

宮崎市 城の駅佐土原いろは館 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、宮崎市城の駅佐土原いろは館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約6千万円～7千万円存在すると考えられる。
- よって、今後は提案された3つの方向性と2つの実行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】

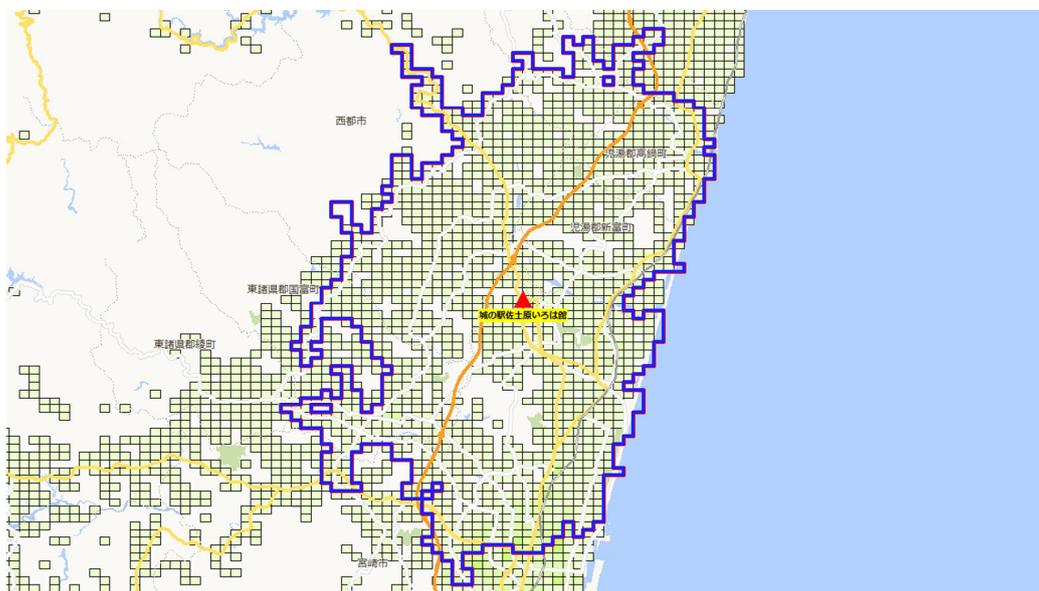
- 本施設は旧国道219号に面しており、利用者は地域住民や近接している佐土原歴史資料館をめがけてくる観光客に利用されている。立地条件は地域住民にとっては優れているが、周辺や遠方からの観光客にとっては分かりづらい立地である。
- 交通量は旧国道の割には少なく、上下線合計で日量6,958台となっており、一般の道の駅に必要な交通量10,000台を下回っている。
- 車速は時速30.6km～40.3kmと基準速度内に収まっており、施設への侵入に際しては車速上の障害はない。
- ただし、宮崎市方面が西都市方面に比べて視認性が悪い。



【図表 01. 施設の立地を巡る調査・分析コメント】

【商圈診断】

- 商圈は宮崎市と西都市に囲まれ、施設を中心に厚みのある商圈人口を抱える一方、直売所、道の駅等の類似施設が商圈内に多数存在している状況である。
- 10分商圈の人口 24,448 人に対して、30分商圈まで広めると 264,576 人にまで人口が増加する。
- 今後、より多くの需要を集めるためには、地元の 10分商圈を開拓するよりも、旧国道 219 号沿いである良好なアクセス機会を活用し、利用する近隣～遠方観光客が含まれる 20分商圈以上を開拓していく必要がある。
- 商圈全体として、全国平均よりも働く世代の割合が高齢者の割合と比較して多い。
- 商圈全体として、年収 400 万円未満の割合が約 60%あり、豊富な人口に対して年収が低い世帯が多く、遠方からの観光客を取り込むための施策が今後必要であると考えられる。



