

令和 2 年度 業務実施報告書

(受託者) 桑名ブランド協議会

会長 佐藤 強

1. 業務名称

令和 2 年度住吉地区および七里の渡し周辺のまちづくり推進業務委託

2. 事業目的

住吉地区および七里の渡し周辺は、木曾三川の河口部に位置する水辺空間であり、六華苑・諸戸氏庭園（ともに国名勝と国重要文化財）、さらには七里の渡し跡（三重県指定史跡）などがあることから、桑名の歴史的・文化的な中心として位置づけられる。しかしながら、明治以降の交通網の発達、交通手段の変化によって、市街地の中心が桑名駅前へと移っていった。それによって市の中心から外れ交流人口が減少したことで、往時と比べこのエリアの商業面での勢いはなくなっており、空き家も増えてきている。そのため、昔からの東海道筋の街並みを活かしながら、かつての宿場町を髣髴させるようなまちづくりを行っていく必要がある。また、当該エリアには休憩施設や土産物売り場がなく、観光客の不満につながっていた。まちづくりや観光といった諸分野に跨る構造的な課題を抱えるエリアであり、政策間連携を図って課題の解決に取り組む必要があると考える。

3. 委託期間

令和 2 年 4 月 1 日から令和 3 年 3 月 31 日まで

4. 業務内容

I. インバウンドを含むマーケティング調査業務

- (1) 前年度に策定した桑名ブランドマスタープランを指針として調査すること。
- (2) 来訪者の属性を把握し、適切かつ効果的な集客方法を把握する調査にすること。
- (3) 専門家へのヒアリングや他自治体の事例を踏まえた調査にすること。

II. コンシェルジュ研修（くわなほんもの研修）業務

- (1) 前年度に策定した桑名ブランドマスタープランを指針として実施すること。
- (2) おもてなし意識の醸成とおもてなし力の向上を目的として実施すること。
- (3) 専門家などを講師として起用し、客観的な視点で適切な研修プログラムを実施すること。
- (4) 市内各施設などの資料を設置し、来訪者に配布すること。

III. 桑名ほんぱく運営業務

- (1) 桑名ほんぱく企画運営人材育成業務の企画
 - ・アクティブラーニングなどの手法を活用して、桑名ほんぱく開催までのさまざまな工程を体験しながら学ぶラーニングプログラムを企画する。
 - ・作成したラーニングプログラム案を市ブランド推進課に報告し、議論したうえで決定する。
- (2) 桑名ほんぱく企画運営人材育成業務の実施
 - ・受託者は、以下に挙げる業務を実施し、桑名の本物を表現する体験交流プログラムを造成で

きるようにする。

- ① プログラムの造成及びプログラムの実施にあたり、プログラム提供者に対し必要な研修を実施する。
- ② 桑名ほんぱく開催を広く周知するために、オープニングイベントを実施する。
- ③ WEB システム、ガイドブック、ガイドブックデータの作成。

IV. 七里の渡しインフォメーションショップの運営業務

- (1) 七里の渡し周辺の来訪者に対する休憩施設及び桑名の情報発信拠点として、川口町 8 番地に設置したインフォメーションショップを運営する。
- (2) 観光客などが気軽に立ち寄れる茶店スタイルとして、地域の名産品の物販・飲食ができるものとする。
- (3) 歴史の案内人と連携して、市内案内のルートを立ち寄り拠点として利用できるようにすること。
- (4) 市内各施設などの資料を設置し、来訪者に配布すること。

V. ブランド情報ポータルサイト構築業務

- (1) 前年度に策定した桑名ブランドマスタープランを指針として遂行すること。
- (2) 先進地事例の研究を行い、効率的かつ効果的な情報発信の仕組みを構築すること。
- (3) SEO など、適切な WEB マーケティング対策を調査研究し取り込むこと。

VI. ミズベ空間の活用による賑わい創出業務

- (1) 七里の渡し公園及びその周辺のミズベ空間を、市民団体が占有・利用できるように、国土交通省木曽川下流河川事務所・市役所と協議し、利用ならびに申請に関する制度整備を行う。
- (2) 七里の渡し公園及びその周辺のミズベ空間が活用できるように周知し、出店サポートなどを行う他、地域活性化に貢献する本物を体験できるコンテンツの磨き上げを行う。

