

1

2. 目標の達成状況

目標① 観光入込客数の増加

265万人 ⇒ 285万人 未達成

<達成状況>

令和元年は、令和元年東日本台風（台風第19号）の影響により、平成30年と比較して、やや減少している。令和2年は、新型コロナウイルス感染症の感染拡大の影響による施設の休業や行動制限によって大幅に減少している。令和6年にかけて徐々に回復傾向にあるものの、令和6年時点で目標達成には至っていない。

平成 30年	令和 元年	令和 2年	令和 3年	令和 4年	令和 5年	令和 6年	令和 7年
265万人	255万人	169万人	174万人	212万人	235万人	278万人	—

※観光入込客数：国が定める「共通基準による観光入込客統計」に基づいた、市内の観光地及び祭り、イベントなどに訪れた人数の合計。

目標③ 観光協会ホームページの月平均の閲覧回数（PV数）の増加

6,200PV ⇒ 9,300PV 達成

<達成状況>

令和2年度は、新型コロナウイルス感染症の感染拡大の影響により、閲覧回数は低かったが、令和4年度にかけて大幅に増加し、目標を達成した。さらに、令和5年度・6年度も増加し続けている。なお、令和元年度は、令和元年12月～令和2年3月の月平均の数値であり、祭りやイベントの多い時季の数値が集計されていないため、低くなっているものと推察される。

平成 30年度	令和 元年度	令和 2年度	令和 3年度	令和 4年度	令和 5年度	令和 6年度	令和 7年度
6,200	3,258	4,969	7,435	15,030	17,097	22,039	—

※平成30年度は推計値

※令和元年度は令和元年12月～令和2年3月の月平均

（令和元年12月に観光協会ホームページをリニューアルしたため）

目標② 行政、観光協会が管理を行う観光パンフレットの配架場所の増加

7か所 ⇒ 30か所 達成

<達成状況>

主な配架場所として、令和2年度に東武東上線沿線サミット実行委員会（豊島区、川越市、坂戸市、東松山市、寄居町、越生町、東武鉄道株）において各自治体内の駅構内に設置したパンフレットスタンドや、令和5年度に東松山・比企広域観光推進協議会（滑川町・嵐山町・小川町・ときがわ町）を通じて、各自治体の庁舎や観光案内所を追加したことにより、令和5年度・6年度時点で目標を達成している。

平成 30年度	令和 元年度	令和 2年度	令和 3年度	令和 4年度	令和 5年度	令和 6年度	令和 7年度
7か所	21か所	23か所	25か所	28か所	39か所	39か所	—

目標④ 東松山市に愛着を感じる市民の増加

71.7% ⇒ 80.0% 未達成

<達成状況>

平成30年度の71.7%と比較して、令和4年度では72.7%、令和6年度では73.0%と増加しているが、令和6年時点で目標達成には至っていない。

平成 30年度	令和 元年度	令和 2年度	令和 3年度	令和 4年度	令和 5年度	令和 6年度	令和 7年度
71.7%	—	71.3%	—	72.7%	—	73.0%	—

※本目標は、隔年で実施している市民意識調査の調査項目の一つとなっている。

市民意識調査は、市内に居住する満18歳以上の方2,000人を住民基本台帳から無作為で抽出して調査を実施。

3. 各施策の達成度評価

(1) 総括（令和6年度時点）

	取組数	目標達成(◎)	取組実施(○)	取組不十分(△)	未実施(×)
基本施策1 地域資源を活かす	7	3	3	1	0
基本施策2 観光資源をつなぐ	7	1	4	2	0
基本施策3 観光情報を届ける	5	0	1	4	0
基本施策4 地元観光を楽しむ	3	0	2	1	0
合計	22	4	9	8	0

(2) 各取組の達成度評価

【達成度評価 ◎：効果的な取組により目標を達成できた ○：目標の実現に向けた取組を実施できた △：準備・調整段階または取組不十分 ×：未実施】
【継続の有無 ○：三次計画へ継続 △：内容を一部変更または絞って継続 ×：達成あるいは役割終了により継続なし】

