

【福島市 実施分】福島県観光復興対策実施計画 平成30年度個別事業評価調書

別紙2

NO	事業名	事業区分	KPI(アウトカム)			個別事業に関する評価コメント
			指標	目標	達成	
1	インバウンドコミュニケーション力向上事業	地域取組体制構築事業	①英語版HP立ち上げ数 ②エキスペディア登録ホテル旅館施設数 ③市内外国人延べ宿泊者数	①30 ②35 ③前年比1.5倍	①11 ②36 ③現時点で不明	セミナーの開催を通して、外国人観光客に対して、地域の意識の変化がみられOTAサイトであるエキスペディアへの登録数の伸び数が大きな伸びを見せ目標数を達成している。しかし、多大な予算が掛かる英語版HPの立ち上げ等までには至っていない事業者が多いことから、引き続き働きかけを行い、アウトカムの達成に努める。
2	花見山「HanamiyamaPark」インバウンド受入環境整備事業	受入環境整備事業	①満足度サンプル調査 ②花見山外国人観光客の増加数	①80% ②2,000人	①91% ②2,730人	花見山の多言語案内表示板の設置及び多言語パンフレットの配布を行ったことで、外国人来訪者数が前年比で大きな伸びを見せた。また、同時に実施したアンケート調査では、非常に高い満足度を得ることができたことから、来年度以降も継続して実施する。

【二本松市 実施分】福島県観光復興対策実施計画 平成30年度個別事業評価調書

NO	事業名	事業区分	KPI(アウトカム)			個別事業に関する評価コメント
			指標	目標	達成	
1	着地型体験プログラムブラッシュアップ事業	滞在コンテンツ充実強化事業	農家民泊と組合わせた旅行商品の販売	5	0	外国人客の受入数・受け入れ施設数共に目標値を大幅に下回る結果となる。ただし、事業完了後の平成31年3月から現在までの数値集計であり、この間は閑散期にあたることから、今後は数値の増加が見込める。旅行商品については、着地型商品の造成に取り組んでいる、地域DMOのほんまつDMOと連携を図り、造成・販売へ向けて取り組む。
			アンケートの課題指摘に応じた解決	2	0	
			農泊外国人旅行客の受け入れ	200	3	
			インバウンド旅行受入民泊施設	20	2	
			農家民宿でのオプション商材のあっせん	6	0	

【郡山市 実施分】福島県観光復興対策実施計画 平成30年度個別事業評価調書

NO	事業名	事業区分	KPI(アウトカム)			個別事業に関する評価コメント
			指標	目標	達成	
1	こおりやま広域圏インバウンド観光推進事業	滞在コンテンツ充実・強化事業	多言語観光ウェブサイト利用環境整備事業ウェブサイト閲覧数(回)	200,000	13,847	対象エリアの各市町村に関する歴史・文化、交通アクセス情報等、観光する際に有益な情報を追加で掲載した。今回、アウトカムの目標には至らなかったが、今後は、宿泊施設やサービス提供店の登録施設を増やしていくとともに、QRコードからウェブサイトに誘導するカードを宿泊施設等に設置し、閲覧者数の増加に努める。
			日本政府観光局(JNTO)グローバルサイト活用PR次号ウェブページ閲覧数(回)	5,000	533	
2	FIT向けクロスメディアプロモーション事業	プロモーション強化事業	①SNS 閲覧数 ②チラシ ウェブサイトの閲覧数 ③旅行雑誌 ウェブサイトの閲覧数	①2000 ②5,000 ③5,000	①402,413 ②1,766 ③1,766	SNSにおいては、当初の目標を大きく上回る40万の閲覧数となる結果となり、対象エリアの認知度向上・イメージアップにつながったものと考えられる。また、取材の中で、被招請者から観光地までの二次交通について指摘があったが、今後はこおりやま広域圏の構成市町村とも連携し、改善に取り組んでいく。

