

令和5年度認定

計画名48 江之浦測候所を中核とした文化観光推進拠点計画

①計画目標の達成状況

目標項目名（単位）	R5			R6			R7			R8			R9		
	目標	実績	達成率	目標	実績	達成率	目標	実績	達成率	目標	実績	達成率	目標	実績	達成率
来館者数（人）	34,700	44,725	129%	36,000	47,453	132%	43,200			45,400			47,700		
海外からの来館者数（人）	3,500	5,884	168%	3,600	8,146	226%	4,300			4,600			4,800		
来館者満足度（％）	50	-	-	55	89	162%	65			70			75		
回遊性の向上（％）	16	-	-	25	5	20%	32			38			40		

②計画目標の達成状況に関する分析・評価

【分析】
・ 来館者数 ：コロナ禍以降、令和4年（2022）に日本政府が水際対策を緩和、翌R5年（'23）には感染症の位置づけが5類に移行したことが追い風となり、江之浦測候所の来館者数はR5年度（'23）から大幅に増加した。2年連続して計画書策定時の目標（数）を超えてR5年度は129%、R6年度（'24）は47,453人、132%の達成率を記録した。同年の4万7千人越えは、5か年の最終年の目標値でもあり、3年を残して達成したことになる。インバウンド客の増加も著しく、策定時に指標としたH31年度（'19）2,900人に対し、R6年度（'24）は8,146人と約65%増、数にして約5,200人も増えた。前年度比でも28%増と大きく伸びている。
・ 来館者満足度 ：計画認定前に実施していたアンケート集計からも（コロナ禍を除く）満足度は常に高かった。R6年度からは、満足度の差異を分析しやすいように、スケール0～10に変えて実施しているが、89.5%と相変わらず高い数値を示している。片や予約システム、交通アクセスといった個別サービスへの満足度はともに75%となっており、新しいオンライン予約システムの導入（新展示棟の竣工に併せて実施予定）を実施する理由が顕在化したといえる。
※満足度を上げるにあたって一番肝要な事業と位置づけている新しい展示棟の建設が、建築資材や現場人件費の高騰などの理由により、予定よりかなり遅れて本年度に着工、R9年度竣工の予定である。 この遅れに伴い、展示棟の完成後を見据えて組づけた事業1－①、1－②、2－②、4－①、6－①～③が軒並み助成サイクル4～5年目に後ろ倒しとなっている。
・ 回遊性の向上 ：計画認定時から小田原市内に連携可能な施設がないという厳しい現実が課題としてあった。アンケートの回答からも状況は変わっておらず、見学の前後に立ち寄った場所：小田原城（4%）箱根彫刻の森（6%）ポーラ美術館、MOA美術館（各3%）と低い回遊性である。英語でのアンケートでは、市内（小田原城）箱根地区の美術館への立ち寄り数値化できるかどうかの低い回答件数である一方、“その他”が多数あり、直島、京都といった著名な観光地が挙げられている。（自由回答方式）日本全国を移動する旅程の一部に江之浦測候所が組み込まれ、小田原市の他所には立ち寄らずに、次の目的地へ移動する行動／ターゲティングが取れる。 3－②サイクリングツアー企画はR5年度（'23）に準備の第一段階であるモニターツアーを実施。3－①ハイヤー・シャトルバスツアーは審査員より「民間会社の自助努力でなされるべきで助成対象事業としては不適格」との判断。
【評価】
・当施策事業を対外的に実施して効果が見える前に、日本全国で見受けられるオーバーツーリズムの波が入館者増におおいに寄与している。

③計画で取組んだ事業の進捗状況

事業番号	事業名	R5	R6	R7	R8	事業類型ごとの実績額
1－①	古美術棟の新設にともなう コンテンツの充実（R8～9年予定）	-	-			3.2百万円
1－②	近隣の美術館・文化施設への 周遊を促す事業（R8～9年予定）	-	-			
1－③	ガイド育成事業（隔年 R5, 7, 9年）	R6年1月に募集・告知を行い、2月15日、17日の2回に分けてガイド講座を実施。計20名が参加した。2回とも江之浦測候所のオンサイトで館長が講義を行った。	-			
1－④	富裕層をターゲットにした高付加価値プログラムの造成事業（R5～8年予定）	富裕層に特化したツアーを約10本プランニングし、R6年1月22日、25日の2回に渡り現地視察を含む有識者会議を行った。会議での意見を踏まえて実際に販売可能なツアー案を練り直した。	-			
1－⑤	測候所の見学と連携した鑑賞体験型観光の提案（R8～9年予定）	-	-			
2－①	デジタルアーカイブ関連事業（R5～9年 5年間）	R6年3月までに早稲田システム開発の「IB Museum SaaS」を導入し、所蔵作品データ11件を移行・登録した。移行前の作品データ約500件を精査する作業を継続して行っている。	所蔵作品の調査およびシステム登録のために専属1名を雇用し、年間で300データを新規登録した。使い勝手を優先させて分類を設定しつつ、一般公開に向けて表示・アクセス・デザインについても打ち合わせを始めた。			2.5百万円
2－②	QRコードを用いた作品解説（R8～9年予定）	-	-			
3－①	小田原市内及び近隣地域の文化施設とのシャトルバス、ハイヤー等でのツアー事業（R5～8年予定）	R6年2月15日、17日の2回、日本交通のドライバー11名を招き、乗客に江之浦測候所について説明ができるようガイド講座を受講してもらった。	-			1百万円
3－②	小田原の森林観光関連事業者と連携したサイクリングツアー事業（R5～6年）	R5年12月1日モニターツアーを開催。5名が参加した。当初予定していた小田原駅出発ルートは、事前の交通調査により国道135号／県道740号が危険であると判明。真鶴駅起点に変更した。	-			
4－①	見学プログラムと連携した鑑賞体験型旅行商品の造成（R9年予定）	-	-			
5－①	公式ホームページの多言語表記	R5年11月、導入するアジア3言語（繁体字、簡体字、韓国語）の翻訳を発注。その後ホームページの管理会社に各言語ページを追加してもらい、R6年3月11日から閲覧が可能になっている。	R5年度に完了した単年度事業。採択初年度で連年での実績を示せなかったため以下参考数値。月平均1,800PV。閲覧数が多いのは繁体字> 簡体字> 韓国語の順である。			

