

第  
②  
次

# 箱根町

HAKONE TOURISM STRATEGY

HOT 21 観光プラン実施計画

概要版



# 1 計画策定の背景・目的

2018年に「第2次箱根町HOT21観光プラン基本計画」を策定した後、箱根DMOが緻密なマーケティング分析に基づく箱根観光の現状把握と今後の予測を行った。

日本全体における人口減少が進展する中、従来から本町がメインターゲットとしてきた東京都、神奈川県、千葉県、埼玉県といった首都圏からの観光客が減少傾向にあり、「箱根離れ」が進んでいるということが明らかになった。このような状況を踏まえ、今後本町がターゲットとするのは、国内は首都圏からの来訪者、海外は東京都を訪問する外国人旅行者とし、それぞれの観光戦略を「首都圏再奪取」、「with TOKYO」とすることを明確に打ち出したうえで、将来目標値（KPI）については観光入込客数のみならず、宿泊客数や消費額等の複数の項目について定めた。本計画は、箱根住民の生活と観光・産業のさらなる活性化とのバランスを大切にしながら、官民一体となって、より質の高い、災害をはじめとする観光需要減退の危機に負けない、誰にでも愛される「国際観光地箱根」の実現に向けた具体施策を示すものである。

# 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－箱根』の実現に向けた観光分野における取組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られる。2019年度より2023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：2027年までの訪都成長率が見込まれる国（中国、米国、タイ、インドネシア、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、タイ、韓国など）

# 4 各戦略に係る具体施策（★印はKPIを設定しているもの）

## 1. 国内外から高く評価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するとともに、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潜在見込み客へのWEB調査の実施

②競合観光地・他消費分野の調査

#### （2）分析結果の共有機能の構築

##### 【施策1】分析ツールの実装

①「箱根観光診断書」の実装

##### 【施策2】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箱根十七湯ブランドを活かした訴求力の向上（★）

②宿泊需要（利用時期）の平準化促進（★）

##### 【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ミー施策の検討（★）

②1泊より2泊、1時間より2時間と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体験型コンテンツの予約販売チャネルの確立

②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

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) 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（★）

【施策2】ICTを活用した訴求の強化

- ①箱根全山サイト、facebook等のSNSを活用したプロモーションの実施（★）
- ②ICTを活用したプッシュ型プロモーションの検討、実施

#### (2) 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箱根全山英語サイト「HAKONE JAPAN」、facebook等のSNSを活用したプロモーションの実施（★）
- ②東京のホテルコンシェルジェへの箱根観光情報提供・普及（★）
- ③海外向け情報発信チャンネル、フローの構築

【施策2】セールス強化とファムツアーの実施

- ①旅行会社・ランドオペレーターを対象としたセールス及びファムツアーの実施（★）
- ②インフルエンサーファムツアーの実施（★）

#### (3) 未来志向の新規開拓型セールス・マーケティングの実施

【施策1】新規開拓地域のマーケティング

- ①海外における旅行購買分析と効果的なセールス手法検討（★）

## <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事業者へのキャッシュレスシステム導入促進説明会の実施（★）
- ②キャッシュレス事業者とのパートナーシップ制度の創設

【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
- ④アクセス・PR動画の制作と活用

【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（★）

【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恒常的な渋滞箇所、時間の調査・分析
- ②交通事業者を含めた課題解消方策についての検討、調整チームの創設
- ③パーク&ライド施策の検討、実施

【施策2】ICT・IoT技術を活用した周遊利便性の質の向上

- ①遊環境向上に向けたICT周知施策の実施
- ②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景観保全に係る統一的な指針の検討・導入
- 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

【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) 災害時の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】地震・噴火時の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

#### (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

### 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の開始
- ②箱根ジオパークの観光活用推進
- ③低炭素型観光地づくりの推進
- ④廃プラスチック削減に向けた具体施策の推進

### 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】「箱根を知る」ための地域教育（観光学習）の推進

- ①町立小・中学校における「観光学習」の推進
- 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】観光関連産業の労働環境改善を通じた魅力向上

- ①観光産業の働き方改革の推進

【施策2】観光関連産業における雇用の促進

- ①県内の高校生・専門学校生・大学生の就職支援
- ②外国人人材雇用に向けた支援

## 5 観光戦略目標値 (KPI)

(単位：千人、千円)

項目	2017 (実績)	2018	2019	2020	2027	2030	計測方法
観光入込客数	21,520	21,556	21,592	21,597	21,462	21,422	箱根町調査
日帰り旅行者数 (国内)	16,332	16,301	16,270	16,215	15,895	15,714	箱根町調査・観光予報PF
日帰り旅行者数 (海外)	494	515	536	558	759	854	箱根町調査・観光予報PF
宿泊客数	4,694	4,701	4,708	4,707	4,808	4,855	箱根町調査
宿泊客数 (東京・神奈川)	2,115	2,115	2,115	2,115	2,116	2,109	箱根町調査・観光予報PF
宿泊客数 (海外)	546	573	600	628	899	1,027	箱根町調査・観光予報PF
観光収入	294,313,860	295,032,008	295,755,008	295,994,146	302,046,549	304,365,290	観光入込×単価 (WEB調査)
満足度	69pt	70pt	71pt	72pt	77pt	80pt	WEB調査
リピート率(日本人)	77%	77%	78%	78%	80%	81%	WEB調査
旅マエ旅行目的数(日帰り)	2.22	2.228	2.235	2.243	2.297	2.321	WEB調査
旅マエ旅行目的数(宿泊)	2.65	2.665	2.681	2.696	2.804	2.852	WEB調査
テーマ旅行目的率							2020年度に設定予定
DMO診断書閲覧率							2020年度に設定予定

- ※参考) ◆旅行満足度：町内の観光施設を多く訪問した場合、及び町内での観光消費額が多い場合において来訪満足度が高まる傾向
- ◆観光消費額：旅行出発前における旅行目的数が多い観光客の消費額が高い

## 6 計画のモニタリング

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。2023年度の最終評価（2022年度の実施状況及び2023年度の見込み評価）を踏まえて同年度中に、2024年度から2027年度を対象とする後期4年計画を定める。

#### (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）