

第3回厚木市観光振興推進委員会会議次第

日時 令和2年11月19日（木）午後2時から

場所 厚木市役所第2庁舎 4階教育委員会会議室

1 開 会

2 挨拶

3 案 件

(1) 第2次厚木市観光振興計画策定案について . . . 資料1

(2) 答申案について . . . 資料2

4 その他

5 閉 会

厚木市観光振興推進委員会名簿

No.	役 職	氏 名	選 出 団 体
1	委員長	岸 康人	松蔭大学観光メディア文化学部
2	委員	熊澤 巖	小田急電鉄株式会社
3	委員	棟方 康志	神奈川中央交通株式会社
4	委員	鈴木 笑美	厚木ホテル協議会
5	委員	石川 義仁	飯山観光協会
6	委員	黄金井康巳	七沢観光協会
7	委員	青木 良衣	厚木商工会議所
8	委員	森島 誠	あつぎ観光ボランティアガイド協会
9	委員	平井 茂	市民公募
10	委員	菊池 祐美子	市民公募

【オブザーバー】

No.	役 職	氏 名	所 属
1	専務理事兼事務局長	森下 俊春	一般社団法人厚木市観光協会

【事務局】

No.	役 職	氏 名	所 属
1	部長	小野間善雄	厚木市産業振興部
2	課長	内田 良彦	厚木市産業振興部観光振興課
3	係長	川内 伴秀	厚木市産業振興部観光振興課観光振興係
4	副主幹	大川 勝	厚木市産業振興部観光振興課観光振興係

自然と都会をつなぐまち

第2次
厚木市観光振興計画

令和3（2021）年3月
厚木市

目次

CONTENTS

第1章 計画の策定にあたって

- 1 策定の趣旨
- 2 画の位置付け
- 3 基本計画の構成と期間
- 4 第1次厚木市観光振興計画の総括

第2章 策定の背景

- 1 観光を取り巻く現状
- 2 調査に見る本市の現状

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 積極的な事業の見直し
- 2 計画の進行管理

第1章

計画の策定にあたって

- 1 策定の趣旨
- 2 計画の位置付け
- 3 基本計画の構成と期間
- 4 第1次厚木市観光振興計画の総括

第1章 計画の策定に当たって

1 策定の趣旨

本市の観光振興については、平成24(2012)年に「第1次厚木市観光振興計画」を策定（平成29(2017)年に改定）し、「情報発信」、「内なる醸成」、「外との連携」を3つの戦略として掲げ、基本目標である「自然と都会をつなぐ都市（まち）」の実現に向け、具体的な施策を展開してまいりました。

その間、国では、平成28(2016)年に策定した観光立国基本計画に基づく施策を進め、令和元(2019)年には訪日外国人旅行者数が過去最高の3,188万人に達しています。また、平成27(2015)年9月の国際サミットで採択された持続可能な開発目標（SDGs）に基づき、「誰一人取り残さない」という理念の下、目標達成に向け国内外で様々な取組が進められています。

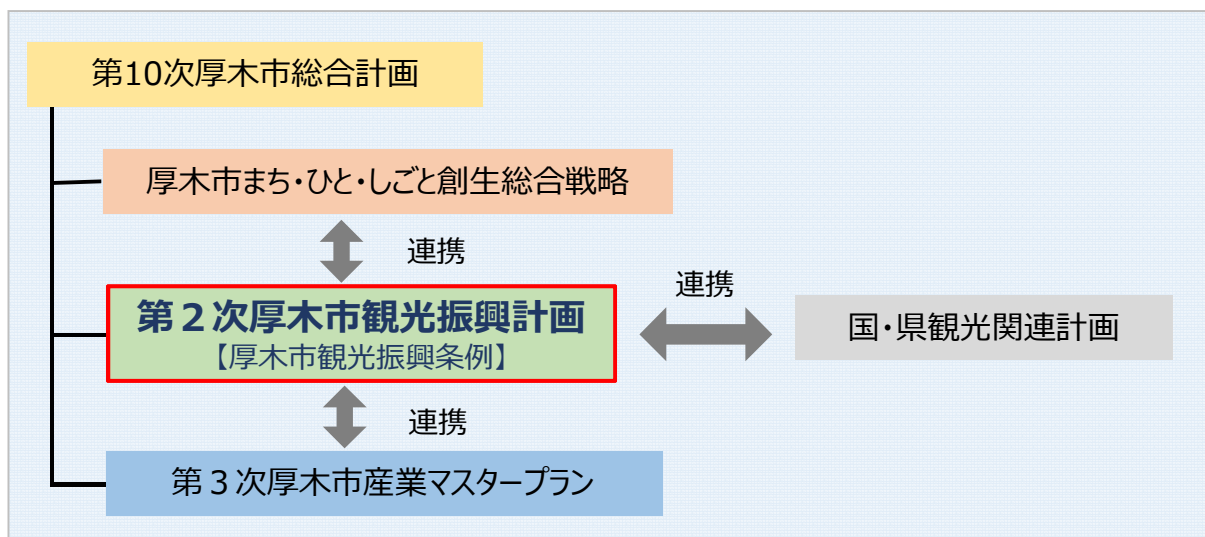
こうした中、国内の観光需要においては、趣味に特化した旅行の増加や、体験・健康志向の高まりなど旅行形態の変化を始め、スマートフォンの普及による旅情報の入手がSNS主体になるなど、旅行者ニーズが多様化しています。更に令和2(2020)年から発生した新型コロナウイルス感染症の影響により、訪日外国人が激減したほか、国内旅行においても新しい生活様式を用いるなど、観光を取り巻く環境が大きく変化しました。

本市をめぐる状況としては、新東名高速道路の全線開通を始め、計画が進められるリニア中央新幹線の整備など、今後、交通インフラの充実で旅行者の流れが大きく変わっていきます。特に新東名高速道路にあっては、厚木・伊勢原・秦野の3市にインターチェンジができるなど、丹沢・大山・宮ヶ瀬へのアクセスが多様化するため、エリアを捉えた広域観光の重要性がより一層高まっています。

令和2(2020)年度をもって現行の計画が満了を迎えることに合わせ、こうした旅行者ニーズや環境の変化に対応した新たな観光戦略の構築を図る必要があることから、令和3(2021)年度を始期とする第2次厚木市観光振興計画を策定するものです。

2 計画の位置付け

厚木市観光振興条例に基づく観光振興の基本的な計画として策定するものであり、第10次厚木市総合計画の施策を補完・具体化する個別計画として位置付けるものです。また、「厚木市産業マスタープラン」などの関連する計画を始め、国・県が策定した観光関連計画と連携した計画とします。



(1) 第10次厚木市総合計画（令和3（2021）年4月）

本市は、令和2（2020）年度に今後のまちづくりの指針となる「第10次厚木市総合計画」を策定します。計画では、将来都市像を「自分らしさ輝く希望と幸せあふれる元気なまちあつぎ」としています。その将来都市像に基づき、まちづくりのビジョンを6つ掲げて取組を進めることとしています。

また、観光振興は、「人が集い、交流し、新たな価値を生むまち」を目指すための1つの基本施策として位置づけられており、まちづくりの重要な要素となっています。

施策の方向としては、「広域観光の推進」、「観光資源の磨き上げの推進」、「情報発信の充実」を掲げております。

基本目標1	具体的な施策	主な取組
自分らしさ輝く希望と幸せあふれる元気なまちあつぎ	人が集い、交流し、新たな価値を生むまち	①広域観光の推進
		②観光資源の磨き上げの推進
		③情報発信の充実

(2) 第2期厚木市まち・ひと・しごと創生総合戦略（令和3（2021）年4月）

令和42（2060）年までの人口の将来展望や目指すべき将来の方向などを示す厚木市人口ビジョンに基づき、人口減少を克服するための施策をまとめた計画として、「厚木市まち・ひと・しごと創生総合戦略」を策定しました。基本目標1「地域の魅力発信・人材交流と都市機能の向上により、活気に満ちたまちをつくる」の中の「関係人口を創出し、あつぎの魅力を全国に発信する」では、観光地の魅力の創出や魅力の発信力の強化を主な取組として位置付けています。

基本目標1	具体的な施策	主な取組
地域の魅力発信・人材交流と都市機能の向上により、活気に満ちたまちをつくる	関係人口を創出し、あつぎの魅力を全国に発信する	①都市間交流の促進
		②観光地の魅力創出
		③あつぎの魅力の発信力強化

(3) 第3次厚木市産業マスタープラン（令和3（2021）年4月）

第3次厚木市産業マスタープランでは、目指すべき事項を「力強い継続と変化への対応」としています。この目指すべき事項を実現するために、特に取り組むべきこととして、「持続性の高い強い産業の実現」、「にぎわいあふれ、特色のある強い産業の実現」、「社会情勢の変化に柔軟に対応できる強い産業の実現」の3つを掲げています。

目指すべき事項を実現していくことは、観光の振興を推進していく上でも重要な要素となります。

目指すべき事項	主な取組
力強い継続と変化への対応	①持続性の高い強い産業の実現
	②にぎわいあふれ特色のある強い産業の実現
	③社会情勢の変化に柔軟に対応できる強い産業の実現

第1章 計画の策定に当たって

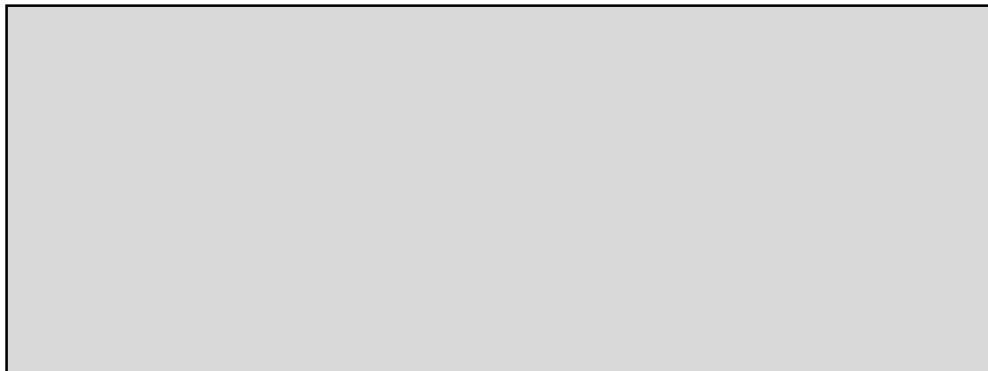
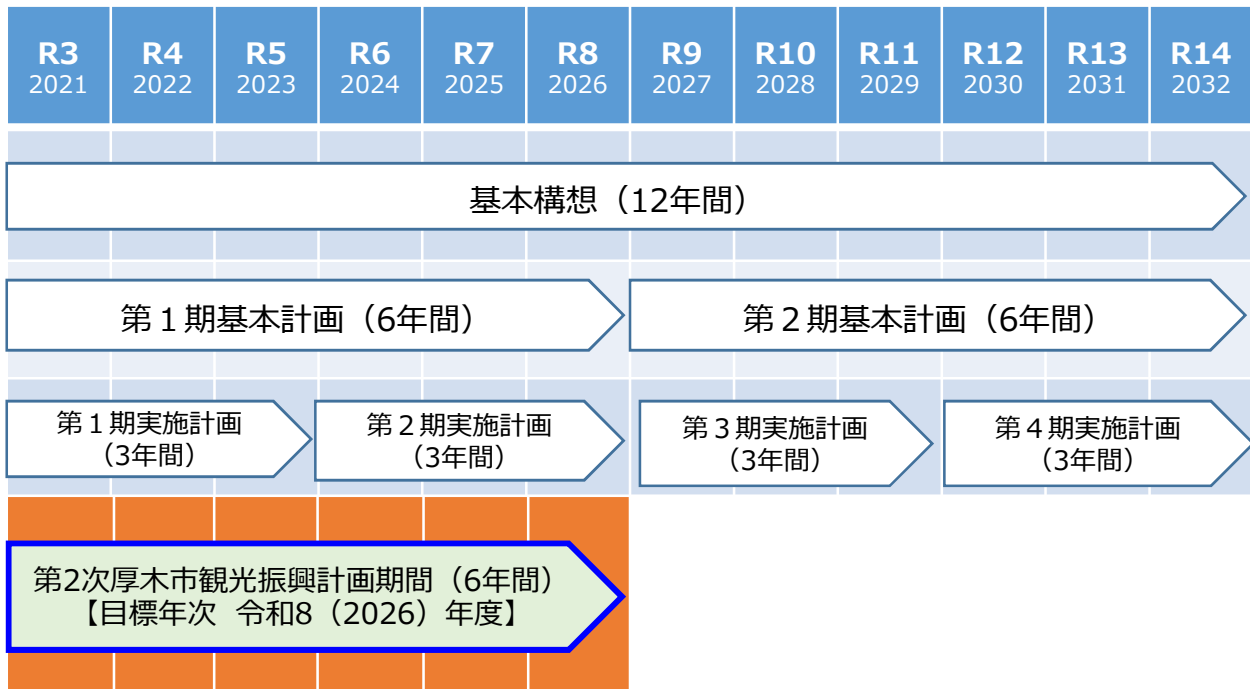
3 基本計画の構成と期間

第2次厚木市観光振興計画の計画期間は、第10次厚木市総合計画第1期基本計画の計画期間と合わせ、令和3年度から令和8年度までの6年間を取組期間とします。

なお、新型コロナウイルス感染症など社会状況の変化や観光を取り巻く環境の変化に対応するため、必要に応じて計画の見直しを行います。

【総合計画の構成と期間】

第10次厚木市総合計画は3つの階層で構成されています。まちづくりの目標を定めた基本構想（12年間）、施策の方針を定めた基本計画（6年間）、具体的な事業を定めた実施計画（3年間）です。



