

大網駅南地区商圈・企業意向調査 概要書

平成 27 年 3 月

大 網 白 里 市

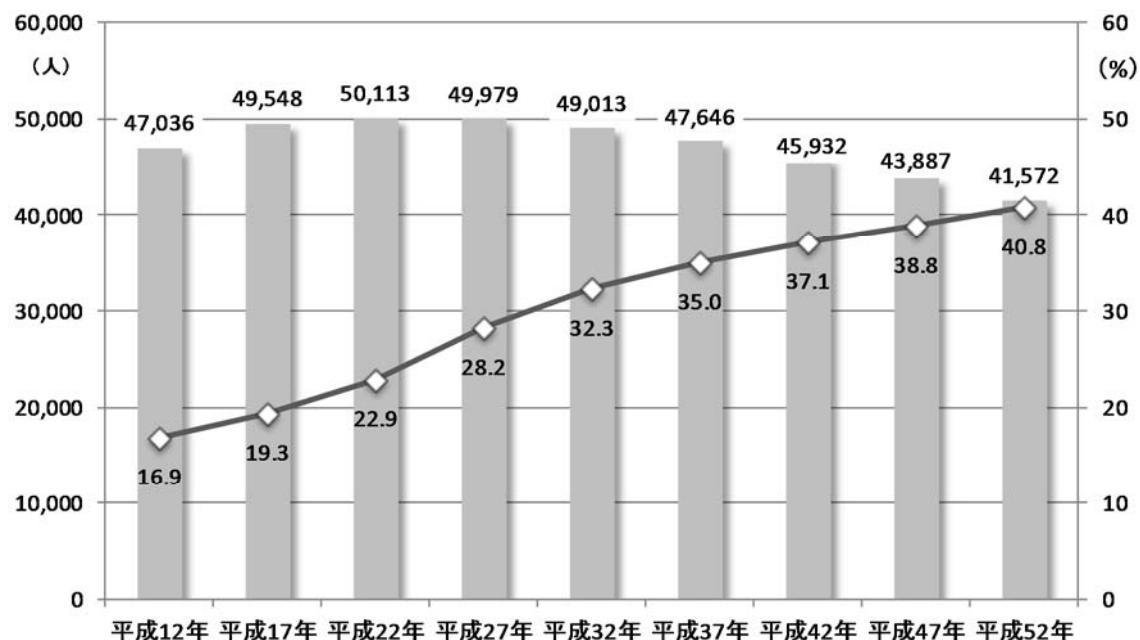
I. 基礎調査結果

1. 商業分析調査（概要）

（1）商業環境

今後、本市の商業マーケット（人口）は縮小する見通しとなっている。

図表 1 人口・高齢化率の推移と推計



（注）1. 出所：総務省「国勢調査」及び国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来人口推計」

2. 平成27年以降は推計値

3. 平成25年3月27日公表資料

小売業の年間商品販売額は約268億円と茂原市（約957億円）の約3割、東金市（約570億円）の約5割の水準となっている。

図表 2 小売業の年間商品販売額

（単位：百万円）

	大網白里市	千葉市	東金市	茂原市	九十九里町	白子町	(参考) 千葉県
小売業計	26,754	862,307	56,958	95,717	7,793	3,298	4,778,886
各種商品小売業	X	149,171	X	2,713	0	0	561,692
織物・衣服・身の回り品小売業	842	52,325	4,308	6,195	190	46	291,816
飲食料品小売業	11,530	203,687	21,118	26,608	4,248	2,073	1,431,600
機械器具小売業	1,266	182,915	11,903	22,597	111	249	816,276
その他の小売業	X	214,248	X	34,004	X	X	1,428,292
無店舗小売業	277	59,961	1,138	3,600	X	X	249,210

（出所）総務省「経済センサス」

本市の小売業および大型店の出店状況（人口千人あたり）を県内の人ロ類似都市と比較すると、事業所数・従業者数とも最下位、年間商品販売額や売り場面積も低位となっている。

図表 3 小売業および大型店の出店状況（県内人口類似都市との比較）

市町村	大網 白里市	県内人口類似都市					(参考) 千葉県
		富津市	富里市	南房総市	山武市	いすみ市	
事業所数 (事業所)	180	364	191	420	291	336	37,009
	(3.6)	(7.6)	(3.7)	(10.0)	(5.2)	(8.2)	(6.0)
従業者数 (人)	1,562	2,172	2,037	1,646	1,942	1,921	341,259
	(31.2)	(45.2)	(39.9)	(39.1)	(34.6)	(46.9)	(55.0)
年間商品 販売額 (百万円)	26,754	30,293	43,451	20,846	38,110	26,677	4,778,886
	(533.9)	(630.1)	(850.5)	(495.1)	(679.5)	(651.3)	(770.3)
売場面積 (m ²)	43,672	53,996	59,169	32,713	56,404	57,612	5,927,381
	(871.5)	(1,123.2)	(1,158.2)	(777.0)	(1,005.6)	(1,406.5)	(955.4)
大型店数 (店)	8	5	10	2	8	7	897
	(0.2)	(0.1)	(0.2)	(0.0)	(0.1)	(0.2)	(0.1)
大型店面積 (m ²)	29,181	46,024	49,168	3,083	36,758	28,099	5,456,407
	(582.3)	(957.4)	(962.4)	(73.2)	(655.4)	(686.0)	(879.5)
人口(人)	50,113	48,073	51,087	42,104	56,089	40,962	6,203,768

