

外郭団体の評価に係る基本調書

＜団体の概要＞

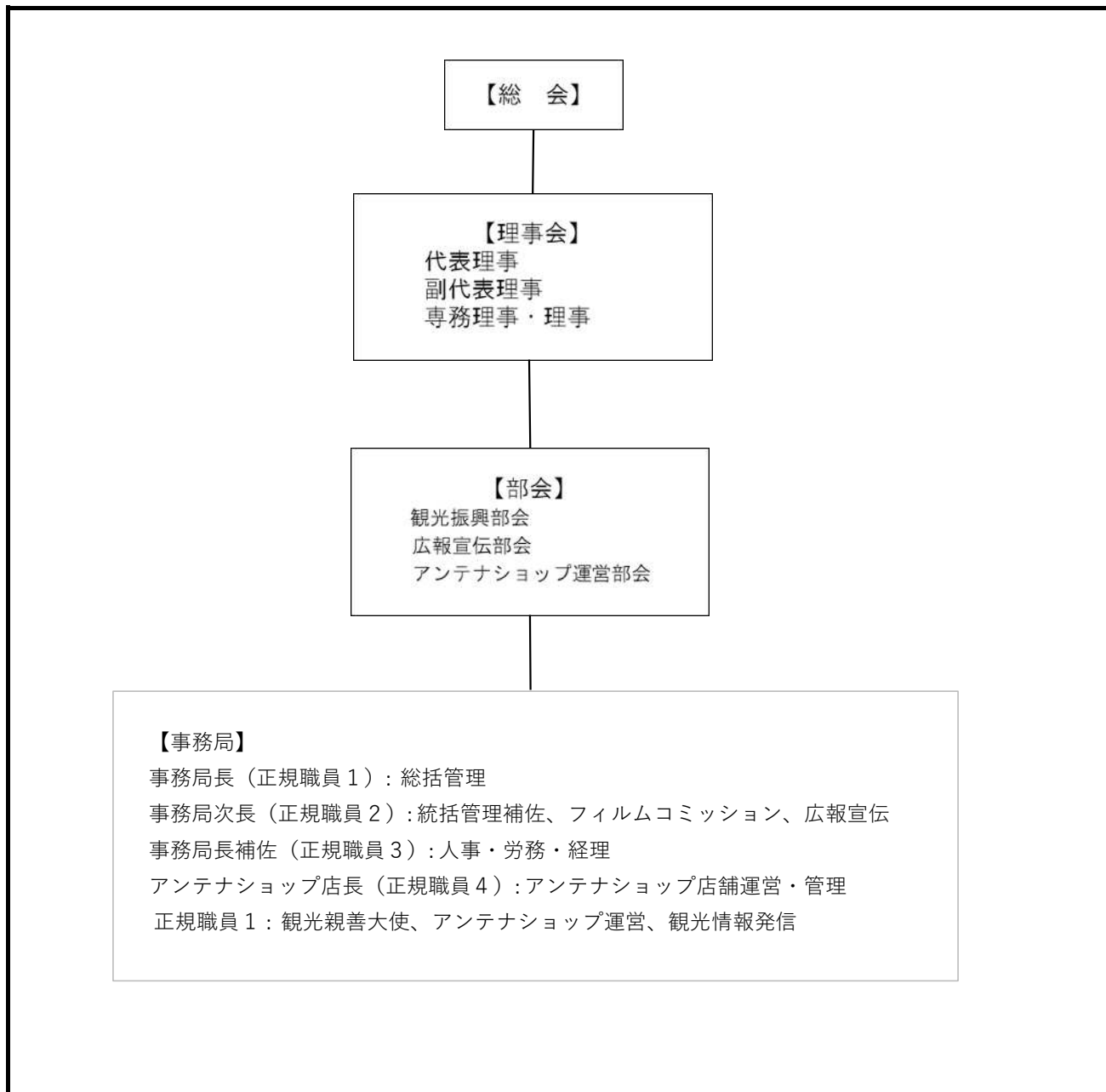
団体名	公益社団法人相模原市観光協会							
所在地	相模原市中央区相模原3丁目8番17号きらぼし銀行相模原支店ビル1階							
設立根拠	一般社団法人及び一般財団法人に関する法律							
設立年月日	平成25年3月1日に一般社団法人として設立、令和3年4月1日に公益法人化							
設立者	加藤 明							
市所管課	市長公室 観光政策課							
基本財産	市の出資額	0	千円	主 な 出 資 者 市以外 の	名 称	出資額（千円）	出資率	
	0 千円	出資率	0.0		%			
設立目的	相模原市及び周辺地域の観光事業の推進により、地域社会・文化の健全な発展及び地域経済の振興に寄与すること。							
事業内容	1 観光に関する調査及び企画並びに情報の収集及び提供 2 観光客の誘致及び滞在支援 3 観光資源の開発及び整備 4 観光物産品及び酒類の紹介・販売 5 観光施設の管理運営 6 観光に関する人材の指導育成 7 地方公共団体及びその他公共的団体から委託される観光関連業務の受託 8 旅行業法に基づく旅行業 9 広告宣伝事業 10 観光関連事業者及び諸機関との連携 11 その他この法人の目的を達成するために必要な事業							

