

必見！ | 藤沢市の未来に向けた観光戦略が分かる♪

TAKE FREE

藤沢市観光振興計画

The Tourism Promotion Plan of Fujisawa City 2nd FUJISAWA



訪れる観光客や住民も主人公！
共創し選ばれ続ける観光都市へ

観光がもたらす経済効果とは？
この1冊に詰まっています！

2024.4～

目次

第1章 はじめに	1
1 観光振興の目的	1
2 観光振興により市民、観光客、観光産業事業者、振興関連団体等の関係者が享受する効果 ..	1
第2章 計画策定の基本的考え方	3
1 計画改定の趣旨	3
2 計画の位置付け	4
3 計画の期間	5
4 計画の改定方法	5
第3章 藤沢市の観光の現状と課題	7
1 藤沢市を取り巻く外部環境	7
2 藤沢市を取り巻く内部環境（藤沢市政について）	12
3 藤沢市を取り巻く内部環境（統計データによる来訪者の観光動向分析）	14
4 前観光振興計画の評価検証及び継続課題	30
第4章 将来像・なるべき姿	39
1 将来像・なるべき姿	39
2 本計画における重点的視点	40
第5章 将来像・なるべき姿の実現に向けた目標値の設定	43
第6章 観光施策	45
1 観光施策の体系	45
2 戦略プロジェクトの内容	47
第7章 推進体制	57
1 計画の推進体制	57
2 地域共創スパイラルモデル	58

第1章 はじめに

1 観光振興の目的

観光振興は、交通産業や宿泊業、旅行業に加えて、市内に多い飲食業や小売業など幅広い業種の活性化につながります。これらの多様な業種が活性化することによる観光消費の拡大は、市内全体に高い経済効果をもたらします。

また、観光振興は多くの雇用を生み出し、市民の暮らしを支えるとともに、地域に賑わいを創出します。さらに、観光振興によって得られる経済効果は、より魅力的で住みやすいまちへ、まちづくりを行うための重要な財源の一部となり、地域経済の循環を促進します。

湘南の海と自然、歴史文化に囲まれた江の島は、藤沢市のみならず神奈川県を代表する観光地であり、藤沢市を訪れる観光客が鎌倉や箱根など神奈川県各地を周遊することにより、藤沢市だけでなく県内全体の経済循環を高めることにも貢献します。

2 観光振興により市民、観光客、観光産業事業者、振興関連団体等の関係者が享受する効果

(1) 観光振興による経済波及効果

観光振興による令和4年度の経済波及効果は、766億円です。

今後も、藤沢市の魅力を生かし、国内需要はもとより成長が見込まれるインバウンド需要を取り込むことにより、更なる成長が期待できます。

項目	生産誘発額	粗付加価値 誘発額	雇用者所得 誘発額	就業 誘発者数	雇用 誘発者数
総合効果（合計）	76,600 百万円	45,444 百万円	23,128 百万円	11,038 人	8,705 人
直接効果	52,426 百万円	31,259 百万円	17,237 百万円	9,407 人	7,231 人
第1次間接波及効果	13,884 百万円	7,264 百万円	3,535 百万円	967 人	876 人
第2次間接波及効果	10,290 百万円	6,921 百万円	2,356 百万円	664 人	598 人

(2) 市民生活の豊かさの向上

住みやすいまちとして高い評価を得ている藤沢市において、市民生活の豊かさ向上と観光振興の推進との調和が重要となります。

人が集まることにより、飲食・買い物スポットの充実や、鉄道・バスなどの公共交通機関の路線や便数の維持拡大、市民も観光客も楽しめる様々なイベントの拡充につながります。

多くの観光客が藤沢市を訪れることで、前述を含めた様々な効果が見込まれ、市民と観光客の双方が恩恵を享受し、「訪れたい」、「過ごしたい」、「住みたい」、「住み続けたい」と思うような魅力的な観光地づくりやまちづくりに貢献します。

また、観光客に湘南の海や自然、歴史文化、ライフスタイルに触れてもらい、藤沢市を魅力的に思ってもらうことが、より地域ブランドの向上をもたらし、市民自らもその魅力を再認識することで、自らが住むまちに対する愛着や誇りを醸成することにつながります。

(3) 観光振興を通じた関係者への展開意義

藤沢市観光振興計画（以下「本計画」といいます。）の推進は、市民・観光客・観光産業事業者・振興関連団体等がその方針に注目し、具体的なアクションに結び付けられるように行います。

最終的に、藤沢市を訪れる観光客や市民が感じる付加価値につなげるために、関係者に本計画を通じて把握・理解・アクションしてもらいたい内容を整理して観光振興施策を推進することとしています。

次のとおり、行政主導の改定ではなく、「観光産業事業者へのヒアリングや市民へのアンケート」などの調査・分析を経て、地域関係者からの評価・意見を取り込んだ観光振興計画の改定とします。

関係者への展開意義	
市民	観光振興を通じて、市民の生活の豊かさにどのように反映されるのか理解・納得することができます
観光客	滞在して消費することが、地域のどのような未来につながるのかを把握でき、観光をすることで藤沢市へのサステナブルな貢献ができるのかを把握することができます
観光産業事業者	藤沢市がどのような視点を持って、どのような予算を配分していく方針なのかを把握ことができ、自身の事業が貢献・連携できる要素は何かを把握することができます
振興関連団体 (観光協会、 関連団体等)	管轄する地域が強化・チャレンジする領域を把握ことができ、具体的にどの所管部署と連携していくべきなのかを把握することができます

第2章 計画策定の基本的考え方

1 計画改定の趣旨

藤沢市では、本計画を平成23年3月に策定し、平成23年度から令和4年度までの12年間を計画期間として3年度ごとに見直しを行うこととし、様々な観光施策に取り組んできました。

この間、四季を通じた国内外からの観光客の集客を図り、「藤沢らしさが光る“選ばれる観光都市”」をめざした観光振興を推進し、令和元年には、年間観光消費額が約935億円を、年間観光客数が、1,900万人を超え、堅調に推移してきました。

しかしながら、令和2年前半からの新型コロナウイルス感染症（以下「コロナ」といいます。）の流行により観光消費額や観光客数は約3割以上も減少するなど、市内の観光産業は大きな打撃を受け、現在もその影響は続いています。特に観光消費額においては令和元年以上の水準へと早期回復することが急務となっている状況です。

また、本計画は3年度ごとの見直しを図りながら運用してきましたが、令和2年度に最終である3回目の見直しを行う予定であったところ、コロナ禍の影響により、長期間の先行きを見通すことが困難であることや、上位計画である「神奈川県観光振興計画」の見直しが留保されたことなどから、暫定的な方針として「藤沢市観光経済再活性化プラン」を策定し、これまで運用を図ってまいりました。

国は、「第4次観光立国推進基本計画」を掲げ、新たな計画目標には、一人当たりの消費額単価や一人当たりの宿泊数等が設定されており、量の増加を重視する方針から質の向上を重視する方針へと方向転換を示しています。また、「持続可能な観光地域づくりに取り組む地域数」も新たに目標として追加されており、「持続可能性」を重要視する観光振興を積極的に推進しています。

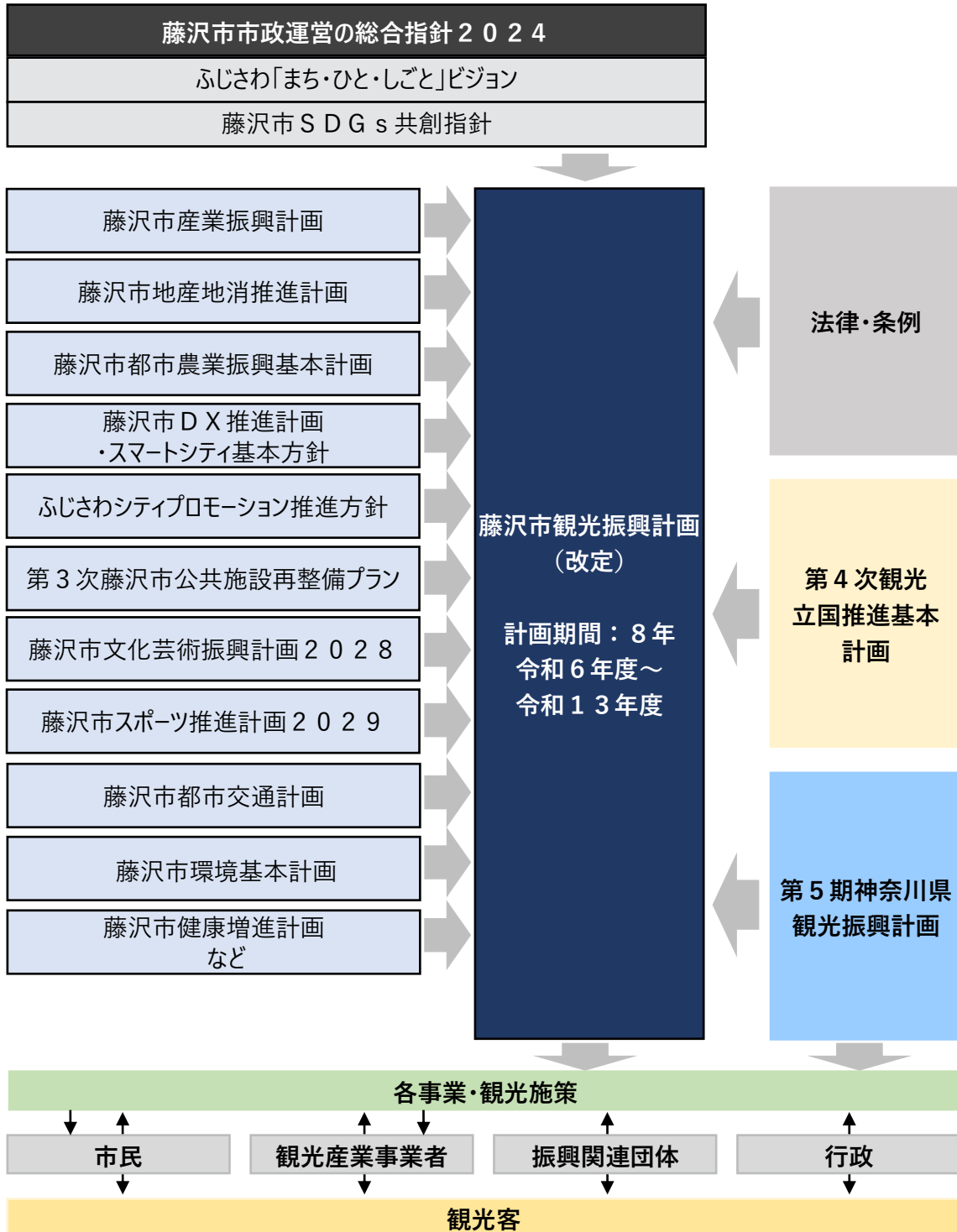
同時に、神奈川県も、「神奈川県観光振興計画」を改定するなど、持続可能な観光を意識した施策の展開やデータを根拠とした施策の展開等を重点的視点と捉え、具体的な観光施策に取り組んでいます。

このような背景を踏まえ、「藤沢市市政運営の総合指針2024」の理念や施策の方向性との整合を図り、行政をはじめ観光産業事業者や振興関連団体と地域が一体となって持続可能な観光を意識した施策を展開し、社会経済情勢や新たな観光需要の顕在化など、様々な変化に的確に対応するべく、本計画の改定を行うものです。

2 計画の位置付け

本計画の位置付けは、「藤沢市市政運営の総合指針2024」の理念や施策の方向性との整合を図り、取り組むものとします。また、国、神奈川県、藤沢市の各関連計画との整合を図るものです。

計画の位置付け



3 計画の期間

本計画の期間は、「藤沢市市政運営の総合指針2024」と整合を図り、令和6年度から令和13年度までの8年間とし、計画期間の中間年に計画の見直しを行うものとします。

4 計画の改定方法

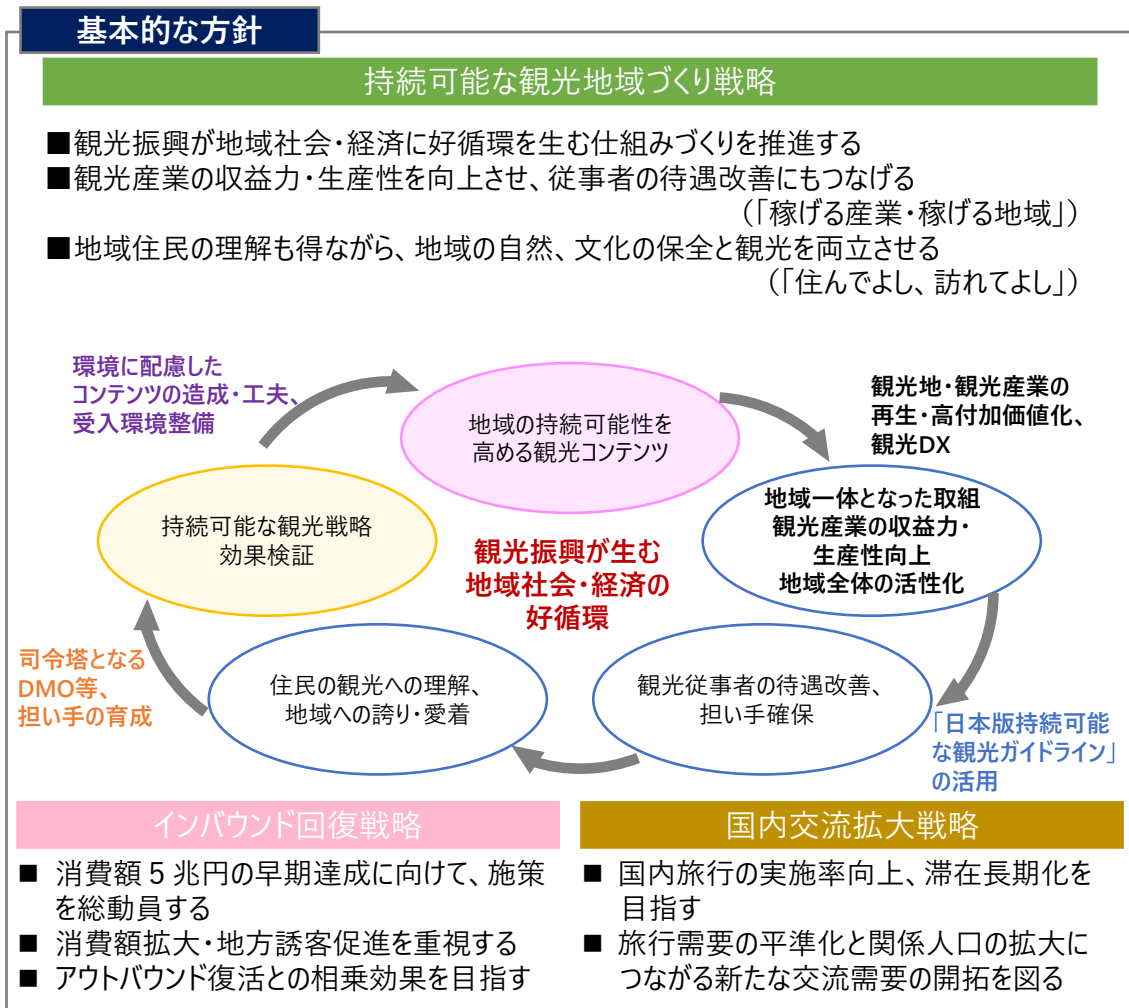
計画の改定方法については、市民・地域から出された意見を踏まえるとともに、専門的知識や経験を有する方々からの意見を聞くための有識者会議や、市・振興関連団体・観光産業事業者・大学によるワーキンググループ検討会議及び庁内での横断的連携による検討を進め、藤沢市議会への報告、パブリックコメントの実施を経て改定するものです。

第3章 藤沢市の観光の現状と課題

1 藤沢市を取り巻く外部環境

(1) 第4次観光立国推進基本計画（令和5年3月31日閣議決定）の基本的な方針

「観光立国推進基本計画」においては、観光立国の持続可能な形での復活に向け、観光の質的向上を象徴する「持続可能な観光」「消費額拡大」「地方誘客促進」の3つをキーワードに、「持続可能な観光地域づくり」、「インバウンド回復」、「国内交流拡大」の3つの戦略に取り組むこととし、以下の方針に基づいて、国を挙げて施策を推進することとしています。



目指す2025年の姿

- 活気に満ちた地域社会の実現に向け、地域の社会・経済に好循環を生む「持続可能な観光地域づくり」が全国各地で進められ、**観光の質の向上、観光産業の収益力・生産性の向上、交流人口・関係人口の拡大**がコロナ前より進んだ形で観光が復活している
- 万博の開催地である我が国が**世界的潮流を捉えた観光地**として脚光を浴び、「持続可能な観光」の**先進地**としても注目されている

出典：（参考）観光立国推進基本計画（第4次）概要

(2) 国内における観光の状況

観光庁がまとめた「観光白書」では、日本の観光業の動向を以下の状況であると分析しています。

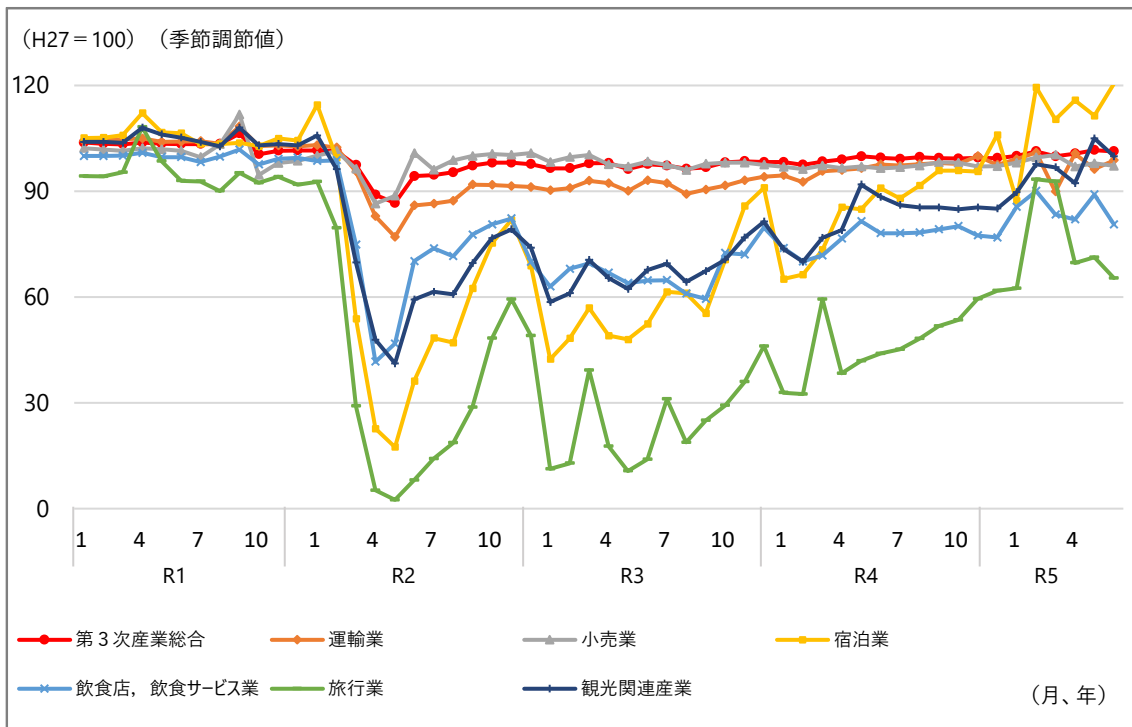
令和2年からインバウンド需要はほぼ蒸発し、度重なる緊急事態宣言やまん延防止等重点措置による行動制限に伴い国内旅行も大きく減少するなど、コロナの感染拡大は、観光関連産業に甚大な影響を与えました。このため、深刻な影響が続く観光関連産業の事業継続と雇用維持を図るため、関係省庁が連携し、支援を図ってきました。

令和4年は、オミクロン株によるコロナの感染拡大、中国のゼロコロナ政策、2月から続いているロシアによるウクライナ侵攻や欧米におけるインフレの加速等の想定外の展開となりました。

