

委員会等会議録（調査・研究概要）

令和元年 7 月 4 日

箱根町議会議長 様

総務企画観光常任委員会委員長

箱根町委員会条例第 26 条に規定する会議概要等(会議録)を作成したので報告します。

会議名	総務企画観光常任委員会		
開催日	平成 30 年 9 月 7 日（金）		
時間	午前 10 時～11 時 25 分		
開催場所	分庁舎 4 階第 5 会議室		
出席者	議会	山田成宣委員長、勝俣剛一副委員長、勝俣公好委員、小川鶴雄委員、川端祥介委員、稲葉親太郎委員、沖津弘幸委員	
	DMO	高橋専務理事、秋澤事務局長、誘客営業課（根本課長、渡辺リーダー、青木リーダー、佐藤マネージャー、森谷マネージャー）、誘客宣伝委員会（太田委員長、杉山合意形成部会長、原マーケティング部会委員長）	
	事務局	鴻田	
	傍聴者	公開・非公開の別：公開	傍聴者：なし
議事日程	<ol style="list-style-type: none"> 箱根DMOメンバー紹介と組織について マーケティング部会取り組みと今後の方向性について インバウンド部会取り組みと今後の方向性について 		
概要	<ol style="list-style-type: none"> 箱根DMOメンバー紹介と組織について 高橋専務理事より、DMOのメンバー紹介後、30年4月に設立した箱根DMOの組織について説明があった。その後、太田委員長より誘客宣伝委員会についての説明があった。 経営機関は、事業の予算、決算の決定をする理事会と、理事会を管理する評議員会がある。理事会から任命された22名で構成する誘客宣伝委員会は、事業の具体の立案、執行を担う。組織は誘客営業部門と従来までの管理部門があり、誘客営業部門はリサーチ&マーケティング、広報・宣伝、国内営業、海外営業（インバウンド）を担当するが、新規事業として観光動向リサーチ、分析結果の配信、仮説提供と振り返りリサーチ、HOT21委員会事務局との意見調整、ニュースレター・リリース配信、メディアリレーション、情報収集・発信、受入環境強化、国内営業、海外営業のDMC機能、観光展事業の商談会への参加がある。 誘客宣伝委員会は、誘客事業の決断と執行の役割をもった委員会で、インバウンド部会、国内営業、マーケティング、ホームページ、合意形成の5つの部会から成り立っている。現状では、マーケティング部会を中心に、インバウンドとマーケティング、国内営業とマーケティングという形で、これからの方向性、ターゲットとする国、地域について、あぶりだされた数値、データによって決めていく作業を行っている。最終的には10月12日のHOT21の会議において説明を行うこととなっている。 		

2 マーケティング部会取り組みと今後の方向性について

3 インバウンド部会取り組みと今後の方向性について

2, 3については、原部会長より説明があった。

マーケティング部会では2030年に箱根がどのようになっているかというのをポイントとして捉えている。2030年を目標に、何をすれば最も観光収入が上がるのか、精度の高い分析をできるようにしている。主な推計結果等は次のとおり。

・東京のお客さんは2013年時点では旅行者のうち14%であったのが、2017年になると10%ちょっとになった。また、神奈川県内のお客さんも2013年度に13%であったのが、2017年度になると9%となり、少しずつ箱根離れを起こしている。

・2030年、箱根にどれくらいの外国人が来るのか計算していくと今54万6,000人が、2030年には99万1,000人になるとの推計が出た。

・箱根は熱海、伊東、軽井沢、日光等の競合観光地と比べてどういう状況にあるのか、Googleの検索状況(2009~2017)で見ると、よく検索はされているものの、他の観光地の検索数が徐々に上がってきている。この間、北陸新幹線や圏央道の開通等インフラが整備され、他のエリアに行きやすくなった等が考えられるが、箱根魅力を活かしきれていない部分があるのではないかと。観光素材、魅力を活かして、旅前に旅行目的をたくさん持ってもらうことができれば、観光消費額が上がり、満足度も上がり、結果的に旅行者数も増えて、良いサイクルになるのではないかと。

・外国人については始めて東京に来た方が箱根に来る割合が高い。新規の獲得をするための優先国としては、数値で行くと中国、アメリカ、タイ、インドネシア、オーストラリア、フィリピン、シンガポールの順。リピート施策の対象としては、中国、アメリカ、台湾、タイ、勸告、香港と続く。

<主な質疑>

・年代別の推計は出ているのか。

→大きなエリア間では見ているが、年代別も大切であることから、今後しっかりと分析していきたい。

・修学旅行は入っているのか。修学旅行生を増やすと、将来リピーターになってくれると思うので、しっかりとマーケティングしてほしい。

→もちろん入っている。修学旅行は26年が約4万7,200人、96%が関東の小中学生。27年はほぼキャンセル。28年は8,000人台。人数は少ないが、将来的に見て有効な市場であるため、西さがみ教育旅行誘致推進協議会においても引き続きプロモーションしていく。

・箱根の道路渋滞対策について

→渋滞対策は相当苦慮している。いろいろな要因があると思うが、状況把握がまだしきれていない部分があるので、まずは状況を把握し突き詰めていかなければと考えている。

・観光収入を増やす戦略としてのカード決済について

→DMO発足前、観光協会の時に、楽天と組み、商工会と一緒にカード導入について、各地域で説明会を開催する等取り組んだことがあるが、まだ伸びきれていないところがある。楽天、リクルートの方も加わったので、インバウンド面の整備としてもやっていきたい。草の根運動ですので、議員の皆さんにもご協力をいただきたい。