

3. 環境先進観光地としてのブランディング強化<豊かな自然環境を次世代に継承するとともに、観光に活かす取組みを推進する>

恵まれた自然環境の保全及び改善と活用を促進し、自然環境資源の価値を更に高めていくことを目指し、自然資源の観光コンテンツとしての活用を官民一体となって推進する。また、国際的な低炭素社会への取組み推進の潮流を踏まえ、技術の進展に合わせた移動手段のエコ化を導入・推奨する仕組みを構築していく。

- (1) 自然環境の保全・改善と、持続的な利活用の推進
- 【施策1】国立公園の観光活用に向けた具体的取組みの推進
- ①国立公園ナショナルパーク構想に向けた活用・環境整備に係る検討 ②箱根ジオパークの観光活用推進
- (2) サステナブルツーリズムの推進
- 【施策1】豊かな自然環境の保護と活用に資する施策の推進
- ①イベント等実施時の環境配慮の徹底 ②キッズサマーキャンプ等の子どもたちに向けた取組み ③登山道補修の計画的実施
- 【施策2】社会課題解決に向けたSDG's施策の推進
- ①食品残渣を活用した資源循環・ゼロウェイストの推進 ②脱炭素社会に向けた観光地づくりの推進
- ③廃プラスチック削減や資源循環に向けた具体的施策の推進 ④観光産業における生産性の向上
- 【施策3】サステナブルな観光コンテンツ・体験の創出・強化
- ①箱根八里旧街道等のサステナブルコンテンツの強化（★） ②観光ガイドの育成推進と活動機会の創出強化
- 【施策4】伝統工芸/伝統文化の維持・継承
- ①箱根伝統文化の継承と発展に向けた支援の実施 ②箱根寄木細工の技術継承と発展に向けた支援の実施

4. 来訪者と地域の人々の交流が価値を高める観光地づくり

<町民や観光関連産業従事者、町内での就労者・就学者が多様な形で活躍できる開かれた産業構造を目指す>

観光関連産業従事者のみならず、町民や、町内就学者（主に高校生・大学生）が観光産業の発展に様々なかたちで寄与できる仕組みづくりを推進し、来訪者とそれを受け入れる地域の人々との交流を促進し、双方にとって満足度の高い観光体験を創出する。なお、これを実現するために、まちづくり事業や教育事業等の関連事業との連携を強化する。

- (1) 観光産業に携わる組織・事業者間の合意形成
- 【施策1】関係諸団体との情報共有、連携
- ①商工会議所、旅館組合とのタイムリーな情報連携の推進 ②地域観光協会との連携・観光協会長サミットの継続的実施（★）
- (2) 観光産業への町民の理解促進と参画機会の拡充
- 【施策1】観光教育の推進を通じた郷土愛の醸成及び観光産業への理解促進
- ①小・中学生を対象とした「箱根の観光を知る」ための教育プログラムの開発 ②生涯学習を通じた町民理解の醸成
- ③住民の観光に対する意識調査の実施（★）
- 【施策2】教育機関との実践的な連携の推進
- ①大学等との共同調査・分析・研究機会の拡充
- (3) 働きやすい環境づくりを通じた、観光産業従事者の雇用継続・拡大
- 【施策1】観光関連産業における人材課題の把握
- ①観光産業の現場における働き方実態調査の継続的実施（★）
- 【施策2】観光関連産業における雇用の促進と定着の強化
- ①国内人材の計画的な求人・採用支援 ②外国人就労者の更なる活躍・就業に向けた支援
- ③国内外人材の育成・キャリア形成・継続的就労に向けた事業者支援 ④観光関連産業の働き方改革
- 【施策3】観光関連産業の将来発展に係る関係産業の誘致
- ①観光・賑わい創出に係るスタートアップ企業等の誘致促進

