

神奈川県観光振興計画

平成28年 3 月

(平成29年10月見直し案)

目 次

1	計画の基本的な考え方	1
(1)	計画の趣旨	1
(2)	計画の性格	1
(3)	計画の期間	1
(4)	2013(平成25)年度～2015(平成27)年度計画の取組の総括	1
(5)	県内の観光をめぐる環境や動向の変化等	1
2	神奈川の観光の将来像	3
3	今後の取組の視点	3
4	目標の設定	6
5	施策体系	8
	基本施策1 魅力ある観光地の形成	9
	基本施策2 外国人観光客の誘致促進	32
	基本施策3 観光関連産業の成長促進	41
6	観光振興重点期間	46
7	計画の推進体制・進行管理	46
(1)	計画の推進にあたって	46
(2)	計画の推進体制	47
(3)	計画の進行管理	47
<参考>	施策体系表	48
	神奈川県観光振興条例	52

神奈川県観光振興計画

1 計画の基本的な考え方

(1) 計画の趣旨

県では、観光立県かながわの実現を図るため、2009（平成21）年10月に「神奈川県観光振興条例」（以下「条例」という。）を制定するとともに、条例に基づき「神奈川県観光振興計画」（以下「計画」という。）を2010（平成22）年3月に策定しました。

現行計画は2015（平成27）年度末で計画期間が満了することから、観光をめぐる環境の変化や観光の動向に対応した観光振興施策を総合的かつ計画的に推進するため、計画を改定するものです。

(2) 計画の性格

ア この計画は、条例に基づく観光の振興に関する基本的な計画とします。

イ この計画は、県の総合計画である「かながわランドデザイン」を補完し、特定課題に対応する個別計画として策定します。

(3) 計画の期間

ア 2016（平成28）年度から2018（平成30）年度までの3年間とします。

イ なお、必要に応じて、計画期間内であっても、社会経済情勢の変化に対応するため、随時見直しを行うこととします。

(4) 2013（平成25）年度～2015（平成27）年度計画の取組の総括

県は、計画に位置づけた施策に基づき、市町村や観光事業者等と連携して、地域の観光資源の磨き上げ、地域の魅力の情報発信、観光客の受入体制整備、観光人材の育成などに取り組み、その結果、入込観光客数（観光客の延べ人数）が増加するなど、一定の成果を上げてきました。

今後は、引き続き、入込観光客数の増加を図るため、多くの人を引きつける観光地づくりを進めるとともに、ラグビーワールドカップ2019や東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会の開催などを契機として、外国人観光客向けプロモーションの強化や、快適な旅ができる環境づくりなどの施策を一層強化していく必要があります。

また、1人当たりの平均観光消費額は伸び悩んでいることから、国内観光客についても、さがみ縦貫道路と北陸新幹線の開通を活かして、周遊型や滞在型の観光をより一層促進することで、入込観光客数の増加を図るとともに、平均観光消費額を高め、地域経済の活性化を図っていく必要があります。

(5) 県内の観光をめぐる環境や動向の変化等

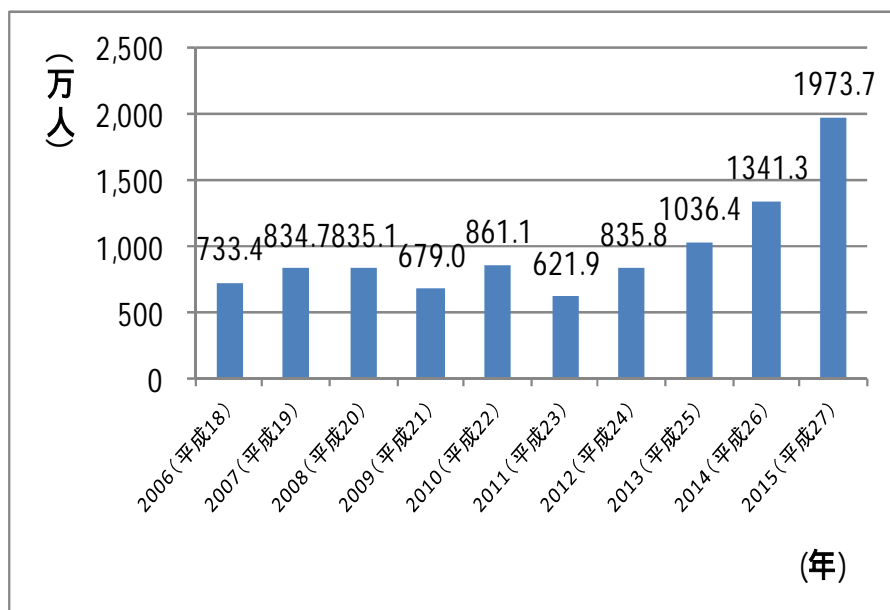
2013（平成25）年度から2015（平成27）年度は、アジア諸国の経済発展を背景に、国が東南アジア諸国を中心にビザ要件の緩和措置や免税制度の拡充を図ったほか、LCC（格安航空会社）の新規就航や大型クルーズ船の寄港増加などにより、特にインバウンド（外国人観光客の誘致）を取り巻く環境が劇的に変化しました。その結果、訪日外国人の動向は、2013（平成25）年に1,000万人を超え、2015（平成27年）は1,973万人に達し、大幅に

増加しています。

一方、県内の入込観光客数は、2013（平成25）年は東急東横線と東京メトロ副都心線の相互直通運転開始などの効果により、前年比6.4%増の1億8,459万人となり、過去最高を記録しましたが、2014（平成26）年はその反動等により、前年比0.3%減の1億8,410万人となりました。

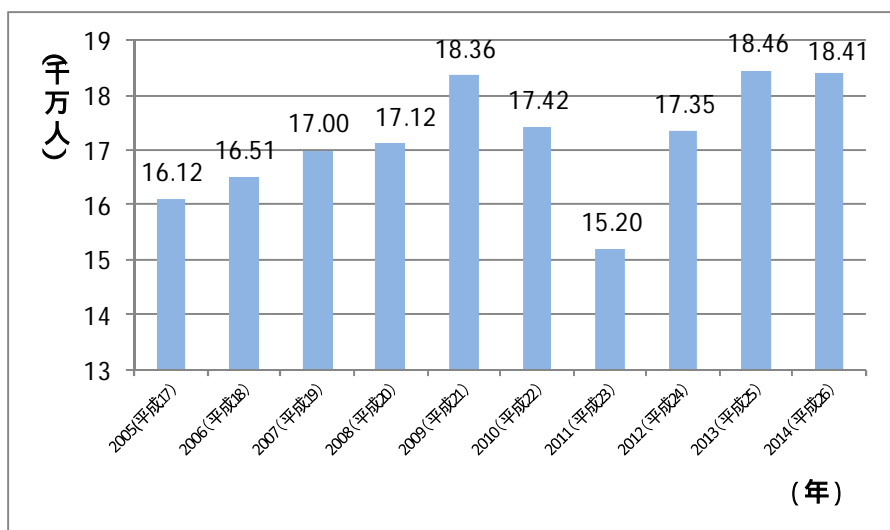
また、2015（平成27）年は、4月下旬から箱根・大涌谷周辺で火山活動が活発化し、箱根では観光客が大幅に減少したものの、箱根町が実施した調査では、平成28年1月の宿泊客数は、前年を上回る水準まで回復しています。

訪日外国人旅行者数の年別推移（全国）



日本政府観光局(JNTO)調査

神奈川県を訪れる入込観光客数の年別推移



神奈川県「入込観光客調査」

2 神奈川の観光の将来像

「かながわランドデザイン」に規定する将来像を、観光面で実現する「観光立県かながわ」を目指します。

<かながわランドデザインの将来像>

行ってみたい、住んでみたい、
人を引きつける魅力あふれる神奈川

3 今後の取組の視点

県内の観光をめぐる環境や動向の変化等を踏まえ、次の項目を考慮しながら、観光振興施策を総合的かつ計画的に推進します。

(1) ラグビーワールドカップ2019、東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会を契機とした誘客の推進

外国人観光客を誘致するため、特に経済成長が期待されるアジアの国・地域や欧米諸国をターゲットにプロモーションをすることで、県内への誘客の増加を図ります。

ラグビーワールドカップ2015では、全48試合の観客数は247万人に達し、各都市に公式に設けられたファンゾーンには100万人以上が訪れたとされています。2019（平成31）年の日本大会でも約40万人の外国人が訪れると予測されており、さらに横浜で開催される決勝戦で見込まれる外国人観戦客約4万人は、平均20日以上滞在すると想定されるため、宿泊施設の確保や県内を周遊する旅行商品の企画・販売を促進していきます。



ラグビーワールドカップ2019
開催都市キックオフミーティング

なお、外国人観光客の多様なニーズに応える宿泊施設を確保するため、「国家戦略特別区域法」の規制緩和（旅館業法の特例）の活用などを検討していく必要があります。

(2) さがみ縦貫道路と北陸新幹線の開通を活かしたプロモーションの推進

2015（平成27）年3月にさがみ縦貫道路の寒川北IC～海老名JCTが開通し、北関東や東北方面から県内へのアクセスが向上し、例えば東北自動車道久喜白岡JCTから茅ヶ崎海岸ICまでの所要時間は約140分から約85分に短縮されました。また、3月に北陸新幹線が開通し、金沢～東京間が227分から148分に短縮されました。

今後は、北関東や東北、北陸地方等を中心としたプロモーションの推進、相模湾の魅力を発信す



さがみ縦貫道路 寒川北IC～海老名JCT 開通式

るかながわシープロジェクトや三浦半島魅力最大化プロジェクト等と連携したプロモーションを推進します。

(3) 観光資源の発掘・磨き上げと旅行商品化の推進

県内には、歴史・文化、景観・自然、伝統工芸、伝統芸能、食文化など、地域で育んできた様々な観光資源があります。また、県が市町村と連携して推進している3つの特区（国家戦略特区、京浜臨海部ライフイノベーション国際戦略総合特区、さがみロボット産業特区）や、ヘルスケア・ニューフロンティア、マグカル（マグネット・カルチャー）などのプロジェクトを、新たな観光資源として活用することも効果的です。

今後は、こうした観光資源の発掘・磨き上げや旅行商品化を促進します。



鉄腕アトム信号機
(県内のどこかにあります)

(4) 観光人材の育成等によるおもてなし力の向上

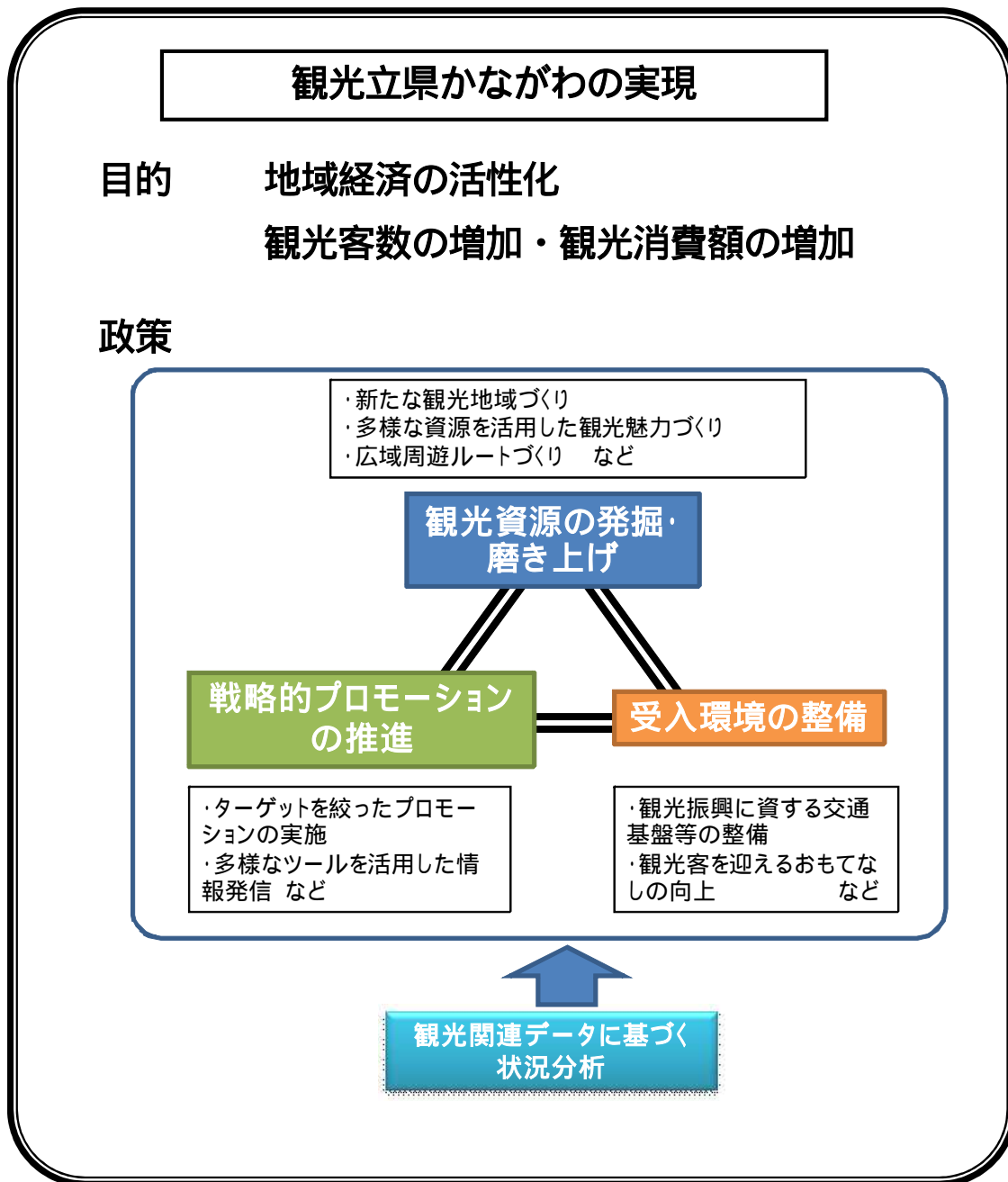
観光地域づくりを担う中核人材の育成や、観光ボランティア等に対する研修の拡充などにより、おもてなし力の向上を図ります。

