観光地域づくり法人形成･確立計画

記入日：令和７年６月１０日

１．観光地域づくり法人の組織

申請区分 ※該当するものを〇で囲むこと	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	（一社）足利市観光協会	
マネジメント・マーケティング対象とする区域	区域を構成する地方公共団体名 栃木県足利市	
所在地	栃木県足利市伊勢町三丁目６－４	
設立時期	２０１５年９月２９日	
事業年度	４月１日から翌年３月３１日までの１年間	
職員数	２７人【常勤１４人（正職員１０人・準職員４人）、パート１３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） ※必ず記入すること	（氏名） 早川慶治郎 （出身組織名） （一社）足利市観光協会	あしかがフラワーパークの創業者であり、足利商工会議所会頭として地域経済をけん引し、会頭在任中には、日本商工会議所の観光専門委員会委員長として、全国の観光振興に寄与した。現在、一般社団法人足利市観光協会会長として６期１２年の任期中である
データ分析に基づいたマーケティングに関する責任者（ＣＭＯ：チーフ・マーケティング・オフィサー ※必ず記入すること	（氏名） 廣川　輝「専従」 （出身組織名） （一社）足利市観光協会	足利市観光協会のプロパー職員として、総括マネージャーを務め、事業企画や広報宣伝を担当し、総合的なマーケティング、プロモーションの責任者となっている。ＤＭＯにおいても、同様の役割を担っている。
財務責任者（ＣＦＯ：チーフ・フィナンシャル・オフィサー） ※必ず記入すること	（氏名） 今若晴代「専従」 （出身組織名） （一社）足利市観光協会	足利市観光協会のプロパー職員として、経理・財務の主任を務め、財務全般の業務を担当している。ＤＭＯにおいても、同様の役割を担っている。
各部門（例：プロモーション）の責任者（専門人材）		

様式１

※各部門責任者のうち専従の者については、氏名の右横に「専従」と記入すること		
各部門（例：旅行商品の造成･販売）の責任者（専門人材）		
連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	足利市産業観光部観光まちづくり課 商業にぎわい課 産業ものづくり課 農政課 総合政策部総合政策課 地域創生課 秘書広報課 教育委員会文化課 史跡足利学校事務所	
連携する事業者名及び役割	足利商工会議所（プロモーション・特産品の開発） 足利市坂西商工会（特産品の開発） ＪＡ足利（農産品・特産品開発） 足利商業連合会（特産品の開発・特産品等販売） 足利地区タクシー協議会（二次交通） 足利菓子工業組合（特産品の開発・販売） 足利うまいもの会（特産品の開発・販売） 足利観光みやげ品協会（特産品の開発・販売） 足利旅館組合（宿泊・食事） 足利ホテル旅館開発組合（宿泊・食事） 東日本旅客鉄道足利駅（一次交通） 東武鉄道足利市駅（一次交通） 足利市ボランティアガイド協会（来訪者おもてなし・着地型旅行商品）	
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	【該当する登録要件】① （概要） ＤＭＯの合意形成の仕組みとして、ＤＭＯの中に地域の事業者、その他市民団体、行政の担当者などで構成された運営委員会を設け、各団体等の意見の集約と活動方針の取りまとめを行います。その集約した意見をＤＭＯの母体であり、連携する事業者、市民団体、行政などから選出された理事で構成する（一社）足利市観光協会の理事会に諮り、連携する事業者、市民団体、行政等の合意形成を図ってまいります。	
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	地域住民に対しては、足利市観光協会への加入促進の働きかけに加えて、より手軽に観光振興に参画できる「あしかが観光ファンクラブ」制度を設けるなど会員の拡充に努めています。また、「足利市観光アシスタント」を随時募集し、観光イベント、観光ＰＲ、観光案内などへの参加を促し、観光協会ホームページで、ＤＭＯの情報を随時公表しており、理解を得ての幅広い合意形成が可能と考えます。	

