平成29年度の事業概要

1 事業総括

(1) 概要

本年度は、それぞれの施設独自の特色や培ってきた知識・経験を活かし、事業計画に基づく施設運営で安定的な集客を図るとともに、花回廊以外の6施設は、指定管理の最終年度に向けて、次期指定管理を見据えた事業展開を行った。企業や地域の団体と連携を強化することで、外部にも目を向けながら、広い視野で新しい事業を積極的に取り入れた。また、本部が中心となって、実施事業の結果を振り返る機会を設け、問題点を洗い出すなど、前向きな形で事業の健全化を目指した。こどもの国では(株)マルイとの連携イベントを2年続けて開催したほか、新日本海新聞社とも協力し夏休み等に大型イベントを行うなど、地域の企業との良好な関係を築くとともに集客を図った。

管理施設同士でも、イベントや出前プログラムなどで積極的に連携し、相互協力ができる体制の強化に取り組んだ。具体的には、響の森や鳥取砂丘こどもの国については他施設での出前プログラムを実施したほか、臨海公園が行うあやめ池まつりなどのイベントは燕趙園を会場に連携して行った。また、夢みなとタワーで行った山陰・夢みなと博覧会20周年イベントでは、各施設のマスコットキャラクターがトリピーと共演するなどの協力を行い、盛り上げた。

海外の旅行者をターゲットとしたインバウンド対策にも積極的に取り組んだ。クルーズ船の入港時には免税店周辺で有料エリアへの入館を促す外国語での誘導を行ったほか、補助金を活用した案内看板の作成や、館内案内と連動する外国語のホームページの作成にも取り組んだ。営業面ではとっとりコンベンションビューローと協力して、台湾で行われた現地旅行会社との商談会に参加した。結果として、特に二十世紀梨記念館において外国人の入館者が対前年度145%と増加し、中部地震によって落ち込んでいた入館者数の回復に繋げることができた。

(2) 受託施設の利用状況

貸切バスの規制強化の影響により団体客を中心とした国内旅行客が減少するなど、観光を取り巻く社会情勢は厳しい状況であったが、様々な事業を行い、集客に取り組んだ。28年度に中部地震で被災し2か月間の閉館となった鳥取二十世紀梨記念館は、復興し、計画比102.3%、前年対比116.7%と好調だった。一方で、臨海公園では大型イベントの人数集計方法を変更したことにより2万人減少したほか、とっとり花回廊のイルミネーション開催期間の変更による減少や、夢みなとタワーで新日本新聞社と共催した春休みイベント不調による減少もあり、施設合計の利用者数は1,205,392人と、対前年度との比較で98.1%と、わずかに前年度を下回った。計画に対しては84.9%と、目標を大きく下回った。

[総利用者]

施設名	29年度		28年度実績 (人)	達成率	対前年比較
	計画(人)	実績(人)			
鳥取砂丘こどもの国	170,000	153,104	156,577	90.1%	97.8%
氷ノ山自然ふれあい館	44,000	42,298	37,021	96.1%	114.3%
東郷湖羽合臨海公園	425,000	381,687	417,983	89.8%	91.3%
中国庭園燕趙園	100,000	68,164	73,705	68.2%	92.5%
鳥取二十世紀梨記念館	120,000	122,778	105,168	102.3%	116.7%
夢みなとタワー	160,000	118,032	106,352	73.8%	111.0%
とっとり花回廊	400,000	319,329	332,320	79.8%	96.1%
合計	1,419,000	1,205,392	1,229,126	84.9%	98.1%

※こどもの国、燕趙園、梨記念館、タワー、花回廊の有料は有料ゾーン利用者

平成29年度事業実績報告書

【 鳥取砂丘こどもの国 】

1 事業概要

(主な取り組み)	(主な取り組みに対する結果等)
1 安心安全な園づくり ①安全点検を徹底し、敏速な対応で事故防止と予防に努めた。 ②お客様からの情報をもとに、確認及び対応を行った。	1 ①巡視担当者はもとより、各部署周辺は部署職員で点検等を実施し、必要箇所の修繕等を行ったことで事故を防止することができた。 ②お客様からの情報が入り次第、現場確認及び対応を行い事故を防止することができた。
2 県内企業との連携事業 ①マルイとの共同開催としマルコライブントを実施した。	2 ①今年で2回目の開催、地元企業と連携し「食」の楽しみを多くの来園者に提供することができ、地域への貢献につながった。
3 関連団体との連携事業 ①かっこ館との相互イベントを実施した。 ②事業団の他施設への出前工房の取組。	3 ①相互の施設で開催し、PR効果があった。 ②なしっこ館・臨海公園と出前工房で協力しPRにつながった。
4 情報提供の強化 ①こどもの国ニュースの配布・ホームページ、フェイスブック等でのイベントの情報発信に努めた。	4 ①スマートフォン等の普及により、多くの方に情報提供出来、問合せも増えてきた。
5 自然と触れ合う場所の提供 ①樹林地の整備	5 ①旧ちびっ子たんけんコースの樹林地を整備して、散策探検などのイベントに活用することができた。

2 入園者一覧表(年間計画、実績)

