

第2次 厚木市観光振興計画

ま ち
～ 自然と都会をつなぐ都市 ～



令和3（2021）年3月
厚木市

目次

第1章	計画の策定に当たって	1
1	策定の趣旨	2
2	計画の位置付け	2
3	計画期間	4
4	厚木市観光振興計画の総括	5
第2章	策定の背景	7
1	観光を取り巻く現状	8
2	調査に見る本市の現状	16
3	計画策定において重視すべき視点	21
第3章	目指すべき事項	23
1	目指すべきビジョンと目標	24
2	計画の目標値	24
3	基本方針	25
第4章	施策体系及び展開	27
1	観光資源のブラッシュアップ・再発掘	30
2	広域観光の推進、関連事業者等との連携	34
3	ターゲットを絞ったプロモーション	38
4	受入環境の整備	42
第5章	取組の姿勢	47
1	取組を推進する体制づくり	48
2	関係団体の役割分担	48
3	計画の進行管理	49
4	積極的な事業の見直し	49

資料編 51

■ 厚木市観光振興条例	52
■ 厚木市観光振興推進委員会規則	54
■ 厚木市観光振興推進委員会委員名簿	55
■ 計画の策定過程	55
■ 厚木市観光協会の主な取組	56
■ 第2次厚木市観光振興計画関連事業一覧	58

用語解説 68

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「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」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3,188万人に達しました。さらに国内外では平成27（2015）年9月の国連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、目標達成に向け様々な取組が進められています。

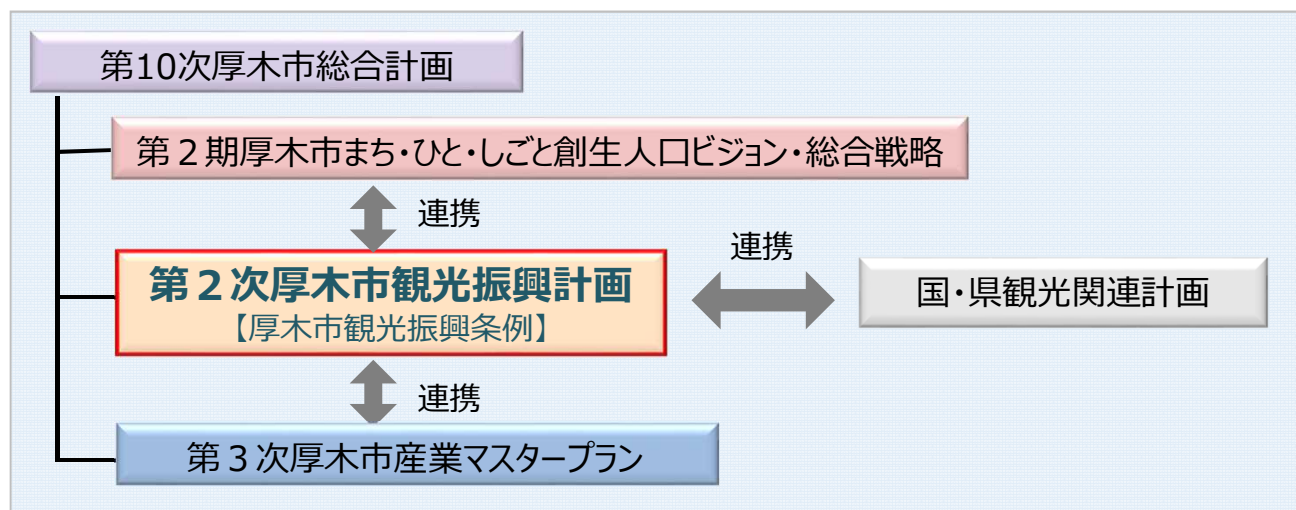
また、国内の観光需要においては、趣味に特化した旅行の増加や体験・健康志向の高まりなど旅行形態の変化を始め、外国人観光客の増加やスマートフォンの普及による旅行情報の入手がSNS主体になるなど、旅行者ニーズが多様化してきました。加えて令和2（2020）年に流行した新型コロナウイルス感染症の影響により、訪日外国人が激減したほか、国内旅行においても新しい生活様式に対応するなど、観光を取り巻く環境が大きく変化しました。

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、交通インフラの拡充により旅行者を含めた交流人口の増加が期待されています。特に、新東名高速道路の全線開通にあたっては、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。

こうした中、令和2（2020）年度をもって現行の計画の取組期間が満了を迎えることにあわせ、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～）

今後のまちづくりの指針となる「第10次厚木市総合計画」では、「自分らしさ輝く 希望と幸せあふれる 元気なまち あつぎ」を将来都市像とし、その実現に向けて六つのまちづくりのビジョンを定め、取組を進めることとしています。その中で、観光の振興は「人が集い、交流し、新たな価値を生むまち」に位置付ける基本施策の一つとして、重要な役割を担っています。基本施策では、施策の方向に「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」を位置づけています。

まちづくりのビジョン	基本施策	施策の方向
人が集い、交流し、新たな価値を生むまち	観光の振興	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・しごと創生人口ビジョン・総合戦略（令和3（2021）年4月～）

将来の人口減少を克服するための施策をまとめた「第2期厚木市まち・ひと・しごと創生人口ビジョン・総合戦略」では、基本目標1に「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」としており、その具体的な施策として「関係人口を創出し、あつぎの魅力を全国に発信する」としています。その主な取組の中に、「観光地の魅力の創出」や「あつぎの魅力の発信力強化」が位置付けられています。

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」としており、その実現のため「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」の三つを目標に掲げています。

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	目指すべき事項を実現するための3つの目標
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

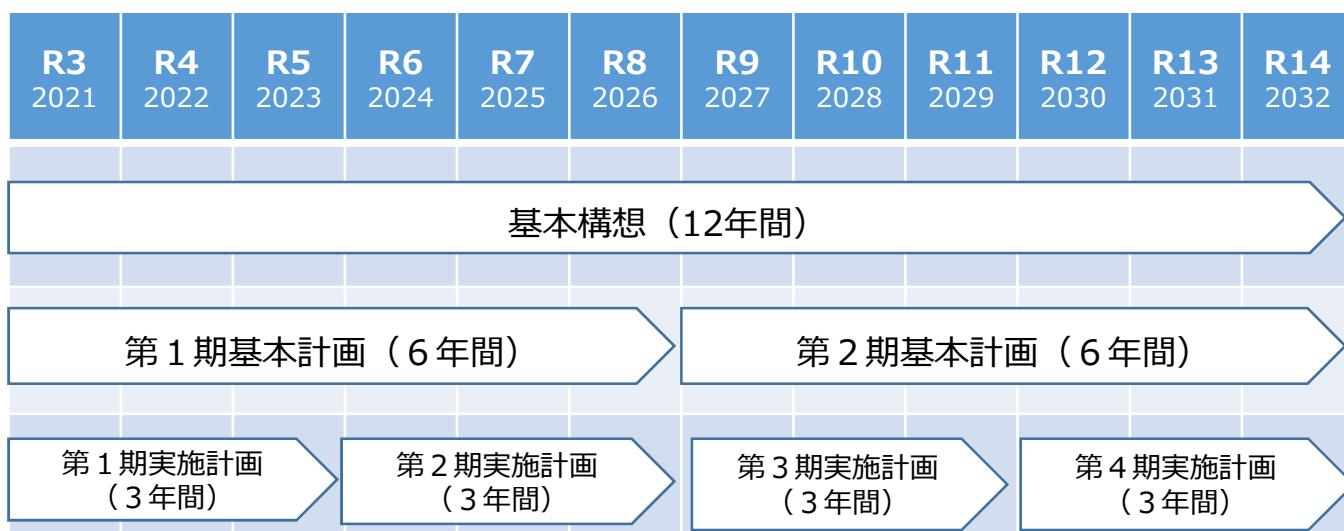
3 計画期間

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あわせ、令和3（2021）年度から令和8（2026）年度までの6年間を取組期間とします。

なお、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。



【第2次厚木市観光振興計画の期間】



4 厚木市観光振興計画の総括

(1) 目標の達成状況

本市では、現行計画の三つの戦略と七つの柱を踏まえ、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、観光消費額が増額するなど、一定の成果を上げてきました。

しかしながら、観光消費額は目標を達成しているものの、観光客数と宿泊客数については達成していない状況です。理由として、観光資源のマンネリ化に伴う魅力の低下や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などが要因として考えられます。

また、宿泊客については、ビジネスホテルと比較して温泉旅館の減少が目立っており、宿泊施設としての魅力だけでなく、観光地としての集客力が低下しているものと考えられます。

【達成状況】

指標名	現状値※1 令和元（2019）年	目標値 令和2（2020）年	達成率※2
延べ観光客数	2,942,000人	4,500,000人	65.4%
延べ宿泊客数	292,000人	364,000人	80.2%
観光消費額	173億円	170億円	101.8%

※1 現状値：神奈川県入込観光客調査

※2 計画最終年度（令和2（2020）年度）の目標値に対する現状値の達成率

(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。それぞれの戦略における主な取組は次のとおりです。

ア 情報発信（あつぎを楽しむ人へ）

「柱1）自然と都市（都会）をつなぐ観光資源の再編さん」、「柱2）観光客の実態把握の推進」、「柱3）ターゲットを絞った情報発信力の強化」を軸に施策を展開してきました。

(ア)「柱1）自然と都市（都会）をつなぐ観光資源の再編さん」

街かど大道芸など、タウンレジャーを楽しめる観光まちづくりの推進、全ての人が快適に過ごすことができる、歩道や公園バリアフリー化やトイレの快適性の向上など、まちなかを中心にユニバーサルデザインの観点に立った取組を実施しました。

また、飯山・七沢地区の森林の癒やし効果により、健康増進やリハビリテーションに役立てる森林セラピー®基地を活用し、健康づくり大学や森林セラピー®などの体験プログラムを実施するほか、「あつぎ食ブランド（OECフード）」の認定とPRを実施しました。

(イ)「柱2）観光客の実態把握の推進」

観光客の実態把握のため、入込観光客調査や観光に関するモニター調査を実施しました。

第1章 計画の策定に当たって

(ウ)「柱3」ターゲットを絞った情報発信力の強化」

SNS（フェイスブック「あゆコロちゃん」）を始め、市広報番組「あつぎ元気Wave」や市・観光協会ホームページの活用、テレビや新聞、情報誌などへの情報提供により多様な情報発信を展開しました。

イ 内なる醸成（あつぎに暮らす人へ）

「柱4）観光への市民参加の促進」、「柱5）観光まちづくりのための多様な場面設定」を軸に施策を展開してきました。

(ア)「柱4）観光への市民参加の促進」

市民による清掃活動や学校等での環境教育に取り組むとともに、祭りやイベント、環境美化など地元自治会と連携した市民参加を促すことにより、地域の活性化を図ってきました。

また、大型バスを利用して本市から出発する、また訪れる観光客に対応するため、中心市街地に大型バス発着所（駐車場）を確保しました。

(イ)「柱5）観光まちづくりのための多様な場面設定」

厚木の観光・歴史・文化の学習機会を提供するため、「あつぎ協働大学」の開設を始め、観光客の増加や地域活性化につなげるための「フィルムコミッション事業」の推進、「あつぎ市民芸術文化祭」などを実施しました。

また、厚木市観光協会や宮ヶ瀬ダム周辺振興財団（観光地域づくり法人（地域連携DMO））など観光関連団体と連携した観光振興を推進しました。

ウ 外との連携（あつぎとつながる人へ）

「柱6）広域観光の拠点としての可能性を追求」、「柱7）国際観光の取組強化」を軸に施策を展開してきました。

(ア)「柱6）広域観光の拠点としての可能性を追求」

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年度予定）に向けた広域観光振興戦略を策定しました。

(イ)「柱7）国際観光の取組強化」

インバウンドへの対応に向け、英語や中国語、韓国語といった多言語で表記したパンフレットを作成しました。

また、友好都市である糸満市で開催された「糸満フェア」での厚木の名産品販売や、海外友好都市であるニューブリテン市、揚州市、軍浦市からの訪問団の受入れ及び派遣事業を実施し、市民相互の交流促進を図ってきました。

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2章 策定の背景

1 観光を取り巻く現状

(1) 観光を取り巻く社会経済環境の変化

ア 人口減少、少子高齢社会の到来

我が国の人口は、平成27（2015）年の1億2,709万人から、およそ50年後の令和47（2065）年には8,808万人まで減少すると推計されている。人口の減少による経済活動の縮小が予想される中、観光にスポットを当てた交流人口の増大による地域経済活性化への効果が期待されています。

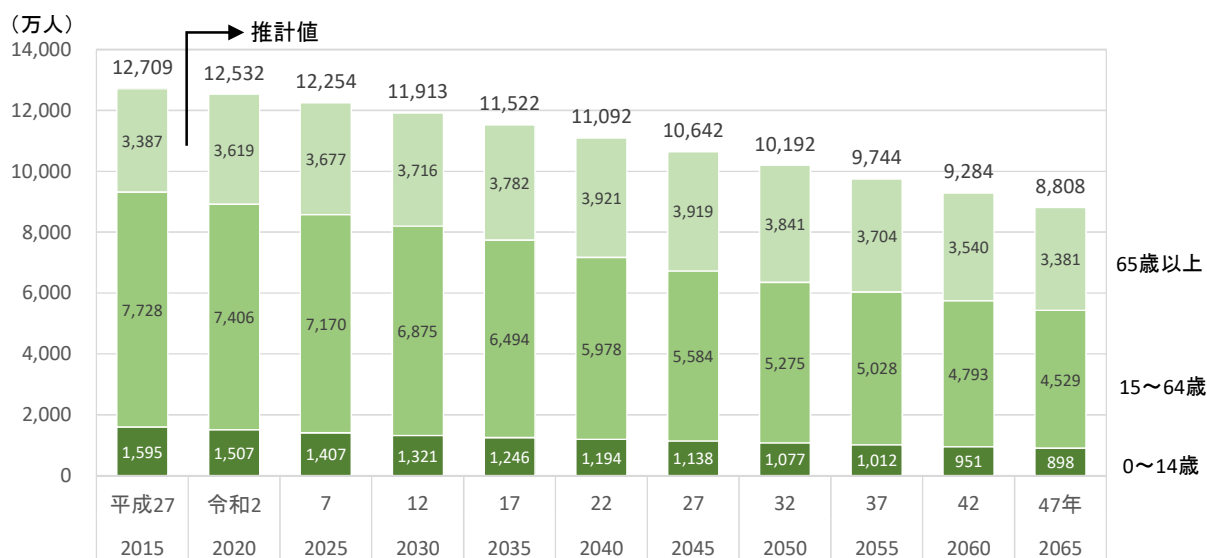
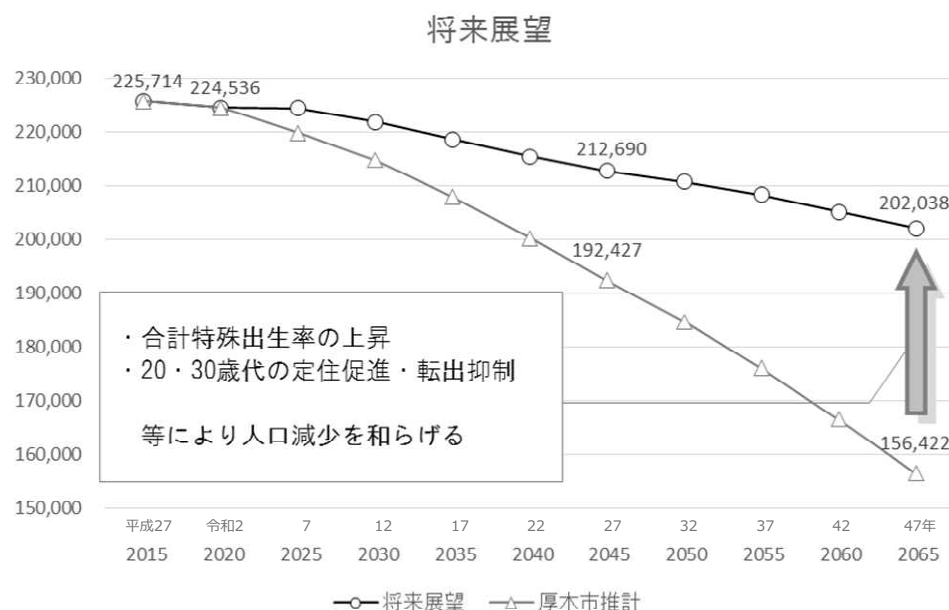


