

### 1. 取組内容

- 設定している指標は、「協議会に参加している事業者の数（平成29年度～：5団体）」や「ふるさと納税の日本遺産活動への寄付額（平成29年度～令和4年度：19,634千円）」である。
- 2021年1月に設立された行田おもてなし観光局主催で、日本遺産の構成文化財を含む市内観光施設等において、花手水やライトアップイベント等を開催しているほか、NPO法人においても足袋蔵の活用や足袋蔵を巡り歩くイベントを開催しており、官民一体となって、日本遺産を核とした取組が加速している。  
※行田おもてなし観光局は、理事長に行田商工会議所の会頭を置き、実質運営は事務局が担っている。元旅行会社の事務局長を筆頭に社員4～5名、ほか各観光案内所に配置したパート社員数名で構成されている。
- 協議会を中心に、行政・民間の関係団体（例：DMO、商工会議所）・市民団体（例：自治会）交通事業者が連携して誘客に向けた広報およびPRを行う。
- 構成文化財を活用した体験型のふるさと納税返戻品を用意し、日本遺産ストーリーの理解醸成に繋がる誘客を行っている。

### 2. 取組内容に対する課題

- 関係者間の役割分担の更なる明確化が望ましい。  
-協議会の参画団体をはじめ、関係者間の役割分担をより明確にした上で連携を強化していくことが望ましい。

### 1. 取組内容

- 設定している指標は、「日本遺産に認定されていることを認知している割合（令和3年度：66%）」や「市内外におけるイベントの参加数（市内については行田市在住者）（令和4年度：429人）」である。
- 市中心部には周知のための看板などを整備した。
- 足袋蔵等の再活用のマーケティングリサーチとして、NPOに依頼して構成資産10件16棟について建物の現況調査と、所有者に対して今後の保存・改修等の意思確認や活用の意向調査を実施した。
- 設立5周年を記念し、足袋蔵をイメージできるロゴマークを作成し、関連商品への貼付を想定した市民・事業者への無料開放を行った。またホームページや市報に掲載して周知を図り、広くPRへの協力を求めた。
- 足袋蔵の活用による経済波及効果の導出に向けて、関心を高めるためのイベント（例：内部見学ツアー）を実施している。

### 2. 取組内容に対する課題

- 経済効果を意識した事業計画の立案が望ましい。
  - 日本遺産に関連する経済効果を測定し、経済効果を意識した事業の計画・取組が望ましい。
- 来訪者視点のマーケティング調査の実施が望ましい。
  - 所有者視点の調査のみを実施したことから、今後は来訪者視点のマーケティング調査を実施し、その結果を戦略立案に活用することが望ましい。

### 1. 取組内容


- 設定している指標は、「登録DMOの数（令和4年度：1団体）」、「足袋蔵コーディネーター及び観光ガイドの数（令和4年度：60人）」、「足袋蔵コーディネーター養成講座への延べ参加人数（平成30年度：68人）」である。
- 観光客の受入体制を強化するため、おもてなし観光局のもと新規ガイドの育成のみならず、既存ガイドの知識向上に向けた育成を行っており、2018年には142回の利用があった。
- 平成30年度に足袋蔵コーディネーター養成講座を開講し、足袋蔵等の保存・活用をアシストする人材の育成（21名が受講し10名が修了）を行った。

### 2. 取組内容に対する課題

- 特になし。

### 1. 取組内容

- 設定している指標は、「アンケート調査による観光客の満足度（令和3年度：79%）」や「観光客の滞在時間の増加を目的とした1日体験型ツアー参加者数（令和4年度：19人）」である。
- 「足袋づくり体験館」や「足袋の館」といった体験や見学可能な施設を通じて、行田足袋のPRや普及に向けた取組を実施している。
- 平成29年度に郷土博物館で多言語音声ガイドを導入し、「足袋をつくる」「行田足袋の歴史」を制作し、常時上映している。また、平成30年度には日本遺産展示パネルの設置を行った。
- サブストーリーの作成・普及を目的として、構成資産ガイドブックを作成し、1冊1,200円で販売している。
- 平成29年度に、案内看板（道路案内板10基、総合案内板6基、案内看板6基、説明板4基）の設置およびステッカーを作成した。



