30 歳代、40 歳代は他の年代と比較して、農産物や食料品・日用品の購入に対して安い値段のものを選ぶ傾向にある。
産業交流拠点の機能・ニーズ	・農産物直売所、飲食店、入浴施設が多く、農産物直売所は特に 50 歳代以上でニーズが高い。 ・若い世代ではコンビニエンスストアやレジャー施設が多く、他にも水遊び場やレクリエーション遊具といった子供の遊び場のニーズも高い。 ・高齢の世代では、観光案内所や地元加工品・工芸品等の販売所、手作り市場も求められている。 ・高齢の世代ほど、普段行く買い物場所としての産業交流拠点のニーズが高く、若い世代では観光客を連れてくる場所、祭り・イベント場としてのニーズも高い。
産業交流拠点で体験・参加意向	・いちごやブルーベリー等の摘み取りやイルミネーションへの参加意向が高い。 ・特に若い世代は、イルミネーションや季節イベント、ゼリーフライ・フライづくりや石窯でのピザづくり等の体験への参加意向が高く、高齢の世代は、朝市への参加意向が高い。

2. 市外利用者意向調査

(1) 調査概要

調査対象	埼玉県（行田市以外）、東京都、群馬県、栃木県、茨城県、神奈川県、千葉県に在住の方。
調査方法	インターネットリサーチ会社に登録しているモニターを対象として、オンライン調査を実施。
サンプル数	500 票（性別、年齢、居住地が均等となるようにサンプル割付） ・性別（男性：250 票、女性：250 票） ・年齢（20 歳代：100 票、30 歳代：100 票、40 歳代：100 票、50 歳代：100 票、60 歳代：100 票） ・居住地（埼玉県（行田市以外）：70 票、東京都：80 票、群馬県：70 票、栃木県：70 票、茨城県：70 票、神奈川県：70 票、千葉県：70 票）

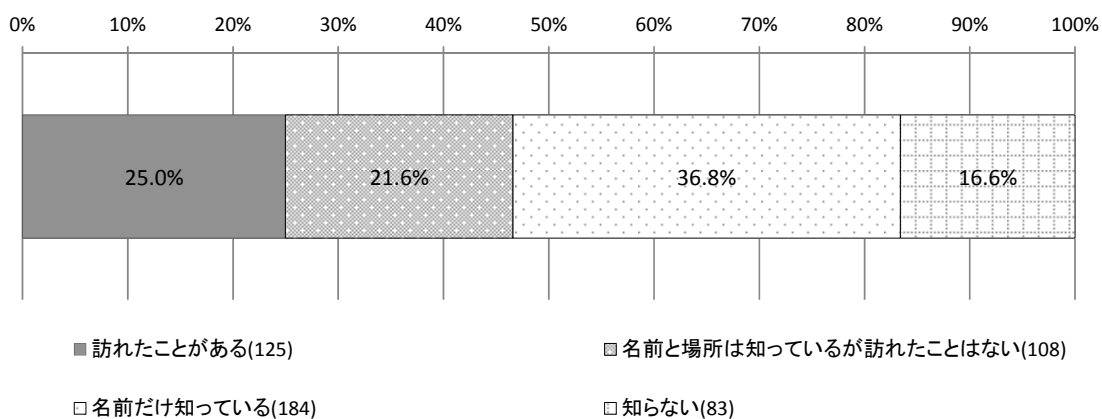
(2) 調査結果（単純集計）

①行田市の認知度・訪問意向

◆行田市の認知度

・「名前だけ知っている」が 36.8%と最も高く、次いで「訪れたことがある」が 25.0%となっています。「知らない」と回答している人は 16.6%となっています。

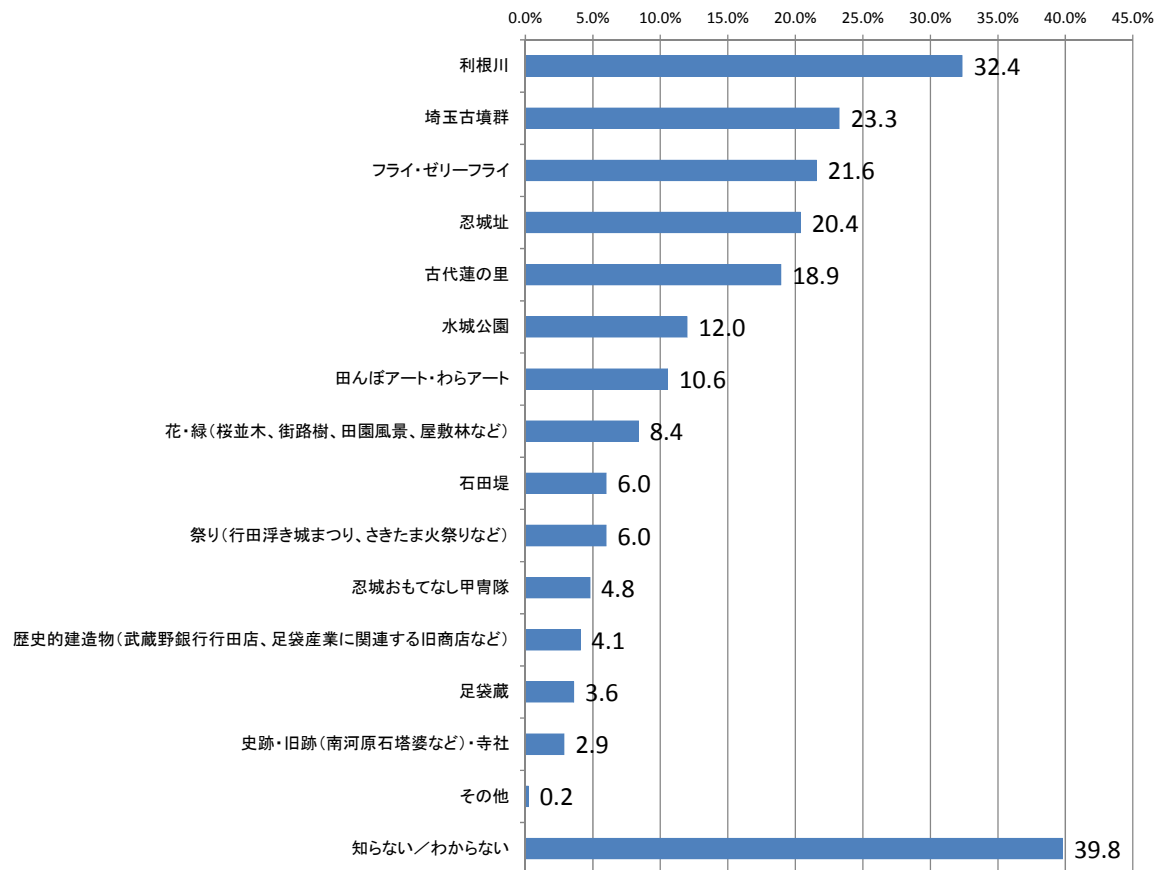
■行田市の認知度（N=500、単一回答）



◆行田市の観光資源の認知度

- ・行田市の観光資源の認知度は、「利根川」が32.4%と最も多く、次いで、「埼玉古墳群」が23.3%、「忍城址」が20.4%となっています。

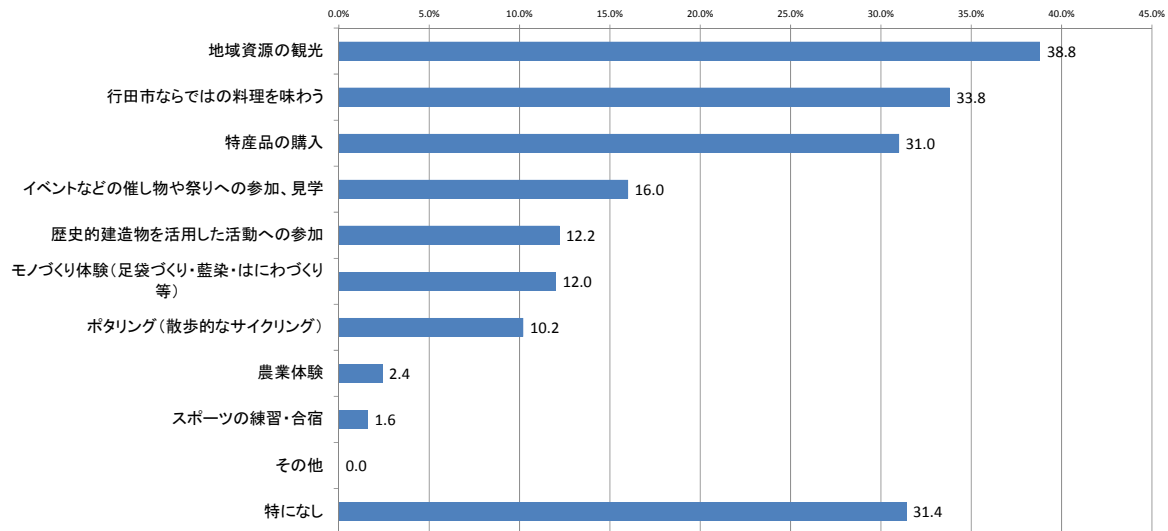
■行田市の観光資源の認知度（N=417、複数回答）



◆行田市でしてみたいこと

・行田市でしてみたいことは「地域資源の観光」が 38.8%と最も多く、次いで「行田市ならではの料理を味わう」が 33.8%、「特産品の購入」が 31.0%となっています。

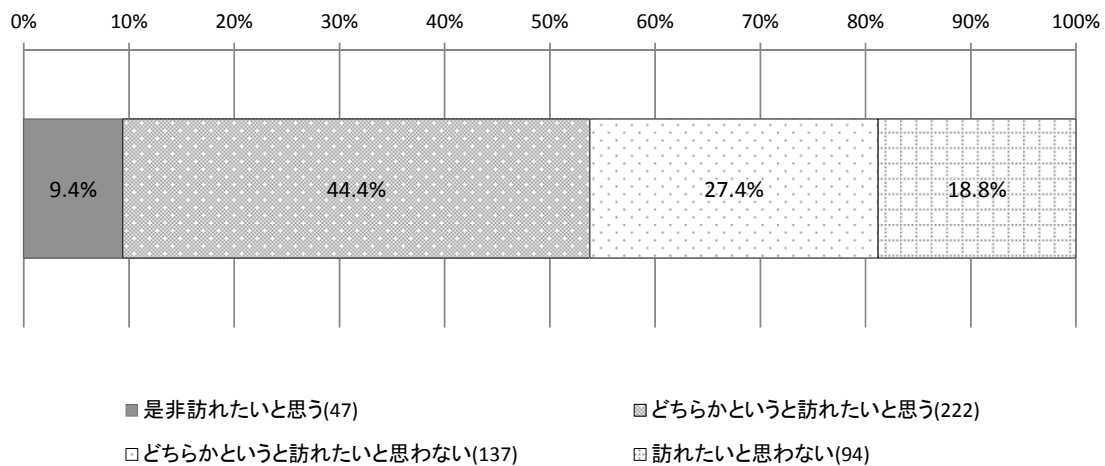
■行田市でしてみたいこと（N=500、複数回答）



◆行田市への訪問意向

・訪れたいという回答が 53.8%、訪れたいと思わないという回答が 46.2%となっています。「どちらかというと訪れたいと思う」が 44.4%と最も多くなっています。

■行田市への訪問意向（N=500、単一回答）

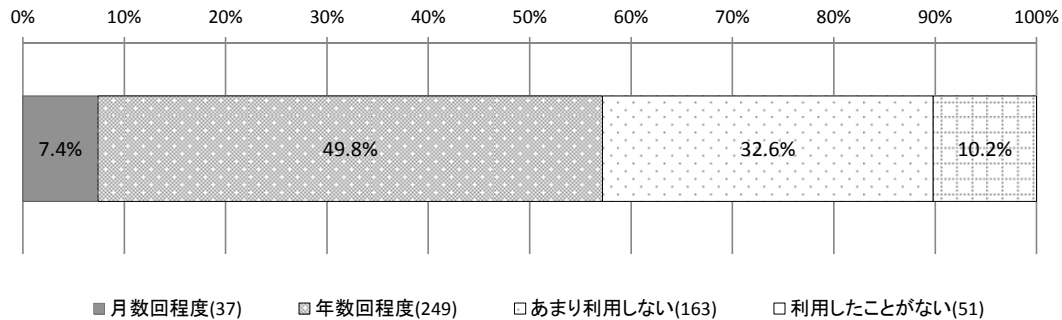


②道の駅の利用ニーズ

◆道の駅の利用頻度

- ・道の駅の利用頻度は、「年数回程度」が 49.8%と最も多くなっており、次いで、「あまり利用しない」が 32.6%となっています。

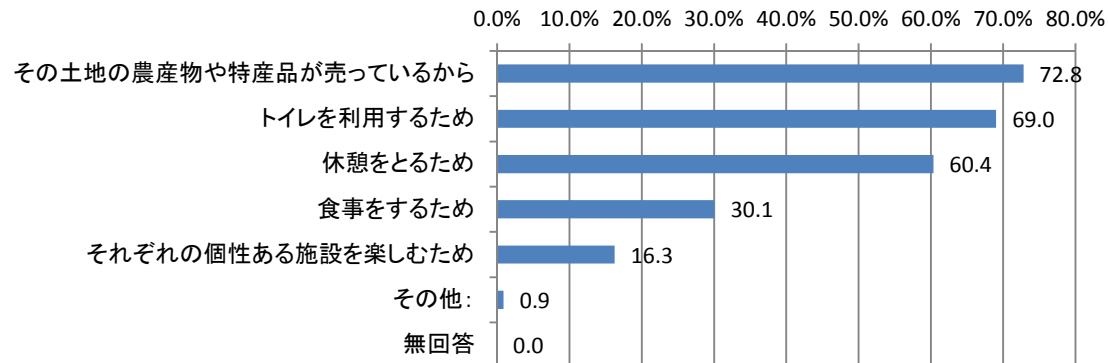
■道の駅の利用頻度（N=449、単一回答）



◆道の駅の利用目的

- ・道の駅を利用する目的は、「その土地の農産物や特産品が売っているから」が 72.8%と最も多く、次いで、「トイレを利用するため」が 69.0%となっています。