図1 日本の将来推計人口

出典：国立社会保障・人口問題研究所（平成29年推計）

これに対し、本市の人口は、令和27（2045）年では192,427人、令和47（2065）年では156,422人となることが見込まれており、合計特殊出生率の上昇や20・30歳代の転入促進・転出抑制等に取り組むことで実現することができる人口の将来展望として、令和47（2065）年の目標人口を202,038人としています。



厚木市作成（令和2（2020）年9月）

イ 地域活性化と観光の捉え直し

人口減少や高齢化が進む中、農林漁業や商業など地場産業の衰退が目立つとともに、地域経済においては産業構造の変革に伴い雇用の不安定化や地域産業の縮小が懸念されています。

こうした状況に対応するため、今までの観光を捉え直し、観光振興による交流人口の拡大や地域の活性化を図ろうとする動きが強まりつつあります。地域づくりと観光を連動させ、観光交流による地域活性化や地域経済の底上げ、地域の誇りの醸成などを目指す「着地型観光」や「滞在交流型観光」の推進に向けた取組が進められています。

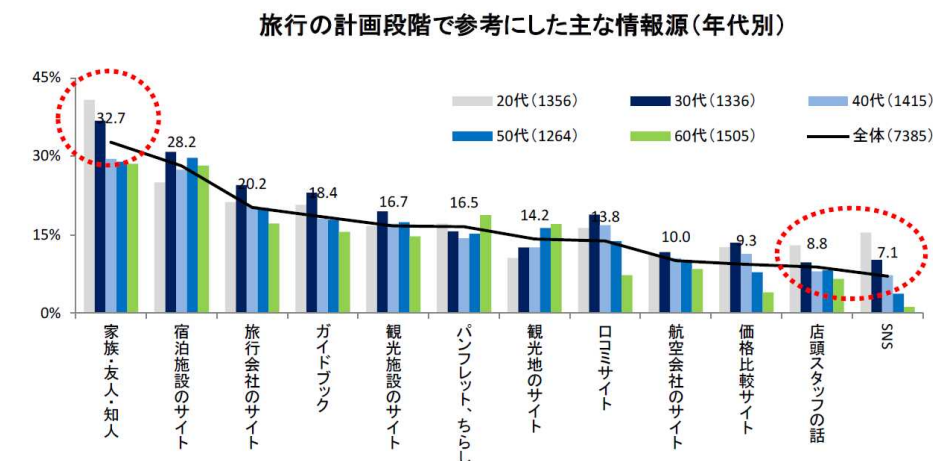
ウ 交通ネットワークの拡充

鉄道関連については、北陸新幹線や北海道新幹線が開通するなど、新幹線の高速度鉄道ネットワークが整備されつつあります。また、航空関連については、首都圏空港の機能強化を図るため、東京国際空港（羽田空港）の国際線旅客ターミナルビルの拡張、成田国際空港のLCC（格安航空会社）ターミナルの整備等により、両空港の年間合計発着枠75万回化を達成しています。また、両空港の更なる機能強化に向け、東京国際空港（羽田空港）では国際線の増便が進められ、成田国際空港においては、滑走路の建設、延伸や夜間の飛行制限時間の短縮の検討が進められています。

一方、高規格幹線道路ネットワークについては、平成28（2016）年度に首都圏中央連絡自動車道（圏央道）の約9割が開通し、東名高速道路から中央・関越・東北・常磐・東関東自動車道までつながったことで、都心の渋滞を避けて、定時性、定速性を保ちつつ目的地に行けるようになり、観光交流の推進に寄与しています。また新東名高速道路は、令和2（2020）年に伊勢原ジャンクションから伊勢原大山インターチェンジまでが開通し、令和5（2023）年度までに残りの静岡県内の御殿場ジャンクションまでが完成予定となっており、各地の主要拠点間が高速道路によってつながることで、観光地へのアクセスが多様化します。

エ ICTの進展による情報発信の多様化

宿泊旅行の目的地を決定する際に参考にする主な情報源は、「家族・友人・知人」（32.7%）、「宿泊施設の観光サイト」（28.2%）が上位ですが、従来からある「ガイドブック」（18.4%）や「パンフレット・チラシ」（16.5%）も少なくありません。一方、割合は少ないものの「SNS」が年々増加傾向にあり、20代では15%を超える利用率となっています。旅先で旅行者同士がSNSを介して情報交換する場面も増えており、今後は、ICTの進展に対応した効果的な情報発信を進めることが重要となっています。



JTB総合研究所

図3 国内旅行を計画する段階で参考にした情報源（2018年・年代別）

出典：進化し領域を拡大する日本人の国内旅行（2019）（JTB総合研究所）

第2章 策定の背景

オ 感染症発生に伴う新たな観光スタイル

令和2（2020）年初頭から、新型コロナウイルス感染症の世界的な感染拡大により、予防策となる「新しい生活様式」に対応した、安心・安全な観光スタイルの構築が求められています。こうした中、多くの人が集まる有名な観光地を避け、近場を少人数で楽しむ“小さな旅”（マイクロツーリズム）が注目を集めています。感染症の予防だけでなく、地元の魅力を再発見してもらう新たな観光の形として期待されています。

カ 令和3（2021）年東京オリンピック・パラリンピックの開催

令和元（2019）年にラグビーワールドカップが開催されるなど、日本国内での国際スポーツ大会の開催が相次いでおり、令和3（2021）年には東京オリンピック・パラリンピックの実施が予定されています。これを機に、海外や国内からの旅行者の増大が期待されています。

キ 観光ニーズの多様化と変わる観光スタイル

近年、個人の価値観の多様化に伴い、観光客のニーズは従来の「見て」、「遊んで」、「食べて」、「泊まって」という旅行スタイルから、自然や景観、街並み、歴史、産業など特色ある地域資源を「体験」したり、地元の人との「ふれあい」を楽しんだり、これまでにない観光スタイルを望む観光客が増えています。そのため、地域らしさ、地元ならではの体験をセールスポイントにした地元企画型の観光商品づくりが全国各地で広がっています。また、旅行者の旅先での行動については、上位から「自然の風景を見る」（35.4%）、「温泉浴」（28.5%）、「名所・旧跡を見る」（26.8%）の順になっています。

一方、近年の観光形態を見ると、家族、友人、知人等と少人数で出かける個人旅行が主流になっており、旅行全体の個人旅行が占める割合は8割強となっています。

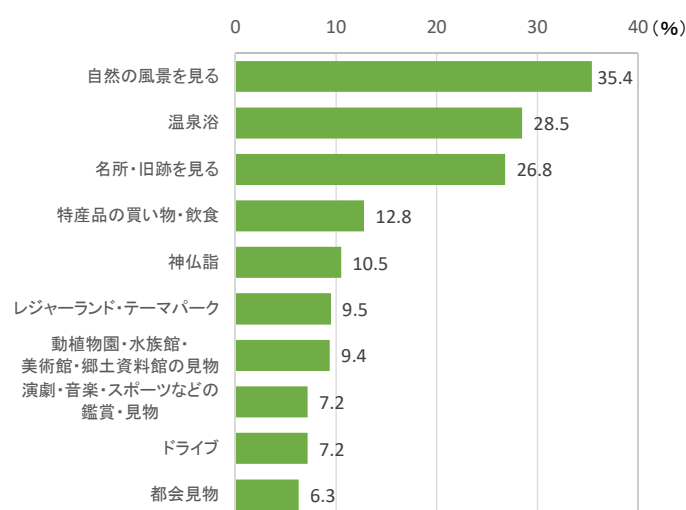


図4 宿泊観光旅行の旅先での行動トップ10（2018年度）

出典：数字が語る旅行業2020（日本旅行業協会）

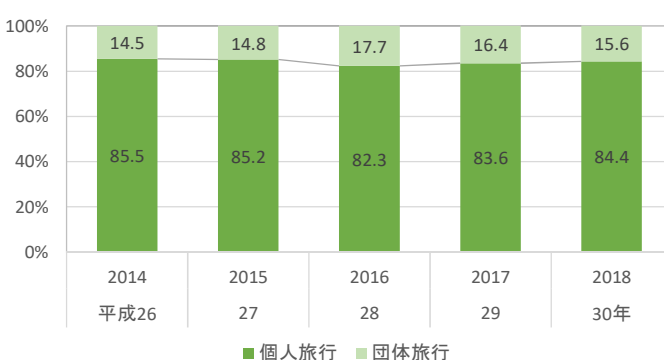


図5 旅行形態別のシェア

出典：旅行年報（日本交通公社）

(2) 国・県等における観光の取組

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（2020）年）≫

指標	目標値	実績値【参考】※
国内旅行消費額 (出典：観光庁 旅行・観光消費動向調査)	21兆円	21.9兆円
訪日外国人旅行者数 (出典：JNTO 年別 訪日外客数, 出国日本人数の推移)	4,000万人	3,188万人
訪日外国人旅行消費額 (出典：観光庁 訪日外国人消費動向調査)	8兆円	4.8兆円
訪日外国人旅行者に占めるリピーター数 (出典：国土交通省 交通政策審議会第38回観光分科会資料)	2,400万人	2,047万人
訪日外国人旅行者の地方部における延べ宿泊者数 (出典：観光庁 宿泊旅行統計調査)	7,000万人泊	4,309万人泊

※実績値【参考】は令和元（2019）年の実績値

イ 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。

観光を取り巻く環境の変化に対応するため、平成31（2019）年3月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（2021）年）≫

指標	目標値	実績値【参考】 ※1
観光消費額総額 (出典：神奈川県 令和元年度第1回神奈川県観光審議会資料)	1兆3000億円	1兆705億円 ※2
入込観光客数 (出典：神奈川県 入込観光客調査)	2億1,000万人	2億467万人
延べ宿泊者数 (出典：観光庁 宿泊旅行統計調査)	2,500万人泊	2,388万人泊
外国人延べ宿泊者数 (出典：観光庁 宿泊旅行統計調査)	300万人泊	325万人泊

※1 実績値【参考】は令和元（2019）年の実績値

※2 平成30（2018）年の実績値

第2章 策定の背景

ウ 周辺地域の観光振興戦略

(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)

【概要】

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。

「目指すべき目標と目標を達成するための取組」

目指すべき目標		目標を達成するための取組
I	入込観光客数の増加	広域観光エリアとしての魅力づくり・ブランドづくり
II	宿泊者数の増加	広域観光エリアとしての魅力の発信
III	観光消費額の拡大	広域観光を推進する人・環境・基盤づくり

(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)

【概要】

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。3つの基本戦略と観光振興面で長期的かつ持続的な影響を及ぼすことが予想される「リニア中央新幹線の関東車両基地の観光資源化」を重点戦略に位置付けています。

「基本戦略と重点戦略」

基本戦略		重点戦略
基本戦略1	魅力づくりと地域内消費の拡大	リニア中央新幹線の関東車両基地の観光資源化
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	
基本戦略3	観光振興を支える基盤の強化	

(3) 本市の観光の現状及び動向

本市の入込観光客数は、過去5年間を振り返ると、日帰り客、宿泊客ともに減少傾向にあります。その理由は、観光資源の魅力の低下や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などが要因として考えられます。

また、宿泊客については、ビジネスホテルと比較して温泉旅館の減少が目立っており、宿泊施設としての魅力だけでなく、観光地としての集客力が低下しているものと考えられます。

一方、観光消費額については、宿泊や飲食、大型イベントでの消費が安定していることもあり、令和元(2019)年は目標値でもある170億円を維持している状況ですが、このまま宿泊客などの減少が続いた場合、次年度の目標を達成できない可能性があります。それぞれの現状・動向については次のとおりです。

ア 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。

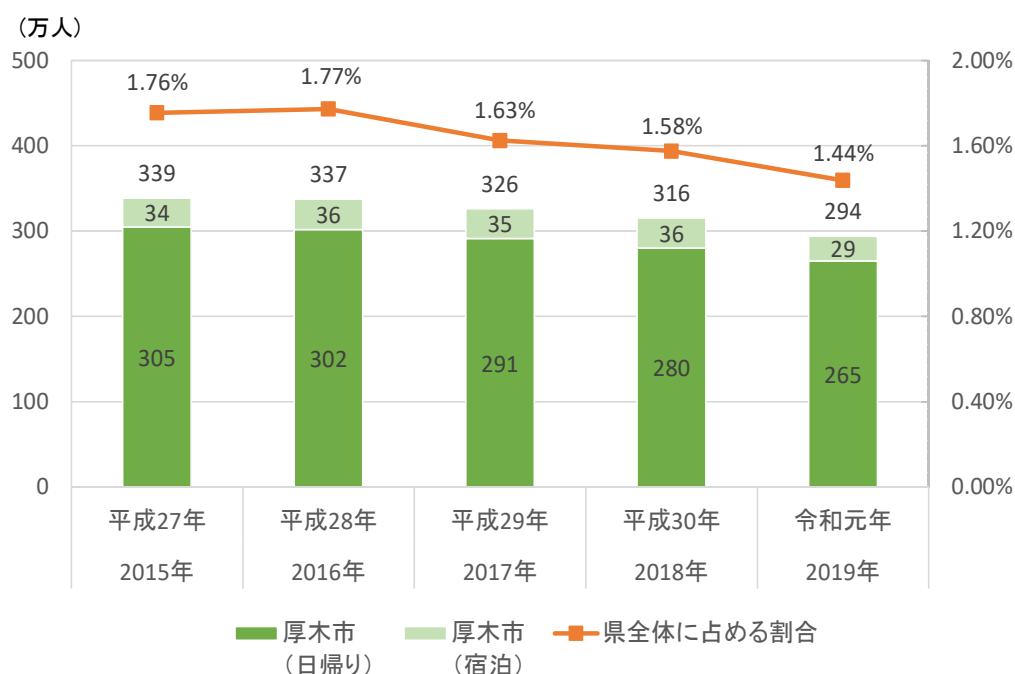


図 6 市内入込観光客数の推移

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を見ると、令和元（2019）年では相模川が65.2万人と最も多く、以下、七沢42.7万人、飯山35.9万人の順になっています。

