

平成30年度第1回外部評価委員会 議事録（要旨）

事務局	<p>冒頭、A委員、B委員、C委員、D委員より自己紹介</p> <p>外部評価委員設置要綱第4条第2項に基づく委員長の選任について （他の委員より、A委員の推薦）</p> <p>異議なしの声</p> <p>A委員が、委員長就任</p>
委員長	<p>就任挨拶。委員の皆さんには、自由闊達に意見を述べていただきたい。また、設置要綱第4条第3項に基づき、委員長の指名により、B委員が副委員長に就任した。</p> <p>まず、イーストとくしま観光推進機構の平成30年度地方創生推進交付金事業に関わる予算の執行状況について、事務局から説明をしてください。</p>
事務局	<p>イーストとくしま観光推進機構 専務理事より、プロジェクターを使って、地域再生計画及び重要業績評価指標（KPI）設定数値等について説明</p> <p>（徳島県東部圏域の延べ宿泊者数 設定値） 事業開始前：179.57万人（H29、1月～12月） 毎年3万人ずつの増加で、H30～H32の3か年で9万人の増</p> <p>（主要施設観光入込客数 設定値） 事業開始前：255.74万人（H29年度） 毎年5万人ずつの増加で、H30～H32の3か年で15万人の増</p> <p>の目標値を設定しているが、イースト単体のみに限らず、徳島県や関係機関等いろいろな団体と取組を連携しながら、目標を達成できるよう進めていきたい。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・指標の数値については、11月までの推計値での把握となっている。</li> <li>・現時点での11月までの東部圏域における推計値では、対前年比94.7%の見込み</li> <li>・観光入込客数については、年度単位による把握であるため翌年度にならなければ数値が得られない旨を説明</li> </ul> <p>続いて、平成30年度地方創生推進交付金関連予算について説明</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・歳入は、15市町村からの負担金の合計額 4千万円</li> <li>・歳出は、徳島東部地域の観光資源の発掘と磨き上げに向けたデータ収集をはじめとした事業など、合計額については歳入と同様に、4千万円となっている。</li> </ul> <p>続いて、事業内容について説明</p>

「データ収集経費」600千円の説明

10月24日から11月4日までのホテルを活用した留め置き式アンケート及び11月3日・4日に実施した対面式アンケートの525サンプルの分析結果及び別予算で実施した「観光動態調査及び来訪者満足度調査」の分析結果をもとに、属性別の行動実態やニーズを分析しており、具体的な調査結果については、この後開かれる協議会で説明し、今後の事業展開に役立てていきたい。

続いて、自治体・民間事業者・DMOが連携した情報発信の強化について

「イーストとくしまHP制作経費」5,400千円の説明

フェイスブック、インスタグラムを活用しHPに誘因するための取組の展開  
10月1日から2月7日までの、ページビューについては、23,752PVであった。

「WEBプロモーション」4,600千円の説明

旅行者に訴求力のある徳島県東部エリアの動画や写真を発信することで、イーストHPへの誘因や誘客につなげる。(例えば、第2弾の「徳島ナイトライフの楽しみ方」などのWEBマガジンによる情報発信)

「募集型企画旅行支援事業」1,500千円の説明

県外の旅行代理店を対象に徳島県東部圏域の宿泊を伴う「着地型旅行商品」の広告掲載費用に助成金を交付し、旅行商品の造成を促進する。

(大塚国際美術館を中心とした旅行商品が造成)

併せて、国内外の旅行者向けパンフレットについては現在、作成中

(日本語、英語、繁体語、簡体語)

また、徳島県東部地域への誘客・送客について報告。

タイ・台湾・香港を中心に、DMO及び徳島東部圏域の観光PR等を行うため各種商談会に積極的に参加した。

「食メニュー」を活用した地域づくり1,500千円の説明

徳島県産の食材を使用したホテルの「朝食メニュー」について、豊かな食に対する興味の醸成や宿泊者の増加及び満足度の向上を図るため、新メニューの拡充等を図りWEBや雑誌「GEEN」の掲載で、情報発信を行う。

