
都留市農林産物直売所

基本計画 概要報告書

山 梨 県 都 留 市

目 次

| | |
|--------------------------|----|
| はじめに..... | 1 |
| 1 地域農業の課題..... | 2 |
| 2 地域農業の振興方向の検討 | 4 |
| 3 直売所整備の目的と意義..... | 6 |
| 4 農林産物直売施設整備のコンセプト | 9 |
| 5 施設利用計画（導入機能）の検討 | 10 |
| 6 直売所整備箇所の選定..... | 11 |
| 7 商圈エリアの設定と売上高の予測 | 15 |
| 8 その他導入施設の設定と施設規模 | 15 |



はじめに

都留市内にはリニアモーターカー実験線の拠点施設やリニア見学センターがある。このリニア見学センターは本年4月にリニューアルオープンし、見学者が大幅に増えることが想定されている。この来訪者を市活性化の中にとり込みしっかりと取り込むことは、市政運営のコンセプトの一つである「輝かせます 都留の誇り」を推進していくうえで重要となっている。

これらの資源を活用して、都留市の農業振興・地域振興を図っていくため、「休憩施設」「情報発信源」「地域連携機能」「体験農園・観光農園」等を備えた農林産物直売所の施設計画を行うことを目的に基本計画を策定した。

計画策定にあたっての前提として、都留市の概況を把握し、直売所や道の駅の先進事例について調査を行った。また都留市に新たにできる交流拠点として、市民の方は何を望むのか、農業者は直売所を通じてどんな農業をイメージするのか等を把握するため、市民ワークショップや農業者への意向調査を実施した。

以上までの整理を前提として、直売所の候補地を検討するとともに、直売所のコンセプト、導入する機能、各機能の概ねの規模等を整理し、敷地の利用計画と建築物計画を検討した。

図1 都留市と本計画の候補地



1 地域農業の課題

1) 農産物を持ち込める場、集客の場づくり

本市の農業環境は、昔は里山が綺麗であったため、中山間地域の特徴である山林、桑畑、畑、田がはっきり区分されて、市全体が農林業の生活環境として潤いに満ちていた。しかし現在は山林、桑畑が荒廃し、それに伴い獣害による被害も拡大し、山あいの傾斜が多い地形のため広い農地が確保できず、必然的にこじんまりした農業となっている。加えて、作物が限定されることにより、農作物作りの意欲の低下が進み、土地を所有しているが農業をしない人が増え、耕作放棄地の増加により獣害が更に拡大している。更に、「農業は儲からない、安定的な収入がない」など、農業従事者の高齢化、担い手、後継者不足により農業従事者は減少し続けており、負のスパイラルに陥っている。

将来展望がない農業に従事する若者が少ないことや農産物売る場所が無い、出荷システムが確立されていない現状の中で、まずは作ったものを捨てることなく、消費または販売できるように、農家が農産物を持ち込める場所作りが必要となる。また多くの人に都留市産の良さをアピールする場を作り、市内外の人が来やすい場所、集客が見込める場所づくりが急務である。

2) 自給的農家(全体の約8割)の販売需要を生かす直売所づくり

耕地面積は385ha、市域の3%に満たない中山間地域で、米、野菜、豆類、いも類、畜産などの生産を行っている。約8割が自給的農家であり、1戸当たりの水田面積は約25aで自家飯米用の水田単作、水稻と野菜の複合経営が農業経営の典型となっている。

このような条件の下、大豆や一般野菜等の転作作物栽培が広く行われている。大豆においては、都留市大豆生産振興協議会が中心となり、種の選定から出荷までの作業体系を立て栽培が行われている。また、一般野菜については、「新鮮・安全・安心」をモットーに生産が行われ、直売所を中心とした販売や学校給食センターへの供給など、「地産地消」が図られている。

特にJA農林産物直売所では、販売高も年々上昇している。平成18年度には交流施設「和みの里」に併接した直売所「種徳館」がオープンし、「地産地消」が一層図られるものと期待されている。また、平成16年度から7名の生産者により、新たな市の特産品化を目指したにんにく栽培が始まるなど、新しい取り組みも行われている。

本計画の直売所を本市の8割に及ぶ自給的農家の販売需要を把握し、直売所の運営に生かしていく必要がある。

3) 遊休農地や農業従事者の高齢化に対応した作物振興及び水田利用

本市の振興作物の中心である大豆については、大豆生産振興協議会を中心として、JA・市・県等の関係機関と連携をとり、種子の一斉購入から消毒・刈り取り・選別・出荷等の関連作業を体系化し生産の増加を図っていく。

その他一般野菜等については、JA農林産物直売所や種徳館での販売品目の増加(少量多品目)及び味噌、こんにゃく、饅頭等の加工品の販売の向上に努める。又、給食センターへの地元野菜の供給を一層図るとともに転作作物の普及に努め、「地産地消」を推進していく。

