

**令和6年度第2回千葉市公園等活用事業者選定委員会
議事録**

1 日時： 令和7年3月14日（金） 13：00～15：16

2 場所： 稲毛記念館 2階 大広間

3 出席者：

（1）委員 朝倉委員、池邊委員、松原委員、吉村委員

（2）事務局 小川公園緑地部長、木津緑政課長、緑政課職員3名

佐藤都市総務課長、瀧本都市総務課長補佐、都市総務課職員2名

4 議題：

「稲毛海浜公園施設リニューアル整備・運営事業」に係る事業評価について

5 議事概要：

稲毛海浜公園リニューアル整備・運営事業実施状況（平成30年度～令和6年度）について、事業所管課から説明を聴取した。その後、これまでの取組みや利用状況、事業の効果等について、市及び事業者との質疑応答、意見交換を行った。

6 会議経過：

(1) 事業の実施状況について

【緑政課長】

資料7をご覧いただきたい。

午前中に各施設を委員の皆様と回らせていただき、概要は説明させていただいたので、施設の整備状況についてはできるだけ簡潔にし、それ以外のところは、できるだけ丁寧に説明したい。

はじめに、この事業の評価について、まず何故やるかというところを記載している。これについては、平成29年8月に基本協定を締結して取組みを進めた。令和6年度末時点で、事業開始からちょうど7年が経過する。その間、新型コロナウイルス感染症拡大や、事業開始当初は予想できなかった社会情勢の変化などもあったが、事業は一定程度進捗した。公園の利用者数等にも変化が生じてきた一方で、まだ整備されていない事業もある。そこで、今後に向けて、これまでの取組みや利用状況、その事業の効果等を整理した上で、事業全体の評価を実施していくこととした。

本報告書の対象期間は、平成30年度から令和6年度としている。ただし、利用者数等の集計が完了していない部分があるので、その項目については令和5年度までの実績を基に資料を作成している。

続いて、1ページはこの事業の背景・目的である。この事業については、この委員会で事業者を選定したということもあり、当時いた委員の方々のご存じかもしれないが、改めて概要を説明させていただきたい。

目的としては、本市は海辺のエリアを本市固有の資源と捉えており、平成28年3月に海辺のグランドデザインを策定した。そのような中、稲毛海浜公園はその中心的な施設になるが、開設から40年以上が経過しており、多くの施設で老朽化が進んでいるところである。特に浜の浸食が進んでおり、満潮時には浜全体が水面下になってしまう状況であった。このような背景を踏まえ、公園のリニューアルに取り組むこととした。その際、民間の資金調達能力や経営ノウハウを生かしながら施設整備や改修、維持管理・運営を行っていきたいということで実施したものである。

2ページはその際の主な公募条件である。

本市が策定した海辺のグランドデザインを踏まえていること、それから公園の活性化に資す

る提案であることを条件にし、できるだけ幅広い様々な提案をいただくため、細かな条件を設定しなかった。対象区域は公園全体で、事業提案については可能な限り広い区域を対象としていただきたいということを期待した。費用については、園地に供する部分に係る改修について市の負担を求めることも可能とした。事業期間は20年から30年で募集を開始した。その募集の結果、8社の応募があり、その後、審査を経て、平成29年6月に3ページに記載しているワールドパーク連合体のワールドパークを代表とする5社からなる団体の提案が選定されたところである。その構成員としては、代表企業はワールドパーク、それから温浴施設の整備を担う株式会社cotoha Resort & Hotels、それからイベントを担うフロンティアインターナショナルと日本ランニング協会、それから園地管理を行う株式会社CVCという5社からなる連合体となっている。

4ページはその際の提案内容である。

コンセプトについては、「INAGE SUNSET BEACH PARK」ということで、人間の五感を通して社会に必要な知識や体験、気づきとして提案できる公園を目指すというテーマを掲げており、主な事業としては、表の1-4の表のとおり。青い部分は事業者が主体的に行う事業で、事業費としては35.7億円を予定している。千葉市のほうは、一般園地部分を担うということで、砂浜の改修とデッキなどで、24.8億円を上限に費用負担をするという提案である。さらに、表1-5のとおり駐車場と園地管理も一体的に管理を行うというものである。

5ページは、その施設の管理手法についてまとめている。青い部分は民間事業者のワールドパークが行うもので、設置許可、管理許可という手法を採用した提案である。特に、CとDの花の美術館、稲毛記念館については、内容のところに書いてあるが、事業開始から6年間は指定管理で、その後、管理許可に移行するという提案であった。

6ページは、市にとっての財政効果の提案である。

そこについて、委託料は、指定管理から管理許可に切り替えることで、市の負担が20年間で約38億円減少する。さらに公園使用料も10億円以上増加し、合計で48億円の市にとっての財政効果が生まれるという提案であった。

続いて、その整備状況について、8ページをご覧ください。

各施設については、白い三角が書いてあるとおり、令和元年、2年でほぼ施設が完成して運営は開始されるという提案だったが、新型コロナウイルス感染症拡大など社会情勢の変化もあり、少し遅れが生じている。黒い部分が実際の完了年度である。まだ完了していないところについては右のほうの整備状況、黄色が一部未完、赤が未完了というところで、いくつかの施設

がまだ完成に至っていない状況である。

一方、市が負担する一般園地部分については、ほぼ完了している。9ページの表2-2をご覧になるとお分かりのとおり24.2億円となっており、24.8億円の費用負担のうち、ほぼ市費用を使って整備が進んで、完了している状況である。

10ページ以降は、各施設の整備状況である。

冒頭にその整備状況と投資額、それから各施設の提案内容、整備状況、今後の予定という表をまとめている。その後段については、それをさらに詳しく書いてあり、今回施設を一通り見たので、その最初の概要をまとめたところをかいつままで説明させてもらいたい。バーベキュー場、グランピング施設については、一部未完成な部分がある。そこは何かというと、稲毛民間航空記念館、思い出の森の活用がされていないというところで、ここについては、今後の予定のところだが、思い出の森の整備においては、グランピング施設にこだわらず、新たな宿泊施設の整備を検討していきたい。令和7年度の着工を目指している。

