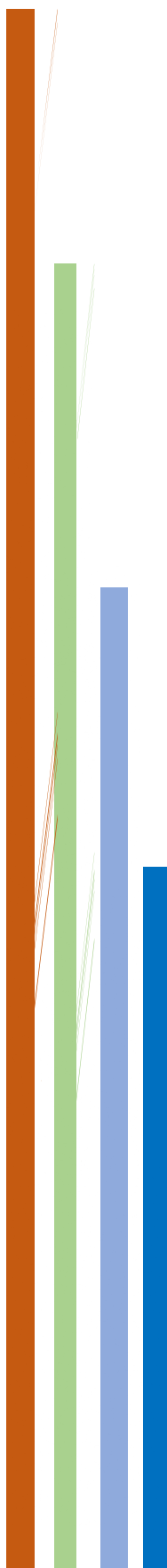




一般社団法人 練馬区産業振興公社

経 営 計 画

令和 2 年(2020 年) 3 月



目 次

I 経営計画の策定にあたって	1
1 計画策定の経緯	2
2 計画の性格	2
3 計画体系・計画期間	3
II 目指す将来像	4
1 基本目標	5
2 経営理念	6
3 基本姿勢	7
4 経営課題	8
III 各事業の方向性	10
1 練馬ビジネスサポートセンター	11
2 区民・産業プラザ	14
3 ねりま観光センター	16
4 ねりまファミリーパック	18
IV 年度別計画	20
1 練馬ビジネスサポートセンター	21
2 区民・産業プラザ	22
3 ねりま観光センター	23
4 ねりまファミリーパック	24
5 会社の経営体制	25
付属資料	
法人概要	31
組織体制	32
財務状況	33

I 経営計画の策定に あたって

計画策定の経緯、性格、体系・期間

1 計画策定の経緯

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。

公社は、平成26年度から練馬区立区民・産業プラザの指定管理者となり、新たな区民サービスに取り組むとともに、区内の産業振興の拠点となる練馬ビジネスサポートセンターを開設し、中小企業の経営者の支援を通じて地域経済の活性化に努めています。さらに、平成29年度からは、ねりま観光センターを設置し、区の観光事業の一翼を担っています。

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」が策定されました。その後、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、公社としては初めてとなる「練馬区産業振興公社経営計画」（以下「経営計画」という。）を策定します。

2 計画の性格

経営計画は、公社の目指す将来像、計画期間における各事業の方向性および年度別計画を明らかにし、区が求める「経営計画」として策定します。

また、今後の社会情勢の変化や事業進捗等の状況の変化に応じて、区と協議しつつ、経営計画の必要な見直しを行います。

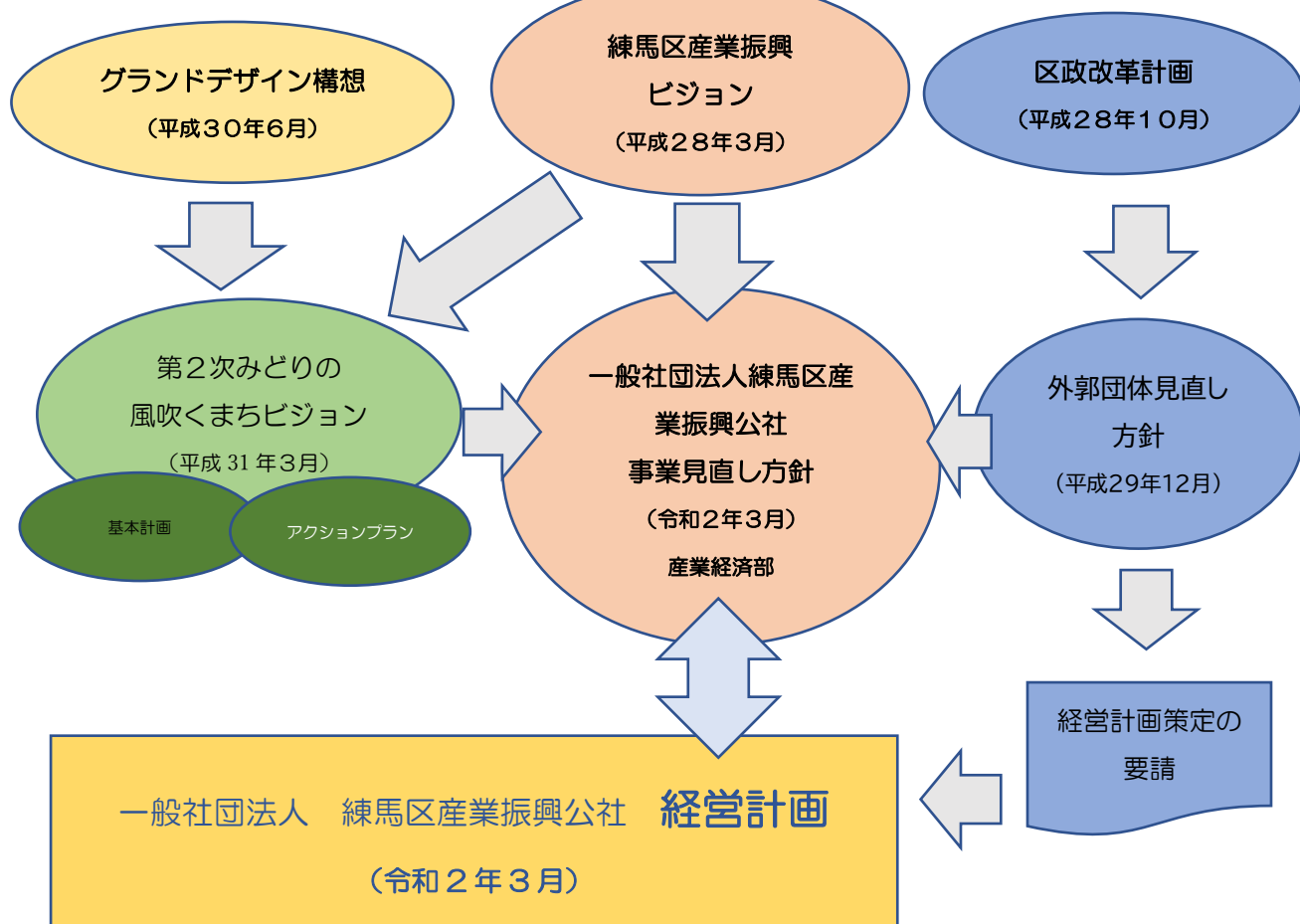
3 計画体系・計画期間

経営計画は、区の「グランドデザイン構想」、「第2次みどりの風吹くまちビジョン」および「練馬区産業振興ビジョン」との整合を図るとともに、区の産業振興施策と連携・補完関係にあるものとしします。

