

## 平成 28 年度第 1 回神奈川県観光審議会議事録

日時：平成 29 年 3 月 21 日（火）10 時 00 分から 12 時 00 分

場所：公益財団法人神奈川産業振興センター 大研修室

### 1. 開会

八尋観光企画課長が委員数 20 名に対し、2 分の 1 を超える 18 名の出席を確認し、審議会が成立することを報告。

### 2 委員の紹介

### 3 報告事項

#### (1) 平成 28 年度における神奈川県観光振興計画の取組状況について

－事務局説明（資料 1－1 及び 1－2、1－3）－

(山口会長)

ありがとうございました。特に事務局からの説明について、御質問、あるいは御意見がありましたらぜひお願いします。いかがでしょうか。

(渡辺委員)

渡辺でございます。2 点大きく質問、確認したいのですが、資料 1 の 1 ページ目、今、御説明にもありました入込観光客数、あとは外国人旅行客数ですが、これについては順調に推移をし、さらには計画修正も必要なレベルになっていると認識しています。これについては、今説明のあった事業、さらには今後行う事業を順調にやっていけばいいのかと感じますが、少し気になるのは、2 (2) の消費額ですね、要は客数の割にはあまり伸びていないということで、数字的にはここに課題が見えてきているのかなという気がします。例えば、資料 1 の 8 ページ目を見ると、商品開発のような話も出ております。ただ 8 ページ目の下のほうの資料だと、これは新商品の開発ということで、限定的な気もします。もう少し 1000 のツアーと観光消費が伴うような、消費とパッケージにしたような取組が必要でないかという気がします。まず最初に言った入込観光客数と、全体的な消費額について今後の考え方を確認させていただきたいと思います。それと、同じく資料の 8 ページ目の外国人観光客の受入環境の整備 ウということで、Wi-Fi 環境の取組事業がありまして、これは、3 件決定という話がありました。3 件というのが、どのようなレベルになるのか、Wi-Fi というのは、非常に重要な、国内観光客、インバウンドに必要な状況だと思うのですね。そういう意味からすると、この 3 件がどういうレベルなのか。今後網羅する必要があるのか。この 2 点、まず質問したいと思います。

(山口会長)

渡辺委員、ありがとうございました。2点ほど御質問いただきましたので、まず観光消費額の総額のほうですね。お願いいたします。

(観光企画課長)

では、御説明させていただきます。観光消費額を細かく見ていきますと、宿泊の消費単価は若干伸びてきている傾向にございますが、太宗を占めている日帰り客の消費単価が伸びていないという実態がございます。ここをどう伸ばしていくか、そして、宿泊客をどう増やしていくのが課題かと考えており、御指摘のありました魅力的な商品ですとか、来訪者に体験を楽しんでいただく。こうした取組が重要になるかと考えています。1000本のツアーでも、いかに消費を増やせるかが重要になると考えています。

(山口会長)

ありがとうございました。では、引き続きお願いします。

(国際観光課長)

いかに観光消費を増やしていくかという取組については、外国人に関する取組として、いかに富裕層の方々にお越しいただくかということについて、別途取組を進めているところでございます。大きく2つ、今年やらせていただいたのが、エグゼクティブツアーというものでございます。鎌倉、三浦を中心として、観光消費額の高いお客様を対象にしたモニターツアーを、今年に関してはその代表としてベトナム大使の方にお越しいただきまして、(観光地を)めぐっていただきながら、どういうところが魅力的で、インバウンドはどういったところが課題なのか抽出しています。もう一つは2月になりますが、ILTMという、世界のラグジュアリー層だけを対象にした旅行商品を開発している旅行会社ですとか、個々で対応しているような旅行者が集まる観光博がありまして、そこに初めて**出展**しました。横浜、鎌倉、箱根の観光協会の方々に行っていただきながら、そもそも世界に通じるレベルはどういたものか知っていただくとともに、かつ、その中で実際に旅行会社さんに見にいただき商談を進めるというものです。まだ始まったばかりですけれども、そういった富裕層向けといったところも進めていきたいと思っております。

