

様式第7号(第7条関係)

公の施設事業報告書

令和2年5月31日

下妻市長 様

所在地 茨城県下妻市数須140番地
名称 株式会社ふれあひ下妻
代表者氏名 菊池 博
電話番号 0296-30-5294

下妻市公の施設に係る指定管理者の指定手続き等に関する条例第11条の規定により、次のとおり令和元年度事業報告書を提出します。

- 1 公の施設の名称
道の駅しもつま
- 2 管理業務の実施状況
別紙参照願います。
- 3 利用状況及び利用拒否等の件数・理由
別紙参照願います。
- 4 使用料又は利用料金の収入実態
別紙参照願います。
- 5 管理経費の収支状況
別紙参照願います。
- 6 その他

2. 管理業務の実施状況

株式会社ふれあい下妻の運営がこれまでの2事業所体制での運営から1事業所「道の駅」のみの運営に切り替わったこともあり、今年度を飛躍の年とするため、施設内イベントの見直し及び販売強化、施設外で開催されるイベントへの積極的な出店、宣伝広告の見直し（効果的なPR）、近隣類似施設の進出を見据えた営業戦略の実践等、施設運営の改革を実施しました。

8月にはテレビ放送や週刊誌等のメディアに当駅が取り上げられました。テレビ放送としては、1回目は「下妻産特産品の梨と梨加工品」の紹介、2回目は当駅の納豆工場で製造した「黒豆の塩切納豆」がお勧め商品として紹介され、テレビ放映、週刊誌掲載直後から「黒豆の塩切納豆」が話題となり、納豆を求めて来駅されるお客様で賑わいました。

また、下妻地ビールの販売権をビアスパークから道の駅に移行させたことにより、ビールの収益も当施設の売上に加えることができるようになりました。

さらに、下妻市からの「下妻市ふるさと納税返礼品・お節料理」の要望にも応え、販売致しました。その他にも様々な施設内での新規イベント開催や施設外で開催されるイベントへの積極的な出店、下妻市からの要望やお客様の声を反映させた施設運営など、お客様に毎月楽しんでいただける店づくりや話題の提供を心掛けて運営してまいりました。

従業員の教育につきましても「おもてなしの強化」として「挨拶の徹底」、「親切・丁寧な道の駅」を目指し、試食・試飲による販売強化や実演販売などを行い、お客様とのコミュニケーションを取りながら、リピーター確保に努めました。

本年は当社にとって「改革の年」であり、従業員同士の連携、女性視点、協調性も高まりチーム一丸となった結果だと感じております。令和元年9月と10月の台風直撃の影響や年が明けてからの新型コロナウイルス感染症の問題が無ければ更に利用者数、売上高も良い成績になったと思います。

売上高は 655,596 千円(前年比 18,201 千円増加・前年度対比 2.9%増)

《農産物直売コーナー》

利用者数は、前年度からマイナス7,618人と3.1%の減となりましたが、売上高は11万円減程度に留めることができました。売上高については、野菜等のまとめ買いや果物販売等が好調であったこともあり、昨年と同等の売上を維持する事ができました。

〔農産物直売コーナーの売上維持の8つの要因〕

(1) 下妻市出荷組合の新鮮野菜は、リピーターも多く「鮮度・味・低価格」が人気とな

っております。

- (2) 下妻産の梨、ぶどう、小玉スイカ、メロン等の販売強化を実施しました。
- (3) 令和元年 8 月に茨城県提供テレビ番組「カミナリのたくみにまなぶ」で、下妻産梨と梨加工品(梨ミルクアイス・梨ジャム)が取上げられたこともあり、放映直後から集客及び売上が好調となりました。
- (4) 銚田市より仕入れる茨城特産品メロンの買付けの一回の仕入数を増やし、チャンスロスが無いよう心掛けました。
- (5) イベントでは「野菜や生卵の詰め放題」・「お米のすくい取り」などお客様参加型のイベントが好評で集客力も高く、「下妻産コシヒカリ」の試食販売や「農産品福袋」の販売などもお客様が商品を手にとっていただくきっかけとなりました。その他にも食肉や卵の特売は、毎回お客様から大変好評をいただいている企画となっております。
- (6) お客様からの声を反映させ、ショッピングカートを 30 台導入し、お客様に買い物がしやすい環境作りをしました。
- (7) 店内の雰囲気づくりとして、大型プリンター購入し自作ポスターを制作して、商品案内やイベント告知をするなど店内の活性化に取り組みました。
- (8) 活性ある店づくりとして、従業員の声出しや館内放送による商品の紹介、ポップ等を活用した商品の説明などで、お客様の購買意欲を高めるよう工夫しました。

売上高は 283,695 千円(前年比 110 千円減・前年比 0.03%減)