基本施策	施策	取組内容	実施時期			取組主体：●			達成度 評価	継続の 有無	総 括
			短期 R2-3	中期 R4-5	長期 R6-7	取組主体を補佐する組織：○					
						市	観光 協会	商工会			
基本施策 1 地域資源を 活かす	1-1 観光資源の 更なる活用	①新たなイベントの開催				●	○		◎	○	・ ひがしまつやまプライド認定品も着実に増加しており、市内特産品の認知度向上に関する取組はしっかりと行うことができた。今後は、認定品を観光振興に活かすため、認定事業者間の連携等を進めることが必要。 ・ 観光資源の活用に関し、各種イベント等は実施できているものの、恒常的な体験プログラムの創出には至っていない。またツアーについても一時的、イベント的な取組で終わっている。
		②新たな体験プログラムの創出				●	○		○	△	
		③歴史・文化・芸術資源への積極活用				○	●		○	○	
	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				○	●		△	×	
		⑤様々なテーマのツアー開発				○	●		○	×	
	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				●	○	○	◎	○	
		⑦特産品の P R 強化				●	○	○	◎	○	
基本施策 2 観光資源を つなぐ	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				○	●		△	○	・ 市観光協会が東松山・比企広域観光推進協議会を設立し、各種プロモーション活動を展開。また東武東上線沿線サミットの取組も継続的に実施できている。今後は広域連携による取組を実際の誘客につなげていくことが課題。 ・ 市内周遊に関しては、ウォーキングコースの設定等の取組を行っているが、周知不足もあり、周遊の実現には至っていないのが現状。
		⑨ウォーキングを活用したモデルコースの設定				○	●		○	○	
	2-2 市内の協働を 高める取組	⑩事業者からの意見集約				○	●		○	△	
		⑪観光協会を中心とした連携強化				○	●		△	△	
	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				●	○		◎	○	
		⑬周辺観光地との連携				○	●		○	○	
		⑭東武東上線沿線自治体との連携強化				●	○		○	○	
基本施策 3 観光情報を 届ける	3-1 観光情報の充実	⑮観光協会への観光情報の集約				○	●		△	△	・ 情報発信については、観光マーケット調査や観光関連団体等への意向調査結果を見ても、まだまだ不足しているのが現状。今後はターゲットに届く効果的な発信方法を検討するとともに、広域連携による束になった情報発信を更に強化していくことが必要。
		⑯外国人観光客向けリーフレットの作成				○	●		△	○	
	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				○	●		○	△	
		⑱ターゲットに応じた観光情報の発信				○	●		△	△	
		⑲周遊を促す情報発信				○	●		△	△	
基本施策 4 地元観光を 楽しむ	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				●	○		○	○	・ 市民に向け、広報等を通じた情報発信は行っているが、市民が市内の観光を楽しむ機会づくりや、市民が感じる魅力の発信に関わる取組については、更に力を入れていくことが必要。
		㉑市民が感じる魅力の共有と発信による集客力の向上				○	●		△	○	
		㉒市民が市内の観光を楽しむ機会の創出				○	●		○	○	

