

令和 7 年度 事業計画書

第 3 2 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 4 3 番地の 1

目 次

事業計画書

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

(1) 令和7年度 事業計画の概要

令和6年度の旅行観光業界におきましては、円安効果によるインバウンド需要の回復や行動規制の緩和に伴う人流増加により国内旅行需要が堅調に推移したところであります。しかしながら、物価高や光熱費・人件費の上昇、人手不足の深刻化、消費者の節約志向・生活防衛意識が強まるなど新たなリスクへの対応が求められているところです。

このような厳しい環境の中で、2021年1月に定めた新たなコンセプト「HUG/いわき（ハグ・いわき）」や、新キャッチコピー「いわきをぎゅーっと。」に基づき、いわきの素晴らしさを体験でき他店舗と相乗効果の高いテナント誘致に全力を注ぎ、空き区画の完全解消を目指して参りました。

その結果、当館2階に「常磐もの」である地魚やあんこう鍋を提供でき、団体旅行客にも対応できる飲食店「海鮮料理 太信」が令和6年4月に新規オープンし、団体の昼食場所の確保が困難な現状の中で、いち早く県内や隣接県からの団体旅行を取り込むための足掛かりとしました。

営業販促活動においては、昨年に引き続きテイクアウト品などを紹介した「ちょい食べ」や各店で定番となっている海鮮丼や季節の丼などを紹介する「どんぶりフェア」を実施するとともに、7月にはストリートピアノを使用したYouTuber「小雨」によるピアノライブ、9月にはバイク・キャンプ系YouTuber4名（チャンネル登録者総数約150万人）共同によるイベントを開催し、全国各地からお客様が来場し、まれにみる大盛況となりました。このイベント、は一部能登半島地震チャリティイベントとして開催しており、石川県輪島市に100万円を超える義援金を贈りました。その他として7月の「27周年誕生祭」、8月の「第18回ベンチャーズエレキ合戦」も例年通り開催しました。特に「誕生祭」につきましては「こども縁日」や「スイカ振舞い」「日本酒販売会」などを実施し、幅広い世代に喜ばれるイベントとなりました。このようなことから、4月から12月までの入館者数及び全館売上高においては、前年対比で入館者数は102.5%、全館売上高は107.6%となり前年を上回る状況となりました。

また、毎月の事業収支実績表の作成や補正など、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した。館内の空調衛生設備や建物本体の老朽化が進行している中で空調設備や非常用放送設備・防災設備・電気設備高圧ケーブルの更新工事等を進め、維持管理にも取り組んで参りました。

当館が位置するアクアマリンパークは、県内でも有数の観光集客力に恵まれた区域であります。令和7年度は、ふくしまデスティネーションキャンペーンの開始や高速道路と小名浜港湾地区を直結する小名浜道路の開通なども予定され、さらなる賑わいの創出が期待できます。このような中で当センターは、令和7年1月31日付で県内36番目の「道の駅」として登録を頂き、今後は24時間利用可能なトイレやベビーコーナー・直営店の改装等を進め、令和7年9月のリニューアルを迎える予定です。まさに当センターの大きな転換期であり、新たな施設として生まれ変わり発展の一步を踏み出す年度として位置付けられるものです。

恵まれた立地条件を生かして、アクアマリンパーク内の施設同士やスパリゾートハワイアンズなどの周辺施設と連携を強化しながら、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を果たすため、当センターの特徴を生かした「ここだけ」の資源活用を盛り込み、さらに新コンセプトに定めるいわきの素晴らしさを堪能できる施設として、中長期的な展望に立って歩みを進めて参ります。

テナントリーシングについては、「海鮮料理 太信」がこの3月で退店する予定であることから、引き続き当センターが積極的に団体の昼食需要を取り込めるよう全力を注いで店舗誘致を進めるとともに、他の空き区画についても完全解消を図って参ります。また、中長期修繕計画についても改定を進め、施設躯体や空調衛生設備等の更新や駐車場舗装の整備を図りながら、トータルコストの削減を一層進めて参ります。

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、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参ります。

販促活動では今後もテナントと一体となり、柔軟な発想による新企画にも挑戦し、「道の駅」として登録した効果を最大限に活用し、市域ホスピタリティや知名度の向上、道の駅の固定ファンによる旅行の目的地化など来館者のさらなる誘客拡大を図って参ります。また、道の駅の定番である農産物販売にも力を入れ、漁業の復興といった第一次産業全体の底上げに貢献するとともに、観光施設としてのみならず、市域を代表する情報・交流の拠点・ハブとして、テナント・来館者をはじめ地域からの更なる期待や信頼にこたえていくことを目指して参ります。

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」などの各種事業を実施して参ります。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、オートバイ神社においてもツーリングの目的地化やライダーの聖地化として、人気スポットに繋がるような取り組みを行い、道の駅の効果を活用し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ます。

(2) 令和7年度 重点事業

① 施設管理・運営

(ア)「道の駅」登録による24時間利用できるトイレ、ベビーコーナー、駐車場等の整備を進め、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参ります。

- 「道の駅」登録による24時間利用可能なトイレ、ベビーコーナー等の整備と充実
- 安全・安心の環境整備（除菌、インフルエンザ等の感染予防）
- 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

(イ)「道の駅」登録に対応した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計画
- 熱源機器類の改善計画の立案及び実施計画、補助金の検討
- シャッター設備、排煙窓等の防災設備の修繕及び維持管理
- 中小企業や道の駅としての補助金等の活用や経費節減に努め、施設設備の改善を図る。

(ウ)「道の駅」登録による施設運営方針の見直しを行い、テナント指導やテナントリーシングを進めて参ります。

- 当館のコンセプトに基づき、「道の駅」としてのブランドを共有できる店舗やカフェやスイーツなどの新しい機能を持ったテナントの誘致を促進し、新規のお客様を獲得できる店舗の出店を目指して参ります。
- 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参ります
- 専門コンサルと共同による「道の駅」構想及び中期経営計画の策定の実施

② 販売促進活動

(ア) 当館コンセプトに基づき、「道の駅」としてのグランドオープンに合わせて、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参ります。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」に道の駅を連想させる地元生産者の野菜、果物、加工品等をキーワードに展開して参ります。

○当館コンセプトをもとに名物づくり育成事業の展開。

- ・「道の駅」として当施設の新コンセプトに基づき、地域・地元志向の強化をさらに加速し、海鮮に加え、地元の特産品・名産品など「ここだけ」の資源活用・創出を図り観光だけでなく地域の交流施設として、利用者や地域からの更なる期待や信頼に応えていく拠点・ハブとなることを目的とします。
 - ・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フェアなど「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。
 - ・新たな取組みとして、児童養護施設などを対象とした「こども支援事業」の展開
- 「常磐もの」「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」、地元生産者の「野菜等」のイベントの実施
- 「道の駅」登録記念事業など冠イベントの開催
- 当館らしいローカルなイベント展開や時事ネタと連動した企画の実施
- ・来館者 5,000 万人達成記念、小名浜道路開通記念等
- オートバイ神社などを活かしたイベントなどの開催

