

観光地域づくり法人形成・確立計画

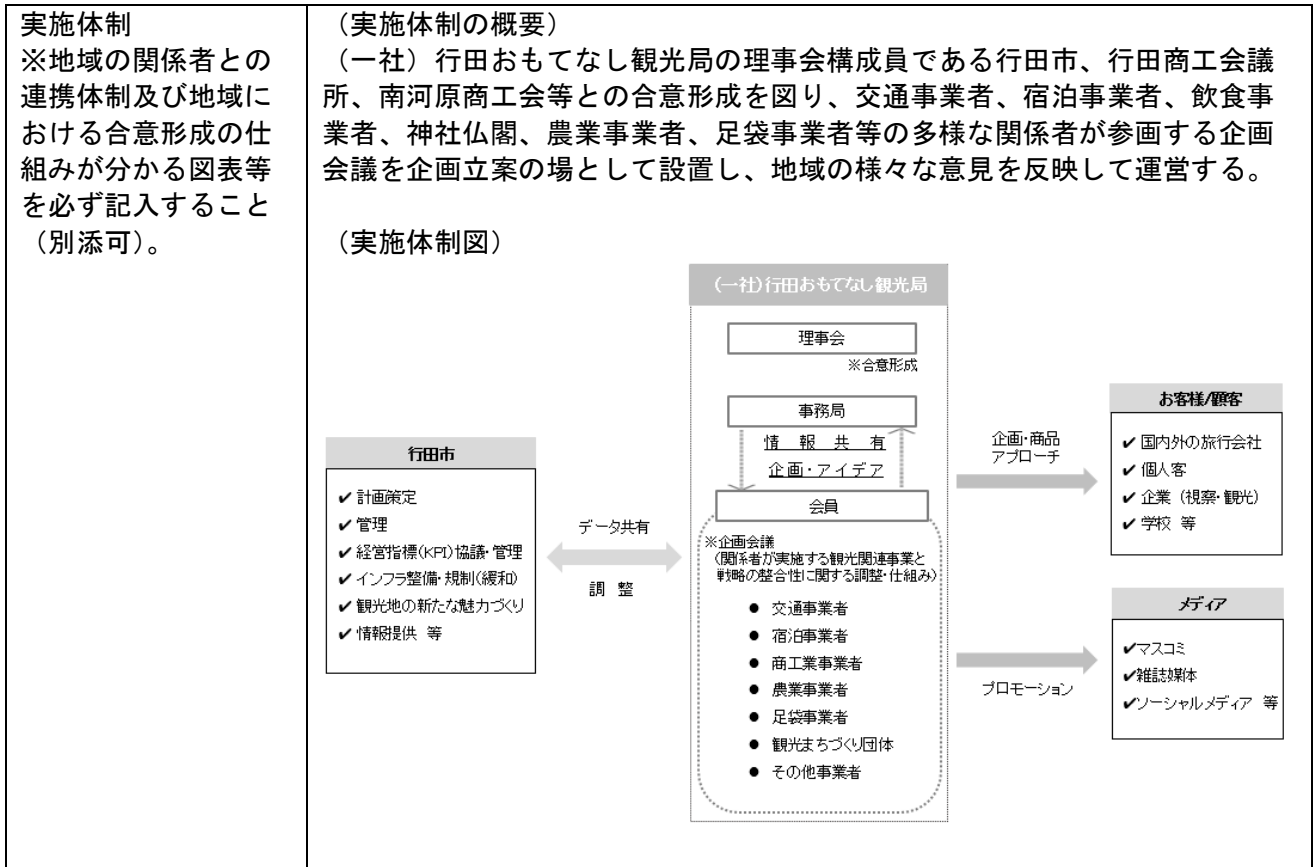
1. 観光地域づくり法人の組織

申請区分 ※該当するものを○ で囲むこと	広域連携DMO・地域連携DMO(地域DMO)	
観光地域づくり法人 の名称	一般社団法人 行田おもてなし観光局	
マーケティング・マネ ジメント対象とする 区域	区域を構成する地方公共団体名 埼玉県行田市	
所在地	埼玉県行田市	
設立時期	令和3年1月27日	
職員数	6人【常勤6人(内、出向1人)】	
代表者(トップ人 材:法人の取組につ いて対外的に最終的 に責任を負う者)	(氏名) 細井 保雄 (出身組織名) 行田商工会議所	行田商工会議所会頭として、地域の様々なパイプ 役となっており、在任期間中、様々な取組で成果 を挙げている。
データ収集・分析等 の専門人材(CM O:チーフ・マーケ ティング・オフィサ ー)	(氏名) 富山 紀和「専従」 (出身組織名) (一社)行田おもてな し観光局	大手旅行会社で28年間勤務。マーケティングにつ いて高い知見と能力を持つ。
財務責任者 (CFO:チーフ・ フィナンシャル・オ フィサー)	(氏名) 富山 紀和「専従」 (出身組織名) (一社)行田おもてな し観光局	大手旅行会社で28年間勤務。持続可能な運営のため、 運営収支や財源確保に関する検討を行う。
プロモーション部門 の責任者(専門人 材)	(氏名) 富山 紀和「専従」 (出身組織名) (一社)行田おもてな し観光局	大手旅行会社で28年間勤務。長年、集客を図るた めのプロモーションを行ってきたことから、高い 能力を持つ。
旅行部門の責任者 (専門人材)	(氏名) 富山 紀和「専従」 (出身組織名) (一社)行田おもてな し観光局	大手旅行会社で28年間勤務。長年、旅行商品の造 成・販売を行ってきたことから、企画から販売ま での高い能力を持つ。

(別添) 様式 1

<p>連携する地方公共団体の担当部署名及び役割</p>	<p>行田市商工観光課（観光関連計画策定・調整、観光予算確保、看板整備等） 都市計画課（都市計画、景観） 文化財保護課（文化財保護） 地域づくり支援課（地域公共交通）</p>
