

「新とちぎ未来創造プラン」プロジェクト評価シート

資料 2 - 2

担当部局：産業労働観光部

総括マネージャー氏名：小峰 伸也

重点戦略	2 産業成長戦略	プロジェクト	1 未来を築く産業創出・成長プロジェクト
目 標	本県産業の持続的な発展に向けて、新たな技術・サービスを提供する次世代産業の創出、ものづくり産業の更なる振興や中小企業・小規模事業者の支援、戦略的な企業誘致の推進及び産業人材の確保・育成等により、本県経済の活性化を図ります。	重点的 取組	(1) 経済・雇用を牽引する産業の創出・振興 (2) 中小企業・小規模事業者の持続的発展支援 (3) 企業誘致の推進 (4) 産業人材の確保・育成

1 総合評価

評価	評価理由
やや遅れている 	中東情勢をはじめとする先行き不透明な国際環境の変化に加え、国内では人手不足や物価・エネルギー価格の高騰などの課題が多く、本県企業を取り巻く社会経済情勢は厳しい状況が続く中、県内中小企業等に対する価格転嫁促進や事業承継支援を実施したほか、企業におけるDX推進やリスクリング支援、専門人材の育成、スタートアップ企業への支援等に取り組んだが、多くの成果指標や取組指標は目安値を下回っており、総合評価は「やや遅れている」となった。

2 成果指標・取組指標の概要

成果指標	達成見込		取組指標	達成見込	
	前回	今回		前回	今回
製造品出荷額等	—	—	付加価値創出に取り組むものづくり企業等の数（スマートファクトリー化や製造工程脱炭素化などに取り組む企業）	—	A
			企業立地件数（累計）	—	B
			事業承継診断数	—	E
			特定創業支援等事業による証明書発行件数	—	—
従業員一人当たり売上高	—	E	AI 又は IoT を導入する事業所の割合	—	—
			地域経済牽引事業計画承認件数（累計）	—	—
就業率（15 歳以上人口）	—	E	とちぎUI ターン就職促進協定締結校における本県への UI ターン率	—	—
			産技校におけるリスクリング関係講座（在職者訓練）の受講者数（累計）	—	—

達成見込 A：達成見込が 90%以上 B：達成見込が 80%以上～90%未満 C：達成見込が 65%以上～80%未満 D：達成見込が 50%以上～65%未満
E：達成見込が 50%未満 —：実績がない等のため評価ができないもの
※基準値より増加（減少）を目指す指標の場合 A：達成 C：基準値を 100 とした場合の乖離割合 98%以上 100%以下 E：乖離割合 98%未満

3 成果指標・取組指標の詳細

成果指標		基準値 R 5 (2023)	R 6 (2024)	R 7 (2025)	R 8 (2026)	R 9 (2027)	R10 (2028)	目標値 R11 (2029)
製造品出荷額等	目安値	98,895 (億円)	101,861	104,917	108,065	111,307	114,646	118,085
	実績値		7月下旬 公表予定					
	達成見込							
	全国順位	13						
出典	要因分析等							
総務省「経済構造実態調査」	—							

製造品出荷額等

(億円)

目標値

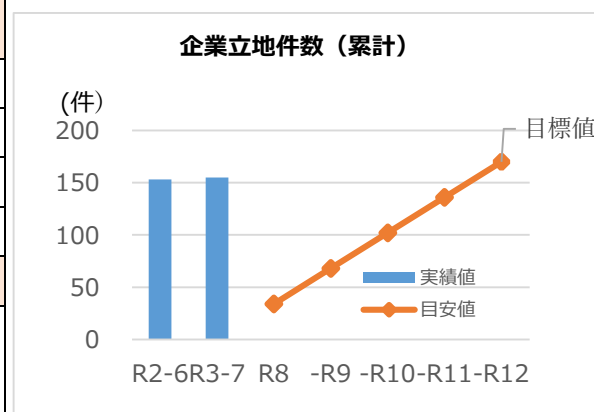
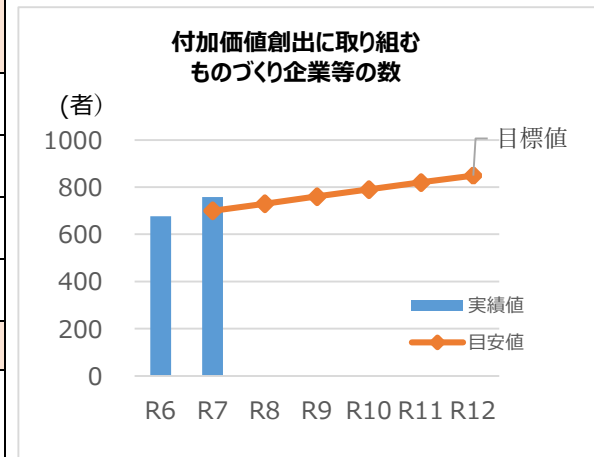
実績値

目安値

R5 R6 R7 R8 R9 R10 R11

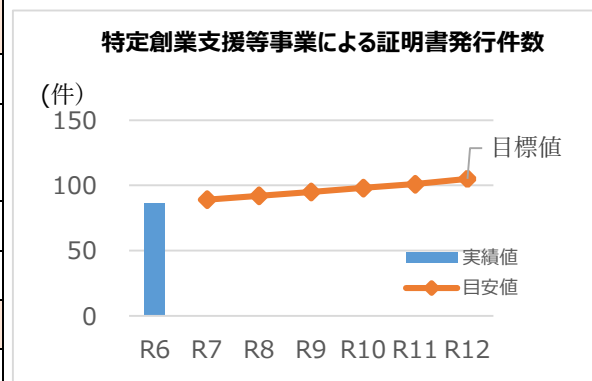
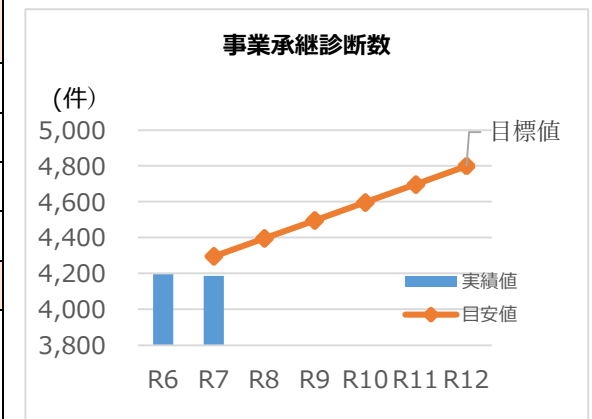
取組指標		基準値 R 6 (2024)	R 7 (2025)	R 8 (2026)	R 9 (2027)	R 10 (2028)	R 11 (2029)	目標値 R 12 (2030)
付加価値創出に取り組むものづくり企業等の数（スマートファクトリー化や製造工程脱炭素化などに取り組む企業）	目安値	676 (者)	700	730	760	790	820	850
	実績値		758					
	達成見込		A					
	全国順位	—	—					
出典	要因分析等							
栃木県産業労働観光部集計	・オンラインセミナーの増加や、半導体人材育成・確保支援事業費を新たに実施したことなどにより目安値を大きく上回った。							

取組指標		基準値 R 2-6 (20-24)	R 3-7 (21-25)	R 8 (26)	R 8-9 (26-27)	R 8-10 (26-28)	R 8-11 (26-29)	目標値 R 8-12 (26-30)
企業立地件数（累計）	目安値	153 (件)	190	34	68	102	136	170
	実績値		155					
	達成見込		B					
	全国順位	9	9					
出典	要因分析等							
経済産業省「工場立地動向調査」	・企業からの引き合いをとりこぼすことのないよう市町と連携した企業誘致活動がうまく結びつき、基準値を上回る成果をあげたが、産業用地の供給が需要に追いつかなかったため、目安値には達しなかったものと考えられる。							

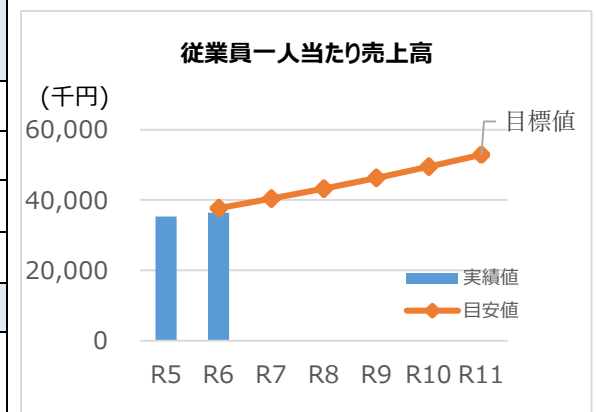


取組指標		基準値 R 6 (2024)	R 7 (2025)	R 8 (2026)	R 9 (2027)	R 10 (2028)	R 11 (2029)	目標値 R 12 (2030)
事業承継診断数	目安値	4,196 (件)	4,296	4,396	4,496	4,596	4,696	4,800
	実績値		4,186					
	達成見込		E					
	全国順位	—	—					
出典	要因分析等							
栃木県事業承継・引継ぎ支援センター集計	・官民一体となった事業承継に係る普及啓発活動や支援が浸透し、一定の成果はあげているものの、人手不足等喫緊の経営課題への対応が優先されたことなどにより、目安値には達しなかったものと考えられる。							

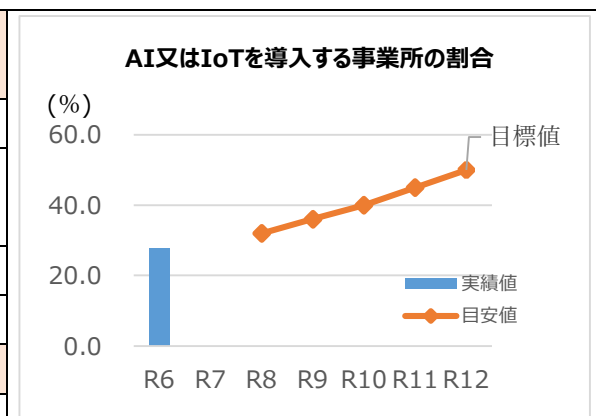
取組指標		基準値 R 6 (2024)	R 7 (2025)	R 8 (2026)	R 9 (2027)	R 10 (2028)	R 11 (2029)	目標値 R 12 (2030)
特定創業支援等事業による証明書発行件数	目安値		89	92	95	98	101	105
	実績値	86 (件)	9月 公表予定					
	達成見込							
	全国順位	—						
出典	要因分析等							
栃木県産業労働観光部集計	—							



