

第3章 大井町のめざすべき姿

1. 大井町観光の基本的考え方

地域課題の解決につながること

これまで、体験観光を推進するにあたり、農家の高齢化・人手不足、耕作放棄地、放棄竹林など、特に1次産業における困りごとについて、交流体験を通じて解決につながる取り組みやコンテンツを提供してきました。地域の課題を解決する担い手として、こうした体験に参加することで、自分自身の新しい発見や学びにもつながります。このような本町ならではの地域課題の解決につながる交流体験を大切にしていきます。



BIOTOPIAの竹林

地域産業の活性化につなげること

本町での交流を通じ、人や資源の魅力を知ってもらうことで、農産物においては販路拡大につながるとともに、農業・里山の魅力から新規就農などの雇用創出や移住定住の推進につながっていくこと、また、農業以外でも地域住民、飲食店や町内事業者等とも連携し、交流体験の連携を通じて地域の皆さんがメリットとなる地域産業につなげることを大切にしていきます。



農業体験の受け入れ

自然環境保全・生物多様性につながること

関東最古級の稲作地帯、推定樹齢800年のシイノキがそびえる鎮守の森など、豊かな自然環境を有する本町について、これからも持続可能な自然・里山を形成していくことにつながるよう、環境に配慮した観光地域づくりを進めていくことを大切にしていきます。



相和地域の田園風景

これまでの取り組みをつなげること

新しいものをゼロからつくるのではなく、これまで進めてきた交流体験事業や地域資源を活かし、つなげていくことを大切にしていきます。



交流体験事業の受け入れの様子

2. 大井町の観光振興のめざす姿

住む人が自分のまちに誇りと愛情を持ち、おもてなしの心をもって、本町の良さを広く発信し、訪れた方がそれを楽しみ、さらにそこから交流の輪が広がり、国内外から多くの人々が集い・交わる地域づくりをめざすという観点から、次のとおり定めます。

〔めざす姿〕 二千年つづく里山 大井町の歴史・里山の交流を通じて つながりつづけられるまち

「二千年つづく里山」

縄文時代から人々の生活が続くこの地は、丹沢山地から運ばれた透水性のよい砂礫層が伏流水を生み、豊富な地下水を貯える大地として自然豊かな恵みを形成してきました。この二千年つづく里山をこれまでも、これからもつなげていけるように、大井町の暮らしや原風景を守っていきます。

「大井町の歴史・里山の交流」

農体験、食体験、里山体験、自然体験、創作体験、まち歩き体験、体験民泊など、大井町の歴史や里山の暮らしに寄り添った体験を通じて、地域の魅力を知ってもらったり、時には地域の困りごとや課題に向き合い、時には地域の人と素敵な出会いがあったり、大井町の交流を通じて、単なる楽しさだけでなく、自分自身の新しい気づきや学びにつながる、そんな交流をめざします。

「つながりつづけられるまち」

「今度はあの体験をしに行こう」「毎年恒例でみかんもぎに行ってます」「またあの人に会いに行きたい」そんな何度でも訪れたくなる、会いたくなる、関わり続けたいくなる、あたたかく受け入れられるまちは、来訪者も満足度高く、また、交流を通じて受け入れるガイドや地域住民も「おかえり」と言える関係性で地域の誇り醸成にもつながります。このようなつながりつづけられる関係性を住民、企業、行政と一体となって取り組んでいきます。

3. 基本方針

基本方針1 魅力あるつながる観光地域づくり

本町の歴史・里山の体験を通じて、地域の魅力や人を知ってもらい、ずっとここで時間を過ごしたい、何度でも訪れたいと思ってもらえる満足度の高い魅力あるコンテンツやおもてなしを提供できる地域づくりを推進します。



おおひゆめの里からの眺望



大井よさこいひょうたん祭



地酒と大井スイーツ

基本方針2 ファンの拡大とつながる仕組みづくり

町民と本町のファンがつながりつづけられるまちをめざし、四季折々の体験で年間を通じて訪れてもらったり、教育旅行として子どもたちが毎年関わったり、地域資源・地域課題との接点など、本町を好きで関わってくれる人たちを助け、つながりつづけたくなる環境とそのための情報発信・PR活動を推進します。



民泊での料理体験



民泊集合写真



収穫体験

基本方針3 地域一体でつながる受入環境の充実

基本方針1、2を実現していくために、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のもと、地域の受入環境の充実を図ります。



大学と地域の交流活動体験事業の受け入れの様子



観光の拠点施設「ラ・レイエス湘南」

4. 数値目標

1. 本計画の目標設定

- 観光客に使ってもらうお金を年間 16 億円に上げ、観光振興を通じて地域経済循環に貢献する
- 半年以内訪問頻度のリピーター率を 80%に上げることで年間通じてつながりつづけられる満足度の高い来訪者を増やしていく

■数値目標（イメージ）

項目	現状値(2023 年度)	目標値(2030 年度)
観光消費額（町全体）	10 億円	16 億円
半年以内の来訪頻度の来訪者割合	65.8%	80%
※参考値① 一人当たり観光消費額	2,498 円	3,296 円
※参考値② 観光入込客数	420,000 人 (2022 年度実績値)	471,500 人

