

公益財団法人岩手県観光協会賛助会員アンケート調査結果について

公益財団法人岩手県観光協会

1 趣旨

今後の旅行需要やインバウンドの新たな展開も見据え、関係者一丸となって誘客に取り組んでいくため、賛助会員の皆様のニーズを改めて把握し、今後の当協会の果たすべき役割や事業の在り方を探ることを目的として、アンケート調査を実施し、その結果を次のとおりまとめました。

2 調査概要

(1) 調査対象

岩手県観光協会賛助会員 161 団体

(内訳)

- ・市町村観光協会（第二種賛助会員） 33 団体
- ・観光事業者関係・宿泊関係・観光関係団体（第三種賛助会員のうち印刷、広告、報道、金融を除く） 128 団体

(2) 回答数

46 団体（回収率 28.6%）

(内訳)

- ・市町村観光協会（第二種賛助会員） 11 団体（回収率 33.3%）
- ・観光事業者関係・宿泊関係・観光関係団体（第三種賛助会員のうち印刷、広告、報道、金融を除く） 35 団体（回収率 27.3%）

(3) 調査期間

令和4年10月3日（月）から10月31日（月）まで

(4) 調査方法

WEB（Google フォーム）、Eメール、FAX

(5) 調査項目

- ア 現在お困りのこと
- イ 現在お困りのことに対して行政に期待する支援策
- ウ 当協会が今後強化すべきと思われる取組や機能
- エ 岩手県や当協会への御要望や御意見

3 調査結果

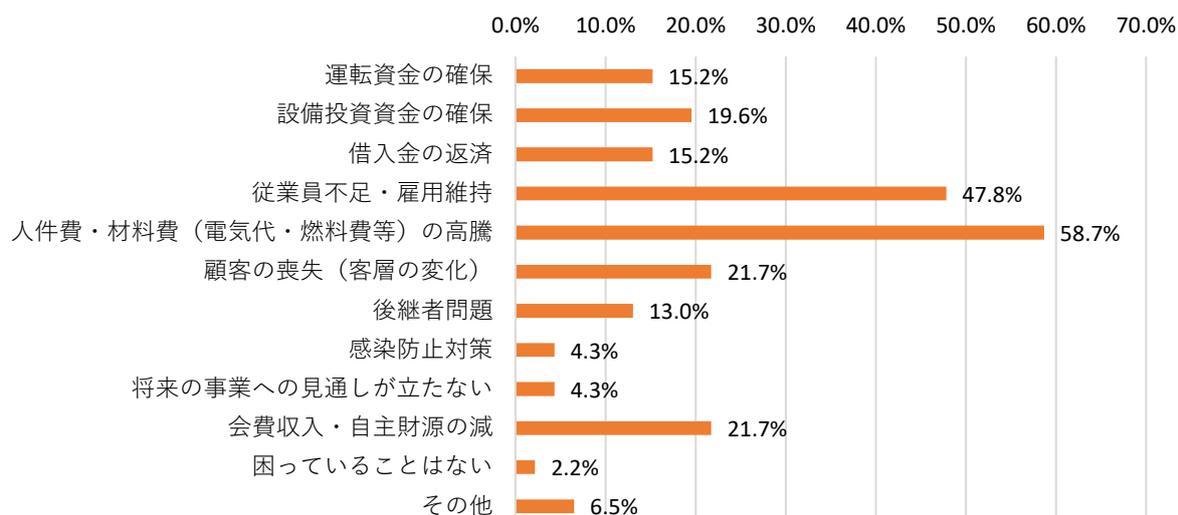
問1 新型コロナウイルス感染症の影響が長期化していますが、現在お困りのことは、次のいずれですか。（3つまで回答可）