もう一点、Wi-Fiの状況でございます。先ほど3件ということでございましたが、この3件につきましては、藤沢と秦野と真鶴でございます。今回は観光案内所に限定しております。それは予算ということもあり、かつ観光案内所に限定した取組でございます。今回Wi-Fi、充電器をつけたということ、県が補助金を出すということは、県内の周遊の核となる場所にまずは整備していこうということでやらせていただきました。今回3件という数字につきましては、正確な数字は持っておりませんが、県内に観光案内所が30ある中で、まだ整備が進んでいないところもございます。そういうところも整備を進めていかないといけないなと思っております。我々としては、(補助の希望が)

件数は増えるかなと思っておりました。県は通常3分の1の補助率でございますが、2019年を見据えて、今回の補助率は2分の1にいたしました。観光協会の方に伺うと、じゃあ付けたいなという方はもっといらっしゃったのですが、実際にやるとなると、2分の1の負担に加えて、ランニングコストがかかってくるということから、今回は見合わせるといったところですか、外国人の方が基本的に使われるのですけれども、そこまでうちの観光案内所は（外国人は）来ていないと。そういった現場の声がある中で、3件ということでございます。今回は観光案内所といったところでまずはやりましたけれども、今後は観光案内所といったところに限らず、県内全域にWi-Fi環境等、受入環境を整備しなくてはならないということで、29年の予算はこれから議決していただくところでございますが、もっと広く対処して、受入環境整備を図っていかなくてはならないと考えております。以上でございます。

（渡辺委員）

Wi-Fi環境についてはわかりました。我々も予算審議をしている最中なので、県としても引き続き、国も活用しながら、しっかりと取組をお願いしたいところです。冒頭の商品開発の件、これは資料を見ると、外国人客の受入環境の整備の中で、食品メニューの多言語化支援システムということで、特に宗教観のさまざまな食品の違い、今後作成すると書いてありますが、こういうところに、新商品も結構ですが、地域地域で消費されるような、既存の名産品といったものもうまく当てはめて支援をしていけば、もっと消費も増えるのかなと、これは意見として述べさせていただきたいと思います。以上でございます。

（山口会長）

はい、ありがとうございます。今のところで何かございますか。

（国際観光課長）

外国人観光客で言いますと、宿泊していただくことが非常に重要で、宿泊していただくとなると、食というところは大変重要でございます。食と、宿泊、買うといったところが3分の1ずつの消費となっておりますので、これらを押しなべて進めていくというのが重要と認識しておりますので、1000本のツアーに組み込んで行きたいと考えているところでございます。

（山口会長）

渡辺委員よろしいでしょうか。では他にはいかがでしょうか。

（内田委員）

県議会の内田でございます。10年前に県会議員になりましたが、その前に、つなぎのお仕事として、旅行会社のツアーの皆さんを連れて行く、旅程管理主任者として、国内、国際やっていたこともございます。非常に興味がありまして、今回話をさせていただきま

す。資料3を御覧いただきたいのですが、外国人旅行者（数の数値）が千葉県と比べて、神奈川県が低いようにグラフから読み取れるのですが、千葉県と神奈川県の違い、観光資源の問題とか、その辺はどうとらえておられるのでしょうか。

（国際観光課長）

資料3の1ページ目を御覧いただけますでしょうか。平成23年から、最新の値は平成28年の年度の数字が出ておりませんで、四半期ごとの数字が出ております。確定しているのは真ん中の平成27年でございます。委員の御指摘の千葉県は宿泊がエンジ色のところ、平成27年44.4%ですが、神奈川県が11.3%でございますが、平成26年を御覧いただけますでしょうか。千葉県が11.7%、神奈川県が12.3%ですね。実は、平成27年から国の統計のやり方が変わっております。空港に降り立った方もカウントするようになりました。その結果、急激な伸び率になっています。これは成田空港に降り立った方をカウントする形になっているということですので、実質のコンテンツ的な魅力というのはどうなっているかは、これではわからなくなっているというのが現状でございます。逆に言うと、神奈川県には空港は無いので、その値が計上されていない、というのが大きな乖離の原因になっているかと思えます。

