観光地域づくり法人形成･確立計画

記入日：令和７年７月３１日

１．観光地域づくり法人の組織

申請区分 ※該当するものを〇で囲むこと	広域連携ＤＭＯ･地域連携ＤＭＯ･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８人（正職員５人・出向等３人）、非常勤 14 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） 八木澤　哲男 （出身組織名） （一社）日光市観光協会	平成 27 年から（公社）栃木県観光物産協会の副会長、令和７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 32 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） 松川　雅人「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。当協会の専務理事兼事務局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） 松川　雅人「専従」 （出身組織名） 栃木県	栃木県観光交流課課長補佐（総括）を務めるなど栃木県の観光行政にも関わり、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） 曽禰　晃「専従」 （出身組織名） （株）JTB	旅行会社で長年勤務し、観光業界に精通しており、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）	

様式１

<table>
<tr><td>連携する事業者名及び役割</td><td>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㈱、東武鉄道㈱、関東自動車㈱　等（アクセス改善）
㈱ＪＴＢ、近畿日本ツーリスト㈱、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）</td></tr>
<tr><td>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</td><td>【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、地域を潤す観点を持ちながら、自主自律したＤＭＯの推進を図っている。</td></tr>
<tr><td>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</td><td>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。</td></tr>
<tr><td>法人のこれまでの活動実績</td><td>【活動の概要】
<table>
<tr><th>事業</th><th>実施概要</th></tr>
<tr><td>情報発信・プロモーション</td><td>・令和６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６年度観光キャラバン事業
　首都圏の主要駅や大型商業施設利用者に対し、本県への更なる誘客促進に向けて各地で観光キャラバンを実施した。</td></tr>
<tr><td>受入環境の整備</td><td>・令和６年度スマートワーケーション定着促進事業
　本県におけるワーケーションの一層の定着に向け、専用ウェブサイトによる積極的な情報発信を行なうとともに、企業等のニーズに対応した受入プログラムの造成支援を行った。
・令和６年度観光業ネクストリーダー育成事業
　観光業の次代を担うリーダー育成にむけて、インバウンド動向をはじめとする観光業を取り巻く最新の課題への対応等にむけたセミナーを開催し、観光業経営を支援した。</td></tr>
<tr><td>観光資源の磨き上げ</td><td>・令和６年度観光地域ＤＸ推進支援事業
　観光に係る各種データの収集・分析・蓄積等により、地域一体となって行う持続可能な観光地経営を促進するため、観光データマーケティングに係るセミナーを３回開催した。</td></tr>
</table></td></tr>
</table>

