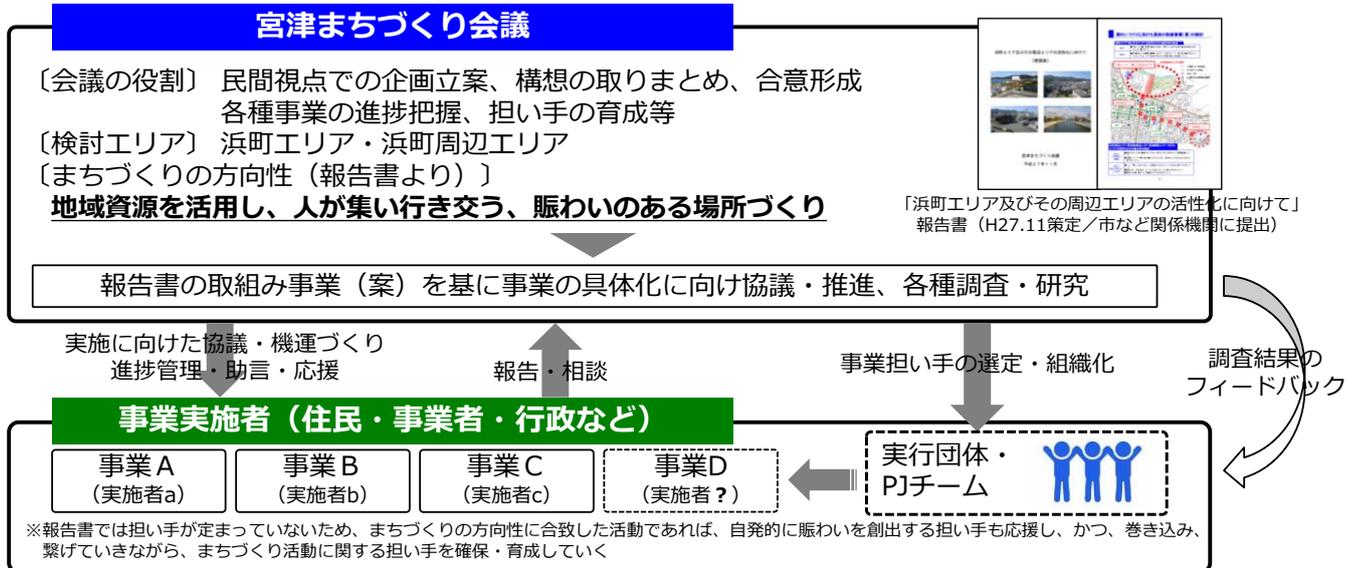


平成 30 年度 宮津まちづくり会議 事業報告について

平成 27 年度、当会において取りまとめられた「浜町エリア及びその周辺エリアの活性化に向けて」報告書の取組事例を基に、関係者とさらなる検討を加え、各事業の事業化・具体化の促進、進捗状況の把握等を行いました。

〔役割分担図〕



※上記スキームは、第 11 回宮津まちづくり会議において承認事項

1 会議等の開催

	日時・場所	出席者数	内容
第 16 回 会議	H30.7.17（火） 13:30～14:30 宮津商工会議所	11 人	○議題 ・顧問及び委員の変更について ・平成 29 年度事業報告について ・平成 30 年度事業計画について ・パイロット事業施設等の前年度実績及び近況報告について ・浜町周辺エリアの賑わい創出に向けた情報発信事業について

2 浜町エリアに関すること

(1) パイロット事業の事業促進及び進捗管理【事業主体：宮津商工会議所】

1) パイロット事業施設の運営

○開業1年が経過した時点の主な課題に対する改善策として、以下のとおり企画等を実施した。

課題	主な改善策・企画等
① 浜町エリアの来場者が中心市街地に回遊していないこと	<ul style="list-style-type: none"> ・各種イベント参加者に道の駅連携チケットの配布 ・ミップル同友店会との連携企画の実施
② アンケートに意見をいただいているようにお客様が望むコンテンツ（メニュー・商品）を更に強化していくこと	<ul style="list-style-type: none"> ・京都府立海洋高等学校とのコラボメニュー（ブイヤベースラーメン等）の販売 ・山一水産手づくり総菜や干物のアイテム強化 ・丹後酒蔵ツーリズム運営委員会と一緒に考案したペアリングメニューの提供 ・道の駅オリジナルブランド「マダフミモミズ」を立ち上げ、第一弾商品の「糠だき」を販売
③ 閑散期（冬期や夜）にどのように地元の方に利用していただける仕組みづくりをしていくこと	<ul style="list-style-type: none"> ・夏休み限定こども縁日の開催 ・HAPPY THURSDAY の開催 ・ふうふうキッチンやハロウィンパーティー、ライブ酒場「じよんのれん」の開催 ・住民やビジネスマン向け価格の洋風定食「HAMA 飯」や魚介類を中心とした「山一定食」の販売（平日限定／HAMA 飯は図書カード割引有） ・住民参加型のご当地ソフトクリーム決定戦の実施

