

平成 29 年第 1 回定例会 経済活性化・産業振興特別委員会

平成 29 年 3 月 7 日

谷口委員

私からは、新たな外国語観光情報ウェブサイトの開設について伺いたいと思います。

このウェブサイトのタイトルが、Tokyo Day Trip Kanagawa Travel Info となっているのですが、なぜ東京なのかということについては、検索したときに、検索にかかりやすいからであると理解しているのですが、私は、デイトリップというフレーズが気になっています。デイトリップというのは、日帰り旅行という意味です。県としては、日帰りで東京に戻るのではなく、県内に宿泊してもらうという戦略を立ててきたものと思っています。そういった意味で、ウェブサイトの名称にデイトリップというフレーズを入れることには疑問があるのですが、なぜこの名称にしたのかお伺いしたいと思います。

国際観光課長

委員のおっしゃるとおり、これまで県は、県内での消費を増やしていただくため、宿泊を重視してきたところです。しかし、宿泊していただくためにも、まず神奈川を知っていただくことが重要になってくると思います。

確かに、デイトリップは、直訳すると日帰り旅行となりますが、一言で東京から近いということ伝えるのに適したキーワードであり、海外のお客様は、あまり地理感がない中で、東京に近いという位置関係を一瞬でイメージできることは大変重要であると考え、タイトルとして選定したところでございます。

しかし、その上で、ウェブサイトを訪れた方々に宿泊していただく工夫として、当該ウェブサイトに掲載している広告の中には、例えば、夜遅くにしか体験できないものや、朝早く、例えば朝市などのように、宿泊しないと楽しめない観光資源も掲載しています。また、当ウェブサイトから、ブッキングドットコムという、世界最大の宿泊予約サイトへのリンクを設け、宿泊の予約を促しているところでございます。その際に、このウェブサイト内に宿泊を促す情報を掲載することで、訪れた方に県内の宿泊を促します。

谷口委員

確かに、あのウェブサイトを見ると、グルメやショッピング、体験型のエンターテインメントなどの日帰り旅行に加え、オーバーナイトの観光のページもあり、豪華でこだわりのあるつくりになっていて、かなりお金かけていることを感じます。このウェブサイトは 2 月 10 日に開設されたということですが、作成にどの程度の予算がかかっているのかお伺いしたいと思います。

国際観光課長

ウェブサイトの製作費は、運営費、広告費等を含めまして、平成 28 年度は約 3,200 万円です。

谷口委員

その内訳も教えていただけますか。

国際観光課長

製作費が 2,655 万円、運営費が 200 万円、広告費が 350 万円でございます。

谷口委員

350万円の広告費というのは、具体的にどのように使われたのでしょうか。

国際観光課長

ウェブサイトそのものが開設したばかりなので、広告についても3月からになります。主な広告として、検索サイトであるグーグルで、東京やデイトリップというキーワードで検索したときに、上位にくるように、リスティング広告を依頼する予定です。やはりウェブ検索したときに上の方に出てこない、その情報にたどり着いてもらえませんので、広告欄への掲載を検討しております。

谷口委員

それでは、広告については、これから実施していくということですね。

国際観光課長

おっしゃるとおりでございます。

谷口委員

確かに、グーグルで東京とトリップをキーワードにして検索してみても、全く出てきませんでした。皆さんも検索してみただけだと思いますが、検索結果に出てこず、広告欄にも出てきません。これを上げるために、お金を出して、1段目、2段目に広告を出していくのが手だと思うのですが、そうしたことも含めて、より多くの外国人の方に、このウェブサイトにとどり着いてもらうことが重要です。説明のあったことも含めて、今後、どのようにアクセスを増やしていくのか、また、いつ頃までに、どの程度のアクセスを目指していくのか、お聞かせ願いたいと思います。

国際観光課長

今後は、グーグルで観光旅行をキーワードに検索したときに、今ですと3ページ目ぐらいに出てくるものを、1ページ目に標示されるように、まず、広告を掲載することとしております。

また、この観光情報ウェブサイトを、既に多くの方が見ているウェブサイトにはリンクを貼ってもらうことで、誘導していくことも重要だと考えております。県内の観光事業者が持っているウェブサイトもございますので、今後、それらのウェブサイトとの相互リンクも図っていきたいと思っております。