【定量的な評価】

〇延べ宿泊者数

令和４年　7,244 千人

令和５年　7,847 千人

令和６年　8,304 千人（対前年比 105.8%）

※出典：栃木県観光客入込数・宿泊数推定調査結果

〇延べ外国人宿泊者数

令和４年　46 千人

令和５年　235 千人

令和６年　279 千人（対前年 118.7 比%）

※出典：栃木県観光客入込数・宿泊数推定調査結果

〇延べ観光客入込数

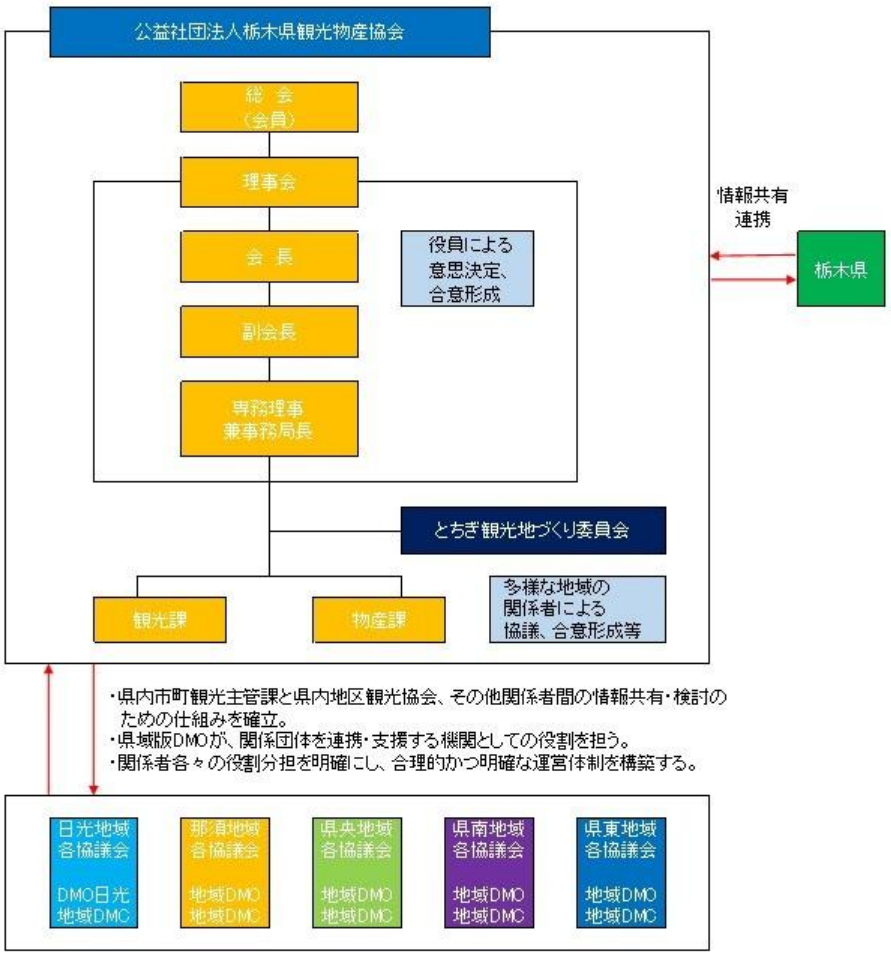
令和４年　72,604 千人

令和５年　83,876 千人

令和６年　89,973 千人（対前年比 107.3%）

※出典：栃木県観光客入込数・宿泊数推定調査結果

様式１

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、旅行業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】** 

様式１

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】

【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症法上の位置付けが５類に移行したことから、戦略策定時に感染状況等を踏まえ見直しを行うこととしていた目標値について、令和５年 12 月に見直しを行い、令和６年度から適用している。
・観光客入込数
9,228 万人（令和元年現状値）
→ 9,550 万人（令和６年）
・観光客宿泊数
826 万人（令和元年現状値）
→ 863 万人（令和６年）

〇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症法上の位置付けが５類に移行したことから、戦略策定時に感染状況等を踏まえ見直しを行うこととしていた目標値について、令和５年 12 月に見直しを行い、令和６年度から適用している。
・外国人宿泊数
24.7 万人（令和元年現状値）
→ 27.4 万人（令和６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

〇日光エリア：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。

〇那須エリア：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。

〇県央エリア：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。

〇県南エリア：あしか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「鑁阿寺」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。

〇県東エリア：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。海外からのお客様も多い「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、 東武ﾜｰﾙﾄﾞｽｸｳｪｱ、 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、	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、	★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	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

様式１

	足尾銅山観光		瀬戸合峡、 鬼怒沼	別荘記念公園、 日光杉並木街道	
那須	栃木県なかがわ水遊園 ☆千本松牧場、 那須ｶﾞｰﾃﾞﾝｱｳﾄﾚｯﾄ 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ﾄﾞ、 板室ダム湖 カヌー体験ツアー ☆南ヶ丘牧場、 那須ﾊｲﾗﾝﾄﾞﾊﾟｰｸ、 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 那須フラワーワールド	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	大芦渓谷、 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）、 〇境橋	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	あしかがﾌﾗﾜｰﾊﾟｰｸ、 大平ぶどう団地 （ぶどう狩り） 佐野ﾌﾟﾚﾐｱﾑ･ｱｳﾄﾚｯﾄ いちごの里 おもちゃのまち ﾊﾞﾝﾀﾞｲﾐｭｰｼﾞｱﾑ		行道山、太平山 ●渡良瀬遊水地 三毳山、 出流原弁天池	☆史跡足利学校、 鑁阿寺、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」、 名草ホタルまつり、

