観光地域づくり法人形成･確立計画

記入日：令和 7 年　7 月　31 日

１．観光地域づくり法人の組織

申請区分 ※該当するものを〇で囲むこと	広域連携ＤＭＯ･地域連携ＤＭＯ･地域ＤＭＯ	
観光地域づくり法人の名称	一般社団法人かながわ西観光コンベンション・ビューロー	
マネジメント・マーケティング対象とする区域	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、湯河原町	
所在地	神奈川県小田原市	
設立時期	平成２８年６月１日	
事業年度	４月１日から翌年３月 31 日までの１年間	
職員数	5 人（常勤 1 人（正職員 1 人)、非常勤 4 人）	
代表者（トップ人材：法人の取組について対外的に最終的に責任を負う者） ※必ず記入すること	（氏名） 古川　達高 （出身組織名） (一社)小田原プロモーションフォーラム	一般社団法人小田原プロモーションフォーラムの代表理事として、小田原の集客拡大に向けた事業や情報発信に取り組み、様々な事業で成果を挙げている。
データ分析に基づいたマーケティングに関する責任者（ＣＭＯ：チーフ・マーケティング・オフィサー ※必ず記入すること	（氏名） 中嶋　順　「専従」 （出身組織名） (一社)小田原プロモーションフォーラム、箱根プロモーションフォーラム	箱根サンテグジュペリ 星の王子さまミュージアムにおいて、営業・企画・広報・ブライダル担当取締役部長として広報部門の統括を担う。 平成 19 年に箱根プロモーションフォーラムを設立（代表理事)。平成 25 年に(一社)小田原プロモーションフォーラムを設立（理事)。県西地域でのプロモーションに高い知見と能力を持つ。
財務責任者（ＣＦＯ：チーフ・フィナンシャル・オフィサー） ※必ず記入すること	（氏名） 外郎　藤右衛門 （出身組織名） （株）ういろう	菓子・家伝薬の製造販売業の老舗企業を経営してきた。その観光振興や経営のノウハウを活かし、持続可能な運営のため、運営収支や財源確保を検討・マネジメントする。
各部門（例：プロモーション）の責任者（専門人材）	（氏名） 鈴木　伸幸 （出身組織名） FM 小田原（株）	平成 17 年に FM 小田原(株)を設立。小田原城天守閣リニューアルオープン記念事業や箱根仙石原すすき祭りなどの県西地域での各種イベントにおいて広報を全般的に担当、業務総括責任者として従事。各観光地での広範な広報戦略を実践し、観光地域のマーケティングの高い知見と能力を持つ。
連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	神奈川県県西地域県政総合センター（地域間連携支援、受入環境整備） 小田原市企画部企画政策課（事務局サポート） 経済部産業政策課（観光振興全般に関すること） 経済部観光課（地場産業全般に関すること） 南足柄市商工観光課（観光振興全般に関すること） 中井町企画課（広報や情報発信に関すること）	

様式１

	箱根町企画観光部企画課（広報や情報発信に関すること） 企画観光部観光課（観光振興全般に関すること） 真鶴町産業観光課（観光振興全般に関すること） 湯河原町観光課（観光振興全般に関すること） 大井町地域振興課（農業･商工･観光振興全般に関すること） 松田町　観光経済課（観光振興全般に関すること） 中井町　企画課（観光振興全般に関すること） 山北町　商工観光課（観光振興全般に関すること）
連携する事業者名及び役割	＜地域内の DMO、観光協会＞ 小田原 DMO、箱根 DMO、真鶴町観光協会、湯河原町観光協会、山北町観光協会、松田町観光協会、山北町観光協会、あしがら観光協会（広域周遊の促進） 株式会社ういろう（ふるさと名物の開発） FM 小田原株式会社（プロモーション） 小田急箱根ホールディングス（アクセス改善） 伊豆箱根鉄道（アクセス改善） 箱根プロモーションフォーラム（プロモーション・ふるさと名物の開発） 小田原箱根商工会議所（プロモーション・ふるさと名物の開発） 小田原青年会議所（広域周遊の促進） 箱根温泉旅館ホテル協同組合青年部（宿泊受入れの拡大） 株式会社 T-FORESTRY（着地型旅行商品） 株式会社　街かど案内所（プロモーション） (一社)小田原プロモーションフォーラム（ﾌﾟﾛﾓｰｼｮﾝ･ふるさと名物の開発） 小田原サイクリングプロジェクト（広域周遊の促進） ヒルトン小田原リゾート＆スパ（誘客促進） 万葉倶楽部株式会社（誘客促進） レントオール小田原（プロモーション） 株式会社田むら銀かつ亭（ふるさと名物の開発） RICOH、アサヒビール、ジェイコム、NTT 東日本（誘客促進のしくみづくり）
官民･産業間･地域間との持続可能な連携を図るための合意形成の仕組み	【該当する要件】② （概要） 多様な関係者が理事となる理事会を組織する。関係する事業者や団体、行政担当者で分野ごとの実務的な検討やコンテンツ構築を担当する部会を設置する。
地域住民に対する観光地域づくりに関する意識啓発・参画促進の取組	観光地域づくりについて、DMO 会員に意識啓発を行っている。各観光協会等において、観光地域づくりに関する住民参加型の意見交換会や勉強会を開催している。
法人のこれまでの活動実績	**【活動の概要】** 事業：情報発信・プロモーション 実施概要： ・湯めぐりクーポン ・すてきな灯り Project ・外国人向け（特に欧米系）プロモーション動画、エリア冊子の作成による情報発信・プロモーション ・在日外国人との情報交換会 ・小田原駅、主要施設等の外国人アンケート調査による動態、ニーズ把握

