



令和 5 年度

「かながわ水源地域活性化計画」に係る  
取組予定と今後の課題について

神奈川県政策局政策部土地水資源対策課

## 1 令和5年度取組予定

## 2 今後の課題

# 1 予算

令和5年度予算案(県実施分) : 9,759千円

※ 協議会実施分予算については調整中

施策	取組名	県	協議会
水源地域の活性化	クロスメディアによる情報発信	1,078千円	調整中
	特産品への支援	—	
	水源地域の魅力を発信できる人々への支援	151千円	
	連携・協働を支援する体制の整備	1,097千円	
	地域資源を生かしたイベント等への支援	—	
	エリアごとの魅力を生かした事業の支援	1,500千円	
水源環境の理解促進	交流を通じた共通理解の促進	4,632千円	
	教育活動を通じた共通理解の促進	1,170千円	
その他(会議開催費等)		131千円	
		計	9,759千円

## 2-1 令和5年度取組事業①

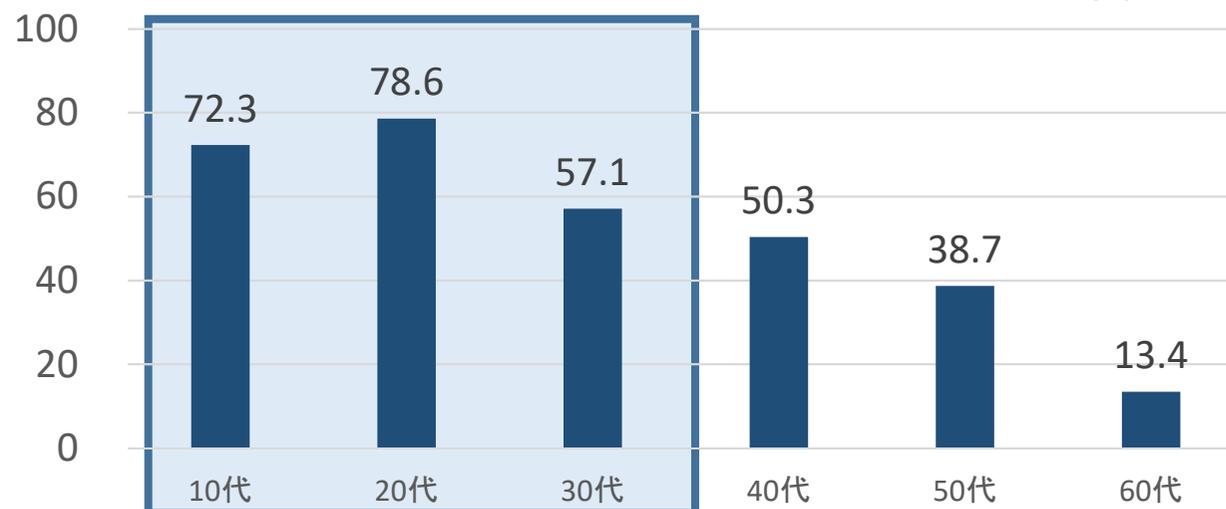
### クロスメディアによる情報発信

#### • Instagram (SNS)による情報発信

- 若年層に向けて、水源地域の魅力を発信するため、新たにInstagramのアカウントを作成し、写真を通じたリアルタイムでの情報発信を行う。

年代別Instagramの利用率

単位：%



出典：令和3年度情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査報告書  
(総務省情報通信政策研究所)

### 「連携・協働」を支援する体制の整備

- 水源地域理解促進事業でのワークショップの開催

- 令和4年度は試行的にかながわの水源地域キャンペーンにおいて実施
- 引き続き、かながわの水源地域キャンペーン等の水源地域理解促進事業の中で、案内人と連携したワークショップ（工作体験等）を実施し、水源地域に興味を持つ都市地域住民・団体の発掘を行っていく。

### 教育活動を通じた共通理解の促進

#### ● 水源地域活性化小中学校等出前授業の実施

- 神奈川県内の小中学校等が実施する教育活動（総合学習・社会科学習・部活動等）に対し、講師として登録した案内人(希望制)を派遣し、水源地域に係る講義・講演を行うことで、水源地域の理解促進を図る。

	効果・メリット
小中学校等	<ul style="list-style-type: none"><li>● 講師を派遣することによる金銭的負担がない</li><li>● 県でニーズを取りまとめ、希望内容に沿った講師をマッチングできる</li></ul>
案内人	<ul style="list-style-type: none"><li>● 講義・講演に対する金銭的対価が得られる</li><li>● 支払いの手続きを県が行うことによる手続きの簡略化</li></ul>

