

那珂市議会 産業建設常任委員会記録

招集日時 令和7年10月30日(木) 午前10時
招集場所 那珂市議会全員協議会室
出席委員 委員長 寺門 勲 副委員長 小宅 清史
委員 大和田和男 委員 笹島 猛
委員 遠藤 実 委員 福田耕四郎
欠席委員 なし

職務のため出席した者の職氏名

議長 木野 広宣 事務局長 会沢 義範
次長 萩野谷智通 次長補佐 三田寺裕臣

会議事件説明のため出席した者

中小企業診断士 勝山 文久

会議に付した事件

- (1) 調査事項について 道の駅の運営の調査、検証について
…分析結果の説明、意見交換

議事の経過(出席者の発言内容は以下のとおり)

開会(午前10時00分)

委員長 皆様、改めまして、おはようございます。

それでは、始めさせていただきます。

ご連絡をいたします。

会議は公開しており、傍聴可能といたします。また、会議の映像を庁舎内のテレビに放送します。会議内での発言は、必ずマイクを使用し、質疑、答弁の際は簡潔かつ明瞭にお願いいたします。携帯電話をお持ちの方は、電源をお切りいただくか、マナーモードにご配慮をお願いいたします。

ただいまの出席委員は6名でございます。欠席委員はございません。定足数に達しておりますので、これより産業建設常任委員会を開会いたします。

職務のため、議長、議会事務局職員が出席をしております。

ここで、議長よりご挨拶をお願いいたします。

議長 改めまして、おはようございます。

朝晩、気温の寒暖差がありまして、私ちょっと今、花粉っぽい感じで鼻が詰まっておりますので、委員の皆様にも体調管理は十分気をつけてされますようお願い申し上げます。

本日は、会議事件として、道の駅の運営の調査、検証について、勝山様に講師をいただきまして勉強させていただきたいと思いますので、委員の皆様も慎重な審議を賜ります

ようお願い申し上げます。よろしくお願いいたします。

委員長 ありがとうございます。

これより議事に入ります。

調査事項、道の駅の運営の調査、検証についてを議題といたします。

道の駅の収支計画の分析を勝山氏にお願いをしておりました。まず、勝山氏のほうから説明をよろしくお願いいたします。

勝山氏 それでは、以前いただきました案件に基づきまして調査、分析をいたしました結果について、お手元の資料をご覧くださいと思います。

前回説明させていただいた中に、深掘りしていただきたいという要件がありまして、その中身といたしまして、第三セクターの在り方、リスクとか将来設計、第2といたしまして、来場者数95万人、客単価1,005円の検証という形でお題をいただきまして、その中身についてちょっと統計資料等を基に分析させていただきました。

第三セクターの在り方ということで、前回の結論部分の深掘りについてということで、国土交通省、これは2025年6月に発表しました資料なんですけれども、これによりまして、全国で1,230駅という形になっています。このうち指定管理者44.3%、第三セクター31.1%、直営が15.7%、財団法人等が8.9%というふうな形になっていたのもありました。結構一番大きいのは指定管理者の部分だったんですけれども、今回いただきました中身につきましては第三セクターという形ですので、第三セクターの部分について深掘りをさせていただきました。

リスクということなんですけれども、リスクと将来設計という形なんですけれども、これも道の駅についてかなり細かく分析した、統計学的に分析したデータがありましたので、そちらのほうをちょっと参考に見させていただきました。

リスク、将来設計等につきましては、全部読むのはかなり時間かかってしまいますので、結論に近いような部分ということを太字で表わさせていただきました。全国1,147件の道の駅を対象としたアンケート結果によりまして、その効率性は隣接道路の交通量をはじめ様々な非裁量要因、自分たちでは努力できない要因によって左右されるということが分かったというふうに示されております。

それから、道の駅の効率性とか地域や運営形態はそれぞれに異なっていて、効率性格差は指定管理者制度を通した民間委託や併設施設の特性などの要因が影響を与えているということが分かったという説明になっております。

推計結果、これは統計学的に全国の幾つかのデータを集めて分析した結果という形になります。この中でいろんな要因があって、多変量解析という手法なんですけれども、いろんな要因を統計学的に分析して、その中で得られた結論という形で報告書がなされております。

第1に分かったことは、隣接道路の交通量が多い駅ほど利用効率が上がる一方、交通量

が多ければ、それなりに利用効率が上がると。それが効率的な単価の確保をもたらすわけではないというふうな形の結論になっていました。

それから、第2としまして、地域住民によるアクセス機会が多くても、それが直ちに効率的な客単価の確保には結びつかない。

第3としまして、観光客の訪問率が高く、農林水産物の収穫量が多い時期に立地する駅ほど併設施設の消費活動が活発になり、効率売上げが高まるということです。ですから、地場の農産物等が多くあるところほど単価が上がるというふうな形になっております。

第4としまして、農林水産物が多様な地域ほど立ち入る効果が高まり、利用効率は上昇しますが、客単価の確保にはつながらなかったという面もありますという形です。

それから、第5としまして、これは水産物という形で書かれておりますけれども、農林物も同じだと思います。生産業にかかわらず、多様な種類の農水産物が生産可能な地域の道の駅ほど販売商品の種類が豊富になり過ぎ、かえって売上効率の向上や効果的な客単価の確保に支障を来すということが分かったと言われています。ですから、何でも取りそろえればいいというものではなくて、重点的に取りそろえるべきものは用意してくださいという警鐘だと思います。

最後としまして、道の駅の距離感です。駅からの距離が離れるほど競合が減少し、効率的な客単価の確保が可能であるという形になっております。道の駅の競合駅が遠ければ遠いほど利用率が高まるというような形です。それから、近隣に多くの競合施設が集積する道の駅は、立ち寄りや併設施設の消費機会が減少し、結果としてそれが効率的な客単価の確保に負の影響をもたらしている可能性があるという形です。

ですから、ここで言えることにつきましては、那珂市の計画されております道の駅につきましては、こういった反省と、あとは既に出来上がっております事業計画書の中でこういう案件がありますよというところを念頭に置きながら、今後の運営をしていくべきでしょうというような形で私のほうは理解させていただきました。

それから、今後の方向性ということで、前回お話ししましたが、ハフモデルということで、ちょっと前は詳しい計算式とかちょっと出しておりませんでしたので、それから事例もありませんでしたんで分かりにくいかと思いましたが、今回は計算式の例をまとめさせていただきました。