4 第1次厚木市観光振興計画の総括

(1) 目標の達成状況

本市では、現行計画の3つの戦略と7つの柱を踏まえ、観光事業者、観光関連団体、企業や商店街等と連携して、計画に位置付けた具体的施策に基づき、地域の魅力の情報発信、観光への市民参加の促進、広域観光拠点としての可能性の追求などに取り組み、その結果、観光客消費額が増額するなど、一定の成果を上げてきました。

平成24（2012）年の策定の際に設定した令和2（2020）年における目標値と、令和元（2019）年（最新データ）の実績値を比較すると、観光客消費額は既に目標を達成しているものの、観光客数と宿泊客数の達成率は低く、いずれも平成27（2015）年時点に比べて減少している状況です。

【目標値】（平成24（2012）年策定時設定、平成29（2017）年改定時は継承）

	現状値 平成22（2010）年	現状値 平成27（2015）年	目標値 令和2（2020）年
観光客数	3,800,469人	3,387,190人	4,500,000人
宿泊客数	303,162人	341,733人	364,000人
観光客消費額	139億円	156億円	170億円

※平成29（2017）年度に第9次厚木市総合計画「あつぎ元気プラン」第2期基本計画「代表となる指標」目標値の見直しをしています。（平成24（2012）年計画策定時352,000人）

【達成状況】

	現状値 令和元（2019）年	目標値 令和2（2020）年	達成率
観光客数	2,942,000人	4,500,000人	65.4%
宿泊客数	292,000人	364,000人	80.2%
観光客消費額	173億円	170億円	101.8%

(2) 実施した取組・施策

「自然と都会をつなぐ都市(まち)」の実現に向け、「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）」、という三つの戦略を掲げ、77の施策を実施してきました。

第1章 計画の策定に当たって

ア 情報発信（実施済事業30）

SNSを活用したイベント情報の配信を始め、圏央厚木パーキングエリアやアウトドアショップへのパンフレット配架、大山ケーブル駅への電飾看板の設置、国道沿道への横断幕の掲出、小田急電鉄と協力した観光キャンペーンを実施したほか、森林セラピー事業や河川・河川敷を快適な水辺空間にする環境づくり、あつぎ食ブランド(あつぎOECフード)の認定など、多様な情報発信を展開しました。

No.	項目	実施済	主な担当課
柱1) 自然と都市（都会）をつなぐ観光資源の再編さん			
1	観光まちづくりの推進	○	商業にぎわい課
2	ユニバーサルデザインの推進	○	公園緑地課
3	おもてなし運動の推進	○	観光振興課
4	サイクリング観光の推進	○	観光振興課
5	グリーンツーリズムの推進	○	農業政策課
6	グリーンツーリズム観光商品の開発	×	観光振興課
7	農業体験の場の整備	○	農業政策課
8	グリーンツーリズム受入整備事業	○	環境政策課等
9	ヘルスツーリズムの推進	○	観光振興課
10	河川活用の団体との水辺環境づくりの協働事業	○	河川ふれあい課
11	河川敷のバーベキュー場としての活用	○	河川ふれあい課
12	鮎のつかみどりや魚釣り教室の実施	○	観光振興課
13	あつぎ食ブランドによる市のイメージアップ	○	観光振興課
14	川魚（鮎）を始めとした地場産品の活用	○	農業政策課
15	鮎料理取扱い店舗のPR	○	観光振興課
16	「厚木のいいとコロ」発信事業	○	観光振興課
17	「森林セラピー@体験」、「健康づくり大学」の実施	○	観光振興課
18	「花の里」づくりの推進	○	観光振興課
柱2) 観光客の実態把握の推進			
19	入込観光客調査の充実	○	観光振興課
20	観光モニターツアーの実施	○	観光振興課
柱3) ターゲットを絞った情報発信力の強化			
21	SNSやインターネットなどICTの活用	○	観光振興課
22	モバイルサイトの有効活用	○	情報政策課
23	インターネットの活用	○	広報課
24	タイムリーな情報提供によるパブリシティの活用	○	広報課
25	あつぎビジョンやケーブルテレビなどの活用	○	広報課
26	情報誌などへの積極的な情報リリース	○	観光振興課
27	「あゆコロちゃんクラブ」会員による発信	○	観光振興課
28	大使などの活用	○	観光振興課
29	厚木観光のブランド化の推進	○	観光振興課
30	「七沢エリア」ブランド化の推進	○	観光振興課
31	「飯山エリア」ブランド化の推進	○	観光振興課

イ 内なる醸成（実施済事業27）

観光事業者向けのおもてなし研修の開催、観光ガイドの育成、厚木市観光協会の事業拡充、市民の清掃活動、学校等での環境教育の取組支援、大型バス駐車場の確保、あつぎ協働大学開設、あつぎ市民芸術文化祭開催、フィルム・コミッション事業などを実施しました。

No.	項目	実施済	主な担当課
柱4）観光への市民参加の促進			
1	あつぎ観光ガイドの育成	○	観光振興課
2	自治会との連携	○	市民協働推進課
3	既存イベントへの市民参加の促進	○	観光振興課
4	新しい市民参加スタイルの提示	×	観光振興課
5	市民の清掃活動、学校等での環境教育の取組	○	生活環境課
6	企業の観光まちづくりへの参加	○	産業振興課
7	生活支援ロボットの観光資源活用	○	産業振興課
8	地域活性化包括協定や観光協定を通じた情報発信	○	企画政策課
9	大型バス観光客への対応とバス駐車場の確保	○	観光振興課
10	飲食店や物販店との連携事業の展開	○	農業政策課
11	若者による魅力発信	○	商業にぎわい課
12	学生合宿の誘致促進	○	スポーツ推進課
柱5）観光まちづくりのための多様な場面設定			
13	観光・歴史・文化の学習機会の提供	○	文化財保護課
14	小中学生への郷土教育の推進	○	文化財保護課
15	イベントの回遊性を高める効果的な開催	○	観光振興課
16	シンポジウムや講座、広報紙を通じた郷土の再発見	○	文化財保護課
17	「大山街道」再発見プロジェクト	×	観光振興課
18	厚木版「札所めぐり」の創設	×	観光振興課
19	市民利用施設の利用促進	○	文化生涯学習課
20	ガイドブックの発行	○	文化生涯学習課
21	フィルムコミッション事業の推進	○	観光振興課
22	「ストリートパフォーマンス」の創出	○	商業にぎわい課
23	文化芸術活動の支援	○	文化生涯学習課
24	旅行事業者と連携した修学旅行の誘致及びツアーの企画	○	観光振興課
25	大型バス駐車場の確保	○	観光振興課
26	関係機関との連携強化	○	観光振興課
27	収益事業の強化による財務体制の強化	○	観光振興課
28	日本版DMO候補法人についての検討	○	観光振興課
29	「厚木市観光振興条例」及び「厚木市観光振興計画」の推進	○	観光振興課
30	観光振興推進委員会の活動推進	○	観光振興課

第1章 計画の策定に当たって

ウ 外との連携（実施済事業20）

近隣市町村と連携したスタンプラリーの開催や厚木・伊勢原・秦野・愛川・清川の3市1町1村による新東名高速道路の全線開通（令和5年度）に向けた広域観光振興戦略の策定、インバウンド向け多言語化の推進、新たに友好都市となった沖縄県糸満市との友好交流などに取り組みました。

No.	項目	実施済	主な担当課
柱6) 広域観光の拠点としての可能性を追求			
1	新たな観光の核候補地（第4の国際観光地）としての大山地域の観光振興	○	観光振興課
2	県央やまなみ地域等の魅力発信による観光客の誘客	○	観光振興課
3	大山巡礼トレイルツアーの実施や積極的なPR	○	観光振興課
4	交流拠点としてのパーキングエリアにおける丹沢・大山地域のPRの強化	○	観光振興課
5	本厚木駅連絡所の機能充実	○	観光振興課
6	丹沢・大山地域からのハイカー誘客の方策の検討	○	観光振興課
7	交通機関と連携したキャンペーン・イベント	○	観光振興課
8	駅施設や電車での観光ポスターや中吊り広告の活用	○	観光振興課
9	高速道路サービスエリアでの観光キャンペーン	○	観光振興課
柱7) 国際観光の取組強化			
10	立地を活かした誘客	○	観光振興課
11	事前キャンプ地の誘致と外国人観光客に対する受入体制の整備	○	企画政策課
12	外国語での観光情報の発信	○	観光振興課
13	パンフレットや店舗看板等の多言語化	○	観光振興課
14	神奈川県と連携した外国人観光客を対象としたツアーの商品化	×	観光振興課
15	宿泊施設の受入体制の整備	○	観光振興課
16	観光客への観光案内の実施	○	観光振興課
17	温泉文化発信事業の推進	○	観光振興課
18	友好都市との交流促進	○	企画政策課
19	歴史文化にちなんだ交流事業の推進	○	文化財保護課
20	市内外へのシティセールスの展開	○	観光振興課
21	行政視察の積極的な受入れ	○	議会総務課

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

第2章 策定の背景

1 観光を取り巻く現状

(1) 国の観光動向

ア 国の観光政策

(ア) 観光立国推進基本計画

・【概要】

観光立国推進基本法（平成18年法律第117号）の規定に基づき、観光立国の実現に関する施策の総合的かつ計画的な推進を図るため閣議決定された計画です。

・【計画期間】

平成29（2017）～令和2（2020）年度

(イ) 関連項目（抜粋）

«全国の観光目標（令和2年）»

指標	目標値
・国内旅行消費額	21兆円
・訪日外国人旅行者数	4,000万人
・訪日外国人旅行消費額	8兆円
・訪日外国人旅行者に占めるリピーター数	2,400万人
・訪日外国人旅行者の地方部における延べ宿泊者数	7,000万人泊

(2) 県の観光動向

ア 県の観光政策

(ア) 神奈川県観光振興計画

・【概要】

神奈川県観光振興条例（平成21年）に基づき、観光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」の実現を図るために策定された計画です。

環境の変化に対応するために計画を改定しています。

・【計画期間】

令和元（2019）～令和3（2021）年度

(イ) 関連項目（抜粋）

«目標値（令和3年）»

指標	目標値
・観光消費額総額	1兆3000億円
・入込観光客数	2億1,000万人
・延べ宿泊者数	2,500万人泊
・外国人延べ宿泊者数	300万人泊

(3) 周辺地域の動向

本市では、周辺自治体との広域連携による観光振興を推進しています。

ア 丹沢・大山・宮ヶ瀬エリアの活性化に向けた広域観光振興戦略

(広域行政連絡会(厚木市・秦野市・伊勢原市・愛川町・清川村)／令和元(2019)年度)

広域行政連絡会では、神奈川県県央地域の観光振興に向けた取組として、令和元(2019)年度に新東名高速道路の全線開業を契機とした、「広域連携による観光戦略」を策定しました。

新東名高速道路開通によるアクセスの充実

<共通する観光資源の魅力>

- 丹沢エリアの自然
- 地域に継承される歴史文化を感じる寺社仏閣

<強みとすべき要素>

- 登山、食事、体験、温泉、散策等の多様な魅力
(ルートを彩る魅力の発信)

地域内の連携強化と広域観光エリアとしての一体感の醸成

目指すべき目標

1 入込観光客数の増加

丹沢、大山、宮ヶ瀬湖、飯山・七沢といった観光資源の魅力を高めるとともに、より身近に体験することができる観光スポットの発掘や地域一体となったプロモーションなどに取り組むことで、入込観光客数の増加につなげます。

2 宿泊者数の増加

観光資源間の連携を図ることにより、多様な観光スポットを堪能することができる周遊性を強化するなど、観光地での滞在時間の延長につなげる取組を展開することで、宿泊者数の増加につなげます。

3 観光消費額の拡大

新たに整備される新東名高速道路(仮称)秦野SAと連携した特産品の販売や観光プロモーションなどの取組を展開するとともに、丹沢・大山・宮ヶ瀬湖周辺エリアならではの地域資源をいかした魅力的な着地型の観光商品を開発することなどにより、観光消費額の拡大につなげます。

第2章 策定の背景

イ 厚木・愛甲エリアの活性化に向けた広域観光振興戦略

(厚木愛甲まちづくり研究会(厚木市・愛川町・清川村) / 令和元(2019)年度)

厚木愛甲まちづくり研究会では、神奈川県県央地域の観光振興に向けた取組として、令和元年度に新東名高速道路やリニア中央新幹線の開業などの交通環境の変化を踏まえた、広域連携による観光戦略を策定しました。

厚木・愛甲エリアを取り巻く環境の変化

持続的な地域づくりのための地域内外との連携体制の確立

基本戦略1：魅力づくりと地域内消費の拡大

- ① 観光資源の新たな発掘と磨き上げ
- ② 地域内における回遊性強化の仕掛けづくり
- ③ インバウンド対策の推進

基本戦略2：地域で一体となったブランド確立と情報発信

- ① エリア全体の観光ブランドの確立、広域観光エリアとしての一体感の醸成
- ② 情報発信プラットフォームの整備(WEB・紙媒体・その他)
- ③ 観光ブランドを核としたプロモーションの推進

基本戦略3：観光振興を支える基盤の強化

- ① 自治体・観光協会・DMO・観光関連事業者の連携、ネットワークの強化
- ② 周辺地域との連携強化(大山・丹沢エリア、相模原市緑区方面)
- ③ 道路・交通ネットワークの環境整備

