

令和5年度 栃木県「地域資源をつなぐことによる地域振興に関する調査研究」報告書 概要版

序章 調査研究の概要

■ 調査研究の背景と目的 (報告書p.3)

- コロナ禍で台頭したマイクロツーリズムにより、栃木県は首都圏からの近接性を活かした観光・旅行の魅力を提供し、旅行者の掘り起こしにつながる可能性がある。
- 近隣住民にも地域の新たな魅力を訴求することで、県民にとっての地域資源の再発見につながる。
- 令和元年度から令和4年度にかけて、旅行先を選んだ決め手となった情報源は、X(Twitter) やInstagram等のSNSによる旅行者側の情報発信が決め手になっている人が増えている。
- 本調査研究では、ターゲット別に観光客目線の地域資源評価を確認して、「おすすめ観光スポット」を作成し、観光・地域活性化の好循環のベースを作ることを目的とする。

■ 調査研究の流れ (報告書p.5)

- ① 情報発信の好循環等を見据えたターゲットの検討
- ② 各ターゲットへの訴求力を有する資源の整理
- ③ ウェブアンケート調査による評価
- ④ ターゲット別資源選定と「おすすめ観光スポット」設定
- ⑤ 栃木県における各種街道の全体像の整理と今後の方向性の検討

【旅行先を選んだ「決め手」となった情報源(日帰り)】 左：令和4年度、右：令和元年度

令和4年度 (n=2,413)			令和元年度 (n=2,387)		
NO.	情報源	割合	No.	情報源	割合
1	以前来訪した際の自身の経験	44.5	1	以前来訪した際の自身の経験	65.7%
2	家族や友人知人からの紹介・推奨	18.2	2	家族や友人知人からの紹介・推奨	8.9%
3	ツイッター、インスタグラムなどのSNS	12.1	3	地域や施設の公式Webサイトの情報	7.9%
4	地域や施設の公式webサイトの情報	8.1	4	テレビや映画での紹介、ロケ地情報	5.3%
5	テレビや映画での紹介、ロケ地情報	3.5	5	ツイッター、インスタグラム等のSNS	4.4%
6	自分の意志外(団体・ビジネス・帰省など)	2.1	6	割引券や優待券	1.0%
7	個人のブログ	1.3	7	旅行会社の旅行パンフレット	0.9%
8	旅行会社の旅行パンフレット	0.6	8	自分の意志外(団体・ビジネス・帰省など)	0.8%
9	割引券や優待券	0.6	9	宿泊予約サイト	0.7%
10	宿泊予約サイト	0.2	10	個人のブログ	0.3%

第1章 栃木県の現状

■ 栃木県の概要 (報告書p.11)

- 栃木県は、JR宇都宮線や東武鉄道、東北自動車道等により東京圏と結ばれた関東地方北部に位置する内陸県であり、日光をはじめ、那須、塩原、鬼怒川、川治など、多くの観光資源に恵まれている。
- 令和4年の栃木県の観光客入込数は7,260.4万人、観光客宿泊数は724.4万人であり、いずれも対前年では増加しているものの、コロナ前の水準は回復していない。

■ 栃木県の重点戦略における地域資源の位置付け (報告書p.16)

- 県政の基本方針である「とちぎ未来創造プラン」において、「めざすとちぎの将来像」を実現するための重点戦略の1つとして「地域・環境戦略」を設定し、地域資源を生かした地域振興の促進に取り組んでいる。

■ これまでの栃木県の取組例 (報告書p.17)

- 後世に残したい、大切にしたい、自慢できる栃木県の100の地域資源を「とちぎの百様」として選定している。
- 栃木県内の地域資源をつないだ街道として、地域のおいしい「食」をテーマにした「とちぎ食の回廊」や、文化財をテーマ別に選定した「とちぎいにしへの回廊」等の周遊モデルコースを設定している。
- 地域資源の生産者と、ホテル・飲食店等のサービス提供者が連携し、地域資源の活用を促す取組も行っている。

