**令和元年度第1回安中市ＤＭＯ推進委員会**

報告者

観光係　高橋　優太

開催日　：令和元年７月４日（木）　１０時００分　～　１２時００分

開催場所：松井田支所２階　大会議室

内容　　：

挨拶：茂木市長（代理：粟野副市）

　要旨：（一社）安中市観光機構は、あんとりっぷ作成や、イベント誘致等、四季折々、様々な事業を展開している。このＤＭＯ推進委員会は、各種目標、所謂ＫＰＩがどのように達成されており、どうやって発展させていくかを、幅広い観点から、地域の皆様のご意見を頂戴しつつ進めていくための委員会である。皆様の忌憚のないご意見を頂戴したいと思う。

挨拶：清水顧問

　要旨：ＤＭＯの登録、設立開始から５年が経過しようとしている。ＤＭＯの役割は、今までの縦割りから、横串を入れることで、工夫や知恵が集まり全体の相乗効果を発揮することである。全国では２３７の団体がＤＭＯとして登録されているが、なかなかうまくいかない事例が多くある。その中でも安中市は会議や具体的な事業を展開し、うまくいっているＤＭＯであると思う。

さらに今年度いろいろな工夫をしていただければ良いと思う。

議題：大竹課長

　要旨：平成３０年度地域再生計画におけるＫＰＩについて

○観光客数：１３９万人

○ＤＭＯ会員数：８３件

○ＤＭＯの独自雇用人数：２名

今後の目標値について

観光客数について、平成２８年度から毎年５％の観光客数増加を目標に取り組んできた。しかし、実績値としては平成２８年度から横ばいの実績であり、観光客数増加の目標は達成できていない。また、以前より観光客数のＫＰＩと実績値との乖離が大きく、変更するべきと議題にあったので、内閣府へ観光客数ＫＰＩ変更の申請を行った。変更後のＫＰＩについては、令和元年度１４０万人、令和２年度１４４万人と定め、申請を行っている。正式な決定ではなく、申請段階であることをご了承いただきたい。

ＤＭＯにおけるＫＰＩについて：安中市観光機構　依田　事業部長

　要旨：

○延べ宿泊者数：２０４千人

○旅行消費額：９，１００円

○来訪者満足度：６．０１点

○リピーター率：７１．６％

○ボランティアガイド人数：５６人

○滞在交流型プログラム数：１５０件

○メディア掲載回数：５２回

宿泊客数の増加には、宿泊施設の向上が肝になる。旅館、安中市、安中市観光機構と連携し、事業展開を行うことで、延べ宿泊客数の向上を図っていきたい。

ボランティアガイド人数については、ＫＰＩを下回る結果である。対策として、廃線ウォークのガイド育成を事業として展開したい。後ほど詳しく説明を行う。

滞在交流型プログラムについては、以前の委員会で承認があったとおり、下方修正を行う。修正後のＫＰＩについては、令和元年度２００プラン、令和２年度２５０プランをＫＰＩと定めた。現在観光庁へ下方修正を申請中である。

旅行消費額、来訪者満足度、リピーター率は例年通り対面アンケート調査の結果を反映させている。旅行消費額は今後も単価を上げる取り組みをしていきたい。

推進交付金事業について：安中市観光機構　依田　事業部長

実施事業について説明を行う。別紙委員会資料参考。

質疑応答

質問（吉村委員）：

説明を聞いて、ここ数年でのDMOの成長を感じる。特に廃線ウォークがうまくいったことがよかった。そのため説明にも説得力があるし、成功すると思えるような内容であった。アンケートの内容について、お客様からの要望を受け付けるような項目を追加するべきではないのか。

