

さくら市様

モビリティ連動型デジタルスタンプラリーによる データにもとづく観光客の周遊促進実証実験 事業報告

2024年3月

scheme verge株式会社

サマリー

事業の目的

観光客が道の駅きつれがわや喜連川の温泉施設に集中しているため、観光客や市民の余暇の周遊の実態を把握し観光戦略立案やマーケティングに活用可能な分析を行う。

実施内容

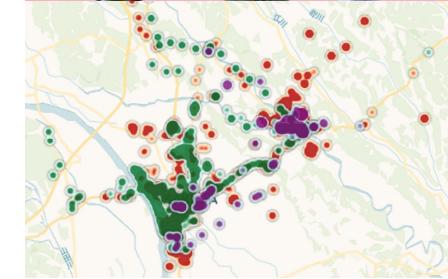
Horaiアプリを利用したスタンプラリーによって、市内の周遊のデータを集め（位置情報やスタンプ取得情報など）、AIを用いて分析することで、観光客の市内の移動実態を把握する実証実験を行った。

結果

市内の約50施設に参画いただき、104日間で1,026ユーザーが2,791件のスタンプを貯めた（うち約3割がさくら市外からの来訪者）。利用者の属性、クーポン利用実績、位置情報を取得できた。

考察

- 位置情報からさくら市内での行動の分析ができた。さくら市以外の栃木県内に住んでいる20代は、喜連川と氏家の双方をセットで楽しむ余暇に魅力や気軽さを感じている可能性が高い。デジタルツールも活用しながら、喜連川と氏家の魅力をセットで伝えていくことが重要だと考えられる。
- 位置情報から、喜連川だけを訪れる利用者には県外の50代以上の割合が多い。東京都・埼玉県・茨城県などの50代以上に対して喜連川の魅力を漏れなく伝えていくことが重要だと考えられる。
- さくら市外の位置情報を分析し、宇都宮から（または宇都宮と前後して）さくら市を訪れている方が一定数いることが推察される。また、隣接する那珂川町（馬頭温泉郷や道の駅 ばとう）を訪れているユーザーがいることから、近隣自治体と連携した観光誘客が効果的な可能性がある。



事業の背景と目的

背景

さくら市を訪れる観光客の多くは、道の駅きつれがわや喜連川温泉などの温泉施設に集中しており、その他の点在する観光資源への周遊に課題が生じている。また、周遊不足により、観光客のリピート促進や消費金額の向上が難しいという問題も起きている。

事業目的

上記の課題を解決するために、モビリティ（観光温泉バスなどの乗り物）と連動したデジタルスタンプラリーによって市内の周遊のデータを集め（位置情報やスタンプ取得情報など）、AIを用いて分析することで、観光客の市内の移動実態を把握し、市としての観光戦略立案やマーケティング、関係事業者によるサービス改善への活用を可能にすることを目指す。

実施内容

アプリを利用したデジタルスタンプラリーによって、市内の周遊のデータを集め（位置情報やスタンプ取得情報など）、AIを用いて分析することで、観光客の市内の移動実態を把握する実証実験を行った。

施策名称：さくら市おでかけスタンプラリー

利用可能期間：2023年10月20日(金)～2024年1月31日(水)

スタンプ取得対象施設：観光施設・飲食店48店舗

さくら市農産物直売所 菜っ葉館、道の駅きつれがわ、Avenue G、よし茶屋、和牛ダイニング参番館、磯商会、ギャラリー匣、teon、パティスリーかけつどう、ガラスアート工房アッセンブル、セブンハンドレッドクラブ、イヴォワール洋菓子店さくら市本店、お丸山ホテル、キララ マエバシ、御菓子処 京月、松島温泉 乙女の湯、ウエルシアさくら喜連川店、添田米穀株式会社、ペイシアさくら氏家店、きくや 写真スタジオ、けんもく商店、天星酒店、滝澤酒店、すぎのや本陣 氏家店、ましこ呉服店、吉見屋商店、Kissa & Deli Phoenix、菊野屋、セブンイレブン喜連川工業団地北店、竣工院、喜連川商会、五十嵐石油店、ら一麺屋 めん丸 氏家店、濃厚つけ麺 みやこ家 氏家店、やわらかとんかつ かづ饗 氏家店、焼肉熟成カルビ むらかみ、唐揚げ専門店 むらかみ、食肉研究所 肉食道、亀田屋本店、三元閣、ゆうゆうパーク（鬼怒川河川公園）、もとゆ温泉、露天風呂、さくらテラス（駅前情報館・駅前展示館）、和い話い広場、さくら市ミュージアム -荒井寛方記念館-、滝澤家住宅、観光温泉バス

ターゲット：さくら市への来訪者と、さくら市在住者の余暇

スタンプラリーの内容：

スタンプを3つ集めると、抽選でさくら市農産物直売所 菜っ葉館・道の駅きつれがわ（直売所）で使える1000円分商品券を取得できる。



スタンプを3つ貯めて1000円分商品券をGET！

スタンプを貯める施設

さくら市農産物直売所 菜っ葉館
道の駅きつれがわ（直売所）

1000円商品券を使える施設

さくら市農産物直売所 菜っ葉館
道の駅きつれがわ（直売所）

利用方法

① 対象店舗でスタンプを3つ貯めよう！

② スタンプが3つまるごと自動で抽選し、約1時間ほどで抽選結果をメールでお伝えします。約90%の確率で当選当たがれたら、1000円分のデジタル商品券（スマホでタッチして利用）がもらえる！

③ 「道の駅きつれがわ」や「菜っ葉館」での1000円以上の買い物で使うよう！

実施期間 2023年10月20日～2024年1月31日

実施の様子

市内の約50施設に参画いただいた。利用者はHoraiアプリからスタンプラリーに参加し、参画施設でHoraiアプリをタッチポイントにタッチしてスタンプを貯めた。広報としてウェブのランディングページを作成した他、チラシやポスターを設置した。

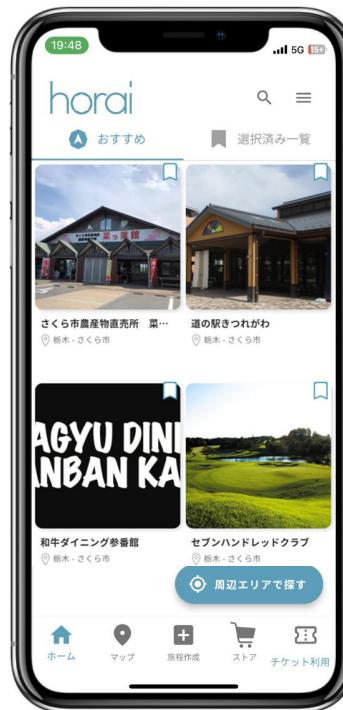


チラシや
ランディングページを作成

スタンプ取得対象施設での販促の様子
(すぎのや本陣)

Horaiの利用イメージ

Horaiアプリでスポット情報の閲覧や地図でのガイド、スタンプラリーの参加や、スタンプの取得ができる。



スポット情報一覧



スポット情報詳細



地図



チケット利用完了画面



チケット利用時のタッチの様子

さくら市おでかけスタンプラリー 参加・利用

1,026ユーザーが計2,791件のスタンプを取得した。道の駅きつれがわ（直売所）と菜つ葉館で使える1000円チケットは約半数の511ユーザーが利用。

スタンプラリー参加数	スタンプラリー参加ユーザー数	スタンプ取得数	商品券引換数	商品券引換ユーザー数	商品券利用数
1,678件	1,026ユーザー	2,791件	540件	511ユーザー	515件