様式１

	受入環境の整備	・復旧後を見据えた運休した箱根登山鉄道の強羅駅でのイルミネーションの実施 ・各地域のインフラ整備の推進に向けて観光台帳を作成。（トイレ・駐車場・Wi-Fi スポット・ロケ地・スポーツ施設・コンベンション会場・宿泊・日帰り施設などスペックを確認、課題地域、施設などを把握。） ・ガイド人材の育成 ・あしがらエリアにおけるインバウンドセミナー ・観光防災 帰宅困難者への対応協議
	観光資源の磨き上げ	域内の多彩な地域資源をコンテンツごと、今後、磨き上げられるものを時代に合わせて、整理を行い、具体に以下の事業を行っている。 ・湯めぐりクーポン ・すてきな灯り Project ・富裕層向けクルーズ船就航（葉山から小田原まで） ・富裕層向けヘリコプター来訪（東京から）、高級旅館の貸切プラン、美術館の営業時間前の貸切　　等 ・小田原サイクル＆スポーツフェア ・里山・海・温泉を満喫する神奈川県西まるごとスポーツミュージアムプロジェクト ・特別な体験、大雄山最乗寺にて宿坊ツアーの造成・販売 ・あしがら灯りの祭典

【定量的な評価】
各事業の利用者、情報発信リーチ量などにより、一定の情報発信、観光の磨き上げを行うことができた。今後、ニューノーマルを踏まえて、各事業を検討、実践する。

実施体制
※地域の関係者との連携体制及び地域における合意形成の仕組みが分かる図表等を必ず記入すること（別添可）。

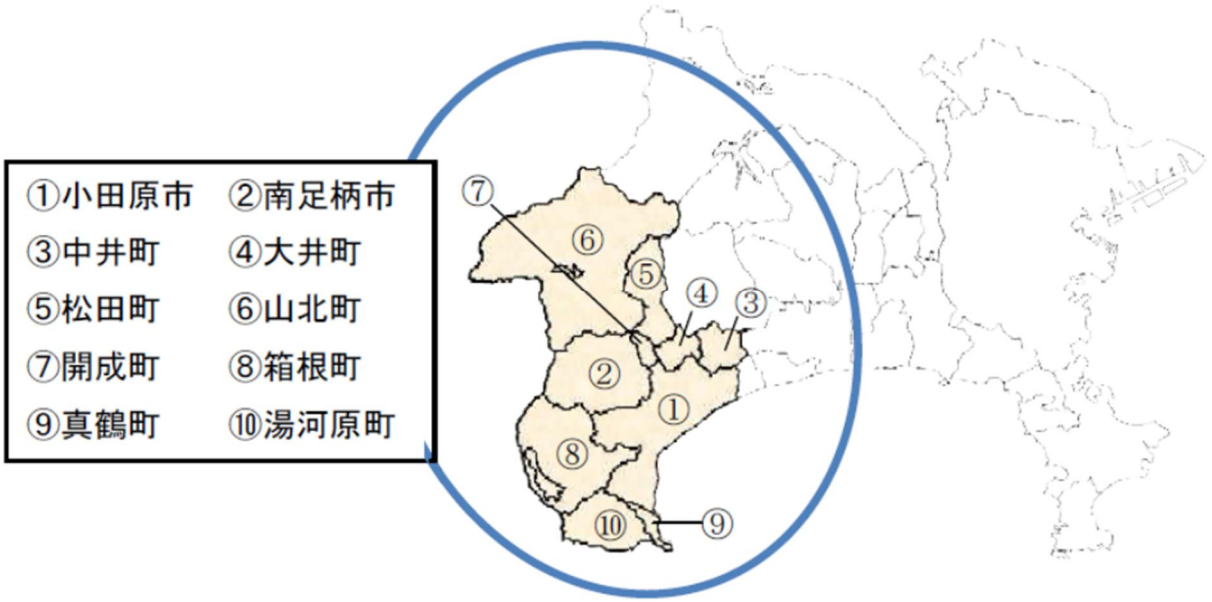
【実施体制の概要】
東京オリンピック・パラリンピック神奈川県西部連絡会コアメンバーが母体となり理事会を組織。理事には、商工業団体や関係事業者が参画し、官民・産業間・地域間で密接に連携した運営を実施。

