

第2章 大井町の現状と課題

1. 大井町の概況

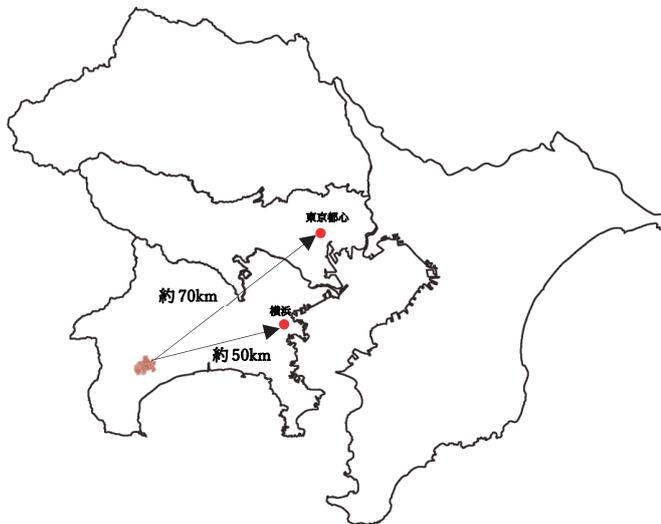
(1) 町の地勢

本町は、神奈川県西部、足柄上郡の東部に位置し、東西 5.62km、南北 5.18km、総面積 14.38 km²を有しています。南は小田原市、西は酒匂川を境として開成町に、北は松田町と秦野市に、東は中井町にそれぞれ接しており、横浜市から約 50km、東京都心からは約 70km の距離にあります。

町を東西に東名高速道路が走り、北西部には大井松田インターチェンジを有するほか、国道 255 号が南北に走り、そのほか県道 6 路線が町内の主要な道路網を形成しています。一方、鉄道は国府津と沼津を結ぶ JR 御殿場線が国道 255 号とほぼ並行するように走り、町内には上大井駅と相模金子駅があります。

地勢的にみると、町の北側には、なだらかな足柄山地の稜線が北西方向に低く連なり、その背後に急峻な丹沢山塊がそびえています。西方には箱根連山の山並みが南北に走り、その稜線のかなたに富士山が位置しています。町の中央よりやや西側には、町を丘陵部と平坦部に二分する国府津・松田断層が相模湾に向かって伸びています。

気候は、上記のような地形により寒冷な北風は遮られ、温暖な南風が入りやすく、比較的温暖です。この結果、地域全体が良好な気象条件に恵まれ、気温、雨量は、全地域にわたり大差がなく、住環境に適し、各種作物や果樹などの栽培も行われ、太陽と水と緑が調和した豊かな自然環境が地域の特徴を形づくっています。

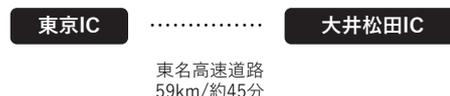


【交通アクセス】

電車



車



BIOTOPIA



せせらぎ散策路



高尾地区の棚田

(2) 町の歴史

本町は縄文時代から人が住んでいた痕跡がみられます。金子台遺跡のストーンサークルは、多数の組石からなる古代のお墓で、縄文時代晩期のものといわれています。



土偶形容器



ストーンサークル

また、中屋敷遺跡から出土した土偶形容器

は、弥生時代の貴重な出土品として国の重要文化財に指定されています。中屋敷遺跡は、近年の調査で南関東最古の炭化米などが発見され、当時の食生活を知る手がかりとして大変注目されています。

やがて稲作の技術が伝わり、相和地域から人々は平地に下り、酒匂川沿いで水田を作って定着したと推察されますが、残念ながら当時の史跡は現存していません。

その後、現在の本町一帯は、鎌倉時代には「大井の庄」と呼ばれ、『吾妻鏡』や『新編相模風土記稿』にもそのことが記されています。鎌倉時代から室町時代にかけて、赤田八幡社や、臨濟宗寺院の了義寺、北条時頼ゆかりの寺である最明寺といった現在に残る寺院も建立されています。

江戸時代には、徳川家譜代大久保氏の所領として小田原藩に属しますが、交通の要衝であり、大山信仰が盛んだったころ、小田原から大山をめざす途中の地として親しまれてきました。

明治の廃藩置県により、所轄は小田原県、足柄県、神奈川県と変わりましたが、1878（明治 11）年の郡区町村編成法施行当時は、現在の大字の区域が村として足柄郡 87 か村に属しています。1956（昭和 31）年の町制施行に際し、歴史的に親しみのある呼び名「大井の庄」にちなみ「大井町」と名付けられました。

1970（昭和 45）年、現在の J R 御殿場線上大井駅に、駅員が西日除けにひょうたんを植えたことをきっかけとして、上大井駅は「ひょうたん駅」として有名になりました。その後、ひょうたんの町として知られるようになり、現在に至ります。



矢倉沢往還



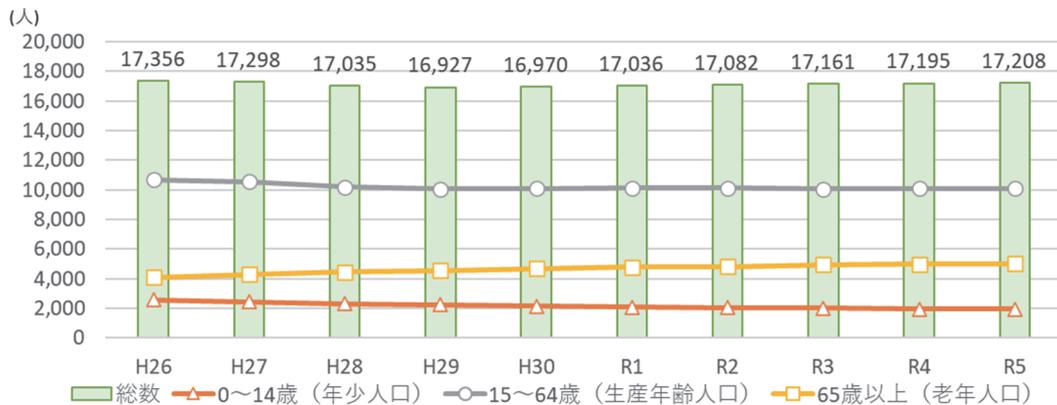
上大井駅のひょうたん

(3) 町をとりまく現状

① 人口・世帯数

本町の人口をみると2017（平成29）年に16,927人と17,000人を切ったものの、2019（令和元）年には17,036人と再び17,000人台となり、以降微増状態となっています。また、3区分別人口については年少人口が若干減少しており、老年人口が若干増加しています。

大井中央土地区画整理事業に伴う新たな市街地の形成により人口は維持されていますが、長期的には少子高齢化が進むとともに人口についても減少傾向になることが推測されるため、人口維持に向けた対策が必要となっています。

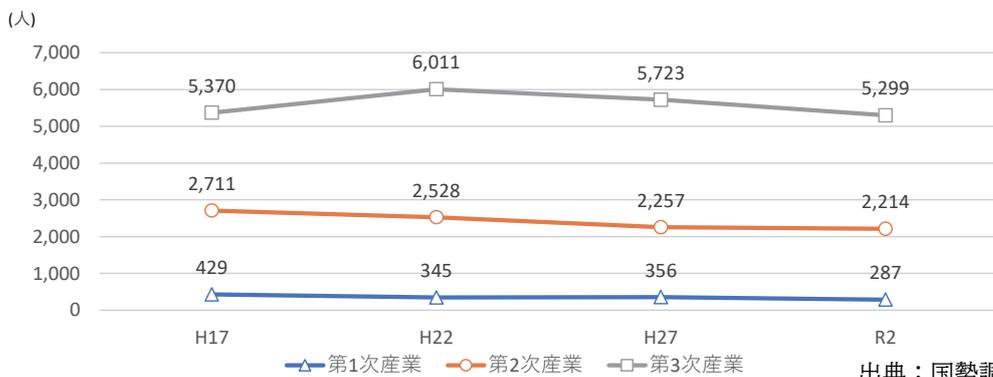


② 産業構造

出典：住民基本台帳

本町の産業構造をみると、第一次産業人口が最も少なく、増加傾向にあるものの、全体の3.7%（2020（令和2）年）となっています。

最も多い第3次産業は減少傾向にありますますが、全体の67.9%を占めています。



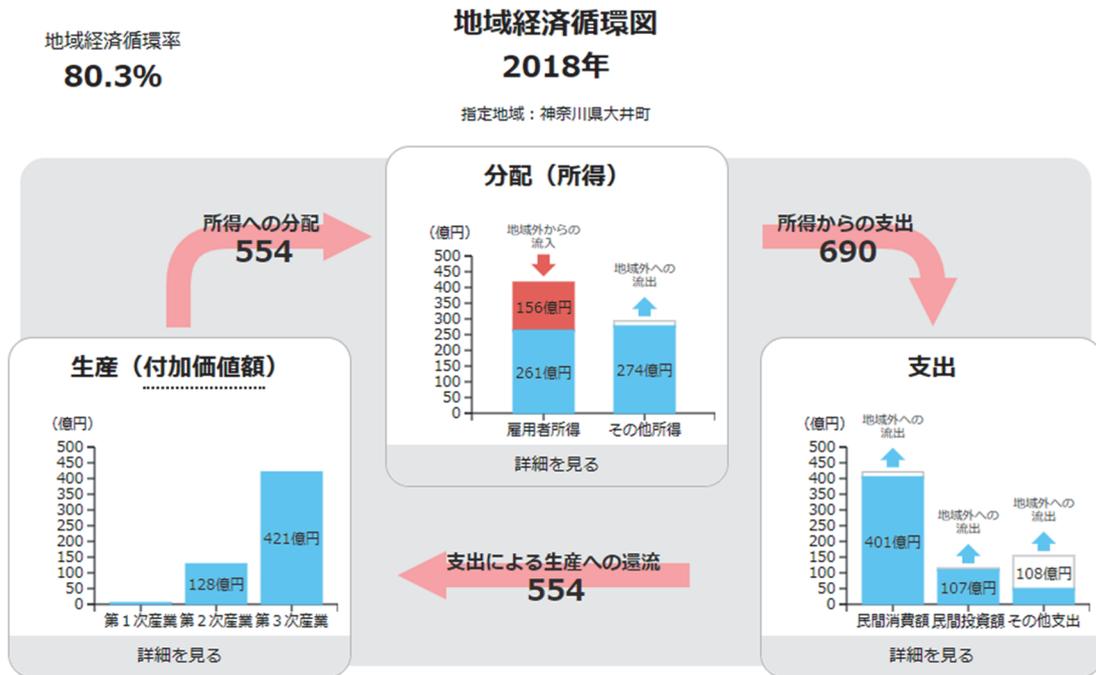
出典：国勢調査



出典：RESAS（地域経済分析システム）

③ 地域経済循環

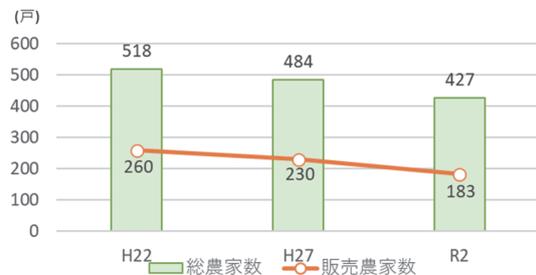
本町の地域経済循環をみると、地域経済循環率は 80.3% となっており、地域内での生産に対して地域外への支出が上回っている状況にあります。地域内での飲食や体験等を促進させることで所得向上や雇用創出等による地域経済の活性化、経済効果の創出が期待できます。



