

神奈川県観光振興計画（素案）

1 計画の趣旨

県では、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、平成22年3月に条例に基づき「神奈川県観光振興計画」（以下「計画」という。）を策定しました。現行の計画は平成30年度で終了しますが、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の開催を控え、観光をめぐる環境の変化に対して、総合的かつ計画的に観光施策を推進していくため、計画を改定するものです。

2 計画期間

2019年度から2021年度までの3年間とします。

3 計画の位置付け

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。

4 県内の観光をめぐる状況

(1) 前計画期間（2016～2018）における県の取組

ア 観光立県かながわの実現のため、①観光資源の発掘・磨き上げ、②戦略的プロモーションの推進、③受入環境の整備を3本の政策の柱として取組を進めてきました。①観光資源の発掘・磨き上げとして、新たな観光の核づくりやインバウンドツアーの企画・商品化の促進など、②戦略的プロモーションの推進として、鎌倉、大山、横須賀の日本遺産認定を契機とした歴史をテーマとするプロモーション、中国、台湾、ベトナム等のアジアの国や地域、欧米諸国をターゲットにしたプロモーションなど、③受入環境の整備として、観光ボランティアガイドへの支援やWi-Fi（無料公衆無線LAN）の整備促進などに取り組みました。

イ 代表的な取組として、横浜、鎌倉、箱根に次ぐ国際観光地の創出を推進する「新たな観光の核づくり」については、候補地域として認定した城ヶ島・三崎、大山、大磯の3地域において、回遊性の向上や受入環境の整備などの地域が主体となった先導的な取組を促進し、観光魅力づくりを進めてきました。

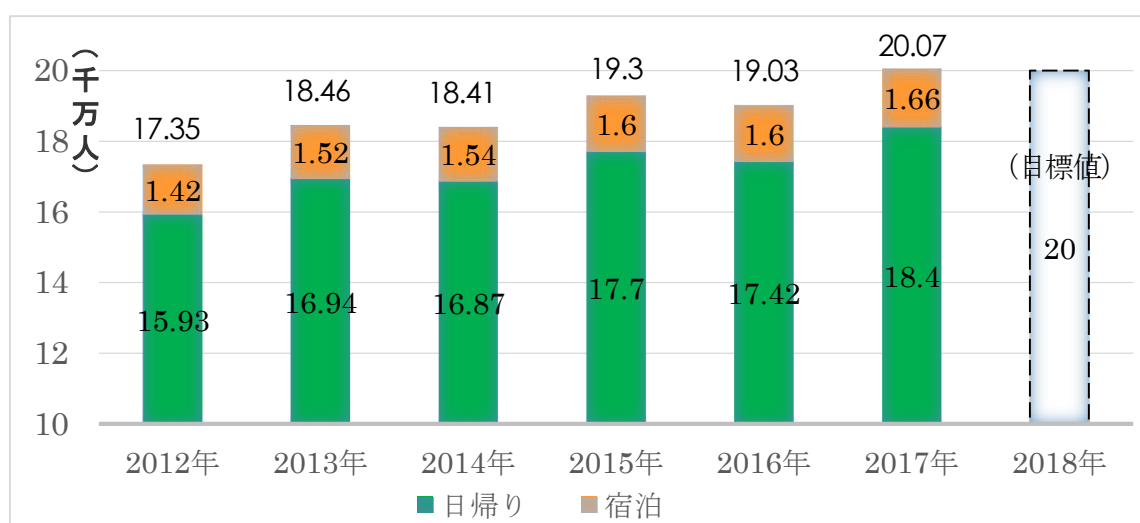
ウ また、ラグビーワールドカップ2019™及び東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会を契機に、国内外の観光客の県内への来訪を促進していくため、市町村関係団体や観光協会、旅行業団体、宿泊関係団体、交通事業者団体、経済団体などを構成員として、平成28年に「神奈川県観光魅力創造協議会」を設置し、地域の多彩な観光コンテンツの発掘・磨き上げ、多様な周遊ツアーの企画・商品化の促進、インバウンドツアーとしての認定などを行っています。

(2) 観光統計の状況

ア 国内外から本県を訪れる延べ観光客数（入込観光客数）は、ここ数年増加傾向にあり、平成29年に初めて2億人を突破しました。一方でその内訳をみると、消費単価の高い宿泊観光客の割合が日帰り観光客に比べて非常に低い状況です。また、観光消費額総額は、平成29年は前年を上回ったものの、平成27年の数値を下回っており、伸び悩んでいる状況です。

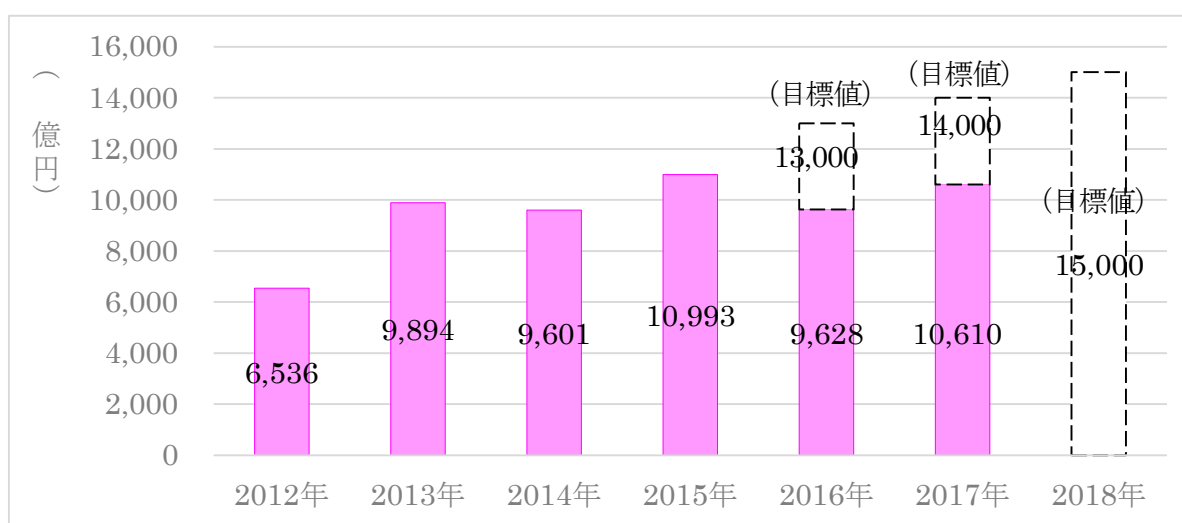
イ 訪日外客数は平成24年以降上昇を続けており、特に平成26年から29年にかけて大幅な上昇傾向を示しています。本県を訪れる外国人旅行者も増加を続けていますが、近年では地方空港へのLCC便の就航増加等により、訪日外国人の訪問地が日本各地に分散している傾向にあります。