リニア中央新幹線の関東車両基地の観光資源化の実現により、厚木・愛甲エリアに観光振興面での長期的かつ持続的な影響を及ぼすことから重点戦略に位置付ける。

重点戦略：リニア中央新幹線の関東車両基地の観光資源化

関東車両基地の見学施設の整備や回送線の旅客線化などの方法により、観光資源化を実現

観光振興を通じた厚木・愛甲エリアの活性化

4 本市の観光の現状及び動向

(1) 入込観光客数

本市の入込観光客数（日帰り客と宿泊客の合計値）は、平成27（2015）年の339万人をピークに減少傾向で、令和元（2019）年は294万人となっています。また、県全体に占める割合は、各年1.6%前後となっています。

入込観光客数全体に占める日帰り客・宿泊客の割合を見ると、日帰り客が毎年約9割を占めています。

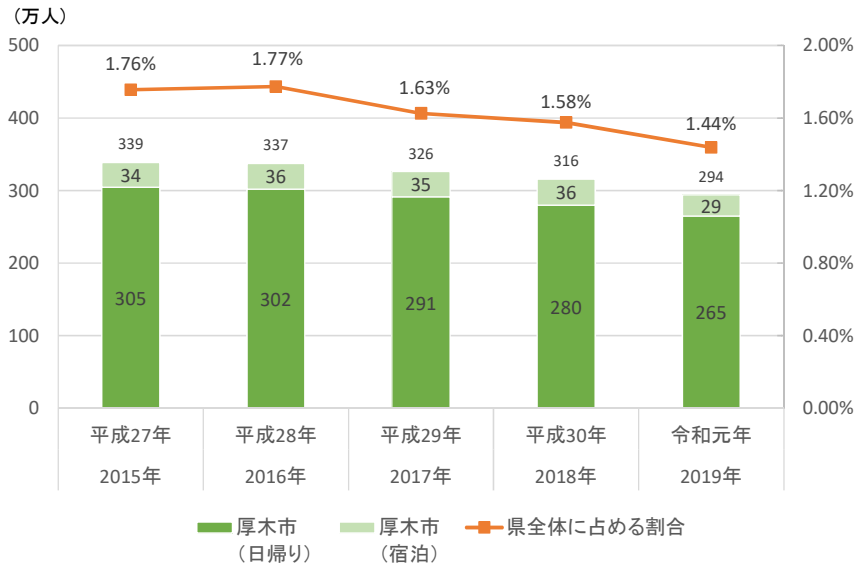


図 1 市内入込観光客数の推移

出典：神奈川県入込観光客調査

主要観光地点等の観光客数は、令和元（2019）年では相模川65.2万人、以降、七沢42.7万人、飯山35.9万人の順になっています。

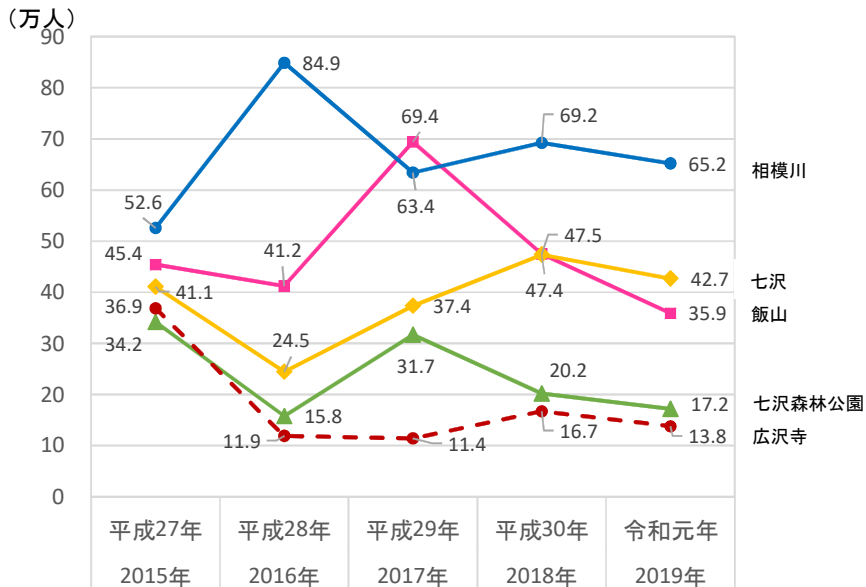


図 2 主要観光地点等の観光客数の推移（地点）

出典：神奈川県入込観光客調査

第2章 策定の背景

主要な祭り・イベント等の観光客数は、令和元（2019）年ではあつぎ鮎まつりが最も多く71万人、以降、神奈川グルメフェスタ18.7万人、あつぎ国際大道芸15.7万人（地点）の順になっています。

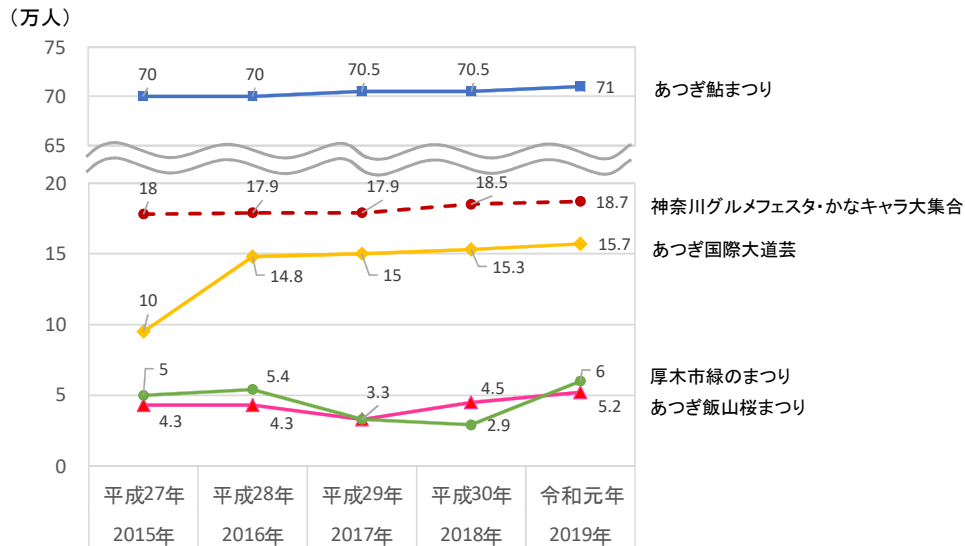
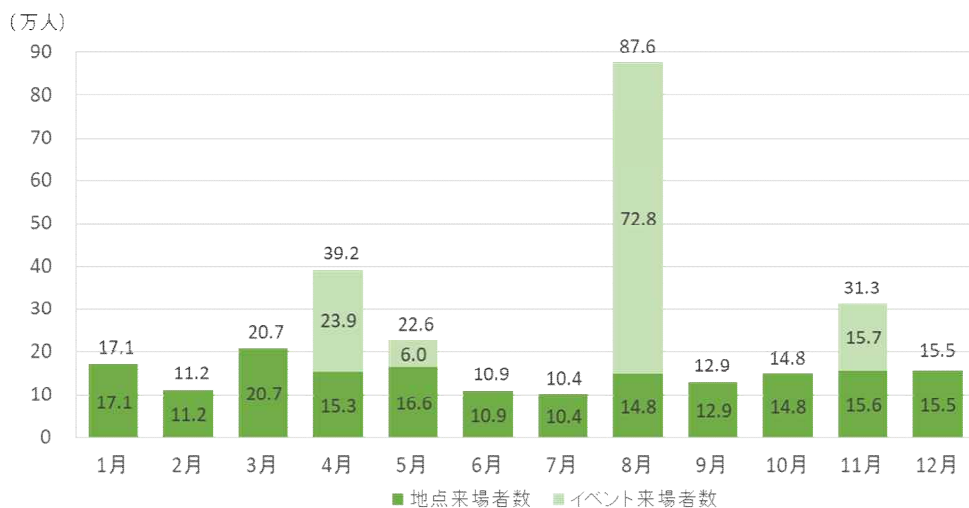


図 3 主要観光地点等の観光客数の推移（祭り・イベント）

出典：神奈川県入込観光客調査

令和元（2019）年の季節別の状況を見ると、市の主要なイベントが開催される4月（39.2万人・神奈川グルメフェスタ開催月）、8月（87.6万人・あつぎ鮎まつり開催月）、11月（31.3万人・あつぎ国際大道芸開催月）の観光客数が多くなっています。なお、イベントの来場者数を除いた、地点別の来場者数を見ると、おおむね15万人前後の観光客数になっています。



※あつぎ飯山桜まつりは、例年3月下旬～4月上旬に実施されるが、上記では4月実施としている。

図 4 月別延べ観光客数

出典：神奈川県入込観光客調査

(2) 観光客消費額

本市の観光客消費額（宿泊費と飲食費、その他合計値）は、令和元（2019）年は約173億円となっています。消費額の内訳をみると、飲食費やその他の費用は一定の変動がみられるが、宿泊費はおおむね横ばいとなっています。

入込観光客数1人1回当たりの消費額は、平成27（2015）年は4千円台であったが、平成28（2016）年以降は5千円台で推移しており、平成29（2017）年以降は増加傾向にあります。なお、令和元（2019）年の入込観光客数1人1回当たりの消費額は5,893円となっています。

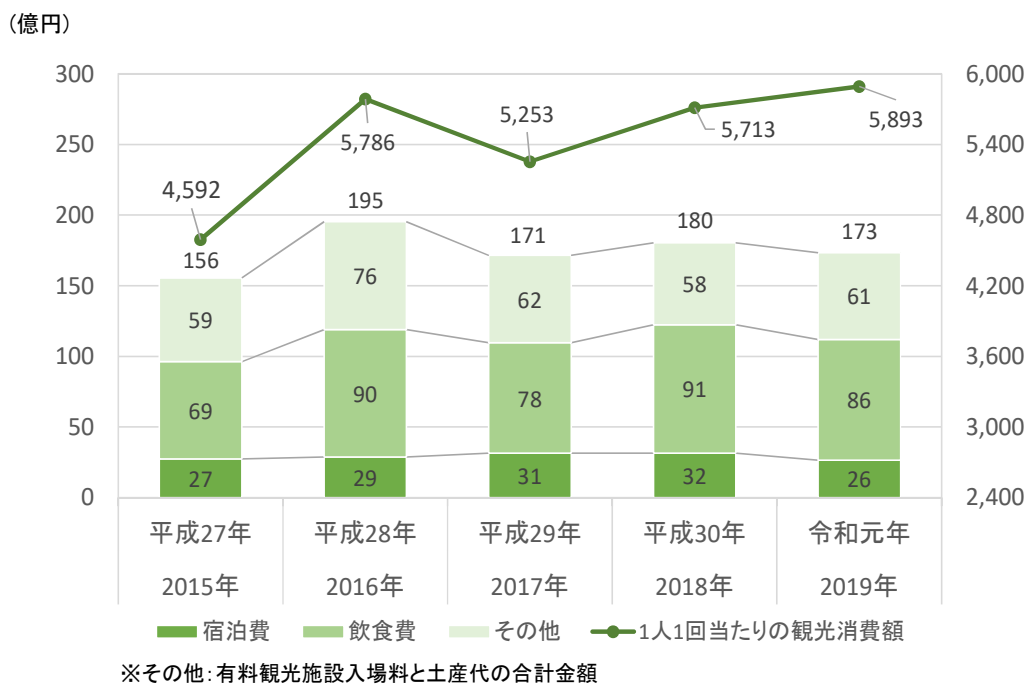


図 5 市内観光客消費額の推移

出典：神奈川県入込観光客調査

月別の観光客消費額は、市の主要なイベントが開催され、観光客数が増加する4月・8月・11月が多くなっています。なお、飲食費やその他の費用は月ごとに一定の変動がみられるが、宿泊費はおおむね横ばいとなっています。

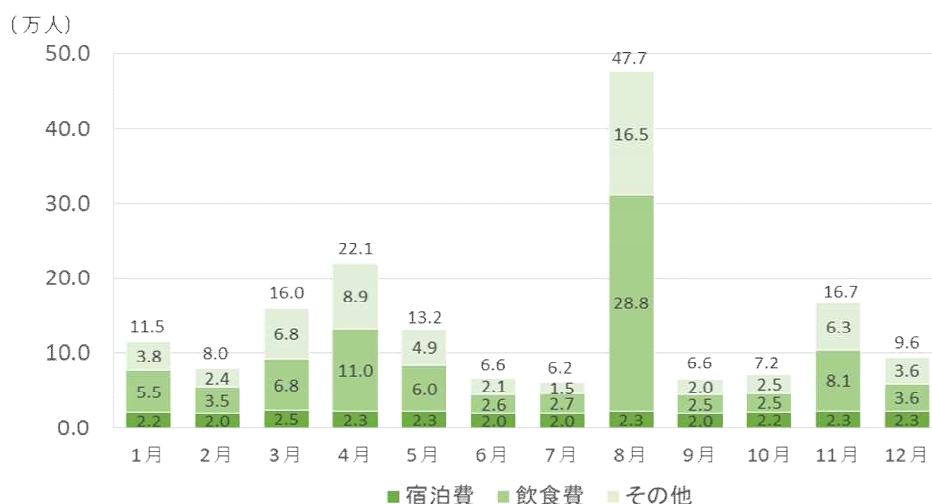


図 6 月別観光客消費額（令和元年）

出典：神奈川県入込観光客調査

第2章 策定の背景

2 調査に見る本市の現状

(1) アンケート調査

本市の観光に関する現状・課題、観光資源の認知度や魅力度等の把握し、本計画に反映することを目的とした、以下のアンケート調査を実施しました。

調査名	調査対象	実施時期
厚木市の観光に対するニーズ調査	神奈川県内居住者（厚木市外）及び厚木市への来訪が比較的多い県の在住者（東京都、埼玉県、千葉県、静岡県、山梨県）600人	令和2（2020）年8月
厚木市民の観光振興に対する意識調査	厚木市民 1,008人	令和2（2020）年8月
観光協会会員へのアンケート調査	厚木市観光協会の会員に加盟している93事業者	令和2（2020）年9月