(5) 緊急・災害時等における安全・安心の確保

外国人を含む観光客の増加を見据え、緊急・災害時等の安全・安心を確保するため、環境の整備と観光関連産業の支援を行います。



<施策体系の基本的視点>



4 目標の設定

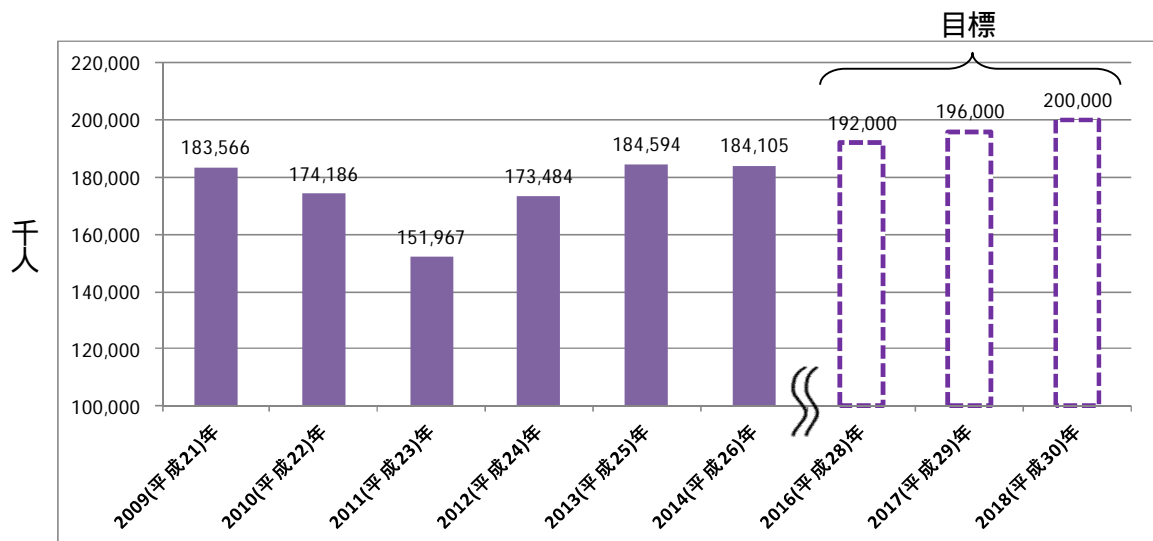
(1) 観光客数に関する目標

入込観光客数（暦年）

今後は、新たな観光地域づくりや多様な資源を活用した観光魅力づくり、神奈川の魅力を伝えるプロモーションなどを推進することにより、入込観光客数を毎年400万人ずつ増やし、2018（平成30）年には2億人とすることを目標とします。

項目	2014(平成26)年	2016(平成28)年	2017(平成29)年	2018(平成30)年
入込観光客数 (延べ観光客数)	1億8,410万人	1億9,200万人	1億9,600万人	2億人

神奈川県「入込観光客調査」結果に基づき設定。



(2) 観光消費額に関する目標

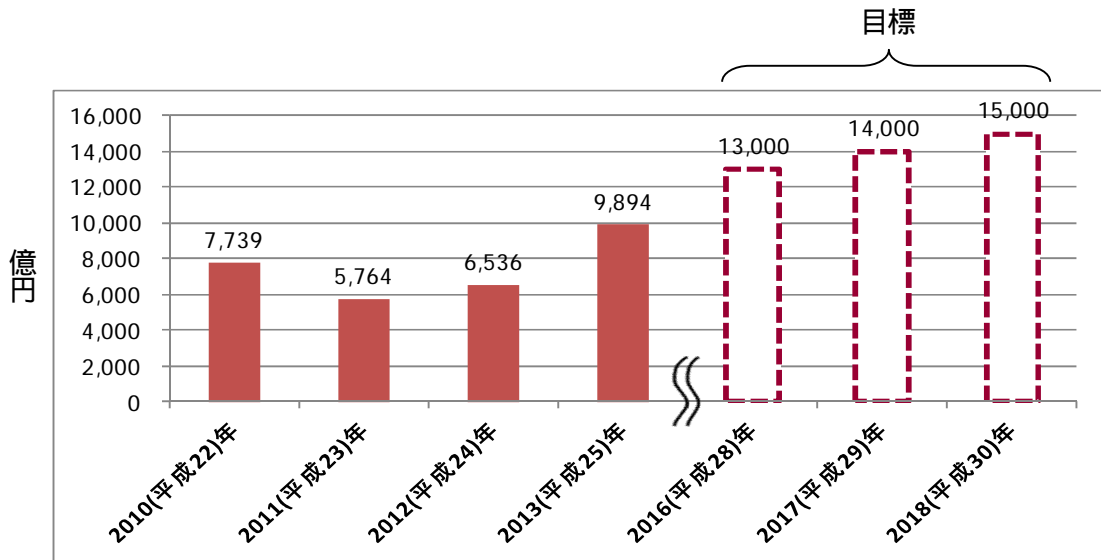
観光消費額総額（暦年）

観光消費額総額を増加させるには、観光客数の増加と観光客一人当たりの平均観光消費額の増加を図る必要があります。

今後は、戦略的プロモーション及び情報発信、受入環境の整備、地域の製品の開発等を推進することにより、観光消費額総額を毎年1,000億円ずつ増やし、2018（平成30）年には1兆5,000億円とすることを目標とします。

項目	2013(平成25)年	2016(平成28)年	2017(平成29)年	2018(平成30)年
観光消費額総額	9,894億円	1兆3,000億円	1兆4,000億円	1兆5,000億円

観光庁「観光入込客統計に関する共通基準」に基づき設定。



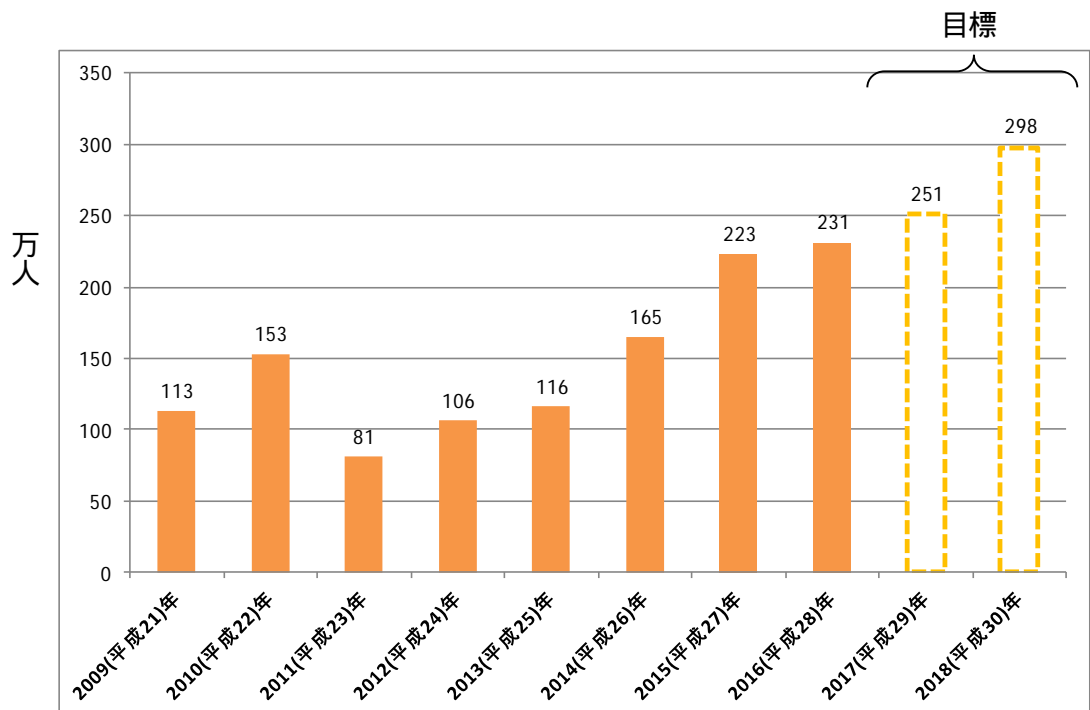
(3) 外国人観光客に関する目標

外国人旅行者の訪問者数（暦年）

今後は、プロモーションのターゲットとする国や地域を明確にした上で、ニーズを踏まえた戦略的プロモーションを実施することに加え、外国人観光客の受入環境整備に取り組むことにより、**県内への外国人旅行者の訪問者数を段階的に増やし、2018（平成30）年には298万人とすることを目標とします。**

項目	2014(平成26)年	2016(平成28)年	2017(平成29)年	2018(平成30)年
外国人旅行者の訪問者数	165万人	231万人	251万人	298万人

観光庁「訪日外国人消費動向調査」及び日本政府観光局(JNTO)調査による推計に基づき設定。



5 施策体系

「観光立県かながわ」の実現を目指して、次の体系により、施策・事業を展開します。

基本施策1 魅力ある観光地の形成

- (1) 観光資源の発掘・磨き上げ
 - ア 新たな観光地域づくり
 - イ 多様な資源を活用した観光魅力づくり
 - ウ 観光地の魅力を向上させる景観形成の促進
 - エ 観光資源を活用した体験型ニューツーリズムの促進
 - オ 県の施策をテーマとしたツアーの企画・商品化
 - カ 広域での周遊ルートづくり
- (2) 戦略的プロモーションの推進
 - ア 神奈川の魅力を伝えるプロモーションの実施
 - イ 多様なツールを活用した情報発信
- (3) 受入環境の整備
 - ア 観光振興に資する交通基盤等の整備
 - イ ユニバーサルツーリズム¹促進のための環境整備
 - ウ 観光客を迎えるおもてなしの向上
 - エ 観光客の安全・安心の確保

基本施策2 外国人観光客の誘致促進

- (1) インバウンドツアーの企画・商品化の促進
- (2) 外国人観光客の誘致を図るプロモーションの推進
- (3) 外国人観光客の受入環境の整備

基本施策3 観光関連産業の成長促進

- (1) 観光に関する事業の活性化や事業拡大の促進
- (2) 地域の産品の開発や販路開拓等
- (3) 観光振興を担う人材の育成
- (4) 災害時の観光関連産業の支援

1 ユニバーサルツーリズム：年齢や障がいの有無などにかかわらず、全ての人が気兼ねなく参加し楽しめる旅行。

基本施策 1 魅力ある観光地の形成

(1) 観光資源の発掘・磨き上げ

【取組目標】

項目	2014(平成26)年度	2016(平成28)年度	2017(平成29)年度	2018(平成30)年度
近隣都県を含む広域的な周遊ルートの造成数(累計)	-	10本	20本	30本

ア 新たな観光地域づくり

新たな観光の核づくり(城ヶ島・三崎地域、大山地域、大磯地域)など、地域主体で取り組む魅力づくりを支援し、観光地域づくりを推進します。

【現状と課題】

県内には、国際的な観光地である横浜・鎌倉・箱根があり、2014(平成26)年の入込観光客数(1億8,410万人)のうち、約47%(8,741万人)がこの3地域を訪問しています。

平成26年の入込観光客の状況

	延べ人数	構成比
横浜市	4,426 万人	24%
鎌倉市	2,196 万人	12%
箱根町	2,119 万人	12%
合計	8,741 万人	47%
県全体	18,410 万人	100%

そこで、県では、この3地域に続く観光地づくり(新たな観光の核づくり構想)として、城ヶ島・三崎地域、大山地域、大磯地域において、地域主体の魅力づくりを支援しています。

また、神奈川の「海」をキーワードにして、あらゆる海の魅力をパッケージにして発信する「かながわシープロジェクト」や、県西地域が持つ多彩な地域資源を活用し、「未病を治す」をキーワードにした取組である「県西地域活性化プロジェクト」等を推進しています。

今後、国内外から観光客の一層の増加を図るため、このような取組を通じて、県内の周遊・滞在を促す、魅力的な観光地域づくりを進めていきます。

【主な事業】

城ヶ島・三崎地域の観光の核づくり **県** **市町** **民間**

風光明媚な三浦の情景、神奈川県最大の自然島である城ヶ島、海や富士山の眺望と漁村文化や三浦のマグロ・野菜の食文化等を活用した「観光＋医療ツーリズム＋グリーンツーリズム」を展開することにより、魅力ある国際観光地を目指します。

大山地域の観光の核づくり **県** **市町村** **民間**

かつて「大山講」でにぎわった歴史的観光地「大山」の地域ならではの資源＝魅力を再発見・再評価し、自然体験・歴史再発見プログラム等を展開することにより、外国人観光客が日本文化を再発見する先駆地として、国際観光地を目指します。

大磯地域の観光の核づくり **県** **市町** **民間**

ゆっくりと時を刻んで磨かれてきた大磯の地域資源と、今後新たに加わる地域資源を活かしたニューツーリズムなどの事業を展開し、スローライフが似合う国際観光地を目指します。

かながわシープロジェクトの推進 **県** **市町** **民間**

マリンスポーツを楽しめる環境の整備や、海の魅力や楽しみ方をパッケージにして国内外に発信する「Feel SHONAN」キャンペーンの展開、湘南ブランドの再構築・活用などに取り組み、国際競争力のあるビーチリゾートを目指します。

県西地域活性化プロジェクトの推進 **県** **市町** **民間**

県西地域が持つ自然や食などの多彩な地域資源を活用し、「未病を治す」をキーワードに、「未病いやしの里づくり」など「未病を治す」取組を推進します。

三浦半島魅力最大化プロジェクトの推進 **県** **市町** **民間**

変化に富んだ海岸線や豊富な歴史的文化遺産、三浦真珠プロジェクトをはじめとした農水産業など、三浦半島地域の潜在的な観光資源を磨き上げて、海の駆けめぐりルートなど、周遊ルートの整備を促進します。

宮ヶ瀬湖周辺地域の活性化 **県** **市町村** **民間**

首都圏最大の宮ヶ瀬ダムと豊かな自然に恵まれた周辺地域の魅力を最大限に活用していくため、遊覧船のリニューアルや、湖の特性を生かした「遊び・アクティビティ」の充実などを行い、地域全体の魅力向上と、観光を通じた地域活性化を推進します。

