

# 本県観光の現状と課題

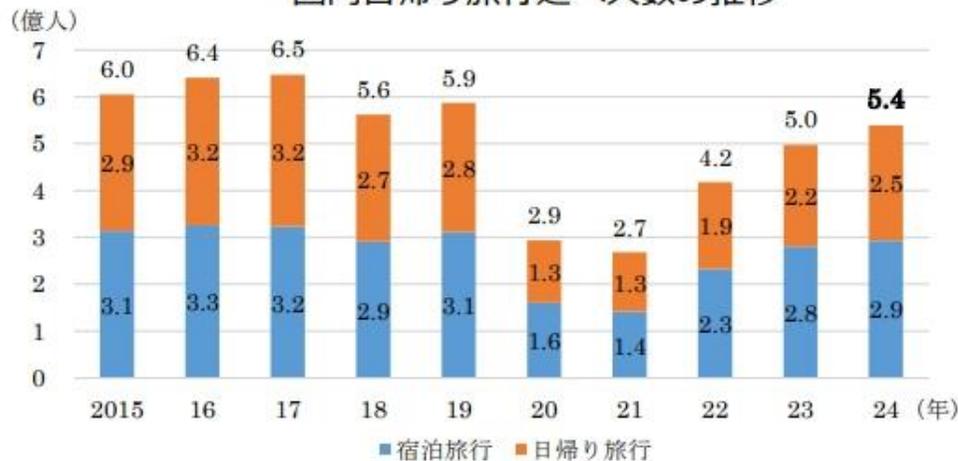
1	日本国内の観光の現状	3
2	本県観光の現状	18
3	本県観光の動向 (令和6年度観光動態調査結果)	29
4	全国における本県観光の位置	41
5	本県観光の主な課題	52

# 1 日本国内の観光の現状

## 【第I部】日本の観光の動向（日本人の国内・海外旅行）

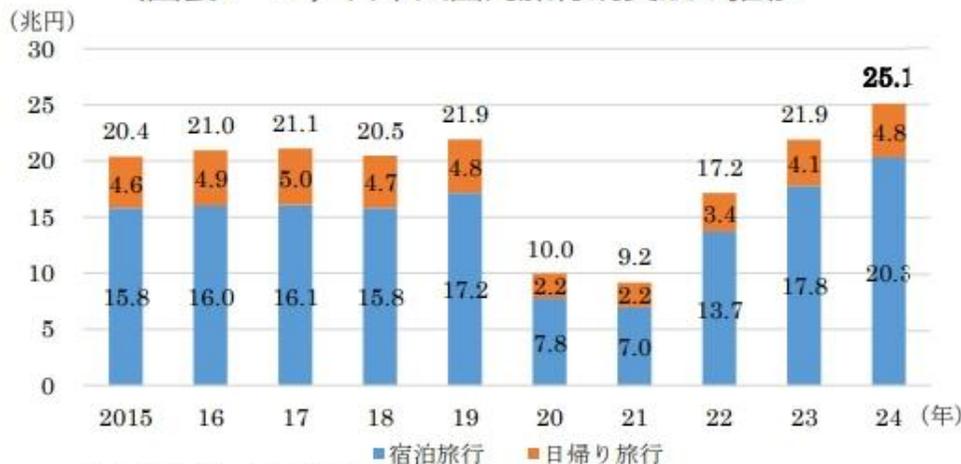
- 2024年の日本人の国内延べ旅行者数は5.4億人（2019年比8.2%減）とコロナ前の9割程度に回復。
- 2024年の日本人国内旅行消費額は25.1兆円（2019年比14.5%増）と過去最高。
- 2024年の出国日本人数は1,301万人（2019年比35.2%減）となった。
- 2024年の日本国内における旅行消費額は、**34.3兆円**（2019年比22.8%増）。

（図表 I -16）日本人国内宿泊旅行延べ人数及び国内日帰り旅行延べ人数の推移



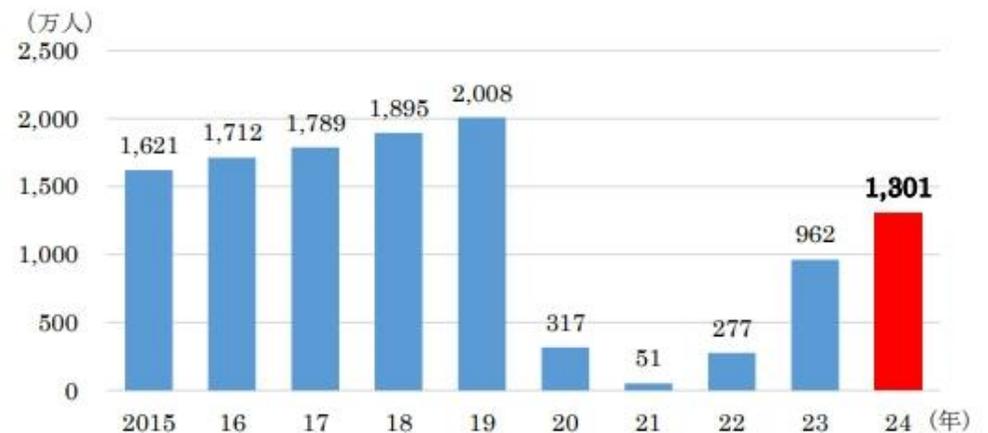
資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」

（図表 I -17）日本人国内旅行消費額の推移



資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」

（図表 I -14）出国日本人数の推移



資料：日本政府観光局（JNTO）資料に基づき観光庁作成

（図表 I -18）日本国内における旅行消費額（2024年）



## 【第I部】日本の観光の動向（宿泊旅行）

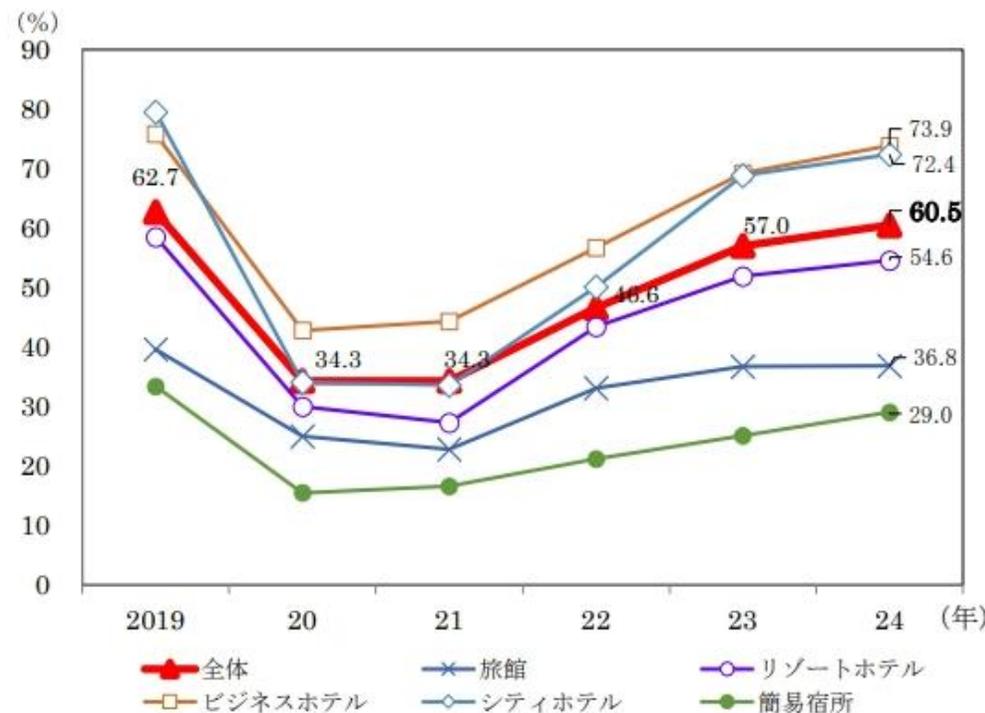
- 2024年の延べ宿泊者数は6億5,028万人泊（2019年比9.1%増）と過去最高。  
このうち日本人延べ宿泊者数は4億8,668万人泊（2019年比1.3%増）。外国人延べ宿泊者数は1億6,360万人泊（2019年比41.5%増）と過去最高。
- 2024年の客室稼働率は60.5%であり回復傾向。

（図表 I -19）日本人・外国人の延べ宿泊者数の推移



資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」  
注1：2024年は速報値。  
注2：本表の各年グラフの上の数値は、日本人と外国人の延べ宿泊者数の合計。

（図表 I -20）宿泊施設タイプ別の客室稼働率の推移

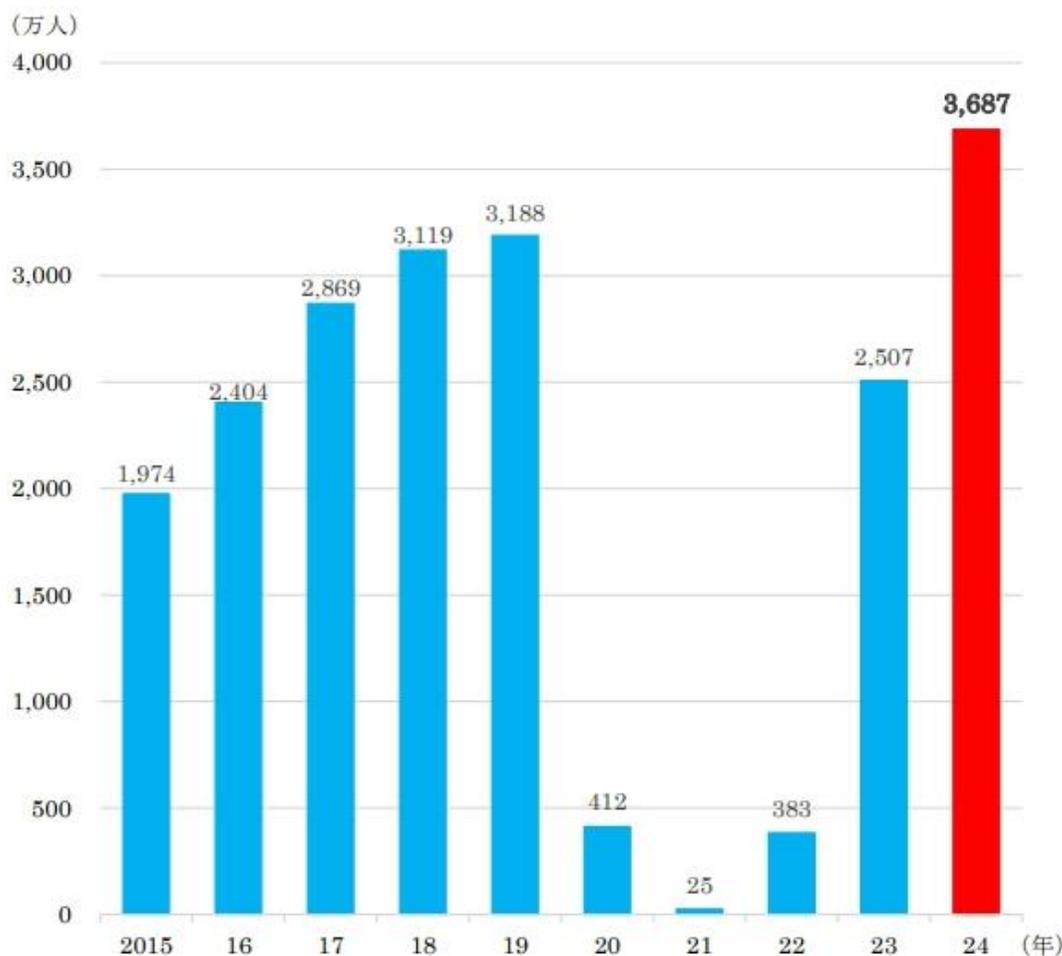


資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」  
注1：2024年は速報値。

## 【第I部】日本の観光の動向（訪日外国人旅行者数）

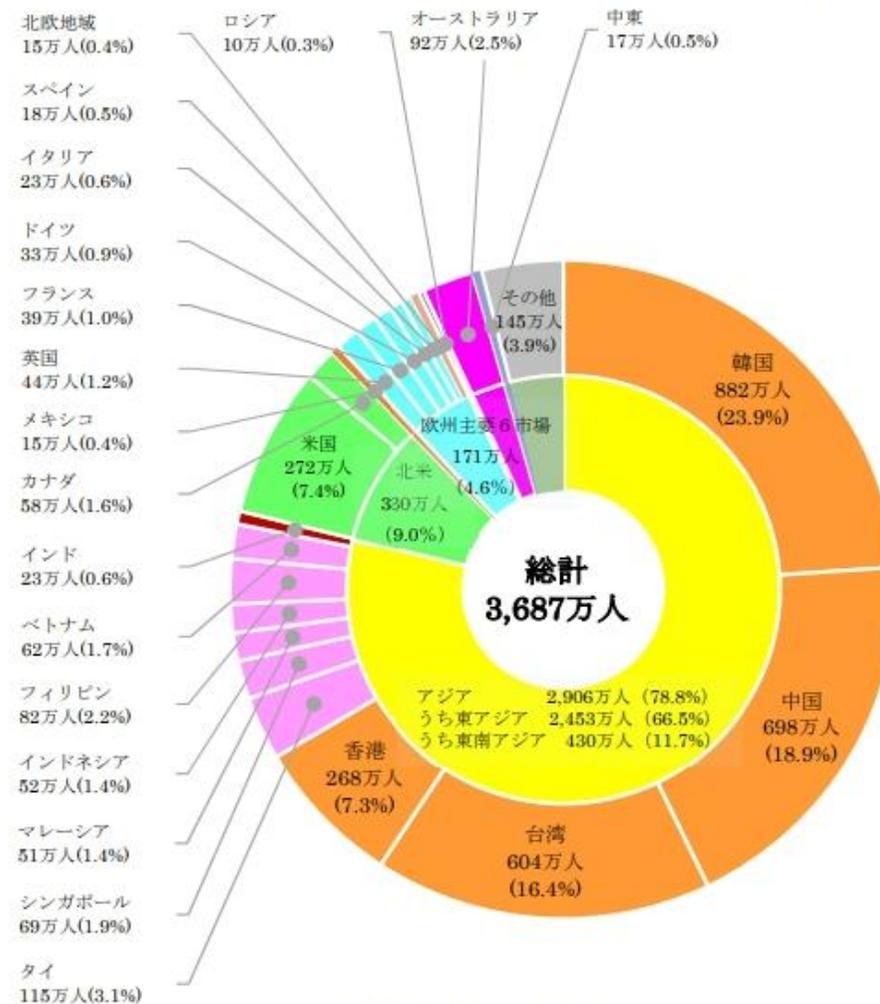
- 2024年の訪日外国人旅行者数は、**3,687万人**（2019年比15.6%増）と過去最高。
- 2024年の国籍・地域別内訳をみると、韓国が最も多く、次いで中国、台湾、米国、香港の順。

（図表 I - 7）訪日外国人旅行者数の推移



資料：日本政府観光局（JNTO）資料に基づき観光庁作成。

（図表 I - 8）訪日外国人旅行者の内訳（2024年）



資料：日本政府観光局（JNTO）資料に基づき観光庁作成。

注1：（ ）内は、訪日外国人旅行者数全体に対するシェア。

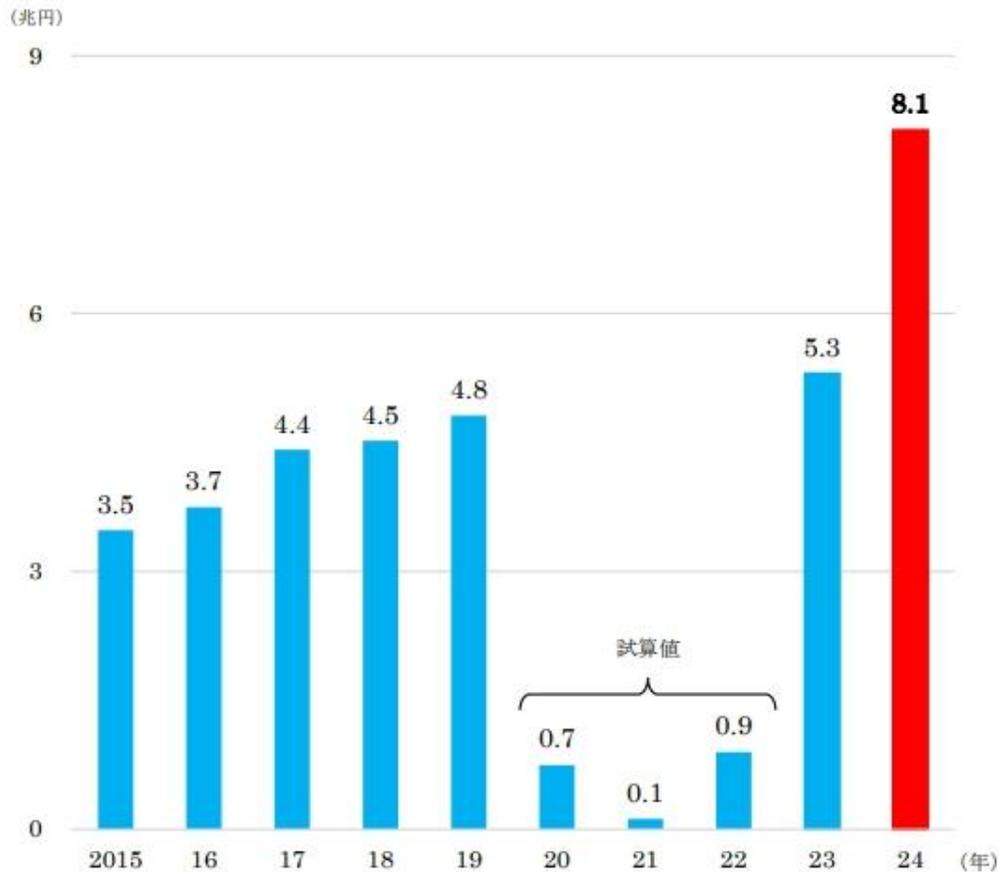
注2：「その他」には、アジア、欧州等各地域の国であっても記載のない国・地域が含まれる。

注3：四捨五入した値を表示しているため、個々の数値の合計は必ずしも総数と一致しない。

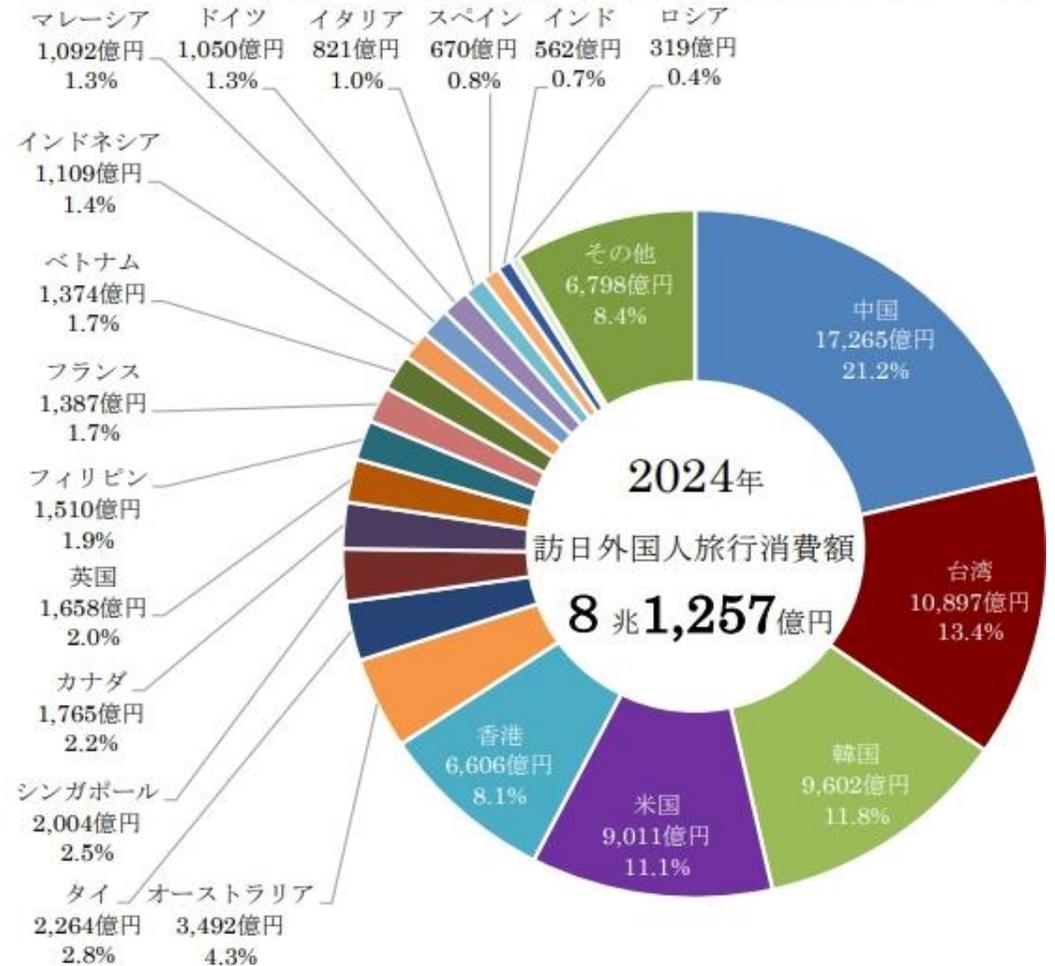
## 【第I部】日本の観光の動向（訪日外国人旅行消費額）

- 2024年の訪日外国人旅行消費額は**8兆1,257億円**（2019年比68.8%増）と過去最高。
- 2024年の国籍・地域別内訳をみると、中国が最も大きく、次いで台湾、韓国、米国、香港の順。

（図表 I - 9）訪日外国人旅行消費額の推移



（図表 I - 10）国籍・地域別の訪日外国人旅行消費額（2024年）



資料：観光庁「インバウンド消費動向調査」

注1：2017年までは空港を利用する旅客を中心に調査を行っていたが、短期滞在の傾向があるクルーズ客の急増を踏まえ、2018年からクルーズ客を対象とした調査も行い、調査結果に反映したため、2018年以降と2017年以前の数値との比較には留意が必要である。

注2：新型コロナウイルス感染症の影響により、2020年においては4-6月期、7-9月期、10-12月期の調査を中止し、1-3月期の調査結果を用いて、2020年年間値を試算した。また2021年については、1-3月期、4-6月期、7-9月期の調査を中止し、10-12月期の調査結果等を用いて、2021年年間値を試算した。そのため、2019年以前の数値との比較には留意が必要である。

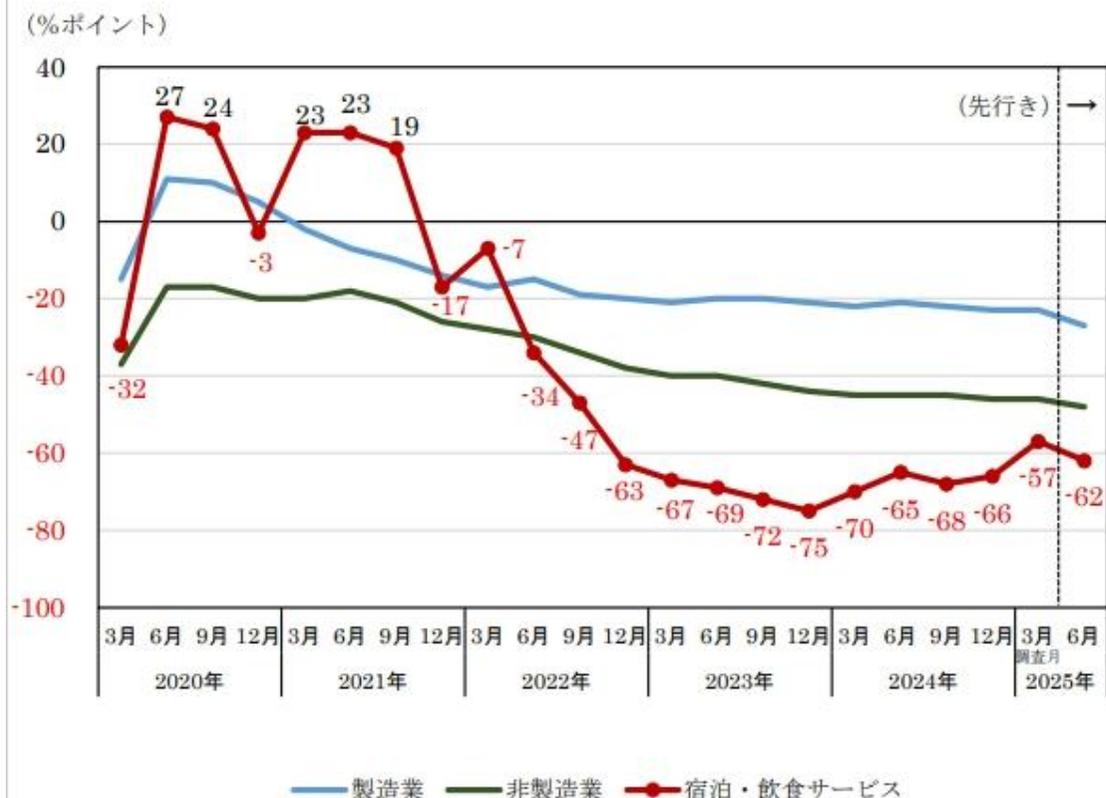
注3：新型コロナウイルス感染症の影響により、2022年は1-3月期、4-6月期、7-9月期を試算値として公表した。そのため、年間の値についても試算値であることに留意が必要である。

