

①議事資料

(1) 実施事業の検証について




令和3年度の KPI(重要業績評価指標)、今年度までの事業実施状況にかんがみ、実施事業の検証、評価を行います。

○評価指標

指標名	アイコン	状態
千客万来		当年度に実施した事業も順調に達成し、KPIの指標も伸びている状態
大入り		事業は達成できたが、KPIの指標は今後の展開次第である状態
売り出し中		事業は達成したが、KPIの進捗に伸びが見られない状態
テコ入れ		事業の進捗が不完全である状態
閑古鳥		事業が未実施の状態


○評価の実施

基本目標1 観光客数の倍増を目指そう

K P I	観光入込客数R元年532,500人 R2年320,200人 R3年377,200人
評 価	売り出し中   
短 評	<p>コロナ初年度(R2)からは若干の回復が見られたが、コロナ禍前の水準に回復するには至らず。今後もこの傾向は続くと考えられるため、コロナというギャップを境に目標、KPIの再構築が必要と思われる。本指標を評価基準とし、コロナ禍前の客数に戻すためには従前のイベントがすべて通常通り開催され、さらに、コロナ禍でも開催可能なイベント形態の構築や、新たな機軸の誘客スタイルを模索することが必要である。</p> <p>評価に関しては、コロナ禍中において、試行錯誤を繰り返すチャレンジの時ととらえ、「売り出し中」とした。</p> <p>後述するDC関連事業、地域の稼げる看板商品創出事業を積極的に展開することにより、観光客の増加につなげるきっかけづくりの1年と考える。</p>
説明	<p>事業例1 積極的な情報発信 市のホームページ、ツイッターなどへの情報の掲載を積極的に実施 オーラジ、ケーブルテレビ等メディアへの露出 インスタグラムの開設、YouTubeによる積極的な情報発信等 DCパンフレットへの掲載、新聞掲載等</p> <p>事業例3 結城百選の厳選PR 結城百選見てあるき事業を3年ぶりに実施 ⇒結城七社めぐり(参加者12名)</p> <p>事業例4 観光マップ・パンフレットの見直し ゆうきいいとこ～モデルコース～の刷新 (観光ボランティアガイド協会監修)</p> <p>事業例5 イベントの開催</p> <ul style="list-style-type: none"> ・結城家物語、チームラボを3年度末から4年度当初にかけ実施 ・祭りゆうき2022、きものday結城をコロナ禍以前の規模感で開催 ・プレDC期間に合わせて水戸線日本酒列車「水戸線地酒でいやど～も」運行 ・夏祭り中日イベント、盆踊りは引き続き中止 <p>事業例8 結城紬を活用した観光客誘致</p>



説明	結城紬の着心地体験事業をDCのメインとして幅広く宣伝
	事業例 9 結城蔵美館 常設展示、月替わりで作家の展示を行う 令和4年度はコロナ禍による休館なし
	事業例 10 体験型観光 JRと連携した「よいとこプラン」でつむぎの糸取り体験を実施
	事業例 11 食の名物づくり 「結いベジ」として、本市産のかぼちゃ、トウモロコシのクリームを使ったゴーフレットを開発⇒ふるさと納税で好評
	事業例 12 着物の良さを再認識するイベント きものday結城を毎年実施 上記イベント以外でも着物着用率を上げる試みを模索
	事業例 13 御手杵の槍とオンラインゲームのコラボ ゲーム会社との繋がりを継続
事業例 14 滞在型農業体験プログラムの検討 今後、実施主体に関する協議立案が必要	

