

桑名 ほんぱく

桑名本物力博覧会

KUWANA
HONPAKU

2019 成果報告書



桑名市役所
ブランド推進課

本物力こそ桑名力



2019.9.22日～12.15日

プログラムについて



本物力こそ桑名力

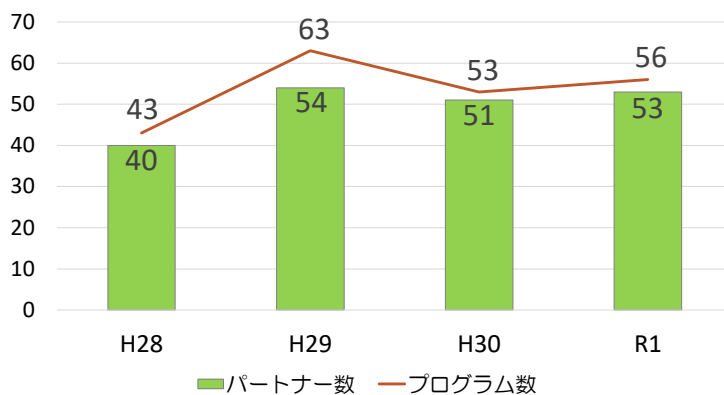
○開催期間 9/22～12/15 **85**日間

○プログラム数 企画 **56** (昨年度 **53**)

・桑名の本物を味わう	: 20	(昨年度 16)
・桑名の自然を満喫する	: 7	(同 6)
・桑名の歴史・文化を訪れる	: 7	(同 7)
・桑名の技術・芸術を学ぶ	: 14	(同 12)
・桑名で身も心も美しく	: 8	(同 12)

プログラムについて

○参加パートナー **53** 団体 (初参加 **14** 団体)



3

ガイドブックの広告について

○ガイドブックへの広告掲載にご協力いただいた企業数

20 社 (昨年度 **21** 社)

○広告収入

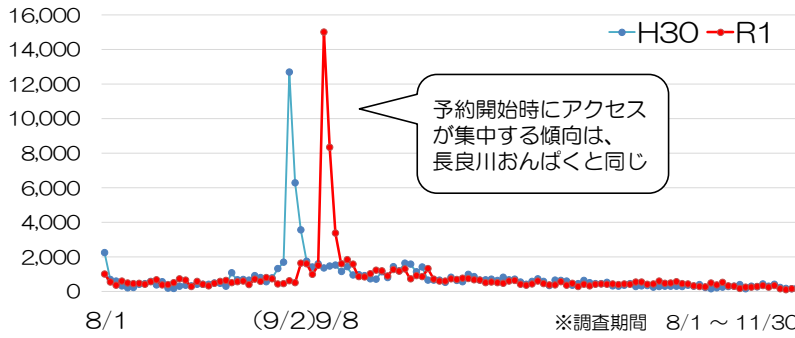
113 万円 (昨年度 **155**万円)

※広告収入減の要因 (昨年度比) : 全面広告の減による

4

公式webサイトへのアクセス状況

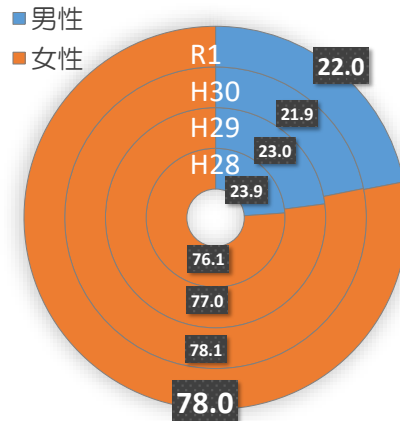
○総ページビュー数 96,984 pv (昨年度 97,636 pv)



