

グリーンバレー神室施設等 サウンディング市場調査報告書（概要版）

令和7年3月



金山町

目次

1. 調査概要	・・・	2
2. 施設現況	・・・	3 - 6
3. 外部環境の整理	・・・	7
4. サウンディング型市場調査	・・・	8 - 9
5. サウンディング型市場調査からみえた課題	・・・	10 - 11
6. 調査を踏まえた全体的な方向性	・・・	12 - 13

1. 調査概要

1. 調査の目的

金山町では、観光施設について民間の専門的な技術やノウハウを活用した施設サービスを提供するため、指定管理制度を活用して運営管理に取り組んできた。特に、リゾートエリアであるグリーンバレー神室の運営に関しては令和2～3年度にかけて一帯の経営診断を実施するなど、客観的な手法を取り入れながら適正な施設運営のあり方を検討してきた。

指定管理期間が満了する令和8年3月31日にあわせて、民間事業者のノウハウを集約し、エリア一帯のもつ資源を最大限に活用しながら、さらなる経営体制の強化を図るため、民間事業者との対話等を行うサウンディング型市場調査を実施した。

- 対象施設 ① グリーンバレー神室
② 金山町街角交流施設



2. 調査のスケジュール

(1) サウンディング型市場調査実施要領の公表
(R6年11月25日(月))

(2) 現地説明会・見学会の実施

- ・ 現地説明会・見学会参加申込受付
(R6年11月25日(月)～R6年12月16日(月))
- ・ 現地説明会・見学会
(R6年12月23日(月))

(3) サウンディング型市場調査の実施

- ・ サウンディング型市場調査参加申込受付
(R6年12月2日(月)～R6年12月27日(金))
- ・ サウンディング型市場調査 (個別ヒアリング)
(R7年1月20日(月)～R7年1月28日(火))

(4) サウンディング型市場調査結果概要の公表

- ・ 町のHP公表 (R7年3月)
- ・ 広報5月号での公表

2-1. 施設現況

(1) 施設・建物概要

施設名	面積	構造	管理方法
1. グリーンバレー神室			
総合交流促進施設 (ホテル シェーネスハイム金山)	延べ床面積：約2,680㎡ 回廊 約110㎡	鉄筋コンクリート造 6階建	・指定管理方式 ・施設内パルは地域おこし協力隊へ別途、賃貸中
ホットハウスカモ口	延床面積：約970㎡	木造 2階建 (休憩棟は1階RC)	・指定管理方式
森林交流センター (レストランフォレスト)	延床面積：約400㎡	木造 2階建	・指定管理方式
神室スキー場	土地面積：17.6ha	・第1ペアリフト：延長580m ・ゲレンデ：17.6ha、 ナイター設備 ・圧雪車格納庫	・指定管理方式 ・冬期：月、金、土、日曜日、祝日、年末年始営業 ・グリーンシーズン：夏そり、キャンプ場の一部として毎日
緑地等活用 総合管理センター	延床面積：約510㎡	木造 3階建	・指定管理方式 ・年中無休、利用料金：無料
森林学習館	延床面積：約260㎡	木造 1階建	・指定管理方式 ・利用者がいるときのみ開放 ・利用料金：無料
ふれあい広場	土地面積：18,200㎡	—	・指定管理方式 ・年中無休、利用料金：無料
緑地等広場利用施設	土地面積：約11,000㎡	—	・指定管理方式 ・年中無休、利用料金：無料
神室キャンプ場	土地面積：約8,150㎡	—	・指定管理方式 ・年中無休、利用料金：有料
2. 金山町街角交流施設	土地面積：約795㎡	木造 2階建	・指定管理方式 ・年中無休、利用料金：無料

