



一般社団法人

練馬区産業振興公社

改定経営計画・
年度別計画(一部改訂)
(令和5年度・6年度)

令和6年(2024年)3月

目 次

I 経営計画の改定にあたって	1
II 各事業の方向性	5
1 練馬ビジネスサポートセンター	6
2 区民・産業プラザ	9
3 ねりま観光センター	12
4 ねりまファミリーパック	15
III 年度別計画	19
1 練馬ビジネスサポートセンター	20
2 区民・産業プラザ	21
3 ねりま観光センター	22
4 ねりまファミリーパック	23
5 会社の経営体制	24
付属資料	
法人概要	27
組織体制	28
財務状況	29

I 経営計画の改定に あたって

計画改定の経緯、見直しの背景、見直しの方向性

1 計画改定の経緯

一般社団法人練馬区産業振興公社（以下「公社」という。）は、平成25年4月、勤労者福祉共済事業を担っていた一般社団法人ねりまファミリーパックを改組し、練馬区の商業、工業、農業および観光の分野における産業振興に関する事業ならびに勤労者の福祉共済に関する事業を総合的に実施することにより、中小企業の経営の安定と発展に貢献し、もって区内産業の振興および地域経済の活性化に寄与することを目的として発足しました。現在、公社は、練馬ビジネスサポートセンター、区民・産業プラザ、ねりま観光センター、ねりまファミリーパックの4つの事業を大きな柱として事業を展開しています。

区においては、「外郭団体のあり方について」を区政改革の取組項目の一つに定め、外郭団体の役割の明確化、団体の定める規定や事業の見直しを行っています。平成29年12月には「外郭団体見直し方針」が策定され、所管の産業経済部からは、令和2年3月に「公社事業見直し方針」が示されました。

こうした区の取り組みを踏まえ、今後の公社の目指す将来像や各事業の方向性などを明らかにするため、公社は令和2年3月に「練馬区産業振興公社経営計画」を策定しました。

この計画の計画期間は5年間（令和2～6年度）、年度別計画は3年間（令和2～4年度）となっているため、計画期間の中間年度の令和4年度に見直しを行い、後半年度（令和5～6年度）の年度別計画を策定することとしています。

2 見直しの背景

経営計画策定時から3か年を経過した現時点の社会情勢は、以前とは大きく異なったものとなっています。

3年に及ぶコロナ禍は、国民生活や社会経済活動に大きな影響を及ぼしています。リモートワークや飲食店のテイクアウトサービスが定着し、ビジネス・消費活動等のあらゆる面で、非対面・非接触の行動様式やオンラインサービスの活用が拡大しています。新型コロナウイルスの出現は、社会全体のデジタル化を急速に推し進めています。

新型コロナウイルス感染者が比較的低位で推移し、重症化率も低く抑えられていることから、感染症法の位置づけを季節性インフルエンザと同等の「5類」に移行することが予定されていますが、社会全体のコロナ禍からの回復は順調なものとは言えません。

ロシアによるウクライナ侵攻に伴う物価全般のインフレ圧力、各国の金利引き上げに伴う円安の進行、日本銀行の金融緩和策の修正等、経済の先行きは不透明感を増しています。

こうした中、区は、令和4年3月に「第2次みどりの風吹くまちビジョン 改定アクションプラン」を策定し、社会情勢の変化を踏まえた令和4・5年度の取組を示しました。

また、令和5年には、練馬区において、練馬区名誉区民牧野富太郎博士をモデルとした NHK 連続テレビ小説の放送や「ワーナー ブラザース スタジオツアー 東京」の開設、全国都市農業フェスティバルの開催等、区内外の関心を集める大きな事業・イベントが行われます。

これらの動きを着実にとらえ、公社の進むべき道を適切に定める必要があります。

3 見直しの方向性

社会全体のデジタル化の進行に伴い、公社の各事業においても ICT を積極的に活用し、事業を再構築することが求められています。

練馬ビジネスサポートセンターは、開設以来、区内事業者の様々な相談に応じてきました。最近では、コロナ禍、物価上昇、円安の進行等の影響により、売上回復に向けた新規顧客の獲得、新たな事業の展開、販路拡大等の相談が増加傾向にあります。練馬ビジネスサポートセンターは、コロナ禍でニーズが高まった企業活動のデジタル化への支援を充実するとともに、中小企業診断士等の増員により、個別相談から伴走型支援へ相談体制を強化していきます。

区民・産業プラザの利用料金収入・利用率は、コロナ禍前の水準に達していません。また、ねりまファミリーパックの会員数は、先行きの見えない不安からか、コロナ禍前から大きく減少しています。現状を客観的に分析し、区民・産業プラザの利用料金収入の安定的確保、ねりまファミリーパックの会員数維持に取り組むとともに、両事業の窓口でのキャッシュレス決済等にも対応していきます。

牧野富太郎博士をモデルとした NHK 連続テレビ小説の放送やスタジオツアー 東京の開設は、区の魅力を発信する絶好の機会です。ねりま観光センターは、来訪者が練馬区で多くの時間を過ごしていただくよう、練馬区の魅力を直接体験できるツアー等を企画・実施していきます。

区の改定アクションプランに掲載された事業について、区と協議のうえ着実に実施するとともに、公社は、区との役割分担を常に意識しつつ、産業振興施策

の中核的機能を担い、区内経済団体と連携協力し多様で専門性の高い事業を展開していきます。

Ⅱ 各事業の方向性

4つの事業ごとの、

現状と課題、今後2年間の取組

1 練馬ビジネスサポートセンター

【現 状】

新型コロナウイルス感染症の影響を受けた区内事業者、創業希望者のニーズを踏まえ、以下の通り、経営計画で定めた取組を着実に実施してきました。

(1) 創業支援

「創業！ねりま塾」の体系を再編し、新たに「若者編」・「応用編」のカリキュラムを設けるなど、受講者が創業準備段階等に応じて、支援メニューを選択できるようにしました。

また、新型コロナウイルス感染拡大を契機として、セミナーの実施方法に、従来からの「対面方式」のほか、「動画配信方式」・「オンラインライブ方式」を導入し、セミナー参加への裾野を広げてきました。