これらの取組により、2019年のラグビーワールドカップまでに、月間10万PVまでアクセス数を伸ばしていきたいと考えています。なお、PVといいますが、これは、閲覧回数のことです。

谷口委員

2月10日に開設してまだ1箇月弱ですが、もし分かれば、現時点でどれぐらいのアクセスがあったのか教えてください。

国際観光課長

3月1日現在で、2月10日公開ですので、3週間程度となりますが、1万6,700PVという状況でございます。

谷口委員

広告も出さず、検索結果の3ページ目にしか出てこない状態で、1万6,700PVというのは、それなりにいい結果だと思いますが、先程の御答弁で何点か確認させてください。

一つは、月間 10 万 P V を目指すということなのですが、午前中の質疑でもありましたが、10 万というのは、神奈川県ウェブサイトとしてではなく、一般的な旅行サイトとしてみた場合、どのような位置付けになるのでしょうか。

国際観光課長

一つのメルクマールとさせていただいたところが、横浜観光コンベンション・ビューローのウェブサイトの数字です。横浜観光コンベンション・ビューローが運営する観光情報ウェブサイトは、現在、月間 6 万 P V 程度と聞いております。このウェブサイトは開設から 15 年程経っているということですので、本県としては、それよりもはるかに高い 10 万 P V を、2019 年までに目指すという、高い目標を設定していると考えているところでございます。

谷口委員

もう一点は、ほかのウェブサイト、例えば観光事業者のウェブサイトに、当ウェブサイトへのリンクを設置してもらいたいということですが、具体的な考えがあれば、支障がない範囲でお話しいただきたいと思います。費用はかからないのでしょうか。

国際観光課長

例えば、エクスペディアなどにリンクを設置してもらおうとなると、営利目的で運営されているウェブサイトなので、広告費用が必要になると思います。

しかし、県内の事業者、例えば観光魅力創造協議会に加入していただいている事業者であれば、相互にリンクを設置することは、ウィン・ウインの関係になるのではないかと考えているところです。まだ具体的な内容が決まっているわけではないですが、例えば鉄道事業者ですと、その沿線の情報を相互に交換することは、沿線の魅力の最大化につながり、事業者自体も求めているところですし、我々としても、そこに来る観光客に県内の他の場所を見てもらえるのは、いいことだと思います。そういった点で、相互にウィン・ウインの関係ができるのではないかと考えているところでございます。

谷口委員

お金をかけてもしつかりと効果があれば、かけてもらいたいと思います。また、お互いのコラボレーションで、無料で効果が発揮できるのであれば、それもしつかりと進めていただきたいと思います。

それでは、もう一つ、グーグルに広告を掲載するのも一つの方法ですが、記憶が定かではないのですが、グーグルで検索したときに、広告をしなくても、検索の上位に上がってくる仕組みがあったと思うのですが、その辺のことはどのようにお考えですか。

国際観光課長

まさに、委員のおっしゃるとおり、それ自体が本当の実力ですので、その点についても、取り組んでいきたいと思っております。

それは、アルゴリズムと言われますが、グーグルの評価と決定方法がございませう。その一つとして、内容の充実、公平性が重視されていると伺っています。

県のホームページは、公共性、公益性が担保されているため、通常、多くの方に使っていただければ、自然と上位に上がっていくこととなります。あわせて、その内容自体も、県全体の幅広い、価値のある情報を載せることで、自然と上

がっていくのではないかと思っているところであります。

谷口委員

引き続き、しっかりとした取組を行ってもらいたいと思います。

それでは、来年度の予算の中で、ウェブサイトの運営も含めた予算全体と、その中に広告宣伝費がどれくらい盛り込まれているのかお伺いしたいと思います。

国際観光課長

来年度の当ウェブサイトの運営予算として、3,200万円を計上しています。そのうち、広告費は、1,363万円を考えております。

谷口委員

今年の広告宣伝費は350万円ということでしたので、来年度は大幅にアップさせるようですが、今年の広告方法と、どこをどのように変えていくのかお伺いします。

国際観光課長

広告というのは、細かく対象が決まっております、対象国の範囲と対象回数を大幅に変えているところでございます。

来年につきましては、幅広く県内の、県が現在ターゲットとしている中国、韓国、台湾、マレーシア、インドネシアといったところにも広告を行えるようにしていきたいと考えています。

