



資料 1

神奈川県観光振興計画改定骨子案について

令和8年3月26日

文化スポーツ観光局観光課

1 観光振興計画の位置付け

○ 神奈川県観光振興条例第15条

- **観光の振興に関する施策の総合的かつ長期的な目標及び施策の方向を定めるもの。**
- 観光振興計画の策定（改定）にあたっては、**観光審議会に諮問**する。

【参考】計画期間

現行計画（第5期）：令和5年度（2023年度）～令和8年度（2026年度）

2 今後のスケジュール（想定）

(1) 改定の流れ

- ①**骨子案**（骨組み・**6月**）→ ②**改定素案**（肉付け・**9月**）→（パブリックコメント・10月）
→③**改定案**（最終案・**2月**）→ 観光審議会の答申を得て成案（3月末）
- **計画検討分科会**※→**観光審議会**→**県議会（常任委員会）**での議論と、**パブリックコメントの意見**を踏まえ、**改定案（成案）**を作成する。

※ 計画検討分科会：県内の観光関係団体で構成する「神奈川県観光魅力創造協議会」内に設置した、観光団体や有識者から意見を聴取する場。聴取した意見を踏まえて案を作成し、観光審議会に諮る。

(2) スケジュール（想定）

令和7年度	
2月9日	計画検討分科会（骨子案の意見聴取）
3月3日	観光審議会への諮問 （観光振興計画の改定にかかる諮問） ※審議会会長あて知事名で依頼文送付
3月26日	観光審議会（骨子案の審議）

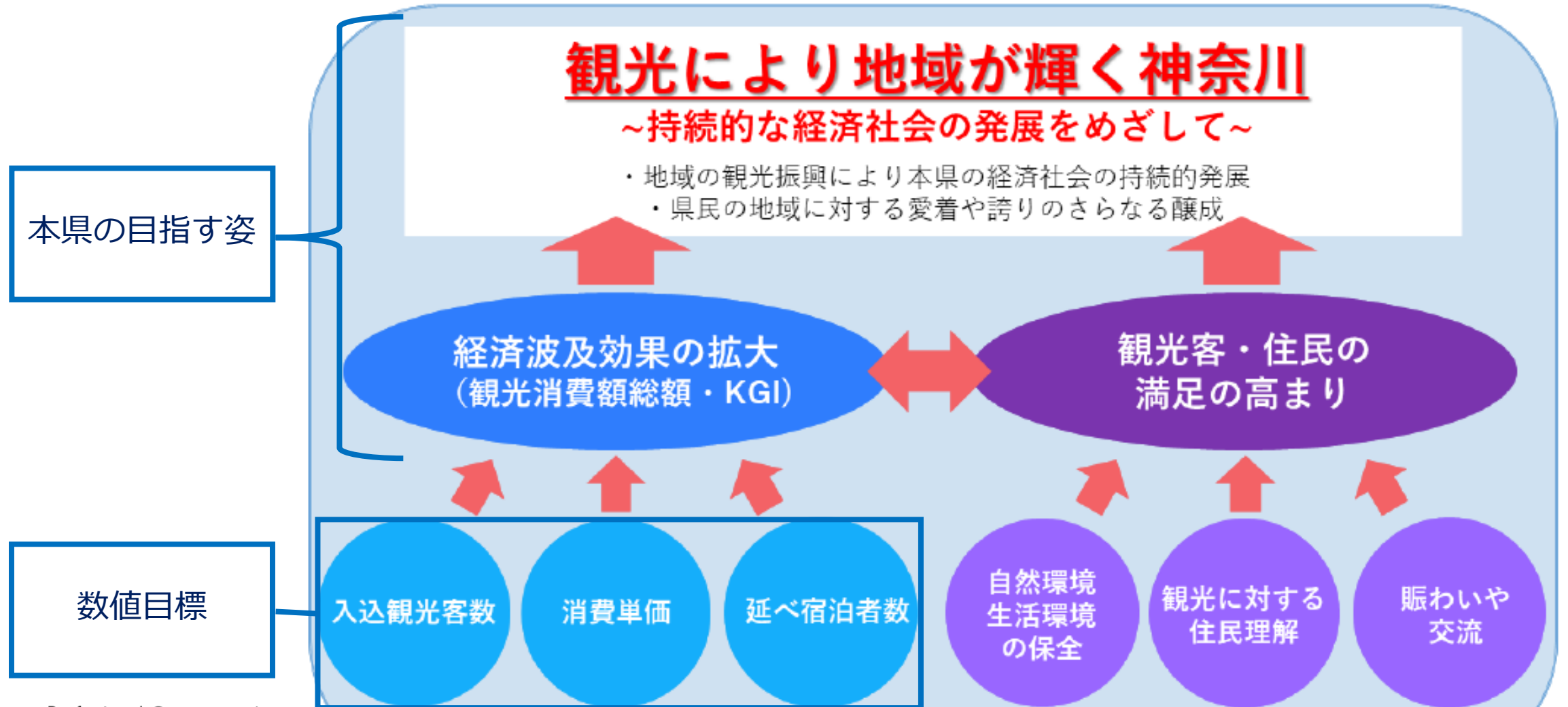
令和8年度	
6月	常任委員会（骨子案）
7月	計画検討分科会（改定素案）
9月	観光審議会（改定素案） 常任委員会（改定素案）
10月	パブリックコメント（30日間）
1月	計画検討分科会（改定案）
2月	観光審議会（改定案） 常任委員会（改定案）
3月	観光審議会（答申） →成案