○このような企画等を実施した結果、来場者は昨年度並の数値を維持しており、冬期は暖冬の影響もあり前年度より大きく上回る結果となった。



ブイヤベースラーメン



糠だき

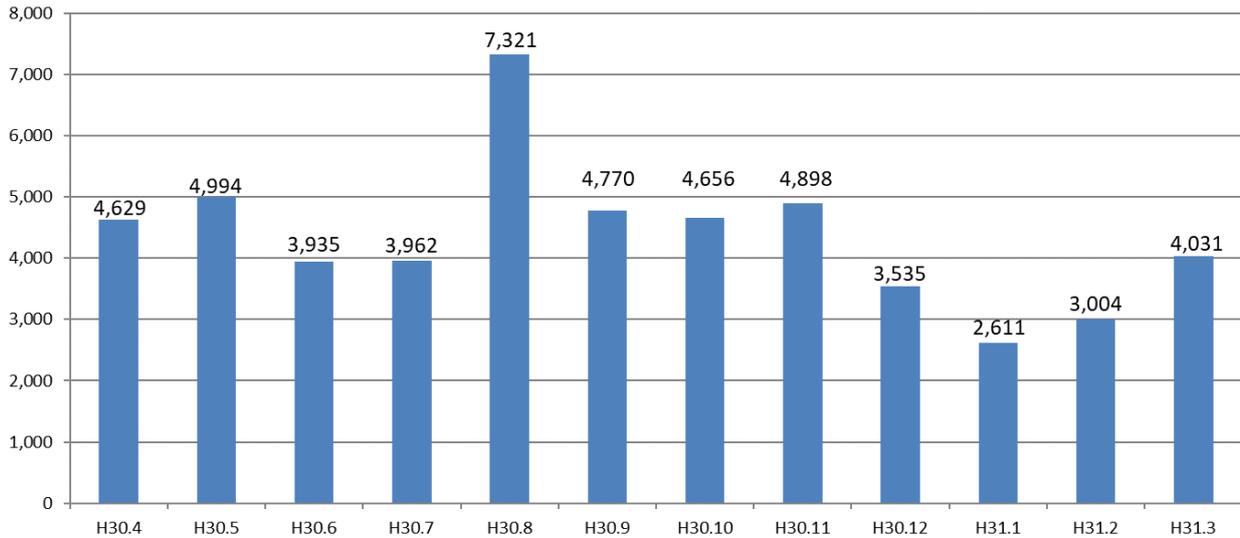


こども縁日



ほうじ茶ソフト
(ご当地ソフト第二段)

■おさかなキッチンみやづレジ通過人数（平成30年度 合計52,346人）



2) シェアスペースの運営

○平成29年7月地域住民と連携した賑わい創出、起業及び人材育成等を目的として開業した『シェアスペース&キッチン Space HAMAKAZE』の平成30年度利用件数は78件であった。



3) 道の駅機能の強化

<宮津満腹祭等の開催>

場所・日時	内容
海の京都の台所 冬の宮津満腹祭 ～日本三景カキ食べ比べ～ [H31.2.24(日) 10:00～14:00 観光交流センター立体駐車場周辺]	○日本三景カキ食べ比べエリア、 海の京都グルメエリア、道の駅 連携パス ○出店者数：15店舗 ○来場者数：約3,000人

<連携企画>

場所・日時	内容
燈籠流し協賛イベント [H30.8.16(木) 9:00～21:00 宮津まごころ市前]	地元食材の提供ブース 来場者数約72,000人 ※燈籠流し全体
第4回海の京都グルメ合戦 ※宮津商工会議所青年部主催 [H30.10.14(日) 10:00～15:00 島崎公園]	海の京都7市町の食のイベント、 道の駅連携パス 来場者数 約10,000人

※なお、和火2018は、悪天候により中止。



H31. 2. 24 満腹祭の様子



H30. 10. 14 海の京都グルメ合戦の様子

<宮津まごころ市への物販コーナーの統一化及び強化等>

- 宮津まごころ市の指定管理者が4月からハマカゼプロジェクト(株)に変更となり、それまでおさかなキッチンみやづに設置してあった物販コーナーを宮津まごころ市へ統合。
- 商品のアイテム強化として宮津農水商工観連携会議や経営支援先等の会議所会員に呼びかけ、宮津まごころ市での販売を斡旋するなど物販機能の強化を図った。

3 浜町周辺エリアに関すること

1) 道の駅登録後の周辺飲食店への波及効果調査【事業主体：宮津商工会議所】

調査対象期間	平成30年10月～平成30年12月
調査内容	今後の市街地活性化に向けた事業の実施に向け、商店街事業者への聞き取り調査を実施。(売上の変化、客数の変化、客単価の変化、道の駅の影響など)
調査事業所数	25事業所

2) 宮グルメぐるの取組【事業主体：宮津商工会議所】

- 宮津市街地の回遊性向上を目指し、商店街の若手経営者らで構成されたプロジェクトチームで企画・取材等を実施し、飲食店等を紹介するwebサイトを開設し集客を図った。



宮グルメぐる HP

[webサイトの概要]

名称	宮グルメぐる (https://miyazu-cci.or.jp/miyaguru/)
掲載店舗	道の駅及び宮津駅から徒歩10分圏内にある飲食店等71件
掲載内容	各飲食店等の個店ページ情報 宮津市民が選ぶグルメBEST10特集ページ 等

〔web サイト開設記念企画：フォトコンテストの概要〕

テーマ	宮グルメぐる HP に掲載されている店舗で食べた「美味しいもの」
応募期間	H31.1.14（月）～3.10（日）
結果	119 件の応募があり、その中から 3 名の写真を採用



フォトコンテスト入賞作品 3 点

〔各種アンケート調査〕

	調査期間	内容	回答数
市街地来訪者アンケート調査	H30.6.26（火）～7月1日（日）	宮津のグルメに関するアンケート	77 人
市民がおすすめする宮津市街地のおいしいお店！調査	H30.8.1（水）～9月9日（火）	市民・市内在勤を対象としたおすすめ飲食店アンケート	310 人

3) 成人式参加者を対象とした市街地魅力発信

成人式参加者(約 200 名)向けに道の駅及び宮津市のグルメ情報(宮津カレー焼きそば)を広く PR するとともに、宮津への U ターンを促進するきっかけづくりを図った。



成人式参加者へ配布したチラシ

4) 空き店舗等の現地調査

宮津市と一緒に中町より西側の新浜地区・魚屋地区・本町地区の空き店舗状況を調査。活用できそうな物件については、市から直接物件オーナーに意向確認を行い、市空き家バンクに登録するよう働きかけた。

道の駅登録後の周辺飲食店への波及効果調査 実施結果

H30年度宮津まちづくり会議事業計画の浜町エリアの波及効果等を調査するため、周辺飲食店に聞き取りアンケートを実施した。

(アンケート実施期間: H31.3.1～3.22)

