

令和2年度一般社団法人イーストとくしま観光推進機構外部評価委員会議事録（要旨）

事務局	<p>ただいまより、一般社団法人イーストとくしま観光推進機構「令和2年度外部評価委員会」を開催いたします。</p> <p>それでは議事に移りたいと存じます。</p> <p>委員会の議長は、外部評価委員会設置要綱第5条の規定により、委員長が当たることとなっております。よろしくお願いいたします。</p>
委員長	<p>議事の進行につきまして、ご協力をよろしくお願いいたします。</p> <p>本日の議事は「令和2年度地方創生推進交付金」を活用して実施した事業の徳島県東部圏域の延べ宿泊者数、観光入込客数の重要業績評価指標の評価検証及び費用効果等に関することとございます。内容について、事務局より、説明をお願いいたします。</p>
事務局	<p>イーストとくしま観光推進機構 勇専務理事より 資料とスライドに沿って説明。</p> <p><u>前段説明 ページ1～7【日本版DMO設立の背景と目的の説明】</u> はじめに新しい委員もいるので、DMOとは何か、設立の背景、役割や目的について説明。</p> <p><u>議事説明 ページ8～9【議事内容の説明】</u> 外部評価委員会の設置目的や議事内容と概要を説明。 イーストとくしま観光推進機構が行っている観光振興による徳島県東部圏域の活性化を図るための取組には、国の地方創生推進交付金が活用されています。 そのため、外部評価委員会を設置し委員の皆さんに、当機構の取組の評価や効果の検証を行っていただくこととしております。 今回の説明は大きく2つに分けて行いますが、1つ目は、KPI、目標数値についてどうだったか、2つ目は機構が取り組んできた事業状況やその詳細についてです。</p> <p><u>説明Ⅰ ページ10【KPI指標の説明】</u> まず、KPIですが今年が計画3か年の最終年度になりますが、観光入込客数は、2年目の令和元年度は微減し、延べ宿泊者数は、令和元年度は増加しましたが、コロナの影響もあり3年目の令和2年度は大きく減少し、厳しい数字となりました。 観光入込客数、延べ宿泊者数ともに、機構の取組だけでは、数字に直接的に表れるものではなく、我々をはじめとしていろいろな事業者が連携して、初めて達成される数字です。その中で、機構が事業者や行政のハブ的な役割を果たし、効果を表面化していくことが機構の存在意義でございます。 誘客関連については、人の移動が制限されている状態が続いていますが、逆に言えば、こういう時期だからこそ苦勞されている宿泊事業者や観光事業者の方々のため、アフターコロナに人が動きはじめた時に備え、徳島を訪れたいと思えるコンテンツをどれだけ多く造成できるか、思考錯誤する絶好の時期と捉えて動きを活性化させることが重要です。 令和2年度は、地方創生推進交付金の3か年の最終年度ということで、令和3年度からの新たな地方創生推進交付金をいただくために、新たな3か年のプランを構築した年でした。</p> <p><u>説明Ⅱ ページ11【予算状況の説明】</u> このグラフは2020年度の全体の予算を表したもので、大きく管理費、事業費、間接事業費の3つの項目に分かれています。この中で、事業費と間接事業費の違いについてですが、間接事業費とは機構がプラン作りや提案をして、国が直接事業主体となり実</p>