ア 厚木市の観光に対するニーズ調査

市内観光資源の魅力度・認知度について、「自然・公園」、「グルメ・名物」は比較的魅力度が高い傾向にあるが低認知とギャップがあります。また、項目全体として認知度の低さが目立ちます。

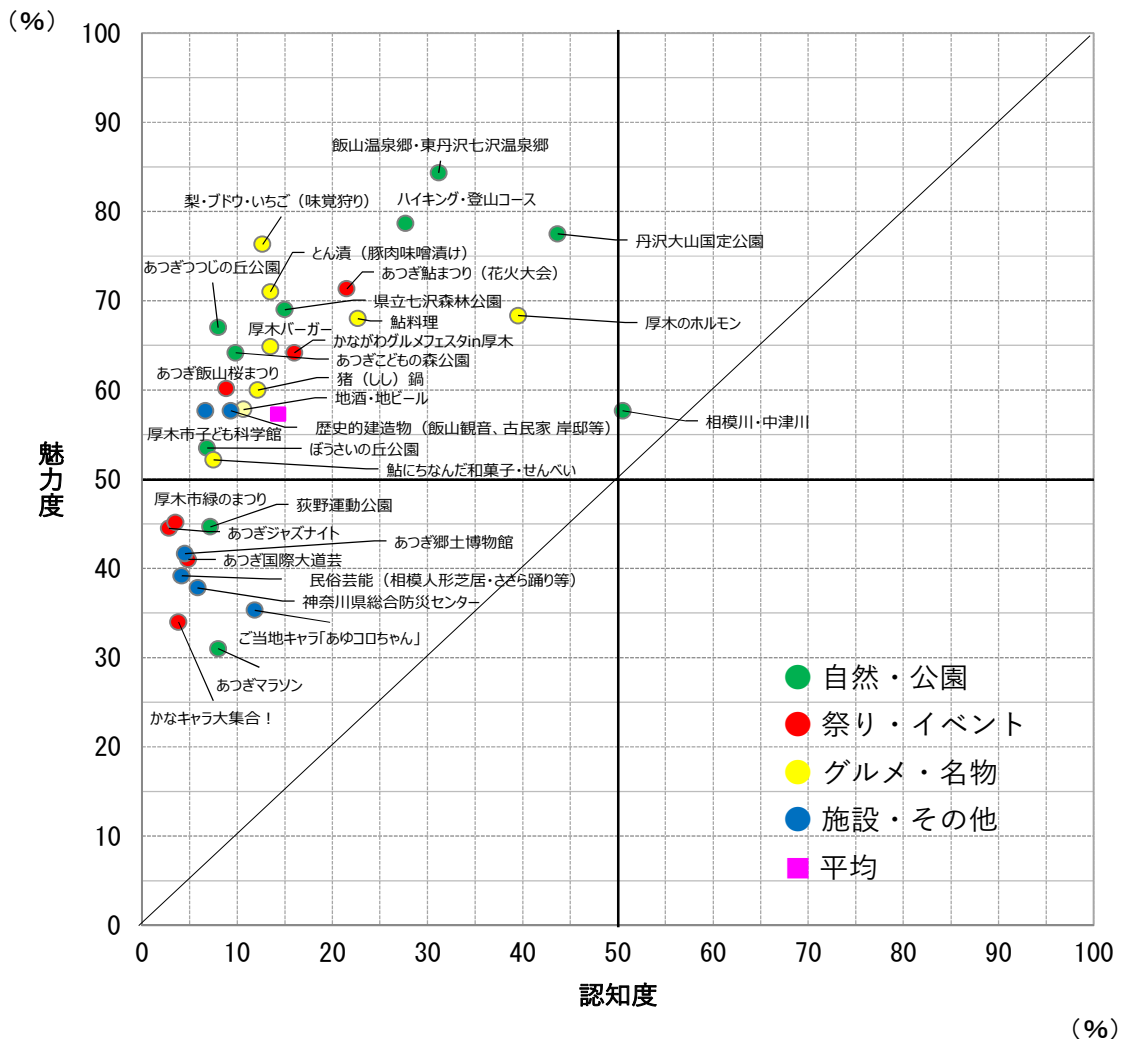


図 7 資源ごとの認知度・魅力度ギャップ

[n=600]

イ 厚木市民の観光振興に対する意識調査

市民がおすすめする観光資源は、「あつぎ鮎まつり（花火大会）」、「厚木のホルモン」が上位になっています。

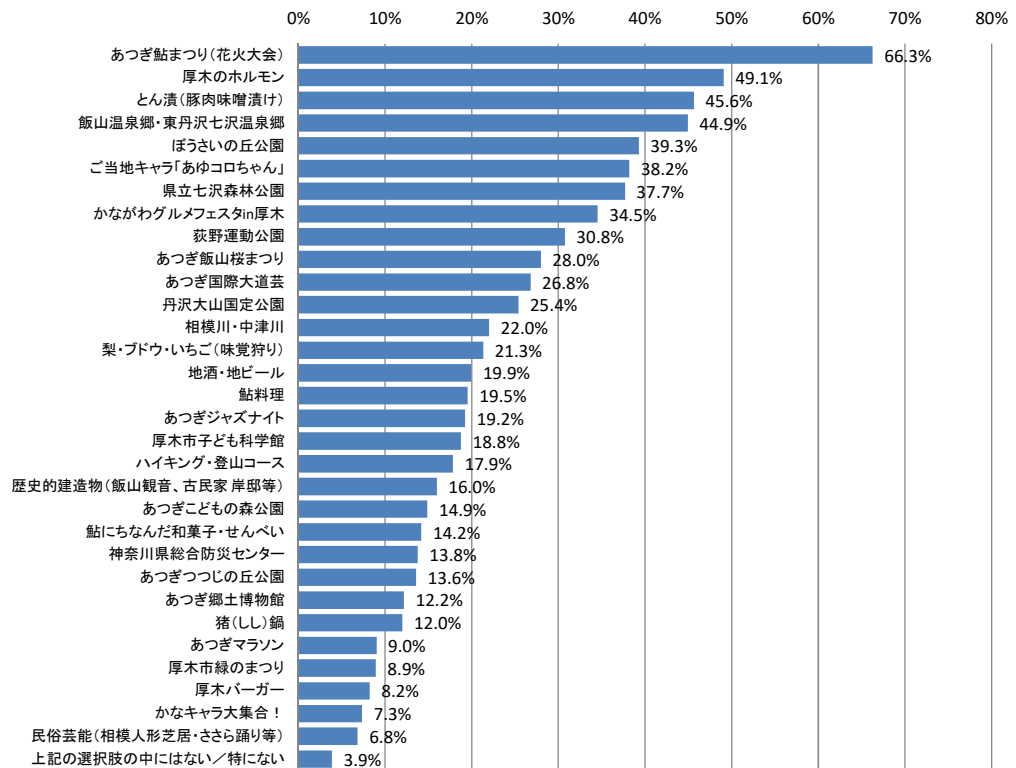


図 8 お薦めしたい観光資源

また、今後市内で力を入れるべき観光資源のジャンルとしては、「温泉」、「自然・風景」、「グルメ・名物」、「祭り・イベント」の4つが上位となっています。

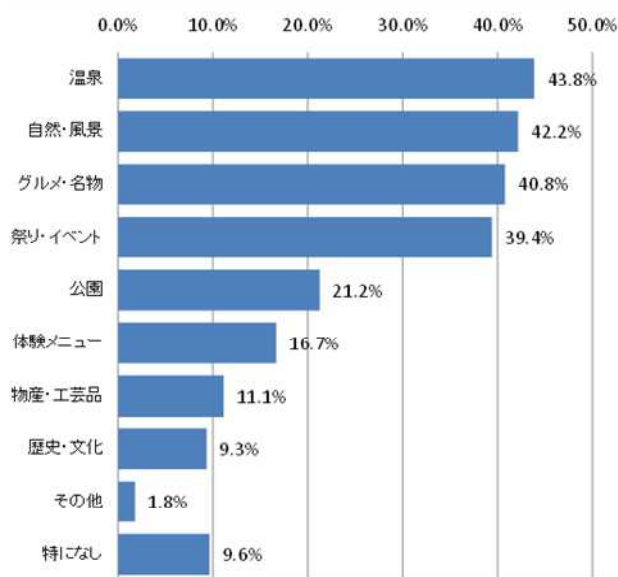


図 9 今後市内で力を入れるべき観光資源のジャンル

第2章 策定の背景

ウ 観光協会会員へのアンケート調査

本市における観光資源や観光の強みは、「自然・温泉・景観・公園」、「イベント（鮎まつり・大道芸など）」が上位になっています。

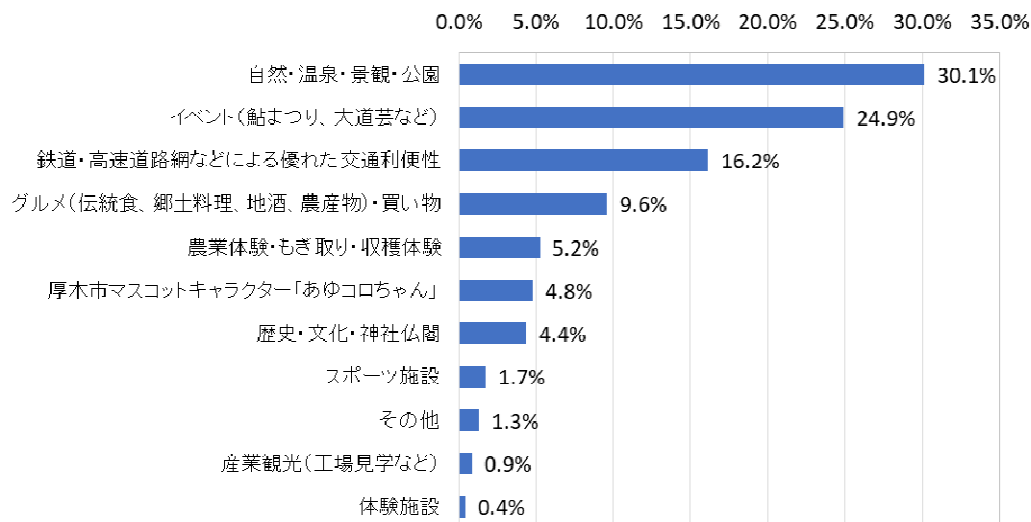


図 10 本市における観光資源や観光の強み

また、今後積極的に取り組むべき事項としては、「道路、バス、駐車場等の交通機能の充実」、「スマートフォンなどを通じたネットによる情報発信」が上位となっています。

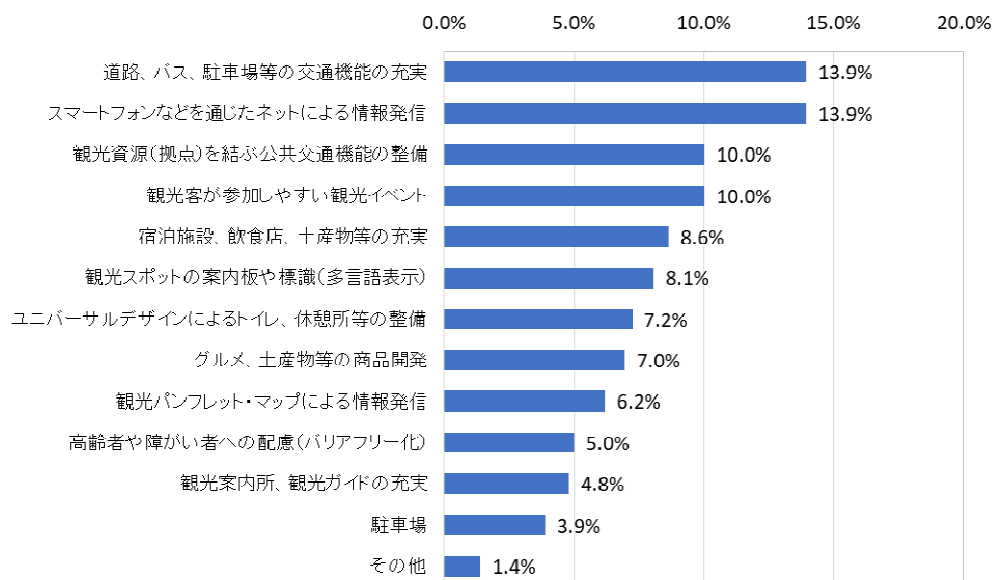


図 11 今後積極的に取り組むべき事項

(2) 関係団体ヒアリング調査

本市の観光に関する現状・課題、今後の方向性等について、観光事業者や観光関係事業者の意向を把握し、本計画に反映することを目的とした、ヒアリング調査を実施しました。

区分	調査対象	実施時期
観光協会、商工会 関連主体	厚木市観光協会 厚木商工会議所 厚木市商店会連合会	令和2年9月
農漁業関連主体	相模川第二漁業協同組合 J Aあつぎ（夢未市を含む）	
観光関連主体	あつぎ観光ボランティアガイド協会 飯山観光協会 飯山温泉旅館組合 七沢観光協会 東丹沢七沢旅館組合 厚木ホテル協議会 県立七沢森林公園指定管理者	
交通関連主体	小田急電鉄株式会社 神奈川中央交通株式会社 神奈川県タクシー協会相模支部	
神奈川県	神奈川県観光企画課	

ア 観光資源の再発掘

(ア) 自然をいかした観光資源の活用と新たな観光資源の核の形成

本市の強みとして、自然豊かな環境をいかした観光資源（登山・ハイキング、温泉、公園など）があるので、強みに特化した、更なる資源の磨き上げが求められていると思われます。具体的には、公園や桜、グランピングを楽しめるようなキャンプ場の整備、温泉のブランディング（厚木温泉としてPRなど）が挙げられます。