平成18年度に組織化された首雌にんにく生産組合においては、生産施設等の充実を図り、遊休農地等を利用したにんにくの生産拡大が計画されている。

水稻栽培においては農業従事者の高齢化、担い手の確保が困難な農家等を主に水稻湛水直播栽培技術の導入を行い、作業の省力化に努める。

4) 農業の持続的発展に向けた取り組み

このような状況の中で、農地の確保に向けて、将来にわたる食糧生産の場として農村の持つ豊富な環境資源を保持しながら、農用地区域に係る制度の適正な運用、経営所得安定対策、中山間地域等直接支払制度、多面的機能支払制度、農地法に基づく遊休農地に関する措置、及び農業経営基盤強化法関連制度の適切な運用により、耕作放棄地の抑制と解消を図るとともに、地域の特色を生かし、人・農地プランに位置付けた意欲ある担い手や、認定農業者等を中心に農用地の利用集積、栽培品目の組み合わせや品種の選定、販路の開拓等による、経営面積の拡大、土地改良事業の導入促進、農地保有合理化事業等による農地流動化の促進、農作業受委託の積極的な導入を進め、優良農地の確保に努めていく必要がある。

また、農業振興地域内の農用地のうち387haを農用地区域として確保することにより、生産性の向上や農産物の高付加価値化等に資する施設や機械の整備を推進するとともに、農作業の省力化技術や持続性の高い生産方式、消費者ニーズに応じた新規作物等の導入によって、魅力ある地域農業の育成を図る。

5) 観光会社等との連携による食の町都留市のアピール

観光会社との連携等農産物の売れるシステム、農産物を利用した食のレシピを作り、都留市が食の町ということを広くアピールしていく。これにより、農業所得の向上、安定した収入の確保を図り、儲かる農業へ企業・若者の農業参入、農業の高齢化・担い手不足に歯止めをかける。また、耕作放棄地の解消し、さらなる優良農地の確保をするため、獣害対策の強化を図り、安心して営農できる環境づくりを行っていく。

6) 6次産業化の推進と特産品づくり

農業の持続的な発展を目指し、「職業として選択しうる魅力とやりがいのある農業経営体づくり」に努めるとともに、農家が安全で味の良い農産物づくりに取り組めるように、品種改良から流通対策に至るまでの支援をすることで6次産業化を推進し、地域の特色を活かした農業を振興する。

そういった中で6次産業化から特産品作りや進め、他とは違うブランドと高付加価値化へと転換するとともに、前述のような作ったものを販売できる場所の確保が必須の課題となる。

2 地域農業の振興方向の検討

1) 都留市の目指す農業

ここでは、ワークショップで出された市民の意見も踏まえ都留市が目指す農業を整理する。

- ◎農業が都留市の基幹産業のひとつとして再生することを目指す
- ◎農業をする人が生き生きと生きがいを持ち働くことができる
- ◎農業が好きで農業をやりたいという気持ちを持つような環境をつくる
- ◎農業所得がを向上させ安定した収入を確保

(1) 農産物の生産のあり方

安定した収穫を目指すとともに、現在の農産物の実態を踏まえ、少量多品種化を目指す。また産出量の拡大や本市の半分以上を占める水田の有効利用として、2毛作の見解を検討する。

(2) 特産品づくり

多品種生産を目指す中で、他とは違う（優れた）物が出来たら、特産物としてブランド化を図る。また地域ごとの特産物の開発を手掛け、消費者に喜ばれる農業の展開を目指す。また全国からの集客を目指し、都留市ならではの特徴ある農産物の開発を検討する。

(3) 6次産業化

農産物の生産から、加工を加えて販売展開することを検討する。これにより上記の特産品づくりや冬場の農閑期対策にもなる。また加工施設を消費者に見せたり、体験をさせることで、農業に付加価値を加えることが可能となる。それにより食の安全に対する消費者の安心感も高まるものと思われる。

(4) 担い手のあり方

多様な人材が農業に参画できる農業を目指す。幅広い年齢層、市内に限らず市外も含めた人々が農業に参画し、いずれ若い担い手が農業に参入して専業農家として生活する。農業が地元の若者の就業選択先の一つとなることを目指す。そのため、学校等で地域の農業者が子供たちへの野菜作りの楽しさを教えていくことを検討する。それが将来の担い手予備群につながるものと思われる。

一方、行政としては多様な担い手が参画するための支援として、営農指導の充実、害獣対策の徹底、気軽に農地が借りられ、農業者としてまとまった農地が確保できる仕組み、耕作放棄地を解消し、空き農地の活用、上記の学校における農業指導の一環として、学校への農地の貸し出し、6次産業化に向けては共同で利用できる加工場や機械の貸出を検討する。