- ・ 運転資金の確保（取引先等への支払いや家具等固定費の支払いなど）
- ・ 設備投資資金の確保（新たな事業展開やテレワーク等への設備投資など）
- ・ 借入金の返済
- ・ 従業員不足・雇用維持
- ・ 人件費・材料費（電気代・燃料費等）の高騰
- ・ 顧客の喪失（客層の変化）
- ・ 後継者問題
- ・ 感染防止対策
- ・ 将来の事業への見通しが立たない
- ・ 会費収入・自主財源の減
- ・ 困っていることはない
- ・ その他

【調査結果概要】

- ・ 全体では、「人件費・材料費（電気代・燃料費等）」の高騰が58.7%と最も多く、次いで「従業員不足・雇用維持」が47.8%となっている。
- ・ 市町村観光協会では、「従業員不足・雇用維持」及び「会費収入・自主財源の減」が45.5%と最も多くなっている。
- ・ 民間事業者では、「人件費・材料費（電気代・燃料費等）」の高騰が68.6%と最も多く、次いで「従業員不足・雇用維持」が48.6%となっている。

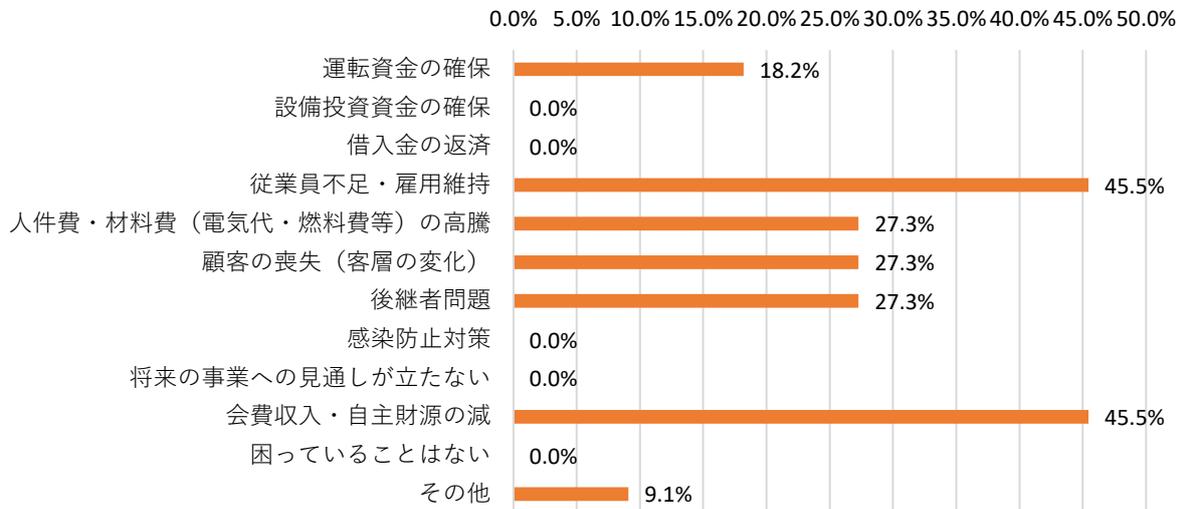
