

県民意見整理台帳

神奈川県観光振興計画(改定素案)に対する県民意見

(1) 意見提出者数 35者

(2) 意見内容の分類

	意見内容	延べ件数
	神奈川県観光振興計画の概要	0
1	観光振興計画について	0
2	計画の制定及び改定の経緯	0
3	本計画の目指すところ	5
4	計画期間	2
5	日本における観光をめぐる状況	0
6	神奈川県における観光をめぐる状況	9
7	7つのエリアについて	9
8	計画における数値目標	11
9	本計画における重点的視点	4
10	施策体系	49
11	計画の推進体制	10
12	その他	5
	合計	104

(3) 意見の反映状況

	反映区分	延べ件数
A	計画に反映するもの	10
B	既に改定素案に盛り込んでいるもの	39
C	今後の取組の参考とするもの	33
D	計画に反映できないもの	5
E	その他(感想、質問等)	17
	合計	104

募集期間

令和4年10月4日(火)～令和4年11月2日(水)

県民意見整理台帳(神奈川県観光振興計画(改定素案)に対する意見の反映状況)

No.	区分	意見要旨	反映区分	反映に係る考え方
				反映区分:A 計画に反映するもの B 既に改定素案に盛り込んでいるもの C 今後の取組の参考とするもの D 計画に反映できないもの E その他(感想、質問等)
(1)	7	26ページについて、箱根エリアの日本文化の観光資源とは何か。	E	寄木細工、小田原漆器等の伝統的工芸品に関する施設や歴史的建造物、地域に根付いた祭り等があげられます。
(2)	7	25ページについて、客室稼働率における説明文とグラフの数値が異なる。2018年79%と2020年5月9%とあるが、次ページのグラフの数値と違う。	A	26ページ「客室稼働率」のグラフに誤りがありましたので、訂正します。
(3)	6	17ページについて、図の中の弱みに、「日本人観光客の消費単価が低い」とあるが、強みに「コロナの影響により消費単価が上昇」とある。矛盾していないか。	B	「コロナの影響により消費単価(宿泊費)が上昇」については、外部環境として、新型コロナウイルス感染症拡大の影響を受けた全体の傾向を強みと捉えています。「日本人観光客の消費単価が低い」については、本県の課題特性として捉えられることから、内部環境における弱みとして位置付けています。
(4)	6	10ページについて、アウトドアを好む傾向が高まっているとあるが、p16の上の図からは、おいしいものや温泉や宿泊施設が上位にあり、アウトドアが好まれる傾向は見られない。17ページについて、コロナ禍で自然体験の需要が高まっているというの何か根拠があるのか。	B	「旅行先で最も楽しみにしていたこと×コロナ流行前からの変化_神奈川」グラフの2019年(コロナ前)と2020年の比較を見ると、買い物や文化的体験・観光等の目的より、自然をキーワードにした目的の伸びが認められます。
(5)	7	38ページについて、相模湖・相模川エリアはなぜ外国人が多いのでしょうか。他の地域よりも高い割合になっている理由は何でしょうか。	E	現状で県が把握できる観光データからは、外国人観光客の訪問理由までは把握できません。
(6)	8	46ページのグラフについて、前期計画が～令和4年度なのに、令和4年度の記載がない。	A	各種統計の2022(令和4)年の値は令和5年以降に発表されるため、2023(令和5)年の目標値を記載します。
(7)	10	藤沢から茅ヶ崎の海沿いを走るサイクリングロードが砂の堆積が激しく、通行が困難である。令和7年に茅ヶ崎に道の駅が完成することからも、しっかり道を整備したうえでサイクルツーリズムに繋げる取り組みを希望する。砂の除去だけでなく飛砂が堆積しないようにする抜本的な対策を講じてほしい。	B	「基本施策3」に記載のとおり、サイクリングロードの整備については、誰でも迷わず安全に走行できる環境を創出するものとして、盛り込んでいます。なお、飛砂のサイクリングロードへの侵入を抑えるために、海側に竹で編んだ竹す柵の設置を進めています。
(8)	10	72ページ「⑤羽田空港観光情報センターの運営」に加え、成田空港で、神奈川県観光情報が入手できるコーナーの設置はできないか。 2019年 成田空港入国者数 8,978千人 2019年 羽田空港入国者数 4,288千人	C	「基本施策4」に記載のとおり、観光関連事業者や他自治体等と連携したプロモーションを行います。成田空港で、神奈川県観光情報が入手できるコーナーの設置ができないかということについて、いただいたご意見は、今後の取組の参考にさせていただきます。
(9)	10	三浦半島地域の観光振興計画について。三浦半島に位置する市町は、長年観光振興に努めているが、「三浦半島」としての知名度は伊豆半島、房総半島と比較しても格段に劣り、鎌倉地域を訪れる多くの観光客を三浦半島全体に引き込むといったことも難しい状況である。四市1町が個々の魅力を発信しても、上述課題は永遠に解決できないと思われ、よって“共通のテーマ”を設定し、面として「三浦半島」の知名度を上げることが必要と考える。行政・産業界が一枚岩となり、認知度向上を目的とした施策を盛り込んでほしい。	B	「基本施策2」に記載のとおり、魅力ある観光地域づくりを行います。そのなかで三浦半島魅力最大化プロジェクトの推進等に取り組んでいきます。

県民意見整理台帳(神奈川県観光振興計画(改定素案)に対する意見の反映状況)

No.	区分	意見要旨	反映区分	反映に係る考え方
				反映区分:A 計画に反映するもの B 既に改定素案に盛り込んでいるもの C 今後の取組の参考とするもの D 計画に反映できないもの E その他(感想、質問等)
(10)	11	調査資料等含めて現状をしっかりとらえており将来どのようにすべきかがわかる。実施に移すにあたり、具体的な施策が今一つ分りにくく旅行業界などは一体となってどのように協力すれば良いのかが不明。 実効性を考えると、例えばこの素案を実現するための事業に対し助成金を支援するような施策はどうか。予算の問題もあると思うが、様々な協力を得るためには協力する方たちに対する実質的なメリットが必要。机上の論理に終わらないよう各業界に具体的な協力方法を指示していただきたい。	C	「11 計画の推進体制」に記載のとおり、県は、市町村や観光事業者、観光団体等多様な観光関連事業者と連携して観光施策を推進していきます。いただいたご意見は、今後の取組の参考とさせていただきます。
(11)	11	本計画の実現に向けては観光産業の組織や法人の協力は必要不可欠だと思われる。コロナウイルスの影響によりまだまだ観光産業は厳しい状況にある。そうした組織や法人に助成金等を支給し、今後の観光振興計画を熟知させ、実現に向けていく事が大事だと思われる。	E	「11 計画の推進体制」に記載のとおり、県は、市町村や観光事業者、観光団体等多様な観光関連事業者と連携して観光施策を推進していきます。
(12)	9	全体的に全ての項目が網羅されているように感じるが、神奈川県としての独自の優先順位がもう少し示されていることを期待する。また、円安の影響で訪日外国人の戻りが速いことも期待できるため、明確かつ迅速なオーバーツーリズム対策をしていただきたい。	B	「9 本計画における重点的視点」に記載のとおり、オーバーツーリズム対策を含む持続可能な観光を意識した観光施策に取り組めます。
(13)	6	神奈川県旅行者の単価が低いのは、人口集中地域に近く宿泊の必要が無い近場観光地である「横浜港周辺」、「鎌倉」を抱えているからに他ならず、地域特性というべきであり、これが「弱み」というのは、違和感が強い。 伸びしろがあるという意味で、むしろ、「強み」とも言えるのではないかと(p17)	C	日帰りが多いことによる日本人観光客の消費単価が低い現状を、本県の弱み(課題特性)として捉えています。今後、周遊や滞在の促進、日帰り客の消費単価向上等、強みに転換していくための観光施策を推進していきます。いただいたご意見は、今後の参考とさせていただきます。
(14)	10	登山やハイキング客は、観光の範疇から外れるのかどうか。神奈川県には、日本百名山を擁する丹沢山塊や箱根のみならず、鎌倉や三浦半島には大人口集積地からの交通至便で手頃なハイキングコースが多数あるが、特に広大な面積を占める丹沢方面の施策は、あまり見受けられないようである。	C	登山やハイキングによる県への来訪も観光客と位置付けています。「基本施策4」に記載のとおり、エリアの特性と市町村・関係団体・民間などの地域の意見を踏まえながら、戦略的・効果的なプロモーションに取り組めます。いただいたご意見は、今後の取組の参考にさせていただきます。
(15)	10	羽田空港からのアクセスが良い?に疑問。横浜駅や横浜港周辺エリアまでは、京急やリムジンバスでアクセスが良いと言えるが、神奈川県の最大観光地である鎌倉、箱根への直通便が少ないなど、東京方面と比較するとアプローチは貧弱だと思う。 (例えば、羽田空港から主要観光地を経て三浦半島を周遊し江の島まで経由する観光航路を常設できないか。これぞ、多様な神奈川県の観光資源を満喫できるのでは。工場群、横浜港、八景島、観音崎、城ヶ島、鎌倉)	C	「基本施策3」に記載のとおり、観光振興に資する交通基盤の整備を推進していきます。いただいたご意見は、今後の取組の参考とさせていただきます。
(16)	10	神奈川県内にとらわれず、他都県との境界近くに存在する他都県内のキラークンテンツから観光客を周遊させる戦略も有りかと思う。 (例:東京都であれば、高尾山から相模湖方面への周遊客の取り込み。JR東日本に土日だけでも中央線快速の相模湖駅までの延伸要請など。千葉県であれば、東京ディズニーリゾートから横浜港への航路新設を適切な事業者に働きかける。富士スピードウェイでのイベント開催時には、仙石原方面への直通ピストンバスの臨時運行を箱根登山バスなどに要請。伊豆大島航路の全便久里浜寄港を東海汽船に要請、あるいは、久里浜航路を通年化する)	C	「基本施策4」に記載のとおり、近隣自治体と連携し、県内来訪・周遊を促進する共同プロモーションや広域プロモーション等に取り組めます。いただいたご意見は、今後の取組の参考とさせていただきます。
(17)	10	サステナブルに関連して、過去に整備された観光設備や遊歩道が、使用不能になったり通行止めとなって長期間放置されている状況が散見される。 観光設備の修繕をタイムリーに行える施策を盛り込むことはできないか。(補助金や予算手当など)	C	「基本施策3」に記載のとおり、受入環境整備についての補助事業に取り組めます。いただいたご意見は、今後の取組の参考とさせていただきます。
(18)	10	鎌倉について、鎌倉の日帰り客の相当割合は鶴岡八幡宮と小町通りの2観光地のみでの訪問に留まり、1000円未満しか金を落とさない旅行者も多いというデータを過去に見た。この2か所を中心にPRしていくのは、当然のことと思うが、消費単価の向上のためには、そこから他所へ誘導したり宿泊に結びつけることが必須だと思われる。(鎌倉市に限って言えば、道路事情の改善と宿泊施設(部屋数)の確保がポイントであると思われるが、前者に関しては、パーク&ライドに深沢の新市庁舎近隣を利用するとか、例えば鎌倉駅前後のJR線路を高架にしてその下に車道を新設し、梶原方面に逃すような方法はないのか。後者に関しては、大規模宿泊施設ができるとしたら、大船駅周辺や深沢の新市庁舎近隣、現市庁舎跡地、逗子マリーナ、野村総研跡地あたり。風致地区での建設制限は厳格に維持して欲しい。ただ、鎌倉中心部に宿泊施設を作ろうとしたら、現状では民泊しか選択肢が無く、年間180日の制限が重いと、事業者の方が嘆いていたので、特区化して緩和できないか。)	B	「基本施策4」に記載のとおり、観光関連事業者や他自治体等と連携したプロモーション、観光消費を高めるプロモーション等を行うことで観光客の県内周遊等を促します。

