

第2回福津市観光産業活性化協議会 事前アンケート（集計結果）

<観光客（来訪者）を受け入れる側の情報共有について>

観光関連事業者の方は、事業者としてご回答をお願いいたします。そうでない方は、来てくれる観光客（来訪者）を受け入れる立場として、お考えいただきご回答をお願いいたします。

1	情報共有において、最も重要だと思う要素は何ですか。（一つのみ選択）	集計結果
a	情報の信頼性	1
b	情報の新鮮さ	3
c	情報の充実度（詳細さ）	4
d	情報の分かりやすさ	2
e	その他	

・ b新鮮さ = d情報の早さを○としたが、わかりやすさも次いで重要。情報は「早い（鮮度）」「簡単」その次に「信頼性」。

・ 観光客を受け入れる立場としては観光客により異なるニーズへの対応を求められるため、より深い情報についての知識をもって対応することが最も重要だと思います。

・ 観光客がSNS等で地元住民よりも情報を早く入手している場合、詳細な情報を求められても困惑する場面が生じる可能性がある。

2	情報共有について、具体的にどのようなことが課題だと思いますか。（複数選択可）	集計結果
a	情報が少ない	2
b	情報が多すぎる	2
c	情報を網羅している団体や情報源（媒体）がない	5
d	情報の提供先や問い合わせ先が分からない	4
e	情報に偏りがある	1
f	情報共有システムがない	4
g	情報の共有が直前すぎる	2
h	情報共有に手間がかかりすぎる	2
i	その他	

・ 情報共有システム = WEBシステムというよりも、共有する仕組み、連携する習慣が不足しているのではないかとということ。組織間で連携・協力し、互いのことを知ろうという姿勢と習慣づけが大事かと考える。

・ 今の福津市はDMOが積極的に情報提供・発信をおこなっている状況ですので、もう少し事業者間での連携が必要と思います。

・ 広報紙や市のホームページ等が該当するのだろうが発信者に良い情報だけが載っているように見え、関心がない。

- 3 現在の課題に対し、今後どのような状態が望ましいと思いますか。
また、そのためにどのような方法や手段、アイデアが考えられますか。

- (1) 今後どのような状態が望ましいと思いますか。

「事業者間で情報を積極的に送受信している状態」または「情報が必要な時に確認することができる状態」のどちらが望ましいかの視点を含めて、具体的にご記入をお願いします。

・組織間で連携・協力し、互いのことを知ろうという姿勢と習慣づけが大事かと考える。そして情報共有を習慣化する仕組みづくり。

・「情報の共有」が大前提と考えます。その上で、その情報の効果（イベントであれば動員数など）も共有し、企画のブラッシュアップに役立てたいです。

・「事業者間で情報を積極的に送受信している状態」、「情報が必要な時に確認することができる状態」のどちらの状態であっても情報に関しては、集約し一元化することが望ましいので、集約する団体等を明確にした方が良いと思います。

・市内の情報が必要な時に確認できる状態にする。福津市が何を押しつけて観光客を呼びたいか分かりづらい

・観光協会、DMO、行政、商工会等の定期的な意見交換会や懇談会があれば、市全体のコミュニケーションがとれやすいのでは。

・行政・観光協会・DMO・民間など様々な主体が個々に情報を提供しては、地域の魅力を十分に伝えきれないものになってしまうので、「事業者間で情報を積極的に送受信している状態」にして情報を一元化してデータベースか何かに共有すること、常にその情報を更新することにより、観光客に地域の最新の観光情報を的確に伝えることができると思います。

・「事業者間で情報を積極的に送受信している状態」が良い。最新情報を関係者で共有出来る上、問題発生時に、バランスのとれた総合対処が可能になる。

・どちらが望ましいか「必要な時に確認することができる状態」。”必要な時（タイミング）”は十人十色であるため、全ての情報を網羅的に発信するのは難しいのではないかと。そうすると、来訪者のターゲティングを明確にして、それらに合わせた情報を常時提供した方が良いと思われる。

- (2) (1) で回答した状態へ近づけるために、どのような方法や手段、アイデアが考えられますか。誰が、どんなやり方で、何をしたらいいかの視点を含めて、具体的にご協力をお願いします。

