

公益財団法人するが企画観光局

経営計画書

《2023(令和5)年度～2026(令和8)年度》



令和5年3月

目 次

第1 経営計画について	4
1 計画策定の趣旨	
2 社会的背景など	
3 計画期間	
4 計画の体系	
第2 目的・理念・目指す姿・事業推進の基本方針	5
1 目的	
2 理念	
3 目指す姿	
4 事業推進の基本方針	
(1) 地域連携 DMO の推進	
(2) 静岡市観光振興の推進	
(3) MICE 誘致の推進	
(4) 組織経営の強化	
第3 事業推進における現状・課題・取組	7
1 地域連携 DMO の推進	
(1) 調査・分析事業	
(2) ブランディング・プロモーション事業	
(3) 地域の観光資源開発事業(Learn、Tea、Sea)	
2 静岡市観光振興の推進	
(1) 観光宣伝事業	
(2) 観光客誘致事業	
(3) 外国人観光客誘致事業	
(4) 観光客等受入事業	
3 MICE 誘致の推進	
(1) MICE 誘致事業	
(2) MICE 開催支援事業	
第4 管理運営における現状・課題・取組	15
1 ステークホルダーマネジメント	
2 財源の確保・経営体質の強化	
3 人材採用・育成	
4 内部統制の強化	
第5 計画期間中の目標	18
1 事業面における目標	
2 経営面における目標	

第1 経営計画について

1 計画策定の趣旨

この経営計画書は、「静岡市の外郭団体の活用及び連携に係る方針」及び「外郭団体方針書」を踏まえ、公益財団法人するが企画観光局の目的及び理念のもと目指す姿を実現するため、当財団の経営に関する中期的な事業計画及び指標等を定めるものである。

2 社会的背景など

公益財団法人するが企画観光局は、静岡県中部・志太榛原地域の5市2町の DMO 法人としてマーケティングに基づく観光地域づくりを推進するとともに、観光振興、MICE 業務も含めた当地域への観光客の誘客から受入に至る施策を様々な関係団体と連携して実施している。

現在、グローバル化や DX の進展、新型コロナウイルス感染症の影響などにより、観光に関するパラダイムは大きく変化している。人々の価値観やライフスタイルも多様化しており、マイクロツーリズムや安心・安全な旅行、環境にやさしい旅行などに人々の関心が高まっている。

また、観光産業は、ポストコロナにおいて、単純にコロナ禍以前に戻るのではなく、その先の「訪問客、業界、環境及び訪問客を受け入れるコミュニティのニーズに対応しつつ、現在及び将来の経済、社会、環境への影響を十分に考慮する観光」いわゆる「持続可能な観光」への対応や観光によるさらなる地域経済の活性化も求められている。

