

令和 8 年度第 2 回厚木市観光振興推進委員会会議次第

日時 令和 8 年 8 月 28 日（金）

午前 10 時から

場所 アミューあつぎ市民交流プラザ
6 階 ルーム 606

1 開 会

2 案 件

(1) 第 3 次厚木市観光振興計画の策定について・・・資料 1、資料 2

(2) 観光振興に係る意見交換について

3 そ の 他

4 閉 会

第3次厚木市観光振興計画 骨子素案

令和8年（2026年）8月28日時点

1 章立て

第2次計画（R3～R8）	第3次計画（R9～R17）【素案】
第1章 計画の策定に当たって 1 策定の趣旨 2 計画の位置付け 3 計画期間 4 厚木市観光振興計画の総括 第2章 策定の背景 1 観光を取り巻く現状 2 調査に見る本市の現状 3 計画策定において重視すべき視点 第3章 目指すべき事項 1 目指すべきビジョンと目標 2 計画の目標値 3 基本方針 第4章 施策体系及び展開 1 観光資源のブラッシュアップ・再発掘 2 広域観光の推進、関連事業者等との連携 3 ターゲットを絞ったプロモーション 4 受入環境の整備 第5章 取組の姿勢 1 取組を推進する体制づくり 2 関係団体の役割分担 3 計画の進行管理 4 積極的な事業の見直し 計画期間：R3～R8（6年間）、第10次総合計画と連動	第1章 計画の策定に当たって 1 策定の趣旨 2 計画の位置付け 3 計画期間 4 第2次厚木市観光振興計画の総括 第2章 策定の背景 1 観光を取り巻く状況 2 調査に見る本市の現状 3 計画策定において重視すべき視点 第3章 目指すべき事項 1 目指すべきビジョンと目標 2 計画の目標値 3 基本方針 第4章 施策体系及び展開 1 地域資源の発掘と高付加価値化 2 誰もが快適に楽しめる受入環境の整備 3 共創による持続可能な観光地域づくり 4 デジタルを活用した戦略的プロモーション 第5章 取組の姿勢 1 取組を推進する体制づくり 2 関係団体の役割分担 3 計画の進行管理 4 積極的な事業の見直し 計画期間：R9～R17（9年間）、第11次総合計画と連動

2 第1章4 厚木市観光振興計画の総括（1）目標の達成状況

第2次計画の記載内容	第3次計画での記載内容【素案】
【第1次計画の目標達成状況】（第2次計画策定時点） ■指標と達成状況（R元年実績 vs R2年目標値） ・延べ観光客数：2,942,000人 → 目標4,500,000人（達成率65.4%） ・延べ宿泊客数：292,000人 → 目標364,000人（達成率80.2%） ・観光消費額：173億円 → 目標170億円（達成率101.8%）✓ 【課題認識】 ・観光消費額は達成も、観光客数・宿泊客数は未達 ・観光資源のマンネリ化に伴う魅力の低下 ・近隣観光拠点からの誘客・周遊の減少 ・風水害による観光地の被災 ・温泉旅館の減少（ビジネスホテルと比較して顕著） 【実施した77施策の3戦略】 ・情報発信（あつぎを楽しむ人へ） ・内なる醸成（あつぎに暮らす人へ） ・外との連携（あつぎとつなぐ人へ）	【第2次計画の目標達成状況】 ■指標と達成状況（第2次計画期間内での最高実績 vs R8年目標値） ・延べ観光客数：2,487,050人（R4） → 目標3,500,000人（未達）× ・延べ宿泊客数：525,184人（R6） → 目標365,000人（達成）✓ ・観光消費額：265.9億円（R6） → 目標200億円（達成）✓ 【総括のポイント】※策定方針より ・コロナ禍で一時的に大幅減少（R2～R3）→ R4以降回復傾向 ・宿泊客数・観光消費額はR6で目標超過 ・延べ観光客数はR2年目標値（4,500,000人）の約55%にとどまる 【課題】※策定方針より ・イベント来場者数や宿泊客数は増加傾向にある一方、飯山・七沢等の市内主要観光地への観光客数が伸び悩み ・市内主要観光地への誘客力の強化のため、観光資源の更なる魅力向上、誰もが快適に安心して楽しめる環境整備、県央やまなみ地域の自治体と連携した広域観光圏の確立等が必要