14ページの利用状況については、バーベキュー場は増加傾向、ただし、グランピング施設については、少し減少傾向になっている状況である。

収支についても、支出が収入を上回るということで、15ページの表を見ていただきたい。

16ページは、アンケートの結果である。施設ごとにアンケートを実施しているところがあるので、それをまとめたものである。食事、接待は8割以上が満足という結果だが、施設について少し懸念されるところがあり、不満、大変不満というところの数字が少しずつ上昇しているのが少し気にかかるところである。

18ページは、プールについてである。

これについても、一部未完了な部分がある。未完了の部分は、室内温水プールの活用がまだできていないところである。ただし、それについては、室内温水プールを撤去して、プールサイドの一部として跡地活用をどうしようかというところを今検討しているところである。それから、7年度からは、6年度に試行的に行った夜間営業について本格化していきたいと考えている。

23ページは、利用状況についてである。

プールについては、令和2年度に8万6,000人まで落ち込んだが、これは緊急事態宣言等も出ていたので致し方ないことであった。最近になり通常の生活が戻ってきて、現在は年間15万人程度の利用者ということで、さらなる拡大を図っていきたいと考えている。

収支については、24ページをご覧いただきたい。

令和3年度は、収支が赤字だったが、それ以外の年度は利益が出ている状況である。また、アンケートについても、設備、遊具、接客に関しては、大変満足から普通と答えた割合が7割を超えているというような状況である。

27ページからは、花の美術館である。

花の美術館についてはウェディング事業の提案があったが、検討経過のところに記載してある、競合の施設の状況を踏まえて市との協議の上、事業手法について見直しを行ったところであり、その見直しを行った中での3月29日に、芸術性を高めた「BOTANICA MUSEUM」としてリニューアルオープンを予定している。夜間の営業も初めて行っていく予定である。

30ページは、収支の状況である。

これは教養施設ということで、稲毛記念館等の施設と一体化された経営収支になってしまうが、指定管理を行っていた令和4年度までは収支はプラス、もしくはマイナスになってもそれほど大きな値ではなかったが、5年度以降は指定管理が終了し管理許可になっているので、市からの委託料がなくなったところで、収支としてはマイナスが大きくなっている状況である。

32ページは、稲毛記念館である。

提案としては、カフェ等を併設する宿泊施設にリニューアルという計画だったが、今、施設について部屋数の問題や、内容や、施設がかなり老朽化しているというような問題を含め検討を進めている。今後の予定としては、宿泊機能は思い出の森エリアへ移行、それから、稲毛記念館本体としては飲食や読書ができる他、キッズルーム等を備える複合施設として活用できないか検討しているところである。

35ページは、温浴施設である。

これも未完了ということで、施設は海へ延びるウッドデッキのちょうど付け根の部分にあり、オーシャンビューの温浴施設やレストランなどを整備していきたいということである。現在のところ、令和7年度中の着工を目指して各種検討、調整を進めているところである。

37ページは、その他（ビーチハウス、イベント）についてである。

これについては完了となっている。ビーチハウスについては、海沿いの通りに4棟設置をしている。イベントについては、今後も行っていくが、5年度までに100件以上のイベントを開催している。

41ページは、ビーチハウスの利用状況である。

まだオープンして間もないが、増加している。

42ページは、ビーチハウスの収支についてである。収支は赤字となっており、今後改善が

必要と考えている。

43ページ以降は、本市の費用負担で行った一般園地部分の改修整備になる。まずは、いなげの浜の改修で、この整備については完了している。

利用状況として、45ページであるが、平成30年度と比較して、令和2年度は1.5倍、海へ延びるウッドデッキが供用開始されたその後は2倍になり、人気のエリアとなっている。

それにあわせて46ページは、ウッドデッキである。

これが令和4年4月にオープンしている。これについては、先ほど申し上げたとおり、その後の利用者は増えている状況である。

49ページは、トイレ、ビーチセンターについて、これも完了している。今年度に、ちょうど6棟、全ての整備が完了した。50ページ、51ページがその写真である。

また、照明施設も完了している。LED化を図り、色を暖色系に変えたというところである。

53ページは、駐車場である。これについては、これまでのとおり管理許可という形で、管理を継続しているが、料金徴収のシステムを導入し、工夫をした運営管理を行っており、55ページの利用状況だと、駐車場単体というよりは中でのいろいろなイベントの影響で、利用台数が伸び、令和5年度は平成30年度の1.5倍ということになっている。

56ページ、当然、使用台数が増えれば収入も増えて、安定した収入となっている。

57ページ、園地管理については、中のソフト的な事業などと一緒に一体的な管理ができ、柔軟な工程調整や臨機応変な対応が図られている。

58ページ以降は事業効果である。

まずは公園利用者である。位置情報ビッグデータのKDDI location Analyzerで利用者を推定、測定をすると、事業が進捗した令和3年度から令和5年度の平均値は280万人となっており、平成30年度の260万人から20万人増加している。ただ、少し気になるところが、令和3年から5年にかけて少し減少傾向になりつつあるというところである。

59ページ、年代別利用者数を見ると、これについては、20代、30代の来園者の増加が顕著に現れており、平成30年度から令和5年度は1.4倍と増加している。一方で、60代、70代の方については0.7倍ということで、減少傾向となっている。

60ページ、時間帯別利用者数であるが、これについては、特筆すべき点は18時から21時のところで夜間の利用が平成30年度の2倍に増加しているところである。

続いて、65ページの利用者満足度をご覧いただきたい。

本事業の認知度や満足度を測定するため、事業者にアンケート調査を実施していただいた。

本年度、8月から9月にかけて実施をしたものである。

66ページに結果がある。設問2についてであるが、「稲毛海浜公園は、魅力ある公園に変わってきていると思いますか」という問いに対して9割の方が魅力ある公園に変わっていると感じているという結果である。さらに設問4で、「稲毛海浜公園に来て満足できましたか」という問いに対しては9割の回答者が「満足」、「大変満足」と回答しており、満足度が向上しているというところである。

