

公益社団法人千葉県観光物産協会

第 2 期 中 期 計 画

(平成29年度～平成31年度)



平成29年2月

目 次

1	計画の基本的な考え方・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	1
	(1) 協会の変遷	
	(2) 第2期中期計画の策定主旨	
	(3) 計画期間	
	(4) 計画の点検・見直し	
2	協会の現状と課題・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	2
	(1) 公益法人としての観光・物産振興の推進	
	(2) 県・関係団体と連携した観光施策の推進	
	(3) 観光PRと県産品の普及が一体となった事業展開	
	(4) 財政基盤の強化	
	(5) 会員数の減少	
3	中期計画ビジョン・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	4
	(1) 施策の柱	
	(2) 数値目標	
4	主な取組・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	6
	(1) 観光客誘致促進事業	
	(2) 観光物産情報提供事業	
	(3) 観光物産関係協議会等支援事業	
	(4) 相互扶助等事業	
	(5) 組織運営	
5	連携体系図・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	10

1 計画の基本的な考え方

(1) 協会の変遷

昭和36年2月に千葉県観光協会が社団法人化され、また、社団法人千葉県物産協会が、昭和57年4月に発足しました。

両協会はそれぞれ千葉県内の観光及び物産振興に関する事業を推進することにより、地域社会・経済の健全な発展及び県民生活・文化の向上に寄与してきましたが、観光と物産の一体的な情報発信やサービスの提供による効果的かつ効率的な事業展開を図るため、平成23年4月に合併し、社団法人千葉県観光物産協会が発足しました。

また、平成25年4月には実施事業の高い公益性が認定され、公益社団法人に移行しました。

(2) 第2期中期計画の策定主旨

協会の目指すべき姿を明らかにし、協会運営の基盤強化を図るため、平成26年度から平成28年度の3か年を期間とする第1期中期計画が平成26年2月に策定されました。

観光は、自然景観、土産品、観光施設、宿泊施設など、すそ野の広い産業であり、地域創生を担う重要な方策の一つとして、地域の特性を生かした県産品、歴史・文化を感じる観光施設など、多種多様な産業が連携した“観光地域づくり”による地方活性化に大きな期待が寄せられています。

政府は、訪日外国人観光客を2020年に4,000万人、2030年に6,000万人とする目標を掲げ、新たな観光ビジョン『明日の日本を支える観光ビジョン』を策定しました。

また、観光庁では、多様な関係者が互いに連携し、地域の特性を捉えた観光地域づくりを戦略的に行う組織として“日本版DMO”の形成・確立を進めています。

千葉県では、「第2次観光立県ちば推進基本計画」を平成26年3月に策定し、千葉県が目指すべき観光の姿として、地域を超えたテーマ性に基づく連携により県内を周遊させるような観光地づくりを掲げています。

こうした状況を踏まえ、観光・物産振興を取り巻く様々な情勢や状況を適切に捉えながら、観光・物産振興をより一層推進し、将来を見据えた効果的・効率的な事業展開を図るため第2期中期計画を策定するものです。

(3) 計画期間

本計画は平成29年度から平成31年度までの3か年の計画とします。

(4) 計画の点検・見直し

計画策定後は、毎年、実施状況を確認し、PDCAサイクルにより各年度の事業計画に反映させます。また、必要に応じて計画を見直し企画委員会の審議に諮ります。

2 協会の現状と課題

(1) 観光PRと県産品の普及が一体となった事業展開

お客様が観光地に求めるものは、自然景観、歴史・文化、食、土産物など様々ですが、ただ一つの観光資源のみでは多くのお客様に継続して来訪いただくことは困難です。

地域がもつ複数の観光資源を結び付け、ストーリー性のある観光地域づくりを進めていくことや、お客様一人ひとりにご満足いただけるよう、おもてなしの心の醸成を図り、何度も繰り返し訪れていただくための環境づくりを進めていくことが重要であり、会員である観光施設、宿泊施設、県産品製造・販売事業者、運輸・交通事業者等、多様な主体と協働・連携した取組を推進していくことが必要です。

(2) 県・関連団体と連携した観光施策の推進

千葉県が定めた「千葉県観光立県の推進に関する条例」では、観光関連団体の役割として、多様な主体が連携した自主的な取組のほか、県の実施する施策に積極的に協力することとされています。

東京オリンピック・パラリンピックの競技開催地や各国のキャンプ地として千葉県の魅力を発信していく絶好の機会が訪れる中、更なる観光・物産振興の推進のために県や関連団体との連携強化に努めていくことが必要です。

