令和7年度実施事業（中間検証　調査項目について）　意見取りまとめ

資料③-2

シート番号	【総評、課題分析及び次年度以降の改善・見直し】に対する委員からの意見	市の考え
効果測定項目について	観光サイトのアクセス数 や主要拠点の認知度 を測る際、どの媒体（SNS、広報誌、Web広告等）がきっかけで認知に至ったかの「流入経路」を項目に加えるべきです。 観光消費額単価 と平均滞在時間 のデータを掛け合わせ、滞在時間の延長が実際にどの程度消費額の向上に寄与しているかを定量的に分析する必要があります。 観光客に占めるリピーター率 だけでなく、「何回目の来訪か」「前回来訪時と異なる施設を訪れたか」を把握することで、回遊性の向上を検証すべきです。	いただいたご意見を参考に事業者が決まれば詳細項目について調整し、委員会で図らせていただきます。
調査の概要について	関西圏、首都圏、愛知県を対象としていますが 、ターゲット地域ごとの「岸和田に対するイメージ」の差異を明確に抽出し、後期計画の広告戦略に反映させるべきです。 目標サンプル数が50と少ないため 、分析の精度を補完する意味で、SNSの多言語によるロコミ分析（ソーシャルリスニング）などの手法も検討の余地があります。 宿泊可能室数や客数だけでなく 、宿泊客が「市内の飲食店を利用したか」など、宿泊を起点とした地域経済への波及効果を捉える設問を推奨します。	いただいたご意見を参考に事業者が決まれば詳細項目について調整し、委員会で図らせていただきます。 外国人観光客対象調査については、サンプル数の確保が容易ではないと推測されるため、分析の精度を補完するために、いただいたご意見を参考に他の手法についても検討します。
	外国人観光客対象調査について留置き調査の実施を検討となっているが、外国人はどこで岸和田を知ったか、何を楽しみに来たか、どうやって来たか、荷物はどうしたかなど知りたい項目が多いと思うので、実施してはどうか	いただいたご意見を参考に事業者が決まれば詳細項目について調整し、委員会で図らせていただきます。
分析と効果検証について	項目そのものについて特に意見はありませんが、分析に当たっては、 ①効果測定は、単年度ではなく経年で比較して課題を抽出し、解決・改善に向けた具体的なアクションを打ち出すこと ②岸和田にとってベンチマークとなる都市を決め、そこと相対的に比較する軸を持つこと ③観光サイトのアクセスについては、Google、Yahoo等の検索サイトを意識するだけでなく、むしろAI（チャットGPT,Gemini等）からの検索にどう引っかかるかに留意した具体的な対策を取ること 以上が肝要だと思います。	①今回ご提示している効果測定と同じ規模の測定を毎年度行うことは難しいですが、各事業におけるアンケート等の結果を踏まえて比較検証し、課題解決に向けた取組みを検討します。 ②本市にとってのベンチマークとなる自治体を検討するためにも、大阪観光局様のご指導をいただきながら、相対的な判断ができるよう努めます。 ③検索エンジンで検索した際にAIがまとめる情報の引用先はウェブサイトの情報が大多数であることから、その検索網にかかりやすくするためにサイトの信頼性を高めていく必要性があります。基本情報をしっかり掲載し、正確な情報を積み重ねていきます。
	複数の調査結果を横断して因果関係を分析し、施策効果を検証してはどうか	適切な分析を行うためには、複数のデータを関連付けながら実施する必要があると認識していますが、そのためには、職員のスキルが必要です。委員会でご指導いただきながら実施していきます。