					とちぎあじさいまつり、 ひまわりﾌｪｽﾃｨﾊﾞﾙ、 小山の花火、 足利花火大会、 とちぎ秋まつり、 光の花の庭～ ﾌﾗﾜｰﾌｧﾝﾀｼﾞｰ～ 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

〇印：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】

	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
令和４年３月	1,392	36,298
令和５年３月	1,398	36,821

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】

〇鉄道

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

〇自動車

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

〇二次交通

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
旅行消費額	来訪者の消費活動の動向を分析し、消費単価向上に繋げるため。	栃木県「栃木県観光消費額データ」を活用。
延べ宿泊者数	宿泊者数の推移を把握するため。	栃木県「栃木県観光客入込数・宿泊数推定調査」を活用。
来訪者満足度	来訪者の満足（不満足）に繋がっている要因を分析し、戦略立案に繋げるため。	栃木県「栃木県観光動態調査」を活用。
リピーター率	リピーター顧客の動向を把握し、戦略立案に繋げるため。	同　上
ＷＥＢサイトのアクセス状況	地域に対する顧客の関心度や施策の効果等を把握するため。	Google Analytics４等の解析ツールを活用。

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ＪＲ６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、今後永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２年度から観光業の次代を担うリーダー育成にむけて、インバウンド動向をはじめとする観光業を取り巻く最新の課題への対応等にむけたセミナーを開催し、観光業経営を支援した。

令和４年度３回、令和５年度年４回、令和６年度２回の各種セミナーを開催した。

また、令和６年度から観光に係る各種データの収集・分析・蓄積等により、地域一体となって行う持続可能な観光地経営を促進するための研修を３回行った。

（２）地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	**強み（Strengths）** ■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	**弱み（Weaknesses）** ■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

	■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	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）** ■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）** ■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

○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
○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。 ○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。
○ターゲット層 中部圏・関西圏
○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。 〇取組方針 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。
〇ターゲット層 台湾・香港の訪日リピーター層
〇選定の理由 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。 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。 台湾 名称：台湾観光誘客拠点機能 概要：栃木県が台陽広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。 〇取組方針 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。
〇ターゲット層 タイ・米国・中国の富裕層
〇選定の理由 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。 〇取組方針 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	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。 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。 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できる観光地づくりを推進していく。

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。	理事会、総会、とちぎ観光地づくり委員会、各地域分科会
	ＤＭＯを中心として、地域の関連事業者を集めてコミュニーションの場を設け、とちぎ観光地づくり委員会（年３回）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。 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。 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。

様式１

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	観光業の次代を担うリーダー育成にむけて、インバウンド動向をはじめとする観光業を取り巻く最新の課題への対応等にむけたセミナーを開催し、観光業経営を支援している。 ●観光業ネクストリーダー育成セミナーを年２回開催 ・第１回 開催日時　令和６（2024）年 11 月 27 日 開催場所　栃木県庁研修館　402 研修室 演　　題　災害・危機に負けない栃木の観光を目指して 講　　師　観光レジリエンス研究所　代表　高松　正人　氏 参加者数　25 名 ・第２回 開催日時　令和７（2025）年２月 20 日 開催場所　栃木県庁研修館　302 研修室 演　　題 栃木県のエリア特性から考えるインバウンドマーケティング 講　　師　じゃらんリサーチセンター　研究員　松本　百加里　氏 参加者数　28 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	当協会で構築・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。

様式１

６．ＫＰＩ（実績・目標）

※戦略や個別の取組を定期的に確認・改善するため、少なくとも今後３年間における明確な数値目標を記入すること。
※既に指標となりうる数値目標を設定している場合には、最大で過去３年間の実績も記入すること。

