
**令和6年度 南種子町観光物産館道の駅基本構想
パブリックコメント 版**

令和7年3月14日
南種子町

1. はじめに		2P
2. 計画条件の整理		4P
1-1. 南種子町の基本情報	5P	
1-2. 基本構想の検討に向けた各種基礎データ	25P	
1-3. 「南種子町観光物産館 トンミー市場」に関する基礎データ	47P	
1-4. 道の駅設立に向けた地元事業者ニーズ（ヒアリング結果）	60P	
2. トンミー市場の整備の方向性の整理		76P
3. 事業手法及び管理運営手法の検討		86P

■ 道の駅整備に向けて

本町は、天文 12 年（1543）、ポルトガル人が乗った明国船が種子島最南端の前之浜に漂着し、鉄砲伝来の地として歴史的な由来を持ちつつ、日本の科学技術の粋を集めた種子島宇宙センターがあることで、歴史と未来が共存する町です。

また、大隅諸島の一つである種子島の南端に位置し、流域の沖積層には水田が広がっており、超早場米「コシヒカリ」の出荷など、その温暖な気候と恵まれた農地を活かした農業がこの町の基幹産業です。

しかし、本町の農業は農業従事者の高齢化や担い手の減少、耕作放棄地の増加 など厳しい状況にあり、今後の農業の衰退が懸念されます。このため農業振興が課題となっており、多様な担い手の確保・育成、担い手への農地の集積・集約化を図るとともに、本町農産物等の町内外に対する P R やブランド化、地産地消・地産外商の促進に取り組んでいます。

また、南種子町デジタル田園都市国家構想総合戦略において、南種子町観光物産館の道の駅指定を目指すと共に、観光資源や特産品を全国的にアピールするため、島外への情報発信力の強化や I C T を活用した P R 等を展開し販路拡大に努め、農業者の所得の安定を目指すこととしております。



これらのことから、豊富な農業資源をはじめとする本町の地域資源を町内外に P R し、産業振興や交流人口の増加、防災対策の充実を図るため、農業振興機能を中心に、防災機能、スポーツ振興機能、休憩機能等を有した拠点形成する道の駅への登録、整備、検討を進めるものです。

■ トンミー市場の機能充実における道の駅整備

道の駅の制度は、道路利用者へのサービスの提供が重要位置付けとなっていますが、同様に周辺地域住民の憩いの場であり、利便性の高さも重要となっています。合わせて地域活性化のきっかけづくりとなる観光客の来訪及び地元住民との交流の場など、その機能は多岐に求められます。

これらのことから、南種子町観光物産館を拡充させて道の駅の整備に取り組みます。

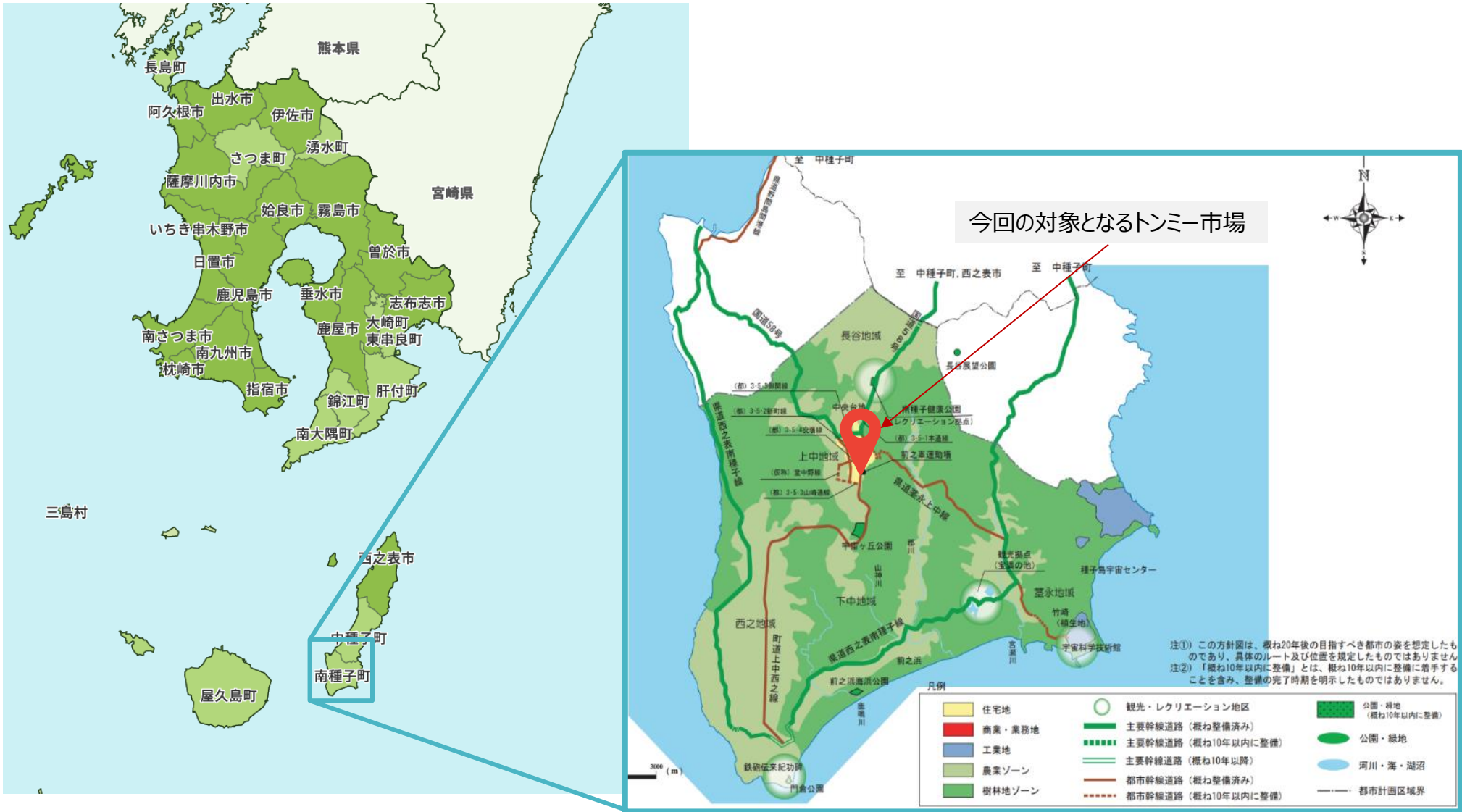
○トンミー市場を道の駅として整備するメリット

- ・整備から10年経過するも右肩上がりで売り上げが上がっている
- ・来店者の7割が地元住民で、地域住民同士の交流拠点として一翼を担っている
- ・トンミー市場に隣接している屋内運動場は、災害発生時の避難場所として指定されており、周辺には南種子町役場 や南種子交番、消防署、防災公園があり、物資の提供や防災施設としての機能を果たすことができます。

1. 計画条件の整理

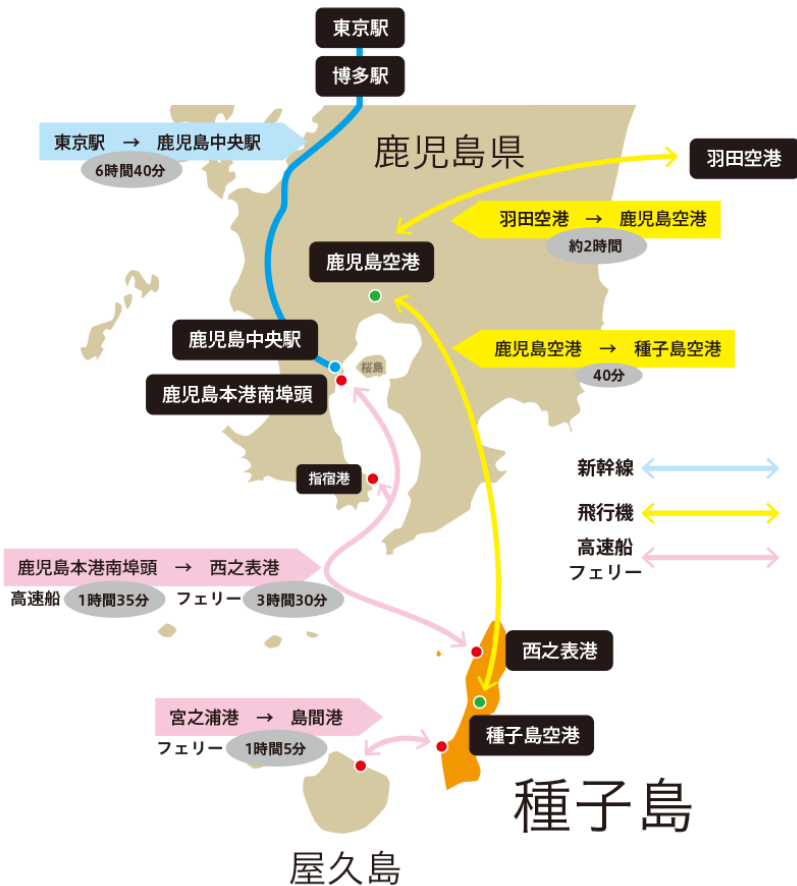
1-1. 南種子町の基本情報

南種子町は鹿児島県の種子島（九州本土最南端の佐多岬から直線距離で約45km）の南部に存在。北は中種子町、西は海を挟んで屋久島町。黒潮の影響を受け、温暖な気候であるが、台風常襲地帯となっている。



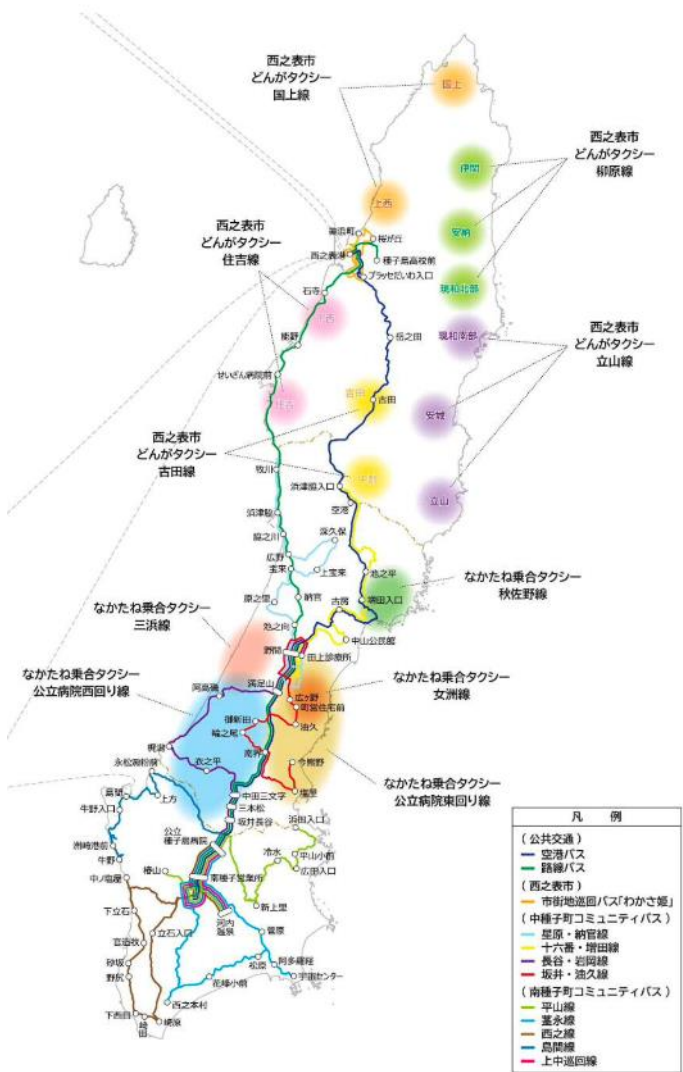
出所：Map-It（地図データ）、鹿児島県「南種子町都市計画 都市計画区域の整備、開発及び保全の方針図」

島外と島内を結ぶ交通網は以下の通り。空路は1日8便、航路は旅客用が1日16便、貨物用が12便である。



	種別	運行区間	所要時間	運賃	本数	発地	着地	
空路	航空機	鹿児島～種子島	40分	15,650円	4便/日	鹿児島空港	種子島空港	
			35分	15,650円	4便/日	種子島空港	鹿児島空港	
航路	トッピー・ロケット (JF)	鹿児島～指宿～種子島～屋久島	1時間50分	8,000円	2便/日	鹿児島本港	西之表港	
			1時間50分	8,000円	2便/日	西之表港	鹿児島本港	
		鹿児島～種子島～屋久島	1時間35分	9,800円	2便/日	鹿児島本港	安房港	
			55分	5,100円	2便/日			
		鹿児島～種子島	鹿児島～種子島～屋久島	50分	5,100円	1便/日	安房港	鹿児島本港
				1時間35分	9,800円	1便/日		
	鹿児島～種子島	鹿児島～種子島	1時間35分	9,800円	1便/日	宮之浦港	鹿児島本港	
			55分	5,100円	1便/日			
	航路	フェリー太陽II (貨客フェリー)	屋久島・口永良部島～種子島	1時間5分	1,460円	4便/日	宮之浦港	宮之浦港
				3時間30分	4,370円～	2便/日	西之表港	鹿児島本港
		プリンセスわかさ (貨客フェリー)	鹿児島～種子島	3時間30分	4,370円～	2便/日	鹿児島本港	西之表港
				3時間40分	3,800円～	2便/日	谷山港	西之表港
はいびすかす (貨物フェリー)		鹿児島～種子島	3時間40分	3,800円～	2便/日	西之表港	谷山港	
			3時間40分	3,800円～	2便/日	谷山港	西之表港	
新種子島丸	鹿児島～種子島	3時間30分	10,500円～	2便/日	西之表港	鹿児島本港		
		3時間30分	10,500円～	2便/日	鹿児島本港	西之表港		
新さつま	鹿児島～種子島	3時間30分	10,500円～	2便/日	西之表港	鹿児島本港		
		3時間30分	10,500円～	2便/日	鹿児島本港	西之表港		

島内の交通網のうち、町を跨ぐのは路線バスで1日20本（西之表線は南種子町を通過していないためカウントせず）。コミュニティバスは同じ路線でも有料と無料に分かれており、合計5路線19本/日が運行している。うち、公立種子島病院～河内温泉は中心部で複数路線が運行している。

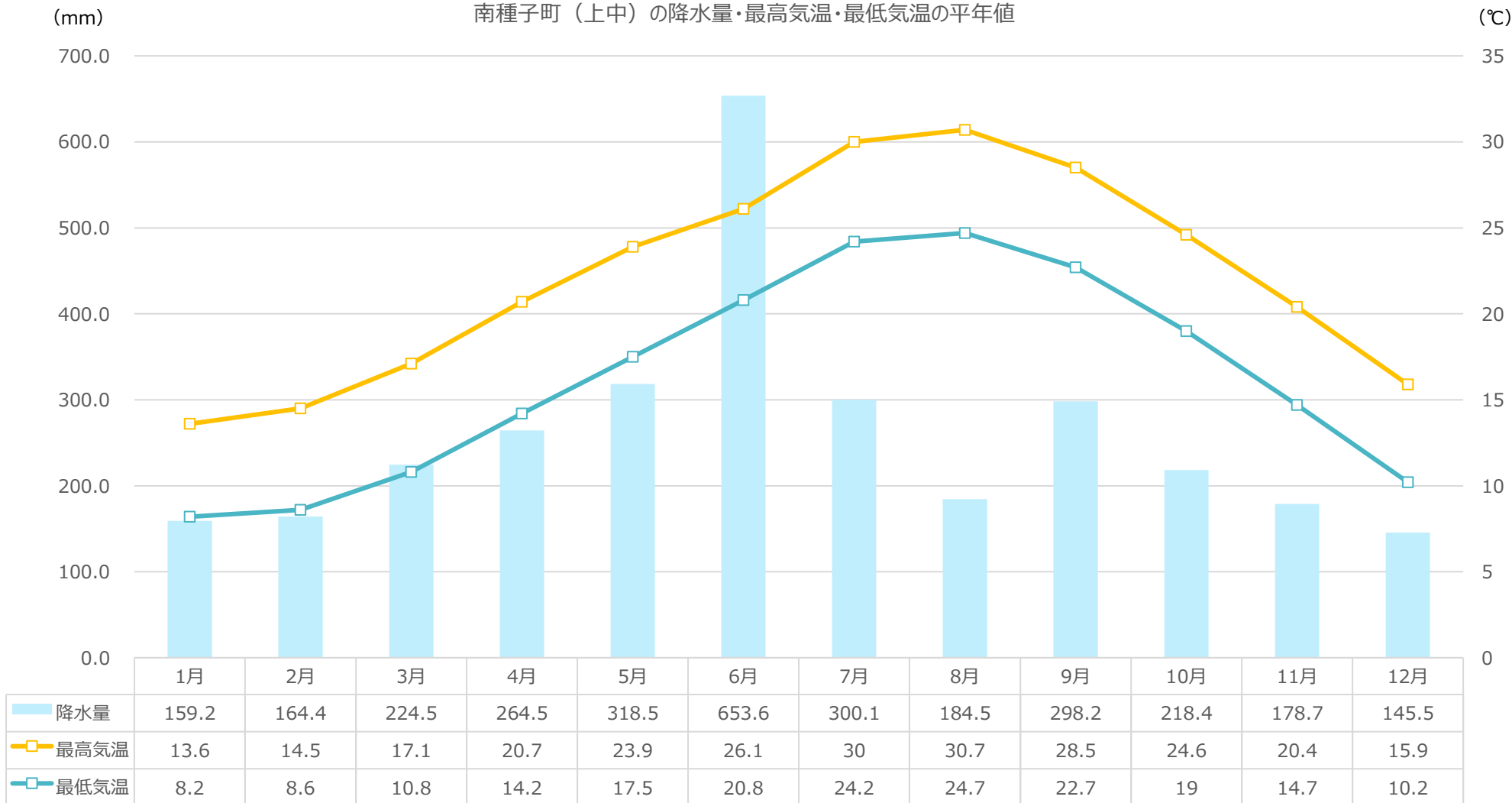


分類	系統	発着バス停	所要時間	最大運賃	運行本数 (平日)	
路線バス	中央本線	西之表港方面	南種子町役場前～ 種子島高校前	180分	1,550円	12
		南種子町方面	種子島高校前～ 南種子町役場前			
	空港線	(南種子) 線	南種子町役場前～ 種子島空港	40分	1,020円	8
	空港線*	(西之表) 線	西之表港～ 種子島空港	28分	770円	8
コミュニティバス	南種子町 コミュニティバス	平山線 (大型)	浜田入口～河内温泉	43分	100円	2
		平山線 (小型)	浜田入口～河内温泉	49分	0円	2
		釜永線 (大型)	Aコープ前～河内温泉	76分	100円	2
		釜永線 (小型)	雨田～河内温泉	66分	0円	2
		西之線 (大型)	役場～河内温泉	64分	100円	2
		西之線 (小型)	役場～河内温泉	61分	0円	2
		島間線 (大型)	牛野～河内温泉	58分	100円	2
		島間線 (小型)	長小田～河内温泉	48分	0円	2
		上中巡回線 (小型)	役場～役場	34分	0円	3

* 空港線の西之表線については南種子町を通らないが、島外からの要所間を結ぶ路線のため記載した。
出所：種子島地域公共交通計画 (R5)

亜熱帯気候帯に属し、温暖な気候が特徴である。平年気温は18.8℃である。梅雨の時期である6月は降水量が多く、年間降水量の約1/5を占める。

南種子町（上中）の降水量・最高気温・最低気温の平年値



※平年値は1991-2020の30年間の観測値の平均
出所：気象庁「過去の気象データ」(上中)

植物では、絶滅危惧種に指定されているヤクネタゴヨウの他、マングローブのメヒルギ、亜熱帯気候特有の樹木が挙げられる。



ヤクタネゴヨウ

屋久島と種子島にのみ分布する希少な固有種で、マツ科の常緑高木。絶滅危惧種に指定されており、種子島では保全活動が行われている貴重な自然遺産。



アコウ

西之表市の市木に指定されている常緑高木。榕城小学校には樹齢460年といわれる大木があり、幹から気根を出し独特の樹形を作る種子島の象徴的な植物。



メヒルギ

種子島の湊川下流域に自生群落があるマングローブの一種。樹高8mに達するものもあり、6月に種子が落下し小苗になる。8月には白い花を咲かせる珍しい植物。



ヘゴ

種子島の国上地区に約1kmにわたる大群落がある木生シダ。熱帯・亜熱帯性で、高さ8mに達するものもある。太古の雰囲気醸し出し、森林浴のできるヒーリングスポットとしても注目される西之表市の天然記念物。



ガジュマル

種子島の住吉港付近に防潮林として植えられている。幹から気根が垂れ下がる独特な姿が特徴で、江戸時代に琉球から移植された亜熱帯を感じさせる魅力的な植物。

動物では、絶滅危惧種に指定されているマゲシカその他、多種多様な鳥類が生息している。



マゲシカ

種子島西方の馬毛島にのみ生息するニホンジカの亜種。キュウシュウジカより小さく、ヤクシカより大きい中間型。かつては絶滅危惧II類に指定されていたが、現在は絶滅のおそれのある地域個体群とされる。



タネヤマガラ

種子島に生息するシジュウカラ科の鳥類。体長約12cm、頭部が黒く、背中が緑褐色。森林に生息し、昆虫や木の実を食べる。種子島の固有亜種として知られる。



アカヒゲ

種子島に生息する国指定文化財の鳥類。ヒタキ科の小鳥で、オスは喉から胸にかけて赤褐色の羽毛を持つ。森林に生息し、さえずりが美しいことで知られる。



タネコマドリ

種子島に生息するヒタキ科の鳥類。体長約14cm、オスは青灰色で、メスは褐色。低木林や藪に生息し、昆虫を主食とする。さえずりが美しく、種子島の固有亜種。



カラスバト

種子島に生息する大型のハト。体長約40cm、全身が黒褐色で光沢がある。主に森林に生息し、果実や種子を食べる。絶滅危惧II類に指定されており、保護が必要な鳥類。

豊富な海洋資源を活用したマリナクティビティが盛ん。他には自然や歴史を楽しめるサイクリングもコンテンツとして存在する。



サーフィン

種子島は360度海に囲まれ、年中サーフィンを楽しむことができる。東西両岸には多数のポイントがあり、風向きや波の状況に応じて最適な場所でサーフィンを行うことが可能である。



マリナクティビティ

穏やかな海域ではSUP（スタンドアップパドルボード）やシュノーケリングを楽しむことができる。美しい海中景観や海洋生物の観察も魅力的である。



マングローブカヤック

熊野川河口付近のマングローブ林でカヤック体験ができる。自然豊かな環境で、珍しい生態系や野鳥観察を楽しみながらパドリングを行うことができる。



サイクリング

種子島の海岸線や内陸部を巡るサイクリングコースが存在する。自然景観や歴史的スポットを巡りながら、島の魅力を存分に味わうことができる。



釣り

種子島の海では季節に応じて様々な魚種を釣ることができる。磯釣り、サーフ釣り、船釣りなど多様なスタイルが楽しめ、地元ガイドによるツアーも人気である。

食文化では、土壌・気候を生かした安納いもの栽培が盛んで特産品である。他にも近海で獲れる魚、家畜類なども特産品として存在する。



安納いも

種子島の温暖な気候と火山灰土壌で育つ特産品。1998年に品種登録され、年間生産量約1万トン。高糖度と独特のねっとり食感が特徴で、焼き芋やスイーツの原料として全国的人気を誇る。



種子島茶

島の温暖な気候を活かし、江戸時代から栽培。年間生産量約100トン。渋みが少なく香り高いのが特徴で、島の文化や歴史と深く結びついた特産品。



キビナゴ

種子島近海で年間約1,000トン水揚げされる小魚。栄養価が高く、刺身や唐揚げで島の定番料理に。黒潮の恵みを受けた新鮮さが魅力で、島の食文化を支える重要な存在。



黒豚

鹿児島の名産として知られ、種子島でも飼育。年間出荷頭数約5,000頭。さつまいもを飼料に使用し、脂身があっさりした美味しさが特徴。島の農業と畜産の連携を示す。



トビウオ

種子島の伝統的な漁業対象で、年間約500トンの水揚げ。干物や刺身として親しまれ、島の郷土料理「ヤゲン汁」の主材料。豊かな海洋資源を象徴する島の代表的な魚。



インギー鶏

1549年にポルトガル船が持ち込んだとされる固有種を改良。年間約10万羽生産。濃厚な味わいで、島の歴史と食文化を体現する貴重な地鶏。

前ページに続き、土壌・気候を生かしたもの、それらを活用した商品が特産品として存在する。



黒糖

島のさとうきび栽培は16世紀に始まり、年間生産量約1,000トン。無添加で栄養価が高く、島の伝統的な製法で作られる。南国の味覚として人気。



アサヒガニの煮付け

種子島近海で獲れる高級蟹。年間漁獲量約30トン。島の家庭料理として親しまれ、旬の味覚として観光客にも人気。



トコブシの味噌焼き

5月から8月に漁獲される島の珍味。年間漁獲量約20トン。磯の香り豊かで、島の海の恵みを代表する郷土料理。



さつま芋を使った焼酎

種子島の焼酎は、地元産のさつまいもと天然深層地下水を使用した高品質な芋焼酎が特徴。伝統製法で作られ、無添加かつ糖質ゼロ。紫芋や黒こじを使った多様な種類があり、飲み比べも楽しめ流。



冷凍焼き芋

安納いもを使った島の新しいスイーツ。年間約50万本生産。冷凍することで甘さが凝縮され、島外でも人気の商品に。

伝統工芸では鉄砲伝来とともに発展した種子鋏、刀剣が工芸文化として存在する。他にはそこから派生した種子包丁や、昔は熊野焼として親しまれた種子島焼などの文化が存在する。



種子鋏（たねばさみ）

種子鋏は1543年の鉄砲伝来と共に発展した伝統工芸品で、つけ鋼製法を用いて製作される。高い切れ味と耐久性を持ち、2012年には国の無形民俗文化財に選択された。



種子島焼（熊野焼）

種子島焼は300年以上の歴史を有する陶芸で、鉄分を含む土を使用して固くて丈夫な陶器を製作する。天然の鉄分による茶色が特徴で、地域の生活様式と密接に関わる。



種子包丁

種子包丁は刀鍛冶の技術を継承した伝統的な包丁で、一本ずつ手打ちで造られる。切れ味と耐久性が高く評価され、地域の料理文化に寄与する重要な道具である。



刀剣

刀剣は鉄砲伝来以前から続く刀鍛冶技術を基盤としており、良質な砂鉄を用いて製作される。地域の武家文化を象徴し、現在も伝統技術として継承されている。

種子島は1543年に鉄砲が伝播して以来、南蛮貿易が開始。これを契機に、種子島が国際交易ネットワークの起点になっている。旧石器時代に遡ると、貝塚などから独自の貝文化があったことを示す遺跡が存在している。

ポルトガル人による「鉄砲」の伝播

1543年、ポルトガル人が種子島に漂着し、鉄砲を伝えた。種子島の刀鍛冶・八板金兵衛が2年で複製に成功し、「種子島銃」として普及した。これにより日本の戦術が大きく変化し、戦国時代の軍事バランスに影響を与えた。種子島銃は高い精度と品質で評価され、日本全国に広まった。この技術革新は、織田信長の天下統一にも貢献した。種子島は「鉄砲伝来の地」として知られ、現在も鉄砲に関する歴史的遺産や記念碑が残されている。

南蛮貿易

1543年の鉄砲伝来を契機に、種子島は南蛮貿易の重要な拠点となった。ポルトガル人との交易で、鉄砲や火薬、ガラス器などが輸入され、日本からは銀や刀剣、漆器などが輸出された。種子島は、マカオと日本を結ぶ定期航路の重要な寄港地となり、カピタン・モールの商船が頻繁に往来した。この貿易を通じて、キリスト教も伝来し、種子島の文化的多様性を豊かにした。南蛮貿易は、種子島を東アジアの国際交易ネットワークの一部として位置づけ、島の経済と文化の発展に大きく寄与した。

「貝文化」の遺跡

種子島には旧石器時代から人が住み、多くの遺跡が存在する。広田遺跡は弥生時代後期から古墳時代にかけての貝塚で、独自の「貝文化」を示す重要な遺跡。横峯遺跡は鹿児島県最古の遺跡として知られ、約3万5千年前の石器が出土している。荃永上城遺跡からは縄文時代早期の土器や石器が出土し、当時の海洋資源利用を示す証拠となっている。これらの遺跡は、種子島の古代文化や生活様式を解明する上で貴重な資料となっており、日本列島における人類の移動や文化の伝播を研究する上で重要な役割を果たしている。

琉球王国との交易

種子島は地理的に琉球王国と近く、活発な交易が行われた。15世紀から16世紀にかけて交流が盛んで、琉球の文化や物資が種子島にもたらされた。種子島と琉球は、中継貿易の拠点として互いに重要な役割を果たし、中国や東南アジアの文物も種子島にもたらされた。この交易は、種子島の農業技術や工芸品の発展にも影響を与え、島の経済的繁栄に貢献した。現在も、種子島には琉球との交流の痕跡が文化や伝統工芸に残されている。

町内の主要な観光スポット（1/4）

南種子町での観光地情報について整理した。

カテゴリ	施設名	所在地	アクセス	特徴
自然系	種子島マングローブパーク	中之上	車で15分	マングローブ林を観察できる自然公園。カヤック体験も可能。
自然系	千座の岩屋	平山	車で30分	海食洞窟で、神秘的な景観が楽しめる。
自然系	象の水飲み岩	荃永	車で10分	波の侵食で形成され、象が水を飲む姿に見える岩が見える。
自然系	門倉岬	門倉	車で30分	断崖絶壁の景観が美しい岬。夕日スポットとしても人気。
展望台	宇宙ヶ丘公園	中之下	車で2分	キャンプやロケット打ち上げ見学が可能な多目的公園。
展望台	長谷展望公園	新長谷	車で10分	ロケット打ち上げ見学が可能な展望公園。
展望台	恵美之江展望公園	平山長小田	車で20分	ロケット打ち上げ見学が可能な展望公園。
施設	種子島宇宙センター	荃永	車で15分	日本の主要なロケット打ち上げ施設。見学ツアーや展示施設がある。
施設	宇宙科学技術館	荃永	車で15分	種子島宇宙センター内の展示施設。
施設	施設見学ツアー	荃永	車で15分	種子島宇宙センター内の施設が見学できるツアー。
施設	たねがしま赤米館	荃永	車で10分	宝満神社に伝承する赤米文化について学べる施設。
施設	南種子町河内温泉センター	中之上	車で5分	アルカリ性単純温泉。
施設	宝満神社	荃永	車で10分	宝満大明神として古くから親しまれる神社。
施設	しんさく農園 たんかん収穫体験	平山	車で15分	冬の時期にたんかん収穫体験ができる施設。
イベント	南種子町ロケット祭	中之上	車で2分	出し物や花火が楽しめる地域のお祭り。
イベント	種子島宇宙芸術祭	-	-	南種子町の複数スポットで開催されるライトアートイベント。

