観光地域づくり法人形成･確立計画

記入日：令和 7 年 7 月 20 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	一般社団法人　行田おもてなし観光局	
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 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	
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	7 人【常勤 7 人（正職員 5・アルバイト 2)】	
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） 細井　保雄「非常勤」 （出身組織名） 行田商工会議所	建設会社ファイブイズホーム社長であり、行田商工会議所会頭として、地域の様々な組織の牽引役となっており、市の信頼が厚い。
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） 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。

様式１

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） 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、これまでの経験を活かして収益事業の拡大を図り、財源確保に努める。
各部門（プロモーション）の責任者（専門人材） ※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	（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。
観光施設運営部門の責任者（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。旅行会社勤務時代、支店長等も担ってきたことから、施設運営・管理に関して高い能力を持つ。
各部門（旅行商品の造成･販売）の責任者（専門人材）	（氏名） 西島　康敬「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 18 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。
連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	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） 生涯学習課（はにわの館指定管理） 交通対策課（地域公共交通）	
連携する事業者名及び役割	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）	
官民･産業間･地域間	（該当する要件）	

<table>
<tr><td>との持続可能な連携を図るための合意形成の仕組み</td><td>・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しており、幅広い分野の関係団体の代表者により意思決定が図れている。</td></tr>
<tr><td>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</td><td>・　当法人設立に際し、地域住民向けに「新たな観光まちづくりに向けた説明会」を令和２年１月に計３回開催し、延べ 115 名の参加者に当市における観光の現状やＤＭＯによる観光まちづくりの推進について説明を行い、意識啓発・参画促進を図った。
・　当法人設立に際し、当法人を核に幅広い分野の関係団体が観光地域づくりに参画していく機運を醸成することを目的に、組織名称や組織体制、活動方針等を議論・決定する「行田市観光地域づくり法人設立準備委員会」を令和２年７月から同年 11 月にかけて 17 名の委員で計５回開催した。
・　当法人が令和３年４月より運営を始めた観光物産館のオープンに際して、出品業者向けに「販売体制説明会」を令和３年２月に開催し、延べ　27 名の参加者に商品の取扱いや店舗の魅力向上に向けた取組みについて共有を図り、意識啓発・参画促進を図った。
・　当法人を核に幅広い分野の関係団体が観光地域づくりに参画していくことを目的に、「体験・滞在型観光商品の開発」等を題材とした説明会兼ワークショップを令和３年６月に開催し、延べ 30 名の参加者と観光コンテンツ開発等について意見交換を行った。
・　当法人を核に幅広い分野の関係団体が観光地域づくりに参画していくことを目的に、「行田土産魅力向上会議」（説明会兼ワークショップ）を令和３年８月に開催し、延べ９名の参加者と行田土産開発等について意見交換を行った。
・　令和３年 10 月に「行田市観光ガイド研修」を開催し、41 名が参加した。ガイド料の有料化に伴う基本サービスの確認とレベルアップを図る有意義な研修となった。
・　令和６年１月にホームページに観光局についてのページを設け、当局の活動について閲覧いただけるようにした。</td></tr>
<tr><td>法人のこれまでの活動実績</td><td>【活動の概要】
<table>
<tr><th>事業</th><th>実施概要</th></tr>
<tr><td>情報発信・プロモーション</td><td>・　令和元年観光パンフレット及びアプリ多言語化事業
体験プログラム紹介パンフレット等を作成し、訪日外国人観光客の目に触れやすい浅草などに配架した。また、市内に訪れた訪日外国人観光客向けに周遊アプリの多言語化も図った。
・　令和２年行田市公式観光サイトリニューアル事業
観光客が旅マエ・旅ナカに欲しい情報を充実し、魅力が伝わりやすいデザインに刷新した。また、旅行会社向けのページ等も新たに作成した。
・　令和３年ＪＲ首都圏全線車内広告掲載事業
桜と花手水をフックに、首都圏在住者の集客を図るため、ＪＲ首都圏全線の車内にＰＲポスター掲載した。
・　令和３・４年行田市公式観光サイト多言語化事業
今後、ＪＮＴＯや埼玉県、（一社）埼玉県物産観光協会（地域連携ＤＭＯ）等と連携し、海外に向けて情報発信をしていくための基盤整備を目的に、英語版及び中国語版（繁体字・簡体字）のサイトを作成した。
・　令和３・４年貸切バスによる団体型旅行促進事業
当市の観光資源を広く知らしめるとともに、期間内の交流人口を増やして市内事業者に対し間接的支援を行うことを目的に、旅行会社が実施する団</td></tr>
</table></td></tr>
</table>

