

平成24年度笠間市行政評価外部評価委員会 会議録

1. 日 時 平成24年7月19日（木）
2. 場 所 笠間市役所本所2階 大会室
3. 出席者 委 員 井上 操
岡野 博之
赤津 長弘
大関 賢一
中澤 まさ
横須賀 徹
所管課 （商工観光課）清水課長、小沢副参事、鈴木課長補佐、箱守主査、川又主査、小園江主幹、石川主事
事務局 深澤市長公室長、（行政経営課）野口課長、石井課長補佐、高松主査、鈴木係長、石塚主事
4. 傍聴者 2名
5. ヒアリング事務事業 笠間ファン俱楽部推進事業
6. ヒアリング内容

【事業説明】 商工観光課

【質疑議論】

○委員

いくつか事前質問があり、それぞれ回答されています。論点は、非常に分かりやすい事業で会員を如何に増加させるのかが一つのポイントだろうと思います。その方法論をどのように考えているのかということを基本に、ヒアリングを進めたいと委員会として決まりました。そこをベースにして、各委員のご意見ご質問をよろしくお願いします。

○委員

事前質問で、会員の分布状況のデータを作成していただきありがとうございます。県外会員ですが、所在地は把握しているのでしょうか。県外会員は無料会員を含め658名いるということで、おおよそで結構です。大体どのあたりの方々が多いのか。

○商工観光課

東京が1番多いです。北は北海道から、南は九州までいらっしゃいます。首都圏が多く、特に東京が1番多いので、全体の県外の会員の6割くらいが東京だと思います。

○委員

東京が6割、首都圏だと8割くらいでしょうか。

○商工観光課

そうです。

○委員

ターゲットは、そういうことからいうと首都圏と思うのですが、10月に笠間ファン俱楽部東京の集いを行ったように書いてあるが、何人くらい集まって、どういうことを行ったのか教えてください。

○商工観光課

昨年は、なみへいというレストランを期間限定でお借りしまして、笠間のコース料理を招待した方に振る舞いました。座席数は40名程度の店です。

○委員

何回行ったのか。

○商工観光課

レストランで開催したのは1回です。

○委員

1回で40名。PRをして、食事会をしたというそういう感じですか。もう一点はつくば市に、つくばファン俱楽部がありまして、東京に事務所を開設したと聞いていますが、笠間では、東京に事務所を開設するというお考えはありますか。

○商工観光課

PRするのには、東京に事務所があった方がいいと思いますが、つくばの状況は聞いていませんが、ファン俱楽部のために事務所を設けたわけではないと思います。もともとあったものに加えたのだろうと思います。

○委員

首都圏でのPR事業ということで何回か行っているようですが、笠間に観光等で足を運んでくれた人に対してのPRというのは年間どのくらいあるのか。

○商工観光課

各イベントを商工観光課で持っています。商工観光課と観光協会で、つつじ祭り等の期間中に会員のPRをしています。市内在住の方には、ファン俱楽部通信を各戸に年4回観光協会からお知らせ版で配布しています。

○委員

陶炎祭でも行っているのか。

○商工観光課

もちろんその期間中は、PRを兼ねて実施しています。

○委員

首都圏の方では、PR事業を、銀座、麻布十番等で行っているようですが、その時に、例えば、ファン俱楽部の目的の一つに、会員数を増やすということが必要だと思うのですが、申込書も含んだファン俱楽部の説明書のようなものを配ったりはしているのでしょうか。

○商工観光課

イベントの時には、チラシ等PRできるものを袋詰めしてお配りしています。その中に入会の申込書を同封してお配りしています。

○委員

申込書も入っているのですね。私も何回か行っています。特産物をいただくこともありますが、ファン俱楽部の説明と申込書を1枚の紙でお配りするといいのではないかと思います。

○商工観光課

分かりました。ありがとうございます。

○委員

その時に大事なことは、できるだけ有料の会員を増やすということが、ポイントだと思いますが、例えば3,000円会員2,000円会員、500円会員とありますが、その区別がされていません。私も昨年に3,000円会員になったのですが、しばらくして3,000円相当ぐらいのものが送られてきたので、初めてこういうことかと分かりました。しかし、それでは駄目だと思います。送られてくる前に、これは入会した方がいいなという気分になるような仕掛けを考えないといけない。だから、その入会の案内文等を変える

必要がある。

例えば、入会する案内文が3,000円会員と2,000円会員が全く同じ、品物が送られてきて、初めて2,000円会員は2,000円相当、3,000円会員は3,000円相当と分かる。そうではなく説明内容に工夫をした方がいいと思います。

