

那須塩原市観光マスタープラン（素案） 《概要版》

令和3年度
(2021年度)



令和9年度
(2027年度)

令和2（2020）年 月
那須塩原市

1 観光を取り巻く環境の変化

1-1 世界の観光動向

- (1) **国際観光客到着数** 2030年まで増加が予測されている
 - ・2030年国際観光客到着数予測18億人、アジア太平洋州占有率29.6%、エリア別第2位
 - ・アジア太平洋州地区の年間平均成長率（2020-2030年）は、他エリアと比較して高い成長率が見込まれる
- (2) **国際観光支出額**（2018年） 最も多い国は、中国
- (3) **国際観光収入額**（2018年） 最も多い国は、米国
 - ・日本は、9番目に多い（2017年は10位）
- (4) **ウェルネス・ツーリズムの拡大**
 - ・心身の美と健康、人生の質を豊かにしようとする観光（ウェルネス・ツーリズム）市場は世界的に拡大
 - ・旅行者数及び支出額上位5か国（米国、ドイツ、中国、フランス、日本）は、世界市場の59%を占める（2017年）
 - ・中国、インドの成長が目覚ましい
- (5) **持続可能な開発目標(SDGs)ツーリズムの要請**
 - ・観光分野においても、観光地域側の持続可能な観光の開発に根ざしたビジネスモデルと価値連鎖の構築、観光客による持続可能性を意識した活動や行動をする必要性が指摘されている
- (6) **オンライントラベルエージェンシー(OTA)の躍進**
 - ・OTA市場は、年々拡大している
- (7) **感染症(COVID-19)による経済危機と新しい旅の様式への転換の要請**
 - ・2020年1月以降世界的に拡大しているCOVID-19により、観光関連産業は経営危機に見舞われている
 - ・国際旅行の完全な回復には数年かかる見込みである

1-2日本の観光動向

- (1) **日本人旅行市場**
 - [市場規模] 縮小傾向
 - ・延べ旅行者数2018年以降6億人下回る。旅行消費額約20兆円横ばい。
 - ・宿泊者全体の81.3%は日本人であり、日本人の国内旅行に支えられている(2019年)
 - [ニーズの変化] 目的の多様化、体験、感動の共有の旅へ
 - ・自然観光、温泉は不動の人気
- (2) **訪日外国人旅行市場**
 - [市場規模] 拡大傾向、成長期
 - ・訪日旅行者数3,148万人、旅行消費額4兆7,309億円(2019年)
 - [旅行形態] リピーター、個人旅行化、大都市部から地方部へ
 - [ニーズの変化]
 - ・最も期待しているものは、日本食、自然景勝地観光
 - ・次回期待するものは、温泉、四季、体験ツアーなど
 - 買い物観光から体験観光へ
 - [情報入手経路の傾向]
 - ・台湾、中国、香港、韓国、タイは、SNS、個人のブログ
 - ・欧米やインド、ベトナムでは、日本在住の親戚・知人、口コミサイト
- (3) **今後の観光を取り巻く環境の変化(2030年に向けて)**
 - 政治 ①インバウンド政策の強化、②Society5.0、③キャッシュレス化、④働き方改革
 - 経済 ⑤エシカル消費、⑥経済リスク(自然災害、テロ、パンデミック、資産バブル)、⑦シェアリングエコノミー、⑧マイクロツーリズム
 - 社会 ⑨人口減少、少子超高齢化、⑩働き方、暮らし方に対する意識の変化(ワーケーション、ブリージャー制度)、⑪レスポンスブルツーリズム(責任ある観光)
 - 技術 ⑫モビリティ革命(MaaS,CASE)、⑬観光産業におけるテクノロジー(ビッグデータ、ロボット、AI、VR、AR、IoT、5G)

2 本市を訪れる観光客の現状と課題

2-1 県内観光地としての位置づけ

- ・観光客数は、県全体の9.5%の占有率（県内3位:2019年）
- ・宿泊者数は、県全体の11.1%の占有率（県内4位:2019年）

2-2 観光入込客の現状

- ・黒磯地区が最も多い（市全体の59.4%）
- ・県全体は、観光客数を年々増やし続けていたが、2019年は減少
- ・本市は、2015年以降減少傾向にある
2018年には回復の兆しがあったが、台風の影響で2019年は減少
- ・宇都宮市と日光市との集客力の差が広がり続けている。佐野市との差が少なくなっている。

