

観光地域づくり法人形成・確立計画

記入日：令和 6 年 7 月 3 0 日

1. 観光地域づくり法人の組織

申請区分 ※該当するものを ○で囲むこと	広域連携DMO・ <u>地域連携DMO</u> ・地域DMO	
観光地域づくり法人の名称	公益社団法人栃木県観光物産協会	
マネジメント・マーケティング対象とする区域	栃木県	
所在地	栃木県宇都宮市	
設立時期	昭和 38 年 2 月 19 日	
事業年度	4 月 1 日から翌年 3 月 31 日までの 1 年間	
職員数	22 人【常勤 22 人（正職員 4 人・出向等 18 人）、非常勤 0 人】	
代表者（トップ人材：法人の取組について対外的に最終的に責任を負う者）	（氏名） 荻原 正寿 （出身組織名） 黒磯観光協会	平成 24 年から（公社）栃木県観光物産協会の副会長、令和 3 年から同協会の会長として、栃木県内の様々な観光・物産関連の役職を歴任し幅広い人脈にて活躍している。
データ分析に基づいたマーケティングに関する責任者（CMO：チーフ・マーケティング・オフィサー）	（氏名） 石川 隆「専従」 （出身組織名） （公社）栃木県観光物産協会	（公社）栃木県観光物産協会で 31 年間、観光全般の担当として様々な誘客事業に携わり、県内の市町観光主管課、地区観光協会、観光事業者等との幅広いネットワークを有する。
財務責任者（CFO：チーフ・フィナンシャル・オフィサー）	（氏名） 青井 智也「専従」 （出身組織名） 栃木県	栃木県庁で長年勤務し、組織として調整及び管理能力が高い。当協会の事務局長兼総務課長として持続可能な運営のため、運営収支や財源確保に関する検討を行う。
管理部門の責任者（専門人材）	（氏名） 手塚 章郎「専従」 （出身組織名） 栃木県	栃木県観光交流課長を務めるなど栃木県の観光行政に長く関わり、県内観光業者との人脈も広く、組織として調整及び管理能力が高い。
プロモーション部門の責任者（専門人材）	（氏名） 清水 敬三郎「専従」 （出身組織名） （株）JTB	旅行会社で長年勤務し、本県のさくら市で観光行政も経験。観光業界において精通しており、旅行商品の造成や国内外のプロモーション及び観光資源の発掘に高い能力を持つ。
連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	栃木県産業労働観光部観光交流課 （国内誘客、インバウンド推進、観光地づくり、とちぎ特産振興）及び県庁各課、県内全市町観光主管課（観光振興全般）	
連携する事業者名及び役割	県内地区観光協会 （観光地づくり、受け入れ体制強化、地域連絡調整、県内周遊着地型商品の開	

	発・PR等への協力) 公益社団法人栃木県観光物産協会会員（観光誘客及び物産振興） 県内商工会議所・商工会（多種業者との事業連携） 東日本旅客鉄道(株)、東武鉄道(株)、関東自動車(株) 等（アクセス改善） (株)JTB、近畿日本ツーリスト(株)、県内旅行会社 等（旅行商品造成、誘客） 栃木県旅館ホテル生活衛生同業組合、旅館・ホテル事業者（宿泊） とちぎテレビ、下野新聞 等（マスコミ）								
官民・産業間・地域間との持続可能な連携を図るための合意形成の仕組み	【該当する登録要件】①、② （概要） ①公益社団法人栃木県観光物産協会は、県内市町観光主管課、県内地区観光協会、観光事業者、宿泊事業者、交通事業者、旅行業者、物産事業者、旅館ホテル組合、商工・農業団体等多様な関係者が会員となり、理事会及び総会において意思決定を行い、合意形成を図っている。 ②県内若手経営者を中心とした民間主体のとちぎ観光地づくり委員会（主なメンバー：早川公一郎 足利フラワーリゾート代表取締役社長、小野真 鬼怒川パークホテル代表取締役）を設立し、地域を潤す観点をもちながら、自主自律したDMOの推進を図っている。								
地域住民に対する観光地域づくりに関する意識啓発・参画促進の取組	各種セミナー開催等の県事業と連携し観光普及活動に取り組んでいる。								
法人のこれまでの活動実績	【活動の概要】 <table border="1"> <thead> <tr> <th>事業</th><th>実施概要</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>情報発信・プロモーション</td><td> ・令和5年度インターネット事業 多様な観光・物産需要に対応するため、既存の観光・物産部門のみならず、商工・農林業団体や市町等との連携を図りながら、国内版観光情報サイト「とちぎ旅ネット」、多言語版観光情報サイト「VISIT TOCHIGI」及び栃木の県産品お取り寄せ通販サイト「とちぎもの」を運営した。 ・令和5年度観光キャラバン事業 県外のマスコミ、旅行エージェント等に対し、本県への更なる誘客促進に向けた観光キャラバンを各地で実施した。 ・国内誘客WEB対策事業 県内宿泊需要の回復を図るため、国内版観光サイト「とちぎ旅ネット」及び体験予約サイトを活用し、WEBサイトでの観光誘客プロモーションを展開し、国内旅行検討者に本県の魅力をPRした。 </td></tr> <tr> <td>受入環境の整備</td><td> ・令和5年度スマートワーケーション発信事業 本県におけるワーケーションの一層の推進に向け、コーディネーター業務（ワーケーションに関する情報の一元化、宿泊料金割引支援）、情報発信業務（専用HPや動画の管理運用、ヘルプデスクの運営）を行った。 </td></tr> <tr> <td>観光資源の磨き上げ</td><td> ・令和5年度地域連携観光地づくり支援事業 令和4年度に県央地域で実施した同事業を継続し、県東地域での観光地づくりの組織化及び事業実施を支援した。令和5年度は国内版観光情報サイト「とちぎ旅ネット」内において、地元ライターや現地スタッフが、本県の魅力あるスポットやおすすめ情報の発信を行う「とちぎ旅ネット公式ブログ」ページを構築した。 </td></tr> </tbody> </table>	事業	実施概要	情報発信・プロモーション	・令和5年度インターネット事業 多様な観光・物産需要に対応するため、既存の観光・物産部門のみならず、商工・農林業団体や市町等との連携を図りながら、国内版観光情報サイト「とちぎ旅ネット」、多言語版観光情報サイト「VISIT TOCHIGI」及び栃木の県産品お取り寄せ通販サイト「とちぎもの」を運営した。 ・令和5年度観光キャラバン事業 県外のマスコミ、旅行エージェント等に対し、本県への更なる誘客促進に向けた観光キャラバンを各地で実施した。 ・国内誘客WEB対策事業 県内宿泊需要の回復を図るため、国内版観光サイト「とちぎ旅ネット」及び体験予約サイトを活用し、WEBサイトでの観光誘客プロモーションを展開し、国内旅行検討者に本県の魅力をPRした。	受入環境の整備	・令和5年度スマートワーケーション発信事業 本県におけるワーケーションの一層の推進に向け、コーディネーター業務（ワーケーションに関する情報の一元化、宿泊料金割引支援）、情報発信業務（専用HPや動画の管理運用、ヘルプデスクの運営）を行った。	観光資源の磨き上げ	・令和5年度地域連携観光地づくり支援事業 令和4年度に県央地域で実施した同事業を継続し、県東地域での観光地づくりの組織化及び事業実施を支援した。令和5年度は国内版観光情報サイト「とちぎ旅ネット」内において、地元ライターや現地スタッフが、本県の魅力あるスポットやおすすめ情報の発信を行う「とちぎ旅ネット公式ブログ」ページを構築した。
事業	実施概要								
情報発信・プロモーション	・令和5年度インターネット事業 多様な観光・物産需要に対応するため、既存の観光・物産部門のみならず、商工・農林業団体や市町等との連携を図りながら、国内版観光情報サイト「とちぎ旅ネット」、多言語版観光情報サイト「VISIT TOCHIGI」及び栃木の県産品お取り寄せ通販サイト「とちぎもの」を運営した。 ・令和5年度観光キャラバン事業 県外のマスコミ、旅行エージェント等に対し、本県への更なる誘客促進に向けた観光キャラバンを各地で実施した。 ・国内誘客WEB対策事業 県内宿泊需要の回復を図るため、国内版観光サイト「とちぎ旅ネット」及び体験予約サイトを活用し、WEBサイトでの観光誘客プロモーションを展開し、国内旅行検討者に本県の魅力をPRした。								
受入環境の整備	・令和5年度スマートワーケーション発信事業 本県におけるワーケーションの一層の推進に向け、コーディネーター業務（ワーケーションに関する情報の一元化、宿泊料金割引支援）、情報発信業務（専用HPや動画の管理運用、ヘルプデスクの運営）を行った。								
観光資源の磨き上げ	・令和5年度地域連携観光地づくり支援事業 令和4年度に県央地域で実施した同事業を継続し、県東地域での観光地づくりの組織化及び事業実施を支援した。令和5年度は国内版観光情報サイト「とちぎ旅ネット」内において、地元ライターや現地スタッフが、本県の魅力あるスポットやおすすめ情報の発信を行う「とちぎ旅ネット公式ブログ」ページを構築した。								