(3) 公益法人としての観光・物産振興の推進

当協会が実施する大方の事業は高い公益性が認められた“公益的事業”です。

観光・物産の振興ためには、時として社会情勢等に合わせた柔軟な事業展開を必要としますが、公益的事業には法で定められた様々な条件があることから、県と協議・調整・連携し、公益法人として適切な事業運営をしながら、観光・物産振興に努めていくことが必要です。

(4) 財政基盤の強化

お客様のニーズを捉えた積極的な事業展開を図るためには、安定的な組織経営が必要です。

当協会の収入は、県からの補助金・受託料、県産品の販売手数料、年会費等であり、組織の運営や事業の実施に県から多くの財政的援助を受けています。

安定的な組織経営のためには、経費縮減と合わせて自主財源を確保し、財政基盤の強化を図ることが必要です。

【経常収支の推移】

(単位：千円)

年 度	H23	H24	H25	H26	H27	H28
経常収支	△6,855	998	788	△13,665	28,866	△568

※H23～H27 は決算額、H28 は当初予算額

(5) 会員数の減少

毎年度、入会・退会それぞれで 20 名前後の動きがあり、年度により増減しますが近年は減少傾向にあります。

退会の主な理由は、「高年齢化」、「事業の縮小」、「経営方針」などですが、「会員のメリットを感じない」、「協会が何をしているかわからない」などの意見もあります。

これらの現状から、当協会の事業目的をご理解いただき、また、賛同いただけるよう、活動内容をわかりやすく、いち早く、積極的に発信していく必要があります。

【会員数の推移(総会時)】

(単位:名)

年 度	H23	H24	H25	H26	H27	H28
正会員数	602	607	608	600	589	594

3 中期計画ビジョン（施策の柱と数値目標）

（1）施策の柱

当協会の抱える課題のみならず、千葉県における観光情勢等の変化を踏まえ、当協会が目指すべき姿として3つの柱を基本とした事業展開を図ります。

施策の柱Ⅰ「スピーディーかつ広域的な情報発信」

千葉県へ来訪されるお客様や協会会員の満足度向上のため、ウェブサイト・SNSの活用やマスメディアとの連携により、スピーディーかつ広域的な情報発信に努めます。

- ・ SNSによるリアルタイムな情報発信
- ・ デジタルパンフレットやスマホコンテンツの充実
- ・ メールマガジンによる有益な情報提供
- ・ マスメディアへの情報発信

施策の柱Ⅱ「誘客の促進と県産品の普及」

より多くのお客様に千葉県の観光・物産情報が提供できるよう、各地で開催するイベント等の恒常化を進め、関係団体等と連携しながら認知度の向上を図ります。

多様化するお客様のニーズに応えるため、各地域で観光産業を担う人材のスキルアップや意識醸成を図ります。

店舗やイベントごとの特徴を活かした販売戦略、インターネット販売の拡充により、全国のお客様へ県産品の普及・宣伝を図ります。

- ・ 観光施設、宿泊施設、県産品製造・販売事業者等、多種多様なニーズに合わせた研修会の開催など、地域観光を担う人材の育成支援の実施
- ・ 関係団体等と連携した県内、県外、海外でのイベント開催
- ・ 常設展示即売場の維持・拡大、新規商品の発掘・造成
- ・ ネット販売による新規顧客の獲得と販路拡大

施策の柱Ⅲ「安定的な組織運営」

県や協会会員と連携した観光施策を推進していくため、会員増加、経費縮減、協会職員の育成等により、安定的な組織運営を図ります。

また、オール千葉で観光・物産の振興に取り組んでいくために、協会事務局と会員相互の強固な連携体制を構築します。中でも、次世代の担い手である若手経営者の意見交換の場を設け、多種・多様な主体間の連携を促進します。

- ・ 自主財源の確保と経費縮減
- ・ 会員との情報交換の強化
- ・ 次世代の担い手との連携促進
- ・ 研修受講の促進、受講体制の整備

(2) 数値目標

3年後（H32）の数値目標を掲げ、事業成果の確認に活用します。

ア 観光・物販催事数

40回／年（H27実績：35回／年）

観光催事数は、当協会の主催事業、当協会が事務局を担う団体の主催事業、他団体と共催・合同で行った催事の延べ回数とします（チーバくんプラザのイベントは除く）。物販催事数は協会の直接出展、会員へのあっせん出展により県産品の販売を行った催事の延べ回数とします。