2-3 宿泊者の現状

- ・県全体（2019年）：延べ宿泊者数は全国17位
1人当たり平均宿泊数は42位
外国人旅行者の延べ宿泊者数は全国32位
- ・本市（2019年）：観光客数の約1割が宿泊者 地区別の割合では、塩原81.3%、黒磯15.0%、西那須野地区3.6%
- ・季節性：宿泊者数の最も多い月は8月、12月～2月と6月は少ない

2-4 日本人観光客の動向 2019年

[日帰り観光客と宿泊者共通]

- ・関東地方（1都6県）と福島県からの来訪者でほぼ100%
- ・夫婦、家族旅行が多い
- ・5回以上の訪問回数、日常的な活動に近い
- ・調査地点そのものが来訪の主目的となっている
- ・市内周遊をしない

[日帰り観光客のみ]

- ・80%が、栃木県、福島県、茨城県居住者
- ・男性は年齢層が高い人から、女性は全世代から一定程度の支持

[宿泊者のみ]

- ・栃木県だけでなく車で3時間圏内の近隣都県からバランスよく来ている
- ・60代以上の割合が減少、30・40代増加。10・20代女性客も増加。

[利用交通手段]・車利用 日帰り観光客96.5%、宿泊者96.2%

[滞在時間と宿泊日数]

- ・日帰り観光客の滞在時間、宿泊者の平均宿泊数共に少ない

[1人当たりの消費支出額]

- ・日帰り観光客 ¥8,869
前年度比+¥536、主な費目別で土産代+¥1,829、飲食代-¥911
- ・宿泊者 ¥25,402
前年度比-¥8,842、主な費目別で宿泊代-¥5,252、飲食代-¥3,331
土産代-¥738

[満足度と再来訪意向度]

- ・日帰り観光客 満足度16.6% 再来訪意向度18.5%
前年度比 満足度-12.3% 再来訪意向度-20.3%
- ・宿泊者 満足度18.5% 再来訪意向度23.4%
前年度比 満足度前年度比-10.2% 再来訪意向度-18.3%

2-5 外国人旅行者(宿泊者)の状況 2019年

- ・外国人旅行者（宿泊者）は、2015年まで年々増加していたがその後横ばい。まだまだ開拓の余地がある。地区別では、塩原地区（56.0%）、黒磯地区（26.1%）、西那須野地（17.9%）の割合で分散
- ・市全体における国地域別旅行者で多いのは、台湾（50.0%）、中国大陸（12.5%）
- ・地区別には、
黒磯地区：中国大陸（16.6%）、台湾（12.1%）、米国（11.9%）
西那須野地区：中国大陸（28.2%）、ドイツ（10.0%）、米国（6.4%）
塩原地区：台湾（83.4%）、中国大陸（5.5%）、台湾（4.5%）

2-6 策定委員(観光関連事業者、市民、有識者)の感じている課題

- ①まちの活気の低下（社会的要因、経済的要因、物理的要因）
- ②社会基盤整備（交通）の問題
観光地としてのハードとソフトの整備、2次交通の不足、交通サービス案内情報の一元化の必要性
- ③マーケティング上の課題
戦略の欠如、観光地経営の視点の重要性、商品・サービスの改良と新規開発、多様なツーリズムの取り組み強化、物理的環境・施設の整備、インバウンド対策、プロモーション、人的資源
- ④連携（地域内、広域）

那須塩原市の現状分析

強み

首都圏から車で3時間圏内
高速道路のIC、新幹線駅が存在
個性のある地区で構成されたエリア
(地区特性を活かした複数のターゲット設定が可能)
温泉(複数種の泉質と保養湯治の歴史)
自然景勝地、日本遺産(明治期の華族農場、
開拓精神)
日本ならではの旅館文化体験が可能
優れた農産品・食材、生乳産出額本州第1位
リピートする栃木県民観光客の存在
那須というネームバリュー
クリエイティブな事業者集積の兆し
現代版開拓者(革新者)の出現

機会

国際観光客数の増加
ウェルネスツーリズム市場規模の拡大
国の観光振興/インバウンド政策強化
訪日外国人旅行市場規模の拡大
訪日外国人旅行者 地方への移動増加
働き方改革、働き方・暮らし方の意識の変化
技術革新(5G,ALVR,VR,IoT,ロボットビッグデータ)
健康志向、スローな暮らしへの憧れ
モビリティ革命(MaaS,CASE)