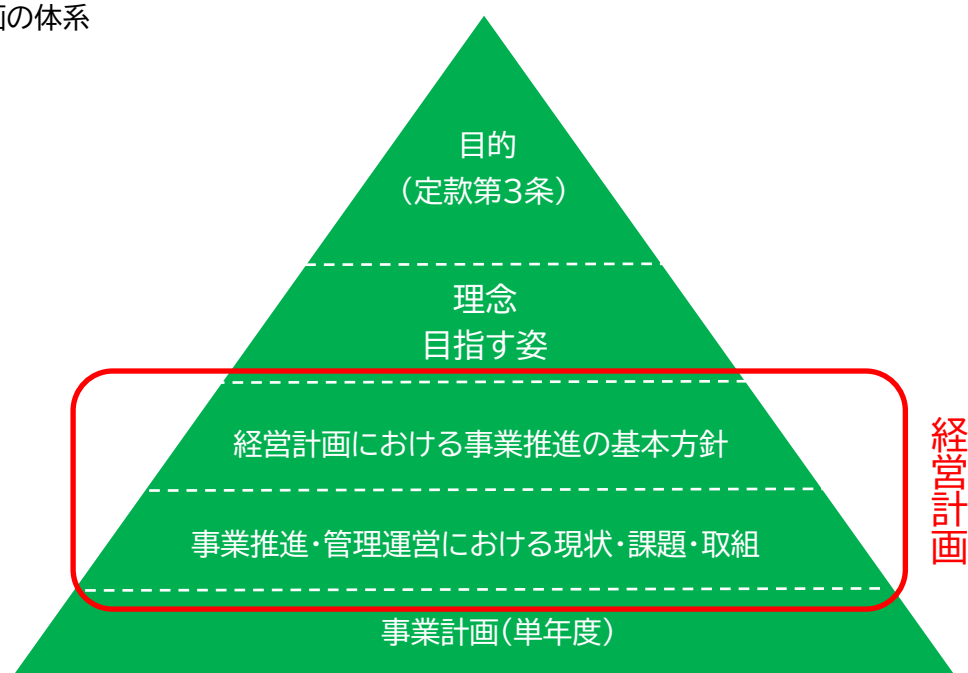
一方で、当財団は、展開する事業の進捗や成果を評価し、アカウンタビリティを果たすとともに、組織としてサステナビリティ、ガバナンスを追求することも重要であると考えている。

3 計画期間

国内観光及びインバウンドの回復だけではなく、その先の観光経済の成長を見据えた計画とするため、計画期間を 2023(令和5)年度から 2026(令和8)年度とする。

コロナ禍における計画期間の前半は、国内観光及びインバウンドの回復などに取り組み、その後、観光経済の成長に繋げる持続可能な観光などの取組みを着実に実施していく。

4 計画の体系



第2 目的・理念・目指す姿・事業推進の基本方針

1 目的

静岡県中部・志太榛原地域の文化的、社会的、経済的特性等を活用し、観光関連産業の振興と交流人口拡大による地域経済の活性化を促進するとともに、国際的な相互理解の増進、文化の向上及び豊かな人間性に根差した社会の創造に寄与することを目的とする。

(公益財団法人 するが企画観光局定款 第3条)

2 理念

地域の魅力を引き出し、稼ぐ力を高め、選ばれるまちをつくる

- ・ 私たちは、静岡県中部地域の観光産業振興により、来訪者の人数・消費単価の拡大を図り、住民の豊かな暮らしの実現に貢献します。

3 目指す姿

静岡県中部5市2町における「観光シンクタンク」と
「観光需要をつくる」観光マーケティングのプロフェッショナル

<主な役割>

- ・ 私たちは、旅行市場の動向や地域の状況等を継続的に調査・分析し、その結果を地域内のステークホルダーと共有します。
- ・ 私たちは、調査・分析に基づき、地域のステークホルダーと連携して、戦略的な施策・事業展開を支援します。
- ・ 私たちは、テーマ性のある地域ブランディング活動を、様々な媒体・手法を用いた一元的なプロモーションによって、観光需要づくり(デスティネーションマーケティング)を行います。
- ・ 私たちは、圏域市町や地域事業者が行う観光コンテンツの磨き上げを支援します。

4 事業推進の基本方針

(1) 地域連携 DMO の推進

静岡県中部・志太榛原5市2町における観光の実情を的確に把握するため、観光に関するデータ収集・分析や、当地域の来訪者・観光関連事業者等への独自調査を行い、マーケティングに基づいた観光施策を地域のステークホルダーとともに戦略的に展開することで、地域の「稼ぐ力」を最大限引き出す取組(商品企画、プロモーション、ブランディングなど)を行う。

(2) 静岡市観光振興の推進

国内外から多くの人を呼び込み、交流人口の増加と観光交流による地域活性化を実現するため、静岡市が有する多様な地域資源を活用した観光商品や地域の魅力を効果的に発信して観光客の誘致を図るとともに、観光客が再び訪れたいくなるような受入体制を整えることで、観光客の滞在時間の延長や再訪意向、満足度の向上を図り、持続可能な観光振興を推進する。

