

基礎情報

【マネジメント・マーケティング対象とする区域】  
 栃木県足利市  
 【設立時期】 2015年9月29日  
 【設立経緯】  
 ①区域に観光協会があるが、役割分担等をした上でDMO新設  
 【代表者】 早川 慶治郎  
 【マーケティング責任者(CMO)】 広川 てるみ  
 【財務責任者(CFO)】 林 容史  
 【職員数】 26人(常勤14人(正職員7人・出向等3人・準職員4人)、パート職員12人)  
 【主な収入】  
 収益事業 78.3百万円、委託事業 39百万円、補助金28.9百万円(4年度決算)  
 【総支出】  
 事業費 56.9百万円、一般管理費 33.3百万円、収益事業78.3百万円(4年度決算)  
 【連携する主な事業者】  
 足利市、足利商工会議所、足利市商業連合会、JA足利、その他

KPI(実績・目標)

記入日: 令和5年11月21日

※( )内は外国人に関するもの。

項目		2020 (R2)年	2021 (R3)年	2022 (R4)年	2023 (R5)年	2024 (R6)年	2025 (R7)年
旅行消費額 (百万円)	目標	( )	8,000	9,000	9,000	10,000	12,000
	実績	7,363 ( )	8,330 ( )	7,700 ( )	—	—	—
延べ 宿泊者数 (千人)	目標	( )	30,000	35,000	48,000 (800)	50,000 (900)	55,000 (1,000)
	実績	38,812 ( )	34,850 ( )	44,871 ( )	—	—	—
来訪者 満足度 (%)	目標	( )	80.0	85.0	90.0	92.0	94.0
	実績	88.4 ( )	88.0 ( )	89.1 ( )	—	—	—
リピーター率 (%)	目標	( )	70.0	72.0	82.0	82.0	82.0
	実績	75.4 ( )	82.0 ( )	78.6 ( )	—	—	—

戦略

【主なターゲット】  
 旅行の目的に歴史、文化自然を上げている中・高年層(40歳以上の男女)。  
 インバウンド(タイやベトナムなど)観光客。  
 【ターゲットの誘客に向けた取組方針】  
 歴史や文化、自然というニーズを踏まえて、観光コースの案内やツアーの造成を進めます。  
 あしがかフラワーパークとの連携で、花を好む国を中心に誘客を進める。  
 【観光地域づくりのコンセプト】  
 「豊かな自然、長い歴史、文化の薫る花のまち」

具体的な取組

【観光資源の磨き上げ】  
 ・インフォメーション施設のリニューアル  
 ・史跡足利学校の稲荷社の整備と無料化の実施  
 ・「灯り物語」イベントの内容充実を図った  
 【受入環境整備】  
 ・観光駐車場の案内看板のデザイン統一  
 ・着地型体験ツアーの実施  
 ・レンタサイクルの充実を図った

【情報発信・プロモーション】  
 ・ツイッター、インスタグラム、フェイスブックなどでリアルタイムの情報発信  
 ・ラインの有料広告  
 ・ローカルな放送メディアへの有料CMの出稿  
 【その他】  
 ・行政との協議において、観光インフラの整備は行政、情報発信・プロモーションは観光協会・DMOが中心となって進めるとした