出典：RE S A S（地域経済分析システム）

④ 農家数の推移

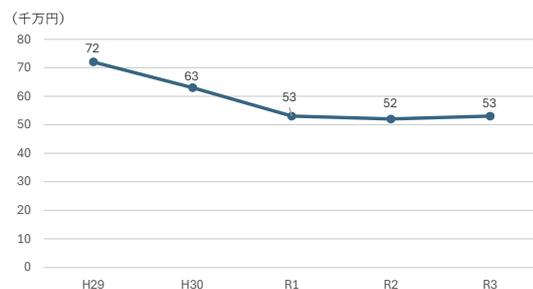
農家数の推移をみると 2010（平成 22）年においては 518、販売農家数 260 だったのが 2015（平成 27）年には総農家数 484、販売農家数 230、2020（令和 2）年には総農家数 427、販売農家数 183 となっており減少傾向にあります。



出典：農林業センサス

⑤ 農業産出額（推計値）

農業産出額（推計値）をみると、2018（平成 30）年の 72 千万円をピークに減少傾向にあり、2021（令和 3）年には 53 千万円となっています。



出典：市町村別農業産出額（推計）

2. 大井町の観光の現状

(1) 大井町の観光資源

① 大井町の観光資源一覧

本町の観光資源一覧を整理しました。四季折々の農産品から歴史に基づく文化財、神社・仏閣、自然資源等豊富な観光資源を有しています。

種類	資源名	概要
特産品・農産物	地酒	石井醸造（創業明治3年・曾我の誉）、井上酒造（創業寛政元年・箱根山）
	農産物	八重桜、たけのこ、梅、稲、いも、みかん、フェイジョア、栗等 ほか
	その他特産品	ひょうたん
文化財	有形文化財	土偶形容器、最明寺の往生要集上中下、三嶋神社の木像薬師如来坐像・古文書・算額、了義寺の杉の板戸絵、余見の宝篋印塔坊村薬師堂の木造薬師如来坐像
	無形文化財	篠窪の麦打唄、田植唄、上大井祭囃子・金手祭ばやし
	史跡・記念物	二階堂屋敷跡、篠窪三嶋社の敷石住居跡・椎の木森、酒匂堰取入口跡、ストーンサークル（配石遺構）、公孫樹（東福院の銀杏）、柳稻荷社の公孫樹（夫婦銀杏）・ムクロジ
神社・仏閣	神社・仏閣	熊野社、了義寺、地福寺、円蔵院、金比羅神社、最明寺、日枝神社、地蔵堂、神明社、真福寺、三嶋神社（金手）、大通寺、等覚院、三嶋社（篠窪）、三島院、東福院、三嶋神社（上大井）、八幡社（赤田）
自然資源	動植物・虫等	中流河川に生きる動植物…水生昆虫、アユ、カワムツ、サギ類、カモ類、ツルヨシ、ガマ類 ほか 田んぼ・畑の農作物とそこに生きる動植物…昆虫、カエル類、ツバメ、アブラコウモリ、オモダカ、コナギほか 住宅地に生きる動植物…昆虫、メジロ、ツバメ、ハクビシン、タヌキ、オッタチカタバミほか 丘陵地…昆虫、メジロ、ノスリ、タヌキ、アナグマ、イノシシ、クヌギ、コナラ、イヌシデ、スダジイ、タブノキ、モウソウチク、マダケほか
	地層・岩石等	酒匂川の岩石（富士山系、丹沢山地系、足柄山地系）、酒匂川・川音川による扇状地地形、赤土、湧き水（横井戸：神明社、円蔵院、最明寺）、七滝の玄武岩岩体、火砕流痕（火山豆石含む）、菊川の巨礫（安山岩）

② 主要集客施設

町内には 2012（平成 24）年に開設された「四季の里」含め未病バレービオトピアなど多様な集客施設を有しています。

名称	内容
大井町農業体験施設 四季の里	地域住民と交流しながら、豊かな自然の中で農業やものづくりを体験できる施設。
未病バレー ビオトピア	県西地域活性化プロジェクトの一環として、2018（平成 30）年 4 月に第一生命株式会社大井事業所の跡地に BIOTOPIA がオープンし、地域の産品を活かしたマルシェ、ドッグラン等が整備されるとともに、健康増進に向け未病改善の取り組みが進められている。
ラ・レイエス湘南	2020（令和 2）年に閉業となった「いこいの村あしがら」をリノベーションしてつくられた surf village（サーフヴィレッジ）。人工サーフィン場やドッグランホテルなど
大井松田乗馬クラブ	1972（昭和 47）年の設立以来、馬術協議会で多数の優勝人馬を輩出している、乗馬体験も可能な施設。
ひかりゴルフパーク	日の出から 23 時迄楽しめるゴルフ練習場。バンカー場、プライベート練習場など設備が充実

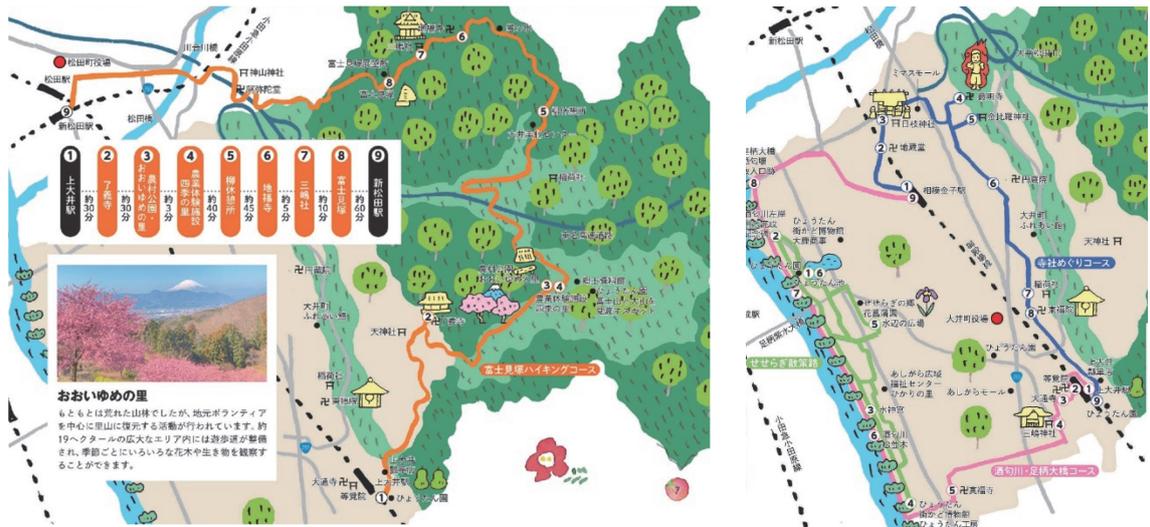
③ 大井町のまつり・イベント

町内では 1 月の産業まつりから 12 月のみかんまつりまで年間を通して様々なまつり・イベントが開催されています。特に 8 月の「大井よさこいひょうたん祭」は町内最大のイベントとして延べ 2 万人以上の来訪者が訪れるイベントとなっています。

時期	名称	内容
1 月	大井町産業まつり	町の農業や商工業を広く紹介するイベント。農産物品評会に出品された町内の農産物が一般公開される。
2 月	里山花まつり	早咲き桜と足柄平野、富士山の眺望を鑑賞しながら楽しむ春祭り
3 月	お山のひなまつり	郷土資料館内で開催される大小様々な人形およそ 550 点が展示される。
6 月	。いもまつり夏	四季の里まつりの 1 つ。じゃがいもの収穫をメインとした農業体験イベント
8 月	大井よさこいひょうたん祭	多くの子どもたちが参加するダンスフェスティバルと、よさこいひょうたん踊りコンテストがメインの町内最大のイベント
10 月	いもまつり秋	四季の里まつりの 1 つ。さつまいもや里芋の収穫をメインとした農業体験イベント
12 月	みかんまつり	四季の里まつりの 1 つ。みかんの収穫をメインとした農業体験イベント

⑤ ハイキング・ウォーキングコースマップ

本町では自然の魅力を味わうためのハイキングコース・ウォーキングコースを整理しています。2024（令和6）年3月時点では、主に丘陵部を巡る「富士見塚ハイキングコース」、酒匂川周辺を歩く「せせらぎ散策路」「酒匂川・足柄大橋コース」、そして寺社を巡る「寺社めぐりコース」の4つがあり、様々なハイカーに親しまれています。



■ …富士見塚ハイキングコース ■ …せせらぎ散策路 ■ …寺社めぐりコース ■ …酒匂川・足柄大橋コース

名称	内容
富士見塚ハイキングコース	上大井駅から「おおいゆめの里」、「富士見塚」を通り新松田駅まで向かう山里の丘陵地帯を巡るハイキングコース。富士山・箱根連山の絶景を楽しめるビュースポットが多数点在する。
せせらぎ散策路	「ひょうたん池」を起点に水辺を散策するコース。酒匂川沿いの川のせせらぎをのんびりと眺めることもできる。
寺社めぐりコース	相模金子駅を起点に山野の自然を背景に「日枝神社」、「最明寺」、「東福院」など山のふもとに点在する寺社を訪ね歩き、上大井駅まで歩くコース。寺社の清らかなたたずまいを楽しめる。
酒匂川・足柄大橋コース	上大井駅を起点に酒匂川堤を散策し、相模金子駅まで向かうコース。穏やかな田園地帯や富士・箱根・丹沢山塊の雄大な山並みが広がり、酒匂川の清流や松並木を楽しむことができる。