＜人員配置＞

役員	人数		常勤理事	1	非常勤理事	26	常勤監事	0	非常勤監事	2
		内市退職職員数	常勤理事	1	非常勤理事	0	常勤監事	0	非常勤監事	0
	任期		理事2年、監事2年							
	常勤役員平均報酬		4,620千円							
評議員	人数		評議員							
		内市退職職員数	評議員							
	任期									

職員	人数	令和5年度	正規職員	5	他法人等からの 派遣職員	0	嘱託職員	0	合計	5
		令和4年度	正規職員	6	他法人等からの 派遣職員	0	嘱託職員	0	合計	6
		令和3年度	正規職員	4	他法人等からの 派遣職員	0	嘱託職員	3	合計	7
	給与体系		団体独自		職務内容に応じた給与体系					
	正規職員平均給料		3,063千円				正規職員平均手当		2,117千円	
	正規職員平均年齢		46歳							
	正規職員年齢構成	20歳未満	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60～65歳	66歳以上		
		人	1人	人	2人	1人	1人	人		
	正規職員役職構成	係員級	係長級	課長補佐級	課長級	参事級	部長級			
		人	人	人	人	人	人			
採用方法										

<組織及び分掌事務>



<人材育成>

研修	実施回数	令和5年度	3	令和4年度	0	令和3年度	3	
	受講人数	令和5年度	5	令和4年度	0	令和3年度	10	
	主な研修の名称	観光情報ウェブサイト市町村研修会、食品衛生責任者養成講習会、インボイス制度解説セミナー						
職員評価	評価制度の有無	有						
	評価の主な視点	期初に個別に立てた目標に対する、結果の考察						
その他	その他実施していること							

<情報発信>

情報紙	発行の有無	有						
	名称	相模原観光マップ						
	発行部数	令和5年度	0	令和4年度	0	令和3年度	10,000	
	主な掲載内容	観光スポット、イベント、物産品等						
	ターゲット層	相模原の観光に興味がある人						
ホームページ	開設の有無	有						
	主な掲載内容	観光スポット、イベント、物産品等						
	ターゲット層	相模原の観光に興味がある人						
	URL	https://www.e-sagamihara.com/						
SNS	開設の有無	有						
	開設しているSNS	Twitter (@e_sagamihara)、Instagram (sagamihara_kanko)、Facebook						
	主な掲載内容	リアルタイムの観光情報一般						
	ターゲット層	相模原の観光に興味がある人						
その他	その他実施していること							

<保有施設の状況>

施設の保有の有無	無
----------	---

<経営計画>

計画の策定	有
計画の名称	相模原市観光協会・経営方針2022
計画期間	令和4年度から令和6年度
団体の役割・使命	日本の経済の大動脈を形成するスーパーメガリージョンの一翼を担うため、首都圏南西部の広域交流拠点都市として、国際文化観光都市の形成を目指す。
団体の将来あるべき姿	リニア中央新幹線、中央高速道・圏央道などの広域交通網を活用し、本市の魅力・強みである自然資源、宇宙・ロボット産業等により、国内外から広域的誘客を行い、観光が地域の文化・経済の活性化の一端を担うことにより、都市の持続可能な成長を促していく。
主な内容	リニア中央新幹線中間駅から中山間地域へ誘導する観光コンテンツ作りや、広域交通網を利用して訪れる国内外からの来街者について、ニーズに応じたきめ細やかなホスピタリティで対応することにより、地域の文化・経済の創造・活性化を図る。また本市独自の商品・サービス等の開発を行うための仕組みづくりに取り組む。

