

# 次期「栃木県観光振興計画」 骨子案

## 1 全国及び本県観光の現状

### 全国の現状

- ・ 構造的な課題として人手不足が顕著
- ・ 一部の地域でオーバーツーリズムが発生、地域住民の生活への影響や旅行者の満足度低下が懸念
- ・ 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。（若年層ほどコロナからの回復が堅調）
- ・ 少子高齢化による国内旅行市場への影響は不可避
- ・ 訪日外国人旅行者数及び観光消費額が過去最高を更新（R6年：3,687万人、8兆1,257億円）
- ・ 訪日外国人の宿泊先の約7割が3大都市圏に集中（上位6都道府県に約75%が集中）

### 本県観光の現状

- ・ R6年の観光消費額は過去最高額（9,656億円）となったが、国内・外国人観光客ともに日帰り客が多く、消費単価が低い。（全国順位：国内旅行消費額11位、国内旅行消費単価23位、インバウンド旅行消費額29位、インバウンド旅行消費単価39位）
- ・ R6年の観光客入込数はコロナ禍前の約9割程度まで回復。宿泊数はコロナ禍前を上回り、外国人宿泊数は過去最高（27.9万人）
- ・ 外国人宿泊数や消費額は地方部の平均を下回っている。（R6全国順位：外国人宿泊数26位）

## 2 本県観光の課題

- ・ 観光産業における人材不足が深刻化
- ・ 今後も国内外から選ばれる観光地となるためには、受入環境の整備や戦略的な観光地経営が必要
- ・ 安全・安心な観光地づくりを推進する必要がある。
- ・ 人口減少により長期的には国内旅行の市場規模が縮小
- ・ 日帰り客が多いため消費単価が低い。
- ・ 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
- ・ 宿泊数や消費額が地方部の平均を下回っている。
- ・ 更なるインバウンド誘客のための受入環境整備が求められる。
- ・ 周遊促進のための連携が弱い。
- ・ 戦略的なプロモーションを実施する必要がある。

