観光地域づくり法人形成･確立計画

記入日：令和７年　６月　２８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	地域ＤＭＯ	
観光地域づくり法人の名称	（一社）那須町観光協会	
設立時期	平成 25 年４月１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	10 人【常勤 10 人（正職員 5 人・パート 1 人、地域おこし協力隊 1 人、出向等 3 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） 阿久津　千陽 （出身組織名） （一社）那須町観光協会	（一社）那須町観光協会長として、地域の様々なパイプ役となっており、在任期間中、様々な取組で成果を挙げている。その他、那須温泉旅館協同組合や那須町温泉保護開発協会などでも要職を務め、那須町の観光においての中心人物である。旅館　山快代表取締役社長。
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 ※必ず記入する	（氏名） 伊藤　美香「専従」 （出身組織名） （株）リクルート	令和 5 年 4 月より(株)リクルートから出向。観光地域づくり法人のＣＭＯとして、複数地域出向経験あり。20 年以上、同社の旅行事業部で、地域マネジメントや宿泊事業者へのコンサルティング営業、人材育成に関わってきた。デジタルマーケティングなどを含め、観光全般に関して高い知見と能力を持つ。
財務責任者（ＣＦＯ：チーフ・フィナンシャル・オフィサー） ※必ず記入する	（氏名） 久保田　大輔「専従」 （出身組織名） （株）足利銀行	2006 年足利銀行入行、2008 年足利支店、2012 年栃木支店勤務を経て 2014 年より本部勤務、本部において個人向け商品・サービスの企画・推進・管理業務を担当、2024 年 4 月より那須町観光協会へ出向。財務全般に関する知見と能力を持つ。
各部門（例：プロモーション）の責任者（専門人材）	（氏名） 林　健「専従」 （出身組織名） （一社）那須町観光協会	那須高原リゾート開発（株）で 9 年間勤務。令和 4 年 4 月より観光協会職員となり、情報部員として、HP や SNS での情報発信から着地型パンフ等の制作を担当。高いプロモーション能力を持ち、常にターゲットに効果的な宣伝方法を考えて行動している。
各部門（例：旅行商品の造成･販売）の責任者（専門人材）	（氏名） 廣川琢哉 （出身組織名） 松川屋　那須高原ホテル	（一社）那須町観光協会前会長で、現在は地域アドバイザー的役割を担いながら、インバウンド協議会事務局長も務める。幅広い人脈と長年培った豊富な観光知識を持ち、那須地域の特色を生かした商品を造成・販売。宿泊施設と観光事業者とのパイプ役も担っている。

様式１

連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	【那須町】 観光商工課、環境課、企画政策課、財政課、学校教育課、農林振興課、生涯学習課 （事業提案の実施計画への反映、必要な予算の確保、関連組織との連携サポート、国や県との連携事業のサポートなど） 【栃木県】 労働観光部観光交流課、農政部那須農業振興事務所、環境森林部県北環境森林事務所 （関連組織との広域連携協力、国や県の情報提供協力など） 【環境省】 日光国立公園管理事務所、日光国立公園満喫プロジェクト地域協議会 （事業協力、情報提供など） 【日本政府観光局】 JNTO （予定：事業協力、情報提供）
連携する事業者名及び役割	・那須町商工会、那須町森林組合、那須町農業協同組合： 地域資源としての世界的価値創出のための関連事業の造成、連携 ・足利銀行、栃木銀行、大田原信用金庫： 関連事業の造成や地域経営体制の構築等に対する助言、金融環境を中心とした検討及び関連事業の造成や地域経営体制の構築等に対する助言、金融環境を中心とした検討 ・那須温泉旅館協同組合： 滞在環境支援、現地のオペレーション体制などの受入環境・体制整備等を中心とした検討及びウリの特定や磨き上げ、ブランディングに関する戦略策定、地域経営体制の構築、ヤドの整備や移動手段 ・那須高原リゾート開発株式会社（那須どうぶつ王国）： ウリの特定や磨き上げ、ブランディングに関する戦略策定、地域経営体制の構築、ヤドの整備や移動手段、現地のオペレーション体制などの受入環境・体制整備に向けた検討 ・株式会社ライドエクスペリエンス： ウリの特定や磨き上げ、ブランディングに関する戦略策定、地域経営体制の構築、ヤドの整備や移動手段、現地のオペレーション体制などの受入環境・体制整備に向けた検討 ・株式会社ランドリーム： ウリの特定や磨き上げ、ブランディングに関する戦略策定、地域経営体制の構築、ヤドの整備や移動手段、現地のオペレーション体制などの受入環境・体制整備の検討。セールス、送客等（中国市場） ・JAPAN PRIVATE TOUR Co. Ltd.： セールス、送客等（東南アジア市場）。現地のオペレーション体制などの受入環境・体制整備等を中心とした検討 ・Japan・World・Link 株式会社： セールス、送客等（欧米市場）。現地のオペレーション体制などの受入環境・体制整備等を中心とした検討 ・関東自動車株式会社： セールス、送客等。現地のオペレーション体制などの受入環境・体制整備等を中心とした検討 ・ヤマゼンコミュニケイションズ株式会社： 地域資源としての世界的価値創出のための関連事業の造成、連携 ・株式会社　関東農産： 地域資源としての世界的価値創出のための関連事業の造成、連携

	・株式会社　GOOD　NEWS： 地域資源としての世界的価値創出のための関連事業の造成、連携 ・森林ノ牧場株式会社： 地域資源としての世界的価値創出のための関連事業の造成、連携 ・株式会社リクルートライフスタイル： 那須地域の人流データ及び実泊データの供与 ・那須地区ホテル＆レジャー施設連絡協議会 （会員：休暇村那須、ホテルエピナール那須、東急ハーヴェストクラブ那須、TOWA ピュアコテージ、ホテルサンバレー那須、ホテル・フロラシオン那須、リゾートホテルラフォーレ那須、ロイヤルホテル那須、ホテル四季の館那須、ホテル森の風那須、那須ガーデンアウトレット、那須ハイランドパーク、那須どうぶつ王国、りんどう湖ファミリー牧場、マウントジーンズ那須、ハンターマウンテン塩原、那須ロープウェイ、那須サファリパーク、お菓子の城、那須とっりくあーとぴあ、NOZARU、FACT LAND、関東自動車）： 現地のオペレーション体制などの受入環境・体制整備等を中心とした検討 ・NASPO 株式会社(那須ブラーゼン)： 現地のオペレーション体制などの受入環境・体制整備等を中心とした検討 ・公益社団法人栃木県観光物産協会（とちぎ DMO)、DMO 大田原ツーリズム： 広域連携、セクター連携、全体事業へのサポート。関連事業の実施 ・那須エリア・ネイチャーツーリズム協議会： ウリの特定や磨き上げ、ブランディングに関する戦略策定、地域経営体制の構築、ヤドの整備や移動手段、現地のオペレーション体制などの受入環境・体制整備に向けた検討等のコアメンバー、現地のオペレーション体制などの受入環境・体制整備等を中心とした検討 ・プロジェクト９ｂ推進委員会： 広域連携、セクター連携、全体事業へのサポート ・東日本旅客鉄道株式会社、東武鉄道株式会社、ジェイアールバス関東株式会社、県北地区タクシー協議会： 二次交通、旅行商品造成 協力、事業協力、情報提供 ・株式会社ジェイアール東日本企画、東武トップツアーズ株式会社： 旅行消費 造成協力、事業協力、情報提供
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 那須町経済四団体と連携を図り策定した事業計画を推進。各事業の企画、結果及び 分析を共有している。 ② 当法人理事は、宿泊事業者、レジャー施設事業者、交通事業者、農業従事者等の多様な関係者により選出。月１回の理事会、月１回の三役会を開始し、事業計画・予算は理事会審議により決定している。 ③ 理事会の下部委員として当法人が主導して行政や関係団体がメンバーの「那須町観光戦略実務者会議」を年６回程度実施。 ④ 当法人主導で三部会（総務部、事業部、情報部）を１カ月に一度実施。地域の事業者が代表（部長）となり、関係各所の連携を図りながら合意形成を取り案件ごとに事業を推進。随時課題の掘起こし・解決先の検討も行っている。 ⑤ 三部会とは別に、インバウンド部会と戦略部会を当法人の基、設置。両部会ともに地域事業者が主力メンバーとなり主体的に行動。事業計画及び予算計画を立て、広域連携を主に他地域と合意形成を図りながら持続可能な地域づくりに励んでいる。

様式１

<table>
<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>・那須町観光協会の全会員（一部除き）に対して、観光地域づくり法人設立に向けた全体説明を実施、その後、個別説明も実施しＤＭＯに関する意識啓発を展開。
・R6 年度、那須町商工会会員（約７００事業者）に対して、観光 DX 重要項目及びインバウンド受入環境対策のキャッシュレス化勉強会を実施
・R5 年度、R6 年度、観光地域づくり法人（登録ＤＭＯ）として、データから見る今後の戦略及び事業説明会を実施。
・R5 年度、「インバウンドおもてなしセミナー」を実施。
・R6 年度、「那須町をもっと好きになるストーリー集～IP 計画」策定に伴い、行政・観光従事者・地域住民によるＷＳを計 6 回開催（毎回約 60 名参加）
・R6 年度、「那須町　持続可能な観光地づくりアクションプラン」策定に伴い、行政・観光従事者・地域住民によるＷＳを 2 回開催（毎回約 20 名参加）
・R6 年度、手話講座を 2 回開催
・R6 年度、インバウンド向け英会話初級講座を 3 回開催</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>◇自主事業（平成 31 年度並びに令和元年度～令和 6 年度）
【観光案内】
ア　那須高原観光案内センター（那須湯本）
【イベント事業】
ア　御神火祭の開催（毎年 5 月最終日曜日）
イ　教伝地蔵尊縁日（～令和元年度）
ウ　千体地蔵法要（令和 4 年度～　御神火祭同時開催）
エ　九尾狐慰霊祭（～令和 3 年度
令和 5 年度以降御神火祭と同時開催）
【情報発信】
ア　那須町観光ガイドブックの作成
・令和６年度……25 万部作成
・デジタル版の公開
・デジタルアーカイブの新設（令和 5 年 3 月）
イ　公式ホームページ「那須町観光ガイド」
・動画、写真などによるイメージ情報発信
・新着情報、イベント情報によるタイムリーな情報発信
・バナーによる情報発信
ウ　ＳＮＳの活用
・ブログ、Facebook、Twitter、Instagram による情報発信
・令和 4 年度……「殺生石ＳＮＳ投稿キャンペーン」実施
エ　観光ポスターの作成（年 1 回）
オ　マスメディアへの情報提供、取材協力
・ニコニコ生放送バスツアー（令和 5 年 1 月）
・テレビ朝日「帰れマンデー見っけ隊!!」ほかテレビ放送</td></tr>
</table></td></tr>
</table>

		・新聞掲載、ラジオ放送、web 掲載・配信等 カ　日帰り温泉本「湯めぐりと、クー本°」発行・販売 ……3 万部（令和 6 年 3 月） キ口那須町グルメ本発行・・・2 万部（令和 6 年 12 月） 【誘客プロモーション】 ア　栃木県・栃木県観光物産協会・那須町主催の 観光キャラバン・PR 事業等への出展参加 ・「本物の出会い栃木観光キャラバン」（佐野 SA、JR 大宮駅、JR 宇都宮駅、東武池袋駅等） ・「実際どうなん？栃木群馬フェア」（神戸　大丸須磨店）（令和 4 年 6 月） ・「本物の出会い栃木 AUTUMN マルシェ」（恵比寿ガーデンプレイス）（令和 4 年 9 月） ・仙台キャラバン（仙台市内新聞社・大手旅行代理店） ・ふるさと観光展 IN 仙台（JR 仙台駅） ・「ツーリズム EXPO ジャパン」（東京ビッグサイト）（令和 4 年 9 月） ・「栃木県フェア」（イオンレイクタウン） ・「とちぎストロベリーマルシェ」（JR 上野駅） ・栃木県観光情報商談会［東京　ベルサール東京日本橋（～令和 4 年 9 月）丸ビル（令和 5 年 9 月)］ ・栃木県記者発表会（東京　都道府県会館） ・那須町「楽天イーグルスガールズデー観光ＰＲイベント」（仙台　楽天スタジアム）（～令和 5 年 6 月） ・その他栃木県内外で開催の PR イベント等への参加 イ　冬の誘客宣伝「冬の那須フェスタ」（～令和元年度） ・立寄り湯温泉周遊券発行 ・「那須スタンプラリー」実施 ・「冬は那須和牛を食べようキャンペーン」実施 ウ　オンラインキャラバンの実施（令和 3 年度～） ・那須「じゃらんクーポン」発行 ・東京スカイツリータウン PR イベント（令和 4 年 11 月） ・「冬の那須はちびっこワールド」宿泊プラン企画（令和 5 年 10 月、令和６年 10 月） ・「那須町グルメ満喫」宿泊プラン企画（令和 7 年 1 月） エ　那須町ＤＭＯ観光キャラバン（JR 大宮駅） （協力　那須町、那須野農業協同組合、那須町森林組合） （令和 6 年 3 月）

