

報告書

神奈川県の内バウンド観光について

2020年3月31日

神奈川県経済同友会 地域活性化委員会

目 次

I インバウンド観光の現状

1. 世界の観光の現状	1
1) 世界の観光客数	1
2) 世界の観光における日本の位置づけ	1
2. 日本のインバウンド観光の現状	1
1) 訪日外国人観光客数の推移	1
2) 訪日外国人延べ宿泊者数の推移	1
3) 訪日外国人入国時利用空港、クルーズ船寄港回数	2
4) 訪日外国人消費額	2
5) 訪日外国人観光客の観光・消費行動特性	2
6) ホテルの稼働率と2030年の稼働率予測	3
3. 政府・地方自治体の観光施策	3
1) 政府	3
(1) 観光ビジョン（明日の日本を支える観光ビジョン）	3
(2) 日本遺産（Japan Heritage）	3
(3) 日本版DMOによる観光振興	4
2) 神奈川県内自治体の観光振興政策	5
(1) 神奈川県観光振興計画の概要	5
(2) 横浜市の観光振興施策（横浜市中期4か年計画 2018～2021年）	5
(3) その他の県内観光地の観光振興政策	6

II 神奈川県のインバウンド観光の課題と解決の方向性

1. 神奈川県のインバウンド観光の課題	8
2. 神奈川県のインバウンド観光の課題解決の方向性	10

要 旨

1. 世界の観光は、アジア諸国を中心に世界的な広がりを見せており、日本も近年インバウンド観光を大きく伸ばしている。
2. 日本国内のインバウンド観光のデータを見ると、
 - ① 東京都はじめ他道府県が外国人宿泊者数を伸ばす一方、神奈川県伸びは小さい。
 - ② 訪日外国人消費額は日本全体で4.8兆円に達しており、インバウンド観光は自動車や化学製品の輸出額に次ぐ位置づけだが、神奈川県は十分に取り込めていない。
 - ③ 神奈川県内ホテルの稼働率は全国平均以上あるが、今後ホテル開業計画は目白押しで、訪日外国人宿泊者を取り込んでいく必要がある。
3. 政府は訪日外国人を2030年6,000万人の目標を立て様々な政策を進め、神奈川県や各市町村も観光振興施策を展開しているが、他地域と比べ予算規模は小さい。
4. 神奈川県のインバウンド観光の主な課題は以下のとおり、
 - ① 横浜市は「ホテル開業による稼働率低下」「消費額が小さい」「知名度が低い」「魅力あるコンテンツが足りない」「プロモーション不足」などが挙げられる。
 - ② 鎌倉市は「オーバーツーリズム」、県西地域は「災害復興」、新たな観光の核として期待される地域は「観光地としてのブラッシュアップ」が課題となっている。
 - ③ 神奈川県全体では「観光予算が十分でない」「県内全域の連携が足りない」などが挙げられる。
5. このような課題解決の方向性としては以下が挙げられる。
 - ① 神奈川県における観光産業の地位向上、予算の確保
 - ② 強力な観光推進体制（DMO）の構築
 - ③ 魅力ある観光資源を「オール神奈川」で連携して創り、束ねること
 - ④ 効率的で効果的な「オール神奈川」のプロモーション活動
 - ⑤ 県内共通の観光データ整備とマーケティング実施
 - ⑥ 羽田・成田増便に向けた交通アクセス整備や観光地相互の周遊性・回遊性確保
 - ⑦ 観光と住民生活の両立のための財源確保
 - ⑧ 外国人を意識した防災整備

こうした取り組みを強力に進めることで、神奈川県がインバウンド観光需要を一層取り込むことにより、地域経済の更なる発展につながることを強く期待する。

I. インバウンド観光の現状

1. 世界の観光の現状

1) 世界の観光客数（図表 1、2）

国際世界観光機関（UNWTO）によると、世界の観光客数は、リーマンショック時に落ち込みはあったものの順調に伸びており、2018年には14億人に達した（cf. 2012年10.4億人 1.35倍）。今後2030年には18億人に増え、そのうちアジアが3割を占めるとしている。

2) 世界の観光における日本の位置づけ（図表 3、4）

UNWTOによると、日本の2018年の国際観光客到着数は、3,100万人で英国に次いで11位（2012年は836万人で33位）、また国際観光収入は411億ドルでドイツに次いで9位であった（同じく2012年は146億ドルで20位）。なお、米国、タイ、豪州といった国々は「観光客数の順位」に比べ「観光収入の順位」が高い。

2. 日本のインバウンド観光の現状

1) 訪日外国人観光客数の推移（図表 5、6）

日本政府観光局（JNTO）によると、訪日外国人数（ビジネス客等含む）は、2011年に東日本大震災による落ち込みがあった（622万人）ものの、その後一貫して増え続けており、2019年には3,188万人を記録した。地域別では、アジア諸国からの訪日外国人数が大きく伸びており、特に中国・韓国・台湾の増加が顕著である。

2) 訪日外国人延べ宿泊者数の推移

(1) 都道府県別訪日外国人延べ宿泊者数の推移（図表 7、8）

観光庁によると、訪日外国人延べ宿泊者数は、日本全体で2014年から2018年までに44百万人増加している。都道府県別では、上位5都道府県（東京都、大阪府、北海道、京都府、沖縄県）で増加数全体の三分の二を伸ばしている一方、神奈川県は増加数は108万人（増加数全体の2.5%）と低迷している。神奈川県は国内観光客のウェイトが9割と非常に高い。

(2) 主要都市の訪日外国人の延べ宿泊者数の推移（図表 9）

主要都市別（東京23区以外）も2014年-2018年で、大阪市は300万人、京都市・札幌市も100万人以上増やしているのに対し、横浜市の増加数は37万人にとどまっている。

3) 訪日外国人入国時利用空港、クルーズ船寄港回数 (図表10-1、10-2)

訪日外国人の入国時利用空港をみると、成田国際空港、関西国際空港、東京国際空港 (以下「羽田空港」)、福岡空港、那覇空港、新千歳空港で全体の9割超を占めていて、「訪日外国人延べ宿泊者数上位地域 (都道府県別・主要都市別とも)」はこれら空港の近接地域である。また、羽田空港では2020年3月29日より国際線が1日50便増加される。さらに、成田国際空港も2029年までに1日250便増加する計画が報じられている (*)。

一方、クルーズ船による外国人入国者数は2019年215.3万人で2014年比173.7万人増となっている。クルーズ船の港別寄港回数 (2019年) は、那覇港260回、博多港229回について横浜港は188回 (過去最高) の第三位となっており、「大黒ふ頭客船ターミナル」「横浜ハンマーヘッド」の供用開始 (ともに2019年) によるものである (後述)。

羽田・成田両空港の国際線増便や横浜港の寄港回数が増えていることを踏まえると、神奈川県 (特に横浜市) の訪日外国人宿泊者数はまだまだ伸ばす余地が大きい。

* 「首都圏空港機能強化技術検討小委員会の中間取りまとめ」2014年7月、「成田の滑走路延伸や新設許可 国交省、28年度に完成」日本経済新聞 2020年1月31日朝刊

4) 訪日外国人消費額

(1) 日本の訪日外国人消費額 (全体・国別) (図表11)

2018年の訪日外国人消費額は全体で4兆7,733億円で、産業別輸出額と比較すると、自動車部品や電子部品の輸出額に匹敵する金額である。国別に見ると、中国が1兆8,844億円で1位、次いで台湾6,069億円、韓国5,887億円で、香港、アメリカと続いている (*)。

* 観光庁「2018年 (平成30年) の訪日外国人旅行消費額 (確報)」の消費額推計はJNTO「訪日外客数」の暫定値を用いており、確定値を用いた本報告書とは数値が異なる。

(2) 訪日外国人消費単価の神奈川県と他県との比較 (図表12)

訪日外国人消費単価 (レジャー・観光) を比較すると、神奈川県は、東京都や大阪府の2~3割程度と大きく劣後している。

5) 訪日外国人観光客の観光・消費行動特性 (図表13)

観光庁によると、観光・消費行動の特性は、国ごとに区々であるが、傾向としては、概ね「アジアからの訪日外国人 (以下「アジア」)」と「欧米豪からの訪日外国人 (以下「欧米」)」に分かれる。

①目的別では、「アジア」が「観光・レジャー」中心、「欧米」は「ビジネス」も多い。

②滞在日数は、「欧米」は10~13日で「アジア」の倍近い。

③消費単価は、「欧米」が「アジア」より大きい。ただ「アジア」で中国は「欧米」並みである。内訳は「欧米」が宿泊費・交通費が多いのに対し、中国はショッピングが多い。

④観光情報の入手方法は、「アジア」はブログ・SNSが多いのに対して、「欧米」はガ

イドブック、口コミサイト、動画サイトと多様である。

⑤旅行の手配方法は、「アジア」は中国・台湾中心に団体が3割を占めているが、「欧米」は8-9割が個人で手配している。ただし近年は「アジア」も個人手配が増加傾向にある。

⑥観光で体験したことは、「アジア」「欧米」共通で「日本食」。それ以外は「アジア」は「ショッピング」が多く、「欧米」は「伝統文化や日常の体験」「美術館」「自然を楽しむ」が多いが、いわゆる「コト消費」が増えてきている。

6) ホテルの稼働率と2030年の稼働率予測 (図表14)

ニッセイ基礎研究所によれば、2017年のホテル稼働率は、全国平均73.2%に対し、神奈川県は79.2%とされており、平均以上の良好な水準にある。横浜市によれば横浜市内主要ホテルの稼働率は2019年で86.5%と、満室の状況が続いている。外国人宿泊数の多い大阪府や東京都と同水準を確保している。

なお、同研究所では、現在のホテル室数と今後の建設計画による増室を加えた総客室数と、政府が目標としている訪日外国人6,000万人を達成した場合に予想される利用客室数から、2030年時点のホテル稼働率を予測しているが、それによると、訪日外国人宿泊者数の多い東京都や大阪府、福岡県では83-85%と、満室の状況が保れると予測されている。

一方、神奈川県は、主要ホテルだけで約9,000室近い増室が計画されていて、従来同様国内観光客中心のまま訪日外国人宿泊者の国内シェアが上がらなければ、2030年の稼働率は65.7%になる(神奈川経済同友会試算)。訪日外国人の宿泊者の取り込みが必要である。

3. 政府・地方自治体の観光施策

1) 政府

(1) 観光ビジョン (明日の日本を支える観光ビジョン) (図表15、16、17)

政府は、2016年に発表した「明日の日本を支える観光ビジョン」で、訪日外国人旅行客数を、2015年の1,957万人から2020年に4,000万人へ、さらに2030年に6,000万人に伸ばす、とし、また、訪日外国人旅行消費額を2015年3兆4,771億円から2020年8兆円、2030年に15兆円まで伸ばす、という目標を立て、「観光資源開発」「観光産業の国際競争力向上」「受け入れ環境整備」に関する具体的な施策を掲げている。

また体験型コンテンツ育成や適切な価格設定により収入を増やしていくとしている。

(2) 日本遺産 (Japan Heritage) (図表18、図表19)

文化庁は、2015年に「地域の歴史的魅力や特色を通じて我が国の文化・伝統を語るストーリーを『日本遺産 (Japan Heritage)』として認定し、ストーリーを語る上で不可欠な魅力ある有形・無形の文化財群を総合的に活用する取組を支援する」事業を開始した。従

来、文化財行政は、文化財保護法に基づき、国宝、重要文化財、史跡名勝天然記念物など類型ごとに指定し個別の「点」として保存・活用してきたが、日本遺産はストーリーを描くことで地域活性化に直接活用する制度とされている。

日本遺産に認定されると、情報コンテンツ作成や文化財の活用整備、人材育成や普及啓発に関して文化芸術振興費補助金や文化資源活用事業費補助金を申請することができる。

これまでに全国で83の市町村・地域が認定されており、神奈川県では大山、鎌倉、横須賀、小田原・箱根の4地域が認定されており、観光振興への効果が大いに期待されている。