《特産&コンビニコーナー》

商品棚に置く商品は、前年の商品販売数(データ)を踏まえた品揃えと試食・試飲による販売強化や新商品入替を小まめに実施することで、お客様を飽きさせない店舗づくりを心掛けました。

観光に関連した国道 294 号の車の流れに変化があり、お土産品の販売が伸びず苦戦しましたが、家庭での「食事のもう一品」の提供としての漬物販売の強化や晩酌のおつまみになるクリームチーズ販売、季節商品の試食・試飲による販売促進を実施しました。

また、今年度から下妻地ビールの売上也計上できることとなり、売上高は前年を上回ることができました。

【特産&コンビニコーナーの主な売上維持の 4 つの要因】

- (1) イベントスペースを有効活用して、土日に加え、平日の試食・試飲による販売の強化をしてきたことが実を結び、毎日の小さな売上の積み重ねが結果として大きな収益となりました。
- また、従業員同士で売れる喜びの共有ができたことは、チーム力アップとなり良い

結果となりました。特に「漬物市」は漬物種類 15 品をご飯と一緒に試食を提供した販売方法は、お客様から大変好評をいただき、漬物やお米の販売にも大きく貢献しました。

- (2) 試食・試飲による販売や陳列の工夫により、お客様から高評価をいただいた商品としては、甘酒、昆布出汁、クリームチーズ味噌漬け、豆乳マヨ、桑茶、緑茶、干し芋などが挙げられます。
- (3) 施設外で開催されたイベントにも「道の駅しもつま」として出店できたことにより、地ビール樽の売上等が計上できるようになりました。出店した主なイベントとしては、ロックインジャパン・祭りつくば・目黒秋刀魚祭り・つくばビアフェス他
- (4) 商品棚に置く商品は、前年の商品販売数（データ）を踏まえた品揃えを心掛け、売り場づくりをしました。

売上高は 142,567 千円(前年比 837 千円増・前年比 0.6%増)

《お食事処しもん亭》

上半期は、テント販売を再開して売上を伸ばし、新たな取り組みとしては、一年を通して弁当、総菜類の販売に力を入れ、年末には、下妻市ふるさと納税返礼品「お節料理」の予約販売も実施し、売上増に繋がりました。

[お食事処しもん亭売上増加の主な 4 つの要因]

- (1) 上半期はスタッフ人数が揃い、土日のテント販売を再開し、弁当・総菜・豚串の販売が好調となりました。
- (2) 一年を通して弁当販売に力を注ぎました。バリエーションを充実させるためにボリューム感のある肉系の弁当や女性や高齢者が好むヘルシーな弁当も取り揃えたことで、弁当や総菜類が人気商品となりました。
- (3) 新たな取り組みとして、下妻市ふるさと納税返礼品としての「お節料理」の販売を実施しました。予約販売のためロスが無く、本年度は3段重（20,000円）が40個、1段重（10,000円）が86個販売できましたので、来年度の取組としましても「お節料理」の販売を強化したいと考えております。
- (4) もうひとつの新たな取り組みとして、直売コーナーで販売している紅プレミアム卵を使用した「出汁巻き玉子」の実演販売を実施しました。お客様に大変好評をいただき、新たな名物になる可能性を感じる商品となりました。他にも「出汁巻き玉子」を使用した弁当2種類、サンドイッチも好評となりました。

売上高は 49,308 千円(前年比 6,533 千円増・前年比 15.3%増)

《そば打ちめいじん亭》

上半期は売上が伸びず低迷しましたが、弁当販売に力を入れ12月から息を吹き返し前年比を若干上回ることができました。

[そば打ちめいじかん亭の主な売上維持・増加の5つの要因]

- (1) 利用者数の減少に伴い売上も低迷していたため、弁当販売に力を入れ、一日当たり1万円以上の収益を確保することができるようになりました。
- (2) 年越しそばの予約販売を前年度より200パック多く注文を受けました。
- (3) 出入口のディスプレイやサンプルを工夫し、お客様に注目してもらえるような店づくりをしました。
- (4) 新そば祭りのイベントでは、例年、テント販売にて「ミニかけそば」をお手頃な価格での試食販売をしてきましたが、本年度より新たに「もりそば」・「けんちんそば」もメニューに加えたところ、お客様に大変喜ばれました。既存イベントについては、マンネリ化を避けるため、随時見直していきたいと考えています。
- (5) 週末など中心に「一口かけそば」や「一口冷しぶっかけそば」を無料配布したところ、「生そばパック」の購入や店内で食事をされる方もおり、お客様の新規開拓に繋げることができました。

売上高は47,606千円(前年比233千円増・前年比0.5%増)

《ベーカリーしもんばん》

ベーカリー事業に参入し5年目となりました。常連のお客様も年々増えおり、過去最高となる年間売上高8,000万円を超える売上高となりました。

[ベーカリーしもんばんの売上増加の主な5つの要因]