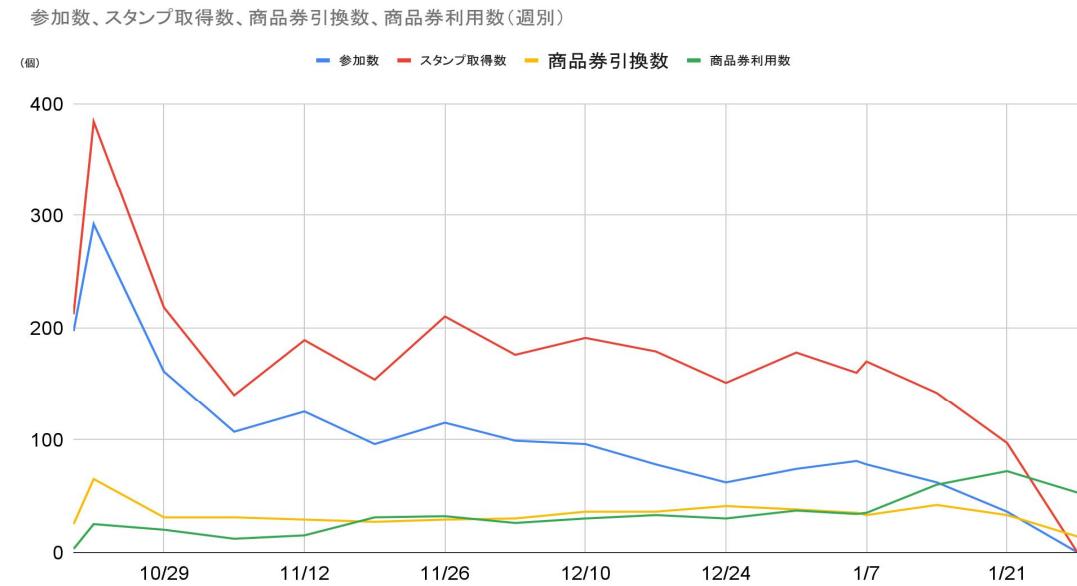
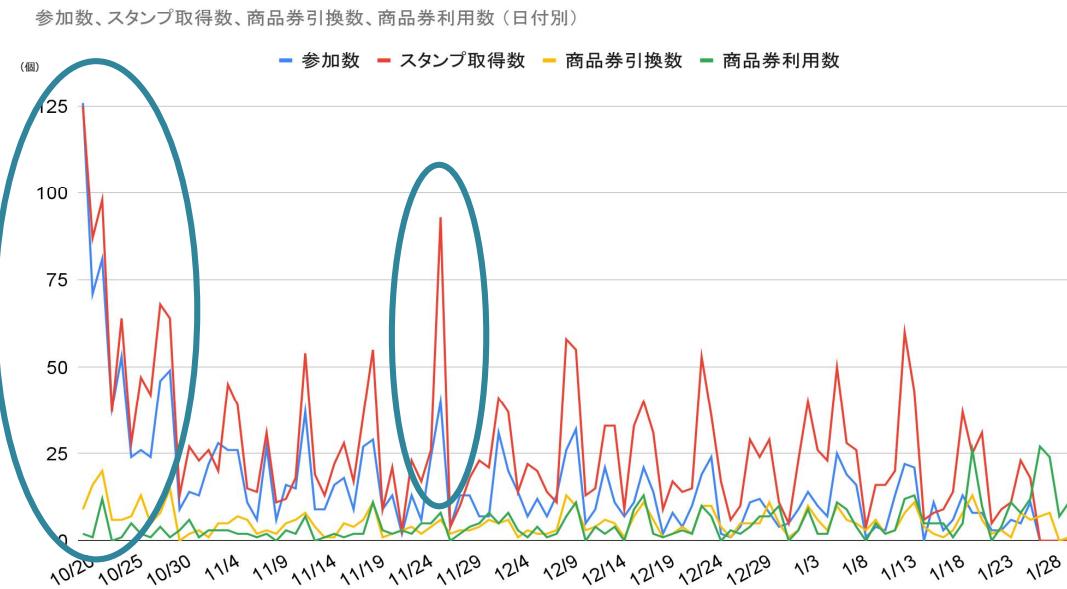
※Horaiの利用履歴から集計

- 開催期間（10/20～1/31）の104日間で一日あたり10件以上のスタンプラリーの継続的な参加があった。
- スタンプラリーに参加したユーザーの商品券の引換率は49.8%となった。
- 商品券の利用率が95.4%と、スタンプを3つ貯めたユーザーの大半が商品券を利用する結果となった。

スタンプラリー参加・スタンプ取得・商品券利用等の推移

スタンプラリーの参加、スタンプ取得、商品券引換、商品券利用について、全期間を通じて継続的に利用され続けた。

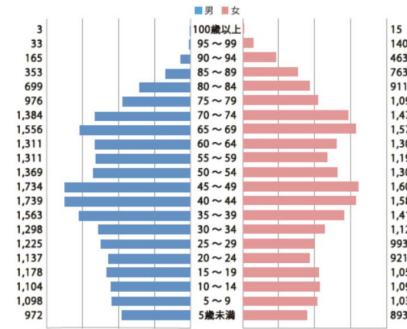
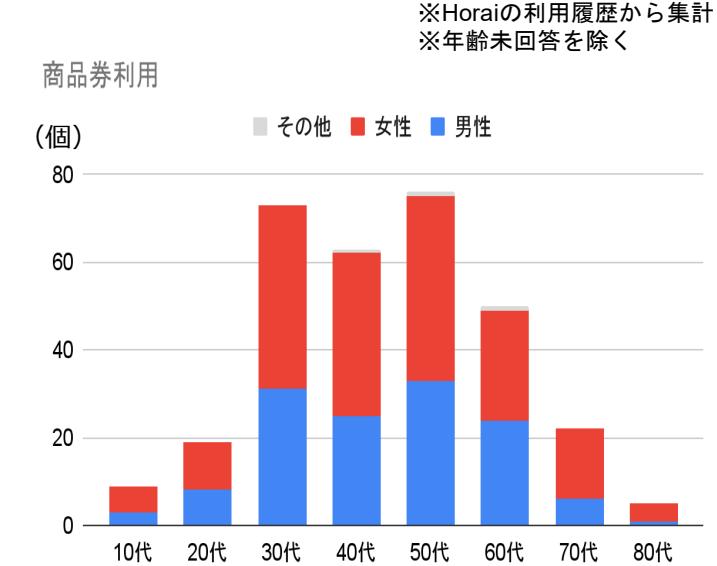
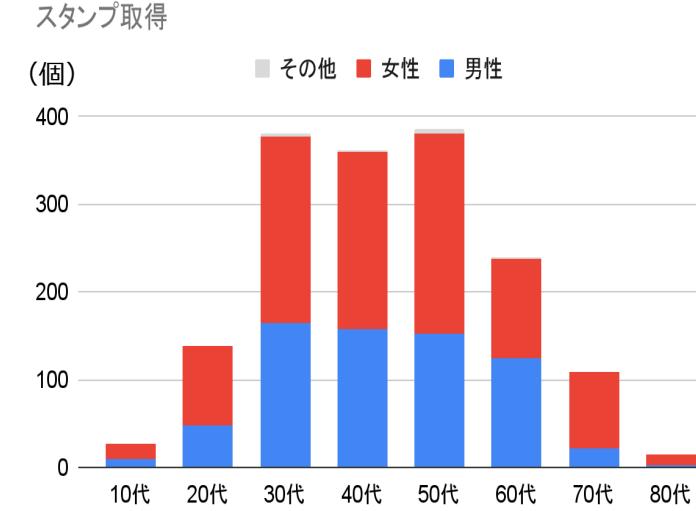
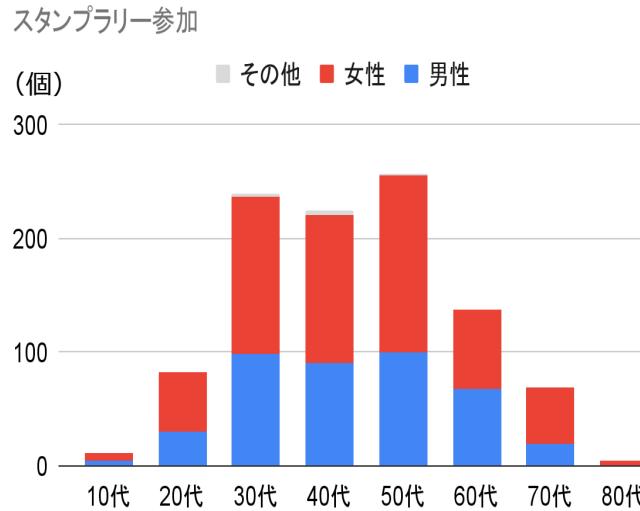
※Horaiの利用履歴から集計



- 開始直後の1週間強（10/20～29）はスタンプラリーの開始もスタンプの取得も多い。
- 11月26日（日）のスタンプ取得が突然的に増加（今宮神社でイチョウの見ごろだったことが理由かと推測される）
- サービス開始直後を除けば週200程度で参加が続き、参加数の勢いは保ったまま推移。