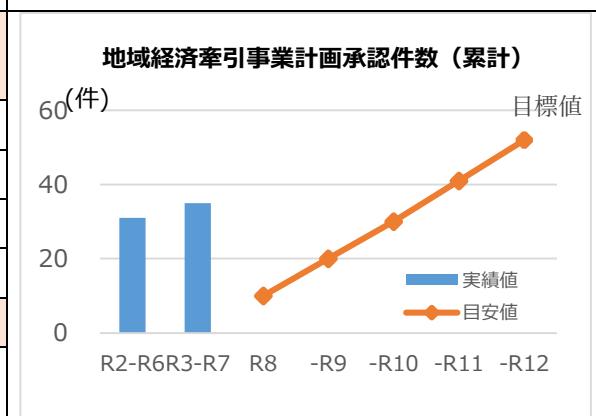
成果指標		基準値 R 5 (2023)	R 6 (2024)	R 7 (2025)	R 8 (2026)	R 9 (2027)	R10 (2028)	目標値 R11 (2029)
従業員一人当たり売上高	目安値	35,243	37,710	40,350	43,174	46,196	49,430	52,890
	実績値	(千円)	36,370					
	達成見込		E					
	全国順位	25	28					
出典	要因分析等							
経済産業省「企業活動基本調査」	・県内企業のDX推進に向けた研修など業務効率化への支援を行ったが、国際情勢の変化等による原材料高騰などの外部要因により売上高が減少し、目安値を下回った。							



取組指標		基準値 R 6 (2024)	R 7 (2025)	R 8 (2026)	R 9 (2027)	R10 (2028)	R11 (2029)	目標値 R12 (2030)
AI 又は IoT を導入する事業所の割合	目安値		—	32.0	36.0	40.0	45.0	50.0
	実績値	27.6 (%)	12月公表予定					
	達成見込							
	全国順位	—						
出典	要因分析等							
栃木県産業労働観光部集計	—							



取組指標		基準値 R 2-6 (20-24)	R 3-7 (21-25)	R 8 (26)	R 8-9 (26-27)	R 8-10 (26-28)	R 8-11 (26-29)	目標値 R 8-12 (26-30)
地域経済牽引事業計画承認件数（累計）	目安値	31 (件)	—	10	20	30	41	52
	実績値		35					
	達成見込		—					
	全国順位	—	—					
出典	要因分析等							
栃木県産業労働観光部集計	・優遇制度のPRチラシを作成・周知し、企業の計画策定に当たり伴走支援を行ったことが、企業からの申請件数の増加につながった。							



成果指標		基準値 R 6 (2024)	R 7 (2025)	R 8 (2026)	R 9 (2027)	R10 (2028)	R11 (2029)	目標値 R12 (2030)
就業率（15 歳以上人口）	目安値	62.4	62.9	63.4	63.9	64.4	64.9	65.5
	実績値	(%)	62.6					
	達成見込		E					
	全国順位	12	11					
出典	要因分析等							
総務省「労働力調査」	・女性、高齢者や障害者など多様な人材に向けてのセミナーやマッチング事業を実施した結果、目安値は達成しなかったが全国順位は向上し、高水準を維持。							

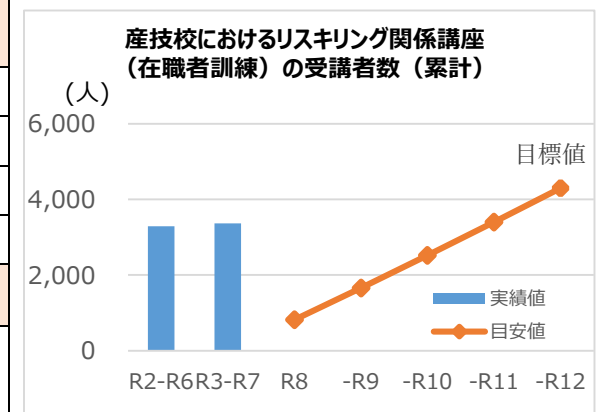
就業率（15歳以上人口）

年度	実績値 (%)	目安値 (%)
R6	62.4	-
R7	-	62.9
R8	-	63.4
R9	-	63.9
R10	-	64.4
R11	-	64.9
R12	-	65.5

とちぎUIターン就職促進協定締結校における本県へのUIターン率

年度	実績値 (%)	目安値 (%)
R6	31.9	-
R7	-	32.5
R8	-	33.1
R9	-	33.7
R10	-	34.3
R11	-	34.9
R12	-	35.5

取組指標		基準値 R 2-6 (20-24)	R 3-7 (21-25)	R 8 (26)	R 8-9 (26-27)	R 8-10 (26-28)	R 8-11 (26-29)	目標値 R 8-12 (26-30)
産技校におけるリスク リング関係講座（在職 者訓練）の受講者数（累 計）	目安値	3,293 (人)	—	820	1,660	2,520	3,400	4,300
	実績値		3,363					
	達成見込		—					
	全国順位	—	—					
出典	要因分析等							
栃木県産業労働観光部集計	・開催回数の増など受講機会の拡充に取り組んだ結果、D Xの推進等に向けた リスクリング講習の受講者数がR 6年度に比べて増加した（95名→110名）							



4 主な取組成果

- ① とちぎビジネスA I センターにおいて県内企業のA I 等の導入・利活用を促進、人材の育成を図った。
・企業訪問件数 1,001 件、ベンダマッチング件数 162 件、A I ・ I o T 等導入実績 33 件 ※R3～6 累計
- ② コンテンツ産業の振興促進に向けて部会を実施し、振興を図る分野や具体的な施策等を検討した。
・とちぎメディア芸術推進検討会コンテンツ産業振興部会開催回数 R7: 1 回、R8: 2 回（予定）
- ③ 革新的なサービスや製品を生み出すスタートアップ企業の創出・規模拡大に向け、企業や起業希望者への各種伴走支援に取り組むとともに、新たなイノベーションを創出するための交流イベントを県内外で開催するほか、大学等が行う起業家マインドの醸成に資する取組に要する経費を補助する等の取組を行った。重点戦略対応事業 R7～
・伴走支援事業による支援者数：26 名（目標 46 名）
創業希望者やスタートアップ企業の掘り起こしが急務であるほか、特に若い世代の起業家マインドが十分高まっていないと考えられることから、伴走支援事業の支援者数及び実施内容の見直しに加え、若い世代の起業家精神の醸成や、起業家等が継続的に集う交流機会を創出する事業を新設した。
・県内イベント参加者数：延べ約 300 名（目標値 300 名）
・大学等への補助：2 機関から申請のあった 3 事業（目標 3 事業）
- ④ 成長産業等人材育成・確保支援の一環として、半導体製造現場の見学会・技術研修及び航空宇宙次世代人材確保事業を実施した。重点戦略対応事業 R7～
・【半導体】見学会参加者：23 名、研修受講者：32 名（目標値：20 名）
・【航空宇宙】現場見学及びブース出展企業：10 社、参加者（高校生）：20 名（目標値：20 名）
- ⑤ 中堅・中小企業、スタートアップ、大学等が連携し、新たな付加価値やイノベーションを生み出すモデルを創出するため、連携体構築及び研究開発等に係る支援や助成を行った。重点戦略対応事業 R7～
・連携体構築に取組む企業数：12 社（目標値：8 社）
イノベーションに係る事業化数：1 事業（目標値：5 事業）
- ⑥ 戦略 3 産業の重点的な支援及び未来 3 技術の開発・活用促進を図るとともに、グリーン成長産業の振興に向けた支援や、特定重要物資等に携わっている県内企業への出展支援及び研究開発助成を行った。
・脱炭素化技術実用化促進事業等による支援企業数：219 社（目標値：200 社）重点戦略対応事業 R5～
・経済安全保障販路開拓支援事業等に参加した企業数：105 社（目標値：100 社）
- ⑦ サービス産業の風土改革、商品・サービスの変革、効果的な I T 導入をコンサルティング支援した。
・13 社支援 ・成果報告会 約 100 名参加（目標値 100 名）
- ⑧ 県内中小・小規模事業者における持続的な賃上げの実現のための価格転嫁の促進に向け、商工会・商工会議所が行う、支援者のスキルアップ事業や中小企業者等への専門家派遣事業の取組に対し支援を行うとともに、栃木県中小企業団体中央会が行う「団体協約」の制度普及のための講習会や団体・組合交渉に向けた検討会等への専門家派遣の取組に対し支援を行った。重点戦略対応事業 R7～
・価格転嫁促進セミナー参加者：237 名（目標値 145）、専門家派遣活用事業者数：52 事業者（目標値 40）、専門家派遣組合数：7 組合（目標値 3）