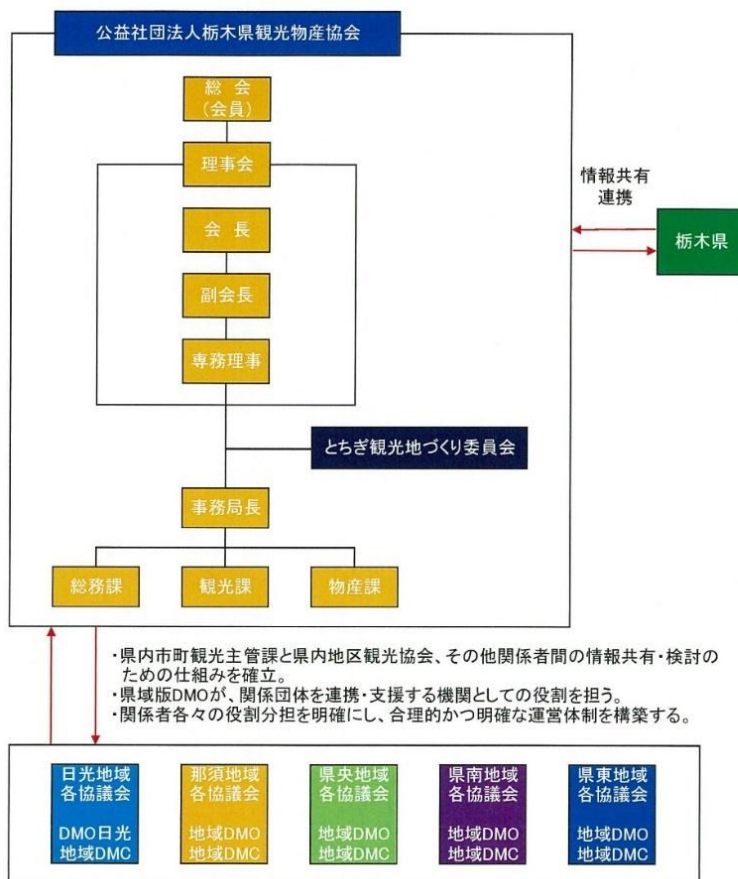
	<p>【定量的な評価】</p> <p>○延べ宿泊者数</p> <p>令和3年 5,072 千人 令和4年 7,244 千人 令和5年 7,847 千人（対前年比 108.3%）</p> <p>※出典：栃木県観光客入込数・宿泊数推定調査結果</p> <p>○延べ外国人宿泊者数</p> <p>令和3年 17 千人 令和4年 46 千人 令和5年 235 千人（対前年 513.8 比%）</p> <p>※出典：栃木県観光客入込数・宿泊数推定調査結果</p> <p>○延べ観光客入込数</p> <p>令和3年 64,138 千人 令和4年 72,604 千人 令和5年 83,876 千人（対前年比 115.5%）</p> <p>※出典：栃木県観光客入込数・宿泊数推定調査結果</p>
--	---

実施体制

※地域の関係者との連携体制及び地域における合意形成の仕組みが分かる図表等を必ず記入すること（別添可）。

【実施体制の概要】

（公社）栃木県観光物産協会が主体となり、とちぎ観光地づくり委員会を開催している。委員会のメンバーには、行政、宿泊業者、飲食業者、地域DMO、旅行者など多様な関係者が参画するなど官民が密接に連携しながら、「地域を潤す」自主自律したDMOを目指している。

【実施体制図】

2. 観光地域づくり法人がマネジメント・マーケティングする区域

【区域の範囲が分かる図表を挿入】 栃木全域（5エリア）

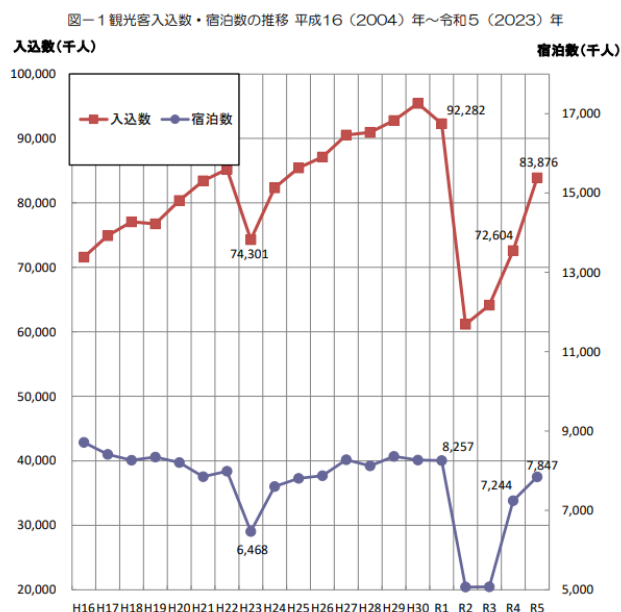


【区域設定の考え方】

栃木県では、平成 25 年から県内を 5 つの地域（日光・那須・県央・県南・県東）で区域設定しており、各地域において市町を跨った地域分科会が構成されている。各区域は、特色ある歴史・文化や自然環境、温泉資源などを有しており、それらを活用し、共通のテーマ設定やターゲットを繋いで 5 地域を跨ぐモデルルート等を作成している。