スタンプラリー参加者の特徴：年齢・性別

女性のスタンプラリー参加が6割弱と男性よりも多い結果となった。さくら市の人ロピラミッドと比べると、30代と50代の割合が多い。

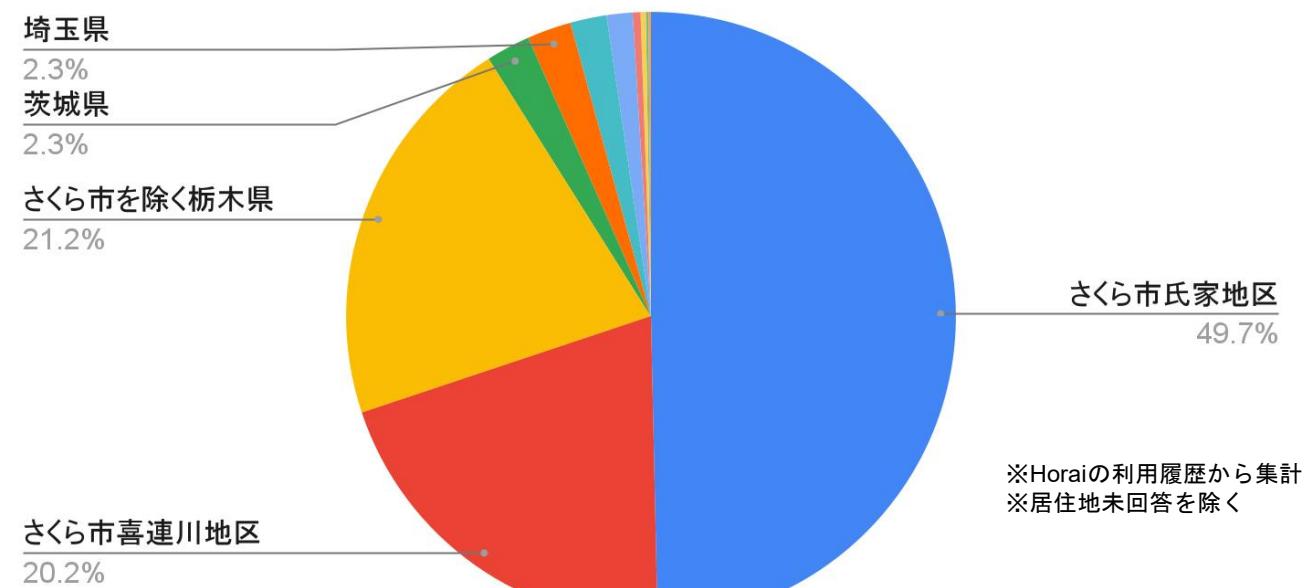


- スマートフォンアプリの施策であるため、60代以上は心理的障壁があったかと考えられる。
- 市内在住の30代による氏家地区での日常的な買い物と、市外在住の50代による喜連川地区の温泉の訪問が多かったと考えられる(p.23)

スタンプラリー参加者の特徴：住所（郵便番号より）

さくら市外からの来訪者（観光客等）の参加が3割近く（219件）を占めた。さくら市内の参加者の氏家・喜連川の比率は、人口比率と同程度。

居住地	参加ユーザー数	割合
さくら市氏家地区	361	46.66%
さくら市喜連川地区	147	20.22%
さくら市を除く 栃木県	154	21.21%
茨城県	17	2.34%
埼玉県	17	2.34%
東京都	14	1.93%
千葉県	10	1.38%
神奈川県	3	0.41%
宮城県	2	0.28%
群馬県	1	0.14%
広島県	1	0.14%



店舗ごとのスタンプ取得数：全体

店舗名	ジャンル	スタンプ取得数	店舗名	ジャンル	スタンプ取得数
道の駅きつねがわ	ショッピング	537	濃厚つけ麺 みやこ家 氏家店	レストラン/カフェ	22
ベイシアさくら氏家店	ショッピング	388	御菓子処 京月	ショッピング	21
ゆうゆうパーク（鬼怒川河川公園）	体験	248	食肉研究所 肉食道	レストラン/カフェ	16
ウエルシアさくら喜連川店	ショッピング	184	吉見屋商店	ショッピング	15
さくらテラス（駅前情報館・駅前展示館）	ショッピング	165	滝澤家住宅	イベント	15
もとゆ温泉	観光	150	Kissa & Deli Phoenix	ショッピング	14
さくら市農産物直売所 菜つ葉館	ショッピング	127	五十嵐石油店	ショッピング	13
すぎのや本陣 氏家店	ショッピング	98	セブンハンドレッドクラブ	ショッピング	12
露天風呂	観光	69	ましこ呉服店	ショッピング	12
和い話い広場	ショッピング	62	唐揚げ専門店 むらかみ	レストラン/カフェ	10
お丸山ホテル	宿泊	58	和牛ダイニング参番館	レストラン/カフェ	10
セブンイレブン喜連川工業団地北店	ショッピング	53	けんもく商店	ショッピング	7
観光温泉バス	観光	52	キララ マエバシ	ショッピング	6
イヴォワール洋菓子店さくら市本店	ショッピング	48	亀田屋本店	ショッピング	6
やわらかとんかつ かつ饗 氏家店	レストラン/カフェ	44	磯商会	ショッピング	6
焼肉熟成カルビ むらかみ	レストラン/カフェ	41	鍼光院	観光	6
さくら市ミュージアム -荒井寛方記念館-	アート	36	Avenue G	レストラン/カフェ	5
喜連川商会	ショッピング	36	teon	レストラン/カフェ	5
三元閣	レストラン/カフェ	35	菊野屋	ショッピング	4
松島温泉 乙女の湯	体験	35	ギャラリー匣	ショッピング	3
パティスリーかげつどう	ショッピング	32	ガラスアート工房アッセンブル	ショッピング	2
ら一麺屋 めん丸 氏家店	レストラン/カフェ	31	添田米穀株式会社	ショッピング	0
滝澤酒店	ショッピング	27	きくや 写真スタジオ	体験	0
よし茶屋	レストラン/カフェ	24	天星酒店	ショッピング	0

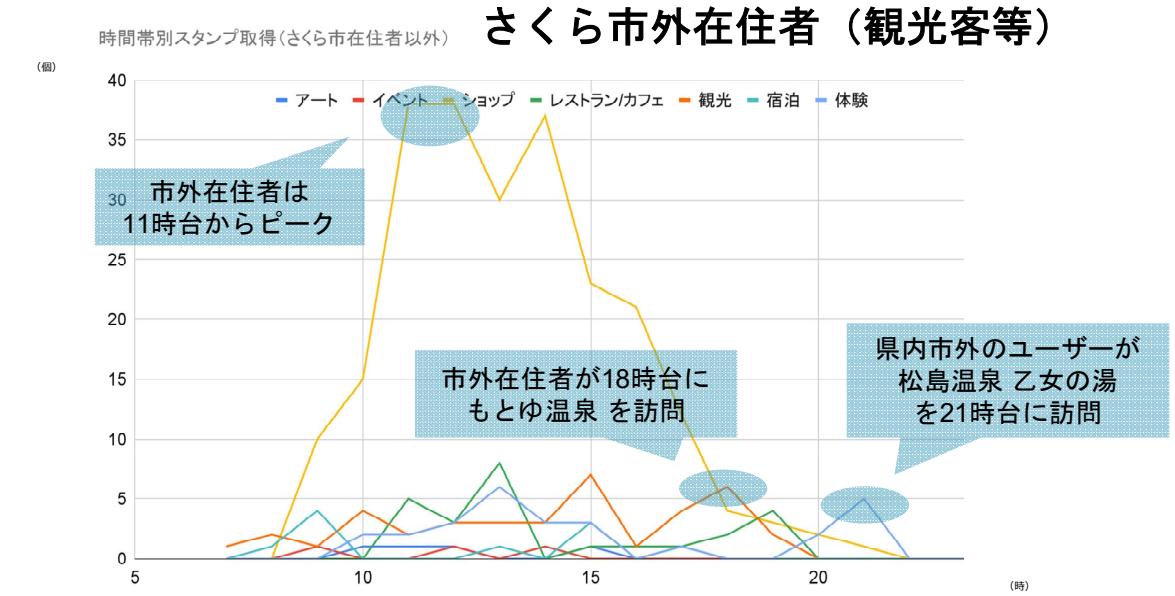
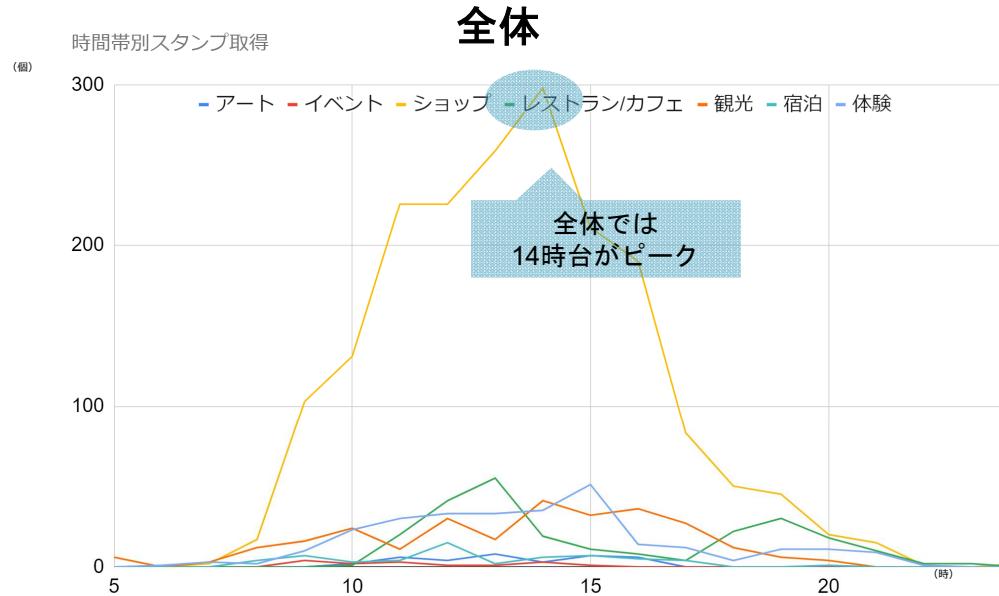
店舗ごとのスタンプ取得数：さくら市外在住者（観光客等）

