

▼第2次栃木市観光基本計画 進捗確認表

基本目標3 発信・連携		実施スケジュール					内部評価				
		単位施策	具体的な方策	R5	R6	R7	R8	R9	進捗	内容（取組状況・課題）	コメント
1	観光情報提供 ツールづくり	インターネットを活用 した情報発信	「蔵ナビ！」及び「と ち介とわくわく通販」 の充実						着手	「蔵ナビ！」では約320施設・約40イベントを掲載し、「とち介とわくわく通販」では約40店舗・約350種類の商品を掲載している。今後も施設、商品の充実にも努める。新しい観光資源の発掘と情報収集が課題である。	・「蔵ナビ！」と「とち介とわくわく通販」の取り組みは、観光情報と地元商業の発展に大いに寄与していると言えます。より多くの観光客に知ってもらえる、利用してもらえぬ取り組みが必要と考えます。
			WEBサイトやSNS を活用した情報発信						着手	市の公式HPやLINEに加え、栃木市観光協会や栃木市観光交流館「蔵ナビ」・横山郷土館ではInstagramにより情報を発信している。また、Googleビジネスプロフィールを活用し、タイムリーな情報更新を行い観光客の利便性の向上を図っていく。	・栃木市に入っている交通業者のSNSを活用することが検討できると思います。 ・デジタルツールの活用では、誘客ターゲットに応じた取り組みが必要と考えます。また、HPのPVやLINEのお友達登録数など具体的な数値目標があるとより誘客目標の解像度が上がると思います。 ・市の情報発信にLINEが加わったことにより情報を多くの人に伝えられているのではないかと。特に観光協会のインスタは写真も上手で見ごたえがあり楽しい。
		魅力的なパンフレット 等の作成	ターゲットとする都市 での観光キャンペーン の実施						一部着手	令和6年度に総合パンフレットの更新・増刷を行なった。また、大宮駅・北千住駅・スカイツリーアンテナショップ（とちまるショップ）にてターゲットに合わせたチラシやパンフレットを配布した。観光客のニーズに合った観光パンフレットの作成が今後の課題である。	・具体的なターゲット層およびそれを抽出した根拠を示していただけるとわかりやすいです。キャンペーンでのパンフレット配布数なども今後の取り組みを改善する上でも重要な指標と考えます。 ・総合パンフレットの実物が見られるとよい。
2	観光PRの実施	フィルムコミッション 事業の推進	フィルムコミッション 専用サイトの運営、ロ ケ地マップの作成						着手	市内で撮影された映像の紹介を通して、市のPRや観光誘客を図るため、「栃木市ロケ地MAP」を令和3年度から毎年発行している。また「栃木市フィルムコミッションサイト」を運営し、市内の撮影実績を掲載するとともに、制作者サイドに向けて撮影候補地やロケ地業者を紹介することで、撮影件数の増加に努めている。	・「栃木市ロケ地MAP」はWEB上でも見られるようにして、観光誘客に生かしてはどうか。見られるのかもしれないが、たどりつかなかった。 ・HPは見やすいが、撮影実績は更新されていないのですか？それとも最近あまり撮影がないのでしょうか？
			ロケ地案内看板の設置						一部着手	ロケ地案内看板の設置は、その地を訪れた来訪者に対して撮影実績をPRできるだけだけでなく、作品のファンがロケ地を実際に訪れる「聖地巡礼」を目的とした観光客の増加が期待できることから、作成に向け、掲載作品と候補地の選定を行っている。	・ロケ地案内板は良い ・「聖地巡礼」は今や観光資源のひとつ。情報発信の強化とロケ地選定の積極的な売り込みに期待
		メディア・交通事業 者・旅行者等への情 報提供	各事業者への情報発信 強化						着手	イベント等の観光に関する情報をプレスリリースしたり、桜まつりや秋まつりに関する情報をバス事業者へ発信し、情報発信の強化に努めている。	・イベントの情報発信にとどまらず、観光客が参加するという取組も誘客につながると思う。 ・イベントごとの誘客ターゲットに応じた各観光事業者へのPRが重要と考えます。また補助金等が付与できる施策などはしっかりと発信する必要があります。 ・毎年開催しているイベントものは、新しい話題があると取り上げやすい。小さなことでも「初めて」の要素を盛り込んでプレスリリースしてほしい。 ・大通り沿いや巴波川沿いの店舗さんからイベントの情報などが入ってこないとの意見をよく言われます。キッチンカーなど小規模の物とかも、何かで発信はしているのだと思いますがもう少し確実にいきたる方法はないでしょうか。