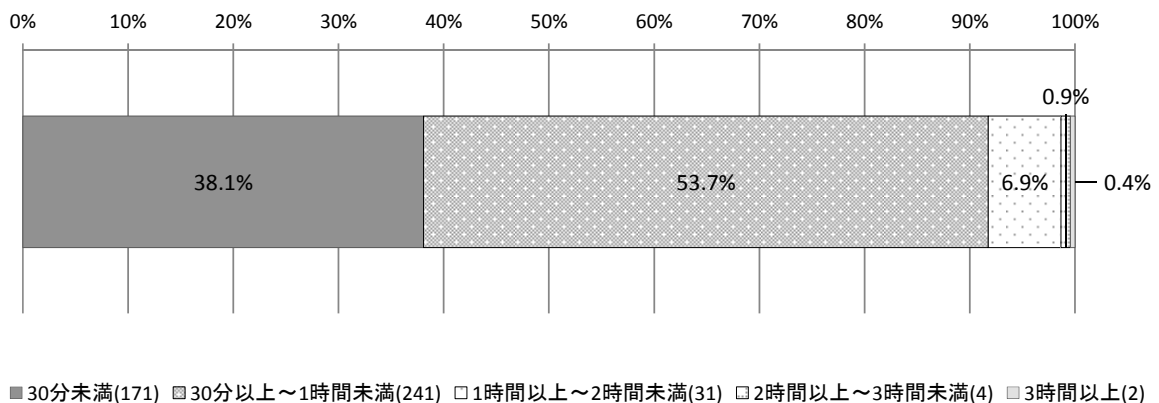
■道の駅の利用頻度（N=449、複数回答）



◆道の駅の滞在平均時間

- ・道の駅の滞在時間は「30分以上～1時間未満」が 53.7%と最も多く、次いで、「30分未満」が 38.1%となっており、全体の 91.8%が 1時間未満の滞在時間となっています。

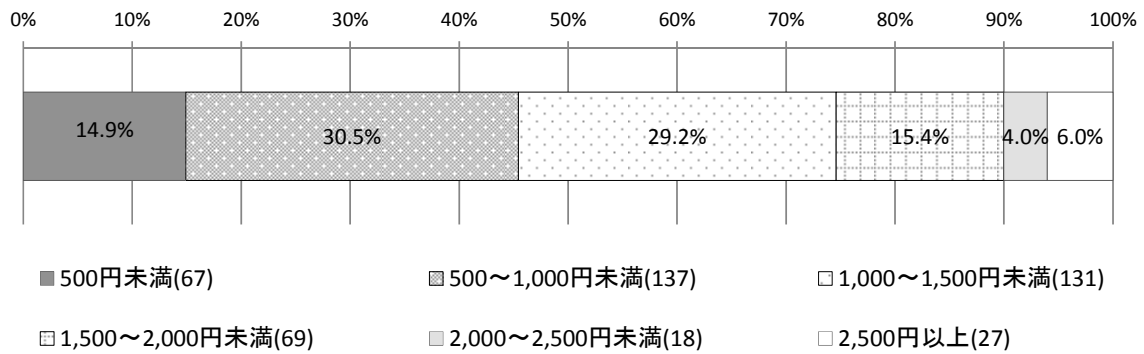
■道の駅の滞在平均時間（N=449、単一回答）



◆道の駅での消費額

・道の駅での消費額は、「500 円以上～1,000 円未満」が 30.5%と最も多く、次いで「1,000 円以上～1,500 円未満」が 29.2%となっています。

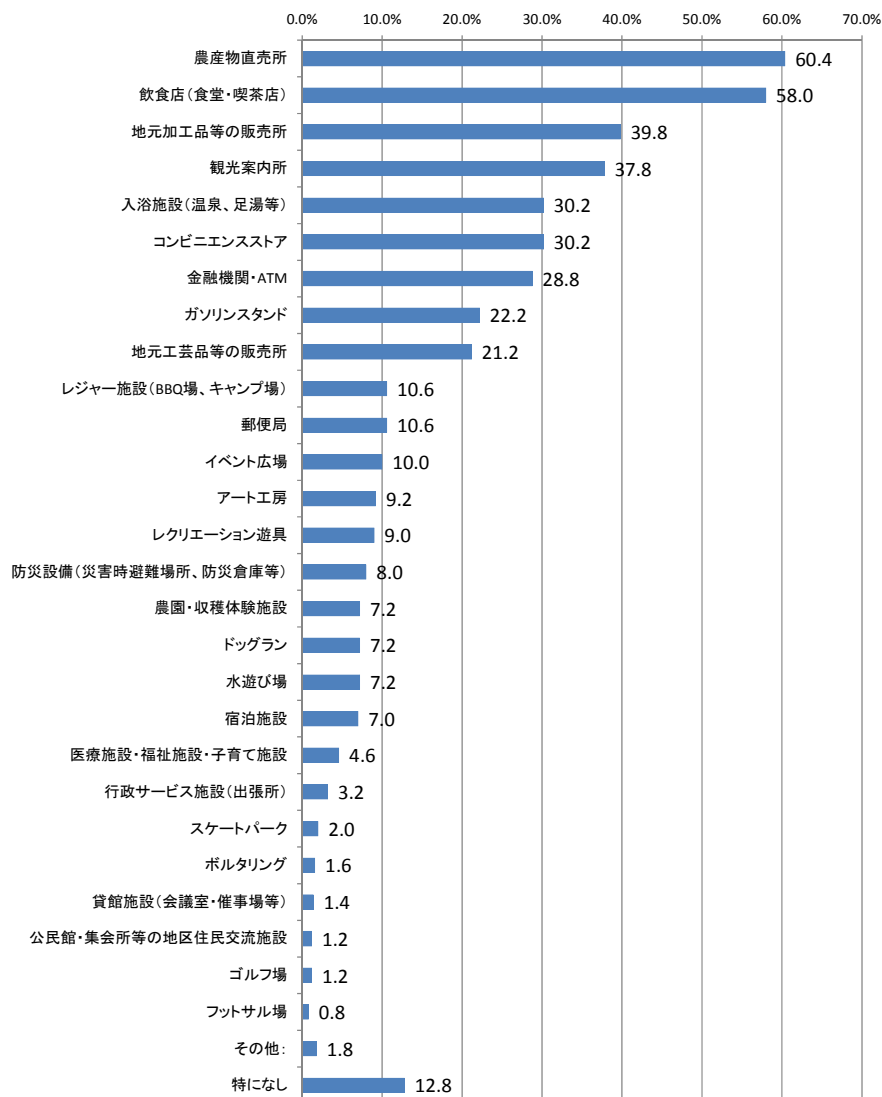
■道の駅の消費額（N=449、単一回答）



◆道の駅に求める機能

・道の駅に求める機能として、「農産物直売所」が 60.4%と最も多く、次いで、「飲食店（食堂・喫茶店）」が 58.0%となっています。

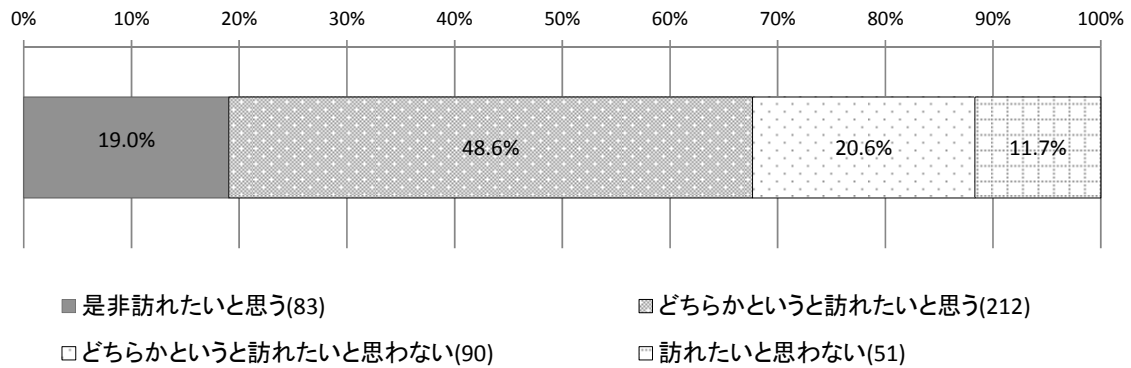
■道の駅に求める機能（N=500、複数回答）



◆道の駅に求める機能を備えた道の駅が行田市にできた時の訪問意向

・訪れたいと思うという回答が 67.6%、訪れたいと思わないという回答が 32.3%となっています。「どちらかというと思いたいと思う」が 48.6%と最も多くなっています。

■道の駅に求める機能を備えた道の駅が行田市にできた時の訪問意向（N=449、単一回答）



（３）分析結果

項目	分析結果
行田市の認知度・訪問意向	・ 20 歳代は行田市を知らない人が 43.0%と多く、高齢になるほど認知度は高くなる。 ・ 訪問経験については、利根川、埼玉古墳群、忍城址、古代蓮の里があげられ、フライ・ゼリーフライの認知度も高い。 ・ これらの地域資源の観光や料理を味わう、特産品の購入に対して来訪意向が高い。
道の駅の利用ニーズ	・ 埼玉県内や群馬県などの近隣からの訪問意向が高い。 ・ 若い世代と比較して、高齢の世代ほど利用頻度、滞在時間、道の駅での消費金額が高くなる。 ・ 農産物や特産物の購入、飲食を目的とする場合は、1,000 円以上～1,500 円未満程度の消費をしている。 ・ 農産物直売所（特に高齢者）や飲食店が求められており、若い世代ではコンビニエンスストアやレジャー施設、高齢の世代では地元加工品・工芸品の販売所のニーズも高い。

3. 団体意向調査

(1) 調査概要

産業交流拠点との連携を検討するため、市内団体に対してアンケート調査を実施しました。

■調査概要

調査対象	産業交流拠点において連携の見込める市内団体
調査方法	郵送配布、郵送回収
調査項目	・団体について ・団体活動の対象（ターゲット）について ・団体活動の課題について ・産業交流拠点の機能について ・産業交流拠点での連携について

■対象団体

対象団体	主な活動内容
行田 FZ 友の会	フライ、ゼリーフライの販売。
行田市商店会連合会	商店会売出し、商品券販売及び換金。
公益社団法人 行田青年会議所	「音楽でまちづくり」をテーマに、地域の人をつなげ、まちを活性化させる運動。
行田軽トラ朝市実行委員会	毎月第3日曜日に産業文化会館隣芝生広場において、朝市を定期開催し、朝取り農産物等の対面販売を行っている。 市内イベント開催時に出張販売を行っている。
ほくさい農業協同組合 行田中央支店	組合員を主とした金融、共済、営農、経済業務。
ほくさい農業協同組合 行田農産物直売所	地元で収穫された、農産物の販売。

(2) 調査結果概要

下表は産業交流拠点に欲しい機能、連携できる取組とその具体的な内容を並べた表となります。重点をおいてほしい機能として農産物直売所、飲食店、イベント広場、農園、収穫体験施設が挙げられています。

また、産業交流拠点と連携できる取組を見ると、軽トラ朝市や音楽イベントなど、イベントでの連携ニーズが特に高くなっています。

団体名	産業交流拠点に欲しい機能	特に重点を置いてほしい機能	理由	連携できる取組	具体的な内容
行田FZ友の会	・地元加工品等の販売所 ・イベント広場 ・飲食店(食堂・喫茶店) ・宿泊施設	飲食店 (食堂・喫茶店)	地元に根付いたグルメ、行田フライ・ゼリーフライの出来立てを食べてもらいたい。	産業交流拠点でのイベント参加	B級グルメイベントなどで行田フライ、行田ゼリーフライの販売。
				飲食店舗等への出店	2〜3坪の調理室が出来れば出来立てのフライ、ゼリーフライが提供可。
				ゼリーフライづくり、フライづくり	フライ・ゼリーフライ教室または起業してみたい方に教えます。
				朝市、屋台祭り	
行田市商店会連合会	・飲食店(食堂・喫茶店) ・防災設備(災害時避難場所、防災倉庫等) ・レジャー施設(キャンプ場、BBQ場) ・宿泊施設	飲食店 (食堂・喫茶店)	行田らしさを出す中心にレストラン、食堂がなく観光客、市民を含め食事場所に困っている。		
公益社団法人 行田青年会議所	・農産物直売所 ・観光案内所 ・イベント広場 ・アート工房	イベント広場	場所はあると思うが、管理団体に許可を得られない。人を呼ぶ付加価値として、柔軟な考えを持ってほしい。	産業交流拠点でのイベント参加	場所を盛り上げ、地域のにぎわいを創造する「音楽イベント」。
				季節イベント(ハロウィン、夏祭り等)	行田市内に住むアマチュアミュージシャンを集めて野外フェス等。
行田軽トラ朝市実行委員会	・農産物直売所 ・地元加工品等の販売所 ・地元工芸品等の販売所 ・観光案内所 ・飲食店(食堂・喫茶店) ・農園・収穫体験施設	農園・収穫体験施設	周辺市町村の道の駅には農産物直売施設、飲食店等が完備されているが、農業体験施設等はあまりなく、本市における特色が出るため。	産業交流拠点でのイベント参加	産業交流拠点でイベント開催時、軽トラ朝市として参加する。
				朝市	朝採り地元農産物の対面販売。
ほくさい農業協同組合 行田中央支店	・農産物直売所 ・地元加工品等の販売所 ・観光案内所 ・飲食店(食堂・喫茶店)	農産物直売所	基本として、最もお客が身近に立ち寄れる場所であるから。	農産物直売への参加	JA運営の中に、農産物直売所があり、道の駅と同種であるので、個人的には連携を望みます。
ほくさい農業協同組合 行田農産物直売所	・農産物直売所 ・地元加工品等の販売所 ・飲食店(食堂・喫茶店)	農産物直売所	道の駅を基本としては、何処の道の駅にも農産物販売所は連携していると思います。	農産物直売への参加	私個人的には、立地場所・経営状況等にもよりますが、農産物直売の参加はあっても良いかなと思います。行田農産物直売所は、ほくさい農業協同組合として運営をしております。連携の有無につきましては、組織の判断に委ねたいと思います。