様式１

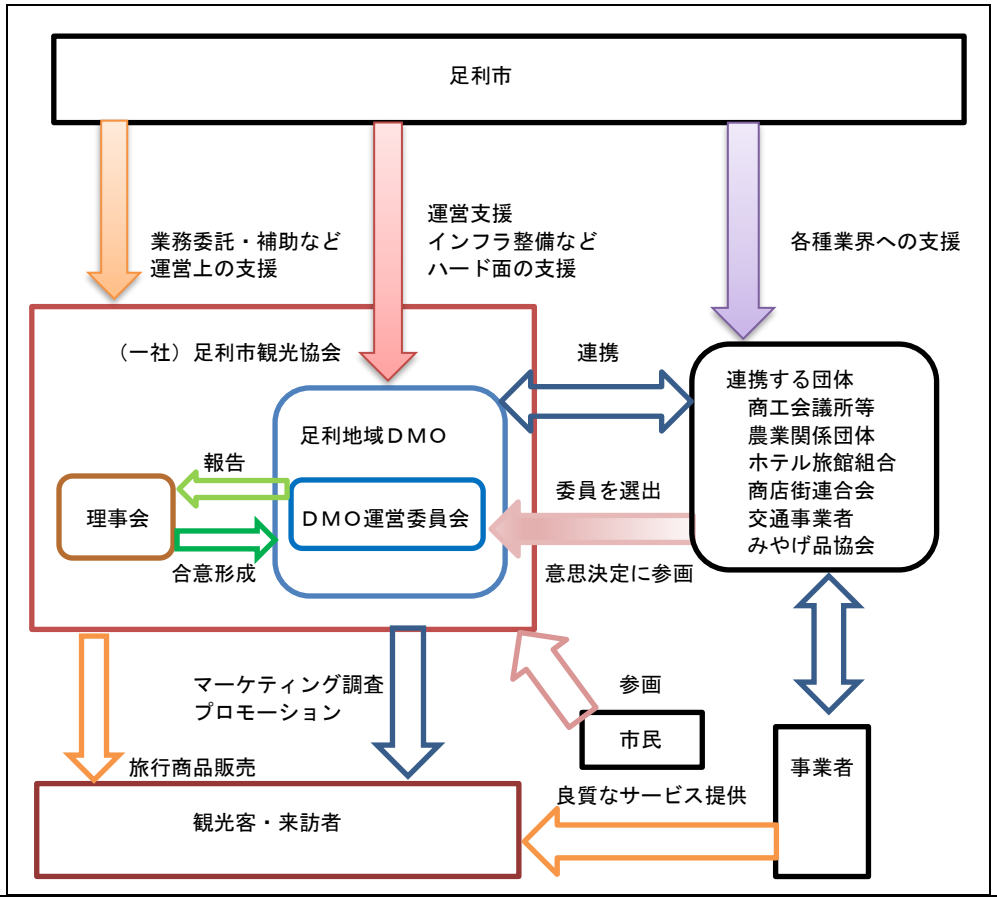
法人のこれまでの活動実績

【活動の概要】

事業	実施概要
情報発信・プロモーション	・広告宣伝 新聞雑誌やＷＥＢサイト等への広告掲載のほか、誘客チラシの新聞折込、ラジオ・テレビ等の取材協力・広告宣伝及びテレビＣＭの放送などを実施しています。 ・インターネットを通じた情報発信 ホームページを活用した観光情報、足利市の歴史やイベントなどの掲載のほか、ＳＮＳを活用した情報発信を行っています。 ・観光誘客ポスターの作成・掲出 観光イベントに合わせてポスターを作成し、JR 東日本、東武鉄道の各駅に掲出依頼を行っています。 ・全国キャンペーン 国内各地で開催される観光キャンペーンに参加し、観光ＰＲ、名産品の販売等を行っています。 ・インバウンド誘致促進事業 毎年、国内外で開催される海外の旅行エージェントとの商談会への参加及びパンフレットの送付などを行っています。
受入環境の整備	・外国語パンフレットの作成、増刷 外国語のパンフレットは、英語、中国語（繁体・簡体）、タイ語などを随時、増刷を行っています（令和６年度はベトナム語を新たに作成）。 ・観光案内人活動 平成７年１０月から、足利市ボランティアガイド協会の協力を得て、足利学校・鑁阿寺境内において、観光案内を実施しています。 ・おもてなし研修の実施 観光ボランティアガイド協会等を対象に、「おもてなし研修」を実施しています。 ・多様なレンタサイクルの整備 二次交通の補完手段としてレンタサイクルの整備を進めており、幅広い利用者に対応するため、電動アシスト自転車を中心に、スポーツタイプのものなどを追加しました。また、返却場所を観光駐車場にある「太平記館」と東武鉄道足利市駅構内の「観光交流館あし・ナビ」の２店間での相互乗り捨てを可能にしました。 ・観光駐車場の案内看板の改修 来訪者にわかりやすい案内を提供するために観光駐車場の案内看板の色彩、デザインを統一化する事業を令和４年度から実施しています。
観光資源の磨き上げ	・観光案内、物産販売の拠点整備 観光駐車場にある「太平記館」に加えて、東武鉄道足利市駅構内に「観光交流館あし・ナビ」を設置し、観光案内、物産販売を促進しています。

		・足利氏ゆかりの御朱印帳作成 着地型バスツアーの実施を機に、「御朱印帳」を作成し、「足利氏」の歴史ストーリーのブラッシュアップを図っています。 ・史跡足利学校の稲荷社を整備し、これまで史跡と一体であった参道に木製の仕切り柵を置いて、学校施設とは別に、無料で参拝できるように改めました。また、参観窓口における御朱印等の販売に力を入れています。 ・観光インフォメーション施設の一つである「足利まちなか遊学館」のリニューアルを進め、「足利のわかりやすい歴史館」として歴史関連の建物模型などを展示し、更なる充実を図っています。 ・毎年秋に行っている「足利灯り物語」のイベントを、一部あしかがフラワーパークに委託し、「花手水」や「竹あかり」といったエリアを設けて、ブラッシュアップをしています。また、令和６年度は補助金を活用し、国宝鑁阿寺本堂のデジタルラッピングを実施しました。足利市の産業遺産である足利銘仙柄や足利氏のふるさとであることを知る契機となり、リピーター確保にも繋がることから継続していきます。
	【定量的な評価】２０２４年 ・観光入込客数：4,403,629 人（2018 年：5,083,468 人） ・延べ宿泊者数：48,759 人（2018 年：31,629 人） ・インバウンド客数（宿泊）：3,635 人（2018 年：6,614 人） ・観光協会会員数：334 口（ファンクラブ会員：84 人）	
実施体制 ※地域の関係者との連携体制及び地域における合意形成の仕組みが分かる図表等を必ず記入すること（別添可）。	**【実施体制の概要】** （一社）足利市観光協会が主体となって、地域ＤＭＯを形成し、メンバーには、行政関連、ホテル旅館組合、飲食業関連組合、みやげ品協会、交通事業者、農業関係団体、商工会議所、商工会、商店街連合会など、多様な関係者が参画する官民が密接に連携した運営を実施します。	

【実施体制図】



２．観光地域づくり法人がマネジメント・マーケティングする区域

【区域の範囲が分かる図表を挿入】

様式１

【区域設定の考え方】

足利市は、栃木県の南西部に位置し、栃木県、群馬県にまたがる両毛地域と呼ばれる地域にあります。県境に接して、群馬県桐生市、太田市、邑楽町、館林市と接しており、県内では唯一、佐野市と境を接しています。

両毛地域は、古くから人的・経済的な交流があり、広範な経済圏・生活圏を構成しています。

一方で、各市町は、それぞれに独立した文化を持っており、地理的にも市民性においても異なった風土をもっています。

特に、観光振興に関しては、各市町のもつ歴史、文化、町の魅力を生かした取り組みを行っており、観光資源の在り方も異なっています。

そこで、今後の観光地域づくりにおいては、足利市域全体を１つの区域として設定し、マーケティングに基づく本市の観光コンテンツを磨き上げ、さらなる誘客につなげていくことが適切であると考えます。