【白河市 実施分】福島県観光復興対策実施計画 平成30年度個別事業評価調書

NO	事業名	事業区分	KPI(アウトカム)			個別事業に関する評価コメント
			指標	目標	達成	
1	冬季誘客促進事業	プロモーション強化事業	旅行商品造成数	2	0	インフルエンサーや旅行会社関係者を対象としたモニターツアーの実施を通じて、「冬季」を中心に地域に根付く旅行商品を検討した。目標には至らなかったが、春の桜や秋の紅葉の時期も魅力的に感じる地域であると一定の評価を得たため、現在、「秋の紅葉」+「ゴルフ」などを組み合わせた商品造成に取り組んでいる。来年度以降も「雪の絶景スポット」や「ゴルフスポーツツーリズム」に関連する観光資源の磨き上げ・プロモーションに努める。

【会津若松市 実施分】福島県観光復興対策実施計画 平成30年度個別事業評価調書

NO	事業名	事業区分	KPI(アウトカム)			個別事業に関する評価コメント
			指標	目標	達成	
1	東武軸活用による「ネイチャー&トラッド」訪日外国人誘客促進事業	プロモーション強化事業	①旅行商品造成数 ②掲載メディアクリック数	①3 ②5,000	①10以上 ②4,239	サイクリングに関する商品は、直接的な商品造成に繋がらなかったが、セールスコール活動を実施した台湾においては、数多くの会津若松市関連の旅行商品が造成された(少なくとも10以上)。掲載メディアクリック数については、台湾最大大手旅行会社である雄獅グループのサイクリングメディアを中心にWEB上で情報発信を行ったが、目標の5,000まで少し届かなかった。
2	会津・置賜広域圏外国人観光客誘致促進事業	プロモーション強化事業	①3市を含むツアーによる外国人観光客訪問者数 ②掲載メディアクリック数 ③アクティビティ予約サイトによる個別体験商品販売数	①100人 ②10,000回 ③100本	①143人 ②697,690回 ③5本	②掲載メディアクリック数は目標を大幅に上回る結果となり、その結果、①ツアーによる外国人観光客数も堅調に増加している。ただし、③のアクティビティ予約サイトによる個別体験商品の販売については、目標を大きく下回る結果となった。要因としては旅行博やセールスコールの実施が冬季に集中しており、年度内の販売数に繋がらなかったこと、個別体験商品では3市の魅力を伝えきれなかったことなどが考えられる。令和元年度以降は3市の連携を更に深め、コンテンツのストーリー化等を図り、アウトカムの達成に努める。

【喜多方市 実施分】福島県観光復興対策実施計画 平成30年度個別事業評価調書

NO	事業名	事業区分	KPI(アウトカム)			個別事業に関する評価コメント
			指標	目標	達成	
1	会津・置賜広域圏外国人観光客誘致促進事業	プロモーション強化事業	①3市を含むツアーによる外国人観光客訪問者数 ②掲載メディアクリック数 ③インバウンド向けアクティビティ予約サイトによる個別体験商品販売数	①100人 ②10,000回 ③100本	①143人 ②697,690回 ③5本	②掲載メディアクリック数は目標を大幅に上回る結果となり、その結果、①ツアーによる外国人観光客数も堅調に増加している。ただし、③のアクティビティ予約サイトによる個別体験商品の販売については、目標を大きく下回る結果となった。要因としては旅行博やセールスコールの実施が冬季に集中しており、年度内の販売数に繋がらなかったこと、個別体験商品では3市の魅力を伝えきれなかったことなどが考えられる。令和元年度以降は3市の連携を更に深め、コンテンツのストーリー化等を図り、アウトカムの達成に努める。
2	喜多方市訪日外国人観光客誘客推進事業	滞在コンテンツ充実・強化事業	滞在プログラム利用者数	100 (3種合計)	0	平成29年度実施の観光地ブランド方向調査事業の結果を踏まえた滞在プログラムを台湾、中国、オーストラリアに対して販売したが、目標を大きく下回る結果となった。要因としては年度内の販売数に繋がらなかったことが考えられる。また、現地販売業者からは、タクシーの運転手の英語力や観光施設の外国語表記などの受入環境に対する疑問があること、東京、大阪の気は未だに高く、地方に関しては付加価値が相当高い商品でないとなれば販売に繋がりにくい状況、東北自体の知名度不足などの指摘を受けた。目標には至らなかったが、今回得た情報を元に新たな観光メニューの開発や受入環境の整備を検討していく。