■ 第二期計画の達成度評価

【達成度評価】◎：効果的な取組により目標を達成できた ○：目標の実現に向けた取組を実施できた △：準備・調整段階または取組不十分 ×：未実施

基本 施策	施策	取組内容	取組主体			その他 関係課	実施状況（R2-6年度）		達成度評価（課題・今後の方向性）	
			市	観光 協会	商工 会		担当課	実施内容		
【基本施策1】地域資源を活かす	1-1 観光資源の 更なる活用	①新たなイベントの開催 ・既存観光施設等を活用した新たなイベントの実施 ・様々な利用者が楽しめる工夫	●	○		農政課 都市計画課 生涯学習課	商工観光課	・くらかけ清流の郷にて焼き芋体験会、化石発掘体験会を実施【R3-4】 ・民間企業と連携し、市内の観光施設（化石と自然の体験館、物見山公園、市農林公園等）における宝探しイベントを実施【R4-6】 ・東松山・比企広域観光推進協議会による東松山・比企地域スタンプラリーの開催【R6】	◎	関係各課、および施設の指定管理者との連携により、新たなイベントを数多く実施することができた。 ⇒ 今後はイベントの継続、飽きられないための工夫が望まれる。
		②新たな体験プログラムの創出 ・各観光施設ならではの体験プログラムの創出	●	○		農政課 都市計画課 生涯学習課	農政課	・農林公園にて丘の上のマルシェの実施【R2】／・農林公園を対象としたひまわりSNSイベントの実施【R2-4】 ・農林公園にて「いいいちごの日」イベントの実施【R3-4】 ・農林公園にて焼き栗販売、ひまわりマルシェ、はれのひマルシェ、丘の上のミニマルシェ、うまーケット等の各種イベント実施【R5-6】		
						都市計画課	都市計画課	・都市公園における指定管理者による各種イベントの開催【R2-6】 （Parkヨガ、ガーデニング講座、夏休み工作教室、いわはなサンクスフェスタ、イルミネーション等） ・東松山ぼたん園における指定管理者による各種イベントの開催【R2-6】 （みんなでパークヨガ、ぼたん育て方教室、ものつくり教室、水鉄砲パーティー、ハロウィンイベント、バレンタインオリエンテーリング等）		
						生涯学習課	生涯学習課	・古墳巡りツアーの実施【R2-4】／・高坂月例ウォーキングにおける高坂の古墳の説明【R6】 ・文化財巡り・文化財ウォーキングツアーの実施【R4-5】 ・高坂彫刻プロムナードを活用したアートイベント開催【R5-6】 ・埋蔵文化財センター展示室ツアーの実施【R5】	○	各施設ごとに独自の体験プログラムを実施している。 ⇒ 今後は体験プログラムのバリエーションを増やし、参加者の評価等も踏まえて必要な改善を行っていくとともに、時期限定やイベントだけでなく、通年型の体験プログラムの創出が望まれる。
						農政課	農政課	・くらかけ清流の郷にて「川の学校」「森の学校」を開催【R4】 ・化石発掘体験の出張開催（ピオニウォーク、くらかけ清流の郷、市内3小学校）【R4,6】 ・化石のレプリカ製作教室の開催【R6】		
						都市計画課	都市計画課	・東松山ぼたん園にてぼたんまつりスペシャルデーを開催（いわばなパフォーマンス）【R4-5】 ・東松山ぼたん園にてキャンプのモニターイベントを実施【R5】		
		③歴史・文化・芸術資源の積極活用 ・歴史・文化・芸術資源の価値・魅力と観光活用可能性整理 ・モデルコースの設定とその情報発信 ・観光ガイドへの文化財に関する知識習得支援	○	●		都市計画課 生涯学習課	商工観光課	・市観光協会において観光ガイドクラブの募集を行うとともに年1回の研修会を実施【R2-6】 ・「鎌倉殿の13人」に関連する名所や北部地域の観光資源を結んだ観光ルート「みどりのみち」を設定【R3】 ・大河ドラマ「鎌倉殿の13人」をテーマとした歴史講演会の開催【R2-4】 ・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「御墳印」を作成・販売【R5】 ・御墳印のPRのため、行田の古墳フェスティバルに出店し販売【R6】／・熊谷市観光案内所で御墳印の展示【R6】 ・市観光協会が他団体と連携し御城印販売キャンペーンを実施【R6】	○	歴史・文化資源の活用に向けた各種取組が実施できている。 ⇒ 今後は歴史・文化・芸術資源の価値や魅力をわかりやすく伝える情報発信媒体の作成やそれらを見学・体験するモデルコース（滞在プラン）の設定等が望まれる。