このような取組により、累計460名を超える創業者を輩出しています。

(2) 区内事業者への経営支援

新型コロナウイルス感染拡大を契機として、法律相談を除く全ての総合相談・専門相談窓口で「オンライン相談」を導入し、相談チャンネルの拡充を図るとともに、区内事業者のニーズを踏まえ、新たな専門相談メニューとして「デジタルサポート相談」を設置しました。

加えて、コロナ禍において区内事業者のニーズが高い「テレワークの活用術」等をテーマとしたセミナーを実施しました。

相談件数は累計10,000件にせまる実績があり、各種セミナー満足度も80%を超える高い評価を頂いています。

(3) 練馬ビジネスサポートセンターの体制強化

中小企業診断士の資格を有する専任のセンター長兼ビジネスマネージャーを配置し、相談体制を強化しました。

(4) その他機動的な取組

経営計画で定めた取組のほかにも、感染症対策と事業活動の両立に課題を抱える区内事業者を、出張相談と補助金で支援する「ウィズコロナサポート事業」の実施、15分動画セミナーの開始等、外郭団体の特性を活かし、コロナ禍における事業者支援策を機動的に実施しました。

【課題】

これまでの取組を踏まえた、練馬ビジネスサポートセンターの課題は以下の通りです。

（１）コロナ禍を踏まえた支援の充実

区内事業者はサービス業等の小規模事業者が大半を占めています。経営者の年齢層も異なります。

社会全体でデジタル化が進行しています。事業所の経営規模・業種や経営者の年齢層等により、デジタル化の課題は異なります。個々の事業者の課題に応じて、デジタルを活用した経営の効率化や生産性の向上を図る必要があります。

また、コロナ禍で得られた知見を生かし、支援策のオンライン化等を通じた、利用者の利便性の向上が求められています。

（２）意欲ある創業者・事業者への支援

コロナ禍、物価上昇、円安の進行等の影響により、売上回復に向けた新規顧客の獲得、新たな事業の展開、販路拡大等の相談が増加傾向にあります。

令和４年に練馬区が実施した区内事業所実態調査では、「コロナ禍による経営悪化からの脱却」、「物価高騰による収益の低下」等の様々な課題があげられています。

相談者が認識している課題に対応しているだけでは、課題解決につながらない場合もあります。相談体制を強化し、相談者とのやり取りを通して分析を重ね、事業者の強みが生かせる新たな視点で、課題の掘り起こしをしていくことが求められています。

【令和５・６年度取組】

（１）デジタル化支援の充実とオンライン化の推進

＜区内事業者のデジタル化の支援＞

区報やSNS等を活用し、個々の事業者の課題に応じた「デジタルサポート相談」の利用促進を図ります。ねりま産業情報誌「ネリマデ」等を活用し、デジタル化成功事例等の情報を発信します。区内経済団体等と連携し、企業活動のデジタル化を推進していきます。

上記の取組を通して、セキュリティ面にも配慮しながら、区内事業者を支援していきます。

＜練馬ビジネスサポートセンターのオンライン化の推進＞

WEB会議システムを活用した「オンライン相談」・「オンラインセミナー」等の実施により、相談者・セミナー受講者の利便性の向上を図ります。

練馬ビジネスサポートセンターの補助金申請手続のオンライン化等を検討し、さらなる利便性の向上に努めます。

（２）相談体制を伴走型支援にシフト

練馬ビジネスサポートセンターの総合相談窓口は、これまで、センター長とビジネスマネージャーで対応してきました。令和5年4月から、センターにおいて相談実績が多い業種（サービス業・小売業・飲食業）に専門性を有する中小企業診断士を、総合相談窓口に新たに加え、相談体制を常時2名体制から常時3名体制に強化します。創業希望者の支援についても、創業準備の各段階に応じて最適なアドバイスを行い、創業後の支援にもつなげていくよう、この相談体制を最大限活用していきます。

センター長、ビジネスマネージャー、増員した中小企業診断士によるチームを編成し、各種補助金等の支援策の案内にとどまらず、積極的に相談者の経営課題を掘り起こし、出張相談も行いながら、中長期的な経営戦略や事業計画の策定等の支援につなげていきます。

なお、新市場への参入や新商品・新サービスの開発等に取り組む事業者に対しては、令和6年度から、事業計画の策定に加え、その実行までを伴走して支援し、取組に必要な費用の一部を補助します。

2 区民・産業プラザ

【現 状】

新型コロナウイルス感染症の影響を受け、区民・産業プラザの利用は大きく低下しています。この状況の中で、区民・産業プラザの利用を促進するため、以下のような取組を実施してきました。

(1) 適切な施設管理と利用者満足度の向上

毎日の施設内清掃のほか、床面清掃を定期的を実施し、空調機・映像設備等の設備保守により、適切な維持管理を行ってきました。窓口においても良好な接遇を継続しています。その結果、利用者満足度は90%以上を維持しています。

(2) 利用料金収入確保のための取組

令和3年度から、これまで免除扱いだった、ココネリホールと産業イベントコーナーの区の利用について、利用料金の徴収を開始しました。また、研修室の営利用を可能なものとし増収に努めました。

施設の利用促進の取組として、施設の紹介動画を作成し、区民・産業プラザホームページのほか、ココネリ内のデジタルサイネージ5か所で放映しています。

(3) 産業イベントコーナーの利用促進

区民・産業プラザの中で最も利用率の低い産業イベントコーナーの利用促進を図るため、令和3年度から産業イベントコーナーの利用率向上を目的としたPTを公社内で組織し、事業の実施や設備の充実について検討を進めています。令和4年度は、公社主催で企画イベントを実施しています。

[4か年の利用状況]

(単位：千円)

	令和元年度		令和2年度		令和3年度		令和4年度	
	収入	利用率	収入	利用率	収入	利用率	収入	利用率
研修室1～5	7,782	78.9%	3,381	58.2%	4,894	70.9%	6,800	65%
ホール	14,159	72.4%	3,988	35.7%	9,670	51.8%	15,900	55%
産業イベントコーナー	4,000	50.8%	—	—	3,006	38.4%	3,700	40%
多目的室	689	84.6%	337	64.4%	506	74.4%	600	65%
計	26,630	75.8%	7,706	53.5%	18,076	64.1%	27,000	65%

