

## 宮崎市田野物産センター みちくさ 簡易経営診断結果 概要書

株式会社 船井総合研究所

### 【診断結果】

- 本診断の目的は、宮崎市田野物産センターの潜在的な需要を立地、商圈の各条件を調査・分析することにより予測し、同潜在需要と現状とのギャップを埋めるための方策を提案することにあつた。
- 調査・分析の結果、後述の立地診断、商圈診断、簡易需要予測で示される通り、潜在的な需要と現状とのギャップは1億円以上存在すると考えられる。
- よって、今後は提案された3つのシナリオから具体的な計画を策定し、さらなる需要の獲得と地方創生への寄与が期待される。

### 【立地診断】

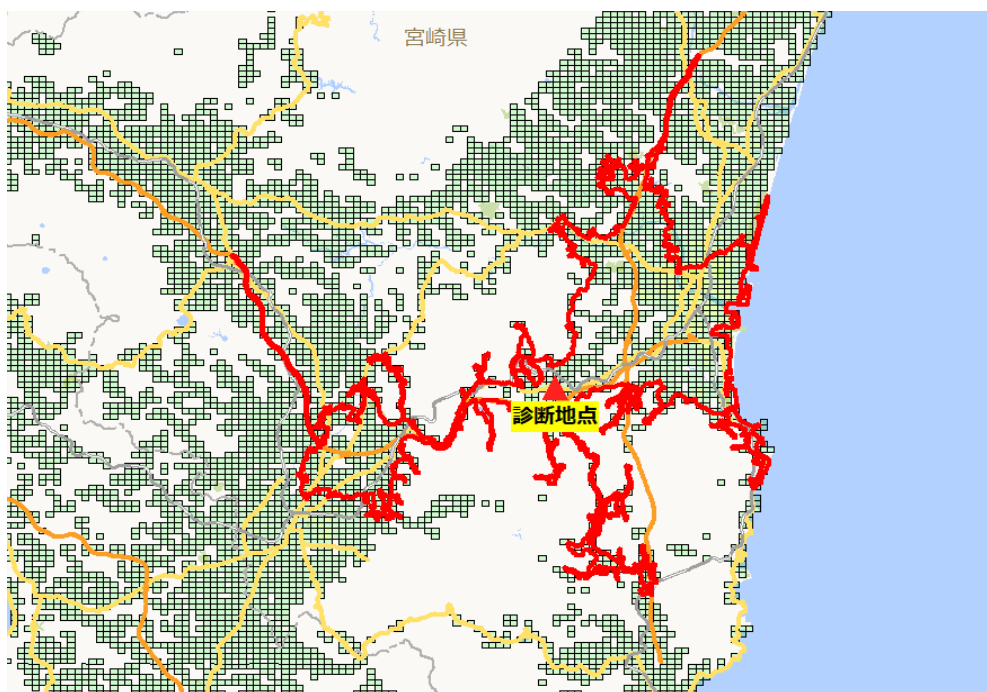
- 本施設は交通量が12,764台/日と比較的多い一般国道269号に面しており、総合的にみた場合の立地ポテンシャルは高いと評価される。
- 一方で、一般国道269号からの視認性は、用地は直線道路沿いではあるものの建物が奥まった場所にあるために手前の建物に隠れる形となるため見えづらいと判断される。
- また、施設周辺部に施設を明示する案内掲示等が少なく、入口のゲートの案内も劣化しているため、車両走行中に発見することは難しい。
- 数値面からみても、一般国道269号を走行する車両の立ち寄り率は約2.0%となっており、今後の施策によっては立ち寄り率を向上させることが可能と判断される。
- よって、リニューアルに当たっては建物の視認性の向上、周辺部への案内掲示等の設置、駐車場の拡張等により、立ち寄り率の向上、それを支える受け皿の確保を行っていく必要がある。



【図表 01. 施設の立地を巡る調査・分析コメント】

## 【商圈診断】

- 10分商圈の人口は10,721人と小規模であるが、30分商圈まで広めると宮崎市中心部まで該当し、商圈人口は319,754人まで増加するため、商圈ポテンシャルとしては十分に厚みのある商圈であると判断される。
- 商圈全体として、15~64歳人口の割合が1番多く、平均すると約60%となり比較的ボリュームも多い。
- また購買力のある年収500万円以上の世帯構成比は各商圈に約25~30%の構成比と一定数存在していることが確認された。



