



資料1

(令和8年度第1回神奈川県観光審議会)

神奈川県観光振興計画 改定素案について

令和8年9月1日

神奈川県文化スポーツ観光局観光課

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）

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）令和８年度スケジュール（想定）

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

骨子案からの主な変更点

○ 構成順を一部変更

① 「数値目標」の順番を変更（入れ替え）

骨子案		改定素案	
2 観光の状況		2 観光の状況	第5期計画期間の実績値や本県の特徴を記載
3 施策の方向性		3 施策の方向性	2を踏まえ、大きな4つの方向性を設定
4 数値目標		4 主な施策	3を踏まえ、県が実施する施策を記載
5 施策体系		5 数値目標	2～4を受けた、KGI/KPIを記載

② 「施策の方向性（主な取組）」の項目（データ関連）の順番を変更

骨子案		改定素案	
(1)データの利活用		(1)観光資源の訴求力強化	・(1)(2)を実施 ・取組の実施に当たっては(3)に配慮 ・各取組の客観的裏付けとして、(4)を推進
(2)観光資源の訴求力強化		(2)分散・周遊(需要の平準化)	
(3)周遊・分散(需要の平準化)		(3)観光客/住民/観光事業者の協調	
(4)観光客/住民/観光事業者の協調		(4)データの利活用	

0 第6期計画【目次（骨子）】

※現行計画との比較

現行計画（第5期）	次期計画（第6期）
1 観光振興計画について 2 計画制定及び改定の経緯 3 本計画の目指すところ 4 計画期間 5 日本における観光をめぐる状況 6 神奈川県における観光をめぐる状況 7 7つのエリアの特徴及び観光振興施策のあり方 8 計画における数値目標 9 本計画における重点的視点 (1) 持続可能な観光を意識した施策の展開 (2) データを根拠とした施策の展開 (3) 地域の特徴や意向に沿った支援施策の展開 10 施策体系 (1)基本施策1 観光データの活用 (2)基本施策2 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 (3)基本施策3 観光客の受入環境整備 (4)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 (5)基本施策5 観光関連産業の成長促進 11 計画の推進体制	1 計画の概要（目指す姿、計画期間） 2 神奈川県の観光の状況 (1)第5期計画期間の振り返り (2)本県の特徴 3 施策の方向性 (1)観光資源の訴求力強化 (2)観光客の分散・周遊（需要の平準化） (3)観光客・住民・観光事業者の協調 (4)データ活用の推進 4 主な取組 (1)観光客の受入環境整備 (2)分散・周遊プロモーションの推進 (3)地域との共創に向けた連携・協働の推進 (4)観光データの整備・活用 5 計画における数値目標（KGI、KPI） 6 計画の推進体制

磨き上げ・人材育成

企業誘致・経営相談

県産品の振興

1 計画の概要

改定素案 p.2～5

(1) はじめに

- 計画策定の背景、法令や条例における観光振興の位置付けを踏まえ、目指す姿を示す
目指す姿：「**持続可能な観光地域づくりの確立**」

(2) 観光振興計画とは（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

(3) 目指す姿（次ページにて記載）

(4) 計画期間

- 令和9年度～令和12年度

1 計画の概要（目指す姿）

改定素案 p.3～4

考え方

- 観光客をどれだけ呼び込むかではなく、**観光客を受け入れる住民の目線に立った「観光地域づくり」の視点**がこれまで以上に重要。
- **観光消費の拡大**につながる、**観光の「質」の向上への転換**を図る。

