

令和元年度版 岡崎市観光白書

(平成30年度年次報告書)

目次

第1部 観光の現状	1
観光白書を作成するにあたって	2
1 国の動向	2
2 愛知県の動向	3
本市の観光の動向	4
1 観光入込客数	4
2 宿泊者数	7
3 外国人入込客数・外国人宿泊者数	8
4 交通	10
5 ホームページアクセス統計	14
6 観光消費額統計	16
7 来訪者満足度	17
本市の観光施策	18
1 岡崎市観光基本計画アクションプラン重点プロジェクト	18
2 アクションプラン個別施策の状況	27
3 年間実施事業	35
4 パブリシティ	39
総合分析	42
1 目標指標	42
2 まとめ	42
第2部 資料編	43
1 市内観光イベントアンケート調査結果	44
2 観光キャラバンアンケート調査結果	48
3 岡崎市来訪経験者アンケート調査結果	52

第 1 部 観光の現状

観光白書を作成するにあたって

本市では、平成 29 年 3 月に「岡崎市観光基本計画アクションプラン」を改定し、「観光産業都市の創造～公民連携による観光推進～」をアクションプランの新たな基本的考え方として設定した。

そこで、アクションプランで掲げた施策についての進捗状況及び施設の入込客数等を取りまとめたものとして、「岡崎市観光白書」を毎年度作成するものとする。

本書をもとに、地域が一丸となって観光産業を推進し、「稼ぐ力」を向上させることを目指していく。

また、観光施設入込客数については、アクションプランの基準年である平成 26 年度及び直近の二年間の数値を掲載することとする。



1 国の動向

2018年（平成30年）の訪日外国人旅行者数は、過去最高となる3,119万人（対前年比8.7%増）となり、初めて3,000万人を突破した¹。

また、6年連続で過去最高を更新し、2020年（令和2年）に4,000万人にするとの目標に向けて堅調に推移している²。

アジアからの訪日外国人旅行者数は、2,637万人で前年比8.3%増となり、訪日外国人旅行者数全体に占める割合は84.5%となった。年間を通じて、韓国やタイ等との間の航空便数の増加等が訪日需要を喚起したと考えられる³。

2018年（平成30年）に日本人で国内宿泊旅行に行った人数は延べ2億9,105万人、国内日帰り旅行は延べ2億7,073万人となった。豪雨、地震等の災害が相次いだことや、台風や猛暑等の天候要因の影響等により、宿泊旅行、日帰り旅行ともに減少し、特に日帰り旅行の減少が大きかった⁴



資料：日本政府観光局（J N T O）資料に基づき観光庁作成



資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」

¹ 『令和元年版観光白書』P10 観光庁

² 同上

³ 同左

⁴ 『令和元年版観光白書』P19 観光庁

2 愛知県の動向

来県者数（全体）は、前年（平成 29 年）と比較して、3,982 万人から 4,114 万人となり、3.3%の微増となった。これは前年（平成 29 年）に台風の影響で大きく人出を減らした、名古屋まつりや豊橋まつりなどの大規模な行祭事や観光施設の利用者数が回復したことが最も大きな要因である⁵。

しかしながら、外国人の来県者数は 255 万人から 243 万人へと 4.7%減となった。外国人旅行者の本県訪問率は低下傾向が続いており、国全体への訪問者数が増えている中、他地域との激しい競争局面に入っていることが推測される⁶。

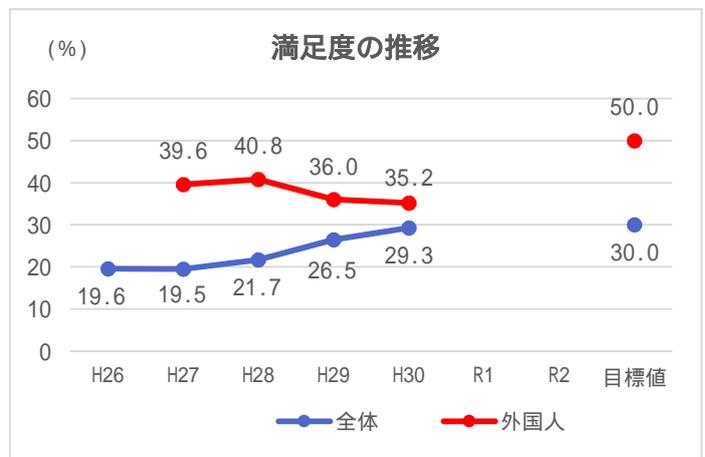
観光消費額は、前年（平成 29 年）の 7,237 億円から 7,593 億円へと 356 億円の増加となった。国内客の消費額の減少幅を外国人客の消費額の増加幅が上回り、全体として前年比プラスとなった⁷。

満足度は、前年（平成 29 年）と比較して、全体が 26.5%から 29.3%に向上したのに対し、外国人はわずかに低下した⁸。

外国人が不満に感じた点を見ると、ほとんどすべての項目で改善が進んでいる。特にフリーWi-Fiに関する不満は大きく低減し、平成 30 年には、初めて 1 位ではなくなった。かわって 1 位になったのは「コミュニケーションが取りづらい」で、前年よりやや悪化した。また、「夜間に楽しめる場所が少ない」「カード支払いができない」など、あまり改善が進まなかった項目が上位に入ることとなった⁹。



資料：愛知県「愛知県観光入込客統計」、日本政府観光局「訪日外客数」、観光庁「訪日外国人消費動向調査」



資料：愛知県「観光地実態調査」及び愛知県「愛知県訪日外客動向調査」より集計

⁵ 『令和元年度版あいち観光戦略に基づく観光振興施策の実施状況（平成 30 年度年次報告書）』P4 愛知県振興部観光局観光振興課

⁶ 同上

⁷ 『令和元年度版あいち観光戦略に基づく観光振興施策の実施状況

（平成 30 年度年次報告書）』P5 愛知県振興部観光局観光振興課

⁸ 『令和元年度版あいち観光戦略に基づく観光振興施策の実施状況（平成 30 年度年次報告書）』P8 愛知県振興部観光局観光振興課

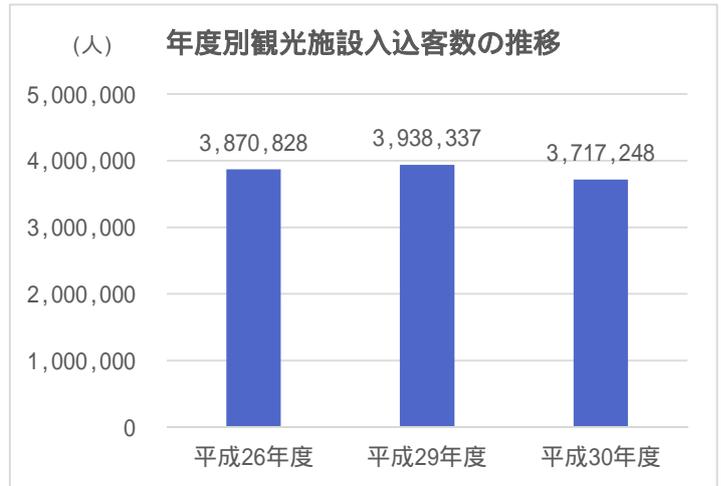
⁹ 同上

本市の観光の動向

1 観光入込客数

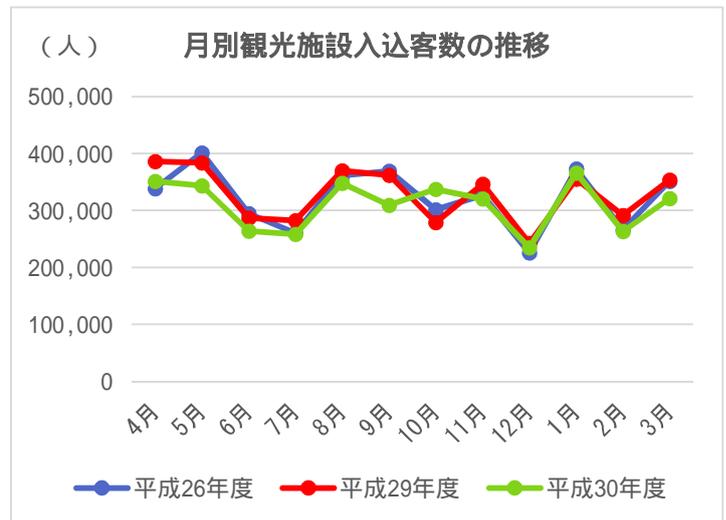
(1) 年度別入込客数

平成 30 年度の観光施設入込客数は 3,717,248 人であり、昨年度の 3,937,461 人から減少している。基準年である平成 26 年度と比較すると、およそ 15 万人の減少である。



(2) 月別入込客数

月別に観光施設入込客数をみると、概ね例年通りの動きをしているが、平成 30 年 9 月は平成 26 年 9 月及び平成 29 年 9 月と比べて 6 万人ほど減少しており、平成 30 年 10 月は平成 26 年 10 月及び平成 29 年 10 月と比べて 4 万人ほど増加している。このように 9 月と 10 月の入込客数の推移が逆転している。これには 9 月に発生した台風による被害が影響していると考えられる。