(5) 農産物の流通網の構築

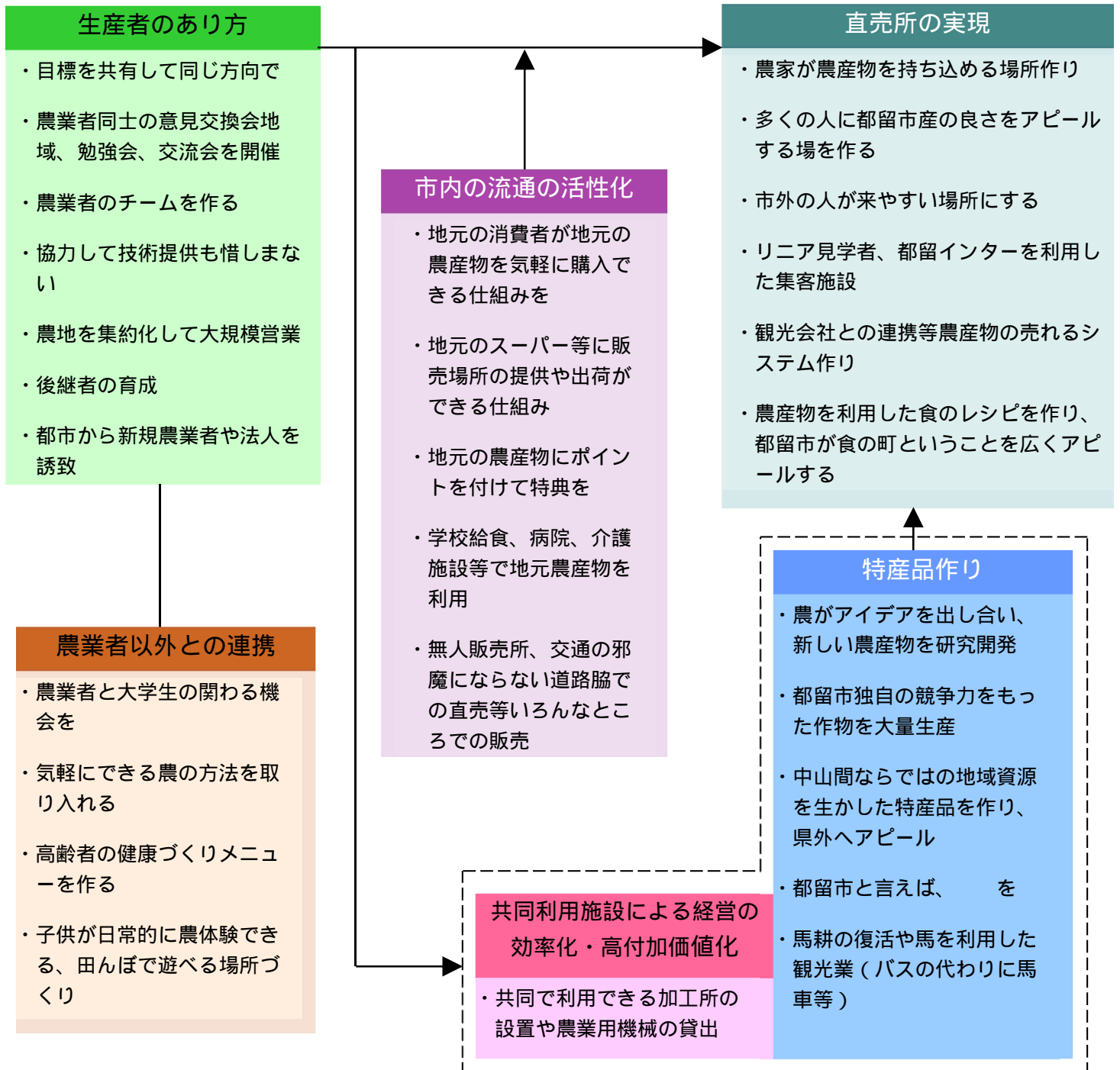
農業で生活していけるよう、農産物をスムーズに販売できるシステムの構築と収穫の安定化を目指す。そのための方策として、直売所の建設と流通の活性化を図る。

直売所の建設により、農産物の販売先の確保、市内で都留の農産物が販売できる場所の提供が可能となる。また現状の都留市では販売量、販売品目自体の規模が小さいため、直売所の安定的な運営のために、更なる生産の拡大、販売の拡大を目指す。

流通の活性化により、安全な地元の農作物が地元商店等でも安く手に入れられる仕組みが構築され、地産地消が推進される。また将来的には直売所に限らず広く販売展開することを視野に、自給農家から販売農家への展望も期待される。さらに、インターネット等を使い、都留市の農産物を広くアピールする。

