

本計画における主な数値目標

指標	目標値(2022年度)	現状(2016年度)
入込客数 (茨城県観光客動態調査)	150万人	113万人
延べ宿泊者数 (茨城県ホテル旅館生活衛生同業組合大子支部加入施設調査)	11.9万人	約7.9万人 ※回答のあった11施設分
訪日外国人観光客数 (袋田の滝観瀑台)	4.6万人	1.2万人
観光協会のホームページ 1日当たり平均訪問者数	1,860アクセス	約1,430アクセス

※目標値については、上位計画の大子町総合計画の策定等に合わせて見直す可能性があります。

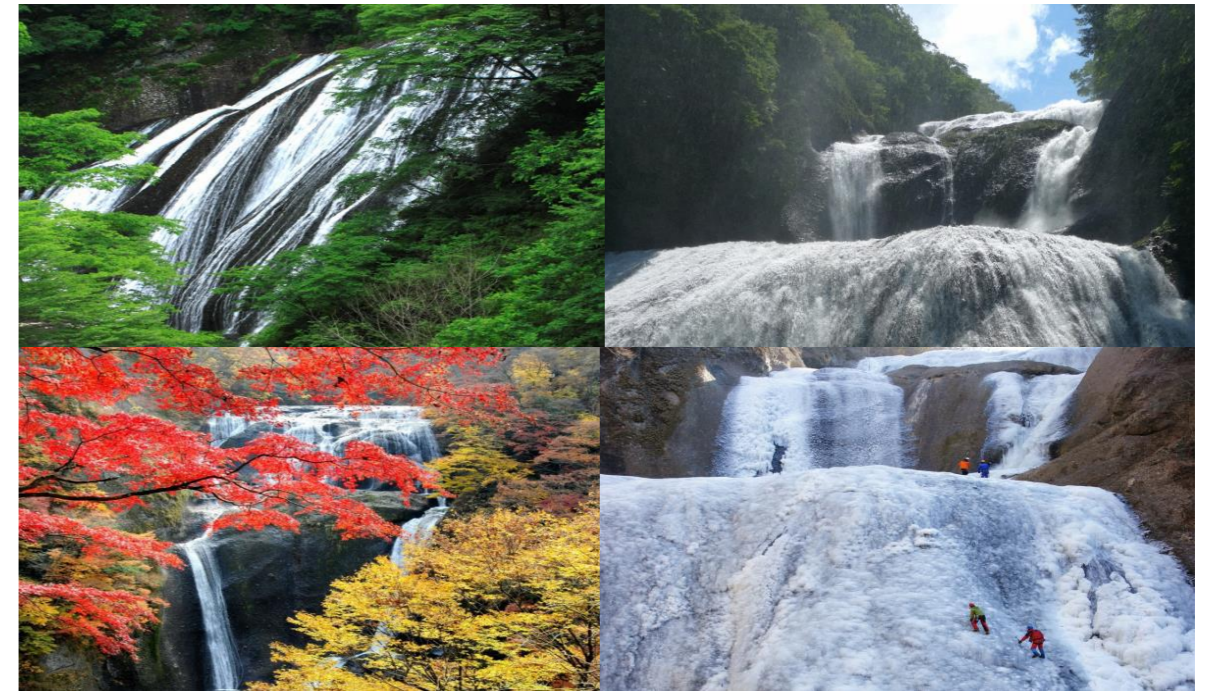
本計画を実行するための推進体制



大子町の重点資源である「滝」・「山」・「川」・「食」・「温泉」を活用し、観光客にとって、事業者にとって、住民にとって、実りのある観光立町を目指す

大子町観光振興基本計画 【概要版】

2018（平成30）年度～2022（平成34）年度



2018（平成30）年3月
大子町役場観光商工課

今後集客が期待できる2019(平成31)年「いきいき茨城ゆめ国体」、2020(平成32)年「東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会」のビッグイベント等及びその後を見据え、現状分析、市場調査、課題整理など定量的データ等を基に、町内外の有識者による策定委員会での検討、町民向けの勉強会での議論等を踏まえ、2018(平成30)年度～2022(平成34)年度(5年間)の戦略及びアクションプランとなる観光振興基本計画を策定(3つの目標 ①観光客を増やす ②観光消費額を増やす ③観光振興の取組を継続する)

⇒ 大子町の重点資源である「滝」「山」「川」「食」「温泉」を活用し、観光客にとって、事業者にとって、住民にとって、実りのある観光立町を目指す

【国・茨城県の動向】

- 観光立国(先進国)の推進(観光立国推進基本法、明日の日本を支える観光ビジョン等)
 - ・国を挙げての観光振興、それによる地方創生の推進
- 茨城県観光振興基本計画(2016(平成28)～2020(平成32)年度)
 - ・いばらきの個性を活かし、世界を惹きつける新たな首都圏観光を目指す