○10月～12月の状況(前年同時期との比較)

○対象事業所数 25事業所

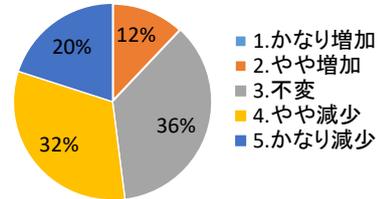
■売上の変化

	H30		H29	
	回答数	構成比	回答数	構成比
1.かなり増加	0	0.0%	0	0.0%
2.やや増加	3	12.0%	8	32.0%
3.不変	9	36.0%	6	24.0%
4.やや減少	8	32.0%	8	32.0%
5.かなり減少	5	20.0%	3	12.0%
計	25		25	

(主な意見)

- ・不変に感じるが忘年会が減少しているので売上全体は少し減少かもしれない。
- ・周辺でイベントがあると売上が減少する。
- ・大人数の忘年会が減少している。
- ・休みを増やした為、全体の売り上げは減少したが、1日の売り上げは増加している。
- ・例年、年末年始が一番売り上げが多いが、今年はかなり悪かった。

売上の変化



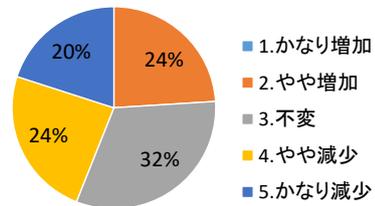
■客数の変化

	H30		H29	
	回答数	構成比	回答数	構成比
1.かなり増加	0	0.0%	0	0.0%
2.やや増加	6	24.0%	10	40.0%
3.不変	8	32.0%	5	20.0%
4.やや減少	6	24.0%	8	32.0%
5.かなり減少	5	20.0%	2	8.0%
計	25		25	

(主な意見)

- ・顧客の高齢化による減少を感じる。

客数の変化



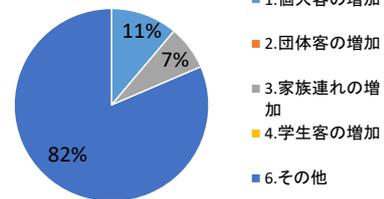
■増加した客層(複数回答可)

	H30		H29	
	回答数	構成比	回答数	構成比
1.個人客の増加	3	11.1%	5	35.7%
2.団体客の増加	0	0.0%	3	21.4%
3.家族連れの増加	2	7.4%	3	21.4%
4.学生客の増加	0	0.0%	0	0.0%
6.その他	22	81.5%	3	21.4%
計	27		14	

(主な意見)

- ・増加した客層なし。(12事業所)
- ・地元客が増加した。
- ・昼のお客が増加、夜のお客が減少している。
- ・観光客が増加した。(車中泊の方等)
- ・観光客が増加している。
- ・年配者が減少、若い層が少し増加しているので少しずつ世代交代している。
- ・ビジネスマンが増加している。
- ・近隣の繁盛店から流れきた新規客が増加し、その後リピーターになっている。

増加した客層



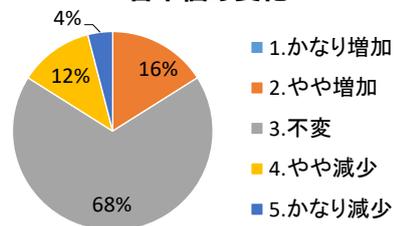
■客単価の変化

	H30		H29	
	回答数	構成比	回答数	構成比
1.かなり増加	0	0.0%	1	4.0%
2.やや増加	4	16.0%	1	4.0%
3.不変	17	68.0%	19	76.0%
4.やや減少	3	12.0%	4	16.0%
5.かなり減少	1	4.0%	0	0.0%
計	25		25	

(主な意見)

- ・お酒を飲む方が減少している。

客単価の変化



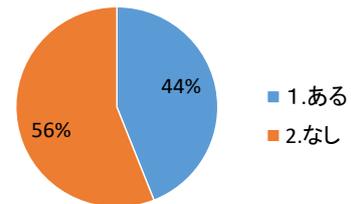
■道の駅の影響

	H30		H29	
	回答数	構成比	回答数	構成比
1.ある	11	44.0%	11	44.0%
2.なし	14	56.0%	14	56.0%
計	25		25	

(主な意見)

- ・案内所から、カニが食べられるか等問合せがあり、来店される。
- ・道の駅とお客さんを取り合っているような状況。
- ・連休の時は、案内所から休みの確認があったり、お客様を紹介してもらったこともある。
- ・お客が流出していると感じる。
- ・道の駅が良い意味で競合店となっている。
- ・道の駅から来た方がまれおられる。
- ・案内書から連絡があるが、わざわざ道の駅から来たとは言われないのであまり実感はない。

道の駅の影響



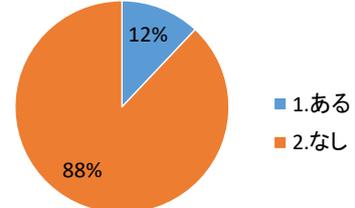
■ミツルの影響

	H30		H29	
	回答数	構成比	回答数	構成比
1.ある	3	12.0%	2	8.0%
2.なし	22	88.0%	23	92.0%
計	25		25	

(主な意見)

- ・近隣店舗の飲み放題により、忘年会の客をとられている。
- ・にっこりあに行くファミリー客が来店される。

ミツルの影響



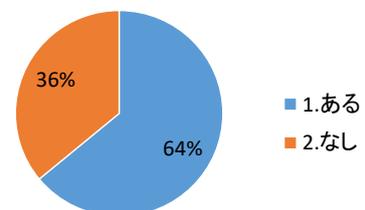
■外国人観光客の影響

	H30		H29	
	回答数	構成比	回答数	構成比
1.ある	16	64.0%	20	80.0%
2.なし	9	36.0%	5	20.0%
計	25		25	

(主な意見)