また、「区政改革計画」を踏まえた「外郭団体見直し方針」に基づく経営計画策定の要請を受けて、公社の今後の取組を明らかにするものとして策定します。

計画期間は、5年間（令和2～6年度）とし、年度別計画は3年間（令和2～4年度）とします。なお、中間年度の令和4年度に見直しを行い、年度別計画については、後半年度（令和5～6年度）の計画を策定します。

【区の計画・方針等との関係】



Ⅱ 目指す将来像

基本目標、経営理念、基本姿勢、経営課題

1 基本目標

- (1) 区との緊密な連携のもと、産業振興施策の中核的機能を担うとともに、区内経済団体と連携協力して多様で専門性の高い事業を展開し、地域経済の活性化に寄与します。
- (2) 区の外郭団体としての公共性や安定性を基盤に、区内事業者・勤労者等のための活力ある魅力的な事業を展開します。

第1に、区との緊密な連携が大前提であることと、区内経済団体との連携・協力の必要性を示しました。

特に、区との緊密な連携は、外郭団体であることから生じる当然の要請ですが、産業振興施策における民間主導、経済活動の自立性を尊重する観点から、区との役割分担のあり方を常に意識する必要があります。分担しつつ協働するバランスが重要であり、事業執行の際に最も考慮すべき観点です。

第2に、公社が行う事業展開が、効果的なものであることを前提とし、一定の公共性を堅持しつつ安定的に提供されなければならないことを示しました。

一方で、区では対応しにくい、もしくは民間ならではの事業を展開していくことが公社の特色であることも示しています。

2 経営理念

**区内事業者、勤労者等がいきいきと暮らし、活力とにぎわいのあ
る地域経済の発展に貢献します。**

公社の存立意義であり、組織経営にあたっての共有すべき価値を表現しています。公社が行うあらゆる事業展開がこの理念に合致し、その実現に資するものであることを求めています。

また、公社の設立者であり社員である練馬区、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の各団体とともに、この理念を共有し、協力、連携しつつ地域経済の発展に貢献していきます。

3 基本姿勢

- (1) 区との役割分担を明確にしつつ、事業展開にあたってのパートナーシップを確立します。
- (2) 公社ならではの独自性や個性あふれる魅力的な事業を柔軟かつ迅速に展開します。
- (3) 区内経済団体等との連携を強化し、連携の核となるような新たな事業に取り組みます。

第1に、区との役割分担を明らかにする必要性を強調しつつ、設立者である区とその外郭団体である公社との良好かつ適切なパートナーシップの確立を謳っています。

第2に、公社でなければ出来ない事業を展開することです。行政と民間の間に位置しつつ、そのどちらでも実施しにくい事業を展開することは困難な取組ですが、創意工夫しながら、あるいは区や関係団体と連携しながら、個性あふれる魅力的な事業を展開していきます。

第3に、公社が区の外郭団体であることから、その公共性と安定性を背景に、他の経済団体や事業者等との連携協力の中心になっていくことを示したものです。公社が、プランナーやコーディネーターの役割を積極的に担い、今後も新たな事業を提案し取り組んでいきます。

4 経営課題

平成 25 年 4 月に設立された公社は、これまで事業を拡大しながら取り組んできましたが、一方で、公社経営全体の観点からみると、以下の課題があります。

(1) 人事組織運営等のマネジメント強化

第 1 に、設立後 4 年間の急速な事業拡大により、職員数も当初の 13 名から現在の 29 名へと増加しましたが、これに対応する人事労務、組織整備などのマネジメントが十分に追いついていない状況にあります。

特に、人材の確保については、人材派遣会社の活用や金融機関等からの出向、中小企業診断士や民間企業からの非常勤採用など様々な対応をその都度行ってきました。結果として、統一的・総合的な人事労務管理ができないなどの弊害が生じています。

また、管理監督を担う人材も区からの派遣職員に頼らざるを得ない状況が続いており、固有職員の育成と外部からの専門的人材の確保、区派遣職員の配置のバランスなど、人事組織のあり方を確立する必要があります。

さらに、管理部門についても、練馬ビジネスサポートセンターのセンター長、サービス総務課長は、それぞれ常務理事、事務局長の事務取扱になっており、新たな事業展開や事業連携を担う計画調整機能も今後必要です。

(2) 区との役割分担の明確化

第 2 に、公社は、区の外郭団体であり、行政の補完、代替機能を担っていますが、各部門の事業執行にあたり、区との役割分担をさらに明確化する必要があります。

事業を円滑に進めるためには、計画立案、予算確保、執行方法、執行体制、対外調整、実施、検証等の各局面で、区との役割分担を明確にすることが肝要です。今後、新規事業を実施する場合には、予め、役割分担の枠組みと考え方の指標を設定し、共有できるルールの構築が求められます。