3 第2章1 観光を取り巻く状況（1）観光を取り巻く社会経済環境の変化

第2次計画の記載内容	第3次計画での記載内容【素案】
ア 人口減少、少子高齢社会の到来 ・日本の人口はH27年1億2,709万人→R47年8,808万人に減少（H29推計） ・厚木市はR27年192,427人、R47年156,422人と推計 イ 地域活性化と観光の捉え直し ・地場産業の衰退→観光による交流人口拡大で地域経済を活性化 ・「着地型観光」「滞在交流型観光」の推進 ウ 交通ネットワークの拡充 ・圏央道の約9割開通、新東名のR5全線開通予定 ・観光地へのアクセスの多様化 エ ICTの進展による情報発信の多様化 ・情報源上位：家族・友人32.7%、宿泊施設サイト28.2% ・SNSが年々増加、20代では15%超 オ 感染症発生に伴う新たな観光スタイル ・コロナ禍による「新しい生活様式」への対応 ・マイクロツーリズム（近場を少人数で楽しむ旅）の台頭 カ 東京オリンピック・パラリンピックの開催 ・海外・国内からの旅行者の増加が期待 キ 観光ニーズの多様化と変わる観光スタイル ・体験型・ふれあい型の旅行スタイルへの変化 ・個人旅行が全体の8割強	ア 人口減少の加速と交流人口・関係人口の重要性 ・日本の人口はR2年1億2,615万人→R52年8,700万人に減少（R5推計） ・厚木市：将来展望185,893人、厚木市推計156,716人（R52年） ・人口減少下で観光による交流人口・関係人口の創出が一層重要に イ 観光需要の回復と旅行ニーズの変化 ・訪日外国人がR7年に約4,268万人と過去最高を更新 ・ウェルビーイング（幸福・健康）志向の高まり ウ インバウンド観光の拡大と地方誘客 ・訪日外国人の地方分散が国の重要施策に ・海外からの交流人口拡大が人口減少下の地域経済活性化に不可欠 エ 交通環境の変化と広域連携の進展 ・新東名高速道路の全線開通予定（R9年度） ・県央やまなみ地域の広域観光圏としてのポテンシャル拡大 オ デジタル化の急速な進展 ・情報源はSNSが主流に（全国調査：出かける前24.8%、出かけた後19.0%） ・AI検索・MaaS・キャッシュレス等のデジタル技術の観光への浸透 ・観光DX・データに基づく政策立案（EBPM）の重要性 カ 観光振興と住民生活との調和 ・国：第5次基本計画で「誘客と住民生活の質の確保との両立」を柱に位置付け ・骨太提言：「住民生活の質の確保と両立してこそ持続的成長」 ・オーバーツーリズム対策と地域への経済波及の両立 キ 観光の高付加価値化と「量から質」への転換 ・国：2030年目標で訪日消費15兆円、国内消費30兆円を設定 ・県：第6期計画で消費単価の向上による消費額拡大への転換を方向性に ・骨太提言：高付加価値旅行者向けの文化・地域資源活用を提言 ク 観光を支える人材の確保と産業としての成長 ・骨太提言：観光人材の確保・育成と生産性向上を提言 ・「おもてなし人口」の創出、関係人口を活用した地域づくり ・観光産業を「働いてよし」の産業へ転換する必要性

4 第2章2 調査に見る本市の現状

第2次計画の記載内容	第3次計画での記載内容【素案】
(1) アンケート調査 ア 観光に対するニーズ調査（市外・県外対象） ・市外・県外の方に厚木市の認知度と魅力度を調査 ・認知度と魅力度のギャップ分析（散布図） ・「自然・公園」「グルメ・名物」が魅力度の高い資源 イ 厚木市民の観光振興に対する意識調査 ・お薦め観光資源1位「あつぎ鮎まつり（花火大会）」66.3% ・力を入れるべきジャンル：温泉43.8%、自然・風景42.2%、グルメ40.8% ウ 観光協会会員へのアンケート ・観光の強み：自然・温泉・眺望・公園30.1%、イベント24.9% ・取り組むべき事項1位：道路・バス・駐車場等の交通機能の充実13.9% (2) 関係団体へのヒアリング調査 ・観光協会、商工会、農漁業、交通関連主体、神奈川県等から意見聴取 ・観光資源の再発掘（自然資源の活用、新たな核の形成 ・広域周遊観光（大山、宮ヶ瀬名でと連携した広域周遊観光の促進、情報発信の強化） ・受入環境の整備（渋滞解消・道路・駐車場整備、河川敷整備、ハイキングコース整備、担い手の高齢化、新型コロナ対応）	(1) アンケート調査（R8年6月・n=1,098） ・対象：厚木市民及び市外の方、LINE・電子申請で実施 ア 旅行行動・情報源 ・月1～2回旅行29.9%、年2～3回25.5%（約6割が年3回以上） ・同行者：夫婦・カップル32.6%、家族（こども連れ）31.0% ・情報源：SNS52.9%が最多、テレビ37.2%、ネット検索33.0% イ 厚木市の観光資源・イメージ ・紹介したいもの1位：鮎まつり60.7%、2位：温泉郷55.0% ・グルメ（ホルモン32.3%、とん漬31.7%）が厚木の強み ・市外イメージ：B級グルメ63.6%が突出、温泉のまちは16.9% ウ 施策要望・課題 ・施策要望：SNS情報発信63.8%、WEBサイト43.4%、グルメイベント40.6% ・心配事：交通渋滞54.1%、マナー低下44.6%、ごみ増加40.1% ・施策評価「どちらでもない」43.6% → 市民参画の余地 エ ターゲット像の整理 ・ファミリー層（こども連れ31.0%）：自然体験・農業体験・食 ・アウトドア・ウェルネス層：トレッキング・森林セラピー・温泉 ・インバウンド：ハイキング・酒蔵・湧水・名水・花（飯山寺等） オ 総合分析（強みと課題） ・強み：グルメは最大のブランド資産、鮎まつり・温泉郷は市民の誇り ・課題：温泉郷は市外認知8.2%、情報発信不足、交通インフラ ・旅行の必要性92.3%肯定、幸福感との正の相関 → 観光振興の土壌あり

