

経営改善計画 改革項目一覧

【団体名】公益財団法人前橋観光コンベンション協会

1 効果的な執行体制の確立		R4 進捗	R5 進捗	R6 進捗	目標指標	数値目標					
						R4目標	R4実績	R5目標	R5実績	R6目標	R6実績
1	組織体制の確立、充実を図る	○	○	○	—	—	—	—	—	—	—

2 自立性の高い財政運営の確保		R4 進捗	R5 進捗	R6 進捗	目標指標	数値目標					
						R4目標	R4実績	R5目標	R5実績	R6目標	R6実績
1	グッズ販売収入の拡充	○	○	○	グッズ販売収入	130,000円	1,076,144円	150,000円	3,135,899円	170,000円	3,725,711円
2	バナー広告収入の拡充	○	△	△	バナー広告件数	12件	13件	13件	11件	14件	11件

3 事業の充実・利用者サービスの向上		R4 進捗	R5 進捗	R6 進捗	目標指標	数値目標					
						R4目標	R4実績	R5目標	R5実績	R6目標	R6実績
1	ホームページによる情報提供の充実	○	○	○	サイト訪問数（セッション）の増加	1,100,000件	1,581,578件	1,150,000件	1,650,258件	1,200,000件	1,773,281件
2	SNSによる情報提供の充実	○	○	○	Facebook（いいね数） Twitter（フォロワー数） Instagram（フォロワー数）	9,100件	10,786件	9,150件	11,600件	9,200件	13,055件
3	フィルムコミッション事業の推進	△	△	△	撮影誘致、支援件数	40件	17件	40件	23件	40件	12件
4	コンベンション誘致・開催支援の強化	○	○	○	コンベンション誘致・支援件数	10件	20件	15件	32件	20件	61件

経営改善計画

(公財) 前橋観光コンベンション協会

1 効果的な執行体制の確立

改革項目	組織体制の確立、充実を図る	NO	1	
計画内容	正規職員、非正規職員の比率及び年齢構成を再検討し、計画的に正規職員を採用することで執行体制の強化を図る。 簡素で効率的な執行体制の構築と業務量に見合った適正な職員配置を行う。			
計画年度		R4年度	R5年度	R6年度
実施項目	組織体制の確立、充実	実施	実施	実施
進捗状況		○	○	○
R4 実施内容	正規職員1名の定年退職に合わせ、正規職員の比率維持及び年齢構成を改善するため、正規職員1名を採用した。 （株）JTBから出向を受け入れることで、協会職員の育成を図った。また、事務局体制を4課から3課にすることで効率的な執行体制を行った。			
R5 実施内容	正規職員の比率及び年齢構成は、改善してきているが職員の退職に伴う職員採用には苦慮している。 前橋市から移管されたスポーツコミッション事業及び道の駅観光案内所開設による業務量の増加に対応するため、業務の効率化及び職員数の再検討をした。			
R6 実施内容	ハローワークや協会ホームページで職員採用募集していたが、昨今の売り手市場で採用には、苦慮している。欠員1名や再任用職員の退職が続くため、引き続き採用を継続する。			
目標年度		R4年度	R5年度	R6年度
目標指標と数値目標	—	—	—	—
指標実績		—	—	—

経営改善計画

(公財) 前橋観光コンベンション協会

2 自立性の高い財政運営の確保

改革項目	グッズ販売収入の拡充	NO	1	
計画内容	観光名刺、クリアファイルその他グッズの販売の増加を図り自主財源の確保に努める。			
計画年度		R4年度	R5年度	R6年度
実施項目	グッズ製作及び販売宣伝	実施	実施	実施
進捗状況		○	○	○
R4 実施内容	財源の安定化を目指し、オリジナルグッズの販売のほか、外部からの受託事業の比率をあげている。令和4年度から管理業務を受託しているビジターセンターにおいても、自動販売機の飲料販売収入や、スノーシューレンタル売上など、管理地の需要に合わせた商品販売を行い収益を上げている。			
R5 実施内容	道の駅まえばし赤城観光案内所の開所に伴う、グッズ売り上げ増およびレンタサイクル売上により増加している。令和4年度から管理業務を受託しているビジターセンターにおいても、自動販売機の飲料販売収入や、スノーシューレンタル売上など、管理地の需要に合わせた商品販売を行う収益を上げている。			
R6 実施内容	道の駅まえばし赤城観光案内所において、道の駅と連携したイベントに合わせ、ニッチな顧客の集客にもつながるオリジナルグッズを製作・販売するなどし、収益を上げている。 (水曜どうでしょうグッズ、前橋ウィッチーズグッズ等)			
目標年度		R4年度	R5年度	R6年度
目標指標と数値目標	グッズ販売収入	130,000円	150,000円	170,000円
指標実績		1,076,144円	3,135,899円	3,725,711円