（３）事業部門の連携強化

第３に、公社設立後の数年間は、各部門の事業の充実・発展に重点を置いて取り組んできたこともあり、４つの事業部門の連携・協働が不十分であることが指摘されています。

観光資源として魅力あるものは当然、企業価値もあり、経営支援することに値し、共済事業のメニューにもなり得るものであります。

各事業部門の連携事業をココネリホールや産業イベントコーナーで展開する取組も求められます。

（４）執務環境の改善

第４に、事業拡大による職員数の増加により、窓口や執務スペースが狭隘になっています。事務室の入口は、職員一人しか通れない程度の幅であり、各係の事務スペースも極めて狭い状況にあります。また、来客用の応接室や打ち合わせスペース、窓口の客溜まりのスペースもありません。

特に、練馬ビジネスサポートセンターの相談ブースは、個人情報保護の観点からも改善が必要です。さらに、今般の新型コロナウイルス等の感染症防止の観点からも、執務環境の改善が求められます。今後の事業展開を見据え、将来に向けた根本的な対策が求められる課題です。

Ⅲ 各事業の方向性

4つの事業ごとの、

現状と課題、事業の方向性、今後5年間の取組

1 練馬ビジネスサポートセンター

【現状と課題】

平成26年4月に開設した練馬ビジネスサポートセンター（以下「ネリサポ」という。）は、創業への支援、法律・労務等の専門相談、区内中小企業の経営改善、販路拡大、資金調達、補助金活用、事業計画作成等への支援、様々な経営課題に対応したセミナーの開催等を行ってきました。

開設から5年間で、総合相談・専門相談の利用者数は延べ5,244名、創業者数は314名、「創業！ねりま塾」の受講者数は延べ1,993名となっており、利用者アンケートによる満足度、リピート希望率のいずれもが90%以上となっています。

特に、「創業！ねりま塾」は5年連続して国の「創業スクール10選」に選出され、「ベストプラクティス賞」として創業スクール選手権で表彰されたところです。

こうした実績の一方で、創業支援に偏り過ぎではないか、既存の区内事業者への支援や経営サポートが弱いなどの指摘も寄せられています。「創業！ねりま塾」の春秋の2期制からの見直しとともに、販路拡大等の経営相談の充実や区内事業者への個別のサポートが求められています。

また、常勤ビジネスマネージャー1名、非常勤（週1回）ビジネスマネージャー1名に加え、平成29年度からは非常勤のコーディネーター1名の相談体制としていますが、今後もネリサポの体制の強化が課題となっています。

経営者セミナーも、よりニーズの高いテーマでの開催が求められており、空き店舗入居促進補助金をはじめとした各種補助金の改善・充実、専門相談の拡充も課題です。

さらに、東京商工会議所練馬支部をはじめ、区内経済団体との連携については、後援名義の共有に留まらない事業の共同開催等、連携の強化が必要です。

【事業の方向性】

これまでの実績を踏まえつつ、創業支援と区内事業者への経営支援とのバランスのとれた支援策を展開していきます。販路拡大等の経営相談を充実させ、区内の個々の商店、事業者等へのきめ細かな支援を行います。

若者・女性・シニア向けの支援策の充実や、区の都市農業施策と連携した新たな事業展開に向けた調査研究も進めていきます。

ビジネスマネージャーや経営支援の専門家の人材確保を進め、これまで培ってきたコーディネーター、ビジネスマネージャー、外部専門家等からなるネリサポならではのチームソリューションをさらに強化していきます。

区内経済団体との連携を強化して、今後も共同事業の開催等に取り組めます。

【今後5年間の取組】

（1）目標：累計1万件を超える相談実績、累計500名を超える創業者数

これまでの相談実績や「創業！ねりま塾」の実績を踏まえ、相談体制の充実等によりそれぞれの目標を目指します。

（2）「創業！ねりま塾」の体系見直し

これまで春秋の二期制で実施していた「創業！ねりま塾」を見直し、年間を通じて入門・基礎・応用・実践へとつなげる新たな体系に再編します。

（3）既存区内事業者、商店等への経営支援の強化

販路拡大等の経営相談の充実を図るとともに、区内の既存事業者・商店等への経営支援策を拡充します。

相談体制の強化のため、オンライン相談を導入するなどの相談チャンネルの拡充に取り組むとともに、更なる人材の確保や専門家の活用を進めます。

また、アドバイザー派遣制度、専門相談の充実、各種補助金の見直し・拡充等新たな支援策を検討します。

（4）若者・女性・シニア向け等の支援策の充実、ニーズの高いセミナーの開催

世代別対象者別のセミナーを充実するとともに、SNS活用や事業承継等関心の高いテーマでの経営者セミナーを開催していきます。

（5）ビジネスマネージャーの体制強化

相談業務の要であるビジネスマネージャーは、現在、常勤1名、非常勤1名の体制ですが、多様な勤務形態を工夫し、常時2名のビジネスマネージャーで対応できる体制に整備し、さらに幅広い相談に対応できるようにします。

（6）専任センター長の配置の検討

ネリサポの専任センター長については、民間からの公募によるプロフェッショナルの登用、中小企業診断士等の専門家、金融機関や相談機関の経験者等様々な選択肢が考えられます。これまで培ってきたチームソリューションの実績を踏まえつつ、専任センター長の配置については、その必要性を検討します。

（7）連携事業の開催等の区内経済団体との連携の強化

東京商工会議所練馬支部等区内経済団体との連携については、これまでの後援名義の共有等に留まらず、相互の強みや組織力を活かした事業の共同開催をはじめ、多様な連携に取り組みます。

(8) 区の都市農業施策との連携

農業に関する事業展開については、例えば、新規営農希望者や農産物の販売・加工、6次産業化に取り組む方等への支援等、区の都市農業施策との連携・補完の観点から調査研究を進め、事業化に向けて取り組みます。

2 区民・産業プラザ

【現状と課題】

区民・産業プラザ(以下「プラザ」という。)は、平成26年4月、区内産業の振興、区民の文化活動と相互交流の促進ならびに地域における公益的な活動の支援および協働の推進を図り、もって区民生活の向上に資することを目的に、区がココネリビルの3・4階に設置しました。