(3) MICE 誘致の推進

国際会議等の MICE 誘致を通じて、国内外から多くの人を呼び込み、交流人口を増加させるとともに、新しいビジネスやイノベーションの機会を創り出すため、国・県・市等と連携して誘致に取組み、日本政府観光局(JNTO)や MICE 主催者等と継続的な関係性を構築し、MICE 開催による地域への経済波及効果を生み出す取組を行う。

(4) 組織経営の強化

静岡県中部・志太榛原5市2町における観光地域づくり法人(DMO)として、当地域の「観光シンクタンク」及び「地域のつなぎ役・まとめ役」の機能を担う観光マーケティングの専門組織となるため、観光専門人材の育成とステークホルダーとの連携を強化し、アカウンタビリティの強化と自主財源の確保に向けた取組を行う。



1 地域連携 DMO の推進

静岡県中部・志太榛原5市2町の地域資源をマーケティングの専門的な知見に基づき分析し、効果的なプロモーションにより当地域をブランド化することで、圏域全体の回遊と消費拡大を目指す。

(1) 調査・分析事業

① 現状・展望

地域の観光施策を戦略的に展開させる役割を担う観光地域づくり法人(DMO)として、当地域における観光の実状を的確に把握するため、既存調査の収集・分析や当地域の来訪者・観光関連事業者を対象とした独自の調査に取り組んでいる。調査結果は、当財団WEB サイト等で積極的に公表するほか、調査協力施設等への個別のフィードバックを通じて、各施設での誘客促進や受入環境の改善も促している。

今後は、各市町の観光地としての特性が異なることから、市町ごとのデータ整理・分析と緊密なコミュニケーションを通じて、それぞれ特性を活かした観光施策の展開を支援していく。

② 課題

- ・「観光シンクタンク」としての認知度向上
- ・調査結果の行政・民間事業者等による活用拡大
- ・個別ニーズに応じた調査の充実(イベント来場者調査ほか)

③ 今後の取組

- ・取組み内容の積極的な情報発信
- ・調査結果に基づく、市町ごとの戦略的な観光施策の展開支援
- ・ステークホルダーのニーズを踏まえた調査事業の内容の精査・充実
- ・調査結果等に基づく深掘り調査の検討

(2) ブランディング・プロモーション事業

① 現状・展望

当財団が実施した調査によると、当地域から連想される観光スポットは「なし」、「誤認」が5割を超え、観光目的地としての認知度の低さが浮き彫りになった。当地域の課題である認知度向上に向けて、一貫したコンセプトに基づいた情報提供、SNS 運用による関心の喚起、深化、個別事業での広告展開やパブリシティの獲得による露出の増加を通じて、観光目的地としてのブランディング(観光需要づくり)を推進する。

② 課題

- ・観光目的地としてのブランド構築及び認知度向上

③ 今後の取組

- ・当地域の認知度向上に向けたテーマ性(お茶の多様性のある地域、日本一深い駿河湾の恵みとそれを享受する暮らし、今川・徳川から続く伝統工芸・文化・歴史)のあるプロモ

ーションの実施

- ・B2B 商談会出展や旅行会社招聘(ファムトリップ受入)による旅行商品への組込
- ・他地域の DMO 等と連携したメディア、ジャーナリストによる圏域取材やその支援
- ・WEB サイト「Visit-SURUGA」、SNS を活用したデジタルマーケティング

(3) 地域の観光資源開発事業(Learn、Tea、Sea)

① 現状・展望

「Learn、Tea、Sea」については、民間事業者と連携し、GW や夏休み、新茶シーズンなど、需要期の効果的なプロモーションやリピートを活性させるための施策、SNS 発信によるブランド力の向上を図るとともに、コンテンツの開発・磨き上げ、参画事業者の拡大、周遊促進に取り組んでいる。