○ 入込観光客数



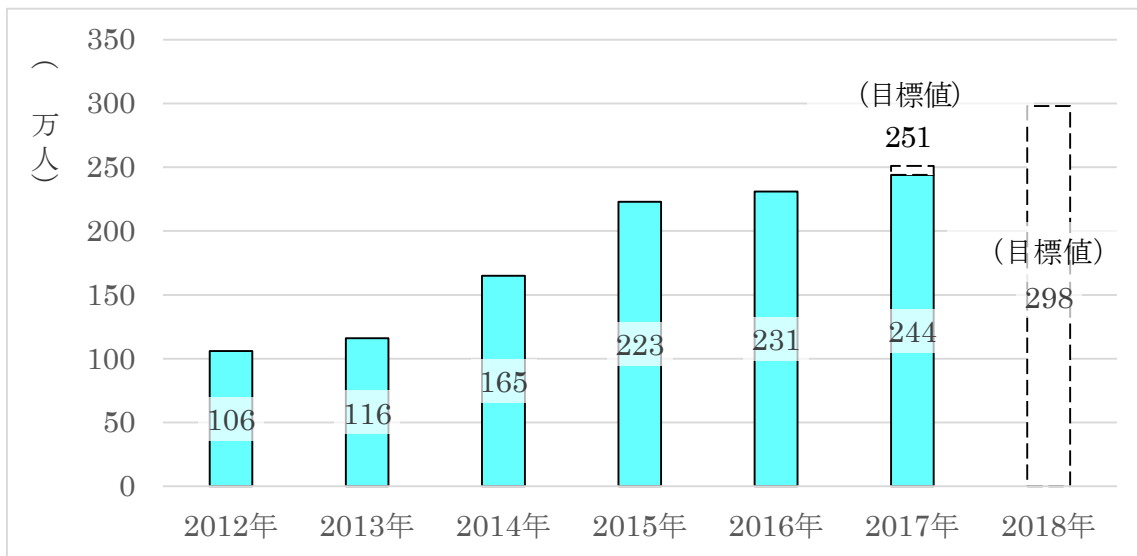
(神奈川県「入込観光客調査」)

○ 観光消費額総額



(観光庁「観光入込客統計に関する共通基準」)

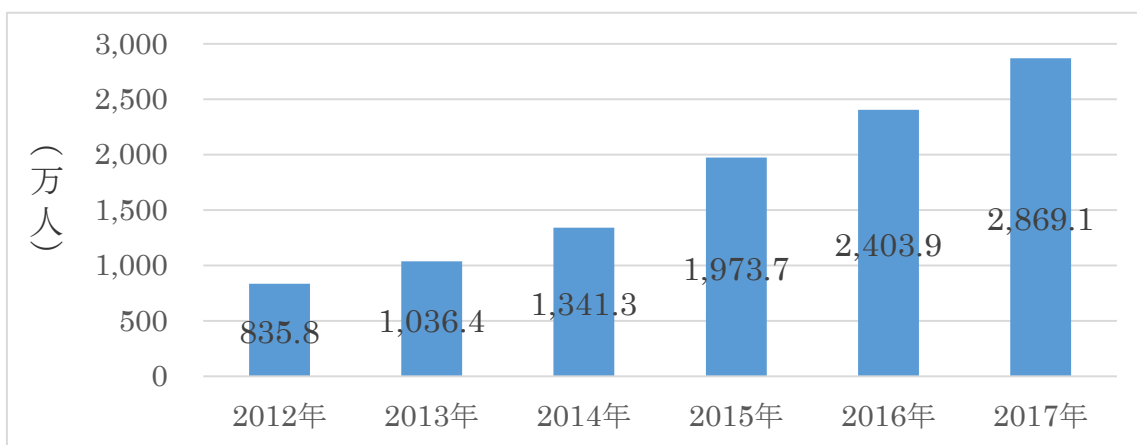
○ 県内への外国人旅行者の訪問者数



(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)

(参考)

○ 訪日外客数



(日本政府観光局 (JNTO) 調査)

5 計画における重点的取組の視点

コンセプト：持続可能な観光の実現

- 国際連合は、「持続可能な開発目標：SDGs (Sustainable Development Goals)」を掲げるとともに、2017年（平成29年）を「開発のための持続可能な観光の国際年」(International Year of Sustainable Tourism for Development)と定め、観光による経済成長が雇用創出につながるとしています。本県においても、急速な少子高齢化により今後、人口減少が見込まれる中、文化や遺産の保護・継承、自然環境の保全、労働環境の改善などに配慮しつつ、観光消費額総額を引き上げることで地域経済を活性化し、雇用創出につなげていくことにより、東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会の開催後においても持続可能な観光の普及・浸透を図っていく必要があります。
- 観光消費額総額を引き上げるためには、入込観光客数を増やすとともに、観光客の平均消費単価を高める必要があります。
- 入込観光客数を増やすため、東京を訪れながらまだ訪問先を決定していない外国人旅行者をはじめ、東京に集まる国内外からの観光客を呼び込む取組を進めます。また、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の開催を契機に、観光客の受入環境を整備し、満足度を高めることによって、SNS等を通じて本県の魅力が拡散され、東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会の開催後における国内外からの観光客誘致に結び付くよう、取組を進めます。
- 観光客の平均消費単価を高めるために、地域の魅力的な宿泊施設のPRをはじめ、ナイトタイムエコノミーや早朝型観光の推進など、宿泊客を呼び込む取組を推進します。また、県内には多くのグローバル企業が立地し、MICEの需要が高まっていることから、県内各地のユニークベニユーを発掘・磨き上げ、MICEを誘致する取組を推進します。
- また、持続可能な観光の実現のためには、災害等の発生時における観光客の安全・安心の確保が重要であることから、日頃から迅速な情報伝達等を行う体制の整備に取り組む必要があります。
- こうした取組について、行政だけでなく、民間事業者や地元観光協会などと相互に連携することで、質の高い効果的な取組を進めていきます。

6 計画における指標

◎ 観光消費額総額（暦年）

観光客数の増加に加え、宿泊観光客数の増加などにより観光客一人当たりの平均観光消費単価を高めることにより、観光消費額総額を2021年には1兆3,000億円とすることを目標とします。