■目標額の算出方法

【現状の観光消費額について】

<観光入込客数の設定>

- ・神奈川県観光入込客調査をもとに、現状の観光入込客数（420,000 人）の内訳を以下 3 分類に整理
 - a) 四季の里への来訪者数：53,500 人
 - b) その他の施設での来訪者数：364,000 人
 - c) 四季の里へ体験に来た来訪者数：2,500 人

<一人当たり観光消費額の設定>

- ・上記 3 分類について一人当たりの観光消費額を来訪者アンケート調査より算出
 - ア) 四季の里の一人当たり観光消費額：1,653 円
 - イ) その他の施設での一人当たり観光消費額：2,498 円
 - ウ) 四季の里へ体験に来た方の一人当たり観光消費額：4,153 円※

※四季の里に体験への来訪者については四季の里の来訪者に体験金額を加えて推計

<町全体の観光消費額総額の算出>

- ・観光入込客数と一人当たり観光消費額を乗じた合計を町全体の観光消費額とする。

観光消費額総額（現状値）：〔a) × ア〕 + 〔b) × イ〕 + 〔c) × ウ〕 = 約 10 億円

【目標年度（2030 年度）の観光消費額】

<観光入込客数の設定>

- ・町の観光入込客数が現状からコロナ前迄に回復することを目標人数と設定し、増加率を a~b の来訪者数に乗じて算出
- ・ c) 四季の里へ体験に来る来訪者については、交流体験事業の受入目標設定を別途設定
- ・新たなターゲットとして教育旅行の受け入れにより、1,500 人の受け入れを目標数値として設定

○コロナ前の増加率：470,000 人（2019 年時※端数調整）÷ 420,000 人（2022 年時）＝約 112%

○2030 年度の来訪者数（推計）

a') 四季の里への来訪者数※体験除く

：53,500 人×112%-2,500 人（四季の里へ体験に来た来訪者数）=60,167 人

b') その他の施設での来訪者数：364,000 人×112%=407,333 人

c') 四季の里へ体験に来た来訪者数：2,500 人

d) 教育旅行による来訪者数：1,500 人

<一人当たり観光消費額の設定>

- ・ a')~c')の消費単価について年 2%程度の物価上昇を加味して推計
- ・本町の観光周遊の充実や滞在時間延伸を図ることにより、観光消費のうち、体験と買い物の消費単価向上を加味した値を単価目標値とする。本計画では一人当たり 500 円の消費額単価増を設定する。
- ・ d)教育旅行誘客について、1 泊当たり 10,000 円の宿泊費と 5,000 円体験プログラムと設定し、一人当たり消費単価を 15,000 円として設定

○2030 年度の各分類における一人当たり観光消費額（推計）

ア') 四季の里の一人当たり観光消費額：2,399 円

イ') その他の施設での一人当たり観光消費額：3,369 円

ウ') 四季の里へ体験に来た方の一人当たり観光消費額：5,399 円

エ') 教育旅行での一人当たり消費額：15,000 円

※全体の一人当たりの観光消費額は 3,296 円となる。

<町全体の観光消費額総額の算出>

- ・以上より、観光入込客数と一人当たり観光消費額を乗じた合計を町全体の観光消費額の目標数値とする。

観光消費額総額（目標値）：

$$[a') \times \text{ア}')] + [b') \times \text{イ}')] + [c') \times \text{ウ}')] + [d') \times \text{エ}')] = \text{約 16 億円}$$

■（参考）目標額の算出シート

■観光消費額現状値（令和5年度）

①四季の里への来訪

観光入込客数	1人あたりの観光消費単価 (アンケートより)	観光消費額（項目計）
A	B	$C(=A \times B)$
53,500 人	1,653 円	88,431,239 円

②その他施設等への来訪

観光入込客数	1人あたりの観光消費単価 (アンケートより)	観光消費額（項目計）
A	B	$C(=A \times B)$
364,000 人	2,498 円	909,207,419 円

③四季の里への来訪（体験に従事）

観光入込客数	1人あたりの観光消費単価 (アンケートより)	観光消費額（項目計）
A	B	$C(=A \times B)$
2,500 人	4,153 円	10,382,301 円

一般観光客（①+②+③） 420,000 人
教育旅行受入 0 人 **1,008,020,959 円**

■観光消費額目標値（令和12年度）

①四季の里への来訪

観光入込客数	1人あたりの観光消費単価 (目標値)	観光消費額（項目計）
A	B	$C(=A \times B)$
60,167 人	2,399 円	144,320,936 円

