

2022 年度事業報告

〔 自 2022 年 4 月 1 日
至 2023 年 3 月 31 日 〕

I. 2022 年度事業報告

1. 全般状況

(1) 概況

2022 年度は、コロナ禍における博物館運営が依然として続き、7 月前後から、オミクロン株が BA.2 から BA.5 に置き換わったことによる第 7 波、また、11 月前後からの第 8 波と、前年度を上回る勢いで感染者が急拡大する状況となりましたが、政府の方針により、社会経済活動を維持しながらのコロナ感染症対策となり、行動制限は課されることはなく、当館は、1 年を通じて、運営を継続することができました。

このような状況下、コロナ感染症対策を万全に、当年度も積極的な对外発信等プロモーションに力を入れ、また、11 月には敷地内に「空飛ぶ学び舎ラボ」を開設し、共同による誘客の働き掛けを行った結果、当年度の目標としていた来館者数 15 万人を超え、最終的に、17 万人を上回り、コロナ禍前のレベル、20 万人に近づく成果を達成することができました。

(2) 来館者数および事業収入(公益・収益)の推移

月	開館 日数	来館者数 (人)	対前年比	事業収入 (千円)	対前年比	備考
4 月	26	10,743	160.5%	12,556	131.5%	前年度、県内は、 4/20～8/1 まんえん防止等重点措置 8/2～9/30 緊急事態宣言 また、都内は、 4/25～9/30 緊急事態宣言であった。
5 月	27	15,739	142.2%	17,578	144.3%	
6 月	26	11,776	128.7%	12,038	114.5%	
7 月	27	13,129	123.4%	15,635	135.4%	
8 月	31	19,969	127.7%	21,155	131.7%	
9 月	26	16,992	205.6%	23,041	229.6%	
10 月	26	17,619	109.2%	15,983	119.1%	
11 月	26	18,490	103.3%	16,540	118.6%	
12 月	24	11,049	89.7%	11,738	117.4%	
1 月	27	13,268	132.5%	16,316	141.1%	前年度、県内は、 1/8～3/21 緊急事態宣言であった。
2 月	24	11,793	114.9%	13,616	106.8%	
3 月	27	14,654	122.4%	21,295	152.0%	
計	317	175,221	125.1%	197,495	135.7%	

※事業収入の 9 月および 3 月は、航空ジャンク市の収入があった。

(3) コロナ感染症対策の徹底

(公財)日本博物館協会のガイドラインに従い、行政機関からの指導のもと、入館口、館内外(展示室、売店、レストラン等)各所において対策を実施しました。これらの対策は、ホームページ等を使って対外的に積極的に発信し、お客様に安心してご来館いただける環境を整えました。

また、3月からは、政府からのマスク着用の考え方の見直しを受け、案内表示の変更等、適切な対応を行いました。

2. 事業の取り組み状況について

(1) 誘客の努力

① 企画展示及びイベント等の順次開催

コロナ禍の中、感染症対策を万全にし、行事計画における各行事の開催方法等の見直しを適宜行いながら、期中に新規に考案した行事を含めて、当館の独自開催のイベント9件、企画展示4件、航空・空港関係者との共同イベント17件、県や町との共同イベント2件、町・航空関係者との共同イベント2件、学校関係者との共同イベント2件、合計36件(前年度30件)の行事を順次開催しました。

新たな取り組みとして、県の文化振興財団に出張コンサートの会場や、東京税関に税関150周年記念パネル展の会場、成田及び神奈川航空少年団に来館者との交流の場として活用いただくなど、新たな協働のネットワークを築くこともできました。また、(一財)日本航空協会により、YS-11初飛行60周年の記念行事を、全国の航空系博物館6館と連携して行うことができました。

この他にも、航空関係者による、航空英語教室の会場やディストネーションキャンペーンの立ち寄り先として、ナイトタイムエコノミーの創出・館内でJazzコンサート・展望レストランでのディナー(「ダイニングミュージアム」)等、博物館のユニークベニューとしての新たな活用法により、来館者数を増やすと共に施設使用料をいただくこともできました。

また、NAAの地域ビジネス展開として、地域の食材を使った料理開発・テスト販売する場としても活用いただく等、年間を通じて、当館の使命である航空思想の普及に資すると共に、脱自前主義の観点から、数多くの関係者との連携により、地域の賑わいの創出に寄与することができました。