【観光客の実態等】

○観光客入込数・宿泊数の推移



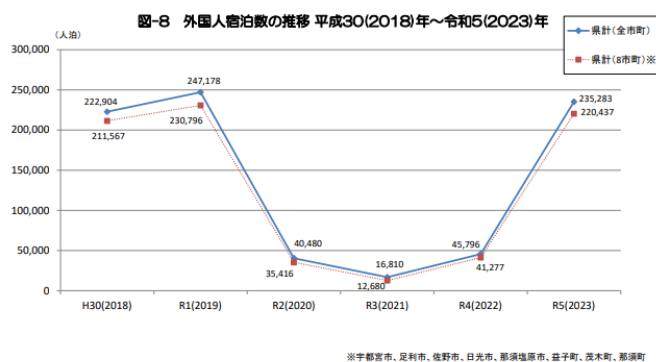
新とちぎ観光立県戦略
(令和3年3月に策定)

数値目標(令和7)

※新型コロナウイルス感染症の感染拡大の影響が見通せないことから、いずれの指標もコロナ禍発生前の水準を上回ることを目指しますが、感染状況やその影響を踏まえながら、適宜、目標値の見直しを行います。

- ・観光客入込数
9,228 万人(令和元年現状値)
→ 現状値を上回る(令和7年)
- ・観光客宿泊数
826 万人(令和元年現状値)
→ 現状値を上回る(令和7年)

○外国人宿泊数の推移



新とちぎ観光立県戦略
(令和3年3月に策定)

数値目標(令和7)

※新型コロナウイルス感染症の感染拡大の影響が見通せないことから、いずれの指標もコロナ禍発生前の水準を上回ることを目指しますが、感染状況やその影響を踏まえながら、適宜、目標値の見直しを行います。

- ・外国人宿泊数
24.7 万人(令和元年現状値)
→ 現状値を上回る(令和7年)

【観光資源：観光施設、商業施設、自然、文化、スポーツ、イベント等】

①エリア特徴

- 日光エリア：国内外に認知度の高い世界遺産「日光の社寺」を有する日光エリア。またいろは坂の先の奥日光では、中禅寺湖や華厳滝などの豊富な水資源と合わせて、「英国大使館別荘記念公園」「イタリア大使館別荘記念公園」など外国人の避暑地として面影を伝える建物が今も残っている。また、鬼怒川温泉、川治温泉、湯西川温泉など、多くの名湯と宿泊施設があり、下今市から鬼怒川温泉までＳＬ「大樹」に乗車できる。
- 那須エリア：塩原温泉、那須温泉、板室温泉など多彩な源泉をもち、温泉エリアとして国内として認知度が高い。本州日本一の乳製品の産品が多く、牧場や遊園地などの観光施設もあり、ファミリーが多く訪れている。冬季にはスキー場も賑わう。
- 県央エリア：栃木県の中央を東西に貫く県央エリア。県庁所在地で、餃子で有名な宇都宮は、神秘的な地下空間の産業遺産「大谷資料館」が人気を高めており、令和５年８月には、宇都宮ライトレールが新たに開業し注目をされている。また、平成２８年１２月にユネスコ無形文化遺産に登録された、鹿沼市の「鹿沼秋まつり」、那須烏山市の「山あげ祭」など世界に誇れる文化遺産も注目をされている。
- 県南エリア：あしががフラワーパークは、年々国内外から集客を伸ばしており、CNNが選出した「平成２６年の世界の夢の旅行先１０カ所」に日本で唯一選ばれた。また、平成２７年４月に「日本遺産」に認定された足利市の日本最古の学校「史跡足利学校」、国宝「鏝阿寺」などの周辺や栃木市の街中を流れる巴波川沿いに残る、歴史ある蔵の街並みは、町歩きで人気を呼んでいる。
- 県東エリア：日本でも数少ないＳＬ「もおか」（真岡鐵道）に乗車でき、最新のテクノロジーを詰め込んだモータースポーツ観戦ができる「モビリティリゾートもてぎ」など、新旧の顔を持つ県東エリア。海外からのお客さんも多い「益子焼」の体験ができるスポットもある。自然も豊かで、ハイキングを楽しめる山や季節の花々も楽しめます。

②エリア

エリア	観光施設	温泉地	自然	文化・歴史	イベント
日光	日光江戸村、東武ワールドスクウェア、鬼怒川ライン下り、ＳＬ大樹・ＳＬふたら（東武鉄道）、エーデルワイススキーリゾート、湯西川ダム水陸両用バスダックツアー、平家の里、足尾銅山観光	日光温泉、中禅寺温泉、日光湯元温泉、鬼怒川温泉、川治温泉、湯西川温泉、川俣温泉、奥鬼怒温泉	いろは坂、華厳滝、中禅寺湖、男体山、●戦場ヶ原、●小田代原、●湯の湖、●湯川、霧降高原、龍王峡、瀬戸合峡、鬼怒沼	★日光東照宮、★日光二荒山神社、★日光輪王寺、田母沢御用邸記念公園、日光植物園、日光自然博物館、英国大使館別荘記念公園、イタリア大使館別荘記念公園、日光杉並木街道	弥生祭、日光東照宮春季例大祭・秋季大祭、平家大祭、龍王祭、月あかり花回廊、日光そばまつり、湯西川温泉かまくら祭
那須	栃木県ながわ水遊園、☆千本松牧場、那須ガーデンアウトレット、ハンターマウンテン塩原、もみじ谷大吊橋、那須フィッシュランド、板室ダム湖、カヌー体験ツアー、☆南ヶ丘牧場、那須ハイランドパーク、那須高原りんどう湖ファミリー牧場、那須どうぶつ王国、那須サファリパーク、那須ロープウェイ、那須ワッパーク	那須温泉郷、塩原温泉郷、板室温泉	八方ヶ原、おしらじの滝、沼ッ原湿原、回顧の滝、日塩もみじライン、尚仁沢湧水、茶臼岳、八幡のつつじ、殺生石、那須平成の森	大雄寺、☆旧青木家、那須別邸、☆大山別邸、☆松方別邸、☆山縣有朋記念館、藤城清治美術館	大田原屋台まつり、塩原温泉ぼたんまつり、つつじまつり、御神火祭、芭蕉の里くろばね、紫陽花まつり、与一まつり、那須野巻狩まつり