(注) 1. 出所: 各種資料よりちばぎん総合研究所が作成。

2. カッコ内は人口1,000人当たりのそれぞれの数値を示す。

3. 県内人口類似都市は、大網白里市の人口±1万人の県内市町村とする。

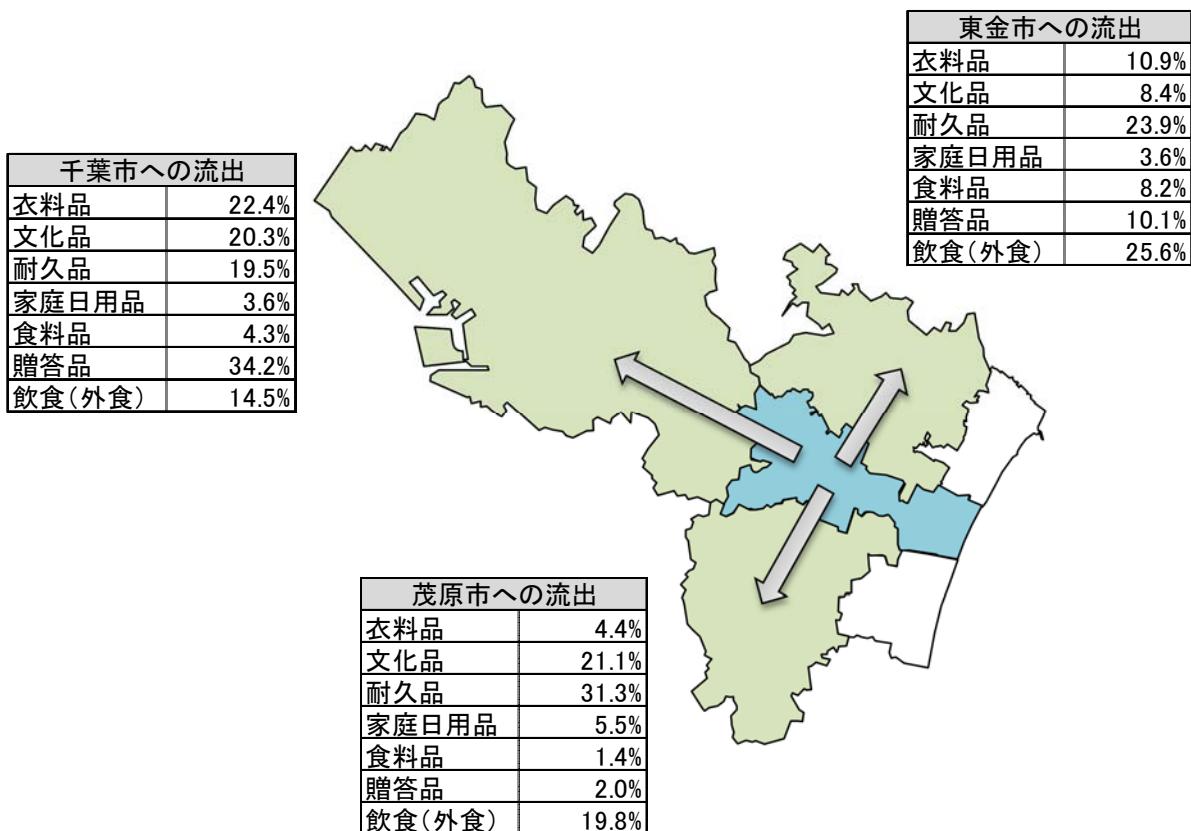
(2) 商圏

本市の消費需要の市外流出割合は、耐久品で約8割、買回品で約6割、最寄品で約2割となっている。その買い物需要の多くが、隣接する千葉市、東金市、茂原市などへ流出している。

図表 4 本市の地元購買率と主な品目の周辺市への流出状況

大網白里市の地元購買率			
品目	地元購買率	品目	地元購買率
買回品	41.8%	最寄品	83.0%
衣料品	51.1%	家庭日用品	83.5%
紳士服	34.8%	クリ・化粧品	86.1%
婦人服	41.1%	日用品雑貨	81.0%
子供・ベビー服	48.5%	食料品	82.4%
実用衣料	78.8%	生鮮食料品	85.7%
文化品	41.8%	その他の食料品	78.9%
靴・カバン	39.3%	その他	48.3%
貴金属・時計・眼鏡	30.6%	贈答品	41.2%
レジャー・スポーツ用品	13.1%	飲食(外食)	37.7%
DIY用品・生花・園芸用品	43.1%	理美容サービス	65.6%
書籍・文具	81.4%		
耐久品	22.9%		
電化製品	27.8%		
家具・インテリア類・寝具類	17.9%		

