

4-6-3. 利活用計画

(1) 庭園部の利活用

- ・四季折々の庭園の散策を楽しめるよう、花や樹（梅、桜、バラ、蓮、紅葉など）による四季の演出
- ・四季折々の野外イベントをこまめに企画する。
- ・ガーデニングを楽しみたい利用者の参画を得て、庭園の手入れ、飾り付けなどボランティアで行える仕組みを作る。公園の維持管理費の抑制にもつながる。

(2) 新鮮で魅力ある展示計画

- ・時宜、時節に応じて定期的な展示替えを行うと共に、管理事務所ホールを活用した講演会等を開催する。
- ・解説はパネルではなく、電子媒体をできるだけ多く活用して、豊富な情報（文字及び画像）を提供して、飽きさせない工夫をする。空間を生かすためにも必要以上のパネル展示は極力避けたい。

(3) 連携ツアー

- ・町外の吉田茂とゆかりのある施設等との連携ツアーの実施も、大磯の知名度を訪問地で上げるのに有効だろう。

(4) 飲食機能の検討

- ・広々とした公園・庭園の四季折々の風景を眺めながら、良質な空間で、甘いものを食べながらのおしゃべりや美味しい食事が楽しめる環境は、集客増大にも有効と思われる。
事例：熱海起雲閣（喫茶室やすらぎ）、御殿場東山旧岸邸（とらや工房）、富山運河環水公園（スターボックス）、上野恩賜公園（スターボックス）、横浜港の見える丘公園（神奈川近代文学館カフェ）
- ・今後、公園や施設で行うイベント、企画展にあわせて、飲食を提供する機会を設けるなどの検討が必要である。

(5) パークマネジメント

- ・パークマネジメントとは、公園におけるイベント企画や情報発信などをより積極的に行う手法である。パークマネジメントの基本は公園経営であり、維持管理の財源確保から公園内の活動プログラム作りまでの仕組みづくりを目指す。英国、米国ではすでに優れたパークマネジメントが実践されており、東京都でも平成16年8月にパークマネジメントマスタープランを定めるなど、パークマネジメントの取組みは全国に広がりつつある。
- ・パークマネジメントにより、実際に公園を使い、賑わいをもたらす人々の継続的な呼び込みを、官民連携により進めることができる。国内では、公園の維持管理や公園で催されるツアーや体験学習、イベントなどの企画づくりを市民参加型で進めるというパークマネジメントが盛んに行われている。それは公園外部から活動団体を呼び公園で活動してもらうというだけでなく、研修やワークショップなどを通してパークマネジメント専門の人材を育成することも含めた、公園に専属の活動コミュニティづくりを進めるものである。
- ・実際の公園の空間・場づくりと同時に、運営体制（維持管理の仕組み）づくり、コミュニティ（公園で活動する人・団体）づくりを同時に進めていくことで、市民参加型のパークマネジメントの仕組みづくりを進めていくことが求められる。

事例）有馬富士公園（兵庫）、泉佐野丘陵緑地（大阪）

全体図



公園内誘客施設参考事例

富山県富岩運河環水公園：喫茶



・公園内の施設がコーヒーのチェーン店であるスターバックスのカフェとして活用されている。



東山旧岸邸：和菓子製造・販売・喫茶



(仮称) 泉佐野丘陵緑地 (大阪) <http://www.pref.osaka.lg.jp/kishido/kishido-home/izumisano.html#rinen>



山の辺野外音楽会



虫取り



樹木の伐採



植物の調査

(仮称) 泉佐野丘陵緑地は、大阪府泉佐野市にある。市域南部の和泉葛城山系の前山に位置する標高 40 から 100 m の丘陵部にあたり、面積は約 74.5ha。公園を整備する段階から府民ボランティアを募集して公園の運営への参画を進めている。

特に特徴的なことは、当公園づくりの基本的な方針に掲げられている「シナリオ型の公園」の考え方であり、

この公園は府民の皆さんとともに作る公園です。公園で活躍するボランティアを募集・育成するとともに、公園の将来の姿を共有しながら、府民、企業、行政が協力して、公園づくりの方針を議論し、議論した結果、公園の方針を見直しながら、それに伴う整備や運営も府民、企業等と連携していくという、徹底した官民連携の姿勢である。

取組みの経緯



企業による支援が決定

緑地づくりの趣旨に賛同する企業グループ「大輪会」をはじめ、ヤンマー株式会社、株式会社大林組、株式会社淀川製鋼所等、複数企業がCSR活動として公園づくりを支援している。平成20年度から10年間で2億円相当の支援が行われる事となっている。

