

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

