

第二次東松山市観光振興基本計画 令和7年度取組報告兼最終評価

【進捗状況評価基準】
S：目標を大きく達成している。
A：目標を達成している。
B：目標を達成していない。
C：目標を大きく下回っている。

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	令和7年度評価	R7年度の取組	最終評価
			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	S	化石と自然の体験館の体験者数10万人達成に伴うせしモニーの実施や、東松山・比企広域観光推進協議会にてJAFと連携し化石発掘等ツアー、岩鼻運動公園でのアンプレラスカイ、東松山ぼたん園での巨大花手水など新たなイベントを開催した。	目標を大きく上回ることができた。観光協会等と連携してイベントを実施し、誘客促進及び地域のにぎわい創出に一定の成果を上げることができた。今後は、これまでの取組の成果や課題を踏まえ、観光協会等との連携をさらに強化するとともに、地域資源を活用した魅力あるイベントの充実を図り、さらなる誘客促進と地域活性化につなげていく。
		②新たな体験プログラムの創出				市	S	市観光協会と連携し、化石のレプリカへの色塗り体験やまがたまの首飾り作成などを開催。また、農林公園でのいちご等の農産物摘み取り体験、ぼたん園での自然と親和性の高いキャラクターとコラボレーションしたビンゴゲーム等様々な体験イベントを開催した。	目標を大きく上回ることができた。地域資源を活用した体験プログラムを実施し、地域の魅力発信及び誘客促進に寄与した。今後も観光施設との連携を強化し、豊かな自然環境を活かした体験プログラムの充実を図り、さらなる観光振興につなげていく。
		③歴史・文化・芸術資源への積極活用				観光協会	S	市観光協会において観光ガイドクラブの募集・研修を実施。また、弁天沼周辺への観光案内掲示や「まなびのみち」の健康ハイキングコースとしての活用により、市内の観光資源のPRに努めた。さらに、スリーデーマーチの開催期間に合わせて彫刻家高田博厚展を開催した。	目標を大きく上回ることができた。比企氏、御墳印、フロムナード等、多様な地域資源を活用した取組を展開することで、観光客の誘致や地域の魅力発信に一定の成果を上げることができた。今後も地域資源の磨き上げと効果的な活用を進め、郷土愛の醸成及び交流人口の拡大につながる取組を推進する。
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	東松山・比企広域観光推進協議会でJAF連携観光ツアーとして、化石発掘体験等のツアーを実施。 NACK5の生中継を活用し、東松山・比企広域観光推進協議会実施のスタンプラリー等のPRや東松山・比企地域のPRを高坂SA等で実施した。	目標を大きく上回ることができた。東松山・比企広域観光推進協議会でJAFと連携し、テーマ性のある星空観望・化石発掘体験ツアーや、季節に合わせたブルーベリー狩り、いもほり・焼き芋サンドプラスト体験ツアーを行い、地域内の周遊促進につながるツアーを実施することができた。今後は、これまでの取組成果を踏まえ、来訪者が個々の興味・関心に応じて自由に地域を満喫できる滞在型観光の推進に向け、多様な滞在プランの造成・検討を進める。
		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の更新認定がされ、金賞6者、銀賞3者の合計9者の認定となった。	目標を大きく上回ることができた。 認定部門を「食品部門」と「工芸・芸術部門」に区分することで、市内事業者が有する多様な産業資源の掘り起こしと振興を図ることができた。 今後は、認定商品のさらなる周知・活用を進めるとともに、地域の魅力ある観光資源としての展開を図り、交流人口の拡大や地域経済の活性化につなげていく。
		⑦特産品のPR強化				市	S	市内外のイベントに市観光協会と連携して出店し、特産品のPRを実施。 また、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もPRしておりR7年は10品となった。 これらプライド認定品等を含む本市ふるさと納税返礼品を東京ビッグサイトで実施する「楽天超ふるさと納税祭」に出展し、PRした。「TABETE レスキュー直売所」の取組も継続している。	目標を大きく上回ることができた。 ひがしまつやまプライドについて、ふるさと納税返礼品としての情報発信や、売れ残り野菜を活用したTABETE レスキュー等の取組を通じて、市外在住者に対する地域特産品のPRを図ることができた。 今後は、これら特産品に関する情報を一元的に集約・発信する仕組みの構築を検討し、さらなる認知度向上や販路拡大につなげていく。