県央	ろまんちっく村、 若竹の杜 若山農場、 宇都宮ライトレール、 鹿沼市花木センター、 島崎酒造の洞窟酒蔵 鬼怒グリーンパーク、 高瀬観光やな	喜連川温泉、 馬頭温泉	大芦溪谷、 井戸湿原、 龍門の滝、 きつれ川ポピー畑、 鬼怒グリーンパーク	☆大谷資料館、 ☆カトリック 松が峰教会、 二荒山神社、 古峯神社、 烏山和紙（体験）、 ○境橋	若竹の杜 若山農場 ライトアップ、 鹿沼さつき祭り、 山あげ祭、 ふるさと宮まつり、 うつのみや 花火大会、 かみのかわ サンフラワー祭り、 鹿沼秋まつり、 宇都宮餃子まつり、 氏家雛めぐり
県南	あしかがフラワーパーク、 大平ぶどう団地 （ぶどう狩り） 佐野プレミアム・アウトレット いちごの里 おもちゃのまち パングミュージアム		行道山、太平山 ●渡良瀬遊水地 三霧山、 出流原弁天池	☆史跡足利学校、 鏝阿寺、蔵の街、 出流山満願寺、 佐野厄よけ大師、 野木ホフマン館	かたくりの花まつり、 天平の花まつり、 ふじのはな物語 ～大藤まつり～ 間々田の「じゃがまいた」、 名草ホテルまつり、 とちぎあじさいまつり、 ひまわりフェスティバル、 小山の花火、 足利花火大会、 とちぎ秋まつり、 光の花の庭～ フラワーファンタジー～ グリムの森 イルミネーション
県東	SL もおか （真岡鐵道） 井頭公園、 JA はが野益子 観光いちご団地、 モビリティリゾート もてぎ、 大瀬観光やな	益子温泉	市貝町芝ざくら公園 焼森山 ミツマタ群生地	岡部記念館金鈴荘、 益子焼（体験）、 大畑武者絵資料館 入野家住宅	真岡の一万本 桜まつり 芝ざくらまつり、 春・秋の 益子陶器市、 ローズフェスタ、 あじさい祭り、 真岡の夏まつり、 コスモス祭り、 真岡・浪漫ひな飾り

★印：世界文化遺産構成文化財

●印：ラムサール条約湿地

☆印：日本遺産構成文化財

○印：全国近代化遺産

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

	ホテル		旅館	
	施設数	客室数	施設数	客室数
平成 30 年 3 月	168	11,506	1,250	23,749
	旅館・ホテル施設数		旅館・ホテル客室数	
平成 31 年 3 月	1,412		35,695	
令和 2 年 3 月	1,413		35,790	
令和 3 年 3 月	1,412		36,359	

資料：厚生労働省生活衛生局指導課

【利便性：区域までの交通、域内交通】

○鉄道

首都圏からは東北新幹線・東武鉄道にてアクセスが良く県内各地を訪れることが可能。

- ・「宇都宮駅」まで東京駅からＪＲ東北新幹線で 49 分
- ・「小山駅」まで上野駅からＪＲ東北新幹線で 36 分、宇都宮線（普通列車）で 76 分
- ・「那須塩原駅」まで東京駅からＪＲ東北新幹線で 72 分
- ・「鬼怒川温泉駅」まで浅草駅から東武鉄道特急で 119 分
- ・「東武日光駅」まで浅草駅から東武鉄道特急で 112 分

○自動車

首都圏からは東北自動車道、北関東自動車道ならびに圏央自動車の開通により近県からのアクセスが良好。

- ・「佐野藤岡ＩＣ」まで東北道川口ＪＣＴから 59.2Km 45 分
- ・「宇都宮ＩＣ」まで東北道川口ＪＣＴから 103km 60 分
- ・「日光ＩＣ」まで東北道川口ＪＣＴから 128.9km 87 分
- ・「宇都宮ＩＣ」まで圏央道開通により成田空港から 158km 120 分

○二次交通

日光エリア、那須エリアにおいては観光タクシー、観光周遊バスなどを運行している。県央エリアの宇都宮では、地元バス会社の既存路線バスを活用した「餃子」や「大谷資料館」などを楽しめる企画乗車券を造成している。また、令和５年、宇都宮ライトレールが開業し、沿線や終点の県東エリアの二次交通の向上が期待される。

他のエリアについては、レンタサイクリングの導入など取組は進んでいるものの、路線バスの利便性向上やエリアを跨ぐ二次交通の整備が大きな課題となっている。

【外国人観光客への対応】

- ・県内にはＪＮＴＯ認定外国人観光案内所が 24 カ所設置されており、外国人向けの観光案内に対応できる環境が整備されている。また、国立公園満喫プロジェクトにおける日光国立公園を有しており、今後世界遺産二社一寺だけでなく、「自然」や「体験」を活かしたコンテンツを創出していく。
- ・案内標識の多言語化、無料公衆無線ＬＡＮ環境の整備、観光案内所などの情報提供体制の充実、免税やクレジット決済対応可能店舗の拡充など、外国人観光客の受入環境整備に取り組んでいる。

３．各種データ等の継続的な収集・分析

収集するデータ	収集の目的	収集方法
観光消費額	事業効果の測定及び改善に向けたデータとして活用する。	観光庁「共通基準による全国観光入込客統計」
延べ宿泊者数	同 上	栃木県「栃木県観光客入込数・宿泊数推定調査」
来訪者満足度	同 上	栃木県「栃木県観光動態調査」
リピーター率	同 上	同 上
外国人宿泊数	同 上	栃木県「栃木県観光客入込数・宿泊数推定調査」
ＷＥＢサイトのアクセス数（ページビュー数）	同 上	Google Analytics 4 等の解析ツール
ＤＭＯとしての事業構築数	新規事業を構築し、新たな観光サービスを提供し続ける。	事業実走での調査を実施する。

4. 戦略

(1) 地域における観光を取り巻く背景

栃木県では、平成 30 年に J R 6 社のデスティネーションキャンペーンが実施され、環境省国立公園満喫プロジェクトでは日光国立公園が選定され、現在も継続して観光による誘客強化を官民連携・観光業界全体で図っている。

従来、栃木県では観光入込客数だけでなく、宿泊者数も重視している中、受け入れ先である旅館・ホテルや観光施設の人材の採用・定着化が重要課題となっている。

観光人材の不足及び高度な経営マネジメント人材も不足しており、今後持続的な観光地を発展させていくためにも観光人材の確保と育成が急務となっている。

このため、令和元年度にはこうした地域の課題に対し、とちぎDMOを中心として「地域における観光産業の実務人材確保・育成事業（観光庁採択事業）」を実施した。

また、令和2年度から観光業経営者等を対象とした観光業担い手育成のためのセミナー事業の一環として、宿泊施設や観光施設等におけるIT活用やインバウンド対応、マーケティング等のセミナーを開催、令和3年度5回、令和4年度3回、令和5年度4回の各種セミナーを開催した。