• 9/8 15,004pv (昨年 9/2 12,688pv) web申込開始

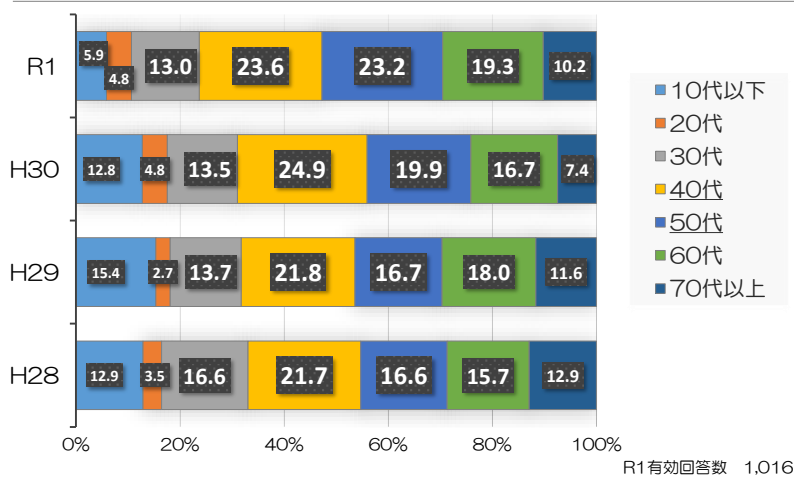
プログラム参加状況

- 参加者数 1,303名 (昨年度 1,214名)
- 男女比率 女性 78.0% (昨年度 女性 78.1%)
- 定員に対する申込率 79.1% (昨年度 80.9%)
- 満席プログラム 42回/91回 (昨年度 52回/99回)
※中止したプログラムを除く



