

4

観光立県とちぎプロジェクト

1 プロジェクトの概要

(1) 目標

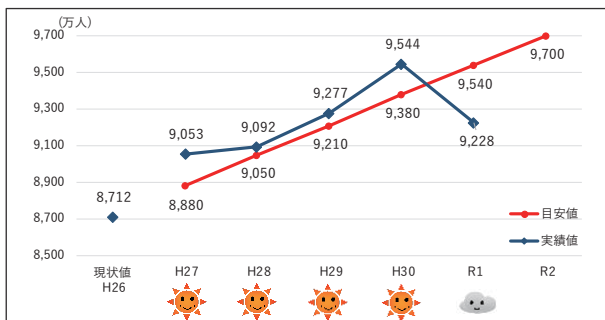
- 東京オリンピック・パラリンピック開催等を好機として、豊富な観光資源や東京圏に近接する強みを最大限に生かし、観光地としての魅力向上や国内外からの観光誘客強化に取り組み、観光産業の更なる発展を図ります。

(2) 重点的取組

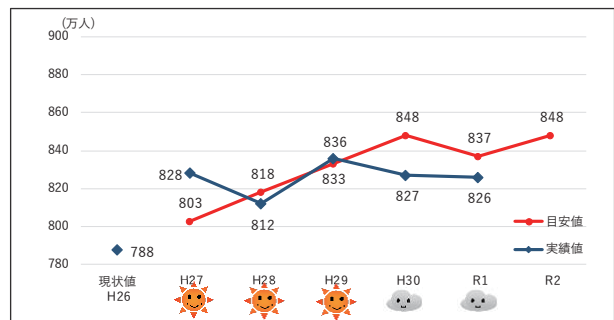
- ☆ 魅力と活気ある観光地づくり
- ☆ 戦略的な観光誘客の推進
- ☆ 海外観光誘客の強化

2 プロジェクトの進捗を表す成果指標等の状況

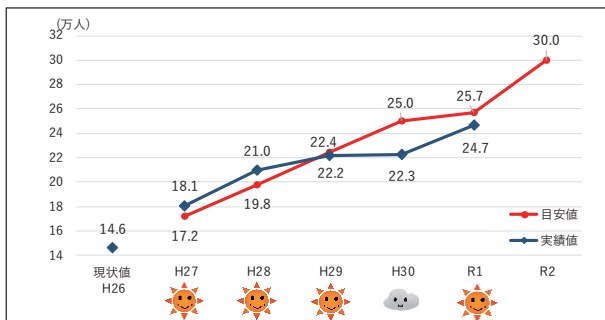
①観光客入込数



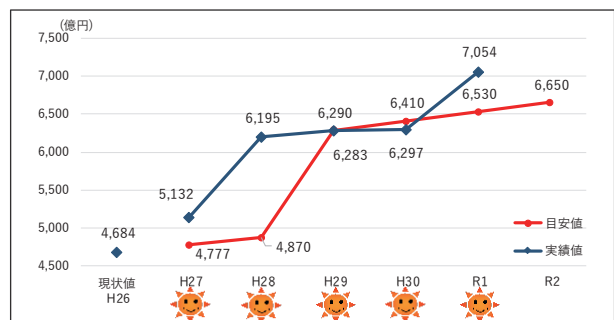
②観光客宿泊数



③外国人宿泊数



④観光消費額



(注)達成見込の判断



概ね順調



やや遅れている



遅れている

○成果指標の分析

- ① 観光プロモーション等の効果で春季は増加したものの、通年では令和元年東日本台風の影響もあり前年に比べ減少しました。
- ② 観光プロモーション等の効果により5年連続で800万人を上回ったものの、通年では令和元年東日本台風の影響もあり前年に比べ減少しました。
(これまでの進捗等を考慮し、令和元(2019)年度に目標値の見直しを行いました。)
(880万人→848万人)

- ③ 日韓関係の悪化もあり東アジアからの観光客が減少しましたが、欧米豪からの宿泊客が増加したため、前年比10%以上増加しました。
- ④ 日帰り客の消費額単価の伸び等により増加しました。