2) 農業の活性化に向けた方策

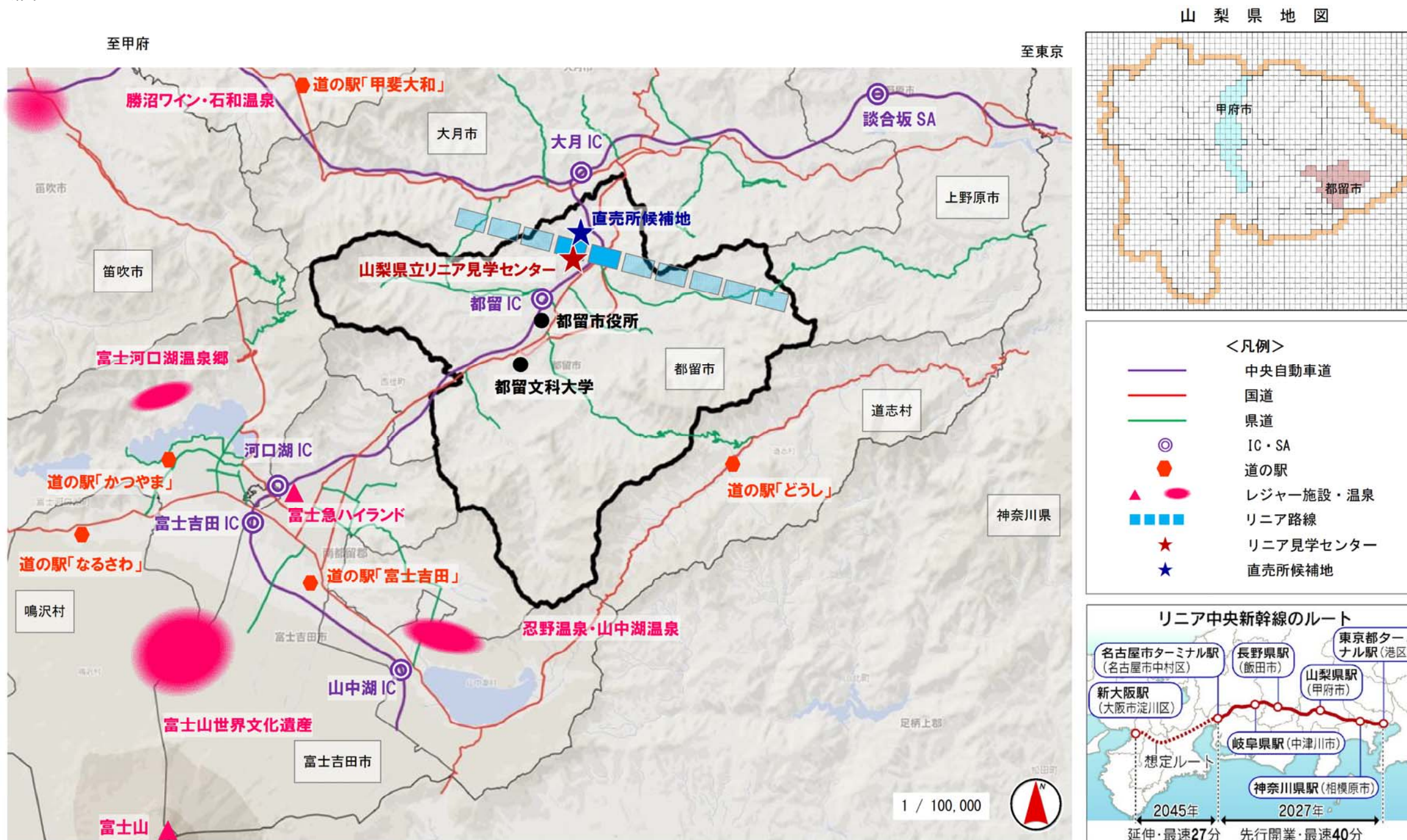
計画的な営農を行い、収入が得られるようにするための
生産から販売まで一貫したシステム作り



3 直売所整備の目的と意義

本地区を含む広域エリアの主要施設分布は下図の通りである。

図2 都留市広域図



1) 生産者所得の向上と地域農業の活性化

地域農業者の高齢化が進み農林産物価格が低迷する中で、遊休農地が拡大し生産力が低下傾向にある等地域農業の活力は低下しつつある。市内では無人販売所などいくつかの直売活動が見られるが、地域限定の小規模な取組が多く、市内外からの集客や情報発信には限界がある。

また、地産地消に対する消費者のニーズは高く、近隣の地域では道の駅や直売施設の整備が進み、年々、直売の比重が増加する中で本市においても、新たな流通の仕組みづくりが求められている。

そこで、農林産物等を核とした直売施設を整備することで、消費者ニーズを直接捉えてマーケティング力を強化し、集落組織や農業生産法人の生産体系の改革や認定農業者の経営力の強化、施設園芸の推進、遊休農地の有効活用や新品種への挑戦、地域の農業情報の発信等を通して生産者所得を向上させ、地域農業の活性化を目指す。

2) 地域特産品のブランド力の向上

都留市の農産物には、「水かけ菜」「曾雌にんにく」「わさび」「梅」「水ネギ」「うりカボチャ」「小松菜」「青はた大豆」等、特色のある農産物が存在する。都留市の主要産物である水稲についても、一般品種の他、「地域」「品種」「有機栽培」等にこだわった「ブランド米」が数種存在する。

畜産については、市内畜産農家により富士ポークとして県内外で販売を行っており、富士山湧水で育てた豚としてブランド化を進めている。

林産物については、南都留森林組合が都留市の細野地区の山林を集積化し、整備された山林に試験的に「コゴミ」「ミョウガ」を植え産地化を図っている。また、シイタケ栽培も手掛けており、今後大々的に販売へ繋げられるかが重要となっている。他に耕作放棄地へ「ザクロ」を植える研究やパルシステムとの間伐材を利用した商品開発の協定を結ぶなど積極的な経営を行っており、今後直売所との連携を図っていくものである。

