

「久御山町まちのにお構想」に向けた  
官民連携手法の導入調査業務  
報 告 書

令和3年3月

# 目次

1. 業務概要	5
(1) 業務目的	5
(2) 業務計画	6
2. 久御山中央公園の検討	7
(1) 検討の全体像	7
(2) 事業の検討	8
(3) ヒアリングの実施	10
1) 事業者ヒアリング	11
①スポーツメーカーヒアリング	13
②遊具メーカーヒアリング	15
③飲食事業者ヒアリング	16
2) グラウンド利用者ヒアリング	17
①町内少年野球チーム	17
②町内少年サッカーチーム	18
3) 国交省ブロックサウンディング	19
4) まとめ	38
(4) プログラム主体構築	39
1) 主体の構築	39
2) プログラムの検討	41
①サイト予約制 BBQ	41
②マルシェイベント	42
③焚き火とワインの会	43
3) ライトアップの試験実施	44
(5) 住民参画・情報発信	45
1) 住民アンケート	45
2) 町内組織ヒアリング	53
①あいあいホール利用者ヒアリング	53
②町職員（子育て世代）ヒアリング	54
③おやじの会ヒアリング	55
④地域主体候補ヒアリング	56
⑤ヒアリングまとめ	57
3) 広報掲載	58
(6) 段階整備の検討	59
1) 概要	59
2) 整備内容の検討	59

3. まちの駅クロスピアくみやまの検討.....	60
(1) 検討の全体像.....	60
(2) 事業の検討.....	61
1) 工業エリア事業者ヒアリング.....	61
①プレヒアリング概要.....	61
②事業者ヒアリング.....	63
2) 農業者ヒアリング.....	65
(3) 実証実験の実施.....	67
1) 実施内容の検討.....	67
2) 実施概要.....	70
3) 実施結果の取りまとめ.....	74
4. フードトラック事業の検討.....	77
(1) 目的.....	77
(2) 実証実験の実施.....	78
1) 実施内容の検討.....	78
①昨年度のまとめ.....	78
②専門家ヒアリング.....	78
③R2 年度フードトラック事業全体像整理.....	80
④飲食事業者募集要項.....	81
⑤受け入れ企業募集チラシ.....	84
2) 実施概要.....	85
①スケジュール.....	85
②出店事業者及び販売メニュー.....	86
③実施の様子.....	88
④販売数.....	90
⑤購入者アンケート (N=192).....	91
⑥飲食事業者ヒアリング.....	101
⑦受入先企業ヒアリング.....	102
3) 実施結果の取りまとめ.....	104
5. 全体の機能分担整理.....	105
(1) 目的.....	105
(2) 機能分担の整理.....	105
6. 各事業の推進方針.....	106
(1) 久御山中央公園.....	106
1) 基本計画の策定.....	107
①整備及び事業の範囲の設定.....	107
②想定コンテンツの整理.....	108
③運営スキーム.....	109

④個別施設・機能の管理・運営の考え方（官民の役割分担）の案 .....	111
⑤収支試算 .....	113
2) 来年度以降のスケジュール .....	118
(2) まちの駅クロスピア .....	119
1) 事業ビジョンの策定 .....	119
①ロードマップ .....	119
②暫定活用の方向性（パターン）の検討 .....	120
(3) フードトラック .....	126
1) 事業方針の検討 .....	126



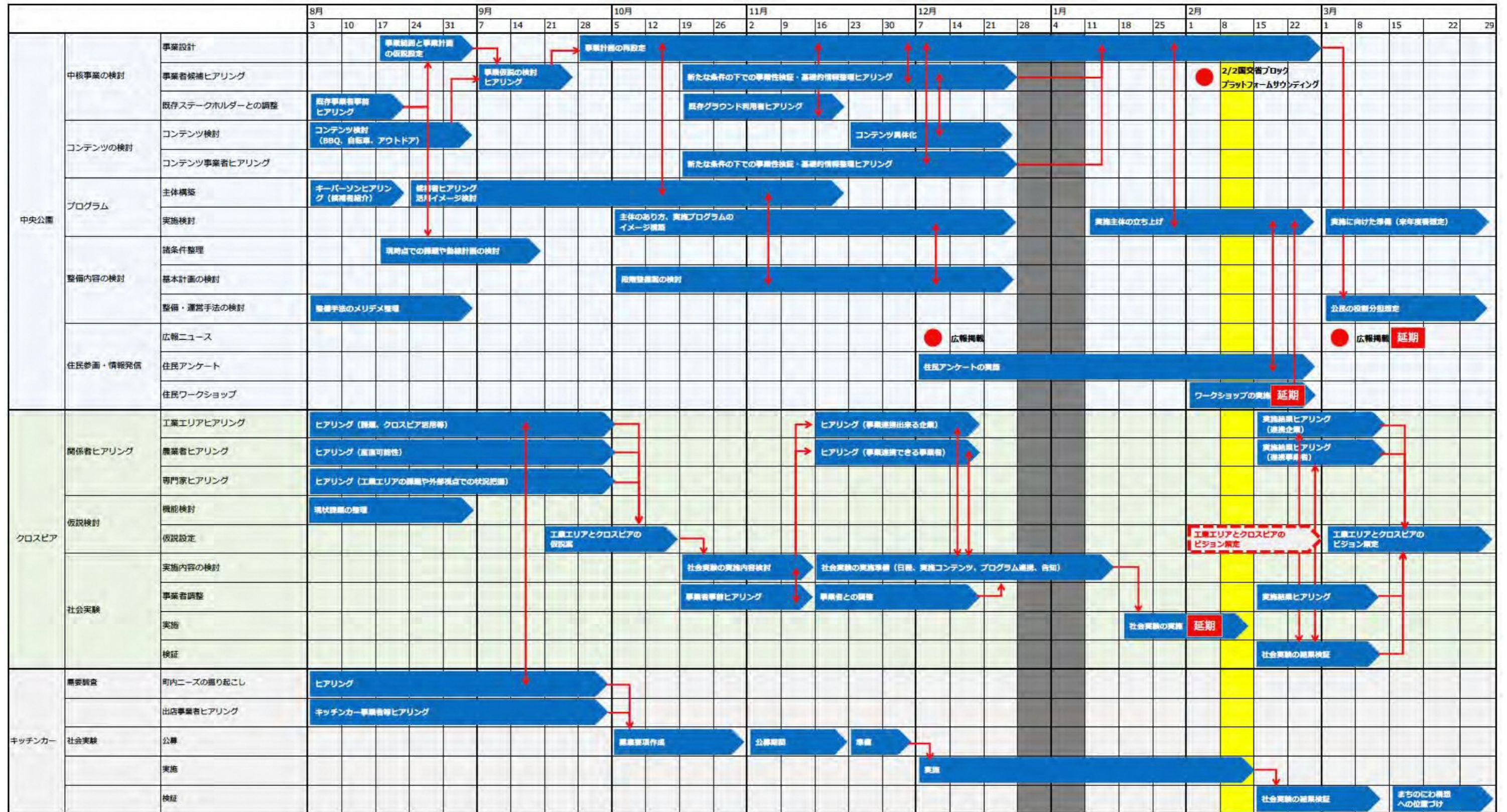
# 1. 業務概要

## (1) 業務目的

本業務は、平成 30 年度に策定された「久御山“まちなにわ”構想」に基づき、「久御山中央公園」と「まちな駅クロスピアくみやま」という異なる目的の公共施設を官民連携の手法を用いてまちな魅力向上に向けた拠点とすることを目的として、久御山中央公園の改修計画と合わせて、官民連携手法を用いた、両施設の包括的な管理手法などについて検討を行うものである。



(2) 業務計画





## 2. 久御山中央公園の検討

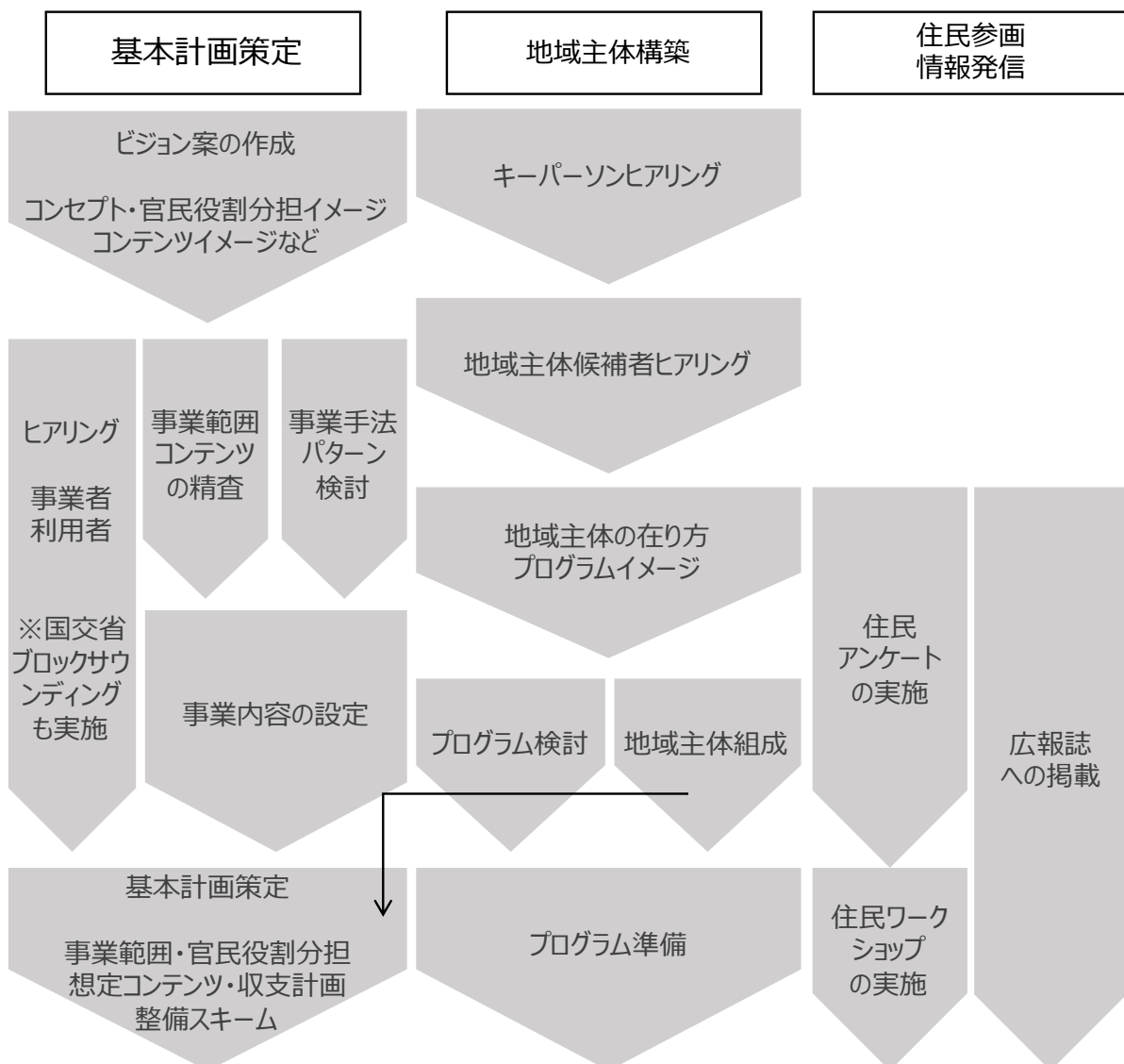
### (1) 検討の全体像

久御山中央公園の検討では基本計画の策定と地域主体の構築を今年度の到達点と設定し進めていく。基本計画の策定に当たっては、ヒアリングや議論のベースとなるビジョン案の策定を行い、それに基づき、関連する事業者や既存の利用者へのヒアリングを行う。また並行して事業範囲の精査や事業手法、コンテンツについても検討を行い、ヒアリング結果と合わせて事業内容を設定し、基本計画を策定する。

地域主体構築については、まず、プロジェクトメンバーやまちのがっこう参加者など地域とのつながりの深いキーパーソンより候補者を紹介頂き、その中から今後のプログラム企画・運営に携わって頂けるメンバーを発掘し、チームを組成、プログラムや組織のあり方などを検討し、具体的な企画・準備を行う。

これらの検討と並行して、久御山中央公園の使い方について、住民アンケートやワークショップを実施することで、住民への周知や意見聴取を行う。

#### 【検討の全体像】

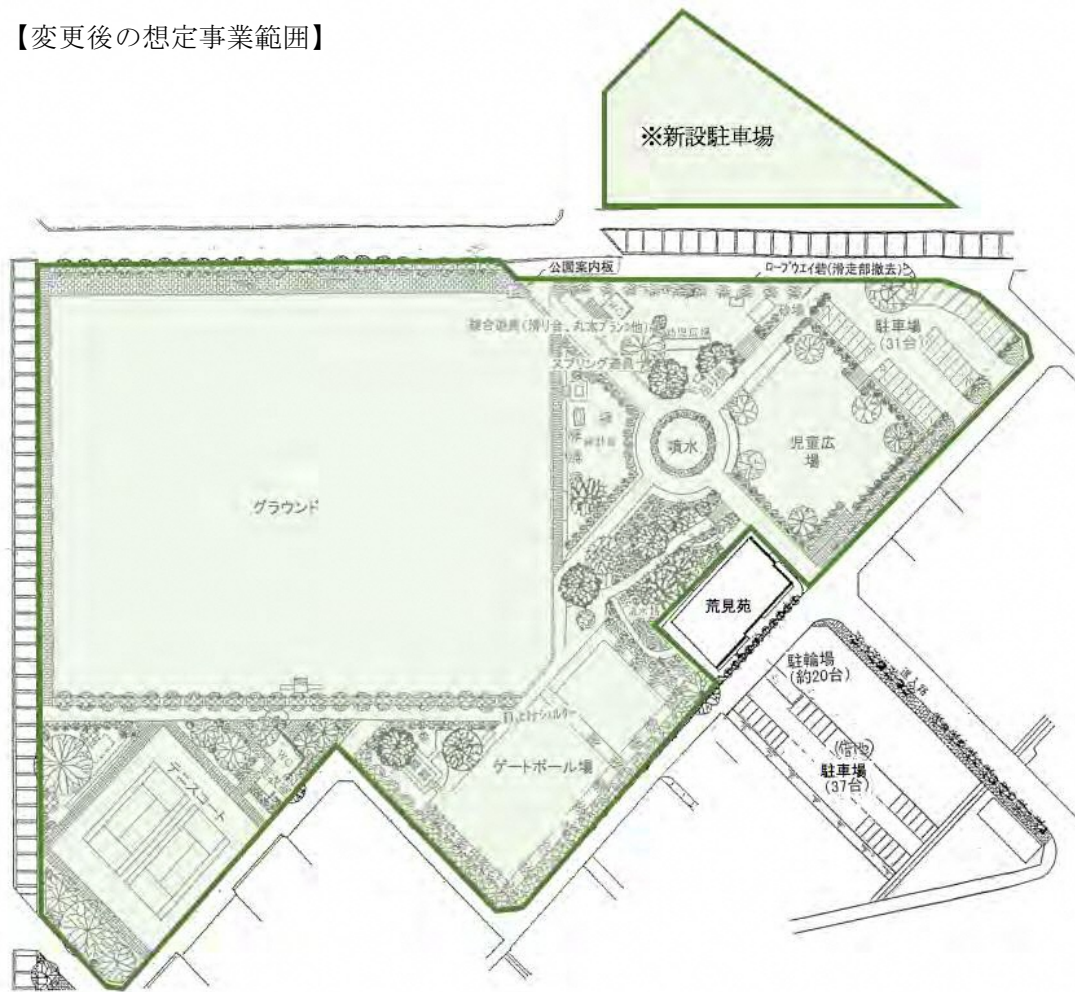


## (2) 事業の検討

本事業の検討に当たって、昨年度作成のビジョン（案）では事業範囲を現在の公園及び駐車場部分としていた。その後の検討により、都市下水路の氾濫防止のために、グラウンドの地下に整備する調整池整備事業との時期を合わせ、効果的に整備を行うこととしたことから、グラウンド・テニスコートも事業範囲へと組み入れ、公園と一体的な整備、活用を行うこととした。

また、官民の役割分担についてもパターンを検討し、各パターンのメリット・デメリットの整理を行った。

### 【変更後の想定事業範囲】



### 【変更後の事業構成イメージ】

健康づくり	体験教室 (企業連携等)	イベント (マルシェ等)	プレーパーク	← 中央公園の魅力や利用者へのホスピタリティを高め、ブランディングするプログラムメニュー
スポーツ施設	農園	飲食調理	BBQ	← 久御山ならではの（食・学び・遊び）のコンテンツを核とした収益を上げる拠点機能（管理運営主体による運営orテナント）
維持管理				← 魅力的な公園を維持する高質な管理と民間による施設との一体管理による高質化と効率化
ベースとなる公園整備				← 現在の課題（段差、回遊性、遊具、トイレ等）を解決し、使いやすい公園への再整備



		パターンA (当初案)	パターンB (行政主導)	パターンC (飲食テナント)	パターンD (飲食事業連動)	パターンA' (福祉事業連動)	パターンA'' (他事業複合)
	ソフトプログラム	民間(市民団体+企業連携)	民間(市民団体+企業連携)	民間(市民団体+企業連携)	民間(市民団体+企業連携)	民間(市民団体+企業連携)	民間(市民団体+企業連携)
	コンテンツ	民間中核事業者orテナント	久御山町or無し	テナント 久御山町	民間飲食事業者	民間中核事業者orテナント	民間中核事業者orテナント
	公園維持管理	民間中核事業者	久御山町	久御山町	久御山町	民間中核事業者	民間中核事業者
	公園整備	久御山町	久御山町	久御山町	久御山町	久御山町	久御山町
スキーム	公園整備	久御山町	久御山町	久御山町	久御山町	久御山町	久御山町
	公園維持管理	民間中核事業者	久御山町	久御山町	久御山町	民間中核事業者	民間中核事業者
	コンテンツハード整備	民間中核事業者orテナント	久御山町or無し	久御山町	飲食事業者	民間中核事業者orテナント	民間中核事業者orテナント
	コンテンツ運営	民間中核事業者orテナント	久御山町or無し	テナント	飲食事業者	民間中核事業者orテナント	民間中核事業者orテナント
	ソフトプログラム運営	市民運営団体 ※運営補助は要検討 ※中核事業からの委託も	市民運営団体 ※運営補助は要検討	市民運営団体 ※運営補助は要検討	市民運営団体 ※運営補助は要検討 ※飲食事業者との連携も	市民運営団体 ※運営補助は要検討 ※中核事業からの委託も	市民運営団体 ※運営補助は要検討 ※中核事業からの委託も
	メリット	<ul style="list-style-type: none"> <li>町の維持管理コストの低減が図れる</li> <li>中核事業者による民間目線での全体のブランディングやコンテンツ作り、維持管理が可能</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>町判断で全てが実施できる</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>町判断でほぼ全てが実施できる</li> <li>テナントによっては公園の魅力増加につながる可能性がある</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>維持管理の一部を飲食事業者に依頼するなどの連携は可能</li> <li>事業者によっては公園の魅力増加につながる可能性がある</li> <li>事業者によるソフトプログラムとの連動やコーディネートも可能性がある</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>現時点での想定を踏襲することが出来る</li> <li>福祉関連の補助などを組み込むことができる</li> <li>町の福祉政策と合致すれば相乗効果が得られる</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>現時点での想定を踏襲することが出来る</li> <li>他施設との一体管理による相乗効果が得られる可能性がある</li> <li>一事業者への委託になるため、行政側のマネジメントがしやすくなる</li> </ul>
	デメリット	<ul style="list-style-type: none"> <li>公園の維持管理コストが大きいため、民間事業者が参画しやすい工夫が必要</li> <li>民間主導になるため、まちのにわ構想における適切な活用や、公共施設としての機能をどのように担保するか検討が必要</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>町の維持管理コスト負担は増となる</li> <li>またソフトプログラムの調整なども町で担うこととなる</li> <li>通常の公園整備となり、まちのにわ構想の実現には合致しない。</li> <li>コンテンツがないため、公園の魅力増加の難易度は上がる</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>町の維持管理コスト負担は増となる</li> <li>コンテンツも町整備となるため、予めテナントが決定しないと実運営との乖離が生じる</li> <li>テナントに合わせた整備の場合、撤退リスクは大きい</li> <li>テナント撤退の際の、誘致コーディネートが必要となる</li> <li>まちのにわ構想とどこまで紐づけられるかは事業者の魅力づけ次第となる。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>町の維持管理コストは増となる。</li> <li>飲食事業での成立が必要のため、事業難度は上がる</li> <li>まちのにわ構想とどこまで紐づけられるかは事業者の魅力づけ次第となる。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>町の福祉事業との整合性の検討が必要</li> <li>町からの福祉事業本体への補助などが発生する可能性が高い</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>民間の事業規模が大きくなる</li> <li>他施設との機能的な連動がないと相乗効果を生みにくい</li> <li>他施設の事業推進との調整が必要</li> </ul>
	今後の検討ステップ	<ul style="list-style-type: none"> <li>中核事業者候補のできることや参画の方法を再整理</li> <li>その他の事業候補者の検討及びヒアリングの実施</li> <li>具体的な官民の役割分担の設定</li> <li>ソフトプログラム運営団体の構築</li> <li>整備内容検討</li> </ul>			<ul style="list-style-type: none"> <li>飲食事業者候補の検討</li> <li>具体的な出店条件や公募内容の検討</li> <li>具体的な官民の役割分担の設定</li> <li>ソフトプログラム運営団体の構築</li> <li>整備内容検討</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>町の福祉事業に関する計画の整理</li> <li>中核事業者候補へ福祉事業としての参画条件や補助内容などのヒアリング</li> <li>公募内容の整理</li> <li>ソフトプログラム運営団体の構築</li> <li>整備内容検討</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>中央公民館の検討事業や想定事業者像とのすり合わせ</li> <li>具体的な連携事業の整理</li> <li>公募内容の整理</li> <li>ソフトプログラム運営団体の構築</li> <li>整備内容検討</li> </ul>



### (3) ヒアリングの実施

基本計画の策定に当たって、飲食・スポーツなど本事業で想定されるコンテンツと関連する事業を展開している事業者、新たに整備範囲に加わったグラウンドの既存利用者に対してヒアリングを実施した。また国土交通省が実施しているブロックプラットフォームサウンディング（近畿エリア）にも参加し、広く事業者との意見交換を行った。

#### 【ヒアリング先一覧】

	ジャンル	
事業者	スポーツ	スポーツメーカー
	遊具、体験	遊具メーカー
	飲食	飲食事業者
グラウンド 利用者	野球	町内少年野球チーム
	サッカー	町内少年サッカーチーム
国交省ブロック サウンディング	施設管理	大林ファシリティーズ株式会社
	建設	東亜道路工業株式会社
	スポーツ	ミズノ株式会社
	直売所	株式会社シンセニアン
	スポーツ	シンコースポーツ株式会社
	造園・管理	西武造園株式会社
	書店	丸善雄松堂株式会社
	環境・金融	日立キャピタル株式会社
	施設管理	アクティオ株式会社

# 1) 事業者ヒアリング

事業者のヒアリングに当たっては、下記の資料を用いながら、事業範囲やコンテンツ、事業参画をする上での課題や集客の方法などを中心にヒアリングを行った。

## 久御山“まちのわ”構想の実現に向けて

### 1. 久御山“まちのわ”構想

久御山“まちのわ”構想とは、久御山中央公園やクロスピアを活用して、「食」戦略に基づいた住×農×工の交流を促すためのビジョンです。

#### (1) プロジェクト長期目標

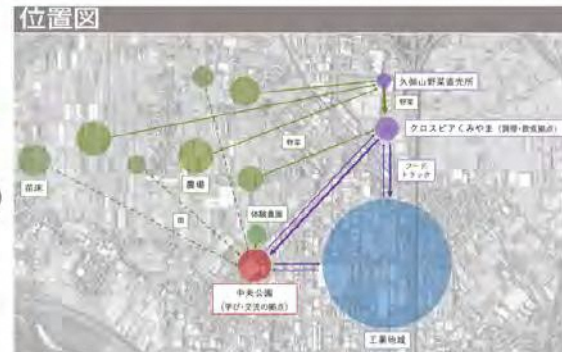
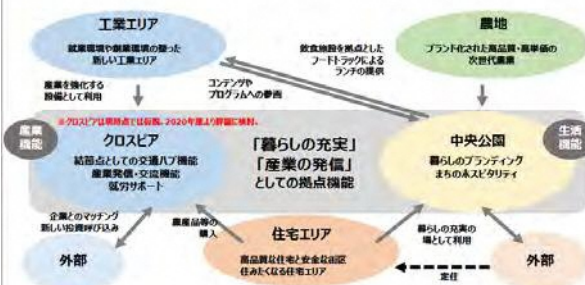
住  
農  
工

- 就業環境（創業環境）が整った新時代の選ばれる工業地帯であること**
  - 既存企業の就業環境が向上し、従業員の満足度が向上する事
  - 快適な就業環境により久御山町の企業への就職希望者が増加すること
  - 業務以外のレクリエーションや福利厚生によって従業員の生活の質自体が向上すること
- 高いブランド力により高単価で取引される農産物と地域の暮らしと連携し力強い農業**
  - 久御山野菜の認知度が向上し、ブランド力を持つことで販路が拡大すること
  - 単価が上がることでより高効率で持続的な産業となること
  - 地域住民の暮らしと関わり、町への愛着や誇りにつながる
- 高性能の住宅と生活環境が整った職住近接の豊かな暮らし**
  - 高性能、高品質な住宅の供給により快適な居住環境が整っていること
  - 日常生活に彩りを与える豊かな公共空間や遊びの場があること
  - 住み続けたいと思える愛着が生まれる環境であること

### 位置



#### (2) プロジェクト推進ビジョン



## 久御山“まちのわ”構想の実現に向けて

### 5. 今後の方針

#### (1) 将来像

#### 「久御山町での暮らしの価値を高める、まちのホスピタリティとしての公園」

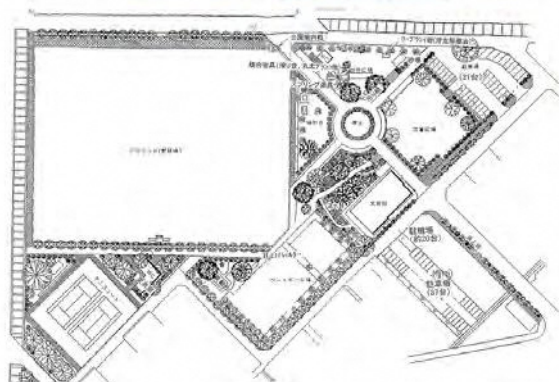
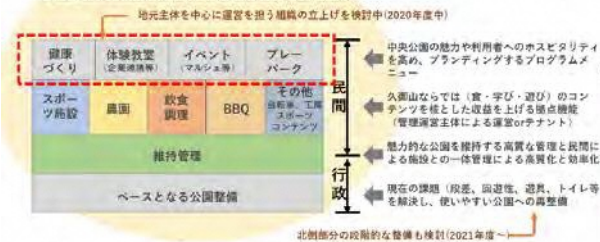
- 心地良く憩える公園の風景が久御山の暮らしをイメージさせる
- 様々なコンテンツやプログラムが久御山の産業・暮らしを結びつける
- 久御山野菜の提供や工業エリアへのランチ提供の食の拠点としての機能を果たす

#### 想定するコンテンツ機能

- 農業発信と住民との交流の場として久御山野菜やハーブなどを育成する農園
- ランチや会食などに利用できる、フードトラックの拠点となる飲食施設
- 広域からの目的地になるスポーツ施設
- 企業レクリエーションや休日のレジャーとなるBBQエリア
- 備品等を保管する倉庫
- WS・体験教室などを開催できるスクール

### 中央公園

#### 暮らしのプランディング・まちのホスピタリティ



### 6. 事業収支のイメージ

#### (1) 歳出 ※飲食施設など新設施設の支出は含まず

電気料金	2,390,314	直近の管理費の平均
水道料金	334,956	直近の管理費の平均
清掃委託	1,489,955	直近の管理費の平均
電気保守管理	181,440	直近の保守管理費
その他管理業務	5,030,910	直近の管理費の平均
修繕費	1,006,507	直近の修繕費の平均
スポーツ施設管理費	2,845,904	直近の管理費の平均
駐車場 機器保守料	490,600	
合計	13,770,586	

#### (2) 歳入 ※現時点での想定のみ記載、飲食施設など新設施設の収入は含まず

施設使用料	駐車場使用料	10,829,000	各施設利用者数×周辺駐車料金
	野球場使用料	1,926,285	H29実績
	庭球場使用料	4,537,450	H29実績
合計		17,292,735	

- ※駐車場収入の算定条件
- 台数は野球場使用者の1/4、庭球場使用者の1/2の台数で想定
  - 利用時間は野球場使用者は4時間利用、庭球場使用者は2時間利用で想定
  - 料金は周辺施設駐車料金より6分200円で想定
  - その他利用者は含まず

## 久御山“まちのにわ”構想の実現に向けて

### 2. 久御山中央公園 実証実験「くみやま まちのがっこう」

久御山“まちのにわ”構想の実現に向け、2019年度は久御山中央公園の活用方針の検証を行う実証実験「くみやま まちのがっこう」を実施しました。

#### (1)目的

- ①活用方法の検討 ②活用や再整備の周知・イメージ作り ③整備需要の確認と設計内容への反映

#### (2)概要

- 久御山中央公園の通路及び芝生広場を中心に出店を行う。ベンチ等により滞在空間を設ける。
- 3週間の会期中に、ガーデンなど公園を彩る要素をつくるWSを開催し、参加者みんなで空間をつくりあげる。
- イベントを開催ごとに、人が関わらず徐々に空間が出来上がっていくことで、久御山中央公園への興味を深め、今回の整備計画への関心を高める。

#### ■実施日

2020年1月19日(日)、2月1日(土)、8日(土)、9日(日) 各日10時～14時(4時間)  
※グラウンドの無料開放：12時～15時

#### (3)空間構成



#### (4)実施の様子

##### ①フードストリート



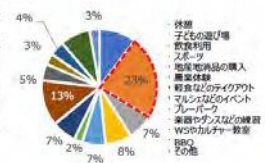
##### ④グラウンド開放



### 3. 実証実験「くみやま まちのがっこう」結果まとめ

#### (1)コンテンツ・プログラムについて

- 中央公園が再整備されると、将来的な活用や事業の可能性を共有出来た。
- 今回実施したプログラムは概ね好評で、今後の公園の活用を求める声も多数であった。
- 今回は寒い季節での実施だったため滞在時間などにも影響があったが、気候の良い季節での定期的な開催は今後も需要があると考えられる。
- 子ども向けのプログラムが評価が高く、遊具を求める声も多かったことから、休日の子供の遊び場を求めている現状も明らかになった。
- 今回実施していないBBQを求める声も一定あり、アウトドアなどのコンテンツの可能性も今後検討。



#### (2)ハードについて

- 噴水をデッキに変えたことにより、滞在空間と新たな回遊動線が生まれ、中心部の賑わいに繋がった。
- 一方でエリアと中心部とは高低差に加え、動線も長くなってしまったため分断されてしまいそれぞれの賑わいが相乗効果を生まなかった。
- 初日はポニーランドによる遊具があり、公園内での回遊動線が生まれ、至る所で人が滞留していたが、それ以外の日は動線が繋がりにくく、中心部のみ滞留する状態となった。
- 上記及びアンケート結果からも整備後のイメージとして見通しの良さやフラットであることが求められている。
- トイレやおむつ交換・授乳といった施設の美化や設置は滞在時間を長くするためには必要。
- 駐車場が溢れたのは故台程度だったため、若干の拡充で問題が無かった。公園利用ではない駐車も多く、収益化を見据えた検討が必要。

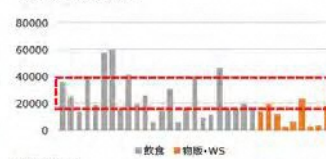


▲将来整備イメージ

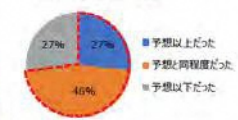
#### (3)事業面

- 販売は1日5～6万円程度で事業性有との判断(事業者とアンケート)。今回は4時間で2万円弱～4万円弱の売り上げが多く、事業性の担保としては集客や滞在時間を長くする工夫が必要。
- 一方で日常的な利用については未知数のため、常設の飲食店などの事業性は検討が必要。

##### Q. 売上を教えてください。



##### Q. 売上・参加者の予想と実際はどのようでしたか



#### (4)運営面

- 備品の保管や電源の確保などが課題。倉庫などの拠点的なものの必要性はあり。
- 持続的な開催のためには、出店の管理や当日の運営などを行う運営主体の構築が必要。

#### (5)広報

- 今回は町内向けのチラシをメインに広報を行った当初は、町内の来場者が多かったが、回を重ねるごとにSNSやママ友の連絡網で拡散し、最終的には町外からの来場者が4割となった。
- 質を高め、今回のFBなどのプラットフォームを活用し発信することで更に町外からの来場者も増えることが見込まれる。



## ①スポーツメーカーヒアリング

### ■事業全体について

- ・飲食や公園運営等とグラウンド運営は一体であることが望ましい。別運用にすると、イベント時の駐車場管理など調整が大変。グラウンド整備により大会が開かれたりすると、チームによってはお弁当の注文があったりするなど飲食店にもメリットがある。

### ■スポーツ施設について

- ・今の施設はグラウンドも土、テニスコートも2面しかなく、中途半端。これ以上稼働を伸ばすのは難しいだろう。
- ・京都には人工芝のグラウンドが少ないので、人工芝にすれば野球・サッカーなどかなり需要があるのではないかと。人工芝であれば利用料も上げられる。
- ・社会人、女子のプロチーム、Jに行かないチーム、大学・高校などグラウンドを探している。もちろん営業活動は必要だが、京都市内の施設は、土日は100%、平日夜は90%、平日昼でも70%の稼働。値段も上げられるはず。下鳥羽では平日2500円、土日3500円、吉祥院では平日3000円、土日5000円。
- ・維持管理がかかり、休ませる必要のある天然芝より、人工芝の方が圧倒的に良い。すでに色々な利用者があるので、専用コートにするより、多目的利用ができるものにした方が良いのではないかと。
- ・テニスコートも時間帯の稼働状況などわかれば対策が検討できるが、おそらく平日の利用を増やす必要がある。そのためには、例えばスクールを実施するなど。既存の利用者もいるので、例えばゲートボール場の場所をコートにするなどすればスクール開催もしやすい。
- ・コートを増設（駐車場の上をテニスコートにするなど）して、NTTグラウンド内のコートもあわせられたら小さな大会等も誘致できる。
- ・地下施設に関して、人工芝であれば構造上大きな制約にはならない。地上にも真ん中に支柱が立つなどでなければ特に大きな条件はなくて良い。
- ・芝の敷設や張り替えを含めた収益事業として成り立たせるのは厳しい。10年したら1億円の張り替え事業があるとなると年間1000万円、京都市でもカツカツの収支。

### ■公園エリアについて

- ・公園にしても管理事務所みたいなものは必要。建屋系はまちづくりセンターの方に集約し、アウトドアはこちらなどといった運営が検討できればメリットがある。
- ・フィットネス・飲食・BBQなども検討可能性はあるのではないかと。
- ・フィットネスは、せっかく久御山町であれば「企業の保養所」のような形にしたいところ。健康経営のような企業と契約し、年間会員のような形で無人運営するなども一案。
- ・ただし、一から作ることは想定していない。まちづくりセンターの中や、荒見苑を活用できれば検討の可能性はある。いずれにせよ、管理事務所（受付、トイレ、着替えなど）は必要だが、人件費がコストなので、複合的な機能で検討できると良い。荒見苑もまちづくりセンターも両方使った事業ということもあり得る。