3 県民満足度調査の結果

	H28 (2016)	H29 (2017)	H30 (2018)	R1 (2019)	R2 (2020)
満足・やや満足の割合	42.4%	34.7%	41.7%	37.3%	37.9%
やや不満・不満の割合	12.2%	14.0%	13.9%	14.7%	13.7%

4 主な取組成果

① 魅力と活気ある観光地づくり

- ▷ 民間による地域資源の活用やブランド化、滞在性や周遊性の高い旅行商品開発の促進
 - 本県の特徴を生かしたDMOの形成支援
 - ・ DMO形成に係るアドバイザーの活用等
 - 地域資源の磨き上げ等による新たな魅力の創出や周遊ルートづくり
 - ・ 周遊パスポート事業、周遊ルートの開発等の実施
 - ・ 地域資源と自転車を組み合わせた観光地域づくり（サイクルツーリズム）の推進等を目標とする栃木県自転車活用推進計画の策定
 - ・ 奥日光冬季活性化推進協議会による華厳ノ滝ライトアップ実施に対する運営支援
- ▷ オールとちぎによる受入態勢の整備等の推進
 - 県民一人ひとりの観光客に対するおもてなしの向上
 - ・ 「おもてなしいちご隊」の募集・登録
 - 案内表示の多言語化、Wi-Fi環境の整備や公衆トイレの洋式化等の推進
 - ・ 外国人観光客の利用が見込まれる県有施設等の公衆トイレの洋式化や自然公園内の案内標識の多言語化の実施
 - ・ 観光案内板や公衆トイレの洋式化等の受入態勢強化に係る施設整備への助成等
 - 主要駅等と観光地を結ぶ二次交通の利便性向上の促進
 - ・ 市町が行う二次交通対策への支援
 - ・ 鉄道駅と観光地を結ぶバス路線への支援
 - ・ ユニバーサルデザイン（UD）タクシーを導入するタクシー事業者に対する支援
 - ・ 交通系ICカード導入に向けた検討協議会への参画
 - 観光地へのアクセス向上に資する道路の整備
 - ・ 広域的な観光周遊ルート形成に必要な県境を越えた道路整備（国道121号、国道120号）
 - ・ 観光地における渋滞対策の実施（日光地域、那須地域）
 - ・ 観光周遊性向上のための広域道路網の整備推進（国道400号下塩原バイパス工区ほか）
 - ・ 観光地における駅周辺目抜き通りの整備推進（国道119号御幸町工区、黒磯本通り本町工区）

② 戦略的な観光誘客の推進

- ▷ 大型観光キャンペーン等による集中的な誘客宣伝活動の展開、効果的な観光誘客の推進
 - 「本物の出会い 栃木」観光キャンペーンの展開

- ・アフターDCに向けた宿泊予約サイトへの特集記事掲載等
- ・「日光・会津・上州歴史街道対流圏の強化プロジェクト」の推進
- アンテナショップ等を活用した首都圏等への効果的な情報発信
 - ・とちまるショップにおける観光イベントの実施やツーリズムEXPOへの出展
 - ・大阪センターを拠点とした関西圏における観光誘客等の強化

③ 海外観光誘客の強化

▷ 海外からの観光誘客の強化

- 海外の観光誘客拠点等による有望市場からの誘客推進
 - ・有望市場（東アジア・東南アジア）に向けた効果的なプロモーション（旅行博出展、海外観光誘客拠点の活用等）の実施
- 海外メディアやインターネット等による効果的な情報発信
 - ・外国人向けPR動画の制作・広告配信や海外宿泊予約サイトを活用したプロモーションの実施
- 関東近県等との広域連携によるプロモーション
 - ・北関東三県連携による観光誘客事業の実施
- 多言語コールセンターの設置等による外国人観光客受入環境の整備

5 総合評価

① 魅力と活気ある観光地づくり

▷ 民間による地域資源の活用やブランド化、滞在性や周遊性の高い旅行商品開発の促進

- ・5つの地域分科会が主体となったコンテンツの掘り起こしや磨き上げを行い、DC3年間で多くの特別企画が創出されました。
- ・近年、自転車関係のイベント増加により、観光地としての新たな魅力が創出される一方、サイクリストの受入環境が十分とはいえない状況にあることから、令和2（2020）年度から魅力的なサイクリング環境を創出し、サイクルツーリズムを推進しています。