大輪会の構成企業 54 社

株式会社アサヒペン	江錦株式会社	株式会社西島製作所	石原産業株式会社	コカ・コーラウェスト株式会社
株式会社日本触媒	エース株式会社	コスモ証券株式会社	日本基礎技術株式会社	エス・バイ・エル株式会社
シキボウ株式会社	野村建設工業株式会社	エスベック株式会社	株式会社シマノ	野村證券株式会社
大阪ガス株式会社	新日本理化株式会社	非破壊検査株式会社	大塚化学株式会社	積水ハウス株式会社
富士火災海上保険株式会社	大塚食品株式会社	泉州電業株式会社	フジテック株式会社	株式会社大林組
泉陽興業株式会社	扶桑化学工業株式会社	株式会社奥村組	双日株式会社	村田長株式会社
株式会社カネカ	ダイダン株式会社	株式会社森組	紀州製紙株式会社	大日本スクリーン製造株式会社
株式会社山善	井英製鋼株式会社	タカラスタンダード株式会社	ヤンマー株式会社	株式会社近畿大阪銀行
タカラベルモント株式会社	吉本興業株式会社	株式会社近鉄百貨店	タツタ電線株式会社	株式会社淀川製鋼所
株式会社きんでん	中外炉工業株式会社	株式会社りそな銀行	株式会社栗本鐵工所	東海リース株式会社
ローム株式会社	株式会社鴻池組	東洋テック株式会社	ローランド株式会社	

5章 こゆるぎの浜ゾーンの拠点形成

5 - 1. 大磯海水浴場、大磯港の現状と課題

- ・こゆるぎの浜ゾーンは、大磯町全域が大磯港エリアを除いて自然海岸（砂浜）であり、隣り合う、大磯港と大磯海水浴場を拠点施設として検討する。
- ・まず、それぞれの現状と課題を整理する。

5-1-1. 大磯港

- ・大磯港は、商業港と漁港の2つの機能を有する相模湾で最大の地方港湾である。
- ・平成13年頃より、大磯港再整備について提言を行い、平成19年に大磯港活性化整備計画（事業年度平成20年度～平成29年度）をまとめ、平成21年に大磯町が大磯港の指定管理者になると共に、県・町で「みなと振興計画（社会資本総合整備計画）」に着手している。
- ・漁業区には漁協施設の整備が構想され、商港は大規模地震発生時の緊急物資受け入れ港として位置づけ、インフラの耐震化、港湾管理事務所の建替整備などが構想されている。
- ・大磯漁業は組合員総数17、定置網漁を中心に年間4～5,000万円の水揚げで、多くは遊漁船経営を兼業している。獲れた魚は、小田原の魚市場で捌くため、漁港近辺の地区との関係が希薄であった。
- ・みなと振興計画を受けて、大磯漁協は「めしや大磯港」、「港の直売所」を開業、また漁協と町民グループが協力して「大磯市（いち）」を開催。来港者が大幅に増えている。
- ・不安定な漁獲量や安価な卸値が漁業の継続を困難にしていることから、6次産業化による地産地消型漁業に転換していくことが求められている。

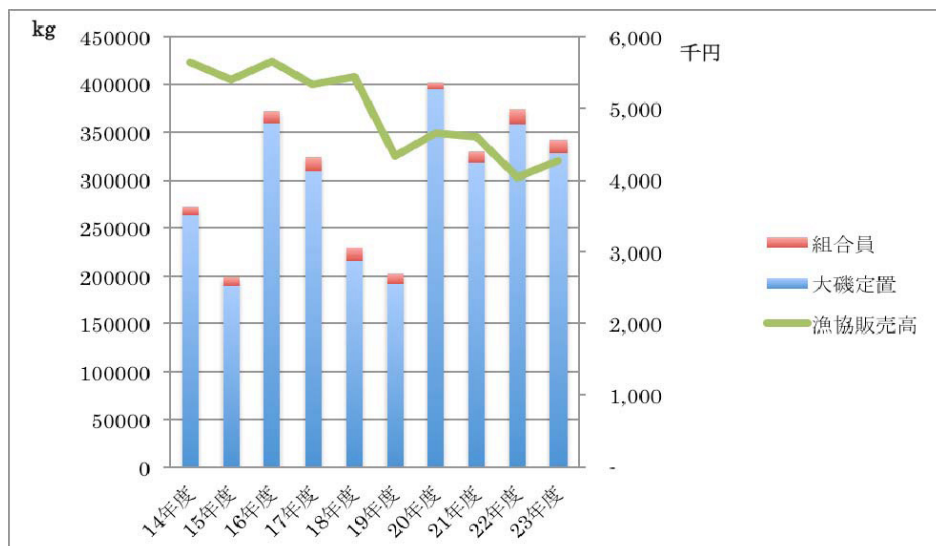
水産業 経営組織別経営体数

(各年11月1日現在)

年次	総数	個人経営	会社	漁業組合	漁業生産組合	共同経営	その他
昭和 48年	55	50	3	-	-	2	-
53年	46	41	2	-	-	3	-
58年	37	33	2	-	-	2	-
63年	32	31	1	-	-	-	-
平成 5年	22	22	-	-	-	-	-
10年	20	18	2	-	-	-	-
15年	16	14	2	-	-	-	-
20年	17	14	3	-	-	-	-