店舗名	ジャンル	スタンプ取得数	店舗名	ジャンル	スタンプ取得数	
道の駅きつがわ	ショップ	82	イヴォワール洋菓子店さくら市本店	ショップ	2	
ベイシアさくら氏家店	ショップ	35	よし茶屋	レストラン/カフェ	2	
ウエルシアさくら喜連川店	ショップ	32	滝澤酒店	ショップ	2	
もとゆ温泉	観光	31	Avenue G	レストラン/カフェ	1	
ゆうゆうパーク（鬼怒川河川公園）	体験	18	Kissa & Deli Phoenix	ショップ	1	
和い話い広場	ショップ	14	けんもく商店	ショップ	1	
さくらテラス（駅前情報館・駅前展示館）	ショップ	13	セブンハンドレッドクラブ	ショップ	1	
さくら市農産物直売所 菜つ葉館	ショップ	12	やわらかとんかつ かつ饗 氏家店	レストラン/カフェ	1	
セブンイレブン喜連川工業団地北店	ショップ	11	ら一麺屋 めん丸 氏家店	レストラン/カフェ	1	
お丸山ホテル	宿泊	10	菊野屋	ショップ	1	
松島温泉 乙女の湯	体験	9	和牛ダイニング参番館	レストラン/カフェ	1	
喜連川商会	ショップ	8	璣光院	観光	1	
すぎのや本陣 氏家店	ショップ	7	teon	レストラン/カフェ	0	
露天風呂	観光	7	ガラスアート工房アッセンブル	ショップ	0	
三元閣	レストラン/カフェ	6	ギャラリー匣	ショップ	0	
焼肉熟成カルビ むらかみ	レストラン/カフェ	5	キララ マエバシ	ショップ	0	
食肉研究所 肉食道	レストラン/カフェ	5	ましこ呉服店	ショップ	0	
さくら市ミュージアム -荒井寛方記念館-	アート	4	観光温泉バス	観光	0	
パティスリーかけつどう	ショップ	3	さくら市外在住者の利用が比較的多いもの			
亀田屋本店	ショップ	3	主要な観光施設やスーパーに加えて氏家地区の飲食店が利用されている。			
五十嵐石油店	ショップ	3	観光温泉バスは全体でのみ上位にランクインしており、市内在住者の利用者が多いことが分かる。			
御菓子処 京月	ショップ	3				
滝澤家住宅	イベント	3				
濃厚つけ麺 みやこ家 氏家店	レストラン/カフェ	3				

時間帯別のスタンプ取得

全体のピークは14時であるのに対し、さくら市外在住者（観光客等）は11時～12時と14時の2つのピークがある。観光施設での利用は、14時～17時が全体のピークだが、市外在住者は18時頃にも利用が増える。

※Horaiの利用履歴から集計



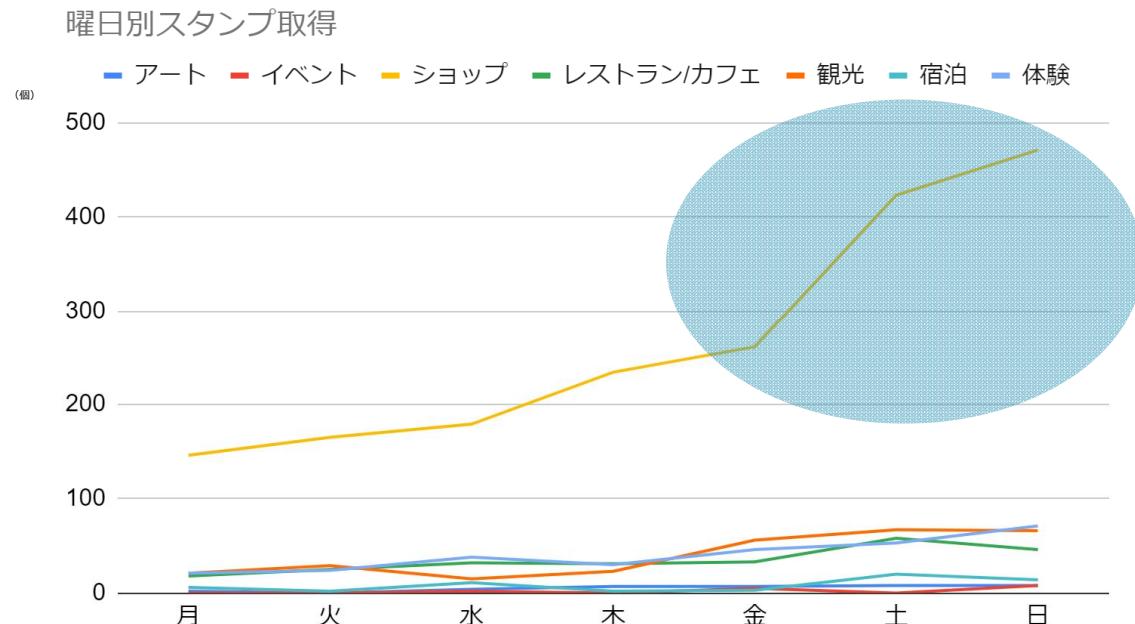
観光客が18時頃・21時頃に楽しめる施設があると、満足度が高まる可能性が高い。

曜日別のスタンプ取得 (全体)

