

(令和8年度第1回神奈川県観光審議会)

第6期 神奈川県観光振興計画

改定素案 2026 年9月1日

令和8年＊月

目 次

1.	計画の概要.....	2
(1)	はじめに	2
(2)	観光振興計画について	3
(3)	目指す姿	3
(4)	計画期間	5
2.	神奈川県観光の状況	6
(1)	第5期計画の指標の達成状況	6
(2)	本県の特徴	9
3.	施策の方向性	12
(1)	観光資源の訴求力強化	12
(2)	観光客の分散・周遊(需要の平準化)	13
(3)	観光客・住民・観光事業者の協調	14
(4)	データの利活用	15
4.	主な取組	17
(1)	観光客の受入環境整備	17
(2)	分散・周遊プロモーションの推進	19
(3)	地域との共創に向けた連携・協働の推進	20
(4)	データの整備・活用	22
5.	計画における数値目標	24
(1)	評価指標の構造	24
(2)	重要目標達成指標(KGI)	24
(3)	重要業績評価指標(KPI)	25
(4)	目標値の算出方法と補正の根拠	25
(5)	参考指標	26
6.	計画の推進体制	27
(1)	連携体制	27
(2)	県とかながわDMOの役割分担	28
7.	参考資料	29
(1)	観光データ	29
(2)	用語解説	29
(3)	神奈川県観光振興条例	29

1. 計画の概要

(1) はじめに

本県には、魅力あふれる都市、豊かな自然、歴史・文化といった多様な観光資源があります。

県は、これまで、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、この条例に基づき、「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、以後、適宜、条例改正や計画改定を行いながら、観光振興に関する施策を総合的かつ計画的に推進してきました。

現行の第 5 期計画（期間：2023（令和 5）年度から 2026（令和 8）年度）では、「観光により地域が輝く神奈川」の実現に向け、K G I である観光消費額総額の増加につなげるため、5 つの基本施策を定め、取組を進めた結果、新型コロナウイルス感染症という未曾有の危機を乗り越え、観光需要は回復しました。

日本全体を見ても、コロナ禍を経て、訪日外国人旅行者数は 2023（令和 5）年に 2,507 万人、2024（令和 6）年に 3,687 万人、2025（令和 7）年に 4,268 万人と年々増加し、2025（令和 7）年の訪日外国人旅行消費額は過去最高の 9 兆 4,549 億円に達しました。また、日本人国内旅行消費額も 2025（令和 7）年に 26 兆 7,845 億円を記録し、過去最高となるなど、観光は、地域経済の活性化や日本経済の発展をリードする戦略産業となっており、今後も一層の成長が期待されています。

一方で、急速な需要回復に伴い、観光客の過度な集中による住民生活への影響などの課題が顕在化しています。

2025（令和 8）年 3 月に策定された国の観光立国推進基本計画（第 5 次）では、「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」を施策の柱とし、「混雑・マナー違反等の個別課題への対応」や「地方誘客の推進による需要分散」に取り組むとしています。

また、インバウンド需要は旺盛ですが、自然災害や感染症を含めた危機、国際情勢の変化等の影響を受けやすいことや、旅行消費額の割合では国内市場が約 7 割を占めていることから、観光の持続可能性を高めるためには、国内観光客の需要を安定的に獲得し続けることが重要です。

さらに、令和 7 年国勢調査では、本県の総人口が初めて減少に転じ、このままでは、経済の縮小や地域社会の維持が困難となるおそれもあります。

こうした中、改めて、観光振興の意義や目的を考えると、まず、国の観光立国推進基本法の第 1 条では、「観光は、地域経済の活性化、雇用の機会の増大等国民経済のあらゆる領域にわたりその発展に寄与するとともに、健康の増進、潤いのある豊かな生活環境の創造等を通じて国民生活の安定向上に貢献するものであることに加え、国際相互理解を増進するもの」としています。

また、条例の第 1 条では、「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、（略）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」としています。

このように、観光振興は、「経済」、「社会」、「文化」、「環境」、「国際」など多角的な側面に貢献できる政策であり、本県全体に活力を生み出し、人口減少局面において解決すべき課題に直接的な効果をもた

らすことが期待されるだけでなく、地域社会を長期的に支える重要な取組です。

そこで、条例の目的である「観光立県かながわ」の実現に向けて、第6期計画（以下「本計画」という。）では、観光振興を単なる誘客の取組ではなく、「観光を活用した地域づくり」として位置付けます。

言い換えれば、これまでの観光客数の増加という「量の拡大」を重視してきた段階から、体験・サービスの高付加価値化や観光客の分散・周遊により、観光の恩恵を地域全体で享受し、将来にわたって魅力を維持する「質の高い観光」への転換を図るとともに、観光客、住民、観光事業者及び環境のすべてが満たされる、いわゆる「四方よし」の観点を取り入れながら、施策を展開していきます。

さらに、2027（令和9）年3月19日から9月26日まで、1都3県で初めて開催される万博である、GREEN×EXPO 2027（正式名称：2027年国際園芸博覧会）が開催され、国内外から多くの来場者が見込まれる絶好の機会であることから、本県の多様な魅力をPRし、県内各地への誘客につなげることで、GREEN×EXPO 2027開催の効果を県内全域に波及させ、地域経済の活性化を図ります。また、GREEN×EXPO 2027を通じた、県内各地の観光資源の認知度向上というレガシーを活かし、観光客の分散、さらには、地域資源の活用による滞在時間の延長、周辺地域を周遊する滞在型観光へとつなげていきます。

こうしたことを踏まえ、県、かながわDMO（（公社）神奈川県観光協会）、市町村及び観光事業者等が一丸となって取り組むための指針として、本計画を策定し、「持続可能な観光地域づくり」を目指してまいります。

計画の構成 （素案草案の全体像提示後、作成予定）

（2）観光振興計画について

本計画は、条例第15条に基づき、本県における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策定するものであり、観光振興に関する総合的かつ長期的な目標及び施策の方向を定めるものです。

（3）目指す姿

条例第1条に定める「観光立県かながわ」の実現に向けて、本計画の目指す姿を「持続可能な観光地域づくりの確立」とします。

観光産業は、宿泊業、旅行業を中心に、飲食店、小売店、交通事業者など関連する分野が多岐にわたるすそ野が広い産業であり、観光消費額の拡大は地域経済の活性化につながります。また、人口減少局面に転じた本県において、域外からヒトとカネを呼び込める観光振興は、県民の余暇活動や地域のにぎわいづくりだけでなく、関係人口（地域や地域の人々と多様に関わる人々）や定住人口の創出につなげていくことが期待されており、そのためには、新たな観光地の創出、観光産業の活性化に加え、観光消費を地域に還元する「稼ぐ観光地域づくり」の実践が求められています。

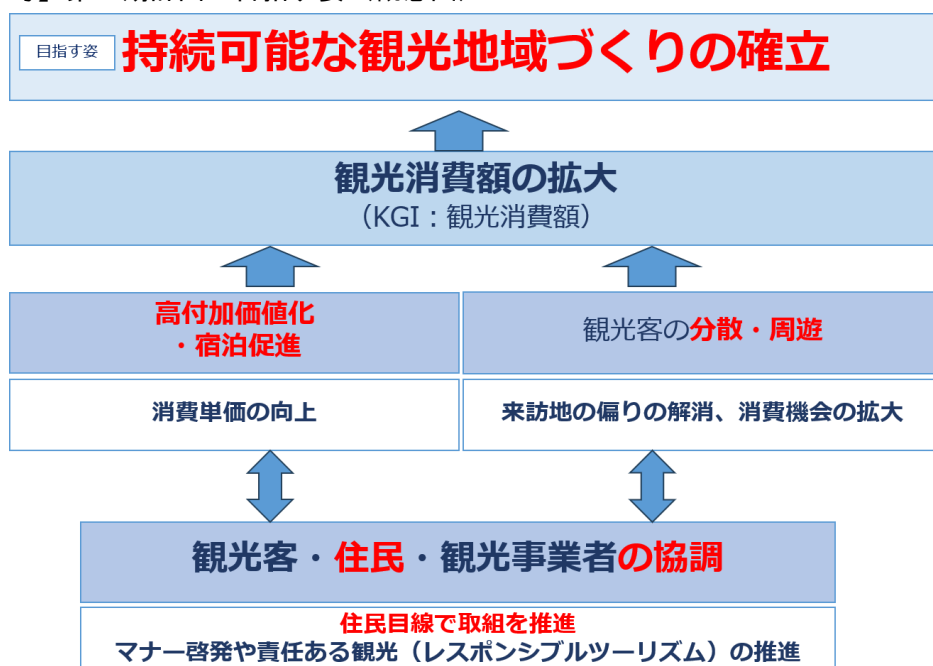
一方で、観光を取り巻く環境の変化は早く、観光客のニーズが多様化する中で、国内外から旅先として本県が選ばれ続け、神奈川のファンであるリピーターを増やすためには、行政や観光事業者が、観光データなど客観的な根拠に基づき、観光資源の磨き上げや多言語対応などの観光客の受入環境を整えるとともに、体験型コンテンツの充実などのニーズに応じた効果的な誘客促進策を講じることで、観光客数だけではなく、消費単価を高めることにより観光消費額の拡大を図り、消費型（モノ）の観光から滞在型（コト）の観光へと移行させていく必要があります。