県民意見整理台帳(神奈川県観光振興計画(改定素案)に対する意見の反映状況)

No.	区分	意見要旨	反映区分	反映に係る考え方
				反映区分:A 計画に反映するもの B 既に改定素案に盛り込んでいるもの C 今後の取組の参考とするもの D 計画に反映できないもの E その他(感想、質問等)
(19)	10	新観光資源の発掘について、過去の統計データだけでは、新観光資源の発掘は難しいと思われる。市区町村の情報もあるかもしれないが、地元では、観光資源となることに気づかないことも多い。インターネット上のビッグデータから、神奈川県の魅力ある潜在的観光資源を発掘するのはどうか。(56ページ基本施策1) また過去のTV番組アーカイブでも、かなり貴重な観光資源のヒントはあると思う。特に6,7エリアの人流の多い観光資源とされている個所は、神奈川県民でも限られた人しか知らない知名度の低いところもあり、これらを中心にPRしていくというのは無理があるように思う。(p45)	B	「基本施策1」に記載のとおり、スマートフォンの位置情報を動態分析ツールを活用します。また、「基本施策2」に記載のとおり、神奈川県観光魅力創造協議会等を通じて、観光資源の発掘・磨き上げに取り組みます。
(20)	8	観光消費額総額を目標まで増やす方策として、消費単価の増加を目指すとの具体的な方策(方向性)の記述をしてほしい。	B	「8 計画における数値目標」に記載のとおり、観光消費額総額の目標数値を達成するためには、消費単価を増やすことを目指すとしています。また、「基本施策4」に記載のとおり、観光消費を高めるプロモーションを推進していきます。
(21)	11	57ページについて、神奈川県観光協会(かながわDMO(登録申請中))が地域で行うマーケティングや地域支援を行うための基礎資料となる観光データの収集・分析を行います。かながわDMOの機能として、県が収集したデータをかながわDMOが地域の特徴に沿って分析をし、地域でマーケティングに活用する方がより観光振興になるものと思われる。	B	「11 計画の推進体制」に記載のとおり、県、市町村、神奈川県観光協会等の多様な関係者が連携していくとしています。
(22)	10	57ページ(2)動態分析ツールの活用 ①1000通りのモデルコースの検証について、1000通りのモデルコースは素晴らしいが、多すぎて迷うとのこともあり、理解しやすく、また行きたいと思える内容の整理が求められていると感じる。	B	「基本施策1」に記載のとおり、動態分析ツールの活用を通じて、1000通りのモデルコースを構成する観光資源の検証に取り組みます。
(23)	11	63ページ基本施策3 観光客の受入環境整備・基本施策4 地域の特徴や意見を踏まえた国内外への戦略的プロモーションにかけて、について新型コロナウイルス感染症罹患率が減少傾向の中、某電鉄トップが仰っている通り、再び観光地間の競争が激化することを踏まえ、あらゆる垣根を越えた観光課題について議論できる体制づくりが急がれると感じる。極論だが、各種協議会の専門化やスリム化も必要になってくるものと感じる。また、各関係ご担当者におかれては、現場事業者から必要とされる情報開示要求には、融通の利く対応が今後、必要になると感じる。観光客の受入整備の推進を図るのであれば、上記トップが仰る通り一致団結に繋がる垣根のない体制作りが根本的に必要不可欠である。	B	「11 計画の推進体制」に記載のとおり、地域を繋ぎ、県内の観光に携わる者それぞれの観光振興に資する役割や主体的な取組を後押しすることなど、広域自治体だからできる役割を、県が行う施策を通じて果たします。
(24)	10	72ページ(6)多彩な デジタルツール等を活用した情報発信①ホームページによる観光情報の発信について、観光客への訴求内容が増えるに従い、サイト内の情報が複雑になり、離脱しづらい印象だ。ワンストップサービスによる神奈川のブランドイメージのアップのためにも、また、コロナ禍を経験したユーザー目線の厳しさからも、サイト内周遊促進や更なる使い勝手の良さを図る意味で、通常の定期アップデートとは違うアップデートを行う必要があると感じる。	B	「基本施策4」に記載のとおり、観光客の多様なニーズに沿う形に整理した上で、多様なデジタルツール等を活用した情報発信を行います。
(25)	10	73ページ基本施策5 観光関連産業の成長促進【実施する主な事業】②かながわの名産100選を活用した観光振興について、「かながわの名産100選」や「かながわブランド」に選定・認定されているものが複数混在している状況がある。将来的に地域産品のブランド化を推進する意味でも一本化が望ましいのではないかと。	D	かながわの名産100選は、かながわ産品をPRすることで、本県への誘客に活用するものであり、かながわブランドは、特産品の流通の面から支援するものです。
(26)	11	75ページ計画の推進体制について、県観光振興条例に基づき、神奈川DMO 発足後は、更なる相互理解と強固な結束、そして、情報共有と開示が県との間で必要になってくると思われる。然るべき必要な情報が求められた際、今以上に柔軟な理解と調整をお願いしたい。	E	「11 計画の推進体制」に記載のとおり、県は、地域を繋ぎ、県内の観光に携わる者それぞれの観光振興に資する役割や主体的な取組を後押しすることなど、広域自治体だからできる役割を、県が行う施策を通じて果たしていきます。

県民意見整理台帳(神奈川県観光振興計画(改定素案)に対する意見の反映状況)