- ・市街地の旅館からアジア・ヨーロッパの方の紹介がある。
 - ・中国の方が来店されることがある。
 - ・去年より増加している。
 - ・来店があっても、対応しきれないので断っている。
 - ・夕方までに、閉店しているので以前より減少している。
 - ・少し来店があるが、マナーが悪い方があるので受け入れるのに気が引ける。
- (外国語メニューはある)
- ・数年前にマレーシアで日本の番組が放送されてから東南アジアの方の来店があり、ご主人が英語で対応している。

外国人観光客の影響



■店舗PR

	H30		H29	
	回答数	構成比	回答数	構成比
1.している	11	44.0%	12	48.0%
2.していない	14	56.0%	12	48.0%
3.未回答	0	0.0%	1	4.0%
計	25		25	

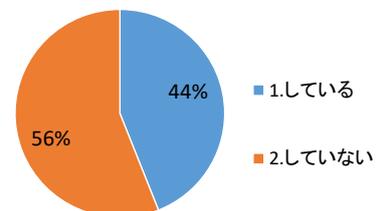
■PR方法(複数回答可)

	H30		H29	
	回答数	構成比	回答数	構成比
1.HP	9	52.9%	6	27.3%
2.SNS	5	29.4%	9	40.9%
3.チラシ	1	5.9%	1	4.5%
4.メディア	1	5.9%	3	13.6%
5.その他	1	5.9%	3	13.6%
計	17		22	

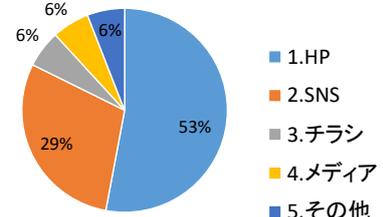
(主な意見)

- ・月単位で借りられる看板をあげている。

店舗PR



PR方法



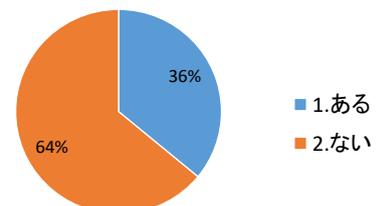
■宮グルメぐるHPの反応

	H30	
	回答数	構成比
1.ある	9	36.0%
2.ない	16	64.0%
計	25	

(主な意見)

- ・HP、フォトコンテストのチラシを持って帰られる。
- ・「フォトコン投稿しとくね」と言われたり、写真撮ってもよいか確認があった。
- ・写真を撮られたり、チラシを見たりされていた。
- ・話題になっていた。
- ・HPを見てきた方がいた。
- ・観光案内時にHPがあると使える。HPを見た方に特典をつける等あれば良い。
- ・客の年齢層が高いため特に効果は感じない。
- ・旅館からのお客様の紹介があるので、その際にHPを活用できるのではないかな。

宮グルメぐるHPの反応



■その他の意見

- ・材料費も上がっているため4月から値上げをする予定にしているが、消費税増税の際は、値上げしない予定。

令和元年度 宮津まちづくり会議 事業計画（案）

1 事業の目的

平成 27 年度、当会において取りまとめられた「浜町エリア及びその周辺エリアの活性化に向けて」報告書（以下「報告書」とする。）を基に、関係者とさらなる検討を加え、各事業の事業化・具体化を促進し、フォローアップや進捗把握等を行っていく。

〔当会の役割〕 構想等の取りまとめ、合意形成、進捗把握等

2 事業の内容

(1) 会議等の開催

報告書に掲載されている事業計画の着実な実施や活性化に向けて、意見調整や進捗把握、事業の推進等の総合的な調整を行う。また、宮津まちづくり会議設立から 5 年が経過した中、浜町エリアが一定の賑わいを見せるなど状況も大きく様変わりしていることから、昨年度に引き続き、今年度も会議のあり方を検討していく。

(2) 浜町エリアに関すること

1) パイロット事業の促進及び進捗把握

地域振興拠点の具体化に向け、事業主体である宮津商工会議所及びその事業パートナーが事業展開するパイロット事業の事業促進及び進捗把握を行う。

〔パイロット事業（事業主体：宮津商工会議所）〕

- ・パイロット事業施設（おさかなキッチンみやづ）の運営
- ・観光交流センター立体駐車場空店舗区画（シェアスペース）の活用
- ・宮津まごころ市の事業促進（集客事業、販促事業など）

2) 道の駅機能の強化

上記の事業と併せて、地域振興拠点の核となる道の駅の魅力を高めるために、宮津市・市内事業者等と連携し、道の駅の機能強化を図っていく。

(3) 浜町周辺エリアに関すること

1) 市街地活性化事業の事業促進及び進捗把握

報告書に掲載されている事業を基本に、各種団体が実施する市街地活性化事業（宮グルメぐる等）の事業促進及び進捗把握、情報共有を行い市街地の回遊性向上を目指す。

2) 波及効果等に関する市場調査

浜町周辺エリアの店舗（主に飲食店）に対し、浜町エリアからの波及効果や各店舗が提供するサービスと顧客ニーズを照らし合わせるために、事業者のヒアリング調査を行う。また、今後の市街地活性化に向けた事業の実施に向けた基礎データを収集する。

