



第 6 回 鴻巣市行田北本環境資源組合新施設建設等検討委員会  
次 第

日時：令和元年 7 月 12 日（金）

午後 3 時 00 分

会場：鴻巣市立教育支援センター  
東館会議室

1 開 会

2 あいさつ

3 議 題

(1) 立地エリアのポテンシャル分析及びサウンディング調査結果について

(2) その他

4 閉 会

鴻巣行田北本環境資源組合余熱利用施設整備に係るサウンディング調査及びび参入意向調査業務

概要版資料

# 第1章 余熱利用施設の整備・運営事業の検討にあたって

写

## 1. 本検討の位置づけ

今回、余熱利用施設の整備・運営事業の検討に至るまでに下記のような基礎調査や基本計画等が策定されてきた。

**平成29年02月** 鴻巣行田北本環境資源組合施設整備基本計画

- 平成29年2月に「鴻巣行田北本環境資源組合施設整備基本計画」を策定した。
- 基本計画に位置付けられている余熱利用計画については、エネルギー利用の基本方針を定めるとともに、余熱利用施設を整備することとした。
- さらに同計画では地域の状況や立地条件、法規制等を十分把握し、地域還元性、経済性、社会的ニーズ等を踏まえ、また、周辺住民の理解、構成市民の福祉の増進を図ることができ、余熱利用施設を整備することから、継続的に利用可能である程度収支が成り立つ業態やコンセプト設計が必要になる。

熱回収施設 → エネルギー供給 → 余熱利用施設

**平成30年2月～平成31年1月** 検討委員会（第1回～第5回）

- 平成30年2月の第1回検討委員会から、「施設整備の基本方針」や「施設整備内容」について複数回検討を重ねてきた。今回、余熱利用施設として想定される業態の「立地エリアポテンシャル分析」並びにそれを受けて、管理運営候補事業者に行つた「サウンディング調査」で実際の運営を見据えた事業者の要望等も整理し、施設整備方針に反映する。

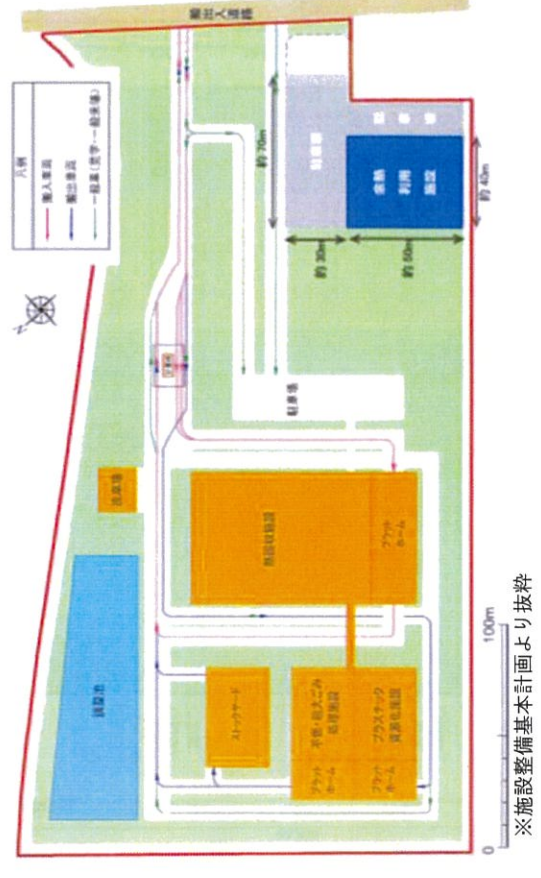
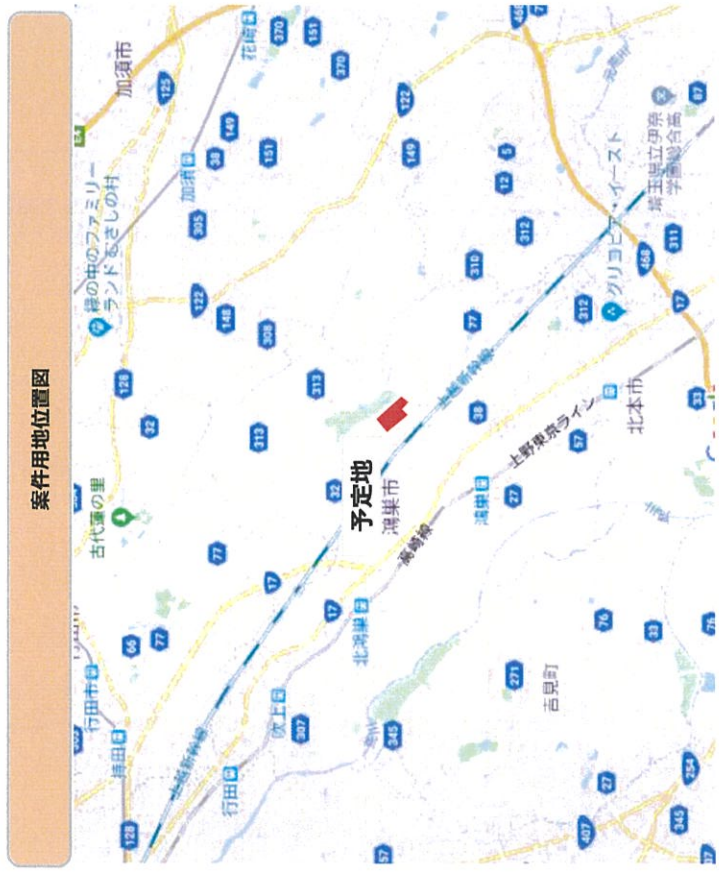
余熱利用施設			
温浴施設	飲食提供機能	交流機能	その他機能

