

四賀むらづくり株式会社の経営健全化方針の取組状況

1 四賀むらづくり株式会社の概要

- (1) 代表者名 代表取締役 常田 兼弘
- (2) 所在地 松本市取出481番地1
- (3) 設立年月日 平成7年10月16日
- (4) 資本金 55,700千円
【松本市の出資額（出資割合）17,000千円（30.5%）】
- (5) 従業員数 29名（常勤3名、非常勤26名）
- (6) 主な業務
ア 宿泊施設（松茸山荘）経営
イ 公共施設（四賀クラインガルテン、環境学習の森等）の管理運営受託業務

2 第29期の事業概要

(1) 本部部門

公共施設（四賀クラインガルテン及び環境学習の森）の指定管理業務に加え、民間住宅や農地の環境整備事業の受注が順調に推移したこと、人員配置や管理運営の効率化、経常経費の低減を図ったことにより、経常損益は前期比で471万円増の542万円の経常利益を計上しました。

(2) 宿泊部門（松茸山荘）

光熱水費、原材料費などの物価高騰に加えて、松茸の記録的な不作により本来の繁忙期において宿泊・宴会利用客が大きく減少したことから、大変厳しい経営を強いられました。

- (3) 以上の結果、第29期は経常損失金額366万円と、特別損失（固定資産圧縮損）523万円を合算し、純損失金額889万円の赤字となりました。前期純損失金額832万円と比べて57万円の増額となっています。

3 第29期の状況及び具体的な対応

- (1) コロナ禍の影響を受けて宿泊部門の売上が大幅に減少し、全体の損益も悪化しています。第28期には売上高が回復し赤字幅も縮小しましたが、依然として厳しい経営状況にあります。
- (2) 利用者実績は、宿泊者1,958人、宴会利用者1,766人で、コロナ禍前の第24期の43.2パーセントにとどまっています。また、燃料費、原材料費等の高騰を受けて宿泊単価を値上げしましたが、利益の回復にはつながっていません。
- (3) 集客強化策として、福寿草まつり（3～4月）やバラまつり（6月）など地域の祭りに合わせた誘客プランや、夏休みの家族向け体験プランを新たに企画、販売しています。

- (4) ホームページの改修を行うとともに、SNSでの発信を強化し、地元テレビ番組や新聞を活用したPRを積極的に行うなど、新たな顧客層の獲得に努めています。
- (5) 本年1月から中小企業庁の経営改善計画策定支援事業を活用した「経営改善計画」を策定し、計画3年目となる令和9年6月の黒字化を目標に掲げ、経営改善を進めていることから、今後の状況を注視し、確実な取組みを促していきます。

(6) 財務状況

ア 貸借対照表

(単位：千円)

期	第27期 (R3-4)	第28期 (R4-5)	第29期 (R5-6)
決算期	令和4年6月30日	令和5年6月30日	令和6年6月30日
事業期間	12か月	12か月	12か月
資産総額	45,794	36,137	38,379
（うち現預金）	21,571	14,052	5,085
（うち売上債権）	6,999	6,865	6,733
（うち棚卸資産）	5,916	3,630	3,949
負債総額	52,834	51,502	62,637
（うち借入金）	42,726	40,134	53,634
（うち市の損失補償額）	0	0	0
純資産額	△7,039	△15,364	△24,257
（うち資本金）	55,700	55,700	55,700
（うち繰越利益剰余金）	△62,739	△71,064	△79,957

イ 損益計算書

(単位：千円)

期	第27期 (R3-4)	第28期 (R4-5)	第29期 (R5-6)
決算期	令和4年6月30日	令和5年6月30日	令和6年6月30日
事業期間	12か月	12か月	12か月
売上高	103,987	135,113	105,016
売上原価	32,903	47,841	35,560
売上総利益	77,000	90,902	73,405
販売費及び一般管理費	91,343	100,932	82,306
営業利益	△14,343	△10,030	△8,900
経常利益	△11,214	△8,325	△3,662
固定資産圧縮損	0	0	5,230
当期純利益	△11,214	△8,325	△8,893

4 第30期の事業計画

- (1) 本部部門においては、四賀ラインガルテン及び環境学習の森の指定管理業務を確実に行うとともに、民間企業からの新規業務受託や個人等の住宅・農地の環境整備等

の作業受託の拡大による収益増大を図ります。

- (2) 宿泊部門においては、「松茸」、「天然温泉」、「自然環境」を営業の軸として経営を推進します。特に、松茸シーズン以外の閑散期の集客強化のため、松茸に続くセールスポイントの確立や新たなサービスの企画・商品化により付加価値を高めるとともに、SNSの活用や旅行社、メディアとの連携により効果的な情報発信、告知に努め集客を図ります。また、業務改善の継続によりコスト低減の実行に取り組めます。
- (3) 中小企業診断士の伴走支援を受けつつ、経営改善計画に基づく取組みを実行します。