プラザ開設以来、公社は指定管理者として施設の運営・管理を行っています。練馬駅北口徒歩1分という交通利便性の高さや新しい施設で利用しやすい料金であることなどから、利用率も飛躍的に伸びています。平成26年度末では、利用者登録者数797件、年間平均利用率55.3%であったものが、平成30年度末では、利用者登録数1,956件、年間平均利用率79.4%となっています。

ココネリの愛称とともに多くの区民・事業者にご利用されていますが、一方で以下の課題があります。

まず、施設全体として高い利用率を維持する中、産業イベントコーナーは利用率が50%台に留まっています。3階エスカレーターからの動線や施設レイアウト上の分かりにくさが指摘されています。

また、利用率が伸びているにも係わらず、利用料金収入が伸び悩むという状況が生じています。主な要因は、公用利用や減免利用が増えていることにあります。営利利用ができない貸出施設があり、設置目的に照らした統一的な取り扱いが求められます。

【事業の方向性】

今後も利用者目線に立った満足度の高い施設サービスの水準を、引き続き維持向上させていく必要があります。

利用率の低い産業イベントコーナーには、PRの充実に留まらない新たな積極的な取組を進めていきます。

利用料金収入については、指定管理者制度の趣旨に立ち返って、収入を安定的に確保する取組を引き続き継続していきます。公用、減免制度による減収および営利利用できる施設の範囲拡大については、区と協議し、対応策を求めていきます。

【今後5年間の取組】

（1）産業イベントコーナーの利用率向上への取組

産業イベントコーナーを活用して、他の産業経済団体等と連携した事業の開催に取り組みます。事業の実施にあたっては、各事業部門間で連携した共同事業を積極的に実施していきます。

また、他の産業経済団体や区内事業者に呼びかけ、ココネリホールと産業・観光情報コーナーを一体的に活用するなど新たな産業イベントの実施を企画します。

（2）利用料金収入の安定的確保のための検討

施設の利用案内やPRの強化、ケータリングサービスの充実など利用者のニーズに応えるサービスを引き続き行います。

公用・減免制度による減収については、区と協議を行い、対策を講じる必要があります。また、営利利用ができる施設の範囲拡大についても、区に求めています。

（3）3階と4階の一体的な再編整備に向けた検討

利用者の利便性の観点からは、受付窓口は同一のフロアーにあることが望ましいことから、将来的な再編整備については、中長期的視点に立って区と検討していきます。

（4）設備保守更新計画の策定と窓口対応能力の向上

利用者目線に立ったきめ細かな計画的かつ定期的な保守点検・設備更新を進めていく必要があります。このため、区との協議の場を設け、施設設備の更新計画を策定していきます。

また、窓口職員の質の高い接客スキルの確保に、引き続き取り組みます。

（5）緊急時対応や技術設備対応のための体制整備

現在、プラザ内施設の利用手続き・保守管理等の管理運営は、区民・産業施設係職員と委託事業者で対応しています。日常的な管理運営は、現在の体制で適切な対応がなされていますが、今後は、緊急時の対応等で支障が生じないよう体制を強化する必要があります。特に、映像音響機器の不具合等の際の技術的対応については、専門性の高い技術者による対応が求められる場合があるため、人員や体制の強化を検討していきます。

3 ねりま観光センター

【現状と課題】

平成 29 年 4 月に設置したねりま観光センター（以下「観光センター」という。）では、解散した練馬区観光協会の事業を引き継ぎ、観光ツアーやサイトの運営をはじめとする観光推進事業と、産業・観光情報コーナーおよび石神井観光案内所による観光案内事業を行ってきました。

練馬区は、墨田区の東京スカイツリーや台東区の浅草寺などのように、区外や海外から多くの観光客を集客できる有名な観光地ではありませんが、区内には、優れた文化や歴史、施設等、数多くの魅力的な資源があります。

練馬区への来訪や区内の周遊に繋げるには、これらの資源の細部に着目し、その資源の魅力や楽しみ方を顧客目線で考え、体験等の手法と組み合わせてコンテンツ化し、提案していく必要があります。

ココネリ内にある産業・観光情報コーナーと石神井公園駅併設の石神井観光案内所の 2 か所の観光案内所では、平成 30 年度の売上実績は、それぞれ約 1,680 万円となっており、23 区内の観光案内所のうち第 4 位の売上額です。

これらの観光案内所は、単なる物品販売の拠点ではなく、区の魅力を対外的に PR するアンテナショップ的な役割も果たしています。今後は、物品の販売に加え、伝統工芸品や観光資源のコンテンツなども PR することが必要です。

また、練馬区は昼夜間人口比率が 23 区で一番低い「82.1%」であり、昼間の人口が少なくなります。このことから、練馬区在住でも区外に勤務する区民は、自分が居住するエリアの日中の姿を認識しにくい状況にあります。こうした区民の方々に、身近な区の魅力をいかに発信し、観光事業に繋げていくかが重要な課題です。

【事業の方向性】

第 1 に、魅力的な「観光コンテンツ」を、多面的・効果的に工夫して発信していきます。例えば、区内観光ガイドマップ等の紙媒体と「とっておきの練馬」等のネット媒体とで発信する内容について、それぞれの特性を踏まえた情報発信をすることが必要です。同じネット媒体の中でも、即時性や拡散性を意識して、フェイスブックやツイッターなどの SNS 媒体との使い分けを行います。

第 2 に、練馬区内における、観光案内の量と価値の向上に取り組めます。一見すると観光資源の乏しい地域でも、住宅街の中にある風景や名木、個性的な店舗、小さな神社等の魅力をコンテンツ化していくことで、観光案内に足る商品（＝周遊ツアーなど）への発展も考えられます。線として繋ぐことで、互いの魅力を相

