

平成 30 年度 事業計画

事業方針

昨年度は、J R 東日本と連携した誘客事業をはじめ、いわき市、福島県、関係団体との連携による誘客、物産振興事業、いわきアフターサンシャイン博事業を通じた各種事業等を展開してきたところであるが、いまだに続く原発被害からの風評等により、観光・物産を取り巻く環境は厳しい状況にあり、震災の記憶は風化しつつある。

そのような中、平成 30 年度は、「第 8 回太平洋・島サミット」や「第 10 回世界水族館会議」、「第 47 回全国林業後継者大会」などの国際会議や全国大会が開催されるほか、来年度、再来年度には、ラグビーワールドカップ、東京オリンピックの開催も控えており、いわきを海外にも発信できる多くの機会を迎えることから、これらの機会を逃すことなく、積極的な情報発信や誘客活動について、会員の皆様と共に各部会において検討しながら展開する。

さらに、本年度は、発見 50 年を迎えるフタバズキリュウを軸にした事業展開のほか、DMO としての初年度であり、会員の皆様や関係団体とさらに連携を密にしながら、ICT マーケティング・マネジメント機能の強化を図り、観光ビジョンの見直しも視野に入れ、中長期の視点から関連する事業を推進する。

具体的事業について

I 公益事業

□二次交通サポート事業（事業費：1,160 千円）

二次交通（バス・タクシー等の活用）と関連した商品を造成し、市内周遊の強化と観光誘客の拡大を図る。

- イベントに併せた二次交通の展開
- 地域間・施設間連携のための二次交通の展開

□いわき市石炭・化石館の企画展等による地域振興事業（事業費：17,500 千円）

ワンストップサービスの受発信拠点としての機能構築、受け入れ体制を整えるとともに、常磐炭田史研究会、いわきヘリテージツーリズム協議会、地元各種団体やボランティア等との連携を図り、企画展等の開催により地域振興を推進する。

また、発見 50 年を迎えるフタバズキリュウをメインとした企画展の開催による地域振興を図る。

- 企画展の開催
- 館内講堂等を活用したイベント・講演会、ワークショップを開催し、入館者増及び満足度の向上を図る。
- 来館者への観光情報等の提供（観光案内、PR コーナー等の設置）及びミュージアムショップを活用した商品群の魅力向上に努める。

II 地域活性化事業（日本版DMOの推進を図るため、次の事業を実施）

□観光誘客の促進による地域活性化を目指す取り組み（観光事業部会）

観光消費額の増大を図り、地域の活性化に寄与するため、湯本・小名浜地区・白水阿弥陀堂への集客を柱として、いわき全体をエリアと捉えた滞在型・周遊型観光を促進し、各地域との連携による着地型周遊プランの提案や、二次交通の整備・情報発信の強化に努める。

さらには、国際会議等の開催を捉え、インバウンドへの対応に積極的に取り組み、地域の活性化に寄与する。

1 関係団体との連携強化（事業費：14,345千円）

(1) 宿泊施設と連携した誘客活動【市内宿泊施設・JRと連携】

- 宿泊を絡めた旅行商品の造成（いわきツーリズム魅力発信事業活用）
 - ・事業者：㈱ジェイアール東日本企画（プロポーザルにより事業者選定）
 - ・目的：首都圏の20代～30代女性及びファミリー層をメインターゲットに、鉄道を利用した旅行需要を創出するとともに、観光地としてのブランド力の向上を目的としたプロモーションを展開し観光交流人口拡大を目指す。
 - ・内容：①観光プロモーション
②旅行商品の造成・販売
③実施事業の分析
- 宿泊施設等が展開する企画との連携（イベント・共同キャンペーン活用）
 - ・いわき・ハワイ文化祭り2018（9/1～2：21世紀の森公園）等

(2) 地域と連携した着地型周遊プランの提案【市内各地域・旅行業界との連携】

- 地域資源を活用したツアーの造成（観光まちづくり推進事業活用）
- 宿泊客を周遊させる取り組み（観光まちづくり推進事業・SRHとの連携）

(3) 大手旅行会社及びネット系旅行会社の招へい【旅行AGTとの連携】

- 旅行商品造成促進のための現地案内と地元関係者の積極的参加による観光商談会の実施（バス助成・MICE助成金の活用を促進）
- 観光消費額増大のため団体客旅行商品の拡大