■ 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	24,448	106,377	264,576	100.0%	100.0%	100.0%
男性人口	11,588	50,342	123,837	47.4%	47.3%	46.8%
女性人口	12,860	56,035	140,739	52.6%	52.7%	53.2%
世帯数	9,252	40,527	108,218	-	-	-
■ 商圈別 年齢別人口データ						
人口 (15歳未満)	3,441	15,080	37,336	14.1%	14.2%	14.2%
人口 (15-64歳)	13,578	59,297	151,409	55.7%	56.0%	57.7%
人口 (65歳以上)	7,341	31,593	73,454	30.1%	29.8%	28.0%
■ 商圈別 年収別世帯数データ						
年収-200万未満 世帯数	2,574	11,510	30,577	27.9%	28.5%	28.4%
年収200-300万未満 世帯数	1,952	8,633	23,202	21.2%	21.4%	21.5%
年収300-400万未満 世帯数	1,495	6,486	17,172	16.2%	16.1%	15.9%
年収400-500万未満 世帯数	1,011	4,452	11,675	11.0%	11.0%	10.8%
年収500-700万未満 世帯数	1,160	4,958	13,705	12.6%	12.3%	12.7%
年収700-1000万未満 世帯数	730	3,003	8,013	7.9%	7.4%	7.4%
年収1000-1500万未満 世帯数	216	952	2,513	2.3%	2.4%	2.3%
年収1500万以上 世帯数	90	357	983	1.0%	0.9%	0.9%

【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 6.1 万人、売上約 4.5 千万円に対して
対面交通量からの予測 集客 13.2 万人、売上 約 1 億 6 百万円
商圈人口からの予測 集客 12.1 万人、売上 約 1 億 1 千万円
となり、両側面から約 6 千万円～7 千万円の潜在的なポテンシャルが確認された。

	実際の各商圈における獲得可能売上 (上段：売上、下段：利用人数)	現状の各商圈売上 (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)
交通量試算 (対面交通量試算)	売上： 10,565 万円 利用人数： 13.2 万人	売上： 4,490 万円 利用人数： 6.1 万人	= 売上： 6,075 万円 利用人数： 7.1 万人
商圈人口試算 (30分商圈までの世帯数から試算)	売上： 11,322 万円 利用人数： 12.1 万人	売上： 4,490 万円 利用人数： 6.1 万人	= 売上： 6,832 万円 利用人数： 6.0 万人

【図表 03. 潜在需要と現状とのギャップ】

【今後の方向性】

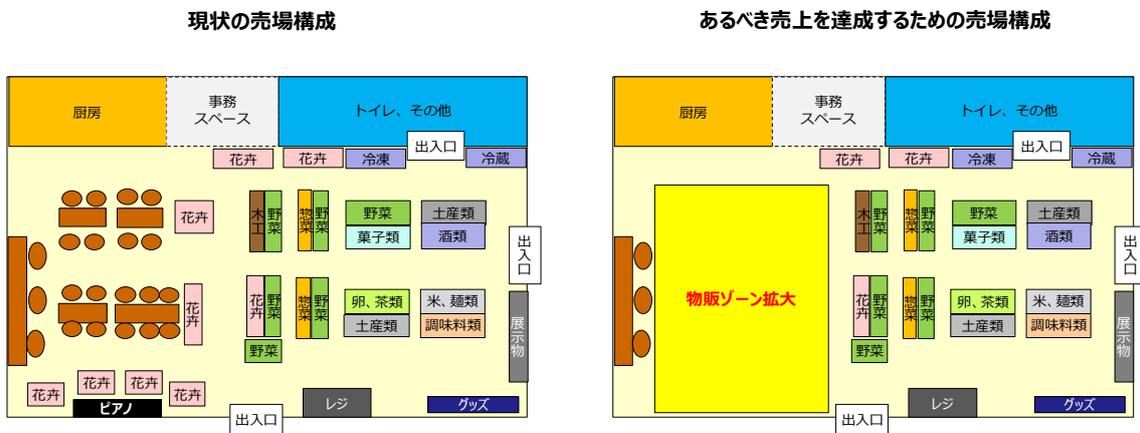
- 今後、潜在的な需要を獲得するために必要な施策は以下の 3 つに大別される。
- まず、現状の運営組織の改編・強化を行い、外部アドバイザーによる施設長を含めた現場サポートを行う必要がある。
- 次に、施設ゾーニングと品揃えの改善を行い、今取り逃している需要を獲得する必要がある。
- そして、取り逃している需要として、近隣・遠方観光の集客を獲得できる名物単品・サービスの開発を行う必要がある。
- 以上の必要な施策を実行するためには、現在の指定管理者による経営改善が必須となる。しかしながら、現在の運営手法を続けるのであれば経営改善が難しい状況にある。このまま経営改善が見られなければ、施設の抜本的対策を検討する（施設の廃止検討も視野に入る）ことにもなり得る。
- その事態を避け、施設の経営改善を果たすために、2 つのシナリオ案を提案する。シナリオ 1 はプロポーザルの活性化を図ること、シナリオ 2 は現在の指定管理者を継続することである。
- まずシナリオ 1 を実行し、それが難しい場合はシナリオ 2 を実行する。いずれのシナリオになった場合でも、経営改善に取り組み、潜在的な需要を獲得するために必要な施策に取り組めるようにしていく。
- シナリオ 1 においては、令和 5 年度に既に予定されている指定管理者選定スケジュー