町内の主要な観光スポット (2/4)

自然系



種子島マングローブパーク

大浦川に位置するマングローブ群落。メヒルギが自生し、環境省の「日本重要湿地500」に選定。ボードウォークやシーカヤック体験が楽しめる自然観察スポット。

自然系



千座の岩屋

南種子町東海岸の海蝕洞。1,000人が座れるほど広大。干潮時のみ入洞可能。神秘的な空間が広がる。隣接する浜田海水浴場も人気。

自然系



象の水飲み岩

南種子町竹崎海岸の奇岩。波の侵食で形成され、象が水を飲む姿に見える。種子島宇宙センター近くに位置し、独特の景観を楽しむ。

自然系



門倉岬

種子島最南端の岬。南蛮船型展望所から種子島宇宙センター、屋久島、太平洋を一望。鉄砲伝来の地としても知られる。

展望台



宇宙ヶ丘公園

南種子町の多目的公園。キャンプやロケット打ち上げ見学が可能。宇宙関連展示や遊具もあり、家族連れに人気。

展望台



長谷展望公園

南種子町の高台にある展望公園。ロケット打ち上げ見学が可能。種子島の美しい海岸線や島の景観を一望できる。特に夕暮れ時の眺めが魅力的。

展望台

恵美之江展望公園

南種子町の高台に位置する展望公園。ロケット打ち上げ見学が可能。種子島の東海岸を一望でき、晴れた日には屋久島も見える絶景スポット。



施設

種子島宇宙センター (JAXA)

1969年設立の日本最大ロケット発射場。総面積約970万m²。ロケットの組立から打上げ、追跡まで一連の作業を行う。「世界一美しい発射場」と称される。



施設

宇宙科学技術館

センター内の展示施設。ロケットや人工衛星、国際宇宙ステーション計画などを紹介。実物大モデルやゲームで楽しく学べる。



施設

施設見学ツアー

専任ガイド付きで大崎第一事務所（H-IIロケット実機展示）、大型ロケット発射場、総合指令棟などを見学可能。事前予約制。



施設

たねがしま赤米館

宝満神社に伝承する赤米と、これに関わる民俗行事や地域の稲作文化などについて分かりやすく紹介している。



施設

南種子町河内温泉センター

刺激が少なく体に優しいアルカリ性単純温泉。お肌の古い角質をとる美肌効果もあり。



町内の主要な観光スポット (4/4)



施設

宝満神社

宝満大明神として古くから親しまれ、祭神は玉依姫命で、赤米の神事を通じて地域の稲作と深く関わっている。

施設

しんさく農園 たんかん収穫体験

海に面した陽あたり良好な場所に位置する。2月中旬から3月中旬にかけてたんかん収穫体験を行っています。たんかん収穫期間外でも農作業体験が可能。



イベント

南種子町ロケット祭

昼は子どもたちの神輿パレードや青年たちの山車曳き、各種団体の踊りが楽しめ、夜は文化団体の発表やゲスト歌手のステージショーが行われる。フィナーレは10,000発以上の花火大会で、音楽とレーザー演出が夏の夜空を彩る。



イベント

種子島宇宙芸術祭

南種子町の複数スポットで開催されるライトアートイベント。数十の光のアート作品と満天の星が煌めく幻想的な空間が楽しめる。



町外の主要な観光スポット（1/4）

中種子町・西之表市の観光地情報について整理した。

カテゴリ	施設名	所在地	アクセス	特徴
自然系	坂井神社の大ソテツ	中種子町	車で10分	坂井神社にある樹齢約1200年の巨大ソテツ。
自然系	メヒルギ自生群落	西之表市	車で15分	湊川下流域に自生する樹齢100年以上のマングローブ
自然系	ガジュマル防潮林	西之表市	車で45分	住吉港堤防沿いに植えられた防潮林。
自然系	アコウの大木	西之表市	車で70分	榕城小学校校庭にある樹齢460年の巨木。
自然系	アコウのアーチ	西之表市	車で50分	安城地区にある珍しい自然景観。
自然系	雄龍雌龍の岩	中種子町	車で30分	夫婦の伝説が残るパワースポット。夕陽スポットとしても人気。
自然系	男淵・女淵の滝	中種子町	車で35分	中種子町の赤尾木川にある2つの滝。
自然系	馬立の岩屋	中種子町	車で40分	中種子町犬城海岸北端の海蝕洞。伝説が残る絶景スポット。
自然系	浦田海水浴場・キャンプ場	西之表市	車で70分	海水浴とキャンプが楽しめる砂浜。
展望台	天女ヶ倉	西之表市	車で70分	東海岸を一望できる展望台。
施設	増田宇宙通信所	中種子町	車で30分	1974年に旧宇宙開発事業団によって設立された施設。
施設	種子島開発総合センター鉄砲館	西之表市	車で50分	鉄砲伝来の歴史を学べる施設。
施設	赤尾木城文化伝承館 月窓亭	西之表市	車で50分	茶道や生け花など伝統文化を体験できる1795年建造の武家屋敷。
施設	池浪刃物製作所	西之表市	車で50分	400年以上続く刀鍛冶の技を継承した刃物の製作所。
施設	陶染工房 美ほう庵	西之表市	車で50分	伝統工芸である陶染を体験できる工房。

自然系

坂井神社の大ソテツ (中種子)

坂井神社にある巨大ソテツ。樹齢約1200年、幹周り7.5m、樹高12mの日本一の大きさ。国の天然記念物に指定された貴重な植物。



自然系

メヒルギ自生群落 (西之表)

湊川下流域に自生するマングローブ。樹齢100年以上、樹高8mに達するものもある。6月に種子落下し小苗になり、8月に白い花を咲かせる。中種子町や南種子町にも自生地がある。



自然系

ガジュマル防潮林 (西之表)

住吉港堤防治いに植えられた防潮林。江戸時代に琉球から移植された。幹から気根が垂れ下がる独特な姿が特徴。砂や波しぶきを防ぐ役割を果たし、亜熱帯の雰囲気醸し出す。



自然系

アコウの大木 (西之表)

榕城小学校校庭にある樹齢460年の巨木。高さ約12m。西之表市の市木に指定されている。幹の太さと細く伸びた枝が南国特有の姿を見せる。



自然系

アコウのアーチ (西之表)

安城地区にある珍しい自然景観。台風で倒れたアコウが成長を続け、道路上にアーチ状に。幹の直径は1.5m以上で、無数の気根が垂れ下がる神秘的な姿。



自然系

雄龍雌龍の岩 (中種子町)

中種子町西海岸の巨岩。夫婦の伝説が残るパワースポット。寄り添う2つの岩は恋愛成就の象徴。夕日スポットとしても人気。



自然系



男淵・女淵の滝 (中種子町)

中種子町の赤尾木川にある2つの滝。清らかな水の流れが特徴。周辺の自然と調和し、心が洗われる癒しのスポット。

自然系



馬立の岩屋 (中種子町)

中種子町犬城海岸北端の海蝕洞。伝説が残る絶景スポット。内部立入禁止だが、外観の迫力ある姿を楽しめる。

自然系



浦田海水浴場・キャンプ場 (西之表市)

西之表市の美しい砂浜。海水浴とキャンプが楽しめる。夏季は海の家もオープン。自然を満喫できる人気スポット。

展望台



天女ヶ倉 (西之表市)

西之表市安納の高台にある展望所。東海岸を一望できる絶景ポイント。ハングライダーやパラグライダーの離陸地としても利用される。

施設



増田宇宙通信所 (中種子町)

1974年に旧宇宙開発事業団によって設立された施設。人工衛星の追跡管制やロケットの飛行状態の監視などを行う施設で、展示室では、パネルやパソコンゲームを用いて、人工衛星やその追跡管制について楽しく学べる。

施設



種子島開発総合センター鉄砲館 (西之表)

鉄砲伝来の歴史を展示。実物大の南蛮船や火縄銃の実演も。種子島の技術革新と文化交流の象徴的施設。島の歴史を学ぶ重要スポット。

施設

赤尾木城文化伝承館 月窓亭 (西之表市)



1795年建造の武家屋敷。種子島家の居住地。茶道や生け花など伝統文化を体験可能。島の武家文化と生活様式を今に伝える貴重な文化財。

施設

池浪刃物製作所 (西之表市)



400年以上続く刀鍛冶の技を継承。鉄砲伝来後も刀作りの技術を活かし発展。伝統工芸の継承と革新を体現する、島の誇る文化的資産。

施設

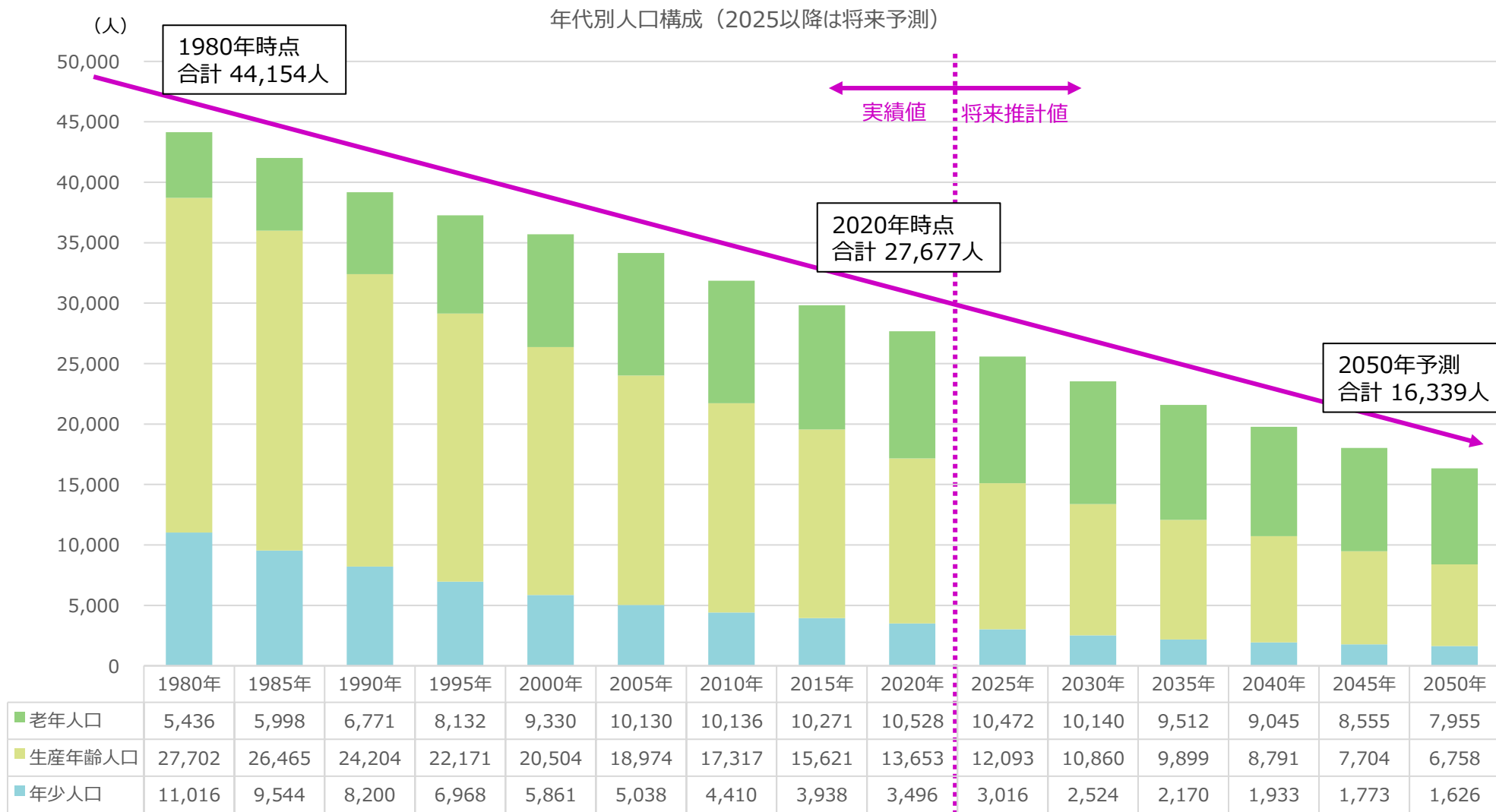
陶染工房 美ほう庵 (西之表市)



伝統工芸である陶染を体験できる工房である。地元の素材を使用した染色技法を学び、オリジナル作品を制作する文化体験が可能である。

1-2. 基本構想の検討に向けた各種基礎データ

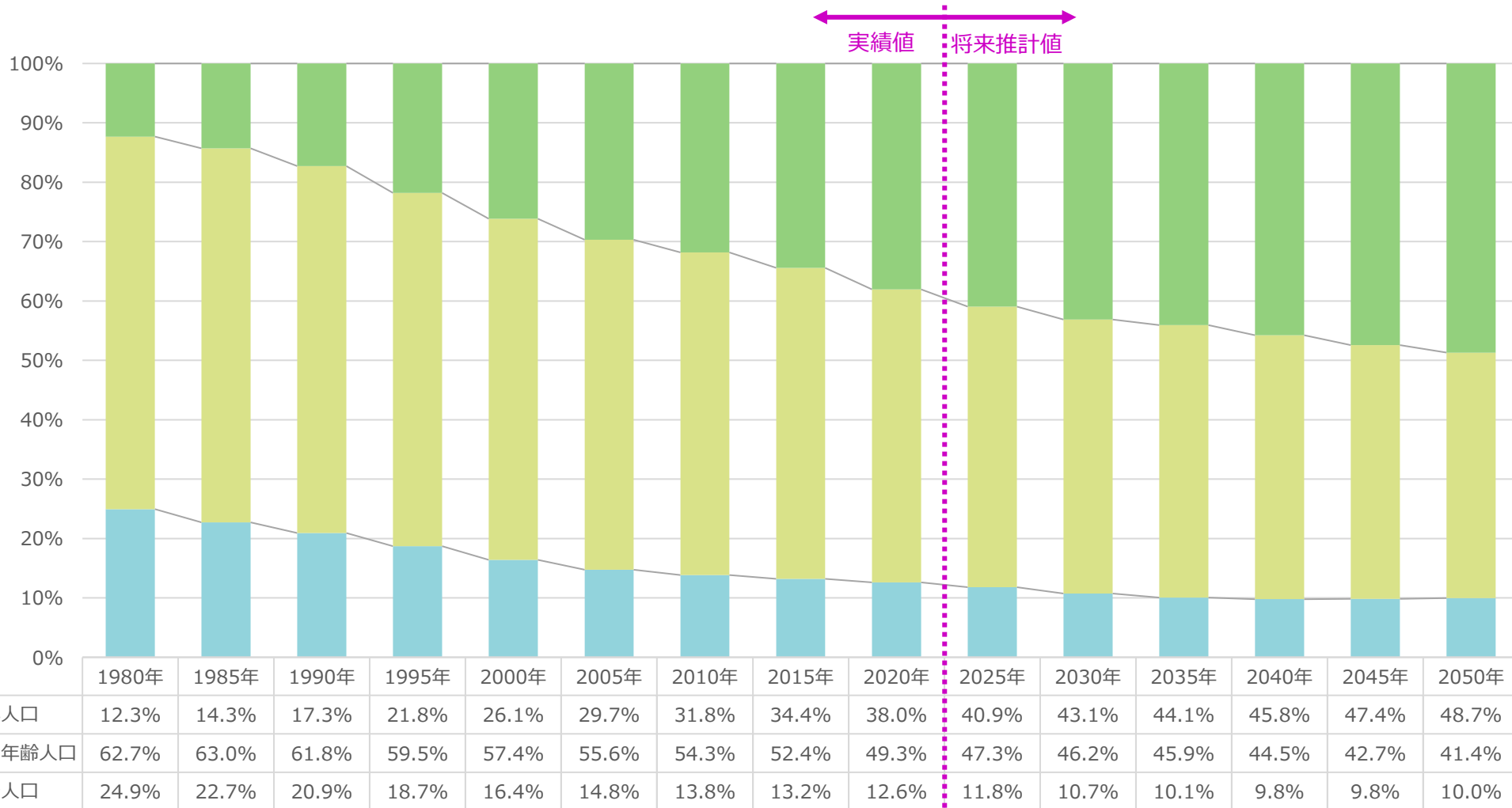
種子島全体の人口は1980年以降減少し続けており、2020年時点では1980年比で37.3%減少。2050年の将来予測では2020年比で41.0%減少する見込み。



※年少人口は15歳未満、生産年齢人口は15歳以上65歳未満、老年人口は65歳以上を指す
 出所：総務省「国勢調査」、厚生労働省「人口動態調査」、国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口」(地域経済分析システムを活用)

人口減少とともに高齢化も進む。1980年には12.3%だった老年人口も増加の一途を辿っており、2050年予測では48.7%と約2人に1人が老年人口となる見込み。

年代別人口構成比率（2025以降は将来予測）



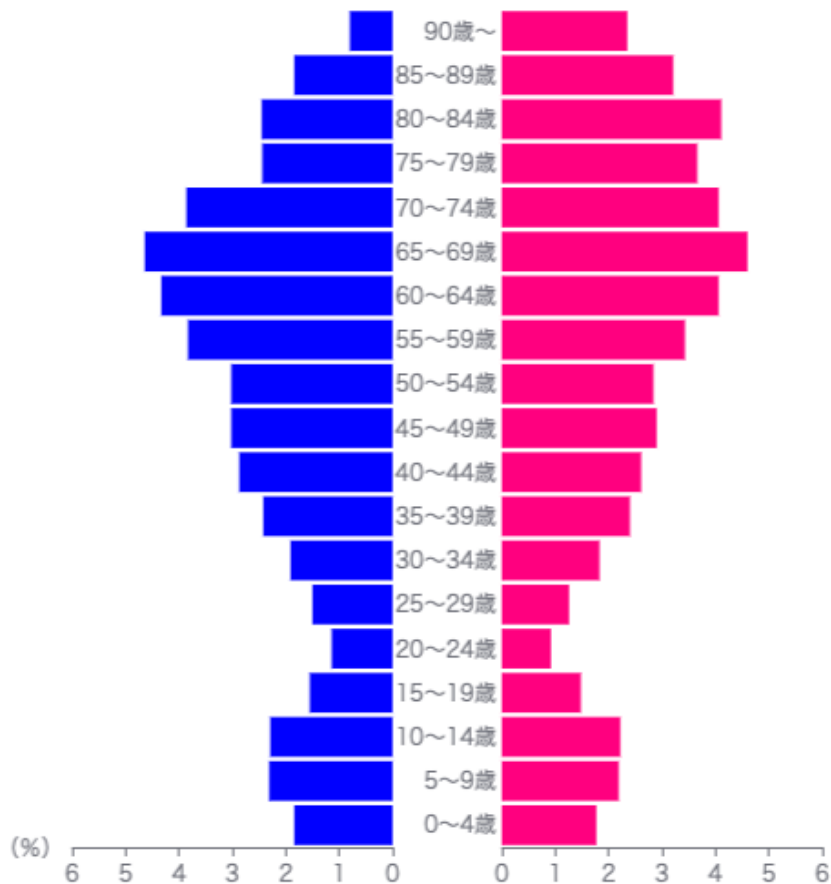
※年少人口は15歳未満、生産年齢人口は15歳以上65歳未満、老年人口は65歳以上を指す

出所：総務省「国勢調査」、厚生労働省「人口動態調査」、国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口」（地域経済分析システムを活用）

2020年時点では男性が60-64歳が、女性は65-69歳が最も多く、2050年には男性は70-74歳、女性は90歳以上が最も多くなる見込みである。

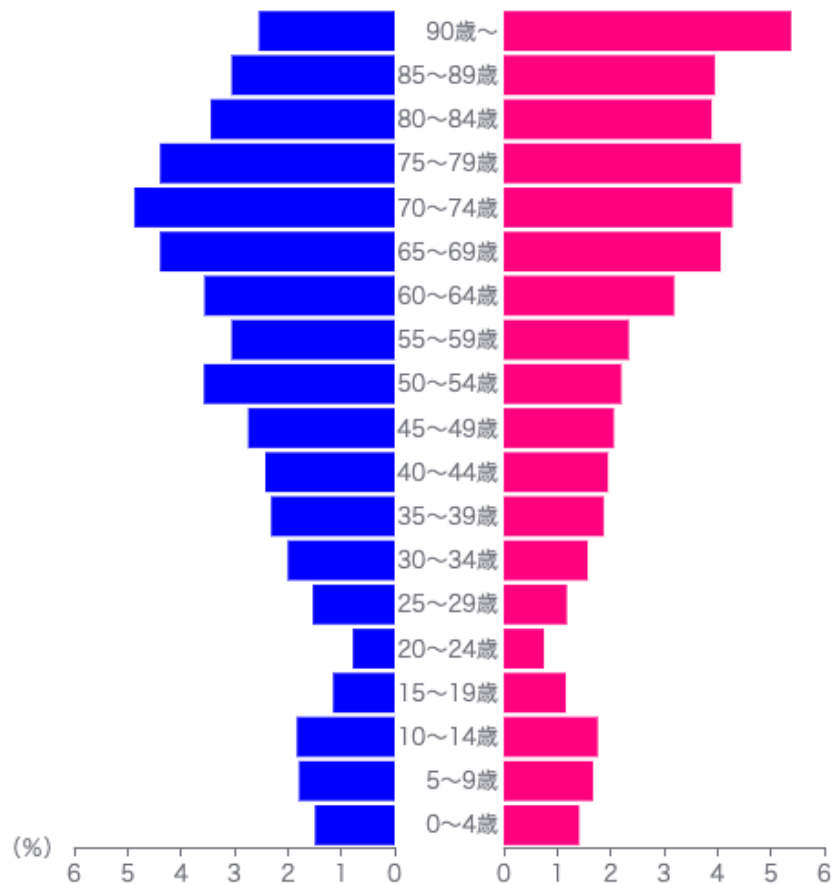
2020年

■ 男性 ■ 女性



2050年

■ 男性 ■ 女性

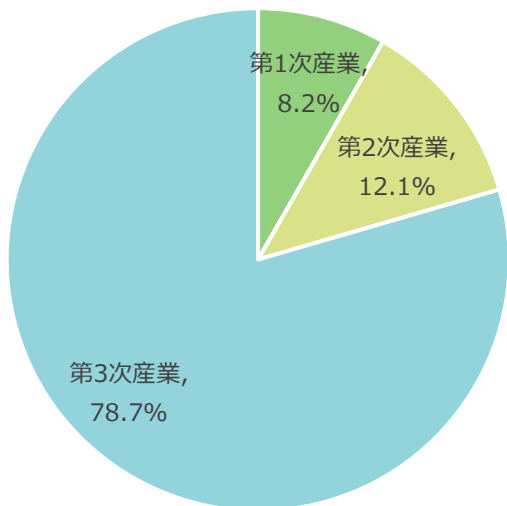


老年人口 (65歳以上) : 10,528人 (38.02%)
 生産年齢人口 (15歳～64歳) : 13,653人 (49.3%)
 年少人口 (0歳～14歳) : 3,496人 (12.62%)

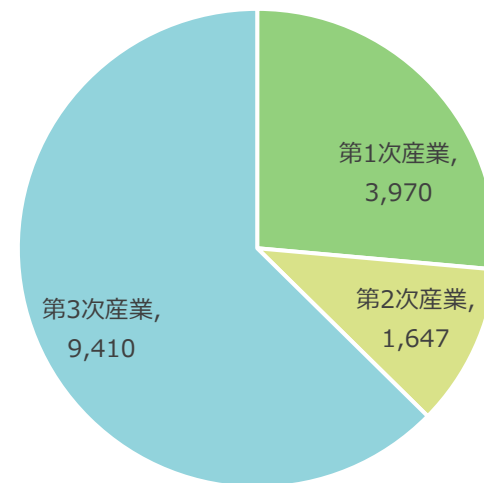
老年人口 (65歳以上) : 7,955人 (48.69%)
 生産年齢人口 (15歳～64歳) : 6,758人 (41.36%)
 年少人口 (0歳～14歳) : 1,626人 (9.95%)

種子島の総生産額のうち、第1次産業は8.2%と鹿児島県内全体の構成比と平均と比較して0.8%高い。第1次産業のうち、91.6%を農業が占めている。産業分類別就業者数で最も多いのは第3次産業、次いで第1次産業となっている。

種子島全体の市町村内総生産額



種子島全体での産業分類別就業者数

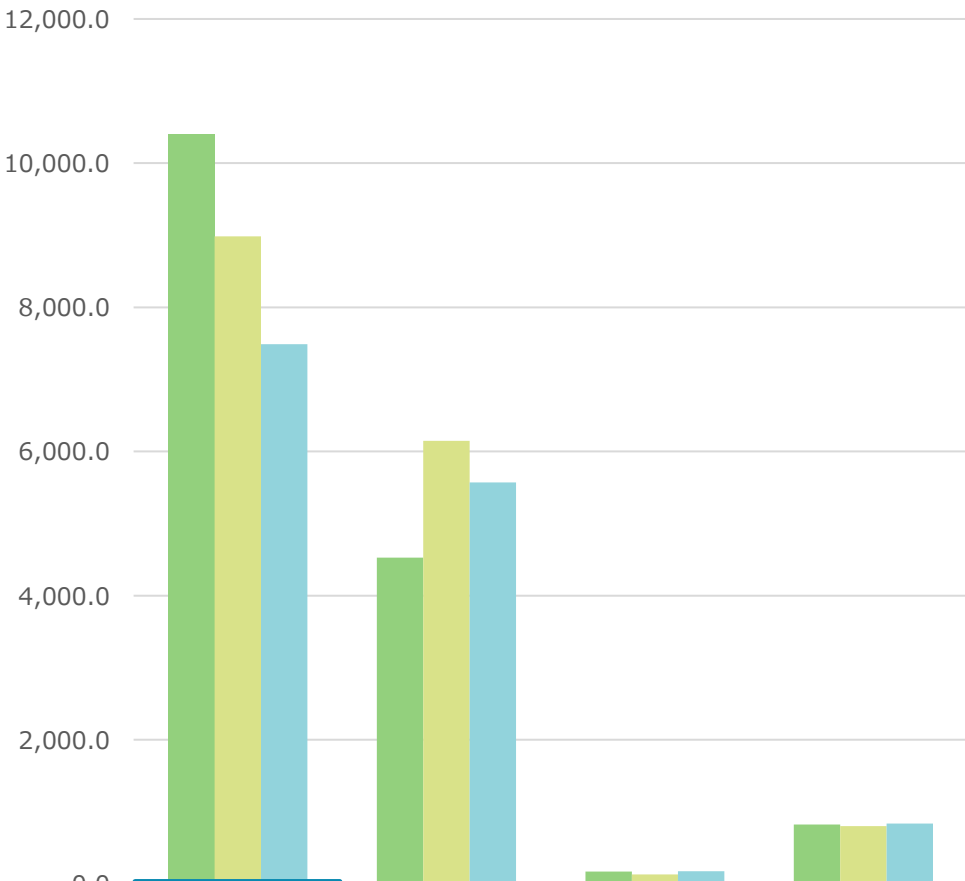


区分	総生産額 (百万円)	構成費
第1次産業	8,106	8.2%
うち農業	7,427	7.5%
うち林業	329	0.3%
うち水産業	350	0.4%
第2次産業	11,966	12.1%
第3次産業	77,682	78.7%
合計	98,743	100.0%

区分	就業者数 (人)	構成費
第1次産業	3,970	26.4%
うち農業・林業	3,780	25.1%
うち水産業	190	1.3%
第2次産業	1,647	10.9%
第3次産業	9,410	62.5%
分類不能	27	0.2%
合計	15,054	100.0%

農林水産業の生産額のうち、最も金額が大きいのは耕種であるが年々減少している。この内訳を見ると (右グラフ) 工芸が37.5%減少しており最も大きい減少率である。工芸とは油脂、甘味料、繊維、薬などの原料に供する目的で栽培されている植物であり、南種子町ではさとうきびの生産量が多い。

(百万円) 種子島全体の農林水産業生産額



(百万円) 種子島全体の耕種の内訳 (主な生産物)

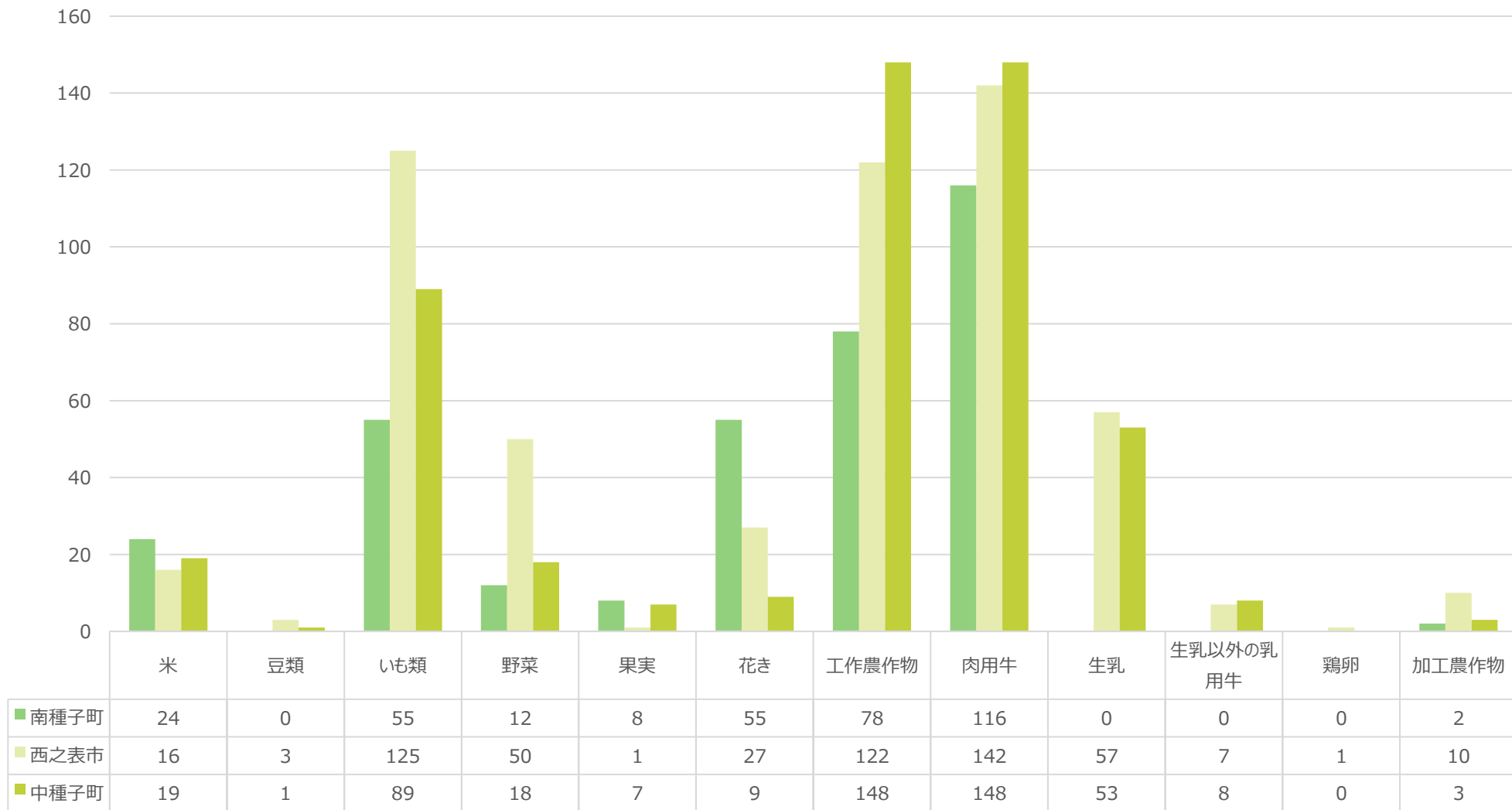


出所：市町村調べ (種子島地域離島振興計画より引用)

