

経営改革プラン取組項目		過去の主な取組実績 (平成18～21年度)	平成22年度取組計画	
項目	内容		取組内容	実績
	<p>【収益部門】</p> <p>①直売所</p> <ol style="list-style-type: none"> 安定した品質の商品提供 安定した商品の提供 豊富な商品の提供 特色ある商品提供 喜ばれるイベントの開催 喜ばれる日曜市の開催 買い物のしやすい店内レイアウト 生産者の顔の見えるPOP表示 情報機関への積極的なPR 観光バスやデイサービス事業等への営業強化 イベント(物産展など)参加による店舗及び商品のPR <p>②レストラン</p> <ol style="list-style-type: none"> 求めやすい価格提供 好まれる定番メニュー構成 気軽に利用できる店内雰囲気づくり 素早く提供できる体制づくりへ 適正な営業時間検討 地域の産品をいかしたメニュー提供 イベント的な指向の変わったメニュー提供 空き時間を活用しての加工商品開発 <p>③軽食コーナー</p> <ol style="list-style-type: none"> 外から見える工夫(利用者誘導の工夫) 年代にあった商品提供 冬場の販売商品開発 販売スタイルの変更 「オリジナルコロッケ」の大量製造・大量販売 	<p>■ 収益部門</p> <p>【直売所】</p> <ul style="list-style-type: none"> 直売所利用規程の運用開始(平成19年7月～) 出品者グループとの連携強化(年10回以上の定期会合) 定期的なイベント開催(朝市年52回、イベント年3回) 直売所委託販売システムの活用(データに基づく売れ筋、陳列、包装等アドバイス) 直売所営業時間の見直し(平成19年4月～) <p>(4月～9月)9:00～19:00 ⇒ 8:30～18:30 (10月～3月)9:00～18:00 ⇒ 8:30～18:00</p> <ul style="list-style-type: none"> 休館日の一部見直しの実施(8月・10月・11月・12月・3月を月1回に変更) 観光バス誘致営業活動の実施 ふるさと便の定期販売の実施 <p>【レストランコーナー】</p> <ul style="list-style-type: none"> 厨房施設の移設実施(平成20年2月) 営業時間の見直し(平成20年2月～)(従来)9:00～16:00⇒(変更)11:00～17:00 食事スペースの改善実施 仕入原価の低減化取組み 衛生面の徹底 <p>【軽食コーナー】</p> <ul style="list-style-type: none"> 旧厨房施設を軽食コーナーとして活用開始(平成21年5月～) 	<p>【直売所】</p> <p>1. 安定した品質の商品提供</p> <ol style="list-style-type: none"> 出品者グループ代表委員会を中心とした意見交換会の開催(4月・9月) 市役所、北薩地域振興局、川薩保健所の関係機関を中心とした勉強会開催(9月) 「遊湯館直売所利用規定」内、「商品の販売期間」の見直し検討(9月) 従業員の日々の業務(商品管理)の継続実施及び強化(毎日) 出品者個別の意見交換、指導の継続実施及び強化(毎日) <p>2. 安定した商品の提供</p> <ol style="list-style-type: none"> 出品者個別の意見交換、依頼の継続実施及び強化(随時) 農産物の自社仕入(市場商品)の検討 <p>3. 豊富な商品の提供</p> <ol style="list-style-type: none"> 産直川内市特産品コーナー出品取組み 道の駅の駅との商品交流の実施検討 <p>4. 特色ある商品提供</p> <ol style="list-style-type: none"> 産直川内市特産品コーナー出品取組み 道の駅の駅との商品交流の実施検討 <p>5. 喜ばれるイベントの開催</p> <ol style="list-style-type: none"> 出品者グループを中心とした定期イベントの開催 ⇒ 8月:夏休み子ども祭り開催、鹿児島魚祭り開催 ⇒ 全体5%還元から目玉商品販売への移行の検討 5%還元販売方法の見直し検討 <p>6. 喜ばれる商品の開催</p> <ol style="list-style-type: none"> 商工会店舗レイアウト指導員および遊湯館従業員を中心とした定期検証の実施 ⇒ 導線・通路幅・陳列高低差・店舗照明(7月) 商品イメージが統一感でわかるPOP(広告)表示の作成(随時) <p>7. 買い物のしやすい店内レイアウト</p> <ol style="list-style-type: none"> 新商品・新メニュー・テレビ・情報誌等を最大限活用したPRの実施(随時) 自社ホームページの見直し検討の実施 <p>8. 生産者の顔の見えるPOP表示</p> <ol style="list-style-type: none"> 観光バスへの営業強化(9月) デイサービス施設への営業を開始(8月) <p>9. 