③ 誘客活動

(ア) 個人客を中心に観光・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、周遊や連携促進を図ります。ふくしまデスティネーションキャンペーンや小名浜道路の開通イベントや「道の駅」として登録した効果を最大限に活用し、政府や自治体が行う観光需要喚起策について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参ります。

- ・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（ふくしまデスティネーションキャンペーン、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FC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

- ・レンタサイクル・サイクルステーション、トレイル事業等

○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

(イ) 旅行エージェントセールス活動の継続を通して、団体客の確保に繋げて参ります。

○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参ります。

○個人客の誘客を軸に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参ります。

○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参ります。

○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参ります。

④ 広告宣伝活動

(ア) 「道の駅」登録により、東北「道の駅」連絡会と連携した広報活動の強化を図ると共に、当館独自の海鮮イベント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参ります。

(イ) イベント・販促の目的に応じた客層に向けて媒体を選別し広告を配信して参ります。

(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参ります。

○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

⑤ 直営部門運営

(ア) 「いわきの物産 銘品プラザ」においては、「道の駅」登録を機に、リニューアル拡大し店舗改装を行います。地元生産者との連携を強化し、地元野菜、果物、加工品等のより一層の充実や新商品や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参ります。

○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

○地元農家と出荷組合を組織化し、安定的な出荷体制の構築

○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

○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」登録による店舗改装及び棚割や商品構成、利益率の改善を図る。

(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、売上確保を図って参ります。

○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7年度 全館売上高及び入館者計画

① 全館売上高計画

(単位:円)

月別	全館売上									
	令和7年度計画	令和6年度見込み	増減	令和6年度比	令和5年度	増減	令和5年度比	平成30年度	増減	平成30年度比
4月	121,750,000	116,883,645	4,866,355	104.16%	97,591,701	24,158,299	124.75%	120,932,831	817,169	100.68%
5月	166,130,000	151,733,673	14,396,327	109.49%	147,310,019	18,819,981	112.78%	144,949,300	21,180,700	114.61%
6月	120,950,000	120,880,666	69,334	100.06%	98,627,796	22,322,204	122.63%	118,951,088	1,998,912	101.68%
第1四半期	408,830,000	389,497,984	19,332,016	104.96%	343,529,516	65,300,484	119.01%	384,833,219	23,996,781	106.24%
7月	148,200,000	139,486,729	8,713,271	106.25%	132,768,750	15,431,250	111.62%	128,019,013	20,180,987	115.76%
8月	257,320,000	236,216,900	21,103,100	108.93%	221,591,449	35,728,551	116.12%	188,442,604	68,877,396	136.55%
9月	193,500,000	148,652,893	44,847,107	130.17%	118,184,908	75,315,092	163.73%	115,416,764	78,083,236	167.65%
第2四半期	599,020,000	524,356,522	74,663,478	114.24%	472,545,107	126,474,893	126.76%	431,878,381	167,141,619	138.70%
10月	174,990,000	142,135,207	32,854,793	123.12%	147,475,492	27,514,508	118.66%	138,185,586	36,804,414	126.63%
11月	199,800,000	160,133,844	39,666,156	124.77%	159,170,353	40,629,647	125.53%	150,019,306	49,780,694	133.18%
12月	204,950,000	174,108,174	30,841,826	117.71%	169,891,617	35,058,383	120.64%	138,637,323	66,312,677	147.83%
第3四半期	579,740,000	476,377,225	103,362,775	121.70%	476,537,462	103,202,538	121.66%	426,842,215	152,897,785	135.82%
1月	143,210,000	127,757,473	15,452,527	112.10%	122,868,401	20,341,599	116.56%	96,608,412	46,601,588	148.24%
2月	121,900,000	101,986,936	19,913,064	119.53%	109,342,915	12,557,085	111.48%	77,684,306	44,215,694	156.92%
3月	147,300,000	127,800,000	19,500,000	115.26%	124,506,557	22,793,443	118.31%	98,141,849	49,158,151	150.09%
第4四半期	412,410,000	357,544,409	54,865,591	115.35%	356,717,873	55,692,127	115.61%	272,434,567	139,975,433	151.38%
年間計	2,000,000,000	1,747,776,140	252,223,860	114.43%	1,649,329,958	350,670,042	121.26%	1,515,988,382	484,011,618	131.93%
構成比	100.0%	100.0%				100.0%				

- 【 全館売上・入館者 】
- 令和7年度の全館売上高及び入館者につきましては売上で20億円、入館者で 160万人を目標としております。
- 令和6年度の全館売上は17億5千万円、入館者は140万人を見込んでいるため、前年度比較で売上2億5千万円増の前年度比114.4%、入館者で20万人増の114.2%となっております。
- 令和7年度は当館が9月に道の駅としてグランドオープンすることや、リーシングによる新店舗のオープン、夏頃に小名浜道路の供用開始など見込み予算化しました。
- 各ゾーンの計画は以下の通りです。
- おさかなゾーン:個店の推し魚種やふるさと納税返礼品などの取り組みで「常磐もの」の販売強化に務め、前年度比106.2%の6億7百万円を計画。
- 物販ゾーン:直営店大規模リニューアルによる販売強化や新店効果を見込み、前年度比129.9%の7億4千5百万円を計画。
- 飲食ゾーン:メニューや価格の見直し、前年度104.1%の4億6千4百万円で計画。
- レストランゾーン&観光遊覧船:観光遊覧船の新船効果があるもレストラン退店により一時的に昨年割れとなりますが、夏頃に新レストランオープンを見込み、前年度比117.1%の1億8千4百万円を計画。
- 道の駅オープンに向け、施設のハード面の改修と並行して店舗の商品・メニュー構成などサービス面の向上を図り、市域や観光客や地域住民の情報・交流の拠点・ハブとして地域貢献に努め、いわき・ら・ら・ミュウの道の駅としてのブランディングをさらに高め、売上20億円を目指してまいります。
- 1日あたりの平均売上は568万円。平日と土日祝の比率は1:3.2として前年並みで設定。平日の市民利用も期待しつつも、観光特化型施設として計画。

(単位:円)

	2025年度	2024年度比	日数	2025年度平均売上	2024年度	日数	2024年度平均売上	平均売上2024年度比
平日	717,400,000	110.74%	226	3,174,336	647,846,544	227	2,853,950	111.23%
土日祝	1,282,600,000	116.61%	126	10,179,365	1,099,929,596	125	8,799,437	115.68%
合計	2,000,000,000	114.43%	352	5,681,818	1,747,776,140	352	4,965,273	114.43%
			平日:土日祝	1:3.2		平日:土日祝	1:3.1	

② 入館者計画

(単位:人)