						都市計画課	都市計画課	・ぼたん園フォトコンテスト開催【R2-6】 ・絵子猫先生と作るドレスアート&フォトレッスン実施【R5-6】 ・ぼたんの花びら染め体験・十月桜で染める染め物体験実施【R5】		
						生涯学習課	生涯学習課	・高田博厚顕彰事業として高田博厚展を開催【R2-6】		
	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 ・旅行会社・メディア等への観光ガイドブックやイベントチラシ等の定期的送付	○	●		—	商工観光課	・東松山・比企広域観光推進協議会が「埼玉マガジン」との連携協定締結／「いこーよとりつぷ」掲載登録拡大【R5】 ・県物産観光協会との共催で比企氏ゆかりの地をテーマとした観光ツアーを実施【R3-4】 ・県物産観光協会と連携し東松山ぼたん園にてキャンプのモニターイベントを実施【R5】 ・JAFMate2025冬号において、東松山・比企地域の特集を掲載【R6】	△	問い合わせ対応中心で、能動的・積極的な情報提供は不十分。 ⇒ 効果的な情報発信方法の検討とその実施が必要。（計画書にあるような旅行会社・メディア等への観光ガイドブックやイベントチラシ等の定期的送付が有効か要検討）
		⑤様々なテーマのツアー開発 ・ツアー開発に向けた旅行関連事業者への働きかけ ・テーマ性のあるツアー構築と市内外への周知	○	●		政策推進課	都市計画課	・メディアへの情報提供（東松山ぼたん園）（るるぶ埼玉）【R2,6】		
	1-3 市内特産品の 認知度向上	⑥地域ブランド認定制度の取組 ・認定制度の継続実施と認定品の充実化	●	○	○	広報広聴課 農政課	商工観光課	・ひがしまつやまプライド認定品の追加・ランカアップ【R2-6】 ＜追加＞ R2：3品、R3：5品、R4：4品、R5：3品、R6：7品	◎	認定品は着実に増加しており、目標を達成することができた。 ⇒ 今後は認定品の更なる認知度向上や観光活用が望まれる。
						広報広聴課	広報広聴課	・広報紙で新規認定品を紹介（市民の目に留まるよう、裏面に掲載）【R2-6】		
						農政課	農政課	・戦略作物として新たに白菜を追加【R4】		
		⑦特産品のPR強化 ・イベントへの出展、ふるさと納税返礼品としての活用、市内観光施設等での販売に向けた調整 ・地域ブランドのロゴが記載されたPRアイテムの活用 ・東松山市の観光と結びつけたPR	●	○	○	政策推進課 広報広聴課 都市計画課	商工観光課	・東松山駅観光案内所やいなほてらすでのPR・販売【R2-6】 ・ひがしまつやまプライド認定品を1品ずつ広報紙(6月号～10月号)で紹介【R2,6】 ・ひがしまつやまプライド認定品をふるさと納税返礼品として設定（R2：3品、R3：7品、R4：10品、R5：12品、R6：13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【R2-6】 ・市観光協会が民間企業と連携し、比企の尼限定パッケージのお土産を開発・販売【R4】 ・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【R4-6】	◎	ひがしまつやまプライド認定品の広報、「TABETEレスキュー直売所」の取組、ふるさと納税返礼品としての活用など、効果的な取組を推進することができた。 ⇒ 今後は認定品の更なる認知度向上や観光活用が望まれる。
							政策推進課	・ふるさと納税ポータルサイトへ特産品等を掲載・PR（ふるさと納税ポータルサイトのサイト数拡充：1サイト→12サイト）【R2-6】 ・ふるさと納税公式Instagramで情報を発信（投稿回数22回）【R6】 ・ふるさと納税返礼品を530種まで拡充し、より多くの特産品等のPRを実施【R3,6】		
							政策推進課	・下北沢ポーナストラックで開催された「ふるさと納税見本市」へ出店し、返礼品を販売【R4-5】 ・武蔵野銀行本店で開催された「埼玉ふるさと納税商店街」にて、返礼品の販売・PRを実施【R6】		
							広報広聴課	・広報紙に特集「食品ロスの削減を目指す「TABETEレスキュー直売所」とは一体なに？」を掲載し、取組を紹介【R4】 ・広報紙で「ひがしまつやまプライド」の新規認定品を紹介【R5,6】		
							都市計画課	・広報紙に特集「遊学＋ミュージアム東松山・比企」を掲載し、観光と結びつけたPRを実施【R6】 ・地元野菜の販売を定期的に実施【R3-6】		