5. 業務実施内容

I. インバウンドを含むマーケティング調査業務

- ・当初は、桑名観光の過去実績データの整理分析と現在のフィールド調査を実施して、桑名観光の実態を正確に把握することを目的としていた。しかし、新型コロナウイルス感染拡大の影響によりフィールド調査は実施が困難となり、またインバウンドを含む将来的な観光動向が予測しにくい状況となった。
- ・そこで、まずは地域経済分析システム『RESAS (リーサス)』に蓄積されたデータをもとに桑名観光の実態を把握し、そこから導き出される課題を整理するとともに、桑名ブランドマスタープランでまとめた各施策の有効性の検証を行うこととした。
- ・RESAS によるデータ抽出作業ならびに情報整理及び分析作業におけるアドバイザー業務を、地方創生事業に関するコンサルティング実績が豊富な日経 BP 社に委託し、日経 BP 社と桑名ブランド協議会事務局の 2 者によって継続的に取り組み、『RESAS のデータを活用した桑名市の観光分析』としてレポートを作成した。
- ・このレポートを桑名市観光協会と共有し効果的な観光施策立案の基礎情報とする他、桑名ブランドマスタープランを共有した関係者にも配布する。また、今年度に作成した桑名ブランド協議会のホームページにも掲載し広く情報を公開する。

II. コンシェルジュ研修（くわなほんもの研修）業務

- ・研修プログラムの策定過程におけるアドバイザー業務を、地方創生事業に関するコンサルティング実績が豊富な日経 BP 社に委託し、日経 BP 社・名古屋工業大学伊藤孝紀研究室・桑名市ブランド推進課・桑名ブランド協議会の 4 者による作業部会を定期的に開催した。コロナ禍で研修実施が困難となる状況を想定し、仮に研修用テキストの配布だけでも十分な情報が伝わるようなテキスト作成に重点を置く方針として議論をすすめた。
- ・研修用テキストは、研修参加者が興味を持ちやすくまた理解しやすいものであり、研修により蓄積した知識を旅行者に発信させるための工夫が必要と考え、代表的な 98 の観光コンテンツをカテゴリ分けして関連図・時系列・エリアマップに落とし込み、さらに 98 の観光コンテンツを組み合わせた 7 つのストーリーを例としてまとめあげた。これを『桑名観光コンシェルジュストーリーブック』と題し、『観光に携わる全員がコンシェルジュ』であるとのメッセージを込めた。
- ・掲載する観光コンテンツの抽出や情報の整理編集段階においては、桑名歴史案内人の会の協力を仰ぎ、情報の正誤チェックを行った。なお令和 3 年度には桑名歴史案内人の会の登録者全員に配布する予定。
- ・当初設定した KPI は『研修会の参加者 100 名』であったが、研修会の開催が困難な状況となったため、『桑名観光コンシェルジュストーリーブックを 100 件に配布する』に変更した。桑名市観光協会の施策である『まちかど観光案内所』機能を改善するためのツールとして提案し採用され、3 月末に観光協会に納品。4 月上旬に観光協会から計 105 件の『まちかど観光案内所』に配布される。

III. 桑名ほんぱく運営業務

- ・新型コロナウイルス感染拡大の影響が予測しにくい状況であったが、開催時期を 11 月～1 月に変更して開催することと判断した。プログラムパートナー向け講習はコロナ禍で中止としたものの、過去に参加経験のあるプログラムパートナーが多く、また適宜個別フォローにより混乱や支障はなかった。あわせて、アクティブラーニングの手法などを活用した企画運営人材育成についても、コロナ禍により実施見通しが立たない状況であったことや、その時点ではオンライン利用の環境も不十分であったこともあり、具体的な実行に至らなかった。
- ・コロナ禍でありプログラムパートナーの負担を軽減するためにエントリー料を無料とした。例年開催していたオープニングイベントは開催を断念したが、代替えとして寺町通り商店街の三八市にてチンドン屋による開催 PR を実施した。コロナ感染拡大の状況に応じて実施可否を判断しやすいコンパクトな PR 活動に留めたが、三八市の賑わいもあり限定的ではあったが話題性もあり効果的な PR を実施できた。
- ・結果的に、11 月～2 月までの期間、例年とほぼ同じ 86 日間の開催となったが、プログラム数は昨対 75%程度に減少、参加者数は昨対 50%に減少した。一方、プログラム定員に対する申込率は 6 ポイント改善されている。これは参加者の期待が感じられるものであるが、コロナ禍で多人数のプログラムが実施できなかったことも要因と思われる。その他詳細は別紙添付「成果報告書」参照の事。
- ・結果的に例年より小規模な開催となったが、イベント自体はプログラムパートナーにも参加者にも定着してきた印象がある。またプログラムパートナー側の経験も蓄積されており、来年度以降の質や満足度の向上にも期待が持てる。今後はノウハウを共有しながら、“まだ掘り起こされていない”

新しいプログラムを充実させることと同時に、コロナ禍で参加できなかったプログラムをオンライン手法などで復活させることも重要な課題になると想定している。

- ・インフォメーションショップの公式 twitter にて桑名ほんばく体験記を発信した。インプレッション数は他話題の投稿に比較し高いが、宣伝 PR の効果の程は不明。参加者の年代層に対し Twitter がツールとしてマッチしていない可能性はあるが、イベントの宣伝 PR や参加申込み促進として SNS の期待値は依然大きいと、今後も取り組みと検証を継続していくべきである。