(3) 施設別観光入込客数

平成 30 年度は施設全体の傾向として入込客数が落ち込んでいる。特に岡崎公園が大きく減少しており、次いで地域文化広場の減少が大きい。

岡崎公園等の桜を観光資源としている施設については、桜の開花時期が例年より早まったことが入込客数減少の一因になっている。地域文化広場については、平成 30 年 11 月 26 日から平成 31 年 3 月 8 日まで工事により休館していたことで、年間の入込客数が大きく減少している。また、夏以降は猛暑や台風などの天候要因も各施設の入込客数の落ち込みに大きな影響を与えている。

その中で、奥殿陣屋、道の駅藤川宿、ホテル学校、額田ゴルフ倶楽部等の一部の施設は前年度から入込客数を伸ばしている。

【アクションプラン目標指標 2 対象施設】

施設別入込客数の推移

(単位：人)

施設名	平成 26 年度	平成 29 年度	平成 30 年度
岡崎公園	401,900	463,700	367,700
東公園	324,492	333,560	313,560
南公園	406,899	451,697	419,506
奥殿陣屋	96,034	97,201	102,310
地域文化広場	161,509	173,683	119,720
道の駅藤川宿	1,210,279	1,169,260	1,172,500
くらがり渓谷	158,107	103,781	109,805
自然体験の森	16,913	11,853	10,701
わん Park	13,563	20,468	19,200
ホテル学校	9,594	12,692	13,255
美術博物館	38,212	39,054	34,354
六所神社	45,000	42,000	42,000
岩津天満宮	350,000	350,000	350,000
駒立ぶどう狩り組合	75,527	83,990	74,328
男川やな	13,136	27,288	24,978
八丁味噌蔵	255,301	231,470	227,514
ブルーベリーファーム おかざき	7,498	8,270	5,635
岡崎カントリー倶楽部	53,259	52,751	51,749
額田ゴルフ倶楽部	70,339	71,008	72,361
サン・ベルグラビア カントリー倶楽部	47,065	50,270	48,835
その他施設 1	116,201	144,341	137,237
合計	3,870,828	3,938,337	3,717,248

1 入込客数を非公表としている施設を合算して計上

【参考施設】

(単位：人)

施設名	平成 26 年度	平成 29 年度	平成 30 年度
名鉄東岡崎駅観光案内所	13,750	26,193	25,943
JR 岡崎駅観光案内所 1		12,293	11,634
籠田観光案内所 2			1,042

1 平成 27 年 7 月開設

2 平成 30 年 4 月開設

平成 30 年度施設別月別入込客数

(単位：人)

施設名	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
岡崎公園	57,200	41,200	22,400	21,200	30,700	25,000	27,400	30,400	18,400	26,200	23,400	44,200
東公園	34,060	34,950	23,350	13,330	20,400	31,000	31,000	32,540	19,910	20,050	21,610	31,360
南公園	50,594	45,629	27,746	25,083	32,678	33,362	40,293	34,220	21,311	27,996	34,925	45,669
奥殿陣屋	17,060	11,815	6,652	3,564	4,706	4,766	12,849	13,587	5,318	5,079	6,452	10,462
地域文化広場	10,302	11,464	9,142	10,657	18,735	11,694	23,232	13,011	0	0	0	11,483
道の駅藤川宿	96,300	108,069	97,227	102,185	107,276	94,653	106,320	93,971	89,232	101,973	83,042	92,252
くらがり溪谷	6,070	17,477	7,812	12,146	24,524	6,375	6,980	15,892	3,911	2,300	2,936	3,382
自然体験の森	1,324	1,382	1,236	782	757	785	459	651	248	926	880	1,271
わん Park	1,856	2,242	1,633	3,955	1,622	1,632	1,916	1,251	752	649	744	948
ホテル学校	487	639	7,526	501	632	655	599	464	334	387	401	630
美術博物館	2,115	3,202	7,181	5,287	3,025	2,577	1,748	1,177	1,139	1,608	3,635	1,660
六所神社	4,000	4,000	2,000	2,000	2,000	2,000	4,000	4,000	2,000	10,000	2,000	4,000
岩津天満宮	18,000	8,000	3,000	5,000	10,000	12,000	28,000	28,000	32,000	130,000	47,000	29,000
駒立ぶどう狩り組合	0	0	0	1,740	33,959	35,629	3,000	0	0	0	0	0
男川やな	150	300	450	5,400	14,000	2,300	1,683	346	218	0	8	123
八丁味噌蔵	21,965	21,961	17,800	19,776	17,750	20,326	19,321	21,035	14,903	17,086	16,892	18,699
ブルーベリーファームおがざき	0	0	2,261	2,014	1,360	0	0	0	0	0	0	0
岡崎カントリー倶楽部	4,171	4,812	4,213	3,958	3,787	4,213	5,034	5,111	4,931	3,562	3,368	4,589
額田ゴルフ倶楽部	6,771	7,843	6,206	5,815	6,053	5,916	7,110	6,956	6,010	4,151	3,474	6,056
サン・ベルグラビアカントリー倶楽部	4,469	4,890	3,919	4,021	3,907	3,925	4,882	4,728	4,181	2,868	2,617	4,428
その他施設	14,614	13,543	11,835	10,056	10,242	10,388	11,431	13,178	10,018	10,747	10,141	11,044
合計	351,508	343,418	263,589	258,470	348,113	309,196	337,257	320,518	234,816	365,582	263,525	321,256

岡崎公園では、桜の開花時期が例年よりも早まった影響で入込客数が4月から3月に流れている。それに悪天候も重なり、特に4月の入込客数が大きく落ち込んでおり、前年度と比べて26,500人減少している。(平成29年4月の入込客数は83,700人。)

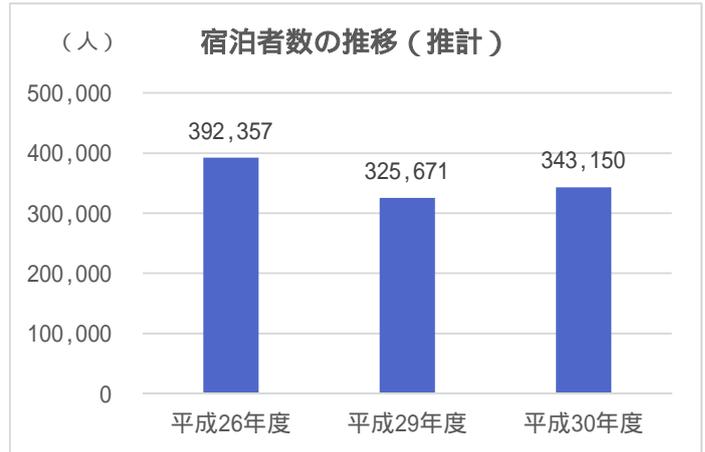
奥殿陣屋の10月の入込客数は12,849人であり、前年比約1.8倍に増加している。(平成29年10月の入込客数は7,165人。)これは10月に岡崎市観光伝道師であるユーチューバー「東海オンエア」の等身大パネルが奥殿陣屋に設置され、聖地巡りとしてファンが多く訪れたことが影響している。

2 宿泊者数

平成 30 年度の宿泊者数は 343,150 人であり、平成 29 年度から 2 万人程度増加している。これには主要な宿泊施設の稼働率が増加傾向にあるため、平均稼働率が押し上げられていることが関係している。

宿泊者数の推計方法は、照会に対して回答のあった宿泊施設から実際の宿泊者数と一年間の収容可能人数をもとに平均稼働率を割り出し、未回答の施設の一年間の収容可能人数に平均稼働率を乗じて算出している。

【アクションプラン目標指標 3 対象数値】



出典：宿泊旅行統計から推計

平成 26 年度は各施設への聞き取り調査から推計

月別宿泊者数の推移（推計）

（単位：人）

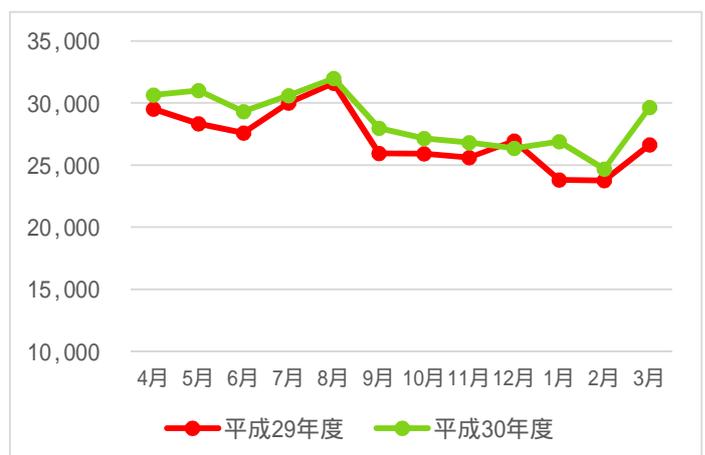
	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
平成 29 年度	29,508	28,329	27,594	30,002	31,614	25,943	25,919	25,616	26,954	23,803	23,761	26,628
平成 30 年度	30,658	31,006	29,314	30,613	31,992	27,983	27,157	26,809	26,368	26,908	24,689	29,653