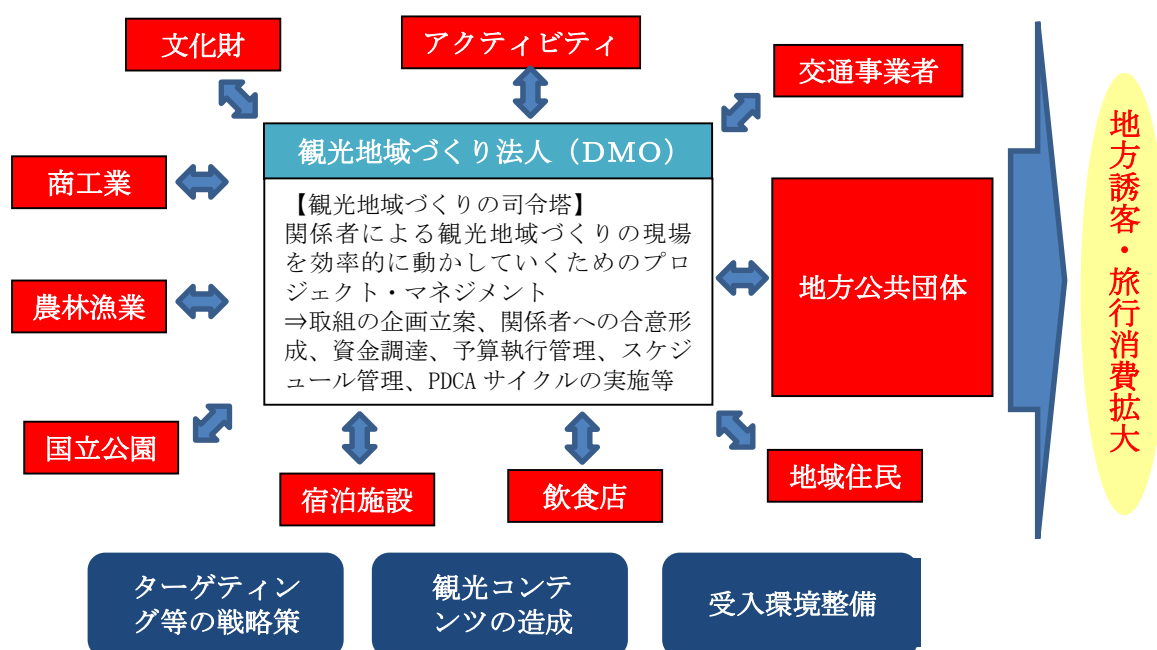
(3) 日本版DMOによる観光振興（図表20）

また政府は、各地の観光振興の司令塔を担う組織として「DMO（Destination Management/Marketing Organization）」の形成・確立を進めるべく「日本版DMO登録制度」を2015年に創設し、DMOの活動を支援している。

「日本版DMO」登録の要件は、

- ・ DMOを中心として観光地域づくりを行うことの多様な関係者の合意形成
 - ・ 観光振興に資するデータの収集、戦略策定、KPI設定・PDCAサイクル確立
 - ・ 関係者の観光関連事業と戦略の整合性に関する調整、プロモーションの実施
 - ・ 法人格の取得、責任者の明確化、データ収集分析等の専門人材の確保
 - ・ 安定的な運営資金の確保
- とされている。

日本版DMOの概念図



出所：観光庁「日本版DMOとは？」

2) 神奈川県内自治体の観光振興政策

(1) 神奈川県 観光振興計画の概要 (図表21、22)

神奈川県では、2009年10月に制定された「神奈川県観光振興条例」にもとづき、3年ごとに「神奈川県観光振興計画」を策定している。

2019年度に策定された計画では、基本施策として、「観光資源の発掘・磨き上げ」「戦略的プロモーションの推進」「受入環境の整備」「観光関連産業の成長促進」を掲げるとともに、神奈川県の「観光消費総額」「入込観光客数」「延べ宿泊者数」「外国人宿泊者数」の4項目で指標を定めている。

特に、外国人観光客の増加を図るための具体策として、2016年6月に県を中心に市町村、団体、業界企業がメンバーとなる「神奈川県観光魅力創造協議会」を立ち上げ、観光資源の発掘・磨き上げ、周遊モデルルートの策定、インバウンドツアー商品化のための商談会開催などを行っており、2019年度には1,000を超えるモデルルートが作成された。ただ、モデルルートは乱立気味であり、2020年度は質の充実を進めるとしている。

なお神奈川県の文化観光局の計上する予算は8億6400万円あるが、文化関連の予算も含まれており、観光そのものの予算を他県と比較すると決して大きいとは言えない。

(2) 横浜市の観光振興施策 (横浜市中期4か年計画 2018~2021年) (図表23~26)

横浜市では、2018年に策定された「横浜市中期4か年計画」において、「文化芸術創造都市」や「観光・MICEの推進」を重要政策と位置づけ、「観光消費額」や「外国人延べ宿泊者数」「国際会議総参加者数」の数値目標を定めている。

2019年度文化観光局の事業概要では「2020年以降の飛躍に向けた集中的取組」として、

- ① 昼も夜も滞在を楽しめる新たな魅力づくり
- ② 訪日外国人旅行者の獲得に向けた取組
- ③ 和の観光資源「三溪園」等の環境整備
- ④ 滞在環境の向上、近郊都市連携による周遊観光の促進

を掲げており、戦略的に予算配分を行っているが、文化・観光予算に占める上記施策の予算のウェイトは、「文化振興」「MICE等ハード関連」と比べ、小さい。

また、横浜市は横浜港への大型クルーズ船の誘致にも力を入れていて、「大黒ふ頭客船ターミナル」「横浜ハンマーヘッド」供用開始により、2019年は過去最高の寄港回数(188回)となっており、今後一層の増加を見込んでいる(ただし、2020年は新型コロナウイルス感染症拡大の影響により減少に転じる可能性あり)。

さらに、横浜市は、「国際園芸博覧会(および跡地利用)」や「統合型リゾート(IR)」の誘致を強力に推進しており、「両施設が横浜市観光の目玉となる」ことを期待している。横浜市における「観光産業」の位置づけは益々高まるものと思われる。

(3) その他の県内観光地の観光振興政策（図表27、28）

① 鎌倉市

鎌倉市は、「歴史・文化」で京都や奈良と肩を並べる日本有数の観光地であり、市内への入込観光客数は1,987万人（2018年）に上る（Cf. 京都市5,275万人、奈良市1,702万人）。

市が策定した「第3期鎌倉市観光基本計画（2016-2025）」では、「住んでよし、訪れてよし」の成熟した観光都市づくりを掲げ、市民生活の安全・安心に配慮した施策を重点施策としている。ただ、オーバーツーリズム解消はなかなか進まず、観光振興と市民生活の両立に苦心している。

また、（公社）鎌倉観光協会や藤沢市と地元民間企業が連携して、DMO・DMCや広域連携プラットフォーム設立の動きが進められており、様々な観光政策づくりへの貢献が期待される。

② 県西地区（箱根町・小田原市）

箱根町は、国内有数の温泉地として、また世界遺産登録された富士山に近い観光地として、外国人にも人気が高い観光地である。2015年の大涌谷周辺の火山活動により、2,000万人近い入込観光客数が一時1,700万人まで落ち込んだが、官民挙げた観光誘致活動により、2017年には過去最高に迫る2,152万人まで回復。外国人宿泊客数も順調に増えている。2018年には、「箱根町HOT21観光プラン基本計画」を策定し、同年箱根町DMO（（一財）箱根町観光協会）を設立。観光推進体制が強化されている。ただ、2019年11月に襲った台風19号は甚大な被害をもたらし、鉄道・道路といった交通インフラは未だ一部復旧できていない。2019年12月に箱根町が発表した観光施設の被害額は52億円に上っている。

また、小田原市は市民・行政が一体となって観光戦略を検討し、2016年「小田原市観光戦略ビジョン」を策定。翌年日本版DMO第一弾として「（一社）小田原市観光協会（地域DMO）」と「かながわ西観光コンベンションビューロー（地域連携DMO、県西2市8町）」が登録され、さらに2019年DMC（地域集客サービス統括会社）を設立。箱根町のDMOとともに広域に観光推進体制が整備されている。

③ 新たな観光の核づくり（城ヶ島・三崎（三浦半島）、大山、大磯）

神奈川県は2012年から開始した「新たな観光の核づくり認定事業」により「城ヶ島・三崎（三浦半島）」「大山」「大磯」の3地域を横浜・鎌倉・箱根につぐ新たな国際観光地として認定し、整備を進めている。

「城ヶ島・三崎」では、2015年から「三浦半島魅力最大化プロジェクト」という地域活性化のための事業も並行して進められており、自然（海）・食を核とした観光の魅力を高めるための整備が進んでいる。鎌倉市を除く三浦半島地区の入込観光客数は、2018年で16,755万人で2014年比1,841万人増えている。京浜急行電鉄㈱も企画乗車券の発行やホ

テルしており、集客に貢献している。ただこうした取り組みはインバウンド観光にまでつながっているかは不明であり、データ収集やプロモーション強化のための体制整備が期待される。

「大山」は、文化庁が2016年に江戸時代の「大山詣り」を「日本遺産」と認定されるなど歴史文化を核とした観光地づくりを進めている。大山の観光客数は2018年115万人で2014年比5万人増とまだまだ伸びは小さいが、外国人が魅力に感じやすい観光スポットである。伊勢原駅周辺には飲食店が少ないなど周辺整備を進める必要がある。

「大磯」は、自然豊かな保養地としての歴史は古く、明治以降の著名な政治家の別荘が多くあった。大磯町は県や国と共同で火災で焼失した旧吉田茂邸を建て直し2017年から公開。また、大隈重信ほか明治期政治家の邸宅が集まる「明治記念大磯邸園」の整備も進めており、2020年には庭園を、2024年には邸宅内も全面公開する予定である。2018年は「同邸園」の特別公開の効果もあり、大磯町に110万人の観光客が訪れている（2014年比+25万人）。外国人観光客が魅力を感じるような素晴らしい日本の庭園が数多くあり、観光地としての潜在能力は高い。ただ、大山同様観光地としては整備が不十分であり、今後の課題である。

Ⅱ 神奈川県インバウンド観光の課題と解決の方向性

1. 神奈川県インバウンド観光の課題

1) 横浜市

① 市内主要ホテルの建設・開業ラッシュで稼働率低下が予測される。

ここ数年、横浜市内主要ホテルの稼働率は80%を超えており、訪日外国人宿泊者が取り込めていなくても十分な水準にあった。しかし、昨今市内ではホテル建設・開業が相次いでおり、従来のような国内観光客中心では稼働率低下が避けられない。羽田・成田両空港の国際便や横浜港の寄港回数が増加することを踏まえると、外国人宿泊客を取り込む戦略が必要である。

② 観光消費額が小さい。

横浜市の観光消費額は2018年国内含めても3,633億円だが、大阪の訪日外国人観光消費額が約1兆3,000億円（2014年比5倍超）と比較して大きく伸ばしている。国内消費の伸びが期待できないなか、横浜市内経済の成長を持続させるには、インバウンド需要を取り込むことが必須である。

③ 訪日外国人から、横浜市は「滞在する都市」に選ばれていない。（図表29）

横浜市は羽田空港・成田国際空港からのアクセスが良いにもかかわらず、訪日外国人の多くが東京に宿泊しているのは、「東京が政治・経済・文化（食・娯楽）の中心地」という抜群の知名度があるのと同時に、インバウンドに携わる企業が「東京」を拠点としており、起点が「東京宿泊」となっている点にもある。こうした「東京」と隣接しながら横浜が「滞在する都市」に選ばれるためには、一層の「努力」が必要である。

④ 外国人を惹きつける観光コンテンツが足りない。

外国人観光客は、横浜に「街歩き」「ショッピング」で訪れており国内観光客と同じなのだが、「宿泊して長時間滞在したい」というような外国人を惹きつける「観光コンテンツ」が足りない。明治以降発展した横浜には、一目見て「日本らしさ」が感じられるような「伝統的な」文化・歴史施設が少ない。日本人には感覚的に分かる「横浜の良さ」を外国人にも理解してもらうには、「良さ」を伝える工夫が必要である。

