

令和6年度 事業計画書

第31期

株式会社いわき市観光物産センター

福島県いわき市小名浜字辰巳町43番地の1

目 次

事業計画書

- (1) 令和6年度 事業計画の概要 1
- (2) 令和6年度 重点事業 3
- (3) 令和6年度 全館売上高及び入館者計画 7
- (4) 令和6年度 販促活動及び広告宣伝活動計画 9
- (5) 令和6年度 誘客活動計画 13
- (6) 令和6年度 直営部門売上計画 15
- (7) 令和6年度 予算書 17

(1) 令和6年度 事業計画の概要

令和5年度は、3年余りに及んだコロナ禍が収束に向かう中で、行動制限がないゴールデンウィークとなり、旅行需要の回復により、入館者数が前年同期比と比べ109%増加したところでありました。その後もコロナの第5類への引き下げを機に社会経済活動の正常化が加速し、観光のトップシーズンである夏季のお盆期間を含めた8月には前年同期比で全館売上高139%、入館者数115%と大幅な増加となったところでした。秋の行楽シーズンにおいては、今まで自粛となっていた旅行に対しお客様の意識が変わり、コロナを気にする方が少なく、旅行へ行きたいとの声を多く聞くようになり、団体旅行の回復に繋がりました。

また福島第一原発ALPS処理水の第1回目の放出が8月24日より開始され、当初想定していた風評被害があまり見られず、むしろ福島を応援するため当館へ訪れ、「常磐もの」をお買い求めるお客様が増えたところでした。さらには「常磐もの」のふるさと納税返礼品の問い合わせも増え、観光や購買意欲の底上げに繋がったところでした。

このことから大幅な入館者数の増加や目標売上を上回り4月から12月までの合計においても、前年対比で入館者数は107%、全館売上高は127%となり前年を大きく上回るまで回復する状況となりました。

令和6年度は、外出規制などで抑え込まれていた消費者の旅行需要、いわゆるリベンジ消費が本格化することが予想されるため、「コロナ禍からの回復と成長」へとマインドを切り替えるとともに時代の大きな変化に対応し、自ら変革に挑戦し施設全体を活性化させる舵取りをしていかなければならない年度であります。

そのために、経営面では、テナントリーシングに全力を注ぎ、当館のコンセプトに基づくとともに、他店舗と相乗効果が高いテナントの誘致を実現することにより空き区画の完全解消を図って参ります。

また、引き続き、月別事業収支の作成実践など、経営状況の見える化を事務所全体で共有しながら、経営改善に繋げて参ります。中長期修繕計画についても改定を進め、施設躯体や設備の更新を図りながら、トータルコストの削減を一層進め、収益改善に繋げて参ります。令和5年度にはLED更新工事を実施し施設の環境整備の向上に繋がっておりますので、引き続き令和6年度も修繕計画に基づき、お客様が安全安心に楽しく利用できる施設づくりを進めて参ります。今後は原材料や光熱費、労務費などの原価を吸収し、適正な利益を確保するために厳しい経営環境の中にあっても当期純利益の2期連続の黒字化を目指して参ります。

次にアクアマリンパークエリアの施設同士やハワイアンズ等の市内観光施設との連携を強化し相互利用を高めるとともに、コロナ禍により昼食場所の確保が各旅行会社の大きな課題になっていることを踏まえ、当館において、新規出店を含め、団体食事ができる店舗の拡大を図り、県内や隣接県からの団体旅行の取り込みの足掛かりとしていきます。引き続き第3セクターという公共的役割を踏まえ、当館が積極的

に団体の昼食需要を取り込むことにより、いわき市全体へ波及効果が及ぶよう、いわき市と連携を図って参ります。

次にキャッシュレス決済は社会的認知が進み普及率が高まるばかりであります。ポイント還元が浸透している中で、当施設の設備としてもクレジットカードや電子マネーに対応する端末を各テナントに整備しておりますので、各テナントにも再度、有用性を理解して頂き、引き続き利用客の利便性の向上を図ってまいります。

販促活動では、コロナ前のイベントを復活させながら、柔軟な発想による新企画にも挑戦し、テナントと一体となり、幅広い世代に来館の楽しさを提供してまいります。当館らしい海鮮に特化したイベント「大鍋振舞い」に加え、長年愛されてきた定番イベント「全国ベンチャーズエレキ合戦」など各種事業を実施してまいります。

また、継続して、さかなの日を中心とした魚食普及や当館独自の名物づくり企画である「ちょい食べ」などに取り組むとともに、すでに定着している「常磐もの」に加え「いわき七浜」など古くて新しいワードを前面に打ち出しながら「鮮度感」や「ボリューム感」にこだわったメニューや商品の開発を促し、「ら・ら・ミュウらしさ」を追求して参ります。

また、昨年8月に設置されたオートバイ神社は、当館を含め全国で23ヵ所あり、ツーリングの目的地やライダーの聖地として、人気スポットになっております。当館のオートバイ神社にも、首都圏や東北地方から週末を中心に多数のライダーが訪れております。今後は、オートバイ神社へ訪れるライダーに、独自の特典サービスを行うとともに、地域活性化及び観光振興の一助として、本市全体の豊かな自然環境を安全に楽しんでもらえるような案内環境を整えて参りたい考えであります。

今後、利用状況を見ながら、当館のオートバイ神社の社殿の充実についても検討を行うなど、話題性を高め、観光スポットとしての役割を担えるような存在にして参りたいと考えております。

当館が位置するアクアマリンパークは、本市でも有数の観光集客力とポテンシャルのある恵まれた区域であると認識しております。当館は、その恵まれた立地条件を生かして、周辺施設と連携を図りながら、利益の追求だけではなく、活力ある地域づくりに貢献していく第三セクターとしての使命があります。

このため、「HUG（ハグ）いわき」のコンセプトに基づき、地元志向を強めながら、集客力を高めて参るほか、将来的には本市の観光情報・人流・楽しみの「HUB（ハブ）＝中心点」となることを目指して、自らが申請主体となり「道の駅」になることについても検討しているところです。

これら事業を下支えする要素として、職員の能力やモチベーションの向上は不可欠となります。このため、職員研修やセミナー活動に加え、若手・中堅職員プロジェクトチームによる「道の駅」化の検討などOJTを充実させ、「学び」の機会を確保するとともに、「心理的安全性」の高い職場環境の形成など、不断の努力を継続しながら、「新しいいわきの観光、新しいら・ら・ミュウ」を合言葉に新たな気持ちで職員が一体となり、経営環境の向上に取り組んで参ります。

(2) 令和6年度 重点事業

① 施設管理・運営

(ア) 新型コロナウイルス感染症が感染法上「第5類」への引き下げ後も、継続して安全・安心、衛生管理の徹底、癒し・くつろぎ・人とのつながりを感じることができる快適な商環境空間の提供を進めてまいります。

