

日光市観光地経営戦略 2026-2030 主な具体的取組み

※新規に予算を計上するもの、既存予算を活用し継続するもの順に記載。

KPI 1 1人あたり旅行消費額

1 ナイトタイムエコノミー対策

対象KPI	1人あたり旅行消費額
事業内容	市内事業者への調査。夕方から夜間にかけて営業する飲食店をリスト化し、その情報をGoogle My Mapなどを活用してWEBで公開・発信する。
備考	次項のフードダイバーシティと連携調査

2 フードダイバーシティ(食の多様性)の受入整備

対象KPI	1人あたり旅行消費額、来訪者満足度
事業内容	市内事業者への調査。フードダイバーシティに対応可能な飲食店をリスト化する。また、食の多様性に関する勉強会の開催し、日光市ならではのメニュー開発を推進する。リスト化された店舗情報や開発メニューは、Google My Mapなどを活用してWEBで公開・発信する。(ベジタリアン、ハラルなど)
備考	地産品の活用連携。(野菜、果物、地酒など) 観光庁：実証事業

▼継続事業▼

●地域コンテンツと周年を活用した企画の展開(世界遺産「日光の社寺」登録30周年に向けた企画)

世界遺産「日光の社寺」登録30周年(2029年12月)に向けて、数年前からのカウントダウン企画を展開する。30周年時には、周年にふさわしい特別な「本物の体験」を提供する。

●地域資源(歴史・文化・自然・食)を活用した着地型コンテンツの造成と販売

[新規造成・販売]

日光市の観光は見る観光が主流な傾向にあるが、本来の学びや体験を提供する場としての特性を活かし、伝統工芸品など本物の体験事業(コト消費)を造成・展開する。

[売れる仕組みづくり(マーケティングと販路整備)]

既存の体験コンテンツについて、戦略的な情報発信を強化するとともに、販路の整備を行い、売れる仕組みを構築する。

●日光旅ナビ(WEB)のコンテンツ充実

戦略的な情報発信を行うため、旅ライターの記事、モデルコース、季節の情報などのコンテンツを充実させる。同時に、AIが情報を参照しやすいよう、従来のWEB検索だけでなく、等戦略的に情報を発信する。同時に、WEB検索だけでなく、AIが参照しやすいようにWEBページ施策も講じる。

●アドベンチャーツーリズム促進支援補助事業(日光市)

日光市の特色を活かしたアクティビティを通して、魅力的な滞在型商品の造成に取り組む事業者を支援する。

●日光市ナイトタイムエコノミー促進支援事業補助金(日光市)

滞在時間の延長と消費額拡大に向けた事業を支援する。

1 インバウンド向けツアー造成のためのランドオペレーターへのセールス

対象KPI	延べ宿泊者数、1人あたり消費額、インバウンド宿泊数
事業内容	首都圏に拠点を置くランドオペレーターへ、市内事業者とともに訪問し、日光市の最新情報を提供するなど、送客に繋げる取組みを実施する。

▼継続事業▼

●ターゲットごとの統合的な情報発信

各ターゲット層に合わせて設計したブランド軸に基づきコンテンツを整理し、メディア戦略やキャンペーンなどを通じた統合的な情報発信を展開する。

●（再掲）日光旅ナビ(WEB)のコンテンツ充実

戦略的な情報発信を実現するため、旅ライター記事、モデルコース、季節の情報などのコンテンツを充実させる。同時に、従来のWEB検索だけでなく、AIが情報を参照しやすいようWEBページ施策を講じる。

1 駐車場システムの統合と一括管理 ※詳細別紙

対象KPI	来訪者満足度、1人あたり消費額
事業内容	繁忙期に混雑する「日光駅」⇔「山内」間の駐車場を一括管理し、満空情報をWEBで分かりやすく発信することで、車の混雑を軽減する。
DMOの役割	市営駐車場の指定管理、駐車場・交通など混雑情報の発信
備考	観光庁：オーバーツーリズムの未然防止・抑制に向けた取組（補助率1/2）