弱み

没個性化(優位性・差別化の弱さ)
延べ宿泊者数及び1人当たりの平均泊数
旅館の平均稼働率、1地点観光(非周遊)、滞在
時間の短さ、点在する観光資源
外国人旅行者(宿泊者)数の少なさ
まちの活気不足(社会的/経済的/物理的)
観光地としての整備不足(ハード/ソフト)
外部評価の高い食事個所不足
2次交通の不足
情報の一貫性/統一性/発信力不足、連携不足
地域ぐるみで取り組む観光の意識不足
マーケティング上の課題(戦略の欠如、脆弱な観光地
経営体制、物理的環境・施設の整備不足、インバウンド
対策不足、プロモーション不足、商品・サービスの開発/
改良の必要性、人的資源の確保と質の向上)

脅威

人口減少、少子超高齢化
自然災害、気候変動、パンデミック、資産バブル
国内旅行市場の縮小
ターゲット国地域の政治・経済状況の変化
免許取得者の減少(ドライバー不足、自動車での
観光需要が減少する恐れ)
雇用の確保困難

外国人旅行者(宿泊者) 予算に応じた戦略的な資源配分を行う。

区分1：既に訪日市場規模がある。本市でも一定以上の
規模有り 台湾、中国

区分2：既に訪日市場規模がある。本市ではさほど大きな
規模なし 香港、韓国、タイ

区分3：本市の一部地域において動きのある市場
米国、英国、ドイツ、フランス、豪州

新市場開拓：現在の訪日市場規模小さいが拡大の見込み有り、
本市では動きなし ベトナム、インド

想定されるターゲット

日本人旅行者

エリア

福島県及び1都6県(栃木県含む)

維持ターゲット

60代以上の夫婦

日常化、年中行事化しているリピーター

新規・拡大ターゲット

10代・20代の友人、カップル旅行

20代・30代・40代のライフステージに合わせた家族旅行

初来訪者、「初めての」那須エリア旅

1 本市の観光が目指す姿

1-1 基本理念

- 訪れる人、暮らす人、働く人の人生を豊か(Wealth)にする観光地域づくり
- ウェルネスなツーリズム(Wellness Tourism:心身の美と健康、人生の豊かさを求める観光)の実現

1-2 基本方針

基本方針1:持続的かつ競争力のある観光地域づくり

- (1)魅力的な観光商品・サービス開発の推進
- (2)競争力の強化
- (3)SDGs ツーリズムの実現

基本方針2:観光客の来訪促進

- (1)国内観光客を対象とした施策の推進
- (2)訪日外国人旅行者を対象とした施策の推進
- (3)ターゲットの明確化による効果的な情報発信及び集客

基本方針3:観光客受入のための社会基盤の強化

- (1)「賑わい」のある空間づくり
- (2)「快適さ」の追求と「不便さ」の解消
- (3)「安心・安全」の管理
- (4)時代のニーズに応じた環境づくり

基本方針4:強靱な観光地経営基盤づくり

- (1)多様な関係者の連携
- (2)地域観光消費の拡大と安定的な財源の確保
- (3)観光人材の確保と育成
- (4)広域連携の推進

2 数値目標

那須塩原市観光マスタープラン目標指数(KPI)

目標指標	単位	基準値(2019年)	目標値(2027年)
延べ宿泊者数	人	917,970	1,000,000
観光客入込数	人	8,811,708	9,500,000
旅行消費額(宿泊)	円/人	19,186	25,500
旅行消費額(日帰り)	円/人	5,357	8,900
来訪者満足度	%	34.4※1 21.4※2	39.0
来訪者不満足度	%	6.0※3 7.4※4	5.8
外国人宿泊客数	人	10,716	13,000

※1 5段階のうち5(大変満足)を選んだ人の割合 那須塩原市「来訪者観光動態調査2019」
 ※2 7段階のうち7(大変満足)を選んだ人の割合 日本交通公社「旅行年報2019」栃木県の数値
 ※3 5段階のうち1~3(どちらでもない以下)を選んだ人の割合 那須塩原市「来訪者観光動態調査」2019
 ※4 7段階のうち1~5(どちらでもない以下)を選んだ人の割合 日本交通公社「旅行年報2019」栃木県の数値

