宮崎市交流プラザきよたけ 四季の夢 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、交流プラザきよたけ四季の夢の潜在的な需要を立地、商圏の各条件を調査・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った。
- 調査・分析の結果、後述の立地診断、商圏診断、簡易需要予測で示される通り、潜在的需要と現状とのギャップは約5.6~7.8 千万円以上存在すると考えられる。
- よって、今回提案する3つの方針をもとに具体的な計画を策定・実施することで、 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】

- 本施設の対面交通量は 24 時間自動車類交通量上下合計で 6,183 台であり、一般の道の駅・直売所に必要な交通量 10,000 台を下回っているため、十分とは言えない。
- ただし、清武総合支所内にあるという立地を活かし、行政利用者・文化施設利用者 の取り込みに成功しており、現段階での影響は限定的であると考えられる。(道路利 用者の立ち寄り率は5.3%に達する)
- 一方、地域密着型であるがゆえに看板の少なさ、名称から直売所を連想することが 難しい点、視認性が低い点などの課題は手つかずであり、十分に改善可能である。









【図表 01. 施設の立地を巡る調査・分析コメント】

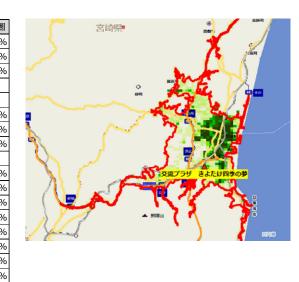
【商圏診断】

■ 当施設から 10 分商圏の人口は約 2.6 万人と多く、20 分商圏では約 16.8 万人に達し、30 分商圏まで広めると約 31.8 万人まで増加する非常に厚みがある商圏となっており、ポテンシャルは高いと判断できる。

- 商圏自体の厚みは一般的な道の駅・直売所以上であり、地域密着型の利点を活かし 10分、20分商圏からしっかり需要を取り込むことが重要である。
- 交流プラザきよたけ四季の夢が地域密着型の直売所であることを鑑みると、さらに 近隣の住民の取り込みが可能なため、商圏ポテンシャル以上の集客を見込むことが できると考えられる。

	車10分商圏	車20分商圏	車30分商圏	車10分商圏	車20分商圏	車30分商圏
人口総数	26,062	167,950	318,235	100.0%	100.0%	100.0%
男性人口	12,720	79,965	150,238	48.8%	47.6%	47.2%
女性人口	13,342	87,985	167,997	51.2%	52.4%	52.8%
世帯数	12,178	79,428	150,367	-	-	-
■商圏別 年齢別人口データ						
人口(15歳未満)	3,656	22,006	41,877	14.0%	13.1%	13.2%
人口(15-64歳)	15,819	96,006	180,707	60.7%	57.2%	56.8%
人口(65歳以上)	6,587	49,938	95,651	25.3%	29.7%	30.1%
■商圏別 年収別世帯数データ						
年収-200万未満 世帯数	1,090	7,428	13,798	9.0%	9.4%	9.2%
年収200-300万未満 世帯数	1,851	12,654	23,864	15.2%	15.9%	15.9%
年収300-400万未満 世帯数	2,398	16,106	30,394	19.7%	20.3%	20.2%
年収400-500万未満 世帯数	1,873	12,529	23,685	15.4%	15.8%	15.8%
年収500-700万未満 世帯数	1,432	9,488	18,024	11.8%	11.9%	12.0%
年収700-1000万未満 世帯数	1,551	10,365	19,719	12.7%	13.0%	13.1%
年収1000-1500万未満 世帯数	968	6,421	12,304	7.9%	8.1%	8.2%
年収1500万以上 世帯数	1,015	4,437	8,579	8.3%	5.6%	5.7%

利用人数: 20.6万人



【図表 02. 施設商圏 30 分の広がりと人口分布】

【簡易需要予測】

世帯数から試算)

■ 簡易需要予測においては、現状の数値である集客 14.5 万人、売上 1.4 億円に対して 集客 20.5 万人、壳上 2.0 億円 対面交通量からの予測

集客 20.6 万人、売上 2.2 億円 商圏人口からの予測

となり、両側面から約2.1億円~約2.3億円の潜在的なポテンシャルが確認された。

現状の各商圏売上 (上段:売上、下段:利用人数) 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) 売上ギャップ (上段:売上、下段:利用人数) 5,654_{万円} 売上: 20,537₅₇₉ 14,883_{万円} = 交通量試算 売上: 売上: (対面交通量試算) 利用人数:6.0万人 利用人数: 20.5万人 利用人数: 14.5万人 7,8195円 商圏人口試算 売上: 22,702_{万円} 14,883_{万円} = 売上: 売上: (30分商圏までの 利用人数:6.1万人