■ 第二期計画の達成度評価

【達成度評価】◎：効果的な取組により目標を達成できた ○：目標の実現に向けた取組を実施できた △：準備・調整段階または取組不十分 ×：未実施

基本 施策	施策	取組内容	取組主体			その他 関係課	実施状況（R2-6年度）		達成度評価（課題・今後の方向性）
			市	観光協会	商工会		担当課	実施内容	
【基本施策2】 観光資源をつなぐ	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 ・設定コース・コース内おすすめスポットの情報発信	○	●		－	商工観光課	・市内外の比企氏ゆかりの地探訪と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・PR【R3-6】	△ モデルコースを検討し、ツアーを実施しているが、周知が未実施。 ⇒魅力的な滞在プランを検討し、その情報発信を行うことが必要。
		⑨ウォーキングを活用したモデルコースの設定 ・周辺の見どころやコースまでのアクセス情報等のパンフレット、HP等での情報発信	○	●		－	商工観光課	・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【R3,6】 ・東武健康ハイキングのコースとして、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」を活用【R4,6】 ・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【R5】	○ 「まなびのみち」「みどりのみち」の設定・活用を行っている。 ⇒ウォーキングコースの認知度向上・利活用促進に向けたコース設定やPR手法の見直しが必要。
	2-2 市内の協働を 高める取組	⑩事業者からの意見集約 ・課題や必要な取組等に関するアンケート調査の実施	○	●		－	商工観光課	・観光協会会員や交通事業者等から聞き取る予定で準備【R5】 ・第三次観光振興基本計画策定のため事業者にアンケートを実施【R6】	○ 第三次計画の策定に向けたアンケートで意見を把握した。 ⇒定期的な意見交換の場を設けることが望まれる。
		⑪観光協会を中心とした連携強化 ・協会職員のスキル向上を目的とした勉強会等の開催 ・観光人材の育成、事業者との連携強化を目的とした勉強会の開催支援	○	●		－	商工観光課	・東松山・比企広域観光推進協議会が観光人材養成事業として観光ガイドの交流研修会を実施【R5】 ・市観光協会職員が国内旅行業務取扱管理者等の資格を取得【随時】 ・市観光協会が比企氏ゆかりの地をテーマとしたツアーを開発・販売【R3-4】 ・市観光協会が東松山・比企広域観光推進協議会を設立し、比企地域の連携を強化【R5,6】	△ 計画書に記載されているような勉強会は開催できていない。 ⇒勉強会など連携強化策の実施が必要（ひがしまつやまプライド認定事業者間の交流機会等）。
	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 ・比企地域元気アップ実行委員会における共同イベントの開催や広域的な情報発信美」実施	●	○		政策推進課 都市計画課 生涯学習課	商工観光課	・東松山・比企広域観光推進協議会がパンフレットの作成や高坂SAでのPRイベント等を実施【R5,6】 ・比企地域元気アップ実行委員会では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【R4-5】 ・市観光協会が東松山・比企広域観光推進協議会を設立し、比企地域の連携を強化【R5,6】 ・東松山・比企広域観光推進協議会がイチ推しスイーツフォトコンテストを開催【R6】 ・比企地域元気アップ実行委員会では比企地域のドライブ・ウォーキングにお勧めのMAPを作成【R6】	◎ 市観光協会が東松山・比企広域観光推進協議会を設立し、各種プロモーション活動を展開。 ⇒今後は協議会活動は更なる推進・効果的取組の検討・実施が望まれる。
							政策推進課	・ワークショップによる次年度事業の検討【R3】 ・SNSを活用した比企地域の観光・ふるさと納税の情報を発信【R3-6】 ・企業紹介動画を活用した比企地域企業の魅力発信及び高校生の就職支援事業を実施【R4-5】 ・こども祭りを小川町親水公園で開催（元気アップ実行委員会は負担金の支出及び実行委員会メンバー）【R5】 ・比企地域のウォーキングルートとオススメスポットを紹介するデジタルマップの作成・配布【R6】	
							都市計画課	・公園パンフレット・イベントチラシを比企郡各町役場へ配架依頼【R2-6】	
							生涯学習課	・（埋蔵文化財センター）比企地区の市町村で構成する比企地区文化財振興協議会で武蔵国城館カードを作成・配布【R2】 ・（埋蔵文化財センター）比企地区の市町村で構成する比企地区文化財振興協議会で比企地区巡回文化財展を開催【R3-6】 ・（埋蔵文化財センター）比企地区文化財めぐりを実施【R4-6】	