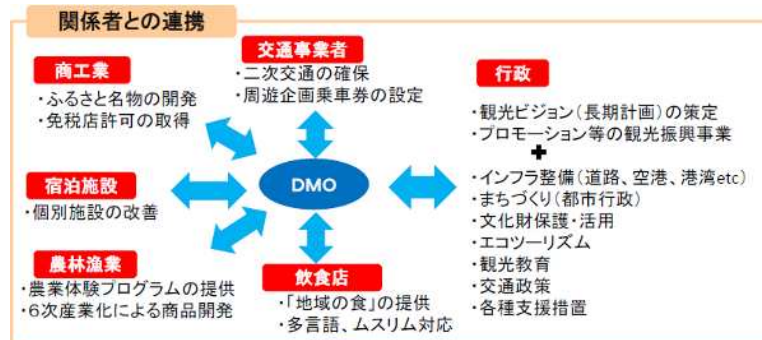
DMOの設立支援 **県** **市町村** **民間**

地域を取り巻く環境や観光客のニーズを分析し、地域の観光資源をテーマ性を持った旅行商品として継続的に企画・販売することにより、観光地域づくりをリードする組織体「DMO」の設立を支援します。

コラム：DMOとは？

DMO(Destination Marketing/Management Organization)は、国内外からの観光客の地方への流れを戦略的に創出し、観光による地方創生を実現していくために、観光に関する各種データの継続的な収集・分析、明確なコンセプトに基づいた戦略の策定、KPI (Key Performance Indicator：主要業績評価指標) の設定など、地域の「稼ぐ力」を引き出すための観光地域づくりを主体的に推進する組織体です。

観光庁では、「日本版DMO候補法人登録制度」を創設し、登録を受けたDMO候補法人に対して、まち・ひと・しごと創生本部の新型交付金をはじめとした重点的な支援を実施していくとしています。



観光庁作成 「「日本版DMO」形成・確立に係る手引き(第1版)」より

イ 多様な資源を活用した観光魅力づくり

歴史・文化、景観・自然、伝統工芸、伝統芸能、食文化など、地域の様々な魅力を観光資源として発掘・磨き上げる取組を促進します。

【現状と課題】

県内には、歴史・文化、景観・自然、伝統工芸、伝統芸能、食文化など、地域で育んできた様々な観光資源があります。

【神奈川県のおすすめ観光資源】

<歴史・文化> (かながわの景勝50選より)



三溪園(横浜市)



小田原城(小田原市)



日向薬師(伊勢原市)

< 景観・自然 > (かながわの景勝50選より)



城ヶ島 (三浦市)



秋谷の立石 (横須賀市)



森戸の夕照 (葉山町)



披露山公園 (逗子市)



稲村ヶ崎 (鎌倉市)



真鶴岬と三ツ石 (真鶴町)



大山山頂 (伊勢原市)



足柄峠 (南足柄市)



仙石原 (箱根町)

(かながわの花の名所100選より)



常泉寺のミツマタ (大和市)



ひまわり広場 (座間市)



吾妻山公園の菜の花 (二宮町)



あじさい農道 (開成町)



檜洞丸山頂付近のツツジ (山北町)



幕山公園の梅 (湯河原町)

< 伝統工芸 > (国指定伝統的工芸品)



鎌倉彫



小田原漆器



箱根細工

< 伝統芸能 > (国指定重要無形民俗文化財)



チャッキラコ (三浦市)



貴船神社の船祭り (真鶴町)



大磯の左義長 (大磯町)

< お祭り > (かながわのまつり50選より)



鎌倉まつり (鎌倉市)



浜降祭 (茅ヶ崎市)



湘南ひらつか七夕まつり (平塚市)



相模の大凧 (相模原市・座間市)



秦野たばこ祭 (秦野市)



箱根大名行列 (箱根町)

そこで、県内に散在するこれらの観光資源を、県民や事業者からアイデアを募集し、観光客の多様なニーズに応じて周遊・滞在できる旅行商品として発掘・磨き上げることで、観光魅力を高めていきます。

【主な事業】

文化芸術等の振興 **県** **市町村** **民間**

神奈川芸術劇場等でのオリジナル・ミュージカルの制作や、県内の文化遺産を活かした『カナガワ・リ古典プロジェクト』の実施など、神奈川ならではの舞台芸術作品の創造・発信をはじめ、伝統芸能、舞台芸術作品の公演などを支援するとともに、オリンピック・パラリンピックの文化プログラムを展開します。

さらに、金沢文庫の中世歴史資料、歴史博物館の神奈川ゆかりの文化・歴史資料、生命の星・地球博物館の自然史資料及び近代美術館の美術作品などにより、博物館や美術館での展示や教育普及活動を通じ、地域の歴史や文化、自然などに対する理解を深める取組を推進します。

箱根ジオパークを活用した観光の推進 **県** **市町** **民間**

箱根町の芦ノ湖や、真鶴町の三ツ石海岸など、箱根火山とその周辺地域が有する地質をはじめ、自然、歴史、文化などの多様な資源を持つ地域を、日本ジオパークに認定された「箱根ジオパーク」として活用することで、火山と共生する箱根エリアの新たな魅力として紹介します。

「鎌倉」世界遺産登録の推進と魅力発信 **県** **市** **民間**

世界遺産登録を目指している、神奈川が誇る「鎌倉」の文化遺産を守り、後世に伝える取組を進めるとともに、その魅力を積極的に発信します。

指定文化財の保存活用等への支援 **国** **県** **市町** **民間**

国・県指定文化財などの適切な保存及び活用を図るため、所有者等を支援します。

地域のイベントなどへの支援 **県**

県の観光施策・事業との整合性を有する地域のイベントを後援するなど、市町村、観光事業者、NPO、県民等が主体的に行う地域活性化の取組を支援します。

【地域のイベント例】



宮ヶ瀬クリスマスみんなのつどい
(清川村)



巖島湿生公園「竹灯籠の夕べ」
(中井町)



まつだ桜まつり
(松田町)

地域の観光資源の発掘・磨き上げ **県** **市町村** **民間**

県内には、戦争遺跡として砲台や地下壕などがありますが、統一的な整備や広報が行われていません。また、各地域で伝統的な祭りが行われており、参加したいというニーズも高まっていますが、広域的な広報が行われていません。

そこで、こうした埋もれた観光資源を掘り起こし、観光客が体験できる旅行商品として磨き上げ、発信します。

観光魅力づくりに関する顕彰の実施 **県**

観光資源を、観光客のニーズに応じて組み合わせた着地型旅行商品の造成など、観光振興に資する優れた取組を行った団体や個人を表彰することにより、地域が主体となった観光魅力づくりを促進します。

コラム：かながわ観光大賞

かながわ観光大賞は、本県を訪れる観光客の増加や地域活性化等に大きく寄与し、他の観光振興の取組の励みとなった事業者・団体・個人を表彰することにより、観光振興に向けた意欲を一層高め、「観光立県かながわ」の実現を図ることを目的としています。

【受賞者の例】



(株)一の湯
(箱根町)



(有)笹生農園 レストラン栗の里
(厚木市)



中央林間手づくりマルシェ実行委員会
(大和市)



きまつり実行委員会
(小田原市)

ウ 観光地の魅力を向上させる景観形成の促進

近代建造物と庭園を保全・活用した地域づくり、丹沢大山国定公園や県立自然公園の保全など、景観形成の取組等を促進します。

【現状と課題】

県内には、日本の近代化を支えた建造物や寺社・仏閣等の歴史的建造物、眺望のよい海岸線や温泉地の街並みなど、世界に誇れる景観が多数あります。

【神奈川県のおすすめの景観】

< 建築物 >



神奈川県庁本庁舎 (横浜市)



しぎたつあん
鳴立庵 (大磯町)



大山寺 (伊勢原市)

< 街並み >



日本大通り (横浜市)



三崎の港町 (三浦市)



小原宿本陣 (相模原市)

そこで、観光地の魅力を向上させるため、これらの景観を形成・維持していきます。

【主な事業】

景観形成の推進 **県** **市町村**

市町村が地域の特性を踏まえた景観行政を推進できるよう、県は必要に応じてこれを支援します。

近代建造物と邸園を保存・活用した地域づくり **県** **市町村** **民間**

相模湾沿岸地域などに数多く点在する、歴史的・文化的な遺産である近代建造物と邸園を保全・活用した地域づくりを推進します。

不法投棄防止・環境美化等の取組 **県** **市町村**

監視パトロール等の実施や、海岸漂着物の清掃事業など、観光地などにおける不法投

棄の防止や環境美化等の取組を促進し、美しい環境づくりに取り組みます。

自然環境等の維持保全 **国 県 市町村**

侵食傾向にある相模湾沿岸の砂浜や、富士箱根伊豆国立公園、丹沢大山国定公園、県立自然公園の維持管理、都市公園の整備運営など、地域の魅力向上に資する自然環境を保全するとともに、自然に親しむ場としての活用を図ります。

また、限りある温泉資源の持続的な利用を可能とするため、温泉資源の保護とその利用の適正を図ります。

エ 観光資源を活用した体験型ニューツーリズムの促進

グリーンツーリズム、商店街ツーリズム、ロケツーリズムなど、地域固有の資源を観光資源として活用する体験型ニューツーリズムを促進します。

【現状と課題】

観光客のニーズの多様化が進み、従来の観光資源に加え、農漁業体験、食文化、ドラマ・アニメ・映画など、新しい観光資源に注目が集まっています。

そこで、観光客の多様なニーズに応じたテーマを設定し、観光事業者等と連携して体験型のツアーとして企画することにより、観光魅力を高めていきます。

【主な事業】

グリーンツーリズムの促進 **県 市町村 民間**

農山漁村地域や水源地域において、山里での暮らしや間伐体験、農作業体験、農産物加工体験、農林漁家民泊等を通じて、自然、歴史、文化、人々との交流を楽しむ滞在型のツーリズムを促進します。

グルメツーリズムの促進 **県 市町村 民間**

三崎のまぐろ、湘南の生しらす、厚木シロコロ・ホルモン、さむかわ棒コロ、湯河原のたんたんたぬきの担々やきそばなど、ご当地グルメやB級グルメと言った食に加え、県内の酒蔵や、地域の飲食店が紹介された楽曲や小説などを観光に活用し、地域活性化を図るグルメツーリズムを促進します。

【神奈川県のご当地グルメ・B級グルメ】



三崎のまぐろ（三浦市）



湘南の生しらす



さむかわ棒コロ（寒川町）

産業ツーリズムの促進 **県** **市町村** **民間**

川崎の工場夜景、歴史的・文化的価値のある工場や遺構・機械器具、最先端の技術を備えた工場など、学びや体験を伴う産業ツーリズムを促進します。

商店街ツーリズムの促進 **県** **市町村** **民間**

買い物だけでなく、お祭りや地域の伝統文化の継承など、地域コミュニティを担ってきた商店街を新たな観光資源として捉え、個性ある店主たちとの触れ合いを通じて地域の商店街の魅力を再発見する商店街ツーリズムを促進します。あわせて、周辺の観光地情報を発信し、賑わいを創出します。

コラム：商店街ツーリズムの魅力

日常の買い物や欲しいものは、スーパーやショッピングモール等の郊外型大型店に加えて、手軽にインターネットで手に入る便利な時代。商店街で全ての買い物を済ませている方が、珍しくなってしまったかもしれません。

こうした中でも、神奈川の商店街には、『地域コミュニティの担い手』として日々頑張っている店主たちが、たくさんいます。逆境に負けず、前向きにアイデアを出し合い、一生懸命に取り組むことで、楽しさが生まれ、自然と人が集まってきます。

商店街の個性ある店主たちとの触れ合いを通じて、地域の商店街の魅力を再発見するのが「商店街ツーリズム」です。



モトスミ・ブレイメン通り商店街
(川崎市)



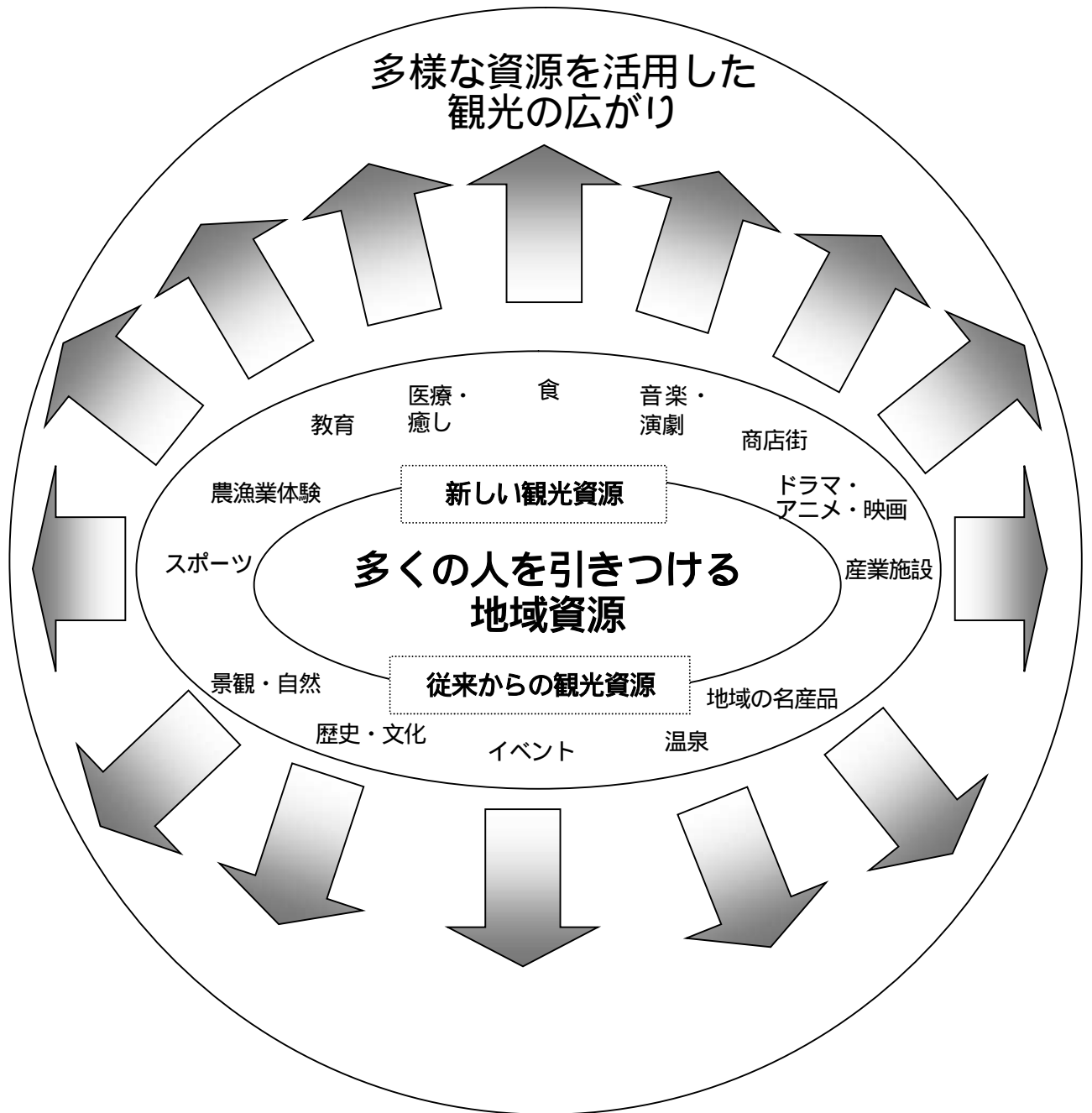
伊勢原駅前中央商店会
(伊勢原市)