経営改善計画

(公財) 前橋観光コンベンション協会

2 自立性の高い財政運営の確保

改革項目	バナー広告収入の拡充	NO	2	
計画内容	バナー広告収入の増加を図り自主財源の確保に努める。			
計画年度		R4年度	R5年度	R6年度
実施項目	バナー広告募集	実施	実施	実施
進捗状況		○	△	△
R4 実施内容	財源の安定化を目指し、賛助会員からのWEB広告収入の確保に努めた。 WEBまえばしまるごとガイドの広告収入 36,000円×13件			
R5 実施内容	財源の安定化を目指し、賛助会員からのWEB広告収入の確保に努めた。 WEBまえばしまるごとガイドの広告収入 36,000円×11件			
R6 実施内容	財源の安定化を目指し、賛助会員からのWEB広告収入の確保に努めた。 WEBまえばしまるごとガイドの広告収入 36,000円×8件			
目標年度		R4年度	R5年度	R6年度
目標指標と数値目標	バナー広告件数	12件	13件	14件
指標実績		13件	11件	11件

経営改善計画

(公財) 前橋観光コンベンション協会

3 事業の充実・利用者サービスの向上

改革項目	ホームページによる情報提供の充実	NO	1	
計画内容	観光需要者の動向に合わせたコンテンツを充実させ利便性を高めサイト訪問数を増やす。			
計画年度		R4年度	R5年度	R6年度
実施項目	アクセスログの分析	実施	実施	実施
進捗状況		○	○	○
R4 実施内容	観光公式ページ「前橋まるごとガイド」を活用し、前橋市の観光情報や魅力を発信した。（年間アクセス数 1,581,578件 前年比 133%） 花やイベント、アクティビティ（サイクリング、登山、つり、キャンプ等）などの特集を組み、アクセス解析などを活用して、顧客に遡及する情報発信に務めた。			
R5 実施内容	観光公式ページ「前橋まるごとガイド」を活用し、前橋市の観光情報や魅力を発信した。（年間アクセス数 1,650,258件 前年比 104%） 花やイベントの新作ニュースの更新比率のアップや、前橋ライナーノーツ等プロによる深掘り記事の掲出等、新たな顧客獲得にも視野にページを作成。アクセス解析などを活用して、顧客に遡及する情報発信に務めた。			
R6 実施内容	観光公式ページ「前橋まるごとガイド」を活用し、前橋市の観光情報や魅力を発信した。（年間アクセス数 1,773,281件 前年比 107%） 花やイベントの新作ニュースの更新比率のアップや、前橋ウィッチーズ等、ニッチやファン向けの特集ページの新設したほか、アクセス解析などを活用し顧客の閲覧傾向に合わせた情報発信に務めた。			
目標年度		R4年度	R5年度	R6年度
目標指標と数値目標	サイト訪問数（セッション）の増加	1,100,000件	1,150,000件	1,200,000件
指標実績		1,581,578件	1,650,258件	1,773,281件

経営改善計画

(公財) 前橋観光コンベンション協会

3 事業の充実・利用者サービスの向上

改革項目	S N Sによる情報提供の充実	N O	2	
計画内容	ホームページに加えSNS（Facebook、Twitter、Instagram）による情報提供手段増やし、ツールの特性を活かし情報の提供に努める。			
計画年度		R4年度	R5年度	R6年度
実施項目	SNSによる継続的な情報発信	実施	実施	実施
進捗状況		○	○	○
R4 実施内容	スマホファースト世代にもダイレクトに遡及するよう、SNSを活用した情報発信を行った。 Facebook（いいね数）3,481件 Twitter（フォロワー数）4,504件 Instagram（フォロワー数）2,801件			
R5 実施内容	スマホファースト世代にもダイレクトに遡及するよう、SNSを活用した情報発信を行った。 Facebook（いいね数）4,000件 X（フォロワー数）4,700件 Instagram（フォロワー数）2,900件			
R6 実施内容	スマホファースト世代にもダイレクトに遡及するよう、SNSを活用した情報発信を行った。 Facebook（いいね数）4,592件 X（フォロワー数）5,241件 Instagram（フォロワー数）3,222件			
目標年度		R4年度	R5年度	R6年度
目標指標と数値目標	Facebook（いいね数） Twitter（フォロワー数） Instagram（フォロワー数）	9,100件	9,150件	9,200件
指標実績		10,786件	11,600件	13,055件

