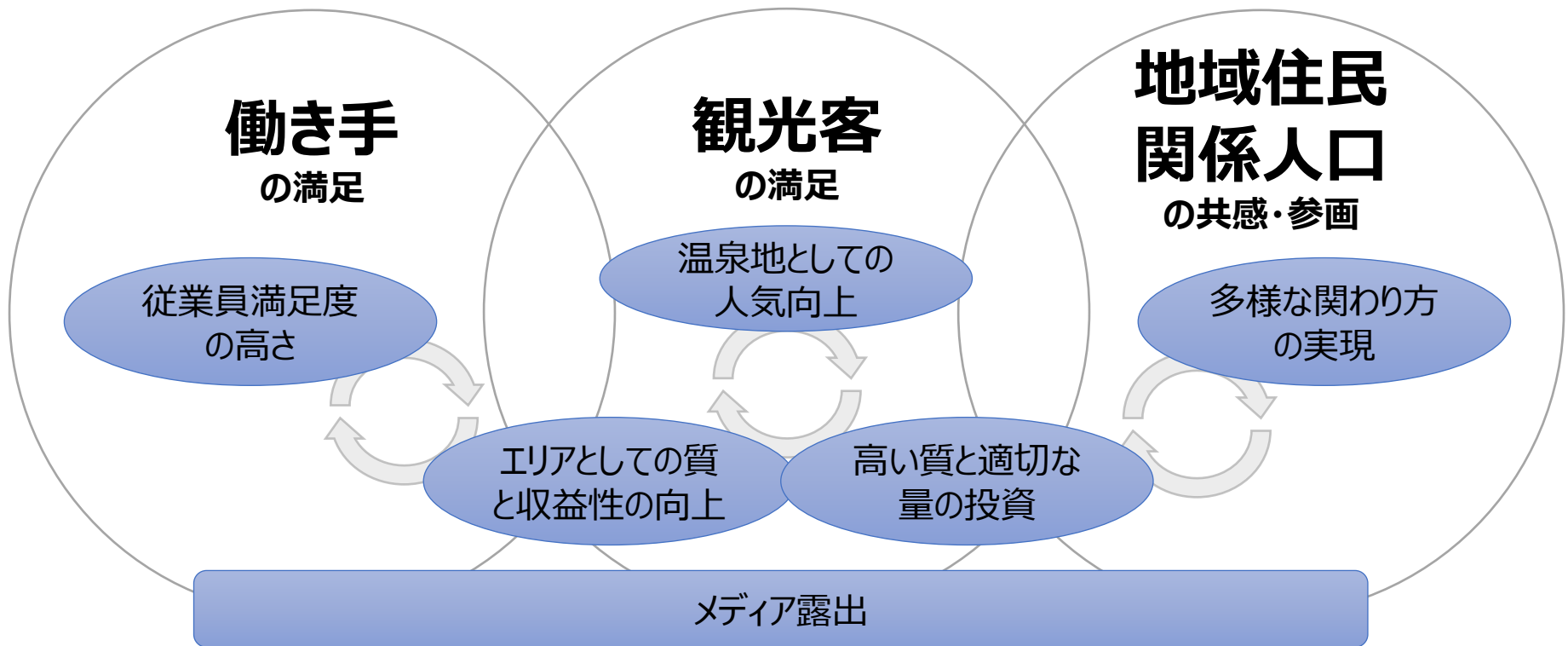


## 2020年3月10日 推進会議で議決した項目

- これまでの推進会議での議論を踏まえ、旅館組合等の事業者とも調整を進めてきた。
- 指標の検討に際しては、①正のサイクルが回る指標とすること、②データ取得内容の簡略化・具体化を念頭に、モニタリング指標を再検討した。
- 観光客からいただく入湯税の使途の適切性を把握しつつ、各主体の満足度を高める好循環が生まれるよう、それぞれの主体に対する取組の相関性が生じることを意識して取組を進めることが、長門湯本温泉の観光まちづくりを持続的なものとなる。



# モニタリング項目（最終）

目標	目標を達成するための過程を図る指標 KPI	データ取得方法
<b>【観光客の満足】</b> <b>1. 温泉地としての人気向上</b>	<b>1. 温泉地ランキング</b> ・2019年は48位（2018年53位、2015年86位（計画策定時））	・観光経済新聞社「にっぽんの温泉100選」 ・年1回
<b>【観光客の満足】</b> <b>2. エリアとしての質と収益性向上</b>	<b>2. RevPAR</b> ・人数ではなく質や金額を重視 ・エリア全体の収益増加・シーズンナリティの平準化	・調査主体はエリマネ法人 ・協力旅館のみ ・毎月データ集計
<b>【観光客の満足】</b> <b>3. 高い質と適切な量の投資</b>	<b>3. 投資の創出内容</b> ・新規のみでない、既存旅館の改装なども含む ・量のみを求めるのではなくキャリングキャパシティを勘案 ・評価委員が質と量を総合的に評価	・調査主体はエリマネ法人 ・年間を通じて情報収集
<b>【地域住民、関係人口の共感・参画】</b> <b>4. 多様な関わり方の実現</b>	<b>4. 生活者の関与度</b> ・働くことと暮らすことのつながりが生まれているか ・自治会活動数やちよいバイトちよい飲み登録者数など	・調査主体はエリマネ法人 ・自治会・事業者への聞き取り ・年1回
<b>【働き手の満足】</b> <b>5. 従業員満足度の高さ</b>	<b>5. 従業員満足度アンケート</b> ・従業員に選んでもらえる、長く勤めてもらう温泉地に	・調査主体はエリマネ法人 ・従業員のいる旅館等 ・年1回（Webアンケートを想定）
<b>【共通】</b> <b>6. メディア露出</b>	<b>6. メディア金額換算</b> ・オウンドメディア除く ・広告換算で算出（ターゲットメディア選定の適正さなども含む）	・算定主体はエリマネ法人 ・メディアデータは市と共有

3～6の項目についての具体的な項目や取得方法を検討中。