【観光客の実態等】

足利市観光入込客数　　（単位：人）

年度	入込客数	宿泊客数	外国人泊数
平成３０年度（2018）	5,083,468	31,629	6,614
令和元年度（2019）	4,862,660	32,270	4,234
令和２年度（2020）	3,004,337	38,812	982
令和３年度（2021）	3,469,447	34,850	838
令和４年度（2022）	4,191,518	44,871	725
令和５年度（2023）	4,418,974	53,118	4,453
令和６年度（2024）	4,403,629	48,759	3,635
前年比	99.7%	91.8%	81.6%
平成２２年（2010）比	133.1%	349.8%	2,884.9%

出典：「令和６(2024)年栃木県観光客入込数・宿泊数推定調査結果」

【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】

足利市は、関東平野の北端に位置し、北側は足尾山地の山並みに続き、市街地の中央を渡良瀬川が流れ、南部は関東平野へと続く田園地帯という自然環境に恵まれたまちです。

古くから東山道の要衝として栄え、中世、室町幕府を開いた「足利氏」発祥の地であり、日本最古といわれる「足利学校」の存在により、学びを中心とした文化の薫るまちです。

主な観光施設

・鑁阿寺　　足利氏２代義兼公の居館跡で、現在、国宝に指定された「本堂」をはじめ、鐘楼、一切経堂、多宝塔など重要文化財が多数あります。中世の武家館跡として日本百名城の１つにも数えられています。

・足利学校　日本最古の総合大学といわれ、中世には、宣教師フランシスコ・ザビエルによってローマへも伝えられました。日本最古の木造孔子廟に加え、復元された方丈、庫裏、庭園が往時をしのばせています。平成２７年に日本遺産に認定されています。

・樺崎八幡宮　足利氏２代義兼公の入定の地とされ、八幡宮を含む樺崎寺跡が国の史跡に指定されています。近年、発掘調査が進められ、奥州平泉・毛越寺の浄土庭園を模したと云われる池の復原などが行われています。

・足利源氏ゆかりの社寺

下野國一社八幡宮、鑁阿寺、法楽寺、吉祥寺、樺崎寺、高得寺、法玄寺、八雲神社など

・足利織姫神社　足利は、古くから織物が盛んで、機織りをつかさどる神様を祀っております。現在地へは、昭和１２年に社殿が造営され、遷宮されたものです。境内は眺望もよく、縁結びの神社としてにぎわっています。

・あしかがフラワーパーク　今あしかがで最も知名度の高い観光施設で、日本全国をはじめ、インバウンド観光でもにぎわっています。特に、樹齢１６０年といわれる大藤と冬のイルミネーションは圧巻です。

・ココファームワイナリー　障碍者の就労を目的に作られた施設ですが、現在では、ワイナリーとして有名で、洞爺湖サミットなどで出されたワインとして、知名度が高く、ワイナリー見学なども行っています。秋の収穫祭は、大勢の来場者でにぎわいます。

・栗田美術館　栗田英男氏のコレクションを展示する伊万里焼・鍋島焼の陶磁器美術館です。広大な敷地に様々な建物を配し、散策しながらの鑑賞が楽しめます。

主なイベント

・「足利花火大会」　百年以上の伝統を持つ日本有数の花火大会で、花火の打ち上げ３万発といわれています。観客数５０数万人を数え、古くは、繊維業の接待のために始まったと云われていますが、今は、市民の夏の風物詩となっています。

・「節分鎧年越し」　足利氏４代泰氏公が、鑁阿寺南門前に坂東武者５００騎を集めたという故事に倣ってはじめられた、節分行事で、２００人以上の参加者が鎧兜に身を固めて、市内の大通りを練り歩き、鑁阿寺本堂で豆まきを行って、無病息災を祈るという年中行事です。

・「足利灯り物語」　秋の行楽シーズンに合わせて、足利織姫神社、鑁阿寺、足利学校を中心に、足利の織物である「足利銘仙」の柄を飾った行灯を並べて参道などに飾り、本殿や本堂、方丈など主な建物をライトアップする「灯り」のイベントです。

・「美食まつり」　ＪＡ足利から「あしかが美人」として出荷される足利産の野菜（いちご、トマト、アスパラガス）を素材として料理やスイーツなどを市内の各店舗で提供し、スタンプラリーなど参加型の食のイベントです。各店舗で工夫を凝らした和食、中華、洋食、スイーツなどが召し上がれます。

・「尊氏公マラソン大会」　創設以来４７回を数える伝統あるマラソン大会で、毎年 5,000 人もの参加者があります。市内の陸上競技場をメイン会場にして、市内の中心部から観光スポット、渡良瀬川など自然景観を楽しめるコースです。

その他の観光資源

・市街地に隣接する山々に１２のハイキングコースがあり、中高年を中心としたハイカーに人気となっています。

観光資源の活用

・足利市は、室町幕府を開いた「足利氏」の発祥の地であり、「足利氏」に関係する神社仏閣が多数残されていることから、着地型観光として「足利氏ゆかりの寺社めぐり」などバスで観光スポットを巡るツアーを実施しています。

・あしかがフラワーパーク、ココファームワイナリーなど郊外にある集客力のある観光スポットを活用し、市街地中心にある足利学校、鑁阿寺、足利織姫神社などとの回遊性を高めるため、二次交通の充実に努めています。

・個々の観光資源とイベントを連動させ、市内での滞在時間を長くするため、コンテンツの連携を図ります。

・日本最古の足利学校の存在を活かして、「学び」をキーワードにした学習旅行、体験旅行などのツアーを企画し、小中学生を中心に、誘客を図っていきます。

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

種　　別	件　　数	収容人員
ホテル	１０	８２８
旅館	２	５０
その他	２	１６６

・ホテルは、ほとんどがいわゆるビジネスホテルであり、観光レジャーなどのためのものではありません。

【利便性：区域までの交通、域内交通】

足利市の鉄道網は、ＪＲ両毛線と東武鉄道伊勢崎線が通っておりますが、市街地の中心を流れる渡良瀬川によって、市域が分断され、川の北側にＪＲ、南に東武鉄道の駅があります。