○安全・安心の環境整備（除菌、感染予防、社会的距離を保つ）

○衛生管理の徹底（消毒・清掃の徹底）

○開放感を感じることができる施設への取り組み

○新しい生活様式の取り組みについてPOP等での告知、従業員の実践、お客様へのご協力依頼の徹底。

(イ) 全館の施設躯体や施設周辺の整備に努め、お客様が安全・安心に楽しく利用できる施設整備に努めます。

○建物全体における屋根防水、外壁、外部躯体、建具、外構などの大規模修繕計画の立案及び計画

○空調設備、電気設備、受電・配線設備等の耐用年数が経過もしくは法令的な期間が経過する設備の修繕計画及び実施。

○熱源機器類の改善計画の立案及び計画

○非常放送設備、防災設備の修繕及び維持管理

(ウ) 新コンセプトに基づく施設運営方針を活用し、テナント指導やテナントリーシングをすすめてまいります。

○カフェやスイーツなどの新しい機能を持ったテナント誘致を促進し、新規のお客様を獲得できる店舗の出店を目指す

(エ) より良い買い物や食事環境を提供するため専門家コンサルタントによる店舗指導を徹底し、施設サービスの向上に努めてまいります。

○専門コンサルと共同による「道の駅」化構想及び中期経営計画の策定を若手プロジェクトチーム中心に実施

(オ) 中小企業としての補助金等の活用や経費節減に努め、テナント支援を行いながら事業収支の改善を図ってまいります。

② 販売促進活動

(ア) 当館コンセプトに基づき、地元志向を強めながら、独自性の強いイベントを開催し、話題性を高めた販促を仕掛け、来館の促進を図ってまいります。次年度は名物育成事業を柱に、当館らしさを前面に打ち出した海や魚のイベントに関して、「常磐もの」「いわき七浜」をキーワードに展開してまいります

○当館コンセプトをもとに名物づくり育成事業の展開。

- ・育成事業の一環で行っていた「ちょい食べ」など名物づくりに関して、引き続き継続や手直しを行い運営してまいります。
- ・当館は「お・さ・か・な・や」として魚にクローズアップした原点回帰をより鮮明にするため、さかなの日と連動した月毎のお勧め魚種の提案や飲食店の季節のどんぶり祭りなど、「鮮度」「値頃感」「ボリューム」「店舗限定」など、お店の強みを意識した品揃えやメニューの取り組みを専門家などの意見を取り入れながら実践してまいります。
- ・「大人の遠足」事業の継続と将来性を見据えた事業拡大の検討。

○「七浜」をキーワードに当館らしさを強調した海鮮イベントの開催。

- ・大鍋振舞いなど当館の強みを活かした「海と魚」のイベントの実施。
- ・週末限定の朝食提案。

○オートバイ神社など新たなコンテンツを活かしたイベントなどの開催。

○若手職員らによる、「道の駅」プロジェクトチームでの取り組み・研究

- ・新たな発想のもと、ら・ら・ミュウの将来像のアイディア抽出とランドデザインへの着手。

(イ) 誘客活動

○当面は個人客を主軸に観光・商業施設や宿泊施設、教育関連施設や自治体等との協力関係を深め、周遊や連携促進を図ります。

政府や自治体が行う観光需要喚起策については、提携施設や加盟店としての参画を行い、観光客を広く受け入れる機能を維持し旅行エージェントへの営業を継続してまいります。

- ・主要宿泊施設との宿泊プラン等の育成。
- ・関係団体とのプロモーション活動連携（観光共同キャンペーン、教育旅行誘致 他）
- ・市内観光・商業施設との連携。
- ・震災・防災・教育関連施設との連携（いわき震災伝承みらい館、体験型教育施設エリム 他）
- ・いわきF Cとの連携（イベントの開催、サポーター誘致）

○自治体が推進する各種事業への参画

- ・全国旅行支援、県民割、レンタサイクル・サイクルステーションなど。

○地域との共生・連携

- ・中山間地域など地区との連携による農産物販売。
- ・サークル、学校行事等の活用拡大。

(ウ) 旅行エージェントセールス活動

- コロナを気にせず旅行を楽しむ方が増え、旅行に対するお客様の意識が変化しており、行動制限等が緩和されるなど心理的ハードルが下がりつつあります。昼食場所の確保が困難な状況を踏まえ、旅行需要の取り込みとして団体昼食場所の提供を強化して、観光客誘客促進に努めてまいります。
- 当面の間は個人客の誘客を軸に、当館の「お・さ・か・な・や」としての機能やロケーション、新店舗情報など旅行会社等に定期的なリリースを行ってまいります。
- 回復傾向にある一般団体客の取り込みとして、食事場所の案内や学校関係の教育旅行受け入れを拡大できるよう、関係団体と協力し誘致に努めてまいります。
- 当館の震災展示を活かし、震災・防災・教育関連施設と連携した周遊ツアーやスタディツアーについて模索し、新たな観光ルートの構築と提案を図ってまいります。

③ 広告宣伝活動

- (ア) 当館お勧め魚種や季節のお魚井祭りなど、当館の強みを打ち出したイベント・販促についてはプレスリリースをより効果的に発信するため、リリース専門会社等の活用を図ってまいります。
- (イ) イベント・販促の目的に応じた客層に向けて広告を配信してまいります。
- (ウ) ら・ら・ミュウ公式SNSサービスの配信頻度を強化します。
また、ら・ら・ミュウ公式YouTubeチャンネルを活用し、LINEとリンクしたタイムリーな情報発信を行い、動画ならではの情報を提供してまいります。
- LINE登録者に向けた定期的なお得情報などの配信。
- YouTubeチャンネルで動画配信の提供の継続。

④ 直営部門運営

- (ア) 「いわきの物産 銘品プラザ」においては新商品やPB（プライベートブランド）の開発、月や季節ごとに各種フェアを行い、売上確保を目指します。また、収益改善を図り利益向上を図ってまいります。
- 菓子類の新商品開発や日本酒のPBなどを展開し、オリジナル商品の一層の強化。
- 季節や月毎に各種フェアをコーナー展開し、いわきや福島魅力を広くPR。
- 地元農家との提携による農産品のセット販売を展開。
- 学生による開発商品等の実演販売の招致、取り扱いの拡大。
- 専門家の指導による売り場づくりや接客技術の向上を図る。
- オペレーションの見直しや高利益商品の品揃えを充実させ、収益の改善を図る。
- 「道の駅」化を見据えた棚割の再構築

(イ) その他の部門についてはそれぞれの特性を伸ばし、接客やサービスを向上させ、売上確保を図ってまいります。

○宝くじ売り場は、ジャンボ宝くじなどの販売の販促物・演出の充実や、接客技術向上を図り、販売体制を強化。

○自動販売機は、当館やパークエリアで行われるイベントや繁忙期に機会ロスが起こらぬよう、商品管理を徹底。

○ゲームコーナーミュウランドは運営業者の入替を行い、ゲーム機器類を一新して、収益と管理体制の改善を図ります。

(3) 令和6年度 全館売上高及び入館者計画

2024.2.7 作成

① 全館売上高計画 (単位:円)										
月別	全館売上									
	令和6年度計画	令和5年度見込み	増減	前年度比	令和4年度	増減	令和4年度比	平成30年度	増減	平成30年度比
4月	109,500,000	97,591,701	11,908,299	112.20%	75,374,554	34,125,446	145.27%	120,932,831	△ 11,432,831	90.55%
5月	158,300,000	147,310,019	10,989,981	107.46%	120,692,712	37,607,288	131.16%	144,949,300	13,350,700	109.21%
6月	122,800,000	98,627,796	24,172,204	124.51%	79,133,056	43,666,944	155.18%	118,951,088	3,848,912	103.24%
第1四半期	390,600,000	343,529,516	47,070,484	113.70%	275,200,322	115,399,678	141.93%	384,833,219	5,766,781	101.50%
7月	140,700,000	132,768,750	7,931,250	105.97%	104,992,420	35,707,580	134.01%	128,019,013	12,680,987	109.91%
8月	258,200,000	221,591,449	36,608,551	116.52%	158,977,654	99,222,346	162.41%	188,442,604	69,757,396	137.02%
9月	138,600,000	118,184,908	20,415,092	117.27%	94,734,802	43,865,198	146.30%	115,416,764	23,183,236	120.09%
第2四半期	537,500,000	472,545,107	64,954,893	113.75%	358,704,876	178,795,124	149.84%	431,878,381	105,621,619	124.46%
10月	162,000,000	147,475,492	14,524,508	109.85%	116,265,600	45,734,400	139.34%	138,185,586	23,814,414	117.23%
11月	178,600,000	159,170,353	19,429,647	112.21%	115,404,406	63,195,594	154.76%	150,019,306	28,580,694	119.05%
12月	196,500,000	169,891,617	26,608,383	115.66%	146,740,715	49,759,285	133.91%	138,637,323	57,862,677	141.74%
第3四半期	537,100,000	476,537,462	60,562,538	112.71%	378,410,721	158,689,279	141.94%	426,842,215	110,257,785	125.83%
1月	139,700,000	122,868,401	16,831,599	113.70%	102,185,679	37,514,321	136.71%	96,608,412	43,091,588	144.60%
2月	100,200,000	89,000,000	11,200,000	112.58%	80,673,898	19,526,102	124.20%	77,684,306	22,515,694	128.98%
3月	146,900,000	130,000,000	16,900,000	113.00%	117,894,858	29,005,142	124.60%	98,141,849	48,758,151	149.68%
第4四半期	386,800,000	341,868,401	44,931,599	113.14%	300,754,435	86,045,565	128.61%	272,434,567	114,365,433	141.98%
年間計	1,652,000,000	1,634,480,486	217,519,514	113.31%	1,313,079,354	538,929,646	141.04%	1,516,988,362	596,011,618	122.16%
構成比	100.0%	100.0%			100.0%					