今後は、「Learn、Tea、Sea」事業に継続的に取り組むとともに、「Learn」、「Sea」の「Tea」との掛け算による商品造成などにも取り組み、静岡県中部地域の観光目的地としてのブランド価値の更なる向上に努める。

② 課題

- ・開発したコンテンツの認知度向上及びコンテンツの開発・磨き上げ

③ 今後の取組

- ・県内からの集客増及び県外からの集客を目的としたプロモーション
- ・Learn:地域ならではの体験型商品の新規開発及び既存商品のブラッシュアップ
- ・Tea:「ティーテラス」の新設、通年で体験できるお茶コンテンツ開発の促進
- ・Sea:「勝魚かつ」参画事業者の拡大及び定番メニュー化の促進



日本平から望む茶畑と富士山



茶氷



ティーテラス市之瀬(藤枝市)



未利用抹茶を使用した「抹茶書」



日本茶の製造工程で出る商品にならない茶葉を染料に使うサステナブルな「お茶染め」＝「駿河和染」



MANAVIVA! 学校配布用チラシ、ポスティング用チラシ



勝魚かつパンフレット

2 静岡市観光振興の推進

静岡市を訪れる観光客へのおもてなし体制を強化するとともに、地域資源や魅力を広く発信して、国内外から観光客誘致を促進し、地域の経済活性化を目指す。

(1) 観光宣伝事業

① 現状・展望

観光パンフレットの作成や静岡市観光情報 WEB サイト、マスメディアを通じて、観光・グルメ等のタイムリーな情報を提供し、静岡市の魅力を発信している。

今後は、観光関連データや観光客のニーズ・トレンドを踏まえ、各種媒体の特徴を活かした効果的な情報発信を行う。

② 課題

- ・観光地としての認知度を更に向上させるための観光情報やイベント情報の発信方法

③ 今後の取組

- ・観光関連事業者等との情報共有による効率的な観光情報、イベント情報の収集や更新
- ・紙面媒体やテレビ・ラジオなどのメディアとの連携のほか、WEB サイトや SNS を活用した効果的な情報発信
- ・ターゲットを明確にした情報発信ツールの活用

(2) 観光客誘致事業

① 現状・展望

静岡市が有する歴史・文化・食・自然・スポーツ等の豊富な地域資源を活かし、旅行形態の変化や多様化するニーズに対応しながら観光客の集客を図るとともに、観光関連事業者と連携しエージェントやメディア等の訪問、清水エスパルスホームゲームでの観光宣伝をはじめ市内外で開催される観光展への出展、臨済寺での特別体験等に取り組んでいる。

また、国内教育旅行の誘致については、静岡市及びしずおか体験教育旅行と連携しセールスを行っている。

今後は、首都圏や中京圏とともに、中部横断自動車道沿線地域等を中心に、継続的に観光展への出展やセールスを実施する。

② 課題

- ・イベントや観光展への計画的な出展や効果的な PR 方法
- ・教育旅行の受入れ可能な施設及び体験コンテンツの情報整理

③ 今後の取組

- ・姉妹都市及び友好都市並びに中部横断自動車道沿線都市等でのイベント出展
- ・テレビやラジオ、新聞など、PR先のメディアを活用したプロモーションの実施
- ・静岡市の歴史・文化・食・自然・スポーツなど、豊富な地域資源をテーマにした PR
- ・教育旅行に対応できる施設の情報収集と旅行会社等へのセールス用ツールの作成

(3) 外国人観光客誘致事業

① 現状・展望

コロナ禍にあり、これまで増加傾向にあった中国、韓国など近隣からの訪日観光客が大幅に減少し、静岡市においても特に渡航規制中の来訪客は、少人数の在日外国人に止まった。

今後は、渡航規制の緩和等に伴い、外国人観光客の増加も見込まれることから、静岡市地域外交基本方針などを踏まえ、静岡県、静岡市、関係団体等と連携し、海外で開催される商談会や観光展へ参加し、セールス活動を行い、外国人観光客の誘致を図る。