しかし、ＪＲ、東武鉄道ともに市内に各５つの駅があり、区域内交通としては利便性があります。東京方面からは、東武鉄道足利市駅から特急りょうもう号で浅草から８０分で着きます。また、車でのアクセスは、東北自動車道佐野藤岡ＩＣから国道５０号を経由して市中心部まで約３０分（東京駅

前から７４分)、北関東自動車道足利ＩＣから約８分（東京駅前から８８分弱)、同じく太田桐生ＩＣから約１５分となります。
　一方、鉄道利用の場合、二次交通の弱さが課題となります。観光に対応する路線バスがなく、駅からの交通手段は、タクシーかレンタサイクルの利用となります（一部区間では、生活路線バスがありますが、運行時間や経路に制限があります)。

【外国人観光客への対応】
　あしかがフラワーパークを目的に足利を訪れる外国人観光客を中心にインバウンド観光への対応として、外国語パンフレット（英語、中国語（繁・簡)、ハングル、タイ語、ベトナム語）を製作し、観光案内所において配布しています。

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
旅行消費額	観光来訪者による地域経済への影響度把握のため	県観光動態調査(令和３年度まで) 令和４年度からＤＭＯ独自アンケートを基に算出
延べ宿泊者数	来訪者の観光動向と観光戦略策定のため	県観光入込客統計調査
来訪者満足度	現在のサービスの満足度及び改善箇所の把握のため	県観光動態調査(令和３年度まで) 令和４年度からＤＭＯ独自アンケート
リピーター率	観光施設の充実度把握のため	県観光動態調査(令和３年度まで) 令和４年度からＤＭＯ独自アンケート
ＷＥＢサイトのアクセス状況	足利市への関心度及び興味の対象、施策効果把握のため	ソフト上での集計
住民満足度	観光振興策に対する住民の移行把握のため	市実施の市民アンケート（令和３年度まで）令和４年度からＤＭＯ独自アンケート
観光入込客数	区域内の観光来訪者数の把握と経年変化の把握のため	県観光入込客統計調査
足利学校入場者数	市街地中心部への誘客状況把握のため	足利学校事務所から資料提供を受ける
太平記館買い物客数	市街地中心部への誘客状況及び観光客の行動動態把握のため	売店レジスターからのデータ収集
織姫神社への参拝者数	市街地中心部への誘客状況把握及び過去の客数との比較のため	織姫神社奉賛会から資料提供を受ける

様式１

４．戦略

（１）地域における観光を取り巻く背景

足利市では、かつての基幹産業であった繊維産業が衰退し、金属加工、プラスチック製造業などに代わってきていますが、いずれも中小零細企業が中心であり、就労人口の減少に伴って、市全体の人口減少が進んでいます。

また、足利市は、温泉等の資源がないことから従来は観光地としての認識が薄く、観光客の宿泊施設、みやげ物店などの観光産業が確立していませんでした。

こうした中で、市内に数多く残る“本物”の歴史・文化遺産や衣・食・住といった観光資源を活かし、観光を新しい産業として、雇用を創出し、地域経済の活性化につなげていきます。

そのために、観光地域づくり法人（ＤＭＯ）を形成し、幅広い範囲の人々を巻き込んだ観光振興を図り、観光産業の確立につなげます。

（２）地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	**強み（Strengths）** **・自地域で積極的に活用できる強みは何か？** ・都心から電車（ＪＲ・東武鉄道）で、８０分ほどの時間的距離である ・北部の山と市街地を流れる川、南部の田園地帯と自然景観に恵まれている ・日本最古といわれる日本遺産・足利学校がある ・室町幕府を開いた足利氏発祥の地であり、関連史跡等が残っている ・国際的な知名度があるあしかがフラワーパークがある	**弱み（Weaknesses）** **・自地域で改善を必要とする弱みは何か？** ・温泉がなく、宿泊施設が弱い ・路線バス、タクシーなどの二次交通が脆弱 ・知名度の高い（足利ならではの）郷土料理がない ・古くからの観光地ではないため、観光関連産業が脆弱 ・首都圏から日帰りが可能なため、滞在時間が短い ・造り酒屋がないため、地酒などのＰＲができない ・オーバーツーリズムの受け皿としての観光資源、インフラ整備の不足 ・若年層向けの観光資源が乏しい ・フリーWi-Fi や多言語表記などインバウンド対応が不十分
外部環境	**機会（Opportunity）** **・自地域にとって追い風となる要素は何か？** ・主要観光地におけるオーバーツーリズム現象が激化している ・新型コロナ後のリバウンド需要が期待される。 ・国のインバウンド観光推進が、地域の特性に合う。	**脅威（Threat）** **・自地域にとって逆風となる要素は何か？** ・周辺都市との観光分野での競合がある ・インバウンド観光の回復の遅れが懸念される。 ・幹線道路、基幹鉄道路線の利便性が不十分で、遠回りや、乗り換え、乗り継ぎが必要となる。

※上記に加え、ＰＥＳＴ分析等の他のマーケティング分析手法を用いて分析を行っている場合は、その内容を記入（様式自由）。

（３）ターゲット

○第１ターゲット層　（４０代以上の男女）

・栃木県観光動態調査において、県南地域を訪れた割合が多い中高年層で、観光の目的として歴史、文化、自然を上げている割合が高いため、首都圏を中心に、関東周辺に居住する中高年層
・足利市の持つ観光資源である「歴史」、「文化」、「自然」というものに興味を持ち、現在でも来訪者の多い、中高年齢層（４０歳以上）の男女をターゲットとします。

○選定の理由

・足利市の持つ観光資源である歴史、文化、自然といったものに最も興味を示し、現状においても来訪者の多い層を第１ターゲットとします。
・栃木県観光動態調査において、県南地区への来訪者は、４０歳以上の割合が７０％を超えており、同調査で訪問先を選んだ理由に「歴史的・文化的な施設」が「買い物」に次ぐ上位であること、及びＤＭＯ独自のアンケートにおいても４０歳以上の割合が８０％を超えていることから、ターゲットとして選定します。

○取組方針

・「足利源氏ゆかりの寺社めぐり」や「足利七福神めぐり」、「御朱印巡り」等来訪者のニーズに合わせ、足利市の持つ観光資源を活かした着地型ツアーの造成により、弱点である二次交通の弱さを補いつつ、来訪者を増やします。