【国・茨城県の観光を取り巻く現状】

- インバウンドの拡大(訪日外国人観光客、旅行消費額等)
- 人口減少・少子高齢化による日本人国内旅行需要縮小のおそれ
- 本県観光入込客数の増加
- 本県観光客は日帰りが8割を超えている
- 本県における広域交通網の充実(高速道路、茨城空港等)

【本町の観光の現状・課題】

- 観光入込客数
 - ・東日本大震災以降、緩やかな回復傾向にあるが、震災前レベルには戻っていない
 - ・夏や秋に観光客が集中し、年間を通じての入込客数が安定しない
 - ・入込客数を増加させるには、既存顧客層の維持・拡大とともに新規顧客層の獲得が必要
- 観光客の動向
 - ・観光客ニーズの多様化への的確な対応
 - ・袋田の滝への一極集中が顕著であり、町内観光箇所等への周遊が図られていない
 - ・自然、食、温泉への関心が高いが、本町の観光に対する認知度、訪問意向(興味)が全国の観光地と比較して低い
 - ・県内主要観光箇所や近隣県の主要観光箇所を周遊しているため、一層の連携強化が必要
- 訪日外国人
 - ・中国・香港・台湾等の東アジア圏からの訪問が多く、さらなる増加が期待できるが、受入体制が不十分
- ビッグイベント対策
 - ・集客が期待できる「いきいき茨城ゆめ国体」、「東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会」等に関する対応が求められている

5つの基本方針・重点取組事項・アクションプラン

基本方針(1)

ターゲットを意識した通年楽しめる
観光コンテンツの開発と磨き上げ

【重点取組事項】

- ①袋田の滝・周辺の魅力向上
- ②コアコンテンツの開発・磨き上げ(主な取組)
 - ・袋田の滝「恋人の聖地」の魅力向上
 - ・袋田の滝周辺の魅力向上
 - ・特定目的型旅行者向けコアコンテンツの開発・磨き上げ
 - ・民間主体による観光コンテンツの開発

基本方針(2)

受入体制整備・町内連携の強化

【重点取組事項】

- ①域内連携・域内経済循環の強化
- ②訪日外国人観光客の受入体制整備
- ③町民の情報発信力強化
- ④推進体制の強化(主な取組)
 - ・季節毎、テーマ毎の町内周遊の仕掛けづくり
 - ・観光業と他産業との連携による新事業・商品の創出
 - ・訪日外国人向けコミュニケーションツールの開発・整備
 - ・在日外国人等を活用した外国人目線の観光地作り
 - ・町民の情報リテラシー・発信力の強化
 - ・町役場と観光協会の連携強化
 - ・関係団体間の連携強化

基本方針(3)

プロモーションの強化

【重点取組事項】

- ①ターゲット毎のプロモーション
- ②フィルム・コミッションの積極的な活用(主な取組)
 - ・県央・県南、近隣県(栃木県、千葉県等)へ向けたプロモーションの重点化(リピーター創出)
 - ・女性旅行者に対するプロモーション(新規顧客獲得)
 - ・自然・食・温泉等の特定目的型旅行者に対するプロモーション(新規顧客獲得)
 - ・訪日外国人観光客に対するプロモーション
 - ・フィルム・コミッションの体制強化
 - ・作品・ロケ地のPRの強化

基本方針(4)

広域連携の促進

【重点取組事項】

- ①広域周遊観光の促進
- ②旅行会社・交通事業者等との連携強化(主な取組)
 - ・他地域との広域連携による相互誘客促進及び連携体制の強化
 - ・旅行会社、交通事業者等との定期的な情報・意見交換の場づくりや連携による事業実施

基本方針(5)

ビッグイベント対策

【重点取組事項】

- ①「いきいき茨城ゆめ国体」と連動した観光振興
- ②「東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会」と連動した観光振興
- ③大手旅行会社・交通事業者のキャンペーン等との連携(主な取組)
 - ・「いきいき茨城ゆめ国体」と連動した域内誘客・周遊策の検討・実施
 - ・「東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会」と連動した域内誘客・周遊策の検討・実施
 - ・大手旅行会社、交通事業者のキャンペーン等への積極的な協力による誘客促進

■マーケティング戦略の基本的な考え方

- ①見込客(新規顧客層)へのアプローチ→②入込客数の増加→③周遊客・宿泊客数の増加による観光消費額の増加→リピート客の増加

■3つのキーワード

- ①ターゲット、②差別化、③プロモーション

■重点ターゲット

- 既存顧客層:シニア・家族層(県内、近隣県)
- 新規顧客層:女性、特定目的型、訪日外国人