## 【第I部】日本の観光の動向（企業の状況）



○ 観光需要が回復する一方、観光関連産業における人材不足や生産性の低さ等、供給面の課題が顕在化。

（図表 I -24）企業の雇用人員判断D.I.の推移



（図表 I -27）労働生産性の推移



資料：日本銀行「全国企業短期経済観測調査（短観）」に基づき観光庁作成。

注1：本調査は、全国の資本金2,000万円以上の民間企業を調査対象としており、本表は全規模合計（大企業、中堅企業及び中小企業）の数値。

注2：業種区分は、日本標準産業分類をベースに製造業を17業種、非製造業を14業種に区分。

注3：雇用人員判断D.I.（「過剰」-「不足」）。全国ベース。2025年6月の先行きは2025年3月時点の回答。

資料：財務省「法人企業統計調査」に基づき観光庁作成。

注1：本調査における「年次別調査」は、営利法人等を調査対象としており、

本表は全ての企業規模（大企業及び中小企業）の数値。

注2：業種分類は、日本標準産業分類に準拠している。

注3：労働生産性は付加価値額÷期中平均従業員数から算出。全産業は金融業、保険業を除く値。

## 日本人の国内旅行市場の概況①

- 2024年の日本人国内旅行消費額は約25兆円であり、国内旅行消費額全体（約34兆円）の7割超。
- 地方部延べ宿泊者数の日本人割合は約9割であり、特に地方部の旅行需要は日本人が下支え。
- 旅行単価は物価上昇等により増加傾向にあるが、日本人国内延べ旅行者数や旅行経験率は長期的に伸び悩み。今後は更に人口減少・少子高齢化が進む中、国内交流の拡大に一層取り組む必要。

(図表 I -18) 日本国内における旅行消費額 (2024年) 【再掲】



資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」及び「インバウンド消費動向調査」  
注1：速報値。  
注2：四捨五入した値を表示しているため、個々の数値の合計は必ずしも総数と一致しない。

(図表 I -33) 延べ宿泊者数の日本人・外国人割合 (2024年)



資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」  
注1：速報値。  
注2：三大都市圏は、東京都、神奈川県、千葉県、埼玉県、愛知県、大阪府、京都府及び兵庫県の8都府県、地方部は、三大都市圏以外の道県。

(図表 I -35) 日本人国内延べ旅行者数及び1人1回当たり旅行支出 (旅行単価)



資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」  
注1：2024年は速報値。

(図表 I -37) 日本人国内旅行経験率の推移



資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」  
注1：2024年は速報値。

## 日本人の国内旅行市場の概況②

- 全体の7割弱を占める観光目的の国内旅行者数は堅調に推移しているが、帰省や出張等目的の回復は緩やか。
- 観光目的の国内旅行をみると、家族・親族での旅行が約半数。友人との旅行は減少傾向にあり一人旅が増加傾向。
- 観光目的の国内宿泊旅行の宿泊数は1～2泊が約9割を占め、短期の旅行が大半。
- 域内や近隣地域等からの旅行が多く、特に北海道、関東、九州への宿泊旅行では、域内居住者が約半数。

(図表 I -38) 旅行目的別 (宿泊・日帰り別) 国内延べ旅行者数

国内延べ旅行者数の旅行目的別内訳 (2024年)



旅行目的別国内延べ旅行者数の推移



資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」

注1：2024年は速報値。

注2：グラフ中の「観光等」は「観光・レクリエーション」目的、「帰省等」は「帰省・知人訪問等」目的、「出張等」は「出張業務」目的の旅行者数。

注3：旅行目的別国内延べ旅行者数は、2014年を100として指数化。

(図表 I -43) 国内延べ旅行者数の同行者別割合の推移

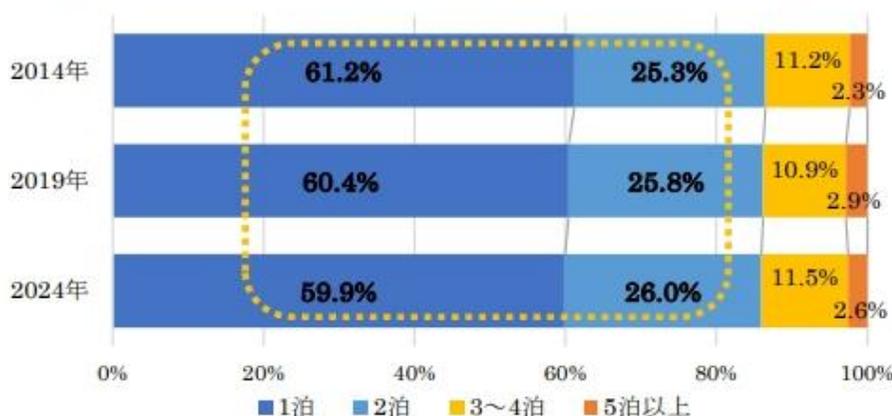


資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」(観光・レクリエーション目的)

注1：2024年は速報値。

注2：2014年調査では、同行者の選択肢が「本人のみ」、「2人」、「3人」、「4人」、「5人以上」及び「団体等」であったため、「本人のみ」を2019年及び2024年調査の「自分ひとり」と同一とみなした。

(図表 I -39) 国内宿泊旅行の1人1回当たり宿泊数の推移



資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」(観光・レクリエーション目的)

注1：2024年は速報値。

(図表 I -47) 主目的地別宿泊延べ宿泊旅行者数の居住地別構成比 (2024年)



資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」

注1：速報値。注2：枠内の数値は域内居住者割合。

## 年代別にみた日本人国内旅行の動向

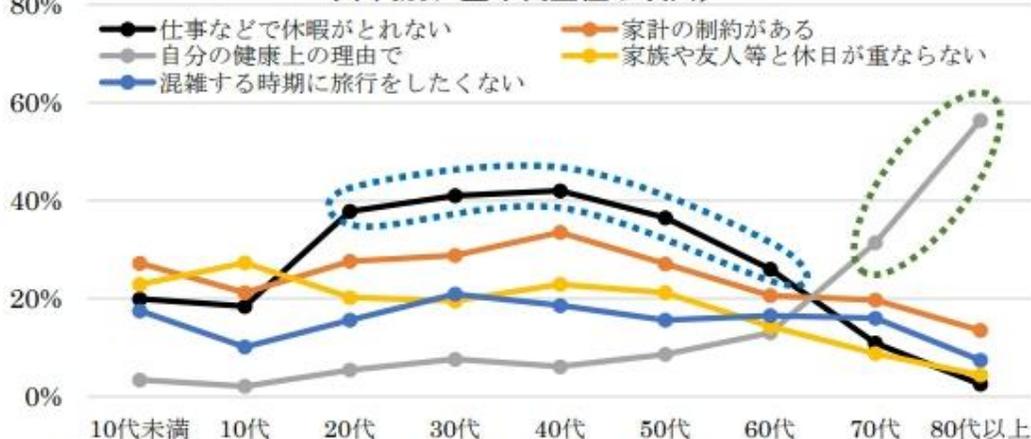
- 国内宿泊旅行経験率は、若年層ほど高く堅調に回復。経験率の低い高齢層の増加は、国内旅行市場全体を押し下げ。
- 年間旅行回数の変化をみると、全体では旅行に行かない層と多く行く層がともに増加し、旅行実施が二極化。10～20代は実施傾向が高まり、70代では下がっている。
- 宿泊旅行実施の主なハードルは、20～60代では休暇がとれないことや家計制約、70代以上では健康上の理由等。
- 10～50代の約6割が主に休日に旅行しており、旅行需要の平準化も課題。

（図表 I -48）国内宿泊旅行経験率の推移（年代別）



資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」（観光・レクリエーション目的）  
注1：2024年は速報値。

（図表 I -50）観光目的の国内宿泊旅行をしなかった理由（年代別、全年代上位5項目）



資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」個票データ（2024年7-9月期確報、観光・レクリエーション目的）

（図表 I -49）国内宿泊旅行回数の構成比の推移（年代別）



資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」（観光・レクリエーション目的）  
注1：2024年は速報値。

（図表 I -51）観光目的の国内旅行を実施した曜日（2024年）

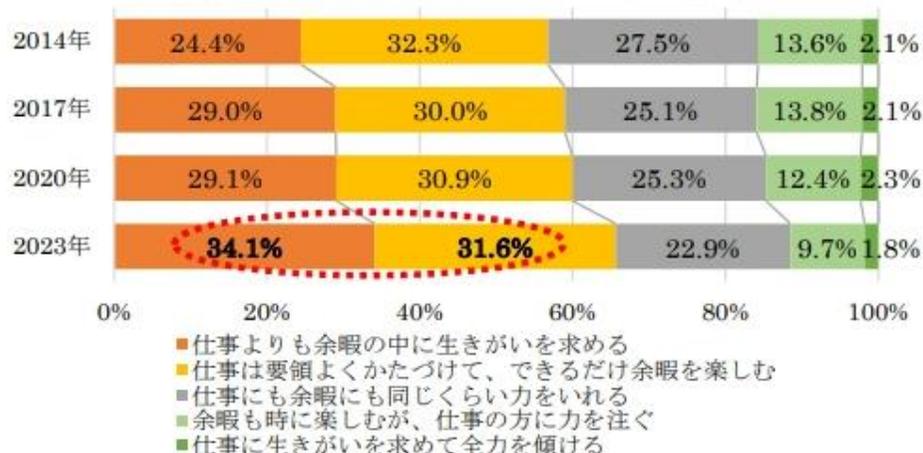


資料：観光庁調査  
注1：本調査は、観光庁が日本国内に住む16歳～79歳までの男女3,000人を対象に、旅行志向等について2025年1月にオンラインで調査を実施したもの。

## 日本人の生活や旅行についての意識

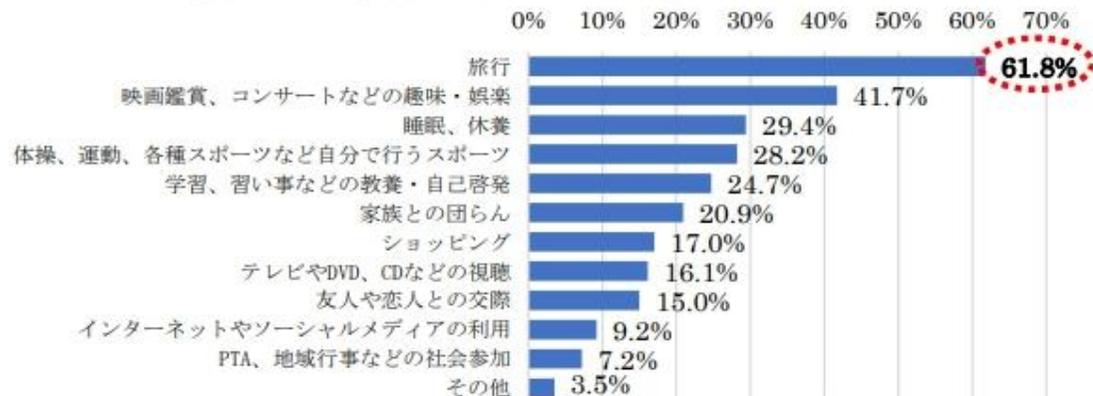
- **仕事より余暇を重視する割合が増加傾向。**自由時間が増えた場合にしたいことは「旅行」が約6割とトップ。
- **旅行は「時間とお金に余裕がある時にするもの」との回答が最多。「最も大切な趣味」は20代、60～70代で高い。**
- **どの年代も温泉やグルメ目的等の旅行志向が高いが、若年層は他の年代と比べ、趣味のイベント参加、アウトドアの他、現地の人との交流や地域貢献等の旅行意欲が高い。高齢層は温泉や自然、家族の親睦等を志向。**

(図表 I -52) 仕事重視、余暇重視の推移



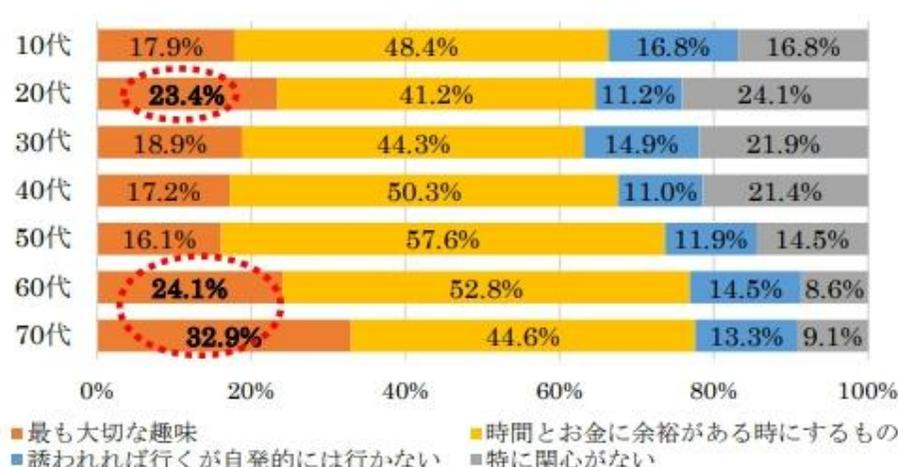
資料：公益財団法人日本生産性本部「レジャー白書2024」に基づき観光庁作成。  
注1：全国15～79歳の約3,000人を対象とした調査結果による。注2：「仕事」は勉強や家事を含む。

(図表 I -53) 自由時間が増えた場合にしたいこと



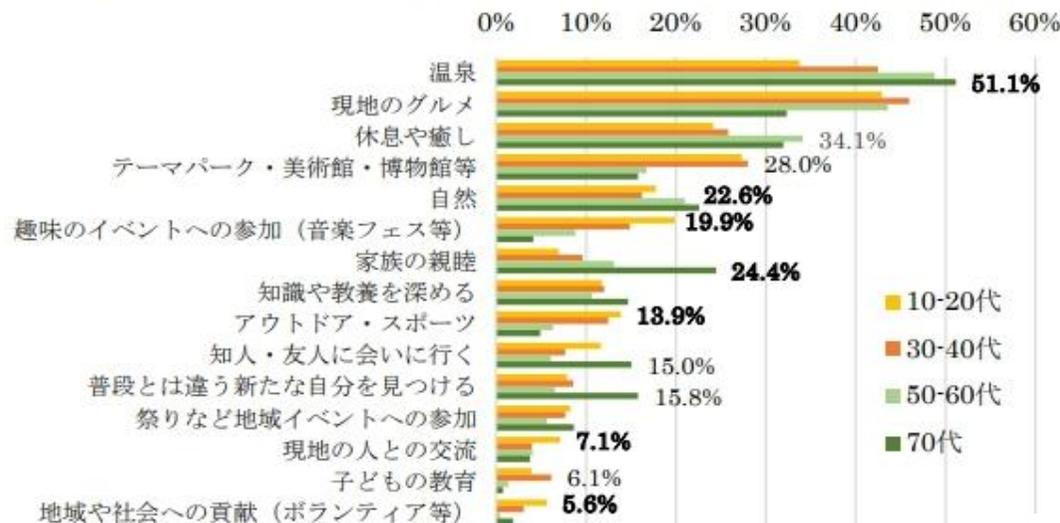
資料：内閣府「国民生活に関する世論調査」（令和6年8月調査）に基づき観光庁作成。  
注1：本調査は、全国18歳以上の日本国籍を有する者3,000人を対象に令和6年8月及び9月に郵送で実施したもの。

(図表 I -54) 旅行に対する考え方



資料：観光庁調査

(図表 I -56) 過去と比べて増えた又は今後増やしたい宿泊旅行



資料：観光庁調査

## 観光立国推進基本計画(第4次)概要 ~持続可能な形で観光立国の復活に向けて~

- 観光はコロナ禍を経ても成長戦略の柱、地域活性化の切り札。国際相互理解・国際平和にも重要な役割。
- コロナによる変化やコロナ前からの課題を踏まえ、我が国の観光を持続可能な形で復活させる。
- 大阪・関西万博も開催される2025年に向け、「持続可能な観光」「消費額拡大」「地方誘客促進」をキーワードに、「持続可能な観光地域づくり」「インバウンド回復」「国内交流拡大」に戦略的に取り組み、全国津々浦々に観光の恩恵を行きわたらせる。

計画期間：  
令和5～7年度  
(2023～2025年度)

### 基本的な方針

#### 持続可能な観光地域づくり戦略

- 観光振興が地域社会・経済に好循環を生む仕組みづくりを推進する
- 観光産業の収益力・生産性を向上させ、従事者の待遇改善にもつなげる  
(「稼げる産業・稼げる地域」)
- 地域住民の理解も得ながら、地域の自然、文化の保全と観光を両立させる  
(「住んでよし、訪れてよし」)



#### インバウンド回復戦略

- 消費額5兆円の早期達成に向けて、施策を総動員する
- 消費額拡大・地方誘客促進を重視する
- アウトバウンド復活との相乗効果を目指す

#### 国内交流拡大戦略

- 国内旅行の実施率向上、滞在長期化を目指す
- 旅行需要の平準化と関係人口の拡大につながる新たな交流需要の開拓を図る

### 目標

- 早期達成を目指す目標：インバウンド消費5兆円、国内旅行消費20兆円
- 2025年目標 (質の向上を強調し、人数に依存しない指標を中心に設定)

持続可能な観光地域づくり	地域づくりの体制整備	① 持続可能な観光地域づくりに取り組む地域数【新】	100地域
	インバウンド回復	② 訪日外国人旅行消費額単価【新】	20万円/人
③ 訪日外国人旅行者一人当たり地方部宿泊数【新】		2泊	
④ 訪日外国人旅行者数		2019年水準超え	
⑤ 日本人の海外旅行者数		2019年水準超え	
国内交流拡大	⑥ 国際会議の開催件数割合	アジア最大・3割以上	
	⑦ 日本人の地方部延べ宿泊者数	3.2億人泊	
	⑧ 国内旅行消費額	22兆円	

### 主な施策

- 観光地・観光産業の再生・高付加価値化
- 観光DX、観光人材の育成・確保
- 持続可能な観光地域づくりのための体制整備等
- コンテンツ整備、受入環境整備
- 高付加価値なインバウンドの誘致
- アウトバウンド・国際相互交流の促進
- 国内需要喚起
- ワークেশョン、第2のふるさとづくり
- 国内旅行需要の平準化

### 目指す2025年の姿

- 活力に満ちた地域社会の実現に向け、地域の社会・経済に好循環を生む「持続可能な観光地域づくり」が全国各地で進められ、観光の質の向上、観光産業の収益力・生産性の向上、交流人口・関係人口の拡大がコロナ前より進んだ形で観光が復活している
- 万博の開催地である我が国が世界的潮流を捉えた観光地として脚光を浴び、「持続可能な観光」の先進地としても注目されている

## 現行基本計画における目標の達成状況

		計画策定時の参考数値 (2019年)	目標数値 (2025年まで)	現在の数値 (2024年)
持続可能な観光地域 づくりの体制整備	1. 持続可能な観光地域づくりに 取り組む地域数	12地域 (2022年)	100地域	68地域 (2025年4月)
インバウンド回復	2. 訪日外国人旅行消費額	4.8兆円	5兆円 (早期に)	8.1兆円
	3. 訪日外国人旅行消費額単価	15.9万円	20万円	22.7万円
	4. 訪日外国人旅行者一人当たり 地方部宿泊数	1.4泊	2泊	1.4泊
	5. 訪日外国人旅行者数	3,188万人	2019年水準越え	3,687万人
	6. 日本人の海外旅行者数	2,008万人	2019年水準越え	1,301万人
	7. アジア主要国における国際会議 の開催件数に占める割合	アジア2位 (30.1%)	アジア最大開催国 (30%以上)	アジア最大開催国 (32.7%) (2023年)
	国内交流拡大	8. 日本人の地方部延べ宿泊者数	3.0億人泊	3.2億人泊
9. 国内旅行消費額		21.9兆円	22兆円	25.1兆円

 達成済の項目

## 顕在化している主な課題＜持続可能な観光地域づくり＞



### 観光産業における人手不足

- ◆ 宿泊業については、他産業と比較して欠員率が高く、構造的な課題として人手不足が顕著。
- ⇒ 近年では急速な観光需要の回復等に伴い、人手不足感の高まりも見られ、**対策への取組が急務**。

### オーバーツーリズムへの対応

- ◆ 観光客が集中する一部の地域や時間帯においては、混雑やマナー違反等による**地域住民の生活への影響**や、**旅行者の満足度の低下への懸念**といった課題。
- ⇒ 地域の実情に合わせた、**受入環境の整備・増強、需要の分散や平準化、マナー啓発等の取組が重要**。

### 全産業・宿泊、飲食サービス業における欠員率の推移



出典：厚生労働省「雇用動向調査」  
※全業種で9,024者が回答（R6年上半期調査）

### 地域において生じている課題の例

#### マナー違反

- ・ 美しい風景の写真を撮るために農地（私有地）への立ち入りが多数発生 [北海道美瑛町]
- ・ 人気アニメの影響で有名な踏切周辺において、写真撮影のため多くの観光客が公道に滞留 [神奈川県鎌倉市]



#### 混雑

- ・ 観光客の車両が集中することで交通渋滞が発生
- ・ 生活道路や農道への違法駐車により、生活交通が妨げられている [北海道美瑛町]
- ・ 主要観光地へ向かうバスを中心に、バスターミナルや車内が混雑
- ・ 大型手荷物の持ち込みで円滑な運行に支障 [京都府京都市]



#### 自然環境への影響

- ・ 自然体験を求める観光客の増加に伴い、自然環境の劣化や利用快適度の低下が発生 [西表島]



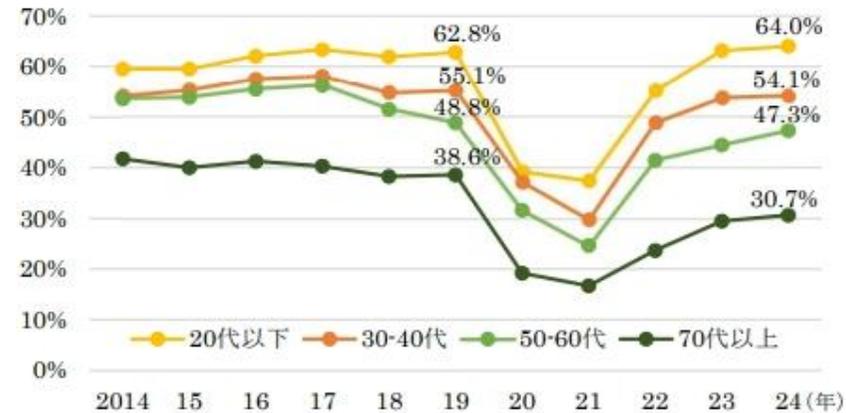
## 顕在化している主な課題<国内交流拡大>



### 国内旅行需要の維持

- ◆ 年代別国内旅行経験率は、若年層ほど高く、高齢層ほど低い。  
また、若年層ほどコロナからの回復が堅調であるが、高齢層ほど回復が遅い。
  - ◆ 2050年には65歳以上人口が総人口の約37%、約3,900万人と推計されており、少子高齢化による国内旅行市場への影響は避けられない。
- ⇒ 人口減少・少子高齢化の影響が避けられない中、高齢者等の旅行需要の喚起など新たな交流市場の開拓も含めた**国内旅行需要の維持・拡大が重要**。