No.	区分	意見要旨	反映区分	反映に係る考え方
				反映区分:A 計画に反映するもの B 既に改定素案に盛り込んでいるもの C 今後の取組の参考とするもの D 計画に反映できないもの E その他(感想、質問等)
(27)	10	基本施策1観光データの活用について、「1000通りのモデルコース」についてモデルコースを構成する観光資源の検証を、動態分析ツールを活用して行う。 また、大学と連携し、「1000通りのモデルコース」の内、コロナ禍の影響が少なかった観光資源について動態分析ツールを活用して分析・調査する。 分析結果に期待するが、インバウンド客や在留外国人に関しても何か情報を得ることが出来るのかどうか。「1000通りモデルコース」は情報提供で、実際の訪問に繋がっていったのかどうか、そのようなデータも同時に提供して欲しい。	B	「基本施策1」に記載のとおり、将来的に外国人観光客の動態分析を行う方法を検討します。
(28)	8	基本施策2 観光資源の発掘・観光人材の育成について、「今後、多様化する外国人のニーズに対応していくため、満足度を向上させることの出来る専門性の高いガイド人材の育成や地域における持続可能な体制づくりを進めていく必要がある。」とある。 この「満足度」について、以前、当クラブも協力して個人ガイド客へのアンケート・ヒアリングを行った経験があるが、なかなか収集は難しい。しかし重要なデータであるため、データ収集項目に入れていただきたい。	B	「8 計画における数値目標」に記載のとおり、観光客の満足度は、観光消費額総額を増やすための重要な要素です。「その他参考指標」として数値目標を定め、検証を行うこととしています。
(29)	6	9ページ、前計画期間(平成31年度～令和4年度)における県の取組について、前計画においてどのような取組があったのかがわかりにくい書き方になっている。4つの基本施策ごとに具体的に行った施策を整理して記載すべきである。	A	9ページ 6(1)「前計画期間における県の取組」において、前計画における4つの基本施策ごとに整理し記載しました。
(30)	12	観光消費額、観光消費総額、観光消費額総額の3つが混在しているので、同じものを示すのであれば統一すべきである。	A	「観光消費額総額」に統一して表記いたします。
(31)	12	「訪日外国人」、「海外からの観光客」の2つが混在しているので、同じものを示すのであれば統一すべきである。	A	名称が示す内容と記載箇所に応じた言葉を整理し使用します。また、統計を引用する場合は統計における名称を使用します。
(32)	10	53ページについて、データを根拠として施策の展開について、訪日外国人観光客の動態は、インバウンドが段階的に回復する中で、効果的な施策を行うために、必要なデータである。データを根拠にした施策の展開を重点的視点とするなら必ず取るべきデータである。	B	「基本施策1」に記載のとおり、将来的に外国人観光客の動態分析を行う方法を検討します。
(33)	11	県の観光施策の方向性がよく分かる計画である。この計画に基づき神奈川県の観光を盛り上げて行ってほしい。	B	「11 計画の推進体制」に記載のとおり、地域を繋ぎ、県内の観光に携わる者それぞれの観光振興に資する役割や主体的な取組を後押しすることなど、広域自治体だからできる役割を、県が行う施策を通じて果たしていきます。
(34)	10	53ページ9 本計画における重点的視点(2)データを根拠とした施策の展開及び56ページ【あるべき施策の方向性】外国人観光客の動態分析を行う方法を検討しますについて、データ活用を強化していく方針が計画の随所に伺えたが、非常に賛成である。 社会のデジタル化が進み、コロナを経て動きが早まった世の中を素早く捉えるには、昨今のビッグデータのようなリアルタイムデータを大いに活用すべきだ。旧来の公的統計ではタイムラグがあり足元の変化を掴むことは難しいのではないかと。 特に、外国人観光客の動態分析については、水際対策が大幅に緩和され、今後急速に回復するインバウンド対応を考えると急ぎたい作業である。	B	「基本施策1」に記載のとおり、将来的に外国人観光客の動態分析を行う方法を検討します。
(35)	11	前回の計画よりデータ関係等の記載が非常に増えており、根拠(データ)に基づく方針であるという姿勢が伺えた。机上の空論にとどまらず、観光振興の好機をつかみスピード感のある対応や柔軟な発想を持つことで「神奈川県の観光」の競争力を高めてほしい。これからもより一層に県内の経済効果をもたらすような観光振興の推進に取り組んでいただきたい。	B	「11 計画の推進体制」に記載のとおり、地域を繋ぎ、県内の観光に携わる者それぞれの観光振興に資する役割や主体的な取組を後押しすることなど、広域自治体だからできる役割を、県が行う施策を通じて果たしていきます。

県民意見整理台帳(神奈川県観光振興計画(改定素案)に対する意見の反映状況)

No.	区分	意見要旨	反映区分	反映に係る考え方
				反映区分:A 計画に反映するもの B 既に改定素案に盛り込んでいるもの C 今後の取組の参考とするもの D 計画に反映できないもの E その他(感想、質問等)
(36)	10	週末に時間があつた時に、県内イベントや祭りなどの情報が手軽に検索、入手出来れば、もっとレジャー観光が、活性すると思う。今の県観光協会のサイトでは、内容不十分。観光振興は、旬な情報提供に尽きるとわれ、計画なかではそうした情報戦略が読み取れない。計画に盛り込むことが出来なくても、実効性ある情報発信の事業施策を望む。	A	実効性のある情報発信の手段としてSNSを活用していきます。SNSの活用については、「基本施策4」に記載のある、多様なデジタルツール等によるプロモーションに反映させていただきます。また旅マエ、旅ナカもふまえた発信をしていきます。
(37)	8	「基本施策2」【あるべき施策の方向性】<データを根拠とした発掘・磨き上げ>について、数量的な観光データに加え、「お客様(観光客)目線」でのコメント、意見等のフィードバック情報の収集にも一層重きを置き、顧客満足度をさらに高める観点からの取組みをお願いしたい。	C	「8 計画における数値目標」に記載のとおり、観光客の満足度は「その他参考数値」として位置付け、観光消費額総額を増やす重要な要素であると考えています。いただいたご意見は、今後の取組の参考とさせていただきます。
(38)	10	「基本施策2」(3)① 地域で活躍するホスピタリティ人材の育成について、インバウンド対応としての「かながわ認定観光案内人」の検討にあたっては、神奈川全域を対象とした制度に限らず、更に地域を限定特化したレベルでの認定観光案内人制度についても、市町村と連携し、併せて検討をお願いしたい。	B	「基本施策2」に記載のとおり、多様化する外国人観光客のニーズに対応するため、満足度を向上させることのできる専門性の高いガイド人材の育成や地域における持続可能な体制づくりを進めます。また、地域通訳案内士との連携も行っていきます。
(39)	10	「基本施策2」(3)② 大学との連携による人材育成・人材発掘について、地域観光案内の担い手であるボランティアガイド団体とのコラボレーション等を通じた体験的な取り組みも検討対象をお願いしたい。	C	「基本施策2」に記載のとおり、地域における持続可能な体制づくりを進めます。いただいたご意見は、今後の取組の参考にさせていただきます。
(40)	10	「基本施策4」(6)① ホームページによる観光情報の発信について、観光客はまず第一優先で適度なMapを欲しがることから、「観光かながわNOW」や「Tokyo Day Trip -Kanagawa Travel Info-」などのホームページで、魅力的な観光Mapを充実させる計画を織り込むことが効果的と思われる。	C	「基本施策4」に記載のとおり、多様なデジタルツール等を活用した情報発信を行います。いただいたご意見は、今後の取組の参考とさせていただきます。
(41)	6	16ページ、「ビジネス需要の割合の低下」について、データの尺度が泊数なのか、人数なのか、金額なのか分かりませんが、観光客の観光目的統計としてはあまり意味を持たないのではないかとされる。	E	15ページ(3)では本県の新型コロナによる影響や特徴を記載しており、実態をつかむため各種データを掲載しているなかで、ご指摘のデータは神奈川県来訪目的の実態変化を示すものとして、観光庁「旅行・観光消費動向調査」を基にグラフ化し掲載したものです。
(42)	3	基本施策でもあるように「観光客を受け入れる県民の観光に対する満足度を高めることが必要であるため、それを把握するデータを収集する必要性」は、よい施策であると思う。県民も踏まえ観光客、観光事業者、県民があつてこそその「持続可能な観光」であると感じるため。	E	「3 本計画の目指すところ」に記載のとおり、観光振興により、観光客だけでなく地域の住民の理解、満足の高まりにより地域が輝くことを目指します。

県民意見整理台帳(神奈川県観光振興計画(改定素案)に対する意見の反映状況)