<関連指標>

○企業立地面積（全国順位）

R 5：76ha（4 位）

R 6：35ha（18 位）

R 7：89ha（5 位）

○本社機能転入企業数（帝国データバンク調べ）

R 5：転入 28 社（転出 10 社）全国 5 位

R 6：転入 27 社（転出 25 社）全国 19 位

R 7：転入 22 社（転出 18 社）全国 18 位

○県内企業の賃上げ状況（連合栃木 2026 春闘第 3 回集計結果）

妥結額：+14,864 円

賃上げ率：+4.49%

※従業員規模別

300 人以上 妥結額：+15,100 円

賃上げ率：+4.47%

300 人未満 妥結額：+12,938 円

賃上げ率：+4.64%

- ・ 専門家派遣を活用し価格転嫁を実現した事業者のうち賃上げを行った事業者数：5 者（目標値 12）
価格転嫁による収益改善が、賃上げの原資となる「利益」として十分確保されるまで一定の時間を要することから、成果目標に達しなかった。
- ⑨ 立地環境の発信やいいものの販売推進本部等と連携した誘致活動、補助金等による企業支援を行った。
 - ・ 企業立地・魅力発信セミナー（東京・大阪）参加企業：延べ 96 社
- ⑩ 製造業における生産工程の効率化やDXの推進を牽引できるリーダー層の育成を図るため、産業技術専門校に製造ラインシミュレーションソフト等を導入し、在職者訓練において「生産性向上支援コース」として、令和 8 年度から 10 コース（定員 90 名）を設置した。重点戦略対応事業 R7～
 - ・ 生産性向上コース受講企業数 0 社（目標値 15）
製造ラインシミュレーションソフト等の納期が遅れたため、体験講習会の設定ができなかった。
- ⑪ 県内企業の DX を推進するため、経営者等がリスクリングの意義や実践方法等を学ぶ、リスクリング導入講座やワークショップ、相談会を開催するとともに、従業員が DX に関する知識やスキルを身につける講習を実施した。
 - ・ 導入講座参加者 28 名（目標値 50）、ワークショップ参加者 16 名、相談会実施 8 社、講習参加者 110 名
申込者数は目標に達する応募があったが、業務都合等によるキャンセルがあり、参加者数としては目標値に達しなかった。
 - ・ 講演会・相談会を通してリスクリングを開始した企業数 10 社（目標値 10）
- ⑫ とちぎ職業人材カレッジ（とちぎジョブカレ！）では、関係機関によるネットワーク会議開催のほか、Web サイト運営、相談窓口の設置や人材育成機関に対する助成、若者向けの体験型公開講座の開催等により、専門学校等への進学から就職までを一貫して支援した。重点戦略対応事業 R4～
 - ・ Web サイトの来訪者数 124,331 人／年（目標値 100,000 人）、Web サイトの会員登録数 101 人（目標値 80 人）
 - ・ とちぎジョブカレ！相談窓口の利用人数 36 人（目標値 30 人）
 - ・ 業種別合同企業説明会における参加者数（学生・企業）第 1 回：176 名、35 社 第 2 回：60 名、29 社（目標値各回 100 名、30 社）
出展企業の業種により参加人数に偏りがあったため、今後はより効果的な業種分けや開催方法の見直しを検討する。
- ⑬ 産業活動を支える広域道路ネットワークの強化に資するスマート IC 整備事業について、市町の取組に対する技術的支援や関係機関との調整を行い、事業推進が図られた。

5 課題

重点的取組	取組の見直しを行うべき課題・新たに立案すべき課題
(1) 経済・雇用を牽引する産業の創出・振興	＜「地域未来戦略」に呼応した産業の振興＞ ・国では、「強い経済」の実現に向け、地方発の産業クラスター等を各地に形成する「地域未来戦略」の策定を進めており、知事等が主導して策定した「地域産業成長プラン」を強力に後押しをしている。このような中、本県でも、国の政策に呼応して、県内産業の更なる競争力、稼ぐ力の強化を図っていく必要がある。 ＜宇宙産業の育成＞ ・ものづくり県である本県は、宇宙産業と親和性が高い航空産業が集積していることに加え、関係する大学が立地しており、今後成長が期待される宇宙産業が発展する土壌はあるものの、宇宙分野の収益モデルが確立されていないことが課題となっている。 ＜持続可能な食品産業の育成＞ ・食料システム法の施行や「フードテック」が国の重点投資対象分野の1つに位置づけられたことを踏まえ、原材料の安定確保やフードテックに係る研究開発等に取り組み、持続可能な食品産業の育成を図る必要がある。 ＜コンテンツ産業の振興＞ ・成長分野であるコンテンツ産業の世界市場規模は約135兆円であり、国の重点投資対象分野にも位置づけられているが、本県においてはコンテンツを学べる教育機関は複数あるものの、専門人材は県外に流出している状況であり、コンテンツ関連企業の集積が課題となっている。
(2) 中小企業・小規模事業者の持続的発展支援	＜地場産業の振興＞ ・繊維技術支援センターの供用開始に先立って準備を段階的に進めることにより、供用開始と同時に実効性の高い支援を展開し、本県繊維産業の競争力強化と持続的発展を図る必要がある。 ・伝統工芸品の認知度不足が需要の低下につながっていることから、「伝統的工芸品月間国民会議全国大会（通称：KOUGEI EXPO）」等の大規模展示会を契機として、国内外に向けた認知度向上・販路拡大を図る必要がある。
(4) 産業人材の確保・育成	＜キャリアアップ・リスキリングによる現場人材の創出＞ ・就業構造推計（経産省推計）によると、深刻な需給ミスマッチにより、2040年には、全国で260万人、本県でも9.3万人もの「現場人材」が、主に製造業や建設業等において不足するという予測をしており、県内の基幹産業への打撃が懸念される。本県産業の競争力を引き続き強化していくためには、現場を支えるエッセンシャルワーカーを獲得していく必要があり、事務職指向から現場人材指向へとシフトさせるとともに、処遇改善に向けたキャリアアップ・リスキリングを通じて「アドバンスドエッセンシャルワーカー」の育成・獲得を行うなど、人手不足解消を図る必要がある。 ＜学生への県内企業の魅力発信＞（5-1 再掲） ・本県は男女共に10代後半から30代前半までの若年者の転出超過が多く、特に進学・就職を機とした転出が多いため、「戻ってきたい」「住み続けたい」と思ってもらえるよう、学生時代から県内企業の認知度を高める必要がある。

「新とちぎ未来創造プラン」プロジェクト評価シート

担当部局：農政部 総括マネージャー氏名：平野 尚也

重点戦略	2 産業成長戦略	プロジェクト	2 元気に輝く農林業実現プロジェクト
目 標	多様な人材が集い、いきいきと活躍できる環境の実現をはじめ、先端技術を活用した次世代農業やスマート林業の展開、気候変動への適応技術の確立による生産者の稼ぐ力の向上などを通じて、農林業の力強い持続的な成長を目指します。	重点的 取組	(1) 人材の確保・育成 (2) 次世代の農業・林業の展開 (3) 県産農産物のブランド力向上 (4) 気候変動への適応

1 総合評価

評価	評価理由
概ね順調 	「農業経営体当たりの農業産出額」をはじめ、成果指標・取組指標ともにおおむね目安値を上回ったが、成果指標の「林業産出額」については、木材生産におけるスギの産出額は横ばいで推移したものの、ヒノキの産出額が製材用丸太の生産量の減少に伴い減少したことにより目安値を下回った。 また、取組指標の「法人経営体数」についても、資材価格高騰等の影響により経営環境が厳しい状況にあるため目安値を下回ったことから、総合評価は「概ね順調に進捗している」となった。

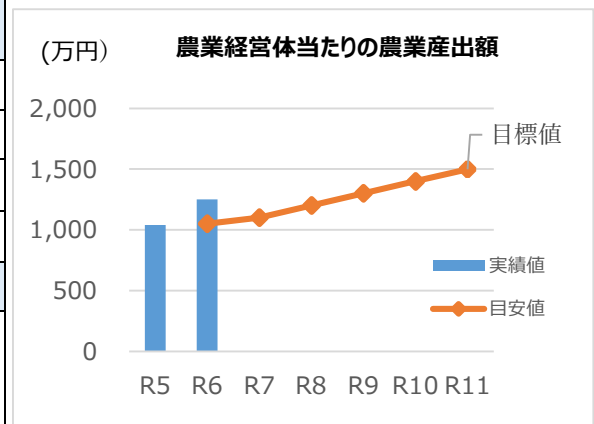
2 成果指標・取組指標の概要

成果指標	達成見込		取組指標	達成見込	
	前回	今回		前回	今回
農業経営体当たりの農業産出額	—	A	園芸産出額	—	A
			いちご産出額	—	A
			1 ha 以上の水田整備面積	—	B
林業産出額	—	E	スマート林業技術導入事業体数	—	A
			素材生産量（民有林）	—	—
新規就農者数（累計）	—	—	新規雇用就農者数（累計）	—	—
			法人経営体数	—	E
新規林業就業者数（累計）	—	A	林業従事者における若年層就業者率（35 歳未満）	—	A
			林業大学校長期課程修了者数（累計）	—	A

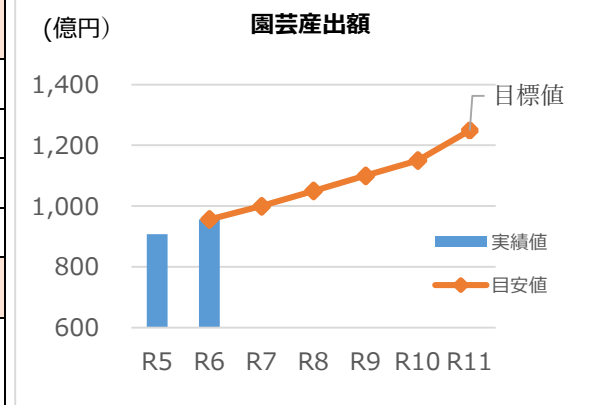
達成見込 A：達成見込が 90%以上 B：達成見込が 80%以上～90%未満 C：達成見込が 65%以上～80%未満 D：達成見込が 50%以上～65%未満
 E：達成見込が 50%未満 —：実績がない等のため評価ができないもの
 ※基準値より増加（減少）を目指す指標の場合 A：達成 C：基準値を 100 とした場合の乖離割合 98%以上 100%以下 E：乖離割合 98%未満