<主な実施事業>

事業名称	観光振興事業		
区分	公益	自主	
確定事業費(千円)	30,224千円		
事業説明	内容	観光需要の把握などマーケティングの視点から、観光資源を発掘し、磨き上げを行う。また、観光人材育成研修の実施やキャンプ場運営を通じて観光誘客に貢献する。	
	成果	観光庁所管の「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①一般型」に採択され、相模原市、民間事業者（㈱JTB相模原支店、WAmazing㈱）、任意団体（相模の大風文化保存会、小原宿本陣祭実行委員会、津久井商工会、城山町祭囃子連絡協議会）と協働して、インバウンドを対象としたコンテンツ開発（ツアー造成）に取り組んだ。 具体的には、大風（3間風）制作・風揚げ体験、オリジナルミニ風制作などをメインコンテンツに、農林水産省“うちの郷土料理”の認定を受けた「酒まんじゅう」や、小原宿本陣祭、城山のお囃子など地域の芸能祭り体験、幻の郷土料理「かんこ焼き」体験などをサブコンテンツとして、3回（11月上旬・中旬・12月上旬）のモニターツアーを実施した。 ミニ風づくりや大風揚げ、城山のお囃子などのコンテンツに関して特に好評を博し、今後の本格的な観光コンテンツ造成の一助となった。	
	課題	モニターツアーの実施から商品開発・実売への移行。	

事業名称	観光PR事業		
区分	公益		
確定事業費(千円)	23,628千円		
事業説明	内容	魅力ある観光の情報を各種媒体（メディア、ポスター・チラシ、HP・SNS等）により発信するとともに、市内外の物産展等への出展を通して、効果的なシティセールスを推進し、観光誘客を図る。	
	成果	本観光協会ホームページ「いい～さがみはら」で、市内の旬な情報やイベント情報などを発信するほか、新しい観光スポットや市内の花の開花情報などをSNSでの発信を中心に積極的な情報発信を図ることにより、1,319,805件のページビュー数を達成し、イベントや観光スポットへの誘客増に寄与した。また、観光親善大使を市外を含む42イベントに延べ38人を派遣し、本市のシビックプライドの醸成に貢献したほか、フィルムコミッション事業として、412件の問い合わせ中80件の撮影を成立させ、本市への来場のきっかけとなるなど、相模原の認知度上昇に貢献した。	
	課題	観光情報の一元化、リアルタイムの観光情報の更新、アンテナショップのより効果的なSNSの活用など。	

事業名称		アンテナショップ等運営事業		
区分		公益		
確定事業費(千円)		104,281千円		
事業説明	内容	本市にゆかりのあるこだわりの特産品や名産品を取り揃え、販売・PRを行う。また、本市のイベント等の観光情報の発信も併せて行い、観光誘客に寄与する。この他、外商事業として、ふるさと納税返礼品などにも対応。		
	成果	18万人を超える累計客数および、約1億5千3百万円の売上を達成することにより、本市の特産品の認知度の向上や効果的なイベント告知による観光誘客に貢献し、また市の農業従事者にとって、貴重な販路の一助となっている。		
	課題	売上上げは堅調であるが、より効果的なPRが引き続きの課題となっている。		

<団体運営に対する考え方>

外郭団体としての必要性、役割	
「第3次相模原市観光振興計画」の基本方針を補完するべく、観光資源・人材の磨き上げを行い、民間事業者や地域の諸団体との調整役を担う。また、経済状況等の変化に機動的に対応し、地域経済・観光振興に寄与する。	
公益的使命の達成について	
○現状と将来のあるべき姿	
相模原市及び周辺地域の観光事業の推進により、地域社会・文化の健全な発展及び地域経済の振興に寄与することを目指した団体である。この目的を達成するため、各事業の有効性等を考慮に入れながら事業を遂行し、市の補助金等に依存しない財務体質を目指す。	
○今後の取組	
団体	地域団体との優良な関係を維持をしながら、自主財源の確保や市の政策に提案を行えるような団体を目指す。また、地域DMO（観光地域づくり法人）の登録を目指し、観光地域づくりを行うことについての多様な関係者の合意形成や、データの持続的な収集・戦略の策定・KPIの設定・PDCAサイクルの確立などを行っていく。
所管課	魅力ある観光コンテンツの造成と市内外への情報発信に取り組み、地域DMOに登録されることで地域社会において観光振興の中心的役割を担う。
事業の再整理・重点化について	
○現状と将来のあるべき姿	
各事業の有効性に着目しながら、効果測定などを行うことにより、必要に応じて事業の統廃合を含めた見直しを実施する。	
○今後の取組	
団体	専門性を高めるための取り組みを実施することにより職員の有効活用を行いながら、適正化した組織運営を目指す。
所管課	民間事業者や地域団体と連携しながら、持続可能な観光事業の推進に取り組む。