○第２ターゲット層　（インバウンド）

・コロナが第５類に位置づけらたことによる対策の緩和等を受け、インバウンドの観光誘客を図るため、市内最大の観光スポットである「あしかがフラワーパーク」を訪れる外国からの来訪者の足利市中心部への回遊を促します。
・コロナが第５類に移行し、交流人口の増加、特に、インバウンド観光客が増加していることから、インバウンドの観光来訪者をターゲットとして選定します。

○選定の理由

・年間１５０万人といわれる「あしかがフラワーパーク」の来場者の２０％程度は、インバウンドの来訪者であり、京都、金沢、鎌倉といった国内の歴史ある観光地でオーバーツーリズムが言われていることから、日本文化、歴史を求める外国人観光客の受け皿を目指します。
・足利最大の観光スポットである「あしかがフラワーパーク」を訪れる観光来訪者を足利の中心市街地へ誘客することを一つの方針とします。

○取組方針

・「あしかがフラワーパーク」と連携して、台湾、ベトナム等訪日客を送り出す各国のエージェントに対する商談会などへ積極的に出向き、「フラワーパーク」プラスαの魅力を売り込みます。また、外国語表記の案内やパンフレット、フリーWi-fiスポットの整備などを積極的に活用し、気軽に歩ける観光地として認知度を高めます。

○第３ターゲット層

・関東エリアの小・中学生を中心にした学校行事としての教育旅行の実施参加者
・関東エリアの小・中学生を中心にした学校行事としての教育旅行をターゲットとします。

○選定理由

・日本最古といわれる「足利学校」のあるまちとして、「学び」をコンセプトに体験型、学習型のツアー企画が受け入れやすく、学校行事としての教育旅行は、継続的な需要が見込めます。
・日本最古の学校といわれる「史跡足利学校」のあるまちとして、「史跡足利学校」の中での論語素読などの体験型の観光をメインに、また、「鑁阿寺」や「足利のわかりやすい歴史館」をはじめとする周辺のまち歩き体験などを学校行事とする教育旅行は、継続的な需要が見込めると考えます。

〇取り組み方針

・「学び舎のまち足利」として、歴史と自然、文化の息づく街で、体験型の学習旅行を企画し、首都圏からも２時間弱という地の利を生かし、論語、自然体験など幅広い体験を提供します。

〇第４ターゲット層

・現在、本市を訪れる観光客は、見る観光が主流であり、体験する観光は、伸び代が大きいと考えられることから、首都圏在住の子育て世代、田舎暮らしに興味のある中高年層、自然・農業などの体験を求める層。
・首都圏在住の子育て世代（４０歳代以下）で、自然や田舎の暮らしに興味を持っていて、こどもに農業体験や自然との触れ合いをさせたいと考える層をターゲットとします。

〇選定の理由

・都心から電車で１時間２０分、車でも２時間強で訪れられるメリットを生かして、週末の田舎暮らしや子供の自然体験、農業体験など田舎を満喫できる場所として、十分なポテンシャルを持っています。
・令和６年度における栃木県観光動態調査において、県南地域への来訪者は、埼玉、東京、千葉、神奈川など首都圏からの割合が４０％を超えており、ＤＭＯの独自アンケートにおいても同様の数字が出ています。また、子どもを含む家族連れの割合も２５％以上となっており、主な訪問理由として、「歴史的・文化的な施設」が「買い物」に次ぐ上位で見る観光が主となっています。そこで、子どもを中心とした体験型の観光は伸び代が大きいと考えます。

〇取組方針

・観光地域づくり法人（ＤＭＯ）としての機能を生かして、行政やＪＡ、地域の農業従事者等幅広い個人、団体の協力を得て、着地型の自然体験ツアーや農業体験ツアー、農家民宿などをセットしたツアーを造成し、体験希望者を募ります。

（４）観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	・豊かな自然、長い歴史、文化の薫る花のまち～祈り・願いの叶うまち　足利～
②コンセプトの考え方	・足利市は、関東平野の北端に位置することから、北側に中山間地を持ち、市街地の中央を流れる渡良瀬川と南部の平野部があり、変化のある自然地形に恵まれています。 　古くから東山道の交通の要衝として栄え、中世、室町幕府を開いた「足利氏」の発祥の地であり、寺社が多く、特に、日本で最も古いと云われる「足利学校」の存在により、学びを中心とした文化の薫るまちでもあります。 　また、近代の繊維産業が盛んな時に遷座された足利織姫神社は、古墳のある機神山の中腹にあり、眺望もよく人気のスポットとなっています。 さらに、世界的な知名度を誇る「あしかがフラワーパーク」が大きな観光資源となっています。 　これらの特性から、室町幕府を開いた足利氏発祥の地としての歴史遺産を活用した観光コースの整備を進めます。さらに、世界的な知名度がある「あしかがフラワーパーク」を核として、市街地中心部の「史跡足利学校」「国宝鑁阿寺」「足利織姫神社」を活用した観光コースの造成を進めていきます。

	また、豊かな自然景観の中でも市街地に隣接した低山を活かして、現在のハイキングコースの更なる整備や農業体験を中心とした体験型観光コースの造成を進め、ふるさとを感じ、何度でも訪れたくなるまち、住みたくなるまちを目指します。

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。	・ＤＭＯ構成団体等からの選任である観光協会の理事を中心に、１０名程度の委員を選任し構成する「ＤＭＯ運営委員会」を設けて、随時（概ね年４回程度）開催し、各団体の意見をもとに「戦略」の確認、調整などを行っていく予定です。また、年４回程度開催される足利市観光協会の「理事会」に、戦略などの検討結果を報告し、合意形成を図って、活動を進めてまいります。
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	・ＤＭＯとしては、観光協会を中心に、観光スポットにおいて市内来訪者へのアンケート調査を実施し満足度や改善点の把握に努めます。また、構成団体ごとや各施設、店舗において行った調査結果を集約し、結果をＤＭＯ全体に反映させます。
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	・観光協会のホームページやＳＮＳの活用、季節ごとの駅貼りＰＲポスターの掲出等リアルタイムでの情報発信を行います。また、観光駐車場及び鉄道駅前の観光案内所での観光案内を実施します。 ・栃木県や県観光物産協会の主催するプロモーション、旅行商談会、インバウンドを対象とした商談会など機会をとらえて誘客宣伝に努めます。