3 成果指標・取組指標の詳細

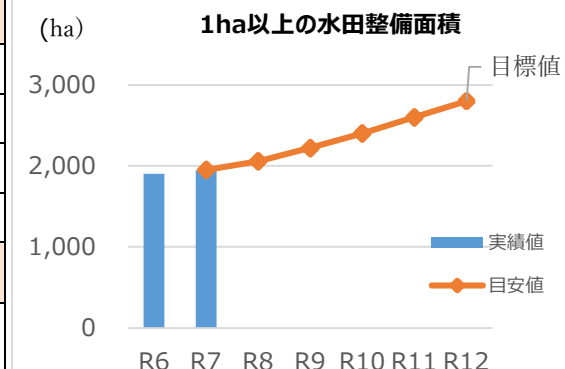
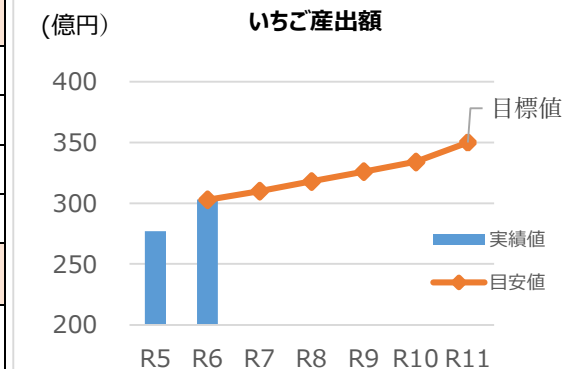
成果指標		基準値 R 5 (2023)	R 6 (2024)	R 7 (2025)	R 8 (2026)	R 9 (2027)	R10 (2028)	目標値 R11 (2029)
農業経営体当たりの農業産出額	目安値	1,038	1,050	1,100	1,200	1,300	1,400	1,500
	実績値	(万円)	1,249					
	達成見込		A					
	全国順位	10	11					
出典	要因分析等							
農林水産省「農業産出額及び生産農業所得」	・米、いちご、生乳等の産出額の増加により、農業経営体当たりの農業産出額が増加した。							



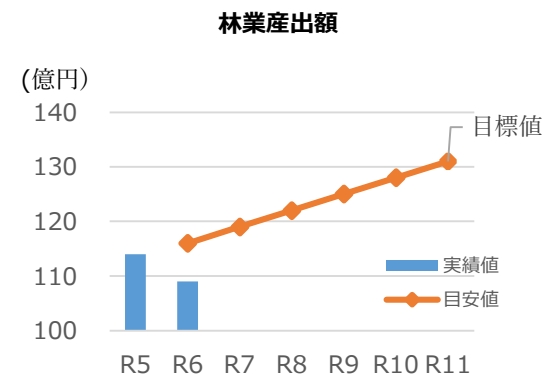
取組指標		基準値 R 5 (2023)	R 6 (2024)	R 7 (2025)	R 8 (2026)	R 9 (2027)	R10 (2028)	目標値 R11 (2029)
園芸産出額	目安値	908	956	1,000	1,050	1,100	1,150	1,250
	実績値	(億円)	956					
	達成見込		A					
	全国順位	—	18					
出典	要因分析等							
農林水産省「農業産出額及び生産農業所得」	・いちごやアスパラガスの生産量の増加のほか、ブドウの価格上昇などにより、園芸産出額が増加した。							



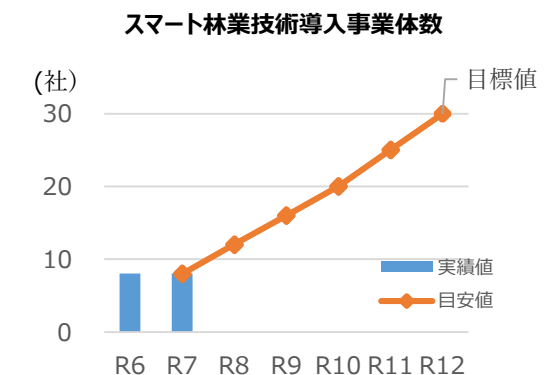
取組指標		基準値 R 5 (2023)	R 6 (2024)	R 7 (2025)	R 8 (2026)	R 9 (2027)	R 10 (2028)	目標値 R 11 (2029)
いちご産出額	目安値	277	303	310	318	326	334	350
	実績値	(億円)	303					
	達成見込		A					
	全国順位	—	1					
出典	要因分析等							
農林水産省「農業産出額 及び生産農業所得」	・多収性である「とちあいか」への品種転換が進み、生産量が増加するとともに、価格も順調に推移したことでいちご産出額が増加した。							
取組指標		基準値 R 6 (2024)	R 7 (2025)	R 8 (2026)	R 9 (2027)	R 10 (2028)	R 11 (2029)	目標値 R 12 (2030)
1 ha 以上の水田整備 面積	目安値	1,902	1,950	2,056	2,220	2,400	2,600	2,800
	実績値	(ha)	1,945					
	達成見込		B					
	全国順位	—	—					
出典	要因分析等							
栃木県農政部集計	・農地整備事業での関係機関調整に伴う整備面積減により、1 ha 以上の整備面積が目安値を下回った。							



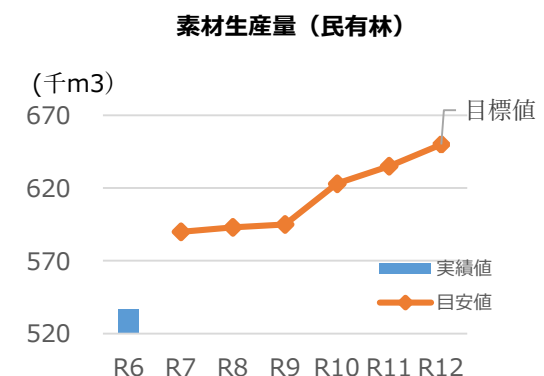
成果指標		基準値 R 5 (2023)	R 6 (2024)	R 7 (2025)	R 8 (2026)	R 9 (2027)	R10 (2028)	目標値 R11 (2029)
林業産出額	目安値	114	116	119	122	125	128	131
	実績値	(億円)	109					
	達成見込		E					
	全国順位	12	11					
出典	要因分析等							
農林水産省「農林水産統計」	・木材生産におけるスギの産出額は横ばいで推移したもの、ヒノキの産出額が製材用丸太の生産量の減少に伴い減少した。							



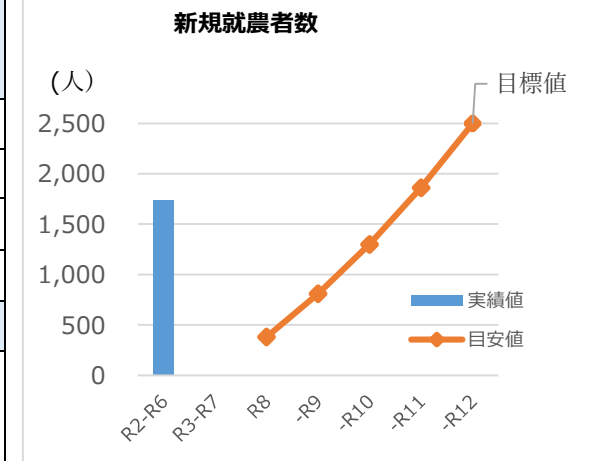
取組指標		基準値 R 6 (2024)	R 7 (2025)	R 8 (2026)	R 9 (2027)	R10 (2028)	R11 (2029)	目標値 R12 (2030)
スマート林業技術導入事業体数	目安値	8	8	12	16	20	25	30
	実績値	(社)	10					
	達成見込		A					
	全国順位	—	—	—	—	—	—	—
出典	要因分析等							
栃木県環境森林部集計	・スマート林業技術に係る研修会等の開催により一部の林業事業体において省力化に係る機械やシステムの導入が進んだ。							



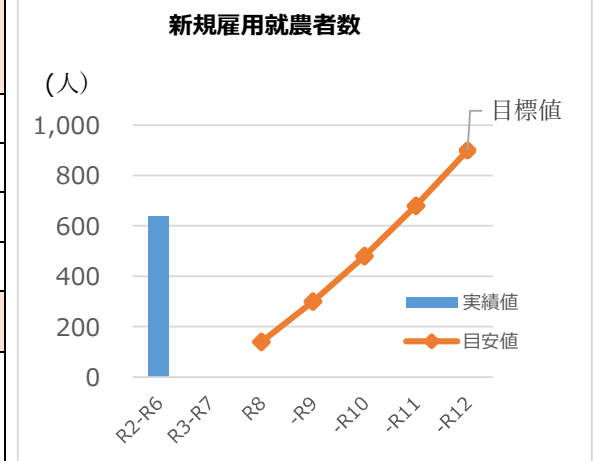
取組指標		基準値 R 6 (2024)	R 7 (2025)	R 8 (2026)	R 9 (2027)	R10 (2028)	R11 (2029)	目標値 R12 (2030)
素材生産量（民有林）	目安値	537	590	593	595	623	635	650
	実績値	(千m³)	8月 公表予定					
	達成見込							
	全国順位	—		—	—	—	—	—
出典	要因分析等							
農林水産省「木材統計」	—							



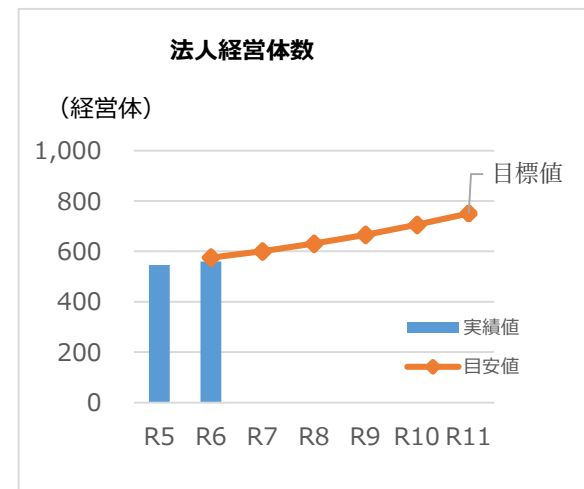
成果指標		基準値 R 6 (2020- 2024)	R 7 (2021- 2025)	R 8 (2026)	R 9 (2026- 2027)	R 10 (2026- 2028)	R 11 (2026- 2029)	目標値 R 12 (2026- 2030)
新規就農者数（累計）	目安値	1,740	—	380	810	1,300	1,860	2,500
	実績値	(人)	—					
	達成見込		—					
	全国順位	—	—					
出典	要因分析等							
栃木県農政部集計	—							