<p>連携する事業者名及び役割</p>	<p>行田商工会議所、南河原商工会（地域のパイプ役として各事業者の紹介） 金融機関（地域経済の底上げ） 交通事業者（アクセスの改善・確保） 宿泊事業者（宿の提供） 飲食事業者（地場産品を活用した食コンテンツの提供） 農業事業者（地場産品の生産、農業体験の提供） 足袋事業者（文化の普及・啓発、文化体験の提供） 観光まちづくり団体（市内ガイド、イベントの連携）</p>
<p>官民・産業間・地域間との持続可能な連携を図るための合意形成の仕組み</p>	<p>（該当する要件） ① （概要） ① 当法人理事会のメンバーを行政、金融機関、交通事業者、宿泊事業者、商工業事業者、農業事業者、地域の売りでもある足袋事業者、NPO等の観光まちづくり団体により構成することで、幅広い分野の関係団体の代表者により意思決定が図られる。</p>
<p>地域住民に対する観光地域づくりに関する意識啓発・参画促進の取組</p>	<p>定期的に事業者や地域住民参加型の企画会議を開催するほか、地域住民への啓発を目的としたシンポジウム等を開催する。</p>
<p>法人のこれまでの活動実績</p>	<p>当法人は令和3年1月27日に設立されたところであり、組織の拡大を図りながら、下記活動に着手するところである。 （活動の概要）※当法人の定款に基づく今後の活動予定 (1) マーケティング事業 ：データの継続的収集・分析をし、改善を図る。 (2) プロモーション事業 ：観光戦略に基づいた情報発信をし、地域への誘客を図る。 (3) 旅行事業 ：体験ツアーや周遊チケットの企画・造成・販売等をする。 (4) 観光施設運営事業 ：市内2カ所観光案内所を市より受託し、運営する。また、観光物産館を運営し、特産品のブランディングや当法人の自主財源確保を図る。</p>

(別添) 様式 1



2. 観光地域づくり法人がマーケティング・マネジメントする区域



(別添) 様式 1

【区域設定の考え方】

本市には埼玉古墳群をはじめ、古代蓮の里、忍城、足袋蔵、神社仏閣等の観光資源が数多くある。令和2年度に設置した「行田市観光地域づくり法人設立準備委員会」における検討の中でも、先述の観光資源等を活用し、「歴史・文化・自然を五感で体感できるまち」としてより一層地域内外にPRし、当市を観光地としてブランド化していくことを当法人のミッションの1つとして掲げていることから、行田市全域を設定区域とするのが適切と判断した。