<p>事務局</p>	<p>施するものです。事業を実施するなかで、機構も当然連携してまいりますが、これを間接事業といいます。</p> <p>今回、委員の皆さんに検証していただくのは地方創生推進交付金の部分となりますが、事業費でいえば、国の他の補助金を獲得したりすることで、地方創生推進交付金以外の事業が半分以上を占めておりますが、人件費などの管理費では交付金を有効に活用させていただいております。</p> <p>令和2年度はコロナの影響もあり、交付金を活用した事業費としては、①マーケティング事業や、②の情報発信強化事業は予算額に近いところまで実施できましたが、③徳島東部地域への誘客・送客等促進事業はセールスの部分になり、人の移動が制限されたため、関東圏、関西圏等で開催される予定だった商談会、セールス等に参加できず、残額が大きくなりました。④広域連携による観光地域づくりの推進は、講座等の実施回数は減りましたが、他の予算を有効活用して実施できたため、交付金を利用せずに行うことができました。</p> <p><b>説明Ⅱ ページ13【地方創生推進交付金以外の事業説明】</b> 地方創生推進交付金以外の事業を説明</p> <p><b>説明Ⅱ ページ14～16【地方創生推進交付金の事業説明①】</b> 地方創生推進交付金を活用した事業の説明。</p> <p>1つ目は、マーケティングリサーチ事業で、60万円です。これは、来訪者アンケート調査を実施するもので、対面による聞き取り調査、観光施設や宿泊施設での留置き調査、WEB調査等を行い、837サンプル数を収集しました。ここで集めた結果を機構独自で定めたKPIのデータとしてグラフ化したものが15ページのとおりであり、来訪者満足度、コンテンツ造成支援数については目標を達成していますが、他の項目は苦戦している状況です。</p> <p>WEBサイトアクセス数は、2019年度では対前年度比で34.5%の増、2020年はコロナ禍で人の移動が制限された中で、前年度より数値があがったのは大きな効果であったと思っています。</p> <p><b>説明Ⅱ ページ17～62【地方創生推進交付金の事業説明②】</b></p> <p>17ページは、機構で、一番予算が大きな事業である情報発信&amp;プロモーション事業であり、SNSを中心に徳島東部圏域の様々な情報発信をしていく事業でございまして、リーチは実際に見た人の数、エンゲージメント率はリーチに対して何らかのアクションをした人の数です。</p> <p>Facebookは日本語で、年間81本の記事を投稿し、Instagramは、多い月で10本、少ない時期で6～7本、Twitterでは、これらのSNSを使って最終的に機構の記事に誘引するようにしています。昨年よりホームページの年間アクセス数が増加したのは、このようなSNSを通じた取組により、繋がりが生じたものだと考えております。また、少し飛びますが62ページにあるように、lineトラベルでも記事を発信しています。</p> <p><b>説明Ⅱ ページ63【地方創生推進交付金の事業説明③】</b> 募集型企画旅行支援事業ですが、実際に旅行代理店等に旅行商品を作ってもらい、新聞広告代を助成するという企画を予定していましたが、年明けからの緊急事態宣言の発出により、予定どおり事業を実施できず、結果的に、1件しか催行できませんでした。</p> <p>あとはホームページの維持管理費、PRツール作成としてマスクケースを作り交付金を有効活用いたしました。</p>
------------	--

令和2年度一般社団法人イーストとくしま観光推進機構外部評価委員会議事録（要旨）

事務局	<p><u>説明Ⅱ ページ64【地方創生推進交付金の事業説明④】</u> 誘客・送客等促進事業ですが、例年であればセールス・商談会等が海外・国内主要都市も含めて開催されていたのですが、記載されているように、オンラインが中心となったうえに、4つしか参加できず、また、広告宣伝費ツール制作も取り組むことができず、未執行となりました。</p> <p><u>説明Ⅱ ページ65～74【地方創生推進交付金の事業説明⑤】</u> 観光人材育成事業ですが、宿泊事業者、体験観光事業者に対し、7月22日からスタートしたGOTOトラベルに対し、WEBでの関心が高まる中で、OTAの登録方法、WEBを使ったプロモーションの手法について、専門家を招き、講義を行いました。 観光コーディネーター養成については、今年で4年目となり、徳島大学との共催により、会場費や配信費の部分で協力いただき、さらには、観光庁の専門家人材派遣事業を活用して、観光業界におけるトップランナーを講師に招き、計6回、6名の講師陣による講座を開催するとともに機構に対してもアドバイスをいただき、有意義な講座を開催することができました。</p> <p><u>説明Ⅱ ページ75～79【地方創生推進交付金の事業説明⑥】</u> 機構の事業に対する助言や提言を行うとともに、観光コンテンツの調査・検討などを行うための協議会「イーストとくしま誘客ラボ」の開催や、4つのテーマで構成されるワーキンググループの取組内容についての説明。</p> <p>以上で、今年度事業等の説明について終了。</p>
委員長	<p>ただいまの説明に対しまして、委員の皆さまからご意見をうかがいます。DMOの目的や活動全般についてご意見、ご質問をどうぞ。</p>
A委員	<p>DMOの本来の目的は人口減少対策として持続可能な地域づくりをおこなうというのを聞いて、イーストとくしまは15市町村の観光振興のみがメインと思いがちですが、まさにこの視点がないと地域は活性化しない。 地域に住んでいる人が生まれ育った街に誇りを持ち、楽しく暮らし、そこに観光を通じて来県した人たちが楽しさを共有させてもらう、そういう方向に向かうべきですね。</p>
委員長	<p>シビックプライドという言葉がありますが、そこに住んでいる住民が自分たちの地域を誇りに思えないと外から人は来ないし、魅力のない地域は取り残されてしまいますね。</p>
B委員	<p>徳島は「自然」、「食」、「文化」など魅力的なものが多く、県外の方からも住みやすいと聞きますが、住んでいる方の満足度を上げるための情報発信というのがとても大事だと考えます。</p>
A委員	<p>例えば「遊山箱」など、今まで忘れ去られて見向きもされなかったが、徳島大学の先生による新聞連載で、今は、地元の民芸品販売店の方の遊山箱復刻に対する熱い思いが実を結んでいると思います。 もっと徳島の資源をブラッシュアップして発信することにより、興味を持ってもらえれば、シビックプライドにどんどんつながり、自信と熱い思いがあれば、観光への広がりにもつながっていくと思います。 農村舞台も誰も話題にすることがなかったが、実際に見てみると素晴らしいと思ったのと使わないのはもったいないと思い、少しずつ、できることから活動を始めました。</p>