出典：宿泊旅行統計から推計

平成 26 年度は月別宿泊者数の数値なし

より実際の宿泊者数に近づけるため、平成 28 年度からは月別の宿泊者数を各施設に調査している。

平成 29 年度と平成 30 年度を比較すると、全ての月で前年度を上回っている。例年 1 月は宿泊者数が伸び悩む時期だが、平成 30 年度は特に 1 月の伸び率が大きく、12 月と 2 月の宿泊者数と逆転して数値を伸ばしている。



3 外国人入込客数・外国人宿泊者数

(1) 岡崎公園の外国人入込客数

岡崎公園の外国人入込客数は年々増加傾向にある。平成 26 年度と比べると旅行者数、ツアー数ともに 5 倍以上に増加している。

月別に見てみると、例年 3 月と 4 月に旅行者数が増加するが、これは花見目的の観光客であると考えられる。

バスツアーによる岡崎公園の外国人旅行者数の推移

(単位：旅行者数/人、ツアー数/件)

	平成 26 年度	平成 29 年度	平成 30 年度
旅行者数	875	2,599	4,682
ツアー数	32	101	169

出典：岡崎公園駐車場ヒアリングシート

月別岡崎公園の外国人旅行者数

(単位：旅行者数/人、ツアー数/件)

		4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
平成 26 年度	旅行者数	183	72	35	42	33	27	53	103	113	0	34	180
	ツアー数	6	2	2	2	1	1	2	5	4	0	1	6
平成 29 年度	旅行者数	572	134	141	150	144	45	125	336	58	49	392	453
	ツアー数	20	4	5	6	6	1	4	16	3	2	15	19
平成 30 年度	旅行者数	1,484	1,138	67	212	63	69	200	364	108	76	334	567
	ツアー数	53	39	3	9	2	3	6	14	4	3	13	20

出典：岡崎公園駐車場ヒアリングシート

国別岡崎公園の外国人旅行者数

(単位：旅行者数/人、ツアー数/件)

国別の旅行者数をみると、台湾からの旅行者が圧倒的に多いことが分かる。これは台湾に日本好きが多いこと、毎年台湾での観光展やツアー造成の商談を行っていることが理由の一つと考えられる。

平成 30 年度においては前年度には見られなかった、ベトナム、シンガポール、オーストラリア、インドネシア等の国から旅行者が訪れている。台湾、タイからの旅行者数も前年度から大きく数字を伸ばしており、岡崎市が推進する外国人誘客活動が一定の成果をあげていることがわかる。

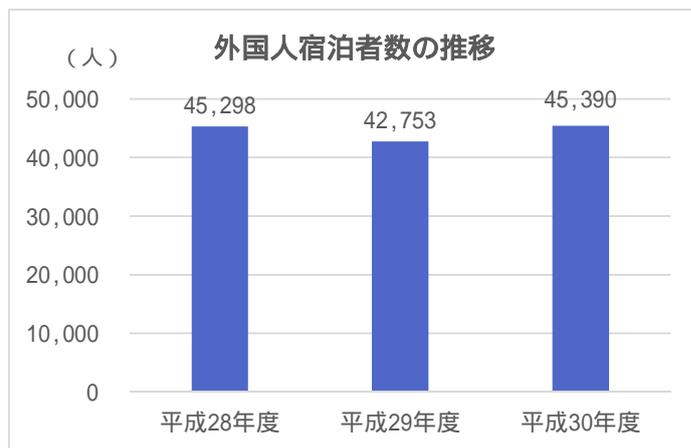
国名	平成 26 年度		平成 29 年度		平成 30 年度	
	旅行者数	ツアー数	旅行者数	ツアー数	旅行者数	ツアー数
台湾	544	19	1,902	75	3,604	132
中国	181	6	594	21	387	14
韓国	27	1	0	0	113	4
アメリカ	36	2	28	1	0	0
タイ	25	1	68	3	113	5
ミャンマー	28	1	0	0	0	0
モンゴル	15	1	0	0	0	0
マレーシア	19	1	0	0	0	0
ベトナム	0	0	0	0	117	2
シンガポール	0	0	0	0	16	1
オーストラリア	0	0	0	0	18	1
イタリア	0	0	7	1	0	0
インドネシア	0	0	0	0	22	1
その他	0	0	0	0	292	9

出典：岡崎公園駐車場ヒアリングシート

(2) 外国人宿泊者数

平成 30 年度の外国人宿泊者数は 45,390 人であり、平成 29 年度から約 2,600 人増加した。

8 ページに掲載のとおり旅行者数、ツアー数とともに増加しており、それに合わせて宿泊者数も伸びてきている。しかし、平成 29 年度と比較して旅行者数は 1.8 倍程度増加しているのに対して宿泊者数は 1.06 倍程度にとどまったため、伸び率には大きな差が出ている。



出典：岡崎市宿泊旅行統計

平成 26 年度は外国人宿泊者数の数値なし

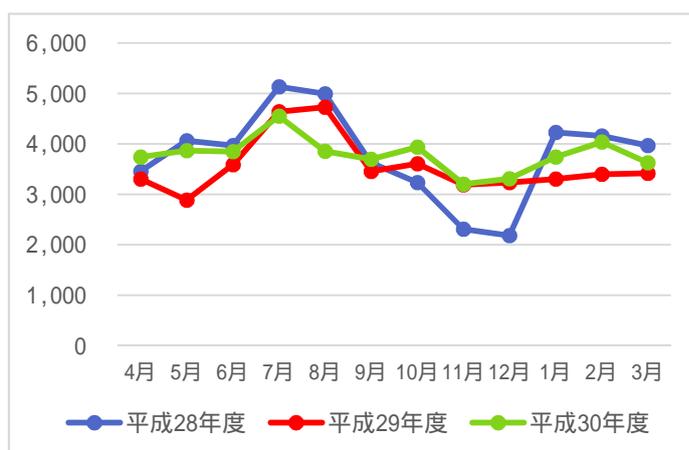
月別外国人宿泊者数の推移

(単位：人)

	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
平成 28 年度	3,454	4,059	3,968	5,132	4,993	3,623	3,231	2,308	2,181	4,224	4,155	3,970
平成 29 年度	3,301	2,888	3,590	4,639	4,726	3,455	3,609	3,191	3,235	3,301	3,399	3,419
平成 30 年度	3,738	3,864	3,846	4,552	3,856	3,695	3,933	3,200	3,312	3,737	4,034	3,623

出典：岡崎市宿泊旅行統計

月別にみると、7月が最も宿泊者数が多く、11月が最も少なくなっている。その差はおよそ 1,300 人だが、平成 28 年度、平成 29 年度と比べると各月の宿泊者数の差は少なくなっており、年間を通して数値が安定してきていることがわかる。



4 交通

(1) 鉄道利用状況

平成 26 年度から平成 30 年度にかけて、すべての鉄道駅において乗客数が増加していることがわかる。

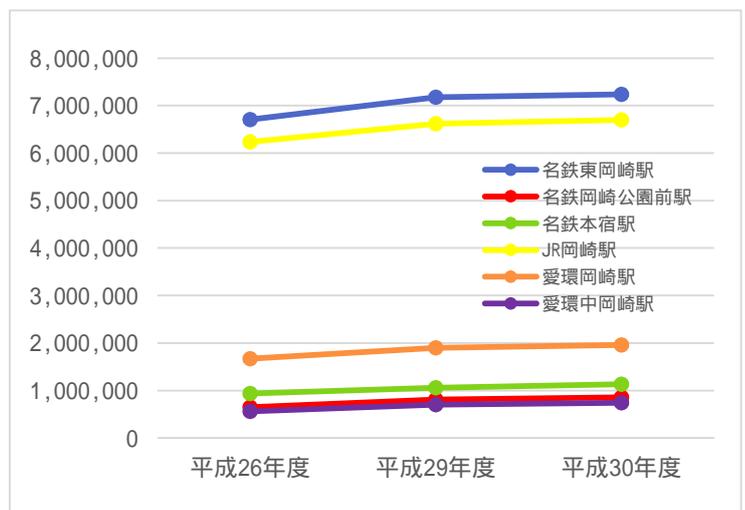
全体として乗客数は増加しているが中でも増加率が高いのは名鉄岡崎公園前駅、愛環中岡崎駅であり、平成 26 年度からの 5 年間でそれぞれ増加率は 30%を超えている。

市内各駅における乗客数の推移

(単位：人)

駅名	平成 26 年度	平成 29 年度	平成 30 年度
名鉄東岡崎駅	6,704,918	7,173,898	7,235,211
名鉄岡崎公園前駅	649,582	807,049	856,153
名鉄本宿駅	937,056	1,060,546	1,129,576
JR 岡崎駅	6,233,249	6,620,196	6,696,837
愛環岡崎駅	1,666,649	1,897,175	1,959,765
愛環中岡崎駅	559,305	698,918	742,385
合計	16,750,759	18,257,782	18,619,927