積極的な情報の送受信	<ul style="list-style-type: none"> ・メール発信等による関係者間の情報共有 ・関係者間の意思疎通の場を増やす（全体会議以上に、関係者間の通常レベルの意思疎通） <ul style="list-style-type: none"> ・市がLINEグループを作って運営するのが良い。 <p>※LINEを良く知りませんが・・・。</p>
情報の一元化	<ul style="list-style-type: none"> ・共有することに必要な情報項目の設定 ・一元管理の実施 ・情報の定期的な更新 <ul style="list-style-type: none"> ・観光情報発信の一本化をする必要があるのでは。 <ul style="list-style-type: none"> ・予算をつけ観光協会かDMO内部に、共有できる観光情報センターを作り人を配置。定期的な観光情報の更新（インバウンド向けへの翻訳も含め）をすることにより、受け入れる側が常に新鮮な情報を共有できるのでは？
その他	<ul style="list-style-type: none"> ・情報の共有のために、WEB上に情報掲示板のような関係事業者の自由な貼り付けや閲覧ができるシステム。企画内容のターゲットやコンセプトなど、ねらいも合わせて記載することで、企画立案の参考になると考えられる。 <ul style="list-style-type: none"> ・観光客や市内の人が集まる場所に情報掲示板（モニターやポスター）で発信する ・市の観光振興課で情報をまとめて発信したり（SNS等を活用）する ・市役所や直売所、駅や大型商業施設、宮地獄神社、なごみ、カメラアなどに設置する <ul style="list-style-type: none"> ・市民ないし事業者有志による情報発信。ただちにYoutuberやTikTokerを意味するのではなく、アナログ的な情報発信も実施してはどうか。これは「実施者」すなわち「アクター」の視点。 ・もう一つは、「場（プラットフォーム）」の構築もしくは提供。0（ゼロ）から場づくりをするのが困難であれば既存のモノも利活用すべき。場（プラットフォーム）＝ツールと考えるならば、良質なコンテンツを提供する事業者も多い。（例：「ためまっぷ」など）

< 来てほしい人（観光客）への情報発信について >

皆様、ご自身が観光する立場（情報を受け取る側）として、どのような観光情報の発信をもらいたいか（または、した方がいいと思うか）について、ご回答をお願いいたします。

1	情報発信において、重要だと思う要素は何ですか。（3つまで選択可）	集計結果
a	情報の信頼性	2
b	情報の新鮮さ	5
c	情報の充実度（詳細さ）	3
d	情報の分かりやすさ	4
e	定期的な情報発信	4
f	媒体やターゲットに合わせた発信	6
g	情報を網羅したウェブサイト	1
h	情報を網羅したSNS	1
i	情報発信の連携（SNSでのシェア、広告媒体や記者へのお知らせなど）	1
j	情報発信方法に関する技術の向上（研修会の実施など）	1
k	その他	

・観光をする立場から大事なのは、「欲しい情報」が「簡単」手にはいること。D分かりやすさ＝内容以外に、情報にたどり着くまでの簡単さ、分かりやすさもある。F媒体・ターゲットにはマスコミなども含む。

・公共交通機関を使ってくる観光客も視野にいれて、タクシーやレンタカーを使う際にも共有された観光情報がもらえると嬉しいと思います。

2 情報発信について、具体的にどのようなことに困難（課題）を感じますか。

(複数選択可)

集計結果

	集計結果
a 情報が分散している	4
b 情報発信の量が不足している（頻度、回数など）	4
c 情報を網羅している団体や情報源（媒体）が分からない	3
d 情報拡散の仕組み不足（SNSでのシェア、宣伝する媒体や場所の少なさなど）	2
e 情報に偏りがある	0
f 情報発信の技術不足（SNSの内容や動画が見にくい、面白くないなど）	2
g 効果的な情報発信がされていない（客層に合わない媒体、内容、時期など）	5
h 情報発信のターゲット（客層）が不明（あらゆる客層向けの情報が混在など）	3
i 情報の発信が直前すぎる	2
j その他	

・情報発信は成されているものの、来てほしい層に届いているか、知られているかを考える必要あり。来て欲しい層に情報を届ける、知ってもらうため「効果的」な方法は何かを関係者が考え、実行に移すことが大事と考える。

・実際に紙媒体での情報発信をしていますが、なかなかSNSまではマンパワー的に行き届かないこともあるので、SNSやウェブでの連携した情報発信ができればもっと新しい情報を拡散できるのではと残念に思います。

・情報源は一元化して信頼度を高めたほうが良い。

・WEBやSNSで検索しても上位に来る情報が「知りたい情報」であるとは限らない。

- 3 現在の課題に対し、今後どのような状態が望ましいと思いますか。
また、そのためにどのような方法や手段、アイデアが考えられますか。

- (1) 今後どのような状態が望ましいと思いますか。具体的にご記入をお願いします。
また、観光客への情報発信がうまくいっている事例や地域があれば教えてください。