観光については、令和4年3月には、まん延防止等重点措置が全面解除され、同年10月には全国旅行支援の開始に加え、水際措置の大幅緩和により観光需要が大幅に増加するなど、回復の傾向がみとれます。

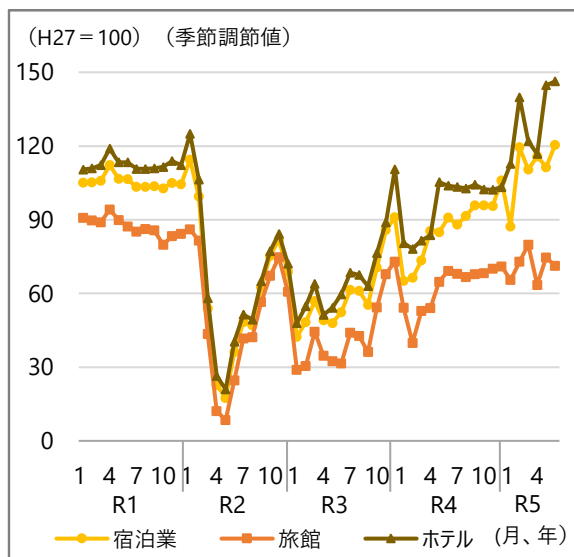
第3次産業活動指数における観光関連産業の指数をみると、コロナの影響下において第3次産業全体や小売業に比べて落ち込みが大きく厳しい状況が続いていましたが令和5年5月には回復傾向がみられます。宿泊業では、令和3年に入って3月、7月に上昇傾向がみられ、令和4年以降は緩やかな減少があるもののさらに上昇しました。旅行業では、外国人旅行者が令和3年7月に「東京2020大会」の選手・大会関係者の入国及び国内移動の影響で大きく活動指数が伸び、国内旅行は令和3年9月以降上昇、その後一時減少傾向にありましたが、全体として改善傾向にありました。

〈グラフ1〉第三次産業活動指数の推移（令和元年～令和5年）



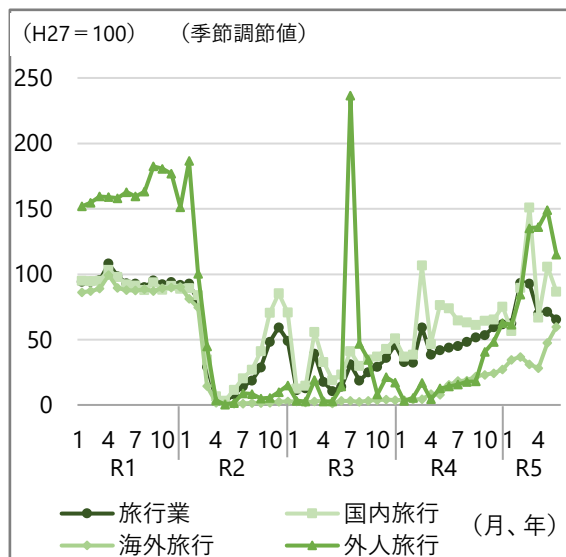
出典：経済産業省「第3次産業活動指数」

〈グラフ2〉宿泊業の第三次産業活動指数の動向
(令和元年～令和5年)



出典：経済産業省「第3次産業活動指数」

〈グラフ3〉旅行業の第三次産業活動指数の動向
(令和元年～令和5年)

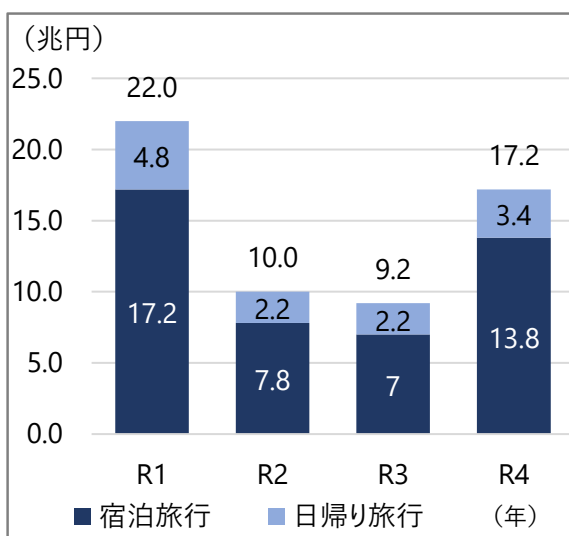


出典：経済産業省「第3次産業活動指数」

令和4年の日本人国内旅行消費額は17.2兆円（前年比約87.0%増、前々年比約72.0%増）となりました。このうち宿泊旅行の国内消費額は13.8兆円（前年比約97.1%増、前々年比約76.9%増）日帰り旅行の国内旅行消費額は3.4兆円（前年比、前々年比ともに約54.5%増）となりました。

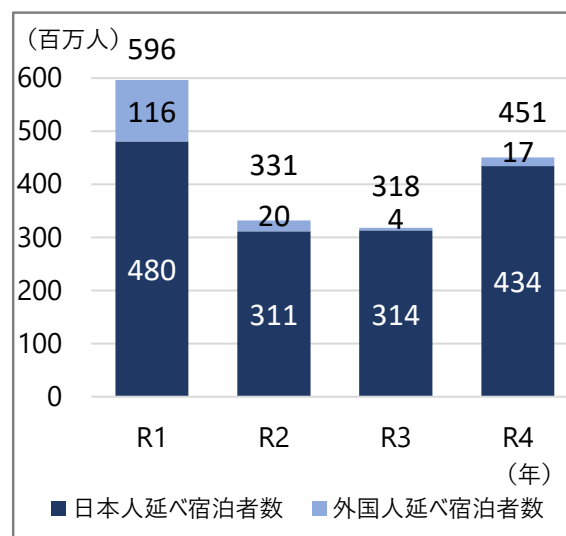
宿泊旅行の状況について、日本国内のホテル、旅館等における令和4年延べ宿泊客数は、4億5,100万人（前年比約41.8%増、前々年比約35.8%増）でした。このうち、日本人延べ宿泊客数は4億3,400万人（前年比約38.2%増、前々年比約39.5%増）、外国人延べ宿泊客数は1,700万人（前年比約32.5%増、前々年比約15.0%減）でした。また、延べ宿泊客数全体に占める外国人の割合は約3.8%でした。

〈グラフ4〉日本人国内旅行消費額の推移
(令和元年～令和4年)



出典：観光庁「旅行・観光消費動向調査」

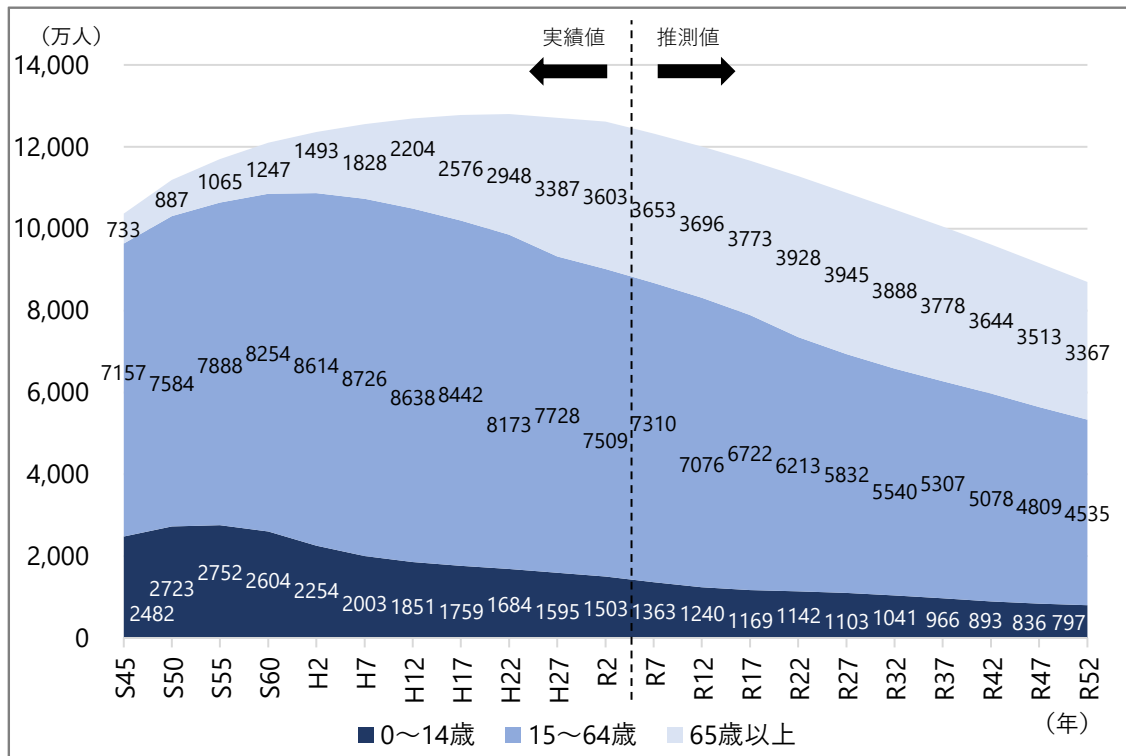
〈グラフ5〉日本人・外国人の延べ宿泊客数の推移
(令和元年～令和4年)



出典：観光庁「旅行・観光消費動向調査」

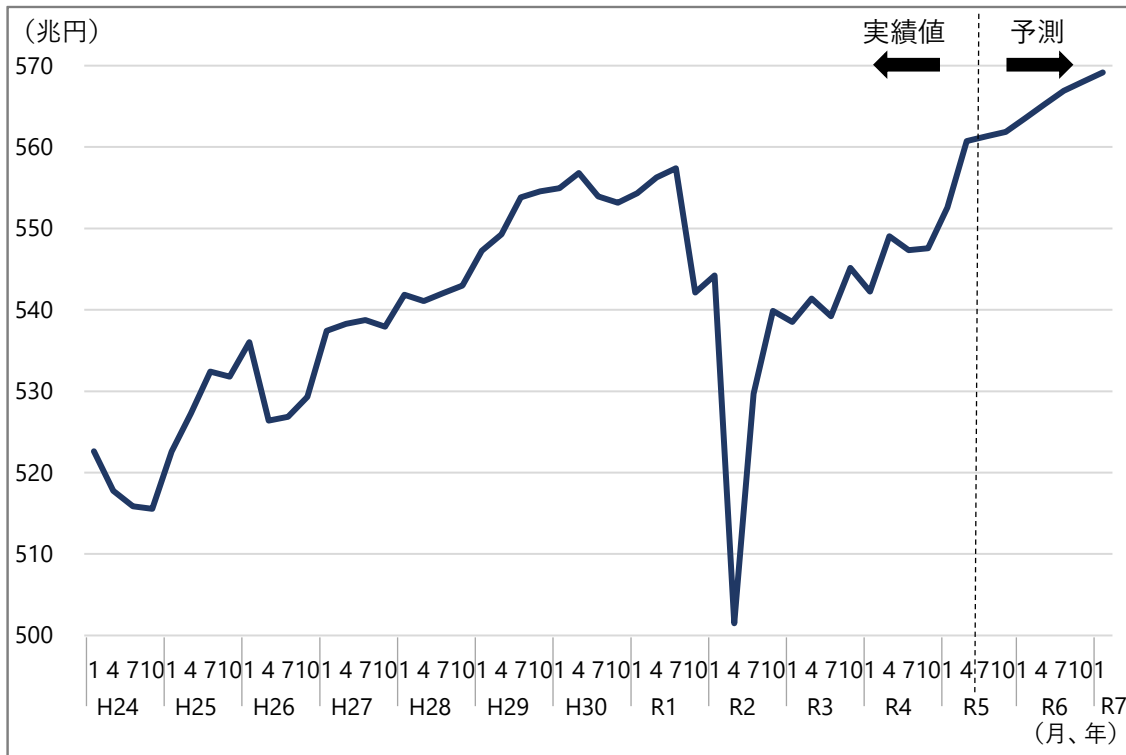
※各都市のグラフの上に記載されている数字は、宿泊旅行と日帰り旅行の観光消費額の合計

〈グラフ6〉 年齢区分別将来人口推計



出典：総務省「国勢調査」及び国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口」
 ※令和2年までは総務省「国勢調査」（平成27年及び令和2年は不詳補完値による。）、令和7年以降は国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口（令和5年推計）」出生中位・死亡中位仮定による推計結果によるものです。

〈グラフ7〉 実質GDPの見通し（平成24年～令和7年）



出典：内閣府「国民経済計算（GDP統計）」

(3) 第5期神奈川県観光振興計画の動向

「第5期神奈川県観光振興計画」における重点的な視点とは、計画の趣旨である「観光により地域が輝く神奈川」を実現していくために必要な視点であり、神奈川県が観光施策を実施するに当たって、踏まえるべき基本的な視点となります。

具体的には「持続可能な観光を意識した施策の展開」、「データを根拠とした施策の展開」、「地域の特徴や意見を踏まえた支援施策の展開」の3つを重点的視点として定めます。

① 持続可能な観光を意識した施策の展開

ア 地域経済の持続可能性

観光振興により観光消費額総額が増加することは、県内の観光産業事業者の収益が向上することにつながり、そのことが、さらなる投資を行うといった好循環をもたらし、地域経済の持続可能性を高めます。

イ 地域環境の持続可能性

観光地の自然環境の保全を行うなど、観光振興に脱炭素やSDGsの観点を取り入れることで、観光地の環境における持続可能性を高めます。

ウ 地域の受入体制の持続可能性

地域に多くの観光客が訪れることは、地域の魅力や潜在能力を改めて理解し、愛着を深める契機となります。このように、観光客を迎え入れる地域の観光に対する理解が向上し、観光客も迎え入れる地域も互いに敬意を持ち、共感・相互理解が進むことで、持続的な受入れ体制へと結びつけて行きます。

② データを根拠とした施策の展開

これまで、観光施策を考えるに当たっては、国や県の統計データをもとに現状分析や課題の洗い出しを行った上で、県の有する経験やノウハウ、事業者の意見や有識者の知見を踏まえ、総合的に勘案して行ってきました。

今後は、国や県の統計データに加えて、スマートフォンの位置情報に基づく動態分析ツール等を活用し、より客観的データを根拠とした施策を展開します。

③ 地域の特徴や意見を踏まえた支援施策の展開

同じ県内であっても、気候、地形、交通網の整備状況など地域ごとの特徴はさまざまです。また、「宿泊を伸ばしたい」、「コンテンツを充実させたい」など、地域の意見もさまざまです。

本計画では、客観的なデータに加え、アンケートやヒアリング調査など定性的な情報も活用して、地域の特徴や意見を踏まえた支援を行います。

地域の特徴や意見を踏まえた支援を行うに当たっては、広域的な観点で地域と地域を結びつけ、成果が上がった施策を別の地域に「横展開」し、地域の観光振興に資する取組の後押し等を行います。

2 藤沢市を取り巻く内部環境（藤沢市政について）

（1）藤沢市全体の現状

藤沢市を取り巻く近年の社会経済情勢の変化は、まさに激しいものがあり、特に少子化と高齢化がさらに進行することとなります。藤沢市の現状と見通し、特性等を踏まえ、概ね20年先を見据えた「長期的な視点」として、「藤沢市市政運営の総合指針2016」を策定し、4年ごとに改定を行ってきました。同指針では「めざす都市像」と「基本目標」をベースに見直ししており、特にSDGsの視点を取り入れ、次頁のとおり、8つの基本目標に共通する考え方として「3つのまちづくりコンセプト」を追加して、めざすべきまちの姿の明確化を図っています。

（2）藤沢市市政運営の総合指針

藤沢市が過去に策定した総合計画は、長期にわたって総合的かつ計画的に行政運営を進め、より効果的に事業を展開することを目的として策定され、改定を続けてきましたが、現在の変化の早い社会経済情勢とそれに柔軟に対応することが求められる行財政運営においては、長期的な事業単位までの行政計画の策定は困難であるため、各分野での個別計画の策定を進めることで計画的な行政運営を行っています。

こうしたことから、市民ニーズに基づいた課題の緊急性、重要性を捉え、限られた財源を効果的、効率的に配分し、政策効果を高めた事業展開が図られるよう、総合計画に替わる仕組みとして、平成25年度に「藤沢市市政運営の総合指針2016」を策定し、平成28年度に「藤沢市市政運営の総合指針2020」として改定しました。

直近の令和2年度の総合指針の改定に当たってコロナ対策を最優先としつつも、2025年問題をはじめとする喫緊の課題に着実に対応し、さらに20年後を見据えた持続可能なまちづくりへの転換を進め、取組を加速する必要性がありました。

こうした状況を踏まえ、「藤沢市市政運営の総合指針2020（平成28年度改定）」の期間の終了に伴い、引き続き共有すべき理念の浸透や直近4年間の重点施策の明確化を重視しつつ、これまでの取組や評価、意見等を踏まえて、めざすべきまちの姿を明確化するためにSDGsの視点も取り入れ、2040年に向けた持続可能なまちづくりへの転換として令和2年度に「藤沢市市政運営の総合指針2024」へ改定しました。

藤沢市市政運営の総合指針 2024 の概要

青字：総合指針 2024 より、観光振興計画に取り入れるべき新たな視点

太字：総合指針 2024 より、観光振興との関連が見られた箇所

藤沢市市政運営の総合指針 2024 計画期間：4 年間 | 令和 3 年度～令和 6 年度

【都市像】 郷土愛あふれる藤沢～松風に人の和うるわし 湘南の元気都市～

3 つのまちづくりコンセプト

- 1 藤沢らしさを未来につなぐ持続可能な元気なまち（サステナブル藤沢）
- 2 共生社会の実現をめざす誰一人取り残さないまち（インクルーシブ藤沢）
- 3 最先端テクノロジーを活用した安全安心で暮らしやすいまち（スマート藤沢）

8 つの基本目標

- | | |
|---------------------|---------------------|
| 目標 1：安全な暮らしを守る | 目標 5：健康で安心な暮らしを支える |
| 目標 2：文化・スポーツを盛んにする | 目標 6：地域経済を循環させる |
| 目標 3：自然を守り豊かな環境をつくる | 目標 7：都市基盤を充実する |
| 目標 4：子どもたちを守り育む | 目標 8：市民自治・地域づくりを進める |

まちづくりテーマと重点施策

①安全で安心な暮らしを築く

- 1 災害対策の充実
- 2 防犯・交通安全対策の充実
- 3 感染症対策の強化

②健康で豊かな長寿社会をつくる

- 1 地域共生社会の実現に向けた取組の推進
- 2 健康寿命日本一に向けた健康増進・介護予防等の促進
- 3 コミュニティの活性化による持続的な地域づくりの推進

③笑顔と元気あふれる子どもたちを育てる

- 1 子どもたちの笑顔あふれる学校教育の推進
- 2 子どもの健やかな成長に向けた支援の充実
- 3 支援を必要とする子ども・若者への支援の充実

④都市の機能と活力を高める

- 1 都市基盤の充実と長寿命化対策の推進
- 2 住生活環境の向上と誰もが移動しやすい交通体系の構築
- 3 地域経済循環を高める経済対策の推進

⑤未来を見据えてみんなではじめる

- 1 豊かな自然を守り・生かす環境対策の推進
- 2 デジタル市役所・スマートシティの推進
- 3 人材育成の推進
- 4 次世代につなげる歴史・文化施策の推進と多彩な魅力の発信
- 5 市民参加型東京 2020 大会のレガシー創出