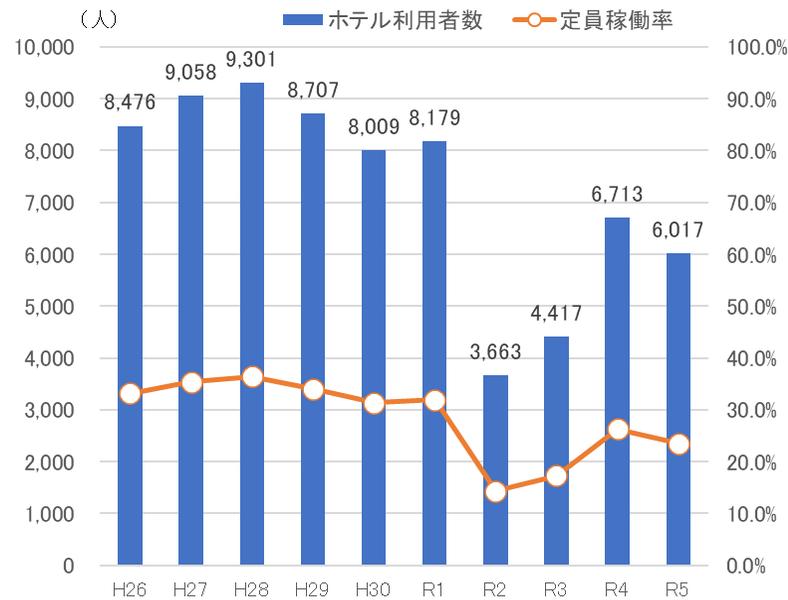
2-2. 施設現況

(2) 利用者数の推移等

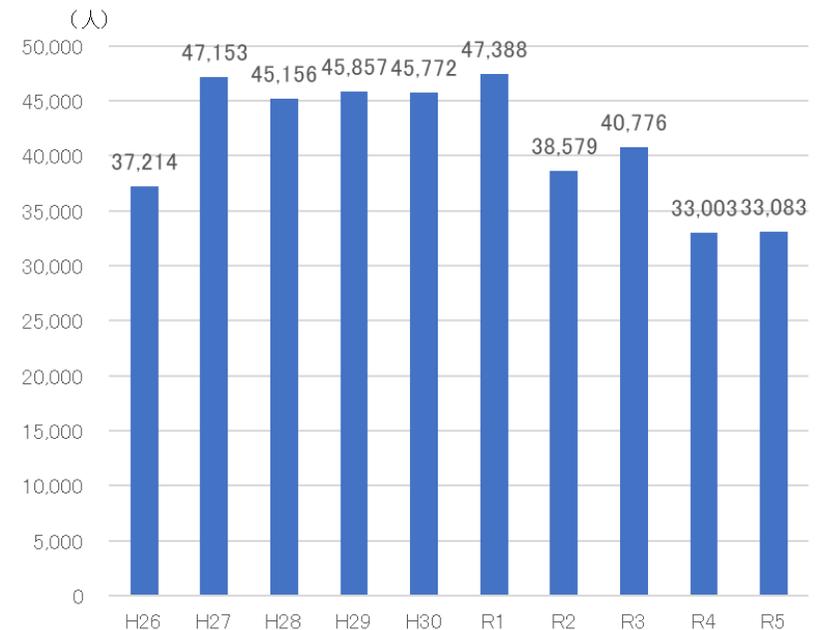
(総合交流促進施設・ホットハウスカムロ・森林交流センター)

- ・ グリーンバレー神室は滞在型ホテル「シェーネスハイム金山」を中心とした金山町の自然を満喫するミニリゾートエリア
- ・ エリア全体は、ホテル、温浴施設、キャンプ場やスキー場等が整備され、施設が一体となりグリーンバレー神室のリゾートエリアを形成。現在は、総合交流促進施設等（ホテル等）、スキー場とキャンプ場・広場等の3つに分かれて指定管理を行っている
- ・ ホテルは新型コロナウイルス感染症の影響で令和2年度利用者が大幅に減少したが、その後回復傾向にある
- ・ 一方、温浴施設は令和2年度に減少して以降、コロナ以前の水準まで回復していない。令和5年度の利用者数は令和元年度の約7割に留まっている

