

プロジェクトシート

重点戦略	明日を拓く成長戦略
プロジェクト	観光立県とちぎづくりプロジェクト

1 プロジェクトの概要

目標	本県の優位な立地条件を活かすとともに、自然、産業、文化、暮らしなどの地域資源を観光資源として有効に活用することにより、多くの人々が訪れ、交流する観光立県とちぎを目指します。
重点的取組	☆魅力あふれる観光地づくり ☆戦略的な誘客の推進

2 成果指標等の状況

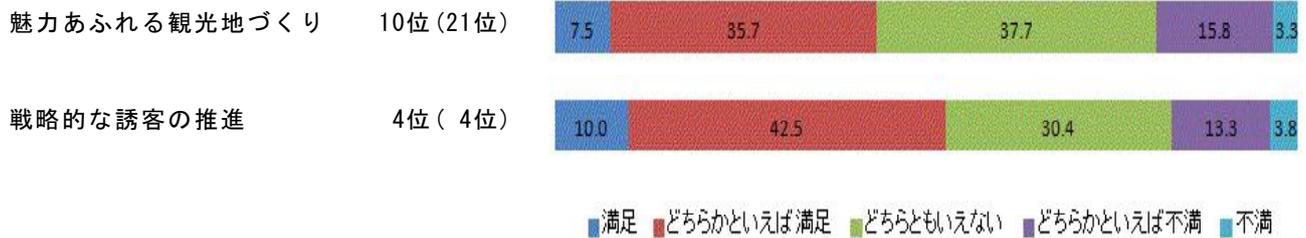
成果指標	基準 ・全国平均 ・全国順位	H22	H23	H24	H25	H26	目標 H27
①観光客入込数	8,341.6万人 (H21)	8,522.2 万人	7,430.1 万人	8,234.3 万人	8,542.5 万人		9,180.0万人
出典：県産業労働観光部調べ (栃木県観光客入込数・宿泊 数推定調査)	達成見込						
②観光客宿泊数	784.8万人 (H21)	799.0 万人	646.8 万人	760.0 万人	780.7 万人		840.0万人
出典：県産業労働観光部調べ (栃木県観光客入込数・宿泊 数推定調査)	達成見込						
③外国人宿泊数	10.2万人 (H21)	11.9 万人	5.5 万人	11.8 万人	12.7 万人		20.3万人
出典：県産業労働観光部調べ (栃木県観光客入込数・宿泊 数推定調査)	達成見込						

(注) 目標達成見込の判断  : 概ね順調  : やや遅れている  : 遅れている

【成果指標の分析】

①②③ 東日本大震災や福島第一原子力発電所事故に伴う風評被害の影響等により、観光客が減少したことから、誘客キャンペーンや観光PRイベント等を実施し、観光客入込数等は概ね震災前の水準まで回復しましたが、目標達成に向けては遅れが生じています。

【平成25年度県民満足度調査結果】



※順位は、「満足」及び「どちらかといえば満足」と回答した割合をもとに順位付けした。()内は前年度の順位。

3 主な取組成果と課題

【成果】

★魅力あふれる観光地づくり

○地域のホスピタリティ向上

《主な取組》

- ①観光振興を担う人材の育成
県内金融機関との連携による「とちぎ観光リーダー育成塾」を開催し（45名参加）、地域において観光まちづくりを推進する人材の育成やネットワークの構築を行いました。
- ②観光事業者をはじめとした地域全体でのおもてなしの向上
地域の観光関係者や交通事業者等からなる「とちぎ観光ホスピタリティ推進会議」において、県内の取組等について意見交換を実施したほか、ホスピタリティ意識や接客マナーの向上に向けて、栃木県観光物産協会が実施する業種別ホスピタリティ研修会に対して助成（観光事業者1回、タクシー協会2回、バス協会2回）を行いました。
- ③行楽期の渋滞対策のためのパーク＆バスライド等の取組促進
那須高原地域においては、これまでの社会実験の成果を踏まえ、那須町が誘導員による駐車場整理及び路上駐車規制等を実施（H25.10.5～20のうち土日祝7日間）しました。また、日光市中宮祠地区においては、協議会での検討結果を踏まえ、二荒橋交差点の右折レーンの延伸工事を実施しました。