		オ　キャラクター活用 ・那須町観光大使きゅーび一活用 ・きゅーび一イラスト活用 【収益事業】 ア　チケット販売 ・協力観光施設の前売りチケット販売 ・高速バス発券 ・リフト券取扱い イ　旅行事業（～令和４年３月） ・県民一家族一旅行、GoTo トラベル代理店事業 ・公式宿泊予約サイト「e-NASU ネットの運営」 ウ　物品販売 ・きゅーび一グッズ ・酒類（令和２年度～） ・ロッカー・荷物お預かりサービス ◇受託事業 【観光誘客宣伝事業（那須町)】 ア　パンフレット等の製作 ・パンフレット（ＮＡＳＵマップ、スイーツ、パン、 カフェマップ、肉・そばうどんマップ） ・湯めぐりと、く一本゜ ・那須町グルメ本 イ　オンライン観光誘客業務委託（じゃらんクーポン発行） （令和４年度～） ウ　その他 ・ふるさと納税返礼品の造成（令和３年度～） （那須町６か所で利用可能ゴルフ場利用券、那須まるっと Enjoy Tickets 等） ・他分野連携による観光誘客宣伝（那須のかたりべ工芸 （篠細工）振興） 【観光誘客宣伝事業（栃木県)】 ア　Ｅ－ＢＩＫＥによる日光国立公園サイクリング促進事業 （ＮＰＯ法人那須高原自然学校に委託）（令和４年度～） ◇共催事業 【那須町と共催】 ア　那須町賀詞交歓会 イ　那須九尾まつり（那須九尾まつり実行委員会主催） ウ　宿泊税勉強会

		【那須町商工会と共催】 ア　「四季の那須フォトコンテスト」の開催 【那須温泉神社・山岳救助隊と共催】 ア　那須嶽開山祭（～令和 6 年度） 【ハローワーク黒磯と共催】 ア　合同就職採用面接会（令和 6 年 3 月） ◇連携事業 【那須高原案内所運営委員会】 ア　黒磯駅観光案内所に係る事業参加（～令和 2 年 3 月） イ　那須ガーデンアウトレット観光案内所 （～令和 4 年 3 月）
	受入環境の整備	◇二次交通整備事業 【観光周遊バス】 ア　那須高原観光周遊バス「きゅーび一号」企画運営 （～令和 3 年 5 月） イ　日光国立公園をむすぶ「日光・那須 満喫ライナー」 実証実験（～令和元年度） ウ　「那須高原観光周遊バス」運行開始（令和 4 年 7 月～） （運営：関東自動車㈱） ◇AR コンテンツを活用した情報発信 【プロジェクト 9b 運用（～令和 3 年度)】 ア　AR 動画による観光地紹介 イ　デジタルスタンプラリーの実施 →　運営事務局業務をプロジェクト 9b 実行委員会へ移譲（令和 4 年 3 月） 【那須高原スイーツ・パン　デジタルスタンプラリー（～令和元年度)】 ◇事業協力 【那須インバウンド協議会】 ア　インバウンド対策・誘致に係る事業にオブザーバー参加 【那須教育旅行誘致協議会】 ア　同誘致に係る事業への情報提供、旅行業者への紹介等協力 【日光国立公園満喫プロジェクト】 ア　同事業に係る会議への参加 【いちご一会とちぎ国体那須町実行委員会（令和 4 年度)】 ア　同委員会事業に係る会議への参加 イ　御神火炬火イベント協力 ウ　国体会期中 PR ブース出展 【地域・観光型ＭａａＳ「ＮＡＳＵ－Ｗａｙｓ」（令和 5 年度～)】 ア　ＪＲ東日本大宮支社による同事業への参加 イ　同事業ＰＲイベント協力

	観光資源の磨き上げ	【連携事業（那須町)】 ◇那須高原展望台「恋人の聖地」リニューアル ア　同展望台活用のため「恋人の聖地」登録維持 【協働事業】 ◇ニューツーリズム促進事業 ニューツーリズム実行委員会（～令和２年度） ・体験情報サイト「那須高原 de ぜ～んぶ体験しちゃお！」の運営（実行委員会解散後も継続） ◇那須の魅力創造事業 マイスタークラブ（～令和元年度） ・「那須の歴史、自然、観光」講座の開催 【国の補助事業】 ・観光庁：令和３年度 地域の観光資源の磨き上げを通じた域内連携促進に向けた実証事業 ・観光庁：令和４年度 「第２のふるさとプロジェクト」モデル実証事業 ・観光庁：令和４年度 DX の推進による観光・地域経済活性化実証事業 ・令和５年　地方における高付加価値なインバウンド観光地づくり事業（R6 年、IP 計画策定） ・観光庁：令和６年　世界に誇る観光地を形成するための DMO 体制整備事業（安定的な財源確保事業に採択され、宿泊税導入に向けた事業開始） ・観光庁：令和６年　世界に誇る観光地を形成するための DMO 体制整備事業（持続可能な観光地づくりアクションプラン策定）

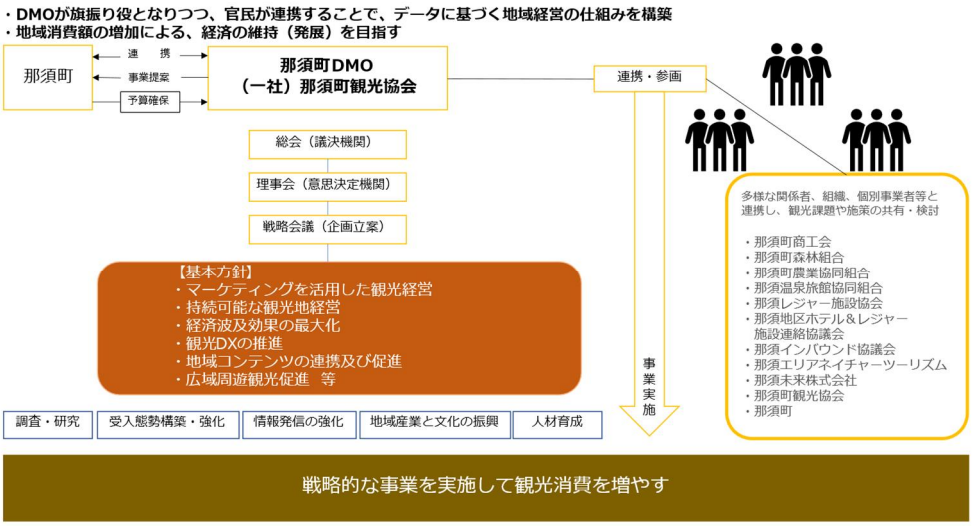
【定量的な評価】

〇SNS の活用（令和７年 ６月 ７日 現在）
・X（旧 Twitter）「フォロワー数」：8,911 人（R6 年 8,257 人）
・Facebook「フォロワー数」：4,200 人（R6 年 3,757 人）
・Instagram「フォロワー数」：4,727 人（R6 年 3,388 人）

〇ＷＥＢアクセス数/令和６年度(R７年６月１日現在)
（計測期間　令和６年４月１日～令和７年３月 31 日）
・ユーザー数（アクティブユーザー数）：287,192　（R4 年 170,000 人）
・ページビュー数（表示回数）：849,770 回　（R4 年 210,000 回）
・平均セッション時間（平均セッション継続時間）：2 分 05 秒(R4 年 2 分 20 秒)
・直帰率：62.28%　（R４年 43.83%）

〇インバウンドパンフレット
・１６頁折（フルカラー）で、英語、繁体語、タイ語を用意。

〇観光庁：令和４年度 DX の推進による観光・地域経済活性化実証事業
・宿泊施設を核とした観光地の DX 推進に向けた実証事業を実施した主な事業内容は、地域全体と自社の宿泊データが比較できることで宿泊価格の適正化を行う「PMS を自動連携」。国内 OTA とも連携することで他地域比較も可能にな

	り、地域全体の観光消費額の拡大を目指した。今後は地域全体の消費額 UP を図り、那須エリアの飲食店やお土産店等観光事業者へ、先々の宿泊予約状況を共有予定。PMS 連携目標施設数：8 社→　参画施設数：5 社（地域売上の 80%を占める上位施設が導入。現地では導入希望が高かったが、本社にて連携 NG となった施設が３社)。こちらは単年度事業ではなく、今後継続予定。DB を活用して地域内観光消費額の向上に努める。
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】** （一社）那須町観光協会が母体となり、行政、宿泊業者、飲食業者のみならず、アクティビティー事業者、交通事業者、農林水産業、商工業、国立公園等、多様な関係者と連携を図り、官民が密接した運営を実施する。 **【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】

当町には、経済四団体推進連絡協議会が設置されており、２５年以上の歴史をもつ。観光業、商工業、農業、森林業を所管する団体の連携組織であり、北部を中心とした観光業から南部を中心とした森林業まで繋がりを持っている。

一昨年からは、那須町観光戦略会議を定期的に開催し、地域資源を活かした消費額向上、さらに四団体が連携することにより収益性の高くなる商品造成などの検討している点からも、当町全域と設定することが最適と考える。

【観光客の実態等】

那須町の観光客入込数は、平成 7(1995)年に初めて 500 万人を超えて以降、約 500 万人前後で推移したが、平成 23(2011)年は東日本大震災の影響により約 390 万人まで落ち込んだ。平成 24(2012)年以降

は、様々な観光振興に取り組み観光客入込数は増加傾向で推移。令和 2(2020)年は新型コロナウィルス感染拡大の影響で、平成 23(2011)年を下回る約 34８万人まで落ち込み、非常に厳しい状況となった。コロナ禍後、積極的な観光復興に努め、令和６(2024)年は約 560 万人の来訪がありコロナ過前の約 500 万人を大きく上回った。

【観光客宿泊者の推移】
■那須町の観光客宿泊者数は、平成 23(2011)年に東日本大震災の影響により約 126 万人に落ち込んだ。以降、増加傾向に転じ約 170 万人で推移したが、令和２(2020)年は新型コロナウィルス感染拡大の影響で、平成 23(2011)年を下回る約 124 万人(前年比 70.9%)まで落ち込んだ。令和６年(2024)年においては、コロナ過前を上回る約 199 万人まで回復したが、民宿・ペンションの集客力が落ち、貸別荘・ロッジ・コテージ・キャンプ場は集客力を上げている状況。

【国内】
・令和 6 年度の観光入込客は 561 万でコロナ禍前の約 500 万人の 112%。宿泊に関しては、キャンプ場・ロッジ・貸別荘泊の需要が高まっている。※那須町調べ
・年間宿泊旅行者数は昨対比 131%の 112 万人と推計される（那須町調べの旅行者数はＲ５年度で年間約 85 万人）。※じゃらん宿泊旅行調査 2024
・宿泊旅行者の移住地（発地エリア）は 79.5%が関東ブロック（東京都 23.2%、埼玉県 14.4%、栃木県 12%、千葉県 10%、茨木県 8.5、神奈川県 8%、千葉県 6 群馬県 3.4%)。関東以外では福島県 4.4%、宮城県 4.3%、新潟県 3.6%、大阪 2.8%。性別は男性 54.7%、女性 45.3%。※じゃらん宿泊旅行調査 2024
・年齢は 18～29 歳が 12.5%、30 代が 14.6%、40 代が 18.5%、50 代が 18.8%、60・70 代が 35.6%で、年齢構成比は全国とほぼ同じ。
・同行者は、小学生以下連れ親子旅行が 20.8%、中学生連れ親子旅行が 1.8%、三世代家族旅行が 9.1%、その他家族旅行が 20.2%で、全体の 51.9%が家族。　夫婦での旅行が 26.1%、恋人との旅行が 5.8%、ひとり旅が 4.2%。※じゃらん宿泊旅行調査 2024
・リピーター率は 76.9%で、全体の 23.1%が初回訪問者。栃木県のリピーター率は 72.4%で全国平均は 71.8%※じゃらん宿泊旅行調査 2024
【海外】
・国別割合では韓国が 26.3%、台湾が 21%。欧米豪も全体の約 3 割と伸びてきている。参加形態は家族が 38%と国内同様ファミリー需要が高い。※観光プラットホーム

【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】
～「温泉・自然・歴史」豊富な地域資源を有する一大観光地～
・那須温泉は今から約 1390 年前の舒明 2 年(630)、狩野三郎行広の鹿の湯発見に始まり、すでに江戸時代には世に知られていた。
・新生代の第四紀（約 180 万年前）の洪積世に始まったとされている那須火山脈。那須連山の主峰である茶臼岳は約三万年前に火山活動を開始し、数度の大噴火により火口を含む山頂付近は火山岩に覆われ、今なお盛んに噴煙を上げている。

・那須高原には、御用邸用地の約半分が一般開放された那須平成の森をはじめ、中の大倉尾根のゴヨウツツジ、八幡のツツジ、那須街道の紫陽花、ヤマユリ、赤松林など貴重な森林が残っている。

・九尾の狐伝説にまつわる、那須を代表する史跡「殺生石」(2022 年 3 月、真っ二つに割れ、SNS などで発信され世界的話題となった)

・芦野・伊王野地域は、歴史と文化が薫る豊かで、多様な生物が生息する里山がある。

・御神火祭、那須温泉神社例大祭など、那須ならではの行事が開催されている。

様式１

・芦野地域には、樹齢 400 年を超えるエドヒガン桜が咲く「堂の下の岩観音」や西行法師、俳諧師松尾芭蕉が立ち寄ったとされる「遊行柳」など日本の原風景が広がっている。

・伊王野地域には、源義経が奥州より馳せ参じたとされる「東山道」が通り、国の重要文化財「三森家住宅」などの歴史ある建物が残る。

1 泉質の異なる温泉と湧出量の豊富な温泉郷

鹿の湯や大丸温泉などの源泉に恵まれている

- ✓ 那須温泉（鹿の湯）
- ✓ 大丸温泉
- ✓ 北温泉
- ✓ 弁天温泉
- ✓ 高雄温泉
- ✓ 八幡温泉
- ✓ 新那須温泉
- ✓ 三斗小屋温泉
- ✓ 源泉 那須山
- ✓ 源泉 金ちゃん温泉
- ✓ 芦野温泉 etc.