「観光コーディネーター養成講座」等、600千円の説明

観光地域づくりの推進で、地域にある資源の価値を見出し、地域の価値をきちんと伝えることができる人材の育成を図ることで、観光客の満足度や飲食・お土産品の消費額の向上につなげる。

第1回は、東京から観光学専門の講師をお呼びして、観光コーディネーターの必要性について講義を行った。

- 第1回 44名出席 「エリア観光地の現状とあるべき姿」
- 第2回 52名出席 「通訳案内士が見た訪日観光客の感動ポイント」
- 第3回 48名出席 「観光コーディネーターの多様な役割」
- 第4回 46名出席 「ガイド業務の基本①」
- 第5回 40名出席 「ガイド業務の基本②」
- 第6回 2月23日(土) 「にし阿波実地体験研修」(実施予定)について説明

続いて、次年度以降の(2019年度)の予算の骨子について説明

①継続的マーケティング事業の実施

- ・マーケティングリサーチを、通年で行うことができるようWEB調査を実施する予定である。

②情報発信・プロモーション事業

- ・東部圏域の食や文化・体験など地域資源を活用した3つのテーマに沿ったコンテンツ制作やWEBによる情報発信を行うことで、HPへの誘因につなげる。  
(別予算のモニターツアーも有効に活用)
- ・QRコード付きフライヤー等を県内外のイベントや観光施設等で配布することによるHPへの誘因。

③セールス事業

- ・国内外商談会への参加及び旅行代理店を通じ、恒常的に旅行商品の造成推進を行う。

④観光地域づくり事業

- ・平成30年度予算に続き、ガイドの養成や観光業の中核をなす観光人材など、様々な養成事業の実施。特産品も併せて行っていきたい。

委員長

事務局から説明があった今年度の現時点までの事業の取組内容について各委員からそれぞれご意見・ご提言があればおっしゃってください。その後、次年度予算のアイデアやアドバイスがあればお願いしたい。

C委員

- ・データ収集によるマーケティングは必要であるため、しっかりと収集を行って誘客につなげてもらいたい。
- ・ホームページについては、先週見て分かりやすく作られていると思ったが、全然知らない人のためにも、他のDMOや観光協会等へのホームページのリンク貼り付けの依頼によって、さらなる周知に努めてもらいたい。
- ・HPの中で、まだ立ち上げ中など整理できていない内容も見受けられるので内容の充実を図りながら、できる限り早急に対応を進めていただきたい。

C委員	<ul style="list-style-type: none"> <li>・送客・営業活動については、インバウンド商談会に参加する前の事前の打ち合わせなど、それぞれの市町村と民間事業者とDMOとの役割分担を確認し、15市町村全体のエリアとしての効果的な魅力発信や事業展開を図って欲しい。（事業展開が重複しないように調整をお願いしたい。）</li> <li>・広域連携の食メニューについては、各ホテルの新たな取組がより見えるように、工夫を行って欲しい。</li> </ul>
委員長	<ul style="list-style-type: none"> <li>・HPの相互リンクの推進については、C委員の発言のとおり進めてもらいたい。また、役割分担について事務局から説明をしてください。</li> </ul>
事務局	<ul style="list-style-type: none"> <li>・商談会のそれぞれの役割分担については、県はバス助成など、助成制度の説明を中心にっており、徳島市と鳴門市に宿泊事業者が集中しているため、それ以外の13市町村については、商談会の参加前に事前の打ち合わせを行い、観光施設や観光素材など、宿泊以外の情報発信を中心に行っている。 ホームページのリンクについては、対応ができていないため、委員のおっしゃるとおり進めてまいりたい。</li> </ul>
委員長	<ul style="list-style-type: none"> <li>・次にD委員からお願いします。</li> </ul>
D委員	<ul style="list-style-type: none"> <li>・一般市民からの盛り上がりを感じられるものを進めて欲しい。</li> <li>・藍サミットのようなイベントも大事であるが、普段の生活の中に徳島に関心を持てるような取組を進めてもらいたい。徳島ならではの体験が欲しいし、重要であると考えている。一般市民の方がもっともっと関心を持ち、市民が盛り上がるような観光の取組をお願いしたい。</li> <li>・例えば、徳島駅に着いた時に、徳島は藍だなと身近に、徳島らしさを感じられるような長期的なビジョンを持って取り組んで欲しい。</li> </ul>
委員長	<ul style="list-style-type: none"> <li>・DMOを立ち上げた第一の目的は、対外的な情報発信で訪問客を増やすことだが、もちろんそれだけでは十分でない。D委員がおっしゃるとおり、徳島県民だれもが地元へ愛着や誇りを持ち、おもてなしの心で自らイベントに参加するなど、地域全体で盛り上がりにつなげていく必要がある。とは言え、全てをいっぺんには行うのは不可能なので、まずはできることから始めていただきたいと思う。続いて、B委員さん、お願いします。</li> </ul>
B委員	<ul style="list-style-type: none"> <li>・最近、ネットが発達して民泊サイトでは宿泊だけではなく、個人を対象にしたイベントなどを売っている。また、テレビを見ると、外国人観光客を自分の家に受け入れ「日本料理を教える」だけで2時間8千円の事業が成りたっていることから、観光関連事業者以外の人でも、できることや、アピールの仕方を学んで欲しい。</li> </ul>