出典：岡崎市統計書（H26 のみ）



(2) 高速道路利用状況

東名高速道路岡崎インターチェンジ日平均出入交通量

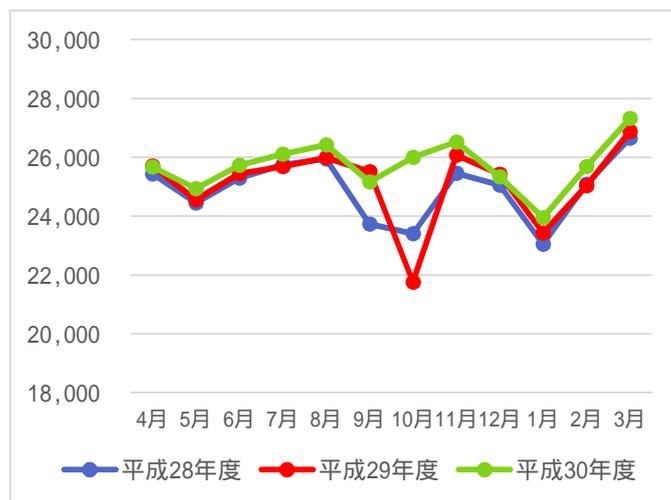
(単位：台)

	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
平成 28 年度	25,433	24,447	25,288	25,749	25,942	23,727	23,408	25,457	25,051	23,042	25,089	26,655
平成 29 年度	25,711	24,558	25,445	25,687	25,984	25,513	21,757	26,076	25,426	23,426	25,034	26,877
平成 30 年度	25,677	24,940	25,726	26,102	26,424	25,160	26,002	26,519	25,336	23,948	25,689	27,320

出典：高速道路統計月報

平成 28 年度から平成 30 年度を通して、1 月は出入交通量が減少する傾向にある。これは岡崎市の観光イベント等がほとんどない時期のため、岡崎市を訪れる人が減ることが理由として考えられる。

平成 28 年度、平成 29 年度の秋季は出入交通量が大きく減少している。これは岡崎東インターチェンジを利用する人が増えたためと推測されるが、平成 30 年度にはこうした特徴的な動きはなくなっている。



新東名高速道路岡崎東インターチェンジ日平均出入交通量

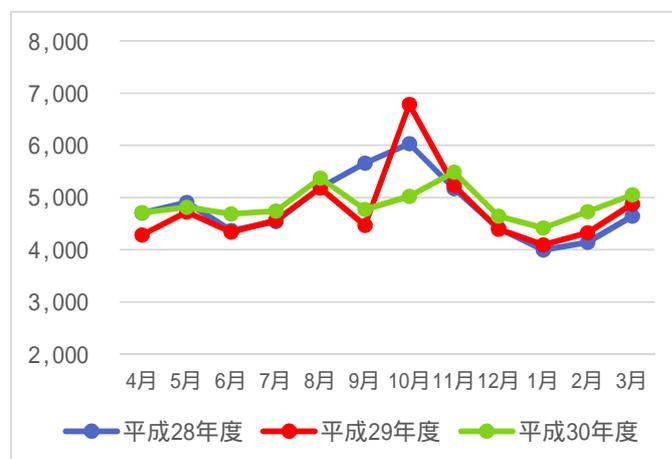
(単位：台)

	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
平成 28 年度	4,704	4,907	4,369	4,540	5,188	5,659	6,031	5,170	4,411	3,998	4,143	4,645
平成 29 年度	4,281	4,724	4,342	4,564	5,183	4,469	6,783	5,231	4,392	4,092	4,329	4,880
平成 30 年度	4,713	4,819	4,687	4,743	5,370	4,773	5,023	5,486	4,646	4,419	4,732	5,054

出典：高速道路統計月報

平成 28 年度、平成 29 年度の岡崎インターチェンジの出入交通量が秋季に減少したのに対し、岡崎東インターチェンジでは 9 月から 10 月にかけて増加していたことがわかる。

平成 30 年度に入るとこうした傾向は見られなくなり、年間を通して岡崎インターチェンジと同じような動きをするようになってきている。



岡崎サービスエリア入込客数

(単位：人)

	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	合計
平成28年度	828,493	871,619	549,160	620,782	993,371	555,175	571,023	558,675	525,567	524,554	398,574	592,862	7,589,855
平成29年度	500,798	617,258	406,968	483,341	818,304	436,544	485,909	523,701	465,198	473,058	367,371	541,118	6,119,568
平成30年度	491,449	549,635	388,742	458,728	801,586	470,875	455,887	512,148	501,218	489,811	381,100	570,693	6,071,872

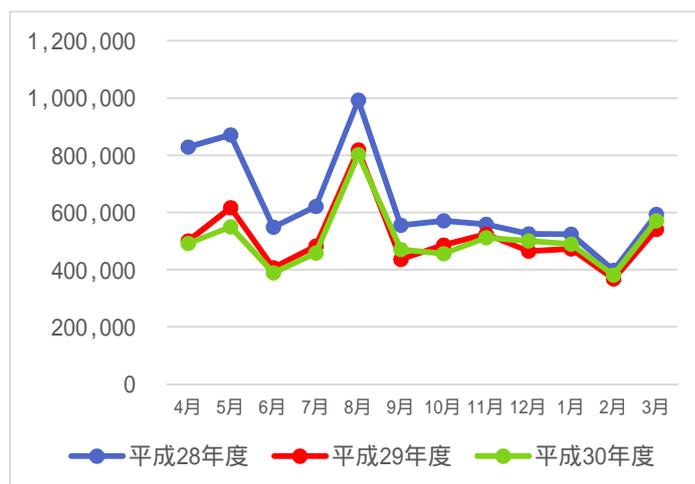
平成28年2月13日オープン

平成29年度の岡崎サービスエリアの入込客数は、平成28年度と比較するとすべての月において減少している。

これは、サービスエリアがオープンしたのが平成28年2月であり、目新しさから訪れる人が落ち着いてきたためであると考えられる。

平成29年度と平成30年度を比較すると各月とも入込客数に大きな差はなく、安定している。

平成28～30年度ともに5月と8月に入込客数が増えているのは、ゴールデンウィークやお盆休みで帰省する人が多いためであると推測される。



(3) 駐車場利用状況

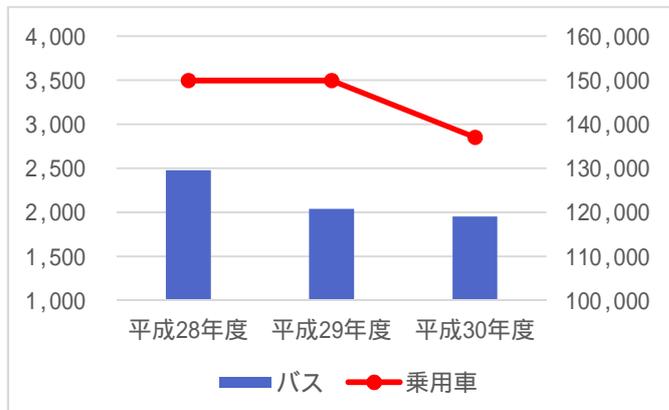
バスの駐車場利用台数は年々減少傾向にある。平成 29 年度から平成 30 年度にかけては乗用車の利用台数は、平成 28 年度から平成 29 年度にかけてはほぼ横ばいであり、平成 29 年度から平成 30 年度にかけては 10,000 台以上減少している。これは、3～5 月の悪天候で桜目当ての個人客が減少したことが要因であると考えられる。

岡崎公園駐車場利用台数の推移

(単位：台)

	平成 28 年度	平成 29 年度	平成 30 年度
バス	2,477	2,040	1,952
乗用車	149,930	149,934	137,051

出典：岡崎公園駐車場ヒアリングシート



月別岡崎公園駐車場利用台数

(単位：台)

		4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
平成28年度	バス	416	216	180	216	111	193	211	321	96	126	157	234
	乗用車	18,791	12,075	7,154	10,142	17,556	12,992	14,660	11,536	10,150	14,008	8,822	12,044
平成29年度	バス	406	151	169	125	72	142	181	299	77	131	124	163
	乗用車	24,674	13,365	7,831	8,729	11,633	10,568	9,061	12,194	11,435	14,794	8,268	17,382
平成30年度	バス	448	157	152	105	72	129	172	230	91	67	115	214
	乗用車	19,441	11,817	8,210	7,918	9,458	8,344	9,946	11,651	11,337	15,447	8,681	14,801

出典：岡崎公園駐車場ヒアリングシート

月別にみると、すべての年において乗用車の利用台数が最も多いのは4月である。これは、桜まつりや家康行列における見物客によるものと考えられる。

一方でバスの利用台数は11月にも比較的多く、行楽シーズンに多くのバスツアーが組まれていることがわかる。

5 ホームページアクセス統計

(1) セッション数

月別セッション数の推移

	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	合計
平成28年度 1	61,081	35,844	29,988	53,411	84,994	23,700	21,289	22,146	16,431	23,397	98,605	188,052	658,938
平成29年度	269,366	163,065	178,030	178,315	180,477	123,060	111,686	144,246	94,835	117,191	123,241	392,260	2,075,772
平成30年度	255,118	217,104	216,263	216,542	328,190	169,419	192,112	247,559	139,513	145,536	167,988	416,311	2,711,655