ロケツーリズムの促進 **県** **市町村** **民間**

ドラマ・アニメ・映画のロケ誘致を促進するとともに、舞台となった地域を巡るツアーや、関連イベントを通して地域活性化を図るロケツーリズムを促進します。

スポーツツーリズムの促進 **県** **市町村** **民間**

スポーツ大会やイベントの誘致・開催などとともに、スポーツを「観る」「する」だけでなく、スポーツを「支える」人々との交流を取り入れたツーリズムを促進します。



オ 県の施策をテーマとしたツアーの企画・商品化

未病、ロボット、マグカル（マグネット・カルチャー）など、県の独自の施策をテーマとしたツアーを企画・商品化します。

【現状と課題】

県では、「いのち輝くマグネット神奈川」を実現するために、未病、ロボット、マグカルなどの取組を進めています。

そこで、観光事業者等と連携し、県が推進するこれらの施策を新たな観光資源として磨き上げ、ツアーとして企画・商品化していきます。

【主な事業】

未病をテーマとしたツアーの企画・商品化 **県** **市町** **民間**

自然、食、温泉などを観光資源として活用し、県西地域の「未病を治す」をテーマとしたツアーを企画・商品化していきます。

コラム：未病を治すかながわ宣言

超高齢社会が到来する中で、子どもから高齢者まで誰もが健康で生き生きとくらするしくみづくりが求められています。

そこで、「未病を治すかながわ宣言」（平成26年1月）に基づき未病センターの整備など社会環境づくりを進めるとともに、食（医食農同源）や運動、社会参加（交流）などの取組み、キャラクターや商標を用いた普及などを通じ、県民のライフスタイルの見直しを進め健康寿命の延伸を図っています。

未病を治すかながわ宣言

2つの理念

- ・ 「超高齢社会を幸せに生きるには未病を治すことが大切だ」という価値観を県民文化として育てます。
- ・ 未病を治す考え方を皆で学び、県民一人ひとりとはもとより社会のあらゆる主体が協力しあって、未病を治す取組みを展開します。

3つの取組み

- ・ 食：医食農同源の考え方で、バランスの良い食生活を送る取組み
- ・ 運動：日常生活に運動やスポーツなど身体活動を取り入れる取組み
- ・ 社会参加：人と人の出会い・ふれあい・交流を進める取組み



ミビョーナ・ミビョーネ

ロボットをテーマとしたツアーの企画・商品化 **県** **市町** **民間**

「さがみロボット産業特区」の取組を広く周知するとともに、開発した生活支援ロボット等を観光資源として活用し、ロボットの体験等をテーマとしたツアーを企画・商品化していきます。

コラム：さがみロボット産業特区

「さがみロボット産業特区」では、急速に進む高齢化や、いつ起きるか分からない自然災害から県民のみなさんの「いのち」を守るため、生活支援ロボットの実用化・普及を進めています。

「さがみ」には、日本が誇る先端技術がたくさんあります。こうした技術を結集し、人々の夢を実現できるロボットが、「さがみ」から続々と生まれています。

そして、ロボットが社会に溶け込み、いのちや生活のパートナーとして一緒に暮らしている「ロボットと共生する社会」の実現を目指しています。

「さがみロボット産業特区」の対象地域

相模原市・平塚市・藤沢市・茅ヶ崎市・厚木市・大和市・伊勢原市・海老名市・座間市・綾瀬市・寒川町・愛川町



独立行政法人

神奈川県産業技術総合研究所（海老名市） 湘南ロボケアセンター（藤沢市）

マグカルをテーマとしたツアーの企画・商品化 **県** **市町村** **民間**

文化芸術の人を引き付ける力を活かした新たなまちの賑わいづくりをめざす「マグカル(マグネット・カルチャー)」を観光資源として活用し、神奈川芸術劇場等でのオリジナル・ミュージカルや、県内の文化遺産を活かした「カナガワ・リ古典プロジェクト」など、マグカルをテーマとしたツアーを企画・商品化していきます。

コラム：マグカル(マグネット・カルチャー)

ニューヨークのプロードウェイに世界中から人が集まるように、文化芸術が持つ、人をひきつける力を神奈川の魅力の一つにしたいという発想から「マグカル」は生まれました。

県内の豊富な芸術・文化情報をポータルサイト、Facebook、Twitterで、リアルタイムにお伝えする「MAGCUL.NET」や、県にゆかりのある文化遺産を新しい発想で活用することで、現代を生きる文化芸術として”再(=RE)”発信し、伝統文化の魅力を

一人でも多くの方に体感していただく「カナガワ リ・古典プロジェクト」などの事業を展開しています。



マグカル ロゴマーク



カナガワ リ・古典プロジェクト2015 in 大山

カ 広域での周遊ルートづくり

複数の自治体が連携し、富士箱根伊豆地域や首都圏等を周遊する旅行商品を企画・販売するなど、宿泊を伴う周遊・滞在を促進します。

【現状と課題】

平均観光消費額が多い宿泊客の増加を図るためには、市町村や県域の枠を超えた広域的な周遊観光の促進が求められています。

そこで、近隣都県を含む複数の自治体と連携し、テーマ性を持った広域的な周遊ルートの企画・商品化を進めていきます。

【主な事業】

富士箱根伊豆交流圏における観光の推進 **県** **市町** **民間**

富士箱根伊豆地域の多彩な観光資源を活用し、交流・連携を通じて地域の活力を一層高めるため、山梨県・静岡県・神奈川県之三県共同で観光客の誘致促進を図るとともに、三県のハイキングコース等を結んだ「富士箱根伊豆スーパートレイル」や、「伊豆半島ジオパーク」と「箱根ジオパーク」をめぐるジオパークツアーなどを促進します。

首都圏と連携した観光の推進 **県** **市町村** **民間**

圏央道や東京湾アクアライン等の首都圏の高速道路ネットワークを活用した新たな周遊ルートの造成など、首都圏の自治体と連携した取組を推進します。

(2) 戦略的プロモーションの推進

【取組目標】

項目	2014(平成26)年度	2016(平成28)年度	2017(平成29)年度	2018(平成30)年度
映像等のコンテンツの制作件数(累計)	20件	70件	85件	100件
市町村・観光協会等との共同プロモーションの実施件数(累計)	6件	23件	33件	43件

ア 神奈川の魅力を伝えるプロモーションの実施

ラグビーワールドカップ2019と東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会の開催に向け、神奈川の魅力を伝えるプロモーションを、市町村や観光事業者等と連携して実施します。

【現状と課題】

ラグビーワールドカップ2019の決勝戦や東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会のセーリング競技が県内で開催されることから、多くの観光客が訪れることが見込まれます。

そこで、より多くの人に神奈川の魅力を伝えるため、市町村や観光事業者等と連携して、戦略的にターゲットを絞りながらプロモーションを実施していきます。

【主な事業】

神奈川の魅力を伝えるコンテンツの制作
神奈川の多彩な魅力を多くの観光客に知ってもらい、関心や興味を持ってもらうため、市町村や観光協会などと連携して、インターネット配信用の動画の制作をはじめ、映像等のコンテンツを制作します。

県 市町村 民間



コンセプトムービー「いざ 神奈川」

観光客のニーズ等に応じたプロモーションの実施 **県** **市町村** **民間**

若者はアニメ、シニアは歴史・文化と言った世代のニーズに応じたプロモーションを実施します。また、本県から200km圏のエリアである北陸や東北地方をターゲットに、宿泊客を呼び込むためのプロモーションを実施します。

市町村・観光協会等との共同プロモーションの実施 **県** **市町村** **民間**

県、県観光協会、市町村、市町村観光協会、観光事業者等で構成する「神奈川集中観光キャンペーン実行委員会」において、サービスエリア等で一斉かつ集中的にプロモーションを実施します。

鉄道会社と連携したプロモーションの展開 **県** **市町村** **民間**

市町村や経済団体等と協力し、JRグループと連携して実施する全国規模の観光キャンペーン（デスティネーションキャンペーン）の誘致などを検討します。

他県との相互交流によるプロモーションの実施 **県** **民間**

教育、観光、産業の分野で交流を深めている富山県や鹿児島県と、相互に物産展を開催するなど、相互交流の観光プロモーションを実施します。

ふるさと納税ツアーによるプロモーションの実施 **県** **民間**

ふるさと納税の返礼品として「ふるさと納税ツアー」等を企画し、観光客を誘致するプロモーションを実施します。

神奈川の観光イメージ向上の取組 **県**

神奈川にゆかりがある文化人・著名人を「かながわ観光親善大使」として任命するとともに、庁舎公開や県の施策の普及啓発イベント等と連携することにより、県の観光イメージの向上を図ります。

かながわ観光親善大使

上野水香氏（バレリーナ）

船越英一郎氏（俳優）

高島礼子氏（女優）

八木亜希子氏（キャスター）

河村隆一氏（アーティスト）

新垣里沙氏（女優）&カナガワニ（tvkキャラクター）

コラム：受動喫煙防止対策の取組

受動喫煙とは、他人のたばこの煙を吸わされることです。受動喫煙により、たばこを吸わない人も、健康リスクを負うこととなります。

県では、「神奈川県公共的施設における受動喫煙防止条例」を定め、建物内の禁煙、分煙のルールを定めています。学校や官公庁などは第1種施設として「禁煙」、飲食店や宿泊施設などは第2種施設として「禁煙又は分煙」としています。（ただし、小規模な飲食店や宿泊施設などは、「禁煙又は分煙」が努力義務となっています。）

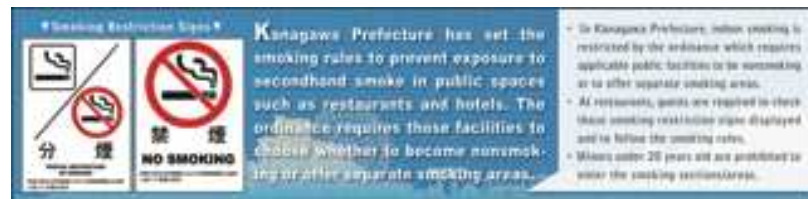
県民の皆様をはじめ、県外や海外からの来訪者の皆様にも条例を理解していただけるよう、観光情報誌やパンフレットなどで、普及啓発に努めています。



条例のパンフレット



観光情報誌に掲載した外国の方への案内



イ 多様なツールを活用した情報発信

ホームページや観光パンフレットなどに加え、SNS（ソーシャルネットワークサービス）やデジタルサイネージ（電子看板）など多様なツールを活用して、最新の観光情報を発信します。

【現状と課題】

インターネットや情報端末等の発達により、観光客は、必要な観光情報をいつでもどこでも入手し、発信できるようになっています。

そこで、従来のホームページや観光パンフレットに加え、SNSやデジタルサイネージなどの多様なツールを活用して情報発信していきます。

【主な事業】

ホームページやパンフレットによる観光情報の発信 **県** **市町村** **民間**
観光客が必要な観光情報を簡便かつ手軽に入手できるようにするため、ホームペー

ジのコンテンツを更に充実させ、旬の観光情報を発信します。

また、観光パンフレットを観光案内所や道の駅、サービスエリア、駅、商業施設、宿泊施設等に配布するほか、東京都内や近県の観光案内所や宿泊施設などにも配布して観光客を呼び込みます。

SNS等を活用した観光情報の発信 **県** **市町村** **民間**

かなたびサポータークラブのフェイスブックや特命かながわ発信隊など、SNS等を活用した口コミにより、観光客のネットワークやコミュニティを通じた観光情報の拡散を図ります。また、観光地において、デジタルサイネージの導入などを促進します。

コラム：進化するデジタルデバイス

インターネットから情報を入手するツール（デジタルデバイス）は、机上での入手を前提としたパソコンから、携帯電話、スマートフォン、タブレットなどの持ち運びを前提としたデジタルデバイスに進化してきました。これらのツールは、観光に行く前の計画段階だけでなく、実際に観光をしているときの経路案内や、アプリを活用した多言語による観光案内などでも活躍しています。

そこで、現在では、これらの進化したデジタルデバイスを、どのようにプロモーションに活かしていくかが重要となります。



スマートフォンアプリ
（湘南魅力まるごとガイド）



電子看板（デジタルサイネージ）
（東京湾フェリー）

(3) 受入環境の整備

【取組目標】

項目	2014(平成26)年度	2016(平成28)年度	2017(平成29)年度	2018(平成30)年度
観光関連事業者等を対象とした研修会等の開催回数(累計)	5回	19回	27回	35回

ア 観光振興に資する交通基盤等の整備

交通基盤等の整備を推進し、観光客の観光地への来訪及び観光地間の移動の円滑化を促進します。

【現状と課題】

県内は、東京や羽田空港からのアクセスに優れ、多くの観光客が来訪しますが、観光地へ向かう道路網は渋滞が発生する箇所があります。


そこで、交流と連携を支える交通基盤等の整備を推進し、観光地への来訪や観光地間の移動の円滑化を促進していきます。

また、2020年の東京オリンピック・パラリンピック競技大会開催の機会を捉え、超過課税を活用し、東京オリンピック・パラリンピックに向けた幹線道路の整備に取り組んでいきます。

【主な事業】

自動車専用道路網の整備 

新東名高速道路や横浜湘南道路・高速横浜環状南線など、県土構造の骨格として重要な自動車専用道路網の整備を促進します。

インターチェンジ接続道路の整備 

新東名高速道路へのアクセス道路として、国道129号(戸田立体)や県道603号(上粕屋厚木)の整備を進めるなど、新たに整備される自動車専用道路への円滑なアクセスを確保するため、インターチェンジ接続道路の整備を推進します。