（山口会長）

指標の土台が違っているということですね。この数字をそのまま信じるというわけにはいかないということですね。資料の1に関していかがでしょうか。

（坪井委員）

坪井でございます。コーポレートブランディング、ブランドマーケティングの観点から申し上げます。神奈川県はたくさんのコンテンツを作られていて、増えてきていて、すばらしいと思うんですね、強みは、ディズニーランドのようなパワーコンテンツは無いけれども、たくさんのコンテンツがあるということだと思います。これを生かすためには、ターゲットが多様になってきていて、どのような人がどのようなことを好きかっていうところが、うまくクラスタリングできて、そこにうまくいくように紹介していくというマーケティングが必要だと思います。例えば、海外が5カ国ということで、それはよくわかると思うのですが、アジアは、距離が近く、短期滞在でリピート滞在が多い、文化的では（同じ）東洋であるので、むしろ食にニーズがあると認識しています。欧米ですと遠いので、長期滞在で、むしろすごく田舎でこんなあったんだというようなところで文化的なものを探していて、SNS上でも拡散している実態があります。例えば、三浦のツアーは、これはどのような国のどのような人々に向けてPRするとよいのか、あるいは温泉であれば箱根であるというような、それぞれの国内観光客も含めてのターゲットがあると思うのです。そういったプラットフォームが作れるのが行政だと思いますし、民間の方でもよいのですが、こんなパターンがあります、こんなニーズがある、例えば観光レップを使われるときにも、この国にはこんなものが向いていそうだという仮説を持って、集中的にPRす

ると効率的だと思います。もう一つは、コンテンツの磨き上げをこれからやっていくということですが、SNSについても（対策を）されていると思いますが、写真をとってあげてつぶやいて、その体験をどう自分で広めるか、というところに移ってきていて、コンテンツを磨くという面でも、ものの側を磨くというよりは、どうやってこれを拡散してもらうのかという観点で、磨いていくのが課題であろうと思います。

（山口会長）

ありがとうございました。それについていかがでしょうか。

（国際観光課長）

まさにありがたい御指摘でございまして、各国の事情、嗜好性というのはさまざまあるなという中で、ですから、6ページになりますが、観光レップというものをおかせていただきましたのもその意識からでございます。ターゲットとしている国地域合わせて5カ国、中国、台湾、マレーシア、インドネシアとベトナム、それぞれぜんぜん違います。それぞれの地域の中でも違う、我々が全部戦略を立てて、それだけで発信していくというのは、神奈川県だけでやるのはダメだろうということで、観光レップというものを、これは海外の現地に精通した事業者さんが我々の代表として、プロモーション部隊として、今年初めて委託をしました。この人たちがそれぞれの嗜好性を我々に伝えながら、こんな観光コンテンツがいいのじゃないかというのをやり始めたということでございます。また、SNSにつきましては、どう発信していくか、我々だけが発信してもあまり面白くないので、皆様方いかに発信してもらえるか、やはり満足度を上げていくのは非常に重要なかなと思っております。特別感、いろいろな人たちに伝えたい、というところを出していくというのが鍵かなと思っておりまして、後ほど、この後のところで説明いたしますが、今後の予算のところ受入環境をどう整備していくか、ハードだけではなく、ソフトの部分に力を入れていきたいなと思っております。

（秋山委員）

秋山です。

今までの皆様の質問と関連しているのですが、8ページの1番目の外国語観光のウェブサイト開設とありまして、今年2月に開設したということですが、どんな情報を載せているのが重要かなと思っておりますが、どのような反響があるのか、どのような記事が読まれているのか、というのが1点です。2点目は、その下の飲食店メニューの多言語化支援システムということですが、これは具体的にどのようなことを支援しているのかを伺いたいです。その下に、ムスリム観光客おもてなし研修会がありますが、ムスリムの方が来られると思うのですけれども、おもてなしをする方としては、おもてなしをあげたいと思うものの、なかなか難しい部分もあると思うのです。同じムスリムでも食に対する考え方が違っていたりしますので、どのように対応されていらっしゃるのかという、以上3点を教えてください。

(国際観光課長)