68ページは、財政効果である。

20年間で48億円の財政効果があるということであり、令和6年度までどれほど効果があるかというところを比較している。表3-8は提案額であり、これについては、委託料の効果としては令和6年度で7億2,000万円ほどの効果があるというところであった。それに対して実績は7億8,000円ということで、提案額を上回っている状況である。ただし、令和4年度から花の美術館が休館しており、一部市民サービスの提供が伴っていない期間は、実際の効果ではないかと考えられる。

70ページは、公園の使用料、市の歳入の増加状況である。

提案では、表3-10の令和6年度の欄の累積の額を見ると各施設ができて使用料を市に払うということで、4億4,000万円ほどの効果があるという提案だったが、実績については、まだ主な施設が、大規模な施設ができていないというところもあり、3,000万円にとどまっている。

それをまとめた財政効果を72ページ、73ページに記載している。

74ページからは、それらの効果や整備状況を踏まえた評価になる。

これについては、75ページの評価方法のところをご覧になっていただきたいが、募集要項等で、表4-1、審査の視点や、図4-1の評価項目の案で示している内容を踏まえながら、提案にあった事業コンセプトに沿った整備や魅力的な運営がされているか、事業の実施を通して賑わいが創出され、期待する効果が得られているかを、それぞれ示す取組状況、効果及び成果を評価することとした。

取組状況は、施設整備、運営及び管理の2項目、効果及び成果は、利用者数、利用者満足度、市の財政効果の3項目から検証することとした。

評点は、表4-2、評点の基本的な考え方に示したとおり、A、B、C、Dの4段階にした。基準については、Aは良好、Bは普通、Cはやや不良、Dは不良ということで、Aは、提案以上、もしくは大きな成果が得られれば良好で、Bは提案どおり、もしくは成果が得られた

ということであれば普通、Cはやや不良だが、一部の提案、もしくは成果にとどまっている場合はC、ほとんど提案に達していない、成果が得られていない場合は不良でDという基準で考えた。

76ページは、市の評点である、

これについては、各項目について事業者による自己評価と市による評価を行っている。表4-3、評点一覧については、自己評価と市の評価を並べている。市の評価については、主に施設整備については、都市型ビーチのポテンシャルの発揮に貢献する整備が一定程度進められてきたが、主に事業者負担による整備とした事業に遅れが生じているため「C」で、運営管理については、公園の賑わい創出につながる魅力的な運営がされていることを評価して、提案どおりできているということ、また効果があったということで「B」、それから利用者数についても、若年層や夕方から夜にかけての利用者が増加しており、公園全体としても増加傾向であることが読み取れるため「B」とした。それから、利用者の満足度、これはアンケート方法に一部課題があるが、事業全体としては満足度が高い運営となっているため「B」という評価にした。市への財政効果については、委託料の削減は一定程度進んでいるが、公園の使用料の増加が提案を大きく下回っているというところで「C」、という評価にした。

77ページ以降は、それぞれについて、事業者の自己評価と市の評価。市の評価については、評価する点と留意すべき点ということでまとめている。施設整備については、A、B、C、Dということ、提案以上進捗があればA、提案どおりであればB、進捗はあるものの提案どおりではない場合はC、著しく遅れている場合はDというような評価をした。

事業者としては、真ん中より少し上くらい、コンセプトに掲げた「INAGE SUNSET BEACH PARK」の実現に向けた事業を進めてきたと。社会情勢の大きな変化があったが、公園の施設が想定以上に老朽化していたとか、海の工事における関係者との調整、それから花の美術館は事業内容の慎重な検討、それから地域住民との意見交換なども踏まえた計画にしていかなければいけないということで、事業計画を大きく見直す必要があり、当初スケジュールに変更が生じてしまったということで、自己評価としては「C」である。

市の評価としては、先ほど説明したとおりである。社会情勢の変化は考慮すべき事項であるが、少し遅れているため「C」評価である。

取組状況の運営管理については、魅力的で創意工夫された管理が期待以上に行われていればA、それなりに魅力的で創意工夫な管理が行われていればB、一部であればC、全く行われていなければDという基準に基づいた。事業者の自己評価としては、園内イベントを年間を通じ

て開催し、定着することができた。あと海辺の魅力を最大限生かしたイベントを開催することもできた。プールにおいては、いろいろ工夫し、開催期間の延長やナイトプールの営業など創意工夫を重ねたということで「B」評価であった。

一方、市についても、イベント開催数を大幅に伸ばした、賑わいの創出に努めているとか、社会ニーズや利用者の期待を的確に捉えた新しい取組みを実施していただいていると。駐車場についても、利便性を図るためとか来園者分析のために新たなシステム、情報収集のための機器システムを導入しているとか、園地管理も工夫された一体的な管理が図られているというところを評価している。ただ、少しでも事故が起きたり、イベント時の住民からの音量についての指摘、それから一部管理が低下している部分、それから連合体の構成員の中で積極的な関与があまり確認できないなどもあるということもあるが、賑わい創出には非常に貢献していただいているというところで「B」という評価をしている。

効果・成果について、81ページ以降だが、まず利用者数である。これは大幅に増加していればA、増加していればB、変化がなければC、減少していればDとしている。

事業者の自己評価としては、様々な社会情勢の変化もあったが着実に伸ばすことができていると考えている。特に夕方から夜にかけての公園滞在者の増加については、特に強調したいということで「A」で評価している。

一方、市は、平成30年度から令和3年から5年の平均を比較すると20万人増えている。これは良いことである。それから、20歳、30歳代の若年層の方の利用が増えている、夜間の利用も増えているということで、非常に良いというところだが、直近の利用者数が減少傾向にあるところが少し気になるところと、お年寄りの利用者数も減少傾向となっているところも気になるので、全体として増加はしているが「B」評価としている。

82ページの利用者満足度については、満足度が非常に高ければA、満足度が高ければB、課題があればC、満足度が低ければDとしている。

事業者の自己評価としては、Googleにおける稲毛海浜公園の口コミには、昔の汚い浜のイメージは全くないとか、新しいウッドデッキはとつても見晴らしが良いといった声が多く寄せられているため、満足度の向上に寄与していると考えており「B」としている。