それから、あと出来上がった後の体制づくりということで、どのような体制をつくり上げるか、それから他の競合と戦うためにどんなものが必要かというものを、ちょっと今までによく経営戦略というものを立てるときなんかには示させていただきましたランチェスター戦略というのがあるんですね。ランチェスター法則の理解が必要であるということでもまとめさせていただきました。

ハフモデルの計算式ということは、前回ちょっとハフモデルというのがありまして、いわゆるお店、施設の魅力度と競合施設との距離についてご説明したと思うんですけれど

も、具体的な計算の仕方ということで、公式を記載しております。これも具体的に個別のデータを集めないと言えないんですけども、計算式の例としまして、A店舗の魅力度、それからB店舗の魅力度、それから店舗までの距離を基に計算してみた結果が、下のほうの式にありますように表されますよという形です。

例えば、店舗Aの魅力度が1,000だと。B店舗はより魅力度が高くて2,000だと。I地点といいますのは、お客様のいる地点から店舗Aまでの距離が500メートル、それからBまでの距離が1,500メートルという形で計算式をしていきますと、店舗Aまでの確率といいますと、魅力度は1,000ですけども距離が500メートルですと、近いですよという形の計算と、魅力度が倍ありますけれども距離が3倍あるというときには、計算式に当てはめていきますと、店舗Aのほうの確率が81%強で、店舗Bの確率が18%強だということです。ですから、やっぱり魅力度を高めつつ、近場にあるものが利用されるというような結果となっております。

それから、やっぱり店、施設の魅力度を高めるためには、近隣の方々というか、それらの近くにいらっしゃる方々に寄ってもらえるような施設づくりが必要だろうというふうな形になっております。

それから、できた後の経営戦略ということで、ランチェスターの法則というのをちょっと説明させていただきます。ランチェスター戦略といいますのは、第2次大戦の頃、戦い方を数学的に計算した学者がおりまして、いかにしたらその少数精鋭で勝てるかという方向から分析した資料でございます。ランチェスター戦略のルーツといいますのは、第1次対戦の頃です。戦闘力と兵力の質、それから量で大体勝敗が決まるというような計算式を表した公式をつくった方です。

これでこの計算式を各戦闘事例等に当てはめて考えたところが、割り出した中身といいますのが第1法則といいまして、一騎討ちの法則です。10人对20人では絶対的に20人が勝つと、同じような武器だったらばというようなことを表しました。

例えば、その那珂市の道の駅が後発で出てくるというような形ですと、後から始まりますので、いわゆる弱者というふうに捉えてもいいのかなということで、弱者の5大戦略というものをちょっとまとめてみました。

それは局地的ということで、地域の狭いところで1等賞になるというようなところなんです。

それから、一騎討ちの法則、1社限定、例えばその地域だけのお客さんを拾うというような、いわゆる直売所的な施設にして、周辺住民のお客さんを集めるというようなやり方です。

それから、接近戦です。敵ではなくて、マーケティングでいかにお客さんを集めるかというような形になります。

それから、1点集中です。やっぱり特定のお客さんを定めて重点的に広告宣伝をかけていくとか、集める手だてをするという形です。

それから、動揺作戦といいまして、競争相手の裏をかく戦法、多分ここは競争相手は想定できるものがありますけれども、裏をかくような戦法はなかなかできないのかなというふうに思っております。

第1法則ということで、戦闘力とあと武器を効率と兵力数で計算ができますよという形になっています。

集中効果ということで、1人で複数の相手を同時に攻撃できる、または集団が同時に複数の相手に攻撃ができる確率性です。ですから、武器を変えろと。敵より優れた武器を持つと、いわゆるこれは商品です。道の駅になぞらえまして、商品なりお客様が来るような仕掛けをどうするかというような形で多分読み取れるのかなと思います。

それから、第2の法則がありまして、集中効果、1人で複数の相手を同時に攻撃できる、または集団が同時に複数の相手に攻撃できる確率性というものがありますよということで説明がなされております。

それから、4番目としまして、強者の5大戦略ということで、ある程度強みが発揮できるような形になったら、広域戦、大きな市場、だから、例えば県北全域とか県内全域にその広告宣伝なりイベント等を行うというような形になるのかなというふうに思いますけれども。

それから、確率戦です。相手母数を増やす、これは先ほどの中身とちょっと違うんですけれども、それとは違いまして、新製品、近隣にないようなものをどんどん積極的に売り出すと、こういう戦略が必要ですと。

それから、遠隔戦です。広告宣伝を拡大して行くと。

それから、総合戦、これが多分一番大事になってくるんだと思うんですけれども、今までお話ししました中身の内容のものを統括する部門できちっと統括しまして戦略を立てていくというような形だと思います。

それから、誘導作戦、これは戦いやすい場所、ですから道の駅ができるとすれば、道の駅に関しての魅力度を高めていくというような形で進めていくのが必要なのかなというふうに思っております。

それから、総合戦です。全ての武力の力をどうしていくか、総合戦として。誘導作戦ということで人を集める、いかに人を集めて勝ち取るか、勝利に導かせるかというところ です。

それから、第2の法則というのがありまして、先ほどもちょっと申し上げましたけれども、相手にはない武器の効率と、あと兵力数の2乗、量。武器の効率は同じで兵力が2倍になるためには、その武器の効力を高めれば相手の能力を上回ると、勝てるというような理論です。

それから、3番目としまして、いわゆる数で上回るか、武器で上回るかという中で戦略を立てていくということで戦略理論の立て方があります。ランチェスターの戦略理論の

中では、いわゆる国とか兵士の量で戦闘力が決まるのではなくて、個人の資質、いわゆる市民の方々、それに関わるスタッフの方々などの資質を高める、そういうものの工夫も必要であるというような形で説明がされております。

それから、ここから下のほうは戦略理論という形で、施設ができた後にどういうふうな形でそのマーケティング戦略とか広告宣伝、それから経営効率を上げるための戦略をしていくかということで説明が載せられております。

弱者の戦略理論ということで、戦闘力を高めるのには、やっぱり職員の質、労働環境を整えて業務の活動を効率化すれば勝てる望みが出てくるというような形です。

それから、強者の理論ということで、シェア争いに関する法則です。

それからマーケット理論、シェア争いに関する法則ということで、マーケットシェア理論と、これは別の科学者の方が考え出した法則なんですけれども、マーケティングの関係から市場占有率をどういうふうな形でまとめて取り上げていくか。どこまでその市場占有率を高めれば、1社が完璧に絶対王者になれるかというような理論を開発した方なんですけれども、この方が考えますには、そのマーケットシェア、シェアの7つのシンボル目標値というのがありまして、この辺は多分まだ出来上がってからの考え方の参考にしていただければよろしいと思うんですけれども、上限の目標ということで統計学的にはじき出しますと、73.9%を取れると、ほかの1社が全市場制覇というような形の、もうこれ以上はあくまで73.9か100かと、どんどん100に近づいていくというような理論の計算方式です。