まず1点目でございますけれども、8ページが一番上の外国語観光のウェブサイトですが、どこで見られているのかは現状わかりませんが、オープンして、3月1日現在で2万件近くのアクセスがあります。この特徴としましては、今、委員から御指摘がありましたように、どこで見られているのかというのを分析していこうというのがありまして、県では小さく生んで大きく育てようといっているのですが、見ていただくと、観光スポット情報ですとか、お勧めのコース、一番大きいのは、外国のお客様がいきなりここへ行きたいというのは出てこないの、まずはお勧めを見せてあげる、アジアの方でリピーターの方は、個々に自分が行きたい、というような意図的にスポットを見せると。スポットを選んでも、どう行ったらいいかわからないというお悩みをお持ちなので、自動でルートを作成できる機能を入れ込んでいます。A、B、C地点を勝手に選ぶと、自動で、グーグルマップの機能を使いながら、公共交通機関を使うところになりますよというのが見えてくる。それはわれわれとしては価値があると思っておりますが、本当に使っていただけるか、我々はエイビーテストと呼んでおりますが、どのコンテンツをどの国の人が見ているか、というのを分析して、これはもっと見られるからここにお金をかけよう、大きくしていこうとか、これはあまり使われないからやめていこう、といったことをやっているというのが大きな特徴となっております。そうした中で我々の仮説としては、自動作成機能もそうですが、どうやってそこにいけるかというアクセス情報が(重要)ではないかと。関西のお客様が伸びている中で、関西の観光局が出している、ホームページのアクセス数の一番大きいのは、どうしたらそこに行けるかというアクセスの情報だったりとか、我々もそういう情報が求められているのだろうと考えているところでございます。まさにこれからそういった分析というものがあがってきて、改善していこうとしているところでございます。2点目でございますが、受入環境の整備の中で、飲食メニューの多言語化の作成支援システムでございますが、具体的に言いますと、最初は飲食店さんがメニューを多言語化する時に、補助を出そうかと考えていたのですが、県内をみていくだけでもかなり多くの飲食店さんがあるなかで、すべてをまかなうのは難しいだろうということで、皆さんが使おうと思えば使えるシステムを入れたということでございます。具体的には、県内の飲食店であれば皆様がお使いいただけるのですが、代表的なメニューというのが何百何千も選べるようになっていまして、9言語で対応できるようになっております。そして、外国のお客様には中身がどうなっているのかというだけではなく、どういった写真なのかも伝えないといけないので、写真も入れられるような機能をつけています。そこに登録していただくと、メニューを作成すると同時に、そのお店の情報がでてくるということで、ホームページの機能も兼ね備えているということです。こうすることで、一部の飲食店だけではなくて、広く県内誰でも使えるということを目指したものです。さらに、研修会の実施ということで、まさにおっしゃるとおりで、ムスリムの方と一言で言っても、戒律に対する思いであったりとか、本当に色々な方がいらっしゃるの、これが正しいんだということ県で作っていくのは案外難しいと思っております。そこで肝になるのは、情報の開示

だと思っております。この食べ物はどうやって作られているのか、この成分の中に豚が入っているのか、どんな風にやっているのかを見せていくというのが重要なことと思っております。整備を始めるというと、まったく豚を扱ったことの無いセントラルキッチンでやるというのが完璧なのかと思われませんが、そこまではなかなか難しいということで、県としてはまず第一歩として、どういう風に作ったかを情報開示していきましよう。そういう趣旨で作ったのが、ムスリムフレンドリー・レストラン・ガイドブックでございます。これは、ハラールに完璧に対応したことをうたっているのではなく、ムスリムの方々に向けて、フレンドリーであると。その人たちに対応できるように、情報を開示していきますよ、といった飲食店の方々を30店舗入っておりますけれども、そういった方々をまとめたものを、SFC、慶應義塾大学SFC研究所とともに作ったところでございます。以上でございます。

(山口会長)

よろしいでしょうか。では土井委員お願いします。

(土井委員)

資料の1-1で、外国人旅行者の訪問者の標値が201万人ということになっているじゃないですか、資料3の外国人旅行者数の年別推移をみると、どこも上がっているんで、201万人ではなくもう少し目標を高くして、がんばったからこそここまで増えたという風にしたほうがよいと思うんだけど、トレンドどおりだとすると、(何もせずとも)達成できてしまいます。その辺のところはどうなのかなと。

(国際観光課長)

まさにその議論をこれからしていこうということで、最後にありますけれども、神奈川県観光振興計画の見直しに係る諮問事項という中で、目標値をどう設定していくかを諮問していくところです。

(土井委員)

戦略的観光プロモーションの取組ということで、観光キャンペーンをやっているみたいだけれども、県内でこれだけやって何の意味があるのかなと。今年度予算で言うと、国内観光客誘致促進事業費でやっていきますと答えるんだろうけれども、あまり意味がないような気がします。

(観光企画課長)