(2) 大井町の交流体験事業体験プログラム

① 体験プログラム一覧（主要部分掲載）

本町の交流体験活動で実施している主要プログラムについては以下のとおりです。

分類	体験名	内容
農体験	八重桜の花摘み体験	華やかなピンク色の花を摘み取って、桜の塩漬けをつくる体験
	たけのこ掘り体験	たけのこ掘りとアク抜きの加工体験
	梅もぎ体験	梅林で、爽やかな緑色の梅の実をもぐ体験。もぎたての実で、梅シロップや梅エキス、梅酒づくりなども楽しめる
	田植え体験	手植えでの田植え体験
	稲刈り体験	鎌を使った稲刈り体験。収穫した稲はハザ掛けをして天日干し。羽釜で炊いた、新米のごはん試食も可能
	みかんの収穫体験	みかんの木、丸ごと一本の総もぎ体験。余すことなく収穫
食体験	季節の竹筒ごはん炊き体験	ノコギリを使って切った竹筒で、春は桜や筍の竹筒ごはん、秋は栗の竹筒ごはんなど、季節の恵みを取り入れた竹筒ごはんを炊くイベント
	季節のジャムづくり体験	梅やみかん、柿など、地元で収穫できる季節の果実を使った手作りジャム。オリジナルのラベルを作成して世界にたったひとつのジャム瓶も作成可能
	季節のアイスづくり体験	ブルーベリーやみかん、キウイなど、地元で収穫できる季節の果実をふんだんに使ったアイスづくり体験
	バウムクーヘンづくり体験	竹を使ったまんまるのバウムクーヘンづくり
	そば打ち体験	地元で丹精込めて作ったそば粉を使ったそば打ち体験
	石窯ピザ焼き体験	地元で収穫した新鮮食材をふんだんに使ったピザ焼き体験
里山体験	竹林の管理体験	荒廃する竹林をノコギリで伐採する体験
	里山の保全体験	地元の皆さんと一緒に草取りやツル切り
自然体験	自然観察	里山にて、五感を使った自然観察
	ハイキング	大井町内に設定された、様々なコースを活用したハイキング
まち歩き	シイノキめぐり	シイ・タブ・カシといった巨木の残る「鎮守の森」を巡るツアー
	どんど焼き体験	年始の伝統行事、どんど焼きに参加
	酒蔵めぐり	古くから美味しい水を使用した酒造りを行っている酒蔵を巡るツアー
創作体験	土偶づくり体験	2,400年前頃、本町で出土した土偶形容器を参考にしたオリジナル土偶づくり

② 広報 PR 活動

プロモーション活動にあたり、地域の魅力を伝える観光ガイドブック「Active おおい」を 2021（令和 3）年度に作成し、ハイキングコース・ウォーキングコースや、体験プログラム、飲食店などの紹介を進めています。



観光ガイドブック

③ 自然体験活動指導者（NEAL リーダー）の養成

交流体験受入地域となるための人材育成として、救急蘇生法や安全管理・体験プログラムづくりを学ぶ講習会を毎年実施しています。受講者全員が、NEAL リーダー（自然体験活動指導者）、及び L.S.F.A.（Life Supporting First Aid = 応急手当）認定といった資格を取得し、取得後は体験プログラムのガイドとして、プログラムの企画作りから運営まで（一社）神奈川大井の里体験観光協会と一緒に取り組んでいます。2016（平成 28）年度から講習会を開催しており、100 人を超える自然体験活動指導者が養成されています。

④ 交流体験事業の受入状況

（一社）神奈川大井の里体験観光協会では前頁に記載されている四季折々の主要な体験プログラムを実施するとともに、年末のみかんの総もぎでは約 1,000 人の誘客に成功しており、2022（令和 4）年度には延べ約 2,500 人を誘客しました。川崎市・横浜市等からの家族連れやファミリー層等誘客もみられており、新たな観光客の獲得に成功しています。他にもワーケーション事業など時代のニーズを踏まえた交流体験プログラムを展開しており、本町の観光振興の主翼を担っています。

その他「田んぼ育成会」、「相和そばの会」、「棚田保存会」、「炭焼きの会」なども交流体験の受け入れを実施しています。

⑤ 未病事業の推進（BIOTOPIA）

県西地域の未病改善拠点として、BIOTOPIA が 2018（平成 30）年 4 月にオープンしました。「未病」をテーマとして、「食」・「運動」・「癒し」をコンセプトとして、レストランでの食の提供、森林セラピーなど各種体験を提供しています。

【未病とは】

健康と病気を 2 つの明確に分けられる概念として捉えるのではなく、心身の状態は健康と病気の間を連続的に変化するものとして捉え、このすべての変化の過程をあらわす概念です。病気になってから対処するのではなく、普段の生活において「心身を整え、健康な状態に近づける」ことが「未病の改善」になります。



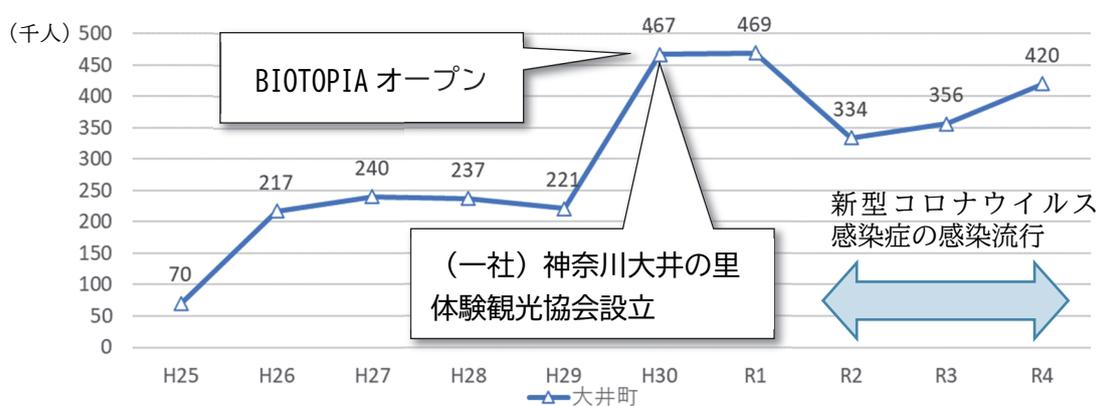
出典：「県西地域活性化プロジェクト」

(3) 観光客の推移

本町の観光入込客数の推移をみると、約 40 万人で推移しており、2019（令和元）年には約 46 万 7 千人となっております。新型コロナウイルス感染症の感染流行に伴い 2020（令和 2）年には約 33 万 4 千人となり減少しますが、2022（令和 4）年には約 42 万人となり、感染流行前の水準には若干戻っていないものの回復傾向にあります。

2022（令和 4）年の県の観光入込客数統計における本町の内訳をみると、「おおいゆめの里」が 3 万人、四季の里 里山花まつりが 2 万 6 千人、大井よきこいひょうたん祭りが 2 万 3 千人等となっています。

■大井町観光入込客数の推移



出典：「神奈川県入込観光客調査」

(4) 観光客の動向〔来訪者アンケート調査〕

本町に来訪している観光客の動向を伺うために、来訪者アンケートを実施しました。

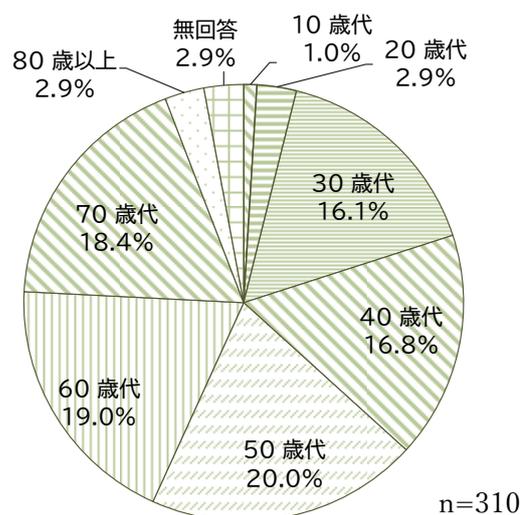
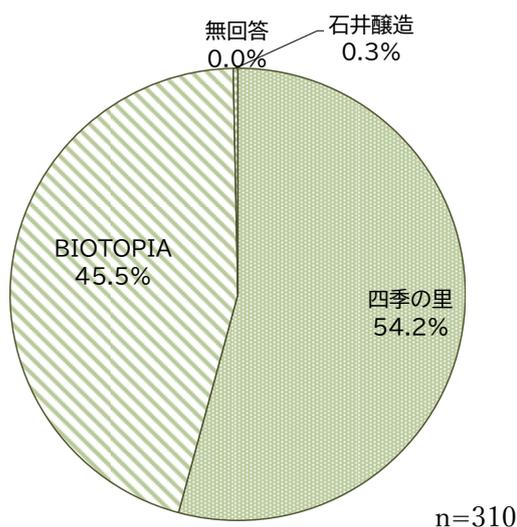
項目	概要
日時	2023（令和5）年11月3日,12月1,2,3,5日（他留置）
実施方法	対面アンケート及び留置
場所	四季の里、BIOTOPIA、石井醸造
回収数	310（一部設問は250）

■来訪者アンケート分析からみる大井町の来訪者の特性(まとめ)

- 属性としてファミリー層が7割程度
- 近隣自治体(県西地域)からの来訪が半分以上
- 宿泊せず短時間での来訪者が7割観光消費額は平均2,498円
⇒国内の旅行単価と比べると少なく、より高付加価値の旅行者を誘客していく必要がある