互に補完し、単体では得られなかった集客や売上に繋げ、新しい価値を創出します。

第3に、区内の様々な事業者と協働し、産業振興に寄与する名産品を開発し、魅力を創出していきます。観光センターでは、23区内に唯一残る友禅手染めの風呂敷染工房とコラボレーションし、ねりま風呂敷を製造・販売して好評を得ました。今後も、農業者やその他事業者において同様の取組を進めることで、より練馬区らしい名産品や事業者の紹介等を積極的に行っていきます。

【今後5年間の取組】

（1）ITを活用した情報発信と業務効率の向上

IT（情報技術）を積極的に活用して、顧客の利便性とニーズを満たす情報発信を行います。例えば、アニメ関連における創成期の情報を知る人材は高齢化が進んでいるため、その知見や情報をデータ化して、アプリ等を用いて案内できるような仕組みを構築していきます。

また、紙資源を使わないデジタルスタンプラリーなどの活用や、情報発信ツール「とっておきの練馬」サイトの運用に、様々なIT技術を組み込み、システム価値を高めることで業務効率の向上を図ります。

（2）幅広い魅力の発見と空白地域の解消

練馬区全域に視線を広げて魅力を発見し、現在、魅力を抽出できていない地域を解消します。魅力の発見に併せて、練馬区の東西・南北に渡る広さ・幅も意識し、様々な楽しみ方を顧客に提案していきます。

特に、区の観光案内事業では、練馬の魅力を感じてもらえるツアーを増やし、ボランティアガイドの会などの外部組織とも積極的に協働して、お金を払ってでも参加したい顧客の獲得を目指します。

（3）資源や資産のコンテンツ化に併せた魅力ある商品開発

商品の開発事業においては、伝統工芸や農業、また映像文化関連の資源や資産のコンテンツ化に着手し、顧客にとって今まで以上に魅力的な商品を観光センターが創出するとともに、企画立案能力を高めていきます。

（4）観光案内所を活用した映像文化の情報発信

区が取組を進めている「映像文化のまち構想」において、観光案内所を映像文化の情報発信に活用していきます。区内において、歴史に育まれた貴重な映画やアニメをはじめとする映像文化資源の魅力を広く発信します。

4 ねりまファミリーパック

【現状と課題】

ねりまファミリーパック（以下「ファミリーパック」という。）は、昭和54年に、中小企業の従業員および事業主の福利厚生のための会員制の事業としてスタートしました。この間41年間にわたり、会員相互の支え合いと会員規模の優位性を活かした事業を展開しています。

生活充実、健康増進、自己啓発、余暇活動の4つの事業を多様なメニューにより実施し、平成30年度は、延べ約12万人に利用され、会員の福利厚生に寄与しています。

現在の約1万2千人の会員数は23区中2番目ですが、民間の類似事業者の参入等により近年減少傾向にあります。平成26年度末には12,965人であった会員数が、令和元年度は11,162人となっています。安定的な事業運営のためには、引き続き1万人を超える規模の会員数を確保することが必要であり、会員相互の支え合いを基盤とするファミリーパック事業の根幹です。更なる会員の加入促進と退会者の防止策を併せて検討していく必要があります。

事業内容についても、会員に喜ばれる魅力あるメニューを常に提供していく取組が求められます。区内の遊園地である「としまえん」が廃園する動きがあり、時代の潮流に乗り遅れず新たなニーズに応える独自の魅力あるサービスが必要とされています。

また、民間の類似事業との競合にも対抗できる事業展開が必要であり、そのための特色をいかにアピールしていくかが問われています。

区内事業者の発展に貢献していくことも必要です。会員事業所の製品・商品のPRやあっせん販売等を更に充実するとともに、区内の様々な事業者との共同事業を積極的に推進し、地域に根差した特色ある取組を進めていくことが求められています。

【事業の方向性】

1万人を超える規模の会員数と6,000万円規模の会費収入を、引き続き確保していきます。区内中小企業の従業員にとって雇用の安定に繋がるような魅力あるサービスを提供するための創意工夫を行い、事業主にとってもメリットのあるサービスを提供します。過去の実績やサービスメニューにとらわれず、独自の新たなサービスを積極的に取り入れていきます。

ファミリーパックとしての個性と特色を活かすため、地域に根差したサービスの展開と、区内経済団体・事業者等と連携を強化した事業に取り組みます。

【今後5年間の取組】

（1）更なる会員確保策の実施

加入促進キャンペーンの効果分析を更に強化しつつ、加入促進の様々な工夫を行います。併せて、退会防止のための取組を強化します。

（2）ニーズに即応できる新しいサービスの展開

会員アンケートの活用や共済事業運営委員会の意見・要望など、積極的な会員ニーズの把握に努め、即時性の高い新たなサービスの展開など魅力的なメニューを提供していきます。

（3）慶弔サービスなど独自サービスの充実

民間事業者にはない慶弔給付サービスを引き続き提供するとともに、競合しにくい地域に根差した事業の開発に取り組みます。

（4）Web会員の拡大とSNSの活用

専用ホームページを充実するなど、メリットの多いWeb会員を更に増加させる方策を検討するとともに、SNSの活用などによる事業展開を進めます。

（5）連携事業者の募集による共同事業の拡大

J A 東京あおばや浴場組合との共同事業の成功例を積極的にPRするなど、他の事業者・団体との共同事業を募集し、事業化します。

（6）キャッシュレス決済やインターネットサービスの充実

加入手続きの簡素化や支払い方法の簡略化を進め、会員の利便性を高めるため、キャッシュレス決済やインターネットサービスの導入について検討します。

IV 年度別計画

(令和2年度～4年度)

各事業の年度別数値目標、経営体制の取組

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

📄 5か年の取組内容

相談体制の充実により、累計相談件数1万件を目指す

📄 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

ビジネスマネージャー・専門相談員の体制強化、法律相談等専門相談の実施回数の増による

📄 目標値 [累計相談件数 件]