### 本委託業務の目的

(1) 立地エリアのポテンシャル分析	<ul style="list-style-type: none"> <li>今回①～③は、温浴業態を核とする施設として地元商圏調査における人口動態や類似店舗調査においてマーケティングの視点からなるべく財政を圧迫しない独立した施設としての可能性を調査することが目的である。</li> </ul>
(2) サウンディング調査について	<ul style="list-style-type: none"> <li>(1)の調査を踏まえ、これまでの検討結果からDBO方式での管理運営を前提に、民間事業者のリストラップ、並びにヒアリングを実施することで実現可能かつ、具体的な施設条件の整備、収支予測の実現性の把握を目的としている。</li> </ul>

① 立地診断調査	① 指定管理者として応募する可能性が高い民間事業者のリストラップ
② マーケティング戦略策定	② でリストラップした民間事業者へのヒアリング
③ 収益予測の実施	





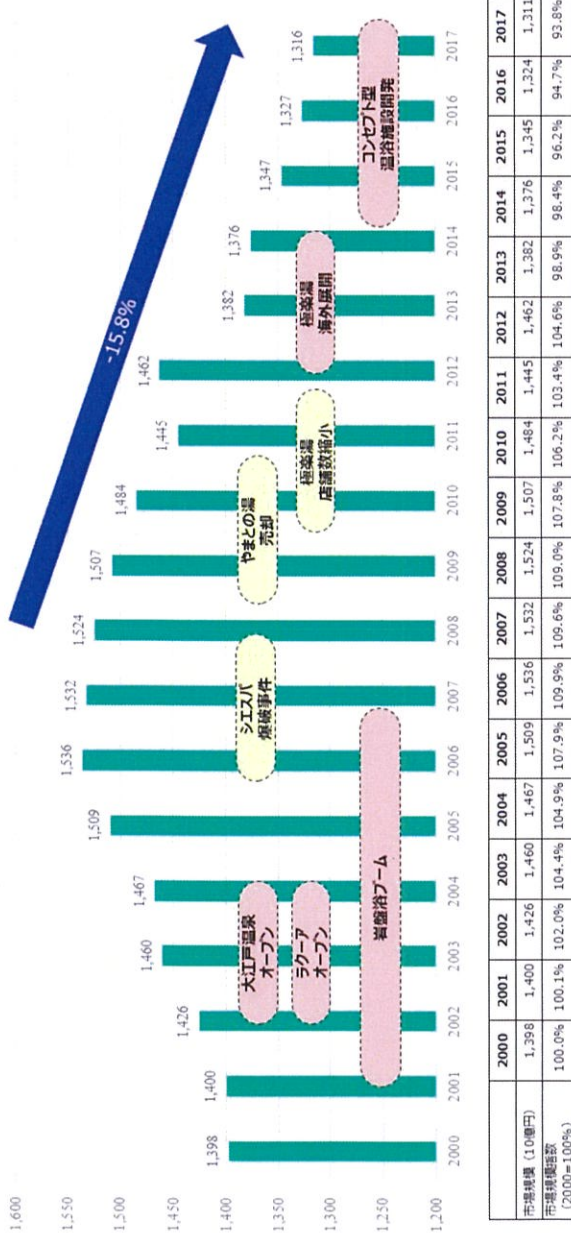
## 第2章 立地診断調査

写

### 1. 立地調査・分析

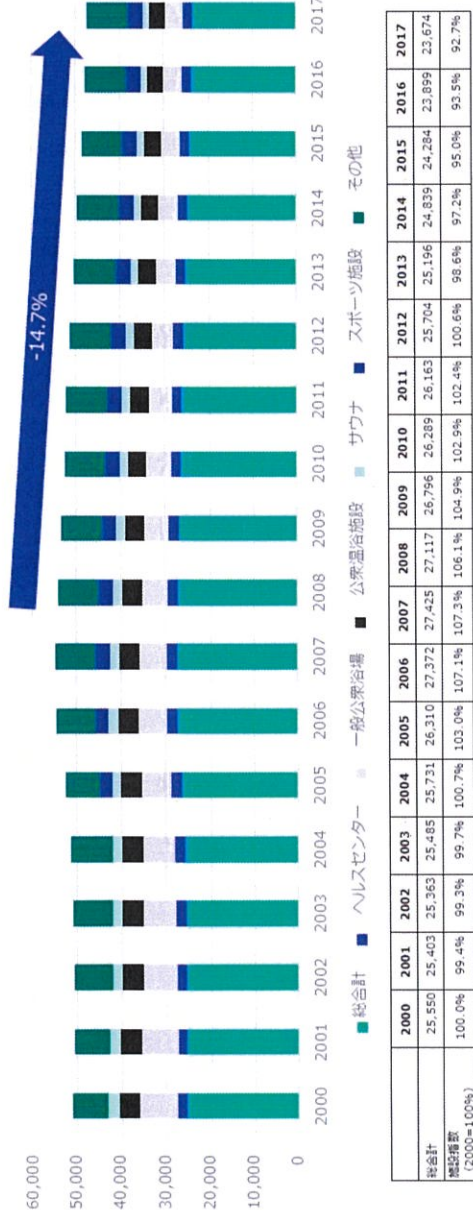
- これまで成長期にあった温浴市場は2006年にピークを迎え、現在は市場縮小トレンドにある。市場縮小とともに施設数が減少しているものの市場縮小ペースを上回っており、施設同士の間競争は激化している。今後も減少傾向は続くものと推測され、市場はコンセプト重視時代の1兆2000億円規模に突入する。
- 特に温浴業界で重視される要素は「コンセプト」であり、コンセプトにおいて差別化に成功した温浴施設が成功している。