一方で、こうした都留ブランドのおいしさ・新鮮さが消費者に届かず、観光客等からどこに行けばその商品が手に入るのか分からないとの声も聞かれる。そこで、農産物に加え、林産物及びそれらの加工品等、都留市の特産品を一元的に販売することで、さらなる製品のブランド化と付加価値販売を目指す。

3) 観光情報の一元的発信と観光の活性化

都留市には、世界文化遺産に登録された富士山からの湧水、「平成の名水百選“十日市場・夏狩湧水群”」や日本“新・花の百名山”に選ばれた三ツ峠山、二十六夜山など、個性ある山々に囲まれ、豊かな緑と清らかな水の溢れる素晴らしい自然環境に恵まれた城下町の面影を残す小都市である。また古くから「甲斐絹」に代表される織物のまちとして知られ、江戸時代には俳聖 松尾芭蕉が本市に滞在し、多くの名句を詠み、蕉風俳句の開眼を果たした地とも伝えられている。

現在は、夢の交通機関リニアモーターカー実験線の拠点基地があることで知られるとともに、人口3万2千人規模の都市では全国唯一とも言える公立大学法人都留文科大学を擁し、全国各地から多くの学生が集い研鑽に励む、学術と文化、芸術が融合した知的風土を醸し出すまちである。観光資源が各地域に豊富であり、歴史や文化にまつわる観光資源、都留特有の農林産物・特産品も数多く存在する。しかし、宿泊施設が多くないことから腰を据えての観光ではなく、短時間でのものとなっている。

そのような中でも観光の活性化には、関係団体等が密接に連携し、本施設で観光情報を一元化し発信することで、都留を訪れる人が都留の里・山・水・食・人などに関わり、地域に秘められた『やさしさ』に触れられる機会をつくりだすことが重要である。

4) 多様な団体・企業の連携による地域力の向上

都留市には、多様な経済団体・活性化組織、福祉関係団体、さらには特色ある企業等が操業していることに加え、市内には9つの小学校、3つの中学校、2つの高校、1つの大学、1つの短期大学が存在する。また平成28年度に新たな大学の開校を控えている。

こうした団体・企業等が有機的に結びつき、連携しながら力を出せば、地域全体の大きな活力となる。

そこで、この拠点施設において、多様な団体・企業がそれぞれの力を出し合い、より密接な連携に基づく活発な活動を引き出す仕組みをつくることで、地域力の向上を目指す。

4 農林産物直売施設整備のコンセプト

整備の目的と必要性を踏まえ、当施設の整備コンセプトを以下のとおりとする。

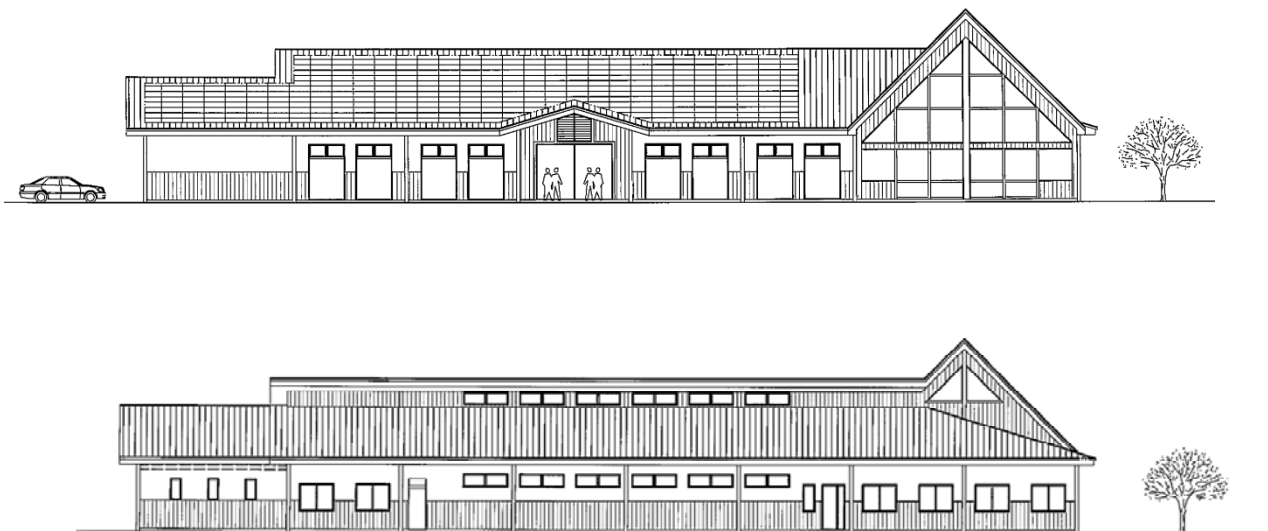
施設のコンセプト

- ① 全国からの集客が図られる施設
- ② 農林産物の直売による農業所得の向上が図られる施設
- ③ 農林業の6次産業化を促進する施設
- ④ 地域の商業者との連携を図る施設
- ⑤ 高齢者、女性、障害者等の就業や所得向上が図られる施設
- ⑥ 高齢者等の生きがいきづくり、健康づくりに貢献できる施設
- ⑦ 里地里山里水の利活用につながる施設
- ⑧ 都市住民との交流など観光と連携する施設
- ⑨ 都留市の様々な情報を発信する施設