#### ■ ソフトプログラムについて

- ・ 地元でプログラム運営する方がいるのであれば、公募の際の条件に加えてもらうなどすれば問題ない。条件にしてもらった方が動きやすい。

#### ■ 駐車場について

- ・ 現状では駐車場が少ない。グラウンドだけなら良いが、他の機能を入れるなら、駐車場を増やして管理する。ゲートの設置さえできれば、あとは自前で運営する方がコスト減。通常そうする。
- ・ 整備が難しいなら役場の駐車場との連動などをする必要がある。
- ・ 駐車場の試算前提には違和感はない。少年野球等をやると路上等で待機される懸念もあるので、運営に工夫は必要。大会をやると1日利用があり得るので、最大料金については周辺との比較は必要。

#### ■ まとめ

- ・ 人工芝整備により集客力が高まる可能性があるが、整備・更新は町負担が前提。
- ・ コストダウンのためには、管理事務所等の必要な機能を多機能化することを検討。まちづくりセンターとの一体運営が一案。
- ・ 建屋の負担も事業性は想定できていない。荒見苑の活用が可能になれば可能性はあるか。
- ・ グラウンド整備による集客や駐車場収入が、他の事業にどれだけプラスを作れるか、飲食等のハード整備を可能にするか、要精査。

## ②遊具メーカーヒアリング

### ■現状について

- ・コロナで大打撃を受けている中、新しい事業を模索している。施設や遊具などハードよりもソフト中心で、まちづくりとの関係を持つことも検討している。
- ・メインのターゲットは未就学児だが、フィットネス遊具など全年齢向けのものもある。

### ■事業全体について

- ・立地的には、中央公園が単体で子ども向けの施設の収支が成り立つような場所ではないと思っている。10-15km 圏内での子どもの数や競合する施設の有無などを踏まえて検討が必要だが、直観的には厳しい。
- ・もし検討するとすれば、イベント等での連携や、町全体の子育て施策との連携という姿が現実的。実際に京都市では、子育て支援施設だけでなく、カフェやまちづくり事業も一体での事業を指定管理で受ける事業を9月からスタートした。
- ・高槻では行政と協定を結んで使用料を収める形で運営している。初年度は10万人近く来場。検診センター、こども園、保育士の研修センター、行政の出先機関など子育て機能が集約されている。公園の中に子育て支援機能があるのは理想的。
- ・広さ的には次店舗なら200~250坪、プレイヴィルなら400坪程度必要になる。

### ■公園エリアについて

- ・屋外フィットネスというような形で、屋外に大人も運動が出来るような遊具を提供するなどは、海外でも実績があり、コロナ影響で伸びている。

### ■ソフトプログラムについて

- ・施設などへのイベント出店は、基本的にはイベント運営者から委託されて出店する。
- ・瀬戸内市ではパートナー協定を結び、プレイカーという遊具などを積み込んだ車が2台、町内を回っている。

### ■まとめ

- ・中央公園で子ども向けの施設運営をすることは難しい。
- ・まちづくりそのものへの関心は持っており、事業としての可能性があるとするれば、教育機関との連携など。施設運営そのもの以外での広がりがあることが必要。

### ③飲食事業者ヒアリング

#### ■事業全体について

- ・地元のモチベーションを上げていくことが良い。地元企業の出資でまちづくり会社を組成する、地元の人が立つなどが重要。
- ・そういった地元の方と組んで事業をするという可能性は十分考えられる。協業してファンドをつくるようなこともできる。
- ・工業エリアへの提案も含めてハブ機能を持った場所となると良い。
- ・逆に地元の立ち上がりがないと、外から民間事業者だけ来ても継続していかない。
- ・若い人たちがやっていきたいと思うような動線を、社会実験でも検証して作っていく。

#### ■飲食施設について

- ・立地的に飲食事業が成り立たないということはない。
- ・せっかく農業が盛んなのであれば、例えば九条ネギのナポリピザとかのイメージを作っていく。
- ・スイーツ・パン・パスタ・ピザなどは定番だが、女性の集客は見込める。
- ・産直マルシェとフードをきちんと連携させることも重要。大きい規模ではなく、まず飲食店の店先で少し売するような形で小さく始めると良い。
- ・産直で失敗する例としては加工品でスタートする事業。加工品の物販は利益が出ない。産直は農業者の価値向上のコンテンツとして長期的に考える。
- ・飲食をしっかりと核にし、それに統合していくような事業構築が良い。
- ・コンテンツを立たせることも重要だが、同時に事業計画を最小単位で始めることも重要。人件費をいかに抑えて始められるか。売り上げが上がってからその他のことはやれば良い。
- ・例えばスイーツを始めなければ、店先にキッチンカーで始めるなど。
- ・飲食店自体の箱もプレハブでも十分。飲食店の営業許可の下りる最低限の投資にして、見た目には気を配るが、躯体自体は大層なものでなくて良い。
- ・商圈は半分地元、半分外くらいの比率で考えると良い。地元だけで考えると収益的に難しい。
- ・営業は夜より昼を中心にわざわざ来てもらえるような、楽しんで体験できるようなものになると良い。

#### ■BBQ 施設について

- ・十分に可能性がある。飲食施設との親和性も高い。
- ・久御山野菜を組み込んだセットにしてしまうなど、久御山町を味わう、をゴールにする。
- ・バーベキューは見せ次第でうまくできるので、核になる飲食施設があれば、あとは管理のオペレーションだけで済む。

#### ■まとめ

- ・飲食およびBBQ 事業の成立可能性はあり。ただし、地元主体と民間事業者との連携などにより事業継続性を高める工夫が重要。
- ・産直マルシェなどの機能も含め、最小限の投資で始めることでリスク低減と事業成立を図る。

## 2) グラウンド利用者ヒアリング

現在グラウンドを利用している町内の団体のうち、サッカー利用と野球利用をしている団体に対して、現在の利用状況及び改善点などについてのヒアリングを行った。

### ①町内少年野球チーム

#### ■現在のグラウンドの利用状況について

- ・週に1回、金曜日の18時～21時まで定期練習で利用。
- ・その他に、春に久御山スポーツ少年団の大会と秋に久御山町長杯（近隣の市町のチームも参加）で1日利用をしている。
- ・グラウンドは使用料がかかるため、土曜の午後と休日は学校開放で小学校のグラウンドを使用しているが、土曜日の午前にウォーミングアップで児童広場を使っている。

#### ■グラウンドについて

- ・少年野球なら2面取ることができ広さは十分。
- ・駐車場は大会などで8チームなどになると満車状態で役場の駐車場も使用している。
- ・設備的に使いにくいということはないが、去年はコロナの影響で使用頻度が低かった影響もあり雑草などが多い状態だった。
- ・水はけは、溜まりやすいところがあり解消して欲しい。
- ・照明の利用料が一律全面分のため高くなる。
- ・昨今の気候を考えると、選手用の日陰エリアがあったほうが良い。

#### ■公園について

- ・ボールを蹴ったり出来るような広場はあったほうが良い。
- ・ランニングコースなどもあると良い。
- ・グラウンドゴルフもグラウンドでやる方が良いのではないか。

#### ■まとめ

- ・グラウンドの規模感や設備面は、概ね既存のもので使用に問題は無い。
- ・費用面では事業としての収益性と地元団体の利用しやすさのバランスを検討する必要がある。

## ②町内少年サッカーチーム

### ■現在のグラウンドの利用状況について

- ・火曜日と木曜日のナイターと土曜日の昼に定期的に利用している。
- ・その他にも野球などで使用していない日曜日に利用することもある。
- ・土日は東角小学校を利用することもある。

### ■グラウンドについて

- ・雨が降ると状態が悪くなり使用しにくい。
- ・グラウンドの周りの雑草が多いところは気になる。
- ・サッカーゴールが1セットしかないため、広さ的に2面取れる少年サッカーでも1面しか使えない。
- ・また入り口側のネットに低いところがあるため、その点でも南側反面しか使えない。
- ・2面しっかりと使うことが出来れば大会などでも使うことが出来る。
- ・人工芝になるとありがたい。球技場として申請するとサッカー協会から整備費用の補助が1億円出る。ただし、用途の制限が生じるかは不明。
- ・人工芝にした場合、夏には地面が50℃を超えるため、注意は必要。
- ・また粉でラインを引く場合には、毎回水などで流すことが必要。
- ・あらかじめ引いてしまう場合には、このグラウンドは用途が多岐に渡るため、様々なラインが引かれるため、分かりにくくなってしまう。
- ・野球で使用することもあるため、ベースの部分は芝を入れないなど配慮が必要。
- ・駐車場の台数は余裕がないように感じる。
- ・有料のところも多いので有料化は問題ないと思う。もしくはグラウンド利用がある時のみ開ける施設できる駐車場を設けるなども考えられる。
- ・日除けはもう少しあった方が良い。雨除けにも活用出来る。
- ・国旗掲揚の位置も今グラウンドに突き出ている危ない。逆側のほうが良い。

### ■公園について

- ・公園側は狭い。(特に遊具周りの空間)
- ・児童公園側はほとんど使われておらずもったいない。
- ・たまに間違えて車が入ってくることがあるため危険。
- ・ゲートボール場をフットサル場にして欲しいという声もある。
- ・小さい子が遊びに来ることが増えてきているので使いやすいうようにして欲しい。
- ・軽食などの売店はあれば利用されるだろう。

### ■まとめ

- ・人工芝にする場合、多用途使用への対応検討が必要。
- ・駐車場の有料化は概ね問題は無いが、利用者属性による使い分けをするかは要検討。
- ・グラウンド利用と公園利用の相乗効果は期待出来る。

### 3) 国交省ブロックサウンディング

国交省により行われている、ブロックプラットフォームサウンディングに参加。応募のあった民間事業者に向けて下記資料に基づきプレゼンを行い事業内容やスキームについての意見交換を行った。

## 京都府久御山町 久御山中央公園整備について

令和3年 2月2日

1

### 久御山中央公園整備について

#### 1. 久御山町について

##### (1) 久御山町の立地

久御山町は京都市の南側に隣接しており、京都市中心部から南へ1.5kmほどの場所に立地しています。北部にある久御山ジャンクションによって、京都のみならず大阪や神戸といった近畿の主要都市までのアクセスも良好です。また1600社を超える企業が集まる工業団地を有し、昼間人口は常住人口の2倍近くとなっています。

久御山町は、京都市の中心部から南へ15キロに、山城盆地の南西部に位置し、北と西は京都市、東は宇治市、南は城陽市、南西は八幡市に接しています。

土地は、町南端の佐山が一番高い位置にあり、町北東部の巨椋池干拓田のあたりがもっとも低く、南から北へゆるやかに傾斜しています。

##### ○ 役場の位置

京都府久世郡久御山町島田ミスノ38番地

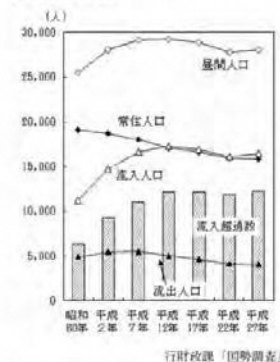
○ 東経 135度43分6秒 北緯 34度52分53秒

○ 総面積 13.86平方キロに

○ 町域 東西 3.5キロに 南北 4.3キロに



##### ● 昼間人口の推移



2

## 久御山中央公園整備について

### 1. 久御山町について

#### (2) 久御山町の産業

先述の工業団地は、都市部では稀な工業専用地域が残されており、宅地開発などから守られた稀有な操業環境があります。また巨椋池の干拓地を切り拓いた農地も広がり、若手の農業従事者も他地域と比較して多くなっています。このように農と工の産業が両立し、且つ維持されている環境があります。

巨椋池干拓地など整備された  
優良農地約600haで展開する『農業』

京都飛行場跡の工業専用地域  
に立地する約1600もの『ものづくり産業』



3

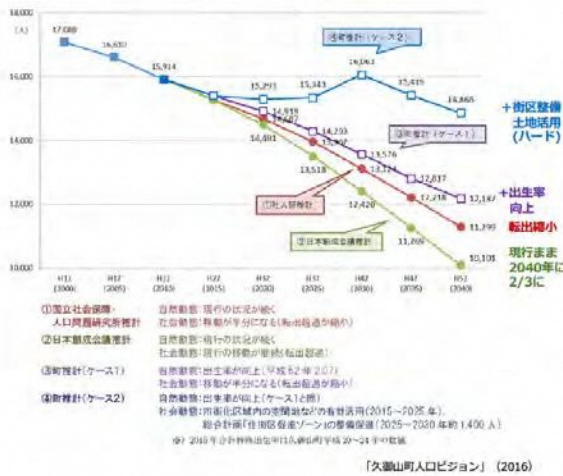
## 久御山中央公園整備について

### 1. 久御山町について

#### (3) 久御山町の抱える課題

一方で、久御山町の抱える課題として定住人口の確保があります。現在の状況が続けば2040年には2/3になる推計もあり、また子育て世代の転出意向も高く、その理由として住環境への不満や、まちへの愛着が持てないことなどが挙げられています。

久御山町の将来人口推計



久御山町から転出したい理由



4



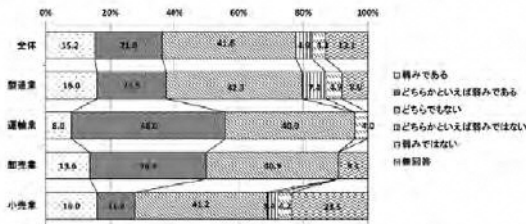
久御山中央公園整備について

1. 久御山町について

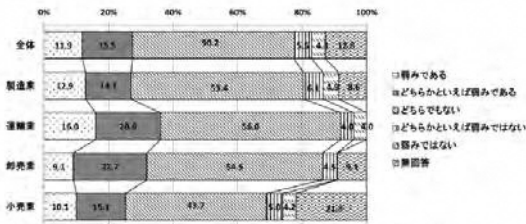
(3) 久御山町の抱える課題2

また、現時点では維持されている農業及び工業の産業面においても課題があり、農業面においては若手農家が京野菜を中心に規模拡大しているが、農業の販売力やブランドの発信力が弱いこと、工業面では、工業地域での、有効求人倍率が7倍を超える状態にあり、人材不足が深刻化していることが挙げられます。また町の「魅力的な地域イメージがない」ことも弱みとなっています。

久御山町の弱み（人材の確保が困難）



久御山町の弱み（魅力的な地域イメージがない）



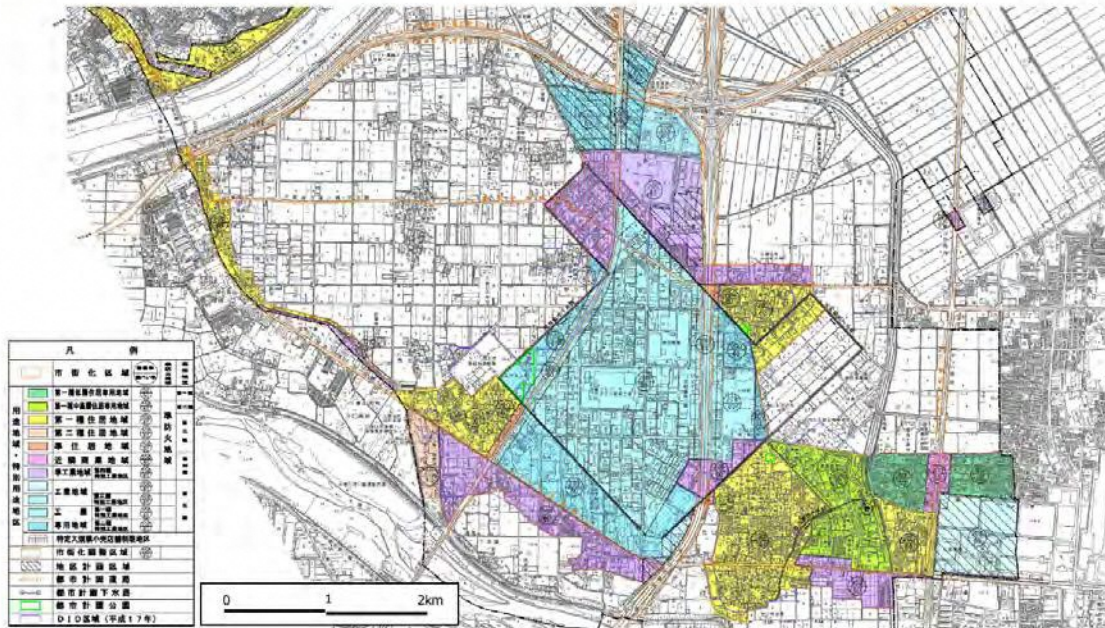
**有効求人倍率**

求人倍率	倍率
全国	1.58
京都府	1.56
宇治管内（宇治市・ 城陽市・久御山町・ 宇治田原町）	1.93
久御山町	7.30

「H27久御山町企業実態調査」（2015）

久御山中央公園整備について

参考：久御山町の都市計画



## 久御山中央公園整備について

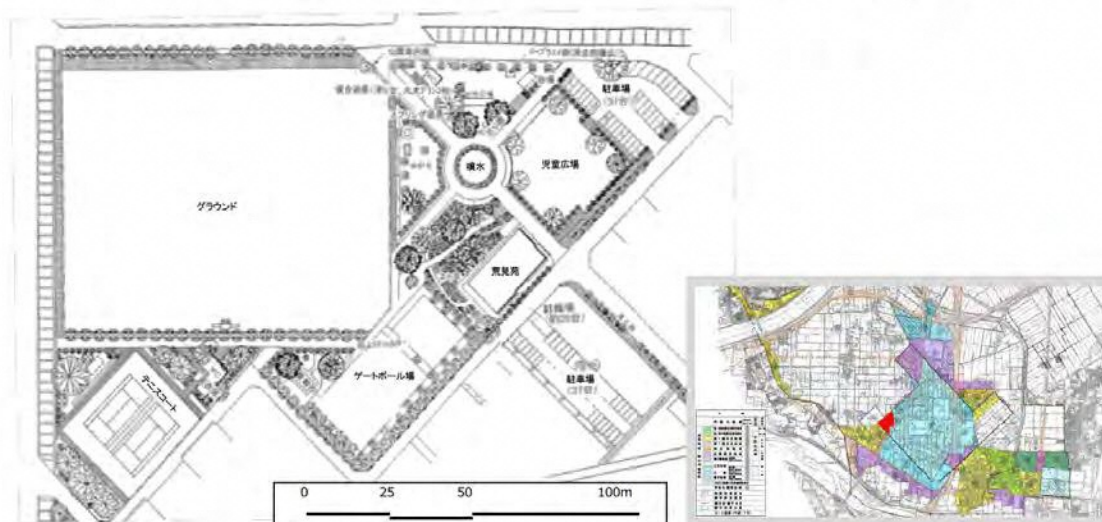
### 2. 久御山中央公園について

#### (1) 中央公園の立地

##### ■施設概要

諸元 : 全面積 25,136.5 m<sup>2</sup>、昭和53年3月供用開始

主要施設: 野球場 約12,100m<sup>2</sup>、屋根付きゲートボール場、グラウンドゴルフ場、テニスコート、児童広場、幼児広場、庭園、時計台、噴水 (設備故障中)、駐車場: 31台分+37台分 (借地) ※高齢者向けの福祉施設が隣接



## 久御山中央公園整備について

### 2. 久御山中央公園について

#### (2) 施設の現況と課題

##### ■現況施設の利用上の課題と要検討項目

- 野球場とテニスコートはよく利用されており、運動公園としての機能を十分に果たしている。一方、中央公園北側の噴水の周囲の広場・庭園部分はあまり利用されていない。特に、噴水や流路の設備は故障しており機能しておらず、維持管理の方法も含めて、公園における位置づけの再検討が求められる。
- 「公園に関するアンケート」から、町民が公園に求めるものは、ゆっくり過ごせる場所、人が集まる憩いの交流拠点であることが分かる。また、ゆっくり散歩できる場所や、幼児・児童が遊べる場所、喫茶・食事が楽しめる場所への町民のニーズも大きい。これに対し、現況の中央公園は、スポーツ以外の交流拠点としての機能が不十分であり、また、ゆっくりと休めるような町民の憩いの場としての役割も果たせていない。憩いの場や、交流・にぎわいの場としての町民のニーズに応える施設整備のあり方について検討する必要がある。
- 中央公園北側については、4つの区画に区分されており、利用しづらい状況となっている。具体的には、利用されない区画があること、相互のアクセス性が悪いこと、生け垣等により見通しが悪く死角も多いこと、などが問題として挙げられる。公園の有効活用のためには、抜本的な改善が必要である。

##### ■運営上の課題と要検討項目

- 都市公園法の改正により公募設置管理制度 (Park-PFI) が創設され、民間活力を活用した都市公園の整備・管理の可能性が広がっている。久御山町においても、民間事業者との連携による都市公園の魅力によるストック効果の向上や、民間資金の活用による公園管理者の財政負担の軽減の方策を検討することが望まれる。
- 先行事例からは、都市公園における飲食店の設置の効果として、賑わいの創出、憩いの場の創出、利用者層の拡大、利便性の向上、周辺地域の活性化、交流の場の創出などの効果が報告されている。また、管理運営者の選定においては、コンセプトとの合致、施設の外観やデザイン、事業者の実績やサービス提供能力などが重視されている。
- 都市公園における民間事業者との連携の先行事例は、採算性が見込める大規模施設の運営や、大都市のきわめて集客力のある場所に立地する飲食・物販等の収益施設の運営が中心である。久御山中央公園は、先行事例に対して、規模の面でも集客ポテンシャルの面でも条件が厳しく、収益事業スキームに工夫が求められる。

##### 中央公園 有料施設の年間使用人数

利用団体数	使用人数	利用率	使用人数 (日あたり)	
野球場	812団体	35,659人	49.6%	98人
庭球場	2875団体	17,169人	64.0%	47人
合計	3,687団体	52,828人	-	145人

(H29年度久御山町文化スポーツ事業年報報告書)  
※雨天等のキャンセルは稼働率にのみ反映されている  
※使用時間帯については集計資料なし

##### 中央公園 維持管理費 (平成29年)

費目	金額 (千円)	
光熱水費	2,715	電気代約230万
修繕料	76	
維持管理委託料	6,599	清掃、剪定など
電気保守	194	
駐車場借地料	3,468	
指定管理料	2,730	
合計	15,785	

##### 国道1号線交通量について

区分	台数 (上下合計)
12H(昼間)	27,009台
24H	39,590台

(H27年度全国道路・街路交通情勢調査)  
観測地点地名 久御山町森



久御山中央公園整備について

2. 久御山中央公園について

(3) 現況写真



久御山中央公園整備について

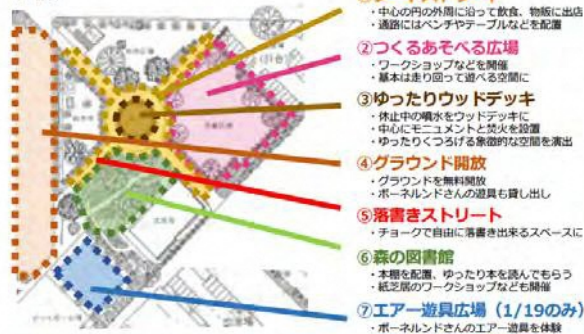
2. 久御山中央公園について

(4) 取り組みの紹介 (くみやま まちのがっこう)

■概要

昨年度、久御山中央公園のビジョンをまとめる上で、公園の将来の使い方、機能、配置などをイメージするための社会実験「くみやま まちのがっこう」を実施し、マルシェの開催やWSプログラムの実施、グラウンドの開放などを行いました。

■内容



3. 整備の方針について

(1) 公園のコンセプト

【久御山中央公園のコンセプト】

「久御山町での暮らしの価値を高める、まちのホスピタリティとしての公園」

- ・心地良く憩える公園の風景が久御山での暮らしをイメージさせる
- ・様々なコンテンツやプログラムが久御山の産業と暮らしを結びつける
- ・久御山野菜の提供や工業エリアへのランチ提供の食の拠点としての機能を果たす

【久御山中央公園の方針】

- ・久御山中央公園としての知名度やブランディングによる価値のための継続的な実施を行い日常的な利用へつなげる。
- ・ハード面では高低差の解消や子どもの遊び場の確保は必須。今後の実証実験でも階段の設置による動線の創出などの取り組みを検討。
- ・滞在時間の長時間化やイベント運営、維持管理などの面から拠点施設が必要。フードトラックの拠点も兼ねる飲食施設など収益施設としての拠点を検討。
- ・駐車場は有料化し収益のコンテンツを増やし維持管理の予算などへ充当を検討
- ・来場者が滞在し楽しむ空間を中心に考え、地元産業と結びついたコンテンツや新たな魅力コンテンツ（アウトドアなど）の提供を検討。

3. 整備の方針について

(2) 機能と整備内容のイメージ

【中央公園での機能想定】

- ベース機能
  - ・居心地が良く、見通しの良い憩い空間
  - ・イベント出店やステージなどに使用できるオープンスペース
  - ・子どもの遊び場
  - ・トイレ、おむつ交換、授乳スペース
  - ・緑陰を形成する高木などの樹木
  - ・イベントなどに使用できる給排水・電源
  - ・駐車場
- コンテンツ機能
  - ・農業発信と住民との交流の場として久御山野菜やハーブなどを育成する農園
  - ・ランチや会食などに利用でき、フードトラックの拠点ともなる飲食施設
  - ・企業レクリエーションや休日のレジャーとなるBBQエリア
  - ・備品等を保管する倉庫
  - ・WS・体験教室などを開催できるスクール

【整備における課題と方向性】

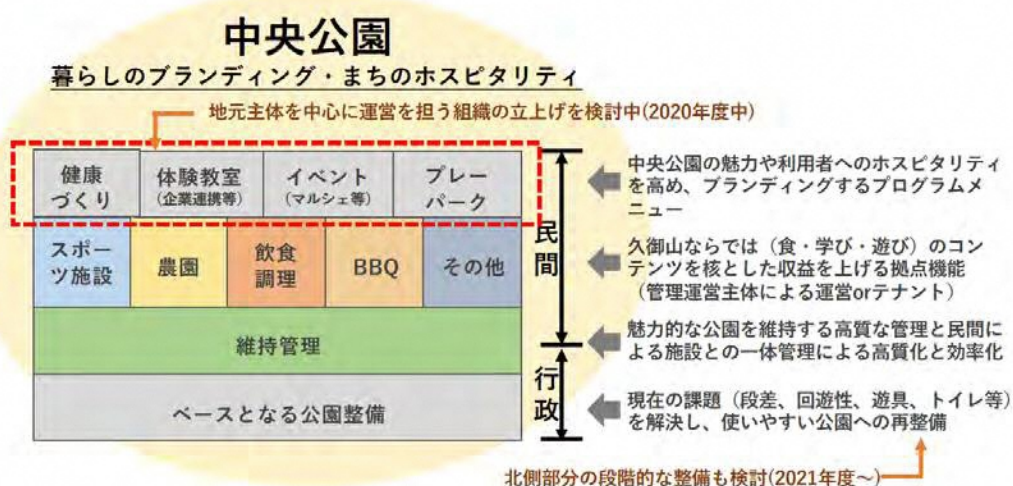
- 現時点での課題
  - ・中央を分離する噴水
  - ・高低差による公園内の分断
  - ・植栽による見通しの阻害
  - ・回り込まないと入れない各広場動線
  - ・ゲートポール場方向へのつながり
- 施設整備の方向性
  - ・段差を解消、見通しの良いフラットな断面構成
  - ・イベントなどに活用しやすい面的な広さの確保
  - ・全体を回遊できる動線計画



久御山中央公園整備について

3. 整備の方針について

(3) 整備・維持管理の考え方 (官民の役割分担のイメージ)



久御山中央公園整備について

3. 整備の方針について

(4) 整備の範囲と方針案

■整備範囲(着色部分)



■整備方針案

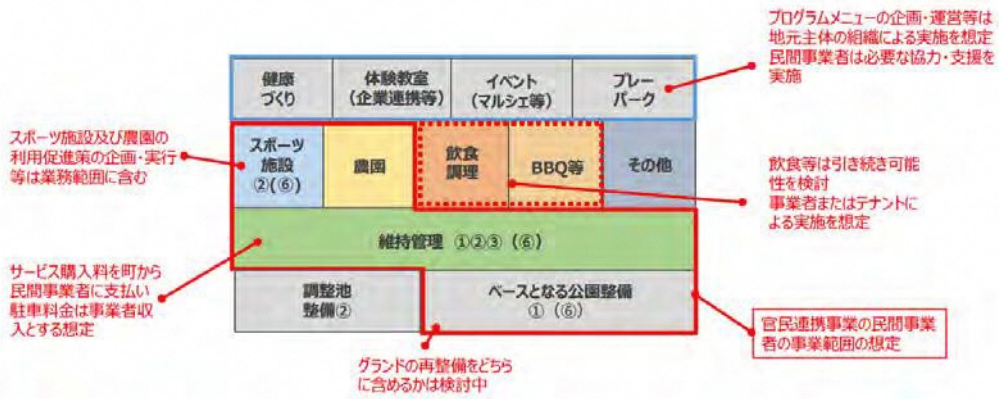
- ①公園及びゲートホール場は再整備。
  - ②グラウンドは地下に調整池の機能を整備(R6、7年度町整備)その後、再整備。
  - ③駐車場は既存の公園内・公園外(借地)の両方とも敷地外に移設。有料化(R3年度町整備)
  - ④既存福祉施設は現状維持
  - ⑤借地駐車場は廃止
  - ⑥既存テニスコート及びトイレ・更衣室は現状維持
- ※①と一体的に整備・運営する可能性も検討中

久御山中央公園整備について

3. 整備の方針について

(5) 官民連携事業の事業範囲

- ・ 公園整備+維持管理+運営の一部は「官民連携事業」として民間事業者へ委託する方向で検討中
- ・ 事業範囲は以下赤枠の範囲を想定（今後の議論等で変更の可能性あり）



久御山中央公園整備について

3. 整備の方針について

(参考) 既存施設の収支に関する情報

■支出

公園管理費	電気料金	2,390,314	直近の管理費の平均
	水道料金	334,956	直近の管理費の平均
	清掃委託	1,489,955	直近の管理費の平均
	電気保守管理	181,440	直近の保守管理費
	その他管理業務	5,030,910	直近の管理費の平均
	修繕費	1,006,507	直近の修繕費の平均
	スポーツ施設管理費	2,845,904	直近の管理費の平均

■収入

施設使用料	野球場使用料	1,926,285	H29実績
	庭球場使用料	4,537,450	H29実績

■グラウンド部分利用状況（H29年度久御山町文化スポーツ事業年報報告書より）

	利用団体数	使用人数	稼働率	使用人数（日）
野球場	812団体	35,659人	49.6%	98人
庭球場	2,875団体	17,169人	64.0%	47人
合計	3,687団体	52,828人	-	145人



久御山中央公園整備について

3. 整備の方針について

(6) 現在の動き

現在、地元の女性たちによる活用の運営主体が組成されつつあります。来年度にも実施予定の「くみやま まちのがっこう」の運営を皮切りに、公園を活用した様々なプログラムを実施する主体として想定しており、公園の運営者と共に活用の推進と魅力化を担うことを考えています。  
今年度は小さな規模ではありますが自ら公園のライトアップを行ったり主体的な取り組みが始まっています。

活用のコンセプト



ライトアップの様子



久御山中央公園整備について

5. スケジュール

	R2年度	R3年度	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	R8年度
全体	基本計画策定	基本計画修正 サウンディング (公募型)	公募要項作成	事業者公募・選定	設計	整備 公園部分供用開始	全体供用開始
ハード整備	先行整備内容 の検討	駐車場等先行整備		調整池設計(町)	事業者設計 調整池整備(町)	公園整備 グラウンド整備 (町) 調整池整備(町)	
コンテンツ	コンテンツ検討	コンテンツ修正 ※必要に応じて					コンテンツ 事業開始 グラウンド 事業開始
プログラム	地域主体組成	地域主体による 公園活用 主体組織の強化	地域主体による 公園活用	地域主体による 公園活用	地域主体による 公園活用		地域主体による 公園活用
その他	住民アンケート ワークショップ 実施						

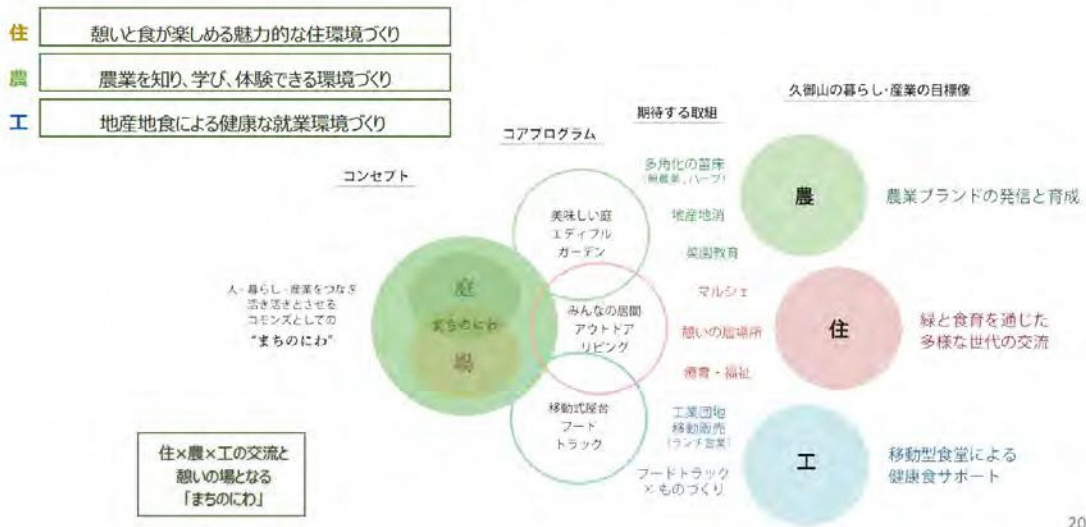
6. 質問事項

- ・各施設や想定コンテンツ内容に対する意見
- ・事業方式に関する提案
- ・事業範囲や事業期間に関する提案
  
- ・魅力をより高めるような新たなコンテンツや施設の活用方法に関するアイデアの提案
- ・地元主体との積極的な連携方法の提案
- ・その他収益可能性のある事業の提案
- ・近隣の旧中央公民館の跡地に整備を検討中の「まちづくりセンター」についても官民連携手法の導入について検討しているため、連携やパッケージ化などの可能性の提案

(参考) 計画の背景

(1) 久御山「まちなわ」構想

これらの課題解決のために2019年2月に久御山町と京都大学 山口准教授によって、「久御山」まちなわ構想が策定されました。これは「久御山中央公園」及び「クロスピアくみやま」を活用して、「食」戦略に基づいた住×農×工の交流を促すためのビジョンであり、住「憩いと食が楽しめる魅力的な住環境づくり」、農「農業を知り、学び、体験できる環境づくり」、工「地産地食による健康な就業環境づくり」のそれぞれの環境づくりを構想しています。



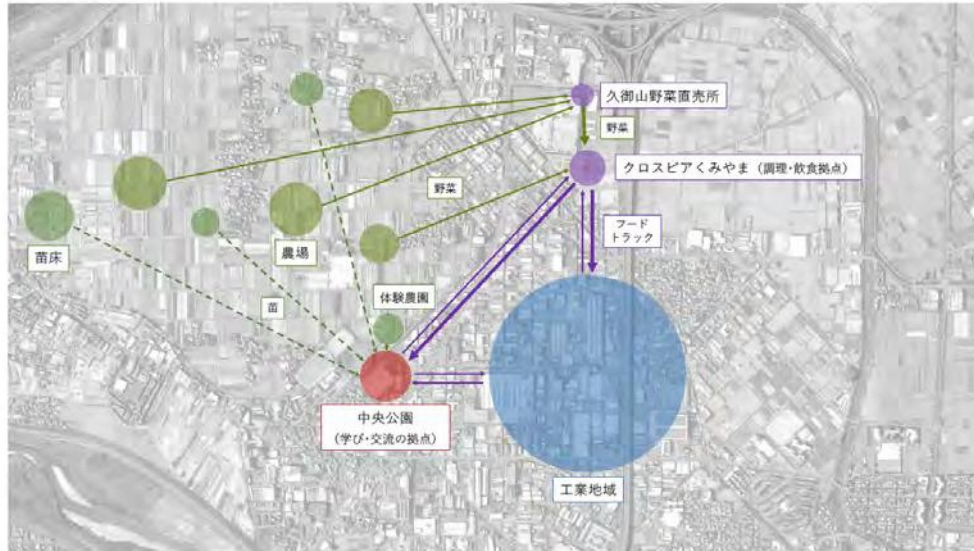


## 久御山中央公園整備について

### (参考) 計画の背景

#### (1) 久御山「まちのにわ」構想2

まちのにわ構想の中で、久御山中央公園は「学び・交流の拠点」として位置付けられ、住・農・工のハブとしての役割が想定されています。



21

## 久御山中央公園整備について

### (参考) 計画の背景

#### (2) 目指すべき将来像

この構想を具現化していくために2019年度よりプロジェクトチームが組成され、より具体的な目指す将来像とビジョンがまとめられました。

### 目指すまちの将来像

住

#### ① 高性能の住宅と生活環境が整った職住近接の豊かな暮らし

- ・高性能、高品質な住宅の供給により快適な居住環境が整っていること
- ・日常生活に彩りを与える豊かな公共空間や遊びの場があること
- ・住み続けたいと思う愛着が生まれる環境であること