【問1】現在困っていること（全体）



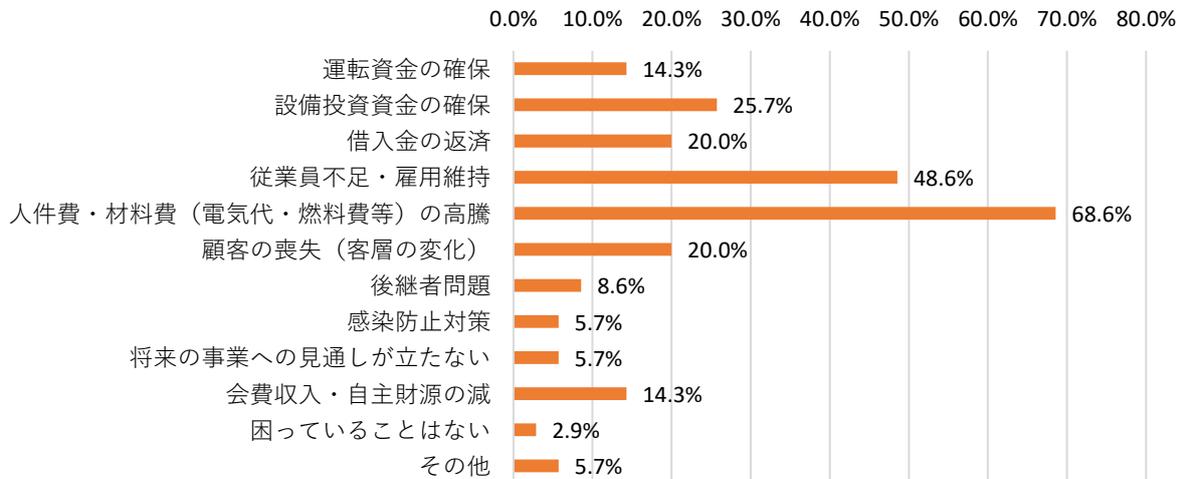
【その他の内容】

- ・ 会員の行き詰まり、廃業
- ・ 会員の安定経営
- ・ 採用

【問1-1】現在困っていること（市町村観光協会）



【問1-2】現在困っていること（民間事業者）



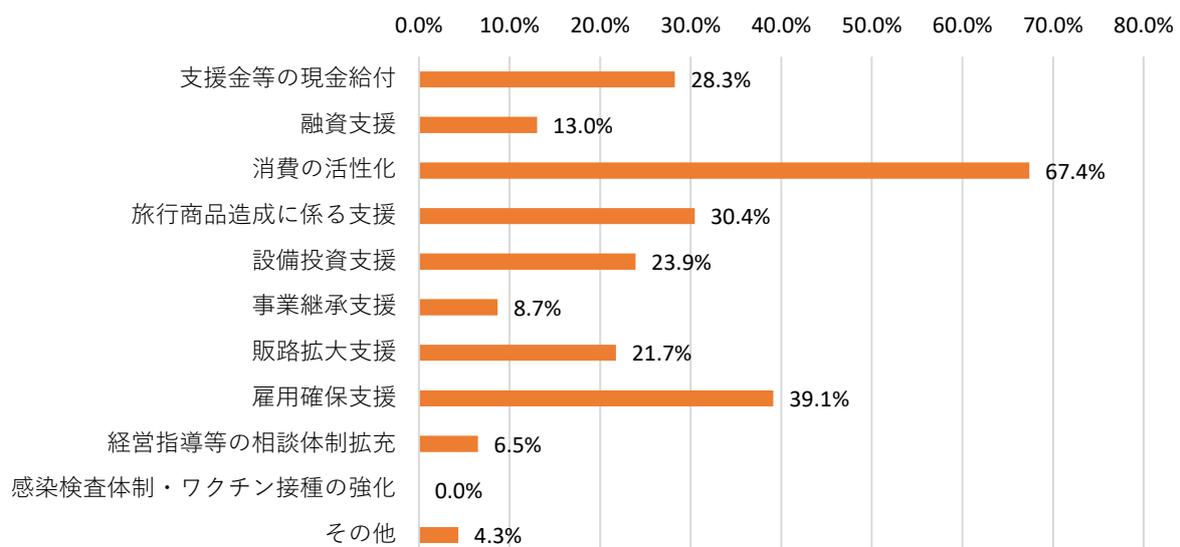
問2 問1でお困りのことに対し、行政に期待する支援策は、次のいずれですか。（3つまで回答可）

- ・ 支援金等の現金給付
- ・ 融資支援
- ・ 消費の活性化（全国旅行支援などの需要喚起策の継続など）
- ・ 旅行商品造成に係る支援（旅行商品やサービスの企画開発・磨き上げ、バス運行助成など）
- ・ 設備投資支援
- ・ 事業継承支援
- ・ 販路拡大支援（各種プロモーションの展開や商談会開催など）
- ・ 雇用確保支援
- ・ 経営指導等の相談体制拡充
- ・ 感染検査体制・ワクチン接種の強化
- ・ その他