組織について	
○現状と将来のあるべき姿	
職員の専門性を高めるための研修の適宜実施や、成果主義、能力主義等に基づく評価の導入を図るなどの職員のモチベーションを図る仕組みなど現状はなされていない。今後は成果主義の導入や、人員の適正配置により効率的な組織運営に努める。	
○今後の取組	
団体	専門性を高めるための取り組みを実施することにより職員の有効活用を行いながら、適正化した組織運営を目指す。
所管課	専門性の高い観光人材の育成と地域人材やプロフェッショナルの活用等により、効果的かつ効率的な組織運営に取り組む。
財政状況の改善について	
○現状と将来のあるべき姿	
アンテナショップの売上とキャンプ場の利用収益が自主財源の柱であるが、変動要素が大きく財務基盤としては盤石と言えない。	
○今後の取組	
団体	アンテナショップ売上およびキャンプ場の利用者協力金以外の自主財源確保に努める。
所管課	アンテナショップの外商部門の強化等、現状の自主財源を維持するとともに、補助金や受託料に依存しない財政基盤の確立を目指す。

<今後の方向性>

経営上の課題	団体	当協会は公益社団法人への移行を果たした今、事業の公益性・公共性をより一層高める必要と、相模原市からの補助金・受託料依存脱却を目指した財務基盤の強化が求められている。各事業の目的や有効性等を再度点検し、不要な事業の廃止や他事業との統合などを推進し、再構築を図る必要がある。また、地域DMO（観光地域づくり法人）の登録をすることによって、マーケティングデータを活用した観光コンテンツの磨き上げを実施し、地域の多様な関係者と協働して地域の「稼ぐ力」を引き出すことに寄与することを目指していく。
	所管課	自主財源の柱であるアンテナショップは、公益会計であることや店舗面積を考慮すると、今以上に収益を大きく伸ばすことが容易でないことから、観光振興の推進に効果的かつ積極的な事業の実施に向けて、業務のスリム化など効率的な事業展開により事業費の確保を進めていく。
今後の取組	団体	財政面については、アンテナショップ売上とキャンプ場協力金以外の自主財源の確保の努力をし、また適正な人員配置や予算の適正配分で有効な協会運営に努める。また、令和7年度に地域DMOの登録を目指すため、基礎データの生成やマーケティングの内製化を実施する。
	所管課	財政的な自立を目指すとともに、地域社会と一体となって継続的に観光振興を推進できる仕組みづくりに取り組むとともに、地域DMOの登録に必要な業務を実施する。

外郭団体改革推進計画の進行管理シート

団体名	公益社団法人相模原市観光協会
-----	----------------

改革の方向性	外郭団体としての役割をより明確にする
	引き続き経営効率化に取り組む
	◎各地区の観光協会や観光関連事業者と一体となって観光振興に取り組み、市内のみならず市外からの観光客数の増加を図る。 ◎アンテナショップの収益増加と経営効率化に取り組み、自主財源の確保と支出の抑制を図ることで、収益に占める市の補助金の割合を段階的に抑制する。