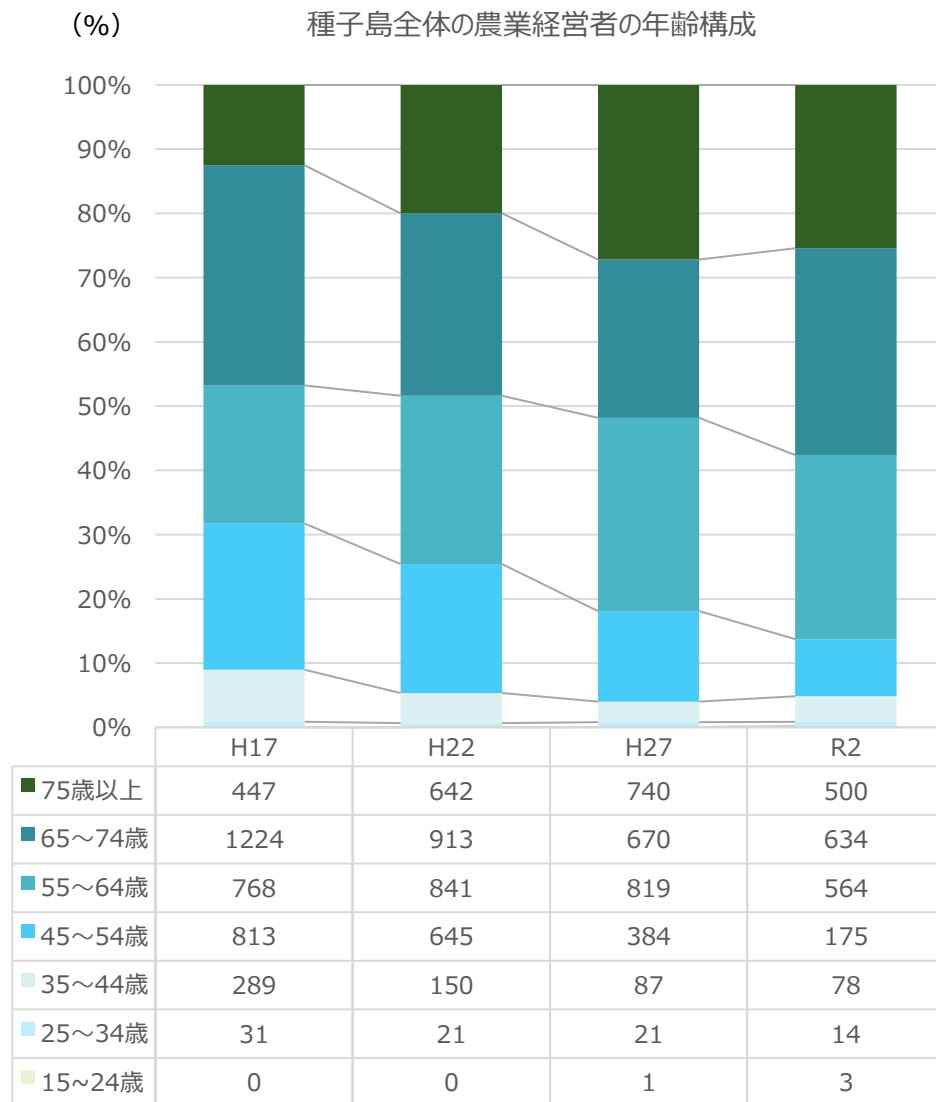
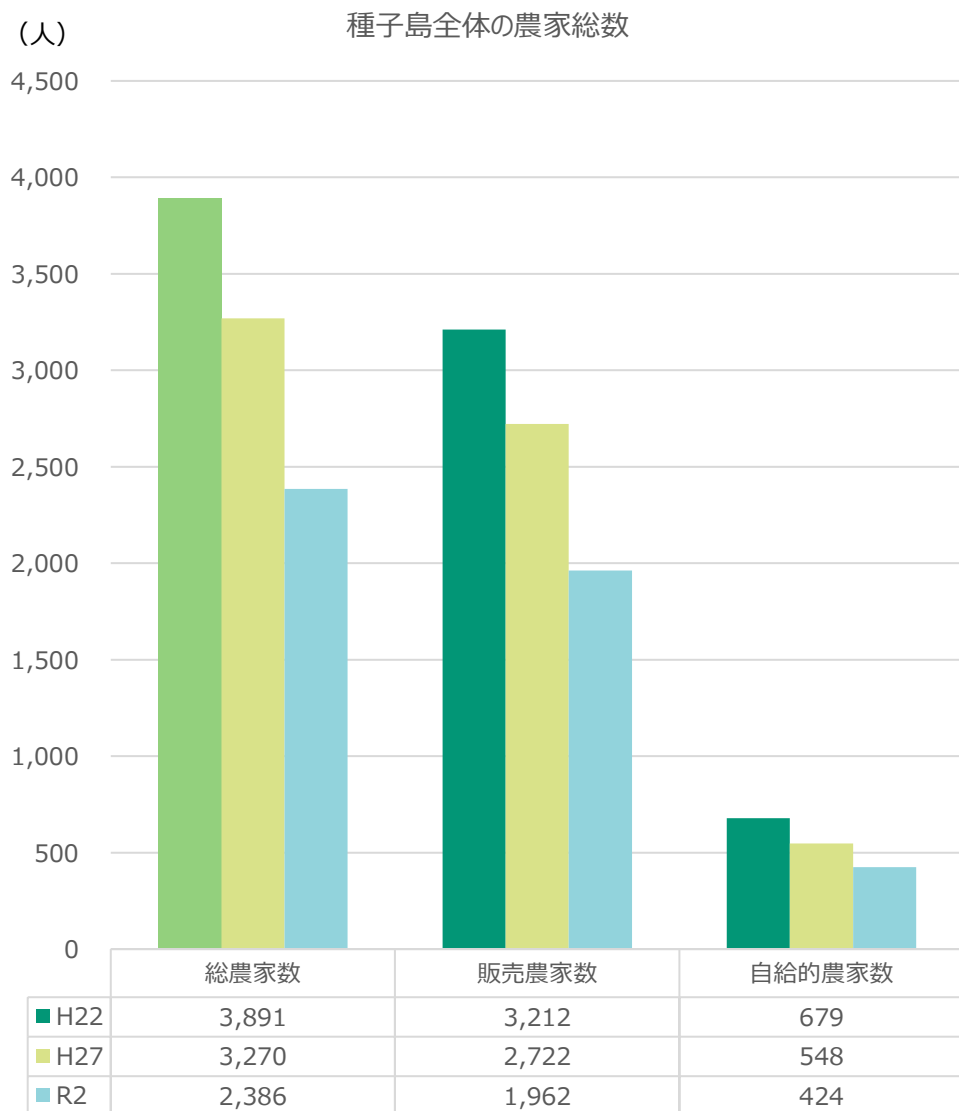
種子島内の品目別農業産出額を市町別に比較すると、「米」、「花き」が西之表市・中種子町よりも産出額が多い。「花き」は、レザーリーフを花屋さんに出荷しているため算出額が大きくなっている。

(千万円)

品目別農業産出額



総農家数は年々減少しており、販売農家数・自給的農家数ともに減少しており下げ幅も大きく差分はない。農業経営者の年齢構成を見ると、2020年時点では50%以上が65歳以上であり、農業経営者の高齢化が進んでいる。農業経営の担い手確保や農作業受託組織等の支援が必要とされている。

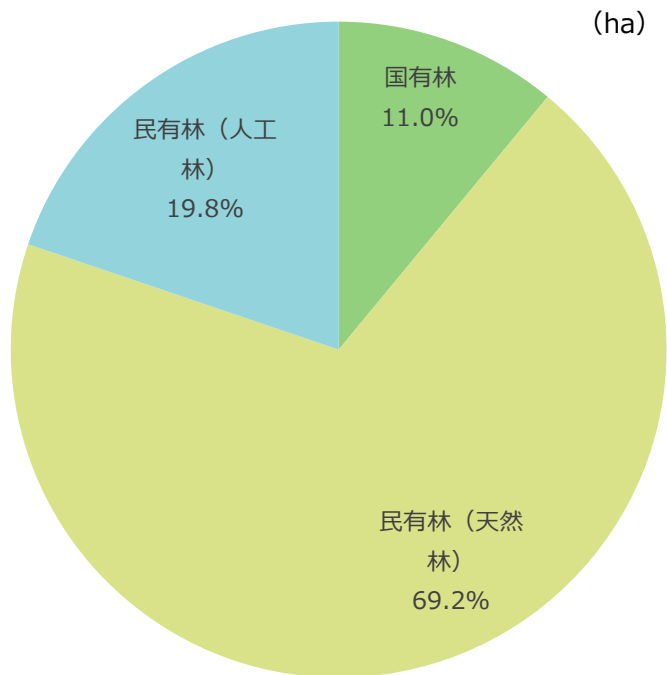


出所：農林水産省「世界農林業センサス」（種子島地域離島振興計画及び地域経済分析システムより引用）※農業経営者の年齢構成については25歳未満は0のため省略した

森林は全体の76.1%が民有林である。民有林のうち78.8%が天然林となっている。

漁業については、好不漁の変化が激しい他、燃料費の高騰、漁業者の高齢化・減少により近年では漁獲量が減少している。

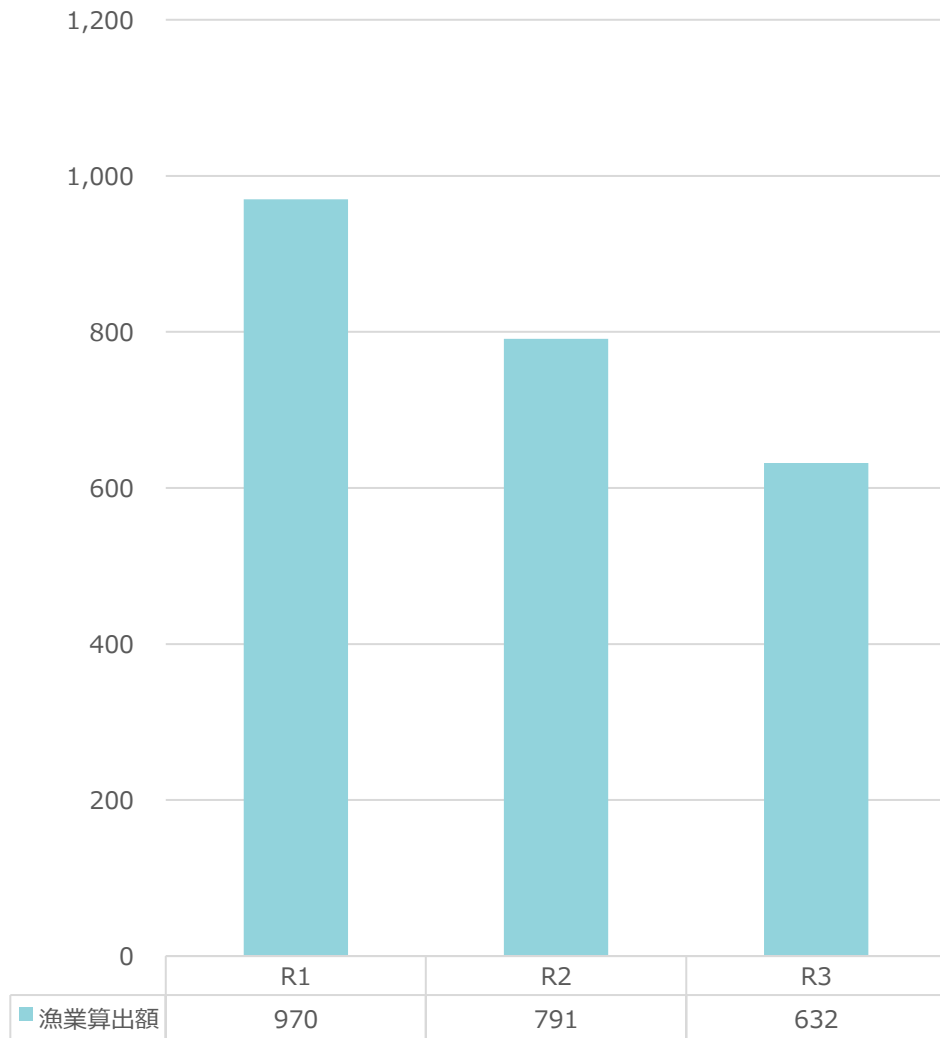
種子島全体の森林面積



森林面積	国有林	民有林	
		うち人工林	
24,248	3,325	20,923	5,984

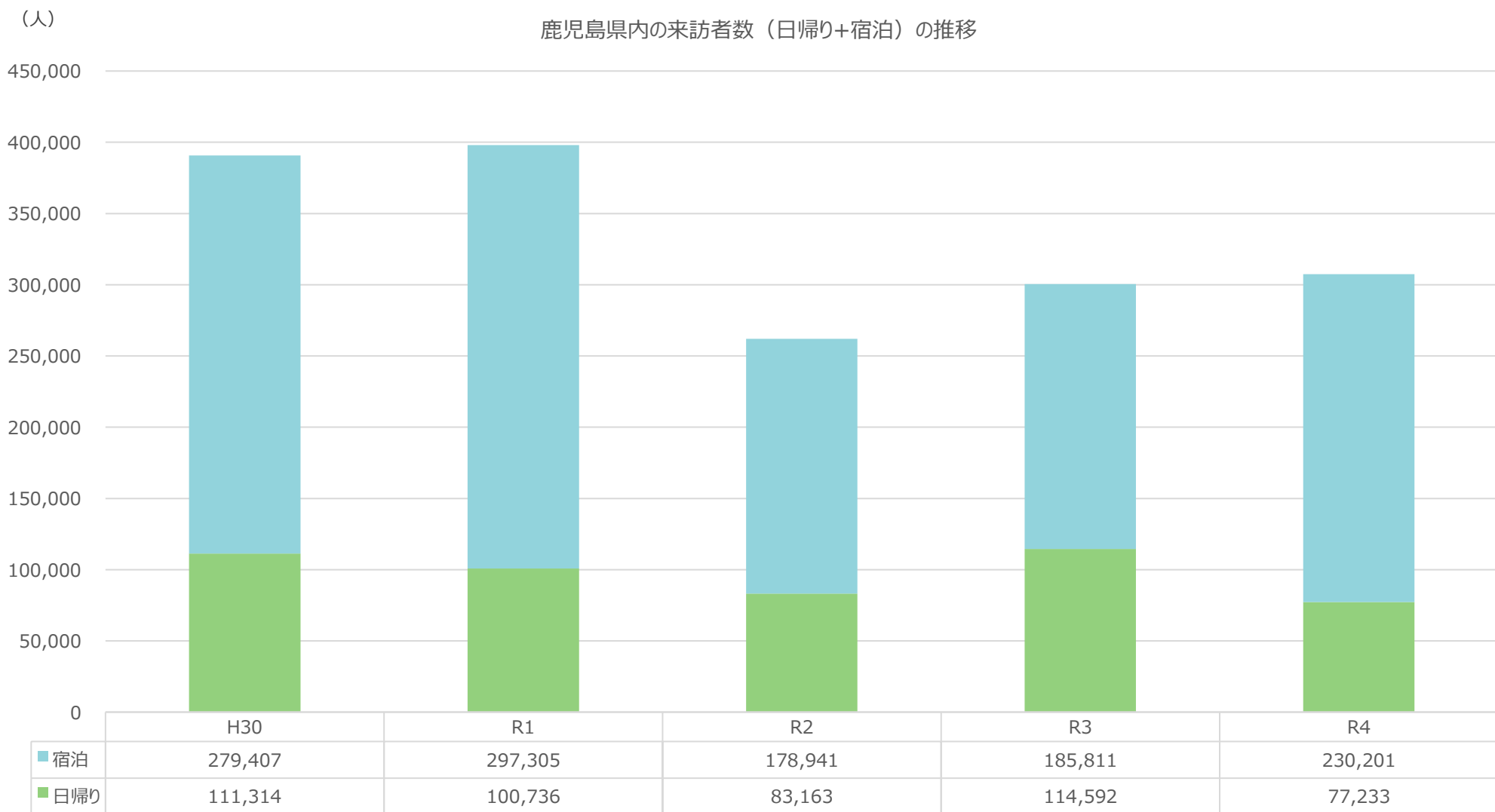
(百万円)

種子島全体の漁業算出額



出所：鹿児島県「森林・林業統計」(R4)、各管内漁業業務報告書(種子島地域離島振興計画より引用)

R4ベースでは鹿児島県全体の3.8%が種子島での宿泊客数となっている。H30、R1、R4の数値を見ると元々のポテンシャルとしては20万人泊後半の宿泊客数がある。R2、R3は新型コロナの影響を大幅に減少しているが、その後回復の傾向にあると見られる。

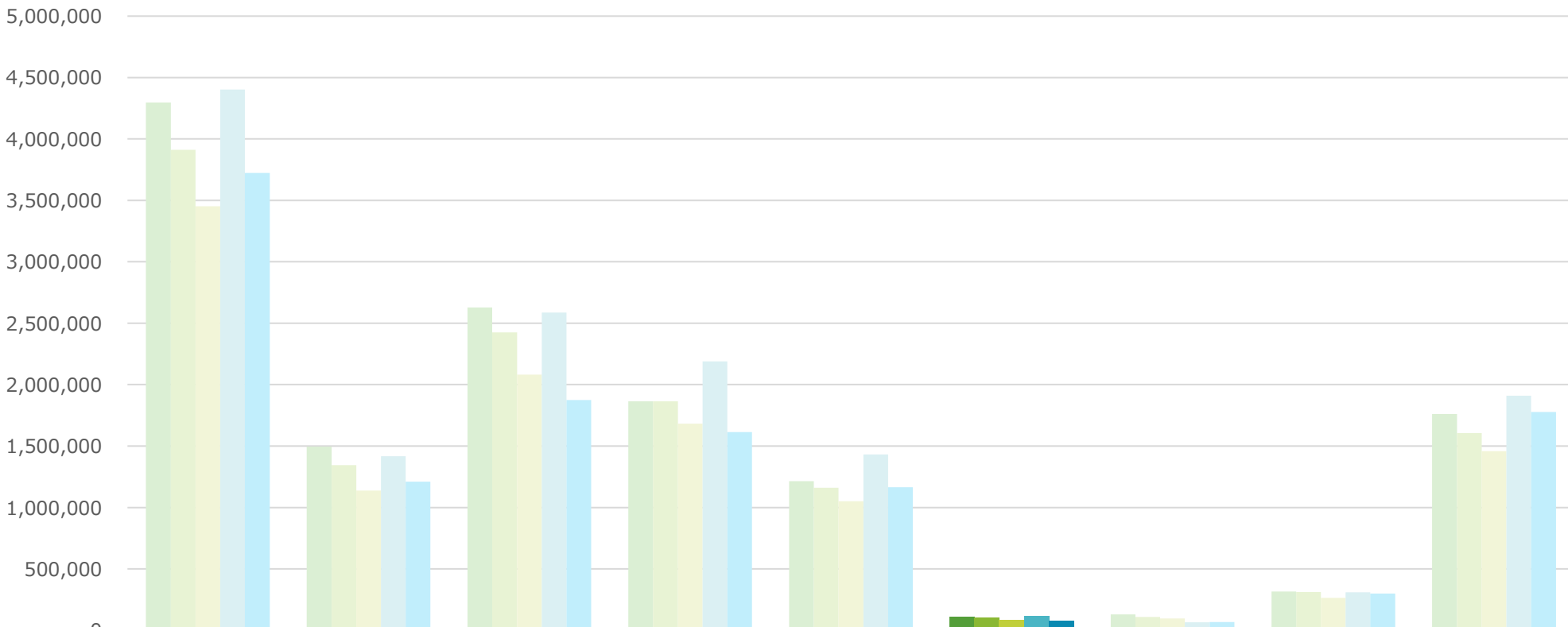


※宿泊についてはユニーク数ではなく、人泊数を積み上げて計算しているため、1人が3泊している場合は3人分としてカウントされている。（統計上の仕様）
 出所：鹿児島県「鹿児島県の観光の動向」（観光庁「宿泊旅行統計」及び「宿泊旅行統計」を用いて鹿児島県が独自推計したもの）

R4ベースでは鹿児島県全体の0.65%が種子島への日帰り客数となっている。R2に新型コロナの影響で客数減少後、R3は増加したがR4にはまた減少している。

(人)

鹿児島県内のエリア別日帰り数の推移

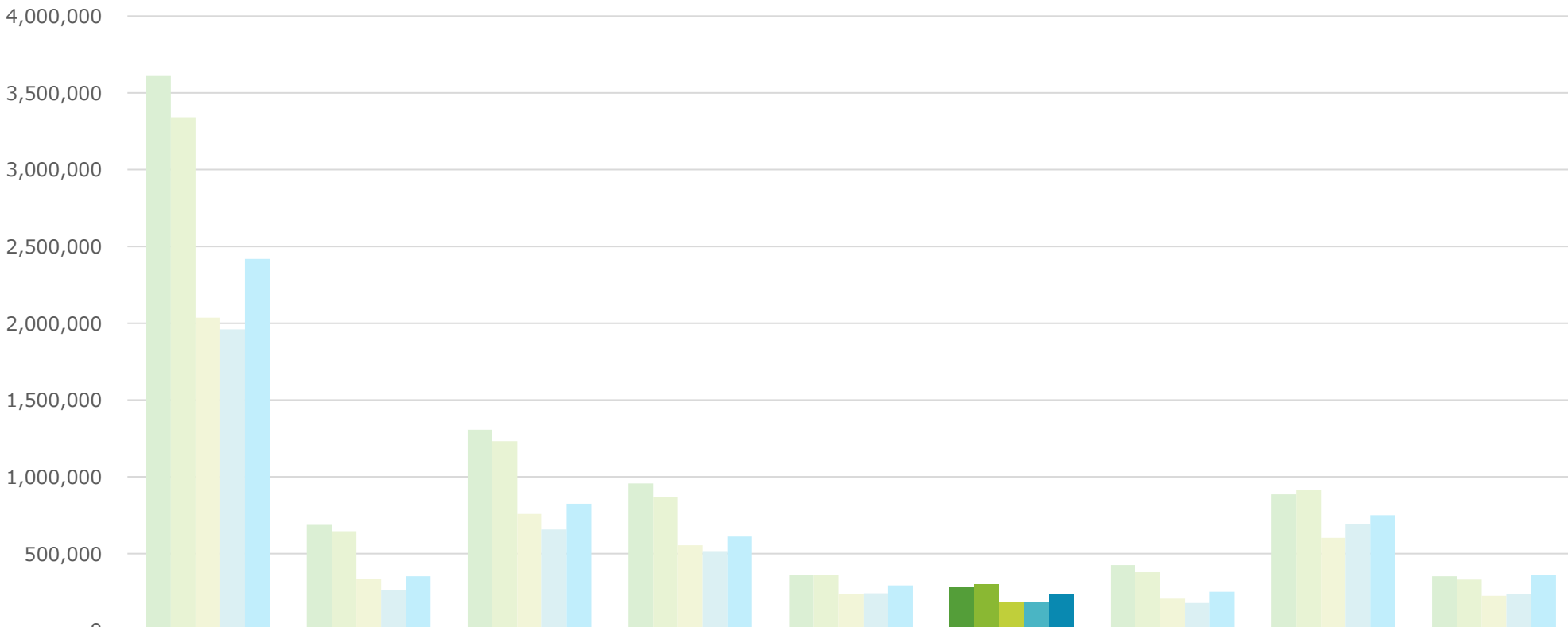


	鹿児島	指宿	霧島	北薩	大隈	種子島	屋久島	奄美	その他
H30	4,295,928	1,496,166	2,627,997	1,864,617	1,215,187	111,314	129,733	316,475	1,761,583
R1	3,911,918	1,345,068	2,425,700	1,864,083	1,161,291	100,736	108,550	311,144	1,605,510
R2	3,452,060	1,137,958	2,082,507	1,682,099	1,049,801	83,163	95,498	264,014	1,458,901
R3	4,402,234	1,417,608	2,587,282	2,189,224	1,430,911	114,592	65,037	309,170	1,909,941
R4	3,722,761	1,210,319	1,875,427	1,613,392	1,164,342	77,233	66,707	299,761	1,778,059

出所：鹿児島県「鹿児島県の観光の動向」（観光庁「観光入込客統計」を用いて鹿児島県が独自推計したもの）

R4ベースでは鹿児島県全体の3.8%が種子島での宿泊客数となっている。H30、R1、R4の数値を見ると元々のポテンシャルとしては20万人泊後半の宿泊客数がある。R2、R3は新型コロナの影響を大幅に減少しているが、その後回復の傾向にあると見られる。

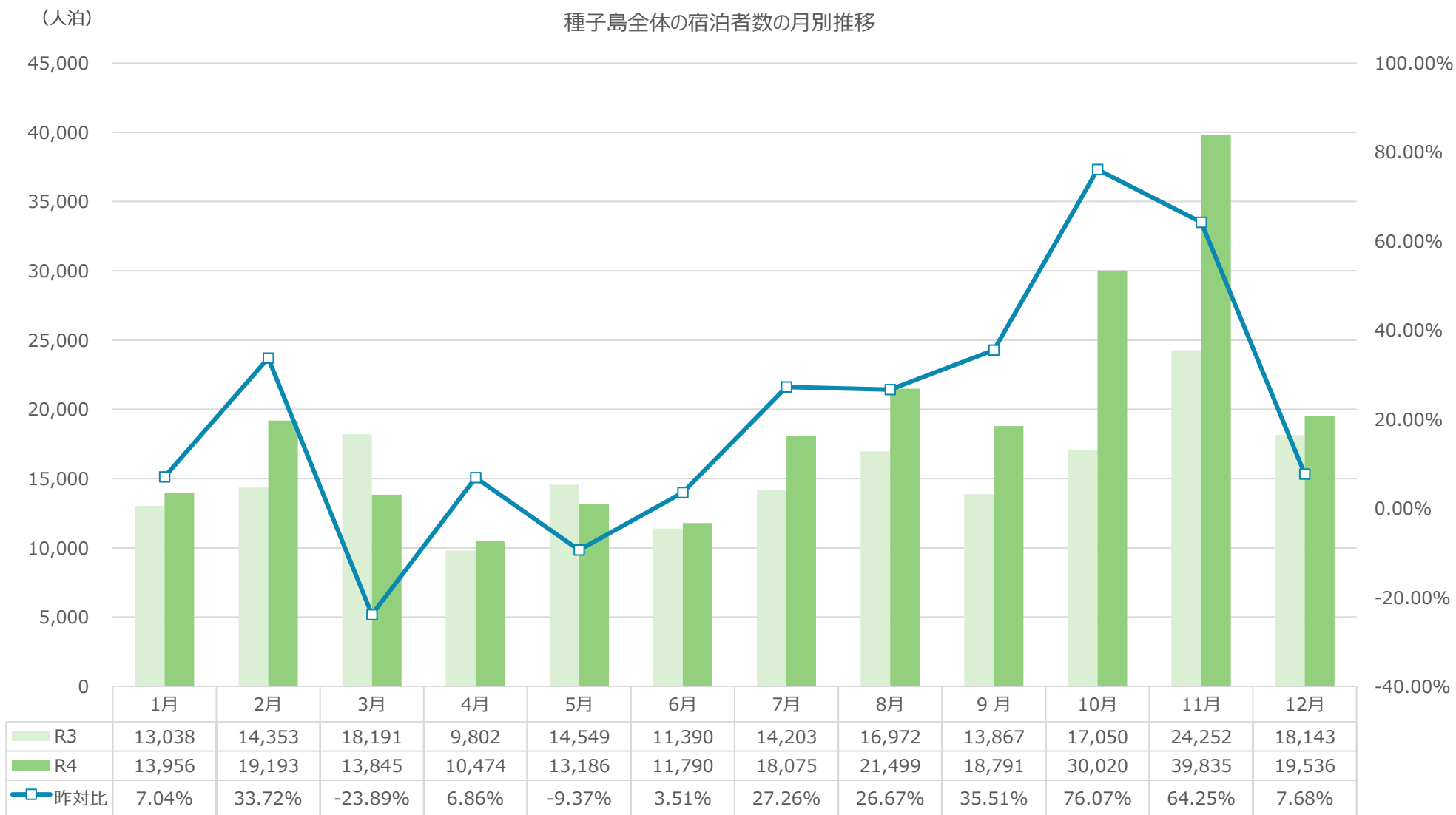
（人泊） 鹿児島県内のエリア別宿泊者数の推移



	鹿児島	指宿	霧島	北薩	大隈	種子島	屋久島	奄美	その他
H30	3,609,825	687,425	1,306,097	956,876	362,292	279,407	424,916	885,882	351,600
R1	3,340,906	645,687	1,231,998	864,682	359,990	297,305	378,089	916,612	331,081
R2	2,036,112	332,769	757,935	554,241	234,456	178,941	206,393	601,902	223,762
R3	1,959,453	260,679	656,768	516,211	240,785	185,811	178,344	691,735	235,975
R4	2,419,327	352,883	823,290	610,802	292,641	230,201	250,414	749,428	360,484