月別	入館者									
	令和7年度計画	令和6年度見込み	増減	令和6年度比	令和5年度	増減	令和5年度比	平成30年度	増減	平成30年度比
4月	95,000	91,600	3,400	103.71%	89,400	5,600	106.26%	120,500	△ 25,500	78.84%
5月	140,000	128,700	11,300	108.78%	140,300	△ 300	99.79%	162,700	△ 22,700	86.05%
6月	92,000	91,400	600	100.66%	88,800	3,200	103.60%	115,100	△ 23,100	79.93%
第1四半期	327,000	311,700	15,300	104.91%	318,500	8,500	102.67%	398,300	△ 71,300	82.10%
7月	120,000	111,200	8,800	107.91%	113,700	6,300	105.54%	134,100	△ 14,100	89.49%
8月	240,000	218,300	21,700	109.94%	217,400	22,600	110.40%	242,000	△ 2,000	99.17%
9月	160,000	119,700	40,300	133.67%	103,300	56,700	154.89%	127,300	32,700	125.69%
第2四半期	520,000	449,200	70,800	115.76%	434,400	85,600	119.71%	503,400	16,600	103.30%
10月	135,000	109,700	25,300	123.06%	114,400	20,600	118.01%	125,000	10,000	108.00%
11月	145,000	118,400	26,600	122.47%	113,100	31,900	128.21%	138,700	6,300	104.54%
12月	140,000	118,400	21,600	118.24%	121,800	18,200	114.94%	120,500	19,500	116.18%
第3四半期	420,000	346,500	73,500	121.21%	349,300	70,700	120.24%	384,200	35,800	109.32%
1月	120,000	109,100	10,900	109.99%	102,400	17,600	117.19%	102,300	17,700	117.30%
2月	100,000	81,100	18,900	123.30%	90,000	10,000	111.11%	86,700	13,300	115.34%
3月	113,000	103,000	10,000	109.71%	104,600	8,400	108.03%	96,400	16,600	117.22%
第4四半期	333,000	293,200	39,800	113.57%	297,000	36,000	112.12%	285,400	47,600	116.68%
年間計	1,600,000	1,400,600	199,400	114.24%	1,399,200	200,800	114.35%	1,571,300	28,700	101.83%

- 【 第1四半期 】
- 第1四半期は前年度比105%で計画しました。
- 4月は直営店の改修工事開始やレストランの退店の影響もございますが、多店舗で補えることを考慮し前年度比104.2%。
- 5月は曜日並びで土日祝が1日多いことから前年度比109.5%、6月は土日祝が1日減少の為に同比100.1%としております。
- 【 第2四半期 】
- 第2四半期は夏頃に小名浜道路の供用開始が予定されていることや、道の駅グランドオープンとなるため前年度比114.2%で計画しました。
- また、2階レストラン区画に新店舗オープン見込みであるため、7月は前年度比106.2%。8月は土日祝1日多いことも踏まえ、同比108.9%、9月は道の駅オープンとして直営店の予算配分を拡大し、同比130.2%としております。
- 【 第3四半期 】
- 行楽のトップシーズンとなる第3四半期はグランドオープン効果と合わせて、前年度比較では四半期で最も高い前年度比121.7%で計画しました。
- 10月は前年度比123.1%、11月は同比124.8%、年間で2番目の売上が見込める12月は117.7%としております。
- 【 第4四半期 】
- 第4四半期は前年度比115.4%で計画しました。
- 1月中旬以降はシーズンオフの影響も考慮し、1月は前年度比112.1%、2月は119.5%、3月は115.3%としております。

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7年度計画	令和6年度見込み	増減	令和6年度比	令和5年度	増減	令和5年度比	平成30年度	増減	平成30年度比
4月	40,000,000	38,743,608	1,256,392	103.24%	35,265,821	4,734,179	113.42%	48,426,675	△ 8,426,675	82.60%
5月	56,000,000	50,323,627	5,676,373	111.28%	51,995,852	4,004,148	107.70%	52,666,151	3,333,849	106.33%
6月	40,000,000	38,811,271	1,188,729	103.06%	33,870,030	6,129,970	118.10%	44,909,123	△ 4,909,123	89.07%
第1四半期	136,000,000	127,878,506	8,121,494	106.35%	121,131,703	14,868,297	112.27%	146,001,949	△ 10,001,949	93.15%
7月	37,400,000	38,957,133	△ 1,557,133	96.00%	39,433,927	△ 2,033,927	152.15%	45,875,882	△ 8,475,882	130.79%
8月	60,000,000	59,958,683	41,317	100.07%	60,323,213	△ 323,213	99.46%	59,337,204	662,796	101.12%
9月	50,600,000	41,792,391	8,807,609	121.07%	37,462,778	13,137,222	135.07%	45,161,556	5,438,444	112.04%
第2四半期	148,000,000	140,708,207	7,291,793	105.18%	137,219,918	10,780,082	107.86%	150,374,642	△ 2,374,642	98.42%
10月	49,000,000	46,017,350	2,982,650	106.48%	54,639,418	△ 5,639,418	89.68%	59,798,743	△ 10,798,743	81.94%
11月	60,500,000	57,090,374	3,409,626	105.97%	62,799,386	△ 2,299,386	96.34%	66,296,801	△ 5,796,801	91.26%
12月	91,000,000	83,727,508	7,272,492	108.69%	87,685,929	3,314,071	103.78%	79,009,102	11,990,898	115.18%
第3四半期	200,500,000	186,835,232	13,664,768	107.31%	205,124,733	△ 4,624,733	97.75%	205,104,646	△ 4,604,646	97.75%
1月	45,400,000	44,340,617	1,059,383	102.39%	46,739,106	△ 1,339,106	97.13%	40,630,487	4,769,513	111.74%
2月	38,000,000	33,557,853	4,442,147	113.24%	41,001,590	△ 3,001,590	92.68%	33,593,139	4,406,861	113.12%
3月	39,000,000	38,000,000	1,000,000	102.63%	40,524,360	△ 1,524,360	96.24%	39,433,299	△ 433,299	98.90%
第4四半期	122,400,000	115,898,470	6,501,530	105.61%	128,265,056	△ 5,865,056	95.43%	113,656,925	8,743,075	107.69%
年間計	606,900,000	571,320,415	35,579,585	106.23%	591,741,410	15,158,590	102.56%	615,138,162	△ 8,238,162	98.66%
構成比	30.3%	32.7%			35.9%					

(単位:円)