温浴市場の市場規模推移 (単位：10億円)



出典：レジャー白書2018、及び総務省 (2018) 「統計調査年報」データより船井総研にて算出

温浴市場の施設数推移 (単位：件)



全国の温浴先進事例

施設名	直島銭湯「I♥湯」
所在地	香川県香川郡直島町宮ノ浦2252-2
アクセス	直島宮ノ浦港より徒歩2分
商圏の特徴	周囲1.6km、面積8km <sup>2</sup> の島。人口3,100人強
営業時間	13:00~21:00
敷地面積	326.36m <sup>2</sup>
年間販売額	0.3億円 ※期間限定でイベントや祝祭日などは見学可能となるため営業日数が減る
駐車場	町営有料駐車場 (徒歩3分) を利用
販売品目	温浴機能 [内湯] 1
その他	



施設名	天然温泉 久松湯
所在地	東京都練馬区桜台4-32-15
アクセス	西池袋線 桜台駅北口より徒歩5分
商圏の特徴	10分商圏 21.5万人
営業時間	11:00 - 23:00
敷地面積	800m <sup>2</sup>
年間販売額	0.7億円
駐車場	なし
販売品目	温浴機能 [内湯] 3 [外湯] 1 [その他保有機能] サウナ フロントコミュニケーション
その他	



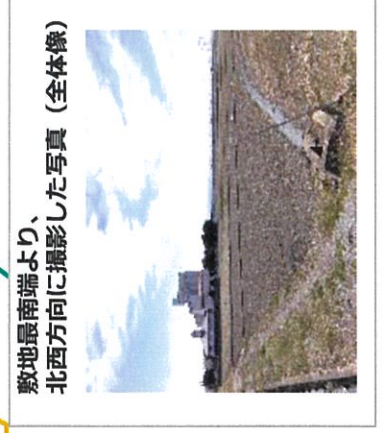
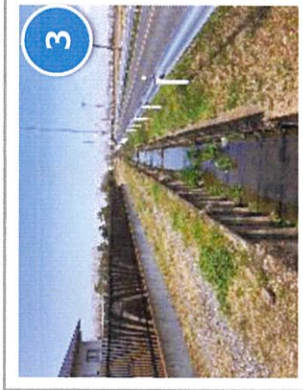


## 第2章 立地診断調査

### 1. 立地調査・分析

- ロケーション調査を見ると、物件条件では駐車場能力と視認性はともに高い傾向にあることがわかる。一方、流動導線における車両台数、及び平均車速度が速いこと、物件条件における物件前視認性が低いことからマーケットとして厳しい立地だと考えられる。

写



評価項目	評価視点	本立地の評価
1 店頭通行車両台数	車の通行量が適度に多いか ■ 対面道路12時間交通量8,000台以上、もしくは同程度の道路が500m以内の距離にある ■ 本立地4,822台、最寄り大型道路 国道17号線まで1.8km。2条件達成○、1条件達成△	×
2 自家用車比率	自家用車通行量が全体の60%以上を占める ■ 生活道路が好ましく、60%以上=○、50~60%=△、50%未満=×	○
3 平均車速度	平均車速が速い道路やエリアは自動車客が止まりにくく、物件を視認しにくい ■ 平均速度30km/時未満が好ましい。(本立地 40.2km)	△
4 駐車場能力	駐車場保有台数が50台以上確保できるか (50台以上=○、50台未満=×	○
5 信号機までの距離	信号機までの距離が100m以上離れている ■ 信号機付近は車が渋滞しやすいため、物件への進入や道路への復帰時間がかかる。 ■ 隣接=×	○
6 カーブ視認性	直線道路及びアウトカーブに立地している ■ インカーブ扱いでは物件が視認されにくい (アウトカーブ・直線=○、インカーブ=×	○
7 物件前視認性	150m手前から視認できる (150m未満=×	△
8 将来拡張性	将来的に周辺に開発可能な土地が存在するか否か (所有地に余裕あり=○、それ以外=△)	△
9 対向進入容易性	片側2車線未満、中央分離帯がないか ■ ○=片側2車線未満、△=片側2車線以上、x=中央分離帯あり	○
10 物件周辺イメージ	周辺物件が業態イメージとマッチングしているか ■ 温泉施設がマッチする周辺イメージがあると有利 (田園風景等=○、ごみ処理施設=×	△