⑤ プロモーションが十分ではない。

横浜市は、プロモーションの予算を2019年度1億2,125万円（前年比+3,543万円）計上しているが、それでも他の主要都市の予算に比べると見劣りする。

2) その他の県内主要観光都市

① オーバーツーリズムに苦しむ鎌倉市

鎌倉市は、観光と市民生活の両立が最大の課題である。市域1平方キロあたりの観光客数は「京都の9倍」と全国随一で、交通渋滞や交通機関の利用集中を解消する仕組みづくりや財源は、市単独では困難である。また、日帰り観光客が多いことから「観光消費額」が小さい。古民家レストランや体験型観光コンテンツ開発など質向上に努めているが、市全体の観光消費額を大きく伸ばすまでには至っていない。

② 自然災害の影響が大きい県西地区（小田原・箱根）

ここ数年、自然災害によって観光客が落ち込む事態が続いている。交通インフラの一部は未だ復旧しておらず、外国人観光客に安心して訪れていただくためには、将来の備えを進める必要もある。神奈川県は当面の復旧に必要な予算を確保しているが、今後に備えるための財源確保が課題である。

③ 観光地としての更なる整備が必要な「城ヶ島・三崎（三浦半島）」「大山」「大磯」

神奈川県が「新たな観光の核づくり」として整備を進めているが、交通アクセスの向上や受入環境（WiFi、多言語対応）の整備、周辺の宿泊施設や飲食店等の充実、といった地域全体の整備も並行して進めていく必要がある。また観光客数を増やすために、観光関連事業者や周辺観光地との更なる連携強化が必要である。

3) 神奈川県

① 観光振興に対する予算が不十分

神奈川県の観光振興に関する予算は十分ではなく、このことは神奈川県における「観光振興」に関する施策の優先順位を物語っている。観光産業を「次代のリーディング産業」にしていくのであれば、相応の予算配分が求められる。

さらに、プロモーションに関する予算等で横浜市等市町村と予算に重複がないか、検証すべきである。予算は限られているのであれば、連携して、効率的・戦略的に使う必要がある。

② 県内全域の観光地の連携が不十分

県西地区や三浦半島など一部地域では、周辺市町村が連携して観光戦略を立案し実施しようという動きがあるが、県全域では連携する動きは弱い。神奈川県主導の「神奈川県観光魅力創造協議会」は観光ルートづくりが中心となっていて、観光戦略の連携までには至っていない。また県内観光地相互の回遊性も十分ではない。県内に滞在して県内観光地を周遊させるためには、県が中心になって連携を促すことが期待される。

2. 神奈川県インバウンド観光の課題解決の方向性

① 観光産業の位置づけの向上、予算の確保（神奈川県・横浜市）（図表30）

神奈川県・横浜市とも観光振興を重視するとしているが、予算配分から見ればまだまだ十分とはいえない。観光産業をリーディング産業に育成していくのであれば、他の都道府県や主要観光都市並みの予算を確保する必要がある。

観光諸施策の財源を確保するため、他都道府県や市の一部では宿泊税の導入を始めている。福岡では、2020年度から県と福岡・北九州両政令指定都市がシェアして宿泊税の課税を始める。神奈川県・横浜市も福岡スタイルの宿泊税導入を検討すべきである。

② 強力な観光推進体制の構築（横浜市）

大阪府および大阪市は、DMO「公益財団法人大阪観光局」を設立。大阪のインバウンド観光政策の司令塔となり、データに基づく戦略立案、KPI設定、施策の実施、実績チェックと改善策立案といった「PDCAサイクル」を回し、訪日外国人宿泊者数やインバウンド観光消費額を大いに伸ばしてきた。

横浜市内に多くのホテルが建設され、外国人を受け入れる宿泊施設が出来つつある。羽田・成田の国際便も増え、横浜港の寄港回数はさらに増える。今こそ、横浜のインバウンド観光振興をリードするDMOを設立し、強力な観光推進体制を構築するときである。

③ 外国人にとって魅力ある観光資源を創り、「オール神奈川」で束ねる

神奈川県では1,000の観光ルートを策定し、今後質の向上を図るとしている。観光地の魅力向上策としては、その地域の歴史・文化を改めて紐解きブランディングすることが重要で、鎌倉・大山・横須賀・箱根が認定されている「日本遺産」の手法を参考にすべきである。

例えば、横浜には、1859年の開港以来、様々な西洋の施設・交通・食・文化がもたらされた歴史がある。それらには「和」と融合しながら形を変え、「Cool Japan」として世界から支持を集めているものがある。現代日本の「発祥の地」ともいえる横浜には、観光資源の「卵」のまま埋もれており、それらを外国人観光客に「分かりやすくかつ共感を呼ぶ」ようにストーリーに仕立て、発信していくことが必要である。また、トレンドが「モノからコト」に移っていることも踏まえ、それらのコンテンツを「体験型観光」としていくパッケージ化していくことにも一層力をいれるべきである。

なお、県内観光地は、横浜、鎌倉、箱根など、それぞれ魅力（ブランド）が異なる。そうした多様な観光資源を「オール神奈川」で上手く束ねることで、県内に長く滞在させることができるよう、神奈川県内各自治体や各地DMOが連携していくことが重要である。

④ 「オール神奈川」で効率的かつ効果的なプロモーションを（神奈川県を中心に）

魅力ある観光資源を海外に効果的に発信しなければ旅行客を誘致できない。プロモーションは、従来のパンフレットによるものから、「HP」や「SNS」に軸足が移す必要がある。また、海外の有力な旅行エージェン트에働きかけることも有効である。

さらに、ラグビーワールドカップや東京オリンピック・パラリンピックで神奈川県を訪れた外国人の「口コミ」を活用するとともに、再来日を促すフォローを行うことが重要である。

いずれにしても、神奈川県と横浜市ほか各地域がばらばらにプロモーションを行っては、「オール神奈川」の魅力発信にならないし、限られた予算を効率的で効果的に活用できない。県・市が連携して進めていくべきであろう。

⑤ 県内観光データ整備と共通のプラットフォーム構築によるマーケティング実施

現状、訪日外国人のきめ細かな観光データベースは、都度自治体がサンプル調査し分析しているが、県内の連携を高めるために、恒常的な共通データベースを構築すべきである。

共通のプラットフォームがあることで、県内観光地をどのように周遊したか、各国別、都市別（同じ中国でも都市によって嗜好が異なる）、年齢別、嗜好別のきめ細かなマーケティングが可能となる。より正確なデータ取得のためには、SNSや共通クーポンを使用できる外国人専用サイト等によるデータ収集の仕組みづくりも有効である。

⑥ 交通網整備による羽田・成田空港からのアクセス整備と周遊性・回遊性の確保

羽田・成田の増便や横浜港の寄港増を踏まえ、交通の利便性をさらに高める必要がある。空港・港や駅から観光地・宿泊ホテルへの交通手段が十分か検証する必要がある。

また、観光地相互の回遊性、駐車場、公共交通機関との連携も整備が必要である。さらに交通情報の提供は、観光地の説明と合わせアプリ等により提供されることが必要である。

⑦ 「住んでよし、訪れてよし」の観光都市づくり（オーバーツーリズムへの対応）

インバウンド観光が伸びると、鎌倉市で起きているように、住民生活との両立が大きな課題になる。観光が住民生活を脅かさないよう十分な対策が必要であり、そのための財源を確保する必要がある。「宿泊税」や鎌倉市が検討している「ロードプライシング」など、各地の実態を調査し、住民事業者と十分な協議を経て有効な対策を実行すべきである。

⑧ 外国人を意識した防災の整備

昨今、地震、小規模噴火、風水害をはじめ様々な災害に日本は見舞われている。訪日外国人観光客が増えれば、彼らの安全確保に万全を期す必要がある。防災に関する多言語対応は進みつつあるが、災害の種類は多様であり、市町村だけでは対応しきれない。国や県による支援が必要である。

以上8つの方策を掲げたが、これらを実現していくには、神奈川県、そして横浜市が「観光産業をリーディング産業に」することに「本気で取り組む」という、意識改革が最も重要である。大阪は府・市一丸となって、DMOを作り、観光振興政策のみならず都市政策や交通政策など様々な政策を連動させ、大きな実績を挙げてきている。神奈川県も、自治体・事業者が一丸となってインバウンド観光振興に注力することで、地域経済・社会が大きく発展していくことを期待する。

最後に（編集後記）

本報告書は、2018年後半から2019年末までに地域活性化委員会で取り上げてきた「インバウンド観光振興」について、講師のお話や観光に関するデータから、神奈川県のインバウンド観光振興のあり方について取りまとめたものである。

しかしながら、2020年に入り、中国で発生した新型コロナウイルス感染症が世界に急速に拡大し、4月には国内でも「緊急事態宣言」が発令されるなど、収束のめどは立っていない。観光関連産業の影響は甚大であり、日本政府観光局（JNTO）が発表した3月の訪日外国人客数は前年同期比△93%の19万4千人と、東日本大震災を大きく超えるかつてない減少幅となっている。

こうした事態に対し、政府や神奈川県、県内市町村では、様々な経済対策を打ち始めているが、観光関連産業をはじめ深刻な影響を受けている産業に対し、一日でも早い支援をお願いしたい。

特に、インバウンド観光従事者は、最近起業した業歴の浅い中小・零細事業者も多い。このような事業者は、訪日外国人の嗜好に合った多種多様なサービスを開発し、投資を続けながら成長している事業者も多く、財務余力は必ずしも大きくない。インバウンド観光の担い手を、「新型コロナウイルス」という、いわば「不慮の」災害によって、倒産・廃業させてはならない。一度倒産してしまえば、人財や設備すべてが失われ、日本のインバウンド観光産業は大きく後戻りしてしまう。他産業も同様ではあるが、観光事業者に対する「倒産させないための資金支援」を是非とも行ってほしいものである。

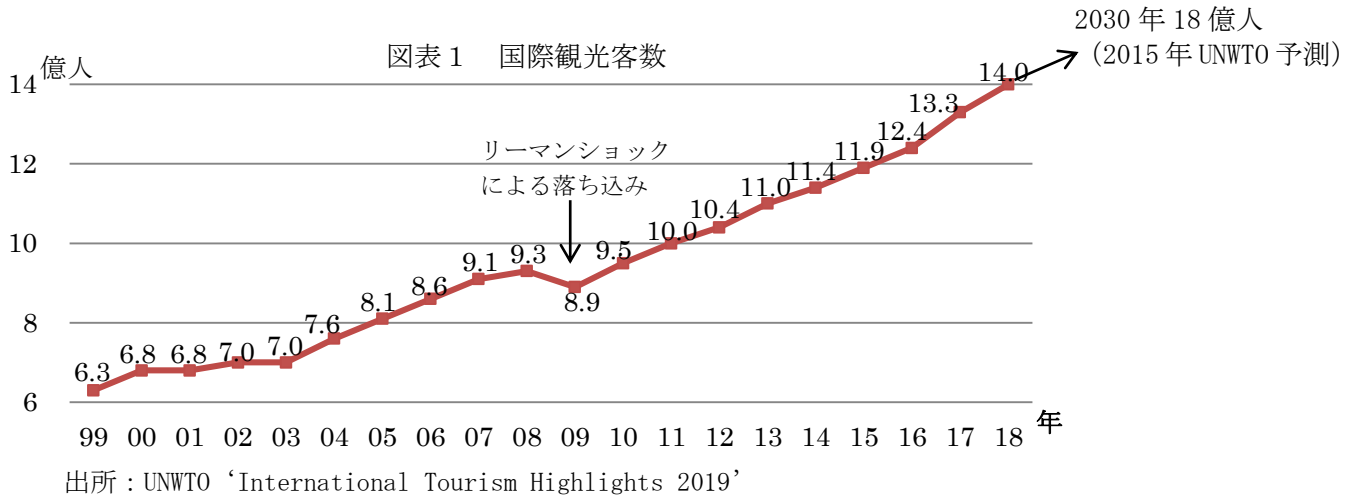
また、感染症終息が見えてきた際には、観光関連産業が「V字回復」できるような政策の実施をぜひお願いしたい。「ふっこう割」「ふるさと納税」やイベント・プロモーションへの予算配分に加え、地域の観光振興に弾みをつける意味でも横浜市に官民連携の「DMO」をぜひ設立していただきたい。様々な政策を動員することで、観光をいち早くかつての水準にまで回復させるとともに、地元経済復興を牽引する産業に成長していくことを切に願うばかりである。