4. 事例調査

(1) 調査概要

「全国モデル」、「埼玉県」、「茨城県」、「栃木県」、「群馬県」、「山梨県」の道の駅を対象として事例調査を行いました。

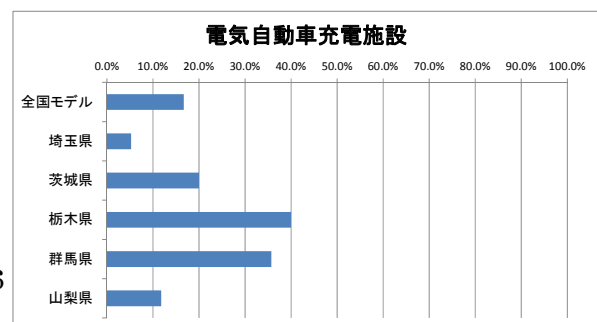
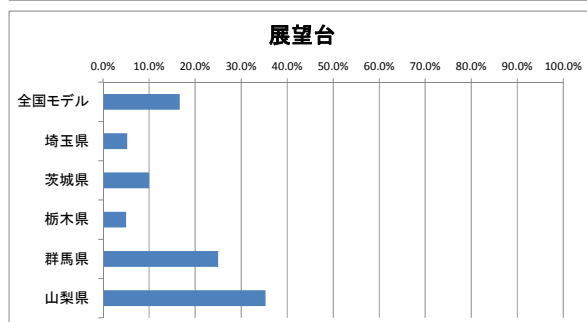
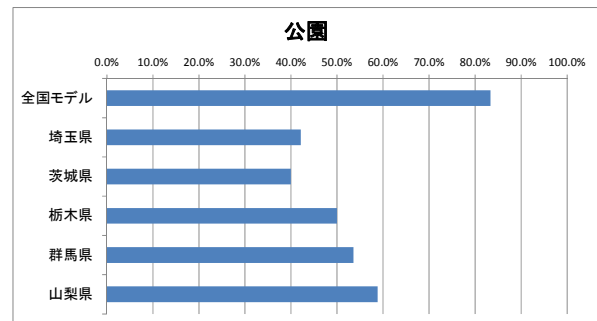
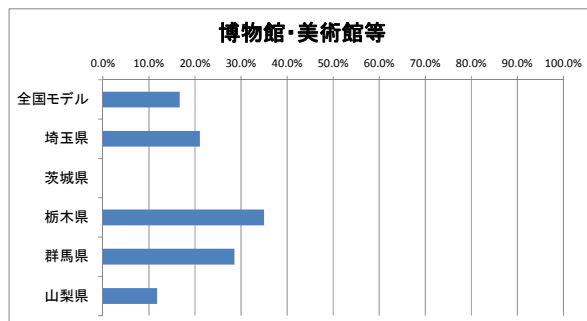
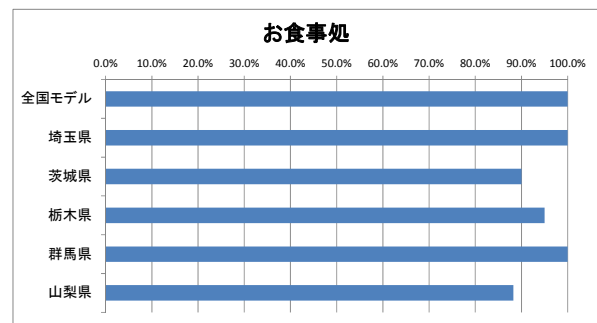
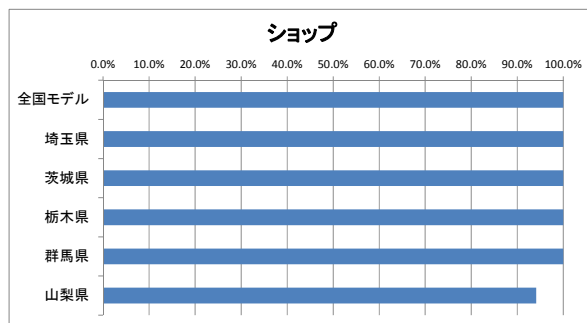
調査対象	施設数	調査項目
全国モデル	6	・駐車場台数
埼玉県	19	・機能、イベント・取組
茨城県	10	・運営主体
栃木県	20	・集客状況（収益、集客数）
群馬県	28	※機能については、「道の駅旅案内全国地図[平成 26 年度版]」に掲載されている機能分類で整理
山梨県	17	

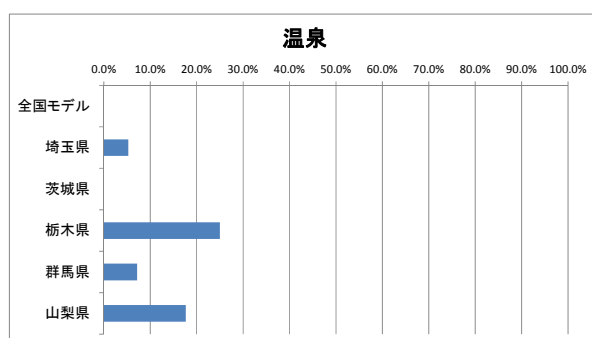
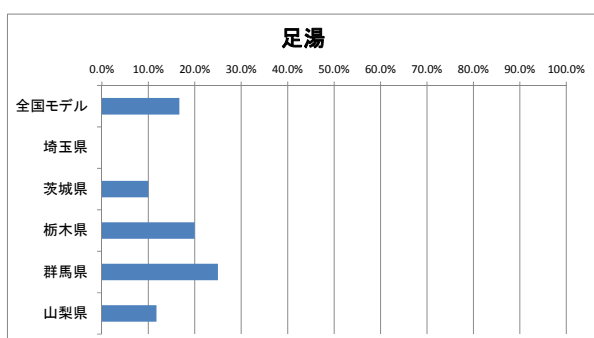
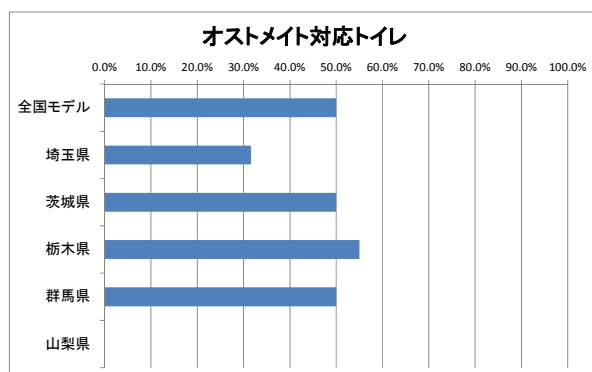
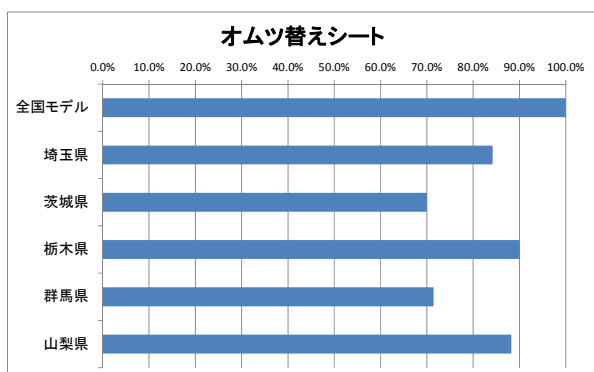
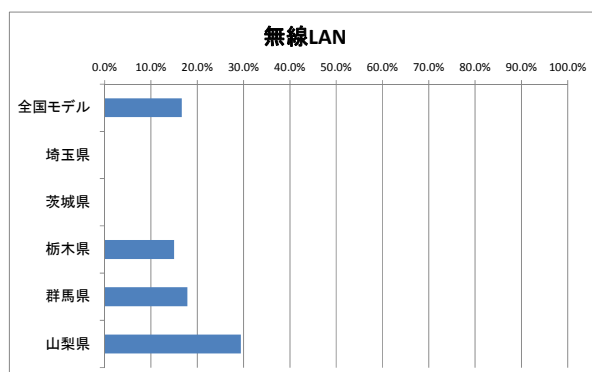
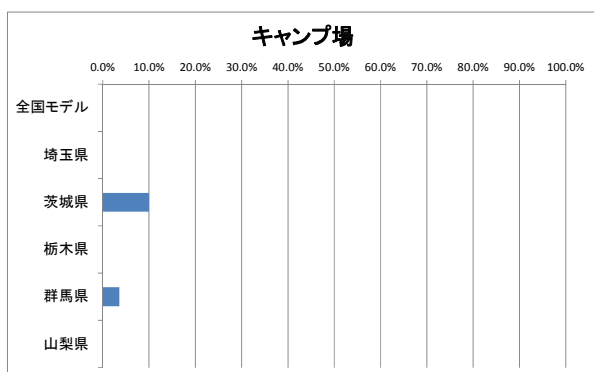
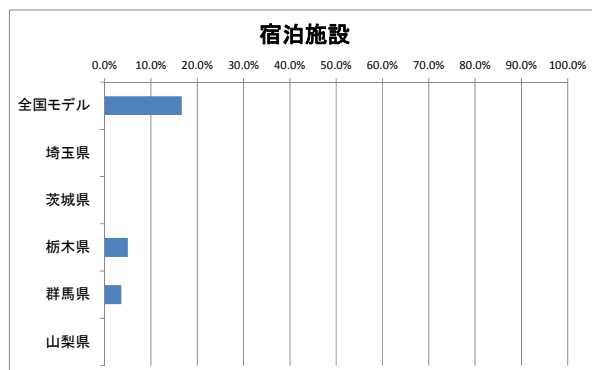
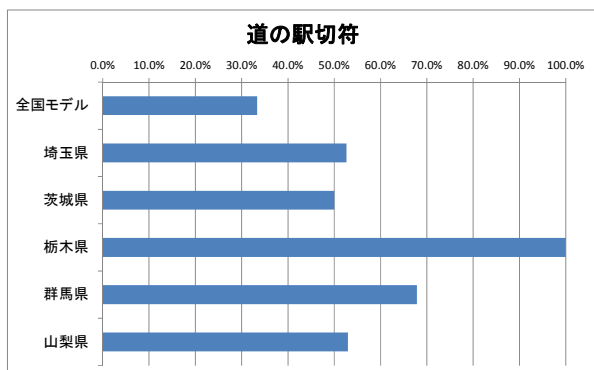
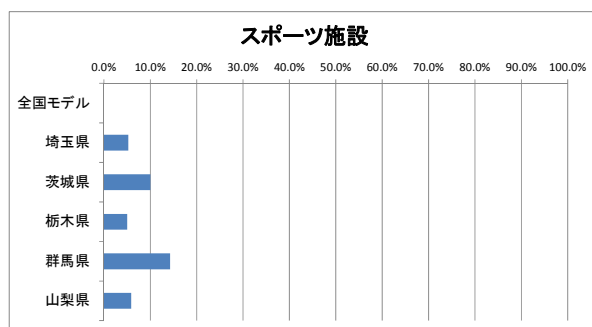
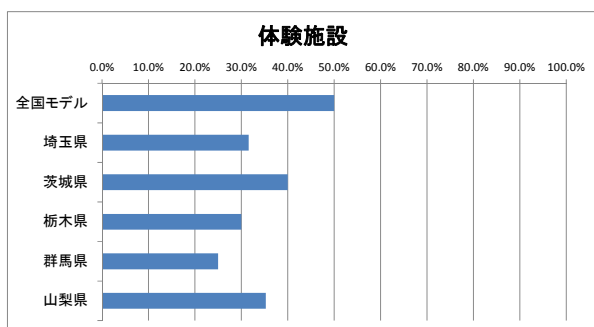
(2) 調査結果

①全体の調査結果

下のグラフはショップや公園等の機能の保持率を表しています。

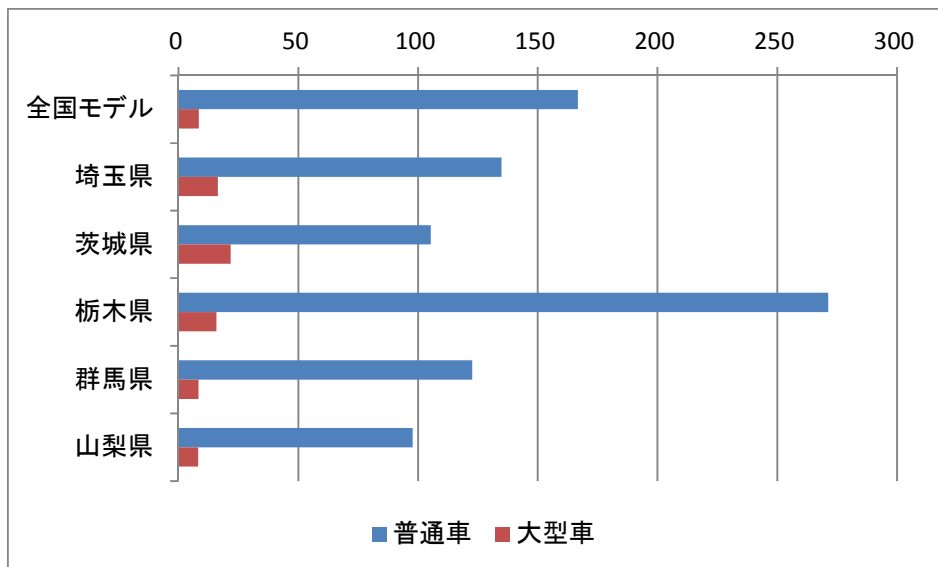
全国モデルの道の駅は「公園」、「体験施設」、「オムツ替えシート」を保持している割合が高くなっています。特に、「オムツ替えシート」、「公園」の保持率が他県と比べて高くなっています。