出所：鹿児島県「鹿児島県の観光の動向」（観光庁「宿泊旅行統計」を用いて鹿児島県が独自推計したもの）

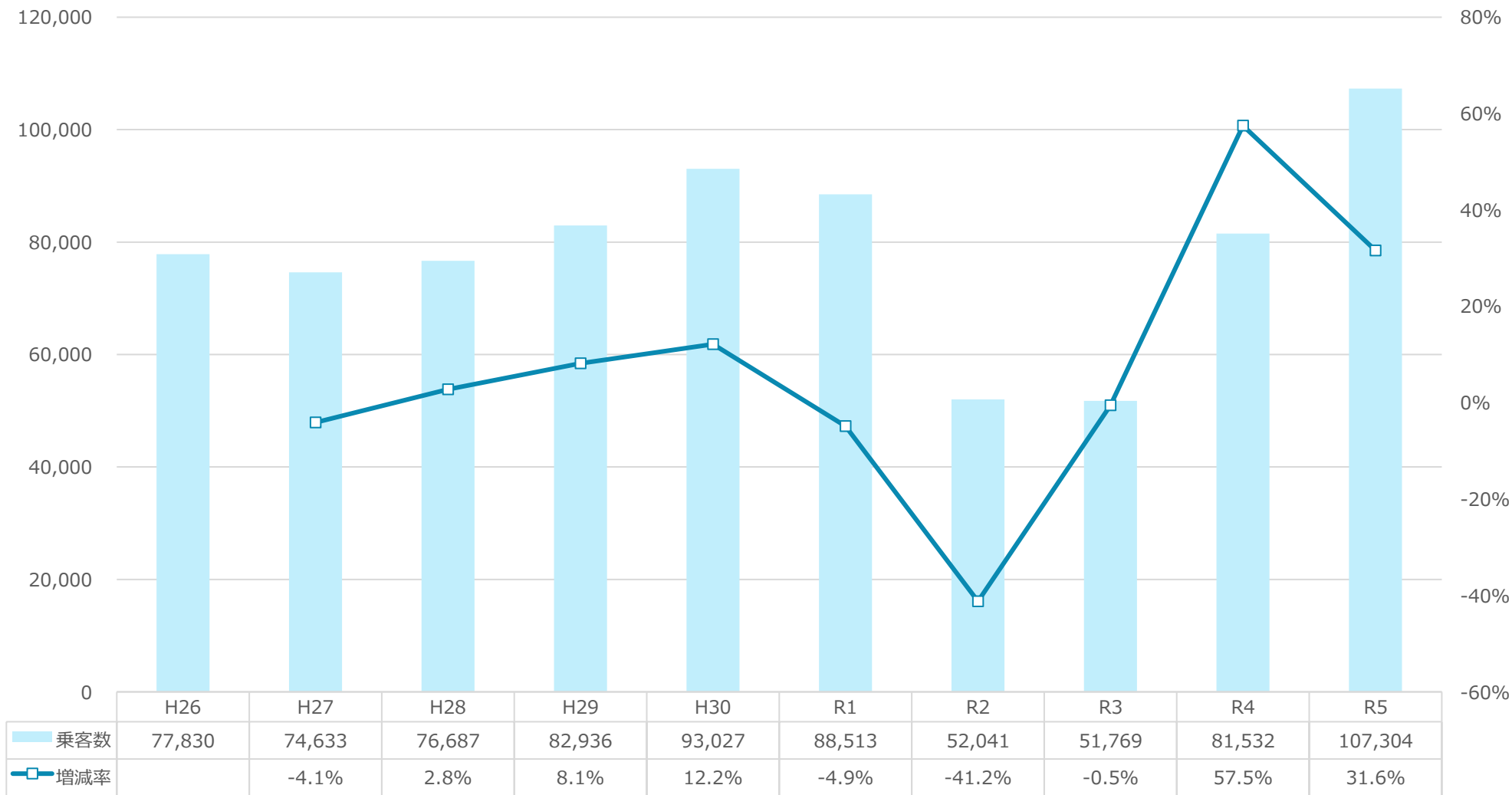
宿泊客数の月別推移ではR4は8月、10月、11月、12月が通年の平均値よりも高い。ただし、10月・11月の昨対増加率は50%を超えており、年によって月別の来訪者数が異なるため、季節性の再現があるかには注意が必要。



出所：鹿児島県「鹿児島県の観光の動向」（観光庁「宿泊旅行統計」及び「宿泊旅行統計」を用いて鹿児島県が独自推計したもの）

種子島空港の利用者数はH30まで順調に増加していたが、その後減少。新型コロナからの回復に伴い、R4以降は再び増加傾向。

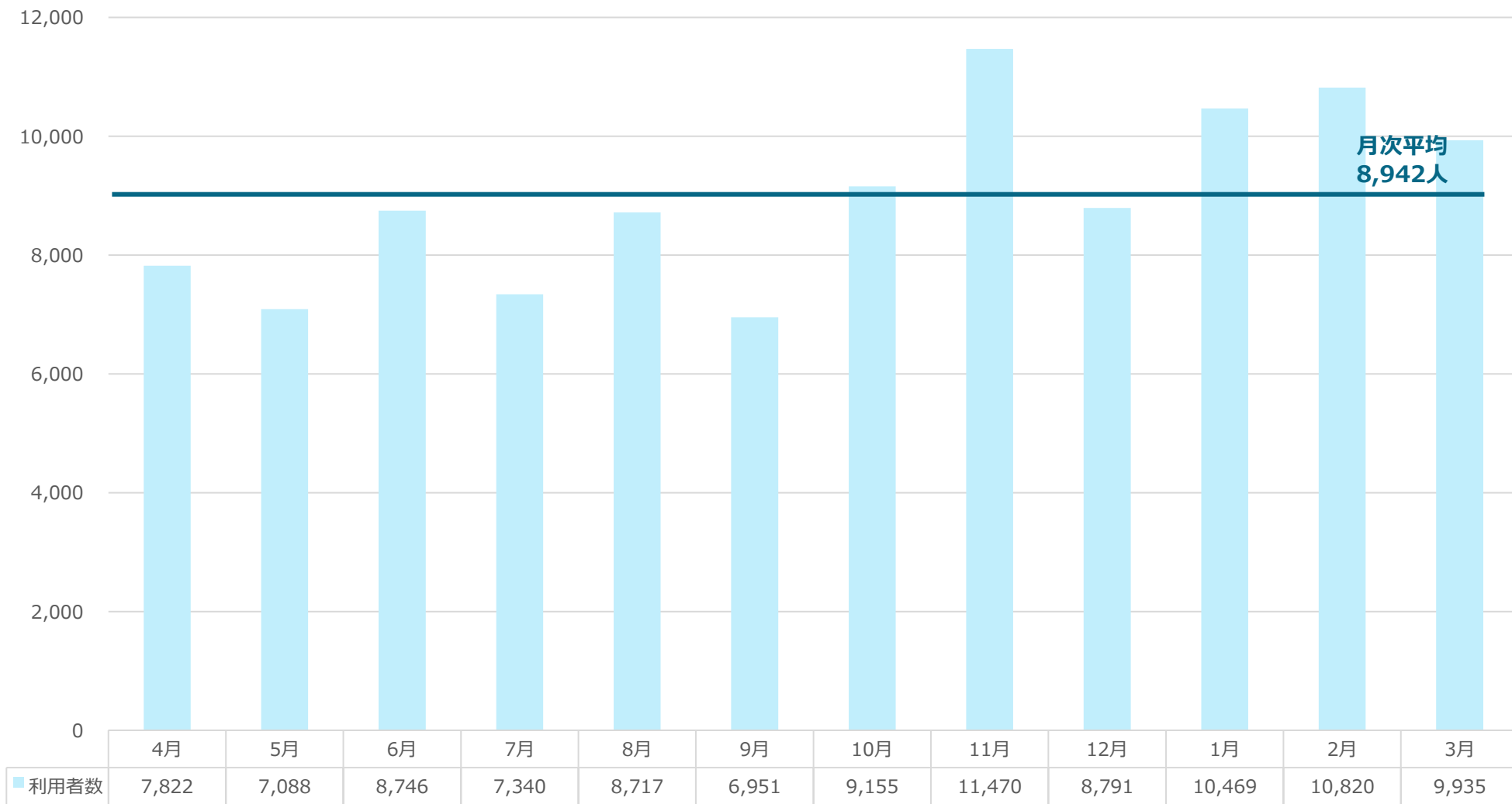
種子島空港利用者数の推移（H26～R5）



出所：国土交通省「空港管理状況（暦年・年度別空港管理状況調査（H26～R5）」（R5）

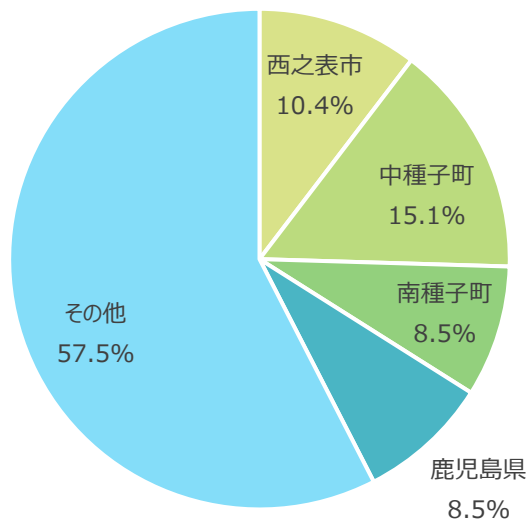
種子島空港のR1の利用者総数は86,962人。月次平均は7,246.8人で、平均を超えたのは、4月・8月、10月、11月、12月であった。季節により利用者数に開きがある。

種子島空港月別利用者数（R5）

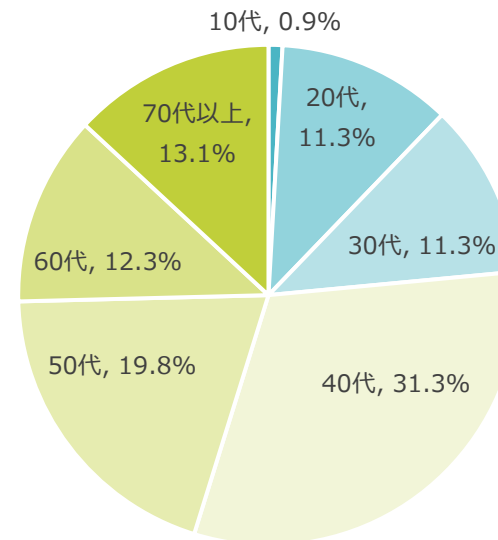


種子島空港利用者のうち、66.0%が島外からの来訪者。利用者年代では40代が最も多い。

空港利用者の居住地



空港利用者の年代



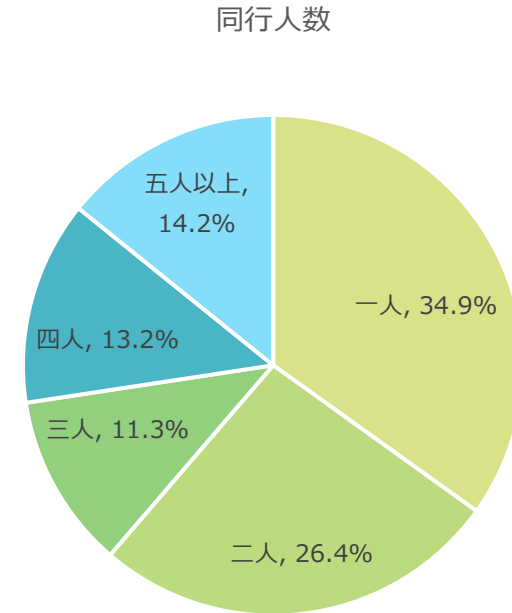
区分	利用人数	構成費
島内	36	34.0%
西之表市	11	10.4%
中種子町	16	15.1%
南種子町	9	8.5%
島外	70	66.0%
鹿児島県	9	8.5%
その他	61	57.5%
合計 (N)	106	100.0%

区分	構成費
10代	0.9%
20代	11.3%
30代	11.3%
40代	31.1%
50代	19.8%
60代	12.3%
70代以上	13.1%
合計	100.0%

島内の移動実態（4/9） - 種子島空港の利用者ニーズ

島外利用者の最も多い目的地は宇宙センター（南種子町）である。前ページの情報と併せると、ビジネス目的での利用が多いと推測される。

	順位	目的地	件数
島内在住者	1	空港（送迎・見送り）	18
	2	鹿児島市内	3
	2	東京都	3
	2	霧島市	3
	5	埼玉県	2
	5	実家	2
	7	空港（予約・変更手続き）	1
	7	静岡県	1
	7	中種子町	1
	7	兵庫県	1
	7	未定	1
島外在住者	1	宇宙センター	21
	2	職場・取引先	16
	3	実家	11
	4	南種子町	9
	5	海（海水浴・サーフィン等）	6
	5	中種子町	6
	7	西之表市	5
	8	観光地巡り	3
	8	種子島全体	3
	10	親類宅	2
	10	鉄砲館	2

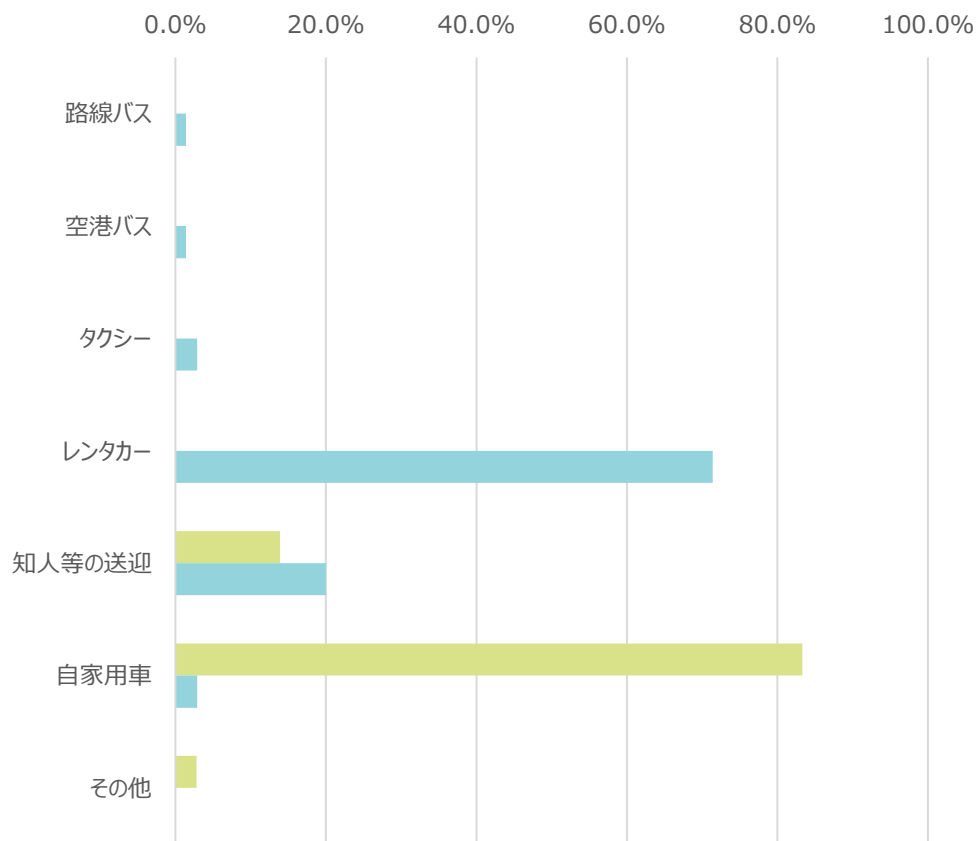
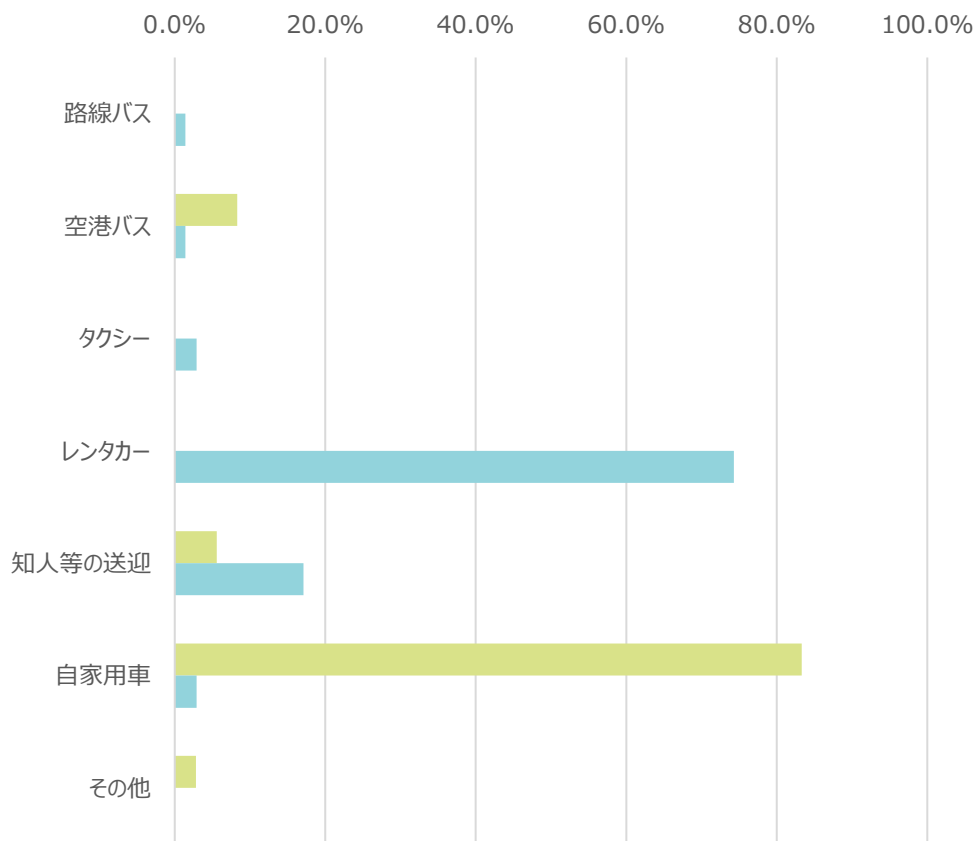


区分	構成費
一人	34.9%
二人	26.4%
三人	11.3%
四人	13.2%
五人以上	14.2%
合計	100.0%

島内在住者は空港利用時、最大83.3%が自家用車を利用している。一方で島外からの来訪者はレンタカーの利用者が最も多い。路線バス・空港バスの利用は限定的である。

空港→島内の目的地までの交通手段

島内の目的地→空港までの交通手段

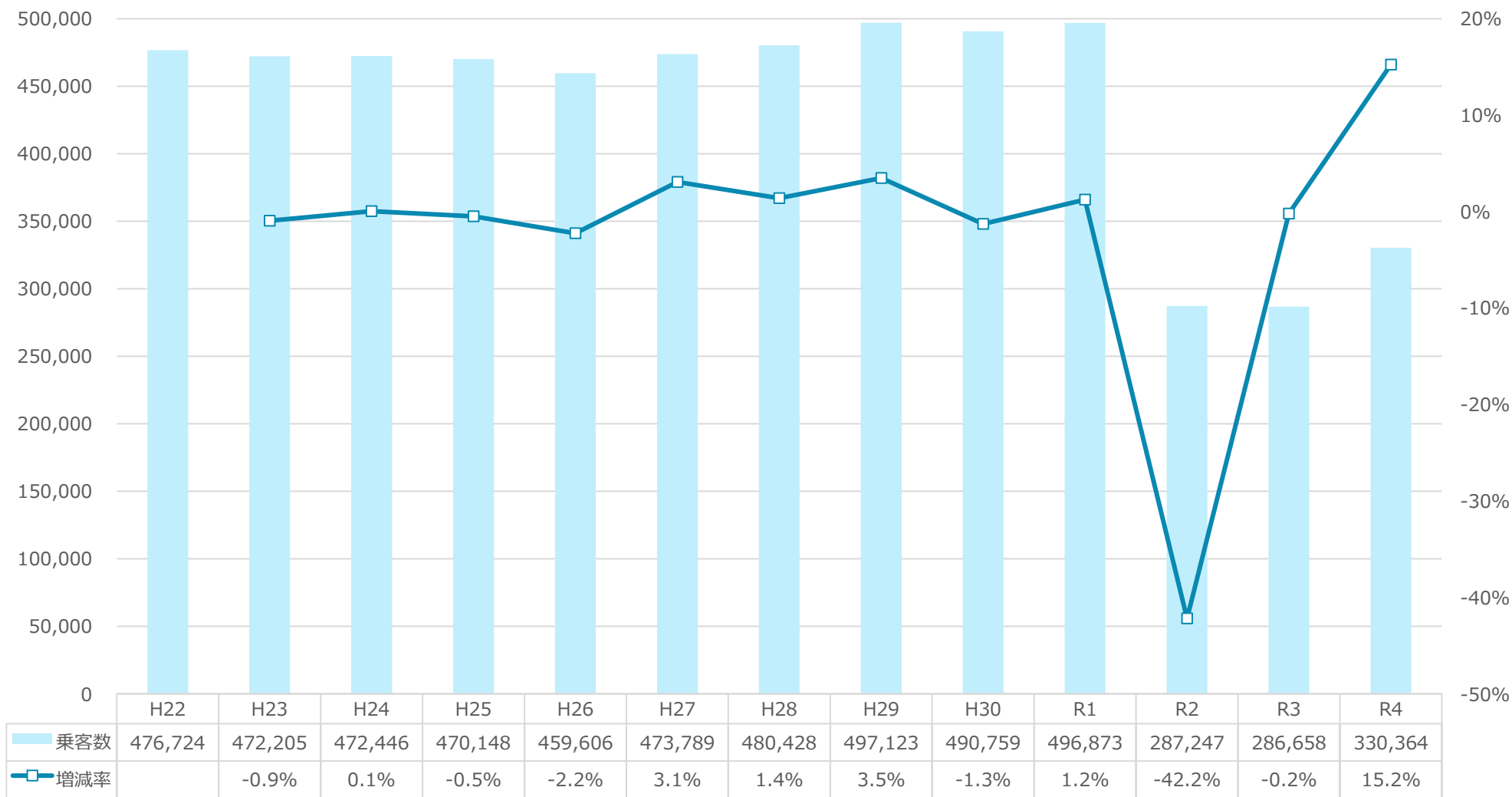


	その他	自家用車	知人等の送迎	レンタカー	タクシー	空港バス	路線バス
島内在住者	2.8%	83.3%	5.6%	0.0%	0.0%	8.3%	0.0%
島外在住者	0.0%	2.9%	17.1%	74.3%	2.9%	1.4%	1.4%

	その他	自家用車	知人等の送迎	レンタカー	タクシー	空港バス	路線バス
島内在住者	2.8%	83.3%	13.9%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
島外在住者	0.0%	2.9%	20.0%	71.4%	2.9%	1.4%	1.4%

西之表港の利用者数はR1までは大きな増減なく450,000人～500,000人の間を推移していたが、新型コロナの影響によりR2に42.2%減まで落ち込んだ。その後は回復傾向にあるが、R4の段階では以前の水準までは戻っていない状況である。

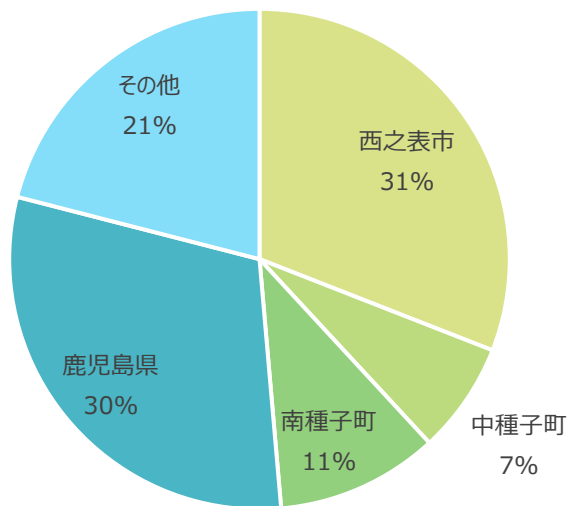
西之表港利用者数の推移



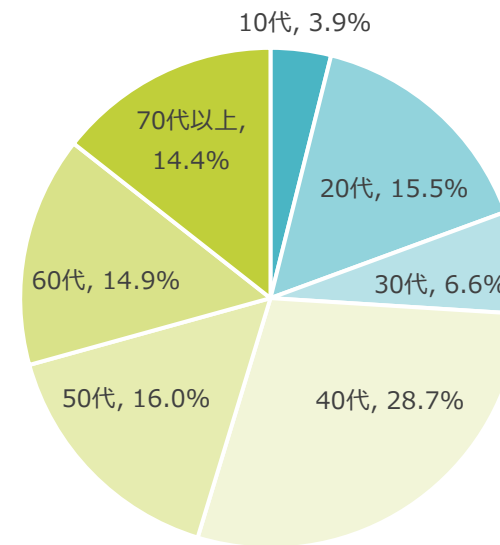
出所：国土交通省「港湾統計」、「空港管理状況報告書」

西之表港利用者のうち、51.4%が島外からの来訪者。空港よりは島内利用者が多い。利用者年代では変わらず40代が最も多い。

西之表港利用者の居住地



西之表港利用者の年代



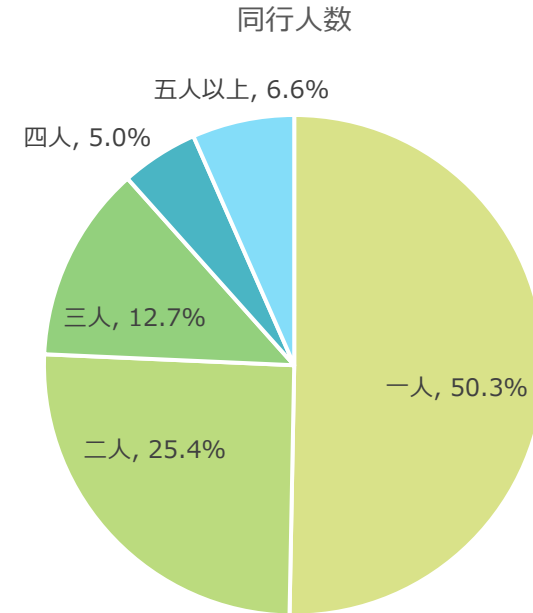
区分	利用人数	構成費
島内	88	48.6%
西之表市	56	30.9%
中種子町	13	7.2%
南種子町	19	10.5%
島外	93	51.4%
鹿児島県	55	30.4%
その他	38	21.0%
合計	181	100.0%

区分	構成費
10代	3.9%
20代	15.5%
30代	6.6%
40代	28.7%
50代	16.0%
60代	14.9%
70代以上	14.4%
合計	100.0%

島内の移動実態（8/9） - 西之表港の利用者ニーズ

西之表港利用者のうち、島内利用者は約半数が鹿児島市内へ訪問している。島外利用者も職場・取引先へ訪問しているが、宇宙センターへの訪問者は空港よりは少なく、それ以外のビジネス用途で活用されているものと考えられる。

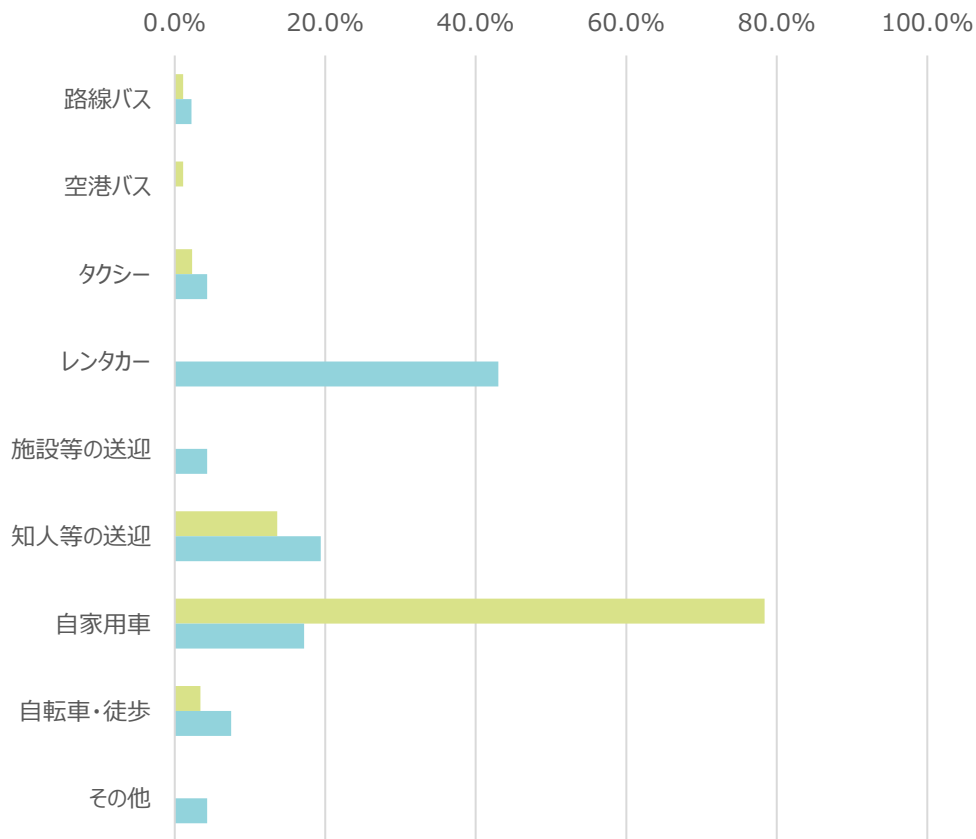
	順位	目的地	件数
島内 在住者	1	鹿児島市内	21
	2	港（送迎・見送り）	15
	3	港（予約・変更などの手続き）	13
	4	鹿児島市内の病院	6
	5	大分県	4
	6	熊本県	3
	6	職場・取引先	3
	8	鹿児島県内周遊	2
	8	鹿児島市内の親戚宅	2
	8	実家	2
島外 在住者	1	職場・取引先	30
	2	実家	11
	3	南種子町	9
	4	中種子町	8
	5	観光地巡り	7
	5	種子島全体	7
	7	西之表市	6
	8	宇宙センター	5
	8	屋久島	5
	10	西之表市民会館	3
	11	海（海水浴・サーフィン等）	2
	11	親戚宅	2



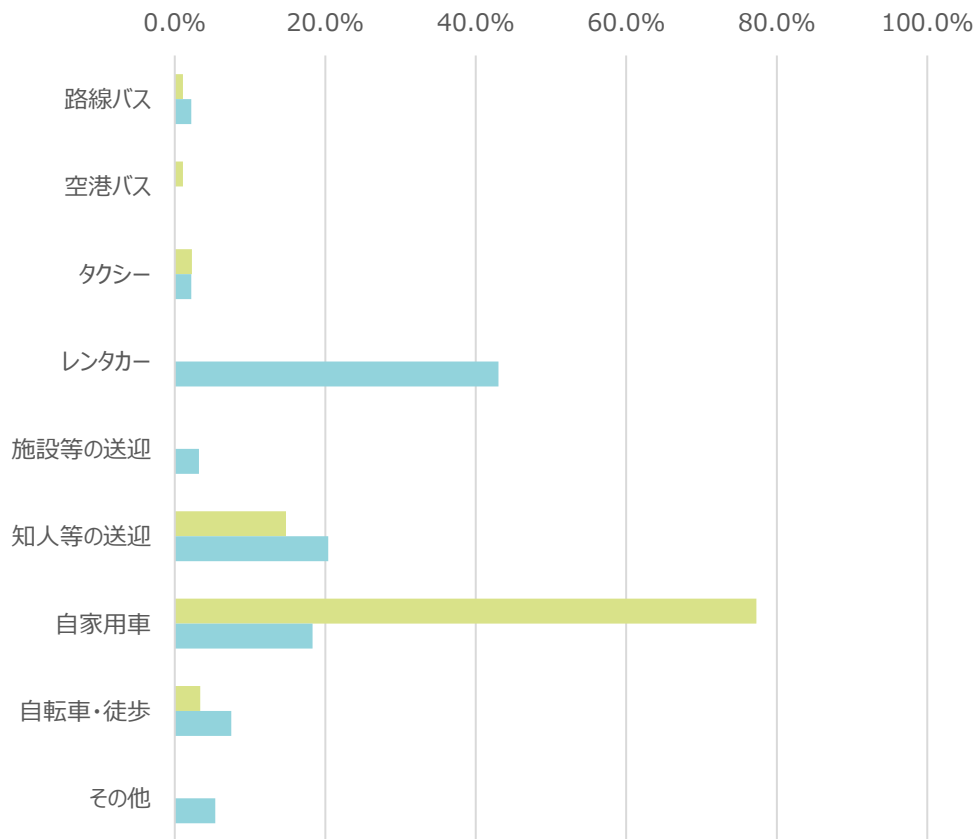
区分	構成費
一人	50.3%
二人	25.4%
三人	12.7%
四人	5.0%
五人以上	6.6%
合計	100.0%