【実施体制図】

	※合意形成においては、上記の DMO 会員の各関係者が一堂に参加する例会を毎月１～２回開催し、意見を徴収するとともに、かながわ西観光コンベンションビューローの理事会を毎月１～２回開催し、中核的立場として、意思決定を行っている。

２．観光地域づくり法人がマネジメント・マーケティングする区域

【区域の範囲が分かる図表を挿入】



【区域設定の考え方】

区域を構成する地方公共団体と商工関係団体、観光関係団体、企業等で組織する「県西地域活性化推進協議会」を平成 25 年から設置し、区域内の豊富な地域資源を生かした「県西地域活性化プロジェクト」を推進してきた。このプロジェクトでは「未病を改善する」をキーワードに、各地域の魅力をつなげて新たな価値を創出する取組を実施している。

当該区域は里山の広がる足柄上郡と、箱根など観光地・温泉地を有する足柄下郡から構成され、区域内の連携により多様な観光コンテンツの構築が可能となる。また、地域連携の面からみても「足柄地域」としての認識が従来から存在することから、区域内の市町村全域を区域として設定し、更なるプロモーションにより誘客拡大と産業活性化を図る。

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

※区域全体の宿泊施設数は約 2,000 施設。

〈収容人員の多い主な市町の状況〉

■小田原市

ホテル：ヒルトン小田原リゾート＆スパ　（小田原市根府川）　収容人員約 530 人

ビジネスホテル：小田原駅周辺を中心に 13 施設、収容人員約 580 人

旅館、その他宿泊施設：小田原駅及び根府川中心に 11 施設、収容人員約 200 人

■南足柄市

ホテル、旅館等 9 施設、収容人員約 1,300 人
■箱根町
宿泊施設全体で 420 施設、約 27,600 人
(内訳)旅館・ホテル：193 施設、収容人員約 18,500 人
寮・保養所、その他宿泊施設：227 施設、収容人員約 9,100 人

【利便性：区域までの交通、域内交通】
都心部から東海道新幹線や小田急線特急で 30 分～2 時間圏内にあり、鉄道による首都圏からのアクセス、利便性は高く、区域内を通る小田急線を利用して各地域に行くことができる。また、東名高速道路が区域内を通り、自動車によるアクセスも良い。中部、関西方面からも東海道新幹線や東名高速道路を利用し、アクセス可能である。

【外国人観光客への対応】
小田原、箱根の観光客を中心に個人の外国人観光客が増加しており、環境整備に取り組んでいる。フリーWi-Fi の整備や外貨の両替サービス所の開設、観光案内所への外国語案内ができるスタッフの配置、多言語表記によるパンフレット作成や案内表示の整備、外国人観光客専用の割引周遊券の発売などを実施してきた。コロナ禍後、外国人観光客の増加が見込まれることから、引き続き受入環境整備に取り組んでいく方針である。

３．各種データ等の継続的な収集・分析

収集するデータ	収集の目的	収集方法
入込観光客調査	来訪者数の把握。	各自治体から情報を収集。
観光満足度調査	来訪者の滞在時間や来訪頻度等ニーズ把握のため。	主要観光施設での来訪者アンケートを実施。
外国人の旅行動態調査	国別・旅行種別の動態等を把握するため。	既存の調査データから情報を把握。
宿泊施設調査	宿泊者数と消費額を把握するため。	主要な宿泊施設を対象としたアンケートを実施。