【観光客の実態等】

令和元年度における主要観光施設入込客数は約45万人であるが、その半数以上が飲食や購買を伴っておらず(令和元年度主要観光施設観光消費額:580,940千円)、本市への来訪が経済行動に結びついていないという課題がある。また、本市の集客は6月から8月にかけて集中しており、シーズン以外の時期との繁閑差が激しいため、これを解決した通年型の観光地形成を目指している。

【観光資源：観光施設、商業施設、自然、文化、スポーツ、イベント等】

- (観光施設) 郷土博物館、さきたま史跡の博物館、古代蓮会館 等
- (自然) 古代蓮の里、水城公園、さきたま緑道 等
- (歴史・文化) 忍城址(関東七名城)、埼玉古墳群(国指定特別史跡)、足袋蔵(日本遺産認定)、足袋(国指定伝統的工芸品)、行田八幡神社、前玉神社 等
- (スポーツ) 鉄剣マラソン(4月上旬) 等
- (イベント) さきたま火祭り(5月上旬)、行田蓮まつり(7月上旬)、浮き城まつり(7月下旬)、商工祭・忍城時代まつり(11月中旬)、古代蓮の里イルミネーション(11月下旬～1月上旬) 等

上記資源などを素材とした着地型旅行商品を造成・販売等し、観るだけの観光ではなく、五感で体感できる観光を実現する。

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

<旅館・ホテル>

域内分布：市内全域に立地

施設数：旅館4施設、ホテル3施設

【利便性：区域までの交通、域内交通】

<区域までの交通>

- (車の場合) 東北自動車道羽生インターより約25分
- 関越自動車道東松山インターより約30分
- 圏央道桶川北本インターより約30分

(鉄道の場合) 東京駅からJR高崎線で約65分

<域内交通>

行田市内循環バス(コミュニティバス)、路線バス、タクシー、レンタサイクル

【外国人観光客への対応】

令和元年度に観光案内所等において、多言語翻訳機やキャッシュレス決済の導入を実施し、JNTOより、外国人観光案内所カテゴリー1の認定を受けている。また、現在、パンフレットや観光案内板、HPの多言語化を進めている。

3. 各種データ等の継続的な収集・分析

収集するデータ	収集の目的	収集方法
WEBサイトのアクセス状況	地域に対する顧客の関心度や施策の効果等を把握するため。	データ収集・分析ツールを活用して実施。
観光消費額	観光の地域活性化貢献度を把握するため。	アンケート調査等を自主事業にて実施。
主要観光施設入込客数	入込実績及び繁閑差を継続的に検証するため。	行田市にて実施する調査にてデータ収集。
延べ宿泊者数	地域での滞在時間及び観光消費額の一要素を把握するため。	宿泊施設への調査を自主事業にて実施。
来訪者満足度	受入環境を検証し、リピートに繋げるため。	アンケート調査等を自主事業にて実施。
リピーター率	地域ファンの数や施策の効果等を把握するため。	アンケート調査等を自主事業にて実施。

4. 戦略

(1) 地域における観光を取り巻く背景

行田市では、定住人口減少による域内の市場経済縮小や来訪が経済活動にあまり結びついていない等の課題を抱えている。こうした地域の課題に対し、当法人を中心として、観光コンテンツの開発・強化をはじめとした受入環境の整備やデータに基づいた戦略的な情報発信を行うことで、新たな雇用の創出や交流人口の増加に繋げていく。