		⑬周辺観光地との連携 ・川越等からの周遊促進に向けた取組	○	●		都市計画課	商工観光課	・東松山・比企広域観光推進協議会がJAFと観光協定を締結【R5】 ・東松山・比企広域観光推進協議会がデジタルスタンプラリーイベント、スイーツフォトコンテストを開催【R5,6】 ・大河ドラマの繋がりて深谷市のイベントにブースを出展し、観光PR・物販を実施【R4】 ・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・販売【R5】 ・市観光協会が東松山・比企広域観光推進協議会を設立し、比企地域の連携を強化【R5,6】 ・JAFMate2025冬号において、東松山・比企地域の特集を掲載【R6】 ・比企地域元気アップ実行委員会では比企地域のドライブ・ウォーキングにお勧めのMAPを作成【R6】 ・御墳印PRのため、行田の古墳フェスティバルに出店し販売【R6】／・市観光協会が他団体と連携し御城印販売キャンペーンを実施【R6】 ・他自治体の観光案内所にパンフレットを配架【R6】	○ 東松山・比企広域観光推進協議会や東武東上線沿線サミットなど、連携を図っている。 ⇒川越等からの周遊促進、インバウンド誘致に向けた取組の推進が必要。
							都市計画課	・公園パンフレットおよびイベントチラシを指定管理者のグループ会社が管理している施設（みさと公園、狭山稲荷山公園、彩の森入間公園、国営武蔵丘陵森林公園、葛西海浜公園、幕張海浜公園等）へ設置、埼玉県こども自然動物公園へ配架依頼【R2-6】	
		⑭東武東上線沿線自治体との連携強化 ・東武東上線沿線地域の魅力と合わせた東松山市の観光情報を発信	●	○		都市計画課	商工観光課	・6自治体パンフレットの増刷／各自治体にパンフレットスタンドを設置／東武東上線の各駅や各自治体の観光案内所等で配布【R2-6】 ・豊島区で東武東上線沿線サミットを開催し、市のPRを実施【R4-5】 ・6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【R4-6】 ・東武百貨店池袋店で開催された「東武の沿線まつり」に参加【R4-6】 ・東武東上線沿線サミット設立10周年を記念して加盟6自治体の切り絵カードを作成・配布／フォトコンテストを開催【R5】 ・東武東上線沿線サミットで東武東上線ヘッドマークコンテストを実施し、記念缶バッジを作成・配布【R6】	○ 東武東上線沿線サミットの取組を推進している。 ⇒取組を誘客に効果的につなげることが今後の課題。
							都市計画課	・公園パンフレット・イベントチラシを東武上場線東松山駅へ配架依頼【R2-6】	
【基本施策3】 観光情報を届ける	3-1 観光情報の充実	⑮観光協会への観光情報の集約 ・HP・SNSを活用した観光情報の発信強化	○	●		－	商工観光課	・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・情報の集約化【R2-6】	△ 発信強化までは至っていない。 ⇒強化に向けた更なる工夫が必要。
		⑯外国人観光客向けリーフレットの作成 ・外国人観光客が多く訪れている地域や日本スリーデーマーチにおける作成したリーフレットの配布	○	●		－	商工観光課	・外国人観光客にやさとりを理解してもらえよう「やさとりマップ」の英語版を増刷・改訂【R5】 ・ワールドカップアジア地区日本代表戦（埼玉スタジアム）に出展し、外国人観光客に「やさとりマップ」を配布【R6】	△ 「やさとりマップ」以外の媒体は未実施。 ⇒「東松山市観光案内」の英語版など、インバウンド向けサービスの更なる充実化が必要。
	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	○	●		都市計画課	商工観光課 都市計画課	・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【R3-6】 ・指定管理者HPや、市広報紙、SNS、チラシの配布を通じてイベント情報を発信【R2-6】	○ 「四季だより」を継続して作成・配布している。 ⇒取組の効果検証と情報発信方法・内容の更なる検討が必要。
		⑱ターゲットに応じた観光情報の発信 ・観光のテーマごとに想定したターゲットに応じた観光情報の発信方法の選択と実行	○	●		都市計画課	商工観光課 都市計画課	・市内外のイベントに出展し、特産品のPRを実施【R4-6】 ・市公共施設以外でも観光パンフレットを配布して情報発信を実施【R4-6】 ・公園パンフレットおよびイベントチラシを指定管理者のグループ会社が管理している県内・外他公園に設置【R2-6】 ・子ども向けイベントチラシを保育園、幼稚園、小学校へ配布【R2-6】 ・公園パンフレットおよびチラシを近隣宿泊施設（紫雲閣、森林ホテル）に配架依頼【R5,6】	△ 計画の趣旨に沿った取組（ターゲットに応じた対応）は十分とはいえない。 ⇒ターゲットに応じた情報発信方法の検討・実施が必要。
		⑲周遊を促す情報発信 ・目的地の前後での市内の周遊や、リピーターとなって再度東松山市を訪れてもらうことを目的としたPR	○	●		都市計画課 スポーツ課	商工観光課 都市計画課	・化石と自然の体験館を観光拠点として、市内各観光施設への周遊促進を図るためのコーナーを設置【R2】 ・ぼたんの開花時期に東松山（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【R3-6】 ・東松山（ぼたん園）に「鎌倉殿の13人」比企氏が暮らした大谷地区を歩くと市内観光地の写真を掲載した立て看板を設置【R3-4】	△ ぼたんの開花時期に臨時周遊バスを運行しているが、情報発信を含めたその他の周遊促進の取組が不十分。 ⇒二次交通対策を含めた各種取組により周遊を実現させることが課題。
							スポーツ課	・日本スリーデーマーチを開催（周辺自治体の名所や旧跡などを通過する魅力あるコース設定、コースマップに写真を載せて再訪を促す情報発信を工夫／コース上の見どころでボランティアがガイドを行う「観歩ガイドワーク」を実施／参加者に観光パンフを配布）【R3-6】	