5 第2章3 計画策定において重視すべき視点

第2次計画の記載内容	第3次計画での記載内容【素案】
① 観光消費に直結するコンテンツづくり ・消費額を高めるために有効な宿泊つなげる施策展開 ② 厚木らしい観光地づくり ・自然・温泉・食・文化、アクセスの良さ等の地域特性をいかした魅力向上 ③ 変化する旅行者ニーズへの対応 ・体験型・健康志向、情報入手方法等の多様化するニーズへの対応 ④ 受入環境の整備強化 ・すべての観光客が安心して過ごせる表示、案内等の充実 ⑤ 交通インフラの拡充を見据えた広域観光の推進 ・新東名全線開通を契機とした広域連携・周遊促進 ⑥ SDGs との関連付け ・SDGs の達成に向けた観光分野との関連付け	① 地域資源の発掘と磨き上げ ・あつぎ温泉郷を核とした観光地域づくり ・今ある資源（温泉郷・食・自然・酒蔵等）をさらに磨き上げる ・清流の里の魅力再発掘 →地域資源の発掘・磨き上げが全ての基盤 ② 「量」から「質」への転換と高付加価値化 ・国：第5次基本計画で「消費額拡大」を引き続き方向性の一つに ・県：第6期計画改定骨子案で「消費単価の増額」による観光消費額拡大を明記 ・骨太提言：観光需要を地域経済へ結び付ける「統合型産業」 ・アンケート：お土産「ご当地らしさ」82.6%、旅行に「美味しいもの」73.2%への期待大 →観光客数だけでなく、滞在時間・消費・満足度を高め、地域への経済波及を拡大する ③ 観光振興と住民ウェルビーイングの向上 ・国：「住民生活の質の確保」を柱に新設、両立取組地域100を新指標に ・骨太提言：「住民生活の質の確保と両立してこそ持続的成長」 →観光振興と市民のウェルビーイング向上を一体で推進 ④ インバウンドを見据えた受入環境の整備 ・人口減少・高齢化の進行に対し、海外からの交流人口拡大が不可欠 ・ウェルネス・アウトドア・食文化は外国人にも訴求力が高い →インバウンドを見据えた受入環境整備と情報発信を進める ⑤ 多様な主体の共創による観光地域づくり ・県第6期計画骨子案：「地域との共創」を施策の柱に新設 ・骨太提言：関係人口・「おもてなし人口」の創出を提言 →行政・市民・事業者・大学等の幅広い関係者を巻き込む仕組みへ ⑥ 観光DX・データ活用による経営型観光の推進 ・骨太提言：「AX・観光DX・データ基盤の整備」を提言 ・県第6期計画骨子案：観光データの整備・活用を基本施策の筆頭に位置付け →データに基づく施策立案・効果検証（EBPM）の仕組みを導入