農

#### ② 高いブランド力により高単価で取引される農産物と地域の暮らしと連携した力強い農業

- ・久御山野菜の認知が向上し、ブランド力を持つことで販路が拡大すること
- ・単価が上がることにより高効率で持続的な産業となること
- ・地域住民の暮らしと関わることで、町への愛着や誇りにつながる

工

#### ③ 就業環境（創業環境）が整った新時代の選ばれる工業地帯であること

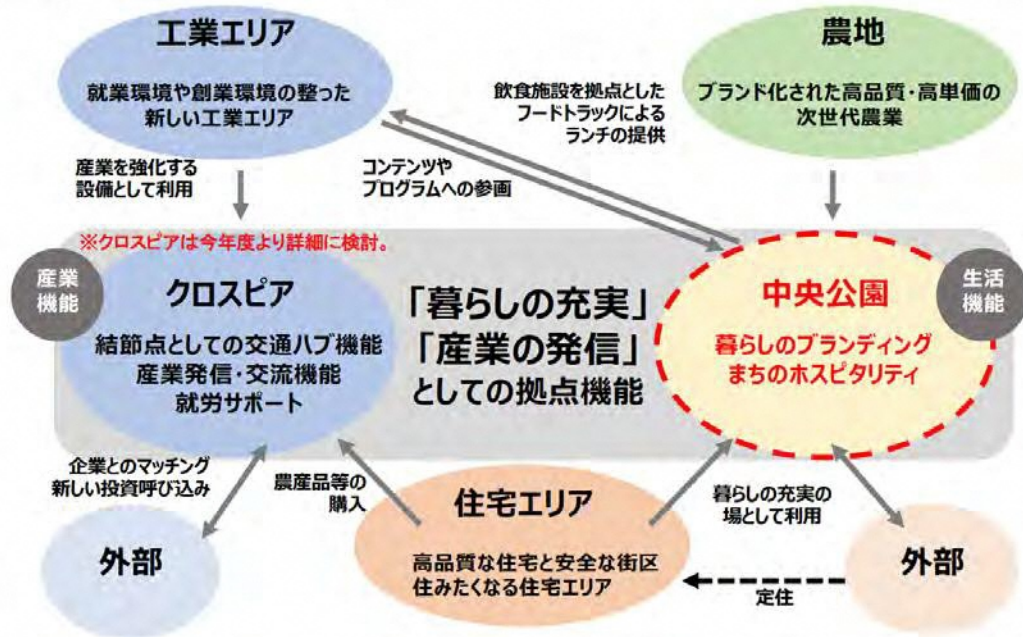
- ・既存企業の就業環境が向上し、従業員の満足度が向上する事
- ・快適な就業環境により久御山町の企業への就職希望者が増加すること
- ・業務以外のレクリエーションや福利厚生によって従業員の生活の質自体が向上する事

22

久御山中央公園整備について

(参考) 計画の背景

(3) プロジェクトの推進ビジョン



23

久御山中央公園整備について

(参考2) 昨年度の取り組み (久御山中央公園での社会実験)

(1) 概要

久御山中央公園のビジョンをまとめる上で、公園の将来の使い方、機能、配置などをイメージするための社会実験「くみやま まちのがっこう」が行われました。

① 目的

- ① 活用方法の検討
- ② 活用や再整備の周知・イメージ作り
- ③ 整備需要の確認と設計内容への反映

② 検証項目

- ① 農業と連携したソフトプログラムの運営検証
- ② 中央公園での事業性の確認
- ③ 将来的な空間活用の検証
- ④ 利用者特性の把握
- ⑤ 利用者ニーズ (将来) の把握
- ⑥ 現状の空間的な課題

③ 検証方法

- ① 売上
- ② 来場者アンケート調査
- ③ 来場者動線や滞留行動の調査

④ 内容

- ・中央公園の通路及び芝生広場を中心に出店を行う、ベンチ等によって滞留空間を設ける
- ・3週間の会期中に、ガーランドなど公園を彩る要素をつくるWSを開催し、参加者みんなで空間をつくりあげていく。
- ・イベントを開催するごとに、人が関わり徐々に空間が出来上がることで、公園への興味を深め整備計画への関心を高める。

⑤ スケジュール

- ・1月19日(日)、2月1日(土)、8日(土)、9日(日)
- ・時間帯は10時00分～14時00分(4時間)
- ・グラウンドの無料開放も実施(12時00分～15時00分)

⑥ 出店イメージ

- ・物販店舗、飲食店舗、体験WSなど

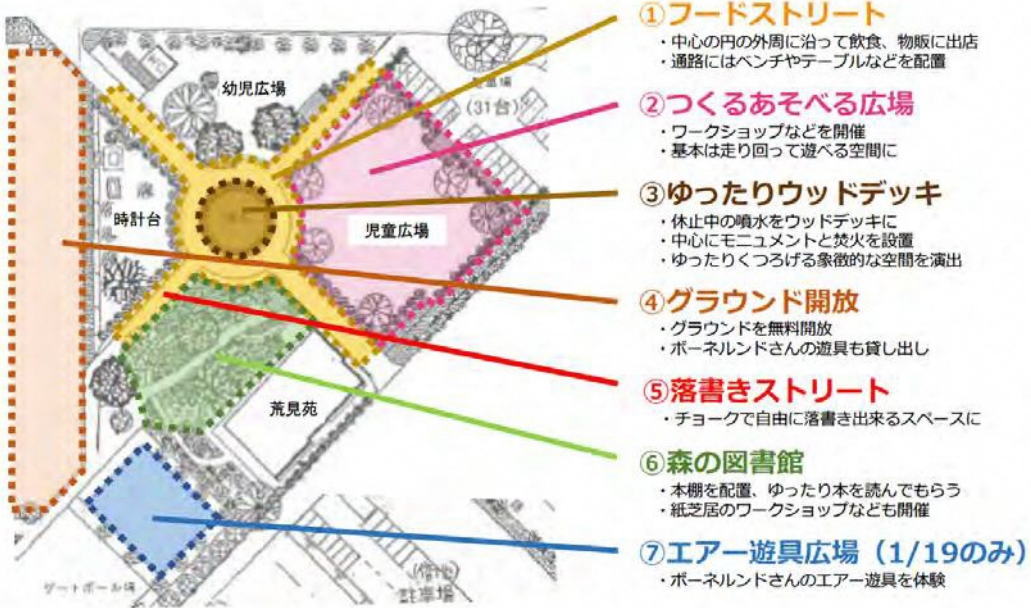
24



久御山中央公園整備について

(参考2) 昨年度の取り組み (久御山中央公園での社会実験)

(2) 空間構成



久御山中央公園整備について

(参考2) 昨年度の取り組み (久御山中央公園での社会実験)

(3) 広報





久御山中央公園整備について

(参考2) 昨年度の取り組み (久御山中央公園での社会実験)

(4) 当日の様子 (フードストリート、遊べる広場)



27

久御山中央公園整備について

(参考2) 昨年度の取り組み (久御山中央公園での社会実験)

(4) 当日の様子 (ゆったりウッドデッキ、落書きストリート)



28



久御山中央公園整備について

(参考2) 昨年度の取り組み (久御山中央公園での社会実験)

(4) 当日の様子 (森の図書館、グラウンド開放、その他エリア)

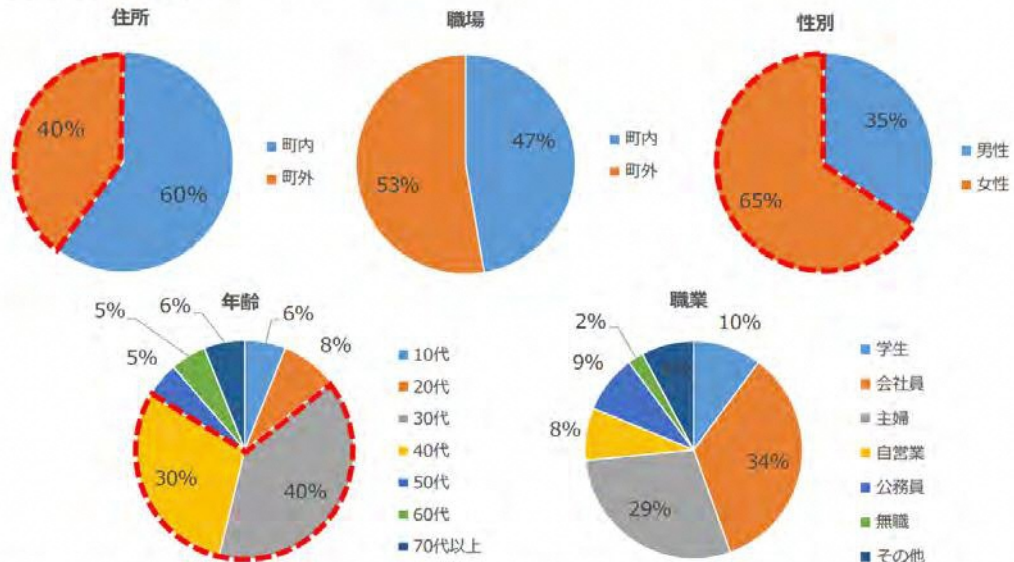


29

久御山中央公園整備について

(参考2) 昨年度の取り組み (久御山中央公園での社会実験)

(5) アンケート結果抜粋



- ① 町内への告知が中心にも関わらず 4 割が町外からの来場で、女性の比率 7 割弱と多かった
- ② 年齢は 30 代、40 代のファミリー層が中心で 7 割超という結果となった

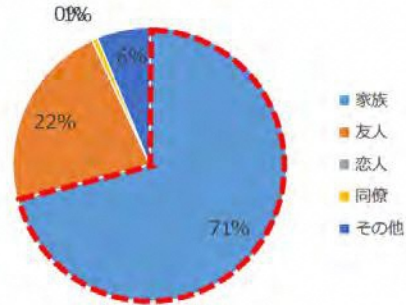
30

久御山中央公園整備について

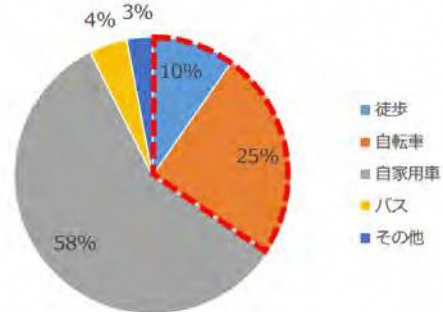
(参考2) 昨年度の取り組み (久御山中央公園での社会実験)

(5) アンケート結果抜粋

Q3. どなたと来られましたか



Q4. 久御山中央公園には何でこられましたか



- ① 家族連れで来られた方が7割を占めた
- ② 公園への交通手段は車で来られた方が6割弱を占めたが、徒歩と自転車も35%という結果になった

久御山中央公園整備について

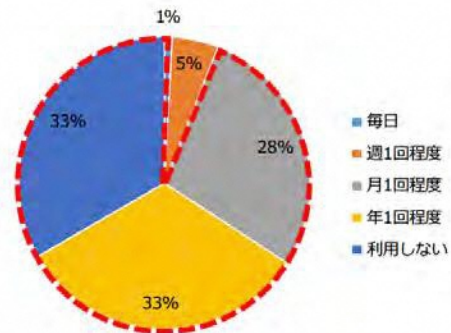
(参考2) 昨年度の取り組み (久御山中央公園での社会実験)

(5) アンケート結果抜粋

Q10. 普段、遊びや散歩、レクリエーションなどで使われている場所はどこですか。(自由回答)

【町内】	
・イオン (10)	・市民プール
・近くの公園 (8)	・荒見苑
・内屋敷公園 (5)	・相島の公園
・公園 (3)	・おじま公園
・中央公園 (6)	・藤森神社
・佐山公園	・寺の周り・ログス
・ポケットパーク (4)	・図書館
・体育館	・北公園
・ゆうホール (4)	・公園のイメージがない
・あいあいホール (2)	
【町外】	
・JRA(緑の広場) (3)	・こうのす公園 (4)
・木津川運動公園	・八幡公園 (2)
・大阪	・動物園、水族館
・公園 (2)	・田辺の中央公園
・五里五里の里 (2)	・五里五里の丘 (6)
・けいはんな公園	・男山レクセン (2)
・文化/リク城陽	・木津川運動総合公園
・鴻巣公園 (4)	・ひらかたパーク
・太陽が丘 (5)	・鴨川
・ボウリング	・競馬場
・カラオケ	・桃の里児童館
・山田池公園	・防賀川公園
・花見山公園	・四条
	・なかじまの公園

Q11. 現在、久御山中央公園をどのくらいの頻度で利用されていますか



- ① 今回の来場者はファミリー層が多いこともあり、遊びに行く場所町内外問わずは公園が多かった
- ② 久御山中央公園の利用頻度は月1回以下が9割以上を占めた



久御山中央公園整備について

(参考2) 昨年度の取り組み (久御山中央公園での社会実験)

(5) アンケート結果抜粋

Q12. (久御山中央公園を) 主に使われる目的と場所を教えてください (自由回答)

【目的】	
・子どもを遊ばせる (19)	・くつろぐ
・花見 (2)	・運動会
・おしゃべり	・散歩
・テニス (2)	・体操 (2)
・サッカー 等	・スポーツ
・ライトアップ	・体力の維持
・バドミントン	
・遊具	

【場所】	
・遊具 (7)	・ゲートボール場の奥
・テニスコート	・広場 (2)
・グラウンド	

Q13. 現在の中央公園の良い所悪い所をお書きください (自由回答)

【良い所】	
・人が少ない (4)	・遊具楽しい (7)
・遊具がある (6)	・駐車場がある (6)
・広い (10)	・トイレがある (4)
・近い (3)	・花キレイ
・静か	
・緑が多い	

【悪い所】	
・遊具が古い (2)	・知名度が低い
・遊びにくい	・狭い (2)
・無駄に広い	・グラウンドが自由に使えない
・きれいでない	・危険な場所もある
・駐車場が狭い (4)	・遊具が少ない (4)
・トイレが汚い (4)	・噴水での分割
・イベントが少ない (2)	・人が少ない (2)
・ボールが使えない (5)	・見通しが悪い
・子どもが少ない	・場内案内が少ない
・暗い	

①ファミリー層の回答が多いため、久御山中央公園に来る目的は子供を遊ばせるが大半を占めた  
②遊具は評価されたが、同時に数や古さを指摘する声もあった。また広さも評価された

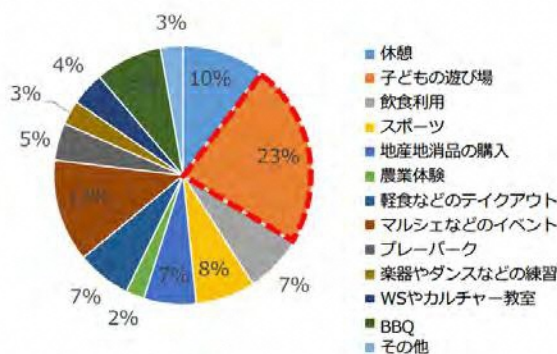
33

久御山中央公園整備について

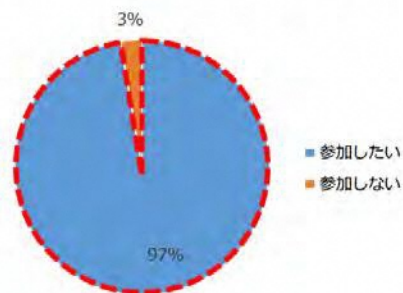
(参考2) 昨年度の取り組み (久御山中央公園での社会実験)

(5) アンケート結果抜粋

Q15. 将来の公園はどのようなアクティビティ(使い方)ができると良いですか



Q16. 今後、公園でマルシェや農業体験などのイベントが行われたら参加したいと思われませんか。



①子供の遊び場を求める声が多く、ついでマルシェ、休憩、BBQ、スポーツという結果となった  
②今後のイベントへは9割を超える人が参加したいという結果となった

34

久御山中央公園整備について

(参考3) その他の関連事業について

(1) クロスピアくみやま

クロスピアくみやまは、「久御山」まちのにわ構想において久御山中央公園とともに拠点として想定されている2階建の施設です。イオンモール久御山に隣接し、久御山ジャンクションにもほど近く交通利便性の高い立地にあります。厨房や会議室などを有し、産業の拠点としての機能が検討されており、久御山中央公園との運動も視野に入れています。現在は1階を物販と厨房、レンタサイクル貸出など、2階を貸し会議室として使用しています。

■施設概要

諸元 : 敷地面積 4,317.94㎡ (延床895.39㎡)、平成22年4月開設  
 主要施設 : 1階 待合、販売コーナー、展示ブース、特産品加工室 2室 (パンなど)、2階 有料交流室 2室、ものづくりサロン、展示/産業情報ブース  
 無料駐車場 : 普通車23台、駐輪場60台



久御山中央公園整備について

(参考3) その他の関連事業について

(2) 全世代・全員活躍まちづくりセンター

- ・ 町役場に隣接する旧中央公民館を「全世代・全員活躍まちづくりセンター」として建替えることを検討中。
- ・ 同施設は、全世代・全員活躍型「生涯活躍のまち」構想の中心的な機能を担うものとして位置づけ
- ・ 整備・運営については、官民連携手法の導入を想定
- ・ 完成後の利活用においては、中央公園でのプログラムメニュー等との運動・協働も期待

久御山全世代・全員活躍共生型社会の実現





## 【事業者意見】

### ■事業全体について

- ・住民主体でうまく動いていると思う。まちづくりセンターとの連携はパッケージ化したほうが事業者としては動きやすくなると感じた。
- ・管理手法はまちづくりセンターを含めた指定管理として常駐のコーディネーターがいる形が良いと思う。また、公園の施設としては季節を問わない半屋外や、水遊びの施設がよいのではないかと。
- ・まちづくりセンターと親和性が高いと思う。

### ■公園エリアについて

- ・北側に利用が少ないとのことなので、まちの魅力の向上につながるシンボリックな施設を設置してはどうか。ファミリー層をターゲットにしたような大型遊具や長く滞在できるコンテンツが望ましいと思う。
- ・農園は①摘み取り②貸し③体験④オーナーの4つのタイプがあるため、これをうまく組み合わせるべき。また、久御山野菜販売の拠点として農産物直売所が欠かすことができない。出荷額から考えて、現在の旬采の里では拠点とは言い切れないので、この公園の中に拠点を作っていかれたらどうか。集客力も高い。
- ・森の図書館を常時設置するのなら、カフェ、レストランやワークショップなどの施設と連携したものを提案できると思う。
- ・公園施設は地元活動を阻害しない自由度が高い施設がよいと思う。噴水などの水場、遊び場はフラットにして水が飛び出るようなものの方が管理の手間も少なく、イベント性能も高いだろう。

## 4) まとめ

### ■事業全体について

- ・ 飲食や公園運営等とグラウンド運営は一体であることが望ましい。
- ・ ただし、全体を運営する管理・運営主体から、個別の事業を切り出して他の事業者に出していくことは考えられる。
- ・ 地域主体との連携は重要。地域主体と民間事業者との連携による事業主体が望ましいと考えられる。今後地域主体や地元コーディネーターの役割や運営範囲、事業内容などを検討し、地元での運営を最大化できるような状況を作っていくことが望ましい。
- ・ 施設間の連携も要検討。特にまちづくりセンターとの親和性は高く、同一のコーディネーターによる運営など一体的な管理の方法を検討していく必要がある。

### ■グラウンドについて

- ・ 人工芝での再整備が、広域での利用者の誘致には有効。
- ・ 但し、建設費や維持管理費用を全て回収することは難しいため、適切な整備費用の検討が必要。
- ・ また人工芝での整備における多用途への対応も検討が必要。
- ・ 利用料の面では、広域での利用者に合わせての設定が収益的にも良いが、地元団体の使用については金額の検討が必要となる。また利用回数のバランスも合わせて検討し、事業として成り立つ条件を設定する必要がある。

### ■公園エリアについて

- ・ 管理事務所のような機能は必要となるため、規模や場所などを検討する必要がある。
- ・ 飲食施設は、事業成立可能性はあるが、初期投資を最小限に抑え事業構築していく必要がある。
- ・ 飲食事業を核として産直など食と関連する事業を少しずつ組み合わせていくことで、コンテンツの魅力を上げていく方向が良いと考えられる。
- ・ バーベキュー施設も飲食施設と連動することで食のコンセプトを強化し、運営も簡素化することが可能となるため、飲食事業とセットで検討を行う。

### ■ソフトプログラムについて

- ・ 地域主体によるプログラム運営と民間事業者との連携は可能。
- ・ 様々なプログラムを想定して、ある程度自由度のある空間設計が重要。

## (4) プログラム主体構築

### 1) 主体の構築

昨年度実施した「くみやま まちのがっこう」に続く形で、継続的に公園を活用するソフトプログラムを企画・運営する主体を地元で組成する。短期的には来年度以降の実験的な活用を企画・運営し、長期的には、公園を運営する事業者と連動して、意欲のある主体がやりたいことを実現するための場を作るとともに、それらの活用により公園の魅力を引き上げ、ブランディングする役割を担う。

主体の構築に当たっては、プロジェクトメンバーやまちのがっこう参加者などの町内のキーパーソンへのヒアリングなどから、候補者を発掘するとともに広く募集も行い、チームを組成する。

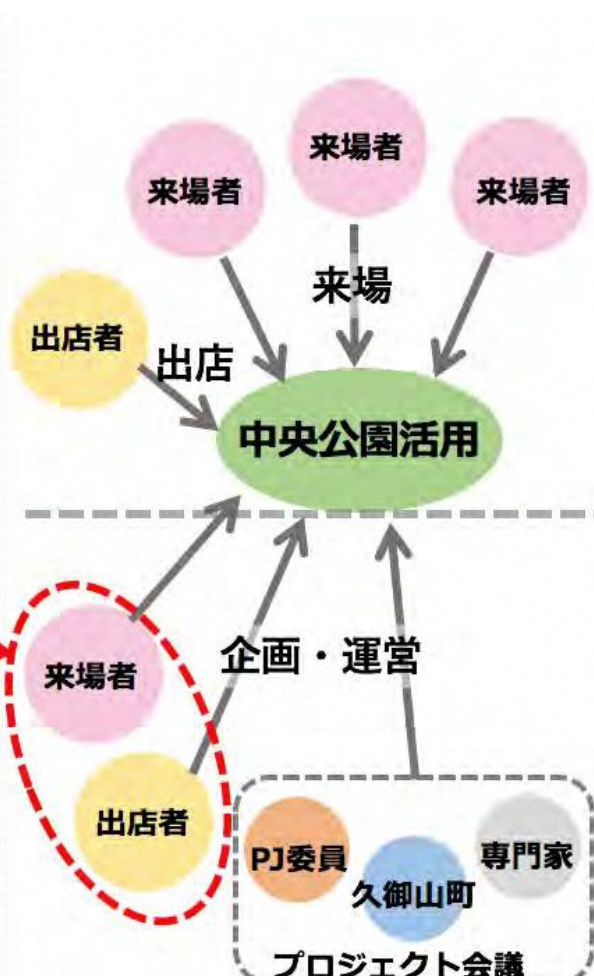
#### 【チーム組成のイメージ】

昨年度の運営像



プロジェクト会議にて活用方法について検討、実証実験の企画・運営

今後の運営イメージ



検討や企画・運営に昨年度来場していた一般の方や出店者が主体として参画  
今後の運営主体の候補をつくる

今年度のプログラムの検討に当たっては、当面はプロジェクト会議メンバーを中心としたメンバーによって、下記のスケジュールで検討を進めるものとする。今後、さらに広く参画メンバーの募集も行い、運営メンバーも増やしていく。

【推進スケジュール】

	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月 イベント開催	6月
チームづくり	どんなチーム構成にする								
イベント内容	コンセプト・方向性検討								
日程			回数・曜日検討						
プログラム内容		出店内容・ワークショップ・演奏など					企画調整		
使う場所		公園レイアウト検討					レイアウト調整		
イベントデザイン					屋台・テーブル・装飾など				
出店者集め				飲食・物販・ワークショップなど					
申請関係					仮設所等申請		仮設所申請		
					消防申請書類		消防申請		
広報					チラシ製作・Facebook・町内広報				
公園再整備	どんな公園にしたい？								どんな公園にする？

また、プログラム検討に当たって、公園に求めるものやしたいことなどを議論し、下記の3つの活用のコンセプトを検討した。

【公園の活用コンセプト案】



■チャレンジできる公園

- ・みんなのチャレンジしたいを応援する。
- ・出店のトライアルや、自己実現、子どもの挑戦などができるプログラム

■つながる公園

- ・行けば誰かと会える、同世代の人と繋がれるような公園。
- ・多世代が交流できるプログラム。

■大人が行きたくなる公園

- ・子どもと一緒にでも、子どもを遊ばせながら大人が楽しめる公園
- ・大人だけでも行きたくなるようなプログラム



## 2) プログラムの検討

活用のコンセプト案に基づいて、来年度のプログラムの検討を行う。今後の活用の実証実験という位置付けであり、様々な活用を検討するために、1回の開催ではなく定期的に開催し、毎回プログラムを変えていく方針とした。

### ①サイト予約制 BBQ

- ・実施検討日：5月2日
- ・時間帯：11時～15時
- ・実施概要：児童広場を使用して、暫定的な BBQ 区画を設置。予約制で BBQ を楽しめるイベント。  
主催者側で用意するものや、レイアウト、設置の詳細などは現在検討中。
- ・プログラム案：BBQ サイトの貸し出し（一部は主催側で使用し誰でも使えるスペースとする）  
ドリンク、野菜などの物販（農業者と連携した久御山野菜の販売）  
キッチンカーの出店  
子ども向けのワークショップの実施  
ヨガなどの体験型プログラムの実施
- ・実施イメージ



## ②マルシェイベント

- ・実施検討日：6月6日
- ・時間帯：10時～14時
- ・実施概要：昨年度の「くみやま まちのがっこう」のような、整備予定の噴水部分を中心としたマルシェの実施。

今回は子どもが自ら出店内容を考えて運営する、子どもマルシェや使わなくなった学用品や制服を交換しながら、子育て世代の情報交換やつながる場となるフリーマーケットなど、「チャレンジできる」や「つながる」といった公園の活用コンセプトを意識して、拡張した様々な企画を検討中。

- ・プログラム案：マルシェ出店（飲食中心）

フリーマーケット（学用品や子ども用品など）

キッズダンスなど、子どもの発表プログラム

子どもマルシェ（屋台も別途子どもたちがワークショップにて製作）

ヨガなどの体験型プログラムの実施

ものづくりなどのワークショップの実施

- ・実施イメージ





### ③焚き火とワインの会

- ・実施検討日：未定
- ・時間帯：16時～20時
- ・実施概要：大人が楽しめるイベントとして企画。焚き火を囲んで音楽演奏やワインを楽しむ。子ども向けのシネマ上映なども検討。
- ・プログラム案：焚き火空間  
音楽演奏  
ワインやつまみの販売  
子ども向けシネマの上映
- ・実施イメージ



### 3) ライトアップの試験実施

2020年末に、久御山中央公園のライトアップを試験的に実施した。企画メンバーたちがライトアップに必要な物品や設置場所の検討を行い、12月27日まで点灯を行った。

今年度は試験的な実施であったため規模は小さいものであったが、今後も継続的に続けていく活動の一つの形を作ることができた。

またライトアップに合わせて、久御山中央公園の整備に関するアンケートも実施し、会場にQRコードを設置し、広く意見聴取の機会とした。

#### 【実施の様子】



#### 【メディアへの取り上げ】 洛タイ新報（令和2年12月18日）

久御山町  
中央公園 再整備へ意見を  
25日までアンケート

久御山町は、久御山中央公園再整備に向けてアンケート調査を行っている。同公園の将来のイメージや使い方などについて、町内外から広く意見を募っている。25日（金）まで、町は、「食」をテーマに町内施設を有機的に結び、町の新たな魅力を創出する「まちにわ構想」を基に、同公園の再整備に乗り出す。アンケートは、再整備後の使い方や希望する設備、今年11〜2月に今後の公園を考える企画として行った食と遊びの実験「まちのがっこう」の感想など10問余り。QRコードを読み込んで特設ページにアクセスし、回答してもらおう。項目によって自由記述欄も設けている。

なお、同公園では現在、公園の利活用実験として簡易イルミネーションが行われている。町老人福祉センター「荒見苑」裏のエリアで一部の樹木を電飾で彩っており、ライトアップされた「くみやま夢タワー137（KB Sラジオ電波塔）」との競演も楽しめる。27日（日）まで。午後5

電飾で彩られた中央公園。後方には夢タワー137を望む





## (5) 住民参画・情報発信

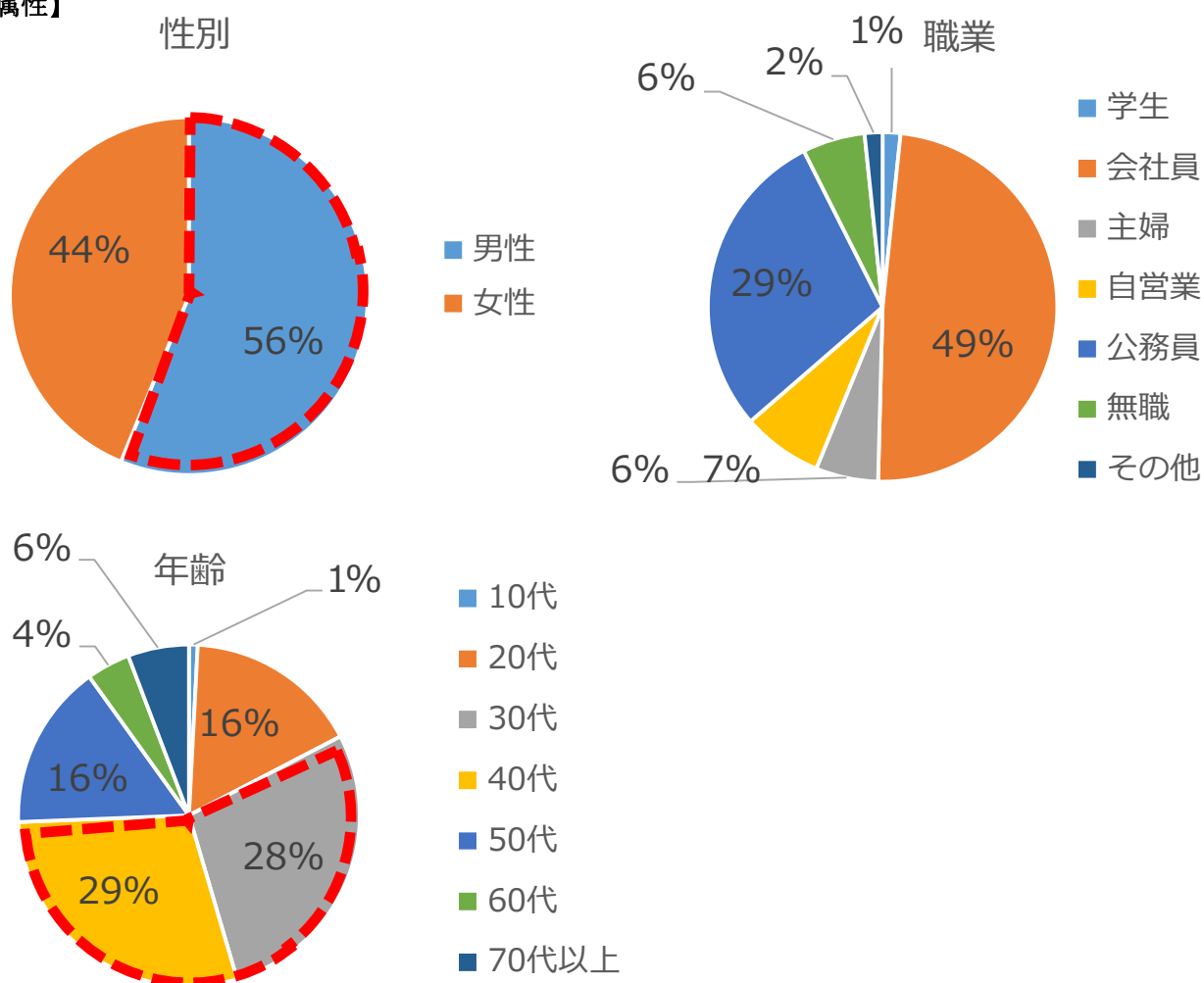
久御山中央公園の基本計画の策定に当たって、事業者などへのヒアリングによって事業の可能性などを検討するとともに、広く住民の意見を聞くために住民アンケートと住民ワークショップの実施をすることとした。しかし、緊急事態宣言の発令により、住民ワークショップの実施が困難であったため、ワークショップに参加予定であった各団体への直接ヒアリングに変更し実施した。

また進捗の様子などを広報誌へ掲載していくこととし、来年度以降も継続的に掲載していくこととした。

### 1) 住民アンケート

広く整備に対する意見やアイデアを募集するために住民アンケートを実施した。実施方法は広報誌へのQRコードの掲載及び、ライトアップ期間中の会場へのQRコードの設置とした。(N=121)