また、県内でも一部地域において、観光客の過度な集中による住民生活への影響が生じていることから、観光客に対してマナー啓発や「責任ある観光（レスポンシブルツーリズム）」を促すなど、観光客を受け入れる住民の目線に立った取組を行うとともに、住民に対して、観光が地域社会にもたらす効果（メリット）を提示するなど、観光振興に対する住民の理解促進や住民参加型の取組を推進することで、観光客と住民の調和を図るだけでなく、観光事業者のビジネスの持続可能性につながるものと考えます。

観光客を受け入れる住民の目線のもと、観光で稼げる地域づくりを進めていくことが、県経済の発展及び県民生活の向上、ひいては、本県の持続的な経済社会の発展に必要です。

そこで、本計画では、「観光客・住民・観光事業者の協調」のもと、消費単価を高めるため、体験・サービスの「高付加価値化・宿泊促進」に取り組むとともに、来訪地の偏りの解消や消費機会の拡大のため、「観光客の分散・周遊」に取り組むことで、「観光消費額の拡大」を図り、「持続可能な観光地域づくりの確立」を目指します。

【参考】第6期計画の目指す姿（概念図）



(4) 計画期間

本計画の期間は、2027（令和 9）年度から 2030（令和 12）年度までの 4 年間とします。

ただし、観光を取り巻く社会情勢の変化やデータによる継続的な取組の改善の結果を踏まえ、必要に応じて見直しを行います。

2. 神奈川県観光の状況

(1) 第5期計画の指標の達成状況

第5期計画期間中、本県の観光需要はコロナ禍による停滞から回復したことで、2024（令和6）年の観光消費総額1兆5,416億円に達し、過去最高となりました。これにより、第5期計画のKGI（観光消費総額）は達成されました。なお、第5期計画の最終年度にあたる2026（令和8）年の観光消費額の把握時期は2027（令和9）年度となりますが、目標値を達成する見込みです。

ア 指標の達成状況

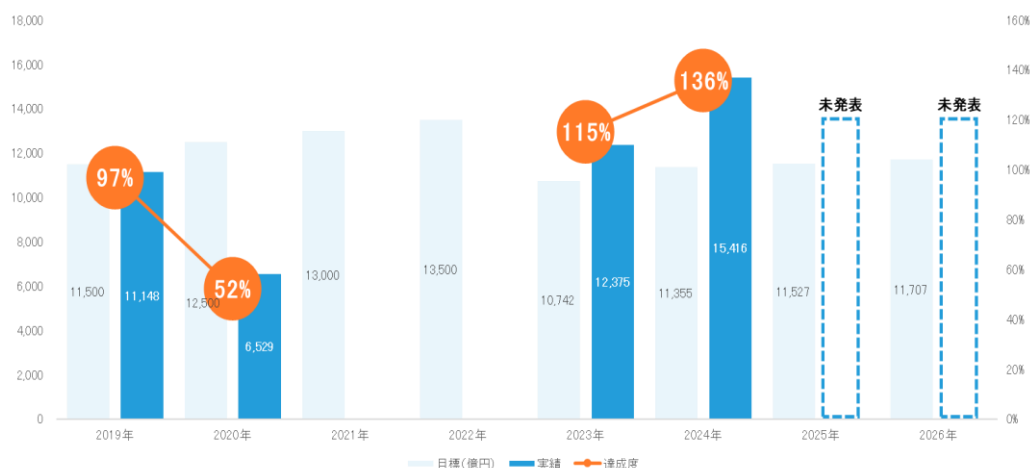
項目		2023(令和5)年	2024(令和6)年	2025(令和7)年	2026(令和8)年
観光消費総額	目標値	1兆742億円	1兆1,355億円	1兆1,527億円	1兆1,707億円
	実績値	1兆2,375億円	1兆5,416億円	※2	
消費単価 (日本人)	目標値	2万2,760円	2万3,220円	2万3,690円	2万4,160円
	実績値	1万9,570円	2万8,340円	2万4,210円	
消費単価 (外国人)	目標値	8万4,580円	9万490円	9万6,400円	10万2,320円
	実績値	4万9,031円	5万8,483円	5万4,293円	
入込観光客数	目標値	2億378万人	2億700万人	2億857万人	2億1,023万人
	実績値	1億9,111万人	2億806万人	2億1,736万人	
延べ宿泊者数 (日本人)	目標値	2,074万人	2,085万人	2,096万人	2,107万人
	実績値	2,504万人	2,168万人	2,187万人	
延べ宿泊者数 (外国人)	目標値	238万人	345万人	366万人	388万人
	実績値	323万人	442万人	493万人	
観光客満足度	目標値	80.0%	80.0%	80.0%	80.0%
	実績値	82.8%	82.2%	※2	
再訪意向	目標値	80.0%	80.0%	80.0%	80.0%
	実績値	88.2%	86.6%	※2	
他者への紹介意向※1	実績値	77.7%	78.9%	※2	

※1 第5期計画において、目標値は設定されていないため、実績値のみ記載

※2 令和9年1月頃に把握するため、改定案にて記載予定

● 観光消費総額

2023（令和5）年は、1兆2375億円（目標達成度115%）を記録し、2024（令和6）年は、1兆5,416億円（目標達成度136%）で過去最高となりました。コロナ禍以降、インバウンド需要の増加など、観光客数の増加により右肩上がりに上昇しています。



引用：観光庁「共通基準による観光入込客統計」のデータを加工して作成

※2021,2022 年は数値欠損となっております。

● 消費単価

- ・ 日本人観光客の消費単価は、2025（令和7）年に2万4,210円（目標達成度101%）と3年連続で目標を達成しました。
- ・ 外国人観光客の消費単価は、2025（令和7）年に5万4,293円（目標達成度56%）と伸び悩み、目標未達成となっています。

● 入込観光客数

- ・ 2024（令和6）年は、2億806万人（目標達成度101%）、2025（令和7）年は2億1,736万人（目標達成度104%）と過去最高となりました。

● 延べ宿泊者数(日本人)

- ・ 2023（令和5）年の延べ宿泊数は、2,504万人泊（目標達成率121%）、2024（令和6）年は、2,168万人泊（目標達成率104%）、2025（令和7）年は2,187万人（目標達成率104%）と3年連続で目標を達成しました。

● 延べ宿泊者数(外国人)

- ・ 2023（令和5）年は323万人（目標達成度136%）、2024（令和6）年は442万人（目標達成度128%）、2025（令和7）年は493万人（目標達成率134%）となり、3年連続で目標を達成し、過去最高となりました。

● 観光客満足度

- ・ 2023（令和5）年、2024（令和6）年と、目標値である80%を2年連続で超え、観光客の満足度が高い状態で維持できています。

● 再訪意向

- ・ 2023（令和5）年、2024（令和6）年と、2年連続で80%以上を超え、再訪意向が高い状態を維持できています。

● 他者への紹介意向(訪問地域のオススメ度)

- ・ 2023（令和5）年、2024（令和6）年と、2年連続で70%を超えています。

イ 第5期計画の取組の総括

県は、コロナ禍により深刻な影響を受けた観光産業の回復に向けた支援や、国内外の観光客の誘致に取り組んできました。その結果、観光需要はコロナ禍から回復し、オール神奈川で観光振興に取り組んできた結果が、一定の成果につながったものと評価しています。

一方で、全国と比較して、観光客一人当たりの消費単価が伸び悩み、旺盛な観光需要が消費拡大につながりきっていないこと、また、県内の一部地域では、観光客の過度な集中により、住民生活に影響が生じているなどの課題も顕在化しており、県として、しっかりと対応していく必要があります。

施策の柱	主な取組	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、観光データの基盤整備を行うとともに、施策の企画立案や効果検証に活用した。また、市町村や観光事業者に対して、データ提供やセミナー開催等の支援を行った。 ○ これにより、県の有する経験やノウハウ、観光事業者の意見や有識者の知見を踏まえ、総合的に勘案するという方法から、客観的なデータに基づいた施策展開への転換を図ってきた。	○ 経年比較を行うため、観光データの基盤整備を継続するとともに、研修等を開催し、県・市町村のデータ活用人材の育成を図る必要がある。
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の高付加価値コンテンツの開発など、観光資源の発掘・磨き上げを行うとともに、専門性の高いガイド人材をかながわ認定観光案内人として認定するなど、観光人材の育成に取り組んだ。	○ 観光消費額の拡大につなげるため、市町村や観光事業者と連携した観光資源の発掘・磨き上げにより、観光客が訪れたいくなるような場所を増やすとともに、おもてなし人材を育成し、観光客の満足度を高める必要がある。
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、市町村に対して観光危機管理セミナーを開催することで、誰もが安心して旅行を楽しめる環境の整備を行った。 ○ ウェブサイトの多言語化やトイレの洋式化などを行う観光事業者を支援するため、経費の一部を補助するなど、観光客の受入環境の整備を進めた。	○ 専門家の意見も踏まえた上で、ユニバーサルツーリズムや観光危機管理を推進するとともに、引き続き、観光事業者を支援することで、観光客の受入環境の更なる整備を行う必要がある。
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を実施したほか、ターゲットとした国、地域において、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的対応窓口をかながわDMOに設置することで、国内外からの観光客の誘致に取り組んだ。	○ 住民生活への影響に配慮しながら、観光消費額の高い外国人観光客の戦略的な誘致や、体験・サービスの高付加価値化をした上で、市場規模の大きい国内観光客を県内各地に誘致する取組が必要である。
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での県産品の展示・販売や、産業労働部門が行う経営相談や資金調達の支援などを通じて、観光関連産業の成長促進を図った。	○ すそ野が広い観光関連産業を支援していく必要がある。