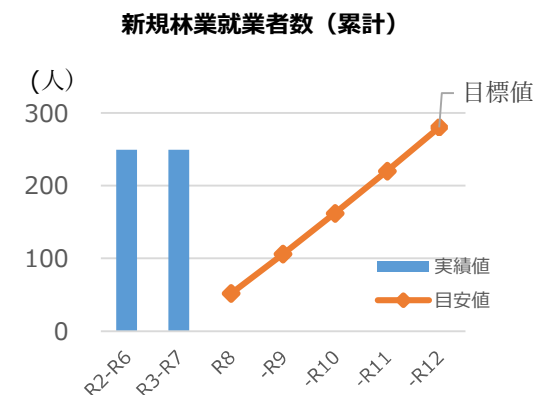
取組指標		基準値 R 6 (2020- 2024)	R 7 (2025)	R 8 (2026)	R 9 (2026- 2027)	R 10 (2026- 2028)	R 11 (2026- 2029)	目標値 R 12 (2026- 2030)
新規雇用就農者数（累計）	目安値	637	—	140	300	480	680	900
	実績値	(人)	—					
	達成見込		—					
	全国順位	—	—					
出典	要因分析等							
栃木県農政部集計	—							



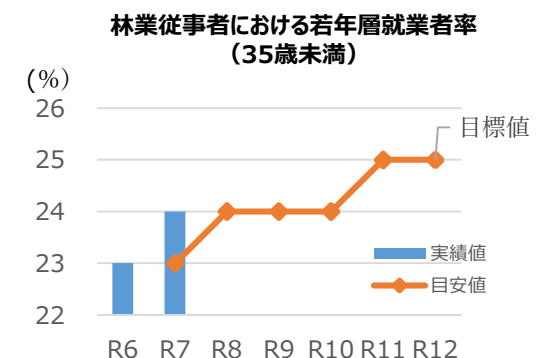
取組指標		基準値 R 5 (2023)	R 6 (2024)	R 7 (2025)	R 8 (2026)	R 9 (2027)	R 10 (2028)	目標値 R 11 (2029)
法人経営体数	目安値	546	575	600	630	665	705	750
	実績値	(経営体)	560					
	達成見込		E					
	全国順位	—	—					
出典	要因分析等							
栃木県農政部集計	・法人経営体数は耕種及び野菜を中心に増加傾向にあるが、資材価格高騰や労働力不足等の影響により経営環境は厳しい状況にある。							



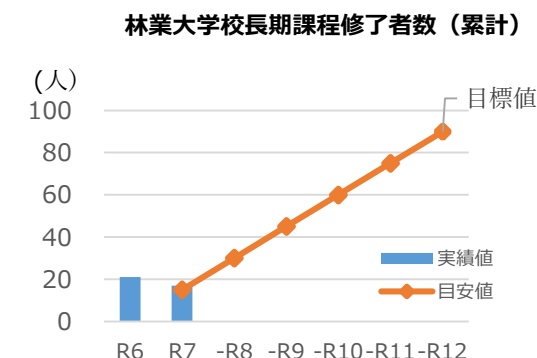
成果指標		基準値 R2-R6 (20-24)	R3-R7 (21-25)	R8 (26)	R8-R9 (26-27)	R8-R10 (26-28)	R8-R11 (26-29)	目標値 R8-R12 (26-30)
新規林業就業者数（累計）	目安値	249	260	52	106	162	220	280
	実績値	(人)	249					
	達成見込		A					
	全国順位	—	—					
出典	要因分析等							
栃木県環境森林部集計	・ R 6 の新規就業者数が 34 人と低調であった影響で目標には達しなかったが、R 7 は 45 人と例年並みに回復した。R 6 の低調の理由は、林業大学校開校に伴い、直接就業の前に林業大学校入学が選択されたことが考えられる。							



取組指標		基準値 R 6 (2024)	R 7 (2025)	R 8 (2026)	R 9 (2027)	R10 (2028)	R11 (2029)	目標値 R12 (2030)
林業従事者における若年層就業者率 (35 歳未満)	目安値	23	23	24	24	24	25	25
	実績値	(%)	24					
	達成見込		A					
	全国順位	—	—					
出典	要因分析等							
栃木県環境森林部集計	・ 全体の林業従事者数は概ね横ばい（前年度比 12 人減）である一方、新規就業者の約半数が 20 代以下と若く、若年層率は 1 ポイント上昇した。							



取組指標		基準値 R 6 (2024)	R 7 (2025)	R7-R8 (25-26)	R7-R9 (25-27)	R7-R10 (25-28)	R7-R11 (25-29)	目標値 R7-R12 (25-30)
林業大学校長期課程修了者数（累計）	目安値	21	15	30	45	60	75	90
	実績値	(人)	17					
	達成見込		A					
	全国順位	—	—					
出典	要因分析等							
栃木県環境森林部集計	・ 様々な募集活動により定員を上回る学生が入学し、全員が課程を修了することができた。							



4 主な取組成果

- ①農業大学校いちご学科に加え、とちぎ農業マイスターなどによる知識や技術の習得の支援強化により、R6年度は335人の新規就農者が確保された。うち新規雇用就農者は126人であった。
重点戦略対応事業 R8～
- ②企業の経営を目指す認定農業者を対象に、情報誌やセミナー等で法人化のメリットを周知するとともに、法人化や経営管理能力向上に係る専門家を派遣するなど、法人経営体の育成を推進した。
重点戦略対応事業 R8～
- ③林業大学校入学生や新規林業就業者の確保に向けて、各種PR活動に取り組むとともに、就業者定着に資する労働環境改善のため、林業大学校での現場指導者向け研修や、労働安全対策の取組を実施した。その結果、林業大学校は継続的に定員を確保し、卒業生は全員が県内林業経営体等に就業した。
(高校訪問型PR:10校421名、就業支援セミナー:2回(東京・栃木)、現場指導者養成研修:5人、労働安全巡回指導:27事業体)
- ④「とちあい」について、ハウスの導入やスマート農業を活用したいちご団地の整備(重点戦略対応事業 R7～)、R7:4地区(成果目標:1地区)を支援したことにより、R8年産の栽培面積はいちご全体の約9割まで増加した(R7:397.1ha→R8:448.4ha)。園芸大国とちぎづくりについては、品目別アクションプランの推進やハウスの規模拡大を図るほか、スマート農業技術を活用した園芸の推進を行った結果、販売額1億円以上の園芸経営体数が39経営体から40経営体に増加した。
- ⑤水田を活用した土地利用型園芸について、主食用米の作付増加等により露地野菜(水田分)の作付面積は約905ha(前年比86%)となったものの、露地野菜のモデル産地は新たに2産地育成(H30～R7計:57産地)された。
- ⑥和牛については、遺伝能力の高い繁殖雌牛や機械・施設等の導入支援により、1戸あたりの飼養頭数(R6:115.9頭→R7:116.8頭)及びとちぎ和牛の生産頭数(R6:4,703頭→R7:4,859頭)が増加するとともに、酪農については、大規模化が更に進み、1戸あたりの飼養頭数(R6:95.5頭/戸→R7:96.8頭/戸)が増加した。
- ⑦令和5年3月に策定した「とちぎグリーン農業推進方針」に基づく環境負荷低減に向けた取組の推進により、計画認定数(みどり認定)は、1,975件まで増加(関東で最多、全国で5番目)した。
- ⑧県内木材関係団体と連携して、東京圏の木材製品展示商談会等に出展し、とちぎ材製品のPRを実施した。また、とちぎ材製品の輸出に関心のある県内製材工場等と連携して中国を対象国として輸出トライアルを行い、輸出ルート開拓に取り組んだ。(東京圏における木材展示商談会への出展:2回、輸出トライアル:1回)

<関連指標>

- ・新規就農に向けた研修制度活用者数
R3～7:168人→R8～12:250人
- ・いちご生産者1戸当たりの販売額
R5:1,496万円→R6:1,632万円
- ・販売額1億円以上の先進的園芸経営体数
R6:39経営体→R7:40経営体
- ・米麦豆類産出額
R5:641億円→R6:1,045億円
- ・畜産産出額
R5:1,367億円→R6:1,399億円
- ・みどり認定件数
R2:0件→R7:1,975件(R8.3現在)
- ・製材品出荷量(国産材)
R6:21.3万m³→R7:22.1万m³

- ⑨民間非住宅建築物における木造・木質化を推進し、介護施設や飲食店のほか、コンビニエンスストアの木造化等を実現した。（Ｒ６～Ｒ７実績（累計）：38件（木造35件、木質化3件）（目標：34件））

重点戦略対応事業 R6～

- ⑩「いちご王国」周年プロモーション、アンバサダーによる情報発信や大切な人にいちごを贈ろう運動の実施等により、「いちご王国・栃木」の認知度は県内・関東圏で高く維持でき、関西圏では初めて4割を超えた。（県内：87%、関東圏：66%、関西圏：42%）

- ⑪県産農産物の輸出拡大に向けて、東南アジアや香港などにおけるプロモーションを実施し、特にベトナム及び台湾では、知事によるトップセールスを行った。また、輸出額の約7割を占める牛肉については、オーストラリアにおける県産牛肉の試食会等を実施したほか、輸出額の伸び率が高いいちごについては、台湾における海外インフルエンサーを活用した情報発信や、アメリカ及びEUにおける市場調査を行うなど販路開拓を進めた。（牛肉 R6：5.62億円→R7：8.65億円、いちごR6：0.66億円→R7：2.86億円、コメR6：0.53億円→R7：0.56億円、なしR6：0.12億円→R7：0.20億円）

- ⑫農村地域へのインバウンド誘客を促進させるため、海外のインフルエンサーを活用したいちごオーナー体験イベントや、米国と豪州の海外旅行会社を招請し、農村体験をしてもらうFAMツアーを開催し、インバウンド誘客に取り組むモデル地域が増加した。（R6：1地域→R7：3地域（成果目標：2地域））

重点戦略対応事業 R6～

- ⑬地域農業における草刈り作業の人材確保を目的に、非農家も参画した草刈隊の結成に向け、地域での話し合いを促進した結果、草刈隊は前年より3組織増加した。

- ⑭気候変動に適応するため新品種・新技術の開発に取り組み、1系統、4技術を開発した。

- ⑮夏の高温対策として、県内各地の菌床しいたけのハウスに「ハウス環境モニタリングシステム」を試行的に導入した結果、労働生産性と冷暖房設備の適正使用に関する意識の向上が認められた。今後も引き続きデータを収集・活用し、生産量増と品質向上への効果を検証していく。（設置台数：14台）

・県産農産物輸出額

R6：8.2億円→R7：13.5億円

・農泊地域取組地域の延べ宿泊者数

R5：33,731人→R6：44,368人

・草刈隊の結成数

R6：10組織→R7：13組織

・新品種・新技術開発

R3→R7：系統数(1)、技術数(4)