#### 【属性】

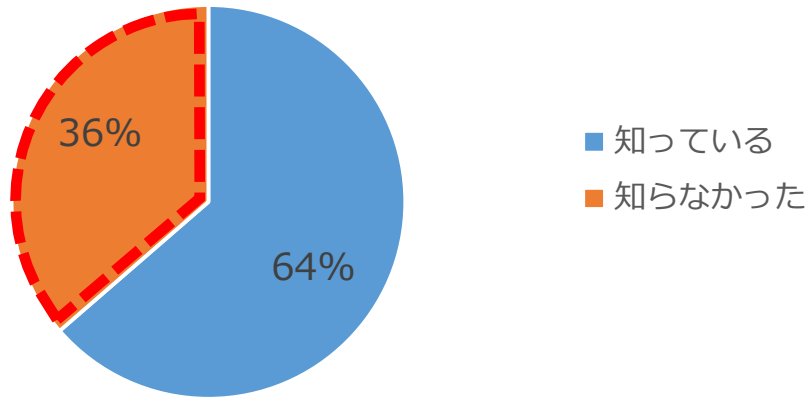


①まちの学校でのアンケートと異なり男性の比率が高い（前回男性は35%）

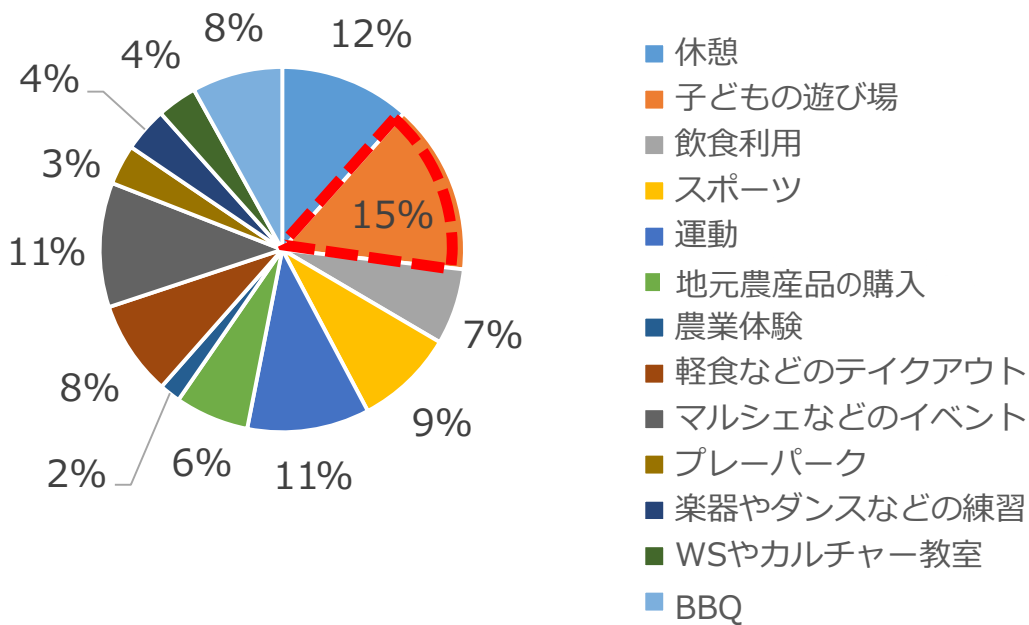
②年齢は30代、40代のファミリー層が中心

【回答】

Q1.久御山中央公園が  
再整備されることはご存知ですか



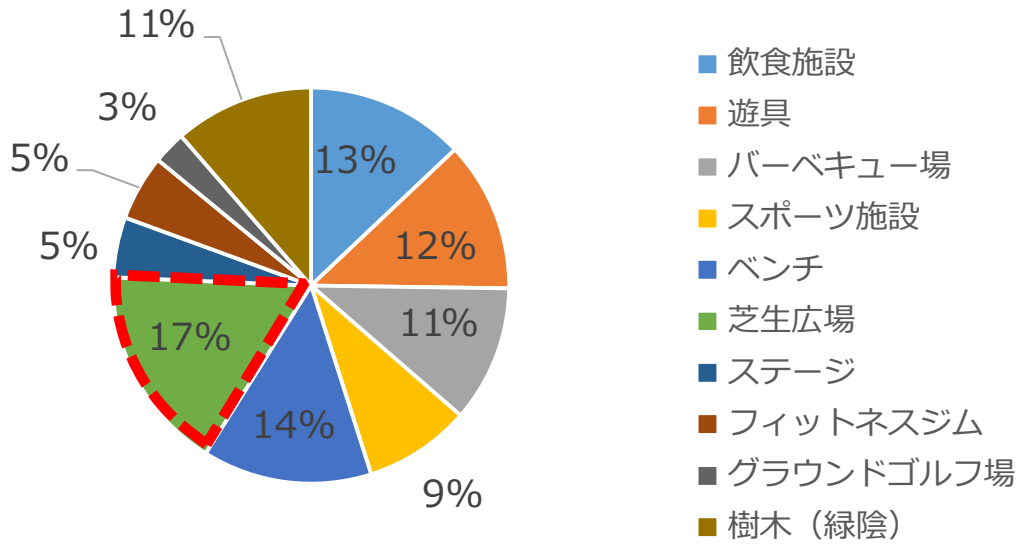
Q2. 再整備後の公園はどのような  
使い方ができると良いですか



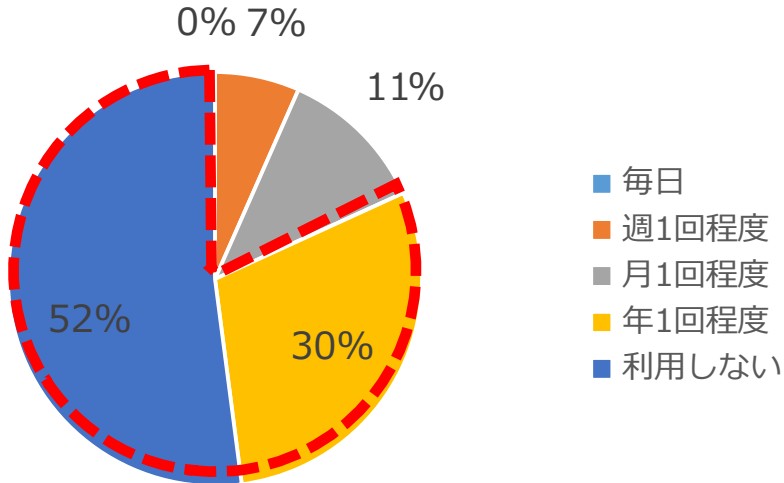
①整備されることは知らない方が 36%

②使い方は子どもの遊び場が最も高く、ついで休憩、運動、マルシェなどのイベントの順となった

Q3. 再整備後の公園に  
何があったら良いですか



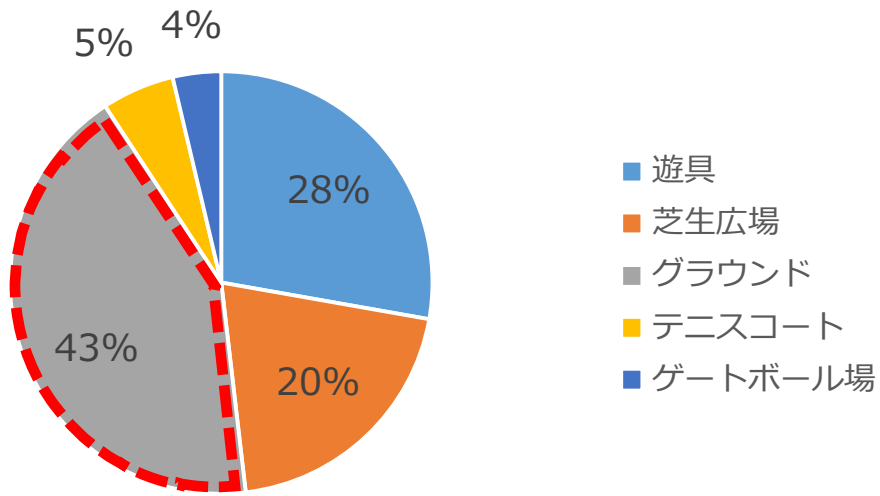
Q4. 久御山中央公園を  
使われる頻度はどれくらいですか



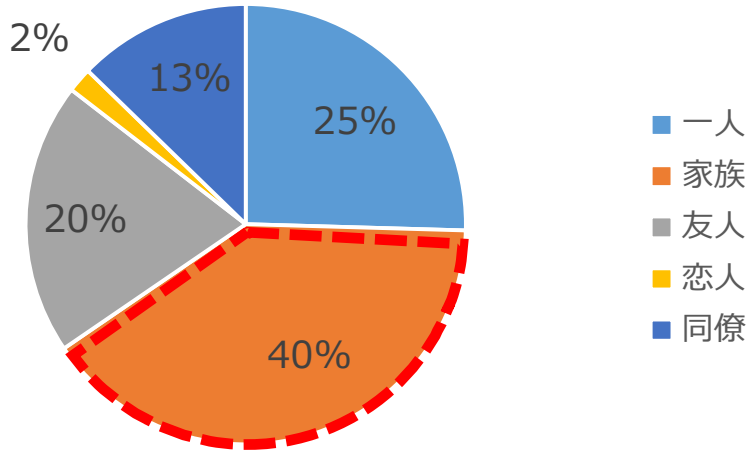
- ①整備後にあったら良いものは芝生広場が最も多く、次いでベンチ、飲食施設、遊具の順となった  
②現在の使われている頻度は利用していない人が半数を超え、年1回程度も含めると8割強となった



Q5.主に使われる場所はどこですか



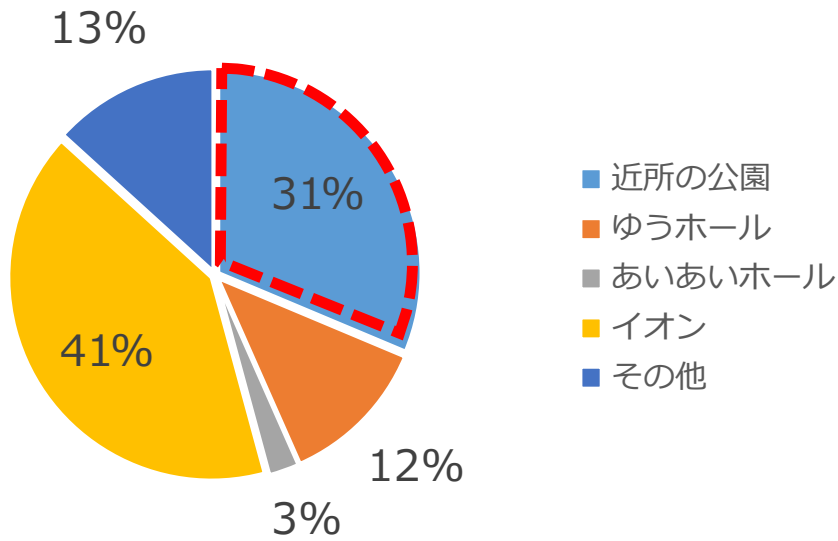
Q6.主にどなたと来られますか



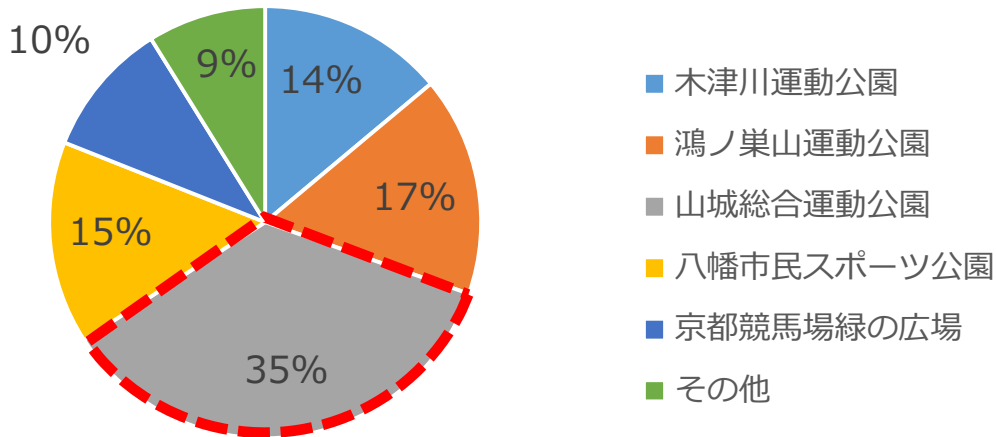
①主に使われる場所はグラウンドが最も多く4割強で、次いで遊具という結果となった

②家族で利用される方が最も多かった

### Q7-1.町内で使われている場所



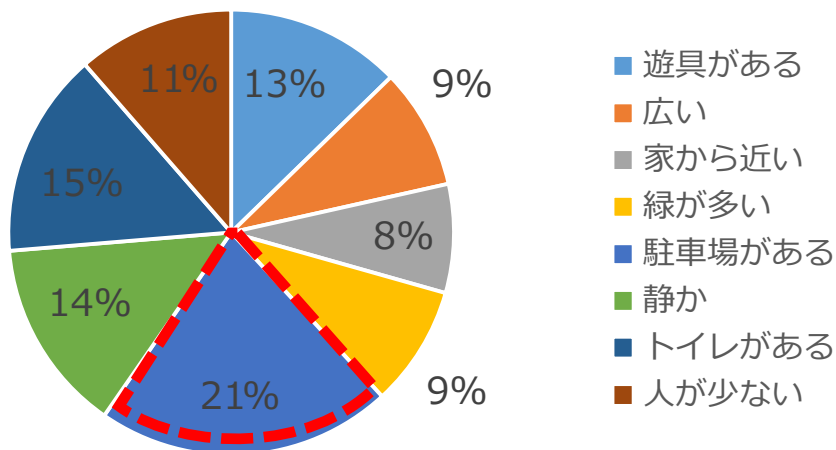
### Q7-2.町外で使われている場所



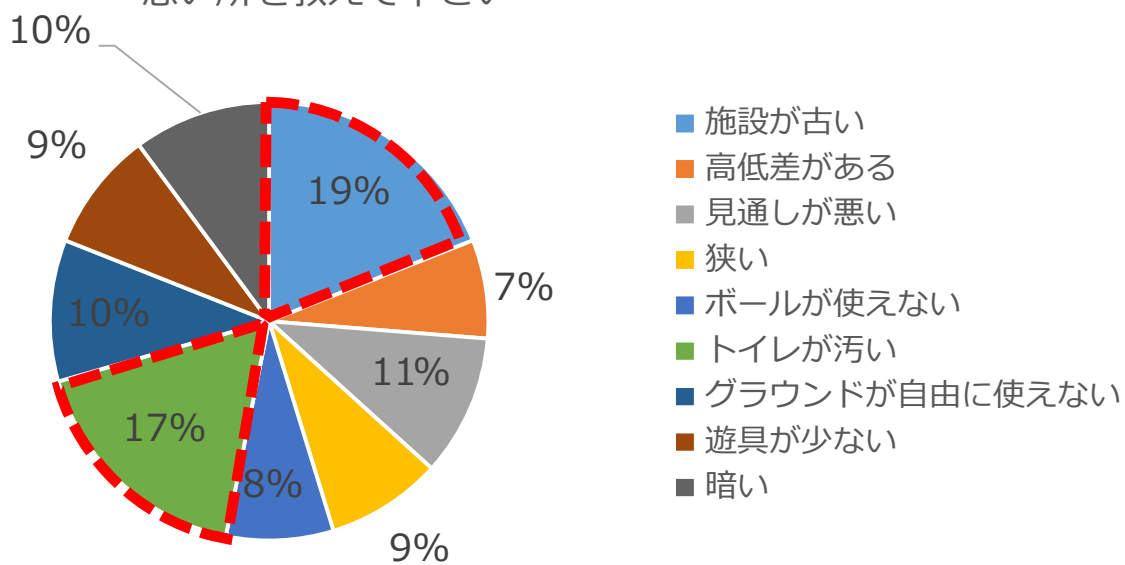
①町内ではイオンの利用率が高かったが、近所の公園も3割強となった

②町外で使われる場所は山城総合運動公園が最も多かった

Q8-1.久御山中央公園の  
良い所を教えてください



Q8-2.久御山中央公園の  
悪い所を教えてください

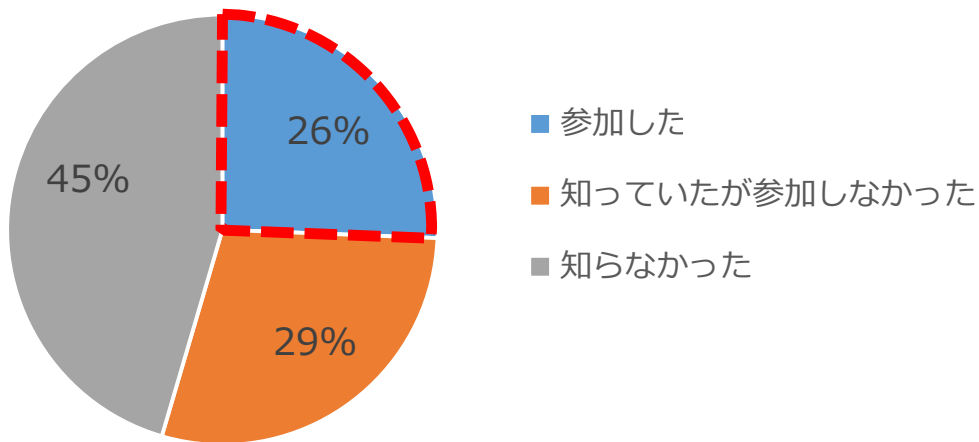


①中央公園の良いところは駐車場があるが最も多かった

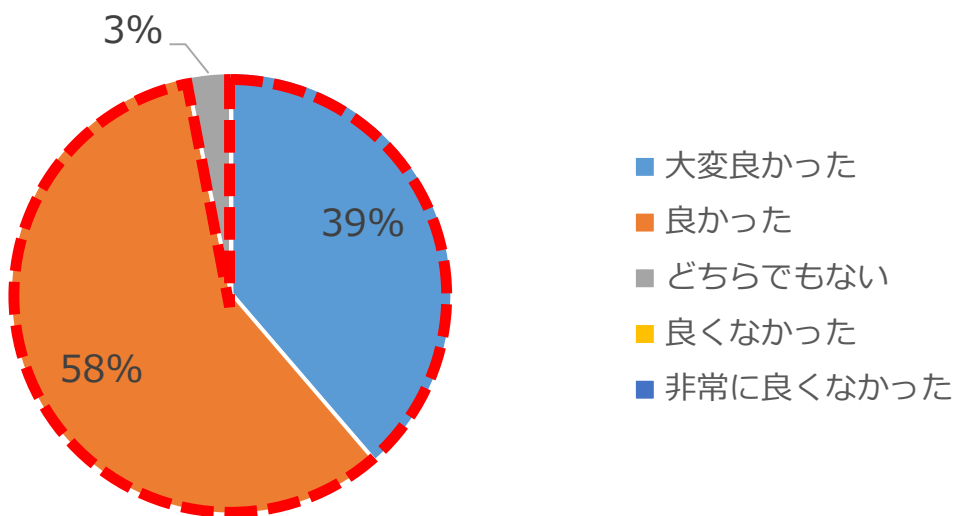
②悪いところは施設が古いやトイレが汚いなど設備面を指摘する声が多かった



Q9. 「くみやま まちのがっこう」  
を知っていますか



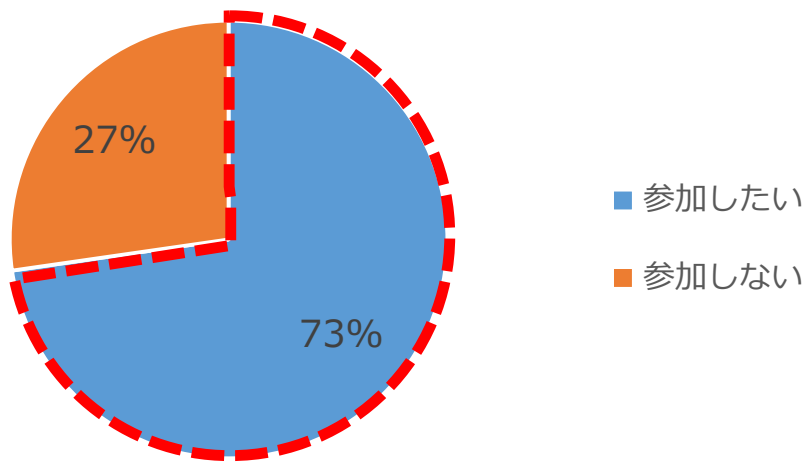
Q10. 「くみやま まちのがっこう」の  
感想を教えてください



①昨年度の「くみやま まちのがっこう」に参加された方は26%に留まった

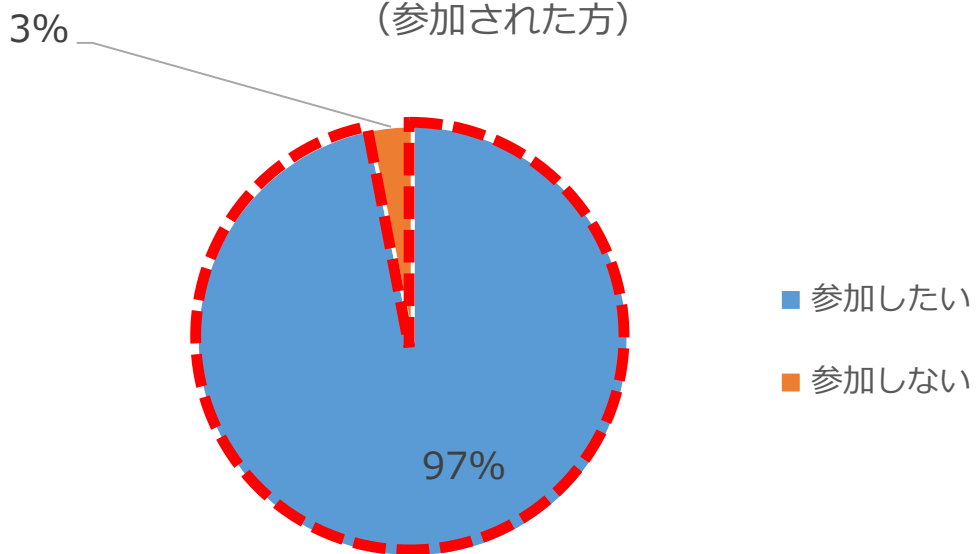
②参加された方からの評価は概ね高く、97%の方が大変良かった、良かったと回答した

Q11. また実施された場合に参加されたいか



Q11. また実施された場合に参加されたいか

(参加された方)



- ①全体では参加したい人が7割強。新型コロナウイルスを不安視する声も散見された
- ②昨年度参加された方の参加意向は97%と高く、満足度は高かったことが想定される

## 2) 町内組織ヒアリング

当初は住民ワークショップとしての開催を計画していたが緊急事態宣言の発令によって実施が困難であったため、ワークショップへ参加予定であった各団体への直接ヒアリングに変更し実施した。

### ① あいあいホール利用者ヒアリング

#### ■ 利用について

- ・ 久御山中央公園に行ったことがある方は9名中6名。
- ・ 遊具が幼稚園くらいから向けで幼児では利用しにくい。
- ・ 休日は八幡や競馬場の公園に行くことが多い。

#### ■ 良い点

- ・ ボールで遊ぶ児童広場と遊具のエリアが分かれているのは良い。

#### ■ 悪い点

- ・ トイレが汚い。特に幼児は地面に服がつくこともあるので、子ども目線ではもっと清潔な方が良い。
- ・ ベンチも清潔感がなく利用しにくい。

#### ■ 整備に関して

- ・ 水遊びができたり、砂場があると良い。
- ・ 今の砂場は水場が遠く、砂の質も目が粗いため遊びにくい。
- ・ 小さい子ども向けの遊具が欲しい。
- ・ テニスコートの変更室は、もっと広く、シャワーなどがあると良い。
- ・ 自転車の練習出来るような広い空間とかがあったら良い。
- ・ オムツ替えの場所も欲しい。
- ・ 遊具はトランポリンのようなものや、幼児向けブランコがあると良い。
- ・ 近すぎてBBQ利用などはイメージが湧かない、日常的に利用できる場所が良い。
- ・ 綺麗な芝生があれば、子どもも自由にさせてあげられるし、お弁当を持って行って食べたりもしやすい。
- ・ 公園に子育て支援センターなどが隣接していると、より利用しやすい。
- ・ 夏の日陰や雨対応として、室内で遊べる場所とセットになっているとよい。
- ・ 自転車の駐輪スペースも隣接している方が良い。
- ・ ボルダリングもできると良い。

#### ■ まとめ

- ・ 幼児のエリアを分けて、安全性を確保することは重要。
- ・ 清潔なおむツ替えやトイレの確保は利用促進につながるため、整備で検討が必要。
- ・ 屋内利用も含め、夏の日陰や休憩、雨の対応なども検討が必要。



## ②町職員（子育て世代）ヒアリング

### ■利用について

- ・中央公園はあまり行かない。サッカーの間に遊ぶくらいの利用。

### ■整備に関して

- ・ターザンロープや大きな滑り台など、子どもがちょっと挑戦できるような、体全体を使うような遊具があると良い。
- ・バーベキューサイトは良い。気軽に使えるようなものが利用しやすい。
- ・キャンプ的なことができる場所も良い。お酒も飲めて大人も楽しめるような雰囲気。
- ・遊具はなくても、芝生の坂などあるだけでも自由に子どもは遊ぶ。
- ・子どもだけでなく、家族で楽しめるのは重要。遊具もあり、ボール遊びもでき、バーベキューもできるなど広く楽しめるようになると良い。
- ・夏場に軽く水遊びできるようなところも良い。水があれば絶対に子どもは遊ぶ。
- ・最低限トイレだけでも夜間施設できる方が良いのではないか。
- ・移動式動物園なども人気になるだろう。
- ・屋根のあることも重要。既存の場所をもっと多目的に使えないか。
- ・外から人を呼ぶなら目玉になるような遊具などはあった方が良い。
- ・高校生なども利用しやすいようにバスケットやスケートボードなどできる場所もあると良い。
- ・軽食やおいしいコーヒーが飲めるような場所があると良い。ウッドデッキでくつろぎながら子どもの様子が見られるような形で大人と子どものいるエリアが繋がっているようなイメージ。
- ・樹木は今ほどなくて良い。日陰は東屋などで対応も可能。
- ・休憩スペースとかオムツ替えスペース、子ども用トイレは屋内が良い。
- ・面積は取れる限り広く取り、年齢別のゾーン分けもできると良い。

### ■まとめ

- ・大人も含めた年齢別の利用を意識したゾーン分けは重要。
- ・目線が通る、遠回りしなくても行くことはできるなど、アクセシビリティの面での工夫は必要。
- ・子どもだけでなく、子どもを連れてくる大人や、高校生などでも利用できるような空間や設備も検討が必要。
- ・その点でバーベキューサイトや飲食施設は需要がある可能性がある。

### ③おやじの会ヒアリング

#### ■利用について

- ・子どもが小さい時にたまに行っただけで、数えるほどしか行ったことはない。
- ・子どもが幼稚園くらいの時にしか行っていない。
- ・昔はもっと遊具があったがどんどん減っていき、それに合わせて人が行かなくなった印象。
- ・行っても遊ばせるスペースがないという声が多い。

#### ■良い点

- ・町内ではボール遊び出来る公園が少ないので貴重。

#### ■悪い点

- ・ブロックに分かれすぎている。
- ・一つ一つのエリアが小さい。
- ・見通しの悪いところで集会したりしている。たまり場として有名。
- ・トイレが暗い。ベビーベッドがない。(※多目的トイレにはあり)

#### ■整備に期待する点、要望など

- ・お母さんの休める喫茶スペースも欲しい。
- ・グラウンド開放も定期的にあった方が良い。
- ・管理事務所があると安心。
- ・幼児だけが遊べるスペースもあった方が良い
- ・外周のジョギングコースがあると良い。
- ・目玉的な遊具は欲しい。
- ・災害時に使えるような公園になって欲しい。
- ・遊具は少し危ないくらいの方が子どもは夢中になる。
- ・ボルダリングやバスケットコートなどもできると良い。
- ・屋根付きの場所を有効活用できないか。
- ・幼児が遊ぶエリアは、見えるけれど分けられているような状態が望ましい。
- ・高低差を利用するなら芝生を敷いて滑られるようにするなど。
- ・AED や救急対応できる設備は欲しい。

#### ■まとめ

- ・安全面や緊急時対応なども含めて、管理機能や場所は必要。
- ・外周のジョギングコース、バスケットボール、ボルダリングなど、身体を動かす設備や空間の設定があると、より利用者増を期待できる。
- ・屋根付きエリアの多目的な利用は要検討。

#### ④地域主体候補ヒアリング

##### ■利用について

- ・佐山からは中央公園は遠いイメージがある。
- ・ただし良い公園になれば遠くからも来ると思う、隣接する飲食店には宇治・城陽からもお客さんが来ている。
- ・作る段階から若い世代に向けてしっかり情報発信できると利用してくれるのではないか。
- ・今は特に夜は危険なイメージ。不審者が歩いていることもある。人がもっと使い始めたら自然といなくなると思う。

##### ■整備に期待する点、要望など

- ・公園にもレンタサイクルが欲しい。役場にも置けると良い。
- ・ぼーっとできる場所も重要。
- ・荒見苑のトイレも使用できると良い。
- ・寝そべられる芝生なども良い。
- ・駐車場有料化は重要。今は使っていない人が停めている。
- ・フラットなところも重要だが、起伏もあって地形に動きがあると面白い使い方が出来る。
- ・親が行きたい公園をつくる。のんびりできる、気が抜けることが大事。
- ・子どもも、親も、それぞれ時間が使えるような場所。
- ・荒見苑ももっと多世代で利用できる方が良い。
- ・ベンチがコンロになるような防災公園の機能。
- ・雨でも滞在できる屋根のある場所。
- ・シンボルツリーや果樹など
- ・ブランコがあると良い。
- ・しっかり管理されている印象づけは重要。

##### ■まとめ

- ・親が行きたくなる要素をしっかりと作っていくことは重要。
- ・荒見苑含め、公園全体を多世代で使える場所にしていく工夫が必要。
- ・整備を含めしっかりとした情報発信は利用促進につながるため、整備段階から検討していく。



## ⑤ヒアリングまとめ

### ■利用について

- ・ 日常利用と休日利用の両面から利用を考える必要がある。
- ・ 荒見苑の活用も含め、管理機能や幼児のトイレやおむつ替え対応、夏場の日差しや雨の時の居場所の確保、多世代交流の促進は検討が必要。新設で対応する場合はコスト及び、公園面積の圧迫が課題となる。
- ・ 同様に既存の屋根付きスペースの多目的利用も要検討。
- ・ 多世代が来ても楽しめる工夫は要検討。大人が来ても楽しめる、くつろげる場所であることは子どもを連れてくる理由にもなる。

### ■整備について

- ・ 幼児のエリアをしっかりゾーン分けすることは重要。
- ・ ただし目線が通ることや、行こうと思えば行けるような状態は確保するなど工夫は必要。
- ・ 飲食施設やバーベキュースペースは年代によって意識に差がある。小さい子どもがいる家庭では子どもから目が離せないため、あまり利用しないという意見だが、幼稚園～小学生以上の子どもがいる親が、子どもを遊ばせつつゆったりできる場所、大人も遊べる場所として有効であるとの声。
- ・ 遊具の強化の声は多いが、建物と同じくコスト増+面積確保が必要になるため、必ずしも遊具などの設備ではなく。体を動かして遊べるような設え、芝生の活用やジョギングコースの設定などでの対応も含めて検討する。
- ・ 水遊びに関しても声が多いが、設備が必要になること、衛生面も注意する必要がある維持管理が必要のため検討が必要。

### ■その他

- ・ 地元出身でない方など、中央公園の存在を知らない方もいたこと、今までのイメージが強くついてしまっていることなども鑑みて、整備の段階から子育て世代などに情報発信を行い、公園について周知していくことで、整備後の利用も促進していく必要がある。

### 3) 広報掲載

中央公園の検討の進捗について広報誌でも発信を行った。当初は複数回の掲載を計画していたが、ワークショップの中止やイベントが実施できる状況でないことなどから住民アンケートの実施とともに今までの経緯の紹介を行った。

今後はイベントの周知や検討進捗の報告など定期的な掲載を行っていくことを検討している。

#### 【掲載紙面】

久御山

「**まちのにわ構想**」

ニュース vol.1

「久御山中央公園」と「まちの駅クロスピアくみやま」を官民連携の手法で、「食」をテーマに結びつけ、緑豊かな憩いと交流、遊びの場を創出することを目的とした「久御山“まちのにわ”構想」を平成30年度に策定し、推進の取組を行っています。

～「くみやま まちのがっこう」について



令和2年1月19日(日)、2月1日(土)・8日(土)・9日(日)の4日間、将来の公園整備に向け、中央公園で「くみやま まちのがっこう」を開催しました。

当日は多くの来場者でにぎわい「中央公園がにぎわっているのはよいと思う」、「子供が楽しんでいるのでよかった」、「毎年開催して欲しい」など、公園活用へ前向きな声が多くありました。

今年度は新型コロナウイルス感染症拡大防止のため、イベント開催ではなく、関係事業者との意見交換などを行い、来年春の「くみやま まちのがっこう」の開催に向けて準備を進めています。

**アンケートのお願い**

「久御山中央公園」の将来の整備イメージや、使い方などについて、住民の皆さんのご意見をお聞きしたいと思っています。

右記のQRコードから回答できますのでご回答をお願いします。1人でも多くの皆さんのご意見をもとに公園の機能や使い方を検討していきたいと考えています。

締切日 12月25日(金) | 問合せ 都市整備課



広報くみやま 2020年12月1日 ⑥

## (6) 段階整備の検討

### 1) 概要

中央公園を実験的な活用の段階からより使いやすくするために、段階的な整備を行っていくことを検討。来年度の京都府「子育てにやさしいまちづくりモデル事業」への申請を想定して、昨年度の実証実験において抽出された課題を解決するような整備を想定している。

また、公園整備に合わせた駐車場の新設も来年度実施。当面は既存の駐車場を利用するため、公園側の整備完了までは多目的な活用方法を検討する。

### 2) 整備内容の検討



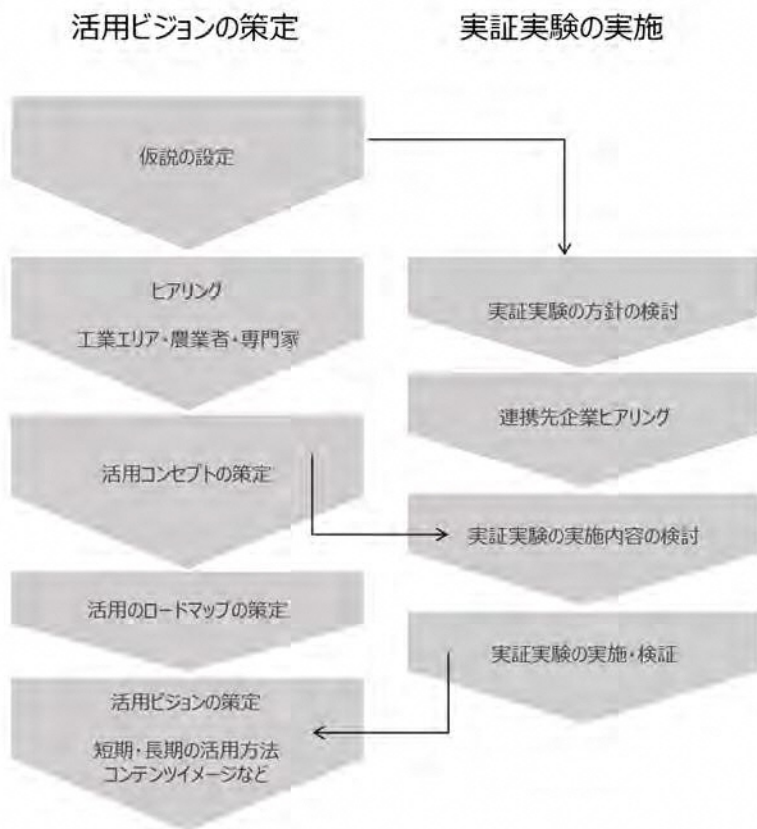


### 3. まちの駅クロスピアくみやまの検討

#### (1) 検討の全体像

クロスピアについては、2019年度に仮設定した3つの機能仮説について、まずは実際に町内で事業を担っている農業者や工業事業者ヒアリングを行うことで、産業サイドからのニーズを検証し、機能仮説の絞り込みを行う。その上で、絞り込んだ機能を実現するための方策や課題を検証するため、類似の事業を担っている事業者とも連携しながら具体化を進め、実証を行うことで、クロスピアの目的とする産業のゲートウェイ機能を具体化していく。

あわせて、まちづくりセンターや中央公園との機能分担や周辺環境変化等も踏まえながら、今後最も有効にクロスピアを利活用していけるよう、ロードマップを検討していく。



## (2) 事業の検討

### 1) 工業エリア事業者ヒアリング

久御山町内で操業する工業関係の事業所のうち、金属加工業や自動車整備業等の中小事業者や、若手事業者の連携組織に関わる事業者5社に対してヒアリングを行った。

ヒアリングにおいては、事前を実施した専門家及び外部事業者へのプレヒアリングの結果を踏まえ、人材確保に関する取組を中心テーマに据えることとし、交通課題も含めた人材に係る取組を中心とする経営課題への認識、人材の採用や確保に関連する課題、業務の外注等のニーズについて、ヒアリングを行い、結果の概要は以下のとおり。