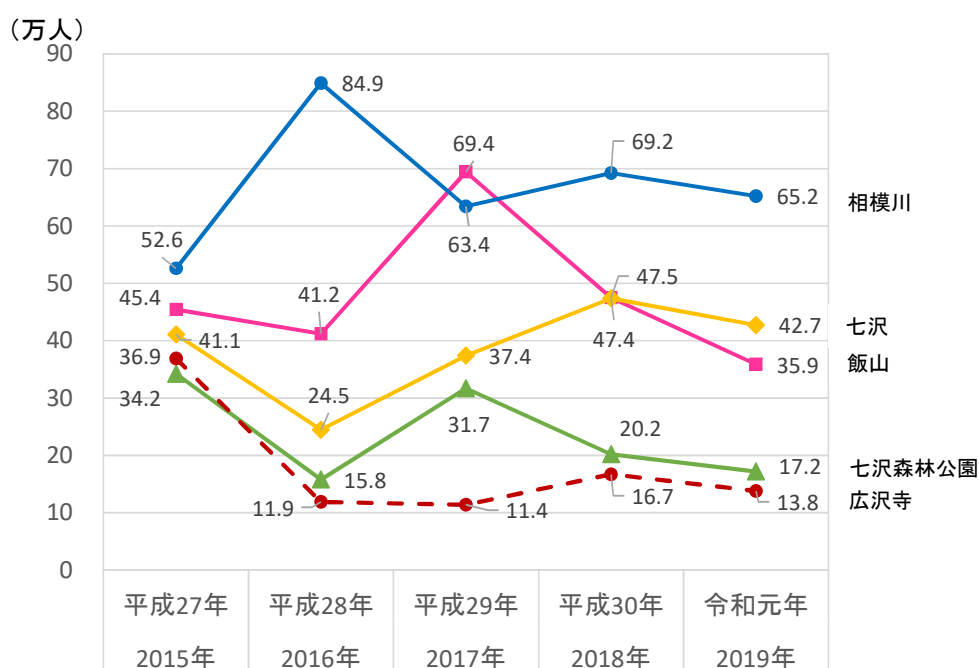


図 7 主要観光地点等の観光客数の推移（地点）

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、以下、かながわグルメフェスタ・かなキャラ大集合18.7万人、にぎわい爆発あつぎ国際大道芸15.7万人の順になっています。

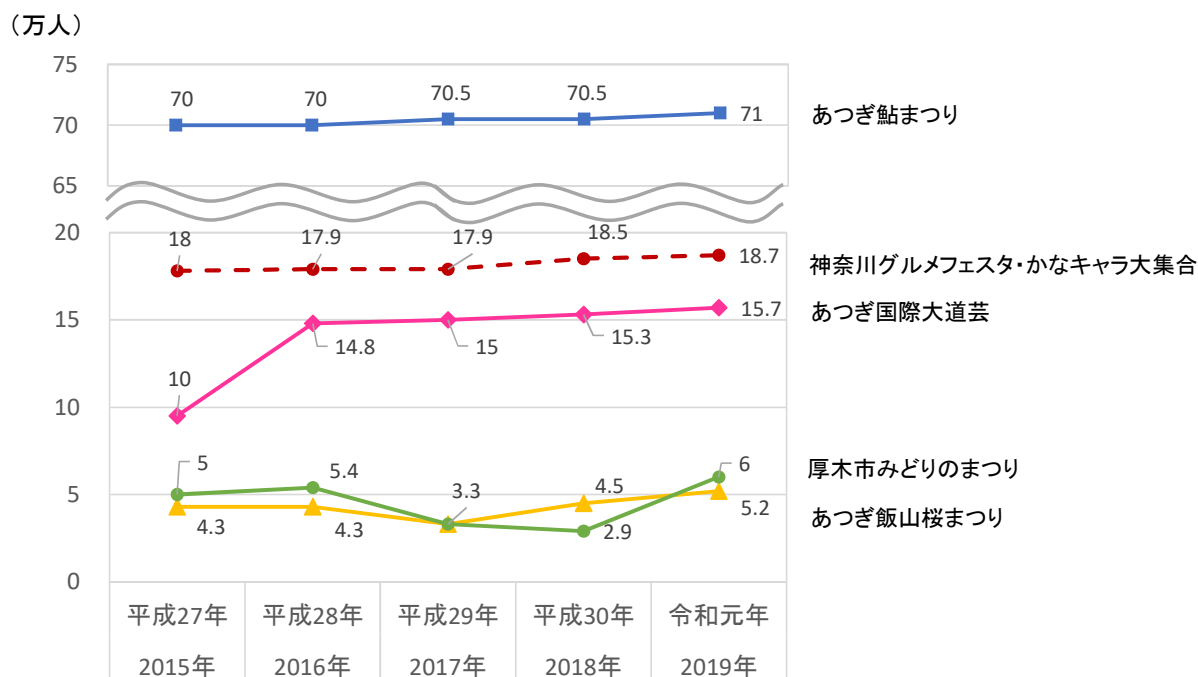
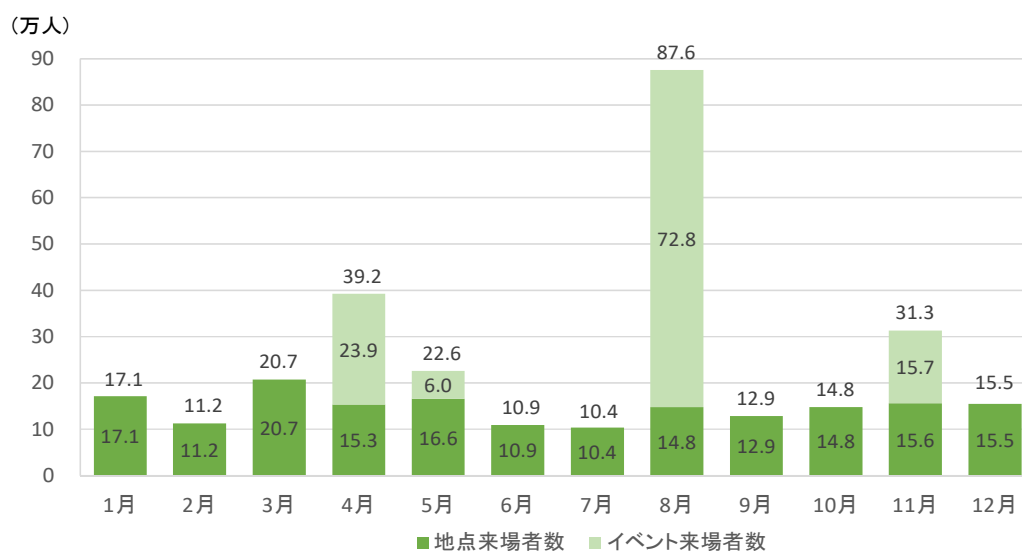


図8 主要観光地点等の観光客数の推移（祭り・イベント）

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・かながわグルメフェスタ・かなキャラ大集合開催月）、8月（87.6万人・あつぎ鮎まつり開催月）、11月（31.3万人・にぎわい爆発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9 月別延べ観光客数

出典：神奈川県入込観光客調査

イ 観光消費額

本市の観光消費額（宿泊費と飲食費、その他合計値）は、令和元（2019）年では約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見られますが、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 千円台でしたが、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。

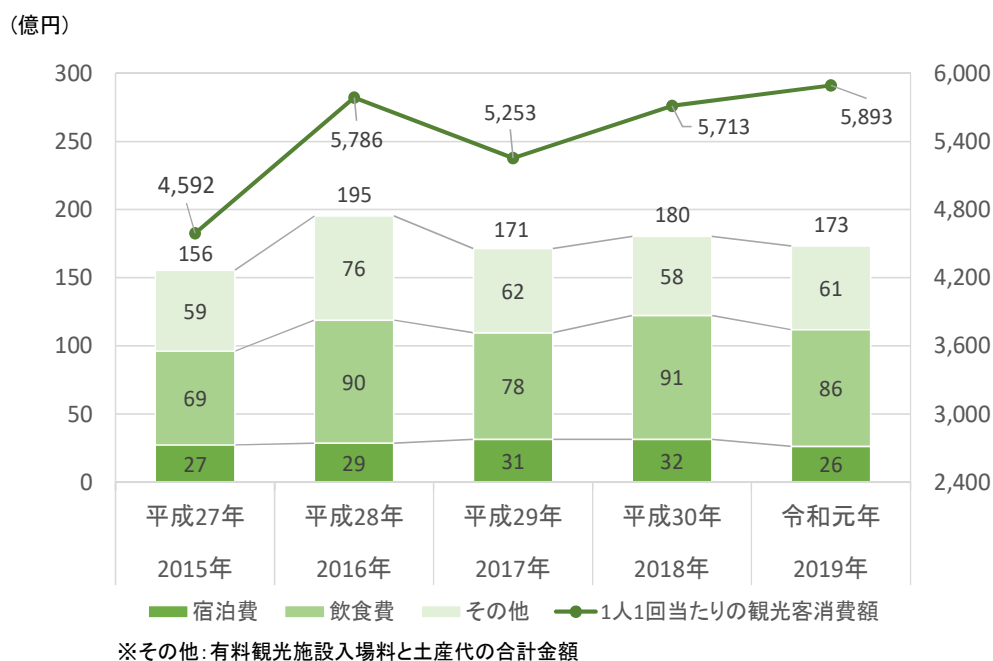


図 10 市内観光消費額の推移

出典：神奈川県入込観光客調査

月別の観光消費額は、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見られますが、宿泊費はおおむね横ばいとなっています。

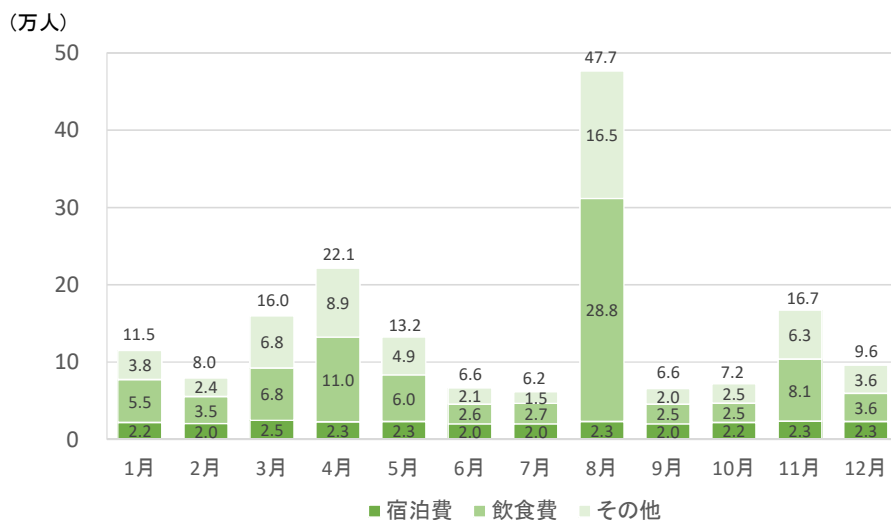


図 11 月別観光消費額（令和元年）

出典：神奈川県入込観光客調査

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を把握し、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

市外・県外の方に厚木市内の観光資源の魅力度・認知度について聞いたところ、「自然・公園」、「グルメ・名物」は比較的魅力度が高い傾向にあるものの、項目全体として認知度の低さが目立ちます。