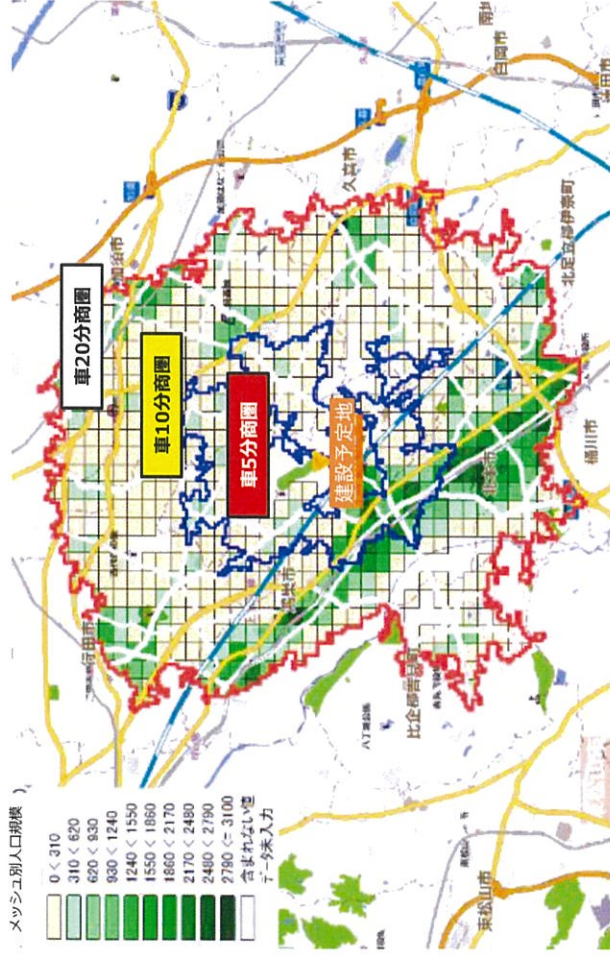
総合評価	△
------	---

(○=2点、△=1点、x=0点で換算し、15点以上で○、10点以上で△、10点未満はx)



2. 商圏調査・分析

- 建設予定地の周辺商圏環境は以下の通りである。商圏人口そのものは厚く、温浴施設の種類は多岐にわたる。
- 一方で、人口の多くは国道、及び 線路沿いに密集しており、さらに商圏を共有する競合施設の多さから、商圏環境は厳しいと判断される。



■ 商圏人口 実数値		5分商圏	10分商圏	20分商圏
人口総数		6,588	57,115	289,394
男性		3,210	28,087	143,437
女性		3,378	29,028	145,957
世帯数		2,272	21,409	109,010
人口(0~14歳)		744	6,071	35,201
人口(15~64歳)		3,920	30,726	175,248
人口(65歳以上)		1,924	13,730	78,945

■ 商圏人口 構成比		5分商圏	10分商圏	20分商圏
人口総数		100.0%	100.0%	100.0%
男性		48.7%	49.2%	49.6%
女性		51.3%	50.8%	50.4%
世帯数		-	-	-
人口(0~14歳)		11.3%	10.6%	12.2%
人口(15~64歳)		59.5%	53.8%	60.6%
人口(65歳以上)		29.2%	24.0%	27.3%

■ 競合施設数		10分商圏	20分商圏	30分商圏
競合施設数		1	5	5
		スーパー・銭湯	スーパー・銭湯 3 公共温浴施設 1 健康ランド 1	スーパー・銭湯 3 日帰り温泉 2

車5分商圏

- 建設予定地をスタート地点として、車で5分以内に到達できるエリア。
- 本調査では、遠方からの観光客ではない地元住民の来客を想定した生活商圏となる車5分商圏を一次商圏として設定した。
- (尚、生活商圏とは、日常生活の中で買物・飲食を行う際に無理なく気軽に利用できる商圏を表す。)

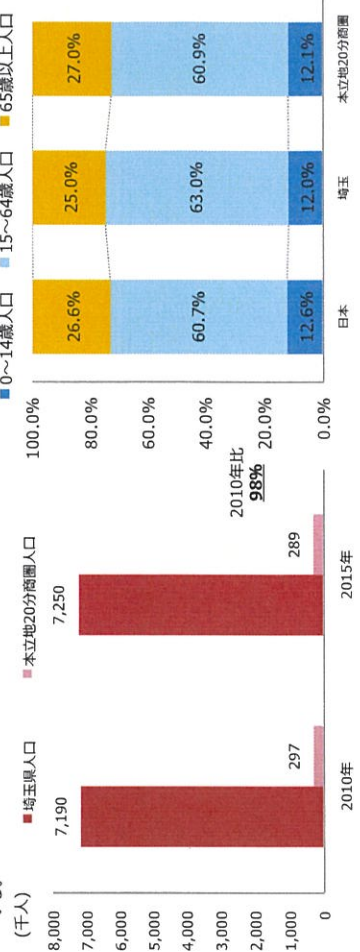
車10分商圏

- 建設予定地をスタート地点として車で10分以内に到達できるエリア。
- 本調査では、車10分商圏では比較的人口が集中する宮地エリアも範囲に含まれる。したがって休日付近への日帰り温浴を想定し車10分商圏を二次商圏として設定した。