鹿の湯

2 風情ある田園風景や史跡等の観光資源

芦野、伊王野地域では、里山と田園・史跡・遊行柳などが楽しめる

- ✓ 中大倉山ゴヨウツツジ群落
- ✓ 殺生石（栃木県指定文化財）
- ✓ 教伝地蔵尊／千体地蔵尊
- ✓ 恋人の聖地 那須高原/展望台
- ✓ 駒止の滝
- ✓ 弁天吊橋
- ✓ 八幡ツツジ群落
- ✓ 那須温泉神社
- ✓ 喰初寺
- ✓ 遊行柳
- ✓ 芦野城址 etc.

芦野城址

3 ロイヤルリゾートとしてのネームバリュー

天皇皇后両陛下・皇族の方々のご静養のとして知られる御用邸が存在する

- ✓ 那須御用邸

那須御用邸

4 首都圏からのアクセスと利便性

東北自動車道、国道4号線、東北新幹線が縦貫し、都心からのアクセスに最適

- ✓ （車の場合）仙台宮城.C.より179km 1時間55分、川口JCTより 152km 1時間37分
- ✓ （新幹線の場合）「なすの」東京-那須塩原間で70分、「やまびこ」仙台-那須塩原間で70分

5 道の駅「那須高原友愛の森」が外国人観光案内所に指定

平成26年度に認定

- ✓ 標高470m。那須高原の入口に位置する「道の駅 那須高原友愛の森」は、那須の観光・芸術の中心地として発展し続け、広い構内には緑が溢れ、お買い物・お食事・体験と楽しんでいただける施設となっています

～四季を織りなす自然景観や那須八湯など、豊富な観光資源に恵まれたロイヤルリゾート地～

■那須高原(那須町)は東京から約 180km の距離、東京と仙台のほぼ中間に位置する観光と農林業の町
■日光国立公園の一部でもある那須町は、雄大な那須連山や 1390 年以上の歴史を持つ那須温泉郷をはじめとする観光資源に恵まれている
■芦野・伊王野地区には、里山や昔ながらの田園風景を残しており、松尾芭蕉や義経伝説が残る歴史的文化遺産も数多く存在し、殺生石などの史跡が有名
■高原地区には、皇室の方々が訪れる御用邸があり、「ロイヤルリゾート那須」として知られている

那須温泉郷
西暦630年開湯の歴史ある那須温泉郷

那須高原
栃木県北部那須岳の南側山麓地域

那須連山

殺生石
九尾の狐伝説にまつわる、
那須を代表する史跡の一つ

那須御用邸
本邸は大正15年、
附属邸は昭和10年に建造

様式１

～レジャー施設や各種体験など、来訪目的となるコンテンツも豊富～

【遊ぶ、見る】

那須ハイランドパーク、那須サファリパーク、那須ワールドモンキーパーク、那須高原りんどう湖ファミリー牧場、那須どうぶつ王国、南ヶ丘牧場、森林の牧場、那須オルゴール美術館、田川啓二美術館、那須とりっくあーとぴあ、小さな万華鏡美術館、相田みつを那須ギャラリー、エミールガレ美術館、宝石探しトレジャーストーンパーク、那須テディベアミュージアム、那須クラッシックカー博物館、那須フィッシュランド、人間国宝長岡達三陶芸美術館、那須フラワーワールド、蒸気機関車・SL ランド、トリックアートの館、ダイアナガーデンエンジェル美術館、那須昆虫ワールド、藤城清治美術館、那須ステンドグラス美術館など

▲那須どうぶつ王国

▲那須ハイランドパーク

▲りんどう湖ファミリー牧場

【体験する】

BBQ/バーベキュー、アスレチック(フィールドアスレチック等)、キャンプ、パラグライダー、カヌー・カヤック、サップ(スタンドアップパドル)、沢登り(シャワークライミング)、アクセサリー作り、ガラス細工作り、キャンドル作り(アロマキャンドル等)、シルバーアクセサリー作り、クラフト・工芸、フラワーアレンジメント・ガーデニング、ポーセラーツサロン・ポーセリンアート、マリンクラフト、ランプシェード作り、レザークラフト、絵画・版画体験、織物、人形作り、石鹸作り、染色・染物体験、苔玉作り、彫金体験、陶芸体験、木工体験、サイクリング、バギー、ボルダリング・ロッククライミング、乗馬、うどん・そば打ち、ソーセージ・ウィンナー作り、自然体験、写真
体験、茶道教室・茶道体験、着物・浴衣レンタル・着付け体験、釣り(釣り堀・渓流釣り等)、いちご狩り、スノーシューなど

	登録施設	掲載施設	掲載プラン
那須町	81	50	125

じゃらん net 遊び体験予約より（2023 年 5 月時点）

▼那須はソフトアドベンチャーツーリズムの宝庫（下記は一例）

(i)那須エリア全域におけるサイクリングツアー

(ii)那須連山を中心としたハイキングツアー

(iii)旧街道や奥の細道等をテーマとしたウォーキングツアー

(iv)高原や森の中でのホーストレッキングツアー

【特産品】

●那須和牛・・・丹精込めて育てられた地域ブランド牛。レストランや宿泊施設で提供されている。精肉店でも販売。

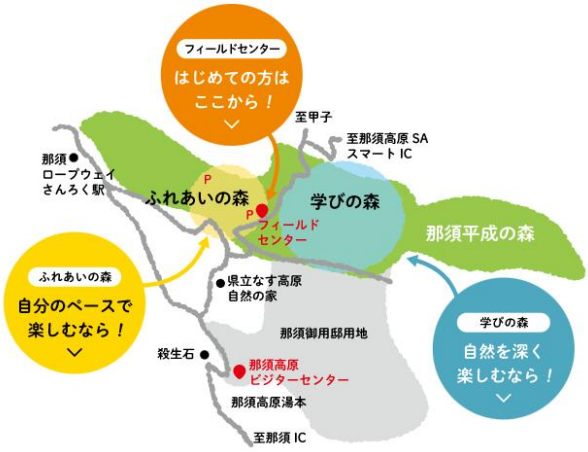
●乳製品・・・生乳生産量本州第一位。那須山麓の清涼な空気の中で育った健康な乳牛から搾った那須高原産の牛乳、チーズやヨーグルトなどの乳製品も自慢。

●農作物・・・標高 200mから 1,000mにかけての広い地域で栽培される農作物は種類も多く美味。標高差があり収穫期間が長いことも特徴。

【学ぶ】

■日光国立公園　那須平成の森

那須御用邸地として、近年までほとんど人が立ち入ることのなかった那須平成の森。今では、木々が芽吹く春から雪に覆われる冬まで、1 年中自然を楽しむことができる。那須平成の森は、自由に森を散策し、自然体験が楽しめる「ふれあいの森」と、環境を可能な限り守ることに力を置き、自由な立ち入りを規制したガイドウォーク利用専用エリアとなる「学びの森」の二つのエリアで構成されている。那須平成の森の拠点施設として「那須平成の森フィールドセンター」があり、ガイドウォークをはじめとする様々なプログラムを実施。所要時間は 2 時間からで、個人はもちろん、学校･グループの団体オーダープログラムにも対応。各種プログラムはインバウンドにも対応している。



▲平成の森全体図

▲那須平成の森　夏の散策マップ

■那須高原ビジターセンター

東京から約 180 キロメートル、栃木県の北部、雄大な那須連山山麓の那須湯本温泉にある施設で、栃木県と福島県にまたがる日光国立公園の那須甲子地域の様々な情報を紹介している。館内では、那須甲子地域の自然や歴史をわかり易く紹介するための展示を行っており、周辺の散策ポイントや観光情報、旬の自然情報なども提供。那須甲子地域の文化・歴史・温泉・火山・皇室との関わりを展示紹介しており無料で利用できる（一部有料）。令和 5 年より E－bike セルフガイドツアーも開始された。ワークショップやツリークライミング、クラフトや雪遊びなど、定期的にイベントも開催している。

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

那須温泉郷は栃木県北部に位置し、ホテル、旅館、ペンション、民宿など宿泊施設の形態も多彩。近年はペットと宿泊できる施設や、アウトドアブームによりキャンプ場、グランピング施設も増えている。コテージ利用のニーズも高まり、新しい施設も誕生している。年間の観光入込客数は R6 年度 560 万人でその内、宿泊者は 190 万人で、全体の 34%（R5 年度 30%）を占め、戦略的打ち手より宿泊者が伸びている状況。・リピーター率は 76.9%で、全体の 23.1%が初回訪問者。リピーターの旅行満足度も高い。しかし、宿泊者の旅ナカでの消費額は 18,600 円で R５年より 3,600 円増加。宿泊費に関して、R5 年度は全国平均より約 5,000 円低いことが課題であったが、R6 年度は全国平均同等の 18,300 円で着地（じゃらん宿泊旅行調査 2024 調べ）。地域の観光事業者の連携により地域消費を高めることができた。中長期的に目指す姿は、「旅行者に応じた様々な楽しみ方を提供し、何度も訪れたくなるリゾート～Royal Resort NASU～」。現在、宿泊施設の PMS を連携させ、宿泊者の需要予測を行い、ダッシュボードのデータをエリア内の観光事業者全体（飲食店・土産店・体験事業者等）に共有。今後、データ分析に基づき早期打ち手を企て、地域全体で観光消費の増大を目指す。

▼観光施設数（2023 年 4 月 1 日現在）

年　度	ホテル･旅館	寮･保養所	民　宿	ペンション	国民休暇村 いこいの家	貸　別　荘 ロッジ･コテージ
平成 29	59	26	19	122	2	34
30	63	26	19	121	2	38
31	62	22	18	110	2	38
令和 2	56	21	18	105	2	35
3	56	15	17	98	2	42

(つづき)

キャンプ場	スキー場	ゴルフ場	テニスコート	別　荘
13	2	8	24	9,824
13	2	8	22	9,644
13	2	8	21	9,607
12	2	8	13	9,579
12	2	8	8	9,273

資料：観光商工課、税務課（別荘）

▼観光施設などの収容人員（2023 年 4 月 1 日現在）

年　度	ホテル・旅館	寮・保養所	民　宿	ペンション	国民休暇村 いこいの家	貸　別　荘 ロッジ・コテージ	キャンプ場
平成 29	7,944	1,047	400	2,957	226	2,471	3,776
30	8,357	988	384	2,915	226	2,314	3,777
31	8,571	861	378	2,646	226	2,343	3,840
令和　2	8,585	799	383	2,453	226	2,601	3,840
3	8,227	413	322	2,217	226	2,631	3,156

資料:観光商工課

■令和６年：那須町役場による宿泊推定調査及び、観光客入込み推移結果

■令和６年宿泊客推定調査結果

	旅館、ホテル	民宿	ペンション	貸別荘、ロッジ、コテージ	キャンプ場	計(寮・保養所含む)
令和元年（人）	1,257,550	16,224	148,076	148,121	107,228	1,748,432
令和４年（人）	1,093,105	14,789	119,061	202,729	172,443	1,635,576
令和５年（人）	1,132,402	12,050	120,559	238,642	198,448	1,738,323
令和６年（人）	1,289,320	11,094	133,795	280,534	222,951	**1,991,294**
令和元年比較（%）	103%	68%	90%	189%	208%	114%
令和５年比較（%）	**115%**	**92%**	**111%**	**118%**	**112%**	**115%**

【国内】
●那須町の**宿泊全体感では令和６年度、コロナ禍前を上回る114%。**昨年と異なり、旅館・ホテルが大きく実績を伸ばした（**昨対比115%、156,918人泊増**）
●コロナ禍後、民宿・ペンションの集客力が落ち（ただし、ペンションは昨対比111%で回復の兆しを見せている）、**貸別荘・ロッジ・コテージ・キャンプ場が大幅に集客力を上げている。**
●**宿泊全体の約65%を占める旅館、ホテル**に関しては昨対115%、コロナ禍前比103%。R５年度は**コロナ禍前比90%**（▲125,148人）だったが、R６年度は回復した。

【海外】
●**令和6年は計14,534人泊**で、コロナ禍前令和元年17,717人に対して82%(R5年は15,056人の85%）。
●国別割合ではコロナ禍前同様、**アジア・中東からが最も多く**（令和5年計13,985人）、**全体の93%**を占める。
●コロナ禍前令和元年と比べ、**大きな伸びを見せているのがベトナム**（令和5年計802人、令和元年19人）。
●**米国・カナダ**の令和６年実績は458人（令和5年実績は532人）で、**令和元年344人より133%増。**
令和５年より74人減で、昨対比86%。
●欧州の令和６年実績は189人（令和5年実績は111人）で、令和元年142人より**133%増。令和5年比170%。**

■令和６年外国人宿泊客推定調査結果

■令和６年観光客入込み推定調査結果

	観光客入込み推移
令和元年（人）	4,799,209
令和４年（人）	4,425,168
令和５年（人）	5,127,138
令和６年（人）	5,619,269
令和元年比較（%）	117%
令和５年比較（%）	**110%**

●観光客入込みはコロナ禍前117%で大きく上回り、昨対比も110%と順調に推移。
●令和元年の宿泊人泊数は、観光客入込みに対して36%。令和6年の宿泊人泊数は、観光客入込みに対して35%(令和5年は34%）。**宿泊もほぼ回復。**