3 藤沢市を取り巻く内部環境（統計データによる来訪者の観光動向分析）

（1）観光消費額の推移

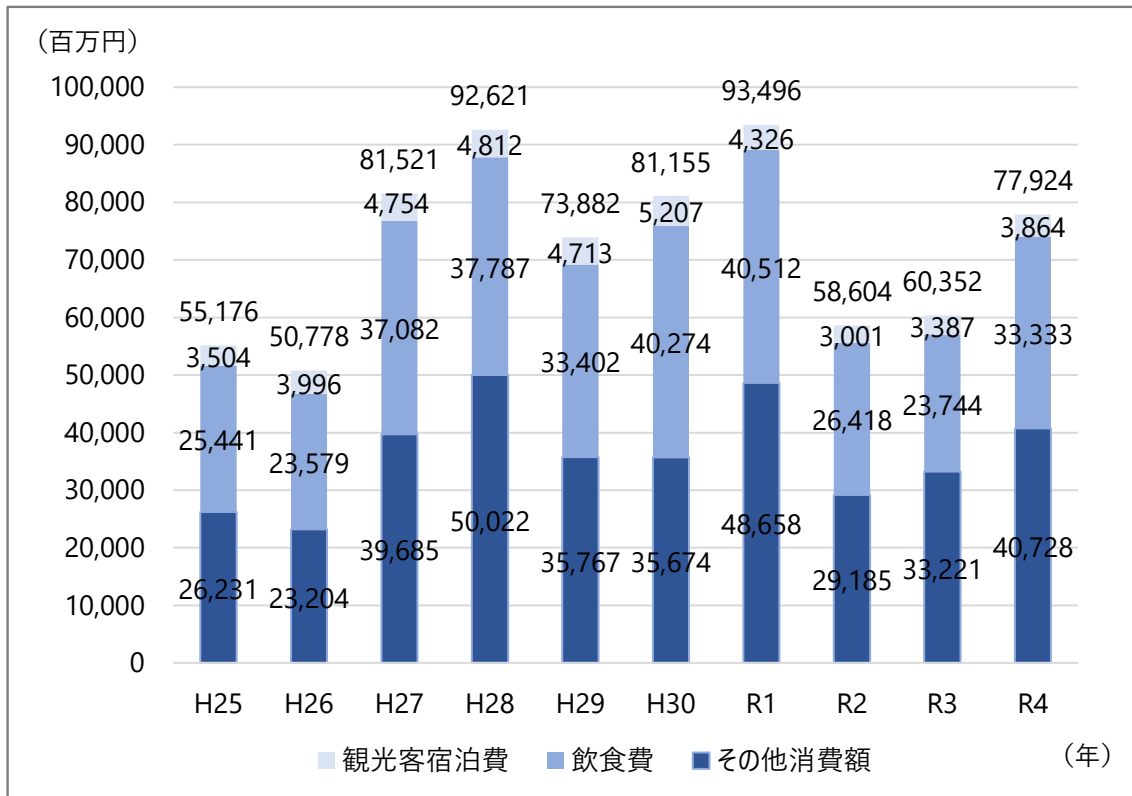
観光消費額は、令和元年にピークとなる約935億円となりました。しかしながら、コロナの影響により、県境を越える移動が制限されたことから、令和2年の観光消費額は前年比で約37%減少しています。

令和3年は前年比で約3%、令和4年には前年比で約29%増加しています。

観光消費額はコロナの影響から順調に回復しており、ピーク時の令和元年と比較して令和4年には約83%まで回復しています。

飲食費を見ると令和3年は前年比で約10%減少していましたが、令和4年には前年比で約40%増加しており、飲食費においても回復傾向を示しています。

〈グラフ8〉 藤沢市における観光消費額（平成25年～令和4年）



出典：入込観光客調査（神奈川県）

（2）一人当たりの平均観光消費単価の推移（観光消費額調査）

① 観光消費額調査方法の概要

調査対象	江の島を訪問する観光客全般
調査方法	調査員が聞き取りをするアンケート調査方式

項目	平成30年	令和元年	令和2年	令和3年	令和4年
調査回数	5回	3回	3回	3回	3回
サンプル数	500名	657名	591名	510名	294名

② 調査結果

観光消費額の1人当たりの平均単価は、宿泊、日帰りともに平成30年から横ばい状態となっております。

令和4年の宿泊観光客における1人当たりの平均単価は、14,250円となっており、神奈川県25,956円と比較して11,706円も低い水準となっております。

また、同年の日帰り観光客における1人当たりの平均単価では、4,295円となっており、神奈川県3,897円と比較して398円高い水準となっております。

過去5年平均を神奈川県と比較すると宿泊観光客における1人当たりの平均単価は、約12,577円低く、日帰り観光客における1人当たりの平均単価は平均値よりも約297円低くなっています。

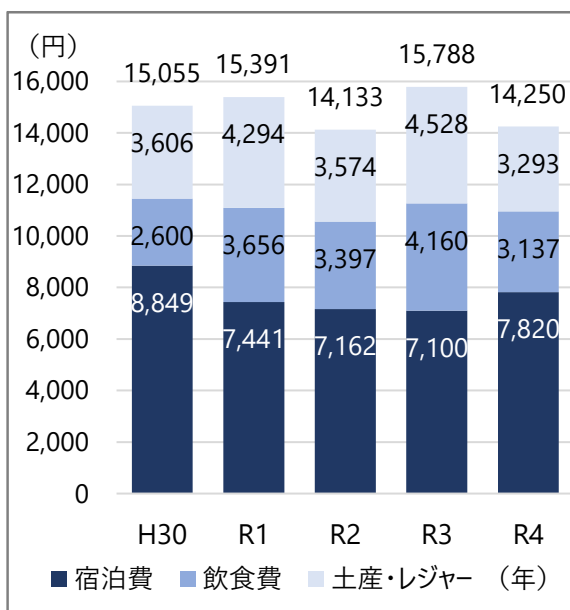
〈表1〉藤沢市における一人当たりの平均観光消費単価の推移

【単位：円】

項目		平成30年	令和元年	令和2年	令和3年	令和4年	5年平均
宿泊	宿泊費	8,849	7,441	7,162	7,100	7,820	7,674
	飲食費	2,600	3,656	3,397	4,160	3,137	3,390
	土産・レジャー	3,606	4,294	3,574	4,528	3,293	3,859
	合計	15,055	15,391	14,133	15,788	14,250	14,923
日帰り	飲食費	2,177	2,051	2,244	1,690	1,926	2,018
	土産・レジャー	1,932	2,467	2,486	2,412	2,369	2,333
	合計	4,109	4,518	4,730	4,102	4,295	4,351

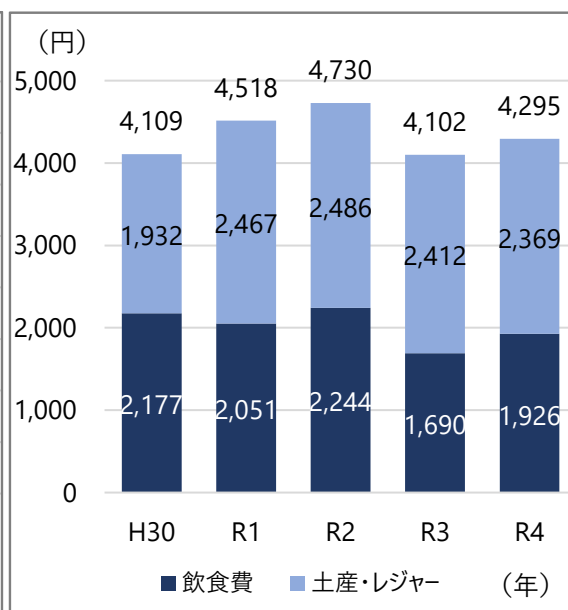
出典：藤沢市観光消費額調査

〈グラフ9〉宿泊観光客の一人当たりの平均消費額（平成30年～令和4年）



出典：藤沢市観光消費額調査

〈グラフ10〉日帰り観光客の一人当たりの平均消費額（平成30年～令和4年）



出典：藤沢市観光消費額調査

〈表2〉神奈川県における一人当たりの平均観光消費単価の推移（参考）

【単位：円】

項目	平成30年	令和元年	令和2年	令和3年	令和4年	5年平均
宿泊	25,176	27,308	21,399	37,660	25,956	27,500
日帰り	5,188	4,876	4,625	4,655	3,897	4,648

出典：入込観光客調査（神奈川県）

（3）観光客数の推移

① 観光客数 ※年間1月～12月の統計

令和元年に藤沢市を訪れた観光客の推計延人数（以下観光客数）は、1,930万人で、平成30年対比約4.9%（90万8千人）増と、過去最高となりました。過去5年間の観光客数は、1,839万2千人（平成30年）、1,930万人（令和元年）、1,155万8千人（令和2年）、1,335万7千人（令和3年）、1,700万2千人（令和4年）となっており、コロナの影響により、県境を越える移動が制限されたことから令和2年は大幅に落ち込みが見られたものの、令和4年には令和元年と比較し約88.0%まで回復し、増加傾向にあります。

② 日帰り観光客数と宿泊客数

令和4年の日帰り観光客数は、1,650万8千人で全体（宿泊客数を含む）の観光客数の約97.1%を占めています。藤沢市の日帰り観光客数は神奈川県内の日帰り観光客数に比べても高く、過去10年間の平均値は約97.0%で、ほぼ同水準で推移しています。

また、令和4年の宿泊客数は、49万4千人で対前年比の約3.5%増と過去最高の平成30年と比べても約84.0%まで回復傾向を示しています。宿泊客数の割合は大きな変化はなく、過去10年間の平均値は約3.0%となっています。

〈表3〉藤沢市における観光客数の推移

【単位：千人】

年	総数 (年間)	日帰り 客数	宿泊客数	総数に 対する 宿泊客数 の割合%	海水浴 入込数	海水浴客 除く総数	総数に 対する 海水浴客 の割合%
平成25年	15,524	15,093	431	2.8%	2,982	12,542	19%
平成26年	17,738	17,280	458	2.6%	2,386	15,352	14%
平成27年	18,335	17,798	538	2.9%	2,222	16,114	12%
平成28年	18,648	18,103	545	2.9%	2,416	16,233	13%
平成29年	16,480	15,947	533	3.2%	1,539	14,941	9%
平成30年	18,392	17,804	588	3.2%	1,571	16,821	9%
令和元年	19,300	18,718	581	3.0%	1,552	17,748	8%
令和2年	11,558	11,221	337	3.6%	256	11,302	2%
令和3年	13,357	12,880	477	3.6%	570	12,788	4%
令和4年	17,002	16,508	494	2.9%	1,324	15,679	8%

出典：観光客数統計（藤沢市）

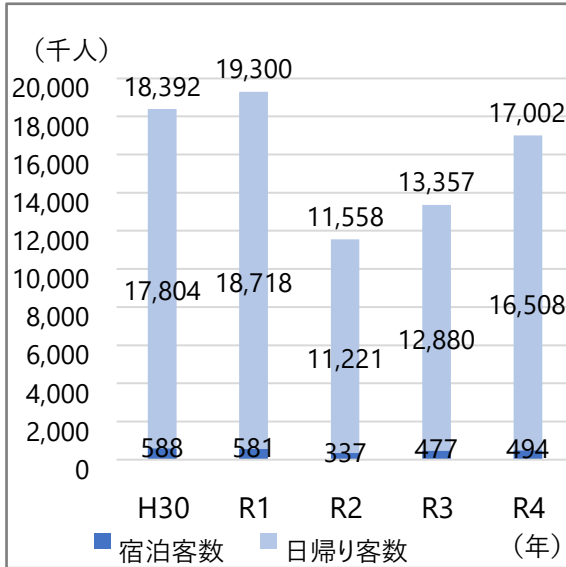
〈表4〉神奈川県における観光客数の推移（参考）

【単位：千人】

項目	平成30年	令和元年	令和2年	令和3年	令和4年	5年平均
宿泊	17,914	17,353	10,544	10,567	14,426	14,161
日帰り	182,350	187,315	97,941	106,684	149,636	144,785

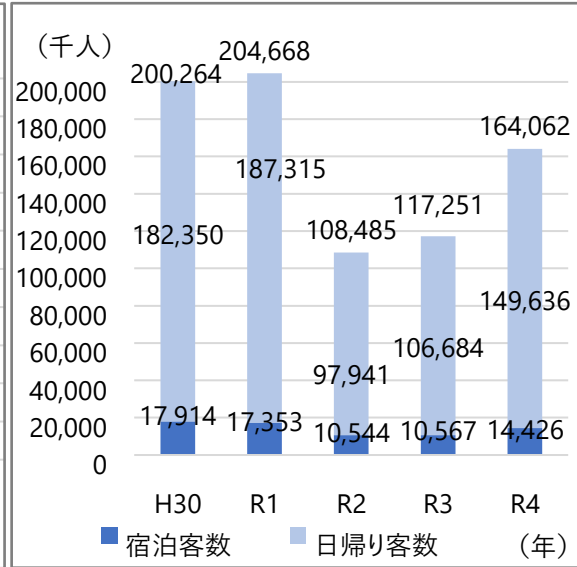
出典：入込観光客調査（神奈川県）

〈グラフ11〉藤沢市における観光客数の推移
（平成30年～令和4年）



出典：観光客数統計（藤沢市）

〈グラフ12〉神奈川県における観光客数の推移
（平成30年～令和4年）



出典：入込観光客調査（神奈川県）

観光客の動向・分析

③ KDDI Location Analyzerによる動向分析

KDDI Location Analyzerの位置情報を用いて、令和元年から令和4年の各年において南部地域に訪れた人の性別及び年代、時間帯の傾向を分析しています。南部地域は、図1の範囲を示します。南部地域の滞在人口分布では、小田急線片瀬江ノ島駅周辺で滞在人口が多い傾向にあります。

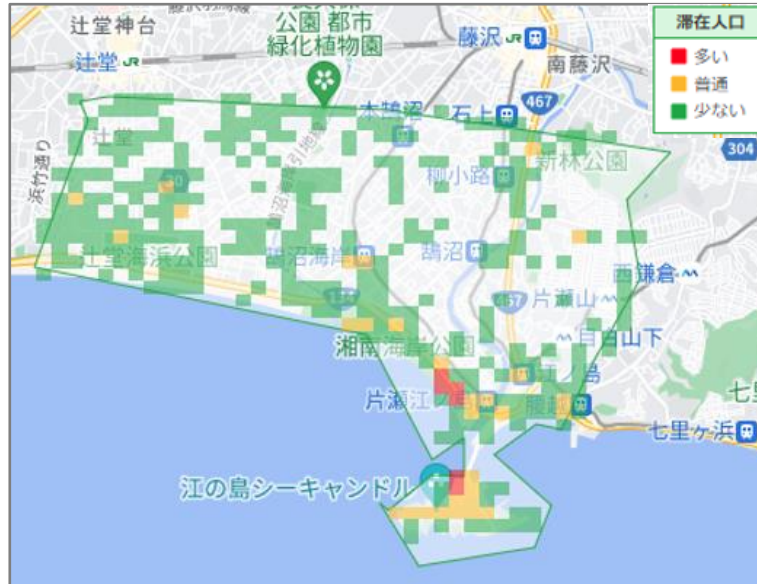
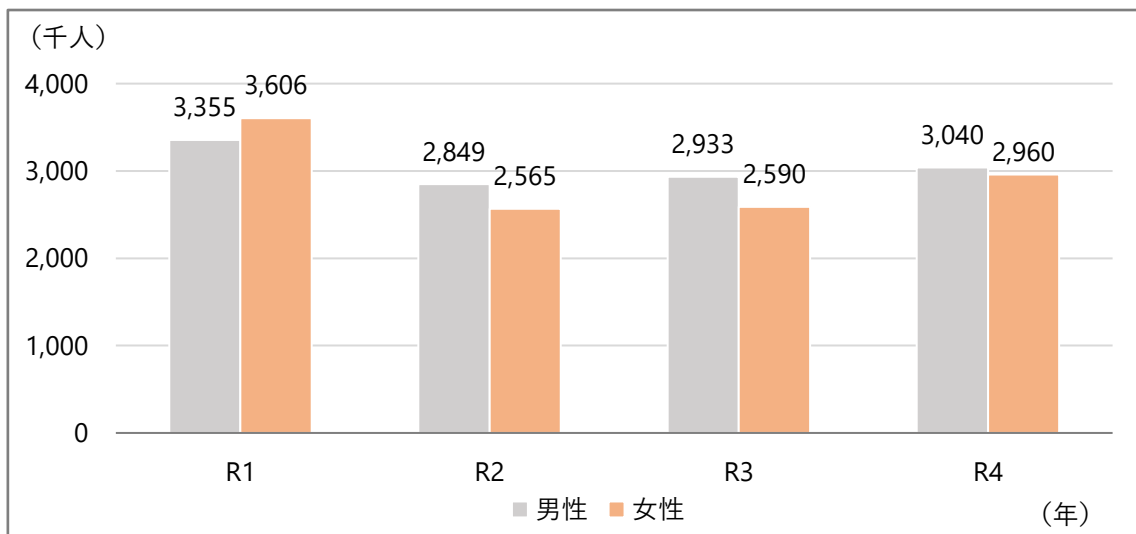


図1 南部地域の滞在人口分布

南部地域における令和4年の来訪者は、令和元年と比較して約86%（男性は約91%、女性は約82%）まで回復しています。令和元年では女性の方が多かった来訪者数が令和4年には男性の方が多くなっており、男性の方が早く回復している傾向にあります。

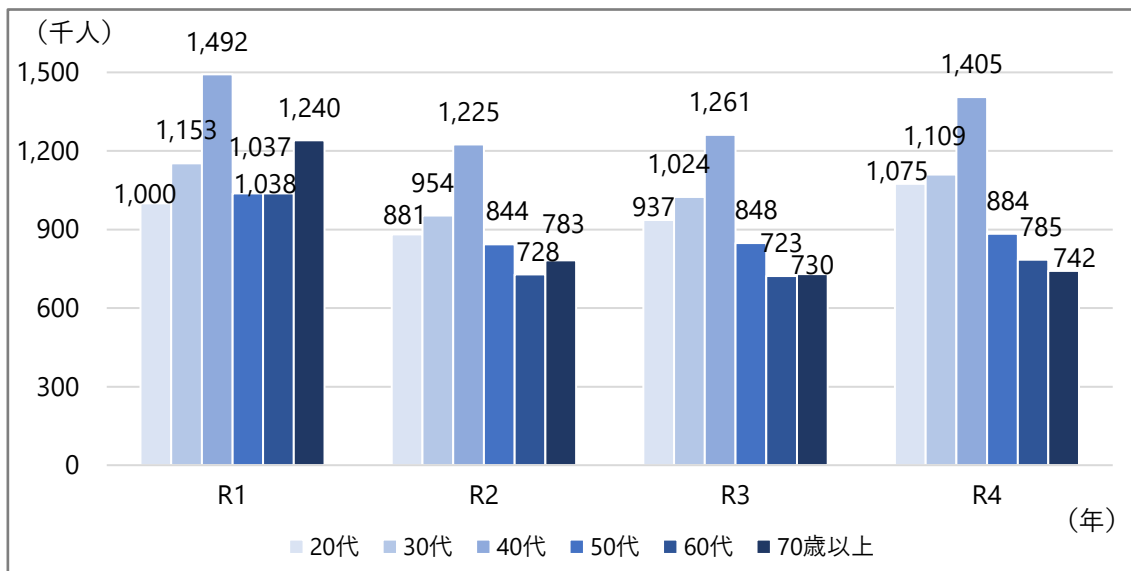
〈グラフ13〉 南部地域における男女別年間滞在人数（令和元年～令和4年）



KDDI Location Analyzer
 a uスマートフォン契約者から同意を得た位置情報を拡大推計したデータを用いたセルフデータ分析ツール

令和4年の年代別の年間来訪者人数では、20代は令和元年よりも増加しています。一方で、60代は令和元年の人数の約76%、70歳以上では約60%と来訪者数の回復が鈍い傾向にあります。