30年度	元年度	2年度	3年度	4年度
5,244	6,400	7,500	8,700	10,000

(2) 創業ねりま塾の開催、創業希望者への支援

📄 5か年の取組内容

創業ねりま塾の体系見直しを行って、創業支援と若者・女性・シニアなど幅広い層への創業支援を行う

📄 指標

年間創業者数

📄 指標の採用理由

見直し後の創業の状況が把握できるため

📄 実現方法

見直しにより、創業ねりま塾への参加を広く募るとともに、希望者への相談支援をきめ細かく実施する

📄 目標値 [当該年度の新たな創業者数 人]

30年度	元年度	2年度	3年度	4年度
53	55	55	55	55

(3) 利用者のニーズに応えるセミナーの実施

📄 5か年の取組内容

SNSの活用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

📄 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

📄 目標値 [受講者満足度 %]

30年度	元年度	2年度	3年度	4年度
81.4	80以上	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

📌 5か年の取組内容

近くて便利できれいな施設の特性を更に高め、利用者満足度の高い施設サービスを提供する

📌 指標

利用者満足度

📌 指標の採用理由

毎年度行う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、ケータリングサービスの提供等によりリピーターの確保と更なる利用者増に取り組む

📌 目標値【利用者満足度 %】

30年度	元年度	2年度	3年度	4年度
96.1	95以上	95以上	95以上	95以上

(2) 利用料金収入の確保

📌 5か年の取組内容

指定管理者として、利用料金収入の安定的な確保に取り組む

📌 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

施設サービスのPRに加えて、公用・減免による減収対策、営利利用の拡大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

📌 目標値【毎年度末利用料金収入確定額 千円】

30年度	元年度	2年度	3年度	4年度
28,316	29,000	30,000	30,000	30,000

(3) 産業イベントコーナーの利用促進

📌 5か年の取組内容

利用率が唯一低い産業イベントコーナーの利用促進に向けて、様々なイベントや各種事業の開催に取り組む

📌 指標

コーナーの年間利用率

📌 指標の採用理由

他の部屋と比較しながら利用状況を客観的に表すことができるため

📌 実現方法

ケータリングイベントや産業経済団体と連携した催し等により、コーナーの利用率を高める

📌 目標値【コーナーの利用率 %】

30年度	元年度	2年度	3年度	4年度
53.8	55.0	57.0	58.0	60.0

3 ねりま観光センター

(1) 観光案内所の運営

📄 5か年の取組内容

条例上指定管理業務に位置付けるとともに、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か所の案内所の売り上げ構成比率の改善による年間売上額

📄 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 2020 やねり丸グッズ、ねりこグッズをはじめ、観光ツアーなど、プロダクト&ソフトの両面で、区内事業者および伝統工芸士（会）等との新たな商品開発など商品構成の充実と売上UPに取り組む

📄 目標値 【年間売上額 千円】

30年度	元年度	2年度	3年度	4年度
33,650	34,000	35,000	36,000	37,000

(2) HP「とっておきの練馬」によるねりまの魅力発信

📄 5か年の取組内容

HPの検証を通じ、更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目指す。

📄 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

📄 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など、効果的な情報発信につなげる

📄 目標値 【年間PV数 回数】

30年度	元年度	2年度	3年度	4年度
936,348	1,100,000	1,200,000	1,300,000	1,400,000

(3) ねりま観光ツアーの実施

📄 5か年の取組内容

新たな体験や見どころの創造・創出を通して練馬の魅力を再発見し、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、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

📄 目標値 【年間実施数 回数】

30年度	元年度	2年度	3年度	4年度
4	4	5	6	8

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

👉 5か年の取組内容

ファミリーパックの事業実施にあたって、区内事業者や区内経済団体と連携共同した新たな事業を実施する。

👉 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直接表すのにふさわしいため

👉 実現方法

J A や浴場組合等との成功事例を会報・HPでPRするなど共同実施する事業者・団体等を募るとともに様々な事業者等に働きかけていく

👉 目標値 【共同事業の件数 件】

30年度	元年度	2年度	3年度	4年度
3	4	5	6	7

(2) Web会員の拡大による利便性の向上

👉 5か年の取組内容

会員の利便性向上と経費節減につながるWeb利用の会員を増やしていく

👉 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

👉 目標値 【Web会員の割合 %】

30年度	元年度	2年度	3年度	4年度
70.5	72	73	74	75

(3) 会員の満足度、ニーズに応える事業運営

👉 5か年の取組内容

アンケート調査における満足度を高めるため、様々なニーズに応えられる事業運営に取り組んでいく

👉 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

👉 目標値 【満足度の割合 %】

30年度	元年度	2年度	3年度	4年度
-	-	80以上	80以上	80以上

5 会社の経営体制

会社の各事業部門がその機能を発揮し、事業を円滑に推進するためには、経営体制を強化する必要があります。今後、以下の重点課題を中心に取り組んでいきます。

(1) 経営体制の再構築と区とのパートナーシップの確立

【5か年の取組内容】

- ・各部門の連携やより円滑な総合調整が図られるよう現行の経営体制（理事長—常務理事—事務局長）を再編する。
- ・各部門の事務執行にあたっての区との役割分担の考え方を明文化したパートナーシップ協定を策定・締結する。

【指標】

- ・経営体制の検証・再構築。
- ・パートナーシップ協定の策定・締結。

【指標の採用理由】

- ・マネジメントを強化し、部門間の連携を更に図るため。
- ・区との役割分担を明確化するため。

【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。
- ・公社案を区に提示し、区と協議を重ねる。

【目標値】

元年度	2年度	3年度	4年度
—	検討・協議	順次実施	順次実施

（２）経営戦略会議等の設置

【５か年の取組内容】

- ・ 現行の運営会議を改組または新たな会議体として、経営戦略会議を設置する。
- ・ 構成員には、外部人材の活用、区幹部職員の参加を含めることを検討する。
- ・ あわせて、区との連絡協議会を定期的を開催する。