方向性

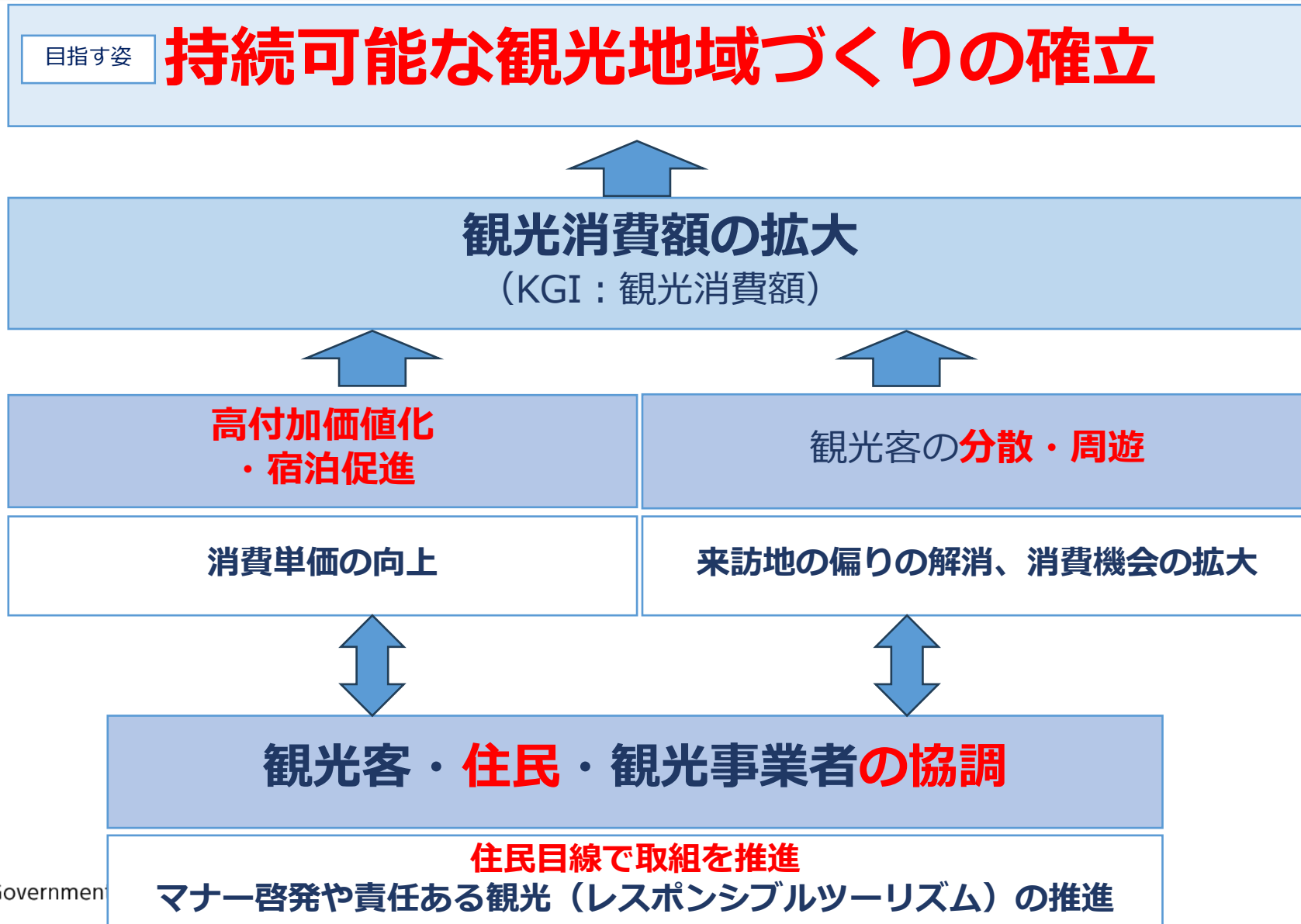
「**住民目線**」のもと、

- ① 「**体験・サービスの高付加価値化や宿泊の促進**」
- ② 「**観光客の分散・周遊**」に取り組み、
観光消費額の一層の拡大につなげる。

持続可能な観光地域づくりの確立

1 計画の概要（目指す姿の概念図）

改定素案 p.4



【参考】観光立国推進基本計画（第5次）の概要

課題・方向性

- 観光は、訪日外国人旅行消費額は9.5兆円（2025年速報）、そしてその経済波及効果は約19兆円に及ぶなど、地域経済や日本経済の発展をリードする戦略産業※である。また、国際相互理解の促進など、多面的に重要な意義を有する。
※訪日外国人旅行消費額15兆円を達成した場合、経済波及効果は約30兆円規模と、幅広い産業に裨益することが見込まれる。
- 他方、観光を巡り顕在化している課題として、混雑・マナー違反等の個別課題への対応、特定の都市・地域への集中是正など、オーバーツーリズムの未然防止・抑制に向けた対策の強化が不可欠。加えて、深刻な人材不足への対応、観光の高付加価値化、国内交流の拡大、災害や国際情勢等の様々リスクに対する強靱性の確保などの課題への対応が不可欠。
- そのため、「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

- ・ 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（民泊関係含む）
- ・ 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

計画期間：
令和8～12年度
（2026～2030年度）

国内交流・アウトバウンド拡大

- ・ 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
- ・ 観光復興に向けた再生支援

観光地・観光産業の強靱化

- ・ 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

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

- ・ 混雑・マナー違反等の個別課題への対応
- ・ 地方誘客
- ・ 観光コンテンツ充実

■ 国内交流・アウトバウンド拡大

- ・ 旅行需要の平準化

■ 観光地・観光産業の強靱化

- ・ インバウンド市場・観光コンテンツの多様化
- ・ 生産性向上
- ・ 多様なニーズへの対応

2 神奈川県観光の状況 (1)第5期計画の指標の達成状況

改定素案 p.6~7

ア 指標達成状況

項目	R5(2023)年 [実績値]	R6(2024)年 [目標値]	R6(2024)年 [実績値]	R8(2026)年 [目標値]
観光消費額総額 [KGI]	1兆2,375億円	1兆1,355億円	1兆5,416億円	1兆1,707億円
消費単価 (日本人)	1万9,570円	2万3,220円	2万8,340円	2万4,160円
消費単価 (外国人)	4万9,031円	9万 490円	5万8,483円	10万2,320円
入込観光客数	1億9,111万人	2億 700万人	2億806万人	2億1,023万人
延べ宿泊者数 (日本人)	2,504万人	2,085万人	2,168万人	2,107万人
延べ宿泊者数 (外国人)	323万人	345万人	442万人	388万人
観光客満足度	82.8%	80.0%	82.2%	80.0%