		体型旅行の造成および催行に際し支援を行った（令和３年度予算 25,500 千円、令和４年度予算 28,000 千円）。 ・　令和４年花手水動画作成及び放映、ポスター作成事業 花手水のプロモーション動画を作成し、JR 首都圏車内および新宿アルタ大型スクリーンにて放映。また、ポスターを東武沿線駅に掲示した。 ・令和５年台湾旅行会社向けセールス事業 台湾大手旅行会社「ライオントラベル」等に対して、本市を含むパッケージプランを提案した。 ・令和６年団体旅行誘致促進事業 旅行会社の担当者向けに観光スポット等視察会を開催し、16 社 21 名参加のもと、市内観光施設等視察を行った。 ・令和６年インバウンド等に対する情報発信事業 台湾の旅行会社向け現地商談会やセールス等を実施してネットワークを構築した。 ・令和６年インフルエンサーによる国内向け情報発信事業 「行田市観光魅力発信 SNS アンバサダー」に就任している「さいぼん氏」による SNS を活用した情報発信を行った。 ・令和６年多言語観光パンフレット作成事業 旅行会社や都内観光案内所、ホテルへのセールス等を目的に、個人旅行のバイブルとして広く親しまれている「地球の歩き方」行田版の日本語（6,000 部）及び中国語繁体字（8,000 部）、及びデジタルパンフレットを作成した。
	受入環境の整備	・　令和元年ファムトリップ事業 中国・台湾・韓国に拠点を置く旅行会社を招請のうえ、市内主要観光施設を案内し、訪日外国人観光客受入に際しての改善点等を洗い出した。 ・　令和元年グループガイド機導入事業 観光ガイド利用者の満足度向上を図るべく、グループガイド機を新たに導入した。 ・　令和３年観光物産館店舗内部リニューアル事業 令和３年４月、観光物産館店舗内部のレイアウトデザインを改修し、和モダンな雰囲気の創出、商品陳列の刷新等を行い、リニューアルオープンした。 ・　令和３年観光人材育成事業 ２箇所の観光案内所、観光物産館で従事するスタッフに対して、ＤＭＯの活動や観光の意義、接客マナー等についての研修を実施した。 ・　令和３年酒類販売業免許取得事業 地場のお酒をブランディングする為、酒類販売業免許を取得し、令和３年４月よりリニューアルオープンした観光物産館ぶらっと♪ぎょうだでの取り扱いを開始した。 ・　令和３年地域限定旅行業取得事業 着地型旅行商品の企画・販売による観光客の滞在時間延伸及び満足度向上を目的に、地域限定旅行業を取得。 ・　令和３・４年土産品魅力向上支援事業 当法人会員の土産品の商品力向上と販路拡大を目的として、自社製品のパッケージ等をリニューアルする際や自社のロゴマークを開発する際に必要

