平成３０年度第１回安中市ＤＭＯ推進委員会議事概要

開 催 日：平成３０年７月１１日（水）１０時３０分～１２時１０分
開催場所：松井田支所２階特別会議室
内　　容：

挨拶：茂木委員長（代理：粟野副市長）

要旨：（一社）安中市観光機構が横川に移ったことや鉄道文化むらとのゲート設置など、ＤＭＯとして進めている現状について。推進委員会の意義や地域の協力の必要性に言及した

挨拶：清水顧問

要旨：2015 年の観光振興計画やＤＭＯ設立から始まって横川に良い器が出来上がってきたこともあり、現在は助走から本番に入ってきたこと、あんとりっぷをもっと大きくして観光によって地域をよりよくしていこう。観光庁のＤＭＯ登録が１９８となり、その中でも安中市は一歩前に出ている

ＫＰＩ報告：萩原課長

要旨：

・今年度の推進委員会について

昨年度（各種報告の他、事業について等、年６回開催：機構と共同開催）

今年度（進捗状況の報告会等、年２回開催：市が主催）

戦略等は分離し、機構主催で開催

・ＫＰＩは必須ＫＰＩと任意設定ＫＰＩがある

のべ宿泊者数（必須ＫＰＩ）の未達成については、富岡製糸場の来場者減が響いている。首都圏からの直接誘客としてエージェント協力とインターネット活用を積極的に行い、個人旅行者を増やす方針。地域イベントの充実も

旅行消費額（必須ＫＰＩ）については、２８年度実績よりも上がったが目標には届かなかった。のべ宿泊者数等の減が響いている。魅力ある体験型プログラム、特に当日受付を増やす方針

満足度（必須ＫＰＩ）は目標値を超えた。しかし、２８年度よりも数値が減っているので、体験型プログラムや住民参加のおもてなしを充実させていく必要がある

リピーター率（必須ＫＰＩ）は目標値を大幅に超えた。２市１町での協力体制や回遊性の向上、体験型プログラムの充実が原因

ボランティアガイドについては、目標値に達しなかったが、輪は広がっている。ガイドエリアも広がっている。この盛り上がりがガイドの充実にもつながる

滞在交流型プログラム数は目標値達成。今後は戦略会議の専門部会を活用し、地域

の掘り起こしなどにも注力していく。インバウンド対応も
　メディア掲載回数は目標値を超え、２８年度実績よりも多い。機構の旅行エージェントの協力体制、イベントの開催が原因。今後も積極的に行っていく

質問（吉村委員）：振興プランでは年５％の客増、年１０００円の消費額増を目標としているが、なぜ、ＤＭＯ補助金のＫＰＩではそうしていないのか
回答（萩原課長）：振興プランの目標達成が困難と考え、目標値を下げている

質問（長谷川委員）：どのようにＫＰＩに旅行消費額を入れているのか（単価設定）
回答（萩原課長）：日帰り観光客の消費額を入れているが、市が独自調査することは困難なため、県が調査しているデータから抽出している

質問（吉村委員）：旅行消費額などはアンケートサンプリングで数値をとるか、そもそもどのように決めるか決定すべきではないか
回答（萩原課長）：県の数値を使用することが基本だと考えているが、市独自も検討していく

質問（野口委員）：宿泊者数が横ばいで旅行消費額増加は成果だが、満足度やリピーター率が減っている。サービスの充実のために、ガイドをボランティアではなくお金をいただくプロ化も考えた方が良いのでは
回答（萩原課長）：ボランティアガイドの会がある。会の方針もあるので、そちらと相談していく

安中市観光機構事業報告：依田企画部長
要旨：
・決算
　事業収入の販売事業では決算に比べて予算が高額だが、それは観光庁の補助金申請の関係で高額な収入予算となっている。３０年度の計画では修正を計画している。
・事業報告
交付金関係を中心に報告。ツアー系が多く入ってきている
　ツアー…アプト（紅葉含む）、梅林が多い。参加者は熟年層が中心
　体験型プログラム…ネット申し込みが大半。若年層が中心若手ばかり
　今後は、両輪で進めていきたい。
・機構平成３０年度予算
　実績を元に修正したので、前年度より大きく下がっている