5 観光戦略目標値（KPI）

項目	単位	2017 (実績)	2018 (実績)	2019 (実績)	2020 (実績)	2027	2030	計測方法
観光入込客数	千人	21,520	21,260	18,960	12,570	21,462	21,422	箱根町調査
日帰り旅行者数（国内）	千人	16,332	19,677	17,324	12,397	15,895	15,714	箱根町調査+箱根DMO観光診断書
日帰り旅行者数（海外）	千人	494	1,583	1,636	173	2,052	3,078	箱根DMO観光診断書
宿泊客数	千人	4,694	4,526	4,297	2,789	4,808	4,855	箱根町調査
宿泊客数（東京・神奈川）	千人	2,115	2,115	1,884	1,842	2,116	2,109	観光予報プラットフォーム
宿泊客数（海外）	千人	546	565	584	62	899	1,027	箱根DMO観光診断書
観光収入（百万円）	百万円	294,313	311,227	233,988	185,693	302,046	304,365	観光入込×単価（WEB調査）
満足度（日本人）※	－	69pt	NPS 19pt	NPS 32pt	NPS 44pt	NPS 50pt	NPS 60pt	箱根DMO観光診断書
リピート率（日本人）	－	77%	77%	86%	85%	80%	81%	箱根DMO観光診断書
旅マエ旅行目的数(日帰り)	件	2.22	2.10	2.34	2.44	2.297	2.321	箱根DMO観光診断書
旅マエ旅行目的数(宿泊)	件	2.65	1.70	1.71	1.87	2.804	2.852	箱根DMO観光診断書

※NPS（ネット・プロモーター・スコア）顧客の継続利用意向を測れる指数。経済消費の向上を目指す上では、こちらの指標が適しているため変更した

6 進捗のモニタリング

本計画は、「HOT21観光プラン推進委員会」において、計画の進捗管理を行うものとする。

(1) 進捗モニタリングのタイミング

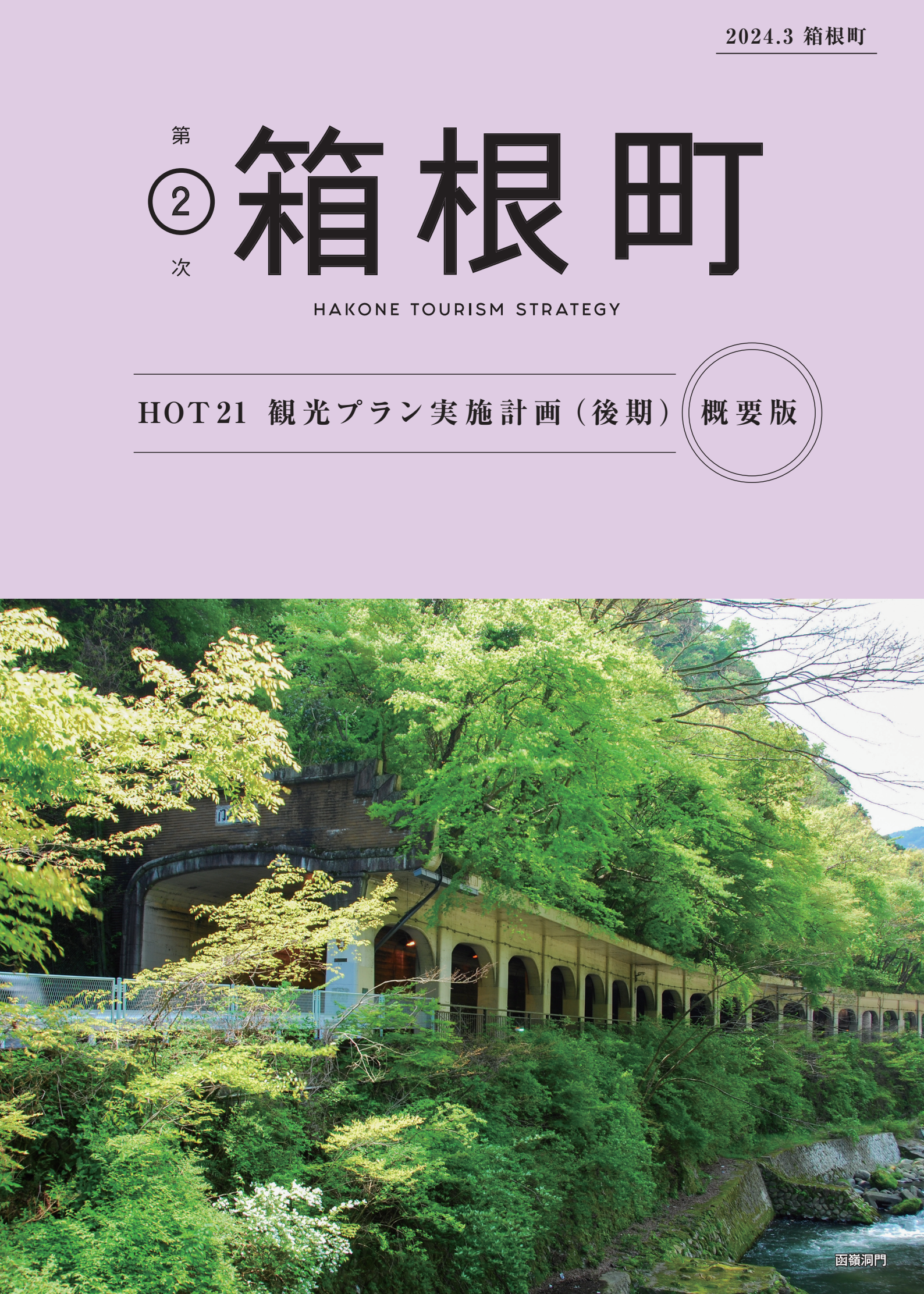
実施年度の翌年に、前年度施策の実施状況と測定可能なKPIの抽出整理を行い、「HOT21観光プラン推進委員会」において報告するものとする。評価は 毎年 6 ～ 7 月頃を目安に行うものとし、報告の結果を受けて、施策の強化や変更等を検討し、即時アクションに移していくものとする。