情報機関への積極的なPR</p> <ol style="list-style-type: none"> 道の駅セット販売の実施(5月・6月) 南日本ハウジング主催イベント参加(9月) <p>10. 営業の強化</p> <ol style="list-style-type: none"> 観光バスへの営業強化(9月) デイサービス施設への営業を開始(8月) <p>11. イベント参加による店舗および商品のPR</p> <ol style="list-style-type: none"> 道の駅セット販売の実施(5月・6月) 南日本ハウジング主催イベント参加(9月) 	<p>【直売所】</p> <p>1. 安定した品質の商品提供</p> <ol style="list-style-type: none"> 遊湯館直売所出品者グループ代表委員会を開催した(6月・9月)。 遊湯館直売所出品者全体意見交換会を開催した(9月)。 川薩保健所主催「食品衛生研修会」を直売所出品者に受講させた(8月)。 商品の販売期間について、出品者グループ代表委員会が継続的に審議した。 商品管理について、毎日、店内商品を3部門に分けて実施した。 包装、価格、品質、出荷量において、出品者個別の意見交換、指導を随時実施した。 <p>2. 安定した商品の提供</p> <ol style="list-style-type: none"> 産直川内市特産品コーナー出品取組み 道の駅の駅との商品交流の実施を検討した。 <p>3. 豊富な商品の提供</p> <ol style="list-style-type: none"> 産直川内市特産品コーナー出品取組み 道の駅の駅との商品交流の実施を検討した。 <p>4. 特色ある商品提供</p> <ol style="list-style-type: none"> 特産品枠一都府県特産「ほおずき」を試験販売(7月)。 特産品枠一鹿児島産「海産物」の取り扱いを開始した(7月)。 特産品枠一鹿児島産「川内ちりめん」の取り扱いを開始した(8月)。 特産品枠一鹿児島産「川内ちりめん」の取り扱いを開始した(8月)。 鹿児島県道の駅分科会にて、道の駅の駅との商品交流の実施を提案した(5月)。 <p>5. 喜ばれるイベントの開催</p> <ol style="list-style-type: none"> 8月:夏休み子ども祭り及び鹿児島魚祭りを口蹄疫発生で中止した。 従来の5%還元にて継続して実施した。 <p>6. 喜ばれる商品の開催</p> <ol style="list-style-type: none"> 導線・通路幅・陳列高低差を考慮したレイアウトを変更した(7月)。 商品陳列方法の検証を従業員にて日々実施した。 出品者の要望、お客様の要望に応じて、POP(広告)表示を随時実施した。 <p>7. 買い物のしやすい店内レイアウト</p> <ol style="list-style-type: none"> 南日本新聞「い〜たいむ」(5月)、KTSテレビ「げんきんかごしま」(6月)、MBCテレビ「ズバっごこじ」(7月)、情報誌「九州じゃらん」(7月)で紹介された。 ホームページの見直しに取り組みも技術的な問題で改定できなかった。 <p>8. 生産者の顔の見えるPOP表示</p> <ol style="list-style-type: none"> 観光バスやデイサービス施設への営業については、来館時に情報収集を実施した。 道の駅セット販売を実施した。(5月・6月):33セット発送 南日本ハウジング主催イベントに参加した(9月)。 <p>9. 情報機関への積極的なPR</p> <ol style="list-style-type: none"> 南日本新聞「い〜たいむ」(5月)、KTSテレビ「げんきんかごしま」(6月)、MBCテレビ「ズバっごこじ」(7月)、情報誌「九州じゃらん」(7月)で紹介された。 ホームページの見直しに取り組みも技術的な問題で改定できなかった。 <p>10. 営業の強化</p> <ol style="list-style-type: none"> 観光バスやデイサービス施設への営業については、来館時に情報収集を実施した。 道の駅セット販売を実施した。(5月・6月):33セット発送 南日本ハウジング主催イベントに参加した(9月)。 <p>11. イベント参加による店舗および商品のPR</p> <ol style="list-style-type: none"> 道の駅セット販売を実施した。(5月・6月):33セット発送 南日本ハウジング主催イベントに参加した(9月)。