国道129号(戸田立体部)完成予想図

交流幹線道路網の整備 

観光地への交通アクセスの改善を図るため、県道611号(大山坂戸)大山バイパスの

整備や、三浦縦貫道路 期の整備を進めるなど、自動車専用道路網を補完して、地域の交流・連携を支える幹線道路網の整備を推進します。

道路の有効活用 **県**

都市計画道路腰越大船線（大船立体）の整備や都市計画道路下今泉門沢橋線（上郷立体）の整備を進めるなど、大河川や鉄道などによる地域分断や交通のボトルネックの解消を図ります。また、道路利用者の利便性向上に資する(仮称)綾瀬スマートインターチェンジなどのスマートインターチェンジや、地域経済・観光・防災などの多様な機能を備え、地域振興に資する「道の駅」の整備を促進します。



(仮称)綾瀬スマートインターチェンジ
パース図(イメージ)

新しい交通網の整備促進 **県** **市町村** **民間**

リニア中央新幹線の建設促進や東海道新幹線新駅の設置、これらを繋ぐJR相模線複線化等の促進に向けて取り組むとともに、神奈川東部方面線整備などを促進します。また、バス路線や海上交通網（シーレーン）の整備など、二次交通の充実を検討します。

羽田空港周辺のアクセスの整備促進 **県** **市** **民間**

羽田空港の国際化を活用したまちづくりが進められる中、空港周辺の交通アクセスとして、東京と神奈川を結ぶ連絡道路や東海道貨物支線貨客併用化など、道路や鉄道の整備を促進します。

安全で快適なみち空間の整備 **県** **市町村**

安全で快適なみち空間を形成するため、誰もが歩きやすい社会基盤の整備として、幅の広い歩道や段差のない歩道の整備、無電柱化に取り組むとともに、街路樹の整備などを推進します。

広域農道小田原湯河原線の整備 **県** **市町**

樹園地帯における観光農園や直売所、果樹オーナー制度など、観光農業の促進や、観光資源へのアクセス改善を図ることにより、都市と農村の交流、農業経営の改善及び地域経済の活性化を促進します。

イ ユニバーサルツーリズム促進のための環境整備

製品や建物、環境を、障がいの有無、年齢、性別など、人がもつそれぞれの違いを超えて、あらゆる人が利用できるようにはじめから考えてデザインする、ユニバーサルデザインの考え方にに基づき、誰でも観光を楽しめるように、観光施設のバリアフリー化などの環境整備と情報発信を促進します。

【現状と課題】

超高齢化社会の到来等を背景に、年齢、障がいの有無などにかかわらず、誰もが観光を楽しめるユニバーサルツーリズムの促進がより一層求められています。

そこで、バリアフリーの街づくりを促進するとともに、観光施設等のバリアフリー対応状況を発信していきます。



バリアフリー対応の例（神奈川県立歴史博物館・横浜市）

【主な事業】

バリアフリーの街づくりの促進 **県** **市町村** **民間**

みんなのバリアフリー街づくり条例に基づき、市町村、観光事業者等と連携し、バリアフリーの街づくりに向けた各種普及啓発事業を行うなど、ユニバーサルデザインの観点に立った取組を推進します。

観光バリアフリーに関する情報の発信 **県**

ホームページやパンフレットなどを通じて、観光施設等のバリアフリー対応状況を発信するなど、ユニバーサルツーリズムに関する情報を広く発信します。

ウ 観光客を迎えるおもてなしの向上

観光関連事業者等を対象にした人材育成講座や研修会を開催するほか、観光に関わる県民の自主的活動を促進するため、観光ボランティア団体の活動等を支援します。

【現状と課題】

観光客の満足度を高め、リピーターを増やすためには、地域の人たちとの交流などによる感動体験を増やしていくことが重要です。

そこで、地域のおもてなし力の向上を図るため、観光関連事業者等を対象に人材育成講座や研修会を開催するほか、観光ボランティア団体の活動等を支援していきます。

【主な事業】

大学との連携による人材育成 **県** **民間**

観光資源の活用、観光産業の振興、観光旅行者への接遇などをテーマとした人材育成講座「かながわ移動観光大学」を、県内の大学と連携して各所で開催します。

コラム：かながわ観光大学推進協議会

神奈川県と、県内に観光分野の学部・学科等を有する松蔭大学、東海大学、文教大学、横浜商科大学の4大学は、神奈川県における観光を通じた地域の振興と観光産業の振興に寄与することを目的として、「かながわ観光大学推進協議会」を設置・運営しています。

協議会では、観光に関わる様々な人材を対象に、観光資源の活用や観光産業の振興、観光旅行者への接遇などをテーマとした人材育成講座「かながわ移動観光大学」や、高校生が観光分野に興味を持つきっかけとなるよう、高校生 外国人「おもてなしアイデア」コンテストなどを開催しています。



かながわ移動観光大学



高校生 外国人「おもてなしアイデア」コンテスト

観光客を迎えるおもてなしの向上 **県**

顧客満足度の高い観光施設等から講師を招き、観光関連事業者向けの研修会を開催し、おもてなし力の底上げを図ります。

また、観光振興に資する優れた取組を行った団体や個人を表彰することにより、観光振興への新たな取組などの促進を図ります。

観光ボランティアガイドへの支援 **県**

県内各地で活動している観光ボランティアガイド等のネットワーク組織である「かながわボランティアガイド協議会」への支援を通じて、観光案内の重要な担い手である観光ボランティアの人材育成への支援を行います。

エ 観光客の安全・安心の確保

災害時プッシュ型情報アプリの活用など、外国人を含む観光客向けの防災・災害情報を充実するとともに、企画旅行の事故発生の防止に努めます。

【現状と課題】

観光客の安全・安心を確保するためには、災害等の発生時に、正確な情報をタイムリーに届けることが重要です。

そこで、災害時応急活動体制や危機管理体制を整備するとともに、安全・安心に係る情報を正確かつ迅速に観光客に提供します。

【主な事業】

地域の防災対策に係る計画の策定等 **県** **市町村**

県内の地震災害、風水害その他の災害などに関して総合的な対策を定め、事前の対策を推進して災害に強い安全な県土づくりを進め、県民や県内を訪れる観光客の安全・安心の確保を図ります。

災害時応急活動体制の整備 **県**

大規模災害発生時に、市町村等への情報提供を通じて、迅速、的確な応急対策を実施し、県民や県内を訪れる観光客の安全・安心を図ります。

危機管理体制の整備 **県**

県民や県内を訪れる観光客に重大な被害や損害を及ぼす事件・事故等が発生した場合、又は発生するおそれがある場合、関係部局等により構成する会議を開催して、情報の共有等を図り、迅速な対応に努めます。

安全・安心に係る情報の提供 **県** **市町村** **民間**

観光ホームページや観光案内所、災害時プッシュ型情報アプリなどを通じて、自然災害や事故に関する情報を正確かつ迅速に提供します。

また、観光客の食の安全・安心を確保するため、食品表示制度の普及・啓発を行い、食品表示の適正化を図ります。

基本施策2 外国人観光客の誘致促進

(1) インバウンドツアーの企画・商品化の促進

外国人目線による観光資源の発掘や磨き上げを行い、ツアー企画の商品化を促進します。

【取組目標】

項目	2014(平成26)年度	2016(平成28)年度	2017(平成29)年度	2018(平成30)年度
ラグビーワールドカップ2019に向けた周遊型・体験型ツアーの企画・商品化件数(累計)	100件	400件	600件	800件
現地旅行代理店等と連携した団体旅行商品の企画件数(累計)	44件	136件	188件	245件

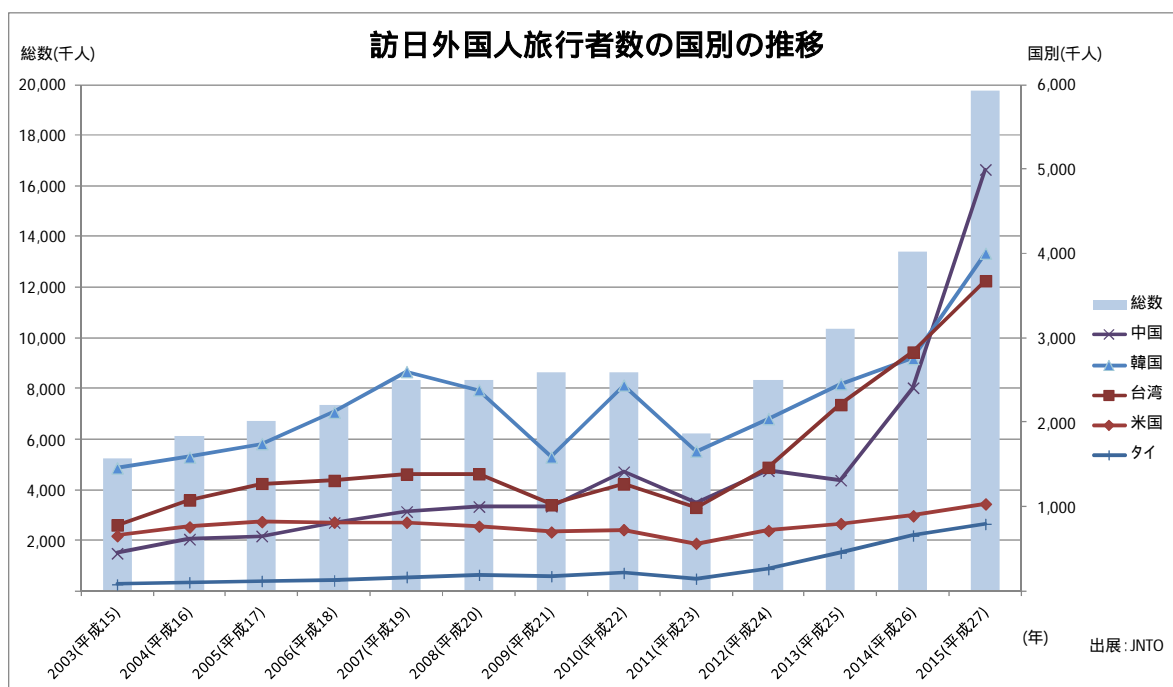
2019(平成31)年には、1,000件のツアーの企画・商品化を目指します。



ラグビーワールドカップ2015 決勝戦

【現状と課題】

アジア諸国の経済発展を背景に、国がビザ要件の緩和措置や免税制度の拡充を図ったことなどにより、訪日外国人が大幅に増加しています。



また、ラグビーワールドカップ2019の決勝戦及び東京2020オリンピック・パラリンピックのセーリング競技の開催都市となったことにより、多くの観客が県内を訪れると見込まれます。

そこで、外国人観光客のニーズを把握した上で、ツアー企画や商品化を促進するなど、周遊・滞在を促す取組を進めていきます。

【主な事業】

神奈川県観光魅力創造協議会 県 市町村 民間

ラグビーワールドカップ2019™及び東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会を契機に、国内外から観光客を誘致するために設置した「神奈川県観光魅力創造協議会」において、県内の歴史・文化、景観・自然など、地域の多様な観光資源の発掘・磨き上げや、ツアーの企画・商品化に取り組みます。

外国人観光客に関する観光データの整備 県

県内を訪問する外国人観光客の国・地域別のデータを整備し、そのニーズを分析して、観光施策を戦略的に推進します。

インターネット等を活用した外国人観光客のニーズ把握 県 民間

民間事業者と連携して、外国人観光客向けインターネット情報サイトへのアクセスデータや外国人観光客等へのアンケート調査を分析し、観光資源に関するニーズを把握します。

インバウンドツアーの企画・商品化 **県** **市町村** **民間**

外国人目線を活かしたツアー企画のコンテストを実施するなど、新たな周遊ルートを開発するとともに、旅行事業者と連携して、旅行商品化を促進します。



インバウンドツアーの例（貴船神社・真鶴町）

その際に、商店会等と連携して商店街ツアーを旅行商品に盛り込むなど、消費の拡大につながるよう企画します。

また、外国人観光客をターゲットにした物品販売に積極的に取り組む民間事業者と連携し、商業施設を活用した旅行商品化も促進します。

周遊旅行商品や交通パスの企画・販売の促進 **県** **民間**

個人旅行化が進み、リピーター率が高まっている国や地域をターゲットとして、旅行代理店や交通事業者と連携した周遊旅行商品や交通パスの企画・販売を促進します。

現地旅行代理店等と連携した団体旅行商品の企画・販売の促進 **県** **民間**

訪日外国人の増加が見込まれる国や地域をターゲットとして、現地旅行代理店等と連携し、県内を周遊する団体旅行商品の企画・販売を促進します。

広域での周遊ルートづくり **県** **市町村** **民間**

静岡県、山梨県、東京都、千葉県など、近隣都県と連携し、例えば静岡空港から入国し、羽田空港や成田空港から出国するといった広域的な周遊ルートの開発を進めます。

(2) 外国人観光客の誘致を図るプロモーションの推進

外国人観光客の誘致促進に向けて、ターゲットとする国や地域を明確にした上で、そのニーズを踏まえた戦略的なプロモーションを推進します。

【取組目標】

項目	2014(平成26)年度	2016(平成28)年度	2017(平成29)年度	2018(平成30)年度
海外のメディアや旅行会社の招請社数(累計)	16社	56社	79社	104社

【現状と課題】

近年、日本を訪れる外国人観光客は、団体旅行だけでなく、個人旅行も増加しており、観光ニーズが多様化しています。

また、ラグビーワールドカップ2019や東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会の開催を契機として、多くの外国人観光客に訪れていただくためには、神奈川の魅力を発信するプロモーションを積極的に展開していく必要があります。

そこで、外国人観光客の誘致を効果的に進めていくために、ターゲットとする国や地域を明確にし、そのニーズを踏まえた戦略的なプロモーションを推進していきます。

【主な事業】

ターゲットの設定による戦略的なプロモーションの推進 **県**

ラグビーワールドカップ2019や東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会を見据え、欧米諸国をターゲットにしたプロモーションを推進します。

あわせて、訪日観光客が大幅に増加している中国、台湾、ベトナム等のアジアの国や地域をターゲットに設定し、戦略的なプロモーションを推進します。

外国人に魅力を伝えるコンテンツの制作と収集 **県** **市町村** **民間**

神奈川の多彩な魅力を多くの外国人観光客に知ってもらい、関心や興味を持ってもらうため、市町村や観光協会などと連携して、映像等のコンテンツの制作や収集に取り組みます。



動画の例

(Tastes of JAPAN by ANA KANAGAWA)

海外での観光プロモーションの実施 **県** **市町** **民間**

ターゲットとする国や地域の特性やニーズに応じて、海外のメディアや旅行会社の招請、海外での観光展への出展、商談会の開催、海外での名産品の販売促進、アニメなどの舞台を切り口とした観光PRなどの海外プロモーションを実施します。