項目	2017年	2019年	2020年	2021年
観光消費額総額	1兆610億円	1兆1,500億円	1兆2,500億円	1兆3,000億円

※ 観光庁「観光入込客統計に関する共通基準」に基づき設定。

○ 入込観光客数（暦年）

ラグビーワールドカップ2019TM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に、国内外から観光客の集まる東京から観光客を呼び込むプロモーションに取り組むほか、観光客の受入環境を整備して満足度の向上を図り、SNS等を通じた本県の魅力拡散による観光客誘致に結び付けるなど、観光客数の増加に向けた取組を推進することにより、入込観光客数（延べ観光客数）を2021年には2億1,000万人とすることを目標とします。

項目	2017年	2019年	2020年	2021年
入込観光客数 (延べ観光客数)	2億69万人	2億400万人	2億800万人	2億1,000万人

※ 神奈川県「入込観光客調査」に基づき設定。

○ 延べ宿泊者数（暦年）

地域の魅力的な宿泊施設を自然・文化・歴史などの観光資源と組み合わせてプロモーションするほか、ナイトタイムエコノミーや早朝型観光などの宿泊観光客の呼び込みにつながる取組の推進により、延べ宿泊者数を2021年には2,500万人泊とすることを目標とします。

項目	2017年	2019年	2020年	2021年
延べ宿泊者数	2,076万人泊	2,200万人泊	2,400万人泊	2,500万人泊

※ 観光庁「宿泊旅行統計調査」に基づき設定。

○ 外国人延べ宿泊者数（暦年）

宿泊につながるような体験型アクティビティを伴う観光コンテンツの発掘・磨き上げをさらに進めていくとともに、ナイトタイムエコノミーや早朝型観光などの宿泊観光客の呼び込みにつながる取組の推進により、延べ宿泊者数を2021年には300万人泊とすることを目標とします。

項目	2017年	2019年	2020年	2021年
外国人 延べ宿泊者数	234万人泊	260万人泊	280万人泊	300万人泊

※ 観光庁「宿泊旅行統計調査」に基づき設定。

7 施策体系

「観光資源の発掘・磨き上げ」、「戦略的プロモーションの推進」、「受入環境の整備」の政策の3本の柱に「観光関連産業の成長促進」を合わせた4つを基本施策として、次の体系により施策・事業を展開します。

基本施策1 観光資源の発掘・磨き上げ

- (1) 魅力ある観光地の形成
- (2) 観光消費につながるコンテンツづくり
- (3) 多様なテーマに沿って県内の周遊を促すツーリズムの推進

基本施策2 戦略的プロモーションの推進

- (1) ラグビーワールドカップ2019TM、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プロモーションの実施
- (2) 観光消費を高めるプロモーションの推進
- (3) 外国人観光客の誘致を図るプロモーションの推進
- (4) 多様な関係者と連携したプロモーションの推進
- (5) 多様なデジタルツールを活用した情報発信
- (6) 地域の産品を活用した情報発信

基本施策3 受入環境の整備

- (1) 外国人観光客の受入環境の整備
- (2) 宿泊施設の充実・多様化
- (3) ユニバーサルツーリズム^{※1}促進のための環境整備
- (4) 観光客を迎えるおもてなしの向上
- (5) 観光振興に資する交通基盤等の整備
- (6) 観光客の安全・安心の確保

基本施策4 観光関連産業の成長促進

- (1) 地域の産品を活用した情報発信（再掲）
- (2) 宿泊施設の充実・多様化（再掲）
- (3) 観光関連事業者に対する支援
- (4) 観光振興を担う人材の育成
- (5) 災害等発生時の観光関連産業の支援

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

基本施策 1 観光資源の発掘・磨き上げ

【取組目標】

調整中

【現状と課題】

- 県内には、国際的な観光地である横浜・鎌倉・箱根をはじめ、県内各地に、眺望のよい海岸線や温泉地の街並みなどの景観や、寺社・仏閣などの歴史的建造物、文化や花など、多様な観光資源があります。

【神奈川県のおすすめ観光資源】



芦ノ湖 (箱根町)



小田原城



みなとみらい地区 (横浜市)



高德院・鎌倉大仏 (鎌倉市)



記念艦三笠 (横須賀市)



江の島シーキャンドル (藤沢市)

- こうした地域の多彩な観光コンテンツの発掘・磨き上げを進めるほか、「新たな観光の核づくり」については、候補地域として認定した城ヶ島・三崎、大山、大磯の3地域において、回遊性の向上やインフォメーションセンターの整備など地域の主体的な取組を促進し、観光魅力づくりを進めています。
- 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、「未病を改善する」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。
- しかし、観光統計からは、入込観光客数の増加に比べて観光消費額が伸び悩んでいることから、今後は、観光消費につながるコンテンツづくりや、多様なテーマに沿って県内の周遊を促すツーリズムの推進に取り組む必要があります。

(1) 魅力ある観光地の形成

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）をはじめ、各地において地域主体で取り組む魅力づくりを支援し、観光地の魅力向上を推進します。

【主な事業】

① 新たな観光の核づくり **県** **市町** **民間**

横浜・鎌倉・箱根に次ぐ海外にも強力に発信できる魅力的な観光地を創出するため、城ヶ島・三崎地域、大山地域、大磯地域の3地域の構想を認定し、構想において先導的な役割を果たすと認められる事業等を支援することで、構想全体の実現を推進します。

また、地域や近隣の温泉地、宿泊施設等の魅力を発信して宿泊観光客の増加を図るとともに、横浜・鎌倉・箱根などの観光地と組み合わせた広域周遊を促進します。

② 三浦半島魅力最大化プロジェクトの推進 **県** **市町** **民間**

三浦半島が持つ「海」と「食」の魅力を高めるため、「三浦半島はイタリア半島プロジェクト」や「自転車半島宣言推進事業」等の取組を通じて、地域の観光資源を磨き上げ、観光による交流人口の増加を目指します。

③ かながわシープロジェクトの推進 **国** **県** **市町** **民間**

神奈川の海に多くの観光客を呼び込むため、「Feel SHONAN」をキャッチフレーズに、「Feel SHONAN」ウェブサイト・SNSの運営や神奈川の海からしか見ることのできない景観を観光コンテンツとして活用した新たな観光（海洋ツーリズム）を展開します。

④ 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^{※1}を改善する」をキーワードに、「未病いやしの里づくり」など「未病を改善する」取組を推進します。