様式１

４．戦略

（１）地域における観光を取り巻く背景

※地域経済、社会等の状況を踏まえた観光地域づくりの背景
神奈川県西地域では、海、山、温泉など多様な観光資源を有し、首都圏から近い立地もあり、多くの観光客が訪れている。
　一方で、各地域では、人口減少が進んでおり、地域産業の活力が低下している、観光客数が地域内で差異があるなどの課題を抱える。
　観光地域づくりを推進し、観光客が少ない地域で、海、山などの資源、その立地性を活かして、新たな集客が見込むことができる。地域全体で、周遊、滞在時間の延長、さらに、交流人口の増加につなげることができる。

（２）地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	強み（Strengths） ・首都圏からのアクセスの良さ ・箱根、小田原など集客力のある観光地 ・海、山、温泉と域内で様々な観光要素を有する	弱み（Weaknesses） ・地域内連携が弱い ・都心から近いため日帰り客が多く、１人あたりの消費額が小さい ・休日やシーズン時の混雑
外部環境	機会（Opportunity） ・外国人観光客、特に個人旅行者の増加 ・海、山、温泉など、広域観光圏でみると多様な観光資源が揃っており、連携の機運が高まっている	脅威（Threat） ・鎌倉や日光など、関東各地の近隣他地域の観光地との競合

（３）ターゲット

〇第１ターゲット層
首都圏在住の富裕層、こだわり層

高級感のある観光地づくりを目指していること、現在首都圏からの観光客が全体の７～８割を占めることから選定。
　付加価値の高い観光地づくりを進め、リピート率の向上、連泊による旅行消費額の向上を図る。

〇ターゲット層
欧米豪、中東、アジアの富裕層、個人旅行客

〇選定の理由、〇取組方針
高級感のある観光地づくりを目指していること、外国人旅行客の特に個人旅行者が増加傾向にあることから選定。
リゾート地の整備のほか、温泉や里山での日本らしい体験ができる体制整備を進める。
海、山、温泉など多様な観光資源を区域内で楽しめるよう、県西部の周遊性を高める。

〇ターゲット層
３０～５０代東京、県内ファミリー層

〇選定の理由、〇取組方針
首都圏からの立地の近さから、ちょっとでかけたくなる旅を訴求していくため、選定。
観光客とまち、観光客と地域住民、まちとまちをつながる情報発信や滞在型プログラム構築を進め、県西部の周遊性を高める。

（４）観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	海＋里山＋温泉、上質の癒しとおもてなし　“Kanagawa West”
②コンセプトの考え方	神奈川県西部にある海や里山、温泉地など多様な観光地を連携させ、上質の癒しとおもてなし環境を創出することで、来訪者の満足度、リピート率の向上を図る。 国内外の富裕層、準富裕層の集客を強化し、旅行消費額の増加を目指す。観光を軸とした交流と連携により地域経済循環の向上や地域の雇用創出を生み出し、県西部全体で地域振興を図る。

５．関係者が実施する観光関連事業と戦略との整合性に関する調整・仕組み作り、プロモーション

<table>
<tr><th>項目</th><th>概要</th></tr>
<tr><td rowspan="2">戦略の多様な関係者との共有
※頻度が分かるよう記入すること。</td><td>多様な関係者で組織する理事会・部会での検討、構築を定期的に取り組む。</td></tr>
<tr><td>具体的には、ＤＭＯ内にて、関連事業者から成るプロジェクト・マーケティングチームやプロダクトプロモーションセールスチームを組織化し、月に１回程度、議論を進めるとともに、関連事業者に対してのコンサルティング等を実施。</td></tr>
<tr><td>観光客に提供するサービスについて、維持･向上・評価する仕組みや体制の構築</td><td>月１回の定例会にて、イベント・事業・プロモーションなどエリア情報の共有を実施するほか、情報収集のためのフォーマットを作成しメールで回収するシステムを確立する。
定期的な理事会・部会等の各会議の場で定性的・定量的な相互評価を行い、サービスの維持・向上を図る。</td></tr>
<tr><td>観光客に対する地域一体となった戦略に基づく一元的な情報発信･プロモーション</td><td>
<table>
<tr><th>取組名</th><th>実施時期・日程</th><th>実施内容</th></tr>
<tr><td>湯めぐりクーポン（温泉利用促進）</td><td>2024 年 4 月～
2023 年 3 月</td><td>対象温泉施設（箱根・湯河原・真鶴等）でのクーポン発行・利用促進キャンペーン。</td></tr>
<tr><td>外国人観光客向けプロモーション動画制作</td><td>2024 年 10 月</td><td>YouTube・Instagram 等 SNS 向け多言語プロモーション動画制作</td></tr>
<tr><td>住民向け観光説明会</td><td>2025 年 3 月
南足柄市にて開催</td><td>地区自治会との連携による住民向け観光戦略説明会。KPI 結果・地域経済効果を報告し意見収集。</td></tr>
<tr><td>あしがら灯の祭典</td><td>2025 年 11 月</td><td>かながわ西エリアの灯りを集めたイベントの開催し人流調査を実施。</td></tr>
<tr><td>観光防災ミーティング</td><td>2025 年 4 月・6 月・
2 回開催</td><td>行政・民間施設連携による災害時の一時待機場所の確保や避難誘導に向けた対策会議を実施。</td></tr>
</table>
</td></tr>
</table>