【 全館売上・入館者 】

■令和6年度の全館売上高及び入館者につきましては売上で18億5千万円、入館者で157万人を目標としております。
令和5年度の全館状況は売上で16億3千万円、入館者138万人を見込んでおります。
そのため、前年度比較では売上で2億2千円増の前年度比113.3%、入館者で19万人増の同比113.8%となっております。

■令和6年度はコロナの影響がほとんどないと仮定し、計画は令和5年度を基準に算出致しました。
各ゾーンの計画は以下の通りです。

- ・おさかなゾーン:年間での推し魚種などの取り組みやふるさと納税等の販促施策で、前年度比104%の6億9百万円。
- ・物販ゾーン:おすすめギフト等の施策により、前年度比103.7%の5億6千2百万円。
- ・飲食ゾーン:新店舗の増加分を含め、前年度比123.8%の4億6千7百万円。
- ・レストランゾーン&観光遊覧船:レストランの4月新規出店を見込み、前年度比165.9%の2億1千3百万円。

■売上・入館者計画の達成に向け、当館コンセプトに基づきつつ、イベントや販促企画・対外的な周遊連携の磨き上げを行うとともに、団体対応食事施設が新規オープンすることから、団体誘客をさらに増進し、当センターの魅力や集客向上に取り組んでまいります。

■平日と土日祝の対比で1:2.9 前年度と同比率とし、観光特化型の施設として計画致しました。

(単位:円)								
	2023年度	日数	2023年度平均売上	2024年度	2023年度比	日数	2024年度平均売上	平均売上2023年度比
平日	647,033,835	229	2,825,475	715,950,000	110.65%	227	3,153,965	111.63%
土日祝	987,446,651	124	7,963,279	1,136,050,000	115.05%	125	9,088,400	114.13%
合計	1,634,480,486	353	4,630,256	1,852,000,000	113.31%	352	5,261,364	113.63%

② 入館者計画 (単位:人)										
月別	入館者									
	令和6年度計画	令和5年度見込み	増減	前年度比	令和4年度	増減	令和4年度比	平成30年度	増減	平成30年度比
4月	105,000	89,400	15,600	117.45%	79,000	26,000	132.91%	120,500	△ 15,500	87.14%
5月	160,000	140,300	19,700	114.04%	136,100	23,900	117.56%	162,700	△ 2,700	98.34%
6月	104,000	88,800	15,200	117.12%	88,100	15,900	118.05%	115,100	△ 11,100	90.36%
第1四半期	369,000	318,500	50,500	115.86%	303,200	65,800	121.70%	398,300	△ 29,300	92.64%
7月	131,000	113,700	17,300	115.22%	103,500	27,500	126.57%	134,100	△ 3,100	97.69%
8月	242,000	217,400	24,600	111.32%	187,500	54,500	129.07%	242,000	0	100.00%
9月	119,000	103,300	15,700	115.20%	102,200	16,800	116.44%	127,300	△ 8,300	93.48%
第2四半期	492,000	434,400	57,600	113.26%	393,200	98,800	125.13%	503,400	△ 11,400	97.74%
10月	130,000	114,400	15,600	113.64%	113,000	17,000	115.04%	125,000	5,000	104.00%
11月	130,000	113,100	16,900	114.94%	99,400	30,600	130.78%	138,700	△ 8,700	93.73%
12月	140,000	121,800	18,200	114.94%	119,000	21,000	117.65%	120,500	19,500	116.18%
第3四半期	400,000	349,300	50,700	114.51%	331,400	68,600	120.70%	384,200	15,800	104.11%
1月	116,000	102,400	13,600	113.28%	98,000	18,000	118.37%	102,300	13,700	113.39%
2月	87,000	79,000	8,000	110.13%	76,700	10,300	113.43%	86,700	300	100.35%
3月	111,000	101,000	10,000	109.90%	98,400	12,600	112.80%	96,400	14,600	115.15%
第4四半期	314,000	282,400	31,600	111.19%	273,100	40,900	114.98%	285,400	28,600	110.02%
年間計	1,575,000	1,354,600	190,400	113.75%	1,200,900	274,100	121.07%	1,571,300	3,700	100.24%

【 第1四半期 】

■4月から新たに2店舗の食事施設の出店が出揃うことを見込み、第1四半期は前年度113.7%で計画致しました。
4・5月の土日祝は昨年に比べ減少しているため、4月は前年度比112.2%、5月は同比107.5%で計画致しました。
6月は土日祝が2日増加の為、同比124.5%としております。

【 第2四半期 】

■第2四半期は前年度比113.8%としております。曜日配列の関係で7月は土日祝が2日減少の為、前年度比106%で計画しております。
対して8月と9月は土日祝が増加していることから、8月は前年度比116.5%、9月は117.3%で計画致しました。

【 第3四半期 】

■秋の行楽シーズンとなる第3四半期は前年度比112.7%で計画しております。
10月は前年度比109.9%、11月は同比112.2%、年間で2番目の売上高となる12月は同比115.7%を見込んで計画致しました。

【 第4四半期 】

■第4四半期は前年度比113.1%で計画致しました。
1月は正月期間の来館者が増加していることから同期間の売上増を見込み前年度比113.7%、2月・3月は閑散期となりますが、団体受け入れ食事施設がオープンから一巡することから団体客の増加を見込み、2月で同比112.6%、3月で同比113%で計画しております。

③ ゾーン別売上高

(単位:円)