報告書 別紙

神奈川県インバウンド観光について

2020年3月31日

神奈川県経済同友会 地域活性化委員会



図表2 2030年の国際観光客数予測

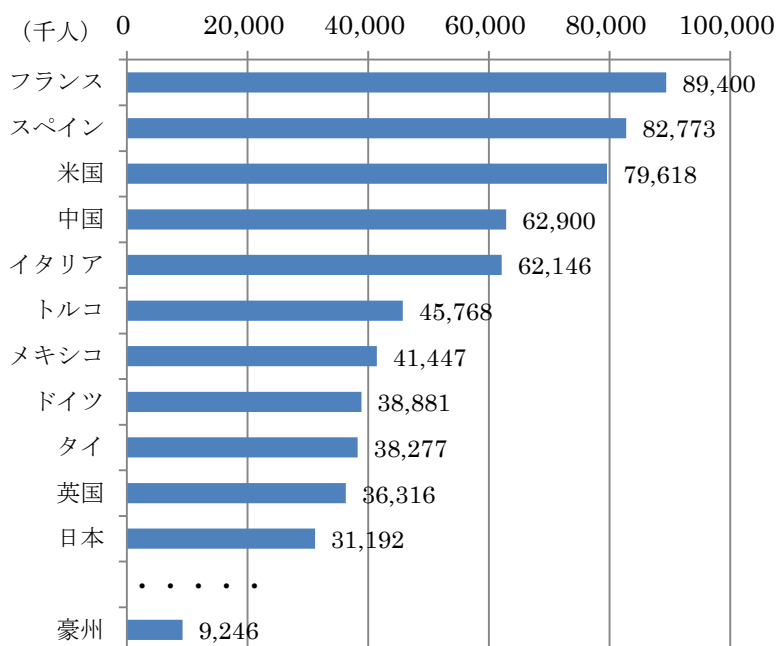
← 単位: 百万人 →

	実績	2015推計		年平均成長率 (%)		シェア (%)	
	2018	2020	2030	2010-20	2020-30	2010	2030
世界	1,401	1,360	1,809	3.8	2.9	100.0	100.0
欧州	710	620	744	2.7	1.8	50.6	41.1
内西欧州	200	192	222	2.3	1.4	16.3	12.3
内南欧	289	219	264	2.6	1.9	18.0	14.6
アジア太平洋	348	355	535	5.7	4.2	21.7	29.6
内東アジア	160	195	293	5.7	4.2	11.9	16.2
内東南アジア	121	123	187	5.8	4.3	7.4	10.3
米州	216	199	248	2.9	2.2	15.9	13.7
内北米	142	120	138	2.0	1.4	10.4	7.6

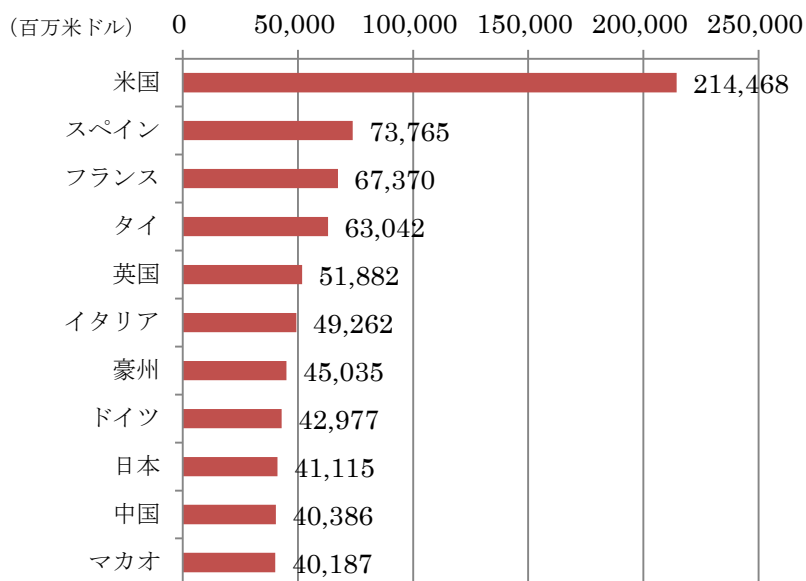
出所: UNWTO 'International Tourism Highlights 2017, 2019'

- 国際観光客数は順調に伸び2018年に14億人に達しており、2030年には18億人と予測されている。

図表3 国際観光客到着数（2018年）



図表4 国際観光収入（2018年）



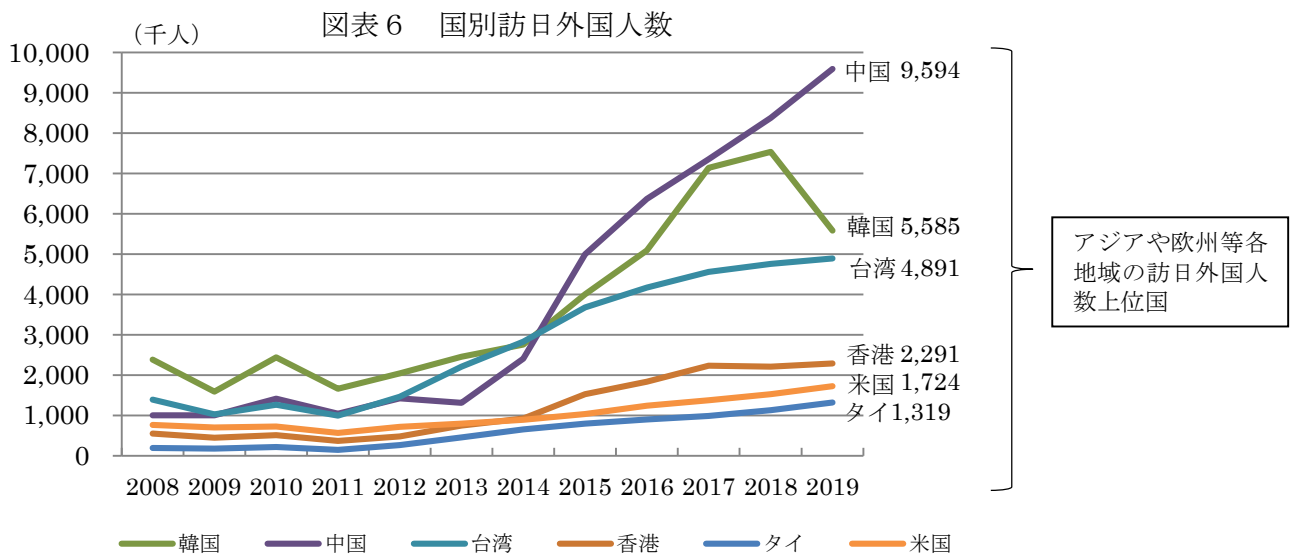
出所：UNWTO ‘International Tourism Highlights 2019’

- ・ 日本は2018年に、観光客数で世界11位、観光収入で9位だった。
- ・ アメリカ、タイ、オーストラリアは観光客数の順位に比して観光収入の順位が高い。



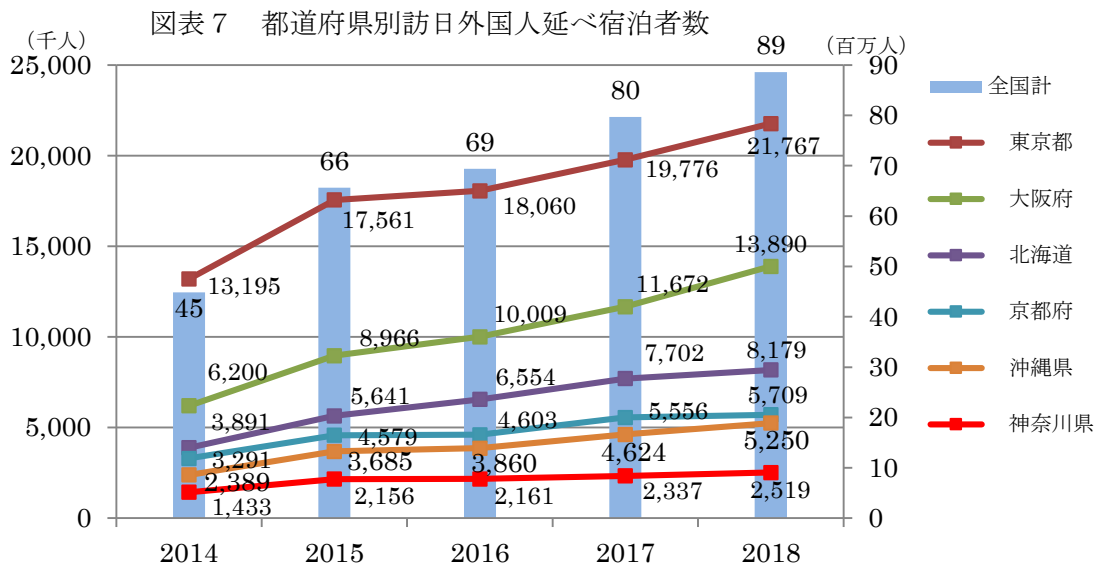
出所：JNTO「訪日外客数の動向」

- ・ 日本を訪れる外国人は、年々増加し2018年は31百万人になっているが、その殆どがアジアからである。



出所：JNTO「訪日外客数の動向」

- ・ アジアの中でも中国、韓国、台湾が特に多いが、韓国は2019年に急減している。

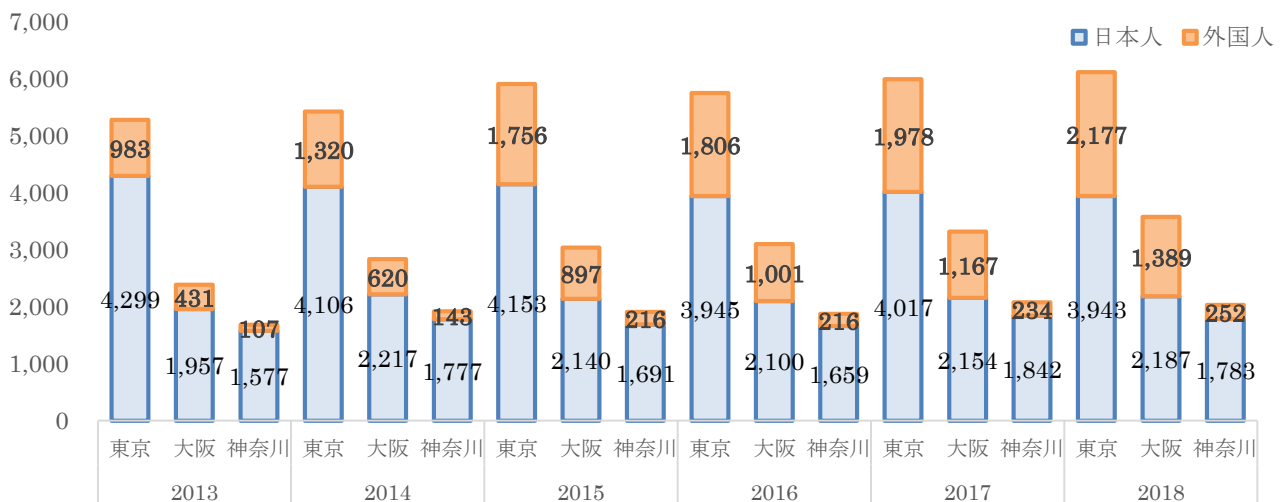


出所：観光庁「宿泊旅行統計調査」

- 外国人延べ宿泊者数も年々増加しているが、中でも東京都、大阪府、北海道等は順調に伸ばしている。これらに比べて神奈川県の伸びは低い。

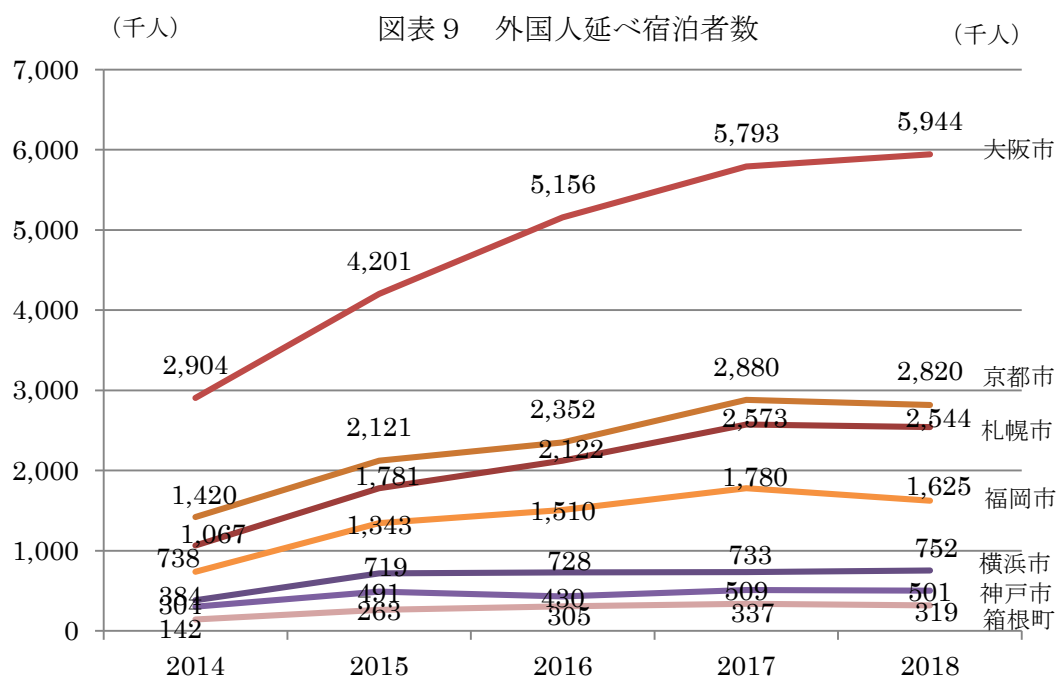
図表8 東京都、大阪府、神奈川県の延べ宿泊者数の内訳と推移

(万人・泊)