(2) 本県の特徴

ア 地理的特徴

本県は、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り、横浜・川崎の都市集積、湘南の海、箱根・丹沢・足柄の山・温泉地など、各地域に特徴があります。

また、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、国内外から来訪されやすい位置にあります。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ります。

イ 観光需要の特徴

(ア) 来訪・消費動向

2025（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、来訪地に偏りがあります。

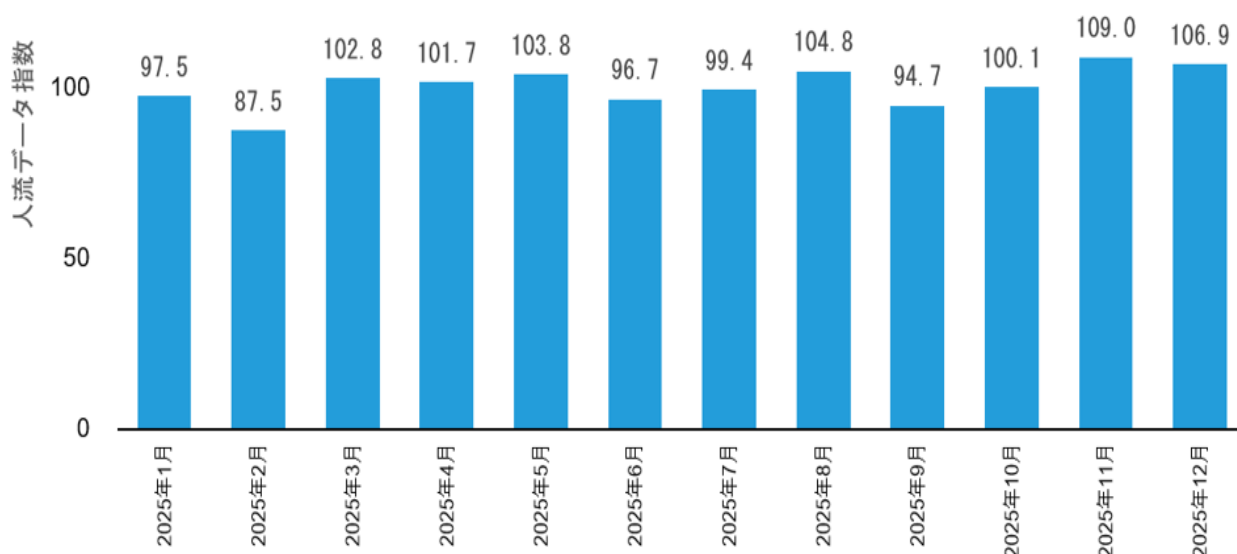
	令和5年		令和6年		令和7年	
	延べ観光客数	県内構成比	延べ観光客数	県内構成比	延べ観光客数	県内構成比
3市町(合計)	8,608万人	45.0%	9,808万人	47.1%	10,371万人	47.7%
横浜市	5,429万人	28.4%	6,183万人	29.7%	6,653万人	30.6%
鎌倉市	1,228万人	6.4%	1,594万人	7.6%	1,606万人	7.4%
箱根町	1,951万人	10.2%	2,031万人	9.7%	2,112万人	9.7%
3市町以外	10,503万人	55.0%	10,998万人	52.8%	11,364万人	52.2%
総計	19,111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

引用：神奈川県「神奈川県入込観光客調査」のデータを加工して作成

● 人流データとクレジットカード決済データによる月別の来訪・消費推移(時期的な分析)

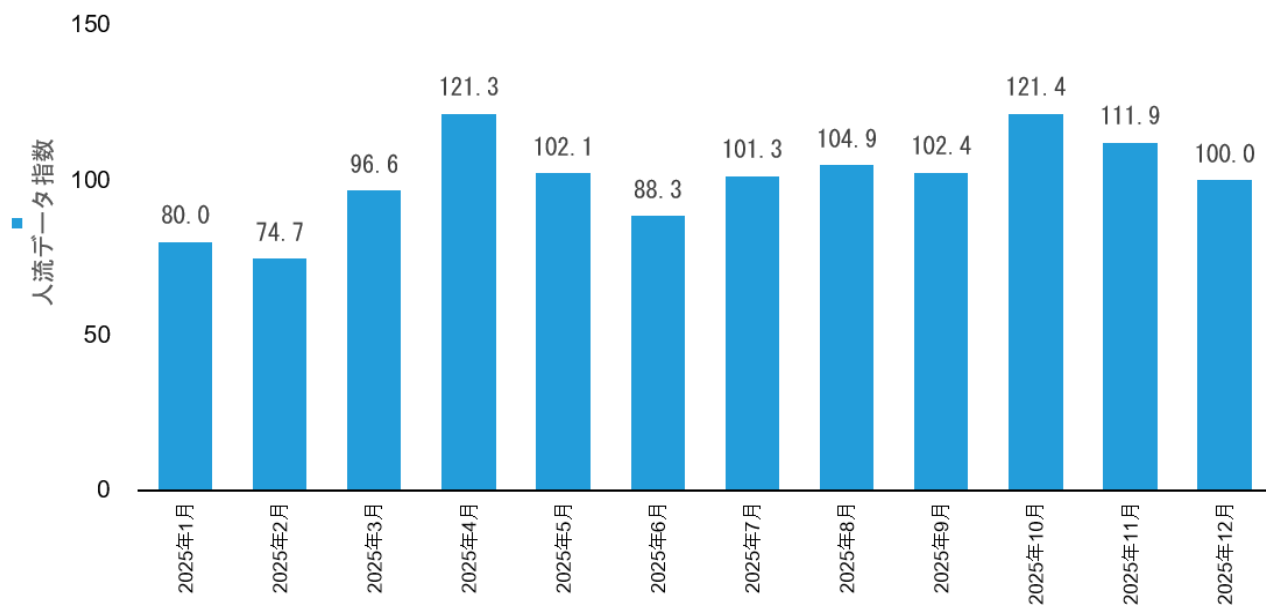
月ごとに大きな変動は見られませんが、来訪・消費の動向としては、2月が少ない状況です。

【国内観光客 月別来訪推移】 ※月平均来訪者数を 100 とした場合の指数



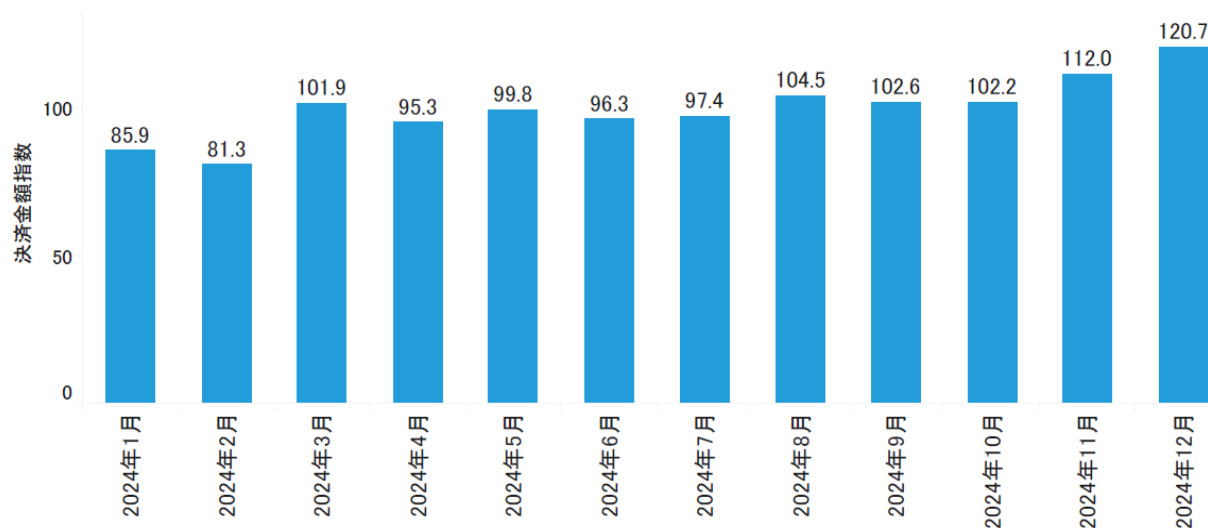
引用：「おでかけウォッチャー(株式会社ブログウォッチャー)」のデータを加工して作成