出典：岡崎おでかけナビログレポート

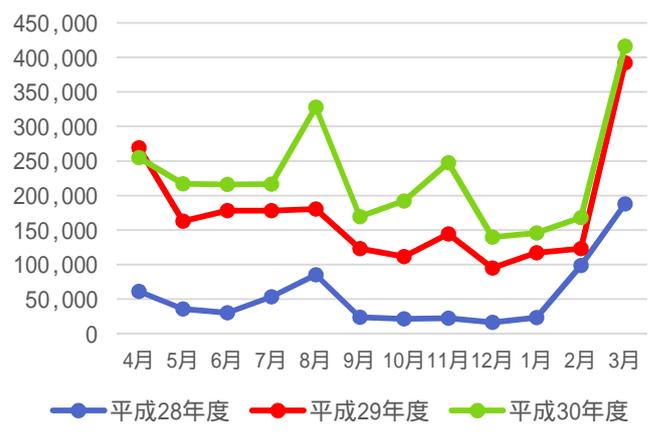
1 平成29年2月1日に岡崎公園等各施設のホームページを統合しリニューアル

平成30年度の平均セッション数は前年比約130%と大きく成長した。

この大きな伸びには、観光情報のこまめな更新と、2016年8月より岡崎観光伝道師として任命している「東海オンエア」とのコラボ事業等が相乗効果を生んだことが大きく影響していると考えられる。

セッション数とは、サイトへの訪問数を指す。一度の訪問における30分以内の行動を1セッションとする。

サイトを離脱しても30分以内に再来訪した場合は同一セッション、同一ユーザーでも30分以降の再来訪は別セッションとしてカウントする。



(2) ページビュー数

月別ページビュー数の推移

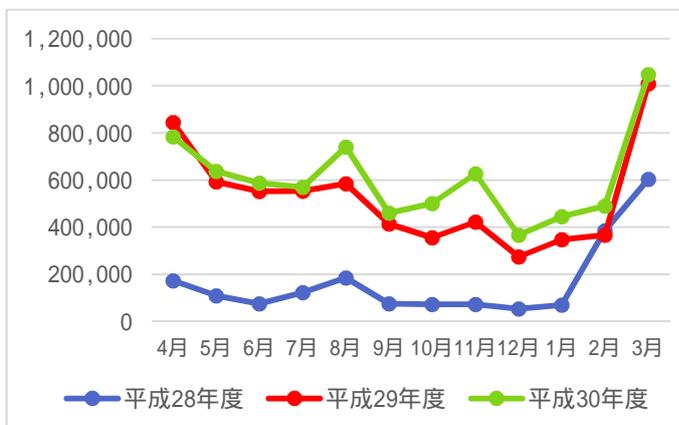
	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	合計
平成28年度	172,208	108,779	75,434	122,661	184,278	75,599	71,776	72,904	53,309	70,052	384,730	602,925	1,994,655
平成29年度	844,987	592,815	552,193	553,805	584,724	413,684	354,916	421,732	274,270	347,601	366,833	1,008,971	6,316,531
平成30年度	783,872	637,352	587,436	569,501	740,031	459,961	500,692	626,655	365,986	444,409	489,973	1,047,572	7,253,440

出典：岡崎おでかけナビログレポート

ページビュー数においてもセッション数と同様の動きをしており、平成30年度4月を除いて前年割れを起こすことなく数字を伸ばしている。

この水準を維持していくためにも、来年度以降も観光情報の更新頻度を落とすことなく運用していくことが必要といえる。

ページビュー数とは、セッション数×1セッションあたりの平均閲覧ページ数を指す。



(3) アクセス地域

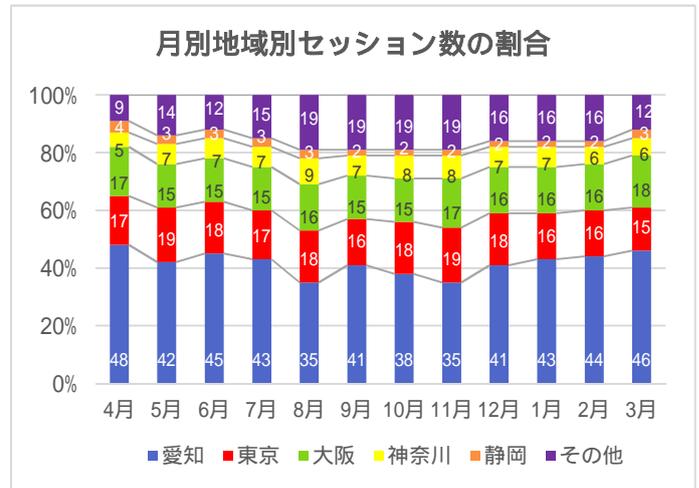
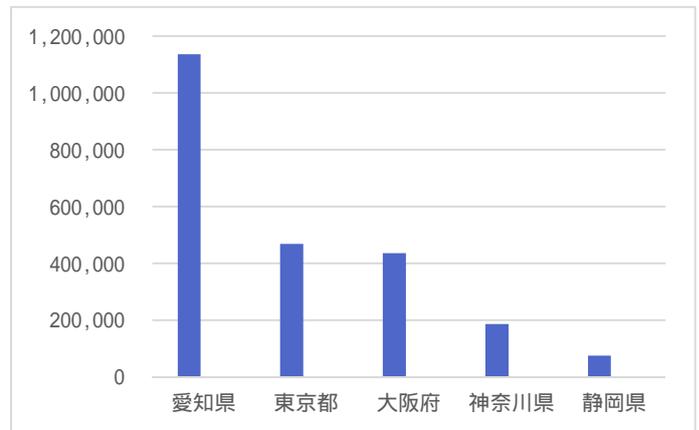
地域別にセッション数をみると、愛知県がシェアの半数弱を占めていることがわかる。次いでセッション数が多いのが東京都、大阪府、神奈川県であり、人口の多い都府県がそのまま上位を占めている。

月別にみると、さほど大きな動きはみられないものの、4月は愛知県のシェアが多くなっており、反対に8月、11月にはその他の地域のシェアが多くなっていることがわかる。これは、4月の桜まつりには愛知県内の人が多く訪れる（アクセスする）のに対し、8月、11月には岡崎観光伝道師であるYouTuber「東海オンエア」によるパネルの設置情報の告知や岡崎グルメフェスティバルの告知があり、全国からアクセスがあったためと考えられる。

平成 30 年度地域別セッション数（上位 5 地域）

都道府県	セッション数	セッションシェア
愛知県	1,135,747	41.88%
東京都	468,530	17.28%
大阪府	435,593	16.06%
神奈川県	186,380	6.87%
静岡県	74,874	2.76%
合計	2,301,124	84.85%
全セッション数	2,711,655	100%

出典：岡崎おでかけナビログレポート



6 観光消費額統計

平成 26 年度と平成 30 年度を比較すると、宿泊客の観光消費額はほぼすべての項目において増加している。特に土産購入費及び飲食費についてはそれぞれ約 1.3 倍、約 1.7 倍の増加となっている。総消費額は約 1.2 倍の増加である。

一方で日帰り客の観光消費額は減少している。市内交通費及び入館料・施設利用料・体験料については平成 26 年度から大きく減少しており、各施設において魅力ある企画展や体験プログラム等の構築が必要である。

(岡崎市来訪経験者アンケートの概要は 51 ページを参照。)

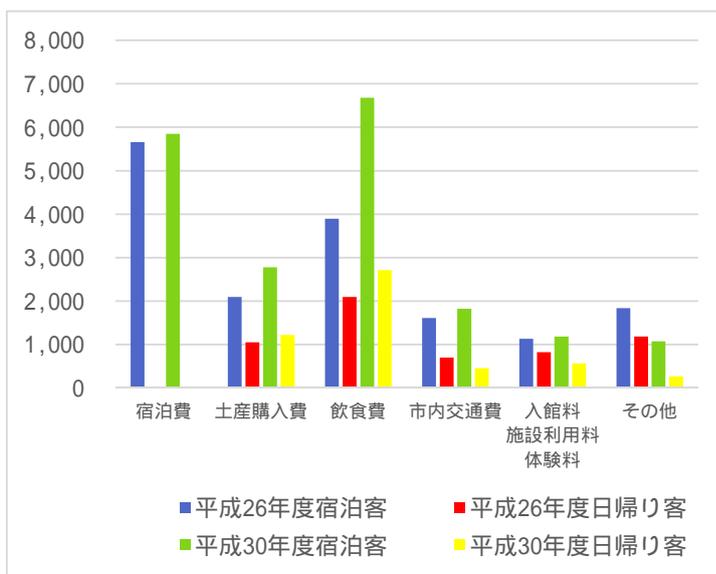
【アクションプラン最重要指標対象数値】

岡崎市を訪問した観光客の観光消費額

(単位：円)