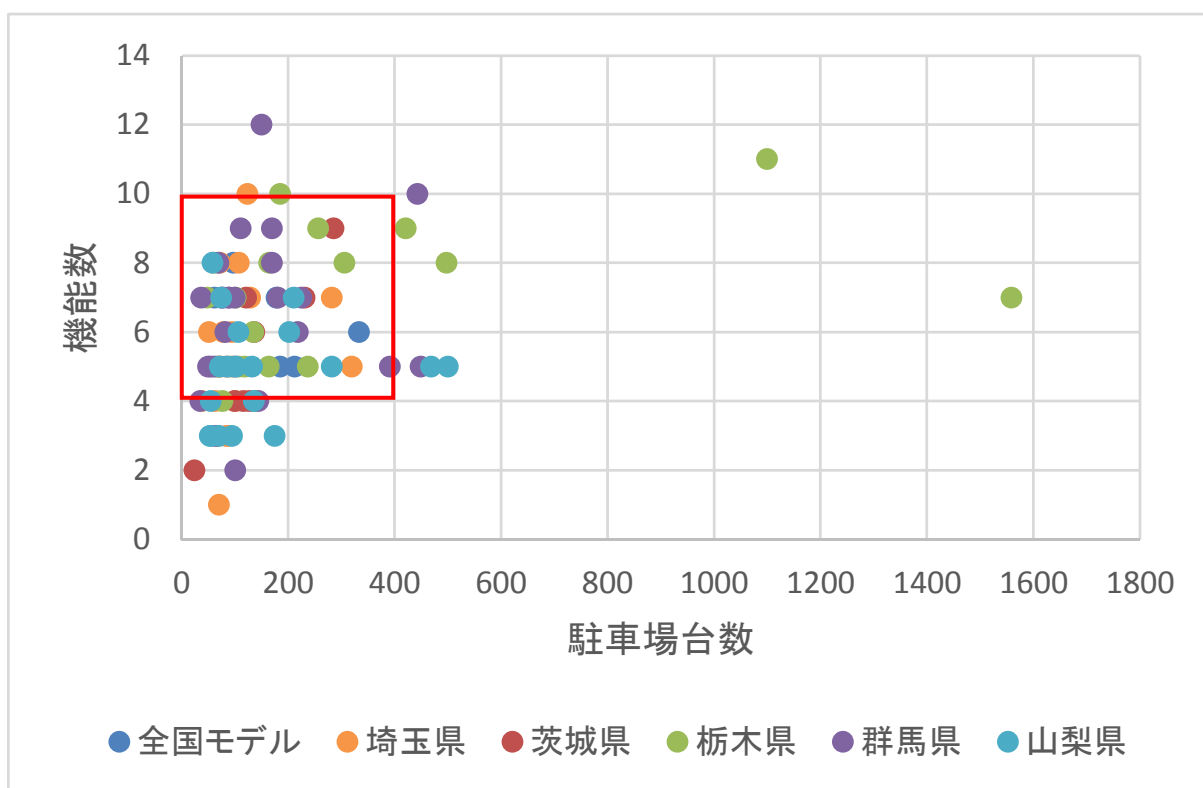
下図は1施設当たりの平均駐車場台数を表したグラフとなります。

栃木県の道の駅は普通車の駐車場台数が250台以上と、他県と比べて高くなっています。



下図は機能数と駐車場台数の関係を表した散布図となります。

駐車台数が0～400台、機能数が4～10の場所に集中しています。特に駐車台数が0～200台、機能数が4～8の場所に集中しています。



②全国モデルの調査結果

下表は全国モデル道の駅の特徴、収益、イベント・取組、特産品を並べた表となります。

全国モデル道の駅全体の特徴として、地域の特産品や農作物を用いたイベント・取組が多いことが挙げられます。

また、「道の駅 遠野風の丘」、「道の駅 もてぎ」では防災拠点の機能も兼ね備えています。

「道の駅 もてぎ」では平時からの防災啓発に活用され、「道の駅 遠野風の丘」では東日本大震災時、自衛隊・消防隊やボランティアの方々の後方支援拠点として機能しました。

名称	特徴	収益	集客数	イベント・取組	特産品
遠野風の丘	○防災の拠点 ○産業振興の拠点 ○観光や地方移住等 総合案内拠点	約6億円	約100万人	遠野ふるさと村Mix展	どぶろく(お酒)
				ミニ防災セミナー	遠野地ビール
				創業祭	遠野そば
					その他、遠野オリジナル商品
					等
もてぎ	○「道の駅」を核とした6次産業化 ○地域のにぎわいの拠点 ○地域の防災拠点 ○ふるさと納税の推進	約7.2億円	約144万人	まるごとブルーベリーアイスの販売	手打そば(茂木産そば粉使用)
				交流イベント	わっぱ飯(茂木産もち米使用)
					手作りアイス
					もてぎのご当地ラーメン
					等
川場田園プラザ	○農業プラス観光 ○地域のゲートウェイ	約10億円	約120万人	春のイベント	米粉パン(川場産米使用)
				七夕かざり	地ビール(川場ビール工房)
				ブルーベリー祭り	手打ちそば
					等
とみうら	○「道の駅」を核とした6次産業化 ○地域固有の観光資源をパッケージ化し、観光ニーズを呼び込み ○地域の伝統・文化の継承、交流のための取り組み	約5億円	約140万人	いちご狩り	ビワとビワを用いた各種商品
				菜の花	等
				食用ナバナ摘み	
				菜の花祭り	
				ハウスびわ	
				海水浴	
				アジすくい	
				人形劇フェスティバル	
				露地びわ	
萩しーまーと	○萩漁港の水揚げ高の約15%を販売し、地産地消に寄与 ○地元加工業者と連携して生み出したヒット商品は、地域全体の活性化に貢献	約10億円	約140万人	萩・お魚の日	地物さざえ
				萩シーマートのGW	地物ワカメ製品
				萩・瀬付きあじ祭り	夏みかんゼリー
				萩・魚まつり	焼き抜き蒲鉾
				萩・年末お魚市	かつおふりだし
				萩・しらうお祭り	萩ちりめん
				萩の真ふぐ祭り	夏みかんジュース・ジャム 等
内子フレッシュパークからり	○季節の農作物にあわせて加工商品を開発販売 ○I Tを導入して鮮度を追求することで安全安心な農産物提供システムを構築	約7億円	約80万人	からり春祭り	ぶどう(ピオーネ)
				梨	アイスクリームの日イベント
				母の日サービス	ハム・ソーセージセット
				豆サービスデー	おまかせ 旬の野菜・果物セット
				父の日サービス	もち麦うどんセット
				トレーサの日	等
				からり収穫祭	
				年末感謝祭	
				七草粥サービスデー	
				甘酒サービスデー	
				子どもフェスティバル	
				梅サービスデー	
				からり記念祭	

※「イベント・取組」、「特産品」は各道の駅HPより、「収益」、「集客数」、「特徴」は国土交通省道路局HP

より参照

第3章 地域の課題の整理

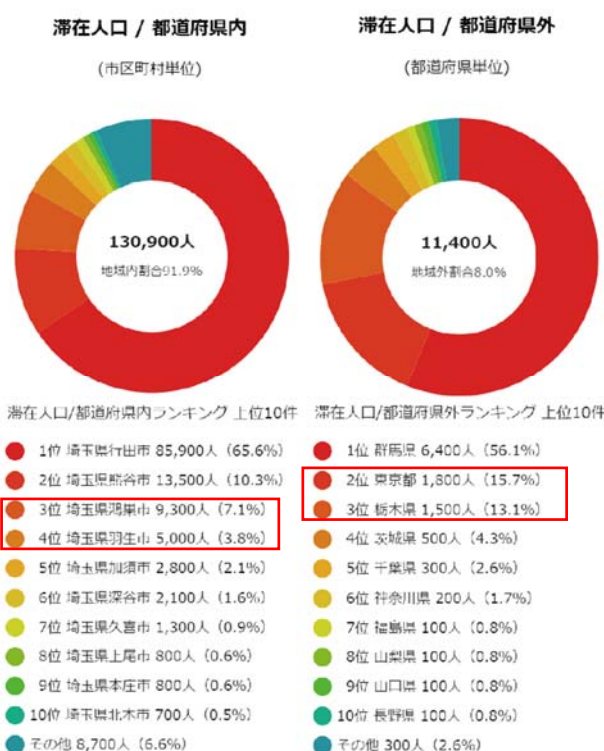
1. ニーズ分析

(1) 地域ニーズの分析

産業交流拠点の整備にあたって、市外利用者アンケートによる「行田市の道の駅利用意向」から、ターゲットの大枠を設定します。また、各機能導入にあたってのターゲットは別途設定することとします。

①本市への滞在人口（2時間以上）

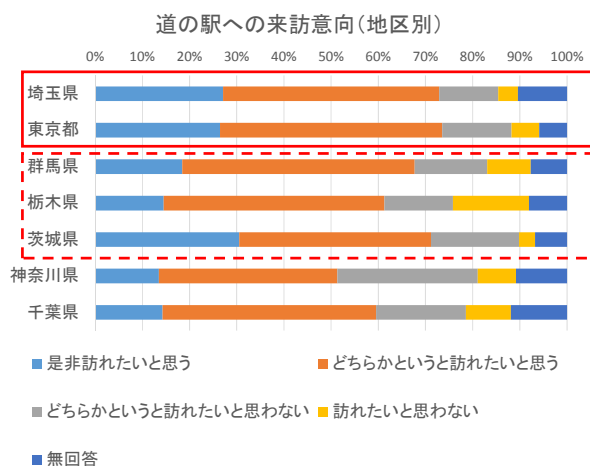
本市への2時間以上の滞在人口をみると、熊谷市や鴻巣市、羽生市からの滞在人口が多く、これは日常生活における行田市への滞在ニーズと考えられます。また、埼玉県外では群馬県や東京都が広域的なニーズとして考えられます。



資料：地域経済分析システム（内閣府）

②市外利用者の地域ニーズ：（自家用車所有者）

埼玉県内と東京都の自家用車所有者のニーズが高くなっており、市外利用者の第一のターゲットとして考えられます。次いで、群馬県、茨城県、栃木県といった北関東圏が第二のニーズとして考えられます。

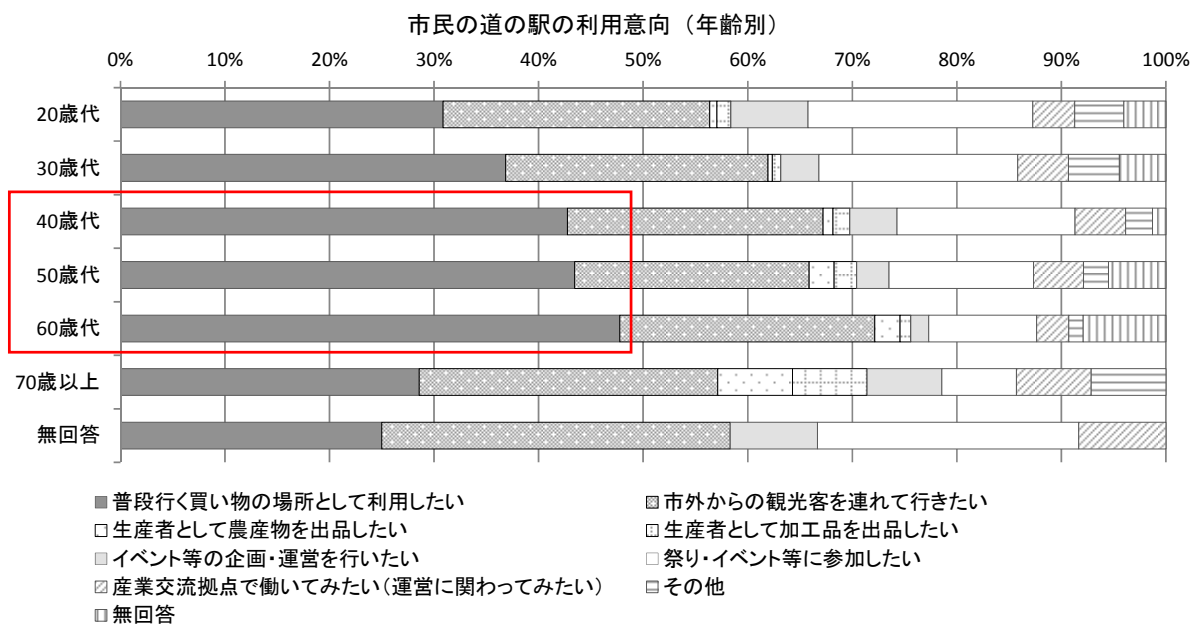


資料：市外利用者アンケート調査

(2) 年齢ニーズの分析

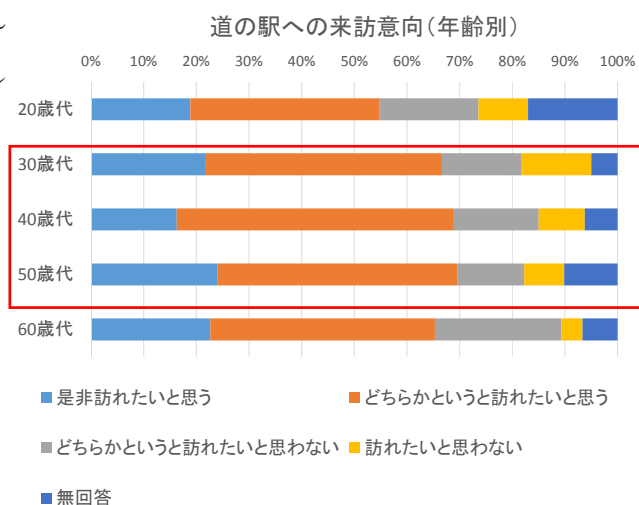
①市内利用者の年代ニーズ

市民の道の駅の利用意向をみると、40歳代以上で「普段行く買い物の場所として利用したい」意向が多く、年齢があがるにつれ日常の利用ニーズが高くなります。20歳代～30歳代では、「祭り・イベント等に参加したい」が40歳代以上の意向と比較して高くなっています。