### 年代別国内宿泊旅行経験率の推移

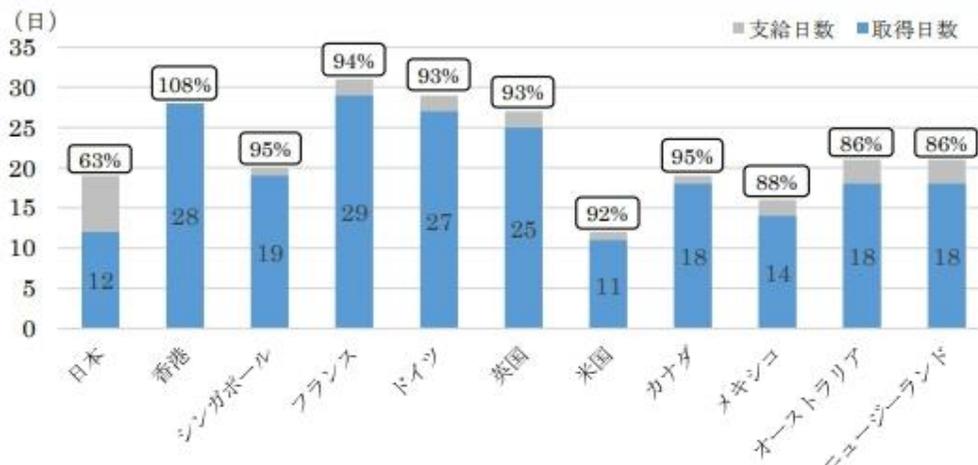


出典：観光庁「旅行・観光消費動向調査」(観光・レクリエーション目的) 注1：2024年は速報値。

### 旅行需要の集中

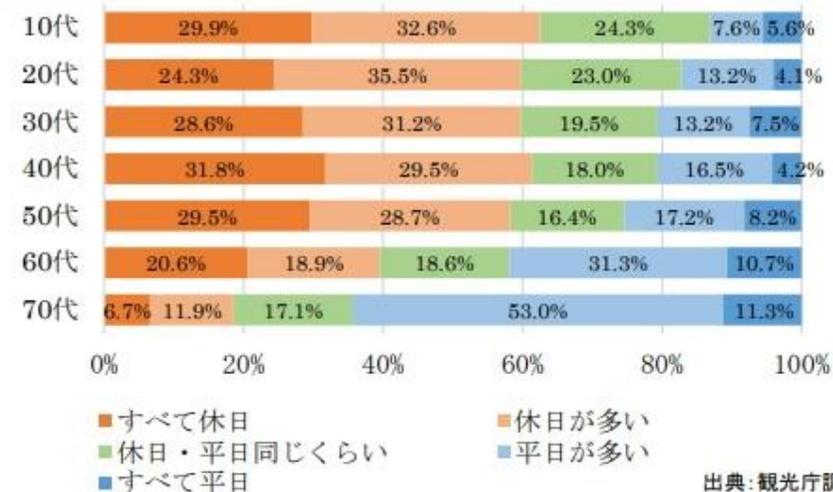
- ◆ 日本の有給休暇取得率は約6割と11か国・地域の中で最も低い。日本では国民が一斉に休日を迎え、旅行時期の集中につながっている。
  - ◆ 10代～50代の約6割が主に休日に国内旅行を実施するなど、旅行需要が集中し、旅行費用の高騰や観光地の混雑につながる恐れがある。
- ⇒ 休暇取得の分散化促進など、**旅行需要の平準化・分散化を図ることが重要**。

### 世界11か国・地域における有給休暇の取得状況(2023年)



出典：Expedia「有給休暇の国際比較調査2024」

### 2024年に国内旅行を実施した曜日



出典：観光庁調査

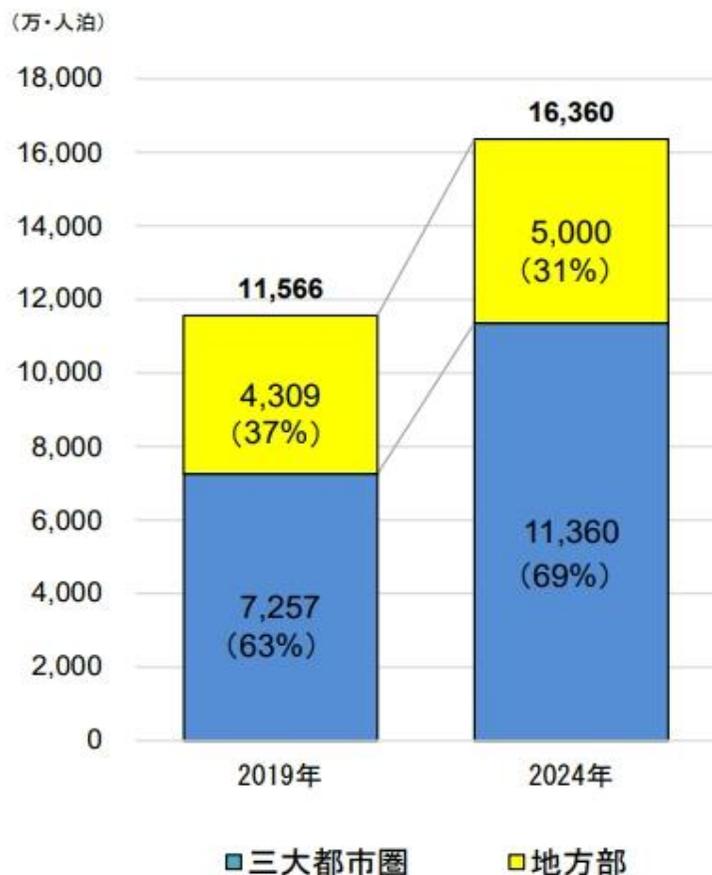
## 顕在化している主な課題<インバウンド>



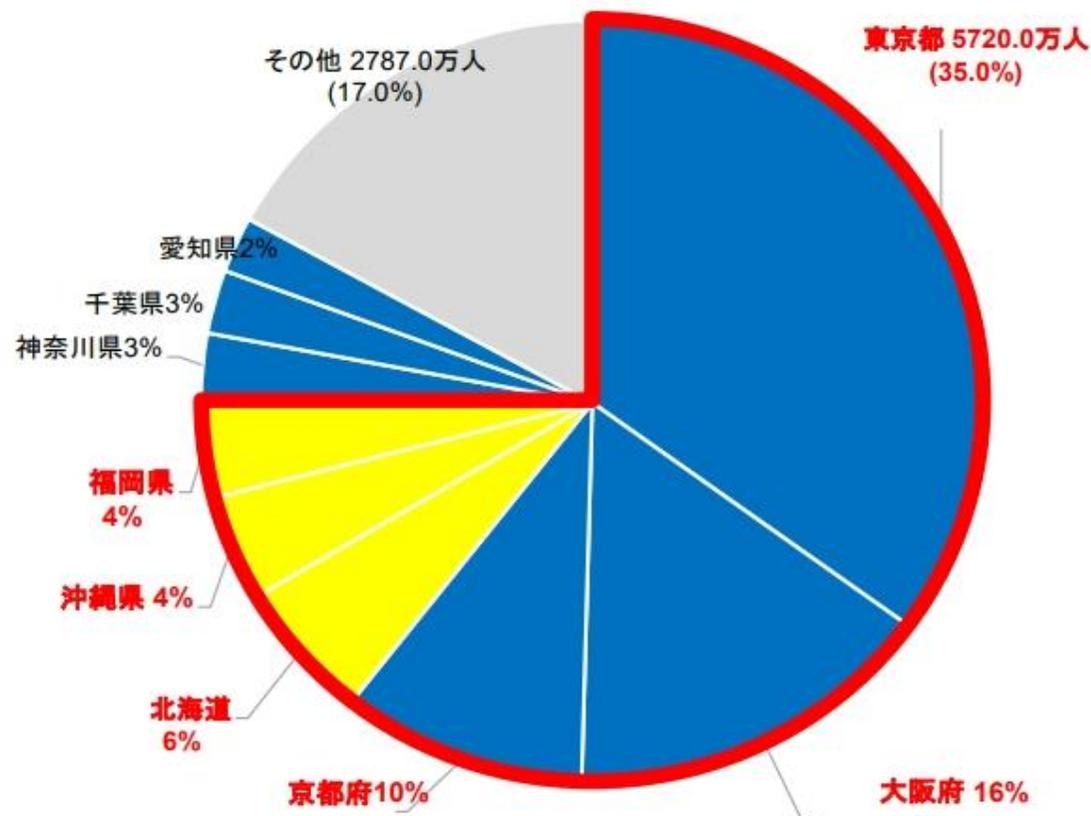
### 宿泊先の三大都市圏への偏在傾向

- ◆ インバウンドの宿泊先の約7割は三大都市圏に集中。
  - ◆ また、東京都・大阪府・京都府・北海道・沖縄県・福岡県の上位6都道府県に約75%が集中。
- ⇒ コロナ前よりもその傾向は強まっており、引き続き、**地方誘客の取組が重要**。

### 外国人延べ宿泊者数の2019 - 2024年比較



### 外国人延べ宿泊者数 都道府県別割合 (2024年)



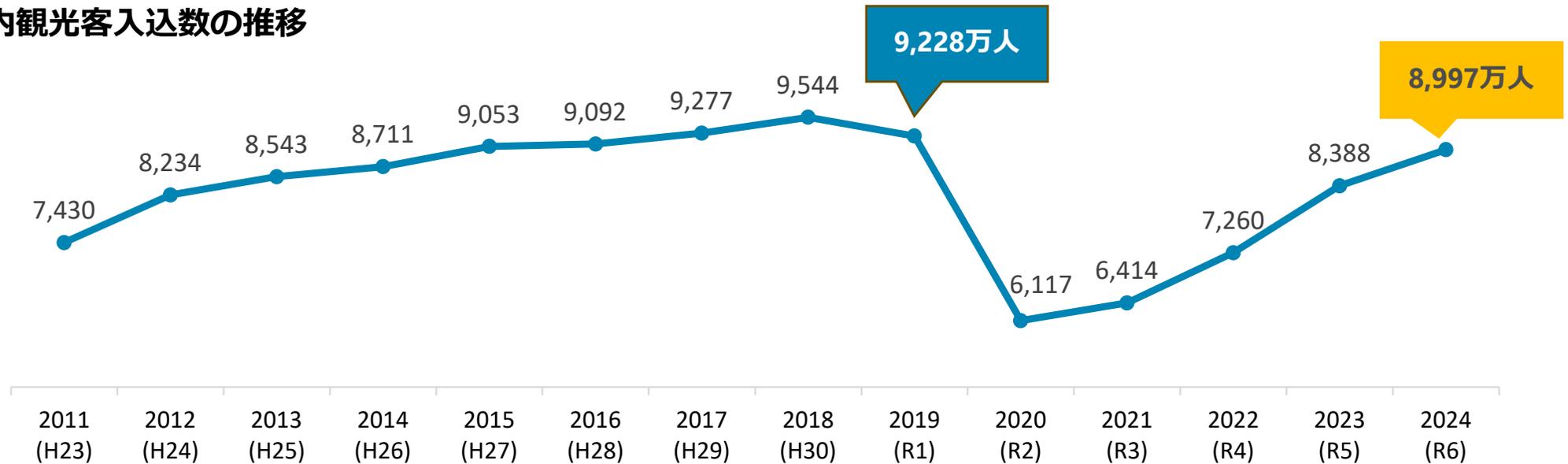
※三大都市圏: 埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県、愛知県、京都府、大阪府、兵庫県

出典: 宿泊旅行統計調査(2024年 速報値)

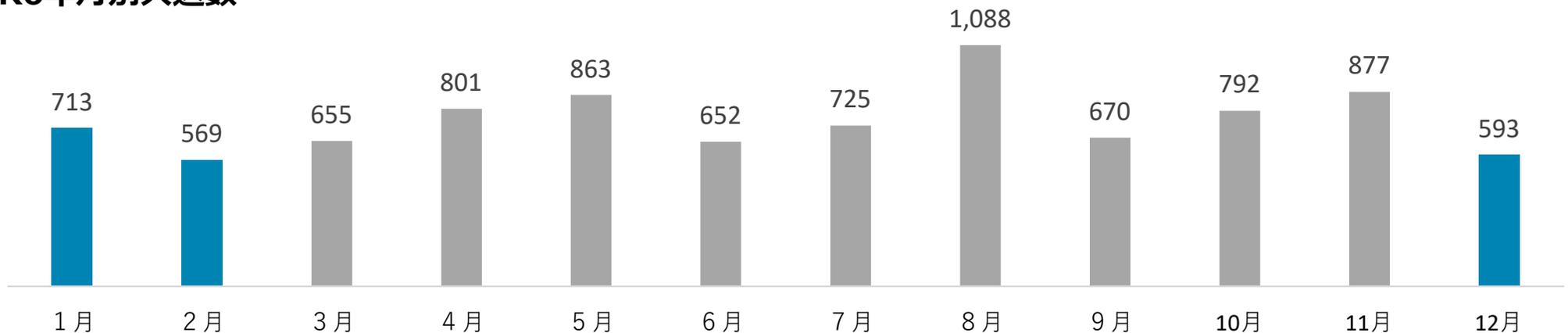
## 2 本県観光の現状

- コロナ禍の影響でR2年に大きく減少した後、年々回復はしているが、コロナ禍前の水準には戻り切れていない。（約9割程度まで回復）
- 月別では、冬季（12月～2月）が閑散期となっている。

## 県内観光客入込数の推移

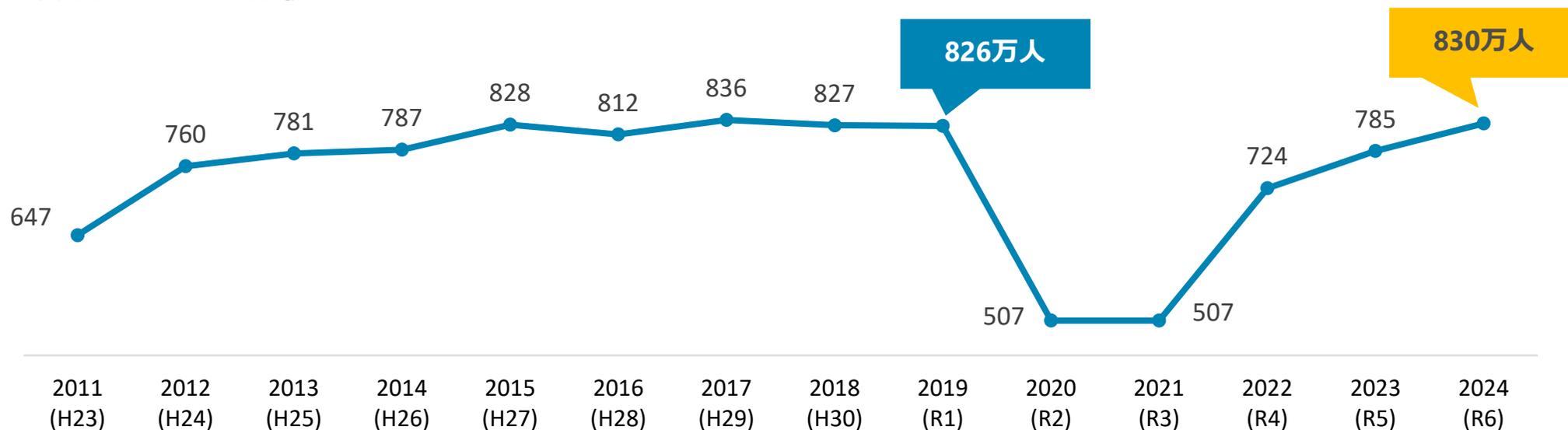


## R6年別入込数

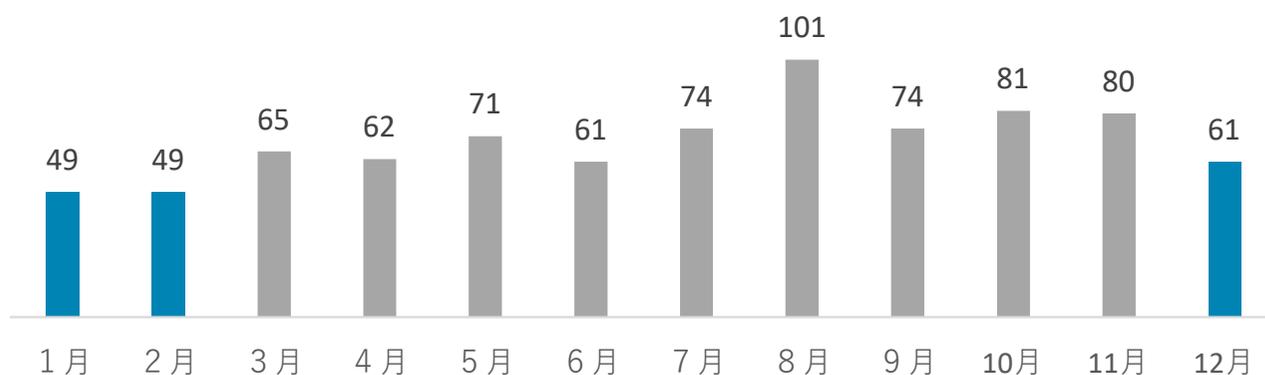


- コロナ禍で大きく減少したが、R6年にはコロナ禍前のR元年の数を上回った。
- 入込数と同様に冬期（12月～2月）が閑散期となっている。
- 4市町（日光市、那須町、宇都宮市、那須塩原市）で県全体の宿泊数の約9割を占めている。

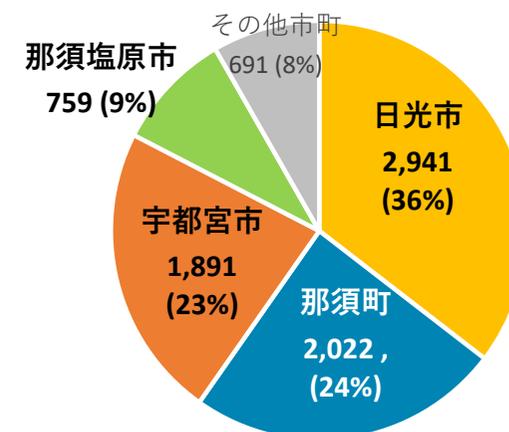
## 観光客宿泊数の推移



## 月別宿泊数

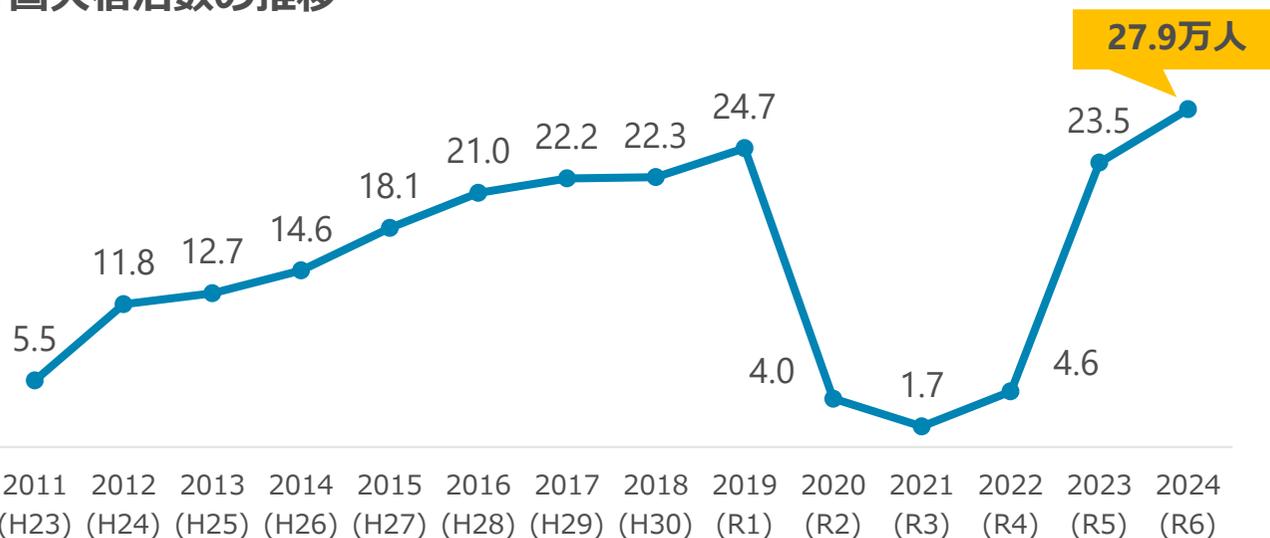


## R6市町別宿泊者数割合

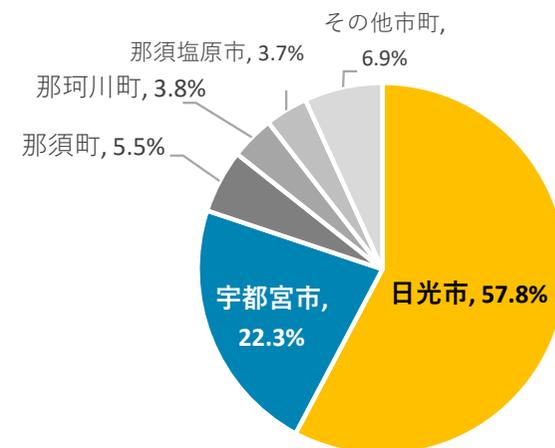


- コロナ禍で大きく減少したが、その後急速に回復し、R6年には過去最高の27.9万人となった。
- 月別では紅葉時期（10月・11月）が多いが、その他の時期で大きな繁閑差はない。
- 日光市だけで県全体の外国人宿泊数の約6割を占める。
- 宿泊数全体に占める外国人の割合は3%程度

