

大河内地区活性化計画 改善計画書

平成27年 8月17日作成

都道府県名	計画主体名	地区名	計画期間	実施期間
静岡県	静岡県・静岡市	大河内地区	平成21～23年度	平成21年度
事業メニュー名	事業内容及び事業量		事業実施主体	
農林水産物直売・ 食材提供供給施設	農林水産物直売・飲食提供施設整備 1棟（185.45㎡）		真富士の里運営委員会	

1 事業活用活性化計画目標の達成状況

事業活用活性化計画目標	目標値A	実績値B	達成率（%） B/A	備考
地域農産物の販売額の増加	7.10%	2.40%	33.80%	

2 目標が達成されなかった要因

平成23年に静岡市から身延町へと抜ける林道豊岡梅ヶ島線が崩落し、通行不可能になったことにより、施設が面している県道29号線の交通量は減少し、それに伴い施設の利用者も減少した。さらに平成25年度駐車場敷地内にある公衆トイレの建替えにより、7月から3月までの駐車場利用台数が制限されたことも交流人口の減少につながっている。工事が終了した平成26年度の利用者数は平成24年度以上に回復したが、消費税の増税から購買意欲が低下したことにより、客単価は減少し、目標額に達しなかった。

当施設は市街地と観光地である梅ヶ島との中間点に所在し、その通過客に頼った運営となっているため、季節ごとの来客数及び販売額の差が大きく出ている。閑散期の誘客を目的とし、Facebookでの情報発信を始めたが、更新頻度は低く、情報を発信して客を呼ぶ取組が弱い。また、販売する商品、食堂のメニューにおいては他の施設との差別化ができていないため、近隣の施設と当施設で客が分散してしまっている。

以上が目標達成できなかった要因であると考えられる。

3 目標達成に向けた方策

目標達成年度	平成29年度
事業の推進体制	<p>事業実施主体(真富士の里運営委員会)を中心とし、県及び市が連携して、専門家の派遣等を実施することにより、販売戦略を構築し、地域ぐるみで販売促進を実施していく。</p>
具体的取組方策	<p>○新規客の集客と既存客の来店頻度増加の取組</p> <p>新規客の来店頻度を向上させる取組を実施する。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・イベントを定期的を開催する。特に、来客の減る冬のイベントを増やす。 ・そば打ちやこんにやく作りなどの食体験イベントを実施する。 ・ブログ、SNSなど情報発信に努め、当地域を目的にくる人(ファン)を増やす。 ・平野地区の資源(自然、建築物、史跡等)を外部の人に評価してもらい、資源を活用したウォーキングコースを設定する。 ・地域の食文化や食材から、「この施設ならではの」という販売商品及び食堂メニューを開発する(芋もち等)。 ・街中イベントに出店し、真富士の里の知名度をアップする。 あわせて既存客の再訪意欲を向上させる取組を実施する。 ・どの季節に何が販売されているかが一目でわかる「販売物カレンダー」を作成し、客に配布する。 <p>○買い上げ点数の増加</p> <ul style="list-style-type: none"> ・店内POPにて販売している野菜のおすすめの食べ方を一言メモで紹介し、客の購買意欲の向上を図る。 ・そばの売り切れを防ぐため製麺機を導入するとともに、お土産用の麺を販売する。 <p>○商品単価の引き上げ</p> <ul style="list-style-type: none"> ・他店より極端に安い商品(ソフトクリーム等)については、適切な価格に引き上げる。 ・お土産用やギフト用などのセット商品を販売する。 <p>○新規従業員の確保</p>

	<ul style="list-style-type: none"> ・高齡化が進んでいる現在の従業員が苦手とする、ブログ・SNSなどの情報発信、POPの作成、イベントの出店、パソコンを使用する事務等の役割を担う、田舎暮らしやまちおこしに興味のある若い従業員を雇用する。 <p>○達成状況の確認</p> <ul style="list-style-type: none"> ・四半期ごとに上記取組及び目標値についての達成状況の確認の場を設ける。
--	--

4 改善計画に対する第三者の意見

<p>(コメント)</p> <p>林道豊岡梅ヶ島線の崩落による山梨県側からの観光客の減少、東日本大震災に伴う観光自粛、消費増税に伴う購買意欲の低下による客単価の減少、駐車場敷地内にある公衆トイレの建て替え工事に伴う利用客の減少など、事業計画策定当初には想定できなかった外部環境の変化により当初計画どおりの事業運営にはいたっていない。しかしながら従業員は前向きに、いきいきと本事業に取り組んでおり、平成26年度は新たにFacebookでの情報発信や、JAと連携したウォークラリーの開催（売上503,555円）などに取り組み、複数のテレビ取材を受けるとともに利用者数は前年度比で4,328人の増加となるなど着実に効果は出始めている。</p> <p>今回の改善計画の策定に当たっては、中核メンバーを中心に各自が役割を再認識し、即実行できる実現可能な改善策を出し合うとともに、既存従業員が苦手とするWEBを使った情報発信やPOPの作成、街中でのイベント出店などを担当する若手従業員を雇用する方針であることから、関係機関の助言・協力を得ながら事業運営していくことで改善計画の達成に期待が持てると判断する。</p> <p>(中小企業診断士 玉置久倫)</p>