区 分	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	計
29年度目標(人) A	17,000	40,000	8,000	15,000	32,000	12,000	11,000	10,000	3,000	3,500	3,500	15,000	170,000
29年度実績(人) B	17,271	32,715	6,891	13,772	28,208	10,920	9,858	7,319	3,199	3,927	3,061	15,963	153,104
対目標比率(%) C=B/A	101.6%	81.8%	86.1%	91.8%	88.2%	91.0%	89.6%	73.2%	106.6%	112.2%	87.5%	106.4%	90.1%
28年度実績(人) D	16,867	35,446	7,485	15,011	27,688	8,936	11,592	6,106	3,693	4,876	2,441	16,436	156,577
対28年度比率(%) E=B/D	102.4%	92.3%	92.1%	91.7%	101.9%	122.2%	85.0%	119.9%	86.6%	80.5%	125.4%	97.1%	97.8%
入園者の推移、増減要因	1 入園者の推移 対前年 4・8・9・11・2月 増 5・6・7・10・12・1・3月 減 通算 △3,473人 2 増減要因 4月・9月 春休み、秋休み好天イベント開催(キャラショー、その他)等により増 5月・6月・7・3月 5, 6, 10月天候不順・7月猛暑、12月、1月の低温、3月キャラショー1減により減												

平成29年度事業実績報告書

【 氷ノ山自然ふれあい館 】

1 事業概要

(主な取り組み)	(主な取組に対する結果等)
<p>1 フリースペース有効活用</p> <p>①木育広場・カブラで遊ぶの開催(ゴールデンウィーク)</p> <p>②各種写真展の開催</p> <p>③クライミングウォール、カブラ等子供の遊び場を充実させた。</p> <p>2 魅力あるイベント開催と収入確保</p> <p>①ターゲットを絞った各種定例イベントの開催</p> <p>②学校、児童クラブ、公民館等からのリクエスト対応</p> <p>③個人・グループ等からのエコツアー対応</p> <p>3 地域及び各種団体との連携</p> <p>①夏山開きの開催(わかさ氷ノ山活性化協議会)</p> <p>②わかさ氷ノ山・「山」フェスの開催(県委託事業)</p> <p>③「星取県」にちなんだ星空観察ツアーの共催(日本海新聞)</p> <p>4 人材育成</p> <p>①個々の能力向上のため、各種研修会への参加</p> <p>5 効果的な営業・広報活動</p> <p>①県外旅行社への誘客活動</p> <p>②学校関係及び公民館への誘客活動</p> <p>③インバウンドに対する誘客活動</p> <p>④新聞・情報誌等による広報活動</p> <p>⑤出前体験の実施(観光施設・幼稚園・保育園)</p>	<p>1</p> <p>①親子で一緒に楽しめることもあって長時間体験でき好評であった。</p> <p>②夏休み／福田幸弘写真展 9,10月／リスプロ山ご飯写真展 10,11月／クルー写真展を開催した。福田幸弘写真展では県外ファンの方が結構多く、アンケート結果を見ても心が癒された等、良い評価を頂いた。リスプロ山ご飯写真展やクルー写真展では、地元団体やクルーとの連携を取ることができた。</p> <p>③親子連れが多く、滞在時間も長くなった。</p> <p>2</p> <p>①GWは自然物を用いた子ども向けゲーム(縁日)を開催。夏は人気のある川遊び等のプログラムを増やし、秋は焚き火やアウトドアクッキング等のプログラムを開催し利用者が増加した。</p> <p>②学校の利用数は昨年並みで、利用メニューの増により参加者数は増加した。</p> <p>③夏の沢プログラムや冬のプログラムが利用が増えた。手厚い対応が好評で客単価が高く収入も増加した。</p> <p>3</p> <p>①天候も良く、山頂祭は多くの登山客で賑わったが、一般客が少なく参加者数は昨年を下回った。</p> <p>②地元関係団体と連携し、コンサートやBBQ、出店、星空観察など賑わいを創出することができた。</p> <p>③当日は雨天により観察会はできなかったが、アウトドアクッキング等を行ったところ好評であった。</p> <p>4</p> <p>①職員の資質向上となる研修を受講し今後に繋げるとともに、類似施設の視察等も実施した。</p> <p>5</p> <p>①定期的に営業を行った結果、6月～9月の期間に約600名のお客様を誘客できた。</p> <p>②学校利用は昨年並みだが、公民館は夏休みの利用等に繋がってきている。</p> <p>③商談会や民間関係者等と連携し、雪のプログラムをPRすることができた。</p> <p>④昨年以上に地元フリーペーパーへの広告を行い、館のPRができた。</p> <p>⑤観光施設等ではイベント開催と施設PRを兼ね、幼・保育園では響の森活動の理解を深めた。</p>

2 利用者一覧表(年間計画、実績)

区 分	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	計
29年度目標(人) A	3,300	8,250	5,000	5,050	7,700	4,200	4,100	3,700	450	800	800	650	44,000
29年度実績(人) B	3,109	9,901	3,621	4,995	7,543	2,306	5,323	2,997	552	705	546	700	42,298
対目標比率(%) C=B/A	94.2%	120.0%	72.4%	98.9%	98.0%	54.9%	129.8%	81.0%	122.7%	88.1%	68.3%	107.7%	96.1%
28年度実績(人) D	2,405	7,030	4,133	4,348	6,452	3,107	3,847	3,472	204	586	422	1,015	37,021
対28年度比率(%) E=B/D	129.3%	140.8%	87.6%	114.9%	116.9%	74.2%	138.4%	86.3%	270.6%	120.3%	129.4%	69.0%	114.3%
利用者の推移、増減要因	<p>◆入館者…子供の遊び場充実等による増(4, 5月)、夏山開きの参加者減少による減(6月)、夏休み企画展や旅行会社ツアー入館による増(7,8月)、広報の出遅れや悪天候でのイベント中止による入館体験者減少(9月)、山フェス開催による増(10月)、適度な降雪で雪遊びによる微増(1～3月)。</p> <p>◆自然体験プログラム…残雪のため学校登山から別メニューへ変更する学校が多かったことやGWに子ども向け各種ゲームの開催による増(4,5月)、旅行会社ツアー客の自然散策や沢のエコツアー・川遊びが好調、夏休み企画展の観覧による増(7,8月)。広報遅れによる減(9月)。山フェス開催による増(10月)、出前創作体験やソリ等レンタルによる微増(12～3月)</p>												