② 団体客の取り込み

前年度奏功した小中学生の校外学習の団体客の取り込みに力を入れ、2022年度は、462団体・30,716人の方々に来館いただきました(前年度342団体・28,041人、前々年度181団体・13,128人 ※20名以上を集計)。その内、養護施設や高齢者の方々42団体の利用もあり、ユニバーサルツーリズムの視点からも貢献することができました。当年度もバスの収容スペース不足を解決するため、スカイパークしばやまエリア全体での課題として、グリーンポートエコ・アグリパークの駐車場を臨時使用させていただき調整もしました。

団体の内訳を見ると、県内からの団体が346団体、全体の82%を占めましたが、都内から46団体(前年度26団体)、茨城県から20団体(4団体)、神奈川県から12団体(2団体)、新たに12

道県から16団体、海外から2か国3団体等、県外からの団体数を増やすことができました。また県内の出発地も44市町村(前年度41、前々年度32市町村)と、より多くのエリアから誘客をすることができました。

また、SDGsに取り組む当館の社会貢献事業の一環として、実際に来館することが困難な介護施設の高齢者団体向けに、旅行代理店と連携して、オンラインツアーを実施しました。

当年度、団体客の取込みにあたっては、112社の旅行代理店と調整・連携を図りました。(前年度61社、前々年度41社)

③ メディア等への訴求

プレス等、マスコミに取り上げられる機会を数多く創出し、ニュース・雑誌等30件20社、メディア等出演4件4社に対して、積極的に当館のプロモーションを実施しました(前年度27件22社、4件4社)。また、TV番組や映画撮影9件8社への協力を積極的に行い、当館の知名度の向上と魅力の発信の努力をしました(前年度7件5社)。なお、メディア等に訴求する際には、空港圏、「スカイパークしばやま」に所在する博物館であることの自覚を忘れることなく、当館のみならず地域全体をプロモーションする意識で対応しました。

④ 積極的な対外発信

ホームページやTwitterを活用し、お客様へ適時の情報発信を行いました。特にTwitterは、航空ファン向け的话题を充実させると共に、「スカイパークしばやま」の話題を織り込むなど、一般観光者向け的话题も取り入れ、前年度からのフォロワー数を1,068名増加させ、合計9,761名としました。

また、ホームページについては、公共交通機関を利用して来館する個人客の取込みを強化するため、わかりやすく魅力あるコンテンツ造りを、NAAの支援を受けながら改修を進めました。(2023年度リニューアル予定)

⑤ 新規マーケットの開拓

成田空港活用協議会や千葉プロモーション協議会、千葉県観光物産協会が主催する商談会の場に参加し、県外からの誘客や教育旅行誘致の促進を積極的に図りました。また、旅行事業者や地域の観光協会等と共に、当館および「スカイパークしばやま」エリア等を含んだツアー造成に関わり誘客に努めました。

2022年度は、個人の優待割引について、旅行事業者27社と提携し、各社とのプロモーション連携により、前年度比113%増・46,031人の来館者を迎え入れました。また、前売り電子チケットを、旅行事業者4社と提携し、各社の宣伝媒体の力も借り、電子チケットでの来館者数を、前年度比128%増・17,905人とし、新たな誘客につなげました。

(2) 航空業界の担い手不足に対する貢献

① 空港・航空業界の魅力発信

空港・航空業界の関係者の方々との協働により、「集まれ！NARITA 空港車輛展」や「ANA お仕事体験教室」、「JGS グランドハンドリング教室」、等を開催し、普段は経験することのできない空港・航空の仕事を体験し、業界の魅力を感じられるイベントとして、来館者の好評を得ることができました。

また、「やさしい航空のおはなし」として、ANA・JAL をはじめとした、現役のパイロット・客室乗務員・グランドスタッフ・整備士の方や、元管制官の方、また、航空給油関係の方を講師に招いた講演会を実施し、空港で働くことの意義を伝えると共に、航空に憧れを抱き、空港が魅力的に感じるようなイベントとして好評を博しました。