## 3 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～

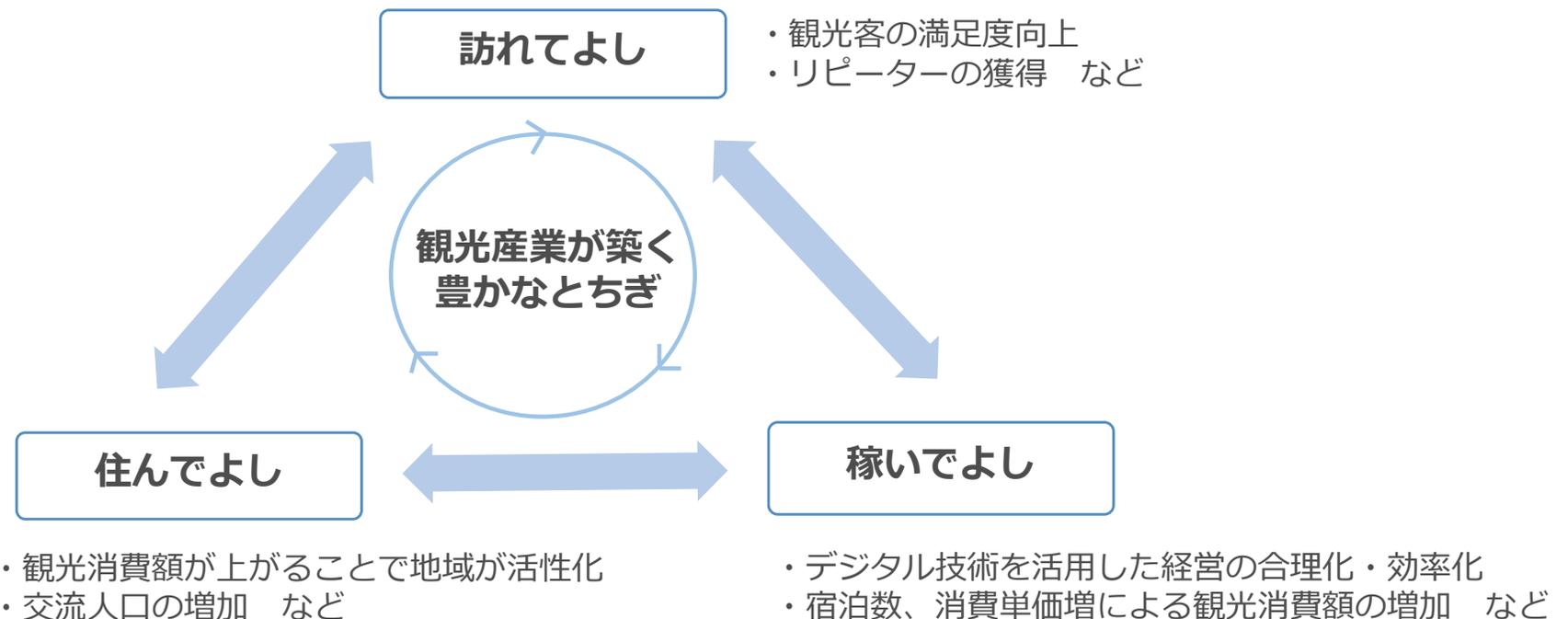
#### 将来像の設定趣旨

持続可能な観光地として、今後も本県観光産業が発展していくためには、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必要がある。

三方がそれぞれに影響し合い、好循環を生み出すことで、観光産業の「稼ぐ力」をより伸ばし、豊かなとちぎを築いていく。

【イメージ図】

#### 三方よしの観光立県とちぎ



## 4 基本戦略及び主要施策

**基本戦略1 持続可能な観光地づくり**

今後も国内外から選ばれる観光地として発展していくため、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し、持続可能な観光地づくりを推進する。

〔主要施策〕

- 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司令塔となるDMOの機能強化
- ③インバウンド観光客、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観光客の満足度をより高めるための「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**

豊かな観光資源を生かしたコンテンツの掘り起こしや磨き上げ、周遊促進のための連携強化、滞在時間の長期化や観光コンテンツの高付加価値化などの施策を通して国内外からの誘客及び観光消費額の増加を図る。

〔主要施策〕

- 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
- ⑩宿泊につながるナイトタイムエコノミー等の推進や滞在コンテンツの造成
- ⑪インバウンド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

データ分析によるマーケティング体制を強化するとともに、AIの活用やデジタルプロモーション、イベント出展等のリアルプロモーション等を効果的、効率的に実施することで更なる観光誘客につなげていく。

### 〔主要施策〕

- 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
- ⑬ AIを活用したプロモーションの推進
- ⑭ SNS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 海外誘客拠点や外国人材を活用した外国人目線での情報発信

# 次期観光振興計画の骨子案（概要）

## 1 全国及び本県観光の現状

### 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は不可避
- ・ 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

### 本県観光の現状

- ・ 観光消費額はR6年に過去最高額を更新したが、国内・外国人観光客ともに日帰り客が多く、県内での消費単価が低い。
- ・ 観光客入込数はコロナ禍前の約9割程度まで回復。宿泊数はコロナ禍前を上回り、外国人宿泊数は過去最高を更新
- ・ 外国人宿泊数や消費額は地方部の平均を下回っている。

## 2 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人あたりの消費単価の増額
- ・ 閑散期の需要喚起
- ・ インバウンド観光客の更なる誘客促進
- ・ 周遊促進のための連携強化
- ・ 戦略的なプロモーション

## 3 目指すべき将来像及び基本戦略・主要施策

### 「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～

#### 【基本戦略1】

#### 持続可能な観光地づくり

##### 〔主要施策〕

- 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司令塔となるDMOの機能強化
- ③インバウンド観光客、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観光客の満足度をより高めるための「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

##### 〔主要施策〕

- 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
- ⑩宿泊につながるナイトタイムエコノミー等の推進や滞在コンテンツの造成
- ⑪インバウンド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

##### 〔主要施策〕

- 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りアルプロモーションの実施
- ⑯海外誘客拠点や外国人材を活用した外国人目線での情報発信