さらに、神奈川の魅力を海外に向けてアピールするため、海外の映画などのロケ誘致に取り組みます。

友好交流関係を活用したプロモーションの実施 **県** **民間**

神奈川県と友好交流関係にある中国・遼寧省と連携し、現地旅行会社を対象とした観光セミナーを開催することにより、県内の観光地をめぐる旅行商品の企画・販売を促進します。

東京都内の案内所等と連携したプロモーションの実施 **県** **民間**

東京を訪れた外国人観光客を県内に呼び込むため、都内の観光案内所、宿泊施設等と連携したプロモーションを実施します。

近隣自治体と連携した広域プロモーションの実施 **県** **市町村** **民間**

山梨県・静岡県及び県内の市町村・観光事業者等と連携して、外国人観光客の誘致に向けた観光魅力の情報発信やプロモーションを実施します。

さらに、東京都等と連携した共同プロモーションにも取り組みます。



山梨県・静岡県との連携の例
(タイ国際観光展)

クルーズ船で訪れる外国人観光客に向けたプロモーション **県** **市町村** **民間**

横浜港大さん橋に寄港するクルーズ船で訪れる外国人観光客を対象に、市町村・観光事業者等と連携して県内での周遊・滞在を促すプロモーションを検討します。

海外からの教育旅行の誘致促進 **国** **県** **市町村** **民間**

ニーズが高まっている訪日教育旅行の誘致に向け、県内の教育機関や市町村、国などの関係機関と連携して取組を進めます。

忍者を活用したプロモーションの実施 **県** **市町** **民間**

外国人観光客を引きつけるクールコンテンツの1つである忍者の魅力を活かすため、小田原の「風魔忍者」を国内外にアピールしていきます。



忍者の里「風魔まつり」

外国語での観光情報の発信 **県** **市町村** **民間**

観光パンフレットやホームページ、デジタルサイネージなどの多様なツールを活用して、神奈川の観光魅力や情報を幅広く発信します。また、フェイスブックやツイッターなどのSNSを活用し、口コミにより、イベントや観光スポットなどの情報の拡散を促進します。

さらに、企業との包括協定に基づく連携による情報発信を推進します。



ベトナム語版フェイスブック
「South of Tokyo, KANAGAWA XIN CHAO!」

コラム：口コミ拡散を狙え！

情報通信技術（Information and Communication Technology, ICT）が発達するにつれ、観光情報についても、パンフレットや観光情報ホームページを活用した片方向の情報発信から、ブログやフェイスブック、ツイッターといったSNSを活用した双方向の情報発信が重要となっています。

SNSの長所は、家族や友人、同じ趣味を持つ人たちの間で、情報がどんどん拡散していく点にあります。

例えば、「江ノ電の鎌倉高校前駅近くにある踏切が、人気アニメのオープニングのモデルとなっている」という情報が、このアニメを見た台湾の若者の間で口コミ拡散し、台湾から多くの観光客が訪れる人気スポットとなっています。

口コミ情報は、発信者が予想しない規模で拡散される可能性を秘めた、非常に強力な情報発信ツールです。そのため、観光客にどのような観光資源が好まれるのか、ターゲットのニーズに応じた情報を戦略的に発信していくことが重要となります。



江ノ電・鎌倉高校前駅付近の踏切（鎌倉市）

海外向け広報の実施 **県** **民間**

現地メディア、キーパーソン、在日外交団等を活用した情報発信により、神奈川の認知度の向上を図ります。

「かながわ国際ファンクラブ」の活用 **県**

留学生や神奈川ゆかりの外国人などをネットワーク化する「かながわ国際ファンクラブ」の活用により、神奈川の魅力を世界にアピールします。

コラム：かながわ国際ファンクラブ

「かながわ国際ファンクラブ」は、留学生など神奈川に親しみを持つ国内外の外国人の方々や、その方々を支える人々の集まりです。

ファンクラブでは、神奈川の魅力的な情報を発信、交換し、人と人との交流を進めます。ファンクラブを通して、世界と神奈川をつなぐネットワークをつくり、神奈川ゆかりの外国人の方々や、その方々を支える人々とともに活力ある神奈川をつくることをめざします。



かながわ国際ファンクラブによる
県内観光ツアー「かながわ探検隊」

MICE¹と連動したプロモーションの実施

「国際会議等の誘致の促進及び開催の円滑化等による国際観光の振興に関する法律（コンベンション法）」に基づき、1994（平成6）年に横浜市が、1999（平成11）年に箱根町が「国際会議観光都市」に認定されているほか、横浜市は2013（平成25）年6月に観光庁の「グローバルMICE都市」に指定されています。



MICEの例（ME-BYO Japan 2015）

そこで、MICEで訪れた外国人ビジネス客等を対象に、アフターコンベンションツアーを企画・実施することにより、県内の観光地のプロモーションを実施します。

(3) 外国人観光客の受入環境の整備

神奈川を訪れた外国人観光客が快適に旅行を楽しめるよう、**県内における観光客の受入環境を官民が連携して整備していくために設置した「神奈川県観光客受入環境整備協議会」の議論を踏まえて、県内における多言語化の促進やWi-Fi環境の整備、おもてなし人材の育成などについて、県、市町村、民間事業者が役割分担しながら、着実に取り組んでいくことで、外国人観光客の受入環境の整備を進めます。**

【取組目標】

項目	2015(平成26)年度	2016(平成28)年度	2017(平成29)年度	2018(平成30)年度
飲食店のメニューの多言語化店数（累計）	-	2,000店	4,000店	7,000店

【現状と課題】

外国人観光客が快適に過ごすことができる環境を整備することは、観光客の訪問を促進するとともに、満足度を高め、リピーターの増加にもつながります。

多様化する外国人観光客のニーズにきめ細かく対応するため、国や地域ごとのニーズを分析しながら、受入環境の整備を進めていく必要があります。

一方、外国人観光客が増えるにつれて、法的に問題がある宿泊サービスの提供や、生活習慣の違いによる近隣トラブル等が増加しているなどの課題が生じています。

そこで、受入環境の整備を進めていくに当たっては、これらの課題に十分な対策を講じる必要があります。

1 MICE：企業等の会議（Meeting）、企業等の行う報奨・研修旅行（インセンティブ旅行）（Incentive Travel）、国際機関・団体、学会等が行う国際会議（Convention）、展示会・見本市、イベント（Exhibition/Event）の頭文字から成る造語。多くの集客交流が見込まれるビジネスイベントなどの総称。

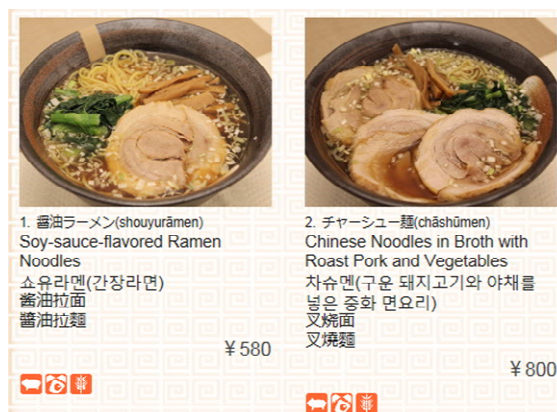
【主な事業】

宿泊インフラの充実 **県** **市町村** **民間**

今後、観光客の増加が想定されることから、市町村と連携しながら、住宅宿泊事業法、国家戦略特別区域における旅館業法の特例、今後想定される旅館業法の緩和による民泊サービスの健全な推進や、企業誘致施策「セレクト神奈川100」でのホテル誘致などにより、宿泊施設の充実・多様化を図ります。

多言語化の促進 **県** **市町村** **民間**

市町村や交通事業者と連携し、国のガイドライン（観光活性化標識ガイドライン、観光立国実現に向けた多言語対応の改善・強化のためのガイドライン）に沿って、多言語表記を推進していきます。また、神奈川の食文化を外国人観光客に堪能してもらうため、ICTを活用した飲食店のメニューの多言語化を促進します。



多言語メニューの例

Free Wi-Fi整備の促進 **県** **市町村** **民間**

外国人観光客が求める情報をリアルタイムで受け取れるように、県内の市町村・観光事業者等と連携してWi-Fi環境の整備を促進します。

外国人観光案内所の機能強化 **県** **市町** **民間**

外国人観光案内所の整備促進や、カテゴリー²を引き上げるための支援を行います。

羽田空港観光情報センターの運営 **県** **市**

近隣縣市と共同で運営している、羽田空港国際線ターミナル内の「羽田空港観光情報センター」において、神奈川の観光情報を提供し、外国人観光客の快適な旅行をサポートしていきます。



羽田空港観光情報センター

2 カテゴリー：日本政府観光局（JNTO）が、立地、機能等により、外国人観光案内所を1～3の3つのカテゴリーに分けて認定している。もっとも上位のカテゴリー3は、原則年中無休で、常時英語による対応が可能である、Wi-Fiが設置されている、などの基準をクリアする必要がある。

羽田空港からのリムジンバスルートの整備促進 **県** **民間**

バス事業者や宿泊事業者と連携し、羽田空港と県内観光地を結ぶリムジンバスの増強を検討します。

外国人向けおもてなし人材の育成 **県**

特区制度を活用した「特例ガイド」制度の整備による通訳案内士の育成や、県内の善意通訳ガイド³の活動支援に取り組みます。

ムスリム観光客の受入促進のための環境整備 **県** **民間**

ムスリム観光客の受け入れを促進するため、県内の大学等と連携して、観光事業者向けのムスリムおもてなしに関する研修を行うとともに、観光事業者をムスリム学生等が訪問して、受け入れのために課題抽出とアドバイスを行います。

外国人観光客の消費活動の促進 **県** **市町村** **民間**

外国人観光客の消費購買意欲を高めるため、免税店の拡大を啓発するほか、商店街等での免税手続一括カウンターの整備や観光案内所機能の併設を促進します。

さらに、団体旅行者の消費活動を高めるため、観光バスの駐車場の整備など環境づくりを促進します。

外国人観光客の安全・安心に係る情報の提供 **県**

ホームページやSNS、災害時プッシュ型情報アプリなどを通じて、自然災害や事故等に関する情報を、外国人観光客に正確かつ迅速に提供します。

3 善意通訳ガイド：日本政府観光局（JNTO）が提唱、推進する「善意通訳普及運動」に賛同し、JNTOに登録している個人または団体のこと。

基本施策3 観光関連産業の成長促進

(1) 観光に関する事業の活性化や事業拡大の促進

観光分野における新しい事業の立ち上げや事業拡大を支援し、観光産業を支える観光事業者の経営基盤強化を図ります。

【現状と課題】

観光産業は裾野が広く、特に外国人観光客の増加を追い風に、観光産業の付加価値の向上により地域経済の活性化を図っていく必要があります。

そこで、観光ニーズの多様化や訪日外国人の増加などに応じた新規事業の立ち上げや、事業拡大を支援することにより、観光産業の経営基盤強化を図っていきます。

【主な事業】

企業誘致施策による観光施設等の誘致促進 県 市町村

企業誘致施策「セレクト神奈川100」を通じて、市町村と連携しながらホテルなど一定の要件を満たす観光施設等の県内誘致を促進します。

経営相談などの実施 県 民間

観光事業者の抱える経営上の様々な課題の解決を図るため、経営相談への対応や、専門家の派遣を行います。

資金調達の支援 県 民間

中小企業制度融資を活用し、旅館の改修・増設や、店舗のバリアフリー化等を行う観光事業者の資金調達を支援します。

(2) 地域の産品の開発や販路開拓等

アンテナショップの運営による情報発信や、クラウドソーシングの活用などにより、新たな産品の開発及び販路開拓等を支援します。

【取組目標】

項目	2014(平成26)年度	2016(平成28)年度	2017(平成29)年度	2018(平成30)年度
かながわブランドの新規登録件数(累計)	1件	7件	10件	13件

【現状と課題】

県内には、伝統と風土に培われた名産である「かながわの名産100選」など、国内外に誇れる産品があります。

< かながわの名産100選の例 >



神奈川の地酒



神奈川のいちご



相模川の鮎



川崎大師の久寿餅



厚木・綾瀬の豚肉の味噌漬け



秦野のそば



大井町のひょうたん漬け



半原のネクタイ



津久井のくみひも

これらの産品は、現地を訪れた観光客がお土産として購入するばかりでなく、旅行先を検討する際の誘因にもなります。

そこで、アンテナショップなどにおいて、観光情報と併せて産品を紹介するとともに、クラウドソーシングなどを活用して、県内中小企業者の新商品開発や販売促進策を支援することにより、県内外への産品の発信力を高めていきます。

【主な事業】

かながわ産品の販路拡大の支援 **県** **民間**

アンテナショップの運営により、「かながわの名産100選」をはじめとする、かながわ産品の情報発信を行うとともに、消費者ニーズの把握や、県内外での販売機会の提供により、地域産品の販路開拓を支援します。

コラム：アンテナショップ

アンテナショップは、地方自治体の特産品を紹介・販売するとともに、観光情報を提供するなどにより、地域の魅力を発信する店舗です。

本県では「かながわ屋」が、観光客等の一般消費者や大手流通事業者等に対して、かながわ産品の情報発信を行い販路開拓・拡大を図るとともに、消費者のニーズを把握し、生産者にフィードバックすることにより、商品競争力の強化や新たな名産品商品の開発を支援しています。



アンテナショップ「かながわ屋」（横浜市）

かながわブランドの普及推進 **県** **民間**

湘南ゴールドや足柄茶など、本県の特徴ある産品を「かながわブランド」として登録し、その魅力を発信するなど、ブランド力の強化に取り組みます。

新たな産品の開発 **県** **民間**

クラウドソーシング等を活用して、新たな産品を開発することにより、神奈川の特産品や名産品のイメージアップを図ります。

コラム：クラウドソーシング・クラウドファンディング

クラウドソーシングとは、事業者が商品やサービスを開発・販売する際に、クラウドソーシング運営者を介して、インターネット等を通じて、不特定多数の人からアイデアを募り、より良いアイデアを採用して実際に形にする仕組みです。消費者・生活者のニーズを直接汲み取る費用対効果の高い手法として注目されています。