車20分商圏

- 建設予定地をスタート地点として、車で20分以内に到達できるエリア。
- 本調査では、一定の複合性を持たせた施設展開(例:フィットネスやカフェ)も想定しているため、温浴以外の目的とした顧客が利用できることとされる車20分商圏を三次商圏として設定した。
- また、車20分商圏内には同規模相当の施設が複数存在するため、その点とくに本商圏には留意が必要である。
- (割合は低くなるが、店舗展開力によっては日常使い顧客でも20分商圏からの集客も可能)

- 埼玉県人口及び本立地20分商圏人口の推移は以下の通りとなっている。
- 本立地の2015年の実績は、2010年比で98%と微減している。



■ 本立地は、日本全国及び埼玉県全体の年齢別人口構成比と比較してほぼ同様の構成比で、「年少人口：生産人口：老年人口＝1：6：3」の比率となっている。



1. コンセプト設定

今回の地域分析から目指すべきコンセプトは健康に意識を向ける女性をターゲットとしたデザイナーズ銭湯を核とし「フィットネス機能」+「カフェ機能」を持つ施設である。

デザイナーズ銭湯 + フィットネス + カフェ 中山道の湯 (仮称)

考え方

- 一般的なスーパー銭湯 (日常入浴) 業態の場合、時分圏15～20分で商圏人口10万人が事業成立の目安となっており、本件では時分圏20分で28.9万人であり、成立条件を大きく上回っている。最寄駅から距離があるため、車での来店がメインとなる。
- 地元客をターゲットに、銭湯サイズの温浴施設 + フィットネスやデリカカフェを併設したライフスタイル密着型の温浴施設を検討する。

店舗イメージ

- デザイナーズ銭湯は下記のようなシックで洗練されたデザインをイメージ。近年では都内を中心にオープンしている。



機能イメージ

- 機能は「カフェ」に激しすぎないヨガなどのゆったりの行える「フィットネス」を想定。
- カフェで提供するのはテイクアウト可能なパンやスープなど軽食を中心に想定。



2. 全体需要予測

全体需要の算出方法については国民1人あたりの消費支出額を算出し、設定した商圏からそれぞれどれだけのシェアをとれるかを想定し算出したところ、約1.1～1.2億円と推計している。

<温浴市場における需要予測時の計算式>

$$\text{売上} = \text{マーケットサイズ} \times 1 \times \text{商圏人口} \times 2 \times \text{シェア} \times 3$$

※1. マーケットサイズ (以降MS)

- ・国民1人あたりの年間消費支出額を表す。
- ・温浴MS = 温浴市場全体 ÷ 日本人口で算出。
- ・人口データは2015年国勢調査の実績を採用。

※2. 商圏人口

本調査においては、出店予定地から車20分までを商圏範囲として設定している。

※3. シェア

商圏内における市場占有率、認知度、自社の影響力を表す。

※①の業態も「1店舗当たり平均売上×店舗数=業態別市場規模」を算出

- ①ヘルスセンターの場合、1店舗平均4.0億円
- ②一般公衆浴場の場合、1店舗平均2,000万円
- ③公衆浴場の場合、1店舗平均6,000万円
- ④サウナ風呂の場合、1店舗平均7,250万円
- ⑤スポーツ施設の場合、今回は定義より対象としない
- ⑥その他の場合、1店舗平均1,500万円
- ①～⑥の合計約1兆3,157億円から日本の人口総数約1億2,000万人割ったで1人あたりのMS (マーケットサイズ) を算出している

出典：厚生労働省 (2019) 「平成29年度衛生行政報告例の概況」

余熱利用施設 売上予測

約 1億1,500万円～1億2,500万円

※金額は税抜き表示

3. 機能別需要予測

さらに機能別に需要を予測した場合、以下の通りの結果となる。

売上は温浴施設で7,900～8,800万円、飲食提供・健康増進機能を合わせて3,300～3,700万円ほどと想定している。

No.	カテゴリ	テーマ	内訳	売上規模 (千円)	売上構成	面積 (㎡)
1	休憩・休養機能	温浴施設	脱衣所	79,000	8,8000	225
			内風呂			300
2	飲食提供機能	カフェ	サウナ	3,3860	3,7710	60
			-			165
3	健康増進機能	フィットネスエリア	-	11,2860	12,5710	205
			-			955
合計						