この他にも、将来の航空業界の担い手を育むイベントとして「夢へのフライトプラン～航空学校説明会～」を、航空関係の大学・専門学校 18 校の協力により、空の日・空の旬間記念行事として開催し、千葉県の協力により、県内の全中学校・高校 500 校以上にイベントポスターの配布をしたことから、当日は、小中高生 350 人弱を含む、1500 人近くの来館者で賑わいました。

② 成田空港の魅力発信

館内常設の「NAA コーナー」において、1/800 サイズの空港ジオラマ、空港の仕事(31 種)を紹介する大型スクリーン、空港スタッフの制服(12 種)を着衣した合成写真が撮れるブース、エコエアポートの取り組みを紹介するブース等を展示し、地域の方々を含め、来館者に広く成田空港の魅力を発信する広告塔としての役割を果たしました。2022 年度は、更なる機能強化により伐採した山桜のベンチをコーナーに設置し、サステイナブル NRT2050 の対外発信に寄与しました。

③ 空飛ぶ学び舎ラボの開設

外部パートナーとの共創による新たな価値創造に向けたチャレンジとして、敷地内の未利用の建物を民間企業に貸付け、11 月に空飛ぶ学び舎ラボを開設いたしました。同ラボとの連携により、従来取り込みが十分ではなかった中高生の教育旅行団体を、関東圏のみならず、中京・東北エリアまで拡大し取り込みを図ることができ、同ラボが目指す航空教育事業・観光事業とのシナジー効果により、当館の運営の深度化を図ることができる体制を構築することができました。

④ 地域の学校教育への貢献

空港・航空業界の関係者の方々と連携し、キャリア教育として、空港の仕事を学ぶ機会等を、空港圏の児童・生徒・学生に提供することができました。また、芝山町の国際教育の一環として、町の教育委員会および子ども会等と、英語教育の場の開設を調整しました。(2023 年度実施予定)

(3) 観光を活用した地域づくりへの貢献

① スカイパークしばやまの中核施設としての貢献

空と大地の歴史館・芝山水辺の里・エコアグリパークを含めた「スカイパークしばやま」の発展に

貢献するため、従来からの、JR 東日本「駅からハイキング」の実施や、公共交通機関の利用促進を図る施策への協力と共に、「スカイパークしばやま連絡協議会」の設立に向けた会議体に参加し、町の観光を通じたまちづくりの推進に貢献しました。

② 地域の情報発信拠点としての貢献

2022 年度は新たに大型のパンフレットラックを導入し、従来からの館内の壁面等の活用と併せて、芝山町をはじめ、空港圏の観光案内、ポスターの掲示・ちらしの配布等、地域の観光資源の情報発信拠点として、地域の賑わい創出に貢献しました。

③ 地域の関係者との連携

当館は、芝山町の観光協会および(一社)みどりと空のプロジェクトのメンバーとなっていることから、「スカイパークしばやま」エリアを起点として、町内全域への広域な誘客を図るため、町内の関係者と緊密な連携を図りました。また、成田空港活用協議会、九十九里観光連盟、成田市観光協会や多古町観光まちづくり機構等、県・空港周辺 9 市町の各観光担当・事業者との交流も積極的に図り、各地域の観光資源と当館をネットワークし相互に誘客・送客するための協力関係を深め、地域活性化の取り組みに協力をしました。

また、芝山町内の他の博物館 2 館との連携を強化し、敷地内の「空と大地の歴史館」へは中学生団体等の校外学習利用を促し、「芝山町立芝山古墳・はにわ博物館」とはイベントを共同で企画する等(「2022 いも一れ芝山!」「2022 はにわ俳句大会特別展」)、3 館が共同で誘客に努めました。

この他、2022 年度は、成田市消防本部より、退役した空港用化学消防車を寄贈していただき、空港運営に欠かせない空港消防を啓蒙する人気の展示物となっています。また、山武郡市の社会福祉団体に協力し、地域社会における心の拠り所となる同団体のベンチを設置し、来館者の休憩スポットとなっています。

(4) 収入確保の努力

① 収入の向上策

博物館売店の商品構成やレストランのメニュー立ての工夫を行うと共に、キッチンカー等の催事店舗を誘致したり、ワークショップ形式のクラフト教室や書道教室を開催したり、出張販売をしたり、スタンプラリーをリニューアルしたりなどして、収入の向上策を講じました。特に 2022 年度は、NAA グループによる地域ビジネス展開の一環として、売店・レストランへの新商材の投入等による支援をいただき、収入の向上に結び付けることができました。