我々も、様々なアンケート結果などを見ると、非常に満足されているところは評価できると考えている。ただ、アンケートの回答数が十分と言えないところが少し気になっており、今後そういった効果測定の際、アンケート実施などについては改善をしていただければ、というところである。私たちの評価も「B」とした。

市の財政効果については、提案以上の財政効果があればA、提案どおりであればB、一定の効果はあるが提案どおりでなければC、それから効果が得られていなければDというところである。

事業者の自己評価としては、令和6年度時点で、市の歳出を7.2億円削減することとしていたのに対して7.8億円削減することができているということ。それから温浴施設、宿泊施設の整備など提案事業のスケジュールに遅れが生じており、当初提案した市の歳入となる使用料の増加については達成できていないところから「C」という評価をしている。

市の評価としても同じで、一定の財政効果にはつなげているが花の美術館については市民サービスが伴っていない削減効果となっているところが留意すべき点であると評価しており、評価は「C」という結果である。

84ページ、最後に、今後の事業に向けて、それぞれコメントをして今後の事業につなげていこうというところで、これを記載している。

事業者のコメントとしては、2段落目、海へ延びるウッドデッキや「small planet CAMP & GRILL」における千葉市都市文化賞優秀賞の受賞など、市民の期待に応える整備や新たな文化の創造の一端を担うことができた。利用者数の増加については、路線バスをはじめとする周辺公共交通機関の増便や維持に寄与し、地域全体の活性化や利便性の維持にもつながると考えている。それから令和3年度から6年度にかけては、全国各地から視察や講演依頼なども非常に多く来たというところで、先例事例となった稲毛海浜公園における取組みを今後の公園整備の一つの在り方としての可能性を全国に提示することができたということである。スケジュールの遅延があることについては、経営層の刷新を行い、着実に計画を進めていける体制を整えたということで、引き続き世代を超え、時代を超え、愛される魅力ある公園づくりを目指していきたいということで決意を述べていただいている。

それから、市としては、今までにない公園の魅力を提供することができて、幅広い世代に親しまれる公園に変化してきているということを感じている。社会情勢の急激な変化に起因して事業計画の見直しが生じたにもかかわらず、利用者サービスの向上を図り、利用者数の増加、一定の効果が得られたことは評価できる。一方で、事業の一部においては、その後の検討に相当な時間を要しており、市民サービスの低下を招いていることを深く認識して、早急に対応をしていただきたいと思っている。今後は、明確な目標設定を行い、さらなる市民サービスの向上や透明性ある運営に努めてほしい。プール事業などの収益を、広く市民サービスを提供する取組みに還元することで、公園全体の良好な環境の創出につなげ、公園の利用者の増加、併せ

て収益も増加するといった好循環を生み出すような取組みに期待したいと考えている。

資料についての説明は以上である。

(2) 事業の実施状況についての質疑応答

【池邊委員】 コロナ禍を挟んだので難しい面もあるが、2点ほど気になったのは、花の美術館は、三陽メディアフラワーミュージアムの時代は外観も綺麗だったと思うし、周辺住民からも愛されてきたと思うが、今後、今やろうとしているものが、稲毛周辺住民に根付くのかという部分と、四季折々のものにできるのかと疑問がある。一生懸命頑張っており、グランピングなども上手くできているとは思ってはいるものの、情報発信が足りないのではないかと思う。

プールについては、せっかく良いロッカールームができたのだが、まずは小銭を用意しなければいけないのが問題である。日本だけが今も現金主義になっていて、海外の多くはすでに電子マネーになっているのに、今なぜそこができなかったのか。しかも先に一旦400円を入れるというのも問題である。先に400円を入れて後で100円が戻ってくるというのは特殊である。例えば美術館などで100円入れて後から100円戻ってくるような実質無料のもの、こうしたものであれば利用者の方々も慣れていると思うが、400円を先に入れて後から100円が戻ってくるというのはなかなか把握が難しく、その上、料金の割には空間が狭く、荷物や服を入れるのに、子どもでも1人ずつ必要となると、400円掛ける4というように、4人連れで来れば多くの金額が必要となる。親子で1つのロッカーに入れられるくらいの空間が必要だったのではないかと思う。

それから花の美術館は、現代アートを取り入れているが、最近アートと花のコラボというのは流行っており、とても良いことだと思うし、しかもそれに音楽が加わると、2時間くらいそこに滞在することによってリフレッシュできる効果もあると思うが、若干空間が狭いのと、その中で飲物を飲んだりもできないのが問題だ。そして夜間料金が結構高いと伺って、収益としてこれまで少し厳しいところがあったので、頑張って収益を上げようということで、ヒューケラなども入れて新しい感じを取り入れている。しかし、私たちランドスケープの人間からすると、造花を入れて、春夏秋冬、1年間ずっと同じという感じだとすると、リピーターがなかなか来ないのかなという感じがする。横浜の平沼という所に横浜イングリッシュガーデンというものがあり、大変な盛況で、特に若い人たちがコスプレをして、そこに行って写真を撮るといった感じの場所だが、そこでも入場料は700円である。しかもバラだけではなくたくさんの植物を非常に工夫して植えているので、正直に言うとBOTANICA MUSEUMだと、ラ

ンドスケープの事業者が入ってはいるが、花の要素が少しメインから薄れて、なぜそうってしまったのかというところが若干気になる。

民活をして7年が経ったとのことだが、雑木の手入れ、ベンチなど、とても3月29日のBOTANICA MUSEUMのリニューアルオープンには間に合わないと思われる。老朽化している箇所が多々見られて、それは事業者が一生懸命やっていることに對し、少し足を引っ張るような部分が見られる。行政としてただ事業者に任せて評価するのではなく、併せて相乗効果としてやっていくという姿勢が、これは今後のPFIなども同じだと思うが、見直ししてリニューアルするときには、行政も予算を確保してやっていくべきものではないかなと思ったので、その辺りが気になった。