No.	区分	意見要旨	反映区分	反映に係る考え方
				反映区分:A 計画に反映するもの B 既に改定素案に盛り込んでいるもの C 今後の取組の参考とするもの D 計画に反映できないもの E その他(感想、質問等)
(43)	10	1000通りのモデルコースの構成は、どのように観光客に適合するコースが導き出される形態にするのか。また、幅広い選択肢があるメリットがあるのと同時に、やはり有名な観光地への偏りが発生し、コース内にも人気コースとそうでないコースへの偏りが生まれるのではないかと感じる。	E	「基本施策1」に記載のとおり、動態分析ツールの活用を通じて、1000通りのモデルコースを構成する観光資源の検証に取り組みます。
(44)	10	「新しい交通網の整備促進」を行うことで、公共交通機関での移動可能な範囲が広がる。交通費にかかる割合が減少している現状に対し、良好な政策案であると考えられる。しかし、沿線の拡大はその周辺の地域住民の不満にも関連するが、地域住民との調整を図るための政策はあるのか。	E	新しい交通網の整備にあたっては、沿線や駅周辺の地域住民との調整が必要であり、住民との合意形成を図りながら、新駅周辺のまちづくりに関する都市計画を決定するなど、整備に必要な手続きを進めています。
(45)	9	「持続可能な観光」に共感する。特に自然環境の保全については、旅行ツアーに自然保護活動が入ったものについて割引や補助を行うといった行政の取組があるとよいのではないか。	C	「9 本計画における重点的視点」に記載のとおり、持続可能な観光を意識した観光施策に取り組みます。いただいたご意見は、今後の取組の参考にさせていただきます。
(46)	10	観光資源の「磨き上げ」とは具体的に何をするのか。	E	観光資源の発掘・磨き上げについては、「基本施策2」に記載しています。
(47)	8	外国人消費単価が高すぎる 外国人の観光消費額と延べ宿泊者数は、2023年末に2019年末水準になると仮定するなら、2024年の消費単価は90,490円は、2019年は53,868円の1.7倍であるので、2024年の観光消費額の目標数値は、2019年の1.7倍になっていないと辻褄があわない。 2020年の消費単価の66,838円が異常値とみるべき。 消費単価の目標を計画通りとするなら、KGIの観光消費額は、もっと高い数値となるはず。 普通に考えて、7年間でほぼ倍近くに単価があがるとは思えない。	C	消費単価(目標)は観光消費額総額と異なる観光庁の統計から算出した参考指標であり、今後公表される数値により、目標値が修正される可能性があります。
(48)	11	計画に定められた7つのエリアにおける観光施策のあり方について、それぞれ観光客の属性、宿泊施設の稼働率などのデータ分析を基に作られたものとして期待を寄せている。また、多様性に富むツーリズム創造もしかりである。 この計画の実施、持続性を保つためにも各基礎自治体の協力無くしては成り立たない。是非とも各市町村との情報交換を密に、情報をアップデートできる体制を確立していただきたい。	B	「11 計画の推進体制」に記載のとおり、地域を繋ぎ、県内の観光に携わる者それぞれの観光振興に資する役割や主体的な取組を後押しすることなど、広域自治体だからできる役割を、県が行う施策を通じて果たしていきます。
(49)	10	昨今の情勢からデジタルでの発信は欠かせない。デジタルはエリアフリーでもあるので当社も「使える新聞」として情報発信に務め、引き続き連携を強化していきたい。 情報の取得もニュースプラットフォームからSNSへと変わっており、常にトレンドにあった媒体を駆使したニュース配信に務めている。 ある程度ターゲットを絞った情報発信を希望する際も期待に応えられる媒体を提案できると思う。	C	「基本施策4」に記載のとおり、多様なデジタルツール等を活用した情報発信を行います。いただいたご意見は、今後の取組の参考とさせていただきます。

県民意見整理台帳(神奈川県観光振興計画(改定素案)に対する意見の反映状況)

No.	区分	意見要旨	反映区分	反映に係る考え方
				反映区分:A 計画に反映するもの B 既に改定素案に盛り込んでいるもの C 今後の取組の参考とするもの D 計画に反映できないもの E その他(感想、質問等)
(50)	6	神奈川県を7つのエリアに分けたとき自然景観(海、山、湖)、温泉、宿泊施設、都市観光、グルメ、歴史、スポーツ、キャンプ、文化、祭り、イベントなど観光コンテンツが豊富にあり多様化する観光客の嗜好に合わせて、それぞれの好みに合った旅行体験を提供できることが観光客を飽きさせることがないので良いと思った。しかし、個人的にはそれぞれ一つずつのパンチが弱い気がする。千葉県のように某テーマパークがあるわけでもなく、愛知県のようにアニメーションとコラボしたテーマパークやオモチャとコラボしたテーマパークのようなものがあるわけではない。神奈川県といったらどんな食べ物がある？と言われても思い浮かばない。これが現状だと考えられる。資料を見る限りその7つのエリアの大体が日帰りの日本人観光客が多いとのこと。それを考えるとやはり増やすべきところは宿泊の日本人観光客や外国人観光客などではないか。	B	「6 神奈川県における観光をめぐる状況」に記載のとおり、本県内には際立ったコンテンツが不足していることを弱みであるとしています。「基本施策4」に記載のとおり、滞在時間を延ばし宿泊観光を促すための周遊観光の促進について、市町村・関係団体・民間等と連携し取り組みます。
(51)	10	外国人観光客は日本の様々な技術に興味、関心を持っている。そういった流行や外国人などが今日本の何に注目しているかなどを観光の部分に取り入れればよいのではと私は考える。今日本はゲームやアニメーションの技術が賞賛されている。私の勝手なイメージだがそういうものは大体東京が関係してる。神奈川もそういったゲームのセレモニーや大会を神奈川を会場にしてや、もともとある7つのエリアにアニメーションなどをコラボレーションしていけば日本人だけではなく外国人観光客も興味を示すのではと考える。 今ジャンルが多く連携が取りにくいのが弱みなのであればそういった共通した何かを使ってジャンルの違う観光でも連携を取りやすくすれば、もう少し変わるのではないだろうか。やはり何か一つに着目しそれを今あるジャンルに組み込んでいくのが手ではないだろうか。人は新しいものを好む習性にあるのならばどんどん新しいものを出していくべきだ。千葉や愛知のような大きなテーマパークをすぐ作れといったって色々なことを考えればとても無理な話である。ならば今あるものをもっと良い方向に伸ばしていけば観光客の割合なども変わるのではないだろうか。アニメや漫画なら時の流れによって流行っているものが変わっていったりするもので、単発で終わることはないであろう。そういったものをフル活用すべきだ。	C	「基本施策4」に記載のとおり、多様なテーマに沿って県内来訪を促すツーリズムを推進していきます。アニメ等の視点について、いただいたご意見は今後の取組の参考とさせていただきます。
(52)	3	この神奈川県観光振興計画での目指すところは「観光により地域が輝く神奈川」とされている。観光産業は、旅行業や宿泊業を中心としながら、非常に多岐にわたる産業につながりをもつ産業分野であるとされているが、改めて考えてみると、ほとんど観光産業がなければ動いてない産業分野だと思った。だからこそ、次の文にあるように、観光を振興し、観光消費が高まることにより、地域におけるさまざまな産業分野への経済効果が拡大する可能性があり、神奈川県観光振興条例第1条にあるように、本県の経済社会が持続的に発展することに繋がると思った。 観光を振興することで、地域の魅力を観光の目線で再発見し、磨き上げ、発信することにより、賑わいや交流が生まれ、県内各地域を訪れる観光客の満足につながることはもちろん、その地域の住民が、改めて自らが住む地域に誇りと愛着をもつことにつながる。自分は、熊本県からきたので、自分の住む地域に誇りと愛着をもつことは本当に大切だと思う。地域の魅力につなげるためには自分の住む地域を好きじゃないと魅力なんて見つけられないと思う。地域を訪れる観光客の満足を得るにはまず地域の魅力をアピールしたり出せない満足して貰えないと思う。それに繋げるためにも、自分の住む地域に誇りと愛着をもつことが大事だと私は思う。そして、配慮するところも大事な部分になってくると思う。観光を、振興する際に、地域の自然環境や生活環境に配慮することは、観光客を受け入れる地域住民の理解や受入体制の持続可能性につながる繋がることが分った。観光振興により観光客だけではなく地域の住民の理解、満足の高まりにより地域が輝くことを目指すということはすごくいい考えだと思った。	E	「3 本計画の目指すところ」に記載のとおり、観光振興により観光客だけではなく地域の住民の理解、満足の高まりにより地域が輝くことを目指します。
(53)	10	大前提として神奈川は知名度が無さすぎる。というのも私はネットでの交流が多いのだが他県に住んでいる人と通話をする機会が多い。自分が神奈川出身という話をするとなにが有名なのと聞かれる。神奈川県のある有名な観光地などの名前と神奈川が結びついていないのだ。なぜなら湘南や江の島、鎌倉があるという「え！？神奈川にあるの？」と口をそろえて言う。単純に学がない可能性もあるがこれだけ名前が売れている場所、しかも大仏などの国宝があるのに結びついていないというのは勿体ない。まずは神奈川にあるということをターゲット層に伝えるべきである。ネットをもっと使うべきである。それこそ写真が映える場所が多いのでインスタグラムなどでどんどん発信していくべきである。そして正しく情報を伝えて客を呼び込めたら高いリピート率を誇る神奈川は上手く立ち回れるはずである。	A	SNSの活用については、「基本施策4」に記載のある、多様なデジタルツール等によるプロモーションに反映させていただきます。
(54)	8	有名どころの方向性がバラバラすぎる所である。海の江の島、山の箱根、歴史の鎌倉、若者向けの横浜と多種多様であるが繋がりが少ないため一個行ったらおしまいとなりやすいと思う。(江の島と鎌倉は立地の関係で二つ行くことが多いかもしれない。)なので一か所での満足度を高めお金の消費を増やすようにすべき。	B	「8 計画における数値目標」に記載のとおり、観光消費額総額をKGIに設定し、目標値を定めています。また、消費単価は、KGI設定の参考指標として目標数値を設定し、消費単価を増やすための施策を行っていきます。

県民意見整理台帳(神奈川県観光振興計画(改定素案)に対する意見の反映状況)