① アンケートの回答場所及び来訪者の年代

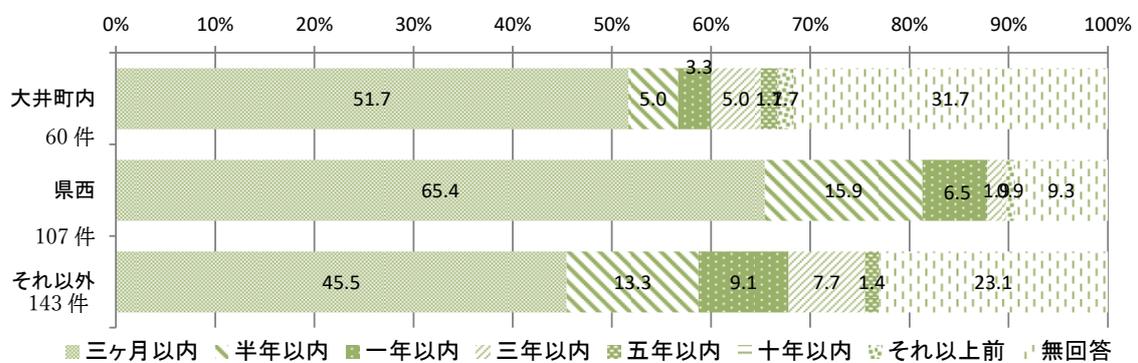
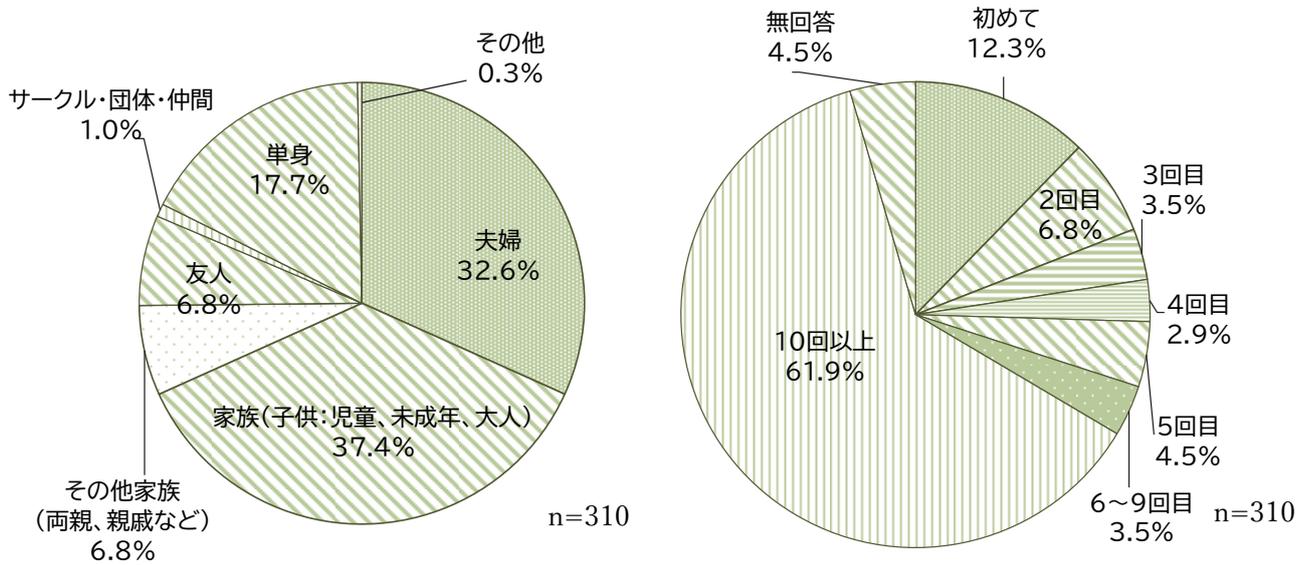
アンケートの回答が最も多いのは四季の里で54.2%、BIOTOPIAで45.5%となっています。また、来訪者の年代をみると最も多いのは50歳代で20.0%となっていますが、他30歳代～70歳代まで幅広い年代の来訪がみられます。



② 来訪者の属性・来訪回数

「夫婦」が32.6%、「家族」が37.4%となっています。単身は17.7%で、**2人以上のファミリー層が7割を占めていることがわかります。**

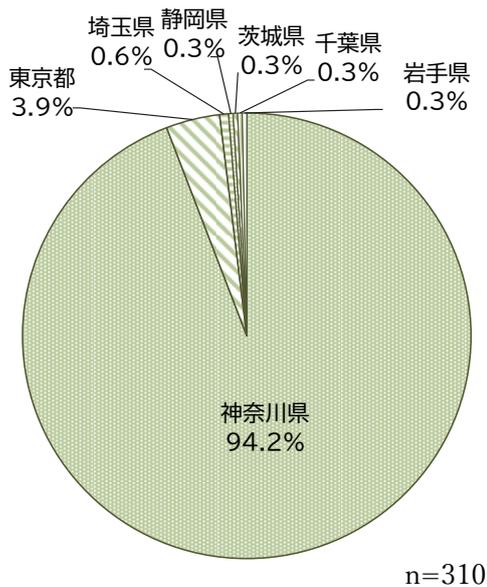
また、来訪回数をみると10回以上が6割を占めるなど、2回以上来訪する**リピーターが多くなっています。**



③ 来訪元

来訪元の都道府県についてみると「神奈川県」が 94.2%と圧倒的に多く、ついで東京都が3.9%となっています。神奈川県からの来訪者の属性をみると大井町が最も多く、次いで小田原市、秦野市、開成町となっています。県西地域（2市8町（大井町除く）の合計）は34.5%で、大井町を含めると53.9%と過半数を占めています。

近隣からの来訪者が多い中で、県西地域以外では、湘南地域や横浜地域からの来訪者が一定数みられるため、**経済活性化に向けて湘南地域や横浜地域からの来訪者を増やせる可能性**があります。

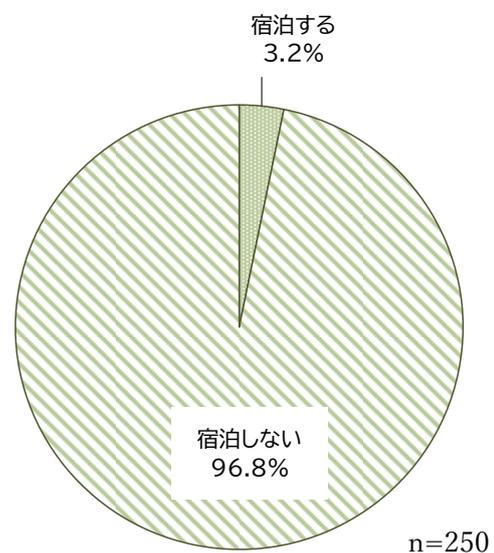
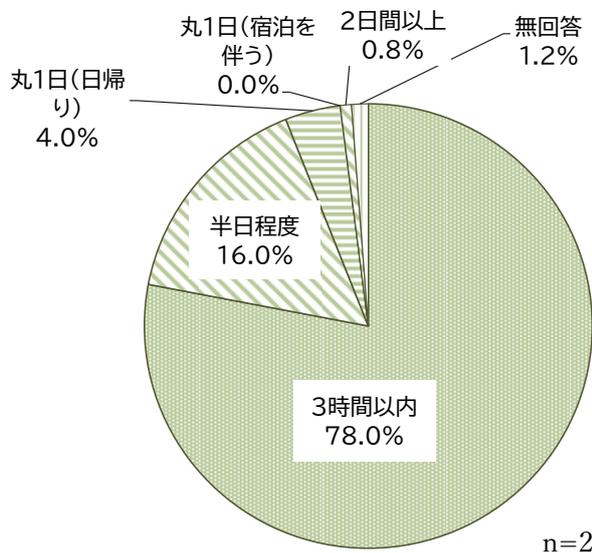


総数	人数	割合
大井町	60	19.4%
小田原市	50	16.1%
秦野市	37	11.9%
開成町	20	6.5%
南足柄市	18	5.8%
藤沢市	13	4.2%
川崎市	11	3.5%
横浜市	11	3.5%
平塚市	11	3.5%
茅ヶ崎市	10	3.2%
松田町	9	2.9%
中井町	7	2.3%
二宮町	7	2.3%
厚木市	6	1.9%
伊勢原市	5	1.6%
その他県内の市町村	17	5.5%
県外	18	5.8%

④ 大井町における滞在時間・宿泊の有無

大井町における滞在時間については 8 割弱（78.0%）が 3 時間程度となっており、滞在時間が短いことが伺えます。

また、宿泊の有無について、宿泊するが 3.2%、宿泊しないが 96.8%となっており、殆どが**短時間滞在の日帰り客**であることがわかります。

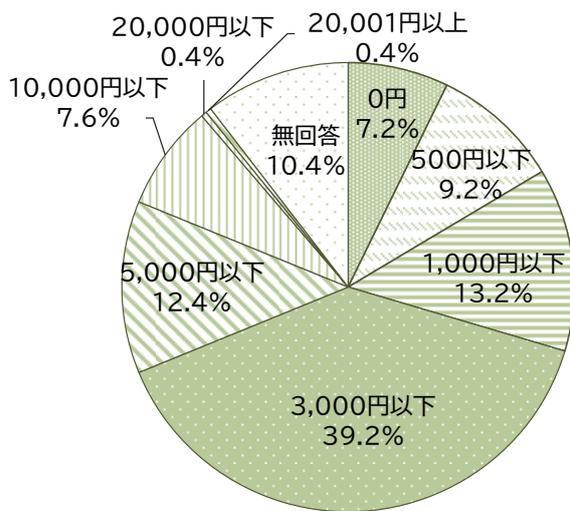


⑤ 大井町における観光消費額

大井町における観光消費額について区分別にみると 3,000 円以下が 39.2%と最も多く、ついで 1,000 円以下、5,000 円以下、500 円以下となっています。

県西地域では 1,000 円以下も多いですが、3,000 円以上も多く、20,000 円以上の方もいます。

平均をみると、2,498 円となっています。これは県内における日本人平均の消費単価目標額の約 9 分の 1 程度であるため、観光振興と経済活性化をつなげていくためには、より多くの施設をつなげていく必要があります。



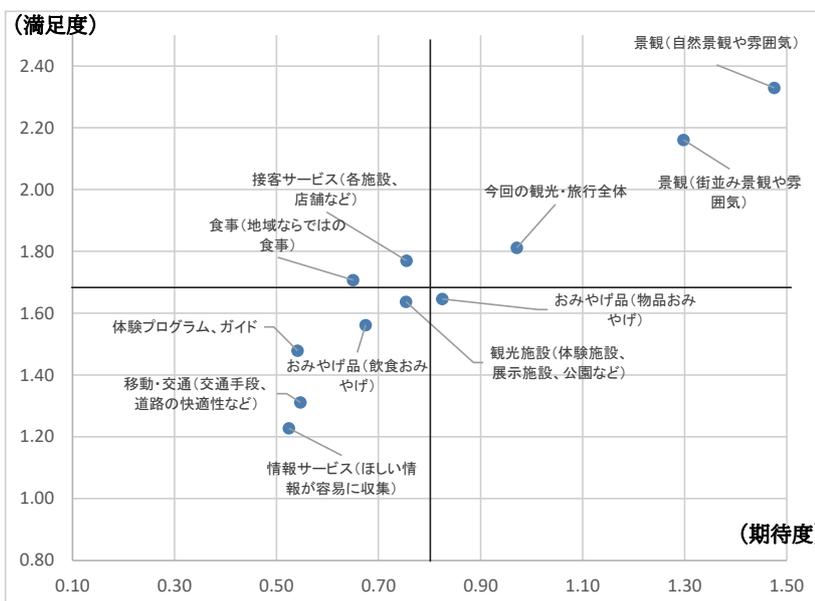
観光消費額の平均は 2,498 円
内訳は交通費 219 円、飲食費 556 円、
買い物費 1,643 円、その他 80 円