■ 栃木県が抱える課題 (報告書p.22)

- イメージ調査によると栃木県は明確なイメージを持たれておらず、都道府県魅力度ランキングでも下位に低迷している。
→ 豊富な地域資源の魅力を上手く発信することができておらず、栃木県のイメージの曖昧化につながっている。

第2章 ターゲットの設定

- 情報媒体としてSNS等の重要度が高まっていることから、観光客等による情報発信の好循環に寄与し、ハッシュタグを使ったSNS等での検索性を意識したターゲットを設定する必要がある。
- 上記考え方に基づき、本調査研究においては、「#女子旅」「#家族旅」「#大人旅」を狙うべきターゲットとして設定した。
- ターゲット設定の適切性について、各種統計等を基に検証したところ、この3つのターゲットはほとんどの旅行スタイルをカバーする「網羅性」が高いものであり、また、ターゲットとするに値する「妥当性」を持ったものであることが認められた。

第3章 地域資源情報の整理

■ 地域資源情報の整理の考え方 (報告書p.35)

- 「旅行者による口コミ評価」が高い地域資源群から各ターゲットに訴求しうる地域資源を選定し、つなぐことで、「おすすめ観光スポット」が強い求心力を有するものになると考えた。
- 「旅行者による口コミ評価」は、観光情報の登録数や口コミ数も多く、評価のベースとして適した大手3サイトを参照することとした。大手3サイト(以下、「A」「B」「C」と表記)から、旅行者による評価ポイントを抽出した上で、その平均値を算出した。
- その他にも、参考情報として、「SNSのハッシュタグ数」「とちぎの百様」「バリアフリー」等の各種情報を組み合わせることで、総合的な情報として整理した地域資源リストを作成した。

図表：地域資源リスト(例)

■ 地域資源リストの作成手順 (報告書p.36)

- ① 評価対象資源の抽出
【「A」のおすすめランキングより上位100資源を抽出】
- ② 評価ポイントの引用
【「A」「B」「C」それぞれの評価ポイントを引用】
- ③ 評価ポイント平均値によるランキング
【ポイント平均値と偏差値平均値によるランキング】
- ④ 参考情報の追加
【定性要素の追加】
- ⑤ 「おすすめ観光スポット」採用資源の選定
【総合的な判断に基づく最終選定】

地域資源	評価																		参考情報				
	観光情報A						観光情報B						観光情報C						SNS	ハッシュタグ	バリアフリー		
	登録数	評価数	平均値	偏差値	登録数	評価数	平均値	偏差値	登録数	評価数	平均値	偏差値	登録数	評価数	平均値	偏差値							
女子 日光マリアパーク	100	100	4.4	0.263	52,621	100	100	4.2	0.49	74,5	414	21	4.5	0.94	59.4	100	4,387	39	62,204	100	100	100	100
女子 日光御宿	100	100	4.4	0.263	52,621	94	4	4.06	1.8	68	25	5	4.5	0.94	59.4	86	4,328	38	60,028	100	100	100	100
大人 日光御宿	100	100	4.4	0.263	52,621	100	100	4.4	0.263	52,621	100	100	4.4	0.263	52,621	100	4,328	38	60,028	100	100	100	100

第4章 観光客による地域資源の評価等確認のためのウェブアンケート調査

■ ウェブアンケート調査の概要 (報告書p.41)

- 各ターゲットの旅行スタイルや旅行情報の受発信状況、地域資源の評価等を確認し、「おすすめ観光スポット」の検討材料とすることを目的として、ウェブアンケート調査を実施した。
- 過去3年以内に宿泊旅行を栃木県で実施した関東居住者(栃木県民を除く)のうち、下記の層に該当する方を対象とし、各層200サンプル以上の割付を行い、計662票を回収した。