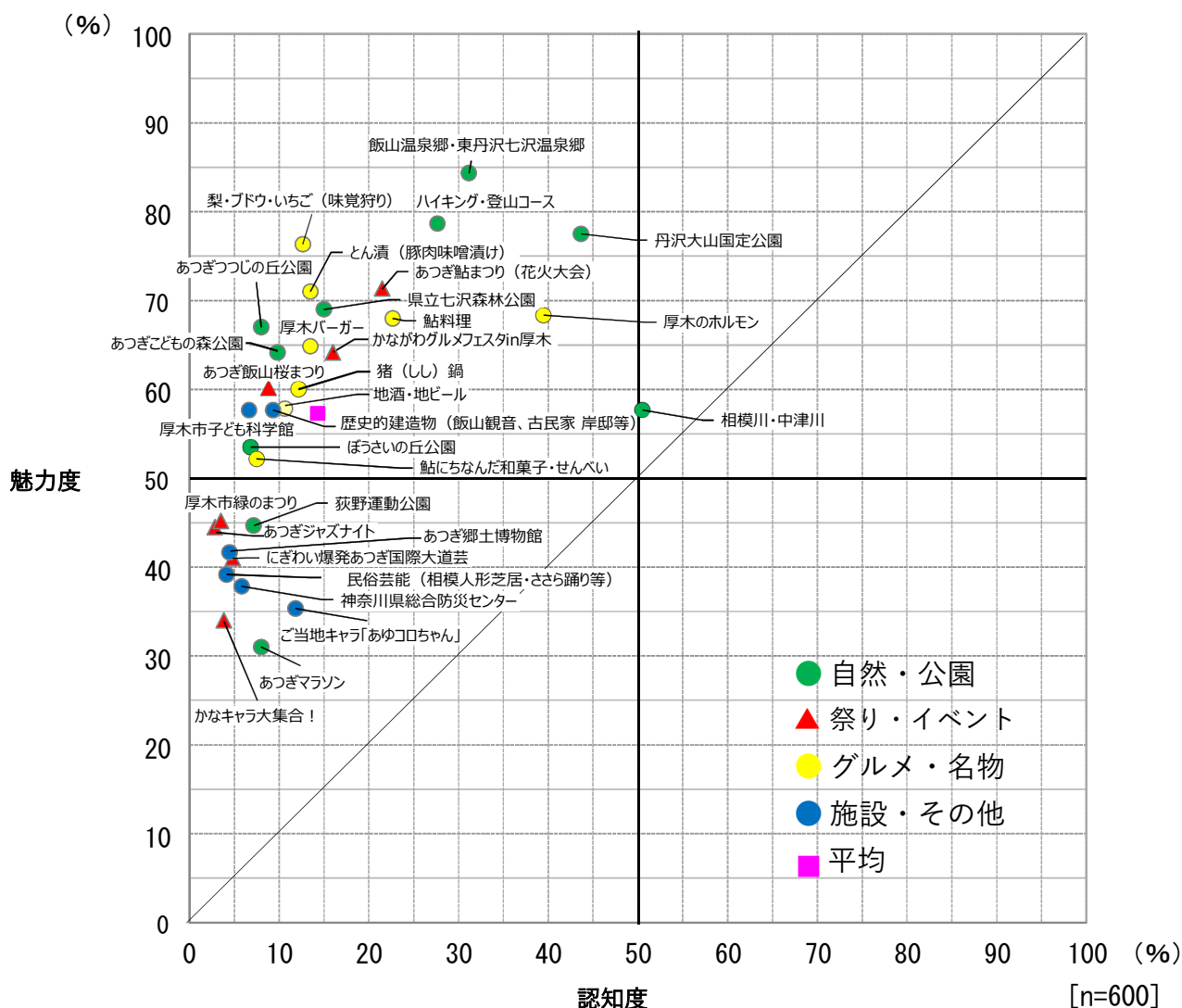


図 12 資源ごとの認知度・魅力度ギャップ

イ 厚木市民の観光振興に対する意識調査

市民がお薦めする観光資源は、「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。

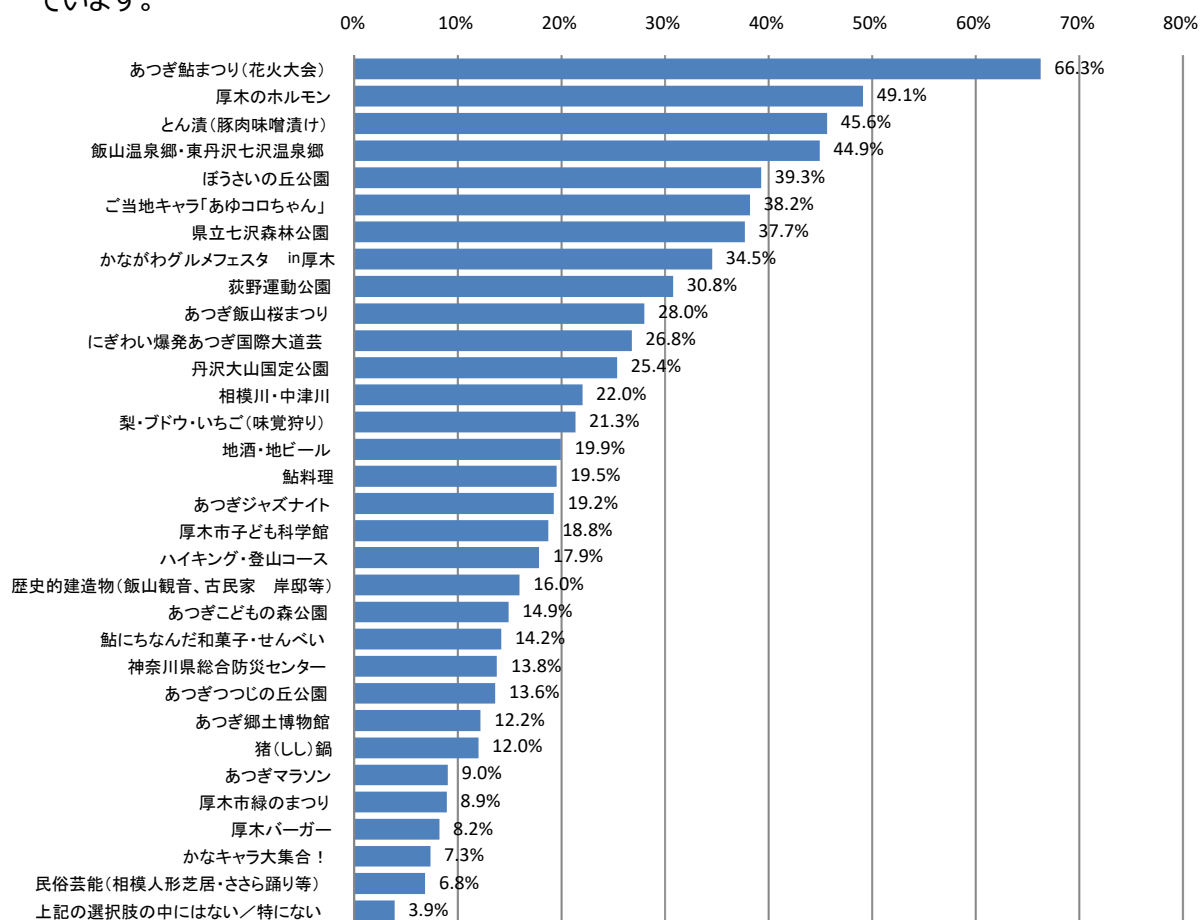


図 13 お薦めしたい観光資源（複数回答）

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」が上位となっています。

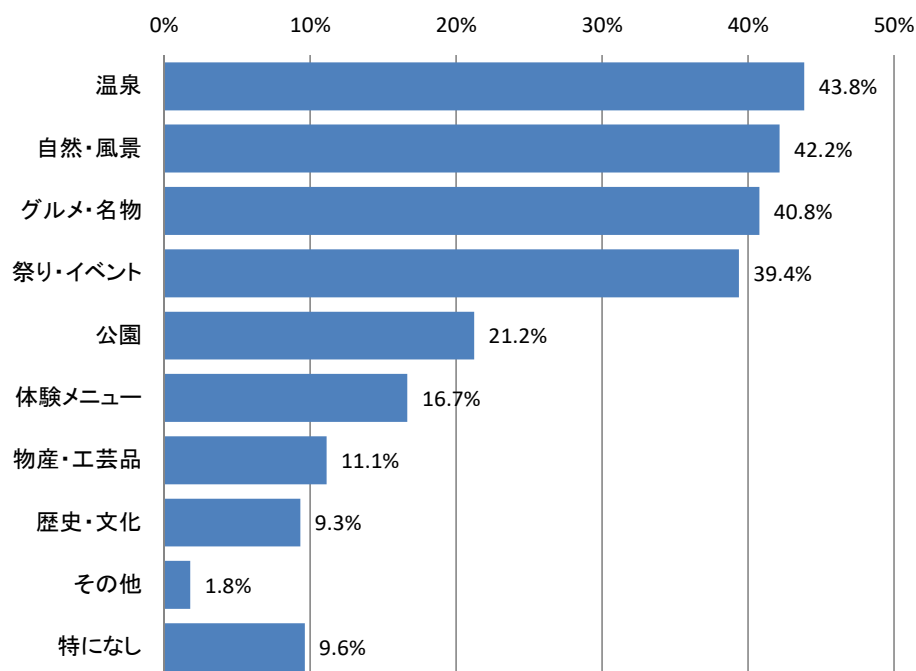


図 14 今後市内で力を入れるべき観光資源のジャンル（複数回答）

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。

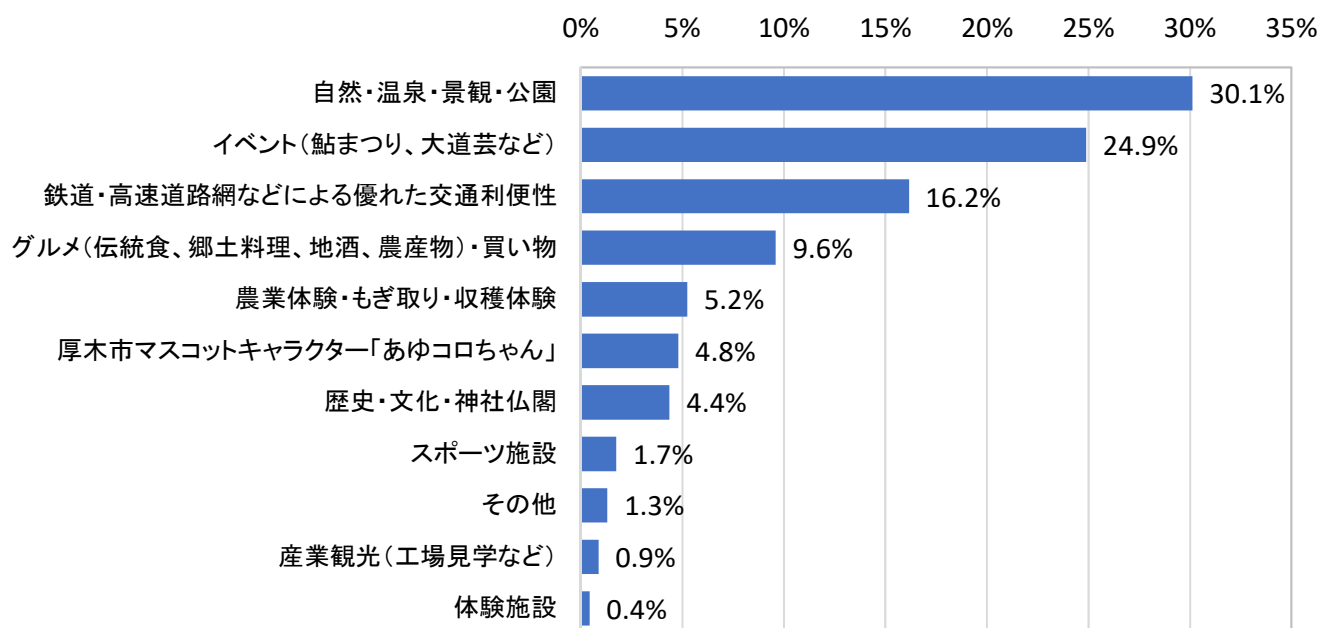


図 15 本市における観光資源や観光の強み

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。

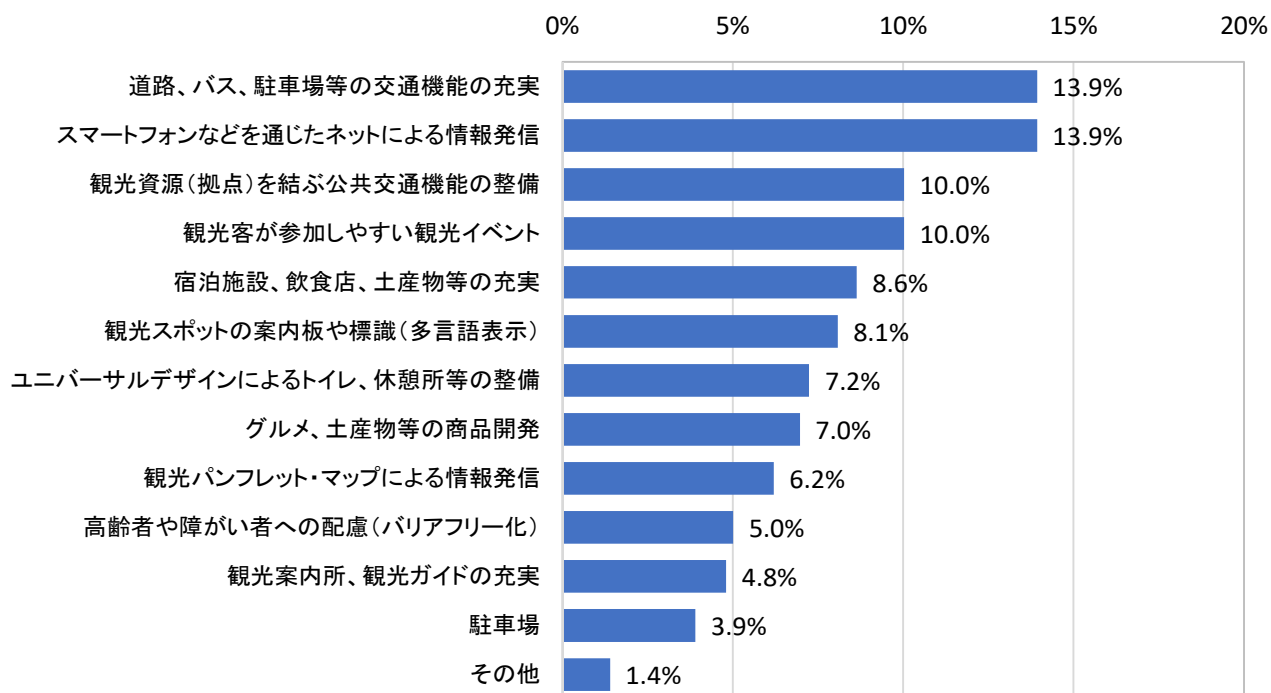


図 16 今後積極的に取り組むべき事項

(2) 関係団体へのヒアリング調査

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連事業者を対象にヒアリング調査を実施しました。いただいた意見を次のとおり項目ごとにまとめました。

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（2020）年9月
農漁業関連主体	相模川第二漁業協同組合 JAあつぎ（夢未来市を含む）	
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。鮎料理やいの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上で、現在の来訪状況を見ますと、市内と近隣市町村（海老名市・座間市・大和市等）が中心となっています。

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症拡大の影響で、公共交通機関よりも自家用車での来訪が増えており、週末には駐車場があふれるような状況も見受けられます。

(イ) 河川敷の整備

バーベキュー場の設置やごみ問題の解消など

(ウ) ハイキングコースの整備

崖崩れや倒木による通行禁止個所の改善など

(エ) 担い手の高齢化

市民との協働を進める上で、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感染症対応

新型コロナウイルス感染症拡大の影響で、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。観光客に安心して来訪いただくために、各事業者で感染防止対策を行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ることから、ウィズコロナ・アフター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。

3 計画策定において重視すべき視点

本市の観光振興の目的である入込観光客数と観光消費額の向上のため、次の視点を重視して計画を策定します。

(1) 観光消費に直結するコンテンツづくり

観光消費を高めるためには、旅行者の滞在時間の延長が重要になります。特に有効なのが宿泊であり、宿泊客を増やすための施策展開に取り組めます。

(2) 厚木らしい観光地づくり

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、厚木の特徴をいかした観光地づくりを進めます。

(3) 変化する旅行者ニーズへの対応

趣味に特化した旅行の増加、体験や健康志向の高まりといった旅行形態の変化を始め、スマートフォンの普及により旅情報の入手方法がSNS主体になるなど、刻々と変化する旅行者ニーズを捉えた施策を実施していきます。

(4) 受入環境の整備を強化

東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会及び「ねりんピックかながわ2022」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り、観光地として居心地の良い環境づくりを進めていきます。

(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、交通インフラの拡充で旅行者の流れが大きく変わります。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・誘客施策を進めていきます。

(6) SDGs（持続可能な開発目標）との関連付け

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を新たに加えていきます。

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次厚木市観光振興計画では、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”という現行計画の基本目標である「自然と都会をつなぐ都市」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」を目標に掲げて観光振興による地域活性化を目指します。また、観光振興を推進することでまちの魅力を高め、やがては「関係人口」の増加や「定住促進」へとつなげていきます。

目指すべきビジョンと目標の達成に向け、本計画では前章3の「計画策定において重視すべき視点」を踏まえつつ、四つの「基本方針」を立てて個々の施策に取り組みます。

目指すべきビジョン

ま ち
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



【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

2 計画の目標値

本計画の目標年次である、令和8（2026）年度の目標を次のように設定します。

指標名	現状値※ 令和元（2019）年	目標値 令和8（2026）年
延べ観光客数	2,942,000人	3,500,000人
延べ宿泊客数	292,000人	365,000人
観光消費額	173億円	200億円

※ 現状値：神奈川県入込観光客調査

3 基本方針

基本方針Ⅰ 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、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、宿泊は消費単価の向上にも有効なことから、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Ⅱ 広域観光の推進、関連事業者等との連携



今後の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整備など、交通インフラの拡充により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・宮ヶ瀬方面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Ⅲ ターゲットを絞ったプロモーション



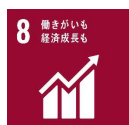
趣味に特化した旅行の増加を始め、地域での交流や体験、健康志向の高まりといった旅行形態の多様化やスマートフォンを中心とした旅情報の入手など、刻々と変化する旅行者ニーズや環境に対応するため、観光資源とそこにつながるターゲットを明確化し、効果的かつ効率的なプロモーションを展開します。

基本方針Ⅳ 受入環境の整備



東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会及び「ねりんピックかながわ2022」の開催を機に増加が見込まれる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、感染症などの安全対策を推進し、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
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	I 観光資源のブラッシュアップ・再発掘  	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 客層やニーズにあ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
	II 広域観光の推進、関連事業者等との連携 	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
	III ターゲットを絞ったプロモーション 	1 客層や志向にあ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
	IV 受入環境の整備 	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