項目	平成 26 年度		平成 30 年度		対 26 年度比	
	宿泊客	日帰り客	宿泊客	日帰り客	宿泊客	日帰り客
宿泊費	5,656		5,852		103.5%	
土産購入費	2,097	1,047	2,776	1,219	132.4%	116.4%
飲食費	3,891	2,093	6,682	2,714	171.7%	129.7%
市内交通費	1,606	698	1,824	451	113.6%	64.6%
入館料 施設利用料 体験料	1,130	821	1,182	562	104.6%	68.5%
その他	1,838	1,179	1,075	266	58.5%	22.6%
総消費額	16,218	5,839	19,391	5,212	119.6%	89.3%

出典：岡崎市来訪経験者アンケート



7 来訪者満足度

「とても満足している」と回答した人の割合は2.7%増加したものの、「やや満足している」と回答した人は3.0%減少した。「どちらでもない」「やや不満である」という回答はわずかに増加、「とても不満である」という回答は0となった。

来訪者が不満に感じた点については、前年度と比べると全体的に減少している。特に「案内表示」「観光情報」の減少割合が大きく、ホームページやSNS等の観光情報発信体制の充実が満足度に表れてきていると考えられる。

「市内交通」や「駐車場の数」等、交通に関する項目の割合は減少しているものの依然として高く、今後も交通、駐車環境の整備には一層の努力が必要であるといえる。

【アクションプラン目標指標4対象数値】

来訪者満足度の推移

(単位：%)

満足度	平成 26 年度	平成 30 年度	増減
とても満足している	15.8	18.5	+2.7
やや満足している	50.0	47.0	-3.0
どちらでもない	32.0	32.5	+0.5
やや不満である	1.7	2.0	+0.3
とても不満である	0.5	0	-0.5

出典：岡崎市来訪経験者アンケート

不満だった点、改善が必要だと思う点

(単位：%)

項目	平成 29 年度	平成 30 年度	増減
市内交通	24.3	21.8	-2.5
レストラン	11.0	10.0	-1.0
カフェ	8.5	7.5	-1.0
宿泊施設	6.5	5.0	-1.5
案内表示	11.5	8.0	-3.5
通信環境	2.3	3.0	+0.7
お土産物	10.3	8.5	-1.8
特産品	7.3	6.0	-1.3
観光施設	8.5	9.5	+1.0
体験メニュー	5.3	3.8	-1.5
駐車場の数	14.8	13.3	-1.5
観光情報	13.3	8.5	-4.8
地域住民との交流	3.3	1.0	-2.3
おもてなし	3.3	2.3	-1.0
街の景観や雰囲気	6.0	6.8	+0.8
その他	2.5	2.8	+0.3
当てはまるものはない	47.5	48.3	+0.8

出典：岡崎市来訪経験者アンケート

平成 26 年度は該当データなし

本市の観光施策

1 岡崎市観光基本計画アクションプラン重点プロジェクト

重点プロジェクト 1

岡崎オリジナル観光プロモーションの展開

重点プロジェクト 2

乙川リバーフロント地区を活かした観光振興

重点プロジェクト 3

歴史的風致維持向上計画を契機とした
観光資源のネットワーク化

重点プロジェクト 4

岡崎東部エリアの観光地化の推進

重点プロジェクト 5

観光推進体制の確立

重点プロジェクト	1	岡崎オリジナル観光プロモーションの展開			
基本戦略	3	『岡崎を演出する』	施策	3	1、2 徳川家康公を柱とした武将観光の推進、岡崎ブランドの確立

実施施策	岡崎オリジナル観光プロモーションの実施(観光推進課)				
アクションプランにおける計画期間	平成	30	~	32	年度

平成30年度 of 主な取り組み状況



和の光Art Night × 大樹寺



岡崎プレミアムの認証

- 1 岡崎観光お土産づくり推進プロジェクト
 - (1) 岡崎らしい観光土産品の認証制度の策定(平成30年度は7品認証)
 - (2) 認証マークの制作及び商標取得
 - (3) 土産品の開発支援(Oka-Biz連携)
- 2 家康公ゆかりの寺社連携事業「和の光Art Night × 大樹寺」
 - (1) 和をテーマにした光のアートとして、大樹寺境内及び山門をライトアップ。
 - (2) 「家康公生誕祭」及び岡崎城と大樹寺を結ぶ「光ビスタイン」と同日開催。
 日時:平成30年12月22日(土) 16時30分から20時まで
 場所:大樹寺境内
 来場者:約1,200名
- 3 新岡崎ビジュアルの制作
 - (1) 30~40代女性をターゲットとした新しいビジュアルの写真撮影
 - (2) 徳川家康公像、乙川リバーフロント地区整備を見据えた観光マップ制作準備
- 4 その他関連の公民連携事業

【徳川家康公顕彰事業】(岡崎商工会議所)

 - (1) 「新・家康公検定」の実施
 - (2) 「江戸のふるさと岡崎」パンフレットの制作

翌年度以降の実施予定等

- 1 岡崎観光お土産づくり推進プロジェクト(継続)
- 2 岡崎グルメの発信(新規)
- 3 徳川家康公ゆかりの寺社連携事業(継続)
- 4 体験型観光を活用した市内周遊促進(新規)
- 5 新岡崎ビジュアルの制作及び発信(継続)

重点プロジェクト	1	岡崎オリジナル観光プロモーションの展開				
基本戦略	4	『岡崎を発信する』	施策	4	3	SNSを活用した岡崎の魅力の口コミ展開

実施施策	岡崎観光伝道師を活用した情報発信					
アクションプランにおける計画期間	平成	30	~	32	年度	

平成30年度 of 主な取り組み状況



初代岡崎観光伝道師 東海オンエア
第4回全国ふるさと甲子園でのPR活動



2組目の岡崎観光伝道師 H G
撮影地のモデルコースを作成し、SNSで発信

伝道師各々の作品やSNSなどで岡崎を取り上げてもらい、広く発信してもらう。また、岡崎市のイベントに出演することでファンを岡崎市に呼び込む。

1 東海オンエア(ユーチューバー)

- (1)ユーチューブ動画の撮影支援による、当該動画概要欄への観光サイトURLの記載(岡崎市)
- (2)ユーチューブ公式チャンネルやツイッター等SNSを活用したPR活動
- (3)ユーチューブ動画の撮影地や市内各所に設置した等身大パネルを盛り込んだモデルコースを作成し、SNS等を使い情報発信
- (4)全国ふるさと甲子園(「ロケ地」と「ご当地グルメ」をテーマに参加団体がふるさとをアピールし、一般参加者等の投票によって「行きたいまちNo.1」を決定するイベント。55団体が参加)にてPR活動を行い、いきなまちグランプリ獲得に貢献

2 H G(コンポーザー & クリエーター集団)

- (1)岡崎をイメージした楽曲の作成
- (2)岡崎でのPV撮影やSNSで集めた写真を使ったMV作成
- (3)市内撮影地をめぐるモデルコースを作成し、SNS等を使い情報発信

3 伝道師活用による影響

- (1)岡崎観光伝道師関連ページPV数(市公式観光サイト「おでかけナビ」) / 約61万回
- (2)両グループが出演した岡崎グルメフェスティバルの来場者数 / 約1万2千人
- (3)東海オンエア等身大パネルへの来訪者数 / 月間約5,000人(推計)
時間当たりの来訪者数をカウントし、営業時間・日数をかけて推計

翌年度以降の実施予定等

- 1 既存の観光伝道師による新たな情報発信の取り組み
- 2 他分野で活躍する人材の発掘と新たな観光伝道師任命に向けた働きかけ

重点プロジェクト	2	乙川リバーフロント地区を活かした観光振興				
基本戦略	2	「岡崎が進化する」	施策	2	1	岡崎公園を拠点にした観光地化の推進

実施施策	乙川リバーフロント地区公共空間の利活用について(乙川リバーフロント推進課)					
アクションプランにおける計画期間	平成	29	~	32	年度	

平成30年度の主な取り組み状況

PPP活用公園運営事業(人道橋・橋詰広場)



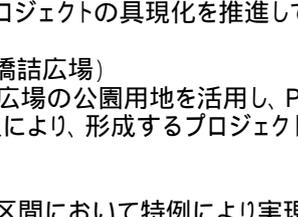
乙川かわまちづくり事業



殿橋テラス



岡崎泰平の祈り



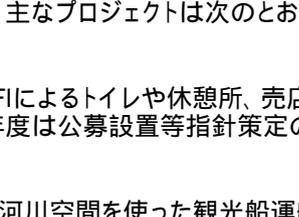
道路再構築事業



康生通



連尺通



QURUWA戦略におけるQURUWAプロジェクトの具現化を推進している。主なプロジェクトは次のとおり。

- 1 PPP活用公園運営事業(人道橋・橋詰広場)

乙川人道橋の橋上広場とその橋詰広場の公園用地を活用し、Park-PFIによるトイレや休憩所、売店、飲食店など便益施設の設置を民間活力導入により、形成するプロジェクト。今年度は公募設置等指針策定のためのマーケットサウンディングを実施。
- 2 乙川かわまちづくり事業

