

概要						
施設名	長和町道の駅大型農畜産物直売所（マルシェ黒耀）					
施設概要	開設: 令和2年6月 木造平屋建1棟(延床面積995.92㎡)					
利用料金	—					
指定管理者	株式会社マルメロエイト					
指定期間	令和2年4月1日～令和5年3月31日					
町所管部署	産業振興課 農政係					
指定管理業務	<ul style="list-style-type: none"> ・施設等の利用許可に関すること ・施設等の管理並びに運営に関すること ・農畜産物、特産品等の販売に関すること ・消費者との交流事業及びイベントに関すること ・地域情報の発信に関すること ・その他施設の管理運営上、町長が必要と認める業務 					
利用実績	利用区分等		R4年度	R3年度	前年比	
	マルシェ黒耀 売上高		251,138千円	208,160千円	120.6%	
	(特記事項) マルシェ黒耀オープン日 令和2年6月13日。					
収支状況 (単位: 千円)						
	指定管理者			町		
	項目	R4年度	R3年度	項目	R4年度	R3年度
収入	指定管理料	18,000	18,000	地方創生推進交付金	0	4,800
	自社売上高	85,411	72,021			
	手数料収入	31,356	26,017			
	補助金・雑収入	2,592	5,490			
	計	137,359	121,528	計	0	4,800
	支出	自社売上原価	66,361	56,426	指定管理料	18,000
	人件費	33,867	26,534	道の駅窓口人材委託費	0	4,800
	水道光熱費	11,251	7,271			
	維持管理費	23,498	24,638			
	法人税・事業税 消費税	3,288	1,823			
	計	138,265	116,692	計	18,000	22,800
収支		△ 906	4,836	収支	△ 18,000	△ 18,000
(特記事項)						
1. 利用実績欄のマルシェ黒耀売上高は、店舗全体の総売上額であり、指定管理者の収入とは異なる。						

所管部署による評価		
項目	評価ポイント	評価
管理運営の状況	施設の人員配置や危機管理等への対応、資質向上への取組み等は適切か。	B
利用の状況	施設の提供等の協定で定めるサービスが実施できているか。	A
事業実施の状況	協定等で定める事業実施ができていますか。	B
利用者満足度の調査	アンケートを実施して、利用者の要望等を把握し、改善を図っているか。	B
維持管理の状況	清掃、保守等が適切に実施されているか。	A
収支状況	収支計画に沿った運営が行われているか。経費の縮減等は適切か。	B
評価コメント	<p>店舗・公共トイレにおいて衛生管理が徹底されており、突発的な事象においても迅速かつ適切に対応し、町担当課への連絡も滞りない。</p> <p>アンケート・来場者から口頭等により利用者の声を積極的に把握しようとする努力も行えている。</p> <p>管理運営において、陳列棚が空かないように入荷状況に配慮した仕入れを行っており、充実度や満足度の向上に努めている。一方で支配人や仕入れ担当の業務を補完するための人材の確保が課題として挙げられる。</p> <p>体験農場はコロナウイルス感染症の影響で昨年度より実施できていないが、果樹を定植する等して受け入れに向けた対応を進めている。</p>	
<p>A: 仕様書等の内容を上回る成果があり、優れた管理運営が行われている。 C: 仕様書等の内容を下回る項目があり、さらなる工夫・努力が必要である。</p> <p>B: おおむね仕様書等の内容どおりの成果があり、適正な管理運営が行われている。 D: 仕様書等の内容に対し、重大な不適切な事項が認められ改善を要する。</p>		
利用者アンケート		
調査結果	別紙、マルシェ黒耀店頭アンケートレポート参照	
意見・要望等	<ul style="list-style-type: none"> ・休憩スペースが広くて良い。 ・授乳室の音楽が大きすぎる、照明もまぶしい。(音量調整は対応済) ・入口の「ガラクタ市」はイメージを悪くしていて、町民として恥ずかしい。 ・黒耀キッチンでうどんも販売して欲しい。 ・定休日をなくし、年中無休にした方が良い。 ・ゴールデンウィーク期間中にクラフト市がなくて残念。 ・以前より貼り紙が多く、段々普通の道の駅のようになってしまう残念。 ・直売所なのに、他地域や他県の商品が多い。 ・とても清潔で、トイレもきれいで、店内に活気がある。 	
指定管理者による自己評価		
主な取組み	<ul style="list-style-type: none"> ・商品の充実度やお客様満足度向上のため、新規販売者の開拓および県内青果物の独自仕入商品の拡充を行い、夕方でも品揃えが充実するよう努めている。 ・店舗奥までお客様が買い回りしやすいよう、棚の配置換えを実施した。 	
管理運営上の課題等	<ul style="list-style-type: none"> ・中長期的な人材育成のための人件費負担が大きい。 ・冬季(12月から3月)の道の駅利用者の減少、地場農産物の減少が来店客数に大きく影響し、集客が出来ない。 ・賃金・光熱費などの販売コストが大幅に上昇しているが、委託販売方式のため販売価格への転嫁はできず、経営を圧迫している。 ・町や道の駅エリア活性化や集客についての広告費用の捻出が難しい。 ・安定経営を目指す上で年間売上高を伸ばすことが必須となるが、現在の陳列棚・レジ台数・バックヤード面積や人員不足の課題を克服する必要がある。 	
その他		