

指定管理者事業報告概要

施設の概要			
施設名	小山市まちなの駅		
所在地	小山市中央町 3 - 5 - 3		
制度導入年	平成19年4月	所管課	商業観光課

指定管理者の概要				
指定管理者	S u n フーズ株式会社			
所在地	小山市駅南町 6 - 7 - 1 9			
指定期間	平成31年4月1日	～	令和6年3月31日	指定年数 5年
選定方法	公募	指定管理料	指定期間合計	45,000,000円
受託区分	新規		令和 3 年度	9,000,000円

運営業務の概要				
主な業務内容	管理物件の利用の許可及び利用促進	常駐職員数		3人
	管理物件の使用に係る利用料の徴収	開館時間	平日	9時00分 ～ 19時00分
	管理物件の維持保全		土日祭日	9時00分 ～ 19時00分
	管理物件を使用した事業の実施	休館日		月曜日

利用実績				
	R01	R02	R03	前年比
利用者数（人）	55,324	42,936	49,192	114.6%
利用件数（件）	（ウォーキング）1,427	（ウォーキング）1,099	（ウォーキング）1,028	93.5%
使用料・利用料（円）	4,924,927	4,589,668	5,758,364	125.5%

収支実績				
	R01年度決算額	R02年度決算額	R03年度決算額	前年比
収入（円）	13,924,927	13,589,668	14,758,364	108.6%
指定管理料	9,000,000	9,000,000	9,000,000	100.0%
その他収入	4,924,927	4,589,668	5,758,364	125.5%
繰越金				
支出（円）	13,834,540	15,071,320	14,983,158	99.4%
人件費	9,363,893	10,794,791	10,557,182	97.8%
事業費	2,082,144	1,805,190	1,558,370	86.3%
事務費	666,598	885,770	1,004,836	113.4%
維持管理費	1,721,905	1,585,569	1,862,770	117.5%
収支（円）	90,387	-1,481,652	-224,794	15.2%

利用者アンケートの結果（満足度）※ 所管課が実施・判定					
5：80%以上	利用日・時間	使用料・利用料	職員の応対	業務内容	施設・設備管理
4：60～80%	4	5	5	4	5
3：50～60%					
2：30～50%					
1：30%未満					

指定管理者の自己評価	
総合評価	
S：優良 A：良 B：標準 C：要改善 D：不適切	A
評価理由、今後の課題等	
新型コロナの影響もあり来場者数は大きく伸びませんでした。コロナ禍に対応したマルシェ等のイベントを少しずつ再開できるようになり、小山駅西口まちなか活性化に貢献できたと思います。小山市産農産物を活用し、製造したクラフトビールの発信拠点として、思季彩館についてSNSを活用し、認知を拡げる取り組みをすることで、市外・県外からも電車バスなどを利用して思季彩館に来店していただいております。イベント時は店外での来客が増えるのは当然ですが、店内まで回遊していただいているお客様も多く、ブランド品や市内農産物を手にしていただく機会も増加します。今後もコロナ禍に対応したイベントの開催をしていきます。 また、ランチができる場所が少ないとのご要望をたくさん頂いたことから、思季彩館内でイートインできるよう努めました。席数を12席から20席に増やし、パーテーションなどで仕切りを設け、昨年7月には市内でいち早くとちまる認証店にもなりました。多い時では11時30分から13時までのランチタイムに50人ほどのお客様が来店されています。今後もまちなかのお客様のニーズに応えられる施設運営をしていきます。今後の課題としましては、お土産品の品揃えについてご意見をいただくことから、小山市内の店舗様から小山ブランド品を始めとしたお土産品の充実を図り、小山市の認知度向上、小山の商品の販売量の増大に努めてまいります。	

令和4年度実施 利用者アンケート結果の概要

施設名	小山市まちなの駅	
指定管理者	S u n フーズ株式会社	
所管課	商業観光課	
アンケート実施時期	令和3年10月4日～令和3年11月26日	
アンケート回答件数	20件	
アンケート結果 の総評 ・ 利用日・時間 ・ 使用料・利用料 ・ 職員の対応 ・ 業務内容 ・ 施設・設備管理 ・ その他	好評だった点	・ 商品価格 ・ 設備の清潔さ ・ 店内メニューがおいしい ・ 職員の対応（笑顔）がいい
	不評だった点	・ （土産品の）品揃え ・ 観光情報の提供
アンケート結果から、改善等を実施したこと（予定含む）		・ 小山ブランドを含む土産品の品揃え充実を図る ・ SNSやイベントの機会を捉え、観光情報を始めとした小山市の発信を強化していく