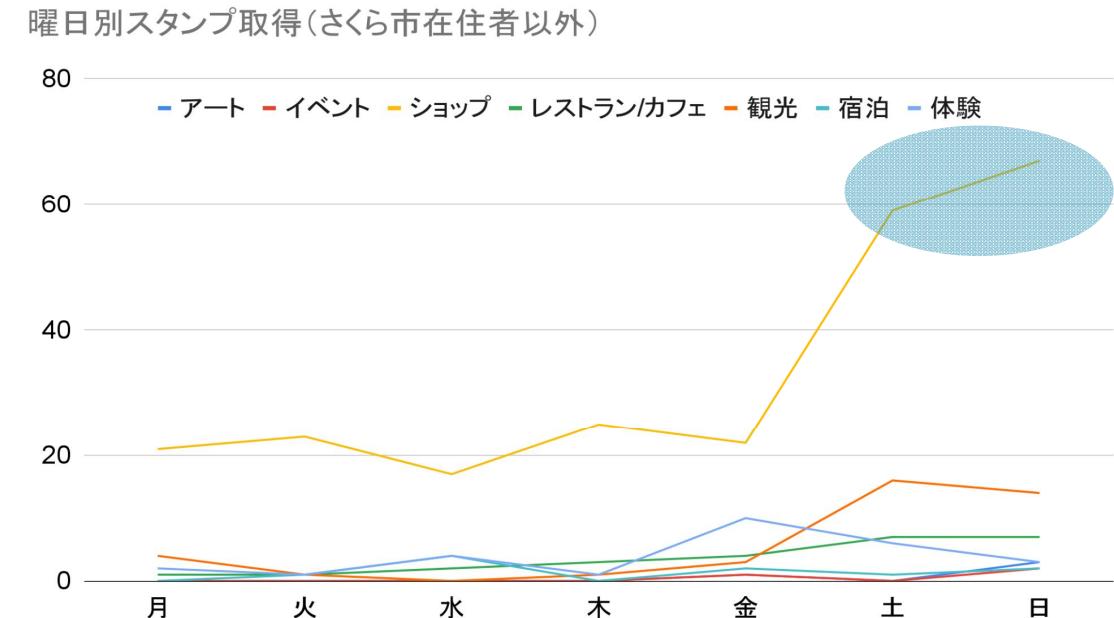
全体としても金土日の利用が多いが、市外在住者は特に土日の利用が多い。

※Horaiの利用履歴から集計

全体



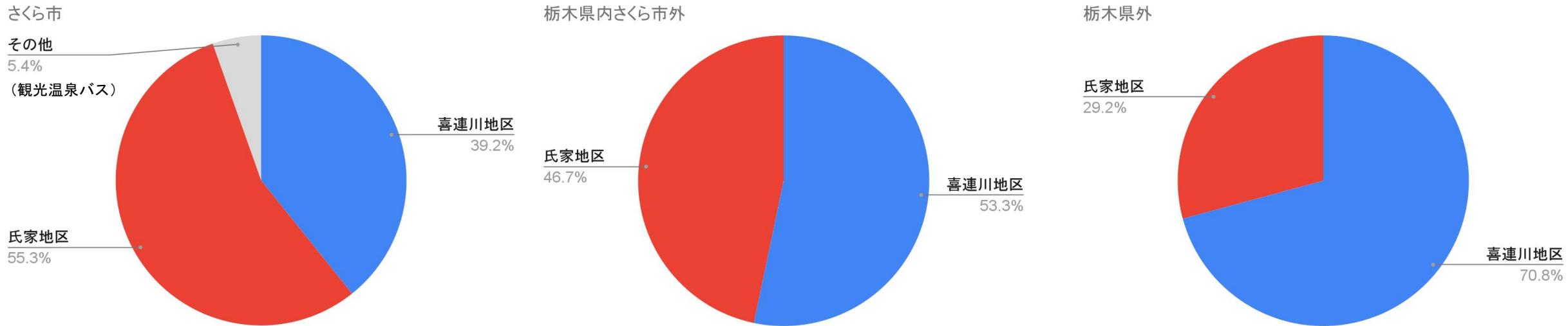
さくら市外在住者



居住地別 スタンプ取得エリア

さくら市在住者は氏家地区のスポットでスタンプを取得したがさくら市外や栃木県外在住者は喜連川地区で多くのスタンプを取得した。

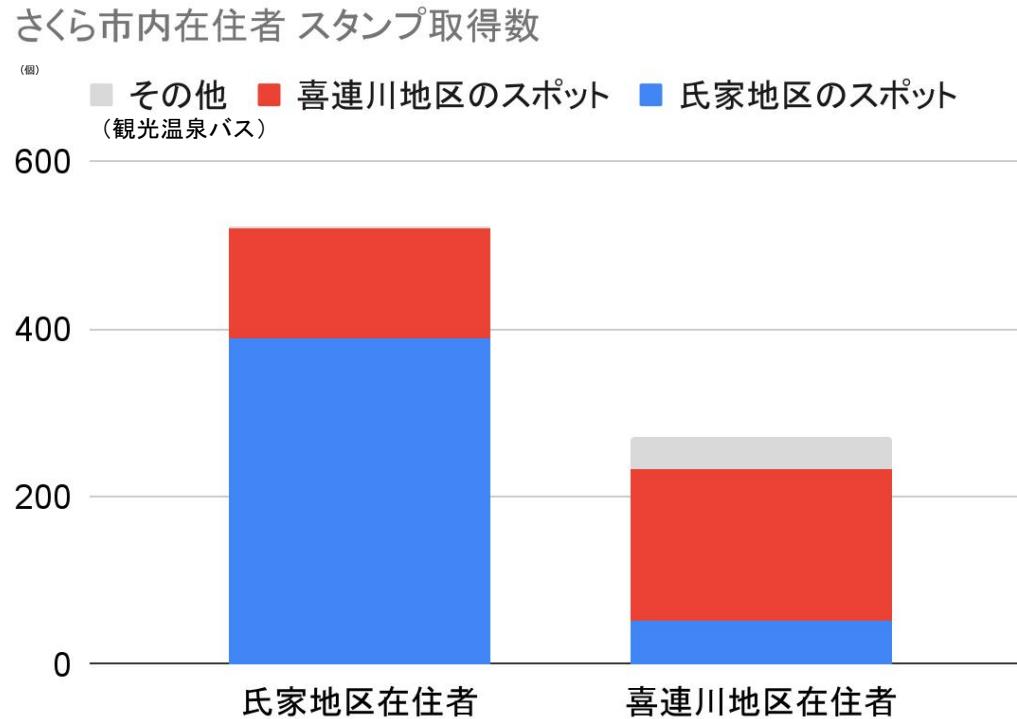
※Horaiの利用履歴から集計
※スポットの地区の分類はp17に記載



遠方から来たユーザーほど、温浴施設などの多い喜連川地区で使う時間の割合が多いことが推察される。とはいっても、県外からの来訪者も30%程度は氏家地区でスタンプを貯めており、スタンプラリーなどの施策でさくら市内の周遊を促すことができることが分かった。

居住地別 スタンプ取得エリア（さくら市内）

氏家地区在住者のスタンプ取得の25%が喜連川地区のスポットでの取得。喜連川地区在住者のスタンプ取得の19.1%が氏家地区のスポットでの取得。



※Horaiの利用履歴から集計
※スポットの地区の分類はp17に記載

観光温泉バスの利用はほとんどが喜連川地区の在住者であることがわかった。

氏家と喜連川の間で、ある程度の人の行き来があることが分かった。

氏家地区在住者の喜連川訪問を促すことは、喜連川地区在住者の氏家訪問を促すよりも簡単であることが推察される。

参考:スポットの地区分け

喜連川地区

店舗名	ジャンル
Avenue G	レストラン/カフェ
ウエルシアさくら喜連川店	ショッピング
お丸山ホテル	宿泊
セブンイレブン喜連川工業団地北店	ショッピング
セブンハンドレッドクラブ	ショッピング
ましこ呉服店	ショッピング
もとゆ温泉	観光
喜連川商会	ショッピング
菊野屋	ショッピング
吉見屋商店	ショッピング
五十嵐石油店	ショッピング
道の駅きつれがわ	ショッピング
露天風呂	観光
和い話い広場	ショッピング
礪商会	ショッピング
璉光院	観光

その他

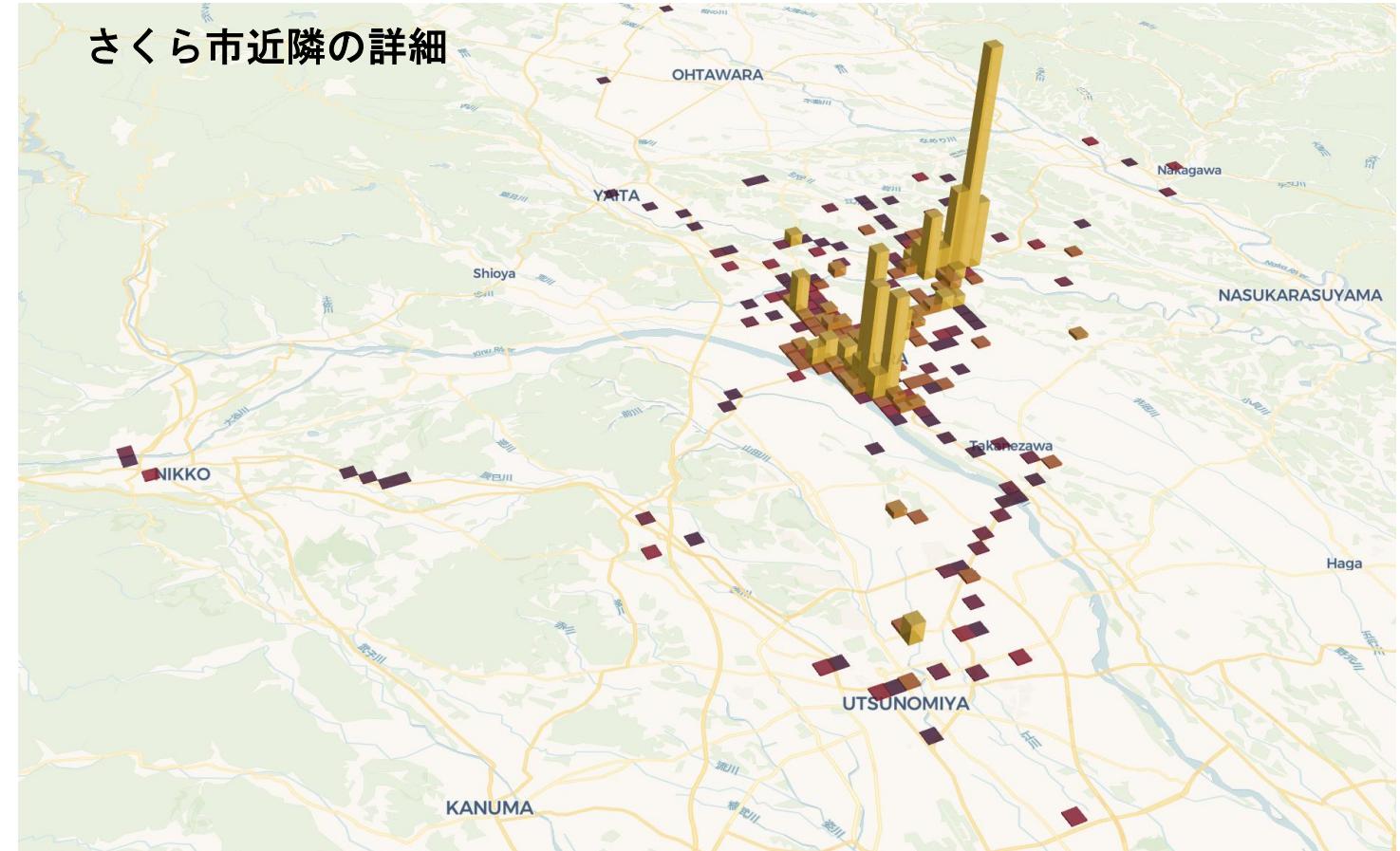
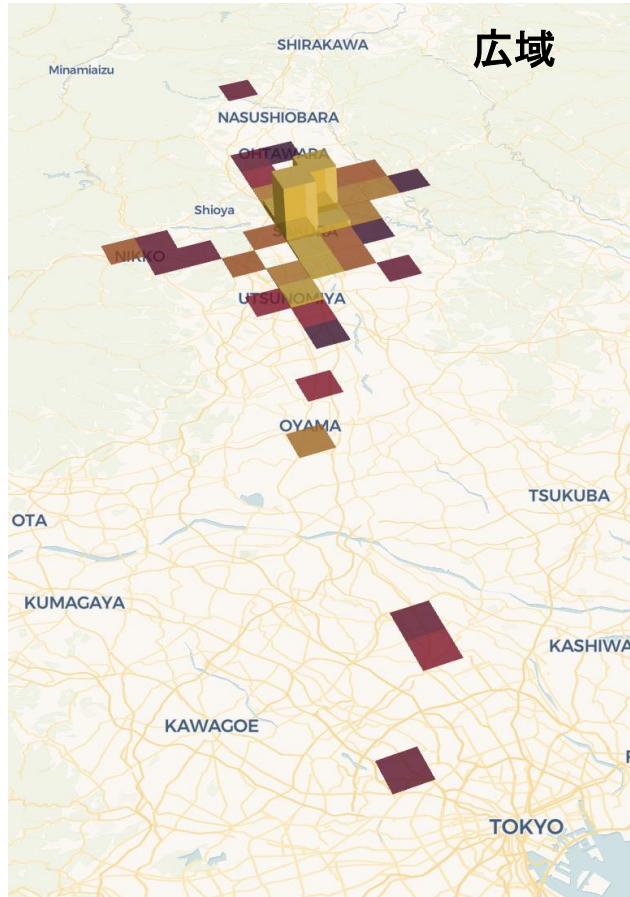
店舗名	ジャンル
観光温泉バス	観光