都留市の活性化

図3 農林産物直売施設整備のコンセプト



5 施設利用計画（導入機能）の検討

本計画では、直売所による都留市の活性化を目指しており、直売所と合わせ集客機能の導入が望まれる。ここでは、ワークショップで出された市民の意見を踏まえ、直売所に併設にして導入が期待される施設を整理する。この内容を踏まえ、実際に導入する施設配置計画を第3章で検討する。

表1 ワークショップ等の意見を踏まえた直売所に併設が期待される導入機能

| 項目 | 導入機能 |
|------------|---|
| 店舗等 | <ul style="list-style-type: none"> ・都留市内の特産品や有名店の品物を販売するアンテナショップを併設する。 ・大規模店舗のチェーン店などを併設する。 ・コンビニエンスストアを併設する。 ・幅広い年齢層に受け入れられるアジア雑貨 ・女性や若者の客層をターゲットとした美容施設 |
| 飲食関係 | <ul style="list-style-type: none"> ・収穫したものなどをその場で食べられるBBQ広場 |
| レジャースポーツ施設 | <ul style="list-style-type: none"> ・子供が楽しめる遊園地、公園、子供の居場所 ・イベントや催事を催せられるイベント広場 ・スポーツで集客できるような、例えばバレー・フットサル・サッカーなどができるスポーツ広場 ・マラソンコース、マウンテンバイクコース ・屋内で楽しめる映画館やボウリング場、スケートリンクなどの遊戯施設 ・キャンプ場、オートキャンプ場、釣り堀 ・ドッグラン広場、動物と触れ合える場所 |
| 健康 | <ul style="list-style-type: none"> ・温泉、足湯 ・今後の検討課題として、大原地区の光化学スモッグ問題がある。防災無線で光化学スモッグの注意報、警報が流れることがあるため、その対策があげられる。 |
| その他 | <ul style="list-style-type: none"> ・直売所と都留市の主要施設をつなぐ巡回バスを運行させる。 ・防災機能として、災害時に釜戸となるベンチや仮設トイレ設置用のマンホール ・観光案内所 ・営農相談所、農薬取扱所 ・共同農業機収納施設 ・野菜を長期保管できる野菜の大型保冷庫 ・市でビニールハウスを建設、市民に貸し出す。（その収穫野菜を直売所で販売する） ・写真スポットとしても使われる大きめの花畑 ・ビジネスを学んだり実践できる場所とする。 ・宿泊施設 ・都留市内が見渡せる長高層展望タワー |

6 直売所整備箇所の選定

1) 整備場所の条件整理

整備場所は、次の条件を満たすものとする。

- ①リニア実験線見学センターに近い場所
- ②駐車場用地も含めた広い土地の確保が可能な場所
- ③観光農園、体験農園などとの連携が図れる場所
- ④事業拡大の発展性がある場所
- ⑤周辺エリアからのアクセスがよい場所