それから、取りあえずその安定、ほかの競争相手が73.9%のシェアを握ってしまったら、もうほとんどやりようがないもんですから、少なくとも、そうはならないために安定目標値ということで40.7%という数字があります。そのほかに26.1%という数字があるんですけれども、これはシェアとして26.1%のシェア、だから支持率、那珂市の道の駅が26.1%支持率が得られましたよという形であれば、どんどん登っていく可能性があるということです。ですから、取りあえずその下限目標26.1%の支持率を得るための努力、ここからまず始めないといけないということです。

それから、26.1%はなかなか取れないと思いますので、それ以下の努力目標として、上限目標値19.3%という数字があります。それから影響目標値10.9%、それから存在目標値6.8%です。それからどんどん下がっていくんですけれども、拠点目標値2.8%と。どこをもって那珂市の道の駅がこの26.1%とかそういう数字になっていくかというのを把握するのは、やっぱりちょっと細かなデータ、定期的に市民の方なりお客様に対するいわゆるアンケートなりで支持されているかというものを調査していく必要があるんですけれども、それが継続的に実施をしていきまして何%まで、アンケートであれば、100人にアンケートを配って19.3%の支持が得られたという数字が分かったということになりましたら、それ以上に伸ばしていくための努力をしていく必要があるというような

ことになっている理論、こういうような理論もありますということで、施設が出来上がりましたらば、こういうものも参考にしながら軌道修正をしていって、最終的に安定的な支持率が得られるような努力をしていく必要があるという形になると思います。

それから、3の4としまして、市民説明会での資料の実現のための方策ということで、ちょっと説明会の資料を読み込ませていただきまして、飲食、物販によるコンテンツによる差別化、それからコンセプトフード開発のための取組と支援体制という形が掲載されておりました。このための方法としまして、水戸農業高校とのコラボレーション、農商工連携推進、それから地域資源活用促進法等による地域資源、農商工連携とか市民連携事業認定の取得、これは国で農林水産省と経済産業省が集まりまして、地域の地場産業をいかに振興させるかというのでつくり上げました法律なんですけれども、こういう連携をする事業計画を立てれば、連携に必要な設備の資金とか経営支援を行えますよという制度がありますんで、こういう制度をフルに使いまして何とかその最終目標の26.1%まで取りあえず持っていこうというような努力目標のための方策です。

それから、ちなみに那珂市の地域資源という形で今指定されておりますのが、農林水産物ではキュウリ、ゴボウ、ニンジン、那珂かぼちゃ、八重桜、それから那珂のヒマワリ、これちょっとかなり古いんですけれども、平成26年の指定だったものですから、ちょっと古いかと思うんですけれども、それから観光に結びつくかどうかは分からないんですけれども、加工品として干し芋というのがあります。それから観光資源としましては、茨城県植物園、静峰ふるさと公園の八重桜、那珂のひまわり畑というような形で、地域の資源として指定されております。ですから、このような資源をいかに活用して、国からの支援をいただいて特産物の開発、それから地域の皆さん方の負担軽減に向けられるような努力も必要なのかなというふうに考えております。

それから、やはり同じく市の説明会の中で候補の中に出てきました物販、直売におけるGAP調査、それから有機JAS、こういうものを活用しますよというようなお話があったんですけれども、これらにつきましても、市の担当あたりが一緒になりまして推進をしていかないと、多分個々の農家の方々については、こういう制度があるというのなかなか分かりにくいかなと思いますんで、そういうものも使いながら戦略を立てていくというのが必要になると思います。

特に、有機JASにつきましては、農林水産省ちょっと遠いところなんですけれども、中国四国農政局でまとめたアンケートがありました。その中で有機食品、有機無農薬とかいう形の部分について、どれぐらい消費しておりますかというアンケートを5年続けてやった中によりますと、やはりその関心が結構高くて、5年でほぼほぼ倍増しているというような形になっておりました。ですから、さきにありましたGAPとか有機JAS認定、こういうものを全庁的に農家の方々と進めていけば、那珂市としての強力な武器になるのではないかなというような形で期待をさせていただきました。

それから、道の駅開業までに行うべきことということで、前回もちょっとお話をしたかと思うんですけども、誰が、何を、いつまでに、幾らで、どのようにという、いわゆる時系列的な事業計画を作成しまして進めていかないと、進めるだけ、つくるほうはつくるほうだけ、その後の農家の方々なり、マーケティングをするような方々の協力がないうという形ですと、ものは出来上がりました、でも、後ろを見たら誰もついてこなかったというような形になりかねませんので、全組織、全庁挙げた取組が必要なのかなというように形でお話をさせていただきます。

それから、来場者95万人及び客単価1,005円の検証ということで、近くの決算データを見させていただきました。道の駅ましことそれからかわプラザ、それと道の駅みわの3つの資料を頂きまして、道の駅ましこにつきましては、これは多分焼き物とか何かの可能性もありますんで、年間来場者79万9,000人です。それから客単価が1,141円、道の駅みわが32万人です。客単価が1,269円、かわプラザが58万5,000人で客単価が1,375円というように形で、那珂市の想定しております1,005円、それから95万人、95万人まではいていなくても、1,005円を超えるような売上げは上げているという結果が出されました。

それから、もう一つ確認したんですけども、95万人の中に前回小宅副委員長から出されておりました植物園の計画は織り込みなのかなという形でちょっと詳しく見させていただいたんですけども、この95万人、那珂市の道の駅の市民説明会に使いました中身については、植物園の来客数は見込んでいないというような形でした。ですから、45分圏の方々だけという話だったもんですから、これらもうまく使い込んでいけば、かなりの業績アップにつながっていくのかなというふうに、今私としては考えました。ある意味、今がチャンスかなという形でした。

それから先がデータということで、10ページ以降は各道の駅関係の決算資料をちょっと載せさせていただきました。

という形で分析をさせていただきました。ざっと説明したものですから、あと何か見た形でここはどうなのというようなことがありましたらば、またご質問でお答えしたいというふうに思っていますんで、よろしくお願いいたします。