一方で、グルメなどの自然以外の観光資源が弱い部分が課題であると思われます。鮎料理やしし鍋などの名物グルメの開発・PRなども併せて実施していくことが求められます。

イ 広域周遊観光

(ア) 周遊観光促進に向けた取組

今後予定されている新東名高速道路の全線開通やリニア中央新幹線の関東車両基地建設などを踏まえ、大山、宮ヶ瀬などと連携した広域での周遊観光を促進することが望ましいと思われます。

(イ) 情報発信・プロモーション

近隣市町村と連携し、エリア全体の情報発信やプロモーションの強化が求められていると思われます。ターゲットを考えるうえで、現在の来訪状況を見ますと、市内と近隣市町村（海老名・座間・大和等）が中心となっています。

第2章 策定の背景

ウ 受入環境の整備

(ア) 渋滞解消に向けた道路整備や駐車場整備

新型コロナウイルス感染拡大の影響で、公共交通機関よりも自家用車での来訪が増えており、週末には駐車場が溢れるような状況も見られます。

(イ) 河川敷の整備（バーベキュー場の設置や改修、ゴミ問題の解消など）

(ウ) ハイキングコースの整備（通行止めの解消など）

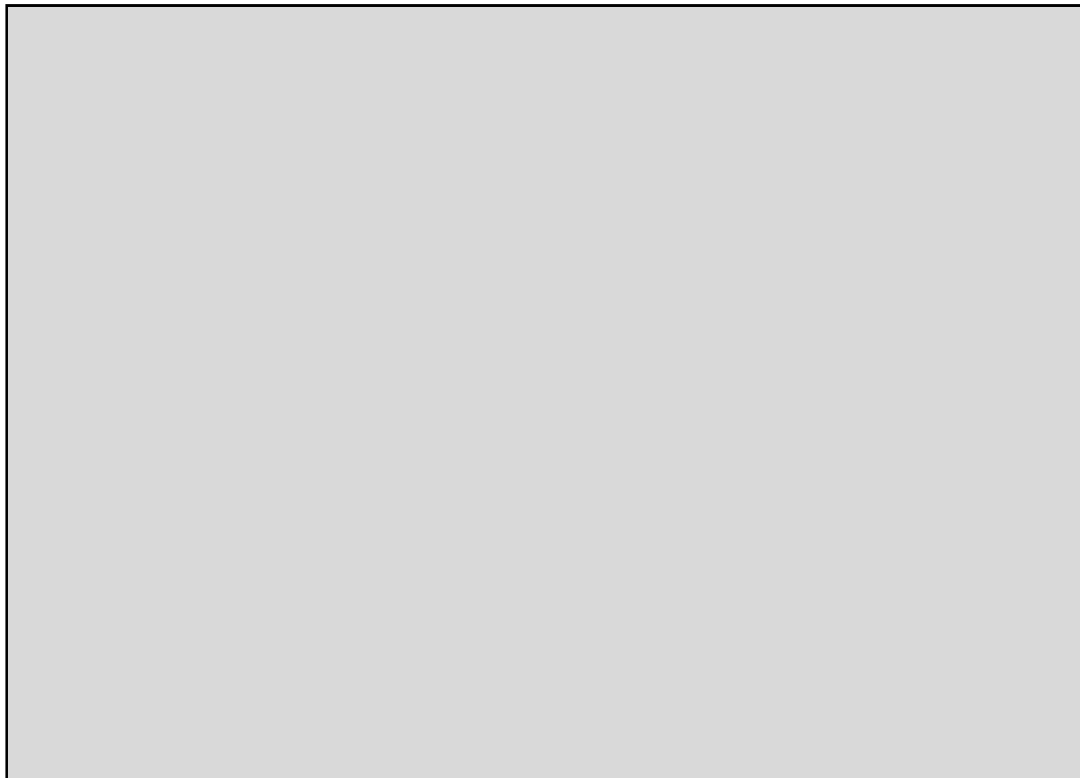
(エ) 担い手の高齢化

市民との協働を進めるうえで、地域のボランティアの高齢化が進んでおり、以前より活動が十分できていない団体も見られます。

(オ) 新型コロナウイルス対応

新型コロナウイルス感染拡大の影響で、観光客が減少しており、各事業者の経営は厳しい状況にあります。観光客が安心して来訪できるために、各事業者で感染防止対策を取っていますが、今後も継続させる必要があります。

また、現状では市民も含め消費マインドが薄れてしまっています。ウィズコロナの環境下でも元の消費水準に近づけられるような取組が求められています。



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3章 目指すべき事項

1 目指すべきビジョンと目標

第2次観光振興計画では、本市の観光振興による地域活性化を果たすため、都心から豊かな自然へと誘うまちを目指すという前計画の基本目標「自然と都会をつなぐ都市(まち)」をビジョンとして継承し、「集客促進による観光消費額の拡大」を実現することを目指します。具体的には、次の4つを基本方針として位置付け、個々の事業に取り組みます。さらに、SDGs（持続可能な開発目標）の達成に向け、観光分野との関連付けについても整理します。

目指すべきビジョン

自然と都会をつなぐ都市

目標

集客促進による観光消費額の拡大



- 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

2 計画の目標値

本計画の目標年次である、令和8年度の目標を次のように設定します。

指標名	現状値	目標値
	令和元（2019）年	令和8（2026）年
観光客数	2,942,000人	3,200,000人
宿泊客数	292,000人	320,000人
観光客消費額	173億円	191億円

3 基本方針

基本方針① 観光資源のブラッシュアップ・再発掘



豊かな自然や温泉を始め、食や文化、体験といった既存の観光資源に加え、都心からのアクセスの良さや交通利便性の高さなど、観光資源をブラッシュアップ・再発掘することで、特徴をいかした厚木らしい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ます。また、観光消費額の向上には旅行者の滞在時間の延長が重要になります。特に、消費単価の向上に有効なのが宿泊であることから、宿泊客を増やすための施策展開に取り組みます。

基本方針② 広域観光の推進、関連事業者等との連携



新東名高速道路の全線開通を始め、計画が進められるリニア中央新幹線の関東車両基地の観光資源化など、交通インフラの拡充や新たな観光地の整備などで旅行者の流れが大きく変わることが予想されます。特に新東名高速道路においては、厚木・伊勢原・秦野の3市にインターチェンジができるため、丹沢・大山・宮ヶ瀬へのアクセスが多様化します。この機を捉え、広域エリアが一体となった周遊・誘客施策を進めます。

基本方針③ ターゲットを絞ったプロモーション



趣味に特化した旅行の増加、地域との交流や体験、健康志向の高まりといった旅行形態の多様化、スマートフォンの普及による旅情報の入手方法やタイミングの変化など、刻々と変化する旅行者ニーズや環境に対応するため、観光資源とそこにつながる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実施します。

基本方針④ 受入環境の整備



東京オリンピック・パラリンピック及びねりんピックかながわの開催を機に、訪日外国人や大会関係者の誘客に向け、全ての観光客が安心して便利に過ごせるよう、表示や案内などの充実を図るとともに、新型コロナウイルスなどの感染症対策を推進し、観光地として居心地の良い環境づくりを進めます。

取り組むべきSDGsの目標



8 働きがいも
経済成長も



11 住み続けられる
まちづくりを



15 陸の豊かさも
守ろう

第4章

施策体系及び展開

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



第4章 施策体系及び展開

ビジョン・目標	基本方針	基本施策
<p style="writing-mode: vertical-rl; text-orientation: upright;"> 自然と都会をつなぐ都市 集客促進による観光消費額の拡大 </p>	<p>I</p> <p style="text-align: center;">観光資源の ブラッシュアップ・再発掘</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;">  <p>8 観光収入の 増加促進</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>15 観光客数の 増加</p> </div> </div>	<ol style="list-style-type: none"> 1 魅力ある観光地の形成 2 豊かな自然環境を活用した施策の展開 3 客層やニーズに合わせたモデルルート の提案 4 観光消費を高めるコンテンツづくり
	<p>II</p> <p style="text-align: center;">広域観光の推進、 関連事業者等との連携</p> <div style="text-align: center;">  <p>8 観光収入の 増加促進</p> </div>	<ol style="list-style-type: none"> 1 広域エリアとしてのブランド・魅力づくり 2 広域エリアとしての魅力の発信 3 広域観光を推進する人・環境・基盤づくり 4 行政、観光関連団体・事業者における役割の明確化と、互いの強みをいかした連携強化
	<p>III</p> <p style="text-align: center;">ターゲットを絞った プロモーション</p> <div style="text-align: center;">  <p>8 観光収入の 増加促進</p> </div>	<ol style="list-style-type: none"> 1 客層や志向に合わせた的確なプロモーション 2 多様な情報ツールによる情報発信 3 交通事業者と連携した誘客促進
	<p>IV</p> <p style="text-align: center;">受入環境の整備</p> <div style="text-align: center;">  <p>11 観光客数の 増加促進</p> </div>	<ol style="list-style-type: none"> 1 観光客を受け入れる側の意識・おもてなしの醸成 2 訪日外国人にとって居心地の良い環境づくり 3 観光客の安心・安全確保のための体制づくり

単位施策（実施計画）

①既存資源のブラッシュアップ	②新たな資源の発掘	③ブランド化の推進
①体験型観光の推進		
①周遊ルートづくり	②モニターツアーの開催	
①夜・早朝型観光の推進	②イベントやフード観光の推進	

①多様な地域資源の磨き上げ	②広域エリアとしての周遊性の強化	③エリアとしてのブランド化と一体感の醸成
①一体となったプロモーションの展開	②多様な情報発信媒体の活用	③特産品の新たな販路の確保・推進
①広域観光を支える人材の育成	②観光推進体制の強化	③広域観光を支える基盤・施設整備の促進
①役割分担と連携強化		

①ニーズを捉えたプロモーションの実施	②観光消費を高めるプロモーションの展開	
①SNSなどICTの積極的な活用	②観光情報の一元化	③訴求効果の高い宣伝・告知
①誘客プロモーションの展開	②旅行プラン・商品の開発	③近隣観光地からの周遊促進

①おもてなしの醸成	②市民協働による観光のまちづくり	③環境美化の推進
①言語バリアフリーの推進	②ユニバーサルツーリズムの推進	③インバウンド誘客の推進
①快適な環境づくり	②安全情報の発信	③安心・安全な体制づくり

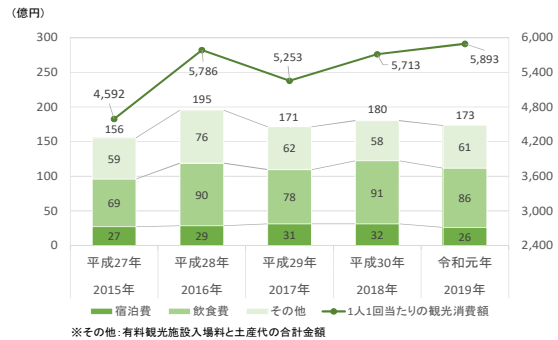
観光資源のブラッシュアップ・再発掘

旅行者のニーズやスタイルが多様化する中、選んでもらえる観光地を目指し、豊かな自然や交通アクセスの良さなど、厚木らしさをいかした魅力ある観光地づくりを進めます。

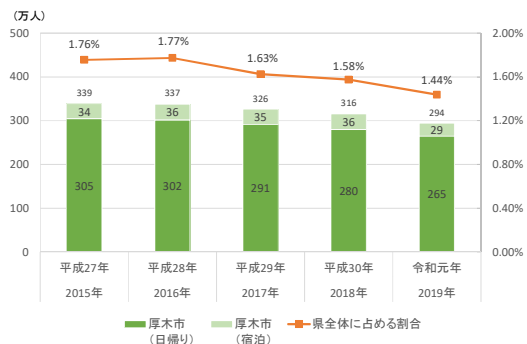
【1】現状

- 1 本市が有する豊かな自然や温泉、イベント、グルメを主な資源として観光振興を推進しています。
- 2 市内の観光消費額を見ると、平成28（2016）年以降は170億円以上を維持しています。その内の80%以上を占める飲食費とその他（買物）は、イベントでの消費が大きく影響しています。
- 3 年間の延べ観光客数は、平成28（2016）年から減少傾向にあり、特に日帰り客の減少が目立っています。この状況が続くと、令和2（2020）年以降、観光消費額に影響する可能性があります。
- 4 ニーズの多様化により、旅行者の趣味や趣向、タイプに応じた施策や観光地づくりが求められています。
- 5 地域の活性化を図るため、観光消費を高めるコンテンツづくりや取組がますます重視されています。

■市内観光客消費額の推移



■市内延べ観光客数（入込観光客数）の推移



【2】課題

- 1 観光客の増加を図るためには、観光地としての魅力を高める必要があります。
- 2 都内からのアクセスの良さや交通利便性の高さなどを踏まえ、気軽に自然を体験できる魅力的な観光施策を展開する必要があります。
- 3 集客と回遊を図るためには、旅行者ニーズを捉えたモデルルートを提案する必要があります。
- 4 地域の活性化を図るため、観光消費に直結する取組が必要です。

【3】施策の基本方針（基本施策）

- 1 **魅力ある観光地の形成**
観光資源のブラッシュアップや再発掘を通じて、観光地としての魅力を高め、「行ってみたい」「また来てみたい」と思われる観光地づくりを進めます。
- 2 **豊かな自然環境を活用した施策の展開**
気軽に自然を満喫できる身近な観光地として、旅行者に満足いただける魅力的な施策を展開します。
- 3 **客層やニーズに合わせたモデルルートの提案**
市内の観光資源の楽しみ方を旅行者のタイプ別に提案し、集客促進とリピーターの獲得につなげます。
- 4 **観光消費を高めるコンテンツづくり**
観光消費を高める宿泊や長期滞在につながる施策、イベントなどのコンテンツづくりを推進します。