本日の論点

- 1 第5期計画の振り返りに対する意見
- 2 第6期計画の目指す姿に対する意見
- 3 骨子案に対する意見
(KGIや施策の方向性等の妥当性)

3 第5期計画の振り返り

(1) 第5期計画の目指す姿



3 第5期計画の振り返り

(2) 第5期計画の指標達成状況（経済波及効果・観光客の満足）

項目	R1(2019)年 [実績値]	R5(2023)年 [実績値]	R6(2024)年 [実績値]	R8(2026)年 [目標値]
観光消費額総額 [KGI]	1兆1,148億円	1兆2,375億円	1兆5,416億円	1兆1,707億円
消費単価（日本人）	1万6,520円	1万9,570円	2万8,340円	2万4,160円
消費単価（外国人）	5万3,868円	4万9,031円	5万8,483円	10万2,320円
入込観光客数	2億467万人	1億9,111万人	2億806万人	2億1,023万人
延べ宿泊者数（日本人）	2,064万人	2,504万人	2,168万人	2,107万人
延べ宿泊者数（外国人）	325万人	323万人	442万人	388万人
観光客満足度	67.9%	82.8%	82.2%	80%

3 第5期計画の振り返り

(3) 評価

- **観光消費額、観光客数は過去最高**となり、**観光需要は回復した**。
- 一方、インバウンド需要が旺盛なものの、外国人観光客の消費単価の伸び率が低い。

		令和元年	令和6年	令和元年比
神奈川県	日本人	1万6,520円	2万8,340円	+11,820円 (+71%)
	外国人	5万3,868円	5万8,483円	+4,615円 (+8%)
全国	日本人	3万7,355円	4万6,585円	+9,230円 (+24%)
	外国人	15万8,531円	22万6,851円	+68,320円 (+43%)

3 第5期計画の振り返り

(4) 課題①：消費単価の伸び悩み

- 外国人観光客に加え、国内観光客の消費単価も全国と比較して伸び悩んでおり、旺盛な観光需要が消費拡大につながりきっていない。

【要因】

- ・ **日帰り客が9割で、滞在時間が短い**（＝宿泊が少ない）。
- ・ **観光産業全体での高付加価値化（収益化）が不十分。**
（例：コスト増の価格転嫁ができていない、無償の観光スポット）

	令和元年		令和6年	
宿泊客数	17,353千人	8.4%	20,225千人	9.7%
日帰り客数	187,315千人	91.5%	187,830千人	90.2%
延べ観光客数	204,668千人	-	208,055千人	-

[本県の国内観光客の県内外比率]

	県内	県外	県外来訪者の内訳
宿泊客	20.6%	79.3%	東京都31.4%、千葉県7.7%
日帰り客	63.9%	36.1%	東京都20.6%、埼玉県4.0%