(2) 地域の強みと弱み


	好影響	悪影響
内部環境	強み (Strengths) <ul style="list-style-type: none"> ■ 国立公園満喫プロジェクトに選定されている「日光」の高い認知度と豊かな自然・景観と「那須」のロイヤルリゾートのブランドイメージ ■ 世界遺産「日光の社寺」 ■ 「奥日光の湿原」「渡良瀬遊水地」のラムサール条約湿地 ■ 日光、鬼怒川、川治、湯西川、川俣、奥鬼怒、那須、塩原、板室等の豊富な温泉資源 ■ 県内2つのアウトレット、テーマパーク等の充実したエンターテインメント施設 ■ 小山・鹿沼・那須烏山のユネスコ無形文化遺産 ■ 足利学校、大谷石文化（宇都宮市）、那須野が原開拓浪漫譚（那須塩原市、矢板市、大田原市、那須町）の日本遺産 ■ 宇都宮駅東口交流拠点施設（コンベンション施設）開業（令和4年11月）によるMICE案件の増加 ■ 東北新幹線から県内へダイレクト・アクセス ■ 高速道路網整備によるアクセス向上 	弱み (Weaknesses) <ul style="list-style-type: none"> ■ 首都圏からのアクセスの利便性による日帰り客の割合の高さ ■ 二次交通網の整備率の低さ ■ スキーリゾートの厳しい経営環境 ■ 十分に活用しきれていない観光資源の存在 ■ 資源群の点在化からなる周遊ルートの未整備 ■ 活用しきれていない日光・那須の観光集客力 ■ 人口減少や少子化による観光地経営の持続性低下の懸念 ■ 「栃木県」の海外における認知度の低さ
外部環境	機会 (Opportunity) <ul style="list-style-type: none"> ■ 令和5年宇都宮市にLRT開業 ■ 東京圏からの移住者増加 ■ アフターコロナに想定されるインバウンド需要の増加 	脅威 (Threat) <ul style="list-style-type: none"> ■ 人口減少・物価高騰による国内市場の縮小 ■ 高速道路網の発達による近県自治体間の観光の競合 ■ 観光人材の不足

(3) ターゲット

<p>○第1ターゲット層 首都圏・近県（福島・宮城など）の男女シニア層および若い女性層</p>
<p>○選定の理由 4,000万人マーケット＝日本最大の人口ボリュームゾーンであり、鉄道網・高速道路網の整備により、首都圏・近県からのアクセスが良好。栃木県観光動態調査の過去5年のデータにより男女シニア層および若い女性層をターゲットとする。</p> <p>○取組方針 未だ伝わり切れていない「栃木県観光の魅力」の奥深さやアクセスの良さを訴求し、来訪・再来訪の関心を醸成する。また、非来訪者のニーズ等を調査し、対策を図ることで他観光地に勝てる環境・仕組化を推進する。</p>
<p>○ターゲット層 中部圏・関西圏</p>
<p>○選定の理由 首都圏・近県に比べ中部圏（愛知県・岐阜県・三重県）、関西圏（大阪府・京都府・兵庫県・滋賀県・奈良県・和歌山県）の入込数は現状少ないが、令和元（2019）年に栃木県の大阪センターが開設された。また、中部圏からは圏央道の開通による都心渋滞回避したバスや自動車ルート、関西圏からは神戸空港～茨城空港・大阪（伊丹）空港～福島空港を利用した航空ルートと本県へのアクセスが向上したことによりターゲットとする。ターゲット層は第一ターゲット層と同様とする。</p> <p>○取組方針 栃木県が令和3（2021）年3月に策定した「新とちぎ観光立県戦略」の国内観光客の誘客強化として大阪センターと連携した関西圏へのプロモーションの強化を掲げており、栃木県および栃木県大阪センターと連携し、平成28（2016）年から実施している旅行会社やマスコミに向けたプロモーションを継続実施していく。</p>
<p>○ターゲット層 台湾・香港の訪日リピーター層</p>
<p>○選定の理由 過去5年の観光白書による訪日のリピート率の高い、韓国・台湾・中国・香港の中でも栃木県の海外誘客拠点のある台湾・香港をターゲットとする。</p> <p>香港 名称：栃木県香港事務所（ジェトロ共同事務所） 概要：栃木県が駐在員を派遣し、香港をはじめとする中国・ASEAN諸国における情報の収集・発信を行っている。</p> <p>台湾 名称：台湾観光誘客拠点機能 概要：栃木県が台陽广告有限公司と業務委託契約を結び、メディア等を利用した情報発信の企画・実施や現地旅行会社へのプロモーション等を行っている。</p> <p>○取組方針 首都圏・羽田空港・成田空港からのアクセスの良さ・至近性と、「世界遺産」「ラムサール条約湿地」「ユネスコ無形文化遺産」といった世界的にも評価が高い資源が豊富であることを訴求。 また、令和元（2019）年11月から外国人材活用インバウンド推進事業を実施し、国が新たに創設した「外国人による地方創生支援制度」を活用して即戦力となる外国人材（台湾出身）1名を採用</p>

し、外国人目線による県内観光資源の発掘・PR 等の実施や、現地旅行会社等との連絡調整など、効果的な情報発信を行い、アフターコロナに向けて外国人観光客数の増加を図る。
○ターゲット層 タイ・米国・中国の富裕層
○選定の理由 令和元（2019）年の本県国別宿泊者数が上位のタイ・米国・中国の特に地域経済に大きな効果を期待できる富裕層をターゲットとする。
○取組方針 栃木県は令和 5（2023）年にタイ・米国・中国に海外誘客拠点を設置し、情報発信やプロモーションなどを開始しており、当協会としても栃木県と連携しながら誘客促進を図っていく。

（４）観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	『本物の出会い 栃木』 
②コンセプトの考え方	<p>栃木県は、都会近くにありながら、自然（「奥日光の湿原」「渡良瀬遊水地」のラムサール条約湿地、日光、鬼怒川、川治、湯西川、川俣、奥鬼怒、那須、塩原、板室等の豊富な温泉資源）、食（湯波、宇都宮餃子、いちご等）、歴史・文化（世界遺産「日光の社寺」、足利学校・大谷石文化（宇都宮市）・那須野が原開拓浪漫譚（那須塩原市、矢板市、大田原市、那須町）の日本遺産、結城紬（小山市）・鹿沼・烏山の屋台行事のユネスコ無形文化遺産等）など「本当にいいもの、いいこと（＝本物）」が豊かな地域である。そして、「本物」を守り、創り出す素晴らしい「人」たちがいる。</p> <p>県内各地を訪れると、こうした「本物」や「人」との出会いを通して、感動、実感、共感できることが本県の魅力であり、その出会いこそが「本物の出会い」である。</p> <p>その人ならではの「本物の出会い」を見つけてもらうため、たくさんの人に、何度も本県を訪れていただき、県内各地を周遊してもらうことで、観光消費を高め、地域が潤う観光地づくりを関係者が連携して進める。また、県内観光従事者が楽しみながら、観光来訪者を楽しませることが出来る観光地づくりを推進していく。</p>

