

各種スペースの用途

部屋名	用途	生み出す効果
多目的スペース	地場産野菜を使った料理教室等を定期的に開催し、地元の野菜のアピールと、家庭における野菜消費機会の拡大を図り販売額増加につなげる。直売所内で行うことで、帰りがけに購入することができて効果が高まる。	農林水産物販売促進効果 交流施設利用・宿泊費用 コミュニティ活動促進効果
コミュニティスペース	各種販売促進イベント開催時（年15回、延べ50日）の販売ブースとして使用するほか、常設で地元企業の商品（パン等）の販売ブース及びグリーンツーリズム（GT）活動、地域イベントのPRブースとして使用する。都市部や地域外からの訪問客が多く見込まれるため、地元企業の商品、GT活動、地域イベントのPRに有効である。本スペースは直売所及び交流促進施設としての機能を高めるために直売所内に必要である。	農林水産物販売促進効果 地域農林漁業等波及効果 地域関連産業波及効果
授乳多目的室 キッズスペース	近隣類似施設にはないスペースであり、子育て世代の女性の集客に有効である。既存の直売所に少なかった子育て世代の女性の集客は、直売所利用者の拡大に直結するものであり、隣接するカルチャーパーク（市営遊園地）の利用者層ともリンクし、販売額及び料理教室等の参加者増加につながる。	農林水産物販売促進効果 交流施設利用・宿泊費用
ATM	隣接するカルチャーパークは年間14万人弱の来場者があり、そこから最も近いATMとなることから、その優位性を最大限利用し直売所の誘客につなげたい。ATMを設置しない場合、近隣のコンビニエンスストアに利用者が流れてしまい立地の優位性が十分発揮できなくなる。	農林水産物販売促進効果 ※ATM利用の折に直売所で買い物をしていくことが見込まれる

職員休憩室	当該施設は雇用機会を創出するが、休憩室は労働環境を整えるうえで必要である。	職員の労働環境の向上
商談室	顧客については一般家庭だけでなく飲食店や学校給食のほか加工業者等も想定しており、売り場で旬の農産物の状況確認ができ、気に入った商品があれば複数の生産者とその場で交渉ができる農産物直売所の強みを生かした取引の場として必要である。	農林水産物販売促進効果 ※新規出荷者・顧客の獲得
外部 WC	生産者・納入業者は泥のついた長靴で来場することが多いため、レストランの衛生面への配慮及び施設の汚れ防止を目的として、生産者・納入業者用トイレは外に配置した。営業時間内のみ開放し、24 時間不特定多数が使用できるものではない。(駐車場も営業時間内のみ開放)	衛生面への配慮 清掃の手間削減