② 課題

- ・受入施設の多言語対応
- ・観光マップや WEB サイトの外国語ページの充実
- ・インバウンド復活を目的とした海外プロモーション活動の再開

③ 今後の取組

- ・観光施設、商業施設等の多言語対応の状況の把握と対応についての関係機関との検討
- ・多言語案内の観光マップの作成や WEB サイトの整備
- ・関係機関(静岡市、JNTO、県海外事務所等)からの情報収集とターゲット国※へのプロモーション
- ・静岡市地域外交基本方針などを踏まえ、JNTO や県等のインバウンド関係機関と連携し、リアル、オンラインの商談会に積極的に出展する。

(※ 特に、事業者から最も要望が強く、早期回復市場として期待される「台湾」、東南アジアの MICE の中心であり、台湾と同様に静岡県在外事務所がある「シンガポール」を重点市場とし、中期回復市場として「タイ」、「ベトナム」、長期回復市場として欧米をターゲットとする。)

(4) 観光客等受入事業

① 現状・展望

静岡市総合観光案内所(JR 静岡駅北口)・静岡市静岡駅観光案内所(JR 静岡駅南口)及び静岡市清水駅前観光案内所を管理運営し、来訪者への情報提供を行っている。

清水港船宿記念館「末廣」<静岡市指定管理事業>では、清水港周辺や清水次郎長に関する歴史的資料の展示や施設の特色を活かした事業を行い、県内外からの来静者や清水港に寄港する客船の乗船客に対し、情報発信を行うとともに観光案内所機能も果たしている。

また、観光客の満足度向上のため、企業研修の専門家から実践的なスキルアップを学ぶ「おもてなしセミナー」の開催や観光ボランティアガイドへの支援を行っている。

今後は、リピーター増を目的に観光案内所における情報提供内容などの充実及び観光客のニーズを的確にとらえたサービスや環境整備を展開する。

② 課題

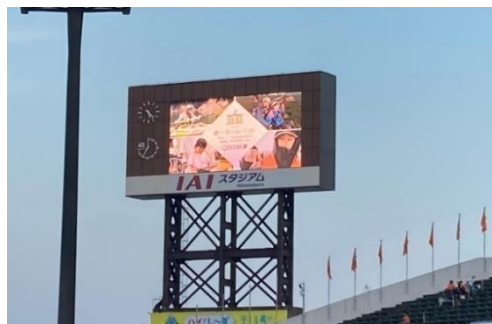
- ・観光案内所の機能向上と施設スタッフのスキルアップ
- ・清水港船宿記念館「末廣」来館者数の増加策

③ 今後の取組

- ・観光案内に携わるスタッフ研修の充実
- ・静岡駅北口・南口の観光案内所の機能分けなど在り方の協議
- ・清水港船宿記念館「末廣」の運営に関する協議
- ・末廣の来館者数増加に向けた学校や各種イベントとの連携



観光展「しずおか・美食市(山梨県)」



IAI スタジアム日本平での「MANAVIVA!」PR



臨済寺特別拝観



観光セミナー



末廣 英語とお友達教室



静岡駅総合観光案内所(北口)

3 MICE 誘致の推進

国際会議をはじめ、展示会・見本市など静岡市の強み・特性を活かした MICE 誘致により、静岡市の MICE 開催都市としてのプレゼンスの向上を図り、都市の魅力度向上を目指す。

(1) MICE 誘致事業

① 現状・展望

新型コロナウイルス感染症の拡大により、MICE は中止や延期など大きな影響を受けたが、オンライン開催やリアルとオンラインによるハイブリッド開催など、これまでとは異なる開催モデルが構築されつつある。一方、MICE に関わる業界はもとより、MICE 参加者も対面のコミュニケーションを望む声も多く、コロナ感染が収束に向かえば、リアル開催の増加が期待されるが、改めてリアルで開催する価値も問われている。