				となる経費の一部を助成し、デザインの活用による製品の高付加価値化と市場競争力の強化を支援した。 ・　令和４年拡声器導入事業 観光ガイド利用者の需要の増加にともない、観光ガイドのための拡声器を５機導入した。 ・　令和５年新たな観光物産館整備事業 本市の主要観光スポットの１つであるさきたま古墳公園内に、行田市との共同事業により観光物産館さきたまテラスを新たに整備した。 ・　令和５年体験施設管理運営事業 令和５年４月より体験施設「行田市はにわの館」の指定管理を市から受け、はにわづくり体験を通して教育及び文化の振興を図った。 ・　令和５年外国語ガイド研修事業 令和６年２月にインド人２名、中国巨龍旅行社より１名を招き「外国語ガイド研修」を開催し、35 名が参加した。ともに基本サービスの確認とレベルアップを図る有意義な研修となった。 ・令和６年度観光ガイド研修事業「日本遺産・足袋のまちを『行田足袋』で巡るガイドツアー」においてガイド育成を目的に 27 名の参加のもと座学とフィールドワークを実施した。
		観光資源の磨き上げ	観光資源の磨き上げ	・　令和元年～令和３年体験・交流型コンテンツ開発強化事業 当法人の会員事業者を対象にコンテンツ開発等に係る経費を支援し、「着物の着付け体験」や「幻の行田在来枝豆収穫体験」、「マイ足袋作成体験」等の体験プログラムを創出した。 ・　令和２年ＬＥＤアート事業 古代蓮の里において市主催で実施したフラワーアートと連携し、ペットボタルによるＬＥＤアートを行った。 ・　令和２年～令和５年「行田花手水ｗｅｅｋ」によるまちなか彩り事業 当法人と行田市が核となり、神社、商店街、住民等を巻き込み、神社の境内や商店、民家の軒先等に花手水を毎月２週間限定で飾り、観光客をおもてなしする取組みを始めた。現在では、花手水展示箇所は 100 箇所となり、地域一体となって観光資源を磨き上げしている。なお、こうした点が評価され、令和５年には「第 27 回ふるさとイベント大賞」、「第９回 JACE イベントアワード　シルバー賞」、「第 11 回プラチナ大賞　地域ブランディング賞」、「令和５年度地域づくり表彰　日本政策投資銀行賞」を受賞し、４冠を達成した。 ・　令和４・５年リアル謎解きゲーム「忍城に眠る謎」誘客イベント事業 忍城址および郷土博物館を舞台にしたリアル謎解きゲームを開催。忍城にイベント性を付加することで幅広い層のお客様の来訪を促すこと、子供達が歴史を学ぶきっかけを提供している。 ・　令和５年文化財利活用事業 令和６年 3 月 31 日、市指定重要文化財である旧忍町信用組合店舗の公開事業を市より受託し、自主事業としてカフェの運営を開始した（ヴェールカフェ）。 ・　令和６年体験型コンテンツ造成事業

			11月1日より、忍城甲冑体験＆忍者着付体験　忍城の特性を活かし、忍城バスターミナル観光案内所に戦国体験館昨日を付与することを目的に、甲冑着付体験、忍者着付体験が出来る施設として整備を行った。 ・　コンテンツ開発・強化事業 「日本遺産・足袋のまちを『行田足袋』で巡るガイドツアー」において、ツアーの魅力を増幅することを目的に、参加者にレンタルするための雪駄を導入した。

【定量的な評価】

令和２年より集中的に磨き上げてきた「行田花手水ｗｅｅｋ」やライトアップイベント「希望の光」は令和６年度もこれまでにないプロジェクションマッピングを行ったこともあり、依然多くの方にお越しいただいている。以前よりは減ったもののマスコミの取材もいただき、町の活性化に大きな役割を果たしており、観光資源の大きな柱に成長した。令和６年度も下記のとおり成果が現れている。

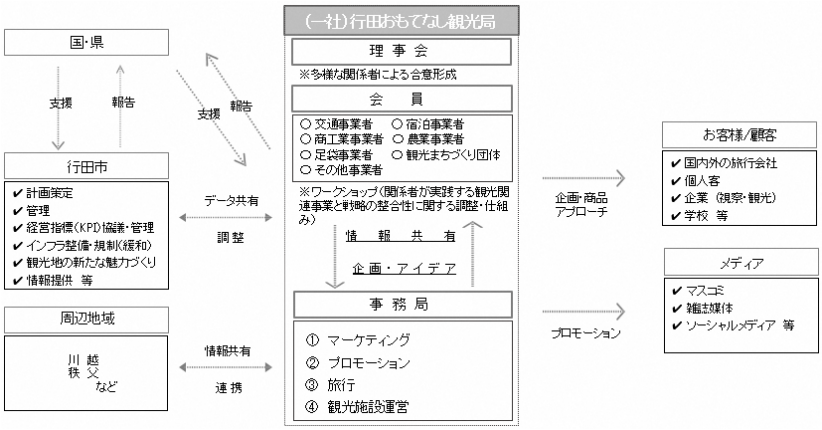
・　ＨＰレビュー数の増加
　R1 年度 377,733 回　⇒　R6 年度 1,297,670 回
・　Instagram フォロワーの増加
　R1 年度 2,300 フォロワー　⇒　（R7.3.31 時点）5,600 フォロワー
・　X（旧 Twitter）フォロワーの増加
　R1 年度 0 フォロワー　⇒　（R7.3.31 時点）21,300 フォロワー