【外国人観光客 月別来訪推移】 ※月平均来訪者数を 100 とした場合の指数



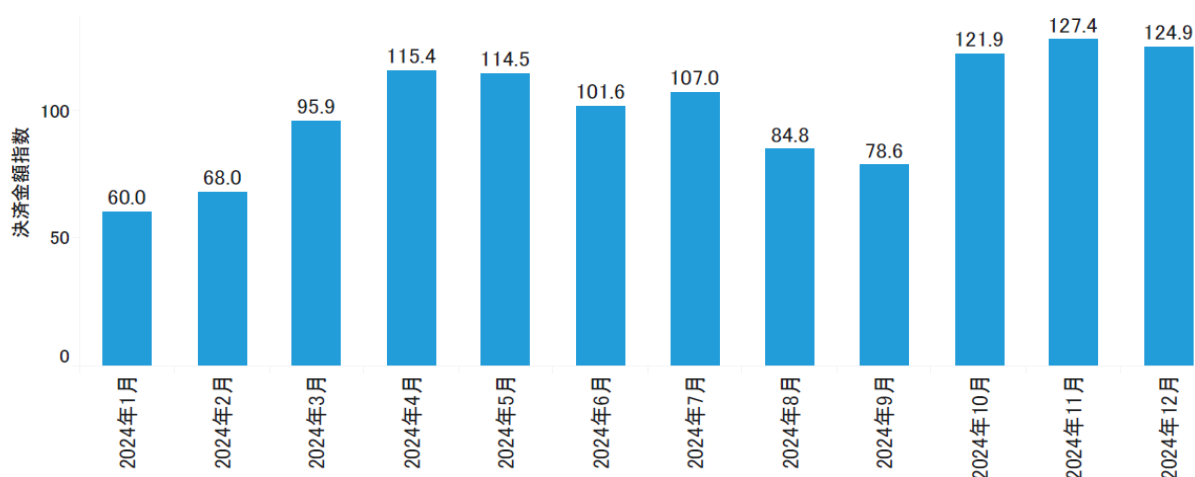
引用：「おでかけウォッチャー(株式会社ブログウォッチャー)」のデータを加工して作成

【国内観光客 月別消費推移】 ※月平均消費金額を 100 とした場合の指数



引用：クレジットカード決済データを加工して作成

【外国人観光客 月別消費推移】 ※月平均消費金額を 100 とした場合の指数



引用：クレジットカード決済データを加工して作成

(イ) 滞在動向

2025（令和7）年の日帰り客数は、延べ観光客数の90.2%を占めているほか、平均宿泊数や立ち寄り地点数に大きな変化は見られません。

● 日帰り・宿泊割合

	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	－

引用：神奈川県「神奈川県入込観光客調査」のデータを加工して作成

● 平均宿泊数

	令和5年度	令和6年度	令和7年度
宿泊客	1.2泊	1.2泊	1.2泊

引用：神奈川県「神奈川県観光実態調査」のデータを加工して作成

● 立ち寄り地点数

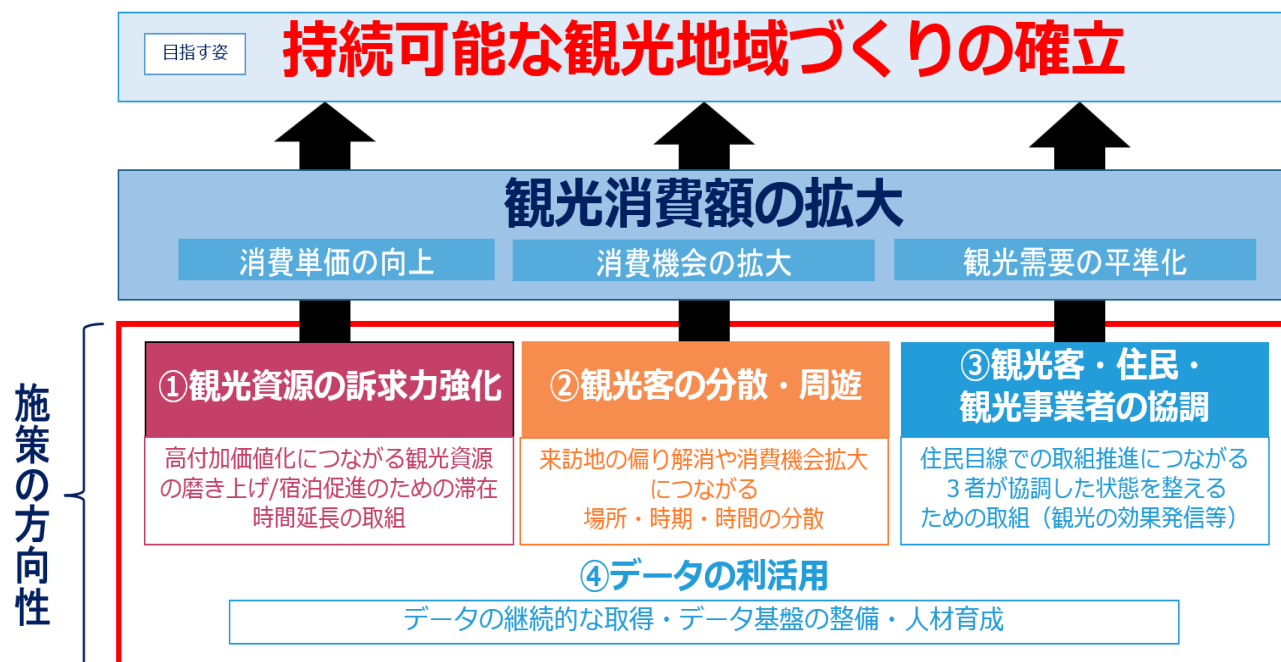
	令和5年度	令和6年度	令和7年度
宿泊客	2.3地点	2.3地点	2.4地点
日帰り客	1.5地点	1.5地点	1.5地点

引用：神奈川県「神奈川県観光実態調査」のデータを加工して作成

3. 施策の方向性

「観光消費額の拡大」を図り、「持続可能な観光地域づくりの確立」を目指すためには、「観光資源の訴求力強化」「観光客の分散・周遊（需要の平準化）」が必要であり、これらに「観光客・住民・観光事業者の協調」を図りながら取り組むとともに、こうした施策を「データの利活用」により客観的な裏付けに基づいて講じる必要があります。県はこれら4つの方向性に基づき、施策・事業に取り組んでいきます。

【参考】目指す姿と施策の方向性の関係性



(1) 観光資源の訴求力強化

● 目指すべき姿との関係性

「持続可能な観光地域づくりの確立」の実現には、観光客の「数」だけを追い求めるのではなく、観光資源の高付加価値化や滞在時間の延長などにより1人当たりの消費単価を高めるなど、観光資源の訴求力を強化することで、観光消費額を拡大する必要があります。

● 背景

これまでの取組により、本県の入込観光客数は過去最高を記録していますが、日帰り客の割合が多く、消費単価や延べ宿泊者数は伸び悩んでいます。また、観光客数の増加だけを追い求めることは、住民生活への影響を生じさせるおそれがあります。

今後は、県内各地の観光資源を、観光客が繰り返し訪れたり、深く体験したいと思えるような、質の高い観光資源に磨き上げるなど、「量（観光客数の増加）」から「質（消費単価の増加）」への転換を図っていくことで観光消費額を拡大し、観光振興による経済効果を持続的に地域へ還元していくことが重要です。

例えば、近年の観光のトレンドとして、「その土地でしか味わえない特別な体験」が重視されており、また国内外の富裕層や、仕事と観光を兼ねたビジネス層（MICE、デジタルノマド）など、質の高いサービスに対して、相応の対価を支払う観光客も拡大しています。

本県の観光資源には、風光明媚な自然や景観、寺社仏閣も多く、必ずしも観光消費に結びついているとは言えない場所も多いことから、その背景にある、地域の歴史や文化などのストーリーを共有し、観光客の共感や応援したい気持ちを呼び起こすことで、資源の魅力向上や消費

につなげる「プロセス・エコノミー」という考え方を取り入れるなど、今後は、資源の希少価値や特別感によって付加価値を高め、適切な価格設定を行うことで、無料や低価格サービス中心の構造から脱却し、観光資源の高付加価値化・高収益化を図り、消費単価を高めていく必要があります。

また、観光振興による経済効果の最大化には、短時間の立ち寄り型観光から、一地域に長く滞在し、その周辺地域も含めて観光を楽しんでもらう滞在型観光へと移行していく必要があります。

そのためには、地域の認知度を高めるプロモーションだけでなく、宿泊の促進とあわせて、夜間や早朝の楽しみ方の提案や、観光客のニーズに応える具体的な商品やサービスを提供するなど、現地での過ごし方を充実・強化し、観光客の選択肢を広げることが求められています。

さらに、国内の観光消費額全体の7割超が日本人の国内旅行であり、かつ、高齢化が進む現状を踏まえると、高齢者をはじめ誰もが気兼ねなく参加できるユニバーサルツーリズムを促進する必要があります。

● 施策の方向性

こうした背景を踏まえ、地域の魅力を更に高めるため、例えば、観光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、観光資源の磨き上げを行います。また、宿泊の促進とあわせて、ナイトタイム・モーニングタイムエコノミーの充実など、滞在時間を増やす工夫を行うことで、観光資源の訴求力強化を図っていきます。

さらに、市場規模の大きい国内需要を取り込むとともに、本県の観光の持続可能性を高めるため、ユニバーサルツーリズムを促進します。

(2) 観光客の分散・周遊(需要の平準化)

● 目指すべき姿との関係性

「持続可能な観光地域づくりの確立」の実現には、観光客が特定の場所、時期、時間に、過度に集中することを防ぎ、県内全域に観光振興による経済効果を波及させるため、観光客の分散・周遊（観光需要の平準化）に取り組む必要があります。

● 背景

観光客は、横浜、鎌倉、箱根の3市町に集中しており、県内各地の多様な魅力がまだまだ知られていない状況です。また、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等が住民生活に影響を及ぼしており、住民の観光客に対する受容度の低下や、結果的に、観光客の満足度低下につながるおそれがあります。

