

サウンディング型市場調査結果

	①参加意欲及び事業スキームについて	②整備事業費及び運営費用について	③施設コンセプトと差別化戦略について	④公募条件・整備プロセスにおける市への要望について
A社	運営管理への参画可能性あり。市が基幹部分を整備し、民間が収益施設を建てる借地モデルも検討可能。	地質調査等のデータがない段階での概算はリスクが高い。維持管理範囲が不明確な段階では採算判断が困難。	収穫・加工体験等の体験型施設を導入し「選ばれる道の駅」を目指す。マンホールトイレ等の防災拠点機能も有効。	早期の地盤・インフラ調査が必要。民間事業者が検討しやすい情報の早期整理を要望。
B社	EOI方式等による早期関与に前向き。DBO方式が一括発注として調整がスムーズ。民間投資（PFI等）は単体では困難。	民間側リスクが過大にならない事業スキームを要望。15%程度の一般管理費や現実的な人件費での試算が必要。	イチゴ等の特産品を活用した「ここだけ」のメニュー展開。屋内遊び場やシンボリックな建築による「目的地化」。	候補地の明示や、より詳細な事業スキーム（公募条件等）の提示を期待。
C社	DBO方式は妥当と判断。運営側の知見を設計に反映させるため、EOIやDB+Oの手法を検討すべき。	独立採算には一定の公的支援やリスク分担の条項設定が必要。遊具は2年保証後、都度予算化で修繕対応。	「特産品×遊び」をテーマにフォトスポットを創出。「遊び」による近隣施設との差別化。	機能の専門性を考慮して「分離発注（スケルトン渡し）」する手法も有効。
D社	自身での運営は行わないが、運営会社の紹介やPFIコンソーシアムへの参加は可能。	オーダーメイドのため規模・時期により変動するが概算提示は可能。遊具有償点検は年1回数十万円規模。補修、修繕等があった際は別途見積り対応。	全天候型の屋内遊具（高さ10m級のネット遊具等）を導入し、滞在時間を延長。平日利用（未就学児層）を促進。	早期段階から設計に組み込まないと導入困難なため、運営事業者との早期連携が必要。
E社	公益部分は市が整備し、収益施設のみ民間投資する手法を提案。	全国の道の駅の多くは赤字であり、民間が公益部分まで負担するのは困難。採算が合うかどうか全て。	「商業施設型」ではなく、人が集う「広場型空間」を重視。既存施設との差別化のため、尖ったコンセプトが必須。	施設整備は運営者の経営方針を反映するものでなくてはならない。公設民営とするなら、先に運営者を決めて、運営者の意向に沿った設計を行うことが重要。
F社	基本計画作成後に運営事業者を決める方が参画しやすい。指定管理料0円でも運営できる可能性あり。	駐車場は200台以上必要（現計画の93台ではチャンスロス）。バックヤードや従業員駐車場の面積不足を指摘。	これまでの実績を参考に、売れる仕組みを作り生産者を増やす。IC付近の渋滞リスクへの対策（右折車線等）が不可欠。	JA等との早期のルール作りを要望。茂原市内に本社を置く法人の要件等、公募条件の明確化を推奨。
G社	SPC（特別目的会社）やLLCの設立、コンソーシアム方式を想定。他社が運営主体の場合も協議参加は可能。	採算性確保が重要課題。指定管理料なし・納付金方式なども選択肢として検討可能。	「ウェルビーイング」「ネイチャーポジティブ」「環境循環型モデル」をコンセプトとしたテーマパーク型拠点を提案。環境循環型、ソーラーシェアリング、広域連携を重視。	場所が確定すれば、より具体的な提案が可能になるため、早期の候補地具体化を要望。