

## I 策定の趣旨等

### 1 策定の趣旨

本県の観光産業の「稼ぐ力」を強化し、持続可能な観光地として発展していくため、今後5年間に取り組むべき方向性を明らかにするもの。

### 2 位置づけ

- ・次期プラン等を踏まえた、観光振興に関する基本的な指針
- ・「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」に基づく基本計画
- ・関係者が互いに連携し主体的な取組を展開していく上での指針

### 3 計画期間 令和8(2026)年度から令和12(2030)年度

## II 本県観光の現状と課題

### 1 全国の現状

- ・宿泊業における深刻な人手不足
- ・少子高齢化による国内旅行市場への影響
- ・訪日外国人旅行者数が過去最高を更新(宿泊は3大都市圏に集中)
- ・一部の地域でオーバーツーリズムが発生

### 2 本県観光の現状

- ・日帰り客が多く消費単価が低い。
- ・冬期に観光客入込数・宿泊数ともに減少
- ・外国人宿泊数や消費額は地方部の平均を下回っている。

### 3 本県観光の課題

- ・観光産業における深刻な人材不足への対応
- ・受入環境整備や戦略的な観光地経営の推進
- ・安全・安心な観光地づくりの推進
- ・1人当たりの消費単価の増額
- ・閑散期の需要喚起
- ・外国人観光客の更なる誘客促進
- ・周遊促進のための連携強化

## III 目指すべき将来像

### 「訪れてよし、稼いでよし、住んでよし」三方よしの観光立県とちぎ～観光産業が築く豊かなとちぎ～

旅行者のみが満足するのではなく、観光関係事業者も稼ぐことができ、観光地に暮らす地域住民も観光産業を通じた地域発展を感じることができる、三方(旅行者、事業者、地域住民)よしの観光立県を目指していく。

## IV 戦略の方向性

SWOT分析		想定される主なターゲット
<p><b>強み×機会</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・首都圏からの誘客促進の継続</li> <li>・国際園芸博の機会を捉えた誘客</li> <li>・東京滞在型の外国人観光客の誘客促進</li> <li>・DMOの機能強化</li> </ul>	<p><b>強み×脅威</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・若年層をターゲットにした誘客</li> <li>・安全安心な観光地づくり</li> <li>・更なる「おもてなし」向上</li> <li>・首都圏以外へのプロモーション</li> </ul>	<p><b>国内誘客</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・首都圏からの誘客に注力するとともに関西圏にもアプローチ</li> <li>・将来的なリピーター確保のため特に若年層への誘客に力を入れる。</li> <li>・2027年国際園芸博覧会の来場者の本県誘客を行う。</li> </ul> <p><b>インバウンド誘客</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・海外誘客拠点を設置している台湾、中国、香港、タイ、米国</li> <li>※アジア圏を中心とした誘客を行いつつ、消費単価の高い欧米豪の富裕層に向けたプロモーションを実施</li> <li>※新たな市場の可能性についても探っていく。</li> <li>・訪日外国人観光客は東京エリアからの誘客を促進</li> </ul>
<p><b>弱み×機会</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・連携強化による周遊促進等</li> <li>・観光地へのアクセス向上</li> <li>・閑散期の旅行需要喚起</li> <li>・戦略的なプロモーションの展開</li> </ul>	<p><b>弱み×脅威</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・観光DXの推進</li> <li>・次世代の担い手育成</li> <li>・受入環境整備</li> <li>・観光コンテンツの高付加価値化</li> </ul>	

### 基本戦略 1

#### 持続可能な観光地づくり

▶人材不足対策や受入環境整備などを中心とした施策を実施

### 基本戦略 2

#### 観光コンテンツの掘り起こしと更なる魅力向上

▶連携強化や滞在時間の長期化、観光コンテンツの高付加価値化などの施策を実施

### 基本戦略 3

#### データに基づく効果的・効率的なプロモーション

▶データ分析によるマーケティング体制の強化やデジタルとリアルによるプロモーションを実施

## V 成果指標

項目		基準値 (R6)	目標値 (R12)	出典
KGI	観光消費額	9,656億円	<b>1兆1,562億円</b>	共通基準による全国観光入込客統計
KPI	消費単価 (日本人)	3.2万円	<b>3.5万円</b>	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
	消費単価 (外国人)	3.1万円	<b>4.7万円</b>	観光庁 インバウンド消費動向調査※観光・レジャー目的
	延べ観光客宿泊数	830万人	<b>899万人</b>	栃木県観光客入込数・宿泊数推定調査
	延べ外国人宿泊数	27.9万人	<b>65.2万人</b>	栃木県観光客入込数・宿泊数推定調査
	観光客入込数	8,997万人	<b>9,699万人</b>	栃木県観光客入込数・宿泊数推定調査

〔参考指標〕 項目別消費単価 (日本人・外国人)、観光客満足度、平均宿泊数、延べ外国人宿泊数割合、冬期の入込・宿泊数割合

## VI 基本戦略と主要施策

### 基本戦略1 持続可能な観光地づくり

- ①観光DXの推進等による人材不足対策及び観光人材育成
- ②地域の観光地づくりの指令塔となるDMOの機能強化
- ③外国人観光客、高齢者、障害者等の多様なニーズや「新たな旅のスタイル」に対応できる受入環境整備・景観改善の促進
- ④観光地へのアクセス向上
- ⑤災害時の情報発信やオーバーツーリズムの未然防止等を通じた安全・安心な観光地づくりの推進
- ⑥観光客の満足度を高めるための「おもてなし」向上

### 基本戦略2 観光コンテンツの掘り起こしと更なる魅力向上

- ⑦「組み合わせ旅」等の周遊につながる取組やMICEを促進するための市町、地域、事業者間や他産業等との連携強化
- ⑧自然、文化、食等の豊かな観光資源を生かしたテーマ別観光、映画・アニメ等のロケ地や学びにつながるコンテンツを活用した観光の促進
- ⑨閑散期の旅行需要を喚起する取組や東京圏からのアクセスの良さを生かした「帰る旅」等の推進
- ⑩ナイトタイムエコノミーや体験型コンテンツを活用した滞在時間の長期化に向けた取組推進
- ⑪外国人観光客向けの観光コンテンツの高付加価値化

### 基本戦略3 データに基づく効果的・効率的なプロモーション

- ⑫人流データ等のデータ分析を用いたマーケティングの強化
- ⑬AIを活用したプロモーションの推進
- ⑭SNS等を利用したターゲットに応じたデジタルプロモーションの展開
- ⑮イベント出展や旅行会社訪問等を通じたリアルプロモーションの実施
- ⑯海外観光誘客拠点や外国人材による外国人目線での情報発信