## 2-4 令和5年度取組事業③-2

### 教育活動を通じた共通理解の促進 構成事業

1 小中学校等交流事業

2 水源地域を学ぶ体験学習事業

#### 課題

以下の理由により、中学校での事業実施が難しい

- 中学校の学習指導要領では授業としての交流事業の実施が難しい
- 水源地域中学校は生徒数が少ないこともあり、都市地域中学校のニーズに合った課外活動での交流も難しい

#### 事業転換 (交流事業→出前授業)

生徒・学生同士の交流に加え、案内人と生徒・学生間の交流を行うことにより、児童・生徒の水源地域への理解促進を促していく

学校

派遣依頼

案内人

講義・講演

## 1 令和5年度取組予定

## 2 今後の課題

### 3 今後の課題

#### 「やまなみ五湖」の認知度向上

- 相模湖、奥相模湖、津久井湖、丹沢湖、宮ヶ瀬湖の各湖が神奈川県にとっての「水源」であることや、水源地域の活性化に向けた取組があまり知られていない

#### 担い手の確保

- 計画上の各取組は、地域住民等の自発的な活動を前提として支援しているが、水源地域では人口減少や高齢化が進んでおり、これからの地域の活動を担う新たな「担い手」の確保が必要

#### 新たな行動様式への対応

- 新型コロナウイルス感染症により、イベントが中止となる等、地域活動に大きな影響が発生し、コロナ禍による行動様式の変化が生じた

継続課題  
として  
設定

今後も令和4年度方向性に基づき取組を進める

## 4 課題解決に向けた方向性

認知度



「水源地域の魅力」の  
新たな発信方法の検討

教育現場における  
水源地域の情報発信

担い手の確保



コーディネーターの  
掘り起こし

# 5-1 「水源地域の魅力」の新たな発信方法の検討①

インターネットやイベント等、様々な場面をとらえ、水源地域の魅力を発信してきた。

令和3年度

WEB媒体を  
活用した発信



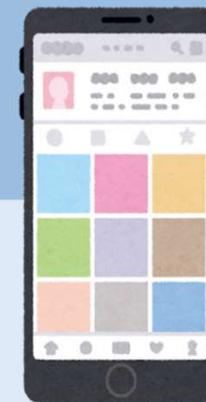
令和4年度

各種イベントを  
活用した発信



令和5年度

Instagramを  
活用した発信



## 5-2 「水源地域の魅力」の新たな発信方法の検討②

令和4年度ニーズ調査(有効回答数：1277件)

Q. 県の「やまなみ五湖」に関する観光やグルメなどの情報収集をする場合、どの手段を利用したいと思いますか。(複数回答可)

上段：実数 下段：%	紙媒体		WEB媒体			その他	分からない
	パンフレット	ポスター	ホームページ	Eメール (メールマガジン)	ソーシャルメディア		
<b>全体</b>	412 32.3	232 18.2	676 52.9	257 20.1	420 32.9	25 2.0	120 9.4
<b>18～19歳</b>	1 25.0	1 25.0	3 75.0	0 0.0	3 75.0	0 0.0	0 0.0
<b>20歳代</b>	8 12.1	7 10.6	36 54.5	5 7.6	38 57.6	2 3.0	10 15.2
<b>20歳代以下</b>	9 12.9	8 11.4	39 55.7	5 7.1	41 58.6	2 2.9	10 14.3
<b>30歳代</b>	22 14.6	18 11.9	81 53.6	17 11.3	84 55.6	1 0.7	25 16.6
<b>40歳代</b>	52 20.2	27 10.5	170 65.9	50 19.4	110 42.6	5 1.9	23 8.9
<b>50歳代</b>	77 25.2	57 18.6	184 60.1	86 28.1	111 36.3	5 1.6	23 7.5
<b>60歳代</b>	102 44.9	44 19.4	121 53.3	54 23.8	39 17.2	3 1.3	15 6.6
<b>70～74歳</b>	59 52.2	30 26.5	40 35.4	26 23.0	14 12.4	4 3.5	12 10.6
<b>75歳以上</b>	71 66.4	33 30.8	28 26.2	14 13.1	14 13.1	5 4.7	10 9.3

**若年層**  
ソーシャルメディア、ホームページが多い

**中・高年層**  
紙媒体、ホームページが多い

…50%以上  
 …40%以上  
 …30%以上  
 …20%以上、  
 …10%以上  
 …10%未満  
 …0%・対象外

# 5-3 「水源地域の魅力」の新たな発信方法の検討③

令和3年度二一ズ調査(有効回答数：1409件)