No.	区分	意見要旨	反映区分	反映に係る考え方
				反映区分:A 計画に反映するもの B 既に改定素案に盛り込んでいるもの C 今後の取組の参考とするもの D 計画に反映できないもの E その他(感想、質問等)
(55)	8	神奈川県観光復興計画については私はより力を入れるべき、また利用のしやすい柔軟性が必要だと考える。神奈川県に限らずだが観光消費額を引き上げるためには、改定素案で行っていた観光地のPRやSNSを行う事は観光業には強力だ。ただ訪れてもらうだけではなく、それに加えその場で消費してもらう必要がある。消費単価を上げるためには今現状での高齢者による高額消費の増額。また若者の消費の増額が大切である。高齢者による観光地での消費額は高額だ。観光地での消費額を増額させるために例として商品のキャッチフレーズを健康といった高齢者の方が気にされている問題についての内容にするといったものにする事と考える。次に若者の消費については、若者は観光地に訪れても観光消費をする事が少なく、お金を使いたがらない傾向にある。その為、若者が観光地での消費をしやすいような観光。微力ながらも観光地での条件を設け買い物をする事で得であると考えられる割引などが良いのではないかと考える。	B	「8 計画における数値目標」に記載のとおり、観光消費額総額をKGIに設定し、目標値を定めています。また、消費単価は、KGI設定の参考指標として目標数値を設定し、消費単価を増やすための施策を行っていきます。
(56)	10	日本人やインバウンドで旅行する外国人が神奈川県で旅行をしてもらえるために、そしてリピーターをどんどん増やすために、私は一つの観光分野に考えを絞った。それが「歴史」である。昨今は訪日外国人の入国制限がなくなり、現在多くの外国人が日本で旅行をしている。そんな今だからこそ、外国人が多く訪れる「お城」「神社」「お寺」「侍」といった歴史を伝えるような観光施設は多くあるが、私が考えているのは神社仏閣ではなく歴史を楽しく学べてさらに体験もできるような観光施設だ。さまざまな地でそこの歴史を伝えられるような観光施設があればと思う。地元の人たちもインバウンドで来た人たちも外国人の方々も楽しんで、実際に体験できる、そうすることでレジャー要素も取れ入れて、子供の需要もあると考えられる。そうすることでリピーターや、観光地としての知名度も上がると思われる。	C	「基本施策4」に記載のとおり、多様なテーマに沿って県内来訪を促すツーリズムを推進していきます。歴史の視点について、いただいたご意見は、今後の取組の参考とさせていただきます。
(57)	10	観光振興計画について、横浜、箱根、鎌倉、江の島などは観光コンテンツが豊富であり、観光客のそれぞれの好みにあった旅行体験を提供できることがとても強みだと考える。SNSが普及している世の中だからこそ、もっとSNSを利用して地域やテーマごとのターゲットに合わせた情報発信をもっと強化していけばたくさんの方の目に入り、足を運んでくれる観光客が増えるのではないかと。	A	SNSの活用については、「基本施策4」に記載のある、多様なデジタルツール等によるプロモーションに反映させていただきます。
(58)	8	一般的に主要な交通機関などの案内表示などが英語・韓国語・日本語の3種類であることが多いが、それに属さない言語が使われる人のために、他国の言語を話し、色んな国の人とコミュニケーションをとることが出来れば、観光地へのリピーターも増えるのではないかと。	C	「8 計画における数値目標」に記載のとおり、再訪意向をその他参考数値として目標を定めています。リピーターを増やす手法について、いただいたご意見は、今後の取組の参考とさせていただきます。
(59)	3	観光を振興することでその地域の魅力を再発見することができ、磨き上げて発信することで賑わいや交流が生まれて県内の観光客を訪れる観光客の満足に繋がる。それだけではなく、その地域に住んでいる住民もその地域に対して愛着や誇りを持つことができる。このように観光振興により、観光客だけではなく地域の住民の理解、満足度の高まりにより地域が輝くことも目指している。これを見て、とてもいいなと実感した。やっぱり観光客のことだけを考えていくとどうしても偏りが出てしまう。そこに住んでいる住民が愛着や誇りを持っていないと観光地として輝けないしそこの地域の観光地として広げることが難しいと思う。だからまずは住民をここはととてもいい地域だという気持ちを持たせることが大切だなと思った。	B	「3 本計画の目指すところ」に記載のとおり、観光振興により観光客だけでなく地域の住民の理解・満足の高まりにより地域が輝くことを目指すことを盛り込んでいます。
(60)	7	相模湖・相模川流域エリアの観光状況を見てみると、そのエリアは奈良時代から相模国の中心として栄え、伝統行事や祭りなども多く受け継がれている。都心に近く大学、研修施設、商業施設・複合文化施設などの活気にあふれる都市部と四季折々に 彩られた森や湖をのぞむ清流の里など、都市と自然が融合する様々な楽しみ方を持つエリアというのがわかった。確かに私が住んでいる場所はとても自然が豊かで空気がとても綺麗に感じられるのが実感している。その観光客も自然や景色を楽しむために来ている人が多い。海老名S.Aやさがみ湖ブレジャーフォレストが主に訪れている割合が高い。なのでこれからはその2つの魅力をもっと全国に広げるためにPRを沢山していけばいいなと思う。	E	「7 7つのエリア」に記載のとおり、7つのエリアは、観光データにより地域ごとの特徴を捉えるための基礎単位として設定したものです。また、7つのエリアにおける観光施策のあり方として県の考え方を示しています。
(61)	7	神奈川県は県庁所在地である横浜は特に観光地推していくべき。横浜は外国文化をいち早く取り入れているという特徴があり、元町・中華街や赤レンガ倉庫が特に独自の風景を楽しむことが出来る。川崎は日本の産業を支えるモノづくりの街。厄除け大師から、知的好奇心を満たしてくれる産業遺産、近未来的な工場夜景の顔を持っているのが特徴だ。そのエリアの多く訪れられている観光地は、みなとみらい地区と横浜中華街であり、また外国文化を取り入れていることから中国、アメリカ、台湾などから割合がバランス良く来ていることが分かる。これを見て、やはり外国の人からの反応が他のところと比べて良いのがわかったので、その特徴を活かして日本で外国の雰囲気を楽しむことが出来るという利点が生まれるのでこれからも他の地域に横浜や川崎エリアの魅力が伝わって観光地としてもっと大きくなると思う。私も実際に横浜中華街に行った時は中国の雰囲気がすごく感じられて、本当に中国に来たみたいになったので感心した。	E	「7 7つのエリア」に記載のとおり、7つのエリアは、観光データにより地域ごとの特徴を捉えるための基礎単位として設定したものです。また、7つのエリアにおける観光施策のあり方として県の考え方を示しています。

県民意見整理台帳(神奈川県観光振興計画(改定素案)に対する意見の反映状況)