※各取組について、出来る限り具体的に記入すること。

様式１

６．ＫＰＩ（実績・目標）

※戦略や個別の取組を定期的に確認・改善するため、少なくとも今後３年間における明確な数値目標を記入すること。
※既に指標となりうる数値目標を設定している場合には、最大で過去３年間の実績も記入すること。

（１）必須ＫＰＩ

指標項目		2022（Ｒ４）年度	2023（Ｒ５）年度	2024（Ｒ６）年度	2025（Ｒ７）年度	2026（Ｒ８）年度	2027（Ｒ９）年度
●旅行消費額（百万円）	目標	40,500	45,000	50,000	50,000	51,000	57,200
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	32,275	38,578	34,745			
		（ ）	（ ）	（ ）			
●延べ宿泊者数（千人）	目標	35	48	58	58	65	70
		（ ）	（ ）	(5)	(5)	(5.5)	(6)
	実績	44.9	53.1	48.8			
		(0.7)	(4.5)	(3.6)			
●来訪者満足度（%）	目標	85.0	90.0	90.0	90.0	92.0	94.0
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	89.1	83.6	80.5			
		（ ）	（ ）	（ ）			
●リピーター率（%）	目標	72.0	82.0	70.0	70.0	72.0	75.0
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	78.6	61.8	57.2			
		（ ）	（ ）	（ ）			

※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】

２０１８～２０２１年の旅行消費額、来訪者満足度、リピーター率については、栃木県観光動態調査の「日帰り客県南エリア」を参考とし、延べ宿泊者数は、栃木県観光入込客数・宿泊数推定調査結果を利用しました。２０２２年からは、可能な範囲で、ＤＭＯの独自アンケート調査の結果を利用しています。

【設定にあたっての考え方】

●旅行消費額

足利地域においては、宿泊施設が十分でないため、主に、日帰り客を対象としました。消費額としては、県南地域は、一人当たり消費額は県平均を上回っており、２０２２年度からは、ＤＭＯとして一人当たり消費額を独自の調査で実施し、これを基に、観光入込客数と掛け合わせ旅行消費額を算出しています。今後も継続的に比較検討します。なお、宿泊客についても、調査項目として検討いたします。

●延べ宿泊者数

延べ宿泊者数については、引き続き、栃木県の調査結果を参考にしつつ、足利市独自の調査を行って、比較検討していきます。

●来訪者満足度

２０２２年度からは、独自でアンケート調査を実施し、具体的に満足な点、不満な点等の内容を分析していく。結果を事業に反映させ、満足度の向上を図ります。

様式１

●リピーター率
　来訪者満足度と同様に、２０２２年度からは、独自のアンケート調査により、リピーター率の把握とリピートの要因など分析を進めます。

（２）その他の目標

指標項目		2022（Ｒ４）年度	2023（Ｒ５）年度	2024（Ｒ６）年度	2025（Ｒ７）年度	2026（Ｒ８）年度	2027（Ｒ９）年度
●足利学校入場者数　（人）	目標	160,000	152,000	175,000	190,000	200,000	210,000
		（－）	（－）	（－）	（　）	（　）	（　）
	実績	131,214	166,147	182,564			
		（－）	（－）	（－）			
●太平記館買い物客数　（人）	目標	45,000	40,000	40,000	40,000	45,000	50,000
		（－）	（－）	（－）	（　）	（　）	（　）
	実績	34,368	36,550	69,732			
		（－）	（－）	（－）			
●ＨＰアクセス数（件）	目標	850,000	1,200,000	1,400,000	1,400,000	1,500,000	1,600,000
		（－）	（－）	（－）	（　）	（　）	（　）
	実績	1,501,123	1,322,522	1,507,053			
		（－）	（－）	（－）			
●観光入込客数（回）	目標	4,500,000	5,000,000	5,000,000	5,000,000	5,100,000	5,200,000
		（－）	（－）	（－）	（　）	（　）	（　）
	実績	4,191,518	4,418,974	4,403,629			
		（　）	（　）	（　）			
●織姫神社への参拝者数（人）	目標	500,000	520,000	500,000	500,000	520,000	540,000
		（　）	（　）	（　）	（　）	（　）	（　）
	実績	505,039	478,073	497,378			
		（　）	（　）	（　）			
●市民満足度（1 - 5 段階評価）	目標	3.65	3.70	3.70	3.70	3.80	3.90
		（　）	（　）	（　）	（　）	（　）	（　）
	実績	3.55	3.5	3.43			
		（　）	（　）	（　）			

※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値
※各指標項目の単位を記入すること。

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】
【設定にあたっての考え方】
●足利学校入場者数
あしかがフラワーパーク等郊外の観光施設から市中心部の観光施設へどのくらいの観光来訪者の回遊があるかを把握することにより、全体の観光振興の指標とします。

●太平記館買い物客数
市中心部の観光駐車場に併設される太平記館売店の買い物客数を把握することにより、市中心部の観光スポットへの観光来訪者の回遊具合を見ます。

●ＨＰアクセス数
ホームページのアクセス数を把握することにより、足利市観光への興味の度合い、関心を持つ人の数を把握し、関心を持つ項目についても把握するで、将来的な観光資源の整備などに活用します。

●観光入込客数
観光入込客数については、栃木県観光入込客数・宿泊数推定調査結果が過去との比較も容易であり、引き続き利用していくものです。市内の主要な観光施設などの独自データが取得可能なものは、集計し今後の指標とします。

●織姫神社への参拝者数
市街地の主要な観光施設でもある「足利織姫神社」参拝者数は、神社が独自に設置しているカウンターにより、常時計測しているため、過去の参拝者との比較や季節、時間等の観光客の動向を把握しやすいため、指標として活用します。