委員長 ありがとうございます。

説明が終わりました。

それでは、意見交換に入ります。質問がありましたらよろしくお願いいたします。

笹島委員 那珂市が95万人、客単価が1,005円、これほかから比べれば控えめに感じるんですけども。

勝山氏 より安全面で計算したのかなという感じもしないでもないんですけども。

笹島委員 その相乗効果というのは生まれるんですか。この周りに常陸太田市があります、常陸大宮市があります、一番近い。先ほど言っていた遠ければ遠いほど来客がいいということをしていましたね。近いですよ、この3つが。今度は、今言った御前山のかつ

ら、新しく今造っていますよね。先ほど言っていた今度は道の駅みわとか、道の駅ましとか、道の駅もてぎとか、これも近い線だと思うんですけども、こういう中で、常陸大宮市、常陸太田市が同じような物産並べられると思うんですよね。特徴がないと思うんですよね。それで、その競争に果たしてこの3つで、よそもありますんで、勝てるかどうかというのはどうなんですか、これは。

勝山氏 ここが大事なんですけれども、やはりランチェスターの戦略という形で、兵力でいくのか、武器効率でいくのかという形の部分で、ほかにはない、那珂市だけしかないんですよというところをいかに見いだすかだと思うんですよね。

私は、道の駅の分析はあまりやったことないんですけども、ほかで取組として、いわゆる農家、ほぼほぼ道の駅で販売するといいますのは、地場の産品という形になると思うんですね。ですから、その地場の産品をいかに育てていくかという形になると思います。ですから、この中にもちょっとありましたけれども、完成までの道筋ということで、有機とかJASとかGAP、そういうものに対する消費を農林水産物を提供する皆様方にいかに意識を持ってもらうかというところの仕組みがやっぱり必要になってくるのかなと思います。ですから、つくればそれなりに大変は大変です、行政としても。

笹島委員 先ほど言った地場産品って言っていましたね。その地場産品、今から開発という形になると思いますと、既存のものを利用すると。今から開発すると非常に大変だと思うんですね、試行錯誤やらなきゃいけない。オープンの年月日は決まっています、二、三年後です。間に合う、間に合わないよりも確立していかなければ、ある程度の来客数も見込めないですよ。それと、今言っていた新しいものもつくっていかなくちゃいけない、既存のもので今あるものの中で戦っていかなきゃいけないという、そういう2つの組合せだと思うんですけども、そういうのは大丈夫なんですか、そういう今のこの那珂市がやろうとしていることは。

勝山氏 やり方だと思うんですね。今まで直売所等に出していただいた方々、供給者の方々、いわゆる生産者の方々にちょっとした知識と支援をしていただければ、本格的に後継者がどんどん減ってくる中で難しい問題だと思うんですけども、もうかる農業の支援、例えば那珂市でも農業生産法人とか株式会社等で生産をやっているような方々が何人かいらっしゃるんですね。若い人たちを組織化するような形で進めていけば、それなりに今の産品のレベルアップ、それから新規の商品の開発、もしそれが足りないとすれば、難しいとすれば、国のほうの支援制度、そういうものもうまく使いながらやっていくと。農林水産業の関係ですと、結構手厚い補助制度があると思います、生産づくり、商品づくりの補助制度。私その辺ちょっと詳しくないんで何とも言えないんですけども、そういうのも全部拾い集めて、これ使えそうというものがあれば、農家の方々に積極的にPRして、やる気のある人はこの指止まれというような形でやってみるのが必要なのかなと。でないと、多分那珂市の農業はもうほぼほぼ終わってしまうというような形にな

ろうと思います。

笹島委員 もう一つ大事なことがあると思うんで、この戦略なんですね。戦略を立てなければ、周りが非常に競合していますから、要するに戦略イコール特徴ですよ。よっぽどの特徴を出していかなければ、皆さんお客さん、消費者というのは慣れていますんで、もうありとあらゆるもので情報もあれだし情報過多になっていますから、そこでこちらへ向いていくというその戦略の立て方、それ生半可じゃできないと思うんですけども、要するに限られた農産物、限られたそういうものの中ですよ。それをやるのはいいんです。今度は、失敗したら大変なことになるというので恐れている。もちろん市とかそういうところというのは、結構そういうところのチャレンジというのがなかなか難しいと思うんですよ。ですから、思い切ったことをやっていかなければいけない一方で、今言っていた、もちろん失敗をしないようにしなきゃいけないという、第三セクターでやるわけですから、そういうかみ合わせをどのように進めていくというのは。

勝山氏 多分、農家の方も日々の日常の農作業とか経営に追われて、なかなかその国の制度とか県の制度というのが理解するまでの情報がないと思うんですよ。ですから、国なり県では、それなりに濃密な助成制度があるんですよ、経営支援も含めて。そういうものを多分あまり使われていないのかなという気がしましたんで、ですから、そういうものを上手に集めて、若い方々にこういう制度もあるんですよという制度の普及を進めていくと、その中からやる気のある方は、ちょっとしたヒントでうちの設備に使えるというものが出てくると思うんですね。ですから、それもやっぱり大事なことなのかなというふうに思うんです。

大和田委員 ちょっと何点か聞きたいんですけども、先ほど勝山さんが言っていた農業者を育てていくことも必要だということなんですけれども、この2ページを見ると、あれもこれもあると、結局売上げ効率の増加や効率的な客単価の確保にはつながらないと、あれもこれもあり過ぎるとということなんでしょうけれども、そういったところをどう集約というか、例えばキラーコンテンツみたいなをつくるときに、育てていっても、多分農業者ですと、うちはこれやる、あれやると、結局まとまらずにあれもこれもになっちゃうじゃないですか、どうしても。そうすると結局客単価が上がらないということでは、なかなか売上げにつながらないんじゃないかなと危惧されるんですけども、どんなふうに進めて、勝山さんに聞くのも難しいかもしれない。どんなふうに進めていけば。

勝山氏 有機とかGAPとか多分那珂市では分からないですけども、経営システム自体を農業に取り組んでいる方々が多分いると思うんですよ。そういう方々の事例を基に、こういう我が農園はこんな形で農薬の量とか有機物の量とかというのをやっている方のデータを頂きながら、少なくとも那珂市としては低農薬、ほぼほぼ有機というような特徴ある農産物の開発か何かができればいいなというような感じのところなんですよ。多分まとめるのは大変だと思いますよ。農家の方は何かリスクはあまり負えないと思うんで