2 門前町へのゴミ箱設置

対象KPI	来訪者満足度、1人あたり消費額、住民満足度
事業内容	食べ歩きによるゴミが問題となっているエリアに、ゴミ箱を設置し、近隣の飲食店など組合で運営・管理し、エリアの美化に取り組む。（市営の公衆トイレ付近5カ所に設置）
DMOの役割	ゴミ箱の設置、設置場所、マナーの啓発と情報発信
備考	観光庁：オーバーツーリズムの未然防止・抑制に向けた取組（補助率1/2）

3 安心安全な観光地づくりの整備（防災計画）

対象KPI	来訪者満足度、1人あたり消費額、住民満足度、他
事業内容	官民連携の観光危機管理対策(防災計画)の策定と情報発信。災害からの復興を含む対策を協議し、地域全体で共有するとともに、来訪者にも情報発信する。
備考	観光庁：地方誘客促進に向けたインバウンド安全・安心対策推進事業

4 交通網の整備や、わかりやすい情報発信

対象KPI	来訪者満足度、1人あたり消費額、住民満足度
事業内容	インバウンド向けに、バスの乗り方、路線案内、地域間の移動等を分かりやすく提供する。また、乗り間違いが多い日光市のバス路線について、ドライバーの負担軽減も含めて整備を検討する。また、交通網の整備として、夜間タクシーの増便やアプリ配車などの検討。日光・鬼怒川温泉間の直通バスについては、需要と採算性を踏まえた上で、運行の有無を検討する。
備考	観光庁：オーバーツーリズムの未然防止・抑制に向けた取組

▼継続事業▼

●来訪者調査（日光市観光動態調査）

日光市来訪者調査を地域全体で実施し、お客様の声や動向を分析することで、効果的な受入整備を推進する。

●手荷物配送サービスや預かり(ロッカー含む)の情報発信・整備

東武日光駅のロッカー増設（今年度末予定）に伴い、ロッカーの利用方法や手荷物配送サービスに関する情報発信を実施する。また、利用状況を注視し、サービス全体の利便性向上に向けた検討を行う。

KPI 4 月別来訪者の平準化

1 冬の閑散期対策に向けたプロモーションの展開

対象KPI	延べ宿泊者数、1人あたり消費額、国内入込数、インバウンド宿泊数、他
事業内容	[国内向け] 年末年始に加え、年度が切り替わる節分頃までをターゲットに、ご利益や開運をテーマとした体験プランのPR・販売を実施する。また、ウィンタースポーツを核としつつ、多様なコンテンツを発信することで、何度訪れても新しい発見のある日光市を創出する。 [海外向け] スノー・プロモーション 東南アジア圏は上質なパウダースノーを活用した雪あそびや祭を訴求する。 欧米圏には、スキー需要を取り込むためのセールス、プロモーションを展開する。
備考	観光庁：地方部での滞在促進のための地域周遊促進事業

▼継続事業▼

●春の日光市プロモーション

日光市の春は、約2ヶ月にわたる長い桜の観賞期間に加え、夜桜ライトアップや1200年以上の歴史を持つ伝統的な祭りが開催されるという強みがある。冬に次ぐ誘客の余地が大きいシーズンとして、これらの体験を戦略的にPR・販売する。

KPI 5 持続可能な観光に対する住民満足度

1 地元食材を活用した食・土産品、体験商品の造成の促進及び日光ブランドの多言語(英語)発信

対象KPI	1人あたり消費額、国内入込数、インバウンド宿泊数、他
事業内容	鶏頂山の野菜やブランド肉・魚、米など、日光市の豊かな自然資源と農家が育む食材を、宿泊施設・飲食店・土産店などで積極的に活用できるよう、食の多様性事業等と連携しながら取り組みを推進する。また、日光ブランドを英語で発信し土産品の消費拡大に繋げる。
備考	観光庁：地方部での滞在促進のための地域周遊促進事業、他