#### ①プレヒアリング概要

<横浜国立大学 野原准教授>

- グローバルな時代に、既存産業がどうなるか、非常に見通しがつきにくい中で、町の税収を考えた上でも工業エリアの存続は大切なポイント。中長期に久御山の町に工場が居続けている価値がないといけない。この場所だからいたい、という価値をどう維持できるか、どう作れるか。
- 大田区などで取り組んでいるクリエイティブシティも参考になるはず。ただし、実質はコンテンツ産業やIT系の成功例が多く、伝統工芸で一部あるくらい。本格的なものづくりでこういう成功例が作れば非常に稀有な例になる可能性がある。
- また、担い手も大切なポイント。仮に企業がなくなったとしても、人材が残れば新しい産業が生まれる可能性もあり、自治体としても重要なポイントになる。
- ただし、多くの工業エリアでは、街の人が働くわけでもなく、また本社でなく意思決定することも少ない事業所が多いと、まちづくりに関するモチベーションが湧きにくいという課題がある。
- そういう中で、交通や担い手という大きな問題にチャレンジするには、エリアに価値を生み出すモチベーションのある人をどう作り、巻き込むかが重要になる。そのときには、困っているけど、自分たちだけではできない、取り組むことでメリットがある、という課題を設定し、その解決をコツコツ進めていくことが入口になる。
- 公園という接点での課題解決というアプローチも面白い。農も住もある久御山ブランドと結びつけて検討できることも可能性が広がる。クリーンなイメージを工業のダークなイメージ払しょくに結び付けるなど。

<中小 金属プレスメーカー社長（茨城県）>

- 人材育成に力を入れている。プログラミング人材。品質管理、生産管理、ライン、営業、事務、いずれにおいても必要なスキルになりつつあるので、関心のある若手にはスキルアップの機会を与えている。
- カメラやセンサーなど必要なハードは既にコモディティ化し、安価に手に入る中で、プログラミングを内製できることがコストカットに一番効くし、今後もその傾向は続くと想定している。高卒でも全

く構わないし、社内で養成することになっている。

- すでにプログラミングを専門で学んだ人材は売り手市場で、ジョブホッピングも懸念され、製造業では扱いが難しい存在になり得るが、しっかりやりがいを感じていれば社内人材で十分だし、女性の活躍の機会としても重要。
- コロナ期もコロナ後も、もとの稼働状況を前提とすべきでない中、通勤も含めた就業環境そのものも製造業でも変容するし、当然ながら人材も変わってくる。エリアとして取り組むとすれば、そういう新たな人材に向けてイメージの一新が出来るような取組を進めると、訴求力が大きく違うものになり、企業にとっても魅力的だと思う。

#### <経済産業省製造産業局 中小企業ものづくり担当補佐>

- 都市近郊では、マンション開発が進み、そこに立地している工場の経営層は、日々、近隣の騒音苦情等の対応に追われている。後から来た住民の苦情に、なくな対応している。本来は、グローバル競争、絶え間ない改善努力を続けて行かないと経営が立ち行かないが、そうした対応をせざるを得ないのが現実。
- すでに多くの企業が、国内でも都市から遠方に国内主力工場を移しているが、今は人口減少が著しいうえ、企業と個人の関係の価値観も変容し、製造業が安定した雇用の受け皿と受け止められるわけでもないため、そちらでも人材不足に陥っている面がある。
- 工業エリアの魅力はそうした近隣トラブルの悩みが少なく、経営層も現場もものづくりに注力できること。いまや国内製造が残っている企業には、すでに一定の国際競争力が備わっていると認識してよいのではないかと思うため、そうした企業を本当に大事にすることが重要。その中で、工業専用地域の存在は際立ってくる。
- 他方で、マイナス面が存在しない、というだけでは立ち行かない。デジタル化の中で集積の強みをどう持つか。一つは人材育成ではないか。
- プログラミングひとつとっても、オンライン講習が可能であるが、きっちりメンターがつくことで現場に応じた指導もできる。エリアでそうした人材をきっちり抱えてシェアするなどすれば、異質な地域になる。
- 高卒でもきっちり戦力になり、安定した雇用を抱えられるのが製造業の強み。そうした人材にスキルアップの機会を提供できるエリアであることなど、せっかくの地盤がある地域では積極的に検討していけると良いのではないか。



## ②事業者ヒアリング

(ヒアリングポイント1) 経営上の課題認識について

- ・2019年のアンケートでは、「人材確保」を課題とする企業が最多であったが、どうか。
- ・現状でも変わらないか。
- ・変わらないとすれば、どのような人材の確保を目指しているか。

- 比較的事業規模が小さい事業者では、募集人数も多くないため、その範囲では必ずしも人材確保に困ってはいない（募集すれば応募はある）という声も存在。規模が大きな事業者（50人程度雇用する事業所）では、引き続き人材確保に苦戦している。
- 事業規模に関わらず、若いうちに人材を確保してしっかり育てるため、特に「技術系」で「新卒採用」のニーズは高いが、確保には苦戦している状況。要因として、製造現場のイメージが古い認識のままである可能性があることや若い世代は公共交通機関を使う人が多いこと。

(ヒアリングポイント2) 人材の採用に当たっての課題について

- ・2019年のアンケートでは、公共交通の利便性や駐車場の確保を使用に当たっての課題とする企業が多いが、どうか。
- ・乗り合いバスについては、就業時間との関係で実現が難しかったと聞いているが、改善の方策はないか。
- ・クロスピア等の場所を使って、解消し得る可能性はあるか。（その他クロスピアの活用状況について）

- 人材確保に継続的に困っている規模の大きな事業所では、交通の課題を解決するため、近隣に空いた土地があれば駐車場用地として確保しているような状況。土地の情報については銀行から入手することが多い。
- 特に新卒など若い世代、今後重要となるプログラミング等もできる技術人材を確保するため、工業エリアそのもののイメージを一新するような取組が必要との意見あり。具体例として、エリア一体でのイメージを高めるような象徴的なモビリティの導入の検討など。
- 将来の人材確保の観点から、地元の中学校や高校との連携への期待もあり。

(ヒアリングポイント3) 人材育成や職場づくりについて

- ・「しごとコンビニ」のような取組もあるが、業務のアウトソースに関してニーズはあるか。あるとすれば具体的にどのような業務か。
- ・やりがいのある職場づくりや、町内人材や新たな人材層への PR の観点も含め、地域全体での取組の余地はないか。

- コロナの影響で経理事務や総務事務を在宅ワークとし、機能したことから、外注も模索してみたいというニーズあり。デザイン関係のニーズは今のところ聞かれなかった。
- クロスピアへのニーズとして、自社で不足する加工技術のマッチング機能、HP で設備紹介があるのみでなく、具体的な受注まで調整できる機能への期待があった。
- 若手経営者では、農業との交流を期待する議論（具体化はできていない）もあがっている。

## 2) 農業者ヒアリング

久御山町内で営農を続けている農業者のうち、今後の産業競争力強化の観点から、クロスピアを活用することについてのニーズを確認するため、自立的に農業経営を進め、比較的若い世代を対象に（30代から60代）、7名を対象にヒアリングを行った。

ヒアリングにおいては、販路や流通等の現状及び課題、直売所の活用状況や今後の活用可能性、工業など農業分野以外との連携可能性について、ヒアリングを行い、結果の概要は以下のとおり。

### （ヒアリングポイント1）現在の状況・課題について

- ・特に、販路や流通の状況、今後目指したい販路について
- ・京野菜や久御山野菜としてのブランディング可能性について

- 特に農業で生計を立てる農業者は、「契約販売」による安定収入確保を図っているケースが多く、市場出荷は、価格変動が大きくリスクとの認識が多数。
- 消費地に近い近郊農業の強みを生かし、必ずしも積極的に営業を行わなくても取引先の確保が出来ているのが現状。
- 個々、もしくは品種ごとの部会で一定の成果が出ている面があり、「久御山野菜」でのブランディングには必ずしも積極的でないのが現状。「京野菜」についても、近郊では価値が出にくいいため東京等に販路を有する生産者以外はメリットを感じていない。
- 小規模事業者については、後継者も含めて非常に厳しい状況にあるとの指摘も存在（ただし、小規模事業者については、今回は直接ヒアリング出来ていない点には留意が必要）。

### （ヒアリングポイント2）クロスピア直売所等の活用可能性について

- ・現在、直売所に卸しているかどうか
- ・活用したい直売所・活用したくない直売所の考え方
- ・生計の安定化や生産拡大に向けて、地域として取り組むべきこと

- 特に農業で生計を立てる農業者においては、「直売所への出荷」を事業の柱に位置付けている状況にはない。
- 直売所開設当初とは、周辺環境や出荷者の意欲も変化していることを踏まえ、直売所には、販路開拓のためのマッチングや新商品開発情報の確保、生産者個人でのブランディングなど、特化した機能を期待する声は存在。
- 「旬彩の里」は、出荷者が多岐にわたり、品質の確保や少数品目の価格競争状態に陥りやすいなどの課題への指摘あり。こうした直売所と差別化して活用するために、クロスピアの直売スペースを活用する生産者も存在。ただし、直売スペース自体のPRや特徴づけなどを担うマネージャーの不在が課題との認識。



○農業を柱にした久御山町の魅力向上に向けて

- ・農業以外の産業との連携可能性について
- ・教育や居住環境との連携可能性について

- 現時点で生産者からエリアでの連携等についてのニーズや活動は存在しない  
※若手農業者での「4Hクラブ」は存在するが、定例の活動程度。
- ただし、後継者がきっちり戻っており、将来ある世代が多数存在するという大きな強みを持つエリアであるため、若手を中心に働きかけることができれば、連携が形になる可能性はあるのではないかと。

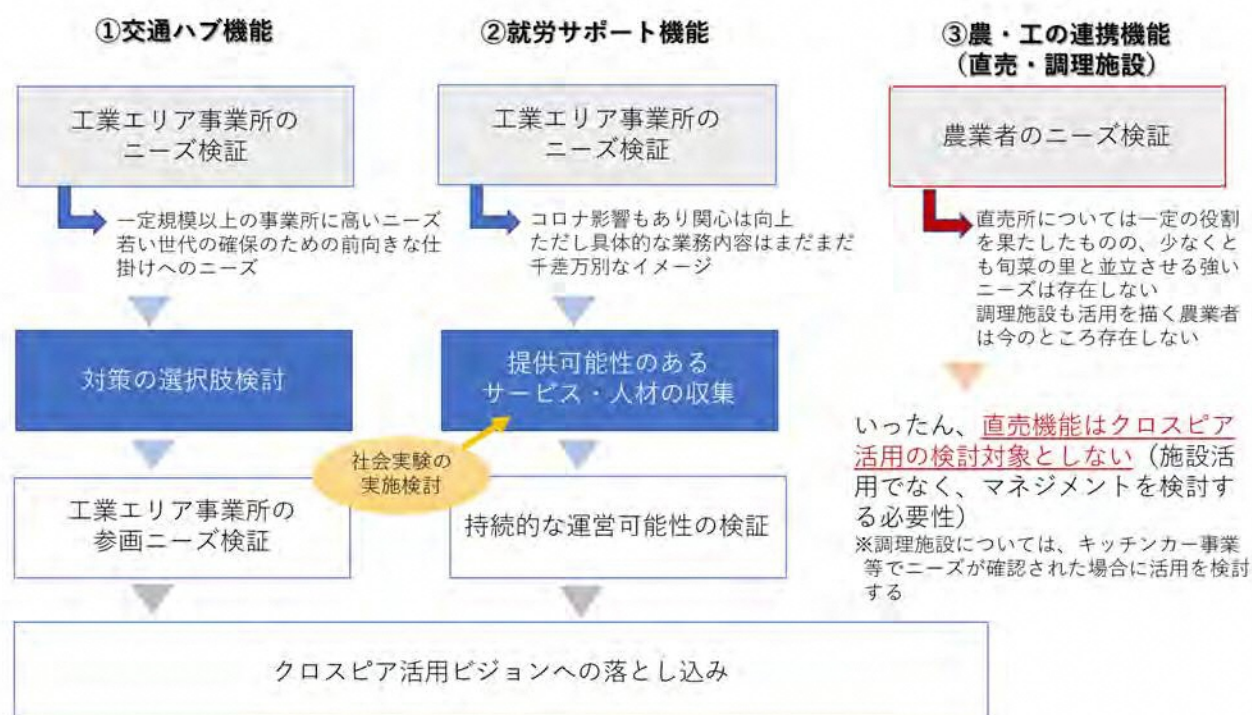
### (3) 実証実験の実施

#### 1) 実施内容の検討

(全体概要)

工業事業者及び農業者へのヒアリング結果をもとに、当初仮説としていた、①交通ハブ機能、②就労サポート機能、③農・工の連携機能について、産業競争力強化の観点からクロスピアに求める機能に関するニーズを踏まえた精査を行った概要を以下の図表に整理する

#### 【検討の全体像】



(交通ハブ機能)

クロスピアの交通環境を生かしながら、通勤に不便を抱える工業地帯の課題解決を実現するための機能導入の検討については、ヒアリングによっても、特に一定規模以上の事業所で、引き続き人材確保に苦戦しており、技術系の人材を若いうちに確保したいというニーズは共通していることが確認された。他方で、若い人ほど公共交通の不便がネックになっており また、製造業・工業団地のイメージを一新するような取組への期待感も高かった。

一方、既存の公共交通への影響や交通利便への不満に結び付いていると想定される「定時性」の課題を生んでいる渋滞解消等については、クロスピアのみで解消することは難しいため、まずは、今後どのようなモビリティ導入の検討可能性があるか、選択肢を整理（以下図表）することとした。

【交通課題への対応手法整理】

	時差通勤	送迎システム	グリスロ導入	シェアサイクル	新モビリティ	自動運転
概要	事業所間や、事業所内で勤務形態を柔軟化し、通勤と交通のピークをズラす	参画する事業者の連携の下で、乗り合いタクシーや巡回バスのような形で送迎システムを組む	低速・小型・電動のモビリティを導入し、通勤のラストワンマイルに活用 ※グリーンズローモビリティ・時速0km未満で公道を走ることが可能な4人乗り以上の電動パブリックモビリティ	レンタサイクル事業を通勤用途に活用し、拠点からの自転車通勤を促進する	電動キックボード等の新たなパーソナルモビリティ導入を促進する	自動運転車両により工業エリア内の送迎を行う
メリット	○交通インフラへの投資を伴わず、平準化に資する	○参画事業者が確保できれば、運営は比較的シンプル ○天候等に左右されない	○環境配慮型の新たなエリアイメージに結び付く ○小回りが利くためルート等が柔軟	○健康・環境配慮などエリアイメージの一新に結び付く ○渋滞の心配がない ○駐車場・停車場が不要	○新規性があり、エリアイメージの一新に結び付く ○渋滞の心配がない ○駐車場・停車場が不要 ○回収等も容易	○先端性があり、エリアイメージの一新に結び付く ○データ運動により域内物流等にも活用可能性がある
デメリット	●工場稼働など製造業の実情を踏まえると参加できる事業所は限られてしまう懸念あり ●子育て世代等のライフスタイル制約	●工業エリアのイメージ刷新には効果が薄い ●ルートによっては渋滞で「定時制」が確保されない ●既存の公共交通との整理が必要	●小型であるため、運営コストの回収に時間がかかる懸念 ●低速であり時間は一定かかってしまう	●朝夕のワンウェイ利用が多くなるため、台数を増やし定期利用を受け入れる必要あり ●快適性は天候に左右される	●規制・ルール整備が未成熟であり、不安定な可能性	●全体的なインフラ構築が必要 ●規制・ルール整備が未成熟であり、不安定な可能性

(農・工の連携機能 (直売・調理施設))

本格的な調理室の整備など「農商工産業の情報発信」を担うための施設整備が一定程度なされていることを生かした農・工の交流を促す活用方策として、直売所機能について農業者ニーズを検証した。結果として、旬菜の里、クロスピア直売所ともに周辺環境や出荷者の意欲も変化していることを踏まえ、直売所には、一般的な販路開拓や農業経営の柱になる売上を期待する声はなく、既存の直売施設については、一定の役割を果たしたものの、少なくとも旬菜の里と並立させる強いニーズは存在しないと判断される。

ただし、販路開拓のためのマッチングや新商品開発情報の確保、生産者個人でのブランディングなど、特化した機能を期待する声は存在している。こうした施設は絶えざる運営改善が必要であるため、運営主体のあり方も含めながら検討を進める必要があり、今後、ブランディング等を積極的に進めるために主体的に検討する農業者等が存在した場合には、活用の余地があるが、運営主体の存在が前提となる。

調理施設についても、農業者が農業経営の強化の観点から積極的に活用したいというニーズは確認できていないが、利便性等の検証のため、当面、フードトラック事業の中での利活用を進める。



(就労支援機能)

商業施設が隣接していることも活かしながら、子育て世代の暮らしをサポートする子育て支援機能や、会計・経理事務や梱包作業などの小さな仕事、デジタル化やグローバル化に対応するための専門技能を受けられる仕事のハブ機能など、就労に焦点を当てた工業地帯の課題解決に必要な機能を検討することについては、一定のニーズを確認することができた。特に2020年度においては、新型コロナウイルス感染症に関する対応が生じた影響で、外部リソースの活用や外注に関するニーズが高まっている状況が確認された。

一方、外部リソースを活用していきたい業務内容に関するニーズは千差万別であり、また、実際に就労支援機能を実現するためのサービス運営を想定した場合、当初スタート時に安定して協力してくれる企業と、中核となる子育て世代の参加を得て、各個人が有する得意な内容を持ち寄れるチームを作れるかどうかポイントとなる。

このため、こうした企業の協力や子育て世代の参加を促す仕掛けづくりを2020年度の実証事業のテーマに据えることとする。

【実証実験のイメージ】

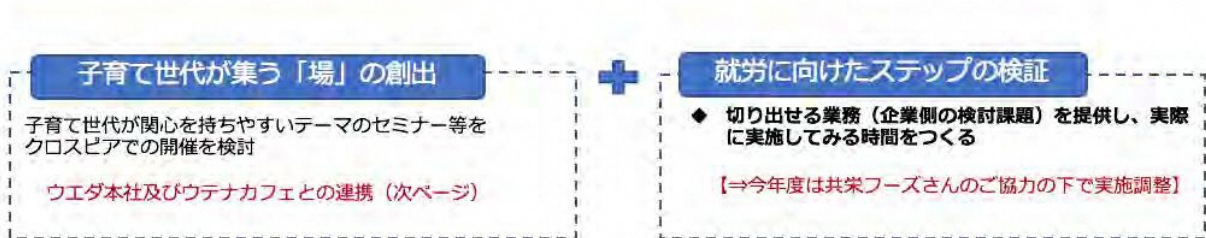
企業の就労ニーズと子育て世代の就労支援のマッチング実証実験

子育て世代ママを対象に、企業側の就労ニーズや外注ニーズなどとマッチングの可能性を検討するための実証実験の実施。

【2020年度 社会実験の概要】

- 久御山町の産業が抱える恒常的な人手不足という課題に対するクロスピアの活用方策として、交通結節点への立地・スーパーの隣接というクロスピアの特徴を生かし、就労支援機能に着目した活用可能性を検証する。
- 子育て世代の一定層が、子育て期間を通じて社会や仕事との距離を感じてしまいがちな状況にあるため、直接的に「就労」のみを提供するのではなく、**「就労」に至るまでに抱える課題への対策やモデルになるステップを提供する「場」を創出することで、段階的な就労に結び付ける**ことが出来ないか、実証を通じて有効性を検証する。

【 実施イメージ 】



※町内企業の課題解決に向けた取組であり、町外者による町内就労にも意義があることから、参加者は町内に限定しない



## 2) 実施概要

### ①企画概要

2020年度は、クロスピアを活用し、就労支援機能の実現可能性について検証を行うため、以下の実証事業を行う。

#### (実証の目的)

- 子育て世代を対象に、企業側の就労ニーズや外注ニーズとのマッチング可能性を検証し、今後に向けた可能性や継続に向けた課題を洗い出すことを目指す。

#### (場の設定)

- いきなり「就労」を呼び掛けるのではなく、潜在的に就労可能性のある方々に、就労のためのステップを提供することを目指すため、出来るだけ集まりやすい仕掛けを加えることが必要。
- 2020年度は、新型コロナウイルス感染症の影響もあるため、オンラインで子育て世代の女性向けにセミナー等を開催している「ウテナカフェ」と連携し、クロスピアをウテナカフェのサテライト会場に設定し、就労実証そのものはこれとあわせて開催することで、気軽に参加しやすい場づくりを進めた。

#### (企業から依頼する業務)

- 実証に参加する子育て世代の方々に特別なスキルがあるかどうかが見えない状況であるため、誰でも実施できる簡素な手作業とすることが必要。
- ヒアリングにより、本事業の目的に理解がある「共栄フーズ(株)」のご協力の下で、試飲用の詰め合わせパックを袋詰めする作業を実施することとした。

#### (情報発信)

- 実証を実施した2021年3月段階で、緊急事態宣言に伴い状況が不透明であったため、一般的な広報媒体等での情報発信は控え、子育て世代に直接情報を届けられる場(子育て支援センターやハローワークなど)や同世代のSNS等でのネットワークを活用した情報発信を行うこととした。

#### (コロナ対策)

- 参加者は事前登録制とし、開始時に検温を実施。
- また、会場は常に喚起の下、全員がマスクを着用して実施。
- クロスピアの利用条件に沿って、休憩時間等も含めて飲食は禁止として実施。

(参考) 実証事業の参加呼びかけに活用したチラシ

**今できる、自分に合った暮らし方に寄り添って**

久御山町には、約1,600の企業があり、たくさんの仕事があります。

身近に仕事があったとしても、  
出産、子育て、通勤、介護など、さまざまなライフイベントの中で、「働くこと」そのものに、少し距離を感じていませんか？

時間の制約や場所にとらわれず、時には愚痴も言いながら、  
自分にできること、自分にしかできないことを通して、  
社会や仕事と接することが少しでもできたら、  
久御山町の暮らしにもっと彩りが感じられるはず。

久御山町は、そんな環境の実現を目指しています。

**暮らしと仕事の架け橋**

自分に合った暮らし      社会と接し働くこと

**まずは時間を一緒に過ごせたら**

「自分にできること」、  
急に言われても見つからないと感じる方も少なくありません。

まずは、周りの人と気軽に時間を共有するだけでも十分です。

く「はたらく」といえる「がつながる場所」を創ってきた  
utena works さんが開催するウテナカフェに、一緒に参加してみませんか。



**【ウテナカフェのサテライト会場を設置します！】**  
場所：クロスピア2階会議室

3月9日(火)、クロスピア(久御山町森南大内303)が、ウテナカフェのサテライト会場に！  
さらに、誰でも気軽にできる「しごと体験」ワークショップを同時開催。  
この機会に、ぜひご参加ください(参加無料；事前登録7日(日)まで！)

3月9日(火) 10:30~14:00  
10:30-12:00 産後ママのからだのトリセツ (詳細は裏面をご覧ください)  
12:00-13:00 アフタートーク・休憩 (※昼食持参or当日注文も可能です)  
13:00-14:00 しごと体験

**【参加登録】** 準備の都合上、①代表者様のお名前と②ご参加人数の登録を  
久御山町産業課 [lsangyo@town.kumiyama.lg.jp](mailto:lsangyo@town.kumiyama.lg.jp)宛てにメールにてお願いいたします。

無料

**utena cafe**



+tsukiakari

**産後ママのからだのトリセツ**

1/28 (木) 11:00~12:00 ①女性ホルモンと生理  
2/16 (火) 11:00~12:00 ②美乳ケア  
3/9 (火) 10:30~12:00 ③デリケートゾーンとまとめ

**utenaworks / ZOOM**



**【講師紹介】 樽本 敦子**  
健康キャリアプランナー

保育園栄養士、チャイルドタッチ、赤ちゃんサイン講師など子育て中のママに関わる仕事に携わる中で、ママたちの癒しの場の必要性を感じ子連れOKのリラクゼーションサロンをオープンさせる。しかし、施術をするだけでは心身を健やかに保つことが難しいと限界を感じ、セルフケアを伝えることを取り入れるようになる。

沢山の女性に接する中で、女性が健康でキレイに生き生きと生涯を過ごすためには、女性ホルモンの仕組みやそれに伴う心身への適切な対処が、とても大切だということを感じ、「命を生み出す女性」であることをふまえた女性の「心」と「身体」の取り扱い方を伝える講座を展開。さらに現在、DNAと腸内フローラ解析を勉強し、本当に自分だけにあった今必要な食事法や対策のプランニングを提供している。

当日はクロスピアをサテライト会場として、オンラインで講師とつないで開催します。接続は、ウテナカフェのスタッフがいたしますので、特に準備は必要ありません。安心して、気軽に会場までお越しください。

## ②実施概要

### ● 当日の参加者

- ・ 4名（5名申し込みのところ、お一人は当日お子さんの体調でキャンセル）
- ・ いずれも淀在住の女性
- ・ 幼稚園のお母さんつながりで、知り合いからの声掛けで本事業を知り、参加。

### ● 当日スケジュール

- 10:25～10:30 あいさつ  
(午前：ウテナカフェのサテライト開催)
- 10:30～12:15 ウテナカフェ（アフタートーク込み）  
テーマ：産後ママのからだのトリセツ
- 12:15～13:00 休憩  
(午後：しごと体験)
- 13:00～13:10 趣旨説明・作業説明
- 13:10～13:45 作業（コーヒーのドリップパックの袋詰め作業）
- 13:45～14:10 就労に関する悩み等についてヒアリング

### ● 参加者の声

セミナーや作業の最中を活用し、参加した子育て世代の方の生声を収集した。

（・は参加者の声、→は企業やセミナー開催側の声）

#### (クロスピアの認知・活用)

- ・イオンには月イチくらいで来る（普段の買い物は淀、子どものものを買うに来る必要がある機会に、という頻度）が、クロスピアには来たことがない（4名とも）。そもそも何の施設かも知らなかった（4名中3名）
- ・利用経験のある方は1名のみ。バス待ち利用。ほかの方は、物販ゾーンがあることすら認識がない。
- ・今日も、そもそも入って良いのか悩んでしまった。

#### (就労意欲)

- ・全員が出産・育児を契機に仕事を離れた後、働いていない。
- ・そろそろ働かないとなあとは思いますが、なかなか一歩が出ない。
- ・ネットで求人を眺めてはみるが、勤務条件が合わずにすぐにあきらめてしまう。  
(→企業は就労意欲を見ているので、多少条件が合わなくても、意欲を持って働いてくれる人なら柔軟に対応してくれるはず。「応相談」とあるところはどんどん相談した方が良い)  
(→熱が出て当日朝に休むなんて当たり前。女性の方が得意なこともたくさんあるし、堂々としたら良い)
- ・とはいえ、雇われても周りがどう思うか。

(→気にしない方が良い。何か言う人はいるが、その人のために働いている訳でもない。企業としても、そうやっているんな対応が出来ることが必要。)

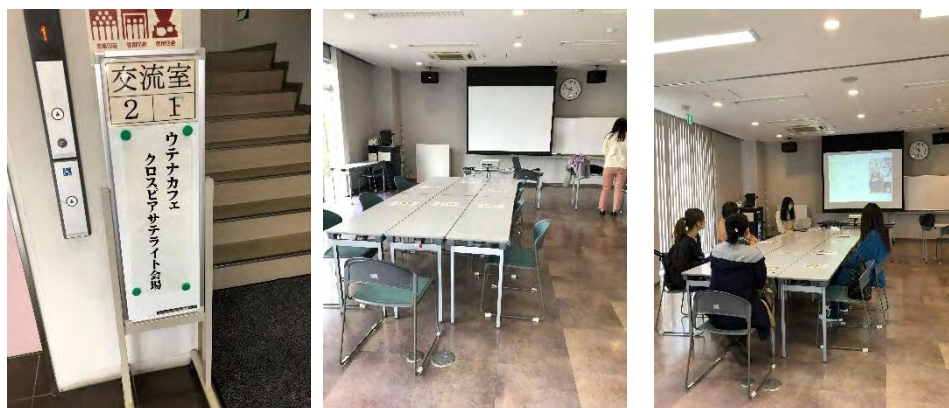
(→合わなければ辞めれば良い。実は辞めることも含めているんな選択肢があるので、あまり臆せずに)

- ・淀には働く場はあまりない。久御山には工場がたくさんあるイメージはあるが、具体的に企業を知っているわけではない。

#### (就労イメージ)

- ・いきなり正社員で働くというイメージはつかない。子どもの世話もあるし、平日に休みの日もないと自分の時間が全くなくなる。
- ・今回のように多少でも作業があると、何かのステップになるような気がしてよい。練習になるような気がする。
- ・まずは入口として、いつ行っても良いという形のところがあれば随分気がラク。「この時間」となると、出来るかなあと感じてしまう。
- ・出来れば幼稚園の迎えまでの10時～14時半くらい。子どもを遊ばせられるスペースがあればもう少し時間に自由度が増す。

#### 午前中のセミナーの様子



#### 午後のしごと体験の様子





### 3) 実施結果の取りまとめ

実証事業の結果を踏まえ、次年度以降の取組可能性について、マッチングを検証した子育て世代側と企業側双方から課題や可能性を検証する。

#### ①子育て世代側から見た今後の課題と可能性

出産・子育てを契機に、「仕事」や「働くこと」から距離があるという意識が、時間とともに強くなり、なかなか「一歩が踏み出せない」という現実と直面する人が少なからず存在する可能性がある。こうした方に、どうやって情報を届け、さらに参加へのハードルを下げられるかが課題と想定される。

##### (情報発信の工夫)

子育て世代の参加の広がりを考える上で、情報発信の在り方についても検討が必要である。2020年度は、新型コロナウイルス感染症対策の影響により、施設に集まる形での開催に関し、事前の発信が困難であったが、今後、就労支援機能を安定して機能させるためには、より多くの参加が必要となる。ただし、子育て世代であることから、必然的に年齢・関心が特定されるため、一般的な方法による広報だけでなく、SNS等を活用し、共通する関心を持つコミュニティと連携して発信を行うなどが効果的と考えられる。

また、久御山町「外」への発信も重要である。今回の実証での参加者も久御山町外からの参加であったが、いずれも就労の場として久御山町は視野に入ることから、必ずしも町内向けだけでなく、例えば隣接するイオンと連携したポスターやフライヤー等の設置など、クロスピア及びその周辺が生活圏に入る方への発信を意識的に行うことも有効と考えられる。

##### (場や時間の設定)

特に子どもが小学生未満の場合など、「急に熱が出るかもしれない」「決まった時間に動けず、予定に遅れて迷惑をかけるかもしれない」という懸念が「一歩」を遠ざける懸念も大きいため、確実に気軽に立ち寄れる仕掛けが必要であると考えられる。この点では、特定の曜日等で安定して開催されるセミナー等があり、いつでもそこに参加でき、同じような境遇の人に会える、という安心感があれば参加のハードルが下げられる可能性がある。

また、特に幼稚園に通わせている子育て世代は、参加しやすい時間帯が限られるため、時間設定について工夫したり、今後に向けては、例えばキッズスペース等を設置することで子どもを連れてくることのできる場所を作ってみたりするなどの検証も重ね、潜在的な就労ニーズのある方の参加を後押しするための工夫を加えることで、より利用される仕組みにつなげていける可能性があると考えられる。

#### ②企業側から見た今後の課題と可能性

2020年度実証において実施した「しごと体験」のように、働くこと自体が少しでも絡められることで、参加者にも働くことやその仕事を依頼した企業そのものを身近に感じてもらうことができ、就労に結び付けられる可能性がある。一方で依頼できる業務を広げていく上では、いくつかの課題も想定される。

(品質管理・認証等との関係)

久御山町に多く立地する製造事業者の場合、特に品質管理や業態によっては個別の認証等への適合が出荷時に求められるため、容易に場所を移すことが出来ない可能性がある。

このため、販売目的でない製品に関わる作業（例えば2020年度の実証で実施したような試供品関係）や、試作・開発に関わる作業（手作業での実現可能性の検証や実際に作業した場合の課題や所要時間の検証に活用するなど）を中心に行うなど、企業にもメリットがありつつ、場所を移して依頼できる作業を上手く作っていく必要がある。

(納期や品質を保证するシステム)

必ずしも場所に縛られない名刺管理や経理処理などのニーズも存在する。ただし、いつだれが作業するかわからない、という状況では企業側からすると依頼が困難であるため、作業の納期や成果の品質をどこまで保証できるか、今後の運営の在り方とセットでの検討が必要となる。

(スキルが求められる作業)

翻訳やデザインなど、一定のスキルがあることが望ましい作業のニーズも存在する。今後、就労機能を充実させていく場合、例えば人材登録等の仕組みを組み込み、働く側の持つスキルを見える化することで、依頼可能な業務も広がる可能性がある。また、企業のニーズが高いと想定されるスキルについては、スキルアップのためのセミナー等と掛け合わせることでより有効に機能する可能性もある。

### ③女性活躍推進そのものが企業価値を押し上げる可能性

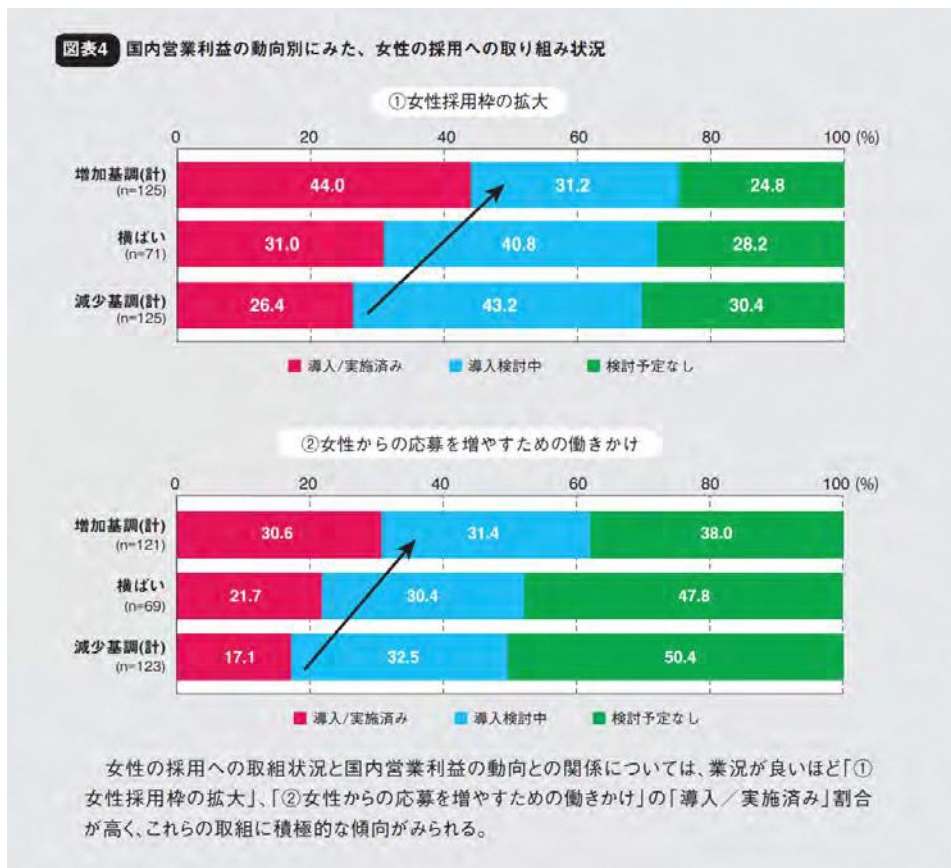
上記のように、単体の実証でなく継続・拡大していく上では対処していくべき課題が存在している。企業、中でも製造現場のある事業所にとっては、必ずしも必要性の高い取組と認識されない懸念も存在する。これは、一般に製造業や工場について、女性の活躍が難しいイメージが存在するためである。

しかし、久御山町にも多く立地している金属加工業等をはじめとする素形材産業に関するガイドライン（『素形材産業の競争力強化に向けた女性の活躍推進の取組指針』平成27年 経済産業省（以下、「女性活躍指針」という））によれば、女性の採用への取組状況と国内営業利益の動向との関係については、業況が良いほど「① 女性採用枠の拡大」、「② 女性からの応募を増やすための働きかけ」の「導入／実施済み」割合が高く、これらの取組に積極的な傾向がみられる（※1）。一方で、先入観や経営者・社員の意識が不足していることにより、具体的な取組に結び付けられていない企業も多く存在（※2）する。