【調査結果概要】

- ・ 全体では、「消費の活性化」が67.4%と最も多く、次いで「雇用確保支援」が39.1%となっている。
- ・ 市町村観光協会では、「消費の活性化」が72.7%と最も多く、次いで「旅行商品造成に係る支援」及び「販路拡大支援」が45.5%となっている。
- ・ 民間事業者では、「消費の活性化」が65.7%と最も多く、次いで「雇用確保支援」が40.0%となっている。

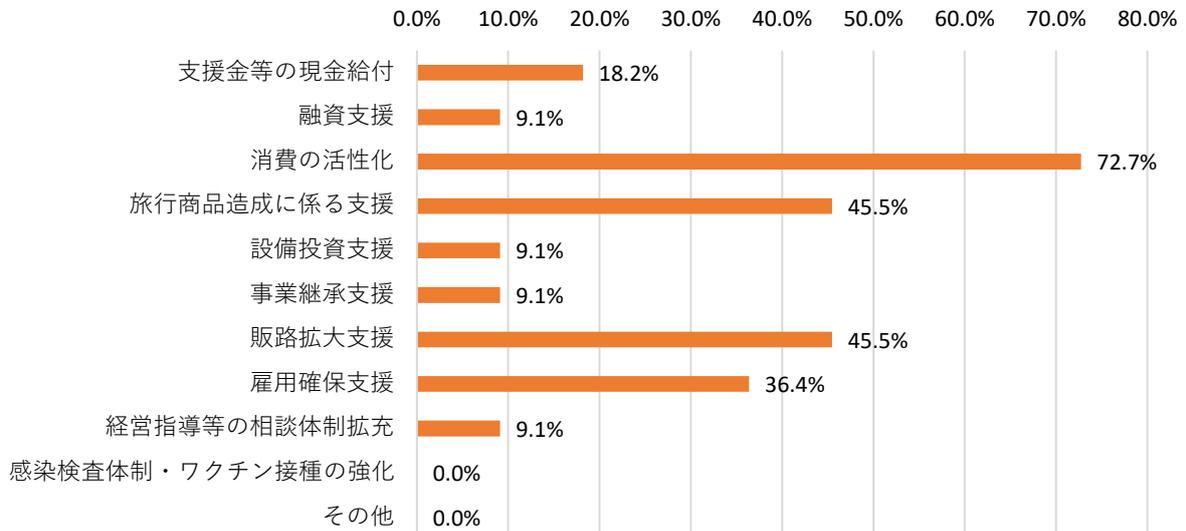
【問2】 行政に期待する支援策（全体）



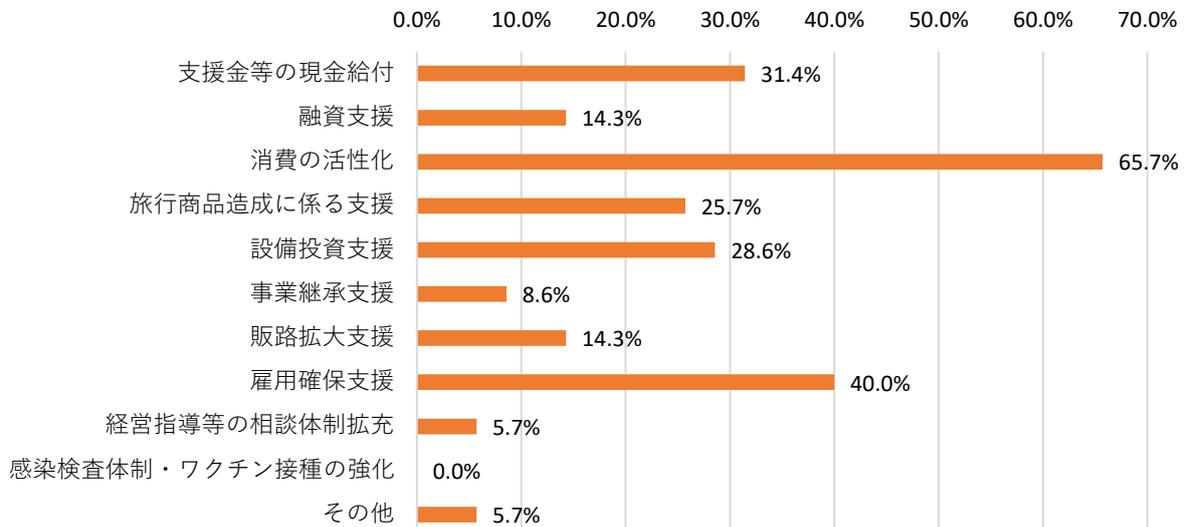
【その他の内容】

- ・ ほとんどの給付金の対象外にされてしまう。
- ・ 補助金等の充実

【問 2 - 1】 行政に期待する支援策（市町村観光協会）



【問 2 - 2】 行政に期待する支援策（民間事業者）



