

## 堺市指定管理者評価表

( 評価対象期間 : 令和3年4月1日 から 令和4年3月31日 まで )

## 1 基本情報

(1) 公の施設の名称	
堺市立農業公園(交流施設)	
0	
農業と自然に触れ、親しみ、学ぶ場を提供し、もって農業の振興及び市民文化の向上に資するため	
(3) 所管部局	
産業振興局 農政部 農水産課	
(4) 指定管理者名	
堺市農業協同組合	
(5) 指定期間	
平成31年4月1日から令和6年3月31日(5年間)	
(6) 主な事業	
<ul style="list-style-type: none"><li>施設の運営に関する業務 職員の配置に関すること 農産物直売所の運営に関すること</li><li>施設の維持管理に関する業務</li><li>自主事業の計画、実施</li></ul>	
(7) 施設分類	(8) 有料施設の有無
産業・基盤施設	有 (利用料金制)
(9) 選定方法(公募・非公募の別)	
非公募	
(非公募の場合、その理由)	
<p>堺市立農業公園の中核施設である「交流施設」は、本市の農業振興を目的として設置した施設である。堺市農業協同組合は、本市と密接に連携して農業振興に努めており、直売所の運営は開設当初より堺市農業協同組合が農産物直売のノウハウを持って経営を行ってきた。</p> <p>また、その組織力を活かして生産農家の拡充と生産農産物の安全・安心を確保するための生産履歴簿の記帳や栽培、出荷、販売指導を行うことにより、地元農産物の取扱品目及び数量の拡大、生産農家所得の向上・安定を図っている。「堺のめぐみ」ブランドの定着化や生産拡大を図るとともに、魅力ある農業を振興し、多様な担い手の育成、地産地消の拠点として、安全・安心・新鮮な地場農産物の販売に努めてきたことにより着実に事業実績を積み重ねてきた。</p> <p>なお、平成21年12月、駐車場に開設した大型の新農産物直売所は、建物を堺市農業協同組合から本市に寄付を受けたものである。</p> <p>また、農業公園の管理運営に当たっては、堺市と株式会社ファーム及び堺市農業協同組合が経営参画する法人を設立し、互いに連携協調し事業を推進してきた経緯がある。</p> <p>本施設は農産物直売所という特殊性、上記のような施設の設置・運営経緯及び平成18年度からの指定管理者としての運営実績を勘案すれば、堺市農業協同組合を指定管理者として更新するのが最も適切であり、他の団体ではこのような管理運営は望めないものとする。</p>	
(10) 主な利用者	(11) 市内における受益対象者数
市民	不特定多数
(12) 近隣の類似施設	
道の駅「いずみ山愛の里」、JAいずみの「愛彩ランド」、JA大阪泉州「こーたりーな」、JA大阪南「あすかてくるで」、葉菜の森、よってって和泉中央店	

## 2 管理運営状況

## (1) 適正な管理運営の確保

## ア 取組状況

平等利用、安全確保、個人情報の保護等	食品の事故防止のための対応マニュアルを策定し、生産農家に対し食の安全・安心の重要性を啓蒙した。堺市個人情報保護条例、堺市情報公開条例等に基づき、JA堺市個人情報保護方針及び個人情報保護規約を遵守した。
職員配置、人材育成、施設の維持管理等	直売所長を管理責任者、所長代理を副管理責任者として配置し、事務管理担当者1名の合計3名の職員体制を基本とし、パートスタッフ23名を交代勤務させた。また、店舗運営上の衛生管理知識の向上や災害対等として火災・地震対応の研修を行った。
施設の設置目的に沿った事業の実施	安定的な地場産農産物確保のために、出荷者向けに栽培奨励品目の種子を配布し、試験栽培を働きかけた。なお、新型コロナウイルス感染症拡大防止の観点から、野菜栽培講習会は中止している。
その他特筆すべき取組	堺市友好都市の特産品コーナーの設置や、友好都市の観光PRを図る各地区のポスターの展示を行い、友好都市やその特産物のPRを行った。

## イ 市による状況分析

新型コロナウイルス感染拡大防止のために制限されることが多い中でも、安心して来店してもらえるように感染対策を行いながら営業してきた。

## (2) 利用者サービスの向上

## ア 利用状況

	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度
指定管理者名	堺市農業協同組合	堺市農業協同組合	堺市農業協同組合	堺市農業協同組合	堺市農業協同組合
利用者数(単位:人)	203,144	204,658	205,032	204,605	—
稼働率(単位:%)	—	—	—	—	—
利用者満足度(単位:%)	77.0	82.0			—

## イ 取組状況

サービス向上、利用促進	JA堺市で年金を受給している喜寿の方や貯金者を対象とした、直売所利用券の進呈を自主事業で行った。JA堺市五箇荘支所・本所では移動販売を行い、またきて菜の集客力アップに取り組んだ。
意見・苦情・要望等への対応	毎年アンケートを実施し、利用者の要望を取り入れるよう努めている。苦情が発生した場合は、迅速に丁寧に対応しすべての問題が解決している。
その他特筆すべき取組	地場産農産物のおいしさ・すばらしさを伝えるために、地場産野菜を使った料理の紹介とレシピを情報誌やSNSに掲載した。なお、新型コロナウイルス感染症拡大防止の観点から月例の野菜ソムリエによる試食会は現在中止している。