平成29年度事業実績報告書

【 東郷湖羽合臨海公園 】

1 事業概要

(主な取り組みに対する結果等)	(主な取り組みに対する結果等)
<p>1 安全・安心な公園づくり ①公園に設置している設備等について積極的に修繕を行った。 ②老朽化した遊具等は安全を最優先にし、使用禁止措置を講じた。 ③公園各所に犬の散歩・ゴミの不法投棄表示を行った。</p> <p>2 燕趙園との連携事業 ①燕趙園花火を臨海公園との共同開催で開催した。 ②燕趙園幻想のタベとあやめ池風の音コンサートを連携イベントで開催した。</p> <p>3 花と緑のフェア(鳥取県造園建設業協会中部支部との共同事業) ①新たに、宇野キャンプ場利用促進目的でキャンプ場での楽しみ方を提案した。 ②手作り釜によるピザ焼き体験を行った。</p> <p>4 共同企業体との連携事業 ①公園管理やイベントを共同で行った。</p> <p>5 湯梨浜町との連携事業 ①「宙ユリ」の育成及び展示を行った。</p>	<p>1 ①木製椅子天板修繕を行い憩いの場を提供できた。 ②安全な公園管理ができた。 ③犬の散歩者のマナーが改善し、ゴミの不法投棄が減った。] 引き続き注視し、早期対応を心がける</p> <p>2 ①昨年開催日を2日間としたことで、1日当たりの来園者が減少したことから、費用対効果を考慮し今年度は1日の開催にした(前年比80%)。費用対効果を考えると1日開催でよかった。 ②両イベントでPR、スタッフ応援等で連携し、飲食の提供等を行い来場者に好評であった。</p> <p>3 ①公園の新しい楽しみ方の提案ができた。来年度も継続し「据え置き型ハンモック」など多数展示し、楽しめる企画を提案していく。 ②話題性があり多くの参加者があった。来年度も継続して取り組む。</p> <p>4 ①台風被害の復旧作業など共同で行い、効率よく復旧作業ができた。除草作業も週毎に作業場所の優先順位を確認することにより、効率よく作業を行った。</p> <p>5 ①「宙ユリ」が開花し、各報道機関の取材を受け「宙ユリ」をPRできた。湯梨浜町「東郷湖・未来創造会議」天女舞う花と緑の環境・景観づくり事業のなかで、鳥取県と共同して「ガーデンデザインコンテスト表彰式・ガーデンニング体験講座」を浅津公園で実施し、新しい植栽提案することが出来た。</p>

2 入園者一覧表(年間計画、実績)

区 分	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	計
29年度目標(人) A	30,000	43,000	73,000	40,000	43,000	33,000	42,000	33,000	23,000	17,000	19,000	29,000	425,000
29年度実績(人) B	29,987	42,191	50,216	35,019	36,006	32,920	37,409	29,594	19,154	18,084	19,863	31,244	381,687
対目標比率(%) C=B/A	100.0%	98.1%	68.8%	87.5%	83.7%	99.8%	89.1%	89.7%	83.3%	106.4%	104.5%	107.7%	89.8%
28年度実績(人) D	29,438	42,871	72,925	39,999	42,987	31,884	39,089	31,657	22,629	17,467	16,545	30,492	417,983
対28年度比率(%) E=B/D	101.9%	98.4%	68.9%	87.5%	83.8%	103.2%	95.7%	93.5%	84.6%	103.5%	120.1%	102.5%	91.3%
入園者の推移、増減要因	◇有料入園者については、体育館は前年比4,704人増(126%)と増加し、トレーニングルーム1回券2,066人増(119%)、回数券716人増(125%)、1ヶ月券4,014人増(133%)といずれも増加した。夢広場は「B級グルメバトル」の開催があり1,031人増(114%)と増加した。一方でテニスコートは589人減(80%)と減少した。 ◇公園入園者は、6月以降にイベントの減や猛暑、長雨、台風等の影響によりハワイ夢広場・南谷多目的広場・催物広場を除く各公園の利用者が大幅に減少した。特に、公園利用者は29,795人減の82%と天候の影響を大きく受けた。 ◇花と緑のフェアは多くの入園者があったものの、入園者のカウント方法の変更により11,130人減少し、併せて公園利用者も同数が減少した。 ◇昨年から継続して、燕趙園花火やコンサートなど燕趙園との連携事業として開催し、公園及び燕趙園の利用促進に努めた。 ◇10月夢広場大型イベント「B級グルメバトル」開催で大幅に増加した。 ◇11月～1月天候不順による一般公園利用者が連続して減少した。 ◇昨年大雪だった2月に対して、積雪が少なく寒い時期にも関わらず公園利用者が増加した。 ◇各スポーツ教室は、試験的に実施した金曜日教室を開催したことで1,219人増(131%)であった。特に、卓球・バドミントン教室参加者が増えている。また、託児付のレディーススポーツ教室は好評で多くの参加者があった。												

