

経営改善計画 改革項目一覧

【団体名】（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		R7 進捗	目標指標	数値目標			
				R7目標	R7実績	R8目標	R9目標
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		R7 進捗	目標指標	数値目標			
				R7目標	R7実績	R8目標	R9目標
1	グッズ販売収入の拡充	○	グッズ販売収入	300万円	1,171万円	325万円	350万円
2	食のキャンペーン企画事業者からの参加費徴収	△	参加事業者数	30事業者	25事業者	50事業者	80事業者
			参加事業者満足度	70%	アンケート実施なし	75%	80%

3 事業の充実・利用者サービスの向上		R7 進捗	目標指標	数値目標			
				R7目標	R7実績	R8目標	R9目標
1	ホームページによる情報提供の充実	△	サイトページビュー数の増加	380万ビュー	276万ビュー	400万ビュー	420万ビュー
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）	13,000件	14,420件	13,500件	14,000件
3	地域事業者向けの事業説明会の開催	△	参加事業者数	—	79事業者	30事業者	50事業者
4	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	47件	40件	40件
			ロケーションサポーター協力施設	10施設	18施設	15施設	20施設
5	コンベンション誘致への工夫とスポーツ大会誘致の強化	○	コンベンション・スポーツ大会への支援件数	55件	67件	60件	65件

経営改善計画

【団体名】（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	道の駅観光案内所運営やスポーツコミッションの業務移管、DMOに対応すべく、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。また、再雇用職員の契約満了に伴い、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。			
計画年度		R7年度	R8年度	R9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		○		
R7 実施内容	欠員（1名）及び再雇用職員の退職に併せ正規職員1名を採用した。今年度も、（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。再雇用職員の退職が毎年続くため、引き続き採用継続する。			
R8 実施内容				
R9 実施内容				
目標年度		R7年度	R8年度	R9年度
目標指標と数値目標	—	—	—	—
指標実績		—		

経営改善計画

【団体名】（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	前橋の広報につながるキャラクターグッズ等の販売の増加を図り安定した事業運営を図る。			
計画年度		R7年度	R8年度	R9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		○		
R7 実施内容	前橋や赤城山にゆかりの商品の委託販売に加え、前橋ウィッチーズやころとんのオリジナル商品を製作販売した結果1,100万円を超える売上（前年比314%）を達成した。			
R8 実施内容				
R9 実施内容				
目標年度		R7年度	R8年度	R9年度
目標指標と数値目標	グッズ販売収入	300万円	325万円	350万円
指標実績		1,171万円		

経営改善計画

【団体名】（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	食のキャンペーン参画事業者からの参加費徴収	NO	2	
計画内容	前橋市の豚肉のプロモーションの一環として、市内の回遊性の向上と経済活性、顧客の属性把握のできる食のキャンペーン（推しカツNo.1）を実施。その参加事業者から、参加費を徴収し、自主財源の確保に務める。			
計画年度		R7年度	R8年度	R9年度
実施項目	食ツーリズム デジタルスタンプラリー事業（推しカツNo.1）	実施	実施	実施
進捗状況		△		
R7 実施内容	「推しカツNo.1」として、4月10日～6月10日 応募のあった市内25店を対象としたスタンプラリーおよび人気投票を実施し、前橋の豚肉やソースカツのPRを行い、飲食店誘客に努めた。参加人数 1,605名。参加事業者数が目標値を下回ったため、△とした。 参加事業者アンケートの項目に満足度についての設問を設定しておらず、指標を計測できなかった。			
R8 実施内容				
R9 実施内容				
目標年度		R7年度	R8年度	R9年度
目標指標と数値目標	参加事業者数	30事業者	50事業者	80事業者
目標指標と数値目標	参加事業者満足度	70%	75%	80%
指標実績		25事業者（アンケート実施なし）		

経営改善計画

【団体名】(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		R7年度	R8年度	R9年度
実施項目	アクセスログの分析	実施	実施	実施
実施項目	複数ホームページの統合	実施		
実施項目	ホームページ内導線の改善	実施		
進捗状況		△		
R7 実施内容	当初目標に達していないが、全世界的にホームページのビュー（ページビュー/PV）がGoogle検索で上位に表示される「AIによる概要」が原因によるゼロクリック問題により平均38%（国内）ダウンしている中、前年比率22%ダウンにとどまった。計画していた「AkagiTrip」と「前橋まるごとガイド」の統合や、ライブカメラサイト内にリンクをつけページの孤立改善を実施した。 ビュー数の約80%は県外からで、流入元は検索サイトの率が高く、全体66%を占める。			
R8 実施内容				
R9 実施内容				
目標年度		R7年度	R8年度	R9年度
目標指標と数値目標	サイトページビュー数の増加	380万ビュー	400万ビュー	420万ビュー
指標実績		276万ビュー		