先ほど、つくばファン俱楽部の話が出ましたけど、つくばは無料ですね。それで何を行っているかというと、抽選によって特産品をプレゼントしている。

それであれば、笠間市は2,000円と3,000円の会員には抽選があって、特産物が当たるような仕掛けをつくる。会費の一部を抽選で当たる部分に流用して、より良い品物が手に入るような工夫仕掛けが必要と思う。

○商工観光課

申し訳ありません。去年が初めてだったものですから、2,000円会員と3,000円会員の違いは、お米が入っているかいないかでした。今後対応していきたいと思います。

○委員

今の話ですが、3,000円会員、2,000円会員、500円会員がありますね。それぞれの会員になると特典はこれですという説明がないのですか。

○委員

同じ文言です。特産品を送付すると。

○委員

それでは、何が貰えるか分からぬですね。それはいけないではないでしょうか。

○委員

貰いたくて言っているのではなくて、会員を増やしていただきたいから、そそられるものが必要だといっている。

○委員

気持ちが向くような仕掛けは必要だと思います。ふるさとに寄付するという思いもあるから、金額にこだわってはいないと思いますが、3,000円会員はこれ、2,000円会員はこれというのは絶対に必要だと思います。

もう一つ伺いたいのは、会員の内訳で、市内の無料会員が210名いますね。210名は分かるのですが、ファン俱楽部通信が送られているということですね。そうすると、無料会員は誰でも見られる。それと市内には、区長回覧で各戸配布している。市内の人皆さん会員ですか。そう見えてしまう。これはどう解釈しているのですか。

○商工観光課

市外の無料会員には、ファン俱楽部通信は送っていないです。ホームページから見ていただく形になっています。市内の会員にも送ってはいません。会員としては送っていません。

○委員

でも市内全部にファン俱楽部通信を当たり前のように配っている。

○商工観光課

観光協会の機関紙も兼ねておりますので、市民の皆様に提供しているわけです。

○委員

その区別はないですね。210人の市内の無料会員と全世帯に配布しているということですから。

○商工観光課

無料会員の場合には、市内の協力店で受けられるサービスがあり、通常より10%余分にあげるとか、ある程度一定のものを購入した時にプレゼントが貰える等があります。

○委員

会員証のようなカードがあるのですか。その会員証を提示すれば割引が受けられることは皆さん知っていますか。市外会員が結構いて、市内の会員が少ないですね。どうして拡大しないのですか。1番身近な地元の会員を増やさないで。

もちろん、市外にいらっしゃる方に、笠間に思いを持っていただくことも大事ですが、市内に応援団を作らなくてどうするのですか。

○商工観光課

もともとは、市外の方に対して行っていました。当然、市民の方は笠間の応援団でいてくれるものというのがありましたので、観光協会でチラシだけを出していただいて、特に市内の方については、大きくはPRしていないのは事実です。

○委員

観光協会との連携はどうでしょうか。ファン俱楽部の事業をどのように連携して行っているのですか。

○商工観光課

観光協会との連携については、まずファン俱楽部通信ですが、編集会議を共同で行い、編集の協力をしていただいている。あとは体験事業を年に4、5回行っていますが、こちらを共同で実施しています。

○委員

何かもっと浮き立つような、浮き上がるような企画はないでしょう。

○商工観光課

市外のお客様が笠間市に来てもらって、なるべくそういう機会を増やそうという思いもあり、観光協会の方にお願いをして組み立てられてきました。

○委員

もともと対象は他県、首都圏と、スタートは分かります。会員を多くし発展させたいと、笠間をもっと知ってもらい来てもらいたいというのがあるわけですね。

○委員

ホームページですが、笠間ファン俱楽部のところにたどり着くのに一苦労する。目立たないから笠間ファン俱楽部を大半の人は見逃すわけです。市は笠間ファン俱楽部の会員を増やすことが重要だとお考えになってらっしゃるようですし、増やさないといけないと思います。そうであれば、笠間ファン俱楽部のページを観光の画面ですぐ目に付くところにしておかないと駄目だと思います。

もう一つは、会員が県外にもいるわけですから、そういう人たちが何らかの意見を言える、提案を出せるような形で取り組んでいただきたい。県外の人でファン俱楽部に入っている人ははじめな人が多いです。はじめに笠間を思っている。

