

神奈川県観光施策の取組について

1 取組の概要

県は、東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会の開催を控え、観光をめぐる環境の変化や動向に的確に対応するため、2019年3月に改定した観光振興計画に基づき、総合的かつ計画的に観光振興施策を推進している。

2 観光振興計画の指標と進捗状況

(1) 観光消費額総額（暦年）

項目	2018年	2019年	2020年	2021年
観光消費額総額	1兆705億円 (実績値)	1兆1,500億円	1兆2,500億円	1兆3,000億円

(2) 入込観光客数（暦年）

項目	2018年	2019年	2020年	2021年
入込観光客数 (延べ観光客数)	2億26万人 (実績値)	2億400万人	2億800万人	2億1,000万人

(3) 延べ宿泊者数（暦年）

項目	2018年	2019年	2020年	2021年
延べ宿泊者数	2,302万人泊 (実績値)	2,200万人泊	2,400万人泊	2,500万人泊

(4) 外国人延べ宿泊者数（暦年）

項目	2018年	2019年	2020年	2021年
外国人 延べ宿泊者数	275万人泊 (実績値)	260万人泊	280万人泊	300万人泊

3 令和元年度の主な取組の実施状況

基本施策1 観光資源の発掘・磨き上げ

【取組目標】

項目	2018年度(年)	2019年度(年)	2020年度(年)	2021年度(年)
新たな観光の核づくり地域の入込観光客数(暦年)	365万人	356万人	362万人	368万人
ナイトタイムエコノミー・早朝型観光向けの観光資源数(総数)	—	100件	150件	180件

(1) 魅力ある観光地の形成

ア 新たな観光の核づくり

(ア) 新たな観光の核づくり促進交付金による支援

県が「新たな観光の核づくり」の地域として認定した、城ヶ島・三崎、大山、大磯の3地域において、先導的な役割を果たすと認められる事業に対して、促進交付金により支援

a 城ヶ島・三崎地域

「恋する灯台」に認定された城ヶ島灯台を活用したイベント等の実施

b 大山地域

浮世絵多色刷り体験等、「雨降山」である大山にちなんだレインツーリズムの実施

c 大磯地域

町内の散策をより楽しめるよう多言語表記に対応した観光標柱の整備

(イ) 新たな観光の核づくり地域のプロモーション

3地域の魅力を紹介する観光パンフレット等を活用し、「ツーリズムEXPOジャパン2019」においてプロモーションを実施

(10月24日～27日 来場者(本県ブース)2,676名)



ツーリズムEXPOジャパン2019

(2) 観光消費につながるコンテンツづくり

ア ナイトタイムエコノミー、早朝型観光の推進

ナイトエンターテインメント、ライトアップなど夜の観光コンテンツや早朝座禅、朝市など早朝ならではの観光コンテンツをまとめたパンフレットを作成

また、ラグビーワールドカップ2019™期間中などに外国人観光客に配布したほか、観光レップを通じた海外の旅行会社等へのPR、外国語観光情報ウェブサイト「Tokyo Day Trip」への掲載を実施



夜や早朝の観光コンテンツを掲載したパンフレット

(3) 多様なテーマに沿って県内の周遊を促すツーリズムの推進

ア インバウンドツアーの企画・商品化の促進

「神奈川県観光魅力創造協議会」による商談会（計3回予定）や出前セミナー（計10回）を実施することで、更なる観光資源の発掘や、外国人目線での磨き上げを行い、県内を周遊するツアーの企画・商品化を促進

（1月31日現在：観光コンテンツ 2,663、
インバウンドツアー認定数 1,103本）



周遊ツアーのPRちらし

イ ターゲットとする層に応じた観光周遊の促進

(ア) 若年女子層をターゲットとした取組

鉄道事業者、航空事業者と連携し、三浦半島をメインに本県の観光の魅力を発信するラッピング列車を運行（9月29日～11月3日）し、本県への誘客を促進



ラッピング列車

(イ) 中高年層をターゲットとした取組

観光ボランティアガイド向けのユニバーサルマナー説明会を実施（8月30日参加者87名、9月6日参加者54名）してガイドスキルの向上を図ったほか、歴史をテーマに地域のまち歩きツアーの企画・商品化の支援を実施（計5コース催行予定）

(ウ) 教育旅行の誘致

鉄道で本県への教育旅行が見込まれる東北、中部、関西地方において、旅行会社、教育委員会等に対してセールス活動を実施（計5回予定）

ウ 産業ツーリズムの推進

(ア) 京浜臨海部産業観光推進協議会

県、横浜市、川崎市、立地企業及び観光事業者等で構成する「京浜臨海部産業観光振興協議会」が主体となって、全国有数の産業集積地域である京浜臨海部の

産業観光を推進

- (イ) 産業観光シンポジウムの開催（10月31日参加者71人）

産業観光シンポジウム



基本施策2 戦略的プロモーションの推進

【取組目標】

項目	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度
民間事業者と連携したプロモーション事業数（累計）	32件	40件	80件	120件
「観光かながわNOW」宿泊施設紹介ページPV数	—	10万PV	40万PV	50万PV