○体験型・交流型観光などの新たな旅行分野の開拓

《主な取組》

- ①エコツーリズム等地域の特性を活かした新たな旅行分野の開拓促進
観光客の滞在時間の長期化等に向けて、市町村や観光協会等からなる協議会が取り組む着地型観光商品の開発・販売に対して助成を行ったほか、ホームページ開設やフェイスブックページによる情報発信を行うとともに、フィルムツーリズムの促進、実施に向けたロケ地マップを増刷し、映画館、道の駅、商業施設等に配布しました。

★戦略的な誘客の推進

○戦略的な誘客活動の展開

《主な取組》

- ①首都圏等におけるキャンペーン展開や旅行エージェント等へのPRなどによる誘客宣伝の強化
「やすらぎの栃木路」共同宣伝協議会に「DC誘致部会」を設置し、H26春のJR重点販売地域指定に伴う観光キャンペーンに向け、観光パンフレット等を作成したほか、旅行エージェントを対象とした東京都内での「旅行商品販売促進説明会」の開催やキャラバン隊の派遣（10回）を行ったほか、誘客キャンペーン（2回）、観光PRイベント（21回）、マスコミ訪問（74箇所）等を行い、本県の観光PRを行いました。
また、本県観光地への誘客促進のため、プレミアム付宿泊券「元気度 日本一 とちぎ“券”」の発行や「本物の出会い 栃木パスポート」の作成を行いました。

②東京スカイツリータウン®内のアンテナショップを活用した効果的な情報発信
本県アンテナショップ「とちまるショップ」に、約1,000点以上の県産品を取り揃え、販売するとともに、店舗内イベントスペースにおいて本県全市町のPRイベントを実施したほか、新たな県産品を試験販売する「チャレンジコーナー」を設置するとともに、オリジナル商品の開発、販売を実施しました。
また、本県への誘客を促進するため、とちまるショップ来店者へのアンケートで要望の多かった「ご当地グルメ」を巡るおすすめ周遊コースを作成し、ホームページ等に掲載しました。

- 北関東自動車道を活用した広域的な誘客
- 東アジアを中心とした外国人観光客の誘客対策の推進

《主な取組》

- ①北関東自動車道等を活用した広域連携による誘客促進
茨城県・群馬県と共同で、中京・阪神地区の旅行エージェント及びマスコミへの訪問（14箇所）を実施するとともに、旅行雑誌等への観光PR広告の掲載を行ったほか、北関東三県の観光パンフレット作成（60,000部）を作成し、各県で開催されたイベントで本県観光をPRしました。
また、茨城空港を活用した誘客を図るため、茨城県と共同で観光パンフレット（30,000部）を作成し、札幌・神戸キャンペーン（6回）での配布や現地メディア・旅行会社へ送付したほか、現地旅行エージェント（8社）や現地メディア（8社）を招請し、情報誌へ観光情報の掲載を行いました。
- ②東アジアを中心とした外国人観光客の誘客対策の推進
風評被害の払拭及び本県への観光誘客を図るため、海外の旅行エージェントやメディア等を招請し、本県の安全性及び観光地の魅力のPR等を行いました。
- ③海外における誘客活動の展開
風評被害の払拭と観光誘客を図るため、本県への誘客における重点推進地域である東アジアのうち、韓国では、国際旅行博に出展し、台湾では、旅行エージェントへのセールスコール、観光説明会、商談会等のプロモーションを実施しました。また、香港では、知事のトップセールスを通じて、現地の観光関係者・一般消費者に対しても本県の魅力と安全性をPRしました。

【課題】

☆魅力あふれる観光地づくり

- 地域のホスピタリティ向上

＜観光客受入環境の整備・充実＞

東京オリンピック・パラリンピックや本県開催の国体など、国内外から多くの選手や観光客を迎え入れるためには、ソフト・ハード両面にわたり受入環境を整備・充実する必要があります。

☆戦略的な誘客の推進

- 戦略的な誘客活動の展開

＜関東広域連携による海外誘客の展開＞

各地域間の外国人誘客競争が激しくなっている中、雇用の創出や地域の活性化を図るため、広域連携による誘客活動など、戦略性を持ち、観光産業を成長させていく必要があります。