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）行田おもてなし観光局の理事会構成員である行田市、行田商工会議所、南河原商工会等との合意形成を図り、交通事業者、宿泊事業者、飲食事業者、神社仏閣、農業事業者、足袋事業者などの多様な関係者が参画するワークショップを戦略の整合性に関する調整・仕組みの場として設置し、地域の様々な意見を反映して運営している。

【実施体制図】



様式１

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】

【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。当法人設立に際し、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が当法人のミッションの１つとして掲げられたことから、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】

コロナウイルス流行前である令和元年度に約 45 万人であった主要観光施設入込客数だが、花手水効果によりコロナ禍においても令和３年度約 71 万人、令和４年度約 72.5 万人と大きく増加し、コロナ明けの令和５年度は 90.9 万人まで伸ばしたが、令和６年度は残念ながら 86.9 万人と微減。開設当初、観光客の過半数が飲食や購買を伴っていないと掲げられた短・中期的課題は、公式観光サイトリのニューアルや SNS 等発信力強化による旅マエ・旅ナカにおける情報提供体制の整備、観光案内所と観光物産館をはじめとした観光施設の一体的運営、そして何よりまちなかを回遊しながら楽しむ「行田花手水 week」及び花手水ライトアップイベント「希望の光」の開催等により順調に改善が進んでいる（令和元年度観光消費額:580,940 千円、令和 6 年度：2,249,492 千円）。

また、かつて本市の集客は 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かったため、これを解決する通年型の観光地形成を目指していたが、「行田花手水 week」の成功や R5 年にオープンした観光物産館「さきたまテラス」の集客力、R6 年にリニューアルオープンしたヴェールカフェ、戦国体験館の開設等もあって、閑散期を確実に埋めつつある。

【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）、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）

行田花手水 week（７～９月、１・２月を除く通年）、希望の光（７～９月、１・２月を除く通年）等
上記資源などを素材とした着地型旅行商品を造成・販売等することで、観るだけの観光ではなく、五感で体感できる観光の実現を推進している。

【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
令和６年４月より観光貸切タクシー導入
※令和７年３月よりシェアサイクルスタート（株）ゴトー

【外国人観光客への対応】

令和元年度に２箇所の観光案内所において、多言語翻訳機やキャッシュレス決済の導入、パンフレットの多言語化等を実施し、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、令和２年度には観光公式サイトの英語版を、令和３年度は中国語版（繁体字・簡体字）を整備した。さらに、令和４年度に観光庁事業である「地域の観光人材のインバウンド対応能力強化研修」を当市で開催した他、令和６年度も外国語観光ガイドへの研修や観光案内板の多言語化も継続的に図っているところである。また、「地球の歩き方」行田版の中国語繁体字版を作成した。

【観光客の実態等】

※設定区域における観光客入込客数、延べ宿泊者数、消費額等を踏まえて記入すること。

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	観光の地域活性化貢献度を把握するため。	データ収集・分析ツールを活用して実施。
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	リピーター顧客の動向を把握し、戦略立案に繋げるため。	アンケート調査を自主事業として実施。
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。
住民満足度	未実施	未実施
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。

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十分には結びついていない等の課題を抱えていた。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、２年連続（令和３・４年）で行田市の補助事業として実施した「貸切バスによる団体型旅行促進事業」にて旅行会社への知名度向上、団体旅行客の誘致を図ることができた。現在も毎年旅行会社の担当者を招いて視察会を開催しており、当たり前に観光バスが来るまちになった。また、データに基づいた戦略的な情報発信を行うことで、個人客の誘客増も達成している。引き続き、交流人口を確実に増加させることで新たな雇用の創出、地域の活性化に繋げていく。