【参考】立ち寄り地点数・平均宿泊数

- 令和6年の日帰り客の立ち寄り地点数は**1.5地点**
- **平均宿泊数は1.2泊**

■立ち寄り地点数（日本人・県内全体値）

	令和元年	令和6年
宿泊	1.5地点	2.3地点
日帰り	1.3地点	1.5地点

[出典] 神奈川県観光客実態調査_立ち寄り地点数

■平均宿泊数（日本人・県内全体値）

令和元年	令和6年
1.5泊	1.2泊

[出典] 神奈川県観光客実態調査_平均宿泊数

【参考】人手不足の状況

- 「神奈川労働市場月報」（神奈川労働局）によれば、令和7年12月の全産業の有効求人倍率は0.84で、企業が有利と言われる状況。
- 一方、令和7年6月、県内の宿泊事業者団体である「神奈川県旅館ホテル生活衛生同業組合」から県に対し、宿泊業における人手不足は深刻であり、県の支援を求める旨の要望書が提出された。

	R7.1	R7.2	R7.3	R7.4	R7.5	R7.6	R7.7	R7.8	R7.9	R7.10	R7.11	R7.12
宿泊業,飲食サービス業 (人)	2,375	2,236	2,202	2,683	1,715	1,057	2,869	1,495	1,033	1,449	2,071	1,656
全産業(人)	37,186	35,341	31,337	35,441	32,066	29,256	35,103	31,055	30,807	35,728	29,770	31,518
割合	6%	6%	7%	8%	5%	4%	8%	5%	3%	4%	7%	5%
有効求人倍率	0.9	0.9	0.9	0.92	0.89	0.85	0.84	0.82	0.85	0.82	0.81	0.84

[出典] 神奈川労働局「神奈川労働市場月報／産業別規模別新規求人状況」

3 第5期計画の振り返り

(5) 課題②住民生活への影響 (住民の満足)

- 令和6年の入込観光客数は、横浜、鎌倉、箱根の3市町で全体の約5割となる9,808万人で、来訪地に偏りがある。
(コロナ禍前と変わらない状況)

	令和元年		令和6年	
3市町	93,806千人	45.8%	98,079千人	47.1%
横浜市	55,824千人	27.2%	61,826千人	29.7%
鎌倉市	19,022千人	9.2%	15,943千人	7.6%
箱根町	18,960千人	9.2%	20,310千人	9.7%
3市町以外	110,862千人	54.1%	109,976千人	52.8%
延べ観光客数	204,668千人	-	208,055千人	-

3 第5期計画の振り返り

- 県内の一部地域では、**観光客の過度な集中による交通渋滞やマナー違反といった住民生活への影響**が生じている。

【鎌倉市のオーバーツーリズム】

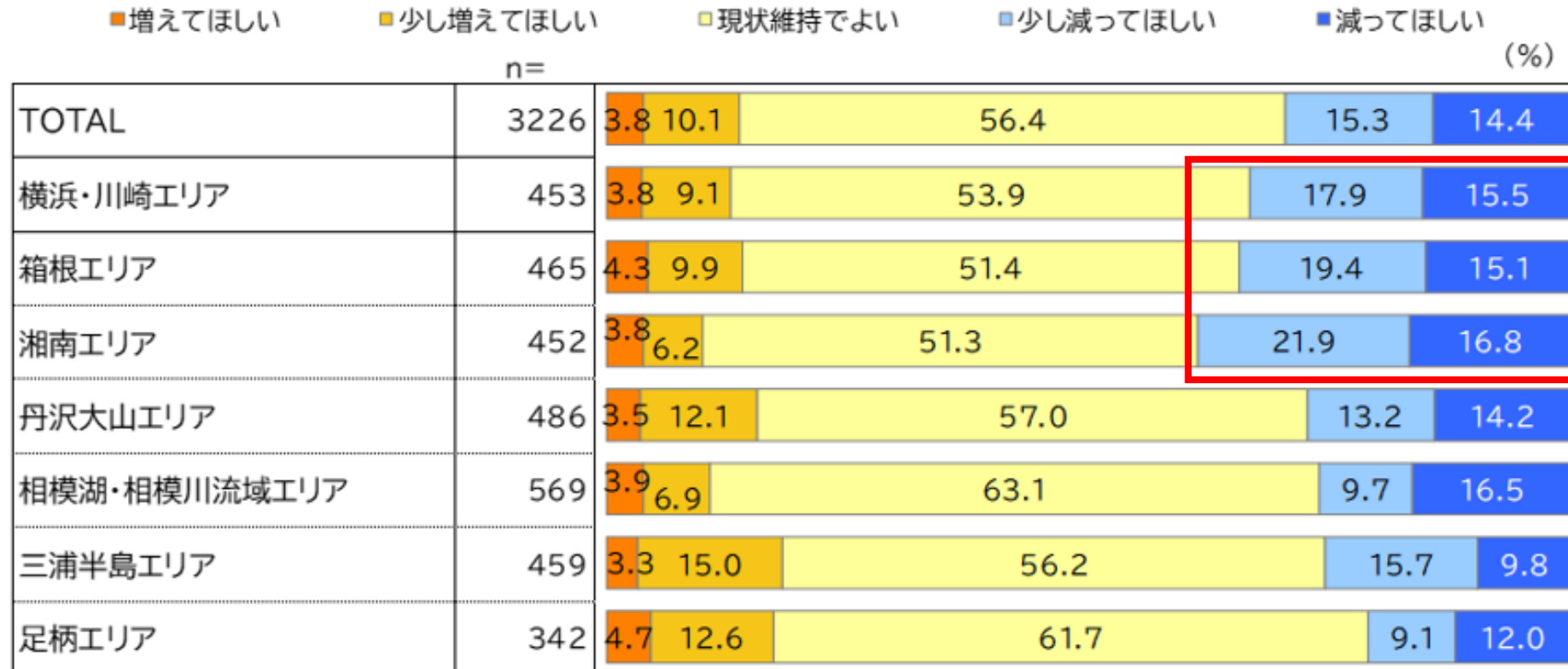
- 江ノ電の鎌倉高校前駅踏切周辺は、令和5年に大ヒットしたアニメ映画の影響により、海外からも多くのファンが来訪し、車道に立ち入っての写真撮影、路上駐停車、私有地への無断侵入、ごみのポイ捨てなどが問題となっている。
- 令和7年9月、鎌倉市が隣接する公園に撮影エリアを設置するとともに、誘導員を増員したことで、一定程度秩序が維持されているが、私有地への無断侵入や白タク（無許可営業）の路上駐停車など、住民生活への影響が続いている。