ールの前に、指定管理に興味がある事業者にはアヒアリングを実施し、仕様書の見直しに取り組みることが重要である。アヒアリングは、施設の運営管理の参加意欲や指定管理者を公募する際に希望する諸条件等について何うことはもちろんのこと、指定管理候補者が現れなかった場合に実施する仕様書の見直しに必要な情報（リニューアルにあたっての運営コンセプトやイメージ、ゾーニングの工夫、配置計画等のアイデア、施設の交流人口、集客力の増加につながるアイデアや、施設を活用した周辺地域振興のアイデア等）を集めることを目的に実施する。

- シナリオ2においては、本来あるべき売上・売場構成の実現に向けて、売場のゾーニングを変更し、物販ゾーンを拡大する。また、調理場を活用した名物単品等新商品開発を活性化し、売れる商品をより多く売る売場にする。

	シナリオ1 プロポーザルの活性化を図る	シナリオ2 現在の指定管理者を継続する
前提条件	<ul style="list-style-type: none"> 令和5年度から開始。 指定管理者募集を活性化させ、シナリオ2を回避するために実施する。 	<ul style="list-style-type: none"> 令和5年度 指定管理者募集の結果で決定。 指定管理者に変更がない場合に実施し、評価低下を防ぐ。 施設の廃止検討を回避するために実施。
ソフト施策	<ul style="list-style-type: none"> 売場づくり（イトインスペースを売場へ拡張） SNS等のデジタル空間における情報発信 地域資源を活用した新商品、新サービスの開発 	<ul style="list-style-type: none"> 経営層及び現場スタッフの育成 売場づくり（イトインスペースを売場へ拡張） SNS等のデジタル空間における情報発信 地域資源を活用した新サービス、新商品の開発
メリット	<ul style="list-style-type: none"> 【集客】 新たな管理運営者によって、集客の改善、増加が期待できる 【売上】 集客の増加が期待できるため、売上も上げられる 【管理運営者による機会獲得】 新たな視点や切り口で、地域に貢献する取組が可能になる 	<ul style="list-style-type: none"> 【集客】 現在の指定管理者による運営のため、大幅な減少は避けられると見込まれる 【売上】 現在の指定管理者による経営改善次第だが、大幅な減少は避けられると見込まれる 【管理運営者による機会獲得】 既に地域との関係性の構築は出来ている
デメリット	<ul style="list-style-type: none"> 【費用コスト】 採算が取れるまで、指定管理料が発生する可能性はある 【期間コスト】 プロポーザルを実施する期間に発生する 【その他】 地域間のハレーションが発生する 	<ul style="list-style-type: none"> 【費用コスト】 今後も指定管理料が発生し続ける可能性が高い 【期間コスト】 直ぐに指定管理者を変えられない 【その他】 売上の増加が見込まれない可能性が高い 集客の増加が見込まれない可能性が高い
課題	<ul style="list-style-type: none"> 【既存指定管理者との関係性】 プロポーザル活性化の動きによって、関係性が悪化する可能性がある 【名称の変更】 目的化する上でより魅力的な名称が必要となる 【その他】 応募が無い可能性がある 	<ul style="list-style-type: none"> 【人員の調達】 経営ノウハウや商品開発、売場づくりのスキルを持った人材が必要となる 【財源の調達】 指定管理料に頼らない経営体質にしていく必要がある 【名称の変更】 目的化する上でより魅力的な名称が必要となる

【図表 04. 施策提案 シナリオ2案について 一覧表】



【図表 05. 施策提案例 売場づくり（イトインスペースを売場へ拡張）】