②その他施設等への来訪

観光入込客数	単価（目標値）	観光消費額（項目計）
A	B	$C(=A \times B)$
407,333 人	3,369 円	1,372,392,761 円

③四季の里への来訪（体験に従事）

観光入込客数	単価（目標値）	観光消費額（項目計）
A	B	$C(=A \times B)$
2,500 人	5,399 円	13,496,715 円

④教育旅行受入

観光入込客数	単価（目標値）	消費単価
A	B	$C(=A \times B)$
1,500 人	16,000 円	24,000,000 円

一般観光客（①+②+③） 470,000 人
教育旅行受入（④） 1,500 人 **1,554,210,412 円**

2. 各基本方針の数値目標

基本方針1 魅力あるつながる観光地域づくり

何度でも訪れたいと思ってもらえるよう、付加価値の高い体験プログラムや食の提供、町内周遊促進を通じて以下の目標を掲げます。

■指標

	現状値（2023 年度）	目標値（2030 年度）
観光客満足度 （アンケートに「とても満足した」割合）	25.2%	45.0%
四季の里の観光消費額	1,653 円	2,399 円

■測定方法

- ・観光客満足度は来訪者アンケート調査により測定します。
（考え方：7段階評価で現状、「とても満足した」が25.2%、「満足した」が40.8%、「まあ満足した」が15.6%、「どちらでもない」が10.4%、「やや不満」が0.4%、「不満」が0.8%、とても不満）が0.4%、「無回答」が6.4%
リピーターの満足度を増やし、「満足した」と回答した半分の層（40.8%のうち約20%程度）を「とても満足した」に上昇させ、45.0%程度とする。）
- ・四季の里の観光消費額は、四季の里での来訪者アンケート調査から消費額を推計します。
（考え方：37 頁記載の物価上昇と消費額単価増を加味した目標額）

基本方針2 ファンの拡大とつながる仕組みづくり

メインターゲットとする教育旅行の受け入れを実現し、また、本町のファンを増やしていくために、以下の目標を掲げます。

■指標

	現状値（2023 年度）	目標値（2030 年度）
教育旅行受入数	—	7 件 (1,400~1500 人)
SNS フォロワー数	287 フォロワー	1,000 フォロワー

■測定方法

- ・本町で学校等の教育旅行（民泊含む）を受け入れた件数をカウントし設定します。
- ・（一社）神奈川大井の里体験観光協会のアカウントよりフォロワー数を測定します。
（考え方：LINE のオープンチャットの登録数）

基本方針3

地域一体でつながる受入環境の充実

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た取り組みを推進するため、以下の目標を掲げます。

■指標

	現状値（2023 年度）	目標値（2030 年度）
NEAL リーダー数	114 人	230 人
大学・事業者との連携事業数	11 個	20 個

■測定方法

- ・ NEAL リーダー講習会の実施によりリーダー認定数をカウントします。
（考え方：現状値に毎年の修了目標人数を記載（16 人程度×7 年））
- ・ 施策に記載している事業が町内で行われた数
（考え方：施策を 20 個記載しているため、その施策の実施数）

5. 施策体系

【めざす姿】
二千年つづく里山 大井町の歴史・里山の交流を通じて
つながりつづけられるまち

【目標値】
■観光消費額 年間 16 億円 ■リピーター（半年以内訪問頻度率）80%

【優先すべきターゲット】

教育旅行・団体旅行	幼稚園～小学生の子 をもつファミリー層	地域おこしや農業体 験に関心の高い層	インバウンド
-----------	------------------------	-----------------------	--------

基本方針1
魅力あるつながる
地域づくり

【目標設定】
観光客満足度 45.0%
四季の里の観光消費額
2,399 円

1-1

魅力ある観光拠点の創出

- おおいゆめの里の拠点整備
- 空き家・遊休施設を活用した宿泊拠点の推進

1-2

コンテンツの磨き上げ

- 地域資源を活用した特別な体験の提供の深化
- 食や特産品の充実化
- より満足いく過ごし方を提供する周遊滞在プランの開発

基本方針2
ファンの拡大とつながる
仕組みづくり

【目標設定】
教育旅行受入数 7 件
SNS フォロワー数 1,000

2-1

ターゲットごとへの効果的な PR 活動

- ファミリー層受け入れのための PR 活動
- 町民・近隣市町への PR 活動
- 教育旅行誘致のための PR 活動
- インバウンド層受け入れのための PR 活動

2-2

第2のふるさとづくり

- 関係人口づくりを推進する PR 活動
- 移住・定住促進のための PR 活動

2-3

マーケティング面の強化

- 継続的にニーズ調査できる仕組みの導入
- 観光客情報の共有と分析

基本方針3
地域一体でつながる受入
環境の充実

【目標設定】
NEAL リーダー230 人
大学・事業者との連携事業数 20 個

3-1

観光人材の育成

- NEAL リーダーの育成
- 民泊家庭の確保
- 農業生産者・飲食等の事業支援〔販路拡大や起業創業〕
- スキルアップ研修会

3-2

各種連携の強化

- 受入体制の充実化
- 二次交通の充実化
- 事業者間の連携強化
- 産学連携の推進

3-3

県西での広域連携強化

- 宿泊を含む滞在型観光の連携
- インバウンド誘客に向けた連携
- 他地域との情報共有・連携の推進