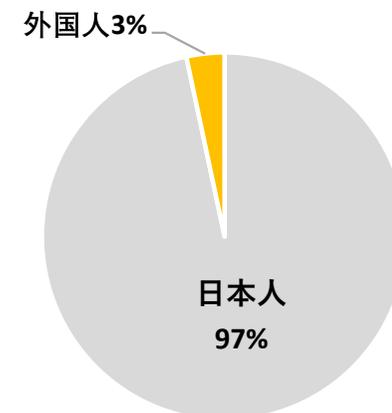
## 外国人宿泊数の推移



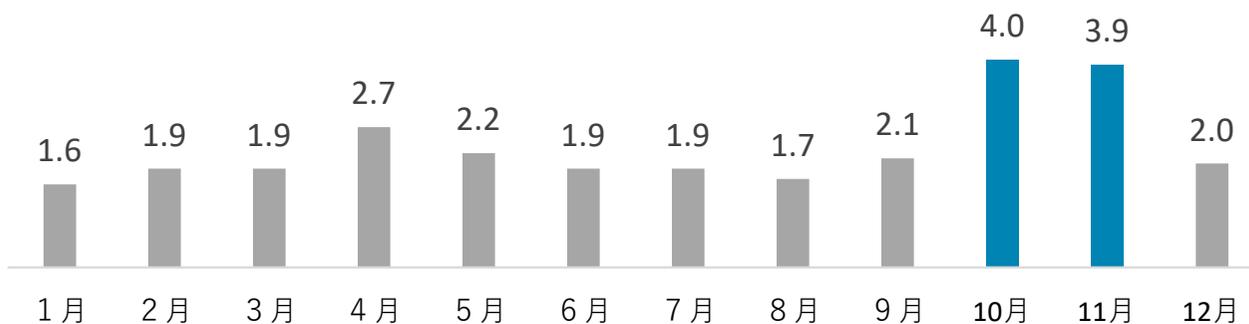
## 市町別宿泊者数（外国人）



## 宿泊数割合（日本人・外国人）



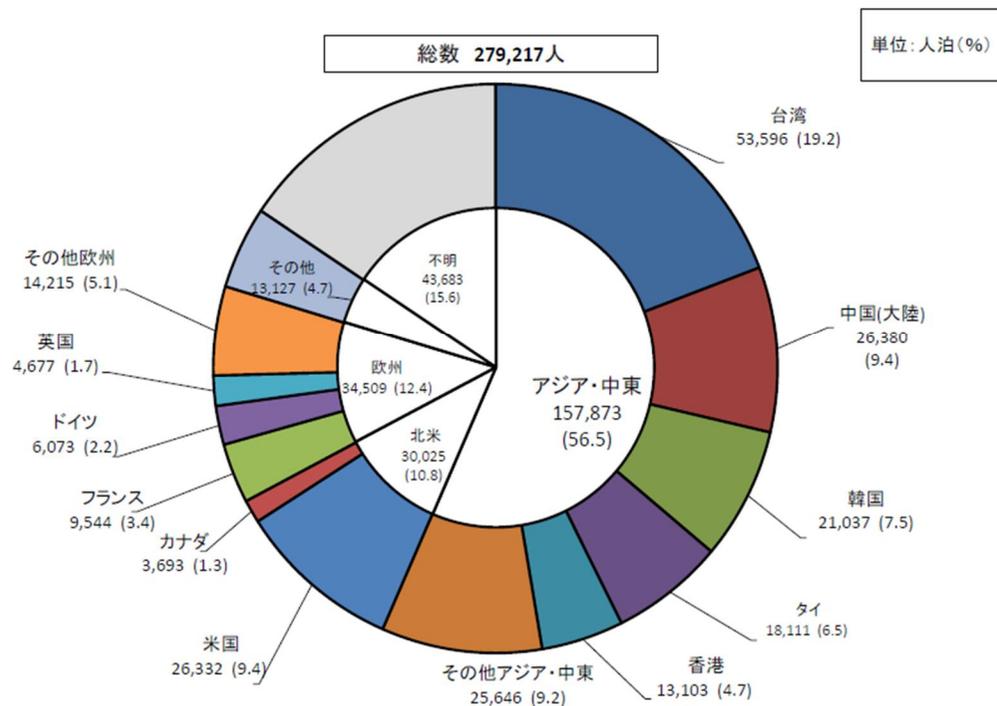
## 月別宿泊数



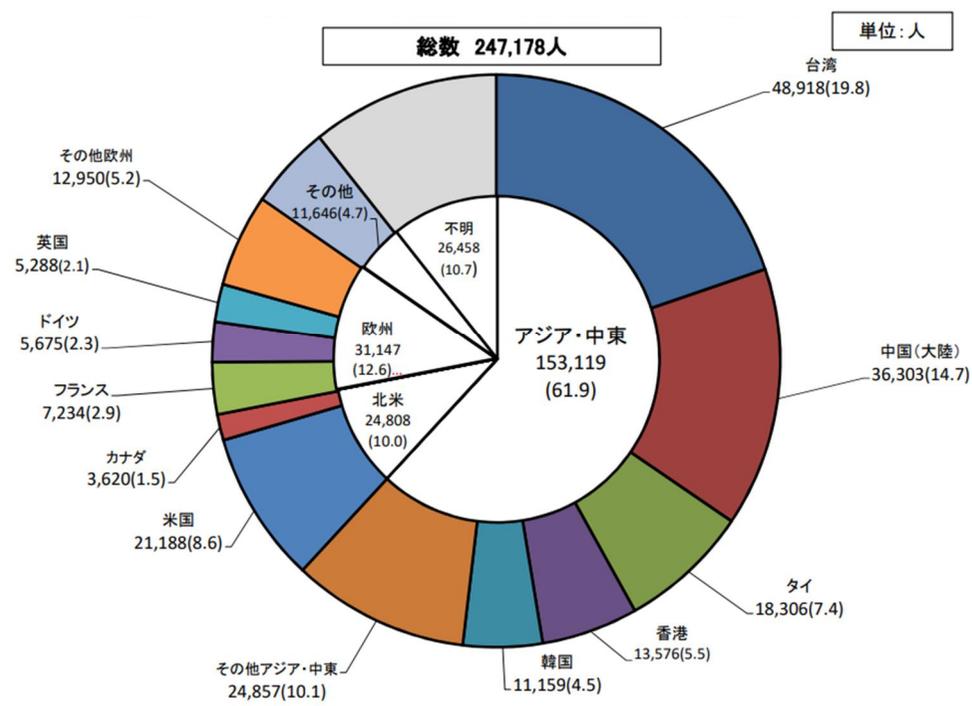
出典：栃木県「栃木県観光客入込数・宿泊数推定調査」

- 国・地域別では**台湾**が最も多く、アジア・中東で全体の約6割を占めている。
- コロナ禍前の令和元年と比較しても国別の構成に大きな変化はない。

R6 (2024) 年国・地域別外国人宿泊数 (構成比)

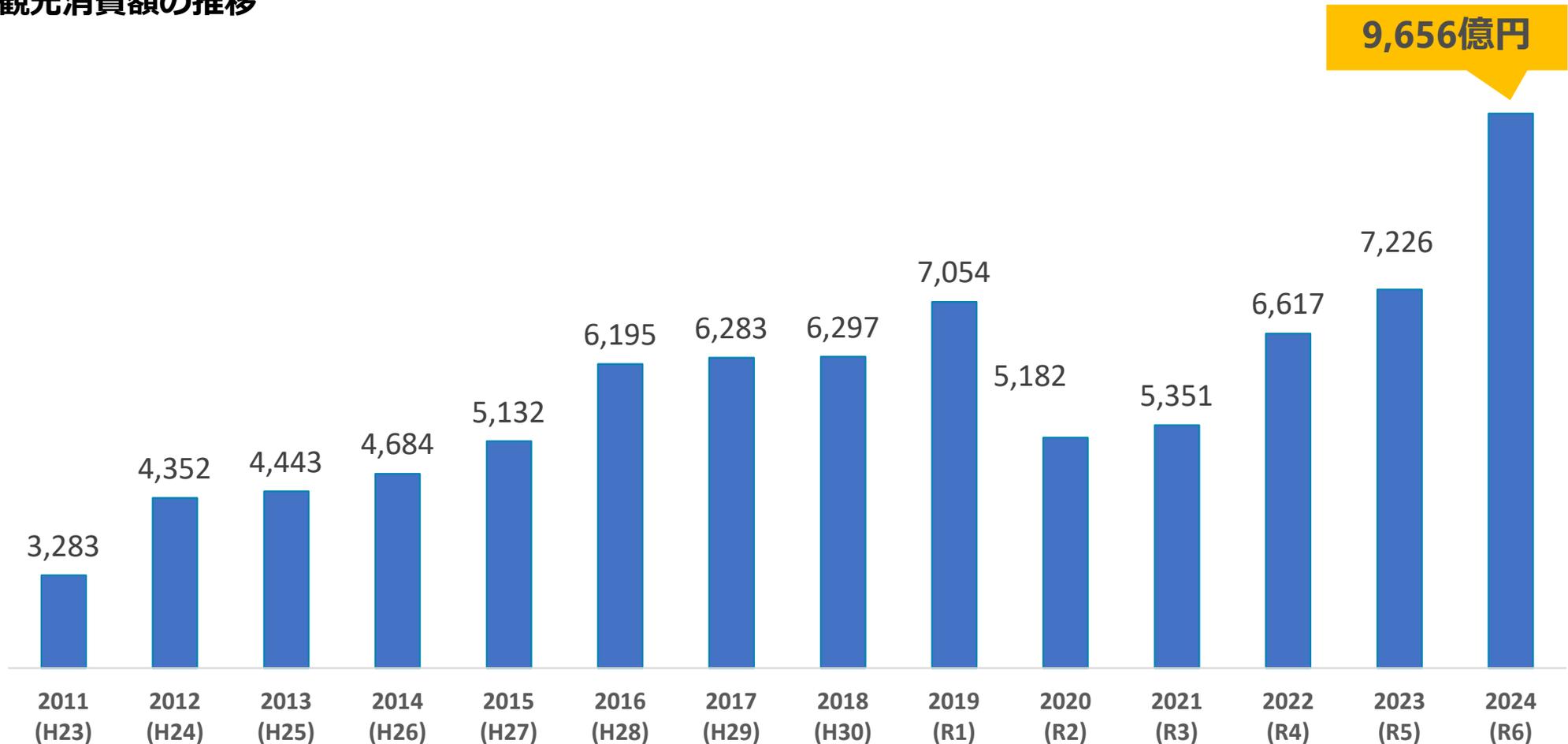


R元 (2018) 年国・地域別外国人宿泊数 (構成比)



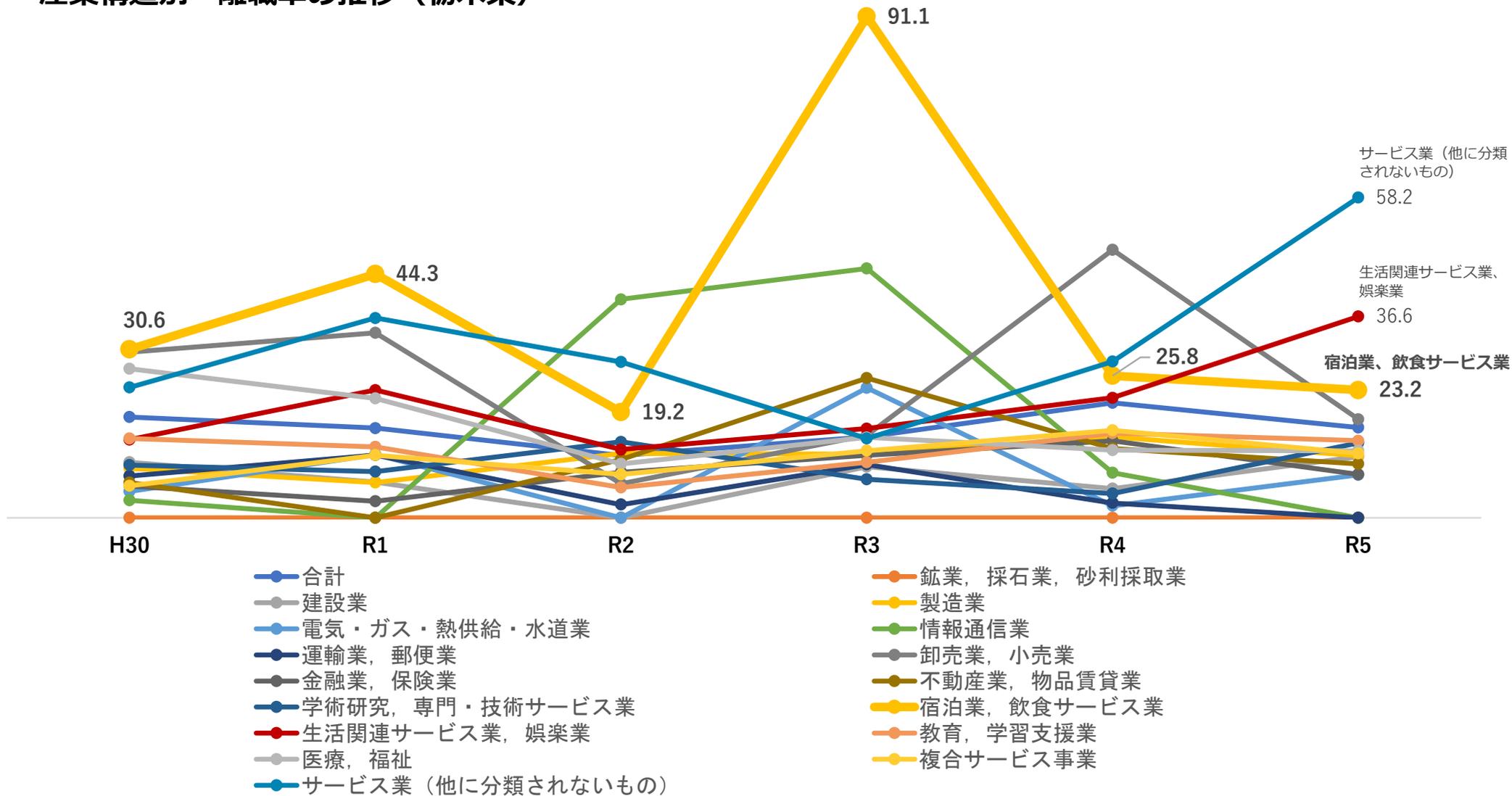
- コロナ禍で大幅に減少したが、その後増加を続け、R5年にはコロナ禍前を上回り、R6年には過去最高を更新する約**9,656**億円となった。

## 観光消費額の推移



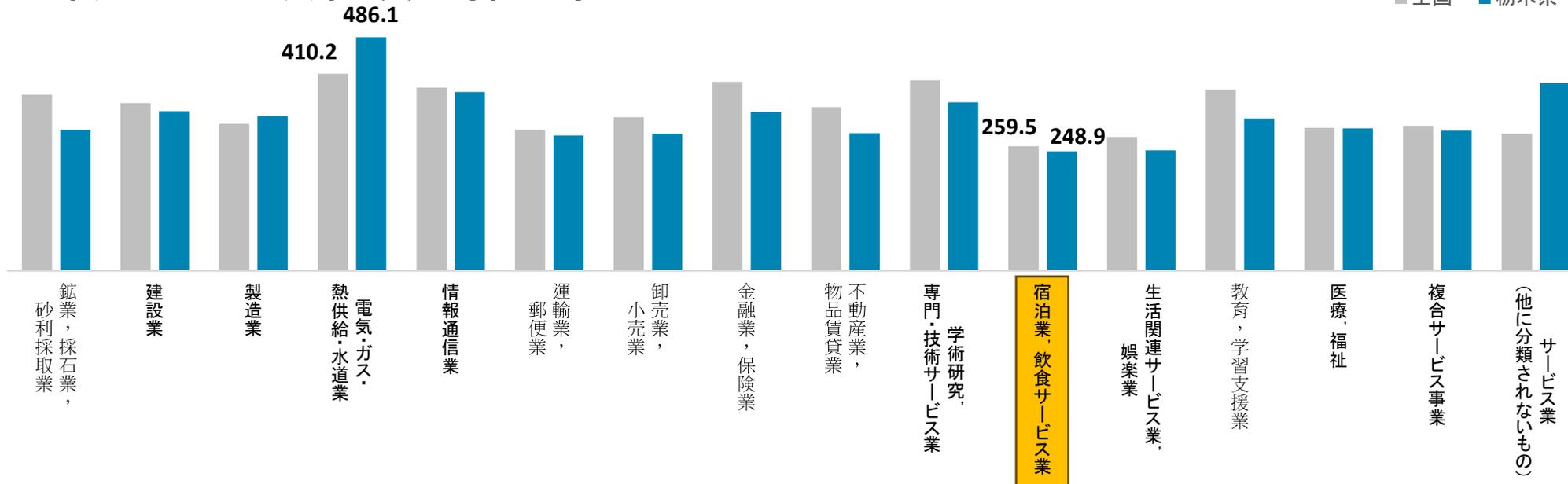
• 宿泊業、飲食サービス業の離職率は、コロナ禍前から高い状況が続いている。

## 産業構造別 離職率の推移（栃木県）

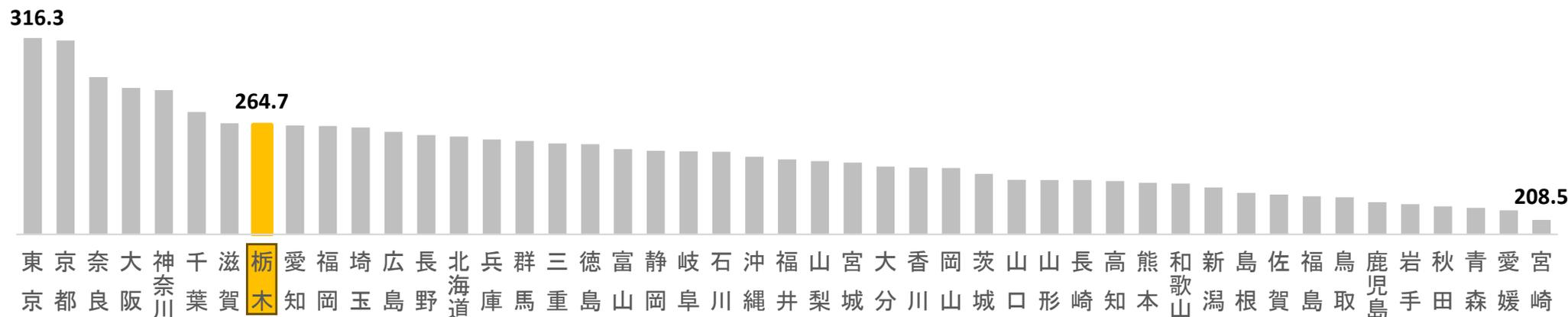


- 宿泊業・飲食サービス業の賃金は全産業中、最も低い水準となっている。
- 本県の宿泊業・飲食サービス業の賃金は全国では8番目に高い状況にある。

宿泊業、飲食サービス業の賃金（業種別） ※年間賃金（万円）



宿泊業、飲食サービス業の賃金（都道府県別） ※年間賃金（万円）



- DMOは地域連携DMO 1 団体、地域DMO 7 団体の計 8 団体となっている。

地域連携DMO	(公社) 栃木県観光物産協会	(R 2. 1.14~)
地域DMO	(株) 大田原ツーリズム	(H30.12.21~)
	(一社) 日光市観光協会	(R 5. 9.26~)
	(一社) 那須町観光協会	(R 5. 9.26~)
	(一社) 佐野市観光協会	(R 5. 3.31~)
	(一社) ましこラボ	(R 6. 3.29~)
	(一社) 足利市観光協会	(R 6. 3.29~)
	(一社) 那須塩原市観光局	(R 6. 3.29~)

## 新とちぎ観光立県戦略の概要

### 新とちぎ観光立県戦略 策定の趣旨等

- 1 策定の趣旨 ————— 更なる観光振興を図るため、県が今後5年間に取り組むべき施策の方向性を明らかにするとともに、県、市町、観光事業者、観光関連団体、県民等が互いに協働して取り組むための新たな指針として策定します。
- 2 位置づけ ————— ①本県の観光振興に関する基本的な指針となる計画 ②栃木県重点戦略「とちぎ未来創造プラン」等と調和が保たれた計画 ③「観光立県とちぎの実現に向けたおもてなしの推進等に関する条例」に基づく観光立県の実現に関する計画 など
- 3 計画期間 ————— 令和3（2021）年度～令和7（2025）年度（5年間）



### 本県観光を取り巻く社会経済情勢の変化

- 1 国内観光需要の減少
- 2 観光施設における担い手不足
- 3 技術革新とデジタル社会の到来
- 4 新型コロナウイルス感染症の感染拡大による影響
- 5 いちご一会とちぎ国体・とちぎ大会の開催等

### 本県観光の現状

- 1 国内旅行者の傾向等
- 2 外国人旅行者の傾向等

### 本県観光の 強みと課題等

#### 【強み・機会】

- ・豊かな自然、優れた歴史・文化遺産、温泉・農産物・伝統工芸品等の多様な地域資源
- ・東京圏からのアクセスの良さ
- ・いちご一会とちぎ国体・とちぎ大会等の開催
- ・デジタル社会の進展と技術革新

#### 【課題・脅威】

- ・地域が主体となったDMOの形成
- ・安全・安心に観光できる受入態勢の整備・充実
- ・テーマ性・ストーリー性のある周遊ルートの形成等を通じた宿泊促進
- ・国内観光需要の減少（地域間競争の激化）
- ・新型コロナウイルス感染症の感染拡大の影響

### 目指すべき将来像

優れた観光資源の掘り起こし・磨き上げ、そして効果的な情報発信により、本県の魅力が向上し、認知され、国内外から多くの観光客が訪れ、賑わいで溢れている。

## 施策展開

### 1 選ばれる観光地づくりの推進

- ① 地域の観光振興を支える多様な人材の確保・育成の促進
- ② 地域DMOの形成促進による地域の個性を生かした観光地づくりの更なる推進
- ③ 市町や地域、観光事業者等との連携による日本遺産等を活用した周遊観光や観光関連産業による食等の地域資源を生かした商品開発等の促進
- ④ 地域資源を生かしたウェルネスツーリズムやサイクルツーリズム等の様々なテーマ別観光の推進
- ⑤ 日光国立公園の「自然体験コンテンツ」の磨き上げ等によるブランド化の促進
- ⑥ SDGsに対応した持続可能な観光地づくりの推進

### 2 観光客受入態勢の整備

- ① 観光立県とちぎの実現に向けた県民一人ひとりのおもてなし向上への気運醸成
- ② Wi-Fi環境の整備や公衆トイレの洋式化、ユニバーサルツーリズムを目指した受入態勢整備の推進
- ③ MaaSの導入等による二次交通の利便性向上と周遊観光の促進
- ④ 観光地へのアクセス道路の整備や渋滞対策の実施
- ⑤ 宿泊施設、観光施設等における感染防止対策の推進
- ⑥ 「新しい生活様式」に対応した安全・安心なコンテンツ・旅行商品の造成促進

### 3 国内観光客の誘客強化

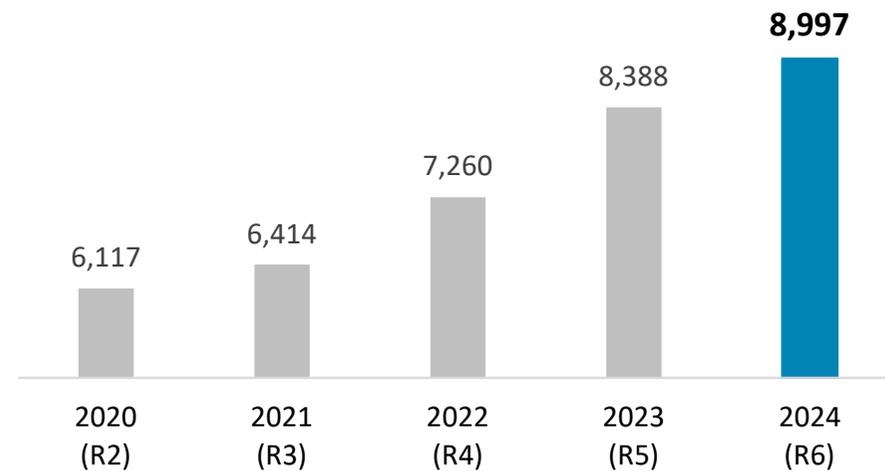
- ① 「本物の出会い 栃木」観光キャンペーンの展開
- ② ワークーションなどの「新しい生活様式」に対応し、本県の優位性を生かした新たな宿泊モデルの推進
- ③ アンテナショップ等を活用した東京圏等への効果的な情報発信
- ④ 大阪センターと連携した関西圏へのプロモーションの展開
- ⑤ 旅前から旅後までを一気通貫で取り組むデジタルプロモーションの展開
- ⑥ デジタルメディアやWEB等を含めた様々な媒体を活用し、年代別等のターゲットに応じた効果的な情報発信
- ⑦ フィルムコミッションを活用した本県の魅力の発信

### 4 外国人観光客の誘客強化

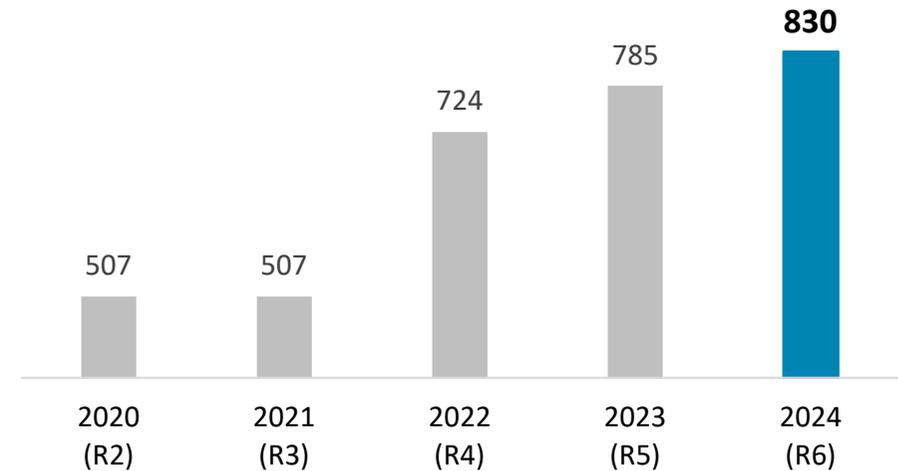
- ① 外国人材の活用による外国人観光客も楽しむことができるコンテンツの造成
- ② 近隣都県やDMO、市町等と連携した広域周遊観光の推進
- ③ MICE 招致に向けた関係団体との連携強化
- ④ 海外誘客拠点やデジタルツール等を活用した効果的なプロモーションの展開
- ⑤ 旅行エージェントやキーパーソンとの関係構築・連携強化による誘客促進
- ⑥ 旅前から旅後までを一気通貫で取り組むプロモーションの展開
- ⑦ 本県が世界に誇る観光資源を活用した富裕層誘客の推進
- ⑧ 外国語対応人材の拡充や案内表示の多言語化、Wi-Fi対応地域の拡大、トイレ洋式化等による受入態勢の整備
- ⑨ 「新しい生活様式」に対応したアウトドアコンテンツ等の造成促進