■ 商圈別人口 基礎データ

	車10分商圈	車20分商圈	車30分商圈	車10分商圈	車20分商圈	車30分商圈
人口総数	10,721	90,677	319,754	100.0%	100.0%	100.0%
男性人口	5,055	42,612	150,265	47.2%	47.0%	47.0%
女性人口	5,666	48,066	169,489	52.8%	53.0%	53.0%
世帯数	4,204	38,930	141,614	-	-	-
■ 商圈別 年齢別人口データ						
人口 (15歳未満)	1,454	12,784	44,686	13.7%	14.3%	14.2%
人口 (15-64歳)	6,285	54,136	191,555	59.1%	60.7%	60.9%
人口 (65歳以上)	2,898	22,317	78,262	27.2%	25.0%	24.9%
■ 商圈別 年収別世帯数データ						
年収-200万未満 世帯数	1,012	9,771	36,844	24.2%	25.2%	26.1%
年収200-300万未満 世帯数	833	7,931	29,101	19.9%	20.4%	20.6%
年収300-400万未満 世帯数	642	6,183	22,379	15.3%	15.9%	15.8%
年収400-500万未満 世帯数	486	4,673	16,885	11.6%	12.0%	12.0%
年収500-700万未満 世帯数	585	5,209	18,550	14.0%	13.4%	13.1%
年収700-1000万未満 世帯数	380	3,244	11,353	9.1%	8.4%	8.0%
年収1000-1500万未満 世帯数	159	1,210	4,180	3.8%	3.1%	3.0%
年収1500万以上 世帯数	89	607	1,958	2.1%	1.6%	1.4%

【図表 02. 施設商圈 30分の広がりと人口分布】

## 【簡易需要予測】

- 簡易需要予測においては、現状の数値である集客 12.4 万人、売上 1.3 億円に対して  
 対面交通量からの予測 集客 24.2 万人、売上 2.4 億円  
 商圏人口からの予測 集客 26.8 万人、売上 2.7 億円  
 となり、両側面から 1.1 億円～1.3 億円の潜在的なポテンシャルが確認された。

	実際の各商圏における獲得可能売上 (上段：売上、下段：利用人数)	現状の各商圏売上 (上段：売上、下段：利用人数)	売上ギャップ (上段：売上、下段：利用人数)
<b>交通量試算</b> (対面交通量試算)	売上： 24,226万円 利用人数： 24.2万人	売上： 13,578万円 利用人数： 12.4万人	売上： 10,648万円 利用人数： 11.8万人
<b>商圏人口試算</b> (30分商圏までの 世帯数から試算)	売上： 26,796万円 利用人数： 26.8万人	売上： 13,578万円 利用人数： 12.4万人	売上： 13,318万円 利用人数： 14.4万人

【図表 03. 潜在需要と現状とのギャップ】

## 【今後の方向性】

- 今後の施設の展望としては下記の 3 シナリオが考えられる。
  - 1：道の駅化+駐車場・施設の拡張・リニューアル
  - 2：道の駅化+駐車場・施設のプチリニューアル
  - 3：道の駅化、駐車場・施設の拡張・リニューアル、共に行わない（施設の売却も検討）
- 潜在需要のできる限りの獲得を目指す一方で、新たな土地の調達は現実的ではないことから、3 シナリオの内、シナリオ 2 が最も現実的な落としどころになると考えられる。
- 道の駅化に向けては、道の駅田野との統合を検討していく必要がある。
- 統合を検討する際のポイントとしては、下記の 5 点が挙げられる。
  1. 客観的データの収集・提示
  2. 計画の策定
  3. 内部の合意形成
  4. 外部の合意形成
  5. 十分な時間の確保
- シナリオ 2 において、駐車場・施設のプチリニューアル以外の施策として下記の 4 点が挙げられる。
  - 1：漬物によるコンセプト精鋭化
  - 2：新商品・サービスの開発
  - 3：ハードの情報発信機能強化（道路内意思表示看板の設置・視認性向上のためのツールの工夫）
  - 4：ソフトの情報発信機能強化（SNS 等のデジタル空間における情報発信）