コラム：BIOTOPIA

未病バレー「BIOTOPIA（ビオトピア）」は、県西地域活性化プロジェクトに基づき、県西地域が「未病の戦略的エリア」であることをアピールする拠点として、県が株式会社ブルックスホールディングス（運営主体）及び地元の大井町とともに展開している施設です。

東名高速道路の大井松田インターチェンジからわずか5分の場所に位置し、体験型施設の「me-byo エクスプラザ」や地元食材を使ったレストラン、自然を生かした森林セラピー[®]の散策路、地域の特産物を販売するマルシェ等があり、食、運動、癒しを通じた様々な未病改善の取組を実践できます。



ビオトピア・マルシェ



体験型施設「me-byo エクスプラザ」

⑤ 宮ヶ瀬湖周辺地域の活性化 **県** **市町村** **民間**

宮ヶ瀬湖周辺地域の活性化推進のため、ダムランキングで1位となった宮ヶ瀬ダムのブランド力を生かして、地元市町村、企業、各種団体等の多様な関係者と連携し、地域の稼ぐ力を高め、観光消費額の向上を図ります。

⑥ 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。

⑦ 「鎌倉」世界遺産登録の推進と魅力発信 **国** **県** **市町** **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。

※1 未病：人の心身の状態は、日々、健康と病気の間を連続的に変化しており、このすべての変化の過程を表す概念を「未病」と言います。

⑧ 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。

⑨ 地域の特性に応じた戦略の検討 **県** **市町村** **民間**

地域を取り巻く環境や観光客のニーズを観光統計を活用して分析し、地域が主体となった地域の特性に応じた戦略の検討を推進します。また、観光地域づくりを主体的に推進する組織体であるDMOの設立を促進します。

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。

《DMOの役割》

- (1) DMOを中心として観光地域づくりを行うことについての多様な関係者の合意形成
- (2) 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の設定・PDCAサイクルの確立
- (3) 関係者が実施する観光関連事業と戦略の整合性に関する調整・仕組み作り、プロモーション

⑩ 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。

⑪ 邸園等を保全活用した地域づくり **県** **市町村** **民間**

相模湾沿岸地域一帯に残る、邸宅、庭園や歴史的建造物を保全活用し、地域の活性化につなげます。

⑫ 明治記念大磯邸園の整備促進 **国** **県** **町**

大磯地域の魅力づくりを一層推進し、本県の活性化につなげるため、国、県、町が連携して明治記念大磯邸園の整備を促進します。

⑬ 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、東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会の文化プログラムを展開します。

また、金沢文庫の中世歴史資料、歴史博物館の神奈川の文化と歴史に関する資料、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、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。

⑭ 指定文化財等の保存活用等への支援 **国** **県** **市町** **民間**

国・県指定文化財や登録有形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。

⑮ 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。

⑯ 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、県立自然公園における施設の維持管理、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。

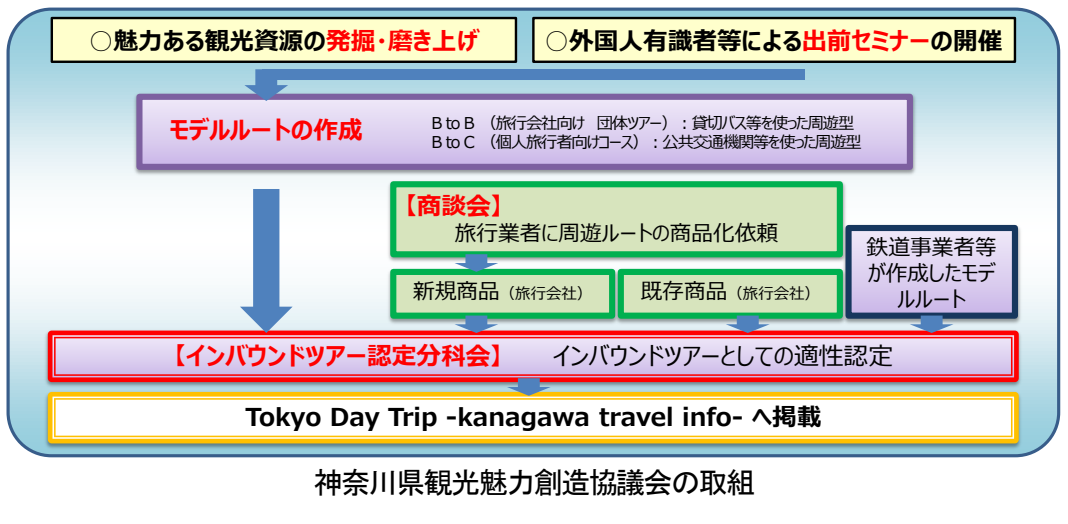
(2) 観光消費につながるコンテンツづくり

地域の特性を活かし、MICE^{※1}を呼び込むユニークベニューをはじめ、宿泊客を呼び込むナイトタイムエコノミー^{※2}・早朝型観光向けのコンテンツ、クルーズ客、富裕層をターゲットとした高付加価値の体験型コンテンツなど、神奈川県観光魅力創造協議会等を通じて観光消費につながるコンテンツを発掘・磨き上げる取組を促進します。

コラム：神奈川県観光魅力創造協議会

ラグビーワールドカップ2019TM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、国内外の観光客の県内誘致を推進していくため、市町村関係団体や観光協会、旅行業団体、宿泊関係団体、交通事業者団体、経済団体などを構成員として、平成28年6月に神奈川県観光魅力創造協議会を設置しました。

協議会では、地域の多彩な観光資源（コンテンツ）の発掘・磨き上げ、多様な周遊ツアーの企画・商品化の促進、インバウンドツアーとしての認定を行っています。



※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。

※2 ナイトタイムエコノミー：「夜間経済の活性化」を意味し、日没から翌朝までの間も、昼間と同様の経済活動を行うことで地域経済の活性化を行う取組。

【主な事業】

① M I C Eを呼び込むユニークベニューの推進 **県** **市町村** **民間**

消費単価の高いM I C Eを誘致するため、県の観光資源である歴史的な建造物や文化施設などを会議やレセプション会場等として活用するユニークベニューの発掘・磨き上げを推進します。

コラム：ユニークベニュー

ユニークベニューとは、歴史的建造物をはじめ、美術館、博物館、寺社仏閣など、歴史や伝統、文化・芸術などに触れることができる施設や、能楽堂や酒蔵、商店街や水族館など、特別なプログラムなどを演出できる場所で、特別な時間や感動を提供できる施設や空間などを指します。