(4) 各種団体との連携に関すること

市街地活性化事業を実施している団体等と連携し、必要に応じてその事業に対して協力する。

(5) 当会の情報発信に関すること

より多くの住民、事業者などまちづくりへの参加意識の醸成を図るため、ホームページの更新等、当会の活動状況等の情報を発信する。



HAMAKAZE
Project

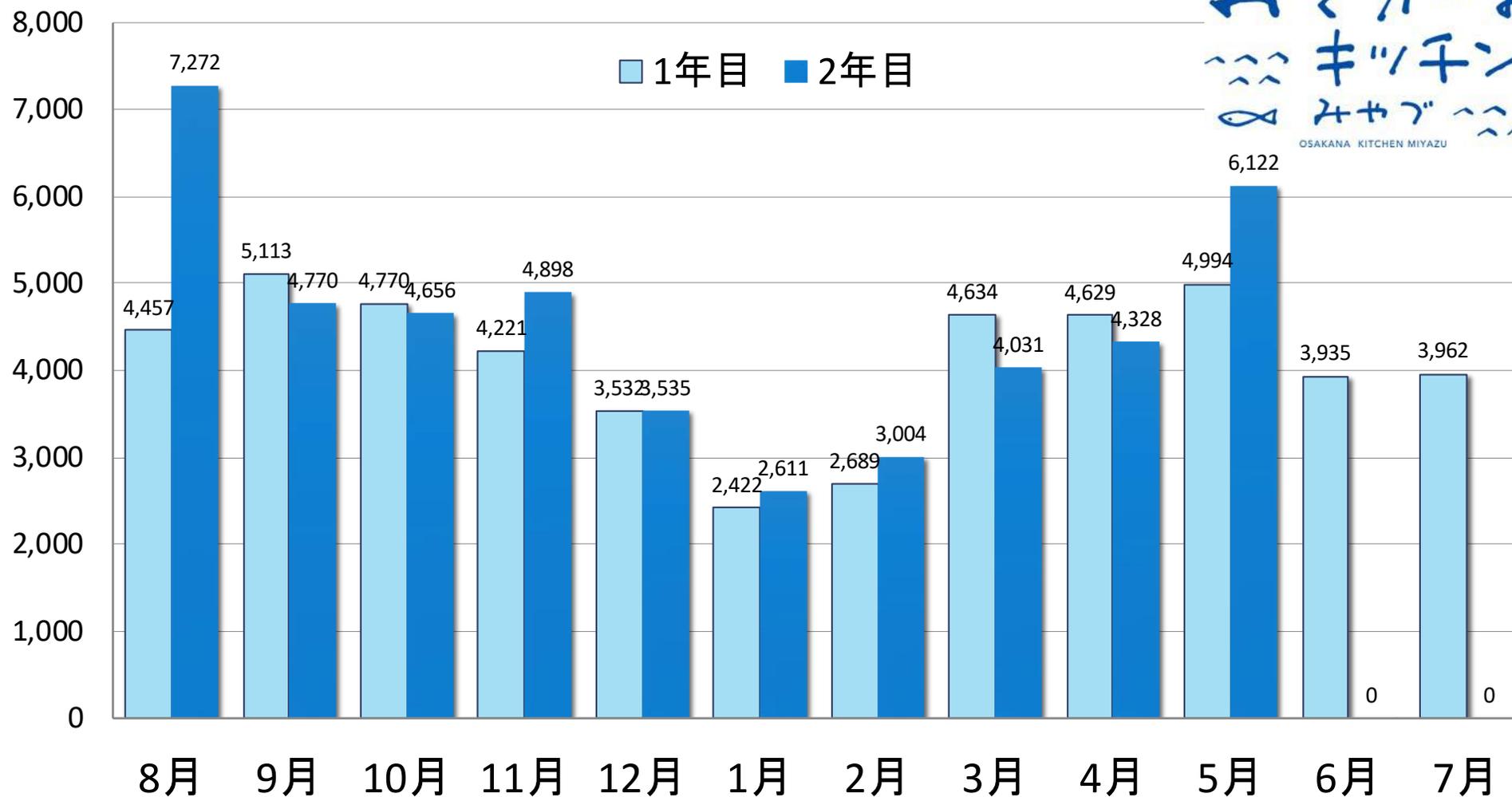
パイロット事業施設 「おさかなキッチンみやづ」進捗状況

2019年6月21日

ハマカゼプロジェクト株式会社 代表取締役 坂本 亮



おさかなキッチンみやづ レジ通過人数



2年目に入っても、大きく客数を落とすことなく推移

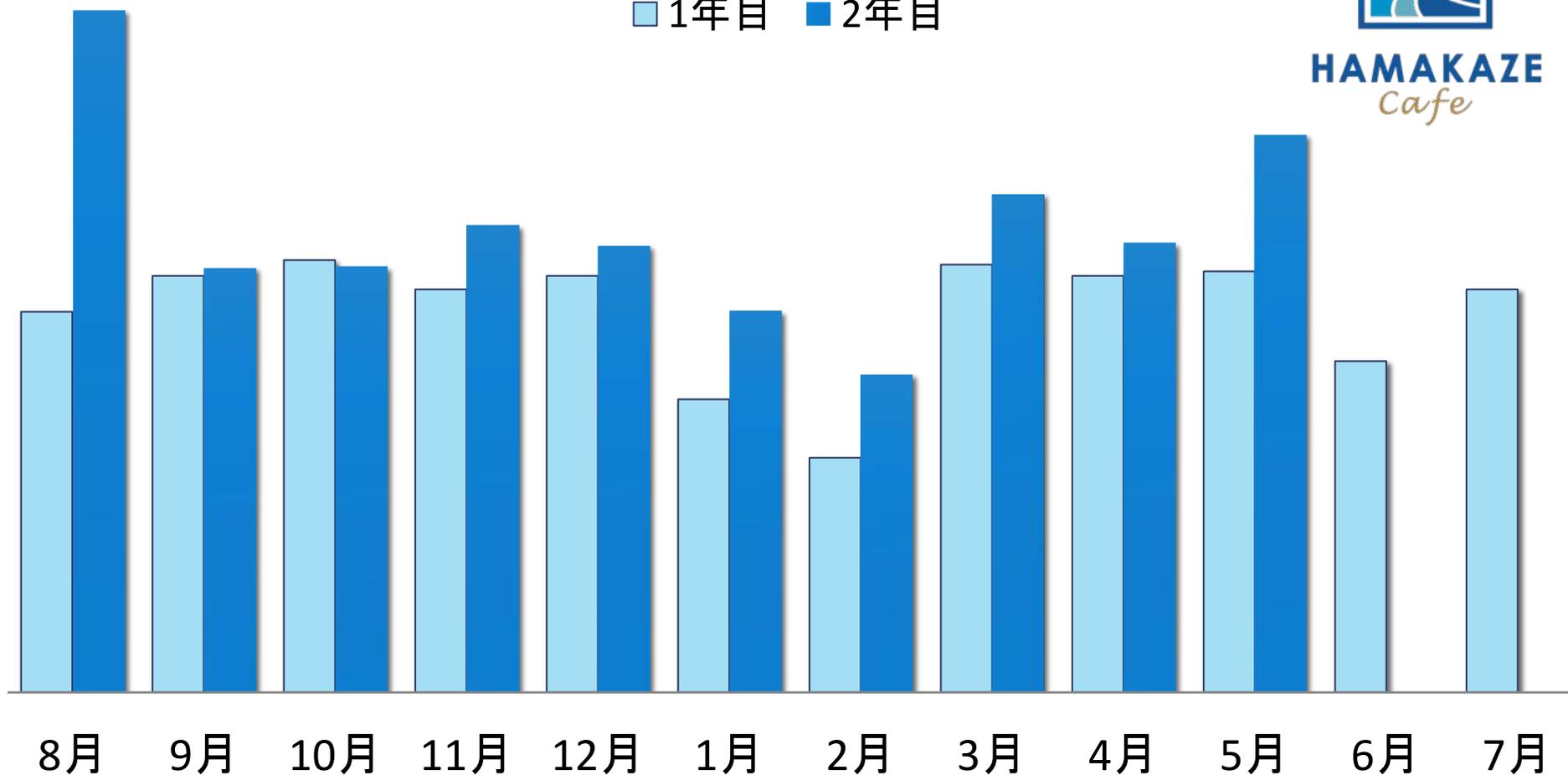
※1年目8月はプレオープンを含め19日間の営業

HAMAKAZE Cafe 飲食部門 売上推移



HAMAKAZE
Cafe

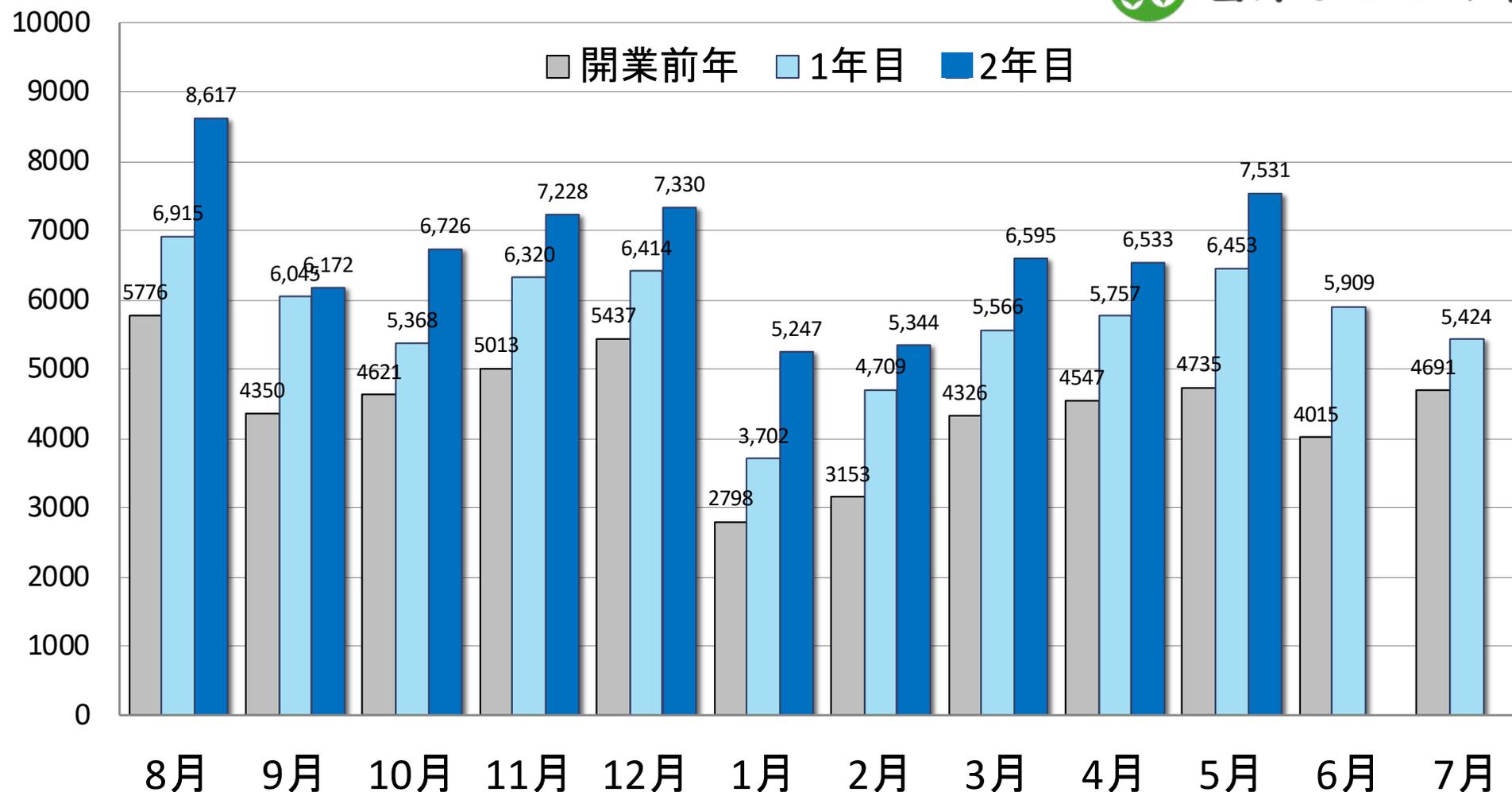
■ 1年目 ■ 2年目



10月以外は、前年実績を上回り、5月までの前年比は121%

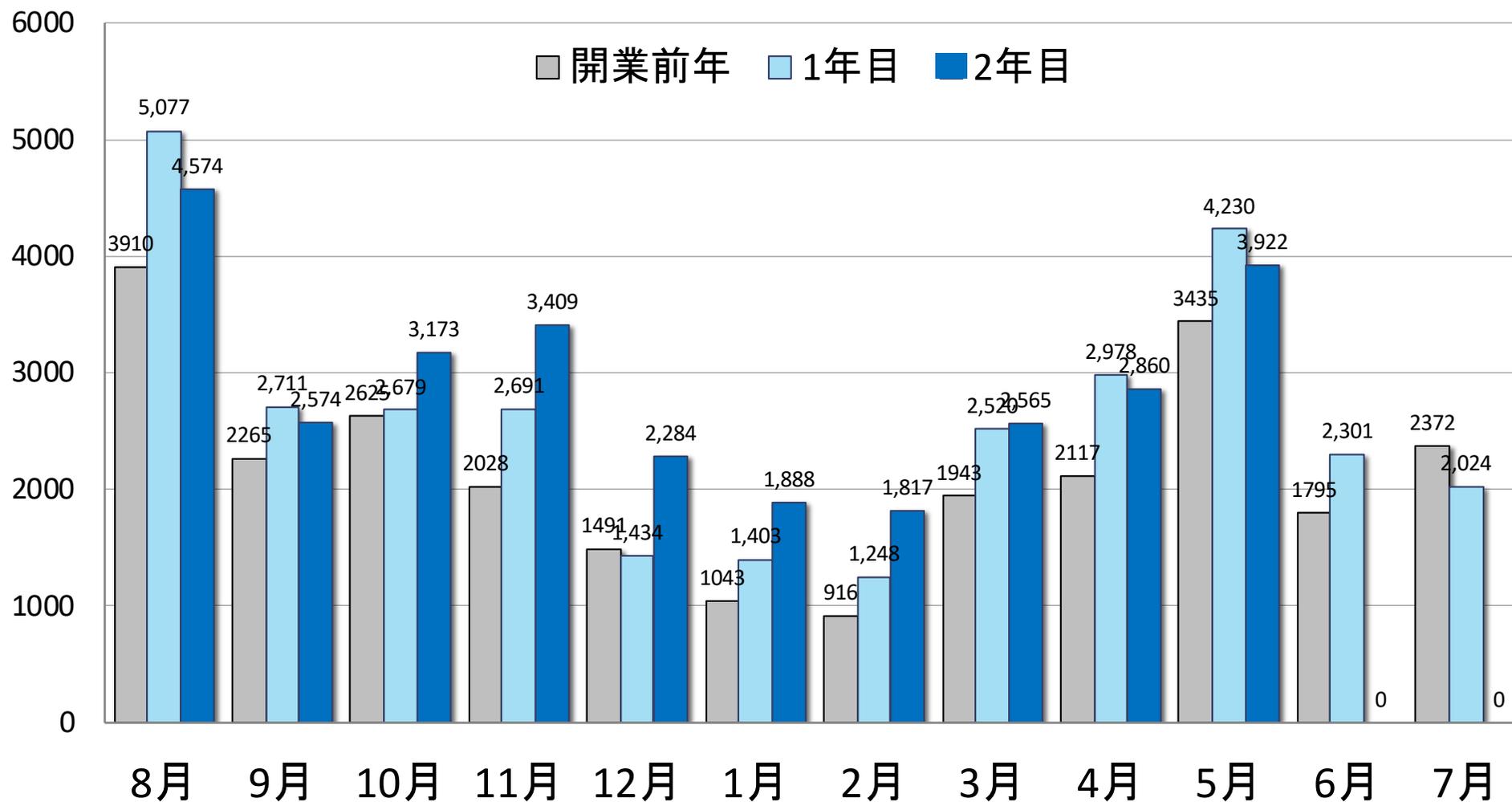
※1年目8月はプレオープンを含め19日間の営業

宮津まごころ市 レジ通過人数



おさかなキッチン開業以降、全ての月で前年実績を上回る

観光交流センター 案内人数