➡ **KGIは達成したものの、消費単価の伸び悩みが課題**

2 神奈川県観光の状況 (1)第5期計画の指標の達成状況

改定素案 p.8

イ 第5期計画の取組の総括

**一定の成果はあったものの、
消費単価の伸び悩みや住民生活への影響などの課題が顕在化**

施策の柱	内容	今後、必要な取組
基本施策1 観光データの活用	○ かながわDMOと連携し、データ基盤整備や、施策の企画立案や効果検証に活用 ○ 市町村向けにデータ提供やセミナー開催等の地域支援を実施	○ 経年比較を行うための、データ基盤整備 ○ 研修等を開催し、県・市町村のデータ活用人材の育成
基本施策2 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	○ かながわ観光連携エリア推進事業や海外の富裕層向け高付加価値コンテンツの開発などの、観光資源の発掘・磨き上げ ○ 専門性の高いガイド人材をかながわ認定観光案内として認定するなど、観光人材を育成	○ 観光消費額の拡大につなげるための、観光資源の発掘・磨き上げ ○ 観光客の満足度を高めるための、おもてなし人材の育成

2 神奈川県観光の状況 (1)第5期計画の指標の達成状況

改定素案 p.8

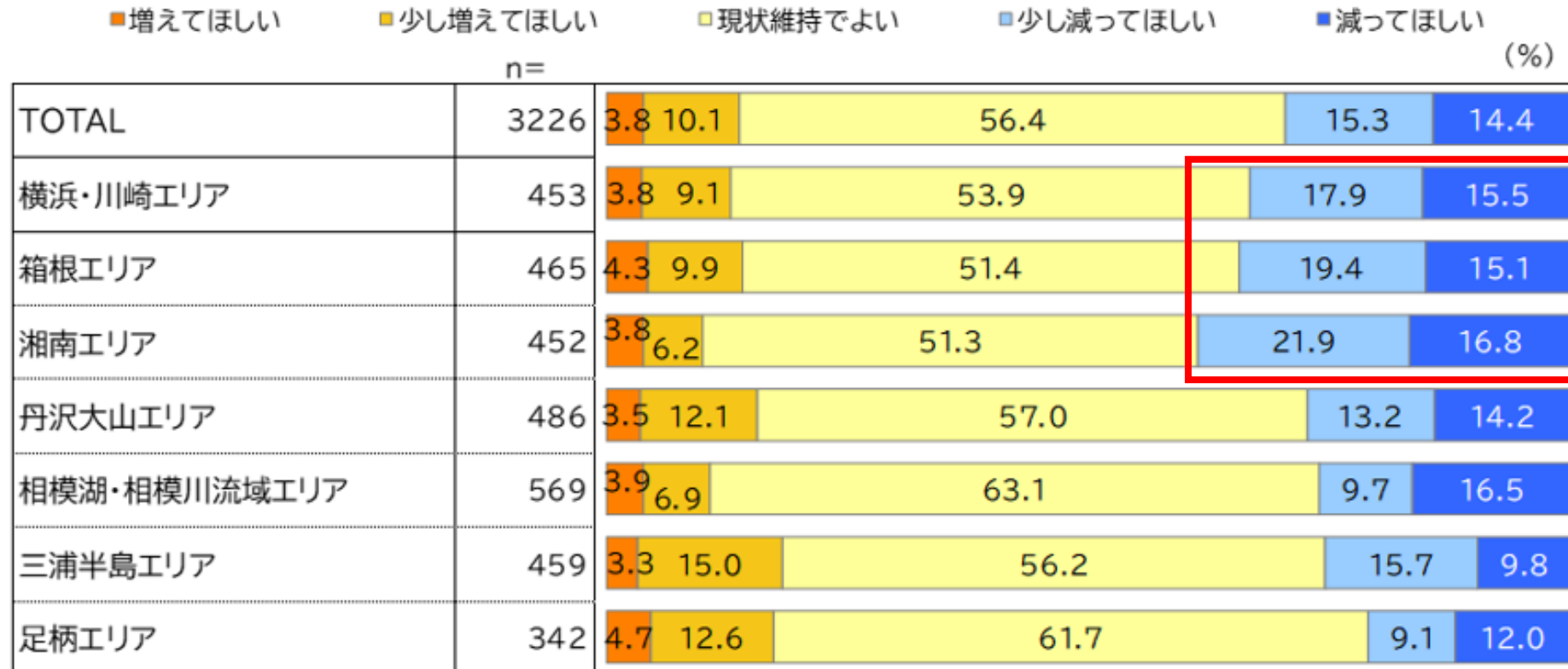
イ 第5期計画の取組の総括

施策の柱	内容	今後、必要な取組
基本施策3 観光客の受入 環境整備	○ バリアフリー観光モデルコースの作成・周知や、市町村向けに観光危機管理セミナーを開催し、 誰もが安心して旅行を楽しむ環境を整備	○ ユニバーサルツーリズムや観光危機管理の推進 ○ 観光事業者への支援
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	○ 県内各地の歴史・文化・食等を楽しむことができる デジタルラリーの実施 ○ 観光レップを通じたPR や県内宿泊施設等の手配を行う インバウンド一元対応窓口 をかながわDMOに設置	○ 観光消費額の高い外国人観光客や市場規模の大きい国内観光客を誘致するための新たな取組
基本施策5 観光関連産業の成長促進	○ アンテナショップ かながわ屋 における 県産品の展示・販売 ○ 産業労働部門が行う経営相談や資金調達の支援等による経営基盤強化	○ すそ野が広い観光関連産業を支援

【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。



2 神奈川県観光の状況 (2)本県の特徴

改定素案 p.9

ア 地理的特徴

- 海・山・湖・川といった**豊かな自然と**、約900万人の県民が生活する**都市が共存**し、これらが育む歴史や文化、食などの多様な魅力がある。
- 巨大な市場である首都圏に位置し、羽田空港や鉄道・道路など広域交通網への接続性が高いことから、
国内外からの来訪を受け止めやすい一方で、東京に隣接していることで、「東京観光の延長」や「日帰り観光地」として捉えられやすい側面がある。