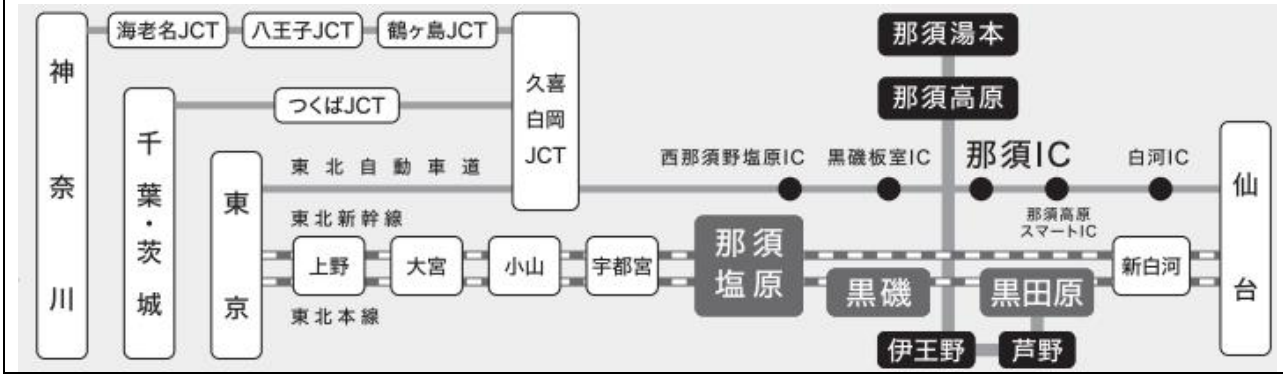
【利便性：区域までの交通、域内交通】

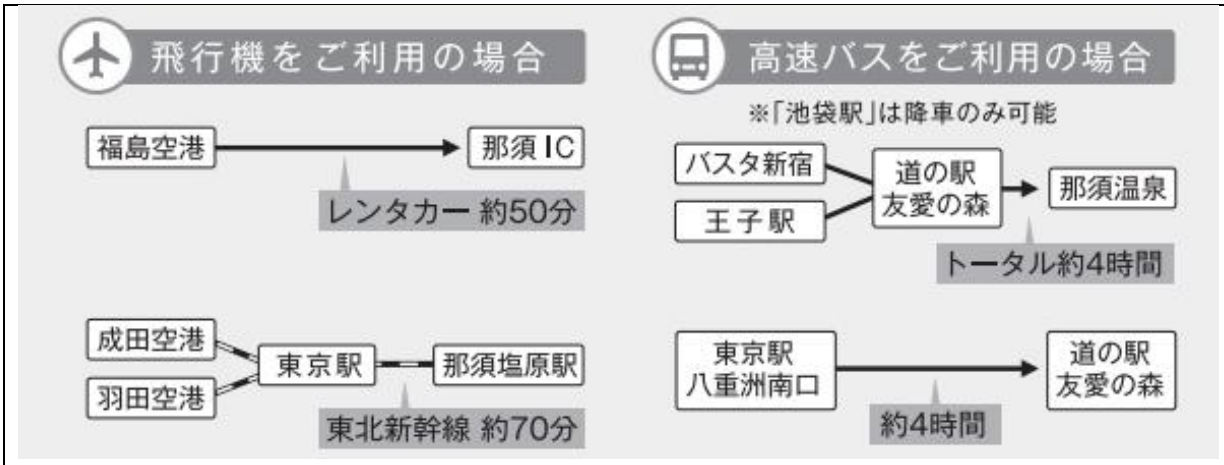
●電車利用

新幹線「なすの・やまびこ」東京駅～那須塩原駅・・・約 70 分
新幹線「やまびこ」仙台駅～那須塩原駅・・・・・・・約 75 分

●車利用

東京方面から東北自動車道利用・・・約 120 分
神奈川方面から圏央道利用・・・・・約 120 分





●那須高原観光周遊バス

■那須高原観光周遊バス
【料金・乗車券】
＜1回乗車＞
料金：（大人）800円　（小学生）400円
Suica・PASMOなどの全国相互利用可能な
交通系ICカード利用可能。

＜観光周遊1DAYパス＞
那須高原観光周遊バスが1日乗り降り自由になる
乗車券。料金：大人・小学生共通 1,500円

＜那須高原フリーパス券＞
那須線・板室線が2日間乗り降り自由になる
「那須高原フリーパス券」でも乗車可能。
料金：（大人）2,600円　（小学生）1,300円
＜発売箇所＞
バス車内、那須塩原市観光案内所、
黒磯駅前定期券センター

【外国人観光客への対応】
通信設備、ガイド、二次交通等の受入体制の整備促進を図る。外国人観光客対応のマップ等情報ツールの整備、案内板の外国語併記を促進し、観光地の国際化を推進。数多くの地域資源と、交通の利便性など整備し、海外に向けた情報発信力を強化するとともに、地元商工関係者と連携し、サイン看板や観光ガイド、各種パンフレットなどの多言語対応や Wi-Fi 環境の整備を進める。更に外国人観光客が不便を感じることなく町内を周遊・滞在できる環境を整えていく。観光案内所の職員及び観光事業従事者について、語学研修をはじめとする人材育成の研修と外国人対応レベルの向上も図る。

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。	ＣＲＭを活用して町全体のデータを収集
延べ宿泊者数	宿泊者数の推移を把握するため。	旅館組合よりデータを収集し集計
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。	じゃらん net における那須町宿泊施設全体の口コミを抽出。 ※総合点・接客・朝食・夕食・部屋・風呂・サービスと部門ごと
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。	じゃらん net 宿泊データを活用
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。	観光情報サイト、ＳＮＳなどの アクセス数、フォロワー数の確認

４．戦略

（１）地域における観光を取り巻く背景

【現状と課題】

●ヒト

人口減少と高齢化が及ぼす人手不足が問題。那須町も他の地方同様、人口減少は進み令和元年度には 23,852 人。ピークだった昭和 25 年の 31,241 人から約 24%減。高齢化も進み、高齢化率も 40%ほどとなり、就業人口総数も平成 27 年度は 11,802 人で、平成 2 年の 14,450 人から約 19%減。現在、求人をかけても人が雇えない状況が続いている。今後、さらなる人口減少や高齢化が進めば、就業人口の不足が加速し、那須町の産業の柱である観光業、特に宿泊業への人材確保は更に深刻な課題となる。那須町の人口が減ることによる経済のマイナス額は 2030 年時点で約 52 億円を想定（約 4,000 人減少、1 人あたりの地域内年間消費額 130 万円）。今後、マイナス経済を観光消費で補っていく必要がある。

●ヤド

那須町の観光客入込み数は、5,619,269 人(前年 5,127,138 人 前年比 110%）で、宿泊数は 1,991,294 人 （前年 1,738,323 人 前年比 115%）前年の過去最少を更新した。宿泊施設の空室率の増加が目立つ状況。外国人宿泊者数は 14,534 人（前年 15,056 人　前年比 85%）となったが、コロナ禍前の 17,717 人に対しては 82%に留まった。令和 3 年度の第 4 次那須町観光振興基本計画によると令和 8 年の外国人宿泊者数目標数値は 50,000 人で、現在、国の「地方における高付加価値なインバウンド観光地づくり」事業採択地域として、宿の課題にも向き合い、エリア全体としてのインバウンド向けの高付加価値ツーリズムを提案・誘客する流れを作り出している。

【打手】

那須町には自然、歴史、文化、温泉、食等、地域と関わりの深い多様で豊かな資源がある。魅力的な施設（レジャー施設、宿泊施設、ゴルフ場、アウトドア事業者）やコンテンツも多く存在。それらを活用し那須の強みとなる観光コンテンツの発掘、磨き上げを戦略的に行い新たな人口を創出。
交通に関しては、ＪＲ東日本、関東自動車会社、地元交通事業者などと協働して MaaS を推進する。

～今後、戦略立てて地域として取り組むべきこと～

① 訪日外国人需要の取り込みによる交流人口・観光消費額の拡大

観光消費額を増やす為にも訪日外国人旅行者マーケットの拡大は必須。当地域は観光庁の「地方における高付加価値なインバウンド観光地づくり」のモデル観光地に那須及び周辺地域にも選定されたことより、人数ありきではない施策に取り組む。この地域ならではの歴史・文化に付加価値をプラスして、ミドル富裕層が「わざわざ那須に来る理由」を造り上げていく。そのような取り組みの基、宿泊施設、交通機関、観光名所、レストラン、ショッピングなど、様々な領域の事業者と連携を図り、地域経済の発展に努め、雇用創出や事業も成長を目指す。訪日外国人に関するＫＰＩは人数依存ではなく、消費単価にこだわった指標とする。地域の魅力や資源を活用し価値ある体験をしっかりと提供して地域イメージを向上させ、持続可能な地域振興を実現させていく。人数ありきの施策ではなく、ターゲットとなる訪日外国人の消費行動をとらえた価値ある体験の磨き上げを行うことで、オーバーツーリズムも回避。経済効果の変化をより詳細に把握しながら、近隣地域とも協働して「わざわざ来る価値のある体験」を造成していく。

② 観光ＤＸの推進

地域にとって観光 DX の重要性：

地域データの不足より経験値のみに頼った施策が実施されていた。今後は、データ分析や予測モデルを活用して需要予測や訪問者行動の解析を行い、適切な施策やサービスの提供を実施していく。必要なサービスを適切な価格で提供することを実現させ、観光地の経営向上、運営効率化を図る。観光ＤＸに取組むことで得られた収益、時間を活用して、雇用者の満足度を向上させることで、未来の収益を生む取り組みをおこなっていくことが可能となる。

旅行者にとって観光 DX の利便性：

今後、観光情報の入手、各種予約手続き、各種チケット購入、二次交通の情報（運行時間やルート、運賃等含む）などをシームレスに予約できる WEB サイトの構築を行っていく。旅行による「面倒」を省くことで、旅行者の時間と手間を節約することができ、より快適な那須町の旅を提供することができる。

③ 持続可能な観光地域づくり

「持続可能」にこだわった観光地経営に取り組み、那須町における地域経済の成長と雇用の創出に貢献していく。持続可能な観光地として環境への負荷を最小限に抑える他、様々なサスティナブルに注力していく必要がある。今後、地域住民を交えてワークショップを実施しながら、中長期的ビジョンに基づいたアクションプランを策定。令和５年度中にディスティネーションプロフィールを作り、持続可能な観光地域として施策に取り組む体制を整えていく。

・Ｒ６年度：「那須町　持続可能な観光地づくりアクションプラン」を策定

・「那須をもっと好きになるストーリー集～インタープリテーション計画～」を策定。

・那須町で働く従業員の福利厚生をＤＭＯとして提供していく「那須町　従業員コミュニティポータルサイト」の実証事業を 12 月に開始。

④ 財源の確保

チケット販売手数料や会費、入湯税（宿泊客の増加に努める）の一部とふるさと納税（寄付金額向上に努める）の一部を財源とする。将来的に、地域雇用に関わる人材派遣サービス業や地域商品開発販売や旅行商品の造成販売などによる自主財源の確保も検討。また、宿泊税導入に向けて宿泊税導入検討委員会を発足。5 月に第一回検討委員会、6 月に第二回検討委員会を開催。Ｒ５年 5 月に宿泊事業者に向けた勉強会及び説明会も実施している。Ｒ７年、宿泊税使途検討委員会を発足。Ｒ８年度徴収開始を目指す。

様式１

（２）地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	強み（Strengths） ・雄大な自然景観と温泉や史跡等の観光資源に加え、豊富なレジャー施設 ●雄大な自然景観（茶臼岳） ●泉質の異なる温泉と湧出量の豊富な温泉郷 ●風情ある田園風景や史跡等の観光資源 ●ロイヤルリゾートとしてのネームバリュー ●首都圏からのアクセスと利便性 ●道の駅「那須高原友愛の森」が外国人観光案内所に指定 ●どうぶつ王国、サファリパーク、南ヶ丘牧場、ファミリー牧場、ハイランドパーク等、魅力的なレジャー施設も豊富 ●形態の異なる宿泊施設（リゾートホテル、老舗旅館、ペンション、民宿、コテージ、グランピング）で、多様なニーズに対応 ●ペットと楽しめるスポットが充実している	弱み（Weaknesses） ・冬季の観光客減少や観光シーズンにおける那須高原の渋滞 ●行楽シーズン以外の閑散化 ●各施設の温泉を含めた魅力の PR 不足 ●マイクロツーリズムやユニバーサルデザインへの取組が不十分 ●観光施設、宿泊施設の点在による２次交通の手段の少なさ ●市内回遊を促すプログラムの不足 ●観光従事者の人手不足 ●外国人向け案内所、対応ガイドの不足 ●外国人向け観光情報の整備不足 ●カード決済可能店が少ない ●特産品、那須名産品が少ない
外部環境	機会（Opportunity） ・外部専門家を活用した観光産業の高度化 ●観光カリスマによる助言 ●域内経済向上のための（仮称）那須 DMO 設立に向けた専門家受入 ●観光客の自然・健康志向 ●温泉への根強いニーズ ●和食がユネスコ無形文化遺産に登録、日本食に対する関心の高まり ●SNS の普及、ソーシャルメディアによる PR ●外部専門家を活用した観光産業の高度化	脅威（Threat） ・コロナウィルス禍による旅行客の減少 ●近隣温泉街との差別化（観光地間の競争の激化） ●少子高齢化の進行 ●キャンプブームによるホテル・旅館等への宿泊者の減少 ●国内の宿泊観光旅行回数、宿泊数の減少 ●若者等人材の流出による生産人口の減少 ●原油の高騰 ●若年層による運転免許取得率の低下 ●所得に反比例する物価高