【指標】

- ・ 経営戦略会議の設置。

【指標の採用理由】

- ・ 経営計画の進捗管理・評価等を行うため。

【実現方法】

- ・ 現在の運営会議メンバーを中心に検討組織を設置し、検討を行う。

【目標値】

元年度	２年度	３年度	４年度
—	検討・設置	会議の運営	会議の運営

(3) 区内経済団体との連携強化

【5か年の取組内容】

- ・後援名義の共有等これまでの連携にとどまらない、更なる事業の連携強化に向けた検討を行う。
- ・当面、関係者による連絡協議会を設置し、今後の方向性を協議していく。

【指標】

- ・連絡協議会の設置。

【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】

- ・事務レベルの会議から開始し、最適な会議体設置に向け改善を重ねていく。

【目標値】

元年度	2年度	3年度	4年度
—	連絡協議会の設置・協議	連携強化策のとりまとめ	順次実施

(4) 独自収入確保のための取組

【5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。
- ・これらの収入全体を統括して管理する組織を整備し、収入確保に向けた意識改革を進める。
- ・各部門の意欲の向上を期すため、インセンティブ方策を区と協議・検討する。

【指標】

- ・独自収入確保策の検討、導入。

【指標の採用理由】

- ・事業収入の確保を更に組織的に進め、公社の財務の改善に資するため。

【実現方法】

- ・各部門が独自収入確保に向け検討する。また、独自収入が公社のインセンティブとなるよう、区と協議する。

【目標値】

元年度	2年度	3年度	4年度
—	検討	順次実施	実施

（５）人事組織戦略方針の策定・実施

【５か年の取組内容】

- ・今後の人事組織のあり方について、求める人材像、方向性、区との関係、人事評価システムなどの具体策を示した「人事組織戦略方針」を策定し、順次取り組んでいく。
- ・サービス総務課長を配置し管理部門を強化するとともに、計画調整機能を担う組織を、区からの派遣を含めて検討・整備する。
- ・専門的人材を確保できるよう民間企業・関係機関など多方面のチャンネルを開拓していく。
- ・新規事業への積極的な挑戦など機会を活かし自ら創造し取り組み検証できる人材を育成していく。
- ・オールラウンドな職員の育成を目的に研修制度の拡充などを進める。

【指標】

- ・人材育成の現状の把握、人事組織戦略方針の検討、策定。

【指標の採用理由】

- ・公社の将来を担う有能な人材の確保と育成、効率的で機動的な人事と組織整備を進めるため。

【実現方法】

- ・現在の人材育成の内容を検証し、実効性のある方針を策定する。

【目標値】

元年度	２年度	３年度	４年度
—	方針策定・順次実施	順次実施	順次実施

（6）施設環境の整備

【5か年の取組内容】

- ・ 指定管理業務更新後の当面の設備整備・サイン計画を作成、実施する。
- ・ 現在の狭隘な窓口・執務スペースの改善策を検討、実施する。
- ・ 将来を見据え新たなスペース確保策を検討していく。

【指標】

- ・ サイン計画の検討、作成。
- ・ スペース改善策の検討。

【指標の採用理由】

- ・ 施設利用者にとって、分かりにくい施設であるため。
- ・ 窓口・執務スペースが狭隘であるため。

【実現方法】

- ・ サイン計画については、区民・産業施設係を中心に検討を進める。
- ・ スペース改善策については、関係者との調整を進める。

【目標値】

元年度	2年度	3年度	4年度
検討	検討・一部実施	一部実施	一部実施

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) 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
- (4) 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。

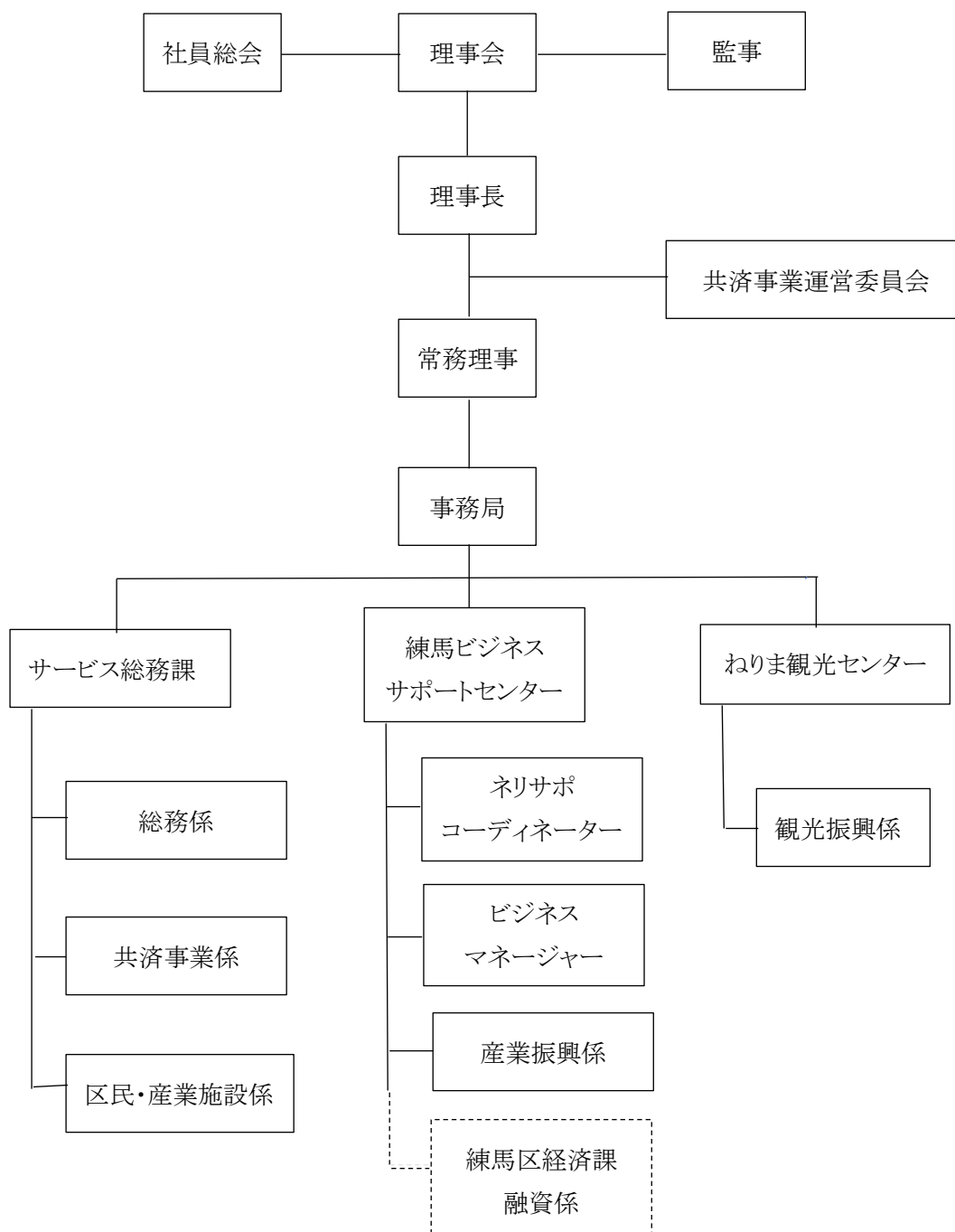
平成 26 年 4 月 14 日 練馬区立区民・産業プラザの指定管理業務開始
練馬ビジネスサポートセンター開設