・全体会議を開催しなくても、関係者が実務担当を含めて、コミュニケーション・意思疎通が日常的に取れている状態が望ましい。

・「クチコミ」の評価はとても大きいと考えられます。（例）別府駅構内の観光窓口：ポラロイドカメラのプリントに手書きで説明や感想を書き、駅周辺のマップに貼り付けている。→親近感や穴場のイメージで印象に残る。

* 情報を網羅している団体や情報源（媒体）が分からない

* 効果的な情報発信がされていない（客層に合わない媒体、内容、時期など）

* 情報発信のターゲット（客層）が不明（あらゆる客層向けの情報が混在など）

上記*記載のことが課題としますので、受け入れ側の情報共有と同様に以下の対応が重要ではないかと思います。

→共有することに必要な情報項目の設定

→一元管理の実施

→情報の定期的な更新

・市内に観光客を呼ぶにはイベントが少なすぎる（昨年お魚センターで2階イベントをしたが、大盛況でお魚センターを知ってもらえるきっかけになりました）

・昔の湯布院や黒川温泉のように地域一体となってしっかりと全国に発信。

・世代別にニーズがわかれているので、発信方法もウェブ・SNSだけではなく、紙媒体とうまく連携をとって情報発信しなければ若者に偏った観光情報だけではこれからの高齢化社会で観光は行き詰まっていくのではと思います。

・SNSで発信したり、観光大使にAKB48の元メンバー、大家 志津香さんを起用してメディアでPRしてもらおう。

・情報を発信する側（住民、事業者、行政その他）が、発信したいことを「語れる」くらい情熱をもっていなければ、当該情報はすぐに消費されてしまう。

つまり、発信者自身がいかにか「その場所（観光地）」にコミットし、学び、発信したいと思って発信できるかが重要だと考える。

- (2) (1) で回答した状態へ近づけるために、どのような方法や手段、アイデアが考えられますか。誰が、どんなやり方で、何をしたらいいかの視点を含めて、具体的にご協力をお願いします。

・関係者の皆さんは、各自の日常業務が多忙故、全体会合を頻繁に持つのは大変かと思います。目的に応じ、最も関係がある方が、少人数で打合せする（できる）ことが望ましい。日程調整をせずとも「ちょっといいですか」という日常的な顔が見える関係、習慣づくり。そのような場づくりから始めてはいかがかと考えます。また外部への情報発信と同時に、関係者間の情報発信・共有を進めていくのがよいと考えます。

・その町の魅力は、住んでいる人が一番知っているかもしれない。観光MAPを住民や子どもなど色々な切り口で作ってみると意外な発見があるかとも思いました。”歴史や観光スポット”はもう出尽くしていると思う。

・できれば各情報をまとめる専門の人、部署で更新し続けることができればいい。外部委託含め。

・話題性のある商品づくり、名所づくり、お客様のニーズを先取りしたもの。

・やはり先にも述べたように、様々な主体が個々に情報提供するのではなく、連携をとって情報共有をして情報を発信するのが効果的と考えます。宣伝と思われるかもしれませんが、例えばうちの福津に福を呼ぶフリーペーパーフクフクマップは季刊誌なので新しいスポットとか力を入れたい季節の観光情報があると事前共有させてもらった場合、特集に取り入れて拡散することができます。仕事でしているフリーペーパーではありませんし、仕事にはなりません・笑。市民の方が必要としている情報を中心に発信しているフリーペーパーです。制作費のために広告ページを設けてはいますが、広告でないページは無料掲載で利用していただけるので、私としても情報をいただけるのは有り難いですし、皆さんと一緒に紙面を充実させていって活用していただきたいと思っています。行政目線だけの偏った情報発信にならないのは？という利点もありますので、紙媒体での観光情報発信ツールのお役に立てると思います。

・市の観光課職員と観光大使が在福岡テレビ局6局に出向き、福津市の魅力発信番組制作を働きかける。

・市の職員や有志がスマホで福津市の魅力発信番組を制作してSNSで発信する。

・アプローチは様々で一概には言えない。少なくとも、行政含め、検討できる者で試行錯誤を重ねていくしかないし、その結果「福津オリジナル」のアイデアが生成されるのではないか。先進地や先行事例はあくまで参考にとどめるべき。