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多様な地域資源のブラッシュアップ	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取組体制とネットワークの強化		

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

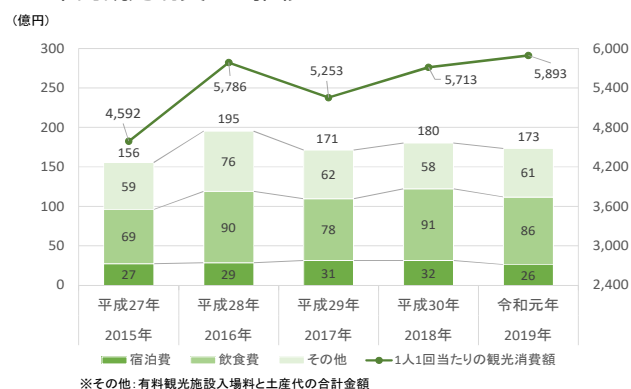
観光資源のブラッシュアップ・再発掘

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。

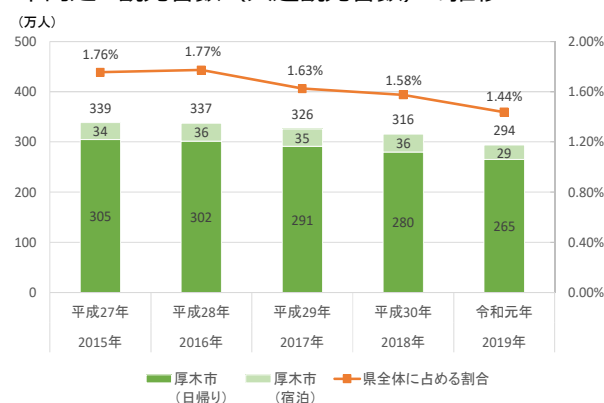
【1】現状

- 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一層重視されています。

■市内観光消費額の推移



■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 **客層やニーズにあ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。



大道芸に集まる観光客

●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整備を推進し、更なる魅力づくりと集客の向上を図ります。



アユ釣りでにぎわう夏の相模川

●地域イベントへの支援

あやめ祭りや森のまつり、花のまつり、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、様々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。



鐘ヶ嶽（七沢）から望むまちの景色

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。

●市の特性にあわせた戦略の検討

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、市の特性にあわせた観光戦略を推進します。



美肌の湯として知られる厚木の温泉

●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、上古沢のつつじ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。



6月に開かれる飯山あやめ祭り

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の磨き上げを行い、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

●単位施策と主な取組

1 体験型観光の推進

●アウトドアツーリズムの推進

豊かな自然を活用した新たな観光コンテンツとして、ハイキングを始め、サイクリングや釣り、キャンプやバーベキューなど、アウトドア（屋外）をテーマにした観光プログラムを開発します。

●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、ノルディックウォーキングやトレイルラン、森林浴ヨガなど、心と身体健康づくりをテーマにした観光プログラムを展開します。

●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

客層やニーズにあわせたモデルルートのご案内

●単位施策と主な取組

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、いちご狩りなど、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。



あつぎ飯山花の里のポピーまつり



紅葉に彩られる「もみじの森」（飯山）



自転車は気軽に楽しめるアクティビティ



「いちご狩り」はファミリーに大人気

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。

●ファムトリップの開催

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ムトリップ（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、コンサートやディナーショーなど、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

「あつぎ鮎まつり」や大道芸といった集客力の強いイベントを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。



70万人が訪れる「あつぎ鮎まつり」の花火



春の風物詩「あつぎ飯山桜まつり」



昔から愛される郷土料理「猪鍋」

【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)	▶ 3,500,000人	神奈川県入込観光客数調査
市内の観光消費額	173億円 (令和元年)	▶ 200億円	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	42.6 % (令和2年度)	▶ 50 %	市民実感度調査

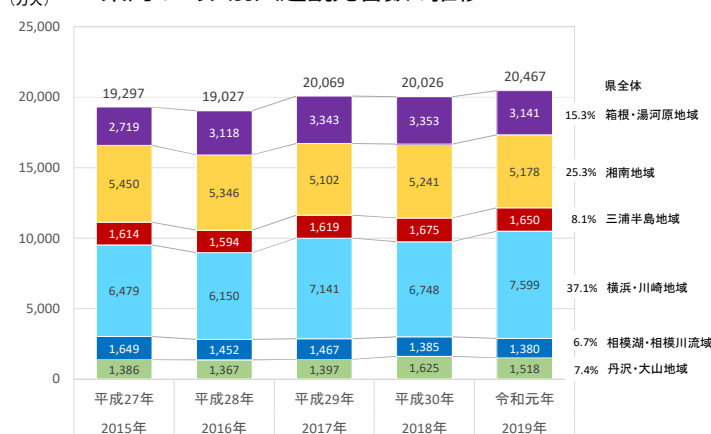
広域観光の推進、関連事業者等との連携

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。

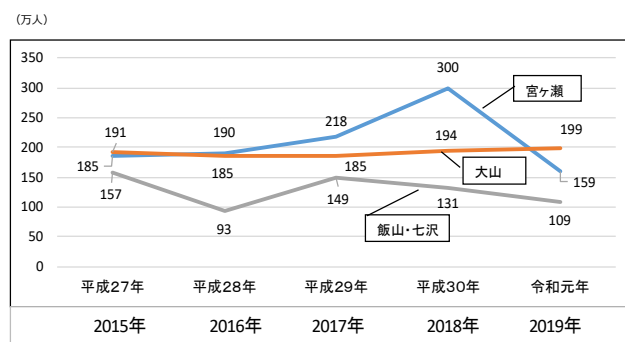
【1】現状

- 1 観光振興の相乗的な効果を図るため、丹沢・大山・宮ヶ瀬といったやま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、箱根に次ぐ、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・七沢は約109万人と大きく下回っています。
- 3 今後の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、互いの力をあ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**
観光振興にかかわる人や団体、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

●単位施策と主な取組

① 多様な地域資源のブラッシュアップ

●大山観光の推進

横浜、鎌倉、箱根に次ぐ、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・宮ヶ瀬エリア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。



山や川など自然あふれる丹沢エリア

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広域道路ネットワーク形成による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 エリアとしての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。



3市3町1村合同の観光キャンペーン/富士川楽座（静岡県）

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鉄道の駅などにおいて、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や、インターネットの閲覧システムであるWeb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

ライフスタイル誌や旅行雑誌など、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。



訴求力の高い旅行雑誌

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

新東名高速道路の全線開通を見据え、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。インバウンドの受入れやSNSの活用などを含めたスキルアップを図ります。



多くの観光客が訪れる宮ヶ瀬湖

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を行うなど、推進体制を確立します。

●観光地域づくり法人（地域連携DMO）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、丹沢エリア一体の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

● 広域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、厚木秦野道路、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多言語案内看板の充実を図ります。

● 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

明確化と、互いの強みをいかした連携強化

●単位施策と主な取組

① 取組体制とネットワークの強化



丹沢・大山、宮ヶ瀬エリアの市町村とキャラクター

●観光関連団体等との連携

まちぐるみの観光振興を目指し、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を進めます。

●多様なネットワークづくり

様々な業種・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

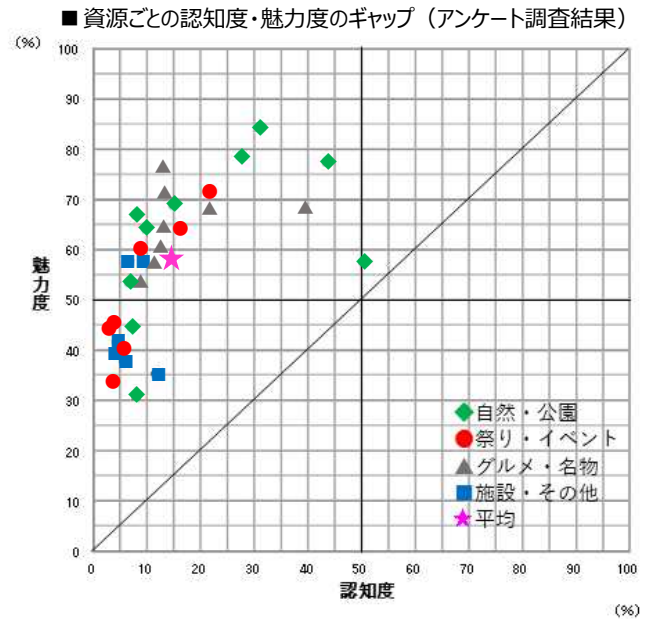
指標名	現状値	目標値（令和8年度）	把握・算出方法等
飯山・七沢地区の延べ観光客数	1,090,000人 (令和元年)	▶ 1,190,000人	神奈川県入込観光客数調査
広域観光の取組が進んでいると思う市民の割合	43.7 % (令和2年度)	▶ 50 %	市民実感度調査

ターゲットを絞ったプロモーション

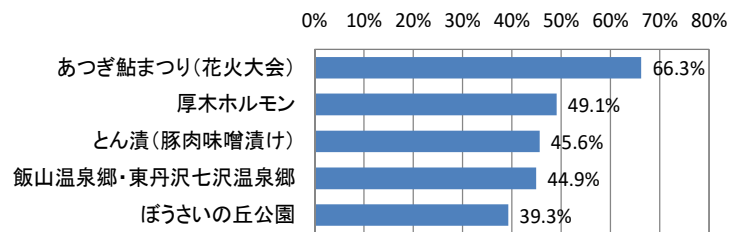
多様化する旅行者ニーズを把握し、ターゲットを絞った的確なプロモーションを展開することで、誘客強化と観光消費の向上を目指します。

【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。県外の人々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。



■ お薦めしたい観光資源（アンケート調査結果・上位5）



【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 **客層や志向にあ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、タイプにあ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

客層や志向にあわせた的確なプロモーション

●単位施策と主な取組

① ニーズを捉えたプロモーションの実施

●趣味・志向、客層にあ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。



ブドウ狩りなど体験型の観光はファミリーに人気

② 観光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あわせ、体験型コンテンツやご当地グルメ、土産品などと組みあ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。



温泉とご当地グルメは絶好の組合せ

●基本施策 2

多様な情報ツールによる情報発信

●単位施策と主な取組

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や端末アプリによる情報発信、フリーWi-Fiの整備など、ICT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。



スマートフォンは現代の情報取得の定番ツール

② 観光情報の一元化

●観光協会ホームページへの情報集約

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。



観光情報は観光協会のホームページから

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、広報紙への記事掲載をはじめ、報道機関へのプレスリリースやインタビューの対応などのパブリシティの活用を推進していきます。パブリシティは、即時性、波及効果、信頼性が高い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。

●デジタルサイネージの活用

人通りが多い駅前などに設置されるデジタルサイネージ（あつナビ）にPR動画や電子ポスターを放映し、積極的な情報発信に努めます。また、放映する時期等やターゲット層を明確化することで、より効果的な宣伝・告知に結び付けます。



デジタルサイネージによる情報発信

●イベントやキャンペーンでの宣伝活動

イベントを始め、PR効果の高い主要駅や高速道路のサービスエリアなどでチラシを配るなど、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への愛着度を高め、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。



海老名駅での丹沢大山観光キャンペーン



ドラマ撮影を誘致し知名度アップに



ファミリーに人気のキャラクターイベントでPR

●基本施策3

交通事業者と連携した誘客促進

●単位施策と主な取組

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、都内や横浜方面からの利用者の誘客促進を図ります。



電車中刷り広告で誘客の効果を高める

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。



ホテルと連携した宿泊プランで誘客増

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、二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ブック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。



愛川町にある宮ヶ瀬ダムは絶好の周遊地

【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 (令和元年度)	3,500,000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)	36,000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	37.1 % (令和2年度)	45 %	市民実感度調査

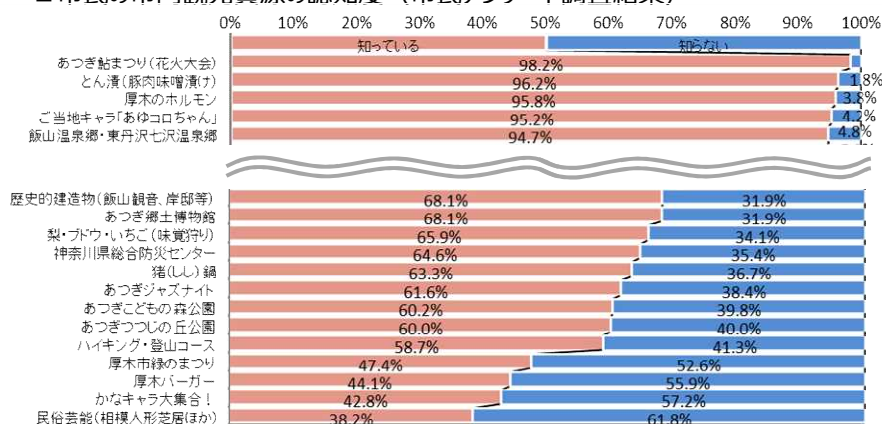
受入環境の整備

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。

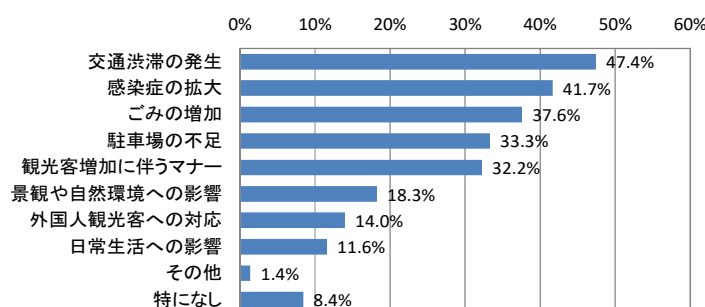
【1】現状

- 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、市内の店舗などでは、外国語表記や応対といった受入環境の整備が十分とは言えない状況です。
- 4 交通混雑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あ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、学習機会の提供や有識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

市内小・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「あつぎ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。



観光ボランティアガイドによる歴史探訪



市職員による観光学習の様子

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「にぎわい爆発あつぎ国際大道芸」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。



市民参加で盛り上がるハロウィンのパレード

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。



鮎まつりでの資源回収

●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

●単位施策と主な取組

① 言語バリアフリーの推進

●多言語による案内や対応の強化

英語、中国語（簡体字・繁体字）、韓国語など、多言語による表示や表記、観光案内など、言語バリアフリーの向上を図ります。

●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。



英語版ガイドブックで観光案内



多言語表記の看板

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、障がい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、道路や公園、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、武道などの体験型観光、写真映えするきれいな景色など、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。



外国人向けに厚木の歴史を紹介

●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、交通混雑の緩和など交通環境の向上に取り組めます。



整備されたハイキングコース

● 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。



鳶尾山展望台



案内板の維持管理

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。



注意喚起看板

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することで、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ます。



安全確保のための応急対応

【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	—	90%	厚木観光についての満足度アンケート調査

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

1 取組を推進する体制づくり

本計画の推進には、市、観光協会だけでなく、観光事業者（ホテル、旅館、旅行事業者など）や商工会議所、企業、商店会（商店会連合会など）、市民、市民活動団体（自治会、NPO 法人、ボランティア団体）、大学（学生）など、多様な主体がそれぞれの役割を担い、相互に連携・協働しながら計画を推進していきます。