さらに、特定の場所や繁忙期だけに依存した構造は、多様化する観光ニーズを十分に満たすことができず、地域にとって、地域の活性化につながる機会を逃す可能性があるほか、観光事業者にとっても、繁閑差が大きいことで、従業員を通年で雇用することが難しくなるなど、観光振興による経済効果の波及を妨げる要因となり得ます。

そこで、観光客の特定の場所、時期、時間への過度な集中を防ぐとともに、旺盛な観光需要を取り込み、県内各地の活性化につなげていくためには、観光客に分散・周遊してもらい、需要を平準する取組が必要です。

また、観光庁の「インバウンド消費動向調査」によれば、欧米系の外国人観光客は滞在日数が長く、時間的な余裕があるため、地域との交流によるリピーター化や、周辺の観光地や地元の隠

れた場所にも訪れる可能性が高まります。そのため、例えば、横浜、鎌倉、箱根から周辺地域にも足を伸ばしていただくといった視点でのPRや、一人の観光客が複数地域で多様な体験を楽しむ周遊の仕組みを構築する必要があります。

一方で、聖地巡礼と呼ばれる映画、ドラマ、アニメ等のロケ地を訪れる旅に代表されるように、観光客は自身が行きたいところに行くことから、観光需要を分散化するためには、画一的なプロモーションではなく、まだ知られていない場所の魅力や、混雑する時期・時間を避けた楽しみ方を、効果的にPRするなど、観光客が訪れたいくなる工夫や仕掛けづくり、個別的なプロモーションが必要です。

● 施策の方向性

こうした背景を踏まえ、多様化する観光ニーズに応じ、まだ知られていない地域の魅力に光を当てるなど、本県の奥深い魅力を広く国内外に発信することで、観光客が訪れたいくなる場所の選択肢を広げていきます。

また、混雑を回避したゆとりある旅行体験の提供や、宿泊と朝・夜の観光資源を組み合わせた体験型プログラムなど、滞在時間を延長させる取組により、観光客の分散・周遊（観光需要の平準化）を図っていきます。

(3) 観光客・住民・観光事業者の協調

● 目指すべき姿との関係性

「持続可能な観光地域づくりの確立」の実現には、観光資源の高付加価値化等により、消費単価の増加を図るとともに、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」の新たな視点のもと、観光客・住民・観光事業者が協調しながら、観光振興を地域の活性化につなげていく仕組みを構築する必要があります。

● 背景

少子高齢化・人口減少が進み、地域のにぎわいや経済活動が縮小傾向にある中で、地域活性化の切り札として、域外からヒトとカネを呼び込む「観光」への期待がこれまで以上に高まっています。

一方で、国全体でみても、一部の都市、地域への観光客の過度な集中による交通渋滞やマナー違反等が住民生活に影響を及ぼしており、国民の観光客の更なる受入れに対する懸念も生じています。

国の観光立国推進基本計画（第5次）では、観光産業を地域経済や日本経済の発展をリードする戦略産業と明記し、2030（令和12）年の訪日外国人旅行者数6,000万人、訪日外国人旅行消費額15兆円等の目標は据え置きつつ、混雑やマナー違反等の個別課題への対応や特定の都市・地域への集中是正などの対策強化が不可欠であるとし、「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」を施策の大柱としています。

本県でも、観光客と住民との間で摩擦が生じており、こうした状況が継続したり、今後、新たに生じる場合には、観光客の満足度、住民の満足度（生活の質）、観光事業者の収益の低下につながり、どれほど観光資源の訴求力を強化しても、観光消費額の拡大に至らないだけでなく、本県の経済社会の持続的な発展を妨げる要因となりかねません。

今後は、観光振興による住民のメリットを示し、住民の理解と協力を得ながら観光客を受け入

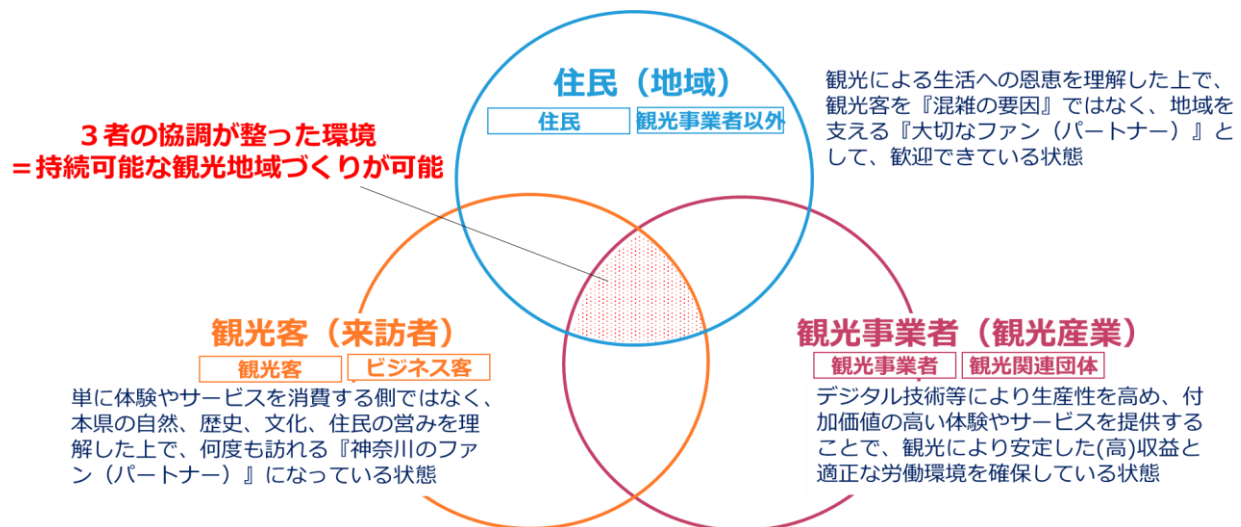
れることで、観光客と住民の摩擦を減らしながら、観光客・住民・観光事業者が協調して、観光で稼ぐ地域づくりを進めていくという姿勢に転換していく必要があります。

● 施策の方向性

こうした背景を踏まえ、本県では、「観光客・住民・観光事業者の協調」した状態について、観光客目線では、「単に体験やサービスを消費する側ではなく、本県の自然、歴史、文化、住民の営みを理解した上で、何度も訪れる『神奈川のファン（パートナー）』になっている状態」、住民目線では、「観光客を『混雑の要因』ではなく、地域を支える『大切なファン（パートナー）』として、歓迎できている状態」、観光事業者の目線では、「デジタル技術の活用等により生産性を高め、付加価値の高い体験やサービスを提供することで、安定した（高）収益と適正な労働環境を確保している状態」となることを目指します。

その上で、観光客、住民、観光事業者がそれぞれの立場を尊重しながら、協調して、観光地域づくりに関わることができるよう、地域の現状を把握した上で、本県の目指す観光の姿や、観光が地域社会にもたらす効果（メリット）を広く発信するとともに、多様な主体が連携・協働できる機会づくりや、観光客と住民をつなぐ観光人材の育成を支援していきます。また、「観光客・住民・観光事業者の協調」した状態を整えることで、住民の観光地域づくりへの積極的な参画や、関係人口の創出（地域外の人材が地域づくりの担い手となること）につなげていきます。

【参考】住民・観光客・観光事業者の協調とは



(4) データの利活用

● 目指すべき姿との関係性

「持続可能な観光地域づくりの確立」の実現には、客観的なデータに基づき社会の変化や観光客の動向、住民感情などを捉えた上で、施策の方向性を定めるとともに、施策の企画立案や効果検証を行うなど、観光データを取組の裏付けとして活用することで、観光施策のPDCAサイクルを回していく必要があります。

● 背景

観光客の好みや行動が多様化する中でも特に、その土地ならではの特別な体験を求める声が高まっています。また、スマートフォンを駆使して情報を得るなどし、それぞれが自由に移動するため、観光客の動きは複雑化しています。

こうした変化に対応し、効果的な観光施策を実施するためには、観光客が「いつ」「どの場所に」「どれだけ」滞在しているのかといった、多面的なデータを継続的に取得する必要があります。

また、デジタル技術の進歩により、スマートフォンの位置情報などを用いて、これまで見えにくかった観光客の実際の動きをデータとして詳しく確認できるようになってきています。こうしたデータを活用できる環境が整いつつあることから、本県でもデジタル技術を積極的に取り入れることで、客観的なデータに基づく効果的な観光施策を検討することが可能になっています。

さらに、本計画で掲げる「観光資源の訴求力強化」「観光客の分散・周遊」「観光客・住民・観光事業者の協調」の方向性を踏まえた観光振興を実現するためには、客観的なデータに基づいて、観光施策を立案し、進めることが重要です。このように、地域の観光の現状を把握した上で企画立案し、実施した施策の効果を検証するためには、データを取得し、活用できる基盤を整備することが必要です。

あわせて、データの利活用を推進するためには、データを取得・整備するだけでなく、取得したデータから課題を設定することが重要であり、データを正しく読み解き、施策立案に結びつけられる人材が求められています。

● 施策の方向性

こうした背景を踏まえ、現状を多角的に捉えるための観光データを継続的に取得し、県やかながわDMOが行う観光施策の企画立案や効果検証に活用するほか、市町村等の求めに応じて、必要なデータや分析結果を提供するなど、その取組を支援します。