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	令和7年度評価	R7年度の取組	最終評価
			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	東武健康ハイキングのコースとして、物見山のつつじや箭弓稲荷神社のぼたん園をめぐるコースを設定し、継続してPRを実施している。	目標を達成することができた。 東武健康ハイキングのコースとして、物見山のつつじや箭弓稲荷神社のぼたん園をめぐるコース等、季節にあったハイキングコースを設定することで、来訪者の滞在価値の向上を図ることができた。 今後は、各観光施設等への来訪を契機として、周辺の観光資源や地域店舗等への回遊を促進する仕組みづくりを検討し、地域内消費の拡大につなげていく。
		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」の一部を活用した。	目標を達成することができた。 東武健康ハイキングのコースとして、まなびのみちのコースを活用した、コースを設定することで、観光資源を結ぶ周遊促進を図ることができた。これにより、地域資源の回遊性向上や観光客の滞在時間の延長に一定の効果が得られた。 今後は、モデルコースの活用促進と取組の定着を図るため、効果的な周知方法を検討し、情報発信を強化する。
		⑩事業者からの意見集約				観光協会	S	産業祭実施後や、第三次観光振興基本計画策定のため事業者アンケートを実施した。	目標を達成した。 関係者から幅広く意見を聴取することで、地域の実情や課題を把握し、次期計画の策定に反映することができた。 今後も、事業者等との意見交換や情報共有を継続的に実施し、把握した意見やコースを施策の推進・改善に反映させることで、効果的な事業展開を図っていく。

2－2	市内の協働を高める取組	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。 また、観光ガイド育成研修を比企地域内の団体と連携して実施した。	目標を達成することができた。 観光人材養成事業として観光ガイドの交流研修会や観光ガイド育成研修を比企地域内の団体と連携し、実施したことで、地域の観光人材の意識醸成・スキル向上だけでなく、市内事業者との連携強化において一定の効果が得られた。 今後も、継続しつつ、ひがしまつやまプライドの認定事業者間等で連携できる仕組み・意見交換の場を設けていく。
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	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イベント等を実施したほか、NACK5の生中継を活用した東松山・比企地域のPRを実施。 また、比企地域元気アップ実行委員会で比企青年会議所主催の「比企フェス」への参加協力を実施した。	目標を大きく上回ることができた。 東松山・比企広域観光推進協議会を設立し、高坂SAでのPRイベントやNACK5の生中継を活用したPRを実施したほか、比企地域元気アップ実行委員会では、青年会議所主催の「比企フェス」への参加・協力を行った。これらの取組を通じて、地域の認知度向上及び誘客促進に一定の効果が得られた。 今後も関係自治体との連携を強化し、広域連携によるプロモーションにより、効果的かつ発展的に展開することで、さらなる誘客促進及び観光振興を図っていく。
		⑬周辺観光地との連携				観光協会	A	東松山・比企広域観光推進協議会が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。 また、比企地域元気アップ実行委員会で比企地域のドライブ・ウォーキングにお勧めのMAPを作成した。	目標を達成することができた。 行田市、熊谷市、羽生市、深谷市、久喜市、吉見町と御墳印、滑川町、嵐山町、小川町、吉見町、ときがわ町、東秩父村、鳩山町、川島町とスタンプラリー等の取組を通じて、周辺観光地への周遊促進に寄与した。今後も関係機関との連携を継続し、地域の魅力発信及び周遊促進に向けた取組を推進する。
		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で鉄道を利用した6自治体の周遊促進と特産品のPRにつなげる、スタンプラリーを実施したほか、川柳＆イラストコンテストを実施し、東武鉄道主催のイベントにて表彰式を開催した。 また、6自治体の観光情報を集約したパンフレットを、引き続き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。	目標を大きく上回ることができた。 6自治体と東武鉄道が連携することで実現したヘッドマークデザインコンテスト等の取組を通じて、広域的な情報発信及び観光誘客の促進に寄与した。 今後も広域連携を維持・強化し、効果的な情報発信に取り組む。

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	令和7年度評価	R7年度取組	最終評価
			短期 (R2-3)	中期 (R4-5)	長期 (R6-7)				
		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ることができた。今後も継続的な情報発信を行うとともに、より多くの利用者に閲覧される魅力的なホームページとなるよう、掲載内容や情報発信手法の充実を図る。	

