

岩国市観光誘客戦略事業（平成30年度実施事業）

第3回評価会議（公表資料）

◆ 評価①「各事業における事業の効果について」

（評価委員個別意見抜粋）

- ・ 市全域の観光情報発信という点では、期待通り各エリアの特色を生かした情報発信や各種事業を行っていると思う。一方で、観光パンフレットの内容は広く・薄くなり、ターゲット層が見えにくくなっている。
- ・ パンフレット類は内容が充実していて見やすい。写真も良い。
- ・ SNSなど、ITツールを活用し、工夫して情報発信をされていると思う。
- ・ パンフレットやHP、SNSなどにより少ない人数で効率よく情報発信をしている。
- ・ まとまりもあり内容も充実している。
- ・ パンフレットについては、配置場所の改善や持ち運びしやすい仕様にするとう良いのではないか。
- ・ WEB広告は良好な反応があった単語、時期などを引き続き注目、分析、活用したい。何名参加したという数字のみではなくアンケート等で定性的な情報も重視し活かしたい。
- ・ デザインとしても注目を集めそうな表紙で良いと思う。ただ、色味、コントラストが薄い文字もあり、見えにくいと感じる人もいるのではと思う。
- ・ SNSと連動して効果的なPRをするために、できるだけ観光客を巻き込んだ企画を定期的に行っていくとよいのではと思う。
- ・ パンプの完成度は高いと思う。

（評価①まとめ）

総合パンフレットや季節パンフレット、岩国駅周辺マップ、ホームページ、フェイスブックなどの情報発信ツールについては、各評価委員の方から、まとまりがあり、内容も充実していて見やすい、写真も良い、完成度は高いなどの高評価をいただいた。

一方で、パンフレットのターゲット層がわかりにくい、持ち運びしやすい仕様や注目を集めそうな表紙がいいのでは、遠くから来てもらうためには今のパンフレットの情報が細かいため1ページで迫りくるような感じにしたほうが良い、配置場所の改善も必要などの評価意見をいただいた。

（評価委員 評価点数平均） 4. 3点／5点中（昨年度3. 8点）

◆ 評価②「計画目標（KPI）と実績について」

（評価委員個別意見抜粋）

- ・ 量だけでなく質的な評価も必要である。
- ・ 平成30年は西日本豪雨災害の影響もあり、KPI未達成の項目があるのは仕方ない。
- ・ 去年は西日本豪雨災害があり、広域で被害が広がったため仕方ない部分はあるが、そのような中でもインバウンド客をうまく誘客できれば、もう少し落ち込みを防ぐことはできたのでは。
- ・ 入込客数については、この事業の効果なのかどうか判断が難しい。
- ・ 豪雨災害等天候の左右もあるので、計画目標における実績評価は難しい。
- ・ KPIに観光消費額を設定すべきと考える。また、情報発信においてもデジタルプロモーションをするのであれば、PV（ページビュー）、UU（ユニークユーザー）数の目標があっても良いのではないか。
- ・ 西日本豪雨による被害は非常に大きかったと思う。その中でも1月～3月までは堅調な数値が出ていたので、引き続きこれまでの取り組みを続けていくことでよいと思う。
- ・ 去年は西日本豪雨災害という自然現象に見舞われ観光への打撃は大きかった。人口も減る中目標設定はさらに難しくなると思う。

（評価②まとめ）

西日本豪雨災害の影響もあり、KPI未達成の項目があるのは仕方ないが、そのような中でもインバウンド客をうまく誘客できれば、もう少し落ち込みを防ぐことはできたのでは。また、KPIの設定に観光消費額を入れるべき、量だけでなく質的な評価も必要ではとの評価意見をいただいた。

（評価委員 評価点数平均） 3.5点／5点中（昨年度4.0点）

◆ 評価③「自立に向けた自主財源の確保について」

（評価委員個別意見抜粋）

- ・ 限定されたエリアで宣伝・広告費用を収入として得るなど、手法はあると思うが、市全域を対象としたプロモーション活動が必要なら、行政からの補助金もやむを得ないと考える。
- ・ 錦帯橋観光で足りないものの中から自主財源の確保（手荷物預かり所の運営、繁忙期の切符販売、休憩所を整備し自販機を設置する など）を行う。
- ・ 広告であれ受託事業であれ、お金を払ってでもそれを得たいというニーズがあれば、取れば良いと思う。
- ・ 当団体において自主財源を確保するのは難しいと思う。
- ・ イベント、パンフレット等の広告掲載で広告料を集めては。
- ・ 広告料収入といった自主財源の確保は現状難しいと考える。

- ・パンフレット内、HP内の広告スペース確保、体験プログラム販売手数料などは着実に積み上げたい。
- ・広告料を見込むのであれば、確かな効果が必要。
- ・広告を出すことで、例えば看板設置費を軽減するなどのメリットを売りにするなど、別の切り口があってもいいのではないかと思う。
- ・民業圧迫の観点からやりにくさもあると思うが、事業収入は高めたい。

(評価③まとめ)

イベント、パンフレット等の広告掲載で広告料を集めては、錦帯橋観光で足りないものの中から自主財源の確保を行ってはなどの評価意見がある一方で、広告料収入といった自主財源の確保は現状難しい、市全域を対象としたプロモーション活動が必要なら、行政からの補助金もやむを得ないなどの評価意見をいただいた。

(評価委員 評価点数平均) 2. 9点 / 5点中 (昨年度 2. 8点)

◆ 評価④「今後の事業展開について」

(評価委員個別意見抜粋)