(4) 貸切バス借上助成金活用による団体客の誘致

- 観光消費額増大のため団体客旅行商品の拡大

(5) MICE・教育旅行の誘致【県・SRHとの連携】

- 県や関係団体との連携（営業活動）による誘致活動の展開と受入れ対応

2 情報発信の強化（事業費：7,432千円）

(1) ウェブサイトのリニューアル

- いわき観光のプラットフォーム化を目指す取り組み
 - ・宿泊・体験等の各種予約機能の検討
 - ・地図検索機能・イベント情報検索機能等の強化等
 - ・各機能に対するシステムの比較検討（メリット・デメリットを明確にする）
 - ・地域のサイトの研究

(2) 会員との連携による旅前・旅なかでのスマホ・タブレット対策

- サイトリニューアルに合わせ、会員によるサイト活用の拡大を図る

(3) デジタルマーケティングを活用した効果的な情報発信 ※3部会共通事業

- ターゲットに合わせたSNSによる発信とデジタル広告の検討

(4) いわき市総合観光案内所による定期的な情報の発信

- SNSやブログを活用した最新情報の提供

3 二次交通の整備（事業費：930 千円）

- (1) 地域の魅力あるイベントや紅葉時期に併せたシャトルバスの運行
 - 北部地区・白水阿弥陀堂ライトアップ・龍神峡等へのシャトルバス
- (2) 関係機関と連携した少人数にも対応できる二次交通対策の検討
 - 二次交通を絡めた旅行商品の造成（いわきツーリズム魅力発信事業・JR と連携）

4 インバウンドへの対応（事業費：900 千円）

- (1) 太平洋・島サミット、世界水族館会議、ラグビーワールドカップ、東京オリンピックなど大型国際イベント開催を契機と捉えた対応
 - 開催に合わせた多言語による情報発信とイベント開催時での情報発信
- (2) 県・市・関係団体と連携した情報発信や営業活動【タイ・台湾等】
 - 県・市との連携による、台湾/タイ旅行博における観光プロモーションへの参画
 - インバウンド加速化パッケージ事業（湯本）との連携
- (3) ダイヤモンドルート（栃木・茨城・福島）をベースとした各自治体・関係団体との連携
 - ダイヤモンドルート宣伝に係る旅行商品造成への参画
- (4) NPO 団体等との連携による受入態勢の整備
 - 案内人（通訳士）育成に際し、市内観光情報の提供による協力

□観光交流人口増を目指す取り組み（地域ネットワーク事業部会）

日本版 DMO の推進に合わせ、ICT マーケティング・マネジメントを推進するとともに、会員をはじめ関係者相互の連携のもと、インバウンドも見据えたネットワークの形成を図り、交流人口の増大に資する環境の整備に努める。

また、地域の宝の見直しやインバウンドへの取り組み方法など、専門講師などによる勉強会、講演会を開催し、地域一体となった観光まちづくり体制の強化を図る。

1 日本版 DMO の推進（事業費：1,000 千円）

- (1) 定期的なアンケートの実施・分析等に基づく、ターゲットの設定、プロモーションの展開・検証の実施（PDCA サイクルの確立）による効果的・効率的な事業運営の推進
 - 観光施設、旅館・ホテル、イベント等における観光アンケート調査の実施
 - アンケート調査結果の分析とフィードバック、KPI への反映
 - トレンドに応じたターゲットの設定と最適なプロモーションの展開・検証
- (2) プロモーション展開に反映させるためのデジタルマーケティングの強化
 - WEB サイト及び SNS における、ユーザー属性情報（性別、年代、居住地等）の分析ツールを利用したデジタルマーケティングの実施
- (3) 新たな観光ビジョンの策定
 - 震災後の状況と観光を取り巻く国内外の情勢を踏まえた、多様な関係者が参画する観光ビジョンの策定

2 多様な情報発信の取り組み（事業費：6,918 千円）

- (1) ターゲットを設定した地域、年代へ向けたデジタル広告の活用及び検証
 - ターゲットへの的確に情報を訴求するための各種デジタル広告媒体の調査・研究と活用、広告効果の数値化と定量的な検証
- (2) レイライン（地域の聖地探し）等による集客事業の発信（共同キャンペーン連携）
 - これまでの調査結果に基づく市内レイラインスポットの集約と冊子化、情報発信による認知度の向上
 - レイラインを始めとする、多様なニーズに応じた集客コンテンツの検討
 - ニーズ毎に適切な広告媒体を活用した情報発信