乙川の吹矢橋から名鉄鉄橋までの区間において特例により実現した、河川空間を使った観光船運航やレンタサイクルなど様々な民間事業が連携する事業。

 - (1)おとがワ！ンダーランド

民間が主体となった河川活用として30プログラム以上が活動を実施。
実施推奨期間:平成30年6月1日(金) - 11月25日(日)
 - (2)殿橋テラス

社会実験として実施中の仮設テラス「殿橋テラス」を利用して営業する民間カフェの営業。
実施期間:平成30年7月6日(金) - 11月25日(日)
 - (3)岡崎泰平の祈り

青く光るLEDの球「いのり星®」約2万個を乙川の川面に浮かべ、幻想的な水辺空間を演出する、光の祭典。今回から民間主体の岡崎泰平の祈り実行委員会主催により開催。
日時:平成30年11月24日(土) 17:00から19:00 参加者数:約35,000人
- 3 道路再構築事業

道路占用許可の特例により、オープンカフェや宣伝・広告板設置など道路空間を利活用した民間事業化と、その実現に必要な道路空間再配置も含めた道路再構築プロジェクトの実施。

 - (1)康生通

康生通りで歩道を活用した社会実験を実施。
実施期間:平成30年11月12日(月) - 18日(日)
 - (2)連尺通

連尺通りで歩道を活用した社会実験を実施。
実施期間:平成30年10月26日(金) - 11月18日(日)

翌年度以降の実施予定等
<ol style="list-style-type: none"> 1 PPP活用公園運営事業(人道橋・橋詰広場):事業者の公募 2 乙川かわまちづくり事業 <ol style="list-style-type: none"> (1)おとがワ！ンダーランド (2)殿橋テラス (3)岡崎泰平の祈り:令和元年11月23日(土)開催予定 3 道路再構築事業 <ol style="list-style-type: none"> (1)康生通:調整中 (2)連尺通:9月~10月を予定

重点プロジェクト	2	乙川リバーフロント地区を活かした観光振興				
基本戦略	2	『岡崎が進化する』	施策	2	1	岡崎公園を拠点にした観光地化の推進

実施施策	岡崎城跡の整備及び発掘調査について(社会教育課)					
アクションプランにおける計画期間	平成	29	~	32	年度	

平成30年度の主な取り組み状況



天守台石垣の発掘調査



天守台石垣発掘調査現地説明会

1 岡崎城跡発掘調査普及業務

- (1)岡崎城総堀跡(籠田公園)の発掘調査
現地説明会開催日:7月21日(約200名来場)
- (2)岡崎城跡天守台石垣の発掘調査
現地説明会開催日:9月8日(約200名来場)
- (3)岡崎城総堀跡(御旗公園)の発掘調査
現地説明会開催日:1月19日(約400名来場)

2 石垣保存修理事業

- (1)風呂谷門石垣について、天端石が不安定なため、安定させるための工事施工
- (2)石垣を毀損する樹木の伐採

3 菅生川端石垣整備事業

菅生川端石垣整備のために実施設計を行う

翌年度以降の実施予定等

- 1 発掘調査(平成31年度 清海堀、籠田総門)
- 2 石垣を毀損する樹木の伐採(平成31年度 清海堀)
- 3 菅生川端石垣整備(平成31年度、平成32年度の二か年で実施)

重点プロジェクト	3	歴史的風致維持向上計画を契機とした観光資源のネットワーク化				
基本戦略	3	『岡崎を演出する』	施策	3	4	歴史文化資産を活用したストーリー性ある演出

実施施策	岡崎城ツアーの実施について(社会教育課)				
アクションプランにおける計画期間	平成	29	~	32	年度

平成30年度の主な取り組み状況



石垣めぐりマップ

平成29年度のツアー

- 1 石垣めぐりマップの作成
岡崎城跡の石垣の魅力を伝えるためのマップの発行
- 2 観光ボランティアとの連携
岡崎観光ボランティアに石垣めぐりマップを基に勉強会を開催
- 3 石垣めぐりツアーの開催
石垣めぐりマップを基に学芸員とめぐるツアーの開催
3月3日、17日 10時から13時30分 各30名

翌年度以降の実施予定等

- 1 石垣めぐりマップ増刷
- 2 石垣めぐりツアーの開催
- 3 指定管理者による清海堀ツアー(自主事業)

重点プロジェクト	3	歴史的風致維持向上計画を契機とした観光資源のネットワーク化				
基本戦略	3	『岡崎を演出する』	施策	3	4	歴史文化資産を活用したストーリー性ある演出

実施施策	歴史文化資産の解説板整備について(まちづくりデザイン課)					
アクションプランにおける計画期間	平成	29	~	令和	2	年度

令和元年度の主な取り組み状況

岡崎公園(史跡内)



質 解説板等デザインの統一化
解説板等の所管部署が異なるため、デザインや情報内容にばらつき

量 解説板等のシステム化による統合
現状: 79基→整備後: 46基

経年の中で解説板等も増え、全体として情報が重複

整備予定	H30	17基
R1	19基	
R2	10基	



歴史文化資産の理解促進につながる統一性・一貫性を持たせたサインシステムを構築
誰にでも分かりやすい内容でインバウンド観光にも対応し、回遊性の向上に寄与
パンフレットなど各種情報媒体との相互補完により、情報量の調整と質の向上

まちなかの利便性や回遊性の向上



岡崎城総構え案内板



岡崎公園案内板

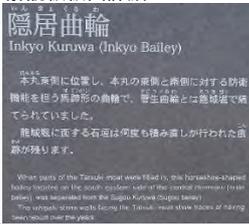


誘導板



解説板

解説板板面詳細



歴史文化資産解説板等の整備(岡崎公園・史跡内)



- ・解説板を 17基設置

連続性と視認性の確保
見やすく連続した案内となるよう統一したデザイン

景観への配慮
岡崎城の歴史的な景観を阻害しない色彩・高さ・表示面積

耐久性と経済性の確保
壊れにくく劣化しにくい材質等でシンプルな形状や表示

風格あるデザイン
質感が高く経年とともに風合いが増すデザイン

翌年度以降の実施予定等

歴史文化資産解説板等の整備(継続) (多言語化(継続))

重点プロジェクト	4	岡崎東部エリアの観光地化の推進				
基本戦略	2	『岡崎が進化する』	施策	2	2	高速道路インターチェンジを拠点にした岡崎東部エリアの観光地化の推進

実施施策	ブランド化推進品目等のPR、新商品の開発支援について(農務課)				
アクションプランにおける計画期間	平成	30	~	32	年度

平成30年度の主な取り組み状況



額田地域において、所得の向上や雇用の増大に向け、地域内の農林水産物等の地域資源の潜在的な力を活用し、商品化や販売促進等の取組を推進(実施主体:岡崎市ぬかたブランド協議会)。

- 1 かき氷(「おかざきかき氷街道」の実施)
氷は天然水「神水」を使い、ぬかたの果実・お茶・野菜などを使ったトッピングのかき氷を7軒の飲食店が時期を統一して提供。愛知県知事から「いいともあいち食の街道」に認定。
- 2 木材
木質バイオマス資源の賦存量調査、森づかい推進運動の一環として、地元ヒノキ材を用いた簡易テント、足湯キットを試作し、岡崎市農林業祭等で足湯体験を実施。
- 3 薬草
良質なヨモギの栽培・製造・販路開拓・ビジネス化を検討。
- 4 鮎
漁獲した天然鮎を飲食店に搬送し、評価、新商品の開発、保存試験を実施。
- 5 自然薯
自然薯の漬物を「とろろじゃん」として、リニューアル商品化、自然薯の真空包装による保存期間の延長、PRのぼり旗の作成等を実施。
- 6 販売戦略
第1回山の恵みマッチング(平成31年2月 東京ビッグサイト)に出展し、ぬかたブランド品のPRを実施。
- 7 その他
統一ブランドマークのデザイン、既存商品のリニューアル、新商品の開発、市内外におけるぬかたブランド品のPR、人材育成、活動組織の強化等を実施。

翌年度以降の実施予定等

- 1 引き続き、額田地域内の農林水産物等の地域資源の商品化や販売促進等の取組を実施

重点プロジェクト	5	観光推進体制の確立				
基本戦略	1	『岡崎を分析する』	施策	1	1	民間主導の観光推進体制の確立

実施施策	観光協会の法人化について(観光協会)					
アクションプランにおける計画期間	平成	29	~	30	年度	

平成30年度の主な取り組み状況



籠田観光案内所



岡さんぼ



すぐれモノ
体験隊



内藤ルネ

1 法人化による事業の方向性
観光協会 会員を中心とした民間事業者・組織との連携強化による、公民連携の観光推進体制を構築する。

- 2 具体的実施内容
- (1)民間主導による観光商品造成:『岡さんぼ』『岡崎すぐれモノ体験』等のプログラム作り
 - (2)継続事業の新たな魅力づくりによる集客拡大:桜まつり・家康行列・将棋まつり・花火大会等と民間事業者営業活動のコラボレーション展開
 - (3)観光消費拡大に向けた仕組み改善:岡崎の目玉商品(グルメ・みやげ)開発
 - (4)岡崎の新たな魅力づくりに向けた民間事業者とのプロジェクトの立ち上げ:『内藤ルネ』プロジェクト