(2) 地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	強み (Strengths) <ul style="list-style-type: none"> 日本遺産や国の特別史跡等に認定されている優れた文化資源が豊富 行田足袋が国の伝統的工芸品に指定 「ゼリーフライ」・「フライ」等メディアに取り上げられる郷土料理 ドラマ「陸王」で知名度を上げた足袋の街 映画「のぼうの城」で知名度を上げた忍城 ギネス認定されている「田んぼアート」 首都圏での知名度が高い「古代蓮の里」 神社仏閣が多い 	弱み (Weaknesses) <ul style="list-style-type: none"> 各観光スポットが連動していない 宿泊施設が少ない 団体を受け入れられる土産屋や飲食店が少ない 土産品や飲食店の認知が低く、観光消費額が低い 観光案内所の発信機能が不十分 秩父鉄道（ローカル線）の魅力が伝わっていない JR行田駅から観光スポットへの誘導策が弱い
外部環境	機会 (Opportunity) <ul style="list-style-type: none"> 埼玉県深谷市出身の渋沢栄一が主人公となる大河ドラマが2021年より放送開始予定 ジャパンラグビートップリーグのパナソニックワイルドナイツが埼玉県熊谷市に2021年より本拠地移転予定 	脅威 (Threat) <ul style="list-style-type: none"> 市外観光地との連携が取れていない 高速道路インターからの距離がある インバウンドが激減している

(別添) 様式 1

(3) ターゲット

<p>○第1ターゲット層 首都圏（東京都、茨城県、栃木県、群馬県、埼玉県、千葉県、神奈川県、山梨県）</p>
<p>○選定の理由 観光アンケートからも他地域と比較して当該ターゲット層の来訪が著しく多いことが明確となっており、かつ、人口集積地でもある当地域は市場としても非常に大きいものであるため。</p> <p>○取組方針 With コロナ期においてはマイクロツーリズムの傾向も強いことから、首都圏に集中して、情報発信を行うとともに、飲食や物販等受入体制の充実を図り、滞在時間を延伸し、観光消費額を向上させる。</p>
<p>○ターゲット層 アジア圏（台湾、中国、タイ）</p>
<p>○選定の理由 埼玉県においても当該ターゲットを中心に施策を展開しており、連携することで、効果的・効率的に集客を図れると判断したため。</p> <p>○取組方針 JNTO 及び埼玉県と連携して情報発信を行うとともに、ホームページやパンフレットの多言語化、着物着付け体験等の体験型コンテンツの充実を図っていく。</p>

(4) 観光地域づくりのコンセプト

<p>①コンセプト</p>	<p>古代からの歴史・文化・自然を五感で体感できるまち</p>
<p>②コンセプトの考え方</p>	<p>当市には、古代蓮、古墳、忍城、足袋等、古代から現代に至るまでの歴史・文化・自然を感じることができる観光資源を抱えており、これらは他地域と差別化できるものである。しかしながら、現在は、これらの資源を観る観光が中心であり、滞在時間も短く、観光アンケート等からも観光消費額が低い状態であることが明確となっている。そこで、例えば、「和装で足袋蔵のまちや忍城下町を巡る」等体験型観光を創出し、地域資源に付加価値を付すことで、観光スポット間の連動も図り、上記課題を解決していく。なお、こうした日本文化の発信により、アジア圏の取り込みも図っていく。</p>

5. 関係者が実施する観光関連事業と戦略との整合性に関する調整・仕組み作り、プロモーション

項目	概要
戦略の多様な関係者との共有 ※頻度が分かるよう記入すること。	多様な関係者が参画する当法人会員により構成する企画会議
	多様な関係者が参画する当法人会員により構成する企画会議（年間4回程度）において、当法人が収集・分析したデータの共有や新たな企画の立案等を実施する。これにより、地域資源の掘り起こし等を図る。
観光客に提供するサービスについて、維持・向上・評価する仕組みや体制の構築	観光客からの評価を把握するために観光客向けアンケート・ヒアリングを実施し、この結果を企画会議等において共有し、食や土産品等の改善案を提案する。また、観光関連事業者を対象としたセミナー等を定期的に開催し、人材育成も図っていく。
観光客に対する地域一体となった戦略に基づく一元的な情報発信・プロモーション	当法人ホームページに当法人会員が提供している食や土産品、体験型コンテンツ等を掲載し、観光客に対する情報発信を一元化する。また、JNTO や埼玉県に対して積極的に情報共有をし、連携を図っていく。