海外でのユニークベニューには、イギリスの「セントポール大聖堂」やフランスの「ルーブル美術館」、「ヴェルサイユ宮殿」などがあります。由緒があり誰もが知っている施設も、一般見学時間外の貸し切り見学やパーティー利用に対応しているなど、通常、会議やレセプションで使用されることのない特別感のある施設の事例があります。

県内でも、これまで、展示と合わせてパーティーを行うなど横浜美術館を活用したユニークベニューの事例があります。今後は、県内各地のユニークベニューの発掘・磨き上げを行い、消費単価の高いM I C Eの誘致を推進していきます。

写真

写真

② ナイトタイムエコノミー、早朝型観光の推進 **県** **市町村** **民間**

昼間だけでなく、夜間や早朝の時間も観光客に楽しんでもらえる、ナイトエンターテイメントやライトアップなど夜の観光コンテンツや、早朝座禅や朝市など早朝ならではの観光コンテンツの発掘・磨き上げを行い、発信していくことで、本県への宿泊を促し、滞在日数の増加を促進します。

③ 高付加価値の体験型コンテンツの発掘・磨き上げ **県** **市町村** **民間**

県内の観光資源に体験という価値を加えることで、プライベートクルーズや日本の伝統文化体験など通常ではできない特別な体験ができるコンテンツの発掘・磨き上げを行い、国内外からの富裕層の取り込みを図ります。

(3) 多様なテーマに沿って県内の周遊を促すツーリズムの推進

歴史・文化、景観・自然、伝統工芸、伝統芸能、食文化、スポーツなど、地域の様々な魅力に加え、未病、マグカルなど、県の独自の施策をテーマとした県内の観光資源の周遊を促進します。

【主な事業】

① インバウンドツアーの企画商品化の促進 **県** **市町村** **民間**

ラグビーワールドカップ2019TM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・商品化の促進に取り組みます。

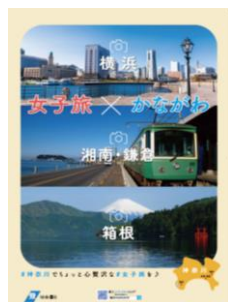
② ターゲットとする層に応じた観光周遊の促進 **県**

SNS等での情報発信に期待が持てる若年女子層や、文化や歴史などの付加価値の高い旅行を好む傾向にあるシニア層など、ターゲットとする層のニーズに合わせ、県内の観光資源を巡る周遊観光を促進します。

コラム：かながわ女子旅

「女子旅」とは、女性同士での旅行を指して用いられる言葉です。友人同士のみならず、会社の同僚や母娘など構成は様々で、また年代を問わず「女子」と呼ぶのも特徴です。

県では、「女子旅」をテーマとしたプロモーションイベントの実施や、女性向けのプロモーション動画を放映するなどの事業の展開により、かながわの魅力を広く発信しています。



「女子旅 × かながわ」プロモーションイベント

横浜駅での動画放映

③ フードツーリズムの促進 **県** **市町村** **民間**

三崎のまぐろ、湘南の生しらすなど、その地域ならではの食材やグルメなどの食に加え、県内の酒蔵などを観光に活用し、地域活性化を図るフードツーリズムを促進します。

【神奈川県のおすすめグルメ】



三崎のまぐろ（三浦市）



湘南の生しらす



横浜家系ラーメン



厚木シロコロ・ホルモン



大山のとうふ



よこすか海軍カレー

④ 産業ツーリズムの促進 **県** **市町村** **民間**

京浜臨海部の工場夜景、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。

⑤ インフラツーリズムの促進 **県** **民間**

県民生活の向上や産業振興に大きな役割を果たしてきたダムや発電所等の公共インフラを観光資源として活用したインフラツーリズムを促進します。

⑥ 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観光ツアーを促進します。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。

⑦ スポーツツーリズムの促進 **県** **市町村** **民間**

プロスポーツの観戦者やスポーツイベントの参加者と、県内各地域の観光資源を連携させ、本県を周遊する新たな価値の創出を目指します。

⑧ 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。

⑨ ヘルスツーリズムの促進 **県** **市町** **民間**

自然、食、温泉などを観光資源として活用することなどにより、未病の改善やヘルスケア等をテーマとしたヘルスツーリズムを促進します。

⑩ マグカルをテーマとしたツーリズムの促進 **県** **市町村** **民間**

文化芸術の魅力で人を引きつけ、地域のにぎわいをつくり出す「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）

神奈川には、いつも人の心をつかむエンターテインメントがそろっていて、それを見たくて人が集まるようにしたいという思いから「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、Instagramで、リアルタイムにお伝えする「マグカル・ドット・ネット」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。

神奈川文化プログラム



神奈川文化プログラムのマーク



カナガワ リ・古典プロジェクト2017 大磯

基本施策2 戦略的プロモーションの推進

【取組目標】

項目	2017年度	2018年度	2019年度	2021年度
<h1>調整中</h1>				

【現状と課題】

- 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に効果的なプロモーションを行って観光客を呼び込み、観光消費額を引き上げるためには、地域の観光資源とあわせた宿泊施設の魅力発信や、MICEやナイトタイムエコノミーなど、観光消費を高めるプロモーションに取り組む必要があります。
- 外国人観光客については、近年、個人旅行（FIT※1）の増加など旅行形態が多様化していることから、旅行者の行動時期（旅マエ、旅ナカ、旅アト）を踏まえた戦略的なプロモーションが有効です。
- また、スマートフォンの普及に伴い、観光客の情報入手手段が多様化していることから、従来のホームページや観光パンフレットなどによる情報発信に加え、本県の観光情報が観光客目線から拡散していくような、SNS等多様なデジタルツールを活用したプロモーションが必要となっています。

(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を契機に、神奈川の魅力を伝えるプロモーションを、国内外から観光客の集まる東京をターゲットとして、市町村や観光事業者等と連携して実施します。

【主な事業】

- ① 観光関連事業者と連携したプロモーションの実施 **県** **市町村** **民間**
鉄道事業者等の交通事業者や宿泊施設と連携し、東京都内での本県の観光情報発信を強化することにより、東京を訪れた国内外の観光客を県内に呼び込む取組を実施します。
- ② 関東域内開催地との連携 **国** **県** **市**
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の関東域内の開催自治体と連携し、パンフレットやメディア等の活用により、関東エリアの観光地の一体的なプロモーションを実施します。