令和2年度一般社団法人イーストとくしま観光推進機構外部評価委員会議事録（要旨）

	<p>地域の人たちは、かつては諦めと自分達の代が何とか暮らせていければ良いという気持ちでしたが、もしかしたら自分たちの地域でももっと頑張れるのではないかと、という自信や誇りを取り戻してきたのが目に見えてわかってきたことが実感されました。</p>
B委員	<p>このコロナ禍は、県民がもう一度、違う角度で徳島の良い所を見つめ直して、それを他の地域に発信する良い機会ではないかと思います。昔はモノの消費という時代でしたが、これからはトキ（時）の消費が重視されてくるのでは、徳島は食も文化も素晴らしいものがあるので、ターゲットを絞ってトキ（時）をいかに上手に使っていくかに視点を置いて発信していくことも大事かと思います。</p>
委員長	<p>トキ（時）の消費とは、その時でないと思われ、できない体験に人は価値を見出すということですね。もともと阿波おどりはそういうものでした。ホームページ等で情報発信されたもので、トキの消費というか期限限定のものはありますか。</p>
事務局	<p>時期を指定した投稿は意識して発信しています。そちらの方が反響もよく、SNSだと受け入れられやすく、広がりやすい傾向にあります。</p>
C委員	<p>私は、資料で紹介されているSNS等の情報は、穴場的なところも網羅され非常に充実していると思います。機構のSNSをもっと多くの人に知ってもらえるような取組も進めていってはどうかと思います。</p>
B委員	<p>同じく機構のホームページを見ると、いろいろなPR動画を作られているようですが、地域の人や自然が素晴らしく表現されており、もっと発信に力を入れてもらいたいです。</p>
事務局	<p>世界発信というところでは、JNTO（日本政府観光局）という外国人旅行者の誘致活動を行う政府機関に応募をすると紹介してもらえます。以前は上勝町の動画が採択されて世界配信されています。</p> <p>昨年 機構で造成したトレイル「ハイク！トクシマ」は国内外で、とても評価をいただいております。三密になりにくい屋外のアウトドア、自然が満喫できるとコンテンツとして注目度も高いです。</p>
委員長	<p>「ハイク！トクシマ」の素材集は拝見しましたが、とてもよくできていると感じました。この事業は、当初から計画していたものですか？阿波おどりが昨年は中止だったのでそれに代わるものとして考えられたのですか？</p>
事務局	<p>もともと計画をしていました。背景として、徳島や四国が持つ美しい文化・コンテンツである「お遍路」は世界に誇るべきものだと思っており、お遍路を体験した海外の方、歩き遍路の方がお遍路の大ファンになり、情報も発信いただいています。</p> <p>その要素を分解したところ、なかなか表に出ていない要素がトレイルで、札所の情報、食事をするところの情報は多くありますが、歩いていて非常に感銘を受けたり、景観とかの情報はあまり発信されていないので、それらをまとめる必要があると考えたのが「ハイク！トクシマ」のプロジェクトです。</p>
委員長	<p>京都には「京都一周トレイル」というのが整備されており、京都市や交通事業者が費用を出してガイドマップを出版したり、コースに道標を設置したりして結構人気があります。学生に聞くと四国遍路は宗教的で「暗い」というイメージを持っているが、自然の中を気持ちよく健康的にハイキング体験できるというアプローチはありではないか。</p>