6. K P I（実績・目標）

(1) 必須 K P I

指標項目		2018	2019	2020	2021	2022	2023
		(H30) 年度	(R1) 年度	(R2) 年度	(R3) 年度	(R4) 年度	(R5) 年度
●旅行消費額 (百万円)	目標	— (—)	— (—)	— (—)	610.0 (—)	640.0 (—)	673.0 (—)
	実績	— (—)	580.9 (—)	未確定 (—)	未確定 (—)	未確定 (—)	未確定 (—)
●延べ宿泊者数 (千人)	目標	— (—)	— (—)	— (—)	38.7 (—)	39.1 (—)	39.5 (—)
	実績	— (—)	38.4 (0.3)	未確定 (—)	未確定 (—)	未確定 (—)	未確定 (—)
●来訪者満足度 (%)	目標	— (—)	— (—)	— (—)	39.0 (—)	41.0 (—)	43.0 (—)
	実績	— (—)	37.1 (—)	未確定 (—)	未確定 (—)	未確定 (—)	未確定 (—)
●リピーター率 (%)	目標	— (—)	— (—)	— (—)	49.0 (—)	51.0 (—)	53.0 (—)
	実績	— (—)	47.4 (—)	未確定 (—)	未確定 (—)	未確定 (—)	未確定 (—)

※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値

目標数値の設定にあたっての検討の経緯及び考え方

【検討の経緯】

当法人は行政と同じ方向性を向き、連携・協力して活動していくことが必要であることから、行田市総合振興計画及び行田市まち・ひと・しごと創生総合戦略において設定している目標数値とまずは整合を図った。そのうえで、当法人設立に向けて多様な関係者が参画する「行田市観光地域づくり法人設立準備委員会」において合意形成を図った。

【設定にあたっての考え方】

●旅行消費額

R1年度より観光アンケートを実施し、回答結果等を基に基準値を設定した。R3年度以降は約5%上昇の目標値を設定した。

●延べ宿泊者数

R1年度より市内宿泊施設に延べ宿泊者数調査を実施し、基準値を設定した。R3年度以降は約1%上昇の目標値を設定した。

●来訪者満足度

R1年度より観光アンケートを実施し、回答結果を基に基準値を設定した。R3年度以降は約2%上昇の目標値を設定した。

●リピーター率

R1年度より観光アンケートを実施し、回答結果を基に基準値を設定した。R3年度以降は約2%上昇の目標値を設定した。

(2) その他の目標

指標項目		2018	2019	2020	2021	2022	2023
		(H30) 年度	(R1) 年度	(R2) 年度	(R3) 年度	(R4) 年度	(R5) 年度
●HPレビュー数 (回)	目標	—	—	—	397,000	416,000	437,000
		(—)	(—)	(—)	(—)	(—)	(—)
	実績	—	377,733	未確定	未確定	未確定	未確定
		(—)	(—)	(—)	(—)	(—)	(—)

※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値

指標項目及び目標数値の設定にあたっての検討の経緯及び考え方

【検討の経緯】

当法人は行政と同じ方向性を向き、連携・協力して活動していくことが必要であることから、行田市総合振興計画及び行田市まち・ひと・しごと創生総合戦略において設定している目標数値とまずは整合を図った。そのうえで、当法人設立に向けて多様な関係者が参画する「行田市観光地域づくり法人設立準備委員会」において合意形成を図った。

【設定にあたっての考え方】

●HPレビュー数

R1年度を基準とし、R2年度にホームページリニューアル等を実施し、R3年度以降は約5%上昇の目標値を設定した。

7. 活動に係る運営費の額及び調達方法の見通し

(1) 収入

年(年度)	総収入(千円)	内訳
2020 (R2) 年度	130 (千円) (予定)	【行田市観光協会からの寄附金】 130 (千円)
2021 (R3) 年度	89,427 (千円) (予定)	【会費収入】 700 (千円) 【売上収入】 7,420 (千円) 【委託収入】 10,000 (千円) 【国からの補助金】 33,960 (千円) 【市からの補助金】 37,347 (千円)
2022 (R4) 年度	58,019 (千円) (予定)	【会費収入】 750 (千円) 【売上収入】 8,257 (千円) 【委託収入】 10,000 (千円) 【市からの補助金】 39,012 (千円)
2023 (R5) 年度	58,054 (千円) (予定)	【会費収入】 750 (千円) 【売上収入】 9,253 (千円) 【委託収入】 10,000 (千円) 【市からの補助金】 38,051 (千円)