No.	区分	意見要旨	反映区分	反映に係る考え方
				反映区分:A 計画に反映するもの B 既に改定素案に盛り込んでいるもの C 今後の取組の参考とするもの D 計画に反映できないもの E その他(感想、質問等)
(62)	10	箱根エリアは、城下町小田原、国際的な観光地である箱根、万葉の時代からの温泉地である湯河原、豊かな森と海に囲まれた真鶴がある。また、気温も過ごしやすい気候で多くの人が訪れる場所だ。箱根は宿泊施設の数で神奈川県で1番多い地区で、温泉地としてとても有名。なので温泉に入るために宿泊もプラスして旅行するというのが箱根旅行として主流なのかなと思われる。宿泊施設は旅館とリゾートホテルが多く、主に芦ノ湖や仙石原温泉郷を訪れてる割合が多いのがわかった。PRしていくと、芦ノ湖や仙石原温泉郷の周辺を中心としていき、効率のいい交通便を活かしていけばいいと思う。	E	「基本施策4」に記載のとおり、交通事業者等観光関連事業者と連携したプロモーションを実施します。
(63)	8	観光により地域が輝く神奈川になるためには、「観光の振興により、県内各地域を訪れる観光客の満足度を高め、観光消費総額を増やすことで、本県全体の経済社会が、将来にわたり持続的に発展する」ことが必要で、このことから、観光消費総額をKGIとして設定し、本計画期間における目標数値を定めて検証を行うとある。データを見てみると、だんだんと宿泊客数などの数字が高くなってきているのがわかる。これはリピーターがたくさん増えて旅行してくれているのか家族連れや知り合いに紹介して増えていったのかと感じた。なので神奈川県では、リピーターを大切にしていって気持ちを高めていくと数値も安定して、更に観光客も増えていくのではないかなと思う。	B	「8 計画における数値目標」に記載のとおり、再訪意向をその他参考数値として目標を定めています。リピーターを増やすことは、観光消費総額を増やす要素であることを盛り込んでいます。
(64)	10	神奈川県に観光をしてくれる人が増えるようにするための1つ目の課題は、神奈川県の新たな観光資源の発掘と磨き上げを行うという事。まず初めに新たに観光資源を見つけるためにはどのようにしたらいいのかを考えていきたい。私は神奈川県に住んでいるが、神奈川県には、実際に住んでいる人だからこそ分かる魅力溢れる観光資源がいくつもある。その地域に関わりを持っている私達だからこそ気づける魅力が新しい観光資源を見つけるためのヒントになるのではないかな。そのため、その地域の学校などと協力をし自分の住んでいる地域の近くにあるレジャー施設やグルメなどを聞くといった調査を行う事で新たな観光資源の発掘に繋がるのではないかなと思った。	C	観光資源の発掘・磨き上げについては「基本施策2」に記載があります。地域や学校と協力するという手法について、いただいたご意見は、今後の取組の参考とさせていただきます。
(65)	10	観光資源の磨き上げについて、地域経済の活性化を図るために1000 通りものモデルコースが作成されておりこのモデルコースには約1800もの数多くの観光資源が使われている。神奈川県観光スポットと聞いて多くの方は横浜の中華街や赤レンガ倉庫、鎌倉の小町通りや鶴岡八幡宮といった定番スポットを答えるのではないかな。約1800もの観光資源があり1000通りものモデルコースを知っている人は少ないのではないかな。私自身も観光振興計画を読んで初めてこのモデルコースの存在を知った。今あるあまり知られていない観光スポットやモデルコースを磨き上げるために私達ができる取り組みとして、SNSなどを使いながら発信し知られていなかった観光資源の魅力を多くの人に気づいてもらい足を運んでもらう機会を増やす事でここから見えてくる改善点などが分かり磨き上げに繋がっていくのではないかなと思う。	E	「基本施策1」に記載のとおり、1000通りのモデルコースの見直しについて、「動態分析ツール」を活用して行っていきます。その結果を踏まえて、プロモーションのあり方等について検討します。
(66)	10	地域の特徴や意見を踏まえた国内外への戦略的プロモーションである。訪日観光客が増えていく中で神奈川県では着物体験や温泉といった外国人が日本を感じられる物が数多くある。しかしこれらは神奈川県以外でも出来るため他とは違う角度からアピールする事が大切だ。そのため例えば海外で人気が高い日本のアニメとコラボレーションしたイベントなどのプロモーションを考えるのもとても面白いのではないかなと思った。神奈川県にはエヴァンゲリオンやスラムダンクなどといったファンの多い有名な作品の舞台になっている所がいくつかある。このようにアニメファンにとって、自分がアニメの世界に入り込む事が出来るのはとてもいい体験になり訪日観光客を増やすきっかけになると思う。	C	「基本施策4」に記載のとおり、テーマ設定による戦略的なプロモーションを行うこととしています。アニメの視点について、いただいたご意見は、今後の取組の参考とさせていただきます。
(67)	6	横浜、箱根、鎌倉、江の島などをはじめとして、県内各地域には観光コンテンツが豊富にあり、多様化する観光客の嗜好に合わせた旅行体験を提供できることが本県の観光の特徴とされているが、神奈川県ときいてあまり惹かれるような地域は少ないと思う。栃木県の日光東照宮などのように、季節ごとに景色が違ったりすると、再び訪れたいと思うが、神奈川県にはなかなかそのような地域がない。今からそのような地域を作っていくということは、簡単なことではないと思う、時間や人件などもかなり難しいことだとは思っている、違うポイントで神奈川県に再び訪れたいと思ってもらえるような地域を作っていければと思う。例えば、今ある神奈川ならではのグルメだけではなく、もう少し大々的に個性や魅力のあるものを作ったり、B級グルメなどで良い評価をもらえるようなものを作ったりして、テレビや広告などに取り上げてもらうことで、まずはそのグルメに惹かれて訪れる観光客が増えていくと思う。2つ目の考えとしては、お祭りやイベントなどの行事をもっと取り入れていくのはどうか。神奈川県には相模原市の七夕祭りや、鎌倉のお祭りなどがあるが、どの年代が訪れても楽しむことのできるイベントごとを幅の広い年齢層から楽しんでもらえることができ、小さい子どもだった人が親になった時に、自分の子どもと一緒に訪れて楽しめたり、高齢者になっても楽しめるようなものであれば、ずっとずっと観光客なども途切れることなく、多くの人を集めることができると思う。	C	「6 神奈川県における観光をめぐる状況」に記載のとおり、本県内には際立ったコンテンツが不足していることを弱みであるとしています。食について、いただいたご意見は、今後の取組の参考とさせていただきます。
(68)	8	近年はコロナウイルスの影響もあり、インバウンドが減少していたが、これから再び海外からの観光客の需要も高まっていくと思います。東京や首都圏に近い神奈川県は宿泊施設などの利用も増えてくると思うので、宿泊してきた観光客に対する接客などのサービスで、また利用したいと思ってもらえるかが決まってくると思う。海外からの観光客の人は、日本人以上にサービスなどの気配りを気にしていると思うので、そのような点で良いポイントがつかると神奈川県を訪れる観光客も徐々に増えていくと思う。	C	「8 計画における数値目標」に記載のとおり、満足度をその他参考数値として目標を定めています。満足度は、観光消費総額を増やす重要な要素です。いただいたご意見は、今後の取組の参考とさせていただきます。

県民意見整理台帳(神奈川県観光振興計画(改定素案)に対する意見の反映状況)

No.	区分	意見要旨	反映区分	反映に係る考え方
				反映区分:A 計画に反映するもの B 既に改定素案に盛り込んでいるもの C 今後の取組の参考とするもの D 計画に反映できないもの E その他(感想、質問等)
(69)	10	<p>丹沢・大山エリアの観光消費額はどうしたら増えるのか。PR方法について、再検討する必要性があると思う。現在、このエリアのPR方法としては、小田急電鉄がポスターで「丹沢・大山フリーパス」の告知で大山ケーブルカーなどの景色の写真を載せて、駅に掲示する形やHPやSNSなどの広告欄にて多くの人々に向けて、PRを行っている。時期によっては市と小田急電鉄で協力をして、スタンプラリーなどのイベントを行っている。悪くないとは思いますが、もっとPR活動を増やしていけば、若い世代から高齢者までの幅広い年代の観光客がたくさん訪れ、観光消費額も増やしていくことができるのではないかと思います。</p> <p><増やすといいPR活動></p> <ul style="list-style-type: none"> ・列車の中にあるCMとか流れているモニターに丹沢・大山のPRを放映する。 →小田急電鉄が作成したPRだけでなく、自治体の観光関係の部署で作成したPRも流していく。 ・SNSなどの広告欄だけでなく、公式アカウントも作成し、オリジナルキャラクターやモデルさんなどを用いた写真や映像を投稿する。 →映像作品はYouTubeに投稿して、拡散していくのがとても良いのではないかと思います。 →丹沢・大山エリアだけの観光情報やアクセスなどをまとめたサイトを作成する。 →現在は小田急電鉄の「EMOT」というスマートフォンの電子チケットアプリ内で調べられるが、県などの自治体と連携して、PCサイトも開設することで、観光情報などを調べやすいようにする。 <p><増やすといいサービス></p> <ul style="list-style-type: none"> ・パークアンドライドサービスを開始する。 →小田急線の駅近くの指定駐車場に車を止めると、小田急線丹沢・大山フリーパスが割引料金で購入できたり、お土産や食事で使えるクーポンがもらえたりするサービスを開始する。 	B	「基本施策4」に記載のとおり、交通事業者等観光関連事業者と連携したプロモーションを実施していきます。
(70)	10	<p>県西地域には活性化プロジェクトが2021年の3月から開始され、県西地域は末病の戦略的エリアと呼ばれていて、末病を改善して、住む人や訪れる人も健康長寿すること、また末病を改善する地域の魅力で産業力をパワーアップすることを目標に行っている。</p> <p>この末病とは健康と病気を2つの明確に分けられる概念として捉えるのではなく、心身の状態は健康と病気の間を連続的に変化するものと捉え、この全ての変化の過程を表す概念のことである。そして、末病の改善とは、特定の疾患の予防・治療に止まらず、心身全体をより健康な状態に近づけることを言う。</p> <p>この県西地域の活性化プロジェクトは、ウィズコロナ時代の変化の中で生まれる好機を的確に捉え、移住・定住の促進に積極的に取り組んでいる。このプロジェクトを神奈川県全体に広めることで持続可能な観光に繋がるのではないかと考えた。</p>	C	「基本施策2」に記載のとおり、県西地域を「末病の戦略的エリア」として活性化を図る取組を実施します。神奈川県全体に広めることについて、いただいたご意見は、今後の取組の参考とさせていただきます。
(71)	4	<p>計画の期間が短いと思う。コロナにより不自由な期間が含まれているのに令和8年までは短いのではないかと。交通や、運輸業、サービス業など今後の神奈川県のことなどで時間をもっとかけゆくり進めるべき。</p>	D	神奈川県観光審議会から現行の3年では短いという意見があったこと、また、観光をめぐるトレンド等の変化は激しいことから、計画期間を4年としたものです。なお、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、必要に応じて見直しこととします。
(72)	12	<p>神奈川県における観光をめぐる状況。観光資源の発掘や、磨き上げでは、発掘ではなく磨き上げに力を入れるべきだと考える。横浜や、箱根、鎌倉など神奈川には観光地がたくさんある。たくさんある中、新たな観光地を作ると神奈川の魅力が分散してしまう。一つ一つ有名な観光地があるのでほかの観光地を作って分散させて影を薄くするくらいなら、今ある観光地に力を入れて、神奈川の観光地と言えば横浜、箱根、鎌倉以外の名前が出ないようにするべきではないか。</p> <p>観光をするにもコロナが関わってくるご時世、温泉や、食事、映える所、サービスの良い宿泊施設や、の人气があるので、需要があるコンテンツに力を入れるべきだ。</p>	D	県内には自然、温泉、宿泊施設、グルメ、スポーツ、キャンプ、歴史等観光資源が豊富にあります。本計画では、多様なニーズに応じて県全体への来訪、周遊を促すような施策を行っていきます。
(73)	3	<p>学生などでも気軽に泊まれる程度の価格設定の宿泊施設や、学生応援のサービスがあれば高齢者の方から学生まで全ての年齢層の方が、楽しめる環境作りをするべきだ。</p> <p>円安や、コロナでの売上を考えると、価格を高くするべきだとは思いますが、逆に観光客が高すぎる価格設定で手がでない場合があると考えられる。</p>	C	幅広い年齢層に神奈川県の魅力を知ってもらい、来訪を促す観光施策は、「3 本計画のめざすところ」である、「観光により地域が輝く神奈川」のために、重要だと考えます。いただいたご意見は、今後の取組の参考とさせていただきます。
(74)	7	<p>神奈川の観光エリアを七つに分け各エリアで観光データをまとめ特徴をまとめていてとてもよいと思う。</p>	E	「7 7つのエリア」に記載があるとおり、7つのエリアについては、観光データにより地域ごとの特徴を捉えるための基礎単位であり、エリアごとに観光データを取りまとめています。今後も、継続して観光データを提供していきます。