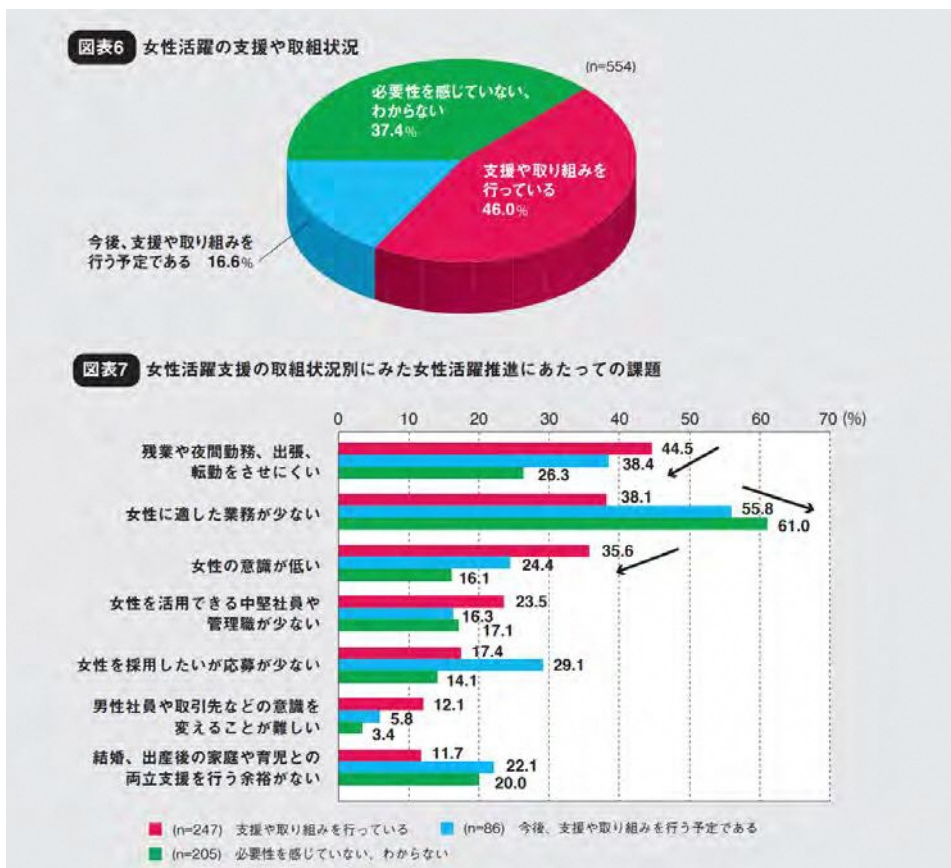
つまり、実際には企業の利益に結び付く重要な取組でありながら、「一步踏み出せない」状況が存在し、これは、子育て世代だけでなく、企業の課題でもあると言える。

今後、クロスピアの活用等を通じ、就労支援機能を具体化するには、こうした状況に対して、具体的な処方箋を提案できる企業と子育て世代との双方のニーズをくみ取りながらマッチングするコーディネート機能が重要となるが、継続的な取組が可能となれば、子育て世代の活躍や企業の人手不足の解消というだけでなく、企業価値の向上に結び付く可能性があることを踏まえて検討を進めて行くことが重要と考えられる。

(※1) 国内営業利益との関係 (女性活躍指針より抜粋)



(※2) 女性活躍に向けた取組状況 (女性活躍指針より抜粋)



## 4. フードトラック事業の検討

### (1) 目的

久御山町内には約 1,600 社の事業所が立地し、特に中央部には工業団地が形成され、多くの企業が集積している。その一方で、エリアの特性上、飲食店の出店が難しく、特に昼食環境の選択肢が少ないことが課題となっている。

そこで、町内の企業と連携してフードトラックによる昼食提供を行うことで、工業団地全体の就業環境の向上を図ることを目的に昨年度から実証実験を行ってきた。

今年度は昨年の実証実験を更に拡大し、出店する事業者を、町内を中心に公募、出店先の企業に関しても昨年度から増やして、より詳細に事業性の検証を行うものとする。



## (2) 実証実験の実施

### 1) 実施内容の検討

昨年度の実証実験からまとめられた以下の方針、フードトラックの専門家へのヒアリングなどから実施のパターン整理を行い、今年度の具体的な実施内容をまとめていく。

#### ①昨年度のまとめ

昨年度の実証実験の結果から得られた、今後の方針は以下の通り。

##### ■昨年度にまとめた方針

- ・企業と連携を行い、民間敷地内での出店を模索する。
- ・売り上げ面、調理やロス削減などの運営面から実店舗＋フードトラックの事業構成を検討（拠点の必要性）。
- ・連携先は2週間ピッチであれば10社程度必要（実店舗営業との兼ね合いによる）
- ・場所、日時は固定し、認知を高める。
- ・配食など完全予約型での提供も検討。
- ・フードトラックの確保は課題。新たなフードトラックの手配を検討。

#### ②専門家ヒアリング

昨年度の実施を踏まえて、日本全国で広くフードトラックのプラットフォームのビジネスを行い、行政との連携協定なども結んでいる、専門事業者に久御山町でのフードトラックビジネスのあり方についてヒアリングを行った。

##### ■ヒアリング概要

- ・キッチンカー事業者は平均すると平日は3.5～4.5万円程度が1回のランチ営業の売り上げ目標。
- ・コンビニの500円と、飲食店の800円の間値付け。（大阪のオフィス街で平均730円）
- ・仕込みがあるため基本は昼・夜などの2回営業はしない。
- ・久御山での出店は大阪からだ距離があるため、そこは課題となる。
- ・また外からの出店者は他に儲かる場所が見つかれば、すぐに抜けてしまうリスクがある。
- ・またどこまで消費者が飽きないで購入してくれるかという点も重要。
- ・京都市内では五条、リサーチパーク、グッドネイチャーステーションで展開しているが、なかなか苦戦している。
- ・通常は需要が満たせていないところへ出店する。ただし、すべては認知次第なので自治体による広報協力などのバックアップ体制が重要。
- ・神戸市ではキッチンカー事業者への支援として100万円の助成を行っている。
- ・久御山の事業者が始められるようなスキームにしておいたほうが良いのではないか。
- ・町内では週1、2回出してもらって、それ以外は大阪の淀屋橋など客数が多いところで出してもらおうようなスタイル。

- ・地元事業者であれば、町内での出店をすぐに辞めてしまうようなリスクも少ないだろう。
- ・プラットフォーム運営側としても久御山町との連携で、事業者さんに良いスペースを割り当てることも考えられるし、久御山町のアンテナショップ的な扱いも可能。
- ・但し、良いスペースは希望者が多いため、久御山町の事業者を優先する理由が必要になる。

#### ■まとめ

- ・来年度以降にプラットフォーム事業者との連携により、週1、2回久御山、それ以外を大阪などでの出店という形か、もしくは地元飲食店事業者が週1、2回のみ出店のような形をとれるか、運営の仕組みを検討
- ・まずは町内の出店可能性のある事業者の発掘と募集要項の作成を並行して行い、事業者サイドの感触を確かめる。
- ・事業者の反応に応じて来年度以降のスキームは検討
- ・今年度の実証実験は町内への出店のみで実施
- ・出店場所は商工会議所を通じて広く募集

③R2 年度フードトラック事業全体像整理

昨年度の実施結果や専門家のヒアリングにより、今年度は、下記の A②、B①の検証を行った。

	A 飲食店経営連動パターン		B 他地域営業連動パターン		
	①公共施設出店	②既存店舗	①町内（近隣）事業者	②町外（広域）事業者	③新規創業者
概要	将来的に中央公園やクロスピアなどの公共施設への出店とセットで事業とするパターン	既に飲食店舗を営んでいる事業者にフードトラックでの出店も行ってもらうパターン	町内（近隣）のフードトラック事業として、週1、2回は町内、それ以外は繁華街への出店等で事業を成立させるパターン	フードトラック事業を行っている広域の事業者週1、2回町内に来てもらって出店するパターン	①の新規創業パターン クロスピア調理室の活用をイメージ
対象	飲食店出店を検討している事業者（新規、既存）	既存の飲食店事業者	これから町内及び近隣のフードトラック事業者	町外（広域）のフードトラック事業者	フードトラック事業を新規創業する事業者
メリット	・公共施設での飲食事業と相互補完して利益改善をすることができる。	・既存飲食店事業と相互補完できるので、持続性・実現性が高い。	・継続的な出店を条件に、町外出店の仕組みとセットにすることで、工業エリアの出店を組み込んだ事業成立を後押しすることができる	・フードトラックへの投資が必要ない。 ・既に事業化しているため、計画が立てやすい。	・継続的な出店を条件に、町外出店の仕組みとセットにすることで、工業エリアの出店を組み込んだ事業成立を後押しすることができる ・クロスピア調理場の活用を促しやすい。
デメリット	・飲食事業に先行した、フードトラック事業の開始は事業的に難しい可能性が高い。 ・フードトラックへの投資が必要になる。	・クオリティへの要望が出しにくい可能性がある。 ・フードトラックへの投資が必要。（必要に応じ公的支援が発生する可能性）	・町外への出店の仕組みが必要。（必要に応じ公的支援が発生する可能性）	・他に売り上げの良い場所ができれば退店してしまうリスクがある。 ・既に営業場所を確保している確率が高く、参画可能性は低い。	・町外への出店の仕組みが必要。（必要に応じ公的支援が発生する可能性） ・フードトラックへの投資が必要。（必要に応じ公的支援が発生する可能性）
実現方法	・公共施設内飲食事業者の出店条件にフードトラック事業を組み込む ・公共施設飲食事業整備までは、需要拡大の実証実験を継続（公的支援の発生可能性あり）	・通年の事業者公募を行い、事業者を選定。 ・設備投資の行政支援は事業者の状況を見ながら判断。	・通年の事業者公募を行い、事業者を選定。 ・収益が見込める場所での出店を運営する企業と連携し、町内出店以外の売り先を確保	・通年の事業者公募を行い、事業者を選定。	・通年の事業者公募を行い、事業者を選定。 ・収益が見込める場所での出店を運営する企業と連携し、町内出店以外の売り先を確保 ・設備投資の行政支援は事業者の状況を見ながら判断。

#### ④飲食事業者募集要項

今年度は町内の事業者を中心に広く飲食事業者を募集するために、下記の募集要項を作成し、公募を実施した。

#### 久御山“まちのにお”構想フードトラック事業募集要項

##### 1 募集概要

令和2年12月～令和3年1月（予定）の期間で、久御山町内数カ所（企業敷地内）でフードトラックによる出店を行う飲食事業者を募集します。

##### 2 本事業の目的

久御山町内には約1,600社の事業所が立地し、特に中央部には工業団地が形成され、多くの企業が集積しています。その一方で、エリアの特性上、飲食店の出店が難しく、特に昼食環境の選択肢が少ないことが課題となっています。

そこで、町内の企業と連携してフードトラックによる昼食提供を行うことで、工業団地全体の就業環境の向上を図ります。

##### 3 対象要件

- ①応募締切時点でフードトラック出店に必要な許可を受けているもの
- ②久御山町内でのフードトラック出店に意欲のあるもの
- ③実施期間中、町内企業の要望に応じた出店日時の設定が可能であること
- ④本事業のコンセプトに沿った提供メニューの開発が可能であること
- ⑤メニューに久御山町産野菜を使用すること
- ⑥久御山町暴力団排除条例（平成25年町条例第15号）第2条の規定に該当しない者であること
- ⑦宗教活動や政治活動を主たる目的とする団体でないこと
- ⑧租税公課の未納および滞納処分を受けていないこと
- ⑨出店調整等の事前打ち合わせにあたって、久御山町役場まで来られるもの

なお、事業者の選定にあたっては、本町内に在住する方を優先するものとします。

またフードトラックを現在お持ちでない方には、町で準備したフードトラックを貸与するものとします。（保険料等は別途必要となります。）



#### 4 説明会について

本事業の募集にあたって下記の日時で説明会を実施します。参加を希望される事業者はなるべくご参加ください。（※必須ではありません。）

日時：令和2年11月17日（火） 13時30分から（1時間程度）

場所：久御山町役場4階 入札室

説明会をご希望される方は令和2年11月13日（金）17時までに、お名前と連絡先を記載の上、下記申込先にメールまたはFAXでご連絡ください。

申込先：〔メール〕 toshi@town.kumiyama.lg.jp

〔FAX〕 075-631-6149

#### 5 出店条件

##### （1）出店期間

令和2年12月～令和3年1月の2ヶ月間のうち、町側で募集した企業と協議の上、数日出店を行うことを想定しています。

##### （2）出店場所

久御山町内の各企業敷地内にて出店を予定しています出店先企業については町側で募集の上、調整を行います。

##### （3）出店時間

平日のランチタイムとします。（出店先企業と時間調整あり）

##### （4）出店について

ご自身で準備したフードトラックを使用する場合、出店料は無料です。

現時点でフードトラックを所有していない等の事情がある場合、町よりフードトラックの無償貸与を受けることが可能です。ただし、営業中や移動中の事故等に対する保険料については、事業者にご負担いただく必要があります。

また、仕込みにあたっては町内にある「まちの駅クロスピアくみやま」内の厨房施設をご利用いただくことも可能です。

##### （5）結果報告

出店日ごとに販売結果の報告を行っていただきます。

また、必要に応じて、アンケートやヒアリングなどを実施させていただきます。

## 6 全体スケジュール

- ①募集開始 令和2年11月6日(金)
- ②説明会申込締切 令和2年11月13日(金) 17時まで
- ③説明会 令和2年11月17日(火) 13時30分から
- ④応募締切 令和2年11月19日(木) 17時まで
- ⑤選定結果通知 令和2年11月25日(水)

## 7 応募手続き・選考に関して

### (1) 応募について

下記項目を記載の上、メールもしくはFAXにて応募ください。

応募先：〔メール〕 toshi@town.kumiyama.lg.jp

〔FAX〕 075-631-6149

記載項目：①名称

- ②所在地
- ③担当者名
- ④連絡先(電話番号・メール)
- ⑤フードトラック営業の経験の有無
- ⑥提供メニューの提案
- ⑦応募動機

### (2) 提出締切

令和2年11月19日(木) 17時まで

### (3) 選考に関して

選考は、久御山町役場において、

- ①工業エリアの昼食環境の改善に結び付くメニュー提案があるか
- ②久御山町らしさのあるメニュー提案があるか
- ③実現可能性が適切に検討されているか
- ④来年度以降、本事業の成果を活用してフードトラック事業を継続する可能性が見込めるかどうか

等の観点から、厳正に行います。

選考結果は、全ての応募者にメールでお知らせします。

審査の内容及び結果に関する問い合わせや異議については応じることができませんので、ご了承ください。

⑤受け入れ企業募集チラシ

飲食事業者と同様に受入先企業に関してもチラシを配布し、広く募集を行った。



久御山町では、久御山中央公園やクロスピアを活用した、「食」戦略に基づいた住×農×工の交流を促すためのビジョン「久御山“まちのにわ”構想」を推進しています。

工業エリアの昼食環境改善に向け、昨年度より実施しているフードトラック誘致の実証実験を、今年度は参画頂ける事業所を広く募集して実施します。実施期間中、自社敷地内に週1回～2週間に1回、フードトラックを誘致したい事業者様は、是非、ご応募ください。

- 実証実験の実施時期：12月～1月（予定）
- 実施頻度：1企業あたり、週1回～2週間に1回予定

**ご応募（誘致事業者様）**

フードトラック誘致にご興味がある事業者様は、下記の項目を記載の上、ご応募をお願いします。

■応募先※：〔メール〕 〔FAX〕

■申し込み情報

①会社名	
②担当者名	
③連絡先（電話・メール）	
④頻度 ※1週間、1回からでも参加が可能です。	週に（ ）回程度 （ ）週間受け入れ希望
⑤従業員数	（ ）名

**ご応募（実施事業者様）**

フードトラックを実施したい事業者様は、①会社名・店舗名、②担当者名、③連絡先（電話番号・メール）、④フードトラック経験の有無、⑤ジャンルの情報を応募先（上記※と同様）までご連絡をお願いします。

## 2) 実施概要

- ・2020年12月～2021年1月にかけて、飲食事業者3事業者と協力し、6か所の事業所で、一社あたり、2～3日の販売を実施した。
- ・フードトラックを所有しない飲食事業者に対しては、久御山町がレンタルしたフードトラックを貸与した。

### ①スケジュール

今年度は下記のスケジュールで出店を実施した。

	12月		1月				
	月	火	水	木	金	土	日
	14	15	16	17	18	19	20
キッチンカー				ELLY'S CAFÉ			
行き先				町役場			
	21	22	23	24	25	26	27
キッチンカー	ELLY'S CAFÉ			ELLY'S CAFÉ			
行き先	コタ(株)			京都樹脂精工(株)			
	月	火	水	木	金	土	日
	11	12	13	14	15	16	17
キッチンカー		ELLY'S CAFÉ	魚佐	魚佐			
行き先		高槻電器工業(株)	町役場	コタ(株)			
	18	19	20	21	22	23	24
キッチンカー	魚佐	魚佐	京蔥SAMURAI	ELLY'S CAFÉ	京蔥SAMURAI		
行き先	共栄フーズ(株)	京都樹脂精工(株)	高槻電器工業(株)	(株)エージェンシーアシスト	町役場		
	25	26	27	28	29	30	31
キッチンカー	ELLY'S CAFÉ		京蔥SAMURAI	ELLY'S CAFÉ	京蔥SAMURAI		
行き先	共栄フーズ(株)		コタ(株)	町役場	(株)エージェンシーアシスト		

※1月20日の高槻電器工業(株)は、緊急事態宣言が発令されたため、中止となった。



## ②出店事業者及び販売メニュー

### (a) ELLYS CAFÉ

- ・滋賀を中心にキッチンカー事業を展開。



### ○メニュー

〔前半〕

- ・やみつき牛すじごぼうカレー 700円
- ・オリジナルレモネード 400円
- ・抹茶レモネード 500円

※ドリンクはセットの場合は+200円

〔後半〕

- ・やみつき牛すじごぼうカレー 600円
- ・サラダ +100円
- ・ゴマ照りチキン&サラダセット +300円



### (b) 魚佐

- ・久御山町で仕出し事業を展開。現在工事中の公民館の1階でも飲食店を経営。





○メニュー

- ・ゴロゴロ野菜・鶏団子の和風ポトフと十六穀米 700円



(c)京葱 SAMURAI

- ・九条ネギを栽培。八幡でテイクアウト店も経営。



○メニュー

- ・九条ねぎの牛すじ丼+豚汁の九条盛りねぎ 750円
- ・九条ねぎが主役の焼きそば+豚汁の九条ねぎ盛り 750円
- ・白ご飯 200円



### ③実施の様子

#### (a) 高槻電器工業(株)

- ・緊急事態宣言が発令されたため、1回延期となり、1回のみ開催。
- ・販売数は16食。



#### (b)(株)エージェンシーアシスト

- ・予約数が、4食、13食と少なかったため、周辺企業にも呼びかけを行った。  
(役場担当者がある場合のみ、他社の方も敷地内での購入可能)



#### (c) 共栄フーズ(株)

- ・予約数は、20~30食程度。
- ・企業側が購入費の一部負担を行っている。
- ・2回目は飲食事業者を通じた周辺企業からの購入もあった。



#### (d) 京都樹脂精工(株)

- ・福利厚生として、企業側が全額負担したため、購入者が多かった。
- ・休み時間が2回に分かれていたが、販売数が多かったため、お客さんを待たせてしまうことがあった。





**(e)コタ(株)**

- ・予約数は、30～60食。
- ・企業側の補助がない中で、最も販売数が多い。
- ・販売数が多かったため、お客さんを待たせてしまうことがあった。



**(f)町役場**

- ・予約数は30～60食。
- ・当日、役場に来ていた方や工事の方などの当日注文が最も多かった。





④販売数

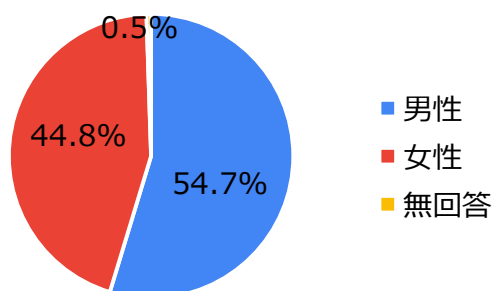
	会社名	日程	事業者	予約	販売実数
1	高槻電器工業(株)	1月12日(火)	ELLY' S CAFÉ	15	15 (内、単品：4、セット：11)
		1月20日(水)	京葱SAMURAI	中止	中止
2	(株)エージェンシー アシスト	1月21日(木)	ELLY' S CAFÉ	23 (内、訪問先 13)	28 (内、単品 16、Aランチ9、Bランチ3)
		1月29日(金)	京葱SAMURAI	30、白ごはん1 (内、訪問先 4)	31、白ごはん1
3	共栄フーズ(株)	1月18日(月)	魚佐	23 (内、訪問先 16)	24
		1月25日(月)	ELLY' S CAFÉ	41 (内、訪問先 31)	41 (内、単品 19、Aランチ10、Bランチ12)
4	京都樹脂精工(株)	12月24日(木)	ELLY' S CAFÉ	74、ドリンクのみ3 (内、訪問先 73)	82、ドリンクのみ3 (内、単品9、セット73)
		1月19日(火)	魚佐	57	57
5	コタ(株)	12月21日(月)	ELLY' S CAFÉ	60、ドリンクのみ2 (内、訪問先 58)	61、ドリンクのみ2 (内、単品 27、セット 34)
		1月13日(水)	魚佐	32	32
		1月27日(水)	京葱SAMURAI	61、白ごはん2	61、白ごはん1
6	町役場	12月17日(木)	ELLY' S CAFÉ	54、ドリンクのみ2 (内、訪問先 44)	64、ドリンクのみ2 (内、単品 35、セット 29)
		1月12日(火)	魚佐	32	48
		1月22日(金)	京葱SAMURAI	61	71 (内、単品 10、セット 61)
		1月28日(木)	ELLY' S CAFÉ	58 (内、訪問先 43)	71 (内、単品 22、Aセット 29、Bセット 20)

### ⑤購入者アンケート (N=192)

#### ■属性

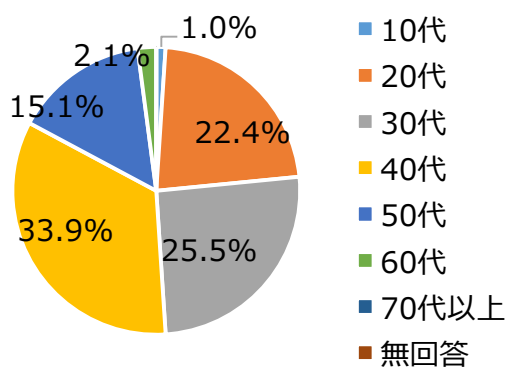
- ・性別は男性がやや多い。
- ・年齢は40代が最も多く、30代、20代と続く。
- ・業務「事務」が最も多く、半数以上占める。

#### ①性別



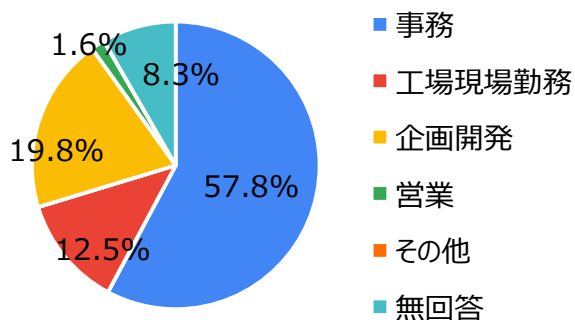
男性	105	54.7%
女性	86	44.8%
無回答	1	0.5%

#### ②年齢



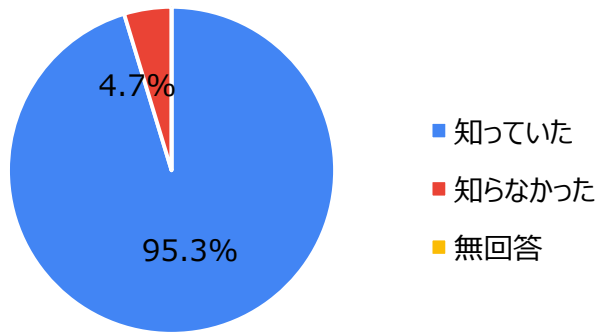
10代	2	1.0%
20代	43	22.4%
30代	49	25.5%
40代	65	33.9%
50代	29	15.1%
60代	4	2.1%
70代以上	0	0.0%
無回答	0	0.0%

#### ③業務



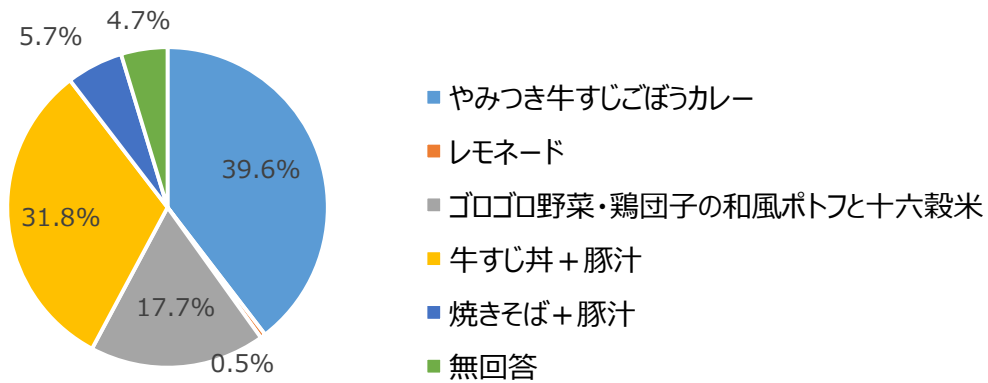
事務	111	57.8%
工場現場勤務	24	12.5%
企画開発	38	19.8%
営業	3	1.6%
その他	0	0.0%
無回答	16	8.3%

Q1.今回フードトラックがくることを知っていましたか？



知っていた	183	95.3%
知らなかった	9	4.7%
無回答	0	0.0%

Q2.購入したメニューを教えてください。

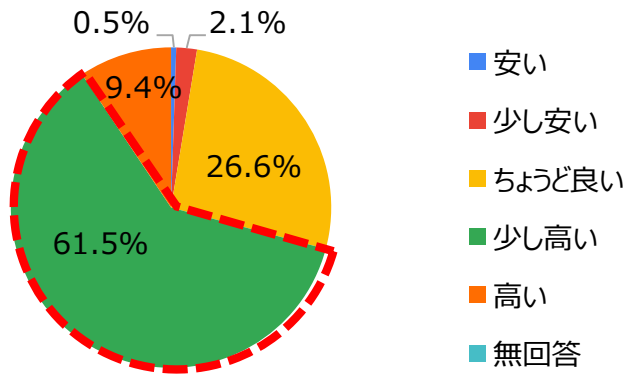


やみつき牛すじごぼうカレー	76	39.6%
レモネード	1	0.5%
ゴロゴロ野菜・鶏団子の和風ポトフと十六穀米	34	17.7%
牛すじ丼+豚汁	61	31.8%
焼きそば+豚汁	11	5.7%
無回答	9	4.7%

**Q3.価格やメニューについて教えてください。**

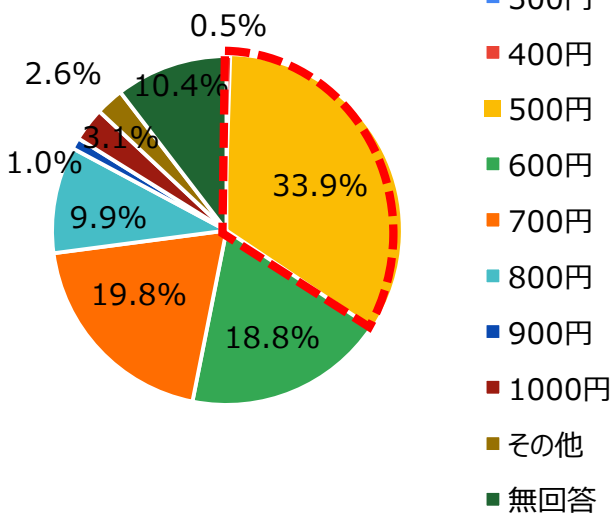
・今回、600円～750円で販売したが、価格について「少し高い」が最も多く、500円での販売希望が3割強を占めており、今回の設定価格より低い値段を希望している方が多い。

①価格



安い	1	0.5%
少し安い	4	2.1%
ちょうど良い	51	26.6%
少し高い	118	61.5%
高い	18	9.4%
無回答	0	0.0%

②いくらまでなら購入するか



300円	0	0.0%
400円	1	0.5%
500円	65	33.9%
600円	36	18.8%
700円	38	19.8%
800円	19	9.9%
900円	2	1.0%
1000円	6	3.1%
その他	5	2.6%
無回答	20	10.4%



■メニュー別

①やみつき牛すじごぼうカレー(N=76)

●値段

安い	0	0.0%
少し安い	0	0.0%
ちょうど良い	18	23.7%
少し高い	53	69.7%
高い	5	6.6%
無回答	0	0.0%

●味

とても良い	19	25.0%
なかなか良い	43	56.6%
普通	13	17.1%
あまり良くない	0	0.0%
とても悪い	0	0.0%
無回答	1	1.3%

●感想

- ・美味しかった。
- ・容器の改良が必要。カレーがこぼれた。
- ・価格の割に量が少ない。
- ・もっと野菜が欲しかった。
- ・待ち時間が長く、冷めていた。
- ・もう少し味が濃いほうが良い。

②ゴロゴロ野菜・鶏団子の和風ポトフと十六穀米(N=34)

●値段

安い	0	0.0%
少し安い	0	0.0%
ちょうど良い	3	8.8%
少し高い	27	79.4%
高い	4	11.8%
無回答	0	0.0%

●味

とても良い	14	41.2%
なかなか良い	16	47.1%
普通	4	11.8%
あまり良くない	0	0.0%
とても悪い	0	0.0%
無回答	0	0.0%

●感想

- ・暖かく美味しかった。
- ・寒い時期のメニューとしてよい。
- ・価格の割に量が少ない。
- ・野菜がたくさん入っていて美味しかった。
- ・ご飯が少ない。

③牛すじ丼+豚汁(N=61)

●値段

安い	1	1.6%
少し安い	4	6.6%
ちょうど良い	22	36.1%
少し高い	27	44.3%
高い	7	11.5%
無回答	0	0.0%

●感想

- ・量が多かった。
- ・豚汁単品でも販売してほしい。
- ・豚汁が美味しかった。

●味

とても良い	8	13.1%
なかなか良い	24	39.3%
普通	18	29.5%
あまり良くない	8	13.1%
とても悪い	0	0.0%
無回答	3	4.9%

- ・もう少し肉を入れてほしい。
- ・葱が多すぎた。
- ・味が薄かった。

④焼きそば+豚汁(N=11)

●値段

安い	0	0.0%
少し安い	0	0.0%
ちょうど良い	6	54.5%
少し高い	5	45.5%
高い	0	0.0%
無回答	0	0.0%

●感想

※回答なし

●味

とても良い	0	0.0%
なかなか良い	4	36.4%
普通	6	54.5%
あまり良くない	0	0.0%
とても悪い	0	0.0%
無回答	1	9.1%

⑤無回答(N=10)

●値段

安い	0	0.0%
少し安い	0	0.0%
ちょうど良い	2	20.0%
少し高い	5	50.0%
高い	2	20.0%
無回答	1	10.0%

●味

とても良い	2	20.0%
なかなか良い	4	40.0%
普通	2	20.0%
あまり良くない	0	0.0%
とても悪い	0	0.0%
無回答	2	20.0%

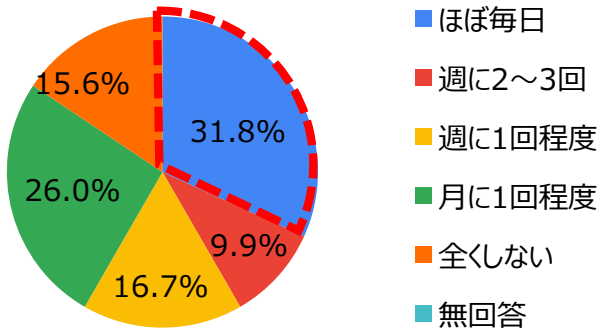
●感想

- ・量が選べると良い。

**Q4. 昼食時に外食や外での弁当購入の機会がありますか？また、その際の予算はどのくらいですか？**

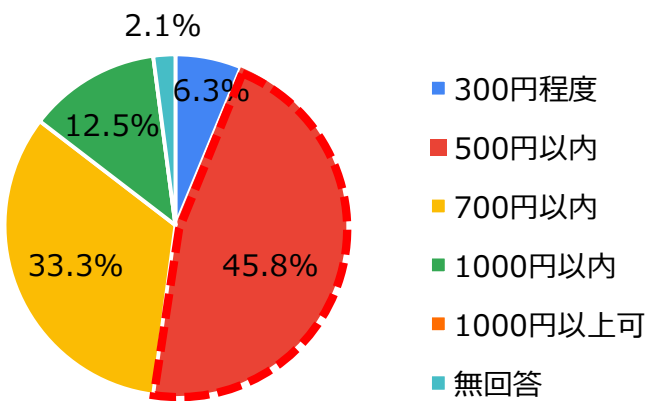
- ・外食や弁当購入頻度は「ほぼ毎日」が3割程度で最も多い。次に「月1回程度」が多く、普段購入頻度が高く無い方も購入して頂いている。
- ・購入金額は「500円以内」が最も多く、次に「700円以内」が多い。500～700円で購入している方が8割近い。

**①購入頻度**



ほぼ毎日	61	31.8%
週に2~3回	19	9.9%
週に1回程度	32	16.7%
月に1回程度	50	26.0%
全くしない	30	15.6%
無回答	0	0.0%

**②いくらまでなら購入するか**

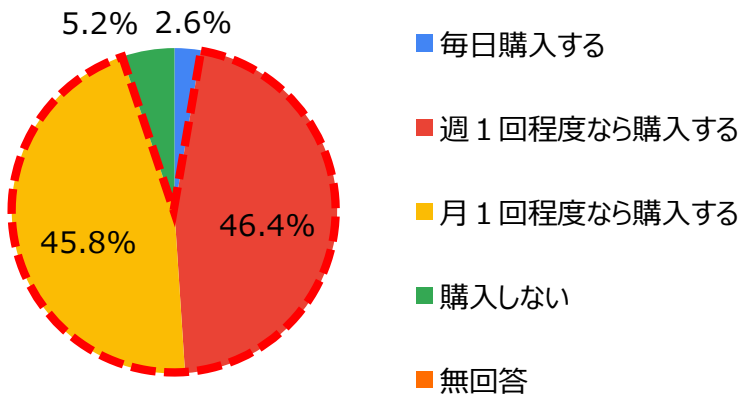


300円程度	12	6.3%
500円以内	88	45.8%
700円以内	64	33.3%
1000円以内	24	12.5%
1000円以上可	0	0.0%
無回答	4	2.1%



**Q5.このようなフードトラックが家または職場の近くにきたら購入されますか。**

・「月1回程度」「週に1回程度」がほぼ同数であり、ある程度の間隔で訪れることが求められている。



毎日購入する	5	2.6%
週1回程度なら購入する	89	46.4%
月1回程度なら購入する	88	45.8%
購入しない	10	5.2%
無回答	0	0.0%

**Q6.フードトラックについてご意見があればお書きください。**

**①メニュー・価格に関する意見**

- ・カレー以外のメニューがほしい。
- ・月に何回であれば、今の価格でも購入するが、頻度が高いと購入しない。
- ・単価が高いので毎日は厳しい。
- ・和洋折衷で色々なメニューがあればよい。
- ・メニューを複数欲しい。
- ・男性向けにボリュームがほしい。
- ・女性にはボリュームが多かった。
- ・自分のお弁当と食べたいので、サイドメニューがほしい。
- ・ワンコインが妥当。
- ・スープ類（単品）が購入できれば嬉しい。