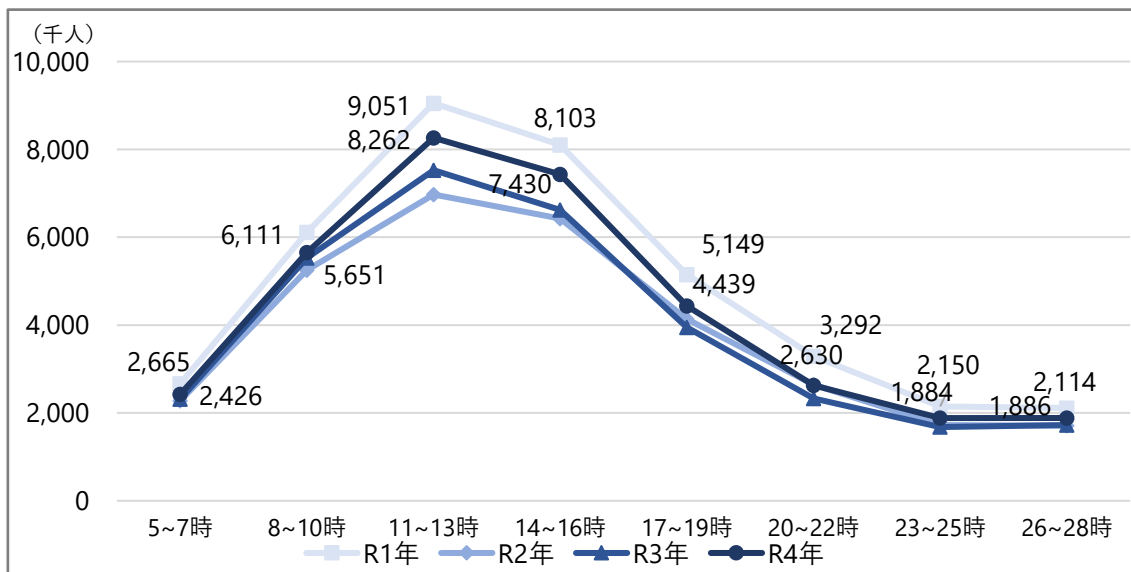
〈グラフ14〉 南部地域における年代別年間滞在人数の推移（令和元年～令和4年）



時間別の年間来訪者数は令和元年と令和4年を比べて全体的に大きな傾向の変化はありません。令和元年と令和4年のピークの時間帯を比較しても女性より男性が回復している傾向にあります。

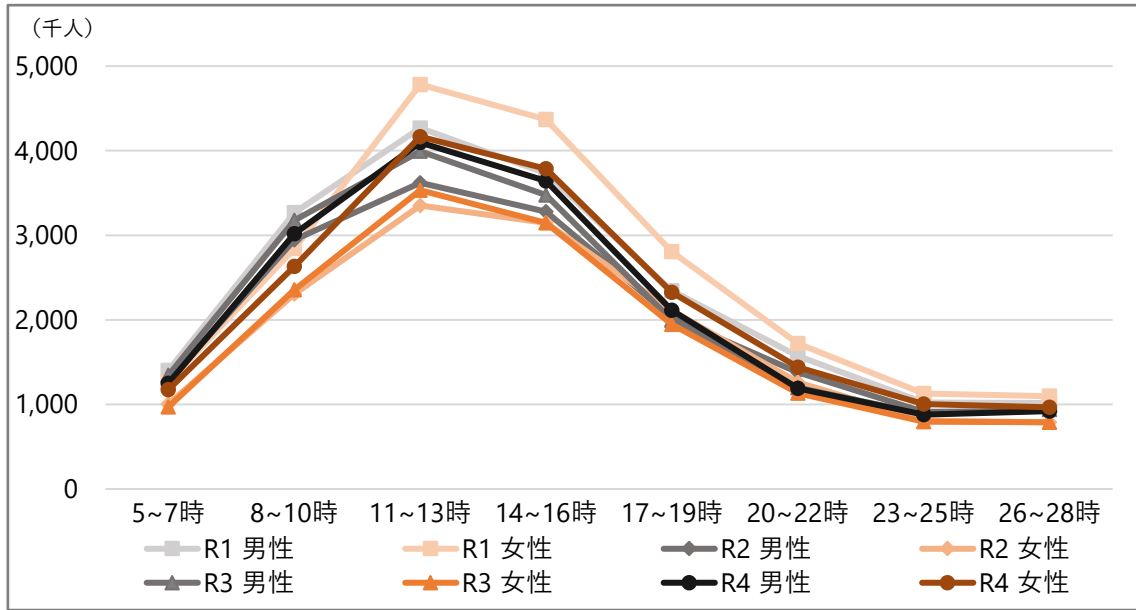
また、男性の傾向としては、女性と比べて、8時～10時の時間帯に活動している傾向にあります。

〈グラフ15〉 南部地域における時間ごとの年間滞在人数推移（令和元年～令和4年）



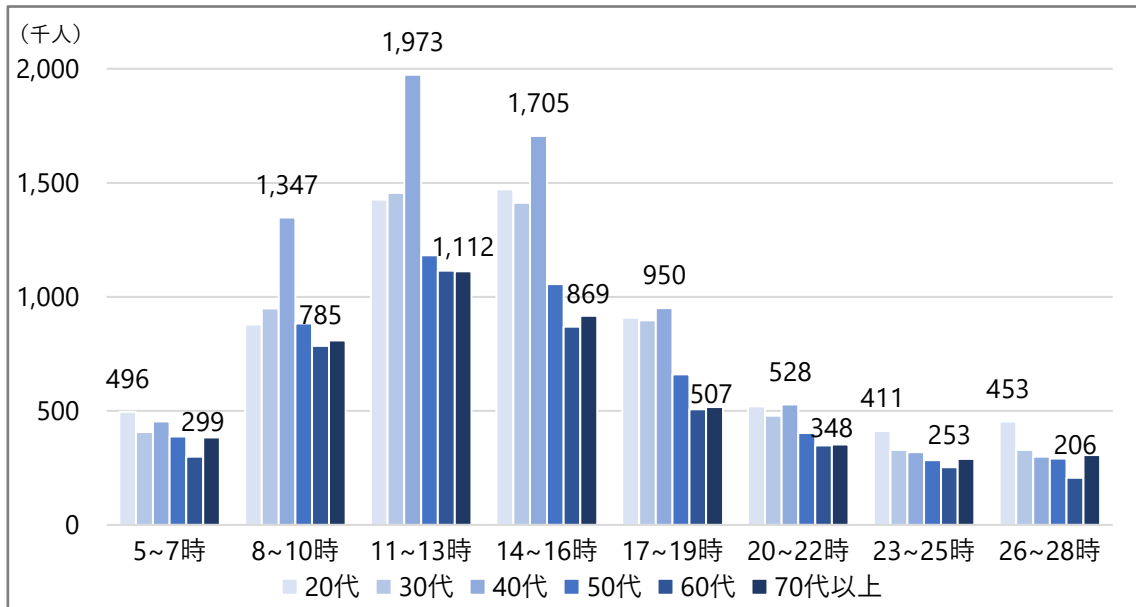
※グラフ上のラベルは、令和元年と令和4年の数値です。

〈グラフ16〉 南部地域における時間ごとの男女別年間滞在人数の推移（令和元年～令和4年）



令和4年の年代及び時間帯の特徴としては、20代は他の年代と比較して、早朝及び深夜の時間帯に来訪者数が多い傾向にあります。

〈グラフ17〉 南部地域における年代別滞在人数（令和4年）



※グラフ上のラベルは、時間帯別の最大値と最小値です。

④ S u i c aデータによる動向分析

ア 江の島エリアへの来訪者の傾向

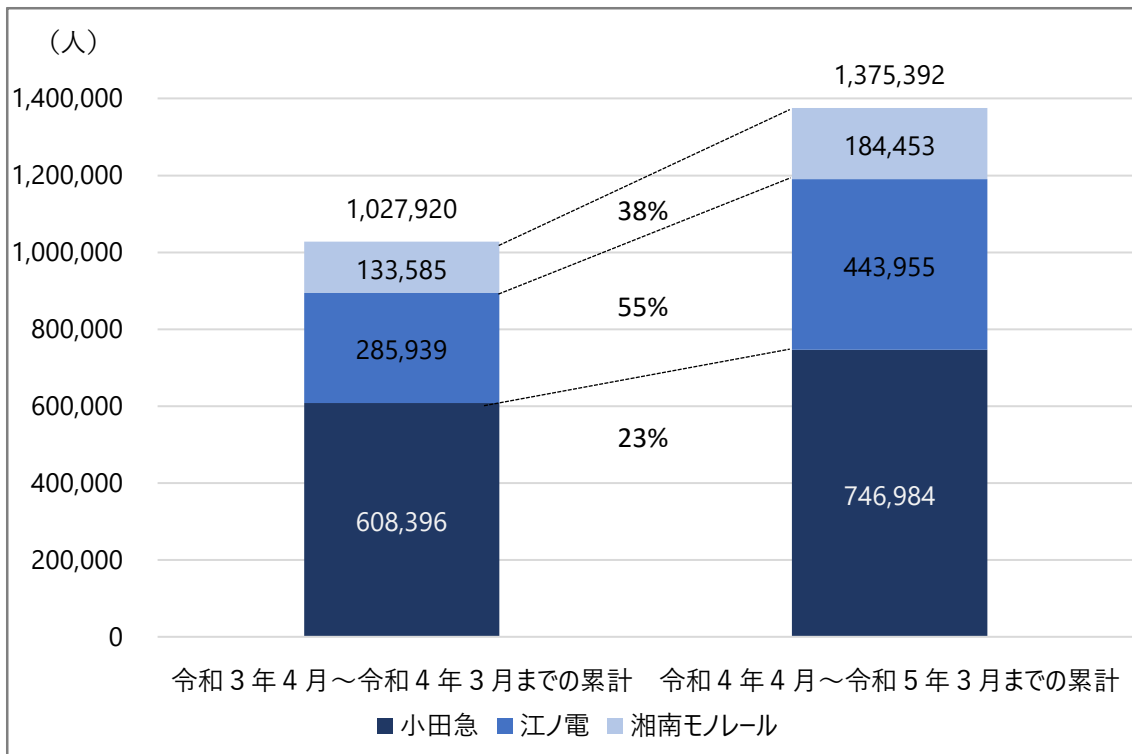
鉄道を利用して江の島エリアに訪れた令和4年4月～令和5年3月の累計来訪者数は、約138万人です。そのうち、江の島来訪者数は、小田急電鉄片瀬江ノ島駅から来訪する人が最も多く、74万6,984人となっています。なお、江ノ電江ノ島駅は、周辺3駅中、前年比で増加率が約55%と最も高くなっています。

出発駅都県別来訪者数では、首都圏である東京都、神奈川県、埼玉県、千葉県から多く来訪しています。特に神奈川県内からの来訪が最も多く、84万7,232人と全体の約62%を占めています。なお、増加率では、群馬県が最も高く、約195%となっており、首都圏以外からの来訪者が増えている傾向にあります。

令和5年3月における性別・世代別来訪者数では、20歳～29歳の女性が最も多く、1万5,703人となっています。増加率では60歳以上の女性が約55%と最も高く、次いで、60歳以上の男性となっております。

江の島エリアでは若年層の来訪者が最も多いですが、高齢層の増加率が高い傾向にあります。

〈グラフ18〉 鉄道会社別 江の島エリアへの来訪者数の比較（累計比較）



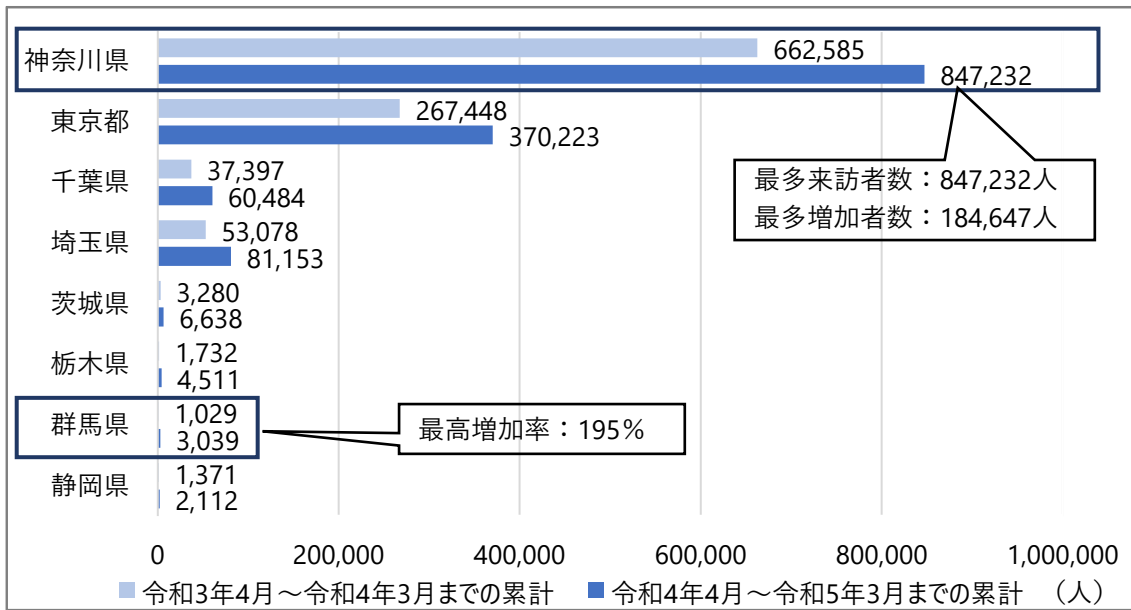
※ S u i c aによる運賃支払を伴う鉄道利用者により集計しております。また、江の島エリアとは、小田急片瀬江ノ島駅、江ノ電江ノ島駅、湘南モノレール湘南江の島駅の3駅としています。

※江の島エリアに15分以上滞在した人数を集計しています。

S u i c a

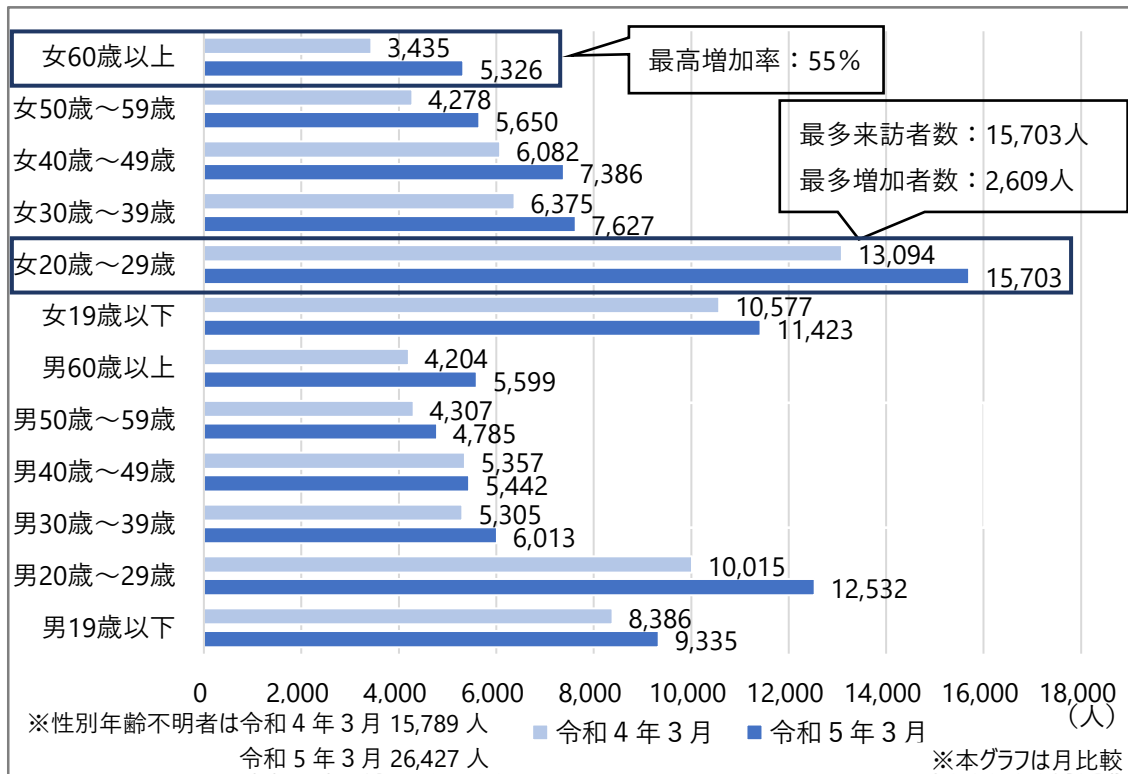
東日本旅客鉄道株式会社のICカード（商標登録）

〈グラフ19〉 出発都県別 江の島エリアへの来訪者数（累計比較）



※ S u i c a による運賃支払を伴う鉄道利用者により集計しております。また、江の島エリアとは、小田急片瀬江ノ島駅、江ノ電江ノ島駅、湘南モノレール湘南江の島駅の3駅としています。
※江の島エリアに15分以上滞在した人数を集計しています。

〈グラフ20〉 性別・世代別 江の島エリアへの来訪者数の比較



※ S u i c a による運賃支払を伴う鉄道利用者により集計しております。また、江の島エリアとは、小田急片瀬江ノ島駅、江ノ電江ノ島駅、湘南モノレール湘南江の島駅の3駅としています。
※江の島エリアに15分以上滞在した人数を集計しています。

イ J R 藤沢駅への来訪者の傾向

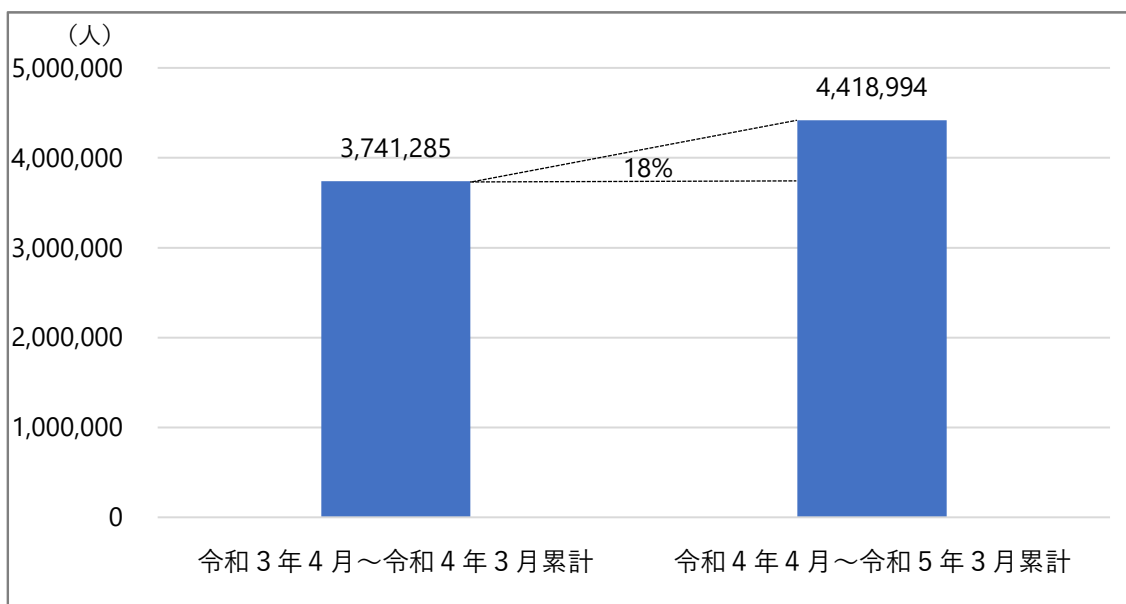
鉄道を利用して J R 藤沢駅に訪れた令和 4 年 4 月～令和 5 年 3 月の累計来訪者数は、約 4 4 2 万人であり、前年比で増加率は約 1 8 %となっています。

出発駅都県別来訪者数では、神奈川県内が最も多く、約 3 8 7 万人と全体の約 8 8 %を占めています。増加率では、群馬県が約 1 0 1 %と最も高く増加しております。首都圏以外からの来訪者も増加傾向にあります。

令和 5 年 3 月における性別・世代別来訪者数では、6 0 歳以上の女性が最も多く、3 万 6 , 3 8 9 人となっています。なお、増加率では 6 0 歳以上の男性が約 2 8 %と最も高くなっています。