図表：ウェブアンケート調査の対象層

分類	対象条件	回収票数
#女子旅層	20代以下もしくは30代の女性で、「カップル・夫婦旅行」「友人等との2~4人程度のグループ旅行」「友人等との5人以上程度のグループ旅行」のいずれかで栃木県での宿泊旅行を実施した者	219票
#家族旅層	30代以下もしくは40代で、「家族旅行(小学生以下の子どもあり)」で栃木県での宿泊旅行を実施した者	215票
#大人旅層	50代、60代もしくは70代以上で、「カップル・夫婦旅行」「友人等との2~4人程度のグループ旅行」「友人等との5人以上程度のグループ旅行」のいずれかで栃木県での宿泊旅行を実施した者	228票

■ 集計結果 (報告書p.42)

- 回答者の属性、直近の栃木県での宿泊旅行(交通手段、観光したエリア、写真や動画の活用方法等)、栃木県の観光スポット等(認知状況・訪問経験・満足度・推奨度・訪問意欲度等)、今後の栃木旅行に求める体験、普段の旅行への意識について調査し、その結果を集計した。

■ 調査結果まとめ (報告書p.77)

- ターゲットごとに旅行で訪れるエリアや移動手段が異なっているため、それらを考慮する必要がある。
- 「#女子旅」「#家族旅」層は、旅行中に写真・動画を撮影し、それをSNSで発信したり、家族や友人等に見せるなどの行動がみられた。このことから、「#女子旅」層にはSNS映えする印象的な風景や自撮りに適したスポット、「#家族旅」層には子どもや家族の写真を撮るのに適したスポットを選定することで、情報拡散効果が見込めると考えられる。
- また、「#女子旅」層はグルメ等の食関連の体験を、「#家族旅」層はテーマパーク等の子どもが楽しめる施設を、「#大人旅」層は自然・景勝地や世界遺産等を好んでおり、地域資源選定の際には、それらの嗜好も考慮する必要がある。

令和5年度 栃木県「地域資源をつなぐことによる地域振興に関する調査研究」報告書 概要版

第5章 おすすめ観光スポット

■ おすすめ観光スポット設定の考え方 (報告書p.85)

- ▶ アンケート結果等を踏まえ、ターゲットごとに1泊2日で2エリアを周遊する旅程を作成した。
- ▶ 第3章で示した地域資源リストや「とちぎの百様」に掲載の資源から、各ターゲットに訴求しうるスポットを選定した。更に、主要ガイドブック等から引用し、スポットを補強した。
- ▶ また、県民評価が高いと考えられるその他の地域資源についても、協議のうえ、追加した。

■ おすすめ観光スポットの特徴 (報告書p.86)

- ▶ 本調査研究において設定した「おすすめ観光スポット」は、以下のような点で特徴的なものとなった。

- 県内の地域資源や栃木観光等に対する評価を多角的に捉えた結果を元に、各ターゲットにとって評価が高いもしくは潜在的なポテンシャルが高いと思われる資源を、様々な分野や地域から、規模の大小を問わず、幅広く抽出している点。
- ターゲットごとに「訪問者自身によるSNS等を通じた情報発信」や「リピーター化」という実現したい姿を定め、「情報の循環やリピーター化に寄与する資源」という新たな軸で選定を行うことにより、訪問者数のさらなる増加や地域資源に対する注目度向上等の好循環を生み出すことを念頭に置いている点。
- 訪問者による評価が高く、強い集客力を有している地域資源と、高いポテンシャルを持ちつつも訪問者数増加のきっかけがつかめていない地域資源を一つの周遊プランで括ることで、前者が有する強い集客力を、後者への訪問者数増加に向けた起爆剤として活用している点。