●市民満足度
毎年、足利市が実施する市民アンケートに「来訪者の増加とおもてなし」の項目があり、市の対応についての満足度が５段階で評価されています。「来訪者の増加」「おもてなしの充実」に関する足利市の対応の評価となるものですので、観光振興に対する市民の評価として検証します。

７．活動に係る運営費の額及び調達方法の見通し

※少なくとも今後３年間について、計画年度毎に（１）収入、（２）支出を記入すること。
※現に活動している法人にあっては、過去３年間の実績も記入すること。

（１）収入

年（年度）	総収入（円）	内訳（具体的に記入すること）
2022（Ｒ４）年度	163,704,973（円）	**【市町村からの補助金】**34,381,885 円 **【公物管理等受託】**39,099,000 円 **【収益事業】**78,375,511 円 （**協会商品売上**　46,903,086 円、**受託販売手数料**　17,376,371 円、**売店出品料**　1,133,000 円、**その他事業収入**　4,560,118 円、**雑収入**　176 円、**前期繰越収入**　8,402,760 円） **【会費】**1,973,800 円 **【その他】**9,874,777 円（**公益・その他、前期繰越**）

様式１

2023（Ｒ５） 年度	139,902,485（円）	【市町村からの補助金】25,483,200 円 【公物管理等受託】42,655,000 円 【収益事業】60,070,188 円 （協会商品売上　21,018,905 円、受託販売手数料　18,558,006 円、売店出品料　3,709,000 円、その他事業収入　3,800,033 円、雑収入　812,776 円、前期繰越収入　12,171,468 円） 【会費】2,147,800 円 【その他事業収入】1,548,811 円 【他会計からの繰入】0 円 【その他】8,042,486 円
2024（Ｒ６） 年度	257,752,989（円）	【市町村からの補助金】22,989,600 円 【公物管理等受託】43,668,000 円 【収益事業】170,557,340 円 （協会商品売上　131,594,835 円、受託販売手数料　21,234,353 円、売店出品料　2,261,000 円、その他事業収入　6,338,530 円、雑収入　920,628 円、前期繰越収入　8,207,994 円） 【会費】2,175,200 円 【その他事業収入】1,159,803 円 【他会計からの繰入】0 円 【その他】17,203,046 円
2025（Ｒ７） 年度	165,047,000（円）	【市町村からの補助金】26,091,000 円 【公物管理等受託】39,779,000 円 【収益事業】86,693,000 円 （協会商品売上　46,994,000 円、受託販売手数料　19,896,000 円、売店出品料　2,500,000 円、その他事業収入　4,129,000 円、雑収入　460,420 円、前期繰越収入　12,713,580 円） 【会費】2,300,000 円 【その他事業収入】1,501,302 円 【他会計からの繰入】2,000,000 円 【その他】6,682,698 円
2026（Ｒ８） 年度	139,000,000（円）	【市町村からの補助金】34,000,000 円 【公物管理等受託】40,000,000 円 【収益事業】53,500,000 円 （協会商品売上　24,000,000 円、受託販売手数料　20,000,000 円、売店出品料　2,500,000 円、その他事業収入　5,000,000 円、雑収入　0 円、前期繰越収入　2,000,000 円） 【会費】2,500,000 円 【その他事業収入】2,000,000 円 【他会計からの繰入】2,000,000 円 【その他】5,000,000 円
2027（Ｒ９） 年度	141,000,000（円）	【市町村からの補助金】34,000,000 円 【公物管理等受託】40,000,000 円 【収益事業】55,500,000 円 （協会商品売上　24,000,000 円、受託販売手数料　22,000,000 円、売店出品料　2,500,000 円、その他事

		業収入　5,000,000 円、雑収入　0 円、前期繰越収入 2,000,000 円） 【会費】2,500,000 円 【その他事業収入】2,000,000 円 【他会計からの繰入】2,000,000 円 【その他】5,000,000 円

（２）支出

年（年度）	総支出	内訳（具体的に記入すること）
2022（Ｒ４） 年度	163,704,973（円）	【一般管理費】33,358,370 円 【情報発信・プロモーション】15,503,165 円 外国　10.2% 【受入環境整備等の着地整備】14,090,772 円 【コンテンツ開発（観光資源の磨き上げ）】7,029,669 円 【マーケティング（市場調査、ブランド戦略等）】 7,305,000 円 【積立金支出】0 円 【収益事業】78,375,511 円 【その他】8,042,486 円（公益・繰越）
2023（Ｒ５） 年度	139,902,485（円）	【一般管理費】41,428,011 円 【情報発信・プロモーション】10,689,756 円 外国　14.8% 【受入環境整備等の着地整備】21,288,306 円 【コンテンツ開発（観光資源の磨き上げ）】2,081,178 円 【マーケティング（市場調査、ブランド戦略等）】 0 円 【積立金支出】0 円 【収益事業】60,070,188 円 【その他】4,345,046 円（公益・繰越）
2024（Ｒ６） 年度	257,752,989（円）	【一般管理費】43,752,573 円 【情報発信・プロモーション】10,772,376 円 外国　14.7% 【受入環境整備等の着地整備】22,528,099 円 【コンテンツ開発（観光資源の磨き上げ）】1,057,408 円 【マーケティング（市場調査、ブランド戦略等）】 576,000 円 【積立金支出】0 円 【収益事業】170,557,340 円 【その他】8,509,193 円（公益・繰越等）
2025（Ｒ７） 年度	165,047,000（円）	【一般管理費】44,748,000 円 【情報発信・プロモーション】10,693,000 円 外国　14.8% 【受入環境整備等の着地整備】19,198,000 円 【コンテンツ開発（観光資源の磨き上げ）】1,715,000 円 【マーケティング（市場調査、ブランド戦略等）】 1,000,000 円 【積立金支出】1,000,000 円 【収益事業】　86,693,000 円