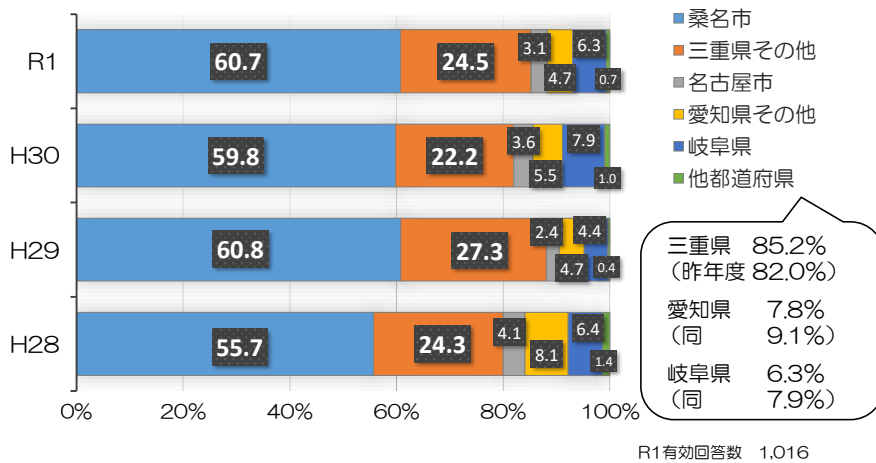
R1有効回答数 1,017

参加者の年齢層



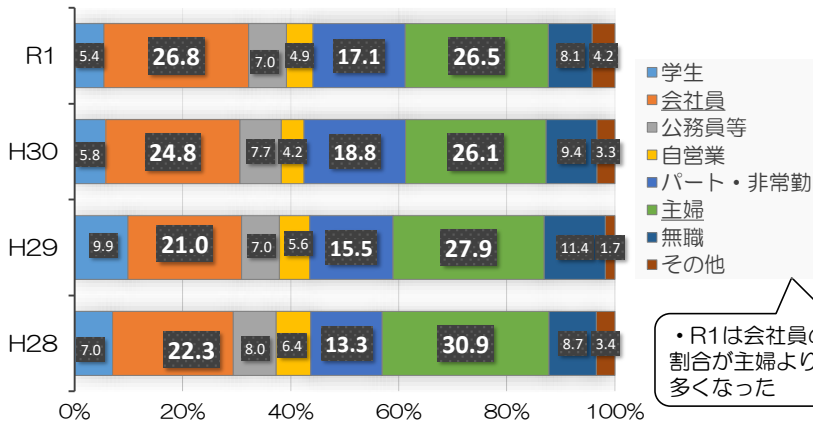
7

参加者の居住地



8

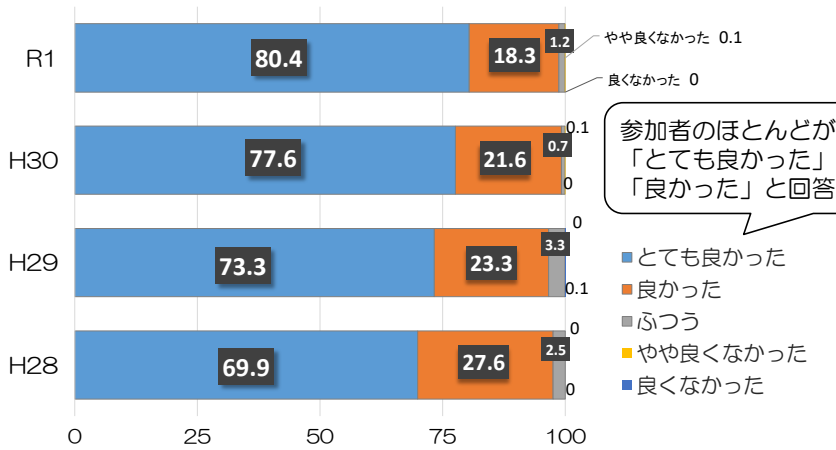
参加者の職業



・R1は会社員の割合が主婦よりも多くなった

R1有効回答数 1,017

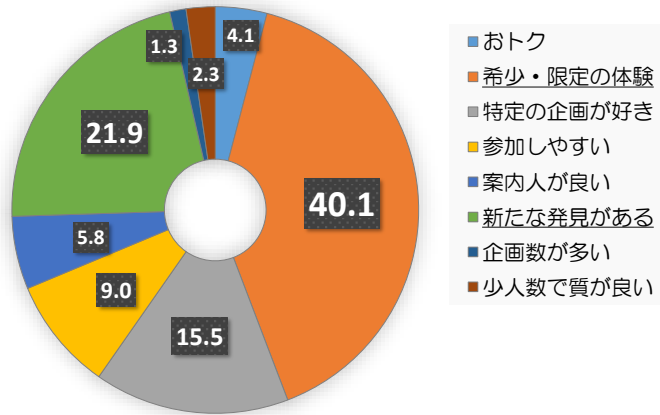
参加者の満足度



参加者のほとんどが「とても良かった」「良かった」と回答

R1有効回答数 1,017

参加動機

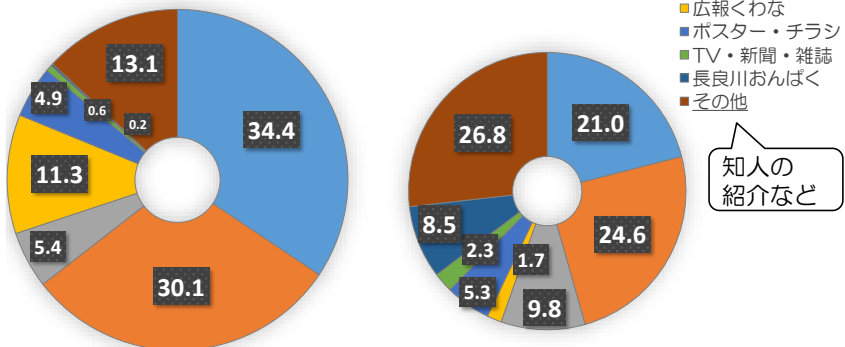


R1有効回答数 1,020
※アンケート内容変更につき、今年度データのみ

認知方法(きっかけ)

市内：617

市外：399

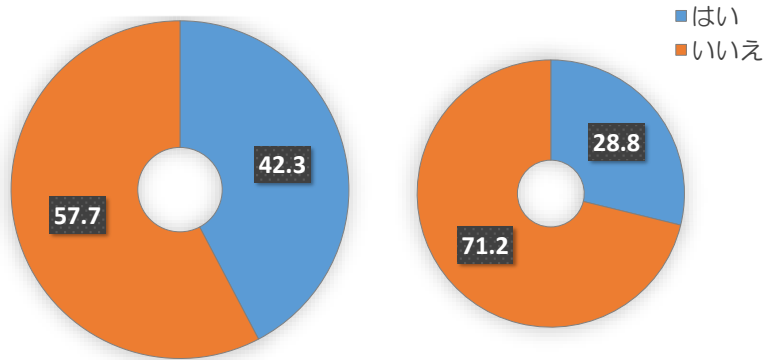


R1有効回答数 1,016
※アンケート内容変更につき、今年度データのみ

リピーターの把握(昨年度参加)

