

# 公の施設(指定管理者施設)のあり方検討調査表

施設名	愛媛県物産観光センター
-----	-------------

## 1. 施設の概要

所在地	松山市大可賀二丁目1番28号	所管課	観光物産課
設置年月	平成8年3月 (施設設置後 13 年 月経過(平成21年4月1日時点))		
指定管理者名	愛媛県物産観光センター管理コンソーシアム	県の出資額 (出資割合)	0 千円 ( 0.0 %)
施設の内容	物産展示ゾーン 約605㎡ 観光情報ゾーン 約356㎡ 産業紹介ゾーン 約314㎡ その他(物産関係用倉庫、観光情報用倉庫、事務所)		
	施設の規模・構造等		[敷地面積] m <sup>2</sup> [延床面積] 1651.13 m <sup>2</sup>
	[構造] 鉄筋コンクリート・鉄骨造1階建_3階部分 入居する機関・団体名 (社)愛媛県観光協会 (社)愛媛県物産協会		

## 2. 施設設置の経緯等

施設設置の経緯	<ul style="list-style-type: none"> <li>既設の「愛媛県物産館」(公の施設)の老朽化、狭隘化、駐車場不足などから総合物産センターの整備を望む声を受け、平成2年に「総合物産センター建設検討委員会」を設置。</li> <li>2年にわたり同センターの望ましいあり方について検討を行い、国際的広域交流拠点としての相乗効果、波及効果を期待して、物産のみならず広く観光や産業、コンベンションといった各分野の振興拠点となりうる複合的な集客施設の整備について、平成4年に知事に結果報告。</li> <li>これらを踏まえ、FAZ構想の下、国際見本市のできる展示場、貿易団体のオフィス、会議室、立体駐車場などを備えた複合施設と一体的に整備することとし、平成8年3月にセンターを設置。(アイテムえひめ3階)</li> </ul>		
根拠法令等 又は関連する 計画・構想等			
施設設置に係る 総事業費	609,107 千円 建物本体の建築費は アイテムえひめに含まれる		

### 3. 施設の目的及び効果等

<p>施設設置の目的等 (手段と意図)</p>	<p><u>手段(どうすることにより、何を提供することにより)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 県民及び県外・海外からの観光客等に対し             <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 県物産の展示、紹介及びあっせんを行う。</li> <li>・ 県内の観光及び産業に関し、情報提供及び展示を行う。</li> </ul> </li> </ul> <p><u>意図(どのような状態にしたいのか)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 本県物産の理解促進と販売拡大を図る。</li> <li>・ 本県産業と観光の理解促進を図り、ひいては本県への交流人口の増加を図る。</li> </ul>
<p>施設設置の効果</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ センターは年間約2万人の来場者があり、県内の観光情報の収集と特産品・伝統工芸品の購入を同時に行うことができる県内唯一の施設として、来訪者からは好評を得ている。</li> <li>・ 特に、砥部焼絵付け体験コーナー、自転車装置で東中南予の3コースの観光名所めぐりを疑似体験できる「ツール・ド・愛媛」、タッチパネルで観光情報を検索できる観光情報コーナーは、来場者自らが触れ体験できるプログラムであり人気が高い。</li> <li>・ また、近隣の児童生徒の校外活動の学習の場としての利用もあり、入場無料で県内の主要観光地、主要産業や伝統産業、特産品等を学べる県内唯一の施設として重要な役割を果たしている。</li> </ul>

### 4. 施設を取り巻く環境の変化

<p>施設設置当初と比べた環境の変化</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ インターネットによる物産・観光・産業情報の提供・収集や特産品の販売・購入の普及</li> <li>・ 個人消費の低迷</li> <li>・ アイテムえひめのイベント・コンベンションの伸び悩み、イベント来場者数の減少</li> </ul>
<p>今後予想される環境変化</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 上記環境変化の進展</li> <li>・ NHKスペシャルドラマ放映やしまなみ海道10周年、高速道路の値下げ等を契機とした本県への入込客数の増加の可能性</li> </ul>