5-②	観光拠点としての広報PR強化事業 (R5～9年 5年間)	既存のSNSを活用したPRを継続して行なった。専門性の高いプロダクションとの提携、オウンドメディアの導入などより効果的なデジタルPRの手法をリサーチしている。	-			0.7百万円
5-③	ユニークベニューとしての活用推進事業 (R8～9年予定)	-	-			
6-①	客用駐車場の拡張・増設に関する事業 (R8年～9年予定)	-	-			
6-②	Wi-fi設備の導入に関する事業 (R8年～9年予定)	-	-			
6-③	オンライン予約システムの整備 (R8年～9年予定)	-	-			
各年度ごとの実績額→		5.6百万円	2百万円			7.4百万円

④事業の進捗状況に関する分析・評価

【分析】 <u>2-① デジタルアーカイブ</u> デジタルアーカイブ業務専任の人員を雇ったことで作業効率格段に上がり、作品情報の登録件数は目標値であった300件を達成できている。一般公開を視野に入れながら作品情報を登録していくなか、大部分の作品に関して英語での情報が足りていないことが見えてきた。実際に作業を進めたうえで見えた課題であり、R7年度の登録作業に反映をさせている。 現在公式ホームページの制作を依頼している制作会社SETENVとも情報共有を行い、一般公開用のページ制作に向けて準備をはじめた。R7年度に定期的に打ち合わせの時間を設けていく予定である。 【評価】 ・おおむね予定通りに遂行できた。

⑤拠点施設の要件に関する取組状況

文化観光拠点施設名	江之浦測候所	
要件		
・文化資源の魅力に関する情報を適切に活用した解説・紹介	来館者全員に無料で配布している解説パンフレット（日・英バイリンガル表記）は杉本博司が自ら展示作品について解説文をしたためている。化石や写真作品に関しては、パンフレットとは別に作品リストを配布している。デジタルアーカイブが一般公開されると解説パンフレットには掲載されていない作品情報も得られるため補完が可能になる。	
・情報通信技術の活用を考慮した適切な方法を用いた解説・紹介	杉本博司のインタビュ映像を受付棟建物の屋内においてQRコードを掲示して閲覧してもらっている。R5年度にデジタルアーカイブを導入。現在、作品データの移行・登録を鋭意進めている。新しい展示様の完成にあわせて一般公開を目指している。	
・外国人観光客の来訪の状況に応じて、適切に外国語を用いた解説・紹介	来館者に配布している解説パンフレットは、日本語・英語のバイリンガル表記である。ホームページの江之浦測候所見学概要ページは、来館する割合が多いアジア言語圏の繁体字、簡体字、韓国語での閲覧ができるよう改善された。デジタルアーカイブが一般公開されると、作品データが英語でも取得可能になる。	
・文化観光の推進に関する多様な関係者との連携体制の構築	DMC：小田原ツーリズムズ、エリアコンシェルとは、初年度にサイクリング事業、R7年度にガイド育成事業で協働していく。	
・文化観光の推進に関する各種データの収集・整理・分析	小田原市観光協会（DMO）が市内の観光入込客調査、観光資源、地域資源に関するGAP調査を定期的に行っている。小田原市観光交流センターでは小田原城観光の動機などを調査するためのアンケートを取っている。江之浦測候所でのアンケートは、満足度、デモグラフィー、改善点の聞き取りに重点を置いている。	
・文化観光の推進に関する事業の方針の策定及びKPIの設定・PDCAサイクルの確立	H28年(2016)に小田原市が策定し、R4年(2022)改定された「小田原市観光戦略ビジョン」では、KPIをR12年(2030)までに入込観光客1,000万人、観光消費総額484億円と設定した。市に確認したところ、R5年の状況・実績は公式発表前の数字ではあるが、R4年と比べて約100万人の増（約830万人）とのこと。順調な伸びを示している。観光戦略ビジョンに即した新たな具体的な取り組みとして、行政としては全国的にも珍しい「eスポーツ」による観光誘客のほか、「美食のまちづくり」として、市内の食に関わる事業者が参画するイベントの実施、インパウンドに向けた「小田原城主体験プロモーション」などを行なっている。	

⑥観光関係者（DMOなど）からの評価

評価者	評価内容
DMC：株式会社エリアコンシェル	小田原市観光協会および小田原市としては、「祭事誘客型」からの脱却を目指し「常時誘客型」観光ヘシフトしており、小田原城周辺を活用した忍者コンテンツなどの充実を図っているが、行が狙うターゲットが江之浦測候所と一致しておらず、未だ観光客誘致のための連携には至っていない。江之浦測候所を中核とした本計画に基づいて、小田原市街地や小田原城と測候所を同一の観光行動圏サークルに巻き込んで、現在乖離しているターゲット層を纏めていく重要性を改めて認識し、本計画を実行していくことが必務である。

⑦今後の改善の方向性

・各事業の成果・効果を把握するために、江之浦測候所でのアンケート調査を充実させ、実施していく。