谷口委員

現在のウェブサイトを見ると、英語で標記されていて、画面で操作すると日本語での対応も可能になっているようですが、一つは、この翻訳にどの程度の費用がかかったのかということと、先ほど韓国、中国、インドネシアという話もありましたが、来年度はどのように対応していくのかお伺いします。

国際観光課長

今年度は、英語と日本語の2言語に対応しています。その際の、英語への翻訳の費用は約200万円でした。これは、外部委託で実施しており、ネイティブチェック等を含めた費用です。

来年につきましては、まずは、観光に多くお越しいただいている方の国に、重点的に対応していこうということで、中国語の繁体字と簡体字、韓国語、日本語と合わせて、トータルで5言語に対応していきたいと考えています。そのうち4言語につきましては、翻訳費用としまして、約1,000万円を計上しているところでございます。

谷口委員

今年は英語と日本語だけでスタートして、来年は繁体字と簡体字の二つの中国語と韓国語に対応していくということですね。今後、対象国を拡大していく中で、その中身にも触れたいのですが、このウェブサイトを見ると、もともと用意しているコースもあれば、様々な観光地をアレンジして、コースをつくってくれる機能もあるのですが、こうしたモデルルートはどのくらい用意されているのでしょうか。

国際観光課長

3月6日現在、358件の観光スポットの情報が入っております。しかし、中に

は、まだ写真等の用意ができていない部分もあり、順次、写真の許諾を得られ次第、付け加えていこうと思います。

また、お勧めのモデルコースは121本用意されています。

谷口委員

用意されているコースの数は、一般的に見て多いものなのですか、少ないものなのですか。

国際観光課長

県内には、まだまだ観光資源はたくさんございます。

観光魅力創造協議会が今年発掘した観光資源は、1,700件あまりありますので、それからするとまだ少ないのではないかと思います。また、神奈川県を訪れる外国人観光客の好みに合わせるということになりますと、もっと多くの情報を入れていく必要があるのではないかと考えております。

しかし、今回は、時間的な問題もありましたが、我々としては、小さく生んで大きく育てることを目指しておりますので、本当にこのウェブサイトが外国人観光客の方に使いやすいものなのかを、実際に使っていただく中で確認し、改善していこうと考えており、いきなりたくさん情報を入れるより、まず少し動かしてから、徐々に成長させていこうと考えております。

谷口委員

今は単体のスポットやルートが出てきますが、今後は、ストーリー性を持たせて回るルートといったものも加えたり、また、我々の世代は、ちょうど地球の歩き方というガイドブックが出た頃で、それを持って外国に一人で旅に行ったりしていました。しかし、今ではスマートフォンなどを使っているようなので、来てくれた側の情報発信もあった方がいいのではないかなと思うのですが、最後に、その点についてお聞きします。

国際観光課長

委員のおっしゃるとおり、ストーリー性というのは非常に重要なものだと考えております。ただ単に観光地を回るのではなく、その意義や価値が、お越しいただいた方の満足度を高める部分であるということ、我々も、外国の方に来ていただく中で実感しているところでございます。

そこで、神奈川県観光魅力創造協議会でも、いろいろなストーリーや観光資源の洗い出しも行っているところでございます。その中には、外国人の方が魅力を感じるような景観施設、体験イベントなどが数多くありますので、それを、先ほど言っていたような、歴史や文化、自然、産業、グルメなどのカテゴリーに分けて、より充実した情報を盛り込んでいきたいと考えております。

加えて、先ほど御提案がありました、来てくださった方の感想というものも、非常に重要だと考えており、県が発信する情報よりも、同じ観光客が発信する情報の方が、信頼性が高いのではないかと思います。

そういった点につきましても、フル装備で実施するのではなく、実際に使ってもらいながら、何が必要かということを考えながら取り組んでいこうというのが今回の主旨でございます。委員がおっしゃられたような、来てくれた方々の発信ということも盛り込んでいきながら、それが外国人観光客にとって必要なものかも、検証していきたいと考えております。

谷口委員

多額の費用をかけている取組ですから、来年度の予算も活用していただき、しっかりと成果が出る、見てもらい、来てもらえるウェブサイトづくりをしていただきたいと思いますので、よろしく願いいたします。