集客効果の高いイベント等へ積極的に参画し、開催回数の増加を目指します。

イ ホームページアクセス数

3,000千件／年（H27実績：2,400千件／年）

アクセス数はセッション数（ホームページへの訪問者数）とします。

常に最新の情報を掲載し、初めて訪問した人に見易く解り易く、また、何度でも訪れたいようなページ作りを心がけ、アクセス数の増加を目指します。

ウ 県産品販売額

300百万円（H27実績：287百万円）

常設展示即売場、千葉県アンテナショップ、ネット通販、物販イベント等により、県産品を積極的にPRし、県産品販売額の増加を目指します。

エ 経常収支

±0千円（H28当初予算：△568千円）

業務の効率化、実施内容の見直し等により費用の抑制を進めるとともに、事業内容に応じた受益者の費用負担金など自主財源の確保を図り、経常収支の赤字解消を目指します。

オ 正会員数

610名（H28総会時：594名）

協会加入の意義、メリットを会員の皆様に理解いただけるよう、県と連携した事業の実施に留まらず、会員相互の連携事業や有益情報の積極的な発信など、会員メリットの創出を図り、正会員数の増加を目指します。

4 主な取組

中期計画ビジョンと数値目標を実現するため、主な事業について実効性のある行動指針、年度ごとの数値目標を掲げ、事業進ちょく状況の把握に活用します。

(1) 観光客誘致促進事業

観光客の誘致を目的とした観光イベントなどを開催し、千葉県のすばらしさを多くの人々に知ってもらう事業です。地域の活性化を図るとともに、質の高い観光を提供し、県民生活・文化の向上を目的とします。

事業名	観光イベント等出展事業			
行動指針	<ul style="list-style-type: none"> 乗降者の多い駅や集客効果の高い商業施設などで観光PRや県産品の販売を行い、広域的かつ効果的なPRを行う。 千葉県を観光マーケットとして想定出来る地域において観光PRイベントを行い、誘客促進を図る。 全国規模で開催されるイベント等で県産品の販売及び観光PRを行い、広域的に普及宣伝を図る。 他県の協会団体等と連携を図り相乗効果で観光PRを行える機会を築く。 多くの会員や関連団体等と連携し、観光PRと県産品販売の相乗効果を図る。 物販イベントでは多くの会員に出展を促し、会員メリットの創出を図る。 			
目標値	H29	H30	H31	(イベント回数)
	観光 10～12回 物販 20～25回	観光 11～15回 物販 22～27回	観光 12～15回 物販 25～30回	H27実績：観光 11回 物販 24回

事業名	観光人材育成支援事業			
行動指針	<ul style="list-style-type: none"> 地域の観光産業を担う人材のスキルアップを図るため、観光施設、宿泊施設、県産品製造・販売事業者等、多種多様なニーズに合わせた研修を行う。 観光行政・観光産業団体等と共同開催研修の拡充を図る。 地域における観光産業の活性化や関連団体等との連携の一助となるよう、県外で先進的な活動をしている団体等の視察研修を行う。 観光、商品開発、マーケティング等に関する情報を収集・整理し、協会会員や関連団体へのフィードバックを行う。 観光産業以外の幅広い地元産業との連携を図り、新たな観光資源の発掘を行う。 			
目標値	H29	H30	H31	(研修受講者数)
	300人	320人	350人	H28実績：213人

(2) 観光物産情報提供事業

県内各地の観光資源・県産品などを普及・宣伝する事業です。

地域社会・経済の活性化や県民生活・文化の向上を目的とします。

事業名	観光情報館管理運営事業			
行動指針	<ul style="list-style-type: none"> ・ 観光情報の発信拠点として三井アウトレット木更津内で観光情報館「チーバくんプラザ」を運営し、来館者への観光PRを行う。 ・ 「チーバくんプラザ」では観光施設や宿泊施設等の観光パンフレットの設置や、海外からの来館者にも対応可能な体制を整え、一年を通して観光PRを行う。 ・ チーバくんプラザ facebook、店頭設置のデジタルサイネージを活用し、効果的な観光情報の発信を図る。 ・ 三井ショッピングパークアプリ利用者及び三井アウトレットパーク木更津メール登録会員向けに観光情報の発信をする。 ・ イベントステージ等で観光PRイベントを開催し、県内各地への誘客を図る。 ・ 常設展示即売場「チーバくん物産館」に観光パンフレットを設置し、観光情報の発信を行う。 			
目標値	H29	H30	H31	(プラザ来館者数)
	183千人	186千人	189千人	H27実績：180千人

事業名	インターネット情報提供事業			
行動指針	<ul style="list-style-type: none"> ・ 千葉県公式観光物産サイト「まるごとe!ちば」の運営により常に最新の観光情報を発信する。 ・ 県や市町村と連携して県内各地の観光・物産情報を収集する。 ・ 初めて訪れた人にも千葉の魅力を伝えられるよう、見易く解り易い情報発信を行う。 ・ リピーターを重視しサイトに繰り返し訪れてもらえるよう、魅力あるコンテンツ発信を行う。 ・ インバウンド客へ向けた多言語サイトの運営により海外への効果的な情報発信を行う。 ・ 急増しているインバウンド客の災害リスクに即対応する情報発信管理をサイト内に構築する。 ・ 協会会員向け専用サイトを構築し会員メリットの創出を行う。 ・ SNSを活用したリアルタイムな情報発信を行う。 			
目標値	H29	H30	H31	(facebookフォロワー数)
	4,000件	4,500件	5,000件	H28.12現在：3,700件