## ウ 市による状況分析

利用者満足向上のため、キャッシュレス決済の導入へ準備を進めている。新型コロナウイルス感染症の拡大防止のため、飲食物の提供はできなかったが、新米キャンペーンやまたきて菜創業祭などのイベント期間に、抽選会を実施したり、参加品の配布をしたりなど、集客に努めていた。

## 2 管理運営状況

## (3) 収支

## ア 収支状況

(単位:円)

## ■ 指定管理業務

		平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度 (予算)
指定管理者名		堺市農業協同組合	堺市農業協同組合	堺市農業協同組合	堺市農業協同組合	堺市農業協同組合
収入	指定管理料	11,280,000	4,784,888	4,902,000	4,924,546	4,390,000
	利用料金	161,183,206	157,929,417	174,111,316	152,933,338	168,000,000
	負担金	0	0	0	0	0
	その他	2,589,659	2,932,206	3,006,538	2,633,790	2,830,000
合計		175,052,865	165,646,511	182,019,854	160,491,674	175,220,000
支出	人件費	60,770,146	61,927,374	58,366,613	57,497,442	60,000,000
	委託料	3,191,130	2,993,888	4,560,676	2,632,546	3,000,000
	総支出額に占める 委託料の割合	1.7%	1.6%	2.4%	1.6%	1.7%
	修繕費	229,639	142,678	475,451	244,380	400,000
	光熱水費	6,329,709	7,746,846	5,963,092	5,757,651	5,500,000
	その他	112,150,889	110,271,467	117,845,936	97,703,515	106,310,000
合計		182,671,513	183,082,253	187,211,768	163,835,534	175,210,000
収支差額		-7,618,648	-17,435,742	-5,191,914	-3,343,860	10,000
(市への納付金の額)		0	0	0	0	0
(徴収委託の場合の徴収額)		—	—	—	—	—

## ■ 自主事業 (有)

(単位:円)

	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度 (予算)
収入	146,902	340,002	2,000	154,000	669,000
支出	146,902	340,002	2,000	79,000	605,000
収支差額	0	0	0	75,000	64,000
(市への納付金の額)	0	0	0	0	0

## イ 取組状況

経費の縮減、経理事務	経費については、適正な配置による人件費・冷暖房の使用制限による水道光熱費・仕入調整による原価率の低減と縮減に努めた。経理についてはパソコンによる作業の簡素化に努め担当者の負担軽減に努めた。
------------	--

## ウ 市による状況分析

利用料金の増加により、売上高は回復傾向にある(※令和3年度より金額は税抜表示)。利用者の購買意欲向上や、出荷農産物の多品目化にむけた取組を継続し、地産地消の促進と地域農業の理解促進を図っている。新型コロナウイルス感染症の感染状況をふまえつつ、イベントを順次再開し、利用者数増大、売上高向上に取り組まれない。

## 3 目標管理、総合評価

## (1) 目標管理

## ア 仕様書で定める目標の達成状況

## ■ 適正な管理運営の確保

指標	目標	実績
地元出荷率	68%	70.1%

## ■ 利用者サービスの向上

指標	目標	実績
利用者数	230,000人	204,605人

## ■ 収支

指標	目標	実績
売上金額	430,000,000円	397,883,347円

## イ 市による状況分析

利用者数は横ばいである。コロナ前と比べて一人当たりの購入額が上昇し、売上金額も引き続き増えている。

## (2) 総合評価

目標の達成状況のほか、管理運営状況も含め、以下の評価基準により総合的に評価を行う。

	指定管理者	所管課
評価	B	B
評価の理由	コロナ禍での内食需要を取り込むため、農家に対してさらなる出荷量の増加を働きかけると同時に、月例の試食会の代わりとなるPR活動(SNSのこまめな情報発信やホームページの充実)を実施した。結果として目標達成には至らないが前年度比100%の売上実績を維持した。	目標を超えた地元出荷率を実現できたことを評価する。また、SNSでのPR活動や、レシピの配架など、旬の食材や料理の発信が数多く行われたことも、売上維持に貢献したと考えられる。
今後の取組	コロナ禍においても新たな利用者が多くリピーターとして定着しているものと思われるので、今後も利用者ニーズに合った品ぞろえや季節感の感じられる売り場づくりを心がけ売上目標達成に取り組む。	感染症対策をしたうえで、またきて菜をPRできる機会の確保など、利用者数増加に向けた取組をすすめられたい。

評価基準	A	仕様書で求める目標や水準を上回る管理運営がなされ、優良であるもの
	B	概ね仕様書で求める目標や水準どおり(80~100%)の管理運営がなされ、適正であるもの
	C	管理運営が仕様書で求める目標や水準を下回っており、努力が必要であるもの
	D	管理運営が適切に行われたとは認められず、改善が必要であるもの