（２）地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	強み（Strengths） ・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」が 100 年フードに認定 ・ドラマ「陸王」で知名度を上げた足袋の町 ・映画「のぼうの城」で知名度を上げた忍城 ・ふるさとイベント大賞を含む 4 冠に輝いた「行田花手水ｗｅｅｋ」によりミレニアル世代がまちなかを周遊 ・ギネス認定されている「田んぼアート」 ・インバウンドが多い東京都から 1 時間程度の距離に立地	弱み（Weaknesses） ・各観光スポットの連動性が弱い ・宿泊施設が少ない ・団体を受け入れられる飲食店が少ない ・ＪＲ行田駅からの二次交通が弱い ・体験型観光コンテンツが少ない ・土産品や飲食店の認知が低い
外部環境	機会（Opportunity） ・コロナ禍にマイクロツーリズムが浸透 ・コロナ収束によりインバウンド需要が回復 ・「ふかや花園プレミアム・アウトレット」開業 ・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熊谷市に本拠地移転 ・埼玉県深谷市出身の渋沢栄一を図柄にした新 1 万円札が 2024 年 7 月に発行	脅威（Threat） ・観光地としてのイメージが弱い ・高速道路インターからの距離がある ・国内旅行者の基礎となる人口が減少 ・観光プロモーション等における地域間競争の激化

※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

〇第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）

〇選定の理由
観光アンケートの結果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非常に大きいため。

〇取組方針

他地域に勝ち選ばれる観光地になるためにこれまで以上に、戦略的かつ、集中的に情報発信をすることで、効果的・効率的に集客し、観光地としてのブランド化を図る。引き続き受入環境の整備に力を入れていく。
○ターゲット層 アジア圏（台湾、香港、タイ）
○選定の理由 地域連携ＤＭＯの埼玉県物産観光協会とターゲットを合わせることで、より効果的・効率的に集客を図れると判断しているため。 ○取組方針 地域単独で国外向けのプロモーション等を実施しても訴求力が弱い。地域連携ＤＭＯである埼玉県物産観光協会と連携することで、相乗効果を期待できると考える。引き続きＪＮＴＯ及び埼玉県、（一社）埼玉県物産観光協会と連携して情報発信を行うとともに、今後「行田足袋を履いて足袋蔵を巡るガイドツアー」や、ＳＡＭＵＲＡＩ体験等の日本文化を体感できる体験型コンテンツの充実を図り、国外に向けて地域の訴求力を高めていく。

（４）観光地域づくりのコンセプト

コンセプト	**古代からの歴史・文化・自然を五感で体感できるまち**
②コンセプトの考え方	当市は古代蓮、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といえる。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、より来訪者に上記コンセプトが伝わり、感動を与えられる観光まちづくりを行っていく。あわせて情報発信力を強化することにより国内はもとより、アジア圏をはじめとしたインバウンドの取り込みを図っていく。

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理事や会員により構成する理事会、総会、ワークショップの開催
	交通事業者、宿泊事業者、飲食事業者、神社仏閣、農業事業者、足袋事業者等多様な関係者が参画している当法人の理事や会員を集めて、６ヶ月に１回程度、戦略の共有や事業者に対してのコンサルティング等を実施している。
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、この結果などを踏まえ、食や土産品等の改善案を関連事業者に提案し、サービスの向上を図っている。 ・　観光人材を対象とした研修等を開催し、人材育成を図っている。
観光客に対する地域一体となった戦略に基づく一	公式観光サイト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している。また、埼

様式１

元的な情報発信･プロモーション	玉県、一般社団法人埼玉県物産観光協会に対して積極的に情報共有をし、連携を図っている。公式観光サイトの多言語化（英語、中国語）も完了し、ＪＮＴＯに対する情報共有もより一層図ることでインバウンド誘致に力を入れていく。

※各取組について、出来る限り具体的に記入すること。

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	1,500	1,575	1,622	1,671	1,721	1,773
		(―)	(―)	(―)	(―)	(―)	(―)
	実績	1,877	2,112	2,249			
		(―)	(―)	(―)			
●延べ宿泊者数（千人）	目標	39.1	39.5	41.0	42.0	43.0	44.0
		(―)	(―)	(―)	(―)	(―)	(―)
	実績	49.6	52.4	52.8			
		(―)	(―)	(―)			
●来訪者満足度（%）	目標	41.0	43.0	45.0	47.0	49.0	51.0
		(―)	(―)	(―)	(―)	(―)	(―)
	実績	60.1	61.8	63.3			
		(―)	(―)	(―)			
●リピーター率（%）	目標	51.0	53.0	55.0	57.0	59.0	61.0
		(―)	(―)	(―)	(―)	(―)	(―)
	実績	63.2	66.5	58.5			
		(―)	(―)	(―)			

