

平成28年12月21日

NPO法人姫路コンベンションサポート

理事長 様

宍粟市議会議長 秋 田 裕 三

平成28年度産業建設常任委員会「おでかけ市議会」報告書

平成28年11月11日に実施しました産業建設常任委員会の「おでかけ市議会」について、下記のとおり報告いたします。

「おでかけ市議会」で提案されました意見を参考に政策提言に向け、協議させていただきます。

記

1.開催年月日	平成28年11月11日(金) 午後1時50分～午後2時50分	
2.開催場所	姫路市西駅前町1番地 姫路駅前 神姫ビル1F	
3.出席委員	実友勉、福嶋斉、藤原正憲、飯田吉則、小林健志 5名	
4.意見交換を行った団体の概要	団体名	姫路コンベンションサポート
	参加人数	理事長、 (PR館スタッフ) 5名
	活動内容	ふるさと宍粟PR館“きてーな宍粟”運営
5.意見交換を行った目的	窓口対応されている方から 1.市内出荷者(市民)の意見の聞き取り、 2.来館者の意見、3.スタッフの意見、4.施設及び周辺状況の確認、 5.移転前との比較を目的に開催した。	
6.意見交換会で出された主な意見(要約)		
	団体からの意見	委員会としての考え方
	1.市内出荷者の意見の聞き取り 駐車場がない。搬入時に不便。 電話、メールで売れているか。(状況を知りたい) 問合せがあるので、午後3時、6時にメール配信することにした。 売れ残りがある場合は、値下げで販売又はPR館で廃棄処分してもらいたい。 なるべくお惣菜、お弁当やおにぎりに使用している。	1に対し 生産者が安全に搬入しやすくなるよう対応を考えて欲しい。 生産者が販売状況を知り、生産及び出荷意欲の向上に繋がるような仕組みを検討して欲しい。 売れ残りから、生産意欲の低下を招かないように工夫を続けて欲しい。

団体からの意見（委員感想）	委員会としての考え方
<p><u>2．来館者の意見</u></p> <p>野菜への関心を示されている方が多いようである。</p> <p><u>3．スタッフの意見</u></p> <p>少し安いかもしれない。 野菜等は全てはけてしまう。幾らでも持ってきてほしい。 宍粟市への観光(温泉)プレゼントなども考えたい。 常連も出来始めてきたとの事である。 宍粟市へきていただけるような企画をお願いした。</p>	<p>2 に対し</p> <p>野菜の販売が主流となっている。来館者のニーズを把握し、生産者へフィードバックさせ、生産者の意欲を高められるようにして欲しい。</p> <p>3 に対し</p> <p>生産者の皆さんが納得いく価格なら、できるだけ安くする方が良いと思う。 生産意欲が高まるよう、来館者のニーズを生産者に適切に知らせるようにして欲しい。 野菜の販売が目的ではない。宍粟を知ってもらい、足を運んでもらえる方策を考えてもらいたい。さらには、宍粟で住んでもらえるようになればと思う。その為には野菜等で来館者を引きつけ、宍粟を印象付けなければならない。シールを集めることで宍粟の観光地へ招くプレゼントなどは有効な方策と考える。又空き家情報コーナーの設置なども考えられるのではないかな。</p>
現地調査の内容	委員会意見
<p><u>4．施設及び周辺状況</u></p> <p>1時間ほどの視察でしたが 30～40 名のお客さんが来られていた。 加工品、野菜が出荷されており、トマトなどはすぐに売れている。 7/29 にオープンしてから 10/31 までの売上合計 6,036,047 円となっている。 到着すると 6～7 人のお客さんが野菜を中心に買い物をされ、窓際の席でコーヒーを飲まれて会話されていた。 スタッフの笑顔での接客が印象に残った。 宍粟のことについてお客さんに説明しながら対応されていた。 来館者のほとんどが野菜を購入されてい</p>	<p>4 に対し</p> <p>順調な滑りだしと思われる。これを維持するには大変な努力がいると思うが、頑張ってもらいたい。 スタッフの接客は非常に良いと思ったが、更なる努力を御願いたい。新たに宍粟出身の方が1名採用された事で、情報発信及びお客様への説明についてはより向上できると思われる。スタッフ間の情報交換をよろしく願いたい。 レジの所が姫路駅側からの入り口になっているが、中が見えにくく、入りにくく感じた。入り口を広げるとか、もう少し東側にすればいいのではないかな。</p>

た。
常に 2～3 名の来館者があった。
スタッフに宍粟市出身の方が新たに一名採用された。
姫路駅側からの入口でのアピールが少し足りないと感じた。
姫路駅側からの動線を考えると、ガラス張りの一部を押し扉に変更し、寄っていただきやすいようにすればどうか。
山陽電鉄側からの入口には、宍粟杉を利用したと思われる看板が設置されているが、これも字体が細く、もう少し力強いもので PR されたい。
スタッフの対応は、地元出身者を雇用した事もあってか宍粟のことに対する対応もできていたように感じた。
イートインコーナーも少しはあり、来客のニーズを見て、神姫バス㈱との協議の上、拡大すべき。

5 . 移転前との比較

オープン後 97 日間で 8,497 人(レジ カウト)、一日平均 88 人の来客がある。一人当たり 750 円、一日当たり約 67,000 円の売上で、前の施設と比較すると大幅に伸びている。(以前：一日約 2 万円、一人当たり 450 円)
以前の場所より活気がある。
山陽電鉄駅からの人の動線が多い。

6 . その他

PR 館での購買等を通して、新たな取引が生まれたことを聞いていないか。結婚式の引出物として、クッキー、ケーキなど取引されているようである。
観光地までの公共交通の利用なども含め、交通手段をよりわかりやすく説明してほしい。
観光案内、イベント、就農・移住相談、空き家紹介など情報発信に表れない部分が

5 に対し

入り込み数にしても、売り上げにしても今は順調な滑り出しである。更なる努力を御願いたい。
人通りが多く活気がある。宍粟を売り出すには良い場所と感じた。売り出す方策をスタッフだけではなく、各種専門家の意見も参考にし、さらなる工夫を続けて欲しい。

6 に対し

新たな取引が芽生えたことは素晴らしい。新たな取引の橋渡しになるよう頑張ってください。
宍粟に訪れたいという情報を公共交通手段等の情報を沿って店内で掲示できないか。観光案内、イベント、就農情報、移住相談、空き家情報などは、PR 館のスタッフだけでは出来ない。市役所産業部、まちづくり推進部と連携し、PR 館を活かした宍粟の

あり、費用対効果の面での考察は限界があるし難しいと思うが今後も実績等を見ながら検証は必要である。

宍粟へ来ていただくため、まちづくり推進部と協議の上、イベントなどを通じて宍粟の良さをPRできる場になることを望む。

都市部のニーズを掴み、生産者にいち早くフィードバックさせることで生産意欲を高め、少しでも耕作面積を増加させることに繋がることを期待する。

情報発信をより強化していただきたい。