Q. もし、県にあるダム湖（ダム）に行く場合、体験したいと思うものは何ですか。（複数回答可）

	野外活動・自然体験	ダム見学、水源学習	名所・旧跡観光	イベント・祭事	スポーツ	釣り	グルメ	その他	特にない
上段：実数 下段：%									
全体	507 36.0	665 47.2	545 38.7	264 18.7	258 18.3	280 19.9	655 46.5		
18～19歳	2 66.7	1 33.3	1 33.3	-	1 33.3	-	1 33.3		
20歳代	34 56.7	24 40.0	19 31.7	16 26.7	22 36.7	24 40.0	31 51.7	-	1 1.7
20歳代以下	36 57.1	25 39.7	20 31.7	16 25.4	23 36.5	24 38.1	32 50.8	-	1 1.6
30歳代	94 52.2	79 43.9	62 34.4	52 28.9	50 27.8	43 23.9	78 43.3	2 1.1	19 10.6
40歳代	153 52.4	144 49.3	98 33.6	79 27.1	73 25.0	86 29.5	156 53.4	3 1.0	21 7.2
50歳代	120 38.7	146 47.1	113 36.5	51 16.5	62 20.0	50 16.1	157 50.6	2 0.6	33 10.6
60歳代	67 23.8	132 47.0	125 44.5	40 14.2	31 11.0	41 14.6	138 49.1	1 0.4	34 12.1
70～74歳	21 13.8	72 47.4	68 44.7	18 11.8	15 9.9	21 13.8	54 35.5	-	23 15.1
75歳以上	11 12.4	48 53.9	43 48.3	5 5.6	2 2.2	11 12.4	25 28.1	1 1.1	13 14.6

**若年層**  
野外活動、ダム見学、  
グルメが多い

**中・高年層**  
ダム見学、名所観光、  
グルメが多い

…50%以上  
 …40%以上  
 …30%以上  
 …20%以上、  
 …10%以上  
 …10%未満  
 …0%・対象外

Kanaga

# 5-4 「水源地地域の魅力」の新たな魅力発信の検討④

事業の方向性(案)

ターゲット層に合わせ、媒体を展開

若年層向け

SNS  
(Twitter・Instagram)



共通

ホームページ



中・高年層向け

紙媒体  
(パンフレット・ポスター)



掲載内容のターゲットの年代を絞る

野外活動

ダム見学

グルメ

網羅的に  
掲載

ダム見学

名所観光

グルメ

# 「水源地域の魅力」の新たな魅力発信の検討⑤

他にも…

大学との連携事業の中で、新たな魅力発信方法がないか、検討ができないか。

## やまなみグッズ(食品を想定)を活用したレシピの共同開発

… 開発したレシピは、大学と合同タイアップでパンフレットや神奈川県やまなみ五湖navi等への掲載を実施



## 水源地域の魅力を活かした観光ルート共同作成

… 作成したルートは、神奈川県やまなみ五湖naviにて特集記事の作成を検討するほか、観光業界への提案を検討



## 6-1 教育現場における水源地域の情報発信①

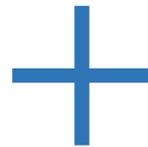
小中学校等交流事業や水源地を学ぶ体験交流事業により、  
教育現場における水源環境の理解促進を推進してきた。

