

## 第1号議案

### 平成29年度事業報告及び収支決算について

平成29年度は、茨城版DMOの形成確立に向け、国・県からの支援をいただき、人的体制を増強いたしました。これにより、市町村観光協会や観光関連事業者の皆様との連携を深め、観光セミナーの実施や、観光・物販に係る商談会の開催、さらに本年2月に「東京シティエアーターミナル」で1月間継続して各市町村が日替わりでキャンペーンを行った「ふるさと茨城！観光・物産展」の開催、新規に「ながの東急百貨店」や「岡山高島屋」での物産展に参加するなど、地域の「稼ぐ力」を引き出すための事業を充実させ推進してまいりました。

#### 1 宣伝誘致

##### (1) 観光客の誘致

観光客の誘致、観光キャンペーンにつきましては、首都圏、北関東、茨城空港の就航先等において実施したほか、圏央道により新たに結ばれた神奈川にも観光PRやキャラバン活動等を展開し、年間で37回のイベントに参加しました。

また、「市町村観光客誘客促進支援事業」として、市町村観光協会等を対象に、8月には訪日外国人取扱旅行会社との商談会を開催し、9月には東京都内の団体旅行造成会社を県内事業者と訪問、2月には東京箱崎「東京シティエアーターミナル」で1月間にわたり「ふるさと茨城！観光・物産展」を開催するなど、市町村や各事業者が直接の誘客活動を行う場を提供いたしました。

##### (2) 観光情報の発信

ホームページ「観光いばらき」において、観光スポットや宿泊施設等の紹介、旬の観光モデルルートの提供を行いました。SNSによるタイムリーな情報の定期的な発信、毎月の特集取材やプレゼント企画、市町村や観光施設からの直接の情報発信などにより、閲覧者の拡大が図られ、ホームページの閲覧数が月平均で245万ページビューに達し、都道府県観光情報サイトとしては全国屈指の閲覧数となっております。

また、マスコミを通じた情報発信にも努め、テレビ・ラジオへ「いばらき夢ガイド」が年間で29回出演し、効率的な情報発信を図りました。

##### (3) インバウンドの推進

平成29年度より宣伝誘致課より独立して「インバウンド推進課」とし運営体制を強化しました。

茨城県国際観光課との連携に加え、県空港対策課の就航活動にも積極的に協力し、ファミツアー・アテンド・茨城空港到着客のお出迎えなどが131回

6, 849人、また外国での旅行博・商談会に7回参加しました。インバウンド関係の会員には、商談会に参加する機会が増え、直接的な商機の拡大となっております。

さらに、韓国済州自治道観光協会と友好交流協定を4月に締結し、双方のマラソン大会への参加交流や、ツアー造成・ゴルフ等に係る商談会の開催などを行い、継続的な観光交流の道筋ができました。

情報発信としては、「観光いばらき」ホームページに各言語のページを掲載して閲覧数が前年比126%となり、SNSではほぼ毎日情報の発信を行いフォロワー数が増加するなど、継続的な情報発信に努めました。

## 2 物産振興

### (1) 物産展

物産展事業では、新規に「ながの東急百貨店」での茨城物産展及び「岡山高島屋」においての北関東三県（茨城、栃木、群馬）の物産展に参加したのをはじめ、つくばカピオでの全国スポーツ推進委員研究協議会等、数多くのイベントに出展し、県内外で県産品のPR販売を積極的に推進しました。

### (2) アンテナショップ

アンテナショップの販売では、新たに「イトーヨーカ堂武蔵小杉店」を開拓し、京成百貨店県産品売場については、人件費の節減を図るため、3月より協会の販売員をなくし、京成百貨店様に全面委託販売とすることにいたしました。

アンテナショップに対して営業を強化し、新規アイテムの紹介など販路拡大に積極的に努めました。エクセルみなみ、アクアワールド大洗、道の駅いたこ等が好調に推移したものの、観梅時期の偕楽園見晴亭の販売実績が梅の開花の遅れもあり前年の実績を大きく下回ったものの、ショップ全体では実績231,499千円、前年比101.8%、4,034千円増となりました。

### (3) 通販事業

ネット通販事業につきましては、「絶品いばらき名産市場」「いばらきふるさと名産品」の二本柱で展開していますが、実績合計は1,071千円、昨年比67.3%となる見込みです。

### (4) セミナーの開催

茨城県生活衛生課と連携し食品表示に関するセミナーを2回開催し、また、食品コンサルタントを招いた講演会を実施し、会員のスキル向上に努めました。