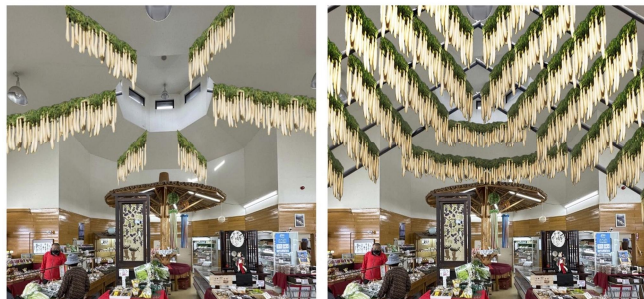
	【シナリオ1】 道の駅+駐車場・施設の拡張・リニューアル	【シナリオ2】 道の駅+駐車場・施設のプロリニューアル	【シナリオ3】 道の駅、駐車場・施設の拡張・リニューアル、共に行わない（施設の売却も検討）
概要	・現在の道の駅認定を田野物産センターに移転し、さらに道の駅にふさわしい面積規模に拡大し、収益最大化を図るシナリオ	・面積規模の拡大は行わないものの、現在の道の駅認定を田野物産センターに移転すると共に、駐車場・施設のプロリニューアルを行うことで収益拡大を図るシナリオ	・面積規模の拡大や道の駅認定を行わず、最小限の施策を行い、収益拡大を図るシナリオ
ハード施策	・駐車場の拡張 ・施設の拡張・リニューアル ・視認性向上のためのツールの工夫 ・道の駅内必須要素整備（トイレ、情報発信等） ・道の駅外必須要素整備（標識等）	・駐車場・施設のプロリニューアル ・視認性向上のためのツールの工夫 ・道の駅内必須要素整備（トイレ、情報発信等） ・道の駅外必須要素整備（標識等）	・視認性向上のためのツールの工夫
ソフト施策	・SNS等のデジタル空間における情報発信 ・飲食店舗の開発 ・新商品・サービスの開発	・SNS等のデジタル空間における情報発信 ・新商品・サービスの開発	・SNS等のデジタル空間における情報発信 ・新商品・サービスの開発
メリット	【集客】 ・全ての施策を実施できるため、集客を最大化できる 【売上】 ・集客を最大化できるため、売り上げも最大化する（売上：約2億6800万円） 【道の駅による機会獲得】 ・道の駅として、地域に独自の貢献ができる ・道の駅としてのブランド力も活用することができる	【集客】 ・道の駅+プロリニューアルにより、集客の増加ができる 【売上】 ・集客を増加できるため、売り上げも増加する（売上：約2億円） 【道の駅による機会獲得】 ・道の駅として、地域に独自の貢献ができる ・道の駅としてのブランド力も活用することができる	【集客】 ・ハード施策、ソフト施策により、集客の増加ができる 【売上】 ・集客を増加できるため、売り上げも増加する（売上：約1億4000万円）
デメリット	【費用コスト】 ・駐車場の拡張、施設の拡張・リニューアルに伴うため、その分費用コストがかかる 【期間コスト】 ・駐車場の拡張、施設の拡張・リニューアルに伴うため、その分期間コストがかかる	【費用コスト】 ・駐車場、施設のプロリニューアルに伴うため、その分費用コストがかかる 【期間コスト】 ・駐車場、施設のプロリニューアルに伴うため、その分期間コストがかかる	【道の駅しないことによる機会損失】 ・道の駅として、地域に独自の貢献ができなくなる ・道の駅としてのブランド力も活用できなくなる
課題	【土地の取得】 ・駐車場、施設の拡張のために新たな用地が必要となる 【財源の調達】 ・駐車場の拡張、施設の拡張・リニューアルのための財源を確保する必要がある 【道の駅化手続き】 ・道の駅としての要件を満たすための手続きが必要となる	【財源の調達】 ・プロリニューアルのための財源を確保する必要がある 【道の駅化手続き】 ・道の駅としての要件を満たすための手続きが必要となる	【運営主体の探索】 ・施設の売却を行う場合、運営主体を探索する必要がある 【道の駅田野の機能の検討】 ・道の駅田野の機能をどのようにして維持するか、喪失させることも含めて検討する必要がある

【図表 04. 今後の方向性3パターン 一覧表】

建物外側



建物内部



【図表 05. 施策提案例 駐車場・施設のプロリニューアル】