BOTANICA MUSEUMは展示の入れ替えが可能なのか、1年間ずっと同じ感じなのかというところが気になっている。

私は学生に、あなたたちが手掛けるものは半分公共のデザインだと伝えている。それは、6割から8割の人間が、居心地がいいと思えなくてはいけない。ただ、アートは、例えば草間彌生の作品の価値について、私はゼロ円だと言う人と、1億円だと言う人がいても良いということで、アートについては好き嫌いがある。そうしたものを公共の公園の中に入れるということに関してどう考えるか、伺いたいと思った。あくまで、税金も含めた公共空間なので、多くの人々がそれを見て心地よい、ここにまた来たいと思うところであってほしいと思うので、お伺いしたい。

【株式会社ワールドパーク】 まずプールのロッカーについてはご指摘のとおりであり、100円玉を400円分準備しなければいけないというのでは利用者が大変だろうということについて、それはおっしゃるとおりである。ただ一方で入園料、例えばプール全体の収支を考えたときに、入園料で反映させることができるかと言うと、なかなか入園料を上げるということができづらいというところがあるので、本当に苦肉の策で我々の貴重な財源にしている。

【池邊委員】 400円が高いのではなくて、小銭を用意しなければいけないということに對しての質問である。これから10年、20年保たせなければならないものに対して、なぜ今ここで現金、しかも400円なのかということについてお尋ねした。

【株式会社ワールドパーク】 そういったご指摘を踏まえて、お客様の利便性を高め、来園者の満足度を高めていくためにしっかりとしたプールの収支構造を確立させていきたいと思っている。そういった意味では、今年から新しい取組みで、入園料だけに左右されないプールの収益化にチャレンジしていきたいと思っており、総合的に時代に合った設備を整えていきたいと

思っているので、しっかりと受け止めたい。

続いて、BOTANICA MUSEUMについてだが、指定管理ということで、市から2億円強のお金をいただいて運営するという時代から、逆に市に管理料を弊社が払って、それで運営をさせていただくという形に変更となった。企画の中では、ウエディングであったり、その後プレイパークを整備する、あるいはペットフレンドリーな施設にしていくといった様々な企画をこれまでしてきたが、地域の方々、あるいはメディアからの指摘等も謙虚に受け止めなければいけないということの中で、最終的に、また一周巡って花の美術館に落ち着いたというところである。ただ、一方、花の美術館ということで、これまで親しまれてきたという背景があるが、私は、これは美術館ではなくて花の植物園だったなと思っている。そういった意味では、花の美術館、名は体を表すではないが、本当に花の美術館というのはどういった施設であるべきとかといったときに、今回アートの要素と映像というところに着地をしたわけである。委員ご指摘のとおり、アートには好き嫌いがたくさんある。例えば、今回提供するHANANINGENというコンテンツがあるが、アルチンボルドを想起させて気持ち悪いという評価をされる方も、もしかしたらいらっしゃるかもしれない。好みが分かれるところがあるかもしれない。しかし、花の美術館の立派なこの設備を活用しながら、展示に関しては随時入れ替えを当然想定しているので、常に固定化された展示がそこで続くということではないということでご理解をいただければと思う。

また、四季折々の展示についての話をいただいた。館内というものはアート、芸術性の高い作品の展示を中心に今回リニューアルさせていただくが、花の美術館には、館内だけではなく前庭、中庭、後庭がある。中庭に関しては、レストラン利用者の方が利用できるように考える。前庭、後庭については、これまでと変わらず四季折々の花を楽しんでいただける無料の空間として準備をしている。花代はなかなか高額であるが、我々はしっかりと踏ん張って四季折々の花を、市民の皆様あるいは市内外の皆様に楽しんでいただける空間にしていきたいと思っている。特に、これからバラの香りに包まれる季節がやってくるが、こういった、自信を持って皆さんに提案できるような後庭を引き続き充実させていただきたいと思っている。

また、横浜の平沼のイングリッシュガーデン、特にウエディングも盛んにやっているところだが、さすが池邊先生、よくご存じでいらっしゃる。私も、あそこを一度目標にしたこともある。そういった意味では、イングリッシュガーデンのビジネスモデルに近い形でこの花の美術館、例えば平沼のイングリッシュガーデンのように一部貸切りで何か利用できるようにサービスが構築できないか、ということもこれからは検討していきたい。

また、集客についてのご提言をいただいた。あまり他の施設と違って知られていないとのことである。千葉テレビさんは協力的で、早速今週の土曜日、夜の10時から、既にリニューアルの制作段階から取材に入らせていただいている。明日の夜の10時から放映と伺っているが、それ以外にも千葉だけではなく、関東ローカルに関しては日本テレビさんの情報番組の取材を予定している。あるいは、フジテレビさん、そういったキー局の取材を今、段取りをしているので、やはりSNSの時代とはいえ、絶大なテレビの効果をしっかりと利用させていただきながら周知を図っていきたいと考えている。

また、我々としてはこれまでSNS、特にインスタやT i k T o k等での発信を強化してきた。このBOTANICA MUSEUMについても、いよいよ週明けから積極的な更新に入り、インターネットでの拡散を図っていきたいと考えているので、そういったところでしっかりと地名度を上げて収益につなげていきたい。

また、夜間の料金について、高いというご意見も頂戴した。これまでとは全く違った形での内容の展示、サービスの提供になるため、料金設定に対しては社内でも検討した。結果として、まず当初1年に関しては低めの設定ということで、オープン価格を設定した。これは弊社の営業戦略の一環として、そこでしっかりとマーケティング効果を図っていくという考えである。

そして、造花が多いのではないかと指摘をいただいた。今、プロデュースに入らせていただいている協力会社といろいろ話をしているが、まずリアルと造花で分類すると、リアルの中には生花とドライフラワーがある。そういった意味ではリアル8割、造花2割という協力会社からの説明を受けている。実際に見てみると、確かにドライフラワーが多用されているなどといったことはあるが、恐らく今日の段階で、リニューアルオープンまで残り2週間を切った中で、これから生花が館内に増えていくと考えている。繰り返しになるが、外の庭に関しては生花でこれまでどおり展示をさせていただくので、ご理解をいただければと考えている。

最後にベンチ等の修繕、こちらは市が本来やるべきものということで、市側に対するご指摘も頂戴した。これはむしろ私どもが反省しなければならないところで、我々から市側に対して、このタイミングでこういったところをご修繕お願いしたいというところをもっと早く共有させていただくべきではなかったかと考える。