平成29年度事業実績報告書

【中国庭園 燕趙園】

1 事業概要

(主な取り組み)	(主な取り組みに対する結果等)
<p>1 中国庭園の魅力発信</p> <p>①チャイナ服のレンタルや、中国茶藝体験など体験ができる中国庭園をセールスポイントの一つにして集客促進を行った。</p> <p>②来園者に丁寧に魅力を語った。</p> <p>2 周辺施設等との連携事業</p> <p>①新日本海新聞社との共同事業として、ふれあい動物フェスティバルを行った。</p> <p>②龍鳳閣との共同事業として、東郷湖一周のウォーキングイベントを行った。</p> <p>③臨海公園との共同事業として、庭園花火を行ったほか、臨海公園主催の風の音コンサートに飲食を出店した。</p> <p>3 燕趙園エリアの周遊化</p> <p>①豊味園1周年記念として、食のパフォーマンスを行い、エリアの周遊化を図った。</p> <p>②道の駅感謝祭を行い、道の駅の周知と利用促進を図った。</p> <p>③燕趙園・道の駅・レストラン相互の割引券を配布し周遊化に努めた。</p> <p>4 情報発信と営業の充実</p> <p>①ホームページやツイッターでタイムリーな情報発信を行った。</p> <p>②周辺旅館との合同営業を率先して行った。</p>	<p>1 ①体験・体感してもらうことにより一層魅力を発信できた。特に、チャイナ服レンタル利用者は増えた。</p> <p>②スタッフが庭園を語ることによりお客様満足度が向上しているが、更なる魅力づくりに努めていく。</p> <p>2 ①新日本海新聞社との共同事業は、入場者は昨年を下回ったが、地域イベントとして定着してきた。</p> <p>②中華コスプレ大会やウォーキング大会などは多くの参加者に恵まれ、地域の活性化の一助となったが</p> <p>収益面が今後の課題。</p> <p>③庭園花火は1日実施により費用対効果は上向いた。また、臨海公園との共同事業として取り組んだイルミネーションウォーキング・あやめ感謝祭・こどもまつりは集客での成果はあったが、更なる工夫が必要。</p> <p>3 ①レストラン利用は若干増加はしたが、一過性のものになっている感があるので更なる工夫が必要。</p> <p>②道の駅の活性化と新規顧客獲得には繋がった。</p> <p>③一定の効果はあるように感じるが、エリアへの入園者が少なく、大きなうねりになっていない。</p> <p>イベントの充実や話題性のある道の駅を目指さないで集客や収益の確保は難しい。</p> <p>4 ①イベント情報や花の開花情報の発信は効果があった。</p> <p>②商談会や情報説明会への積極的参加。旅館とセットで営業することで効果を感じられた。</p>

2 入園者一覧表(年間計画、実績)

(単位:人)

区分	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	計
平成29年度目標(人) A	5,500	9,500	7,000	7,500	25,000	8,000	8,500	8,500	5,000	4,000	4,500	7,000	100,000
平成29年度実績(人) B	3,307	5,738	3,713	5,054	22,233	3,660	5,690	6,030	2,969	2,174	2,621	4,975	68,164
対目標比率(%) C=B/A	60.1%	60.4%	53.0%	67.4%	88.9%	45.8%	66.9%	70.9%	59.4%	54.4%	58.2%	71.1%	68.2%
平成28年度実績(人) D	4,629	6,036	4,021	5,916	23,522	3,835	4,543	5,007	4,150	2,944	2,937	6,165	73,705
対28年度比率(%) E=B/D	71.4%	95.1%	92.3%	85.4%	94.5%	95.4%	125.2%	120.4%	71.5%	73.8%	89.2%	80.7%	92.5%
入園者の推移及び増減要因	<p>1. 入場者の推移</p> <p>・目標比68.2% 前年比92.5% (個人94% 団体89%)</p> <p>GW等各月のイベント参加者の減、夏休み共催イベントの減、カニバス等冬季集客の減、昨年の地震の影響により秋季は増。</p> <p>○団体の動きは鈍いが、関西・中京圏からの募集旅行による集客見込みはある。各商談会・説明会への参加やキャラバン等継続的な営業活動をおこなうとともに、旅行業協同組合等を利用したチラシ送付などにより更なる周知を図り新規団体の確保に努める。</p> <p>○ウェブの活用および新規広報媒体による広報強化により個人の増加が見込まれる。更なる魅力発信に努めていく。</p>												

平成29年度事業実績報告書

【鳥取二十世紀梨記念館】

1 事業概要

<p>(主な取り組み)</p> <p>1 魅力発信</p> <p>① 時季を問わず、一年中3品種の梨の食べ比べができることをセールスポイントの一つにして集客促進を行った。</p> <p>② 梨だけでなく、イチゴ・メロン・ブドウ・スイカ、柿等も試食として提供し、県産果実のPRに努めた。</p> <p>③ 施設のPRとして、国内外を問わず、積極的に取材に応じ館の魅力をアピールした。</p> <p>④ 特に山口、広島、四国方面への営業を強化した。</p> <p>⑤ インバウンドやスマホに対応できるようホームページをリニューアルした。</p> <p>2 イベントの充実</p> <p>① 毎月最終日曜日に開催する無料感謝デーが定着し、入館者の利用促進に努めている。</p> <p>② 施設の Mascotキャラクター「ナッシー」を多く登場させ、子供も楽しめるように魅力向上に取り組んだ。</p> <p>③ 外部団体との連携で、梨料理の試食会、スイーツ作りを行い満足度の向上に努めた。</p> <p>④ 梨ガーデンにおいて、摘果・袋かけ・梨狩りで、直接梨に触れる体験学習イベントを開催した。</p> <p>⑤ 夏にパークスクエア震災復興に伴うイベントを行い、地域の連携を図った。</p> <p>3 梨農家支援の充実</p> <p>① 「梨作り大学」の開講を継続して専門知識の普及を図るとともに、「梨のなんでも相談室」を常設して梨農家への支援を行った。</p>	<p>(主な取り組みに対する結果等)</p> <p>1</p> <p>① 特に団体客、外国人客に対して大きなアピールポイントとなっており、集客促進に寄与した。また、期間限定で梨5品種食べ比べも実施し魅力アップを図った。</p> <p>② 梨以外の果物も試食できることで、満足度の向上につながった。</p> <p>③ テレビ・ラジオを、目にした耳にしたと反響がありマスコミによる宣伝効果もあった。</p> <p>④ 旅行商品として梨記念館をツアーに組み込んでもらえたため、団体客の増加につながった。</p> <p>⑤ 年度末の導入であったため、今後の情報発信強化に期待する。</p> <p>2</p> <p>① 入館者は確保されており、継続して行う。</p> <p>② 子供も楽しめる施設であることをPRできており、親子での入館も多くなっている。特に記念撮影で楽しんでいただいている。プラレールの展示やジャグリング等大道芸人のショー、工作系の参加イベントなど多様なイベントを実施して来館者の満足の向上に貢献した。</p> <p>③ 毎月1回、試食会、スイーツ作りを行っており、梨を活用した調理が入館者に好評である。</p> <p>④ 展示施設でありながら、実際に梨づくり体験ができるところが魅力向上に繋がっている。</p> <p>⑤ 7年ぶりのパークスクエア全体のイベント開催で、より一層各施設との連携を図れた。</p> <p>3</p> <p>① 技術専門員の常駐により、梨農家からの専門的な相談も受けることができ、支援に貢献した。</p>
--	---