島内在住者は空港利用時、最大78.4%が自家用車を利用している。空港とは異なり自転車・徒歩での利用者層も一定見られる。一方で島外からの来訪者はレンタカーの利用者が最も多い。次いで多いのは知人等の送迎となっている。

西之表港→島内の目的地までの交通手段



島内の目的地→西之表港までの交通手段



	その他	自転車・徒歩	自家用車	知人等の送迎	施設等の送迎	レンタカー	タクシー	空港バス	路線バス
島内在住者	0.0%	3.4%	78.4%	13.6%	0.0%	0.0%	2.3%	1.1%	1.1%
島外在住者	4.3%	7.5%	17.2%	19.4%	4.3%	43.0%	4.3%	0.0%	2.2%

	その他	自転車・徒歩	自家用車	知人等の送迎	施設等の送迎	レンタカー	タクシー	空港バス	路線バス
島内在住者	0.0%	3.4%	77.3%	14.8%	0.0%	0.0%	2.3%	1.1%	1.1%
島外在住者	5.4%	7.5%	18.3%	20.4%	3.2%	43.0%	2.2%	0.0%	2.2%

1-3. 「南種子町観光物産館 トンミー市場」に関する基礎データ

現在のトンミー市場は、種子島の新鮮な野菜・果物の直売コーナーや、お土産品、宇宙グッズや、手芸品などの加工品販売コーナーを設け、種子島にこだわった商品を品揃えしている。



外観



店舗内



売り場



生産者の顔

生産者の顔写真・名前を壁に掲示



農作物カレンダー

どの作物がどの時期に取れるかをカレンダーに可視化したものを壁に掲示

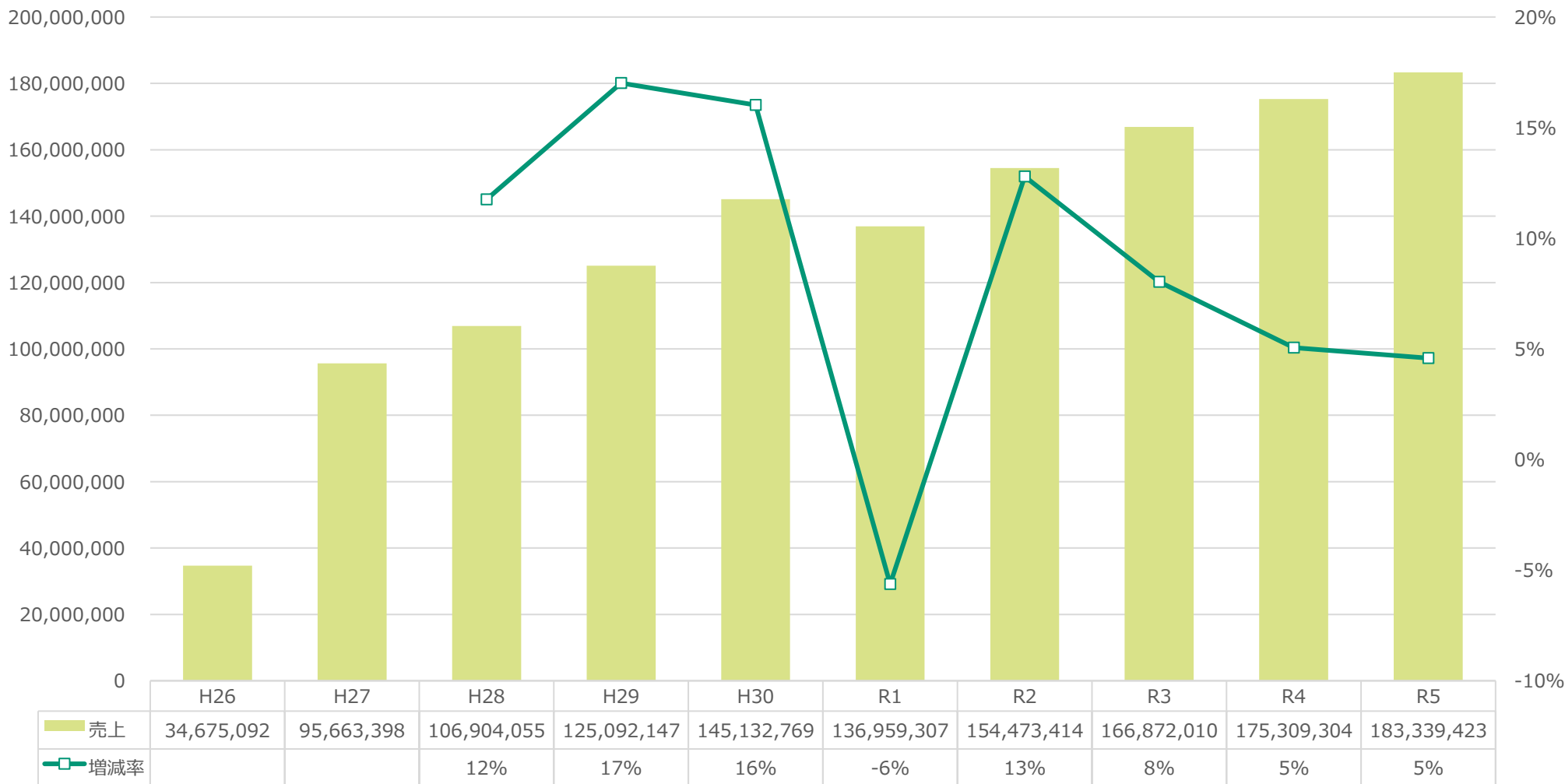


お土産コーナー

宇宙に関連するグッズや、焼酎などのお酒系のお土産などを販売

売上は成長傾向にあり、R5には過去最高となる183,339千円を記録している。一方で成長率はR2以降年々低下してきている状況である。

年間売上推移と増減率



*H26が年度途中でのオープンのため、H27の成長率については算出外とした。

出所：トミー市場データ

トンミー市場の売上構成

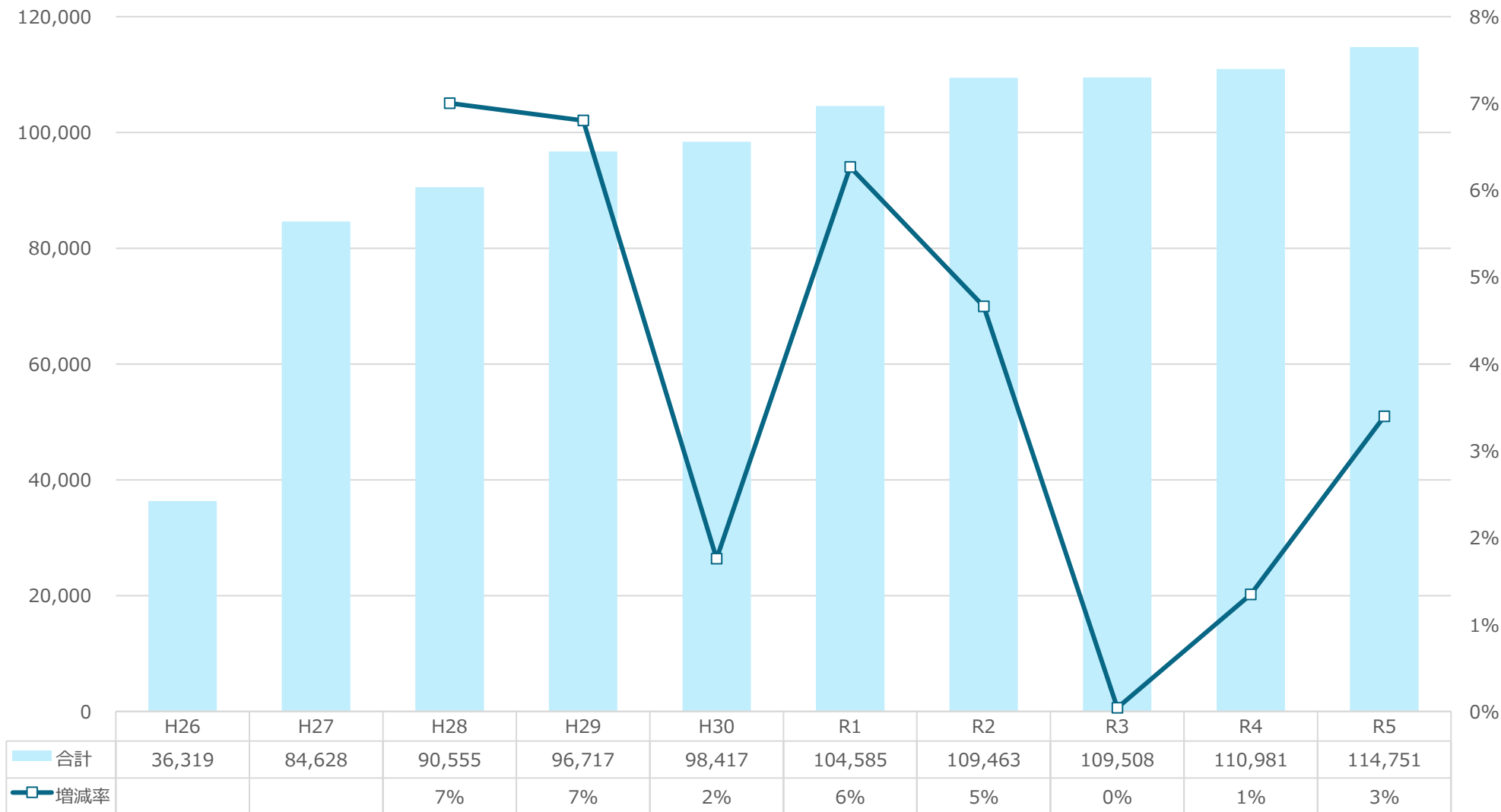
最も売上高が高いのは菓子類で、次いで高いのは土産である。果菜類（＝野菜）が数量としては多いが、単価が安いいため菓子類・土産よりも売上金額としては小さくなっているのではないかと考えられる。

順位	クラス名	数量	金額	構成比	累計構成比
1	菓子類	67546	28,764,458	15.01%	15.01%
2	土産	54159	22,211,267	11.59%	26.61%
3	果菜類	87302	19,378,798	10.11%	36.72%
4	果物	19575	12,306,033	6.42%	43.14%
5	切花	45062	9,334,460	4.87%	48.01%
6	手工芸品	9643	9,101,629	4.75%	52.76%
7	柑橘類	14425	9,098,135	4.75%	57.51%
8	加工品その他	11917	6,383,051	3.33%	60.84%
9	特定林産物	21033	5,860,145	3.06%	63.90%
10	白米	1806	5,092,380	2.66%	66.56%
11	もち	13041	4,643,240	2.42%	68.98%
12	飲料	8865	4,002,244	2.09%	71.07%
13	海産物加工品	3546	3,927,724	2.05%	73.12%
14	団子	10686	3,811,595	1.99%	75.11%
15	葉物類	26259	3,494,283	1.82%	76.94%
16	根菜	17852	3,365,415	1.76%	78.69%
17	調味料類	9415	3,297,734	1.72%	80.41%
18	苗物	19829	3,296,950	1.72%	82.13%
19	加工品	21756	3,128,078	1.63%	83.77%
20	その他	2247	2,694,313	1.41%	85.17%
21	鉢物	6017	2,037,490	1.06%	86.24%
22	ジャム	3767	1,908,440	1.00%	87.23%
23	茎菜類	9951	1,769,345	0.92%	88.16%
24	みそ	2274	1,715,540	0.90%	89.05%
25	パン	7065	1,608,080	0.84%	89.89%
26	お茶	1932	1,534,042	0.80%	90.69%
27	アイス	4334	1,456,374	0.76%	91.45%

順位	クラス名	数量	金額	構成比	累計構成比
28	惣菜	4375	1,449,905	0.76%	92.21%
29	野菜苗もの	10558	1,411,899	0.74%	92.95%
30	宇宙食	2476	1,384,826	0.72%	93.67%
31	素材	3407	1,365,916	0.71%	94.38%
32	漬物類	4569	1,213,170	0.63%	95.01%
33	特産品その他	1140	1,140,813	0.6%	95.61%
34	鮮魚	1701	1,055,607	0.55%	96.16%
35	赤米	1370	1,012,595	0.53%	96.69%
36	穀類	1544	920,270	0.48%	97.17%
37	鶏卵	2844	832,530	0.43%	97.60%
38	もち米	883	808,020	0.42%	98.03%
39	乾物	1756	635,779	0.33%	98.36%
40	その他野菜	2154	414,775	0.22%	98.57%
41	林産物加工品	1003	398,202	0.21%	98.78%
42	文具	723	339,859	0.18%	98.96%
43	椎茸	673	313,450	0.16%	99.12%
44	弁当	549	306,810	0.16%	99.28%
45	黒米	623	260,585	0.14%	99.42%
46	玩具	285	251,521	0.13%	99.55%
47	果実その他	669	237,920	0.12%	99.67%
48	インギー鶏	5	185,500	0.10%	99.77%
49	玄米	312	171,500	0.09%	99.86%
50	佃煮	401	148,120	0.08%	99.94%
51	特定林産物	735	102,660	0.05%	99.99%
52	生花その他	66	9,900	0.01%	100.00%
53	その他	3	5,940	—	100.00%
	合計	546128	191,599,315		

年別来訪者数は、コロナ禍においても大きく減少せず順調に伸びており、R5には過去最高となる114,751人を記録した。増加率はオープン以来昨対100%以上を達成しており、成長している。

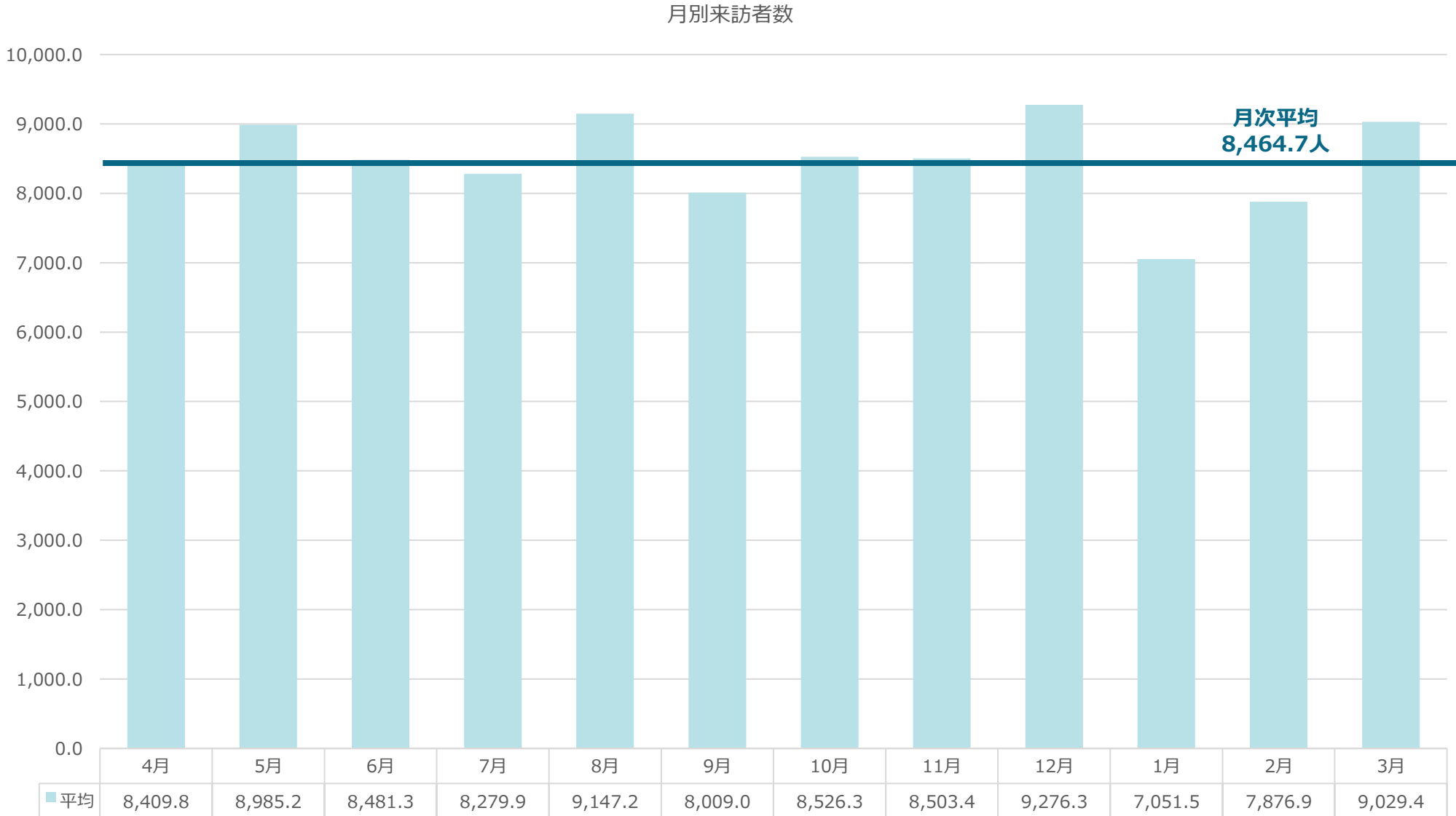
年別来訪者数



出所：トミー市場データ

トンミー市場の月別来訪者数の推移

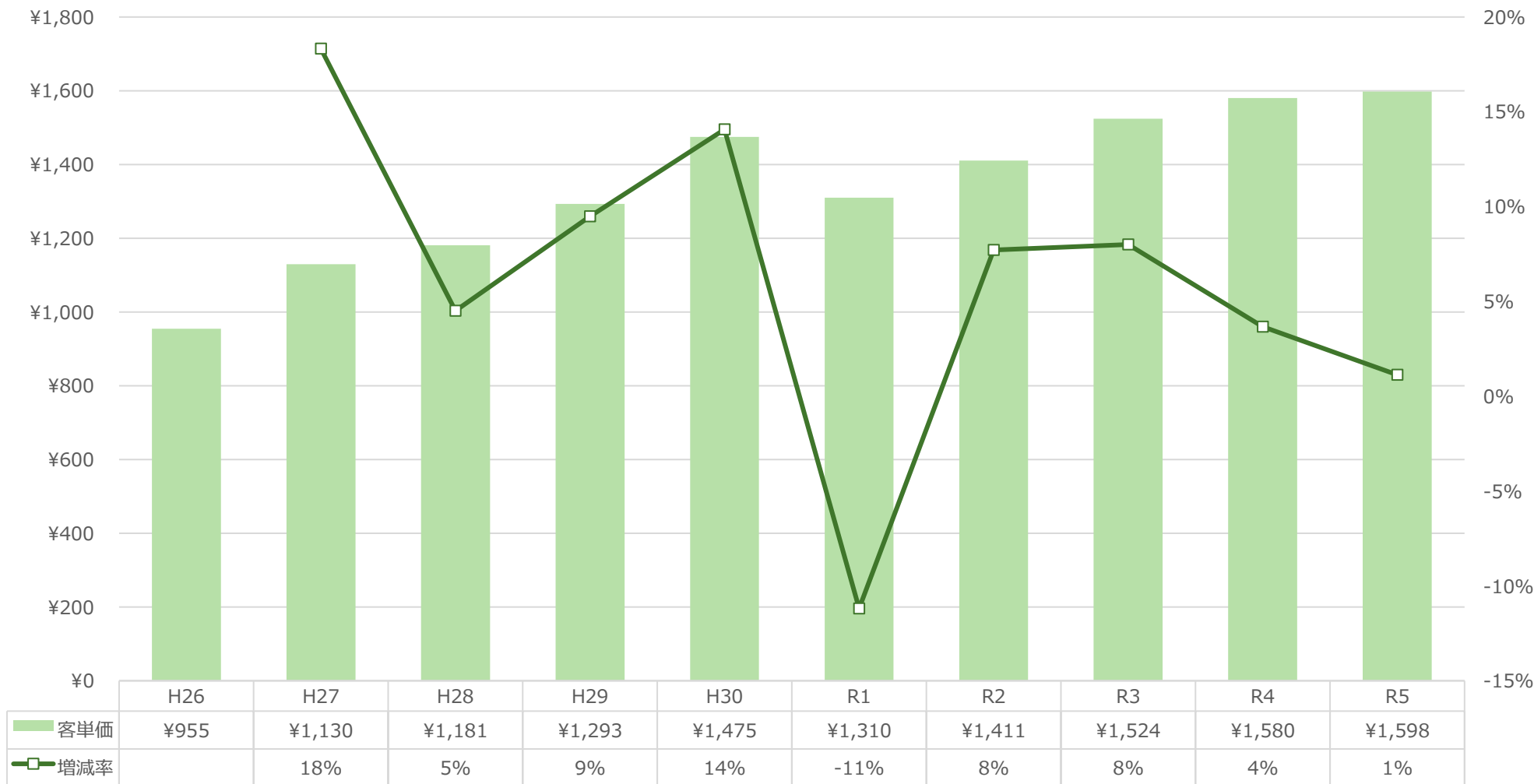
月別来訪者数では、平均が8,467.7人であり、これを上回るのは5月、6月、8月、10月、11月、12月、3月である。連休等で旅行者の増えるシーズンが平均を上回っており、旅行者の来訪者が一定存在するのではないか。



出所：トンミー市場データ

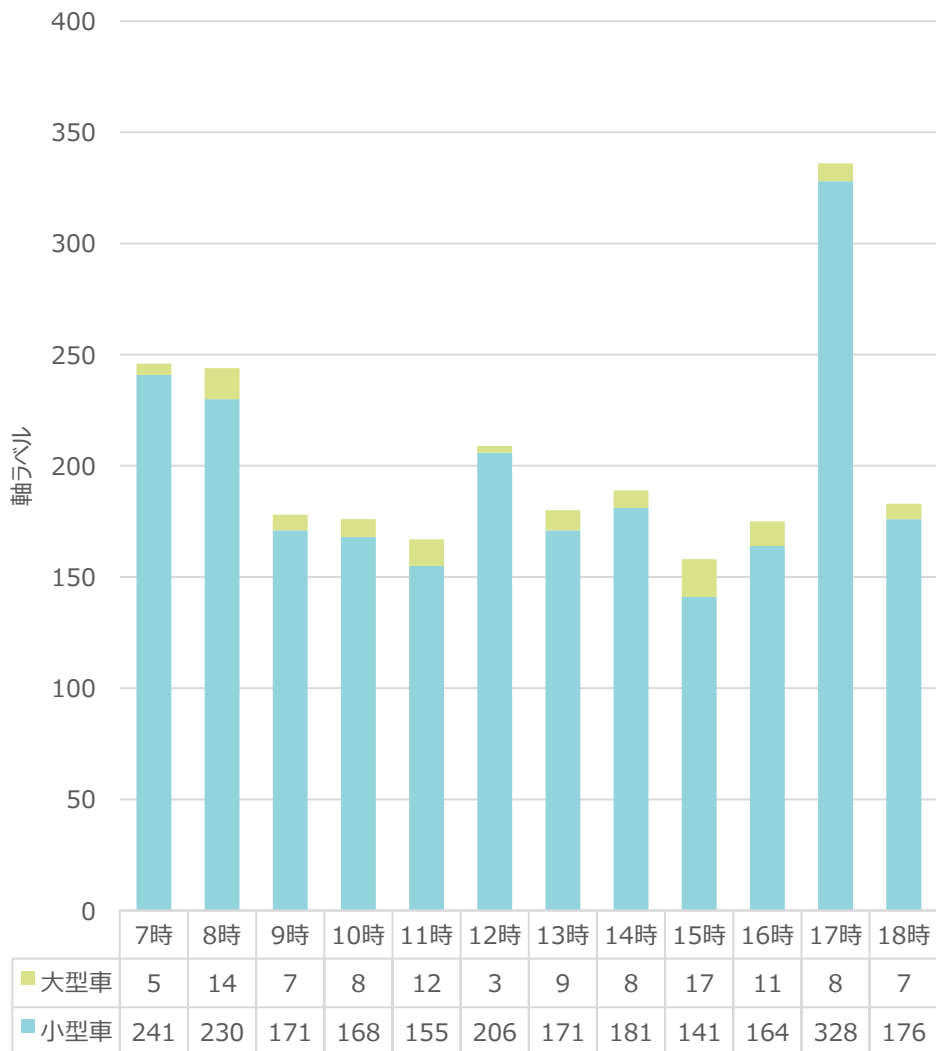
客単価は増加傾向にあり、R5には過去最高となる1,598円を記録している。一方で成長率はR3以降年々低下してきている状況である。

客単価推移と増減率

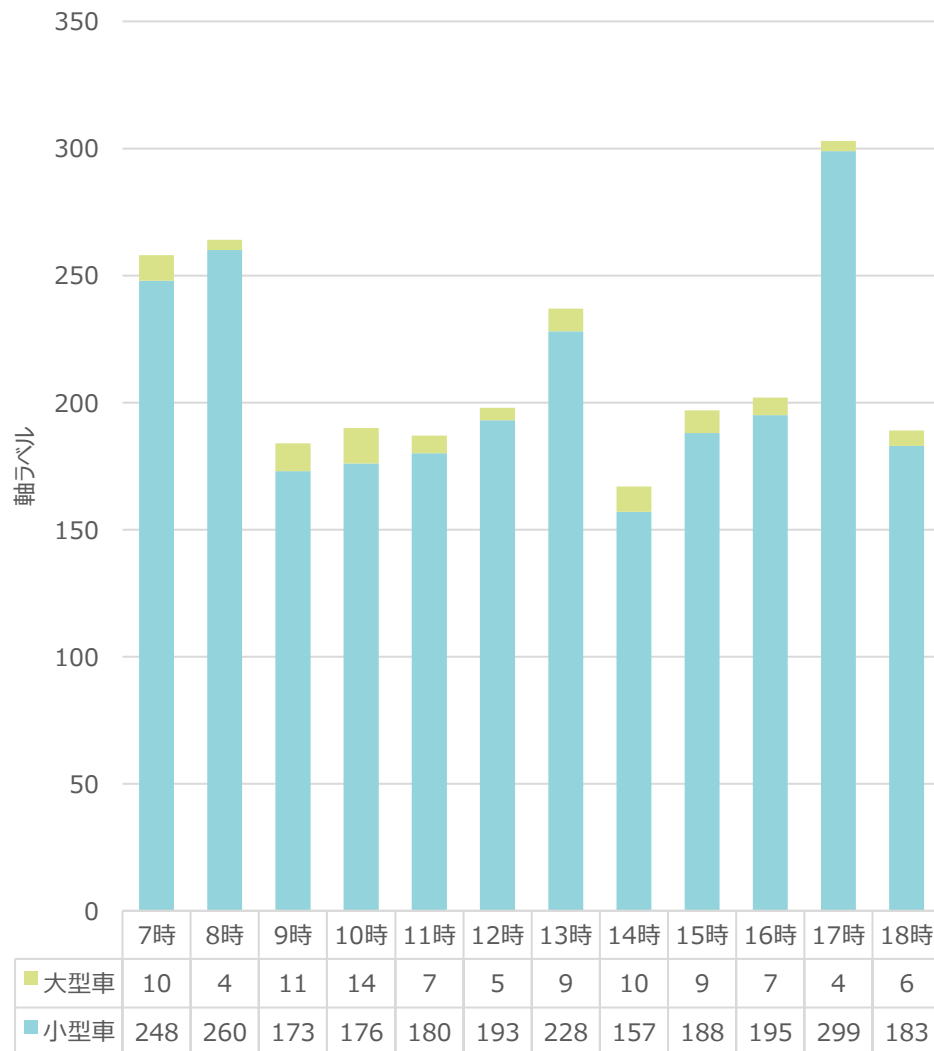


国土交通省の調査を基にすると、トミー市場の付近道路の通行量は以下の通り。昼間時間帯（7時00分～18時59分）の上り・下りを合算すると5,017台が通過している。推計によって出された夜間の1,104台となり、24時間の推計値は6,121台となる。（道路情報は次頁に記載）

自動車での通行者数（上り：市街地→中種子町方面）



自動車での通行者数（下り：中種子町方面→市街地）



出所：国土交通省「令和3年度全国道路・街路交通情勢調査」 令和3年12月1日に計測
 ※実数調査は昼間時間帯のみで夜間帯は推計値であり、時間帯別通行量は開示されていない。

参考：トンミー市場付近の道路通行量

図の中央、黄色線部分が計測対象道路である。中種子町と南種子町の市境が起点のため、市街地から中田根町方面が上り、中種子町方面→市街地が下りの区分となる。



トンミー市場周辺の店舗整理（徒歩10分圏内） - 食

トンミー市場周辺には18件の飲食店があり、不明の2件を除き16件が夜も営業を行っている。ランチタイムについても居酒屋を除き営業されており、「食」のコンテンツはすでに十分に存在するのではないかと考えられる。

No.	系統	店舗名	昼	夜	アクセス	紹介コメント
1	居酒屋	串かつ嶺家	×	○	徒歩3分	サクサク絶妙な揚げ加減。季節によって異なる味わいを楽しめる。
2	居酒屋	豊爺	×	○	徒歩6分	幅広いメニューを楽しめる居酒屋。テイクアウトメニューにて夜弁当も用意されている。
3	居酒屋	波	×	○	徒歩8分	上質な鹿児島黒牛の焼肉と、豊富な居酒屋グルメを楽しめる。
4	居酒屋	種子島南種子町拓美の台所	-	-	徒歩9分	お安くおいしい手作りのお惣菜をいただくならこちらのお店。
5	居酒屋	居酒屋七福	×	○	徒歩9分	豊富なメニューに美味しいお酒が揃い、遅くまで開いている。メにはナポリタンを堪能できる。
6	居酒屋	居酒屋みなと	×	○	徒歩10分	新鮮な魚介を食せるお店。刺身盛りのテイクアウトも受け付けています。
7	居酒屋	金太郎	×	○	徒歩7分	種子島の旬な食材を使った料理が楽しめるお店。
8	居酒屋	なべ割	×	○	徒歩7分	新鮮な地魚を食わせるお店。四季折々の魚料理が楽しめる。
9	レストラン	ふる里	○	○	徒歩8分	島魚が食べられるお店。 種子島近海で水揚げされたトビウオを使った釜飯が裏メニューとして、観光客に密かな人気。
10	レストラン	黒潮	○	○	徒歩9分	種子島の旬な食材を使った料理を、ゆっくり味わえる和食処。
11	定食	美の吉食堂	○	○	徒歩2分	定食、丼もの、麺類など豊富なメニューが揃う。南種子町の特産品、インギー鳥が好評。
12	定食	大関	○	○	徒歩8分	人気メニューは唐揚げ定食とラーメン。エビフライや秘伝のたれが自慢の焼肉定食もおすすめ。
13	日本食	和風レストラン 田園	○	○	徒歩4分	昼は日替わり定食、夜は地元の食事を楽しめる和食とお酒。種子島を食し、くつろげるお店。
14	焼肉	焼肉ソウルキッチン南種子本店	×	○	徒歩7分	「とびきりの味を安心価格で」をモットーに、本当においしい焼肉を提供。
15	寿司	八作	×	○	徒歩7分	おいしい和食がいただける、種子島の食材を利用した、種子島を感じられるお店。
16	海鮮	一条	×	○	徒歩7分	島の豊かさを感じられる、種子島の食材と焼酎を堪能できる。
17	お好み焼き	広島風お好み焼き 安兵衛 本店	○	○	徒歩7分	「本物」をひたむきに追い求め、熱き鉄板の上で広島の味を提供する。
18	バー	Bar·isola	-	-	徒歩6分	リーズナブルにおしゃれな空間を楽しめる。