昨年は、西念寺とか酒蔵を回るツアーに参加しましたが、地元の人が知らないことも、県外のファン俱楽部の人は、一生懸命参加し知ろうとしています。ということは、そういう人たちはいい意見を持っている可能性がある。

その人たちの意見を吸い上げる仕掛けを作った方が、発展できる可能性があるのでないか。

ホームページを分かりやすくということと、意見を吸い上げる仕組みを作っていただきたい。最近は、ファイスブック、ツイッター等SNSといわれている仕掛けがあります。

メジャーな内容だとフェイスブックの中にサークルを作ることろがありますので、商工観光課の方で作って呼び込むことで、笠間ファン俱楽部の存在を知り入会したくなるような内容にする。そういう仕掛けが必要かも知れないです。

○委員

有料会員を増やしたいのが、本音ではないのですか。無料会員を有料化する具体的な取り組みはしているのでしょうか。無料会員を有料会員にする対策は取り組んでいますか。

○商工観光課

特典の部分で行っています。お知らせをして、有料会員を増やそうとお知らせをしました。

○委員

目標を設けて実施しているのか。

○商工観光課

有料会員制度を始める時に、全会員に趣旨を書いたはがきを出しまして、お知らせし有料会員になっていただきました。

○委員

それを繰り返し行わないと、有料会員に結びつかないと思うが。

○商工観光課

有料では、脱退するという人も中にはいらっしゃいましたので、そこは無理にはできません。

○委員

関連でいいですか。年末に全会員に有料会員になった場合の特典をお知らせしているということですが、これは郵送でおこなっているのか。往復はがきで希望を取っているということですか。

○商工観光課

封筒でPRの冊子と一緒にお送りしています。その後返信された分だけ郵便局に郵送料を支払っています。

○委員

聞きたいのは、はがきが返信されたことによって、有料会員が増えているか。ただ封筒にはがきが入っていて、それで返す人もいるかもしれないが、大方そのようなはがきは、封筒に戻してしまい、そのままになる。郵便料のことを伺っているのではなく、この効果を聞いています。

○商工観光課

今年が有料化2年目なものですから、どのように効果が上がっているのか、先ほどフェイスブックという話もありましたが、いろいろなツールで、皆様に有料化をお知らせして展開をしていきたいと思っています。しかしこれまだ1回目ですので、これで実績が上がるのか、今年の年末やらせていただき検討をしていきたいと思います。

○委員

この方法はどう思われますか。

○商工観光課

実際に市内の無料会員には何も郵送とか、そういう手間暇を掛けていないという現状がありまして、ホームページなり携帯アドレスが分かる方にはメールをお送りしています。それ以外の方には何もしようがございませんので、何か郵送物を送って返信をいただくという手法しか今のところはないと思っています。

○委員

きっかけを作つていけば、そこから発展するかもしれないという希望的観測を持ちたいですね。

○委員

会員というのは単純な話でして、如何に増やすかという手を考えるわけですが、如何に割引するか、店舗数が多いか少ないかによります。市内の割引店舗の拡大というのはどのようになされているのでしょうか。

○商工観光課

それも昨年始まったばかりで、商工会及び観光協会の方にデータがありますので、郵送で勧誘しています。それにより回答をいただいて説明したうえでお願いしています。半年で、5、6件ぐらい加入いただきました。

○委員

割引対象店舗になるメリットは何か提示しているのかどうか。

○商工観光課

まず、協力店が、会員にサービスを提供していただくことで、会員にメリットがあります。協力店にはメルマガを行っていますので、400から500人が登録しているのです

が、協力店でセールを行っているとか、母の日のギフトにこういうものはいかがですかなど、メールでお送りするようなシステムがあります。また、ファン俱楽部通信の中で、協力店のご紹介をさせていただいております。それが、協力店の特典だと思います。

昨年は、30店舗のご協力をいただいたのですが、今年は更に増えまして34店舗となっています。

○委員

マーケットリサーチで、どのくらいのお客が増えたとか、そういう調査は1回行った方がいいと思うのですがどうですか。実施したことはありますか。

○商工観光課

まだ行っていません。

○委員

実施していない。

○商工観光課

焼き物関係が19店、飲食店で9店、その他サービス業で6店、合計34店舗ですが、笠間にお越しいただいてファン俱楽部の会員に寄っていただけるというのがメリットです。この数字が増えてくれば、協力店にとってもメリットになってきます。場合によっては、ダイレクトメールとか、いろいろなことを考えて行きたいなと思います。