① 事務事業の見直し			<p>【レストラン】</p> <p>1. 求めやすい提供価格</p> <ol style="list-style-type: none"> 年1回の入札による業者選定の検討(肉類・米) 入札困難な原材料については年2回の価格交渉の実施検討 <p>2. 好まれる定番メニュー構成</p> <ol style="list-style-type: none"> 直売所商品の多く以上の活用(野菜類) <p>3. 好まれる定番メニュー提供</p> <ol style="list-style-type: none"> 定番メニュー追加への取組み実施(から揚げ・カレーうどん) <p>4. 気軽に利用できる店内雰囲気づくり</p> <ol style="list-style-type: none"> テレビの配置・雑誌の配置の検討 営業時間外は休憩スペースを拡大検討 高齢者にはわかりやすい「券売機」の利用から「注文を直接聞く」営業方法への転換の検討 <p>5. 素早く提供できる体制づくり</p> <ol style="list-style-type: none"> 作業工程・時間配分の確認の実施 <p>6. 適正な営業時間の検討</p> <ol style="list-style-type: none"> 持ち合わせや打ち合わせの場所として活用してもらうため、喫茶(コーヒー)に限り、早めの営業の検討 <p>7. 地域の産品をいかしたメニュー提供</p> <ol style="list-style-type: none"> 「さつまあげ」「きびなご」を食材テーマとしたメニューの試作取組み <p>8. イベント的な指向の変わったメニュー提供</p> <ol style="list-style-type: none"> 下期にて検討 <p>9. 空き時間を活用しての加工商品開発</p> <ol style="list-style-type: none"> 下期にて検討 	<p>【レストラン】</p> <p>1. 求めやすい提供価格</p> <ol style="list-style-type: none"> 入札困難な原材料については、定期的な値段交渉を実施した(6月・9月)。 ねぎ・大根・キャベツ、きゅうり・豆腐・イチゴなどを活用した。 <p>2. 好まれる定番メニュー構成</p> <ol style="list-style-type: none"> 定番メニュー追加として、から揚げ定食(4月)、カレーうどん(8月)をそれぞれ販売開始した。 <p>3. 気軽に利用できる店内雰囲気づくり</p> <ol style="list-style-type: none"> 営業時間外(食事時間以外)は休憩スペースを随時開放した。 「券売機」の利用から「注文を直接聞く」営業方法への転換を検討したが、人件費を考慮し未実施だった。 <p>4. 素早く提供できる体制づくり</p> <ol style="list-style-type: none"> 作業工程・時間配分は、従業員にて随時、確認見直しを行った。 <p>5. 地域の産品をいかしたメニュー提供</p> <ol style="list-style-type: none"> 「さつまあげ」「きびなご」を食材テーマとしたメニューを試作するもメニュー化できなかった。
			<p>【軽食コーナー】</p> <p>1. 外から見える工夫</p> <ol style="list-style-type: none"> のぼり旗の活用実施 年代にあった商品提供 <p>2. 年代にあった商品提供</p> <ol style="list-style-type: none"> 軽食主要客層の絞り込み調査の実施 <p>3. 冬場の販売商品開発</p> <ol style="list-style-type: none"> 12月～3月に向けての商品開発取組み実施 <p>4. 販売スタイルの変更</p> <ol style="list-style-type: none"> 集客性の高い繁忙日の店頭販売の実施 <p>5. コロッケの大量製造・大量販売</p> <ol style="list-style-type: none"> 下期にて検討 	<p>【軽食コーナー】</p> <p>1. 外から見える工夫</p> <ol style="list-style-type: none"> コロッケ・ソフトクリームのぼりを設置した。 <p>2. 年代にあった商品提供</p> <ol style="list-style-type: none"> 主婦層が中心であることからコロッケを継続販売した。

経営改革プラン取組項目		過去の主な取組実績 (平成18～21年度)	平成22年度取組計画	
項目	内容		取組内容	実績
① 事務事業の見直し	④自販機 1. 不採算自販機の設置見直し 2. 自販機見積入札制度の導入制度の検討	【自販機コーナー】 ・不採算自販機の撤去の実施 (平成20年1月2台)	【自販機】 1. 不採算自販機の設置見直し ①不採算自販機の定期的検証および入れ替え指示(6ヶ月ごと) 2. 自販機見積入札制度の導入検討 次年度以降の取組項目	【自販機】 1. 不採算自販機の設置見直し ○ 不採算自販機の定期的に検証した結果、対象自販機は無かった。 2. 自販機見積入札制度の導入検討 次年度以降の取組項目 ○ 設置業者と意見交換を行った(南九州ココロワ)。