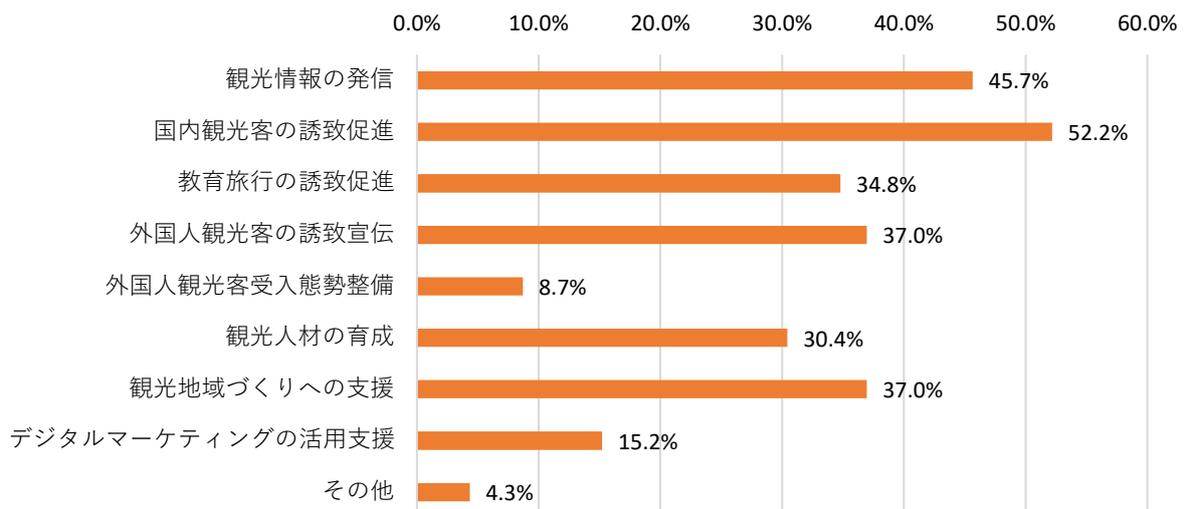
問3 当協会が今後強化すべきと思われる取組や機能は、次のいずれですか。（5つまで回答可）

- ・観光情報の発信（観光ポータルサイト「いわての旅」、SNS、パブリシティなど）
- ・国内観光客の誘致促進（観光客誘致説明会の開催、旅行会社の招請など）
- ・教育旅行の誘致促進（教育旅行誘致説明会の開催、旅行会社の招請など）
- ・外国人観光客の誘致宣伝（海外旅行博への参加、現地旅行会社への訪問活動、商談会の実施など）
- ・外国人観光客受入態勢整備（外国人観光客受入研修、海外旅行会社等による現地指導助言など）
- ・観光人材の育成（従業員の接客研修や観光地域づくり人材の育成など）
- ・観光地域づくりへの支援（地域の観光資源の磨き上げやDMO検討など）
- ・デジタルマーケティングの活用支援（データ分析やマーケティングを通じた戦略策定など）
- ・その他