▼ホテル シェーネスハイム金山利用者数



▼ホットハウスカムロ利用者数



2-3. 施設現況

(2) 利用者数の推移等

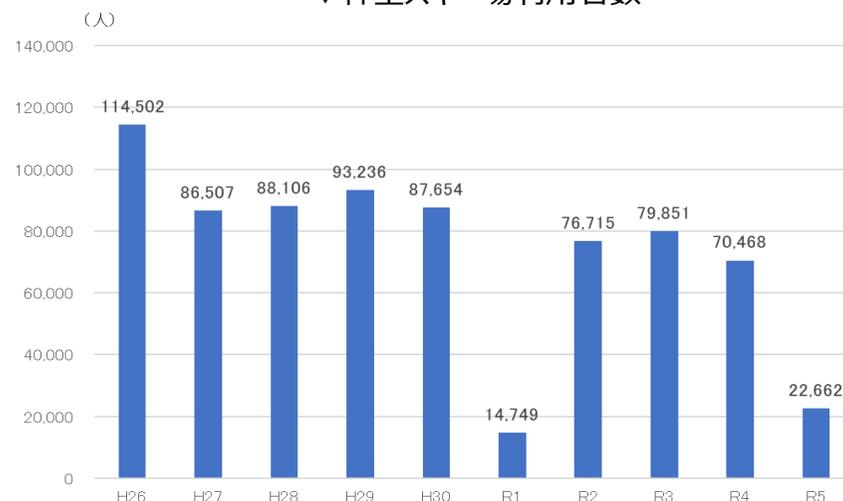
(神室スキー場)

- 金山町が運営するスキー場で、平成元年（1989年）から利用を開始した。初心者から上級者まで楽しめる複数のコースが設定されている。ソリ乗り場やクロスカントリーコースも常設し、多くの方が楽しめるスキー場となっている
- ピーク時は9万人程度の利用者がいたが、新型コロナウイルス感染症の影響等もあり、減少傾向にある
- 令和5年度は雪不足の影響もあり利用者が大幅に減少した

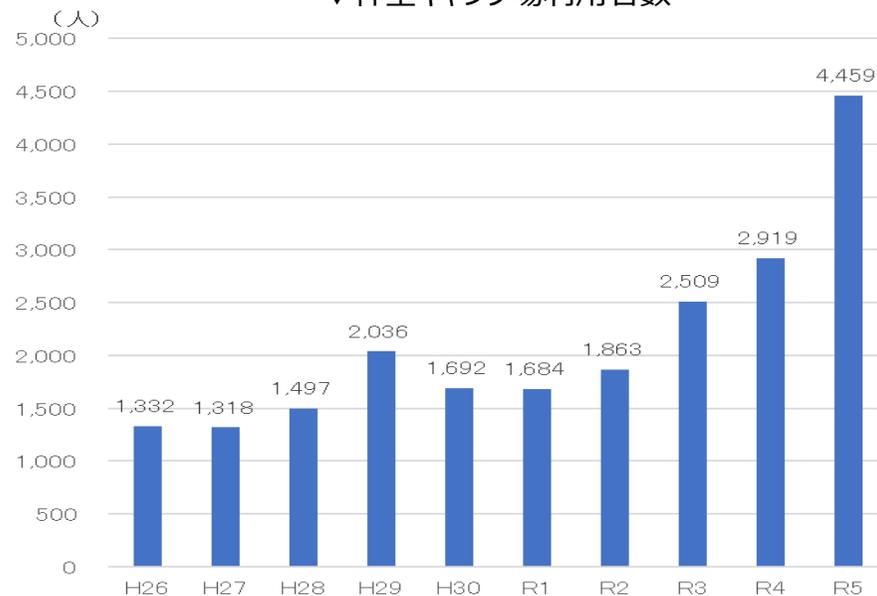
(神室キャンプ場・広場等)

- 夏はキャンプ場、広場、そして冬はスキー場として利用する施設
- キャンプ場として利用する場所には、炊事施設や水洗トイレ等が整備されており、ふれあい広場では、夏そり、グラウンドゴルフコース等が利用できる
- 指定管理者の変更もあり、令和5年度には令和元年度の約3倍程度まで利用者数が増加