令和元・2・3年度は決算数値。令和4年度は見込数値。

【課題】

これまでの取組を踏まえた、区民・産業プラザの課題は以下の通りです。

（１）産業イベントコーナーの利用率向上

産業イベントコーナー利用促進については、PT での検討・公社主催の事業実施等の取組を行っていますが、利用率は依然として低い状況にあります。

利用促進と賑わい創出を実現するためには、これまでの取組を継続的利用の促進につなげていく必要があります。

（２）利用料金収入の安定確保

区民・産業プラザは、新型コロナウイルスの影響により利用率・利用料金収入が低下していますが、利用率が増加しても、公用利用等の減免利用の割合も多いため、利用料金収入がそれほど増加しない状況にあります。

安定した利用料金収入を確保するためには、継続的な利用を促すような環境面の整備と、利用料金収入の減免制度のあり方について、検討する必要があります。

【令和５・６年度取組】

（１）産業イベントコーナーの利用促進に向けた事業等の実施

公社内 PT での検討・公社主催の事業については、令和５年度以降も継続して実施します。

今後は、区内経済団体とも連携し、団体とのつながりを生かしたイベントを行い、数多くの事業所に周知を図ることにより、今後の利用増につなげていきます。

また、新規利用者を開拓するため、電話営業・個別訪問営業等を開始します。

（２）利便性向上に向けた取組

<WEBページのスマートフォン／タブレット画面对応>

区民・産業プラザホームページの画面は、現在 PC 専用となっています。一方で、閲覧は PC 以外からのアクセスの割合が多いため、スマートフォン／タブレット対応画面を導入します。

<キャッシュレス決済の導入>

施設使用料の支払い方法について、現金払いに加え、近年急速に普及したキャッシュレス決済を導入します。

検討にあたり、他の区立施設の状況等を踏まえるとともに、同じ窓口で取り扱っているねりまファミリーパックの決済と導入時期を合わせます。

<施設環境の整備>

アンケート調査や窓口での利用者の意見により、ディスプレイの改善・案内表示の見直し等、施設の利用促進を念頭に置いて、区とも協議し施設環境の整備を行います。

(3) 利用改善に向けた区との協議

区民・産業プラザは、練馬駅に近接し区全域からアクセスしやすい等の要因により、免除扱いとなる区利用が徐々に増加してきました。このため、令和3年度からココネリホールと産業イベントコーナーの区利用を有料としましたが、これにより免除扱いが継続されている研修室に区利用が流れています。区利用の運用方法や減免制度のあり方について、区と協議を進めます。

区民・産業プラザの各施設は、利用日7日前までのキャンセルであれば、翌月以降の利用申込に制限がかからないことになっています。このうち、ホール・産業イベントコーナーについては前払いであるため、有料の団体であれば料金が返還されないリスクがありますが、免除団体については、そのリスクがありません。利用日間近にキャンセル・利用変更された場合、その後に予約がほとんど入らないのが現状です。施設を有効に活用するため、施設利用におけるキャンセル等の取扱いについて、区と協議します。

3 ねりま観光センター

【現 状】

新型コロナウイルス感染症は、大きく人々の行動様式を変えています。観光も例外ではありません。リアルしかありえなかった観光ツアーにも、オンライン商品が出現しています。また、感染を回避するため、安全・安心も重視されています。このような状況を踏まえて、ねりま観光センターは以下のような取組を実施してきました。

(1) デジタルツールの積極的な活用

令和2年度には、コロナ禍による外出抑制にいち早く対応し、観光情報サイト「とっておきの練馬」に新たな特設ページ「バーチャルねり丸ランド」を開設しました。練馬の都市農業や映像文化等の魅力を、VR（バーチャルリアリティ）映像で現実に近い体験ができます。この中で、令和2年8月に閉園した「としまえん」のVRを収録しています。

令和3年度にはツイッターに加え、Instagramのアカウントを開設しました。着実にフォロワーを獲得し、その数も上昇しています。また、「とっておきの練馬」への誘導も積極的に行っています。

同じく3年度に、スマートフォンの位置情報から人流を調査・把握する観光動態調査を実施しました。調査結果は、より効率的な冊子の配架や制作物におけるターゲットの絞込み等に活用しています。

(2) 観光センターのブランド化に向けた取組

ねりコレ2022認定については、審査ルールの厳格化とお客様にとってのわかりやすさをねらいに制度の見直しを行い、お土産部門とメニュー部門の二部門制としました。PR方法についても、最適化をねらいとして、お土産部門は従来と同様冊子への掲載、メニュー部門はWEBに移行しました。

練馬区公式アニメキャラクター「ねり丸」を使用したグッズを販売し、売上向上に努めています。年間5種類程度の新商品を開発しています。

ホテルカデンツァ東京や四季の香ローズガーデン、都市農業課等と協働し、体験型ツアーを企画・実施し、様々な練馬区の魅力を区内外に発信しています。

(3) 観光案内所の効果的な活用

通常の商品販売に加え、季節感を取り入れたフェア等を年数回実施し、売上向上に努めています。

区内周遊の促進を図るため、大型観光マップをねりま観光案内所に掲出し、区内の様々な観光スポットを紹介しています。また、お客様の来所記念用として、観光案内所のオリジナル記念スタンプを設置しています。

ねりま観光案内所では、ねり丸 10 周年記念キャンペーンのぬり絵やねり丸七夕飾り等、ショーケースから飛び出した売り場づくりを行い、産業イベントコーナーも活用したイベントを実施しています。

【課題】

これまでの取組を踏まえた、ねりま観光センターの課題は以下の通りです。

(1) コロナ禍を経た新たな観光情報の提供

新型コロナウイルス感染症は、人々の行動様式・価値観を変え、ニーズを多様化させています。これに対応する練馬の観光情報の提供が求められています。

(2) 増加が見込まれる観光客への対応

令和 5 年春に、練馬区名誉区民牧野富太郎博士をモデルとした NHK 連続テレビ小説「らんまん」の放送が開始され、同年夏にはワーナー ブラザース スタジオツアー東京がオープンします。今まで練馬区に来たことがなかった、関東圏を中心に近隣各区市の人々が朝ドラを見て牧野記念庭園を訪れることが予想されるとともに、スタジオツアー東京の開設に伴い、国内のみならず、アジア圏を中心に様々な国の人々が練馬区を訪れる可能性が大いにあります。