県民意見整理台帳(神奈川県観光振興計画(改定素案)に対する意見の反映状況)

No.	区分	意見要旨	反映区分	反映に係る考え方
				反映区分:A 計画に反映するもの B 既に改定素案に盛り込んでいるもの C 今後の取組の参考とするもの D 計画に反映できないもの E その他(感想、質問等)
(75)	3	ターゲット層が不明確であり、また、データ分析においても、従前の先入観から抜けられておらず、ターゲットを明確化するための分析に対する工夫が必要に思われる。たとえば日本人観光客においては、温泉が求められていることがクローズアップされているが、私の調査では、域外から地域に求める要素として、温泉はそれほど大切ではない結果を得ている。一方、Wifi環境の整備が大切であり、そこでの補助コンテンツ(変わらない日常がベースとなるような)の方が大切である。また、人を増やせばいい、もしくは関係人口を増やせばいい、という施策から違う形を検討しなければいけないのだと思う。そこでは、数を増やすのではなく、一人一人の満足度を高めるための施策へとシフトするべきである。そのためには、食に関する施策を強化すべきであり、またその接点を増やすべきである。	B	「3 本計画の目指すところ」に記載のとおり、観光客だけでなく住民の満足度を高めることとしています。また、食に関する施策については、「基本施策4」に記載のとおり、かながわ名産100選を活用したプロモーションを行っています。
(76)	10	海外観光客の分析においても、日本人観光客の考えを前提としたものを変えていくべきである。海外観光客は、日本独自の文化を敏感に捉えており、日本人が恥ずかしいと思うようなことでも、時には文化としてとらえている。それは、たとえば、もったいない、と思う文化だったりする。また、無駄の効用、だったりする。日本人が考える常識的な見方とは違うことを理解した上で、どのような施策を展開するのかを考えた方がいい。	B	訪日外国人観光客の嗜好は、国籍によっても変わってきます。「基本施策4」に記載のとおり、多様なニーズに応じたきめ細やかな情報発信やプロモーションを実施します。
(77)	12	人流をとらえるよりも、現代は情報流通量をとらえた方がよく、そのデータ及び分析が少ない。そのためには、サービスマーケティングによる分析を行うべきだと思う。	C	サービスマーケティングによる分析の考え方は重要であると考えます。いただいたご意見は、今後の取組の参考とさせていただきます。
(78)	10	大学連携事業が明記されているが、どのような形で連携がされているのかが明確ではない。ここでは、若者の思考の調査ほか、情報流通に関する調査、また、地域と連携した事業展開や観光に資する地域イノベーションに着目した産業など、を検討すべきであると思う。	C	「基本施策2」には、大学連携による観光施策の検討について記載があります。若者の思考の調査、情報流通に関する調査、また、地域と連携した事業展開や観光に資する地域イノベーションに着目した産業といった視点について、いただいたご意見は、今後の取組の参考とさせていただきます。
(79)	10	県内の旧東海道の歩道の整備について、比較的広く整備されているところもあるが、歩道が無いようなところもある。中でもハイライトは箱根八里越えですが、途中険しいところがあり、手すり等設置していただけないものか(例えば大沢坂、権現坂)。あとは、途中の公共トイレの整備。	C	「基本施策3」に記載のとおり、観光客の受入環境整備は、進めていくこととしています。旧東海道の環境整備について、いただいたご意見は、今後の取組の参考とさせていただきます。
(80)	10	.69ページから.71ページまでの「10 施策体系」「基本施策4」【実施する主な事業】(1)(2)(3)に列記している事業について、主にターゲットとする対象別(日本人観光客向け、訪日外国人、共通など)に区分して整理したほうが、各取組の位置づけがより明確になると思われる。	D	本計画では、多様なテーマに沿ったプロモーション、観光関連事業者等と連携したプロモーション等により施策を整理しています。ターゲットになる対象は、各施策の特性に応じて個別に検討します。
(81)	6	観光客の区分を概ね日本人観光客、訪日外国人としているようだが、観光する主体として神奈川県民に焦点を当てた視点もあってもよいのではないかと思う。神奈川県民の観光は次のように模式的に分類されると思うが、このうち、(3)の視点という意味だ。 (1) 神奈川県民→県外 (2) 神奈川県民→海外 (3) 神奈川県民→県内	B	「6 神奈川県における観光をめぐる状況」の記載のとおり、県内を訪れる観光客の神奈川県民の割合は大きいものとなっています。県民を含めた首都圏の大マーケットへのプロモーションは、強みであることを、本計画に盛り込んでいます。

県民意見整理台帳(神奈川県観光振興計画(改定素案)に対する意見の反映状況)

No.	区分	意見要旨	反映区分	反映に係る考え方
				反映区分:A 計画に反映するもの B 既に改定素案に盛り込んでいるもの C 今後の取組の参考とするもの D 計画に反映できないもの E その他(感想、質問等)
(82)	10	「基本施策2」において、観光資源の発掘・磨き上げを行うとの記載があるが、今あるものの再発見だけでなく、県として観光資源の開発し、育てるという提案を盛り込んでいただきたい。	B	「基本施策4」に記載のとおり、「観光消費につながるコンテンツづくり」として、体験型などの高付加価値コンテンツの発掘・磨き上げを行うことを盛り込んでいます。
(83)	10	「基本施策3」において、「観光振興に資する交通基盤等の整備」について促進等するとの記述があるが、交通インフラに限らず他のインフラなども含め、県が目標を掲げ投資していくことで観光振興の基盤を作っていくという視点も盛り込んでいただきたい。	B	「基本施策3」に記載のとおり、新型コロナウイルス感染症の影響で顕在化した新たな観光需要に対応するための受入環境整備を行うなど、交通インフラ以外の整備についての支援を行っていくことを改定素案に盛り込んでいます。
(84)	12	旅行用語、業界用語については一般の県民が理解できるように解説や脚注を付けていただきたい。「サステナブルな取組」との表現は、例えば「〇〇といったサステナブルな取組」といった分かり易い表現にしていきたい。	A	専門用語等については、県民の皆様の視点に立ち分かりやすい表現に改めます。
(85)	9	各基礎自治体が作成している観光振興計画と、神奈川県が定める計画の関係性の明示が必要と感じる。 同じ方向を向いて、事業ができていないのか、ダブルジョブがないのか、限られた資源・財源の中での効率的な観光振興のための整理と検証の仕組みが必要と考える。	B	1ページ「神奈川県観光振興条例の概要」の中で「各地域で行う観光振興」(すなわち市町村の行う観光振興)との連携を示しています。また、「9 計画における重点的視点」に記載のとおり、地域の特徴や意見を踏まえた支援施策の展開を重点的視点としています。さらに、「11 計画の推進体制」に記載の通り、観光振興にあたり、県が広域自治体だからできる役割を施策を通じて果たす中で県内市町村と連携します。
(86)	10	年代別や男女別での分析は少なく、またそのターゲット層へ焦点をあてた施策が少ないようにも感じられる。	E	「基本施策4」に記載のとおり、多様なテーマに沿って、県内来訪・周遊を促進する各種プロモーションを推進します。また、データ分析等の取組を通じ、様々なターゲット層に対する施策を、各施策の特性に合わせて個別に検討します。
(87)	4	計画期間4年を採用した理由は何か。国際園芸博覧会の開催まで含んだことを理由としたのであれば記載したほうが良い。	E	神奈川県観光審議会から現行の3年では短いという意見があり4年としたものです。なお、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、必要に応じて見直しとします。なお、国際園芸博覧会については、計画期間外の開催ですが、国内外からの観光客を見込んで観光施策を検討していきます。
(88)	10	旅行者の意識の変化ではコロナ禍のGoToトラベルなどの喚起策があった上での調査なので温泉旅館で密を避けておいしい食事をする傾向が強まっただけではないだろうか。スポーツ観戦や観劇、文化体験、祭りなど集客イベントや文化に関心が低くなっているように誘導する議論は危険ではないかと考える。アフターコロナではこのような体験プログラムが支持されると考えられる。	C	「基本施策4」に記載のとおり、多様なテーマに沿って、県内来訪・周遊を促進する各種プロモーションを推進します。いただいたご意見は、今後の取組の参考とさせていただきます。