（３）ターゲット

○ターゲット層

【国内観光客】

特に関東及び隣県を中心とした小学生までの子連れファミリー層

自然景観を楽しみながら子供に様々な体験をさせたい知的好奇心の高いファミリー層

○選定の理由

●他地域と比較して当該ターゲット層の来訪が多く、また市場としても今後拡大傾向にある。

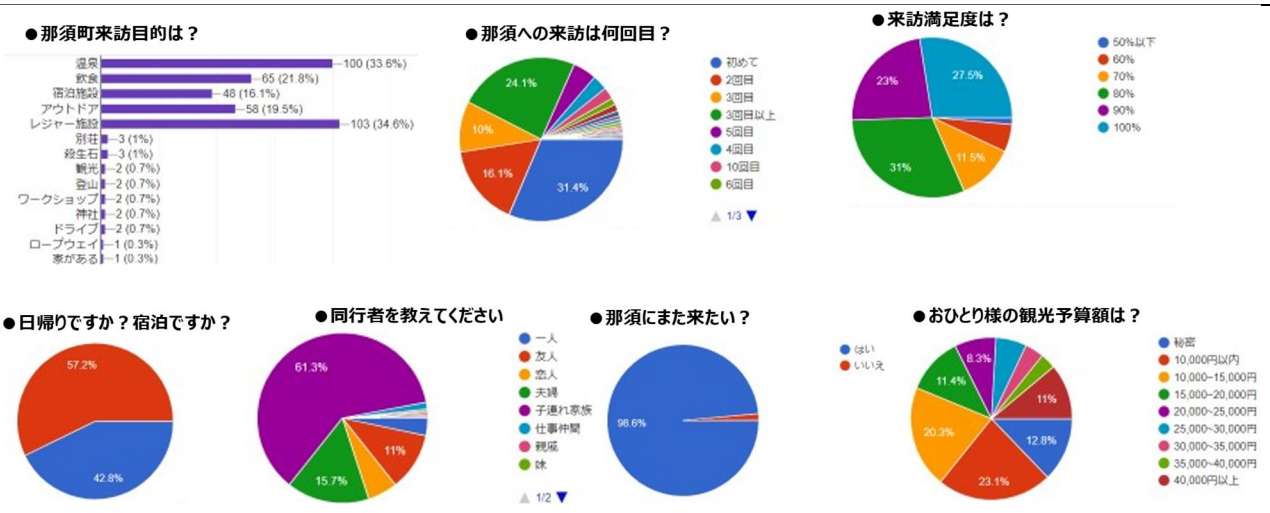
●子供に喜ばれるレジャー施設（どうぶつ王国、サファリパーク、遊園地、牧場等）が多い。

●来訪者アンケート調査より約 60%の方が同行者は家族と回答。じゃらん宿泊旅行調査でも全国平均に比べ、家族連れが多い結果となっている（那須町 28%、栃木県 21%、全国 16%。じゃらん宿泊旅行調査 2022 年より）

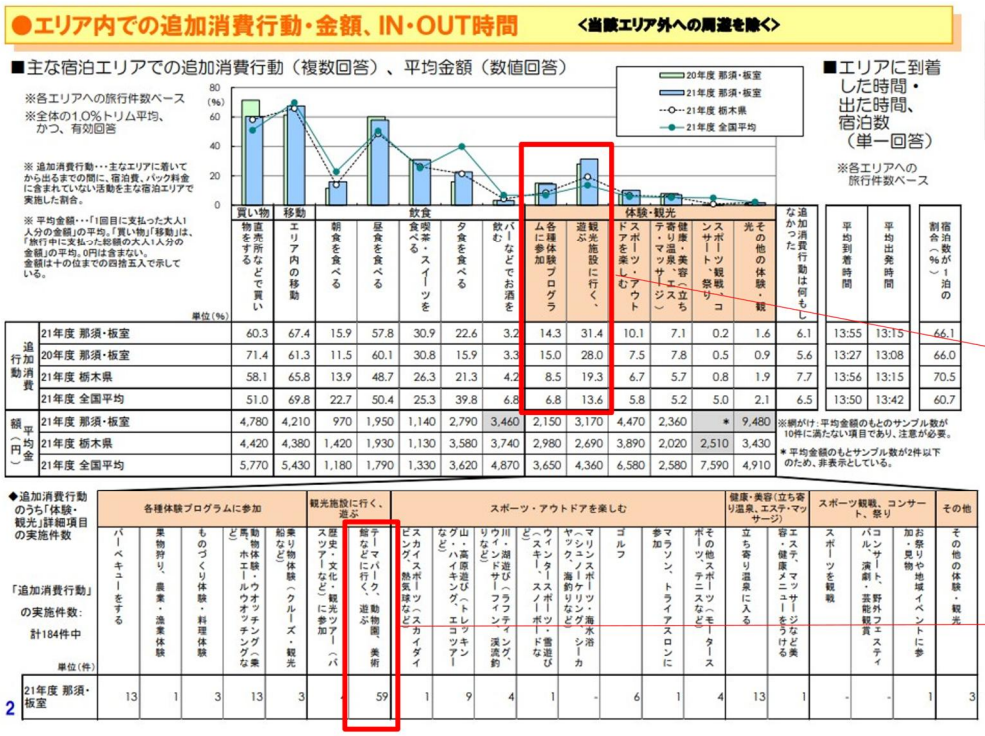
●家族で楽しめる体験コンテンツも充実しており、国内施設掲載数№１の体験コンテンツＯＴＡ登録事業者数も 81 施設（2023 年 4 月時点）と競合エリアに比べても多い。

▼那須町の現状：来訪者アンケート結果　2023 年 5 月　n300

様式１



≪じゃらん宿泊旅行調査 2022 より抜粋≫



〇取組方針

●2023 年度５月に来訪者アンケート（下記参照）実施。今後、GAP 調査を実施し地域のお宝素材やマーケティング法を探り、初来訪者を増やしていく。同時に、再来訪意向につながる要因を分析。結果に基づいてターゲット層に強力に訴求するコンテンツを磨き上げる。

●各レジャー施設と宿泊施設の連携を強化し、R5 年度よりスタートした冬季誘客施策「冬の那須　ちびっこワールド」宿泊プラン他、ファミリー限定のプランを新たに造成する。来訪者の約半数を占める日帰り顧客を宿泊顧客にしていく企画も併せて検討。

様式１

〇ターゲット層
【国内観光客】
愛犬と一緒に旅行を楽しみたいペット愛好家

〇選定の理由
●当該エリアにはペットと一緒に泊まれる宿泊施設やカフェ、レストランが充実しており、「ペットに優しい町」と掲げ、町一体となりペット連れニーズに幅広く対応している。
※ドッグフレンドリーな施設が 2023 年 4 月時点で 56 施設パンフレットに掲載されている。
●「ペット旅行」によるインターネット調査（ペット旅行専門メディア　休日いぬ部 「ペット旅行に関するアンケート調査」）を参考にした場合、愛犬同伴旅行の回答率は 70%、旅行回数は年 2 回以上。需要は確実にあり、そのマーケットを取れる環境も整っている。
●那須町では、全国でも珍しい民間主体の「ワンコネット那須協議会」が 2014 に発足。『ワンちゃんとお出かけマップ』などを独自で制作。ペット連れの顧客に向けて様々な取り組みを実施している。こちらの協議会と協働し、戦略的にペット連れ顧客の集客をしていくことができる。

〇取組方針
●「ワンコネット那須協議会」と連携を図る。
●新規顧客をターゲットに、ペット連れで楽しむことができるスポットを、SNS などで PR する。
●ワンちゃん運動会を実施し、ターゲット層に対して効果的にエリアを PR する。

〇ターゲット層
【訪日外国人】
他にはない特別な体験を望むミドル富裕層（約 100 万円着地で消費／人）

〇選定の理由
●2023 年 3 月、観光庁による高付加価値旅行者の誘客に向けて集中的な支援等を行うモデル観光地１１地域の一つとして選定され、「地方における高付加価値なインバウンド観光地づくり事業」が始動したことより、訪日外国人ターゲットを「高付加価値な体験を好むミドル富裕層」とした。本事業をインバウンドの大きな柱として国、県、町と一体となり様々な関係者を巻込み五ケ年計画でコンテンツを造成販売していく。本年度中に、インバウンドマーケットに関する現状を把握するために、地域データを収集（人流データや Web アンケート等で、那須町来訪日外国人の現状を把握）。
●那須エリアを中心に事業展開する事業者による誘客実績あり：首都圏からのアクセスも良く、ソフトアドベンチャーツーリズムを求める高付加価値な個人旅行者を誘客しやすい。主に民間主導でインバウンド向け情報発信を行ってきた。今後は、民間事業者と協働してブランディングを強化。サイクリングを通じて魅力的な観光資源として那須を国外にも発信する。
※那須エリアにおけるサイクリングツアーにおいては、すでに、1 人 1 日 10 万円以上を消費し 5 日～7 日間以上滞在する旅行者の海外からの誘客を成功させている実績があり、その満足度も極めて高い。（具体例：米国からの 60 歳代夫婦向けに、那須に 4 連泊。那須-日光間のガイド＆サポートカー付きサイクリングを楽しむ９日間のツアーを 1 人 150 万円で販売）。

▼事業者による高付加価値旅行者誘致に関する今までの海外への情報発信の取り組み実績やその成果

中国向けSNSの現状と今後の予測について
中国向けSNSは、Bilibili、Red Douyinの３つがあり堅調に伸長してきている。今後このアカウントにソフトアドベンチャーなどの体験コンテンツを追加し、中国向けに新たな軸でブランディング強化を行い、今後来る中国人訪日客の回復に備える。
日本那須アカウントRed、Bilibili、Tiktok合わせて7万人ファンがいます。

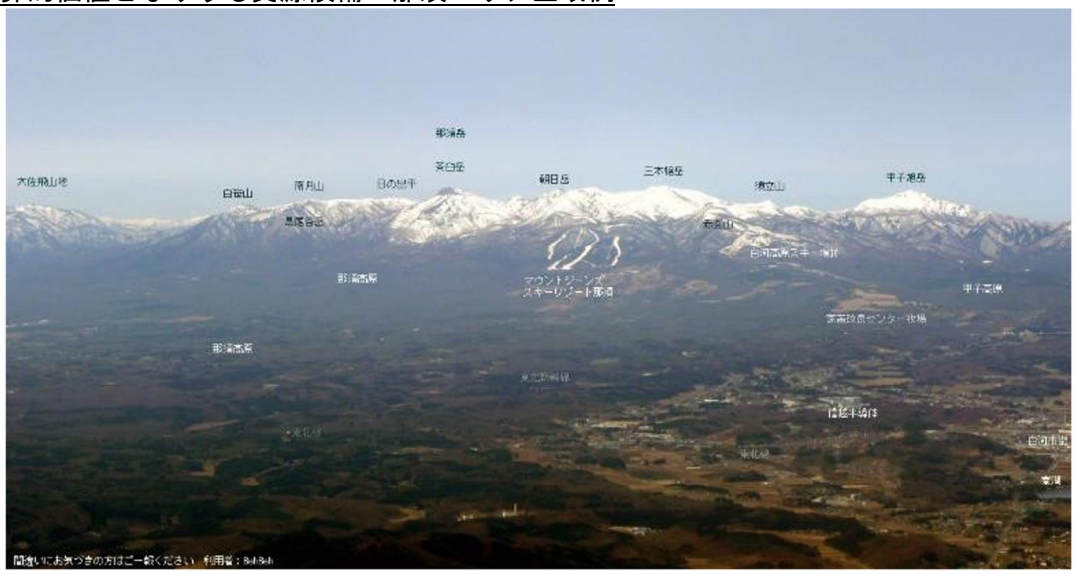
欧米向け情報発信の成果（民間の取り組み事例）

https://bicycle-tours.jp

2017年秋に立ち上げ、Googleでの検結果で上位表示。
ex)「Bicycle tours Japan」ではトップ表示。「Japan cycling tour」でも上から2番目に表示等。
□ 日本でのサイクリング体験に興味を持ち、検索を通じて当社Webサイトへアクセスした海外の方々のうち、
1. 英語でのコミュニケーションにストレスを感じず、
2. 当サイトの洗練された雰囲気や美しい写真の数々、ツアーコンセプトの魅力等に惹かれ、
3. ローカルの日本人が運営するツアー（より深く日本を知りたいという知的欲求）を好み、
4. けっして安くはないツアー代金（30~70万円ほど）を受容する。
というフィルターを通過した方々が、当社へブッキングまたはカスタムツアーの問合せを行っている。
<当社のインバウンドツアー売上の伸び率>
（2017年秋に英語Webサイト立ち上げ）
2017年 □ 2018年　インバウンドツアー売上 400%成長
2018年 □ 2019年　インバウンドツアー売上 140%成長
（2023年の予約状況から見た見込み）
2019年 □ 2023年　インバウンドツアー売上 300%成長見込
（上半期で150%達成確実）

●ミドル富裕層が求めるラグジュアリーな宿泊施設や飲食店があり、歴史のある温泉や初心者でも楽しめるソフトアドベンチャー体験も充実（ガイド付き）。美食家に満足してもらえる食（米と高原野菜、乳製品、那須牛、発酵食品などを使用した料理）も提供できる。

▼世界的価値となりうる資源候補　那須エリア全域例



日本最長の山脈と日本最大の平野が交わる唯一無二の地勢的特徴を持つ那須エリアは、那須連山とその広大な裾野に広がる、ダイナミックかつ変化に富んだ、それでいて穏やかで優しい自然に恵まれている。さらに、東京から新幹線でのアクセスの良い那須エリアを拠点に、日光や会津・磐梯吾妻等の周辺エリアへと広がりを持った広域の移動を伴うソフトアドベンチャーを展開していくことにより、これらの周辺エリアの自然や文化資源を、那須エリアの魅力の要素として取り込み、世界のソフトアドベンチャー層から見た那須エリアをより魅力度の高いものとしていくことができる

◆ウリの候補をコアバリューに磨き上げる計画案
＜那須エリアの特徴と磨き上げの方向性＞

１．山や自然を崇め、自然と共に生きる精神性と、サスティナブルなライフスタイルやアートの実践
- 山岳信仰（高湯山信仰、白湯山信仰）、修験道（日光修験・那須修験）、殺生石と九尾狐伝説
- 水庭（建築家が再構成した、多様な生物が生息する水の風景）、山のシューレ（山の中で学び語り、思想を深めあう場）
- 那須にアトリエを構える奈良美智をはじめ世界的アーティストを惹きつけインスピレーションを与える那須の自然

