



## 基本施策 6-4 観光を活性化させる

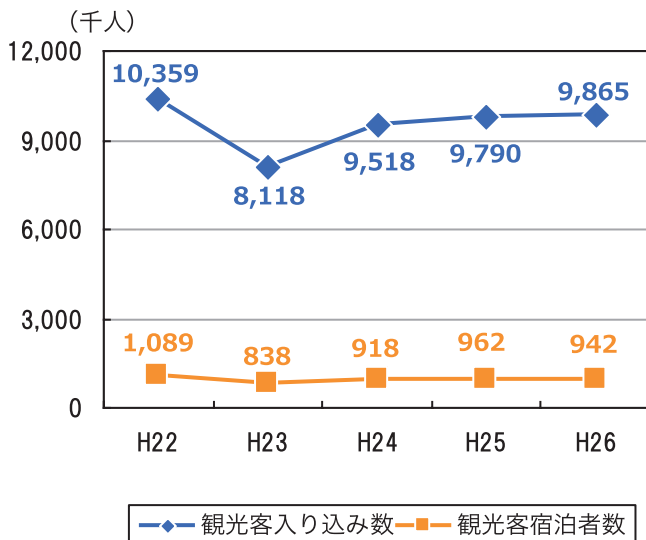
### 現状

近年の国内人口の減少は、観光分野に大きく影響を与えるものであり、国内観光マーケットも減少していくことは避けられない状況です。本市の観光客数についても、東日本大震災が起こった平成23年に約2割程度の落ち込みがあった後、徐々に回復傾向にあるものの震災以前の水準には戻っていません。

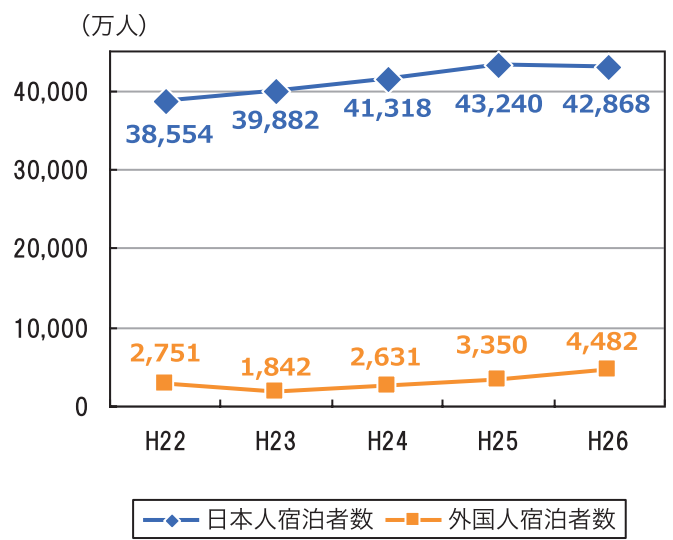
本市は、塩原温泉、板室温泉を中心とした温泉地や那須野が原開拓に関わる明治の元勲の歴史的遺産等、多くの観光資源に恵まれています。有効に活用しているとは言いがたく、国内外における認知度は、まだまだ高いとは言えない状況にあります。

長期的・専門的な視点に立った観光振興戦略のもと、認知度の向上に向けた取組、また来たいと思ってもらえるような観光客の受け入れ体制の整備等について、継続性のある事業展開が求められています。

延べ観光客入り込み数・宿泊者数



全国の延べ宿泊者数



### 課題

また来たいと思える魅力ある観光地づくり

行ってみたいと思える機会づくり

### 具体的な施策

①観光地としての品質を管理する

②観光地としての認知度を高める

**目指すまちの姿** 関係者が一体となった受け入れ体制のもと、質の高いサービスを提供し、訪れた観光客が満足し、また来たいと思える観光地になっています。

具体的な施策	取組内容	目標値			担当課
		指標	H26 (基準年度)	R4 (目標年度)	
① 観光地としての品質を管理する	<ul style="list-style-type: none"> <li>・受入体制の整備</li> <li>・観光施設の適正な維持及び整備</li> <li>・観光情報の発信と提供</li> <li>・長期的・専門的視点で行う観光振興体制の確立</li> </ul>	観光宿泊者数	94万人 ／年	110万人 ／年	商工観光課
② 観光地としての認知度を高める	<ul style="list-style-type: none"> <li>・首都圏向け観光プロモーション</li> <li>・インバウンド*事業</li> </ul>	観光客入込数	986万人 ／年	1,040万人 ／年	商工観光課