令和2年度一般社団法人イーストとくしま観光推進機構外部評価委員会議事録（要旨）

	<p>遍路を表には出さないが、このようなコースができたことをアピールしていくのはいいことだと思います。</p> <p>引き続き、事業の内容で気づいた点をおっしゃってください。</p>
C委員	<p>コロナの影響が大きいので、全国的に同じ傾向かもしれませんが、地方創生推進交付金の未執行分が発生することについて、制度上何か問題はありますか。</p>
事務局	<p>3か年の計画に沿って実施するものであり、本来なら国に認められた内容でしっかりと事業を行うのが望ましいですが、特に昨年度は、コロナで先の見えない状況が続いたこともあり、事業を再構築しながら手探りで実施したこともあり、結果的に、計画どおり事業を実施できませんでした。無理に交付金を消化するのではなく、費用対効果も考慮しながら取組みを進めたので、結果的に交付金が余ることとなりました。</p> <p>また、機構は、市町村から負担金をいただいています。</p> <p>市町村は、負担金の財源となる交付金に単費をあわせて、年度はじめに機構に負担金を支払う仕組みですが、負担金の財源となる交付金を国に対して申請するのは、年度末になります。</p> <p>そのため、執行できなかった交付金相当の負担金は、市町村に返還しなければならないので、定款を変更し、理事会で承認を得たのちに、市町村にお返しする予定です。</p>
C委員	<p>観光人材育成事業の未執行分が多かったようですが、昨年度は国の事業でも観光人材育成事業をなさっていて、セミナーのご案内を頻繁にいただいておりますので、全体ではたくさん実施されたないかと思います。交付金を活用して開催したものはどのくらいありましたか。</p>
事務局	<p>コーディネーター養成講座1回 セミナー1回です。本来であればコーディネーター養成講座を春秋年2回開催する予定としておりました。人的体制も勘案しながら継続的に実施していくことが今後の課題です。</p>
委員長	<p>コーディネーター養成講座については、大学と連携することで地域の人材養成とPBL（課題解決型学習）という教育の相乗効果が期待できます。会場費等も節約できるので、DMOにも貢献できているのではないのでしょうか。</p> <p>コーディネーター養成講座は昨年春はできていないですね。</p>
事務局	<p>ガイドの養成講座は事業ごとに実施しました。ナイトタイム、トレイルの養成講座は今回の交付金事業では行っていないため、報告からは外しています。</p>
A委員	<p>「ハイク！トクシマ」といった素材集はできましたが、これをどのように発信、売り込んでいくかがとても大事で難しいのではないのでしょうか。イベントをして周知したり等も考えられますが、機構ではどのような考え方をお持ちですか。</p>
委員長	<p>私も「ハイク！トクシマ」はセンスのいいパンフレットだと思っています。</p> <p>しかし、ターゲットの設定とアプローチが難しいかもしれません。どのような層にはたらきかけるのか、どのような経済効果が期待できるのか、もし今の時点で考えがあれば聞かせてもらえないでしょうか。</p>
事務局	<p>今年の9月にアドベンチャートレイルワールドサミットが日本で開催予定でしたが、リアル開催がなくなり、バーチャル開催にはなりましたが、アドベンチャートラベラーが体験するアクティビティでは、トレイルが大変好まれ、今、非常に伸びている市場</p>