※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】
当法人は行政と方向性を同じくし、連携・協力して活動していくことが必要であることからまず、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の整合を図った。その上で、当法人設立に向けて設置した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、回答結果等を基に当初基準値を設定した。その後、Ｒ３年度の実績を検証・分析し、今後更なる上昇を期待できることからＲ３年度を基準とし、Ｒ４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。当法人が準備期間を経て本格稼働する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。当法人が準備期間を経て本格稼働する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。当法人が準備期間を経て本格稼働する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		2022（Ｒ４）年度	2023（Ｒ５）年度	2024（Ｒ６）年度	2025（Ｒ７）年度	2026（Ｒ８）年度	2027（Ｒ９）年度
●ＨＰレビュー数（回）	目標	1,500,000	1,575,000	1,591,000	1,607,000	1,623,000	1,639.000
		(―)	(―)	(―)	(―)	(―)	(―)
	実績	1,601,958	1,297,670	1,361,393			
		(―)	(―)	(―)			
●主要観光施設入込客数（人）	目標	721,000	743,000	765,000	788,000	812,000	836,000
		(―)	(―)	(―)	(―)	(―)	(―)
	実績	724,931	908,972	869,235			
		(―)	(―)	(―)			
●Instagram フォロワー数（人）	目標	4,500	5,000	5,300	5,500	5,800	6,100
		(―)	(―)	(―)	(―)	(―)	(―)
	実績	4,400	5,000	5,600			
		(―)	(―)	(―)			
●X フォロワー数（人）	目標	1,700	13,000	17,700	18,600	19,500	20,500
		(―)	(―)	(―)	(―)	(―)	(―)
	実績	12,000	17,700	21,300			
		(―)	(―)	(―)			
●レンタサイクル貸出数（台）	目標	2,940	3,070	3,100	3,130	3,160	3,190
		(―)	(―)	(―)	(―)	(―)	(―)
	実績	2,277	2,333	2,371			
		(―)	(―)	(―)			

※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】

検討の経緯】

当法人は行政と同じ方向性を共有し、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設置した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。花手水が人気となりＲ２・３年度のビュー数が一気に増えたことでＲ４年度以降はＲ３年度実績の約５%上昇という目標数値に上方修正したが、Ｒ４年度は微減、Ｒ５年度は花手水の各地への普及もあり大きく減らしたビュー数だが、Ｒ６年度は桜の開花情報の充実、忍城でのプロジェクションマッピングやカフェ運営、戦国体験施設のオープン等もあり、上昇した。今後については、季節毎の特設ページを作成し、情報量を一層充実することでレビュー数アップに繋げていく。

７．活動に係る運営費の額及び調達方法の見通し

様式１

※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	199,811,490（円）	【市からの補助金】83,300,000 円 【事業収入（公益）】10,322,532 円 【事業収入（収益）】76,808,039 円 【借入金】20,000,000 円 【会費収入】754,000 円 他
2023（Ｒ５） 年度	197,435,613（円）	【市からの補助金】55,655,170 円 【事業収入（公益）】15,657,975 円 【事業収入（収益）】125,336,465 円 【会費収入】786,000 円 他
2024（Ｒ６） 年度	211,528,665（円）	【市からの補助金】60,408,336 円 【事業収入（公益）】16,462,444 円 【事業収入（収益）】133,822,885 円 【会費収入】835,000 円 他
2025（Ｒ７） 年度 ※当法人見込	215,759,000（円）	【市からの補助金】50,000,000 円 【事業収入（公益）】16,500,000 円 【事業収入（収益）】143,000,000 円 【会費収入】845,000 円 他
2026（Ｒ８） 年度 ※当法人見込	220,074,000（円）	【市からの補助金】50,000,000 円 【事業収入（公益）】16,500.000 円 【事業収入（収益）】146,000,000 円 【会費収入】855,000 円 他
2027（Ｒ９） 年度 ※当法人見込	225,500,000（円）	【市からの補助金】50,000,000 円 【事業収入（公益）】16,500,000 円 【事業収入（収益）】149,000,000 円 【会費収入】861,000 円 他