▼神室スキー場利用者数



▼神室キャンプ場利用者数



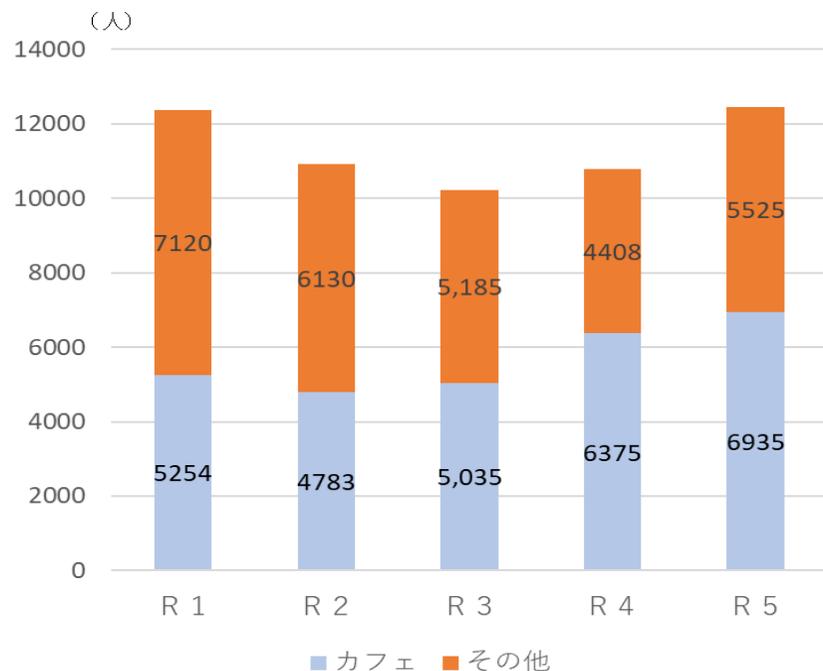
2-4. 施設現況

(2) 利用者数の推移等

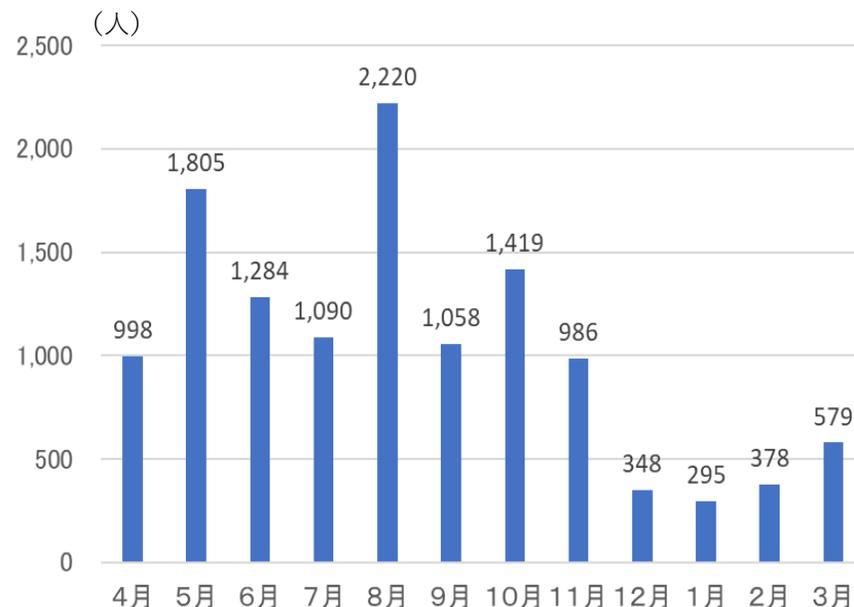
(金山町街角交流施設)

- 金山町街角交流施設マルコの蔵は、金山町が進める「街並み（景観）づくり100年運動」のシンボルとして、平成24年（2012年）に整備された「町づくり交流促進の拠点」である。施設は土蔵2棟と広場からなり、蔵は明治の時代に建築された西田家の歴史と金山大工の技が伝わる建物となっている
- 来館者数は、令和3年度以降徐々に回復しており、令和5年度は約1.2万人まで増加。月別の来館者数は5月及び8月といった観光シーズンで多くなる傾向があり、来館者数は2千人前後となっている