氏家地区

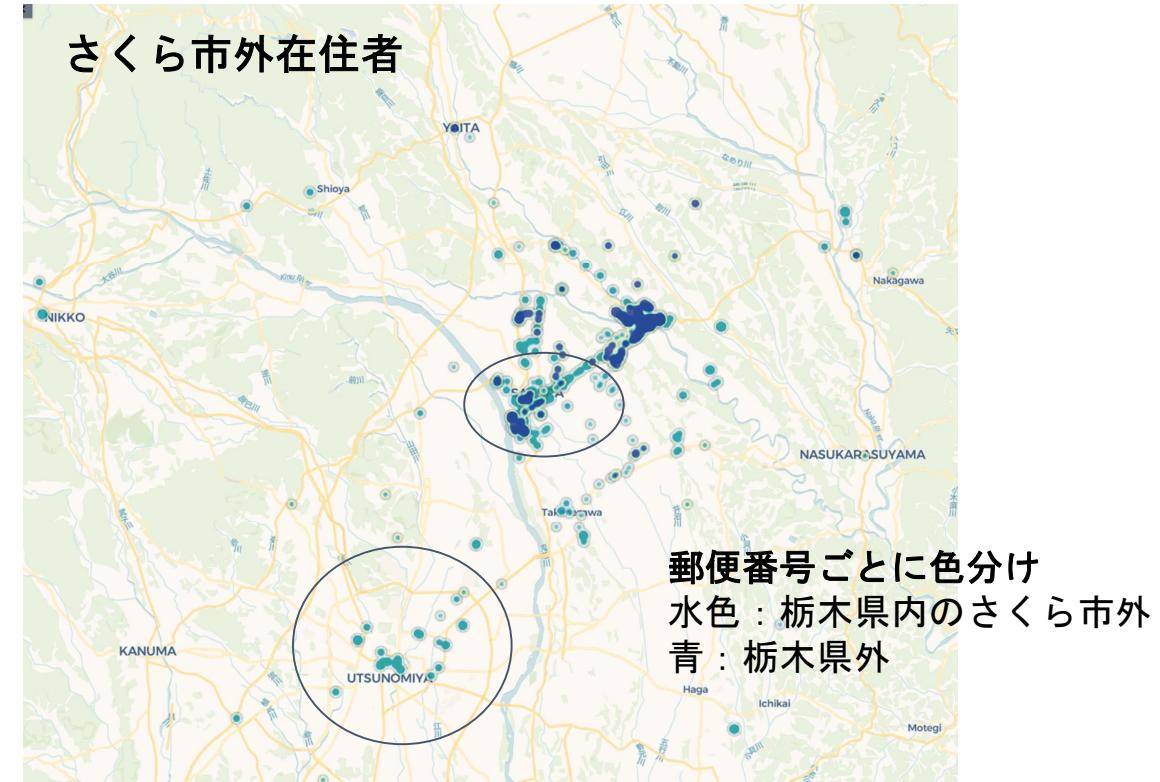
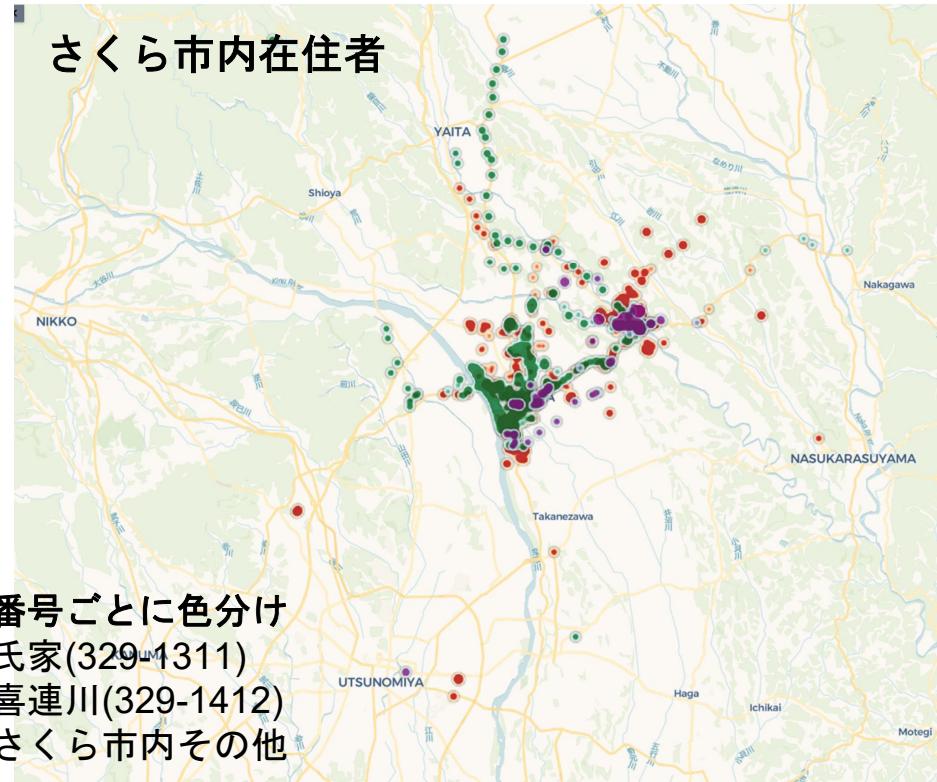
店舗名	ジャンル
Kissa & Deli Phoenix	ショップ
teon	レストラン/カフェ
ガラスアート工房アッセンブル	ショップ
ギャラリー匣	ショップ
キララ マエバシ	ショップ
けんもく商店	ショップ
さくらテラス (駅前情報館・駅前展示館)	ショップ
さくら市ミュージアム -荒井寛方記念館-	アート
さくら市農産物直売所 菜っ葉館	ショップ
すぎのや本陣 氏家店	ショップ
パティスリーかげつどう	ショップ
ベイシアさくら氏家店	ショップ
やわらかとんかつ かつ饗 氏家店	レストラン/カフェ
ゆうゆうパーク (鬼怒川河川公園)	体験
よし茶屋	レストラン/カフェ
ら一麺屋 めん丸 氏家店	レストラン/カフェ
亀田屋本店	ショップ
御菓子処 京月	ショップ
三元閣	レストラン/カフェ
松島温泉 乙女の湯	体験
食肉研究所 肉食道	レストラン/カフェ
滝澤酒店	ショップ
唐揚げ専門店 むらかみ	レストラン/カフェ
濃厚つけ麺 みやこ家 氏家店	レストラン/カフェ
和牛ダイニング参番館	レストラン/カフェ
イヴォワール洋菓子店さくら市本店	ショップ
焼肉熟成カルビ むらかみ	レストラン/カフェ
滝澤家住宅	イベント

取得した位置情報の概要

スタンプラリーに参加した1,026ユーザーのうち、位置情報の共有を許可したユーザーから位置情報を取得した。



市内在住者と市外在住者の位置情報の違い



栃木県内さくら市外の在住者の位置情報が宇都宮近隣でよく取れており、宇都宮近隣の在住者がさくら市を訪れていることが推察される。

県外在住者よりも県内市外在住者の方が氏家地区をよく周遊している。県内市外在住者はさくら市への訪問が容易なため道路の便が良い氏家でよく過ごし、県外在住者は限られた旅行時間のなかで訪問スポットを厳選するため温泉などの施設の豊富な喜連川地区に多く時間を使うのではないか。