月別	おさかなゾーン(6店舗)									
	令和6年度計画	令和5年度見込み	増減	前年度比	令和4年度	増減	令和4年度比	平成30年度	増減	平成30年度比
4月	34,900,000	35,265,821	△ 365,821	98.96%	28,017,347	6,882,653	124.57%	48,426,675	△ 13,526,675	72.07%
5月	51,000,000	51,995,852	△ 995,852	98.08%	45,611,811	5,388,189	111.81%	52,666,151	△ 1,666,151	96.84%
6月	38,000,000	33,870,030	4,129,970	112.19%	29,467,541	8,532,459	128.96%	44,909,123	△ 6,909,123	84.62%
第1四半期	123,900,000	121,131,703	2,768,297	102.29%	103,096,699	20,803,301	120.18%	146,001,949	△ 22,101,949	84.86%
7月	37,800,000	39,433,927	△ 1,633,927	95.86%	36,128,734	1,671,266	104.63%	45,875,882	△ 8,075,882	82.40%
8月	66,000,000	60,323,213	5,676,787	109.41%	48,672,232	17,327,768	135.60%	59,337,204	6,662,796	111.23%
9月	40,000,000	37,462,778	2,537,222	106.77%	30,993,900	9,006,010	129.06%	45,161,556	△ 5,161,556	88.57%
第2四半期	143,800,000	137,219,918	6,580,082	104.80%	115,794,956	28,005,044	124.19%	150,374,642	△ 6,574,642	95.63%
10月	54,800,000	54,639,418	160,582	100.29%	41,637,443	13,162,557	131.61%	59,798,743	△ 4,998,743	91.64%
11月	65,000,000	62,799,386	2,200,614	103.50%	45,444,806	19,555,194	143.03%	66,296,801	△ 1,296,801	98.04%
12月	96,000,000	87,685,929	8,314,071	109.48%	78,120,380	17,879,620	122.89%	79,009,102	16,990,898	121.50%
第3四半期	215,800,000	205,124,733	10,675,267	105.20%	165,202,629	50,597,371	130.63%	205,104,646	10,695,354	105.21%
1月	48,000,000	46,739,106	1,260,894	102.70%	39,418,443	8,581,557	121.77%	40,630,487	7,369,513	118.14%
2月	33,400,000	33,000,000	400,000	101.21%	30,806,534	2,593,466	108.42%	33,593,139	△ 193,139	99.43%
3月	44,300,000	42,700,000	1,600,000	103.75%	39,600,134	4,699,866	111.87%	39,433,299	4,866,701	112.34%
第4四半期	125,700,000	122,439,106	3,260,894	102.66%	109,825,111	15,874,889	114.45%	113,656,925	12,043,075	110.60%
年間計	609,200,000	585,915,460	23,284,540	103.97%	493,919,395	115,280,605	123.34%	615,138,162	△ 5,938,162	99.03%
構成比	32.9%	35.8%				37.6%				

(単位:円)

月別	飲食ゾーン(8店舗)									
	令和6年度計画	令和5年度見込み	増減	前年度比	令和4年度	増減	令和4年度比	平成30年度	増減	平成30年度比
4月	29,500,000	23,066,950	6,433,050	127.89%	16,597,424	12,902,576	177.74%	24,961,797	4,538,203	118.18%
5月	40,000,000	33,636,996	6,363,004	118.92%	26,640,390	13,359,610	150.15%	30,104,370	9,895,630	132.87%
6月	30,000,000	21,150,336	8,849,664	141.84%	17,422,026	12,577,974	172.20%	22,576,876	7,423,124	132.88%
第1四半期	99,500,000	77,854,282	21,645,718	127.80%	60,659,840	38,840,160	164.03%	77,643,043	21,856,957	128.15%
7月	38,700,000	33,293,887	5,406,113	116.24%	26,092,799	12,607,201	148.32%	27,163,093	11,536,907	142.47%
8月	75,800,000	61,880,613	13,919,387	122.49%	39,971,927	35,828,073	189.63%	42,277,259	33,522,741	179.29%
9月	38,500,000	30,192,836	8,307,164	127.51%	23,771,775	14,728,225	161.96%	21,937,763	16,562,237	175.50%
第2四半期	153,000,000	125,367,336	27,632,664	122.04%	89,836,501	63,163,499	170.31%	91,378,115	61,621,885	167.44%
10月	40,050,000	32,893,899	7,156,101	121.76%	26,658,608	13,391,392	150.23%	20,257,411	19,792,589	197.71%
11月	40,300,000	32,263,547	8,036,453	124.91%	23,752,592	16,547,408	169.67%	23,265,036	17,034,964	173.22%
12月	33,750,000	28,942,862	4,807,138	116.61%	21,809,738	11,940,262	154.75%	18,785,933	14,964,067	179.66%
第3四半期	114,100,000	94,100,308	19,999,692	121.25%	72,220,938	41,879,062	157.99%	62,308,380	51,791,620	183.12%
1月	35,350,000	27,654,430	7,695,570	127.83%	22,276,730	13,073,270	158.69%	18,673,896	16,676,104	189.30%
2月	25,200,000	20,000,000	5,200,000	126.00%	17,933,494	7,266,506	140.52%	12,998,785	12,201,215	193.86%
3月	40,250,000	32,700,000	7,550,000	123.09%	28,349,626	11,900,374	141.98%	18,185,344	22,064,656	221.33%
第4四半期	100,800,000	80,354,430	20,445,570	125.44%	68,559,850	32,240,150	147.02%	49,858,025	50,941,975	202.17%
年間計	467,400,000	377,676,356	89,723,644	123.76%	291,277,129	176,122,871	160.47%	281,187,563	186,212,437	166.22%
構成比	25.2%	23.1%				22.2%				

飲食ゾーン 計画				
	既存店	既存前年度比	新店1(いくら)	合計
4月	23,000,000	99.7%	6,500,000	29,500,000
5月	33,000,000	98.1%	7,000,000	40,000,000
6月	23,500,000	111.1%	6,500,000	30,000,000
7月	31,800,000	95.5%	6,900,000	38,700,000
8月	67,900,000	109.7%	7,900,000	75,800,000
9月	32,000,000	106.0%	6,500,000	38,500,000
10月	33,000,000	100.3%	7,050,000	40,050,000
11月	33,000,000	102.3%	7,300,000	40,300,000
12月	26,500,000	91.6%	7,250,000	33,750,000
1月	28,000,000	101.2%	7,350,000	35,350,000
2月	20,200,000	101.0%	5,000,000	25,200,000
3月	33,000,000	100.9%	7,250,000	40,250,000
計	384,900,000	101.9%	82,500,000	467,400,000

(単位:円)

月別	物販ゾーン(12店舗)									
	令和6年度計画	令和5年度見込み	増減	前年度比	令和4年度	増減	令和4年度比	平成30年度	増減	平成30年度比
4月	32,000,000	32,397,525	△ 397,525	98.77%	24,610,728	7,389,272	130.02%	33,248,329	△ 1,248,329	96.25%
5月	50,500,000	51,508,063	△ 1,008,063	98.04%	39,391,794	11,108,206	128.20%	43,033,172	7,466,828	117.35%
6月	39,000,000	34,722,532	4,277,468	112.32%	25,789,353	13,210,647	151.23%	33,031,759	5,968,241	118.07%
第1四半期	121,500,000	118,628,120	2,871,880	102.42%	89,791,875	31,708,125	135.31%	109,313,260	12,186,740	111.15%
7月	44,800,000	46,837,497	△ 2,037,497	95.65%	33,755,955	11,044,045	132.72%	36,033,756	8,766,244	124.33%
8月	87,000,000	79,796,731	7,203,269	109.03%	56,787,261	30,212,739	153.20%	61,468,271	25,531,729	141.54%
9月	42,000,000	39,433,254	2,566,746	106.51%	32,264,531	9,735,469	130.17%	31,904,292	10,095,708	131.64%
第2四半期	173,800,000	166,067,482	7,732,518	104.66%	122,807,747	50,992,253	141.52%	129,406,319	44,393,681	134.31%
10月	48,600,000	48,512,768	87,232	100.18%	39,048,743	9,551,257	124.46%	35,797,519	12,802,481	135.76%
11月	54,500,000	52,924,479	1,575,521	102.98%	38,116,306	16,383,694	142.98%	37,150,450	17,349,550	146.70%
12月	50,000,000	43,767,253	6,232,747	114.24%	39,868,696	10,131,304	125.41%	28,661,105	21,338,895	174.45%
第3四半期	153,100,000	145,204,500	7,895,500	105.44%	117,033,745	36,066,255	130.82%	101,609,074	51,490,926	150.68%
1月	40,000,000	39,598,522	401,478	101.01%	34,156,947	5,843,053	117.11%	26,823,140	13,176,860	149.12%
2月	29,500,000	29,000,000	500,000	101.72%	26,603,291	2,896,709	110.89%	19,877,962	9,622,038	148.41%
3月	44,200,000	43,800,000	400,000	100.91%	41,538,048	2,661,952	106.41%	26,165,106	18,034,894	168.93%
第4四半期	113,700,000	112,398,522	1,301,478	101.16%	102,298,286	11,401,714	111.15%	72,866,208	40,833,792	156.04%
年間計	562,100,000	542,298,624	19,801,376	103.65%	431,931,653	130,168,347	130.14%	413,194,861	148,905,139	136.04%
構成比	30.4%	33.2%				32.9%				