すよね、回収するのが大変ですからね。ですから、その辺をうまくリードしてあげて、何とか役所に取り合ってみようというような仕組みができればいいのかなというふうに思いますね。

大和田委員 この間、農業生産者の方ともちょっと語ろう会をやって、有機取り組んで今からやらないとということで一生懸命やられているのが、どうしてもやっぱり年間通しての数もなかなか厳しいのかなというところで、何かキラーコンテンツつくるにはどうしたらいいかというのが、ちょっとやっぱり皆さんどこでも悩みなんですけれども、あと、そのちょっと聞きたいのが、この数字のところを聞きたいんですけれども、最後の8ページのところは道の駅のましこは79万人で、客単価が1,141円で、これ利益はどれを見れば。

勝山氏 多分、利益の部分は、経常利益とか売上げ利益とありましたよね。

大和田委員 1,400万円の利益。

勝山氏 そうですね。経常利益のほうが高いというのがちょっと難しい、分かりづらいと思うんですけれども、当基準でいけば1,100万円です。1,100万円何がしという形で、純利益ですから、全部の経費を除いたやつです。これはいわゆるもうけです。それと、それから、道の駅みわにつきましても出ていると思います。

大和田委員 そうすると、やっぱり常陸大宮市なんかを見ると、例えば一番最近の令和5年というのは、令和3年から比べると大分売上げも落としていて、利益もすごく落としていると。

勝山氏 多分この辺はちょっと何かデータの的にはこういうデータだったんで、原因については把握しておりませんが、多分6年の決算が出れば、まだちょっと何か特殊事情があったような感じがしますよね。急に下がっていますのでね。

大和田委員 そういった中で、那珂市96万人の売上げ、想定幾らでしたか、純利益想定は幾らだったか、7,000万円でしたよね。というのはどうですか。

(「7,000万円の利益に達する必要は……」と呼ぶ声あり)

大和田委員 必要はないですけれども、今の時点では一応計算では7,000万円という予測というところで、見積りが甘いか、甘くないかなというのはどうなのか。ほかのを比べてみてどうなのかなというのをちょっと聞きたいな。

勝山氏 算出根拠が細かく把握できていないものですから、何とも言えないですけれども、前回では、多分投資回収で7年ぐらいでしたか、多分何かそういう話でちょっとお作りしたかなと思ったんですけれども、10年ぐらいの目算で回収ができるというような方向でいければ投資の余地はあるのかなというふうに。私とすれば、よろしいですか、私の私見で。何もしないよりはチャレンジして、駄目なときはまた考えるというような方向でしないと、よく言うんですけれども、ゆでガエルという言葉ご存じだと思うんですけれども、カエルが鍋の中に落ちたと。なかなか水もいいし、どんどん温かくなってきた

と言ってあぐらをかいているうちに、気がつくのが早かったカエルは跳び出したんですって、熱い、これ以上いられないと。それに気がつくのがちょっと遅かったカエルは、もう跳び出す気力がなくなってゆでられてしまったと。いわゆる死んでしまったという形ですね。そういうのを除くのかですね。これは、もう市の方々の判断だと思います。

遠藤委員　今回はハフモデル展開、いろいろとちょっと僕も聞きたかったところで、詳しく出していただきましてありがとうございます。いわゆるこういういろんな考え方があるんですね、計算式もあるんですね。というのは、どこまで内容を理解したかは別として、こういうのがあるんですねというのが分かりました。

やっぱりいろんな理論があるんだなというふうなことはありますが、じゃ、実際こういう計算式を基にした上で、今回の那珂市の道の駅がいわゆる10分、20分、30分圏で人口がこう出ていますけれども、そもそも言われているのは、例えば市内でもスーパーがたくさんある、直売所もある、ちょっと走れば道の駅も常陸大宮市、常陸太田市にある、そういった中で競合しないのかなと。言ってみれば、道の駅をあそこでどんと建てることによって潰れるところがほかで出てくるんじゃないのかな、それでもいいんでしょうか。そういう議論がいろいろあって、その中で、じゃ、これをどう考えればいいのかということを、このハフモデルというものを使ってどういうふうに説明できるのかなというのが僕の宿題だったというか、どういうふうに考えればいいのかというのを聞きしたかったところです。

こういう理論はそれなりにそういうのがあると分かりましたけれども、実際どうなんでしょう。ああいう計画はあるわけです。そういう何万人か来て、こういう売上げのものができていったとしたら、どれぐらいの効果がそれぞれの近隣圏と、あとその各商業施設に影響が具体的にはどう出るんですかというのが聞きたいところですね。

勝山氏　影響力とよく言いますけれども、ランチェスターのがありましたですね。その戦略を立てるための努力です。既存のマーケットが何十億円あるかは分かりませんが、それもいわゆる理論上の数値ですよ。やっていないと分からないというところがありますけれども、始まっちゃって駄目じゃなくて、始まっちゃったんですよ、どう軌道修正していきますかというような方向を考えるのがいいのかなという気がいたしますね。

遠藤委員　例えば一般的なスーパーはまさしく多種多様なものがそろっておりますから、ちょっとまた若干単純に比較が難しいかもしれませんが、言ってみれば、まさしく直売所、とんがりはっととか、芳野直売所とか、後台のJA直売所とか、ここらはまさしく似通ったようなものがあるわけですね。そこの道の駅は何倍もの予定をしている売上げのものが来る。5億円ですね、若干4.8億円農産物だけで売るとのことなので、とんがりはっとの四、五倍売る予定なんですよ。芳野直売所でいったら八、九倍以上売る予定なんですよ。そういったものが来ることによって、どうなんだろうという心配の声があるんです。それについて、このハフモデルの理論上で言うとどう考えればいいのでしょうか。

勝山氏 既存の店舗ですよ、既存の店舗と新店舗というかその部分ですね。やっぱりすみ分けしかないのかなという感じしますよね。ですから、例えばちょっと高級でもわざわざ行って買いたくなるような品物を市内で開発して並べていくというようなやり方だと思います、きっとね。だから、ランチェスターで言っていた兵力で戦うか、武器で戦うか。兵力と武器で整えばよろしいんでしょうけれども、そういう考えもありますよという形で今回説明させていただきました。

遠藤委員 まさしく市内に同じようなものがあるのであれば、道の駅に行かないと買えないというものがあれば、それは差別化になると思うし、そういうもので勝負するということになってくるとは思うので、一つ道の駅の生き方というか生かし方は、そういう商品をどう開発できるかというところに、やっぱりまず一つは行き着くんだと思うんですよ。