市外在住者(観光客等)の喜連川中心部での位置情報

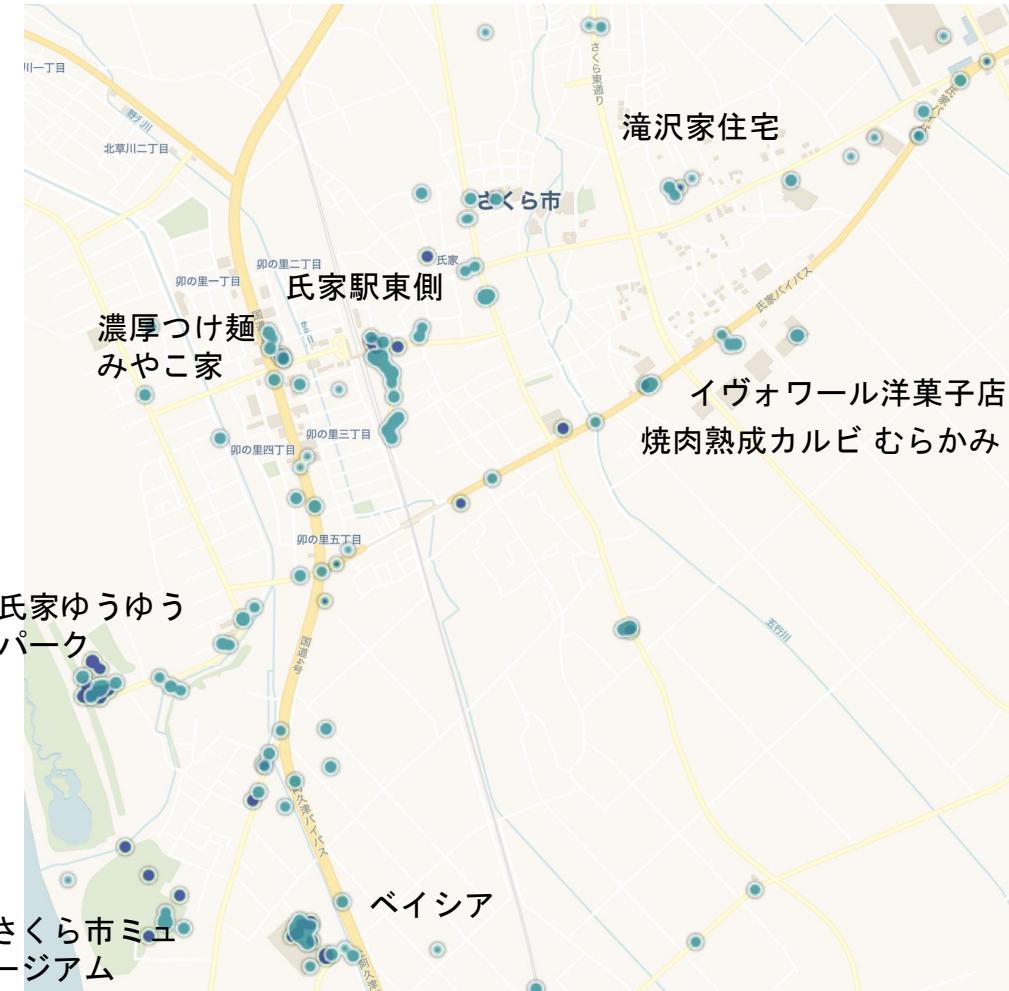
道の駅を中心に、温浴施設やホテルなどを訪問している。



日帰りの温浴施設だけでなく、
お丸山ホテルなどの宿泊施設への
訪問もあり、来訪者の市内での
消費促進につながっていることが
伺える。

郵便番号ごとに色分け
水色：栃木県内のさくら市外
青：栃木県外

市外在住者(観光客等)の氏家中心部での位置情報

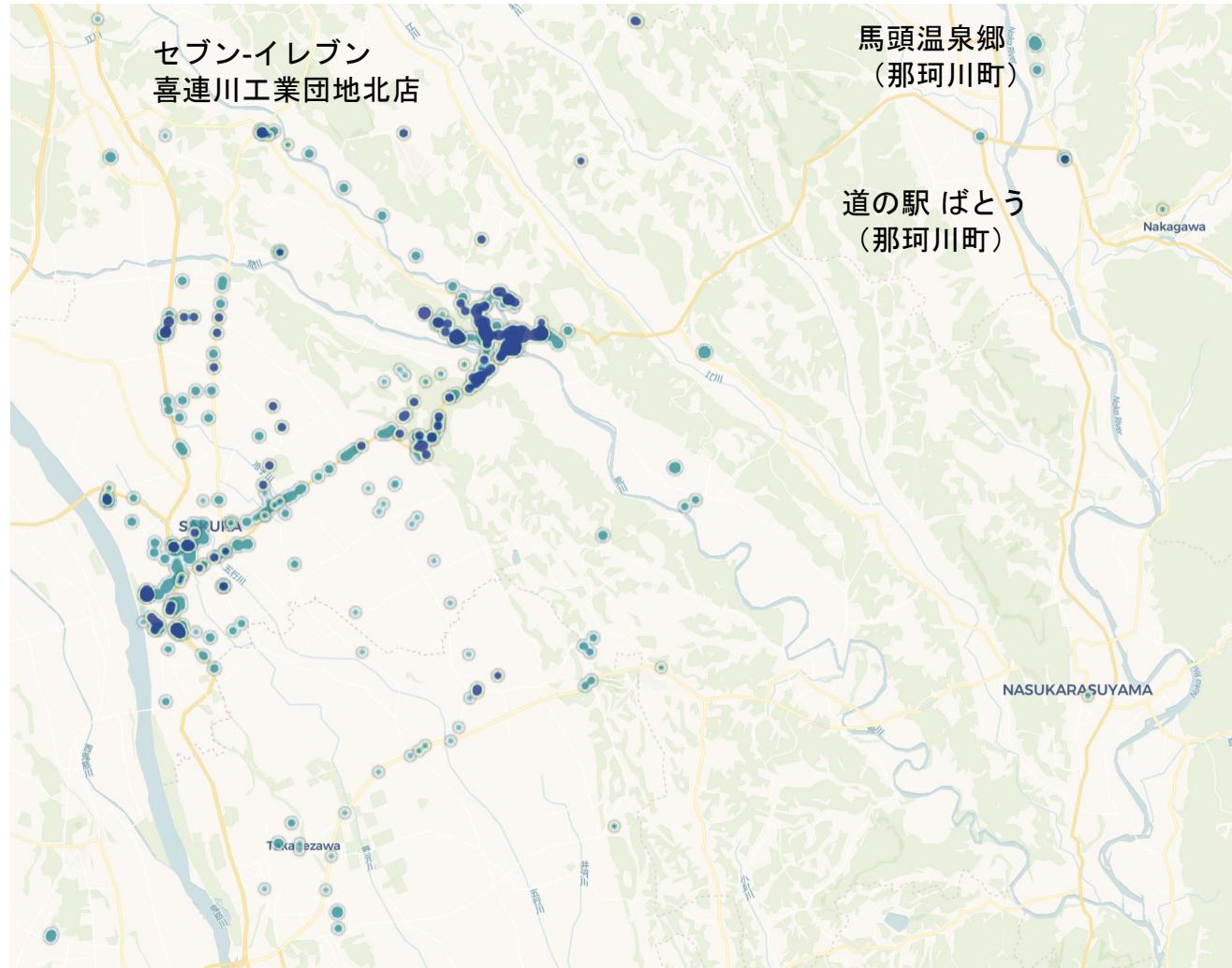


ベイシア、ゆうゆうパーク、氏家駅東側などに加えて、滝沢家住宅や、つけ麺みやこ家、イヴォワール洋菓子店、焼肉熟成カルビ むらかみ、なども訪れられている。

デジタルスタンプラリーなどの施策で、いわゆる観光客向けではない飲食店にも、市外在住者を訪問させ市内での消費を促すことができることが分かった。

郵便番号ごとに色分け
水色：栃木県内のさくら市外
青：栃木県外

市外在住者(観光客等)のさくら市広域と近隣の位置情報



県内市外在住者にも県外在住者にも、隣接する那珂川町を訪れているユーザーがいる。

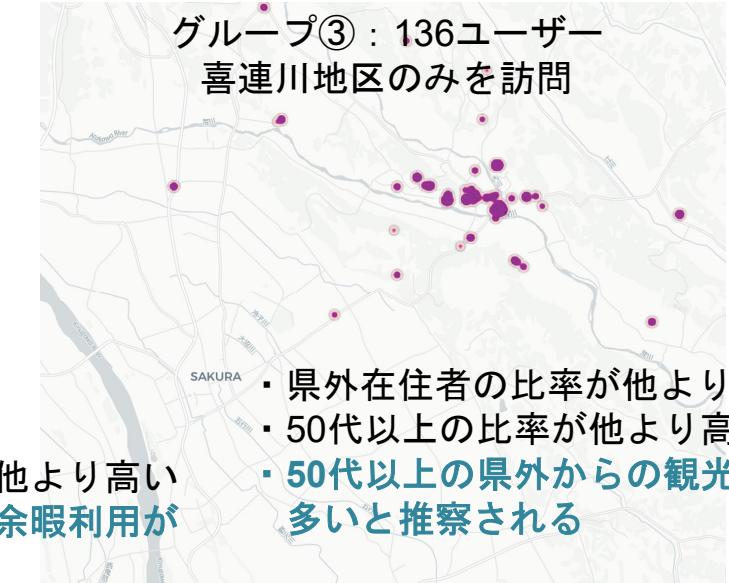
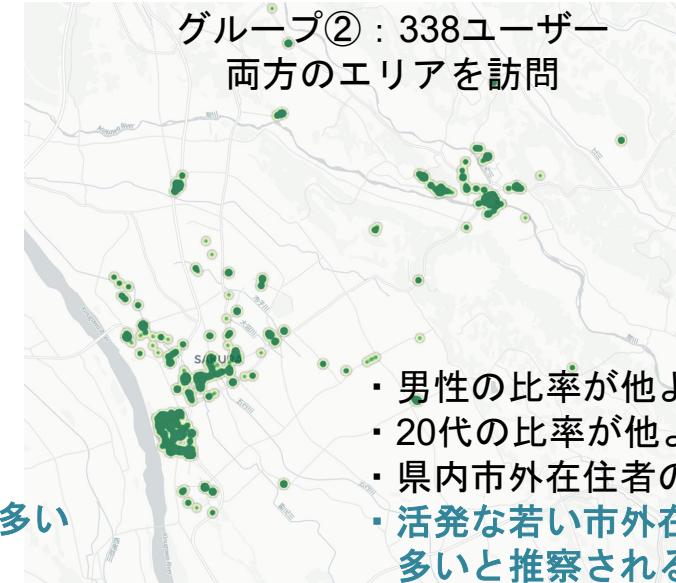
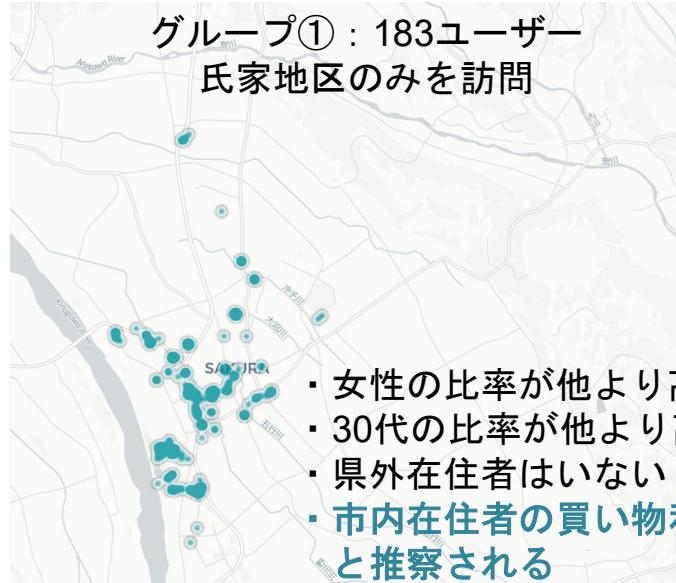
(馬頭温泉郷や道の駅 ばとう)

近隣自治体と連携した観光誘客が効果的である可能性がある。
那珂川町の最寄り駅が氏家駅であることも踏まえて、連携が可能なのではないか。

郵便番号ごとに色分け 水色：栃木県内のさくら市外 青：栃木県外

クラスタリング分析

利用者の行動をグループ分けすると、①氏家地区のみ訪問、②両方の地区を訪問、③喜連川地区のみを訪問の、大きく3種類のグループに分類できた。



さくら市以外の栃木県内に住んでいる20代にとって、さくら市は余暇に気軽に訪れる場所と認知されている可能性が高い。こういった方々に対してデジタルツールも活用しながら、喜連川と氏家の魅力をセットで伝えていくことが重要なのではないか。

同時に、県外の50代以上に対して喜連川の魅力を漏れなく伝えていくことも重要。

(参考) 各グループのユーザー数

	男性	女性	その他	all
クラスタ1	93	162	9	264
クラスタ2	274	322	10	606
クラスタ3	95	129	6	230
all	462	613	25	1100

	栃木県 (さくら市外)	さくら市内 (氏家)	さくら市内 (喜連川)	さくら市内 (それ以外)	栃木県外	all
クラスタ1		21	31	0	63	0
クラスタ2		62	49	15	94	25
クラスタ3		24	2	30	22	25
all		107	82	45	179	50

	10代	20代	30代	40代	50代	60代	70代以上	all
クラスタ1	2	14	67	42	38	12	2	177
クラスタ2	2	41	69	79	77	46	22	336
クラスタ3	4	7	18	24	58	22	19	152
all	8	62	154	145	173	80	43	665

※無回答は除外

※「クラスタ」はグループのこと

考察

1. 104日間で1,026ユーザーが2,791件のスタンプを貯めるという、規模の大きい企画にすることができた。参画スポットによる広報協力による効果が大きいと考えられる。
2. 郵便番号の入力者のうち約3割がさくら市外からの来訪者であり、観光客の行動を把握することができた。
3. 位置情報からさくら市内での行動の分析ができた。さくら市以外の栃木県内に住んでいる20代は、喜連川と氏家の双方をセットで楽しむ余暇に魅力や気軽さを感じている可能性が高い。デジタルツールも活用しながら、喜連川と氏家の魅力をセットで伝えていくことが重要。