**②オペレーションに関する意見**

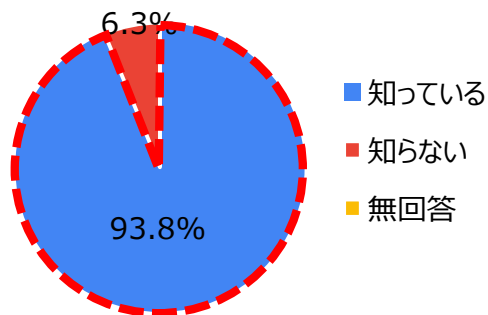
- ・注文から商品を渡すまでに時間がかかりすぎている。
- ・ご飯が少し冷めていた。

**③その他**

- ・とても美味しく素敵な昼休みを過ごせた。
- ・定期的に来てほしい。

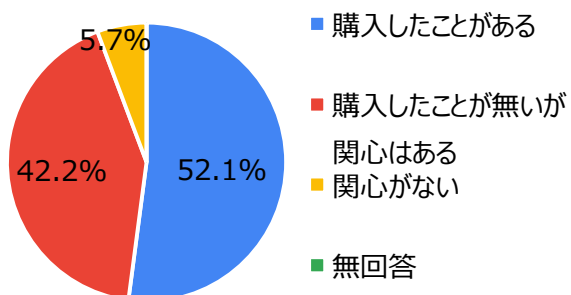
**Q7.京野菜が久御山町でもつくられていることをご存知ですか**

・「知っている」と答えている人が9割を超え、ほぼ認知されているが、購入したことがない人も半数近くいる。



知っている	180	93.8%
知らない	12	6.3%
無回答	0	0.0%

**Q8.久御山町産の野菜を購入されたことはありますか。したいと思いませんか。**

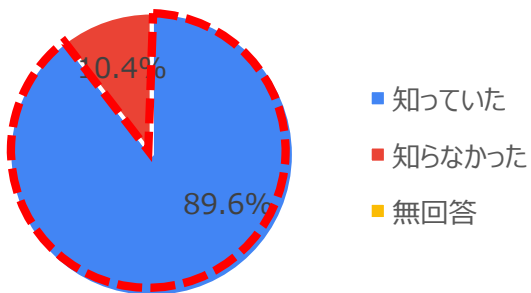


購入したことがある	100	52.1%
購入したことが無いが 関心はある	81	42.2%
関心がない	11	5.7%
無回答	0	0.0%

参考：購入していない方の回答(N=77)

- ・フードトラックが来ることを知っていたが、購入していない方が多い。
- ・価格に対しては「少し高い」「高い」と感じている方が多い。
- ・購入者同様、500円以内を希望する方が多い。

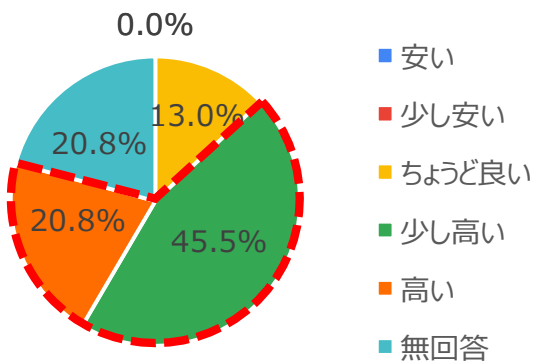
Q1.今回、フードトラックが来ることを知っていましたか？



知っていた	69	89.6%
知らなかった	8	10.4%
無回答	0	0.0%

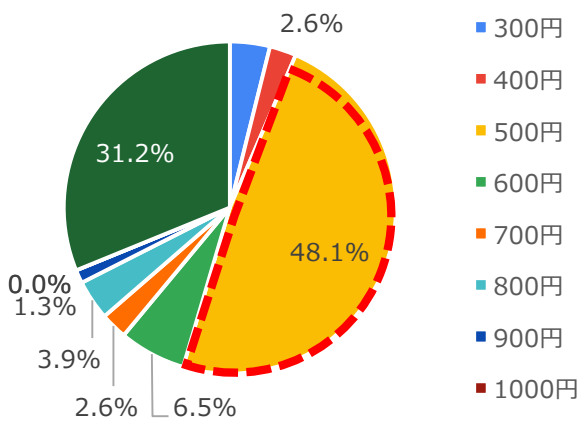
Q3.価格やメニューについて教えてください。

①価格



安い	0	0.0%
少し安い	0	0.0%
ちょうど良い	10	13.0%
少し高い	35	45.5%
高い	16	20.8%
無回答	16	20.8%

②いくらまでなら購入するか。



300円	3	3.9%
400円	2	2.6%
500円	37	48.1%
600円	5	6.5%
700円	2	2.6%
800円	3	3.9%
900円	1	1.3%
1000円	0	0.0%
その他	0	0.0%
無回答	24	31.2%

⑥ 飲食事業者ヒアリング

	ELEYS CAFE	魚佐	京葱 SAMURAI
① 価格・メニュー	<ul style="list-style-type: none"> <li>ランチ以外の+アルファのメニューがないと厳しい。</li> <li>500円は今のメニューでは難しい。割り切ってメニューを考える必要がある。</li> <li>焼きカレー、ホットドック、どんぶりものなら、共通の材料を使うメニューを幅はつくれる</li> <li>お弁当の人も購入できるサイドメニューがあると良い。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>500円での販売は利益的には厳しい。300円のお弁当と比較されるのはつらい。</li> <li>味がわかる人には値打ちはわかる。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>参考として、既存の店頭販売で、ねぎ焼きは一食500円くらい。それで、平日4~5万の売り上げ。基本は、テイクアウトで、食数が多い消防署など特別な所は配達。</li> </ul>
② 販売数	<ul style="list-style-type: none"> <li>40食以上のオーダーをとれないと厳しい。</li> <li>最低40などがはける注文のやりかたを考えないといけない。複数社声をかけるなど。</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>販売数は会社によってバラつきがある。役所もたまにだから売れると思う。</li> <li>最低販売数は、何人で運営するかによる。一人なら3万円/日でもよいが、一人で回すことは厳しい。</li> </ul>
③ オペレーション	<ul style="list-style-type: none"> <li>40人超えると、二人体制になるとよい</li> <li>ごはんが一番の問題。先に詰めないときばけないが、冷めてしまう。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><u>弁当販売より、フードトラックは人手がかかる。</u>通常の弁当販売もやりながらのフードトラックは、大変だった。</li> <li>キッチンカー内での調理は厳しい。暖めるのが限度。</li> <li>時間帯にどんっと来るので、暖かいものを出すのが精いっぱい。</li> <li>スタッフが4人くらいになると、100食は出せると思う。</li> <li>スープと具だけのものをつくって、具をいれて、スープを入れた。一気にいれるのはむずかしい。ごはんはお店で詰めて、何回か往復した</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>飲食店と準備時間は同じくらいかかるが、販売時間が短い、移動時間も含める人も時間もかかる。昼食時は、設備が整っている飲食店でも大変。フードトラックで温かいものを提供するのには至難の技だと思った。</li> </ul>
④ 事前予約	<ul style="list-style-type: none"> <li>事前予約で数が読めたのはありがたかった。</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>事前注文は利に適っていると思った。</li> <li>当日注文でも大丈夫だと思うが、調理場がどれくらいの規模かによる。あらかじめ店舗を持っていて仕込みができるとなると当日でも大丈夫。</li> </ul>
⑤ 継続に向けた課題	<ul style="list-style-type: none"> <li><u>敷地の中だけで販売することは、数的に難しい。</u>何社かが来てもらうと効率も良くなる。</li> <li>意外と小さい事業者ニーズがあるのでは？</li> <li><u>週に1回とか、定期的には入れる場所があればよい。</u>数がとれない場合は、自分たちで+αを探すことは企業努力。<u>周辺には、お弁当的に販売などの方法が考えられる。</u></li> <li>まずは、場所の確保。それからどう注文数を増やしていくか、は自分たちで考えないといけない、</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><u>収益性を考えると、結構むずかしい。</u></li> <li>継続性を考えるといろんな場所に行っていく方がよいと思う。コーディネーターがいて、まわしてくれることが理想。仲介業者的な存在が必要。</li> <li>今の弁当方式の方が、キッチンカーよりも良い。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><u>PRだけと思っただけいけるけど、これだけの事業性と考えると難しい。</u></li> <li>イオンの駐車場なら毎日行けるが、企業なら毎日厳しい。行けても、PRとして、週に1回程度。</li> <li>またせめてクロスピアにも出店したい。</li> </ul>
⑥ 久御山の野菜	<ul style="list-style-type: none"> <li>久御山の農家さん、野菜、農産物、凄く豊かだと思った。</li> <li>外から働きに来ている人に対して、久御山をもっとキッチンカーでアピールできればよい。</li> </ul>		
⑦ その他	<ul style="list-style-type: none"> <li>キッチンカーが来る日が一か月の気分転換の日になると良い。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>実施後、コタさんから月に2~3回注文くる。スープ5~6食。</li> <li>普段は、1日5社くらいに500円でお弁当を販売している。</li> <li>弁当は、時間のロスがあるので、どうしても冷めてしまう。チンができるようにしている。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>今回、売上自体はあてにしない。広報の一環としては良かった。</li> <li>ただし、企業にPRするなら別のやり方がよい。収益を考えるとあの人数ではあわない。より多くの方にPRできると良い。</li> <li>当初は、イオンに出店したいと思っていた。</li> </ul>



⑦受入先企業ヒアリング

	高槻電器工業(株)	(株)エージェンシーアシスト	共栄フーズ(株)
① 価格・メニュー	<ul style="list-style-type: none"> <li>注文数については、男性が多いので、注文数はすくないかな、予想していた。</li> <li>おいしかったという意見が多かった。</li> <li>今回は正面玄関にフードトラックをおいたので、駐車場から遠くめんどくさいという意見が出た。</li> <li>値段に対する感覚は個人差がある。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>高いなどの意見がでた。</li> <li>メニューは単品で売ってほしいという意見があった。</li> <li>想定以上に注文数がなかった。価格帯が一番の問題か。</li> <li>焼きそばと豚汁、別々だと買ったという意見、焼きそばなら買ったという意見もあった。</li> <li>カレーの方が女性の購入多い。一回目購入していた女性陣は、焼きそばを頼んでいなかった。女性は、社員全体の1/3程度。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>味は好評だったが、値段が高いという意見が多い。</li> <li>初回なので興味を持ってもらったことも多い。</li> <li>男性的にはカレーが良かった。カレーは2回目だったので、それも込で売れた。カレーはわかりやすい。</li> </ul>
② オペレーション		<ul style="list-style-type: none"> <li>待ち時間についての不満はきいていない。</li> <li>昼時間は1時間。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>補助が出ていた為、一括して支払いをしていたが、支払いが各自なら、45分の休憩、短く感じられる人が多いのでは。</li> </ul>
③ 事前予約	<ul style="list-style-type: none"> <li>本社は2日前の締め切りでも大丈夫だが、工場勤務だと当日チラシを見た人がいたかもしれないので課題。</li> <li>可能であれば、当日注文できるとよい。</li> <li>当日注文は何食まで！といったように、残らないように、かつ注文数を多くできるやり方があればよい。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>営業職は、突発的に予定が入るため、事前予約ができない。営業職15人位。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>事前予約は問題ない。</li> </ul>
④ 会社の補助(今回)	<ul style="list-style-type: none"> <li>補助はない。</li> <li>通常も補助していない。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>なし。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>200円を会社から補助。</li> <li>補助がないと頼む人は減るだろう。</li> </ul>
⑤ 継続に向けて	<ul style="list-style-type: none"> <li>イベント的に月に1~2回定着したら、注文は増えるかもしれない。</li> <li>飲食事業者との直接やりとりは問題ない。</li> <li>鹿児島で農業をやっている拠点があり、そこでつくったオリーブなどをつかったワッフルサンドをキッチンカーで販売したりしている。お互いに宣伝などをしあえると嬉しい。</li> <li>つくっている生産物なども材料として使ってもらえると嬉しい。</li> <li>頻度としては、月に1~2回。工場の人に広げるには何回かやって口コミで広げているイメージ。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>企業だけを対象にしたら、母数があつまりにくいので難しい。</li> <li>受け入れるとしたら、2週に1回など。</li> <li>定常化すると注文数が減るのか、増えるのかはわからない。</li> <li>最低数などがあると厳しい。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>休み時間のコントロールが大変。食堂の規模的に社員全員と一緒に食べることができないため、昼休憩の時間帯を振り分けている。時間別・注文の振り分けが大変。補助があったので、その作業が発生していた。補助がなかったらその負担は減る。</li> <li>感覚的に、よく売れて10~20食程度しか売れないと思う。</li> <li>10食でもいいという事業者を月に1回受け入れることは可能。</li> <li>ただし、毎回補助はできないため、次回からは補助無し。</li> <li>女性が多いので、火が付けば口コミで広がる。</li> <li>事業者との直接やりとりも可能。</li> </ul>
⑥ 他社からの購入	<ul style="list-style-type: none"> <li>道路のギリギリの正門の所での販売だったら、周辺住民が買いに来ることは問題ない。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>歩道に面したところに近いところに設置すれば他社からの購入は可能だが、工業団地の端になるので、人はあつまらない可能性あり。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>食品工場なので、他社の受け入れはできない。</li> <li>納品のトラックも出入りするの、事故などがあっても困る。敷地に入らず、代表者が取りに来る程度なら可能か。</li> </ul>
⑦ 通常の昼食環境	<ul style="list-style-type: none"> <li>食堂や車で食べる人がいる。</li> <li>2つの会社が弁当の配送している1社15~20食くらい販売。</li> <li>金額は330円、340円。</li> <li>お弁当を持参してくるものもいる。</li> <li>カップラーメン、パンの自販機、コンビニで購入する人もいる。</li> <li>2社ともメニューは変わらない1社はカレーの日があって、それは人気。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>通常のお弁当は、320円/日程度。</li> <li>購入者は50人中20人程度。</li> <li>お弁当を持ってくる人や、営業職は外でたべることが多い。</li> <li>普段のお弁当は当日の朝に連絡。毎日社員に○×つけている。</li> <li>昼食環境に対する不満は積極的にはきかない。</li> <li>コンビニも近くにある。あんまり不満はきかない。</li> <li>お弁当の支払いは、給料天引き。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>通常のお弁当は、330円。</li> <li>フードトラックが来た日も弁当を購入している人もいた。</li> <li>家から弁当を持ってきている人が多く、弁当を購入する人は8人程度。</li> <li>当日注文で購入。</li> <li>弁当を持参する人が多く、昼にお金を使うという概念がない。</li> </ul>
⑧ その他	<ul style="list-style-type: none"> <li>社員は9割が男性。新しいものに興味がいかない傾向。</li> <li>本社はメールで配信、工場は管理部門が廊下に掲示板で周知。周知方法に工夫が必要。</li> <li>本社30名、工場60名弱。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>好意的な意見はあった。たまに来てほしいなど。</li> <li>久御山町、飲食店がすくないので、充実したらよいとは思っている。</li> <li>社員数は50人だが、緊急事態宣言になり、ローテーションで出勤率を下げたり、在宅にしたりしたが、人は減っていた。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>女性比率は6~7割。</li> <li>今回は通常常勤でないメンバーも購入していた。</li> </ul>

	京都樹脂精工(株)	コタ(株)
① 価格・メニュー	<ul style="list-style-type: none"> <li>・メニューは概ね好評だったが、若い男性が多いので量が物足りない、という意見が多かった。弁当の後にご飯を食べた、という意見も聞いた</li> <li>・味は良かったが、700円以上は少し高い。</li> <li>・業者の給食弁当は、会社からの補助が出て200円位。メニューは、ごはんとおかず+味噌汁。</li> <li>・ワンコインが目安。20日で10000円。</li> <li>・若く・男性が多いので、ガッツリ系が良い。焼き肉弁当などは人気になると予想。今回のポトフ・カレーは女性向け。今回のメニューが500円になっても伸びない可能性あり。牛すじ丼、焼きそばだったら伸びるかも。</li> <li>・質よりも量が何よりも重視される。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・美味しいという意見は多くあった。</li> <li>・値段はもう少し安いほうがよい。</li> <li>・コンビニなどで購入できないものだと買いたいと思う。</li> <li>・女性に合わせたメニューにすると男性も買いやすいと思う。</li> </ul>
② オペレーション	<ul style="list-style-type: none"> <li>・提供には時間がかかったが、すこしでも温かいもの、という意図はわかる。</li> <li>・現在、休み時間をコロナで二部制にわけている。今後、1回になったときに、全員が1回でとなると、時間がかかるので厳しい。待ち時間が長いと購入者が減る可能性あり。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・数が多いと、休み時間をずらした方が買いやすい。継続するのであれば、注文数に応じて考える。</li> <li>・今回は、1回目は分散させたが、2回目は分散させていない。</li> <li>・お弁当のウォーマーがあるので、早く取りにきても冷めない。</li> </ul>
③ 事前予約	<ul style="list-style-type: none"> <li>・事前予約は工数が増え大変。お弁当は毎朝集計している。同様の方法なら良いが、事前締め切りだと厳しい。今は、当日の朝締切で毎朝名簿に○×を書く方式なので、事前予約だと記載忘れの確認が大変。</li> <li>・お弁当事業者には、会社より直接支払い。フードトラックは、個人による直接やりとりになる。直接やり取りに時間がかかると、2回目以降頼む人が少なくなる可能性あり。</li> <li>・会社からの支払いとなると、新たな工数になるので、どうしてもやるべきか、やらないべきか、については、判断になる。定期的となると、会社はできるだけ関与せず、手間にならないほうがよい。</li> <li>・メニューが色々あると会社もとりまとめることも大変。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・事前集計は、期間がある程度あれば問題ない。</li> <li>・事前にわかっている方が選択できて良い。</li> </ul>
④ 会社の補助(今回)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・金額については、会社ですべて負担</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・補助なし</li> </ul>
⑤ 継続に向けて	<ul style="list-style-type: none"> <li>・定期継続については、少し考えさせてほしい。</li> <li>・頻度は、毎日では厳しいと思う。週に1回や月に2回などが限度。</li> <li>・全員が食べても80食。</li> <li>・フードトラックが来る日に給食弁当をとるかどうかは会社の裁量。給食弁当をとるなら、それを買う人が多くなる可能性あり。</li> <li>・レギュラーになったときの最低保障はどうなるのかも心配。今のお弁当は、最低保障ない。</li> <li>・定期的になったときも毎月違うメニューが面白い。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・毎回違うメニューの方がありがたい。</li> <li>・ローテーションするにしても、インターバルが必要。</li> <li>・従業員の反応は悪くないが、事業としての成りは難しいと思う。</li> <li>・久御山町がかんだ上で、やっていきたい。久御山町の事業としてなら乗れる。</li> <li>・社内で一度継続について聞いてみた上で判断したい。</li> </ul>
⑥ 他社からの購入	<ul style="list-style-type: none"> <li>・他社の人が購入することは可能。建物に入らなければよい。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・敷地内の道路に近いところにキッチンカーをおいたら問題ない。</li> <li>・ただし、周辺にはあまり事業者がない。</li> </ul>
⑦ 通常の昼食環境	<ul style="list-style-type: none"> <li>・毎日給食弁当をとっている。今回、フードトラックの日は弁当を頼まなかった。</li> <li>・お弁当をとっている人は45%くらい。近所にコンビニもあるので、そこで買う方もいる。コンビニいくのは、86名中、5~6名。</li> <li>・今のお弁当に対して不満はないので、新しいことをはじめることへのハードルはたかい。量、値段とも満足。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・弁当屋が来ているが、各部署でオーダーしているため、全体は把握していない。</li> <li>・320円くらいが多い。近所の飲食店は、600円の弁当もある。</li> <li>・ガッツリ系のメニューが多い。</li> <li>・コンビニで購入する人も多い。弁当よりバリエーションある。</li> </ul>
⑧ その他		

### 3) 実施結果の取りまとめ

#### ○事業性

- ・飲食事業者からは、事業性が厳しいという意見が多い。
- ・販売数は、企業によってばらつきが多い。また、今回、購入者に補助があった企業が数社あったことと、継続的に実施すると目新しさが無くなることにより、販売数が少なくなると予想される。
- ・1社だけだと、飲食事業者の採算が合う購入数まで達する企業が少なく、周辺の企業にも呼びかけ、販売数を確保する必要がある。ただし、他社が購入を受け入れる場合は、停車位置の調整などルールづくりが必要。

#### ○メニュー・値段について

- ・値段としては、500円以内を望む声が多い。既存の弁当が300円台と低い値段のため、今回の700円以上の設定は高いと感じる方が多かった。既存の弁当に関する不満はでていない。
- ・メニューとしては、男性が多い企業は、質より量を求める傾向がある。
- ・お弁当を持ってきている方が+αの惣菜を求める声も出ている。

#### ○事前予約

- ・飲食事業者は事前に数を把握したい意向が強いが、企業側は、既存の弁当事業者と同様、その日の朝、人数を伝達する方法を望んでいる。
- ・営業職など、突発的に予定が入る職種は事前予約だと購入できない。

#### ○オペレーション

- ・昼休みという限られた時間に購入者が殺到するため、購入者を待たせてしまうことがあった。
- ・素早く提供するには、事前にご飯を詰めて置かないと難しく、暖かいものを提供することが難しい。

#### ○継続意向

- ・飲食事業者は継続的に実施したいという声が1社より出ている。
- ・受け入れ企業では、月に1回程度なら受け入れ可能、という声もあるが、最低販売数の保証までは難しく、事業性が懸念される。
- ・継続的に実施する場合も、メニューは毎回同じでなく、ローテーションしてほしいという意見が多い。

# 5. 全体の機能分担整理

## (1) 目的

久御山町では本事業と並行して CCAC 構想に基づく、まちづくりセンターの検討も進んでおり、まちづくりセンター、久御山中央公園、まちの駅クロスピアと3つの施設で機能の検討がなされている。

いずれの施設も、官民連携による事業組成を検討しており、町の課題解決のための機能が求められる中で、しっかりと各施設の連携や、民間事業者の横断的な事業参入の検討、機能の重複や漏れなどの回避のために、横断的に検討を進めていく必要がある。

そのための検討に当たって、まず現時点で各施設で検討している内容を整理し施設の役割分担を行った。

## (2) 機能分担の整理

各施設の機能や事業の組み立てについて、下記のように整理を行った。これに基づいて今後の検討を進めるとともに、横断的な連携などについても今後検討を行っていく。

	公民館 (まちづくりセンター)	中央公園	クロスピア
現状整理 施設特徴	役場隣接、多様な市民の利用 サークル活動利用 保健センター、シルバー人材センターとの隣接	公園(段差問題あり)とグラウンド 荒見苑・ゲートボール場等高齢者向け施設の混在 工と農の間に立地	大型商業施設に隣接 交通の結節点、駐車場が豊富 調理施設あり 周辺開発の動きあり(R3~R5)
課題・ニーズ と 検討の方向	<b>暮らし・福祉・文化・教育</b> 遊び場が少ない 気軽に立ち寄れる、くつろぐ、情報交換できる所が少ない 大人も遊べる場所がない チャレンジできる環境が欲しい ※まちづくりセンターキーワード 多くの人が気軽に立ち寄り過ごせる場所 自分やグループの活動を見てもらえる、知ってもらえる場所 様々な学びや体験等を通じて新たなつながりが生まれる場所		<b>産業・働き方</b> 人手不足 交通利便性の低さ 雇食等就業環境の低さ 工業エリアのイメージ刷新 新たな働き方の創出 企業内レクリエーション 企業同士のマッチング ※中央公園キーワード チャレンジできる場所 つながる公園 大人が行きたくなる公園
コンセプト	<b>【公民館機能+まちづくり支援】</b> A 住民活動・交流・人材ハブ B 住民活動・交流	<b>【防災+スポーツ+まちのがっこう】</b> 住民余暇・企業余暇 体験型プログラム・市民活動	A 【所有財産の民間事業活用】 ⇒ <b>将来道の駅</b> B 【産業のゲートウェイ】 A 周辺開発と連動した将来の整備を検討 B 企業活動促進・販促・広報
機能配置案	A サークル活動 コーディネート機能 障害者等就労支援 子育て世代の活躍促進 軽飲食 B サークル活動 障害者等就労支援 軽飲食	・スポーツ施設(グラウンド・ジム) ・公園(芝生広場・遊具・植栽) ・市民・企業のソフトプログラム ・飲食、休憩	A 民間企業活用 ※想定は飲食系? B 会議・企業交流 子育て世代の活躍促進 コーディネート機能 軽飲食
事業の組み立て	A 人材ハブ サークル活動 集会所 事務 軽飲食 施設運営 整備 B 障害者等就労支援 サークル活動 集会所 事務 軽飲食 施設運営 整備	イベント 体験 チャレンジ支援 飲食 スポーツ BBQ 公園維持管理 整備	A 民間事業 集会所 事務 軽飲食 施設運営 インフラ整備 B 人材ハブ 産業強化 集会所 事務 軽飲食 施設運営 改修
<運営手法>	<DBO、DB+指定管理>		<指定管理>
スケジュール (活用予定の補助金)	R6秋 OPEN予定(社会資本・地方創生)	①防災公園・調整池 R4.5設計 R6.7工事(社会資本) ②公園整備 R3先行整備・サウンディング R4公募要領作成 R5募集 R6設計 R7工事(社会資本・スポーツ振興くじ)	R3 サウンディング・指定管理募集要項作成 R4~R7 指定管理 R8~ 道の駅

※方向性要検討



## 6. 各事業の推進方針

### (1) 久御山中央公園

久御山中央公園については、今年度実施したヒアリングを中心に整備の基本計画をまとめる。基本計画については事業範囲、想定コンテンツ、それらに基づく収支計画・スキームを整理し、官民の役割分担を仮設定する。

この基本計画に基づき来年度公募型のサウンディングを実施し、実施計画を策定していく。

## 1) 基本計画の策定

### ①整備及び事業の範囲の設定

事業範囲については、グラウンド及びテニスコートも含んだ一体的な事業とする。但し、整備に関しては、グラウンド部分は、地下の貯水施設の整備があるため、町単独による整備とし、官民連携事業の対象とはしない。

#### 【事業の範囲】



①公園及びゲートボール場は再整備。

②グラウンドは地下に調整池の機能を整備（R6、7年度町整備）その後、再整備。

③将来は、駐車場は既存の公園内・公園外（借地）の両方とも敷地外に移設。有料化（R3年度町整備）

※公園整備完了までは、多目的な暫定利用を行う。

④荒見苑は現状維持。

⑤借地駐車場は廃止。（R3年度中）

⑥既存テニスコート及びトイレ・更衣室は現状維持。

※テニスコートは人工芝全面張替済（R2年度町整備）

※①と一体的に整備・運営する可能性も検討中。

## ②想定コンテンツの整理

ヒアリング結果よりスポーツ施設は人工芝であれば収益が見込めることから、今後多目的での使用への対応などの課題はあるものの、想定の実業へは組み込むものとする。

また飲食・バーベキュー施設も同様に事業者及び利用者からのヒアリングにより事業可能性が確認出来たため、想定事業に組み込む。

駐車場に関しては、地元団体への貸し出し料金の設定などは今後検討が必要だが、有料駐車場として運営していくことを前提とする。

また、休憩所やおむつ替えなどにも対応する管理棟についても、既存利用・新設は今後の検討が必要だが、運営面や防犯面、利用者満足度の点から機能の想定を行う。

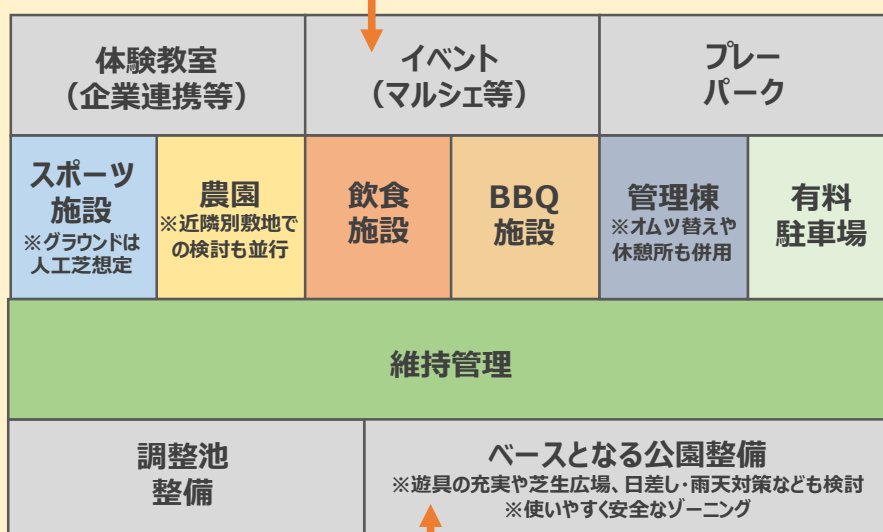
農園は近隣地での展開も含め今後の検討とする。

### 【想定コンテンツ】

# 中央公園

## 暮らしのブランディング・まちのホスピタリティ

地元主体を中心に運営を担う組織の立上げを検討(2020年度)



北側部分の段階的な整備も検討(2021年度～)

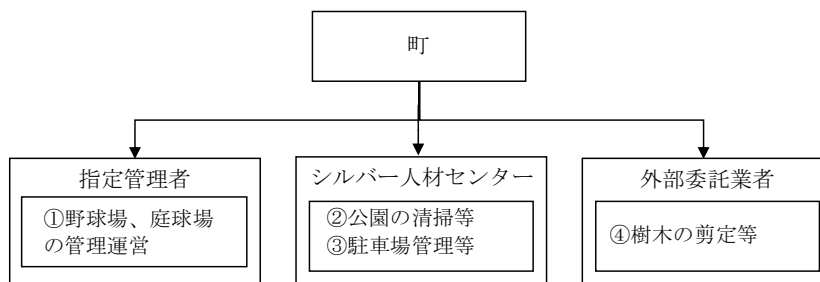
### ③運営スキーム

#### 1) 現在の維持管理体制

久御山中央公園の維持管理・運営に関する業務の現状は以下の通り整理される。各業務について、町から指定管理者、シルバー人材センター、委託業者等に委託を行っている。

- i) 野球場、庭球場の管理運営  
野球場及び庭球場の貸し出し等管理運營業務、使用後の場内整備・清掃業務等  
(指定管理者に委託)
- ii) 公園・駐車場の管理業務  
久御山中央公園、公園駐車場、及び公園内トイレの清掃、ごみの回収、落葉の収集。公園内の流水路、噴水については年5回の定期清掃を実施。  
(シルバー人材センターに委託)
- iii) 駐車場管理業務  
中央公園の北側、東側に在る無料駐車場において、2人1組にて利用啓発のためのビラ配り、目的外使用防止のための警備を実施。(2.5h/日)  
(シルバー人材センターに委託)
- iv) 樹木の剪定業務  
久御山中央公園の立竹木について、剪定及び枝木の処分業務を実施。  
(外部業者に委託)

#### 【現在の委託の状況】



#### 2) 整備後の運営スキーム案

##### (1) 基本的な考え方

再整備後の中央公園は、これまでよりも多様な施設・機能をより柔軟、多目的に利活用し、中央公園及び町全体の活性化に繋げていくことが求められる。近年は、このような場合に、PFIやDBO等、従来の指定管理者制度よりも民間の裁量をさらに増やした官民連携手法を導入し、民間企業の知見や工夫を最大限に引き出そうとするケースが増えている。主な手法とその特徴は以下の通り。



【主な官民連携方式】

事業手法	設計 (D)	施工 (B)	運営 (O)	概要	一般的な 事業期間
①DB	○	○	—	・従来は分離発注されていた設計・施工業務を包括化し、サービスの向上と費用縮減を図る事業手法。 ・施工時のコスト管理を事業に組み込むことで、全体のコスト削減等を図る。	1～3年
②指定 管理者 制度	—	—	○	・民間事業者のノウハウを生かし、公の施設の管理・運営を行い、サービス向上と費用縮減を図る事業手法。 ・指定管理業務に加え、事業者の創意工夫による「自主事業」も可能。	3～5年
③定期 借地方式	○	○	○	・民間事業者が一定期間土地を借り、施設等の整備・管理する事業手法。期間満了後に、原則、借主が更地として貸主に返還。	15～50年
④PFI等	○	○	○	・民間事業者のノウハウの活用により、費用縮減とサービス向上を図る事業手法。 ・特定の時期に施設所有権を民間から公共に移転させるBTO／BOT方式や、民間資金を活用しないDBO等、複数の手法が存在。	15～30年
⑤設置 管理許可 制度	○	○	○	・公園管理者以外の者に対し、都市公園内における講演施設の設置・管理を許可出来る制度 ・P-PFIの根拠となる制度(都市公園法第5条)	10年
⑤-2 P-PFI	○	○	○	・売店やレストラン等（公募対象公園施設）の設置。管理とその周辺の園路・広場等（特定公園施設）の整備・改修等を公募で選定する民間事業者に一体的に行わせる手法。	20年以内

規模の大きい公園等であれば、④、⑤、⑤-2等の手法も検討すべき対象となるが、本件の場合、大規模なハード整備はグラウンド下の調整池工事として別途発注されることが想定されていること、この部分を除くと事業規模が小さいことから、②の指定管理者制度または④のPFI等のうち、施設整備の際に民間事業者に資金調達を求めないDBO方式のどちらかが現実的と考えられる。

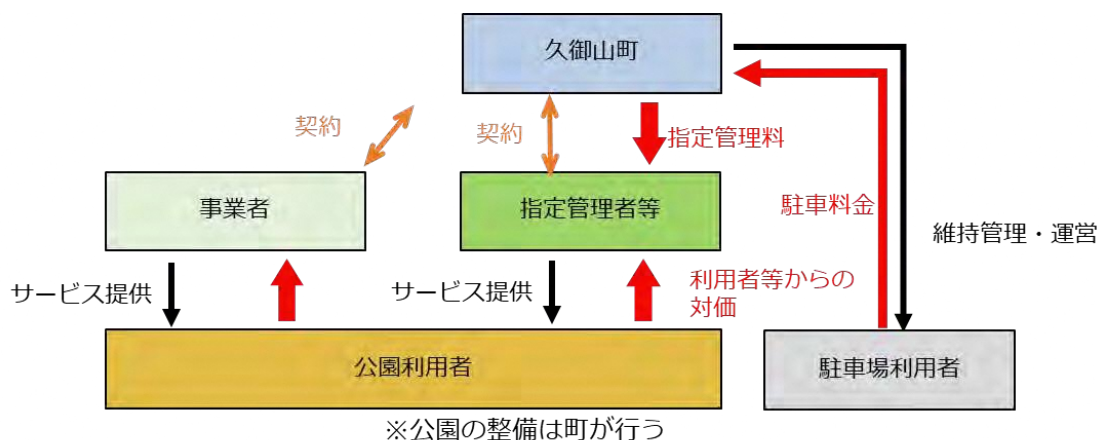
両者の一般的なメリット・デメリットは以下の通り整理される。

【主な官民連携方式】

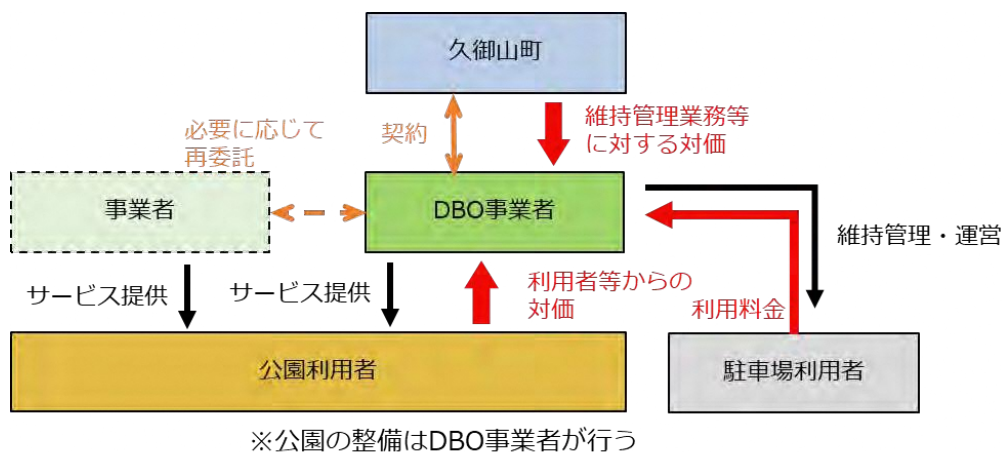
	メリット	デメリット
①指定管理者制度	<ul style="list-style-type: none"> <li>・契約期間が短めであるため、状況変化に応じた業務内容の修正・変更は比較的容易。</li> <li>・事業内容について、町の意向が比較的反映させやすい。</li> <li>・維持管理のみ（設計施工を含まない）のため、対応可能な事業者候補が多い。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・施設整備に関して民間事業者の創意工夫等が反映されにくい。</li> <li>・継続的（3-5年毎）に事業者選定プロセスが必要。</li> </ul>
②DBO	<ul style="list-style-type: none"> <li>・設計～管理運営を事業者が一貫して行うため、事業者の創意工夫等が活かされやすい。（⇒事業者がハード整備についてアイデア等を持っていないとメリットが活かせない）。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・事業期間が中長期（15～30年）に渡るため、業務内容が硬直化しがちなため、経年的な状況変化等への対応が課題。</li> <li>・公園再整備の設計・施工について、適切に発注・監理を行う能力が必要（⇒対応可能な事業者が限定される）</li> <li>・中長期に渡る事業運営体制の確保が求められる。</li> </ul>