2 関係団体の役割分担

（１）市の役割

- ア 市は、基本目標を踏まえ、観光振興に係る基本計画や基本方針を策定し、本市全体の観光振興に関する目標と施策、手順を示すとともに、そのフォローを着実にを行います。
- イ 観光事業者、観光関連団体、企業や市民等の自主的な取組を支援するとともに、情報共有を図りながらオール厚木の観光まちづくりの視点から観光振興の総合的な調整を行います。
- ウ 国、県、他自治体と連携し、幅広い情報の収集と発信に努めるとともに、広域観光の展開を図ります。

（２）観光事業者（ホテル、旅館、旅行事業者など）の役割

- ア 観光事業者は、基本目標を踏まえ、自らの企画力や経営力を高め、観光客の多様なニーズを的確に捉え、魅力ある商品づくりと良質なサービスの提供を行います。
- イ 地域特性をいかした事業展開を図るとともに、他の産業と連携して、地域が一体となった観光まちづくりに取り組みます。
- ウ 商工業及び農業と結び付いた、戦略的な地元産品や旅行商品を開発、販売、発信していくように努めます。

（３）観光関連団体（観光協会、商工会議所）の役割

- ア 観光関連団体は、基本目標を踏まえ、観光振興に向けた柔軟でスピード感のある事業展開に努めます。
- イ 行政と観光事業者、企業等と協力し合って誘客活動に取り組んでいくとともに、観光人材の育成や市民（市民団体）とのコーディネーター役も果たします。

（４）企業や商店会の役割

- ア 本市に集積する企業等は世界的企業が多く、ブランド性も高く、それ自体が観光資源となっていることを踏まえ、発信力のある観光まちづくりに協力します。
- イ 企業も商店会も地域の一員であることから、共に地域の活性化とイメージアップを図り、地元から期待される企業、商店会としての社会的貢献に努めます。

（５）市民や市民活動団体（自治会、NPO 法人、ボランティア団体）の役割

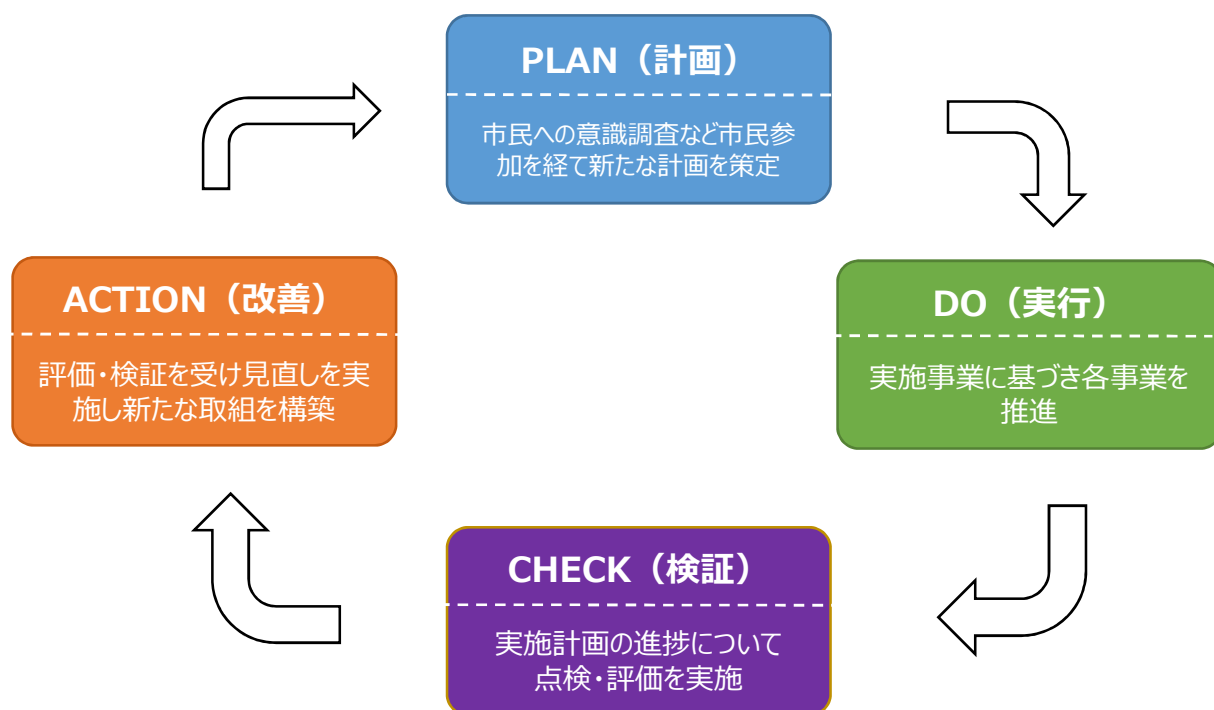
- ア 市民一人一人が地域に対する理解を深め、厚木への愛着と誇りを持つとともに、「自分たちの庭」に招くような温かさをもって観光客を迎え入れます。
- イ 地域における観光のまちづくりの取組に積極的に参加するとともに、「住んでよし」と暮らし、楽しめる地域の形成に努めます。

（６）大学（学生）の役割

- ア 大学は、高等機関としての専門性をいかしホスピタリティを持つ人材を育成するとともに、観光事業者などへの知識やノウハウの提供に努めます。
- イ 学生は、その柔軟な発想と行動力をいかし、地域の活性化と魅力ある観光まちづくりのために貢献します。

3 計画の進行管理

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。



4 積極的な事業の見直し

上記の図におけるCHECK（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各年ごとに定めた施策の取組目標値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

- 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
- 第2次厚木市観光振興計画関連事業一覧

■ 厚木市観光振興条例

(目的)

第1条 この条例は、観光の振興が本市の経済社会の持続的な発展のために重要であることに鑑み、観光の振興についての基本理念を定め、並びに市の責務及び観光事業者等の役割を明らかにするとともに、観光の振興に関する施策の基本となる事項を定めることにより活力ある地域づくりを図り、もって本市経済の発展及び市民生活の向上に資することを目的とする。

(定義)

第2条 この条例において、次の各号に掲げる用語の意義は、当該各号に定めるところによる。

- (1) 観光事業者 観光に関連する事業を営む者をいう。
- (2) 観光関係団体 観光事業者で組織される団体その他の観光に関する活動を行う団体をいう。
- (3) 観光事業者等 観光事業者、観光関係団体及び市民をいう。
- (4) 観光資源 優れた自然の風景地、良好な景観、温泉、文化財、伝統行事、優れた食文化その他の観光の対象となる資源をいう。

(基本理念)

第3条 観光の振興は、健康でゆとりのある生活を実現する上で果たす観光の役割が重要であるという認識の下に推進されなければならない。

- 2 観光の振興は、観光地の自然環境を保全し、その特性を尊重することが持続可能な観光施策を行う上で重要であるという認識の下に推進されなければならない。
- 3 観光の振興は、その振興が多様な事業の分野における特色ある事業活動から構成され、多様な就業の機会を提供すること等により地域の経済社会において重要な役割を担っているとの認識の下に推進されなければならない。

(市の責務)

第4条 市は、前条に規定する基本理念（以下「基本理念」という。）にのっとり、観光の振興に関する施策を総合的に策定し、及び実施するものとする。

- 2 市は、観光事業者等が相互に連携して観光の振興に関する取組を進められるよう必要な支援を行うものとする。

(観光事業者の役割)

第5条 観光事業者は、基本理念にのっとり、観光旅行に関する多様な需要に応え、良質なサービスを提供することにより、観光旅行者の満足度の向上に積極的な役割を果たすよう努めるものとする。

- 2 観光事業者は、市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)

第6条 観光関係団体は、基本理念にのっとり、相互に連携を図りながら、おもてなしの向上等を図ることにより観光旅行者の受入体制の整備を行い、その来訪の促進に積極的な役割を果たすよう努めるものとする。

- 2 観光関係団体は、市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。

(市民による観光振興)

第7条 市民は、基本理念にのっとり、市及び観光事業者等が実施する観光の振興に関する取組に参加す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ことができる。

(基本計画)

第8条 市長は、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るため、観光の振興に関する基本計画（以下「基本計画」という。）を策定しなければならない。

- 2 基本計画には、次に掲げる事項を定めるものとする。

- (1) 観光の振興に関する総合的かつ長期的な目標
- (2) 観光の振興に関し、市が計画的に講ずべき施策
- (3) 前2号に掲げるもののほか、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必要な事項

- 3 市長は、基本計画を定めるに当たっては、観光事業者等及び厚木市観光振興推進委員会の意見を聴かなければならない。

(魅力ある観光地の形成)

第9条 市は、魅力ある観光地の形成を図るため、観光資源の充実に資する活動に対する支援、旅行に関連する施設の整備等に必要な施策を講ずるものとする。

(地域の特性をいかした観光地の形成)

第10条 市は、地域の特性をいかした観光地の形成を図るため、観光事業者等との連携及び協働により、観光資源の保護、育成及び開発に必要な施策を講ずるものとする。

(交通利便性の向上)

第11条 市は、観光旅行者の来訪の促進に必要な交通施設の整備その他の観光旅行者の交通の利便性の向上に必要な施策を講ずるものとする。

(人材の育成)

第12条 市は、観光の振興に寄与する人材の育成を図るため、企業、大学等と連携し、必要な施策を講ずるものとする。

(広域的な連携)

第13条 市は、国及び神奈川県その他の地方公共団体と連携し、観光資源を有効に活用するために必要な広域的な施策の推進に努めるものとする。

2 市は、観光資源をいかした友好都市等との交流に必要な施策を講ずるものとする。

(旅行者の利便性の向上)

第14条 市は、高齢者、障害者その他の特に配慮を要する観光旅行者の利便性の向上に必要な施策を講ずるものとする。

(安全の確保)

第15条 市は、市内における観光旅行の安全の確保を図るため、観光地における事故、災害等に関する情報の提供その他の事故の発生の防止等に必要な施策を講ずるものとする。

(新たな観光旅行の分野の開拓)

第16条 市は、新たな観光旅行の分野の開拓を図るため、自然、環境、産業等に関する体験活動を目的とする観光旅行、文化に関する事業をいかした観光旅行、スポーツに関する行事を活用した観光旅行その他の多様な観光旅行の形態の普及等に必要な施策を講ずるものとする。

(観光情報に関する広報宣伝等)

第17条 市、観光事業者及び観光関係団体は、観光旅行者の来訪の促進を図るため、多様な媒体を通じた本市の観光情報に関する広報宣伝の充実に取り組むよう努めるものとする。

2 市は、観光の振興に関する取組への市民の参加を促進するため、広報、啓発及び情報の提供に努めるものとする。

(観光振興推進委員会)

第18条 市長は、この条例の運用状況の点検等を行うため、市民等で構成する厚木市観光振興推進委員会（以下「委員会」という。）を設置する。

2 市長は、毎年度、この条例の運用状況について、委員会に報告しなければならない。

3 委員会は、この条例の運用状況について、市長に意見を述べることができる。

4 委員会の組織及び運営について必要な事項は、規則で定める。

(評価等)

第19条 市長は、委員会の意見を踏まえ、3年を超えない期間ごとに、この条例の運用状況を評価し、その結果に基づき必要に応じた措置を講ずるものとする。

(委任)

第20条 この条例に定めるもののほか、この条例の施行について必要な事項は、市長が別に定める。

附 則

(施行期日)

1 この条例は、公布の日から施行する。ただし、第18条並びに附則第3項及び第4項の規定は、平成25年4月1日から施行する。

(経過措置)

2 この条例の施行の際、現に策定されている厚木市観光振興計画は、第8条の規定により策定された計画とみなす。

(厚木市非常勤特別職職員の報酬及び費用弁償に関する条例の一部改正)

3 厚木市非常勤特別職職員の報酬及び費用弁償に関する条例（昭和43年厚木市条例第16号）の一部を次のように改正する。

第1条中第64号を第65号とし、第63号の次に次の1号を加える。

(64) 観光振興推進委員会の委員

第2条第1項中「第63号」を「第64号」に改め、同条第2項中「前条第64号」を「前条第65号」に改める。

第3条中「第1条第64号」を「第1条第65号」に改める。

第5条第1項中「第64号」を「第65号」に改める。

第6条第1項第1号中「第63号」を「第64号」に改める。

別表に次のように加える。

64	観光振興推進委員会の委員	委員長	日額	8,800円
		委員	日額	7,800円

(調整規定)

4 この条例及び厚木市セーフコミュニティ推進条例（平成24年厚木市条例第18号）、厚木市文化芸術振興条例（平成24年厚木市条例第28号）又は厚木市子ども育成条例（平成24年厚木市条例第31号）に同一の条例の規定についての改正規定がある場合において、当該改正規定が同一の日に施行されるときは、当該条例の規定は、厚木市セーフコミュニティ推進条例、厚木市文化芸術振興条例又は厚木市子ども育成条例によってまず改正され、次いでこの条例によって改正されるものとする。

■ 厚木市観光振興推進委員会規則

(趣旨)

第1条 この規則は、厚木市観光振興条例（平成24年厚木市条例第33号）第18条第4項の規定に基づき、厚木市観光振興推進委員会（以下「委員会」という。）の組織及び運営について必要な事項を定めるものとする。

(委員)

第2条 委員会の委員は、10人以内とし、次に掲げる者のうちから市長が委嘱する。

(1) 公募による市民

(2) 観光振興に関し、優れた識見を有する者

(任期)

第3条 委員の任期は、2年とする。ただし、補欠の委員の任期は、前任者の残任期間とする。

2 委員は、再任されることができる。

(委員長等)

第4条 委員会に委員長を置き、委員の互選により定める。

2 委員長は、会務を総理し、会議の議長となる。

3 委員長に事故があるとき又は委員長が欠けたときは、委員長があらかじめ指定した委員がその職務を代理する。

(会議)

第5条 委員会の会議は、委員長が招集する。

2 委員会の会議は、委員の半数以上が出席しなければ開くことができない。

3 委員会の議事は、出席委員の過半数で決し、可否同数のときは、議長の決するところによる。

(秘密の保持)

第6条 委員は、職務上知り得た秘密を漏らしてはならない。その職を退いた後も同様とする。

(庶務)

第7条 委員会の庶務は、厚木市観光振興条例主管課で処理する。

(委任)

第8条 この規則に定めるもののほか、委員会の運営について必要な事項は、委員長が委員会に諮って定める。

附 則

この規則は、平成25年4月1日から施行する。

■ 厚木市観光振興推進委員会委員名簿

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	神奈川中央交通東株式会社
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	公募市民
10	委員	菊池 祐美子	公募市民