・航空レーザ計測：7,483ha

スマート林業技術検証：7種類

研修会開催：5回

5 課題

重点的取組	取組の見直しを行うべき課題・新たに立案すべき課題
(1) 人材の確保・育成	<持続可能な地域営農の実現に向けたモデル地域の形成> ・ 農業者の減少が進む中、本県では経営の安定につながる法人化率が低く、10年後の地域の農地利用の姿を明確化する「地域計画」が策定されたものの、担い手への集約化が見込める計画は全体の1割に留まっており、市町や土地改良区等の現場の関係者には将来像の明確化を進めるノウハウが不足している。 ・ 規模拡大によって農地の受け皿や農業人材の確保に貢献し、地域農業の未来を牽引する中核的な土地利用型経営体の育成に向け、担い手への農地の集約化に向けたモデル的な取組を県として強力に進める必要がある。 <中山間地域の持続可能性の向上> ・ 人口減少や高齢化が著しく、農地条件が不利な中山間地域では、農業経営体数の減少が加速しており、将来の農業の持続が極めて厳しい状況である。 ・ 移住希望地ランキング全国2位、就農支援サイト「tochino（トチノ）」を通じた就農相談の約4割を県外在住者が占めるなど本県への移住の関心が高まる中、「とちぎ空き家サイト」により空き家情報が拡充されたものの、農地情報との連携は不十分であり、移住を伴う就農希望者の獲得にはつながっていない状況にある。 <林業人材の確保・育成・定着> ・ 長期的に従事してもらうため、より若年層に向けたPRを行うとともに、他産業と比べて高い労働災害発生率の改善等、長期就業に意欲を持てる就労環境整備が必要である。
(2) 次世代の農業・林業の展開	<高収益で魅力ある畜産経営体の育成> ・ 担い手の減少や国際情勢の変化による飼料の高止まりの中にあっても、畜産物の安定生産と畜産の持続的な発展を実現していくためには、スマート農業技術を最大限活用した省力化等により、高収益で魅力ある畜産経営体を育成していくことが必要である。このため、スマート機器の導入促進のほか、活用技術の普及・定着が求められている。 <園芸大国とちぎの実現> ・ いちごについては、産出額が伸びているが、次世代園芸産地づくりを進めていくためには、今後、高設栽培やICT等の環境制御の活用による生産面でのイノベーションを進めていく必要がある。 ・ 本県の主力品目であるトマトやにらなどの生産量が減少しており、産地間のネットワーク形成による生産・供給体制の確立など、施設園芸や露地野菜の生産力強化に加え、国際情勢の影響に対応した持続可能な産地づくりに取り組む必要がある。

	<農産物の輸出拡大> ・ 県産農産物輸出額 15 億円に向け、既存の輸出先国における県産農産物の認知度向上・消費拡大に加え、新たな輸出先国の開拓に取り組む必要がある。 ・ さらに、本県の主力品目である牛肉・いちご等について、国内需要の動向や国際情勢の変化に対応した生産構造の強靱化を図るため、先進技術の導入に加え、新たに輸出に取り組む産地の形成・育成を進める必要がある。
(3) 県産農産物のブランド力向上	<栃木の農産物ブランド力の強化> ・ 国内外から選ばれる県産農産物の実現に向け、いちご以外の農産物においても消費者の認知度やイメージを向上する必要がある。 ・ 「栃木ファン」の拡大に向け、国内外において「いちご王国・栃木」のブランド力の更なる向上を図る必要がある。
(4) 気候変動への適応	<気候変動対応力の強化> ・ 年平均気温が過去 100 年間で約 2.53℃上昇し、暖冬・渇水などの異常気象や病虫害被害の頻発、夏季の猛暑による園芸品目や特用林産物の生産性の低下等が生じている。 ・ 気候変動による課題を解決するため、新たな品種や技術の開発、産地の実情に合わせた暑熱対策技術の導入、コスト縮減できる生産手法の確立が必要である。

「新とちぎ未来創造プラン」プロジェクト評価シート

担当部局：産業労働観光部

総括マネージャー氏名：小峰 伸也

重点戦略	2 産業成長戦略	プロジェクト	3 とちぎの魅力を生かした観光立県・国際戦略プロジェクト
目 標	優れた歴史遺産や豊かな自然等の観光資源、東京圏との近接性等の強みを生かした観光地づくりと国内外からの観光誘客に取り組むとともに、県内企業の海外展開支援や、県産品・県産農産物の魅力と実力を活かした海外市場への展開により、県内産業の発展と地域の活性化を図ります。	重点的 取組	(1) 持続可能な観光地づくりの推進 (2) 国内外からの観光客の誘客促進 (3) 県内企業の海外展開支援 (4) 県産品・県産農産物の輸出促進

1 総合評価

評価	評価理由
概ね順調 	成果指標「観光消費額」は目安値を下回ったものの、食料品、プラスチック製品、業務用機械などにおいて輸出入に取り組む企業が増加したことにより、成果指標「海外取引（輸出又は輸入）を行う県内企業数」は目安値を上回った。 また、取組指標についても、外国人の行き先が多様化したことなどから「日光国立公園訪日外国人利用者数」が目安値を下回り、検疫対応に伴う作業負担の増加などから「輸出拡大に係る計画が承認された産地数」が目安値を下回ったものの、企業訪問等でのPRにより「フードバレー海外販路開拓部会会員数」は目安値を上回ったこと等により、総合評価は「概ね順調に進捗している」となった。

2 成果指標・取組指標の概要

成果指標	達成見込		取組指標	達成見込	
	前回	今回		前回	今回
観光消費額	—	E	消費単価（国内旅行）	—	E
			消費単価（インバウンド）	—	E
			外国人宿泊数	—	C
			日光国立公園訪日外国人利用者数（千人）	—	E
海外取引（輸出又は輸入）を行う県内企業数	—	A	海外取引のない企業のうち、輸出に関心がある企業数	—	E
			フードバレー海外販路開拓部会会員数	—	A
農産物輸出額	—	A	牛肉の輸出額	—	A
			いちごの輸出額	—	A
			輸出拡大に係る計画が承認された産地数（フラッグシップ輸出産地・輸出事業計画承認産地）	—	E

達成見込 A：達成見込が 90%以上 B：達成見込が 80%以上～90%未満 C：達成見込が 65%以上～80%未満 D：達成見込が 50%以上～65%未満
 E：達成見込が 50%未満 —：実績がない等のため評価ができないもの
 ※基準値より増加（減少）を目指す指標の場合 A：達成 C：基準値を 100 とした場合の乖離割合 98%以上 100%以下 E：乖離割合 98%未満

3 成果指標・取組指標の詳細

成果指標		基準値 R 6 (2024)	R 7 (2025)	R 8 (2026)	R 9 (2027)	R 10 (2028)	R 11 (2029)	目標値 R 12 (2030)
観光消費額	目安値	9,656	9,973	10,290	10,608	10,926	11,244	11,562
	実績値	(億円)	8,807					
	達成見込		E					
	全国順位	—	—					
出典	要因分析等							
観光庁「共通基準による観光客入込客統計」	日本人及び訪日外国人の観光消費額が減少し、とりわけ、日本人の観光消費額が大きく減少した。旅行の安近短が進んだことにより、観光客の滞在時間が減少したことで観光消費額が減少したと推測される。							

観光消費額

(億円)

目標値

実績値

R6 R7 R8 R9 R10 R11 R12

取組指標		基準値 R 6 (2024)	R 7 (2025)	R 8 (2026)	R 9 (2027)	R 10 (2028)	R 11 (2029)	目標値 R 12 (2030)
消費単価（国内旅行）	目安値	3.2	3.25	3.3	3.35	3.4	3.45	3.5
	実績値	(万円)	3.1					
	達成見込		E					
	全国順位	23 位	24 位					
出典	要因分析等							
観光庁「旅行・観光消費動向調査」	旅行の安近短が進んだことにより、1回の旅行における交通費及び入場料等の娯楽等サービス費の消費額が減少し、消費単価が減少した。							

消費単価（国内旅行）

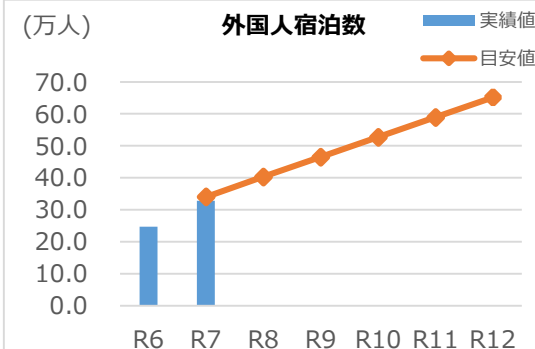
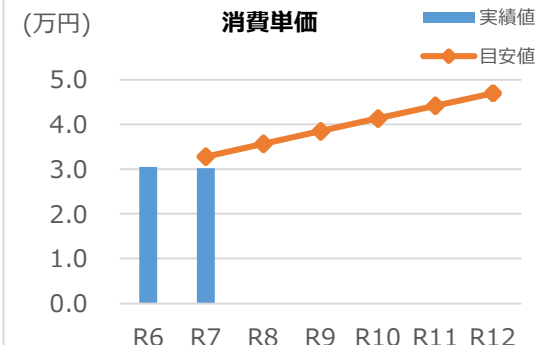
(万円)