※各取組について、出来る限り具体的に記入すること。

様式１

６．ＫＰＩ（実績・目標）

（１）必須ＫＰＩ

指標項目		2022（Ｒ４）年度	2023（R5）年度	2024（R6）年度	2025（R7）年度	2026（R8）年度	2027（R9）年度
●旅行消費額（百万円）	目標	120,000	120,000	120,000	120,000	120,000	120,000
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	122,990	141,177	143,750			
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	
●延べ宿泊者数（千人）	目標	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	4,475	5,096	5,280			
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	
●来訪者満足度（%）	目標	84.9	84.9	84.9	84.9	84.9	84.9
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	84.2	84.6	84.7			
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
●リピーター率（%）	目標	97.3	97.3	97.3	97.3	97.3	97.3
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	97.2	94.3	97.4			
		（ ）					

※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値

目標数値の設定にあたっての検討の経緯及び考え方

【検討の経緯】

県西地域では、2011 年の東日本大震災以降、観光客数は増加傾向にあったが、2015 年の大涌谷の事象により、2019 台風による登山鉄道の運休など天災により箱根を中心に減少し更に、減少のまま新型コロナウイルス感染拡大による自制など観光を取り巻く環境の変化があり、このような背景のもと、時代の変化に合ったマーケティング、プロモーション、商品づくりなどにより求められた、減速した観光客数を県西エリア全体で徐々に増加させていくとともに、観光の質を高めていくこと、特に今年はから観光防災の取組を行い観光客に対して災害時の誘導をか官民連携により対策を検討することで、有事の際に明確に避難誘導を行い旅先での安心への対策を行うことで、より質の高くし、旅行消費額、来訪者満足度、リピーター率の向上を目指す。

【設定にあたっての考え方】

●旅行消費額

2018 年実績をもとに、延べ観光客数、延べ宿泊数の増加や平均消費額を踏まえて、目標の設定をした。

●延べ宿泊者数

2018 年実績をもとにコロナ禍からの回復状況を考え 2025 年 600 万人を目標とした。

●来訪者満足度

2018 年年実績をもとに、徐々に向上させ、2025 年に 84.9%を目標とした。

●リピーター率

2018 年実績をもとに、徐々に向上させ、2025 年に 97.3%を目標とした。

各市町で実施している観光アンケート・実績などを参考に策定する

様式１

（２）その他の目標

指標項目		2022 （Ｒ４） 年度	2023 （R5） 年度	2024 （R6） 年度	2025 （R7） 年度	2026 （R8） 年度	2027 （R9） 年度
●延べ観光客数 （万人）	目標	4,050	4,050	4,050	4,050	4,050	4,050
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	3,315	3,684	3,788			
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
●日帰り客数 （万人）	目標	3,400	3,400	3,400	3,400	3,400	3,400
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	2,867	3,175	3,260			
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
●宿泊客の平均消費単価 （円）	目標	13,000	13,000	13,000	13,000	13,000	13,000
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	16,255	15,465	15,892			
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
●日帰り客の平均消費単価 （円）	目標	3,800	3,800	3,800	3,800	3,800	3,800
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	3,710	3,831	3,794			
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）

※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値
※各指標項目の単位を記入すること。

指標項目及び目標数値の設定にあたっての検討の経緯及び考え方

【検討の経緯】
県西地域では、2011 年の東日本大震災以降、観光客数は増加傾向にあったが、2015 年の大涌谷の事象により、箱根を中心に減少した。大涌谷の事象が落ち着いたことや、インバウンド観光客が増加したことにより、再び増加傾向となった。その後、大涌谷の事象に少し動きがあることや、2019 年の台風被害（登山鉄道の運休、主要道の通行止め等）により、観光客が減少となった。2020 年からは、コロナ禍の大きな影響を受けている。このような背景のもと、マーケティング、プロモーション、商品づくりなどにより、観光客数を県西エリア全体で増加、維持させていくとともに、防災の取組を入れ、観光の質を高めていくことで、宿泊客や日帰り客の平均消費単価の向上を目指す。物価の高騰による値上げも注視していく。