スタジオツアー東京来場者等が練馬区で多くの時間を過ごしていただくよう、観光動態調査の結果を踏まえながら、積極的に練馬の観光情報を提供すること、また魅力を直接体験していただけるツアー等の企画・実施が求められています。

(3) 「映像∞文化のまち構想」により期待される役割の実現

「映像∞文化のまち構想」により、観光案内所は映像文化の情報発信としての役割が期待されています。情報の発信拠点としての機能強化をこれまで以上に推進し、観光案内所としての価値をさらに高めていく必要があります。

【令和 5・6 年度の取組】

(1) デジタルツールの活用とホームページのリニューアル

デジタルツールをさらに積極的に活用し、スマートフォンアプリを用いたデジタルスタンプラリーやアニメ関連の情報提供の仕組みを構築し、練馬の観光資源の魅力や価値を高めていきます。

観光情報サイト「とっておきの練馬」をリニューアルし、ワーナー ブラザー

スタジオツアー東京の来客者に対応するため、現在4言語（英・韓・中（簡・繁））対応の多言語化をさらに拡大します。また、ねり丸グッズ等のオンライン販売を開始し利便性の向上に努めます。

（2）魅力的な区内周遊ツアーと練馬ならではの商品の開発

令和5年のNHK連続テレビ小説の放送やワーナー ブラザース スタジオツアー東京の開設等を、練馬区の魅力を発信する好機と捉え、新しい区内周遊ツアー等を練馬区と連携しながら、将来のインバウンド需要も見据えて企画・実施していきます。その一環として、ねりま観光センターが「旅行業免許」を取得し、魅力あるツアーの企画・区内旅行関連事業者との密接な連携が可能となるよう体制を整備します。

また、練馬区の観光資源は地理的に点在しています。この短所を克服するため、シェアサイクル等を最大限に活用し、「ミニマムツーリズム&エコツーリズム」を具現化した、魅力的な区内周遊ツアーの開発を推進します。

ツアーを含む商品の開発においては、「映像∞文化のまち構想」を踏まえ、従来からの伝統工芸や農業以外に、映像文化関連の資源・資産のコンテンツ化に着手し、より訴求力のある練馬ならではの商品を開発します。

（3）観光案内所を魅力あふれる観光拠点へ

「映像∞文化のまち構想」を踏まえ、アニメコンテンツのパネル展示等を通して、観光案内所から、日本アニメ文化の礎と言われる貴重な映画やアニメを始めとする映像文化資源の魅力を広く発信していきます。

特にねりま観光案内所は、産業イベントコーナーに隣接しています。この特性を生かし、既存のマルシェとねりコレの連携による即売会や実演販売等の開催等を通して、産業イベントコーナーの定期的利用を促進し、観光案内所の魅力をさらに高めていきます。

4 ねりまファミリーパック

【現 状】

ねりまファミリーパック（以下「ファミリーパック」という。）も、新型コロナウイルス感染症の影響を大きく受けています。会員への提供メニューの一つである観劇・コンサートは、開催中止が発生する等の状況が生じています。また、先行きの見えない不安からか、退会者が増加傾向にあります。ファミリーパックの会員数の推移とこれまでの取組は以下の通りです。

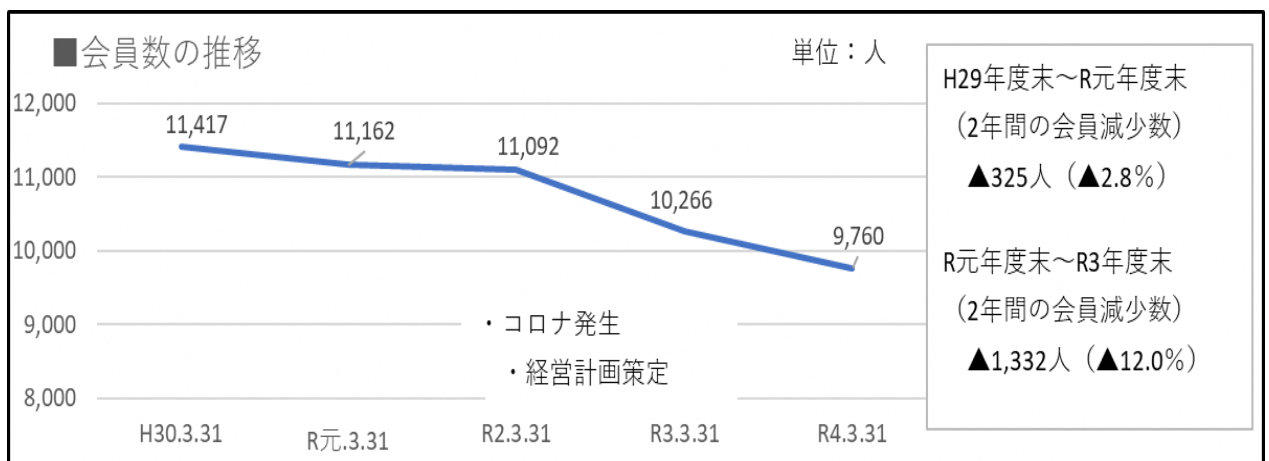
（１）会員数の推移

ファミリーパックの会員数は、平成24年度末の13,046人を境にゆるやかな減少が続いています。特に、令和2年8月のとしまえんの閉園および新型コロナウイルスの発生を機に退会者は激増し、令和3年度末の会員数は9,760人まで減少しています。

（２）コロナ禍を踏まえた様々な取組

コロナ禍において、売上に大きく影響を受けている区内飲食店を支援するため、会員事業所と連携して、テイクアウトや店内飲食で使える補助券を発行しています。また、練馬区国際・都市交流課の協力により、練馬区友好都市の長野県上田市の特産品をあっせんし好評を得るなど、会員ニーズに応じた新たな事業にも積極的に取り組んでいます。

しかしながら、退会者数に歯止めはかからず、としまえん閉園等外的要因も重なり、コロナ禍以降の2年間の会員数の減少は、コロナ禍以前の2年間の約4倍と急増しており、会員数維持に大変厳しい状況が続いています。