(2) 環境変化に対応するための情報共有

国内外の情勢や環境の変化、自然・人的災害等の影響による急激な市場変化が発生した際には、必要に応じ、市場環境をいち早く把握共有し、戦略を検討することを目的として、随時委員会や意見交換会を設置するものとする。

本計画についてのお問い合わせ先

箱根町企画観光部観光課 〒250-0398 神奈川県足柄下郡箱根町湯本256番地 電話：0460-85-7111（代表）



第2次

HAKONE TOURISM STRATEGY

HOT21 観光プラン実施計画（後期）

概要版

1 計画策定の背景・目的

箱根町では、観光振興における行動指針である「箱根町観光振興条例」に基づく計画推進を目的とし「箱根町HOT21観光プラン推進委員会」を設置し、2018年度（平成30年度）を初年度とする「第2次箱根町HOT21観光プラン基本計画」（以下、「基本計画」という。）を策定した。

さらに、基本計画に示す観光ビジョン『交流から発見が生まれる国際文化観光地 箱根 ～豊かな自然と伝統を継承しながら、暮らす人・働く人と訪れる人にとっていつも新鮮な発見がある観光地の形成を目指して～』の実現に向けて、基本戦略をより具体的な施策へと落とし込むために、2019年度（令和元年度）に、2023年度（令和5年度）までを計画期間とする「第2次箱根町HOT21観光プラン実施計画」（以下、「本計画」という。）を策定した。

この間、環境・文化保全等に対する国際的な意識の高まりや新型コロナウイルスによる観光産業の低迷などの社会環境の大きな変化が生じたほか、働き方や住まい方の変化やデジタル技術の進展を受けて、消費者の旅行行動にも変化が生まれてきている。これらの社会環境の変化を踏まえ、基本計画後期期間において、時流に合致した具体的な実施施策の見直しを行うものである。

2 本計画の位置づけ

本計画は、箱根町第6次総合計画に掲げる町の将来像『やすらぎとおもてなしのあふれる町ー箱根』の実現に向けた観光分野における取り組みの指針となる基本計画を推進していくための実施計画として位置づけ、2024年度より2027年度までを対象期間とする。

3 重点ターゲット

第一ターゲット層	◆東京都・神奈川県を中心とする首都圏からの来訪者
第二ターゲット層	◆東京都を訪問する外国人旅行者 ・新規獲得施策：①2027年までの訪都成長率が見込まれる国（中国、タイ、インドネシア、ベトナム、シンガポールなど） ②「サステナブル」「日本文化」に対する志向が強く、国内滞在日数が長い国（フランス、ドイツ、スペイン、米国、豪州など） ・リピート施策：2027年に最も多く訪都することが見込まれる国（中国、米国、台湾、香港、タイ、韓国など）