実は、有料会員のプレゼントの方も、ギフト化してくれないかとお願いをして、商品開発ではないのですが、ある企業にお願いした経緯があります。

しかし、そのときはロット数が集まらなかつたので、コストの関係から断念しました。ロット増えてくれば、そのような開発もできると思います。また、ギフトの紹介もできるようになると思います。

○委員

関連する話ですが、やはり協力店の拡大をしていただきたいと思います。

先程も、会員特典の品物について話もありましたけど、品物を送ってしまうといただいの方はそれで終わってしまう可能性がある。ということは、笠間に足を運ばない。今日も、商工会で市内商品券が発売になりましたが、結局はお金を使ってもらうのが1番で、市にとっても、観光にとっても1番していただきたいところで、会員になった方には、例えば、1,000円の券、500円の券等が、笠間市内の協力店で使えますというような金券的なものを入れてあげると、行かなくては勿体無いというような心理を誘うのも一つの手法だと思います。商品券も、10,000円買えば、11,000円買い物できますといえば

買う人がいると思います。協力店にも協力していかないとできませんが、金券ですとそのまま換金できる性質を持っているので、一方的なサービスをお願いするというのではなく、買い物した際の商品券を交換すればいいと思います。

○委員

他にありますか。

○委員

ファン俱楽部の対象指標というのが、今年以降 50 名ずつこの会員を増やして行きたいとなっています。

目標値が確かに投入コストは増えていますので、50名というのも分からぬでもないのですが、控え目過ぎるのではないかと思います。民間であればこの数字では工夫が見られないと、大体一喝されるケースが多いです。少なくとも 1 割ぐらいは、会員を増やして行くという意気込みを出していただきたい。この数値だと何となく行っているというよう思われる恐れがあるので、数値を見直した方がいいのではないかと思います。いかがでしょうか。

○委員

首都圏で地酒販売の店を作るなどした方が良いと思う。

○委員

なみへいが神田の近くにあります。そこは毎月日本全国の郷土料理を出しています。料理は 3,000 円で、地酒も沢山あり、去年のなみへいは非常によかったです。

○委員

笠間の食材だけを出しているのでしょうか。

○委員

笠間の食材だけではないですが、それが中心になっています。

○委員

そういうクラブ等の連絡は僕のところにも、いろいろなところから来ます。

例えばコンベンションビューローのような性格のところから情報案内が来ます。あとは、アンテナショップで住所氏名を書いてくると、そこの物産の情報が頻度は少ないですが来ます。そして、その情報が来ることで思い出す。それで必ず行くというわけではないのですが。

資料を見ると市外では無料会員になった人は、メルマガに登録すれば情報が来るのかもしれないが、ファン俱楽部通信が年に4回来る等メルマガ以外の情報が案内されないと、何なのかという話になってしまうと思います。こういう情報は、有料会員に行く情報ではなくて、無料会員に行く情報だと思います。

市内には回覧で配られているかもしれないが、市外の無料会員には配布していないですね。

○商工観光課

配布していません。

○委員

私の実感からすると、基本的にそれは何のために、無料としても会員登録したのか、自分の個人情報を書いてきたのは何だったのかという話になってしまいます。それは、きっと、情報案内は行かないとまずいと思います。

ファン俱楽部の成果でわからなかったのは、コンベンションビューローみたいのとか、いろいろなものがあると思います。観光の性格で。

ファン俱楽部という名前で何となく理解できるが、目的、性格はいろいろなものと一緒に思います。要するに個人会員向けのことも行うけど、もう少し幅を広げても良いのではないかと思う。笠間でイベントが沢山行われるとするとか、逆の意味で言うと、笠間に来ていただくという言う趣旨があるわけですから、コンベンションビューローが行っているようなことを、ファン俱楽部の中で広げていってもいいのかなと思います。

無料会員として登録してくれた人たちのところには、資料があとで送られるということになれば、その次のリターンの継続性が出てくるのではないかと思います。

市内の人々に配っても、僕は余り意味がないと思います。ただ、印刷物は部数を刷らないと、高いものになるから、そういう意味で、市内に配布するのかもしれないが、それならば、郵送料かけても、無料会員を増やして、ファン俱楽部通信を配布した方が効果的だと思います。

○委員

時間も参りましたので、評価の方に移りたいと思います。

【評価】

○委員長

委員5人が、改善し、継続です。また現行どおりが1名となりました。

意見としましては、まず有料会員の増加を図ること。協力店の増加を図ること。この2点に絞って工夫をし、積極的にPRを行っていただきたいと言う意見です。