図表：おすすめ観光スポット設定の考え方

ターゲット	考え方
#女子旅層	様々な写真・動画を撮り、それをSNS等で発信することによる情報の広がりが見込める層なので、写真・動画に収めたいかという点を重視し、印象的な風景や空間、物撮り・自撮りに適した資源を選定する。
#家族旅層	人物写真・動画を家族や友達、同僚等に見せることによるロコミによる広がりが見込める層であり、また、子どもを中心に訪問先を検討する層であるため、子どもが楽しみ、笑顔になれるような資源であることを前提とし、訪問意欲の高いテーマパーク系の資源を基軸として一連のおすすめ観光スポットを構成する。
#大人旅層	情報発信効果が見込める層というよりは、時間的な余裕もあり旅行回数が多い層であるため、彼ら自身がリピーター化することで地域での賑わい創出、消費等による地域振興に寄与する層であり、さらに訪れたい新たな発見につながるような資源を選定する。

「#女子旅」観光スポット (県央→県南 1泊2日想定) (報告書p.88)

～ 1日目(県央エリア) ～

- 午前中：東北新幹線や東武特急にて移動。
- 昼食：到着したら地元名物を。
- 午後の観光スポット：「映え」に特化したスポットへ。
- 宿泊

#女子旅 DAY1 ~ 県央エリア ~

「おすすめ観光スポット」

- 1 毛社の社 岩山農場 ▲ 宇都宮市宝木本町2018
- 2 大谷石地下鉄駅跡 ▲ 宇都宮市大谷町909
- 3 カリック桜が峰教会 ▲ 宇都宮市が4丁目1-3
- 4 宇都宮餃子 ▲ 宇都宮市内
- 5 宇都宮焼きそば ▲ 宇都宮市内
- 6 いちごスイーツ ▲ 宇都宮市ほか

「プラスワンスポット」

- 1 ①まんちゅう村 ▲ 宇都宮市東里町154-346地
- 2 ②とちぎまんじゅう公認おもちの博物館 ▲ 宇都宮市2273
- 3 ③しも牛乳 ▲ 宇都宮市ほか
- 4 ④那須須山山あけが原 ▲ 那須烏山市内
- 5 ⑤温泉ラフ ▲ 那須市南内
- 6 ⑥宇都宮二荒山神社 ▲ 宇都宮市馬場通り1丁目1-1
- 7 ⑦那須那須神社 ▲ 那須市
- 8 ⑧那須那須神社 ▲ 那須市
- 9 ⑨那須那須神社 ▲ 那須市
- 10 ⑩那須那須神社 ▲ 那須市

～ 2日目(県南エリア) ～

- 午前中：JR宇都宮線や東武宇都宮線で移動。
- 昼食：餃子以外にもある栃木グルメを。
- 午後の観光スポット：色々な楽しみ方を。
- 夕方：帰路につく。

#女子旅 DAY2 ~ 県南エリア ~

「おすすめ観光スポット」

- 1 ①餃子の王将 ▲ 栃木市内
- 2 ②餃子の王将 ▲ 栃木市内
- 3 ③餃子の王将 ▲ 栃木市内
- 4 ④餃子の王将 ▲ 栃木市内
- 5 ⑤餃子の王将 ▲ 栃木市内
- 6 ⑥餃子の王将 ▲ 栃木市内
- 7 ⑦餃子の王将 ▲ 栃木市内
- 8 ⑧餃子の王将 ▲ 栃木市内
- 9 ⑨餃子の王将 ▲ 栃木市内
- 10 ⑩餃子の王将 ▲ 栃木市内

「プラスワンスポット」

- 1 ①佐野ラーメン ▲ 佐野市内
- 2 ②空神足利学校 ▲ 足利市平野町2338
- 3 ③大平山 ▲ 栃木市内
- 4 ④野木のおまわり ▲ 野木町内
- 5 ⑤じゃがいも入り焼きそば ▲ 栃木市、足利市ほか
- 6 ⑥佐野市立日山 ▲ 佐野市日山1233
- 7 ⑦まどうん ▲ 佐野市内
- 8 ⑧道の駅 ▲ 栃木市、野木町
- 9 ⑨道の駅 ▲ 栃木市、野木町
- 10 ⑩道の駅 ▲ 栃木市、野木町

