

令和2年度 一般財団法人富山勤労総合福祉センター事業報告

1 事業概要

令和2年度の日本経済は、新型コロナウイルス感染症の世界的流行により、社会経済活動が抑制され、急速な景気の悪化に見舞われ、ワクチン接種の開始など感染拡大の防止策が講じられているものの、依然として予断を許さない状況が続いております。

当財団につきましても、感染拡大により利用客数が激減し、営業売上が前年度の3割程度と厳しい経営状況となる中、徹底したコストの削減と効率的な運営を行う一方、それぞれの施設の特色を活かした魅力ある事業の展開や顧客サービスの向上に努めてきたところです。

(1) 呉羽ハイツ

新型コロナウイルス感染症の影響により、休館を余儀なくされた日もでるなど、利用客が激減し、営業売上は前年度の2割程度に落ち込み、大変厳しい経営状況となりました。その間、光熱水費など経費の節減に努めるとともに、国のGoToトラベルキャンペーンや県・富山市のキャンペーン事業に参加するほか、新たに素泊まりプランや、高価格帯の料理コースの設定、宅配弁当の販売を開始するなど、顧客の獲得に取り組んできたところです。

(2) とやま自遊館

新型コロナウイルス感染症の影響により、利用客が激減し、営業売上は前年度の4割程度に落ち込み、大変厳しい経営状況となりました。その間、人件費、光熱水費など経費を抑制する一方、企画専門部署やWEB専門部署を立ち上げ、職員から募集した意見をブラッシュアップして、「お届け忘新年会」「ハピデリ」等の会食用弁当・オードブルの販売や、女性・家族・若者をターゲットにした「スイーツ&ランチフェスタ」の開催、ニーズに応じた多様な宿泊プランの販売など、顧客の獲得に取り組んできたところです。

2 実施事項

(1) 呉羽ハイツ（その他1事業）

① 利用率の向上

ア コロナ禍における収益増を図るため、新たに素泊まりプランや、食事の部屋出しプラン、高価格帯の料理コースの設定、宅配弁当の販売等を実施した。

イ 新規顧客の開拓やリピーター客の掘起しのため、国のGoToキャンペーンを組み込んだチラシを作成し、職員による個別訪問やDMの発送を実施した。

ウ インターネット予約サイトに最新情報を提供し誘客に努めた。

エ 法要利用者の確保増を図るため、積極的かつきめ細やかな渉外活動を展開した。

オ 平日対策として、

1) 65才以上の方限定の長寿プラン(いきいき・はつらつ・元気コース)

2) 企業を対象とした宿泊研修プラン(新入社員研修)

3) 会席と風呂をセットにした、とくとかプランなどを提供した。

カ 若年層の利用客増につなげるため、インスタグラム(写真・動画を共有するソーシャル・ネットワーキング・サービス)を開始した。

② 利用者へのサービスの向上

ア 県内特産食材(富山湾で獲れた新鮮な海産物やコシヒカリ、呉羽梨等)を使った料理を提供した。

イ ゴールデンウィークや夏休み期間に県内の観光案内コーナーを開設し、利用者に情報を発信した。

ウ 年末年始に各種イベント(年越しそば・振舞い酒)を実施した。

③ 施設・設備の改修

ア 浴室棟の屋上防水工事(一部)を施工した。

イ フロント横に歓迎表示用の電子掲示板を設置した。

④ 経営改善に向けた取組み

ア 課長代理以上が参加し、経営状況の報告や当面の課題について検討する「経営会議」を開催した。(毎月)

イ 課長以上が参加し、経営改善に向けた課題や、対応策の進捗状況について検討する「部課長会議」を開催した。(毎週)

ウ 新たな企画案(県外客向けのキャッチコピー、コロナ禍の新プラン)の検討にあたって、全職員からアイデアを募った。

(2) とやま自遊館

① 利用率の向上(その他2事業)

ア ソーシャルディスタンスを十分に保てるホールでの宴会など施設の特色を生かし、コロナ禍でのニーズに応じた宴会を提案して誘客に努めた。

イ オープン以来実施しているビアホールのほか、新たに「スイーツ&ランチフェスタ」を開催し、誘客に努めた。

ウ 婚礼獲得に向けた婚礼プロデュース会社への営業や合宿獲得に向けた旅行代理店への営業、法要営業など、積極的な渉外活動を展開した。

エ テイクアウト・デリバリーのできる会食用弁当・オードブルを販売した。

オ 1泊2食付きプランや、ゴールドジムとのタイアッププラン、環水公園内の立地を生かしたウォーキング・ランニングプランなど、ニーズに応じた多様な宿泊プランを提供した。

カ 残り日数が少ないなど、予約が入る見込みがほぼ無い会議室や客室に、TKP(全国展開する貸会議室事業者で、初期投資不要、成功報酬型で連携)からオファーがあった場合、活用し利用率の向上を図った。

キ ウェブコンサルタントを活用し、ネット販売強化(宿泊プラン作成の遠隔支援、掲載順位向上他)やSNSの活用強化を図った。

ク 駅北ブルーバール側の従業員食堂壁面に催事案内幕を設置し、道行く多くのお客様に時期に応じた催事案内を行った。

ケ 職員全員が営業マンとなりチラシの頒布など誘客活動を実施したほか、新聞、雑誌等の媒体を活用した広報活動を実施した。

② 利用者へのサービスの向上(その他2事業)

ア 接客、貢献度等において優秀であった職員を職員の投票により毎月選出する「ベストマスクアソシエイト表彰制度」を実施して、サービス技術向上に努めた。

3 利用人員数

(1) 呉羽ハイツ

令和2年度は、利用人員 34,647 人（前年対比 28.3%）、営業収入 1 億 4,639 万円（前年対比 23.6%）となった。

（単位：人）

区 分	令和2年度 利用人員 a	令和元年度 利用人員 b	比較 a-b
会議・研修	5,884	17,946	▲12,062
宿 泊	7,008	22,784	▲15,776
宴 会 (法 要)	4,174 (2,185)	37,135 (8,489)	▲32,961 (▲6,304)
休 憩	8,071	12,300	▲4,229
レストラン	4,202	9,437	▲5,235
喫茶・売店	5,295	19,493	▲14,198
そ の 他	13	3,258	▲3,245
合 計	34,647	122,353	▲87,706

(2) とやま自遊館

令和2年度は、利用人員 66,310 人（前年対比 35.5%）、営業収入 2 億 675 万円（前年対比 41.7%）となった。

（単位：人）

区 分	令和2年度 利用人員 a	令和元年度 利用人員 b	比較 a-b
会議・研修	5,794	11,399	▲5,605
宿 泊	5,427	8,358	▲2,931
宴 会	5,346	17,102	▲11,756
レストラン	40,423	65,170	▲24,747
ホ ー ル	8,031	37,310	▲29,279
リフレッシュラザ	0	45,866	▲45,866
就業相談室	1,289	1,806	▲517
合 計	66,310	187,011	▲120,701