【課題】

これまでの取組を踏まえた、ファミリーパックの課題は以下の通りです。

(1) 会員ニーズを的確に捉えたサービスの提供

ファミリーパックホームページ画面はPC専用となっていたため、スマートフォンでは見にくく、申込みがしにくいとの意見が多数寄せられてきました。このため、令和4年10月に、スマートフォン／タブレット対応画面を試験的に導入しましたが、会員の声等を取り入れ、更に使い勝手の良いものにする必要があります。

また、コロナ禍の新しい生活環境では、非対面・非接触でのサービス提供が必須となっています。ファミリーパック窓口での代金の支払方法は現金のみに限られており、アンケート調査からはクレジットカード等キャッシュレス決済を要望する意見が数多く寄せられています。

会員ニーズを的確に捉えたサービス提供が求められています。

(2) コロナ禍での会員数維持と新たな共同事業の必要性

アンケート調査結果では、会員の満足度は目標値を上回り、ファミリーパックの様々な事業が高い評価をいただいています。一方で、会員数の減少には歯止めがかかっていません。これまでの様々な取組が会員数維持という結果につながっていないことから、前例にとらわれない新しいサービスメニューを積極的に取り入れ、会員満足度の向上を図り退会防止への取組を強化することが求められています。

ファミリーパックは、練馬区の外郭団体が運営する事業であり、民間の福利厚生事業とは異なり、地域社会に深く根差したサービスを提供する必要があります。現在、地域経済活性化に向け取り組んでいる共同事業の協力事業者は、JAや農園、浴場組合や旅行者等に限定されており、従来からの事業者だけではこれまで以上のメニューの拡大は困難となっています。

【令和5・6年度取組】

(1) 新しい生活環境に対応したサービス提供の推進

<WEBページのスマートフォン／タブレット対応画面の本格運用>

試験的に導入したスマートフォン／タブレット対応画面を、令和5年度に会員アンケートの要望等を反映した改修を行い、6年度に本格運用を開始します。

<キャッシュレス決済の導入>

窓口での支払い方法について、現金払いに加え、近年急速に普及したキャッシュレス決済を導入します。

導入時期については、同じ窓口で取り扱いを行っている区民・産業プラザの決
済と導入時期を合わせます。

<デジタルチケットへの対応>

非対面・非接触により、さらに普及が加速するデジタルチケットについては、
チケットのあっせん方法について検討し、可能なものから導入を進めます。

(2) コロナ禍での会員ニーズや事業分析を踏まえた事業運営

<会員ニーズの把握と満足度向上による会員数維持>

スマートフォンのアンケート機能を充実し、会員ニーズの詳細な把握と事業
分析を実施し、さらなる会員満足度の向上を図り退会防止に努めます。

令和5年度以降は、WEB会員の満足度割合90%以上を維持します。

また、令和5年に開設するワーナー ブラザース スタジオツアー東京の利用
に対する会員向けサービスの実施等、新規事業にも積極的に取り組みます。

<新たな業界・業種との共同事業の実施>

民間の福利厚生事業では実施することが難しい、地域社会に根差した事業展
開を進め、これまで取り組んできた共同事業をさらに充実します。

練馬区の外郭団体としての経済団体等とのつながりを最大限に活用し、多岐
にわたる業界・業種との共同事業を実施し、区内事業者の発展および地域経済の
活性化を実現します。

Ⅲ 年度別計画

(令和5年度・6年度)

※次ページ以降の実績・目標値等の2年度・3年度は実績値、4年度は見込み数値、5年度・6年度は目標値

1 練馬ビジネスサポートセンター(ネリサポ)

(1) 経営相談(総合・創業・専門)の実施

📁 2か年の取組内容

相談体制の充実により、累計相談件数 14,000 件を目指す

📁 指標

毎年度の相談件数の累計

📁 指標の採用理由

相談の件数が直接ネリサポの利用度を反映するため

📁 実現方法

新たな相談チームの編成による相談体制強化、デジタルサポート相談の利用促進およびオンライン相談の実施による

📁 実績・目標値等 [累計相談件数 件]

2年度	3年度	4年度	5年度	6年度
8,251	9,663	11,100	12,500	14,000

(2) 創業ねりま塾の開催、創業希望者への支援

📁 2か年の取組内容

創業ねりま塾の実施方法において「対面方式」「動画配信方式」「オンラインライブ方式」を計画的に導入するとともに開催曜日や時間帯の検討を行う

📁 指標

年間創業者数

📁 指標の採用理由

創業の状況が把握できるため

📁 実現方法

実施方法等の改善によりセミナー参加者の利便性の向上に努めるとともに、希望者への相談支援をきめ細かく実施する

📁 実績・目標値等 [年間創業者数 人]

2年度	3年度	4年度	5年度	6年度
36	46	55	55	55

(3) 利用者のニーズに応えるセミナーの実施

📁 2か年の取組内容

デジタル化をはじめ要望の多いテーマを中心に様々なセミナーを実施するとともに「オンラインセミナー」の実施によりセミナー参加者の利便性の向上に努める

📁 指標

セミナー受講者の満足度

📁 指標の採用理由

受講後のアンケートにより満足度や意向が把握できるため

📁 実現方法

アンケート結果や利用者から寄せられる意見を的確に把握しコーディネーター等の意見を踏まえてテーマ設定を行う

📁 実績・目標値等 [受講者満足度 %]

