事例No.	2993
公表年度	R5
団体の属性	都道府県
団体名	神奈川県

事例区分	地域活性化

タグ	・観光 ・新たな政策手法の確立・活用 ・EBPM

事例種類	DMO

事例内容・タイトル

「かながわDMO」を中心とした地域連携による観光振興

出典

令和5年度調査研究：先進事例調査研究事業

○「かながわ DMO」を中心とした地域連携による観光振興

・取組団体：神奈川県

・取組内容：県内７つのエリアごとにテーマ・周遊ルートを設定、データを活用した観光戦略の策定、伊勢原大山をテストケースとしたファムトリップの実施、観光 DI の把握とデータ提供

・推進体制（令和５年度）：神奈川県観光協会…６名、かながわ DMO…４名

・事業予算（令和５年度）：196,279 千円

（財源）会費収入、県補助金、物産販売収入等

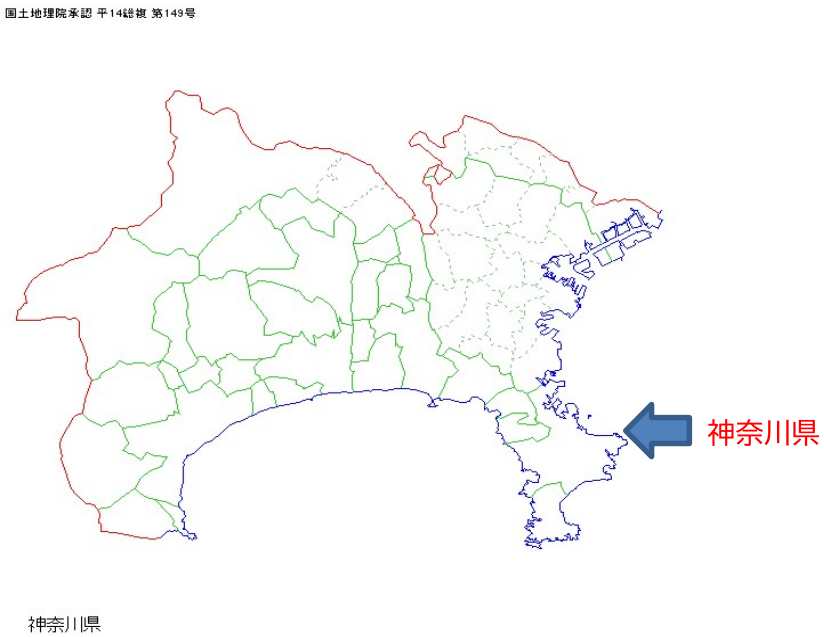
１．神奈川県の概要

人口：9,233,545 人（令和５年７月１日時点）

職員数（一般行政部門）：8,310 人（令和４年４月１日時点）

総面積：2,416.32 ㎢

図表１　神奈川県の位置図



出所：（一財）地方自治研究機構作成

２．取組の背景・目的・内容

（１）　取組の背景・目的

神奈川県は、全国有数の観光地であり、地域によって異なる特色を持っている点が魅力となっている。例えば、世界でも有名な港を有し、国内外の人々が行き交う横浜、日本の歴史を体感することができ、大河ドラマの舞台としても名の知れた鎌倉、温泉や自然を満喫することが可能な箱根、海や周辺の観光スポットで、夏は多くの人で賑わう湘南といった、幅広い年齢層に受け入れられる点が強みであると考えられる。

一方、神奈川県内において、観光地同士の連携が希薄という現状があり、各観光地の周遊を促す仕掛けが必要とされていた。このような背景から、神奈川県観光協会・かながわ DMO では、県内の各観光地を結び、周遊につなげるような取組を行い、観光消費額の増大を目指すこととした。そのために、神奈川県観光協会・かながわ DMO は、関連データの収集・分析、周遊を促進するようなテーマ・ストーリーの作成、ファムトリップの実施に力を入れている。

（２） 取組の内容

① 周遊促進のためのテーマ・ストーリーの設定

神奈川県観光協会・かながわ DMO は、広域周遊の実現や、地域の稼ぐ力の向上を目的に、旅のテーマ・ストーリーを考え、以下の概要で周遊促進を図ることとした。また、ホームページでは、各エリアのおすすめ周遊コースが紹介されている。

図表２　周遊のコンセプト

テーマ	「開国文化」「温泉」「食（中華街）」「海の魅力」「県全域に跨る鎌倉幕府の歴史ロマン」「豊かな里山・山岳の魅力」
ルート	県内で設定する７エリア間の回遊 
コンセプト	特定の興味を設定するために、エリア事業者等と検討し、ストーリーを設定する
事業実施準備	アンケートやデジタルでの情報収集などを行う事で検証を進めながら効果的な内容を実施することを想定