・ 那須の大自然の中にある資生堂那須工場を、単なる工場見学施設にとどまらない那須ブランドとしての資産活用

２．那須独特の地勢やテロワールを活かしたハイレベルな食材が、地元の一流料理人により提供される、 地域内 Farm to Table を実践するガストロノミー

・ 那須及び塩原の高原野菜（高冷地野菜）群（トマト、ハーブ、高原大 etc.）地球上で稀有な温帯湿潤気候帯の下、高冷地で火山地質のテロワールが旨味を凝縮させる那須の高原野菜は、地域内の農家から飲食店に直接届けられ、国内外の来訪客に極めて高い体験価値を提供。

・ チーズ工房・那須の森の「森のチーズ・長熟タイプ」→地球上で稀有な温帯湿潤気候帯の下、山地放牧などで育つ牛の牛乳を原料に生産され、世界コンテストで最高評価を受けたチーズ。

３． 那須の特徴を活かし、各要素を繋げ体験価値をより高める「移動型ソフトアドベンチャー」

・ 那須連山縦走ハイキング→ すぐに森林限界を越えて火山景観が現れ、地形の大変化風景と関東平野百キロを見渡す眺望を楽しむ、世界でも稀有な短時間縦走（大地形変化を楽しむ縦走は国内外問わず、通常は最低数日間の縦走登山行が必要）

・ 里山ホーストレッキング→ かつて那須は育馬に適した土地として名を馳せ、那須で育てられた馬は「那須駒」と呼ばれ、那須 の産業を支える存在だった。那須の歴史と深く関わる馬に乗って旧奥州街道や奥の細道の歴史を辿る体験は唯一無二。

・ 地域資源をつなぎ高付加価値な体験を創り出すイド付サイクリングツアー→ 山岳・高原・里山のすべてのエリアで縦横無尽 に走る脇道を繋いで自転車で走り、最高に気持ちの良いサイクリング体験をしながら当地ならではの食と文化の体験、地域 の人々との触れ合いを提供。既に一定数の誘客と高評価の獲得に成功しているインバウンドサイクリングツアーの造成、運営ノウハウを地域で共有 し、ハイキングやホーストレッキングを含む複合商品造成、地域全体での発信とセールス、ガイド人材の育成と共有を目指す。

〇取組方針

●ＪＮＴＯやじゃらんリサーチセンター研究員による「インバウンドの動向分析」をリアルタイムでキャッチアップして、ニーズに合わせた取り組みを実施する。

●那須の歴史、文化を磨き上げ唯一無二の価値を創出（殺生石、那須温泉、九尾伝説、御神火祭、那須温泉神社などを組み合わせ、他にはないストーリーをつくる）。

●近隣地域を巻込み、広域で高付加価値なコンテンツを造成していく。栃木県の日光や福島県の白河などと連携を図り広域地域としてメディア等での情報発信に注力を行い、地域の認知度を高める。

●那須の山岳・高原・里山全体と周辺エリアを舞台に、サイクリング、ハイキング、ホーストレッキング×日本の典型的な火山景観や温泉、里山風景とその中に隠された歴史文化、美しく雄大な自然、日本人の精神性等を一度に体験できる他にはないマルチアクティビティプランを造成。

●山や自然を崇め、自然と共に生きる精神性と、サスティナブルなライフスタイルやアートの実践

●空港からのアクセスも確保しているので、今後、「那須エリアへ行くために日本に訪れた」というコアターゲットを創出していく。

◆入国時から国内移動も含む高付加価値旅行者のニーズに応じた交通アクセスの確保

様式１

那須エリアへのアクセスに関しては、ニーズに合わせて幅広い選択肢がすでに実装されており、インバウンド回復に合わせて来年度から運用を再開していく

空港からハイヤー送迎＆観光【英語対応済み】
空港までお迎えに行き、そのまま那須へ直行。那須の観光、お帰りも空港まで送るサービスの販売実績有り。現在休止しているが、コロナ禍におけるインバウンド回復に伴いサービス再開予定。
（2023年4月以降）
【料 金】 平日1名様 97,000 円～（ハイヤー付・一泊二食付・消費税・入湯税別）山水閣風呂付、２名１室利用
平日1名様 102,000 円～（ハイヤー付・1泊2食付・消費税・入湯税別）

（４）観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	**世界に通用する観光地を目指して「～ROYAL　RESORT　NASU～」。** 令和４年３月試行　第４次那須町観光振興基本計画で策定した基本理念
②コンセプトの考え方	**皇室の方々が訪れる御用邸もあることから、「ロイヤルリゾート那須」と呼ばれている。** 第４次那須町観光振興計画では、基本方針として「世界に通用する観光地目指して、～ROYAL　RESORT　NASU～」を掲げている。皇室の方々が訪れる御用邸もあることから、「ロイヤルリゾート那須」として知られており、避暑地としての注目度も高く、現在約 9,000 棟の別荘が存在する。皇室御用邸である地の環境を維持しながら観光による経済活性化を推進し、「世界に通用する、稼げるリゾート地」に変化する。 **「温泉・自然・歴史」豊富な地域資源を有する一大観光地** 日光国立公園の一部でもある那須町は、雄大な那須連山や 1390 年以上の歴史を持つ那須温泉郷をはじめ、松尾芭蕉や義経伝説が残る歴史的文化遺産や殺生石などの史跡など、観光資源に恵まれている。今後、温泉・自然・歴史文化を活用した広域連携等にも力を入れ、「稼げる仕組みづくり」を構築。来訪者データ（満足度、リピート率等）を活用し、「旅行者に応じた様々な楽しみ方を提供し、何度も行きたくなる観光地へ」を目指す。

様式１

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。	令和４年３月に施行された第 4 次那須町観光振興基本計画については、 令和３年８月～令和４年１月までの半年間、地域の観光関連事業者が中心となって、月 に１～２回の頻度で計画策定ワーキンググループを実施して素案を策定した。この素案を那須町観光振興基本計画策定委員会で審議し、協議、合意形成を重ねて施行されたものである。 ●月一度の部会（総務部会、事業部会、情報部会）を地域事業者主体、観光協会が事務局となり実施。今後はインバウンド部会、交通部会の事務局も務め、５部会制で観光計画を実施し、三役会で随時、報告・検討を行う。計画に関して各部会でＰＤＣＡを回し事業を推進する。 ●月一度の三役三部会では、会長、副会長及び各部の部長が集い、全体の情報・活動内容の共有及び、協議を行っている。 ●月１回理事会を実施。各事案に対する協議及び、事業内容の共有・報告を行っている。 ●年一度の総会で各事業報告及び決算報告を実施し合意形成を取る。 上記共有の他、外部設置している各協議会とも密なる連携を図り、必要に応じて戦略共有。地域内外に関わらず多様な関係者と共に協働して事業を推進している。 ●今後、年に 2 回の那須町経済四団体（那須町観光協会、那須町商工会、那須町森林組合、那須町農業協同組合）及び、レジャー協会、ホテル＆レジャー協会、旅館組合、ネイチャーツーリズム協会が集う「那須町経営戦略会議」にて、ＤＭＯの事業推進状況報告や宿泊税使途などについて協議。 ●今後、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半年に１回程度設けるとともに、関連事業者に対してのコンサルティング等を実施。 ●今後、ＤＭＯとして活動の意義・内容・成果、ＫＰＩの達成状況や取組による地域経済・社会の変化の分析結果等を記載した事業報告書を作成し、地域の関係者に説明を行うとともに、会員への会報誌などで広報していく。
	●活動の意義・内容・成果、ＫＰＩの達成状況や取組による地域経済・社会の変化の分析結果等を記載した事業報告書を作成し、年に２回、地域の関係者に説明を行うとともに、会報誌で公表。
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	・那須町では、「ＤＭＯによる事業計画」の進捗管理として 「経営企画会議　ボード会」を年２～３ 回程度開催予定。事業内容を共有した上、KPI などを含めた那須町としての観光に関するチェックや見直しなどを実施する仕組みを構築。 ・宿泊施設の満足度向上のため、じゃらん net の口コミ評点を抽出し、顧客満足度を総合・風呂・部屋・朝食・夕食・サービスの６つの指標で細かくチェックし、改善内容を把握する。調査結果を共有、ワークショップなどを開催し、更なるサービスの向上を図る。

様式１

	・年に一度のじゃらん宿泊旅行調査より、旅行消費額、旅行消費単価、満足度、リピーター率を確認。現状把握をし、理事会及び総会で共有。全指標の向上を目指した取組を共有、実施する。 ・毎月 1 回の三部会で部会ごとに観光サービスに関わる要件についてワーキングを実施し、サービス維持・向上に向けた評価体制を構築。 ・月一の三役三部会をベースに適宜、取組内容やサービス内容、体制等について協議と実行を行っている。ＤＭＯの業務執行、予算管理は、毎月の理事会でチェックしている。
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	・情報の一本化を図る。観光客へのワンスットップ窓口としての機能を整備し、市内の観光案内や観光イベント等、リアルタイムな情報の発信を行う。他市町村や県が主催するプロモーション、旅行商談会など他団体と連携した誘客プロモーションを行う。 ・各種イベント開催時のプロモーション（チラシやニュースリリース制作など）やメディアを通じて那須の魅力を配信していただくためのニュースレターの配信などを実施する。※毎月会報誌は配信している。

※各取組について、出来る限り具体的に記入すること。

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		107,644	113,422	142,000	143,000	145,000
		（ ）	(200)	(300)	(500)	(800)	(1,000)
	実績	100,983	113,667	140,959			
		（ ）	（ ）	（ ）			
●延べ宿泊者数（千人）	目標		1,700	1,750	2,000	2,015	2,050
		（ ）	(4)	(4.5)	(18)	(20)	(30)
	実績	1,635	1,738	1,991			
		(3.3)	(15)	(15)			
●来訪者満足度（%）	目標		92	92.5	93	93	93.5
		（ ）	(92)	(92.5)	(92)	(92)	(92)
	実績	91	89	89.3			
		（ ）	（ ）	（ ）			
●リピーター率（%）	目標		65	70	77	77	77.5
		（ ）	(5)	(5)	(7)	(10)	(10)
	実績	64	67.8	76.9			
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）		

※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値

目標数値の設定にあたっての検討の経緯及び考え方

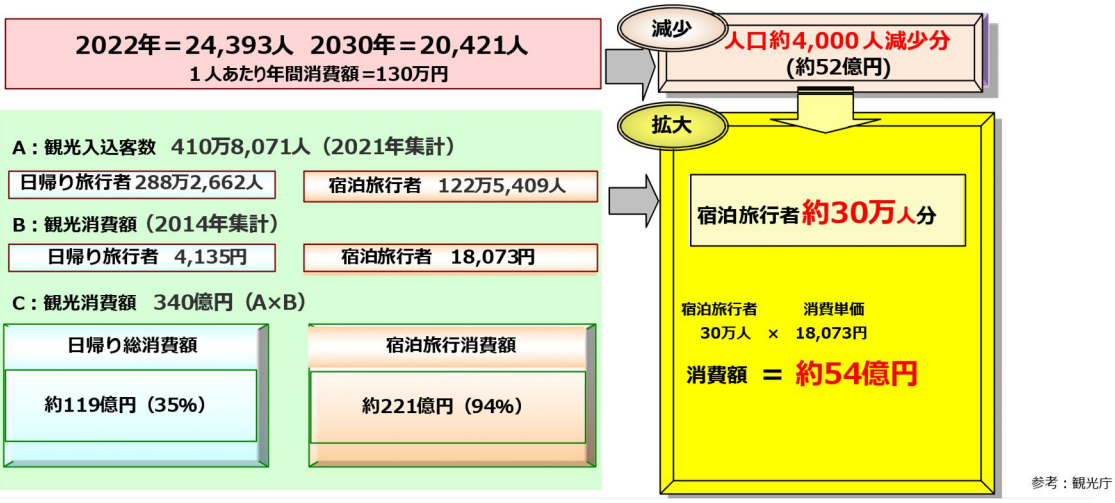
【検討の経緯】

■現状整理：那須町が抱える問題（急速な人口減少）
2022 年は 24,393 人の人口が、2030 年には 20,421 人と、今後８年間で約 4000 人人口減少する予定。定住人口 1 人あたりの年間消費額を 130 万円とすると、2030 年に 2022 年時点同等の経済を維持するには、人口減少分の 4000 人×130 万円で約 52 億円分の新たな消費額を生み出す必要がある。那須町はメイン産業が「観光」であり、那須エリアは年間の観光入込客数 411 万人のうち、宿泊者が 122 万人と宿泊者が全体の 30%を占め非常に多い。那須地域の経済が維持・発展するためには「宿泊単価 UP＋現地消費額 UP」もしくは「宿泊者数」を増加させる必要がある。