県民意見整理台帳(神奈川県観光振興計画(改定素案)に対する意見の反映状況)

No.	区分	意見要旨	反映区分	反映に係る考え方
				反映区分:A 計画に反映するもの B 既に改定素案に盛り込んでいるもの C 今後の取組の参考とするもの D 計画に反映できないもの E その他(感想、質問等)
(89)	9	サステナブルツーリズムに言及しているが神奈川県なりの定義が必要ではないか。	B	「9 本計画における重点的視点において、「地域経済の持続可能性」、「地域環境の持続可能性」、「地域の受入体制の持続可能性」の3つを位置付けています。
(90)	11	視点として商品化、流通に向けた支援の必要性を感じる。旅行会社を含めた中間業者が入り、価値を創出することで、実施したプロモーションを実際の購買につなげることができる。また、現地での消費増につながる仕組み作りに対する連携、支援も必要と感じる。	C	「11計画の推進体制」に記載のとおり、県は、多様な観光関連団体と連携して観光施策を行うとしています。いただいたご意見は今後の取組の参考とさせていただきます。
(91)	8	観光消費額の定義を明示してほしい。エリアごとに様々な軸が混在していると感じるため、場合によってはエリアごとに異なる定義でもよいかと思う。	C	「8 計画における数値目標」に記載のとおり、観光消費額総額は消費単価と観光客数により算出されます。また、「7 7つのエリア」に記載のとおり、7つのエリアは、観光データにより地域ごとの特徴を捉えるための基礎単位として設定したものです。いただいたご意見は、今後の取組の参考とさせていただきます。
(92)	6	「人流が多い」という表現は観光が否定されている感があり業界では馴染まない。集客とした方がよい。人流抑制という言葉が想定される。	A	「人の流れ」を客観的にはかるものとして、集客とは異なった意味で「人流」という言葉を用いています。なお、本計画において用いる「人流」の説明を追記します。
(93)	10	7つのエリアによってはキャンプが人気になっているため農体験などと連携して活用する施策を提案したほうが良い。	B	「基本施策4」に記載のとおり、多様なテーマに沿って県内来訪を促すツーリズムの推進を行います。そのなかでグリーンツーリズムの促進として、農作業体験を通じた滞在型のツーリズムに取組むと記載しています。
(94)	10	需要の平準化と担い手の育成について、本計画では、個人型の観光需要にシフトしている。ビジネスや集客イベントに対策を講じないと週末だけで平日に来訪してもらう施策を講じて産業として確かなものにする必要があり、その上で担い手の育成が必要である。	C	「基本施策2」に記載のとおり、観光資源の発掘・磨き上げや地域で活躍する観光人材の育成を基本施策としています。いただいたご意見は今後の取組の参考とさせていただきます。
(95)	7	7つのエリアについて、今後の観光消費額(KGI)を伸ばすプロモーション等を展開していく上で、地名だけでなく各地域にあったキャッチフレーズを打ち出す方が意識やインパクトを強めることができるのではないかと。また、各エリアの特徴や要望を各市町村との連携を強めよく共有した上で、ターゲットも明確に県内外へわかりやすくアピールすることが最重要だと考える。	C	「7 7つのエリア」に記載のとおり、7つのエリアは、観光データにより地域ごとの特徴を捉えるための基礎単位として設定したものです。また、7つのエリアにおける観光施策のあり方として県の考え方を示しています。いただいたご意見は、今後の取組の参考とさせていただきます。

県民意見整理台帳(神奈川県観光振興計画(改定素案)に対する意見の反映状況)

No.	区分	意見要旨	反映区分	反映に係る考え方
				反映区分:A 計画に反映するもの B 既に改定素案に盛り込んでいるもの C 今後の取組の参考とするもの D 計画に反映できないもの E その他(感想、質問等)
(96)	7	海老名市では、自エリアをを大山文化圏と認識している場合もあるのであまりエリア意識に縛られすぎないほうがよいと思う。 市町村がエリア分けに納得してるかは大事なことである。	B	「7 7つのエリア」に記載のとおり、7つのエリアは、観光データにより地域ごとの特徴を捉えるための基礎単位として設定したものです。また、7つのエリアにおける観光施策のあり方として県の考え方を示しています。なお、エリア分けについては、市町村の意見を踏まえて設定をしています。
(97)	7	三浦、相模湖、丹沢、足柄エリアは日帰りが多く特に首都圏に近い自然を武器に新しい旅の提供を考える中で他に類を見ないような特色を出せるかは一つのポイントになると考えられる。	C	「7 7つのエリア」に記載のとおり、7つのエリアは、観光データにより地域ごとの特徴を捉えるための基礎単位として設定したものです。また、7つのエリアにおける観光施策のあり方として県の考え方を示しています。いただいたご意見は、今後の取組の参考とさせていただきます。
(98)	11	7つのエリア毎にその特徴を捉え魅力を発信してKGIである観光消費額総額拡大という成果へつなげていくにあたっては、やはりエリア内は当然のことながら他エリアとの連携が重要であり、観光関連事業者、観光関連以外の他産業や市町村等の連携という文言は随所に記載があるもののその連携等の具体的な方法論についてもう少し詳細な記載があるとよい。	D	神奈川県観光振興計画は、観光振興に関する施策を総合的かつ計画的に推進する上で必要な事項を定めるものです。連携等の具体的な方法は、具体的な施策を行っていく上で、連携先の事情を踏まえ個別に対応します。
(99)	10	県内には魅力がありながら交通の利便性がよくない地域・観光資源もまだ多く、二次交通の整備については特定のエリアも定めて強化していくことが大切である。	B	「基本施策3」に記載のとおり、シェアサイクルを活用した交通ネットワークの構築など、自転車等の活用による二次交通の充実に取り組んでいます。
(100)	10	観光地間に意外と距離がある点は、神奈川県課題と認識している。 移動自体がエンターテイメント、観光コンテンツとなるような取り組みも視野に施策設定をお願いしたい。	C	「基本施策4」に記載のとおり、交通事業者等観光関連事業者と連携したプロモーションを実施します。いただいたご意見は、今後の取組の参考とさせていただきます。
(101)	10	コロナ禍により個人旅行、マイクロツーリズムへの傾向が増してはいるが、短年での計画ではないため、消費額も大きい団体誘致の施策がもっと打ち出されてもよいのではないか。また修学旅行をはじめとして安定需要と考えられる教育マーケットでの2年後、3年後の拡大を目指した県内外へ向けたプロモーションは重要と考えられる。 昨今のWEB化が進んだ世の中では若者の発信力(神奈川県魅力を伝える)も大切であり多くの若者インフルエンサーにもなり得る。(富裕層強化には反するかもしれませんがグロスでの発想も大切に感じる。)また学生が社会に出た際に神奈川県魅力を知っていることは観光産業だけでなく多角的な面でも有効に作用する可能性もある。	B	「基本施策4」に記載のとおり、教育旅行も重要な戦略的プロモーションとして認識しており、教育旅行の誘致促進を行っていきます。
(102)	10	戦略的プロモーション、観光の核づくりにおいて、この部分の磨き上げはとても重要であり、その各エリアの特色を全国屈指の内容(他と比べて抜き出した魅力の訴求)に磨き上げそこでしか味わえない食、文化や体験をもっと強調していきたい。	C	「基本施策4」に記載のとおり、観光の核づくり等を行います。いただいたご意見は今後の取組の参考とさせていただきます。

県民意見整理台帳(神奈川県観光振興計画(改定素案)に対する意見の反映状況)

No.	区分	意見要旨	反映区分	反映に係る考え方
				反映区分:A 計画に反映するもの B 既に改定素案に盛り込んでいるもの C 今後の取組の参考とするもの D 計画に反映できないもの E その他(感想、質問等)
(103)	10	近年は教育市場もSDGs、DXや体験を重視しており、県内にはそれら要望を満たす多くの素材がある為、それを活用した訴求をもっと強化して、効果検証を繰り返しながら需要拡大へつなげていくべきではないか。	B	「基本施策4」に記載のとおり、教育旅行も重要な戦略的プロモーションとして認識しており、教育旅行の誘致促進を行っていきます。
(104)	10	アンテナショップのミッションの明確化が必要。賛助会員の販路の一つとして、販売を追い求めるのか、アンテナショップとして県への来訪を促すのかにより、立地や、体制も変わる。	B	「基本施策4」に記載のとおり、アンテナショップを拠点とした情報発信を行います。アンテナショップは、県産品の情報発信や消費者のニーズを把握することを目的にしています。また、本県の魅力を発信する目的もあります。