J R 藤沢駅では、来訪者数及び増加率ともに高齢層の来訪者が多い傾向にあります。

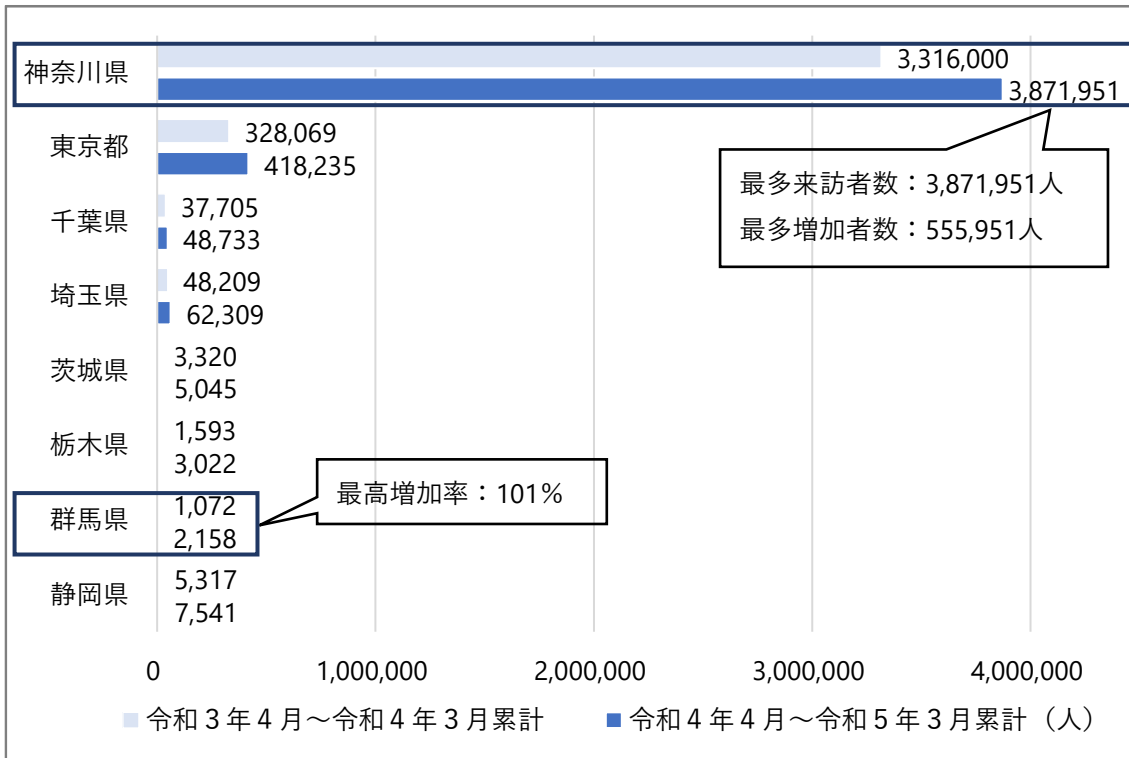
〈グラフ 2 1〉 J R 藤沢駅来訪者数（累計）



※ S u i c a による運賃支払を伴う鉄道利用者により集計しております。

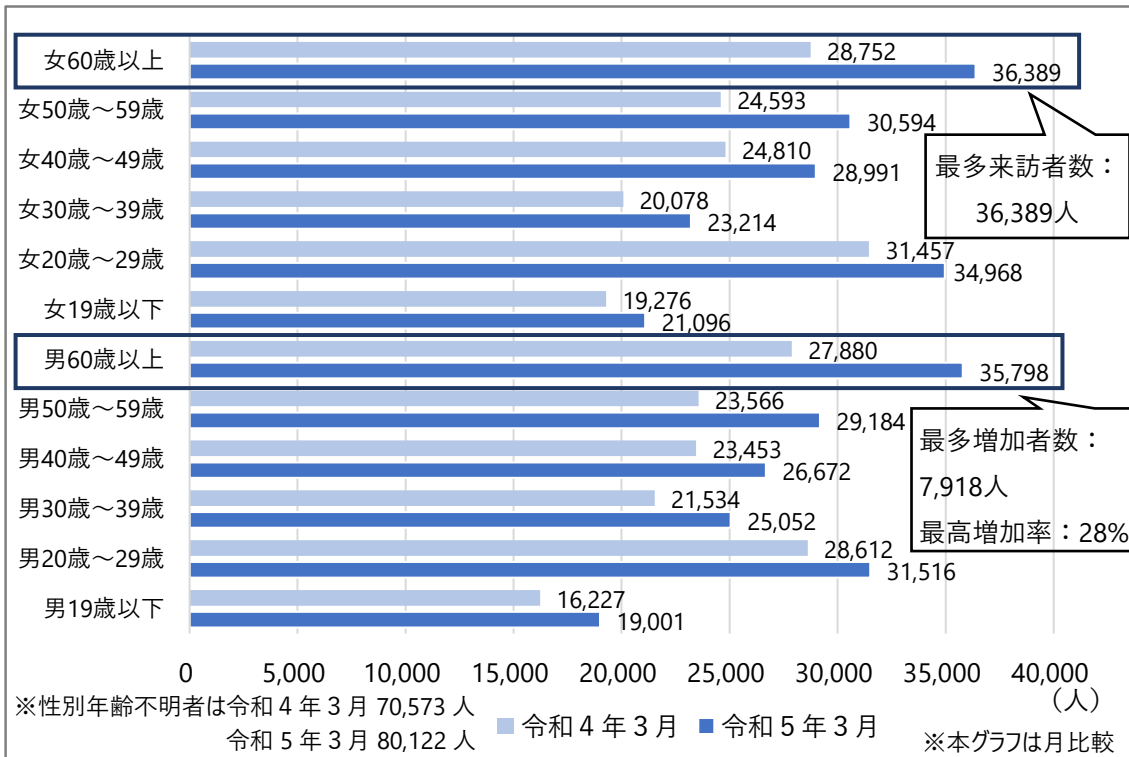
※ 1 5 分以上滞在した人数を集計しています。

〈グラフ2 2〉 出発都県別 J R 藤沢駅への来訪者数（累計比較）



※ S u i c a による運賃支払を伴う鉄道利用者により集計しております。
※ 15分以上滞在した人数を集計しています。

〈グラフ2 3〉 性別・世代別 J R 藤沢駅への来訪者数の比較



※ S u i c a による運賃支払を伴う鉄道利用者により集計しております。
※ 15分以上滞在した人数を集計しています。

ウ JR辻堂駅の来訪者の傾向

鉄道を利用して辻堂駅に訪れた令和4年4月～令和5年3月の累計来訪者数は、約178万人であり、前年比で増加率は約15%となっています。

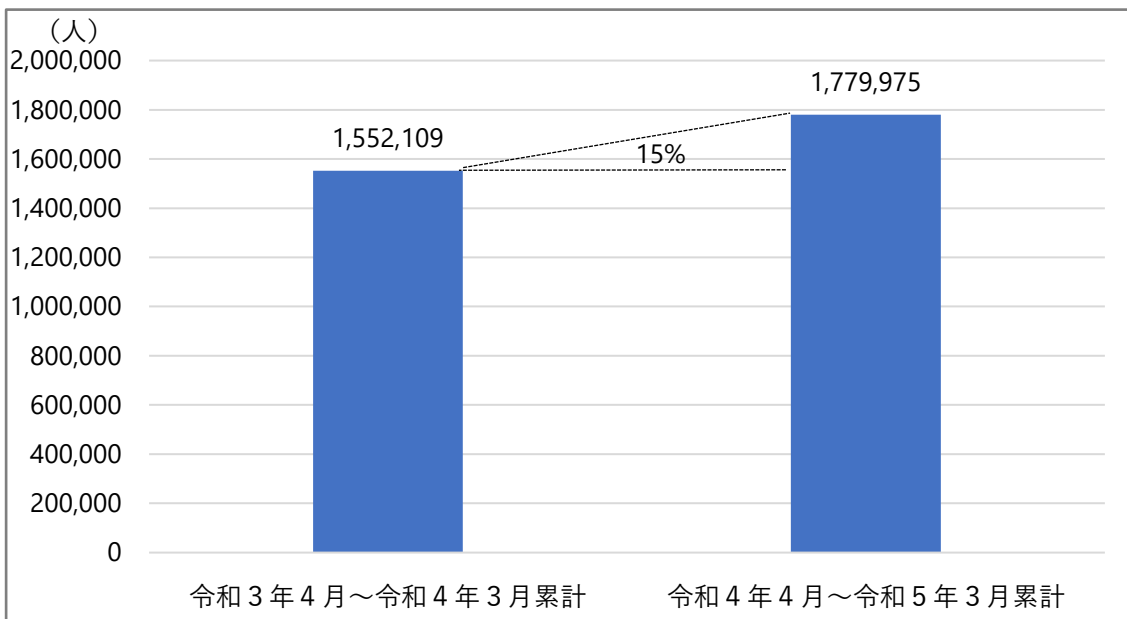
出発駅都県別来訪者数では、神奈川県内が最も多く、約159万人と全体の約89%を占めています。増加率では、群馬県が約113%と最も高く増加しています。

首都圏以外からの来訪者も増加傾向にあります。

令和5年3月における性別・世代年別来訪者数では、20～29歳の女性が最も多く、1万7,302人となっています。なお、増加率では60歳以上の女性が約33%と最も高くなっています。若年層以外の女性の来訪者が全般的に増加している傾向にありますが、若年層の来訪者は横ばいの傾向となっています。

JR辻堂駅では、若年層の来訪者が多いですが、増加率では横ばいとなっており、高齢者の来訪者が増加している傾向にあります。

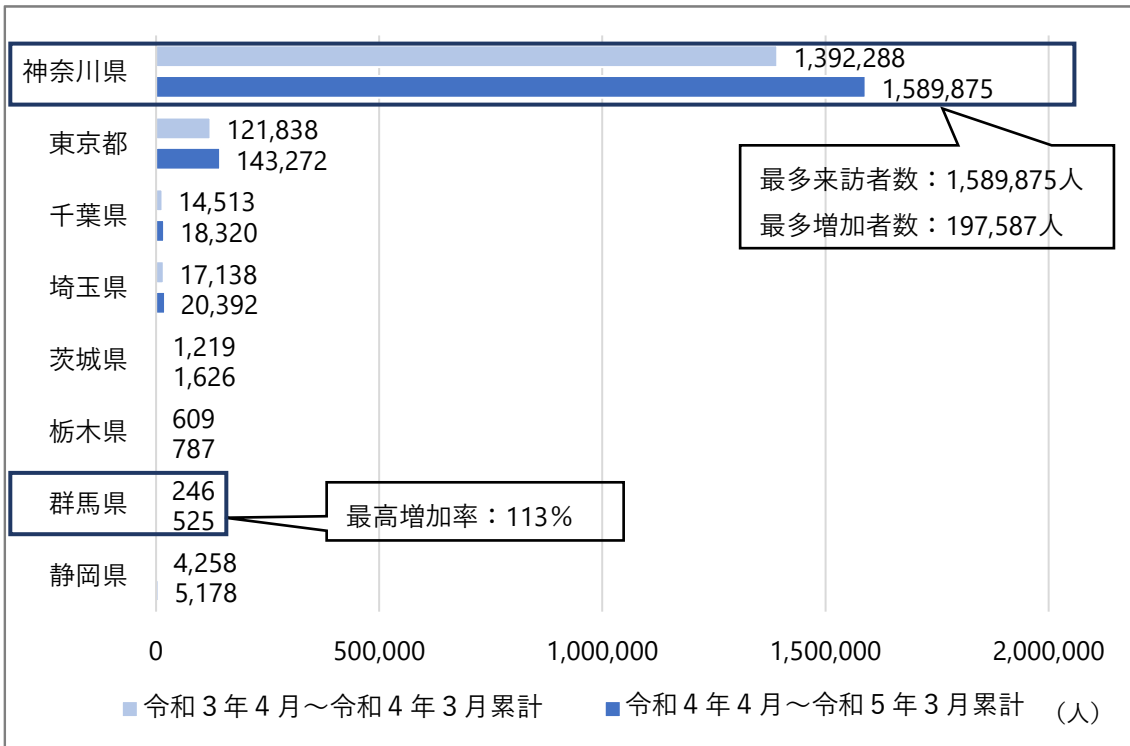
〈グラフ24〉 JR辻堂駅来訪者数（累計比較）



※ S u i c a による運賃支払を伴う鉄道利用者により集計しております。

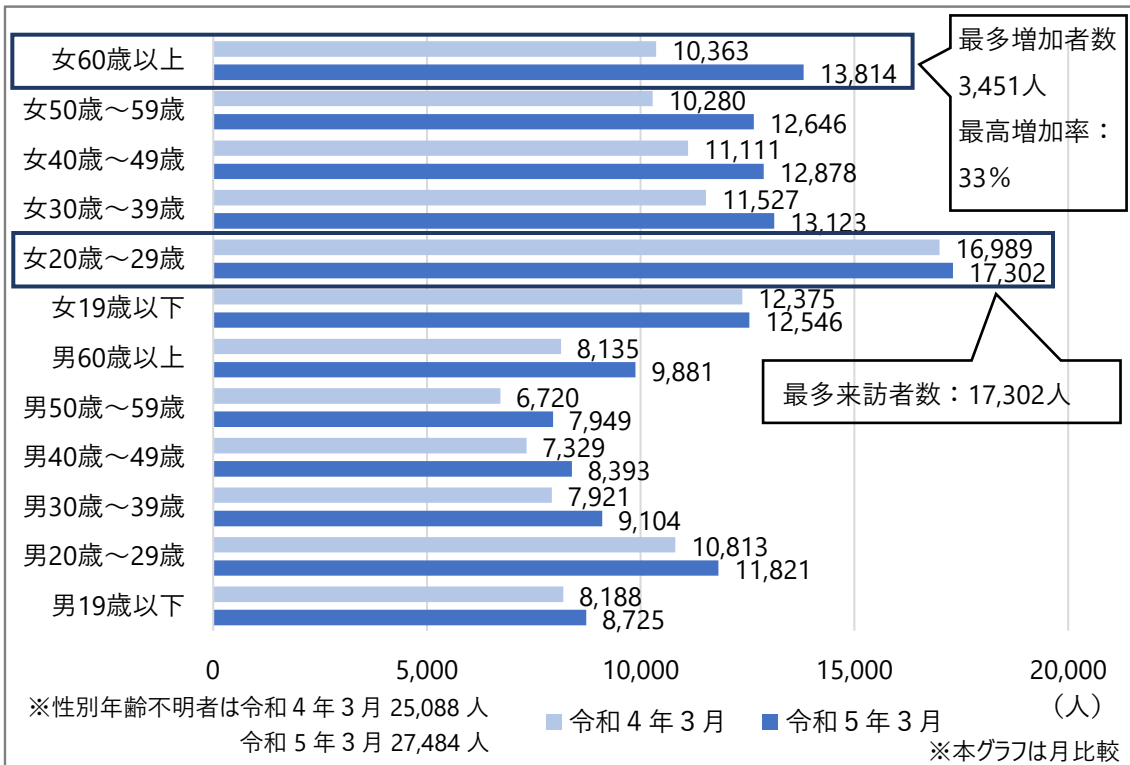
※ 15分以上滞在した人数を集計しています。

〈グラフ25〉 出発都県別 JR辻堂駅への来訪者数（累計比較）



※Suicaによる運賃支払を伴う鉄道利用者により集計しております。
※15分以上滞在した人数を集計しています。

〈グラフ26〉 性別・世代別 JR辻堂駅への来訪者数の比較



※Suicaによる運賃支払を伴う鉄道利用者により集計しております。
※15分以上滞在した人数を集計しています。

(4) 観光客の満足度（江の島岩屋の印象、また来場したいと思うか）

① 観光客の満足度調査に関する概要

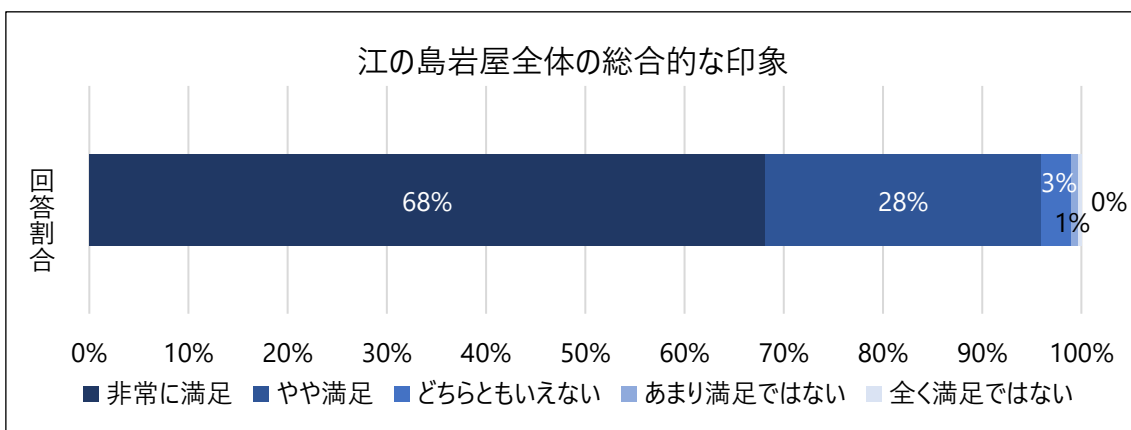
調査対象	江の島岩屋を訪問する観光客全般
調査方法	調査員が聞き取りをするアンケート調査方式
調査期間	令和4年12月3日～5日の3日間実施

② 江の島岩屋全体の印象について

江の島岩屋全体の印象では、約96%の観光客が満足（「非常に満足」及び「やや満足」）と回答しています。

江の島岩屋全体の印象は総合的にいかがでしたか？ 【単位：人】

回答項目	非常に満足	やや満足	どちらともいえない	あまり満足ではない	全く満足ではない	合計
回答数	201	82	9	2	0	294



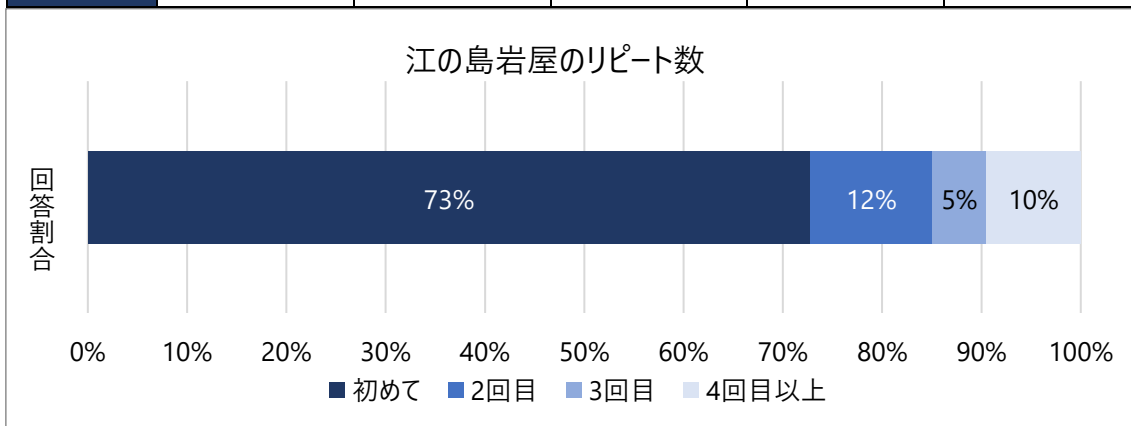
③ 江の島岩屋へのリピート数

n = 294（複数回答不可）

江の島岩屋へのリピート数では、初めて訪れた人が全体の約73%を占めております。一方で、4回以上訪れているヘビーリピート客は、全体の約10%となっております。

江の島岩屋に訪れるのは何回目ですか？ 【単位：人】

回答項目	初めて	2回目	3回目	4回目以上	合計
回答数	214	36	16	28	294



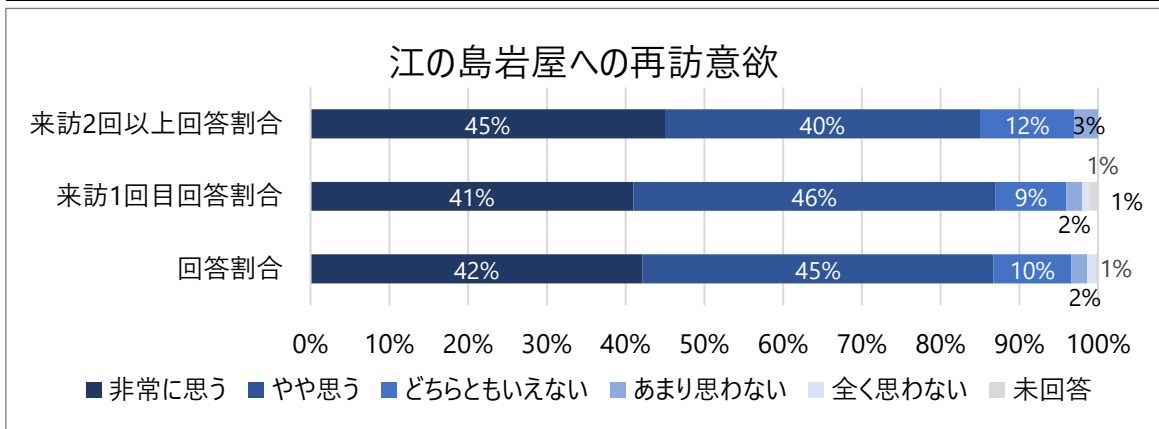
n = 294（複数回答不可）

④ 江の島岩屋への再訪意欲について

江の島岩屋への再訪意欲では、約 89% の観光客がまた来場したいと思う（「非常に思う」及び「やや思う」）と回答しています。特に来訪回数が 2 回以上の観光客は、「非常に思う」と回答している割合が高く、初めて来訪した観光客よりも約 4% 高くなっています。