経営改善計画

【団体名】(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		R7年度	R8年度	R9年度
実施項目	SNSによる継続的な情報発信	実施	実施	実施
実施項目	アクセスログの解析	検討	実施	実施
進捗状況		○		
R7 実施内容	Xは、20代～50代の男性の割合が高く、主にアニメを中心としたコンテンツに特に力を入れた発信に務めた。Facebookは、他の媒体と比較して県内の中高年層の割合が高いことから、イベント情報のほか、協会の活動について周知する記事も発信し、新たなフォロワーの増加に務めた。 3月末時点 Xフォロワー6,000人、facebookフォロワー4,854人、Instagramフォロワー3,566人			
R8 実施内容				
R9 実施内容				
目標年度		R7年度	R8年度	R9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）	13,000件	13,500件	14,000件
指標実績		14,420件		

経営改善計画

【団体名】(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	地域事業者向けの事業説明会の開催	NO	3	
計画内容	収集したデータを活用したエリアマーケティングの分析結果等を地域の事業者にも共有するとともに、協会事業について理解いただく場を提供する			
計画年度		R7年度	R8年度	R9年度
実施項目	レポートの作成	検討	実施	実施
実施項目	事業説明会の開催	検討	実施	実施
進捗状況		△		
R7 実施内容	ワーケーション関連のコンテンツ造成を主題としたセミナーに参加した41者（事業者、個人含む）に向け、協会によるデータの分析に関する説明を行った。また、データ活用セミナーの一環として、グーグルプロフィールを活用した事業活性化セミナー等を実施するなど、当初想定とは異なる内容であるものの、一部目標は達成した。また、宿泊事業者と協力して実施している「泊まって当てようキャンペーン」の協力事業者である38者の宿泊施設に対してデータ分析結果を共有し、データ活用への理解を促進した。 なお、データを活用した効率的な組織運営の確立にむけ、理事会、評議員会、前橋市との2団体会議等で収集したデータやその分析レポートを共有するほか、また、KPI達成率や事業計画等をホームページで公開した。			
R8 実施内容				
R9 実施内容				
目標年度		R7年度	R8年度	R9年度
目標指標と数値目標	参加事業者数	—	30事業者	50事業者
指標実績		79事業者		

経営改善計画

【団体名】(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	4	
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、ゲーム、アニメ等の撮影誘致及び支援を行う。			
計画年度		R7年度	R8年度	R9年度
実施項目	映画、ドラマ、CM、ゲーム、アニメ等の撮影支援	実施	実施	実施
実施項目	撮影サポーター登録制度の見直し	検討	検討	実施
進捗状況		○		
R7 実施内容	・ 支援作品中の撮影実績：19件（前年比7件増）により、経済効果65,154,232円を創出。 ・ プロモーション：アニメ「前橋ウィッチーズ」の駅装飾等で誘客と事業周知を推進。 ・ 連携強化：県内連絡協議会へ参画し、ロケ情報収集と関係者との情報交換を実施。			
R8 実施内容				
R9 実施内容				
目標年度		R7年度	R8年度	R9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
目標指標と数値目標	ロケーションサポーター協力施設	10施設	15施設	20施設
指標実績		47件 18施設		

経営改善計画

【団体名】(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への工夫とスポーツ大会誘致の強化	NO	5	
計画内容	使用可能なコンベンション施設の減少に伴い、サテライト会場やユニークベニユー施設としての活用による誘致方法の見直しや、新規スポーツ大会の誘致を目指す。また、関係機関との共同出展等を行うことで誘致の可能性を探る。			
計画年度		R7年度	R8年度	R9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		○		
R7 実施内容	コンベンション、スポーツ大会などの誘致を目指し、大学や主催団体への個別営業、首都圏営業、他都市との連携活動を展開した。結果として、計37件への助成金交付や、計67件（29,405名）の受入支援を実施し、経済波及効果は約4億333万円に達した。			
R8 実施内容				
R9 実施内容				
目標年度		R7年度	R8年度	R9年度
目標指標と数値目標	コンベンション・スポーツ大会への支援件数	55件	60件	65件
指標実績		67件		