- 町内在住者の観光消費額平均は 2,061 円
- 町外在住者の観光消費額平均は 2,592 円
- 県西地域在住者の観光消費額平均は 2,803 円

n=250

⑥ 体験コンテンツに関する期待度・満足度

すべてのコンテンツにおいて、満足度が期待度を高まっています。観光において満足度が高いものは「景観（自然景観や雰囲気）」、「景観（街並み景観や雰囲気）」ですが、但し、「体験」や「お土産品」については向上の余地があります。



【算出方法】

それぞれの項目の回答結果について

- | | |
|------------------|------|
| 「とても満足」「とても期待」 | …+3点 |
| 「満足」「期待」 | …+2点 |
| 「やや満足」「まあ期待」 | …+1点 |
| 「どちらでもない」 | … 0点 |
| 「やや不満」「あまり期待しない」 | …-1点 |
| 「不満」「期待しない」 | …-2点 |
| 「とても不満」「全く期待しない」 | …-3点 |

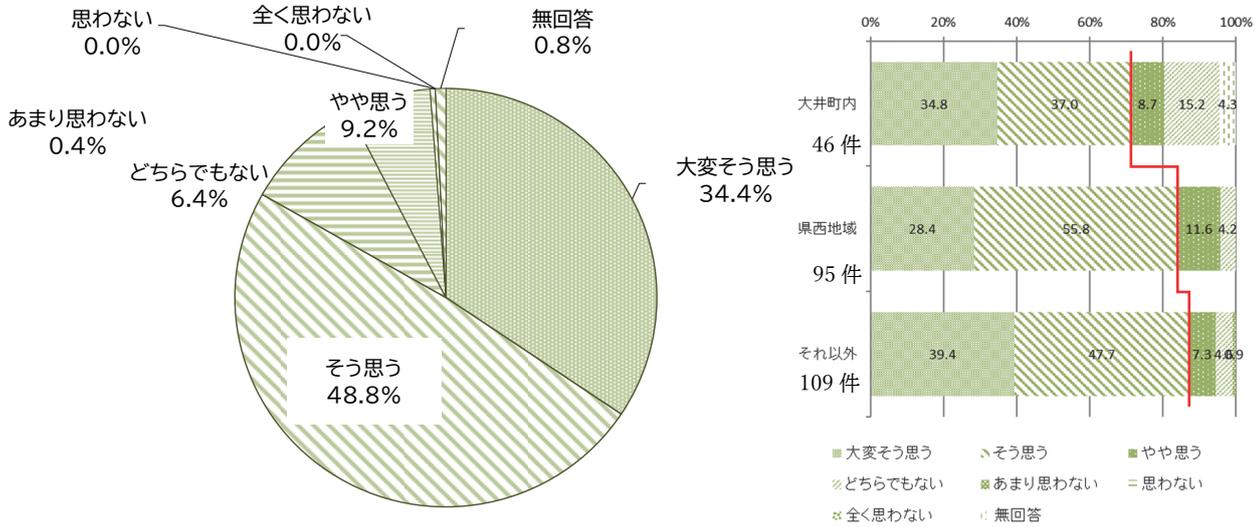
とし、それぞれの点数にそれぞれの回答者数を掛け、それらを合計した数字を回答者数(「無回答」は回答者数に含めない)で割り、算出した。評価点はプラスの大きいものは評価が高く、マイナスは評価が低いことを表している。

n=250

⑦ 大井町への再訪意向

「そう思う」が 48.8%、「大変そう思う」が 34.4%、「やや思う」が 9.2%となっています。

県西地域やそれ以外の地域では、「大変そう思う」と「そう思う」が 84.2%と 87.1%となっており、特に再訪意向が高いことが伺えます。



n=250

(5) 大井町のニーズ【WEB アンケート調査】

首都圏における大井町の認知度や観光におけるニーズ等を伺うため、1都3県（東京都・神奈川県・埼玉県・千葉県）に在住する地域おこしや農業体験に関心のある人を主な対象としたWEBアンケートを実施しました。

項目	概要
日時	2023（令和5）年12月21～25日
実施方法	WEBアンケート
対象	1都3県（神奈川県・埼玉県・千葉県）に在住する20～60歳代地域おこしや農業体験に関心のある人
回収数	1,600 ※1都3県

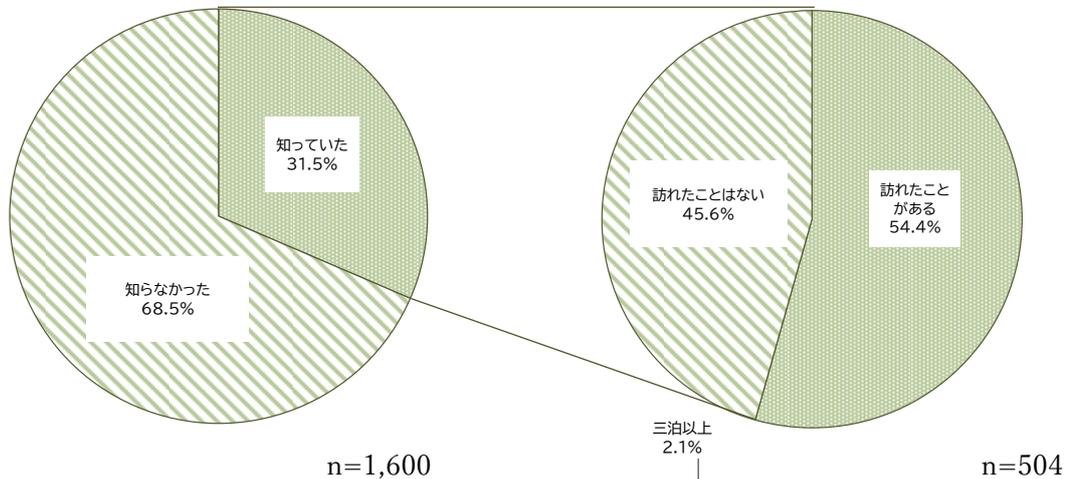
■WEBアンケート分析からみる大井町の特徴(まとめ)

- 大井町を知っていた31.5%のうち、訪れたことがあるのは54.4%
- 一泊二日で滞在したい方が54.6%
- 消費したい額は、5千円～1万5千円未満で38.4%
- 石窯ピザづくりやみかんの総もぎ・収穫などが人気
⇒都市部には、大井町を知っているものの、まだ訪れたことが無いターゲット層が一定数いることが分かる。

① 大井町の認知度・来訪回数

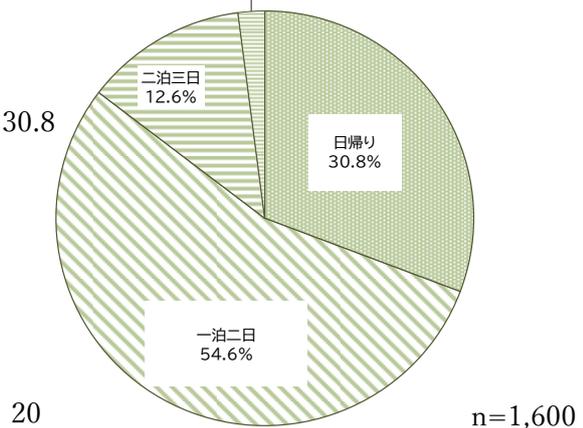
「大井町を知っていた」が31.5%、「知らなかった」が68.5%となっています。