【図表 03. 潜在需要と現状とのギャップ】

利用人数: 14.5万人

【今後の方向性】

- 現在は安定した経営状態ではあるものの、今後 10 年を見据えた場合には、人口減少による顧客数の減少、さらに出荷者数の減少に直面する可能性が高い。
- よって、今後の当施設の展望としては、下記の3つの施策を実施することが必要だと考えられる。
- 1: 出荷者確保を含めた運営組織の強化
- 2:新規顧客層へのアプローチの実施
- 3:地域資源を意識した新たな名物単品・サービスの開発
- 施策1においては、まず株式会社四季の夢の運営を強化するため、今後の10年程度の経営計画を策定するとともに、計画を実行するための人材の確保・スキルアップ、さらに、いずれかの段階において出荷者を毎年10名ほど清武地区から他地区にも広げる施策(ただし、手数料率で差別化を行う等の条件が必要)が必要になると考えられる。

項目	アクションプラン
町内出荷者へのアクション	・説明会及び通知書において、2024年度からの町外出荷者の積極的な誘致を行う事の周知を行う。 ・町外出荷者との手数料、品目、出荷者数の調整及び説明を行う。 ・既存の町内出荷者への出荷量・生産計画についてのアンケート調査を行う
町外出荷者へのア クション	・説明会及び通知書において、2024年度からの町外出荷者の積極的な誘致を行う事の周知を行う。 ・町内出荷者との手数料、品目、出荷者数の調整及び説明を行う。 ・町外の出荷者への周知の為、SNS投稿などで認知度向上を目指す。

【図表 04. 年間 10 名町外から増加の為のアクションプラン】

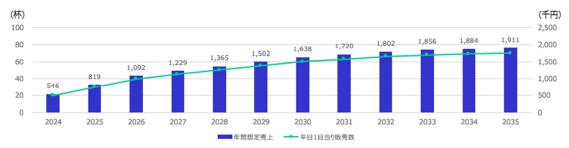
- 施策2においては、認知度・立ち寄り率の向上を図るための販促促進に取り組むことが望ましい。
- 現在の施設は清武総合支所敷地内という立地を活かし、庁舎や文化施設の利用者からの立ち寄りを多く獲得している。
- 一方で、今後は地域内の人口減少や清武総合支所の役割の縮小(もしくは一部移転) が進むことによって、従来の顧客層が小さくなる可能性が高い。
- よって、地域内外に向けてのアプローチを強化し新たな客層を獲得する必要がある。 具体的な施策としては、直売所であると認識できる看板や施設表示への更新、HP や SNS 等を活用した地域内外への情報発信の強化、さらに新たな客層が集まりや すいイベントの企画・実施等が挙げられる。





【図表 05. 施設外観におけるのぼり看板設置案】

- 施策3においては、名物単品商品の売上を向上させる為に、10月から4月にかけて の期間限定で現在の単品となる味噌汁販売の強化を行うことが望ましい。
- 現段階での最大日販が50杯(6500円分)となっているため、当初は50杯/日を目指し、その後2035年度に70杯/日を達成した場合、年間約191.1万円の売上となる。(5月~9月の販売期間外を除いて算出)
- 加えて、店内での味噌汁販売の周知の為に POP の設置を行い、レンジの使用・飲食 スペースが利用可能である事を案内し、購入意欲を促す必要がある。
- また、HPでの販売商品の周知を行い新規顧客へのアプローチとして挙げられる。
- 日々のスタッフブログ、お知らせ、イベント欄を随時更新し情報の鮮度を保つとともに、担当者・投稿内容を事前に決定するなどの仕組みを固定し継続的に行う事が望ましい。



■味噌汁年間 販売計画										位:個·干円		
	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	2035
平日1日当り販売数	20	30	40	45	50	55	60	63	66	68	69	70
月間販売数	600	900	1,200	1,350	1,500	1,650	1,800	1,890	1,980	2,040	2,070	2,100
年間販売数	4,200	6,300	8,400	9,450	10,500	11,550	12,600	13,230	13,860	14,280	14,490	14,700
年間想定売上	546	819	1,092	1,229	1,365	1,502	1,638	1,720	1,802	1,856	1,884	1,911

【図表 06. 味噌汁販売における目標販売個数と売上(10 月~4 月の限定販売)】