出所：観光庁「宿泊旅行統計調査」

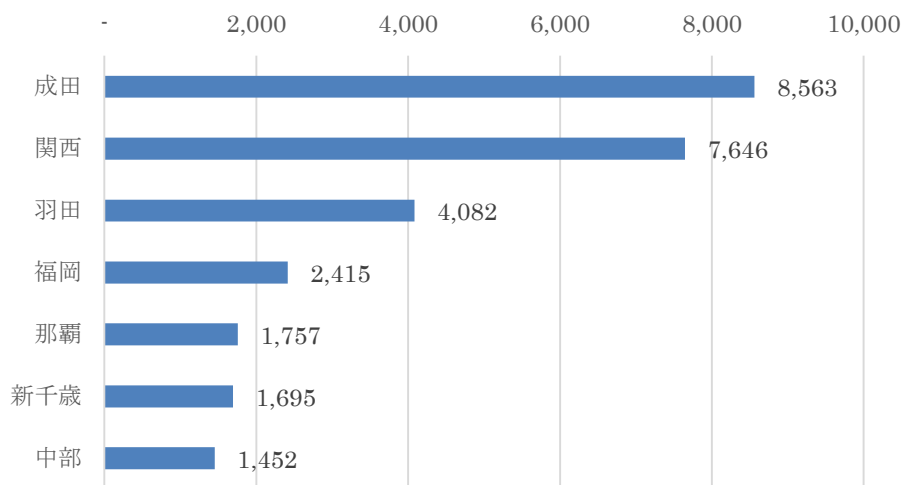
- 神奈川は、日本人宿泊者数は確保できているものの、外国人宿泊者数は増えていないため、総宿泊者数も伸びない。



出所：観光庁「宿泊旅行統計調査」参考第6表、同第8表

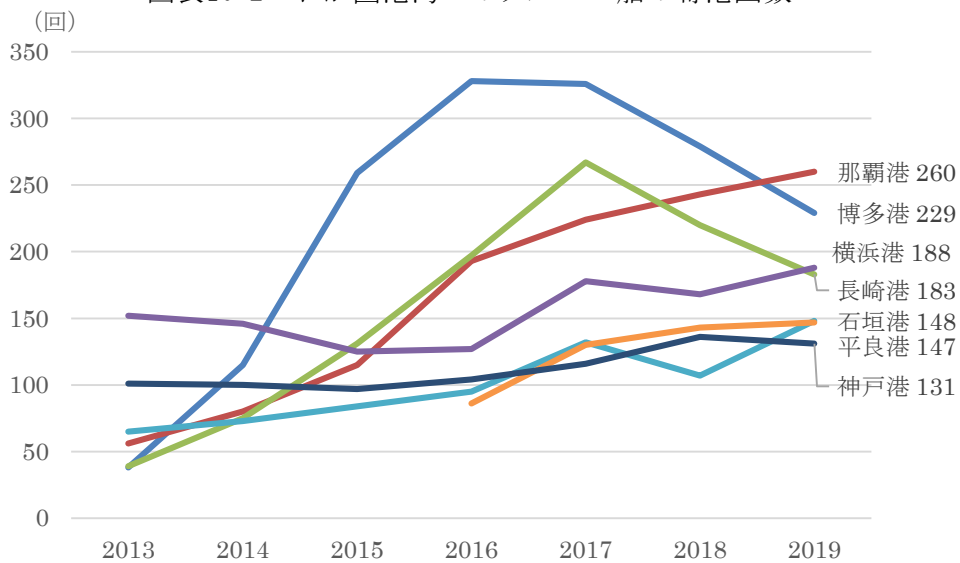
- ・ 主要都市別には、大阪市、京都市、札幌市が順調に伸ばしているが、それに比して横浜市の伸びは、神戸市とともに低い。

図表10-1 2018年空港別外国人入国者数 (千人)



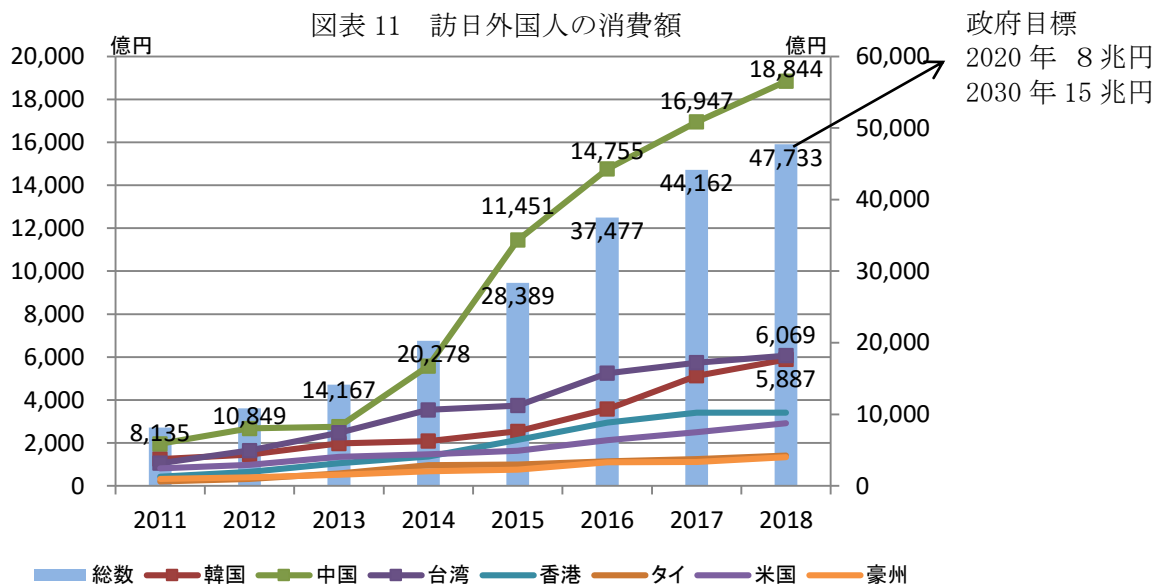
出所：法務省「出入国管理統計」

図表10-2 わが国港湾へのクルーズ船の寄港回数



出所：国土交通省「2018年の我が国港湾出へのクルーズ船の寄港回数及び訪日クルーズ旅客数について」資料2

- ・ 訪日外国人の入国時の利用空港は、羽田空港、成田空港、関西空港に集中し、新千歳空港、中部空港、福岡空港がこれに次ぎ、6空港で全体の91.5%を占めている。
- ・ 2019年のクルーズ船寄港回数では、横浜港が全国で3位、過去最高の188回となった。



出所：JNTO「訪日外客数の動向」、観光庁「訪日外国人消費動向調査」

- ・ 訪日外国人消費額は年々増加し、2018年には4.8兆円に達しているが、これは他産業の輸出額と比較すると、自動車部品輸出額や電子部品輸出額に匹敵する金額である。
- ・ 政府は2030年、15兆円の目標を掲げている。

図表12 訪日外国人観光客の各国別訪問地別1人1回当たり消費単価（観光・レジャー、円）

	韓国	台湾	中国	米国	豪州	全体
東京都	54,699	68,378	110,042	89,934	93,543	87,709
神奈川県	18,533	21,002	19,576	30,879	24,791	23,361
京都府	12,737	22,862	21,717	50,283	46,568	26,303
大阪府	51,461	49,802	79,901	35,118	45,610	60,516

出所：観光庁「訪日外国人消費行動調査」2018年

- ・ 神奈川の消費単価は東京の2～3割程度、大阪の4割程度。

図表13 訪日外国人観光客の各国別の観光・消費行動特性

	アジア	欧米
訪日目的	観光・レジャーが殆ど（96～98%）	ビジネス目的も多い（8～12%）
利用空港	関西空港集中＋全国分散傾向	8～9割が羽田・成田→golden rout
滞在日数	平均泊数3～6日程度	平均泊数10～13日程度
訪日回数	リピーター多い（特に香港、台湾）	初回が6～7割
属性	女性6割で20～40歳台が中心	男性6割で20～60歳台と幅広い
同行者	家族・親族が4～5割、友人3割	一人・夫婦が5～6割、友人2割
宿泊先	ホテルが8～9割	ホテル、旅館、ユースホステル等多様
手配方法	台湾・中国は団体3割程度、他個人	個人手配が8～9割
交通手段	鉄道6～7割、他バス3割	新幹線4～6割、タクシー3～4割
消費単価	中国22万円、香港15万円、台湾・タイ12万円、韓国7万円	英・豪25万円、独・仏22万円、米・加20万円
消費構成	宿泊・飲食・交通5～6割 買い物3～4割（中国は5割）	宿泊・飲食・交通で8割、買い物15%
満足度	大変満足：香港4割、中国・台湾5割、タイ7割、韓国3割	大変満足：80～85%程度
情報源	中国：SNS3割、在日知人2割 韓国：個人ブログ6割、SNS4割 台湾：個人ブログ4割、旅行社HP2割 香港：個人ブログ3割、観光局HP3割	トリップアドバイザー4割、ガイドブック3～4割、動画サイト・自国知人3割と多様
したこと	日本食95～98%、ショッピング9割、日本の酒3割、美術館等3割	日本食98～99%、ショッピング7割、伝統文化7割、日常体験5～6割、美術館等6割、日本の酒6～7割

出所：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

- ・ 各国の消費行動は「アジア」と「欧米」で異なる。欧米の方が滞在日数が長く、消費単価も高い傾向にある。
- ・ ただし、中国は滞在日数が多くない割に、「欧米」並みかそれ以上に消費単価が高い。

図表 14 2030年のホテルの稼働率予測

	ホテル稼働率(%)		ホテル客室数(万室)				計画加味稼働率
	2017	2030	2017客室数	2030不足室数	2018～2020計画	2017+2018～計画	
都市圏	81.2	96.0	36.9				
地方	68.2	71.7	59.0	-			
全国	73.2	81.1	95.9		13.8		
大阪府	86.5	111.1	6.2	1.9	2.0	8.2	83.8
東京都	83.9	105.5	12.5	3.0	3.0	15.5	85.1
京都府	81.7	100.2	2.7	0.5	1.1	3.8	71.3
沖縄県	76.9	93.4	3.5	0.3	0.7	4.2	77.7
福岡県	79.0	92.6	4.0	0.4	0.5	4.5	83.0
千葉県	78.0	86.9	4.1	0.1	0.5	4.6	76.8
北海道	71.7	85.8	6.5	0.1	0.9	7.4	75.8
愛知県	78.3	84.7	4.0	-			
神奈川県	79.2	82.1	3.6	-	0.9	4.5	65.7
奈良県	69.1	79.2	0.4	-			
				6.3	9.6		