1 基本方針と施策

基本方針1:持続的かつ競争力のある観光地域づくり

観光庁は、持続可能な観光（SDGs ツーリズム）の推進を目指し、今後の取り組みの方向性を報告書「持続可能な観光先進国に向けて（2019年6月）」として公表した後、国際基準に準拠した「日本版持続可能な観光ガイドライン（JSTS-D）」を開発しました（2020年6月）。今後、観光客と地域住民、観光資源の保全状況に配慮しながら、多面的かつ客観的データに基づいた観光地域づくりを行うことが重要視されています。本市においてもJSTS-Dをベースに独自のSDGs ツーリズムの実現に向けたガイドラインを策定し、実行に移していきます。本市は、豊かな自然や開拓の歴史、温泉といった観光資源を有しており、その観光資源を有効的に活用した魅力的な商品・サービスとして売り出すことが必要です。観光資源のブラッシュアップに加え、継続的にモニタリングを含むマーケティング調査を実施し、観光の実態と顧客のニーズの把握にもより注力して取り組んでいきます。

施策1 魅力的な観光商品・サービス開発の推進

本市には豊かな自然や歴史、温泉といった数多くの観光資源が存在しています。これらの資源を魅力的な観光商品・サービスとして開発・推進します。また、食や農業など本市の強みを生かした魅力づくりにも取り組みます。

- 地域資源を活かした各種ツーリズムの推進
- 自然環境、歴史文化及び農の活用による体験プログラムの開発支援
- 滞在を促進するための仕組みづくり支援

施策2 競争力の強化

観光客の誘致には、顧客のニーズを踏まえた観光施策が重要です。観光の実態や顧客のニーズの把握を継続的に実施し、データに基づいたマーケティング戦略の推進を図ります。

- 那須塩原市観光局を中心としたマーケティング戦略立案及び推進
- 継続的なマーケティング調査による観光の実態と顧客のニーズの把握

施策3 SDGs ツーリズムの実現

日本版持続可能な観光ガイドライン（JSTS-D）をもとに、那須塩原エリアの持続可能な観光地マネジメントに取り組みます。

- ガイドラインの策定と実践

基本方針2:観光客の来訪促進

観光の形態は、団体から個人へ、物見遊山型から本物感を感じられる経験型へ、非日常的な時間だけでなく日常の延長線上の時間消費型へと変わっています。さらに、個人の持っている文化的背景・価値観・信条・ライフスタイルなどにより多様化する市場に応えることが求められています。本市においても、ニーズ・欲求・価値観・行動タイプなどの顧客視点に基づいた来訪促進のための仕掛け・仕組みづくりを始め、受入環境の整備などを推進することで本市の魅力に共感する顧客を増やし、継続的・長期的に滞在してもらうことを目指します。併せて、デジタルを始めとした情報コンテンツの作成と配信を行い、リピーターのみならず新規市場の開拓を推進します。

施策1 国内観光客を対象とした施策の推進

本市の観光資源を活かした多種多様なツーリズムや体験プログラムの開発の推進、SDGs ツーリズムの実現を進展させるために補助金の積極的な申請と活用、観光客の「責任ある観光（レスポンシブルツーリズム）」を促す施策の検討を行います。

- 多様なツーリズム開発と実施に向けた国の補助制度の活用
- 観光客の望ましい観光行動「責任ある観光」を促す施策の検討
- 市民が地域愛着や誇りを感じられる観光活動の支援

施策2 訪日外国人旅行者を対象とした施策の推進

訪日外国人旅行者に対し、本市が有する観光資源を活用したサービスを提供するとともに、滞在を楽しんでいただくための環境整備を行います。また、訪日外国人旅行者受入に対する観光事業者や市民の意識向上を図ります。

- 温泉地での受入環境整備
- 多言語化対応観光アプリの活用及び利用促進
- トイレの洋式化・看板の多言語化
- 訪日外国人受入に向けた機運の醸成

施策3 ターゲットの明確化による効果的な情報発信及び集客イベントの実施

パンフレットの配布などによるプロモーションに加え、ICTを効果的に活用し、多様なニーズに応じた情報発信を推進します。また、集客イベントの見直しを行うとともに、充実化を図り誘客に努めます。

