

2024.6.26 総会資料

令和5年度 事業報告

1 総括

令和5年度の事業実績における特別な取組として、クーポン事業（嶺北地域誘客促進キャンペーン）の実施があります。

当該事業は、支出決算ベースとして、全事業の約3割を占める規模で実施し、物産、飲食施設を中心に誘客効果へ大きく貢献しました。

また、通常の活動では、セールス活動や情報発信等においても、目標値を超える実績をあげており、域外への売り込みに注力しています。

一方で、体験プログラム等の商品開発においては、実績が目標値を大きく下回った状態にあり、ソフト、ハード面における資源の磨き上げが必要であることなど、受入態勢の強化が大きな課題となっています。

そのためには、協議会と地域が力を合わせて、その課題を克服しながら、エリア全体で観光振興を盛り上げていくことが不可欠であります。

令和5年度は、初期戦略の最終年度になり、今後は、これまでの取組の総括をして、今年度をスタートとする次期戦略にしっかりと結び付けていくことが最も重要なポイントであると強く認識をしています。

2 戦略（5本の柱）に対する実施概要

戦略1（エリアマーケティング機能強化）

クーポン事業におけるアンケート調査により、調査数の目標値である1,600を大幅に上回る約5,700を回収することができました。

調査結果を分析したところ、キャンペーンの効果として、当然ではありますが、通常時よりもエリアへの新規の誘客につながっており、認知度のアップとは違い、実際の誘客につながる要素として、特別な取組が大きく貢献していることが示されました。

戦略2（魅力ある商品開発の推進）

周遊商品の開発においては、NHKの連続テレビ小説に連動させることができ、目標の4商品を大きく上回る38商品、対前年度でも3倍以上のツアー商品を開発することができました。



周遊商品は、高知県への追い風に乗って大きな成果をあげることができたものの、個々の資源の磨き上げが弱い状況においては、新たなプログラムを開発していくことが難しいものと思われます。

今後は、地域の資源を改めて見つめなおし、地域とともに実際の誘客につながるような資源の磨き上げに集中して取り組んでいく必要があるものと考えています。

戦略3（セールスの強化・推進）

エージェントへのアプローチについては、回数及び提案商品数ともに目標以上の成果をあげています。特に、県主催の商談会とは別に、協議会独自のセールスも強化され、着実に実力をつけてきています。



また、クーポン事業では、宿泊施設への誘客数や消費額が目標値を大きく上回る実績を維持していることに貢献しているものと考えられますが、**今後は、クーポン事業に代わる仕組みを考えていく必要**があります。

戦略4（情報発信・PRの強化・推進）

プラットフォーム(ホームページ)のPV数等に関しては、目標値に届いていないものの、これは、目標値そのものを前年度の2倍に設定したことによるものであり、各実績とともに、前年度の3～6割の増加となり、着実に成果をあげています。

また、デジタルメディア、アナログメディアの活用についても、目標を大幅に上回っており、OTA(ネット専門の旅行会社)へのアプローチも大幅に増加しています。



広域イベントの開催は、まだコロナの影響から脱しきれていない状況であったため、目標値には届いていないものの、今後は、コロナの影響も薄くなってきており、教育旅行での回復傾向も見えて取れることから、継続して、情報発信、PRの強化・推進に取り組んでいきたいと思います。

戦略5（受入体制づくりの推進、基盤の整備・強化）

人材育成、担い手の創出及び支援、住民の参画推進等については、実施回数としては目標を上回っており、一定の成果をあげているものとは考えています。

ただし、その**効果検証による評価は、これから問われてくる**ものであり、その評価とともに、**より効果的な取組を考えていく必要がある**とともに、地域からのニーズもしっかりと受け止めながら、継続して基盤の整備・強化につなげていきます。

現在、協議会の活動では、教育旅行において、受入態勢の強化から誘客促進に至る流れについて、確実に実績を上げており、今後は、**特に重要である受入態勢の強化について**、教育旅行でのノウハウも含めて、**一般旅行の取組強化へつなげていきたい**と思います。

なお、一般旅行に関しては、まだまだ単発的な取組が多く、定番化に向けた資源の磨き上げを通して、**嶺北観光のブランド確立に向けて、一層の努力していく**所存です。