B委員	<ul style="list-style-type: none"> <li>・また、イースト本来の仕事である情報収集によるマーケティングをしっかりと行うということも必要であるが、一方で、集まった情報の分析だけでは不十分と感じており、収集した情報のみならず、こういう人を徳島に呼びたいという視点でビジョンを描いて取り組んで欲しい。</li> <li>・徳島に呼びたいターゲットを定めるとともに、ターゲット以外の人巻き込んだ付加価値のある高価格帯の旅行商品の造成によって、結果、徳島に来る人も考えられるため魅力ある商品の造成をお願いしたい。</li> <li>・自分が旅行するときは、興味があるワードを検索して、記事を読んでさらにこの記事をもっと具体的に調べたい場合に、ホームページで検索を行っている。ホームページは総花的な「百貨店」になりがちなため、ピンポイントで、「ラーメン」などの記事をネットにちりばめて誘客につなげてみてはどうか。</li> <li>・「お母さんが一人でやっているカウンターの路地裏名店めぐり」や、「徳島のバー」、「ラーメンの茶系・白系・黒系」など、絞ったところからの広がりが見られる情報発信についても考えてみてはどうか。</li> <li>・徳島の食材を使ったメニュー事業で、1,500千円の予算をかけて行っているが、事業者と飲食店とのコラボなど、当機構のコストをかけずにできるような方法を検討してもらいたい。また、市内ではさまざまな全国大会も開催されているが、地元の食材を多く使っても、県外客の方にとって徳島産食材そのものが何か知らない人が多い。「フィッシュカツ」ぐらいはわかるかもしれないが、「阿波尾鶏」、「阿波牛」、「鳴門金時」、「鳴門のレンコン」など、徳島の食材の素晴らしさをきちんと明示し、伝える表現方法についても考えて欲しい。</li> <li>・また、テレビを見てびっくりしたのが、海外の「動物写真のプロと行く日本の動物写真撮影ツアー」では動物好きなカメラマンが海外からひとり900千円でも、この人にガイドしてもらいたいということで、順番待ちの状況がでるほどのツアーとして成立している。総花的な手法の取り組み以外の、タレント性を活かした商品を作るなどの取組も行ってもらいたい。</li> </ul>
委員長	<ul style="list-style-type: none"> <li>・徳島の食材を使ったメニュー契約について説明してください。</li> </ul>
事務局	<ul style="list-style-type: none"> <li>・朝食メニュー事業については、補助メニューを活用し、プロポーザルで事業者が事業を取得しましたが、B委員のおっしゃるとおり、掲載自体が各店舗の収益につながることから、ご理解をいただきながら、今後については、委員ご指摘の方向で検討を進めてまいりたいと考えています。</li> </ul>