(注)網掛けは50%を下回るもの。

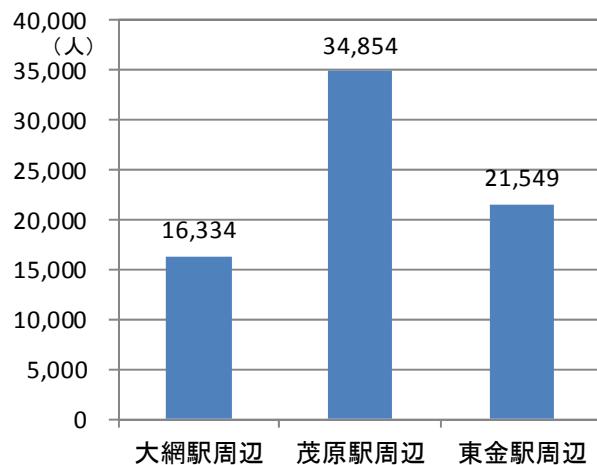


(3) 大網駅周辺の商業環境

大網駅周辺地域（大網駅を中心に半径2キロメートルの範囲に含まれる町丁字（以下同じ）の商圏を近隣の茂原駅及び東金駅周辺地域と比較すると、大網駅周辺地域は、定住人口が少なくなっている。

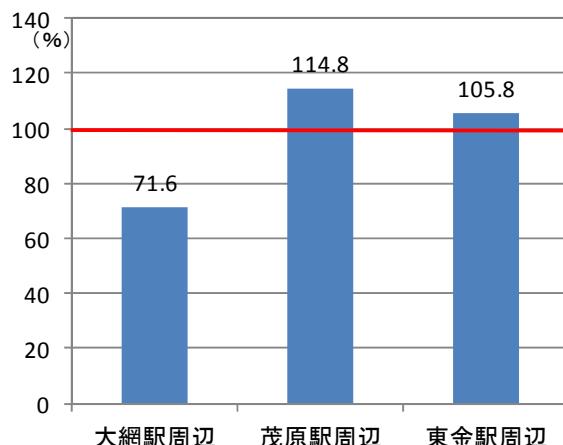
さらに、昼間比率は71.6%と、約3割の市民が日中は市外で就業・就学等により本市から流出しており、購買力の弱さにつながっている。

図表 5 大網駅周辺の定住人口（茂原駅・東金駅周辺地域〔半径2km〕との比較）



（出所）国勢調査からちばぎん総合研究所が作成

図表 6 大網駅周辺の昼間人口比率（茂原駅・東金駅周辺地域〔半径2km〕との比較）



（注）1. 出所：国勢調査からちばぎん総合研究所が作成
2. 夜間人口に対する昼間人口の比率

2. まちづくりに関する市民アンケート調査（概要）

大網白里市内の商業環境の満足度や日頃の購買行動などを明らかにすることを目的としてアンケート調査を実施した。

図表 7 調査概要

調査対象：大網市内に居住する 15 歳以上の男女 2,000 名

調査時期：平成 26 年 12 月 2 日～15 日

回答状況：設計標本数 1,996 人、有効回答数 783 人（有効回答率 37.0%）

設問概要

属性	性別	大網駅の利用状況等	大網駅の利用状況
	年代		大網駅の利用目的
	居住地区		大網駅までの交通手段
	居住年数		大網駅周辺地域の駐車場利用状況
	転入の有無		駐車場の利用者
	居住形態		駐車場の利用目的
	同居者		大網駅周辺に必要な施設
	職業		大網駅周辺のイメージ
	家族の収入状況		大網駅周辺の将来イメージ
住環境の評価	住みやすさ	日常の買い物	買い物環境の満足度
	地域の評価		購入場所
	定住意向		商業施設の利用頻度
	市政運営		