2 神奈川県観光の状況 (2)本県の特徴

改定素案 p.9

イ 観光需要の特徴（来訪・消費動向（エリア別））

- 令和7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10,371万人で、来訪地に偏りがある。（コロナ禍前と変わらない状況）

	令和5年		令和6年		令和7年	
3市町	8,608万人	45.0%	9,808万人	47.1%	10,371万人	47.7%
横浜市	5,429万人	28.4%	6,183万人	29.7%	6,653万人	30.6%
鎌倉市	1,228万人	6.4%	1,594万人	7.6%	1,606万人	7.4%
箱根町	1,951万人	10.2%	2,031万人	9.7%	2,112万人	9.7%
3市町以外	10,503万人	55.0%	10,998万人	52.8%	11,364万人	52.2%
総計	19,111万人	-	20,806万人	-	21,736万人	-

[出典] 神奈川県入込観光客調査

2 神奈川県観光の状況 (2)本県の特徴

改定素案 p.11

イ 観光需要の特徴（滞在動向）

○ 令和7年の**日帰り客数**は1億9,608万人と、**延べ観光客数の90.2%**を占めている。

	令和5年		令和6年		令和7年	
宿泊客数	1,792万人	9.4%	2,023万人	9.7%	2,127万人	9.7%
日帰り客数	17,320万人	90.6%	18,783万人	90.2%	19,609万人	90.2%
延べ観光客数	19,111万人	-	20,806万人	-	21,736万人	-