今後は、この後説明させていただきますが、県外で、特に東北、北陸、中部エリアでプロモーションを展開して県内に呼び込むということが重要と考えております。これまでは、市町村と連携した協議会の中で、様々なプロモーションを実施してきました。市町村の話をお聞きすると、当然県外からも呼びたいけれども、県内外からお客様が集まるイベント等

で、自分たちの地域も知ってもらいたいので、県内でもプロモーションしたい、といった御意見があるというのが現状でございます。そうした理由で県内のプロモーションが多くなり、今年度の実績にもそうした取組が含まれています。今後は、県内だけではなく県外でのプロモーションに力を入れていきたいと考えております。

(土井委員)

わかりました。他の府県の現状をみると、東京でキャンペーンをやっていますよね。神奈川はちょっと寂しいのかなという気がしたので聞きました。

(山口委員長)

ありがとうございました。たくさんの御意見をいただきました。まだ議題が残っておりますので、ここでいったん質問を締めさせていただきます。後ほど時間がありましたら、また質問の時間をとらせていただきます。それでは議題2に移らせていただきます。平成29年度観光関連主要事業の概要について、事務局から御説明をお願いします。

(2) 平成29年度の観光関連主要事業の概要について（平成29年度当初予算案）

－事務局説明（資料2）－

(山口会長)

ありがとうございました。時間の関係で、お一人かお二人の方に、御質問をお願いします。

(土井委員)

ターゲット国を定めて、これから戦略的にやっという話ということですが、例えば中国、台湾、マレーシア、インドネシア、ベトナムというふうになっているけれども、昨今日本への観光客が増えている、タイやシンガポールが外れているのは何か理由があるのですか。

(国際観光課長)

タイ、シンガポールを入れるかどうかというのは、中でも議論になりました。2年前の6月から体制ができましたけれども、いきなり幅広くやることはできないだろうということで、ターゲットを絞ったという経緯がございます。大きく2つに分けられますのは、中国、台湾からは既にご多くのお客様が来られていますが、東京には来ているけれども、神奈川にはあまり来ていないと。東京からいかに来ていただくかということの代表として、この2つを選んだということです。タイにつきましても、議論になりました。それは、中国、台湾の手法をやった上で、その後で展開して行こうと思っています。一方で、残りのインドネシア、マレーシア、ベトナムといったところは、まだそれほどお客様が来ていないと



すると、東京からいかに連れてくるかということではなく、その国からどう来ていただくかと。特に一番最後のベトナムについては、県全体で、観光だけではなく、日本政府とのパイプも作っていて、国というものがかなり強い影響を持っているなかで、県として、日本政府と連携を持ってやっていくということでございます。

(土井委員)

神奈川県職員が、中国とシンガポールに駐在としているじゃないですか、そういった人材もうまく活用していくべきかと思うのですが、どういう見解をもっているのですか。

(国際観光課長)

中国とシンガポールとのビジネスというところで行っておりますが、観光という面でも、旅行展に出させていただいております。ここには出てきておりませんが、シンガポールの方には、マレーシア、インドネシアに行らせていただいておりますし、シンガポールで開催している観光展に出席していただいております。

(土井委員)

シンガポール駐在は、インドまでカバーしていますよね。私がシンガポールに行った時、こういうことがありましたので、覚えておいてください。日本国大使館の近くに、日本をPRする建物があり、そこには神奈川県のパンフレットが置いていなかったことがあります。このようなことでは連携が取れているのかなと思ってしまいます。すぐに取り寄せて置かせたけれども、そういった細かいこともチェックしながらやっていかないとはいけません。他の県は皆パンフレットがあるのに、神奈川県だけがない。そういった状況を目の当たりにして、本当に連携が取れているのかと思ったわけですよ。そしてもう一点、台湾のことについても、台湾の新北市と災害協定を結んだのは知っていますよね。教育関係の協定も結んでいます。高校生の修学旅行生をお互い行き来させようというお話ができていの中で、そういうものも活用していくべきかと思うけれども、どう考えますか。

(国際観光課長)

パンフレットの話につきましては、今年かなり強化しまして、全世界、置く場所だけでもかなり増やしたところでございます。これは中国のほうでございますけれども、大連のほうにも県の事務所がございまして、大連の観光展に行った際も一緒に協力し、彼らの人脈を使って、JALの大連の支社長に会わせていただいて、そこで話をした結果、来週、JALと一緒にファムトリップをやるということでございます。先ほど委員がおっしゃられたように、パンフレットなども不足のないようにやっていきたいと思っております。教育旅行につきましては、われわれとして、取組を進めているところでございますが、新北市と具体的に動いているかという、正直動いていない状況でございます。ただ、全世界的に見ると、教育旅行の一番の肝になるのは、こちらの学校と交流したいという思いでございます。学校との交流につきましては、民間ではなかなかできないので、われわれが主体