【検討の経緯】
県西地域では、2011 年の東日本大震災以降、観光客数は増加傾向にあったが、2015 年の大涌谷の事象により、箱根を中心に減少した。大涌谷の事象が落ち着いたことや、インバウンド観光客が増加したことにより、再び増加傾向となっている。このような背景のもと、マーケティング、プロモーション、商品づくりなどにより、観光客数を県西エリア全体で増加させていくとともに、観光の質を高めていくことで、宿泊客や日帰り客の平均消費単価の向上を目指す。

【設定にあたっての考え方】
●延べ観光客数
2018 年実績をもとに、日帰り客数、延べ宿泊数の状況を踏まえて、目標の設定をした。
●日帰り客数
2018 年実績をもとに、徐々に向上させ、令和 6 年 3,400 万人を目標とした。
●宿泊客の平均消費単価
2018 年実績をもとに、コロナ禍からの回復を予測し、13,000 円を目標とした。
●日帰り客の平均消費単価
2018 年実績をもとに、コロナ禍からの回復を予測し、3,800 円を目標とした。

様式１

７．活動に係る運営費の額及び調達方法の見通し

※少なくとも今後３年間について、計画年度毎に（１）収入、（２）支出を記入すること。
※現に活動している法人にあっては、過去３年間の実績も記入すること。

（１）収入

年（年度）	総収入（円）	内訳（具体的に記入すること）
2022（Ｒ４）年度	（円） 10,940,000	（円） 企画委託費 6,270,000 受託事業収入　3,740,000 会費 930,000
2023（R5）年度	（円） 7,625,000	（円） 企画委託費　3,250,000 受託事業収入　3,285,000 会費 690,000
2024（R6）年度	（円） 20,578,700	（円） 企画委託費 2,366,000 受託事業収入　13,679,971 会費 690,000
2025（R7）年度 見込み	（円） 9,000,000	（円） 企画委託費 3,530,000 受託事業収入　4,540,000 会費 930,000
2026（R8）年度 見込み	（円） 9,000,000	（円） 企画委託費 3,530,000 受託事業収入　4,540,000 会費 930,000
2027（R9）年度 見込み	（円） 9,000,000	（円） 企画委託費 3,530,000 受託事業収入　4,540,000 会費 930,000

（２）支出

年（年度）	総支出	内訳（具体的に記入すること）
2022（Ｒ４）年度	（円） 9,700,000	（円） ＜一般管理費＞ 人件費 3,000,000 その他 2,200,000 ＜事業費＞ 観光資源の磨き上げ 4,500,000
2023（Ｒ５）年度	（円） 7,000,000	（円） ＜一般管理費＞ 人件費 3,500,000 その他 1,800,000 ＜事業費＞ 観光資源の磨き上げ 1,700,000

様式１

2024（Ｒ６） 年度	（円） 19,700,000	（円） ＜一般管理費＞ 人件費 3,500,000 その他 1,800,000 ＜事業費＞ 観光資源の磨き上げ 14,400,000
2025（R7） 年度 見込み	（円） 7,800,000	（円） ＜一般管理費＞ 人件費 3,500,000 その他 1,800,000 ＜事業費＞ 観光資源の磨き上げ 2,500,000
2026（Ｒ８） 年度 見込み	（円） 7,800,000	（円） ＜一般管理費＞ 人件費 3,500,000 その他 1,800,000 ＜事業費＞ 観光資源の磨き上げ 2,500,000
2027（Ｒ９） 年度 見込み	（円） 7,800,000	（円） ＜一般管理費＞ 人件費 3,500,000 その他 1,800,000 ＜事業費＞ 観光資源の磨き上げ 2,500,000

（３）自律的･継続的な活動に向けた運営資金確保の取組･方針

お土産品の開発･販売による収入の確保
加工施設等の指定管理受託の検討・実施による財源確保
広告料収入、会費収入

８．観光地域づくり法人形成・確立に対する関係都道府県・市町村の意見

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、湯河原町、県西地域県政総合センターは、一般社団法人かながわ西観光コンベンション・ビューローを当該都道府県及び市町村における地域連携ＤＭＯとして引き続き登録したいため、一般社団法人かながわ西観光コンベンション・ビューローとともに申請します。