- 外国人宿泊者数、観光消費額は目標値を上回っている。
- 入込数、宿泊数については目標値まで達していない。

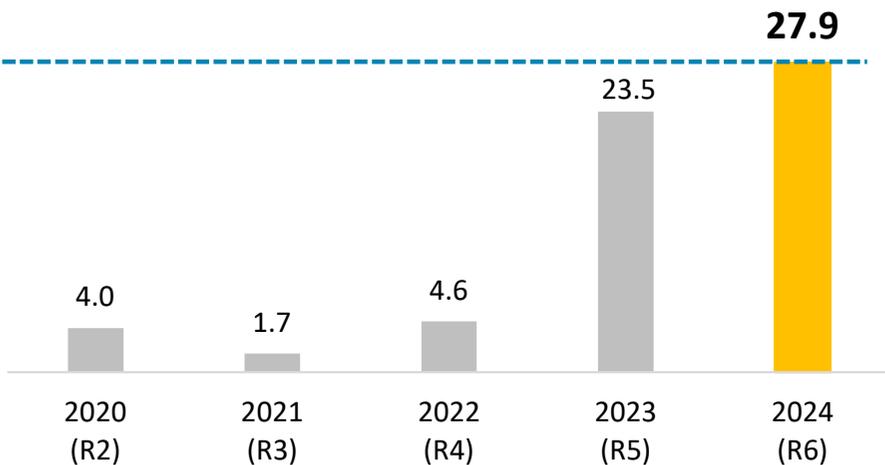
## 入込数 目標値：9,559万人



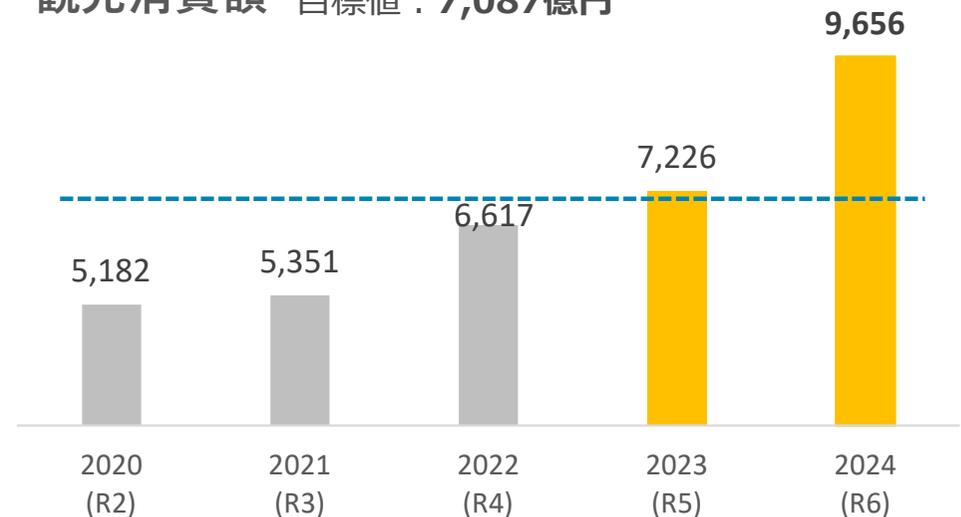
## 宿泊数 目標値：863万人



## 外国人宿泊数 目標値：27.4万人



## 観光消費額 目標値：7,087億円

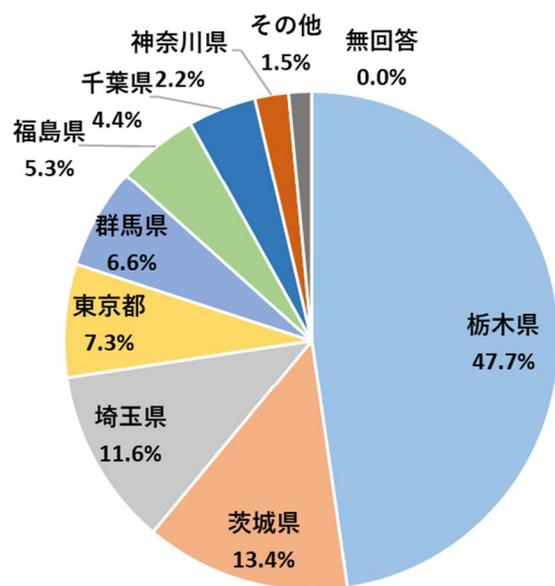


# 3 本県観光の動向

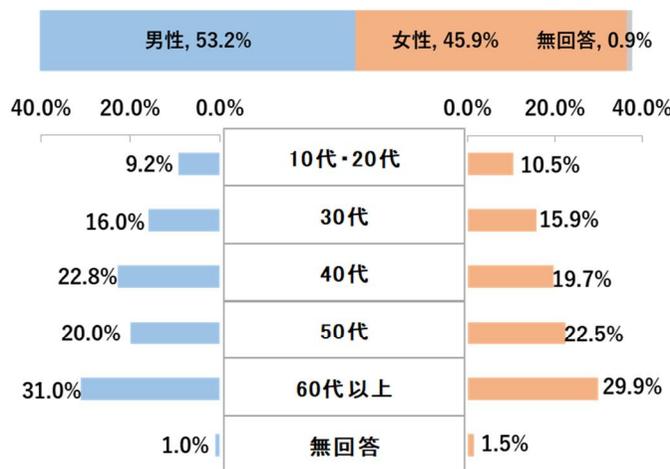
～令和6年度観光動態調査結果～

- 本県住民が約半数を占め、関東地方の都県で9割以上を占める。
- 年代別では男女ともに年代が上がるほど、来県者が多い。
- 滞在時間が4時間未満が約半数を占める。（平均滞在時間3時間52分）

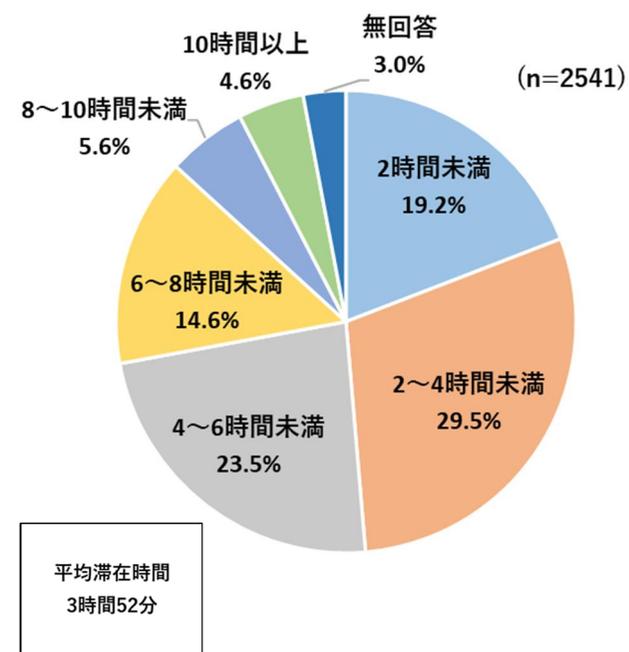
居住地



年代・性別



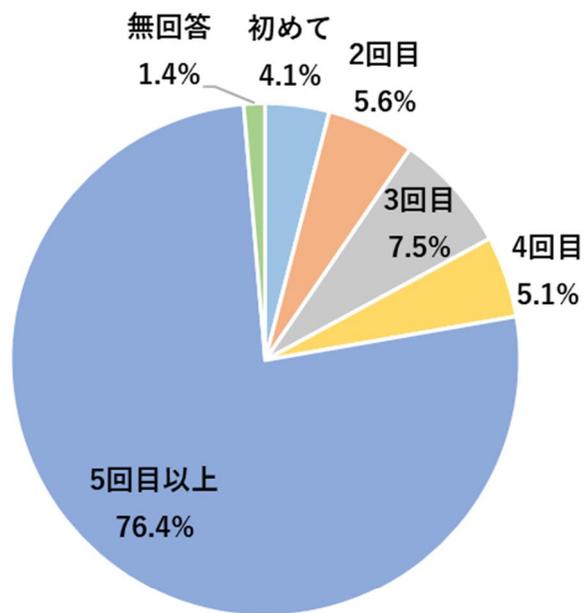
滞在時間



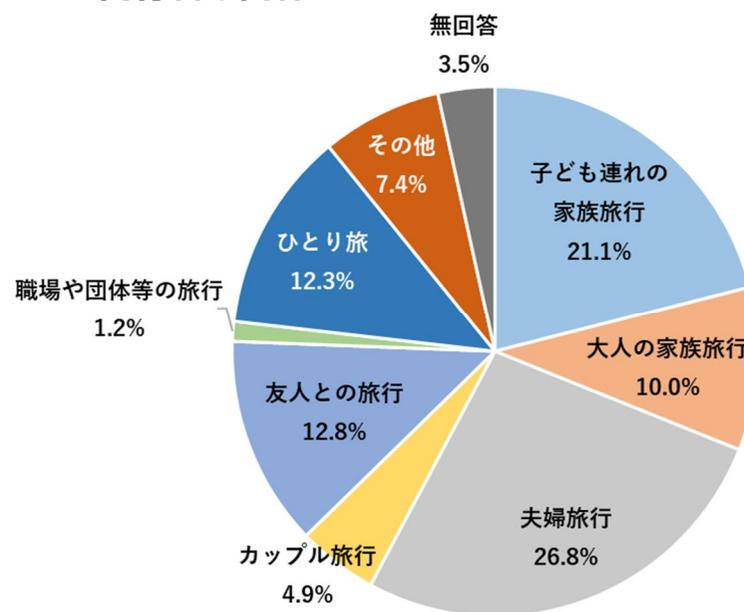
n=2,541

- リピーターが多数を占め、初めての来訪は1割未満
- 家族や夫婦等、複数人のグループが多数であり、ひとり旅は約1割程度
- 消費額は1人当たり平均7,461円となり、土産代や飲食費、交通費の割合が高い。

来訪回数



同行者の関係



平均消費額

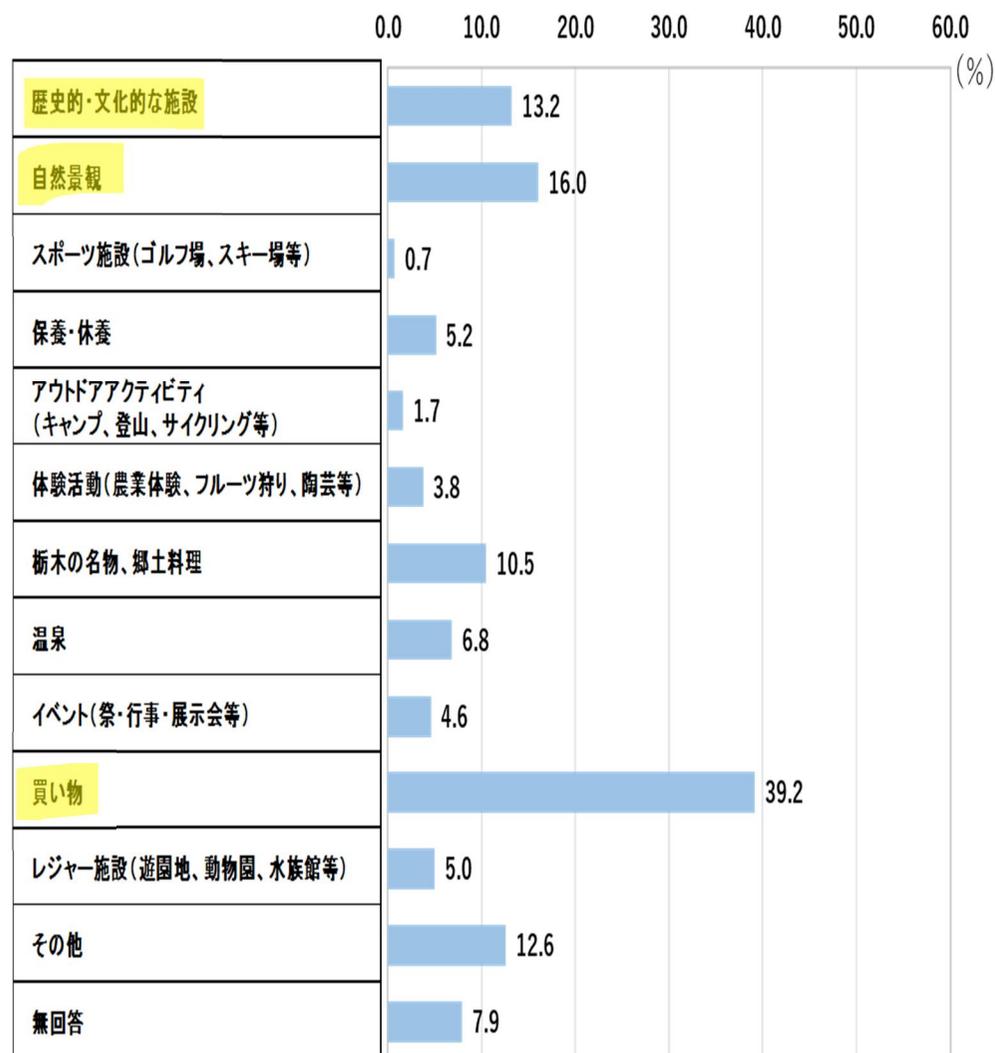


n=2,541

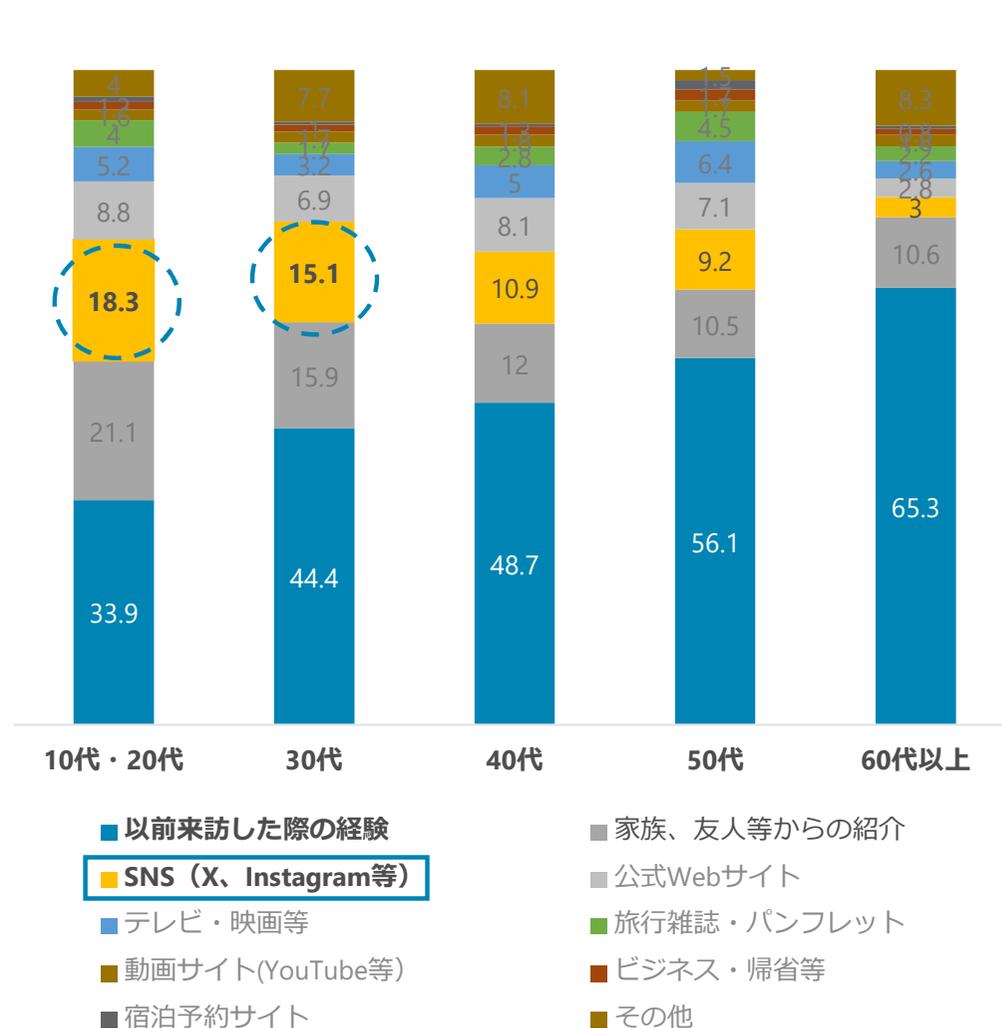
消費支出(平均)	金額
消費支出(平均)	¥7,461
土産代	¥2,271
飲食費	¥1,935
県内交通費	¥1,617
その他	¥1,102
入場料	¥426
体験活動	¥110

- 目的は買い物が最も多く、次いで自然景観や歴史的・文化的な施設となっている。
- 年代別の情報源は、年代が上がるほど経験の割合が増えるが、10代～30代ではSNSが決め手となった割合も約2割を占める。

旅行先に選んだ理由

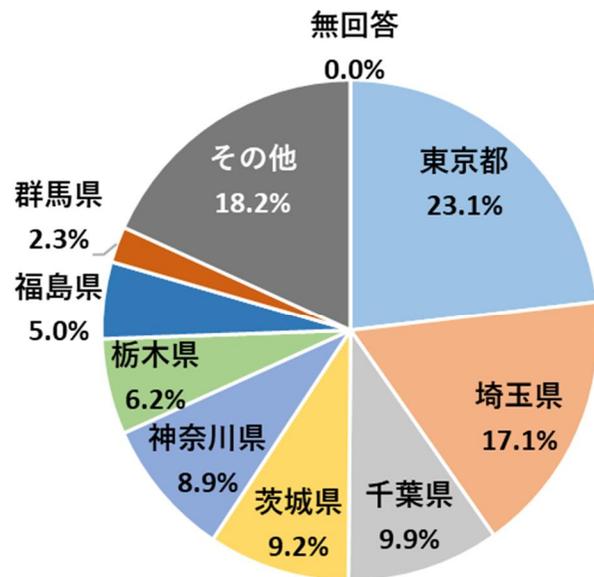


年代別 旅行先に決め手となった情報源

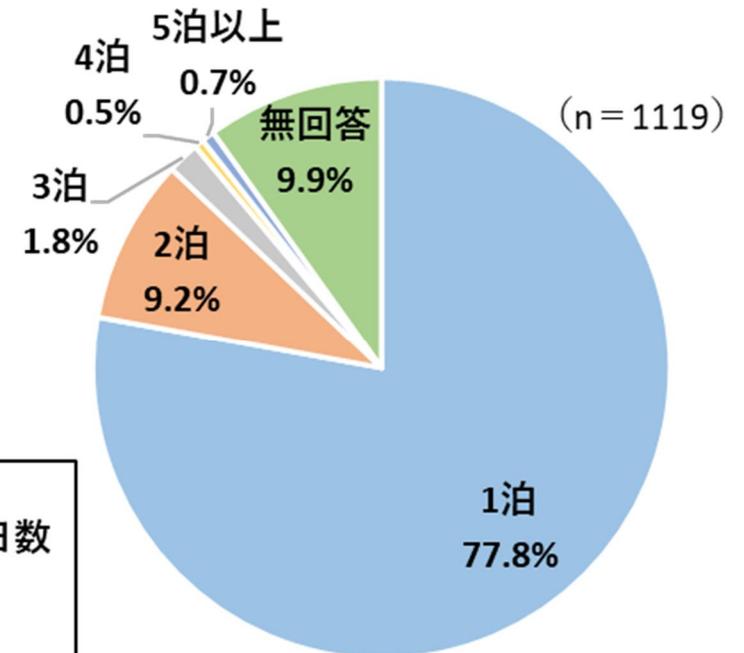


- 首都圏（東京、埼玉、千葉、神奈川）で約6割、北関東を含めた関東地方で7割以上
- 男女ともに年代が上がるほど割合が増える傾向
- 泊数は1泊が最も多く全体の約8割。平均すると1.24泊となっている

居住地

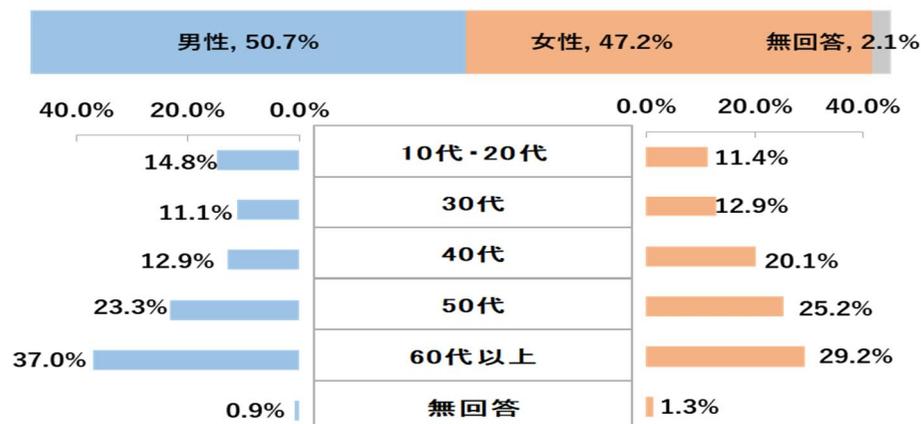


宿泊日数



平均宿泊日数  
1.24泊

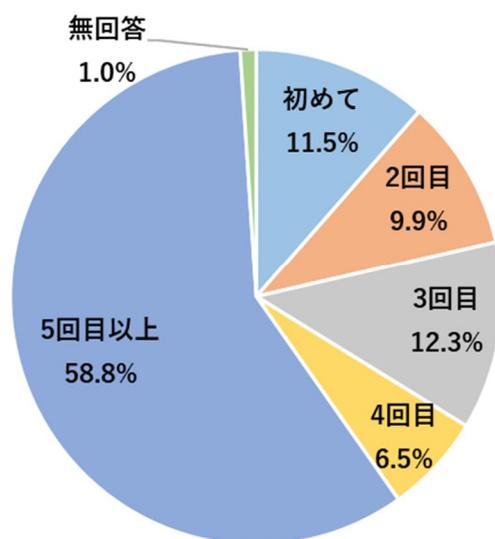
年代・性別



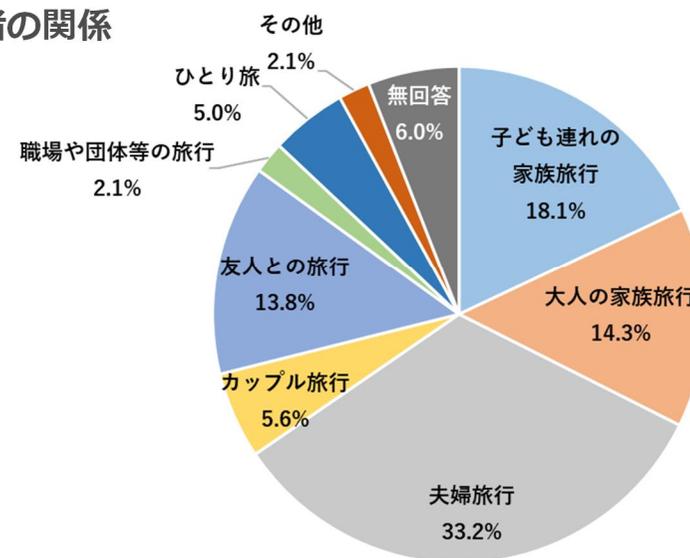
n=1,119

- リピーターの割合が多く、初めての割合は1割程度
- 夫婦旅行が最も多く全体の約3割、複数人での宿泊が9割以上であり、ひとり旅は1割未満（5%）
- 消費額は平均34,799円であり、宿泊費が最も高く、次いで交通費、飲食費、土産代となっている。