（１）必須ＫＰＩ

指標項目		2022（Ｒ４）年度	2023（Ｒ５）年度	2024（Ｒ６）年度	2025（Ｒ７）年度	2026（Ｒ８）年度	2027（Ｒ９）年度
●旅行消費額（百万円）	目標	550,000	700,000	750,000	775,000	800,000	825,000
		（－）	（－）	（28,000）	（30,000）	（32,000）	（34,000）
	実績	661,658	722,559	未発表			
		（－）	（25,676）	未発表			
●延べ宿泊者数（千人）	目標	5,500	7,500	8,000	8,500	8,750	9,000
		（30）	（100）	（250）	（300）	（325）	（350）
	実績	7,244	7,847	8,304			
		（46）	（235）	（279）			
●来訪者満足度（%）	目標	91	91	93	95	96	97
		（－）	（－）	（－）	（97）	（97）	（97）
	実績	90.0	92.1	93.9			
		（－）	（－）	（96.7）			
●リピーター率（%）	目標	91	90	90	92	93	94
		（－）	（－）	（－）	（12）	（12.5）	（15）
	実績	87.3	88.5	91.1			
		（－）	（－）	（10.4）			

※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値
※旅行消費額は、栃木県の「栃木県観光消費額データ」をＫＰＩ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ＫＰＩ指標とする。
※来訪者満足度は、栃木県の「栃木県観光動向調査」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ＫＰＩ指標とする。
※リピーター率は、栃木県の「栃木県観光動向調査」の来訪回数調査で、日本人は「２回目」、「３回目」、「４回目」、「５回以上」と回答した数値をＫＰＩ指標とし、外国人は「２回以上」と回答した数値をＫＰＩ指標とする。

様式１

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を目標とし、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り、

【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「栃木県観光動向調査」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「栃木県観光動向調査」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		2022（Ｒ４）年度	2023（Ｒ５）年度	2024（Ｒ６）年度	2025（Ｒ７）年度	2026（Ｒ８）年度	2027（Ｒ９）年度
●ホームページアクセス数（千ＰＶ）	目標	6,000	6,000	6,000	6,500	7,000	7,500
		(150)	(350)	(1,300)	(750)	(1,000)	(1,250)
	実績	4,569	5,659	6,105			
		(299)	(1,224)	(641)			
●物産の売上額（千円）	目標	240,000	350,000	400,000	400,000	410,000	420,000
		(－)	(－)	(－)	(－)	(－)	(－)
	実績	314,505	378,380	397,332			
		(－)	(－)	(－)			

※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値

様式１

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を強化するために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）
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）

様式１

		【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（Ｒ６）年度	274,973,171（円）	【県からの補助金】36,309,000（円） 【県からの委託料】10,820,548（円） 【観光プロモーション協議会等からの委託料】2,498,688（円） 【収益事業】210,250,898（円） 【会費】11,993,000（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)】3,101,037（円）
2025（Ｒ７）年度	279,873,000（円）	【県からの補助金】34,277,000（円） 【県からの委託料】10,038,000（円） 【観光プロモーション協議会等からの委託料】1,100,000（円） 【収益事業】219,154,000（円） 【会費】11,851,000（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)】3,453,000（円）
2026（Ｒ８）年度	291,411,000（円）	【県からの補助金】36,277,000（円） 【県からの委託料】10,477,000（円） 【観光プロモーション協議会等からの委託料】1,100,000（円） 【収益事業】228,256,000（円） 【会費】11,851,000（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)】3,453,000（円）
2027（Ｒ９）年度	291,411,000（円）	【県からの補助金】36,277,000（円） 【県からの委託料】10,477,000（円） 【観光プロモーション協議会等からの委託料】1,100,000（円） 【収益事業】228,256,000（円） 【会費】11,851,000（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)】3,453,000（円）

（２）支出

年（年度）	総支出	内訳（具体的に記入すること）
2022（Ｒ４） 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（Ｒ５） 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（Ｒ６） 年度	284,657,030（円）	【一般管理費】3,274,859（円） 【情報発信・プロモーション】78,097,760（円） 【受入環境整備等の着地整備】4,418,675（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】10,043,813（円） 【その他】184,964,923（円）
2025（Ｒ７） 年度	291,411,000（円）	【一般管理費】3,632,000（円） 【情報発信・プロモーション】82,748,000（円） 【受入環境整備等の着地整備】4,401,000（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】12,434,000（円） 【その他】184,339,000（円）