2 入園者一覧表(年間計画、実績).....3月末現在

区 分	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	計
29年度目標(人) A	6,500	10,000	8,000	11,000	18,500	12,500	12,500	12,000	6,500	6,500	7,000	9,000	120,000
29年度実績(人) B	8,256	10,371	7,411	11,653	20,936	11,508	10,639	11,648	6,291	6,050	8,271	9,744	122,778
対目標比率(%) C=B/A	127.0%	103.7%	92.6%	105.9%	113.2%	92.1%	85.1%	97.1%	96.8%	93.1%	118.2%	108.3%	102.3%
28年度実績(人) D	7,946	10,297	8,319	10,779	18,948	12,776	7,040	0	3,534	5,741	5,879	13,909	105,168
対28年度比率(%) E=B/D	103.9%	100.7%	89.1%	108.1%	110.5%	90.1%	151.1%	#DIV/0!	178.0%	105.4%	140.7%	70.1%	116.7%
入館者の推移、増減要因	<p>【推移】</p> <p>・6月、9月、3月以外は前年比増加となり全体では17,610人の増加となった。前年は10月に鳥取県中部地震の影響があり、それ以降は単純に前年比較はできないが、計画比でも10月以外は大きな減少がなく、概ね増加傾向であった。</p> <p>【要因】</p> <p>・6月は最終日曜(無料デー)が悪天候、9月は3連休に台風の影響、3月は前年にコナンミステリーの一括計上があったため、入館者が減ったが、それ以外は前年以上に来館いただいた。特に猛暑時に入館料が低額ね上、屋内で涼しく、試食梨もあることや、2月について前年の豪雪とアトリウムが閉鎖中であったこと、さらに今年度はプラレールイベントを開催し幼児(親子)に人気があったことから入館者が増加した。</p>												

平成29年度事業実績報告書

【 夢みなとタワー 】

1 事業概要

(主な取り組み)	(主な取り組みに対する結果等)
<p>1 地域との連携と観光振興</p> <p>①新日本海新聞社との連携イベント(春、夏)で入場者(約64,000人)を集めた。</p> <p>②夢みなと公園まつり実行委員会で開催する「公園まつり」(春、夏の大型イベント時)を開催した。</p> <p>③境港駅とタワー間を結ぶシャトルバスを運行(GW、盆の計8日間)した。</p> <p>④ほっとはあと&福祉ふれあいまつり、夢みなと子どもまつり等、各種団体と連携したイベントを開催した。</p> <p>⑤クルーズ船寄港時に、外国語での入館誘導やトリピーグッズの販売を行った。また、免税事業者へホールを貸出するとともに周辺施設等と連携して賑わいを創出した。</p> <p>2 情報発信と営業の充実</p> <p>①ホームページやfacebook、新たにツイッターもスタートした。</p> <p>②イベントチラシを、スタッフ全員で、鳥取県全域島根県及び岡山北部の小学校や保育園に配布した。</p> <p>③市報や商工会議所だよりなど地元広報誌掲載した。</p> <p>3 山陰・夢みなと博覧会20周年記念イベントや環日本海交流の実施</p> <p>①夢みなと博覧会から20年を迎え、トリピーのバースデーパーティー・博覧会を振り返るパネル展・記念シンポジウムを開催した。</p> <p>②国際交流の日の設定により、イベントを通じて、環日本海諸国の紹介(展示、食、体験等)を行った。</p>	<p>1</p> <p>①新日本海新聞社との連携イベント(春、夏)は昨年度よりは入場者は上回ったものの、年々減少傾向にあり、夢みなとタワー独自のイベントでも更なる集客を図る必要がある。</p> <p>②夢みなと公園まつり実行委員会で開催する「公園まつり」では周辺地域と連携し地域を盛り上げた。</p> <p>③境港駅からタワーへと結ぶシャトルバスを運行、地域の観光活性化に寄与した。</p> <p>④各種団体と連携し、知恵を出し合いながら集客を図った。</p> <p>⑤クルーズ客は約8000人(有料入館については2300人)のタワーへの入場があった。</p> <p>2</p> <p>①SNSを有効に活用し、常にタイムリーな情報提供を行った。</p> <p>②スタッフ全員でチラシを配布することで、全員が営業マンである意識を高めている。</p> <p>③地元広報誌掲載し、地域の集客に努めた。</p> <p>3</p> <p>①夢みなと博覧会20周年記念イベントは多くの報道機関にも取り上げられ、注目を集めたイベントだった。国際旅客ターミナルの竣工を2年後にひかえ、世界に広がる交流新時代を考えるきっかけとなった。</p> <p>②5月の国際交流の日モンゴル&中国の来場者が増加しているが、1月の国際交流の日韓国&ロシアは来場者が減少した。更なる集客の工夫が必要。</p>