- SNSや動画配信の活用
- 既存イベントの磨き上げ・見直し
- 旅行博の積極的な参加などによる観光プロモーションと商談の推進

基本方針3:観光客受入のための社会基盤の強化

観光産業は地方創生の切り札とされ、全国各所で「グローバル化（インバウンド）」や「観光を通じた6次産業化」が模索されています。それに付随し、比較的容易に取り組みやすい誘客に向けた情報発信は重点的に行われる一方で、受入環境は十分に整備されていません。本市が、世界にも通じる観光サービス基盤を強化するためには、あらゆる観光客に対し、快適で、安心・安全が約束されることはもちろん、社会的要請に応じた環境整備、那須野が原の玄関口である那須塩原駅前の空間づくり、唯一無二の温泉街を目指すためのブランドコンセプトに基づいた再整備が欠かせません。また、人の移動をサポートする2次交通対策にも計画的に取り組む必要があります。さらに、不確実な時代の中で、気候変動等に起因する自然災害の発生や社会情勢の変化にもしっかりと対応できるよう観光施設維持管理計画や災害時対応マニュアルを策定し、実践していきます。

施策1 「賑わい」のある空間づくり

那須野が原の玄関口である那須塩原駅のビジョンに基づいた空間づくりや戦略・コンセプトに基づいた温泉街の再整備により、賑わいを創出します。

- 道の駅の整備及び周辺環境との連携（青木地区）
- ブランドコンセプトの明確化による温泉街づくり
- 那須塩原駅周辺まちづくりビジョンに基づく駅前空間の創出
- 空き店舗・空き家の活用

施策2 「快適さ」の追求と「不便さ」の解消

点在する観光スポットを周遊し、滞在を促すための観光案内や交通アクセスの利便性や快適性の充実を図ります。

- 2次交通の整備
- 観光案内の充実

施策3 「安心・安全」の管理

観光施設の計画的な維持修繕・更新や大規模災害時における観光客への対応について取り組みます。

- 観光施設維持管理計画の策定
- 災害時対応マニュアルの整備

施策4 社会的要請に応じた環境づくり

社会的要請に応じた取り組みを行います。

- 感染症対応マニュアルの策定及び実践
- ワーケーション受入環境の整備

基本方針4:強靱な観光地経営基盤づくり

競争優位性と持続可能性を維持し続ける観光地経営を行うためには、観光事業に携わる人や応援する人の確保、安定的な財源、魅力的な資源の維持と活用が必要です。また、地域が観光事業によって稼ぐ仕組みづくりを形成するためには、地域の多様な事業者や地域住民との有機的なつながりや、観光事業を担う若手起業家や新規参入事業者の出現が欠かせません。こうしたつながりと新たな視点をもった挑戦者の存在が、本市固有の観光商品・サービス開発や地域ブランド力の強化を加速的に推進し、観光客及び地域住民の本市に対する愛着と憧れといった感情的な結びつきを深めることが期待できます。

今後は、さらに、これまで取り組んできた広域連携の在り方を見直し、より実行力のある体制強化を図るために、那須地域における広域DMO（那須野が原版DMO）の設立を目指します。

