

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

強み×機会

- ・首都圏からの誘客促進の継続
- ・国際園芸博の機会を捉えた誘客
- ・東京滞在型の外国人観光客の誘客促進
- ・DMOの機能強化

弱み×機会

- ・連携強化による周遊促進等
- ・観光地へのアクセス向上
- ・閑散期の旅行需要喚起
- ・戦略的なプロモーションの展開

強み×脅威

- ・若年層をターゲットにした誘客
- ・安全安心な観光地づくり
- ・更なる「おもてなし」向上
- ・首都圏以外へのプロモーション

弱み×脅威

- ・観光DXの推進
- ・次世代の担い手育成
- ・受入環境整備
- ・観光コンテンツの高付加価値化

想定される主なターゲット

国内誘客

- ・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
- ・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。
- ・2027年国際園芸博覧会の来場者の本県誘客を行う。

インバウンド誘客

- ・海外誘客拠点を設置している台湾、中国、香港、タイ、米国
- ※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
- ※新たな市場の可能性についても探っていく。
- ・訪日外国人観光客は東京エリアからの誘客を促進

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

観光消費額、消費単価（日本人・外国人）、延べ観光客宿泊数、延べ外国人宿泊数、観光客入込数、観光客満足度

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

- ▶人材不足対策に資する観光DXの取組促進
- ▶次世代を担う若者等を対象とした観光人材の育成 など

②地域の観光地づくりの指令塔となるDMOの機能強化

- ▶観光地経営の司令塔となる都道府県DMOの機能強化
- ▶都道府県DMOを中心とした地域DMO間の連携強化 など

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

- ▶観光客の利便性や満足度向上のための受入環境整備の促進
- ▶外国人観光客の文化、習慣、食などのニーズに対応した受入環境の整備 など

④観光地へのアクセス向上

- ▶観光地までの2次交通の整備促進
- ▶観光地へのアクセス道路の整備や渋滞対策の推進 など

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

- ▶観光危機管理の推進
- ▶オーバーツーリズムの未然防止に資する取組の促進 など

⑥観光客の満足度を高めるための「おもてなし」向上

- ▶観光事業者が行うホスピタリティ向上研修等の取組の推進
- ▶外国人観光客への多言語対応 など

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

- ▶観光プロモーション協議会等を通じた市町等との連携強化
- ▶国際園芸博からの誘客促進 など

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

- ▶サイクルツーリズムや武道ツーリズムの推進
- ▶映画等のロケ地やアニメの舞台を活用した誘客促進 など

⑨閑散期の旅行需要を喚起する取組や首都圏からのアクセスの良さを生かした「帰る旅」等の推進

- ▶冬期の観光需要を喚起するキャンペーン等の実施
- ▶農泊施設等を活用したグリーンツーリズムの推進 など

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

- ▶ナイトタイムエコノミーの促進や早朝に行う観光コンテンツの掘り起こし等
- ▶ゴルフや温泉、農村体験を活用した外国人向けのツーリズム推進 など

⑪外国人観光客向けの観光コンテンツの高付加価値化

- ▶付加価値の高い観光コンテンツ・サービスの掘り起こし、磨き上げの実施
- ▶高付加価値旅行市場関係者への情報発信及び販路開拓支援 など

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

- ▶人流データ分析によるマーケティングの強化
- ▶市町、協会、DMOの人流データ活用促進 など

⑬AIを活用したプロモーションの推進

- ▶AIに情報を取り込まれやすくするためのデジタル上での情報発信の促進
- ▶県公式HP「とちぎ旅ネット」「Visit Tochigi」のAIレコメンドへの対応 など

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

- ▶InstagramやTikTokなどのSNSを活用した情報発信の強化
- ▶海外の各市場に訴求効果の高い動画の制作・配信や海外旅行予約サイトを活用したプロモーションの実施 など

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

- ▶首都圏でのイベント開催や「とちまるショップ」による観光、特産品等のプロモーションの推進
- ▶国際旅行博への出展や海外誘客拠点等と連携した現地商談会の実施 など

⑯海外誘客拠点や外国人材による外国人目線での情報発信

- ▶海外誘客拠点による現地旅行会社やメディアへの積極的な誘客プロモーションの実施
- ▶外国人材による外国の旅行会社等のネットワーク構築・維持や海外への情報発信強化 など