また、県やかながわDMOのほか、市町村や観光事業者など、観光に携わる様々な関係者が必要なデータを分析し、地域の観光PRなどに活用できるデータ基盤を整備していきます。

さらに、データの読み解き方や施策への活用方法等を学ぶ研修会の開催などにより、データを実際の観光振興に役立てることができる人材を育成していきます。

4. 主な取組

「主な取組」では、前章で掲げた施策の方向性を実現するため、県が主体となって実施する主な取組を定めます。

本計画に基づいて実施する各事業については、実施状況や目標の達成状況を検証し、次年度以降の施策に反映させるPDCAサイクルによるマネジメントを行います。

【県の役割】

○条例を踏まえた、県の役割を記載

（観光の振興に関する総合的な施策策定、データ整備・提供や先進事例の収集・横展開等の市町村及び観光事業者等への支援）

（1）観光客の受入環境整備

地域の魅力を更に高めるため、観光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、観光資源の磨き上げを行います。また、宿泊の促進とあわせて、ナイトタイム・モーニングタイムエコノミーの充実など、滞在時間を増やす工夫を行うことで、観光資源の訴求力強化を図っていきます。

あわせて、観光客が快適かつ安全・安心して旅行できるよう、また、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」となるよう、観光客の受入環境整備に取り組みます。

ア 観光資源の高付加価値化

かながわDMOや市町村等と連携し、地域の地理的特徴に加え、歴史、文化など観光客の共感を呼ぶストーリーに基づくプログラムや、富裕層・ビジネス層（MICE等）向けに通常の営業では提供していない上質で特別感のあるプログラムなど、体験・サービスの価値そのものを高めるための磨き上げを行います。

また、県内での滞在時間を延ばすため、宿泊の促進とあわせて、夜間や早朝に楽しめる観光資源の充実を図ります。

さらに、かながわ観光連携エリア（三浦半島エリア、県央やまなみエリア、湘南西エリア）やその他の各地域において、魅力ある観光地域づくりに向けた取組を行います。

- 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（県西地域活性化プロジェクト、三浦半島魅力最大化プロジェクトなど）
- 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

観光客が快適に過ごせるよう、外国人観光客の受入れに向けたウェブサイト等の多言語化、新たな観光需要に対応するための商品開発、生産性向上につながる観光DXなど、受入環境整備を行う観光事業者を支援します。

また、高齢化が進展する中、国の調査によると、ユニバーサルツーリズムは、約1,240万人もの潜在層がいるとされ、現状では、移動・宿泊・体験などの行程上の不安から旅行

を諦めている人々も多く、また、観光需要の多様化などの状況を踏まえると、これらの困難を解消し、利便性の向上を図ることで、「環境が整えば旅行に行きたい」と望む高齢者など、新たな顧客の獲得が期待できることから、誰もが気兼ねなく参加できる旅行であるユニバーサルツーリズムを促進するため、観光情報ウェブサイト等を通じた情報発信の充実・強化など、ユニバーサルツーリズムの普及に取り組みます。

さらに、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」を通じた、地域の魅力を伝える重要な担い手である観光ボランティアの育成支援や、自然や歴史、食、文化などの観光コンテンツに高い専門性を有する通訳ガイド「かながわ認定観光案内人（Official Kanagawa Tour Guide）」を育成するとともに、県内の観光関連学部・学科を有する大学と連携し、観光地域づくりを担う地域人材の発掘・育成を行います。

加えて、道路網の整備や新しい交通網の整備促進、二次交通の維持・確保など、観光振興に資する交通基盤等の整備を行います。

- 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

本県を訪れる観光客と観光客を受け入れる住民双方の安全・安心が確保された観光地域づくりのため、観光客に対して、観光地への理解を促すマナー啓発をウェブサイトやSNS等で行います。

また、近年、観光客が自ら、旅行先の環境や住民生活への影響に責任を持ち、配慮するよう意識変革を求める世界的な動き（責任ある観光（レスポンシブルツーリズム））もあることから、こうした新たな視点を踏まえた取組を検討していきます。

さらに、観光危機管理の視点のもと、自然災害や感染症を含めた危機の発生時に備え、観光客に対して、観光情報ウェブサイト等を通じて、安全・安心に係る情報の提供や、市町村や観光事業者等に対し、災害等への備えや発生時における観光客への対応等に係る事業者向けマニュアルの周知などによる啓発に取り組みます。

- 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

【オーバーツーリズム対策・未然防止】

- 県が行うオーバーツーリズム対策・未然防止に係る取組を記載
(マナー啓発強化と周遊・分散施策)

【交通手段の確保】

- 交通部門の取組とあわせて行う、観光部門の取組を整理
(分散・周遊の促進など)

【新たな観光財源】

- 宿泊税や二重価格等の新たな観光財源や、国際観光旅客税について記載

【観光危機管理】

○観光危機管理の定義や意義を記載

(4つの段階や県・市町村・地域の観光事業者等との連携など)

(2) 分散・周遊プロモーションの推進

観光客が特定の場所、時期、時間に過度に集中することを防ぐとともに、県内全域に観光振興による経済効果を波及させるため、観光客の県内各地への来訪、県内での滞在時間の延長を促すため、分散・周遊プロモーションの推進に取り組みます。

ア 国内観光客向けプロモーション

国内外から多くの来訪が見込まれる GREEN×EXPO 2027 開催を契機とした県内各地への誘客、周遊等を促すプロモーションを行います。

観光の核づくり地域（城ヶ島・三崎地域、大山地域、大磯地域）とその周辺地域で形成したかながわ観光連携エリア（三浦半島エリア、県央やまなみエリア、湘南西エリア）が行うエリア内の周遊を促す取組や、観光振興に主体的に取り組む地域を支援するとともに、デジタルツール等の様々な手法を用いて、周遊・宿泊を促すプロモーションを行います。

また、多様なニーズに対応するため、自然、歴史・文化、食、温泉、スポーツなどの観光資源を活用し、県内への来訪や周遊を促すツーリズムを促進します。

さらに、観光情報ウェブサイトやSNS等を活用した情報発信を行うとともに、本県のアンテナショップ「かながわ屋」を拠点とし、かながわの名産 100 選やかながわブランドなど、地域の産品を活用しながら、市町村や市町村観光協会等と連携し、プロモーションを行います。

- 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 多様なニーズに応じたツーリズム
- 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

外国人観光客に、世界の観光地の中から、本県を選んでもらえるよう、観光情報ウェブサイトやSNS等を活用した情報発信を行うとともに、外国人観光客の多様なニーズに応じ、ターゲットやテーマ別にプロモーションを行います。

かながわDMOと連携し、海外に設置した観光レップを通じて、県内の高付加価値コンテンツ等をPRするとともに、かながわDMO内に設けた、旅行の手配を行う、ランドオペレーター機能等を活用し、本県への実送客につなげます。

また、日本有数のコンベンション施設であるパシフィコ横浜が県内にある強みを活かし、関係者と連携してMICE誘致に取り組むとともに、かながわDMOや市町村と連携して、ユニークバニユーの発掘・磨き上げを行います。

さらに、関東広域の1都10県及び鉄道会社等で構成される関東広域DMOや近隣自治体等と連携したプロモーションを行います。

- 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 ユニークベニューの発掘・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

【GREEN×EXPO 2027、神奈川・横浜デスティネーションキャンペーンを契機とした観光振興】

○GREEN×EXPO 2027、神奈川・横浜デスティネーションキャンペーンを活用した誘客(終了後のレガシー含む)を記載

【ターゲット設定について】

本県では、外国人観光客の中でも、1人当たりの観光消費額が高い、富裕層及びMICEの誘致に取り組むこととし、2026(令和8)年度時点では、米国、英国、中国、ベトナム、台湾をターゲットとしています。

また、横浜、鎌倉、箱根といった有名な観光地とあわせて県内各地の様々な魅力をPRすることで、訪日リピーター客の県内周遊を促すほか、新規市場開拓にも取り組んでいきます。

一方で、外国人観光客の動向は、国際情勢や為替など、外的な影響を受けやすく、特定の国・地域のみをターゲットとすることはリスクがあることから、本県では、引き続き、ターゲットを分散させた上で、効果的なプロモーションを行っていきます。

さらに、観光庁の令和8年版観光白書によると、日本国内の旅行消費額の7割超は日本人の国内旅行であることから、国内観光客も重要なターゲットであると考えており、首都圏に位置し、アクセスが良いという本県の特徴を活かし、引き続き、交通事業者等と連携した周遊施策を実施する等、国内外からの誘客に取り組んでいきます。

【(リニア開通に伴う)中山間地域の観光振興】

○リニア開通が見込まれる中、中山間地域における観光振興の取組を記載(体験の活用等)

【食の魅力を活用した観光(ガストロノミーツーリズム)】

○ガストロノミーツーリズム等、多様な食の魅力を活かした誘客プロモーションの取組を記載

(3) 地域との共創に向けた連携・協働の推進

持続可能な観光地域づくりは、行政だけが取り組むものではなく、観光客、住民、観光事業者など、地域に関わる、異なる立場の様々な主体が参画し、地域の新たな価値(魅力)を共に創り出していく必要があります。

そこで、地域の現状を把握した上で、本県の目指す観光の姿や、観光が地域社会にもたらす効果（メリット）を広く発信するとともに、多様な主体が連携・協働できる機会づくりや、観光客と地域をつなぐ観光人材の育成を支援していきます。