今後は、MICE 誘致のトップランナーである「グローバル MICE 推進都市」を目標に、国際会議の継続的な誘致を実現できる都市を目指し、当地域で開催する意義や、何が実現できるのかを明確にし、MICE 市場動向の分析や競合都市の動向把握に努め、戦略的な MICE 誘致に取り組む。

② 課題

- ・MICE 市場及び競合都市の動向把握
- ・MICE キーパーソンとの関係構築と情報収集
- ・国際会議誘致における戦略的なターゲット設定及び地域の強みや特性を活かした誘致
- ・MICE 誘致を行うための体制整備

③ 今後の取組

- ・MICE 見本市出展やセールスを通じた MICE 市場及び競合都市の動向把握
- ・MICE 開催主催者やキーパーソンへのセールス及び MICE 関係機関との連携強化
- ・MICE 誘致におけるマーケティング戦略の立案
- ・MICE 開催による経済波及効果の測定
- ・国際レベルでのノウハウ・経験を有する MICE プロフェッショナル人材の育成

(2) MICE 開催支援事業

① 現状・展望

歓迎モニュメントの提供や国際会議誘致助成金、静岡市全国大会開催事業補助金などの支給による主催者の運営サポートを行うとともに、土産品 EC サイト「SURUGA SELECTION」を通じて参加者の消費拡大などに取り組んでいる。

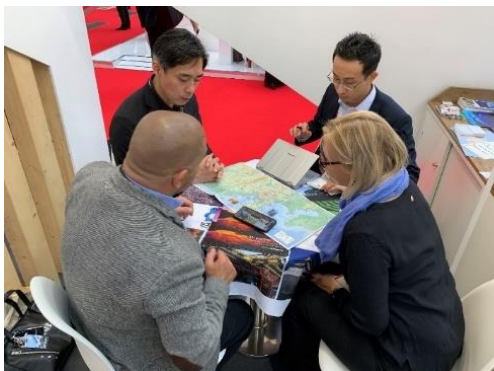
今後は、国際会議誘致助成金では予算面の、また、静岡市全国大会開催事業補助金では運用手続き面の課題があることから、これらの見直しを検討するとともに、地域経済活性化に資する支援の開発などに取り組む。

② 課題

- ・地域経済活性化に資する支援メニューやユニークメニューの充実、拡充
- ・デジタルパンフレット(アフターコンベンションナビ、SURUGA SELECTION 含む)の充実
- ・静岡市全国大会開催事業補助金の運用方法及び国際会議誘致助成金の財源

③ 今後の取組

- ・支援メニューの開発、継続、見直し及びユニークメニュー、エクスカージョンの開発
- ・MICE 誘致用デジタルパンフレットの内容充実、「アフターコンベンションナビ」への参画事業者拡大及び「SURUGA SELECTION」の掲載商品の充実
- ・静岡市全国大会開催事業補助金及び国際会議誘致助成金制度の見直しに向けた協議



IMEX Frankfurt 2019(ドイツ/フランクフルト)



JNTO 北京インセンティブ商談会(中国/北京)



JNTO インセンティブ商談会(ベトナム/ハノイ)



SPAC ニューヨーク公演時の茶師による呈茶



JNTO インセンティブ商談会(シンガポール)



国際 MICE エキスポ(東京国際フォーラム)



「しずおかアフターコンベンションナビ」カード



「SURUGA SELECTION」カード

第4 管理運営における現状・課題・取組

観光専門組織として観光マーケティングに関する知識・経験を蓄積し、ステークホルダー（顧客）・財務・人材の3つから組織運営の体質改善を図り、地域全体を「稼ぐ観光」へと牽引する役割を担う。

