

(1) 調査結果まとめ

調査概要

【目的】

海業事業に関する事業者の参加意向や地域資源のポテンシャル、市場性等の把握のため

【スケジュール】

9月上旬～10月上旬

1回目(個別対話)の実施



10月下旬～11月中旬

2回目(意見交換会)の実施

事業スキーム検討など
より詳細について確認



調査実施先

地元企業、PPP/PFI事業経験企業、
海業コンテンツに関わる企業

事業への参画や意見交換が 計17社
期待できる事業者・団体

【内訳】

- ・デベロッパー建設関連: 5社
- ・小売・流通関連: 2社
- ・一次産業(食)関連: 2社
- ・教育・体験・キャンプ関連: 2社
- ・旅行・観光関連: 1社
- ・コンサルタント: 1社
- ・地域事業者(道の駅など): 3社
- ・公益団体: 1団体

サウンディング調査(1回目:個別対話)における主な意見を整理

① 事業対象地(飯岡漁港)のポテンシャル・課題について

- ・飯岡漁港は、富士山や九十九里海岸を一望できる優れたロケーションを有し、極めて高いポテンシャルを備えている。明確なコンセプト設定と面的な施設整備をしっかりと行うことで、首都圏からの集客も十分に期待できる。
- ・漁港へのアクセスや観光地としての認知度の低さが課題であるが、海業による新たな機能導入で改善の余地がある。
- ・県内でも屈指の釣り場として認知され、釣りを核とした観光振興の可能性が高い(釣り場としてのポテンシャルもある)。
- ・周辺に観光コンテンツや滞在型施設が少なく、単体での集客には限界がある。地域全体としての連携が必要である。
- ・地場水産物(ハマグリ・イワシなど)を飯岡で水揚げし、旭市内で直接販売できれば、漁業者の販路拡大につながる。

② 海業で導入を検討している機能・施設(取組)について

- ・漁港周辺には人気の飲食店が多く、週末は駐車場不足等で入れないことも多い。地元の人気店を集めた飲食エリアを展開すれば一定の需要が見込める。
- ・来訪客にとっては大手チェーンよりも「漁協直売」「地元加工業者の出店」などの地元らしさが魅力的。漁協婦人部が運営する食堂のような、立地に左右されない強いコンテンツが求められる。
- ・県内屈指の釣り場で、釣りを核とした観光振興が期待できる中で、駐車場・トイレ・魚の洗い場などの施設整備を求める声も多い。一方で、釣り客のマナー向上や地域への還元を図るため、駐車場の有料化や釣り場利用料の導入など、収益循環の仕組みづくりが重要。
- ・現状の取組は観光色が強く、水産業の強化や漁業者の所得向上に直結する要素が少ないように見える。
- ・グランピング施設は市場が下火であり、宿泊機能としての導入は慎重に検討すべき。
- ・一体的に整備する場合、飲食施設は30～100坪、物販施設は200坪、浜焼き施設は250～300坪(約250名収容)、カフェは50～60坪が目安であり、駐車場は最低300台、可能であれば400～500台の確保が望ましい。

③ 事業スキーム・事業期間について

- ・地域の中核企業との連携は極めて望ましい。メッセージやブランディングを共有できるパートナーとの協働が理想。
- ・事業期間は社会情勢の変化や事業形態を踏まえ、10～20年程度を現実的な期間として想定。※短期化の傾向
- ・専用部分(施設・店舗)は民間が整備し、インフラや共用部分は行政による整備を希望する事業者も多い。

④ 事業の参画意向について

- ・今後も関係部署と連携し、サウンディングや意見交換を継続していきたい事業者が一定数見られた。
- ・単独での参画は難しいが、エリア全体で賑わいが生まれる取組であれば前向きに検討したい。
- ・周辺事業者や参加企業の動向が分かると検討しやすいため、サウンディング参加者の情報を共有してほしい。
- ・事業採算性や区画条件を踏まえ、一定の規模で統一的な運営が可能な形での参画を望む。

⑤ その他

- ・竣工まで時間を要するため、まちびらき前から段階的に取組(イベント・ソフト事業)を進めることが重要である。