月別	飲食ゾーン(8店舗)									
	令和7年度計画	令和6年度見込み	増減	令和6年度比	令和5年度	増減	令和5年度比	平成30年度	増減	平成30年度比
4月	33,000,000	29,747,942	3,252,058	110.93%	23,066,950	9,933,050	143.06%	24,961,797	8,038,203	132.20%
5月	44,000,000	38,187,624	5,812,376	115.22%	33,636,996	10,363,004	130.81%	30,104,370	13,895,630	146.16%
6月	30,600,000	30,157,096	442,904	101.47%	21,150,336	9,449,664	144.68%	22,576,876	8,023,124	135.54%
第1四半期	107,600,000	98,092,662	9,507,338	109.69%	77,854,282	29,745,718	138.21%	77,643,043	29,956,957	138.58%
7月	38,500,000	39,172,231	△ 672,231	98.28%	33,293,887	5,206,113	115.64%	27,163,093	11,336,907	141.74%
8月	65,150,000	67,916,788	△ 2,766,788	95.93%	61,880,613	3,269,387	105.28%	42,277,259	22,872,741	154.10%
9月	50,000,000	41,611,138	8,388,862	120.16%	30,192,836	19,807,164	165.60%	21,937,763	28,062,237	227.92%
第2四半期	153,650,000	148,700,157	4,949,843	103.33%	125,367,336	28,282,664	122.56%	91,378,115	62,271,885	168.15%
10月	37,000,000	34,226,610	2,773,390	108.10%	32,893,899	4,106,101	112.48%	20,257,411	16,742,589	182.65%
11月	39,200,000	36,937,780	2,262,220	106.12%	32,263,547	6,936,453	121.50%	23,265,036	15,934,964	168.49%
12月	36,700,000	33,445,134	3,254,866	109.73%	28,942,862	7,757,138	126.80%	18,785,933	17,914,067	195.36%
第3四半期	112,900,000	104,609,524	8,290,476	107.93%	94,100,308	18,799,692	119.98%	62,308,380	50,591,620	181.20%
1月	29,000,000	31,882,092	△ 2,882,092	90.96%	27,654,430	1,345,570	104.87%	18,673,896	10,326,104	155.30%
2月	27,000,000	26,380,695	619,305	102.35%	25,402,634	1,597,366	106.29%	12,998,785	14,001,215	207.71%
3月	34,000,000	36,300,000	△ 2,300,000	93.66%	32,506,374	1,493,626	104.59%	18,185,344	15,814,656	186.96%
第4四半期	90,000,000	94,562,787	△ 4,562,787	95.17%	85,563,438	4,436,562	105.19%	49,858,025	40,141,975	180.51%
年間計	464,150,000	445,965,130	18,184,870	104.08%	382,885,364	81,264,636	121.22%	281,187,563	182,962,437	165.07%
構成比	23.2%	25.5%			23.2%					

物販ゾーン 計画					
	既存店	前年度比	直営店+F-7	前年度比	合計
4月	23,350,000	123.3%	16,300,000	88.2%	39,650,000
5月	32,830,000	133.7%	22,000,000	87.2%	54,830,000
6月	22,350,000	116.3%	17,000,000	85.3%	39,350,000
7月	26,060,000	108.2%	29,500,000	132.8%	55,560,000
8月	47,560,000	111.1%	60,200,000	135.0%	107,760,000
9月	32,400,000	131.4%	41,200,000	156.4%	73,600,000
10月	26,460,000	121.1%	42,700,000	166.1%	69,160,000
11月	28,660,000	121.1%	49,500,000	182.9%	78,160,000
12月	26,410,000	110.9%	35,600,000	158.9%	62,010,000
1月	24,080,000	116.3%	31,800,000	154.0%	55,880,000
2月	19,710,000	114.9%	27,200,000	169.6%	46,910,000
3月	21,800,000	117.1%	40,000,000	164.0%	61,800,000
計	331,670,000	118.4%	413,000,000	140.9%	744,670,000

(単位:円)

月別	物販ゾーン(12店舗)									
	令和7年度計画	令和6年度見込み	増減	令和6年度比	令和5年度	増減	令和5年度比	平成30年度	増減	平成30年度比
4月	39,650,000	37,429,762	2,220,238	105.93%	32,397,525	7,252,475	122.39%	33,248,329	6,401,671	119.25%
5月	54,830,000	49,790,199	5,039,801	110.12%	51,508,063	3,321,937	106.45%	43,033,172	11,796,828	127.41%
6月	39,350,000	39,150,476	199,524	100.51%	34,722,532	4,627,468	113.33%	33,031,759	6,318,241	119.13%
第1四半期	133,830,000	126,370,437	7,459,563	105.90%	118,628,120	15,201,880	112.81%	109,313,260	24,516,740	122.43%
7月	55,560,000	46,295,778	9,264,222	120.01%	46,837,497	8,722,503	118.62%	36,033,756	19,526,244	154.19%
8月	107,760,000	87,400,860	20,359,140	123.29%	79,796,731	27,963,269	135.04%	61,468,271	46,291,729	175.31%
9月	73,600,000	51,010,697	22,589,303	144.28%	39,433,254	34,166,746	186.64%	31,904,292	41,095,708	230.69%
第2四半期	236,920,000	184,707,335	52,212,665	128.27%	166,067,482	70,852,518	142.66%	129,406,319	107,513,681	183.08%
10月	69,160,000	47,565,681	21,594,319	145.40%	48,512,768	20,647,232	142.56%	35,797,519	33,362,481	193.20%
11月	78,160,000	50,719,921	27,440,079	154.10%	52,924,479	25,235,521	147.68%	37,150,450	41,009,550	210.39%
12月	62,010,000	46,214,179	15,795,821	134.18%	43,767,253	18,242,747	141.68%	28,661,105	33,348,895	216.36%
第3四半期	209,330,000	144,499,781	64,830,219	144.87%	145,204,500	64,125,500	144.16%	101,609,074	107,720,926	206.02%
1月	55,880,000	41,368,154	14,511,846	135.08%	39,598,522	16,281,478	141.12%	26,823,140	29,056,860	208.33%
2月	46,910,000	33,186,117	13,723,883	141.35%	35,574,147	11,335,853	131.87%	19,877,962	27,032,038	235.99%
3月	61,800,000	43,000,000	18,800,000	143.72%	41,390,286	20,409,714	149.31%	26,165,106	35,634,894	236.19%
第4四半期	164,590,000	117,554,271	47,035,729	140.01%	116,562,955	48,027,045	141.20%	72,866,208	91,723,792	225.88%
年間計	744,670,000	573,131,824	171,538,176	129.93%	546,463,057	198,206,943	136.27%	413,194,861	331,475,139	180.22%
構成比	37.2%	32.8%			33.1%					

(単位:円)

月別	レストランゾーン・遊覧船・遊び場(4店舗)									
	令和7年度計画	令和6年度見込み	増減	令和6年度比	令和5年度	増減	令和5年度比	平成30年度	増減	平成30年度比
4月	9,100,000	10,962,333	△ 1,862,333	83.01%	6,861,405	2,238,595	132.63%	14,296,030	△ 5,196,030	63.65%
5月	11,300,000	13,432,223	△ 2,132,223	84.13%	10,169,108	1,130,892	111.12%	19,145,607	△ 7,845,607	59.02%
6月	11,000,000	12,761,823	△ 1,761,823	86.19%	8,884,898	2,115,102	123.81%	18,433,330	△ 7,433,330	59.67%
第1四半期	31,400,000	37,156,379	△ 5,756,379	84.51%	25,915,411	5,484,589	121.16%	51,874,967	△ 20,474,967	60.53%
7月	16,740,000	15,061,587	1,678,413	111.14%	13,203,439	3,536,561	126.79%	18,946,282	△ 2,206,282	88.36%
8月	24,410,000	20,940,569	3,469,431	116.57%	19,590,892	4,819,108	124.60%	25,359,870	△ 949,870	96.25%
9月	19,300,000	14,238,667	5,061,333	135.55%	11,096,040	8,203,960	173.94%	16,413,153	2,886,847	117.59%
第2四半期	60,450,000	50,240,823	10,209,177	120.32%	43,890,371	16,559,629	137.73%	60,719,305	△ 269,305	99.56%
10月	19,830,000	14,325,566	5,504,434	138.42%	11,429,407	8,400,593	173.50%	22,331,913	△ 2,501,913	88.80%
11月	21,940,000	15,385,769	6,554,231	142.60%	11,182,941	10,757,059	196.19%	23,307,019	△ 1,367,019	94.13%
12月	15,240,000	10,721,353	4,518,647	142.15%	9,495,573	5,744,427	160.50%	12,181,183	3,058,817	125.11%
第3四半期	57,010,000	40,432,688	16,577,312	141.00%	32,107,921	24,902,079	177.56%	57,820,115	△ 810,115	98.60%
1月	12,930,000	10,166,610	2,763,390	127.18%	8,876,343	4,053,657	145.67%	10,480,889	2,449,111	123.37%
2月	9,990,000	8,862,271	1,127,729	112.73%	7,364,544	2,625,456	135.65%	11,214,420	△ 1,224,420	89.08%
3月	12,500,000	10,500,000	2,000,000	119.05%	10,085,537	2,414,463	123.94%	14,358,100	△ 1,858,100	87.06%
第4四半期	35,420,000	29,528,881	5,891,119	119.95%	26,326,424	9,093,576	134.54%	36,053,409	△ 633,409	98.24%
年間計	184,280,000	157,358,771	26,921,229	117.11%	128,240,127	56,039,873	143.70%	206,467,796	△ 22,187,796	89.25%
構成比	9.2%	9.0%			7.8%					