■ 計画の策定過程

年月日	会議名称	内 容
令和2（2020）年 7月30日	第1回厚木市観光振興推進委員会	・第2次厚木市観光振興計画の策定について ・厚木市観光振興条例の運用状況について
8月	Web等アンケート調査	・首都圏及び近隣県住民600人を対象に本市の観光等について調査を実施 ・市民1,008人（Web：600人、紙：408人）を対象に本市の観光資源等について調査を実施
9月	関係団体ヒアリング調査及び観光協会会員アンケート調査	・本市の観光振興に関わりを持つ事業者等へヒアリング調査を実施 ・本市の観光協会会員を対象に本市の観光等について調査を実施
9月10日	第2回厚木市観光振興推進委員会	・第2次厚木市観光振興計画の構成について ・各種調査結果の報告について
11月19日	第3回厚木市観光振興推進委員会	・第2次厚木市観光振興計画策定案について
令和3（2021）年 1月26日～ 2月25日	第2次厚木市観光振興計画策定に対するパブリックコメント	・第2次厚木市観光振興計画改定案について

■ 厚木市観光協会の主な取組

平成29（2017）年度から令和元（2019）年度の主な取組は以下のとおりです。

取組名（取組時期）	取組内容
観光PR活動の実施 平成29（2017）年度～ 令和元（2019）年度	・ガイドブック（厚木市観光ガイドブック「あつぎよくばり旅」、観光資源を紹介したミニガイドブック等）、リーフレット「あつぎ週末よくばり旅」の作成や増刷を実施 ・観光プロモーション（小田急電鉄㈱と協力した観光キャンペーン、PRイベントへの参加、ホームページの拡充、メディア（旅行誌・テレビ等）の活用等）を実施
各種研修の実施 平成29（2017）年度～ 令和元（2019）年度	・観光協会員や職員を対象とした研修や、JICAの「観光振興とマーケティング」研修の受け入れなどを実施
森林セラピー事業や健康づくり大学の実施 平成29（2017）年度～ 令和元（2019）年度	・七沢、飯山地区において、森林や温泉等の観光資源を活かした森林セラピー事業、専門家の講演を交えながら温泉や食事を楽しむ健康づくり大学の実施
広域連携による観光振興事業 平成29（2017）年度～ 令和元（2019）年度	・平成大山講プロジェクト推進協議会や広域行政連絡会観光推進専門部会、宮ヶ瀬湖周辺DMO推進ネットワーク会議へ参画 ・大山や宮ヶ瀬の観光資源を生かした回遊性の高い観光ルートでの誘客や、宮ヶ瀬湖周辺の地域クーポン券の広報宣伝を実施
「糸満フェア」への出展 平成30（2018）年度、 令和元（2019）年度	・友好都市である糸満市で開催された「糸満フェア」に出展し、観光PRや名産品販売を実施
中町大型バス発着場の運営 平成30（2018）年度、 令和元（2019）年度	・協会の自主財源確保、市民の利便性向上、本厚木駅周辺の交通整流化等を目的とした、中町大型バス発着場の運営を継続して実施
観光案内所の運営 平成29（2017）年度～ 令和元（2019）年度	・市内3か所（本厚木駅観光案内所、東丹沢七沢観光案内所、飯山臨時観光案内所）の観光案内所を運営

■ 第2次厚木市観光振興計画関連事業一覧

基本方針	基本施策	単位施策	具体的施策	取組内容
Ⅰ 観光資源のブラッシュアップ・再発掘	1 魅力ある観光地の形成	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、花のまつり、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	本市の魅力である自然を守るため、様々な環境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。
			市の特性にあわせた戦略の検討	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、市の特性にあ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」づくりの推進	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。
	2 豊かな自然環境を活用した施策の展開	①体験型観光の推進	アウトドアツーリズムの推進	豊かな自然を活用した新たな観光コンテンツとして、ハイキングを始め、サイクリングや釣り、キャンプやバーベキューなど、アウトドア（屋外）をテーマにした観光プログラムを開発します。
			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。
	3 客層やニーズにあわせたモデルルートの提案	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、いちご狩りなど、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モニターツアーの実施	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。
			ファムトリップの開催	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ムトリップ（現地視察ツアー）を開催します。
	4 観光消費を高めるコンテンツづくり	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、コンサートやディナーショーなど、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を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。

主な担当課	事業名等	事業内容
商業にぎわい課	にぎわい爆発あつぎ国際大道芸事業	商業の活性化とまちのにぎわいを創出することを目的に、中心市街地の複数の会場で、市内外からの来街者が大道芸を鑑賞できるイベントを開催する。
観光振興課	観光資源活性化事業	飯山・七沢地区の地域活性化を目的に、新たな観光資源を創出を図るため、地域活性化団体へ補助金を交付し、活動を支援する。
河川ふれあい課	水辺ふれあい創出事業	本市における自然豊かな一級河川相模川及び中津川を対象として、市民や来訪者が集い、水辺と人とのふれあいをより身近にできる憩いと活動の場としての水辺交流拠点づくりを具現化していくことを目的とする。
観光振興課	観光行事推進事業	各地域の観光客の誘致拡大に向け、まつりの充実と地域の活性化を図り、地域観光の振興を図る。
環境政策課	里地里山保全等促進事業	里山保全活動を行う団体と連携し、ボランティア活動により継続的な里山機能の維持、回復を図る。
都市計画課	景観形成推進事業	良好な景観の形成を図るため、厚木市景観計画及び厚木市景観条例に定める景観づくりの「方向性」や「規制・誘導」に関する啓発活動を実施する。
観光振興課	観光資源活性化事業	飯山・七沢地区の新たな観光資源の創出や、本市の魅力となる優れた食を新たに「あつぎ食ブランド」として認定するなど観光資源の掘り起こしを図る。
観光振興課	観光資源活性化事業	飯山・七沢に代表される自然豊かな環境に位置する本市の特性をいかすこと及び市内に数多く滞在するビジネス客を対象にした戦略を策定し、観光の振興を図る。
文化財保護課	郷土博物館事業	厚木市の指定文化財となっている民家を保存するために、土地の賃借を行うとともに日常管理のための業務委託を執行し、文化財に関する市民の意識を高めるため公開を行う。
観光振興課	観光資源活性化事業	花の里山づくりや名所づくりを行い、地域資源を利用した地域の活性化を促進する。
観光振興課	観光資源活性化事業	厚木の魅力を多くの人に体感していただき、満足してもらうことができるよう、観光資源の掘り起こしやブラッシュアップによるブランド化を実施する（厚木観光のブランド化の推進）。
	観光施設維持管理事業	東丹沢七沢温泉郷や森林公園、森林セラピー⑥基地などを効果的に活用することで、心と身体の健康維持・増進を図るなど、七沢エリアのブランド化を進める（「七沢エリア」ブランド化の推進）。
	観光施設維持管理事業	飯山温泉郷や森林公園、県央地域随一の桜を始めとする花の里構想による景観づくりなど、飯山エリアのブランド化を進める（「飯山エリア」ブランド化の推進）。
観光振興課	アウトドアツーリズム推進事業	飯山・七沢地区においてレンタサイクル事業を始める個人又は事業者に対し、レンタサイクル用e-バイク購入費の一部を補助することで、新たな体験型観光コンテンツとして確立する。
環境政策課	健康づくり村推進事業	厚木の特色ある里山、豊かな自然環境を有効に活用した健康づくりがテーマの体験学習など健康づくり事業の実施団体に対して補助金を交付し、活動を支援する。
農業政策課	里地里山保全等促進事業	里山保全活動を行う団体と連携し、ボランティア活動により継続的な里山機能の維持、回復を図る。
観光振興課	園芸振興対策事業	特産果樹の生産性向上及び果樹の高品質化並びに作業性・安全性の向上を図るため、施設の整備費や最新技術等の導入経費の一部を助成する。
観光振興課	観光行事推進事業	若者、女性、ハイキング客等、ターゲットのニーズにあわせたモデルコースを新たに創設する。
観光振興課	観光行事推進事業	観光モニターツアーの実施を通じて、市内の観光資源に対する満足度やニーズについて調査することにより、本市の観光振興にいかす。
観光振興課	観光行事推進事業	本市の宿泊客をターゲットに、滞在する朝夕の時間帯に楽しめる観光コンテンツを開発する。
農業政策課	地産地消推進事業	地産地消を推進するため、市民朝市、夕焼け市を開催する。
スポーツ推進課	ねんりんピック開催準備事業	主に60歳以上の高齢者を中心とする国民の健康保持・増進、社会参加、生きがいの高揚を図り、ふれあいと活力ある長寿社会の形成に寄与するために開催される、ねんりんピック（全国健康福祉祭）について2022年度は神奈川県が開催県となっており、本市は「ラグビーフットボール」、「健康マージャン」の開催地となっている。2021年度は「健康マーン」のリハーサル大会を予定している。
観光振興課	観光行事推進事業	あつぎ點まつり、にぎわい爆発あつぎ国際大道芸など、本市の魅力の一つでもあるイベントの継続的な実施に

■ 第2次厚木市観光振興計画関連事業一覧

基本方針	基本施策	単位施策	具体的施策	取組内容
Ⅱ 広域観光の推進、関連事業者等との連携	1 広域エリアとしてのブランド・魅力づくり	①多様な地域資源のブラッシュアップ	大山観光の推進	横浜、鎌倉、箱根に次ぐ、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広域道路ネットワーク形成による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エリアとしての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。
	2 広域エリアとしての魅力の発信	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。
			合同キャンペーンの開催	高速道路のサービスエリアや鉄道の駅などにおいて、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Web（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	新東名高速道路の全線開通を見据え、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。
	3 広域観光を推進する人・環境・基盤づくり	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。
			観光地域づくり法人（DMO）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	広域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、厚木秦野道路、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みます。
	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	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を進めます。

主な担当課	事業名等	事業内容
観光振興課	平成大山講プロジェクト推進協議会	平成大山講プロジェクト推進協議会において実施している“つながる大山”プロジェクト事業を始め、サイクリング観光の推進など、大山地域の魅力発信や観光資源の磨き上げに努める。
観光振興課	アウトドアツーリズム推進事業	本市を発着としたサイクリング観光を推進するため、レンタサイクル事業及びサイクリングガイド事業を始める個人又は事業者に対し、経費の一部を補助することで、新たな体験型観光コンテンツとして確立を目指す。
観光振興課	広域行政連絡会	大山・宮ヶ瀬を核とするエリアにおける観光資源に関する情報をまとめたイラストマップを作成し、広く情報発信していく。
観光振興課	広域行政連絡会観光推進専門部会	部会及び関係団体等と連携を強化し、観光消費につながる周遊モデルルートを作成する。
観光振興課	広域行政連絡会観光推進専門部会	部会及び関係団体等との連携を強化し、市町村を越えた広域エリアのブランド化に努める。
観光振興課	観光宣伝事業	県央やまなみ地域が一体となって観光振興を進めるため、共通のプロモーションツールを作成する。
		県央やまなみ地域（厚木市、秦野市、伊勢原市、愛川町、清川村）の丹沢・大山・宮ヶ瀬湖エリア、更には、県央地区等の行政と連携してエリア内の魅力を発信する。
観光振興課	観光宣伝事業	本市の観光情報をSNS（ソーシャル・ネットワーキング・サービス）や、Web（ワールド・ワイド・ウェブ）を活用して広く紹介宣伝し、観光客の誘致拡大を図るとともに、ターゲットを絞った効果的な情報発信の取組を進める。
観光振興課	観光宣伝事業	雑誌や広報誌などのメディアに向けての情報発信を強化することで、県央やまなみ地域への更なる誘客を図る。
観光振興課	観光宣伝事業	パーキングエリアやサービスエリアなどの交流拠点において、県央やまなみ地域の特産品の販売や観光案内などを行う。
観光振興課	観光宣伝事業	広域観光地としてのブランド力やコンテンツ力、情報発信力の強化を戦略的に推進するためには中核人材の育成とネットワークづくりが必要となるため、行政担当者及び観光協会職員などを対象とした研修会を実施する。
観光振興課	観光行事推進事業	広域観光の課題解決を行う場として、推進体制を確立する。
観光振興課	観光行事推進事業	宮ヶ瀬ダム周辺振興財団（観光地域づくり法人（地域連携DMO））と連携し、宮ヶ瀬周辺の活性化に向けた連携を強化する。
観光振興課	観光行事推進事業	広域観光を支える道路（県道60号・63号・64号・70号・603号・701号、国道246号バイパス、薬師林道等）の整備を促進する。
観光振興課	観光行事推進事業	外国人観光客の受け入れ体制構築の一環で、広域観光を支える広域観光案内看板の多言語対応を進める。
観光振興課	観光行事推進事業	個人旅行者の移動を支える二次交通の充実・強化に向けた検討を行い、二次交通の乗り継ぎ強化や、民間駐車場案内サービスと連携した利便性の向上を図る。
観光振興課	観光振興条例推進事業	本市の持続的な観光振興を図るため、市、観光団体、観光事業者及び市民が一体となって、本市の観光資源（自然、食、歴史等）をいかした魅力ある観光都市づくりに取り組めるよう、観光振興施策の基本を定める。
観光振興課	観光行事推進事業	行政や市民、観光関連事業者との連携を密にしながら情報の一元化や観光プロモーションを総合的に行う。

■ 第2次厚木市観光振興計画関連事業一覧

基本方針	基本施策	単位施策	具体的施策	取組内容
Ⅲ ターゲットを絞ったプロモーション	1 客層や志向にあわせた的確なプロモーション	①ニーズを捉えたプロモーションの実施	趣味・志向、客層にあ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。
		②観光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あわせ、体験型コンテンツやご当地グルメ、土産品などと組みあ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。
	2 多様な情報ツールによる情報発信	①SNS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や端末アプリによる情報発信、無線Wi-Fiの整備など、ICTを積極活用します。
		②観光情報の一元化	観光協会ホームページへの情報集約	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、広報紙への記事掲載をはじめ、報道機関へのプレスリリースやインタビューの対応などのパブリシティの活用を推進していきます。パブリシティは、即時性、波及効果、信頼性が高い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。
			デジタルサイネージの活用	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	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。
	3 交通事業者と連携した誘客促進	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、東京や横浜方面から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。

