（様式２）

委 員 会 視 察 報 告 書

委　員　会　名	産業建設常任委員会

視　　察　　地	神奈川県小田原市
調　査　項　目	「漁港の駅 TOTOCO 小田原」コンセプト及び地域振興
調　査　目　的	漁港の駅 TOTOCO 小田原は、高鮮度水産物の安定供給と定置網漁業の発展、地域の活性化を目的とした施設である。小田原市の取組について調査し、政策提言に結びつけることを目的に視察を行った。
日　　時	令和６（２０２４）年８月７日（水）午前９時３０分～午前１１時
場　　所	漁港の駅 TOTOCO 小田原（現地視察）
調　査　概　要	**沿　革** ・2002 年(平成 14 年) ８月に神奈川県が特定漁港漁場性に事業計画を策定 ・2007 年(平成 19 年) ３月に公有水面埋立免許取得、埋立工事に着手 ・2014 年(平成 26 年) 11 月に西側エリア埋立工事完成 ・2017 年(平成 29 年) ３月に漁獲物荷捌き施設竣工 ・2018 年(平成 30 年) ３月水産物加工処理施設竣工 ６月交流促進施設建築工事完了 ７月台風第 12 号の高潮、高波等により交流促進施設及び漁獲物荷さばき施設などが被災 ・2019 年(令和元年) 11 月災害復旧工事を経て、グランドオープン **小田原漁港　西側エリアの機能** 畜養水面：捕獲した魚をいったんここのエリアで泳がせて自由にさせている 漁獲物荷捌き施設：漁獲物を裁く 水産物加工処理施設：漁獲物を缶詰や、加工食品にする施設 交流促進施設：①や②の場所で加工された商品や地元の商品を販売など、様々な体験ができる **交流促進施設**

	面積：3339.64 ㎡ 建物構造：鉄骨３階建て 駐車場台数：166 台 建設事業費：744,470 千万円 ※ １階は物販施設、２階は多目的施設とフードコートがあり、３階はビュッフェレストランになっている。 ※ 漁業者を守る事、漁港や地域の活性化を目的としている為 24 時間ゲートを開けてトイレや駐車場が使える道の駅とはせず、時間管理をして、あえて「漁港の駅 TOTOCO 小田原」として商標登録をしている
視 察 の 様 子	 説明の様子 漁港の駅 TOTOCO 小田原にて
質 疑 応 答	**質問１　季節を通して平均的に来客数がありますが、どのような点を工夫しているのか** 回答１　指定管理者が季節や長期休みに合わせてイベントをしたりしている。運営会社のモットーが「ささる・とがる・突き抜ける」とあり、インスタ映えするようなメニューを開発、提供したりしている。台風の時期、梅雨の時期は若干下がる。 **質問２　県内県外など利用客の割合は** 回答２　市内 8%、県内 45%　神奈川県内 53%、県外 47%、西側からよりも千葉埼玉群馬から圏央道が便利なので多い **質問３　地域に根付くという事を言われていましたが、㈱TTC が地元に根付きたいといったのか、市の方から根付いてもらわないとという事で会社が出てきたのか** 回答３　以前は地元の会社じゃないという事で批判があり、もともと20%しか地場産品がなかったため、結局市外のものしかないじゃないか

	との批判もあり、㈱TTC に相談をして、市の方でも地場産品の取り扱いを多くしたかった。市内産の割合は45%まで上がってきている。50%が今のところ目標である。 **質問４　一般的に魚は午前中が勝負と聞いたことがあるが、時間帯によってお客さんが集中するという事はないのか。** 回答４　ここは指定管理者の運営能力が大きく、魚を買いに来るというよりは、魚を食べに来るという事が多い。フードコート、ビュッフェレストランが人気でそこで食べられない人が１階でお寿司を買って外、テラスで食べられるような作りにしている。指定管理者の経営能力が非常に大きく、メディアの出演実績もかなりある。 **質問５　道の駅としなかった理由は** 回答５　あくまでも漁港施設という事で、漁業者の活性化が目的で、漁業者を守るという事を優先した。 **質問６　指定管理者は利益が出ないようにという考えがあるところもあると考えるがどうか** 回答６　商業施設という事でやってきているのでそういったことはあまり考えていない **質問７　連携による漁協のメリットは** 回答７　なかなか難しいが、定置網を２つ持っていて水揚げが好調である程度潤っている。小田原の魚を PR するという意味ではメリットはあると思う。
委員会所感	**【阿部基】** 小田原市は道の駅規約の２４時間開放しなければならない駐車場やトイレ等の課題に対して、道の駅にこだわることなく、発想の転換をし、日本で初、商標登録を行った漁港の駅を開業していました。 地域や行政が何を守るべきなのか、コンセプトが明確であった。 また、地元漁業組合や指定管理者との協議を重ね、関係性を構築した姿勢は見習うべきものでありました。 当市における道の駅風の丘米山の再整備計画について、コンセプトや市民にとって望むものは何か、守るべきものは何かを再度、考え、慎重に検討するべきと感じました。