ちょっと、あともう少しよく分からなかったので教えてほしいのは、ハフモデルのこの計算式と解説なんですけど、これは、例えば店舗Aの魅力度が1,000で、店舗Bの魅力度が2,000、もっとBは魅力あるわけですね。ただ、Aまでの距離は500メートルで、Bまでの距離は1,500メートルだから、魅力は結構あるんだけど距離が遠いというところは、結果としてAのほうは8割の人が行って、Bは2割の人しか行かないということなんですよね、これは。

だから、そうすると、例えば今の話、道の駅にすばらしい魅力をばんとすごい商品をつくったとして、それが魅力どころ、店舗Bの2,000だとして、近くのスーパーとかとんがりはつとが仮に店舗Aの部類だとして、でも距離が、那珂市内における大消費者は菅谷に住んでいるから、菅谷からあそこまで行く距離は、じゃ結構あるというふうなパターンで言うと、菅谷のスーパーよりも道の駅、いかに魅力度を上げて来ないよという結果の多分これはモデルなのかなと僕はそう見たんですが、これはそういう見方は違うんですか。どう見ればいいんですか。

勝山氏 魅力度を何で捉えるかだと思うんですね。何が魅力なのかなということで、多分これは大型ショッピングセンターとか店舗、物販関係の店舗というものをメインにつくり上げていったんだと思うんですよ。商業を集積する場合に、例えばその道の駅ではなくて、ひたちなか市にありますような大きなあれですよ、ファッションクルーズとかそういうものをつくるときに、ここと競合するところとすると、例えば内原ジャスコぐらいしかないのかなという形で、いわゆる資本力がないとなかなかできないというようなところもあると思います。あそこはいろんな集積がありましたよね。いろんな集積で魅力度を高めている、単品ではなくて。そういう考え方があるんですよという形の理論なんですよ。

遠藤委員 そうすると、道の駅も単品でやっぱり考えるというか、ちょっといろいろとケースが違っていると思っていて、よく言われる例えば常総市なんかというのは、常総市の道の駅だけじゃないわけですよ。実際には、やっぱり一体的に近くに大規模なイチゴ農

園もあり、併設したT S U T A Y Aもあり、温浴施設もありということで、道の駅だけじゃなくて、その周り含めていろんな魅力がある中で常総市の道の駅に來ているとかという部分があると思うから、単純に常総市の道の駅と那珂市の道の駅、那珂市の道の駅は周りに何もありませんよね。道の駅だけのT S U T A Y Aもないし、温浴施設もないし、何とかがあるわけじゃない、那珂市単品の道の駅でいかに勝負をして魅力をつくるかを考えなきゃいけないということだと思わなければならないんですけども、だから、そうなってくると、じゃ、例えばこのハフモデルの生かし方は、那珂市内のさっきも僕が言ったようなスーパー、直売所、あとほかの道の駅との比較とかで使えばいいのか、あとは、例えば東京のほうから來る方々がこの周りのものと比べてどうなのかという、そういうふうにするのかというのがちょっとよく分からなかったもので、どうなのかと思っています。

勝山氏 さきにも申し上げましたけれども、あくまでハフモデルは、いわゆる商業集積なり、店舗関係の、今回の道の駅も同じだと思わなければならないんですけども、そういうものの分析をするための手法なんです。ですから、ここの今回申し上げましたハフモデル、多分コンサル、計画をつくり上げたところが45分圏とか30分圏とか20分圏という形で、その中に想定顧客をどれくらい集められるかというもので多分つくり上げていった数字だと思わなければならないんですけども、ですから、そういうものでやっぱりこの那珂市の45分圏の中の人口がここに来る可能性があるのはこれくらいですよという理論で計算していると思わなければならないんですけども、それをその理論どおりにいかに近づけていくか。逆に、この理論よりはるかに多くなる可能性もなきにしもあらず、やり方では。ですから、どういう形で進めていくかというものの判断がやっぱり難しいところは難しいところですよ。

遠藤委員 じゃ、そしたら、あと来場者数95万人と客単価の検証というところなんですけれども、この95万人というのは、やっぱり前面道路交通量以外の方法というのを予測と書いてあるんですが、これいろいろと数字は出してきてもらっていますけれども、すみません、ちょっとその前面道路交通量以外の方法での予測という意味では、どういう根拠なんですかね。これちょっとごめんなさい、よく読み取れなかったんですが。

勝山氏 45分圏の中に何万人の方が住んでいますよという形ですよ。そこから前回の水戸市の購買力調査か何かのデータを基に、那珂市の道の駅に來る可能性のある人々という形で多分計算が成り立っていると思わなければならない。

遠藤委員 その計算は、これ今回の資料では何か式があるんですか。

勝山氏 この中ではないです。

遠藤委員 この中ではない。

勝山氏 前回の多分、市のほうでつくり上げていただいた市民説明用の資料、それからあと議

会の全員協議会か何かに出していただいた資料ですかね。その中には多分入っていると思います。

遠藤委員 入っているんですね。これは前面交通道路の交通量からのものは方程式が入っているんですよ。予想交通量と立ち寄り率と乗車率を掛け合わせたものが何人来るというのがあります。これもかなり幅がありまして、立ち寄り率なんて0.07から0.25まで幅があるし、乗車率なんて1.2から20.4まで幅があるんですよ。だから、どこを取ったんだというようなことを、どこを取って、当時は77万人という計算になっているんですが、それも明らかににはなっていないんです。何で77万人なんだか分からない。それが今は96万人に去年の暮れから増えていますけれども、これはあくまでも前面交通量から基づいた来場者数であって、今日先生が出していただいた資料はその前面交通量以外から出したものと書かれていたものですから、これは何かあるんでしたっけと思ったんですが、今の話だと、10分圏、20分圏、30分圏の人口は、それは市民説明会でも資料は出ているんですが、それ何十万人とあっても、だから95万人が来るんだという方程式は一切ないんですよ。ただ、事実としてこの地域はこれだけの人口がいるというだけ。いるというだけなので、人口いるんだけれども、その人たちがどこにお買物をしていくかは全く分からない、人口いるだけなので。それ言ってみれば、ほかの商業施設あるから、本当に都会に出店すれば必ず売れるなんてそういうことはないの、その中でも勝ち組、負け組あるんですから。