東京など首都圏の若い女性には安中が読めない人もいる。長期的な目で見て、安中の知名度の向上をＫＰＩに入れるのも面白いのではないか。

回答（依田事業部長）：

廃線ウォークのアンケートでは、満足度はもちろんのこと、どのような点が面白かったか、たとえば、廃線をあくことが面白かった、ガイドが面白かった、風景が良かったなど項目を作成し、アンケートを取っている。また、フリーで今後どのようなことをやってもらいたいかなどを聞いている。その中で、ショートコースを行っているが、鉄道好きな人はショートコースでは物足りない、もっと長いコースを歩きたいとの要望がある。どちらかと言うとポジティブな意見が多いように感じる。逆にネガティブな意見については、山ヒルの被害が多くて怖いという意見が多かった。対策としては、草刈をする除草剤を巻く等を行っている。その他、頂いたご意見は真摯に受け止めていきたい。

安中の知名度調査については３年前に、首都圏在住の２０代３０代女性を対象にインターネットでアンケートを行った。結果としては、１００名に調査を行い、安中市を知っている人は１人という結果になった。しかし、廃線ウォークの参加者には、鉄道ファンのみではなく、若い女性のグループも参加している。女性の参加理由は、廃線ウォークに興味がある人や、普段は入れない場所へ入れるというワクワク感を持って参加する人が多い。また、少女マンガの舞台になったこともあり、実際に見てみたいという人、ＳＮＳ映えする写真を撮りたいといった目的のある人もいる。そのため、ＳＮＳで情報配信することに注力して、情報発信できていると思う。より一層、廃線ウォークのＰＲを行っていきたい。

（吉村委員）：

山ヒルがいなくなるような抜本的な対策を行うべきである。知名度については、長期的にＫＰＩを取るようにしたら良いと思う。

質問（遠間委員）：

地域再生計画のＫＰＩについて、観光客数実績値が横ばいであるが、どのような形で横ばいが続いているのか。令和元年度は１万人の増加を目標としているが、どのような形で観光客数を１万人増やすのか。具体的な策を教えて欲しい。

回答（依田事業部長）：

横ばいの実績値については、実際には数千人の単位で変動はある。しかし毎年１３９万人台から抜け出すことができていないのが現状である。今後は安中市のＰＲはもちろんだが、体験プログラムの造成に注力し、体験者数を増やすといったことがダイレクトにＫＰＩの実績値を上げることに繋がると考えている。そのために「あんとりっぷ」作成や、「廃線ウォーク」があると思う。また、実績値の算出方法について、今年度はドコモと契約した観光客数データを活用し、昨年度と比較し進捗状況を把握し、瞬時に対策が立てられるような状況でＫＰＩ達成に向けて活動していきたい。

質問（遠間委員）：

物産商品開発（磯部温泉恋人の聖地プログラム絹紐販売）について、価格はいくらになるのか。またどのタイミングから導入するのか。

回答（依田事業部長）：

販売価格は５００円を考えている。設置場所については温泉会館の入り口である。そのため補充などは観光機構で行う。自販機は使わなくなったタバコの自販機を活用し、絹紐は箱に入れて販売する。今後は、絵馬やお守りなどの商品開発も視野に入れている。

質問（三宅委員）：

インバウンド関連について、今後廃線ウォークをメインに台湾からの誘客を推進すると説明があった。廃線ウォークの時もガイドが付くと思うが、なかなか中国語で説明ができないと思う。そのため、簡単な中国語の説明が書いてある説明書があると良いと思う。お客様も何もわからず、ただ歩いているのでは楽しくないと思う。説明書の作成をお願いしたい。

回答（依田事業部長）：

昨年、台湾のほうには廃線ウォークについて翻訳した資料を提示したことがある。今後は歴史についてなど内容を突き詰めたものを作成する必要があると考えている。加えて、言葉のキャッチボールも必要である。できれば、ガイドや通訳などを国際交流協会様にも協力して頂ければ、とても心強い。連携して台湾などのお客様を受け入れる体制を整えていきたい。