また、クラウドファンディングとは、インターネット等を通じて、不特定多数から少額ずつ事業に必要な資金を集める仕組みです。資金調達者は、銀行や投資家など金融の専門家ではない一般の人たちから、クラウドファンディング運営者を介して資金を集めます。資金調達者が事前に掲げた目標金額に達した場合、プロジェクト達成となり、資金調達者は集めた資金を元手にプロジェクトを実行し、資金提供者は見返りとして製品などのリターンを受け取ります。

(3) 観光振興を担う人材の育成

観光産業の発展による地域振興を図るため、大学等と連携して、観光地域づくりをリードする中核的な人材等の育成を図ります。

【現状と課題】

今後、観光産業の発展による地域振興を図るには、地域を取り巻く環境や観光客のニーズを分析（マーケティング）し、中長期的な視野に立って、地域の観光資源をテーマ性を持った旅行商品として、継続的に企画・販売するなど、観光地域づくりをリードするマネジメント人材の育成が求められています。

そこで、各地域が主体となって形成される「DMO (Destination Marketing/Management Organization、10ページ参照。)」をリードする中核的な人材等の育成を図っていきます。

【主な事業】

観光地域づくりのための人材育成 県 市町村 民間

地域が主体となり形成する「DMO」をリードする中核的なマネジメント人材等の育成を支援します。

また、観光事業者等を対象として、観光地域づくりに関するセミナーを開催し、情報共有することにより、観光地域づくりに関する機運と意欲の向上を図ります。

大学等との連携による中核人材の育成 県 民間

県内の観光関連学部・学科を有する大学等と連携し、観光地域づくりを担う中核人材の育成に取り組みます。

観光関連産業への就労支援 県

観光関連の会社でのインターンシップを通じて、観光関連産業に就職を希望する生徒一人ひとりの勤労観・職業観を育て、生徒が主体的に進路を選択する能力や態度を身につけるためのキャリア教育を推進します。

また、離職者の観光関連産業への就職を支援する訓練等を実施するほか、留学生を含む外国人の就職を支援します。

(4) 災害時の観光関連産業の支援

災害等が発生した地域の観光に関する正確な情報を発信するとともに、観光関連産業が事業を継続できるような資金調達等を支援します。

【現状と課題】

観光地において、ひとたび災害が発生すると、長期にわたって観光客が減少するなど、観光関連産業は多大な影響を受けます。

6 観光振興重点期間

計画に基づく観光振興施策の効果を高めるため、条例第19条に基づき、毎年10月から11月を、観光振興を重点的に展開する期間に設定します。

重点期間中は、市町村や観光事業者等と連携して、共同観光キャンペーンをはじめとした観光振興に取り組みます。

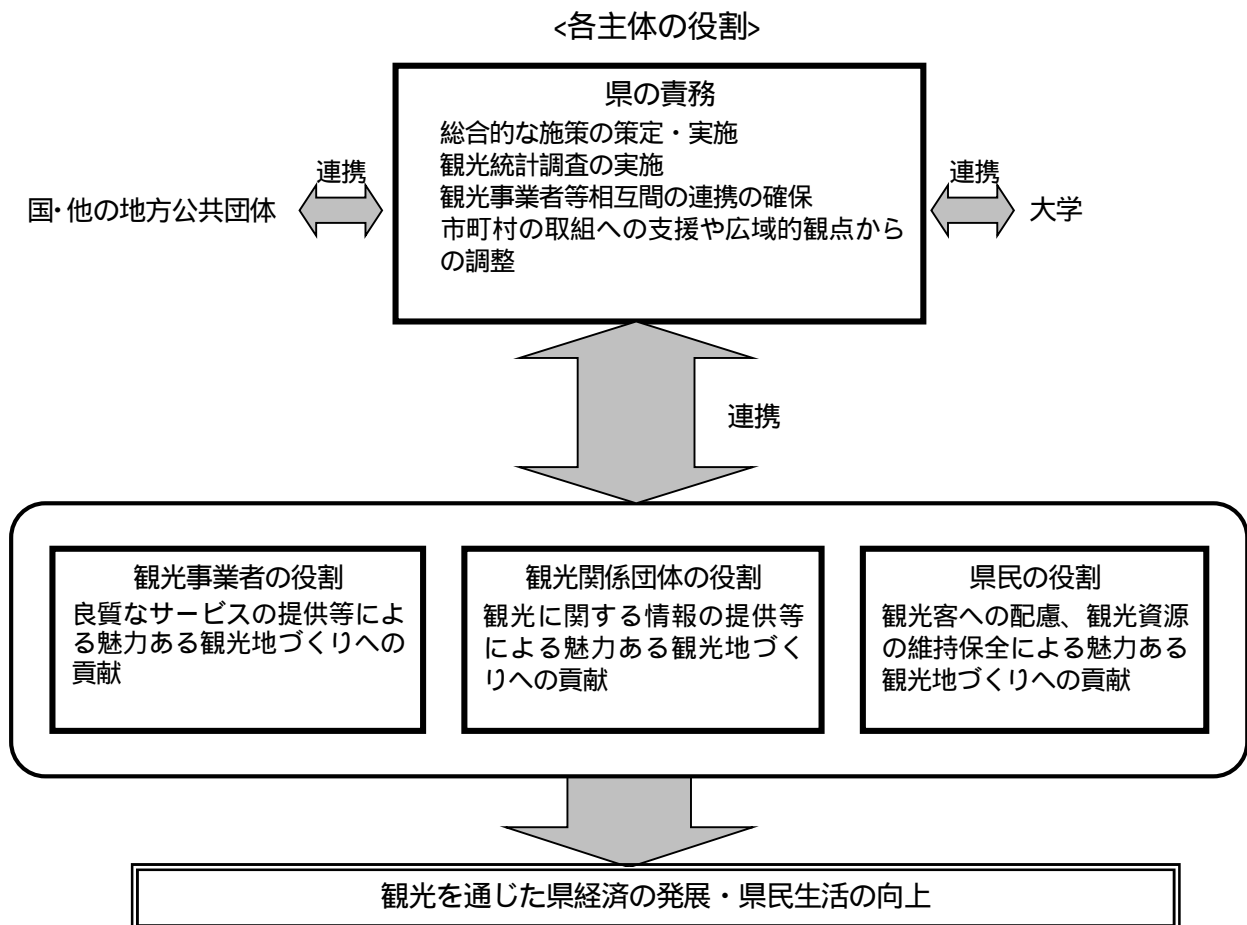
共同観光キャンペーンの展開
「かながわ観光大賞」の実施 など

7 計画の推進体制・進行管理

(1) 計画の推進にあたって

条例では、観光振興にあたっては、国、市町村、観光事業者、観光関係団体、県民、大学等による相互の連携が確保されるよう配慮されなければならないことを基本理念として示しています。

そこで、観光事業者や観光関係団体、行政などの主体がそれぞれの役割を認識し、協働して計画推進に取り組みます。



(2) 計画の推進体制

ア 神奈川県観光戦略本部

計画に掲げた目標や構成事業は、様々な分野と関わりがあることから、神奈川県観光戦略本部（本部長：知事）のもと、部局横断（クロスファンクショナル）で推進を図ります。

イ 観光立県かながわ推進連絡会議

条例に基づき、観光事業者、観光関係団体、NPO、大学等と連携した「観光立県かながわ推進連絡会議」により、目標及び施策体系を共有化しながら観光振興を図ります。

(3) 計画の進行管理

ア 神奈川県観光戦略本部による検証

入込観光客数、観光消費額総額、外国人旅行者の訪問者数の目標について、毎年の達成状況を把握し、施策・事業の評価と課題の整理を行います。

また、毎年度終了後、計画に位置づけた構成事業ごとに当該年度の実施状況の検証を行います。

イ 神奈川県観光審議会による検証

神奈川県観光審議会では、神奈川県観光戦略本部による検証や目標の達成状況を踏まえ、総合的な観点から検証を行います。

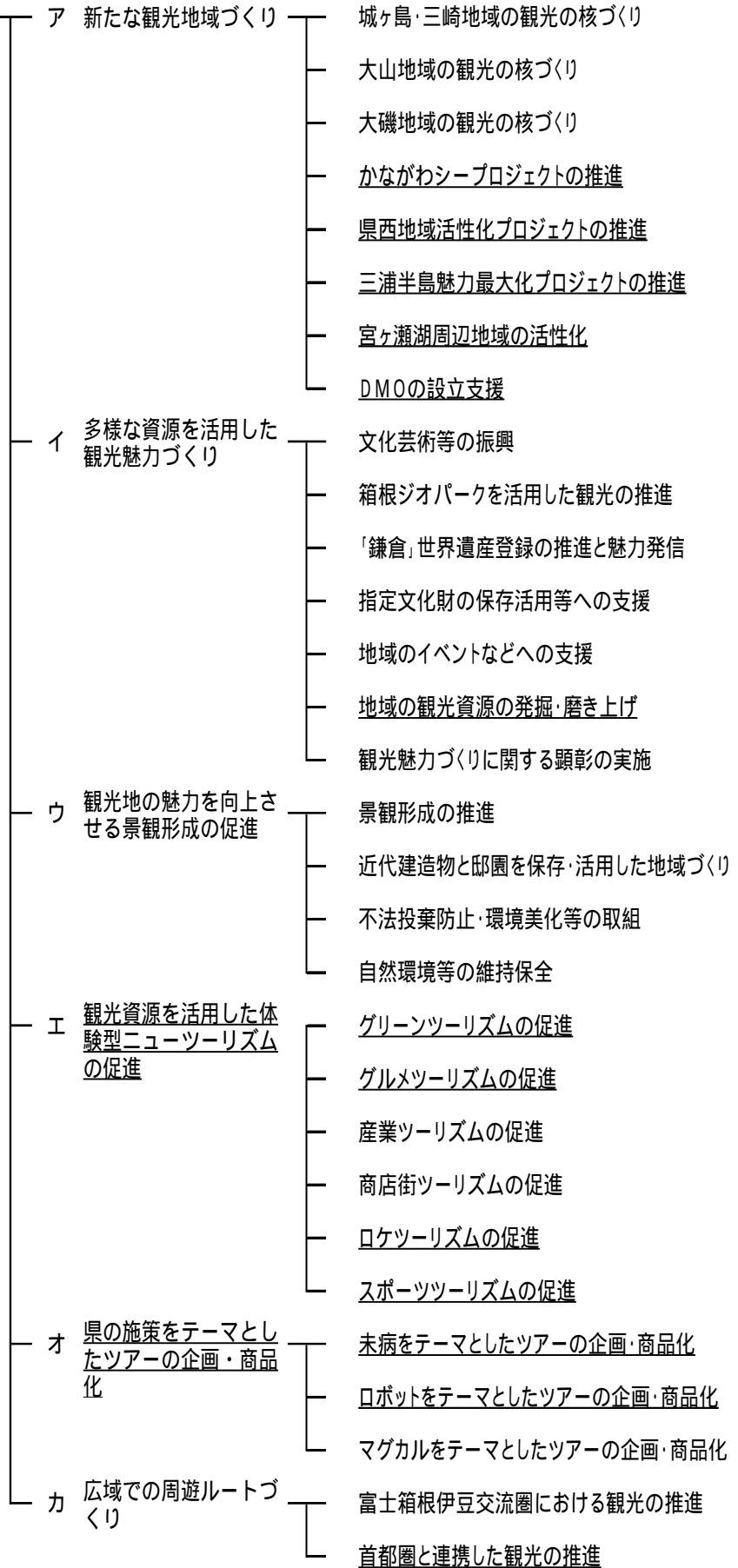
(参考)