的に取り組むところかなと思っております、県内で受け入れてくれる学校を発掘しているところがございます。

(土井委員)

そういったところで、教育局とうまく連携は取れているのですか。

(国際観光課長)

連携してまいります。

(土井委員)

だからいつも、横の連携がおかしいと言っているのです。縦社会で。一般の方からも言われるのですよ。そここのところは(連携して)進めるようにしてください。

(山口会長)

ありがとうございました。それでは、よろしいでしょうか。後でまとめて御意見をお聞きします。

### (3)最近の観光客等の動向について

#### －事務局説明(資料3)－

(山口会長)

ありがとうございました。ただいまの説明について、御質問や御意見はありますでしょうか。千葉委員お願いします。

(千葉委員)

ありがとうございます。千葉でございます。民泊について、こちらの方では触れられていませんが、今非常に民泊は東京都内でも特区に限って進めているかと思えます。民泊に参入する事業者が増えているという現状がありまして、私も来週のリリースでラグジュアリー民泊というのを提唱してほしいと依頼がございました。鎌倉では1泊5万円以上の棟貸しなどに注目が非常に集まっています。それから、観光消費額については、一般市民の暮らしの中にそういった人々が入ってくることにより、ますます算出しづらくなると思うのですが、その辺りについてお聞かせいただけますでしょうか。

(国際観光課長)

民泊ということに関しては、先ほど申しあげた受入環境の、宿泊していただきたいけれども施設整備をどうしていくのかということと直結してくると考えております。2019年の

ラグビーワールドカップの時には4万人の方々がいらっしゃるの、県としましては、この方々をどう受け入れていくのかという一方で、実は単純に計算しますと2万人くらい泊まれないという状況になります。その中で、今、3つ掲げているのがあります。一つ目は、先ほど申しあげた既存旅館ホテルの客室（定員）稼働率をどう増やしていくかというところに対するプロモーションについてです。二つ目が、旅館ホテルをもっと増やしていこうというところでセレクト100という施策になります。最後が、宿泊施設の多様化というところも含めまして、民泊をどう進めていくかというところでございます。それから、民泊新法を県としてどのように進めていくかというところに関しては、まさにこれから意思形成をしていこうと思います。民間の方々が進めていくことに対して、我々としてどこまで支援をしていくのか、例えば既存のものと同じようにプロモーションをどんどんかけていくべきものなのか、または空きがあるのでもっと民泊を増やしませんかというところを働きかけていくのか、あるいは既にあるものについては活用していこうなど、この辺りについては今から議論していきたいと考えているところでございます。

（山口会長）

千葉委員、よろしいでしょうか。

（千葉委員）

はい。ありがとうございます。

（山口会長）

ほかにもうお一方くらい、いかがでしょうか。

（松本委員）

前から言っていることについて教えていただきたいと思います。入込観光客数の統計からいっても明らかなのですが、神奈川県は観光消費が伸びにくいということについてです。まず一点聞きたいのが、どこの自治体も指標として入込観光客数というのを公表している一方で、神奈川県はいわゆる産業都市であるため、おそらく観光目的ではない入込客数というのが大部分を占めているのではないかと推測をいたします。どうしても先ほどの空港の話のように、県外在住の方以外の方がその県に踏み入れるだけ、あるいは経由地として来られる方々もカウントされていると思います。そういった中で、先ほどの外国人の観光客の割合が全体の入込客数に対して下がっているというのは、当然外国人の方すべてが観光目的で来ているとは言い切れないものの、観光のために訪れている方の割合が多いためではないかと思っています。そういった中で、一つの強みとしては、そういったビジネス都市に隣接をしていることから、神奈川県に足を踏み入れる方は結果的に大変多いため、これをいかに観光に繋げていくことができるかということになります。観光消費がどのように計算されているのかわかりませんが、似たような状況で、例えば富山県の入込観光客数及び一人当たりの消費額を比べたものと神奈川県のは当然おそらく差があると思いま