2 入園者一覧表(年間計画、実績)

区 分	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	計
29年度目標(人) A	24,000	18,000	6,000	16,000	55,000	7,000	4,500	4,300	4,700	2,200	2,300	16,000	160,000
29年度実績(人) B	15,864	13,951	6,769	18,772	30,315	4,670	3,845	3,413	5,585	3,154	1,984	9,710	118,032
対目標比率(%) C=B/A	66.1%	77.5%	112.8%	117.3%	55.1%	66.7%	85.4%	79.4%	118.8%	143.4%	86.3%	60.7%	73.8%
28年度実績(人) D	14,425	13,679	6,184	12,157	23,731	4,634	3,345	2,981	5,267	3,528	2,309	14,112	106,352
対28度比率(%) E=B/D	110.0%	102.0%	109.5%	154.4%	127.7%	100.8%	115.0%	114.5%	106.0%	89.4%	85.9%	68.8%	111.0%

<p>入園者の推移、増減要因</p>	<p>【対目標比】73.8% 【対前年比】111.0%</p> <p>春は大型客船客の入館等により入館者数が増加。夏は日本海新聞社との共催による「サメの海とサンゴ礁の水族館」が対前年の入場者を上回ったことや山陰・夢みなと博覧会20周年の記念イベントにより、昨年度より大幅に増加した。9月はウォーキングイベントの「夢みなとウォーク」が台風の影響で中止となったが、フリーマーケットの開催などで前年度並みとなった。1月から2月にかけては、イベントの集客減により昨年を下回った。また、3月も日本海新聞社との共催イベント「宇宙博」を開催したが、集客には結びつかず前年度を下回った。年間トータルでは、対前年比111%と増加した。</p>
--------------------	--

平成29年度事業実績報告書

【施設名：とっとり花回廊】

1 事業概要

(主な取り組み)

1 植栽

- ①「タイムスリップ」をテーマに、春は17世紀のオランダのチューリップ全盛期を、初夏はアントワネットが愛した田園風景を、夏は江戸の夏祭りをイメージしたテラス展示を行った。
- ②写真スポットには年間を通して大型の花時計を設置し、季節の花を使用した展示を行った。
- ③春にはオランダキューケンホフ公園との交流20周年記念として、春の空中庭園をテーマにプロムナード橋にてハンギングバスケットの展示を実施した。
- ④キューケンホフ公園との交流20周年記念展示として、花の谷・キューケンホフコーナーでは樹木を整理し、洋芝を整備、看板を新調するなど景観作りを行った。また交流の証の一つであるチューリップ「とっとり」を花壇に植栽した。

2 催事

- ①桜まつり(ふれあい動物村、飲食屋台、コンサート、遊具貸出)を行い、花回廊の桜PR・誘客を図った。
- ②GWに大道芸、オランダ体験、大根島ボタン展等を行い、誘客を図った。
- ③夏休みイベントとして山陰初「闇の迷路」を開催するとともに、特典付きチラシを小中学校に配布し誘客に努めた。
- ④イルミネーション時に参加型の紙灯籠イベントを開催し満足度の向上に努めた。

3 広報

- ①春の繁忙期に向けテレビスポット及び番組招致、新聞折込チラシを行い誘客を図った。
- ②サマーフェスタチラシを地元小中学校に配布し誘客を図った。
- ③イルミネーションチラシを新聞折込に加えポスティングを行い誘客を図った。
- ④地元ケーブルテレビ・コミュニティFMの朝の情報番組に出演しPRを図った。

4 営業

- ①周辺施設と合同での韓国旅行会社営業を行い誘客促進を図った。
- ②香港旅行社との商談会、香港メディア・香港ブロガーの現地取材対応を行い、インバウンドの集客に努めた。
- ③大型クルーズ船のツアーを手配するランドオペレーター会社への営業を行い、クルーズ船客の誘客に努めた。
- ④周辺観光施設と協力して旅行会社の大イベントを鳥取西部地区に誘致した。

5 売店・レストラン・トレイン

- ①商品の販売状況を分析し、売れ筋商品の選定と効果的な配置替えを行った。
- ②花回廊オリジナル商品を随時開発した。
- ③園内外での物販販売にも積極的に参加した。
- ④ラーメン屋台の園内販売や出張販売を積極的に行った。
- ⑤レストランの地元食材を見直すとともに新メニューの開発を行った。
- ⑥電動式カートを正式に導入し、来園者の要望に応えるための新しい園内サービスを開始した。

6 交流事業

- ①メダカ品評会inとっとり花回廊、トヨタカラーオーナーミーティングinとっとり花回廊を開催し集客を図った。
- ②南部町との連携により、ふるさとの盆踊りフェスティバル、なんぶ町民花火大会を開催し誘客に努めた。
- ③鳥取県、南部町、地元ラジオ局と連携して大型コンサートを開催した。
- ④皆生温泉旅館組合との連携により皆生温泉花火ウィークを開催した。また花壇づくりの協力を行った。
- ⑤花と緑のフェア西部地区実行委員会(グリーンフェスタ米子)に協力し、寄せ植え教室等を開催した。
- ⑥花き振興協議会の「花のまつり」に協力し、高校生ハンギングバスケット教室を開催した。

(主な取り組みに対する結果等)