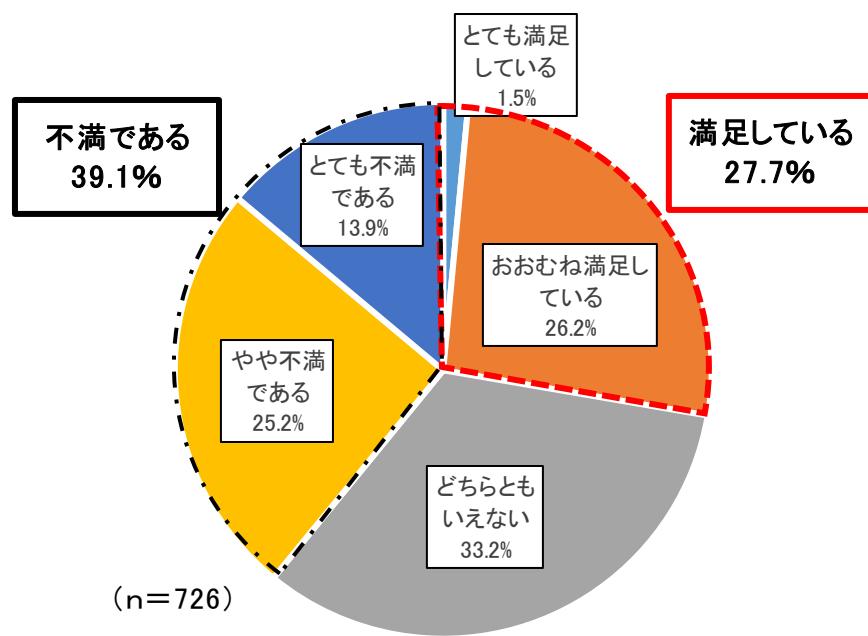
以下では、アンケートの設問から、市民の買い物動向に関する項目を中心に整理した。

(1) 買い物環境

市内の買い物環境への評価は「満足している(27.7%)」を「不満である(39.1%)」が上回っており、「不満」超となっており、消費需要が市外へ流出している。

市内の買い物環境の満足度と、住みやすさ・定住意向との相関関係をみると、「住みにくい」、「移転したい」と回答した住民の約6割が「不満である」と回答している

図表 8 市内買い物環境の満足度（全体、住みやすさ・定住意向別）



図表 9 住みやすさ・定住意向と市内買い物環境の満足度の相関関係

		回答数	満足している	どちらともいえない	不満である	(単位: %)
住みやすさ	住みやすい	427	36.8	31.9	31.4	
	どちらともいえない	111	11.7	45.9	42.3	
	住みにくい	137	11.7	27.7	60.6	
定住意向	住み続けたい	482	34.2	33.6	32.2	
	移転したい	168	11.9	28.6	59.5	

(注)網掛けは最も多い項目。

(2) 購入頻度

週1回以上利用は「スーパー・マーケット (82.3%)」、「コンビニエンスストア (57.9%)」が高く、「百貨店」、「一般商店・個人店」は、ほとんど利用しないが高くなっている。

図表 10 商業施設の利用頻度

(単位: %)

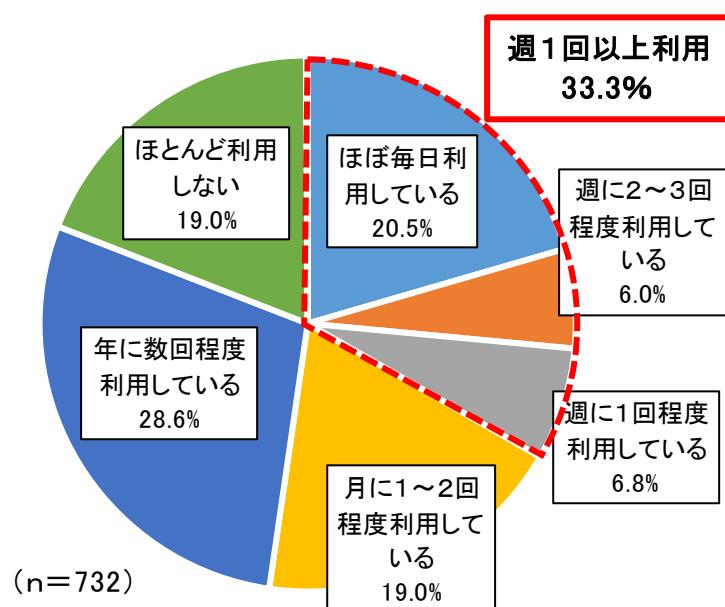
	回答数	週1回以上利用				月に2~3回	ほとんど利用しない	全く利用しない
			ほとんど毎日	週に3~4回	週に1~2回			
一般商店・個人店	677	15.6	1.6	2.8	11.2	11.2	49.9	23.2
百貨店	662	6.3	0.2	0.8	5.3	28.7	50.9	14.2
大型ショッピングセンター	682	28.4	2.5	5.7	20.2	46.2	21.8	3.5
スーパー・マーケット	721	82.3	14	26.4	41.9	13.9	3.5	0.4
コンビニエンスストア	702	57.9	12.0	15.1	30.8	24.9	14.2	3.0
ドラッグストア	702	24.5	0.6	3.1	20.8	58.8	15.8	0.9
通販・ネットショッピング	688	6.6	0.7	1.0	4.9	29.9	37.9	25.4
宅配	686	11.1	0.6	0.3	10.2	16.0	44.2	28.7

(注)網掛けは、各商業施設で最も多い購入頻度。

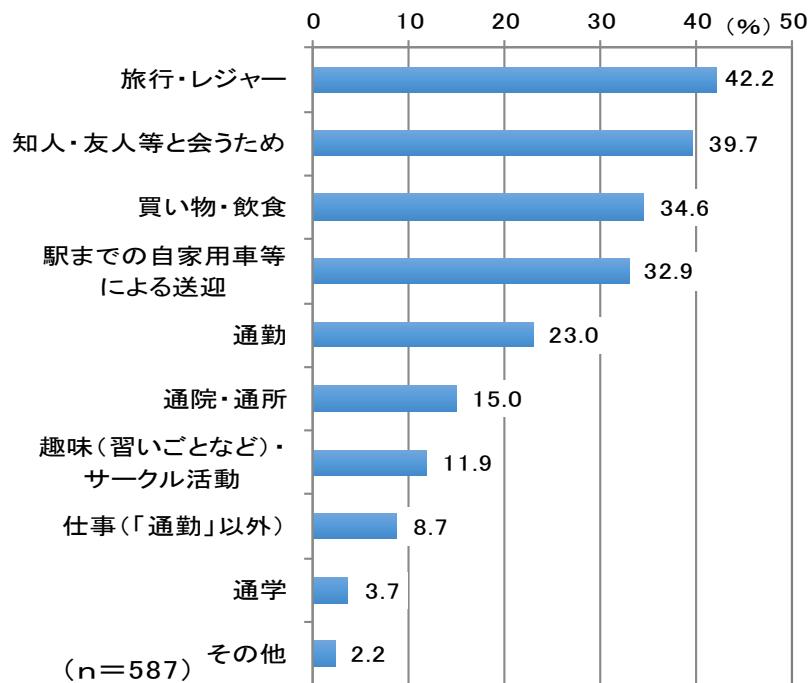
(3) 大網駅の利用状況

市民の3人に1人 (33.3%) は大網駅を週1回以上利用しており、目的は「旅行・レジャー」が42.2%で最多となっている。大網駅へのアクセスは自家用車の利用率が半数以上 (56.1%) となっており、高い駐車場ニーズにつながっている。