施策1 多様な関係者の連携

観光資源を介し、地域住民や事業者が連携できる体制を構築します。

- 観光事業者のサービス品質及び生産性の向上
- 農観商工連携による地域のブランド化
- 観光活性化に資する活動団体への支援
- 市民参加型観光事業の実施

施策2 地域観光消費の拡大と安定的な財源の確保

地域内経済の循環及び継続的・安定的に観光地経営を行える財源の確保に努めます。

- 地産地消の推進
- ふるさと納税の拡充
- クラウドファンディングの活用
- 観光財源確保策の検討・導入

施策3 観光人材の確保と育成

観光による地域経済を回す牽引役や地域の魅力を伝える人づくりを行います。

- 次世代観光人材の育成
- 観光ガイドの育成
- 新規事業者・若手起業家の支援

施策4 広域連携の推進

これまでの広域連携の見直しを行うとともに、DMOの設立を目指します。

- 既存連携事業の見直し
- 「那須野が原版DMO」の設立

2 施策の展開

基本方針1:持続的かつ競争力のある観光地域づくり

施策1 魅力的な観光商品・サービス開発の推進

取組	取組概要	実施行程						実施/検討主体				区分			
		2021 (R3)	2022 (R4)	2023 (R5)	2024 (R6)	2025 (R7)	2026 (R8)	2027 (R9)	市	観光局	事業者	市民	重点	新規	
周遊・体験型商品・サービスの創出	那須塩原市観光局がプロデュース力を発揮しながら、テーマ(自然体験、冒険、農、食文化、文化遺産、健康、芸術など)に沿った地域観光資源と食、宿泊滞在などを組み合わせた周遊・滞在を促す商品造成を地域事業者と協働し開発する。	●	→							○	○			●	
日本遺産「明治貴族が描いた未来～那須野が原開拓浪漫～」の推進	明治貴族たちの開拓者精神や那須連山を背景に広がる豊饒の大地の魅力を体感できる体験プログラムや華族農場の別荘を巡るコースの設定、土産物や食の展開など地域事業者や庁内部署と連携しながら開発する。	●	→							○	○	○		●	
新しい生活様式/価値観に対応した商品・サービスの創出	生活様式(リモートワーク、休暇取得の分散化など)や価値観の変化に対応した新たな旅の商品・サービス(例:ワーケーション、VRの活用、電子商取引と連動したオンライン観光など)の開発及び提供を推進する。	●	→							○	○	○			●
那須塩原ブランド認定品の普及と拡大	飲食店を中心に地域食材活用の推奨、土産品の開発販売を推進する。	●	→							○	○	○	○		

施策2 競争力の強化

取組	取組概要	実施行程						実施/検討主体				区分			
		2021 (R3)	2022 (R4)	2023 (R5)	2024 (R6)	2025 (R7)	2026 (R8)	2027 (R9)	市	観光局	事業者	市民	重点	新規	
マーケティング調査の実施	観光客の実態把握やニーズ把握を継続的に実施し、データに基づいたマーケティング戦略を推進する。	●	→							○					
観光サービス品質の向上	定期的な満足度調査の実施とフィードバック、不満の解消に取り組む。	●	→							○	○				●

施策3 SDGsツーリズムの実現

取組	取組概要	実施行程						実施/検討主体				区分			
		2021 (R3)	2022 (R4)	2023 (R5)	2024 (R6)	2025 (R7)	2026 (R8)	2027 (R9)	市	観光局	事業者	市民	重点	新規	
那須塩原市版SDGsツーリズムガイドラインの策定	日本版持続可能な観光ガイドライン(JSTS-D)をもとに、那須塩原エリアの持続可能な観光地マネジメントに取り組む。	●	→							○	○	○	○	●	●
SDGsツーリズムの実践	本市のガイドラインを基にSDGsツーリズムを推進する。			●	→					○	○	○	○	●	●

基本方針2: 観光客の来訪促進

施策1 国内観光客を対象とした施策の推進

取組	取組概要	実施行程							実施/検討主体				区分	
		2021 (R3)	2022 (R4)	2023 (R5)	2024 (R6)	2025 (R7)	2026 (R8)	2027 (R9)	市	観光局	事業者	市民	重点	新規
「責任ある観光(レスポンスブルーツーリズム: 観光客に一定の責任をもってもらい、観光地域と観光客の来訪との間で持続的で良好な関係をつくること)」推進のための制度の在り方の検討	SDGsツーリズムの実現のためには、受け入れ側だけでなく観光客にも責任ある観光を実践してもらうことで持続可能な観光事業を推進することが可能となる。本市にとって「来てもらいたい」理想的な観光客像を明確にした上で持続可能な関係構築を促進させる制度を検討する。	●—————▶							○	○	○		●	
「責任ある観光(レスポンスブルーツーリズム)」の推進	「責任ある観光」推進のための制度の試行導入から本格導入を行い、推進する。													
多様なツーリズム開発と実施に向けた国の補助制度の活用	多様なツーリズムの開発と実施に向けた積極的な補助制度の活用を推進する。	●—————▶							○	○				
市民向け地域の魅力を満喫するための観光活動の支援	市民が個人の心身の回復、健康増進、気分転換だけでなく地域の人々との絆づくりに寄与する交流の機会創出を支援する。	●—————▶							○	○				●

施策2 訪日外国人旅行者を対象とした施策の推進

取組	取組概要	実施行程							実施/検討主体				区分	
		2021 (R3)	2022 (R4)	2023 (R5)	2024 (R6)	2025 (R7)	2026 (R8)	2027 (R9)	市	観光局	事業者	市民	重点	新規
温泉地での受入環境整備	無料公衆無線LAN環境、キャッシュレス決済環境の整備を行う。	●————▶							○	○	○			
多言語化対応観光アプリの活用及び利用促進	訪日外国人観光客の滞在中の観光活動を支援するアプリの活用及び利用を促進する。	●————▶							○	○	○			
トイレの洋式化・看板の多言語化	訪日外国人観光客の不便さを解消するためのハード環境整備(特に、トイレや看板の多言語化)を行う。	●————▶							○		○			