②市外利用者の年代ニーズ：（自家用車所有者）

行田市の道の駅の来訪意向は、30歳代～50歳代のニーズが高く、市外利用者に対しては、子ども連れなどのファミリー世帯をターゲットとした機能導入が求められます。



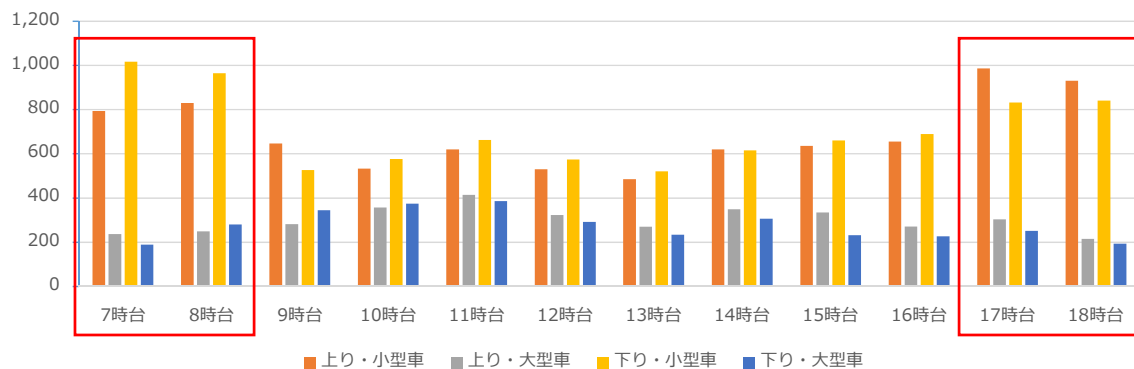
(3) 日常（平日）の利用ニーズ

①アクセス道路の自動車交通

対象地のアクセス道路である国道 125 号行田バイパスの交通量は、23,674 台/日となっており、特に、7～8 時台と 17～18 時台においては、小型車の交通量が多くなっています。また、大型車は 10～11 時台、14～15 時台の交通量が多くなっています。

これらは、日常的に休憩や飲食等で立ち寄るニーズとして考えられます。

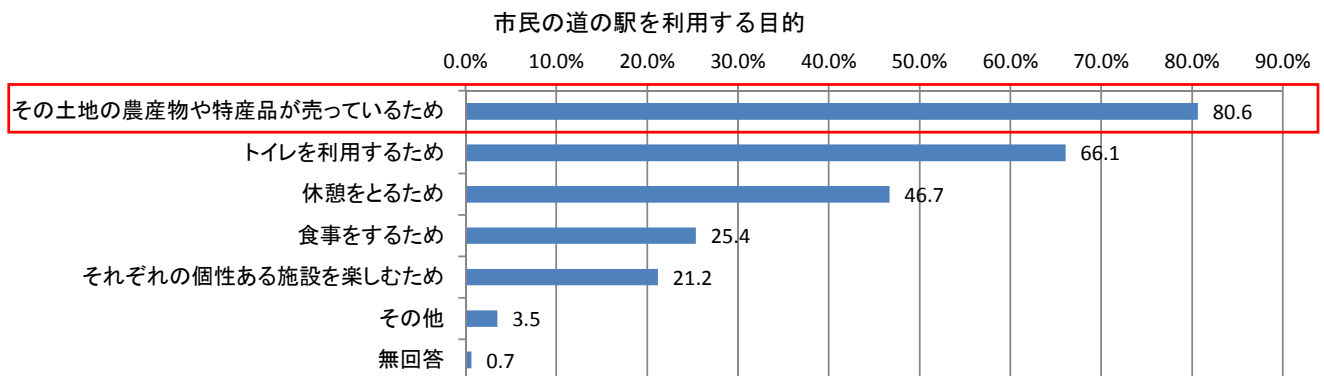
国道 125 号行田バイパスの交通量



資料：平成 22 年度道路交通センサス

②農産物直売所を利用する市民ニーズ

市民ニーズとして、市民が農産物直売所を目的として道の駅に立ち寄る割合が 80.6%と最も多く、日常の買い物の場として、利用することが考えられます。

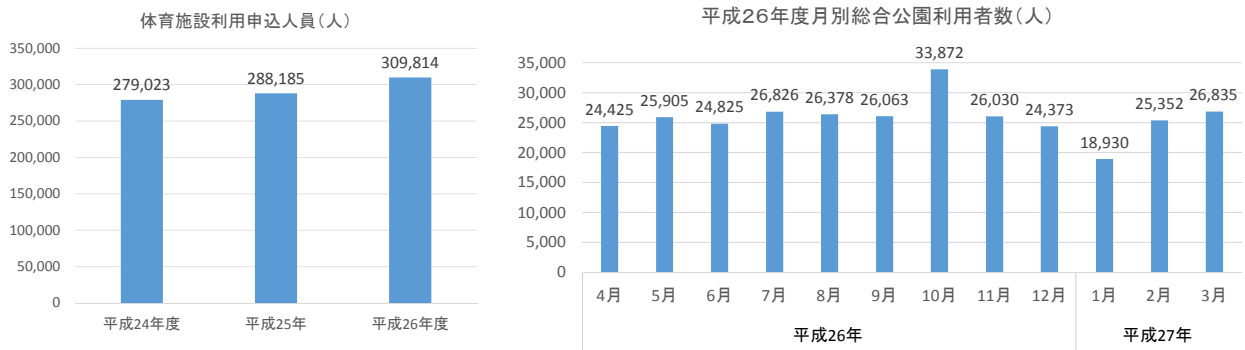


資料：市民意識調査

(4) 隣接施設や観光施設との連携によるニーズ

①隣接する行田市総合公園利用者

対象地と隣接する行田市総合公園の利用者数は、平成 24 年度から平成 26 年度の平均で、約 29 万人となっており、行田市総合公園利用後に買い物や飲食、休憩の場として立ち寄ることが想定されます。平成 26 年度の利用状況をみると、特に、10 月の利用が最も多く、次いで 3 月や 7～8 月などの春休み、夏休み時期の利用が多くなっています。

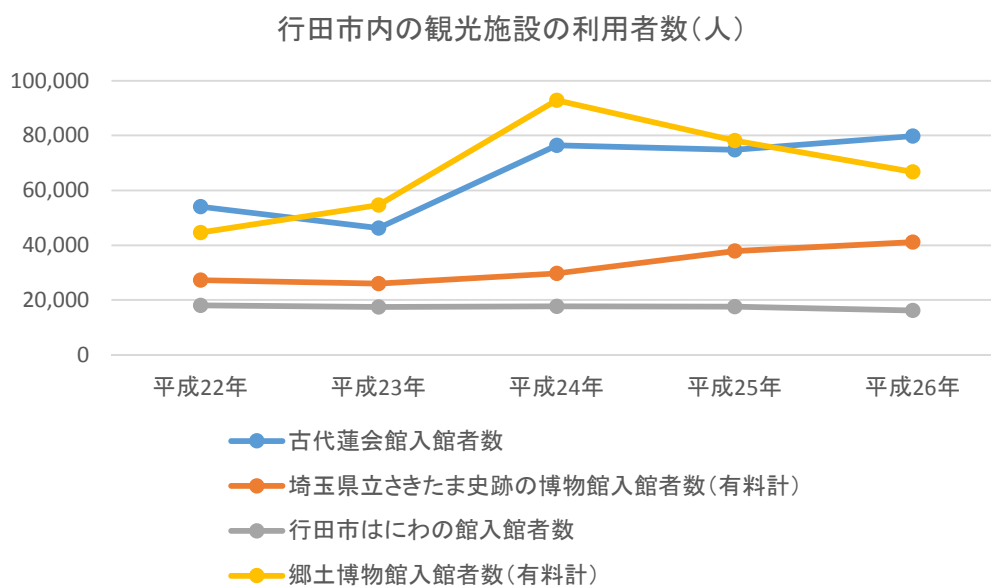


資料：市提供資料

②市内観光施設の利用者

平成 22 年から平成 26 年の市内観光施設の利用者の平均は約 18 万人となっており、特に埼玉県さきたま史跡の博物館や古代蓮会館の入館者数が増えており、これらの観光施設を連携することによって相乗的に高めることができるニーズとして考えられます。

また、情報発信機能を強化することで、市内の観光情報の拠点としての役割を担うことも必要です。



資料：平成 27 年度統計ぎょうだ

2. 課題の整理

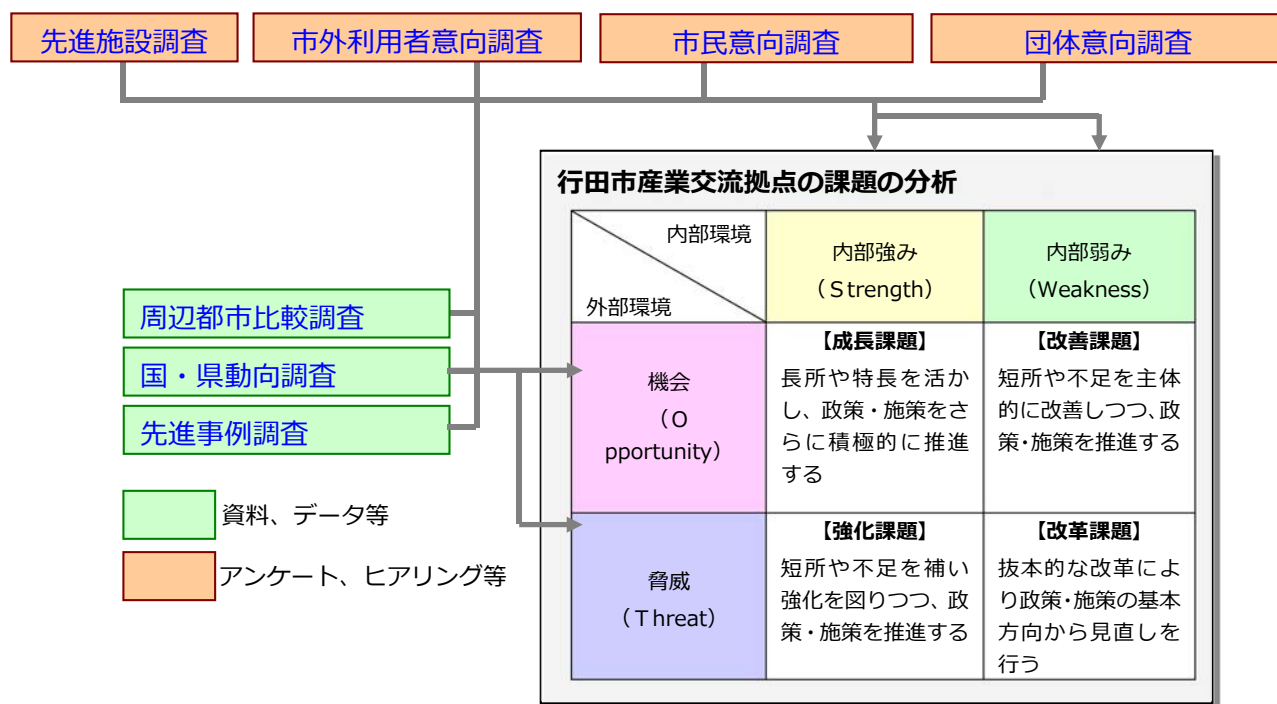
(1) 課題の抽出

①課題抽出の方法

基礎調査結果及びニーズ分析結果を踏まえ、産業交流拠点の課題を抽出します。課題の抽出は、調査・分析結果から内部環境（強み・弱み）と外部環境（機会・脅威）を整理し、SWOT分析によって、成長課題・強化課題・改善課題・改革課題を抽出します。

特に、本市の強みを活かし、成長課題・強化課題から取り組み、産業交流拠点の発展に必要な改善課題・改革課題に取り組むこととします。

■SWOT 分析の流れ



②内部環境・外部環境の整理

内部環境は、基礎調査（現況・立地）や市民意向調査から、行田市及び産業交流拠点の整備にあたっての強みと弱みを整理します。

■内部環境（強み）の整理

【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。
- 市内には田んぼアート、忍城址、古代蓮の里などの観光資源に恵まれている。