おさかなキッチン開業以降、多くの期間で前年を上回る

HAMAKAZE Cafeは、**地元の食材を**
最優先で使用します。

HAMAKAZE Cafeは、**地元のお客様に**
愛される店になります。

HAMAKAZE Cafeは、**一人ひとりのお客様を**
大切にする店になります。

英語版ランチメニューの提供

Lunch Menu 11AM to 3PM
Drink & salad included for lunch

Paella



Seafood Paella ¥1,180



Black Squid Ink Paella ¥1,280



In-Season Fish Paella ¥1,500

Pasta



Pasta Pescatore with In-Season Seafood ¥1,480



Peperoncino with Heshiko (Fermented Mackerel) ¥980

Cafe Menu

Coffee		Alcohol	
Hot or Ice			
Drip Coffee	¥250	Asahi Super Dry Draft Beer	¥450
Premium Coffee (hot only)	¥300	Glass Wine (Red or White)	¥450
Cafe Mocha	¥400	Whisky and Soda	¥380
Cafe Latte	¥350	Chu-Hi (Plain, lemon and more)	¥380
Cappuccino	¥350	Local Sake SYUTEN-POJI (Glass)	¥450
Cafe Latte with Vanilla Syrup	¥400	Local Sake KOPEN (Glass)	¥750
Cafe Latte with Popcorn Syrup	¥400	Local Red Wine (Bottle)	¥2800
Cafe Latte with Mint Syrup	¥400	Local White Wine (Dry/Bottle)	¥2600
Caramel Macchiato	¥450	Local White Wine (Sweet/Bottle)	¥2400
		Non Alcohol Beer	¥400

Tea		Soft Serve Ice Cream	
Hot or Ice			
Black Tea (straight or lemon)	¥250	Milk	¥350
Milk Tea	¥300	Local Mandarin Orange	¥380
Peach flavored Tea	¥250	Please choose "Top" or "Down".	
Muscate flavored Tea	¥250		
Oolong Tea	¥250		
Green Tea with Soda (Ice only)	¥250		