- (1) ラグビーワールドカップ2019™、東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会を契機としたプロモーションの実施

ア 観光関連事業者と連携したプロモーションの実施

- (ア) 観光周遊イベント企画によるプロモーション

ラグビーワールドカップ2019™の開催を契機に、鉄道事業者と連携し、神奈川の観光地を巡る周遊観光イベントを実施（9月19日～1月19日 参加者 延べ1,172人）

- (イ) 「かながわの名産100選」によるプロモーション

多くの観光客が訪れる東京都内ターミナル駅（10月5日～8日）やラグビーワールドカップファンゾーン（9月20日～11月2日）等において、「かながわの名産100選」を活用し、本県の魅力をPRするイベントを実施

イ 関東域内開催地との連携

- (ア) ラグビーワールドカップ2019™開催を契機としたプロモーション

ラグビーワールドカップ2019™開催地の自治体等と連携し、大会開催前及び開催期間中に、パンフレット、デジタルブック、海外メディアによる関東域内の一体的なプロモーションを実施



ラグビーワールドカップ2019™開催地を掲載した観光パンフレット

(イ) 東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会開催を契機としたプロモーション

東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会開催地の自治体等と連携し、デジタルブックを制作するとともに、海外メディア等を招請して、SNS等によるターゲットを絞り込んだ、関東域内の一体的なプロモーションを実施

※ラグビーワールドカップ2019™開催期間中の県内観光客の状況については別紙参照

(2) 観光消費を高めるプロモーションの推進

ア 地域の観光資源と合わせた宿泊施設の魅力発信

国内観光客向けウェブサイト「観光かながわNOW」を改修し、宿泊比較・予約機能など観光客の宿泊を促すコンテンツを強化することで、県内への周遊・宿泊を促進

イ MICEと連動したプロモーションの実施

高い消費単価が期待できるMICE誘致のため、パンフレットを活用し、国内の企業等にセールスを行ったほか、中国、台湾、マレーシアの観光レップを活用したプロモーションを実施

ウ 国内外の富裕層に向けたプロモーションの実施

富裕層誘致のため、英国、豪州の観光レップを活用し、富裕層を扱う旅行会社向け現地商談会への参加（1回）、ミーティング開催（1回）、旅行会社向けの現地セミナーの開催（1回）及び海外旅行会社へのセールス等のプロモーションを実施

(3) 外国人観光客の誘致を図るプロモーションの推進

ア ターゲットの設定による戦略的なプロモーションの推進

ターゲット市場である中国、台湾、ベトナム、マレーシア、インドネシア、英国、豪州に対し、観光レップを活用した現地でのプロモーションを行うとともに、海外メディアや旅行会社等の招請（計9回）、国際観光展への出展（計9回）等を実施

イ 「旅ナカ」での戦略的なプロモーション

東京から本県への誘客を図るため、鉄道事業者の観光案内所スタッフや都内宿泊施設のコンシェルジュを対象に県内視察ツアーを実施することにより、都内での観光情報発信を強化（計6回予定）

ウ クルーズ船で訪れる外国人観光客に向けたプロモーション

クルーズ客の県内周遊促進を図るため、クルーズ客が利用するエクスカッション（寄港地での観光ツアー）を扱う旅行会社向け視察ツアーを実施し、旅行商品の造成を促進（7月（2回）、12月（1回））

エ 海外からの教育旅行の誘致促進

訪日教育旅行誘致を図るため、台湾、中国及びマレーシアの教育関係者を対象に招請事業、セミナー及び商談会を通じたプロモーションを実施（計6回予定）

(4) 多様な関係者と連携したプロモーションの推進

ア 市町村・観光協会等との共同プロモーションの実施

(ア) 自動車利用者をターゲットにした観光ガイドブックの作成

(イ) 県内ターミナル駅（10月、1月）や東京湾アクアライン海ほたるパーキングエリア（8月）等において、観光PRイベントを実施

(5) 多様なデジタルツールを活用した情報発信

ア ホームページやパンフレットによる観光情報の発信

国内観光客向けウェブサイト「観光かながわNOW」を改修し、旬のイベント情報や特産品、着地型旅行商品サイト等、観光客の滞在時間の延長や消費行動を促す観光コンテンツを発信し、県内の周遊・宿泊を促進

イ 外国語での観光情報の発信

SNSを活用して多言語での情報発信を行うとともに、外国語観光情報ウェブサイト「Tokyo Day Trip」の対応言語にドイツ語、フランス語を加え、9言語での情報発信

基本施策3 受入環境の整備

【取組目標】

項目	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度
観光客満足度*	60.0%	63%	66%	70%
おもてなし人材 育成人数(累計)	—	1,000人	2,000人	3,000人