【池邊委員】 今度チームラボがドバイにすごい施設を作る。チームラボは花の映像がとても多く、多くの方が手に触れることができる。花ではないにも関わらず、そこで花を浴びたかのような気持ちを得ることができる。チームラボは海外からの評価も高いということで、海外の方も同じようなことを感じていらっしゃる。花から受けるものがどのようなものであるのか

ということで少し細かいことを言わせていただくと、ドライフラワーの中で色の濃いものを使いながら、なおかつヒューケラも使っていらっしゃるということで、下手をすると少しどぎつく、モネのようなものではなく、もっと強い色合いの油絵のようなものになっている。私は母親がデザイナーなので別にそうしたものは嫌いではないが、それが入ってすぐに正面にあるということが問題だと思う。奥にあるというならばともかく、正面に人物像があって、なおかつ色が濃いというのと、そして、特にアイビーは造花だと思うが、そういうものが最初に正面に出てしまうと、今度の花の美術館は造花になってしまったのね、と市民の方々は思ってしまう。全てがプリザーブドフラワーとか、ドライフラワーも含めると8割が造花ではない、と言われても、なかなかそういうふうには思えないと思うので、やはり一般の方がその花を見て心安らかに思って、リフレッシュされて2時間余りを過ごしたいと思うかが大事である。また、夜間もここでデートして、お酒のひとつでも飲みたいなというふうに、リピーターになる工夫というのは必要なのではないかと思う。アートだからというので、少し力み過ぎが見えるかなと思ったので、意見を述べさせていただいた。

【朝倉委員長】 花関係の事業はライバルが多いので、まもなくオープンだが、そういったライバルの動向も把握していただいた上で今後の運営について考えていただければ良いと思う。

【松原委員】 いくつかあるが、まず今回、全体的に事業の進捗が少し想定よりも遅れているというところがあって、その理由として資金調達が金融機関の理解を深めるために時間を要したとか遅れたというところもあるのかと思われる。資金調達が遅れて投資も遅れた、というところもあるのかもしれないが、現状、投資が進んでいる額を見ると、バーベキュー場で投資額約3億円、稲毛海浜公園プールで約4億円、ここから見れる限り約7億円の投資が既に終わっているということになる。一方で、事業者が負担する事業費は全体で35.7億円であり、残りが28億円超あるという中で、想定どおり資金調達して投資するという計画に現時点においても狂いはないかというところをまずお伺いしたい。

【株式会社ワールドパーク】

委員がおっしゃったとおり、プールとスモールプラネット（バーベキュー場、グランピング）で先行投資をしている。併せて今回の花の美術館で1億円弱の投資になるかと思う。これに運転資金まで入れると初年度で2億円を見ている。この辺りの調達は既に完了している。当初計画の35.7億円だが、恐らくこのうち大きな部分を占めるのは、今建設予定の温浴施設になってこようかと思う。この温浴の完成までには恐らく当初の想定35.7億円を少し上回る形の投資になるのではないかと、最近の建設コストの高騰を鑑み、連合体の構成員から報告を

受けているところである。

【松原委員】 温浴施設への投資額が大体いくらぐらいになるというのは見込んでいるのか。

【株式会社ワールドパーク】 当初20億円程度の想定だったが、ご承知かと思うが、最近の建設コストのアップの幅は1.5倍になっているということを聞いているので、当連合体の構成員は、ご苦勞をされているのではないかと拝察をしているところである。

【松原委員】 温浴施設の事業者は、当初の提案時から変更されているようだが、この変更された理由、前の事業者が降りた理由は何か。

【株式会社ワールドパーク】 私自身が昨年1月に社長に就任したので、これはあくまで私自身が把握しているところでの回答とさせていただきたいが、当初計画されていた事業者は既に着工がその時点で遅れるというのが明確になったので離脱したと伺っている。結構な額の金額なので、1年の遅れが許容できなかったと思われる。

【松原委員】 その替わられた会社はcotoha Resort & Hotelsさんというところだが、これはベンチャー企業のようなものである。ホームページを見ても全くその情報が取れない。そういった会社が20億ぐらいの投資額を資金調達して投資を実行するということが不安とか懸念とかはないか、大丈夫か。

【株式会社ワールドパーク】 連合体に入っただけのときにcotohaの、cotoha Resort & Hotelsは親会社の株式会社cotohaとしての実績であったり取組みの事例に関してヒアリングし、それでこちらも一緒にやりましょうということでやらせていただいた。

【松原委員】 それはホテルとか温浴施設とかの運営の実績があるという、そういうことか。

【株式会社ワールドパーク】 そのとおり。

【松原委員】 それから、アンケートの中で、事業の認知度が低いことが伺えるコメントもあるが、半数の人がこのリニューアル事業を知らない、市外の回答者が多いとはいえ市内の回答者に絞っても過半数は知らないという回答だったとされている。午前中に視察をして、とても良い施設なので、周知されていないのは非常にもったいないと思っており、今後周知していく具体的な方策があれば教えていただきたい。

【株式会社ワールドパーク】 認知度が低いということについては、言わばむしろ私のほうでは想定内のアンケート結果であると思っており、逆に知っている方がこんなに多いのかということに驚いた。というのは、例えば、いまだにこの公園は指定管理でやっている公園だと思っ
ている方がほとんどである。つまりこのリニューアル整備運営事業は、先ほど緑政課長から詳しく説明あったようなことはご理解をいただいてないんだなという認識を私は持っていた。こ

の問いに関して、平成30年からリニューアル事業に取り組んでいるがご存じかというので、知っているという方はこんなにもいらっしゃるといのは、逆に驚いた。

ただ、一方で、なかなか全国に前例がない形で市と民間事業者が一緒になってリニューアルをやっている取組みを、一般市民の方というより、全国の行政の方であったり公園に携わる方々には知っていただきたいと思っているので、その方面に対するアピールをこれからしっかりやっていきたいと思っている。利用者の方に関しては、リニューアルのスキームであったり、そういったことよりも、来て喜んで帰っていただき、楽しんでいただきたいと思うので、あまりそちらに思考の力点は置いていなかった。