【4】施策の体系

●基本施策 1

魅力ある観光地の形成

●単位施策（実施計画）と主な取組

1 既存資源のブラッシュアップ

●観光のまちづくりの形成

街かど大道芸を始め、写真や絵画、モニュメントなど、「アートがあるまち」としてタウンレジャーを楽しめる観光のまちづくりを推進します。



●観光拠点の魅力の向上

飯山や七沢、相模川といった観光拠点のリニューアルを推進し、更なる魅力づくりと集客の向上を図ります。



●地域イベントへの支援

あやめ祭りや森のまつり、ローズガーデンフェスティバルといった地域のイベントを支援し、まちの魅力づくりと地域の活性化を推進します。

●自然環境の維持・保全

本市の魅力である豊かな自然を守るため、さまざまな観光保全活動を推進していきます。



●景観形成の推進

地域ごとの特性を踏まえた景観づくりを推進します。また、ごみを減らし花や緑を増やす活動を推進し、きれいな観光地としてのイメージアップを図ります。

2 新たな資源の発掘

●魅力ある観光資源の掘り起こし

観光スポットやグルメ、体験など、ハードとソフトの両面から、魅力ある観光資源の掘り起こしを推進します。



●市の特性に合わせた戦略の検討

観光客のニーズを捉え、自然や温泉、グルメといった既存の資源に加え、都内からのアクセスの良さや交通利便性の高さなど、市の特性に合わせた観光戦略を推進します。

●文化財を核としたコンテンツづくり

寺社仏閣などの文化財を核とした新たな観光コンテンツづくりを推進します。

●「花の里」づくり

既存の「花の里」づくりに加え、上古沢のツツジの丘や不動尻のミツマタ群生地など、新たな花の里づくりを推進します。



3 ブランド化の推進

●コンテンツごとのブランド化を推進

観光客が「行ってみたい」「また来てみたい」と思える観光地を目指し、自然や温泉、イベント、グルメなど、それぞれのコンテンツが有する魅力をブラッシュアップし、満足度と価値を高めるブランド化を推進します。



●基本施策2

豊かな自然環境を活用した施策の展開

●単位施策（実施計画）と主な取組

1 体験型観光の推進

●サイクルツーリズムの推進

豊かな自然を活用した新たな観光コンテンツとして、自転車をテーマにした観光プログラムを開発します。自転車で周遊するサイクリングルートづくりを始め、ルートを案内するサイクルガイドの養成、気軽に体験できるレンタサイクル事業などを推進します。



●ヘルスツーリズムの推進

森林セラピーツアーや健康づくり大学などを中心に、ハイキングやノルディックウォーキング、トレイルランなど、心と身体の健康づくりをテーマにした観光プログラムを推進します。

●エコ・グリーンツーリズムの推進

自然環境の保全をテーマとしたエコツーリズムを始め、農作業が体験できるグリーンツーリズムなど、本市が有する山や川、里地里山といった自然環境を活用した観光を推進します。



●基本施策3

客層やニーズに合わせたモデルルートの提案

●単位施策（実施計画）と主な取組

1 周遊ルートづくり

●ターゲット別ルートづくり

ハイキングや温泉、グルメツアーなど、観光客の属性やニーズを捉えたモデルルートづくりを推進します。



●広域的なルートづくり

幹線道路の整備や近隣の観光資源を踏まえた広域エリアとしてのモデルルートづくりを推進します。

2 モニターツアーの開催

●ターゲット別モニターツアーの開催

周遊ルートの参考とするためのモニターツアーを開催し、観光客の属性に伴うニーズや志向を把握します。

●ファミトリップの開催

観光資源のPRを目的に、SNSなどで影響力の高いインフルエンサーや旅行代理店などを対象にファミトリップ（現地視察ツアー）を開催します。

●基本施策4

観光消費を高めるコンテンツづくり

●単位施策（実施計画）と主な取組

1 夜・早朝型観光の推進

●ナイトツーリズムの推進

イルミネーションやライトアップ、エンターテイメントなど、夜型のコンテンツを展開することで、本市への宿泊を促し観光消費につなげていきます。

●早朝型観光の推進

座禅や朝市の開催、スポーツ大会の誘致など、早朝型コンテンツの発掘・ブラッシュアップを図り、本市への宿泊を促し観光消費につなげていきます。

2 イベントやフード観光の推進

●観光イベントの開催

鮎まつりや大道芸といった集客力の強いイベント企画し開催することで、観光消費の拡大とまちのにぎわいづくりを推進します。

●フードツーリズムの推進

グルメイベントの開催やご当地グルメ・食ブランドの開発・PRなど、消費に直結する「食」をテーマにした観光を推進します。



【5】施策の取組目標

指標名	現状値	目標値（令和8年度）	把握・算出方法等
市内の延べ観光客数	2,942,000人 (令和元年)	▶ 3,100,000人	神奈川県入込観光客数調査
飯山・七沢地区の観光客数	784,000人 (令和元年)	▶ 840,000人	神奈川県入込観光客数調査
観光資源の活性化が図れていると思う市民の割合	00% (令和2年度)	▶ 00%	市民実感度調査

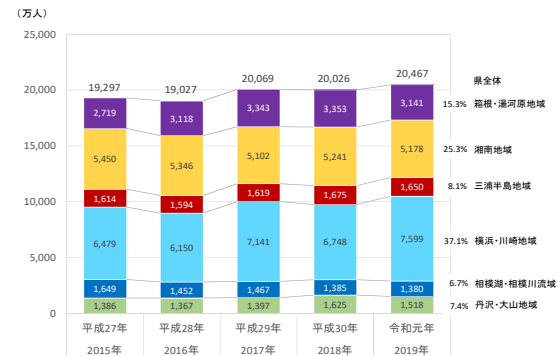
広域観光の推進、関連事業者等との連携

効果的な観光振興を図るため、近隣市町村と連携した広域観光を推進するとともに、観光に携わる団体や事業者等との連携強化を図ります。

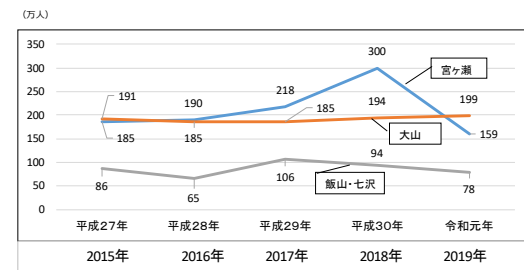
【1】現状

- 1 観光振興の相乗的な効果を図るため、丹沢・大山・宮ヶ瀬といった山なみ地域の市町村が一体となって広域観光に取り組んでいます。特に、丹沢・大山地域では、秦野・伊勢原市と連携し、横浜、鎌倉、箱根に継ぐ、県内第4の観光拠点を目指して取り組んでいます。
- 2 令和元(2019)年の来場客数を見ると、近隣の宮ヶ瀬が約159万人、大山が約199万人に対し、飯山・七沢は78万人と大きく下回っています。
- 3 新東名高速道路の全線開通を始め、リニア中央新幹線の整備計画など、交通インフラの充実を見据えた広域的な観光戦略の展開が求められています。
- 4 一体的な観光振興を進める上で、行政を始め観光関連団体や事業者などが互いの強みをいかして連携するとともに、それを支える個々の担い手の育成が求められています。

■ 県内のエリア別入込観光客数の推移



■ 広域エリアにおける観光拠点の観光客数の推移



【2】課題

- 1 市内の誘客を図る上で、広域エリアとしての魅力を向上させるとともに、エリア内の周遊を強化する必要があります。
- 2 広域観光には、エリアとして一体感を持った情報発信やPR活動に取り組む必要があります。
- 3 広域観光を推進するために、担い手の育成を始め、エリアとしての環境づくりや推進体制をより一層強化する必要があります。
- 4 観光振興には、それに関わる行政や団体、事業者などがそれぞれの役割を持ち、互いの力を合わせて取り組む必要があります。

【3】施策の基本方針

- 1 **広域エリアとしてのブランド・魅力づくり**
丹沢、大山、宮ヶ瀬において、それぞれの良さをいかしつつ、広域エリアとして一体感を持ったブランディングと周遊性の強化を推進します。
- 2 **広域エリアとしての魅力の発信**
広域エリアの魅力を一体的に情報発信することで、エリアとしての知名度の向上を図り、選んでもらえる観光地づくりを目指します。
- 3 **広域観光を推進する人・環境・基盤づくり**
広域観光を推進するための人材や環境・体制といった基盤づくりを推進します。
- 4 **行政、観光関連団体・事業者における役割の明確化と、互いの強みをいかした連携強化**
観光振興に関わる人や団体、事業者などの役割を明確にし、それぞれが持つ強みを一体化させた連携強化を推進します。

【4】施策の体系

●基本施策1

広域エリアとしてのブランド・魅力づくり

●単位施策（実施計画）と主な取組

1 多様な地域資源の磨き上げ

●大山観光の推進

横浜、鎌倉、箱根に続く、県内第4の観光の核づくりとして、大山を中心とした観光振興「平成大山講プロジェクト」を推進します。

●着地型観光商品の開発

丹沢・大山・宮ヶ瀬地域が有する豊かな自然や景観の良さ、歴史、温泉、グルメといったエリアとしての強みをいかしつつ、体験型の観光など観光客のニーズに即した魅力的な観光商品の開発に取り組みます。

2 広域エリアとしての周遊性の強化

●広域観光ガイドマップの作成・活用

広域観光の道しるべとして活用するため、秦野・伊勢原・厚木・愛川・清川の3市1町1村において、エリア内の観光資源や周遊ポイントなどがワンストップで確認できる広域観光ガイドマップを作成します。

●周遊モデルルートづくり

新東名高速道路や圏央道といった幹線道路からの来訪者などを対象に、エリア内での周遊と長時間の滞在を促し、観光消費につなげるための周遊モデルルートづくりを推進します。

3 ブランド化と一体感の醸成

●地域ブランドの構築

丹沢・大山・宮ヶ瀬エリアとしてのブランドづくりを進め、広域エリアとしての一体感を醸成します。



●基本施策2

広域エリアとしての魅力の発信

●単位施策（実施計画）と主な取組

1 一体となったプロモーションの展開

●共通のロゴなどの作成・活用

エリア内で共通するロゴマークやコンセプト、共通ツール（冊子、動画など）を作成し、一体的なプロモーションに取り組みます。



II 広域観光の推進、関連事業者等との連携

● 合同キャンペーンの開催

高速道路のサービスエリアや電車の駅などにおいて、広域観光圏を構成する市町村が合同でキャンペーンを開催し、エリアとして一体となった誘客を推進します。

● ドライブ特集などを活用したメディアプロモーション

雑誌やTVなどのドライブ特集などを活用して、車で遊びに行くエリアとしてのPRと誘客を働きかけます。

2 多様な情報発信媒体の活用

● SNSやWebを中心とした観光PR

インバウンドを含む観光客への情報訴求効果を高めるため、スマートフォンの普及で広がりを見せるSNS（ソーシャル・ネットワーキング・サービス）や、インターネットの閲覧システムであるウェブ（ワールド・ワイド・ウェブ）を活用した観光PRを推進します。

● イメージを高める雑誌等の活用

ライフスタイル紙や旅行雑誌など、観光地としてのイメージやブランド価値を高める媒体を積極的に活用していきます。



3 特産品の新たな販路の確保・推進

● サービスエリアの活用

新東名高速道路の開通を見据え、サービスエリアなど多くの観光客が集まる施設において、広域エリア内の特産品を販売するための販路確保を推進します。

● 基本施策3

広域観光を推進する人・環境・基盤づくり

● 単位施策（実施計画）と主な取組

1 広域観光を支える人材の育成

● 行政職員を対象とした研修

広域観光エリアを構成する自治体職員を対象に研修を実施し、それぞれの市町村が有する資源や地域特性などを共有するとともに、PRや誘客手法などのレベルアップ、職員間の強いネットワークを形成することで一体的な観光振興を推進します。

● 観光事業者等を対象とした研修

広域観光エリアにおける観光客受け入れに当たっての質の向上を図るため、地域の観光事業者等を対象に研修会を実施します。インバウンドの受け入れやSNSの活用などを含めたスキルアップを図ります。



2 観光推進体制の強化

● 推進体制（推進協議会等）の確立

広域観光を継続的なものとするため、施策のモニタリングと課題解決を担う既存組織の機能強化、もしくは新たな協議会等の設立など、推進体制を確立します。

●日本版DMO（観光地域づくり法人）との連携

県北に位置する宮ヶ瀬ダム周辺（飯山・七沢地区が含まれる）エリアの地域づくりに取り組む（公財）宮ヶ瀬ダム周辺振興財団との連携を強化し、丹沢エリアを一体とした広域観光を推進します。

3 広域観光を支える基盤・施設整備の促進

●幹線道路の整備促進

広域観光を支える道路（県道60・63・64・70・603・701号、国道246号バイパス、薬師林道など）の整備に向け、要望活動を展開します。

●多言語案内看板の整備

広域の周遊に欠かせない観光案内看板（多言語）の充実を図ります。

●交通利便性の確保

広域エリア内を往来できる移動手段（二次交通）の確保と、駐車場の整備に向けた調整・連携を図り、観光客の利便性向上に取り組めます。

●基本施策4

行政、観光関連団体・事業者における役割の明確化と、互いの強みをいかした連携強化



●単位施策（実施計画）と主な取組

1 役割分担と連携強化

●観光関連団体等との連携

まちぐるみの観光を目指し、市や観光協会、観光関連事業者、市民グループ、ボランティア、市民など、観光に関わる全ての人や団体などが、それぞれの強みや特性を踏まえて役割を分担し連携して取り組む体制づくりに取り組めます。