※金額は税抜き表示



### 第3章 適切な業態と需要予測



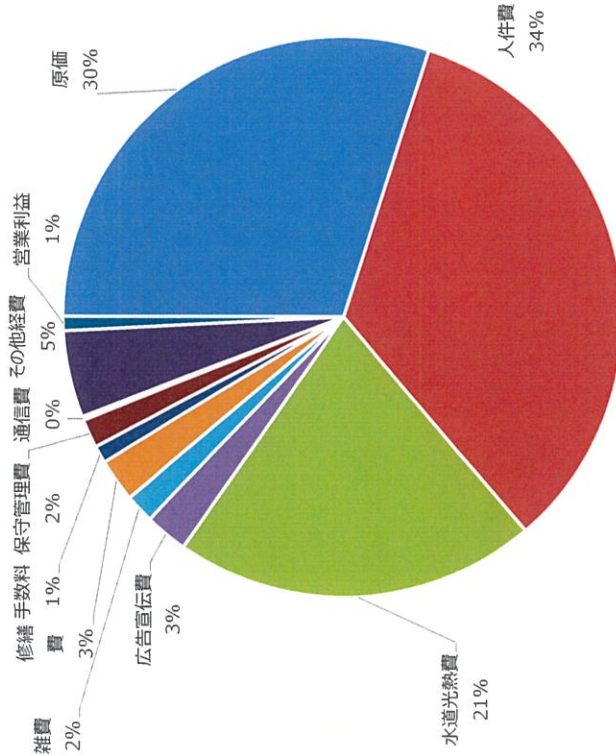
#### 4. 収支予測

収支予測について、特に温浴業態で構成比の高い「水光熱費」に着目し「A：パターン井戸水を使用した場合」と「Bパターン：水道水を利用した場合」で試算を行った。

井戸水を使用した場合、営業利益は99万円の黒字、水道水を利用した場合は1,100万円の赤字を見込んでいる。

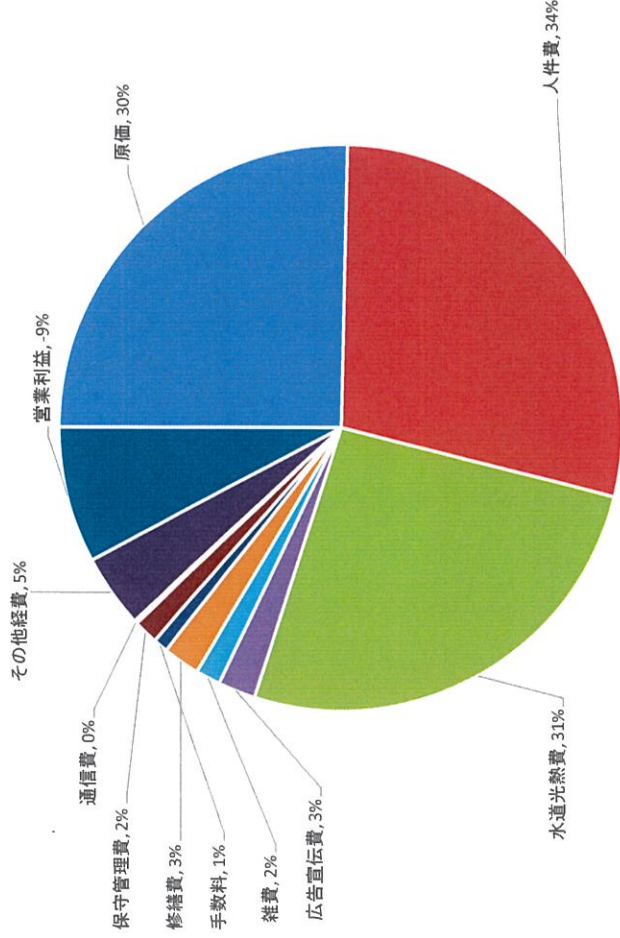
収支予測 Aパターン (井戸水利用を想定)

※金額は税抜き表示



収支予測 Bパターン (水道水利用を想定)

※金額は税抜き表示



項目	金額 (千円)	構成比
売上	120,000	100%
粗利額	84,000	70%
人件費	40,560	34%
社員給与・賞与	12,000	10%
パートアルバイト給与	25,000	21%
福利厚生費	2,000	2%
法定福利費	1,560	1%
水道光熱費	25,000	21%
広告宣伝費	3,000	3%
雑費	2,000	2%
修繕費	3,000	3%
手数料	1,200	1%
保守管理費	2,000	2%
通信費	250	0%
その他経費	6,000	5%
営業利益	990	1%

項目	金額 (千円)	構成比
売上	120,000	100%
粗利額	84,000	70%
人件費	40,560	34%
社員給与・賞与	12,000	10%
パートアルバイト給与	25,000	21%
福利厚生費	2,000	2%
法定福利費	1,560	1%
水道光熱費	37,000	31%
広告宣伝費	3,000	3%
雑費	2,000	2%
修繕費	3,000	3%
手数料	1,200	1%
保守管理費	2,000	2%
通信費	250	0%
その他経費	6,000	5%
営業利益	-11,010	-9%