議題承認。

総評：清水顧問

安中市のＤＭＯは大きくステップできていると思う。補助金と会費と収益費の中で経費を賄う必要があるが、収益を上げることは難しい。ポイントは滞在プログラムと物産である。しかし滞在プログラムはうまくいかない。全国的に見ると有名な観光地では、体験プログラムで成功し、十数万人の観光客を集め、３億円近く売り上げた例もある。また、インバウンドのガイドの斡旋で３億円の売り上げを成し遂げたＤＭＯもある。しかし、それはごく一部であり、その他の大多数のＤＭＯは売り上げがなく厳しい状況にある。そのような中で、安中市ＤＭＯは廃線ウォークを開始し、滞在型プログラムを作成したことは、すばらしいことだと思う。ガイドの育成など、いろいろな付加価値を追及していくことは大事なことなので、ぜひ今後も議論を深めてもらいたい。

２つ目は、全国のＤＭＯでは若い人に関心を持ってもらうことに苦労している。圧倒的に日本の観光はシニアで成り立っている。しかしシニアの世代もいつまでも旅行ができる訳ではない。観光地で苦労していることは観光客が増えないこと。実際には減る一方である。その部分の穴埋めとして、若い世代とインバウンドが重要になる。今はインバウンドがブームで、良い傾向にあるが、何かあればすぐに減少するのがインバウンドの特徴である。そのため、若い世代を固定的に取り込むことが課題となる。安中市では、ファンイベントや恋人の聖地など、若い人を対象とした事業を展開していることは素晴らしいことだと思う。

５月から１ヶ月ドイツとベルギーに滞在したが、稼ぐことが上手であると感じた。お金を使いたくなるように仕向けるのがとても上手である。また、お金を欠けないことには徹底的に欠けない、必要なところはお金を取る仕組みを実践している。特に飲食の部分にお金を欠けるようにしている。そのためどこにいってもオープンカフェ等がある。ガイドもボランティアガイドで写真だけの説明ではなく、動画を使う、写真を撮影して販売を行って、どこでもお金が動くようにしている。どうやったら満遍なく地域がお金を稼げるか、そのシステムが確立されている。

今後安中市ＤＭＯは、みんなで集まり、知恵を出し合い、みんながちょっと楽しくなる、ちょっと潤うといったことが大事。例えば、横川の鉄道文化むら、廃線ウォークガイド育成など、もっと多くの人と関わりを持ってやっていく必要がある。宿泊が繋がらないことについては、ニーズに合わせた工夫が必要。廃線ウォークグッズはもっと開発するべきである。心地よくお金を稼ぐための知恵をみんなで出すことができれば良い。

最後に、ＤＭＯと行政の関わりがポイントである。ＤＭＯと行政は一体となって動かないといけない。そのためには、議論をしなくてはならない。さらに隣接した関係になる必要がある。観光課はＤＭＯと一体となり、動く必要がある。しかし全国的に、行政が強い傾向がある。失敗している地域は、関係性がうまくいっていないところである。お互いの役割分担をもっとうまく行うことで、面白くなると思う。

アンケート調査はしっかりと行って頂きたい。対面調査もしっかり工夫して行うことで、お金の使い道などがわかる。そうすることで、本当に何が必要なのかが見えてくる。認知度について、プログラムなどで実績を積み重ねて行くことで向上する。今後も、引き続き頑張ってもらいたい。

挨拶：武井副委員長

いろいろな意見を頂戴できたので、集約し今後の活動に活かしていきたい。今ある課題にチャレンジしていくことの繰り返しになると思う。年々、運営なども地に足が着いてきたと感じている。ＤＭＯは地方創生観光振興事業で、国の支援に基づいて行政と一体となって事業を進めていくことが根幹である。しかし、稼ぐことは難しく現状安中市観光機構にはお金がない。そうなると、資本投資もできない。行政からの補助金活用や収益事業の展開で基盤を作ることができれば、これからうまくいくと思う。１つの企業が軌道に乗るまでには１０年かかると考えている。その間に、要望をクリアしていくことが必要。

群馬県安中市から文京都市をしっかりと発信することで、徐所に知名度の向上に繋がるのではないか。

現状、最低限やらなければいけないことを進めていかなければならない。今後も委員のみなさま、行政にも協力いただきたい。