- (1) 毎年実施される定期的イベントを2回から3回に増やして実施しました。
これまでは年2回、6月と2月に実施してきましたが、今年度は年3回、6月と11月と2月に実施しました。
- (2) 10月に軽減税率制度の開始に合わせ、パンの販売価格の見直しを実施しました。店内でお召し上がりやテイクアウトでもお客様への価格を変えずに販売しました。(レジ設定にて本体価格を調整し、2%の差額分を当社負担とさせていただきました。)
- (3) 外部販売の強化として、市役所市民ホール等でランチタイムにパン販売をすることができました。また、道の駅日立おさかなセンター等の他の道の駅でのイベントにも積極的に出店しました。
- (4) イベント開催時に工夫した点としましては、①割引券配布②試食販売の強化③ビジ

ネスチャンスとなる粗品提供④焼き立てパン提供⑤土日完売するサンドイッチの増産⑥新作パンの割引販売⑦お楽しみギフトボックス販売などが挙げられます。

- (5) 手作りスイーツフェアを定期的で開催しました。特に「下妻プレミアムプリン」は、試食後の売れ行きが良く、多い日には1日90個も販売できる日もあり、従業員が自信を持って、試食販売に取り組めることにも繋がりました。「下妻プレミアムプリン」は、ベーカリーの新しい顔として、お客様に受け入れられています。

売上高は 80,191 円(前年比 5,530 千円増・前年比 7.4%増)

《納豆工場「下妻納豆福よ来い」》

今年度は、当駅で製造販売する「黒豆の塩切り納豆」がテレビ番組等で取り上げられたため、大変恵まれた環境の中で販売数を着実に伸ばすことができた一年となりました。

[納豆売上増加の主な6つの要因]

- (1) 最大の売上増加要因は、当駅製造の「黒豆の塩切り納豆」がテレビ・雑誌に取上げられたことで話題となり、全国から電話でのお問合せや購入希望の方が来駅され、売上増加に繋がりました。
- 8月TBSテレビ・・・「メレンゲの気持ち」で「黒豆の塩切り納豆」の放映
8月週刊女性自身・・・「女優が選ぶ朝食」で「黒豆の塩切り納豆」が掲載
- (2) 新規販路拡大として、筑西市が7月に開業した「道の駅グランテラス筑西」及び茨城県のアンテナショップ「イバラキセンス」との取引を開始しました。特に「道の駅グランテラス筑西」は、県内最大級の道の駅として開業したばかりで、集客力も高く、以前より取引実績のある県西の道の駅(3駅)や埼玉県の道の駅(1駅)と比較しても群を抜いた販売数を確保できており、近隣の類似施設との連携による相乗効果も期待できることが新たな発見となりました。
- (3) 新型コロナウイルス感染症の流行により、納豆の免疫力アップ効果の報道を受け、各取引先で納豆が品薄状態となり、当社の納豆も売行きが好調となりました。
- (4) 毎年実施される定期的イベントを1回から3回に増やして実施しました。これまでは年1回、7月10日付近に実施してきましたが、今年度は年3回、7月と11月と2月に実施しました。
- (5) イベントとしては、納豆の福袋や納豆の詰め放題が予想以上にお客様から好評をいただき、人気企画として今後のイベントにおいても集客力が期待できるようになりました。
- (6) イベント開催時には、納豆購入者に「納豆割引券」を配布し、納豆のリピーター作りのための工夫をしました。

売上高は 41,339 千円(前年比 5,008 千円増・前年比 13.8%増)

《宝くじ売場・手数料》

年5回、ジャンボ宝くじが発売されます。当駅では、10月の台風直撃もあり「ハロウィンジャンボ宝くじ」の販売数を伸ばすことができませんでしたが「年末ジャンボ宝くじ」が好調となるほか、常連のお客様に支えられた一年となりました。

(宝くじ利益は手数料収入だけとなっております。)

手数料収入高は 5515 千円(前年比 150 千円減・前年比 2.7%減)

3. 利用状況及び利用拒否等の件数・理由

(1)店舗別の利用者数

店 舗 名	利 用 者 数
農産物直売コーナー	236,257 人
特産&コンビニコーナー	154,581 人
お食事処しもん亭	52,790 人
そば打ちめいじん亭	44,961 人
BAKERY しもんばん	113,430 人
宝くじ売場	48,379 人
研修室	172 人
その他	85,967 人
合計	736,537 人

(2)利用拒否等の件数

拒否件数 0 件

4. 使用料又は利用料金の収入実態

施 設 名	利 用 実 績
研修室	全体 14 件 172 名 (内有料 6 件 87 名)

5. 管理経費の収支状況

公の施設に係る収支状況報告書(平成31年4月1日～令和2年3月31日)

(単位：千円)