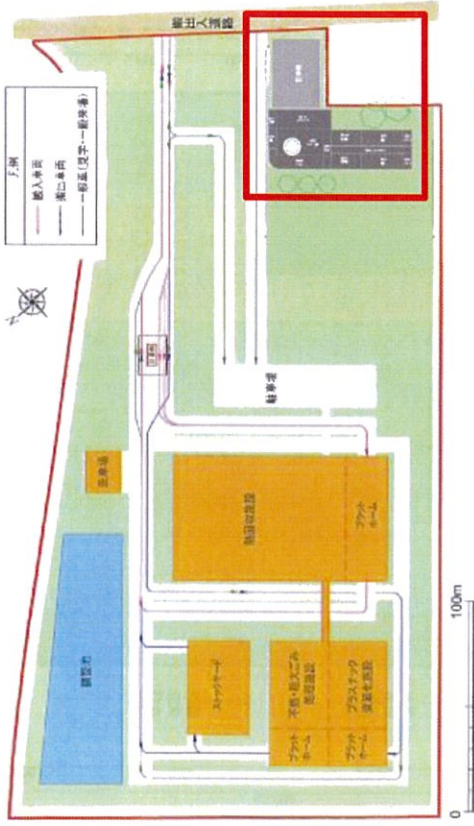


# 第4章 施設ゾーニング

写

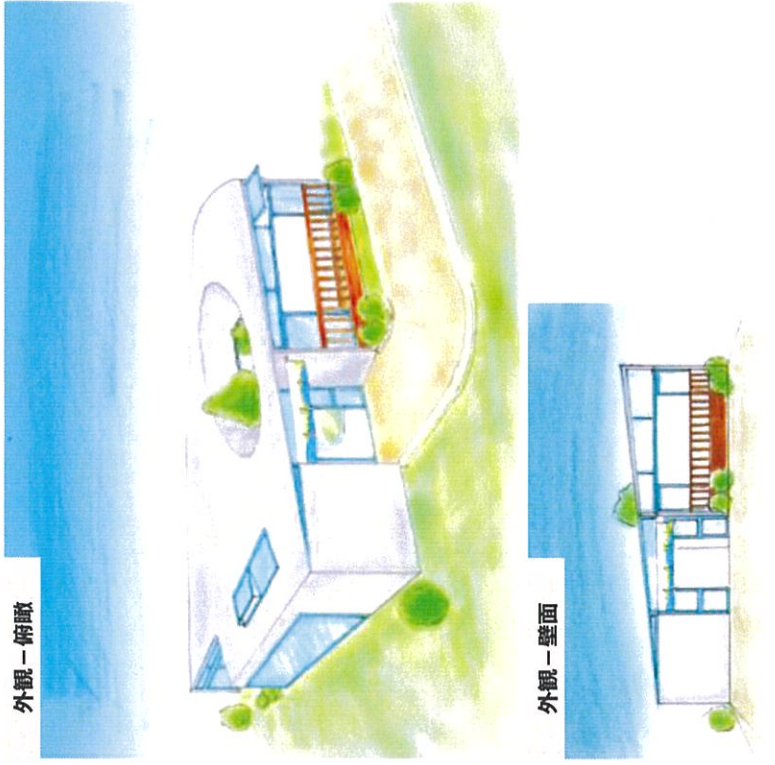
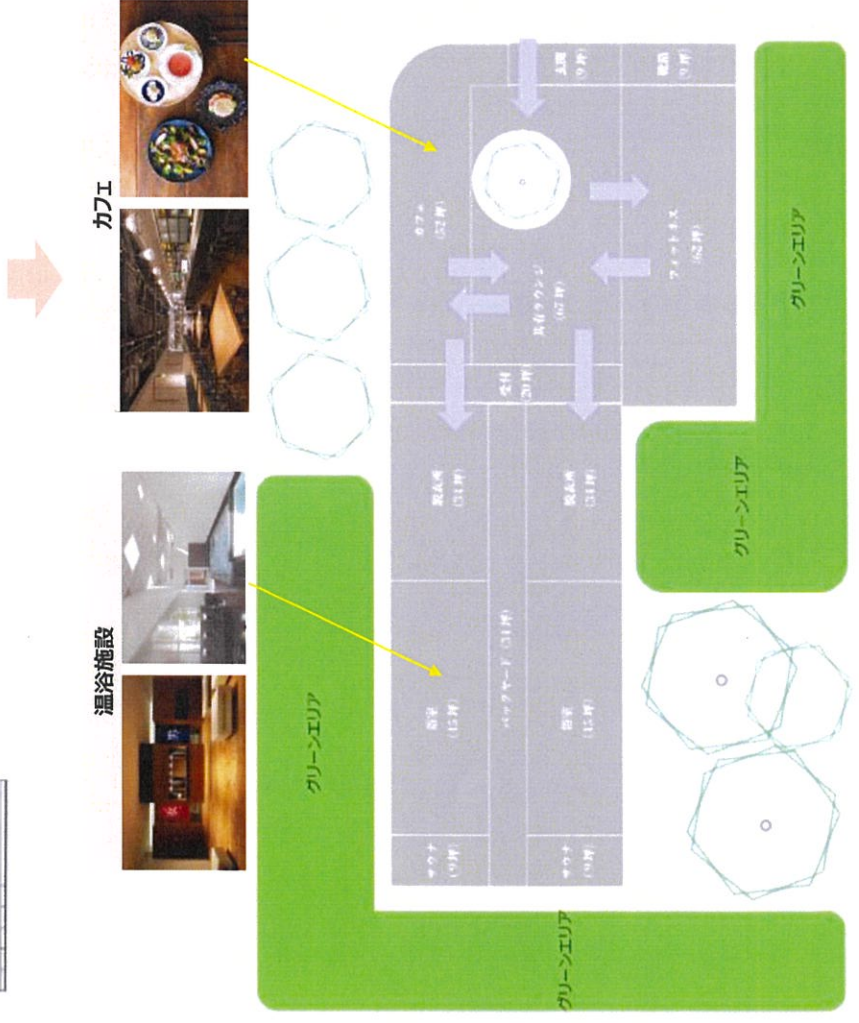
## 1. 全体ゾーニング