[出典] 神奈川県入込観光客調査

■ 平均宿泊数（日本人・県内全体値）

令和5年	令和6年	令和7年
1.2泊	1.2泊	1.2泊

■ 立ち寄り地点数（日本人・県内全体値）

	令和5年	令和6年	令和7年
宿泊	2.3地点	2.3地点	2.4地点
日帰り	1.5地点	1.5地点	1.5地点

[出典] 神奈川県観光客実態調査

3 施策の方向性

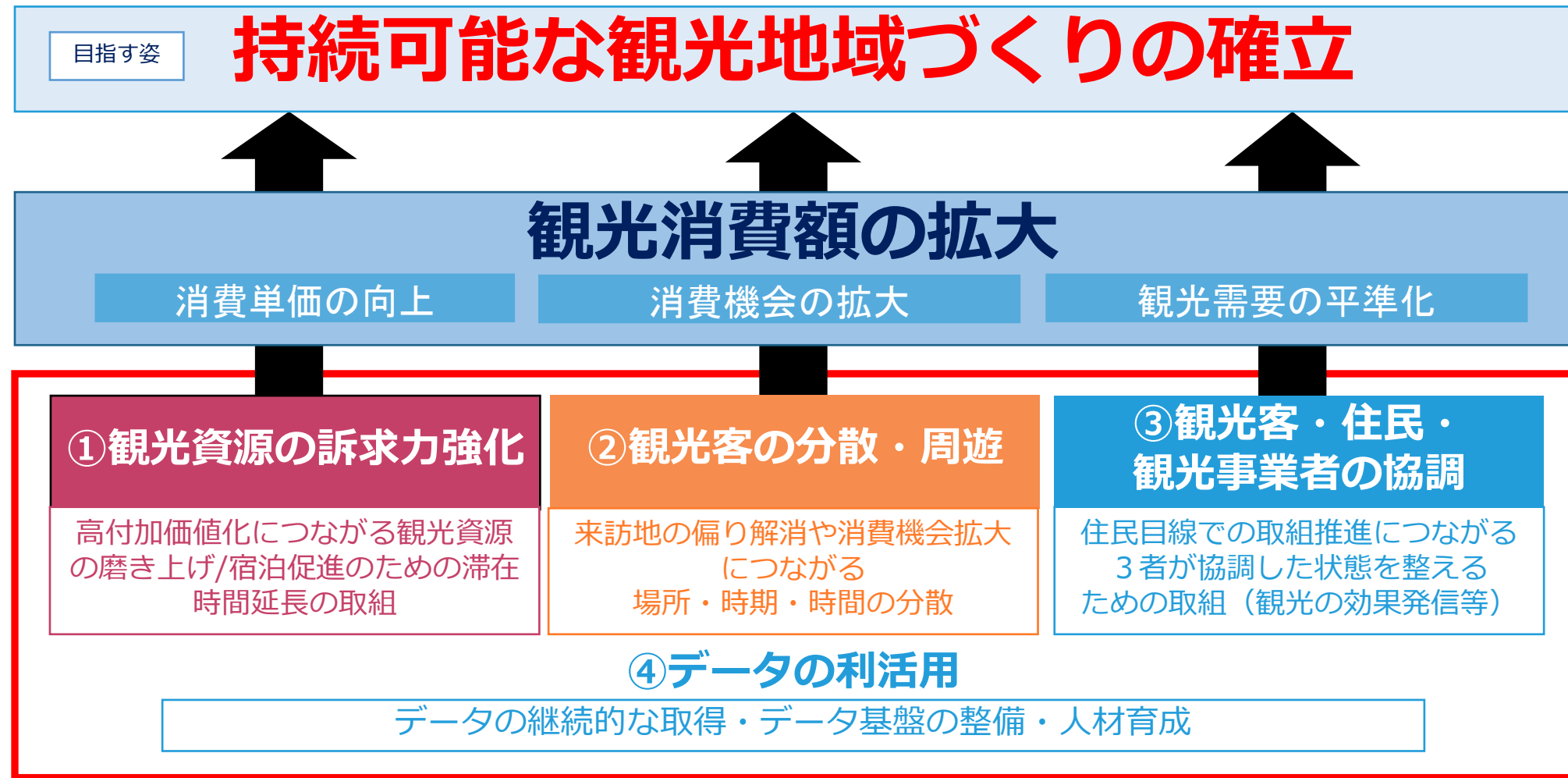
改定素案 p.12～16

- (1) 観光資源の訴求力強化
- (2) 観光客の分散・周遊（需要の平準化）
- (3) 観光客・住民・観光事業者の協調
- (4) データの利活用

3 施策の方向性（目指す姿と施策の方向性の関係性）

改定素案 p.12

施策の方向性



(1) 観光資源の訴求力強化

【背景】

- 「量（観光客数）」から「質（消費単価）」への転換が重要
- 近年の観光のトレンドとして、**上質な体験へのニーズの高まり**
- 自然・景観など、**観光消費に結びつきが弱い観光資源の存在**
- 滞在型観光へのシフトには、**宿泊の促進や商品力強化が必要**

【方向性】

- **資源の希少価値や特別感によって付加価値を高めるなど、地域の魅力をさらに高める観光資源の磨き上げ**
- 宿泊の促進やナイトタイム・モーニングタイムエコノミー充実など**滞在時間を増やす工夫**
- **ユニバーサルツーリズムの促進**

3 施策の方向性

改定素案 p.13～14

(2) 観光客の分散・周遊（需要の平準化）

【背景】

- 一部地域・時期での観光客の過度な集中による、住民・観光客の満足度低下や観光事業者における人手不足
- 外国人観光客の滞在日数の長期化に伴う、県内各地を訪れる可能性の高まり
- 混雑場所・時期・時間を避けた楽しみ方へ誘導する工夫が必要

【方向性】

- まだ知られていない地域の魅力に光を当てるなど、観光客が訪れたいとなる場所の拡充
- ゆっくりと楽しめる時期や時間帯など、混雑を回避したゆとりある旅行体験の提供

3 施策の方向性

改定素案 p.14～15

(3) 観光客・住民・観光事業者の協調

【背景】

- **地域活性化には、域外からヒトとカネを呼び込む「観光」の力が必要**
- **観光客の過度な集中によるマナー違反等の住民生活への影響が顕在化**
- **国計画でも、「誘客と住民生活の質の確保との両立」が施策の柱に**
- **観光客と住民との摩擦は、観光客・住民・観光事業者に悪影響**