▼街角交流施設 来館者数



▼街角交流施設 令和5年度月別来館者数

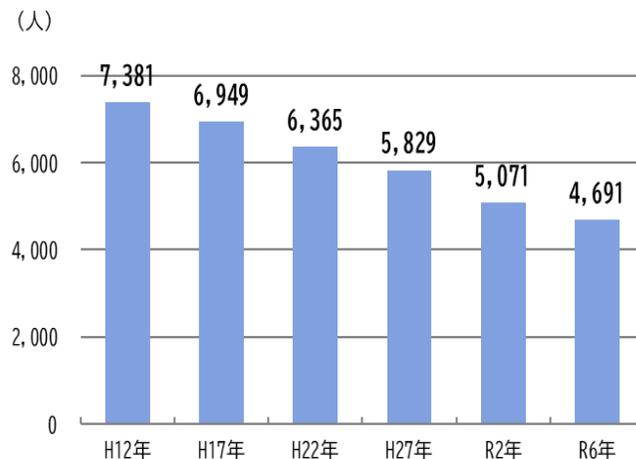


3. 外部環境

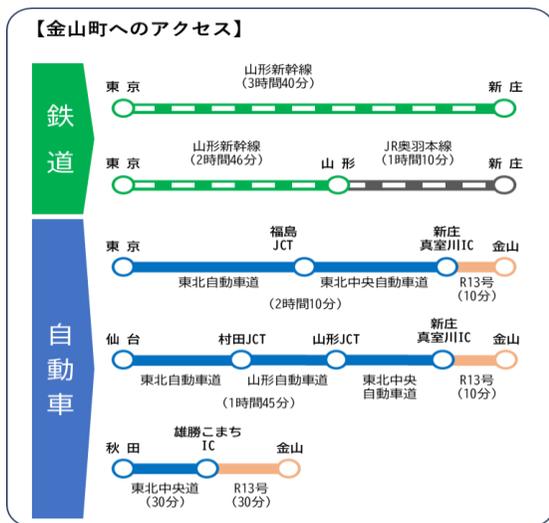
金山町の観光動向

- 金山町は、仙台から車で約1時間45分、東京から新幹線で約4時間程度の場所に位置している
- 最上地域の中核都市である新庄市までは約16km、県都山形市までは約83kmと高速道路や国道の整備により圏域の拡大が図られている
- 金山町の人口は減少傾向にあり、令和6年12月末で約4,700人となっている
- 金山町の観光客数は近年減少傾向にあり、令和5年度で約11万人、周辺市町村と比較すると最上町、新庄市、戸沢村、舟形町に次ぐ観光客数となっている
- 金山町では、令和3年に策定した「第2期金山町・まち・ひと・しごと創生総合戦略」において、「交流の推進による関連産業の振興」を位置づけ、交流人口の拡大にともなう観光関連産業の振興等を進めるため、滞在型観光メニューの充実、グリーンツーリズムの推進等に積極的に取り組むものとしている

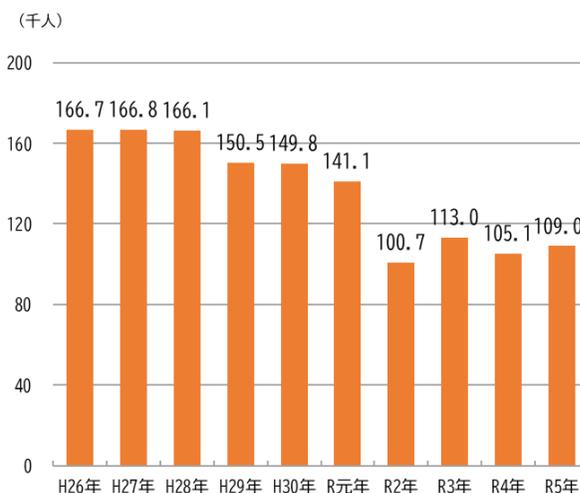
▼金山町の人口推移



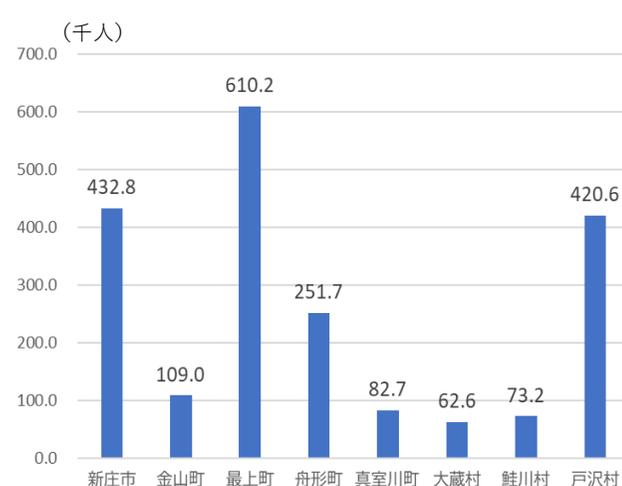
▼金山町のアクセス性



▼金山町の観光入込客数の推移



▼周辺市町村の観光入込客数の推移



(資料：山形県観光者数調査)