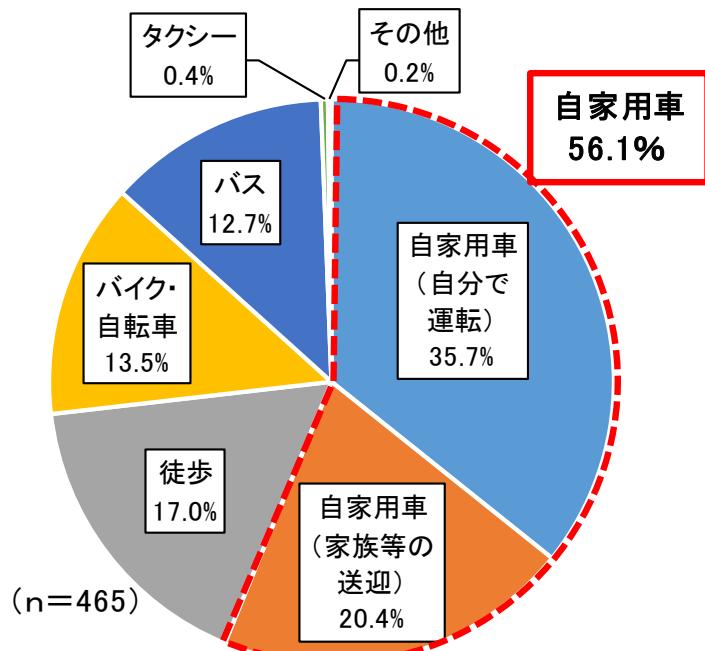
図表 11 大網駅の利用頻度



図表 12 大綱駅の利用目的



図表 13 大綱駅までの交通手段



(4) 大網駅周辺に必要な施設

大網駅周辺に必要な施設は、「食品スーパー（39.3%）」が最も多く、「レストラン（30.8%）」、「喫茶店・コーヒーショップ（25.6%）」、「医療関係施設（24.0%）」が続いている。年齢別では、10～30歳代では「飲食サービス」や「娯楽・文化」の項目が多く、40歳代以上では、「物販（食品スーパー）」が最も多くなっている。

図表 14 大網駅周辺に必要な施設（上位10項目）

全体		10歳代		20歳代		30歳代	
食品スーパー	39.3%	ファーストフード店	47.1%	喫茶店・コーヒーショップ	54.8%	レストラン	36.4%
レストラン	30.8%	映画館	35.3%	書籍販売店	35.5%	喫茶店・コーヒーショップ	28.8%
喫茶店・コーヒーショップ	25.6%	カラオケボックス	35.3%	映画館	35.5%	食品スーパー	27.3%
医療関係施設	24.0%	食品スーパー	29.4%	食品スーパー	22.6%	映画館	27.3%
書籍販売店	23.6%	レストラン	29.4%	レストラン	22.6%	医療関係施設	21.2%
駐車場	21.5%	医療関係施設	23.5%	ファーストフード店	22.6%	居酒屋	21.2%
映画館	19.8%	生活雑貨店	23.5%	居酒屋	22.6%	書籍販売店	19.7%
公園・広場	19.5%	コンビニエンスストア	23.5%	カラオケボックス	22.6%	公園・広場	19.7%
ファーストフード店	17.8%	弁当・惣菜店	17.6%	医療関係施設	19.4%	ファーストフード店	19.7%
生活雑貨店	17.6%	衣料品店	17.6%	生活雑貨店	19.4%	駐車場	18.2%

40歳代		50歳代		60歳代		70歳以上	
食品スーパー	43.6%	食品スーパー	41.8%	食品スーパー	43.5%	食品スーパー	38.5%
書籍販売店	40.6%	駐車場	25.4%	レストラン	38.3%	レストラン	28.4%
ファーストフード店	30.7%	レストラン	23.9%	公園・広場	28.7%	駐車場	25.7%
喫茶店・コーヒーショップ	24.8%	喫茶店・コーヒーショップ	23.9%	医療関係施設	28.3%	医療関係施設	24.8%
レストラン	23.8%	書籍販売店	23.9%	喫茶店・コーヒーショップ	24.8%	喫茶店・コーヒーショップ	21.1%
駐車場	21.8%	ファーストフード店	23.9%	駐車場	20.4%	高齢者福祉施設	20.2%
ドラッグストア	21.8%	医療関係施設	21.6%	書籍販売店	20.0%	公園・広場	19.3%
コンビニエンスストア	21.8%	ドラッグストア	20.1%	映画館	20.0%	生活雑貨店	18.3%
医療関係施設	18.8%	映画館	19.4%	多目的ホール	18.3%	書籍販売店	16.5%
生活雑貨店	17.8%	生活雑貨店	18.7%	生活雑貨店	17.4%	多目的ホール	15.6%