## 5. 施設の利用状況

	17年度	18年度	19年度	20年度	21年度(見込)	参考事項												
利用者数の推移 (人)	18,531	18,636	22,191	18,145	18,000	観光情報・産業紹介ゾーンの利用者数												
利用料金収入の推移 (千円)	0	0	0	0	0	利用料金なし(入場無料)												
施設の 内容ごとの 利用率  (19年度実績ベース)	施設の内容		年間利用率等		左記利用率等の算出方法等													
	観光情報・産業紹介ゾーン				自由利用の施設であり、利用率の算出はできないが平均すると1日あたり約70人の利用者がある。 $\frac{\text{年間利用者数}(22,191人)}{\text{年間開館日数}(310日)} = 72人/E$ 実際は日によって利用者数が大きく変動													
物産展示ゾーン				自由利用の施設であり、利用率の算出はできないが平均すると1日あたり約40人の特産品購入者がある。 $\frac{\text{年間レジ通過人数}(11,657人)}{\text{年間開館日数}(310日)} = 38人/E$ 実際は日によって利用者数が大きく変動														
利用の傾向等	「施設の設置目的に対する実際の利用状況」の視点																	
	<table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>目的内</th> <th>目的外</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>割合</td> <td>約 100 %</td> <td>約 0 %</td> </tr> </tbody> </table>			目的内	目的外	割合	約 100 %	約 0 %	推計									
	目的内	目的外																
割合	約 100 %	約 0 %																
<ul style="list-style-type: none"> <li>指定管理者による平成19年度アンケート調査によると、観光・産業ゾーン、物産展示ゾーンあわせて、来場(利用)のきっかけは「アイテムえひめの催し物のついで」が約70%を占めており、「観光・産業情報の収集目的」、「観光、旅行の行程・ついで」、「特産品購入目的」は、約30%である。</li> <li>しかしながら、来訪者からは「愛媛の物産、観光、産業について学ぶことができた」という意見が多く寄せられており、きっかけは別として、本県の物産・観光・産業の理解促進に役立っていると認識している。</li> </ul>																		
「特定の地域や団体等への偏りの有無」の視点																		
<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2"></th> <th colspan="3">県内</th> <th rowspan="2">県外・海外</th> </tr> <tr> <th>東予</th> <th>中予</th> <th>南予</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>割合</td> <td>約 5 %</td> <td>約 70 %</td> <td>約 5 %</td> <td>約 20 %</td> </tr> </tbody> </table>			県内			県外・海外	東予	中予	南予	割合	約 5 %	約 70 %	約 5 %	約 20 %	指定管理者による平成19年度アンケート調査結果から推計			
	県内			県外・海外														
	東予	中予	南予															
割合	約 5 %	約 70 %	約 5 %	約 20 %														
<ul style="list-style-type: none"> <li>前述のとおり「アイテムえひめの催し物のついで」の来場者が多く、県外・海外客の利用が少ない状況にある。</li> <li>考えられる理由 <ul style="list-style-type: none"> <li>立地場所が郊外で、観光ルートからはずれていること</li> <li>公共交通機関によるアクセスが不便であること</li> <li>そのため車での来場が中心になるが、原則駐車料金がかかること</li> <li>外観上施設が存在がわかりにくいほか、建物の構造及び施設の管理上の問題から、1階から3階センターへのルートがわかりにくいこと</li> <li>アイテムえひめにおいて全国や中四国規模のイベントが伸び悩んでおり、イベント来場者層が主に松山周辺の県民であること</li> </ul> </li> </ul>																		

## 6. 行政サービス水準の確認

他県(中四国各県)における同種又は類似施設設置状況	県名	鳥取	島根	岡山	広島	山口	徳島	香川	高知
	県立の同種又は類似施設の有無	無	無	有	無	無	無	無	無
	(有の場合) 施設名			岡山県観光物産センター					
管理運営体制 (直営・指定管理)			指定管理						
参考事項	<ul style="list-style-type: none"> <li>岡山県は21年9月で施設廃止の方針。</li> <li>なお、公の施設ではないが、島根県、徳島県に物産観光情報発信施設あり。</li> </ul>								
県内の類似・代替施設等の設置等の状況	県立施設等			市町立施設等			民間施設等		
	観光情報施設  産業紹介・物産展示施設 紙産業研究センター			観光情報施設 松山城ロープウェイのりば 道後温泉観光案内所 松山市観光案内所(JR松山駅) その他道の駅 ほか			観光情報施設 松山観光港観光案内所 大洲まちの駅あさもや (第3セクター) その他高速道路SA, PA ほか		
上記内容を踏まえた上で現在の行政サービス水準に関する考察	<ul style="list-style-type: none"> <li>センターは、入場無料で県内の観光情報の収集と特産品・伝統工芸品の購入を同時に行うことができる県内唯一の施設であり、県民や県外・海外からの観光客等に広くPRし、本県への理解を深めてもらうための物産観光情報発信拠点として、観光・物産の振興を図る上で必要な施設と考えている。</li> <li>県がセンターを廃止した場合、次のとおり他の者による代替施設の設置は困難と考えられる。               <ul style="list-style-type: none"> <li>市町区分にとられない県全域の物産・観光・産業の展示紹介は、市町立施設では困難であること</li> <li>また、観光情報の提供について、観光客等から利用料を徴することはなじまないため、同機能を有する施設を県以外のものが設置することは困難であること</li> <li>物産の展示紹介あっせん機能については、民間施設の場合、採算上の理由により、品揃えが特定のメーカーや商品に偏る可能性が高く、特に一部の伝統的特産品についてはPRされない可能性があること</li> </ul> </li> </ul>								

## 7. 施設の運営コスト

区分	施設の管理運営に要した経費 合計		左 記 の 積 算	
(施設設置～) H16まで	約	234,000 千円	(平均的な 年間経費)	約 26,000 千円 × (経過 年数) 9 年
年度	委託料(千円)	そ の 他 、 施 設 の 管 理 運 営 に 要 す る 費 用		
		合計金額(千円)	左記の内訳及び項目ごとの金額(千円)	
H17 (予算額)	23,692	460	修繕費 460	
H18 (協定額)	22,445	38	修繕費 38	
H19 (協定額)	22,243	0		
H20 (協定額)	20,434	1,298	備品購入費 1,260 修繕費 38	

## 8. 施設が廃止された場合(「“県立”でなくなった場合」を含む)の県民生活への影響

- ・ センターは、県外・海外からの観光客等に対して本県の観光・産業・物産をPRすることを主な目的とした施設であることから、廃止された場合の県民生活への直接的な影響は少ない。
- ・ しかしながら、施設において利用者へのPRを行っている県内の特産品生産者、展示品出展企業等にとっては、展示・PRの拠点が一つ失われることとなる。

## 9. 施設の見直しに当たっての課題等

- ・ 施設の見直しに当たっては、センターの指定管理者であるとともにセンター内に法人事務所を設置している(社)愛媛県観光協会及び(社)愛媛県物産協会の法人のあり方についてもあわせて十分な検討が必要。
- ・ センターは、主にその立地場所の問題から県外・海外の利用者数が伸び悩んでおり、施設見直しにあっては立地場所についての十分な検討が必要であるが、その一方で国際交流拠点であるアイテムえひめとの相乗効果によって地域経済の活性化を図るものであることから、あわせて地域経済に与える影響を考慮するとともに、見直しを行う場合のセンター部分のスペースの活用方策(譲渡、貸与等)についても検討が必要。