様式１

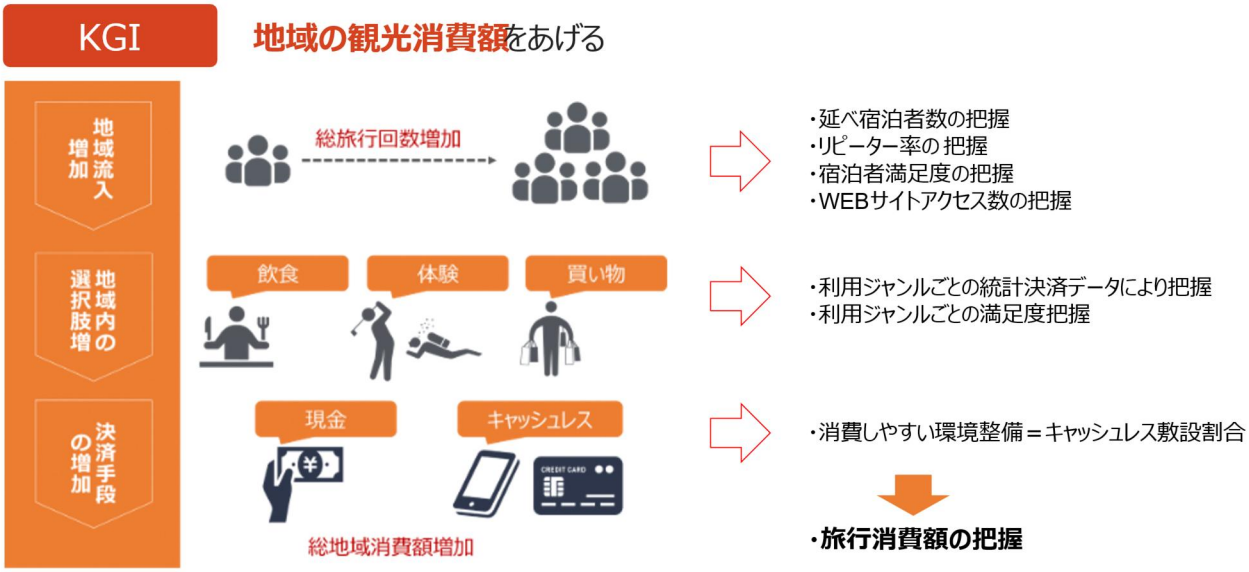
地域経済の動向（那須町推計～観光交流人口増大の経済効果）

地域経済を維持するため、定住人口１人当たりの年間消費額（ 130万円）とすると、
2030年までに減少する人口　＝　約4,000人とすると4,000人×130万円＝51.6億円をつくる
年間那須町の宿泊旅行者 122万人（2021年）　→　150万人に増やしていく



参考：観光庁

重要な観光指標（データの継続的な収集・分析）



■現状整理：那須町における観光の特徴（<u>リピータ割合の多さ</u>）
那須町は観光入込客数 410 万人（2021 年）に対して、宿泊者が 122 万人と宿泊者が全体の 30%を占め非常に多い。また、宿泊者のうち 76.7%はリピーターであり、全国平均（69.8%）と比較してリピーターが多い。リピーターが多いだけでなく、リピーターの総合満足度（92%）も初回訪問者の満足度（84%）と比べ高い。但し、子ども・若者・大人が楽しめるスポットに対する満足度や地元のホスピタリティに対する満足度は、初回訪問者に比べ、リピーターはやや低い。
※じゃらん宿泊旅行調査 2022 より

■現状整理：那須町における観光の特徴（<u>宿泊旅行費用における現地消費額の低さ</u>）
宿泊者の旅ナカでの消費額は 16,500 円。全国平均 22,200 円と比較すると 5,700 円低いことが

課題である。従って、宿泊者の旅ナカでの消費実態を把握し、地域の観光事業者の連携により地域消費を高めることが必要。
※じゃらん宿泊旅行調査 2022 より

【設定にあたっての考え方】
那須町の人口減少 ＝ 2022 年 24,393 人 → 2030 年 20,421 人 約 4000 名減少。人口減少＝地域内の消費額も減ることで、那須町の経済は疲弊していく。地域経済を維持するため、定住人口１人当たりの年間消費額（130 万円）とすると、2030 年までに減少する人口 ＝ 約 4,000 人とすると 4,000 人×130 万円＝51.6 億円をつくる必要があることを前提に、各種 KPI を設定。

●旅行消費額
那須町が集計している観光客入込数に那須町の現地消費単価（じゃらん宿泊旅行調査 2022：現地消費額@16,500）を掛け合わせた額と那須町が集計している延べ宿泊者数に那須町の宿泊単価（じゃらん宿旅行調査 2022：現地宿泊費@17,100）を掛け合わせた額の合計で算出。※R6 年度の実績はじゃらん宿泊旅行調査 2024 の現地消費額@18,600 と現地宿泊費@18,300 を掛け合わせた額の合計で算出。
令和 5 年度以降の目標に関しては、入込み客数をコロナ禍前の昨対伸び率で（104%）算出。満足度を向上させリピート率を高め延べ宿泊者数を増やすと同時に、認知度の向上、体験コンテンツ磨き上げを図り、宿泊単価と現地消費単価も共に上げていきながら全体の旅行消費額を上げていく。

●延べ宿泊者数
宿泊者数は那須町が集計している宿泊者数で宿泊施設からデータを回収（回収率 48.4%）している。今後デジタルでの報告やＰＭＳやサイトコントローラーなどとの連動する仕組みを検討し、回収率及び精度の向上を図る。またリアルタイムの分析ができるようにすることを検討している。
令和４年度はコロナ禍以前の回復傾向が伺えたが全体的に日帰り需要も高く、今後は新規顧客獲得と同時に、滞在時間を延ばす策を練り、日帰り客が宿泊客となるようにしていく。人口減少のもと那須町の経済を維持していくために必要な 52 億をつくるために、那須町の年間宿泊旅行者を 2030 年までに 230 万人泊を目指す。

●来訪者満足度
じゃらん宿泊旅行調査の数値を基に目標数値を設定。じゃらん宿泊旅行調査 2022 の満足度は 91%で全国平均 85%に比べ高く、来訪してもらうことでリピーターとなる可能性が高いとも言える。今後、口コミ総合評価を上げていくために、169 施設のデータを回収できる「じゃらん net」口コミデータも活用。年 2 回エリアデータを集計し満足度向上を目指し PDCA を回していく。インバウンド利用が非常に少ないエリアで現状、データが取れていない。今後は各宿泊施設でデータ回収するしくみを構築していく。キャッシュレス化や言語対応などインバウンドの受け入れ環境整備が整うことで日本人と同様に評価される見込みあり。

●リピーター率
じゃらん宿泊旅行調査 2022 の数値を基に目標数値を設定。2023 年 5 月 5 日～7 日に那須町観光協会が実施した那須町来訪者アンケート（n300、観光スポット 3 か所で実施）では 99%が「また来たい」と回答。今後、データによるマーケティングを強化し、再来訪してもらう策を効果的に打ち出し、来訪者満足度を上げていくことで、リピート率の伸びも期待できる。※令和６年度で 2021 年度全国平均 70%にする。インバウンドに関しては、来日頻度の高いアジア圏内をターゲットに、令和 10 年度までに 10 人に 1 人のリピート率を目指し PDCA を回していく。

様式１

（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
●ふるさと納税寄付金額（万円）	目標		63,000	70,000	100,000	110,000	120,000
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	
	実績	60,600	85,047	97,883			
●キャッシュレス化（%）	目標		45	45	60	70	75
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	
	実績	39	42	42			
●現地消費単価（円）	目標		17,000	17,000	19,000	19,500	20,000
		（ ）	(100,000)	(100,000)	(120,000)	(130,000)	(150,000)
	実績	16,500	16,500	18,600			
		（ ）		（ ）			
●宿泊単価（円）	目標		17,300	17,300	18,500	18,700	19,000
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	
	実績	17,100	17,100	18,300			
		（ ）		（ ）			
●SNS フォロアー(Instagram、FB、Twitter)（人）	目標		16,000	16,000	18,000	20,000	22,000
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	
	実績	15,000	15,402 (475)	17,838 (475)			
●再来訪意向（%）	目標		76	76	78	80	82
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	
	実績	75	67.8 （ ）	67.8 （ ）			
		（ ）					
●業界雇用者数（人）	目標		3,055	3,055	3,055	3,055	3,055
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	
	実績	1,365	3,055	3.055			
		（ ）		（ ）			
●一人当たりの人件費（円）	目標				275,000	280,000	285,000
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	
	実績			272,670			
●従業員満足度（%）	目標			73	75	80	85
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	
	実績						
		（ ）					
●住民満足度（%）	目標			80	90	92	93
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	
				89			

様式１

	実績	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
●DMO 認知度（%）	目標			40	50	65	70
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績			41			
●地域内の調達比率（%）	目標			60	65	70	75
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	
	実績						
		（ ）	（ ）				
●地域内資源活用率（%）	目標			60	65	70	75
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	
	実績						
		（ ）		（ ）			

※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値
※各指標項目の単位を記入すること。

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】

「地域経済の活性化」、「地域産業の支援」を念頭に、世界に通用する観光地域を目指し、観光消費額の向上だけではなく域内調達率も重要指標ととらえ、持続可能な地域経営を行っていく。現段階でデータがとれていない指標に関しては、本年度中に調査を実施する予定。

●ふるさと納税寄付金額

今後、寄付金額の 5%がＤＭＯの自主財源となる。新事業を手掛けるには自主財源を増やしていく必要があり、ふるさと納税寄付金額を指標に設定。2030 年までに 30 億を目指し事業推進する。地域の商品（返礼品）を通して、地域経済の向上に努める。

【現状】

2022 年度：寄付金額４億 230 万円、寄付件数：12,655 件
2023 年度：寄付金額６億 608 万円、寄付件数：12,781 件
2024 年度：寄付金額９億 788 万円、寄付件数：17,526 件
返礼品数：310 品（2023 年 4 月現在）
宿泊券：25 事業者、特産品：46 事業者、利用券：24 事業者、食事券：11 事業者、その他：1 事業
寄付金額の約 6 割が宿泊券という現状より、他地域のふるさと納税と比較をした上、特産品や食事券の充実をさらに図ることで 30 億円達成可能としている。

●キャッシュレス化

那須町では、観光地域づくりのコンセプトを「世界に通用する観光地を目指して「～ROYAL　RESORT NASU～」掲げている。世界に通用する為にもキャッシュレス化 100%は必須であり、ＤＭＯとしてここに介在し 100%早期達成を目指すために、指標に設定した。また、観光 DX のひとつとして、域内データを DMO で管理して、最大の収益化を目指してよりよい施策・打ち手の検討をしていく。

●現地消費単価

那須町には魅力的なレジャー施設や飲食店が多く、体験コンテンツも数多く用意されている。旅行者が現地で消費ができる環境が整っているにも関わらず、全国平均（22,200 円）に比べて消費単価（16,100 円）が低く、競合エリアと比べても 2,000 円前後低いことを課題ととらえ、まずは競合エリアの消費単価（18,900 円）を R8 年度の目標値としてここをしっかりと上げていくために指標に設定した。※各消費単価の出典元：じゃらん宿泊旅行調査 2022 年

【訪日外国人旅行消費額単価など、人数に依存しない指標】

訪日外国人に関するＫＰＩは人数依存ではなく、消費単価にこだわった指標とする。2023～25 年度までの新たな「観光立国推進基本計画」に基づき、現地消費単価を設定した。地域の魅力や資源を活用し価値ある体験をしっかりと提供して地域イメージを向上させ、持続可能な地域振興を実現させていく。人数ありきの施策ではなく、ターゲットとなる訪日外国人の消費行動をとらえた価値ある体験の磨き上げを行うことで、オーバーツーリズムも回避。経済効果の変化をより詳細に把握しながら、近隣地域とも協働して「わざわざ来る価値のある体験」を造成していく。

●宿泊単価

地域全体で「那須町地域の高付加価値化」を目指している中、多くの宿泊施設が顧客満足度向上に努めているが、全国平均単価（19,000 円）より那須町の単価は低い（17,100 円）。単価の底上げをしていくため指標に設定した。那須町の宿泊施設は旅館やリゾートホテル他、ペンションやコテージ等単価の低い施設も多く、多様なニーズに対応した際、宿泊者数は伸びるが単価の伸びが期待できなくなることを考慮して目標数値を設定した。※宿泊単価出典元：じゃらん宿泊旅行調査 2022 年

●ＳＮＳ（Instagram、FB、Twitter）フォロワー数

旅行の方面検討・決定にＳＮＳ利用が年々増加していることより、指標に設定した。

●再来訪意向

リピート率を高めるためにはまず、来訪者による再来訪意が重要となるため指標に設定した。再来訪意向を高めるために必要な点を掘り下げ、再来訪意向率とリピート率の乖離も把握し、リピート率を高める為に必要な施策を検討していく。