2年度	3年度	4年度	5年度	6年度
77.4	81.7	80以上	80以上	80以上

2 区民・産業プラザ

(1) 施設利用の推進と利用者満足度の向上

📌 2か年の取組内容

近くて便利で設備の整った施設の特性を更に高め、利用者満足度の高いサービスを提供

📌 指標

利用者満足度

📌 指標の採用理由

利用者アンケートによる調査結果により利用者の意向や満足度が反映できるため

📌 実現方法

施設の維持管理、接遇の向上、設備の充実等により利用者満足度の維持向上に取り組む

📌 実績・目標値等【利用者満足度 %】

2年度	3年度	4年度	5年度	6年度
96.0	92.7	95以上	95以上	95以上

(2) 利用料金収入の確保

📌 2か年の取組内容

新型コロナの影響が見通せない中、指定管理者として、利用料金収入を安定的に確保する

📌 指標

毎年度の利用料金収入額

📌 指標の採用理由

利用料金の確保が指定管理業務の安定に直結するため

📌 実現方法

感染対策の徹底と施設サービスのPRに加えて、公用・減免・キャンセルによる減収の対策等を区と協議するとともに、区外(5割増)も含めて様々な団体の利用促進に取り組む

📌 実績・目標値等【利用料金収入額 千円】

2年度	3年度	4年度	5年度	6年度
7,706	18,076	27,000	31,378	32,000

(3) 産業イベントコーナーの利用促進

📌 2か年の取組内容

利用率が最も低い産業イベントコーナーの利用増大に向けた取組を行う

📌 指標

コーナーの年間利用率

📌 指標の採用理由

他の部屋との比較により、利用状況を客観的に表すことができるため

📌 実現方法

感染対策を行いつつ、産業経済団体と連携したイベント等により、コーナーの利用率を高める

📌 実績・目標値等【コーナーの年間利用率 %】

2年度	3年度	4年度	5年度	6年度
-	38.4	40	50	55

※2年度については、分母となる利用可能延時間が極小数値であるため、「-」表示としている

3 ねりま観光センター

(1) 観光案内所の運営

📄 2か年の取組内容

練馬・石神井各々の商品内容、施設機能を更に充実し、区内観光資源の魅力発信につなげる

📄 指標

2か所の案内所の年間売上額

📄 指標の採用理由

各観光案内所の売り上げは利用者への魅力発信、および魅力への対価を直接的に反映するものであるため

📄 実現方法

ねりコレ 2022 やねり丸グッズ、ねりこグッズをはじめ、プロダクト&ソフトの両面で、区内事業者等との新たな商品開発や季節感を意識したフェアの実施など商品構成の充実と売上UPに取り組む

📄 実績・目標値等 【年間売上額 千円】

2年度	3年度	4年度	5年度	6年度
21,584	31,827	37,350	37,500	38,000

(2) HP「とっておきの練馬」によるねりまの魅力発信

📄 2か年の取組内容

HPの検証を通じ、さらなる練馬の観光資源や魅力の創造と発信を行う。練馬区へのお出掛け、観光情報のポータルサイトを指す

📄 指標

サイトのPV数

📄 指標の採用理由

PV数やアクセス者の志向等の把握により、HPの内容充実につなげることができるため

📄 実現方法

アナリティクス解析の活用と最新技術の導入等により、PV数、並びにアクセス情報の詳細を検証し、HPの内容や導線の改善、スタジオツアー情報ページの作成により、効果的な情報発信につなげる

📄 実績・目標値等 【年間PV数】

2年度	3年度	4年度	5年度	6年度
1,400,420	903,801	1,080,000	1,300,000	1,600,000

(3) ねりま観光ツアーの実施

📄 2か年の取組内容

新たな体験や見どころの創造・創出を通じて練馬の魅力を見直し、練馬への定期的な来訪(周遊)を促すツアーを実施する

📄 指標

ツアーの開催回数

📄 指標の採用理由

開催回数がツアーの充実度を直接反映するものであるため

📄 実現方法

ツアーの種類や開催回数を増やし、多角的に区内の観光資源の魅力をPRする

※ねり歩きガイドの会との協働等

📄 実績・目標値等 【ツアーの開催回数】

2年度	3年度	4年度	5年度	6年度
3回	6回	8回	13回	20回

4 ねりまファミリーパック

(1) 区内事業者・区内経済団体との共同事業の実施

📁 2か年の取組内容

民間の類似事業者にはできない、地域に根差した事業展開を進め、これまで取り組んできた共同事業をさらに充実して実施する

📁 指標

共同事業の件数

📁 指標の採用理由

共同による地域経済活性化の実態を客観的に表すことができるため

📁 実現方法

練馬区の外郭団体としての経済団体等とのつながりを最大限に活用し、多岐にわたる業界・業種の事業者等に積極的に共同事業の実施を働きかけていく

📁 実績・目標値等 【共同事業の件数 件】

2年度	3年度	4年度	5年度	6年度
5	6	7	8	9

(2) WEB 会員の拡大による利便性の向上

📁 2か年の取組内容

WEB 会員をさらに拡大し、令和 4 年 10 月に試験的に導入したスマートフォン対応画面を検証し、6 年度に本格運用を開始する

📁 指標

全会員に占める WEB 会員の割合

📁 指標の採用理由

会員の利便性の向上と経費節減の状況を把握しやすいため

📁 実現方法

WEB 会員限定のサービスを充実するとともに、WEB 会員にとって使いやすい HP 画面構成にするなどの取組を行う

📁 実績・目標値等 【WEB 会員の割合 %】

2年度	3年度	4年度	5年度	6年度
73	74	75	76	77

(3) コロナ禍での会員ニーズの把握と WEB 会員満足度の向上

📁 2か年の取組内容

会員ニーズの詳細な把握と事業分析により、新しい生活環境に対応したサービスを提供し WEB 会員の満足度割合 85%以上を維持する

📁 指標

WEB 会員の満足度

📁 指標の採用理由

会員の 7 割以上を占める WEB 会員の満足度が最も把握しやすいため

📁 実現方法

WEB 会員が回答しやすい内容とプレゼント企画の併用により回答率のアップにつなげる

📁 実績・目標値等 【満足度の割合 %】

2年度	3年度	4年度	5年度	6年度
95.3	89.3	80 以上	90 以上	90 以上

5 会社の経営体制

(1) 経営体制の再構築

- ☞ 2か年の取組内容
各部門の連携や円滑な総合調整が図られるよう、現行の経営体制を再構築する
- ☞ 指標
経営体制の検証・再構築
- ☞ 指標の採用理由
マネジメントを強化し、部門間の連携を図るため