事業収入が肝になるので、ここに注力していく
・交付金予算
販売実績は３割ほど。より魅力的な商品を作っていく
・事業計画
３月の著名人ファンイベントのようなイベントを増やしていく
・交付金事業
昨年同様のスケジュール

質問（吉村委員）：交付金はお金を使うだけ？ＫＰＩにどれだけ寄与しているかを出した方が良い。単年だけの説明だけど、中長期的の説明があった方が良い
回答（機構）：あんとりっぷはプラン中３割が売れている。そこで２３０万。サロンドＧとモニターツアーに伴い企画された旅行商材で１２０万、物産関係で１８０万の収入
補足（機構）：今後はインバウンドを増やす。

質問（長谷川委員）：滞在型プログラムの売り上げ２３０万はＨ２９年のどこに記載されているのか
回答（機構）：個人での利用は販売事業に、団体での利用は委託事業に算入されている

その他（機構：依田）
・【報告】平成３０年６月２３日の横川オフィスお披露目では、祈祷を行い、ラッピングトラックの紹介もした
・【紹介】あんとりっぷの表紙は、今年度「阿久津ゆりえ」氏。安中市出身のモデルであり、インフルエンサーなのでお願いしている。なお、夏号は磯部を中心に撮影
・【紹介】地域おこし協力隊にも協力してもらい、あんとりっぷに記事をもらっている。記事は地元の食事処を紹介する自転車旅
・【紹介】イベント
「遊ばないと」は、体験型プログラムをまとめて体験できるイベントを開催
「聖地巡礼ツアー」は、「お前はまだアンナカを知らない」のイラストに関する若年層をターゲットにしたツアー。コラボは６つのニュースサイトに掲載
「芸能人ファンイベント」は、４７温泉地から選ばれた
「信越本線新線を活用した廃線ウォーク」は、２１年利用されていない廃線を活用
「磯部築」は、６本イベントを企画。機構は協力団体
・【紹介】所さんのお届けモノです！
安中市を紹介してくれる。機構が一部協力した。７月１５日放送

質問（三宅委員）：インバウンドについて、どう情報発信するかも重要だが、地域の理解

や対応ができていない。金額面や組み合わせを工夫すればもっと外国人の興味を引くものができるのではないか
　回答（吉田係長）：２市１町協議会などを通じて地域への啓発を行っていく。機構もプログラムも外国人向けに変えたものを増やしていく

　質問（吉村委員）：あんとりっぷの販売が弱い。駅やトヨペットにおいてあるが効果がないと思う。作ることも重要だが、販売も重視してほしい
　回答（吉田係長）：歴史関係の体験型プログラムがある際には公民館などに送付するなど、販売に注力して置く場所を機構が検討する

　講評（清水顧問）：
　資料の作り方について、表記を予算に合わせているが、事業ごとや目的ごとにした方がわかりやすい
　ＫＰＩについて、振興プランのフォローとして入込客数や機構の会員数もあった方が良いんじゃないか
　観光消費額は、対面式のアンケート調査（調査用紙は観光庁指定の物）が基本。旅館等に協力いただいたり、ＤＭＯ組織が直接行ったりが望ましい
　インバウンドの意識付けとして２０２２年には日本人の観光客数×日数と外国人の観光客数×日数が拮抗すると予測されている。６０代の年間旅行回数は１．４回だが、７０代は１．０回。今後、日本人の旅行者は確実に減る。インバウンドの現場の受け皿については、自然に増えていくので、一歩一歩進めていくことが重要
あんとりっぷの販売の仕方については、データを見ながら、冊子の意義なども加味して事務局で考えていくべき

閉会の挨拶：武井副委員長
　現場の受け皿が重要。インバウンドは今台湾を中心にやっているので、徐々に手を広げていくのが良い。そのためにも皆様のご理解とご協力が必要です。各地に旅行に行かれている皆様のご意見も重要。先日、愛媛に行った際には、大雨の旅行客に対する対応について、地域を挙げて行っていた。こういったことが、地域の受け皿であり、おもてなし。横川に機構のオフィスが移り、現状は基盤整備の時期。皆様の協力をよろしくお願いします。