（２）支出

年（年度）	総支出	内訳（具体的に記入すること）

様式１

2022（Ｒ４） 年度	**195,525,131（円）**	【管理費】23,923,898 円 【（仮称）さきたま市場整備事業】49,242,576 円 【プロモーション事業】39,548,996 円 【コンテンツ開発・強化事業】4,943,262 円 【観光案内所管理運営事業】8,319,819 円 【物産振興事業】56,718,790 円 他
2023（Ｒ５） 年度	**207,487,128（円））**	【管理費】29,847,739 円 【プロモーション事業】4,852,230 円 【コンテンツ開発・強化事業】21,267,344 円 【観光案内所管理運営事業】15,579,975 円 【物産振興事業】83,154,802 円 他
2024（Ｒ６） 年度	**209,937,036（円）**	【管理費】29,976,823 円 【プロモーション事業】5,195,358 円 【コンテンツ開発・強化事業】26,124,587 円 【観光案内所等管理運営事業】16,436,375 円 【物産振興事業】93,628,715 円 他
2025（Ｒ７） 年度 ※当法人見込	**213,086,092（円）**	【管理費】30,000,000 円 【プロモーション事業】6,000,000 円 【コンテンツ開発・強化事業】25,000,000 円 【観光案内所等管理運営事業】16,500,000 円 【物産振興事業】95,035,000 円 他
2026（Ｒ８） 年度 ※当法人見込	**216,262,383（円）**	【管理費】30,000,000 円 【プロモーション事業】6,000,000 円 【コンテンツ開発・強化事業】25,000,000 円 【観光案内所等管理運営事業】16,500,000 円 【物産振興事業】96,460,500 円 他
2027（Ｒ９） 年度 ※当法人見込	**219,506,318（円）**	【管理費】30,000,000 円 【プロモーション事業】6,000,000 円 【コンテンツ開発・強化事業】25,000,000 円 【観光関連施設管理運営事業】16,500,000 円 【物産振興事業】97,907,000 円 他

（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

市からの観光関連施設管理運営事業を継続して受託できるよう各施設の価値を高め、さらに発展的に運営していく。公益的事業については行政目的を保有した事業であることから、市から継続的に資金調達を行う。一方、収益的事業においてはR5 年度にさきたま古墳公園内にオープンしたさきたまテラスが順調なことから２館の観光物産館の増収を大きな柱に据える。R6 年度は観光案内所を観光案内に止まらず戦国体験館に衣替えして、稼ぐ観光案内所に。これまでも土産品販売や餃子の自動販売機を設置するなど様々な取り組みをしてきたが、さらに稼ぐ観光施設として進化する。また、地域限定旅行業を取得していることから、着地型旅行商品を造成し積極的に販売する。収益性は低いものの甲冑隊を使ったプロモーションとして捉える。他にもレンタサイクル事業等、多角的に事業を拡大して安定的な財務基盤を構築し、自律的な運営を実現する。

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、行政と DMO が連携・協調する体制を重視している。市の職員体制では、細やかな観光誘客やプロモーション活動の全てを担うのは困難なため、民間的な柔軟さと専門性を備えた DMO をパートナーとして明確に位置づけ、役割分担と支援を行う方針を取っています。

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）

【他の地域連携ＤＭＯや地域ＤＭＯとの間で、重複区域に関する連携や役割分担等について協議を行った（行っている）か】
エリアが重複する一般社団法人埼玉県物産観光協会とは、当法人設立に際し意見交換を行い、役割分担を確認している。情報発信等プロモーション活動については多くの支援をいただいている。
【区域が重複する背景】
一般社団法人埼玉県物産観光協会は、当市を含めたオール埼玉で観光をきっかけとした稼げるエリアづくりを目指しており、埼玉県全体を対象区域とする地域連携ＤＭＯ組織であるため。
【重複区域における、それぞれの DMO の役割分担について】
当法人は単一市町村レベルで観光資源の磨き上げ及び受入体制の整備を行うことが主な役割で、一般社団法人埼玉県物産観光協会は、それらを県内の他市町村と結び付けパッケージとして海外を含むターゲットに対して情報発信していくことが主な役割となっている。
【前述の役割分担等によって、効率的、効果的な活動の遂行が期待できるか】
埼玉県としては、当法人が観光資源の磨き上げや受入体制の整備を行い、当市がキラーコンテンツの一つとなることで、一般社団法人埼玉県物産観光協会が発信する情報の訴求力が高まることが期待され、当市にとっても効果的・効率的な活動成果が期待できる。
【他の地域連携ＤＭＯや地域ＤＭＯとの間で、重複区域に関する連携や役割分担等について協議を行った（行っている）か】
（例）エリアが重複する●●ＤＭＯとは、月に一度の連絡会を行い、各取組の意見交換を行っている。
地域連携ＤＭＯ及び地域ＤＭＯとのエリア重複はない。