4 - 1. サウンディング型市場調査

サウンディング型市場調査の実施結果概要

(1) 実施要領の公表

公表日 : 令和6年11月25日(月)
公表方法 : 金山町HPに掲載、プレスリリース

(2) 現地説明会・見学会

開催日 : 令和6年12月23日(月)13:00 ~ 16:30
参加者 : 8社
(指定管理・運営業4社、サービス業、建設業、測量業、まちづくり)

【実施内容】

13:00~	「森林交流センター」にて受付
13:30~	現地説明会・見学会の内容説明等を行い、その後、見学会を実施
14:00~15:30	見学会：グリーンバレー神室（移動）
16:00~16:30	見学会：金山町街角交流施設（解散）

(3) 個別対話（ヒアリング）

期間 : 令和7年1月20日(月) ~ 令和7年1月28日(火)
参加者 : 9社（以下、企業名順不同）

(株) 有屋建設	: 山形県金山町
(株) ライズ	: 山形県金山町
Trout&Activity (株)	: 山形県金山町
(株) メーカー	: 山形県金山町
(一社) 温故知新	: 山形県新庄市
(株) サンアメニティ	: 東京都北区
アクティオ (株)	: 東京都目黒区
(株) Sports Value Creation	: 東京都中央区
(株) ルネサンス	: 東京都墨田区

1 対象施設に対する民間事業者としての市場性

■ 町、対象施設の市場性

- 冬期間の雪のハードルはあるが、アクセスは良好
- コンパクトな町であり活用次第でポテンシャルは高い
- 街並みはきれいで風情があるものの、商圈人口が少ない。飲食店が少なく、コンセプトづくりが十分でない印象
- 発信力が弱く、入込客数は低迷。DCキャンペーンをしても最上地区だけ伸びない
- 施設単体だけでなく、町全体のブランディングが必要
- キャンプはブームではなく、文化として定着。冬キャンプは他事業者と差別化が図れる
- グリーンバレー神室を観光向け（ソト）、街角交流施設を町民向け（ウチ）に分けてコンセプトづくりを行うことで市場性は高まる

■ 対象施設の活用について

- グリーンバレー神室はコンセプト次第では高いポテンシャルがある。アクティビティをどう増やすか、お金を落としてもらう仕組みづくりが必要
- ホテルの稼働率は低いが、施設の雰囲気は良いため、稼働率が改善されれば可能性は感じる。割引施策に頼らず、ブランディングによる客単価向上戦略が必要
- 温泉はホテルとの相乗効果を鑑みると必要な施設。宿泊用と地元利用者の温泉を分けることでさらに魅力が高まる
- スキー場はキャンプ場などの他施設との融合により相乗効果が期待できる
- 街角交流施設は現状の機能を継続し、観光協会など観光業を発展させる役割や、町民の健康増進施設として集客を図るやり方などが検討できる

2 対象施設ごとの管理・運営への参画意欲

区分	参画希望事業者数	ホテル・温泉	スキー場	キャンプ場	金山町街角交流施設
4施設すべて	6社	○	○	○	○
2施設希望	1社	-	-	○	○
1施設希望	1社	○	-	-	-
1施設希望	1社	-	-	-	○
合計	9社	7社	6社	7社	8社

4 - 2. サウンディング型市場調査

3 対象施設の管理・運営や活用に向けた課題や条件

■管理・運営上の課題について

- ・ 施設が多岐に渡るため、単独運営は難しい。特に、スキー場、キャンプ場の運営実績のある事業者が少ない
- ・ 発注方法は、現在のような個別発注ではなく、一体発注が望ましい。個別発注していることで、コスト増や雇用、PRの面などで非効率な運営となっている
- ・ 人材の確保ができるかどうか。施設責任者は経験者を外部から招聘できるが、従業員は地元採用を考えており、当地で労働力を確保できるか