2026（Ｒ８） 年度	291,411,000（円）	【一般管理費】3,632,000（円） 【情報発信・プロモーション】82,748,000（円） 【受入環境整備等の着地整備】4,401,000（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】12,434,000（円） 【その他】184,339,000（円）
2027（Ｒ９） 年度	291,411,000（円）	【一般管理費】3,632,000（円） 【情報発信・プロモーション】82,748,000（円） 【受入環境整備等の着地整備】4,401,000（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】12,434,000（円） 【その他】184,339,000（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。

・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３年度	令和４年度	令和５年度	令和６年度	備考
店舗	とちびより	176,434,563	283,088,348	345,144,043	366,347,018	
	おいでよ！とちぎ館	20,224,795	30,001,695	30,187,596	27,400,177	
ＥＣサイト	とちぎもの	－	1,414,668	3,047,946	3,584,882	令和４年３月オープン
計		196,659,358	314,504,711	378,379,585	397,332,077	

・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しするとともに、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。

様式１

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	齋藤　久恵
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（副主幹（GL））
郵便番号	320-8501
所在地	栃木県宇都宮市塙田 1-1-20
電話番号（直通）	028-623-3210
ＦＡＸ番号	028-623-3306
Ｅ－ｍａｉｌ	saitouh16@pref.tochigi.lg.jp

都道府県･市町村名	栃木県
担当者氏名	片柳　祐人
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	栃木県宇都宮市塙田 1-1-20
電話番号（直通）	028-623-3210
ＦＡＸ番号	028-623-3306
Ｅ－ｍａｉｌ	katayanagiy2401@pref.tochigi.lg.jp

（登録）【地域連携DMO】公益社団法人　栃木県観光物産協会

様式2

記入日：　令和7年7月31日

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】 八木澤　哲男
【マーケティング責任者（CMO）】 石川　隆
【財務責任者（CFO）】 松川　雅人
【職員数】 22人（常勤8人（正職員5人・出向等3人）、非常勤14人）
【主な収入】
　収益事業　210百万円、委託事業　13百万円（令和6年度決算）
【総支出】
　事業費　281百万円、一般管理費　3百万円（令和6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）

※（　）内は外国人に関するもの。

項目		2022（R4）年度	2023（R5）年度	2024（R6）年度	2025（R7）年度	2026（R8）年度	2027（R9）年度
旅行消費額（百万円）	目標	550,000（－）	700,000（－）	750,000（28,000）	775,000（30,000）	800,000（32,000）	825,000（34,000）
	実績	661,658（－）	722,559（25,676）	未発表 未発表	—	—	—
延べ宿泊者数（千人）	目標	5,500（30）	7,500（100）	8,000（250）	8,500（300）	8,750（325）	9,000（350）
	実績	7,244（46）	7,847（235）	8,304（279）	—	—	—
来訪者満足度（%）	目標	91（－）	91（－）	93（－）	95（97）	96（97）	97（97）
	実績	90.0（－）	92.1（－）	93.9（96.7）	—	—	—
リピーター率（%）	目標	91（－）	90（－）	90（－）	92（12）	93（12.5）	94（15）
	実績	87.3（－）	88.5（－）	91.1（10.4）	—	—	—

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てる環境・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利便性と、「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

【情報発信・プロモーション】
・令和6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。

【受入環境整備】
・令和6年度観光業ネクストリーダー育成事業／観光業の次代を担うリーダー育成にむけて、インバウンド動向をはじめとする観光業を取り巻く最新の課題への対応等にむけたセミナーを開催し、観光業経営を支援した。

【その他】
・とちぎ観光地づくり委員会の開催（年3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、地域を潤す観点を持ちながら、自主自立したDMOの推進を図った。