江の島岩屋にまた来場したいと思われましたか？ 【単位：人】

回答項目	非常に思う	やや思う	どちらともいえない	あまり思わない	全く思わない	未回答	合計
来訪2回以上	36	32	10	2	0	0	80
来訪1回目	88	99	19	4	3	1	214
全体	124	131	29	6	3	1	294



n = 294 (複数回答不可)

(5) 市民の観光振興に対する理解度

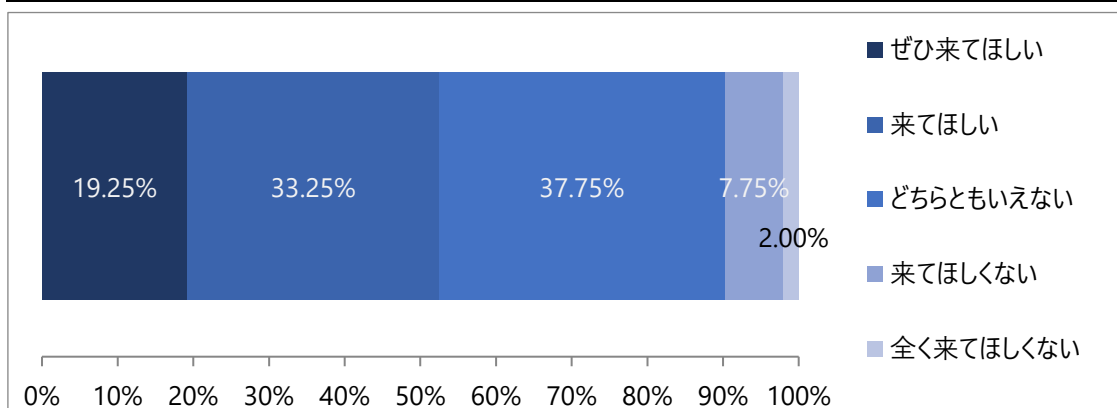
① WEB による市民アンケート調査の概要

調査対象	藤沢市在住の男女 400 人 各年代・性別ごとに抽出
調査方法	WEB によるアンケート調査方式
調査期間	令和 5 年 9 月 15 日～19 日の 5 日間実施

② 観光客が藤沢市に来訪することについて

「観光客が藤沢市に来訪することについてどのように思いますか。」の設問では、52.5% の市民が観光客に来てほしい（「ぜひ来てほしい」及び「来てほしい」）と回答しています。

回答項目	ぜひ来てほしい	来てほしい	どちらともいえない	来てほしくない	全く来てほしくない	未回答	合計
回答数	77	133	151	31	8	0	400

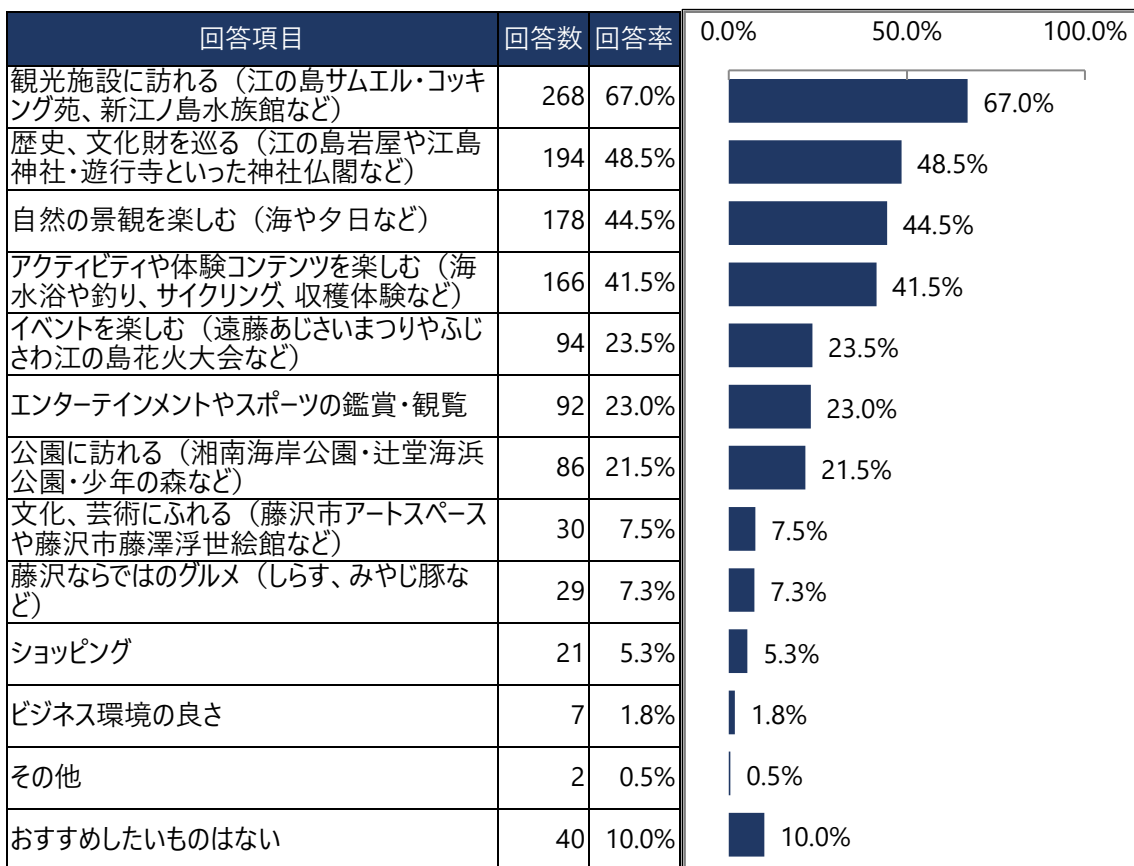


※回答者はすべて藤沢市民です。

n = 400 (複数回答不可)

③ 藤沢市に来訪する方に案内したい、おすすめしたいものについて

「藤沢市に来訪する方に案内したい、おすすめしたいものはありますか。」の設問（複数回答可）では、「江の島サムエル・コッキング苑などの観光施設に訪れる」と回答した方が約 67.0%と最も多く、次いで「江島神社などの歴史、文化財を巡る」と回答している方が約 48.5%となっています。



※回答者はすべて藤沢市民です。

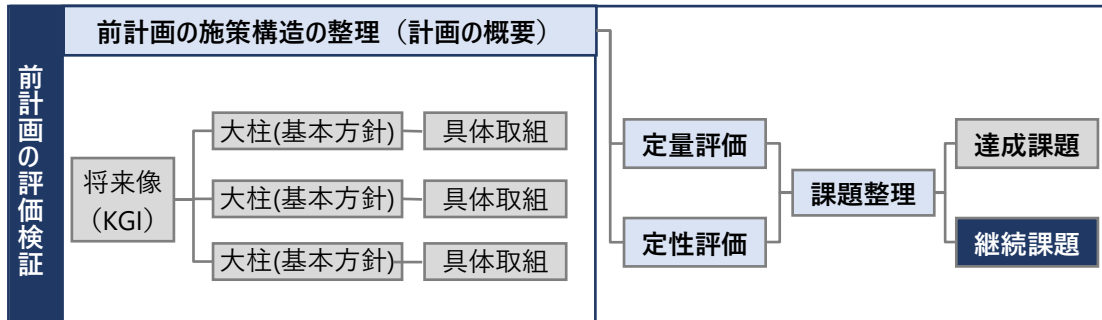
【単位:人】

n = 400 (複数回答可)

4 前観光振興計画の評価検証及び継続課題

(1) 評価検証の流れ

前観光振興計画（以下、「前計画」といいます）の評価検証では、定量評価及び定性評価により、課題を整理し、本計画において継続して取り組むべき課題を抽出しています。評価検証とフローは下記のとおりです。



(2) 定量評価

① 前計画の目標値の検証

令和4年の観光客数は、1,700万2千人となり、コロナ禍前の水準（令和元年：1,930万人）には戻らないものの、コロナの影響が落ち着いたこと等により、全国からの観光客が回復し始めている傾向です。

延べ観光客数の達成率は、前計画の目標値から令和元年では約96.1%、令和4年では、約78.6%となっています。

宿泊客数においては、令和元年は58万1千人、令和4年は49万4千人となっており、達成率は、前計画の目標値から令和元年では約103.4%、令和4年では約85.3%となっています。

コロナ流行前の令和元年の目標値においては、延べ観光客数では、約3.9%達成できなかったものの、延べ宿泊客数は目標達成しています。

観光消費額の1人当たりの平均単価は、令和元年から横ばい状態となっております。

宿泊客における一人当たりの平均観光消費額単価は、令和元年は1万5,391円、令和4年は1万4,250円となっており、達成率は、前計画の目標値から令和元年では約90.0%、令和4年では約80.8%となっています。

日帰り客における一人当たりの平均観光消費額単価は、令和元年は4,518円、令和4年は4,295円となっており、達成率は、前計画の目標値から令和元年では約95.0%、令和4年では約87.6%となっています。

前観光振興計画の将来像実現に向けた目標値							
前計画の目標		実績値				令和元年 目標 達成率	令和4年 目標 達成率
令和元年 【2019年】	令和4年 【2022年】	令和元年 【2019年】	令和2年 【2020年】	令和3年 【2021年】	令和4年 【2022年】		
将来像① 年間観光客数							
延べ観光客数							
2,008.2万人	2,162.6万人	1,930万人	1,155.8万人	1,335.7万人	1,700.2万人	96.1%	78.6%
延べ宿泊客数							
56.2万人	57.9万人	58.1万人	41.9万人	47.7万人	49.4万人	103.4%	85.3%
将来像② 一人当たりの平均観光消費単価							
宿泊客							
17,110円	17,629円	15,391円	14,133円	15,788円	14,250円	90.0%	80.8%
日帰り							
4,756円	4,901円	4,518円	4,730円	4,102円	4,295円	95.0%	87.6%
将来像③ 年間外国人観光客数							
63.2万人	-	-	-	-	-	-	-
参考 年間観光消費額							
-	-	935億円	586億円	604億円	779億円	-	-

ふじさわ「まち・ひと・しごと」ビジョンにおける重要業績評価指標							
目標値	実績値						令和4年 目標 達成率
令和6年 【2024年】	令和元年 【2019年】	令和2年 【2020年】	令和3年 【2021年】	令和4年 【2022年】	令和5年 【2023年】	令和6年 【2024年】	
年間観光客数							
2,000万人	1,930万人	1,155.8万人	1,335.7万人	1,700.2万人	-	-	85.0%
江の島サムエル・コッキング苑の年間入苑者数							
100万人	80.9万人	44.9万人	56.6万人	105.7万人	-	-	105.7%

② 定量評価から導出する継続課題

定量評価から導出する継続課題は次のとおりです。

課題① 付加価値の高い観光コンテンツの創出・磨き上げ

年間観光消費額はコロナの影響から順調に回復しており、ピーク時の令和元年と比較して令和4年には約83%となっています。一方で、延観光客数は令和元年と比較し、令和4年は約88%となっており、延観光客数の回復傾向と比べると年間観光消費額の増加は小さい傾向にあります。また、一人当たりの平均観光消費単価の目標達成率が低いことがあげられます。

課題② 観光客の長期滞在や宿泊型観光の推進

藤沢市は宿泊客数の割合が約3%と神奈川県との傾向と比較して少ない状況であり、関東圏からの日帰り観光客が主となっています。また、神奈川県と比較しても宿泊における一人当たりの平均観光消費単価が小さいことがあげられます。

課題③ 外国人観光客に関するビッグデータ等の積極的な活用

外国人観光客のデータが不足しています。

(3) 定性評価

定性評価では、下記に示す前計画における施策体系の評価検証を行いました。

評価検証では、施策体系の中柱（戦略プロジェクト）ごとの代表的な事業について成果及び課題の抽出を次のとおり行いました。

施策体系 ～大柱（基本方針） 中柱（戦略プロジェクト）～	
<p>①藤沢の観光魅力づくり</p> <p>1. 四季を通じた観光客の誘致</p> <p>2. 観光施設の魅力向上</p> <p>3. 多様な主体による新たな観光魅力づくり</p> <p>4. 広域での観光魅力づくり</p> <p>5. 「女性に愛される観光地・藤沢」をめざして</p>	<p>④観光客を迎えるおもてなしの体制づくり</p> <p>3. 「だれからも愛される観光地・藤沢」をめざして</p> <p>4. 観光地の安全・安心の確保</p> <p>5. 観光振興に資する交通基盤等の整備</p>
<p>②藤沢発・魅力あふれる情報発信の促進</p> <p>1. 多様な主体と連携した宣伝活動の展開</p> <p>2. 藤沢の観光のイメージづくりと情報発信</p> <p>3. 湘南藤沢フィルム・コミッション</p>	<p>⑤外国人観光客誘致の推進</p> <p>1. 外国人観光客の受入体制整備</p> <p>2. 団体観光客誘致の促進</p> <p>3. 外国人観光客の市場動向の把握</p> <p>4. 市場特性に応じた観光プロモーションの展開</p>
<p>③地域の特性を活かした観光客の誘致</p> <p>1. 地域産品振興・地産多消費等の促進</p>	<p>⑥東京2020大会の開催地としてのおもてなしの体制づくり</p> <p>1. 東京2020大会を活用した外国人観光客誘致の促進</p> <p>2. 東京2020大会を視野に入れたハード整備の研究</p>
<p>④観光客を迎えるおもてなしの体制づくり</p> <p>1. 観光振興を担う人材の育成と地域ホスピタリティ向上</p> <p>2. 観光市場動向の把握</p>	<p>⑦ふじさわシティプロモーションの活用（新規）</p> <p>1. ふじさわシティプロモーションを活用した観光振興の促進</p>

大柱①（基本方針）：藤沢の観光魅力づくり

1. 四季を通じた観光客の誘致における成果

代表的な事業：「湘南の宝石」（ナイトイベント）
 成果：「第10回イルミネーションアワード」プロフェッショナルパフォーマンス部門で初受賞 第1位

継続課題など

- 達成課題としては季節型観光地から通年型観光地へ定着の成果があった。
- 継続課題では、**時期だけではなく時間によって混雑が集中している状況**であるため、動態分析やデジタル技術を活用したデジタルマーケティング戦略により、閑散とする時間帯や平日需要の底上げによる観光客の一極集中を避ける必要がある。

2. 観光施設の魅力向上における成果

代表的な事業：江の島サムエル・コッキング苑の再整備（令和3年度・令和4年度）
 成果：江の島サムエル・コッキング苑の入苑者数過去最高であり、「ふじさわ「まち・ひと・しごと」ビジョン」の令和6年度目標値である100万人を突破。また、相乗効果で、江の島岩屋の入洞者数も増加。（令和4年度）

継続課題など

- 達成課題では、主要な既存観光地の魅力向上による成果があった。
- 継続課題として、観光施設に限らず観光客が訪れるエリアでのW i - F i 環境やキャッシュレス対応等の**観光客が快適に過ごせるハード・ソフト両面での受け入れ環境整備**を継続して実施する必要がある。

3. 多様な主体による新たな観光魅力づくりにおける成果

代表的な事業：湘南藤沢活性化コンソーシアム事業
 成果：令和4年7月発足、各事業の協力連携体制の強化

継続課題など

- 継続課題として、観光消費額の向上においては、長期滞在を促進する新たな誘客事業を推進する必要があり、**湘南藤沢活性化コンソーシアム事業などによる産官連携した観光の推進や歴史・文化を活用した文化観光の推進**、スポーツによる観光振興、交通・宿泊事業者等と連携した付加価値の高い観光商品の充実を継続して実施する必要がある。

4. 広域での観光魅力づくりにおける成果

代表的な事業：湘南地区観光振興協議会
 成果：神奈川県（観光課、湘南地域県政総合センター）、（公社）神奈川県観光協会、藤沢市、茅ヶ崎市、平塚市、二宮町、大磯町、寒川町による観光振興を目的とした団体。コロナ前は県外に誘客キャンペーンを実施、ウィズコロナ以降は、WEB記事作成や、湘南観光ガイドブック（28,000部）の刷新を実施。

継続課題など

- 継続課題として、藤沢市と鎌倉市の継続的な連携や湘南地区観光振興協議会などの**広域連携や神奈川県観光協会との連携、DMOの研究など広域での観光魅力づくり**に継続して注力する必要がある。
 ※DMOの詳細はP49

5. 「女性に愛される観光地・藤沢」をめざして（体験コンテンツ充実等）における成果

代表的な事業：「湘南キャンドル着火体験」
 成果：令和4年度参加者数（延べ）314人（大人：209人、小人：105人）からの満足度が性別・年代に関わらず高かった。

継続課題など

- 継続課題では、**誰からも愛される観光地・藤沢**をめざして引き続き、訴求力のある体験型コンテンツの創出を行う。

大柱②（基本方針）：藤沢発・魅力あふれる情報発信の促進

1.

多様な主体と連携した宣伝活動の展開
における成果

代表的な事業：観光パンフレットによる宣伝
成果：『湘南江の島Walker』による宣伝や観光親善大使による情報発信、電子版配信による発信力の強化を行った。

継続課題など

- ▶ 継続課題としては、(公社)藤沢市観光協会等を中心とした多様な主体と連携した**プロモーション活動を引き続き推進**する必要がある。
また、事業者との連携による人流関連ビッグデータを用いた戦略的マーケティングの実施などがあげられる。

2.

藤沢の観光のイメージづくりと情報発信
における成果

代表的な事業：藤沢市観光公式HP、SNS
成果：HP：令和4年度アクセス数
1,597,923件
YouTube：令和4年度インプレッション数
273,165件
Instagram：令和6年2月時点の
フォロワー数
1,421人
(令和5年1月開始)

継続課題など

- ▶ 継続課題では、**江の島や湘南だけではなく「藤沢」の地域ブランド力の向上や情報収集の入口となるSNSによる情報発信の強化等**を引き続き実施する必要がある。

3.

湘南藤沢フィルム・コミッションにおける成果

代表的な事業：湘南藤沢フィルム・コミッション
成果：観光の活性化に貢献した作品と地域に贈られる「第13回ロケーションジャパン大賞」で、映画「今夜、世界からこの恋が消えても」と撮影場所になった藤沢市が部門賞・行楽度部門を受賞

継続課題など

- ▶ 継続課題として、湘南藤沢フィルム・コミッションは**経済効果が大きく、藤沢市を代表する事業として引き続き推進**する必要がある。

大柱③（基本方針）：地域の特性を活かした観光客の誘致

1.

地域産品振興・地産多消等の促進
における成果

代表的な事業①：ONSENガストロノミーウォーキング
(参加者200人)
成果①：「あるく、たべる、つかる」をコンセプトにテーマに沿って市内をウォーキングし、各ポイントにて地産地消の飲食物を提供し、最後は銭湯につかるイベントを実施し、参加者に藤沢の歴史、文化、食べ物を紹介した。(銭湯はチケット配布)
代表的な事業②：江の島フィッシャーメンズマルシェ
(令和2年12月から開催)
成果②：ふじさわSDGs共創パートナーに登録し、片瀬漁港において定置網で水揚げされる新鮮な魚や藤沢産の野菜などの魅力を味わって頂き、未利用魚を減らす活動を中心に開催している。

継続課題など

- ▶ 継続課題として、「藤沢市SDGs共創指針」を踏まえたSDGsの取組など、持続可能な観光を推進するため、**環境に配慮し、地域特性を生かした藤沢ならではの独創性のある誘客**を引き続き実施する必要がある。
また、今後、相鉄線の延伸等と北部エリア活性化のポテンシャルが高いことから、**地域住民の意向や観光振興への理解を的確に把握し、南部エリアのみならず北部エリアの地域産品振興や地産多消等の促進、地域活性化に注力**する必要がある。

大柱④（基本方針）：観光客を迎えるおもてなしの体制づくり

1.