6 第3章1 目指すべきビジョンと目標

第2次計画の記載内容	第3次計画での記載内容【素案】
【ビジョン】 「自然と都会をつなぐまち」 本市の特性を捉えた都心から豊かな自然へと誘うまちを目指す	【ビジョン（案）】 「住む人も訪れる人も幸せになれるまち あつぎ」 ・国：「観光客の誘客と住民生活の質の確保との両立」 ・骨太提言：「住民生活の質の確保と両立してこそ持続的成長」 ・アンケート：旅行の必要性 92.3%肯定、幸福感との正の相関 ・第11次総合計画「Inspire『創造と発見』自分らしく心豊かに暮らせるまちを未来につなげるため、住む人や訪れる人が新たな創造と発見が得られる環境をつくる」
【目標】 集客促進による観光消費額の拡大 観光振興による地域活性化→関係人口の増加→定住促進へ	【目標（案）】 観光の高付加価値化による地域経済の好循環と市民の豊かさの向上 ・第2次計画「集客促進による消費額拡大」から発展 ・量（客数）→ 質（消費単価・満足度・地域還元）の向上へ
【4つの基本方針】 - I 観光資源のブラッシュアップ・再発掘 - II 広域観光の推進、関連事業者等との連携 - III ターゲットを絞ったプロモーション - IV 受入環境の整備	【4つの基本方針（案）】 - I 地域資源の発掘と高付加価値化 - II 誰もが快適に楽しめる受入環境の整備 - III 共創による持続可能な観光地域づくり - IV デジタルを活用した戦略的プロモーション
【SDGs との関連】 ・目標8（経済成長）、目標11（まちづくり）、目標15（陸の豊かさ）	

7 第3章2 計画の目標値

第2次計画の記載内容	第3次計画での記載内容【素案】
【目標値（R8 年度）】 ■延べ観光客数 ・現状値（R1）：2,942,000 人 → 目標値：3,500,000 人 ・R7 実績：2,313,076 人 ・最高実績：2,487,050 人（R4 実績） 未達成 ■延べ宿泊客数 ・現状値（R1）：292,000 人 → 目標値：365,000 人 ・R7 実績：489,047 人 ・最高実績：525,184 人（R6 実績） 達成 ■観光消費額 ・現状値（R1）：173 億円 → 目標値：200 億円 ・R7 実績：216.9 億円 ・最高実績：265.9 億円（R6 実績） 達成	【量的指標】 ■延べ観光客数 ・現状（R4）：約 249 万人 → 目標（R17）： ■延べ宿泊客数 ・現状（R6）：約 53 万人 → 目標（R17）： ■観光消費額 ・現状（R6）：約 266 億円 → 目標（R17）： 【質的指標（新規）】 ■市民実感度 ・企画政策課で毎年実施している「市民実感度調査」の設問で測る ・設問「観光によって地域が活性化している」、「観光によるまちづくりが進んでいる」 ■市民幸福度 ・令和 8 年実施の「厚木市の観光に関するアンケート」で測る（同アンケートは毎年実施する）

