

栗東市の課題

- ・地域においてコアとなる観光施設や宿泊施設がなく、観光スポットも点在。宿泊者もビジネス利用が多い。
- ・「ウェルネス」「自然」「アドベンチャー」「馬」などのコンテンツはあるが、プロモーション・販売チャネルが限られている。

戦略の概要

- ・まずは「市内の子育て世帯」をターゲットに、体験型コンテンツ利用促進のための調査・造成・プロモーションを実施する。
- ・「子育て世帯に最適な遊び場」としての地位を確立し、県内・県外(主に関西圏)からの誘客へと広がっていく。

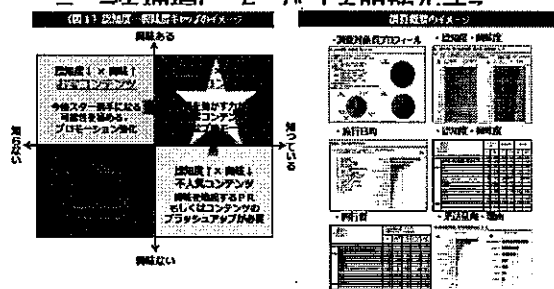
令和6年度(600万円～)

令和7年度(550万円～)

調査(250万円～)

観光資源の棚卸し、カスタマーニーズの把握

- ◆GAP調査(WEBアンケート調査)を実施して栗東市の観光資源の認知度・興味度を把握、ウェルネスツーリズムなどへのニーズを調査する



- ◆旅行やハイキングに行けない理由解消のため、市内子育て世帯を中心にヒアリング調査を実施



造成(400万円～)

モデルルート造成、観光関連サービスの開発

- ◆調査結果を元に、カスタマーニーズにマッチしたテーマを設定し、モデルルートを策定する

<テーマ例>

ウェルネス:「栗東で心と体のリセット旅!」

アドベンチャー:「子どもが成長する大自然体験!」



周遊型体験プログラム造成における専門家をアサインし、モデルルートを造成

※3テーマ前後を想定

- ◆調査結果を元に、お困り事を解消するために地域事業者と連携してサービスを造成する

子どもの
預かりサービス

ペットの
預かりサービス

ハイキング後の
シャワーサービス

プロモーション(500万円～)

国内最大級のOTAなどを活用した販促活動

- ◆OTA掲載、販売までのフォローを行う(じゃらん遊び体験を想定)



特集ページ制作、クーポン発行

- ◆栗東市の観光資源・造成したツアーや連携事業者をまとめたポータルサイトを制作