目標値

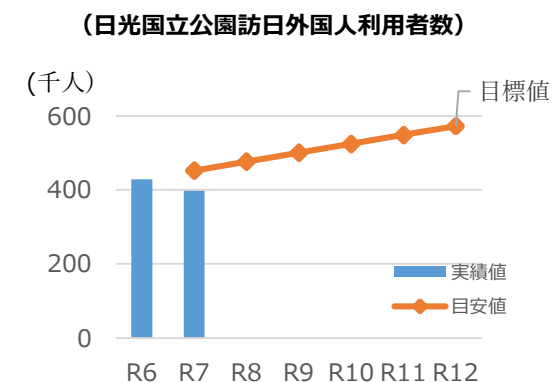
実績値

R6 R7 R8 R9 R10 R11 R12

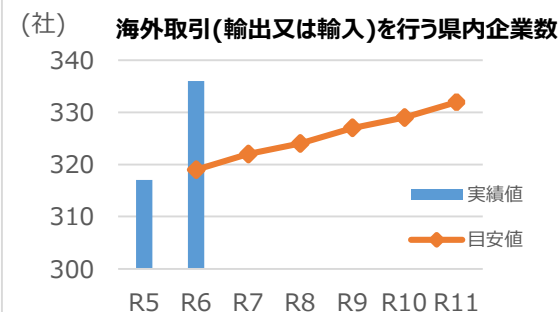
取組指標		基準値 R 6 (2024)	R 7 (2025)	R 8 (2026)	R 9 (2027)	R 10 (2028)	R 11 (2029)	目標値 R 12 (2030)
消費単価（インバウンド）	目安値	3.1	3.28	3.56	3.84	4.12	4.41	4.7
	実績値	(万円)	3.1					
	達成見込		E					
	全国順位	39 位	37 位					
出典	要因分析等							
観光庁「インバウンド消費動向調査」	日本各地での施策展開によりインバウンドの地方誘客が進み、宿泊費の上昇等により全国的には消費単価は上昇傾向にあるが、本県においては、特別な体験コンテンツの造成や認知拡大、販売体制の構築に取り組んでいるものの、宿泊者数や宿泊費、滞在中の消費拡大には十分に結び付かず、外国人旅行者の一人当たり消費単価は横ばいで推移した。							
取組指標		基準値 R 6 (2024)	R 7 (2025)	R 8 (2026)	R 9 (2027)	R 10 (2028)	R 11 (2029)	目標値 R 12 (2030)
外国人宿泊数	目安値	27.9	34.2	40.4	46.6	52.8	59.0	65.2
	実績値	(万人)	32.8					
	達成見込		C					
	全国順位	—	—					
出典	要因分析等							
栃木県「観光客入込数・宿泊数推定調査」	デジタルマーケティングの活用による効果的な情報発信など積極的な誘客事業を展開した結果、前年度実績を上回ることができたが、地方部への訪日旅行需要の拡大を十分に組み込んでおらず、目安値には及ばなかった。							



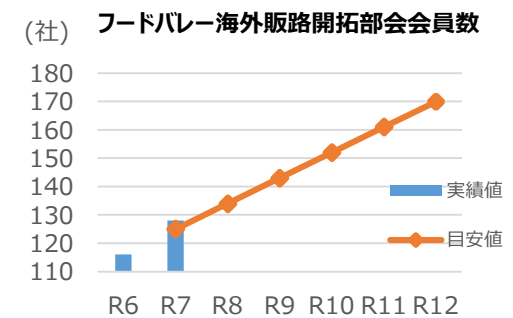
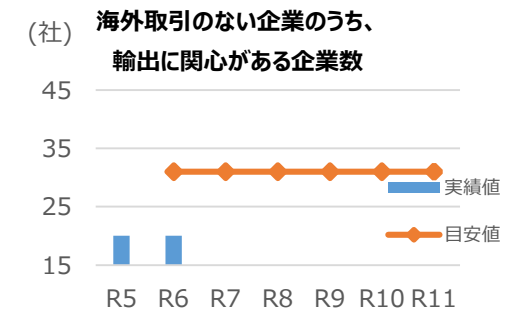
取組指標		基準値 R 6 (2024)	R 7 (2025)	R 8 (2026)	R 9 (2027)	R 10 (2028)	R 11 (2029)	目標値 R 12 (2030)
日光国立公園訪日外国人利用者数	目安値		452	476	500	524	548	572
	実績値	428 (千人)	397 (速報値)					
	達成見込		E					
	全国順位	—	—					
出典	要因分析等							
環境省資料：2025 年の 国立公園の利用状況	外国人の行き先が多様化したことなどから、R 7 の実績値（速報値）は、R 6 に対して微減となった。							



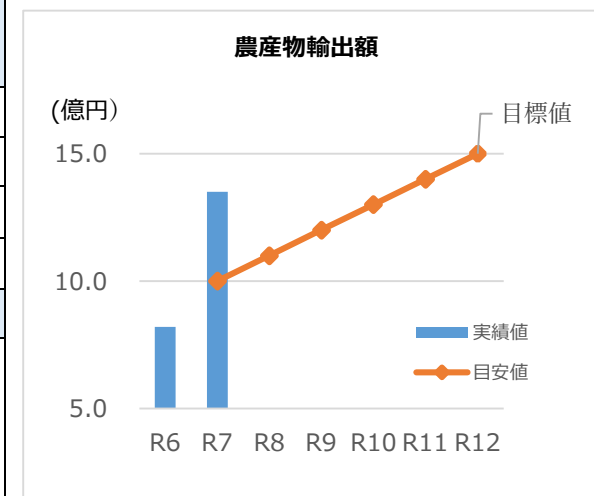
成果指標		基準値 R 5 (2023)	R 6 (2024)	R 7 (2025)	R 8 (2026)	R 9 (2027)	R 10 (2028)	目標値 R 11 (2029)
海外取引（輸出又は輸入）を行う県内企業数	目安値	317	320	322	325	327	330	332
	実績値	(社)	336					
	達成見込		A					
	全国順位	—	—					
出典	要因分析等							
栃木県「国際経済交流調査」	食料品、プラスチック製品、業務用機械などにおいて輸出入に取り組む企業が増加した。							



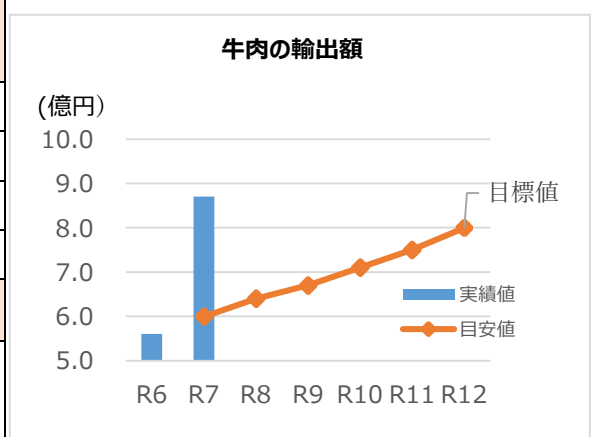
取組指標		基準値 R 5 (2023)	R 6 (2024)	R 7 (2025)	R 8 (2026)	R 9 (2027)	R 10 (2028)	目標値 R 11 (2029)
海外取引のない企業のうち、輸出に関心がある企業数	目安値	20 (社)	31	31	31	31	31	31
	実績値		20					
	達成見込		E					
	全国順位	—	—					
出典	要因分析等							
栃木県「国際経済交流調査」	頻繁に改正される米国関税等、国際情勢の不透明感があり、輸出に関心を持つ企業数が伸び悩んだと思われる。							
取組指標		基準値 R 6 (2024)	R 7 (2025)	R 8 (2026)	R 9 (2027)	R 10 (2028)	R 11 (2029)	目標値 R 12 (2030)
フードバレー海外販路開拓部会会員数	目安値	116 (社)	125	134	143	152	161	170
	実績値		128					
	達成見込		A					
	全国順位	—	—					
出典	要因分析等							
栃木県産業労働観光部集計	企業訪問やセミナー等でのPRにより増加傾向にある。							



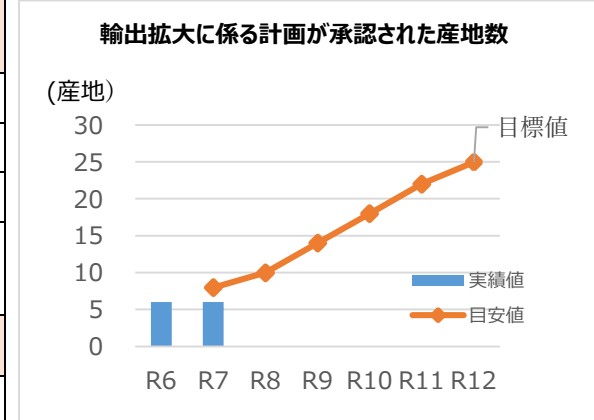
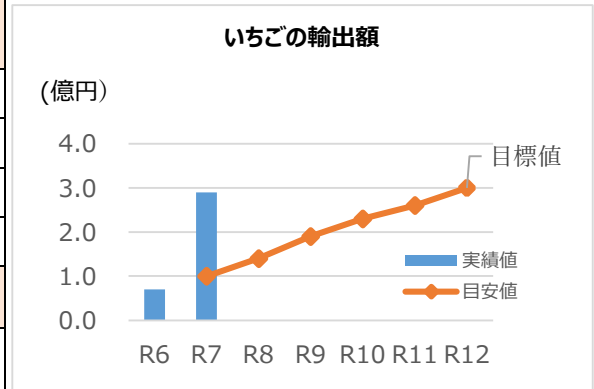
成果指標		基準値 R 6 (2024)	R 7 (2025)	R 8 (2026)	R 9 (2027)	R10 (2028)	R11 (2029)	目標値 R12 (2030)
農産物輸出額	目安値	8.2	10.0	11.0	12.0	13.0	14.0	15.0
	実績値	(億円)	13.5					
	達成見込		A					
	全国順位	—	—					
出典	要因分析等							
栃木県農政部集計	特に牛肉及びいちごの輸出が伸びたことにより、輸出額が増加した。							



取組指標		基準値 R 6 (2024)	R 7 (2025)	R 8 (2026)	R 9 (2027)	R10 (2028)	R11 (2029)	目標値 R12 (2030)
牛肉の輸出額	目安値	5.6	6.0	6.4	6.7	7.1	7.5	8.0
	実績値	(億円)	8.7					
	達成見込		A					
	全国順位	—	—					
出典	要因分析等							
栃木県農政部集計	EU の輸出規制（動物福祉）に対応した産地の取組が開始されたことなどにより、輸出額が増加した。							