(4) 令和7年度 販促活動計画及び広告宣伝活動計画

①令和7年度の取り組み

令和6年度はコロナの感染症法上の分類が5類に移行して2年目となり、処理水放出についても大きな風評被害や報道が見られないことで、観光動向は上向きに推移していくと思われましたが、原材料費の高騰やガソリン補助縮小による実質的な値上げなどを理由に家計の負担が増大している背景や、宿泊料やバス代の値上げ、さらには昨年のリベンジ消費の反動が加わり、当館の集客や売上は下期以降伸び悩みとなりました。

次年度以降も物価高による消費支出は厳しい状況ではありますが、当館らしいイベントや、ローカルで魅力のあるテナントの個性を活かし、観光客や地域住民の集客を図ってまいります。

令和7年度は9月に道の駅グランドオープンを控えていることから、通常の販促活動と分けてオープニング迄の広報・告知やイベントを計画致します。

また、道の駅設置登録者になることで、道の駅のネットワークを活用したイベントやキャンペーンなどに積極的に参画してまいります。

販促事業としてはアフターコロナとして当館を目的とした来館促進事業として、令和4年度より名物づくり育成事業を行ってまいりましたが、道の駅になることでより名物について来館者に求められることから、磨き上げ等を行いながら継続してまいります。

イベント・販促事業に関しましては、会社とテナントによる販促委員会で練り上げた海鮮やグルメ、賑わいをもたらす集客イベントの構築を図ってまいります。

団体誘客については道の駅としての立ち寄り目的の増加が見込めることや、常磐道全線開通10周年や小名浜道路の供用開始など予定されていることから、当館の利便性を活かしながら誘客を図ってまいります。

また、団体食対応可能な店舗のリーシングを進めながら、団体受け入れの社会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。

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SNSや目的に沿った媒体を活用しながら定期的にリリースを行ってまいります。

道の駅初年度となる令和7年度は全館売上目標20億、入館者数160万人の達成を目指し、計画に準じた販促活動だけでなく状況に応じて新規事業等を柔軟に取り組み、観光客や地域住民の集客を図ってまいります。

(ア) 道の駅グランドオープン関係

社内道の駅担当チームやコンサル指導の下、グランドオープン準備～運営を進めてまいります。

▶告知関連は、館内外の装飾などや事前告知を通じてグランドオープンを広く広報。

I 館内外のグランドオープン前の装飾（横断幕など）、販促物・サイン関係の変更。

II SNSを軸とした告知。地元マスコミを活用した広報の充実。

▶イベント関連は、グランドオープンイベントや道の駅連携イベントの展開。

I オープニングセレモニー

II 一日駅長、オープン記念メニュー・グッズ販売など関連イベントの実施。

III 道の駅連絡会参画（道の駅スタンプラリー、道の駅カードの実施）

(イ) イベント販促活動

- ▶当館コンセプト（ハグ/いわき いわきをぎゅーっと）を基にした育成・新規事業を展開
ちよい食べ等の名物づくり育成事業を継続しており、今後も道の駅として名物を期待される為、
各店の個性を活かした商品・メニューを磨き上げて展開。また、新たにこども支援事業に取り組む。
 - I 「ちよい食べ」は年2回 案内ガイドマップを一新し、館内食べ歩きを推奨
 - II おさかなゾーン各店で常磐ものや自家製商品など「推し魚種・商品」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
 - IV 新たな事業として児童養護施設などを対象とした昼食の無料提供「ら・ら・ミュウこども支援事業」を柱とした社会福祉貢献事業の展開
 - V 道の駅土産・グルメの開発・育成・PR
- ▶海鮮やグルメを「常磐もの」「いわき七浜」をキーワードに、さかなのイベントを強調
 - I 「大鍋振舞い」など当館の強みを活かした「海と魚」のイベントの実施
 - II 魚食普及を目的とした「いわき・ら・ら・ミュウさかな日」などの実施
- ▶「道の駅」登録記念事業や当館らしいローカルなイベント、関係先との連携企画の展開
 - I 道の駅登録記念事業など冠イベントの開催。
 - II 定番イベントの磨き上げと地域や当館の時事ネタと連動した企画の実施
(小名浜道路開通記念、来場者5,000万人達成記念など想定)
 - III いわきFCとパートナーシップ契約を結び、試合と連動した企画の実現

(ウ) 誘客活動

- ▶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
 - I 団体食事対応店舗のPR
 - II 地域の周遊ルート提案（宿泊施設、フルーツ狩りなどの体験施設）
- ▶関係各所、観光宿泊施設との持続的な連携
 - I 関係団体とのプロモーション活動連携（プレデスティネーションキャンペーン、教育旅行誘致）
 - II 市内観光・商業施設、アクアマリンパークエリアとの連携
(アクアマリンふくしま、イオンモールいわき小名浜、ワンダーファームなど)
 - III 主要宿泊施設（Jヴィレッジ、SRHなど）との宿泊とのコラボプランの育成
 - 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）
 - V イベントエリアにおけるサークル、学校行事等の活用拡大
- ▶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、いわき市ふるさと納税返礼品
 - II レンタサイクル・サイクルステーション、ナショナルサイクルルート連携
 - III いわき浜海道トレイル
- ▶地域との共生
 - I じゃんがら念仏踊りや棒ささらなど地域伝統芸能の周知
 - II 中山間地域のネットワークを活用した販売や直営店等との連携

(エ) 広告宣伝活動

- ▶公式SNSを軸として配信内容・頻度を研究し重点的な展開
- ▶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
- ▶Google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
- ▶イベント開催や当館での時事ネタなど定期的なプレスリリース発信