■ 第二期計画の達成度評価

【達成度評価】◎：効果的な取組により目標を達成できた　○：目標の実現に向けた取組を実施できた　△：準備・調整段階または取組不十分　×：未実施

基本 施策	施策	取組内容	取組主体			その他 関係課	実施状況（R2-6年度）		達成度評価（課題・今後の方向性）	
			市	観光 協会	商工 会		担当課	実施内容		
【基本 施策4】 地元観光を楽しむ	4-1 市民が楽しみ 魅力を発信	㊸市民に向けた観光情報の発信 ・広報紙やホームページ等を活用した、市内の行祭事 や観光施設に関する情報の継続的発信	●	○		広報広聴課 都市計画課 生涯学習課	商工観光課	・広報紙を活用し、地元の観光資源（まなびのみち・化石と自然の体験館、みどりのみち・比企氏、農林公園、こども動物自然公園、岩殿観音、比企氏等）に注目した特集ページを掲載【R3-6】	○	広報等を通じた情報発信を行っている。 ⇒市民アンケートで情報発信が弱いとの意見があり、情報発信の更なる充実が必要。
							広報広聴課	・広報紙に県こども動物自然公園のミニコーナーを設け、公園内の動物・植物を紹介【R2-6】 ・広報紙の特集で市民に対して東松山市を含めた比企地域の観光スポットを紹介（東松山ぼたん園、遊学＋ミュージアム東松山・比企）【R3-6】		
							都市計画課	・各種イベント情報を広報紙に掲載【R2-6】 ・いわはなサクスフェスタのチラシを全戸配布【R4】 ・東松山誕生祭～WAKUWAKUまつりの情報が載った公社情報誌「LINK（りんく）」を全戸配布【R6】		
							生涯学習課	・（埋蔵文化財センター）広報誌に「おしえて「文化財」」を掲載【R3-6】		
		㊸市民が感じる魅力の共有と発信による 集客力の向上	○	●		都市計画課 スポーツ課	商工観光課	・市観光協会が比企氏ゆかりの地をテーマとしたツアーを開発・販売【R3-4】 ・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・配布【R3-6】	△	共有に関する取組は行えているが、市民による発信につながるような取組が不十分。 ⇒市民による魅力発信につながるような取組が必要。
							都市計画課	・広報紙に東松山ぼたん園「無料招待券」を添付【R3-6】		
							スポーツ課	・毎月、「ふるさと自然のみちウォーク」「花・歴史ウォーク」「埼玉みてあるき」「ネイチャーウォークの」4つのウォーキング事業を実施【R2-6】		
		㊸市民が市内の観光を楽しむ機会の創出	○	●		－	商工観光課	・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／東武健康ハイキングのコースに活用できるよう計画【R3】 ・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【R4-6】 ・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【R4-6】 ・東武健康ハイキングのコースとして、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」を活用【R6】	○	月例市民ウォーク等を実施している。 ⇒市民が市内観光を楽しめる機会創出に向けた更なる取組が必要（月例市民ウォークだけでは不十分）。
							広報広聴課	・広報紙でスタンプラリーや写真コンテストの記事を掲載・周知【R4-5】 ・市政施行70周年記念動画コンテストを実施し、市民・在勤者・在学者が東松山市の魅力に目を向ける機会を創出【R6】		
							都市計画課	・都市公園及び東松山ぼたん園でイルミネーションを実施【R2-6】		