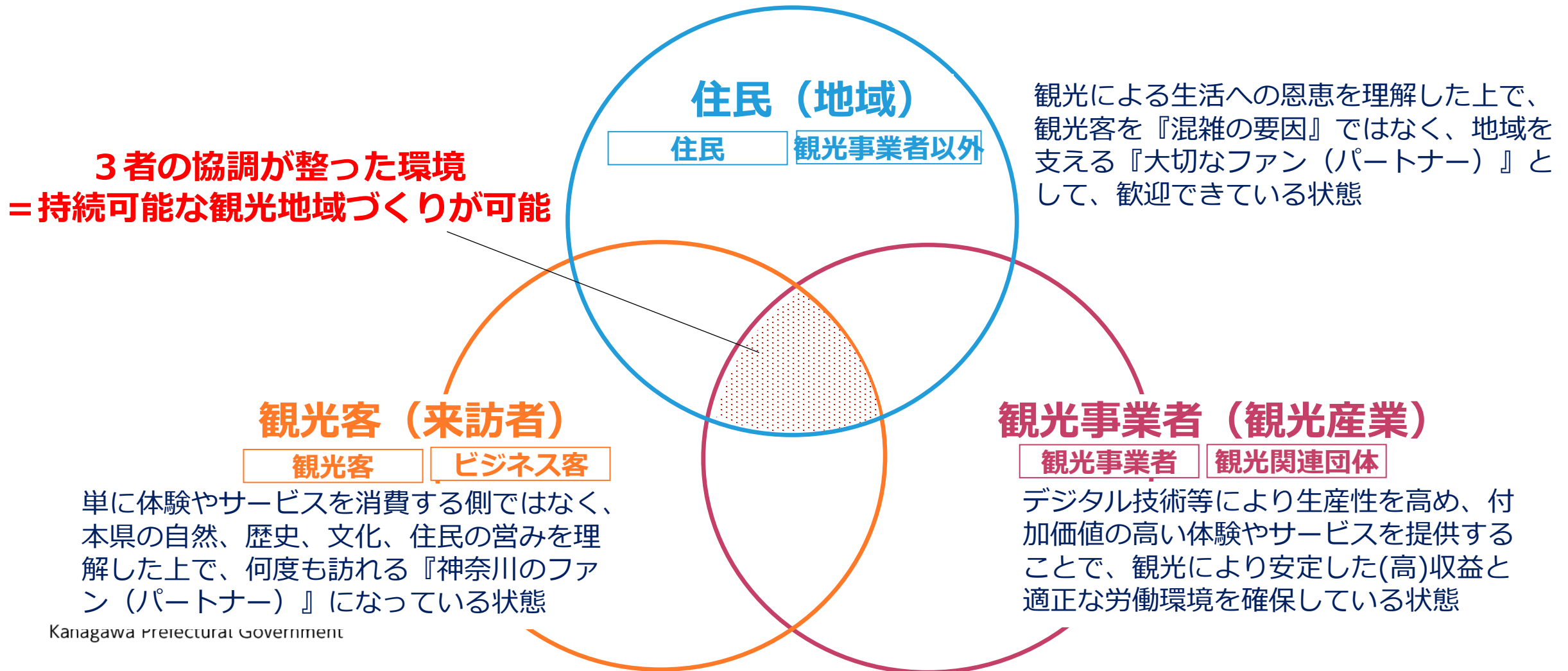
【方向性】

- **地域の現状把握**
- **観光振興により目指す姿や観光がもたらす効果の発信**
- **多様な主体が連携・協働できる機会づくり**
- **観光客と住民を繋ぐ観光人材の育成**

3 施策の方向性（観光客・住民・観光事業者の協調とは）

改定素案 p.15

○ 観光客・住民・観光事業者のそれぞれがメリットを感じている状態



(4) データの利活用

【背景】

- 観光客のニーズの多様化
- デジタル技術の進歩により、観光客の**実際の動きがデータで確認可能に**
- 各施策の実施には、**客観的データに基づくことが重要**であり、それには、**データを正しく読むことが必要**

【方向性】

- 観光**データを継続的に取得**し、施策の企画立案や効果検証に活用
- 観光に携わる様々な関係者が活用できる**データ基盤の整備**
- **データを観光振興に役立てることが**できる人材の育成

■ 「3 施策の方向性」に基づき、**県が実施する施策の概要を記載**

- (1) 観光客の受入環境整備
- (2) 分散・周遊プロモーションの推進
- (3) 地域との共創に向けた連携・協働の推進
- (4) データの整備・活用

(1) 観光客の受入環境整備

ア 観光資源の高付加価値化

- ① 地域と連携した観光資源の高付加価値化
- ② 魅力ある観光地域づくり
- ③ 富裕層・ビジネス層(MICE等)向けの観光資源の磨き上げ
- ④ 滞在型観光(宿泊の促進、ナイトタイム・モーニングタイムエコノミーの充実など)の推進

イ 受入環境整備への支援

(ア) 観光客の利便性向上に向けた体制整備

- ① 観光関連施設の利便性の向上
- ② ユニバーサルツーリズムの更なる促進
- ③ 観光人材の育成
- ④ 交通基盤等の整備

(イ) 安全・安心な観光地域づくり

- ① 観光客に対するマナー啓発や「責任ある観光（レスポンシブルツーリズム）」の推進
- ② 観光危機管理

(2) 分散・周遊プロモーションの推進

ア 国内観光客向けプロモーション

- ① 観光情報ウェブサイトやSNS等による情報発信
- ② GREEN×EXPO 2027開催を契機としたプロモーション
- ③ 周遊・宿泊プロモーション
- ④ 多様なテーマに沿ったツーリズム
- ⑤ 地域の産品を活用したプロモーション

イ 外国人観光客向けプロモーション

- ① 観光情報ウェブサイトやSNS等による情報発信（再掲）
- ② GREEN×EXPO 2027開催を契機としたプロモーション（再掲）
- ③ 観光レップやランドオペレーター機能を活用した戦略的なプロモーション
- ④ ユニークベニユーの発掘・磨き上げ等によるMICE誘致
- ⑤ 近隣自治体等と連携した広域プロモーション

4 主な取組

改定素案 p.20～22

※一部施策の丸数字が異なります

(3) 地域との共創に向けた連携・協働の推進

ア 地域の現状把握

- ① 観光客満足度、住民満足度、観光事業者（従業者含む）満足度の把握
- ② 市町村や観光事業者等との情報共有

イ 多様な媒体を活用した情報発信

- ① 観光客に対するマナー啓発や「責任ある観光（レスポンシブルツーリズム）」の推進（再掲）
- ② 観光情報ウェブサイトやSNS等による情報発信（再掲）
- ③ 観光消費額に基づく経済波及効果（税収効果、雇用創出効果を含む）の推計