これらの条件を満たすものとして、大原地区圃場整備事業区域内に確保する

2) 候補地の選定

大原地区圃場整備事業区域は下図の通りである。この区域内の立地条件から候補地を挙げると4箇所が考えられる。

図4 大原圃場整備区域



図5 候補地の選定

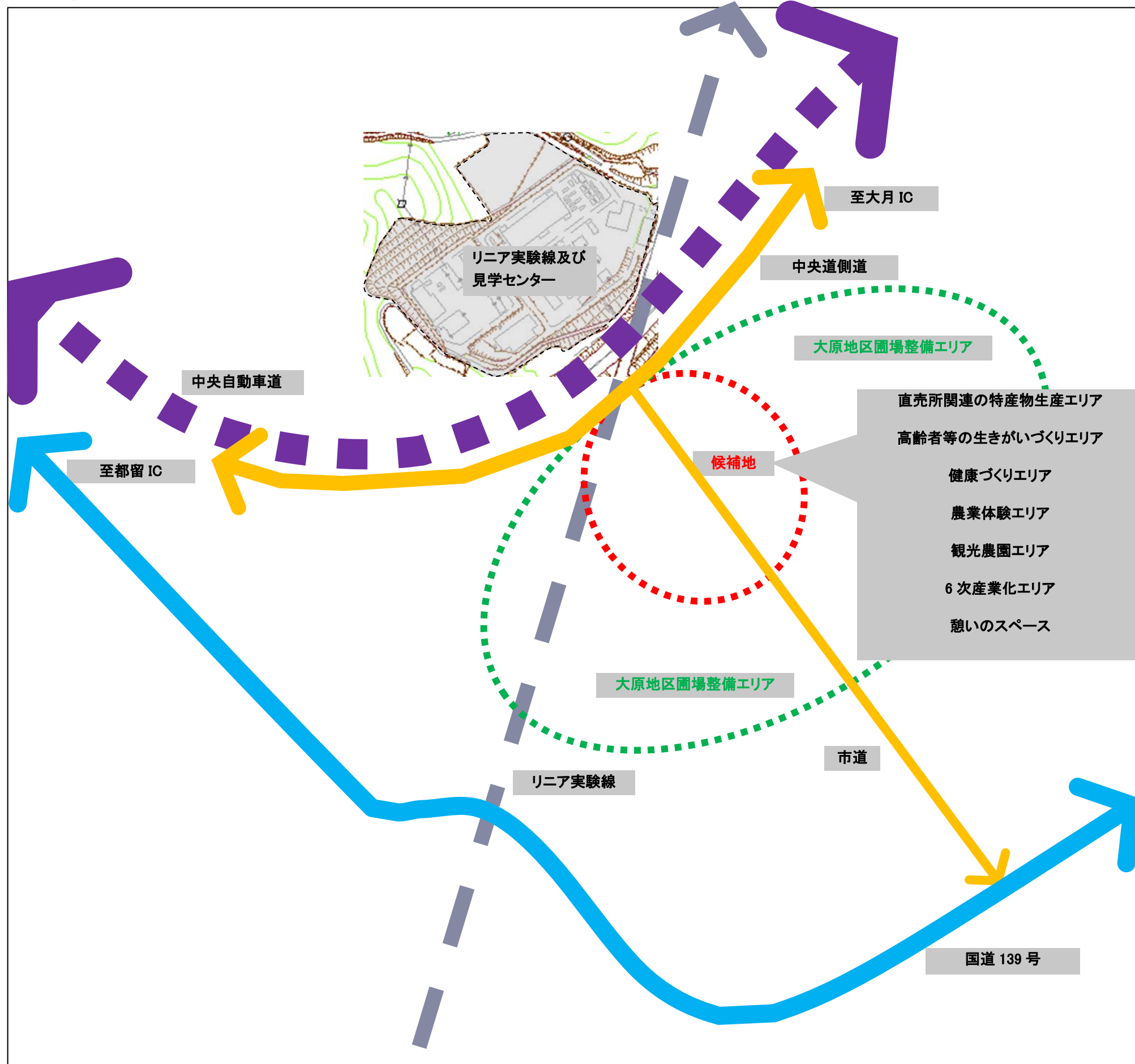


表2 候補地比較表

| 候補地 | | | | |
|----------------|--|--|---|---|
| 1. 立地条件、アクセス性 | 国道139号線沿線の立地であり、幹線道路通行者の利用は期待できる。一方、都留IC方面から見学センターへのアクセス道路である中央道側道からは離れるため、その点の立地性は劣る。 | 国道139号線沿線ではないが、国道139号線から見学センターへのアクセス道路と、都留IC方面から見学センターへのアクセス道路である中央道側道の交差点部に位置する。4候補地の中で一番立地ポテンシャルは高い。 | 国道139号線沿線ではないが、都留IC方面から見学センターへのアクセス道路である中央道側道に位置する。 | 立地条件としてはリニア見学館の人にほぼ限定されており、幹線道路沿いの優位性は生かされていない。 |
| 2. 見学センターとの一体性 | 見学センターから離れており、一体性が生かせない。 | 駐車場の共有など可能である。 | 駐車場の共有など可能である。 | 駐車場の共有など可能である。 |
| 3. 経済性 | 農地と宅地の用地買収が発生する。 | 農地の用地買収のみである。 | 農地の用地買収のみであるが、敷地が棚田になっており、造成費用がかかる。 | 用地買収に加えて、宅地造成が発生する。 |
| 4. 面積確保の容易性 | 一団の土地の確保は難しい。 | アプローチ道路沿いに確保可能である。また将来的な敷地の拡張も容易である。 | アプローチ道路沿いに確保可能であるが、将来的な敷地の拡張といった面で難しい。 | リニア駐車場の直近に確保可能である。 |
| 5. 農振除外の適性 | | | | |
| 総合評価 | x | | | |

以上の検討を踏まえると、候補地は、付近が望ましいと考える。

3) 候補地周辺の施設状況



7 商圈エリアの設定と売上高の予測

来訪者数、売上高予測、及びそれに基づく直売所売り場面積の設定をまとめたものが次表である。リニア実験線終了後は、見学センターへの来訪者（非日常圏）は減少することが想定されるが、実験線終了までの直売所における各種取り組みにより、見学センター来訪者の直売所へのリピーター化や都市住民（例えば富士山への観光客）の取り込み、また今まで国道を通過していた人たちの立寄りが見込めると考える。これによりリニア実験線終了後（リニア開業後）についても非日常圏50,000人/年の確保は見込めると考える。