【市民意識調査】

- 若い世代と比較して、高齢の世代の道の駅の利用頻度が高い。
- 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。
- 新鮮なもの、安価なもの、旬なものを扱う農産物直売所が求められており、自宅からの距離の近さも利用する基準となっている。
- 高齢の世代ほど、新鮮で旬なものを扱う農産物直売所のニーズが高い。
- 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。
- 普段食料品、日用品を購入する場所での消費金額は高齢の世代や女性ほど高い。
- 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。

■内部環境（弱み）の整理

【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。

外部環境は、トレンド（社会的背景）や事例調査、先進施設ヒアリング、現況・立地、市外利用者意識調査から、行田市及び産業交流拠点の整備にあたっての機会と脅威を整理します。

■外部環境（機会）の整理

【トレンド（社会的背景）】

- 「地域の拠点機能の強化」と「ネットワーク化」を重視し、「道の駅」自体が目的地となるような整備が期待されている。
- 「道の駅」の利用にとどまらず、周辺の散策情報や地域との交流など、様々なニーズがある。
- ドライブ途中での観光情報など、地域情報に対するニーズが高い。
- 健康に対する意識の高まっている（特に高齢者）。
- 地産地消が推進されている。

【事例調査】

- 全国モデル道の駅の80%以上に公園、広場が備わっている。

【先進施設ヒアリング】

- 全国モデル道の駅では、周辺の道の駅との連携（ガイドマップの共同作成、「花のB to B」など）の取り組みが盛んにされている。

【現況・立地】

- 熊谷市や鴻巣市、羽生市からの滞在ニーズが高い。

【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。
- 若い世代ほどイベントへの参加に対しての来訪ニーズも高い。
- 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。

■外部環境（脅威）の整理

【トレンド（社会的背景）】

- 人口減少、少子高齢化社会
- 地方での働く場の減少とそれに伴う労働人口の減少
- 農業の衰退と担い手不足

【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。

③SWOT 分析による課題の抽出

外部環境	内部環境	内部強み（Strength） 【現況・立地】	内部弱み（Weakness） 【現況・立地】
		【S-1】 通勤時間帯の交通量が多く、大型車の交通も多い。 【S-2】 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。 【S-3】 市内には田んぼアート、忍城址、古代蓮の里などの観光資源に恵まれている。 【市民意識調査】 【S-4】 若い世代と比較して、高齢の世代の道の駅の利用頻度が高い。 【S-5】 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。 【S-6】 新鮮なもの、安価なもの、旬なものを扱う農産物直売所が求められており、自宅からの距離の近さも利用する基準となっている。 【S-7】 高齢の世代ほど、新鮮で旬なものを扱う農産物直売所のニーズが高い。 【S-8】 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。 【S-9】 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。 【S-10】 普段食料品、日用品を購入する場所での消費金額は高齢の世代や女性ほど高い。 【S-11】 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。 【S-12】 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・子育て施設など地域拠点機能のニーズも高い。 【S-13】 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。 【S-14】 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。 【S-15】 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。 【S-16】 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】 【S-17】 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。	【W-1】 周辺の観光施設との連携、情報発信が少ない。 【W-2】 行田市を代表する特産品がない。 【W-3】 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。 【W-4】 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。 【W-5】 農業の衰退と担い手が不足している。 【W-6】 農家の高齢化が進んでいる。 【市民意識調査】 【W-7】 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。 【W-8】 市内に気軽に入れる飲食店が少ない。 【W-9】 市内に子供の遊び場が少ない。
	外部強み（Opportunity） 【トレンド（社会的背景）】	【成長課題】	【改善課題】
	【O-1】 「地域の拠点機能の強化」と「ネットワーク化」を重視し、「道の駅」自体が目的地となるような整備が期待されている。 【O-2】 「道の駅」の利用にとどまらず、周辺の散策情報や地域との交流など、様々なニーズがある。 【O-3】 ドライブ途中での観光情報など、地域情報に対するニーズが高い。 【O-4】 健康に対する意識の高まっている（特に高齢者）。 【O-5】 地産地消が推進されている。 【事例調査】 【O-6】 全国モデル道の駅の 80%以上に公園、広場が備わっている。 【先進施設ヒアリング】 【O-7】 全国モデルの道の駅では、周辺の道の駅との連携（ガイドマップの共同作成、「花の B to B」など）の取り組みが盛んにされている。 【現況・立地】 【O-8】 熊谷市や鴻巣市、羽生市からの滞在ニーズが高い。 【市外利用者意識調査】 【O-9】 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。 【O-10】 埼玉県内、栃木県、茨城県、群馬県からの来訪ニーズが高い。 【O-11】 地域資源の観光、行田市ならではの料理、特産品の購入に對しての来訪ニーズが高い。 【O-12】 若い世代ほどイベントへの参加に對しての来訪ニーズも高い。 【O-13】 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。 【O-14】 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。 【O-15】 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。 【O-16】 行田市の道の駅の来訪意向は、30～50 歳代のニーズが高い。	長所や特長を活かし、政策・施策をさらに積極的に推進する ■課題 ・前面道路（国道 125 号行田バイパス）の交通量の多さを活かし、道の駅の基本機能である情報発信機能や休憩所を整備するとともに、コンビニエンスストアなど道路通行者が気軽に立ち寄ることができる機能を整備する必要がある（S-1、S-5、S-11/O-3、O-14、） ・健康に対する意識の高まり（特に高齢者）、行田市総合公園に隣接している立地性を活かし、総合公園利用時にも利用できる機能（飲食店や休憩所など）を整備する必要がある（S-2、/O-4） ■ターゲット ・125 号バイパスの通行者、行田市総合公園利用者、市内及びその周辺の高齢者	短所や不足を主体的に改善しつつ、政策・施策を推進する ■課題 ・市外利用者の道の駅の来訪意向は 30～50 歳代のニーズが高く、全国モデルに選ばれている道の駅では子どものための機能が多く備わっていることを踏まえて、行田市内に不足している子どもの遊び場、飲食店、イベント広場、農園・収穫体験施設などを整備し、家族連れが利用しやすい機能を整備する必要がある（W-7、W-8、W-9/O-1、O-6、O-16） ・農業が衰退している中、地元の産品を扱った農産物直売所など、地産地消を積極的に進めていく必要がある（W-5、W-6/O-5） ・行田市ならではの特産品を開発・開発していく必要がある（W-2/O-11） ■ターゲット ・30～40 歳代の家族連れ
外部環境	外部弱み（Threat） 【トレンド（社会的背景）】	【強化課題】	【改革課題】
	【T-1】 人口減少、少子高齢化社会 【T-2】 地方での働く場の減少とそれに伴う労働人口の減少 【T-3】 農業の衰退と担い手不足 【先進施設ヒアリング】 【T-4】 農家の高齢化 【T-5】 労働人口減少による人材不足 【T-6】 運営方法の確立（第 3 セクター、指定管理等） 【T-7】 継続的な収益の確保 【市外利用者意識調査】 【T-8】 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。 【T-9】 高齢者と比較して若い世代の道の駅の利用頻度が低い。 【T-10】 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。	短所や不足を補い強化を図りつつ、政策・施策を推進する ■課題 ・高齢の世代の道の駅の利用頻度が高いことに着目し、地元加工品・工芸品等の販売所や農産物直売所など、普段の買い物場所として利用できるように整備する必要がある（S-4、S-6、S-7、S-9、S-10、S-11、S-13、S-16/T-1） ■ターゲット ・市内及びその周辺の高齢者	抜本的な改革により政策・施策の基本方向から見直しを行う ■課題 ・継続的な収益を確保するために、地域活動団体などとの連携を図り、民間が主体の運営体制を整備する必要がある（W-4/T-6、T-7） ・周辺の観光施設と連携を図り、行田市の魅力を発信する必要がある（W-1/T-10） ・農家の高齢化や地方での働く場の減少といった問題に対して、自ら野菜を作る、雇用を創出するなど、産業交流拠点が主体となり解決していく必要がある。（W-5、W-6/ T-2、T-3、T-4、T-5、T-6） ■ターゲット ・市外からの新たな観光客

(2) 課題の整理

課題①：前面道路（国道 125 号行田バイパス）の交通量の多さや行田市総合公園と隣接する立地特性を活かした場所が求められます

対象地の前面道路である国道 125 号行田バイパスは、1 日平均約 23,600 台の交通量があります。この交通量の多さを活かし、道の駅の基本機能である情報発信機能や休憩所を整備するとともに、コンビニエンスストアなど道路通行者が気軽に立ち寄ることができる場が求められます。

また対象地は、年間平均 29 万人（平成 24 年～平成 26 年度）が利用する行田市総合公園に隣接しています。この立地特性や、近年の健康に対する意識の高まり（特に高齢者）を活かし、行田市総合公園を利用した後の休憩施設や飲食施設など、公園と連携した機能の整備が求められます。

課題②：高齢者が日常から利用できる場所が求められます

全国的に高齢化が進む中、行田市でも高齢人口割合は 22.4%（平成 22 年国勢調査調べ）となっており、この割合は今後増加していくことが予想されます。また、市民アンケートでは 60 歳代で道の駅の利用頻度が最も高くなっており、機能としては農産物直売所のニーズが高くなっています。こうした動向を踏まえ、市内でとれた農産物を販売するなど、地産地消を推進するとともに高齢者が日常から利用できる場所とすることが求められています。

課題③：家族連れが安心して集うことが出来る場所が求められます

市外利用者は 30～50 歳代の利用ニーズが高いことや、全国モデルに選ばれている道の駅では子どものための機能が多く備わっていることを踏まえ、子どもの遊び場や飲食店などの行田市内に不足している機能を整備・充実させるとともに、イベント広場や農園・収穫体験施設など、家族連れが利用しやすい場所として整備することが求められます。

課題④：行田市の魅力発信の窓口となる場所が求められます

ギネス世界記録に認定された田んぼアートや、忍城址、埼玉古墳群など行田市内には観光資源が数多くあるものの、認知度はまだ低い状況にあります。観光案内所を整備し周辺の観光施設との連携を深めるなど、行田市の魅力の発信窓口としての機能を持った場所が求められます。また、現在市内には運営主体となる民間団体がない状況ですが、将来的には民間が主体となり、持続的に運営していくことが必要です。