主な担当課	事業名等	事業内容
観光振興課	観光行事推進事業	厚木市最大のイベントである「あつぎ點まつり」を8月の第一土曜を中心に開催する。市民参加型の催し物を取り入れる等、より一層内容の充実を図る。
観光振興課	観光行事推進事業	自然豊かな環境や農業、工業が盛んな特性をいかした体験型のコンテンツを開発する。
観光振興課	観光宣伝事業	本市の観光情報を広く紹介宣伝し、観光客の誘致拡大を図るとともに、ターゲットを絞った効果的な情報発信の取組を進める。各種メディアを始め、イベントキャンペーンなどを通じ市の魅力を伝え誘客を促進することで、本市の交流人口を増やし地域の活性化につなげていく。
観光振興課	観光行事推進事業	ホテルや飲食店などと連携し、本市への来訪が多いビジネス客の観光消費額の増加に向けた事業を推進する。
情報政策課	公衆無線LAN整備事業	国内外を問わず、観光やビジネスなどで訪れる方々や市民等を対象に、公共施設等でインターネットに接続できる公衆無線LANサービス「Atsugi Free Wi-Fi」を提供し、中心市街地等のにぎわいの創出を図る。
観光振興課	観光協会補助金	首都圏近郊に位置し、自然に恵まれ、温泉等の観光資源が豊かな本市の優位性と特性をいかしながら、各種誘客事業や調査研究事業を展開するとともに関係団体と協力し、観光情報の提供や観光PR、協会ホームページの強化に積極的に取り組み、本市の観光振興の促進に努める。
広報課	広報事業	広報紙の発行をはじめ、テレビや新聞等の各メディアの特性にあわせたパブリシティの活用など、積極的な情報発信に努める。
観光振興課	観光宣伝事業	旅行雑誌だけでなく山歩きや園芸など趣味の雑誌、あるいはスポーツ用品関連メーカーなどへ、観光情報の積極的な情報リリースを行う。
広報課	デジタルサイネージ維持管理事業	本厚木駅や愛甲石田駅にデジタルサイネージを設置し、積極的かつ効果的な情報発信を図る。
観光振興課	観光宣伝事業	本市の観光情報を広く紹介宣伝し、観光客の誘致拡大を図るとともに、ターゲットを絞った効果的な情報発信の取組を進める。
観光振興課	観光宣伝事業	地域の産品を広報誌や雑誌等で取り上げることによって、産品の知名度向上を目指す。
観光振興課	フィルム・コミッション事業	映画やドラマの撮影を支援・誘致することにより、シティ・セールスの推進を図り、市民エキストラを登録・紹介することにより、市民参加による地域振興等を図る。
観光振興課	マスコットキャラクター事業	本市の魅力となる地域資源や特性などを市内外へ効果的に情報発信するとともに、市民協働によるシティセールスの取組を推進する。
観光振興課	観光宣伝事業	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、小田急線、相鉄線駅に観光パンフレット等を配架し東京や横浜方面等からの誘客促進を目指す。
観光振興課	観光宣伝事業	小田急電鉄や宿泊事業者との連携を強化し、広域観光のキャンペーン・イベントを推進する。
観光振興課	観光宣伝事業	バス事業者（神奈川中央交通など）やタクシー事業者と連携し、観光マップへの掲載などの取組を推進する。
観光振興課	観光宣伝事業	パーキングエリアやサービスエリアなどの交流拠点において、特産品の販売や観光案内などを行う。

■ 第2次厚木市観光振興計画関連事業一覧

基本方針	基本施策	単位施策	具体的施策	取組内容
IV 受入環境の整備	1 観光客を受け入れる側の意識・おもてなしの醸成	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あつぎ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	「あつぎ點まつり」や「にぎわい爆発あつぎ国際大道芸」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。
	2 訪日外国人にとって居心地の良い環境づくり	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）、韓国語などを併記し、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、障がい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、道路や公園、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、写真映えるきれいな景色など、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。
	3 観光客の安心・安全確保のための体制づくり	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、交通混雑の緩和など交通環境の向上に取り組みます。
			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。

主な担当課	事業名等	事業内容
文化財保護課	郷土芸能事業	市内に伝承される郷土芸能を広く市民に周知するため、公演の場を提供するとともに、児童・生徒のために郷土芸能普及公演及び出前体験教室を開催する。また、後継者育成のために郷土芸能学校を開校する。
観光振興課	職業講話・職場体験事業	市立中学校で開催される「職業講話」に観光振興課職員を派遣するとともに、職場体験の際は観光振興課への受入に協力していく。
観光振興課	観光推進事業	観光事業者に対する接待やサービス、姿勢などの研修を行い、本市観光の振興を図る。
観光振興課	観光推進事業	あつぎ観光ボランティアガイド協会の活動の広報への掲載やサイクリングルートを案内するサイクルガイドの養成などを推進する。
観光振興課	観光行事推進事業	あつぎ點まつり、厚木市緑のまつり、あつぎ飯山桜まつりなどを地域住民の参加により、地域で盛り上げることで来訪者の拡大を図る。
文化生涯学習課	あつぎ市民芸術文化祭開催事業	野外彫刻造形展、市民文化祭、市民芸術祭、あつぎミュージックフェスティバルを開催し、文化芸術活動の活性化を図る。
産業振興課	ロボット産業推進事業	市内企業による最先端技術に関する講演会や製品のPR展示の実施を図る。また、企業訪問の際に、企業の業種に応じて、見学コースやファクトリーショップの設置を依頼する。
観光振興課	観光行事推進事業	まつりやイベントなどを地域住民の参加により地域で盛り上げていくため、地域で幅広く活動する自治会との連携強化を図っていく。
生活環境課	まち美化推進事業	自治会、企業、ボランティア団体が実施する地域美化清掃及び自治会が行う年末美化清掃を支援する。
環境政策課	里地里山保全等促進事業	里山保全活動を行う団体と連携し、ボランティア活動により継続的な里山機能の維持、回復を図る。
観光振興課	インバウンド推進事業	英語、中国語、韓国語などを併記したパンフレットや世界基準のサインを進める。
観光振興課	インバウンド推進事業	外国語による観光アプリや観光情報コンテンツの提供により、イベントや観光スポットなどの情報を発信する。
公園緑地課	公園緑地整備事業	全ての人が快適に過ごすことができるよう、歩道や公園のバリアフリー化やトイレの快適性の向上、自転車利用環境の整備など、まちなかを中心にユニバーサルデザインの観点に立った取組を推進する。
道路整備課	歩道整備事業	
観光振興課	インバウンド推進事業	観光事業者に対するインバウンド研修や旅行会社と協同したツアー商品の開発・販売を行い、本市観光の振興を図る。
道路整備課	交差点等改良事業	交通が集中し、混雑が発生している交差点や通行の支障となっている交差点の形状変更を行い、交通の円滑化や交通安全の強化を図る。
観光振興課	観光行事推進事業	観光庁や県、各事業者等が出しているガイドラインに従い、感染症対策を推進する。
観光振興課	観光施設維持管理事業	ハイキングコースの整備清掃、観光トイレの清掃、展望台の維持管理、観光歓迎塔等の観光施設の維持管理を行う。
観光振興課	観光行事推進事業	感染症対策の実施状況を観光客に発信することで、安心して来訪できる環境づくりを推進する。
観光振興課	観光行事推進事業	感染症対策の徹底や災害発生時に、観光協会等への情報提供を通じて、迅速、的確な応急対策を実施し、市民や市内を訪れる観光客の安心・安全の確保を行うための体制を整備する。

用語解説

【あ行】

ICT（Information and Communication Technology） …P9,P39など

コンピュータなどのデジタル機器、その上で動作するソフトウェア、情報をデジタル化して送受信する通信ネットワーク、およびこれらを組み合わせた情報システムやインターネット上の情報サービスのこと。

アウトドアツーリズム…P32

豊かな自然を活用し、アウトドア（屋外）をテーマにした旅行・観光のこと。

新しい生活様式…P2,P10

新型コロナウイルス感染症拡大を防止するため、飛沫感染や接触感染などの対策を取り入れた生活様式のこと。

あつぎ鮎まつり…P14,P17,P43など

1万発の大花火大会やパレード、ダンスコンテストなど、市民参加型の催しが2日間にわたり繰り上げられる市内最大のイベント。

令和元年度は8月3～4日に開催され、延べ71万人が来場した。

あつぎ飯山桜まつり…P14

飯山白山森林公園にある桜の広場を中心に、飯山白龍太鼓やさくら輿、白龍の舞、ダンスコンテストなど多彩な催しを満開の桜と共に楽しめるイベント。

令和元年度は3月30日～4月7日に開催され、延べ5万2千人が来場した。

厚木市緑のまつり…P16,P17

緑に親しもう教室、植木・草花の即売会や様々なステージなど、緑がもたらす潤いと安らぎを認識していただけるイベント。

令和元年度は5月11～12日に開催され、延べ6万人が来場した。

あやめ祭り…P31

飯山の「飯山あやめの里」で、ハナショウブの開花時期にあわせて行われているイベント。咲き誇るハナショウブと地元の学生などによるステージを楽しむことができる。

インフルエンサー…P33

主にSNS上において、他者の購買行動に強い影響力を与える人のこと。

エコツーリズム…P32

自然環境の保全を強く意識した観光行動のこと。

SNS（Social Networking Service）

…P2,P6など

社会的なつながりを持つためのオンライン上のサービスのこと。代表例としては、TwitterやFaceBook、Instagramなどがあげられる。

SDGs（Sustainable Development Goals（持続可能な開発目標））

…P2,P21,P25

「誰一人取り残さない」持続可能で多様性と包摂性のある社会の実現のため、2030年を年限とする17の国際目標のこと。

【か行】

かながわグルメフェスタ…P14

ご当地グルメ、ご当地キャラクター及び人気スイーツ店舗を集め、県内外からの集客を促すことにより、中心市街地のにぎわい創出を図るイベント。

令和元年度は4月20～21日に開催され、延べ18万7千人が来場した。

上古沢のつつじの丘…P31

あつぎつつじの丘公園内にある丘で、GW頃に満開のツツジを楽しめる。

関係人口…P3,P24

「定住人口」でもなく、観光等で訪れる「交流人口」でもない、その地域に過去に居住・通勤していた人、頻繁に行き来し、イベント等に参画する人、何らかの形でその地域を応援してくれる人など、地域と多様に関わる人々を指す言葉。地域外の人材が地域づくりの担い手となることが期待されている。

観光まちづくり…P5,P6,P48,P49など

地域にある自然・文化・歴史・産業・人材などの様々な資源を、地域が主体となって活用することで、地域内の交流を生み、活力あふれるまちの実現を目指す活動のこと。

グランピング…P19

「優雅な」といった意味を持つ“glamorous”と“camping”をあわせた造語で、贅沢に楽しめる新しいキャンプスタイルのこと。

グリーンツーリズム…P32

農山漁村に滞在し、農漁業体験を楽しみ、地域の人々との交流を図る余暇活動のこと。

交通インフラ…P2,P21,P25など

インフラと呼ばれる公共設備のうち、鉄道やバスなどの交通関連のインフラのこと。

交流人口…P2,P8,P9

特に内容（通勤・通学、観光、レジャーなど）を問わず、その地域に訪れる人々のこと。

コミュニケーションツール…P39

意思や情報を伝達する際に利用されるツールの中で、メールや電話だけでなく、SNS（TwitterやInstagramなど）やSMS（ショートメッセージサービス）など幅広いツールが存在する。

コンテンツ…P21,P25,P30など

一般的には、情報の中身のことを示す。「観光コンテンツ」という使い方では観光要素（自然、温泉など）を示す。

【さ行】

商店会…P48

商店街の活性化を図ることを目的として組織する団体のこと。市内には、15の商店会がある。

消費マインド…P20

消費者の支出に関する意識のこと。消費者マインドの指標として「消費者態度指数」がある。

森林セラピー…P5,P32

こころと身体健康保持・増進や病気の予防を目的に、科学的根拠に基づいて行う森林浴のこと。

【た行】

DMO（Destination Management／Marketing Organization）…P6,P37

地域資源に精通し、官民の幅広い連携による観光地域づくりを推進する法人のこと。観光地域としての魅力を高めるためにさまざまな組織が一体となり、マーケティング・マネジメントやブランディング、商品造成、プロモーションなどを行い、観光客を誘致することで、地域経済の活性化を図ることを目的に設立されている。

テレワーク…P39

情報通信技術を用いた、場所や時間にとられない柔軟な働き方のこと。

トレイルラン…P32

未舗装路（林道、砂利道、登山道など）を走る陸上競技のこと。

【な行】

ナイトツーリズム…P33

夜の時間帯を楽しめるコンテンツ。消費額の底上げを図る効果が見込まれる。

にぎわい爆発あつぎ国際大道芸…P14,P43

中心市街地の公園や公共施設などまち全体を会場として、国際大道芸等のイベントを同時開催し、市内外から多くの来街者を招くことにより、まちのにぎわいの創出を図るイベント。

令和元年度は11月9～10日に開催され、延べ15万7千人が来場した。

ねんりんピック…P21,P25

主に60歳以上の高齢者を中心とするスポーツ、文化、健康と福祉の総合的な祭典のこと。

ノルディックウォーキング…P58

北欧フィンランド発祥の2本のポールを使ったウォーキングのこと。

【は行】

パブリシティ…P40

政府や団体・企業などが、プレスリリースやインタビューなどで事業や製品に関する情報を報道機関に提供し、マスメディアに報道として取り上げてもらう広報活動のこと。

バリアフリー…P5,P44

「バリア（障壁）」を「フリー（のぞく）」、つまり障壁となるものを取り除くことで生活しやすくしようという考え方のこと。

ファムトリップ…P33

観光客の誘致促進を目的に、ターゲットとする地域の旅行事業者やブロガー、メディア向けの現地視察ツアーを企画し、ツアー終了後にターゲット地域へ向けて情報を発信してもらうこと。

フィルムコミッション…P6,P40

映画やテレビドラマ、CMなどのロケーションを誘致し、サポートする非営利団体のこと。

フードツーリズム…P33

その地域ならではの食事や食文化を楽しむことを目的にした旅のこと。

不動尻のミツマタ群生地…P58

谷太郎川最深部にあるミツマタの群生地で、3月中旬の最盛期には、斜面全体がミツマタの黄色い花でおおわれる。

ブラッシュアップ…P24,P25,P31など

本来持っている技術や能力を磨き、質を高めること。

ブランディング…P19,P34

商品やサービスについてユーザーに共通のイメージを認識させること。ブランディングによって、商品やサービスの価値を認識してもらうことで、ユーザーを獲得につなげる。

平成大山講プロジェクト…P35

歴史的観光地「大山」の魅力を再発見・再評価し、それらを発信することで、かつて「大山講」で賑わった江戸元禄のように、賑わいのある観光地づくりを進める取組のことで、行政・大学・地域団体や企業が連携して実施している。

ヘルスツーリズム…P32

地域健康資源を活用した健康増進につながる旅行・観光のこと。

【ま行】

マイクロツーリズム…P10,P39など

遠方や海外への旅行に対し、3密を避けながら地元の方が近場で過ごす旅のスタイルのこと。

街かど大道芸…P5,P31

市民に大道芸の魅力を知っていただくために、中町花の公園で行っている大道芸イベント。

メディアプロモーション…P36

テレビ・ラジオ、新聞・雑誌、WEB、イベントなど各種媒体を活用したプロモーション活動のこと。

モニターツアー…P33

依頼者が旅行費用の一部を負担することを条件に、一般客を募集し、旅行内容などについての調査・報告をしてもらう旅行形態の一種。

【や行】

ユニバーサルツーリズム…P44

すべての人が楽しめるよう創られた旅行であり、高齢や障がい等の有無にかかわらず、誰もが気兼ねなく参加できる旅行のこと。

ユニバーサルデザイン…P65

「すべての人のためのデザイン」を意味し、高齢や障がい等の有無にかかわらず、誰もがわかりやすく、最初から誰もが利用可能であるようにデザインすること。

【ら行】

ローズガーデンフェスティバル…P31

相模川ローズガーデンのバラの開花を楽しむイベントで、満開のバラだけでなく、阿波踊りなどの各種ステージを楽しめるイベント。

【わ行】

ワーケーション…P39

Work（仕事）とVacation（休暇）の造語で、リゾート地や地方部など、普段の職場とは異なる場所で働きながら休暇取得を行うこと。

第2次厚木市観光振興計画

令和3（2021）年3月発行

発行 厚木市

編集 産業振興部観光振興課

〒243-8511 神奈川県厚木市中町三丁目17番17号

電話（046）225-2820（直通）

ホームページURL <https://www.city.atsugi.kanagawa.jp/>



第2次厚木市観光振興計画

「自然と都会をつなぐ^{ま ち}都市」