凡例  物販  飲食サービス  娯楽・文化  医療・福祉  公園・広場 駐車場

3. 立地環境に関するアンケート調査（概要）

大網白里市内の立地環境及び大網駅南口の事業環境の評価などを明らかにすることを目的としてアンケート調査を実施した。

図表 15 調査概要

調査対象：大網市内に立地する小売・飲食・サービス業の事業者

調査時期：平成 26 年 12 月 2 日～17 日

回答状況：設計標本数 684 社、有効回答数 160 社（有効回答率 23.4%）

設問概要

企業属性	業種	経営状況	5年前と比較した業績等の変化
	資本金		市場規模の将来展望
	従業者数		事業の方向性
	大網白里市内における営業年数		雇用の方向性
	事業所区分		後継者の有無
	営業時間		事業展開の方向性
	事業所所有形態	立地環境	立地環境として重視する項目
	来客用駐車場数		立地環境（総合評価）
	主要製品・サービス		立地環境（個別評価）
来店客 の状況	性別	大網駅 南地区 の評価等	立地に関する今後の意向
	年代		大網駅南地区の評価
	来店手段		大網駅南地区における事業所立地の可能性
	平日・休日別		大網駅南地区の環境整備・施策の方向性
	時間帯別		大網駅南地区の競合事業所
	居住地別		

以下では、アンケートの設問から、商業市場の動向、大網駅南地区に対する事業者の評価に関する項目を中心に整理した。

(1) 経営状況

5年前と比較した業績等の変化をみると、売上高は、「減少した」が55.9%と「増加した(20.0%)」を大きく上回っている。業種別の売上高では、医療・福祉で増加したとの回答が最も多く(36.1%)、一方、サービス業で減少したとの回答は78.1%と高い割合となっている。

市場規模の将来展望は、「現状維持」が43.3%と最も多くのもの、「縮小していく(28.0%)」が「拡大していく(14.0%)」を上回っている。業種別にみると、「拡大していく」と回答したのは、「医療・福祉(24.3%)」が最も多かった。一方、「縮小していく」と回答したのは、「教育・学習業(60.0%)」が最多であった。

図表 16 5年前と比較した業績等の変化

(単位: %)

		回答件数	増加した 激化した 進行した	横ばい	減少した 緩和した 進行しない
業種別売上高	売上高(全業種)	145	20.0	24.1	55.9
	小売業	38	15.8	15.8	68.4
	飲食業	15	13.3	20.0	66.7
	教育・学習業	10	30.0	20.0	50.0
	医療・福祉	36	36.1	44.4	19.4
	サービス業	32	9.4	12.5	78.1
経常利益		142	16.9	26.8	56.3
来店客数		141	17.0	26.2	56.7
従業者数		130	15.4	64.6	20.0
大型小売店との競合		110	41.8	57.3	0.9
顧客動向	周辺地域の人口	138	10.9	61.6	27.5
	少子化	137	48.9	36.5	14.6
	高齢化	136	77.9	19.9	2.2

(注) 網掛けは、業種における増加等と減少等の最上位項目

図表 17 市場規模の将来展望

(単位: %)

		回答件数	拡大していく	現状維持	縮小していく	分からぬ
業種	合計	150	14.0	43.3	28.0	14.7
	小売業	39	17.9	38.5	33.3	10.3
	飲食業	16	12.5	43.8	31.3	12.5
	教育・学習業	10	10.0	30.0	60.0	0
	医療・福祉	37	24.3	48.6	10.8	16.2
規模	サービス業	35	5.7	48.6	25.7	20
	大企業	14	14.3	42.9	35.7	7.1
	中小企業	63	19.0	47.6	25.4	7.9
個人事業主		56	5.4	33.9	33.9	26.8

(注) 網掛けは、業種と規模における拡大と縮小の最上位項目

(2) 立地環境

現在の立地環境の評価では、「取引先・仕入先へのアクセス」を除く全項目が「良い」計（とても良い＋まあ良い）を「悪い」計（とても悪い＋やや悪い）が上回っており（「悪化」超）、比較的低評価となっている。