	【田邉優香】 「漁港の駅 TOTOCO 小田原」はメディアを活用しながら上手に PR されていると感じました。 「漁港の駅 TOTOCO 小田原」を作るにあたり、コンセプトがしっかりとしている事、漁業者を守る、地域の活性化を図るという事で地域振興をされており、しっかりと地元や運営者側と話し合いがなされていることが理解できました。 本市でも道の駅の再整備計画が振出しに戻ったので、これを新たなチャンスと捉え今後は、さらに市民ニーズの把握に努め、何が必要で何をしなければならないのかをはっきりさせたうえで慎重に進めるべきなのではないかと感じました。 **【山崎智仁】** 「漁業支援」が漁港の駅整備の根底であることから、公が関わる集客施設はまずそもそも何のための施設であるかが重要であると感じた。 指定管理の公募がうまくいかなかったところから、小田原市の研究、対話の姿勢に感銘を受けた。 漁港の駅 TOTOCO 小田原は指定管理者と行政の関わり方、目標の共有がうまくいった事例であると感じた。 **【池野里美】** ここは「道の駅」ではなく、「漁港の駅」として商標登録をしている。道の駅とするには、24 時間開けていなくてはならないが、漁業者を守ることを第一に考え、漁業者へのリスクを減らし、漁業者が儲かり、漁業者を盛り上げることが狙いの施設となっていた。当初は小田原漁業組合が運営する予定であったが、組合はテナントとして入り運営は全国の道の駅も手掛ける企業が指定管理で行っている。利用者の内訳は、市内：8%、県内：45%、千葉や群馬などの県外：47%となっていて、交通の便が良くなったことで、県外からの客が多いことに驚いた。それほど広くない施設だが、メディアへの露出も多く、季節に合わせた仕掛けや工夫がされていて、PR がとてもうまいと感じた。指定管理をしている企業が地域と連携し、小田原市に子会社も設立し、地域に根差そうと努力されている点も素晴らしい。道の駅「風の丘米山」が頓挫している柏崎市において、学ぶべき点が多い視察であった。 **【三宮直人】** 「漁港の駅　TOTOCO 小田原」について学んだ。漁業振興と観光振

	興を両立し初めて目にする設えであった。年間で 65 万人の来場者がり、視察当日は子供たちが夏休みということもあるが大変な混雑で 2 階のレストランは階段に行列ができるほどの盛況ぶりであった。非日常の体験とメディアの活用および実績ノウハウのある民間事業者の活用ではないか。柏崎市の道の駅の検討に大いに参考になると思う。 **【相澤宗一】** 道の駅を名乗ることを選択せず、自ら「漁港の駅」を商標登録とするなど、型にはまらない発想と行動力が TOTOCO 成功の鍵であると考える。 指定管理者の能力が高いこともさることながら、小田原市が小田原漁協の皆さんを守る姿勢と、指定管理者との間も取り持つ３つの力がバランスよく回っている。 地元を大事にしてくれる業者との出会いも大変重要であると感じた。 **【真貝維義】** 「漁港の駅　TOTOCO 小田原」は、小田原漁港の漁港交流促進施設として令和元（２０１９）にオープン。平成 14（２００２）年の神奈川県が小田原漁港西エリアの整備計画を策定し、小田原市水産物加工処理施設、漁獲荷捌施設を小田市漁業協同組合が建設し、高鮮度水産物の安定供給と定置網漁業の発展、地域の活性化を設置目的として小田原市が建設。建設事業費 744,470 千円の内、国庫支出金 125,986 千円である。指定管理者による運営であるが、令和 4 年度はレジ通過者が 675,156 人、令和 5 年度は 656,951 人。売り上げは 10 億円を超え、指定管理料は 1,300 万円だが売上金額の 2%が小田原市に還元されている。つまり、指定管理料以上に還元されている。 指定管理者の経営ノウハウが十分に生かされている。まさに稼ぐ施設である。当市も収益の還元制度を検討してもよいのではないか。