	【サービス提供部門】 ①休憩施設 1. 景観イメージの創出 2. 休憩所コーナーの時間帯による拡大 3. 中央通路休憩コーナーの陽ざし対策 4. 屋外噴水回りの休憩コーナーの充実 5. かつらげる景観づくり 6. 屋外ベンチの改善	■ サービス提供部門 【休憩所】 ・施設内全面禁煙の実施 ・休憩専用スペースの確保 (平成20年2月～) ・屋外休憩スペースの増設(中央部分)	【休憩所】 1. 景観イメージの創出 ①フラワーポット等の設置(市花'鹿の子ゆり'などの展示PR) 2. 休憩所コーナーの時間帯による拡大 ①8:30～11:00の時間帯拡大の検討 3. 中央通路休憩コーナーの陽ざし対策 ①'よしず'や'すだれ'の設置(一時的な対応) 4. 屋外噴水回りの休憩コーナーの充実 次年度以降の取組項目(老朽化したテントから新たなテントへ) 5. かつらげる景観づくり ①「花・緑豊かなまちづくり事業」プランターの適正管理の実施 6. 屋外ベンチの改善 次年度以降の取組項目(木製ベンチの製作)	【休憩所】 1. 景観イメージの創出 ○ 市花'鹿の子ゆり'などを展示した(7月)。 2. 休憩所コーナーの時間帯による拡大 ○ 食事時間の混雑時以外に開放した。 3. 中央通路休憩コーナーの陽ざし対策 ○ 夏場に'よしず'による日除けを設置した。 5. かつらげる景観づくり ○ 協力出品者5名によるプランターの適正管理を行った(曜日による管理振分け)。
	②駐車場 1. 身障者用駐車場枠(2カ所)の屋根設置 2. 県道側駐車場の利便性の向上 3. 長期滞在車両や違法駐車車両排除	【駐車場】 ・県道側駐車場枠のスペース拡大 (平成18年10月) ・身障者用駐車スペースの増枠 (平成19年4月) ・道の駅目的外車両の注意啓蒙の実施及び看板設置 ・警察への定期巡回依頼および不審車両の通報 ・駐車場区画線の引き直しの実施	【駐車場】 1. 身障者用駐車場枠(2カ所)の屋根設置 次年度以降の取組項目 2. 県道側駐車場の利便性の向上 次年度以降の取組項目(駐車専用設置など) 3. 長期滞在車両や違法駐車車両排除 ①張り紙等による注意の喚起 ②警察への定期巡回依頼および不審車両の通報	【駐車場】 3. 長期滞在車両や違法駐車車両排除 ○ 時間帯車両調査及び注意張り紙を継続して実施した。 ○ 警察への定期巡回依頼および不審車両の通報を随時行った。
	③トイレ 1. 定期的なトイレ清掃の継続実施 2. 施設の老朽化対策に伴う改修 3. オストメイト(人工肛門)設備の設置 4. おむつ交換設備の設置 5. トイレ通路のバリアフリー化 6. トイレ利用者へのマナーアップ啓蒙	【トイレ】 ・定期清掃実施(午前・午後各2時間) ・従業員による定期確認の実施(1日3回)	【トイレ】 1. 定期的なトイレ清掃の継続実施 ①朝夕の清掃専門員の配置および従業員定期巡回の実施 2. 施設の老朽化対策に伴う改修 ①軽微な修繕は自社実施(配管、ドアなど)、以外は市への報告および協議 3. オストメイト(人工肛門)設備の設置 次年度以降の取組項目 4. おむつ交換設備の設置 次年度以降の取組項目 5. トイレ通路のバリアフリー化 下期にて取組検討 6. トイレ利用者へのマナーアップ推進 ①張り紙による注意喚起(トイレトベーパー、石鹸の盗難、いたずら防止など)	【トイレ】 1. 定期的なトイレ清掃の継続実施 ○ 清掃専門員、遊湯館従業員による清掃を毎日行った。 2. 施設の老朽化対策に伴う改修 ○ 対象事例がなかった。 6. トイレ利用者へのマナーアップ推進 ○ 洗面部分へ張り紙をすることにより、注意喚起を行った。
	④足湯 1. 定期的な足湯清掃の継続実施 2. 足湯利用者への陽ざし対策 3. 夜間利用者へのマナーアップ啓蒙	【足湯】 ・レジオネラ検査の実施(年2回) ・定期清掃実施(週2回) ・高齢者や身障者に配慮した足湯増設の実施 (20年8月～)	【足湯】 1. 定期的な足湯清掃の継続実施 ①早番出勤者による清掃(毎日) 2. 足湯利用者への陽ざし対策 ①'よしず'や'すだれ'の設置 3. 夜間利用者へのマナーアップ推進 ①足湯利用心得の設置	【足湯】 1. 定期的な足湯清掃の継続実施 ○ 社員にて毎朝実施した。 2. 足湯利用者への陽ざし対策 ○ 夏場に'よしず'を設置した。 3. 夜間利用者へのマナーアップ推進 ○ いたずら防止の注意喚起の張り紙をした。
	⑤湯の滝(取水)施設 1. 市比野温泉PRとしての活用 2. お湯汲み利用者へのマナーアップ啓蒙	【湯の滝】 ・新設「湯の滝(取水施設)」の運用開始 (21年11月～)	【湯の滝(取水)施設】 1. 市比野温泉PRとしての活用 ①安定循環のための捨て湯活用による市比野温泉泉景のPR実施 2. お湯汲み利用者へのマナーアップ推進 ①適正利用を目的とした適正ルールの張り出しおよび内容の随時検証実施	【湯の滝(取水)施設】 1. 市比野温泉PRとしての活用 ○ 継続して実施した。 2. お湯汲み利用者へのマナーアップ推進 ○ 「湯の滝利用ルール」の看板を設置した。