4. 位置情報から、喜連川だけを訪れる県外の50代以上の利用者も多いと推察される。東京都・埼玉県・茨木県などの50代以上に対して喜連川の魅力を漏れなく伝えていくことが重要。
5. さくら市外の位置情報を分析し、宇都宮から（または宇都宮と前後して）さくら市を訪れている方が一定数いることが推察される。また、隣接する那珂川町（馬頭温泉郷や道の駅 ばとう）を訪れているユーザーがいることから、近隣自治体と連携した観光誘客が効果的な可能性。
6. 市外在住者（観光客等）が、道の駅や温浴施設、宿泊施設だけでなく、すぎのや本陣、三元閣、焼肉熟成カルビ むらかみ、食肉研究所 肉食道、パティスリーかけつどう、亀田屋本店、御菓子処 京月、濃厚つけ麺 みやこ家などの飲食店・甘味店も訪問しており、飲食店（主に氏家地区）とも連携した観光客の満足度向上施策が今後も必要であることが推察される。

今後について・ご提案

1. 県内の若い世代に対する両地区連携したマーケティング施策が有効だと考えられる
 - a. 近隣で気軽に旅行できる観光地として発信するのが良いのではないか
 - b. 喜連川の温浴施設や道の駅で他自治体と差別化しつつ、アクティブな若い世代が気軽に楽しめる氏家地区の飲食店や甘味店についても同時にプッシュするのが効果的か
 - c. 今回のスタンプラリーのようなデジタルツールを活用した施策や、SNSでのプロモーションが効果的だと考えられる
 - d. 宇都宮などの都市部に住む自動車のない若い世代も想定して、氏家駅からのバスと連携した施策も効果が見込める可能性がある
2. 県外の50代以上に対する喜連川を中心としたマーケティング施策が有効だと考えられる
 - a. 喜連川だけを訪れるユーザーには県外の50代以上の割合が多い。東京都・埼玉県・茨木県などの50代以上に対して喜連川の魅力を伝える広報施策が重要だと考えられる
3. 隣接する那珂川町と連携したマーケティング施策が有効だと考えられる
 - a. 馬頭温泉郷や道の駅ばとう、（今回は位置情報は取れていないが東京のファンも多い）広重美術館などと連携し、広域での周遊を促すクーポンやスタンプラリーなどの施策を実施することで、両町の来訪者の呼び込みにつなげることができると考えられる

観光協会様・商工会様からのご意見

氏家・喜連川双方の観光協会様・商工会様に報告を行った。肌感覚としてお持ちだった来訪者の傾向が、データから可視化されたことは一定の評価を頂いたものの、今後の課題も見える結果となった。

主なご意見 ((sv)はscheme vergeのコメント)

1. 無料でスタンプが貯まる施設の訪問が多くなった (氏家観光協会様)
 - a. (sv)今回は「買い物をした方のみスタンプを貯められる店」は一部店舗のみだったが、次回実施する場合は、原則として買い物をした方のみスタンプを貯められる設計にするのが良いと考えられる。
 - b. (sv)コンビニエンスストアなどさくら市内のユーザーが日常の買い物に使う施設を減らすのが良さそう。
2. 地元の高齢のユーザーからのスマホアプリの利用方法の問い合わせが店舗の負担となった (氏家観光協会様)
 - a. (sv)市外からの来訪者の誘客施策にすればスマホを使い慣れていない方の問い合わせはなくなると考えられる。
3. データにも現れているが、お昼から夕方に食べられる飲食店が喜連川はない。町中にあると良い (喜連川観光協会様)
 - a. (sv)市外から温泉等を目的に来た人に、飲食店の魅力を伝えていく必要がある。理想的にはさくら市ならではの食を楽しめるメニューがあると理想的。
4. さくら市は物価が安く、ベイシアなどに宇都宮など市外から買い物に来る方が多い (氏家観光協会様)
 - a. (sv)市外からさくら市に買い物に来る人が何を買いに来ているのか (農産品?) を明確にできると良い。次回は、特典の商品券の利用前にアンケートに答えてもらう設計にして、より精緻な観光ニーズを把握できると良い。