- (3) いわきフィルム・コミッション協議会と連携した各メディア等への露出強化
 - いわきフィルム・コミッション協議会の WEB サイトを活用したロケ等誘致実績の市内外への周知
 - 撮影実績を活かしたロケ地等の観光コンテンツ化の検討
 - いわきフィルム・コミッション協議会の運営

3 観光まちづくり体制の強化（事業費：100 千円）

- (1) 県(アドバイザー人材派遣事業)や各団体と連携した専門講師によるアドバイスや講演会の実施
 - 課題に応じた講師の選定と講演会等の開催（年2回程度）
- (2) アンケート分析結果やデジタルマーケティングによる最新のニーズ等における会員との情報共有 ※3部会共通事業
 - 各種最新情報の収集と定期的な部会の開催による情報共有

4 交流の促進（事業費：22,796 千円）

- (1) サンシャインガイドいわき事業
 - 第30代を4/15に3名選出
- (2) 海開き事業
 - 海開き式の開催
- (3) いわきおどり運営事業
 - いわきおどりの開催
- (4) いわきまつり助成事業
 - 市内まつり関連事業への補助
- (5) スポーツを通じた交流・誘客の促進
 - 市及び関係機関・団体等における各種スポーツ大会やイベント、合宿等の誘致施策と連携した交流・誘客の促進

□物産振興の強化を目指す取り組み（物産事業部会）

本市産品、会員事業者取扱い産品の販路拡大を図るため、会員事業者を訪問し、取扱い産品等の情報収集や効果的な情報発信に取り組み、首都圏開催のイベント商談会に繋げるとともに、化石館売店の物産拠点としての強化を図りながら、販路拡大に寄与する。

1 市内におけるイベント交流事業（事業費：4,524 千円）

各種事業との連携により、次の事業を盛大に開催し、市民をはじめ、観光客へ産品等を周知するとともに、民工芸事業者による体験交流の促進を図る。

- (1) 「第47回全国林業後継者大会」(6/9：いわきアリオス)
 - いわき6次化商品PR事業（県いわき農林事務所委託事業）
- (2) ほるるイベント（8/18～19・12月下旬）
 - フタバスズキリュウ発見50年と絡めた展開
- (3) いわき・ハワイ文化祭（9/1～2：21世紀の森公園）
- (4) いわき大物産展（11/10～11：小名浜アクアマリンパーク）
- (5) いわきサンシャインマラソン物産展（2月中旬：小名浜アクアマリンパーク）

2 販路拡大に係る事業展開（事業費：5,486千円）

製造業、小売業会員の首都圏等でのPR、販路の拡大を目的に、次の商談会出展や大型ショッピングモールオープンを契機とした事業等を実施する。

(1) 商談会の出展（出展補助/水産事業と連携）

- インターナショナルシーフードショー（8/22～24：東京ビックサイト）
- 都市銀行フードセレクション（10/23～24：東京ビックサイト）
- いわき信用組合マッチング商談会（11/6：池袋サンシャインシティ）
- スーパーマーケットトレードショー（2/14～16：幕張メッセ・予定）
- イオンでのキャラバンを活用した商談・商品PR（共同キャンペーンとの連携）
- 福島県物産館「コラッセふくしま」「日本橋ふくしま館 MIDETTE」への商品提案及びPR

(2) ほるる売店を活用した販路拡大事業（事業費：891千円）

お中元・お歳暮でのギフト展開

- お中元ギフト（6/30～販売開始）
- お歳暮ギフト（11/17～販売開始）
 - ※常温、冷蔵、冷凍それぞれを組合せたセレクト商品
 - ※通年でのオリジナルセットの商品PR・販売（手土産としての営業展開）
 - ※各季節に絡めたフェア展開による会員商品の流通拡大

3 友好都市（自治体、団体）と連携した事業（事業費：1,419千円）

(1) 東京都港区との連携

港区新橋に「いわき市のアンテナショップ」を運営していた縁より、平成20年に港区、ニュー新橋ビル商店連合会といわき市、ビューローの4者により友好協定を締結。以来、様々な事業を連携して実施している。