「知っていた」と答えた中でも訪れたことがあると答えた数は54.4%と全体の2割弱となっています。



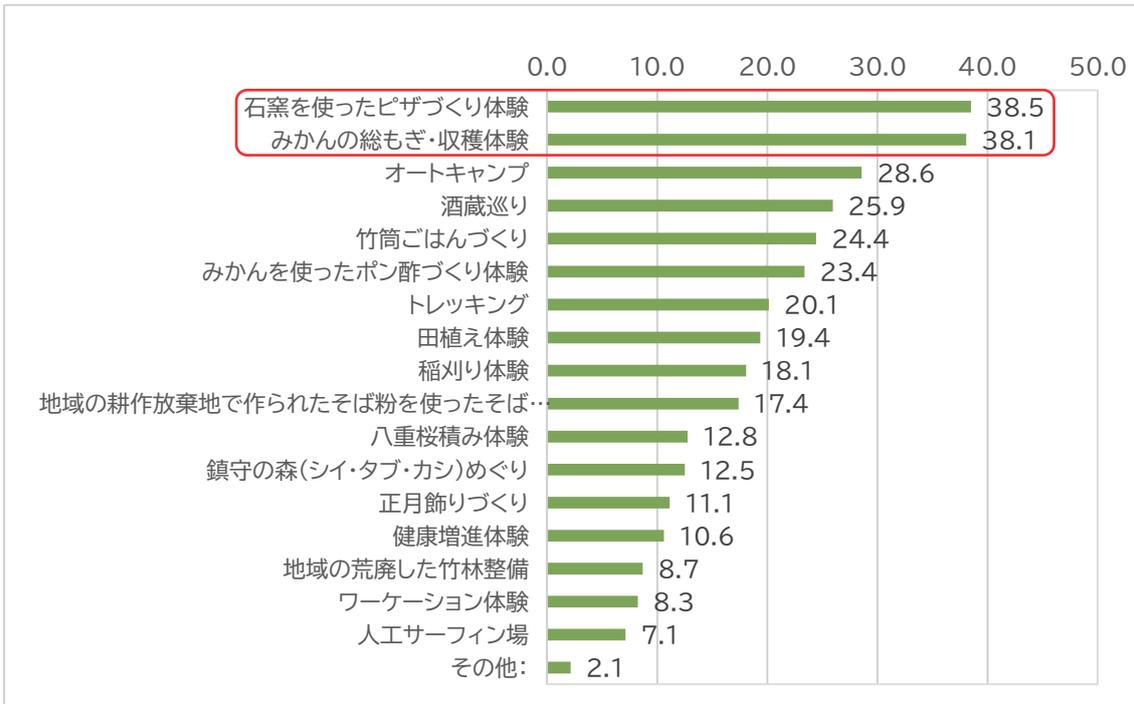
② 大井町に滞在したい日程

「一泊二日」が54.6%、「日帰り」が30.8%、「二泊三日」が12.6%となっています。



③ 大井町で体験したい主な体験プログラム

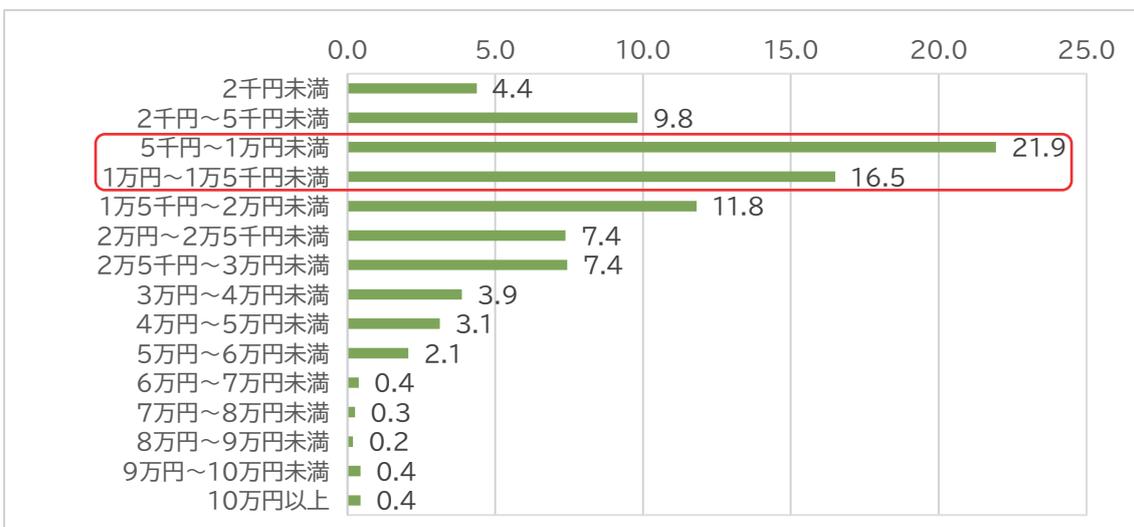
「石窯を使ったピザづくり体験」が 38.5%と最も多く、次いで「みかんの総もぎ・収穫体験」、「オートキャンプ」「酒蔵巡り」、「竹筒ごはんづくり」となっています。



n=1,600

④ 大井町の体験で消費したい金額

「5千円～1万円未満」が最も多く、次いで「1万円～1万5千円未満」、「1万5千円～2万円未満」となっています。現在の消費単価以上に支払う意欲がある層が一定数いることがみて取れます。

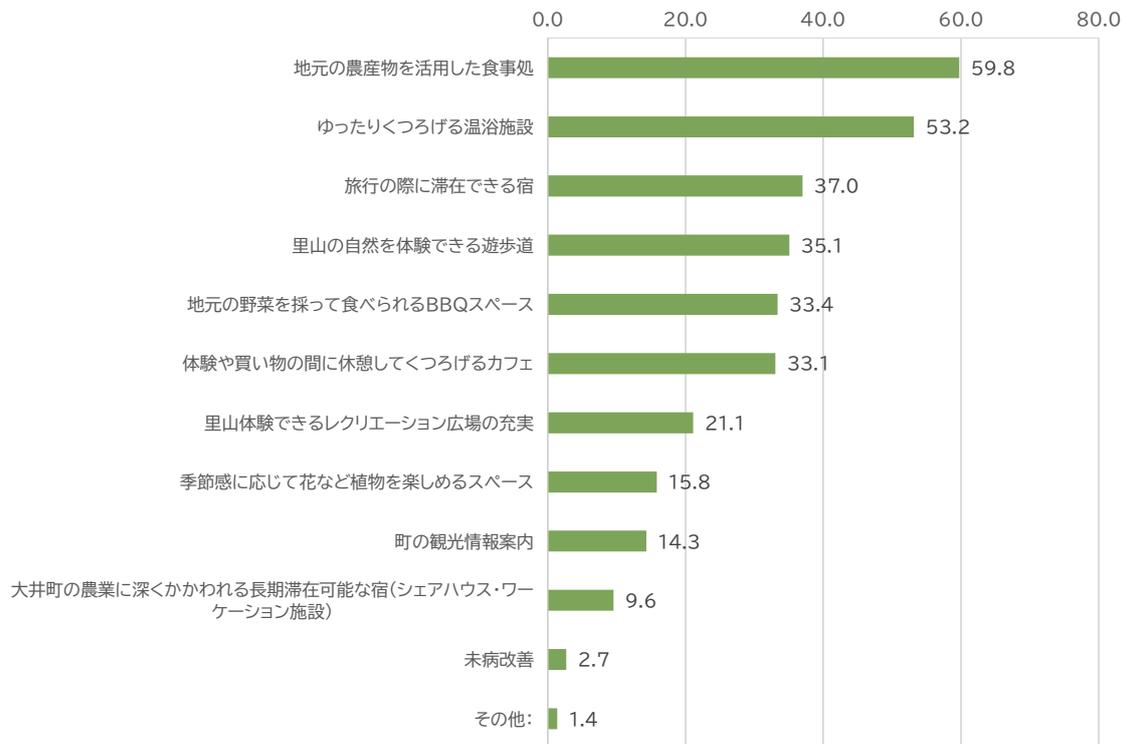


n=1,600

⑤ 拠点整備の方向性

「地元の農産物を活用した食事処」が 59.8%と最も多く、次いで「ゆったりくつろげる温浴施設」が 53.2%、「旅行の際に滞在できる宿」が 37.0%となっています。

来訪者アンケートと同様に「地元の農産物を活用した食事処」、「ゆったりくつろげる温浴施設」に対するニーズが最も高くなっています。



n=1,600

3. 大井町の観光関連の政策の動向

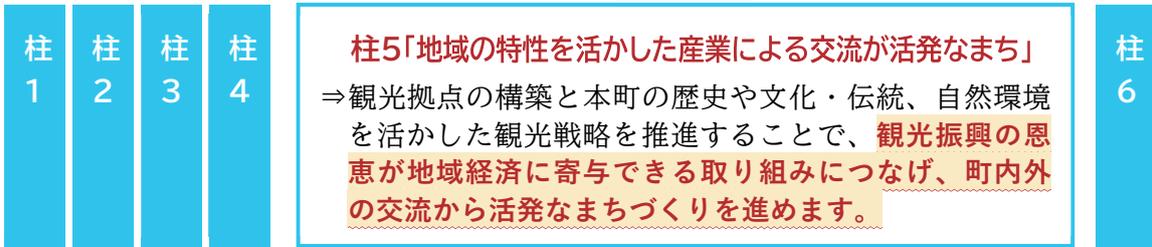
(1) 大井町第6次総合計画（2021～2030）

2021（令和3）年度を始期とする「大井町第6次総合計画」において、観光振興における方向性が示されており、観光振興を地域経済の活性化につなげていくこと、町内外の交流につなげていく視点が記載されています。

<総合計画の柱>

総合計画でめざしている将来像 「みんなでつなぐ大井の未来」

まちづくりを「自分事」として考え、町民・議会・行政それぞれの立場から知恵と力を出し合いコミュニケーションを深めながら地域全体の「つながり」によって持続可能で活力あるまちづくりを推進していく。



<基本施策>

観光の拠点づくり	・農業体験施設「四季の里」やおおいゆめの里などの観光資源の有効活用と官民連携による新たな施設整備
観光資源の開発とPR	・町内産の農産物を使用した特産品づくりを推進した新たな観光資源の開発
広域的な観光事業の推進	・広域的な観光事業やPR活動の展開
インバウンド対策の推進	・交流体験事業への受入体制の構築 ・観光施設への多言語表示やWi-Fi環境の整備 ・外国人観光ガイドの養成の推進

<施策の目標>

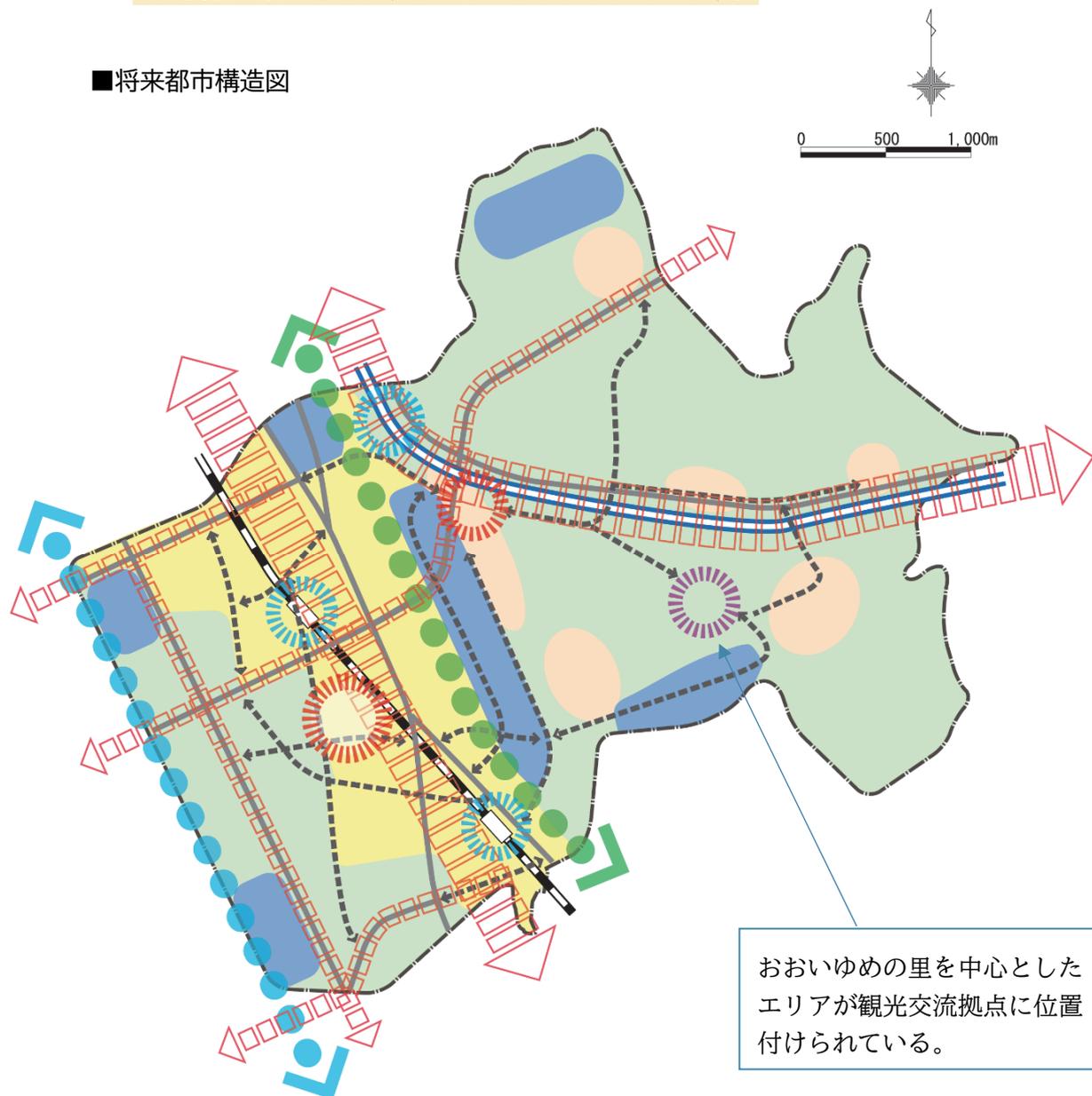
指標	現状値（2019年度）	目標値（2025年度）
交流体験事業受入数	6,800人	21,000人
インバウンド受入客数	0人	500人