だから、人口はいますというだけの説明しかないんです、市からは。なので、本当に95万人来るかは、まだ具体的になぜか分からないんですよ。計算式は、式は示されているけれども、どの係数を掛け合わせたか説明一切ないですから。だから、ここが僕はやっぱり道の駅、黒字ですか、赤字ですかの一番のポイントは、この来場者数95万人なのかということ、プラス、レジ通過者が何人かですよ。これが前からずっと僕は疑問に思っているんですが、一応市の説明は、来場者数、イコール、レジ通過者になっているんですよ、そういう説明しかできないということなんで。それで本当にいいのかも分からないんですが、そこを本当はほかの道の駅の元の計画と現在をちょっと比較できると、もう少し市民にも説明しやすい。こういう計画でほかがこうなんだからという説明がしやすいんですが、そのデータの開示がなくて、いや、ほかみんな入っていますよというだけしかないもんですから、これはちょっともう少し具体性が欲しいなというふうに思っているところなんです。そういった何か具体的な来場者数とレジ通過者の根拠を何か調べられるようなものはありませんかねという感じでもあるんですが。

勝山氏 かわプラザと道の駅ましこと。その中で、レジ通過者と出ていましたですね、データが。ですから、レジ通過者のほうのデータは、那珂市の想定よりかなり少ないんですよ。売上げの部分は結構上がっているという形でした。ですから1,100幾らでしたか、1,109円ぐらいでしたか。その単価を低めに見ているというのもあるんで、なかなか難しい

ところだとは思いますが、安全側に見ているのかなというふうな感じはありません。

遠藤委員 その単価もちょっと僕これ見て今計算したんですけども、本当にこの数字ですかねと思うのは、今おっしゃったのは道の駅みわですよね。みわはレジ通過者出ているんですけども、売上げからレジ通過者を割ればいいと思うんですが、令和5年度の総売上げは3億3,078万6,000円なんですね。割るレジ通過者が3万2,346人なんで、単純に割ると1,032円なんですよ。だから、1,269円じゃないんですよ。1,032円だよなと思って、ここからここ割ると、まさしくちょっとこの数字も違うんじゃないかなと。これは多分先生が出されたというか、道の駅みわが出している数字なんだろうけど、何かちょっとほかの計算式があるかもしれないけれども、330,786割る320,346は1,032円なんで、1,200円以上下なんですよ、実際は。そこらもちょっと分からないですけども、これは先生が計算したわけじゃないんですよ。

勝山氏 これは私が割り返した数字です。

遠藤委員 じゃ、多分数字はもう少し下だろうと、すみません。

ただ、レジ通過者もいろんな資料で調べると、実際敷地に入ってきた人の7割しか通過しないというふうなコンサルの数字もあるようだし、場合によっては半分しか通過しないという数字もあるようなんですよ。だから、そうやってきちゃうと、例えば本当に入ってきた来場者が95万人でも、レジ通過がその半分だったら売上げは半分しかないし、だから、そこらのところは本当はもう少し議論して調査したいなというところあるんですが、ちょっとここはずっと執行部とは平行線になっていまして、ここはすごく大きなポイントだと思うんですが、そこらは何か調べようがありますかね。

勝山氏 レジ通過者は、多分何らかの買物をした方のはずですよ。ですから、来店者数はざっと見て、特にないわと帰っちゃう方も含めるとかなり増えていると思います。レジは1人で何人、多分幾ら買っても1人は1人の計算でしょうから、ですから、実質お金を払った方、大なり小なりだと思いますんで、この数字は確実な数字だと思います。

遠藤委員 そうなんですよ。レジ通過者数は各施設でつかんでいるはず、当然ながら決算も出しているんで。各施設に聞いても分からないのは、実際に敷地に入ってきた数が分からないんですよ。これずっと入り口でカウントしているわけにいかないんで、だから、この来場者数が市が言っている計画交通量、前面交通量と立ち寄り率と乗車率に掛け合わせたものしか計算は出せないんだとおっしゃっているわけ。これはそうなのかなとか思いつつ、ただ、市としては、この出てきた敷地に入ってきた人たちがみんな買物をするという計算になっているので、市の計算自体は。そういう説明だから、ちょっとそこらが心配なんですよ。実際に敷地に入ってくる来場者をどうやってつかめるのかな。例えば、今、市のそういう計算式をやるなら、せめてどの係数で立ち寄り率は0.07から0.25まで幅があるんですよ。乗車率は1.2から20.4まで幅があるんですよ。市がどこかの

掛けるこの係数でやったと思われるんですが、もし僕が計算をして、一番上と下で計算してみると、一番上の係数でやると、年間1,510万人も来るんですよ、1,500万人以上来るんです。一番下の係数でやると24万人しか来ないんです。だから、すごく幅があるんで、それでどこを取って当時77万にしたのか分からない部分なので、遠藤さん、大丈夫ですよ、市民の皆さん、大丈夫ですよ、これぐらい来ますからと、市民に説明する根拠として、これぐらいの数字なんで大丈夫ですよと、本当は説明したいところなんだけれども、そこがまだちょっとよく分からないので、またそういったところで調べてもらうとありがたいなと思ったりはしているんですけども、それが可能なかどうか。あと、実際、各道の駅がどこまでそういったものを公表しているか、そこらもあると思うのですが、そこらはどんなものでしょう。

勝山氏 道の駅のデータといいますのは、ここに出ています決算データぐらいしかないんですよ。ですから、それこそ遠藤委員がおっしゃいましたように、入ってきた方。特異日がありますので、特異日を除くとか、普通の日と土日、それから連休の日、3回か4回に分けてデータを集めて、そのときのレジ通過者のようなデータ、多分これデータ取り出すと、大学の研究システムにお願いできないと多分できないと思いますよね。

福田委員 2点ちょっと伺いたいんですけども、これ7ページなんですけど、有機栽培、オーガニック栽培、これをこれから取組として支援をしていくということ、現に今少しずつは進んでいるかなと思うんですけども、だけど、これは自分のところで食べる量ぐらいで、これを販売までの面積、こういうことというのがちょっと期待できないのかな。国もこれ支援をしているということですけども、今は人材不足、それから高齢者、こういうことで、ちょっとこれは今の現時点では逆行しているのかな、国なんかも考えていることが。

1つ例を言ってみると、今はカリフォルニア米の話が出ていましたね。これは聞くとところによると、これはもう農薬がすごいらしいですよ。それというのは、日本の農業と違って、米国の場合には面積がすごいでしょう。機械化ですから、農薬、化学肥料、化学物質、こういうのに頼っていなければ、そういう面積耕作できないですよ。ですから、カリフォルニア米、あまりこれトランプさんにはちょっとあれだけれども、ちょっと何か日本の場合ですよ。