4 各戦略に係る具体的施策（★印はKPIを設定しているもの）

1. 観光消費が促進される高品質な観光地づくり

<国際水準の、唯一性の高い観光地形成を目指す>

国内外の競合観光地との競争力を高めるため、商品(観光資源そのもの)の磨き上げと創出及び訪日外国人対応を視野に入れた受入体制改善の両面から観光資源の価値を向上させるとともに、マーケティングに基づいた箱根町全体、並びに個性ある各地域の観光地ブランディングを推進する。

<A: 分析視点>

箱根の実態を正しく把握し生かす観光マーケティング

◆PDCAサイクルを実現するための適切な機能の構築

従前には感覚や踏襲で決定してきた施策も、その意図、根拠、効果目標、結果を可視化することで、より確実性の高い、的確な施策に磨き上げられるものとなる。「観光地そのものを経営する」視点のもと、常にPDCAサイクルに準拠した効果的な施策の検討と実行を可能とし、観光消費が促進されることを目指し、第一に必要な「調査」「分析」の機能を強化していく。

（1）調査機能の充実

【施策1】定点調査の精度向上
①観光入込調査の精度向上 ②顧客満足度・消費動向を常態的に把握できる調査の実施（★）

【施策2】箱根の観光地としてのポジショニング把握
①競合観光地・他消費分野の調査

【施策3】既存・新規開拓地域のマーケティング強化
①海外における旅行購買分析と効果的なセールス手法の検討（★）

（2）分析結果の共有機能の構築

【施策1】観光マーケティングの普及
①事業者・住民を対象とした観光マーケティング勉強会の実施

<B: プロダクト視点>

観光消費が促進される商品づくり

◆滞在時間の延長ならびに旅行前目的増に繋がる商品の磨き上げ

消費者(潜在来訪者)のタビマエ旅行目的数の増加＝滞在時間の延長・観光消費の増加・満足度の向上＝リピーターの創出に至るという相関性分析結果をもとに、訪れたいと思う観光コンテンツ(スポット、体験)の磨き上げ・掘り起こし・創出を行い旅行目的数増に繋げる。

（1）「温泉」「宿泊」ニーズを核としたコンテンツの充実

【施策1】「温泉」目的の継続強化と宿泊需要の平準化
①宿泊需要（利用時期）の平準化促進（★） ②宿泊施設の高付加価値化の促進

【施策2】ポスト「温泉」「宿泊」目的の掘り起こし
①市場ニーズに沿った第三、第四の目的の創出と訴求（★） ②目的・テーマ別イメージ訴求手法の検討と強化

（2）域内滞在時間延長と周遊エリアの拡大

【施策1】時間帯別施策実施による滞在時間の延長
①ナイトタイム、モーニングタイムエコノミー施策の検討（★） ②滞在時間の延長を促す施策の検討（★）

【施策2】現地体験コンテンツの拡充
①モデルコンテンツ・コースの販売（★）

<C: プロモーション視点>

継続的な観光消費を獲得するための効果的プロモーション

◆「箱根観光戦略」に基づくプロモーション戦略

コロナ禍期間を含め、前期計画期間中に取得した様々なマーケットデータや市場環境・ニーズの変化を踏まえ、東京都、神奈川県を中心とした首都圏からの箱根来訪を促進するほか、海外からの誘客強化に向けた複層的なプロモーションを実施していく。あわせて、今後中長期的にプロモーション対象国・地域の拡大が見込まれることから、将来的なターゲット掘り起しの活動を並行して進めていく。

（1）国内外市場共通プロモーション

【施策1】情報タッチポイントを増やすための施策強化
①箱根観光公式サイト「箱根全山」、 「HAKONE JAPAN」、SNSを活用したプロモーションの実施

（2）首都圏再奪取プロモーション（国内客）

【施策1】メディアや旅行博等におけるプロモーション強化
①首都圏客を対象とした効果的な媒体選定とセールスの実施（★）
②旅行博、観光展等の対人イベントへの効果的出展（★） ③マスメディアリレーションの強化（★）