(2) 大井町都市計画マスタープラン (2016～)

「大井町都市マスタープラン」においては地域における調和のとれた都市づくりに向けたゾーニングや拠点整備の在り方が示されています。

「おおいゆめの里」近隣については、「観光交流拠点」として、観光やレクリエーション等を通じて、地域内外の交流を促進し、地域の活力・魅力を創出する機能を備えた拠点の形成をめざすということが示されています。

■将来都市構造図



《ゾーン》	《拠点》	《ネットワーク軸》
市街地ゾーン	生活交流拠点	広域連携軸
産業ゾーン	観光交流拠点	地域連携軸
集落ゾーン	広域交通拠点	水と緑の軸(水辺)
農地・森林ゾーン		水と緑の軸(緑)

(3) 大井町教育大綱

本町では、町がめざす基本的な教育、学術及び文化の振興に関する総合的な目標や施策の方針を定めた「大井町教育大綱」を策定し、各種の教育施策に取り組んでいます。計画期間は2023（令和5）年度から2026（令和8）年度までの4年間です。

■基本理念

個の育成とつながりづくりの推進

■基本方針

学校教育	<ol style="list-style-type: none"> 1 確かな学力、豊かな心、健やかな体の育成を重視し、子どもたちが未来社会を切り拓く力を育む教育課程の充実を図ります。 2 基礎的・基本的学習の定着を図るとともに、幼児・児童・生徒一人ひとりの個性に応じた教育を展開し、主体的に学ぶ意欲・態度を育んでいきます。 3 幼稚園・保育園、小・中学校の連携による一貫した教育を推進し、幼児教育及び学校教育の充実を図るとともに、教育環境の整備・充実に努めます。
社会教育	<ol style="list-style-type: none"> 1 町民が安心して自ら学習できる場や情報の提供を推進し、学習活動への支援や学習基盤の整備を図ります。 2 多種多様な知識や技能を持った町民の学びを他者に還元するため、世代間の交流機会や次代を担う人づくりに関わる場の提供を推進します。 3 家庭・学校・地域の連携体制を充実させるとともに、多様なコミュニティにおける交流や学びをとおして、協働のしくみづくりを図ります。

(4) 第4次大井町生涯学習推進計画

「第4次大井町生涯学習推進計画」は、2021（令和3）年度から、2030（令和12）年度までを期間とし、生涯学習の基本的目標を示すとともに、生涯学習推進に関する基本施策及び事業を明らかにしたものです。

■基本理念

『可能性が広がる チャンスを生かせる つながりづくり推進のまち おおい』

■生涯学習推進計画における観光振興に関連する施策・事業

郷土大井に関心を持つ事業の推進	<ul style="list-style-type: none"> ・おおい自然園事業による自然活動の普及・啓発 ・おおい出前講座による町への理解・協力 ・文化財の維持管理への支援や文化財を活用した事業実施
生涯スポーツの推進	<ul style="list-style-type: none"> ・各種スポーツ大会の開催 ・各種大会への参加促進
自然環境を守る意識の高揚	<ul style="list-style-type: none"> ・環境に関する啓発活動の充実 ・環境教育の推進

4. 大井町を取り巻く観光動向

(1) 国の観光施策の動向

国では、「観光立国推進基本法」(2006(平成18)年成立)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、2017(平成29)年には新たに「観光立国推進基本計画」が閣議決定されました。

「観光立国推進基本計画」は、「明日の日本を支える観光ビジョン」(2016(平成28)年3月30日 明日の日本を支える観光ビジョン構想会議決定)を踏まえ、観光は我が国の成長戦略の柱、地方創生への切り札であるという認識の下、拡大する世界の観光需要を取り込み、世界が訪れたいくなる「観光先進国・日本」への飛躍を図ることとしています。

またコロナ禍を経て、多様な旅行ニーズ、災害や感染症の発生リスク、SDGs や DX 等に適切に対応できるよう、高付加価値な旅行商品・サービスを造成し適正な対価を得て消費者に販売・提供することを中心とするビジネスモデルへの転換に向けた取り組みの推進、地域密着型の旅行商品充実、新たな観光人材の育成に向けた取り組みを進めていくこととしています。

【観光立国推進基本計画】

<観光立国の実現に関する施策についての基本的な方針>

- ①持続可能な観光地域づくり戦略
- ②インバウンド回復戦略
- ③国内交流拡大戦略

<観光立国の実現に関する目標>

持続可能な観光地域づくりの体制整備	①持続可能な観光地域づくりに取り組む地域数	100 地域 (うち国際認証・表彰地域 50 地域)
インバウンド回復	②訪日外国人旅行消費額	5 兆円
	③訪日外国人旅行消費額単価	20 万円
	④訪日外国人旅行者一人当たり 地方部宿泊数	2 泊
	⑤訪日外国人旅行者数	3,188 万人以上 (令和元年水準超え)
国内交流拡大	⑥日本人の海外旅行者数	2,008 万人以上 (令和元年水準超え)
	⑦アジア主要国における国際会議の開催件数に占める割合	アジア最大の開催国 (3割以上)
	⑧日本人の地方部延べ宿泊者数	3.2 億人泊
	⑨国内旅行消費額	20 兆円(早期に) 22 兆円(R7 まで)

① 訪日外国人旅行者数の推移

2019（令和元）年まで訪日外国人旅行者数は右肩上がりが増加し、2019（令和元）年には過去最高の 3,188 万人を記録しています。その後、コロナの影響により大幅に旅行者数は減少しており、回復に向けた取り組みが進められています。

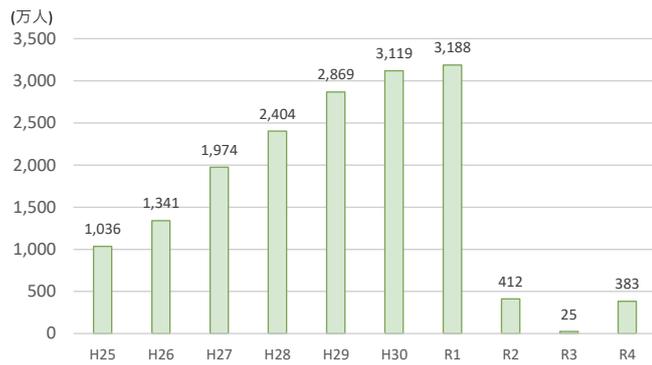


図 訪日外国人旅行者数の推移（出展：日本政府観光局）

② 国籍・地域別訪日外国人旅行者の推移

国籍・地域別で見ると、コロナ禍以前より韓国からの旅行者割合が 25%程度を占めています。コロナ禍を経て、東南アジア各国の旅行者割合が大きくなっている一方、中国からの旅行者割合が小さくなっています。また、コロナ以前に上位を占めた地域以外からの旅行者数も増加傾向にあります。

	H29		R4	
	人数 (千人)	割合 (%)	人数 (千人)	割合 (%)
韓国	7,141	24.9%	1,013	26.4%
台湾	4,565	15.9%	331	8.6%
アメリカ	1,375	4.8%	324	8.5%
ベトナム	309	1.1%	284	7.4%
香港	2,232	7.8%	269	7.0%
タイ	988	3.4%	198	5.2%
中国	7,356	25.6%	189	4.9%
シンガポール	405	1.4%	132	3.4%
フィリピン	425	1.5%	127	3.3%
インドネシア	353	1.2%	120	3.1%
オーストラリア	496	1.7%	89	2.3%
マレーシア	440	1.5%	74	1.9%
イギリス	311	1.1%	57	1.5%
カナダ	306	1.1%	56	1.5%
その他	1,990	6.9%	569	14.8%
合計	28,692	100.0%	3,832	100.0%

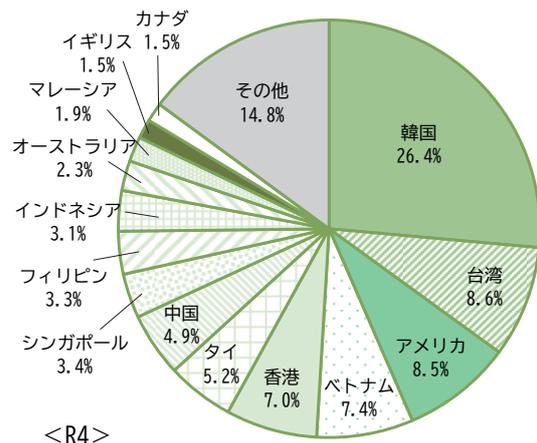


図 国籍・地域別訪日外国人旅行者数の推移（出展：日本政府観光局（JNTO））

③ 訪日外国人旅行者による消費の推移

訪日外国人旅行者数同様、2019（令和元）年まで右肩上がりに増加しており、2019（令和元）年の日本国内における消費額は、前年比 6.5%増の 4 兆 8,135 億円となりました。また、一人当たりの観光消費額については、2014（平成 26）年ごろから横ばい傾向となっていました。高付加価値な旅行商品造成推進の政策に対応し、2020（令和 2）年以降増加傾向にあります。

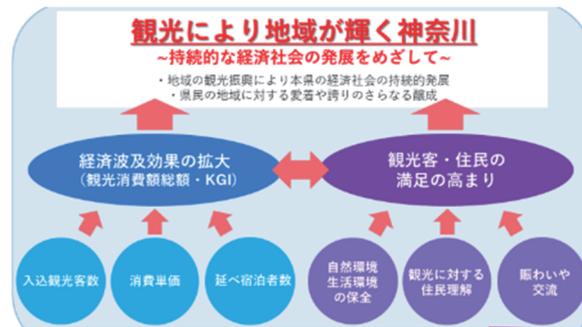


図 訪日外国人旅行者の消費の推移（出展：訪日外国人の消費動向）

(2) 県の観光施策の動向

神奈川県においては 2023（令和 5）年 3 月を始期とする「第 5 期神奈川県観光振興計画」に基づき観光施策が展開されています。

「観光により地域が輝く神奈川」を大目標として、下に紐づく目標として「地域波及効果の拡大」と「観光客・住民の満足の高まり」を設定しています。



【第5期神奈川県観光振興計画】

<基本施策>

- ① 観光データの活用(整備と分析)
- ② 観光資源の発掘・磨き上げや地域で活躍する観光人材の育成
- ③ 観光客の受入環境整備
- ④ 地域の特徴や意見を踏まえた国内外への戦略的プロモーション
- ⑤ 観光関連産業の成長促進

