

第二次東松山市観光振興基本計画 令和5年度進捗状況報告

【進捗状況評価基準】

S：目標を大きく達成している、又は目標の達成に向けて計画以上に進んでいる。
 A：目標を達成している、又は目標の達成に向けて計画どおり進んでいる。
 B：目標を達成していない、又は目標の達成に向けた進捗が少し遅れているが、計画最終年度には目標を達成する見込みである。
 C：目標を大きく下回っている、又は目標の達成に向けた進捗が遅れており、取組の強化が必要である。

基本施策1 地域資源を活かす

施策	取組内容	実施時期			取組主体	評価	R5年度の取組	備考
		短期 (R2-3)	中期 (R4-5)	長期 (R6-7)				
1-1	観光資源の更なる活用	①新たなイベントの開催	→			市	A	民間企業と連携し、市内の観光施設（東松山ぼたん園、化石と自然の体験館、物見山公園、市農林公園）に宝箱を設置し、宝探しイベントを実施した。
		②新たな体験プログラムの創出	→			市	S	①市観光協会と連携し、化石と自然の体験館の化石発掘体験をジオウォークや小川げんきブラザに出張して開催した。 ②ぼたんの開花時期に、東松山ぼたん園において、市観光協会と連携し、いけばなパフォーマンスを実施した。 ③市観光協会が県物産観光協会と連携し、3/16~17に東松山ぼたん園でキャンプのモニターイベントを実施した。
		③歴史・文化・芸術資源への積極活用	→			観光協会	S	令和5年6月から行田市など県内6市町と連携し、古墳を活用した広域周遊促進事業として、御朱印の古墳版である「御墳印」を作成し、將軍塚古墳と若宮八幡古墳の「御墳印」を市観光協会と連携し、販売している。
1-2	旅行関連事業者との連携	④旅行関連事業者への情報提供	→			観光協会	S	県物産観光協会と連携し、3/16~17に東松山ぼたん園でキャンプのモニターイベントを実施した。
		⑤様々なテーマのツアー開発	→			観光協会	S	
1-3	市内特産物の認知度向上	⑥地域ブランド認定制度の取組	→			市	S	ひがしまつやまプライド認定部門を食品部門と工芸・芸術部門に分け、認定品が金賞に3品、銀賞に4品、銅賞に1品ランクアップし、新たに3品が追加された。
		⑦特産品のPR強化	→			市	S	①市観光協会と連携し、市内外のイベントに出展し、特産品のPRを実施した。 ②ひがしまつやまプライド認定品のふるさと納税返礼品数は12品。 ③「TABETEレスキュー直売所」でいなほてらすなどの直売所で売れ残った野菜を池袋駅で販売している。

基本施策2 地域資源をつなぐ

施策	取組内容	実施時期			取組主体	評価	R5年度の取組	備考
		短期 (R2-3)	中期 (R4-5)	長期 (R6-7)				
2-1	市内周遊を促す仕組みづくり	⑧テーマ性や季節性のあるモデルコースの設定	→			観光協会	S	比企氏ゆかりの地探訪と東松山市農林公園でいちごの摘み取り体験ができるモデルコースを設定し、継続してPRを実施している。
		⑨ウォーキングを活用したモデルコースの設定	→			観光協会	S	東武健康ハイキングのコースとして、南部地域の観光資源を結んだウォーキングコース「まなびのみち」の一部を活用し、4/28~30に実施した。
2-2	市内の協働を高める取組	⑩事業者からの意見集約	→			観光協会	B	観光協会会員や交通事業者等から聞き取る予定で準備を進めている。
		⑪観光協会を中心とした連携強化	→			観光協会	S	市観光協会が東松山・比企広域観光推進協議会を設立し、比企地域の連携強化をしている。
2-3	広域連携の強化	⑫比企地域内の自治体との連携強化	→			市	S	①比企地域元気アップ実行委員会で比企地域の企業を紹介した動画作成事業とSNSを活用したPR事業を実施した。 ②市観光協会が東松山・比企広域観光推進協議会を設立し、比企地域の連携強化をしている。
		⑬周辺観光地との連携	→			観光協会	S	①令和5年6月から行田市など県内6市町と連携し、古墳を活用した広域周遊促進事業として、御朱印の古墳版である「御墳印」を作成し、將軍塚古墳と若宮八幡古墳の「御墳印」を市観光協会と連携し、販売している。 ②市観光協会が東松山・比企広域観光推進協議会を設立し、比企地域の連携強化をしている。
		⑭東武東上線沿線自治体との連携強化	→			市	S	東武東上線沿線サミットにおいて ①設立10周年を記念して加盟6自治体の切り絵カードを作成し、配布した。 ②フォトコンテストを開催した。 ③川越市で東武東上線沿線サミットとフォトコンテストの表彰式を開催した。 ④6自治体の観光情報を集約したパンフレットを増刷し、東武東上線の各駅や各自治体の観光案内所等で配布した。

基本施策3 観光情報を届ける

施策	取組内容	実施時期			取組主体	評価	R5年度の取組	備考
		短期 (R2-3)	中期 (R4-5)	長期 (R6-7)				
3-1	観光情報の充実	⑮観光協会への観光情報の集約	→			観光協会	A	市ホームページやSNSから観光協会ホームページへ誘導することで、観光情報の集約化を図っている。
		⑯外国人観光客向けリーフレットの作成	→			観光協会	A	外国人観光客にやさしさを理解してもらえるように「やさしきマップ」の英語版を増刷・改訂した。
3-2	効果的な観光情報の提供	⑰テーマや四季に応じた観光情報の発信	→			観光協会	A	季節に合わせた市のイベントやスポットをまとめた「四季だより」を継続して作成・配布している。
		⑱ターゲットに応じた観光情報の発信	→			観光協会	A	①市内外のイベントに出展し、特産品のPRを実施した。 ②市公共施設以外でも観光パンフレットを配布し、情報発信をしている。
		⑲周遊を促す情報発信	→			観光協会	A	ぼたんの開花時期に合わせて、北部の観光拠点である東松山ぼたん園、市農林公園を周遊するため臨時バスを運行し、市広報紙やホームページで情報発信をした。

基本施策4 地元観光を楽しむ

施策	取組内容	実施時期			取組主体	評価	R5年度の取組	備考
		短期 (R2-3)	中期 (R4-5)	長期 (R6-7)				
4-1	市民が楽しむ魅力を発信	⑳市民に向けた観光情報の発信	→			市	A	広報紙を活用し、県子ども動物自然公園に注目した特集ページを掲載した。
		㉑市民が感じる魅力の共有と発信による集客力の向上	→			観光協会	A	季節に合わせた市のイベントやスポットをまとめた「四季だより」を継続して作成・配布している。
		㉒市民が市内の観光を楽しむ機会の創出	→			観光協会	S	①月例市民ウォークで南部地域の観光資源を結んだウォーキングコース「まなびのみち」を活用した。 ②市の観光施設を巡るスタンプラリーや観光施設を対象とした写真コンテストを開催した。