(2) 支出

年(年度)	総支出	内訳
2020 (R2) 年度	130 (千円) (予定)	【管理費】 130 (千円)
2021 (R3) 年度	89,427 (千円) (予定)	【一般管理費】 21,622 (千円) 【マーケティング事業】 2,000 (千円) 【プロモーション事業】 24,900 (千円) 【イベント事業】 4,400 (千円) 【おもてなし活動事業】 3,500 (千円) 【レンタサイクル事業】 1,350 (千円) 【旅行商品造成・販売事業】 3,000 (千円) 【オリジナルグッズ販売事業】 4,098 (千円) 【観光案内所運営事業】 9,302 (千円) 【物販施設運営事業】 8,205 (千円) 【その他】 7,050 (千円)
2022 (R4) 年度	58,019 (千円) (予定)	【一般管理費】 20,902 (千円) 【プロモーション事業】 11,400 (千円) 【イベント事業】 2,000 (千円) 【おもてなし活動事業】 3,500 (千円) 【レンタサイクル事業】 1,350 (千円) 【旅行商品造成・販売事業】 400 (千円) 【オリジナルグッズ販売事業】 910 (千円) 【観光案内所運営事業】 9,302 (千円) 【物販施設運営事業】 8,205 (千円) 【その他】 50 (千円)

(別添) 様式 1

2023 (R5) 年度	58,054 (千円) (予定)	【一般管理費】	20,902 (千円)
		【プロモーション事業】	11,400 (千円)
		【イベント事業】	2,000 (千円)
		【おもてなし活動事業】	3,500 (千円)
		【レンタサイクル事業】	1,350 (千円)
		【旅行商品造成・販売事業】	400 (千円)
		【オリジナルグッズ販売事業】	945 (千円)
		【観光案内所運営事業】	9,302 (千円)
		【物販施設運営事業】	8,205 (千円)
		【その他】	50 (千円)

(3) 自律的・継続的な活動に向けた運営資金確保の取組・方針

市からの委託事業の受託や着地型旅行商品を造成し観光案内所、Web上での販売を積極的に実施していく。また、物販施設も運営していく予定であることから、売上を向上させ、行政からの補助率を低下させ、自律的な運営を図っていく。

8. 観光地域づくり法人形成・確立に対する関係都道府県・市町村の意見

行田市は、一般社団法人行田おもてなし観光局を当該市における地域DMOとして登録したいので当法人とともに申請します。

9. 記入担当者連絡先

担当者氏名	富山 紀和
担当部署名 (役職)	(一社) 行田おもてなし観光局事務局長
郵便番号	361-0077
所在地	埼玉県行田市忍2丁目1番8号
電話番号 (直通)	048-554-1036
FAX番号	048-554-1036
E-mail	kanri@gyoda-kankoukyoukai.jp

10. 関係する都道府県・市町村担当者連絡先

都道府県・市町村名	埼玉県行田市
担当者氏名	吉松 良祐
担当部署名 (役職)	行田市環境経済部商工観光課・主任
郵便番号	361-8601
所在地	埼玉県行田市本丸2番5号
電話番号 (直通)	048-556-1111 (内 375)
FAX番号	048-553-5063
E-mail	syoko@city.gyoda.lg.jp

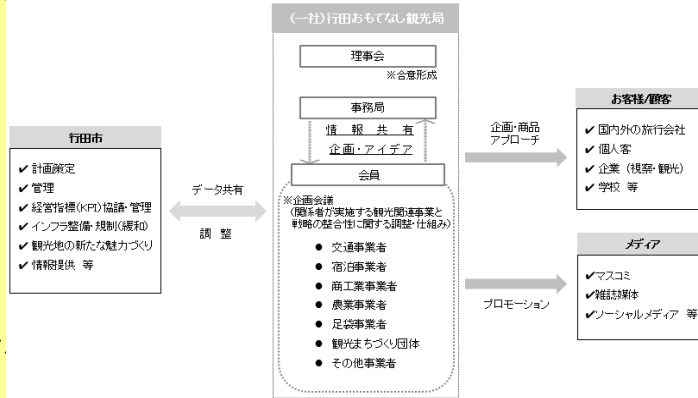
法人名：一般社団法人行田おもてなし観光局
登録区分名：地域DMO

【区域】埼玉県行田市
 【設立日】令和3年1月27日
 【代表者】細井 保雄
 【マーケティング責任者(CMO)】

富山 紀和
 【財務責任者(CFO)】
 富山 紀和
 【職員数】6人
 (常勤6人(正職員4人、契約社員1人、出向1人))