▷ オールとちぎによる受入態勢の整備等の推進

- ・「おもてなしいちご隊」の登録者数が当初目標の15,000人を超え46,000人となるなど、県内各地でおもてなしの気運が醸成されました。
- ・「世界に通用する魅力ある観光地づくりプログラム」に基づく受入環境整備の進捗状況調査では、多言語表記やWi-Fiの整備率が、令和元（2019）年度でそれぞれ37.2%、48.9%にとどまっています。また、二次交通については、「観光動態調査」の結果から、まだ十分な満足度が得られていない状況となっています。
- ・観光地の渋滞対策として、道路整備等のハード対策に加え、様々なソフト施策を実施してきたところであり、特に日光地域（中宮祠地区）の秋の行楽シーズンにおいては、第2いろは坂の一方通行化により最大通過時間が約1時間30分短縮されるなど、渋滞緩和策の効果が現れてきている一方、日光の社寺周辺では依然として著しい渋滞が発生しています。
- ・観光客の利便性向上を図るため、これまで鉄道駅と観光地を結ぶバス路線への支援、ユニバーサルデザイン（UD）タクシーの導入支援等に取り組んできたところですが、利便性の更なる向上を図るため、令和2（2020）年度から、交通事業者による交通系ICカードの導入や市町によるバス運行情報のインターネット経路検索サービスへの対応について支援を行っています。

② 戦略的な観光誘客の推進

▷ 大型観光キャンペーン等による集中的な誘客宣伝活動の展開、効果的な観光誘客の推進

- ・観光客入込数及び宿泊数の増加に加え、消費額単価の伸び等により、観光消費額は概ね順調に増加しており、観光による消費を高め、観光産業を活性化させていく「観光立県とちぎ」の

成果が着実に現れてきています。

- ・観光客入込数については、令和元（2019）年が令和元年東日本台風の影響もあり前年比で減少となったものの、県、市町、観光関係団体、交通事業者等が一体となった一連のDCの効果により、春季のみならず、通年ベースでも平成26（2014）年に比べて大きく増加しました。
- ・観光客宿泊数については、平成26（2014）年に比べて入込数ほど増加しませんでした。また、WEB等のインターネット情報を見て本県への観光を決めた旅行者数は増加していますが、栃木県観光公式HP「とちぎ旅ネット」の閲覧回数が伸び悩んでいるとともに、1ページのみ閲覧し、他サイトへ移動する率が上昇しており、宿泊につながる周遊が検討されていない状況です。
- ・新型コロナウイルス感染症の影響により観光客数の大きな減少が見込まれる中、安心して旅行できる環境を整備することや、首都圏への近接性、豊かな自然環境などの優位性を生かした宿泊施設の多様な利用方法の促進等が求められています。

③ 海外観光誘客の強化

▷ 海外からの観光誘客の強化

- ・有望市場である東アジア・東南アジアをはじめ、米国等からの宿泊数が増加し、平成26（2014）年に比べ、10万人以上増加しており着実に成果が出ていますが、観光庁が実施している外国人宿泊数に関する統計では、全国順位は低迷しています。
- ・外国人旅行客の最大マーケットである中国・台湾をはじめとする東アジアからの観光客について、本県は近県に比べて少ない状況にあります。一方で、本県の強みである温泉、自然、歴史に関心が高く、長期滞在型かつ観光消費額も高い欧米からの観光客が他県に比べて多い状況ですが、外国人宿泊数の地域ごとの構成比では、観光消費額の高い欧米ではなく、東アジアに偏っています。
- ・新型コロナウイルス感染症の影響により、人や物の移動が制限され、外国人旅行客の大きな減少も見込まれる中、段階的な需要回復を見据え、本県の豊富な自然を生かしたコンテンツの造成や外国人が安心して旅行できる環境整備が求められています。