

## 平成30年度事業報告及び収支決算について

平成30年度は、「いばらきDMO戦略」に基づき、観光地域づくりの一層の推進のため、各種事業に取り組んでまいりましたが、平成30年7月31日には当協会が観光庁に観光地域づくり推進法人「日本版DMO」として登録されました。

本県では、当協会が初の日本版DMOであり、県単位のDMOとしては関東で、群馬県に次いで2番目の登録となります。引き続き、多くの関係者と合意形成を図りながら、本県に一人でも多くの人を呼び込み、観光による地域づくりのための事業に取り組んでまいりました。

また、外国人観光客の増加するなか、茨城空港において、新たに韓国ソウル便が就航し、台北路線も定期便化されましたので、外国人観光客の県内宿泊など、観光消費を一層拡大するため市町村や事業者の皆様とともに台湾や韓国でのプロモーション等に取り組んでまいりました。

### 1 宣伝誘致

#### (1) 観光客の誘致

県・市町村・観光関連団体等と連携のうえ、引き続き首都圏、北関東、茨城空港の就航先等で観光キャンペーンを実施した他、いばらき夢ガイドの派遣による観光PRを展開しました。

また、テレビ埼玉、群馬テレビ、とちぎテレビ、千葉テレビなどへの出演による観光情報の提供や市町村や事業者の皆様と首都圏・近県の旅行会社等を訪問する観光キャラバン等を展開し、誘客促進を行ってまいりました。

さらに、偕楽園見晴亭の「観光コーナー」の活用や観光マップ18万部、夏の観光パンフレット3万部、初詣ポスターの作成・配布による観光誘客に取り組みました。

観光キャンペーンでは、東京駅に近接した「KITTE」や埼玉県、栃木県、群馬県内のショッピングモールなどを会場に観光・物産のPRに取り組みました。

いばらき夢ガイドの各種催事への派遣につきましては、神戸まつり、ツーリズムEXPO、いばらきを食べよう収穫祭、上野産直市など県内外で観光案内に取り組みました。

また、ツアーオフィス事業として酒蔵体験など県内着地型の旬な体験旅行企画商品を提供し、誘客促進に努めました。

## (2) 観光情報の発信

一層の情報発信強化のためホームページ「観光いばらき」のコンテンツ充実など大幅リニューアルを実施するとともに、取材・体験等による旬の情報や地域のイベント情報をタイムリーに配信するよう取り組みました。

都道府県公式観光情報サイトの平成30年閲覧者数は、パソコンが全国5位（H29年：6位）、スマートフォンが全国4位（H29年：2位）と上位を維持しています。

テレビを通じた情報発信としてNHK水戸放送局「いばっチャオ」への夢ガイド出演による観光PRのほか、ラジオ番組でも茨城放送、NHK、文化放送、栃木放送に出演し、本県の観光情報を県外に向け広く発信してまいりました。

## 2 DMO推進

茨城版DMO推進事業として、(1)新たな観光資源の発掘と創出、(2)県製品のブランド化等、(3)人材育成に取り組みました。

### (1) 新たな観光資源の発掘と創出

新たな観光資源として、首都圏の日帰り観光圏として本県の特徴を活かすため、体験アクティビティの発掘するため各事業者への説明会を実施した他、ホームページ「観光いばらき」に“じゃらん”と連携し「遊び・体験予約」コーナーを新たに設置し販路拡大に努めました。

また、着地型ツアーの企画の一環として、若者目線による地域資源の掘り起こしのため、都内女子大学との連携により常陸太田市をフィールドに観光プランの提案・意見交換会を実施しました。

### (2) 県製品のブランド化等

新たな土産品の開発支援のため、「魅力ある土産品造成セミナー」を開催しました。また、茨城県と連携し県公式Vtuber“茨ひより”グッズを企画・制作し、直営売店やイベント等での販売促進に取り組みました。

### (3) 人材育成

地域DMOを担う人材育成のため、「SNSを活用したプロモーションDMOセミナー」、「SNSを活用したインバウンド向けセミナー」、「地域の魅力的商材プロデュースDMOセミナー」等の各種セミナーを開催しました。

### 3 インバウンド推進

#### (1) 情報発信

外国人観光客の誘客促進については、インバウンド推進課に推進リーダー以下、英語、中国語（簡体字）、中国語（繁体字）、韓国語、タイ語のスタッフを配置しました。

国外への情報発信は、ホームページ「観光いばらき」に多言語のページを設定している他、フェイスブックを活用し、2月末まで、ほぼ毎日延923回更新するなど、旬の観光情報の提供に取り組みました。

なお、平成30年度においては、より効果的な情報発信のため外国語ホームページの大幅なリニューアルを実施しました。

#### (2) 旅行博等での観光PR

ツーリズムEXPOジャパン（東京）や台北国際旅行博、ソウルKOTFAなど商談会や海外の旅行博に参加して観光PRを実施しました。

#### (3) ツアーアテンド・ファムツアーによる情報発信

海外において情報を発信しているブロガー、メディア関係者に本県の魅力を紹介していただくためツアーアテンドを行った他、海外の旅行会社や在京オペレーターの本県における下見ツアーに同行し本県の観光情報を提供し海外での情報発信やツアー造成を要請しました。

#### (4) インバウンド取扱い旅行会社への営業

首都圏のランドオペレーターを中心とした旅行会社等への営業を積極的に実施しました。

### 4 県産品の販売促進

#### (1) 物産展

平成30年度上半期は、ネモフィラの見頃がゴールデンウィーク前となるなど野外イベントでの物産展が苦戦しましたが、下半期に「二子玉川東急百貨店」、「イトーヨーカドー武蔵小杉駅前店」等での茨城物産展など、多くのイベントに出展したことにより、下半期の売上は前年より増となりました。

物産展の年度全体の売上は、前年度比99.0%となりました。

なお、平成30年度の物産展への出展は前年度より3回多い68回となりました。

#### (2) アンテナショップ

アンテナショップにつきましては、新たに「筑波海軍航空隊記念館売店」、「ホテ

ル・ザ・ウエストヒルズ水戸売店」など3店をオープンし、既存ショップでは「エクセルみなみ店」、「鹿島セントラルホテル売店」、「イオン土浦店」などで干し芋、和菓子を中心に好調に推移しました。

アンテナショップのうち偕楽園見晴亭の上半期売上がやや苦戦しましたが、下半期、商品の見直し等を行い、梅まつり期間の見晴亭、臨時売店、「水戸駅エクセルみなみ」等が好調に推移し、年度全体のアンテナショップ売上は前年度比105.0%となりました。

### (3) インターネット通販

通販事業につきましては、従前のシステムを5月末でいったん終了し、平成31年1月7日から新たな販売システムを開始しました。登録品目24アイテムから運営を開始し、随時登録商品の拡大に取り組みました。

県産品の販売は、物産展、アンテナショップ、インターネット通販全体として前年比102.4%となりました。