（3）WITH TOKYOプロモーション（訪日客）

【施策1】情報タッチポイントを増やすための施策実施
①東京の観光案内所およびホテルコンシェルジュへの箱根観光情報提供・普及（★）
②JNTOとのリレーション強化による海外向け情報発信チャネル、フローの構築

【施策2】外部機関へのセールス強化
①旅行会社・ランドオペレーターを対象としたセールスの強化（★） ②海外メディアへの露出機会の増大

<D: 受け入れ視点>

国内外から高く評価される高品質なソフトインフラの整備

◆誰もが不便なく、快適に観光できる環境の整備

国内外の人が不便なく観光行動を行うことができる環境を整備し、滞在満足度を高めるとともに、あらゆる立場の人が、住民の犠牲に拠るところなく、快適に滞在できるユニバーサルな観光地の形成を目指していく。

（1）国際水準の観光受入体制構築

【施策1】キャッシュレス環境の整備促進
①キャッシュレス観光の向上・促進（★）

【施策2】多言語化の推進
①公共観光看板・交通サインの多言語化（★） ②ウェブサイト/観光マップ/パンフレット等の多言語化促進

③観光事業者の多言語化推進支援

【施策3】ユニバーサルツーリズムの推進
①高齢者、乳幼児連れの観光客が安心して過ごせるサービス、店舗、移動手段などの情報の集約および発信（★）
②車椅子、言語サポートなど観光従事者向け学習機会の提供（★）
③食事や温泉入浴等、思想・信条などに対応したサービス・コンテンツの普及
④LGBTQ+に関しての理解の促進を目的とした強会の実施や必要な運用等の啓発（★）

【施策4】通信環境の整備
①多様な通信環境への対応

（2）周遊に関する課題・障壁の解消

【施策1】渋滞に関する分析と対策
①交通事業者を含めた課題解消方策についての検討 ②パーク＆ライド施策の検討、実施

【施策2】リアル・ICT技術を活用した周遊利便性の質の向上
①周遊環境向上に向けたICT周知施策の実施 ②周遊性阻害要因を物理的に取り除く施策の実施
③Maas周遊券の拡充及び多様な交通の連携方策検討 ④近未来観光地運営の実証実験

2. 観光産業の持続的発展に向けた確かな基盤づくり

<観光市場や社会環境の変化に適合し、継続的に観光が発展する体制をつくる>

域内の貴重な自然・文化資源の価値を毀損することなく、その価値を一層向上させるとともに、中長期的な観光地の発展に向けて、定期的かつ継続的なマーケティングを推進するとともに、施策のモニタリングや実行がスムーズに行われるような推進体制を整備する。また、自然災害リスクに対する対応力を強化し、観光客の安心・安全と信頼を担保するための観光危機管理体制を構築する。

（1）観光地の価値の適切な保全と、魅力向上の両立

【施策1】街並みや自然景観の維持向上に向けた取り組みの推進
①景観保全における広告物の指針の再周知 ②風景形成のための緑化及び伐採の検討・推進
③都市計画マスタープランに位置付けた地域別構想に向けた推進 ④観光魅力向上に向けた道路環境の整備

【施策2】文化観光施設の受入環境強化
①文化施設が連携した誘客施策の推進

（2）自然災害・その他の危機に対する観光客の安全確保体制の構築と観光産業の早期復興体制の構築

【施策1】自然災害・人的災害（大規模事故等）に対する事業者用マニュアル・行動指針の策定
①宿泊施設、商店・飲食店用のモデルマニュアルの整備
②地震、噴火、台風、感染症拡大時の観光関連施設における対応力向上セミナー、ワークショップ等の実施（★）

【施策2】感染症等の大流行に対する対策の継続的な推進
①新型コロナウイルス対応経験に基づいた、感染症等の大流行発生時の必要課題の抽出

（3）戦略的かつ迅速に施策実行に移すことができる体制の構築

【施策1】観光推進に係る業務分掌の明確化と実行
①箱根町・箱根町観光協会との効果的な業務分掌の検討と実行 ②施策推進のための財政上の措置