施設全体のゾーニング・施設規模は下記の形が望ましいと考えられる。



機能	施設	面積		整備単価 (円/m <sup>2</sup> )	整備費 (千円)
		(m <sup>2</sup> )	(坪)		
休息・休養機能	温浴施設 脱衣所	225	74.1	500,000	700,000
	内風呂	300	98.8		
	サウナ	60	19.8		
飲食提供機能	カフェエリア	165	54.4	10,000	27,200
	フィットネスエリア	205	67.5		
健康増進機能	共有ラウンジ (中庭付)	220	72.5	2,720	27,200
	エントランス・受付	113	37.2		
	機械室	112	36.9		
	駐車場	2700	889.4		
	駐輪場	20	6.6		
	合計		4,120		

※金額は税抜き表示





# 第5章 サウンディング調査結果

## 1. 調査概要

今回の調査対象企業は地場で店舗展開を行い「地場企業」のA社・B社と全国展開を広げる「大手企業」のC社・D社 計4社に対し調査を実施した。調査項目は下記の通りである。

### 今回の調査項目

- 今回、調査対象4企業については下記の項目をヒアリングすることで「温浴施設としての成立可能性」「ソフト・ハード面での施設への改善事項 抽出」「行政への要望事項抽出」の3つを明らかにする。

<b>カテゴリ</b>	・地場企業：2社 ・大手企業：2社
<b>受託実績</b>	・これまでに公共が運営する温浴施設の受託実績があるか？
<b>立地環境</b>	・対面交通量や車両速度等を考慮し、誘客しやすい立地か？ ・商圏人口や競合施設を考慮して需要をとれる環境か？
<b>施設規模</b>	・運営を前提とした場合、今回、試算した施設規模が適切か？
<b>売上規模</b>	・運営を前提とした場合、今回、試算した売上規模が実現可能か？
<b>コスト</b>	・主には水光熱費や人件費は妥当か？ ・整備費の試算は妥当か？
<b>施設機能</b>	・現段階で想定されている施設機能は妥当か？ ・さらに必要とされる機能があるか？
<b>要望懸念点</b>	・運営を前提とした場合、行政に対する【ソフト】【ハード】の要望・懸念点があるか？
<b>工期</b>	・現在想定している、「設計～建設」までの期間が実現可能か？
<b>経営的視点での成立可能性</b>	
<b>ソフト・ハード面での改善事項抽出</b>	
<b>行政への要望事項抽出</b>	

## 2. 調査結果

今回、4社から抽出した調査項目の情報を整理したものが下記である。総合評価をした結果、運営意向が高い企業は2社、DBO方式にメリットを感じ意向を示す企業が1社、商圏環境・立地環境を考慮し、出店は難しいと消極的な企業が1社という結果になった。

No	項目	A社	B社	C社	D社
1	カテゴリ	<b>地場</b>	<b>地場</b>	<b>大手</b>	<b>大手</b>
2	受託実績	なし	あり 公共施設の運営でなく 居抜きで賃貸	あり 2019年 千代田区にて 指定管理を受託	なし
3	立地環境	○ 目的来店のため良い 施設をつくれは集客可能	△ 商圏環境の薄さ・競合施設 数の多さを考慮すると厳しい	△ 商圏環境の薄さ・競合施設 数の多さを考慮すると厳しい	× 既存の自社施設でさえ 競合に客を奪われている
4	施設規模	△ 施設規模は少し小さい ただし、増床も検討	○ 妥当な施設規模	△ 施設規模は少し小さい ただし増床も検討	△ やや小さいと感じつつも、大きく 展開した場合のリスクを考慮す ると立ち回れない
5	売上規模	○ もう少し上げられると感じている が固めに身元は妥当なライン	○ 1.1～1.2億円ほど 上げればよい	○ 施設規模に対する売上は妥当	○ 施設規模に対する売上は妥当
6	コスト面	一 整備費については特にコメント なし	○ 建設コストは妥当 坪単価は150～160万程度	○ 建設は地場事業者を想定 しており整備費は 110～120万円/坪あたり	○ 大手セキコンを利用している ためか160万円/坪 (2～3年で1.3倍UP)
7	施設機能	・サウナ・露天風呂	・サウナ・BBQ	・サウナ・露天風呂	・サウナ・露天風呂 ・ジェット風呂・電気風呂
8	要望	・井戸水 ※排水量の目安は200t/日	・井戸水 ※排水量は不明	・井戸水 ※排水量は 200～300t/日	・井戸水 ※排水量は1人あたり250kg /日
	懸念点	・指定管理料 ・人材採用	・指定管理料の取り扱い (黒字の場合/赤字の場 合)	・指定管理料の取り扱い (黒字の場合/赤字の場 合) ・許認可申請	・指定管理料の取り扱い (黒字の場合/赤字の場 合)
10	工期	○ 設計～建設までは2年が妥当	○ 設計～建設までは2年が妥当	○ 設計～建設までは2年が妥当	○ 設計～建設までは2年が妥当
11	総合評価	○ 物件への印象がよく、今後の指定 管理の条件次第	○ 興味・関心は強く、相乗効果を のぞんでいる	△ 積極的ではないが、DBO方式に メリットを感じ意向を示す	× 自社施設の運営がわからず 立地環境が厳しいと判断