【調査結果概要】

- ・全体では、「国内観光客の誘致促進」が52.2%と最も多く、次いで「観光情報の発信」が45.7%、「外国人観光客の誘致宣伝」及び「観光地域づくりへの支援」が37.0%となっている。
- ・市町村観光協会では、「国内観光客の誘致促進」が63.6%と最も多く、次いで「観光情報の発信」が54.5%となっている。
- ・民間事業者では、「国内観光客の誘致促進」が48.6%と最も多く、次いで「観光情報の発信」が42.9%となっている。

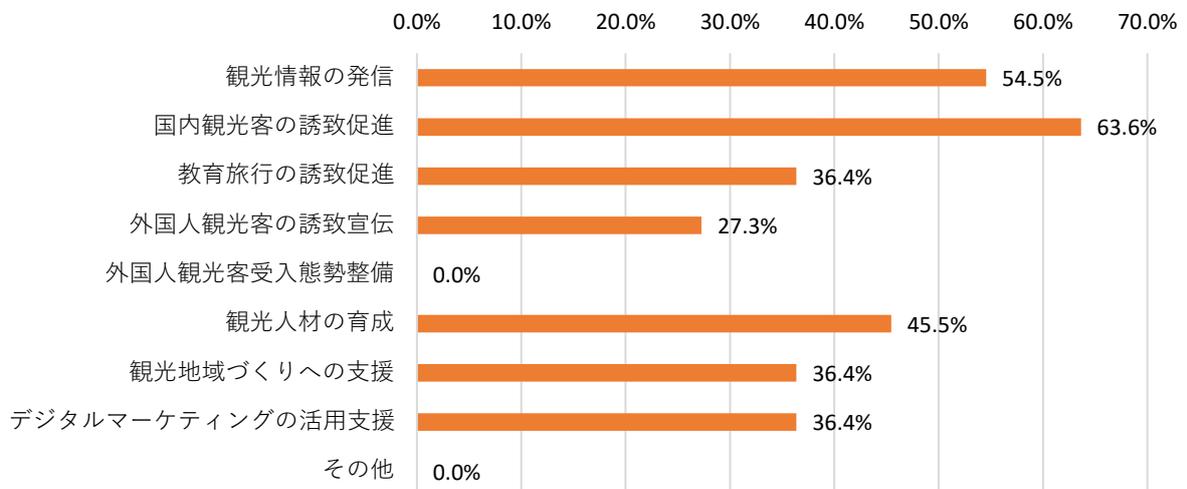
【問3】 県観光協会が強化すべき取組・機能（全体）



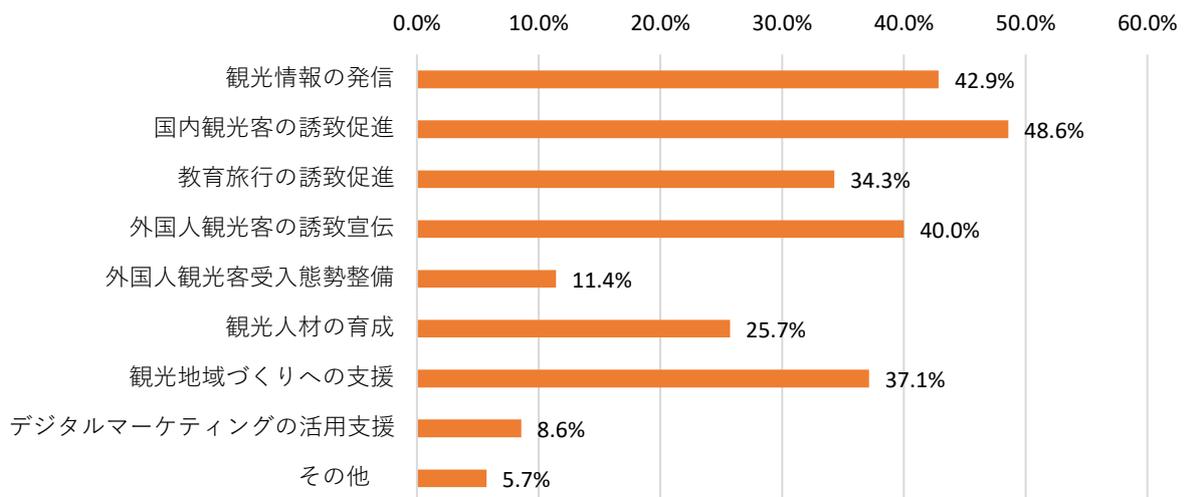
【その他の内容】

- ・各施設の実情を把握してください。
- ・雇用活動の支援、情報発信

【問3-1】県観光協会が強化すべき取組・機能（市町村観光協会）



【問3-2】県観光協会が強化すべき取組・機能（民間事業者）



問4 岩手県や当協会への御要望や御意見がありましたら、記入してください。(記述式)

※ 回答者が特定されないようにするため、また、表記の統一を図るため、一部表現を修正しています。

【市町村観光協会】

—

【民間事業者】

(県民割・全国旅行支援関係)

- ・全国旅行支援などの消費活性化に関する事業について、情報の提供を早く進めてほしい。
- ・岩手県民割が往復はがき、エクセル入力などを廃止し、デジタル化を推進するように業界で働きかけを行政に！！
- ・今回待ちわびた全国旅行支援としての岩手旅応援プロジェクト第3弾の割引原資の割り当てが来ましたが、あまりに少なすぎて新たな旅行客獲得につながりません。国へ問い合わせると都道府県へ配分しているから県へ聞けと言われてます。岩手県への配分そのものが少ないのですか？ならば、国会議員を使ってでも予算の獲得に動くべきだと思います。
