

令和7年度事業計画

円安などを主な要因として、海外からの観光需要が高まり、令和6年の訪日外国人消費額は8兆円と過去最高を更新した。また、国内旅行消費額も25兆1175億円となるなど順調に推移し、コロナ禍明け後順調な回復を見せている。

このような環境下で、当協会としては向こう5カ年を網羅した『公益社団法人相模原市観光協会運営方針』を策定し、新たな指針とする。

この指針の下、「第3次相模原市観光振興計画」との連携を図り、また登録DMO（登録観光地域づくり法人）を目指すべく、観光庁やかながわDMOが提供しているオープンデータなども活用しながら、DMO取得の必須要件であるデータの持続的な収集などに着手し、令和7年度中の登録を目指す。

「ひと・まち・自然 つながる観光」を市観光協会の目指す姿として、本市固有の地域資源の発掘・磨き上げと有効な情報発信、また都市型観光と中山間地域の双方のエリア特性を活かしていく。

組織の持続的な運営のため、会費収入の増大や、アンテナショップ・キャンプ場運営における利益拡大、新たな財源確保の検討のほか、観光庁の補助金の活用なども行い、コスト面においては、事業のスクラップ&ビルドを徹底し、スリムで効率的な経営運営に努める。

I 観光振興事業

1. 観光誘客事業

観光需要の把握など、DXを活用したマーケティングの視点から、観光資源を発掘し、磨き上げを行う。また、観光人材育成研修の実施やキャンプ場運営を通じて観光誘客に貢献する。

(1) 地域の魅力創造事業

市内の地域資源の調査やモニターツアー等の実施により観光ニーズを把握し、魅力ある体験プログラム・旅行商品の開発や誘客に向けた効果的なイベントを実施する。

① 地域資源の調査

多様な地域資源の発掘と磨き上げを目的に各地域の資源を調査し、観光情報等のデータベース化を図る。

② 観光ニーズの調査(モニターツアー・定量定性調査等)

本市の観光資源のニーズを把握するために、モニターツアーや定量定性調査等各種調査を実施し、顧客のニーズや観光需要喚起につなげる。

③ 体験プログラム・アフターコンベンション等旅行商品開発

プレジャーの推進、マイクロツーリズム・サイクルツーリズム等の観点から、魅力的な観光コンテンツを提供し、旅行商品化実現を進める。

※プレジャー・・・「ビジネス」と「レジャー」を組み合わせた造語。具体的には、ビジネス目的での旅行や出張時の合間に、観光名所を訪れたり、レジャーを楽しむこと

④ イベントの実施・支援

本市の観光の重要要素であるイベントの実施や支援を積極的に行う。イベント相互間のネットワーク化など効率的な誘客の企画立案を図っていく。

また、新たに、バレエを軸に地域のまちづくりを推進している「相模湖芸術・文化のまちづくり実行委員会」へ参画する。

⑤ インバウンドの推進

令和6年実施の観光庁補助事業である「地域観光新発見事業」のアフターフォローを中心に、観光需要の喚起を行っていく。

⑥ エリアの魅力を活かした観光振興

「都市と自然のベストミックス」である相模原市の地理的利点を活用し、都市型観光の推進および、中山間地域が有する自然の豊かさを活かした観光振興を実施する。

⑦広域ネットワークを活用した観光振興の実現

八王子市や町田市等隣接する自治体との連携、および相模川、道志川など地形的なつながりを軸とした観光振興を推し進める。

⑧入込観光客調査(神奈川県から受託)

神奈川県が県・市町村の観光施策の基礎資料とすることを目的とする入込観光客の調査業務を受託、旧 4 町の観光協会などへ再委託をし、四半期毎に入込観光客の調査を実施する。

(2)観光人材育成事業

おもてなしや人材育成等、観光振興に資する研修会等を実施することにより、観光に関わる知識の習得や意識の醸成を高めることに寄与する。

(3)キャンプ場運営事業(相模原市から受託)

市営の上大島キャンプ場及び望地弁天キャンプ場の管理運営を行うとともに、相模川自然の村の公園トイレの清掃を行い、市民に憩いの場を提供する。本年も昨年に引き続き宿泊期間の延長を実施し、コロナ禍で高まったキャンプ客受入れの推進を継続する。

2. 観光PR事業

DX時代に即応した魅力ある観光の情報を各種媒体(メディア、ポスター・チラシ、HP・SNS等)により発信するとともに、市内外の物産展等への出展を通して、効果的なシティセールスを推進し、観光誘客を図る。

(1)観光情報等発信事業

① HP(多言語含む)、SNSによる発信

検索プロセスの分析を行い、いかに効率的な情報発信となるようホームページの適宜更新を図り、各種イベントの紹介や観光情報などを市内外に発信、アクセス件数の増加に努める。

② 観光や特産品等に関わる紙媒体の作成、配布

市内の観光地や観光施設、特産品等の情報を広く紹介・宣伝するため、PRポスター・マップ・チラシ・ガイドブック等を作成し、配布する。

③ 相模原市観光親善大使事業

市内外の各種イベント・キャンペーン等に参加する観光親善大使の活動を通じて、本市の観光名所や特産品等の魅力を積極的にPRするなど、本市のシティセールスに努める。

④ 相模原市観光インフォメーションコーナーの運営

橋本駅北口・南口の「相模原市観光インフォメーションコーナー」、きらぼし銀

行相模原支店ビル 1F の「PR コーナー」において、観光情報の提供を行う。

(2) 観光写真コンテスト事業

本市の自然景観、都市景観、行事、祭り、文化財等を対象に「第45回さがみはら観光写真コンテスト」を実施し、その作品を通じて本市の見所を紹介するとともに、観光宣伝用パンフレット、ポスター等への活用を図る。

(3) フィルムコミッション事業

本市の観光振興、地域振興を図り地域経済の活性化につなげるとともに、映像を通して市内外に広く本市の魅力を発信するシティプロモーション活動の一環としてフィルム・コミッション事業を実施する。なお、津久井地域については藤野商工会に委託する。ロケツーリズム等の観点からの PR に努める。

II アンテナショップ等運営事業

相模大野にある大型商業施設「ボーノ相模大野」において、本市にゆかりのあるこだわりの特産品や名産品を取り揃え販売・PRを行う。併せて、イベント等の観光情報の発信も行い、観光誘客に寄与する。このほか、外商事業として、国・他の自治体・報道機関等、様々な機会をとらえて特産品の PR を外部に向けて積極的に行う。

III その他事業

(1) 観光助成事業

各種観光振興に関わるイベントに協賛・助成・後援を行うほか、観光協会会員による市内外の様々な観光イベントや物産展等への出展を通じ、本市の観光地の魅力および特産品等の PR、販売を行う。

また、相模原納涼花火大会、スイーツフェスティバル、菊花競技会、東海自然歩道連絡協会、北条五代観光推進協議会、宮ヶ瀬地域連携DMO、さくらさくプロジェクト等、各種実行委員会・協議会の参画を通じ、人的な支援等も行う。