新設・増設・移転ニーズのある事業所は、進出先として、約4割が大網白里市以外を希望している。

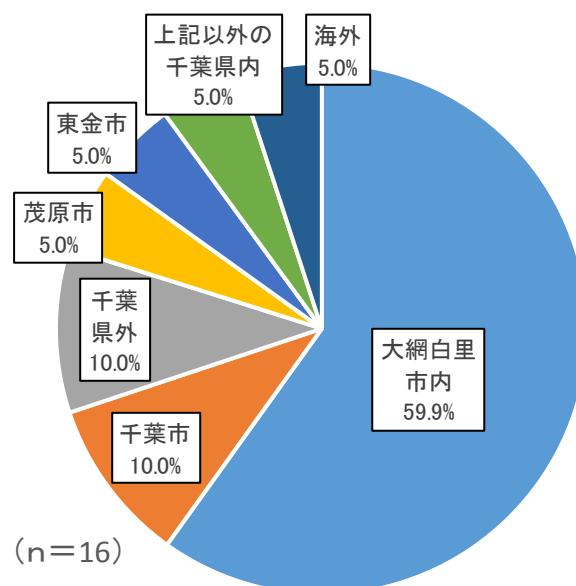
図表 18 立地環境（個別評価）

（単位：%）

	回答件数	「良い」計			ふつう	「悪い」計		
			とても良い	まあ良い		やや悪い	とても悪い	
商圏人口（マーケットの規模）	146	24.6	2.7	21.9	39.7	35.6	23.3	12.3
取引先・仕入先へのアクセス	137	18.9	3.6	15.3	63.5	17.5	13.1	4.4
取引先・仕入先の集積	135	14.1	2.2	11.9	68.1	17.8	15.6	2.2
賃料・地価水準	130	13.9	3.1	10.8	60.8	25.4	18.5	6.9
交通利便性	146	24.7	9.6	15.1	43.8	31.5	21.9	9.6
他店・同業者との競合度	141	12.0	1.4	10.6	58.2	29.8	19.9	9.9
周辺の事業所集積	133	6.0	1.5	4.5	61.7	32.3	19.5	12.8
従業員の通勤利便性 (公共交通の整備状況)	133	23.3	6.0	17.3	44.4	32.4	21.1	11.3
人材確保の容易性	131	3.1	0.8	2.3	46.6	50.4	27.5	22.9
大網白里市の支援体制	136	5.2	1.5	3.7	54.4	40.5	26.5	14.0

（注）網掛けは、「良い」計と「悪い」計の上位3項目

図表 19 進出先（新設・増設・移転先）



(3) 大網駅南地区に対する事業者の評価

大網駅南地区の事業地としての評価は、「交通利便性 (46.8%)」、「商圈人口 (39.3%)」、「従業員の通勤利便性 (37.7%)」などで高くなっています。すべての項目で大網駅南地区の立地が現在の立地評価を上回っています。また、南地区への進出希望がある先は、回答企業の 14% (20 事業所) となっている。

大網駅南地区の環境整備・施策の方向性についてみると、非常に重要と回答したのは、「交通アクセス向上(周辺道路の渋滞緩和)」が 57.0% で最も多く、「大規模災害への対応 (43.4%)」、「行政手続きのワンストップ化・迅速化 (40.6%)」が続いている。

図表 20 大網駅南地区の評価 (現在の立地との比較)

(単位: %)

	回答件数	「評価できる」計	現在の立地との比較			「どちらともいえない」	「問題がある」計	「やや問題がある」	「大変問題がある」
			高く評価できる	まあ評価できる	どちらともいえない				
商圈人口(マーケットの規模)	135	39.3	10.4	28.9	54.8	6.0	3.0	3.0	
取引先・仕入先へのアクセス	133	33.8	9.0	24.8	63.2	3.0	3.0	0.0	
取引先・仕入先の集積	129	24.8	6.2	18.6	71.3	3.9	3.9	0.0	
賃料・地価水準	129	15.5	3.9	11.6	67.4	17.1	14.0	3.1	
交通利便性	137	46.8	16.1	30.7	46.7	6.6	6.6	0.0	
他店・同業者との競合度	134	14.9	4.5	10.4	73.9	11.2	6.7	4.5	
周辺の事業所集積	132	20.4	4.5	15.9	72.7	6.8	5.3	1.5	
従業員の通勤利便性 (公共交通の整備状況)	130	37.7	14.6	23.1	59.2	3.1	3.1	0.0	
人材確保の容易性	130	23.9	6.2	17.7	64.6	11.6	8.5	3.1	

(注) 網掛けは、「評価できる」計と「問題がある」計の上位 3 項目

図表 21 大網駅南地区の環境整備・施策の方向性

(単位: %)

	回答件数	非常に重要	やや重要	どちらともいえない	あまり重要ではない	重要ではない
交通アクセス向上(周辺道路の渋滞緩和)	128	57.0	25.8	14.1	2.3	0.8
大規模災害への対応	129	43.4	28.7	24.8	1.6	1.6
行政手続きのワンストップ化・迅速化	128	40.6	25.0	32.0	1.6	0.8
商業の立地に適した区画・用地整備	128	39.8	35.9	22.7	1.6	0.0
駅前周辺地域の人口増加	131	32.8	40.5	18.3	6.9	1.5
安価な用地(賃料)水準	131	32.1	38.2	27.5	1.5	0.8
融資・利子補給制度の充実	129	30.2	27.9	38.0	3.1	0.8
適切な業種・業態構成(テナントミックス)	130	29.2	38.5	27.7	3.1	1.5

(注)「非常に重要」の降順で掲載。

II. 企業等意向調査

1. 調査概要

大網駅南地区に立地可能な業種・業態を絞り込むとともに、立地条件などを当該業種・業態の企業及びディベロッパーなどに対してヒアリングした。

《対象企業》

「ディベロッパー（総合不動産、商業施設開発・運営、住居系）」、「立地事業者（食品スーパー、小売事業者）」、市内企業

《ヒアリング事項》

- 本地は開発事業を行う土地として相応しいか
- 本地が開発事業を行う土地として相応しい理由・相応しくない理由
- 本地での開発可能性が考えられる用途・業態
- 本地にて開発事業を行う場合の問題点・課題及び要望事項
- 事業採算性が確保可能と思われる土地価格・賃貸価格

