

令和5年度 事業報告

〈概況〉

新型コロナウイルス感染症の影響により観光産業への打撃は約3年に及びましたが、令和5年度に入り、5月の感染症法上の5類への移行、10月からの茨城デスティネーションキャンペーンの展開などにより、県内の観光地や観光施設は多くの観光客で賑わいました。

特に、「茨城デスティネーションキャンペーン」は、官民一体となった様々な取り組みにより、体験型をはじめ魅力ある観光コンテンツ等が数多く造成されるとともに、本県の観光の魅力が様々な場面で幅広く紹介されたことにより、本県観光の知名度が大きく上昇するとともに、今後の更なる誘客に大きな弾みがつきました。

また、インバウンドについても、一部の国でコロナ前と同じ状況に戻っていない事例が見受けられるものの、台湾を筆頭に韓国、タイなど多くの国の観光客で本県の代表的な観光地等は賑わいました。

さらに、各地でのイベント等も通常通り開催され、国営ひたち海浜公園や偕楽園梅まつりなどには数多くの観光客が足を運んだことに加え、品揃えの工夫、充実、決済方法のキャッシュレス化に努めた結果、各売店の売り上げも前年を上回る状況となっています。

■観光誘客の促進、観光消費額の拡大

(観光地域づくり推進事業(DMO推進事業)、観光誘客促進事業、外国人観光誘客促進事業)

茨城デスティネーションキャンペーン(DC)や茨城フィルムコミッションとの連携、協働等により、体験型観光の更なる促進を図り、観光誘客や観光消費額の拡大に努めました。

□体験型観光コンテンツの提供等

○ロケツーリズムの推進【新規】

映画「ゴジラ-1.0」公開(11/3~)に併せたロケ地等タイアップキャンペーンの実施

- ・コラボグッズ(Tシャツや扇子等5種類)の制作、販売
- ・会員へのタイアップ(コラボ)グルメや土産品の企画販売促進
 - ・飲食:13事業者、18品
 - ・土産品:20事業者、48品 など
- ・タイアップ商品のお取り寄せサイト等での販売
- ・コラボポスターやパネルの設置等やロケ地ツアーの造成販売
- ・インバウンド向けSNS発信 など

○体験ツーリズム等の推進

駅発着型バスツアー「いばらきよいとこプラン」の実施

- ・実施時期:10月~12月
- ・「ロケ地×コスプレ×爆破体験ツアー」、「いばらきの神社特別御朱印と茶道体験の旅」、「いばらき地酒巡りツアー」など9ツアー、200名参加(応募者は405名)

□観光キャンペーン・PR宣伝

○2024 絶景カレンダーの製作・販売

- ・部数:3,000部

○キャンペーン

- ・越谷イオンレイクタウン(6/30~7/2)
- ・JR仙台駅(10/17~19) など

□県産品及び県産品お取り寄せサイトの認知度向上

○茨城空港就航先への集中PR(県外への販路拡大)【新規】

- ・テレビCM(11/10~12/10):北海道全域
- ・WEB広告、SNS広告(11~12月):札幌市、神戸市、福岡市及

び周辺地域

- ・地域情報誌等での紹介（11月）：神戸市、福岡市及び周辺地域
- 常陽銀行と連携した販路拡大【新規】
 - 常陽銀行が運営する福利厚生サービス「ベネサポ」事業を活用した割引クーポンの発行（11/22～3/31）
 - *（株）常陽銀行との「茨城県の観光物産の振興による地域活性化に向けた連携協定」締結（R5.11.20）

□マーケティング

- 宿泊動向調査アンケートの実施
 - ・調査期間：6月～3月
 - ・実施施設：43施設

□インバウンドの促進

- 推進体制整備
 - ・協会内に英語、中国語（簡体字）、台湾中国語（繁体字）、韓国語、タイ語、ベトナム語に堪能なスタッフを配置
- 海外旅行博へのブース出展や商談会への参加
 - ・台北国際旅行博、バンコク日本博 など 計7回
- 海外旅行会社等の招聘
 - ・台湾：4回 ・タイ：7回 ・韓国、フィリピン、インド：各3回
 - ・シンガポール：2回 など 計26回
- インバウンド取扱い旅行会社への営業活動
 - ・国内旅行会社、ランドオペレーター訪問：計81社
 - ・海外旅行会社（訪問及びメール送受信）：計429社
- 情報発信
 - ・フェイスブック：677回（6言語）
 - ・インスタグラム：60回（日本語、英語）
- 県内周遊貸切バス支援
 - ・268団体、約7,000人（台湾、香港、タイ、韓国、ほか）
- ゴルフツアー支援
 - ・41団体、420人（台湾、韓国）
- 外国語表記（翻訳等）支援
 - ・28件（HPやパンフレット、案内看板等）

■物産販売の拡大

(観光地域づくり推進事業(DMO推進事業)、物産振興事業)

物産展やアンテナショップ等を積極的に活用、展開するとともに、インターネット通販の販路拡大等により、ネット通販の認知度の向上と県産品の更なる販売促進を図り、前年度の売り上げを上回る結果となった。

□物産展やイベント、アンテナショップ等での販売状況

- ・全体売上：約 457,000 千円 (対前年比 約 102%)
 - ・イベント : 対前年比 約 107%
 - ・アンテナショップ : 対前年比 約 114%
 - ・通販サイト : 対前年比 約 56%

□・新規展開

- ・アンテナショップへの新規展開：4事業者
- ・イオン、百貨店イベントへの参加事業者数拡大：
2～3事業者/1イベント当たり

■その他

会員の事業活動等に資するよう、会員への情報発信の充実や情報共有を実施した。

□協会ホームページのリニューアル【新規】

- ・主な内容
 - ・会員専用ページや事業支援情報コーナーの新設
 - ・協会からのお知らせ情報の充実 など
- ・令和6年1月下旬から運用開始

□協会加入事業者等 (R5.4.1～R6.3.31 予定)

- ・加入事業者：23事業者 (うち、賛助会員2)
- ・退会事業者：14事業者