【緑政課長】 市としてもリニューアル事業をやっているということは多くの市民の皆様にも知ってもらいたいと思っている。ただ、なかなか堅苦しい内容なので、関係者間では非常に有名な事業になっており、知られてはいるが、もっと一般に知られるよう事業者と一緒に取り組んでいかなければいけないと思う。

【松原委員】 プールが新しくなったとか、グランピング施設ができたとか、そういったことは知られていることなのか。そういうことを含めて知られていないのであれば、知っていただくようにアピールすれば、事業というよりもその方が良いのではないか。

【緑政課長】 利用促進の観点からも、当然事業者とともに、特に事業者が先頭を切ってやっていただくことになるかと思うが、我々も協力してやっていきたいと思っている。

【株式会社ワールドパーク】 弊社はなかなかこれまで一つ一つの事業の広告というものに十分な予算を確保できていないところがあった。このため、SNSでの発信が中心で、新聞、雑誌、ラジオ、テレビ、そういったメディアへの露出に対してほとんど受け身であったのは否めない。そういった意味では、このBOTANICA MUSEUMのオープン、あるいは今期の夏のプールの営業、夏の繁忙期に向けて、こちらから攻めのメディア戦略を今期から取り組もうと思うので、引き続きまたご助言等をいただきたい。

【吉村委員】 公園利用者数が伸びていないが、このあたりの原因をどう分析しているのか、今後考えている対策などがあれば教えてもらいたい。

【株式会社ワールドパーク】 これからの公園の来園者層の戦略について、これまでご指摘いただいたとおり、進捗の遅れによって、例えば花の美術館が休園してしまっている状況であったり、せっかく栈橋ができて白い砂浜が敷かれているが、今日ご覧になったと思うが一番良いところが工事中であったり、そういった意味では公園整備はまだ途中にある中で、なかなかそのポテンシャルを最大限に生かすところまでできていなかったところがあると思っている。

もう一つは、この施設はやはり天候に非常に左右される。例えば、夏季のプール営業は、一昨年の来場者が13万9,000人、昨年が14万7,000人であった。昨年は営業日数を増やし、夜の営業をやった。何が違うかという、雨が降る日があるだけで、特に夏の場合は1日あたりの来場者がプールだけで7,000人から8,000人変わってきてしまう。そういった意味では、非常に天候に左右されているところが多い。そういった中で、天候に左右されない施設の代表格が花の美術館だったわけだが、それが閉園していたといったところも非常に痛かった。そういった分析をしている。

そうした意味で、今後、花の美術館がいよいよ3月29日にオープンする。それともう一つ、ようやくコンテンツとして定着してきたイベント等がある。報告書にもあるとおり、ペットフェス等をやると、朝11時の段階で第一駐車場、第二駐車場ともに満車になるほどイベントとしては定着してきた。イベントは育てていくものだと思っていて、影響力のある、集客力のあがるアーティストやコンテンツを持ってくれば成功かというわけでは決してないと思っている。しっかり地域の方々にご理解いただいて、そのコアなファン層にしっかりとイベントを理解していただいて初めて定着していくものだと思っている。そういった意味では今、ペットフェスタ、パンフェスタ、あるいは栈橋で音楽イベント、こういったものがこの2年やってきた中で定着をしてきたので、しっかりと力を入れて、来園者を増やしていきたい。

【緑政課長】 利用者数というのは一つの目安になるので、できるだけ事業者が活動しやすい形で協力しながら、利用者を増やすように努力したいと思っている。それから、公園を直接管理している所とも打合せをしているので、それをさらに緊密にやっていきたいと思っている。

【吉村委員】 今の説明の中でも出てきたプールの関係で、様々な工夫をしているなど感じている。シーズンオフも釣堀を始めたり、ナイトプールを実施されたりというのを見てきて、様々なことを取り組んでいて、施設の有効活用という意味でも市民の様々なニーズに対応するという意味でも、取組みとして良いなと思いながら見ていたが、釣堀は、他の施設での事故などもあって、実施が難しいとのことである。プールを有効活用するために、今後の展望で考えていることはあるか。また、ナイトプールを実施して騒音の問題などが出てきているようだが、かなり広いプールで、夜間となると重大な事故が起こるリスクも性質上あるかと思うが、見えてきた課題や、今後の対策など、考えていることがあれば教えて欲しい。

【株式会社ワールドパーク】

本当に喜んでいただけるプールになるように、また、愛された稲毛、稲プーの歴史をしっかりと継承して、より良くしていきたいという気持ちでスタッフ一同やらせていただいている。

まず、冬季の利用に関してだが、釣堀というのは、冬季の利用施策の一つとして、2年間やって定着をしてきたと思った矢先に、他県においてプール営業時に釣針が残っていたことが報道され影響を受けた。稲毛海浜公園のプールにおいては、絶対に釣針が入らない形でやっているが、今年も、よく見ていると周りの植栽等の中に釣針やルアーが引っかかっている。そういったものが、夕立や嵐の翌日などには落ちている。このため、稲毛海浜公園のプールを冬季釣堀として利用するのであれば、周りの植栽を全部切れば100%に近い安全で夏の営業を迎えることができると判断はしたが、決してそれは現実的ではないと思ったので、釣堀での冬季の活用、フィッシングでの冬季の活用は一旦棚上げしたところである。来年度以降に関しては、もう一度プランの練り直しをアイデア出しから行っている。スケートパーク的な活用や、あるいはサバゲー的な活用、それぞれ事業収支を見ながら、それともう一つは夏のプールの営業に影響のない形で冬季の活用というところで再度検討し、有効活用を図っていきたいと考えている。

また、ナイトプールだが、よく言うナイトプールは、いわゆるパーティー系のゴージャスなホテルがやるようなナイトプールのイメージがあったが、弊社は、社員とも相談し、稲プーがやるナイトプールは祭りだということで、夏祭りをプールでやるというコンセプトで、昨年度から実施させていただいた。地域のお祭り同好会、太鼓同好会の方々にもご協力をお願いをしたところ、喜んで4団体の太鼓団体の方々が代わる代わる入ってくださった。あまりにも気合が入りすぎていたために、目の前のマンションの住民の方からうるさいということでクレームを頂戴したが、そのクレームを生かしながら来年度もナイトプールを実施していきたい。