事業名	常設展示即売場管理運営事業			
行動指針	<ul style="list-style-type: none"> ・ 県内各地で製造・販売される県産品を幅広く取扱い、魅力的な地域の県産品を紹介する。 ・ 地域ならではの県産品の発掘を行うとともに、多様化するお客様のニーズを把握し、店舗ごとに特色ある商品選定を行う。 ・ 店舗への誘客を図るため、魅力的な集客イベントを行う。 ・ お客様満足度向上のため、店舗販売員のスキルアップを図る。 			
目標値	H29	H30	H31	(販売額)
	273,000 千円	280,000 千円	281,000 千円	H27 実績 277,326 千円
(内訳) 海物	236,700 千円	237,500 千円	242,300 千円	H27 実績 235,678 千円
	43,300 千円	43,500 千円	43,700 千円	41,648 千円

事業名	県産品ネット販売事業			
行動指針	<ul style="list-style-type: none"> ・ 安全安心高品質な県産品を全国のお客様に紹介・お届けできるよう、チーバくん物産館のネット販売サイトを運営する。また、伝統的工芸品等を紹介・販売する海外向けサイトを同時運営する。 ・ 千葉県公式観光ウェブサイト「まるごとe!ちば」内に県産品のネット販売サイトの紹介ページ“ちば特産ネット”を掲載し、県産品の販路拡大を図る。 			
目標値	H29	H30	H31	(販売額)
	500 千円	550 千円	650 千円	H28 実績：未実施

(3) 観光物産関係協議会等支援事業

観光に関わる事業者や団体等と協働して千葉県の多様な観光資源を全国に向けて広報・宣伝する事業です。

観光・物産の振興と地域の活性化を目的とします。

事業名	ちばプロモーション協議会業務			
行動指針	<ul style="list-style-type: none"> ・ 観光客誘致を目的としたイベントやキャンペーンを県や協議会会員と連携して行う。 ・ 新たな事業を積極的に提案、実行し、地域の活性化を図る。 ・ 協議会事務局として円滑かつ適正な事務処理を行う。 ・ 協議会事業と協会事業の連携を図り、より強固に結び付いた観光地域づくりを推進する。 			
目標値	H29	H30	H31	(イベント数)
	10 回	11 回	12 回	H28 実績：8 回

(4) 相互扶助等事業

会員相互の連携強化を図る事業です。

観光・物産の振興、地域の交流及び活性化を目的とします。

事業名	観光物産大会、会員交流事業			
行動指針	<ul style="list-style-type: none"> ・ 観光・物産の振興に功績のある多くの方を功労者として表彰し、観光意欲の昂揚と地域観光の発展の促進を図る。 ・ 開催地域の観光・物産振興に重きを置いた大会プログラムとし、地域観光の活性化と気運の醸成を図る。 ・ 大会内で県内各地の県産品、観光施設、宿泊施設を紹介し、会員相互の連携体制の構築と販路拡大を図る。 ・ 協会からの情報発信の強化や会員からの情報収集などにより、協会事務局と会員が自由に意見交換できる体制を整備する。 			
目標値	H29	H30	H31	(大会来場者数)
	400人	400人	400人	H28実績：385人

(5) 組織運営

協会の目的を達成するために、会員増加、事務局職員の人材育成等を図る事業です。

事務局組織の安定経営を目的とします。

事業名	事務局職員の育成			
行動指針	<ul style="list-style-type: none"> ・ 事務局職員のスキルアップのため研修受講を促進する。また、研修等を受けやすい体制整備に努める。 ・ 多様化するお客様ニーズに速やかに対応できるよう、常に最新の観光情報等を収集するとともに、事務局内の情報共有を図る。 ・ 業務の見直しを進め、経費縮減と事業効果の向上を図る。 			
目標値	H29	H30	H31	(研修受講者数)
	延35人	延35人	延35人	H28実績：延35人

事業名	総会の開催			
行動指針	<ul style="list-style-type: none"> ・ 講習会等の実施や会員PR機会の創出など、出席者への有益情報の提供や会員相互の交流促進に努める。 ・ 事業報告では画像等を用いて活動内容をわかりやすく伝え、関心度の向上を図るとともに、会員との連携事業の創出を図る。 			
目標値	H29	H30	H31	(総会出席者数)
	130人	150人	180人	H28実績：118人

連携体系図

ちばの魅力向上

地域活性・発展

顧客満足度の向上

オール千葉で魅力発信