1 ステークホルダーマネジメント

① 現状・展望

観光マーケティングにおけるステークホルダーは、DMC、行政、宿泊事業者、飲食店、運輸事業者など、その業種は多種多様で地域内に散在しているため、ステークホルダーの実態を把握するとともに、事業方針や情報の共有に努めている。

今後も、来訪者の人数・消費単価の拡大による地域活性化の実現に向け、観光まちづくりに関わる多様なステークホルダーからの信頼を獲得し、組織の存在意義を確固たるものとするため、実施する事業のゴールと KPI を明確にし、事業の成果と進捗を管理するとともに、成果と得られた知見を適時・適切に共有する。

② 課題

- ・多様なステークホルダーとの良好な関係の構築

③ 今後の取組

- ・現地現場に出向くなど、コミュニケーション機会の確保
- ・ステークホルダーが実施する事業の支援

2 財源の確保・経営体質の強化

① 現状・展望

当財団は、公益法人であることによる事業及び財務において制約がある中で、経常収益の80%弱を行政等からの補助金及び負担金が占めている状況にある。このため、行政のパートナーとしての信頼を継続して得ることで補助金及び負担金を確保するとともに、主体的な企画提案からの業務の受託や既存収益事業の見直しなどにより、新たな財源を確保し、財務的継続性を高めていく。

② 課題

- ・既存収益事業の収益率アップ
- ・公益目的事業実施における収益（財源）獲得
- ・賛助会員減による賛助会費の減少

③ 今後の取組

- ・事業効率向上のための既存業務の棚卸しと精査
- ・既存収益事業の見直し及び新たな受託事業等による財源確保の検討
- ・新規賛助会員開拓等による会費収入の確保

3 人材採用・育成

① 現状・展望

当財団の職員構成は、令和 5 年 3 月現在、正規職員11名(平均年齢 43 歳)、行政・企業からの出向者3名、嘱託、人材派遣及びパート職員 13 人の計 27 名であり、非正規率の高さに加え、正規職員の年齢構成に偏りがあるため、知識や経験の継承が困難な状況にあり、適正な定員数及び財務状況を鑑みた、計画的な人材採用及び育成が必要である。

そのため、観光分野における中長期的な成長と組織の継続成長を担う、観光目的地マーケティング・経営のプロフェッショナル人材を育成するとともに、人材育成につながる人事評価制度の運用及び計画的な研修の実施等により、個の能力の底上げを行うとともに、チーム力が発揮できる組織形成を目指す。

② 課題

- ・若手プロパー人材不足
- ・職員の年齢構成のばらつきによる、知識・経験の継承
- ・プロフェッショナル人材の育成
- ・職員のマネジメントスキルの強化

③ 今後の取組

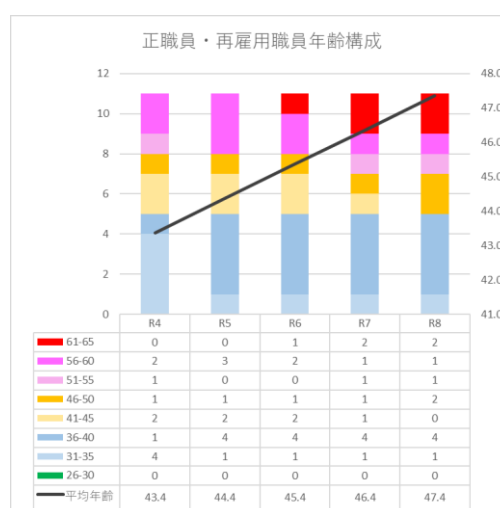
- ・若手プロパー職員の採用及び OJT、OFF-JT での指導・育成と計画的な研修受講
- ・知識・経験の継承のための適材適所の人員配置
- ・管理職・中堅職員におけるマネジメントスキル向上のための計画的な研修受講
- ・人事評価制度の運用及び報酬・昇給等への反映の検討
- ・業務の効率化・集約化・外部委託等による適正な定員数の確保