5. 関係者が実施する観光関連事業と戦略との整合性に関する調整・仕組み作り、プロモーション

項目	概要
戦略の多様な関係者との共有 ※頻度が分かるよう記入すること。	<p>理事会、総会、とちぎ観光地づくり委員会、各地域分科会</p> <p>DMOを中心として、地域の関連事業者を集めてコミュニケーションの場を3ヶ月に1回程度設け、とちぎ観光地づくり委員会を開催するとともに、関連事業者に対してのコンサルティング等を実施している。とちぎ観光地づくり委員会には、オブザーバーとして登録DMO及び候補DMOが参加し連携を図った。</p> <p>理事会（年2回）や総会（年1回）の場で、多様な関係者とコミュニケーションを図ることで、戦略の共有を実施している。観光振興を目的として栃木県内市町が参画した地域分科会などをコミュニケーションの場とするとともに、各地域の関連事業者・DMOとも連携している。</p> <p>また、とちぎ観光地づくり委員会でKPIの達成状況を共有、意見交換を実施し、理事会で事業報告を行っている。</p>
観光客に提供するサービスについて、維持・向上・評価する仕組みや体制の構築	<p>とちぎ観光おもてなし条例に基づき、国内外の観光客に対応できるよう、観光事業者、観光関連団体への普及啓発やセミナー等を支援している。</p> <p>●観光業担い手育成セミナーを年4回開催</p> <ul style="list-style-type: none"> ・第1回 <ul style="list-style-type: none"> 開催日時 令和5（2023）年7月13日（木） 開催場所 県庁北別館会議室 401 演 題 地域のブランド力や資本力に依存しない観光資源の発掘・磨き上げのポイント 講 師 株式会社グローバル 地域振興事業部 部長 加藤 英里氏 参加者数 32名 ・第2回 <ul style="list-style-type: none"> 開催日時 令和5（2023）年9月27日（水） 開催場所 栃木県庁研修館 302 研修室 演 題 事例に学ぶ！成果に繋がる観光DXとは 講 師 株式会社グローバル 地域振興事業部 部長 加藤 英里氏 参加者数 18名 ・第3回 <ul style="list-style-type: none"> 開催日時 令和5（2023）年12月12日（火） 開催場所 栃木県庁研修館 302 研修室 演 題 インバウンド観光のトレンドと高付加価値な対応力 講 師 株式会社やまところ 代表取締役 村山 慶輔 氏 参加者数 29名 ・第4回 <ul style="list-style-type: none"> 開催日時 令和6（2024）年2月26日（月） 開催場所 栃木県庁研修館 302 研修室 演 題 マーケットデータから読み解く日本人の国内宿泊旅行実態 講 師 (株)リクルート ジャらんリサーチセンター 主席研究員 森戸 香奈子 氏 参加者数 31名

観光客に対する地域一体となった戦略に基づく一元的な情報発信・プロモーション	当協会が構築・運営しているホームページを中心に、地域の情報を集約し、全県の一元化した観光情報の発信機能強化を図り、あわせてSNSを活用し、日本語のみならず、多言語で効果的なプロモーションを実施。
---------------------------------------	---

6. K P I（実績・目標）

（1）必須K P I

指標項目		2021 (R 3) 年度	2022 (R 4) 年度	2023 (R 5) 年度	2024 (R 6) 年度	2025 (R 7) 年度	2026 (R 8) 年度
●旅行消費額 (百万円)	目標	520,000 (1,600)	550,000 (1,500)	700,000 (1,600)	725,000 (1,700)	750,000 (1,800)	775,000 (1,900)
	実績	535,126 (-)	661,658 (-)	- (-)			
●延べ宿泊者数 (千人)	目標	5,500 (50)	5,500 (30)	7,500 (100)	8,000 (250)	8,250 (275)	8,500 (300)
	実績	5,072 (17)	7,244 (46)	7,847 (235)			
●来訪者満足度 (%)	目標	90 (-)	91 (-)	91 (-)	93 (-)	94 (-)	94 (-)
	実績	92.7 (-)	90.0 (-)	92.1 (-)			
●リピーター率 (%)	目標	91 (-)	91 (-)	90 (-)	90 (-)	91 (-)	91 (-)
	実績	88.5 (-)	87.3 (-)	88.5 (-)			

※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値

※旅行消費額は、観光庁の「全国観光入込客統計に関する共通基準 集計表」をK P I 指標とする。

※延べ宿泊者数は、栃木県の「栃木県観光客入込数・宿泊数推定調査結果」をK P I 指標とする。

※来訪者満足度は、栃木県の「栃木県観光動態調査」の来訪者満足度調査で、「大変満足」、「ほぼ満足」と回答した割合をK P I 指標とする。

※リピーター率は、栃木県の「栃木県観光動態調査」の来訪回数調査で、「2回目」、「3回目」、「4回目」、「5回以上」と回答した数値をK P I 指標とする。

目標数値の設定にあたっての検討の経緯及び考え方

【検討の経緯】

観光庁及び栃木県観光統計を必須KPIとして設定している。同じ目標（KPI）を達成するために協会としての事業を実施し、地区観光協会も連動するサポートも実施。

ただし、栃木県では「新とちぎ観光立県戦略」を令和3年3月に策定し、当時は新型コロナウイルス感染症の感染拡大の影響が見通せないことから、いずれの指標もコロナ禍発生前の水準を上回ること为目标とし、感染状況やその影響を踏まえながら、適宜、数値目標値の見直しを行うことになった。

【設定にあたっての考え方】

●旅行消費額

数値目標は栃木県の「とちぎ観光立県戦略」に合わせて設定した。日帰り・宿泊者数の規模だけでなく、地域経済の波及効果度・高付加価値化を進めるためにも単価を上げる自助努力を促していく。

●延べ宿泊者数

数値目標は栃木県の「とちぎ観光立県戦略」に合わせて設定した。観光消費額の核となる宿泊者数の維持を図る。また、宿泊単価に拘りの意識を持つ。

●来訪者満足度

数値目標は栃木県の「栃木県観光動態調査」の総合満足度の実績に基づき、向上を図るよう算出した。来訪者満足度は非常に高い水準にあるが、これを維持し向上を図る。

●リピーター率

数値目標は栃木県の「栃木県観光動態調査」の来訪回数調査の実績に基づき、向上を図るよう算出した。8割以上のリピーター化が図れているが、リピーターの来訪頻度には、ばらつきがある。これを頻度高くさせるための政策を検討していく必要と検討している。

（２）その他の目標

指標項目		2021 (R3) 年度	2022 (R4) 年度	2023 (R5) 年度	2024 (R6) 年度	2025 (R7) 年度	2026 (R8) 年度
●ホームページ アクセス数 (千PV)	目標	7,500 (150)	6,000 (150)	6,000 (350)	6,000 (1,300)	6,500 (1,400)	7,000 (1,500)
	実績	5,768 (123)	4,569 (299)	5,659 (1,224)			
●物産の売上額 (千円)	目標	158,000 (-)	240,000 (-)	350,000 (-)	400,000 (-)	425,000 (-)	450,000 (-)
	実績	196,659 (-)	314,505 (-)	378,380 (-)			

※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値

指標項目及び目標数値の設定にあたっての検討の経緯及び考え方

【検討の経緯】

デジタルマーケティングを強化するため、当協会のとちぎ旅ネットのアクセス数（PV）を指標の一つとして設定している。また、当協会の安定的な運営のため、物産の売上額を指標の一つとして設定している。