- ☞ 実現方法
経営体制のあり方を検証し、総合調整の観点から最適な組織に再編する

☞ 実績・目標値等

2年度	3年度	4年度	5年度	6年度
検討実施	実施	実施	実施	実施

(2) 経営戦略会議等の設置

- ☞ 2か年の取組内容
経営戦略会議および区との連絡協議会を開催する
- ☞ 指標
会議の開催
- ☞ 指標の採用理由
経営計画の進捗管理等を行うため

- ☞ 実現方法
定期的に会議を開催する

☞ 実績・目標値等

2年度	3年度	4年度	5年度	6年度
検討	会議運営	会議運営	会議運営	会議運営

(3) 区内経済団体との連携強化

- ☞ 2か年の取組内容
後援名義の共有等にとどまらない、更なる事業の連携強化を行う
- ☞ 指標
連携強化策の実施
- ☞ 指標の採用理由
区内団体との連携を強化するため

- ☞ 実現方法
連携事業を実施し、関係性を強化する

☞ 実績・目標値等

2年度	3年度	4年度	5年度	6年度
検討	実施	実施	実施	実施

(4) 独自収入確保のための取組

- ☞ 2か年の取組内容
各部門で独自に管理している様々な収入について、更なる増収策を検討する
- ☞ 指標
独自収入確保策の導入
- ☞ 指標の採用理由
独自収入を確保し、公社の財務の改善を図るため

- ☞ 実現方法
各部門が独自収入確保に向け検討する

☞ 実績・目標値等

2年度	3年度	4年度	5年度	6年度
検討	実施	実施	実施	実施

(5) 人事組織戦略方針の策定・実施

- ☞ 2か年の取組内容
人事組織マネジメント基本方針に基づき、計画的に研修を実施するとともに、職員の処遇改善等に取り組む
- ☞ 指標
人事組織マネジメント基本方針の実施
- ☞ 指標の採用理由
職員育成により、機動的な組織整備を図るため

- ☞ 実現方法
研修を実施するとともに、資格取得等の成果をあげた職員の処遇改善策を検討する

☞ 実績・目標値等

2年度	3年度	4年度	5年度	6年度
検討	方針策定	実施	実施	実施

(6) 施設環境の整備

施設環境の整備については、公社の経営体制の課題としてではなく、区民・産業プラザの課題として整理する。なお、サイン計画については令和4年度中に策定し、順次取り組んでいく。

付属資料

法人概要

1 設立目的

練馬区の商業、工業、農業および観光の分野における産業振興に関する事業ならびに勤労者の福祉共済に関する事業を総合的に実施することにより、中小企業の経営の安定と発展に貢献し、もって区内産業の振興および地域経済の活性化に寄与することを目的とする。

2 実施事業

設立目的を達成するため、以下の事業を行う。

- (1) 練馬区内の中小企業の経営支援および産業振興に関する事業
- (2) 地域経済活性化のための観光振興に関する事業
- (3) 地域経済活性化のための旅行業法に基づく旅行事業
- (4) 中小企業に働く勤労者および事業主のための福祉共済事業
- (5) その他目的を達成するために必要な事業