※昼・夜は各時間帯の営業状態を示している、○=営業している、×=営業していない、-=不明（Googlemapに情報不掲載）、アクセスはトンミー市場からの所要時間を記載
出所：Googlemap掲載情報（コメントは公式HPやクチコミサイトの情報を基に作成した。）

トンミー市場周辺の店舗整理（徒歩10分圏内） - 小売

トンミー市場周辺には7件の小売店が存在する。オープン時間は店によって異なるが、朝から夜までやっているお店も多く、24H営業のファミリーマートも存在する。お土産取扱等では、アイショップ 南種子 天空のパラダイス店がWEB記事等では取り上げられている。

No.	系統	店舗名	開店	閉店	アクセス	紹介コメント
1	コンビニ	アイショップ 上中古市酒店	7:00	23:00	徒歩5分	パン、和菓子、洋菓子を中心に、季節の商品が揃う。
2	コンビニ	ファミリーマート 南種子店	24:00	24:00	徒歩5分	近隣で唯一の24H営業店。
3	コンビニ	アイショップ 南種子 天空のパラダイス店	9:00	18:30	徒歩9分	食材・惣菜のほか、お土産が豊富。
4	スーパー	まつやまストアー	7:00	20:00	徒歩6分	野菜類から総菜、土産品など幅広い商品が揃う。
5	スーパー	Aコープ南種子店	9:00	19:30	車2分 (徒歩12分)	県内産にこだわった地産地消、安心安全な品揃え。地元漁港の自慢の味を直送。
6	酒店	浜崎商店	7:00	23:00	徒歩7分	地元の商品、お土産、焼酎などを取り扱う地域密着型商店。
7	精肉店	肉のひやみず	-	-	徒歩7分	肉の専門店。ハンバーグがおすすめ。
8	ドラッグ ストア	ドラッグストアモリ 中種子店	9:00	23:00	車20分	南種子町から最も近いドラッグストア、中種子町の中心部に4箇所集中する形で立地している。
9	ドラッグ ストア	ドラッグストア マツモトキヨシ 中種子店	9:00	22:00	車20分	南種子町から最も近いドラッグストア、中種子町の中心部に4箇所集中する形で立地している。
10	ドラッグ ストア	ドラッグイレブン 中種子店	9:00	21:00	車20分	南種子町から最も近いドラッグストア、中種子町の中心部に4箇所集中する形で立地している。
11	ドラッグ ストア	ドラッグストアコスモス 中種子店	9:00	20:00	車20分	南種子町から最も近いドラッグストア、中種子町の中心部に4箇所集中する形で立地している。

※開店・閉店はそれぞれの時間を気合いつている、-=不明（Googlemapに情報不掲載）、アクセスはトンミー市場からの所要時間を記載
出所：Googlemap掲載情報紹介（コメントは公式HPやクチコミサイトの情報を基に作成した。）

トンミー市場周辺の店舗整理（市街地中心地） - 宿泊

トンミー市場周辺の上中地区には、24件の宿泊施設が存在する。民宿・リゾートホテル・ビジネスホテル・グランピングなど様々なタイプの宿泊施設があり、概ね車で10分以内の場所にあり、トンミー市場周辺に集中していることがわかる。

地区	No.	店舗名	客室数	収容人数	アクセス	紹介コメント
上中地区	1	うみの旅館	26	26	徒歩8分	
	2	えびす温泉館	22	30	徒歩7分	全室温泉、美肌の湯が楽しめる宿。
	3	わたり温泉館	18	20	車5分	
	4	ゲストハウス 咲来	4	8	車3分	WiFi完備、ミネラルウォーター、ランドリーサービスあり。
	5	ゲストハウスこうわ	6	6	車4分	素泊まりのみの簡易宿泊所。
	6	ビジネスホテル サンライズ	20	22	徒歩7分	清潔をモットーに温かみのあるくつろげる宿。
	7	ビジネスイン ながた	18	20	車4分	
	8	ビジネスホテル 美の吉	35	37	徒歩3分	素朴な島の良さを感じられる小さな旅館。
	9	ビジネスホテルゆり	14	22	徒歩6分	
	10	ビジネスホテルロック・フィールド	13	13	車2分	
	11	ホテル サンダルウッド	13	26	車5分	美しい波と南国の景色、島のごちそうを堪能できる。
	12	ホテル サンパール	38	42	車3分	
	13	民宿 はらだ	4	10	徒歩6分	
	14	民宿 友悠（ゆうゆう）	5	15	車3分	島のお酒を楽しみながら、オーナーと島の旅について語らえる。
	15	種子島簡易民宿 tommalow	7	11	車3分	アットホームな宿。夜はバーベキューもできる。
	16	旅館いわつぼ	22	22	車2分	
	17	旅館 きく	61	61	車2分	
	18	旅館 高島荘	8	10	徒歩7分	
	19	旅館 わかさ荘	15	15	徒歩9分	
	20	旅荘 おおぞら	12	12	車3分	
	21	門倉亭 南荘	34	50	徒歩5分	中心市街地に位置する利便性の良い宿。

アクセスはトンミー市場からの所要時間を記載、10分以内は徒歩で、10分以上は車での時間で記載した。
出所：南種子町HP、紹介コメントは公式HPやクチコミサイトの情報を基に作成した。（空欄は情報不足）

トンミー市場周辺の店舗整理（荃永地区（宇宙センター付近）） - 宿泊

上中地区以外の4地区には15件の宿泊施設があり、上中地区周辺の宿泊施設と同様、民宿・リゾートホテル・ビジネスホテル・グランピングなど様々なタイプの宿泊施設である。概ね車で15分前後の場所にあり、トンミー市場への訪問に関しては良いことがわかる。

地区	No.	店舗名	客室数	収容人数	アクセス	紹介コメント
上中地区	22	種子島の宿SPACE TIME	10	10	車5分	
	23	ホテル かすみ荘	42	45	車5分	
	24	種子島グランピングリゾート	5	21	車8分	ドームテント3（5人／1室） コンテナホテル2（3人／1室）
荃永地区	25	サニースポット	7	15	車10分	
	26	種子島いわさきホテル	57	123	車12分	温泉、食事、広い庭園、贅沢な時間を満喫できる。
	27	民宿 しまさき	16	20	車11分	
	28	柳田旅館	10	10	車9分	
	29	リゾートイン竹崎	22	54	車12分	歩いて海まで2分、抜群のサーフィンスポットが目の前に。
	30	ロッジセルフイッシュ	6	6	車12分	
平山地区	31	島宿HOPE	14	38	車14分	マングローブ自生林目の前にある民宿。
	32	湯治宿 恵美之湯	4	10	車18分	海辺の高台を独り占め、のんびり海を眺める贅沢な時間が過ごせる。
	33	はまゆう荘	10	10	車15分	
島間地区	34	船川民宿	15	17	車12分	
	35	民宿いとう	5	10	車11分	
	36	種子島のゲストハウス 小山ん家	2	8	車18分	
	37	アイランドファーム ゲストハウス	1	4	車13分	1棟貸しのゲストハウス。
西之地区	38	種子島民宿はびすま	4	13	車13分	
	39	The Beach club SANDAL WOOD	1	4	車14分	

アクセスはトンミー市場からの所要時間を記載、10分以内は徒歩で、10分以上は車での時間で記載した。
出所：南種子町HP、紹介コメントは公式HPやクチコミサイトの情報を基に作成した。（空欄は情報不足）

1-4. 道の駅設立に向けた地元事業者ニーズ（ヒアリング結果）

ヒアリング結果

役場・観光協会・トンミー市場・宿に対して、①地域・経営の現状・課題（不足データ含む）、②道の駅を設立する上での想いや理想、③活用可能な町の資源についてヒアリングを行いたい。特に事業計画を立てる上で重要になる指標についても確認を行う。

ヒアリング先	ヒアリング日時	実施方法	対応者
1.南種子町役場	2024年9月30日（月） 15：00～	対面	担当課職員
2.種子島観光協会	2024年9月30日（月） 13：00～	対面	協会職員
3.種子島サン・レンタカー	2024年9月30日（月） 16：00～	対面	事業代表者
4. 種子島いわさきホテル	2024年10月1日（火） 11：00～	対面	ホテル管理職員
5. 株式会社HOPE	2024年10月1日（火） 10：00～	対面	事業代表者
6.南種子町商工会	2024年10月1日（火） 14：00～	対面	商工会職員
7.株式会社GLOBAL THINK	2024年10月1日（火） 13：00～	対面	事業管理職員
8.観光物産館「トンミー市場」	2024年12月2日（月） 13：00～	対面	運営管理職員

ヒアリング結果 - トンミー市場 (1/1)

トンミー市場へヒアリングを行った。

トンミー市場の現状の経営状況は良好であり、道の駅にするにあたり運営機能の拡大についてのコメントが得られた。

カテゴリ		質問と回答
現状	売上	Q. 現在の売上の状況について教えていただきたい。
		・ 現状今期は約2億円の売上見込み（内ふるさと納税1000万円）だが、年々売上も単価も上がっている。
	コスト	Q. 生産者手数料および人員体制について教えていただきたい。
		・ 手数料は、野菜11%、お菓子16%、（町外は+10%）を徴収している。
		・ 直売所なので、農家にはAコープより安くという話はしている。
		・ 生産者数は、全体で800以上だが、700が南種子町となっている。
	・ 人員体制は、全体で6人（2名は社員、パート4名）で、1日3-4名の体制で勤務している。（12/31-1/3までは市場が休み）	
	来訪客層	Q. 現在の来訪客層について教えていただきたい。
・ 全体年間約12万人のうち、町外客・観光客3割、地元客7割。 ・ 時間帯別の特徴としては、8時半に店舗営業がスタートし、午前中は地元客の仕入れ・買い物目的での来訪が多い。午後は観光・ビジネス客が来訪する。 ・ 観光客は、昔はマイクロバスでの来訪も多かったが、近年は減ってきている。少人数のレンタカー、バスは年配、若い方が多い（サーフィン）		
購買品	Q. 観光客の購買品について教えていただきたい。	
	・ 観光・ビジネス客の購入物の特徴として、お土産は宇宙商品・個包装系の購入が目立つ。年配者は野菜も買うケースが多い。 ・ お中元・お歳暮は2年目で力を入れて伸びた。	
トンミー市場の課題	Q.現状の課題や道の駅への展開に向けて期待することについて教えていただきたい。	
	<ul style="list-style-type: none"> ・ 売上は伸びているものの、現状のキャパシティを考えるとそろそろ頭打ち。改修にあたっては売り場が手狭なので広げたい。 ・ 地元客の声として、一か所で買い物を済ませたいという声もある。（牛乳・豆腐とか） ・ 鮮魚がほしいと言われる／漁協を通さないといけないので扱いにくい。天空のパラダイスと連携して魚部門だけうまく売っていくことはあり。 ・ 役場主体の事業で、商工会の絡みもあって、直営の飲食店は出さずらい。商工会の方が出店する場みたいにしてほしい。 ・ 車が多いわけではないので、直売を中心にしつつ、レクリエーション機能はほしい ・ 単独のイベント関係は8月の第一土曜に新米イベントはやっているがほかはない。集客力がない。 	

ヒアリング結果 - 南種子町役場 (1/2)

南種子町役場へヒアリングを行った。

トンミー市場の現状の経営状況は良好であり、道の駅にするにあたり運営機能の拡大についてのコメントが得られた。

カテゴリ	質問と回答
南種子町の現状と課題	<p>Q.ふるさと納税とトンミー市場の状況を教えてください。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 直近1年の売り上げは1.4億円で、トンミー市場の純粋な売上である。 <ul style="list-style-type: none"> ・ 一日売上平均50-60万円で、ロケット打ち上げがある際には100万円くらいまで売り上げが伸びる。 ・ ふるさと納税は4000万円で返礼品1/3で1200万円が売上となっている。 ・ 客層として、地元客が多く、次いで飲食店の顧客が多い。 <ul style="list-style-type: none"> ・ 観光客の動きとしてトンミーでは宇宙グッズに買っていく人が多い。宇宙商品は東京の会社だが販売元は南種子。 ・ 種子島のお土産と言えば、安納芋を購入することが多い。他にもポンカン、たんかん、パッションフルーツなどが有名。 ・ そのままお土産を発送してしまうニーズもある。 ・ ビジネスモデルとしては委託販売としている。 <ul style="list-style-type: none"> ・ 手数料は町内農家・事業者は16%、町外農家・事業者では20%と設定している。
道の駅になった場合の期待・要望	<p>Q.道の駅でどんな地域課題を解決したいか、その想いについて</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 町の方針として、出荷、地域商社、観光協会、はまとめても良いと考えている。(いろんな機能をもった組織と運営してはどうか) ・ トンミー市場の経営・運営権を公社から切り離すことは問題ない。
	<p>Q.トンミー市場の現在の経営評価について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 400-500万円くらいは毎年黒字。 <ul style="list-style-type: none"> ・ 今年で建設10周年であと2年で借金が終わる予定で12年償還。償還金を考えると若干赤字になっている。 ・ 人件費は年間1500万円程度(契約2名、パート4名)。
	<p>Q.参考にしている観光施設や道の駅、参考機能について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 道の駅たるみずはまびら たるたるばあく(鹿児島県垂水市)、道の駅いぶすき(鹿児島県指宿市)はモデルとして参考にしたい。 ・ 機能・コンテンツとして <ul style="list-style-type: none"> ・ 儲かる農業として有機栽培に挑戦しており、学校給食にも取り入れている。 <ul style="list-style-type: none"> ・ 今後トンミーで有機コーナーも設けるようにする予定。 ・ 飲食機能について <ul style="list-style-type: none"> ・ 周辺地域との競合も考えている ・ トンミー市場ではうどんとソフトクリームの提供を検討していた。 ・ 宿泊機能について <ul style="list-style-type: none"> ・ 町役場ではホテル誘致をしているが、ホテルデベロッパーや投資家は稼働率が心配で出資・投資せず、有力候補は現状現れていない。 ・ しかし、南種子は宇宙関連企業がたくさんくるので、ホテルは儲かるはずだと考えられる。 ・ シングルで40-50室を想定。(70-80%は必要) ・ 活動拠点の場として機能が欲しい

ヒアリング結果 - 南種子町役場 (2/2)

ヒアリング結果は以下の通り。

カテゴリ	質問と回答
地域で活用できるリソース	<p>Q. 町としての投資予算規模はどれくらいの金額を想定しているか</p> <ul style="list-style-type: none"> 2/3補助の補助金の活用を想定している。予算規模は全く考えていない。
その他	<p>Q. 旅行者に関する統計データについて</p> <ul style="list-style-type: none"> ロケット打ち上げの体験型の取り組みを進めている。 宇宙科学館？を南種子の入込客数としてみている。
	<p>Q. 南種子町の産業構造について</p> <ul style="list-style-type: none"> 農業の「花卉」が多い理由は、レザーリーフを花屋さんに出荷しているため。

ヒアリング結果 – 種子島観光協会 (1/2)

種子島観光協会へヒアリングを行った。

来訪者層別の近年の傾向について確認できたほか、消費傾向などが明らかになった。

カテゴリ	質問と回答
南種子町の現状と課題	<p>Q.現在の種子島全体・南種子町の来訪者層について</p> <p><属性について></p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 種子島への来訪目的としては、「観光」よりも馬毛島の自衛隊施設整備の「工事」の割合が今は多い。 ・ 観光目的の来訪者は、近年、来訪者層が変化したように感じる。 <ul style="list-style-type: none"> ・ 今までは「家族連れ」や「サーファー」が多かったが、近年は「バックパッカー」が増えた。 ・ 個人の場合は11時45分到着の方が最近増えた（前は満席ではなかったが最近満席が多い）。 ・ 南種子町の「種子島いわさきホテル」や中種子町の「自然レクリエーション村（キャンプ場）」に泊る方が増えてきている。 ・ 修学旅行も観光協会としては約40校程度把握しているが、「宿泊」から「日帰り」に変化している。 <ul style="list-style-type: none"> ・ 日帰りの場合は、朝9時5分に種子島に到着して、その日のうちに屋久島へ行くか、逆のルートの場合もある（屋久島-種子島の周遊）。 ・ 宿泊の場合は、15時くらいに来訪する団体が多い（主に広島が6-7割で、新潟も少々）。 ・ 民泊での受け入れは毎年1校が12月に来る。受け入れキャパはそれが限界。 ・ 修学旅行の体験に関しては「ペットボトルロケット」、「ミュージアムでの体験」などが多い。 ・ SSH（スーパーサイエンスハイスクール）の学校が多くて、自然体験は屋久島、学習要素で種子島（民泊）というケースが目立つ。 ・ マリンスポーツ客では関東・関西からの来訪の問い合わせが多い。 <ul style="list-style-type: none"> ・ マリンスポーツ客はバイトなどをしながら長い人は1週間くらいいる。 <p><観光施設について></p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 来訪スポットとしては、「JAXA」、「千座の岩屋」、「トンミー市場」などの南種子町の施設を案内することが多い。 <ul style="list-style-type: none"> ・ クルーズ船のつぼん丸が来た時も大型バスを送りやすい環境にあることから「トンミー市場」を案内した。
	<p>Q.来訪者層別の消費傾向について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ マリンスポーツでの来訪者は滞在時において比較的に消費額が少ないものの長期滞在の傾向にある。 ・ 歴史関係での来訪者は滞在時において比較的に消費額が多い傾向にある。
	<p>Q.繁忙期と閑散期について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 観光要素だと夏が多く、秋は修学旅行か工事客。 ・ 2月はロケット関連の来訪者が多い
	<p>Q.現在の観光PR・マーケティングについて</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ SNSでの誘致はあまり効果ない。が南種子の花火。 ・ アクティビティの一覧は作って、事前予約を進めるようにしている。

ヒアリング結果 – 種子島観光協会 (2/2)

道の駅への期待として、具体的な店舗・コンテンツイメージについてのコメントが得られた。

カテゴリ	質問と回答
道の駅になった場合の期待・要望	<p>Q.観光協会としての道の駅への期待について</p> <ul style="list-style-type: none"> 現在のトンミー市場では程度観光客の要望には応えられている。
	<p>Q.道の駅の設備・経営に関して希望の声があるか</p> <ul style="list-style-type: none"> 「買う」コンテンツでは、南種子町にドラッグストアがないので、求められる。 「遊ぶ」コンテンツでは娯楽施設への要望が地元からは多い。 誰もが知っているような有名企業の店舗があると集客力につながるのではないか。（例えばユニクロのような施設）
	<p>Q. 観光協会として関わり方の希望について</p> <ul style="list-style-type: none"> 現在の観光協会の会員数は約200件で会費は事業者により異なる、どのように関わるか検討したい。
地域で活用できるリソース	<p>Q.最新の観光地の情報について</p> <ul style="list-style-type: none"> 近くに温泉とかもあるのでついに行きやすいし、野菜も安く買えるため地元の方はトンミーにも結構行く。 喫茶店は南種子にはあまりないが、中種子のカフェバーデンさんは人気。

ヒアリング結果 – 宿泊施設（1/2）

宿泊施設では、岩崎ホテル、HOPEへヒアリングを行った。

宿泊客の動向および種子島の交通アクセスに関する課題の声が聞けた。

カテゴリ	質問と回答
南種子町の 現状と課題	<p><u>Q.宿泊者（利用者）層について</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • JAXA関係で技術者も長期滞在する方もいる。（岩崎ホテル） • 関東の人は種子島は1-2泊で屋久島はもう少し長い。（岩崎ホテル） • インバウンドについては欧米が多く、種子島→屋久島というコースで回る方が多い。（岩崎ホテル） • 宇宙関係に関心のある方は延泊も考えられるが、それ以外の観光客では現状厳しいのではないか。（岩崎ホテル） <ul style="list-style-type: none"> • 楽しめるアクティビティの開発が必要ではないか（岩崎ホテル） • 現状ホテル専用のアクティビティはなく、業者をお願いしている。（岩崎ホテル）
	<p><u>Q.宿泊者の宿泊前後での動きの傾向について</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • 観光目的の方はレンタカーでトンミー市場含めて周遊している。（岩崎ホテル） • あとはサーフィン客が1週間くらい滞在する。最近はサーフィン&ゴルフという楽しみ方も。（岩崎ホテル）
	<p><u>Q.宿泊者の食事について</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • 個人のお客様は地元の飲食店で地元のもの食べる方が多い。団体客は事前に朝・夕食もあわせて予約されるケースもある。（岩崎ホテル）
	<p><u>Q.観光関連事業者について</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • 商工会はいまいい感じで世代交代が進み、様々な取り組み推進もできてきている。（HOPE）
	<p><u>Q.その他の課題</u></p> <p><アクセスに関する課題></p> <ul style="list-style-type: none"> • 日・祝日は路線バスがないので、困る。（岩崎ホテル） • 二次交通の課題として、今の若い人は車の免許がない人も多く、種子島が選ばれにくい環境にはなっていると思う。（HOPE） <ul style="list-style-type: none"> • ヒッチハイクをしている人も非常に多い。（HOPE）

ヒアリング結果 – 宿泊施設（2/2）

道の駅になった場合の期待としては、地域の中心拠点としての発展や、移住・定住を見越した挑戦の場を目指してはどうかとのコメントが得られた。

カテゴリ	質問と回答
道の駅になった場合の期待・要望	Q.道の駅になることで期待する相乗効果について
	<ul style="list-style-type: none"> ・ 団体観光バスはトンミーに寄ってもらうようにしている。（岩崎ホテル） ・ 観光客、地元客だけでなく、もっと広い意味で色んな人がくる場所にしていくと面白いのではないか。（HOPE） <ul style="list-style-type: none"> ・ 観光客や移住者を伸ばすために、種子島は住む場所を用意すべき。（HOPE） ・ ライドシェアなども推進して、特区としてでもどんどん推進していくべき。宇宙への取り組みとしても先端を進む意味でイメージ付けしやすい。（HOPE） ・ トンミーでフードコートの形であれば、家賃コストも下がって、事業者も参画しやすいのではないか。（HOPE） <ul style="list-style-type: none"> ・ 成功体験を作る場所／チャレンジできる体験があつまる場所／経営支援塾などを開催してはどうか（HOPE） ・ 成功モデルを作ることで定住に繋がるため、移住者を呼び込んでどうか（HOPE） ・ 町には空き家自体はある一方で土地の持ち主が手放さないのが実情。（HOPE）
	Q.魅力ある拠点作りについて
	<ul style="list-style-type: none"> ・ トンミー市場にはホテル食材の仕入れに行ったりもする。（岩崎ホテル） ・ 道の駅に必要な機能として、人が集まる機能として、奄美？の「休憩場所」カフェ的なものがほしい。（HOPE）
地域で活用できるリソース	Q.人員体制について
	<ul style="list-style-type: none"> ・ ホテル専用アクティビティはない。業者をお願いしている。（岩崎ホテル） ・ 大学生を呼び込んで農業体験を実践している人がいる（岩崎ホテル）
	Q.観光コンテンツについて
	<ul style="list-style-type: none"> ・ ファミマの横のパンケーキ店は現在休業しているが、非常に人気の店ではあった。観光客も地元客も来ていた。（HOPE） ・ 芸術祭については、それを目当てに来訪する人もいる。非常にいいコンテンツ。（HOPE） ・ 温泉は西之表市に1件で、他は沸かし温泉。（岩崎ホテル）

ヒアリング結果 – 商工会事業者 (1/2)

商工会事業者では、商工会議所、地元バス会社Global Think、サン・レンタカーへヒアリングを行った。
特にGlobal Think社からは教育旅行の客層および近年の変化についての声が聞けた。

カテゴリ	質問と回答
南種子町の現状と課題	<p><u>Q.現在の種子島全体・南種子町の来訪者層について</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • 個人も企業も来訪者数は少しずつ増えてきているが、コロナ前に比べるとまだまだ少ない (Global Think) <ul style="list-style-type: none"> • 近年、宿泊施設はできているが、観光客向けではなく、工事関係者向けのもの。(南種子町商工会) • 5-6年後に工事が終わった後に、宿泊施設のキャパができる中で、新たな施設の設置は難しいのが現状。(南種子町商工会) • 上記の理由から観光協会としても手立てに苦戦している状況とのことである (南種子町商工会) • 修学旅行で宿泊を伴わない客層が利用する。近年船の時間も早くなり、短時間滞在が増えてきている。(Global Think) <ul style="list-style-type: none"> • 宿泊客がある場合は少人数で分泊 (5-7か所) で分けるケースが多い。(Global Think) • コンテナハウスは空いているケースもあるが、1万円～1.5万円はするかつ、生徒の管理をするのが大変なので修学旅行には不向きである。(Global Think) • 修学旅行生は時間の関係で食事は弁当を取るケースが多く、飲食店との連携も飲食店側の人手不足で受け入れが難しい状況 (Global Think) • 浜松学芸高校が唯一、農業体験を種子島でやっている。県へ報告をしている。(Global Think) • 外国人旅行者も近年は増えてきていて、欧米の方が一部路線バスに乗っていたりする。(Global Think) • バסטツアーについて、阪急交通社のバストツアーが多い (Global Think) <p><u>Q.種子島の観光コンテンツについて</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • 体験コースは、焼き物が少し、海のアクティビティ。(Global Think)
道の駅になった場合の期待・要望	<p><u>Q.商工会事業者としての道の駅への期待について</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • 地域経済に寄与する施設になってほしい <ul style="list-style-type: none"> • バスでの日帰り旅行はバス会社は儲かっても、地元にはほとんどお金が落ちていない (Global Think) • トンミーに立ち寄ってお金を使う仕組みをつくるなどは必要。(Global Think) • バス会社としてはツアーの食事が今は弁当になってしまっており課題である (Global Think) • 島内利用者の拡大について <ul style="list-style-type: none"> • 工事が終わるまでは観光客が大きくは増えないので、島内の利用者をいかに増やしていくかを考えていくことが大事。(南種子町商工会) • 挑戦が生まれる拠点に <ul style="list-style-type: none"> • トンミー市場に飲食店のスペースが開いたら、場所のメリットを感じて飲食店をやりたいという事業者は多いと思われる。(南種子町商工会) • 町民のQOLの向上に資するものであれば反対をするものではない。(南種子町商工会) • 一方で支援をする商工会側は熱があっても、事業者側に熱がないケースが多い気がする。(南種子町商工会) <p><u>Q.魅力ある拠点作りについて</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • 現在のトンミー市場は昼過ぎになるとモノがないので、買わないケースも目立つ。(Global Think) • 宇宙グッズや安納芋があれば観光客が送っているケースは多い。(Global Think)

ヒアリング結果 – 商工会事業者（2/2）

商工会からは鹿児島県の地域金融機関との連携やIターン人材との連携の可能性を感じさせられるコメントが得られた。

カテゴリ	質問と回答
地域で活用できるリソース	<p>Q.経営リソースについて</p> <ul style="list-style-type: none"> • 鹿児島相信、鹿児島銀行、南日本銀行は融資もしてくれやすい。（南種子町商工会） <ul style="list-style-type: none"> • 商工会は事業計画作成支援や情報の提供、仲介をしている。（南種子町商工会） • 現在の商工会員は190会員程度（南種子町商工会） <ul style="list-style-type: none"> • 商工会では他地区の青年部との交流をやっている。他地域の話聞く機会を提供。（南種子町商工会）
	<p>Q.人口減少していく中でヒトの資源活用の方向性について</p> <ul style="list-style-type: none"> • 飲食店等の創業の相談がは年間2-3件程度寄せられる。島外からの方、Iターンの方が多。（南種子町商工会） • Iターンの方々には島内の方にはない目線をもって、PRも非常にうまい。地元の人はその売り方に驚いて学ぶ機会も増えている。（南種子町商工会）

ヒアリング結果のまとめ（1/4 – 種子島観光の現状）

各事業者へのヒアリング結果を踏まえ、種子島の観光の現状について整理した。
来訪者層の特徴から観光客以外のターゲット可能性が見えた他、消費促進に向けての課題も見つかった。

カテゴリ	カテゴリ	ヒアリングにより得られた情報	
種子島への 来訪者傾向	来訪者層傾向	<ul style="list-style-type: none"> 観光目的の他にはJAXA等のビジネス目的、工事関係者となっており、直近では馬毛島の自衛隊施設整備の工事関係者が多い状況。 繁忙期は来訪者層により異なるが、夏は観光客、秋は修学旅行・工事関係者、2月はロケット関連の来訪者となっている。 地元事業者の声では、コロナ収束後に徐々に観光客数は戻っているものの、コロナ以前の水準までは戻っていないとの声も。 	
	日本人	観光目的	<ul style="list-style-type: none"> 今までは「家族連れ」や「サーファー」が多かったが、近年は「バックパッカー」が増えている。 マリンスポーツ客については長期滞在が多く、現地で働きながら1週間程度滞在する人も。（長期滞在は特に関東・関西からの来訪者が多い） <ul style="list-style-type: none"> 最近ではサーフィンと併せてゴルフを楽しむ人も増えている。 南種子町の「種子島いわさきホテル」や中種子町の「自然レクリエーション村（キャンプ場）」に泊る方が増えてきている。 <ul style="list-style-type: none"> 宿泊客は個人の場合は地元の飲食店で食べる事が多く、団体客の受け入れの場合は夕・朝食を宿で取ることも。
		教育旅行	<ul style="list-style-type: none"> 修学旅行利用も約40校程度の利用を観光協会でも把握しているが、宿泊から日帰りへのシフト傾向がある。 SSH（スーパーサイエンスハイスクール）の学校が多くて、自然体験は屋久島、学習要素で種子島（民泊）というケースが多い。 <ul style="list-style-type: none"> 日帰りの場合は、トッピージェットの始発（111便）で到着し、屋久島・種子島を周遊。 宿泊の場合は15時前後（トッピージェットの127便等）で到着。 教育旅行では、「ペットボトルロケット」、「ミュージアムでの体験」の体験が人気。他、1校では農泊を実施している。
		ビジネス目的	<ul style="list-style-type: none"> JAXA関係者では技術者が長期滞在することも。
		工事関係者	<ul style="list-style-type: none"> 直近では自衛隊工事で工事関係者の来訪が多い特需の状況。 一方で工期はあと5-6年となっている。
	訪日外国人	<ul style="list-style-type: none"> インバウンドについては欧米市場からの来訪者が多く、種子島→屋久島というコースで回る方が多い。 路線バスで移動しているのを見かけることが増えたとの声も。 	
種子島の 観光課題	交通アクセス	<ul style="list-style-type: none"> 公共交通が日祝は運休であるなど、交通アクセスに関する課題の声がある。 <ul style="list-style-type: none"> ヒッチハイクをして移動する観光客も一定いる。 	
	消費促進のための コンテンツ	<ul style="list-style-type: none"> マリンスポーツ・宇宙以外での「コンテンツ・アクティビティが少ない。コンテンツ開発が必要ではないか」との声も事業者から上がっている。 <ul style="list-style-type: none"> 観光消費額の観点ではマリンスポーツ系の来訪者層は客単価が低い。（歴史関連の目的層の方が消費傾向にある。） 焼き物のアクティビティもある。 バスツアーについて、バス会社は儲かるが南種子町の事業者にお金が落ちていない。大人数の受け入れ可能な飲食店などが少ない。 	

