

茨城県観光振興基本計画（令和4（2022）～令和7（2025）年度）

1 趣旨・位置付け・計画期間

- 【趣旨】** 新型コロナウイルス感染症の影響により、社会経済情勢や旅行者の嗜好、行動が大きく変化するなか、令和5年に「デスティネーションキャンペーン」の開催を控え、多様化する観光客のニーズに的確に対応し、観光の振興に関する施策を総合的かつ計画的に推進するため、新たな計画を策定するもの
- 【計画の位置づけ】** いばらき観光おもてなし推進条例第16条に基づく観光振興のための基本計画
- 【計画期間】** 令和4年度から令和7年度までの4年間（茨城県総合計画と同じ期間）

2 基本理念

- ポストコロナを見据えた観光の本格的な復興の実現
- 個性を活かし、世界を惹きつける、持続可能な「いばらき観光」を目指して

3 課題

- (1) **新型コロナウイルス感染症の影響を払拭することによる観光産業の復興**
 - ・新型コロナウイルス感染症の影響により、観光客が大幅に減少し、観光産業は大きな打撃を受けたことから、早急に復興を果たすことが必要
- (2) **国内の人口減少・高齢化による国内旅行需要縮小のおそれ**
 - ・急速な少子高齢化による国内旅行需要の縮小が懸念されることから、新たな観光需要の喚起や幅広い世代に訴求する取組が必要
- (3) **おもてなし日本一に向けた基盤の強化**
 - ・おもてなし日本一を目指して、人材の育成や受入体制の整備を強化することが必要
- (4) **観光産業の競争力強化による「稼げる観光」の振興**
 - ・観光産業の「稼ぐ力」の向上のため、旅行者の嗜好や行動の変化を捉えながら、ホテルや常設型観光施設の誘致等による魅力ある観光地域づくりや、他産業と連携した商品やサービスの開発等を進めることが必要
- (5) **ポストコロナのインバウンド需要の本県への取込み**
 - ・ポストコロナの外国人観光客を本県に誘客するため、情報発信や旅行商品造成の働きかけ、受入環境整備を進めることが必要
- (6) **「デスティネーションキャンペーン」に向けた誘客促進**
 - ・令和5年のデスティネーションキャンペーン※1に向けて、県内各地への誘客促進とリピーターの確保に努めることが必要

※1 JRグループ6社の宣伝媒体を活用し、開催地の魅力的な観光資源やイベント、おもてなしの取り組み等について、集中的な宣伝を全国で実施する国内最大規模の観光キャンペーン

4 基本方針・施策展開の方向

基本方針1：安全・安心な観光地の形成

- (1) **大規模な感染症への対応**
 - ①業種別ガイドライン等の徹底による宿泊施設や観光施設等の感染症対策の充実
 - ②感染症に関する情報や国・県の支援情報の提供及び相談等による支援
- (2) **感染症の感染拡大期等における観光産業の事業継続支援**

感染症の感染拡大期や大規模災害発生時において、宿泊事業者等の観光産業の雇用の維持や事業の継続を支援

基本方針2：おもてなし日本一に向けた基盤づくり

- (1) **人材の育成**
 - ①おもてなしコンペティションの開催など、県民一体となったおもてなし気運の醸成
 - ②「いばらき観光マイスター」制度の活用など、おもてなし向上に係る人材の育成
 - ③郷土教育等を通じた郷土愛の醸成
 - ④市町村や観光関係団体等が行うおもてなし向上の研修などの取組支援
- (2) **受入体制の整備**
 - ①観光施設等における感染症対策の徹底
 - ②観光施設におけるスロープ設置やトイレ洋式化など、ユニバーサルデザインへの対応による安心、安全、快適に観光できる環境整備
 - ③駅や空港などからの二次交通の充実促進
 - ④観光案内所や道の駅の機能強化、スマートフォンの活用等による現地での観光情報の提供
- (3) **観光DX※2の推進**
 - ①DXに対応した観光人材の育成
 - ②予約・決済のオンライン化やICT技術を活用した取組の拡充
 - ③オンラインによる商談機会の提供や販売促進など、デジタル技術の更なる活用促進
- (4) **SDGsを意識した取組の推進**
 - ①SDGsを意識した観光人材の育成
 - ②自然環境に配慮した、地方の文化振興や雇用創出につながる持続可能な観光産業を推進
 - ③ベジタリアン（菜食主義者）やヴィーガン（完全菜食主義者）など食の多様性を含むユニバーサルツーリズム※3の推進
 - ④持続可能な観光地域づくりに対する意識醸成と旅行者のマナー向上