IV. 七里の渡しインフォメーションショップの運営業務

- ・令和 1 年 4 月 22 日より、新型コロナウイルス感染拡大防止のため臨時休業に入る。この臨時休業期間を利用してリニューアルを行い、同年 7 月 12 日にリニューアルオープンした。

リニューアルの理由及び変更内容は以下の通り。

① リニューアルの理由

- ・桑名の情報発信機能が不足していた。
- ・飲食メニューのバリエーションを増やしすぎ、質の安定化に問題を抱えた。
- ・土産物に適した物販商品に欠けていた。

② リニューアルプラン

- ・「東海道の宿場町」「伊勢の玄関口」であることをアピールするため、店内壁面に三重県内の東海道と各宿場を描いた。
- ・桑名市観光協会と連携し、観光協会の twitter でのつぶやきを紙に出力して張り出し、桑名の今を伝える機能とした。
- ・東海道の歴史を感じさせる「たがね餅」をメインメニューとし、その他に伊勢茶、桑名コロッケなど、桑名や三重を感じさせる軽食メニューに限定し刷新した。
- ・桑名の地酒と地ビールを揃えた。桑名地ビールが全種類そろうのはインフォメーションショップのみとなった。
- ・物販を一時的に取りやめ、空いたスペースに桑名や伊勢関連の書籍や資料を置いた。土産物に適した商品に厳選し再開する予定。
- ・リニューアルオープン後も新型コロナウイルス感染拡大の影響は大きく、店頭のトラフィックは落ち込み、売上高は昨対で約 30% 程度まで減少した。集客施策として、8 月開催の『くわな村正史跡めぐりスタンプラリー』に参加、10 月に『くわコロバーガー』のリニューアル販売開始、11 月に『桑名萬古のミニ展示会』を開催するなど話題作りに取り組んだが、その効果は限定的であった。
- ・「周辺施設や店舗と連携したエリア内の回遊促進施策」、『土産物物販の再開』を重要課題と認識し対策に取り組んだが、令和 2 年度内での実現は不可能であった。なお令和 3 年度に実現が確定している施策は以下の通り。
 - ・諸戸氏庭園開園時のみ販売している「石取祭車の手ぬぐい」を 5 月から販売開始。
 - ・オリジナル「一の鳥居手ぬぐい」を 5 月から販売開始。
 - ・観光協会と連携し、5 月開催予定の JR さわやかウォーキングの特典付き立ち寄り店舗にエントリー。
 - ・六華苑を拠点とする回遊促進施策（情報やマップの作成、案内人との連携強化など）。

- ・寺町通り商店街を含む対象エリア 15 店舗程度で連携し、7~9 月の 3 か月間で計画する夏期キャンペーンへ参加。
- ・上記の他、東海道を結ばれる名古屋熱田の宮宿とは意見交換を継続しており、令和 3 年度にはインフォメーションショップが拠点となって宮宿との相互交流を実現したい。

V. ブランド情報ポータルサイト構築業務

- ・当初は、桑名市観光協会と連携して桑名観光情報サイトの再構築を予定していたが、桑名市の予算による観光サイトのリニューアルが決定したため、急遽目的を変更した。なお、桑名市観光協会と桑名ブランド協議会の 2 者間で協議していた『適切な観光情報の発信手法案』については、桑名ブランド協議会より桑名市担当部局に提言させていただいた。
- ・上記の経緯により、当初予算で『桑名ほんぱくのサイト及びシステムのリニューアル』を行うこととした。将来的に桑名ほんぱくを通年開催とするには機能が不足しており、また新型コロナウイルス感染拡大の影響によりオンライン体験の必要性が増してきたが決済機能などが不足しているため、将来的な桑名ほんぱくの変化に対応できるシステムの開発計画に変更した。
- ・新システム開発について複数のシステム会社と協議したが、最終的に現システムに対する追加開発を行うこととし、現システムの開発元である『NPO 法人 ORGAN』に発注した。完全な新規開発と比較してシステムの安定性や成熟度に対する信頼性が高く、また追加開発の自由度が高いことが判断理由となった。あわせて、同社は『長良川おんぱく』においてオンライン体験コンテンツ投入の実績があるため、オンラインの機材選定やオペレーションノウハウなどのサポートも含まれる。
- ・上記の経緯により、最終的に現システムの追加開発として発注するタイミングが遅れてしまい、令和 2 年度末までに完了することができないため、令和 2 年度の成果物としては、開発仕様書と開発の中間報告書を提出する。
- ・なお、現システムへの追加開発となったことにより当初予算から 100 万円程削減されたため、残予算を『DX（デジタルトランスフォーメーション）企画案』に充てることとした。最近では桑名市内でも観光デジタルシフトの話題が多くなっていき印象があり、当協議会でも令和 3 年度で『桑名城アプリ』の開発を予定している。『デジタル化が目的』のような誤ったデジタルシフトが推進される懸念があり、また『桑名城アプリ』の運用時を見据えて、適切なデジタルシフト事例としての企画案をまとめることとした。