- 県が実施した住民満足度調査（令和7年度）では、湘南エリア等で、「外国人観光客が『減ってほしい』」と思う割合が3割を超えている。（＝観光客の受容度の低下）

【参考】 R7住民満足度調査（観光客の受容度）

【Q10】お住まいの地域に来る観光客が今よりも増えることに関してどのように感じますか。：外国人観光客

- 外国人観光客に対しては、いずれのエリアでも『増えてほしい』（「増えてほしい」と「少し増えてほしい」を合算）が1割～2割となっている。
- 『減ってほしい』（「減ってほしい」と「少し減ってほしい」を合算）は2割～4割弱となっており、いずれのエリアでも日本人観光客より高い割合となっている。特に、横浜・川崎エリア、箱根エリア、湘南エリアでは、『減ってほしい』割合が3割を超えている。



【参考】 R7住民満足度調査（観光客の増加への対応）

【Q12】これから外国人観光客が増えていく場合、どのような準備や対応が必要だと考えますか。

- 外国人観光客が増えていく場合に必要な準備や対策は、いずれの地域でも、「ゴミ捨てなどに関するマナー啓発」が最も高く、次いで「外国人に日本の生活習慣やマナーを理解してもらうための案内を増やす」が続く。



	n=	駅や観光スポット、ホテルなどに外国語で書かれた観光案内を増やす	駅や観光スポット、ホテルなどに外国語で対応できるスタッフを増やす	外国人が日本の文化や自然を体験できる場所を増やす	外国人に日本の生活習慣やマナーを理解してもらうための案内を増やす	魅力のある観光スポットのPR	地域の自然や食文化のPR	地域の文化や歴史のPR	地域の伝統的なお祭りや盛り上げPR	大勢の人が集まるイベントの開催や誘致	地域内でお金を使ってもらうための工夫	オンライン予約やキャッシュレス決済の普及	バスや電車の増便	駅や観光スポット、宿泊施設などでのバリアフリー対応	地域住民と観光客が交流しやすい環境づくり	混雑しにくい時間帯、場所、ルートに未だってもらうためのPR	災害発生時に観光客が避難するための場所やルートの用意	住民の生活環境や自然環境に配慮してもらうための案内	ゴミ捨てなどに関するマナー啓発	その他	特に準備や対応は必要ない
TOTAL	3226	25.4	26.6	18.4	39.1	18.7	15.6	14.9	10.9	7.7	24.0	16.5	21.9	10.8	8.9	17.9	18.4	26.9	51.5	1.2	19.3