令和7年度 販売促進活動計画

		4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月		
観光および周辺地域関連行事		☆常磐道全線開通10周年(3月) ☆プレデスティネーションキャンペーン(4月-6月)				☆小名浜道路供用開始(夏頃予定)		☆道の駅グランドオープン(9月)							
道の駅関係	告知	★オープン前告知 ・SNS広報、印刷物、館内看板等 ★道の駅登録記念事業 ★館内装飾 ・正面入り口横断幕等				★オープン告知第1弾(お盆明け) ・各種媒体CM+パブ ・テレビ(地元4局)・ラジオ(地元FM,AM) ・新聞(地元3紙、竣工広告?) ・SNS広報 ★館内装飾(オープン記念装飾)		★オープン告知第2弾							
	イベント・販促							★オープニングセレモニー(テープカット、入場者プレゼント) ★オープニングイベント (著名人による一日駅長・一般公募) (記念メニュー・グッズ販売) ★ら・ら・スタジオリニューアルイベント							
	道の駅連携	★東北「道の駅」連絡会総会						★スタンプラリー ★道の駅カード		★駅長会議			★駅長研修 ★担当者研修		
全館イベント・販促事業	育成・推し企画	名物づくりの育成事業 ①「ちよい食べ」 ② おさかなゾーン:月毎の各店「推し(お勧め)魚種」の提案 ③ 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 道の駅登録記念事業(ら・ら・ミュウことも支援事業など) ⑤ 新商品・メニュー開発(道の駅土産・グルメ)													
	イベント・販促	1 海鮮・食のイベント「七浜」をテーマに磨き上げ ① 常盤もの・海鮮PR(大鍋振舞いなど) ② 魚食普及イベント(ら・ら・ミュウさかなの日 毎月第1日曜日＆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 ① 道の駅登録記念として冠イベントの開催 ② スポーツ連動した企画(J2クラブいわきFCパートナーシップ＆HOAいわき) ③ オートバイ＆オートバイ神社関連企画 ④ 定番イベントの磨き上げと新規イベント ●GWイベント(5/3～5/5) ●かつお祭り ●開館28周年誕生祭 ●第19回全国ベンチャーズエレキ合戦 ●さんま祭り ●歳末感謝祭 ●新春イベント(1/1～3) ●ウインターキャンペーン ●あんこう鍋祭り ●ふぐ汁祭り ●年度末感謝祭 ※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 ●来場者5,000万人達成(予定) ●ら・ら・ミュウ祭り													
	誘客活動	1 団体誘客 ① 団体昼食対応のPR ② 体験・宿泊施設とのコラボによるルート提案 2 個人観光客の誘客 ① 市内観光・商業施設との周遊連携 ② 主要宿泊施設との宿泊プラン育成 ③ 震災・防災・教育関連施設等との周遊連携 ④ 関係団体とのプロモーション(プレデスティネーションキャンペーン、観光共同キャンペーン、教育旅行誘致活動) ⑤ 車・バイク関係特典(SDカード特典参画、JAF)													
	協力・協賛・共催	① プレデスティネーションキャンペーン参画および冠イベントの開催 ② いわき浜海道トレイル ③ ナショナルサイクルルート連携＆レンタサイクル・サイクルステーション ④ アクアマリンふくしま入場券割引販売(通年) ⑤ いわき市ふるさと納税返礼品(いわき・ら・ら・ミュウ推奨品) ⑥ 地域行事・季節行事への協賛・協力 ●レンタカーでHAPPYドライブキャンペーン(5/12～6/30) ●小名浜道路開通記念 ●いわき花火大会 ●じゃんがら念仏踊り ●神ささら ●いわき七浜イケメンプロジェクト ●いわきサンシャインマラソン													
告知媒体	SNSネット広告	1 公式SNSの配信強化 ① 公式SNS投稿の磨き上げ ② インフルエンサーを活用した発信力の強化 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) 2 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新聞・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(道の駅と連動)													
	新聞・情報誌・雑誌											るるぶ会津福島'27 るるぶ東北'27			
	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		・外国籍クルーズ船リビエラ寄港(4/27)				・小名浜海遊祭	・いわき花火大会(8/2) ・いわきおどり小名浜大会(8/1)		・いわきの大物産展		・いわきサンシャインマラソン				

(5) 令和 7 年度 誘客活動計画

① 令和 6 年度第 3 四半期までのバス来館状況

令和 6 年度第 3 四半期までの観光バスの来館は 2,495 台となり、令和 5 年度の 1,923 台と比較すると、572 台増の 129.3%、平成 30 年度比較では 2,376 台減少の 51.2%となっています。新型コロナウイルス感染症法の分類が 5 類に移行してから 2 年目となり、徐々に少人数の団体を中心に団体旅行復活の兆しはみられるもののバス料金や宿泊代の高騰、物価高による節約志向なども絡み、団体募集ツアーの人数が集まりづらい状況や旅行自体の回数減少、さらに旅行動向は料金が比較的安い近場の日帰り旅行の傾向が続いております。また、コロナ禍や高齢化を理由に旅行業から撤退・閉業しているエージェントも多いことや、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、団体客の動向は未だに厳しい状況にあります。

令和 6 年度 4 月～12 月バス来館状況

令和 6 年度	令和 5 年度	増減	対比	平成 30 年度	増減	対比
2,495 台	1,923 台	572 台	129.3%	4,871 台	△2,376 台	51.2%

② 令和 7 年度誘客計画

(ア) 令和 7 年度の誘客活動訪問地区は昨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 3 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ますが、バス代や宿泊施設、食事代など各種料金の値上げによる影響で、旅行代金も上がるため、団体旅行は当面、日帰り圏内などが主流と思われることから、引き続き福島県内や隣接県、首都圏の一次・二次エリアの当館から 250 km 圏内を中心としたエージェントセールスを実施していく計画です。原則月 1 回 2 名体制でのセールスを計画しておりますが、道の駅オープンもありますので、社内の人員体制等の調整を行い、月 2 回の体制も視野に営業していきます。

(イ) 令和 7 年度の誘客活動は道の駅オープンや小名浜道路供用開始の案内を主に行い、当館のセールスや周遊アクセス提案をしてまいります。その他、アクセス向上により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、小名浜エリアアクアマリンパークを絡めた誘客も継続してセールスしてまいります。

(ウ) また、セールスの際、誘客の肝となるのは現状では団体食事会場を提案できるか否かになると考えられます。令和 6 年度末に土日祝受け入れ可能なレストランが退店となり、一時的に団体受け入れについて減少いたしますが、2 階に新店舗オープンも予定されていることから、その点も踏まえながら、積極的にセールスしてまいります。

令和 5 年度バス来館地区ランキング

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

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	東京都	調布市・府中市・三鷹市他	50 社	首都圏からの誘客
5 月	栃木県	栃木市・佐野市・足利市	50 社	隣接県からの誘客
6 月	宮城県	石巻市・登米市・栗原市他	50 社	隣接県からの誘客
7 月	山形県	鶴岡市・酒田市・尾花沢市他	50 社	隣接県からの誘客
8 月	福島県	福島市・郡山市	50 社	道の駅オープン前につき県内誘客
9 月	埼玉県	熊谷市・深谷市・東松山市	50 社	首都圏からの誘客
10 月	千葉県	千葉市	50 社	首都圏からの誘客
11 月	群馬県	高崎市・安中市・富岡市他	50 社	海なし県からの誘客
12 月	福島県	中通り・会津地区	100 社	県内宿泊施設 年末挨拶
1 月	茨城県	つくば市・つくばみらい市他	50 社	隣接県からの誘客
2 月	東京都	北区・板橋区	50 社	首都圏からの誘客
3 月	埼玉県	所沢市・川越市他	50 社	首都圏からの誘客
合計			650 社	