●業界雇用者数、一人当たりの人件費

観光業に従事する人材確保と離職率の改善に努め、業界全体の賃金底上げを図るために設定した。

●従業員満足度、住民満足度、DMO 認知度

観光分野の「稼ぐ力」（付加価値）の好循環による持続可能な観光を目指して指標に設定した。

●地域内の調達比率、地域内資源活用率

地域経済の活性化や地域産業の支援、持続可能な経済活動の促進を目的に設定した。

・・・

●現地消費単価
じゃらん宿泊旅行調査の数値を基に目標数値を設定。2022 年度は 16,100 円で全国平均 22,200 円に比べ 6,100 円低い状況（栃木平均に比べ 1,000 円高い)。今後は、体験コンテンツ磨き上げ、現地滞在時間の延長、地域商品の開発等で消費額の向上を図る。
●宿泊単価
じゃらん宿泊旅行調査の数値を基に目標数値を設定。2022 年度は 17,100 円で栃木県平均に比べ 2,600 円低い状況（全国平均に比べ 1,900 円低い)。今後、じゃらん net 口コミ評価を分析し、満足度を上げ選ばれる宿、来訪目的となる宿にする。価格勝負ではなく、泊まりたい宿づくりを行うことで、宿泊単価の底上げをしいく。
●ＳＮＳ（Instagram、FB、Twitter）フォロワー数
2023 年 6 月時点のフォロア一数は Twitter：8,063、Instagram：2,647　Facebook：3,659。今後、フォロワー数を伸ばす施策を実施し、リアルタイムで誘客に繋がる情報を配信していく。また、ＤＭＯ会員の情報も都度、配信。那須町の魅力を余すことなく発信し、SNS を活用したキャンペーンなども検討しながらファンを増やす。
●再来訪意向
令和 5 年 5 月に実施した街頭アンケート(n300)の実績より、再来訪意向が高いことが分かっている。今後は再来訪意向の安定化に努めながら、再来訪意向者が実際に再来訪する為の施策を検討していきリピート率に繋げていく。
●業界雇用者数
コロナ禍を境に人手不足となった業界雇用者数を、地域観光発展の為に高めにも増やす必要がある。雇用者を増やし、レベルの高いサービスを持続的に提供できるよう、事業従事者の課題解決に努め、長く働きやすい環境づくりを整えていく。
●一人当たりの人件費
令和 5 年版観光白書による賃金分野において、全産業４９７万に対して宿泊業の賃金は３４６万とかなり低いことが分かる。低賃金に伴い離職率も全産業に対して一番高い結果となっている。観光産業発展に欠かせない人材をしっかり雇用して、安定した人材確保を継続するためにも、賃金（人件費）を上げていく。賃金を上げることができるよう、宿泊者数を増やし、宿泊単価向上に努め、事業売上・収益の向上を図る。KPI 設定に関しては現状を把握して、旅館組合と検討していく。
●従業員満足度、住民満足度、DMO 認知度
令和６年度に向けて令和５年度中にアンケート調査を実施。現状を把握した後、令和６年度より KPI 設定を行う。現状分析と課題解決に努め、令和 10 年までに 100%を目指す。
●地域内の調達比率、地域内資源活用率
令和 7 年度に向けて令和 6 年度中にアンケート調査を実施。地域内の調達比率では、地域内の企業や事業者からの調達金額の割合を計測。地域内資源活用率では地域内の特産品や資源の利用率を計測し、環境に配慮しながら地域内の経済活性化に努める。

７．活動に係る運営費の額及び調達方法の見通し

※少なくとも今後３年間について、計画年度毎に（１）収入、（２）支出を記入すること。
※現に活動している法人にあっては、過去３年間の実績も記入すること。

様式１

（１）収入

	総収入（円）	内訳（具体的に記入すること）
2022（Ｒ４） 年度	147,343,207（円）	（内訳の区分例） **【国からの補助金】**1,500,000（円） **【町からの補助金】**32,020,000（円） **【受取負担金】**2,710,984（円） **【収益事業】**101,490,639（円） **【会費】**9,182,410（円） **【雑収益】**439,174（円）
2023（Ｒ５） 年度	125,035,101（円）	（内訳の区分例） **【国採択事業補助金】**41,800,000（円） **【栃木県からの委託料】**6,152,850（円） **【町からの補助金】**41,650,000（円） **【受取負担金】**3,173,809（円） **【収益事業】**22,674,768（円） **【会費】**9,136,700（円） **【雑収益】**446,974（円）
2024（Ｒ６） 年度	241,174,687（円）	（内訳の区分例） **【国採択事業補助金】**120,679,587（円） **【町からの補助金】**57,265,000（円） **【受取負担金】**32,013,401（円） **【収益事業】**20,871,818（円） **【会費】**8,936,660（円） **【雑収益】**1,408,221（円）
2025（Ｒ７） 年度	266,170,000（円）	（内訳の区分例） **【国採択事業補助金】**180,000,000（円） **【町からの補助金】**48,820,000（円） **【収益事業】**27,750,000（円） **【会費】**9,000,000（円） **【雑収益】**600,000（円）
2026（Ｒ８） 年度	266,170,000（円）	（内訳の区分例） **【国採択事業補助金】**180,000,000（円） **【町からの補助金】**48,820,000（円） **【収益事業】**27,750,000（円） **【会費】**9,000,000（円） **【雑収益】**600,000（円）
2027（Ｒ９） 年度	466,170,000（円）	（内訳の区分例） **【国採択事業補助金】**180,000,000（円） **【宿泊税】**200,000,000（円） **【収益事業】**27,750,000（円） **【会費】**9,000,000（円） **【雑収益】**600,000（円）

様式１

（２）支出

年（年度）	総支出	内訳（具体的に記入すること）
2021（Ｒ３） 年度	118,678,502（円）	（内訳の区分例） **【管理運営費】**41,616,123（円） **【情報発信・プロモーション】**66,458,194（円） **【観光イベントの開催費】**0（円） **【受託事業費】**4,908,906（円） **【共済事業】**500,000（円） **【助成・協賛事業他】**5,195,279（円）
2022（Ｒ４） 年度	145,488,616（円）	（内訳の区分例） **【管理運営費】**40,051,715（円） **【情報発信・プロモーション】**85,669,590（円） **【観光イベントの開催費】**2,818,855（円） **【受託事業費】**7,067,338（円） **【共済事業】**500,414（円） **【助成・協賛事業他】**9,380,704（円）
2023（Ｒ５） 年度	128,160,339（円）	（内訳の区分例） **【管理運営費】**45,798,855（円） **【情報発信・プロモーション】**24,118,075（円） **【観光イベントの開催費】**3,022,784（円） **【受託事業費】**5,722,378（円） **【国採択事業】**43,905,942.（円） **【共済事業】**800,000（円） **【助成・協賛事業他】**4,792,305（円）
2024（Ｒ６） 年度	240,599,558（円）	（内訳の区分例） **【管理運営費】**64,034,124（円） **【情報発信・プロモーション】**45,279,496（円） **【観光イベントの開催費】**3,398,553（円） **【受託事業費】**698,080（円） **【国採択事業】**120,679,587（円） **【共済事業】**500,000（円） **【助成・協賛事業他】**6,009,718（円）
2025（Ｒ７） 年度	266,170,000（円）	（内訳の区分例） **【管理運営費】**42,265,100（円） **【情報発信・プロモーション】**34,200,000（円） **【観光イベントの開催費】**3,050,000（円） **【受託事業費】**550,000（円） **【国採択事業】**180,000,000（円） **【共済事業】**800,000（円） **【助成・協賛事業他】**5,304,900（円）

2026（Ｒ８） 年度	266,170,000（円）	（内訳の区分例） **【管理運営費】**42,265,100（円） **【情報発信・プロモーション】**34,200,000（円） **【観光イベントの開催費】**3,050,000（円） **【受託事業費】**550,000（円） **【国採択事業】**180,000,000（円） **【共済事業】**800,000（円） **【助成・協賛事業他】**5,304,900（円）
2027（Ｒ９） 年度	466,170,000 （円）	（内訳の区分例） **【管理運営費】**42,265,100（円） **【情報発信・プロモーション】**134,200,000（円） **【受入態勢強化事業費】**100,000,000（円） **【観光イベントの開催費】**3,050,000（円） **【受託事業費】**550,000（円） **【国採択事業】**180,000,000（円） **【共済事業】**800,000（円） **【助成・協賛事業他】**5,304,900（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

●宿泊税の導入を検討中。Ｒ８年度導入に向けて宿泊税検討委員会を発足。
●入湯税の 5%とふるさと納税寄付金額の 5%を運営資金とする。入湯税とふるさと納税寄付金額の増収を図るための施策を検討し実施していく。
●ふるさと納税返礼品事業者フォローを実施した次の段階で、ＤＭＯによるオンラインストア開設を検討。地元土産品や地産農作物などのネット販売を強化していく。
●今後、旅行業取得検討。ツアー商品造成の取り組みを強化し、ＤＭＯで販売できる体制を整える。
※旅行業を取得で、産業観光、グリーンツーリズム、ウェルネスツーリズム、ペットツーリズム、スポ―ツツーリズム等の着地型観光商品の造成、販売を行う。
●那須町の経済活動を活性化させるために、地域の資源や事業者を活用していく取り組みを DMO が主体となり実施していく。目的は「地域経済の活性化」、「地域産業の支援」で、今後は持続可能な観光地域を目指し、域内に存在する供給者や資源を活用していく。具体的な取り組みとして、那須町を一企業としてとらえ、町民を従業員として様々な取り組みを検討していく中で、マッチングサービスの提供（将来的には DMO が地域住民の雇用をサポートするしくみを構築。マッチングサービスの一環として、人材データベース化を行い、観光施設に必要な人材を派遣）を検討していく。

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

栃木県那須町は、(一社)那須町観光協会を那須町における観光地域づくり法人として認める。

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】（例）エリアが重複する●●ＤＭＯとは、月に一度の連絡会を行い、各取組の意見交換を行っている。

【区域が重複する背景】

【重複区域における、それぞれの DMO の役割分担について】

※重複する活動がないか、第三者から見た際に合理的と捉えられる役割分担になっているか等を踏まえて記入すること。
【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】

１０．記入担当者連絡先

担当者氏名	伊藤　美香
担当部署名（役職）	事務局長
郵便番号	325-0301
所在地	栃木県那須郡那須町湯本 182
電話番号（直通）	0287-76-2619
ＦＡＸ番号	0287-76-3355
Ｅ－ｍａｉｌ	itomika@r.recruit.co.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	栃木県那須郡那須町
担当者氏名	井上　高憲
担当部署名（役職）	観光商工課　課長補佐
郵便番号	329-3292
所在地	栃木県那須郡那須町大字寺子丙３番地 13
電話番号（直通）	0287-72-6918
ＦＡＸ番号	0287-72-1112
Ｅ－ｍａｉｌ	kanko@town.nasu.lg.jp

都道府県･市町村名	栃木県那須郡那須町
担当者氏名	小船　純一
担当部署名（役職）	観光商工課観光振興係主査
郵便番号	329-3292
所在地	栃木県那須郡那須町大字寺子丙３番地 13
電話番号（直通）	0287-72-6918
ＦＡＸ番号	0287-72-1112
Ｅ－ｍａｉｌ	kanko@town.nasu.lg.jp

（登録）【登録区分】（一般社団法人　那須町観光協会）

様式２

記入日：　令和7年6月28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】
栃木県那須町
【設立時期】 平成25年４月１日
【設立経緯】
③区域の観光協会がDMOに移行
【代表者】 阿久津　千陽
【マーケティング責任者（CMO）】 伊藤　美香
【財務責任者（CFO）】 久保田　大輔
【職員数】 常勤13人（正職員8人・パート1人、地域おこし協力隊1人、出向等３人）
【主な収入】
受取負担金：3,173,809円、 収益事業：22,674,768円、会費：9,136,700円、
雑収益446,974：円（令和6年度決算）
【総支出】
管理運営費：45,798,855円、情報発信・プロモーション：24,118,075円、
受託事業費：5,722,378円、共済事業：800,000円（令和6年度決算）
【連携する主な事業者】
那須町商工会、那須町森林組合、那須野農業協同組合、那須温泉旅館協同組合、那須地区ホテル＆レジャー施設連絡協議会、那須インバウンド協議会、那須エリアネイチャーツーリズム、那須未来株式会社他

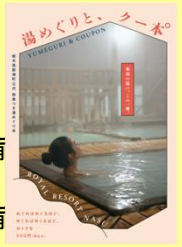
KPI（実績・目標）

※（　）内は外国人に関するもの。

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		107,644	113,422	142,000	143,000	145,000
		（　）	(200)	(300)	(500)	(800)	(1,000)
	実績	100,983	113,667	140,959			
		（　）	（　）	（　）			
●延べ宿泊者数（千人）	目標		1,700	1,750	2,000	2,015	2,050
		（　）	(4)	(4.5)	(18)	(20)	(30)
	実績	1,635	1,738	1,991			
		(3.3)	(15)	(15)			
●来訪者満足度（%）	目標		92	92.5	92	92	92.5
		（　）	(92)	(92.5)	(92)	(92)	(92)
	実績	91	89	89.3			
		（　）	（　）	（　）			
●リピーター率（%）	目標		65	70	77	77	77.5
		（　）	(5)	(5)	(7)	(10)	(10)
	実績	64	67.8	76.9			
		（　）	（　）	（　）	（　）		

戦略

【主なターゲット】
①第１ターゲット総：関東圏在住の中学生以下子連れファミリー層
②第2ターゲット総：愛犬と一緒に旅行を楽しみたいペット愛好家
③第3ターゲット層：欧米豪の富裕層
【ターゲットの誘客に向けた取組方針】
①GAP調査で地域のお宝素材やマーケティング法を探り、初来訪者を増やし、再来訪意向につながる要因を分析。結果に基づいてターゲット層に訴求するコンテンツを磨き上げる。オフシーズンの打ち手として、ファミリーに特化した取り組みを実施。「ココロに残る体験」をテーマに各事業者と協働してコンテンツを造成、販売していく。
②「第３回　ペットツーリズム大賞」を受賞した「ワンコネット那須協議会」と連携を図る。
③近隣地域を巻込み、広域で高付加価値なコンテンツを造成していく。
【観光地域づくりのコンセプト】
世界に通用する観光地を目指して「～ROYAL　RESORT　NASU～」。
※令和４年３月策定　第4次那須町観光振興基本計画で策定した基本理念に基づく。

具体的な取組

【観光地づくり関連施策】
・観光庁：令和4年度 DXの推進による観光・地域経済活性化実証事業
・観光庁：令和5年度　地方における高付加価値なインバウンド観光地づくり事業
・観光庁：令和6年度　世界に誇る観光地を形成するためのDMO体制整備事業（安定的な財源確保事業）
・観光庁：令和6年度　世界に誇る観光地を形成するためのDMO体制整備事業（持続可能な観光地づくりアクションプラン策定）
【情報発信・プロモーション】
・ホームページやインフルエンサーを活用したSNSによる観光情報の発信。デジタルパンフの作成
・英語版観光パンフレットの作成、看板の設置
・主要駅やスポットでの観光PR事業
・R5年3月「湯めぐりと、くーポ」を制作販売
・R6年12月「那須グルメガイド」を制作発刊