横浜・川崎エリア	453	26.3	27.8	16.6	46.4	17.0	13.5	13.2	8.6	7.3	21.4	16.1	22.5	11.9	9.1	17.0	19.0	30.0	51.4	1.3	14.8
箱根エリア	465	31.8	31.8	22.2	40.0	21.9	20.2	19.8	15.3	9.7	31.4	21.5	25.2	12.9	9.9	21.9	24.3	30.5	55.1	1.7	14.0
湘南エリア	452	27.9	26.1	17.5	41.8	16.4	12.4	14.2	10.0	7.3	24.8	17.9	25.4	10.8	10.0	22.8	21.0	31.0	58.4	0.9	16.4
丹沢大山エリア	486	25.9	29.6	20.0	38.1	20.6	15.4	14.8	10.9	9.5	23.0	15.2	22.6	12.3	10.5	17.7	18.9	25.5	50.6	1.0	20.4
相模湖・相模川流域エリア	569	21.8	23.0	17.0	35.1	16.7	12.3	12.0	10.0	6.0	20.9	13.5	19.3	8.6	6.7	15.3	13.7	24.4	45.5	1.4	26.5
三浦半島エリア	459	21.1	24.4	17.4	38.1	18.7	18.5	15.9	10.2	7.2	24.2	17.6	20.9	11.1	7.0	17.6	16.1	24.6	51.9	0.9	20.9
足柄エリア	342	23.7	23.1	18.4	33.9	19.9	17.8	15.5	11.4	7.0	22.5	13.2	17.0	7.6	9.9	12.0	16.7	21.9	48.0	0.9	21.1

4 第6期計画の目指す姿

【今後の方向性】

■現状：観光消費額、観光客数は過去最高＝観光需要は回復

■課題：①消費単価の伸び悩み ②住民生活への影響

⇒ 本県の観光振興を持続可能なものとするためには、これらの課題に対応しながら、単に観光客数の増加を図るのではなく、観光消費額をあげていくことが必要。



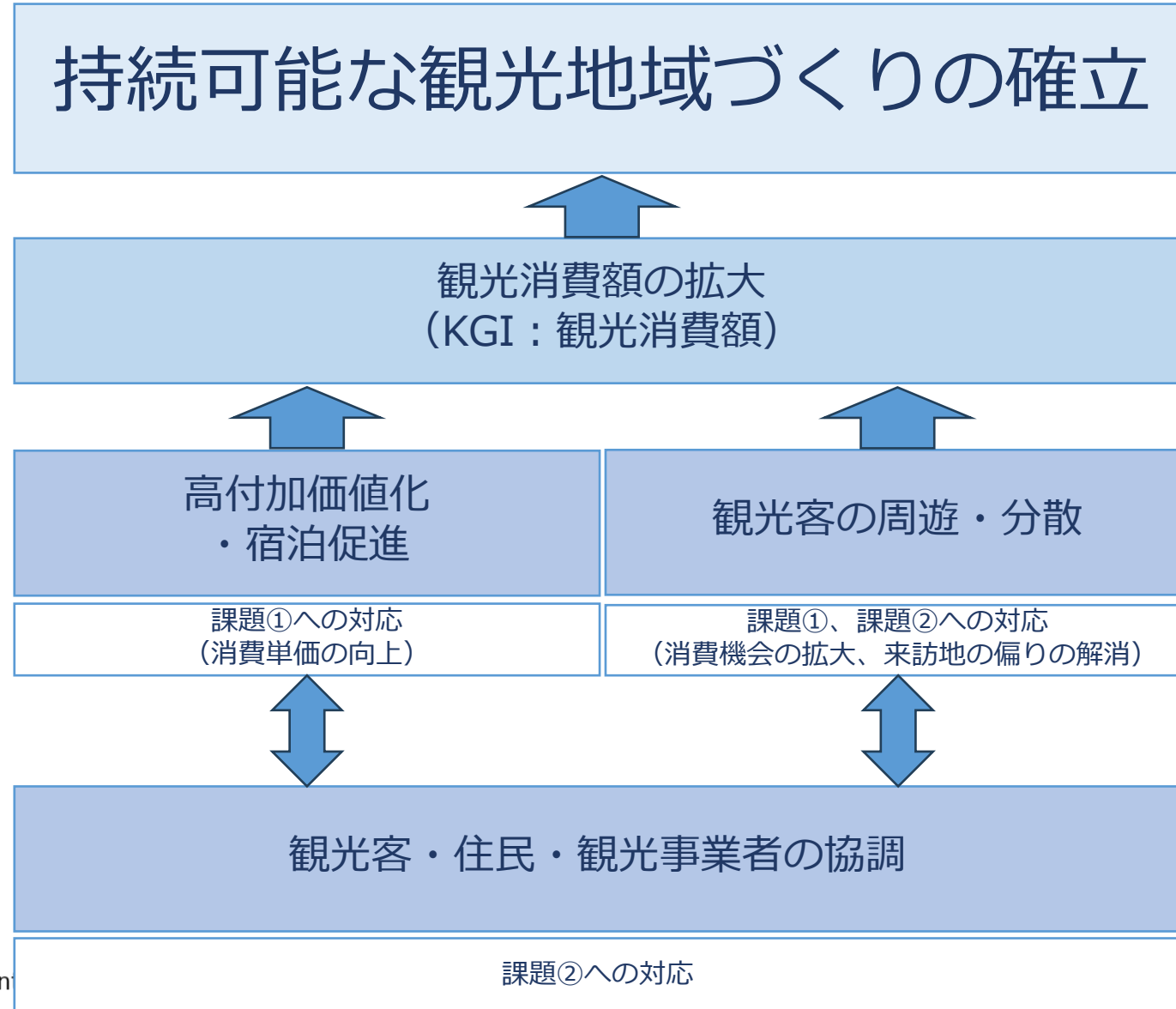
**観光客数 [量] の増加から、消費単価 [質] の増額*による
観光消費額の拡大への転換**