●多様なネットワークづくり

さまざまな業種・業態、個人・団体、市内外を問わず多様なネットワークを形成し、観光振興にいかしていきます。

【5】施策の取組目標

指標名	現状値	目標値（令和8年度）	把握・算出方法等
広域エリアの入込客数 （5市町村合算）	12,281,000人 （令和元年）	▶ 13,164,000人	神奈川県入込観光客数調査
広域エリアの観光消費額 （5市町村合算）	26,845,000千円 （令和2年度）	▶ 28,778,000千円	神奈川県入込観光客数調査
広域観光の取組が進んでいる と思う市民の割合		▶	市民実感度調査

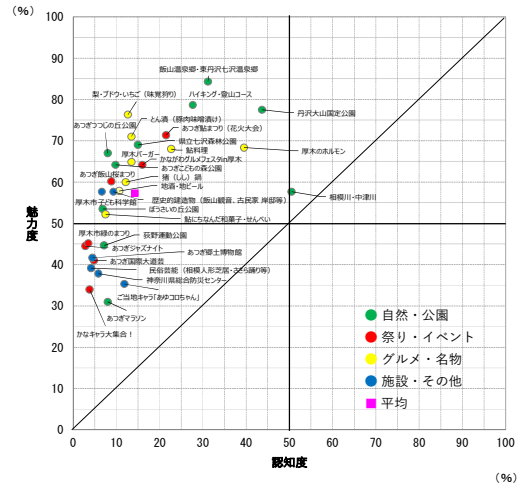
ターゲットを絞ったプロモーション

多様化する旅行者ニーズを把握し、ターゲットを絞った的確なプロモーションを展開することで、誘客強化と観光消費の向上を目指します。

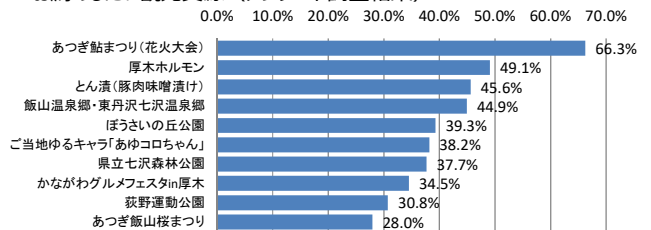
【1】現状

- 1 豊かな自然や飯山・七沢の温泉を始め、鮎まつりや大道芸といったイベント、「鮎料理」や「とん漬」といったグルメなどを中心に、誘客を推進しています。
- 2 近隣都県（東京都、埼玉県、千葉県、静岡県、山梨県）在住者600人を対象に、本市の観光資源の認知度と魅力度を調べた結果（右上表）、「自然・公園」、「グルメ・名物」を中心に3分の2以上の資源が魅力度50%を超えていたのに対し、認知度は8割方が30%未満と低い状況です。
- 3 市民約1,000人を対象に、本市における「お薦めしたい観光資源」を調べた結果（右下表）、「イベント」、「グルメ」、「自然・温泉」といった資源が上位になりました。県外の方が魅力を感じた資源が市民からもお薦めしたい資源と捉えられています。

■ 資源ごとの認知度・魅力度のギャップ（アンケート調査結果）



■ お薦めしたい観光資源（アンケート調査結果）



【2】課題

- 1 誘客を促進するためには、本市の魅力とされる自然やグルメ、イベントを主要なコンテンツとしてプロモーションを展開する必要があります。
- 2 本市の魅力を伝え誘客につなげるためには、ターゲットを絞ったプロモーションが必要です。
- 3 スマートフォンの普及により、情報入手手段が多様化しているため、ターゲットに情報を伝えるための的確な情報発信が必要です。
- 4 誘客の効果を高めるために、公共交通機関と連携し、高い輸送力と利用者数、情報訴求効果などを活用したプロモーションを展開する必要があります。

【3】施策の基本方針

- 1 **客層や志向に合わせた的確なプロモーション**
旅行者のニーズやスタイルなど、タイプに合わせた的確なプロモーションを展開します。
- 2 **多様な情報ツールによる情報発信**
SNSやwebを始め、街頭モニターや横断幕など、多様な情報ツールを活用し、それぞれが持つ訴求力をいかした効果的な情報発信を進めます。
- 3 **交通事業者と連携した誘客促進**
市内に乗り入れる鉄道やバスなどの交通事業者と連携し、利用者の移動動線を踏まえた効果的な誘客を推進します。

【4】施策の体系

●基本施策 1

客層や志向に合わせた的確なプロモーション

●単位施策（実施計画）と主な取組

① ニーズを捉えたプロモーションの実施

●趣味・志向、客層に合わせたプロモーション

温泉、ハイキング、イベント、グルメなど、観光客の好みや志向、ファミリーやカップルなどの客層を捉え、それぞれに求められる観光プログラムを用意し、必要な情報やサービスなどを的確に提供することで誘客促進につなげていきます。

●新たな旅行スタイルの推進

感染症予防の観点から見直された近場での小さな観光（マイクロツーリズム）を始め、テレワーク※から発展した仕事（ワーク）と休暇（バケーション）を融合させたワーケーションなど、時代のニーズを捉えた新たな旅行スタイルを推進し、観光客の誘致拡大を目指します。

※テレワーク…感染症対策の一つで、情報通信技術を活用し、時間や場所を有効に活用できる柔軟な働き方。



② 消費を高めるプロモーションの展開

●観光資源と宿泊施設の魅力発信

宿泊施設の魅力発信と合わせ、体験型コンテンツやご当地グルメ、土産品などと組み合わせることで周遊観光や長期滞在を促し、宿泊客の増加を目指します。

●ビジネス客へのアプローチ

市内に数多く滞在するビジネス客を対象に、飲食や遊戯、長期滞在者向けの小旅行、アクティビティなどを提案し、観光消費につなげていきます。



●基本施策 2

多様な情報ツールによる情報発信

●単位施策（実施計画）と主な取組

① SNSなどICTの積極的な活用

●コミュニケーションツールの活用

観光情報を的確にターゲットに届けるため、現代の主な情報取得ツールであるSNS※1や端末アプリによる情報発信、無線Wi-Fiの整備など、ICT※2を積極活用します。インバウンド向けに、旅行サイトの活用も行います。

※1 SNS…ソーシャル・ネットワーキング・サービスの略。インターネット上で登録した利用者同士が交流できるサービス。

※2 ICT…インフォメーション・アンド・コミュニケーション・テクノロジーの略。通信技術を用いたコミュニケーション技術。



② 観光情報の一元化

● 観光協会ホームページに情報を集約

誰もが、ワンストップで市内の観光情報を入手できるよう、市観光協会のホームページを強化し、情報の一元化を推進します。

● スマートフォンを前提とした情報発信

ホームページからの情報発信においては、観光客などの多くがスマートフォンで情報取得することを前提に、見やすさや利便性を考慮していきます。



③ 訴求効果の高い宣伝・告知

● タイムリーな情報提供によるパブリシティの活用

観光情報の訴求効果を高めるため、プレスリリースやインタビューへの対応を通じてメディアに報道してもらいパブリシティを推進します。メディア報道は、即時性、波及効果、信頼性が最も高いPR手段であり、誘客促進として効果が期待されます。

● 有料広告の効果的な活用

情報内容やターゲットに応じて、テレビやラジオ、雑誌、駅貼りポスターなどへの有料広告を効果的に活用していきます。

● 街頭モニターの活用

人通りが多い駅前などに設置される街頭モニターに、PR動画や電子ポスターを放映し、往来者への情報の刷り込み効果を図ります。ターゲットとするエリアで放映することで、誘客に結び付けます。

● イベントやキャンペーンでの宣伝活動

集客力の高いイベントや、利用者の多い主要駅や高速道路のサービスエリアなどでのビラ配りなど、対面による宣伝活動を効果的に実施します。

● 特産品によるPR

市の特産品や名物などを雑誌やテレビなどのメディアで取り上げてもらうことで、観光資源のPRにつなげていきます。

● フィルムコミッションによる宣伝

テレビドラマや映画、ミュージックビデオなどのロケ地の誘致や撮影支援を行うフィルムコミッション（非営利団体）としての活動を推進し、まちの知名度向上と地域愛着度を高め、観光客の増加につなげていきます。

● マスコットキャラクター等による周知

子どもを中心に人気が高い、市のマスコットキャラクター「あゆコロちゃん」を活用した周知・宣伝活動を推進します。また、市にゆかりがあるタレントやスポーツ選手などに協力いただき、市のイメージ向上を図ります。



●基本施策3

交通事業者と連携した誘客促進



●単位施策（実施計画）と主な取組

1 誘客プロモーションの展開

●交通機関利用者の誘客促進

鉄道・バス・タクシー事業者と連携したプロモーションを展開し、東京や横浜方面の利用者の誘客促進を図ります。



2 旅行プラン・商品の開発

●宿泊事業者と連携した商品開発

鉄道事業者と温泉旅館、あるいはシティホテルなどと連携した宿泊パックなどを企画し誘客につながる商品化づくりを推進します。



3 近隣観光地からの周遊促進

●観光拠点からの周遊プロモーション

バスやタクシーなど、2次交通を担う事業者と連携したプロモーションを展開し、近隣の観光拠点からの周遊を図ります。

●道路事業者と連携したプロモーション

道路事業者と連携し、高速道路のサービスエリアなどでのキャンペーンや観光ガイドの配架などを実施し、自家用車による市内観光地への立ち寄りや周遊を促進します。

【5】 施策の取組目標

指標名	現状値	目標値（令和8年度）	把握・算出方法等
市内への延べ観光客数	2,942,000人 (令和元年)	3,100,000人	神奈川県入込観光客数調査
観光協会ホームページ閲覧数	30,889回 (令和元年度)	回	ホームページ閲覧数
観光情報の発信が充実していると思う市民の割合			市民実感度調査

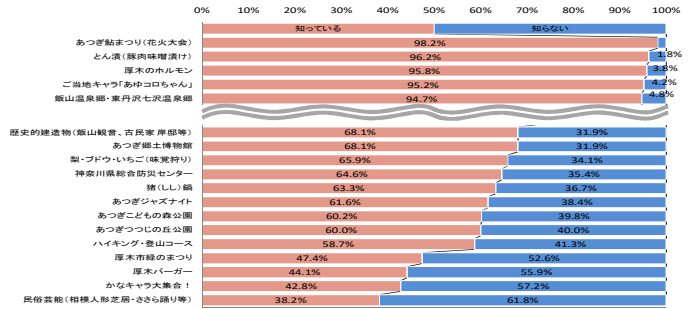
受入環境の整備

本市を訪れる全ての観光客にとって安心して便利に過ごせる居心地の良い環境づくりを推進します。

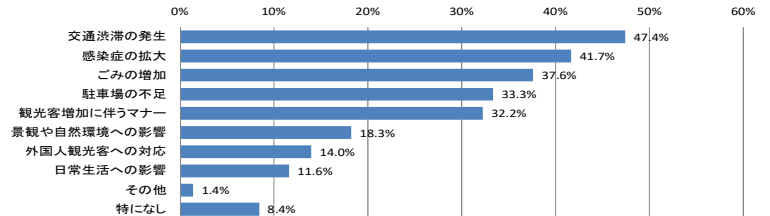
【1】現状

- 1 観光事業者を始め、観光関連団体、行政、ボランティアなどが連携し、受入環境の向上に取り組んでいます。
- 2 市内の主要な観光資源については、ある程度市民の間で認知されているものの、未だに地元の資源を知らないという方も少なくありません。
- 3 近年、アジア系を中心に外国人観光客が増加していますが、市内の飲食店などでは、まだまだ外国語表記や対応などの受入環境の整備が進んでいない状況です。
- 4 交通渋滞への対応や感染症の予防を始め、災害対策や事故防止など、快適で安心・安全な観光地づくりが求められています。

■ 市民の市内観光資源の認知度（市民アンケート調査結果）



■ 観光客が訪れることで考えられる課題（市民アンケート調査結果）



【2】課題

- 1 選んでもらえる観光地となるためには、観光事業者はもちろん、そこに暮らす人々全員がまちの魅力を理解して発信し、おもてなしの心を持って観光客を受け入れる意識の醸成が必要です。
- 2 訪日外国人の誘客を推進するためには、外国人が過ごしやすく魅力を感じられる環境を整える必要があります。
- 3 感染症予防や災害対策など、観光客が安心・安全に滞在できる施策と体制を整える必要があります。

【3】施策の基本方針

- 1 **観光客を受け入れる側の意識・おもてなしの醸成**
観光客から「来て良かった」、「また来てみたい」と思われる観光のまちづくりを目指し、市民総ぐるみによるおもてなしの醸成を図ります。
- 2 **訪日外国人にとって居心地の良い環境づくり**
多言語化による表示・案内を始め、伝統文化や体験を主体としたコンテンツづくりなど、訪日外国人のニーズに合わせた環境づくりを推進します。
- 3 **観光客の安心・安全確保のための体制づくり**
交通環境の整備を始め、感染症や災害、事件・事故などから観光客を守るための施策や体制を整え、安心・安全な観光地づくりを推進します。

【4】施策の体系

●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

●単位施策（実施計画）と主な取組

① おもてなしの醸成

●観光に対する市民意識の醸成

観光や歴史、文化といった自分が暮らすまちの魅力を理解し愛着を持って観光客を受け入れてもらえるよう、市民に対する観光PRを強化するほか、学習機会の提供や研究者による講演会などを通じて、観光意識の向上を図ります。