(単位:円)

月別	レストランゾーン・遊覧船・遊び場(4店舗)									
	令和6年度計画	令和5年度見込み	増減	前年度比	令和4年度	増減	令和4年度比	平成30年度	増減	平成30年度比
4月	13,100,000	6,861,405	6,238,595	190.92%	6,149,055	6,950,945	213.04%	14,296,030	△ 1,196,030	91.63%
5月	16,800,000	10,169,108	6,630,892	165.21%	9,048,717	7,751,283	185.66%	19,145,607	△ 2,345,607	87.75%
6月	15,800,000	8,884,898	6,915,102	177.83%	6,454,136	9,345,864	244.80%	18,433,330	△ 2,633,330	85.71%
第1四半期	45,700,000	25,915,411	19,784,589	176.34%	21,651,908	24,048,092	211.07%	51,874,967	△ 6,174,967	88.10%
7月	19,400,000	13,203,439	6,196,561	146.93%	9,014,932	10,385,068	215.20%	18,946,282	453,718	102.39%
8月	29,400,000	19,590,892	9,809,108	150.07%	13,546,234	15,853,766	217.03%	25,359,870	4,040,130	115.93%
9月	18,100,000	11,096,040	7,003,960	163.12%	7,704,506	10,395,494	234.93%	16,413,153	1,686,847	110.28%
第2四半期	66,900,000	43,890,371	23,009,629	152.43%	30,265,672	36,634,328	221.04%	60,719,305	6,180,695	110.18%
10月	18,550,000	11,429,407	7,120,593	162.30%	8,920,806	9,629,194	207.94%	22,331,913	△ 3,781,913	83.06%
11月	18,800,000	11,182,941	7,617,059	168.11%	8,090,702	10,709,298	232.37%	23,307,019	△ 4,507,019	80.66%
12月	16,750,000	9,495,573	7,254,427	176.40%	6,941,901	9,808,099	241.29%	12,181,183	4,568,817	137.51%
第3四半期	54,100,000	32,107,921	21,992,079	168.49%	23,953,409	30,146,591	225.86%	57,820,115	△ 3,720,115	93.57%
1月	16,350,000	8,876,343	7,473,657	184.20%	6,333,559	10,016,441	258.15%	10,480,889	5,869,111	156.00%
2月	12,100,000	7,000,000	5,100,000	172.86%	5,330,579	6,769,421	226.99%	11,214,420	885,580	107.90%
3月	18,150,000	10,800,000	7,350,000	168.06%	8,407,050	9,742,950	215.89%	14,358,100	3,791,900	126.41%
第4四半期	46,600,000	26,676,343	19,923,657	174.69%	20,071,188	26,528,812	232.17%	36,053,409	10,546,591	129.25%
年間計	213,300,000	128,590,046	84,709,954	165.88%	95,942,177	117,357,823	222.32%	206,467,796	6,832,204	103.31%
構成比	11.5%	7.9%			7.3%					

(4) 令和6年度 販促活動及び広告宣伝活動計画

①令和6年度計画

令和5年度はゴールデンウィーク明けにコロナの感染症法上の分類が5類に移行となり、社会経済活動等の影響が緩和されたことで、徐々に観光動向も上向きとなってまいりました。また、風評被害が懸念された原発処理水の海洋放出についても、「常磐もの」など福島応援需要が後押しとなり、全館売上高及び入館者は大きくリバウンド致しました。

次年度は応援需要も落ち着き、当館本来の力が試される年度となるため、当センターらしいイベントやローカルでバラエティなテナント構成を活かし、誘客策を講じてまいります。

令和6年度は25・26周年事業で実施し、3年目となる名物づくり育成事業「ちょい食べ」「どんぶりフェア」など、海鮮を前面にした当館やお店の強みを活かした販促を引き続き行ってまいります。

また、昨年鎮座し当館の新たなコンテンツとしてバイカー誘客の要となる「ら・ら・ミュウ オートバイ神社」の有効活用と屋外設置を視野にしたリニューアルを図ってまいります。

団体誘客については団体客の対応可能な店舗の新規出店や、飲食店での団体向けメニューなどを取り入れるお店が増加することから、団体受け入れの公共的役割を担う施設として積極的なセールス活動を行ってまいります。

さらに、観光・商業施設間や宿泊施設、教育関連施設や自治体等との協力関係を深め、当館との周遊や連携促進を図ってまいります。

広報活動については、当館のイベントや販促キャンペーン、店舗情報などを定期的に報道機関や関係各所へリリース・発信を行ってまいります。

広告媒体については、当館のターゲットや目的に合った広告媒体を吟味して出稿すると共に、今やSNS活用は当たり前であることから、動画や写真投稿のやり方を工夫して配信してまいります。

全館売上目標18億5千万円、入館者数158万人を達成できるよう、販促や誘客活動など状況に応じて新規事業を柔軟に取り組み、令和6年度の販売促進活動を進めてまいります。

(ア) イベント販促活動

▶当館コンセプトをもとにした育成事業

25・26周年事業として名物づくり育成事業で実施していたものを、継続・手直しして展開。コンサルタントの意見を活かし、名物と連動した商品・メニューの展開。

I 「ちょい食べ」は半期ごとに案内ガイドマップを一新し、館内食べ歩きを推奨。

II ら・ら・ミュウは『お・さ・か・な・や』として魚にクローズアップした原点回帰。

おさかなゾーン各店で月のテーマごとの「推し魚種」などお勧めの提案。

III 飲食ゾーンでは店舗・季節毎の「どんぶりフェア」を案内(年4回)

IV 「大人の遠足」事業の継続と将来性を見据えた事業拡大の検討。

▶「七浜」をキーワードに当館らしい、さかなのイベントの強調。

I 「大鍋振舞い」など当館の強みを活かした「海と魚」のイベントを展開。

II 朝食提供による、週末朝活の提案。

▶当館の新たなコンテンツの活用及び新企画の展開

I 東北初のオートバイ神社PRとバイカー誘客企画の実施。社殿リニューアルの検討。

II J2クラブいわきFCとのコラボなど、スポーツの時事ネタと連動した企画の実施。

▶若手社員らによる「道の駅」プロジェクトチーム発足

I 若手社員と専門家サポートにより当館リニューアルの新しい方向性を課題整理。

(イ) 誘客活動

▶新型コロナウイルス感染症法上の分類が第5類へ移行による制限緩和となり、団体復活の兆し。当館での団体対応施設の新規オープンや団体食事メニュー取り扱い店舗の増加もあり、旅行エージェントセールス活動の継続と団体対応店舗のサポートに注力。