*消費単価の増額

1か所（体験）あたりの消費単価増（高付加価値化・収益化）、
宿泊促進、立ち寄り地点数の増（周遊）

4 第6期計画の目指す姿

[概念図]



【参考】観光客・住民・観光事業者の協調

- 観光客の周遊・分散の促進、観光客向けのマナー啓発に加え、住民に対し、観光振興による効果（地域経済への裨益）が伝わるよう努めとともに、住民を巻き込んだ観光地域づくり（観光地経営）を進めることで、住民の観光への理解の促進（＝観光客受容度の向上）を図り、オーバーツーリズムの未然防止につなげていく。

観光客の周遊・分散	<ul style="list-style-type: none">・ 観光客の周遊促進策の実施（例）デジタルラリー（令和4年度～）・ 観光客は「行きたいところに行く」ことから、「行きたくなる」スポットを増やす。（例）かながわ観光連携エリア推進事業
住民理解の促進 （受容度の向上）	<ul style="list-style-type: none">・ 観光客向けのマナー啓発・ 住民を巻き込んだ観光地域づくり（観光地経営）

【これまで】

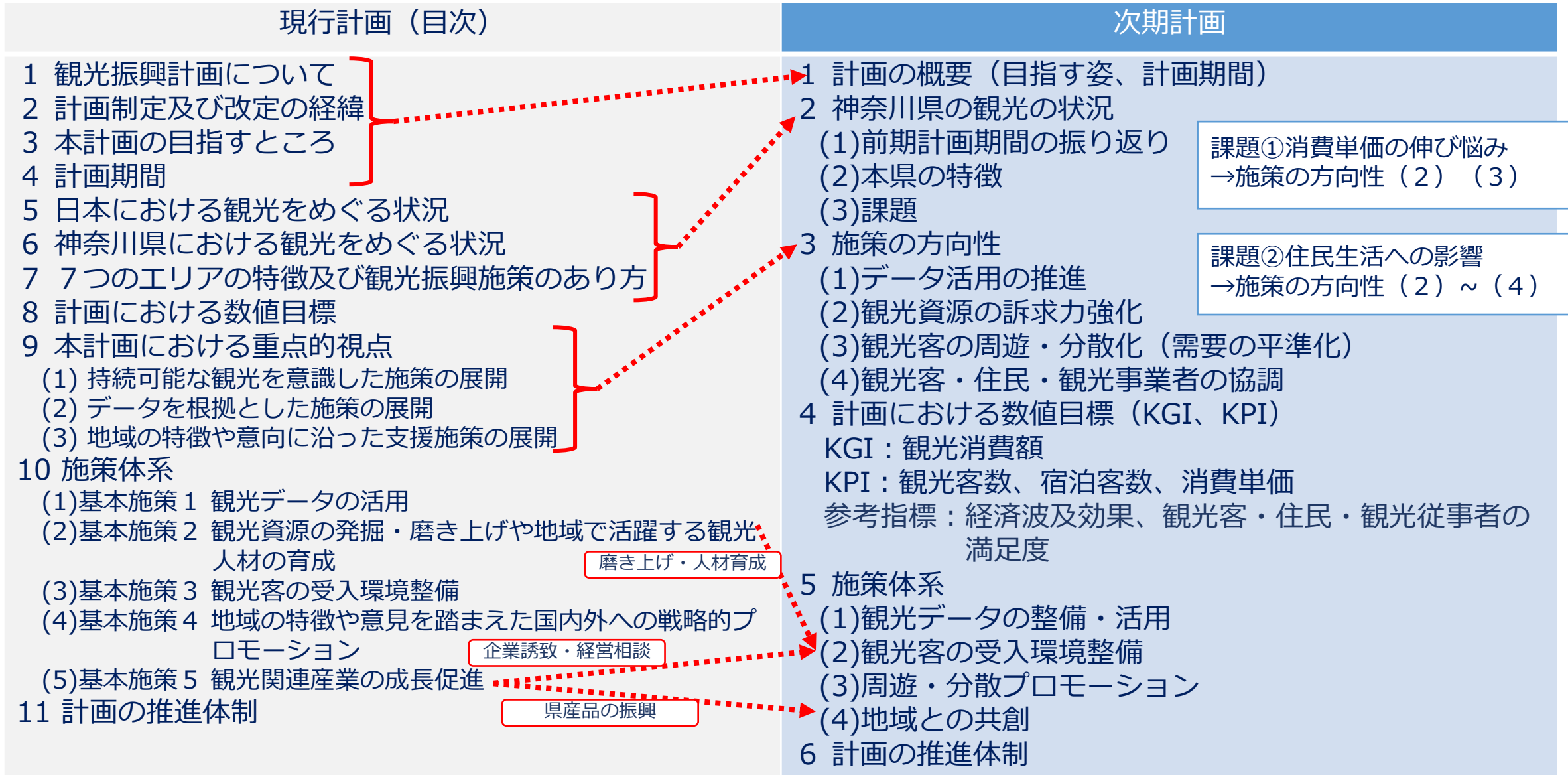
- ・ 「住民の満足」という視点を持ちながらも、「観光客」をいかに呼び込むかが中心



【今後】