### 2. 取組内容に対する課題

- 日本遺産であることがわかるような取組であることが望ましい。
  - 構成文化財の継承に関して、「見せる」「伝える」等の工夫がなされていることが望ましい。

### 1. 取組内容

- 設定している指標は、「観光客入込数（令和3年度：128万人）」、「クイズラリー参加者数（令和4年度：389人）」である。
- 体験型ツアーやクイズラリーなど、実際に来てもらい、かつ、構成文化財の魅力を知ってもらうためのコンテンツ整備を行った。
- 足袋製造事業者自らが、足袋の体験設備（例：足袋づくり、見学等）を準備し、足袋の歴史に触れてもらう機会を創出した。
- リピート来訪を獲得すべく、構成文化財の周遊ルートを提示することで回遊できるよう整備し、また年に複数回のイベントを実施している。

### 2. 取組内容に対する課題

- 来訪者の周遊促進につながる取組を強化することが望ましい。
  - 来訪者が日本遺産ストーリーに魅力を感じ、関連文化財の周遊をしたくなるような観光事業の充実・強化が望まれる。

### 1. 取組内容

- 設定している指標は、「日本遺産を含む郷土学習を行った学校数（令和4年度：19校）」、「日本遺産に認定されていることを認知している割合（令和3年度：66%）」、「日本遺産に認定されていることを認知している割合（令和3年度：66%）」、「市内における民間主導のイベント数（平成29～令和4年度：12回）」である。
- 平成29年度には日本遺産パンフレットを全戸配布したほか、構成文化財にフォーカスしたパンフレットの配布を行っている。他にも、ガイダンスセンターやPRブースの設置、ポスターやタペストリーの掲出等、域内外に向けた周知啓発を実施している。
- 平成29年度に行田の足袋を教育課程社会科に位置づけ、足袋の学習を実施した。また、平成30年度から各小中学校に「ふるさと学習」を位置づけ、歴史・文化・伝統についての学びを深めている。
- 市内小学校等を対象に、足袋づくり体験や、足袋蔵及び足袋工場の見学を積極的に行っている。
- 市内小学校を対象に、日本遺産の巡回展示を行った結果、令和3年度には日本遺産の認知度が96%になった（参考：平成30年度は73%）。

### 2. 取組内容に対する課題

- 特になし。

### 1. 取組内容

- 設定している指標は、「おもてなし観光局のホームページの閲覧数（令和4年度推計：150万回）」、「おもてなし観光局のホームページ当の更新回数（毎日更新）」、「SNS等での情報発信に対する「いいね」の数（平成30年度：1,279人）」である。
- 平成30年には、パリで行われたJAPAN EXPOに出店し、行田の足袋をPRした。
- 効果的な周知を行うべく、パンフレットや看板、構成文化財を紹介するガイドブック等の作成を行った。
- 多言語対応のウェブサイトおよびPR動画を作成し、国内外に発信を行った。
- 指定文化財の展示や、構成文化財の建物を使用したイベントの実施、ほかにも有識者を招いた日本遺産セミナーの実施等、認知及び理解を高める活動を行っている。
- 観光情報の発信はもちろん、ミレニアム世代をターゲットにした取組を実施することで、情報拡散を狙っている。

### 2. 取組内容に対する課題

- 訪問前に周遊イメージができるようなデジタルコンテンツの整備が望ましい。  
-観光客が訪問先を決める際に利用する情報収集チャンネルの変化を踏まえ、訪問前に日本遺産の魅力を感じてもらい、周遊イメージができるようなデジタルコンテンツを整備することが望まれる。