●小中学生への観光教育の推進

小中学校と連携し、「未来のあつぎ」を担う子どもたちが地域の魅力や観光の役割について学ぶ機会を提供します。

●観光関連事業者のスキルアップ

観光客への接待やサービス、姿勢など、観光関連事業者を対象としたスキルアップ研修を実施し、事業者全体としての受入環境の向上に取り組みます。

●観光ガイドの育成

市内の観光案内に取り組む厚木観光ボランティアガイド協会の活動を支援するとともに、外国人観光客への対応やサイクルガイドといった一定のスキルを有する有償ガイドの育成も進めていきます。



② 市民協働による観光のまちづくり

●既存イベントへの市民参加の推進

「あつぎ鮎まつり」や「あつぎ国際大道芸」を代表とする市内のイベントを市民参加で盛り上げていくことで、観光客の誘致拡大につなげていきます。

●企業の観光まちづくりへの参加

市内企業において、見学コースやファクトリーショップ（工場直営店）の設置、経営者による講演会の開催、製品のPR展示など、企業の観光まちづくりへの参加を推進します。

●自治会との連携

祭りやイベント、環境美化など、地元コミュニティを支える自治会との連携を強化していきます。



③ 環境美化の推進

●ごみの無いきれいなまちづくり

市民による清掃活動や花や緑を増やす活動を支援するほか、イベントにおけるごみと資源の分別回収に取り組むなど、ごみの無いきれいなまちづくりを推進します。

●環境保護活動への支援

豊かな自然環境を守るため、丹沢・大山などの自然保護団体への活動を支援します。



IV 受入環境の整備

●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

●単位施策（実施計画）と主な取組

1 言語バリアフリーの推進

●パンフレットや店舗看板等の多言語化

店舗の看板やメニュー、パンフレットなど、英語はもちろん、中国語（簡体字・繁体字）、ハングルなどを併記し、世界基準の表示・表記となるよう、事業者の支援を推進します。

●多言語による観光情報の発信

外国人の誘客を図るため、イベントや観光スポットなどの観光情報をホームページやSNSなどを活用して発信します。



2 ユニバーサルツーリズムの推進

●誰もが快適に楽しめる観光の推進

年齢や性別、国籍、障害の有無などに関係なく、全ての人が快適に安心して楽しめるバリアフリーの観光（＝ユニバーサルツーリズム）を推進し、観光地としての質の向上を図ります。

●バリアフリー化のまちづくり

誰もが安心して過ごせるまちを目指し、歩道や公園、トイレなどのバリアフリー化を推進します。

3 インバウンド誘客の推進

●外国人向けコンテンツの提案

寺社仏閣といった日本古来の伝統文化を始め、お茶や座禅、武道などの体験物、写真映える美しい景色など、外国人に好まれるコンテンツを提案し、誘客につなげていきます。

●外国人向けプロモーション

有名旅行サイトへの掲載を始め、米軍施設などへの働きかけ、在日外国人を通じたクチコミによるPRなど、外国人観光客の誘致に向けたプロモーションを推進します。



●基本施策3

観光客の安心・安全確保のための体制づくり

●単位施策（実施計画）と主な取組

1 快適な環境づくり

●交通環境の整備

観光客の交通利便性を高めるため、渋滞の緩和や駐車場の整備など交通環境の向上に取り組めます。



● 感染予防対策の徹底

観光施設やイベントなどにおいて、国や県が示すガイドラインに基づいた感染症の予防策を徹底し、全ての観光客が安心して利用できる受入体制を整えます。

● 観光施設の維持管理

ハイキングコースやトイレ、展望台など、観光客が快適に利用できる観光施設として、適切な維持管理に努めます。



2 安全情報の発信

● 情報開示による安全状況の発信

感染症や災害、事件・事故に関する対策など、観光客にとって安心できる情報を積極的に発信し、安全な観光地として誘客につなげます。

3 安心・安全な体制づくり

● 緊急時対応の強化

観光協会や観光関連事業者、行政などが連携し、災害等の発生時における観光客への対応などを強化し、いざという時に備えます。

● 緊急時における応急対応体制の整備

災害などの緊急時において、観光協会等への情報提供を通じて、迅速かつ的確な応急対応を実施できる体制を整え、市民や市内を訪れた観光客の安心・安全の確保に努めていきます。



【5】 施策の取組目標

指標名	現状値	目標値（令和8年度）	把握・算出方法等
市内観光客における受入環境の満足度	00%	00%	神奈川県入込観光客調査におけるアンケート調査

第5章

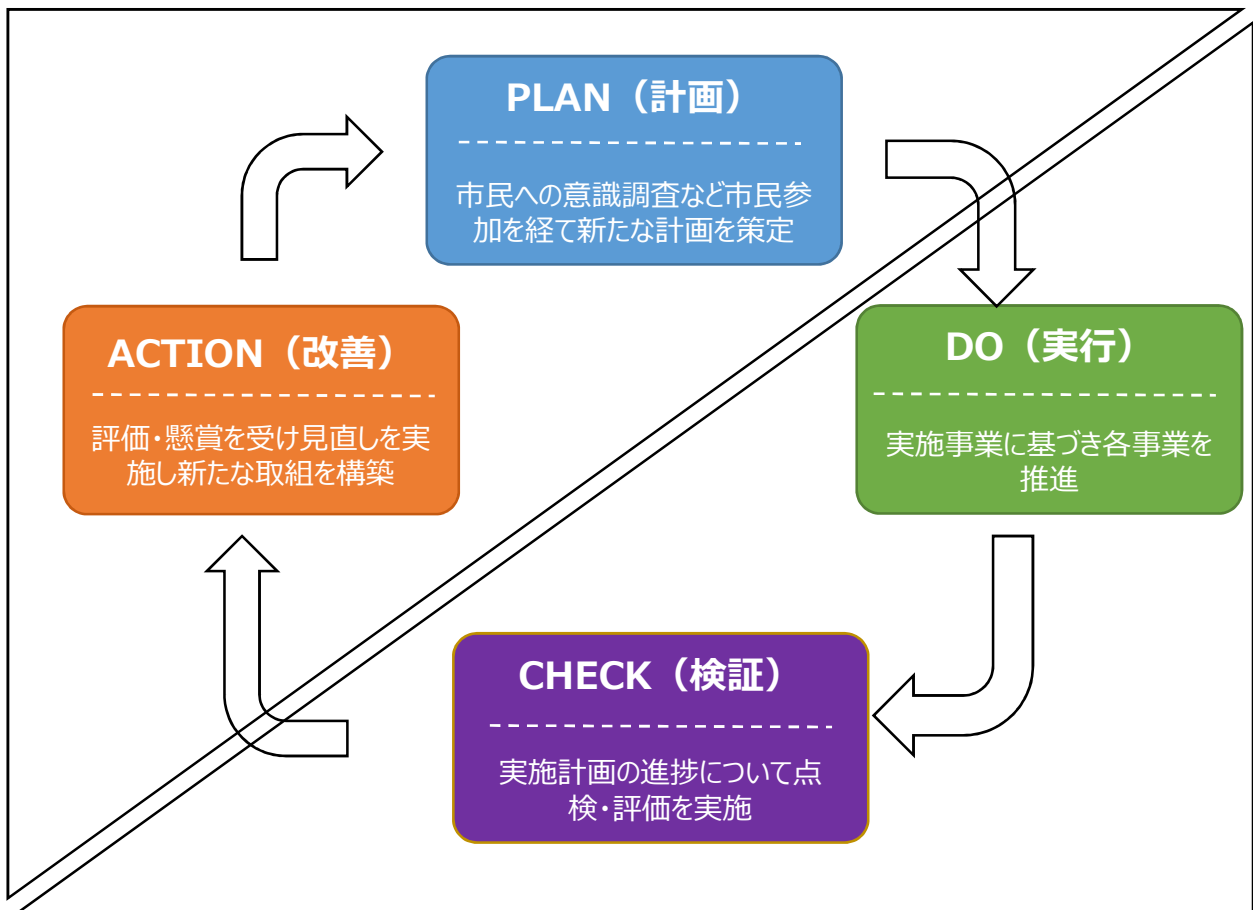
取組の姿勢

- 1 計画の進行管理と推進体制
- 2 積極的な事業の見直し

第5章 取組の姿勢

1 計画の進行管理と推進体制

本計画の効果的・効率的な進行管理を行うため、P（Plan）D（Do）C（Check）A（Action）に沿った進行管理を実施します。P（計画）とA（改善）については、主に行政が主体的に実施しますが、D（実行）については、行政だけではなく関係団体等と役割分担を決めて実施する場合があります。



* 関係団体との役割分担について

観光の振興に係る事業の実施については、関係諸団体等と役割を分担して実施した方が効果的・効果的な場合があります。実施事業の取組については、必要に応じて厚木市観光協会などの役割分担を明確にしていきます。

2 積極的な事業の見直し

上記の図におけるC（検証）については、自治基本条例第15条の規定に基づき、市民が参加する評価として、観光振興推進委員会から実施事業の進捗状況や目標の達成度などについて、意見を聴きながら点検・評価を実施することとします。

○資料編へ掲載予定事項

- 厚木市観光振興条例
- 厚木市観光振興推進委員会規則
- 厚木市観光振興推進委員会委員名簿
- 計画の策定過程
- 厚木市観光協会の主な取組（平成 29（2017）年度～令和元（2019）年度）
- 厚木市観光振興計画関連事業施策体系図

案

資料 2

令和2年11月 日

厚木市長 小林 常良 様

厚木市観光振興推進委員会
委員長 岸 康人

第2次厚木市観光振興計画の策定について（答申）

令和2年7月30日付けをもって諮問のありました第2次厚木市観光振興計画を策定することについて、慎重に審議した結果、別紙のとおり答申いたします。

第2次厚木市観光振興計画の
策定について
答 申

厚木市観光振興推進委員会

令和2年11月 日

答 申

第1次厚木市観光振興計画は、平成24年度から令和2年度までの9年間を計画期間とし、基本目標である「自然と都会をつなぐ都市（まち）」の実現に向け、「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）」という三つの戦略を掲げ、着実に取り組んできました。

こうした中、厚木市を取り巻く社会環境・経済環境は大きく変化してきておりますが、厚木市観光振興条例に基づく観光振興の基本的な指針となる計画は、計画に位置付けた具体的施策に基づき、前述の三つの戦略に取り組み、その結果、観光客消費額が増額するなど、一定の成果を上げている状況です。

新型コロナウイルス感染症拡大の影響等、今後も、予期することが難しい社会環境・経済環境の変化に対応するためには、観光事業者や観光関係団体、行政等が一体となって取り組み、効果的な施策を実施すべく厚木市独自の観光振興の在り方を構築していく必要があります。

そこで、示された計画の案では、「集客促進による観光消費額の拡大」という目指すべき目標を掲げ、厚木市全体の観光振興の継続と様々な変化に対応できる環境づくりに取り組もうとしていることは、今後の観光振興を進めるに当たって評価できます。

なお、計画の策定に当たっては、次の点に留意いただくとともに、今後実施される予定のパブリックコメントの意見を踏まえ、市民の声を反映させた計画となるよう努められたい。

また、審議過程における意見のうち、本答申に示し得なかった個別の取組に対する意見については、実施計画の策定や取組を実施する中でいかされることを望む。

1 全体について

- (1) 将来を見据えた観光振興を図る取組とされたい。
- (2) 新型コロナウイルスなど感染症の影響を考慮した内容とされたい。

2 目指すべき事項について

第10次総合計画が掲げている将来都市像「自分らしさ輝く 希望と幸せあふれる 元気なまち あつぎ」と「六つのまちづくりビジョン」の理念や施策の方向性を踏まえ、目指すべき事項を「集客促進による観光消費額の拡大」としていることについては、観光振興による地域活性化を果たすことが必要であることから望ましいものとする。

3 計画の体系及び施策について

(1) 計画について

現計画では、基本施策について三つの戦略とそれに従った七つの柱の体系が存在しているが、四つの基本方針にまとめ個別の具体的施策に取り組む計画になったと考える。

(2) 体系について

四つの基本方針の並び順を、優先順位一つ目を「観光資源のブラッシュアップ・再発掘」、二つ目を「広域観光の推進、関連事業者等との連携」、三つ目を「ターゲットを絞ったプロモーション」、四つ目を「受入環境の整備」とされたい。

(3) 施策について

「新型コロナウイルス対策」ではなく汎用性を持たせるため「感染症対策」として記載されたい。また、情報発信の強化による観光資源のPR・宣伝、開催される予定の東京オリンピック・パラリンピックに関連する内容も盛り込むべきである。

(4) 見直しについて

計画期間中に社会情勢等の変化により取組内容自体がそぐわない事態が生じた場合は、その都度、本委員会に諮り、施策等の見直しを図ること。

4 計画の進捗管理について

PDCAサイクルに基づいた適切な管理を行うため、毎年度、事業の進捗状況や目標の達成度などについて本委員会に報告するとともに、市ホームページ等で公開し、広めるよう努められたい。

○委員会での意見抜粋

- ・感染症全般を考慮した内容とする。
（・・・受入環境整備）
- ・東京オリンピック・パラリンピックに関連した内容も、盛り込むべき。
（・・・受入環境整備）
- ・広域観光の推進を基本方針の 2 番目にする。
（・・・広域観光の推進、関連事業者等との連携）
- ・近隣市町村との連携強化。
（・・・広域観光の推進、関連事業者等との連携）
- ・道路整備等ハード面での受入整備。
（・・・広域観光の推進、関連事業者等との連携）
- ・観光資源の PR など情報発信強化。
（・・・ターゲットを絞ったプロモーション）