- ・ 改めて、観光振興に当たり、**住民生活への影響に配慮し、観光客、住民、観光事業者が協調できる環境**を整えていく。

5 骨子案



6 骨子案の考え方 (1 計画の概要 (目指す姿、計画期間))

■ 目指す姿 (P15再掲)

- ・ 観光産業 (体験・サービス) の高付加価値化、宿泊促進
- ・ 観光客の周遊・分散
- ・ 観光客・住民・観光事業者の協調

↓
観光消費額の拡大
↓

地域 (住民生活・観光産業) の持続可能性と経済価値の最大化を図る
「持続可能な観光地域づくり」の確立を目指す

■ 計画期間

令和9年度から令和12年度の4年間

6 骨子案の考え方（2 神奈川県観光の状況）

（3）課題（P7,10~11再掲）

- ①消費単価の伸び悩み
- ②住民生活への影響

【要因】

- ・ 日帰り客が多く、滞在時間が短い
- ・ 観光産業の高付加価値化（収益化）が不十分
- ・ 横浜、鎌倉、箱根など、来訪エリアに偏り

6 骨子案の考え方（3 施策の方向性）

- (1) 施策の裏付けとして「データ活用」を推進する
- (2) 消費単価の向上、消費機会の拡大を図るための「観光資源の訴求力強化」
- (3) 来訪地の偏りをなくすための「観光客の周遊・分散」
(需要の平準化)
- (4) 施策の実施に当たり、住民生活への影響を考慮しながら、「観光客・住民・観光事業者の協調」ができる環境を整えていく