- ①写真スポットを意識した展示を行い、お客様に積極的に写真を撮っていただいた。夏の縁日では竹で作った水鉄砲で遊べる屋台の展示を植物と一緒に展示し、子供から大人まで楽しんでいただいた。30年度も写真スポットを意識した展示を行う。
 - ②季節の花を使用した花時計はバックにドーム、大山の背景が見える展示とし、多くのお客様が写真を撮られた。30年度も年間テーマにあわせた展示を行う。
 - ③ハンギングバスケットを間近に多くのお客様に見て頂いた。花回廊20周年に向けて計画したい。
 - ④キューケンホフ公園の雰囲気を感じて頂いた。またチューリップ「とっとり」のPRを行うことができた。
- ①各イベントにより桜広場の賑わいを創出できたが、飲食屋台が桜の景観を乱しているとの声もあり、飲食テントの場所については検討する。
 - ②大道芸はステージショー+回遊ショーも園内各所で行い、にぎやかな園内を演出できた。また、植栽展示、イベント、食等、全体でオランダを感じられる演出を展開できた。
 - ③山陰初開催の新感覚迷路+チラシ特典効果により小中学生の入園者が大幅に増加するとともに全体の個人客も増加した。迷路の評判も良かったので、来年度も同様なイベントを検討。
 - ④参加者の反応は良かった。次年度に向けても参加型の灯籠イベント開催を検討する。
- ①「チューリップバブル」春の空中庭園を前面に押し出したメリハリのきいた広報を実施し、個人客が増加した。
 - ②チラシの配布されない学校もあり、配布してもらえよう配布時期等を検討する。またイベントも好評であったため、有料広告の実施についても検討する。
 - ③新聞を取っていない若い年代へのチラシ配布により、来園動機のチラシが増加、10代20代の入園者割合が増加した。
 - ④旬の見ごろ情報を発信した。
- ①韓国旅行社が販売するTVショッピングツアーで2社採用となり、韓国入園者が増加した。エアソウルが今冬から増便になり、今後の送客が更に見込まれることから、引き続き現地営業を行う。
 - ②露出の増加により個人客を中心に香港からのお客が大幅に増加した。今後も商談会、メディア取材、SNSを通して情報発信を行い、さらなる誘客に努める。
 - ③中国、韓国、欧米からのクルーズ船客を誘客することに成功した。(上記要因含め外国人入園者数前年比140%)見学時間が足りないなどの意見が出るほど好評であり、引き続き営業を継続する。
 - ④1日のイベントで約1,000名のお客を集客するとともに、トレイン・売店等の売り上げにも貢献した。今後も周辺施設とのセットプランを営業し、県外来園者の誘客に取り組む。
- ①今年度から随時、商品選定と配置替えを実施しており、購入単価、売上額の増加に繋がった。またレストランと売店が連携して商品をPRする仕掛け作りにも取り組んでいる。
 - ②ポップコーン、ジグソーパズル、スプーンなどを発売し、花回廊のPRと売上向上に貢献した。
 - ③例年の阪神競馬場、BSSまつり、まきは祭りに加え、大阪道頓堀でのイベントや園内コンサート会場にも出店し売上向上と花回廊のPRに努めた。
 - ④園内での販売、例年の航空祭、海の市山の市に加え、蒜山高原センターに2回出店し、観光関連施設や旅行会社と連携しつつ、売上向上と花回廊のPRに努めた。
 - ⑤地元食材である唐揚げや豚肉の見直しを行うとともに季節のテーマに合わせたバミゴレン(オランダ風焼きそば)やエルテンスープ、恐竜カレーなどを開発し、食の充実にも努めた。
 - ⑥カート利用者の評価は非常に良く3月末までに442名の方が利用された。また来年度山陰DCに向けてカートを含む案内ツアーを企画するなど、カートと花の魅力をつなぐ企画商品の開発に取り組んでいる。
- ①「花+α」のイベントを行ったことにより、花回廊には興味があるが行くことの無かった層の来園動機に繋がった。来年度に向けて年に数回は外部団体との連携イベント開催を検討する。
 - ②なんぶ町民入園者が減少傾向にある。周辺市町村への広報PR強化による新規顧客層の開拓を検討。
 - ③県外を含め1,600名が来場するとともにTV、ラジオCMで花回廊をPRすることが出来た。今後も野外ステージを活用したイベント誘致を検討。
 - ④来園者への皆生温泉入浴剤プレゼントの実施、皆生温泉PR看板の設置及び園内放送等連携の強化、来園者の満足度の向上につながった。皆生温泉観光センター前に花回廊花の丘をイメージした植栽を3回行った。
 - ⑤西部地区実行委員会主催、花と緑のフェアで寄せ植え教室&コンテストを行った。午前午後の2回各回20名の参加。
 - ⑥県内の高校生を対象に鳥取県産花き等を用いて装飾技術の学習としてハンギングバスケットで行った。日野高校2年生13名、米子高校2年生13名の2校で行った。

2 利用者一覧表(年間計画、実績)