3 沿革

昭和 54 年 2 月 24 日 「練馬区勤労者福祉共済会」として発足する。

平成 13 年 4 月 1 日 「練馬区勤労者福祉共済会」と「練馬区福祉公社」が統合し、「練馬区区民・勤労者福祉サービスセンター」とする。

平成 16 年 4 月 1 日 法人格を取得し、「有限責任中間法人ねりまファミリーパック」とする。

平成 21 年 4 月 1 日 法律の改正により、「一般社団法人ねりまファミリーパック」に名称変更する。

平成 25 年 4 月 1 日 法人改組により、「一般社団法人練馬区産業振興公社」とする。

平成 26 年 4 月 14 日 練馬区立区民・産業プラザの指定管理業務開始
練馬ビジネスサポートセンター開設

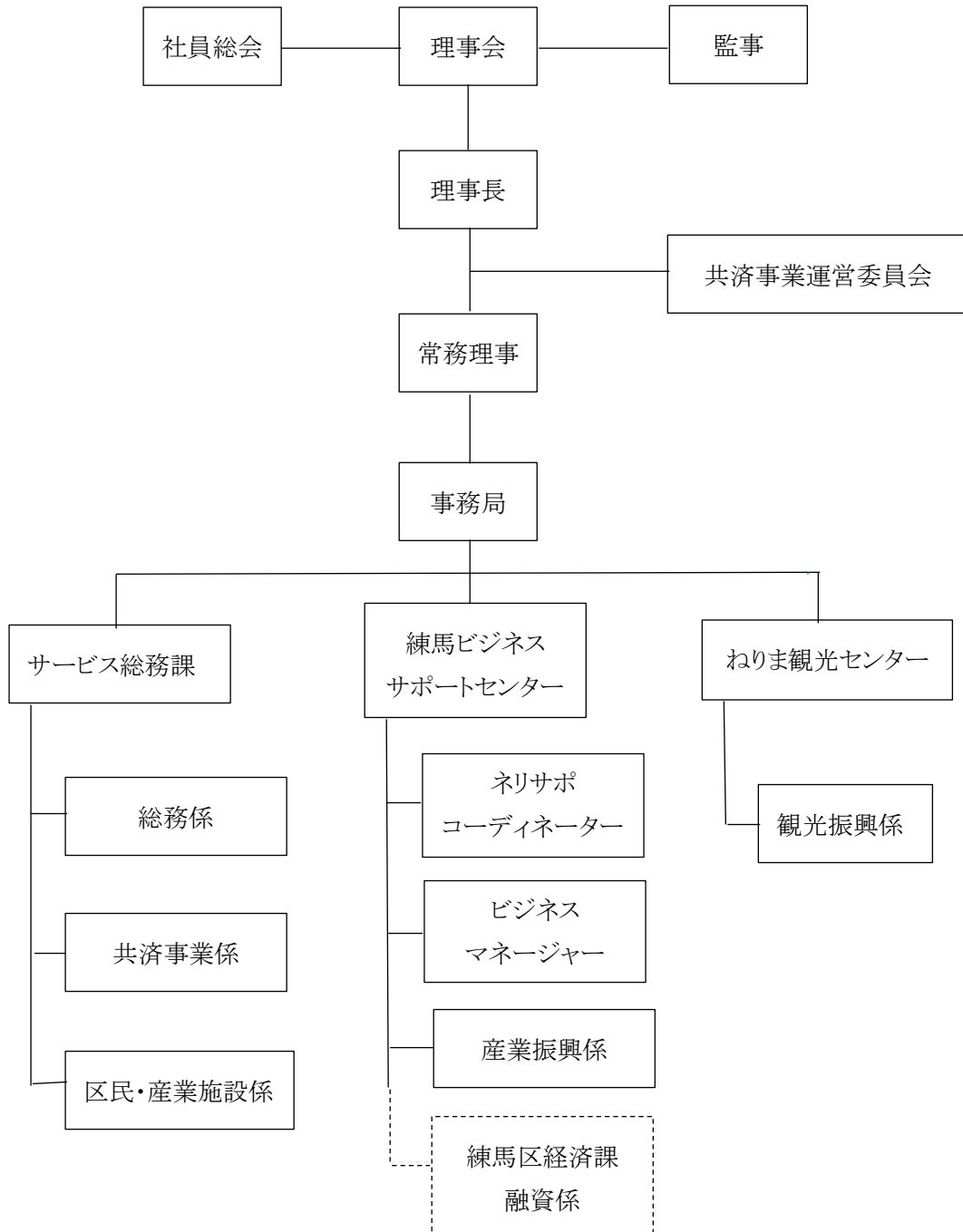
平成 29 年 4 月 1 日 ねりま観光センター開設

令和 3 年 4 月 1 日 ねりま・石神井観光案内所の指定管理業務開始

4 基金

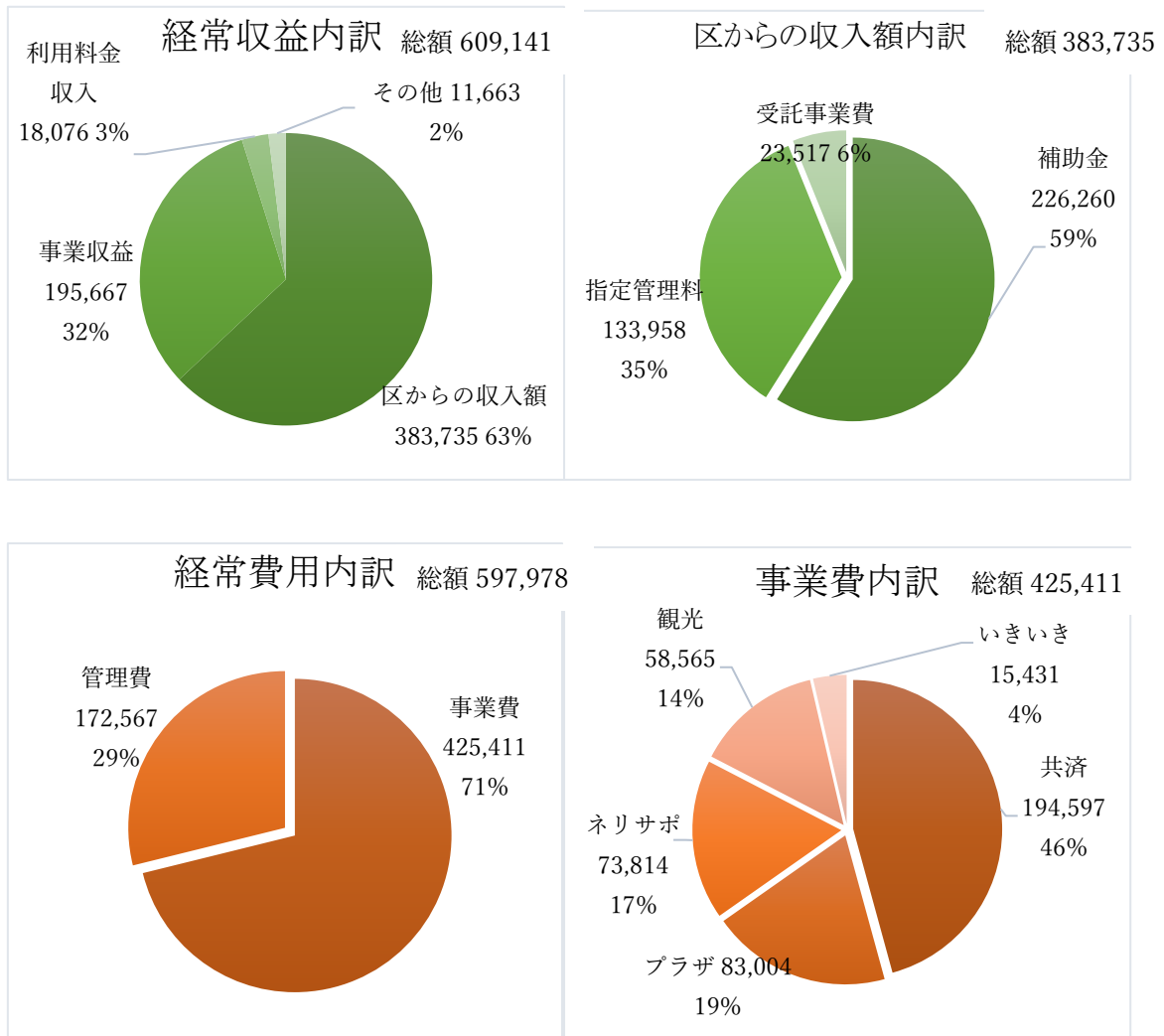
9,050 万円（全額を練馬区が出資）

組織体制(令和5年3月31日現在)



- ・社員 5 団体(練馬区、一般社団法人練馬産業連合会、東京商工会議所練馬支部、練馬区商店街連合会、東京あおば農業協同組合)
- ・役員 12 名(理事長 1 名、副理事長 1 名、常務理事 1 名、理事 7 名、監事 2 名)
- ・職員数 27 名(常勤 18 名、非常勤等 6 名、ビジネスマネージャー 3 名)

財務状況【令和3年度決算情報(単位:千円)】



- ・令和3年度決算では、経常収益の約6割にあたる約3億8千万円を練馬区からの委託料(指定管理料・受託事業費)および補助金として受け入れている。
- ・事業収益は、共済事業収入である。
- ・それ以外の収益としては、指定管理施設の利用料金収入やネリサポ各種セミナー受講料等がある。