<本計画（令和 5 年度～令和 8 年度）の数値目標>

	現状値	目標値（2026 年度）
観光消費額総額	9,643 億円※全国(2021 年度)	1 兆 1,707 億円
日本人消費単価	21,830 円※全国(2021 年度)	24,160 円
外国人消費単価	66,838 円※全国(2020 年度)	102,320 円
入込観光客数	1 億 1,725 万人(2021 年度) 2 億 467 万人(2019 年度)	2 億 1,023 万人
満足度	63.2%(2021 年度)	70%
再訪意向	83.8%(2021 年度)	80%

① 訪日外国人旅行者数の推移

神奈川県に来訪する外国人旅行者は 2016（平成 28）年に最多となり、5,909 千人まで増加しました。2017（平成 29）年以降は減少傾向にあり、3,000 千人程度で推移していましたが、新型コロナウイルス感染症の動向により、激減しています。

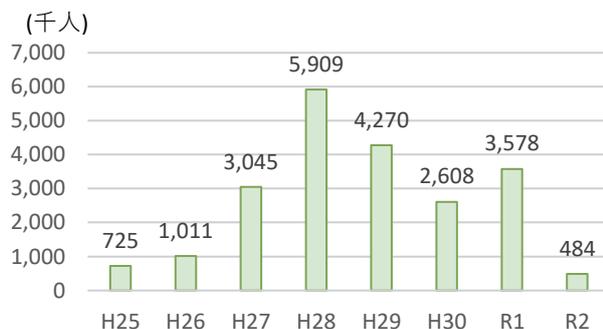


図 訪日外国人旅行者数の推移（出典：日本政府観光局）

(3) 広域連携（神奈川県西部）の動向

① 神奈川県西の連携の動き

県西地域の市町（小田原市、南足柄市、中井町、大井町、松田町、山北町、開成町、箱根町、真鶴町及び湯河原町）、県、団体、企業等で構成する県西地域活性化推進協議会では、2014（平成26）年3月「県西地域活性化プロジェクト」を策定しました。ウィズコロナ時代の「新たな日常」への移行を含め、2021（令和3）年3月にプロジェクトが改定されましたが、2023（令和5）年度においてもさらなる改定が進められており、「移住・定住の更なる促進」に重点を置いた取り組みの方向性が示されています。

また、2016（平成28）年に県西2市8町の「かながわ西観光コンベンション・ビューロー」が設立されました。60以上の会員が参加され、多様なメンバーが参画して月1回情報共有を図っています。併せて、「広域観光周遊ルート・エリア」の形成として、商品化や情報発信しようという動きがみられます。

■県西地域活性化プロジェクト・めざすすがた(改定素案)

かながわ県西での“心地よい”暮らし
～つながり×未病改善のライフスタイル～

■各プロジェクト

柱	プロジェクト
1 住む	① 移住・定住の更なる促進強化
	② 未病改善の拠点活用・実践の促進
	③ 持続可能な循環型の地域づくり
2 働く・楽しむ	④ 多様な働き方ができる地域づくり
	⑤ 地域の魅力を生かした仕事の創出
	⑥ 暮らしを支える仕事と産業の基盤づくり
	⑦ 地域のオンリーワンの魅力の活用・発信
3 育む・学ぶ	⑧ 次の世代につながる環境の整備
	⑨ 地域資源を活用した多様な学びの提供
4 つながる	⑩ 人のつながりを生かした交流の推進・課題への対応
	⑪ 移動の利便性向上・周遊促進による地域のつながり強化
	⑫ 交通ネットワークの整備・活用の推進

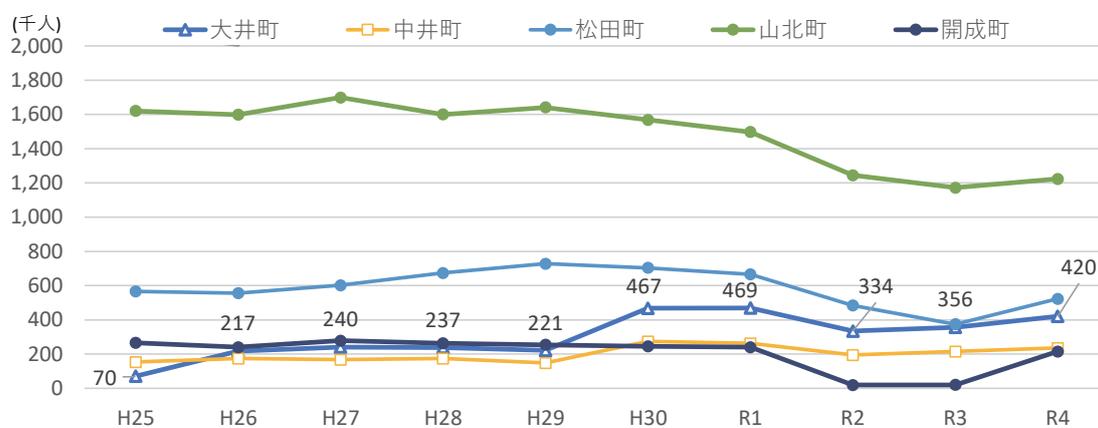
② 近隣自治体の観光入込客数の推移

県西地域の過去 10 年の観光入込客数の推移をみると、温泉地帯を抱える箱根町が約 2,000 万人程度で推移しており、次いで小田原市、秦野市、山北町となっています。

大井町は約 40 万人で推移していますが、近隣における来訪者の還流や広域連携の視点も必要です。

■近隣自治体の観光客入込客数 (千人)

	H25	H26	H27	H28	H29	H30	R1	R2	R3	R4
大井町	70	217	240	237	221	467	469	334	356	420
松田町	566	556	602	674	728	704	666	484	374	523
山北町	1,621	1,599	1,699	1,600	1,641	1,569	1,498	1,245	1,172	1,223
開成町	266	240	278	263	254	245	240	19	20	215
中井町	154	174	167	174	148	274	262	195	215	236
小田原市	4,650	4,514	4,538	5,943	6,115	6,182	6,248	3,705	5,291	7,265
秦野市	2,087	2,006	2,718	2,593	2,611	3,792	4,472	3,381	3,664	4,154
箱根町	20,857	21,190	17,376	19,565	21,520	21,260	18,960	12,570	13,500	17,360



出典：神奈川県入込観光客調査

5. 大井町の観光課題

1. 大井町の観光の現状まとめ

観光消費金額が低い、飲食や体験の組み合わせにより向上できる可能性がある。

- ・消費金額は町内在住者よりも町外在住者が高い傾向にあり、域外の方を含めた誘客により消費額を増やせる余地があります。
- ・飲食消費をしていない層が7割弱、体験は9割であり、拠点における飲食機能充実のニーズに対応しながら、飲食や体験している層を組み合わせることで、消費金額を向上させられる余地があります。
- ・また、WEBアンケートでは5千円以上消費する層がみられるため、遠方からの層を誘客できる可能性があります。

日帰りメインで滞在時間が短い、体験実施の誘客やファミリー層向けの宿泊プランに可能性がある。

- ・体験を実施している層は比較的滞在時間が長いので体験やハイキング等滞在を増やすコンテンツに注力することで地域の魅力をより知ってもらえる可能性があります。
- ・民泊に関心のある層が4割程度です。比較的若年層が関心のある割合が高く、若い人に興味を持ってもらえれば滞在時間を延ばせる可能性があります。
- ・他近隣自治体と連携した宿泊を組み合わせたプランにより、誘客を効果的に推進している可能性があります。
- ・インバウンド回復を好機に本町でも誘客向上の可能性を秘めています。

年間通じて満足度の高い体験や食を提供できるコンテンツづくりや発信が鍵

- ・本町の景観「自然」については満足度の高い結果を示しています。一方で食事や体験プログラムについては、まだまだ向上の余地があるといえます。
- ・拠点における飲食機能の充実のニーズが高いことから、食のコンテンツの向上の余地があります。
- ・リピーターが多く、何度も本町に来てくれるファンや関係人口づくりの素地ができつつあります。

受入環境整備や基盤整備を進めていく必要がある。

- ・受け入れを進めていくにおいても交通の問題、体験民泊家庭の確保などに取り組んでいく必要があります。
- ・他基盤となる人材育成を含め地域一丸となって、観光の基盤を検討・整備していく必要があります。

2. 大井町の観光課題

課題1 大井町を巡りたくなる観光拠点・周遊ルートの充実化

1人あたり観光消費額は2,498円と県水準より低く、体験や食、お土産購入といった一貫した旅の消費を通じて地域により経済効果の高い観光事業を進める必要があります。

観光消費額の向上にあたっては、(一社)神奈川大井の里体験観光協会が推進する交流体験事業に併せ、町内唯一の温泉宿泊施設や農業体験施設「四季の里」、おおいゆめの里などの観光資源を有効活用することにより、おおいゆめの里周辺を本町の観光拠点として賑わいの創出を進めることや、BIOTOPIA、町内飲食店、酒蔵会社との連携による周遊ルートの充実化を進めることが求められます。

課題2 大井町に居続けたい滞在時間の延伸

来訪者の滞在時間は3時間程度が過半数の割合を示しており、体験プログラムの参加や食事、立ち寄りしたい観光資源の周遊により、滞在時間を延ばし、より本町の魅力を知ってもらえる機会や時間をつくることのできる余地があると考えられます。観光消費額の水準も低いことから、来訪者が居心地よく満足度の高い滞在時間をいかにつくれるか、また、それにより地域への消費を促すことのできるコンテンツやおもてなし等の環境整備が求められます。

課題3 年間通じた魅力あるコンテンツの充実化

より本町に滞在し、町内消費額を増やしていくために、四季折々に豊富に位置する自然環境を活用しながら、何度でも来て新しい発見や満足度が高まるコンテンツとして充実させていくことが求められます。

課題4 優先すべきターゲットの設定

これまで幅広く観光情報の周知発信を進め、一定の認知度を得てきたと考えます。今後は、本町に足を運び、交流体験に参加してもらえる優先すべきターゲットを設定し、ターゲットごとに訴求できるようなコンテンツづくりや周遊プラン、情報発信が求められます。

課題5 持続可能な観光経営の体制づくり

上記課題1～4を解決していくためには、町、地域住民や事業者、地域外の企業や大学等各主体が連携し同じ方向性をめざし、地域一体となって、地域の受入環境の充実及びまちづくりを推進していくことが求められます。