

# 令和6年度 指定管理者 評価報告書

No.	35	評価区分	II 観光施設、産業振興施設
施設名	上町農産物直売施設	所管課	食のまちづくり推進課
指定管理者	地場産市場ひだ合同会社	地域名	古川町

## 1 施設の概要

施設所在地	飛驒市古川町上町1348番地1
設置目的	地域産業の活性化及び就業機会の確保を図る。
施設の概要	店舗施設、事務所、バックヤード

## 2 指定管理者制度の導入状況

制度の当初導入	令和4年4月	募集の方法	公募
評価年度の属する指定期間	令和4年度	～	令和6年度 ( 3年間 )
利用料金制	無し		

## 3 職員の配置

配置人員	常勤	11
	非常勤	2

## 4 施設利用者の推移

	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度
利用者数 (人)		64,643	85,872	92,837
前年度増減比 (%)			32.8%	8.1%

## 5 業務計画における達成状況

実施目標	達成状況
利用者数 60,000 人	154%と大幅に多い達成状況となっており評価できる。

## 6 モニタリングによる意見及び苦情等の把握と対応状況

アンケート方式	手段	投書箱	件数	15 件
その他の方式	手段		件数	件
利用者等からの意見と対応	要望・意見・苦情			対応
指定管理者に対する意見	①鮮度低下 ②虫の混入 ③			返金対応、従業員及び生産者への都度指導
市に対する意見	① ② ③			返金対応、従業員及び生産者への都度指導

## 7 地域との交流・連携の取り組み

取り組み	実績及び評価
道の駅アルプ飛驒古川内の他の民間施設及び隣接施設との連携及び協働	道の駅アルプ飛驒古川内の他の民間施設及び隣接施設と連携し、合同イベントの実施や定休日を極力合わせるなど連携する姿勢がある。

## 8 指定管理者からの提案方策の実施状況

取り組み	実績及び評価
生産部門では、出荷者との信頼関係を大切にしつつ、生産から販売に至るまでのスムーズな運営を実現するために、販売実績をもとに栽培状況の分析を行い、必要に応じて出荷者への委託を行って対応している。また、消費者の多様なニーズに応えるため、地酒や飛驒牛といった生鮮品のラインアップを拡充する取組みも進めている。 さらに、飛驒市のファンクラブ活動や、他の自治体とのコラボレーション企画などにも意欲的に関わり、飛驒市内にとどまらず、全国の自治体と良好な関係を築いてきた。	販売実績や消費者ニーズに基いた分析が月ごとに行われており、出荷状況や市場状況を注視しながらフレキシブルに対応している。また、毎月のスタッフ指導が定着し、接客や店内サービスの向上にも繋がっており、お客様に足を運んでもらえる魅力ある直売所となるよう様々な取組みを積極的に行っており評価できる。

## 9 自主事業の実施状況

実施内容	実績及び評価
なし	

## 10 人材育成の状況

実施内容	対象・回数など
月1回程度のスタッフ面談(個人)に加え、定期的に接遇・販売強化・野菜等の研修会を実施	店長を筆頭としたスタッフに対する指導が、利用者への良好なサービスにも繋がっており、人材育成に努めていると認められる。

## 11 収支に関する状況(経費の縮減)

(単位:千円)

	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	主な内容
収入	0	35,453	54,497	69,155	
指定管理料		0			
利用料金		0			
純売上高		33,804	51,308	66,632	販売委託手数料
その他		1,649	3,189	2,523	会費・ラベル等
支出	0	32,332	53,041	69,944	
売上原価		12,774	21,056	31,176	
人件費		8,997	16,822	21,117	スタッフ・役員
光熱水道費		1,791	2,105	2,435	
設備保全費		99	152	210	
修繕費		70	313	0	
備品消耗品		3,202	2,712	3,338	
清掃費					
その他管理費		26	371	629	
運営費事務費		4,368	7,576	8,935	
その他		1,005	1,934	2,104	
指定管理業務収支	0	3,121	1,456	△ 789	
自主事業収支					
全体収支	0	3,121	1,456	△ 789	
備考					

※指定管理料が0円の施設の自主事業収支は、指定管理業務収支に含まれるものとする。

## 12 収入確保に対する取組

取り組み	実績及び評価
農産物や土産品の販売、富山生協との連携、ふるさと納税への参加、東京はじめ、各地域の店舗や事業者との連携、販促につながる各種イベントの実施及び参加により、継続して収入確保の取組を実施している。	6年度は直売所での年間28回の販促イベント実施や市外でのイベント参加、閑散期対策を含めて各地方事業者との連携など、通年での売り上げ確保の対策をしており、積極的に販路拡大への取組みを行っている。

## 13 経費削減に対する取組

実施内容	実績及び評価
PRにおいては、新聞折込等は経費がかさみ、投資対効果の観点から疑問が有るので、SNSにて行う事により、経費をかけないようにしている。ネットバンク利用で振込手数料削減など細かい事務経費削減を行っている。	SNSによるイベントや商品紹介の発信を積極的に行うことと、常に直売所の動きがあることを伝え、それが集客増につながっている。

#### 14 指定管理者の評価

指定管理者制度運営委員会での審査を経て決定された最終評価

大項目	評価	前年	評価に対する内容
平等利用の確保(10)	c (4)	b	店内全般の見やすさ、わかりやすさや、支払い方法の選択や、セルフレジなど、利用者の視点に立った意識の徹底と、そのための利便性の向上とその体制整備を着実に実行しており、それが誰でも利用しやすい環境に繋がっている。
施設の効用の発揮(25)	b (19)	b	施設のテーマソングを作成するなど様々な感覚で利用者へのアプローチの取組みが実施されており、施設を最大限に活用し利用者の増加に繋げており評価できる。
安定した管理能力(20)	b (15)	b	毎月の個人面談、月2回の勉強会、年1回の取引先や類似施設の視察により、積極的にスタッフの人材育成に努めており、各スタッフとの信頼関係も築いている。
経費の縮減(20)	c (10)	c	ネットバンク利用で振込手数料を削減するなど、細かい部分でも経費削減を図っており、工夫がみられた。
自主事業等及び各課で定める項目等(25)	b (19)	b	イベントの企画や年間を通じた商品確保、見せ方の工夫など、集客の取り組みを進め、頻繁なSNS発信など、いつも動きがあることを見せる工夫が随所にみられ評価できる。
総合評価	B (67)	B	店舗と生産者、そしてお客様の関係構築に日々努めている状況が窺え、例えば生産者とは店舗の依頼に対しすぐ納品対応してくれる関係ができており、結果お客様の満足につながっている。今後はEC部分での販路拡大で更なる売上増加を期待する。