施策体系表

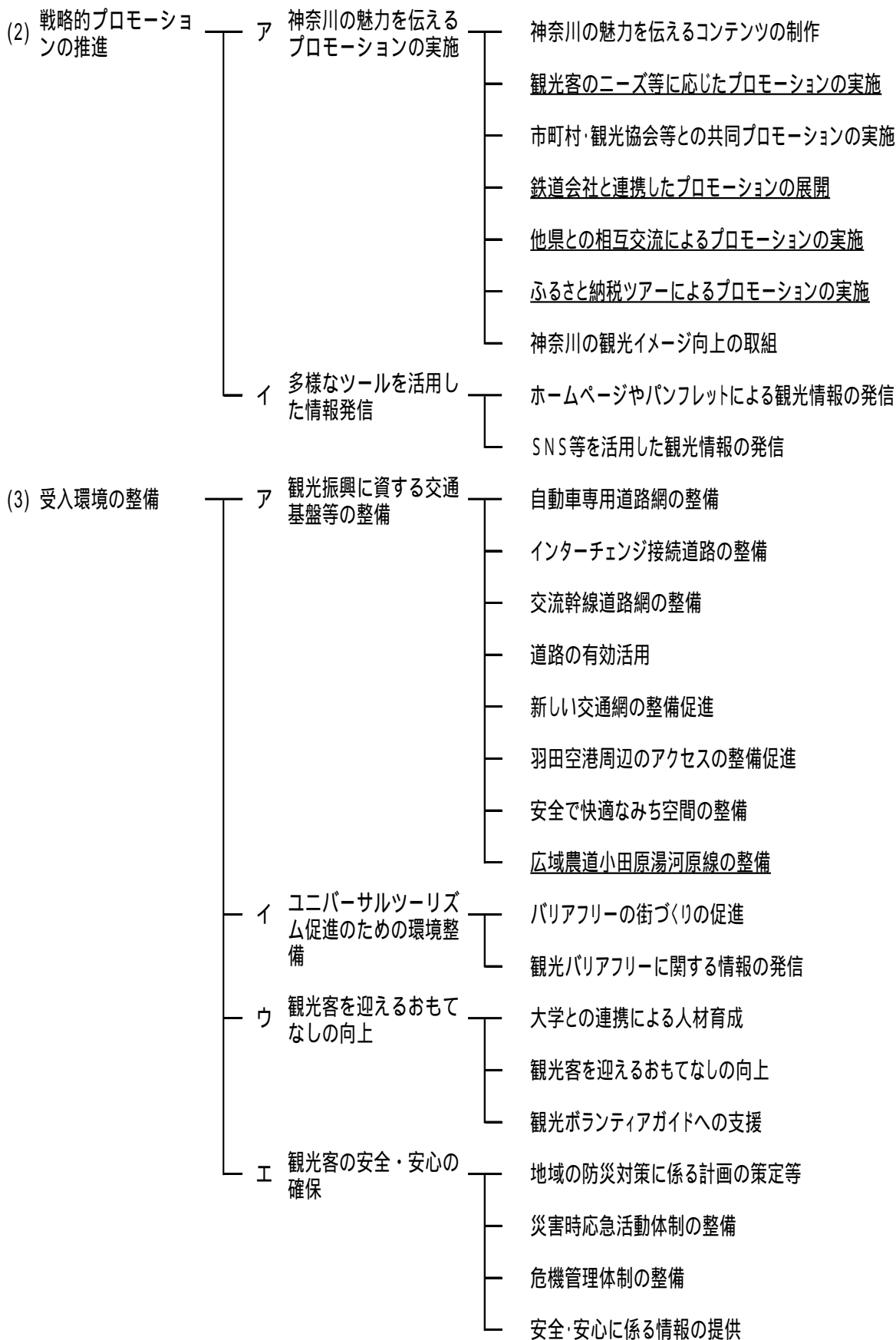
下線は新設

基本施策1 魅力ある観光地の形成

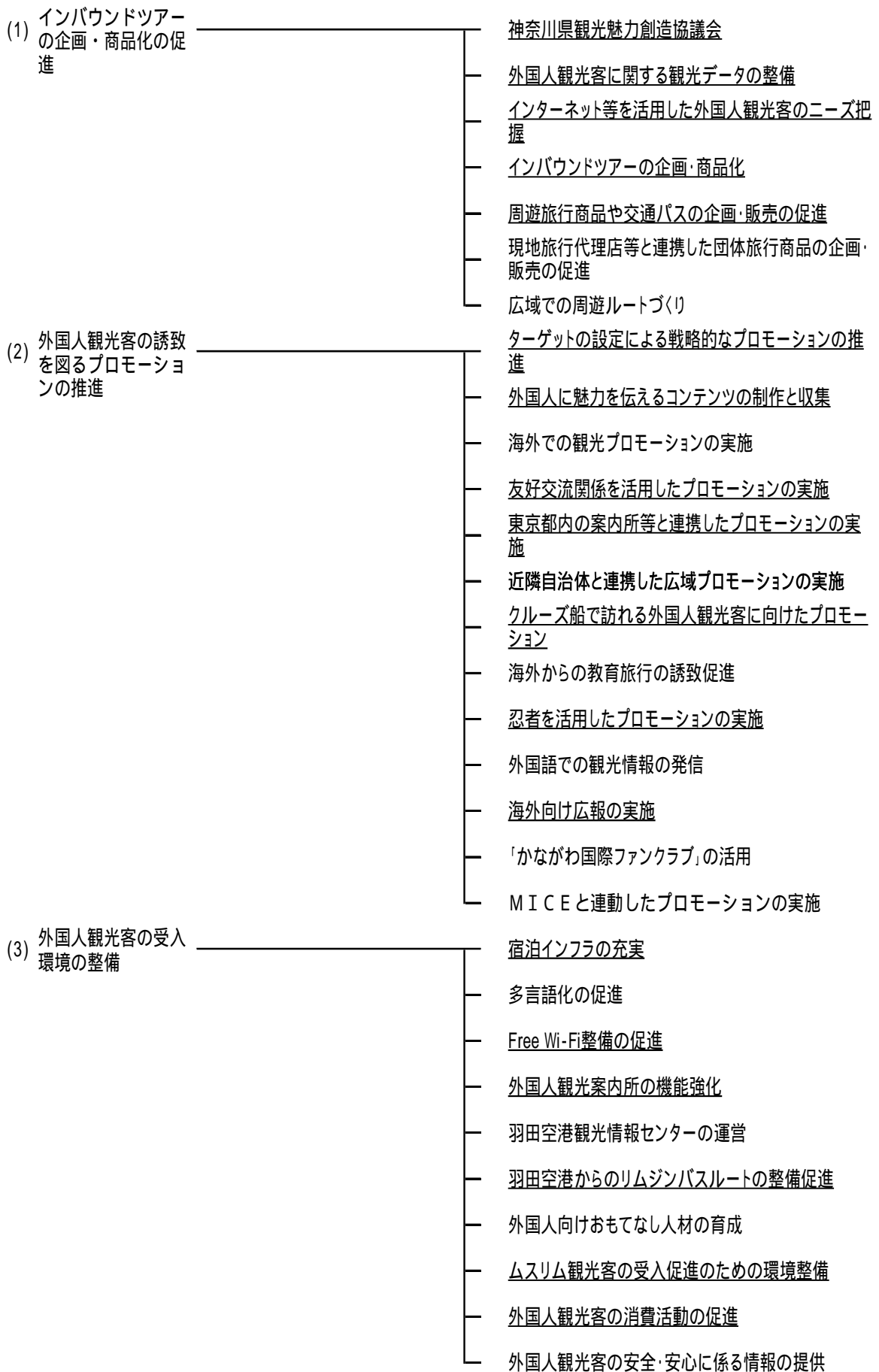
(1) 観光資源の発掘・磨き上げ



基本施策① 魅力ある観光地の形成



基本施策 2 外国人観光客の誘致促進



基本施策 3

観光関連産業の成長促進



神奈川県観光振興条例

平成21年10月16日
条例第73号

(目的)

第1条 この条例は、観光の振興により将来にわたる持続的な本県の経済社会の発展が図られる観光立県かながわの実現が極めて重要であることにかんがみ、これに必要な観光の振興について、基本理念を定め、並びに県の責務及び観光事業者等の役割を明らかにするとともに、観光の振興に関する施策の基本となる事項を定めることにより、観光の振興に関する施策の総合的かつ計画的な推進を図り、もって県経済の発展及び県民生活の向上に資することを目的とする。

(定義)

第2条 この条例において、次の各号に掲げる用語の意義は、当該各号に定めるところによる。

- (1) 観光資源 優れた自然の風景地、良好な景観、歴史的風土、歴史的又は文化的価値の高い建造物、産業に関する施設、優れた食文化その他の観光の対象となる資源をいう。
- (2) 観光事業者 観光に関する事業を営む者をいう。
- (3) 観光関係団体 観光事業者が構成する団体その他の観光に関する活動を行う団体をいう。
- (4) 観光事業者等 観光事業者、観光関係団体及び県民をいう。
- (5) 大学等 学校教育法（昭和22年法律第26号）第1条に規定する大学及び高等専門学校、国立大学法人法（平成15年法律第112号）第2条第4項に規定する大学共同利用機関その他の研究機関をいう。

(基本理念)

第3条 観光の振興は、本県に存在する多様な観光資源の特性が十分に発揮されることを旨として行われなければならない。

- 2 観光の振興に関する施策は、観光産業が商業、工業、農業等の多様な産業が関連する産業であり、かつ、将来にわたる県経済の発展に重要な役割を担う産業であるとの認識の下に講ぜられなければならない。
- 3 観光の振興に関する施策は、国外からの観光旅行の拡大が県民の国際相互理解及び地域の観光資源に対する理解の増進に資するものであるとの認識の下に講ぜられなければならない。
- 4 観光の振興に当たっては、県、国、他の地方公共団体、観光事業者等及び大学等による相互の連携が確保されるよう配慮されなければならない。
- 5 観光の振興に当たっては、将来にわたる持続的な観光の振興を図ることの重要性にかんがみ、観光資源の維持及び保全が図られるよう配慮されなければならない。
- 6 観光の振興に関する施策は、観光事業者等の自主的な取組が促進されることを旨として講ぜられなければならない。
- 7 観光の振興に関する施策は、観光が健康的でゆとりのある生活を実現する上で果たす役割の重要性にかんがみ、県民の観光旅行の促進とともに、誰もが安全かつ容易に観光旅行をすることができる環境の整備が図られるよう講ぜられなければならない。

(県の責務)

第4条 県は、前条に定める基本理念（以下「基本理念」という。）にのっとり、観光の振興に関する総合的な施策を策定し、及び実施する責務を有する。

- 2 県は、観光事業者等の自主的な観光の振興に関する取組を促進するため、情報の提供、啓発活動その他の必要な支援を行うとともに、観光事業者等相互間の連携の確保に努めるものとする。
- 3 県は、市町村が行う観光の振興に関する施策の推進に関し、必要な支援及び広域的な見地からの調整を行うよう努めるものとする。

(観光事業者の役割)

第5条 観光事業者は、基本理念にのっとり、その事業活動を行うに当たっては、良質なサービスの提供に努め、観光旅行者の需要の高度化への対応を図ることにより、魅力ある観光地の形成に積極的な役割を果たすよう努めるものとする。

- 2 観光事業者は、県が実施する観光の振興に関する施策に協力するよう努めるものとする。

(観光関係団体の役割)

第6条 観光関係団体は、基本理念にのっとり、その活動を行うに当たっては、相互に連携を図りつつ、観光に関する情報の提供等に努めることにより、魅力ある観光地の形成に積極的な役割を果たすよう努めるものとする。

2 観光関係団体は、県が実施する観光の振興に関する施策に協力するよう努めるものとする。

(県民の役割)

第7条 県民は、基本理念にのっとり、観光旅行者に対する配慮並びに観光資源の維持及び保全に努めることにより、魅力ある観光地の形成に積極的な役割を果たすよう努めるものとする。

2 県民は、観光の振興の重要性についての関心と理解を深めるとともに、県が実施する観光の振興に関する施策に協力するよう努めるものとする。

(国及び他の地方公共団体との連携)

第8条 県は、観光の振興に関する施策の推進に当たっては、観光資源の有効な活用、国内外からの観光旅行者の来訪の促進等を図るため、国及び他の地方公共団体との連携を図るよう努めるものとする。

(大学等との連携)

第9条 県は、観光の振興に寄与する人材の育成等を推進するに当たっては、大学等との連携を図るよう努めるものとする。

(魅力ある観光地の形成)

第10条 県は、県内の多様な観光資源の有効な活用を図るため、その充実に資する活動に対する支援、情報の提供の総合的な実施その他の必要な施策を講ずるものとする。

2 県は、県内の観光地における良好な景観の形成を図るため、市町村が行う良好な景観の形成及び美化活動に関する施策に対する支援、県民、事業者等が行う良好な景観の形成に関する活動及び美化活動に関する取組に対する支援その他の必要な施策を講ずるよう努めるものとする。

3 県は、県内における観光旅行の安全の確保を図るため、観光地における事故の発生の防止に関する情報の提供その他の必要な施策を講ずるよう努めるものとする。

4 県は、地域の特色を生かした魅力ある生産品の開発の促進を図るため、事業者による当該生産品の開発及び販路の開拓に当たっての助言その他の必要な施策を講ずるものとする。

(神奈川の魅力を伝える広報宣伝の充実)

第11条 県は、国内外からの観光旅行者の来訪の促進を図るため、多様な媒体の活用による本県の魅力に関する広報宣伝その他の広報宣伝の充実に必要な施策を講ずるものとする。

(観光の振興による地域経済の活力の向上)

第12条 県は、観光事業者の経営基盤の強化を図るため、事業活動に有用な知識の向上を図るための情報の提供、観光事業者が共同して行う事業に対する支援その他の必要な施策を講ずるものとする。

2 県は、観光に関する事業への参入及び観光に関する新たな事業の創出の促進を図るため、当該参入及び創出に寄与する情報の提供その他の必要な施策を講ずるものとする。

3 県は、観光の振興に関する県民の自主的な活動の促進を図るため、必要な情報の提供、助言その他の必要な施策を講ずるものとする。

4 県は、国内外からの観光旅行者の来訪の促進を図るため、国際的又は全国的な規模で開催される行事の誘致の促進その他の必要な施策を講ずるものとする。

(観光旅行者を迎える体制の整備)

第13条 県は、観光事業者等による観光旅行者に対する接遇の向上及び観光の振興に寄与する人材の育成の促進を図るため、研修の機会の提供その他の必要な施策を講ずるものとする。

2 県は、観光旅行者の利便の向上に資するよう、観光案内の充実に必要な情報の提供、助言その他の必要な施策を講ずるものとする。

3 県は、観光旅行者の観光地への来訪の促進及び観光地間の移動の円滑化に資するよう、交通施設の整備その他の必要な施策を講ずるよう努めるものとする。

(外国人観光旅客の来訪の促進)

第14条 県は、外国人観光旅客の来訪の促進を図るため、海外における観光の需要に応じた広報宣伝の適切な実施その他の必要な施策を講ずるものとする。

(観光振興計画)

第15条 知事は、第10条から前条までに定める観光の振興に関する施策の総合的かつ計画的な推進を図るため、観光の振興に関する基本的な計画(以下「観光振興計画」という。)を定めなければならない。

2 観光振興計画は、次に掲げる事項について定めるものとする。

- (1) 観光の振興に関する総合的かつ長期的な目標及び施策の方向
- (2) 前号に掲げるもののほか、観光の振興に関する施策を総合的かつ計画的に推進するために必要な事項

3 知事は、観光振興計画を定めるに当たっては、神奈川県観光審議会の意見を聴かなければならない。

4 知事は、観光振興計画を定めたときは、遅滞なく、これを公表しなければならない。

5 前2項の規定は、観光振興計画の変更について準用する。

(推進体制の整備)

第16条 県は、市町村、観光事業者等及び大学等と連携し、及び協働して、観光の振興に関する施策の総合的かつ計画的な推進を図るための体制を整備するものとする。

(施策の検証)

第17条 知事は、観光の振興に関する施策の実施状況を検証するとともに、その検証の結果を観光の振興に関する施策に適切に反映させるよう努めるものとする。

(観光に関する統計の整備)

第18条 県は、観光の振興に関する施策の策定及び実施に資するため、観光旅行者数に関する統計その他の観光に関する統計の整備に必要な施策を講ずるよう努めるものとする。

(神奈川県観光振興重点期間)

第19条 県は、市町村及び観光事業者等との連携による観光の振興を図るため、少なくとも毎年度1回、神奈川県観光振興重点期間を設ける。

2 神奈川県観光振興重点期間は、通算して1月以上とするものとする。

3 県は、神奈川県観光振興重点期間には、その趣旨にふさわしい活動を実施するものとする。

(財政上の措置)

第20条 県は、観光の振興に関する施策を推進するために必要な財政上の措置を講ずるよう努めるものとする。

附 則

(施行期日)

1 この条例は、平成22年4月1日から施行する。ただし、次項の規定は、公布の日から施行する。

(準備行為)

2 知事は、観光振興計画を策定しようとするときは、この条例の施行の日前においても、神奈川県観光審議会の意見を聴くことができる。

(検討)

3 知事は、この条例の施行の日から起算して5年を経過するごとに、この条例の施行の状況について検討を加え、その結果に基づいて必要な措置を講ずるものとする。