市内：617

市外：399



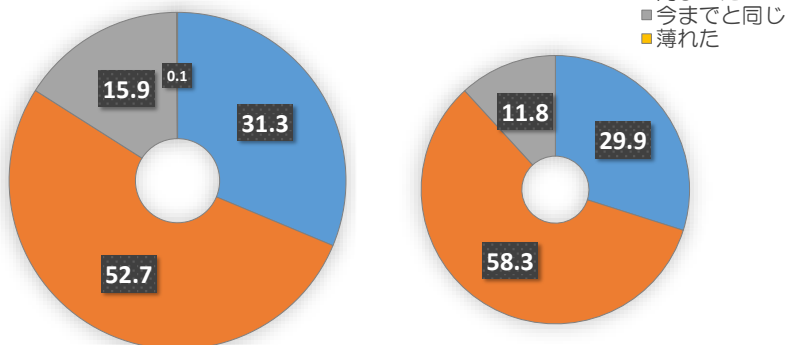
R1有効回答数 1,016
※アンケート内容変更につき、今年度データのみ

13

ほんぱく参加による桑名市への愛着や関心

市内：617

市外：399



R1有効回答数 1,016
※アンケート内容変更につき、今年度データのみ

14

お客様からのコメントの抜粋

地元企業への愛着が高まりました。

寺町商店街に初めてきました。レトロな雰囲気がいいですね。

ほんばくの案内人はどこも親切丁寧で参加しやすい。

桑名市内に住みながら今まで知らなかった所を知ることができた。

客として行っただけでは分からない点に分かって楽しかった。

ドキドキで参加させて頂きましたが、ホッとする対応でとても良かったです。

多いプログラムに桑名の豊かな文化を感じます。

新しい地域資源の発掘を期待しております。

地域資源や過去のプログラムについて

○アンケートで、お客様から次回について意見をいただきました

【新たに取り入れてほしい地域資源】

- ・七里の渡し 桑名にある古城
- ・桑名鑄物の始まり
- ・本多忠勝・忠政
- ・のりすき
- ・なばな農家体験
- ・ちぎり絵 絵手紙
- ・インスタ映えする場所等の案内

【過去に企画されたプログラムの復活】

- ・日本酒
- ・トマトケチャップ作り
- ・鑄物のおちょこ作り

2019年度の総括

- 一般的に、複数年開催しているイベントはマンネリ化してくるため、パートナーには新しい内容に挑戦していただけるようお願いしている。
(ポイント) 申込率や満席率が減少したプログラムもみられたものの、新たな内容に挑戦していただいた結果であると考えている。
- 申込方法はWEB申込のみが増えてきているが円滑に進められた。
(ポイント) 現状、ガイドブックによるほんばくの認知が多いため、導線がガイドブック→WEBという構造となっている。
- 女性が約8割を占め、40・50代の会社員や主婦のコアターゲットが中心となっている。また、市内在住者が6割、県内在住者も含めると8割5分を占める（長良川おんぱくも女性が78.8%を占め、参加者の半数以上が40・50代、岐阜県内在住者が77.3%で同一の傾向）。なお、割合は少ないものの、長良川おんぱくとの繋がりがあがる岐阜県の参加者が名古屋市の参加者よりも多くなっている。

17

2019年度の課題

- ほんばくの会合と日常業務が重なり、参加が難しいとの意見あり。
(ポイント) 来年度の曜日等は検討中。会合の数を減らし内容をより濃くすることで、パートナーの負担を減らしてほんばくへの参画のハードルを下げる。
- 4つのプログラムで台風の影響があり延期となったが、パートナーには迅速かつ丁寧にご対応いただいた。
→災害時の対応については次年度も確認いただくようにパートナーへお願いしていきたい。
- 市内在住者の割合が固定化されている。市内で実施するプログラムを扱う都合上、市外の企業や自治体等に協力いただくことが難しい状況にある。マスメディアやSNSなどのさらなる活用を検討中。
(ポイント) 長良川おんぱくのガイドブックに掲載している数件のプログラムについては、市外の参加者専用の枠を設けるなどの手法を別途検討中。

18

目標値について(進捗)

A：市内の評価（桑名のファンをつくる）

<対象：パートナー>

- ・項目：新たなプログラムの設定（地域の人材育成）
- ・目標：3年で25件（2019～2021年度）
- ★2019年度：14件（昨年度：16件）

- ・項目：申込率（パートナーへの評価）
- ・目標：80%
- ★2019年度：79.1%（昨年度：80.9%）
- ※参加率は80.0%（昨年度：81.9%）

<対象：参加者>

- ・項目：リピート率
- ・目標：3年で35%（2021年度までに）
- ★2019年度：36.9%（昨年度：24.8%※集計方法異なる）

目標値について(進捗)

B：市外の評価（観光客の増加）

<対象：パートナー>

- ・項目：商品化・常設化件数
- ・目標：3年で5件（2019～2021年度）
- ★2019年度：2件 ※もち小麦・水引
- ※その他、今回のプログラム開催の経験を踏まえ、通常営業後の時間に体験型の事業を検討していただいているパートナーもみえる。

<対象：参加者>

- ・項目：市外からの参加者
- ・目標：3年で50%（2021年度までに）
- ★2019年度：39.3%（昨年度：40.2%）