

## 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していきます。

### 【課題】

- ・ 経営の合理化・効率化の支援
- ・ 未来の観光人材育成
- ・ 戦略的な観光地経営の支援
- ・ 多様なニーズに対応できる受入環境整備
- ・ 観光地へのアクセスの利便性向上
- ・ 観光危機管理の取組推進 など

### 【取組の方向性（SWOT分析結果）】

- ・ デジタル技術を活用した観光DXの推進
- ・ 次世代の担い手育成
- ・ DMOの機能強化
- ・ 多様なニーズに対応できる受入環境整備
- ・ 観光地へのアクセス向上
- ・ 観光危機管理推進やオーバーツーリズム未然防止
- ・ 更なる「おもてなし」の向上

## 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 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<sup>\*11</sup>」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

\*11 新たな旅のスタイル：休暇取得や分散化に繋がるワーケーションやプレジャー（ビジネスとレジャーを組み合わせた造語。出張の際等に前後で休暇を取得し観光等をする働き方・旅行のスタイル）等に加え、今後の環境や社会情勢等の変化により将来的に旅の形に変化が生じた際の新しい旅の形等も含む。

## 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っていきます。

### 【課題】

- ・ 滞在時間の長期化促進
- ・ 若年層の誘客
- ・ 冬期の閑散期対策
- ・ 外国人観光客の観光消費額増加促進 など

### 【取組の方向性（SWOT分析結果）】

- ・ 連携強化による周遊や宿泊、来訪回数増加
- ・ 継続的な首都圏からの誘客促進
- ・ 国際園芸博覧会の機会を捉えた誘客
- ・ 閑散期の旅行需要喚起
- ・ 若年層をターゲットにした誘客
- ・ 東京滞在型の外国人観光客の誘客促進
- ・ 観光コンテンツの高付加価値化

### 主要施策

- ⑦ 「組み合わせ旅<sup>\*12</sup>」等の周遊につながる取組やMICE<sup>\*13</sup>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<sup>\*14</sup>」等の推進
- ⑩ ナイトタイムエコノミー<sup>\*15</sup>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促進
- ⑪ 外国人観光客向けの観光コンテンツの高付加価値化

\* 12 組み合わせ旅：観光周遊を促進するために観光事業者や各エリア内外等で1対1や複数の観光資源等を組み合わせる旅のこと。

\* 13 MICE：企業等の会議（Meeting）、報奨・研修旅行（Incentive Travel）、国際機関・団体等が行う国際会議（Convention）、展示会・見本市、イベント（Exhibition/Event）のビジネスイベントの総称

\* 14 帰る旅：東京圏からの近接性を生かし、本県を第2のふるさととして帰省するように何度も訪れてもらう旅のこと。

\* 15 ナイトタイムエコノミー：夜間（一般には、日没から日の出まで）の経済活動

## 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きます。

### 【課題】

- ・ 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の実施
- ・ 若年層をターゲットにした誘客（再掲）
- ・ 海外への的確なプロモーションや広域連携による誘客の実施
- ・ 外国人観光客に向けた旅ナカでのプロモーションの強化 など

### 【取組の方向性（SWOT分析結果）】

- ・ 戦略的なプロモーションの展開
- ・ 若年層をターゲットにした誘客（再掲）
- ・ 継続的な首都圏からの誘客（再掲）
- ・ 首都圏以外の地域へのプロモーション
- ・ 東京滞在型の外国人観光客の誘客促進（再掲）

## 主要施策

- ⑫ 人流データ<sup>\*16</sup>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

\*16 人流データ：GPSや通信基地局等で収集した位置情報を分析することで、観光客の人数や行動等を数値化したデータのこと。