■管理・運営上の条件について

- ・ 物価高・人件費高騰等、昨今の社会情勢を踏まえたリスク分担は協議が必要
- ・ 指定管理料の削減においては、休館日の設定も必要。休館日を設定することで、コスト削減に加え、雇用の確保、維持にもつながる
- ・ 施設等のハード面のみならず、プロモーションも含めたソフト面の予算を確保してほしい

5 地域貢献に対する考え

■地域貢献の可能性

- ・ 地域おこし協力隊の任期満了後の出口戦略として、地域商社の設立を検討。地域商社を通じて金山町を盛り上げるイベントや仕組みづくりを行いたい
- ・ 町全体を連動させた取り組みが重要。スポーツ・ウェルネスをきっかけとした取り組みによって地域・社会貢献につながる仕組みづくりを創出していきたい
- ・ 公共施設の運営を通じ、地域活性化や地域住民の健康寿命の延伸等の「地域課題の解決」に取り組んでいきたい
- ・ 地元の商工会に加入してネットワークの構築や商品開発を行ってきたい
- ・ 地域特性を活用した事業の創出、地場産業の振興と地域づくりや地域交流、インターンシップの受け入れや就業支援を行ってきたい

4 事業者募集にあたっての事項

■指定管理期間について

- ・ 現在は5年だが、5年以上の長期の方が参画のハードルを下げることになる

■応募方法・募集条件について

- ・ 指定管理を希望する事業者が大半を占めた
- ・ 施設が多岐に渡るため、JV（共同企業体）での参画も検討して欲しい
- ・ JVの場合、組成に時間を要するため公募期間を長めに設定して欲しい

■参加資格について

- ・ 募集にあたっては、地元事業者優先といった枠を撤廃して欲しい
- ・ 対象施設の業務経験は必要（JVの場合は構成企業でも可）

■その他

- ・ 施設を一体管理することで、コスト削減のみならず、①エリア全体での旅行商品の造成、②コンセプトを絞ったブランディングの強化、③通年雇用を増やし効率的な人材運用が可能となる

6 対象施設について譲渡による可能性

■譲渡の可能性

- ・ 大半の事業者は指定管理での参画を検討
- ・ 一部の事業者から有償、無償、譲渡を含めて検討したいとの声があった
- ・ 譲渡の場合、譲渡施設の範囲、価格、追加で施設建設等が可能なのか、といったことがわかると検討が可能

5 - 1. サウンディング型市場調査からみえた課題

- サウンディング型市場調査からみえた課題等を次のようにまとめる

(1) 金山町の強み等

- 自然環境等の評価
 - ・ 対象施設の周辺エリアはポテンシャルが高い
 - ・ 神室一帯は比較的近い範囲にアクティビティがそろうという点が最大のメリット
- アウトドア市場
 - ・ 自然の中で体を動かしたり、リフレッシュしたいというニーズは根強く、成長性のある市場
 - ・ キャンプは文化として定着。アウトドア活動や防災意識の高まりから今後も成長が期待できる産業
- 街並みの評価
 - ・ 街並みは優れた魅力として売り出していくことが可能
- 交通環境等の評価
 - ・ 町から30分程度の距離に新幹線駅があるのは強み
 - ・ 高規格道路の延伸整備が見込まれ、さらに利便性が良くなる
- 対象施設の評価
 - ・ コンセプト次第では高いポテンシャルを感じる。仕組みづくりやブランディングによってさらに高めることができる
 - ・ 一方、現状では市場性が厳しいとの見方もある

(2) 市場性からみた課題

- 豊かな自然が強みであるが、観光拠点として魅力を高めていくためには、施設全体のブランディングや施設の連携・効果的なプロモーションが必要である
- 観光向け（ソト）と町民向け（ウチ）の両立に配慮して、利用者ごとのニーズにあったサービス提供が重要である
- 町単体では商圈人口が少なく、コンセプトづくりが十分ではない。観光を満喫するため、観光エリアの形成に向けた最上地域全体との連携が必要である