<p>委員長</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ B委員ご指摘のように、受益者である飲食店から広告料をいただくなど、本事業でも費用対効果を意識したビジネス・スキームを構築できないか、検討していただきたい。</li> <li>・ 私からKPIの効果測定と目標設定について意見を申し上げたい。資料9ページに平成29年度の観光入込客数255万人に対し、今年度から毎年プラス5万人という目標が掲げられている。その根拠となるのが、資料23ページに掲載の国土交通省四国運輸局が発表する観光施設入場者数のデータである。徳島県内は15ヶ所のデータが示されており、ここでは東部圏域10カ所の合計値を用いている。このうち最も多いのは「文化の森総合公園」で、全体の3割近くを占める。さらにその年次推移変化を見ると、平成28年度110万人から29年度91万人へ19万人も減少した。一般的に、博物館・美術館・図書館は県民の利用が多い点や、特別展など催しや臨時休館などのスケジュールの影響を受けやすい点を考慮すべきだろう。一方、徳島県最大の観光イベントである阿波おどりは、今年度県外からの来場者が大きく減ったと報道されているが、目標の数値には全く反映されない。同様なことは「マチ★アソビ」や「LEDアートフェスティバル」にも言える。例えば「ひょうたん島クルーズ」の乗船者数は使えないのか。KPIの評価は非常に重要であるから、単なる施設入場者の合計値で判断するのではなく、それぞれの施設の役割や増減理由、イベントの開催状況などを詳しく調査分析した上で、なるべく実態に合った検証を行っていただきたい。</li> <li>・ その他、次年度の取組も含めて、付け加えてご意見等があればおっしゃってください。</li> </ul>
<p>D委員</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ できることはたくさんあるので、市民が盛り上がるような取組をして欲しい。</li> <li>・ 新町川の水際公園を起点とした全体的な広がりや、将来を見据えた継続的な取組をお願いしたい。積み重ねていくことが大事である。</li> </ul>
<p>委員長</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 行政は単年度主義が原則で、予算がついても期間は2～3年間であり、継続性の点で難しいのは事実である。DMO主導で始まった「観光人材コーディネーター養成講座」など非常に重要な取り組みと思うが、教育や人材づくりの効果は数値としてすぐに表れるわけではない。本委員会の総意として、民間、市民サイドの様々な活動を組み合わせながら、長期的な取組につなげてほしい。</li> </ul>
<p>D委員</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ どんな取組も手応えが出るまで最低10年はかかる。</li> </ul>
<p>C委員</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ DMOの活動について、ほぼ1年経つが、存在感がない、あるいは何をやっているのかわからないと周りと言われていたが、最近の状況や今日の報告を受けると色々な事業を行っていることがよくわかるので、地域のためにやっていることをメデイ</li> </ul>

C委員	<p>アを通じてアピールするなど、活動自体の情報発信を意識しながら、一緒に観光地域づくりを取り組む仲間を増やして欲しい。DMOの活動の情報発信を積極的に行うことで自主財源の確保にもつながるので、ぜひお願いしたい。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・DMOは専門集団であると認識しているので、組織として専門性のスキルアップをどうやって図っていくのかを考えてもらいたい。</li> <li>・また既に、プロパー1名が辞められており、今後の活動体制について、どうするか。また現在、職員の8人中、自治体からの出向が4人、民間からの出向が2人、プロパーが2人であるため、外からみると行政中心に映って見える。「脱行政主導」、「民間主導」で立ち上げた組織であり、外見も、実質的な中身も民間に軸足を置いた活動を行ってもらいたい。</li> </ul>
委員長	<ul style="list-style-type: none"> <li>・DMOの設立目的である対外広報の強化と県内活動の展開を両輪として、また行政と民間のハイブリッド組織という特性を生かしながら積極的に事業を進めてもらいたい。</li> <li>・限られた時間の中、DMOの今年度の事業報告に対する貴重なご意見を、各委員の皆様からいただきました。また、円滑な議事進行にご協力をいただき誠に、ありがとうございました。</li> </ul> <p>以上をもって、本日の委員会を終了いたします。</p>