

第二次東松山市観光振興基本計画 令和3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	R3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	B	くらかげ清流の郷において「川の学校」「森の学校」をコンセプトに自然を学べるイベントを予定している	
		②新たな体験プログラムの創出	→			市	B	くらかげ清流の郷において12/19焼き芋体験イベントを実施しており、自然を学べるイベントを予定している	
		③歴史・文化・芸術資源への積極活用	→			観光協会	B	2022年の大河ドラマ「鎌倉殿の13人」をテーマとした歴史講演会を1/23に開催予定だったが、5/15に延期となった	
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	B	県産観光協会と観光ツアーを2/6、2/23に開催する予定だったが、5/21、5/29に延期となった	隣近畿日本ツーリスト首都圏熊谷支店と連携して、観光庁の「地域の観光資源の磨き上げを通じた域内連携促進に向けた実証事業」に応募したが不採択
		⑤様々なテーマのツアー開発	→			観光協会	A	比企氏ゆかりの地をテーマとしたツアーを観光協会が開発・販売し、3/5に開催して21名が参加した	
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品として銀賞に3品ランクアップし、新たに5品が追加された	
		⑦特産品のPR強化	→			市	S	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7品「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	

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	R3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	市内外の比企氏ゆかりの地探訪と農林公園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	
		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	北部地域の観光資源を結んだウォーキングコース「みどりのみち」を設定し、パンフレットを作成	
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	C	未実施	
		⑪観光協会を中心とした連携強化	→			観光協会	A	比企氏ゆかりの地をテーマとしたツアーを観光協会が開発・販売し、3/5に開催した	
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	A	比企地域元気アップ実行委員会で比企地域魅力向上検討事業を実施し、翌年度の事業を決定	
		⑬周辺観光地との連携	→			観光協会	C	未実施	
		⑭東武東上線沿線自治体との連携強化	→			市	S	6自治体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	

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	R3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の誘導によって、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	C	未実施	新型コロナウイルス感染症の影響により取組困難
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作成し、配布した	
		⑱ターゲットに応じた観光情報の発信	→			観光協会	C	未実施	
		⑲周遊を促す情報発信	→			観光協会	A	ぼたんまつり時にぼたん園、大岡市民活動センターを経由して農林公園まで運行する臨時バスを計画	

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	R3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、まなびのみち・化石と自然の体験館やみどりのみち・比企氏など地元の観光資源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作成し、配布した比企氏ゆかりの地をテーマとしたツアーを観光協会が開発・販売し、3/5に開催した	
		㉒市民が市内の観光を楽しむ機会の創出	→			観光協会	A	北部地域の観光資源を結んだウォーキングコース「みどりのみち」を設定した。また、東武健康ハイキングのコースに活用できるように計画している	