《資料：漁業センサス(第2表)》

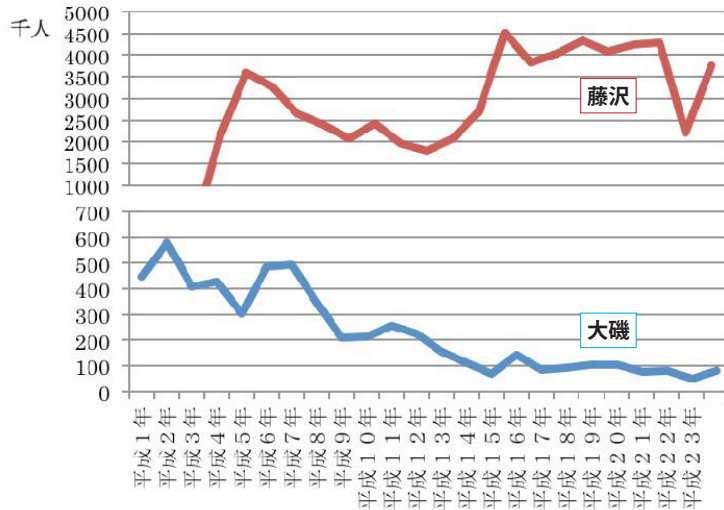
漁獲量と大磯漁協販売高 推移



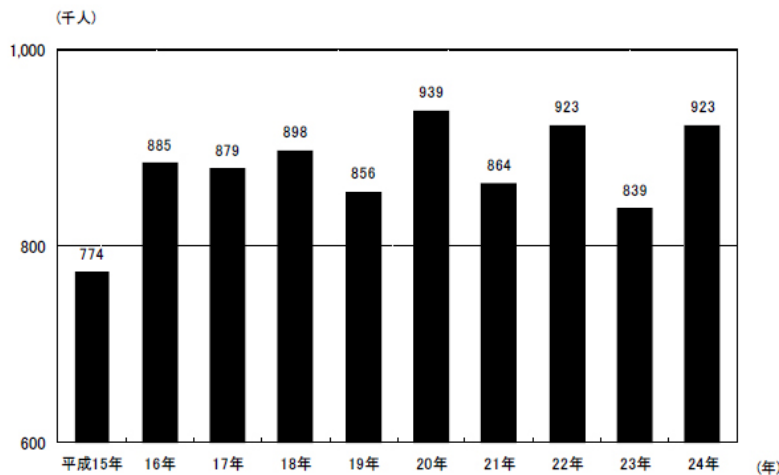
5-1-2. 大磯海水浴場

- ・大磯海水浴場は、湘南の他市町に比べ、利用客の減少が続き、利用者は10万人に届かない。
- ・平成25年、地元経済界有志でつくる「おおいそ地域振興株式会社」がウッドデッキの砂浜ビアガーデン「ブルーパーク・カフェ」を開設、新たな利用者の開拓が始まっている。
- ・大磯の温暖な気候を考えると夏季の海水浴場だけでなく、ビーチスポーツ、サイクリング、マリン・スポーツ、フードコートなどによる、通年型のビーチ・リゾートの開発を目指す必要が指摘されている。