平成 29 年 4 月 1 日 ねりま観光センター開設

4 基金

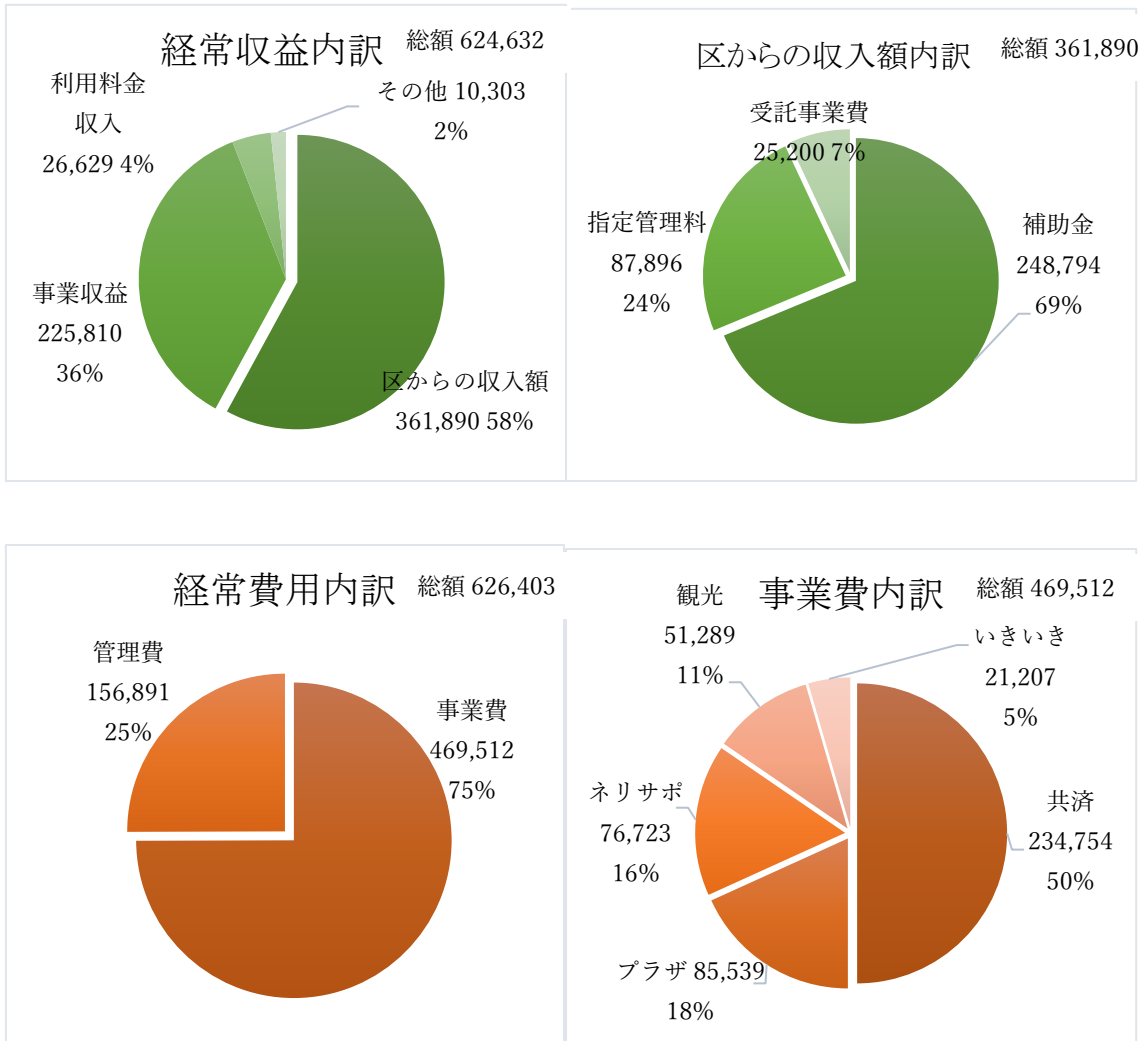
9,050 万円（全額を練馬区が出資）

組織体制(令和2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 11 名(理事長 1 名、副理事長 1 名、常務理事 1 名、理事 6 名、監事 2 名)
- ・職員数 28 名(常勤 17 名、非常勤等 9 名、ビジネスマネージャー 2 名)

財務状況【令和元年度決算情報(単位:千円)】



- ・令和元年度決算では、経常収益の約 6 割にあたる約 3 億 6 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。