ウ 多様な主体の連携・協働に向けた支援

- ① かながわDMOとの連携、観光事業者や市町村等の連携促進の場づくり
- ② 観光事業者への支援

エ 観光客と住民をつなぐ観光人材の育成

- ① 観光ボランティアの人材育成支援
- ② 専門性の高い通訳ガイドの育成等
- ③ 大学との連携による人材発掘・人材育成

(4) データの整備・活用

ア データの整備・活用

- ① データの収集・分析
- ② 共通データ基盤の整備
- ③ データ活用人材の育成

■ KGI（重要目標達成指標）

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

（算出方法）

観光消費額＝国内（①日帰り・②宿泊・③ビジネス）＋ 訪日外国人（④宿泊・⑤ビジネス）

（全体構成式）

観光消費額＝ ①～⑤各項目の（観光客数×観光消費単価）の合計

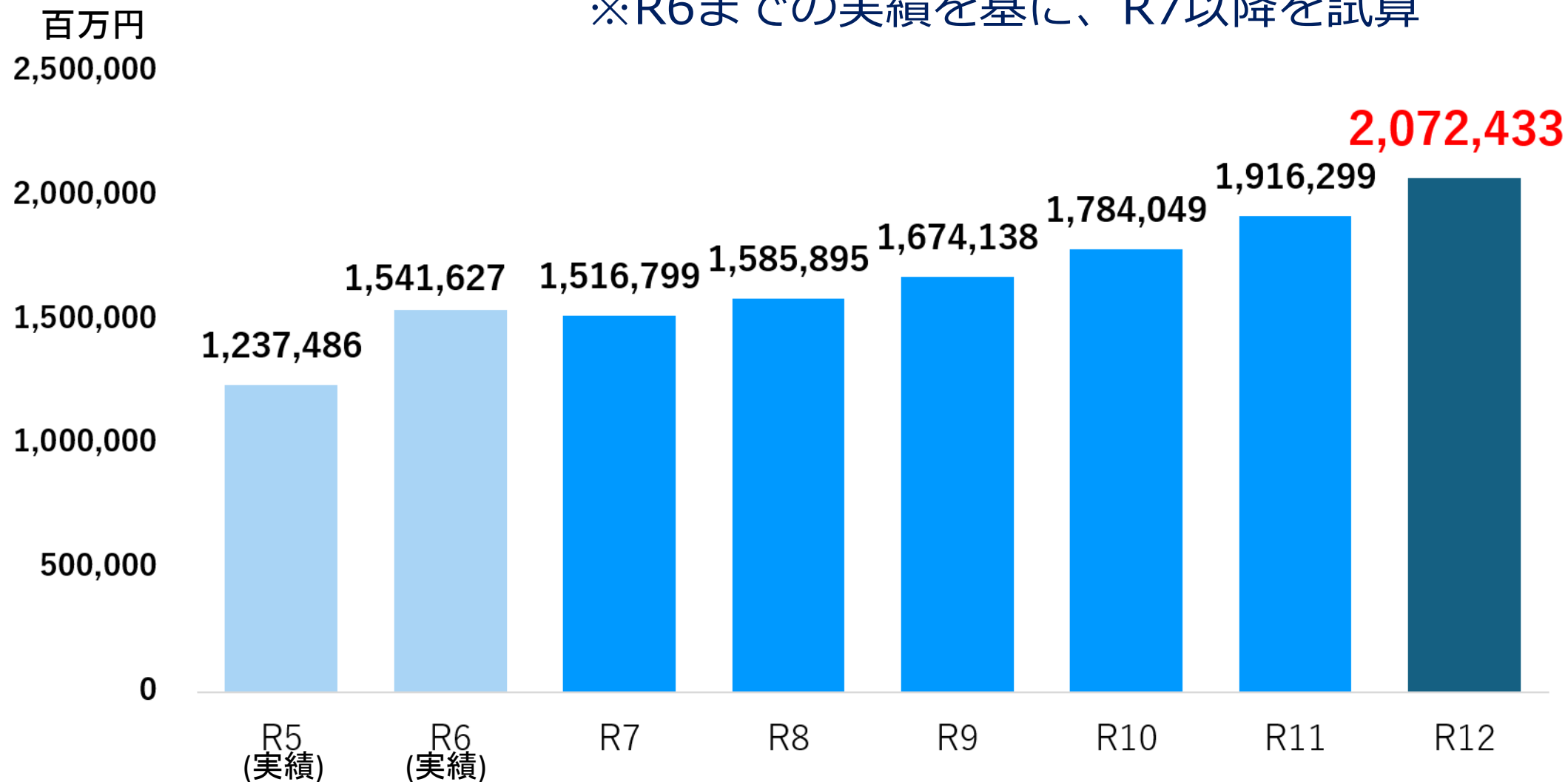
※国のベース成長率や外的要因（人口減少や物価上昇等）を考慮して算出予定

5 計画における数値目標

改定素案 p.25

■ KGI（観光消費額）：令和12年に **2兆724億円**

※R6までの実績を基に、R7以降を試算



5 計画における数値目標

改定素案 p.25～26

■ 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 1】

かながわDMOと連携し、
観光客・住民・観光事業者(従業者含む)それぞれの満足度を調査

【参考指標 2】

観光消費額に基づく経済波及効果（税収効果、雇用創出効果を含む）の推計

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

【参考】 KGI、 KPIについて

【KGI】 観光消費額	○ 観光振興の目的は地域経済の活性化であり、観光客が地域内でどれだけ消費活動を行うかを示す観光消費額は、観光が地域にもたらすメリットを直接的に測る指標として適切である。
【KPI】 観光客数 宿泊客数 消費単価	○ また、観光消費額は「観光客数」、「宿泊客数」、「消費単価」など複数の要素を総合的に反映するため、観光振興全体の結果を表す指標として妥当である。 ○ さらに、経済波及効果にもつながるため、観光振興の最終的な成果を評価する上で欠かせない指標となる。

【参考】 KGI・KPI定義

- KGI（Key Goal Indicator：重要目標達成指標）は、企業やプロジェクトが最終的に達成すべきゴール（売上高、成約件数、利益率など）を定量的に測定する指標。「いつまでに」「何を」「どの程度」達成するかを示す最終目標の数値指標。
- KPI（Key Performance Indicator：重要業績評価指標）は、KGIの達成に必要な要素を分解したもので、戦略が問題なく機能しているかどうかを測定するための成果指標。最終目標達成のための中間的な指標。
- **KGIは「結果」、KPIは「過程」を管理**するもの。
- 設定にあたっては、具体的、**測定可能、達成可能、関連性**、期限を考慮する必要がある。

