

観光振興基本計画（R8～R11年度）改定案概要

基本理念：

活力があり、県民が日本一幸せな県

チャレンジⅠ
新しい豊かさ

チャレンジⅡ
新しい安心安全

チャレンジⅢ
新しい人財育成

チャレンジⅣ 新しい夢・希望

挑戦する政策

16 魅力発信No.1プロジェクト

17 ビジット茨城 ～新観光創生～

18 若者が集い、「楽しさ」あふれる茨城

19 DXの推進

20 活力を生むインフラと住み続けたいくなるまち



基本理念：

個性を活かし、国内外から選ばれる、持続可能な「いばらき観光」を目指して

計画期間 R8(2026)年度からR11(2029)年度までの4年間（総合計画と同じ期間）

計画の趣旨 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策定

根拠条例 「いばらき観光おもてなし推進条例」第16条に基づく

課題（テーマ）

- ◆ おもてなし基盤強化
- ◆ 「稼げる観光」の振興
- ◆ 情報発信強化
- ◆ 海外誘客の促進
- ◆ 国内誘客の促進

基本方針・施策展開の方向

- 1 おもてなし日本一に向けた基盤づくり
- 2 稼げる観光産業の振興と観光消費額の向上
- 3 魅力ある観光地域づくり
- 4 国内外への情報発信の強化
- 5 市場の特性を活かした海外誘客促進
- 6 地域の特性を活かした国内誘客促進

数値目標(総合計画と共通)

- ◆ 観光消費額
2029年 6600億円
(2024年 4447億円)
- ◆ 外国人延べ宿泊者数
2029年 38.0万人泊
(2024年 27.8万人泊)

基本方針・施策展開の方向 [概要]

○基本方針 1 おもてなし日本一に向けた基盤づくり

(1) 人材の育成

- ・おもてなし気運の醸成、「いばらき観光マイスター」などおもてなし向上に係る人材の確保・育成

(2) 受入体制等の整備

- ・バリアフリー化や案内表示の多言語化などユニバーサルデザインへの対応、二次交通の充実促進
- ・大規模災害発生時や感染症の拡大期、野生生物等による危険性増大時等における観光客の安全安心確保、観光産業の事業継続支援

(3) 観光DXの推進

- ・DXに対応した観光人材の確保・育成
- ・AI技術を活用した取組拡充（予約・決済システム利便性向上、観光統計データの販売促進活用など）

(4) SDGsを意識した取組の推進

- ・SDGsを意識した観光人材の確保・育成、気候変動や自然環境に配慮した持続可能な観光産業推進

(5) 多様なデータの収集・分析

- ・観光動態調査や観光庁の統計調査など、収集・蓄積したデータの分析結果に基づく課題の整理

○基本方針 2 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

- ・補助金を活用したフラッグシップとなる宿泊施設や観光施設の誘致

(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

- ・食やお土産の発掘・開発、販路拡大支援
- ・伝統工芸品や地場産業等事業の後継者育成
- ・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の促進

(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

- ・アウトドアレジャー、体験型観光（アドベンチャーツーリズム）などトレンドに合わせた事業の実施
- ・ラーケーション等の「新たな旅のスタイル」の推進

(4) 観光事業者への支援等

- ・魅力ある観光地域づくりを推進するDMOに対する支援

基本方針・施策展開の方向 [概要]

○基本方針 3 魅力ある観光地域づくり

(1) 観光資源の発掘・活用

- ・観光資源の磨き上げ、既存観光資源の活用支援
- ・茨城DCで磨き上げたコンテンツや蓄積したノウハウの活用

(2) 各種ツーリズムの推進

- ・スポーツやアドベンチャー、サイクル、ペットツーリズムなど、地域の特性を活かした各種ツーリズムの推進

(3) 宿泊施設等の充実

- ・宿泊施設の経営コンサルやデジタルマーケティングなど事業者の自主的な取組の支援

(4) 観光地のブランド化の推進

- ・主要観光資源の魅力や、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
- ・県外メディアや旅行インフルエンサーを活用した評価向上

(5) 民間活力の導入促進

- ・PFI制度などの活用による民間の資本やアイデアの導入促進

○基本方針 4 国内外への情報発信の強化

(1) 国内へ向けた情報発信

- ・ターゲットの嗜好、行動に合わせた情報発信
- ・アンテナショップ、VTuber、各種IPを活用した情報発信

(2) 海外へ向けた情報発信

- ・ターゲット市場の特性や状況の変化を踏まえた情報発信
- ・SNSや海外メディア、KOL（キーオピニオンリーダー）等の積極活用
- ・デジタルマーケティング強化による外国人観光客の情報収集・分析

(3) OTA（オンライン旅行代理店）の活用

- ・OTAを活用した効果的な情報発信の強化

基本方針・施策展開の方向 [概要]

○基本方針 5 市場の特性を活かした海外誘客促進

(1) 戦略的な誘客プロモーション

- ・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
- ・近隣都県と連携した広域周遊観光プロモーション、茨城空港国際線の誘客促進

(2) 滞在・体験型旅行商品の造成促進

- ・海外の旅行業者を対象としたファムツアー実施、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
- ・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支援
- ・付加価値の高い上質な観光サービスの創出による外国人富裕層などの新たなインバウンド層の誘客

(3) 受入環境整備の充実

- ・観光施設等への多言語表記、キャッシュレス決済等の整備支援
- ・地元人材を活用したガイド人材の育成
- ・駅や空港などからの二次交通の充実促進

(4) 国際会議等の開催による誘客

- ・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

○基本方針 6 地域の特性を活かした国内誘客促進

(1) 首都圏等からの誘客促進

- ・他の地域で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
- ・季節のイベントや体験型アクティビティ等の充実によるリピート客の確保

(2) 茨城空港就航先からの誘客促進

- ・近県の観光地と連携した企画募集型ツアー催行の支援
- ・就航先向けの広域観光周遊ルートや旅行プランの開発、インフルエンサー等を招聘したファムツアー実施

(3) 教育・研修旅行、合宿等の誘致促進

- ・東京などの近接性や多様な体験メニューを活かした教育・研修旅行、合宿等の誘致