また、前年度、コロナ禍により実施できなかった航空ジャンク市を、2022 年度は、空の日・空の旬間記念行事として 9 月に、また、JAL・ANA・芝山鉄道の協力を得て 3 月に、従来と趣向を変えた開催により、多くの来館者を迎えることができました。

当年度の博物館売店の売上は、航空玩具・食品・航空模型等の販売が好調であり、前年度比で 125.9%とし、特に、9 月より投入した空港エール(ビール)の効果もあり、食品を前年度比 185%の売り上げとしました。

レストランの売上は、機内食風ランチ・お子様カレー・カツカレー等の販売が好調であり、前年

度比で 129.1%とし、空港エールの販売も売上げの向上につなげました。

キッチンカーは、大型イベントや繁忙期に合わせて、当年度は、新店舗 7 社を含む 10 社を誘致し、前年度比 189%の売上げとしました。

物販・飲食については、いずれも来館者数の伸び 125.1%を上回る売上を確保できました。

なお、第 1 旅客ターミナルビルの売店「バイプレーン」は、当年度、休業としました。

また、当年度は、年度当初より、団体の割引率と個人の優待割引率を従来の 20%から 10%引きに変更したことにより、入館料収入の単価を前年度の 396 円から、1 割増の 441 円に引き上げることができたことに加え、前年度以上の団体客と個人客を確保したことで、収入の向上に結び付けることができました。

(5) その他

① 出捐金の支援

芝山町から、前年度を上回る出捐金をいただいたことで、お客様に安全で快適な博物館環境を提供することができました。

② ボランティアの協力

コロナ禍の中、2022 年度も関係者の方々から、ボランティアとして、多くのご支援をいただきました。屋外展示されている航空機の洗機、草刈り等、当館の運営を折々に支えていただきました。

また、通年で 34 名がボランティア登録をし、体験型の展示物の案内を中心に、展示物の整備や環境整備、シミュレーターを使った航空教室、成田空港アクセス N ゲージ体験等を企画し講師を務める等、当館の大きな支えになっていただきました。

③ 施設・設備の老朽化対策

本館・付属棟に係る建築・機械・電気関係の諸施設・設備の老朽化対策として、NAA グループを含め、関係者の方々の技術面でのサポートをいただきながら、2026 年までの 5 ヶ年中期計画を策定し、順次対応を開始しております。厳しい財務環境下、投資管理を徹底し、優先順位付けを行いながら、2022 年度は、受変電設備・空調設備・建物外壁等の改修を行い、安全・安心な館運営を続けることができました。

④ 組織力強化の取り組み

2022 年度は、NAA から出向で副館長として常勤の役員を迎え、組織力強化の取り組みを進めました。既存業務のあり方について、効率化・合理化の観点から見直しを図り、コンプライアンスを遵守した適正な業務手順や情報の整理・共有化等、組織の業務管理体制を強化し、ガバナンスの強化のため、外部リソースの力を借りながら、諸規程等の社内ルールについて、内容の精査と適宜改正を行いました。

また、組織力強化にあたっては、若手による「事業収益拡大検討チーム」を 7 月に発足させ組織の活性化に努めると共に、5 年、10 年後を見据えた将来の組織体制のあり方についても検討を

行い、組織の硬直化を避けるため、適切なジョブローテーションも実施しました。今後とも、当館が、継続して組織的に改善を図れる体制として整えて参ります。

この他にも、委託契約の内容を点検し、開館以来長期に亘り同一者に委託していた顧問税理士を変更する等、事務手続きをはじめとした内部統制の強化を図りました。

⑤ 環境保全の啓蒙の取り組み

持続可能な航空燃料(SAF)を取り上げるイベントの開催や千葉県の協力を得て、NAA コーナーを活用した SDGs 教育旅行プログラムの開発を、関係者と協働で取り組むなど、環境保全の啓蒙に取り組みました。

以上、2022 年度の事業取り組みを踏まえて、2023 年度は、先般 3 月に承認された「事業計画」に則り、ウィズコロナの環境下、なお一層の努力を傾注して参ります。