VI. ミズベ空間の活用による賑わい創出業務

- ・七里の渡し公園及びその周辺のミズベ空間を、市民や団体が利用できる機会を広く提供していく方向性と、その利用申請や管理等の窓口機能を桑名ブランド協議会が担うことをテーマとしていた。しかし、国交省木曽川下流河川事務所担当部局との協議において、利用申請や管理等の窓口機能の必要性を共有理解するに至らず、具現化を進めることができなかった。
- ・一方、桑名市観光課と『株式会社 On-Co』にて企画をすすめていた『柿安コミュニティパークを活用した賑わい創出案件』に企画検討メンバーとして参画した。『公園でイベントなどを行いたい民間に対して、複雑な利用制限や許認可手続きなどをサポートしイベント実現を支援するスキームの構築』との基本コンセプト設計に関わった。当初目的としていた七里の

渡し公園の利活用促進と同様の課題に対し、その解決と利用促進の糸口ともなる取り組みとして、令和2年3月に『みんなで公園』とのタイトルで実施した。

- ・七里の渡し公園の窓口機能として予算を確保していたが、令和2年7月時点で窓口機能の実現はほぼ不可能と判断し、この予算を『インバウンドを含むマーケティング調査業務』に振り当てた。なお『みんなで公園』の案件について経費は発生していない。

VII. その他

- ・令和2年10月から、桑名ブランド協議会の公式ホームページを公開。桑名ブランドマスタープランを公開した。同時に公式 twitter を開始。

公式 HP : <https://kuwana-bukyo.jp/>

公式 twitter : @KuwanaBukyo

VIII. 地方創生推進交付金事業の KPI

KPI①：当該エリアの宿泊者数 → 目標値 2,200 人に対し、実績 1,583 人

※令和3年3月22日時点実績

昨年度はエリア内に民泊1件だけであったが、令和2年6月に民泊が1件、同年7月に簡易宿泊所が2件（計3組分）増え、令和3年3月19日時点で1日に5組の滞在が可能なエリアとなった。

新型コロナウイルス感染拡大の影響は大きく想定より稼働率は悪化したが、市内や市外近郊からの利用者は昨対で増加傾向であり、宿泊を伴うマイクロツーリズムの気配が見受けられる。なお、令和3年度には簡易宿泊所が3件（計5組分）増加する予定で、1日の滞在が10組まで増加する見込みであり、『現代の宿場町』として謳える程度の規模感となってくる。

KPI②：インフォメーションショップの利用客数 → 目標値 3,000 人に対し、実績 1,682 人

※令和3年3月26日時点実績

新型コロナウイルス感染拡大の影響によりエリアの回遊人口が大幅に減少した。歴史案内人の会は活動を休止し、大きな集客を見込めるイベントも中止となった。単店ならびに多店舗連携による集客施策も実行しにくい状況にあり、1年を通じて閑散とした状況が続き、KPI未達成となった。

エリア全体での魅力や集客能力を向上させることが重要課題であることはかわらず、令和3年度に向けた施策案の検討は継続している。新型コロナウイルス感染拡大による危機感もあり、現時点では具現化されていないものの、エリア内の商業店舗間での連携意識は高まっている印象である。

KPI③：体験型観光メニューの開発件数 → 目標値 2 件に対し、実績 2 件

桑名市ブランド推進課ならびにザ・フナツヤの協力により、成人式の振袖を着付けのみでドレスに変化させ撮影会を行う『振袖&オリエンタル和装撮影会』を桑名ほんぱくの追加プログラムとして成人式の日実施した。予約満員となり好評であった。

インフォメーションショップにて、注文時に、店内展示品の桑名萬古焼きのグラスや抹茶椀を使用体験できるようにした。桑名萬古焼作家である森工人作の1点1万円以上の高価なものであり好評であったが、インフォメーションショップ自体の客数が減少したため体験者も少な

く、話題性としては悔いが残るが今後も継続する。

KPI④：コンシェルジュ研修への参加者数 → 目標値 100 人に対し、実績テキスト配布 105 件
コロナ禍の研修開催が不透明であったため、KPI 設定を“研修の参加者数”から“研修用テキストの配布件数”に変更した。桑名市観光協会が『まちかど観光案内所』の機能改善施策を検討しており、そのツールとして『桑名観光コンシェルジュストーリーブック』が採用されることとなり、桑名市観光協会を通じて計 105 件の『まちかど観光案内所』に配布される。

以上