

茨城県観光振興基本計画（令和８（２０２６）～令和１１（２０２９）年度）【案】

1 趣旨・位置付け・計画期間

【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８年度から令和１１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

〇個性を活かし、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

3 課題

- (1) おもてなし日本一に向けた基盤の強化
- ・おもてなし日本一に向けた人材の育成や受入体制の整備、持続可能性を意識した取組の推進が必要
- (2) 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
- (3) 国内外への情報発信の強化
- ・さまざまな情報発信手段を活用し、対象となるターゲット層のニーズに沿った観光情報を効果的なタイミングで発信することが必要
- (4) 市場の特性を活かした海外誘客の促進
- ・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
- (5) 地域の特性を活かした国内誘客の促進
- ・国内の人口減少や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

4 基本方針・施策展開の方向

基本方針１：おもてなし日本一に向けた基盤づくり	基本方針２：稼げる観光産業の振興と観光消費額の向上	基本方針３：魅力ある観光地域づくり
<p>(1) 人材の育成</p> <p>①茨城おもてなしハンドブックの活用など、県民一体となったおもてなし気運の醸成</p> <p>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確保・育成</p> <p>③郷土教育等を通じた郷土愛の醸成</p> <p>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</p> <p>(2) 受入体制等の整備</p> <p>①観光施設における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による安心、安全、快適に観光できる環境整備</p> <p>②駅や空港などからの二次交通の充実促進</p> <p>③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</p> <p>④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等における観光客の安全・安心確保に向けた支援、観光産業の事業継続支援</p> <p>(3) 観光 DX※１の推進</p> <p>①DX に対応した観光人材の確保・育成</p> <p>②予約・決済システムの利便性向上、観光統計データの販売促進への活用による生産性向上など、AI 技術を活用した取組の拡充</p> <p>(4) SDGs を意識した取組の推進</p> <p>①SDGs を意識した観光人材の確保・育成</p> <p>②気候変動や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</p> <p>③多様な文化的価値観に対応するユニバーサルツーリズム※２の推進</p> <p>④持続可能な観光地域づくりに関する意識醸成と旅行者のマナー向上</p> <p>(5) 多様なデータの収集・分析</p> <p>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、共有</p> <p>※１ DX(Digital Transformation)</p> <p>AI を含む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。</p> <p>※２ ユニバーサルツーリズム</p> <p>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。</p>	<p>(1) 観光拠点となる施設の整備</p> <p>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</p> <p>(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</p> <p>①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</p> <p>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</p> <p>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</p> <p>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</p> <p>(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</p> <p>①アウトドアレジャー、グランピング、分散型旅行、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を実施</p> <p>②働き方や学び方の多様化を踏まえ、ラーケーション等の「新たな旅のスタイル」を推進</p> <p>(4) 観光事業者への支援等</p> <p>①地域の「稼ぐ力」を引き出すとともに、地域への誇りと愛着を醸成する地域経営の視点に立った観光地域づくりの司令塔として、多様な関係者と協働しながら、明確なコンセプトに基づく観光地域づくりを推進する DMO に対する支援</p> <p>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、ビック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</p> <p>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</p>	<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>④DX の推進による観光資源の磨き上げ</p> <p>⑤茨城デスティネーションキャンペーンで磨き上げたコンテンツや蓄積したノウハウの活用</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、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</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県外メディアや旅行インフルエンサー等を活用した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、都市公園等に民間の資本やアイデアの導入を促進</p>

基本方針４：国内外への情報発信の強化	基本方針５：市場の特性を活かした海外誘客促進	基本方針６：地域の特性を活かした国内誘客促進
<p>(1)国内へ向けた情報発信</p> <p>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</p> <p>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</p> <p>③ナショナルサイクルルートであるつくば霞ヶ浦りんりんロ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</p> <p>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</p> <p>シニア層：歴史・文化、温泉、食</p> <p>若年層：キャンプ、サイクリング、体験型アクティビティ等</p> <p>家族層：自然体験、サイクリング、体験型アクティビティ等</p> <p>⑤アンテナショップや VTuber 茨ひより、マンガやアニメなど各種 IP 等※3 を活用した情報発信</p> <p>(2)海外へ向けた情報発信</p> <p>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</p> <p>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</p> <p>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</p> <p>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</p> <p>(3)OTA（オンライン旅行代理店）の活用</p> <p>主流となるオンライン予約を踏まえ、OTA を活用した効果的な情報発信の強化</p> <p>※3 IP</p> <p>知的財産(Intellectual Property)の略語。創造的な活動により生み出された財産的価値のある情報（代表的なものとして、アニメ、マンガ、映画、ゲーム、キャラクター、小説等）。</p> <p>※4 デジタルマーケティング</p> <p>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。</p>	<p>(1)戦略的な誘客プロモーション</p> <p>①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>②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>③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海外の旅行業者を対象としたファミツアーの実施、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付加価値の高い上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、キャッシュレス決済等の整備支援</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（エクスカージョン）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)首都圏等からの誘客促進</p> <p>①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</p> <p>②首都圏からのバスツアー造成の働きかけ</p> <p>③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> <p>(2)茨城空港就航先からの誘客促進</p> <p>①北関東三県をはじめとした近県の観光地と連携した企画募集型ツアー催行の支援</p> <p>②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</p> <p>③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ファミツアーを実施</p> <p>(3)教育・研修旅行、合宿等の誘致促進</p> <p>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>

5 数値目標

	指標名	指標が示すもの	単位	現状値 (令和 6 (2024) 年度)	目標値 (令和 11 (2029) 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	4, 447	6, 600
(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	277, 530	380, 000