⑥観光案内に関する取組項目。 1. 薩摩川内市旅館組合を中心とした宿泊施設との連携強化 2. イベント情報提供充実のため、薩摩川内市、観光協会との連携強化 3. 観光スポットマニュアル作成 4. 良く聞かれる道路案内マニュアル作成	【観光案内所】 ・催しチラシの積極的な配布 ・市比野温泉地域の便利マップ作成中 【広告塔電光掲示板】 ・公共情報の無料掲載を実施(故障中)	【観光案内に関する取組項目】 1. 薩摩川内市旅館組合を中心とした宿泊施設との連携強化 ①パンフレットや最新情報の収集 2. イベント情報提供充実のため、薩摩川内市、観光協会との連携強化 ①チラシやイベントスケジュールの情報収集 3. 観光スポット案内図の作成 ①観光農園・公園・プール・工場見学施設などの調査取組み 4. 道路案内図の作成 ①主要道路の目印、所要時間等の調査取組み	【観光案内に関する取組項目】 1. 薩摩川内市旅館組合を中心とした宿泊施設との連携強化 ①パンフレットや最新情報の収集 ○ 継続して実施 2. イベント情報提供充実のため、薩摩川内市、観光協会との連携強化 ○ 連携強化までは至っていない。 ○ 持ち寄られるポスター等の掲示または配布した。	

経営改革プラン取組項目		過去の主な取組実績 (平成18～21年度)	平成22年度取組計画	
項目	内容		取組内容	実績
① 事務事業の見直し			<p>【直売所】 1. 安定した品質の商品提供 ① 出品者グループ代表委員会を中心とした意見交換会の開催(10月・12月・3月) ② 市役所、北薩地域振興局、川薩保健所の関係機関を中心とした勉強会開催(2月) ③ 「遊湯館直売所利用規定」内、「商品の販売期間」の見直し検討(3月) ④ 従業員の日々の業務(商品管理)の継続実施及び強化(毎日) ⑤ 出品者個別の意見交換、指導の継続実施及び強化(毎日) 2. 安定した商品の提供 3. 豊富な商品の提供 ① 出品者個別の意見交換、依頼の継続実施及び強化(随時) ② 農産物の自社仕入(市場商品)の具体的検討 4. 特色ある商品提供 ① 薩摩川内市特産品コーナー出品取り組み ② 他道の駅との商品交流の実施検討 5. 喜ばれるイベントの開催 6. 喜ばれる日曜市の開催 ① 出品者グループを中心とした定期イベントの開催 ⇒ 10月:秋に新米祭り, 11月:よさこい祭り, 12月:暮の感謝祭 ② 5%還元販売方法の見直し検討 ⇒ 全体5%還元から目玉商品販売への移行 7. 買い物のしやすい店内レイアウト 8. 生産者の顔の見えるPOP表示 ① 商工会店舗レイアウト指導員および遊湯館従業員を中心とした定期検証の実施 ⇒ 導線・通路幅・陳列高低差・店舗照明(11月) ② 商品イメージが一目でわかるPOP(広告)表示の作成(随時) 9. 情報機関への積極的なPR ① 新聞社・ラジオ・テレビ・情報誌等を最大限活用したPRの実施(随時) ② 自社ホームページの見直し検討の実施 10. 営業の強化 ① 観光バスへの営業を強化(11月) ② デイサービス施設への営業を開始(11月) 11. イベント参加による店舗および商品のPR ① 薩摩川内市産業祭参加(11月) ② きやんせふさとフェスタ参加(3月)</p>	<p>【直売所】 1. 安定した品質の商品提供 ○ 遊湯館直売所出品者グループ代表委員会を開催した(10月・12月)。 ○ 「第6回おもてなしセミナー」に参加した(1月)。 ○ 「直売所等における食品表示等研修会」に参加した(1月)。 ○ 出品者グループ代表委員会にて商品の販売期間を継続して検討した。 ○ 商品管理について、毎日、店内商品を3部門に分けて行った。 ○ 包装、価格、品質、出荷量において、出品者個別の意見交換、指導を随時行った。 2. 安定した商品の提供 3. 豊富な商品の提供 ○ 個別の対話の中で、各出品者の商品状況を把握し、随時出品依頼した。 ○ 農産物の自社仕入(市場商品)について、営業検討会にて検討している(仕入方法の詰めが必要)。 4. 特色ある商品提供 ○ 特産品種一若あゆ作業所「いりこ・昆布等」の取扱いを開始した(12月)。 ○ 鹿児島県道の駅分科会にて商品交流に必要な特産品カレンダーを作成した。 5. 喜ばれるイベントの開催 6. 喜ばれる日曜市の開催 ○ 出品者グループを中心とした定期イベントを開催した。 ⇒ 10月:秋の新米祭り 11月:瓶島鮮魚祭り, 市比野温泉よさこい祭 12月:暮れの感謝祭 ○ 従来の5%還元で継続して実施した。 7. 買い物のしやすい店内レイアウト 8. 生産者の顔の見えるPOP表示 ○ 導線・通路幅・陳列高低差を考慮し、従業員との意見交換の中で随時微調整した。 ○ 商品陳列方法の検証を従業員にて日々実施した。 ○ 出品者の要望、お客様の変更に応じて、POP(広告)表示を随時実施した。 9. 情報機関への積極的なPR ○ 情報誌「みちささ」(7月)、南日本新聞「わくわくレジャーガイド」(7月)、情報誌「TJ」かごしま(11月)、情報誌「福岡ウォーカー」(11月)、南日本新聞「かこしま道の駅」(1月)、情報誌「リビングかごしま」(1月)外、記事掲載7回で紹介された。 ○ MBCラジオ「たんぼ倶楽部」に出演した。 ○ 農林水産省「モバイルホームページ」(2月)、薩摩川内市商工会ホームページ(3月)で情報提示された。 10. 営業の強化 ○ 観光バスやデイサービス施設への営業については、来館時に情報収集を実施した。 11. イベント参加による店舗および商品のPR ○ 薩摩川内市産業祭(11月)、きやんせふさとフェスタ(3月)に参加した。</p>