「#家族旅」観光スポット (那須→県南 1泊2日想定) (報告書p.93)

～ 1日目(那須エリア) ～

- 午前中：東北自動車道で移動。
- 昼食：自然を生かしたパンやそばが有名。
- 午後の観光スポット：子どもが楽しめるテーマパークやアクティビティが多数あり。
- 宿泊

～ 2日目(県南エリア) ～

- 午前中：東北自動車道で移動。
- 昼食：佐野ラーメン等の地域グルメをぜひ。
- 午後の観光スポット：家族旅行に適したスポットが多く、帰り道も楽しめる。
- 夕方：帰路につく。

#家族旅 DAY1 ~ 那須エリア ~

「おすすめ観光スポット」

- 1 ①那須ハイランドパーク ▲ 那須町高久2337
- 2 ②那須ハイランドパーク ▲ 那須町高久2337
- 3 ③那須ハイランドパーク ▲ 那須町高久2337
- 4 ④那須ハイランドパーク ▲ 那須町高久2337
- 5 ⑤那須ハイランドパーク ▲ 那須町高久2337
- 6 ⑥那須ハイランドパーク ▲ 那須町高久2337
- 7 ⑦那須ハイランドパーク ▲ 那須町高久2337
- 8 ⑧那須ハイランドパーク ▲ 那須町高久2337
- 9 ⑨那須ハイランドパーク ▲ 那須町高久2337
- 10 ⑩那須ハイランドパーク ▲ 那須町高久2337

「プラスワンスポット」

- 1 ①那須ハイランドパーク ▲ 那須町高久2337
- 2 ②那須ハイランドパーク ▲ 那須町高久2337
- 3 ③那須ハイランドパーク ▲ 那須町高久2337
- 4 ④那須ハイランドパーク ▲ 那須町高久2337
- 5 ⑤那須ハイランドパーク ▲ 那須町高久2337
- 6 ⑥那須ハイランドパーク ▲ 那須町高久2337
- 7 ⑦那須ハイランドパーク ▲ 那須町高久2337
- 8 ⑧那須ハイランドパーク ▲ 那須町高久2337
- 9 ⑨那須ハイランドパーク ▲ 那須町高久2337
- 10 ⑩那須ハイランドパーク ▲ 那須町高久2337

「#大人旅」観光スポット (日光→県東 1泊2日想定) (報告書p.98)

～ 1日目(日光エリア) ～

- 午前中：東北自動車道で移動。
- 昼食：そば、ゆばなどの#大人旅層に人気の食を。
- 午後の観光スポット：世界遺産や豊かな自然美を。
- 宿泊

#大人旅 DAY1 ~ 日光エリア ~

「おすすめ観光スポット」

- 1 ①日光二荒山神社 ▲ 日光市山内2307
- 2 ②日光東照宮 ▲ 日光市山内1300
- 3 ③日光東照宮 ▲ 日光市山内1300
- 4 ④日光東照宮 ▲ 日光市山内1300
- 5 ⑤日光東照宮 ▲ 日光市山内1300
- 6 ⑥日光東照宮 ▲ 日光市山内1300
- 7 ⑦日光東照宮 ▲ 日光市山内1300
- 8 ⑧日光東照宮 ▲ 日光市山内1300
- 9 ⑨日光東照宮 ▲ 日光市山内1300
- 10 ⑩日光東照宮 ▲ 日光市山内1300