また、観光客を受け入れる住民の生活に配慮した観光施策の推進に向けた具体的な手法について、地域の実情を踏まえた取組となるよう、かながわDMOと連携し、市町村や関係者の意見も伺いながら、あるべき姿や実現可能な手法を検討していきます。

ア 地域の現状把握

地域の現状を把握するため、かながわDMOと連携し、観光客、住民、観光事業者（従業者含む）の満足度を調査するほか、市町村や観光事業者等と情報共有を行うことで、地域の実情を踏まえた施策の企画立案につなげていきます。

- ① 観光客満足度の把握
- ② 住民満足度の把握
- ③ 観光事業者（従業者含む）満足度の把握
- ④ 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

観光客が混雑のストレスなく、神奈川の文化や自然などの魅力に触れ、県内各地を何度も訪れる「神奈川のファン（リピーター）」となっていただけよう、観光客が必要な観光情報を手軽に入手し、かつ、観光客の県内分散・周遊につながるよう、観光情報ウェブサイトやSNSのほか、アンテナショップ「かながわ屋」や近隣県市と共同で運営している「羽田空港観光情報センター」等を活用して情報発信を行います。

住民が観光客を「混雑の要因」ではなく、地域を支える「大切なファン（パートナー）」として、歓迎できるよう、観光客による観光消費が増えることで、税収の増加（住民サービスへの還元）や雇用創出等につながるメリットがあることを、経済波及効果により示していきます。

また、観光客に対する多言語でのマナー啓発に加え、観光客が共感し自ら意識や行動を変えたいくなるようなメッセージを発信するなどの新たな仕掛けについても検討を進め、観光振興に対する住民の理解促進につなげていきます。

- 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 アンテナショップを拠点とした情報発信
- ④ 羽田空港観光情報センターを拠点とした外国人観光客向けの情報発信
- ⑤ 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

地域の稼ぐ力を引き出すとともに、地域への誇りと愛着を醸成する「観光地経営」の視点に立った観光地域づくりの舵取り役である「かながわDMO」との連携や、観光関連団体で構成する「神奈川県観光魅力創造協議会」等を通じて、県内の市町村や観光事業者等の多様な主体が連携・協働して観光振興に取り組める「場づくり」や、その取組を支援します。

また、経営相談への対応や専門家の派遣、中小企業制度融資などにより、観光事業者の経営基盤の強化を支援します。

- ① かながわDMOとの連携
- ② 観光事業者や市町村等の連携促進の場づくり
- ③ 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

観光客が期待するのは単なる観光地への「訪問」ではなく、その土地ならではの深い体験、交流、学びのある旅行です。そうしたことを叶えるためには、住民の観光振興に対する理解や協力を得るだけでなく、住民自身が地域の魅力を再認識し、地域への誇りや愛着を持った上で、観光地域づくりに参画していく仕掛けづくりが重要であり、観光客のおもてなしを行い、住民とも交流する観光人材には、「観光客と地域住民をつなぐ架け橋」としての役割が期待されています。

観光人材が、観光客に対して、地域の自然、歴史、文化、慣習に関する深い知識に基づき、その魅力や地域ならではの体験を提供することで、観光客の満足度を高めるだけでなく、ルールやマナー、住民生活への配慮を伝えることで、観光客の行動変容につなげることも期待できます。

また、住民に対して、観光が地域の経済や環境等の持続可能性の向上につながることを伝え、観光振興に対する理解や協力を得るとともに、住民に観光資源の価値を再評価してもらい、地域への誇りや愛着の醸成や、例えば、住民が主体となる催し（お祭り、収穫体験等）に観光客が参加することで、観光客と住民が交流するなど、住民が観光地域づくりに参画しやすい環境を整えることが期待できます。

そこで、観光ボランティアの人材育成への支援や専門性の高い通訳ガイドの育成、県内の観光関連学部・学科を有する大学と連携した人材の発掘・育成を行います。

- 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

【住民の満足度(共創人口の力)】

○住民満足度の段階を踏まえ、目指すべき理想とまず取り組むべき方向性を記載

【人手不足対策】

○産業部門の取組とあわせて行う、観光部門の取組を整理。
(人材育成や業務効率化に対する支援など)

【住民生活への配慮】

○県が行う住民生活への配慮に係る取組を記載
(観光の効果や理念の普及に加え、訴求力強化による質向上や分散による混雑緩和)

(4) データの整備・活用

観光の現状を多角的に捉えるための観光データを継続的に取得し、県やかながわDMOが行う観光施策の企画立案や効果検証に活用するほか、市町村等の求めに応じて、必要なデータや分析

結果を提供するなど、市町村等の取組を支援します。

また、県やかながわDMOのほか、市町村や観光事業者など、観光に携わる様々な関係者がデータを分析し、観光PRなどに活用できるデータ基盤を整備していきます。

さらに、データの読み解き方や施策への活用方法等を学ぶ研修会の開催など、データを実際の観光振興に役立てることができる人材の専門性の向上に取り組みます。

- 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

【観光データの特徴・活用】

○統計データと旅行データの違いを説明した上で、それぞれの活用方法等を記載

【AIの活用について】

○A I を使った観光振興施策の事例や将来的なA I の活用可能性について記載

5. 計画における数値目標

構造図

※改定案作成までに、最新の統計データ等に基づき、数値目標を修正する可能性があります。

(1) 評価指標の構造

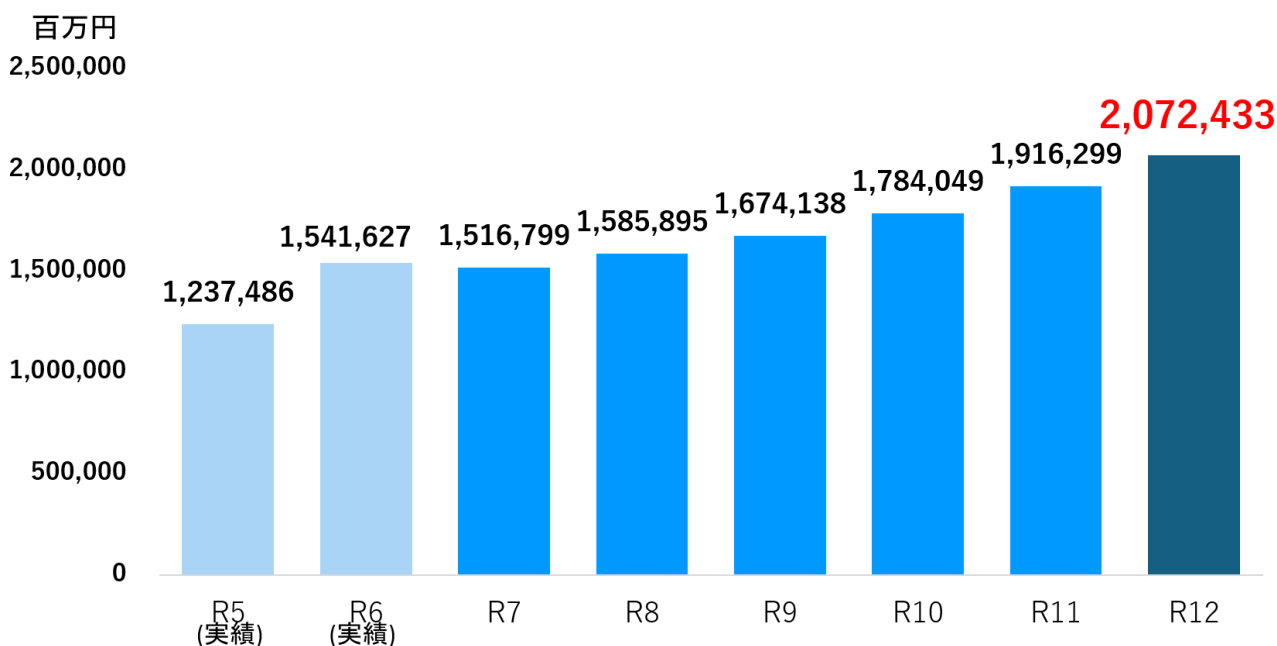
最終目標である「重要目標達成指標（KGI）」として「観光消費額」を設定し、その達成に向けた過程を管理するための中間指標である「重要業績評価指標（KPI）」を設定します。さらに、本計画の進捗を多角的に把握するための「参考指標」を設定し、経年変化を確認します。

評価指標の構造図

(2) 重要目標達成指標(KGI)

持続可能な観光地域づくりを確立し、観光振興により、観光消費額を拡大することで、本県の経済社会の持続的な発展につなげるため、本計画の重要目標達成指標（KGI）は、「観光消費額」とします。

本計画の最終年度である 2030（令和 12）年度における観光消費額は、2 兆 724 億円の達成を目指します。この目標値は、国の観光立国推進基本計画（第 5 次）が掲げる訪日外国人旅行者数や訪日外国人旅行消費額、国内旅行消費額等の伸び率を基本としつつ、物価動向や人口動態等を加味した補正率を掛け合わせて算出したものです。



(3) 重要業績評価指標(KPI)

KGIである観光消費額を確実な過程を経て達成するため、本計画では重要業績評価指標（KPI）として、観光消費額の構成要素である「観光客数」「宿泊客数」「観光消費単価」を設定します。

