事例No.	614
公表年度	H29
団体の属性	町村
団体名	香川県小豆島町

事例区分	第三セクター

タグ	・社団法人・財団法人 ・観光 ・（行政改革）業務の効率化

事例種類	経営健全化に取組んだ事例（経営改革に取組んだ事例（経常赤字から計上黒字への転換、債務超過の解消等）

事例内容・タイトル

オリーブ振興イベント及び情報発信強化による顧客満足度の向上

出典

第三セクター改革等先進事例集

事例名	オリーブ振興イベント及び情報発信強化による顧客満足度の向上
団体名	香川県小豆島町
法人名	(一財)小豆島オリーブ公園

＜地方公共団体のデータ＞

人口(人)	15, 238
標準財政規模(百万円)	5, 570
財政力指数	0.32

※ 人口は、住民基本台帳に基づく人口(平成 29 年 1 月 1 日時点)
標準財政規模及び財政力指数は、平成 28 年度決算の数値

＜法人データ＞

[出資等の状況](平成 29 年 3 月 31 日時点)

小豆島町	10 (100%)
役職員数(人)	21

[経営状況](平成 28 年度決算)

(単位:百万円)

経常収益	578
経常損益	26
当期純損益	18

資産	150
負債	45
純資産	105

[法人概要](設立目的、業務概要等)

平成 2 年 4 月 1 日、オリーブを軸とした独自の文化を生かして、町民の健全な余暇活動に寄与するとともに、都市生活者に本町の自然と親しむ場を提供することを目的として設立。





＜主な業務＞

下記施設の維持・管理

・小豆島オリーブ公園(オリーブ記念館・テニスコート等)
・小豆島町健康生きがい中核施設サン・オリーブ(道の駅・温浴施設等)
・小豆島オートビレッジYOSHIDA(キャンプ場)

1. 本事例の概要(取組の内容、ポイント)

本事例は、(一財)小豆島オリーブ公園独自の取り組みとして、顧客満足度向上のため強化したオリーブ振興イベント(体験)及びホームページ、SNSによる情報発信強化により、来園者数と売店を含む各店舗の収支を向上させ、経常赤字から経常黒字に転じた事例である。

2．取組の背景、理由、着手のきっかけ

旅行形態が、団体旅行から個人旅行へシフトし、来園者数や施設の売り上げが伸び悩む中、SNS・写真公開といった顧客による情報（リアル情報）が旅行先選定過程に大きな影響を与えることから、集客策として情報発信強化が課題となっていた。

また、平成 20 年度には出資団体である小豆島町においても当該施設の来園者数等の向上のための問題提起がなされており、課題解決に向けた取組の必要性があった。

＜伸び悩む来園者数等の状況の推移（取り組み開始前の推移）＞

（単位：百万円）

	平成 18 年度	平成 19 年度	平成 20 年度
経常収益	371	401	448
経常損益	12	▲1.6	▲0.16
正味財産	39	36	51
来園者数	240,000 人	250,000 人	300,000 人

3．取組の具体的内容

(1)取組方針とその決定過程

①主要な課題・論点について

来園者数の増加（集客力の向上）、施設売上の増加、インバウンド(訪日外国人旅行客)対応

②課題・論点解決に向けての検討内容について

オリーブ振興・啓蒙及び観光施設としての情報発信に力点を置き、『地域特産品』『食』『体験』を通じて、島民と観光客の交流結節点となり、地域社会全体の活性化と来園促進を目標とした。また、インバウンド(訪日外国人旅行客)対応の必要性を認識した。

③決定された取組方針（解決策）とその決定理由について

オリーブ植栽 100 周年を迎えた平成 20 年度を機に島内外の関係機関や組織と連携し、大小合わせて約 50 のオリーブ振興イベントを開催している。また、団体誘客を目的として旅行会社への営業を強化してきた。

これらを積み重ねてきたうえで、平成 28 年度から職員の専門性を活かした日常の中で手軽に使用出来る普及性の高い体験プログラムの提案、温泉・レストラン・宿泊等の複合施設メリットを活かした運営活動を実施している。集客においては SNS によるバイラルマーケティング(口コミを利用したマーケティング)を実施した。インバウンド(訪日外国人旅行客)対策として多言語化対応を推進した。