それぞれの場合の事業スキーム図の例を以下に示す。

【指定管理者の場合の事業スキームの例】



【DBO の場合の事業スキームの例】



DBO 方式の場合、維持管理・運營業務を DBO 事業者に一元化することで、全体コストの削減や各業務間での相乗効果等が期待出来る。一方で、コンテンツの内容が多岐に渡り DBO 事業者にとっては対応が難しいものが含まれていたり、駐車場運営や飲食機能の様に需要変動が大きい業務についてそれほど収益は期待出来ないと判断された場合等は、逆にコストが高くなったり、そもそも応募者がおらず、事業として成立しないことも起こり得る。

従い、本件の事業手法については、今後、具体的なコンテンツ等を詰めながら、平行して検討を進める必要がある。

④個別施設・機能の管理・運営の考え方（官民の役割分担）の案

■スポーツ施設管理・運營業務

- ・ グラウンドとテニスコート（2面）を対象とする。
- ・ 従前と同様に、公募によって選定する指定管理者に施設の維持管理及び利用者の受付、料金收受等の関連事務を委託する。

- 町民と町外民で利用料金に差を付けることを原則とする。利用料金は町が決めることを基本としつつ、その帰属については今後の検討課題。
- 指定管理者は、スポーツ施設を用いた自主事業の企画・運営を行うことも出来、その場合の経費及び収益は指定管理者に帰属させる。

#### ■駐車場

- 公園の北側に新設する約70台分のスペースを対象とする。
- 有料（時間貸し）駐車場とし、料金収受設備のリースを含め、専門の業者に運営を委託する。

#### ■飲食機能

- 飲食機能については、未だその基本方針が定まっていない状況にある。
- 検討のベースとなる潜在需要の把握は、今後の社会実験等を通じて引き続き模索する予定であるが、中央公園及び周辺エリアの現状を考えると、それほど収益性が高い立地とは考え難い。
- 従い、飲食機能の導入を図る場合、ハード部分の投資・整備を民間事業者に委ねることは現実的ではなく、ベースとなる場所を町で整備の上、公園に利用増進を図るための必要機能として、営業スペースを安価もしくは無料で飲食事業者に貸し出すスキームが現実的と考えられる。

#### ■エディブルガーデン

- 再整備後の公園にエディブルガーデンを設置することは、「まちのにわ構想」の重要な柱となっているが、これについても、規模や実施主体等は引き続き検討中である。
- しかし、エディブルガーデンについても、単独で事業として成立するものではないので、その維持管理等を第三者に委託することが不可欠である。
- 例えば、植え替え等、多少の専門知識を要する作業については、造園会社、種苗会社等と「アドバイザー契約」を締結の上、定期的な指導を仰ぎつつ、水やり・草取り等を含む日々の世話は、飲食機能の事業者や社会福祉法人、シルバー人材センター等に託することが考えられる。

#### ■公園

- 公園（グラウンド以外の部分）については、その整備内容について引き続き検討を進めていくこととなるが、植栽管理、トイレの清掃、遊具等の点検・維持管理等の業務が必要となる。

#### ■その他

- 公園や駐車場等におけるトラブルや施設の破損、その他不測の事態が発生した場合に備え、公園に常駐またはほぼ常駐する事業者がある場合は、「受付・連絡窓口」としての役割を委託することが、利用者の安全・利便性確保のために望ましいと考える。
- 例えば、スポーツ施設の管理者が公園内に事務所を設ける場合には管理者、飲食機能がオープンする場合には飲食事業者が、そのような主体になり得ると考えられる。
- ただし、基本的には専門外の事柄への対応となるため、あくまでも「最初の連絡窓口」としての役割にとどめ、事象の発見や具体的な対応等までは求めないこととする。

## ⑤収支試算

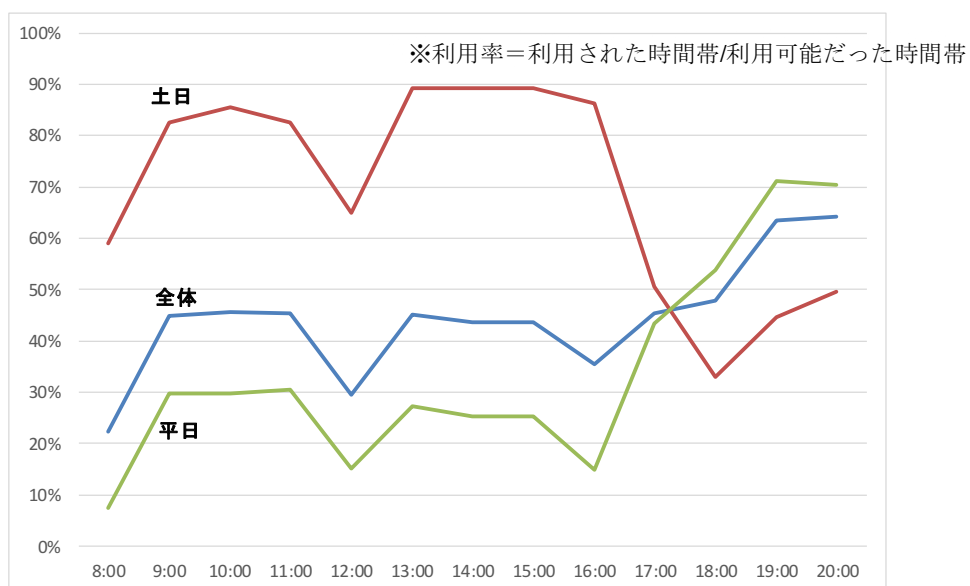
④の前提をベースに、整備後の公園運営の収支の試算を行う。

なお、試算に際しては、各業務を指定管理者または委託事業者への委託で実施する前提とした。

### ■スポーツ施設管理・運營業務

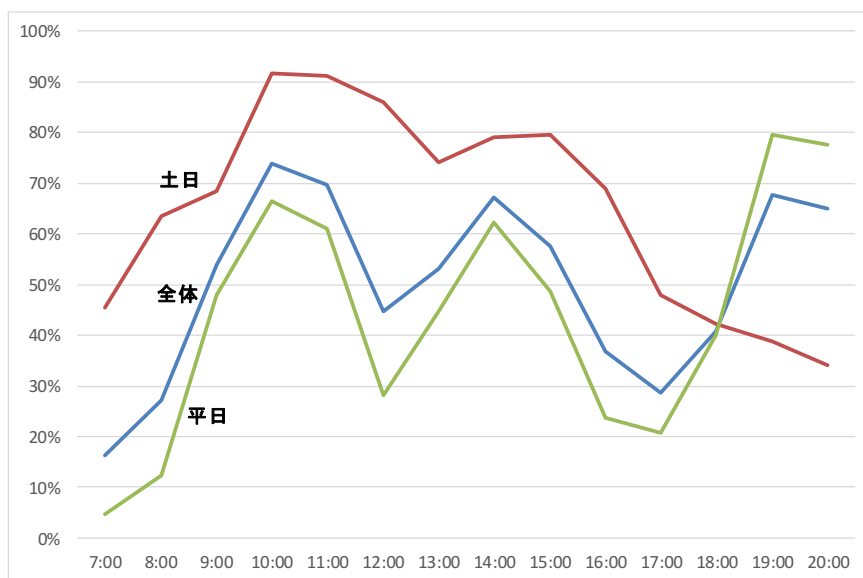
H31(1月～12月)の実績では、野球場は812件、庭球場A、B合わせて4,863件(1件1時間)の利用があった。年間全体を通じての利用率は、それぞれ約45%、53%であったが、曜日別、時間別にみるとばらつきが大きくなっている。

【野球場の曜日別・時間別の利用率(2019年)】



出典：久御山町調べのデータを基に MURC 作成

【テニスコートの曜日別・時間別の利用率(2019年)】



出典：久御山町調べのデータを基に MURC 作成



野球場は、土日の稼働率が比較的高い一方、平日は夜間を除き利用率が30%程度に留まっている。庭球場も、土日の稼働率は比較的高いが、土日・平日共に夕方の時間帯の利用率が比較的低い。従い、利用率の増加を図るためには、特に夕方の時間帯の利用促進方法を検討する必要がある。例えば、野球場については、土日に各2時間、平日は週2日×3時間の利用増を40週間達成することが出来れば、合計400時間/年の利用増となり、利用率は約54%となる。庭球場についても同様の利用増が図れば、利用率は約57%となる。

この時、野球場、庭球場の使用料収入を利用率の増加に比例して増加させた場合(野球場:1.20倍、庭球場:1.08倍)、野球場・庭球場合わせた使用料は、約679万円と試算される。

	実績*		整備後想定		利用増の想定
	利用率	年間使用料(円)	利用率	年間使用料(円)	
野球場	45%	1,880,416	約54%	2,256,000	土日 2日×2時間 平日 2日×3時間 年 40週
庭球場	53%	4,202,170	約57%	4,538,000	
計	—	6,082,586	—	6,794,000	

\* 実績の年間使用料はH27～31の平均。

利用率は久御山町集計によるH31(1月～12月)実績

一方で、整備後の野球場は、人工芝張りとした場合、年間の維持管理費が約100万円(全体ブラッシング:80万円+ゴールエリア部分貼り替え:約20万円)かかると試算されている。ただし、この金額には10年目以降に必要なと想定される全面張替工事等の費用は見込んでいない。

また、現在は中央公園の指定管理費としては、人件費含め約600万円\*を支出していると想定する。

\*指定管理料は、他施設分も含んだ総額から中央公園分相当額を試算

なお、整備後の指定管理料については、後述する。

## ■ 駐車場運營業務

野球場使用者	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ H28-30 の平均利用者は約 36,500 人/年</li> <li>・ このうちの約 1/4 が毎回 4 時間利用と想定</li> </ul>
庭球場利用者	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ H28-30 の平均利用者は約 17,500 人/年</li> <li>・ このうちの約 1/2 が毎回 2 時間利用と想定</li> </ul>
公園利用者	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 平日 15 台、土日 30 台</li> <li>・ 天候や季節による増減を考慮し、月平均で平日 300 台、土日 240 台と設定。</li> <li>・ 1 回当たり 3 時間の利用と想定</li> </ul>

駐車料金は、町内の岡本記念病院付近の時間貸し駐車場では、昼間 220 円/時間、24 時間最大 550～700 円となっているが、同一レベルに設定すると駐車料金がネックとなって公園利用者そのものが減少する恐れがあるため、今回の試算では以下の通り設定した。

最初の 2 時間まで：200 円

5 時間まで：400 円

8 時間まで：600 円

最大料金（翌朝 5 時まで）：800 円

これを踏まえた有料駐車場の料金収入予測は以下の通り：

	駐車見込(台)	駐車料金(円)	年間使用料(円)
野球場	9,125	400	3,650,000
庭球場	8,750	200	1,750,000
公園利用者	6,480	400	2,592,000
計	24,355		7,992,000

一方、駐車場の関連機器の維持管理・保守点検業務の委託には、月約 42 万円（＝年間 504 万円）の経費が必要と想定されている。

以上より、駐車場事業は単体でみると町に年間約 300 万円の収益をもたらすことが期待される。

## ■ 飲食機能

前述の通り、飲食機能は公園全体の機能のためにはあることが望ましいものの、事業性の確保は容易ではないため、テナント料等は課さない上で飲食事業者の独立採算を前提とする。BBQ についても同様。

## ■ エディブルガーデン

以下の通り想定する。

専門業者へのアドバイザー料：年間 100 万円

シルバーセンターまたは社会福祉法人等への日々の維持管理委託：年間 120 万円

※今後ヒアリング等による精査が必要。

以上の前提条件に基づいて、収支試算を行った結果は以下の通りとなった。

【中央公園運営・維持管理 収支試算結果】

		現状	整備後想定	備考
収入	施設使用料	6,082,586	6,794,000	野球場利用率：45%⇒54%、庭球場利用率：53%⇒57%に増加、使用単価は現状維持と想定。
	駐車場料金		7,992,000	H28-30平均の野球場利用者の1/4、庭球場利用者の1/2が利用と想定。公園のみの利用者は、月平均で平日300台（1日平均約15台）土日240台（1日平均約30台）と想定。
	テナント（飲食）出店料		0	
	自販機使用料	25,000	25,000	過去の実績に基づく
	収入計	6,107,586	14,811,000	
支出	グラウンド維持管理費		1,000,000	事業者見積からの推定
	駐車場借地料	3,382,884		
	駐車場運営委託		5,040,000	事業者見積からの推定
	エディブルガーデン維持管理		2,200,000	専門業者への委託：年間100万円、シルバー人材センター等への委託：年間120万円と想定。
	指定管理料	6,000,000	9,603,022	実績（想定）（施設管理の費用及び人件費相当分を含む）
	光熱水費	2,725,270	3,000,000	町から直接支払い（H27-30平均）
	清掃等委託	1,443,547	1,500,000	現状：シルバー人材センターへの委託（H28-30平均）
	公園管理業務	5,081,400	5,000,000	現状：植栽等の維持管理会社への委託（H28-30平均）
	電気保守管理	194,400	194,400	町から直接支払い（H27-30平均）
	修繕費	1,006,507	1,000,000	町から直接支払い（H27-30平均）
	飲食用建物維持管理費		0	
	支出計	19,834,008	28,537,422	
収支合計	▲ 13,726,422	▲ 13,726,422		

上図に示す通り、現在の中央公園は、施設使用料等によって年間約6百万円の収入を上げる一方、指定管理者、その他委託業者及び駐車場の借地料等のために、年間約19百万円の支出をしており、実質的に中央公園関連で年間約13.7百万円の支出を行っているとして整理される。

一方、前述の仮定に基づく、再整備後は施設使用料及び駐車場等により年間約14.8百万円の収入が期待される。この時、現在町が公園の維持管理等のために指定管理者以外に支払っている項目（表中緑で表示）が不変で、かつ町が引き続き現在と同額の年間約13.7百万円の支出を許容出来ると仮定すると、指定管理業務に対する支払い対価を年間約960万円に設定することが出来る。

この年間約360万円の増加は、整備前後での以下の変化によるものである。

- ・施設使用料収入の増：＋70万円
- ・駐車場収支：＋295万円（駐車料金収入から維持管理委託費を控除）
- ・駐車場借地料減：＋338万円
- ・維持管理料の増：－320万円（グラウンド、エディブルガーデン）

なお、指定管理業務の対価約960万円は、委託業務の範囲と内容、担当者の人数、常駐の有無等の諸条件によっても異なるが、決して高い額とは言えない。従い、実際の委託条件を検討する際には、事前に複数の企業へヒアリングを行い市場の価格感を確認すると共に、前提とした現在の指定管理料の金額の妥当性及び現在と整備後の指定管理者の業務内容の比較等もしっかりと行うことが必須である。





## 2) 来年度以降のスケジュール

来年度は公募型のサウンディングを実施し、基本計画についてより具体的な意見を聴取するとともに、その結果に合わせて計画を修正する。

修正した計画に基づき、令和4年度に公募要項を作成し、事業者の選定、設計、整備と言うステップで計画を進め令和8年度の供用開始を目指す。

### 【令和3年度～5年度のスケジュール案】

	R3年度	R4年度	R5年度
全体	基本計画修正 サウンディング（公募型）	公募要項作成	事業者公募・選定
ハード整備	駐車場等先行整備		調整池設計（町）
コンテンツ	コンテンツ修正 ※必要に応じて		
プログラム	地域主体による 公園活用 主体組織の強化	地域主体による 公園活用	地域主体による 公園活用
その他			

### 【令和6年度～8年度のスケジュール案】

	R6年度	R7年度	R8年度
全体	設計	整備 公園部分供用開始	全体供用開始
ハード整備	事業者設計 調整池整備（町）	公園整備 グラウンド整備（町） 調整池整備（町）	
コンテンツ			コンテンツ事業開始 グラウンド事業開始
プログラム	地域主体による 公園活用		地域主体による 公園活用
その他			

## (2) まちの駅クロスピア

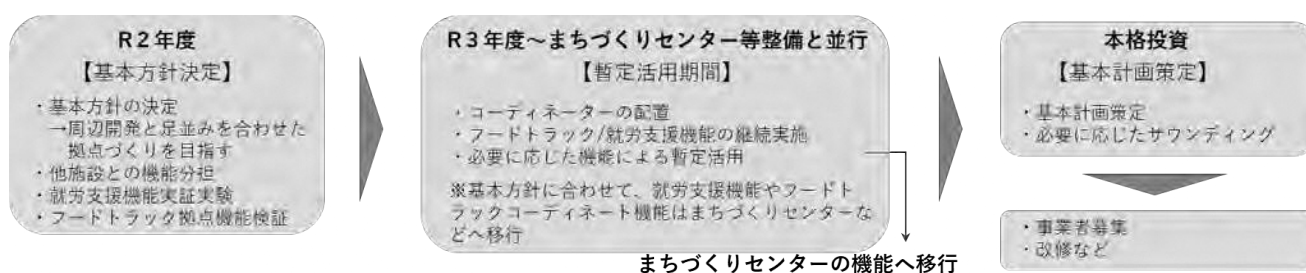
### 1) 事業ビジョンの策定

#### ①ロードマップ

クロスピアについては、中央公園やまちづくりセンターも含めた全体の機能配置・役割分担の中で、産業のゲートウェイ機能を担うことが期待される。

今後の周辺状況に目を転じれば、公共施設については、まちづくりセンターの整備完了・運営開始に向けた準備を進める受け皿が必要となる、クロスピア周辺部では立地特性を生かした民間投資が期待される、等の変化が想定され、クロスピアの活用そのものについても、その理想像が変化していくことが想定される。

このため、産業のゲートウェイ機能の具体的な内容については、まちづくりセンターの整備や周辺の投資環境の変化に応じて姿を変えていくことが適切と考えられ、具体的には、以下の流れで検証を重ねていくことが求められる。



#### 【当面の間（3～5年程度を想定）】

- 今年度実証事業を実施した就労支援機能や、まちづくりセンターの整備により期待される機能の立ち上げに向けたソフトプログラム等を担う受け皿としての機能を確保する。
- 人材確保・育成や昼食環境改善など、産業のコーディネート機能を担う拠点としての機能を確保する。
- 将来的な投資可能性を見据え、利用者ニーズにあわせた積極的な利活用を行いながら、現状の維持管理コストの削減可能性を追求する。

#### 【一定期間後（まちづくりセンターの整備等が完了後）】

- 当面の暫定期間での実績及び周辺投資状況を踏まえ、用途を含めた基本計画を固め、民間事業を活用した賑わい創出や産業競争力強化に結び付くサービス等を検討する
- 基本計画に合わせ、必要に応じて施設の整備・改修等も検討する

## ②暫定活用の方向性（パターン）の検討

以下、①における当面の間の活用方針を検討する。

検討の前提として、本格整備は現時点で行わず、周辺投資等の状況も見ながら確定させていくこととし、この範囲で、(A) まちづくりセンター等の準備に向けたプログラムの受け皿機能を確保すると同時に、(B) より利用者の利便を高めつつ、(C) 行政の管理コストを下げる方策を検討する。

### (A) プログラムの受け皿機能

当面の間は、まちづくりセンターの整備や中央公園のグラウンド整備が完了しておらず、「まちづくりプログラムの揺りかご」として、将来のまちづくりセンターや中央公園のプログラムに活かされる様々な実証事業等の受け皿となる機能が求められる。このため、多目的に活用できるクロスピアの会議室スペースは維持するとともに、工業エリアの事業者のニーズに沿った産業コーディネーターの配置も検討することが有効である。

### (B) 利用者利便の向上

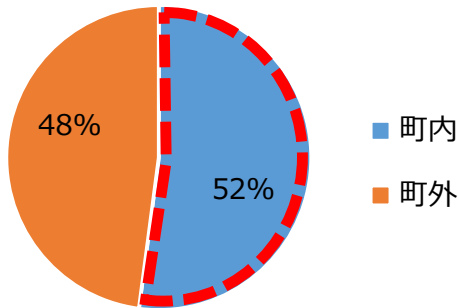
大規模な施設改修を行わず、利便性を高めていく上では、現状の利用者のニーズが高い機能を前提に検討することが必要となる。2020年2月～3月に実施したクロスピア利用者へのアンケート結果からは、現状の利用者のニーズとして最も大きいニーズは、「バス待ち」のための空間としての活用であり、次いで特産品販売や交流スペース活用が挙げられる。こうした利用者が、活用しやすいサービスを提供することは、リスクが小さく一定の利活用が見込めるサービスと考えられる。

■実施日：2020年2月29日（土）、3月1日（日）

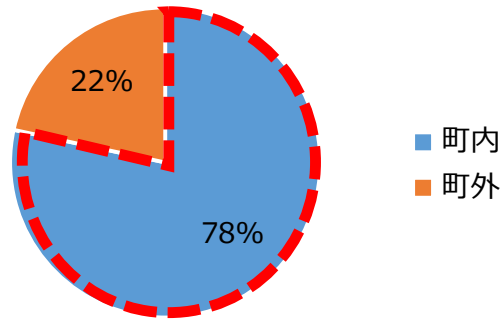
■実施方法：クロスピア職員からバス待合者にアンケート用紙を渡し、待ち時間を利用する形でアンケートに回答。

【属性】

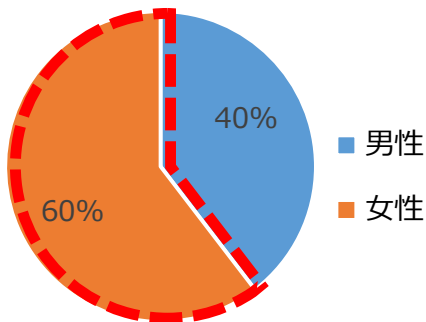
住所



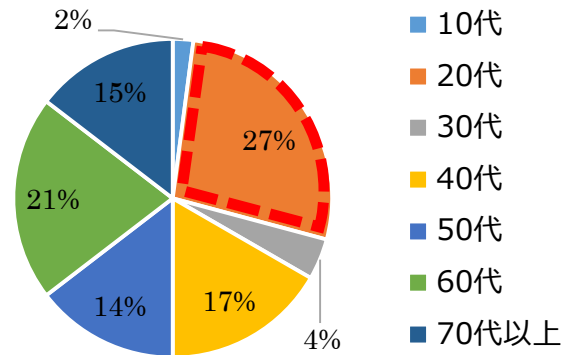
職場



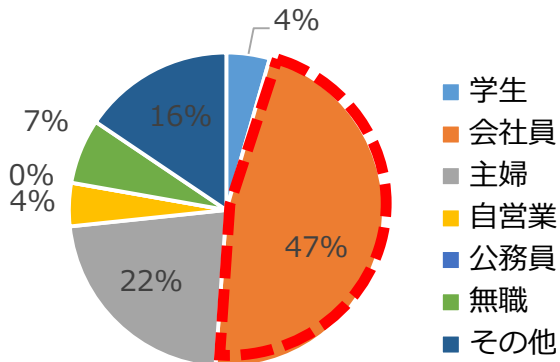
性別



年齢



職業

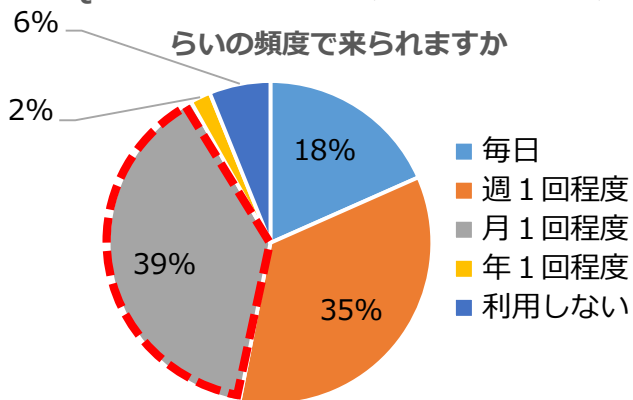


- ・利用者は町内・町外で半々という結果となった
- ・20代が最も多く、つぎが60代以上の方で約半数を占めた

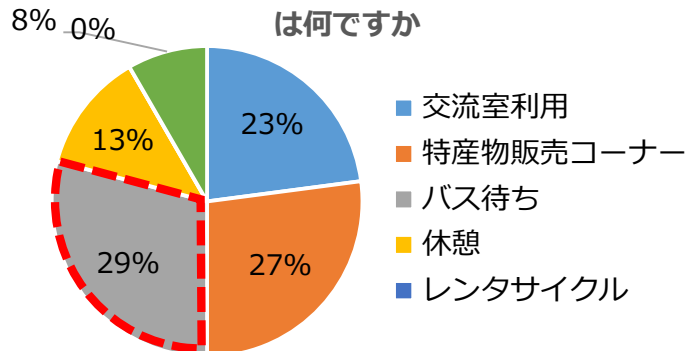


【クロスピアくみやまについて】

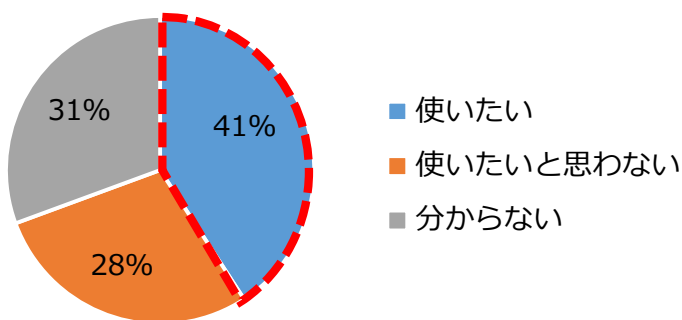
Q1. 普段、クロスピアくみやまにはどのくらいの頻度で来られますか



Q2. クロスピアくみやまへ来られる目的は何ですか



Q3. クロスピアくみやまには、調理設備及びスペースがありますが、もしここが貸し出されていたら使いたいと思えますか



Q4. クロスピアくみやまにあったら良いと思う機能を教えてください。

- ・喫茶・軽食 (5)
- ・軽食とれる場所
- ・バス発着のアナウンス
- ・Free Wi-Fi (4)
- ・体操器具
- ・ポスト、公衆電話 (2)
- ・うどん、そば、ソフトクリーム
- ・交通系 IC カードのチャージ
- ・新鮮な野菜の購入
- ・朝市、ヨガ教室
- ・イオンにない+αのもの

Q5. その他、クロスピアくみやまについてご意見があれば教えてください

- ・バス待ちの場所提供していただき寒い時期はうれしい
- ・環境はとてもいいところ
- ・居心地のいい場所でありますように
- ・スタッフの対応が丁寧
- ・以前500円の弁当あったが。温かいご飯の弁当が食べたい
- ・朝のきれいな掃除とあってらっしゃいの挨拶が気持ちいい
- ・野菜の販売数増やしてほしい
- ・ポスト、公衆電話ほしい

Q1. 利用頻度は週に1度または、月に1度が7割を超えた  
 Q2. バス待ちでの利用が最も多いが、特産物販売コーナー、交流室もよく利用されている  
 Q4. 機能については喫茶・軽食などのカフェ機能の充実とFree Wi-Fi・ポストなど利便機能の希望が多かった  
 Q5. 環境やスタッフの対応が良いと評価されている

(C) 行政の管理コスト削減

		平成29年度	平成30年度	令和元年度
歳入	商工使用料	637,950	533,250	767,950
	雑入	0	51,440	85,660
	合計	637,950	584,690	853,610
歳出	賃金（共済費含）	11,646,027	8,800,650	8,724,757
	光熱水費	3,065,176	2,835,030	3,207,628
	修繕費	230,936	297,864	203,640
	役務費	470,893	337,105	523,978
	委託料	893,616	917,093	6,540,591
	使用料及び賃借料	401,673	341,564	727,675
	負担金、補助金及び交付金	1,658,973	1,860,000	931,215
	公課費（重量税）	8,200	0	8,800
	その他	1,810,727	2,108,734	1,737,669
	合計	20,186,221	17,498,040	22,605,953
収支合計		▲ 19,548,271	▲ 16,913,350	▲ 21,752,343

- ・賃金：嘱託員1名、臨時職員6名
- ・修繕費：昇降機、排煙窓等の修繕
- ・役務費：電話代、インターネット代、手数料、保険料
- ・委託料：早朝清掃（シルバー人材センター）等
- ※令和元年度はコンサルへの委託料500万円を含む。
- ・負担金、補助金：連絡協議会負担金、運営協議会補助金

管理コストの主要因となっている人件費を下げるためには、(B)を満たす機能を担う事業者が、管理業務の全部又は一部を兼ねることで、管理のみに当たっている人件費を削減することが想定される。

例えば、現在は、日中の2人出勤体制を嘱託員1名と臨時職員2名、夜間の2人体制を臨時職員4名の体制でそれぞれ確保しているが、これをクロスピアの1階部分に、大規模な施設改修を伴わない軽飲食事業を配置し、この飲食事業者のスタッフによってバス待ちの利用者等へのサービス提供を行いつつ、「まちづくりの揺りかご」機能を担う2階部分の会議室管理等、現在職員等が担っている業務の一部を兼務してもらうことが想定される。

一方で、歳入増加への取組も欠かせない。クロスピア2階の交流室の令和元年度の使用状況は、会議、セミナー、研修、その他の用途合わせて、有料利用が270件 3,451名、減免利用が35件 477名となっており、その利用料収入は年間で716千円に留まっている。有料・減免合わせた年間の利用件数305件は、単純平均すると1日当たり0.8件程度に過ぎず、利用率及び利用料収入の大幅増加に向けた取組が欠かせない。

### ③暫定活用における官民の役割分担の検討

②における検討を踏まえ、当面の間（3～5年程度を想定）の暫定活用における重要な事項は以下の項目と考えられる。

- 大規模な施設改修を伴う用途の変更は、一定期間経過後の周辺環境を踏まえる必要があるため、行わず、コスト削減が見込める範囲での最低限の投資により「暫定利用」を進める。
- 大規模な施設改修を伴わない範囲での、町内外のクロスピア利用者向けサービスの充実・利便性の向上を目指し、ニーズが確認出来ている「バス待ち利用者」等へのサービス提供を行う。
- 同時に、上記のサービス提供者が、2階部分も含めた管理業務の一部または全部を担うことを条件とすることを通じ、管理コストの主要因となっている人件費（清掃に係る委託料も含む）削減を検討する
- 上記が適切に実施できる官民の役割分担を設定する

官民の役割分担を適切に設定するためには、民間事業者へのヒアリング等を行って事業の実現可能性を精査する必要があるため、令和4年度からの事業着手を見据え、以下の方針をベースとして、令和3年度に事業の実現可能性の精査を進める。

#### 【民間の役割】

- バス待ち利用者等へのサービス提供については、最も民間の創意工夫が生きる部分であると考えられる。このため、1階部分を利活用する事業はテナント形式での民間事業として、軽飲食事業を中心に成立可能性を検討する。
- 同時に重要な課題である行政コストの削減に向け、サービス提供時間（営業時間）及びその前後の時間を活用し、2階部分の維持管理（予約管理や鍵の管理、最低限の清掃業務等）の兼務可能性を追求する。

#### （行政の役割）

- クロスピア全体は、一定期間後の利活用可能性を見据え、当面の間、行政として所有を維持する。
- 活用については、民間事業の中で成り立つ範囲での条件設定により、1階部分をテナントとして民間事業活用を可能とする。  
テナント利用の条件設定においては、2階部分の維持管理業務の一部を担う業務を適切に評価し、この業務遂行分を控除する形でのテナント料設定とすることで、より民間の創意工夫を引き出せる条件設定とする。
- 営業時間や営業形態を大きく外れる管理業務に限り、引き続き、行政負担においてまかなう。

上記の官民の役割分担により、現状の維持管理コストを削減（テナント料での行政収入増も含む）するとともに、利便性の向上を実現する。

あわせて、2階部分の活用を促進していくためには、当面の間期待される「まちづくりプログラムの揺りかご」機能により活発に活用が進むことが望ましい。また、1階部分の事業についても、工業エリアに

関連する事業者による簡単な打ち合わせや訪問の待ち時間等での利用が活発化すれば、相乗効果も期待できる。

このため、官民での役割分担による維持管理コストの削減から捻出する財源を基盤とし、当面の間は行政負担の下で産業コーディネーターの配置を検討する。産業コーディネーターは、今年度のヒアリングによりニーズが高いことが確認された人材や交通の取組を中心とした工業エリアの事業者の支援を活発化することで、産業競争力の強化とクロスピアの利活用促進を担うことが期待される。



## (3) フードトラック

### 1) 事業方針の検討

フードトラックについては、昨年度から規模を拡大した実証実験の結果に基づき事業化に向けた課題を以下に整理する。

#### ■コーディネート機能の必要性

今回は実証実験のため、出店事業者と受入先企業の募集や調整、毎回の予約数の管理、出店場所での対応などを、委託業者及び役場担当課により実施したが、今後はこのような調整を行うコーディネート機能が必要になる。

これらを各事業者で調整を行うことも考えられるが、継続性及び拡張性などを勘案すると、新規出店先の営業、フィードバックのためのアンケート調査なども必要であり、一事業者で実施するのは困難であることが推測される。現在検討されている各施設での運営機能の中に、このようなコーディネート機能を付加させることができれば、より実現性が高まると考えられる。

#### ■販売数の確保

販売数が企業によって差が大きいこと、毎回一定量を確保することが困難であるため、その他の事業（実店舗による営業、その他の場所への出店による販売数の確保など）と組み合わせることが、売り上げ確保において必要となる。

特にその他の出店による確保の場合、近場で確保する必要があるため、出店先に近隣企業にも周知することや、町内で売り上げが期待出来る場所への出店を検討する必要がある。

#### ■価格の設定

昨年度、今年度においては実証実験であり、質の良い昼食を提供するというコンセプトに基づき、価格は一般的な弁当よりも少し高めで販売を行ったが、やはり価格に対する意見は多く、民間の事業として実施する場合には、量や内容と併せた検討の必要がある。

#### ■オペレーションの確立

工業エリアでは決まった時間に同時に購入者が来るという状況であるため、それに対応したオペレーションが必要になってくる。

今回の実証実験では購入者を待たせるような場面があり、満足度向上のためにはこのような状況は解決する必要がある。一方で単純な人員増は人件費がかさみ収益を圧迫してしまうため、分散購入を受入先と調整したり、スポット的に人員を増やすなど工夫した対応を検討しなければならない。

#### ■まとめ

来年度以降の実施に向けてはコーディネート機能の確保が急務であるが、単独のコーディネート機能の成立は難しいため、出店事業者と受入先企業の直接のやりとりから施行し、コーディネート機能が出来たタイミングで、新たなフェイズに進んでいくことが現実的であると考えられる。