Soft Drink

Coke	¥250
Canada Dry Ginger Ale	¥250
Wilkinson Ginger Ale	¥250
Orange Juice	¥250
Apple Juice	¥250
Sprits	¥250
Tonic Water	¥250
Gulpis	¥250
Salty Soda	¥250
Local Mandarin Orange Juice	¥350

Noodles



Bouillabaisse Ramen Noodles ¥1,180



Fried Curry Noodles with Seafood ¥1,180

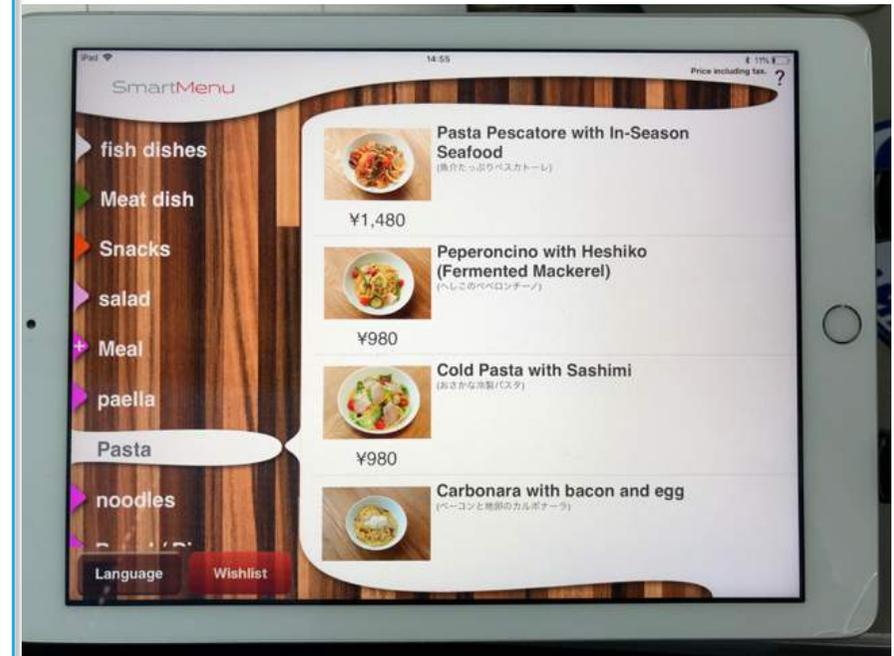
Set Drink

✓ Hot Coffee	✓ Iced Oolong Tea	✓ Coke
✓ Iced Coffee	✓ Orange Juice	✓ Ginger Ale
✓ Iced Black Tea	✓ Apple Juice	

+¥100 Set Drink

✓ Hot Black Tea	✓ Hot Cappo
✓ Hot Cafe Latte	✓ Iced Cappo
✓ Iced Cafe latte	✓ Milk Tea

Ipadアプリ「Smart menu」にて多言語メニューを提供



その他取り組み

- ✓ 飲食店用「指差し会話帳(英・仏・簡・繁・ハンゲル)」を常備
- ✓ 音声翻訳アプリ「Voice Tra」をインストールしたIpadを常備
- ✓ QRコード決済「We Chat Pay」の導入

新メニュー・季節限定メニューの一例

お客様の声などを元に、新メニューも導入。
また、1月～3月期も、旬の食材などを活用した季節限定メニューを随時提供した。



(新)ガラシャランチ



(新)マルゲリータ



(新)カレー焼きそばドッグ



(新)ローストベニソン(鹿肉)



(季節限定)カニブイヤベースラーメン



(季節限定)もち明太ピザ

お客様から指摘の多かった、カレー焼きそばとビヤベースラーメンの麺を、冷凍麺（保存はきくが、伸びやすくコシがない）から、市内の製麺所が製造する生麺に切り替え。以降、お客様からの指摘がなくなり、好評



ホットショーケースを導入し、カウンターに設置。
テイクアウト可能商品の販売を開始したほか、店外イベントなどでも活用。

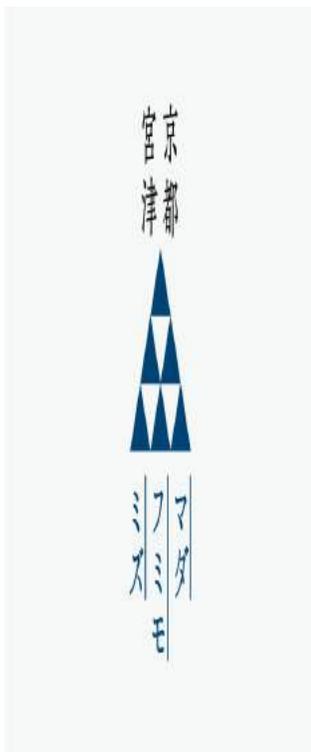


◆販売品目の一例

- ちくわつ(ちくわコロ)
- へしコロ(へしこ入りコロ)
- おさかなライスコロ
- 鶏の唐揚げ
- サメの唐揚げ
- 宮津サーディンバーガー
- カレー焼きそばドッグ

京都・宮津の特産品ブランド「マダフミモミズ」

「宮津を代表するお土産物を作りたい！」という思いから誕生したオリジナルブランド「マダフミモミズ」。「いわしの糠だき」「小アジの糠だき」「さばの糠だき」「天橋立チーズケーキ」を商品化し、今後も拡大予定。



<http://mada-fumimomizu.kyoto/>



磯野開化堂とのコラボ商品 「ほうじ茶ラテ」



広瀬商店とのコラボ商品 「おさかな天ぷら(仮称)」

道の駅全体、「おさかなキッチンみやづ」としての集客・情報発信

中心市街地への人の流れの創出

マリOTTホテルご利用のお客様の受け入れ体制整備

市内事業者さんとのコラボ商品の拡充