▶関係各所、観光宿泊施設との持続的な連携

I 主要宿泊施設（Jヴィレッジ、市外温泉地など）との宿泊プランの育成。

II 関係団体とのプロモーション活動連携（観光共同キャンペーン。教育旅行誘致）

III 市内観光・商業施設との連携（アクアマリンふくしま、ワンダーファームなど）

IV 震災・防災・教育関連施設との周遊連携（いわき震災伝承みらい館、体験型教育施設 エリムなど）

▶自治体が推進する各種事業への参画

I いわき七浜さかなの日、レンタサイクル・サイクルステーションなど。

▶地域との連携

I 山間地域など地区との連携による農産物販売。

II サークル、学校行事等の活用拡大。

(ウ) 広告宣伝活動

▶公式SNSの重点的な展開。ショート動画など配信回数を強化。

▶タレントや地域インフルエンサーを活用した当館認知度の強化。

▶グーグルやSNSの口コミを活用し、個人客や小人数グループ客の来館促進。

▶イベント・販促の目的に応じた顧客層を狙った広告媒体の選別。

▶魚屋の推し魚種や季節毎のどんぶりフェア、イベント各種のプレスリリース。

リリース専門会社の利用でメリハリのあるメディア活用。

令和6年度 販売促進活動計画 マスタープラン(案)

※赤字は新規取り組みイベント・販促。

		4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	
		GW イベント			サマーイベント			オータムイベント			年末年始イベント		スプリングイベント	
全館イベント・販促事業	育成・推し企画	1 名物づくりの育成事業 ① 「ちょい食べ」継続・ブラッシュアップ ② 原点回帰 ら・ら・ミュウは「お・さ・か・な・や」 おさかなゾーン:月毎の各店「推し(お勧め)魚種」の提案 ③ グルメでの来館促進 飲食・レストランゾーン:季節のどんぶりフェア/年4回(3月、6月、9月、12月) ④ 大人の遠足事業の継続と将来性を見据えた事業拡大の検討												
	イベント・販促	1 海鮮・食のイベント「七浜」テーマ ① 大鍋振舞い ●かつお祭り ●さんま祭り ●あんこう鍋祭り ●ふぐ汁祭り ② 週末朝活(朝食) ③ 魚食普及イベント(毎月7日はいわき七浜さかなの日) 2 集客イベント・キャンペーン ●GWイベント(5/3～5/5) ●開館27周年誕生祭 ●縁日祭り ●第18回全国ベンチャーズエレキ合戦 ●歳末感謝祭 ●新春イベント(1/1～3) ●ウィンターキャンペーン ●年度末感謝祭 ら・ら・ミュウ祭り 3 新規イベント ① オートバイ神社PR企画 ② スポーツや時事ネタと連動した企画(J2クラブいわきFCとの連携など) ③ ストリートピアノコンサート ※販促委員会(事務局若手メンバーやテナントで構成される組織体)との連携協力。協議やアイデアにより変動有												
	誘客活動	1 団体誘客 ① 団体昼食対応のPR ② 団体貸し切りバス助成、県民割等の旅行支援企画 参画 2 個人観光客の誘客 ① 主要宿泊施設との宿泊プラン育成 ② 関係団体とのプロモーション(観光共同キャンペーン、教育旅行誘致活動) ③ 市内観光・商業施設との周遊連携 ④ 震災・防災・教育関連施設等との周遊連携												
	協力・協賛・共催	① アクアマリンふくしま入場券割引販売(通年) ② いわき市ふるさと納税返礼品(いわき・ら・ら・ミュウ推奨品) ③ レンタサイクル・サイクルステーション ④ 地域行事・季節行事への協賛・協力 ⑤ 市体験型経済教育施設Elem(エリム) 協賛(通年) ●いわき花火大会 ●じゃんがら念仏踊り ●棒ささら ●いわきサンシャインマラソン												
	SNS ネット広告	1 プレスリリース ① プレスリリースはポイントを押さえて実施(当センターのターゲットと相性の良いテレビ媒体など) ② リリース専門会社を活用したメリハリ型の露出 2 公式SNSの配信強化 ① 公式SNSの動画・写真投稿回数の強化 ② 地元インフルエンサーを活用した当センターPR強化 ③ グーグルやSNSなどの口コミ活用による、個人・小グループへのPR ●Tik Tok ●Face book ●Instagram ●YouTube動画配信 ●LINE ●X(旧Twitter)												
告知媒体	新聞・情報誌・雑誌	るるぶ会津福島'23 るるぶ東北'23												
	テレビ・ラジオ	●FMいわき「ららミュウ広場」公開生放送 毎週日曜日11～12時												
	ポスター・チラシ	・各月イベントポスター												
	ホームページ	いわき七浜さかなの日(毎月7日)												
	館内・外装飾													
アクアマリンパーク及び周辺地区のイベント														

(5) 令和6年度 誘客活動計画

① 令和5年度第3四半期までのバス来館状況

令和5年度第3四半期までの観光バスの来館は1,923台となり、平成30年度の4,871台と比較すると2,948台減少の39.5%と大きく減少しています。しかし、今年度は新型コロナウイルス感染症法の分類が5類に移行し、徐々に少人数の団体を中心に団体旅行復活の兆しもあり、前年度の同時期よりも247台の増加となっております。ただし、コロナ禍や人手不足で団体食事施設の閉店・廃業等も増えており、団体食事を受け入れる施設が当館を含めて減少しており、まだまだ厳しい状況にあります。

令和5年度4月～12月バス来館状況

令和5年度	平成30年度	増減	対比
1,923台	4,871台	△2,948台	39.5%

② 令和6年度誘客計画

(ア) 令和6年度の誘客活動訪問地区は新型コロナウイルス蔓延前の平成30年度のバス来館地区ランキングを基に選定いたしました。5類移行後2年目を迎え、新型コロナウイルスの影響がほとんどないと想定しており今後は、地域のコミュニティや法人等の各種団体の受注旅行が復活してくると思われます。

(イ) 令和6年度の誘客活動のセールスの肝となるのは団体旅行の食事会場を提案できるか否かになると思われます。令和6年度はじめに2階に団体受け入れ可能な飲食店舗のオープンが予定され、館内でも平日限定となりますが団体食提供に意欲を示しているところもあり、当センターの強みである食事施設が厚みを増すため、積極的にセールスしてまいります。その他、市内や相双地区の震災関連施設との周遊を視野に入れた教育旅行や宿泊施設との連携、登録博物館になる予定のアクアマリンふくしまなどを絡めた誘客も継続してセールスしてまいります。

平成30年度バス来館地区ランキング

商 圏	順位	地 域
一次エリア	1位	福島県
二次エリア	2位	東京都
二次エリア	3位	埼玉県
一次エリア	4位	茨城県
二次エリア	5位	千葉県
一次エリア	6位	栃木県
二次エリア	7位	宮城県
二次エリア	8位	群馬県
二次エリア	9位	山形県

③ 訪問計画

月	都・県	地 域	件数	訪問目的
4 月	宮城県	仙台市	50 社	隣接県からの誘客
5 月	東京都	葛飾区・江戸川区	50 社	首都圏からの誘客
6 月	千葉県	銚子市・山武市・茂原市	50 社	首都圏からの誘客
7 月	山形県	山形市・寒河江市他	50 社	隣接県からの誘客
8 月	茨城県	筑西市・桜川市・笠間市他	50 社	隣接県からの誘客
9 月	埼玉県	さいたま市	50 社	首都圏からの誘客
10 月	群馬県	館林市・太田市・伊勢崎市	50 社	海なし県からの誘客
11 月	栃木県	宇都宮市	50 社	海なし・隣接県からの誘客
12 月	福島県	中通り・会津地区	50 社	県内旅行会社 年末挨拶
1 月	千葉県	松戸市・市川市・柏市	50 社	首都圏からの誘客
2 月	埼玉県	久喜市・上尾市	50 社	首都圏からの誘客
3 月	茨城県	水戸市他	50 社	隣接県からの誘客
合計			600 社	