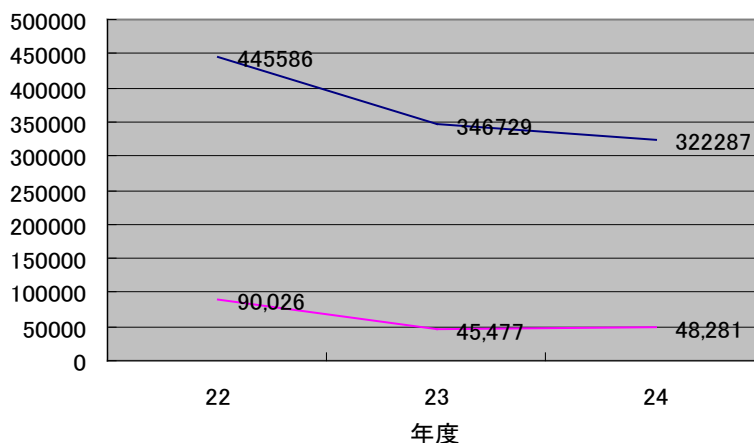
海水浴場利用者数の推移（大磯・藤沢）



観光客数の推移



平塚ビーチパーク／海水浴場利用者数

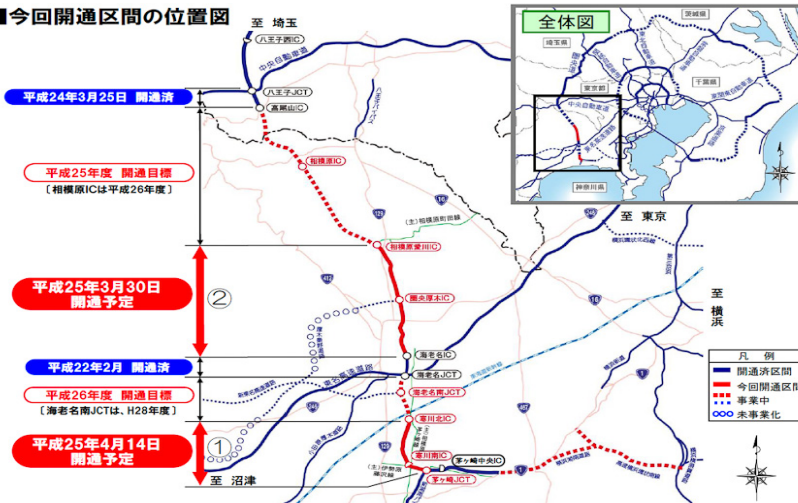


5-1-3. 周辺交通網の整備

- ・圏央道さがみ縦貫道の整備が進み、西湘バイパスとも直結連絡することから、関東北部、山梨、長野方面からのアクセス性が向上する。
- ・また、国道 134 号の 4 車線化を完成し、西湘バイパスと直結し、海岸線に沿って、道路網が完成する。
- ・大磯港・大磯海水浴場のポテンシャル向上のきっかけが生まれる。

■相模縦貫道の開通

■今回開通区間の位置図



■134号線の4車線化



■交通量 (R134)

24時間自動車類交通量

上下合計 … 36,864台 (大型車4,952台、小型車31,912台)

昼間12時間自動車類交通量

上下合計 … 25,249台 (大型車2,362台、小型車25,249台)

昼夜率 … 1.46

昼間12時間ピーク率 … 9.7%

昼間12時間大型車混入率 … 9.4%

混雑度 … 1.19

平成22年度道路交通センサス (一般交通量調査) 調べ

5-1-4. 課題と考察

- ①漁獲量は年によって大分変動があるが、漁協の売上高は緩やかに減少傾向にある。これは魚自体の単価が下がっているということである。
- ②これにともない水産業従事者数も減少傾向にあり、6次産業化を検討し水産業の活性化をはかる必要がある
- ③海水浴利用者数は減少傾向にある。若者の海水浴離れが叫ばれているが、藤沢（江ノ島）では海水浴場利用者が増加した。これは江ノ島植物園や水族館のリニューアル、周辺飲食店が増えたことなどが要因とされている。海水浴場単体で考えることなくエリアで集客を考えなければならない。特に隣接する港と一体となった計画は必須である。
- ④相模縦貫道開通、134号線の4車線化にともない交通量は増えると予想されるため、その取り込みを検討する必要がある。

・このように「大磯港＋大磯海水浴場」は

- ①港を中心とする「地域活性化」の拠点としてのポテンシャル
 - ②「賑わい・交流づくり」の拠点として大磯観光の一翼を担うポテンシャル
 - ③災害時、海上を利用した「広域防災拠点」としてのポテンシャル
- などを有しており、新たな発想による新しい海辺の多機能型拠点の整備が望まれる。

5 - 2. 大磯海水浴場、大磯漁協整備基本計画

5-2-1. 全体計画案とコンセプト

- ①「町民が通年で集い楽しむ海の公園」をコンセプトに磯、港、ビーチの3つのエリアを Oiso Blue Park というひとつのエリアとして捉え、一体型の活用を検討する。
- ②「ウェルネス」をメインのキーワードに食、スポーツ、教育、スローライフの拠点にする

[磯エリア]

- ・磯という地形を活かして海洋学習など子供のあそび・学びの場として活用する。

[港エリア]

- ・漁協の建物を再整備し、賑わい交流施設（1F卸売・加工事業・直売所（先行事例①②③）、2Fレストラン&ビアファクトリー（先行事例③）、3Fフードコート（先行事例④））として6次産業化を推進する施設とする。大磯の海、山、畑でとれた地産品を活かした食を提供する。
- ・ランニング、サイクリング、フィッシングなどの拠点とする。

[ビーチエリア]

- ・広い砂浜を活かしビーチスポーツ、ボードウォーク等を整備し（先行事例⑤）町民のふれあいの場、休息の場を提供する。



5-2-2. 大磯海水浴場の活性化について

5-2-1 にて全体計画として示したビーチエリア内のボードウォークや管理施設の設置については

①大磯町の都市計画を変更し、大磯町の都市公園として位置づけ②「公共の福祉」を目的に地域行政（大磯町）が海岸法（昭和31年法律第101号。以下「法」という。）第7条第1項、第8条第1項、第37条の4及び第37条の5の規定に基づき占用利用許可を海岸管理者（神奈川県）に申請します。③海岸管理者（県）の許可を得て設置をすることが可能になります。④ただしその後大磯町が公園条例を制定して維持・管理を行う必要があります。

ただし施設整備には多くの費用を必要とすることから、段階的に利活用を広げていくのが現実的であると考えられる。まずは一部を一定期間占用し投資のいらぬ範囲でパイロット事業を行うことが望ましい。