出所：国土交通省　観光地域づくり法人形成・確立計画を基に作成

図表３　おすすめ周遊コースの情報提供



出所：神奈川県観光協会ホームページ

②　データを活用した観光戦略

神奈川県観光協会・かながわ DMO では、GPS データに基づく国内外の人の流れに関するデータを活用した、県内の各地域における誘客動向の分析を進めている。具体的には、各市町村や観光地に対して、それぞれの誘客が多いスポットやイベントにおける属性分析、発地分析等をタイムリーに提供することで、各々のエリアは、各種施策の PDCA のスピードアップを図ることができると考えられている。加えて、神奈川県観光協会・かながわ DMO は、各地域に対し、データに基づくアクションのサポートを目指している。

神奈川県との関係について、県と共に各地域に対して、その地域の戦略推進における論拠となる情報を提供することで、それぞれの地域や神奈川県の観光振興計画が効果的に遂行され、県内観光経済消費の向上につながることが期待されている。なお、神奈川県観光協会の会員である、県内の市町村との関係に関しては、随時、かながわ DMO の活動について情報共有を図ることで、連携を深めている。

③　伊勢原大山をテストケースとしたファムトリップ

MICE で神奈川県内を訪れる外国人の回遊の可能性を探るために、伊勢原大山をテストケースに、ファムトリップが実施されている。これまでに、旅行会社（フランスの旅行会社、国内外の富裕層を対象とした旅行会社、MICE 系の旅行会社）、国際会議場（パシフィコ横浜）、メディア関係等の関係者に対して、大山阿夫利神社のコースの視察が行われた。また、令和５年５月には、在日外国人を対象に、大山阿夫利神社の魅力を伝えるモニターツアーが、同年９月には、在フランスのフランス人シェフによる視察を基にしたモニターツアーが実施さ

れた。今後は、相模平野の夜景を一望することができる神社施設におけるディナー、宮司による歴史解説ツアー等の商品展開が目標とされている。

以上の取組は、観光地の魅力の発信方法の検討や、地元事業者との連携を進めていくための初めてのケースであり、神奈川県観光協会・かながわ DMO は、県内各地でも同様の展開を進めていくことを目指している。

④　観光 DI を活用した取組

これまで、神奈川県の観光にフォーカスした景況感は把握されてこなかったが、ビジネス環境の改善を目的として、神奈川県観光協会・かながわ DMO は、観光 DI の活用を令和５年度の主要な取組としている。具体的には、四半期ごとに、神奈川県観光協会に加入している、鉄道・運輸、飲食・宿泊業等のサービス業の 3,000 超の事業者を対象に、アンケート調査を実施することで、「住民」や「観光客」だけではなく、「事業者」の動向も把握している。これによって、調査に協力した事業者の事業推進に寄与することが目標とされている。さらに、神奈川県観光協会・かながわ DMO では、アンケート調査といった定量的な調査の後に、県内の有力な観光事業者にヒアリング調査も実施し、より充実した景況感の把握に努めている。

３．成果・課題

（１）　成果

神奈川県観光協会が令和５年７月 20 日に発表した「神奈川県景況感調査」では、景気判断を「非常に良い」「良い」「やや良い」と答えた観光事業者は 55.8％となり、全体の 44.9％を 10.9 ポイント上回る結果となった。新型コロナウイルスの５類への移行も要因であると考えられるが、外国人観光客来訪の回復による部分が大きく、観光産業が徐々に息を吹き返している。

（２）　課題

上記の「神奈川県景況感調査」において、エリア別では、みなとみらいや鎌倉市といった県東・湘南エリアの景気判断は、48.8％、箱根を含む県政エリアが 46.3％と全体を上回った一方で、相模原や厚木市、伊勢原などの県央・県北エリアは 31.5％にとどまっており、まだ神奈川県全体の回復には至っていない。また、従業員数が 100 人以上の企業の業績が良い一方で、従業員 10 名以下の小規模土産店や飲食店には景況感が波及していない点も課題である。

【参考】

神奈川県ホームページ

・神奈川県の位置・地勢

https://www.pref.kanagawa.jp/docs/ie2/cnt/f530001/p780101.html

・神奈川県の人口と世帯

https://www.pref.kanagawa.jp/docs/x6z/tc30/jinko/jimkotosetai.html

・神奈川県観光協会ホームページ

https://www.kanagawa-kankou.or.jp/?p=we-page-top-1

・神奈川新聞電子版

「神奈川県観光協会が「DMO」に　市場データ活用で訪日客誘う　「時間の読める観光」実現目指す」

https://nordot.app/1031308204613206664?c=388701204576175201

・国土交通省観光庁

登録観光地域づくり法人「登録 DMO」の形成・確立計画

https://www.mlit.go.jp/kankocho/page04_000078.html