(6) 令和7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5年度実績	令和6年度見込	令和7年度計画	令和6年度対比	平成30年度実績	平成30年度対比
直営店	57,780,074	64,562,438	104,150,000	161.3%	50,318,494	207.0%
自動販売機	5,982,702	5,769,435	6,170,000	106.9%	6,612,087	93.3%
宝くじ	6,860,892	6,100,123	6,500,000	106.6%	7,093,014	91.6%
ミュウランド	3,244,272	4,164,354	4,490,000	107.8%	2,493,430	180.1%
わんぱくひろば みゅうみゅう	3,139,327	0	0	-	16,239,817	0.0%
合計	77,007,267	80,596,351	121,310,000	150.5%	82,756,842	146.6%

【 直営店 いわきの物産銘品プラザ】

項目		令和5年度実績	令和6年度見込	令和7年度計画	令和6年度対比
販売金額		229,493,740	251,336,334	413,000,000	164.3%
受託販売	売上高	130,576,450	143,335,368	235,820,000	164.5%
	仕入れ	95,106,123	104,183,085	174,170,000	167.2%
	販売手数料①	35,470,327	39,152,283	61,650,000	157.5%
買取販売	売上高	98,917,290	108,000,966	177,180,000	164.1%
	月初商品棚卸高	3,525,885	3,721,558	3,800,000	102.1%
	仕入れ	76,947,206	83,456,917	135,940,000	162.9%
	月末商品棚卸高	3,721,558	4,300,000	4,400,000	102.3%
	商品減耗損	138,990	287,664	660,000	229.4%
	利益②	22,309,747	25,410,155	42,500,000	167.3%
当社収益①＋②		57,780,074	64,562,438	104,150,000	161.3%
利益率		25.2%	25.7%	25.2%	98.2%

【 自動販売機 】

取引先	項目	令和5年度実績	令和6年度見込	令和7年度計画	令和6年度対比
コカコーライーストジャパン	販売手数料	1,622,585	1,535,300	1,663,000	108.3%
	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	963,281	969,227	1,049,000	108.2%
	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	0	0	0	-
	空缶処理手数料	30,000	30,000	30,000	100.0%
いわきヤクルト販売(株)	販売手数料	462,570	478,748	518,000	108.2%
	空缶処理手数料	150,000	150,000	150,000	100.0%
ダイドードリンコ(株)	販売手数料	852,335	853,126	924,000	108.3%
	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	844,971	665,734	721,000	108.3%
	空缶処理手数料	150,000	150,000	150,000	100.0%
伊藤園	販売手数料	306,146	335,576	19,000	5.7%
	電気料金	30,000	30,000	5,258,000	17526.7%
まことや酒店	販売手数料	18,814	19,722	19,000	96.3%
小計	販売手数料	5,070,702	4,857,435	4,894,000	100.8%
	空缶処理手数料	912,000	912,000	882,000	96.7%
合計		5,982,702	5,769,435	5,776,000	100.1%

【 宝くじ 】

項目	令和5年度実績	令和6年度見込	令和7年度計画	令和6年度対比
宝くじ手数料	4,742,504	4,084,893	4,366,000	106.9%
数選式手数料	1,584,690	1,507,288	1,596,000	105.9%
立替金手数料	169,466	140,828	148,000	105.1%
サッカーくじ手数料	364,232	367,115	390,000	106.2%
合計	6,860,892	6,100,123	6,500,000	106.6%

【 ミュウランド 】

区分	令和5年度実績	令和6年度見込	令和7年度計画	令和6年度対比
手数料	3,244,272	4,164,354	4,490,000	107.8%

【 わんぱくひろば みゅうみゅう 】

区分	令和5年度実績	令和6年度見込	令和7年度計画	令和6年度対比
手数料	3,139,327	0	0	-
入場者	12,049	0	0	-

【直営部門計】：当館の事業計画や道の駅オープンに向けた販促をもとに、各部門の販売計画を練り上げ、魅力ある売場づくりやサービスの向上、コストの削減に務め、売上総利益1億2千1百万円（令和6年度比151％）の達成を目指します。

【直営店】：道の駅オープンを機に、銘品プラザはリニューアル拡大し店舗改装を行います。地元生産者と連携し、野菜や果物・加工品等の充実や新商品やPBの開発による一層の売上確保を図るとともに、コストの見直しを進め、収益改善を図ってまいります。

【自動販売機】：当館やアクアマリンパークで行われるイベントや繁忙期に際して、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】：ジャンボ宝くじなどの販促物や演出の充実、接客マニュアルに基づいた接客技術の向上を図り、販売体制を強化してまいります。

【ミュウランド】：魅力的な景品の充実や、機器のメンテナンスを徹底し、安定した稼働と収益の確保を図ってまいります。

(7) 令和7年度 予算書

① 売上高

No.	区分	令和5年度 実績	令和6年度 決算見込	令和7年度 予算	前年度 増減額	前年度比
1	家賃収入	90,090,539	99,241,918	97,842,690	△ 1,399,228	98.59%
2	直営店売上	102,280,909	111,339,309	177,180,000	65,840,691	159.14%
3	直営店売上(消化売上)	127,212,831	139,997,025	235,820,000	95,822,975	168.45%
4	受託金	31,093,888	29,525,455	29,525,455	0	100.00%
5	経常販売促進収入	16,634,184	17,895,027	20,000,000	2,104,973	111.76%
6	宝くじ販売手数料	6,860,892	6,100,123	6,500,000	399,877	106.56%
7	自動販売機収入	5,982,702	5,769,435	6,170,000	400,565	106.94%
8	ゲームコーナー収入	3,244,272	4,164,354	4,490,000	325,646	107.82%
9	研修室使用料	5,304,092	5,439,728	5,138,000	△ 301,728	94.45%
10	損害保険代理店手数料	92,767	66,676	77,000	10,324	115.48%
11	イベント手数料	153,181	355,155	350,000	△ 5,155	98.55%
12	切手販売手数料	29,390	59,327	50,000	△ 9,327	84.28%
13	屋内遊び場入場売上	3,139,327	0	0	0	-
14	売上値引き戻り高	△ 1,210,154	△ 1,218,677	△ 2,065,000	△ 846,323	-
15	売上高	390,908,820	418,734,855	581,078,145	162,343,290	138.77%

② 売上原価

No.	区分	令和5年度 実績	令和6年度 決算見込	令和7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)	3,525,885	3,721,558	3,800,000	78,442	102.11%
2	直営店仕入(消化仕入含む)	171,839,665	187,640,002	310,110,000	122,469,998	165.27%
3	期末直営店商品棚卸高(月合計)	3,721,558	4,396,332	4,400,000	3,668	100.08%
4	他勘定振替高	386,640	577,997	1,545,900	967,903	267.46%
5	商品減耗損	138,989	287,664	660,000	372,336	229.43%
6	リーシング費	0	93,000	100,000	7,000	107.53%
7	売上原価	171,396,341	186,767,895	308,724,100	121,956,205	165.30%
8	売上総利益	219,512,479	231,966,960	272,354,045	40,387,085	117.41%