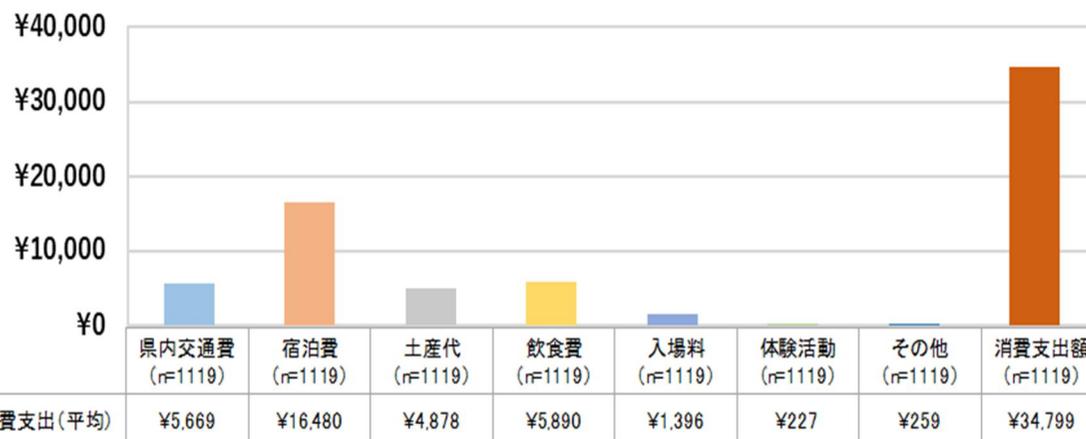
来訪回数



同行者の関係



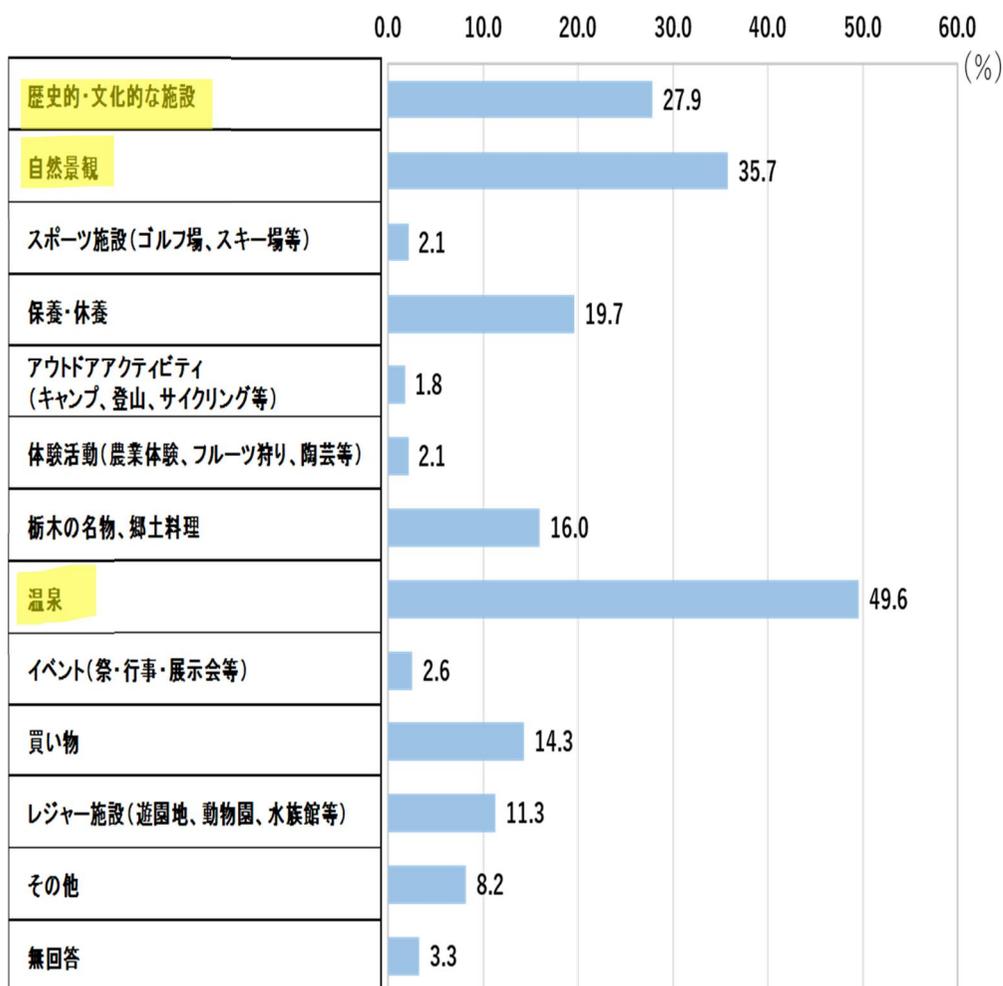
平均消費額



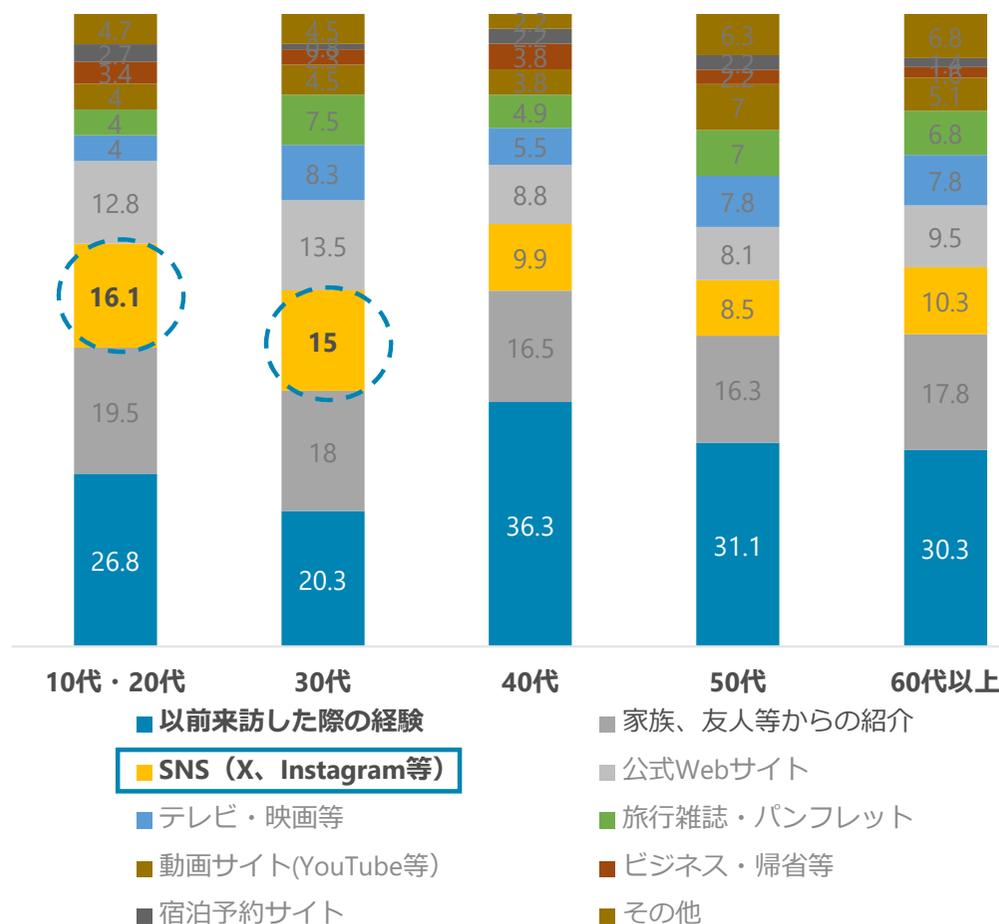
n=1,119

- 目的は温泉が約半数を占める。次いで自然景観、歴史的・文化的な施設
- 年代別の情報源はいずれも自身の経験が最も多いが、10代～30代はSNSの割合が他の年代と比べ高い傾向がある。

旅行先に選んだ理由

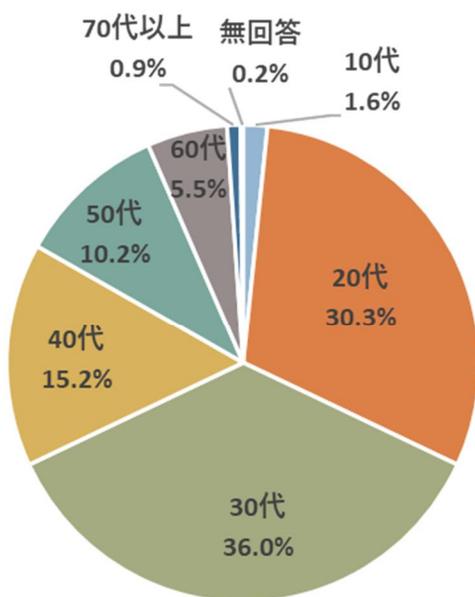


年代別 旅行先に決め手となった情報源

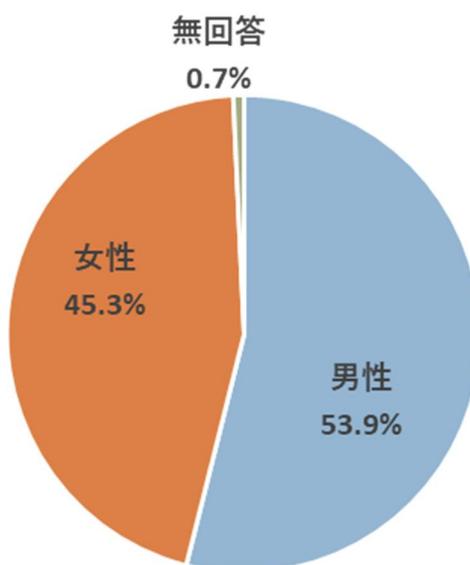


- 10代～30代で全体の約7割となっており、若者の割合が多い。
- 男女別ではほぼ半々であり、家族等の複数人での訪問が全体の約9割を占め、ひとり旅は約1割程度

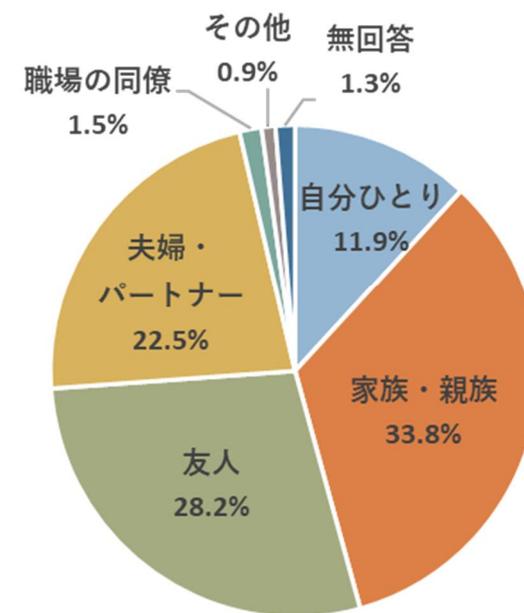
年代



性別



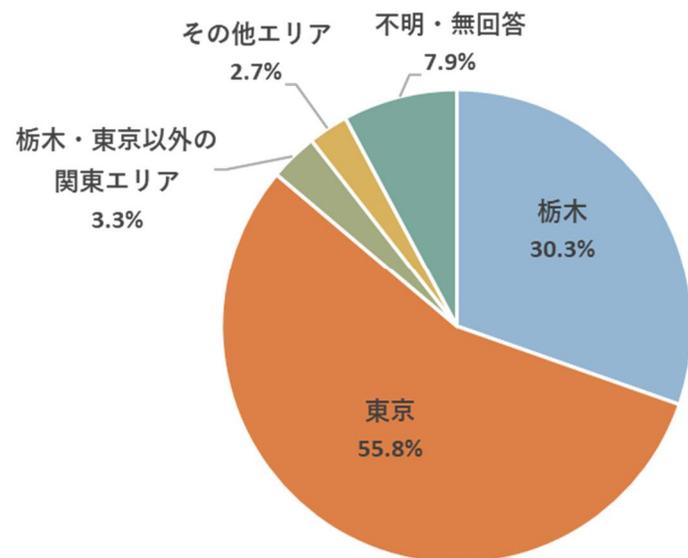
同行者の関係



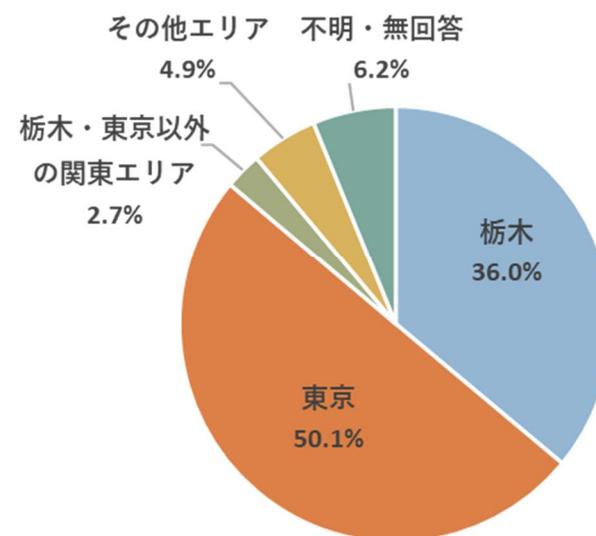
n=547

- 宿泊地は前日、当日ともに本県宿泊は約3割程度、東京が約半数を占める。
- 前日、当日ともに本県に宿泊する栃木拠点型は全体の約1割程度

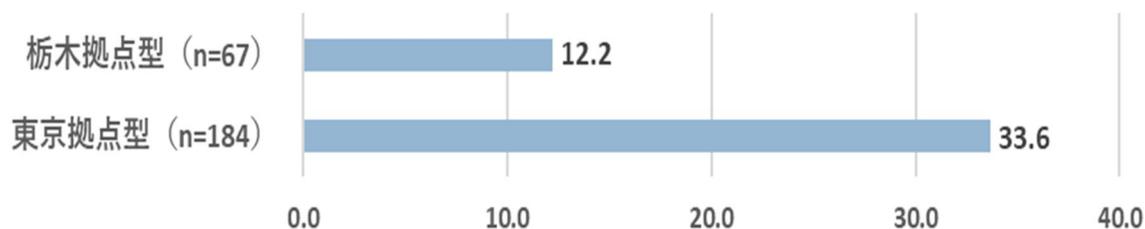
前日の宿泊地



当日の宿泊地



n=547

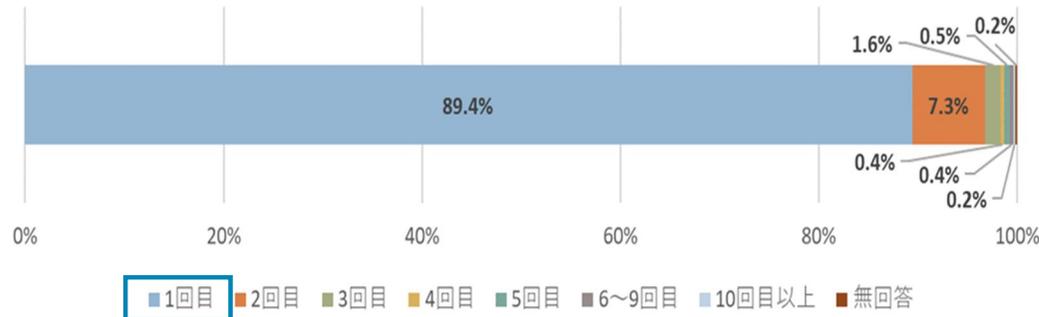


※ 栃木拠点型・・・前日の宿泊地、当日の宿泊地ともに栃木と回答した人  
 ※ 東京拠点型・・・前日の宿泊地、当日の宿泊地ともに東京と回答した人

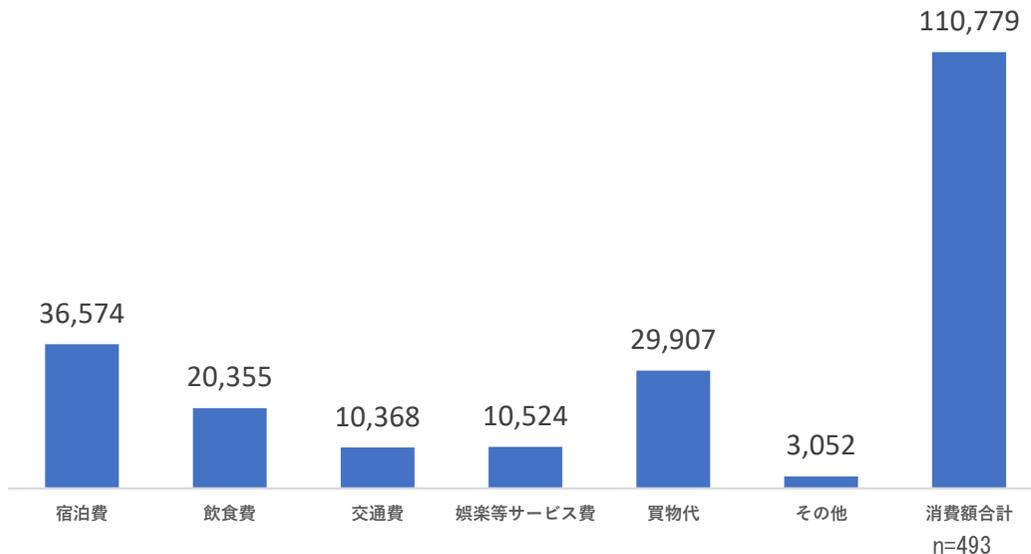
- 訪問は初めて（1回目）が約9割であり、リピーターはほぼいない
- 目的は「自然」、「食・酒」、「歴史・文化・生活」の割合が高い
- 1人あたりの消費額は110,779円となっており、項目別では宿泊費、買物代の割合が高い

n=547

## 本県への訪問回数

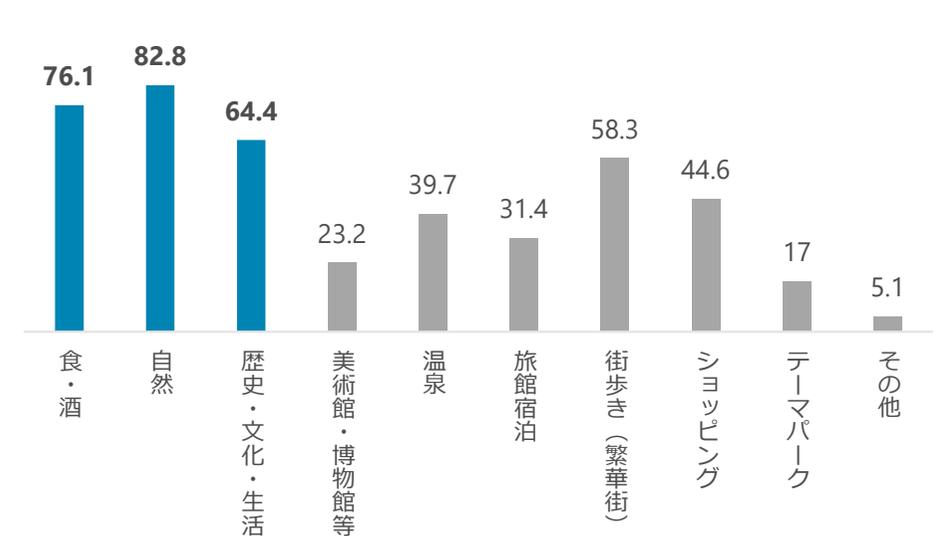


## 平均消費額（1人当たり） 単位：円



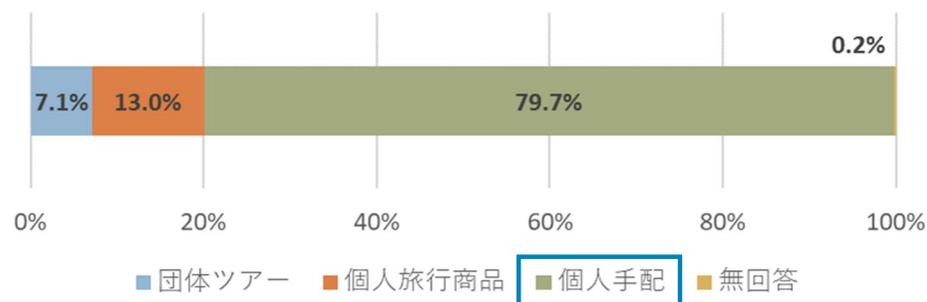
## 本県での目的

n=547（複数回答可）

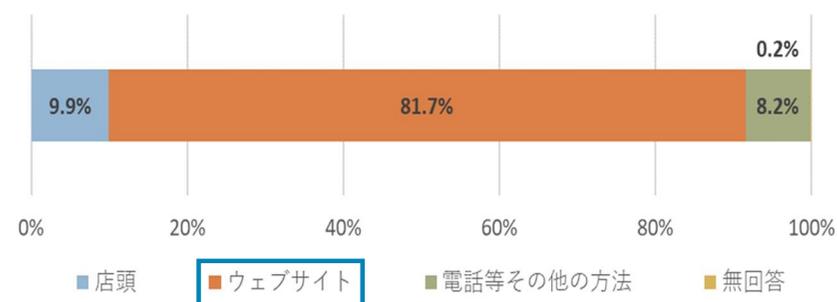


- 訪問手法は個人手配が約 8 割、手配手段としてはウェブサイトが約 8 割
- 訪問を決めた時期は日本出発前（旅マエ）が約 8 割であり、到着後（旅ナカ）は約 2 割にとどまっている。