第4章 基本的な考え方の整理

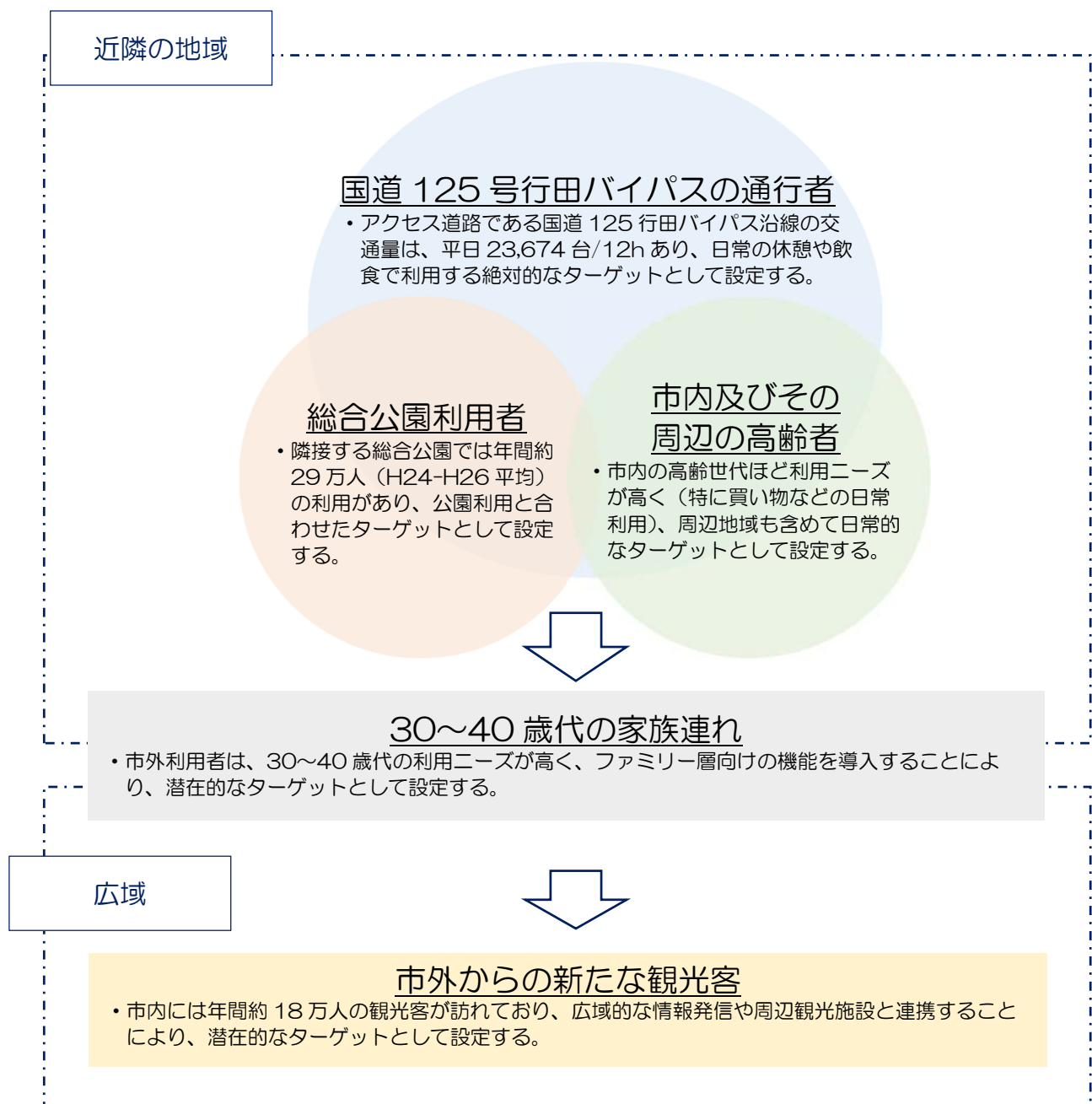
1. 基本的な考え方

(1) ターゲットの設定

まず、最初のターゲットとして国道 125 号行田バイパスの通行者と行田市総合公園利用者、市内及び周辺の高齢者を設定します。

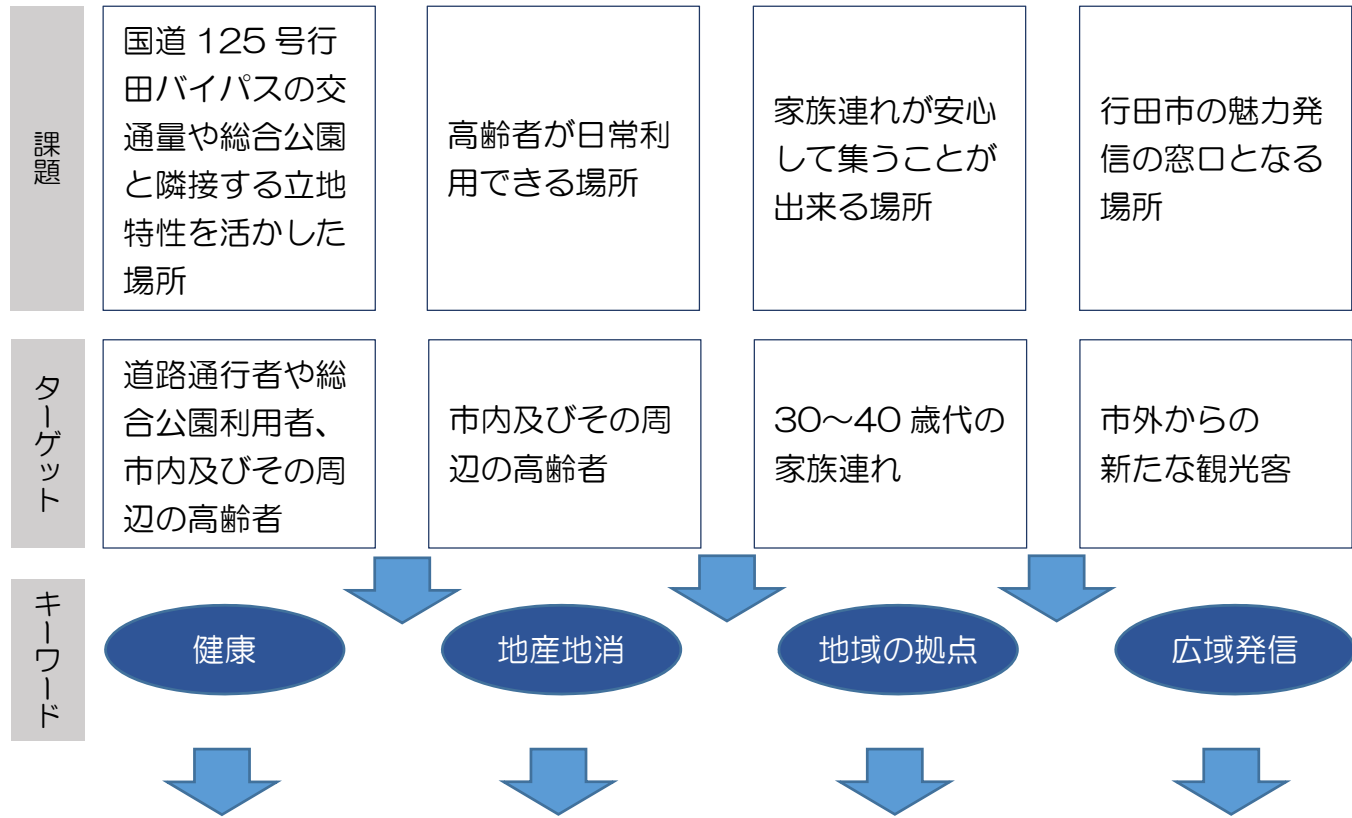
次に優先するターゲットとして 30 歳～40 歳の家族連れを設定し、行田市近隣のニーズに対応した産業交流拠点を目指します。

次のステップとして、市内外の新たな観光客をターゲットに、広域ニーズに対応した産業交流拠点への発展を図っていきます。



(2) 産業交流拠点のコンセプト

SWOT 分析の結果からキーワードを抽出し、キーワードを基にコンセプトを導き出します。



“健康”をテーマとした地域循環型の産業・生活交流拠点から
広域的な行田まるごと情報発信拠点へ

“健康”をテーマとし、3つの機能を内包した産業交流拠点を形成します！

- ①地域のひと、もの、かねが循環する産業拠点機能
- ②地域の人の生活・福祉を支援する生活交流拠点機能
- ③広域的な行田まるごと情報発信拠点機能

①『地域のひと、もの、かねが循環する産業拠点機能』の方針

- 行田市総合運動公園と連携した取組みや健康な食の提供など、行田市民をはじめとした利用者が心身ともに“健康”でいられるための場所づくりを進めます。
- 市内でとれた野菜や米を地域の直売所として供給し、地域のものとお金が循環する地産地消の仕組みづくりを進めます。

方針1：身体の“健康”、心の“健康”など心身ともに癒される空間をつくる

- ・大型車の運転手や広域からの来訪客が、ゆっくりと休憩し、心身ともに癒すことができます。
- ・行田市総合公園利用者が、スポーツ大会等の後に立ち寄り、身体を休めることができます。

方針2：安心して消費できる“健康”な農産物、“健康”な食を提供する

- ・市民や周辺地域の人が、行田市の新鮮な農産物を購入することができます。
- ・近隣の高齢者が、地元産品を食べながら交流し、健康的に過ごすことができます。
- ・来訪者が観光の帰りに立ち寄り、地域の特産品を購入することができます。

方針3：交流や体験により“健康”な1日を過ごすことができる場所とする

- ・子ども連れが公園として利用し、体を動かしながら1日を健康的に過ごすことができます。
- ・ファミリーで訪れ、収穫・加工体験等により、年代を越えて楽しむことができます。

②『地域の人々の生活・福祉を支援する生活交流拠点機能』の方針

- 地域のひとが集まる場として日常生活で利用・交流し市民に親しまれる地域密着の拠点づくりに取り組みます。

方針4：地域住民の日常生活において“健康”で安心して生活できる場所とする

- ・日用品売り場や公園など、地域住民の日常利用ができます。
- ・市民や周辺地域の人が医療施設や福祉施設を利用することにより、安心して日常生活を送ることができます。
- ・災害時には地域の防災拠点として、安心して生活することができます。

③『広域的な行田まるごと情報発信拠点』の方針

- 地域の産品や市内の観光資源を活用し、広域的な集客につながる行田ブランドを確立します。
- 市内の観光資源と観光客をつなぐワンストップ窓口として、市内の回遊性を高めます。
- 民間主体の企画・運営で地域経済を活性化します。

方針5：市内の観光・イベント情報を一元化し、広域からの来訪者に提供する

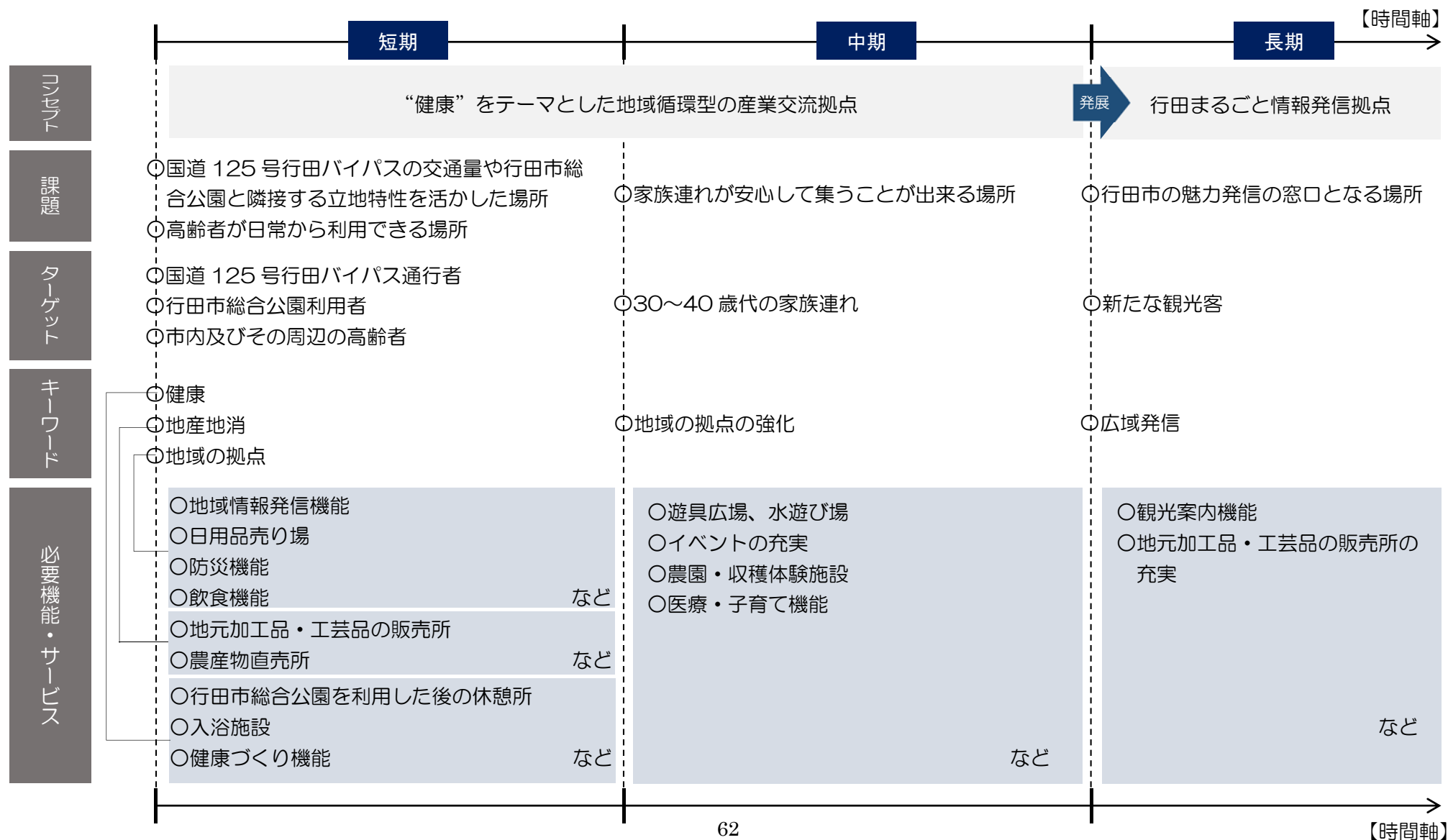
- ・市内の観光・イベント情報が集まるワンストップ窓口として、来訪者が、最初に立ち寄り、市内観光情報を入手することができます。

方針6：市内の関係団体が連携し、広域からの多様なニーズに対応する

- ・来訪者が、行田市の歴史・文化・自然を活かした市内の取組みを体験することができます。
- ・市民や市内団体の知恵を結集し、行田市ブランドを確立して、来訪者に提供します。

(3) 必要機能の整理

キーワードや産業交流拠点のコンセプト・方針から、必要機能及び整備時期を整理します。



2. ターゲット別需要量の算出

(1) 需要量算出の考え方

産業交流拠点の整備にあたっては、まず周辺の通行者や施設利用者、地域住民のニーズに対応し、短期的に見込まれる需要量を算出します。中期、長期的には、家族連れや広域からの来訪者を想定し、観光ニーズに対応した需要量を算出します。

【短期的に見込まれる需要量算出の考え方】

国道 125 号行田バイパスの通行者（アクセス道路交通量からの入込み者数）

- 国道 125 号行田バイパスの交通量から平日と休日の交通量に分け、1 日 12 時間の交通量を算出する
- 道の駅の立ち寄り率と乗車人員から、平日と休日の 1 日の利用者数を算出する
- 平日と休日の年間の日数を掛け合わせ、年間利用者数とする

行田市総合公園利用者（総合公園との連携による利用見込み）

- 行田市総合公園の平成 24～26 年度の年間利用者数から、平均年間利用者数を算出する
- 行田市総合公園利用者のうち、飲食で産業交流拠点を利用するニーズを見込み、アンケート調査から飲食利用割合を算出し、平均年間利用者数と掛け合わせて算出する

市内及びその周辺の高齢者

- 市内の 60 歳以上の人口と車保有率から、対象となる需要を算出する
- 市民意識調査から、産業交流拠点で「普段買い物の場所として利用したい」割合を算出し、利用頻度を掛け合わせて算出する

【中・長期的に見込まれる需要量算出の考え方】

家族連れ・市外からの観光客（市内の観光施設との連携による利用見込み）

- 平成 22～26 年度の市内の観光施設の平均来訪者を算出する
- 市外利用者アンケート調査から、今後行田市への訪問意向があり、かつ道の駅を「是非利用したい」割合を算出し、平均来訪者と掛け合わせて算出する

(2) ターゲット別需要量の算出

①アクセス道路交通量からの入込み者数の想定

i) 一般国道 125 号行田バイパス交通量

平成 17 年度道路交通センサスの休日／平日比率をもとに、平成 22 年度の「休日」を推計すると以下ようになります。

【参考】平成 22 年度道路交通センサス（行田市長野 645）

	車 種	台数（台／9：00～18：00）		
平日	小型車	11,375	16,929	
	大型車	5,554		
休日	小型車	12,399	14,065	小型車：平日の交通量× <u>1.09</u> ※1
	大型車	1,666		大型車：平日の交通量× <u>0.30</u> ※2