5 - 2. サウンディング型市場調査からみえた課題

(3) 運営管理等における課題

グリーンバレー神室の課題

管理・運営上の課題	<ul style="list-style-type: none">グリーンバレー神室は、複数施設の一体的な運営管理を希望する企業が多い。効率的・効果的な事業に向けて、施設を一体的に運営管理することが望ましい開業日、運営時間等は運営管理の効率性やサービス向上等を複合的に勘案して検討していく必要がある民間事業者の参加を促すため、運営管理の経費については物価変動のリスクなどを適切に反映したリスク分担を行っていくことが必要である
事業者募集上の課題	<ul style="list-style-type: none">事業期間は、参加事業者のリスクと投資のバランスを勘案した期間を検討し適切な期間を設定する参加対象は、多様な事業者が参加できるように参加事業者の形態を幅広く設定していくことが望ましい多様な施設を対象とすることから、類似の業務実績等も対象とし幅広く設定していくことで、参加企業を増やしていく

金山町街角交流施設の課題

管理・運営上の課題	<ul style="list-style-type: none">街角交流施設の運営管理にあたっては、ターゲットを明確にして取り組んでいくことが必要である観光拠点とする場合には、様々な施設と連携したプロデュースを行っていくことが望ましい
事業者募集上の課題	<ul style="list-style-type: none">施設規模等から大きな収益事業を行うことが難しいため、運営及び維持管理の事業内容を適切に設定していくことが必要である事業期間は、参加事業者のリスクと投資のバランスを勘案した期間を設定し適切な期間を設定する

6 - 1. 調査を踏まえた全体的な方向性

- サウンディング型市場調査による民間事業者へのヒアリングを踏まえ、運営管理の方向性を次のようにまとめる

No.	項目	調査を踏まえた方向性
1	発注範囲	<ul style="list-style-type: none"> ■ 対象施設のコンセプトが異なるため、グリーンバレー神室・金山町街角交流施設を別発注（分離発注）することが望ましいと考える ■ ただし、2施設を同一事業者が運営するメリットも大きいとため、同一事業者による参画を拒むものではない
2	募集方法 運営方法	<ul style="list-style-type: none"> ■ これまで同様、指定管理の方法が望ましいと考える ■ 譲渡の可能性も示されたことから、継続検討することが望ましいと考える
3	発注方法	<ul style="list-style-type: none"> ■ グリーンバレー神室の発注は、効率的な事業運営を行うため、複数施設を一括して発注する方法が望ましい ■ なお、対象施設の用途が多岐に渡るため、一事業者への一括発注は参画障壁を高める可能性があることから、参加事業者はJV（共同企業体）も許容することが望ましいと考える
4	管理期間	<ul style="list-style-type: none"> ■ 雇用の確保、質の高いサービスを安定的・継続的に提供する観点から、両施設とも管理期間は5年以上にすることが望ましいと考える ■ 安定的な運営を鑑み、管理運営実績が良好であった場合、指定管理期間の延長を検討することが望ましいと考える
5	その他	<ul style="list-style-type: none"> ■ 運営管理の施設が多岐にわたり、スキー場などの特異な施設があることから、運営実績を持つ事業者に限られる。幅広いノウハウを活用するため、スポーツ施設等の類似実績を認めていくことが望ましいと考える ■ JV（共同企業体）での参画を鑑みると、公募期間は長めに設定することが望ましいと考える

6 - 2. 調査を踏まえた全体的な方向性

- サウンディング型市場調査による民間事業者へのヒアリング等を踏まえ、今後のスケジュールを次のようにまとめる

	令和7年										令和8年			
	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月
調査報告公表	■													
募集要項の作成		■	■	■										
指定管理者の公募				■	■	■	■	■	■					
プロポーザルの実施 ・事業者決定										■	■			
指定管理	現在の指定管理者による運営													■ 新体制 による運営

- 調査報告公表 : 令和7年3月末
- 募集要項の作成 : 令和7年4月～6月
- 指定管理者の公募 : 令和7年6月下旬～11月下旬
- プロポーザルの実施・事業者決定 : 令和7年12月～令和8年1月