3－1	観光情報の充実	⑯外国人観光客向けリーフレットの作成				観光協会	A	外国人観光客にやきとりを理解してもらえるよう「やきとりマップ」を配布した。	目標を達成した。 市の特産品であるやきとりに関する英語版マップを作成し、外国人観光客への情報発信及び利便性の向上に一定の効果が認められた。 今後は、観光案内等のその他観光情報についても電子データ化及び多言語化を検討し、情報発信機能の充実を図る。
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	S	市やぼたん園のホームページ、広報紙等を通じて季節のイベント情報を発信した。また、イベント時におけるSNSでの情報発信をしたほか、市ホームページにおいて、季節別に分けた観光情報の掲載をした。	目標を達成した。 四季だより、市ホームページ及びSNSを活用した四季別の情報発信により、観光情報の発信機能の充実に寄与した。今後も、利用者のニーズを踏まえた分かりやすく効果的な情報発信を継続し、観光情報の充実を図る。
		⑱ターゲットに応じた観光情報の発信				観光協会	A	市内外のイベントに出展し、特産品のPRを実施。市公共施設以外でも観光パンフレットを配布し、情報発信をした。	目標を達成した。 市内外のイベントや市公共施設以外の施設等への観光パンフレットの配架や、ぼたん公園のこびとづかんのイベントのチラシ等、こども向けイベントのチラシを学校を経由し、小学生に配布することで、観光情報の周知及び誘客促進に寄与した。今後も、各層のニーズを踏まえた分かりやすく効果的な情報発信を継続するとともに、観光情報のさらなる充実を図る。
		⑲周遊を促す情報発信				観光協会	A	スリーデーマーチにおいて、埼玉県こども動物自然公園を通過するルートを新規設定したほか、嵐山史跡の博物館、箭弓稲荷神社等を回る観歩ガイドウォークを7箇所で実施した。 また、東松山ぼたん園入口に市内観光施設等の周遊を促すポスターやQRコードを設置した。 その他、SNSから市ホームページに誘導し、そこから周辺観光スポットを紹介することで周遊観光を促した。	目標を達成することができた。 駅において観光案内看板の設置及び市ホームページ・SNSを活用した周辺観光スポットの情報発信を実施し、観光客の周遊促進及び地域の魅力発信に一定の効果が認められた。今後は、広域連携による束になった情報発信を更に強化し、観光客の回遊性を高めるため、次の訪問先への誘導につながる仕組みの充実・強化を図る。

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	令和7年度評価	R7年度の取組	最終評価
			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	広報紙内ミニコーナーにおいて県こども動物自然公園や市内に残る比企氏伝承の地を紹介した。 また、広報紙でイベントに注目した記事や、有形文化財等や記念物等の特集を掲載した。	目標を達成した。 広報紙を通じて各観光スポットの情報発信を行い、市民への地域の魅力周知及び観光意識の醸成に寄与した。今後も継続的な情報発信を行うとともに、市民が主体的に地域の魅力を発掘・集約し、発信することができる仕組みの構築について検討を進める。
		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	S	観光写真コンテストを実施したほか、ウォーキングと化石の体験等の観光を組み合わせた親子ウォーキングを3回開催した。	目標を大きく上回ることができた。 観光写真コンテスト等の実施により、市民の地域資源への理解促進及び魅力の再認識と、魅力の共有と発信に寄与した。 今後も、市民が地域の魅力を享受するとともに、主体的に観光まちづくりへ参画できる環境づくりを推進する。

		②市民が市内の観光を楽しむ機会の創出				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」を活用した。また、東松山ぼたん園でのイルミネーション等を実施した。引き続き広報紙に東松山ぼたん園「無料招待券」を添付し、集客を図った。	目標を大きく上回ることができた。化石と自然の体験館の市民感謝Dayやぼたん園の無料招待券、70周年記念花火大会等、市民が市内観光を楽しむ機会の創出につながった。今後は、市民が観光を享受するだけでなく、地域の魅力を発信する担い手となる仕組みづくりについて検討を進め、さらなる地域活性化に繋げていく。
--	--	--------------------	--	--	--	------	---	---	--