

(2) 広場運営形態とメリット・デメリット

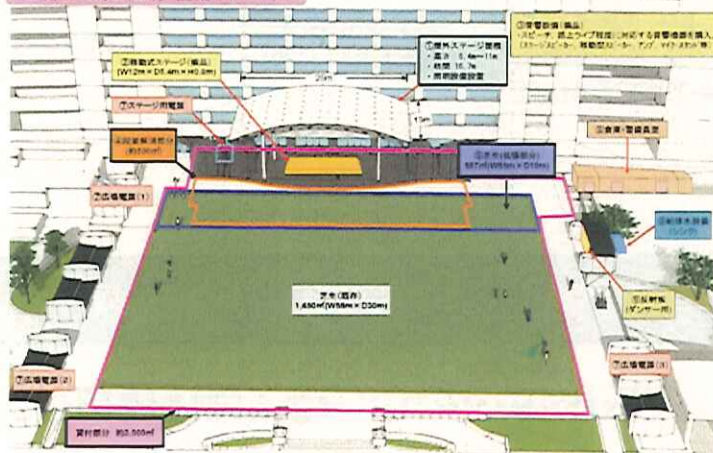
設置・運営ケース	運営形態	運営イメージ	事例	メリット	デメリット・課題
①貸広場型	直営、指定管理、普通財産の貸付	賃料を設定し、利用希望者に対し広場を貸し出すケース	<ul style="list-style-type: none"> ・ おくunch広場 ・ 水辺の森公園 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 利用希望者への貸し出しのみであり、②に比べ管理が容易 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 借り手がない場合、集客が見込めない（借り手任せの賑わいづくり） ・ 貸出先を限定しにくいいため、施設のコンセプトや目的に合致しないイベントの開催もあり得る（コンセプト重視のイベント開催が困難）
②マネジメント型	指定管理、普通財産の貸付	運営団体に広場の管理・運営を任せ、運営団体が貸付事業に加え、自主・共催事業等として多様なイベント開催などを主体的に行うケース	<ul style="list-style-type: none"> ・ 福岡市役所の西側ふれあい広場 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 運営団体が主体となったイベント等の開催が期待され、広場のコンセプトに合致した恒常的な賑わいづくりの可能性がある ・ 広場の管理運営を民間に委ねることで創意工夫が発揮しやすい。土地活用的なインセンティブが働き、民間主体の賑わい創出の可能性が広がる 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 運営団体等の経営リスクが伴う

<参考> マネジメント型広場の管理・活用事例(福岡市役所西側ふれあい広場)

平成25年4月21日(日)12時より、福岡市役所の西側ふれあい広場がリニューアルオープン。
 広場の運営事業者をエリアマネジメント組織である「We Love 天神共同事業体(一般社団法人We Love 天神、(株)西日本新聞社、ラブレエム国際放送(株)の共同事業体)」に貸し付け。(年間貸付料1千万)



西側ふれあい広場 整備イメージ図



■ 広場利用料: 平日...315,000円/日(税込) ※8時~21時が基本料金
 土・日・祝日(開催日)...525,000円/日(税込)

■ 活用事例(こどもまるごとワンダーランド)2013年7月20日~9月1日



資料)ふれあい広場ホームページ等より抜粋

4. 観光情報拠点

(1) 総合観光案内の現状

～長崎市総合観光案内所～

- ・年中無休 午前8時～午後8時
- ・スタッフ体制:5名体制のローテーションで窓口は常時2名～3名体制
- ・観光案内、説明、紹介(英語対応可能)
- ・パンフレット(日本語、英語、中国語、韓国語等)の提供
- ・タクシー手配
- ・手荷物配送サービス(駅から宿泊先まで。1個200円)

小ぶり質の高い
ポイント的な
観光案内所

■平成23年度利用者数 95,590名

観光案内全般	旅館案内	電話案内	文書案内	外国人案内	合計
79,963人	1,592人	4,804人	461人	8,770人	95,590人

■平成23年度委託料収入 (単位:円)

委託料	長崎市観光案内(長崎市から委託)	7,554,719
	タクシー観光案内(タクシー協会から委託)	2,555,681
	(合計)	10,110,400



資料)一般社団法人長崎国際観光コンベンション協会 平成24年度通常総会資料を基に作成

5. 物販

(1)設置パターンとメリット・デメリット

店舗形態	設置事例	主な設置・運営形態	メリット	デメリット・課題		
				持続可能性	既存店舗との競合	
常設	①総合物販型	<ul style="list-style-type: none"> ・長崎県物産館 ・アンテナショップキットラス(長崎、佐世保、雲仙アンテナショップ) 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 公設民営・独立採算 ・ 公設民営・運営委託 ・ 民設民営(借地) 	<ul style="list-style-type: none"> ・ ②、③に比べ取扱い品目が多く集客力が高い 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 集客力次第では独立採算経営も可能であるが、県産品限定など取扱い品目次第では、初期投資額の回収や家賃支払い等を含む独立採算経営は困難な場合あり ・ 網羅的な品揃えの場合、顧客単価が低い場合あり 	<ul style="list-style-type: none"> ・ ②、③に比べ取扱い品目が多い場合、競合可能性は最も高い
	②施設内売店型	<ul style="list-style-type: none"> ・グラバー園売店 ・出島売店 ・長崎県美術館、博物館等のミュージアムショップ 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 公設民営・独立採算 ・ 公設民営・運営委託 ・ 民設民営(借地) 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 施設の主要機能による集客が見込めるため集客しやすい ・ 特定目的の顧客が多く①より客単価が高い場合が多い ・ 施設用途にあった仕入・販売により経営効率性が高い 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 特定目的の顧客以外の一般客の集客力が弱い(施設利用者に限定的) 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 取扱い品目が限定的で且つ、施設利用者が主要顧客であるため競合可能性は①に比べ低い
仮設	③仮設店舗型	<ul style="list-style-type: none"> ・プレハブ工法等による仮設店舗 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 公設民営・独立採算 ・ 民設民営(借地) 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 在来工法に比べ初期投資が低い場合あり(但し仕様よる) ・ 移設や増設が容易 ・ 設置工期が短い 	<ul style="list-style-type: none"> ・ コスト重視の場合、外観的に劣る場合がある ・ 既製品に特注部分が増えると初期投資額が割高になる場合もある 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 面積や取扱い品目次第では競合可能性あり
	④イベント出店型	<ul style="list-style-type: none"> ・ながさき実り・恵みの感謝祭での仮設店舗 ・オクトーバーフェストの仮設店舗 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 民間による独立採算(出店者は事業主体に対し出店料の支払い) 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 初期投資額が少なく、経営リスクが低い ・ イベント全体としての集客が可能 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 出店者の確保のための取り組みが必要 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 期間限定のため常設に比べ競合可能性は低い(ただし定例イベント等の場合は例外あり)

近隣の
競争性

機能別実現可能性予備調査

<参考>プレハブ簡易店舗事例(坪33万円~)

ペーガリーショップ



フラワーショップ



ペーガリーショップ



ケーキショップ



ペット美容室



スポーツ用品販売店