す。これは観光目的の方とそうでない方の差だと思いますが、そういった意味では、仮に大阪のイメージが東京に近いならば、兵庫県はなんとなく神奈川県に近いと思います。神戸という都市があって、有馬温泉という温泉もあって、大阪を拠点にしながら京都とか神戸に周遊をするという部分を、観光を推進する側としてどのように認識をされているのかを伺いたいと思います。

(観光企画課長)

入込観光客に関する統計は、国の共通基準がございまして、それに基づいています。その中では、観光客なのか、ビジネス客なのか、という分類をせず、入込の数をカウントしています。買い物客など、観光とまではいえない方々に、ついでに観光もしてもらい、更に消費をしてもらうことが重要であると考えており、体験型の観光コンテンツなどを充実させて、他の目的で来た方にも様々な観光を楽しんでもらえるようにしたいと考えております。また、富山県は宿泊者数の割合が本県より高いと考えられますが、本県でも宿泊を更に増やしていかなければならないと考えております。そのため、新規事業として富山、金沢などの北陸地方をターゲットとして宿泊客を誘客する、例えば歴史という切り口で誘客していきたいと考えております。

(山口会長)

ありがとうございます。いかがでしょうか。

(松本委員)

議会でも言っていますが、入口が多いというアドバンテージを生かして、そういったブチ観光客の方にいかに神奈川県により来訪していただくかが重要であると思います。また、特に横浜はホテルの稼働率が県内でも非常に高いと聞いております。都内に隣接をしている交通の利便性の高さを訴求しながらセレクト神奈川を活用していただきホテルを充実させつつ、ぜひ神奈川県を起点に各地を訪問、宿泊していただく流れにつながるような施策を期待したいと思います。

(山口会長)

ありがとうございます。続きまして、高橋副会長よろしく申し上げます。

(高橋副会長)

これまでのプロモーションあるいは受入環境整備での一定の成果を踏まえ、今後ますますFITが増えていく中で、B to Cの取組をさらに強化する必要があると思います。箱根町におきましても、一昨年の大涌谷の警戒レベル引き上げ以降、日本人が減少している中で、インバウンドについては順調に増加をしております。平成27年の入込観光客数約8万人という中で、目標を大きく上回ったと思っております。そういった中で、今一番大きな課題として認識しているのは、海外のプロモーションあるいは商談会において、箱根町

として受入のワンストップ（窓口）がないということです。町の観光課で対応しているものの行政の壁を乗り越え、ノウハウやマンパワーを集結して、一度観光協会と町による共同での街づくり、ワンストップモデルを作っていただきたいと思っております。現状では、先ほどの富裕層のようなグループを取り逃がしているのではないかと考えています。この取組について、神奈川県全体としての窓口をどのように考えているかお伺いしたいと思います。

（国際観光課長）

問合せがあったときに対応してくれるようなワンストップ窓口というのは、県としてすべて受け入れるというのはなかなか難しいと思うものの、我々としても事業の実施体制の中で強化していきたいと思っております。その中で、まず、来年度は横浜観光コンベンションビューローとプロモーションや受入環境整備も含めて連携していくための予算を計上しています。これまで、県と横浜市がそれぞれやっていたところを一括してやることで倍以上の効果が出てくるのではないかと考えています。それをまず実施し、その後県内全体に広げていきたいというところでございます。

（山口会長）

よろしいですか。ありがとうございました。それでは、会議の予定時間があと 20 分しかございませんので、議題の 4 に入らせていただきます。平成 29 年度における観光振興計画の見直しに関わる諮問について、事務局から御説明をいただきます。

（4）平成 29 年度に予定している神奈川県観光振興計画の見直しに係る諮問について

－事務局説明（資料 4 及び 5）－

（山口会長）

ありがとうございました。それでは、今の事務局からの御説明について、御質問や御意見をいただけますでしょうか。

（渡辺委員）

資料 4、5 について、先ほど質疑の中でも話が出ておりましたが、今後見直しを必要とするということで確認したいことがございます。一つ目は、平成 30 年度を目指してこの場で修正しようとしている目標値について、国の 4,000 万人というインバウンドの数字は単純に決めたのではなく、各地域のインバウンドの数字をある程度積み上げた中で算出していると思いますが、それについてどのような認識があるのでしょうか。もう一つは、ラグビーワールドカップとオリンピック・パラリンピックという大きなイベントを控え、これによる観光振興の数とベースとなる観光振興の数について、二元管理をするほうがいい