安全面について、度重なる照明のテストを行った。実際に照明器具を置いて、ルーメンの照度の測定器を置きながら、ライフセーバーの方々にも入っていただきながら、どういう形で照明を当てれば死角がなくなるのかといったことを踏まえて、今年はやらせていただいた。その結果、ナイトプールで何か重大な事故につながるような事件も起きずにやらせていただくことができた。今回は流れるプールだけに限定してナイトプールを開いたが、手応えを感じたので、今年は造波プールまでとし、エリアを限定して夜は営業させていただきたいと考えている。引き続きプールをご利用いただき、ご意見を頂戴したい。

【松原委員】 プールの安全性の話として、稲毛海浜公園プールにおいて児童が左大腿骨を骨折する重大事故が発生したとのことだが、これはどういった内容で、どういった理由で発生し、それに対する対応策はどのような形になっているのか教えていただきたい。

【緑政課長】 対策について詳しいのは事業者の方だが、これは令和5年度に、エア遊具で造

った滑り台で滑走し、最後の壁のところ近く、スピードが乗ったままそこにぶつかり、打ち方が悪く足をひねって、そのまま降りてしまい骨折した、という事故であった。翌年度は、マニュアルをきちんと作って、遊具メーカーも事故を検証し、滑り台の最後の助走区間が短かったというところもあり壁にぶつかってしまったので、助走区間を延長し、令和6年度については、特に大きな事故もなく安全に運営ができた。令和5年の時点では少し構造上の問題等があったというところである。

【池邊委員】 2点ある。もったいないなと思うのは、大きな芝生広場である。千葉では花も、果物も、野菜も、マルシェができる。先ほどに続いて横浜の話で申し訳ないが、横浜ではほぼ毎週どこかで横浜産のものを売るマルシェが開かれている。

昨日、まちづくり公社のシンポジウムがあり、これからの千葉のまちづくりをどうするかという話をしていただいたのだが、房総半島の方ではスイカとかメロンなど、東葛地域では梨など、香取では芋など4種類程度、紹介できるものがたくさんあると感じた。

その香取の芋は、銀座の高級な料亭に入っているようなものである。そうした価値の高いものをもう少し千葉にフォーカスして展開してもらえたら良い。芝生広場の使い方は、月一それをやるだけでも十分である。道の駅と組んでも良い。そして、グランピング施設でもその食材を使うといった展開をすれば、地産地消のものをグランピング施設でも出しているということで、環境面でも評価されるのではないかと思うので、ぜひそのような取組みをやっていただきたいと思った。

それから、もう一つ、もったいないのが、外に日本庭園があつて茶室があるということである。外国の方が、日本庭園を着物を着て歩いて撮影をし、茶室でお茶を体験するというようなことをし、2時間程度の滞留、着替えも含めると3時間ぐらいになるかもしれないが、そのようなこともできると思う。庭園はとても綺麗に管理されており、被写体として十分使える施設だと思うので、ぜひそのようなことも取り組んでいただければと思う。

また、盆栽の品評会などにも使えると思うので、ぜひこの記念館の屋外空間だけでも使えると、少し収益になると思った。これらはあくまでアイデアである。

【朝倉委員長】 まだまだ使えそうな施設がありそうなので、屋内外も含めてご検討いただきたい。

他になれば私からも一つだけ質問させていただきたい。

グランピングの施設が売り物だと思うが、グランピング施設は類似サービスが競合していて少し赤字になっているとのことである。確かに、コロナ禍になってからグランピング施設がた

くさんできてしまったので、競合が激しいと思う。今はシャワーだけだが、いずれ温浴施設ができるとのことなので、温浴施設ができれば大きな風呂に入ってグランピング施設に泊まるということもいずれはできるということかと思う。ただし、そのベースとなるグランピング施設をしっかりと稼げる施設にしないといけないと思うが、今後に向けた展望は何かあるか。

【株式会社ワールドパーク】 ご指摘のとおり、グランピング施設ができた3年前は、北欧風のテントで宿泊ができれば、これはもうグランピングと言って良かったが、今はもうそのようなものを何でもグランピングと言ってしまうと少し肩身が狭い状況で、スーパーハウス、コンテナハウス、あるいはインフィニティプール付き、そういったものが雨後のタケノコのように千葉県内にも次々にできているので、そういったところとの競合はすべきではないと思っている。私たちのスモールプラネットの強みというのをもう一度再認識するところから入らなければいけないが、まずは都心からの利便性、そして公園内での宿泊という点、コンテンツがたくさんあるという点、それともう一つは、食事にこだわっている点、こういったところをもう一度しっかり強みとしてアピールをしていかなければいけない。

これまで赤字だったが、ほとんど営業戦略というものを取ってこなかった。どういうことかと言うと、普通は宿泊施設であれば、例えば楽天トラベル、一休、じゃらん、るるぶなどのOTAサイトとの連携を前提としてやるのだが、弊社は自社サイトでの予約がほとんどであった。つまり外に対して営業をほとんどしない形でこの3年間やってきたが、今期からはOTAサイトとの連携もしっかりやっていくということが1点である。

それともう一つは、あまりにも弊社のスモールプラネットは、スモールプラネットとしてやり過ぎていたところがあった。どういうことかと言うと、例えば夏のプールのときにプールの入園券とのセットのプラン、あるいは何かイベントを開催するとき、実はマルシェなども定期的にやっていたりもするのだが、マルシェとのセットのプランとか、そういったプラン出しをこれまで一切していなかったもので、今年はこうしたことにしっかりと力を入れることで、何とか今期は赤字なしにまで持っていきたい。

もう一つ、カフェの売上げが非常に伸びてきている。カフェとバーベキューの売上げ、視察いただいたかもしれないが、森の中のバーベキュー施設というのはなかなか他にはない。このため、こういった強みをしっかりと生かした、グランピングということではなく泊まれるバーベキュー場とか、そういった打ち出し方をしていくことで、一度来た人も、もう一度来てもらう、一度来た人がさらに周りに広めていただくような、人に勧められる施設にしていきたい。