【設定にあたっての考え方】

●WEBアクセス数

デジタル化が進む中で、デジタルでの旅前の認知度、選択候補に入ること強化するためにWEBアクセス数を維持・向上させていきたい。

●物産の売上額

県産品の振興を図るとともに、当協会の安定的な運営のために、物産の売上高をさらに伸ばすことで、当協会の財源確保を図っていく。

7. 活動に係る運営費の額及び調達方法の見通し

(1) 収入

年（年度）	総収入（円）	内訳（具体的に記入すること）
2021（R3） 年度	342,531,695（円）	【県からの補助金】 124,088,000（円） 【観光プロモーション協議会からの補助金】 600,000（円） 【県からの委託料】 69,640,070（円） 【観光プロモーション協議会からの委託料】 11,562,626（円） 【収益事業】 119,861,866（円） 【会費】 13,425,000（円） 【その他（基本財産運用益、特定資産運用益、受取負担金、受取賃借料）】 3,354,133（円）
2022（R4） 年度	291,473,113（円）	【国からの補助金】 250,000（円） 【県からの補助金】 37,698,425（円） 【観光プロモーション協議会からの補助金】 561,594（円） 【県からの委託料】 33,782,507（円） 【観光プロモーション協議会からの委託料】 23,571,081（円） 【収益事業】 179,300,430（円） 【会費】 13,387,000（円） 【その他（基本財産運用益、特定資産運用益、受取負担金、受取賃借料）】 2,922,076（円）
2023（R5） 年度	305,390,429（円）	【県からの補助金】 45,320,000（円） 【観光プロモーション協議会からの助成金】 746,600（円） 【県からの委託料】 27,048,278（円） 【観光プロモーション協議会からの委託料】 16,940,600（円） 【収益事業】 200,420,284（円） 【会費】 11,987,000（円） 【その他（基本財産運用益、特定資産運用益、受取負担金、受取賃借料）】 2,927,667（円）

2024 (R 6) 年度	256,134,000 (円)	【県からの補助金】 34,153,000 (円) 【全国観光土産品連盟からの補助金】 50,000 (円) 【県からの委託料】 9,911,000 (円) 【観光プロモーション協議会からの委託料】 1,100,000 (円) 【収益事業】 195,641,000 (円) 【会費】 11,970,000 (円) 【その他（基本財産運用益、特定資産運用益、受取負担金、受取賃借料）】 3,309,000 (円)
2025 (R 7) 年度	283,527,000 (円)	【県からの補助金】 38,153,000 (円) 【全国観光土産品連盟からの補助金】 50,000 (円) 【県からの委託料】 9,911,000 (円) 【観光プロモーション協議会からの委託料】 1,100,000 (円) 【収益事業】 219,034,000 (円) 【会費】 11,970,000 (円) 【その他（基本財産運用益、特定資産運用益、受取負担金、受取賃借料）】 3,309,000 (円)
2026 (R 8) 年度	283,527,000 (円)	【県からの補助金】 38,153,000 (円) 【全国観光土産品連盟からの補助金】 50,000 (円) 【県からの委託料】 9,911,000 (円) 【観光プロモーション協議会からの委託料】 1,100,000 (円) 【収益事業】 219,034,000 (円) 【会費】 11,970,000 (円) 【その他（基本財産運用益、特定資産運用益、受取負担金、受取賃借料）】 3,309,000 (円)

(2) 支出

年 (年度)	総支出	内訳 (具体的に記入すること)
2021 (R 3) 年度	358,973,857 (円)	【一般管理費】 3,508,606 (円) 【情報発信・プロモーション】 181,074,697 (円) 【受入環境整備等の着地整備】 41,529,535 (円) 【コンテンツ開発 (観光資源の磨き上げ) 】 2,940,000 (円) 【マーケティング (市場調査、ブランド戦略等) 】 8,747,900 (円) 【観光物産イベントの開催費】 8,309,064 (円) 【その他】 112,864,055 (円)
2022 (R 4) 年度	293,164,033 (円)	【一般管理費】 3,266,519 (円) 【情報発信・プロモーション】 121,284,525 (円) 【受入環境整備等の着地整備】 4,599,995 (円) 【コンテンツ開発 (観光資源の磨き上げ) 】 2,018,425 (円) 【マーケティング (市場調査、ブランド戦略等) 】 6,233,014 (円) 【観光物産イベントの開催費】 9,602,500 (円) 【その他】 146,159,055 (円)
2023 (R 5) 年度	311,359,819 (円)	【一般管理費】 3,370,818 (円) 【情報発信・プロモーション】 113,200,327 (円)

		【受入環境整備等の着地整備】 4,789,029 (円) 【コンテンツ開発 (観光資源の磨き上げ)】 2,940,000 (円) 【マーケティング (市場調査、ブランド戦略等)】 4,688,000 (円) 【観光物産イベントの開催費】 10,459,845 (円) 【その他】 171,911,800 (円)
2024 (R 6) 年度	283,527,000 (円)	【一般管理費】 3,923,000 (円) 【情報発信・プロモーション】 84,065,000 (円) 【受入環境整備等の着地整備】 4,885,000 (円) 【コンテンツ開発 (観光資源の磨き上げ)】 2,940,000 (円) 【マーケティング (市場調査、ブランド戦略等)】 917,000 (円) 【観光物産イベントの開催費】 14,206,000 (円) 【その他】 172,591,000 (円)
2025 (R 7) 年度	283,527,000 (円)	【一般管理費】 3,923,000 (円) 【情報発信・プロモーション】 84,065,000 (円) 【受入環境整備等の着地整備】 4,885,000 (円) 【コンテンツ開発 (観光資源の磨き上げ)】 2,940,000 (円) 【マーケティング (市場調査、ブランド戦略等)】 917,000 (円) 【観光物産イベントの開催費】 14,206,000 (円) 【その他】 172,591,000 (円)
2026 (R 8) 年度	283,527,000 (円)	【一般管理費】 3,923,000 (円) 【情報発信・プロモーション】 84,065,000 (円) 【受入環境整備等の着地整備】 4,885,000 (円) 【コンテンツ開発 (観光資源の磨き上げ)】 2,940,000 (円) 【マーケティング (市場調査、ブランド戦略等)】 917,000 (円) 【観光物産イベントの開催費】 14,206,000 (円) 【その他】 172,591,000 (円)

(3) 自律的・継続的な活動に向けた運営資金確保の取組・方針

- ・ 会員数増による自主財源の確保
※会員募集に関する情報発信（協会HP、メールテンプレート、イベント等での案内）及び協会職員による営業により会員数増に努める。
 - ・ 観光庁等の公募事業の活用による事業構築と拡大
 - ・ 県産品の販売（店舗やECサイト）による収益拡大
※人流の増加により物販の収益は対前年を上回っている。宇都宮駅東口交流拠点施設のオープンや宇都宮ライトレールの開業など好材料もあり、コロナ禍以前の収益をあげることを目標としている。
- ※販売状況の進捗

(単位：円)

区分		令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度	備考
店舗	とちびより	135,591,576	176,434,563	283,088,348	345,144,043	
	おいでよ！ とちぎ館	22,261,042	20,224,795	30,001,695	30,187,596	
ECサイト	とちぎもの	—	—	1,414,668	3,047,946	令和4年3月 オープン
計		157,852,618	196,659,358	314,504,711	378,379,585	

- ・ 栃木県からの補助金の確保
※令和元年度に当協会のあり方に関するワーキングを栃木県と実施。財務状況等を含め今後の方向性を検討し、取組状況について継続的に情報共有している。

