

広場に手作りのウォーターゾーンを設け自由に水に親しめる空間を作ったもので、頭上からの散水装置なども作りました。お盆前の10日間ほどの運用でしたが、来場者の反応もよく今後に期待できるものとして19年度以降につなげていきたいと考えております。

アジサイについては老木化が目立ち近年開花に影響が出てきたことから、大規模な更新作業に着手いたしました。特に旧馬場山一帯のアジサイを今後三年計画で新株に切り替える作業を行っています。具体的に18年度には馬場山広場から野外活動場にかけての通路及びその途中から頂上部へ延びる通路周辺のメイン散策路となる部分について、株元から老木を伐採する強剪定を行っています。この作業により根元から新芽の発芽が促され次年度以降に株の若返りを期待するものです。これら作業の影響で更新が完了するまでの間については十分な開花が見込まれないことなどを考慮し、あじさいまつりとしての積極的な宣伝活動を控えております。

大きな集客が見込まれる連休などについては従来通りキャラクターショーを実施しております。これらの時期には同業他施設でも同様のイベントを行っており顧客獲得競争のためにも外せないアイテムであります。18年度にはゴールデンウィークに4回、お盆に2回、秋に2回の計8日間実施しました。集客効果としてゴールデンウィーク中(4/29～5/7)に13,491人、お盆期間中(8/12～8/16)に2,817人、秋の連休(10/7～10/9)に1,231人の来園がありました。

来場状況についてはゴールデンウィーク明けから7月までの間に大きく実績を落としております。連休明けから6月中旬までの期間については特に幼稚園保育所等の団体需要の多い期間であり、20を超える予約申し込みがありながら当日の天候などの理由により実際に来園した団体数が4団体と、例年に比べ極端に当日のキャンセル率が高くなり影響しております。これら団体については平日利用ならびにみやげ物需要に占める割合が大きく客単価においても非常に魅力的なところがありますので、売上高の面において大きく影を落としております。また従来あじさい鑑賞で賑わいを見せる7月についても、週末ごとに天候に恵まれず、さらには積極的な宣伝を控えたことも影響してか極端に入場者数が減少しました。

結果として需要を大きく期待している前半及び3連休に十分な顧客獲得が出来ず、実際には利用の落ち込む下半期への負担が大きくなりました。これまでメンテナンスのために休園としていた冬期間についても「冬季特別営業」として延べ10日間営業し幾許でも赤字幅の圧縮を画したのですが、引き続き赤字決算を報告することになり、役員従業員一同深くお詫び申し上げます。

19年度におきましては、18年度の試みを踏まえ様々な面で積極的に情報発信し入場者の挽回に努める所存です。幸いにもホームページについてはゴールデンウィーク期間中だけで18年度一年間のアクセス数を越える利用があり、着実に定着してきております。危機的な財務状況ではありますが、真の意味で将来を左右する年度と位置付け役員従業員一丸となり邁進する所存でございますので、株主各位の一層のご鞭撻をお願い申し上げます。