取組項目	観光関連団体・事業者の連携強化による観光振興施策の展開			
	令和2年度(参考)	令和3年度	令和4年度	令和5年度
目標	新規観光資源数2件 イベント集客数16千人	新規観光資源数2件 イベント集客数17千人	入込観光客数7,116千人 一人当たり観光消費額1,023円	入込観光客数8,093千人 一人当たり観光消費額1,118円
取組内容	・各地区観光協会、観光関連事業者との連携強化 ・観光資源の発掘、磨き上げ	・各地区観光協会、観光関連事業者との連携強化 ・観光資源の発掘、磨き上げ	・各地区観光協会、観光関連事業者との連携強化 ・観光資源の発掘、磨き上げ	・各地区観光協会、観光関連事業者との連携強化 ・観光資源の発掘、磨き上げ
実績	コロナウイルス感染症予防の観点から、イベントは休止。 代替として、市内キャンプ場利用助成、寄り道クーポンチラシの配布等を実施した。	コロナウイルス感染症予防の観点から、イベントは休止。 代替として、市内キャンプ場利用助成、寄り道クーポンチラシの配布等を実施し、誘客に努めた。	コロナ禍の影響もあり、入込観光客数6,318千人、一人当たり観光消費額362円とともに未達だった。	令和5年度の本市における入込観光客数は未発表であるが、観光庁からの補助金を活用し、市内の伝統行事や料理をメインコンテンツ、サブコンテンツとして磨き上げを実施し、地域の観光事業者と連携を図った。
取組内容実績	コロナウイルス感染症予防の観点から、観光振興部会の開催はできなかった。	観光振興部会を3回実施することにより、情報交換を行ったほか、観光マップの作成を実施した。	新規顧客の獲得とリピーター確保を目的に、SDGsな体験コンテンツの造成し、日本人・台湾人を対象に、モニターツアーを実施した。	候補DMO（観光地域づくり法人）の申請をし、国の認可を受けた。また、インバウンドの推進に向けたモニターツアーを実施、観光資源の磨き上げに努めた。

取組項目	自主財源の確保及び事業の見直し（スクラップ・アンド・ビルド）による市補助金依存度の抑制			
	令和2年度(参考)	令和3年度	令和4年度	令和5年度
目標	市財政依存率 64.08%	市財政依存率 64.08%	市財政依存率 63.50%	市財政依存率 63.0%
取組内容	補助事業に自主財源を充当。事業の精査、見直しを検討。	補助事業に自主財源を充当。事業の精査、見直しを検討。	左記取組の実施による市財政依存率の抑制	左記取組の実施による市財政依存率の抑制
実績	市財政依存率56.4% コロナ禍でありながら、アンテナショップの売上が130百万円を達成し、自主財源の増大に貢献した。	市財政依存率65.8% コロナ禍でありながら、アンテナショップの売上が148百万円を達成し、自主財源の増大に貢献した。	市財政依存率47.0% コロナ禍でありながら、アンテナショップの売上が159百万円を達成し、自主財源の増大に貢献した。	市財政依存率48.8% インフレ・仕入高の逆風の中、アンテナショップの売上が159百万円を昨年度に続き達成し、自主財源の確保に貢献した。
取組内容実績	販路拡大により、アンテナショップ売上増大に努めた。	販路拡大により、アンテナショップ売上増大に努めた。	販路拡大により、アンテナショップ売上増大に努めた。	販路拡大により、アンテナショップ売上増大に努めた。

取組項目	アンテナショップ（sagamix）の効率的な経営による自主財源の確保			
目 標	令和2年度(参考)	令和3年度	令和4年度	令和5年度
	収益23,881千円	収益25,283千円	収益26,752千円	収益26,800千円
取組内容	売上分析や外商事業の推進により、市内産品のPR促進及び利益の増加を図る。	売上分析や外商事業の推進により、市内産品のPR促進及び利益の増加を図る。	売上分析や外商事業の推進により、市内産品のPR促進及び利益の増加を図る。	売上分析や外商事業の推進により、市内産品のPR促進及び利益の増加を図る。
実績	収益21,373千円	収益25,139千円	収益26,750千円	収益25,230千円
取組内容実績	顧客アンケートを実施するなど、ニーズ把握に努めた。	売上分析推進に加え、デジタルサイネージや地元産材を使用した什器を設置するなど、観光PRに努めた。	売上ベースで、過去最高の159,422千円を達成し、収益増に貢献した。	インフレや仕入コスト増加の中、売上ベースで予算比99.3%を確保した。