- 各種物産展の展開
- 港区協定締結10周年記念事業の検討
- 新橋イルミネーションフェスタの実施（11/8～9 予定）
- 新橋マルシェの定期開催（ニュー新橋ビル1階で月1回開催）

(2) 神奈川県横浜市との連携

震災以降、スパリゾートハワイアンズ無料送迎バス（宿泊プラン）旅行商品やいわき市との事業連携を契機に、横浜市との交流を継続している。

- 各種物産展の展開
- 横浜市営バスにおける本市PRラッピングバス事業の展開

(3) 東京都小金井市との連携

震災以降、本市の復興に尽力いただいている小金井市商工会を中心に、平成26年に「交流協定」を締結するとともに、物産展での販売支援や本市商品を活用したコラボ商品造成などの事業を展開している。

- 東北被災地連携事業（事業者間のコラボ商品の造成）
- 各種物産展の展開

(4) 藤沢商工会議所との連携

震災以降、いわき商工会議所と藤沢商工会議所との連携において、藤沢市内で被災3県のアンテナショップ事業を展開。また、藤沢市内物産展での本市支援ブースを設置するなど連携を継続して展開している。

- 各種物産展の展開
- 藤沢商工会議所内でのアンテナショップ（火・水・木曜日）における本市商品の継続販売

(5) その他首都圏自治体関連との連携

行政機関等を窓口、様々な本市産品をPRする場を提供いただいている。出展等の依頼のあった事業については、都度、物産関係会員と協議し検討する。

4 本市産品 PR 事業（事業費：5,956 千円）

- (1) HP・SNS 等媒体を活用した商品 PR
各会員事業者の情報発信ツールの一つであるウェブサイトを更新し、より効果的に事業者の紹介・PR を発信する。
 - サイト掲載情報の更新
 - ネットショップのリニューアル（石炭化石館売店連動）
 - デジタルマーケティング（LINE@）を活用した広報展開（水産物事業連携）
 - 水産物バイヤー向け冊子の製作（水産物事業連携）

5 いわき市水産課委託事業（委託事業：20,488 千円）

市が掲げる水産物地域ブランド「常磐もの」を切り口に、水産加工品の消費拡大につながる事業を実施する。

- (1) 水産物消費拡大事業
 - 市外消費拡大業務：首都圏でのイベント等にて水産加工品の PR・販売の実施
 - 市内消費拡大業務：化石館売店を中心とした市内での販売スペースにおける水産加工品の PR 展開
 - 販売強化業務：首都圏の展示会等へ出展、販路拡大（回復・継続）につなげる事業
 - 情報収集発信業務／商談向けパンフレットの作成、常磐もの公式 WEB の運営事業
- (2) 「常磐もの」認知度向上及び販売促進業務
 - 市内イベントでの「常磐もの」ブースの設置、「常磐もの」を市民に向け PR し、認知度向上を図る業務
 - 港区新橋のファロシティビジョンにて「常磐もの」PR 動画を放映し、首都圏に向け PR し、認知度向上を図る業務
 - LINE@を活用した広報展開に係る業務

□いわき市石炭・化石館の運営（運営検討委員会）

安全な館の運営に努め、定期的かつ誘客につながる企画展の開催、受け入れ体制の整備、教育旅行等の誘致に努めるとともに、発見 50 年目となるフタバズキリュウをメインに事業展開を行い、一層の魅力アップと入館者の満足度を図る。

1 入館者増を図る取組み（委託事業：83,272 千円）

- (1) 企画展の開催
フタバズキリュウを軸にした夏、秋、冬期間に合わせた企画展の開催
- (2) 地域との連携によるイベント等の開催
春「さくらまつり 4/8」、夏「ミュージアムナイト 8/18～19」、冬「クリスマスイベント」などの誘客イベントの開催

2 お客様の安全確保と満足度向上への取組み

館内の保守点検、駐車場対策（調節池、周辺企業への借用等協力要請）等

Ⅲ その他目的を達成するために必要な事業

総会・理事会・各事業部会の開催

各種要望活動（観光誘客に関する要望・陳情及び原発事故に伴う損害賠償等への活動