・観光客数

2027 (R9) 年	2028 (R10) 年	2029 (R11) 年	2030 (R12) 年

・宿泊客数

2027 (R9) 年	2028 (R10) 年	2029 (R11) 年	2030 (R12) 年

・消費単価

2027 (R9) 年	2028 (R10) 年	2029 (R11) 年	2030 (R12) 年

(4) 目標値の算出方法と補正の根拠

ア 算出方法

全体の観光消費額（KGI）は、次の数式に基づいて算出しています。

観光消費額 = Σ (各セグメントの観光客数 × 各セグメントの消費単価)

※各セグメント…国内観光客（日帰り・宿泊・ビジネス）、外国人観光客（宿泊・ビジネス）

イ 観光客数の補正根拠

観光客数の推計においては、過去の傾向の単純な延長ではなく、生産年齢人口の減少や人手不足のような社会全体の動きによる補正率を考慮しています。

ウ 観光消費単価の補正根拠

消費単価の推計においては、一般的な物価を示す総合消費者物価指数（C P I）を反映した物価上昇率の補正を行っています。

(5) 参考指標

本計画の進捗を多角的に把握するため、参考指標を設定し、経年変化を確認します。

ア 観光客・住民・観光従業者の満足度

本県の観光振興を持続可能なものとするため、住民生活への影響に配慮しながら、「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、これらの状況を客観的に捉えるため、「観光客満足度」、「住民満足度」、「観光従業者満足度」を把握します。

イ 経済波及効果

産業連関表を活用し、観光消費額に基づく経済波及効果を推計します。経済波及効果とは、観光客による宿泊、飲食、交通、買物、体験等の消費が、直接消費された観光関連産業だけでなく、仕入れ先産業や雇用者所得を通じて県内の幅広い産業に生み出す経済効果を指します。経済波及効果の推計により、観光振興のメリットをわかりやすく提示していきます。

【参考：2024(令和6)年の経済波及効果】

2024（令和6）年の経済波及効果は、観光消費総額の約1.5倍となります。

経済波及効果は、大きく次の3種に分類します。

- ・直接効果：観光客が県内で支出した宿泊費、飲食費、交通費、買物代、体験費等により、観光関連産業に直接生じる効果。
- ・第1次間接効果：宿泊施設や飲食店等が商品・サービスを提供するために行う食材、備品、燃料、サービス等の仕入れを通じて、関連産業に生じる効果。
- ・第2次間接効果：直接効果・第1次間接効果によって生まれた雇用者所得が、家計消費として再び県内で使われることにより生じる効果。

※経済波及効果の算出方法（概要）

神奈川県入込観光客調査、神奈川県観光客実態調査等から、観光客数や消費単価、宿泊・日帰り等の属性別消費額を整理し、観光消費額を産業部門別に配分します。その上で、最新の神奈川県産業連関表を用い、観光消費が県内産業にもたらす経済波及効果を推計しています。

6. 計画の推進体制

本計画の目指す姿である「持続可能な観光地域づくりの確立」に向けて、県とかながわDMO、市町村、観光事業者等が各々の役割のもと、取組を進める必要があります。

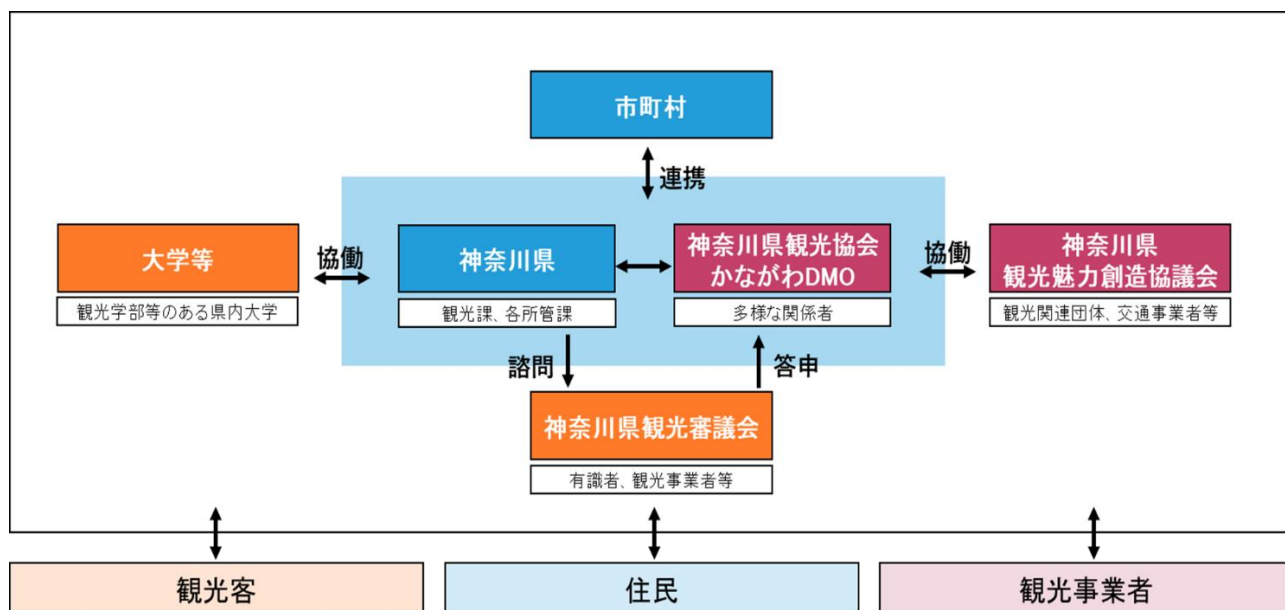
条例には、県の責務として「県は、観光事業者等の自主的な観光の振興に関する取組を促進するため、情報の提供、啓発活動その他の必要な支援を行うとともに、観光事業者等相互間の連携の確保に努めるものとする。」、また、「県は、市町村が行う観光の振興に関する施策の推進に関し、必要な支援及び広域的な見地からの調整を行うよう努めるものとする。」と規定されており、県はこうした役割を果たしていきます。

そこで、次のような連携体制により、本計画に基づく施策等を推進していきます。

なお、本県における主な計画との連携として、総合計画（新かながわグランドデザイン）に加え、目標や施策に共通するところのある「神奈川県まち・ひと・しごと創生総合戦略」「かながわ水源地域活性化計画」「県西地域活性化プロジェクト」「三浦半島魅力最大化プロジェクト」等の個別計画・指針との連携を図り、観光振興を進めていきます。

（1）連携体制

県は、観光地域づくりの舵取り役であるかながわDMOとの役割分担を踏まえ、神奈川県観光魅力創造協議会の意見や、観光審議会の答申を適宜得るとともに、現場を熟知する市町村や観光事業者等と緊密に連携しながら、観光施策を推進します。



[参考] 条例における各主体の役割

県の責務	・県は、条例に定める基本理念にのっとり、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。 ・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。 ・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	・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。 ・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	・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。 ・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	・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。 ・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。

(2) 県とかながわDMOの役割分担

2023（令和5）年3月、公益社団法人神奈川県観光協会が、国から観光地域づくり法人（通称：「かながわDMO」）に登録されました。観光消費額の拡大には、行政的な視点だけではなく、マーケティング等のビジネスの視点も重要であり、かながわDMOは、地域の「稼ぐ力」を引き出すとともに、観光地域づくりの舵取り役として、県が「稼ぐ観光地域づくり」を推進するための重要な主体です。

県は、広域自治体として、県全体の総合調整を行うとともに、観光振興に取り組む市町村や観光事業者等の支援など、その取組の後押しをすることなどにより、「持続可能な観光地域づくり」の実現に取り組めます。

かながわDMOは、「持続可能な観光地域づくり」の実現に向けて、県と一体となって、地域住民の観光に対する意識に配慮しながら、観光データに基づく分析、地域の関係者との連携、観光事業者等に対し誘客に向けた知見や収益向上に向けた知見の提供を行うなど、その専門性を活かして地域の取組を支援することを通じて、「稼ぐ観光地域づくり」を推進します。

	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

【参考】かながわDMOの主な取組

○かながわDMOのコンセプト・基本理念 「「四方よし」による持続可能な観光地域経営」

旅行者の満足が事業者の収益につながり、事業者の収益が雇用や地域活動を支え、地域・住民の協力が旅行者の体験価値を高め、その基盤となる自然・文化・生活環境が維持される。この循環をつくることを、かながわDMOの基本理念とする。

○主な取組内容

項目	概要
地域と連携した取組（現状把握）	・観光事業者の景況感や観光への住民感情の把握等の現状把握 ・観光データを活用した地域サポート ・地域観光協会との連携会議を通じた横連携強化
情報発信、プロモーション	・国内・外国人観光客向けホームページやSNSの運用 ・鉄道事業者や宿泊施設のコンシェルジュを活用した情報発信 ・アンテナショップ「かながわ屋」の運営 ・データに基づくプロモーション（観光客のターゲティングと分散プロモーション） ・高付加価値コンテンツ等のPR、ランドオペレーター機能等の活用 ・MICEの誘致、ユニークベニユーの発掘・磨き上げ

○今後の取組の方向性

- ・観光客のターゲティングと分散
- ・情報発信の強化・ニーズに即した情報提供
- ・事業者をデータでサポート・課題発見
- ・県内各地域の横連携の強化
- ・観光への住民感情の把握・対策

7. 参考資料

(1) 観光データ

(2) 用語解説

(3) 神奈川県観光振興条例