	科目	予算額	決算額	比率	
収入	道の販売上高	655,704	655,614	99.98%	
	収入合計 (A)	655,704	655,614	99.98%	
支出	売上原価 (B)	404,791	406,363	100.3%	
	販売費及び一般管理費 (C)	213,718	234,971	109.9%	
	販 売 費 及 び 一 般 管 理 費 内 訳	人件費	144,140	153,875	106.7%
		発送配達費	1,200	1,398	116.5%
		広告宣伝費・販売促進費	5,400	6,956	128.8%
		水道光熱費	16,500	17,034	103.2%
		備品・消耗品費	13,500	15,644	115.8%
		リース料	1,100	1,299	118.0%
		保険料	1,200	1,464	122.0%
		保守修繕費	4,000	6,667	166.6%
		租税公課	500	534	106.8%
		減価償却費	5,500	6,658	121.0%
		接待交際費	300	492	164.0%
		通信費	900	1,130	125.5%
		支払手数料	1,300	1,604	123.3%
		車輛修繕・燃料費	800	914	114.2%
		管理諸費	4,800	5,121	106.6%
		施設管理委託費	12,200	12,228	100.2%
		その他	378	1,953	516.6%
			支出合計(B)+(C)=(D)	618,509	641,334
収支		(A)-(D)=(E)	37,195	14,279	38.3%
営業外収益	(F)	5,300	9,031	170.3%	
営業外費用	(G)		△8,046		
経常利益	(E)+(F)-(G)	42,495	15,264	35.9%	
	【営業利益】				
	固定資産売却益		240		
特別利益合計					
	固定資産除却損		△30,802		
	法人税及び住民税		△205		
	当期純利益	42,495	△15,503		

6. その他

過去5年間の年度別売上高及び利用者数について

年度	売上高	利用者数	経常利益
平成27年度	531,055千円	565,663件	56,767千円
平成28年度	638,444千円	760,676件	46,983千円
平成29年度	643,789千円	757,141件	50,175千円
平成30年度	637,381千円	751,198件	53,557千円
平成31年度	655,596千円	736,537件	△15,503千円

※平成31年度の経常利益は、15,264,033円となっております。

[本年度、経常利益が減少した理由]

平成30年度に第2事業所の「ビアスパークしもつま」の指定管理期間が満了し、指定管理者としての管理運営から退いたため、「ビアスパークしもつま」において当社が設置した防犯カメラ等の固定資産の処分を固定資産除却損として処理する事にいたしました。また、昨年まで当社の総務部は「ビアスパークしもつま」に置き、人員が配置されていたため、総務部の人件費は「ビアスパークしもつま」の経費として計上していましたが、「ビアスパークしもつま」の指定管理から当社が退いたことから、「道の駅」の経費として、新たに負担することになったため、総額30,802,844円が売上高から差し引かれることになりました。これにより本年度の経常利益は△15,503,073円となっています。

《まとめ》

- ・売上を維持するにも大変な時代となっています。令和元年度は店内イベントを積極的に実施したほか、施設外で開催されるイベントにも積極的に出店しました。また、店内では積極的に試食・試飲による販売を実施し、お客様とのコミュニケーション作りにも努めました。

この経験により従業員も売れる喜びを感じる事が出来たことは、大きな成長だと確信しています。その他にも「挨拶の徹底」や「お客様から感じの良いお店だね」とお客様に評価されるよう、「お客様への目配り、気配り、心配り」等を常に心がけ実践しています。

当駅は開業後21年が経過し、新しく出来た類似施設に比べますと規模も設備も違いますが「商品が輝き、従業員も輝く職場作り」を目指し、改革を続けてきた成果として、売上高が655,596千円となっています。

今年度は新型コロナウイルス感染症の問題もあり、集客性のある「特売」や「店内イベント」は自粛をせざるを得ない状況下であり、施設外で開催予定のイベントも多くが中止となり4月、5月の売上は低迷しておりますが、この状況を打開する新たな取り組み

みとして、社内に営業戦略室を新設し、営業面の強化を図り、納豆の新商品開発や物販のインターネット販売の強化、売れる売場づくり等、これまで着手できなかった営業部門にも力を入れ、年間売上高6億円を目指します。

[売上増加及び経営の安定化を図るために下記の内容の実践を心掛けます。]

- (1) 新型コロナウイルス感染自粛解除後、市民の利用を高める「生活応援フェア」を企画開催いたします。
- (2) 納豆を中心とした新商品開発を計画いたします。
- (3) 積極的に営業セールス活動を実施いたします。
- (4) 売れる売場作りとして陳列に工夫いたします。
- (5) 情報収集、ネット販売も積極的に実施いたします。
- (6) 昨年同様、「商品が輝き、従業員も輝く職場作り」に努め、「お客様に来て良かった」と評価されるよう、従業員一丸となって精進して参ります。