※1 FIT：「Foreign Independent Tour」の略で、パッケージツアーや団体を利用せず、個人で海外旅行に行くこと。

(2) 観光消費を高めるプロモーションの推進

宿泊観光客を呼び込むため、新たな観光の核づくりをはじめとした各地の観光地において、地域の観光資源とあわせて、ホテルや温泉旅館などの宿泊施設の魅力を発信します。

また、高い消費単価が期待できるMICEや富裕層、宿泊客の増加につながるナイトタイムエコノミーのコンテンツなどのプロモーションを推進します。

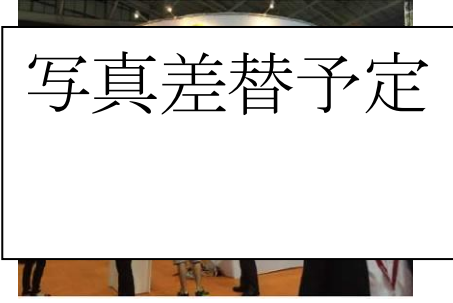
【主な事業】

① 地域の観光資源と合わせた宿泊施設の魅力発信 **県** **市町村** **民間**

県内の多様な宿泊施設の魅力を発信するとともに、地域の特性を活かした体験型コンテンツやグルメ、みやげ品などをつなげることにより、周遊観光を促して長期の滞在を促し、宿泊客の増加を目指します。

② MICEと連動したプロモーションの実施 **県** **市町村** **民間**

ユニークベニューや地域の魅力ある様々なアトラクションを掲載したパンフレットやウェブサイトを活用し、国内のグローバル企業や海外の現地旅行会社や企業へのプロモーションを行い、国内外からのMICE誘致に取り組みます。



写真差替予定

MICEの例 (ME-BYO Japan 2015)

③ 国内外の富裕層に向けたプロモーションの実施 **県** **民間**

富裕層をターゲットとして、旅行代理店等と連携し、ラグジュアリーな体験など付加価値の高い、富裕層の趣向に合致した観光コンテンツのプロモーションを推進します。

(3) 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するとともに、旅行者の行動時期（旅マエ、旅ナカ、旅アト）を踏まえた戦略的なプロモーションを推進します。

また、近隣自治体と連携し、外国人観光客の広域的な周遊促進に取り組みます。

【主な事業】

① 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、欧米豪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。

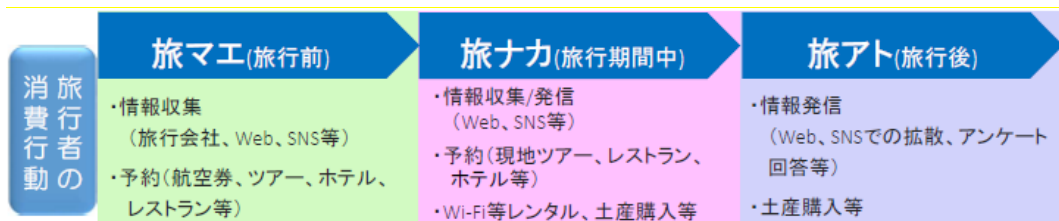
② 旅ナカでの戦略的なプロモーション **県** **市町村** **民間**

東京を訪れながらまだ訪問先を決めていない外国人旅行者に向けて、鉄道事業者や観光案内所などと連携して旅ナカのプロモーションを展開し、県内での宿泊や周遊を促進します。

コラム：旅マエ、旅ナカ、旅アト

近年では、旅行形態が団体旅行から個人旅行（FIT）にシフトしてきており、訪日後に観光地や宿泊先を決定している外国人も少なくありません。

これまでの「旅マエ（旅行前）」の旅行者を想定したプロモーションから、旅行の場面を「旅マエ（旅行前）」「旅ナカ（旅行中）」「旅アト（旅行後）」の3つに分け、それぞれの場面での消費行動に対するプロモーションにシフトし、効果的なプロモーションを行うことが重要となってきています。



③ 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。

④ 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。

⑤ 近隣自治体等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。

写真差替予定

山梨県・静岡県との連携の例

(タイ国際観光展)

⑥ 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を利用す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・滞在につながるツアー商品の造成を促進します。

⑦ 海外からの教育旅行の誘致促進 **国** **県** **市町村** **民間**

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、海外の旅行会社や学校等へのプロモーション活動を進めます。

⑧ 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。

写真差替予定

忍者の里「風魔まつり」

⑨ 海外向け広報の実施 **県** **民間**

海外の現地メディア、インフルエンサー^{※1}、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。

⑩ 「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会員などが集う「KANAFAN交流会」

(4) 多様な関係者と連携したプロモーションの推進

官民が連携し、質の高い効果的な観光施策を展開するため、市町村・観光協会や民間事業者等と連携したプロモーションを推進するとともに、教育旅行の誘致促進や「かながわ観光親善大使」の活用などにより、かながわの魅力を広く発信します。

【主な事業】

① 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、民間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、高速道路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。

※1 インフルエンサー：社会に対して大きな影響力を持つ人物。多くのフォロワーを持つブロガーやインスタグラマーなど、インターネット上で人々の消費行動に大きな影響を与える人物を指すことが多い。

② 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、鉄道会社と連携した観光キャンペーンの実施などを検討します。

③ 教育旅行の誘致促進 **県** **市町村** **民間**

本県の産業観光施設など学習に役立つ様々なコンテンツを具体的に紹介することにより、本県への教育旅行の企画・商品化を促進し、東京方面への教育旅行が多く行われている地方からの誘致を図ります。

④ 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。

⑤ 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、観光キャンペーンや各種広報媒体によるPR等への参加協力をいただき、神奈川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
(フリーアナウンサー)



河村隆一氏 (アーティスト)



新垣里沙氏 (女優)
&カナガワニ
(tvk公式キャラクター)

⑥ ロボットを活用した観光振興 **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、観光振興を図っていきます。

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、介護・医療や高齢者等への生活支援、災害対応等に向けたロボットの実用化・普及を進めています。

また、平成30年4月からは今までの取組分野に観光をはじめ農林水産、インフラ・建設などを加え、併せて県民のみなさんが身近な場所でロボットの活躍が実感できるよう「見える化」を推進しており、今後も「いのち」を守るだけでなく、輝かせるため、特区の取組みを加速化させていきます。

「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）

(5) 多様なデジタル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など多様なデジタルツールを活用して、最新の観光情報を発信します。

【主な事業】

① 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、ホームページで観光客のニーズに合った観光情報を発信するとともに、旅行に誘引するコンテンツを掲載し、観光客を呼び込みます。