【参考 1】常勤役員及び事務所職員数（2023 年(R5)3月末現在）

	人数	備考
常勤役員	1 人	専務理事
プロパー職員	11 人	30 歳代 5 人、40 歳代 3 人、50 歳代 3 人
嘱託職員(再任用含)	2 人	60 歳代 1 人、50 歳代 1 人
出向職員(行政・民間)	3 人	30歳代 1 人、20 歳代 2 人
人材派遣職員	1 人	50 歳代 1 人
パート職員(施設職員)	10 人	70歳代 5 人、60歳代2人、50歳代2人、40 歳代 1 人

【参考 2】プロパー人員の推移（人件費見込含）

	2022(R4)	2023(R5)	2024(R6)	2025(R7)	2026(R8)
人件費(千円)	94,113	95,096	97,793	90,836	92,048
職員数 (人)	11	11	11	11	11
退職者 (人)	1	1	1		
採用数 (人)	2	1	1		



※令和5年3月時点での見込数値

4 内部統制の強化

① 現状・展望

公益法人の適正な運営のための手続規程(公益三法)及び会計基準を遵守し、ガバナンスの強化に努めるとともに、社会情勢の変化、法改正等に適時対応できる体制を整え、職員への理解促進を図っており、今後も継続していく。

② 課題

・社会情勢の変化に適時に対応した内部ルールやガイドラインの整備

③ 今後の取組

・専門人材の活用及び内部職員によるチェック体制の強化
 ・法令遵守、内部統制に関する職員の理解促進のための指導及び研修等の実施

第5 計画期間中の目標

1 事業面における目標

取組		2023(R5)	2024(R6)	2025(R7)	2026(R8)
地域連携 DMO の推進					
1	旅行消費額	144,000 百万円	146,400 百万円	148,800 百万円	151,200 百万円
2	延べ宿泊客数	3,000 千人	3,015 千人	3,030 千人	3,045 千人
3	来訪者満足度	43.0%	43.5%	44.0%	44.5%
4	リピーター率	68.0%	68.5%	69.0%	69.5%

取組		2023(R5)	2024(R6)	2025(R7)	2026(R8)
静岡市観光振興の推進					
1	WEB サイト閲覧数	1,800,000PV	1,850,000PV	1,900,000PV	1,950,000PV
2	総合パンフレット配布数	50,000 部	40,000 部	40,000 部	40,000 部
3	観光交流客数	23,434 千人	27,512 千人	27,650 千人	27,788 千人
4	外国人宿泊者数	50,000 人	50,250 人	50,500 人	50,750 人
5	観光案内所利用者数	80,000 人	85,000 人	90,000 人	95,000 人
6	末廣来館者数	10,000 人	15,000 人	18,000 人	—
7	末廣利用者満足度	80%	90%	100%	—

取組		2023(R5)	2024(R6)	2025(R7)	2026(R8)
MICE 誘致の推進					
1	国際会議開催件数	5 件	5 件	5 件	5 件
2	新規 MICE 開催件数※	80 件	85 件	90 件	95 件
3	受入 MICE 参加者数	320,000 人	340,000 人	360,000 人	380,000 人
4	MICE 経済波及効果額	7,360 百万円	7,820 百万円	8,280 百万円	8,740 百万円

※ 新規 MICE 開催件数＝毎年定例的に開催される MICE 以外の総件数

2 経営面における目標

取組		2023(R5)	2024(R6)	2025(R7)	2026(R8)
ステークホルダーマネジメント					
1	ステークホルダーとの事業連携及び事業支援件数	10 件	15 件	20 件	25 件
財源確保・経営体質の強化					
1	賛助会費額	8,180 千円	8,450 千円	8,720 千円	9,000 千円
人材採用・育成/内部統制の強化					
1	職員採用人数	1 人	1 人	0 人	0 人
2	職員研修受講(実施)件数	15 件	15 件	15 件	15 件