【連携する主な事業者】
 行田商工会議所、南河原商工会、金融機関、
 交通事業者、宿泊事業者、飲食事業者、農業事業者、
 足袋事業者、観光まちづくり団体 等

実施体制



マーケティング・マネジメントする区域

【主な観光資源】
 埼玉古墳群、忍城址、古代蓮の里、足袋蔵、足袋 等



合意形成の仕組み

【該当する登録要件】(該当番号)①

【概要】
 当法人理事会のメンバーを行政、金融機関、
 交通事業者、宿泊事業者、商工業事業者、農
 業事業者、地域の売りでもある足袋事業者、
 NPO等の観光まちづくり団体により構成する
 ことで、幅広い分野の関係団体の代表者によ
 り意思決定が図られる。

法人のこれまでの活動実績

当法人は令和3年1月27日に設立されたところ
 であり、組織の拡大を図りながら、下記活
 動に着手するところである。

(活動の概要)
 ※当法人の定款に基づく今後の活動予定

- (1)マーケティング事業
- (2)プロモーション事業
- (3)旅行事業
- (4)観光施設運営事業

戦略

【主なターゲット】
 首都圏(東京都、茨城県、栃木県、群馬県、
 埼玉県、千葉県、神奈川県、山梨県)
 【ターゲットの誘客に向けた取組方針】
 Withコロナ期においてはマイクロツーリズ
 ムの傾向も強いことから、首都圏に集中し
 て、情報発信を行うとともに、飲食や物販
 等受入体制の充実を図り、滞在時間を延伸
 し、観光消費額を向上させる。

観光関連事業者と戦略との整合性に関する調整・仕組み作り、プロモーション

【多様な関係者との戦略の共有】
 多様な関係者が参画する当法人会員により
 構成する企画会議(年間4回程度)におい
 て、当法人が収集・分析したデータの共有
 や新たな企画の立案等を実施する。
 【サービス維持・向上・評価体制の構築】
 観光客向けアンケート・ヒアリングを実施
 し、この結果を企画会議等において共有し、
 食や土産品等の改善案を提案する。
 【戦略に基づく一元的な情報発信】
 当法人HPに会員が提供している食等を掲
 載し、観光客への情報発信一元化を図る。

KPI(実績・目標)

※()内は訪日外国人旅行者に関する数値

指標項目		2018	2019	2020	2021	2022	2023
		(H30)	(R1)	(R2)	(R3)	(R4)	(R5)
		年度	年度	年度	年度	年度	年度
●旅行消費額 (百万円)	目標	—	—	—	610.0	640.0	673.0
	実績	(—)	(—)	(—)	(—)	(—)	(—)
●延べ宿泊者数 (千人)	目標	—	—	—	38.7	39.1	39.5
	実績	(—)	(0.3)	(—)	(—)	(—)	(—)
●来訪者満足度 (%)	目標	—	—	—	39.0	41.0	43.0
	実績	(—)	37.1	未確定	未確定	未確定	未確定
●リピーター率 (%)	目標	—	—	—	49.0	51.0	53.0
	実績	(—)	47.4	未確定	未確定	未確定	未確定

活動に係る運営費の額及び調達方法の見通し

【主な収入】売上収入 7,420千円、委託収入10,000千円、
 国補助金 33,960千円、市補助金37,347千円(R3年度)
 【総支出】 89,427千円(一般管理費21,622千円、事業費67,805千円)
 (R3年度)
 【自律的・継続的な活動に向けた運営資金確保の取組・方針】
 市からの委託事業の受託や着地型旅行商品の造成・販売、物販施
 設の売上向上等により、自主財源を拡充していく。