経営改善計画

(公財) 前橋観光コンベンション協会

3 事業の充実・利用者サービスの向上

改革項目	フィルムコミッション事業の推進	NO	3	
計画内容	前橋市の観光振興及び、地域の新たな価値の発見等につながる、映画、ドラマ、CM問うの撮影誘致及び支援を行う。			
計画年度		R4年度	R5年度	R6年度
実施項目	映画、ドラマ、CM等の撮影誘致支援	実施	実施	実施
進捗状況		△	△	△
R4 実施内容	・受付件数 75件 (前年度83件) ・撮影実績 17件 (前年度31件) ・経済効果 2,355千円 (前年度12,776千円) (直接消費分) 制作者からの依頼により、撮影候補地紹介、エキストラ等出演依頼の対応、撮影下見、撮影立会い、許可申請調整等を行った。また、映画上映に合わせ、映画館ロビーで「撮影風景写真展」を開催し、市民へ情報発信を行った。			
R5 実施内容	・受付件数 40件 (前年度75件) ・撮影実績 23件 (前年度17件) ・経済効果 14,612千円 (前年度2,355千円) (直接消費分) 制作者からの依頼により、撮影候補地紹介、エキストラ等出演依頼の対応、撮影下見、撮影立会い、許可申請調整等を行った。			
R6 実施内容	・受付件数 51件 (前年度40件) ・撮影実績 12件 (前年度23件) ・経済効果 14,162千円 (前年度14,612千円) (直接消費分) 制作者からの依頼により、撮影候補地紹介、エキストラ等出演依頼の対応、撮影下見、撮影立会い、許可申請調整等を行った。			
目標年度		R4年度	R5年度	R6年度
目標指標と数値目標	撮影誘致、支援件数	40件	40件	40件
指標実績		17件	23件	12件

経営改善計画

(公財) 前橋観光コンベンション協会

3 事業の充実・利用者サービスの向上

改革項目	コンベンション誘致・開催支援の強化	NO	4	
計画内容	コンベンションの開催支援、Gメッセ（高崎市）で開催される大型・国際コンベンションのサテライト会場としての誘致やユニークベニューを活用した誘致。			
計画年度		R4年度	R5年度	R6年度
実施項目	受入れ業界との連携強化 や誘致助成金制度の活用	実施	実施	実施
進捗状況		○	○	○
R4 実施内容	前年に続きコロナ禍ではあったものの、徐々に規制が緩和され旅行需要も県民割から全国旅行支援の実施等人流の動きが活発化する中、コンベンション誘致も同様に目標指標を上回る件数を実施することができた。また、前橋のユニークベニューである「臨江閣」を観光庁の看板商品創出事業採択により、案内看板設置や多言語化など整備することができた。			
R5 実施内容	コロナの5類感染症引き下げに伴い、人流の動きが活性化する中、前橋SCからスポーツ分野が移管されたこともあり、コンベンション誘致として目標を上回る件数を実施することができた。また、昨年の観光庁事業の後継事業である「インバウンドの地方誘客や消費拡大に向けた観光コンテンツ造成支援事業」に採択。前橋のユニークベニューである「臨江閣」を新たに日本庭園を含め、案内看板の更なる多言語化やハラル・ベジタリアン対応のメニュー化を実施し、インバウンド対応強化を図った。			
R6 実施内容	前年度同様にR5年からスポーツ大会が移管されたことにより大幅増。コンベンション・スポーツ大会の合算数値にて計上。コロナ禍が完全に開け、リアル開催が増えてきているものの、主要会場であった「前橋テルサ」の閉館などの影響は大きかった。コンベンションのみの場合は27件。国際会議開催に伴う前橋のユニークベニューである「臨江閣」を活用した会場設置業務の受託等実績を上げることができた。			
目標年度		R4年度	R5年度	R6年度
目標指標と数値目標	コンベンション誘致・支援件数	10件	15件	20件
指標実績		20件	32件	61件