図表 22 対象先別のヒアリング調査内容

区分	ディベロッパー（開発業者）			立地事業者、テナント			市内企業	
	総合ディベロッパー	商業施設開発・運営	住居系	食品スーパー	その他小売	医療・介護・福祉	建設・不動産	その他業種
主要ヒアリング目的	地区全体における開発可能性・手法の把握	商業施設の立地可能性	住宅開発の可能性	各業種における進出可能性			不動産市場の把握	経営状況・立地意向の確認
市場性	大網駅南地区の評価	◎	○	○	○		◎	◎
	商業の開発可能性	◎	◎		◎		○	◎
	住宅の開発可能性（集合・戸建）	◎		◎			◎	
	その他業種の開発可能性	◎	○	○		◎	○	◎
開発可能性	自社の開発・進出可能性の有無	◎	◎	◎	◎			◎
	開発が考えられる業態・機能	◎	○	○	○		○	
	事業展開・手法	◎	○	○			○	
進出条件	自社が進出する条件	◎	◎	◎	◎			◎
	必要な公的支援（基盤整備、規制緩和、補助金等）	◎	◎	◎	◎		◎	◎
	事業採算（土地・賃貸価格）	◎	○	○	◎		◎	◎
業界動向		◎	◎	◎	◎		○	○
経営状況・今後の事業展開							◎	◎

（注）◎は重点調査項目、○はヒアリング事項

2. 企業ヒアリング結果

区分	ディベロッパー(開発業者)						立地事業者、テナント		市内企業	
	総合 ディベロッパー		商業施設 開発・運営		住居系		食品スーパー	その他小売	建設・ 不動産	医療・介護 ・福祉
企業名	A社	B社	C社	D社	E社	F社	G社	H社	I社	J社
主要ヒアリング目的	地区全体における開発可能性・手法の把握		商業施設の立地可能性		住宅開発の可能性		自社の進出可能性		不動産市場の把握	進出可能性医療・介護ニーズ
市場性	大綱駅南地区の評価	△	△	△	×	○	×	×	×	○
	商業の開発可能性	×	×	△	×	−	×	×	×	−
	商業の開発地としては難しい	既存店との競合が厳しい	人口ボリュームから大規模店は困難、大型スーパーは既存店の集約と合わせて検討	商圈人口が足りず、小規模展開も含めて不可	−	幹線道路沿いの商業施設で需要が満たされている	既存店で需要が満たされている	自社店舗も含め競合が激しく、広域からの需要も見込めない	駐車場経営以上の賃料確保が困難	−
	集合住宅の開発可能性	×	△	−	−	−	×	−	−	×
	ニーズと事業採算から困難	地場事業者であれば可能性はある	−	−	−	当地でのマンション開発ニーズがない	−	−	直近事例でも販売に苦戦している	−
開発可能性	戸建住宅の開発可能性	○	○	−	−	○	△	−	−	×
	販売価格を抑え、差別化出来れば可能性はある	住宅メーカーであれば一定規模の開発可能性はある	−	−	−	年間30戸程度は販売が可能	自社開発は不可パワービルダーならば可能性はある	−	−	住宅開発の打診はあったが、近年では開発需要なし
	その他業種の開発可能性	・特別養護老人ホーム ・食品スーパー ・道の駅などの情報発信拠点	・ホームセンター ・地域拠点整備(道の駅など)	−	−	−	介護関連施設のニーズは一定程度見込まれる	−	・食品スーパー	・特別養護老人ホーム ・医療・介護施設(整形外科、リハビリ施設)
	自社の開発・進出可能性の有無	×	×	△	×	○	×	×	−	○
事業展開・手法	事業採算が確保出来ない	土地売買による収益が期待出来ない	周辺既存店との集約などとともに検討	道路計画を中心とした地域全体の将来計画は必要	数十戸単位であれば購入可能	建築費で許容される販売価格を上回り事業収支がまわらない	商圈人口の基準を満たさない	−	特養であれば補助が見込めなくとも進出したい	−
	開発が考えられる業態・機能	コンセプトを明確にした戸建住宅	コンパクトシティ、地域拠点としての整備	旧来型の大型スーパー	−	介護関連施設	−	−	本地の特徴を打ち出した拠点施設(道の駅など)	小児科を含む本格的な医療・介護拠点
	事業展開・手法	区画整理となるが、事業採算の確保が容易ではない	優良農地の扱いとなり開発のハードルは高い	調整区域の見直しは要件が厳しい	農地転用のハードルは高く、地元の強い意向が必要	区画整理等による市街化編入	現在の環境下では開発は困難	−	スマートセンター周辺も含めた面としての検討が必要	土地は購入、長期賃貸借ともに可能
進出条件	自社が進出する条件	検討不可	検討不可	完成したエリアの姿をみながら商圈人口から判断	検討不可	市街化編入、道路整備	検討不可	検討不可であるが複数の接合道路整備は必須	−	特養の運営認定
	必要な公的支援 (基盤整備、規制緩和、補助金等)	−	・道路整備 ・明確な開発計画の策定	道路等の交通体系の整備(駅を南北に通過、複数の出入りが可)	周辺道路整備を中心としたアクセス向上	道路を中心とした基盤整備	−	公費負担が大きいため事業の目的を明確にする必要がある	スマートセンターも含めた周辺道路整備	同上