令和2年度一般社団法人イーストとくしま観光推進機構外部評価委員会議事録（要旨）

事務局	<p>です。ヨーロッパや南米に多い層で、高学歴で地域をリスペクトし、富裕層も多く、かつ長期滞在をする人々です。</p> <p>彼らに当てはまるのがアドベンチャートラベラーで、ここにアプローチするための一つのツールとして「ハイク！トクシマ」を使っていければと思っています。</p> <p>売り先については、アドベンチャートラベラーを抱えている旅行代理店があり、こういった旅行会社がコースを設定するための資料がご紹介した素材集となります。</p> <p>また、当機構では、2025年を一つのマイルストーンと位置付け、大阪万博、さらには大阪IRの開業も予定され、年間来訪者数は万博で2,800万人、IRで年間2,480万人の利用者が想定されます。さらに学会や国際会議の参加者は富裕層も多く、徳島東部は距離的にも半径150km圏内に位置するので、いかにしてこうした人たちを徳島東部圏域に誘客できるかが重要だと考えております。</p>
委員長	<p>KPIの達成状況についても、委員の皆さんからご意見をいただきたいと思います。</p> <p>15ページで、コロナの影響を受け、述べ宿泊数や観光入込客数が落ち込んでいるのは仕方がないこととはいえ、WEBサイトアクセス数で目標が2020年度で75万PVとなっているのに対し、実績値で33.8万PVと大きな開きがありますが、要因はなんですか。</p>
事務局	<p>目標が実情とかけ離れていると言わざるを得ないですが、目標設定の時に基準値を読み間違えた目標設定になっており、この開きは目標設定が適切でなかったと言わざるをえません。</p>
B委員	<p>ホームページの検索数はかなりあがっていますが、要因は何ですか。</p>
事務局	<p>16ページですが、機構による分析結果としましては、オリジナルサーチが前年比で2.4%上昇しております。</p> <p>オリジナルサーチとは、イーストとくしまと打ち込んで検索してくれる方々で、率で言えば87%あり、イーストとくしまの認知度は高まってきているといえます。</p> <p>ダイレクトでは、前年比で13ポイント下がっています。ダイレクトはURLから入ってきた人達で、これは2019年に、SNSでURLを拡散することで、効率よく読まれ、そこから入ってくる人が多かった反動といえます。全体で見ると2020年度年間ページビューでは、前年比で34.9%増えております。</p>
委員長	<p>目標は高かったものの、ホームページは実績として着実に伸びてきているということですね。</p>
A委員	<p>来訪者満足度が伸びているのは、なにか理由がありますか。</p>
事務局	<p>徳島県人が県内を旅行するマイクロツーリズムの効果が非常に大きかったと考えています。宿泊者1,220名を対象にアンケートを行いました。参加したプランをほかの人に薦めたいですかという問いに8割の方が薦めたいと答えていただき、地域の良い所を再発見することができた人が多く、シビックプライドの醸成に繋がったのではないかと考えております。</p>
委員長	<p>GOTOトラベルや自治体による宿泊助成は、政策評価の観点から賛否両論あって、本当にコロナで困っている人は旅行に行く余裕はなく、再分配の政策としては筋が悪いという考えもあります。とはいえ、「とくしま応援割」のような形で宿泊施設に対し支援することで、県内の人に地元の魅力を知ってもらうという点では効果があったのではな</p>

令和2年度一般社団法人イーストとくしま観光推進機構外部評価委員会議事録（要旨）

	<p>いでしょうか。もう一点、観光入込客数ですが、昨年度の外部評価の時に、色々な施設の入場者数をいれていたと思いますが、今年はどうなっていますか。</p>
事務局	<p>大きな変更はございません。一つの指標として、3か年の計画を策定する際に設定しておりますので、途中で大きく変えることはできません。</p> <p>機構としては、コンテンツ造成支援数が一番大事だと考えています。2025年度のマイルストーンを見据え、その人たちの興味を引き、徳島東部に呼び寄せる商品としてどれだけ造成できたか、こういった商品が実際に売れていくと地域にも外貨が落ちますので、圏域の活性化にも繋がります。</p>
委員長	<p>コンテンツ造成の資料はどこにありますか。</p>
事務局	<p>交付金を使った事業としましては、63ページにあります。1つしか造成していませんが、国の他の補助金を活用するなどして、47のコンテンツを造成しました。</p>
委員長	<p>来月の社員総会で事業活動全般を報告する際は、KPIの数値の観光入込客数等が減っているというよりは、アンケートの結果やコンテンツ造成といった成果を重点的に説明していただいたほうが、実態がよく伝えられます。</p>
A委員	<p>一年間でよくこれだけのコンテンツを造成し、発信されたと思いますが、一つ要望としましては、徳島東部圏域として、一番の売りはこれだという、発信も一つのやり方なのではないかと思います。しかし、よく頑張っていると思います。</p>
委員長	<p>WEBプロモーションで受託事業者が変わることで何か変化はありましたか。</p>
事務局	<p>得手不得手があります。例えば、A社は安定感があり、コンスタントに安心できる投稿が得意である、B社は、数は少ないですが、エッジの効いた奇跡の1枚の投稿を発信することが期待できるといったような違いがあります。</p>
委員長	<p>令和3年度にもWEBプロモーション事業は継続する予定ですか。</p>
事務局	<p>継続しますが、令和2年度までは、DMOを設立し、安定的に軌道に乗せていくことが大きな趣旨でしたが、令和3年度からは、ニューツーリズムの推進といった新しい取組を推進し、地域事業者に収益を上げてもらい、地域経済を活性化することを主務にしております。いずれにしても、情報発信は核となってきますので、テーマ性を強く押し出した情報発信を続けていきます。</p>
委員長	<p>事務局の方には、ご説明ありがとうございました。</p> <p>委員の皆さまにおかれましても、長時間にわたり地方創生推進交付金を活用した事業について、様々なご意見をいただき、ありがとうございました。</p>