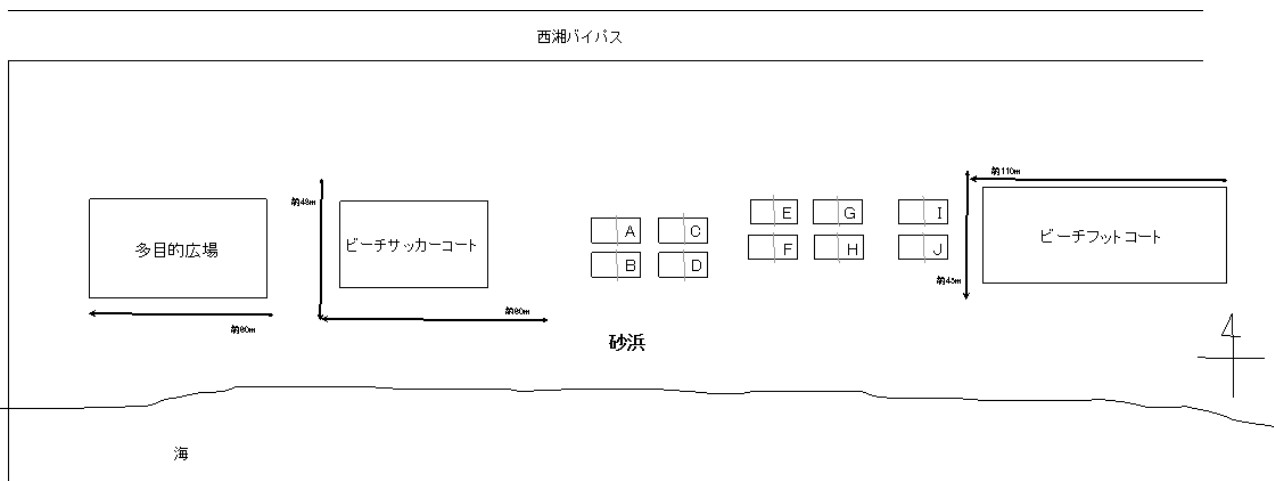
■パイロット事業（案）

実施期間：4月～10月

管理協力者候補：星槎湘南大磯総合型スポーツクラブ、NPO法人 湘南ベルマーレ、
株式会社ランナーズ・ウェルネスなど

内 容：ビーチスポーツコートの一定期間の設置

配置案



ビーチスポーツコート一覧	ビーチフットコート×1面
ビーチバレーコート×10面	ビーチサッカーコート×1面
多目的広場×1面	

事例) 海水浴場の通年利用施設 平塚ビーチパーク
 神奈川県平塚市高浜台 33 - 1



外観



ビーチサッカー



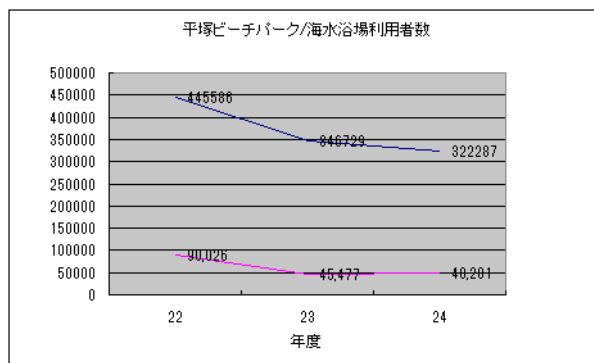
ビーチバレー



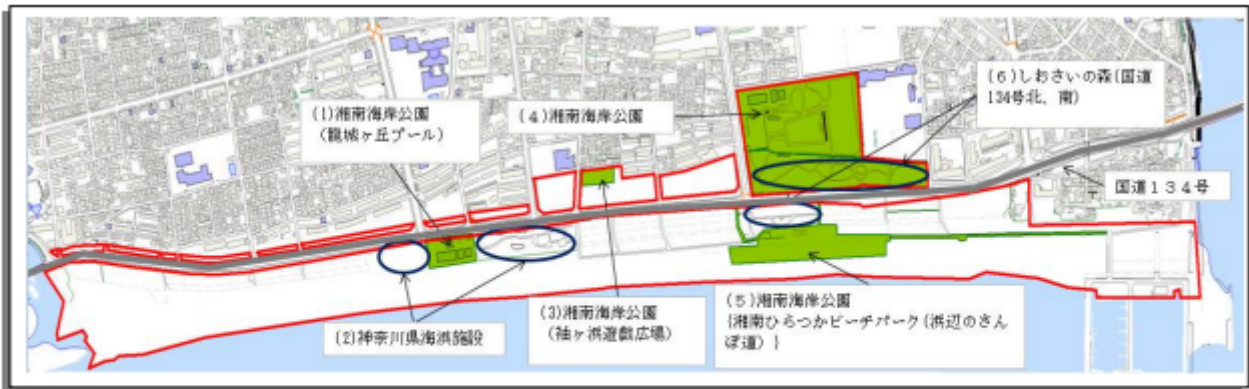
Beach bar succa



ボードウォーク



<p>施設概要</p>	<p>管理棟・売店、更衣室・トイレ、シャワー ビーチバレーコート・・・10面 ビーチサッカーコート・・・1面 ビーチフットボールコート 110 m× 45 m バスケットボールコート(3on3)・・・1面 多目的広場 48 m× 60 m その他(ボードウォーク等)</p>
<p>概要</p>	<p>海水浴場利用者数は5万人弱と大磯よりも少ないがビーチパーク全体の利用者数は24年度で32万人であり、通年でビーチスポーツなどを楽しまれている。 25年度には平塚の漁業振興施設 Beach Bar Succa がオープン。 今後も周辺一帯の海岸、湘南海岸公園を都市計画公園湘南海岸公園として整備し、駐車場などの整備を着手していく予定である。 26年度春には平塚漁協直営の食堂がR134号線沿いにできるなどエリアとしての充実を図っている。</p>



※都市計画公園湘南海岸公園にある施設

- (1) 湘南海岸公園(龍城ヶ丘プール)…50×20mプール1、15×20mプール2、トイレ
- (2) 神奈川県海浜施設…散策路、パーゴラ2
- (3) 湘南海岸公園(袖ヶ浜遊戯広場)…児童遊戯施設、広場
- (4) 湘南海岸公園…プール、フットサルコート、グラウンド、広場、駐車場、パーゴラ、児童遊戯施設
- (5) 湘南海岸公園(湘南ひらつかビーチパーク)…ボードウォーク、ビーチスポーツコート、浜辺のさんぽ道