【区域が重複する背景】
重複なし
【重複区域における、それぞれの DMO の役割分担について】
※重複する活動がないか、第三者から見た際に合理的と捉えられる役割分担になっているか等を踏まえて記入すること。
重複なし
【前述の役割分担等によって、効率的、効果的な活動の遂行が期待できるか】
重複なし

１０．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）	048-577-8442	
ＦＡＸ番号	048-577-6143	
Ｅ－ｍａｉｌ	kanri@gyoda-kankoukyoukai.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	埼玉県行田市	
担当者氏名	嶋田　和子	
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２－２０　地方庁舎３階	
電話番号（直通）	048-580-3012	
ＦＡＸ番号	048-553-5063	
Ｅ－ｍａｉｌ	syoko@city.gyoda.lg.jp	

都道府県･市町村名	
担当者氏名	
担当部署名（役職）	
郵便番号	
所在地	
電話番号（直通）	

様式１

ＦＡＸ番号	
Ｅ－ｍａｉｌ	

（登録)【地域DMO】一般社団法人 行田おもてなし観光局

様式2

記入日： 令和7年7月20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】埼玉県行田市
【設立日】令和3年1月27日
【設立経緯】③区域の観光協会がDMOに移行
【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】7人
（常勤6人（正職員4人、アルバイト2人）
【主な収入】
市からの補助金60百万、収益事業133百万円、（令和6年度決算）
【総支出】
事業費120百万円、一般管理費29.9百万円（令和6年度決算）
【連携する主な事業者】
行田市、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

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	1,500（—）	1,575（—）	1,622（—）	1,671（—）	1,721（—）	1,773（—）
	実績	1,877（—）	2,112（—）	2,241（—）	—	—	—
延べ宿泊者数（千人）	目標	391（—）	39.5（—）	41.0（—）	42.0（—）	43.0（—）	44.0（—）
	実績	496（—）	52.4（—）	528（—）	—	—	—
来訪者満足度（%）	目標	41.0（—）	43.0（—）	45.0（—）	47.0（—）	49.0（—）	51.0（—）
	実績	60.1（—）	61.8（—）	63.3（—）	—	—	—
リピーター率（%）	目標	51.0（—）	53.0（—）	55.0（—）	57.0（—）	59.0（—）	61.0（—）
	実績	63.2（—）	66.5（—）	58.5（—）	—	—	—

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】
有する観光スポット毎のリブランディング、運営する観光施設の充実・改善を行い、情報発信を戦略的に行う。一方で旅行会社にアプローチして認知度を高め、団体誘客を図る。インバウンドは県DMOとの連携を深化させて成果に結びつける。
【観光地域づくりのコンセプト】
古代からの歴史・文化・自然を五感で体感できるまち

具体的な取組

【観光資源の磨き上げ】
- 行田花手水week
- 花手水ライトアップ「希望の光」
- 市指定文化財にてカフェの運営
- 忍城、古墳にて謎解きの実施

【受入環境整備】
- 旅行会社の担当者を招待し観光視察会開催
- 観光物産館2館の運営
- 観光物産館を免税店登録
- 観光ガイド研修の実施

【情報発信・プロモーション】
- 観光パンフレット多言語化
- 公式HPの多言語化
- 御墳印の専門誌への出稿
- 旅行会社への情報発信
- 県DMOとの連携による情報発信

【その他】
- 観光施設を6ケ所（2観光案内所、2観光物産館、はにわづくり体験館、カフェ）運営することで、滞在時間の延伸につなげる。