それと、もう一つは一番大事なのは、消費者が何を求めているか。特に日本人の場合には、1つの品物を必ず手に取ってこうして見るでしょう。これ日本人の習性ですよ。必ず手に取る。取って裏返しにしていかが悪いかを見ているんだらうと思うんですけども、これ品物のいい悪いというのは見た目なんです。味じゃないんですよ。しいて言えば、このオーガニック栽培の場合には、味は悪いですよ。例えば、果物で我々が求めている何だと言ったら糖度、これを糖度を上げるのには何ですか。これはもう化学肥料しかないんですよ。

だから、求めていることと、実際のこれがちょっと反比例している。ですから、これは体のためにはこの有機栽培というのは確かにいいと思うんです。ですから、そういう意味では、この有機栽培というのは今後ちょっといかなものかなと。とにかく品物が見た目悪いでしょう。これはもう本当に見たら、何だこれと。そういうものを消費者が求めるか求めないかなんですね。

それと、もう一つ、さっきもお話がありましたけれども、この来場者数が95万人、ちょっと私はよく分からないんですけれども、これ前面道路交通量以外の方法での予測という、この計算方法がまず一つ分からないのと、それから客単価がこれ1,005円。これは私の考えですよ、来場者数というのはどういう計算方法か今も質問しましたけれども、分かりませんけれども、果たしてこれだけの人数が来るのかなという疑問。

それから、客単価の1,005円というのは、これはもうちょっといくんじゃないかな、そういう気がします。例えば、家族3人で行って3,000円以上買えば、これもう1,000円にはなっているわけですからね。1人で行って1,005円、もっと買うよな。ですから、この単価は上がって、逆に来場者数、これがちょっと甘いようなそういう考え方があると思うんですけれども、これはいずれにしても、品物の単価、品物はどういうものを置いておくか。農産物ではあまり上がらないのかな。その2点ちょっと教えてください。

勝山氏 農産物、後のほうからの話なんですけれども、農産物以外の商品であるとすれば、特色が出にくいんですよ。例えば、中央卸売市場で買ってきた春先の四国のほうの何とかというものと戦う。売上高を一定にするためには、そういうものもある程度入れないといけないですよ。ですから、その仕入先を限定するような方向で商品の充実をさせる。でなければ、ちょっと高めでもこだわりのある商品売るといような形にしていかなないと多分難しいと思うんですよ。

それから、あとその客単価についての部分です。客単価についての部分については、客単価と購買者数については、その詳しいデータをちょっと聞いていないので何とも言いようがないですね。

あとは、いかに付加価値を高めた商品を開発して並べるかということであれば、少なくとも那珂市にここの道の駅に納入している業者、生産者の方々は何の利益じゃなくてもいいと思うんですけれども、今化学肥料をいつ頃あげたとか、殺虫剤は何月何日にやったと、そういうデータを今求められているんですね。ですから、そういうものをきっちり整理して、我が農園は肥料はこんなものを使っています、殺菌消毒はこんな薬剤を使っています、ですから、その殺菌消毒の量も一般の量よりかなり低めに抑えていますとかというその生産データまでを売るといような形にしておくとか安心して、まるまる有機じゃなくても、お客さんとしては安心して買っていくのかなというように、多分売り方とつくり方ですね。多分GAPなんかも生産履歴の分かるような仕組みづくりなんかも必要なのかなというふうに思いますね。そのための多分助成制度なんかもあると思うんです

よね。ですから、そういうのを普及させていただければというふうに思いますね。

福田委員 今、助成の話が出ましたよね。これがなければこれからの農業者はちょっと難しいんじゃないかな。だから、国あたりがこういう有機栽培をこれから進めていくんだよということであれば、なおさらこれは助成が必要。そうじゃないと手間暇がこれすごくかかりますよ。だから、先ほどもちょっと言いましたけれども、自分のところで食べる分、量、面積、それぐらいだったら何とかできる。ただ、この販売を目的とした拡大した、これというのは、特に高齢者、高齢化、それから人材不足、こういうのではちょっと難しいのかな。それで、手間暇をかけた割には、品物の見た目が非常に悪い。プラスになる点がないんですよ。だから、そういう面ではこれはなかなか難しい。ただ、体にいいというのは消費者も分かっていると思う。いざ、購入するときに、そういうことが頭にあるかということそうじゃない。見た目だけ。

それと、もう一点、前面道路交通量以外の方法の予測というのはどういう計算というか、どういう予測なんですか、これ。

勝山氏 ちょっと具体的な数字とかその根拠は、私としても分からないんですよ。

福田委員 これ難しいよね。

勝山氏 はい。

福田委員 予測だから、これその人によって違うと思うんですよ。特に、我々では予測が立たない。これは、この数字95万人というのはちょっと甘いような気がするんですよ。

それと、先ほども言いましたけれども、この客単価、これはもうちょっといくんじゃないかな。そういう何かちょっとバランスが、入場者数と客単価、これのバランスがちょっとのような気がするんですけども、どういう計算方法なのかな、分からない。これで見ると、これ前面道路交通量以外の方法での予測、交通量以外、前面交通量以外どこを言っているのかな。これが分からない。

勝山氏 今回のデータにつきましては、大学の先生方が1,000幾らのデータを基にアンケートとか何かをまとめて統計学的に分析した結果なので、その結果自体は一般的な方向ですよという形なんですね。ですから、具体的な形としては多分出てこないと思います。今回の市の説明会で使った九十何万人、その数字にしても、あくまでも予測値です。予測値がこのぐらいいは入る、ある意味の部分もあるんですよ、だと思いますね。保証できるのかということ、多分誰もできないと思います。開けてみて足らなかったとか、いや、開けたらすごかったというような形が出てくる可能性はあると思いますよね。

福田委員 まあ、予測だから。

以上です。

委員長 それでは、ここで意見交換を終了いたします。勝山先生には大変お手をかけます。

本当にありがとうございました。

今後の予定につきまして、私のほうからご報告いたします。

まず、来月11月に産業建設常任委員会として視察に参りまして、12月に委員間討論を実施していく予定にしていますので、よろしくお願いします。詳しい内容については、事務局のほうから説明があります。

それでは、本日の案件は全て終了いたしました。

以上をもちまして産業建設常任委員会を閉会いたします。ご苦労さまでした。

閉会（午前11時31分）

令和7年12月23日

那珂市議会 産業建設常任委員会委員長 寺門 勲