表 3 直売所への来訪者数及び売上高予測のまとめ

| 項目 | | 設定値 | 備考 |
|----------------|------|-------------|-------------------|
| 本施設への来訪者数 | 日常圏 | 500,000人/年 | 30,000人×1/3×50回/年 |
| | 非日常圏 | 50,000人/年 | 200,000人×1/4 |
| | 計 | 550,000人/年 | |
| 売上高予測 | 日常圏 | 115,000千円/年 | 500,000人/年×230円/人 |
| | 非日常圏 | 40,000千円/年 | 50,000人/年×800円/人 |
| | 計 | 155,000千円/年 | |
| 直売所面積(土産物は含まず) | | 250㎡ | |

8 その他導入施設の設定と施設規模

| 機能 | 導入施設 | 施設規模(㎡) | 備考 |
|-----------|------------|---------|---|
| 直売所 | 直売所 | 250㎡ | ・上記検討より設定する。 |
| 直売所関連施設 | 農家レストラン | 200㎡ | <ul style="list-style-type: none"> ・農家レストランは厨房を含む。 ・またレストラン利用者の利便性を考慮し、下記トイレとは別にトイレを設置する。 ・試食用の食品等を作るキッチンスペースを「事務所等共有スペース」の中に確保するほか、将来的に6次産業化を推進する施設は、加工する農産物に応じた対応を図る必要があり、エリア内に300㎡程度の施設用地を確保する。 ・また来訪者の中には、宅配便による荷物の配送を依頼する人も想定されるため、宅配用荷物の保管場所も事務所等共有スペースの中で想定する。 ・事務所等共有スペースのレンタル比率を3割と想定。直売所及び直売所関連施設、情報施設、サービス施設の面積680㎡÷0.7=1,000㎡が施設面積となる。 |
| | 土産品 | 100㎡ | |
| | 事務所等共有スペース | 300㎡ | |
| | 観光農園 | 2,000㎡ | |
| 交流機能・情報機能 | 憩いの広場 | 3,700㎡ | <ul style="list-style-type: none"> ・憩いの広場は、来訪者の休憩や、イベントを楽しむ屋外スペースとする。また災害時の一時避難場所としても位置付ける。 ・なお、災害時において、帰宅困難となった来訪者の一時避難場所は、農家レストランや事務所等共有スペースを想定する。 ・ちなみに、一時避難の想定人数は、20万人÷365日=600人/日、ピーク率を10%と想定すると、災害時に約60人が帰宅困難者になると想定する。一人当たり2㎡、レンタル比率4割と想定すると、必要規模は、60人×2㎡÷0.6=200㎡となる。 ・「道の駅」の認定も想定し、直売所関連施設と情報施設・トイレとは壁で仕切れるようにする。 上記施設規模より、小型約80台、大型バス8台を想定する。80台×25㎡+8台×50㎡=2,400㎡程度が駐車場規模となる。 |
| | 情報施設 | 30㎡ | |
| サービス機能 | トイレ | 100㎡ | <ul style="list-style-type: none"> ・「道の駅」の認定も想定し、直売所関連施設と情報施設・トイレとは壁で仕切れるようにする。 上記施設規模より、小型約80台、大型バス8台を想定する。80台×25㎡+8台×50㎡=2,400㎡程度が駐車場規模となる。 |
| | 駐車場 | 2,400㎡ | |

このうち建築物に係る面積及び各機能の配置の考え方は、次の通りである。

| 機能 | 導入施設 | 施設規模(m ²) | 備考 |
|-----------|------------|-----------------------|--|
| 直売所 | 直売所、土産品 | 350 m ² | <ul style="list-style-type: none"> ・農産物直売品と土産品はひとつのゾーンとして建物中央部に配置する。ひとつのゾーンとして販売し、レジも1箇所を集約する。 ・9時～17時を営業時間とするため、夜間は閉鎖する。 |
| 直売所関連施設 | 農家レストラン | 200 m ² | <ul style="list-style-type: none"> ・農家レストランは、建物東部に配置する。 ・北部角に厨房などレストラン関連のバックヤードを配置する。 ・施設や運営の管理主体が、直売所とレストランで違うことも想定し、農家レストランとしてのレジを1箇所設ける。 ・9時～17時を営業時間とするため、夜間は閉鎖する。 |
| | 事務所等共有スペース | 300 m ² | <ul style="list-style-type: none"> ・搬入口などバックヤードは建物北西部に配置する。 |
| 交流機能・情報機能 | 情報施設 | 30 m ² | <ul style="list-style-type: none"> ・情報施設は事務所に隣接して配置し、事務職員の配置の効率化を図る。 ・24時間オープンしておくため、直売所及び直売所関連施設とは、ドアで仕切る。 |
| サービス機能 | トイレ | 100 m ² | <ul style="list-style-type: none"> ・トイレは、建物西部に配置する。 ・便器の数は、男の小7、大2、女9、身障者用1の合計19個である。 ・またレストランエリアにも、利用者の利便を考慮してトイレを配置する。 ・24時間オープンしておくため、直売所及び直売所関連施設とは、ドアで仕切る。 |
| 合計 | | 980 m ² | |