			<p>【レストラン】 1. 求めやすい提供価格 ① 年1回の入札による業者選定の実施(12月) ② 入札困難な原材料については年2回の価格交渉の実施(12月) ③ 直売所商品の今以上の活用(野菜類) 2. 好まれる定番メニュー提供 ① 日替わり定食追加への取組み検討 3. 気軽に利用できる店内雰囲気づくり ① テレビの設置・雑誌の配置 ② 営業時間外は休憩スペースを拡大検討 ③ 高齢者にはわかりやすい「券売機」の利用から「注文を直接聞く」営業方法への転換の具体的検討 4. 素早く提供できる体制づくり ① 作業工程・時間配分の確認に基づく見直し実施 5. 適正な営業時間の検討 ① 待ち合わせや打ち合わせの場所として活用してもらうため、喫茶(コーヒー)に限り、早めの営業の実施 6. 地域の産品をいかしたメニュー提供 ① さつまあげ、さびなごを食材テーマとしたメニューの試作取組み及びメニュー化 7. イベント的な指向の変わったメニュー提供 ○ 「二十日そばの日・地産物の日・ぜんざいサービスの日・甘酒サービスの日」など 8. 空き時間を活用しての加工商品開発 ① 商工会エクスパート人材協力による具体的検討</p>	<p>【レストラン】 1. 求めやすい提供価格 ○ 業者との個別対応にて納入価格交渉を実施した。 ○ 入札困難な原材料については、定期的な値段交渉を実施した(1月)。 ○ ねぎ・大根・キャベツ・きゅうり・豆腐・イチゴなどを活用した。 2. 好まれる定番メニュー提供 ○ 日替わり定食の取組みについて、試作を開始した(3月)。 3. 気軽に利用できる店内雰囲気づくり ○ テレビの設置・雑誌の配置は、次年度に繰り越した。 ○ 食事時間以外、休憩スペースを随時開放した。 ○ 「券売機」の利用から「注文を直接聞く」営業方法への転換を検討したが、人件費を考慮し未実施だった。 4. 素早く提供できる体制づくり ○ 従業員にて随時、作業工程・時間配分を確認し、見直しを行った。 7. イベント的な指向の変わったメニュー提供 ○ 「二十日そばの日」「甘酒サービスの日」を実施した。 8. 空き時間を活用しての加工商品開発 ○ 人件費、設備等を考慮して次年度に繰り越した。</p>
		<p>【軽食コーナー】 1. 外から見える工夫 ① のぼり旗の活用の継続実施 2. 年代にあった商品提供 ① 軽食主要客層の絞り込み調査の継続実施 3. 冬場の販売商品開発 ① 12月～3月に向けての商品開発取組み実施(地域野菜のおでん) 4. 販売スタイルの変更 ① 集客性の高い繁忙日の店頭販売の継続実施 5. コロッケの大量製造・大量販売 ① 商工会エクスパート人材協力による具体的検討</p>	<p>【軽食コーナー】 1. 外から見える工夫 ○ コロッケ・ソフトクリームのはり旗の継続設置 2. 年代にあった商品提供 ○ 主婦層が中心であることからコロッケ継続販売 3. 冬場の販売商品開発 ○ 「手造りおでん」を試験的に販売した(1月)。 4. 販売スタイルの変更 ○ 「暮れの感謝祭」で店頭販売を試験的に実施した(12月)。 5. コロッケの大量製造・大量販売 ○ 実施は、次年度に繰り越した。</p>	

経営改革プラン取組項目		過去の主な取組実績 (平成18～21年度)	平成22年度取組計画	
項目	内容		取組内容	実績
① 事務事業の見直し			<p>【自販機】 1. 不採算自販機の設置見直し ① 不採算自販機の定期的検証および入れ替え指示(6ヶ月ごと) 2. 自販機見直し制度の導入検討 次年度以降の取組項目</p> <p>【休憩所】 1. 景観イメージの創出 ① フラワーボット等の継続設置 2. 休憩所コーナーの障壁撤除による拡大 ① 8:30～11:00の時間帯の実施 3. 中央通路休憩コーナーの隠ざし対策 ① 'よしず'や'すだれ'の継続設置(一時的な対応) 4. 屋外噴水周りの休憩コーナーの充実 次年度以降の取組項目(老朽化したテントから新たなテントへ) 5. くつろげる景観づくり ① 「花・緑豊かなまちづくり事業」プランターの適正管理の継続実施 6. 屋外ベンチの改善 次年度以降の取組項目(木製ベンチの製作)</p> <p>【駐車場】 1. 身障者用駐車場(2ヶ所)の重複設置 次年度以降の取組項目 2. 車道設置準備の利便性の向上 次年度以降の取組項目(軽車両専用設置など) 3. 長期滞在車両や違法駐車車両排除 ① 張り紙等による注意喚起 ② 警察への定期巡回依頼および不審車両の通報</p> <p>【トイレ】 1. 定期的なトイレ清掃の継続実施 ① 朝夕の清掃専門員の配置および従業員定期巡回の実施 2. 施設の老朽化対策に伴う改善 ① 軽微な修繕は自社実施(配管、ドアなど)、以外は市への報告および協議 3. オストメイト(人工肛門)設備の設置 次年度以降の取組項目 4. おむつ交換設備の設置 次年度以降の取組項目 5. トイレ通道のバリアフリー化 ① 廊下等の検討(藤原川内市との協議) 6. トイレ利用者へのマナーアップ推進 ① 張り紙による注意喚起 (トイレトペーパー・石鹸の盗難、いたずら防止など)</p> <p>【足湯】 1. 定期的な足湯清掃の継続実施 ① 早番出勤者による清掃(毎日) 2. 足湯利用者への隠ざし対策 ① 'よしず'や'すだれ'の継続設置 3. 