「プラスワンスポット」

- 1 ①日光東照宮 ▲ 日光市山内1300
- 2 ②日光東照宮 ▲ 日光市山内1300
- 3 ③日光東照宮 ▲ 日光市山内1300
- 4 ④日光東照宮 ▲ 日光市山内1300
- 5 ⑤日光東照宮 ▲ 日光市山内1300
- 6 ⑥日光東照宮 ▲ 日光市山内1300
- 7 ⑦日光東照宮 ▲ 日光市山内1300
- 8 ⑧日光東照宮 ▲ 日光市山内1300
- 9 ⑨日光東照宮 ▲ 日光市山内1300
- 10 ⑩日光東照宮 ▲ 日光市山内1300

～ 2日目(県東エリア) ～

- 午前中：国道119号経由で移動。
- 昼食：レトロモダンな雰囲気の「カフェごはん」はいかが。
- 午後の観光スポット：益子焼の陶芸体験や農業エリアでの食体験が可能。
- 夕方：帰路につく。

#大人旅 DAY2 ~ 県東エリア ~

「おすすめ観光スポット」

- 1 ①市目町芝草公園 ▲ 市目町見上614-1
- 2 ②市目町芝草公園 ▲ 市目町見上614-1
- 3 ③市目町芝草公園 ▲ 市目町見上614-1
- 4 ④市目町芝草公園 ▲ 市目町見上614-1
- 5 ⑤市目町芝草公園 ▲ 市目町見上614-1
- 6 ⑥市目町芝草公園 ▲ 市目町見上614-1
- 7 ⑦市目町芝草公園 ▲ 市目町見上614-1
- 8 ⑧市目町芝草公園 ▲ 市目町見上614-1
- 9 ⑨市目町芝草公園 ▲ 市目町見上614-1
- 10 ⑩市目町芝草公園 ▲ 市目町見上614-1

「プラスワンスポット」

- 1 ①市目町芝草公園 ▲ 市目町見上614-1
- 2 ②市目町芝草公園 ▲ 市目町見上614-1
- 3 ③市目町芝草公園 ▲ 市目町見上614-1
- 4 ④市目町芝草公園 ▲ 市目町見上614-1
- 5 ⑤市目町芝草公園 ▲ 市目町見上614-1
- 6 ⑥市目町芝草公園 ▲ 市目町見上614-1
- 7 ⑦市目町芝草公園 ▲ 市目町見上614-1
- 8 ⑧市目町芝草公園 ▲ 市目町見上614-1
- 9 ⑨市目町芝草公園 ▲ 市目町見上614-1
- 10 ⑩市目町芝草公園 ▲ 市目町見上614-1

第6章 栃木県内各種街道の整理と今後の方向性等

■ 「おすすめ観光スポット」との対比等から見てきた既存街道の課題 (報告書p.109)

- ▶ 「おすすめ観光スポット」と既存街道を対比することによって、既存街道に以下の課題が存在することが分かった。
 - ①地域資源そのものの魅力度 → 新たな魅力創出、高付加価値化、プロモーション手法の見直し等が必要
 - ②地域資源のつなぎ方 → 「文化遺産」等のテーマでつなぐことで、ユーザー層の幅が狭まっている可能性
 - ③各街道の縦割り管理 → 各街道を一体的にPRするような仕組みが存在していない

■ 今後の取組の方向性 (報告書p.113)

- ▶ 「おすすめ観光スポット」に「とちぎの百様」等から選定した地域資源をプラスした「(仮称)栃木〇〇旅 おすすめ観光スポット+ワン」を設定することにより、これまでではわざわざ行くことがなかった場所へ足を向け、観光を楽しみながら、栃木県の歴史や文化等にも興味・関心を持つきっかけづくりを行う。
- ▶ 「(仮称)栃木〇〇旅 おすすめ観光スポット+ワン」を栃木県ホームページに掲載し、そこから旅行者の興味・関心に応じて既存街道に誘導する仕組みを構築することにより、これらの周遊を促す。
- ▶ WiFi環境の整備、キャッシュレス対応やQRコードの読み取りによる多言語対応の解説等、今後は外国人観光客が滞在中にストレスフリーで過ごせるような環境整備も必要である。