【参考】平成 17 年度道路交通センサス（上段：行田市下忍 534、下段：行田市持田 2745）

	車 種		台数（台／12h）	
平日	小型車	乗用車	12,171	16,289 18,367
			14,575	
		小型貨物車	4,118	
			3,792	
	大型車	バス	70	4,951 6,573
			116	
		普通貨物車	4,881	
			6,457	
休日	小型車	乗用車	16,345	17,852 19,912
			18,166	
		小型貨物車	1,507	
			1,746	
	大型車	バス	77	1,333 2,074
			106	
		普通貨物車	1,256	
			1,968	

$$\text{※1 } (17,852+19,912) \div (16,289+18,367) = 1.089 \quad \rightleftharpoons \quad \underline{1.09}$$

$$\text{※2 } (1,333+2,074) \div (4,951+6,573) = 0.295 \quad \rightleftharpoons \quad \underline{0.30}$$

ii) 道の駅立ち寄り率 及び 乗車人数

- 平成 6 年度道の駅調査（建設省北陸地方建設局）による県境型の道の駅における立ち寄り率を基に、最小の数値を採用します。

	車 種	本施設で設定する 立ち寄り率	乗車人数
平日	小型車	6%	1.2 人
	大型車	2%	2.8 人
休日	小型車	10%	2.7 人
	大型車	3%	10.0 人

iii) 年間利用者数の算出

- 1 日の利用台数 = 交通量（台数／9：00～18：00） × 立ち寄り率

	車種	台数／9h	立ち寄り率	利用台数
平日	小型車	11,375	0.06	683
	大型車	5,554	0.02	111
休日	小型車	12,399	0.10	1,240
	大型車	1,666	0.03	50

- 1 日の利用者数 = 利用台数 × 乗車人数

	車種	利用台数	乗車人数	利用者数
平日	小型車	683	1.2	820
	大型車	111	2.8	311
休日	小型車	1,240	2.7	3,348
	大型車	50	10.0	500

- 年間利用者数（平日 313 日、休日 52 日として換算）

$$(820+311) \times 313 \text{ 日} + (3,348+500) \times 52 \text{ 日} \\ = 554,099 \text{ 人}$$

- 交通量データは上下線の合計である事から、利用者実態は上記利用者の 50%程度と考えられる。

この為、実際の年間利用者数は 554,099 人 × 0.5 = 277,050 人

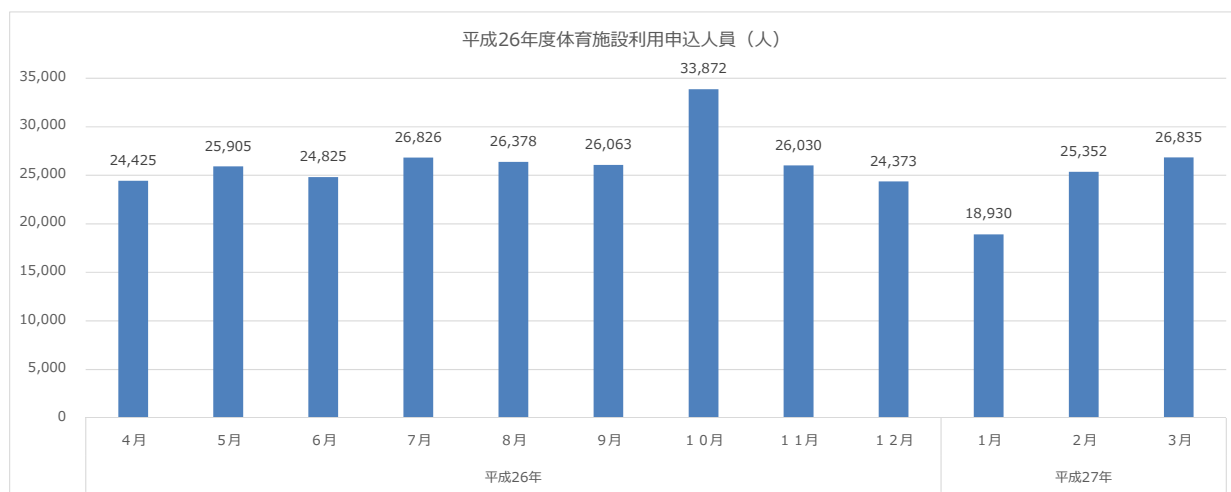
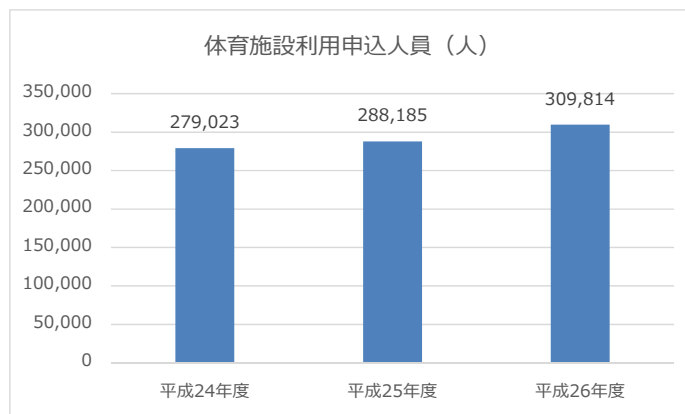
想定入込み者数：約 28 万人／年

②総合公園との連携による利用見込み

ニーズの考え方：隣接する総合公園利用者のうち、飲食等で道の駅に立ち寄るニーズ

i) 年間の総合公園の利用者数

○平成24年度から平成26年度の総合公園の利用者の平均は、29万人



ii) 飲食を「ぜひ利用したい」市外利用者の割合

○飲食機能ができれば「是非利用したい」市外利用者の割合は、13.0%

	回答数	割合
総数	500	100.0%
飲食を「是非利用したい」回答数 (市外利用者アンケート調査)	65	13.0%

iii) 総合運動公園と連携した飲食の利用ニーズの算出

平均利用者数 290,000 人 × 利用したい割合 13% = 37,000 人

○総合公園利用者が飲食で利用するニーズとして、約 3.7 万人／年の利用を見込む

行田市総合公園との連携による利用見込み：約 3.7 万人／年

③市内及びその周辺の高齢者による利用見込み

ニーズの考え方：高齢者（60歳以上）が日常から利用できる場所として道の駅に立ち寄るニーズ（市民意識調査より）

i) 行田市内の高齢者人口

○市内の60歳以上の人口は、29,672人

平成27年12月1日現在（※住民基本台帳人口）			
年齢	男	女	合計
60～64歳	3,249	3,282	6,531
65～69歳	3,779	3,815	7,594
70～74歳	2,574	2,847	5,421
75～79歳	1,934	2,186	4,120
80～84歳	1,203	1,779	2,982
85～89歳	648	1,272	1,920
90～94歳	212	645	857
95～99歳	45	161	206
100～104歳	6	32	38
105歳以上	0	3	3
合計	13,650	16,022	29,672

ii) 車保有の割合

○市内の60歳以上が車を所有している割合は、89.5%

		総数	自動車有	自動車無	無回答
	総数	190	170	16	4
		100.0%	89.5%	8.4%	2.1%
年齢	60歳代	186	166	16	4
		100.0%	89.2%	8.6%	2.2%
	70歳以上	4	4	0	0
		100.0%	100.0%	0.0%	0.0%

iii) 産業交流拠点を「普段行く買い物の場所として利用したい」市民の割合

○産業交流拠点でいたいこととして、「普段買い物の場所として利用したい」市民の割合は、
75.3%

		総 数	所 普 と 段 し 行 く 買 い 物 の 場 所	連 市 れ 外 て 行 き たい の 観 光 客 を	を 生 出 産 品 者 と した て 農 産 物	を 生 出 産 品 者 と した て 加 工 品	運 イ 営 ベ を行 ト たい 等 の 企 画 ・	参 祭 加 り した ・ たい イ ベ ン ト 等 に	わ て 産 っ み 業 た 交 み 流 た い 拠 （ 点 運 営 点 で に 働 き 関 係 有 る	そ の 他	無 回 答
	総数	190	143	75	8	4	6	31	10	5	23
		100.0%	75.3%	39.5%	4.2%	2.1%	3.2%	16.3%	5.3%	2.6%	12.1%
	60歳代	186	139	71	7	3	5	30	9	4	23
		100.0%	74.7%	38.2%	3.8%	1.6%	2.7%	16.1%	4.8%	2.2%	12.4%
	70歳以上	4	4	4	1	1	1	1	1	1	0
		100.0%	100.0%	100.0%	25.0%	25.0%	25.0%	25.0%	25.0%	25.0%	0.0%

iv) 市民の道の駅の利用頻度

○道の駅の利用頻度の市民の割合は、月数回程度（※月3回程度とする）が22.6%、年数回程度（※年3回程度とする）が51.6%、あまり利用しない（※年1回程度とする）が20.0%

		総 数	月 数 回 程 度	年 数 回 程 度	あ ま り 利 用 し な い	利 用 し た こ と が な い	無 回 答
	総数	190	43	98	38	10	1
		100.0%	22.6%	51.6%	20.0%	5.3%	0.5%
年齢	60歳代	186	42	96	37	10	1
		100.0%	22.6%	51.6%	19.9%	5.4%	0.5%
	70歳以上	4	1	2	1	0	0
		100.0%	25.0%	50.0%	25.0%	0.0%	0.0%

v) 高齢者（60歳以上）が日常から利用できる場所として道の駅に立ち寄るニーズの算出

- ・市内高齢者人口（60歳以上）29,672人 × 車保有率（89.5%） = 26,556人
- ・車を保有した高齢者 26,527人 × 普段買い物の場所として利用したい市民（75.3%） = 19,986人
- ・上記のうち道の駅利用頻度より市内高齢者の利用ニーズを算出すると、
※19,964人 × 各割合

利用頻度	割合	年間利用者数	市内高齢者の利用ニーズ
月数回程度（※月3回程度とする）	22.6%	162,825	197,522
年数回程度（※年3回程度とする）	51.6%	30,921	
あまり利用しない（※年1回程度とする）	20.0%	3,997	

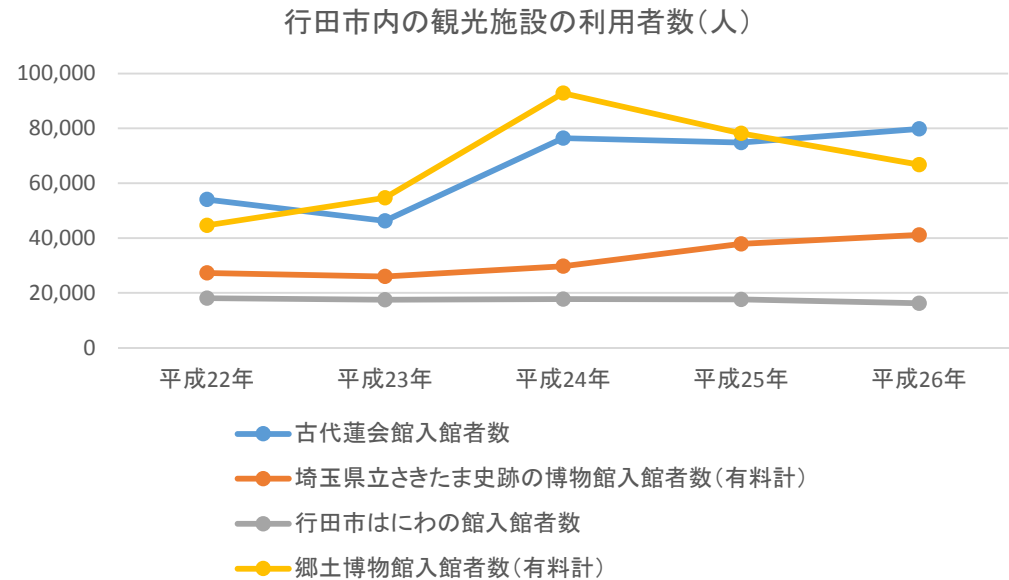
市内高齢者の利用ニーズ：約19.7万人／年

④市内の観光施設との連携による利用見込み

ニーズの考え方：来訪者が産業交流拠点を観光施設として立ち寄るニーズ

i) 年間の行田市内観光施設の利用者数

○平成 22 年から平成 26 年の市内観光施設の利用者の平均は、約 18 万人



ii) 行田市への来訪者のうち、道の駅を利用する市外利用者の割合

○今後行田市への訪問意向がある回答者のうち道の駅を「是非利用したい」割合は、72.3%

		道の駅の利用意向					総計
		是非利用したい	どちらかという と利用したい	どちらかという と利用したいと 思わない	利用したいと 思わない	無回答	
今後の行 田市への 訪問意向	是非訪れたいと思う	34 72.3%	11 23.4%	0 0.0%	0 0.0%	2 4.3%	47 100.0%
	どちらかという と訪れたいと思う	47 21.2%	152 68.5%	10 4.5%	3 1.4%	10 4.5%	222 100.0%
	どちらかという と訪れたいと思わない	1 0.7%	41 29.9%	68 49.6%	10 7.3%	17 12.4%	137 100.0%
	訪れたいと思わない	1 1.1%	8 8.5%	12 12.8%	38 40.4%	35 37.2%	94 100.0%
	総計	83 16.6%	212 42.4%	90 18.0%	51 10.2%	64 12.8%	500 100.0%

iii) 市内の観光施設を連携した利用ニーズの算出

市内観光施設の利用者数 180,000 人 × 利用したい割合 72.3% = 130,140 人

○市内の観光施設との連携した利用ニーズとして、約 13 万人／年の利用を見込む

市内観光施設との連携による利用見込み：約 13 万人／年