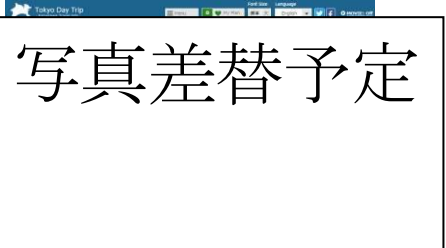
また、観光パンフレットを県内の観光案内所や道の駅、サービスエリア、駅、商業施設、宿泊施設等に加えて、東京都内や他県の観光案内所などに配布して観光情報を発信し、観光客を呼び込みます。

② SNS等を活用した観光情報の発信 **県** **市町村** **民間**

フェイスブックやツイッターなどのSNSツールを活用して、口コミや観光客自らのSNSツールからの発信を促し、観光客目線の情報の拡散を目指します。

③ 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外国語観光情報ウェブサイト「Tokyo Day Trip -Kanagawa Travel Info-」、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、インスタグラムなどの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するとともに、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。



写真差替予定

外国語観光情報ウェブサイト

「Tokyo Day Trip -Kanagawa Travel Info-」

(6) 地域の産品を活用した情報発信

アンテナショップを拠点に、地域の魅力的な産品の情報を県内外に発信するとともに、新たな「かながわの名産100選」を活用したプロモーションなど観光客を県内に呼び込む取組を推進します。

【主な事業】

① アンテナショップを拠点とした情報発信 **県** **市町村** **民間**

神奈川県アンテナショップ「かながわ屋」で、県産品の情報発信や消費者ニーズを把握することにより、県産品の発掘、磨き上げを行い県産品の振興に取り組みます。また、多様な関係者と連携して地域の産品のプロモーション等を行い、神奈川の魅力を発信します。

コラム：アンテナショップ「かながわ屋」

「かながわ屋」は、平成16年4月にシルクセンター1階にオープンして以降、「かながわの名産100選」を中心とした県産品の展示、販売を行う中で、県産品の魅力を発信する場としてアンテナショップの役割を果たしてきました。

平成30年6月末にシルクセンター店を閉店し、同年7月10日そごう横浜店地下2階食品売場に移転しました。集客力のあるそごうの売場を活用し、官民との連携などを通じて、地産地消や食育、未病改善の取組等とコラボレーションを行うことで、さらに強かに県産品の魅力を発信していきます。



② かながわの名産100選を活用した観光振興 **県** **民間**

平成30年度に新たに選定した「かながわの名産100選」を、女性やシニア向けツアーと連携して、ご当地グルメやおみやげ品として紹介するなど、ターゲットに応じたプロモーションを展開します。

また、集客の見込まれる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の機会を捉え、外国人観光客向けの名産品を揃えた物産フェア等において、名産100選をPRします。

コラム：かながわの名産100選

「かながわの名産100選」は、神奈川県伝統と風土に培われた、物産（工芸品、加工食品、農林水産品等）について、県民の皆様や各団体等からの推薦を受け、昭和60年に初めて選定し、平成18年の再選定を経て、平成30年度に約10年ぶりに見直しを行いました。

新たに選定した神奈川の魅力を強かに発信できる「おみやげ品」や「グルメ」などを観光プロモーションやイベント、交流のある県での物産展などに積極的に活用していきます。

写真①

写真②

写真③

③ 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。

基本施策3 受入環境の整備

【取組目標】

年度	2015（平成27）年度	2016（平成28）年度	2017（平成29）年度	2018（平成30）年度
	<h1>調整中</h1>			

【現状と課題】

- 2013年に1,036万人であった年間の訪日外国人旅行者数は、2017年には2,869万人にまで増加しており、神奈川県を訪れる外国人観光客数も増加しています。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には国内外から多くの観光客が訪れることが予想されます。
- SNS等のデジタルツールが普及し、口コミが観光情報の拡散に大きな役割を果たすようになっていることから、観光客の受入環境を整備し、満足度を高めることによって本県の魅力が拡散し、更なる観光客誘致に結び付くよう、取組を進める必要があります。
- 一方、地震や台風などの災害リスクの高い日本において、情報伝達の配慮など、日頃から災害等発生時における観光客の安全・安心の確保に取り組むことが必要です。

(1) 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、県内における多言語化の促進やWi-Fi（無料公衆無線LAN）環境の整備、おもてなし人材の育成、キャッシュレス決済の普及促進などについて、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。

【主な事業】

① 観光関連施設の利便性の向上 **県** **民間**

県内の観光関連施設等に対し、Wi-Fi（無料公衆無線LAN）環境整備や案内板の多言語化、トイレの洋式化等の利便性向上に向けた取組の促進を図ります。

② 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

③ 外国人向けおもてなし人材の育成 **県**

神奈川を訪れた外国人観光客の満足度を高める上で、おもてなし人材の育成が重要であることから、県内の善意通訳ガイド^{※1}の活動を支援します。

また、県内の通訳ガイドやガイド志望者に対し、研修会等を実施し、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開催時や、大会終了後も活動できる観光ガイドの充実に取り組みます。

④ 食の多様化に向けた環境整備 **県** **民間**

国内外からの観光客の受入れを促進するため、大学等と連携し、観光事業者向けに食の多様化への対応についての研修などを通じて、おもてなしの機運醸成を図ります。

⑤ 外国人観光客の消費活動の促進 **県** **市町村** **民間**

決済環境の利便性を向上させるため、県内事業者等に対し、クレジット決済の導入やキャッシュレス決済サービスに関する情報提供に取り組みます。

(2) 宿泊施設の充実・多様化

観光客の宿泊ニーズに応えるため、市町村と連携しながら、ホテル誘致や健全な民泊サービスの推進などにより、宿泊施設の充実・多様化を図ります。

【主な事業】

① 企業誘致施策による宿泊施設等の誘致促進 **県** **市町村**

企業誘致施策を活用し、市町村と連携しながらホテルなど一定の要件を満たす宿泊施設等の県内立地を促進します。

② 健全な民泊サービスの推進 **県** **市町村**

観光客の多様な宿泊ニーズに対応するため、住宅宿泊事業法をはじめとした関係法令に基づく民泊施設について、健全な民泊サービスの推進を図ります。

(3) 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、障がいの程度、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。

【主な事業】

① 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、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。

※1 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。

② 観光バリアフリーに関する情報の発信 **県** **市町村** **民間**

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。

(4) 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、観光ガイド団体の活動等を支援します。

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等の国際大会に向け、観光ガイド人材の育成に取り組みます。

【主な事業】

① 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。

高校生 外国人「おもてなしアイデア」コンテストでは、御朱印集めや、侍をテーマとした鎌倉巡り、江ノ島で猫探しなど、高校生らしい楽しいアイデアが提案されています。



② 観光客を迎えるおもてなしの向上 **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「かながわガイド協議会」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うことで、おもてなし力の底上げを図ります。