【売上高・売上原価・売上総利益】

令和7年度の家賃収入の予算は、直営店の店舗拡大によりテナント賃貸面積が減少することから、令和7年度の家賃収入は減少となった。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)」が入居となったが、令和7年3月での退店となり家賃収入の減少の要因となった。今後も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の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ていくため、2階団体食事場所のテナントリーシングを実施する。直営店に係る売上については、道の駅に改装することで店舗面積拡大し、売上増加を見込むものとする。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とする。よって、売上総利益は、約272,354千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5年度 実績	令和6年度 決算見込	令和7年度 予算	前年度 増減額	前年度比
1	役員報酬	4,242,200	4,267,800	4,344,480	76,680	101.80%
2	給与手当	43,806,065	46,154,104	54,165,768	8,011,664	117.36%
3	雑給	345,970	55,000	400,000	345,000	727.27%
4	賞与手当	9,656,000	11,858,000	13,000,000	1,142,000	109.63%
5	法定福利費	8,806,268	9,971,587	10,547,762	576,175	105.78%
6	福利厚生費	2,693,681	2,690,568	3,505,000	814,432	130.27%
7	消耗品費	352,203	126,667	270,000	143,333	213.16%
8	事務用品費	569,525	187,886	350,000	162,114	186.28%
9	地代家賃	3,442,245	3,767,070	3,800,000	32,930	100.87%
10	賃借料	1,104,439	1,107,499	1,150,000	42,501	103.84%
11	保険料	2,929,787	3,316,608	3,700,000	383,392	111.56%
12	修繕費	2,228,353	11,598,925	16,000,000	4,401,075	137.94%
13	租税公課	11,042,062	9,536,633	9,500,000	△ 36,633	99.62%
14	減価償却費	14,061,041	14,051,170	21,300,000	7,248,830	151.59%
15	退職給与引当金繰入	286,941	330,000	330,000	0	100.00%
16	旅費交通費	1,477,856	1,529,407	1,550,000	20,593	101.35%
17	通信費	867,385	766,074	860,000	93,926	112.26%
18	水道光熱費	10,546,705	8,866,301	12,288,000	3,421,699	138.59%
19	支払手数料	2,507,694	3,209,494	3,660,000	450,506	114.04%
20	荷造包装費	329,843	554,856	650,000	95,144	117.15%
21	運賃	74,737	102,727	160,000	57,273	155.75%
22	広告宣伝費	1,733,088	1,825,907	5,000,000	3,174,093	273.84%
23	接待交際費	302,313	287,714	300,000	12,286	104.27%
24	車両費	166,780	176,692	190,000	13,308	107.53%
25	新聞図書費	335,100	344,696	370,000	25,304	107.34%
26	研修費	502,081	200,189	650,000	449,811	324.69%
27	諸会費	921,056	926,587	750,000	△ 176,587	80.94%
28	会議費	460,777	486,025	580,000	93,975	119.34%
29	管理諸費	4,753,463	4,873,426	6,500,000	1,626,574	133.38%
30	印刷費	1,529,136	1,588,587	1,530,000	△ 58,587	96.31%
31	業務委託費	13,639,396	14,527,371	14,030,000	△ 497,371	96.58%
32	販売促進費	21,488,091	21,860,116	30,100,000	8,239,884	137.69%
33	支払共益費	38,576,148	28,453,230	33,951,690	5,498,460	119.32%
34	寄付金	34,000	237,600	42,000	△ 195,600	17.68%
35	雑費	135,184	199,811	150,000	△ 49,811	75.07%
36	販売費及び一般管理費	205,947,613	210,036,327	255,674,700	45,638,373	121.73%
37	営業利益	13,564,866	21,930,633	16,679,345	△ 5,251,288	76.06%

【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、直営店改装に伴う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27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。さらに令和7年度予算について、道の駅の登録に伴う設備の改修工事があり、修繕費及び資産計上による減価償却費の増加、さらには直営店改修に伴うセルフPOSレジ更新費用も増加することから、大幅な増加となった。道の駅のオープニングイベントや宣伝広告、告知、販促費用など誘客のための販売促進費・イベント費用は、前年より増加の費用を計上とした。案内サイン、パンフレット、ホームページやSNSなど「道の駅」としてのマークを入れたロゴなどの変更費用も増加となることから経費が増加した。よって令和7年度の販売費及び一般管理費については、約255,674千円（前年対比121.73%）の計上を見込むものとした。営業利益は、約16,679千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5年度 実績	令和6年度 決算見込	令和7年度 予算	前年度 増減額	前年度比
1	受取利息	51,479	93,242	92,000	△ 1,242	98.67%
2	受取配当金	350	350	2,000	1,650	571.43%
3	雑収入	5,294,540	957,599	6,700,000	5,742,401	699.67%
4	合計	5,346,369	1,051,191	6,794,000	5,742,809	646.31%
5	支払利息	1,971	0	0	0	0.00%
6	商品廃棄損	247,651	295,333	885,900	590,567	299.97%
7	雑損失	229,455	13,463	12,000	△ 1,463	89.13%
8	合計	479,077	308,796	897,900	589,104	290.77%
9	経常利益	18,432,158	22,673,028	22,575,445	△ 97,583	99.57%

⑤ 特別損益

No.	区分	令和5年度 実績	令和6年度 決算見込	令和7年度 予算	前年度 増減額	前年度比
1	補助金収入・貸倒戻入益	0	499,000	0	△ 499,000	-
2	固定資産売却益	0	172,608	0	△ 172,608	-
3	特別利益合計	0	671,608	0	△ 671,608	-
4	固定資産圧縮記帳損	0	499,000	0	△ 499,000	-
5	固定資産除却損(再構築寄付金)	0	1	0	△ 1	-
6	特別損失合計	5,371,318	499,001	0	△ 499,001	-
7	税引き前当期純利益	13,060,840	22,845,635	22,575,445	△ 270,190	98.82%

⑥ 当期純利益

No.	区分	令和5年度 実績	令和6年度 決算見込	令和7年度 予算	前年度 増減額	前年度比
1	法人税・住民税・事業税	303,000	468,840	140,000	△ 328,840	29.86%
2	当期純利益	12,757,840	22,376,795	22,435,445	58,650	100.26%

【営業外収益・営業外費用・経常利益・当期純利益】

令和7年度の雑収入の計上は、2階団体食レストラン「海鮮料理 太信」の退店に伴う解約金を計上した。令和7年度において借入金は、計画的に元金返済ができていることから、無利子融資なため利息の計上はなく、計画的な計上とした。令和7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ありません。よって最終的な当期純利益は、約22,435千円の計上を見込むものとした。令和7年度は、道の駅の登録による直営店の改装に伴う売上増加を見込み計上した。このことから、令和7年度は増収増益の黒字計上を見込むものとする。