区 分	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	計
29年度目標(人) A	46,000	63,000	25,000	13,000	20,000	20,000	35,000	50,000	63,000	31,700	8,300	25,000	400,000
29年度実績(人) B	46,895	62,649	24,284	12,144	20,143	15,423	21,966	25,827	43,810	20,019	3,332	22,837	319,329
対目標比率(%) C=B/A	101.9%	99.4%	97.1%	93.4%	100.7%	77.1%	62.8%	51.7%	69.5%	63.2%	40.1%	91.3%	79.8%
28年度実績(人) D	45,597	58,832	23,123	12,521	15,880	14,854	25,095	32,658	52,586	25,870	3,704	21,600	332,320
対28年度比率(%) E=B/D	102.8%	106.5%	105.0%	97.0%	126.8%	103.8%	87.5%	79.1%	83.3%	77.4%	90.0%	105.7%	96.1%
入園者の推移、増減要因	4月	スプリングフェスティバルを中心に広報・営業をおこなった。折り込みチラシの他、TVCMを山陰、岡山、香川で放映したことに伴い、情報番組での取扱いが増えたことや開園記念日、入園者800万人セレモニーがメディアへ取り上げられた露出効果で前年比で個人客106%、小団体111%と増加した。外国人は大型クルーズ船のツアー入園者が650名あり前年比201%と大幅な増加となった。団体は昨年あった大型団体の穴埋めができず前年比66%と減少。全体としては増加し前年比103%となった。											
	5月	スプリングフェスティバル、ばらまつり、クレマチス展を中心に広報・営業をおこなった。オランダキューケンホフ公園との交流20周年記念の展示イベント「春の空中庭園」を前面に出した広報が功を奏し、週末を中心に天候にも恵まれたことより前年比で個人客が113%と増加した。外国人は大型クルーズ船の入園者約400名と、香港便を利用した香港の個人客が増加したことにより前年比153%と増加した。団体は大型団体の穴埋めが出来ず前年比86%と減少。全体としては増加し前年比106%となった。											
	6月	ばらまつり、クレマチス展、ゆりまつりを中心に広報・営業をおこなった。初めて東館で原種ユリのリレー展示をおこなったことやテレビ、新聞でゆりまつりを取り上げられる回数が増えたことにより、前年比で個人客が123%、小団体が102%と増加した。外国人は引き続き香港便を利用した香港の個人客が好調で、韓国人もクルーズ船やエアソウルを利用した団体が好調だったことにより前年比141%と増加。団体は大型団体の穴埋めが出来ず前年比65%と減少。全体としては増加し前年比105%となった。											
	7月	サマーフェスタ、食虫植物展を中心に広報・営業をおこなった。初の試みとして特典付きのチラシを作成し、保育園、小学校に配布をした効果で小中学生個人の入園者数が前年比140%と増加した。外国人はクルーズ船とエアソウルを利用したツアー団体が好調で前年比158%と増加となった。ただし小団体83%、団体85%と減少した為、全体としては減少し前年比97%となった。											
	8月	闇の迷路、食虫植物展、ハイビスカス展を中心に広報・営業をおこなった。特典付きのチラシと闇の迷路の相乗効果で小中学生個人の入園者数が前年比236%と大幅増加となり、大人を含めた個人全体で前年比120%と増加となった。団体は大型一般団体や募集ツアーで1,000名弱の入園があり、前年比230%と大幅な増加となった。小団体129%、外国人108%となり、全体としては増加し前年比127%となった。											
	9月	サルビアフェスティバルを中心に広報・営業をおこなった。今年からオータムフェスティバルからサルビアフェスティバルへ名称変更し、サルビアを前面に出した広報活動の効果やスターダストレビューの野外コンサート開催により個人客は前年比169%の大幅増加となった。小団体は95%、団体は昨年大型イベントがあった影響で44%と大幅な減少となった。外国人は韓国人のツアーや香港の個人客は好調だったもののクルーズ船の団体が少なく前年比95%と減少。全体としては増加し前年比104%となった。											
	10月	サルビアフェスティバル、菊の恐竜展、ハンギングバスケット&コンテナ展を中心に広報・営業をおこなった。台風が接近するなど週末の天候不良が続いたことにより個人客が前年比91%と減少。懸賞旅行の減少と台風による団体のキャンセルがあり前年比で小団体90%、団体75%と減少となった。外国人は大型クルーズ船のオプションツアーでの入園等があり前年比139%と増加。全体としては減少し前年比88%となった。											
	11月	サルビアフェスティバル、菊の恐竜展、フラワーイルミネーションを中心に広報・営業をおこなった。昼間の入園者数は前年比110%と増加したがイルミネーションの入園者数が減少した結果、前年比で個人客72%、小団体70%、団体88%と減少した。外国人は台湾からの団体と香港の個人客が好調で前年比138%と増加。全体としては減少し前年比79%となった。											
	12月	フラワーイルミネーションを中心に広報・営業をおこない、皆生温泉花火ウィークのイベントを実施しメディアでの露出を図った。今年は3連休が無かったことなどが影響し、前年比で個人客83%、小団体91%、団体82%、外国人83%と減少した。全体としても減少し前年比83%となった。											
	1月	フラワーイルミネーションを中心に広報・営業をおこなった。団体は昨年3,000名の大型団体があり前年比50%と減少。外国人は昨年コナンミステリー参加者500名の入園があり前年比50%と減少。その他でも前年比で個人84%、小団体90%と減少した。全体としても減少し前年比77%となった。											
	2月	パンジー・ピオラ展、クリスマスローズ展を中心に広報・営業をおこなった。雪による天候不良で前年比個人87%(88名減)、友の会87%(199名減)と減少した。小団体126%(59名増)、団体96%(14名減)。外国人は団体は増加したが昨年コナンミステリーの入園者が200名あり前年比69%(120名減)と減少した。全体としても減少し前年比90%となった。											
	3月	クリスマスローズ展、らんまつり・米子洋らの会展示会を中心に広報・営業をおこなった。3月後半は天候に恵まれたこと、桜が例年より早く開花したこと等、らんまつりとの相乗効果で前年比小団体123%、友の会118%、幼児131%と増加した。個人はギフト券販売分を年度末に計上したが、昨年度末にコナンミステリー未入園分を計上しており前年比71%と減少となった(コナン分を差し引けば106%と増加)。団体はらんまつりの募集ツアーが関西の旅行会社を中心に集客が好調で前年比150%と増加。外国人は大型クルーズ船のオプションツアーで700名の入園もあり前年比452%と大幅に増加した。全体としては増加し前年比106%となった。											