(5) 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。

【主な事業】

① 自動車専用道路網の整備 **県**

新東名高速道路や横浜湘南道路・高速横浜環状南線・北西線など、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。

② 一般幹線道路網の整備 **県**

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。また、観光地への交通アクセスの改善を図るため、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。

③ 道路の有効活用 **県**

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
パス図 (イメージ)

④ 自転車等の活用による2次交通の充実 **県** **市町村** **民間**

公共交通機関等と連携し、観光における2次交通の手段として自転車を活用した交通ネットワークの構築を進めるとともに、地域の観光資源の魅力を活用した観光ルートを設定し、県内を訪れる観光客の周遊観光を促します。

⑤ 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。

⑥ 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。

⑦ 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。

⑧ 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。

(6) 観光客の安全・安心の確保

災害等の発生時に観光客が被災状況や避難所等の必要な情報を取得できるよう、ホームページや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・災害情報を充実します。

また、平時から市町村、観光協会や観光関連事業者等と連携し、わかりやすく正確な情報発信をはじめ、災害等の発生時に観光客の安全・安心の確保を行うための体制を整備します。

【主な事業】

① 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。

② 安全・安心確保に係る体制の整備 **県** **市町村** **民間**

市町村、観光協会や観光関連事業者等と連携し、わかりやすく正確な情報発信をはじめ、災害等の発生時における外国人観光客への対応等にかかる事業者向けマニュアルの作成など、観光客の安全・安心の確保を行うための体制を整備します。

③ 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。

④ 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。

⑤ 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、安全・安心を図るための迅速な対応に努めます。

コラム：自然災害と観光客（事例から学ぶ）

日本は、外国に比べて地震、台風、大雨等の自然災害が発生しやすいと言われ、また、近年、大規模な自然災害が相次いで発生しています。

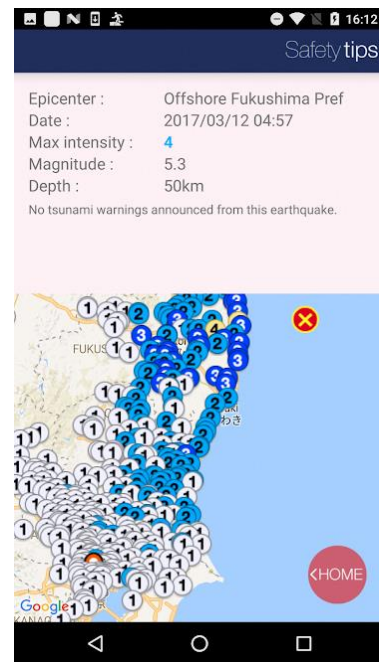
平成30年9月に発生した台風21号では高潮によって関西空港が閉鎖され、また、北海道胆振東部地方地震では大規模な停電が発生し交通機関がストップするなど、住民だけではなく観光客にも大きな影響を与え、特に訪日外国人観光客に対する情報伝達が課題になりました。

観光客が安心して観光を楽しむことができるよう、観光客の特性（土地勘がなかったり、訪日外国人観光客は自然災害に関する知識が不足していたり、日本語でのコミュニケーションが難しい等）に配慮し、平時から、行政や観光事業者が連携し、自然災害に備えた取組を進めていく必要があります。



Safety tips

観光庁監修のもと開発された、日本国内における緊急地震速報や津波警報、噴火速報、特別警報、熱中症情報、国民保護情報を通知するアプリ。訪日外国人旅行者向けに、災害時に役立つ様々な機能があります。



基本施策4 観光関連産業の成長促進

【取組目標】

項目	2017年度	2019年度	2020年度	2021年度
<h1>調整中</h1>				

【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を活性化し、雇用の創出につなげていくことが重要です。
- そのため、情報発信の機会提供や経営基盤の強化、人材の育成、災害等発生時の事業継続支援等に取り組む必要があります。

(1) 地域の産品を活用した情報発信（再掲）

アンテナショップを拠点に、地域の魅力的な産品の情報を県内外に発信するとともに、新たな「かながわの名産100選」を活用したプロモーションなど観光客を県内に呼び込む取組を推進します。

(2) 宿泊施設の充実・多様化（再掲）

観光客の宿泊ニーズに応えるため、市町村と連携しながら、ホテル誘致や民泊サービスの健全な推進などにより、宿泊施設の充実・多様化を図ります。

(3) 観光関連事業者に対する支援

観光産業を支える観光関連事業者の活動を支援し、経営基盤の強化を図ります。

【主な事業】

① 経営相談などの実施 **県** **民間**

中小企業・小規模企業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、専門家の派遣等を行います。

② 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。

③ 地域経済牽引事業の促進 **県** **市町村** **民間**

地域未来投資促進法に基づく神奈川県基本計画において、観光分野を成長産業の一つとし

て位置づけ、地域経済牽引事業（地域の特性を生かして高い付加価値を創出する事業）に取り組む事業者を支援します。

(4) 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。

【主な事業】

① 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。

② 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。

(5) 災害等発生時の観光関連産業の支援

災害等の発生時に観光関連産業の事業の継続を支援するとともに、観光客の減少を最小限に留めるため、災害等が発生した地域の観光に関する正確な情報を、わかりやすく発信します。

また、平時から市町村、観光協会や観光関連事業者等と連携し、災害等の発生時に観光客の減少を最小限に留めるための体制を整備します。

【主な事業】

① 地元市町村と連携した情報発信 **県** **市町村**

自然災害による立入制限や交通規制など、災害に関する情報や観光に関する情報を正確かつ継続的に発信し、風評被害の防止に努めます。

② 緊急時の事業継続に向けた支援 **県** **民間**

災害や事故などの緊急時に、中小企業・小規模企業が重要業務を中断せずに、あるいは中断しても早期に重要業務を再開できるよう、事業継続計画（BCP）の策定等の支援を行います。

③ 資金調達の支援 **県** **民間**

中小企業制度融資を活用し、災害の発生により売上高等が減少している観光事業者の資金調達を支援します。

④ 雇用対策などの支援 **県**

災害が発生した地域と連携して、必要な措置を国に働きかけるなど、従業員の雇用の維持に努めます。

7 計画の推進体制

(1) 神奈川県観光戦略本部

戦略的、総合的な観光施策の推進、それに関する関係部局間の調整、その他観光施策の推進に関して必要な事項について、施策・事業の評価と課題の整理を行います。

(2) 神奈川県観光審議会

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。

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。