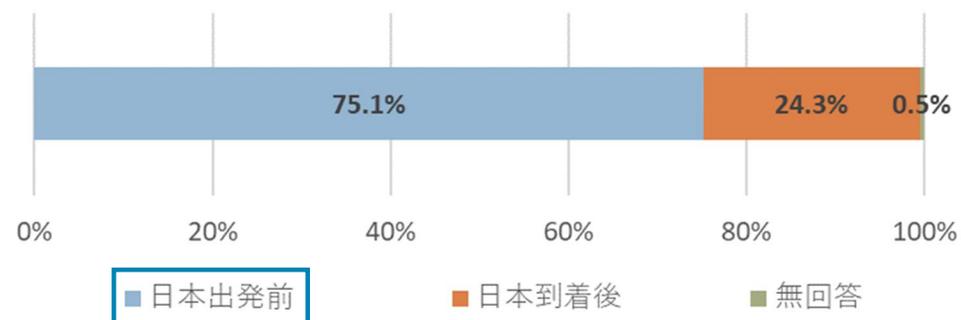
本県への訪問手配方法



本県への訪問手配手段

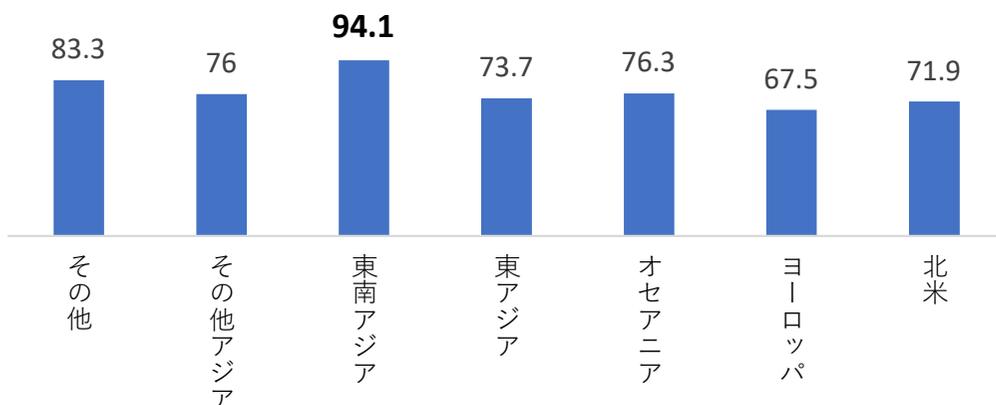
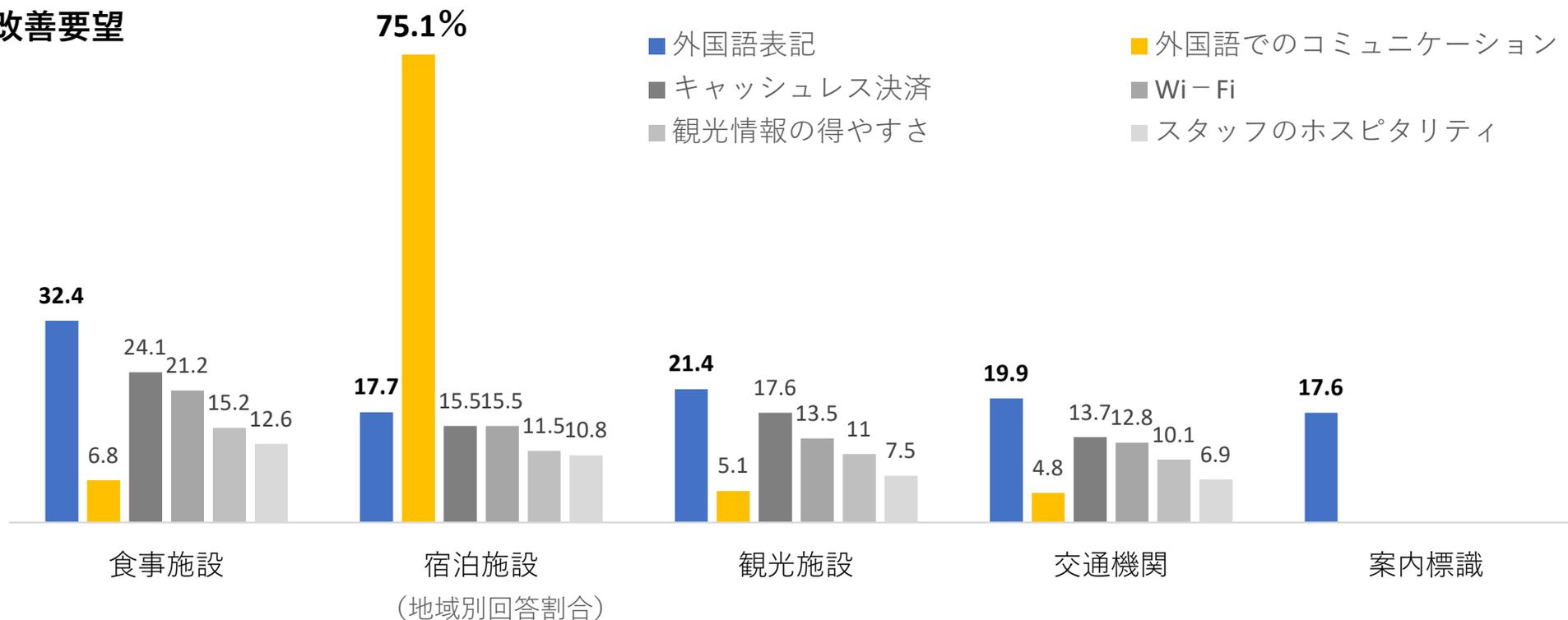


本県への訪問を決めた時期



- 改善要望は、宿泊施設における外国語でのコミュニケーションが突出して高く、特に東南アジアからの要望が多い。
- 他の施設等では外国語表記への改善要望が多い。

## 改善要望

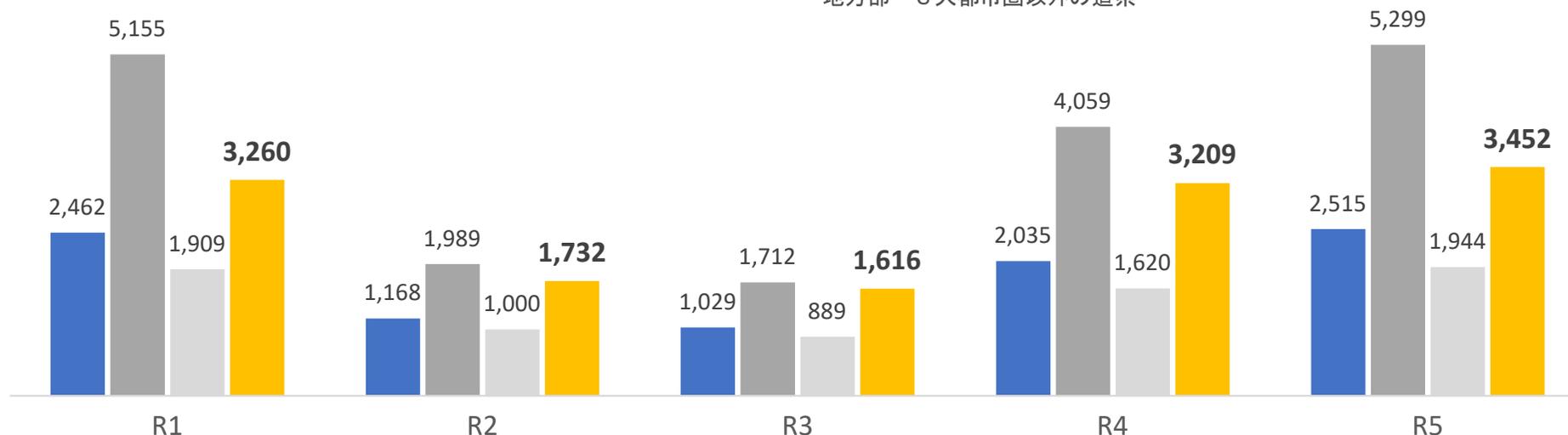


## 4 全国における本県観光の位置

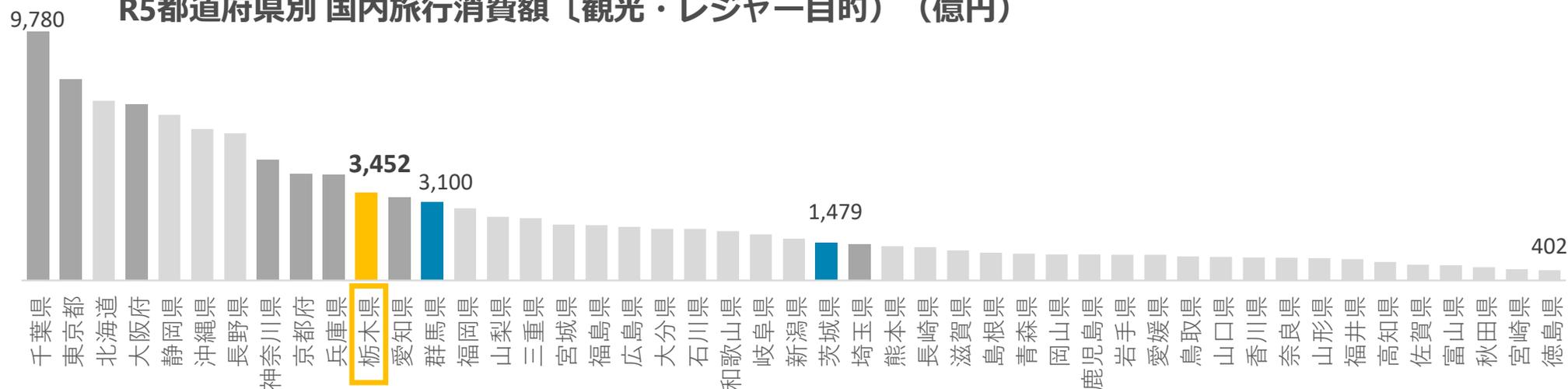
- 国内旅行消費額は全国平均を上回り、R5年の全国順位は11位となっている。
- 北関東3県で比較すると、本県が最も消費額が高い。

## 国内旅行消費額〔観光・レジャー目的〕（億円）

■ 全国平均 ■ 3大都市圏平均 ■ 地方部平均 ■ 栃木県  
 ※ 3大都市圏…東京都、神奈川県、千葉県、埼玉県、愛知県、大阪府、京都府、兵庫県  
 地方部… 3大都市圏以外の道県

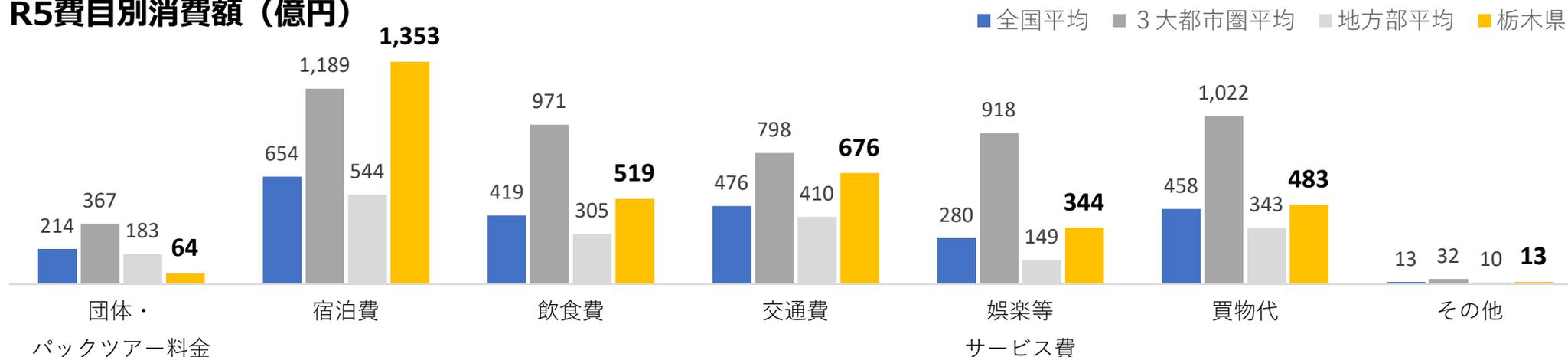


## R5都道府県別 国内旅行消費額〔観光・レジャー目的〕（億円）

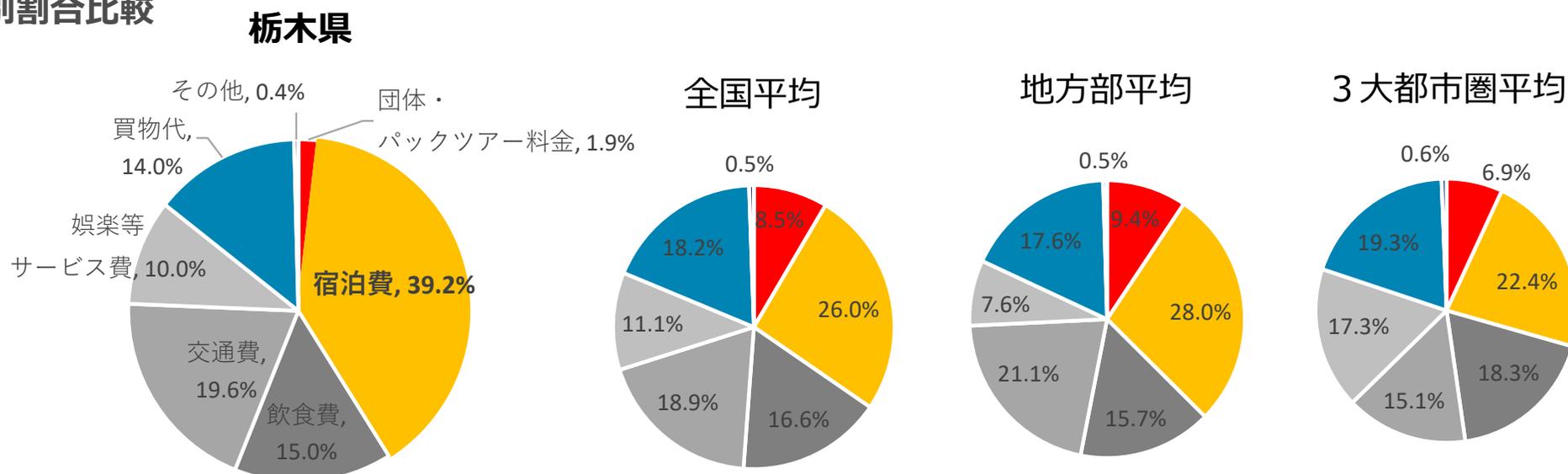


- 費目別では宿泊費が最も高く、次いで交通費、飲食費となっている。
- 費目別の割合では宿泊費の割合が最も高く、全国平均を上回っている。
- 団体・パッキングツアー料金や買物代などの割合が全国平均よりも低い。

## R5費目別消費額（億円）

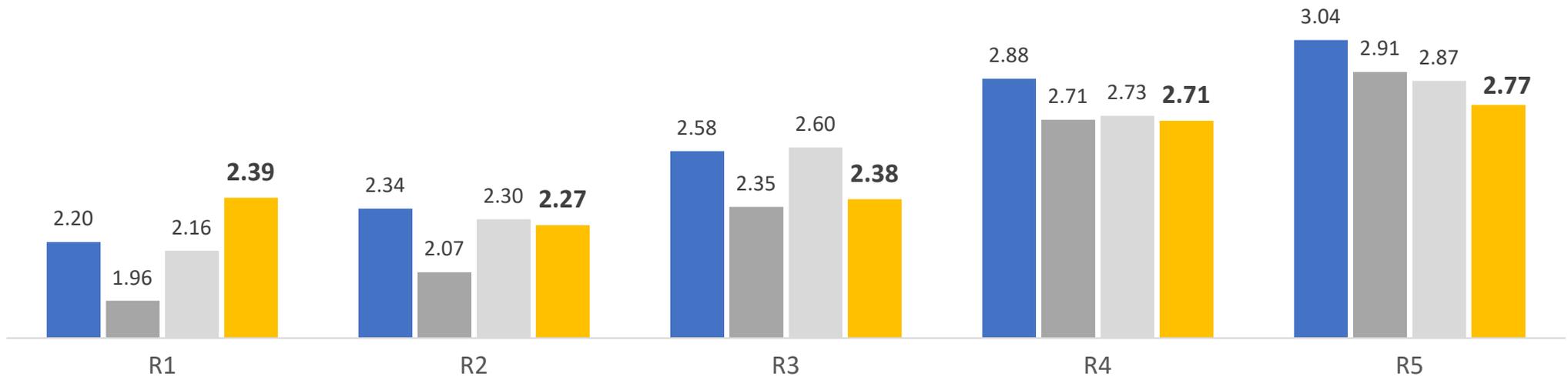


## R5費目別割合比較

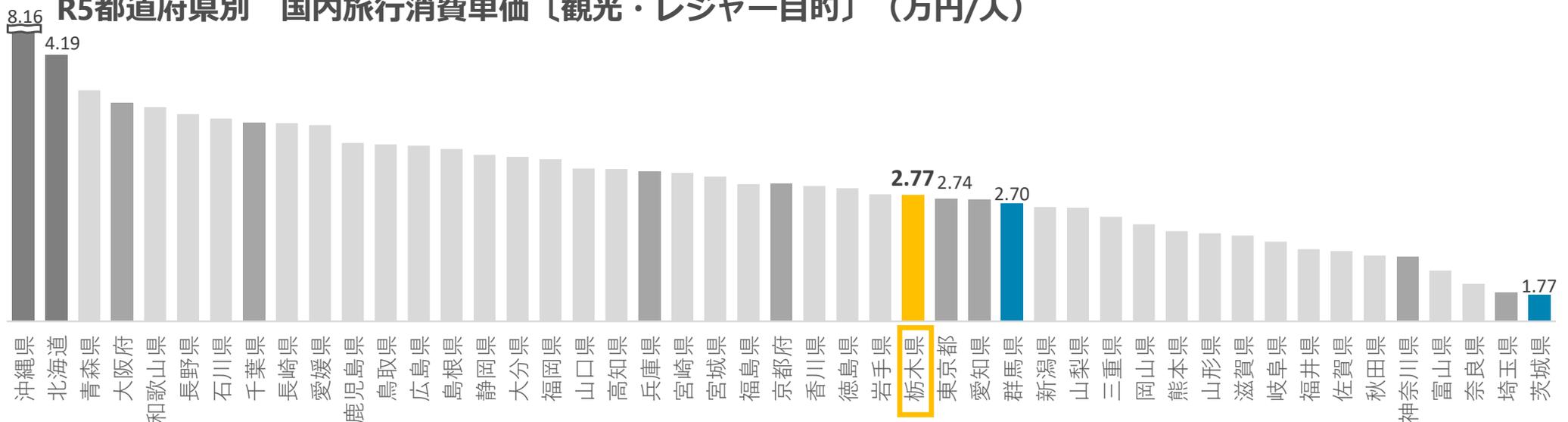


- 消費単価は地方部を下回り、R5年の全国順位は28位となっている。
- 北関東3県で比較すると、本県が最も消費単価が高い。

国内旅行消費単価〔観光・レジャー目的〕（万円/人） ■ 全国平均 ■ 3大都市圏 ■ 地方部（北海道・沖縄除く） ■ 栃木県



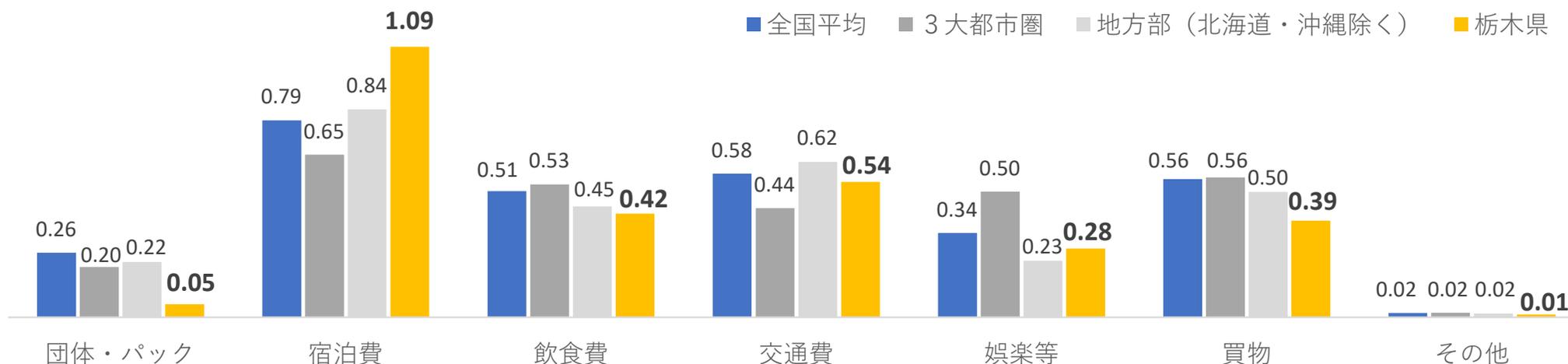
R5都道府県別 国内旅行消費単価〔観光・レジャー目的〕（万円/人）



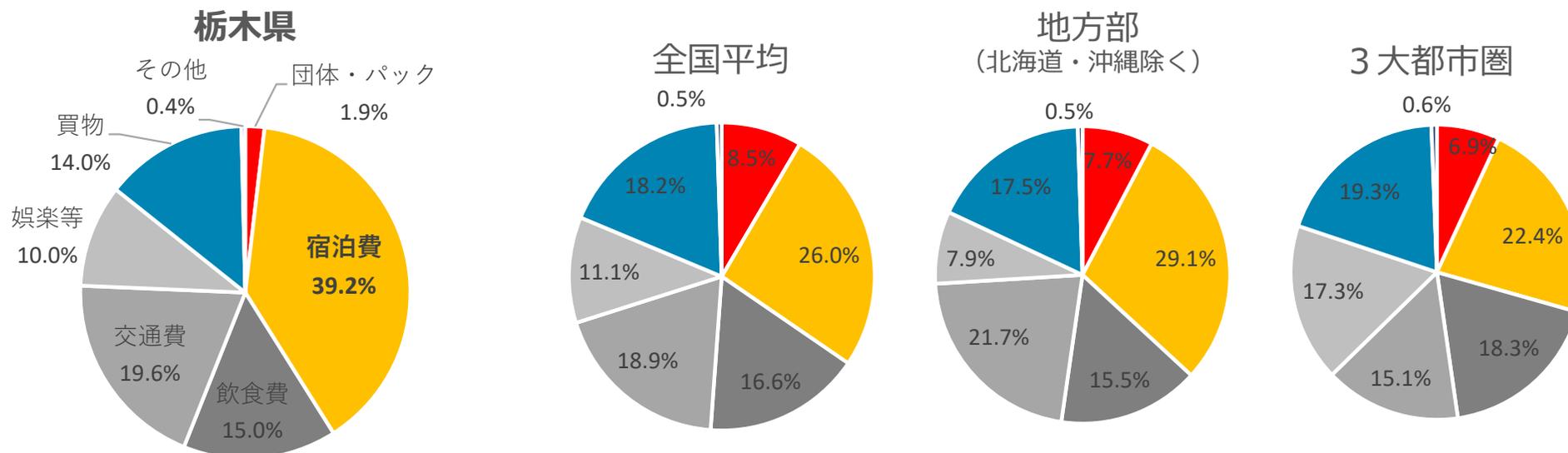
出典：観光庁「2023年旅行・観光消費動向調査」

- 費目別では宿泊費単価が最も高く、次いで交通費、飲食費となっている。
- 宿泊費単価のみ全国平均を上回っている。

## R5費目別 国内旅行消費単価〔観光・レジャー目的〕（万円/人）



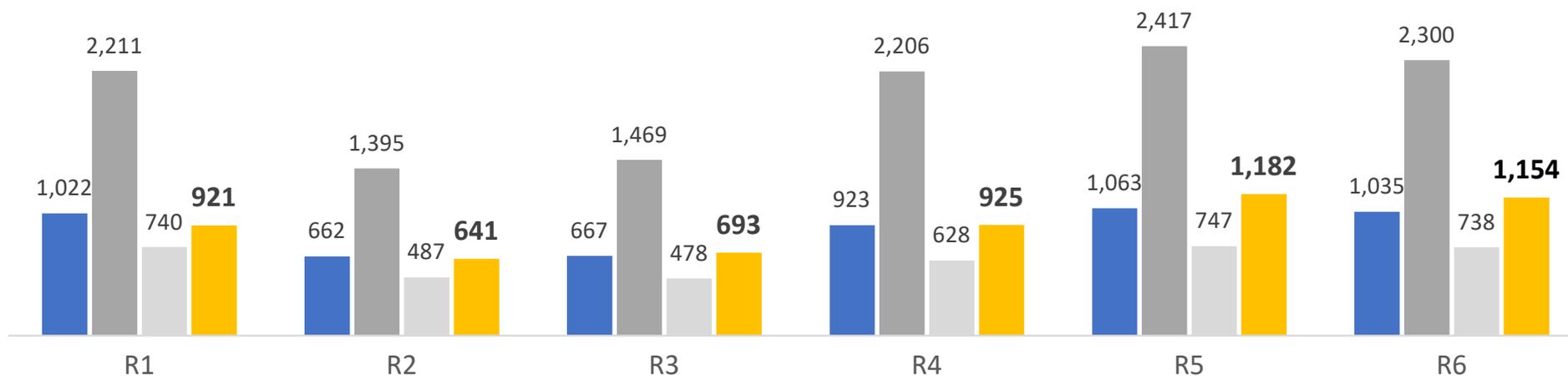
## R5費目別割合比較



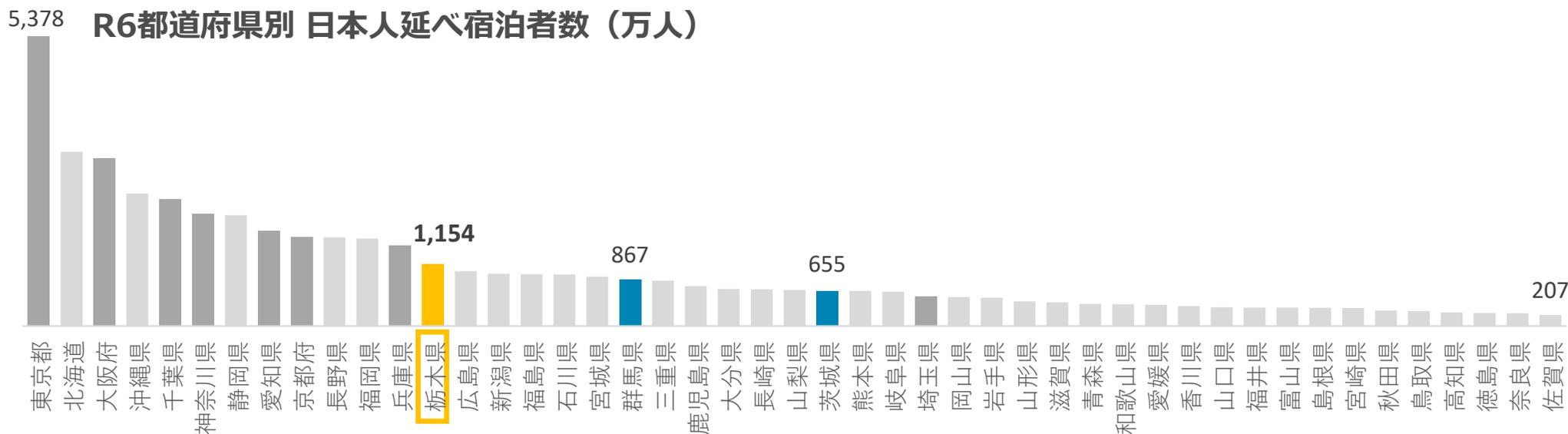
- 日本人宿泊者数は全国平均を上回り、R6年の全国順位は13位となっている。
- 北関東3県で比較すると、本県が最も宿泊者数が多い状況にある。