取組項目	事業規模に対応した適切な組織体制の確立			
目 標	令和2年度(参考)	令和3年度	令和4年度	令和5年度
	組織体制の見直しによる削減効果額 ▲310千円	組織体制の見直しによる削減効果額 ▲858千円	組織体制の見直しによる削減効果額 ▲350千円	組織体制の見直しによる削減効果額 ▲350千円
取組内容	自主事業の見直し（スクラップ・アンド・ビルド）	・自主事業の見直し ・事業規模に対応した適切な組織体制の検討	・自主事業の見直し ・事業規模に対応した適切な組織体制の検討	・自主事業の見直し ・事業規模に対応した適切な組織体制の検討 ・部門制の導入
実績	削減効果額▲339千円 アンテナショップ売上に対する人件費率を15.19%から14.93%に削減した。	削減効果額▲1,156千円 アンテナショップ売上に対する人件費率を14.93%から14.15%に削減した。	削減効果額▲300千円 アンテナショップ売上に対する人件費率を14.15%から13.96%に削減した。	削減効果額 +545千円 経営の効率化に努めたが、変動要因も多く、アンテナショップ売上に対する人件費率が13.96%から14.88%に上昇した。
取組内容実績	アンテナショップのスタッフシフトとの最適化を実施した。	アンテナショップのスタッフシフトとの最適化を実施した。	アンテナショップのスタッフシフトとの最適化を実施した。	アンテナショップのスタッフシフトとの最適化を実施した。

外郭団体の財政状況調書（公益法人版）

団体名	公益社団法人相模原市観光協会
-----	----------------

単位：千円

			令和元年度	令和２年度	令和３年度	令和４年度	令和５年度
経常収益			150,616	155,348	211,875	199,018	202,731
経常費用			150,068	147,033	208,384	198,194	197,801
	公益目的事業費	—	—	—	149,388	153,963	158,133
	収益事業費	—	—	—	41,892	25,420	18,720
	管理費	28,585	27,415	17,103	18,811	20,947	
当期経常増減額			548	8,315	3,492	824	4,930
収益合計			150,616	155,348	211,875	199,018	202,731
費用合計			150,068	147,033	208,384	198,194	197,801
	人件費		56,238	55,828	60,995	61,120	55,124
当期一般正味財産期首残高			25,215	25,643	33,838	37,310	38,114
当期一般正味財産期末残高			25,643	33,838	37,310	38,114	43,024
当期一般正味財産増減			428	8,195	3,472	804	4,910
当期指定正味財産増減			0	0	0	0	0
貸借対照表	資産	流動資産	35,861	49,113	54,913	57,487	60,915
		固定資産	7,036	6,261	6,484	5,461	4,401
		資産合計	42,896	55,374	61,397	62,948	65,315
	負債	流動負債	17,253	21,536	24,087	24,834	22,291
		固定負債	0	0	0	0	0
		負債合計	17,253	21,536	24,087	24,834	22,291
	正味財産	基本金	0	0	0	0	0
		当期正味財産増加額	428	8,195	3,472	804	4,910
		正味財産合計	25,643	33,838	37,310	38,114	43,024
	負債・正味財産合計		42,896	55,374	61,397	62,948	65,315
市の援助・市費受入状況	補助金		62,729	62,729	61,729	72,769	78,041
		事業費	24,234	35,314	42,908	54,524	62,456
		管理費	38,495	27,415	18,821	18,245	15,585
	交付金		0	0	0	0	0
	負担金		0	0	42,000	6,000	6,000
	委託料（指定管理料含む）		25,232	24,842	25,271	14,676	14,951
安全性	自己資本比率		59.8%	61.1%	60.8%	60.5%	65.9%
	流動比率		207.9%	228.1%	228.0%	231.5%	273.3%
	固定比率		27.4%	18.5%	17.4%	14.3%	10.2%
	固定長期適合率		27.4%	18.5%	17.4%	14.3%	10.2%
	経常比率		100.4%	105.7%	101.7%	100.4%	102.5%
効率性	管理費率		19.0%	17.6%	8.1%	9.5%	10.3%
	人件費率		37.3%	35.9%	28.8%	30.7%	27.2%
自立性	市への財政依存度		58.4%	56.4%	60.9%	47.0%	48.8%
収益性	総資本経常利益率		2.1%	24.6%	9.4%	2.2%	11.5%
その他	公益目的事業比率		—	—	71.7%	77.7%	79.9%
	収益事業比率		—	—	20.1%	12.8%	9.5%