取組指標		基準値 R 6 (2024)	R 7 (2025)	R 8 (2026)	R 9 (2027)	R 10 (2028)	R 11 (2029)	目標値 R 12 (2030)
いちごの輸出額	目安値	0.7	1.0	1.4	1.9	2.3	2.6	3.0
	実績値	(億円)	2.9					
	達成見込		A					
	全国順位	—	—					
出典	要因分析等							
栃木県農政部集計	台湾における放射性物質に係る輸入規制が撤廃されたことなどにより需要が高まり輸出額が増加した。							
取組指標		基準値 R 6 (2024)	R 7 (2025)	R 8 (2026)	R 9 (2027)	R 10 (2028)	R 11 (2029)	目標値 R 12 (2030)
輸出拡大に係る計画が承認された産地数 (フラッグシップ輸出 産地・輸出事業計画承認産地)	目安値	6	8	10	14	18	22	25
	実績値	(産地)	6					
	達成見込		E					
	全国順位	—	—					
出典	要因分析等							
栃木県農政部集計	既存の輸出産地が取組を拡大し輸出額が増加している一方で、検疫対応に伴う作業負担の増加や、収益性に対する不安などが要因となり、新たな産地の創出が進んでいない。							



4 主な取組成果

①国内観光客の誘客促進を図るため、各種取組を展開した。

- ・デジタルプロモーション：Instagram や YouTube、TVer での動画配信、とちぎ旅ネットへの特集記事掲載など、デジタルを活用した観光情報の発信を実施した。
- ・平日・閑散期の誘客強化事業
県内宿泊施設に平日を含む宿泊又は閑散期に宿泊した方を対象として、特産品が当たるプレゼントキャンペーンを2回実施した。(応募総数 8,417 件)
- ・テレビドラマを活用した情報発信・誘客事業
連続テレビ小説「風、薫る」の放送に向けた取組として、本県出身で主人公のモチーフである「大関和(おおぜきちか)」とゆかりの地を紹介するリーフレット及びHPの制作、横断幕やフラッグの掲出、首都圏主要駅における駅貼りポスターの掲出などを実施し、県内の機運醸成と県外からの誘客促進を図った。

②関西圏における県の認知度の向上、特産品の販売拡大、観光誘客等を目的に、大阪市内の商業施設において期間限定のアンテナショップを実施した。

- ・R7年度実績
R7. 5.22~6.8 K I T T E大阪：売上 209 万円（11 万円/日）、購入者 2,403 人（130 人/日）

③高付加価値旅行者誘客事業 重点戦略対応事業 R6~

本県観光消費額の拡大に向けて、欧米豪などの外国人旅行者に訴求する特別な体験コンテンツの造成・磨き上げ、海外旅行会社向け情報発信、インバウンド高付加価値旅行を取り扱う国内旅行会社等を招請したツアー等を実施した。

<コンテンツ造成数>

	R6	R7	R8	R9
目標	10 件	9 件	4 件	4 件
実績	9 件	9 件		

<観光コンテンツ・サービスの販売数>

	R6	R7	R8	R9
目標	0 件	16 件	59 件	117 件
実績	-	0 件		

<関連指標>

・日本人観光消費額

R 6	4,093 億円
R 7	4,201 億円

(出典：観光庁「旅行・観光消費動向調査」)

・観光客宿泊数

R 6：830 万人
R 7：873 万人

(出典：栃木県観光客入込数・宿泊数推定調査)

・観光客入込数

R 6：8,997 万人
R 7：9,076 万人

(出典：栃木県観光客入込数・宿泊数推定調査)

・外国人観光消費額

R 6	308 億円
R 7	296 億円

(出典：栃木県観光交流課推計)

・外国人宿泊者数

R 6：481,390 人（26 位）
R 7：457,510 人（29 位）

(出典：観光庁「宿泊旅行統計調査」)

・外国人宿泊者数前年比伸び率

R 6：110.7%（45 位）
R 7：95.0%（45 位）

(出典：観光庁「宿泊旅行統計調査」)

（未達成の要因分析）

造成したコンテンツの認知度向上や旅行商品化に一定の期間を要することから、海外富裕層及び海外旅行会社等への認知拡大が十分に図られず、販売・利用につながらなかった。

④ニューリーディングツーリズム推進事業 重点戦略対応事業 R6～

本県観光消費額の拡大に向けて、本県が優位性を持ち、かつ、インバウンド高付加価値旅行者等の滞在の長期化を見込める観光資源を活用した新しいテーマツーリズムを推進した。

＜ゴルフツーリズム推進のためのセミナー・ワークショップの開催＞

	R6	R7	R8	R9
目標	－	セミナー１回 ワークショップ２回	ワークショップ２回	ワークショップ２回
実績	－	セミナー１回 ワークショップ２回		

＜「Visit Tochigi」内特集ページPV数（R7）、動画広告クリック数（R8～R9）＞

	R6	R7	R8	R9
目標	－	27,500PV	15,191PV	15,191PV
実績	27,498PV	21,110PV		

（未達成の要因分析）タイ市場向け広告の一部を単価の高い欧米豪市場へ振り替えたことにより、表示回数及びクリック数が減少した。

＜インバウンド受入ゴルフ場数（「Visit Tochigi」ゴルフ場掲載数）＞

	R6	R7	R8	R9
目標	９件 （累計９件）	９件 （累計１８件）	９件 （累計２７件）	９件 （累計３６件）
実績	９件 （累計９件）	９件 （累計１８件）		

⑤観光地におけるゴールデンウィーク及び紅葉シーズンの渋滞対策として、日光地域においては臨時駐車場の開設（計約 400 台）及びホームページや SNS による渋滞情報等の発信を実施したほか、那須地域においては那須岳周辺の円滑な交通を確保するため路上駐車対策を実施した。

⑥県産農産物の輸出拡大に向けて、東南アジアや香港などにおけるプロモーションを実施し、特にベトナム及び台湾では、知事によるトップセールスを行った。また、輸出額の約 7 割を占める牛肉については、オーストラリアにおける現地レストランのシェフ等を対象とした県産牛肉の試食会を実施したほか、輸出額の伸び率が高いいちごについては、台湾における海外インフルエンサーを活用した情報発信や、アメリカ及び EU における市場調査を行うなど販路開拓を進めた。（牛肉 R6：5.62 億円→R7：8.65 億円、いちご R6：0.66 億円→R7：2.86 億円、コメ R6：0.53 億円→R7：0.56 億円、なし R6：0.12 億円→R7：0.20 億円）

⑦日光国立公園認定ガイド制度創設事業費 **重点戦略対応事業（R6～）**

日光国立公園内において、利用者に安全かつ自然環境に配慮した高付加価値な体験を提供し、日光国立公園及び自然ガイドのブランド力を向上させることを目的に創設した認定ガイドを 1 名認定。

〔R6 からの累計：7 名（日光地区：5 名 那須地区：2 名）〕

〈認定ガイド数〉

	R6	R7	R8
目標	4 人	3 人	3 人
実績	6 人	1 人	—

（未達成の要因分析）

累計ガイド数は目標を達成しているが、初年度に目標を超えるガイド認定者が出たこと、認定ガイド制度の周知理解が不足していることから、R7 年度は目標を下回った。

⑧ベトナム・台湾におけるとちぎの魅力発信事業

ベトナムでは中央省庁及び地方政府の再編が行われたことから、知事がベトナムを訪問し、覚書を締結する行政機関等との関係性の強化・拡大を図った。また、併せて、台湾も訪問し、覚書を締結する高雄市との関係性の強化を図るとともに、インバウンド需要の拡大や有力な半導体企業等との関係性の構築に向けて、トップセールスを実施し、本県産業の振興を図った。（参加事業者数：18 名）

・ R7 年度農産物輸出額の内訳

（ ）：前年度比

牛 肉 ： 8.65 億円（154%）

いちご ： 2.86 億円（435%）

コ メ ： 0.56 億円（106%）

な し ： 0.20 億円（166%）

花 き ： 0.92 億円（87%）

その他 ： 0.39 億円

合計 13.5 億円（164%）

＜参考：R12 目標 15.0 億円＞

⑨海外販路開拓支援

米国、香港、シンガポール、カンボジア等からバイヤーを招へいして商談会を開催したほか、香港でのテストマーケティングの実施等により、県内企業の海外販路開拓を支援した。

（海外バイヤー招へい商談会：延べ 43 社、国内輸出商社との商談会：25 社、香港テストマーケティング：18 社、補助金を利用した海外販路開拓・拡大企業数：16 社）

⑩とちぎベトナムサポートハブ 重点戦略対応事業 R6～

県内事業者のベトナム進出、インバウンド誘客、高度外国人材等に係る情報提供などのサポート及び県と同国政府機関、高等教育機関、民間企業等との調整などのサポートを一元的に実施した結果、県においては同国政府機関等との円滑な意思疎通や栃木県のプレゼンスの向上につながるとともに、県内事業者のベトナムへの挑戦に係るハードルが低減した。

〈支援企業数〉

	R6	R7	R8	R9	R10
実績	14 社	13 社	—	—	—

5 課題

重点的取組	取組の見直しを行うべき課題・新たに立案すべき課題
(1) 持続可能な観光地づくりの推進	<DMOの機能強化> ・国ガイドラインの厳格化や観光需要の多様化等、都道府県DMOに求められる機能が高まっているため、観光地づくりの司令塔となるよう、都道府県DMOの機能強化を図る必要がある。
(2) 国内外からの観光客の誘客促進	<若年層の誘客強化> ・本県の宿泊者は60代以上の高齢層に偏重が見られ、全国的に旅行意欲が高いとされる主に30代未満の若年層の宿泊数が本県で伸び悩んでいることから、需要の取り込みのため、若年層の旅行の目的となる体験型コンテンツの充実や情報発信の強化を図る必要がある。 <宿泊を伴う滞在型観光への転換> ・本県は東京から近く訪れやすい場所であるものの、体験型コンテンツの造成や地域資源の高付加価値化が十分でないことから、滞在時間が伸びにくく、その結果として消費単価の向上につながりにくい状況にある。 ・また、訪日旅行において体験重視の傾向が強まる中で、欧米豪の旅行者に訴求する体験コンテンツの造成に取り組んでいるものの、昨今の国際情勢等により遠方市場からの誘客については、大幅な伸びが見込みにくい状況にあるため、外国人宿泊数の増加に向けて更なる情報発信や販売機会の確保が必要である。