- ・宮島からの観光客の誘客は長年の課題
- ・インバウンド客が思わず手にとってみたくなるような英語併記のパンフ、チラシの作成のほか、岩国でしか食べられない、体験できないようなものの掘り起こしが必要。
- ・今年度の事業計画で問題ないと思う。
- ・相互連携が必要であり、そのための情報交換は今後重要な取組であると考えている。
- ・外国人観光客に宮島でPRするのがよいが、宮島口→岩国駅→錦帯橋の誘導には時間的に無理を感じるので、広島駅→新岩国駅→錦帯橋の誘導も検討してみてもは。
- ・ターゲットを明確にして事業を展開してはいいか（誰に対して実施するのか?）。
- ・どこでプロモーションをするのかも明確にした方がいい。
- ・難しいかもしれないが、まんべんなくより、選択と集中により岩国市の本質的価値がターゲットに届くような事業を目指したい。
- ・ジャズストリートややんちゃ祭りなど有志で取り組んでいるイベントも掲載し、いろいろな切り口でPRしてみてもどうか。
- ・歴史や刀剣、甲冑が好きな人に満足してもらえるようなツアーを組んでみるどうか。
- ・市内で委託している観光施設の自立性を高めたい。一定の予算を負担後、自立運営をさらに促したいところである。

(評価④まとめ)

ターゲットを明確にして事業を展開してみてもは、まんべんなくより選択と集中により岩国市の本質的価値がターゲットに届くような事業を目指しては。

また、インバウンド客が思わず手にとってみたくなるような英語併記のパンフ、チラシの作成のほか、岩国でしか食べられない、体験できないようなものの掘り起こしが必要などの評価意見をいただいた。

(評価委員 評価点数平均) 3. 5点/5点中 (昨年度3. 6点)

◆ その他意見「総合的な観点からの提案やご意見」

(評価委員個別意見抜粋)

- ・ 推進交付金の終了に伴う市補助金の減により、戦略協議会のスタッフを減らした割には戦略協議会の事業ボリュームが減っていない。お金もマンパワーも限りがある。市観光振興課や戦略協議会、各観光協会の業務を整理され、業務の効率化を図っていった方がいいと思う。
- ・ 今以上の観光客数を目指すなら、観光客を呼び寄せる新たなコンテンツが必要。
- ・ 旅行商品の造成への取り組みが必要（インバウンド客限定で、岩国駅、新岩国駅において、往復のバス代と錦帯橋周辺の観光地の入場料が入ったお得な周遊券の販売など）。
- ・ 各々の観光協会では出来ない最新の情報ツールの活用や全市的な魅力の発信をされていて評価できる。
- ・ 元乃隅稻成神社のように何が当たるのか分からないので、これまで通り、プロモーション戦略協議会の職員の感性で、良いと思ったものを発信してもらいたい。
- ・ 今後においても各観光協会等と連携を強化する事で、観光を通じた地域経済の発展に貢献してほしい。
- ・ 錦帯橋周辺の観光客を増やすのに、週末だけでも花見や山賊のような賑わいが出来れば。
- ・ 岩国での宿泊を伸ばすためには、ナイトエンタメといったプロダクト開発も必要。
- ・ 観光、オーバーツーリズムの視点も重要と考える。
- ・ 大河ドラマ、または民放などで流れるドラマのロケ地にならないか、放送局に売り込みをする。または自主で映画製作を企画するなど、メディアを巻き込んだPRにも力を入れてみてはどうか。
- ・ プレミアム感のある旅行コース企画、サービスがあると良いと思う。
- ・ これからの観光事業の先にあるのは、やはり地元の活性化、地元の元気が必要であり、そのため行政は何を働きかけるのか、コンセプトとビジョンを明確にしていき、それに向けての取組みをしていく事が大事と考える。
- ・ 既に数値化されている観光客の動向について、プロフィールをしていき、有益的な観光戦略を目指していく必要があり、これからの10年、20年先のビジョンについて10代20代の若年層からの意見を聞く必要があると思う。
- ・ 協議会自体は素晴らしい活動をされているので、今後は「選択と集中」「連携」を！

(その他意見 まとめ)

今以上の観光客数を目指すなら、観光客を呼び寄せる新たなコンテンツが必要。

宿泊を伸ばすためには、ナイトエンタメといったプロダクト開発やプレミアム感のある旅行コース企画、サービスが必要。

また、コンセプトとビジョンを明確にしていき、それに向けて取り組んでいく事が大事。メディアを巻き込んだPRにも力を入れてみてはどうか。これまで通り、プロモーション戦略協議会の職員の感性で、良いと思ったものを発信してもらいたいなどの評価意見をいただいた。

◆ 総合評価まとめとして

総合パンフレットや季節パンフレット、岩国駅周辺マップ、ホームページ、フェイスブックなどの情報発信ツールについては、まとまりがあり、内容も充実していて見やすい、写真も良い、完成度は高いなど、一定の評価をいただいた。

KPIについては、西日本豪雨災害の影響もあり、KPI未達成の項目があるのは仕方ないが、そのような中でもインバウンド客をうまく誘客できれば、もう少し落ち込みを防ぐことはできたと思われる。また、KPIの設定に観光消費額を入れるべき、量だけでなく質的な評価も必要との評価意見をいただいた。

今後、マーケティングとターゲティングを明確にし、更なる「選択と集中」を行っていくとともに、市、観光協会と「役割分担の明確化」及び「連携の強化」を図り、効果的・効率的な運営に加え、岩国市の観光振興と観光交流の発展に寄与するよう事業に取り組んでいく。

(評価委員 総合評価点数平均) 3.5点 / 5点中 (昨年度3.6点)