

「湘南ひらつか観光振興計画2027－2029」 説明資料

一般社団法人平塚市観光協会観光未来創造フォーラム（2026年8月策定）

1. 計画策定の背景と目的

（1）背景

令和7年9月の観光協会設立70周年を契機に、持続可能な地域経済の活性化とブランド力向上を目指し設立された「観光未来創造フォーラム」の検討結果を取りまとめた中長期振興計画です。

（2）目的

- ・観光資源をストーリーでつなぎ、利便性を向上し、選ばれる観光地を目指す
- ・行政・事業者・教育機関・各種団体との「共創」の推進
- ・観光来訪者数、消費額の増加及び市内事業者の業績向上

2. 平塚観光の現状と課題

データから見た主要課題（令和6年実績等）

- ・観光客数：7,524千人（神奈川県内第9位と高い集客力）
- ・宿泊者割合：4.8%（県平均9.7%に対し大きく低迷）
- ・観光消費額：一人あたり2,000円（県平均2,300円を下回る）

3. 目指すべき姿

【ビジョン】目指すべき姿

『七夕の物語と、海・山・食・スポーツという四季の彩りにあふれる、何度でも訪れたくなる湘南の交流拠点を目指す』

【コンセプト】展開の方針

『平塚の豊かな自然と歴史、伝統、文化というリソースをコンテンツ化し、「日常」を「特別」にする平塚スタイルを共創・発信する』

4. ターゲット戦略&3 か年 KPI 目標

ターゲット層の設定

- ・メイン顧客：歴史文化・食に関心が高いシニア層（平日周遊）
- ・中期獲得層①：都心の若年層・ファミリー層（体験型・着地型観光）
- ・中期獲得層②：ベルマーレ・競輪ファン層（観戦後の周辺周遊）

取組み指標（KPI）	基準値（R6 実績）	3 年後目標（R11）
① 年間観光入込客数	7,524 千人	+ 3 %（+ 230 千人）
② 観光消費額	147 億円	+ 2 %（+ 3 億円）
③ 宿泊客数	358 千人	+ 2 %（+ 8 千人）

5. 4 つの基本戦略と 10 の具体策

テーマ	具体策	担い手
① 海・山・川の自然や歴史・文化を活かした体験型イベントの企画やプラットフォームを構築する。		
1. 湘南平ネイチャー&ナイトツアー 優先 7 位－1	夜間の展望台を使用した天体観測会とガイドが同行する夕暮れ	観光協会、博物館、ガイドサポーター
2. 「平塚アドベンチャー」プラットフォーム化 優先 4 位	観光施設、スポーツ、体験メニューを一つの web サイトで予約・決済・利用ができるデジタルプラットフォームを構築	観光協会、市内アクティビティ事業者、IT ベンダー
3. マリンスポーツ体験プログラム 優先 7 位－2	初心者向けサーフィン・SUP 体験と周辺飲食店クーポンセット	観光協会、市内サーフショップ、SUP 事業者
② 食（グルメ）や土産品により地域の物語を味わう平塚ブランドを確立する。		
4. ひらつかクオリティの食育（漁業・農業） 優先 1 位－2	漁港での競り見学後、地魚を自分でさばき朝食として食べる／地元の農園で野菜を収穫し、弦斎カレーを食べる	観光協会、漁協、平塚魚市場、村井弦斎の会、農協、農園事業者

5. ストーリーを紡ぐ平塚ブランドの開発 優先 10 位	市内特産品を使用をし、生産者のこだわりや歴史をパッケージに詰めた新名産品の開発	観光協会、平塚市役所、飲食業組合、名産品協議会、東海大学、平塚農商高校
6. 「平塚の日常の贅沢」デジタルマップ 優先 1 位－1	朝どれの魚や地魚野菜を楽しめる飲食店をネットワーク化し、食べ歩きを楽しめるデジタルマップの展開＋スタンプラリーによる食べ歩きの実現	観光協会、飲食店組合、IT ベンダー
③ 七夕まつりをストーリー化し四季を通じて「願いが叶う七夕のまち」を創出する。		
7. 365 日願いが届く七夕の仕掛け 優先 1 位	市内の観光スポットに竹製短冊スポットを設置し、翌年の七夕に掲出、お焚き上げによる通年願いが叶うまち	観光協会、平塚市役所、商店街、平塚八幡宮、郵便局
8. 願いが叶うパワースポット巡り 優先 9 位	パワースポットを巡るロマンチックな周遊ルート。オリジナル御朱印の開発や記念グッズの展開	観光協会、平塚八幡宮、妙円寺、地域交通事業者、七福神 7 寺社
④ ベルマーレサッカーや競輪場などを活用したスポーツツーリズムを推進する。		
9. ベルマーレ「観戦から参戦へ」ツアー 優先 5 位－2	サッカー観戦とサッカー教室のセット、平塚海岸コースを利用しサイクリングイベントの開催／ビーチパークでの親子ビーチバレー	観光協会、湘南ベルマーレ、地域交通事業者
10. 平塚競輪場サイクルエンターテイメント 優先 5 位－1	バンク内の走行体験や競輪選手のデモンストレーション、自転車メーカーとタイアップしたスポーツバイクの試乗会	観光協会、平塚競輪場、自転車メーカー

6. 3 か年ロードマップ（令和 8 年度～令和 11 年度）

フェーズ／年度	主な実施内容
0 年目：準備期 （令和 8 年度）	・ 関係各所へのヒアリングによる各施策の実現可能性確認及び課題の洗い出し ・ 施策のブラッシュアップ及び必要予算規模の算出

1 年目：基盤構築 (令和 9 年度)	・ デジタル基盤開発：「アドベンチャーPF（施策 2）及び「デジタルマップ&ラリー（施策 6）」のシステム構築 ・ テスト試行：「食育（施策 4）」「競輪サイクルエンタメ（施策 10）」のテスト試行・ノウハウ蓄積 ・ 拠点整備：「365 日七夕（施策 7）」の短冊設置ポスト製作・市内拠点への設置
2 年目：本格展開 (令和 10 年度)	・ 本格運用：デジタル基盤（施策 2、6）の施行開始、マリソ（施策 3）・食育（施策 4）・競輪（施策 10）の本格運用 ・ 拡大試行：湘南平ナイトツアー（施策 1）、パワースポット（施策 8）、ベルマーレツアー（施策 9）のテスト開始 ・ 新ブランド：産学連携による「平塚ブランド（施策 5）」の検討・研究
3 年目：総仕上げ (令和 11 年度)	・ 定着化・最適化：全施策の運用定着とターゲット層向け Web・SNS プロモーション最適化 ・ 効果検証：KPI 達成検証と次期 3 か年計画の立案

7. 推進体制と運営方法

- ・ テーマ別ワーキンググループ（WG）の設置：

施策毎に必要な担い手による WG を随時設置する。

- ・ 理事会による進捗管理：

定期的な進捗報告と計画修正の承認を得る。

【残された課題と今後の展望】

本計画で宿泊課題への対応は不十分なため、今後は市内宿泊施設との強固な連携施策の追加推進が必要。本計画を通じて経済波及効果の創出とともに、市民のシビックプライド向上を目指します。

以上