基本目標2 観光向け店舗・施設の倍増を目指そう

KPI	観光関連店舗数R元年度3店舗 R2年度3店舗 R3年度3店舗 (R4年度2店舗)	
評価	売り出し中	
短評	R3年度までの評価においては本計画に定義する関連店舗数は横ばいも、R4年に観光物産館が閉館。しかし飲食やそれ以外の業種についても新規出店があり新陳代謝が見られ、コロナ禍中においては活気を含んでいる。 評価については、対象店舗である観光物産センターにおいては改善の余地があるものの、同じく対象店舗である民間観光関連店舗において新しい動きがあることから「売り出し中」とした。	
	事業例 1、2 若者の職づくり 創業支援事業 起業・創業支援セミナーの開催 令和3年度・・・セミナー5回開催 参加者延べ80人 内容・・・経営、財務、人材育成、販路開拓 創業実績・・・1件（美容業）	



説明	事業例3 物産センター、観光案内所の役割の再定義 将来のDMO一元化に向けての調査検討を模索
	事業例4 観光型商店支援事業 飲食店を旅行商品化する事業を実施
	事業例5 空店舗活用事業 空店舗等活用事業補助金として新規出店に100万円、運営経費に50万円補助
	事業例6 TMO結城が行う事業及び運営支援 市から特命担当を派遣し、より実効的、現実的な取り組みに着手

基本目標3 観光客の滞在時間(単価)の倍増を目指そう

KPI	平均滞在時間 R元年度3.5時間 R2年度3.5時間 R3年度3.3時間 平均消費額 R元年度512円 R2年度533円 R3年度454円
評価	テコ入れ  
短評	コロナ禍により評価対象の母数も少なくKPIによる客観的評価は困難。 事業の困難さに加え、目立った成果も出ていない状況と考えられる。 結城家物語、チームラボの実施により誘客はあったものの、まん延防止等重点措置発令期間と重なり、滞在時間や、消費額倍増に効果が十分に働かなかったことは不運であった。来年度以降は新たな旅行商品の造成により、新規客層の取り込みに期待。評価に関しては引き続き「テコ入れ」が必要な段階と考える。 ※元年度ガイド件数40件 2年度ガイド件数6件 3年度ガイド件数7件 元年度来客数10,581人 2年度来客数4,202人 3年度来客数4,331人
説明	事業例1 駅北(駅前)通りの活性化 冬季にイルミネーションを実施も夜間の人通りは僅か。3年度から4年度にかけ開催された観光キャンペーンにおいて、地域経済波及効果を期待する事業を実施
	事業例2 演出の工夫による販売促進 各店舗が知恵を絞り顧客獲得に努めているも、一体感を醸し出した見せ方、売り方の提案・実施が必要
	事業例3 QRコード観光ガイド事業 総合パンフレットに市HP、観光協会HPのQRコードを記載 今後、AR(拡張現実)を利用したスタンプラリーを実施し、QRコードを活用した事業を実施

説明	<p>事業例 4 散策・自転車のコース設定と標示 WEB上で「ちゃりさんぽ」というコンテンツによるモデルコースを設定 利用促進に向けた取り組みが課題</p> <p>事業例 5 試飲・試食・体験等の参加型観光コースの設定 委託事業において、新たな旅行商品の開発を行い、酒蔵での試飲、地元人気 店での飲食を商品化し、5年度以降売り出し予定</p> <p>事業例 6 レンタサイクルの充実 令和5年度から駅前駐輪場が無人化、無料化されることに伴い、委託先変更 の必要性。ピンチをチャンスととらえ、利用活性化に向けた方策を模索中。</p> <p>事業例 7 交通基盤整備の検討 長期的なスパンでの検討が必要</p> <p>事業例 8 二次交通の充実 市内巡回バスの土曜日運行開始（令和2年度） 旅行商品としての新しい交通デバイスを模索中</p> <p>事業例 10 出店チャレンジ支援 空店舗等活用事業補助金として新規出店に100万円、運営経費に50万円補 助</p> <p>事業例 11 広域連携を含めた観光ルートの設定 JRとの連携事業「よいとこプラン」を、筑西市、桜川市と共同で実施</p> <p>事業例 12 事業者に対する休業日の見学協力要請 まち案内の申し込みがあった際に、休日でも見学を行える施設も存在</p> <p>事業例 13 南部エリアの観光環境整備 山川不動尊、あやめ園周辺を「山川不動尊近隣公園（仮称）」として整備を 開始。令和8年の開園を目指す。</p> <p>事業例 14 宿泊観光の推進 民間事業者において、古民家をリニューアルした宿泊施設をオープン予定</p>
----	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