2026（Ｒ８） 年度	139,000,000（円）	**【一般管理費】**47,000,000 円 **【情報発信・プロモーション】**12,000,000 円 **外国　14.0%** **【受入環境整備等の着地整備】**18,000,000 円 **【コンテンツ開発（観光資源の磨き上げ）】**2,000,000 円 **【マーケティング（市場調査、ブランド戦略等）】** 2,000,000 円 **【積立金支出】**2,000,000 円 **【収益事業】** 56,000,000 円
2027（Ｒ９） 年度	141,000,000（円）	**【一般管理費】**48,000,000 円 **【情報発信・プロモーション】**13,000,000 円 **外国　14.0%** **【受入環境整備等の着地整備】**18,000,000 円 **【コンテンツ開発（観光資源の磨き上げ）】**2,000,000 円 **【マーケティング（市場調査、ブランド戦略等）】** 2,000,000 円 **【積立金支出】**2,000,000 円 **【収益事業】** 56,000,000 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

・市から管理を委託されている太平記館内の売店及び東武駅構内の直営店あしナビの売店収入の増収を図ります。
・市から委託される観光振興事業の効率的運営による利益確保を図ります。
・ＨＰへの広告掲載料収入やイベント参加料などの見直しにより、収益性の向上を図ります。
・市民の観光への関心の向上を図り、魅力あるインセンティブを設けて、会員数の拡大を図ります。
・令和４年１０月から新たに市から受託した「史跡足利学校参観窓口等業務委託」により、足利学校窓口での書籍その他の販売による収益の確保を図ります。

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

一般社団法人足利市観光協会は、日本遺産の史跡足利学校、国宝である鑁阿寺本堂など、歴史、文化、緑豊かな自然といった本市固有の観光資源を活かし、様々な観光事業やＰＲ活動に努め、外客誘致事業など積極的な活動を展開しており、本市の観光事業の先導役として大きく貢献しています。今後も、一般社団法人足利市観光協会を本市における地域ＤＭＯとして引き続き登録したいので同法人とともに申請します。

９．マネジメント・マーケティング対象区域が他の地域連携ＤＭＯ（県単位以外）や地域ＤＭＯと重複する場合の役割分担について（※重複しない場合は記載不要）

様式１

１０．記入担当者連絡先

担当者氏名	安西　健
担当部署名（役職）	（一社）足利市観光協会　専務理事
郵便番号	３２６－００５３
所在地	足利市伊勢町三丁目６－４
電話番号（直通）	０２８４－４３－３０００
ＦＡＸ番号	０２８４－４３－３３３３
Ｅ－ｍａｉｌ	kankou@ashikaga-kankou.jp

１１．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	栃木県足利市
担当者氏名	山田　秀一
担当部署名（役職）	足利市産業観光部観光まちづくり課　課長
郵便番号	３２６－８６０１
所在地	栃木県足利市本城三丁目　２１４５番地
電話番号（直通）	０２８４－２０－２１６５
ＦＡＸ番号	０２８４－２１－０６４３
Ｅ－ｍａｉｌ	kankou@city.ashikaga.lg.jp

（登録）【地域】一般社団法人足利市観光協会

様式2

記入日：　令和7年6月1日

基礎情報

【マネジメント・マーケティング対象とする区域】
　栃木県足利市
【設立時期】 2015年9月29日
【設立経緯】
①区域に観光協会があるが、役割分担等をした上でDMO新設
【代表者】　早川　慶治郎
【マーケティング責任者（CMO）】 廣川　輝
【財務責任者（CFO）】　今若　晴代
【職員数】 27人（常勤14人（正職員10人・準職員4人）、パート職員13人）
【主な収入】
　収益事業　170.5百万円、委託事業　43.6百万円、補助金22.9百万円（6年度決算）
【総支出】
　事業費　257.8百万円、一般管理費　43.8百万円、収益事業 170.6百万円（6年度決算）
【連携する主な事業者】
　足利市、足利商工会議所、足利市商業連合会、JA足利、その他

KPI（実績・目標）

※（　）内は外国人に関するもの。

項目		2022（R4）年度	2023（R5）年度	2024（R6）年度	2025（R7）年度	2026（R8）年度	2027（R9）年度
旅行消費額（百万円）	目標	40,500（　）	45,000（　）	50,000（　）	50,000（　）	51,000（　）	57,200（　）
	実績	32,275（　）	38,578（　）	34,745（　）	—	—	—
延べ宿泊者数（千人）	目標	35（　）	48（　）	58,（5）	58（5）	65（5.5）	70（6）
	実績	44.9（0.7）	53.1（4.5）	48.8（3.6）	—	—	—
来訪者満足度（%）	目標	85.0（　）	90.0（　）	90.0（　）	90.0（　）	92.0（　）	94.0（　）
	実績	89.1（　）	83.6（　）	80.5（　）	—	—	—
リピーター率（%）	目標	72.0（　）	82.0（　）	70.0（　）	70.0（　）	72.0（　）	75.0（　）
	実績	78.6（　）	61.8（　）	57.2（　）	—	—	—

戦略

【主なターゲット】
・旅行の目的に歴史、文化、自然を挙げている中・高年層（40歳以上の男女）。
・インバウンド（タイやベトナムなど）観光客。
【ターゲットの誘客に向けた取組方針】
・歴史や文化、自然というニーズを踏まえて、観光コースの案内やツアーの造成を進めます。
・あしかがフラワーパークとの連携で、花を好む国を中心に誘客を進めます。
【観光地域づくりのコンセプト】
「豊かな自然、長い歴史、文化の薫る花のまち～祈り・願いの叶うまち　足利～」

具体的な取組

【観光資源の磨き上げ】
・インフォメーション施設のリニューアル
・補助金を活用し、「足利灯り物語」イベントにおいて国宝鑁阿寺本堂のデジタルマッピングを実施するなどの内容充実
【受入環境整備】
・英語、中国語、タイ語に加え、新たにベトナム語のパンフレットを作成
・レンタサイクルの充実を図った

【情報発信・プロモーション】
・ホームページを活用した観光情報、X、インスタグラム、Facebookなどでリアルタイムの情報発信
・新聞・雑誌、WEBサイト等への広告掲載、放送メディアへの有料CMの出稿
【その他】
・行政との協議において、観光インフラの整備は行政、情報発信・プロモーションは観光協会・DMOが中心となって進めるとした