※2 DX(Digital Transformation)
デジタル技術を浸透させることで人々の生活をより良いものへと変革し、既存の価値観や枠組みを根底から覆すような革新的なイノベーションをもたらすもの。

※3 ユニバーサルツーリズム
すべての人が楽しめるよう創られた旅行。高齢や障がい等の有無にかかわらず、誰もが気兼ねなく参加できる旅行を目指すもの。

基本方針3：国内外への情報発信の強化

- (1) **国内へ向けた情報発信**
 - ①首都圏や茨城空港就航先等をメインターゲットとして観光情報の発信を強化
 - ②情報の発信手段として、各種メディアやSNS、イベント、インフルエンサー等を活用
 - ③ナショナルサイクルルートであるつくば霞ヶ浦りんろードやネモフィラなど知名度が高い本県固有の観光資源を重点的に発信するとともに、季節性が強い観光情報をベストシーズン前に集中的に発信
 - ④遠方への旅行が難しい子育て世代など本県へのリピートが期待できるターゲットに嗜好や行動に合わせた情報を積極的に発信
シニア層：歴史・文化、温泉、食
若年層：キャンプ、サイクリング、体験型アクティビティ
家族層：自然体験、サイクリング、体験型アクティビティ等
 - ⑤アンテナショップやVtuber 茨ひよりを活用した情報発信
 - (2) **海外へ向けた情報発信**
 - ①アジアや欧米豪市場をターゲットに、市場の特性や状況の変化を踏まえた情報発信を強化
 - ②外国語ホームページの充実・強化、SNSや世界的な旅行口コミサイトを活用した情報発信
 - ③海外メディアやKOL（キーオピニオンリーダー）等の積極活用
 - ④外国人観光客の情報等の収集・分析のためのデジタルマーケティング※4の強化
- ※4 デジタルマーケティング
インターネットやIT技術などデジタルを活用したマーケティング手法で、顧客の嗜好や行動について、Webや実店舗での購買等をビッグデータ技術やAI等を活用して分析することでマーケティングにつなげるもの。

基本方針4：稼げる観光産業の振興と観光消費額の向上

- (1) **観光拠点となる施設の整備**

宿泊施設等立地促進事業補助金を活用し、本県のフラッグシップとなる宿泊施設や観光施設の誘致を実施
- (2) **本県を代表する食や土産品の発掘・開発、販売促進による観光産業の振興**
 - ①コンクールの実施による本県を代表する食の発掘、新商品開発の促進、販路拡大の支援
 - ②伝統的工芸品や地場産業等事業の後継者育成、新商品開発や販路開拓について支援を実施
 - ③主要観光地やターミナル駅等で、期間限定の土産品販売コーナーを設置することによる販路拡大
 - ④キャンプやサイクリングなどアウトドア利用者の県内消費を促進する商品の開発や取組を促進
- (3) **「新たな旅のスタイル」など旅行者の嗜好や行動の変化をとらえた事業の展開**
 - ①マイクロツーリズムやアウトドアレジャー、グランピング、分散型旅行などトレンドに合わせた事業を実施
 - ②テレワークによる働き方の多様化を踏まえ、ワーケーション等の「新たな旅のスタイル」を推進
- (4) **観光事業者への支援等**
 - ①地域の観光事業者が一体となって観光戦略を策定・実施し、魅力ある観光地域づくりを推進するDMOに対する支援
 - ②観光客の動向等を分析できるRESAS(地域経済分析システム)など、ビッグデータも含む公共データの公開促進による観光事業者の新たな取組等の支援
 - ③県内観光資源の情報を地域やジャンルなどで整理することにより旅行者や旅行会社が利用しやすいデータベースを作成