～R4年度

小中学校等交流事業



水源地域を学ぶ体験学習事業



R5年度～

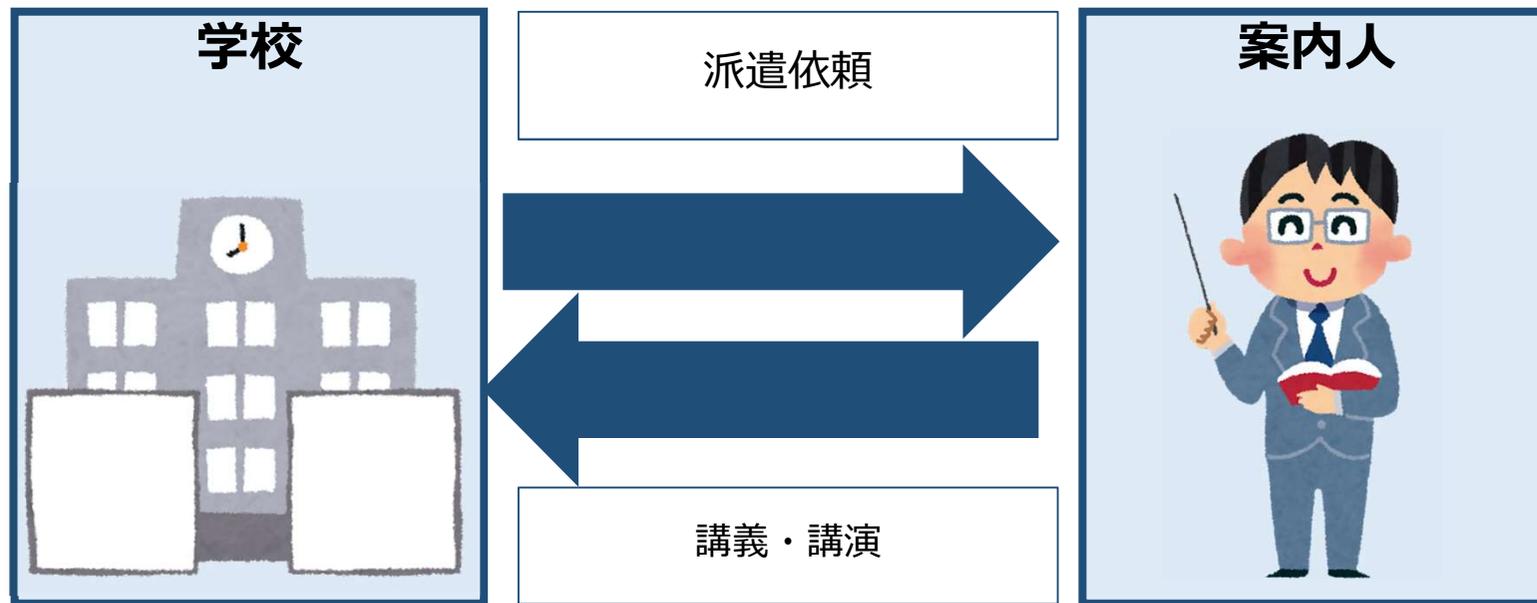
小中学校等出前授業



## 6-2 教育現場における水源地域の情報発信②

### 小中学校等出前授業(再掲)

神奈川県内の小中学校等が実施する教育活動（総合学習・社会科学習・部活動等）に対し、講師として登録した案内人(希望制)を派遣し、水源地域に係る講義・講演を行い、案内人と生徒・学生間の交流を図ることで、水源地域の理解促進を図る。



# 教育現場における水源地域の情報発信③

他にも…

普段の学校生活の中で、「やまなみ五湖」を意識づけることにより、水源地域の理解促進に繋がられないか。

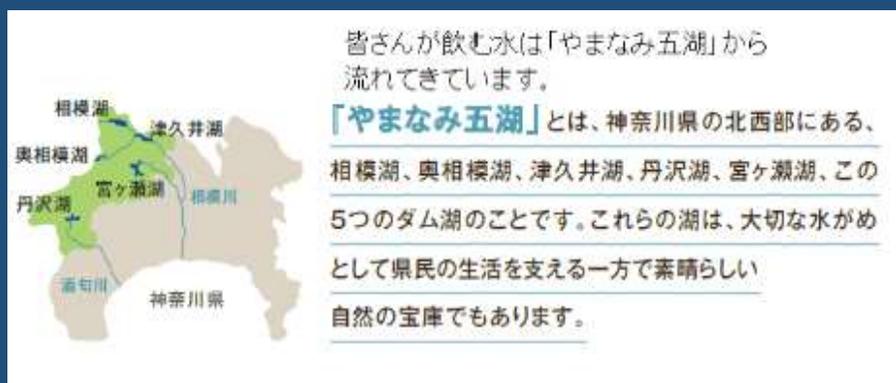
例えば…

## 学校の水道の蛇口に「やまなみ五湖」シールの貼付

… 普段水を使用するときを目にする場所にシールを貼付することにより、普及啓発を図る。



### シールイメージ



## 7-1 コーディネーターの掘り起こし①

水源地域で活動する組織等を対象とした、  
コーディネーターの掘り起こし、育成について検討を続けてきた



活動の規模等の問題から、  
水源地域の組織等がコーディネーターを担うことは難しい



都市地域の組織からのコーディネーターの掘り起こしが必要

観光部局と連携の上、観光業界(体験ツアー等を取り扱う旅行業者等を想定) に対し、水源地域の魅力ある観光資源(名所、交流・体験イベント等) の情報提供を行い、興味を持った組織がコーディネーターとしての活動を行うための環境づくりを推進していく ことができるか。

## 7-2 コーディネーターの掘り起こし②