夜間利用者へのマナーアップ推進 ① 足湯利用心得の継続設置</p> <p>【湯の滝(取水)施設】 1. 市比野温泉PRとしての活用 ① 安定循環のための捨て湯活用による市比野温泉泉質のPR実施 2. お湯楽しみ利用者へのマナーアップ推進 ① 適正利用を目的とした適正ルールの張り出しおよび内容の随時検証実施</p> <p>【観光案内に関する取組項目】 1. 藤原川内市旅館組合を中心とした宿泊施設との連携強化 ① ハンフレットや最新情報の収集 2. イベント情報提供充実のため、藤原川内市、観光協会との連携強化 ① テラシやイベントスケジュールの情報収集 3. 観光スポット案内図の作成 ① 観光農園・公園・プール・工場見学施設などの作成取組み 4. 道案内図の作成 ① 主要道路の目印、所要時間等の作成取組み</p>	<p>【自販機】 1. 不採算自販機の設置見直し ① 不採算自販機を定期的に検証したが、対象自販機はなかった。 2. 自販機見直し制度の導入検討 次年度以降の取組項目 ① 設置業者と意見交換を実施した(南九州コココーラ・アベックス)。</p> <p>【休憩所】 1. 景観イメージの創出 ① 「私の好きな藤原川内市の風景」絵画コンクールの入賞作品を展示した(12月)。 2. 休憩所コーナーの障壁撤除による拡大 ① 食事時間の混雑時以外、開放した。 5. くつろげる景観づくり ① 協力出品者5名によるプランターの適正管理を行った(曜日による管理振分け)。</p> <p>【駐車場】 3. 長期滞在車両や違法駐車車両排除 ① 時間帯車両の調査や注意張り紙を継続して行った。 ② 警察への定期巡回依頼及び不審車両の通報を随時行った。</p> <p>【トイレ】 1. 定期的なトイレ清掃の継続実施 ① 清掃専門員、遊湯館従業員により、毎日、清掃を行った。 2. 施設の老朽化対策に伴う改善 ① 軽微な修繕は自社実施(配管、ドアなど)、それ以外は市への報告及び協議した。 ・ 男子トイレ洗面所排水管取り替え ・ 男子トイレホム水栓取り換え ・ 女子トイレ和式便器修繕 ・ 女子トイレ扉不具合調整(全体) 3. オストメイト(人工肛門)設備の設置 ① 藤原川内市により設置した(3月)。 4. おむつ交換設備の設置 ① 藤原川内市により設置した(3月)。 5. トイレ通道のバリアフリー化 ① 見積り徴収したが、次年度に繰り越した。 6. トイレ利用者へのマナーアップ推進 ① 洗面部分の張り紙等による注意喚起を行った。</p> <p>【足湯】 1. 定期的な足湯清掃の継続実施 ① 早番出勤者による清掃(毎日) ② 社員にて毎朝実施 2. 足湯利用者への隠ざし対策 ① 'よしず'や'すだれ'の設置 ② 下期においては未実施 3. 夜間利用者へのマナーアップ推進 ① 足湯利用心得の設置 ② いたずら防止の注意喚起張り紙の実施</p> <p>【湯の滝(取水)施設】 1. 市比野温泉PRとしての活用 ① 継続して実施した。 2. お湯楽しみ利用者へのマナーアップ推進 ① 「湯の滝利用ルール」の看板を設置した。 ② 「湯の滝利用ルール」の追加ルールの看板を設置した。</p> <p>【観光案内に関する取組項目】 1. 藤原川内市旅館組合を中心とした宿泊施設との連携強化 ① ハンフレットや最新情報の収集等継続して実施した。 2. イベント情報提供充実のため、藤原川内市、観光協会との連携強化 ① 連携強化までは至らなかった。 ② 持ち寄られるポスター等の掲示、や配布を行った。 ③ 花かごまスタンプラリーの拠点として参加した。 3. 観光スポット案内図の作成 ① 実施は、次年度に繰り越した。 4. 道案内図の作成 ① 実施は、次年度に繰り越した。</p>
			下期	

経営改革プラン取組項目		過去の主な取組実績 (平成18～21年度)	平成22年度取組計画	
項目	内容		取組内容	実績
② 組織体制の見直し	①ローテーション勤務による年間340日の営業日数の維持(実施中) ②臨時社員(パート・アルバイト)の1日最長6時間の範囲の中でローテーション勤務 ③優秀な人材の確保による更なるサービス向上 ④営業内容に則した職員配置の柔軟な対応	①民間型の企業とするため社長・専務を民間から継続登用(平成19年5月～) ②ローテーション勤務による年間340日の営業日数の維持。 ③部門担当取締役の選任(直売所担当取締役・飲食部門担当取締役) ④副支配人制度の導入	上期 ①民間型の企業とするため社長・専務、常務を民間から継続登用(平成22年5月～) ②ローテーション勤務による年間345日営業の確保	①民間型の企業とするため社長、専務、常務を民間から継続登用(平成22年5月～) ○社長、専務、常務については民間から登用した。 ②ローテーション勤務による年間345日営業の確保 ○5月・8月は休館日を1日減らした。
			下期 ①上期取組内容の継続実施	①民間型の企業とするため社長、専務、常務を民間から継続登用(平成22年5月～) ○社長、専務、常務については民間から登用した。 ②ローテーション勤務による年間345日営業の確保 ○10月・11月・12月・3月は休館日を1日減らした。