- (6) しおさいの森…国道134号北側(湘南海岸公園の一部) および南側飛砂防備保安林の一部(湘南ひらつかビーチパーク北側)

※龍城ヶ丘プールは平成25年度閉鎖。

5-2-3. 賑わい交流施設の考え方

(1) 観光振興：大磯町における6次産業化の拠点

- 6次産業とは1次産業×2次産業×3次産業のことで、それぞれの産業が一体となって、総合産業（6次産業）として発展することを目指し、その際どれが欠けても0になってしまうため、いずれも欠かせないという産業関連系のあり方を示す物である。
- 不安定な漁獲や安価な卸値が漁業の継続を困難にしており、水産業を取り巻く大きな問題となっている。このため漁獲を行うだけでなく自ら販売するという6次産業化を漁業を振興するための切り札として考える。しかし、漁業者にとっては慣れない加工や販売を行うことが非常に負担となり、中間支援団体が支援を行うなどの工夫が必要となっている（漁協と連携しつつ賑わい交流施設の運営を行う専門的人材組織が必要となる）。
- こういった中間支援機能があることで魚屋への卸だけでなく、一般消費者へ訴求する直売、地域の料飲店・学校・病院などの公共施設への販売など水産物の6次産業化をすすめ、地産地消を推進し、町民に安心安全な食品を提供する。これにより大磯港で水揚げされた水産物の消費量を増やすことで漁業経営の安定化を図り、水産業の発展に寄与させる。
- また地域の漁業や食文化を伝える教育の拠点としての機能も担うことや、地域の魚の魅力を背景とした飲食・宿泊・観光との連携により、各種産業振興にも寄与する公共性の高い施設として今後の大磯町の発展に必ず必要な施設と考えられる。

(2) 前提条件

- 大磯町は大磯港の指定管理者であるが、自ら施設を建設し、運営する財政的余裕、人的資源、経営能力を十分に有していない。
- 大磯港における公共サービスは港の機能を提供することであるが、本検討においては港を観光の新たな拠点の一つとして更なる活性化を図り、かつ6次産業化の拠点となる賑わい交流施設を検討する。従来の港の機能以上の取組みへの展開が求められるため、民間企業と連携した事業の構築について検討する。
- 大磯町漁業協同組合を中心とした事業者を想定し、町は県と共に国庫補助の導入など後方支援を行うこととする。