6 骨子案の考え方（4 計画における数値目標）

■ KGI（最終評価指標）

観光消費額

←観光振興により、観光消費額を拡大することで、
県経済の持続可能性を高めることが重要

■ KPI（重要業績評価指標）

観光客数、宿泊客数、消費単価

←観光消費額を算出する際の主な構成要素

※ 参考指標は、計画の進捗を確認する上で参考に把握する項目であり、
目標値は設定しない。

6 骨子案の考え方（5 施策体系）

■ 「3 施策の方向性」に基づき、目指す姿を実現するための施策の柱

- (1) 観光データの整備・活用
- (2) 観光客の受入環境整備
- (3) 周遊・分散プロモーション
- (4) 地域との共創

※ 第5期計画の

- ・「基本施策2 資源の発掘磨き上げや人材育成」
- ・「基本施策5 観光関連産業の成長促進」

に位置付けている事業は、(2) や (3) に位置付けることを想定

- ※ オーバーツーリズムの未然防止等の個別課題への対応は、(2) から (4) に位置付けることを想定

【参考】県が行う主な事業のイメージ

<p>(1) 観光データの整備・活用</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・観光データ基盤の整備 [データ収集 (従業員満足度調査含む)、オープンデータ] ・データ活用 (データ分析、県プロモーションへの活用、市町村支援)
<p>(2) 観光客の受入環境整備</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・発掘磨き上げ [資源管理、連携エリア、DC] ・受入環境整備費補助金 [多言語化、トイレ、DX支援] ・ユニバーサルツーリズム ・オーバーツーリズム対策・未然防止 (マナー啓発、分散化) ・人材育成 [認定観光案内人、大学連携] ・観光危機管理 ・交通アクセス [交通事業者との連携] <div data-bbox="1753 515 2397 672" style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-top: 10px;"> <p>第5期計画の基本施策5の主な事業 企業誘致、民泊 経営相談・資金調達支援</p> </div>
<p>(3) 周遊・分散プロモーション</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・国内外プロモーション かながわ観光連携エリア、DC、宿泊・周遊プロモーション、県産品PR、富裕層・MICE誘致 (観光レップ、一元的対応窓口)、広域連携 情報発信 [ウェブサイト、SNS]
<p>(4) 地域との共創</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・かながわDMOとの連携 ・市町村等地域との連携 ・ユニバーサルツーリズム (再掲) ・オーバーツーリズム対策・未然防止 (マナー啓発、分散化) (再掲) ・宿泊・周遊プロモーション (再掲) ・県産品PR (再掲) ・住民満足度調査 (再掲)

【参考】観光立国推進基本計画の柱立ての方向性

R8.3.11 交通政策審議会観光分科会（第55回）

目指すべき 2030年の姿	戦略産業として 、日本の魅力・活力を次世代にも持続的に継承・発展させていく観光
施策の方向性	「観光の持続的な発展」、「消費額拡大」、「地方誘客促進」、「観光と交通・まちづくりとの連携強化」、「新技術の活用・本格展開」を施策の方向性として位置づけ、 地域住民と観光客双方の満足度を向上させ、交流人口・関係人口を拡大するとともに、「住んでよし」「訪れてよし」に加え、「働いてよし」の観光産業の実現を推進するための施策を強力に推進。
施策の柱	インバウンドの戦略的な誘客 と住民生活の質の確保との両立 <ul style="list-style-type: none"> ・ 局所的・地域的に生じている混雑・マナー違反等の個別課題への対応 ・ 地方誘客を進めるための広域的な体制の整備 ・ 地方誘客及び消費拡大に効果の高い観光コンテンツの充実 ・ 地方部への交通ネットワークの機能強化
	国内交流・アウトバウンド拡大 <ul style="list-style-type: none"> ・ 休暇の分散・旅行需要の平準化 ・ 関係人口の創出や二地域居住の促進 ・ 国内・海外旅行の需要喚起に向けた機運醸成
	観光地・観光産業の強靱化 <ul style="list-style-type: none"> ・ 持続可能性を高めるためのインバウンド市場・観光コンテンツの多様化 ・ 観光DX、省力化投資等による生産性向上 ・ 健全な競争環境の整備 ・ ユニバーサルツーリズムなど多様なニーズへの対応

【ポイント】

- 観光産業が「**戦略産業**」であることが明確に位置づけられた。
- 観光産業の強靱化に向け、「**働いてよし**」という考え方が追加された。
- 「インバウンドの受入」という表現が、観光客の受け入れに対するネガティブな印象を与えるとの懸念から「インバウンドの**戦略的な誘客**」となった。