*神奈川県を訪れた「大いに満足」した観光客の割合（県調査）

(1) 外国人観光客の受入環境の整備

ア 観光関連施設の利便性の向上

民間事業者が行う無料Wi-Fi、多言語表記、トイレの洋式化等にかかる整備への補助を行い、県内観光施設の受入環境整備を促進（1月末現在：交付決定件数無料Wi-Fi：10件、多言語表記：13件、トイレの洋式化等：4件）

（受入環境整備費補助金の補助率・上限額）

対象事業	補助率	補助上限額
無料Wi-Fi整備	2分の1	20万円/1施設
多言語表記整備		200万円/1事業者
トイレ整備（洋式化等）		300万円/1事業者

イ 外国人向けおもてなし人材の育成

(ア) 外国人観光案内ボランティアガイドを対象とした講座や、全国通訳案内士と観光関連事業者のマッチング会等を開催（7月～3月予定）

a 外国人観光案内ボランティア講座の開催（計15回、参加者465人）

- b 観光ガイド対象実地研修の開催（計4回、参加者116人）
- c 全国通訳案内士対象セミナーの開催（計2回予定）
- d 全国通訳案内士と観光関連事業者とのマッチング会の開催（計2回、全国通訳案内士106人、観光関連事業者延べ21者参加）
- (イ) ラグビーワールドカップ2019™開催期間中に、都内の主要駅等に観光ボランティアを配置し、観戦客等に県の観光案内を実施

(2) 観光客を迎えるおもてなしの向上

- ア 大学との連携による人材育成
 - (ア) かながわ移動観光大学の開催
観光分野の学部・学科等を有する県内の大学と連携し、観光資源の活用や地域の観光振興をテーマとしたセミナーを開催（1月29日）
 - (イ) 第5回 高校生 外国人「おもてなしアイデア」コンテストの実施
高校生の感覚で外国人観光客を「おもてなし」するアイデアを募集するコンテストを実施し、表彰（12月7日 表彰24件）
- イ 観光客を迎えるおもてなしの向上
観光資源の魅力発信の重要な担い手である観光ボランティアガイドに対してガイドスキルの向上を図るため「ユニバーサルマナー」をテーマとした説明会を実施（8月30日 参加者87名、9月6日 参加者54名）

(3) 観光振興に資する交通基盤等の整備

- ア 自転車等の活用による2次交通の充実
県と湘南地域4市3町（平塚市、鎌倉市、藤沢市、茅ヶ崎市、寒川町、大磯町及び二宮町）等と連携し、シェアサイクルを活用した周遊観光の実証実験事業を実施（8月30日から実施 1月末現在：511台分のサイクルポートを設置）



サイクルポート

(4) 観光客の安全・安心の確保

- ア 安全・安心確保に係る体制の整備
災害等の発生時における外国人観光客等への適切な対応に向けた事業者向けマニュアルを作成し、観光事業者向け説明会を実施（2月13日、25日予定）

基本施策4 観光関連産業の成長促進

【取組目標】

項目	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度
アンテナショップ 「かながわ屋」 来店者数	68,259人 (7/1~3/31)	10万人	11万人	12万人

(1) 地域の産品を活用した情報発信

ア アンテナショップを拠点とした情報発信

(ア) アンテナショップ「かながわ屋」の運営

県産品の知名度向上を図るため、アンテナショップ「かながわ屋」における展示販売を通じた県産品の魅力の効果的な発信

(イ) 市町村との連携による物産展の開催

小田原・箱根フェア（4月16日～22日）や三浦半島フェア（2月18日～24日予定）等地域の特産品を活用した観光プロモーションの実施

(ウ) チームかながわ屋（産学連携）の取組

「かながわ屋」の魅力向上を図るため、産学連携により、学生による若者の感性を生かした展示企画や名産品動画の配信等を実施（第1弾 10月29日～11月18日、第2弾 1月21日～2月10日）

(エ) 未病バレー「ビオトピア」との連携

未病改善の発信・体験施設である未病バレー「ビオトピア」のイベントに合わせて、県産品を活用したプロモーションを実施（10月26日）

イ かながわの名産100選を活用した観光振興

(ア) 「かながわの名産100選」の広報ツール作成

「かながわの名産100選」を通して、県内への誘客促進を図るため、ロゴ・マークやパンフレット等の広報ツールを作成



かながわの名産100選ロゴ・マーク

(イ) かながわ名産展等の開催

県内外の百貨店等で開催する物産展を通じて「かながわの名産100選」を中心とした県産品の魅力を発信

(2) 災害発生時の観光関連産業の支援

ア 「ふっこう割」

(ア) 「ふっこう割」の取組

令和元年台風第19号がもたらした大きな被害により宿泊キャンセル等が発生している被災地域の観光需要を喚起するため、国内及び外国人旅行者を対象に一人一泊以上の旅行・宿泊料金から、一人一泊当たり最大5,000円を割引する「ふっこう割」を実施（2月28日宿泊分まで対象）

(イ) 支援対象区域

台風第19号で、災害救助法の適用を受けた県内19市町村