5 - 3. 先進事例

①卸売・加工事業 「地方卸売市場 茅ヶ崎丸大魚市場」

神奈川県茅ヶ崎市南湖4-4-7



店内



外観

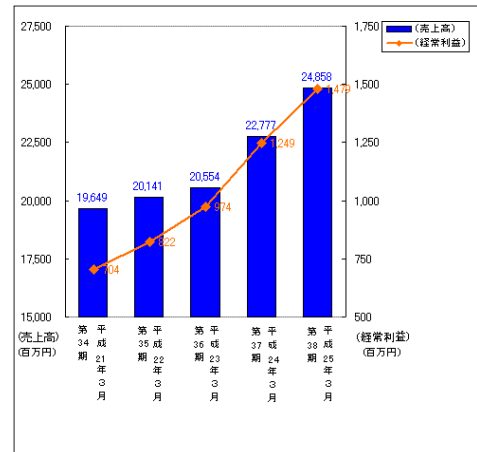
<p>事業概要</p>	<p>地元相模湾を中心に鮮魚を扱う茅ヶ崎にある地方卸売市場。 売上の構成は卸売が65%とシェアを誇るが、卸売は利益率が低いため加工事業や直販事業までを行っている。(1次以外の2次、3次産業を展開し、地域の魚商だけでなく、料飲食店、老人福祉施設などに地産の鮮魚を供給している)</p> <p>卸売は魚商(7時~)、料飲食店(8時~)、一般(9時~)とそれぞれの販売開始時間がありそれぞれに掛率を設定している。一般が購入する価格は魚商(魚屋)がつけるのと同じ金額と同等になり地域の魚屋との共存を果たしている。</p> <p>加工事業とは3枚おろし、干物、釜揚げなどのことで惣菜や調理は行っていない。日量200~300kgを処理している。取引先は老人ホーム、保育園、結婚式場、ホテルなど35件ほど。</p> <p>直営店は茅ヶ崎ラスカ、ドンキホーテ、スーパー内などに3店舗。</p>
<p>会社概要</p>	<p>創業 昭和33年3月1日 資本金 20,000,000円 従業員数 20名</p> <p>①卸売 ②加工販売事業 ③直営店</p>
<p>売上高</p>	<p>1,000,000,000円 <売上構成> ①卸売 65% ②加工販売事業 15% ③直営店 20%</p>

②直売所 「角上魚類」

新潟県長岡市寺泊下荒町9772-20 (本社)



外観



売上高の推移

<p>事業概要</p>	<p>事業内容：鮮魚及び鮮魚加工品の小売り事業</p> <p>新潟の卸業から小売に転身し、関東方面に進出。首都圏中心に22店舗を構える。魚離れが進み、2001年以降、魚介類摂取量が減少する中で、売上高・経常利益を右肩が上がりには伸ばしている。</p> <p>定番にこだわらない鮮度と安さを重視した仕入れによって、店頭には並ぶ魚介類は多品種になっている。</p> <p>なかなか目にしない品種は、どうやって食べるのかわからない人が多いはずだが、対面販売によって、不安を取り除き、顧客との関係も築いている。</p> <p>特に特徴的なのは当日売れ残った生の魚介類は、惣菜（煮物や塩焼きなど）に調理し、翌日売るため、ロス率0.05%（スーパーでは6.6%が平均）を実現していること。</p> <p>鮮度の高さを保つとともに、ロス率が価格に乗らないため、安く販売している。</p>
<p>会社概要</p>	<p>創業 昭和33年3月1日</p> <p>資本金 354,500,000円</p> <p>正社員 399名（男性367名、女性32名）</p> <p>臨時社員 399名（男性117名、女性282名）</p> <p>合計 798名</p> <p>（平成25年3月末現在、アルバイトを含まず）</p>
<p>売上高</p>	<p>248億5,872万円（平成25年3月期）</p>

③漁協食堂 「ばんや」

鋸南保田漁業協同組合 千葉県安房郡吉浜 995



外観



外観



直売所



レストラン

<p>施設の概要</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・保田漁協内に整備。第1～3ばんや及びびばんやの湯を整備、規模約600㎡ ・定置網でとれた旬の魚を、魚を知り尽くした地元のとうちゃん・母ちゃんが料理している食事処と、食事処ばんやの隣に水産物などを置いているショッピングモール「ばんや横丁」がある 	
<p>整備の経緯</p>	<p>平成7年</p>	<p>定置網乗組員・組合員の福利厚生事業を目的に、「漁食普及食堂」として「ばんや」をオープン。(当初は中古コンテナ2棟でスタート)</p>
	<p>平成12年</p>	<p>「第1ばんや」をオープン。収容人数210名 総事業費8150万円(漁協自己資金4150万円) ばんやの用地は漁港施設用地の中の、漁村再開発用地という名目で国庫補助金が入っていない単独用地。町が漁港管理者として管理する行政財産なので、毎年専用料金を納めて使用している。</p>
	<p>平成14年</p>	<p>「第2ばんや」をオープン。収容人数132名。総事業費7,200万円(漁協全額自己資金)</p>
	<p>平成15年</p>	<p>高濃度炭酸泉「ばんやの湯」をオープン。収容人数132名。総事業費1億5,000万円(漁協全額自己資金) 野積み場を福利更生施設用地に用途変更して用地を占用し、施設の建設を行った。</p>
	<p>平成20年</p>	<p>「第3ばんや」をオープン。収容人数200名(予約のみ) 総事業費1億9050万円(自己負担9,525万円)</p>
<p>整備の効果</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 水産物の高付加価値化 保田漁協の産地市場で保田漁協が入札参加 食堂部門の総売上：8億3200万円 →食堂部門の総仕入額：3億2,800万円に対して、約2.5倍の付加価値を実現 2. 地域の雇用拡大 食堂事業では、土日に60～70名の地元スタッフを雇用 食堂事業の総支払い人件費は2億4200万円 食堂事業の付加価値化は、地域の雇用と所得を支えている 3. 流通コストの省略 直接食べてもらえるので、流通に関わるコストを省略 4. ロットがまとまらなくても販売が可能 5. 漁業経営の安定化に貢献 漁業の事業利益の67%を食堂部門で捻出、漁業経営を支える大きな柱を形成 6. 交流人口の創出 平成14年の「第1ばんや(食堂ばんや：収容人数132名)」をリニューアルオープン時点で来客数は2万人から20万人に増え、平成15年ばんやの湯をオープンして来客数は40万人と急激に増加した。 さらに地域の活性化を図るため、地元と連携して観光名所である江月水仙ロードに桃やアジサイ、ツツジなどの花木を植栽し、観光期間の延長を図ることなどにより、来訪者は45万人を超えるまでになった。 	