様式１

９．記入担当者連絡先

担当者氏名	中嶋　順
担当部署名（役職）	(一社)かながわ西観光コンベンション・ビューロー理事
郵便番号	250－0011
所在地	神奈川県小田原市栄町 1-1-8
電話番号（直通）	0465-20-9166
ＦＡＸ番号	
Ｅ－ｍａｉｌ	info@kanagawacvb.com

１０．関係する都道府県・市町村担当者連絡先

都道府県･市町村名	神奈川県（県西地域県政総合センター）
担当者氏名	中村　條ニ
担当部署名（役職）	企画調整部　商工観光課　副主幹
郵便番号	250－0042
所在地	神奈川県小田原市荻窪 350 番地 1
電話番号（直通）	0465-32-8908
ＦＡＸ番号	0465-32-8111
Ｅ－ｍａｉｌ	nakamura.74f2@pref.kanagawa.jp

都道府県･市町村名	小田原市
担当者氏名	木澤　克紀
担当部署名（役職）	企画政策課政策調整係　係長
郵便番号	250－0042
所在地	神奈川県小田原市荻窪 300 番地
電話番号（直通）	0465-33-1315
ＦＡＸ番号	0465-33-1286
Ｅ－ｍａｉｌ	kikaku@city.odawara.kanagawa.jp

都道府県･市町村名	南足柄市
担当者氏名	今井　直樹
担当部署名（役職）	商工観光課　班長
郵便番号	250－0105
所在地	神奈川県南足柄市関本 440 番地
電話番号（直通）	0465-73-8031
ＦＡＸ番号	0465-70-1077
Ｅ－ｍａｉｌ	

様式１

都道府県･市町村名	中井町
担当者氏名	寺澤　康隆
担当部署名（役職）	企画課　主査
郵便番号	259－0153
所在地	神奈川県足柄上郡中井町比奈窪 56 番地
電話番号（直通）	0465-81-1112
ＦＡＸ番号	0465-81-1443
Ｅ－ｍａｉｌ	

都道府県･市町村名	大井町
担当者氏名	青木　　義則
担当部署名（役職）	企画財政課　主任主事
郵便番号	258－0019
所在地	神奈川県足柄上郡大井町金子 1995 番地
電話番号（直通）	0465-85-5003
ＦＡＸ番号	0465-82-9965
Ｅ－ｍａｉｌ	

都道府県･市町村名	松田町
担当者氏名	富士原　　賢吾
担当部署名（役職）	観光経済課　主事
郵便番号	258－0003
所在地	松田町松田惣領 2037 番地
電話番号（直通）	0465-83-1228
ＦＡＸ番号	0465-83-1229
Ｅ－ｍａｉｌ	kankou@town.matsuda.kanagawa.jp

都道府県･市町村名	山北町
担当者氏名	佐藤　雅彰
担当部署名（役職）	商工観光課　副主幹
郵便番号	258－0113
所在地	神奈川県足柄上郡山北町山北 1301 番地 4
電話番号（直通）	0465-75-3646
ＦＡＸ番号	0465-75-3661
Ｅ－ｍａｉｌ	kankou@town.yamakita.kanagawa.jp

都道府県･市町村名	開成町

様式１

担当者氏名	鈴木　良亮
担当部署名（役職）	まちづくり部産業振興課　商工担当　主事
郵便番号	258－0026
所在地	神奈川県足柄上郡開成町延沢 773 番地
電話番号（直通）	0465-84-0317
ＦＡＸ番号	0465-82-5234
Ｅ－ｍａｉｌ	r.suzuki91@town.kaisei.kanagawa.jp

都道府県･市町村名	箱根町
担当者氏名	松島　基樹
担当部署名（役職）	企画観光部観光課観光係　係長
郵便番号	250－0311
所在地	神奈川県足柄下郡箱根町湯本 256
電話番号（直通）	0460-85-7410
ＦＡＸ番号	0460-85-6815
Ｅ－ｍａｉｌ	matsu@town.hakone.kanagawa.jp

都道府県･市町村名	真鶴町
担当者氏名	小清水　一仁
担当部署名（役職）	企画調整課　企画情報係長
郵便番号	259－0202
所在地	神奈川県足柄下郡真鶴町岩 244 番地の 1
電話番号（直通）	0465-68-1131　（観光係　内線 333、334）
ＦＡＸ番号	0465-68-5119
Ｅ－ｍａｉｌ	