巨岩吊橋（木の俣園地）



足湯回廊（塩原温泉湯っ歩の里）

## 関連する計画

観光施設管理計画(平成29～33年度)

\*インバウンド：外国人が訪れてくる旅行のこと。



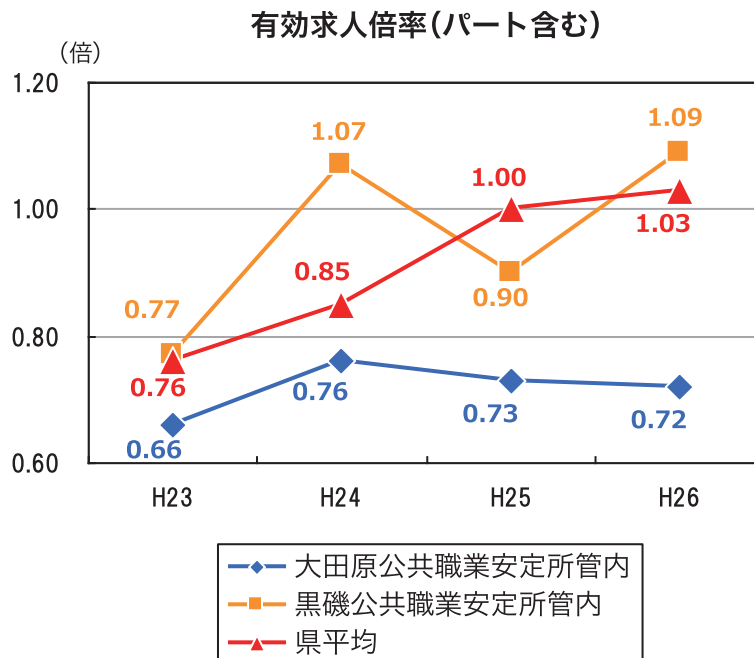
## 基本施策 6-5 雇用環境を整備する

### 現状

景気の低迷や市内外の大手企業の撤退や縮小により、雇用情勢は厳しい状況となっていますが、ハローワーク黒磯管内での有効求人倍率は、医療・福祉、サービス業等を中心に回復の兆しを見せています。

しかし一方では、多くの求職者が事務職を希望するなど、求人・求職間のミスマッチ現象は、依然として続いています。

雇用・労働環境の充実に向け、労働局との間で締結した「雇用対策協定」に基づく事業を始め、関係機関が連携した取組が求められています。



### 課題

さらなる求人数の確保

求人・求職間のミスマッチの縮小

### 具体的な施策

①地元企業等の雇用を促進する

②企業の立地を促進する

目指すまちの姿

地元企業等への雇用を促進し、企業の立地や規模拡大を支援することで、就業環境が整備されています。

具体的な施策	取組内容	目標値			担当課	
		指標	H26 (基準年度)	R4 (目標年度)		
① 地元企業等の雇用を促進する	<ul style="list-style-type: none"> <li>・地元企業等への若者の就職支援</li> <li>・東京圏進学者等への地元企業情報の提供</li> <li>・商工会や工業団地協議会等との連携による雇用支援</li> </ul>	市内事業所数	5,600事業所	5,600事業所	商工観光課	
		市内事業所従業員数	49,665人	50,000人		
		② 企業の立地を促進する	<ul style="list-style-type: none"> <li>・県との協働による企業の立地促進</li> <li>・既存企業の定着促進と規模拡大支援</li> </ul>	有効求人倍率	大田原	0.72倍
黒磯	1.09倍				1.20倍	