## 日本人延べ宿泊者数（万人）

■ 全国平均 ■ 3大都市圏平均 ■ 地方部平均 ■ 栃木県



## R6都道府県別 日本人延べ宿泊者数（万人）



出典：観光庁「宿泊旅行統計調査」を基に栃木県が作成（R6年は速報値）

- 地方部平均を大きく下回っており、R6年の全国順位は29位となっている。
- 北関東の中では最も消費額が多いが、3県とも全国順位は低い状況

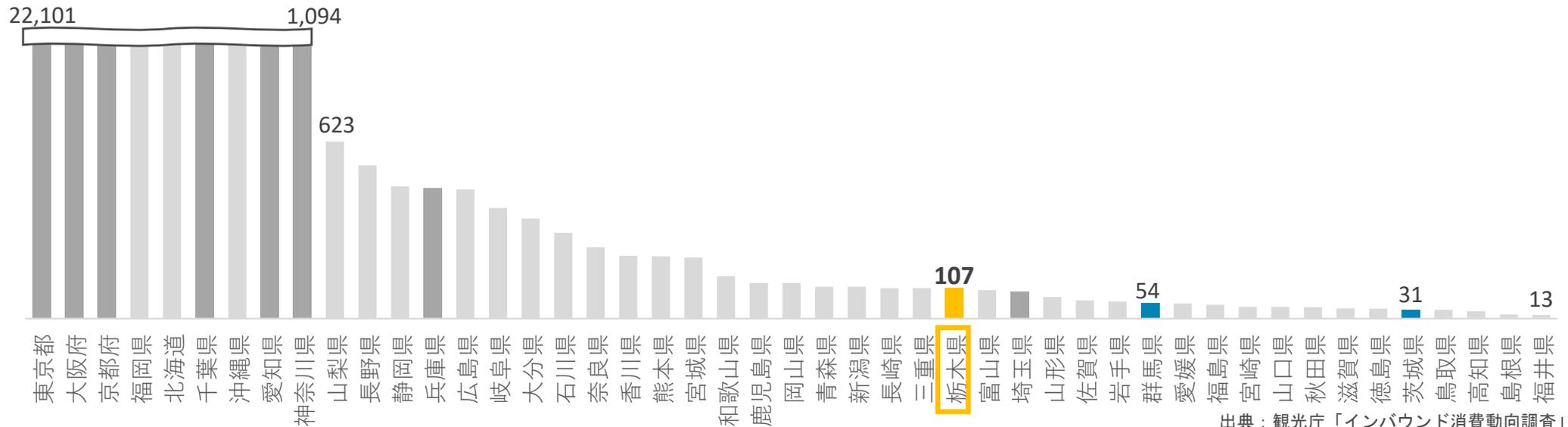
## インバウンド旅行消費額推移〔観光・レジャー目的〕（億円）

■ 全国平均 ■ 3大都市圏平均 ■ 地方部平均 ■ 栃木県



※R5の調査対象期間は4月～12月

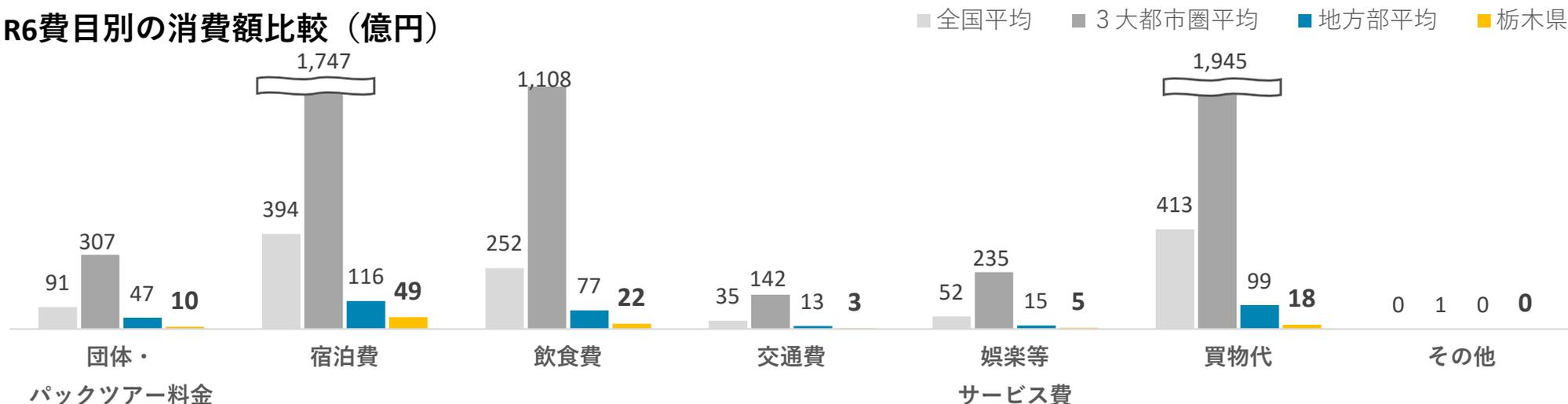
## R6都道府県別 インバウンド旅行消費額〔観光・レジャー目的〕（億円）



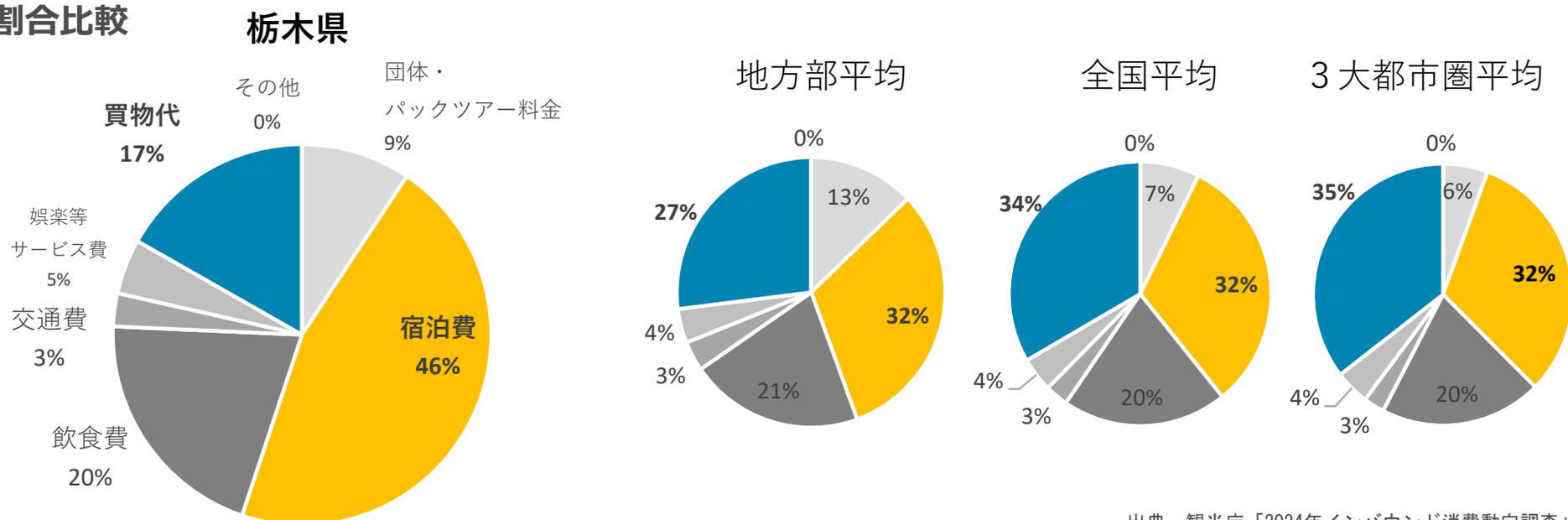
出典：観光庁「インバウンド消費動向調査」

- いずれの費目でも地方部平均を下回っている。
- 費目別割合では宿泊費が46%を占めており、地方部平均等よりも割合が高い。一方、買物代の割合が低い。

R6費目別の消費額比較（億円）



R6費目別割合比較



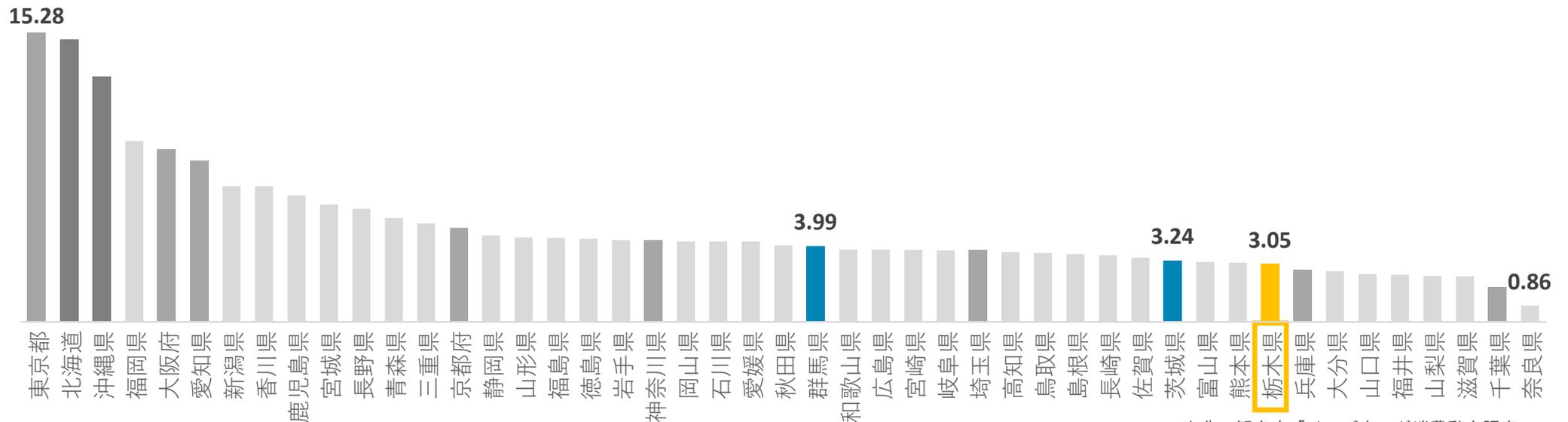
- 消費単価は地方部を下回り、R6年の全国順位は39位となっている。
- 北関東3県で比較すると、本県が最も消費単価が低い。

## インバウンド旅行消費額単価〔観光・レジャー目的〕（万円/人）

■ 全国平均 ■ 3大都市圏 ■ 地方部（北海道・沖縄除く） ■ 栃木県



## R6都道府県別 インバウンド旅行消費単価〔観光・レジャー目的〕（万円/人）

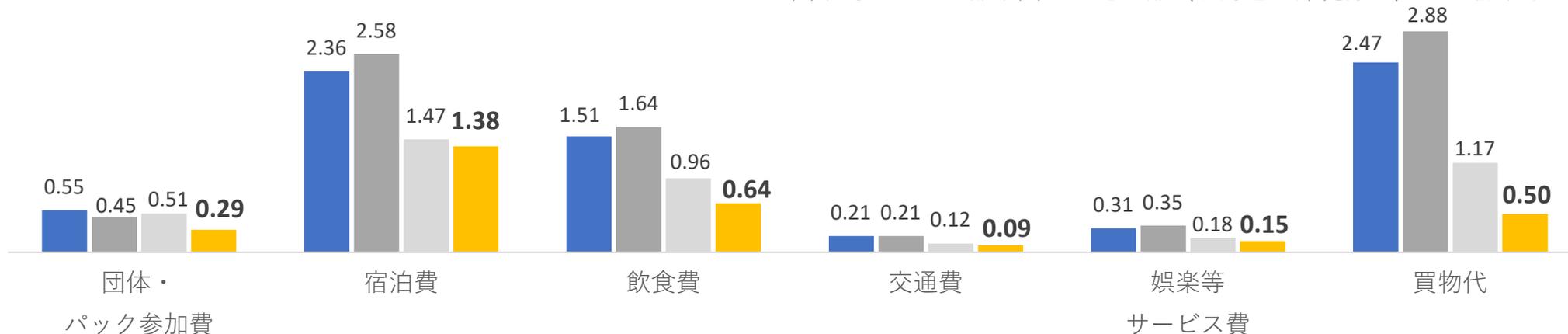


出典：観光庁「インバウンド消費動向調査」

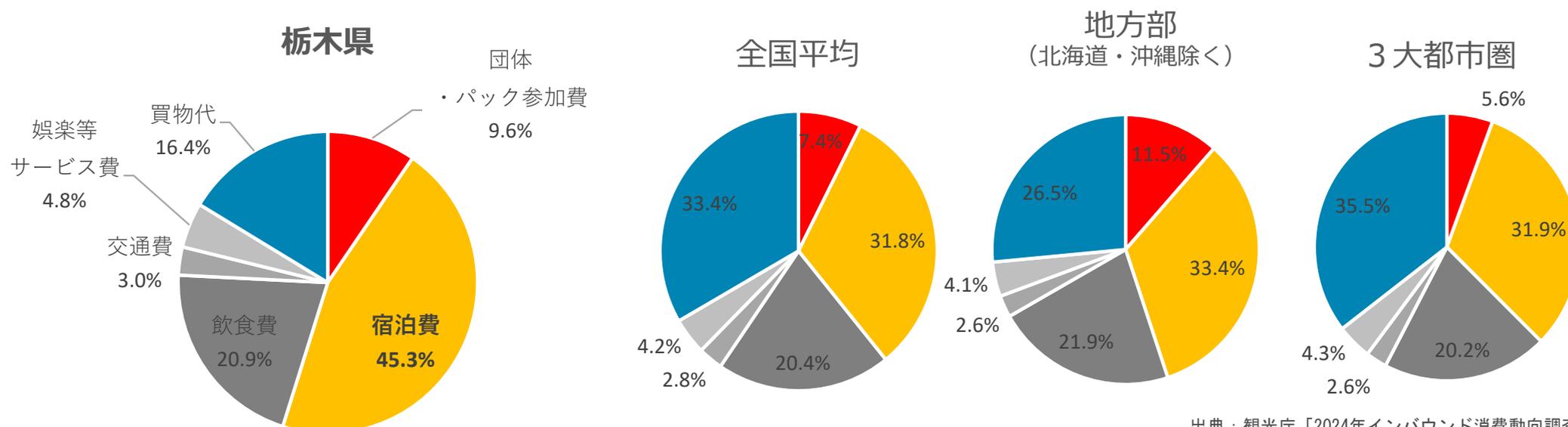
- 費目別では宿泊費単価が最も高く、次いで飲食費、買物代となっている。
- いずれの費目も地方部を下回っている。

R6 費目別 インバウンド旅行消費単価〔観光・レジャー目的〕 (万円/人)

■ 全国平均 ■ 3大都市圏 ■ 地方部（北海道・沖縄除く） ■ 栃木県

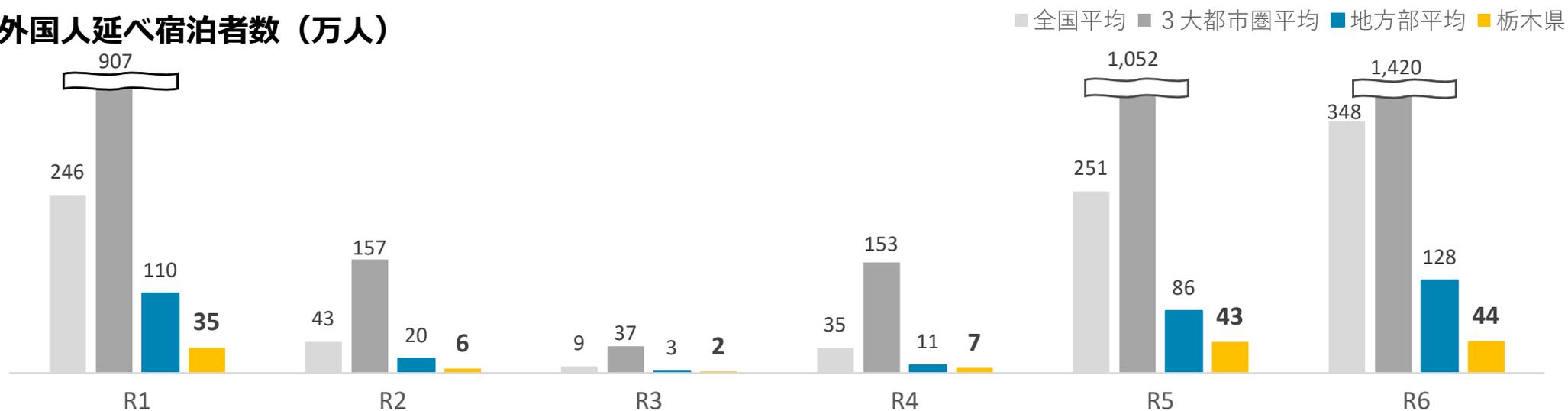


R6費目別割合比較

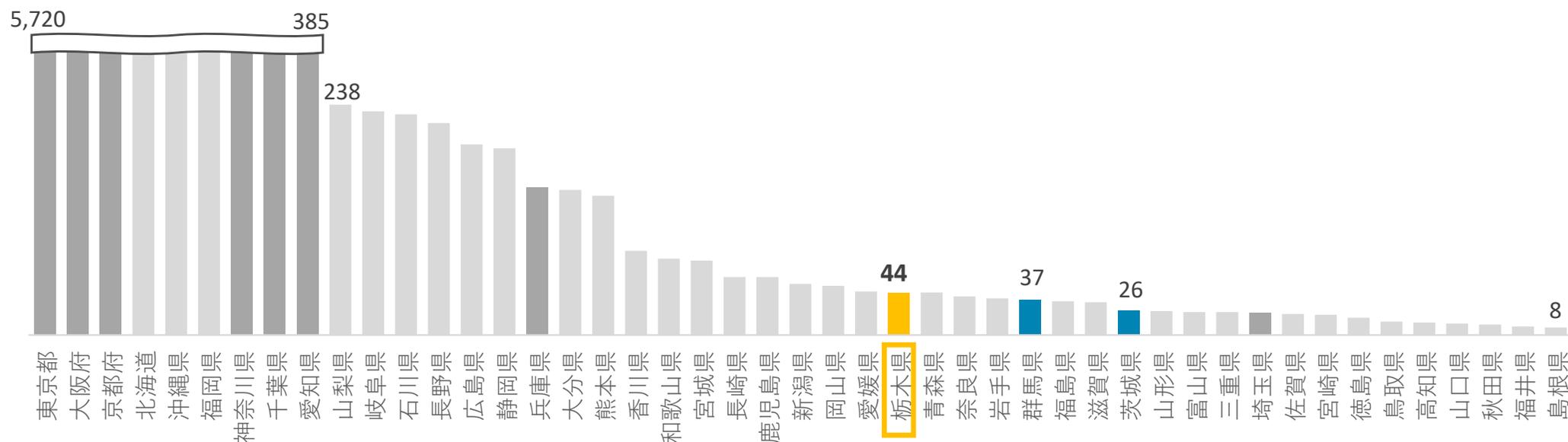


- 宿泊者数は地方部平均を下回っており、R6年の全国順位は27位となっている。
- 北関東3県はいずれも宿泊者数が少ない状況にある。

## 外国人延べ宿泊者数（万人）



## R6都道府県別 外国人延べ宿泊者数（万人）



出典：観光庁「宿泊旅行統計調査」を基に栃木県が作成（R6年は速報値）

# 5 本県観光の主な課題

宿泊業の離職率は依然として高く、人材不足が深刻化している。（全国的に宿泊業を中心に欠員率が高く、慢性的な人材不足の状況）

⇒人口減少社会において、人手不足の大幅な回復は見込めないことから、**デジタル技術等を活用した経営の合理化・効率化**を支援していく必要がある。

⇒将来の観光産業を担う**若い世代の観光人材育成**を図っていく必要がある。

今後も国内外から選ばれる観光地となるためには、受入環境整備の推進や戦略的な観光地経営が求められる。

⇒インバウンド観光客や高齢者、障害者等、多様なニーズに対応できる**受入環境整備**を地域一体となって推進していく必要がある。

⇒観光地への**アクセスの利便性向上**を図っていく必要がある。

⇒**データに基づく観光地経営**を支援していくとともに、観光地づくりの司令塔となる**DMOの機能強化**を図っていく必要がある。

安全・安心な観光地づくりを推進するため、自然災害やコロナのような感染症が再び発生した場合等を想定した対応策の検討が必要となっている。

⇒県域や市町等における**観光危機管理の取組を推進**する必要がある。

人口減少により長期的には日本人による国内旅行の市場規模は縮小が予想される。

⇒本県観光を支えている**首都圏からの誘客**は引き続き力を入れていくとともに、本県への**来訪回数を増やしていく**必要がある。

⇒デジタルとリアルを組み合わせた**効果的なプロモーション**を実施することで、本県への誘客を促進していく必要がある。

⇒首都圏以外からの**新たな観光需要**についても開拓していく必要がある。

観光消費額は都道府県の中でも上位に位置しているが、日帰り客が多いため消費単価は低い。

⇒**県内周遊の促進やコンテンツの掘り起こし、磨き上げ等**を通して滞在時間の長期化や宿泊数の増加を図っていく必要である。

依然として年間を通した繁閑差が大きく、特に冬場が閑散期となっている。

⇒**旅行需要の平準化**を図る取組を推進していく必要がある。

⇒**冬期に観光客**を呼び込めるコンテンツの掘り起こし、磨き上げ等を行う必要がある。

本県の外国人宿泊数は過去最高を記録したが、宿泊数や消費額は地方部（3大都市圏以外の道県）の平均を下回っている。

- ⇒インバウンド観光客を増加させるため、引き続き**海外への的確なプロモーション**や**広域連携による誘客**を行っていく必要がある。
- ⇒本県への訪問を日本到着後に決めた割合が約25%となっていることから、**旅ナカでのプロモーション**にも力を入れ、本県への誘客を促進する必要がある。
- ⇒栃木ならではの観光サービス**高付加価値化と滞在長期化**等の取組により、インバウンドの旺盛な需要を取り込み、消費単価を伸ばしていく必要がある。

インバウンド受入環境の整備が求められている。（特に本県を訪れた外国人観光客の多くが、宿泊施設における外国語でのコミュニケーションの改善を求めている。）

- ⇒多様な文化・習慣（食や宗教的習慣等）に対応できる**受入環境整備**を進めるほか、インバウンド観光客が増加することによる**トラブルの未然防止**についても検討していく必要がある。
- ⇒**外国人材やデジタル技術の活用等**を推進していく必要がある。