

▼第2次栃木市観光基本計画 進捗確認表(令和7年度)

基本目標3 発信・連携		実施スケジュール					内部評価		コメント		
基本施策	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)	
1	観光情報提供ツールづくり	「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。令和7年度は、イベント情報、お役立ち情報、アクセスのページを最新情報へ更新を行った。また、相良酒造を新規登録し、飯沼銘醸のページに酒蔵見学の紹介文を追加した。今後も施設、商品の充実に努める。新しい観光資源の発掘と情報収集が課題である。	「蔵ナビ!」や通販サイトの情報拡充・更新は基礎的な受入情報として評価でき、商品造成時の参考資料として有用です。一方で、情報の網羅性や体験型コンテンツの掲載が限定的で、旅行商品化や送客への直接的な活用には課題が残ります。今後は新規観光資源の発掘と体験メニューの充実を期待いたします。
		インターネットを活用した情報発信							着手	市の公式ホームページや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。令和7年度は、ホームページより不特定多数の閲覧者に情報発信ができるInstagram(栃木市観光協会・横山郷土館)のフォロワーを増やすため、キャンペーン等でフォローしてくれた方に景品をお渡しする取り組みを行った。令和8年度以降も引き続き、Instagramアカウントの周知に努め、情報を発信していく。	多様な媒体やSNSを活用した情報発信強化は認知拡大の面で評価でき、素材収集にも有益です。フォロワー獲得効果も一定の効果が見込まれます。一方で、予約導線や旅行商品との連動が弱く、送客や消費拡大への直接的効果は限定的です。今後は販売チャネルと連携した発信強化を期待いたします。 横山郷土館のInstagramは更新頻度も高く、行ってみたいと思わせる情報を発信していると感じる。栃木市観光協会のアカウントも臨時休業の情報が発信されるのでフォロワーにとってはタイムリーでよいと思う。
		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7年度は、総合パンフレット・散策マップの更新・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・栃木シティホームスタジアム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。今後は配布による効果測定を検討していく。また、若い女性向けのパンフレットを作成中である。
2	観光PRの実施	フィルムコミッション事業の推進							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弁業者を紹介することで、撮影件数の増加に努めている。令和7年度は、実写版映画で話題になった「秒速5センチメートル」の舞台の一つが岩舟駅であることから、版權を購入しロケ地マップに掲載した。ロケ関係者にPRするためのグッズとして、オリジナルの水筒を作成した。	秒速5センチメートルはファンも多く、観光客が岩舟駅を訪れたと聞きます。ロケ誘致による経済効果などを見える化して発信して頂けると記事化しやすいです。
		ロケ地案内看板の設置							一部着手	ロケ地案内看板については調整が整わず、設置に至っていないが、聖地巡礼のし易さ、情報更新の利便性を鑑み、グーグルマップへのロケ地情報の落とし込みを進めており、フィルムコミッションサブサイト内に令和8年3月末公開予定。スマホ片手に位置情報を見ながらロケ地を巡る形を目指す。	大いに期待します。 Webに公開されたらぜひ、情報提供をお願いします。
		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	令和7年度も、イベント等の観光に関する情報のプレスリリースや、桜まつりや秋まつりに関する情報をバス事業者へ発信などを行った。また、「FMくらら」や「Report Tochigi」、ケーブルテレビの情報発信番組「うらら」、県外のラジオ放送等に出演し、観光PRを行った。今後も引き続き情報発信に努める。
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							着手	栃木市観光協会において、令和7年4月16日に旅行業資格登録が完了し、ヨシ焼き見学と市内散策及び体験モニターツアーや産官学連携事業で開発した蔵の街見学と江戸料理を堪能するモニターツアーを実施した。	毎年実施し大いにPRしてほしい。 栃木市観光協会の旅行業登録により、ヨシ焼き見学や蔵の街散策、江戸料理体験など、地域資源を活かしたモニターツアーの実施は、当社にとって旅行商品造成の貴重なテストケースとして高く評価できます。一方で、まだモニターツアー段階であり、一般客向けの定常化・送客体制や予約導線が整備されていないため、広域送客や即時的な観光消費拡大には課題が残ります。今後は、当社との連携による商品化・販促展開を期待いたします。
		スマートフォンを活用した多言語案内システムの構築							着手	栃木市散策ガイドアプリ蔵ミューゼについては英語、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。なお、蔵ナビは5言語(英語、簡体字、繁体字、韓国語、タイ語)に対応している。	翻訳アプリが普及してきたので、これ以上の多言語化は急務ではないと思う。
		外国人観光客の受け入れ環境整備と誘客促進	海外向け旅行者に対する観光PR							着手	JNTO広域連携プロモーションの海外インフルエンサー招請事業を活用し、台湾インフルエンサーに栃木市の情報発信を行ってもらった。また、栃木市までのアクセスが良く、外国人来訪者が多い浅草駅や日光市にインバウンドのパンフレットを配架し、栃木市の知名度向上に努めた。今後は県や国の事業を活用しながら国外向けの情報発信に努めたい。
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							着手	毎年開催される三県境フェアに参加し、板倉町・加須市と連携して観光PRを実施した。また、佐野まるっとマルシェにも出展し、西方の農産物加工組合による農産物の物販や、観光協会と市内の地酒や、田中一村と縁のある奄美市で作られた黒糖焼酎の試飲販売を実施した。また、大河ドラマ「べらぼう」のゆかりの地である静岡県牧之原市のイベントに出展し、栃木市と喜多川歌麿をPRしたことで栃木市や歌麿交流館への観光客の誘導を行った。山口県下松市においては、小平浪平と日立製作所との繋がりから下松市のイベントにて栃木市のPRを行った。今後は各イベントへの出展を引き続き行うとともに、板倉町・加須市と連携して作成している三県境パンフレットの更新を行っていく。	各地区との交流PR活動大いに賛成、これからもお願いします。
		主要観光地での観光PRプロモーションの実施							着手	令和7年度は、とちまるショップにて地酒の試飲会を2回実施した。試飲会では、インバウンド向けに英語表記のポップ等も準備することで、インバウンド客に対しても積極的にPRした。また、佐野アウトレット・日本橋でもPRを実施し、アウトレットでは観光協会と連携し、地酒の試飲販売だけでなく、黒糖焼酎の試飲販売も実施した。とちまるショップの試飲会では、参加者へのアンケートを行い、アンケート結果は酒蔵にも提供した。アンケート結果は、今後はPR活動のターゲットや方法の検討材料にしていく。	地酒の販売は日本酒ブームの国内需要、インバウンドの海外需要両方にアプローチできるのでいい。
		広域観光ルートの拠点化								一部着手	令和7年度は、駅構内にあったデジタルサイネージを栃木市観光交流館「蔵ナビ」に移設した。それに伴い、「蔵ナビ」では、デジタルサイネージやパンフレットを活用して観光施設への周遊を促している。また、駅構内には代わりにモニターを設置し、イベント情報や観光案内を表示している。近隣市町の情報等の受け入れも行っているため、今後も効果的な観光ルートの拠点化を進めていく。
	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	県において、近隣市町を巡る広域観光モデルルートを作成しており、こちらを周知するとともに、令和7年度は、「城跡を活用した分科会事業」で城跡散策デジタルマップを作成したため、令和8年度はマップを活用し、県や市町と連携し、近隣市町の城跡やスポットを周遊する広域のモデルルートを作成していく。また、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。	西方城跡のツアー設立に期待。