施策3 ターゲットの明確化による効果的な情報発信及び集客イベントの実施

取組	取組概要	実施行程							実施/検討主体				区分	
		2021 (R3)	2022 (R4)	2023 (R5)	2024 (R6)	2025 (R7)	2026 (R8)	2027 (R9)	市	観光局	事業者	市民	重点	新規
デジタルコンテンツ制作とSNSプロモーション	本市の魅力を国内外に発信するためのWEB動画の制作とターゲットに応じたSNSプロモーションを実施する。	●————▶							○	○				
滞在価値創造型イベント事業の推進	本市ならではのブランド価値創造と宿泊滞在を促すイベント事業を推進していくために、既存イベントの見直しを図るとともに新しい生活様式を取り入れた企画運営の支援を行う。	●————▶							○	○				●
観光プロモーション	旅行エージェンツ訪問や旅行博の参加など流通向けの営業活動を行う。	●————▶							○	○				
安心・安全な観光地としての情報発信・広報	本市の取り組み観光地における安心・安全対策方針と活動状況を市内外に向けて情報発信する。	●————▶							○					●

基本方針3:観光客受入のための社会基盤の強化

施策1 「賑わい」のある空間づくり

取組	取組概要	実施行程						実施/検討主体				区分			
		2021 (R3)	2022 (R4)	2023 (R5)	2024 (R6)	2025 (R7)	2026 (R8)	2027 (R9)	市	観光局	事業者	市民	重点	新規	
道の駅の整備	道の駅内の「青木ふるさと物産センター」の建替えにより施設機能の強化を図り観光客等の集客・滞在に取り組む。	●	→						○						
那須塩原駅前空間整備	那須塩原駅周辺まちづくりビジョンに基づき、那須野が原の玄関口となる那須塩原駅周辺の環境整備を行う。	●	→	→	→	→	→		○						
温泉街の整備	温泉街のブランドコンセプトを意識した昼夜楽しくまち歩きできる空間整備(まちの灯り、アートなど)を行う。	●	→						○	○	○	○			
空き店舗・空き家の実態調査と活用案の検討	空き店舗、空き地、公共施設などの実態把握(休眠/放置資源の把握)と活用策を検討する。	●							○						●
空き店舗・空き家の活用の実証	空き店舗、空き地、公共施設などの休眠/放置資源を活かした取り組みを実証する。		●	→					○						●

施策2 「快適さ」の追求と「不便さ」の解消

取組	取組概要	実施行程						実施/検討主体				区分			
		2021 (R3)	2022 (R4)	2023 (R5)	2024 (R6)	2025 (R7)	2026 (R8)	2027 (R9)	市	観光局	事業者	市民	重点	新規	
2次交通関連対策	2次交通対策、那須エリアMaaSを始め回遊できる仕組みの検討(シェアサイクルの配置、わかりやすい交通サービス情報発信の在り方など)と実証事業を行う。	●	→	→	→	→	→		○		○			●	
観光案内の魅力強化	ターゲット顧客の視点から案内看板の見直し、AR/VRなど新技術導入、観光客にとって魅力的な案内所づくりに取り組む。	●	→	→	→	→	→		○	○					

施策3 「安心・安全」の管理

取組	取組概要	実施行程						実施/検討主体				区分			
		2021 (R3)	2022 (R4)	2023 (R5)	2024 (R6)	2025 (R7)	2026 (R8)	2027 (R9)	市	観光局	事業者	市民	重点	新規	
観光施設維持管理計画の策定	重点的・効率的な施設の維持管理や更新を行うことを目的とした観光施設維持管理計画を策定する。	●	→						○					●	●
災害時対応ガイドラインの策定	自然災害時における地域内外への情報発信、誘導方針、緊急体制(冬季間の路面対策、災害時の来訪者対応、速度超過車両対策など)に関するガイドラインを策定する。	●	→						○	○	○			●	●

施策4 社会的要請に応じた環境づくり

取組	取組概要	実施行程						実施/検討主体				区分			
		2021 (R3)	2022 (R4)	2023 (R5)	2024 (R6)	2025 (R7)	2026 (R8)	2027 (R9)	市	観光局	事業者	市民	重点	新規	
感染症対応ガイドラインの策定	感染症発生時における地域内外への情報発信、緊急体制に関するガイドラインを策定する。	●	→						○	○	○			●	●
新しい生活様式に対応した環境整備	ワーケーション、リモートワークを推進する拠点を設定し、WiFiなどのインフラ整備を行う。	●	→						○						●