都道府県･市町村名	湯河原町
担当者氏名	石黒　英亀
担当部署名（役職）	観光課　課長
郵便番号	259－0301
所在地	神奈川県足柄下郡湯河原町中央 2-2-1
電話番号（直通）	0465-63-2111
ＦＡＸ番号	0465-63-4194
Ｅ－ｍａｉｌ	

（登録）【地域連携DMO】一般社団法人 かながわ西観光コンベンションビューロー
海＋里山＋温泉、上質の癒しとおもてなし “Kanagawa West”

様式２

記入日： 令和 7年 7月 31日

基礎情報

【マネジメント・マーケティング対象とする区域】
神奈川県県西地域（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、湯河原町）
【設立時期】平成28年6月1日
【設立経緯】 ①区域に観光協会があるが、役割分担等をした上でDMO新設
【代表者】 古川　達高
【マーケティング責任者（CMO）】 中嶋　順
【財務責任者（CFO）】 外郎　藤右衛門
【職員数】 5人（常勤1人（正職員1人）、非常勤4人）
【主な収入】収益事業（指定管理、受託等） 約14百万円（R4年）
【総支出】約14百万円（一般管理費6百万円、事業費8百万円）※令和3年3月期決算
【連携する主な事業者】
小田原DMO、箱根DMO、株式会社ういろう、FM小田原株式会社、小田急箱根ホールディングス、伊豆箱根鉄道、箱根プロモーションフォーラム、小田原箱根商工会議所、株式会社街かど案内所、箱根温泉旅館ホテル協同組合青年部、株式会社T-FORESTRY、(一社)小田原プロモーションフォーラム、ヒルトン小田原リゾート＆スパ、万葉倶楽部株式会社、レントオール小田原、株式会社田むら銀かつ亭、アサヒビール、ジェイコム、NTT東日本、真鶴町観光協会、湯河原町観光協会、山北町観光協会、松田町観光協会、山北町観光協会、あしがら観光協会 など

KPI（実績・目標）

※（ ）内は外国人に関するもの。

項目		2022（R4）年	2023（R5）年	2024（R6）年	2025（R7）年	2026（R8）年	2027（R9）年
旅行消費額（百万円）	目標	120,000（ ）	120,000（ ）	120,000（ ）	120,000（ ）	120,000（ ）	120,000（ ）
	実績	122,990（ ）	14,1177（ ）	14,3750（ ）	—	—	—
延べ宿泊者数（千人）	目標	6,000（ ）	6,000（ ）	6,000（ ）	6,000（ ）	6,000（ ）	6,000（ ）
	実績	4,475（ ）	5,096	5,280	—	—	—
来訪者満足度（%）	目標	84.9（ ）	84.9（ ）	84.9（ ）	84.9（ ）	84.9（ ）	84.9（ ）
	実績	84.5（ ）	84.6（ ）	84.7	—	—	—
リピーター率（%）	目標	97.3（ ）	97.3（ ）	97.3（ ）	97.3（ ）	97.3（ ）	97.3（ ）
	実績	97.2（ ）	97.3（ ）	97.4（ ）	—（ ）	—（ ）	—

戦略

【主なターゲット】
首都圏在住の富裕層、こだわり層、欧米、中東、アジアの富裕層、個人旅行客、30～40代東京、県内女性
【ターゲットの誘客に向けた取組方針】
付加価値の高い観光地づくりを進め、リピート率の向上、連泊による旅行消費額の向上を図る。
【観光地域づくりのコンセプト】
リゾート地の整備のほか、温泉や里山での日本らしい体験ができる体制整備を進める。
海、山、温泉など多様な観光資源を区域内で楽しめるよう、県西部の周遊性を高める。
観光客とまち、観光客と地域住民、まちとまちをつながる情報発信や滞在型プログラム構築を進め、県西部の周遊性を高める。

具体的な取組

【観光資源の磨き上げ】
・セールスプロモーション
忍者・文化・歴史・自然・グルメ・スポーツを整理し販売へ向けた商品・企画づくりを推進。

【受入環境整備】
・人材育成
インバウンド等に対応した観光ガイド育成を実施。

【情報発信・プロモーション】
・県西地域ネットワーク強化推進事業
イルミネーション、食、温泉などをテーマに周遊を促進する情報発信（web活用、冊子配布等）を定期的に実施。

【その他】
多様な関係者との戦略の共有状況等定例会や部会で共同企画を行い、各事業を進めている。
近年は、台風などの災害、コロナ禍など有事対応を踏まえている。