【参考】参考指標について

【参考指標】 KPIではカバーしきれない、観光施策の「質」や「持続可能性」を評価

観光客満足度 住民満足度 観光従業者満足度	本県の観光振興を持続可能なものとするため、住民生活への影響を考慮しながら、 「観光客・住民・観光事業者が協調」できる環境を整えていく必要 があり、それらを 客観的に把握するため、参考指標として位置付ける。
-----------------------------	--

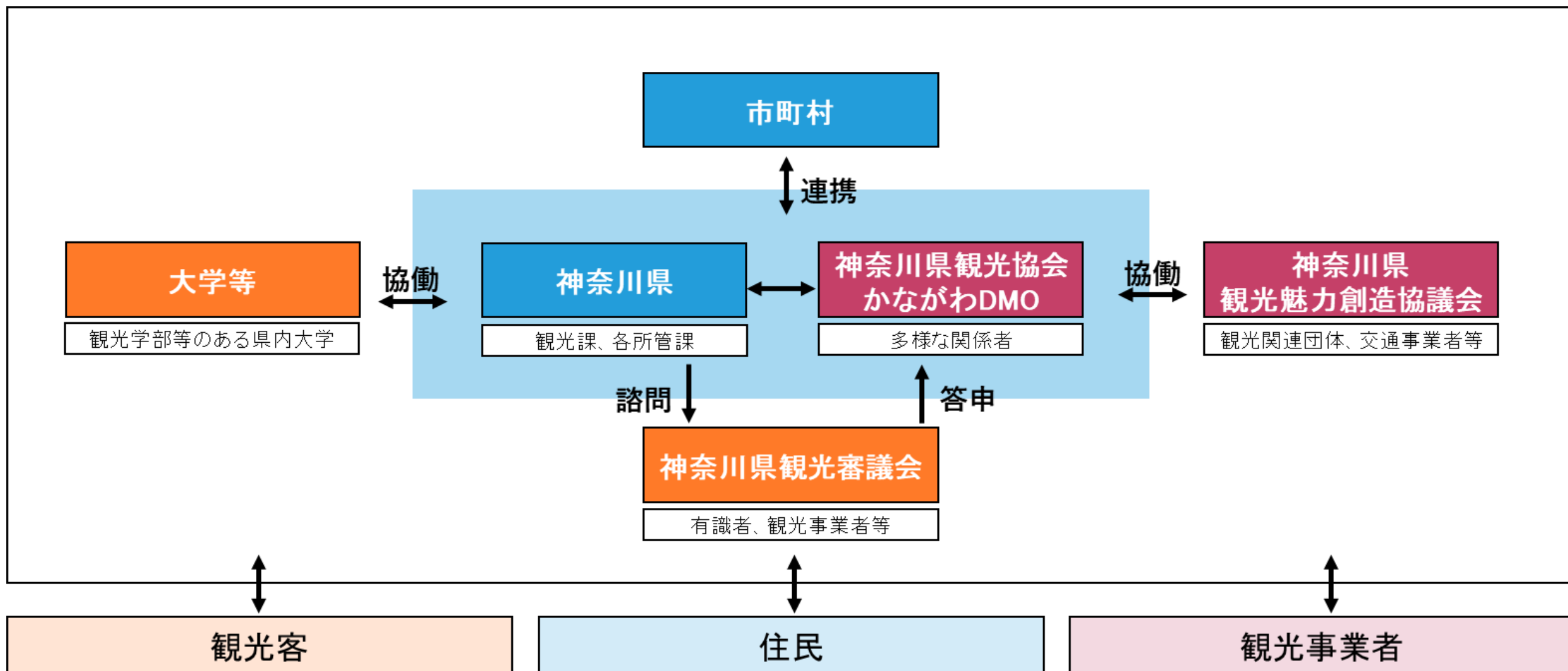
【経済波及効果について】

- 経済波及効果は、観光振興がもたらす裨益（付加価値効果、雇用効果、税収効果）を推計することで、県民にわかりやすく伝えるための手法である。
- 一方で、一般的に、産業連関表を用いて算出することから、**波及効果は、観光消費額の例えば1.5倍というように計算式として組み込まれているもの（仮定や前提条件を設定して推計しているもの）であって、実体経済を反映したものではない。**
- 経済波及効果は観光施策による消費額や客数などを起点に算出するが、**施策の直接的な成果を評価する指標ではない**ため、目標値として設定しても、**施策が目標達成の成功要因であるかどうかを明確に判断することが難しい。**
- **経済波及効果は「結果」として評価すべきものであり、観光施策の目標を評価する指標としては不向きである。**

6 計画の推進体制

改定素案 p.27～28

(1) 連携体制



6 計画の推進体制

改定素案 p.28

(2) 県とかながわDMOの役割分担

	県	かながわDMO
主な役割	・県全体の観光振興の総合調整 ・観光振興に係る国/市町村/DMO/関係団体等との連携、調整 ・観光データの整備 ・県域全体の統一的なプロモーション 等	・観光地域づくりの司令塔 ・観光データに基づくマーケティング、観光戦略の策定 ・観光地域づくりに関する地域の関係者への支援 ・ターゲットを絞った情報発信、プロモーション ・県産品の振興 等