のではないかと思います。そのようにすれば、この後見直しがあっても、ラグビーワールドカップ、オリンピック・パラリンピック、ベースの内数をそれぞれ踏まえた上で、進捗について議論することができます。このような前提が必要なのではないかと思うのですが、この二点について、お聞きしたいと思います。

(国際観光課長)

目標値については、私の認識している限りでは、国が2,000万人を目指していたとき、それを超えるという段階で2倍にしようということが先にあったのかという認識でおりますが、改めて確認してみます。ただ、国全体の動きとしては、4,000万人という単純に2倍にしている一方で、いかに地方に誘客していくか、という取組を進めていこうとしています。残念ながら、私の肌感覚では神奈川県が地方として認識されているとは思えないという状況であります。そうした中で、県が独自にかつ国と同様に、数を増やしていこうということは、困難であると感じています。また、目標値の区分につきましては、検討させていただきたいと思います。基本的にアジアの5つの国・地域をターゲットとしているのは、先を見据えて増えていくだろうというところがありますが、加えて2019年、20年は特需的に増えるので、そこは分けて考える必要があると思っています。我々としても特需で終わらせずに、その先に来られる欧米の方をどう増やすか、次につなげるかという視点で考えておりますが、それを分けて見せていくということに価値があると思っていますので、ぜひ検討させていただきたいと思います。

(山口会長)

ありがとうございました。他にどうしても言いたいことはありますか。

(岡村委員)

関東運輸局の岡村でございます。脇課長から御説明ございましたので、簡単に補足でございます。御質問のありました4,000万人6,000万人の話でございます。昨年の時点で、御承知のとおり2,400万人を達成させていただきまして、これが順調に推移すれば、4,000万人も夢ではないかなというところがございますが、こちらの資料にもございまして、ほとんど東京に集中しているところがございます。その中で、この東京に集中している状況を、いかに周辺の各県に分散をしていくかというところが国、特に関東運輸局の課題であります。神奈川県のほか、長野県、新潟県、福島県も含めて1都10県で構成している関東観光広域連携事業推進協議会の中で、広く関東周辺を周っていただけるような広域観光周遊ルートの作成を事業として進めているところがございます。東京に集まっている訪日外国人の方々をいかに地域に分散していくかというところが大きな課題になっているため、県神奈川の観光振興計画をきちんと神奈川県の中で進めていただく前提で、いかに広域を周遊する外国人の方を神奈川県に入れ込むかというところも両軸で検討していただければと思います。時間もないので簡単に申しあげましたが、そういった形で関東運輸局も進めさせていただきますので、引き続き御協力をいただければと思います。

(山口会長)

久保田委員、お願いします。

(久保田委員)

本質的でなくて申し訳ないのですが、計画の見直しの趣旨の最初の文章が気になります。私たちが現行の計画の審議をしたという意味では責任はあると思っていますが、28年の時点でモノからコトへ変化したというのは、あまりに今更な時代認識ではないかという感じがするため、ここの表現を工夫していただけないでしょうか。例えば、今観光に対する世の中の注目が集まって、日本の地域の文化や歴史を伝えるものに関心が高まったなど、そのような表現にしていいただければいいのではないかと思います。

(山口会長)

ありがとうございます。いかがでしょうか。

(観光企画課長)

たしかに、モノからコトへといった動きは計画作成時でもございましたので、御指摘を踏まえ、見直したいと思います。

(山口会長)

ありがとうございました。たくさんの御意見をいただきまして、外国人観光客の受入環境整備につきましては、いろいろと御意見をいただきました。ありがとうございました。あと、目標値をどうすればいいのかだとか、もう少し数値を上げたほうがいいのではないかと、ラグビーワールドカップ、オリンピックについて、委員の方からたくさんの御指摘、御意見をいただきました。たくさんの課題が出ましたので、県で御検討をお願いします。

そろそろ時間となりましたので、本日の審議はこれで終了させていただきたいと思えます。最後に審議速報の確認をお願いしたいと思います。

よろしいでしょうか。審議速報ということで、簡単な記載となっておりますが、特段の問題はありませんでしょうか。

—満場、異議なしの声—

ありがとうございました。それではこれを審議速報とします。それではこれもちまして本日の観光審議会を終了します。

#### 4 閉会