ヒアリング結果のまとめ（2/4 – トンミー市場の現状）

トンミー市場の現状について整理した。経営状況は良好であることが確認できた他、ビジネスモデル・来訪者別の特徴についても整理することができた。

カテゴリ	カテゴリ	ヒアリングにより得られた情報
トンミー市場の現状	経営状況	<ul style="list-style-type: none"> 2024年で建設されてから10年が経過するが、経営状況は黒字状況。 <ul style="list-style-type: none"> 直近1年での売上は1.4億円、利益は400-500万円程度の黒字となっている。 一日の売上平均は約50-60万円 ロケット打ち上げがある際には100万円くらいまで売上げが拡大傾向にある 施設は12年償還で、償還金を考慮すると若干の赤字になっている。 ふるさと納税による返礼品売り上げも別途1200万円ある状況。（納税額は4,000万円程度）
	ビジネスモデル	<ul style="list-style-type: none"> 人件費は年間1500万円程度（契約2名、パート4名）。 委託販売のスキームを採っている。 <ul style="list-style-type: none"> 手数料は町内農家・事業者は16%、町外農家・事業者では20%と設定。
	ステークホルダー	<ul style="list-style-type: none"> 地元客の利用が多いほか、飲食店・宿泊施設の仕入れの場になっている。 観光客の利用の場合、宇宙グッズのお土産購入や、安納芋・ボンカン・たんかん・ポッシュフルーツ等の種子島産の農作物を購入。 <ul style="list-style-type: none"> 購入後にはお土産を発送するニーズもある状況。 宿泊施設等が団体バスの受け入れを行う際にトンミー市場に立ち寄りよう調整しており、地域観光事業者からの送客も一定ある状況。
	課題	<ul style="list-style-type: none"> 人件費のうち、トンミー市場館長の給料は高い水準とはいえず、改善の余地があると考えられる。 品揃えとして、昼過ぎになると商品がないこともあり、来訪されても何も購入せずに帰ってしまう来訪者がいることもある。

ヒアリング結果のまとめ（3/4 – トンミー市場への期待）

役場・観光協会・事業者に道の駅となった場合への期待をまとめた。民間事業者からは地域視点で考えた際の道の駅の位置付け・期待値についての声が明らかになったほか、コンテンツ面についても具体的なニーズが一部確認できた。

カテゴリ	カテゴリ	ヒアリングにより得られた情報
道の駅になった場合の期待・要望	コンセプトに関する声や事業者の想い	<ul style="list-style-type: none"> 地元客・観光客・その他様々な人が集まる中心的な拠点にして行くと面白いのではないかと。（宿泊事業者） 宇宙産業の先端イメージを活かし、ライドシェア等地域課題解決に繋がるような取り組み・特区化を進めてはどうか。（宿泊事業者） 地域住民や企業の挑戦と成功が生まれる場所にしたい。（商工会・宿泊事業者） <ul style="list-style-type: none"> 成功体験の先に、定住という目的を置き、移住者を呼び込んでみてはどうか（宿泊施設） 地域経済に寄与する場所になってほしい。（商工会事業者）
	管理・運営	<ul style="list-style-type: none"> 町としては出荷・地域商社・観光協会などの様々な機能を持った組織で運営を行なっても良いと考えている。（町役場） （現在のトンミー市場の経営・運営権を公社から切り離すことは問題ない。） 飲食店についてフードコートのような形式で事業者に参画してもらってはどうか。事業者によっては賃料コストが安くなるメリットがある。（宿泊施設） トンミー市場に飲食店のスペースが開いたら、場所のメリットを感じて飲食店をやりたいという事業者は多いと思われる。（商工会）
	機能 - 設備面	<p><宿泊機能></p> <ul style="list-style-type: none"> ホテル誘致を進めているが、投資対効果の観点から事業者（ホテルデベロッパー等）が集められていない。ただし宇宙関連産業でのビジネス需要があるため儲かると考えている。（町役場） シングルルーム40-50室程度を想定しており、稼働率は平均して70-80%が必要（町役場） <p><その他></p> <ul style="list-style-type: none"> 地元住民からは娯楽施設への要望が多い（観光協会）
	機能 - コンテンツ面	<p><物販></p> <ul style="list-style-type: none"> 有機栽培農業に既に取り組んでおり、学校給食での採用実績もある。トンミー市場でも販売取扱をしたい。（町役場） 現状、南種子町にはドラッグストアがないためニーズがありそうだ（観光協会） ユニクロのような誰もが知っているようなメジャーブランドの店舗を誘致しても良いのではないかと（観光協会） <p><飲食・レストラン></p> <ul style="list-style-type: none"> 周辺施設との競合することも考えている。（町役場） 過去、トンミー市場では「うどん」、「ソフトクリーム」の提供を検討したことがある。（町役場） <p><その他></p> <ul style="list-style-type: none"> （住民の？）活動拠点としての場の機能もほしい（町役場） 経営支援塾などを開催してはどうか（宿泊施設）
	ベンチマークとなる施設	<ul style="list-style-type: none"> 道の駅たるみずはまびら たるたるばあく（鹿児島県垂水市）、道の駅いぶすき（鹿児島県指宿市）はモデルとして参考にしたい。（町役場） 奄美の「休憩場所」カフェ的な場所があっても良いのではないかと（宿泊施設）。 ファミリーマート横のパンケーキ店は現在休業しているが、地元客にも観光客にも非常に人気の店であった。（宿泊施設）

ヒアリング結果のまとめ（4/4 – トンミー市場への期待）

商工会より、道の駅の経営にあたり活用できる可能性のある経営資源のコメントが得られた。移住・定住を見越したIターン人材の活用や、地元金融機関との連携の可能性が明らかになった。

カテゴリ	カテゴリ	ヒアリングにより得られた情報
道の駅になった場合の経営リソース	ヒト	<ul style="list-style-type: none"> 飲食店等の創業の相談がは年間2-3件程度寄せられる。島外からの方、Iターンの方が多い。（商工会） Iターンの方々は島内の方にはない目線をもって、PRが上手である。地元の人はその売り方に驚いて学ぶ機会も増えている。（商工会）
	モノ	<ul style="list-style-type: none"> 種子島宇宙芸術祭は集客効果のあるイベントである。（宿泊施設）
	カネ	<ul style="list-style-type: none"> 鹿児島相信、鹿児島銀行、南日本銀行は融資もしてくれやすい。（商工会） <ul style="list-style-type: none"> 商工会は事業計画作成支援や情報の提供、仲介をしている。（商工会） 現在の商工会員数は190会員程度（商工会） <ul style="list-style-type: none"> 商工会では他地区の青年部との交流をっており、他地域の話聞く機会を提供している。（商工会）

ヒアリングを踏まえた南種子町・トンミー市場の現状と課題

ヒアリング内容を踏まえ、観光客の動向、地域住民のニーズと商圈特徴、トンミー市場の現状について整理した。

観光客の動向

- * 客数時代は増えてきてはいるが、コロナ以前の水準までは戻らず。（参考：西之表港利用者数はR1→R4で-33.5%）
- * 年間40校程度ある教育旅行でも種子島で宿泊せず日帰りになる傾向がある。
- * SSH（スーパーサイエンスハイスクール）の学校が多く、屋久島で自然体験を行い、種子島では学習の一環として民泊というケースが多い。
- * 訪日外国人では、欧米市場からの来訪者が多い
- * 長期滞在傾向にあるマリンスポーツ客は客単価が低く、島での消費による経済寄与度が低い。
- * マリンスポーツ・宇宙以外でのコンテンツが手薄で、お金を落とすポイントが少ない。
- * バスツアーも同様、バス会社以外の事業者にお金が落ちるスキームができていない。
- * 小規模事業者が多く、人手不足もあり大人数の受入が難しい飲食店等もある。

地域住民のニーズと 商圈特徴

- * 地域住民の買い物だけでなく、地域の飲食店・宿泊施設の仕入れの場にもなっている。
- * 南種子町にはドラッグストアがなく、中種子町まで買い物に行っている。
- * 娯楽や憩いの場が少ない他、メジャーなブランドの買回り品のお店がない。
- * 若者が集まりたくなるようなカフェや飲食店などが不足している。
- * 近年は島外やIターンでの飲食店創業の相談が増えている。
- * 空き家も多いが、持ち主が手放さないことも多い。

トンミー市場の現状

- * 経営状態としては年間400-500万円程度の利益が出ており黒字の状況。
- * 年間売り上げ（直近1年では1.4億円）に加え、ふるさと納税による返礼品売り上げも1,200万円程度ある。
- * 現状、レストラン機能などはなく、物販機能のみとなっている。
- * 現状の客層・機能のままでは、これ以上売り上げを大きく伸ばすことは難しい可能性がある。
（平成24年度の道の駅客単価調査では客単価平均は1,039円に対してトンミー市場では現状1,500円台である）

2. トンミー市場の整備の方向性の整理

現在の南種子町やトンミー市場の「強み (Strengths)」「弱み (Weaknesses)」「機会 (Opportunities)」「脅威 (Threats)」を評価するSWOT分析を実施した。これらの要素を組み合わせ、どのような施設にしていくかのコンセプトの整理に繋げる。

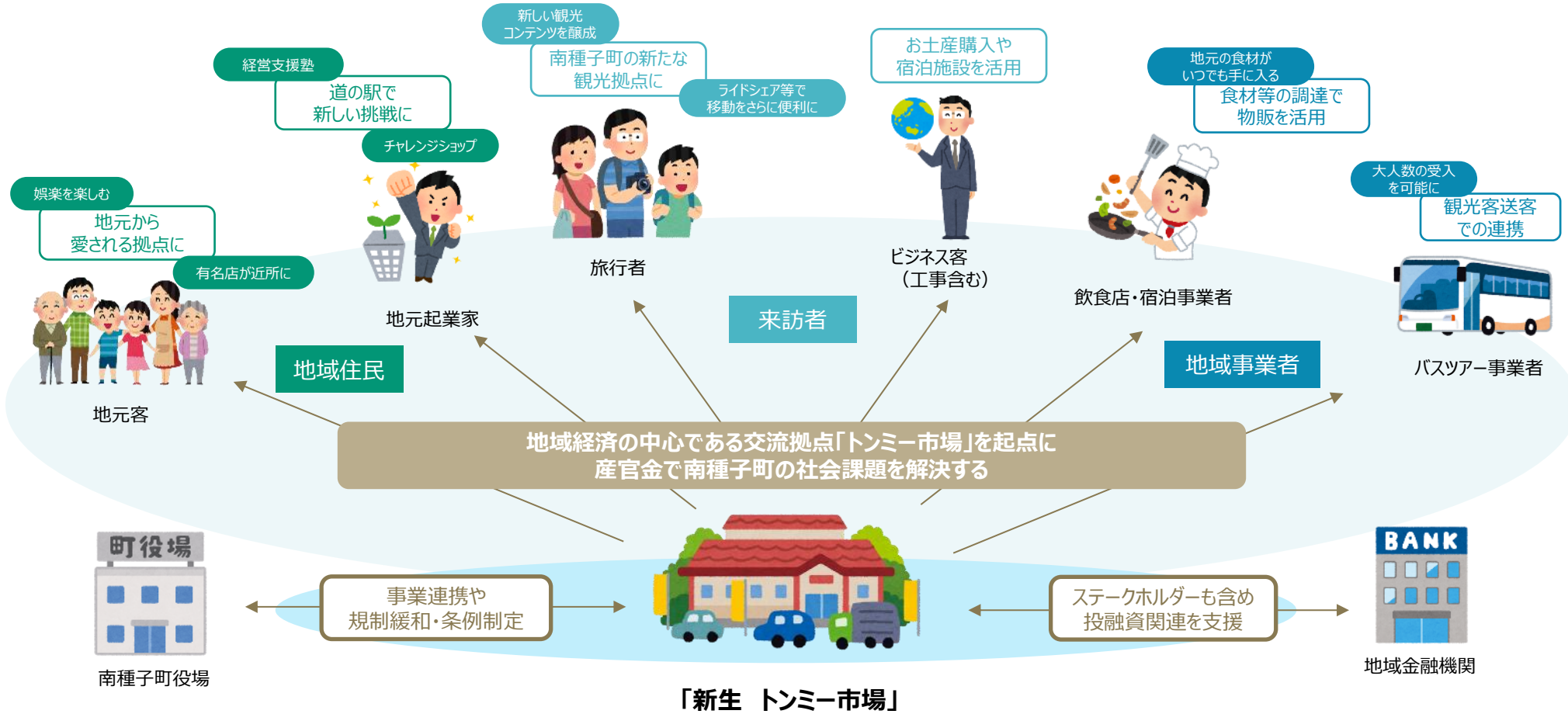
	プラス要因	マイナス要因
内部環境	<p>Strength・強み (南種子町として)</p> <ul style="list-style-type: none"> 種子島=宇宙/先端産業のイメージの確立 集客力のあるイベントがある(種子島宇宙芸術祭) 島外からやIターンでの飲食店創業相談の増加 <p>(トンミー市場として)</p> <ul style="list-style-type: none"> 経営状況は黒字の状況(年400-500万円の利益) 通常の店舗売り上げ以外に、ふるさと納税での売上(約1,000万円)も得ている 個人顧客だけでなく、周辺の事業者(飲食・宿泊)の調達先にもなっている 南種子町内の地元客だけで約7割を占めていて、中種子町、西之表市、および外部の観光客の商圏はまだ拡大余地あり 	<p>Weakness・弱み (南種子町として)</p> <ul style="list-style-type: none"> 担い手不足・高齢化による第1次産業の規模縮小 観光客数が増加傾向にあるがコロナ前の水準まで戻らず 教育旅行市場の縮小(来訪者数数の低下・宿泊から日帰りヘシフト) マリンスポーツ・宇宙以外での観光コンテンツが少ない マリンスポーツ目的の来訪者の消費単価が比較的低い 大人数の受け入れ可能な飲食店が少ない 島内の公共交通の利便性が悪い(移動手段がなくヒッチハイクしている事も) ドラッグストアや衣類品の店舗が町内にない、娯楽の場所もない <p>(トンミー市場として)</p> <ul style="list-style-type: none"> 品揃えが少なく、直売所機能との相乗効果が生れていない。 飲食(レストラン・カフェ)の機能がない(=朝以外にお金が落ちない)
外部環境	<p>Opportunity・機会 (政治)</p> <ul style="list-style-type: none"> ライドシェア・貨客混載など輸送に関する規制の緩和 <p>(経済)</p> <ul style="list-style-type: none"> 自衛隊基地設置による経済振興効果(現在の工事による特需含む) フランチャイズ加盟店舗数の増加(全体として増加傾向) <p>(社会)</p> <ul style="list-style-type: none"> 地方投資の拡大や企業の進出が増えている リモートワークの促進による移住者の増加 <p>(技術)</p> <ul style="list-style-type: none"> AIを活用した予測技術や自動運転技術の発達 ドローン活用による遠隔配送の可能性、スマート農業への応用技術の進展 	<p>Threat・脅威 (経済)</p> <ul style="list-style-type: none"> エネルギー費/原材料費の高騰 馬毛島の自衛隊施設整備での人材不足による人件費の高騰/人手不足 (2024年問題:建設不動産領域および物流領域における人材不足) <p>(社会)</p> <ul style="list-style-type: none"> 異常気象による農作物の生産量減少リスク 若者の免許取得率の低下

SWOT分析を踏まえ、強み・弱みをそれぞれ機会と脅威と掛け合わせた上で、どのような戦略の手段があるかを整理した。

SO戦略（強み×機会）	WO戦略（弱み×機会）
<ul style="list-style-type: none"> * 先端産業のイメージを活用し、様々な新技術に関する 規制緩和・実証特区を産官金で進める（ライドシェア/スマート農業等） * 種子島宇宙芸術祭に合わせたワーケーションプログラム等の実施による長期滞在客の創出 * 生成AIを活用した新商品開発など、従来の手法とは異なる商品開発への挑戦 （余剰利益での投資として） 	<ul style="list-style-type: none"> * 移住者等と連携した「外からの視点」を生かした地域観光コンテンツの醸成 * 屋久島に行っていた団体旅行者の受け入れ&発信 （大人数対応が可能な施設の整備やコンテンツを用意/PR） * 現在島内にない有名ブランドのフランチャイズや企業コラボ等での誘致 （レストラン・カフェ・物販等） * 企業コラボを実施することで、課題である二次交通関連事業者の機運醸成 * 地元住民同士や、移住者などと交流できる施設整備・プログラムの提供 （増えていく高齢者も出かけたいような機能・機会の提供） * 衣類やドラッグストア等の日用品の店舗をFC形式で誘致する
ST戦略（強み×脅威）	WT戦略（弱み×脅威）
<ul style="list-style-type: none"> * 事業挑戦への機運醸成に取り組む（まずはお試し出店をトンミー市場でして、うまくいけば空き家を活用した事業化を支援する等） * 周辺事業者との連携による労働力のシェアリング （AMは道の駅で勤務しPMは宿泊施設で勤務する等） * 加工場機能等の事業者向けの設備を導入し、調達先としての差別化 （高い加工機械を借りられる、野菜の加工などを行う場所がある等） 	<ul style="list-style-type: none"> * 個人旅行者だけではなく、教育旅行・団体旅行を積極的に誘客、 （団体バスで移動してもらうことで移動課題へ対応） * トンミー市場内におけるデジタル化、DXの推進 （人手不足や人件費高騰に対応） * 有機栽培で育てた野菜を直売所で販売することによる儲かる農業の支援 （農業を儲かる産業にすることで、継ぎ手を増やす機運に繋げる）

トンミー市場の将来像【あるべき姿】

ヒアリング内容を踏まえ、トンミー市場の将来の利用者及びステークホルダーを整理した。
地域経済への寄与、社会課題の解決への期待の声を踏まえ、トンミー市場が地域経済の中心にある交流拠点と整理した。



※機能例はヒアリングで上がった例を当てはめた。

トンミー市場はポテンシャルが高いものの、周辺環境などを鑑みると、効率的・経済的なリニューアルが望ましい

観光客に向けた休憩拠点が不足

- 島外からの入口は北部の「西之表港」と中部の「種子島空港」で、港利用者の割合が多い（R4年は西之表港33万人、種子島空港8万人）
- 島内の移動手段としては自家用車もしくはレンタカーが中心（路線バスやタクシー利用は非常に少ない）
- 島外客の目的地は「宇宙センター」や「南種子町」「中種子町」が多く、その他にもメジャーな観光スポットが南部に複数あることもあり、長距離移動が必須（西之表港から種子島宇宙センターまで約45km・約60分、種子島空港から種子島宇宙センターまで約30km・約40分）
- ヒアリングからは日帰り観光が増えている実態もあり、西之表港からは往復で約2時間運転することを考えると、道路利用者への安全で快適な道路交通環境の提供のためにも、休憩場所の提供は島全体としての重要課題

南部地域における情報収集拠点が不足

- 島の入口にあたる北部の西之表港には観光案内所があり、情報発信の拠点としての機能を果たしている
- 他方で、西之表港以外での情報収集場所としては、民間のホテル等で一部情報はあつたものの、公的拠点として情報を収集する場所はなく、地域の情報収集をすることが難しい

休憩場所として観光物産館はあるが魅力的な立ち寄る「場」になっていない

- 南部エリアの車の休憩場所として、南種子町観光物産館トンミー市場がある
- 南種子町観光物産館トンミー市場は地域の産物が集まる拠点になっており、観光客のお土産スポットにもなっているが、物販以外の機能がなく、地域の魅力を引き出すために整備は不十分
- ヒアリングでも地元客からは種子島には「娯楽や憩いの場が少ない」、「メジャーなブランドの買取り品のお店がない」、「若者が集まりたくなるようなカフェや飲食店などが不足している」などの声もあり、新たな機能付加による魅力向上が期待されている

トンミー市場の道の駅としての整備に関して

トンミー市場の整備の方針としては、以下のような想定を考慮して方針とする。

トンミー市場の想定利用客層

- 南種子町を中心とした種子島の島民
- 移住者
- JAXAへの宇宙留学等で訪問する交流者
- サーファーなど種子島の海洋資源の利用客

トンミー市場の提供コンテンツ

- 種子島及び南種子町の島民の日常の買い場としての機能
- 移住者が新たに地元住民と交流する拠点となり得る場（飲食・カフェ・休憩機能）の提供
- 交流客への南種子町の食文化・自然資源などの魅力の提供及び地元住民との交流拠点

トンミー市場の提供価値の整理

- トンミー市場は開業から10年間、コロナ禍の影響も少なく、右肩上がりの集客・売り上げをあげており、地域住民や観光客にとって重要な施設
- JAXAへの宇宙留学の拡充や、ロケット打ち上げの回数の増加などで、さらなる拡大が望める来訪者・観光客の来訪
- 南種子町全体への周遊促進の拠点
- 本町における企業版ふるさと納税の本格稼働により、大手企業とのシェアサイクルや新商品開発などが推進されており、トンミー市場との連携による相乗効果への期待

**上記の整理から鑑みると、
トンミー市場は道の駅として整備・拡張することが望ましい**

道の駅の類型の整理

全国の道の駅の経営データを基にした調査の結果より、現在のトンミー市場は立ち寄り率15%程度のポテンシャルがあると考えられる。一方で、道の駅自体が目的地になる集客施設型を目指すことで、さらに立ち寄り率を高める方向性を狙う。（事業計画上もこの立ち寄り率を参照して試算するものとする）

タイプ	特徴・分類の考え方	立寄率	トンミー市場の現状		今後目指せる可能性	
1.休憩施設型	最小限の施設を有する「休憩のための」道の駅	10%	×	* 市街地中心部における施設のため不適（土地条件が不適）	×	* 市街地中心部における施設のため不適（土地条件が不適）
2.直売充実型	直売所等の売り上げや規模が大きい道の駅	15%	○	* 物販のみ	△	* 直売所の規模を拡大は可能だが、販売商品を用意できるかが不明
3.集客施設型	「温泉施設」「体験施設」「キャンプ場」等、それ自体が目的地となる施設を有する道の駅	19%	×	* 物販のみ	○	* レストラン/日用品販売等も含め、住民・旅行者ともに利用する施設を目指す
4.住民サービス型	「会議室・集会所」「広場」「防災体験・展示室」「役所機能」等、地域の方々へのサービス施設を有する道の駅	12%	×	* 物販のみ	△	* 住民向けサービスも検討するが特化型ではなく観光客向けの機能も検討予定
5.物流型	大型車利用が多い道の駅（大型混入率20%以上）	16%	×	* 大型車の割合が20%以下で不適	×	* 大型車の割合が20%以下で不適
6.IC近接型	IC近傍（約2km）にある道の駅	21%	×	* 近隣に高速道路はない（土地条件が不適）	×	* 近隣に高速道路はない（土地条件が不適）

【地域住民】にトンミー市場が道の駅として提供する価値

住民向けでは、南種子町の住民の暮らしを充実させることで消費に繋げるとともに、中種子町・西之表市まで商圈サイズを広げることを狙い、種子島には現在ない店舗を誘致することなどが考えられる。

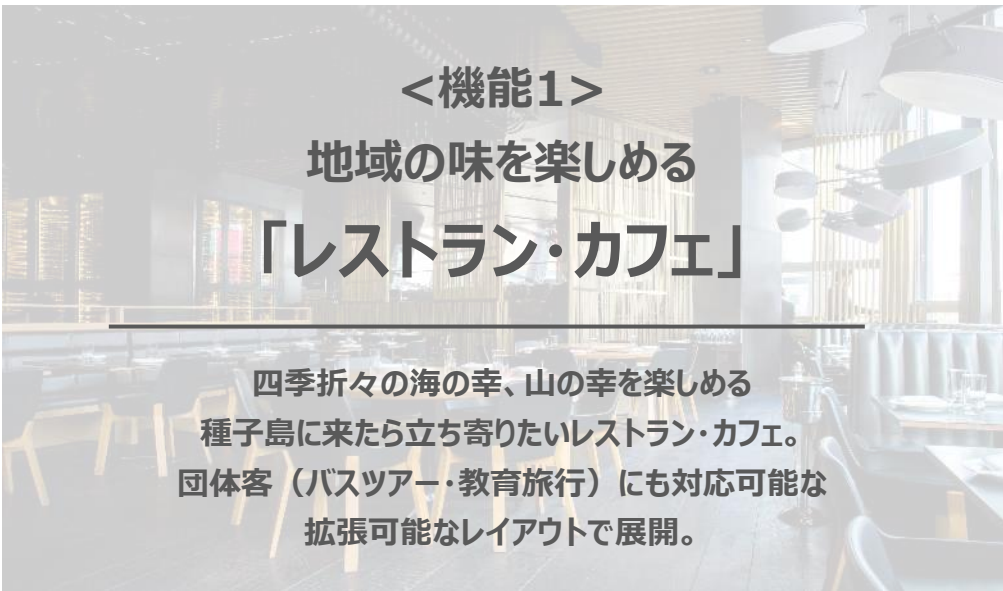
セグメント		現状・課題	打ち手
南種子町の住民	住民全般	<ul style="list-style-type: none"> 移住者も誘致している中で、地域内での交流の拠点が少なく、イノベーションを生む場を求めている。 地域の中で、消費を促すようなコンテンツが少ない。これらから町内には娯楽がないとの声が上がっている。 	<ul style="list-style-type: none"> カフェやレストラン、図書館など、直売所での買い物と合わせて「ホット一息できる場所」「人が集まれる場所」としての機能の提供を検討する。 また、消費を促すような仕掛けとして、チャレンジショップなど、地元の方がターゲット別に催しをできるような多目的施設を検討する。
	高齢者	<ul style="list-style-type: none"> 今後2050年には2人に1人が高齢者となる中で、通院や買い物に際しての移動が困難になる可能性がある。 独居化が進んだ際の交流の拠点が少ない。 	<ul style="list-style-type: none"> 「公共交通の停留所等を作り、市街地の交通の中心地点とする」、「健康増進イベントの定期的な実施」など、「ホット一息できる場所」「人が集まれる場所」となる仕掛けづくりと並行して、高齢者も行きやすい場としての場所の在り方を検討する。
中種子町・西之表市の住民		<ul style="list-style-type: none"> トンミー市場は食材調達拠点となっており、飲食事業者も仕入れにきている。 服や家電などの買い物を行う際に島内に店舗がなく、市内まで船で出かける必要がある。 	<ul style="list-style-type: none"> これまで種子島にはなかったようなブランド・ショップの誘致や温浴施設の併設などで、現在は取り込めていない中種子町・西之表市の層を取り込む。 選定の上では、一定の頻度以上での利用が見込める施設が好ましいと考える。（家電量販店などは利用頻度が低いため微妙）

【観光客】にトンミー市場が道の駅として提供する価値

観光客では、個人旅行者だけでなく、これまで誘客実績のあった団体旅行者・教育旅行者をどのように取り込んでいくかを検討する。大人数に対応した施設設備の整備や、教育に特化したコンテンツ・カリキュラムの整備が考えられる。

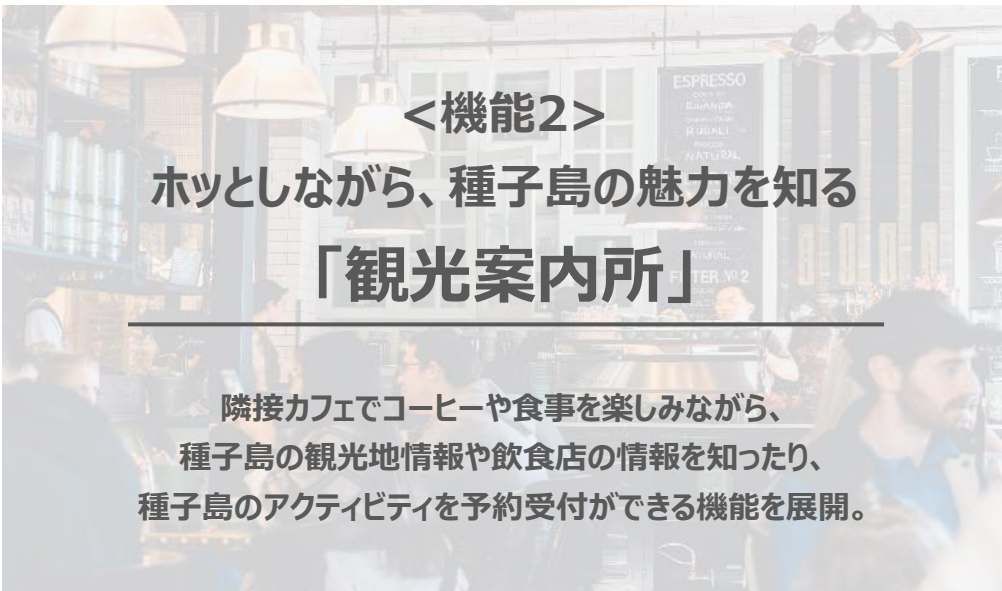
	現状・課題	打ち手
団体 旅行者	<ul style="list-style-type: none"> バスツアー等で種子島へ来るが、体験や買い物でお金を落とすポイントが少ない 大人数受入可能な飲食店がない 	<ul style="list-style-type: none"> 旅行会社と連携したプログラム組成（トンミー市場をプログラム内に盛り込んでもらう） 大人数に対応可能な食事場所の提供 トンミー市場付近で楽しめるアクティビティの提供 上記をトータル的にプロデュースできる機能の構築
教育 旅行者	<ul style="list-style-type: none"> これまで宿泊ニーズがあったものが日帰りにシフトしている。 大人数の受入が可能な施設が少なく、少人数で分泊する形になり、先生方での生徒の管理が大変である。 また食事についても大人数を受け入れ可能な施設がない 利便性の他に、教育コンテンツの不足も考えられる。 	<ul style="list-style-type: none"> 大人数に対応可能な食事場所の提供 環境教育、先端教育のコンテンツ（カリキュラム）の用意 上記をトータル的にプロデュースできる機能の構築
個人 旅行者	<ul style="list-style-type: none"> 消費金額が大きいマリンスポーツ系の旅行者が長期滞在する傾向にある 	<ul style="list-style-type: none"> ワーケーション需要を取り込み、歴史系や宇宙系に関心がある層、屋久島へ行く前後での長期滞在を呼び込む