政府目標の2030年6000万人を2017年都道府県別シェアで配分し、2017年客室数実績で算出

神奈川のみ最新の計画を加算

出所：白波瀬康雄「都道府県別にみた宿泊施設の稼働率予測」ニッセイ基礎研究所（2019年2月18日）より、神奈川県計画・計画紙稼働率については神奈川県経済同友会で試算

- ニッセイ基礎研究所が試算する「計画加味稼働率」とは、「都道府県別訪日外国人宿泊者数シェア」を変えず（※）に2030年6,000万人という政府目標が達成する前提で、直近（2018-2020）の計画どおりホテルが建った場合の、2030年時点のホテル稼働率のこと。
※ただし、2030年時点の「都道府県別訪日外国人宿泊者数シェア」については、「都心部」から「地方圏」にシェアが一部移転する前提で算出されている。
- 東京都、大阪府、福岡県は引き続き高い稼働率が見込まれるが、神奈川県は2017年の79.2%から2030年65.7%（計画は最新公表ベースで神奈川県経済同友会が試算）まで低下する。

図表15 観光ビジョンの数値目標

	2015年	2020年	2030年
訪日外国人旅行者数	1974万人	4000万人	6000万人
訪日外国人旅行消費額	3兆4771億円	8兆円	15兆円
地方部での外国人延べ宿泊者数	3000万人泊	7000万人泊	1億3000万人泊
外国人リピーター数	1159万人	2400万人	3600万人
日本人国内旅行消費額	20兆円	21兆円	22兆円

出所：「明日の日本を支える観光ビジョン」、JNTO「訪日外客数の動向」、観光庁「訪日外国人消費動向調査」「旅行・観光消費動向調査」

図表16 観光ビジョンの施策体系

施策の方向性	施策の具体策
観光資源開発	<ul style="list-style-type: none"> 赤坂や京都の迎賓館など魅力ある公的施設の開放 文化財を核とする観光拠点を200整備による外国人目線の文化財理解促進と活用 国立公園を体験・活用型の空間へと集中改善してナショナルパーク化 全自治体で景観計画策定して美しい街並みへ
観光産業の国際競争力向上	<ul style="list-style-type: none"> 経営人材育成、民泊ルール整備等規制緩和による観光産業の生産性向上 欧米豪の富裕層を取り込み長期滞在と消費拡大を同時実現 MICE誘致・開催の支援体制の抜本的改善 首都圏におけるビジネスジェットの受入環境改善 世界水準DMOを全国100形成、観光地再生ファクト[®]等民間活力活用により温泉街・地方都市の再生・活性化
受入れ環境整備	<ul style="list-style-type: none"> 出入国審査時間短縮、ストレスフリーな通信・交通利用環境の実現、キャッシュレス観光の実現等ソフトインフラ改善による世界一快適な滞在の実現 「ジャパン・レールパス」の訪日後購入可能化、新幹線・空港から観光地へのアクセス交通充実の実現により、地方創生回廊＝全国どこへでも快適な旅行を実現 2020年までの年次有給休暇取得率70%実現、休暇取得分散化による観光需要平準化等の働き方改革で躍動感あふれる社会を実現

出所：「明日の日本を支える観光ビジョン」

- 観光ビジョンでは、観光資源開発、観光産業の国際競争力向上、受入環境整備の3本柱を政策として掲げている。

図表17 体験型コンテンツの育成

<ul style="list-style-type: none"> 体験型コンテンツ市場を観光産業の柱として育成 提供するサービスに見合った適切な価格設定の実現 産業全体の人材育成と事業者の経営安定化 訪日外国人旅行消費額8兆円達成に向け、世界最高水準を照準とする

出所：『楽しい国日本』の実現に向けた観光資源活性化に関する検討会議報告書

- 政府は、観光先進国で盛んな「体験型コンテンツ」の推進を図ろうとしている。

図表18 「日本遺産 (Japan Heritage)」について

概要	<ul style="list-style-type: none"> 市町村が作る「地域の歴史的魅力や特色を通じて我が国の文化・伝統を語る」ストーリーを文化庁が「日本遺産」として認定 地域のストーリーを語る上で不可欠な魅力ある有形・無形の様々な文化財群を市町村が総合的に活用する取組を文化庁が支援
日本遺産事業の方向性	<ol style="list-style-type: none"> ① 地域に点在する文化財の把握とストーリーによるパッケージ化 ② 地域全体としての一体的な整備・活用 ③ 国内外への積極的かつ戦略的・効果的な発信 <p>→ 重要文化財等の個々の遺産を「点」として指定・保存する従来の文化財行政から点在する遺産をストーリーでつなげ「面」として活用・発信する制度へ</p>
認定するストーリー	<ol style="list-style-type: none"> ① 歴史的経緯や地域の風習に根ざし、世代を超えて受け継がれている伝承・風習などを踏まえたものであること。 ② ストーリーの中核には地域の魅力として発信する明確なテーマを設定の上、建造物や遺跡・名勝地・祭りなど、地域に根ざして継承・保存がなされている文化財にまつわるものを据えること。 ③ 単に地域の歴史や文化財の価値を解説するだけのものになっていないこと。
日本遺産審査委員会の審査基準	<ol style="list-style-type: none"> ① ストーリーの内容が、当該地域の際立った歴史的特徴・特色を示すものであるとともに我が国の魅力を十分に伝えるものとなっていること。 ② 日本遺産という資源を活かした地域づくりについての将来像 (ビジョン)と、実現に向けた具体的な方策が適切に示されていること。 ③ ストーリーの国内外への戦略的・効果的な発信など、日本遺産を通じた地域活性化の推進が可能となる体制が整備されていること。

出所：文化庁「日本遺産ポータルサイト」

- 市町村が作る「地域の歴史的魅力や特色を通じて我が国の文化・伝統を語る」ストーリーを文化庁が「日本遺産 (Japan Heritage)」として認定。
- 地域のストーリーを語る上で不可欠な魅力ある有形・無形の様々な文化財群を市町村が総合的に活用する取組を文化庁が支援。

図表19 神奈川県内の「日本遺産」

1. 大山	ストーリーの概要
江戸庶民の信仰と行楽の地～巨大な木太刀を担いで「大山詣 おおやままいり」～ (伊勢原市)	<p>大山詣りは、鳶などの職人たちが巨大な木太刀を江戸から担いで運び、滝で身を清めてから奉納と山頂を目指すといった、他に例をみない庶民参拝である。そうした姿は歌舞伎や浮世絵にとりあげられ、また手形が不要な小旅行であったことから人々の興味関心呼び起こし、江戸の人口が100万人の頃、年間20万人もの参拝者が訪れた。大山詣りは、今も先導師どうしたちにより脈々と引き継がれている。首都近郊に残る豊かな自然とふれあいながら歴史を巡り、山頂から眼下に広がる景色を目にしたとき、大山にあこがれた先人の思いと満足を体感できる。</p>
	ストーリーを構成する要素
	<p>大山、霊山寺(現・宝城坊、通称・日向薬師)、石雲寺、大山寺、鉄造不動明王及び二童子像、阿夫利神社、比々多神社、高部屋神社、大山道の道標、納太刀、等々</p>

<p>2. 鎌倉</p> <p>「いざ、鎌倉」～ 歴史と文化が描くモザイク画のまちへ～ (鎌倉市)</p>	<p style="text-align: center;">ストーリーの概要</p> <p>鎌倉は、源頼朝によって幕府が開かれた後、急速に都市整備が進められ、まちの中心には鶴岡八幡宮、山には切通、山裾には禅宗寺院をはじめとする大寺院が造られた。この地に活きた武士たちの歴史と哀愁を感じられる古都鎌倉は、近世には信仰と遊山の対象として脚光を浴び、近代には多くの別荘が建てられたが、歴史的遺産と自然とが調和したまちの姿は守り伝えられてきた。このような歴史を持つ古都鎌倉は、自然と一体となった中世以来の社寺が醸し出す雰囲気の中に、各時代の建築や土木遺構、鎌倉文士らが残した芸術文化、生業や行事など様々な要素が、まるでモザイク画のように組み合わせられた特別なまちとなったのである。</p> <p style="text-align: center;">ストーリーを構成する要素</p> <p>鶴岡八幡宮、若宮大路、荏柄天神社、鎌倉宮、御霊神社、小動神社、銭洗弁財天宇賀福神社、鎌倉大仏、建長寺、円覚寺、等々</p>
<p>3. 横須賀鎮守府</p> <p>鎮守府 横須賀・呉・佐世保・舞鶴 ～日本近代化の躍動を体感できるまち～ (横須賀・呉・佐世保・舞鶴)</p>	<p style="text-align: center;">ストーリーの概要</p> <p>明治期の日本は、近代国家として西欧列強に渡り合うための海防力を備えることが急務であった。このため、国家プロジェクトにより天然の良港を四つ選び軍港を築いた。静かな農漁村に人と先端技術を集積し、海軍諸機関と共に水道、鉄道などのインフラが急速に整備され、日本の近代化を推し進めた四つの軍港都市が誕生した。百年を超えた今もなお現役で稼働する施設も多く、躍動した往時の姿を残す旧軍港四市は、どこか懐かしくも逞たくましく、今も訪れる人々を惹きつけてやまない。</p> <p style="text-align: center;">ストーリーを構成する要素</p> <p>米海軍横須賀基地C1建物(旧横須賀鎮守府庁舎)、米海軍横須賀基地C2建物(旧横須賀鎮守府会議所・横須賀海軍艦船部庁舎)、米海軍横須賀基地B39建物(旧横須賀海軍工廠庁舎)、海上自衛隊横須賀地方総監部田戸台分庁舎(旧横須賀鎮守府司令長官官舎)、逸見波止場衛門、東京湾要塞跡・猿島砲台跡・千代ヶ崎砲台跡、等々</p>
<p>4. 小田原・箱根</p> <p>旅人たちの足跡残る悠久の石畳道 一箱根八里で辿る遙かな江戸の旅路 (三島市、函南町、小田原市、箱根町)</p>	<p style="text-align: center;">ストーリーの概要</p> <p>『天下の険』と歌に唄われた箱根山を東西に越える一筋の道、東海道箱根八里。江戸時代の大幹線であった箱根八里には、繁華な往来を支えるために当時の日本で随一の壮大な石畳が敷かれました。西国大名やオランダ商館長、朝鮮通信使や長崎奉行など、歴史に名を残す旅人たちの足跡残る街道をひととき辿れば、宿場町や茶屋、関所や並木、一里塚と、道沿いに次々と往時のままの情景が立ち現われてきて、遙か時代ときを超え、訪れる者を江戸の旅へと誘います。</p> <p style="text-align: center;">ストーリーを構成する要素</p> <p>小田原城跡、かまぼこ通り、ういろう、箱根旧街道(石畳、一里塚、杉並木)、畑宿の集落、寄木細工、甘酒茶屋、芦ノ湖と箱根神社、箱根関跡、等々</p>

出所：文化庁「日本遺産ポータルサイト」

図表20 DMOの制度概要

期待される役割	<ul style="list-style-type: none"> 交通事業者、飲食店、宿泊業者、地域住民、行政など多様な関係者との合意形成 データに基づくマーケティング・戦略策定 観光地のマネジメント・ブランディング
登録の5要件	<ul style="list-style-type: none"> i 観光地域づくりを行うことについての多様な関係者の合意形成 ii データの継続的な収集、戦略の策定、KPIの設定・PDCAサイクルの確立 iii 観光関連事業と戦略の整合性を調整する仕組み作り、プロモーション実施 iv 法人格の取得、責任者の明確化、データ収集・分析等の専門人材確保 v 安定的な運営資金の確保
登録の区分	<ul style="list-style-type: none"> i 広域連携DMO：複数の都道府県に跨がる区域一体で観光地域づくりを行う ii 地域連携DMO：複数の市町村に跨がる区域一体で観光地域づくりを行う iii 地域DMO：単独市町村の区域を一体として観光地域づくりを行う
既登録のDMO・DMO候補法人（2020年1月14日時点）	<ul style="list-style-type: none"> i DMO：広域連携DMO10件、地域連携DMO72件、地域DMO68件 計150件 ii 候補法人：地域連携DMO37件、地域DMO80件、計117件