- ・全国旅行支援の関係で疲弊している。岩手の財源が無いためお断りをする機会が多くなっている。岩手県にとっては全国旅行支援の波に乗れず顧客を逸している面が否定できない。割引適用にならず取消や方面変更という話を良く耳にします。予算の確保を是非お願いいたします。また岩手県に限りませんが、ただでさえ人を減らしている状況のなかで全国で様々な対応を迫られる今回の旅行支援はありがたい反面、煩雑な業務やお客様対応が増えてしまい残業の増加につながってしまっており複雑な心境です。できれば以前のGOT Oトラベルのような一律の対応になれば有り難いです。

(その他)

- ・宿泊割引増額対策・電気料高騰の支援
- ・岩手県には観光予算の大幅な増額だけを望みます。観光協会には県全体での情報発信などの取り組みの他に、地域で誘客する際の人的・資金的支援などお願いしたいです。コロナ禍でできなかった事業もあり例年通りのことを一通りするのは必要ですが、来年以降は既存の誘客事業は隔年開催を検討するなど、予算・人手に余裕を持たせて新規事業を行う必要もあると思います。
- ・コロナ禍により減少した交流人口等の復活に向けた活動を今後とも宜しくお願いいたします。
- ・スタッフの現地視察、現場でのコミュニケーションを増やしてください。
- ・岩手県では、観光客誘客の岩手県観光協会と物産展等の対応を担ういわて産業振興センターが別々の組織となっているが、これは物産展等実行委員会の前身である旧産業貿易振興協会が、いわて産業振興センターの所管となったことに起因していると思われる。観光振興と県産特産品消費拡大の一体化した事業展開には、これらの組織を総括し、統合を前提に進める必要がある。他県を見ても観光コンベンションという形が多いので、県の事業改革で積極的に推し進めていただきたいところである。
- ・色々な情報の発信有難うございます。
- ・問3に関連しますが、国内旅行誘致の内、MICEの誘致を強化してほしい。MICEの経済波及効果は、通常の旅行よりかなり高く、交通や飲食業、そして宿泊施設を利用してもらうことでその取引業者など、かなり広範囲にわたり恩恵を受けることができると思料します。