観光振興を担う人材の育成と
地域ホスピタリティ向上における成果

代表的な事業：観光ボランティアガイドの支援
成果：観光協会登録の外国語ボランティア
67人 12言語（令和6年2月時点に
おいて活動可能な方）

継続課題など

- ▶ 継続課題では、性別・年代・国籍ごとに訴求力のある観光地・コンテンツに合わせたお土産の充実など地域ホスピタリティの向上や多様な国からの来客に対する外国語ボランティア人材育成に継続して実施する必要がある。

2.

観光市場動向の把握における成果

代表的な事業：江の島岩屋来場者アンケート調査
成果：藤沢市における観光消費単価の算出に活用し、観光市場動向の把握を行っている。

継続課題など

- ▶ 継続課題では、既存調査に加えてSuicaやKDDI、NTT等のビッグデータを用いた観光市場動向の把握及び戦略的マーケティングの実施など継続して実施する必要がある。

3.

「だれからも愛される観光地・藤沢」をめざして
（受入環境整備等）における成果

代表的な事業：観光連携等協力協定の締結
成果：市内にキャンパスを置く多摩大学と市、市観光協会が平成27年11月4日に、外国人観光客の受け入れとおもてなしの強化に向け協定を締結。3者連携事業として、外国人観光客が食と土産物を楽しめるウェブサイト「FUJISAWA Foodies」の整備や外国人アンケートを実施し、受け入れ環境の整備につなげた。

継続課題など

- ▶ 継続課題では、だれからも愛される観光地をめざし、観光客が訪れるエリアでのWi-Fi環境やキャッシュレス対応等の観光客が快適に過ごせるハード・ソフト両面での受け入れ環境整備を継続して実施する必要がある。
- ▶ 外国人観光客の受け入れとおもてなし強化においても観光連携等協力協定による受け入れ環境の整備を引き続き実施する必要がある。

4.

観光地の安全・安心の確保における成果

代表的な事業：海水浴場の開設支援
成果：前計画期間（平成23年～令和4年）での最高来客数は3,757,900人（平成24年）

継続課題など

- ▶ 継続課題では、海水浴場における安全確保を継続して実施することや自然災害・パンデミックなどにも今後耐えうる強靱で回復力の高い観光産業及び観光地経営の実現に向けた取組が必要である。

5.

観光振興に資する交通基盤等の整備
における成果

代表的な事業①：周遊券の造成
成果①：令和4年度 周遊券（4種）の販売数
24,268枚
代表的な事業②：二次交通の整備
成果②：令和4年度シェアサイクル
利用者数：31,273人
利用回数：161,756回

継続課題など

- ▶ 継続課題では、交通事業者と連携したMaasの推進や交通渋滞等の混雑の緩和など継続して実施する必要がある。

大柱⑤（基本方針）：外国人観光客誘致の推進

1. 外国人観光客の受入体制整備における成果 継続課題など

代表的な事業：WEB等の多言語化

成果：Discover FUJISAWA

（ウェブサイト）において8言語に対応：
英語、中国語（繁体字、簡体字）、韓国語、
フランス語、スペイン語、タイ語、ベトナム語

- 達成課題では、東京2020大会の開催を好機にWEB等の多言語化を実施した。
- 継続課題としては、令和2年度に実施の**外国人観光客の受入体制の整備を引き続き推進**する。

2. 団体観光客誘致の促進における成果 継続課題など

代表的な事業：海外旅行博への参加

成果：台湾、タイに参加し、来場者アンケートの実施等を行った。

Facebookページ「いいね!」・
Instagramアカウントのフォロワー数が増加

3. 外国人観光客の市場動向の把握における成果

代表的な事業：ビッグデータによる分析

成果：NTTドコモモバイル空間統計を活用した
外国人の人流データの分析

- コロナの影響によりインバウンド関連施策が一度リセットされ、また、大人数の団体観光から少人数の観光へと観光スタイルの変化、サステナブルを重視するといった価値観が変化している。令和5年8月現在においてコロナ前の水準付近までインバウンドの回復傾向がみられているため、**ビッグデータ等を活用しながら今後の外国人観光客の誘致戦略を検討**する必要がある。

4. 市場特性に応じた観光プロモーションの展開における成果

代表的な事業①：海外旅行博への参加

成果①：上記「2. の成果」のとおり

代表的な事業②：Discover FUJISAWAのSNSによる情報発信

成果②：令和4年度のDiscover
FUJISAWAへのアクセス数：
30,145件

大柱⑥（基本方針）：東京2020大会の開催地としてのおもてなしの体制づくり

1. 東京2020大会を活用した外国人観光客誘致の促進における成果

代表的な事業：観光案内サイン

成果：「藤沢市観光案内サイン整備方針」に基づき、国内外からの観光客を受け入れる基盤として、円滑な案内・誘導が重要であることから、観光客にとってわかりやすい観光案内サインの整備を実施した。

2. 東京2020大会を視野に入れたハード整備の研究における成果

代表的な事業：江の島中津宮広場公衆トイレ新築工事（令和元年実施）

成果：江の島中津宮広場では、(公社)藤沢市観光協会が設置した仮設トイレがあったものの、増加傾向にあった観光客への受入環境の不足に加え、障がい者、高齢者、外国人観光客への対応が不十分であったことから、東京2020大会を視野に入れ、常設公衆トイレの整備を実施した。

継続課題など

- 達成課題では、東京2020大会の開催を好機に外国人観光客の受け入れ環境として令和2年度に観光案内サインの整備を実施した。
- 継続課題として、外国人観光客の受入体制整備を引き続き推進する。

大柱⑦（基本方針）：ふじさわシティプロモーションの活用

1. ふじさわシティプロモーションを活用した観光振興の促進における成果

代表的な事業：①ふじさわファンクラブの「湘南キャンドル」着火体験

成果：シティプロモーションの一環である「ふじさわファンクラブ」のチャンネルを活用してのイベント参加による市民共創の実現を図った。

代表的な事業：②ふじさわキュン♡ぼた（令和5年度も継続して実施）

成果：令和4年5月19日にスルガ銀行株式会社と「ふじさわサイクルパートナーシップ協定」を締結したことを受け、両者で連携し、自転車を利用したシティプロモーションを共同で実施した。（令和4年度）

継続課題など

- 達成課題では、ふじさわシティプロモーションに関しては、創設された広報シティプロモーション課が主として推進している。
- 継続課題としては、広報シティプロモーション課と連携し、ふじさわシティプロモーションを活用した観光振興の促進を継続して実施する。

第4章 将来像・なるべき姿

本計画は、「藤沢市市政運営の総合指針2024」（令和3年度～令和6年度）の方針の理念や施策の方向性を踏まえ、更なる観光振興及び地域経済の活性化を推進し、観光地「藤沢」の将来像・なるべき姿を実現させるために改定を行うものです。

1 将来像・なるべき姿

共創し選ばれ続ける観光都市

前観光振興計画では、3つの将来像にそれぞれ目標値が設定され、将来像を実現するための戦略ビジョンが設定されておりました。改定においては、「将来像・なるべき姿」として「共創し選ばれ続ける観光都市」を掲げ、目標を明確化します。

前観光振興計画の評価検証において、令和元年には年間観光客数が過去最高となり、季節型観光地から通年型観光地へ定着したことを踏まえて、前観光振興計画の戦略ビジョン「藤沢らしさが光る“選ばれる観光都市”」の“選ばれる観光都市”は、めざすべき次の段階として、“選ばれ続ける観光都市”に目標を見直します。

また、“選ばれ続ける観光都市”は、行政だけが主導して実現できる目標ではなく、市民・観光客・観光産業事業者・振興関連団体等の関係者が一体となって、観光振興に取り組む必要があります。地域一体となって新たな価値を生み出す「共創」の概念を重視し、「共創し選ばれ続ける観光都市」という将来像・なるべき姿を設定しています。



共創 共創とは、市民・観光客・観光産業事業者・振興関連団体等が一体となって新しい価値を創造することを意味します。

2 本計画における重点的視点

(1) 持続可能な観光の推進

持続可能な観光の実現に当たっては、「藤沢市市政運営の総合指針2024」を踏まえ、SDGsの視点を取り入れた取組を着実に推進することとしています。市民・観光客・観光産業事業者・振興関連団体・行政の関係者が一体となって、持続可能な観光を推進していくことが求められています。



世界的に環境配慮やSDGsへの関心が高まっており、様々な分野に通じる根本的な理念として持続可能な観光の浸透を図ります。

本計画では、各基本方針・施策に関連するSDGsの17のゴールを示しています。

推進体制では、観光振興に関わる各主体がそれぞれの役割と責任所管を明確にします。

また、施策実施者のPDCAを共有する協議会を設置し、適切なタイミングで次年度施策案や進捗の共有を行っていくことで、効果的な観光振興を展開し、持続可能な観光を推進します。

(2) 満足度の高い観光の追求

従前の観光振興においては、観光客数の増加が重視されてきましたが、人気観光地における混雑やマナーの問題、コロナの影響、世界的なSDGsへの関心の高まりなど、社会情勢の変化をとらえ、新たな観光需要に的確に対応していく必要があります。

本計画では、観光振興によって享受する豊かさを市内全域に広げるとともに、地域一体となって観光客の満足度の高さを重視した観光振興を推進します。また、市民の観光振興に対する理解の向上にも努めてまいります。

満足度を高めることを重視する観光振興を行い、滞在時間の延長と通年型観光都市としての発展を図ります。滞在時間の延長や地産地消を推進することで、観光消費額が増加し、観光産業事業者の収益向上に貢献するとともに、さらなる投資につながる好循環をもたらし、地域経済の持続可能性を高めます。

(3) デジタル技術やデータ活用による観光DXの推進

近年の社会状況を見ると、Wi-Fi環境の整備やキャッシュレス決済の普及をはじめ、IoT（モノのインターネット）やAI（人工知能）、ビッグデータといったデジタル技術の活用や、新たなデジタル基盤である第5世代移動通信システム（5G）の運用開始等、デジタル化が進んでいます。加えて、コロナを契機にワーケーションやデジタルノマドなどのリモートでの環境整備も拡大しています。将来、労働生産人口が減少すると予測される中では、観光分野においてもデジタル技術の活用による生産性向上や誘客のあり方に変革をもたらすデジタル・トランスフォーメーション（DX）に積極的に取り組む必要があります。デジタル技術の活用は、観光

客にとっても、予約プラットフォームの構築や、キャッシュレス化、W i - F i 環境の整備・運用といった形で利便性の向上につながります。

また、ビッグデータの活用においては、国や県の観光統計に加えて、スマートフォンの位置情報に基づく動態分析ツール等を活用し、より客観的なデータを根拠とした施策を展開します。

(4) 多様性を受け入れる観光の推進

「藤沢市市政運営の総合指針2024」において、「共生社会の実現をめざす誰一人取り残さないまち（インクルーシブ藤沢）」がまちづくりコンセプトとして位置づけられています。

観光分野においても同様に、多様な生き方、考え方を認め合うまちであることを大切にして、様々な文化が共生する、多彩な魅力とみんなの活力があふれる藤沢を築きます。また、社会状況や価値観の変化に伴い、ユニバーサルデザインの考え方を取り入れた都市空間、安全で安心して観光できることが求められていることを踏まえ、誰もが居心地のよい観光都市をめざします。

(5) 強靱性の向上

自然災害・パンデミックなど、大きな社会環境の変化に柔軟に対応できるしなやかで回復力の高い観光産業及び観光地経営の実現をめざします。

(6) 共に創る観光都市の実現

持続可能な観光振興を推進し、将来像・なるべき姿を実現するには、行政だけでは達成することはできません。市民・観光客・観光産業事業者・振興関連団体・行政が一体となって、観光振興に取り組むことで、持続可能な観光につながる新たな価値を生み出すと考えています。関係者と「共創」することで、将来像・なるべき姿の実現をめざします。

(7) 独創性の追求

来訪動機につながる唯一無二の魅力を持つ観光資源の発掘・磨き上げを産学官の連携により行います。

第5章 将来像・なるべき姿の実現に向けた目標値の設定

本計画における施策事業の効果検証を行うため、将来像・なるべき姿「共創し選ばれ続ける観光都市」の実現に関する目標値を設定し、計画の進行管理を行います。

将来像・なるべき姿「共創し選ばれ続ける観光都市」の実現に関する目標値

指標	基準値	現状	目標値		
	令和元年	令和4年	令和7年	令和10年	令和13年
重要目標達成指標（KGI：Key Goal Indicator）					
年間観光消費額	935億円	779億円	989億円	1,169億円	1,358億円
重要業績評価指標（KPI：Key Performance Indicator）					
年間観光客数	1,930万人	1,700.2万人	2,043.4万人	2,287.4万人	2,511.7万人
日帰り観光客数	1,871.9万人	1,650.8万人	1,984万人	2,221万人	2,438.7万人
宿泊者数	58.1万人	49.4万人	59.4万人	66.4万人	73万人
一人当たりの平均観光消費単価					
宿泊	15,391円	14,250円	15,269円	16,204円	17,196円
日帰り	4,518円	4,295円	4,601円	4,883円	5,182円
観光客満足度※1	未取得	68.4%	71.8%	75.4%	79.2%
市民の観光振興に対する理解度※2	未取得	未取得	56.5%	60.7%	65.3%

※1 ①観光客満足度は、江の島岩屋の総合的な印象において、「非常に満足」と回答した比率を示します。

②今後は、江の島岩屋のみならず主要な観光施設にて来訪者アンケート調査の実施などを検討します。

※2 市民の観光振興に対する理解度は、市民アンケート調査において「藤沢市へ観光客が来訪することについてどう思いますか」の設問に対して「ぜひ来てほしい」及び「来てほしい」と回答した比率を示します。なお、目標値は、令和5年度に実施した市民アンケートの結果を踏まえて設定しています。

第6章 観光施策

1 観光施策の体系

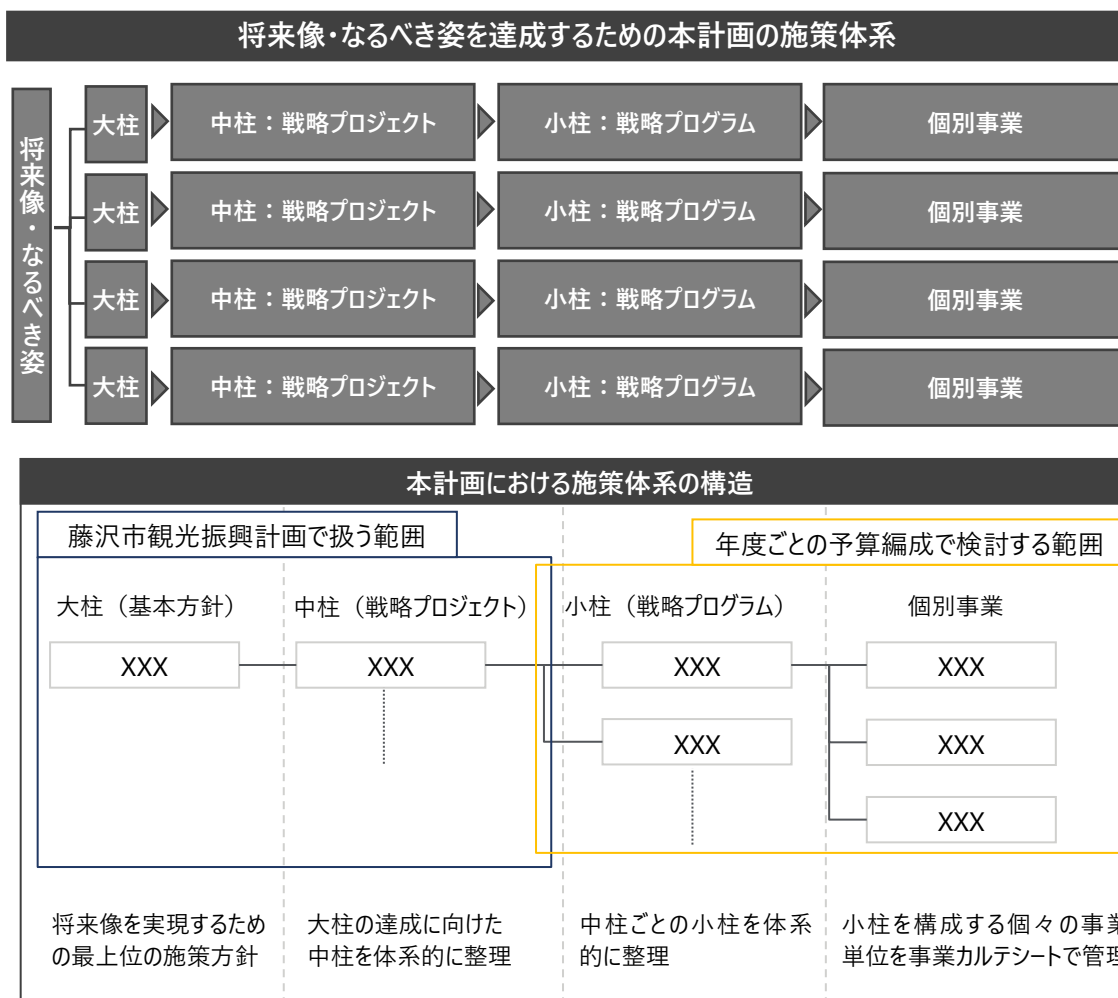
観光施策は、本計画に基づいた将来像の実現に向けて観光振興を積極的に推進するものです。施策体系で掲げた施策は、計画期間である8年間の総合的かつ基本的な施策の方向性を示すものです。

これに基づく小柱（戦略プログラム）や具体的な個別事業については、P D C Aサイクルにより、毎年度見直しを行う「戦略プログラム管理計画」において整理します。

「戦略プログラム管理計画」は、観光振興に関わる関係者や各実施主体などの関係者との協議に基づき、予算と連動した実施計画として本計画とは別に策定します。

また、「戦略プログラム管理計画」の策定に当たっては、本計画を着実に推進していくため、市が主導し、各取組主体と連携・協力しながら、本計画との整合を図ります。

共創し選ばれ続ける観光都市を実現すべく、具体的な施策の実施につなげ、市民・観光客・観光産業事業者・振興関連団体等の観光に関連する誰もが主役となった観光施策の運営をめざします。



将来像・なるべき姿の実現に向けた施策体系

大柱（基本方針）	中柱（戦略プロジェクト）
①選ばれ続ける持続可能な観光魅力づくり	1. 高付加価値で長い滞在を促す 観光コンテンツの創出・磨き上げ
	2. 多様な主体による観光資源を活用した 新たな観光魅力づくり
	3. 広域での観光魅力づくり
②魅力あふれる情報発信と戦略的な誘致活動	1. 地域ブランディング向上による誘客促進
	2. 多様な主体と連携したプロモーションの推進
	3. 観光データを活用した戦略的なマーケティングの実施
③ホスピタリティの深化と居心地の良い観光空間の創出	1. 国内外の観光客が快適に過ごせる環境の整備
	2. 観光人材の育成と地域ホスピタリティの向上
	3. 観光地の安全・安心の確保
④観光振興と市民生活の豊かさ向上の両立	1. 市民生活と観光の調和の推進
	2. 市民・観光産業事業者の理解醸成
	3. 観光課題対策の強化

2 戦略プロジェクトの内容

大柱①（基本方針） 選ばれ続ける持続可能な観光魅力づくり



1. 高付加価値で長い滞在を促す観光コンテンツの創出・磨き上げ

何度も訪れたいくなり、藤沢市が観光客に選ばれ続けるためには、既存の観光資源の磨き上げを図るとともに、地域特性を生かした観光資源の魅力を更に高めていく必要があります。

そのため、独創性のあふれる様々な新しい観光コンテンツや高付加価値で長い滞在を促す観光コンテンツの創出を図ります。

独創性あふれる観光地「藤沢」の付加価値の高いコンテンツを造成するため、都市型観光としての優れた都市機能と湘南海岸や北部地域といった自然に囲まれた環境を余すことなく楽しむことができるような地域ならではの資源を生かした「ストーリー性」のある観光コンテンツの創出を進めます。