8. 観光地域づくり法人形成・確立に対する関係都道府県・市町村の意見

栃木県は、公益社団法人栃木県観光物産協会を栃木県における地域連携DMOの活動に支援・協力します。

9. マネジメント・マーケティング対象区域が他の地域連携DMO（県単位以外）や地域DMOと重複する場合の役割分担について（※重複しない場合は記載不要）

【他の地域連携DMOや地域DMOとの間で、重複区域に関する連携や役割分担等について協議を行った（行っている）か】

エリアが重複する栃木県内の登録DMOの（一社）足利市観光協会、（一社）佐野市観光協会、（一社）日光市観光協会、（一社）那須塩原市観光局、（一社）ましこラボ、（一社）那須町観光協会も、3ヶ月に1回程度開催のとちぎ観光地づくり委員会に参加し、各取組の意見交換を行っている。

【区域が重複する背景】

栃木県観光物産協会が県内全域をマネジメント対象としているため。

【重複区域における、それぞれのDMOの役割分担について】

地域DMOはそれぞれの地域を、地域連携DMOの当協会は各地域DMO同士の連携を図るとともに各地域の課題を共有することにより、県内全域の観光誘客を促進する。

【前述の役割分担等によって、効率的、効果的な活動の遂行が期待できるか】

基本的に地域DMOが地域内のコンテンツ造成等を行い、地域連携DMOである栃木県観光協会は、地域DMO及び市町並びに各地区観光協会などと連携し、県域での情報発信や単独組織では実施しにくいセミナー等を実施するとともに、地域DMO間の連携をサポートする役割を担うことができると考えている。

10. 記入担当者連絡先

担当者氏名	石川 隆
担当部署名（役職）	（公社）栃木県観光物産協会 観光課（課長代理）
郵便番号	320-0033
所在地	栃木県宇都宮市本町3-9
電話番号（直通）	028-623-3213
FAX番号	028-623-3942
E-mail	takashi.ishikawa@tochigiji.or.jp

11. 関係する都道府県・市町村担当者連絡先

都道府県・市町村名	栃木県
担当者氏名	金子 やよい
担当部署名（役職）	産業労働観光部観光交流課 観光地づくり担当（課長補佐 GL）
郵便番号	320-8501
所在地	栃木県埴田 1-1-20
電話番号（直通）	028-623-3210
FAX番号	028-623-3306
E-mail	kanekoy02@pref.tochigi.lg.jp

都道府県・市町村名	栃木県
担当者氏名	福田 宗一郎
担当部署名（役職）	産業労働観光部観光交流課 観光地づくり担当（主事）
郵便番号	320-8501
所在地	栃木県埴田 1-1-20
電話番号（直通）	028-623-3210
FAX番号	028-623-3306
E-mail	fukudas2301@pref.tochigi.lg.jp

基礎情報

【マネジメント・マーケティング対象とする区域】

栃木県

【設立時期】 昭和38年2月19日

【設立経緯】 区域の観光協会がDMOに移行

【代表者】 荻原 正寿

【マーケティング責任者(CMO)】 石川 隆

【財務責任者(CFO)】 青井 智也

【職員数】 22人(常勤22人(正職員4人・出向等18人)、非常勤0人)

【主な収入】

収益事業 200百万円、委託事業 43百万円(令和5年度決算)

【総支出】

事業費 308百万円、一般管理費 3百万円(令和5年度決算)

【連携する主な事業者】

栃木県、県内市町観光担当課、県内地区観光協会、
観光物産関連事業者、交通事業者、商工・農業団体 他

KPI (実績・目標)

記入日： 令和6年7月30日

※ () 内は外国人に関するもの。

項目		2021 (R3) 年	2022 (R4) 年	2023 (R5) 年	2024 (R6) 年	2025 (R7) 年	2026 (R8) 年
旅行 消費額 (百万円)	目標	520,000 (1,600)	550,000 (1,500)	700,000 (1,600)	725,000 (1,700)	750,000 (1,800)	775,000 (1,900)
	実績	535,126 (-)	661,658 (-)	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)
延べ 宿泊者数 (千人)	目標	5,500 (50)	5,500 (30)	7,500 (100)	8,000 (250)	8,250 (275)	8,500 (300)
	実績	5,072 (17)	7,244 (46)	7,847 (235)	- (-)	- (-)	- (-)
来訪者 満足度 (%)	目標	90 (-)	91 (-)	91 (-)	93 (-)	94 (-)	94 (-)
	実績	92.7 (-)	90.0 (-)	92.1 (-)	- (-)	- (-)	- (-)
リピーター率 (%)	目標	91 (-)	90 (-)	90 (-)	90 (-)	91 (-)	91 (-)
	実績	88.5 (-)	87.3 (-)	88.5 (-)	- (-)	- (-)	- (-)

戦略

【主なターゲット】

(国内) 首都圏・近県の男女シニア層および若い女性層
(海外) 台湾・香港の訪日リピーター層
タイ・米国・中国の富裕層

【ターゲットの誘客に向けた取組方針】

(国内) 「栃木県観光の魅力」の奥深さやアクセスの良さを訴求し、来訪・再来訪の関心を醸成する。また、非来訪者のニーズ等を調査し、対策を図ることで他観光地に勝る環境・仕組化を推進する。
(海外) 首都圏・羽田空港・成田空港からのアクセスの良さ・至近性と、「世界遺産」「ラムサール条約湿地」「ユネスコ無形文化遺産」といった世界的にも評価が高い資源が豊富であることを訴求する。

【観光地域づくりのコンセプト】

『本物の出会い 栃木』

具体的な取組

【観光資源の磨き上げ】

・令和4年度に県央地域で実施した同事業を継続し、県東地域での観光地づくりの組織化及び事業実施を支援した。令和5年度は国内版観光情報サイト「とちぎ旅ネット」内において、地元ライターや現地スタッフが、本県の魅力あるスポットやおすすめ情報の発信を行う「とちぎ旅ネット公式ブログ」ページを構築した。

【情報発信・プロモーション】

・令和5年度インターネット事業／多様な観光・物産需要に対応するため、既存の観光・物産部門のみならず、商工・農林業団体や市町等との連携を図りながら、国内版観光情報サイト「とちぎ旅ネット」、多言語版観光情報サイト「VISIT TOCHIGI」及び栃木の県産品お取り寄せ通販サイト「とちぎもの」を運営した。
・令和5年度観光キャラバン事業／県外のマスコミ、旅行エージェンツ等に対し、本県への更なる誘客促進に向けた観光キャラバンを各地で実施した。

・国内誘客WEB対策事業／県内宿泊需要の回復を図るため、国内版観光サイト「とちぎ旅ネット」及び体験予約サイトを活用し、WEBサイトでの観光誘客プロモーションを展開し、国内旅行検討者に本県の魅力をPRした。

【受入環境整備】

・令和5年度スマートワーケーション発信事業／Smart(手軽、効率的に、賢く)にビジネスも休日も楽しめるワーケーションの適地として宿泊増を含め県内の観光振興を図るため、コーディネーター業務(ワーケーションに関する情報の一元化、宿泊料金割引支援)、情報発信業務(専用HPや動画の管理運用、ヘルプデスクの運営)を行った。

【その他】

・とちぎ観光地づくり委員会の開催(年5回)／県内若手経営者を中心とした民間主体のとちぎ観光地づくり委員会を開催し、地域を潤す観点をもちながら、自主自立したDMOの推進を図った。