出所：「明日の日本を支える観光ビジョン」等

図表21 神奈川県観光振興計画の数値目標及び施策体系

	2017年	2019年	2020年	2021年
観光消費総額（億円）	10,610	11,500	12,500	13,000
入込観光客数（万人）	20,069	2,0400	20,800	21,000
延べ宿泊者数（万人泊）	2,076	2,200	2,400	2,500
外国人延べ宿泊者数（万人泊）	234	260	280	300

施策の体系	具体的施策	H31年度予算(万円)
基本施策1 観光資源の発掘・磨き上げ	<ul style="list-style-type: none"> (1) 魅力ある観光地の形成 ・城ヶ島・三崎地域、大山地域、大磯地域の観光振興、三浦半島の海と食の魅力を高める (2) 観光消費につながるコンテンツづくり (3) 多様なテーマに沿って県内の周遊を促すツーリズムの推進 	46,950
基本施策2 戦略的プロモーションの推進	<ul style="list-style-type: none"> (1) RWC・オリパラを契機とし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推進 (3) 外国人観光客の誘致を図るプロモーションの推進 (4) 多様な関係者と連携したプロモーションの推進 (5) 多様なデジタルツールを活用した情報発信 (6) 地域の産品を活用した情報発信 	27,459
基本施策3 受入環境の整備	<ul style="list-style-type: none"> (1) 外国人観光客の受入環境の整備 (2) 宿泊施設の充実・多様化 (3) ユニバーサルツーリズム促進のための環境整備 (4) 観光客を迎えるおもてなしの向上 (5) 観光振興に資する交通基盤等の整備 (6) 観光客の安全・安心の確保 	6,197
基本施策4 観光関連産業の成長促進	<ul style="list-style-type: none"> (1) 地域の産品を活用した情報発信(再掲) (2) 宿泊施設の充実・多様化(再掲) (3) 観光関連事業者に対する支援 (4) 観光振興を担う人材の育成 (5) 災害等発生時の観光関連産業の支援 	5,804

出所：「神奈川県観光振興計画」（2019年3月）

- ・ 神奈川県は、観光資源の発掘・磨き上げ、プロモーション、受入環境整備、観光産業支援の4本柱で観光振興を図ろうとしている。

図表22 2019年度都道府県の観光予算額比較

Rank	都道府県	2019年度観光予算(千円)	前年比	Rank	都道府県	2019年度観光予算(千円)	前年比
1	東京都	19,157,000	115.0%	25	千葉県	1,008,056	97.1%
2	高知県	6,319,811	238.5%	26	兵庫県	969,709	99.6%
3	沖縄県	4,538,102	97.2%	27	岩手県	930,785	104.8%
4	岐阜県	4,362,743	410.0%	28	香川県	921,780	102.2%
5	京都府	4,331,648	134.5%	29	石川県	912,961	113.0%
6	福井県	3,205,425	112.2%	30	愛媛県	904,146	112.4%
7	青森県	2,135,146	90.3%	31	広島県	854,289	126.0%
8	福島県	2,129,320	107.5%	32	宮崎県	728,087	25.4%
9	静岡県	2,068,401	87.1%	33	秋田県	712,544	74.4%
10	熊本県	1,959,035	184.7%	34	滋賀県	683,082	99.0%
11	鹿児島県	1,815,803	74.2%	35	和歌山県	682,664	101.0%
12	大阪府	1,715,388	152.7%	36	山梨県	624,125	87.3%
13	鳥取県	1,659,787	91.3%	37	岡山県	582,665	100.4%
14	新潟県	1,658,302	104.4%	38	長野県	565,950	80.3%
15	宮城県	1,558,434	97.7%	39	山口県	561,484	91.6%
16	茨城県	1,524,882	99.1%	40	愛知県	558,427	109.0%
17	奈良県	1,313,624	101.6%	41	群馬県	543,104	124.8%
18	徳島県	1,280,521	95.5%	42	大分県	513,352	86.3%
19	佐賀県	1,249,507	104.5%	43	神奈川県	491,587	103.8%
20	富山県	1,198,631	98.0%	44	三重県	464,407	87.7%
21	山形県	1,192,729	103.6%	45	栃木県	421,713	129.8%
22	島根県	1,104,182	98.7%	46	埼玉県	316,462	111.3%
23	北海道	1,066,054	50.1%	47	福岡県	307,736	47.8%
24	長崎県	1,041,728	93.0%				

出所：観光経済新聞調べ「本社調査2019年度都道府県観光予算アンケート」
(令和元年6月15日)

- 観光経済新聞社が各都道府県にアンケートを行い観光に関する予算額を調査したもの。
それによれば神奈川県の観光予算は491百万円で他の都道府県に比べ少ない。

図表23 観光に関わる横浜市中期4か年計画の施策

文化芸術創造都市による魅力・賑わいの創出	新しい価値を生み出し、魅力を高める文化芸術創造都市	<ul style="list-style-type: none"> ・本格的な劇場整備等新たな魅力・賑わいの創出 ・トリエンナーレやダンスフェスティバル等の芸術フェスティバル開催、東アジア文化都市との国際交流による国内外への情報発信 ・歴史的建造物等を活用した賑わいづくり ・市民の文化芸術活動への支援や活動拠点となる施設の整備
観光・MICE、スポーツによる集客促進と地域経済活性化	活気あふれる観光・MICE都市	<ul style="list-style-type: none"> ・RWC2019等のビッグイベント、クルーズ客船寄港、羽田空港発着便増加等による都心臨海部の魅力向上 ・公民一体でデータに基づいた観光施策を推進 ・国内外へのプロモーション強化、他都市との連携 ・コト消費化を捉えた魅力ある観光コンテンツづくり ・観光客のニーズを踏まえた受入環境の充実 ・経済波及効果の高い国際会議等の誘致 ・MICE関連産業の強化
	スポーツ都市横浜の推進	<ul style="list-style-type: none"> ・RWC等の大会開催を契機とした市民のスポーツ意欲向上、参加機会充実、ボランティア文化の醸成・定着などのレガシー創出 ・プロスポーツとの連携や大規模スポーツイベントの開催等を通じた集客促進を観光施策と連動して推進 ・市民のスポーツへの愛着醸成や国内外への発信力を強化 ・年齢や障害の有無などに拘わらないスポーツに親しめる環境づくり

出所：「横浜市中期4か年計画（2018～2021年）」

- ・ 横浜市は、文化・芸術、MICE、スポーツ振興に力を入れている。

図表24 2020年以降飛躍するための集中的取組

1. 昼も夜も滞在を楽しめる新たな魅力づくり	<p>「横浜音祭り2019」の開催</p> <p>RWC・オリパラに向けた文化芸術イベントの開催</p> <p>創造的イルミネーション</p> <p>横浜美術館の週末開館延長</p>
2. 訪日外国人旅行者の獲得に向けた取組	<p>オンライントラベルエージェント等の活用による個人旅行者向けプロモーション</p> <p>クルーズ船会社や旅行会社、海外メディアの招請など法人向けのセールス</p> <p>航空機内や空港等来日者へのプロモーションの実施</p> <p>広域連携による訪日外国人旅行者向け市内宿泊促進事業</p>
3. 和の観光資源「三溪園」等の環境整備	<p>三溪園大規模改修、多言語対応、食・土産品・和の体験プログラム提供</p> <p>横浜能楽堂で訪日外国人旅行者をターゲットとした和体験プログラムの提供</p>
4. 滞在環境の向上、近郊都市連携による周遊観光の促進	<p>RWC開催期間中の競技場と観光地エリアを結ぶシャトルバスの運行</p> <p>民間事業者と連携したナイトタイムエコノミーや観光タクシーなどの充実</p> <p>広域連携(鎌倉、横須賀等)による観光ルートの造成、商品開発</p>

出所：文化観光局「令和元年度事業概要」

- ・ 特に、ナイトエコノミー、個人向け・クルーズ船会社へのプロモーション、和テイストの三溪園の活用、広域連携による観光ルート開発に力を入れている。

図表25 令和元年度横浜市文化観光局事業計画の概要と予算（単位：万円）

1. 戦略的・効果的なシティプロモーションの展開・強化	(1)シティプロモーション事業	12,125
	(2)調査分析事業	1,026
	小計	13,151
2. 市民の文化芸術活動の支援と環境整備	(1)芸術文化支援事業	23,160
	(2)文化施設運営事業	314,084
	(3)文化施設整備事業	15,190
	(4)横浜美術館大規模改修事業	30,675
	(5)横浜みなとみらいホール大規模改修事業	9,857
	小計	392,966
3. 横浜のプレゼンスを向上させる文化芸術創造都市の実現	(1)横浜芸術アクション事業	39,120
	(2)映像文化都市づくり推進事業	32,650
	(3)創造界隈形成事業	32,211
	小計	103,981
4. 国内外からの誘客促進と受入環境整備の推進	(1)ラグビーワールドカップ2019™を契機とする海外誘客プロモーション事業	2,900
	(2)海外誘客事業	12,137
	(3)国内誘客事業	5,722
	(4)三溪園施設整備等支援事業	30,100
	(5)観光施設維持管理事業(マリンタワー改修)	6,000
	小計	56,859
5. グローバルMICE都市としての競争力強化	(1) MICE誘致・開催支援事業	26,165
	(2)20 街区MICE施設整備事業	225,190
	小計	251,355
予算額合計		818,312

出所：文化観光局「令和元年度事業概要」

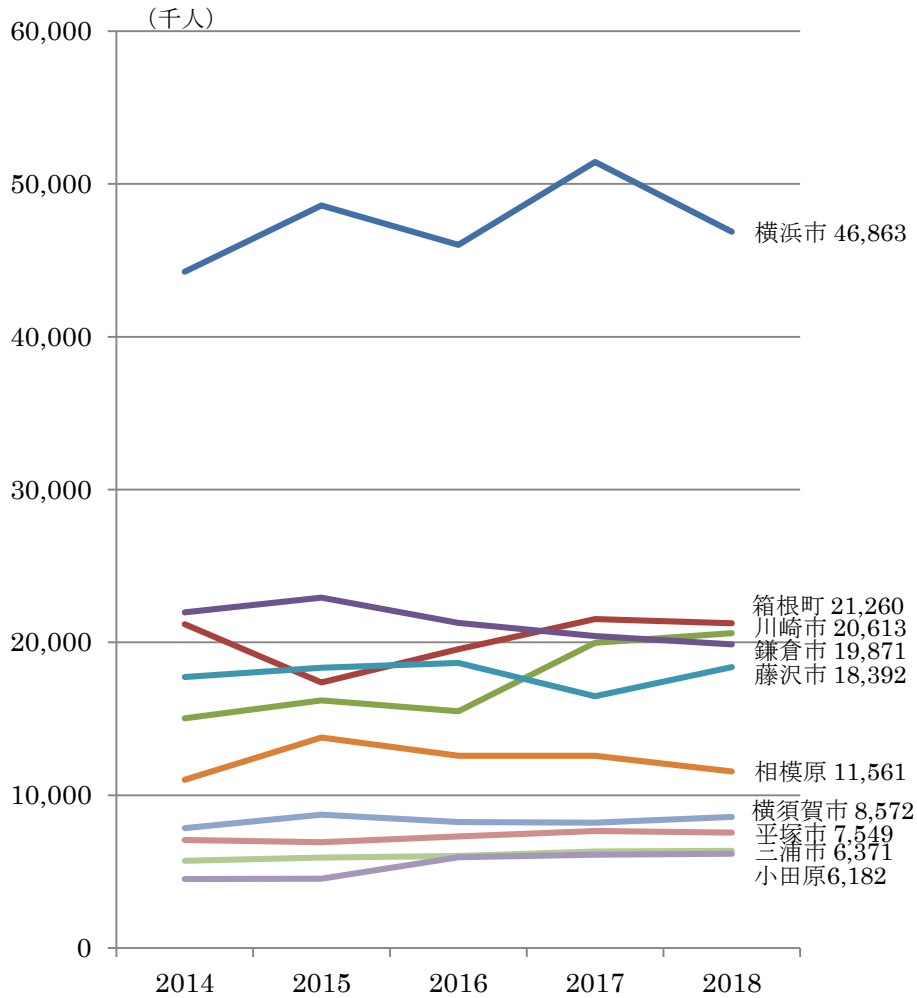
図表26 令和元年度横浜市文化観光局事業計画予算の目的別内訳（単位：万円）

	ハード	ソフト	合計
対外宣伝		13,151	13,151
文化振興	99,893	397,053	496,946
観光振興	36,100	20,759	56,859
MICE	225,190	26,165	251,355
	361,183	457,128	818,311