観光資源の更なる魅力向上に努めるとともに、回遊性の促進によって滞在時間延長を促すことで、地域経済の活性化を図ります。

通年観光地として定着を果たした観光地「藤沢」は、宿泊型観光を促す藤沢市の観光魅力づくりや滞在期間の長期化による観光消費拡大をめざします。



湘南の宝石（ナイトツーリズム）



遠藤笹窪谷公園（北部観光）



トンボロ現象（選択的優位性のある地域特性）

トンボロ現象

トンボロ現象とは、普段、陸地と陸地が海によって隔たれているものが、干潮時になると海から道が現れて、離れていた陸地と陸地がつながる現象

2. 多様な主体による観光資源を活用した新たな観光魅力づくり

観光資源を活用した新たな観光魅力づくりでは、観光産業事業者と大学など、産学官が連携し、観光に新たな視点・価値を加え、見るだけの観光だけでなく多様な体験を伴う観光コンテンツの造成を図ります。スポーツ、文化芸術、歴史、自然（花、富士見スポット、サンセットの魅力）など観光地「藤沢」ならではの地域特性を生かした観光資源の磨き上げが必要であり、多様な観光ニーズに応え藤沢市の新たな観光イメージの普及やブランド向上に向けた取組を推進します。また、従来の物見遊山の観光旅行だけでなく、多様な観光ニーズに対応したテーマ性が強く、体験型・交流型の要素を取り入れた新しい形態の旅行である「ニューツーリズム」を推進することで観光客が閑散とする時間帯や平日需要の底上げを図ります。

また、藤沢市の四季を通じて楽しめる観光イベントや地域で行われる多種多様な祭などにおいても持続的な集客力確保に向け、さらなる魅力の向上やイベントの認知度向上が必要です。混雑対策や、感染症対策による制約、環境への配慮の観点などから、観光客の安全・安心を確保しながら、新たな付加価値を提供するなど、持続可能な観光イベント運営を推進します。



江の島国際芸術祭（藍染）



浮世絵
(葛飾北斎「富嶽三十六景_相州江の鳶」)



北部収穫体験

3. 広域での観光魅力づくり

江の島や片瀬海岸など藤沢市の主要な観光エリアである南部地域のみならず、北部地域や藤沢駅周辺、辻堂駅周辺など藤沢市全域へ周遊を促進する取組を実施します。藤沢市の魅力に関する積極的な情報発信や幅広いニーズに対応した観光客の誘致を推進し、市内滞在日数の長期化を図ります。

神奈川県をはじめとして神奈川県観光協会や富士箱根伊豆国際観光テーマ地区神奈川県協議会、湘南地区観光振興協議会、鎌倉藤沢観光協議会などの各近隣自治体等との広域連携を促進し、面・ゾーンでの観光客誘致を推進します。

藤沢市の南部地域から市内全域、県内外へと広域での観光魅力づくりを行うことで、観光客の選択肢を増やし、誘客と回遊性の促進につなげます。

また、地域主体での持続可能な観光地経営を行うため、地域主体での「稼ぐ力」を生み出し、持続可能な観光地経営を力強く推進するための手法の一つであると捉えられているDMOについて研究を行っています。

※DMO（Destination Management Organization）

：地域の「稼ぐ力」を引き出すとともに地域への誇りと愛着を醸成する「観光地経営」の視点に立った観光地域づくりの舵取り役として、多様な関係者と協同しながら、明確なコンセプトに基づいた観光地域づくりを実現するための戦略を策定するとともに、戦略を着実に実施するための調整機能を備えた法人（観光庁での定義）



ふじさわ宿交流館（藤沢駅周辺）



湘南地区観光振興協議会（広域連携）

大柱②（基本方針）魅力あふれる情報発信と戦略的な誘致活動



1. 地域ブランディング向上による誘客促進

藤沢市の強みである湘南藤沢フィルム・コミッション事業や湘南の海と江の島周辺で季節ごとに実施する産学官連携イベントなどにより地域経済の活性化を図るとともに、選ばれ続ける観光都市藤沢として国内外へ情報発信することで地域ブランドの向上を図ります。

藤沢市を舞台にした映画・ドラマの誘致を進め、魅力的で訪れてみたい観光地として国内外からの観光客誘致につなげます。

また、市内にはブルーフラッグ認証ビーチがあり、認証への支援を行い維持することで環境に配慮した安全なビーチがあることを国内外に情報発信し地域ブランドの向上を図ります。

※ブルーフラッグとは、国際NGOのFEE（国際環境教育基金）が実施するビーチ・マリナー・観光用ポートを対象とした世界で最も歴史ある国際認証制度です。

①水質、②環境教育と情報、③環境マネジメント、④安全性・サービスの4分野、33項目（ビーチ）の認証基準を達成すると取得でき、毎年審査を通じて、ビーチやマリナー等における持続可能な発展をめざすものです。



湘南藤沢フィルム・コミッション事業



ブルーフラッグ（片瀬西浜・鵜沼海水浴場）

2. 多様な主体と連携したプロモーションの推進

多様なデジタルツールを活用した情報発信や観光産業事業者、近隣自治体等との連携によるプロモーションを推進します。特にデジタル化の進展に伴い、ホームページのほかSNSなど多様な媒体や各種メディアを活用したプロモーション、さらにはふじさわ観光親善大使やインフルエンサーと連携し、効果的なプロモーションを進めます。

観光客や市民によるSNSでの情報発信も共創の一つと捉え、SNSで情報発信したくなるような観光コンテンツの魅力向上や情報提供となるようなプロモーションに取り組みます。

また、都内からのアクセスの良さなどについても適切な周知を行い、誘客を促進します。



観光情報冊子（湘南江の島Walker）



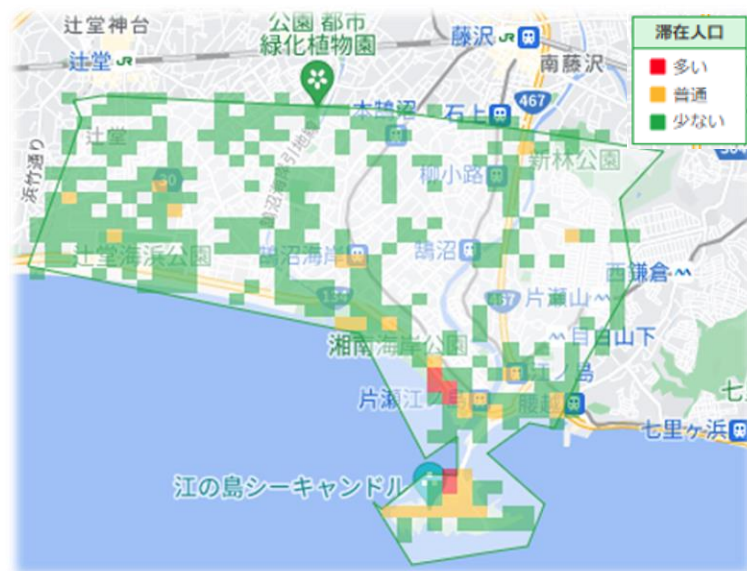
HP・SNSによる情報発信イメージ
（上：藤沢市観光公式ホームページ）
（下：visit_fujisawa
（Instagram））

3. 観光データを活用した戦略的なマーケティングの実施

ビッグデータ及び動態分析ツールを用いて観光データの収集・分析、活用、効果検証を行うことで、どの時期に、どの地域から、どのような層の観光客が多いかなどを観光地ごとに傾向を把握することが可能となります。

観光データ等を活用したマーケティングデータに基づき、市民や市外のリピーター・ファンなどに対して、それぞれの属性やニーズなどを踏まえてターゲットを絞り、効果的な観光プロモーションを展開します。

また、国内のみならず多様な国、地域からの誘客を促進するため、観光客の地域特性や趣向に合わせたテーマ別のプロモーションや観光コンテンツを造成するとともに、幅広い国・地域の市場開拓に取り組みます。



動態分析ツールの活用
(KDDI Location Analyzer)

大柱③（基本方針）ホスピタリティの深化と居心地の良い観光空間の創出



1. 国内外の観光客が快適に過ごせる環境の整備

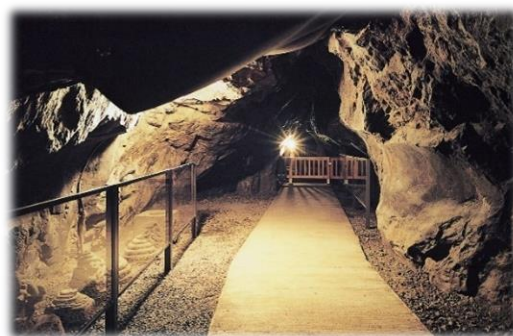
藤沢市へ何度も訪れ、いずれ住んでみたいくなるような藤沢のファンを増やすべく、藤沢市全体で観光客をおもてなしする、観光客が心地よい環境を地域一体で作っていく必要があります。

誰もが快適に過ごせる受入環境の整備を通じて、観光客の満足度向上を図り、リピーターの獲得や滞在時間の長期化につなげます。

「ユニバーサルツーリズム（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をめざすこと）」の推進や多種多様な観光案内の充実に加え、コンベンションホール等を備えた既存の宿泊施設を周知し、利用促進が図れるよう支援します。また、「藤沢市産業振興計画」に掲げる企業誘致策をはじめとした各計画と連携した付加価値の高い宿泊施設の誘致のほか、外国人観光客受入環境の整備などの強化に取り組みます。



江の島サムエル・コッキング苑



江の島岩屋



新江ノ島水族館

2. 観光人材の育成と地域ホスピタリティの向上

地域への愛着や誇りを持ち、その魅力を伝えたいという方を地域の案内人とする観光ボランティアガイドの育成支援を行います。

また、観光産業事業者など観光に携わる人材の接遇の向上や、産学官連携で取り組むおもてなしの心の醸成、観光客をもてなす雰囲気づくりなど、地域のホスピタリティの向上を図ります。



ボランティアガイドによる観光案内

3. 観光地の安全・安心の確保

自然災害・パンデミックなど、大きな社会環境の変化に柔軟に対応できるしなやかで回復力の高い観光産業及び観光地経営の実現をめざし、より一層の産学官の連携を図ります。

安全・安心に観光できるよう、観光施設の安全環境整備の充実を図ります。



夏期江の島周辺夜間パトロール

大柱④（基本方針）観光振興と市民生活の豊かさ向上の両立



1. 市民生活と観光の調和の推進

持続可能な観光地であるためには、市民生活と観光の調和が図られる必要があります。市民から観光に対して理解を得るには、まず市民が地域を観光地として魅力的に思い、観光が市民生活の向上に貢献していると知ってもらうことが重要だと考えます。

観光に対し、その市民の理解度と満足度の向上を図るため、市民が楽しみながら藤沢市の魅力を知ってもらう機会の提供や観光の地域への貢献に関する理解を深めるための啓発、観光客との交流促進等を推進します。



市内海水浴場（市民生活と観光の調和）



江の島フィッシャーマンズマルシェ（交流促進）

2. 市民・観光産業事業者の理解醸成

観光振興による経済効果のほか、利便性向上に関する情報や魅力的なイベント情報など、市民と観光産業事業者にとってメリットのある情報発信を行い、市民及び観光産業事業者の双方の観光振興に対する理解促進に取り組みます。

また、市民が観光に関わる機会として、観光ボランティアへの参画の促進や活用を図るなど、市民が地域に愛着と誇りを持てる取組を推進します。



海と山との市民交歓会（藤沢市・松本市）



湘南キャンドルの着火ボランティア

3. 観光課題対策の強化

地域経済活性化を図りながら、江の島を中心とした南部地域における集中的な混雑と滞留、交通渋滞、観光客のマナー啓発などの観光課題に対して、湘南藤沢活性化コンソーシアムなどの観光産業事業者、振興関連団体等と一体的に取り組み、観光課題の対策を強化します。



マナー啓発と混雑対策

第7章 推進体制

1 計画の推進体制

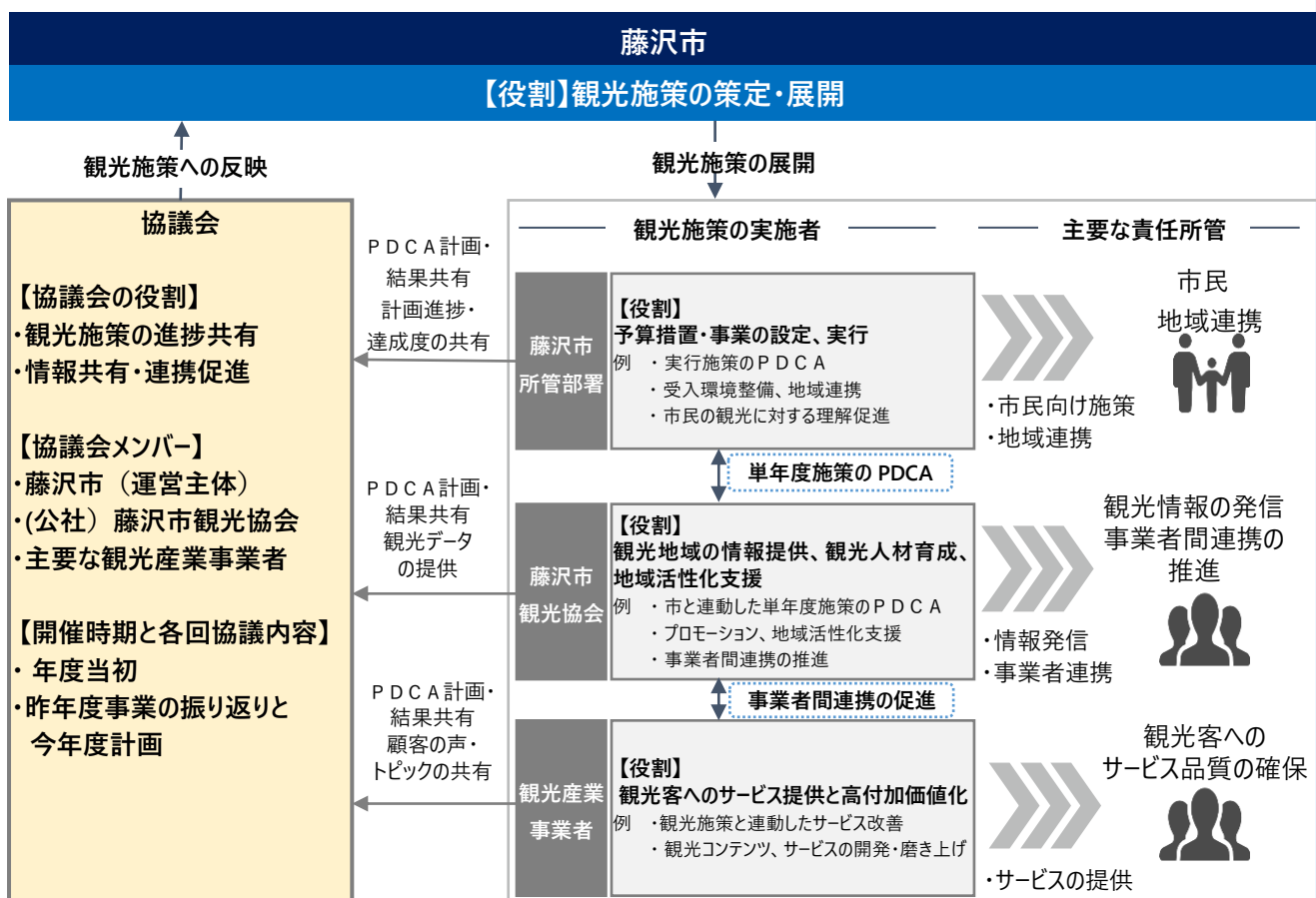
推進体制では、観光振興に関わる各主体がそれぞれの役割と責任所管を明確にすることが重要です。また、役割に沿って推進する施策実施者のPDCAを共有する協議会を設置し、適切なタイミングで次年度施策案や進捗の共有を行っていくことで、効果的な観光振興を展開していくことが可能となります。

計画の推進に当たっては、市民・観光客・観光産業事業者・振興関連団体等との連携と協働により、観光振興を図ります。

観光施策の効果検証においては、多様な関係者に参画してもらい、定期的にPDCAサイクルを通じた効果測定を行い、必要に応じて検証を行います。

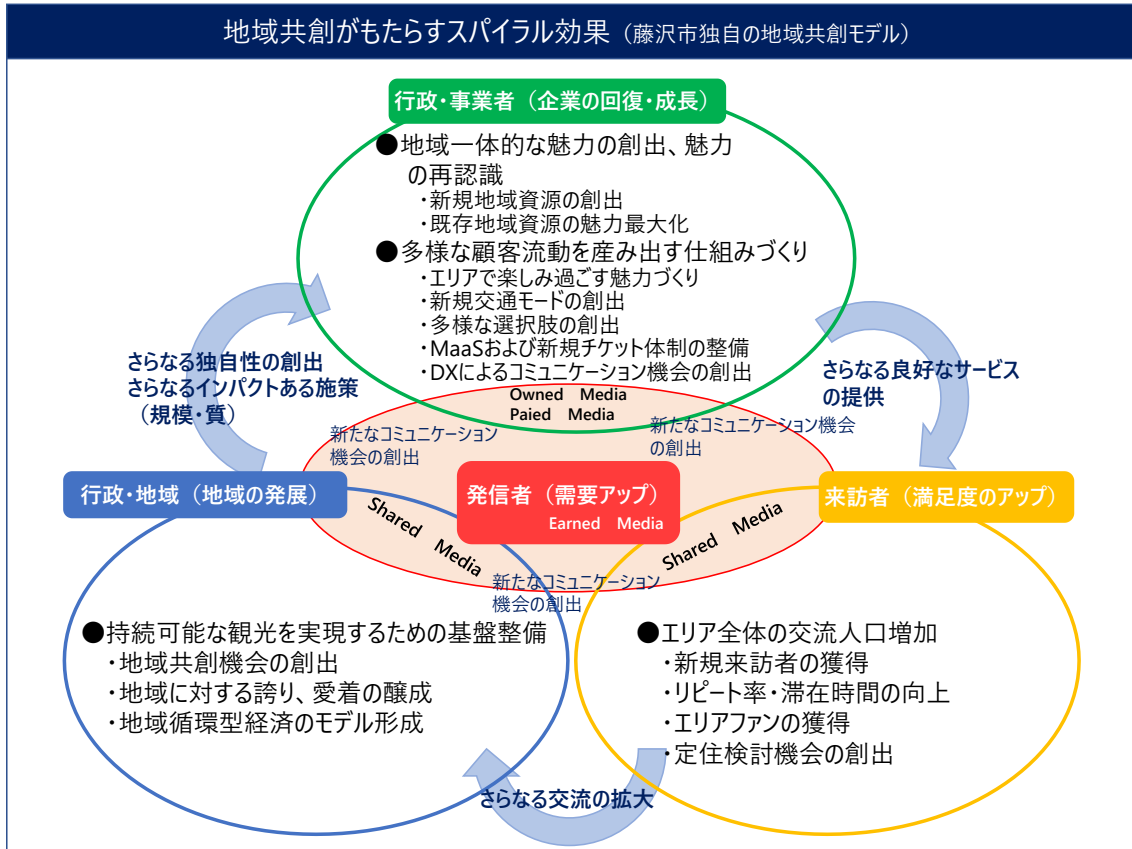
検証に当たっては、より精緻で客観的なデータを用いて行うことが重要です。経験則に頼るのではなくEBPM（証拠に基づく政策立案）を実施し、観光施策を積極的に推進します。

推進体制のイメージ



2 地域共創スパイラルモデル

本計画に掲げた「共創し選ばれ続ける観光都市」であり続けるためには、マルチパートナーシップであることは勿論、エリア一体となった取組が必要です。これを実現するためには、「地域共創」による好循環を生み出すようなフレームワークが求められます。



藤沢市観光振興計画

The Tourism Promotion Plan of Fujisawa City

改定年月 2024年（令和6年）3月

〒251-8601 藤沢市朝日町1-1

藤沢市経済部 観光課

Tourism Division, Economic Affairs Department, FUJISAWA CITY OFFICE