▼継続事業▼

●移住定住促進事業

主な取り組み

日光市移住支援金、栃木県オンライン移住セミナー出展、移住者交流会の開催等

●市内合同説明会の開催

求職者の就業機会の創出と企業の人材確保を支援するため、関係機関と連携し、合同就職説明会・面接会を令和7年度は8月、2月に開催

●住民満足度調査

日光市が住民アンケートを毎年実施する（R8年度より住民満足度の項目を追加）

●日光市を知る学び場

市内の学校では学生が日光市への理解を深め、伝統行事などの地域活動に参画することで、郷土愛と地域でのキャリア意識を醸成し、地域への定着を促進

KPI 6 観光事業者の平均給与額

▼継続事業▼

●(再掲)市内合同説明会の開催

1 新たな視点による日光市観光のマーケティング

対象KPI	国内入込数、延べ宿泊者数、1人あたり消費額、
事業内容	潜在的な魅力を持つコンテンツを発掘し、認知度の高い観光資源と組み合わせたり、テーマ別の新たな周遊コースを造成する。造成したコンテンツは、効果的なプロモーションを展開することで誘客に繋げる。
備考	観光庁：地方部での滞在促進のための地域周遊促進事業、他

▼継続事業▼

●日光旅ナビ(WEB)の旅ライターの活用

市内在住の地元ライターによるコラム記事を充実させ、日光市の魅力や楽しみ方を多角的に発信する。

●商談会への参加・EXPOへの出展

栃木県や日光市が主催する商談会へ積極的に参加し、旅行商品の造成に繋げる。また、名刺交換を行った旅行会社などに対し、継続的なセールスを実施する。

●冬季誘客施策の展開

国内旅行者の冬季誘客を目的として、オンライン旅行会社（OTA）と連携したクーポン配布を継続して実施する。（日光市）

●教育旅行時の緊急帰宅支援（日光市）

1 多言語WEBサイトの充実

対象KPI	インバウンド宿泊数、来訪者満足度、1人あたり消費額
事業内容	英語WEBサイトのコンテンツ充実と改修を優先的に実施する。さらに、他の言語への多言語化についても、将来的な取り組みとして計画的に推進する。
備考	

2 高付加価値な着地商品の整備

対象KPI	インバウンド宿泊数、来訪者満足度、1人あたり消費額、住民満足度、他
事業内容	日光市の各エリアが、観光ビジョンやコンセプトに合致した地域資源を磨き上げ、高付加価値な着地型商品の造成を推進する。
備考	

3 新規市場の開拓

対象KPI	インバウンド宿泊数、1人あたり消費額、延べ宿泊者数
事業内容	アジア圏および欧米豪から新規開拓国を戦略的に選定し、誘客に向けた取り組みを行う。
備考	

▼継続事業▼

●重点市場へのセールス

台湾・香港・タイ市場は、栃木県と連携または自主事業として継続。中国(浙江省)は栃木県連携での復活を検討。

●JNTOを活用した情報発信、事業参加等

会員サービス(情報発信や海上発送)の活用その他、JNTOが主催する事業への参加。(国内外商談会、他)

●多言語解説整備

KPI 9 WEBサイトのアクセス数・エンゲージメント率

再 多言語WEBサイトの充実

対象KPI	インバウンド宿泊数、来訪者満足度、1人あたり消費額
事業内容	英語WEBサイトのコンテンツ充実と改修を優先的に実施する。さらに、他の言語への多言語化についても、将来的な取り組みとして計画的に推進する。
備考	リアルタイム混雑情報、飲食店、わかりやすい交通情報、アクティビティ予約導線等改修

▼継続事業▼

●(再掲) 日光旅ナビ(WEB)の旅ライターの活用

市内在住の地元ライターによるコラム記事を充実させ、日光市の魅力や楽しみ方を多角的に発信する。

●WEBでのわかりやすい情報発信

日本語および多言語の両方で、ユーザーの利便性を最優先したウェブサイトの整備を推進する。

●マスメディア放映情報の二次利用

テレビなどのマスメディアで放映された日光市の情報を整理し、視聴方法の案内を含めてWEBから積極的に情報発信する。

KPI 10 日光市への来訪回数

▼継続事業▼

●(再掲) 日光旅ナビ(WEB)の旅ライターの活用

市内在住の地元ライターによるコラム記事を充実させ、日光市の魅力や楽しみ方を多角的に発信する。

●日光旅ナビ(WEB)モデルコースラインナップの拡充

現在13しかないモデルコースを増産し、多様な滞在シーンを想起させる。

●ホスピタリティ講習

ホスピタリティ（おもてなし）向上を目的とし、インバウンドのマナーや習慣、文化の違いなど留意すべき点を学ぶ。