3．取組の具体的内容（つづき）

(2)取組の具体的な進め方

①取組の推進体制について

業務管掌を明確にした組織再構築を実施。部門・部署・販売物等、細部まで担当者を配置し経験する機会、人材育成環境を整備。

②関係者との調整内容・調整過程等について

売店は、地域の『食』『オリーブ』の拡販拠点であることを意識し、個人オリーブ農家のオイルを積極的に取り扱い販売した。また、観光協会と協力・連携し、SNSや写真公開によるさらなる魅力の発信を行った。

③取組のプロセス（スケジュール）について

オリーブ栽培の歴史と職員の専門知識を活かしたオリーブ講座・体験イベント・農園スタッフ体験を開催。島内外の関係機関、組織と連携を強化した。また、参加者アンケートを実施し、傾向・感想をプログラムに反映させた。

レストランは、下ごしらえから調理まで全て当農園で採油したオリーブオイルを使用。小豆島産オリーブにこだわった独自メニュー展開し、カウンター席等、個人客に対応した設備投資も実施した。

健康生きがい中核施設サン・オリーブは、平成28年度に公共の福祉増進を目的とした地域住民へのサービス向上に資する「住民サービスモデル道の駅」として国土交通大臣から認定された。小豆島町独自の事業として更新したトレーニング機器を用いた健康づくりを実施し、また、小豆島町からの委託事業として介護予防運動教室、温浴運動教室を実施している。その他、町民限定でオリーブオイルを量り売りし、オリーブを日常的に用いる食生活改善を啓発している。

宿泊施設は、訪日外国人向け大手予約サイトを導入し、WEBサイトによる販売強化を実施した。複合施設を有する小豆島オリーブ公園の強みを生かした、体験・食事・温泉等との相乗効果を生むセットプランを販売した。

情報発信の強化として、WEBページを刷新したり、旅行先選定・購買に大きな影響を与える、顧客による情報（リアル情報）の発信強化を行ったりした。映画『魔女の宅急便』のロケが近くで行われたことから、後にパン屋のセットを敷地内に移設したほか、映画の主人公になりきれるよう「魔法のほうきレンタル」を展開している。これは、撮りたくなる、真似したくなる等のバイラルマーケティング要素が強く、公園内のギリシャ風車周辺では、ほうきに跨って写真を撮る方が大勢おり、SNS映えするスポットとして人気である。

4．取組の効果

平成 28 年度、過去最大の経常利益を計上した。
過去 10 年平均で来園者数、経常収益を伸ばしており、法人全体の資産も拡大している。
資産については、（一財）小豆島オリーブ公園の健全運営のため積み立てている。

＜経営状況の推移＞

（単位：百万円）

	平成 20 年度（取組開始前の年度）	…	平成 26 年度	平成 27 年度	平成 28 年度
経常収益	448	…	531	544	578
経常損益	▲0.16	…	13	11	26
正味財産	51	…	76	86	150
来園者数	300,000 人	…	340,000 人	280,000 人	350,000 人

〈売店　現金売上高〉　（単位：百万円）

	平成 20 年度	…	平成 26 年度	平成 27 年度	平成 28 年度
現金売上高	252	…	278	292	302

小豆島町にとって、来園者・観光客の増加は、交通関係（フェリー・バス）の乗客数の増加、他の観光施設の来場者数増加に大きく寄与している。

5．今後の課題（今後の方針、残された課題等）

オリーブの情報発信基地として地域に人を呼び込む入口となり、オリーブの振興、地域産品の販売や飲食の提供、地域の情報発信など様々な役割を果たすとともに、（一財）小豆島オリーブ公園においては、上記に加え、地域誘客プロモーション活動にも取り組んでいく方針である。

6．他団体の参考となり得る点（苦労した点、工夫した点、上手く進んだ理由、反省すべき点等）

健全経営、運営において、採算性の高い事業計画と幅広い人脈の構築も必要である。本事例において、小さな成功体験を得られる、様々な試行を推奨しサポートすることにより、職員の自己効力感が高まり、個々の生産性が向上した結果、増収増益を実現した。
また、（一財）小豆島オリーブ公園独自の取組に留まらず、町、島内外の関係機関、組織と連携した様々な取り組みも来島（来園）客数の増加につながり、経営状況に良い影響を与えたものと考えられる。

＜参考＞地方公共団体の問合わせ先

担当課	小豆島町オリーブ課	連絡先	0879-82-7018