第2次計画の記載内容	第3次計画での記載内容【素案】
基本方針Ⅰ 観光資源のブラッシュアップ・再発掘 既存の観光資源に加え、厚木らしさをいかした観光地づくりと観光消費に直結するコンテンツづくりを進める。宿泊客を増やすための施策展開に取り組む。 ・基本施策1：魅力ある観光地の形成 ・基本施策2：豊かな自然環境を活用した施策の展開 ・基本施策3：客層やニーズにあわせたモデルルートの提案 ・基本施策4：観光消費を高めるコンテンツづくり	基本方針Ⅰ 地域資源の発掘と高付加価値化 あつぎ温泉郷を核として、今ある資源の磨き上げと新たな資源の発掘を行い、食文化のストーリー化、高付加価値な体験型コンテンツの充実、滞在時間の延長を図る。 ・基本施策1：あつぎ温泉郷を核とした観光地域ブランドの確立 ・基本施策2：食文化・歴史資源を活用した高付加価値コンテンツの創出 ・基本施策3：自然・アウトドア資源の磨き上げ ・基本施策4：宿泊×体験のパッケージ化と滞在時間の延長 【根拠】国：高付加価値旅行者向け文化・地域資源活用を提言 アンケート：旅行に「美味しいもの」73.2%、「非日常」50.0%
基本方針Ⅱ 広域観光の推進、関連事業者等との連携 新東名全線開通等の交通インフラ拡充により旅行者の流れが変わることを捉え、広域エリアが一体となった周遊・誘客施策を進める。 ・基本施策1：広域エリアとしてのブランド・魅力づくり ・基本施策2：広域エリアとしての魅力の発信 ・基本施策3：広域観光を推進する人・環境・基盤づくり ・基本施策4：役割の明確化と連携強化	基本方針Ⅱ 共創による持続可能な観光地域づくり 広域連携の推進、DMO 化の検討、市民・事業者・大学等との共創体制の構築、関係人口の創出、観光人材の確保・育成、危機管理体制の整備を通じて、持続可能な観光地域をつくる。 ・基本施策1：県央やまなみ地域の広域観光圏の確立 ・基本施策2：DMO 化の検討と七沢温泉観光協会との連携 ・基本施策3：市内5大学等との連携と産業観光の推進 ・基本施策4：市民・事業者との共創と関係人口の創出 ・基本施策5：危機管理体制の整備（災害・感染症等） 【根拠】県第6期計画骨子案：「地域との共創」を新設 骨太提言：関係人口・おもてなし人口の創出を提言
基本方針Ⅲ ターゲットを絞ったプロモーション 変化する旅行者ニーズに対応するため、観光資源とターゲットを明確化し、効果的・効率的なプロモーションを展開する。 ・基本施策1：客層や志向にあわせた的確なプロモーション ・基本施策2：多様な情報ツールによる情報発信 ・基本施策3：交通事業者と連携した誘客促進	基本方針Ⅲ デジタルを活用した戦略的プロモーション SNS を中心とした情報発信の抜本強化、ターゲット別の発信戦略の設計、データに基づくターゲティングと効果検証を推進する。 ・基本施策1：SNS・デジタルメディアによる戦略的情報発信 ・基本施策2：観光DX・データ基盤の整備とEBPMの推進 ・基本施策3：ターゲット別プロモーション展開 【根拠】骨太提言：観光DX・データ基盤整備を提言 アンケート：情報源 SNS52.9%、20代で77.4%と世代差大
基本方針Ⅳ 受入環境の整備 全ての観光客が安心して便利に過ごせるよう、表示や案内の充実、安全対策を推進し、居心地の良い環境づくりを進める。 ・基本施策1：観光客を受け入れる側の意識・おもてなしの醸成 ・基本施策2：訪日外国人にとって居心地の良い環境づくり ・基本施策3：観光客の安心・安全確保のための体制づくり	基本方針Ⅳ 誰もが快適に楽しめる受入環境の整備 交通アクセスの改善、インバウンド対応の強化、アクセシブルツーリズムの推進、オーバーツーリズム対策を通じて、国内外の誰もが安全・快適に旅を楽しめる環境を整備する。 ・基本施策1：交通アクセスと二次交通の改善 ・基本施策2：インバウンド受入環境の整備 ・基本施策3：アクセシブルツーリズムの推進（バリアフリー・暑熱対策） ・基本施策4：オーバーツーリズム対策と安心・安全の確保 【根拠】国：「地域交通・受入環境の一体的整備」を提言 アンケート：心配事「交通渋滞」54.1%、「マナー低下」44.6%

第2次計画指標の実績値推移

表1 入込観光客数の推移

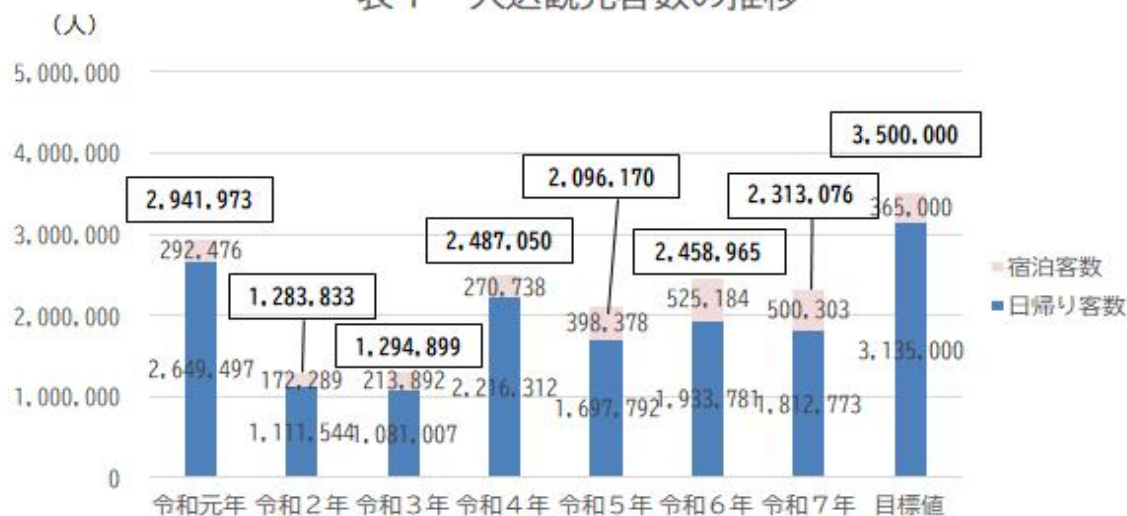


表2 観光消費額の推移



表3 第2次計画策定時のカウント方法での推移