基本方針4:強靱な観光地経営基盤づくり

施策1 多様な関係者の連携

取組	取組概要	実施行程						実施/検討主体				区分		
		2021 (R3)	2022 (R4)	2023 (R5)	2024 (R6)	2025 (R7)	2026 (R8)	2027 (R9)	市	観光局	事業者	市民	重点	新規
観光事業者の生産性向上の推進	観光事業者の生産性向上の促進を図るため、経営者のスキルアップや意識改革のためのワークショップを実施する。	●	●	●	●	●	●	○	○	○				
農観商工連携の推進	農業・観光・商業・工業の各産業の連携による地域産業の活性化やブランド力の向上を図る。	●	●	●	●	●	●	○						
観光活性化に資する活動団体に対する支援	観光関連団体への補助・助言を行い、育成・支援を行うことで観光事業の活性化を図る。	●	●	●	●	●	●	○						
市民参加型観光地域づくり	市民が地域の魅力づくりに参画できる機会や場を創出し、観光に携わる市民を増やすことで観光地域としての愛着度の向上に取り組む。	●	●	●	●	●	●	○	○	○	○			

施策2 地域観光消費の拡大と安定的な財源の確保

取組	取組概要	実施行程						実施/検討主体				区分		
		2021 (R3)	2022 (R4)	2023 (R5)	2024 (R6)	2025 (R7)	2026 (R8)	2027 (R9)	市	観光局	事業者	市民	重点	新規
地消地産推進(地域応援)	観光による消費と地域内経済を循環させるために、地産地消(地域内で生産されたものを地域内で消費すること)を促進させるキャンペーン事業を行う。	●	●	●	●	●	●	○	○	○				
ふるさと納税の拡充	ふるさと納税ポータルサイトや取扱い返礼品の拡充により寄付額の増加を図る。	●	●	●	●	●	●	○						
持続的な観光財源確保策の検討	持続的な観光振興事業を行うために欠かせない財源確保策として、観光客から徴収する受益者負担策に関する検討を行う。	●						○					●	●
観光財源確保策の試験的運用と導入	観光財源確保策の試験的運用により効果的な運用の在り方を再検討しながら本格導入を目指す。	●	●	●	●	●	●	○					●	●

施策3 観光人材の確保と育成

取組	取組概要	実施行程						実施/検討主体				区分		
		2021 (R3)	2022 (R4)	2023 (R5)	2024 (R6)	2025 (R7)	2026 (R8)	2027 (R9)	市	観光局	事業者	市民	重点	新規
次世代観光人材育成のための教育支援	県主催もしくは本市主催の観光人材育成のためのセミナーの企画と実施を行う。	●	●	●	●	●	●	○						
観光ガイド育成	地域資源の魅力を語る観光ガイドの育成を行う。	●	●	●	●	●	●	○	○					
若者の観光関連就業支援	若者が本市で暮らしていくための観光関連就業支援を行う。	●	●	●	●	●	●	○	○					
観光関連ビジネス起業支援	地元企業との協働を創発させる交流会の設定や有識者派遣などを行う。	●	●	●	●	●	●	○						

施策4 広域連携の推進

取組	取組概要	実施行程						実施/検討主体				区分		
		2021 (R3)	2022 (R4)	2023 (R5)	2024 (R6)	2025 (R7)	2026 (R8)	2027 (R9)	市	観光局	事業者	市民	重点	新規
那須野が原版DMOの設立	顧客視点を重視した「那須(NASU)」観光エリアの広域観光地域マーケティング及びマネジメント推進体制の確立を目指す。	●	●					○	○	○			●	

1 推進体制

市民・事業者・観光客の3者の合意形成を図るとともに、関係者が相互に連携・協力しながら本プランを推進する。

また、庁内において、本プランに基づき実施計画を策定するとともに、関係する部局が常に連携し、効率的・効果的に取組を進める。

2 計画の検証と評価

本プランで掲げた取組について、毎年度進捗状況を検証し、その結果を市ホームページ等で公表するとともに、観光戦略会議等を活用し、那須塩原市観光局や各観光協会、観光関連事業者などとの意見交換を行うことにより、適切な評価と改善に努める。

また、市民や観光客へのアンケート調査等を実施し、客観的な評価を行う。

3 計画の見直し

那須塩原市観光マスタープラン策定後も、不安定かつ不確実な社会の変化に対応していくことが求められる。年度ごとに計画の進捗状況や顧客の変化を確認しながら、状況に応じて適切な目標設定と施策・取組の修正を行い、将来像の実現を目指す。