出所：文化観光局「令和元年度事業概要」をもとに神奈川経済同友会で作成

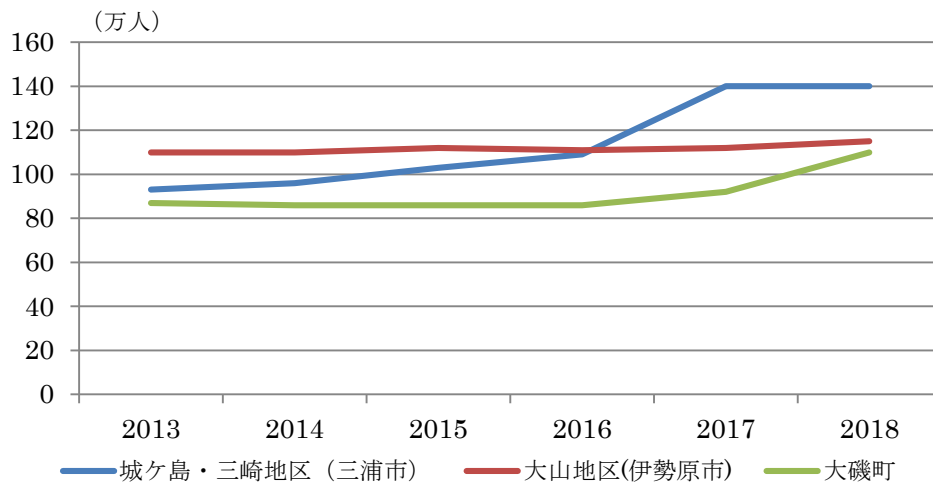
- ・ 横浜市の文化観光局の予算に占める観光振興の割合は低い。
- ・ 82億円の予算総額のうちハード整備で36億円を計上している。

図表27 神奈川県各市町別入込観光客数の推移



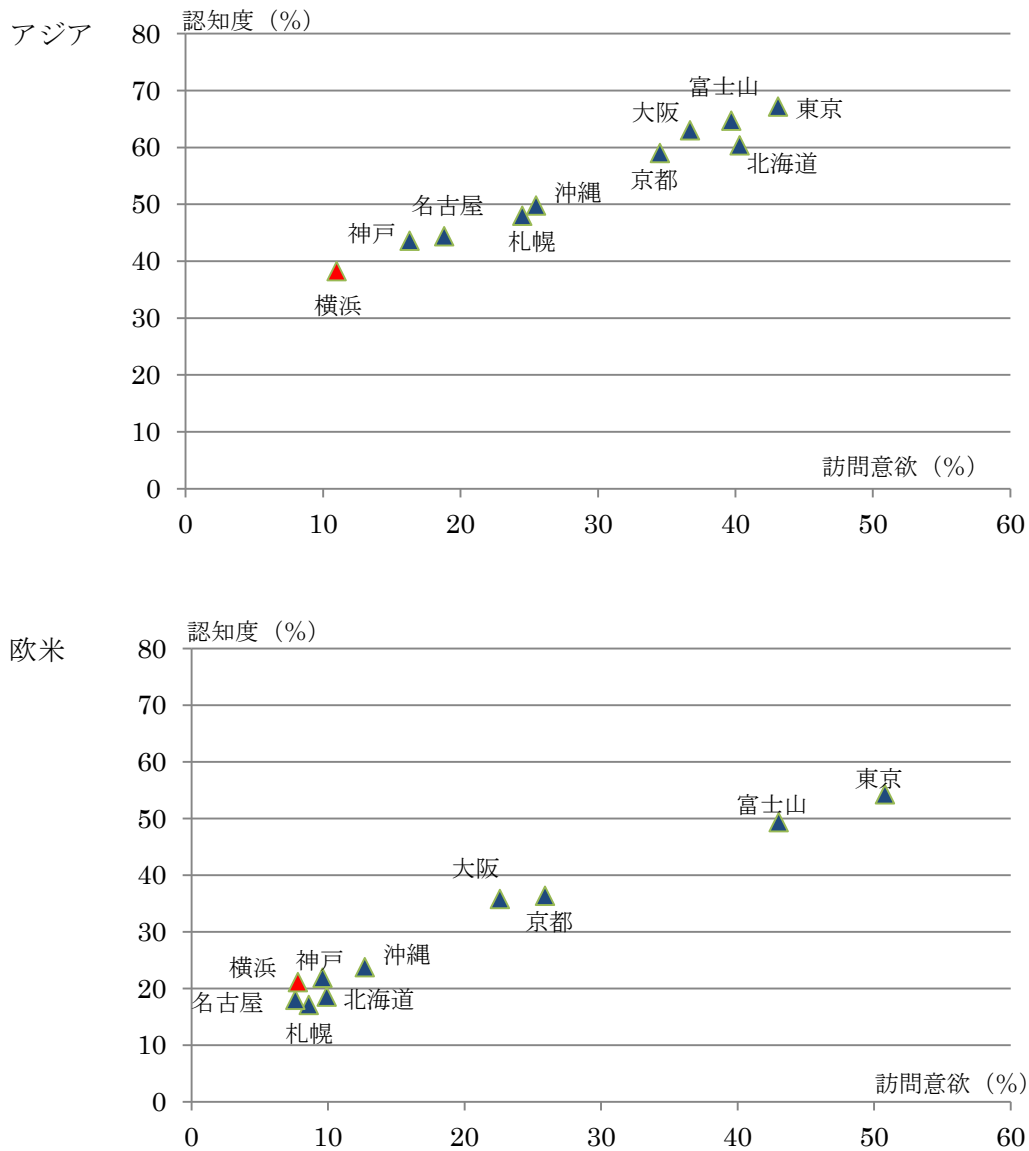
出所：神奈川県「平成30年入込観光客調査」

図表28 城ヶ島・三崎、大山、大磯の入込観光客数の推移



出所：神奈川県観光企画課

図表 29 日本の主要都市に対する海外の認知度と訪問意欲



出所：株式会社日本政策投資銀行「関西のインバウンド観光動向（アンケート調査）」（2019年3月）

- ・ 横浜市に対する認知度・訪問意欲は、アジア・欧米とも低い。

図表 30 宿泊税を導入した都府県・市

	施行日	目的	税率	宿泊税歳入額 (百万円)
東京都	2002年10月	国際都市東京の魅力を高めるとともに観光の振興を図る施策に要する費用に充てる	10,000円以上15,000円未満 100円 15,000円以上 200円	2,239
大阪府	2017年1月	世界有数の国際都市として発展していくことを目指し都市の魅力を高めるとともに観光振興を図る施策に要する費用に充てる	7,000円以上15,000円未満 100円 15,000円以上20,000円未満 200円 20,000円以上 300円	1,983
京都市	2018年10月	国際文化観光都市としての魅力を高め、観光の振興を図る施策に要する費用に充てる	20,000円未満 200円 20,000円以上50,000円未満 500円 50,000円以上 1,000円	4,560
福岡県/北九州市/福岡市	2020年4月	観光資源の魅力向上、旅行者の受け入れ環境充実その他の観光振興を図る施策に要する費用に充てる	宿泊者1人1泊200円（但し、北九州市内と福岡市内所在の宿泊施設は1人1泊50円） <北九州市> 宿泊者1人1泊150円 <福岡市> 2万円未満 150円 2万円以上 450円	福岡県 1,500 北九州市 300 福岡市 1,820

出所：総務省報道資料

別紙2 地域活性化委員会講師による神奈川・横浜の観光の課題と解決の方向性

- ・ 地域活性化委員会では、平成30年度より観光に関連したテーマで、専門家の方にご講演をいただいていた。そのうち、講師の考える日本及び神奈川県、横浜市の観光に関する課題とその解決策について以下に抜粋する。

1) 「神奈川県のインバウンドの現状と政策」 2018年11月19日

神奈川県国際観光局観光部国際観光課 担当課長 神田辰明氏

- ・ 神奈川県への訪日外国人の訪問率は低下している（2014年12.3%→2017年8.5%）
- ・ 宿泊する訪日外国人が少ない（入れ込み客数は全国7位、延べ宿泊者数は9位）
- ・ 神奈川県の観光予算は平成30年度で全国40位と少額

2) 「観光振興による神奈川の地域活性化」 2019年1月22日

株式会社JTB横浜支店 観光戦略推進部長 萩野隆二氏

- ・ 神奈川、横浜ともに外国人観光客の訪問率が低下、同延べ宿泊者数の増加が少ない
- ・ 外国人観光客を誘致して観光消費額を増やす事が神奈川と横浜に突き付けられた課題
- ・ 神奈川、横浜は人口も企業立地も多く、観光振興のインセンティブが働かない事が要因
- ・ グローバルな視点でのマーケティング・ブランディング戦略の構築、横浜・鎌倉・箱根以外の観光ディステーションの開発、観光振興の強固な推進体制構築の3つが重要
 - 観光資源は豊富にあるが外国人向けに商品化されていない
 - ニッチャーか差別化か、戦略の議論が必要
 - 行政は公平性重視、前例墨守、職員定期異動でプロが育たない→商売に不向き→民間企業の知見を活かした官民連携のDMOの組成が必要

3) 「神奈川の地域資源とその編集視点」 2019年7月31日

観光未来プランナー 丁野朗氏

- ・ 観光振興には、物語が地域の特色を魅力的に伝えていること、地域の将来ビジョンがあること、地域活性化の推進体制が整備されていることが必要（特に将来ビジョンが重要）
- ・ 小田原DMOは小田原城天守閣の指定管理者として安定的財源を確保している
- ・ DMOは供給者目線ではなく顧客目線で顧客と共感しながら地域づくりに取り組むべき
- ・ 横浜は八王子市、群馬県富岡市、埼玉県本庄市などと「シルクロード」で連携すべき

4) 「観光振興による地方創生」2019年11月28日

DMO推進機構 代表理事 大社充氏

- ・ 地域全体の利益の最大化と混雑等の観光公害の最小化を図る観光地経営が必要
- ・ 従来の自治体の観光政策は、観光事業者や地域住民との連携に乏しく、観光集客のノウハウに欠け、来訪者のデータ収集不足から政策効果の検証もなく、財政難で十分な予算が確保できないため、十分な成果を上げる体制になっていない→DMO設立が必要。
- ・ DMOを機能させるためには、民間のプロを集めて意思決定権限を与え、宿泊税等で財源を確保する必要がある（既存の観光協会はノウハウに乏しい）

5) 12月例会「大阪のインバウンド戦略」2019年12月10日（地域活性化委員会推薦）

公益財団法人大阪観光協会 理事長 溝畑宏氏

- ・ 横浜は訪日外国人客数、同延べ宿泊者数ともに他都市より伸び率が低く情けない状態
- ・ 横浜は「住んでよし働いてよし」の都市だが「訪れてよし」になっていない
- ・ 観光政策は、都市政策、交通政策、経済政策、文化政策を包括するもの
- ・ 重要なのはマーケティングと都市のグランドデザイン
 - 横浜は金融都市・東京に対して「芸術・文化・観光」都市という棲み分けをし、かつ羽田空港の機能強化と橋本リニア新駅の交通ポテンシャルを活かし東日本へのゲートウェイを目指すべし
- ・ 儲かる仕組みを作り、プロの人材を高い報酬で集める必要がある

<参考> 観光庁「観光や宿泊業を取り巻く現状及び課題等について」平成31年1月28日による観光振興の課題は下記のとおりである。

- ・ 地域の観光関連事業者や住民等の多様な関係者の巻き込みが不十分
- ・ 来訪客に関するデータの収集・分析が不十分
- ・ ターゲットとなる顧客層や地域のコンセプトが十分に練られていない
- ・ 変化する観光市場に対応できていない
- ・ 効果的なブランディングやプロモーション等民間的手法の導入が不十分