3	モニターツアー や外国人観光客 誘致による交流 促進	モニターツアーの実施	メディア、交通事業 者、旅行者を対象と したモニターツアーの 実施						一部着手	すでにモニターツアーを実施しているが、令和7年度に観光協会が旅行業を取得する見込みであることから、花や農産物等の季節ごとの魅力ある観光コンテンツをテーマにしたモニターツアーを実施し、栃木市の魅力のPRに努める。	・モニターツアー実施は良い ・イベントごとの誘客ターゲットに応じた各観光事業者へのPRが重要と考えます。また補助金等が付与できる施策などはしっかりと発信する必要があります。
		外国人観光客の受け入 れ環境整備と誘客促進	スマートフォンを活用 した多言語案内シス テムの構築						一部着手	栃木市散策ガイドアプリ蔵ミュージエについては英語、繁体字に対応している。今後も他のホームページ等の多言語化に対応していく。	・多言語観光AIガイドなど実用化が進んできているようです。先進的な取り組みを行っている地域から情報を取り、検討も必要と思います。
			海外向け旅行者に対 する観光PR						着手	海外旅行博に参加し、海外の旅行事業者向けにPRを行った。また、香港ブックフェアにてパンフレットの配布を行い、本市の魅力発信を行った。限られた予算の中で海外旅行者向けの情報発信等の施策展開が難しい。	・インバウンドの誘客は対象となる国、顧客層などを明確にしたプロモーションが必要になってくると思います。
4	広域的な連携に よる観光施策の 展開	共同観光PR・イベン ト等の実施	関連都市との共同イベ ントの開催						着手	毎年開催される「三県境フェア」に参加し、板倉町・加須市と連携し、観光PRをしている。また、佐野まるっとマルシェで出展し、佐野市から近い「みかも山東エリア」へ観光客の周遊を促している。	・地域間での観光促進活動は、観光業全体の活性化に大きく寄与します。今後は、地域間の連携強化や新たな観光ルートの開発など、さらに多角的なPR活動を展開し、観光客の周遊促進に向けた戦略的な取り組みを強化することが求められます。 ・更に毎年、春日部市の藤まつりにもお誘いいただき苺の販売と観光PRをしています。
		主要観光地での情報提 供、誘客連携	主要観光地での観光プ ロモーションの実施						着手	スカイツリーアンテナショップ（とちまるショップ）や佐野プレミアムアウトレット・日本橋イベントスペースにて観光PRを行った。PR活動の効果測定が今後の課題である。	・イベント参加者のフィードバックを収集したり、QRコードを使ったオンライン調査、SNSでのエンゲージメント分析などの方法を取り入れることが有効です。また、観光客の流入数や観光地の訪問数の増加を定期的にチェックすることも重要です。 ・市外でのPR活動実績をメディアにも教えて欲しい。
			広域観光ルートの拠点 化						一部着手	栃木市観光交流館「蔵ナビ」では様々な企画を通して、周辺観光施設への周遊を促すことで、観光ルートの拠点化を進めている。今後は近隣市町の情報も積極的に発信していくことが必要である。	・近隣市町と情報共有する事が大事 ・蔵ナビの観光ルートの拠点化は重要な取り組みと考えます。観光客の利用促進のPRなど、認知度向上も必要と考えます。
広域観光ルートづくり	広域観光モデルルート 作成						一部着手	令和7年度に「城跡を活用した分科会事業」を通して、県や他市町と連携し、広域にわたるルートを作成する。今後は、のほほん連絡協議会を通じて、両毛線沿線を巡る観光モデルルートの作成を検討する。観光協会においても、近隣市町の観光コンテンツを取り込んだルートの商品開発を進める。	・城跡や古墳など歴史探訪のルート作成も魅力的。既に県が作成している「めんめん街道」を活用してみるのも手段 ・テーマ性をもった観光資源の磨き上げはピーターの獲得につながる重要な施策と考えます。近隣市町との連携でより相乗的な効果が発揮できることを期待します。		