(6) 令和6年度 直営部門計画

【 直営部門 売上総利益総計 】				(参考)		
部門	令和4年度実績	令和5年度見込	令和6年度計画	令和5年度対比	平成30年度実績	平成30年度対比
直営店	44,523,947	60,139,848	63,000,000	104.8%	50,318,494	125.2%
自動販売機	5,425,705	6,150,153	6,670,000	108.5%	6,612,087	100.9%
宝くじ	6,417,191	6,997,073	7,730,000	110.5%	7,093,014	109.0%
ミュウランド	2,847,550	3,385,700	4,580,000	135.3%	2,493,430	183.7%
わんぱくひろば みゅうみゅう	15,502,050	3,139,327	0	0.0%	16,239,817	0.0%
合計	74,716,443	79,812,101	81,980,000	102.7%	82,756,842	99.1%

【 直営店 銘品プラザ 】					
項目		令和4年度実績	令和5年度見込	令和6年度計画	令和5年度対比
販売金額		171,066,343	231,305,153	245,130,000	106.0%
受託販売	売上高	94,438,254	131,405,903	138,920,000	105.7%
	仕入れ	68,637,481	95,715,456	101,260,000	105.8%
	販売手数料①	25,800,773	35,690,447	37,660,000	105.5%
買取販売	売上高	76,628,089	99,899,250	106,210,000	106.3%
	月初商品棚卸高	2,970,495	3,525,885	3,600,000	102.1%
	仕入れ	60,137,082	77,175,365	81,200,000	105.2%
	月末商品棚卸高	3,525,885	3,600,000	3,800,000	105.6%
	商品減耗損	205,535	133,761	130,000	97.2%
	利益②	18,723,174	24,449,401	25,340,000	103.6%
当社収益①+②		44,523,947	60,139,848	63,000,000	104.8%
利益率		26.0%	26.0%	25.7%	98.8%

【 自動販売機 】					
取引先	項目	令和4年度実績	令和5年度見込	令和6年度計画	令和5年度対比
コカコーラーストジャパン	販売手数料	1,551,373	1,686,141	1,854,000	110.0%
	空缶処理手数料	216,000	216,000	216,000	100.0%
サントリービバレッジサービス	販売手数料	781,410	990,725	1,089,500	110.0%
	空缶処理手数料	120,000	120,000	120,000	100.0%
ジャパンビバレッジHD	販売手数料	9,354	0	0	—
	空缶処理手数料	10,000	30,000	30,000	100.0%
いわきヤクルト販売㈱	販売手数料	427,377	466,479	513,000	110.0%
	空缶処理手数料	150,000	150,000	150,000	100.0%
ダイドードリンコ㈱	販売手数料	740,077	885,900	974,200	110.0%
	空缶処理手数料	216,000	216,000	216,000	100.0%
(有)仙坂酒店	販売手数料	842,535	866,888	954,000	110.0%
	空缶処理手数料	160,000	150,000	150,000	100.0%
伊藤園	販売手数料	160,153	323,882	356,200	110.0%
	電気料金	22,501	30,000	30,000	100.0%
まことや酒店	販売手数料	18,925	18,138	17,100	94.3%
小計	販売手数料	4,531,204	5,238,153	5,758,000	109.9%
	空缶処理手数料	894,501	912,000	912,000	100.0%
合計		5,425,705	6,150,153	6,670,000	108.5%

【 宝くじ 】				
項目	令和4年度実績	令和5年度見込	令和6年度計画	令和5年度対比
宝くじ手数料	4,147,997	4,880,134	5,516,000	113.0%
数選式手数料	1,743,334	1,594,602	1,675,000	105.0%
立替金手数料	151,088	184,332	184,200	99.9%
サッカーくじ手数料	374,772	338,005	354,800	105.0%
合計	6,417,191	6,997,073	7,730,000	110.5%

【 ミュウランド 】				
区分	令和4年度実績	令和5年度見込	令和6年度計画	令和5年度対比
手数料	2,847,550	3,385,700	4,580,000	135.3%

【 わんぱくひろば みゅうみゅう 】				
区分	令和4年度実績	令和5年度見込	令和6年度計画	令和5年度対比
手数料	15,502,050	3,139,327	0	0.0%
入場者	73,021	12,049	0	0.0%

【直営部門計】：当館コンセプトや販促計画をもとにした販売計画や商品管理を図ると共に、魅力ある売場づくりやサービスの向上を進め、売上総利益 8千2百万円（前年度比102.7%）の確保に向け、各部門精力的に活動してまいります。

【直営店 銘品プラザ】：新商品やPB商品の育成、月間や季節ごとの各種フェアの展開など行い、売上増を図ると共に、オペレーションの見直しや高利益率商品の重点販売などに取組み、収益の改善を図ります。

【自動販売機】：当館やパークで行われるイベントや繁忙期に販売ロスを招かないよう商品管理を徹底してまいります。

【宝くじ】：宝くじ手数料は来館者増加に伴い、目標である113%と同水準を見込んでおります。ナンバーズ等の数字選択式とサッカー等のスポーツくじは固定ファンによる穏やかな増加を見込み105%として、全体で令和5年度比111%を目標としております。

【ミュウランド】：2階ゲームコーナーは業者入替によるリニューアルを行い、収益や管理体制を見直し、令和5年度比150%で試算しました。その他、カプセル自販機とプリントシール機は同比110%を見込み、合算で前年度比135%を目標としております。

(7) 令和6年度 予算書

① 売上高

No.	区分	令和4年度 実績	令和5年度 決算見込	令和6年度 予算	前年度 増減額	前年度比
1	家賃収入	88,227,967	90,002,057	99,873,602	9,871,545	110.97%
2	直営店売上	76,628,089	99,899,250	106,210,000	6,310,750	106.32%
3	直営店売上(消化売上)	94,438,254	131,405,903	138,920,000	7,514,097	105.72%
4	受託金	31,584,911	30,692,726	29,525,454	△ 1,167,272	96.20%
5	経常販売促進収入	5,475,595	16,175,621	18,520,000	2,344,379	114.49%
6	宝くじ販売手数料	6,417,191	6,997,073	7,730,000	732,927	110.47%
7	自動販売機収入	5,425,705	6,150,153	6,670,000	519,847	108.45%
8	ゲームコーナー収入	2,847,550	3,385,700	4,580,000	1,194,300	135.27%
9	研修室使用料	3,932,809	5,441,692	3,363,000	△ 2,078,692	61.80%
10	損害保険代理店手数料	83,017	80,201	77,000	△ 3,201	96.01%
11	イベント手数料	230,909	153,181	230,000	76,819	150.15%
12	切手販売手数料	41,270	46,390	46,000	△ 390	99.16%
13	屋内遊び場入場売上	15,502,050	3,139,327	0	△ 3,139,327	0.00%
14	売上値引き戻り高	△ 889,545	△ 924,506	0	924,506	-
15	売上高	329,945,772	392,644,768	415,745,056	23,100,288	105.88%

② 売上原価

No.	区分	令和4年度 実績	令和5年度 決算見込	令和6年度 予算	前年度 増減額	前年度比
1	期首直営店商品棚卸高(月合計)	2,970,495	3,525,885	3,600,000	74,115	102.10%
2	直営店仕入(消化仕入含む)	128,539,136	173,290,821	182,460,000	9,169,179	105.29%
3	期末直営店商品棚卸高(月合計)	3,525,885	3,600,000	3,800,000	200,000	105.56%
4	他勘定振替高	724,076	457,854	380,000	△ 77,854	83.00%
5	商品減耗損	205,535	115,885	130,000	14,115	112.18%
6	リーシング費	2,036	50,000	30,000	△ 20,000	60.00%
7	売上原価	127,467,241	172,924,737	182,040,000	9,115,263	105.27%
8	売上総利益	202,478,531	219,720,031	233,705,056	13,985,025	106.36%

