

## 事例 1

## 指宿地域交流施設整備事業（鹿児島県）

### 我が国初の道の駅を対象としたPFI事業

- ① 民間事業者に対するインセンティブの付与による特産品販売力強化の実現
- ② 自由提案による自主運営事業の実施
- ③ 地元関連企業との協働による地域波及効果の実現

#### 1 事業の概要

公共施設等の管理者等	指宿市	
施設概要	所在地	指宿市小牧字磯 52 番地 他
	敷地面積	都市公園：12,000 m <sup>2</sup> 、道の駅：4,000 m <sup>2</sup>
	延床面積	465.60 m <sup>2</sup>
	施設内容	地域交流施設、都市公園、道の駅
事業期間	約 16 年（設計・建設約 1 年、維持管理・運営約 15 年）	
施設の所有形態	BTO 方式	
事業類型	混合型	
総事業費	約 4 億円（税抜き、落札金額）	
選定事業者の業務内容	地域交流施設：施設の設計・建設、維持管理、運営業務 都市公園、道の駅：維持管理業務	
経緯	実施方針公表	平成 15 年 01 月 14 日
	特定事業選定	平成 15 年 03 月 26 日
	入札公告	平成 15 年 05 月 19 日
	落札者決定	平成 15 年 09 月 24 日
	契約締結	平成 15 年 11 月 27 日
	供用開始	平成 16 年 10 月 01 日

#### 2 本事業の特徴

##### ① 市民・地域からの要望に基づいた事業の発案

指宿市（以下、「市」という。）では、以前より、農家や農産加工組合、漁業者などから直売所等の設置要望が多くあり、「第 4 次指宿市総合振興計画」策定時に組織した「市民まちづくり委員会『夢現塾（むげんじゅく）』」からも物産館設置についての提言があった。このようなことから、「第 4 次指宿市



地域交流施設外観

総合振興計画」において「複合的機能を備えた交流施設の整備」を重点事業として位置づけ、道の駅、物産センターおよび公園整備の検討が進められた。地域交流施設の設置場所は、鹿児島市と指宿市をつなぐ国道 226 号線の市境で、景観の優れた場所を選定し、道の駅と都市公園を併設することとなった。

本施設整備手法の選定にあたり、財政支出の削減や良質なサービスの提供が行われる可能性が高く、特に民間の有する経営ノウハウが有効に活用され、特産品販売力を増強することで地域振興に寄与できる可能性が高いとの考えから、我が国で初めて道の駅に PFI が導入されることとなった。

## ② 多角的な需要予測調査の実施

本事業では、道の駅における農産物及び鮮魚・加工品等の特産品販売業務の収入リスクが事業に与える影響が大きいと考えられたため、販売需要の検討にあたり、コンサルタントが需要予測調査を実施する一方、市も独自に周辺のコンビニエンスストア等に対するヒアリング調査を行うなど、多角的な面から需要予測調査を行った。

## 3 PFI 手法を採用したことの評価

### ① 民間事業者に対するインセンティブの付与による特産品販売力強化の実現

特産品販売業務等の運營業務について、民間事業者に販売促進のインセンティブを与えるスキームが採用されている。例えば、民間事業者の運營業務の一つに、特産品の販売代行業務がある。特産品には、市内で生産される農林水産物や花卉・観葉植物類、加工品、ブランド産品、工芸品、民芸品や県内で生産される観光土産品等があり、これらの売上の 20%~40%を民間事業者の販売手数料収入とする一方、人件費等は事業者が費用負担するスキームを採用している。

この結果、特産品販売額は当初の市予測値を大きく上回り、選定事業者の安定した財務状況の確保が可能となった。

### ② 自由提案による自主運營業業の実施

本事業では、自由提案による自主運營業業の実施が可能な事業スキームが採用されている。現在実施されている自主運營業業としては、余剰容積を利用したレストラン、ミニショップ、ベーカリーショップの運営、施設周辺でのソフトクリーム、焼き鳥等のファーストフード店が展開されており、施設利用者の利便性向上に寄与している。

### ③ 財政支出の削減

最終的には 3 グループの応募があり、PFI 手法の導入によって、従来方式における市の財政支出に比べ、約 37%の VFM（コスト削減効果）が発揮された。

## 4 事業者選定後の状況

### ① 地元関連企業との協働による地域波及効果の実現

選定事業者の提案内容については、地元関連企業との協働に力点を置き、地域活性化策を探るなどの経営努力への姿勢等を重視した。施設供用開始後は、積極的に地元関連企業との協働が実現されている。具体的には、地元特産品のびわ、パッションフルーツ、芋等を使用したソフトクリーム、薩摩焼の陶器を使用したチョコレート等の商品開発、出荷者が持ち込む特産品を用いた定食の販売等がなされており、地域活性化に貢献している。

また、市内商業高校の生徒を販売実習生として受け入れることにより、地元での教育及び雇用促進にも貢献している。

### ② 選定事業者の販売ノウハウの活用

地元企業との協働による商品開発以外にも、販売力強化のための方策が積極的に推進されている。例えば、選定事業者は市の協力を得て、平成 20 年の NHK 大河ドラマ「篤姫」の撮影セットを施設内の工芸品展示コーナーに再現するなど、顧客増加・売上増加のための努力を行っている。この結果、現在供用開始後約 3 年半経過しているが、特産品の売上額は概ね当初の予想額を上回っている。このように、PFI 方式の採用によって、従来手法で実施される場合以上に、売上増に向けた努力や時代の潮流に合わせた柔軟な対応が実現されている。

### ③ モニタリングの状況

主に四半期に一度、実地調査によりモニタリングを実施している。モニタリング内容は、主に壁面のひび割れや床面の清掃状況等の維持管理面の確認である。モニタリングは、前回の指摘事項をチェックし、改善点等を整理する方法を採用している。

モニタリングにより、業務内容に不備があると判断すれば、その都度減額ポイントを付与し、減額ポイントが 5 ポイントに達した場合は、サービス購入料を 20%減額する等の方法を取っている。

#### まとめ

- 本事業は、我が国で初めて道の駅に PFI 手法が導入された事業である。
- 運營業務に関しては、売上の 20~40%を選定事業者の販売手数料収入とするなど、民間事業者の売上高増加のインセンティブを働かせるスキームが採用されており、選定事業者の努力により、当初予測以上の来客数・売上高が実現されている。
- 自由提案により、レストラン、ミニショップ、ベーカリーショップ、ファーストフード店が展開されており、利用者の利便性向上に寄与している。
- 地元関連企業との連携による地元特産品を活用した新商品の開発や、商業高校の生徒の販売実習生として受け入れなど、様々な点で地域への貢献が実現されている。