ここまでの内容を踏まえ、提供機能案について整理した。



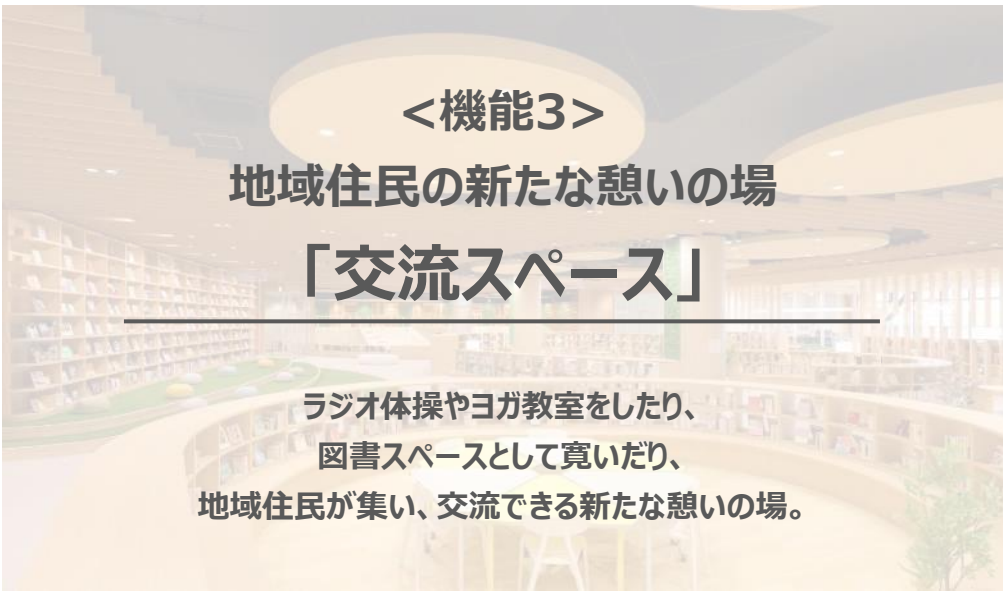
<機能1>
地域の味を楽しめる
「レストラン・カフェ」

四季折々の海の幸、山の幸を楽しめる
種子島に来たら立ち寄りたいレストラン・カフェ。
団体客（バスツアー・教育旅行）にも対応可能な
拡張可能なレイアウトで展開。



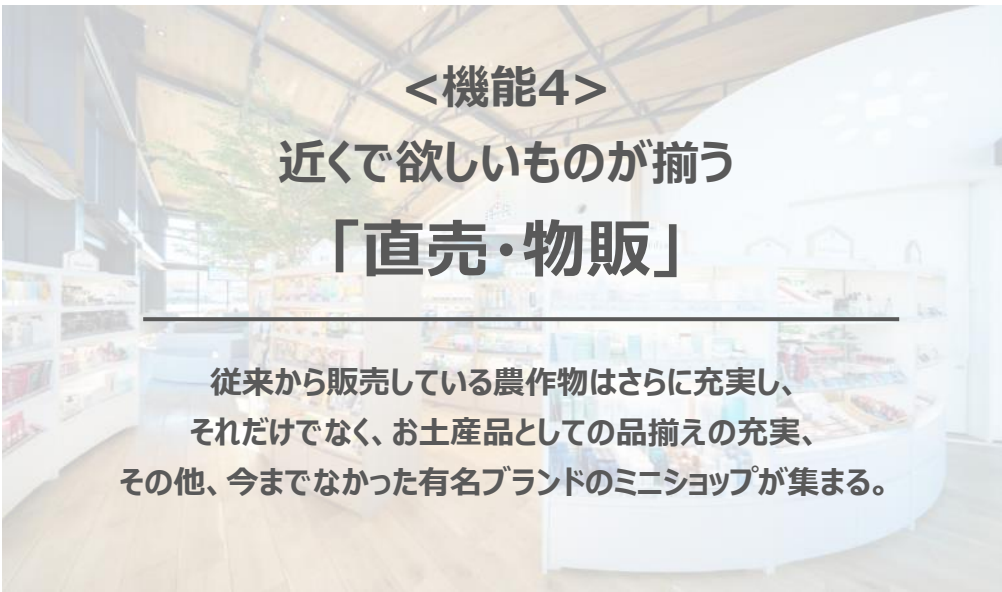
<機能2>
ホッとしながら、種子島の魅力を知る
「観光案内所」

隣接カフェでコーヒーや食事を楽しみながら、
種子島の観光地情報や飲食店の情報を知ったり、
種子島のアクティビティを予約受付ができる機能を展開。



<機能3>
地域住民の新たな憩いの場
「交流スペース」

ラジオ体操やヨガ教室をしたり、
図書スペースとして寛いだり、
地域住民が集い、交流できる新たな憩いの場。

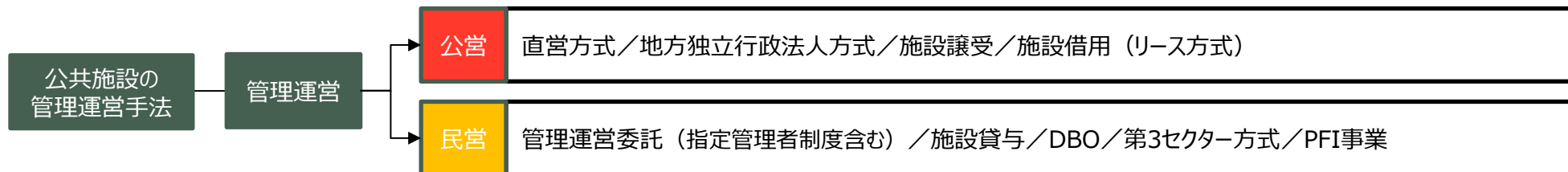


<機能4>
近くで欲しいものが揃う
「直売・物販」

従来から販売している農作物はさらに充実し、
それだけでなく、お土産品としての品揃えの充実、
その他、今までなかった有名ブランドのミニショップが集まる。

3.事業手法及び管理運営手法の検討

公共施設の管理運営手法は大きく「公営」と「民営」に分けることができ、さらに、以下のように細かく分類することができる。



		管理運営	
		公共	民間
整備	公共	<p>公設公営（従来の公共サービス）</p> <ul style="list-style-type: none"> 直営方式 地方独立行政法人方式 	<p>公設民営</p> <ul style="list-style-type: none"> 管理運営委託（指定管理者制度含む） 施設貸与 DBO
	民間	<p>民設公営</p> <ul style="list-style-type: none"> 施設譲受 施設借用（リース方式） 	<p>民設民営</p> <ul style="list-style-type: none"> PFI方式 第3セクター方式 定期借地権方式 信託方式

「管理運営」の事業方式（公営）

管理運営の公営では以下の4方式がある。直営方式、地方独立行政法人方式は従来の公設公営の公共サービスである。

事業方式	説明
直営方式	<ul style="list-style-type: none"> • 公共による直接コントロールが可能であり、自治体の行政意向が発揮することができる。 • 一方で、公共が経営ノウハウに乏しい場合が多く、その場合は維持管理経費の削減が期待できない。 • 民間導入型と比べコストが高くなりやすい。
地方独立行政法人方式	<ul style="list-style-type: none"> • 公共が直接行うのに準ずる公共性を確保しながら、地方独立行政法人の長により広範な権限行使を認め、経営責任の明確化をはかるとともに、予算執行における機動性、弾力性の向上が可能。 • 情報公開や住民監査などが保障されず、住民自治や住民参加が大きく後退するおそれがあり、事業の公共性・公平性・安定性を損なう恐れがある。
施設譲受	<ul style="list-style-type: none"> • 民間が建設した施設を公共が取得（所有）し、管理運営を行う。 • 建設・管理運営に関する費用は公共負担となる。
施設借用	<ul style="list-style-type: none"> • 施設等を民間が建設・所有し、これを公共が借りて管理運営する形態である。 • 当該施設等の建設・管理運営に要する費用は、公共負担となる。

「管理運営」の事業方式（民営）

本事業におけるデスクリサーチの結果では、道の駅の管理手法として第3セクター方式を採用している事例が見受けられた。

事業方式	説明
管理運営委託 （指定管理者制度を含む）	<ul style="list-style-type: none"> 施設等を公共が建設し、その管理運営を民間に委託する形態である。 2003(平成15)年9月の地方自治法の改正により「指定管理者制度」が導入され、公の施設の管理を民間企業も含めた幅広い団体に委ねることが可能となった。
施設貸与	<ul style="list-style-type: none"> 施設等を公共が建設したうえで、民間に当該施設を有償若しくは無償で貸与し、その管理運営を委ねる形態。 管理運営に要する費用は、基本的に民間が利用者より得た利用料金でまかない、民間が管理運営責任を負う。 地方自治法第238条の4第1項に基づき、行政財産の貸付は極めて限定されており、通常は普通財産の場合に活用される。
DBO （Design-Build-Operate）	<ul style="list-style-type: none"> 施設等の設計、建設請負工事及び管理運営を一体的に民間に委ねる形態。 施設等の細かな仕様まで指定せず、公共の求める施設内容やサービスの水準のみを指定する性能発注が導入され、その結果として民間の創意工夫を生かした効率的な建設工事が可能となる。 管理運営コストを低減できる施設内容としての設計も可能なため、設計・建設・管理運営を通じたライフサイクルコスト(事業期間の総費用)を抑制し、財政負担の軽減とサービス水準の向上が図られる。 PFIと異なる点は、PFIでは民間が建設主体（＝発注主体）となり、建設資金の調達も行うのに対し、DBOでは建設主体（＝発注主体）は公共、（民間は請負主体）となり、その結果資金調達も公共が担うこととなる点である。
第3セクター方式	<ul style="list-style-type: none"> 公共部門(第1セクター)と民間部門(第2セクター)との共同出資により設立された経営事業体(第3セクター)に、施設等の設計/建設/管理運営/資金調達を一体的に委ねる形態。 当該方式は公共性を担保し、運営における柔軟な対応が可能である。しかし、経営責任の範囲が民間側と公共側で不明確になる例が多く、経営破綻した事例も各地で見受けられる。 PFIと異なる点は、公共性確保を目的とする国や地方公共団体といった「公共」と、利潤追求を目的とする「民間」が「同一法人内で」意思決定を行うことである。

PFI形式は民設民営における最も代表的な形態であり、よく用いられている。大規模公共施設のプロジェクトにおいてよく用いられている。

事業方式 **説明**

- 公共施設等の建設、維持管理、運営等に民間の資金、経営能力及び技術的能力を活用することにより、同一水準のサービスをより安く、または、同一価格でより上質のサービスを提供する手法。
- 「民設民営」における最も代表的な形態である。PFIの導入により「民間の資金、ノウハウ等の活用による公共施設等の整備等にかかるコストの縮減」や「真に必要な社会資本整備を公的資金のみでなく、民間の資金やノウハウを活用することにより効率的に進め、経済活性化及び経済成長を実現すること」を目的としている。

- PFIの事業スキームは以下の通り（スキームイメージは以下図3を参照）

地方公共団体の発注方法

- 設計、建設、維持管理、運営の全ての業務を長期の契約として一括で発注する。「性能発注」を採用。

地方公共団体の事業への関わり方

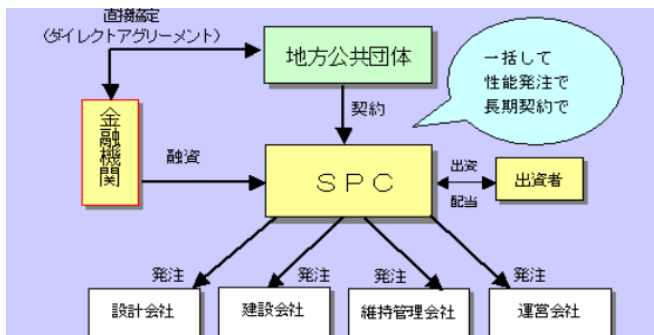
- SPCが業務を遂行するため、公共はSPCの監視役となってSPCの仕事をチェックし、事業の内容を最後まで確認。

資金調達

- 事業の収益力を担保に融資を受けるプロジェクト・ファイナンスという方法で、建設資金等の一部を金融機関から借り入れて事業を実施。公共は、建設資金、維持管理費用等をSPCが提供するサービスの対価として、SPCへ支払。

PFI方式
(Private
Finance
Initiative)

図3：PFIの事業スキームイメージ



出典：PFI事業導入の手引き（内閣府民間資金等活用事業推進室ホームページ）

管理運営方式の比較（比較手法）

管理運営方式について、それぞれの長所・短所を整理し、以下の評価基準で官民複合施設の特徴を踏まえてそれぞれの事業方式を評価する。

評価観点

以下4項目のうち当てはまった数によって「◎（4つ該当）/○（3つ該当）/△（2～1つ該当）/×（1つも当てはまらない）」と評価している。

▼管理運営方式の評価観点

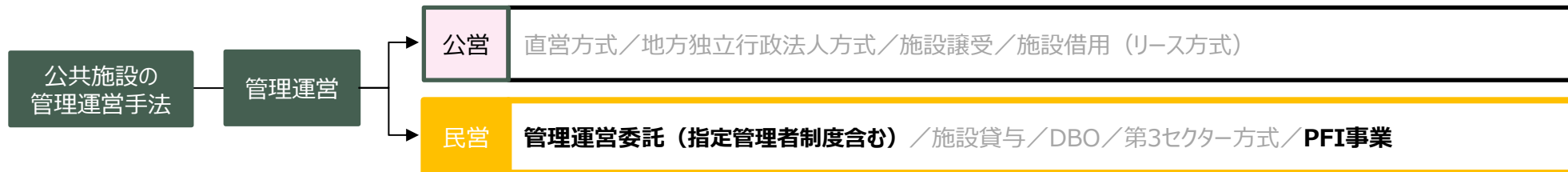
評価項目	評価の視点
①民間事業者等の運営ノウハウ活用	民間事業者等の運営ノウハウを最大限発揮し、魅力的な施設を構築するとともに、採算性を確保し、持続的かつ安定的な運営が可能な事業手法を評価。
②公益的機能の実現	住民にとって利用しやすく、地域活動の拠点および地域コミュニティの場としての活用を実現できる事業手法を評価。
③財政負担軽減	資金調達に係る金利コストや所有に係る公租公課負担の観点から、財政負担を軽減することが可能な事業手法を評価。
④地元事業者等の参画	地元事業者等が運営組織の構成員やテナント等として参画しやすい事業手法を評価。

管理運営方式の比較（「管理運営」の事業方式比較結果）

管理運営の事業方式を比較したところ、管理運営委託・PFI事業の評価が最も高かった。（現在は指定管理制度）

手法	長所	短所	評価
直営方式	<ul style="list-style-type: none"> 公共による直接コントロール 公共の行政意向の発揮 	<ul style="list-style-type: none"> 維持管理経費の削減が期待できない 民間導入型と比べコストが高くなり易い 	△ ②
地方独立行政 法人方式	<ul style="list-style-type: none"> 公共性が高い 経営責任が明確 予算執行における機動性弾力性の向上が可能 	<ul style="list-style-type: none"> 住民自治や住民参加が大きく後退した場合、事業の公共性、公平性及び安定性を損なう恐れがある 地方独立行政法人の設立が必要 	△ ②
施設譲受			-
施設借用	<ul style="list-style-type: none"> 公共にとっての初期投資の軽減が可能 	<ul style="list-style-type: none"> 施設整備が多額のリースに関して、議会承認等町内調整が必要 	△ ②
管理運営委託 （指定管理）	<ul style="list-style-type: none"> 指定管理料が定額であるため、収支額が一定で予算化しやすい 	<ul style="list-style-type: none"> 業務の範囲、仕様等を詳細に協定する必要があり、弾力的な運営ができにくくなる 手続き等に時間を要し、運営開始後も運営評価を行う必要がある 	◎ ①②③④
施設貸与	<ul style="list-style-type: none"> 運営を民間に委託するため、運営コストが削減される 	<ul style="list-style-type: none"> 民間が借りたくなる施設整備/運営方法に課題が残る 	△ ①
DBO	<ul style="list-style-type: none"> 民間事業者のノウハウやアイデアによるサービスの向上 運営・維持管理性を考慮した設計建設によるコスト削減 維持管理運営期間は長期契約となることから契約手続きの負担が軽減され、支払額が一定化 民間事業者のリスク管理能力を活かした予防保全の実施、有事の際の適切な対応が可能 	<ul style="list-style-type: none"> 長期契約による財政・サービスの硬直化が懸念され、公共の意向による柔軟な契約内容の変更が行いにくい 	△ ④
第3セクター方式	<ul style="list-style-type: none"> 比較的組織設立が容易 公共と民間間の情報提供、イベント等での連携が比較的容易 	<ul style="list-style-type: none"> 官民の役割分担を明確化できないと、主体性をもたない管理運営となりやすい 事業の経営状態が不透明化しやすい 	○ ②③④
PFI事業	<ul style="list-style-type: none"> 民間資本により施設建設することにより、公共投資の抑制が可能 	<ul style="list-style-type: none"> 事業化に時間を要する 事業化が不可能となった場合、再検討が必要 	◎ ①②③④

管理運営手法としては、民間が管理運営する「管理運営委託」「PFI事業」の評価が高い。



		管理運営	
		公共	民間
整備	公共	<p>公設公営（従来の公共サービス）</p> <ul style="list-style-type: none"> 直営方式 地方独立行政法人方式 	<p>公設民営</p> <ul style="list-style-type: none"> 管理運営委託（指定管理者制度含む） 施設貸与 DBO
	民間	<p>民設公営</p> <ul style="list-style-type: none"> 施設譲受 施設借用（リース方式） 	<p>民設民営</p> <ul style="list-style-type: none"> PFI方式 第3セクター方式 定期借地権方式 信託方式

※注…LAVB方式は上図4分類には当てはまらない概念であるため、図に記載していない。

管理運営体系手法別のメリット・デメリットを整理した。本項を参考に次項において、前項の項目別に評価を行っている。

運営母体	メリット	デメリット
公共団体	<ul style="list-style-type: none"> 公共目的が直接反映できる 一定の質・サービスが期待でき、公平性、継続が担保される 行政施策との連携が図りやすい 	<ul style="list-style-type: none"> 収益施設の運営ノウハウがないため総合的な管理運営が困難 予算執行の面で、柔軟な対応ができない場合がある 経営ノウハウが限られる
NPO	<ul style="list-style-type: none"> 民間団体の中で、営利目的ではなく、社会的な事業を行う 非営利団体であるため、コストパフォーマンスが高い 	<ul style="list-style-type: none"> 金銭的利益に直結しない目的だと、活動が長続きしないような弊害が起こる可能性がある 「利益を得る活動をしてはいけない」などの誤解が広くあり、団体の目的達成のために利益を得る事業をしたいにも関わらず、理解が得られない
第3セクター	<ul style="list-style-type: none"> 民間資金導入による集中的、大規模な社会資本整備が実施可能 民間の効率的経営方法を取り入れた事業効率化が期待できる 公共部門の毎年度予算制約軽減 公共性を背景とし、権利調整、用地買収の円滑化、地域住民コンセンサスの形成が比較的容易 公有地の活用、各種規制の特例等による行政支援が受けられる 	<ul style="list-style-type: none"> 「公共性の追求」と民間側の「事業成立のための利益追求」を共同出資という点を通じてのみ実現しようとしたことの困難がある 公共側は営利性追求を民間セクターに委ねる。公共・民間のリスク、役割分担が不明確 赤字補填が懸念される
民間事業者	<ul style="list-style-type: none"> 利潤追求のために事業を営む 民間企業の自由な発想が期待できる 問題発生時の対応が早い 民間の創意工夫や経営ノウハウを取り込むことができる 資金調達力がある 	<ul style="list-style-type: none"> 営業収支、販売促進、コスト管理面等全てに経営責任を負っており、営業努力が求められる 事業者の破綻により、サービスの提供が停止するリスクがある 短期的な視点に限られた断片的な開発に陥りやすい 独断的(ワンマン)経営に陥りやすい
まちづくり会社	<ul style="list-style-type: none"> 主に中心市街地のまちづくりを推進する主体で、地域密着型の公共性の高い民間担い手組織として自立した活動が可能 収益と公益のバランスをとりやすい 一般的な民間事業者よりもまちづくり業務の自由度が高い 行政と連携しやすい ソフト、ハード両方の事業実施が可能 	<ul style="list-style-type: none"> 行政や商工会議所、民間企業などの支援が必要不可欠 収益確保に時間を要する 市民のボランティア・ネットワークと信頼ある協力関係の構築 民間ノウハウに加え、行政的な知識が多々必要 コントロールや調整、合意形成等の業務が多くなる 観光協会や商工会と一部業務がかぶりイベント等で業務が追われやすい

管理運営母体の比較

各運営体系手法の比較の結果、「まちづくり会社」の評価が最も高く10点、次に「第3セクター」の評価が高く9点となった。（ただし第3セクターは採算性△）

運営母体	1. 地域住民への貢献	2. 効率性と透明性 採算性の確保	3. 地元の人材・組織の 積極的な活用	4. 民間の経営ノウハウの 積極活用	合計評価
公共団体	◎ 公共目的が直接反映できる	△ 総合的な管理運営の知見が 不足する可能性	○ 行政施策との連携が 図りやすい	△ 経営ノウハウが限られる	7点
NPO	◎ 営利目的でなく 社会的な事業	○ 非営利団体であるため コストパフォーマンスが高い	△ NPOの採用基準に準ずる	△ 民間ではあるが事業者よりも 経営ノウハウが浅い可能性	7点
第3セクター	◎ 自治体と民間の共同資本で 社会性がある	△ 自治体が赤字補填を行う	○ 行政資本があるため 行政との連携が期待できる	◎ 民間の効率的経営方式を 取り入れた事業効率化	9点
民間事業者	△ 民間としての利潤追求が 成立した上での地域貢献	○ 採算性を重視するが 破綻によるサービス停止リスク	△ 事業者の採用基準に準ずる	◎ 創意工夫やノウハウを 取り込みやすい	7点
まちづくり会社	◎ 地域密着型の まちづくり推進主体	○ 収益と公益のバランスを 取りやすい	○ 地域のステークホルダーとの 協業が必要	◎ 公共性の高い 民間担い手組織として活動	10点

※合計得点は、4項目のそれぞれの評価（◎ = 3点、○ = 2点、△ = 1点として得点化）の合算数値から算出した。

管理運営体系の考え方

管理運営手法は「管理運営委託」、運営母体は「まちづくり会社」で検討してはどうか。体系としては経営と運営を一体化するか分離するかが論点となる。

	運営体系1 まちづくり会社に「経営」と「運営」を一括委託する運営体系	運営体系2 「経営」と「運営」を分けた運営体系
運営体系		
長所短所	<ul style="list-style-type: none"> ○ 経営と運営が一元化されているため、取り組み施策や方向性の整合性が取りやすい。 ● 委託先のまちづくり会社が経営・運営に失敗した場合、事業者の再選定が必要になる。 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 経営と運営を分けるため、事業実績が悪い場合は事業者を変更したり、経営的なアドバイスをすることが可能。 ● 経営側と運営側のコミュニケーションコストが一体型よりも必要に。

※各事業の事業名は、事業イメージ例を記載した

※長所短所の○は長所、●は短所

参考事例

参考に調査した施設では8施設中5施設が経営と運営を分離している。次のページでは経営と運営を分離した事例を取り上げた。

施設名	管理運営方式	事業方式	運営母体	経営と運営	備考
道の駅ましこ (栃木県)	公設民営	指定管理	第3セクター	一体	* 直営方式（物販、飲食、加工、総務・交流）
新しい村 (埼玉県)	公設民営	指定管理	第3セクター	分離	* 直売、育苗、維持管理は直営方式 * 新しい村の加工場にて、パン屋と総菜店に再委託。
トライアルパーク蒲原 (静岡県)	公設民営	指定管理	民間企業	分離	* 指定管理（管路・清掃・情報発信）と自主事業（収益事業、サイクルツーリズム、プレイヤーのコーディネート）に分かれている。
都市交流施設 道の駅保田小学校 (千葉県)	公設民営	指定管理	民間企業	分離	* 建物の整備は補助金等を活用しながら町が負担。 * 飲食店3店舗以外はすべて直営で運営（直売、飲食、宿泊、イベントスペース）。
道の駅 遠野風の丘 (岩手県)	公設民営	指定管理	第3セクター	分離	* リニューアル整備費は、市と県が負担。 * 遠野ふるさと商社が飲食店等へテナント貸しをしている。
道の駅たかねざわ 元気あっぷむら (栃木県)	公設民営	指定管理	民間企業	一体	* 建物の整備・再整備費はすべて町が負担。 * 物販・飲食・場所貸し(テナント)事業は自主事業。
道の駅庄和 (埼玉県)	公設民営	指定管理	民間企業	分離	* 国や県の補助金、起債、一般財源にて整備。 * 商工会は管理事務機能で、運営は商工会会員で構成する企業に委託。 * 本館に多くのテナント（商工会会員）が入る構造。道の駅に管理に係る修繕や植木の維持などの業務は、商工会の会員企業に委託。

2022年に設立された民間企業。1つの企業で担当しつつも、指定管理業務（経営）と自主事業（運営）を分けているのが特徴。

<p>コンセプト</p>	<ul style="list-style-type: none"> * <u>地域・企業・行政・個人</u>の4つのトライアルを実現する <ul style="list-style-type: none"> * テストマーケティング・ユーザーヒアリングをしたい団体・人が、必要最低限のコストでトライできる施設 * この場所を道の駅として整備する予定があり、行政側がどのようなニーズがあるのか、どのようなコンテンツが良いのかを知るための実証実験の場でもある。
<p>リソース</p>	<ul style="list-style-type: none"> * <u>場所・運営主体</u> <ul style="list-style-type: none"> * 旧庵原高校グラウンド跡地を活用。 * 本トライアルパークの運営を主事業とするスルガスマイル株式会社（スルガノHDのグループ会社）が静岡市より指定管理業者として受託。 * 指定管理業務は、管理・清掃・情報発信の3つ。 * 指定管理 + 自主事業（収益事業、サイクルツーリズム、プレイヤーのコーディネート） * 自主事業は町から「多目的棟、屋根付き広場、キッチンカースペース、芝生広場等」の占有許可を付与→そのため、町に占有料を支払い * <u>施設設備</u> <ul style="list-style-type: none"> * 自由販売エリア、キッチンカーエリア、イベント広場、シェアキッチン、BBQスペース、サウナなどが初期展開されている。 * ただ空地なのではなく、テントや什器など一部はトライアルパーク側で用意し、使用者がアレンジできるようになっている。 * <u>施設スペック</u> <ul style="list-style-type: none"> * 敷地面積 10,206㎡（ドラムの里とほぼ同じ大きさ）。 * 駐車場：合計30台（ドラムの里とほぼ同じ収容台数）
<p>マネタイズ</p>	<ul style="list-style-type: none"> * <u>売上高</u> <ul style="list-style-type: none"> * オープンしてまだ日が浅いため不明 * <u>各施設売上</u> <ul style="list-style-type: none"> * R3売上データは非開示

参考：経営と運営を分離している事例 – 遠野風の丘（運営母体：遠野ふるさと商社）

遠野ふるさと商社は2020年に設立の地域商社。食堂事業部門では飲食店ヘテナント貸しを行っている。

<p>コンセプト</p>	<ul style="list-style-type: none"> * <u>歴史と食文化を繋ぎ、観光資源を磨く</u> <ul style="list-style-type: none"> * 遠野市の観光客の大半は風の丘（道の駅）に訪れているが、そこから市内観光周遊を促進できていないという課題あり。 * テーマ設定によるブランディングの磨き上げで、通過されてしまわないような仕掛けを道の駅中心に行う。
<p>リソース</p>	<ul style="list-style-type: none"> * <u>運営会社</u> <ul style="list-style-type: none"> * 一般社団法人遠野ふるさと公社の経営改革を実行することを目的にR2のコロナ禍で遠野市の出資により立ち上げられた法人。 * 遠野ふるさと商社が指定管理で受託。 * 指定管理業務は道の駅の運営全般（情報交流館の管理、地域住民や道路利用者等への情報発信、道の駅遠野風の丘の使用許可、維持管理）。 * 別途、運営の中で飲食店等ヘテナント貸しをしている。 * 若手の人材採用も行うことで、HP改修やふるさと納税におけるデジタル活用を強化。 * <u>ストーリー：歴史と食文化</u> <ul style="list-style-type: none"> * カッパや座敷わらし、天狗といったキャラクターが登場する「遠野物語」のストーリー * ブリキのバケツに鉄鍋を置き、ジンギスカンを楽しむ「バケツジンギスカン」のストーリー。 * ホップの栽培面積が全国1位であることからクラフトビールや生ビールを楽しめる「ビール」のストーリー。 * <u>施設スペック（風の丘）</u> <ul style="list-style-type: none"> * 敷地面積 17,756㎡（ドラムの里の約1.7倍の大きさ）、建築面積 1,276㎡→1,800㎡（ドラムの里の約2.6倍の大きさ）。 * 駐車場：合計150台（普通車：212台 / 大型車16台、駐車場拡張で+30台程度増）（ドラムの里の9.9倍）。
<p>マネタイズ</p>	<ul style="list-style-type: none"> * <u>売上高（2021年時点）</u> <ul style="list-style-type: none"> * 設立（事業譲渡）から2年で黒字転換を実現（1年目もハード改修による特別損失が大きい） * 来訪者数は風の丘（68.9万人）と伝承園（1.7万人・入場料330円）で計70.6万人。売上は約4億2,000万円。 * 売上規模で一番大きい施設は風の丘の2.25億円で全体売上の53%を占める。 * <u>食堂部門（=テナント貸）</u> <ul style="list-style-type: none"> * 風の丘と伝承園の合計売上で約5,600万円。風の丘が食堂部門の売上の83%を占める。 * 風の丘はフードホール形式で郷土料理・ジンギスカン・家庭料理・デザート・魚介系の5店舗あり、デザート・ドリンクを除き500～2,000円で提供。 * <u>売店部門</u> <ul style="list-style-type: none"> * 風の丘、伝承園、川徳店（盛岡のデパート分店）合計売上で2億円、風の丘、川徳店、伝承園の順に多い。 * 通常の道の駅にあるような生鮮だけでなく、地酒・地ビール・蕎麦などが特徴。 * ホップ系の自社商品・イベント等を企画しており、売上1点につき10円をホップの生産維持のための基金に提供している。 * <u>販売部門</u> <ul style="list-style-type: none"> * PR、ECサイト、物産フェア、武蔵野市でのアンテナショップで約3,100万円の売上。EC売上が販売部門の売上の60%を占める。 * <u>その他</u> <ul style="list-style-type: none"> * ふるさと納税返礼品発送業務等、行政からの受託事業の収益、補助金等での収益も1.1億円。