基本目標4 観光客の受け皿の倍増を目指そう

K P I	外国人観光客数 R元年度68人 R2年度4人 R3年度7人 DMOの設置 R元年度未設置 R2年度未設置 R3年度未設置
評価	テコ入れ  
短評	<p>コロナ禍によりインバウンド需要は壊滅的であった。来年度以降、ウィズコロナの時代が本格化する中、取り込むべき地域や嗜好の調査を県と連携して調査していく必要がある。</p> <p>また、インバウンドに限らず受け皿を広げるための観光の担い手育成やおもてなし感の醸成事業に取り組む。</p> <p>評価としては、取り組むべき課題も多いことから、「テコ入れ」とした。</p>
説明	<p>事業例1 タイ観光客の取り込み コロナ禍により実施困難であったが、海外からの需要は回復が急である印象。茨城県においては台湾に狙いを絞り大規模なプロモーションを実施した。</p> <p>事業例2 「和」をテーマとした観光メニュー もともとが「和」テイストも、さらに踏み込んだ施策の検討を行う段階</p> <p>事業例5 白鷗大学等と連携した情報発信 学生に対し、本市を認知してもらう段階</p> <p>事業例6 案内板の多言語化等の環境整備 結城紬のパンフレット、駅の案内板が6か国語に対応 結城の地酒を紹介する冊子において英語と中国語を加えた3か国語で作成</p> <p>事業例7 街なかの歓迎ムードの演出 冬季イルミネーションの点灯が、駅の北口南口とも実施 DC期間中にのぼり旗の設置</p> <p>事業例8 観光の担い手の増強 令和3年度に続き、4年度もガイド協会に新人が入会。今後の活躍に期待</p> <p>事業例9 住民の意識改革 イベントの実施を丁寧に周知することで、観光客慣れをしてもらうことが必要</p> <p>事業例10 結城版DMOの設置 令和3年度から市街地の活性化事業支援を担当する特命理事を設置。新商</p>

<p>説明</p>	<p>品開発、ふるさと納税の強化などに取り組んだ</p> <p>事業例 1 1 観光協会が行う観光振興事業への支援 市が事務局として、人的、財政的な支援の継続</p> <p>事業例 1 2 観光ガイド養成講座の開催 新規会員募集の学習会を実施</p> <p>事業例 1 3 市商業観光振興計画推進委員会の設置 令和 2 年度から本委員会を設置</p>
-----------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

(2)特筆すべき実施事業の報告

- ・観光誘客・地域経済波及効果促進事業

- ・デスティネーションキャンペーン(DC)関連事業

- ・地域独自の観光資源を活用した地域の稼げる看板商品の創出事業

- ・その他

(3)委員会構成団体の取組等報告、評価に関する意見

(4)これからの実施予定事業の報告

(令和 4 年度中実施または開始となるもの)

○ゆうき物産祭り

(別添資料④参照)

○結城家物語2 ―結城さくらの陣―

(別添資料④参照)

○AR(拡張現実)を活用した市内周遊企画

まゆげった大合戦 CRAZY ON THE MAYUGE

(別添資料④参照)

(令和 5 年度内に実施予定のもの)

○観光プロモーション事業

・作成した看板となる旅行商品の宣伝販売を行い、誘客につなげます。

○観光イベント実施事業

・結城秀康を特集した企画を蔵美館において実施します。

○歴史的コンテンツ情報発信事業

・結城家に焦点を当てた事業。3 年間の集大成として実施します。

○DC 関連事業

・県や近隣市町村、市内事業者と連携して誘客を行います。