④フードコート 高知 「ひろめ市場」

有限会社ひろめカンパニー 高知県高知市帯屋町2丁目3-1



外観



店内

<p>事業概要</p>	<p>「ひろめ市場」には 65 の店舗があり、高知の特産品もあれば、本格的なインドカレーやスイーツの店など、多様な飲食が見られる。肉もあれば、魚もある。好きな店で、好きなものを買って、フードコートに持ち込み、食べることができる。</p> <p>一番の活気は、中央のフードコートに陣取る水産会社の「明神丸」。鰹のたたきを販売している。人気店らしく、広いスペースを持っている。</p> <p>ひろめ市場の強さは、まず地元で愛されていることにある。価格もリーズナブルで、地元の人でも利用しやすい。店舗も多様で、毎日来ても飽きない。一度来たら、もういいやではなく、毎日でも来てくれる地元リピーターがいるからこそ、年間 300 万人が実現可能となっている。</p>
<p>コンセプト</p>	<ul style="list-style-type: none"> ●高知の新しい観光スポットとして、高知の衣食住文化を「ひろめる」 ●高知の人情・人となりを「ひろめる」 ●高知の基礎知識・芸術・文化を「ひろめる」
<p>施設規模</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○敷地面積 4,056 平米 ○建築延床面積 5,919 平米 ○1階 ひろめ市場延床面積 3,061 平米、よさこい国体プラザ 324 平米 ○2階・屋上 駐車場 212 台
<p>店舗数</p>	<p>約 4 坪を基本小間に、6 坪、8 坪等のテナントに 63 店舗</p>
<p>営業時間</p>	<p>午前 7 時から午後 11 時／元旦のみ休業</p>
<p>来店客数</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○平日 約 8,000 人から 12,000 人 ○土日祝日 約 30,000 人から 50,000 人
<p>特徴的なシステム</p>	<p>【食器センター方式】</p> <p>小さい店舗で飲食店をする！人件費を軽減する！環境問題にも配慮する。そんな発想の基で食器センターを考案。</p> <ul style="list-style-type: none"> ●レンタル食器を用意する ●各店舗の方にはレンタル食器を使用してもらう ●洗浄・回収料金は、レンタル食器使用代金をして徴収する ●食器センターは食器の回収・洗浄・配達を行う

6章 大磯丘陵ゾーンのネットワーク構想

6 - 1. 大磯丘陵ゾーンの現状と課題

6-1-1. 丘陵ゾーンの現状と課題

農業指標の推移

年次	農家総数		兼業農家 (戸)	農業就業人口 (人)	経営耕地面積 (ha)
	(戸)	専業農家 (戸)			
1995(平成7)年	357	68	289	1,654	240
2000(平成12)年	255	55	200	1,543	225
2005(平成17)年	217	70	147	903	176

(注)各年2月1日現在

資料:農業センサス、農林業センサス

6-1-2. 再生・利活用の方向性

- 産業としての農業は危機的な状況に置かれている。経済のグローバル化と輸送技術の進歩によって、生産コストの低い海外産地との競争にさらされた結果、日本の農業は、産業として成立しなくなっている。現在では補助金と輸入規制によって、何とか生き長らえさせている状況であるが、世界の趨勢が貿易の自由化に向かっている現在、いつまでも今のままの農業を守れるとは考えにくい。
- 今後産業としての農業は、輸入品との価格競争を受けて立つ大規模農業経営（価格競争型）か、ブランド化を指向する付加価値型と二極化となるが、大磯町の場合農業の大規模化は難しく、高齢化に伴う後継者問題を考えると付加価値型農業を模索することも現実的ではない。大磯の立地や風景資源などを活かし第3極の3次産業型の農業を模索する。

タイプ	内容	課題
価格競争型	徹底的に生産性を高め、輸入品との価格競争を受けて立つ	事業規模の拡大や企業的な経営手法の導入
付加価値型	品質や安全性などの点で輸入品との差別化が可能な作物、農法にしぼり「付加価値の高い」農業を目指す	魚沼産コシヒカリや松阪牛のようにブランド化を図る 流通チャンネルの選択
3次産業型	農村が持つ娯楽性、教育性、文化性を大事にし、活用する	観光、娯楽、教育などのプログラム、サービス提供の必要性