【売上高・売上原価・売上総利益】

令和6年度の家賃収入の予算は、空き区画が解消され増加となった。また令和6年度の家賃収入は、令和6年4月始期の新たに定期建物賃貸借契約を、既存テナント、新テナントと締結した。その契約に際し、約3%程度の値上げを実施しテナントと合意した。令和6年4月より新たに2階に団体食事を受け入れできるレストラン「海鮮料理 太信(北茨城市)」が入居となる。いわき市エリアの昼食場所の確保に対する公共的責任のもと、観光バスの昼食場所を案内し集客することで市内の観光施設のハブとなるよう進める。このことから、団体の受け入れ体制を再構築し、コロナ禍からの回復状況を見極め、直営店の売上について徐々に観光バス等の立ち寄りが回復するであろう下期に売上を増加させ計上とする。直営店仕入については、仕入、取引条件の見直しや利益率等の交渉を行いながら、売上総利益の改善を見込むものいたします。よって、売上総利益は、233,705千円を見込み計上とする。

③ 販売費及び一般管理費

No.	区分	令和4年度 実績	令和5年度 決算見込	令和6年度 予算	前年度 増減額	前年度比
1	役員報酬	4,062,200	4,037,200	4,267,690	230,490	105.71%
2	給与手当	49,838,745	43,979,339	46,193,040	2,213,701	105.03%
3	雑給	296,305	345,970	320,000	△ 25,970	92.49%
4	賞与手当	8,909,000	10,573,000	11,933,910	1,360,910	112.87%
5	法定福利費	9,325,044	12,043,696	12,600,000	556,304	104.62%
6	福利厚生費	2,916,695	2,883,117	3,050,000	166,883	105.79%
7	消耗品費	343,318	379,133	215,000	△ 164,133	56.71%
8	事務用品費	209,269	548,934	558,000	9,066	101.65%
9	地代家賃	3,711,335	3,514,245	3,514,000	△ 245	99.99%
10	賃借料	967,664	1,083,229	1,100,000	16,771	101.55%
11	保険料	3,582,445	3,099,118	3,186,000	86,882	102.80%
12	修繕費	1,168,950	2,536,047	5,000,000	2,463,953	197.16%
13	租税公課	11,331,546	12,070,450	11,300,000	△ 770,450	93.62%
14	減価償却費	15,181,581	14,061,055	13,587,600	△ 473,455	96.63%
15	退職給与引当金繰入	286,941	340,000	330,000	△ 10,000	97.06%
16	旅費交通費	1,700,728	1,542,983	1,600,000	57,017	103.70%
17	通信費	886,514	802,310	880,000	77,690	109.68%
18	水道光熱費	13,573,647	10,757,973	11,300,000	542,027	105.04%
19	支払手数料	1,701,016	2,466,664	2,745,000	278,336	111.28%
20	荷造包装費	182,063	302,620	872,000	569,380	288.15%
21	運賃	79,599	73,937	120,000	46,063	162.30%
22	広告宣伝費	3,148,910	2,562,088	4,500,000	1,937,912	175.64%
23	接待交際費	413,516	267,102	373,000	105,898	139.65%
24	車両費	278,519	175,414	210,000	34,586	119.72%
25	新聞図書費	321,597	317,603	343,000	25,397	108.00%
26	研修費	192,910	454,200	750,000	295,800	165.13%
27	諸会費	511,095	888,274	800,000	△ 88,274	90.06%
28	会議費	431,944	460,141	550,000	89,859	119.53%
29	管理諸費	4,835,547	4,486,398	5,080,000	593,602	113.23%
30	印刷費	1,374,085	1,486,970	1,430,000	△ 56,970	96.17%
31	業務委託費	13,957,710	13,365,861	14,200,000	834,139	106.24%
32	販売促進費	13,643,850	19,531,824	19,500,000	△ 31,824	99.84%
33	支払共益費	45,347,464	38,847,588	28,395,900	△ 10,451,688	73.10%
34	寄付金	35,000	34,000	60,000	26,000	176.47%
35	雑費	135,224	142,553	120,000	△ 22,553	84.18%
36	販売費及び一般管理費	214,881,976	210,461,036	210,984,140	523,104	100.25%
37	営業利益	△ 12,403,445	9,258,995	22,720,916	13,461,921	245.39%

【販売費及び一般管理費】

人件費は給与手当、賞与手当、法定福利費(社会保険料)等について定昇の実施、職員2名の人員補充により前年より増加の計上とした。賞与については、通常支給額とし、定昇の増加も含め、コロナ禍からの回復状況や経営状況を鑑みながら支給することで予算計上とした。修繕費は施設が26年以上を経過し、補修が必要な箇所の増加や機器の取り替え工事が増え、さらに館内の環境整備として費用がかさむことから修繕費用を増加とした。令和6年度予算の営業経費について、コロナ禍前の水準に戻していくことを前提に、販売促進費・イベント費用は、前年同水準の費用を計上とした。コロナ禍からのPRに努めるため広告宣伝費を増加とした。またテナントの入居に伴い会社負担の支払共益費が減少となり、販売費及び一般管理費は減少の計上とした。よって令和6年度の販売費及び一般管理費については、約210,984千円(前年対比100.25%)の計上を見込むものとした。営業利益は、22,720千円の増益の計上を見込むものとした。

④ 営業外損益

No.	区分	令和4年度 実績	令和5年度 決算見込	令和6年度 予算	前年度 増減額	前年度比
1	受取利息	8,500	44,288	120,000	75,712	270.95%
2	受取配当金	350	350	1,000	650	285.71%
3	雑収入	8,744,658	3,063,940	773,000	△ 2,290,940	25.23%
4	合計	8,753,508	3,108,578	894,000	△ 2,214,578	28.76%
5	支払利息	159,784	31,971	0	△ 31,971	0.00%
6	商品廃棄損	518,541	250,969	250,000	△ 969	99.61%
7	雑損失	400	206,918	24,000	△ 182,918	11.60%
8	合計	678,725	489,858	274,000	△ 215,858	55.93%
9	経常利益	△ 4,328,662	11,877,715	23,340,916	11,463,201	196.51%

⑤ 特別損益

No.	区分	令和4年度 実績	令和5年度 決算見込	令和6年度 予算	前年度 増減額	前年度比
1	損害賠償金	0	0	0	0	-
2	受贈益・過年度修正益	0	0	0	0	-
3	補助金収入・貸倒戻入益	0	0	0	0	-
4	特別利益合計	0	0	0	0	-
5	特別損失合計	0	5,371,318	0	△ 5,371,318	0.00%
6	税引き前当期純利益	△ 4,328,662	6,506,397	23,340,916	16,834,519	358.74%

⑥ 当期純利益

No.	区分	令和4年度 実績	令和5年度 決算見込	令和6年度 予算	前年度 増減額	前年度比
1	法人税・住民税・事業税	421,000	298,344	140,000	△ 158,344	46.93%
2	当期純利益	△ 4,749,662	6,208,053	23,200,916	16,992,863	373.72%

【営業外収益・営業外費用・経常利益・当期純利益】

令和6年度において借入金は、計画的に元金返済ができていないことから、無利子融資のため利息の計上はなく、計画的な計上とした。

令和6年度は、特別利益、特別損失の計上はなく、東京電力HD(株)からの風評被害に対する賠償金の計上はなしとなった。よって最終的な当期純利益は、約23,200千円の計上を見込むものとした。令和6年度は、新規テナントの outlet があり、既存テナントとは新たに定期建物賃貸借契約を締結し賃料の値上げを実施したことや、コロナからの回復傾向が継続することを見込み、直営部門の売上は増加の計上とした。このことから、令和6年度は3期連続赤字からの回復となり、増収増益の黒字計上を見込むものとする。