【いわき市 実施分】福島県観光復興対策実施計画 平成30年度個別事業評価調書

NO	事業名	事業区分	KPI(アウトカム)			個別事業に関する評価コメント
			指標	目標	達成	
1	外国人観光客誘客促進事業	プロモーション強化事業	多言語情報サイトへのアクセス数(PV)	6,000	7,464	海外の旅行会社へ本市の魅力について情報提供を行う機会が少ないという課題に対し、本事業によって、海外の旅行会社へのダイレクトメール等により情報提供を実施した結果、本市を紹介する海外の旅行会社向け多言語情報サイトのアクセス数が目標値を超えたことから、一定の成果が得られた。今後も、外国人旅行者の誘客に向け、多角的な情報発信を行い、具体的な成果に結びつけられるよう努めていきたい。
2	マラソンツーリズム発信事業	プロモーション強化事業	記事閲覧数	3,000	182,809	外国人観光客に本市のスポーツイベントや多彩な魅力が効果的に伝わっていないという課題に対し、本事業により、海外からインフルエンサーを招聘し、マラソンや観光地の情報発信を行った。マラソン大会が大雪のため中止となったが、マラソン大会の前夜祭への参加や実際のコースを視察するなど、マラソン大会の雰囲気を経験して頂き、情報発信を行った。また、食や観光コンテンツの紹介に関しては計画通り情報発信することが出来た。結果として、記事閲覧数は高い数値となり、知名度の向上が図られた。また、インフルエンサーへのアンケートにより「旅慣れた外国人」の視点から観光コンテンツ等に関する貴重な意見が得られたことから、これを今後の事業展開に活用していきたい。

【塙町 実施分】福島県観光復興対策実施計画 平成30年度個別事業評価調書

NO	事業名	事業区分	KPI(アウトカム)			個別事業に関する評価コメント
			指標	目標	達成	
1	町全域を網羅したウォーキングコース『はなわアルク』を活用した外国人観光客の受け入れ体制強化	受入環境整備事業	①音声ガイドのダウンロード数 ②訪日外国人の来町者数	①30 ②50	①英語76 中国(台湾)87 ②23	音声ガイドを整備し、県と連携する形で、福島空港にて台湾からの直通便に音声ガイドチラシならびに音声ガイドを整備した個所のマップの翻訳版を配布している。来町者数は第三セクターが運営している宿泊施設の利用者でパスポート等で実際に国籍を確認した数となっている。そのため、実数はさらに増えると推測される。令和元年度は、独自の体験型コンテンツを導入することで、塙町に滞在することを楽しんでいただくことを通じて、SNS等で発信していただくことを目標とした。

【下郷町 実施分】福島県観光復興対策実施計画 平成30年度個別事業評価調書

NO	事業名	事業区分	KPI(アウトカム)			個別事業に関する評価コメント
			指標	目標	達成	
1	東北観光復興対策交付金事業 東武軸活用による「ネイチャー&トラッド」 訪日外国人誘客事業	プロモーション強化事業	旅行商品造成	2	21	セールススクールや定期的な情報提供を行った結果、商品造成につなげることができた。また、各種情報発信でもKPIを大幅に達成することができた。町内に訪れる外国人観光客は増えている。来年度も3市町と連携を密にし、継続して情報発信・旅行会社に向けた情報提供を行っていく。
2			掲載記事PV数	5,000	55,950	

【南会津町 実施分】福島県観光復興対策実施計画 平成30年度個別事業評価調書

NO	事業名	事業区分	KPI(アウトカム)			個別事業に関する評価コメント
			指標	目標	達成	
1	東武軸活用による「ネイチャー&トラッド」訪日外国人誘客促進事業	プロモーション強化事業	①旅行エージェントへのセールスコール(台湾): 旅行商品造成	4商品	6商品	ショッピングチャンネルによる放映により、会津地域の魅力や造成した旅行商品の情報を発信することで、視聴者の購買意欲に働きかけ、実集客に繋げることができた。 台湾のテレビ番組を活用し、会津地域の魅力の情報発信を行い、商品造成に繋げることができた。
			②テレビ番組を活用したプロモーション: 番組視聴率	0.40%	0.43%	