③ 人事・給与制度の確立	①新たな給与規定による営業実績に応じた決定体系の継続 ②高い能力の利用者サービスが提供可能な人材の育成	①役職員研修の実施 ②出品者合同先進地研修の実施 ③勤務体系 ・お客様の利用時間、及び、売上を判断基準とし、パート社員の勤務時間割振り見直し実施 ③社員3名の担当部門責任者制度の導入	上期 ①出品者合同先進地研修の実施(9月) ②お客様の利用時間及び売上を判断基準とし、パート社員の勤務時間割振りの見直し実施	①出品者合同先進地研修の実施(9月) ○下期にて実施計画 ②お客様の利用時間及び売上を判断基準とし、パート社員の勤務時間割振りの見直し実施 ○30分単位での見直しを随時実施
			下期 ①お客様の利用時間及び売上を判断基準とし、パート社員の勤務時間割振りの見直し実施	①出品者合同先進地研修の実施 ○直売所出品者鹿児島交流研修を実施した(11月)。 ○鹿児島県道の駅代表者合同研修に参加した(12月)。 ②お客様の利用時間及び売上を判断基準とし、パート社員の勤務時間割振りの見直し実施 ○30分単位での見直しを随時実施した。
④ 経営状況の点検、評価	①専門家による経営診断の実施 ②具体的成果目標の設定 ③顧客満足度調査の実施	①専門家による経営診断の実施 商工会エキスパート人材における経営改善指導の実施	上期 ①商工会中小企業診断士による経営診断の実施 ②商工会エキスパート人材協力による経営改革取組の検討 ③顧客満足度調査の実施	①商工会中小企業診断士による経営診断の実施 ○薩摩川内市商工会中小企業診断士による経営診断を実施した(6月)。 ②商工会エキスパート人材協力による経営改革取組の検討 ○商工会エキスパート人材による店舗レイアウト指導を実施した(5月)。 ③顧客満足度調査の実施 ○随時実施した。
			下期 ①上期取組内容の継続実施 ②総体売上・総体利用者 → 前年対比1.5%増目標	①上期取組内容の継続実施 ○顧客満足度調査を継続実施した。 ②総体売上・総体利用者 → 前年対比1.5%増目標 ○総体売上 → 前年対比1.0%増の見込み ○総体利用者 → 前年とほぼ同数の見込み
⑤ 情報の公表と管理	①市などの広報誌やホームページによる財務諸表や事業内容、事業計画等の公表、情報公開 ②個人情報保護法に準じた規約の整備や体制作り	①経営情報の公表(市広報紙、市ホームページなど) ②個人情報保護法に準じた個人情報の保護、適正な取得	上期 ①21年度までの取組内容の継続実施	①21年度までの取組内容の継続実施 ○指定管理基本協定、並びに、経営改革プランに基づいた取組みを実施した。
			下期 ①上期取組内容の継続実施	①上期取組内容の継続実施 ○指定管理基本協定、並びに、経営改革プランに基づいた取組みを実施した。
上期 総括	<p>上期においては、指定管理最終年として前年以上の集客性を高めるため、直売所の店舗レイアウトの見直しや薩摩川内市特産品種の増枠、または、レストランのメニュー増など利用者の要望に応えられるよう取組みを実施した。また、南日本新聞社とのタイアップによる「ふるさと便」発送の取組みや、道の駅としての景観を考慮した「花がこま協働事業」への参加取組みなど、観光拠点施設として又は道の駅としての各種事業への取組みも実施した。しかしながら、口蹄疫による各種イベントの中止や利用者の外出控えなどの影響を受け、上期前半は計画を下回る非常に苦しい運営となった。8月に入り、若干の持ち直しの兆しが見えてきたが、厳しい時に、何を、如何に利用者を増やすが問われる上期であったと考える。</p> <p>反面、道の駅としての基本機能である、休憩・トイレ・案内等については、比較的好意的な利用者からの評価を受ける事が多く、ドライバーの方々への充実度は向上していると感じられた上期であった。それらを踏まえて、下期には上期以上の成果が得られるよう運営努力をして行く。</p>			
下期 総括	<p>下期においては、上期同様、指定管理最終年として前年以上の集客性を高めるため、直売所・レストラン・軽食コーナー等、各部門において従業員間の意見交換を密に図りながら改善に努めてきた。なかでも、直売所では季節商品の充実化に、レストランでは待ち時間短縮のための作業工程の見直しに、軽食コーナーにおいては大量販売に向けた作業工程の見直しについて改善を図ってきた。その結果、上期下向きだった利用者数も僅かではあるが好転の兆しを見せてきた。また、出品者を中心とした鶴島との交流会や、市比野温泉よさこい祭への会場提供、さらには、秋の新米祭り、暮れ感謝祭、鶴島鮮魚祭りといった各種イベントを通じて、近隣との連携強化にも努め、今後の協力体制の基礎が着実に進んでいるとの実感がもたらされた下期でもあった。さらには、薩摩川内市によるオストメイトの設置や雨漏り補修工事、または、おむつ交換台の設置など、着実に道の駅としての機能も充実化されていると感じている。</p> <p>次年度に向けては、取締役会や営業検討会議などで十分に計画を審議し、また、当駅の特徴である出品者との連携や地域との連携を更に強化しながら事業取組みをすることで、本年以上の成果が達成できるような運営に努めたいと考えられる。</p>			