高校生への起業教育セミナー



栃木労働局と雇用対策協定を締結



## 基本施策 6-6 産業間の連携を強化する

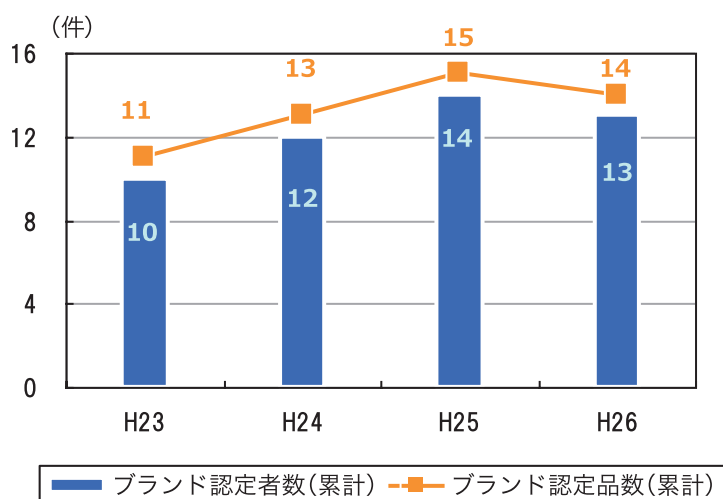
### 現状

これまで「農・観・商・工」に携わる企業や関係団体等との産業間の連携を図りながら地域の活性化や地域産業の振興を目指し、那須塩原ブランドの認定やそれら認定品のPR、産学官の連携により地場産品を使った那須塩原スイーツ「みるマンジェ」など新商品の開発、地産地消や食育の観点から小学生アイデア料理コンテストの開催、那須塩原らしさを持つ優れた商品の市内外への情報発信などの取組を進めてきました。

これらの取組は、那須塩原市の知名度や地域特産品の認知度の向上など一定の成果を得られていますが、十分に効果を発揮しているとは言い難く、今後は、地域で生産されている商品のPRや販路の拡大、それぞれの業界の傾向や流行、新技術などの情報を産業間で共有し活用できる体制の整備など、取組の深化が求められています。

また、「道の駅」については、道路利用者が安心して自由に立ち寄れる休憩施設としての機能だけでなく、観光情報の提供や地域農産物の販売等による地域振興など、ますます需要が高まっています。

那須塩原ブランド限定品数



◆商工観光課調べ

### 課題

地場産品の認知度向上及び販路拡大

産業間の情報の共有不足

### 具体的な施策

①地域特産品の認知度を高める

②産業間で情報を共有し活用する



目指すまちの姿

産業界の傾向や流行、新技術などの情報を産業界で共有し、活用することで、新たな地域特産品の開発や販路の開拓を行うなど、地域産業が活性化しています。

具体的な施策	取組内容	目標値			担当課
		指標	H26 (基準年度)	R4 (目標年度)	
① 地域特産品の認知度を高める	<ul style="list-style-type: none"> <li>農産物等直売所の支援</li> <li>地産地消の推進</li> <li>那須塩原ブランド認定品の普及・拡大</li> <li>地域特産品の販路拡大及び販路開拓の支援</li> </ul>	那須塩原ブランド認定品数	14品目	26品目	農務畜産課 商工観光課
		青木ふるさと物産センター 推奨利用者数	483,370人 ／年	581,000人 ／年	
② 産業界で情報を共有し活用する	<ul style="list-style-type: none"> <li>農観商工連携推進協議会による情報の共有及び連携の強化</li> <li>6次産業化※の情報提供及び活動支援</li> <li>道の駅の適正管理</li> </ul>	アグリパル塩原 推奨利用者数	625,676人 ／年	728,000人 ／年	農務畜産課 商工観光課 道路課



那須塩原ブランド認定品



那須塩原ブランド認定証授与式

※ 6次産業化：第1次産業である農林水産業に、加工(第2次産業)、流通・小売(第3次産業)を組み合わせる(1×2×3=6)ことで、付加価値の高い経営の多角化を目指すこと。