基本方針5：魅力ある観光地域づくり	基本方針6：ポストコロナのインバウンド戦略	基本方針7：地域の特性や全国的なイベントを活かした国内誘客促進
<p>(1) 観光資源の発掘・活用</p> <p>① 偕楽園・弘道館周辺の歴史的街並みや、県内サイクリングコースの整備など、観光拠点の磨き上げ</p> <p>② 酒蔵や観光果樹園、郷土料理などの食、ご当地アニメなど地域特有の観光資源の充実</p> <p>③ 竜神大吊橋のバンジージャンプなど、既存の観光資源を活用した新たな取組の支援</p> <p>④ DXの推進による観光資源の磨き上げ</p> <p>(2) 各種ツーリズムの推進</p> <p>スポーツツーリズムやアドベンチャーツーリズム、ロケツーリズム、インフラツーリズム、サイクルツーリズムなど、地域の特性を活かした各種ツーリズムの推進</p> <p>(3) 宿泊施設等の充実</p> <p>宿泊施設の経営コンサルティングやデジタルマーケティングなど事業者の自主的な取組を支援</p> <p>(4) 観光地のブランド化の推進</p> <p>① ひたち海浜公園や袋田の滝、偕楽園、鹿島神宮など本県を代表する観光資源の魅力や、ひたちなか大洗リゾート構想など特徴的な取組を戦略的、集中的に発信</p> <p>② 県外メディアを対象としたモニターツアーの実施や、旅行インフルエンサー等を活用した口コミによる本県観光地の評価の向上</p> <p>(5) 民間活力の導入促進</p> <p>PFI制度などを活用し、県植物園や都市公園等に民間の資本やアイデアの導入を促進</p>	<p>(1) 戦略的な誘客プロモーション</p> <p>① 新型コロナウイルス感染症による需要の変化等を踏まえたプロモーションの実施</p> <p>② 国・地域によって異なるニーズを的確に捉えた市場別の戦略的プロモーションの強化</p> <p>③ 近隣都県等と連携した広域周遊観光プロモーションの展開</p> <p>④ 茨城空港国際線の誘客促進</p> <p>(2) 滞在・体験型旅行商品の造成促進</p> <p>① 海外の旅行者を対象としたファムツアーの実施、ランドオペレーター訪問等による旅行商品造成の働きかけ</p> <p>② ゴルフ、サイクリング、酒蔵など、本県の強みを活かした、滞在・体験型の観光コンテンツの開発及び旅行商品の造成支援</p> <p>③ 付加価値の高い高品質な観光サービスの創出による外国人富裕層や外国クルーズ船客などの新たなインバウンド層の誘客</p> <p>(3) 受入環境整備の充実</p> <p>① 観光施設等への多言語表記、Wi-Fi環境等の整備支援</p> <p>② 地元人材を活用したガイド人材の育成</p> <p>③ 駅や空港などからの二次交通の充実促進【再掲】</p> <p>(4) 国際会議等の開催による誘客</p> <p>① 国際誘客につながる国際会議やビジネスイベント等（MICE）の誘致</p> <p>② 特別感や地域特性を演出できる会場（ユニークベニュー）や会議前後の視察（エクスカーション）コースの充実</p> <p>③ 茨城 MICE 誘致推進協議会を活用した誘致促進</p>	<p>(1) 立地環境や地域資源等を活かした誘客促進</p> <p>① 首都圏等からの誘客促進</p> <ul style="list-style-type: none"> ・他の地域では体験できないような個人向けの「着地型・体験型」旅行プランの造成を促進 ・首都圏からのバスツアー造成の働きかけ ・リピート客の確保を図るため、季節のイベントや体験型アクティビティ等の充実 <p>② 茨城空港就航先からの誘客促進</p> <ul style="list-style-type: none"> ・北関東三県をはじめとした近隣の観光地と連携した企画募集型ツアー催行の支援 ・新たな広域観光周遊ルートや旅行プランの開発、旅行事業者への提案 ・就航先での特色あるイベントや発信力の高いインフルエンサー等を招聘したモニターツアーを実施 <p>③ 東京などの大都市圏との近接性や、農業、科学技術等の多様な体験メニューなどを活かした教育・研修旅行、合宿等の誘致促進</p> <p>(2) 全国的なイベントを活用した誘客促進</p> <p>デスティネーションキャンペーンに合わせた、親子などを対象としたサイクリングツアーや自然体験ツアーの実施など周遊観光を組み合わせた旅行商品造成の働きかけ</p>

5 数値目標

	指標名	指標が示すもの	単位	現状値 (令和2(2020)年度)	目標値 (令和7(2025)年度)
(1)	観光消費額	本県を訪れた観光入込客の消費の総額（暦年）	億円	2,101	4,000
(2)	外国人延べ宿泊者数	県内宿泊施設に宿泊した外国人の延べ宿泊者数（暦年）	人泊	52,520	260,000