翌年度以降の実施予定等

- 1 公民連携による推進体制を加速:平成30年度事業を継続すると共に以下の取り組みを行う
- (1)インバウンド集客事業への取り組み強化:民間主導による『インバウンド推進協議会』の設立
 - (2)観光伝道師コンテンツ活用による観光消費拡大に向けた取組み
 - (3)観光客の滞在時間の拡大:回遊拡大を目指した『岡崎ONE MORE PROJECT』立ち上げ
 - (4)観光客の満足度の向上を目指した『岡崎おもてなしセンター』協会内に立ち上げ

2 アクションプラン個別施策の状況

表の網かけ部分は実施中（今後実施予定）の施策

基本戦略 1 岡崎の魅力を高める観光地経営の展開『岡崎を分析する』

施策	具体的な取り組み	H30	R1	R2
1-1 民間主導の観光推進 体制の確立 【重点プロジェクト5】	観光事業の推進を支える経営体制の確立をめざし、観光協会を法人化する。			
	観光協会の運営を補助金により支援する。			
1-2 行政一体となった観光 産業都市「岡崎」の推進	庁内推進会議を運営し、観光推進体制の強化と担当課間の連携を図る。			
1-3 観光マーケティング・ マネジメントの推進	アンケート・WEB アンケート等の実施により、現状把握と分析に努める。			
	外国人動向調査を行う。(H30～)			
	観光基本計画アクションプランの改訂準備を行う。(R2)			
1-4 岡崎市観光統計書の作成 及び公表	観光白書を作成し、公表する。(H30～)			
	観光基本計画推進委員会を運営し、観光基本計画アクションプランの進捗を管理する。			

基本戦略 2 市民が誇れる観光産業都市への環境整備 『岡崎が進化する』

施策	具体的な取り組み	H30	R1	R2
2-1 岡崎公園を拠点にした 観光地化の推進 【重点プロジェクト2】	岡崎公園の観光活用について検討する。			
	岡崎公園で観光活用事業を行う。(R1~)			
	三河武士のやかた家康館・岡崎城で誘客イベントを実施する。			
	リノベーションまちづくりを推進する。			
	乙川リバーフロント地区における公共空間の利活用を行う。			
	乙川リバーフロント地区における宿泊施設・コンベンション施設等の誘致を図る。			
	乙川リバーフロント地区の周遊ルートを形成する。			
2-2 高速道路インターチェンジ を拠点にした岡崎東部 エリアの観光地化の推進 【重点プロジェクト4】	岡崎城跡の整備及び発掘調査を行う。			
	観光体験プログラムを活用し、PR等について協力する。			
	額田地区のPR動画を活用したパンフレットの作成を行う。			
	くらがり渓谷の整備について検討する。(H30~)			
	くらがり渓谷登山口トイレの改修工事を実施する。(H30)			
	岡崎東インターチェンジ周辺の案内標識を新設し、額田エリアの観光スポットへの誘導を図る。(H30)			
	鳥川ホテルまつりの運営協力を行う。			
	ぬかたわんぱくまつりの会場協力を行う。			
	水とみどりの森の駅を拠点とした体験プログラムを充実させる。(H30~)			
	道の駅藤川宿で開駅周年イベントを実施する。			
	道の駅藤川宿を出発地とした市内回遊を促進する。(H30~)			
ブランド化推進品目等のPR、新商品の開発支援を行う。				
広域観光交流拠点施設を誘致する。				

2-3 乙川リバーフロント 地区整備の推進	新たなシンボルとして徳川家康公の銅像を制作する。			
	岡崎城総構えの位置表示を行う。			
	ペDESTリアンデッキ、東岡崎駅前広場等の名鉄東岡崎駅 周辺地区を整備する。			
	乙川人道橋、中央緑道等を整備する。			
	岡崎城跡の整備及び発掘調査を行う。(再掲)			
2-4 歴史的風致を活かした 良好な市街地景観の形成	道路の美装化を行う。			
	無電柱化の整備にあたり関係者との協議を行う。			
	「歴史的風致形成建造物」の指定を行い、保全に必要な修 理・修景等の費用の一部を助成する。			
2-5 岡崎(城址)公園整備の 推進	岡崎公園の観光活用について検討する。(再掲)			
	岡崎公園で観光活用事業を行う。(R1~)(再掲)			
	岡崎公園の施設整備を行う。			
	岡崎城跡の整備及び発掘調査を行う。(再掲)			
2-6 さくら100年プロジェクトの 推進	公共施設への植樹及び1学区1公園1枝垂を実施する。			
	岡崎公園周辺の桜を保全し、利活用する。			
2-7 観光に便利な二次交通の 整備	バスツアーや観光タクシーにより市内回遊を促進する。			
	民間バス路線への補助による維持・確保及びまちなか等を 運行する循環型「まちバス」の運行委託を行う。			
2-8 自転車での市内回遊促進	サイクルシェアにより市民及び観光客の回遊性を高める。			
	自転車ネットワーク計画策定に向けた協議・検討を実施す る。			
2-9 主要スポットにおける Wi-Fi利用の促進	OKAZAKI FREE Wi-Fiのスポットを設置し、誘客促進に努め る。			
2-10 観光ニーズにあわせた 公共サイン整備	観光案内サインやPR看板を整備する。			
	乙川リバーフロント地区の案内サインを整備する。 (H30~)			

基本戦略 3 民間活力を活かした岡崎オリジナルの演出『岡崎を演出する』

施策	具体的な取り組み	H30	R1	R2
3-1 徳川家康公を柱とした 武将観光の推進 【重点プロジェクト1】	新たなシンボルとして徳川家康公の銅像を制作する。 (再掲)			
	岡崎オリジナル観光プロモーションを実施する。 (H30~R2)			
	グレート家康公「葵」武将隊によるおもてなしを行う。			
3-2 岡崎ブランドの確立 【重点プロジェクト1】	岡崎オリジナル観光プロモーションを実施する。 (H30~H32)(再掲)			
	赤い糸プロジェクトを推進する。			
	ブランド化推進品目等のPR、新商品の開発支援を行う。 (再掲)			
3-3 乙川リバーフロント 地区内の魅力創出	回遊クーポンを造成する。			
	名鉄キャンペーンを実施する。			
	かわまちづくりの民間運営組織をつくる。(H30)			
	民間によりかわまちづくりを運営する。(R1)			
3-4 歴史文化資産を活用した ストーリー性ある演出 【重点プロジェクト3】	回遊クーポンの造成、バスツアーや観光タクシーにより 市内回遊を促進する。			
	歴史かたり人を育成し、活用する。			
	歴史文化資産の解説板を整備する。			
	岡崎城ツアーを実施する。			

3-5 岡崎ニューツーリズムの 推進	観光体験プログラムを活用し、PR 等について協力する。(再掲)			
	スポーツ大会等の開催・誘致を行う。			
	ウォーキングマップの作成やウォーキングイベントを実施し、歩く健康づくりを推進する。			
	水とみどりの森の駅を拠点とした体験プログラムの充実を図る。(H30～)			
3-6 伝統行事及び誘客促進 事業に対する支援	観光振興事業を補助金により支援する。			
	歴史かたり人を育成し、活用する。(再掲)			
	無形民俗文化財の保存育成を支援する。			
3-7 全国に誇れる大型観光 イベントの実施	桜まつり、家康行列、花火大会等のイベントを実施する。			
3-8 民間イベントの積極的 誘致及び連携	民間の大型イベントを誘致する。			

基本戦略 4 戦略的かつ効果的な情報発信『岡崎を発信する』

施策	具体的な取り組み	H30	R1	R2
4-1 情報誌・広告・報道・ メディアへの積極的な 情報発信	メディア宣伝、広告を行う。			
4-2 フィルムコミッションの 推進	受入体制を整備し、プロモーションを行う。			
	ロケハン、ロケの対応を行う。			
	上映に合わせてロケ地PR、誘客PRを行う。			
4-3 SNSを活用した岡崎 魅力の口コミ展開 【重点プロジェクト1】	岡崎観光伝道師を活用した情報発信を行う。(H30～)			
	インスタグラムによるフォトコンテストを実施する。			
4-4 岡崎市総合観光サイト による地域一帯となった 情報発信	岡崎市公式観光サイト「岡崎おでかけナビ」により市内の 情報を発信する。			
	インスタグラムによるフォトコンテストを実施する。 (再掲)			
	岡崎市公式観光アプリ「岡さぼ!」により情報発信する。			
4-5 知名度・魅力度の高い 最新コンテンツの活用	内藤ルネイラスト等を活用し、「Kawaii」をキーワードにし たPRを行う。			
4-6 ターゲットにあわせた 観光パンフレット等の配布	観光パンフレットの制作、配布を行う。			
	岡崎観光伝道師を活用した情報発信を行う。(再掲)			
	市外集客施設でPRを行う。			
4-7 民間主導のキャラバン隊 による岡崎魅力の発信	岡崎おもてなしキャラバン隊を活用する。			

基本戦略 5 地域一体となったおもてなし体制の推進 『岡崎に招く』

施策	具体的な取り組み	H30	R1	R2
5-1 市民一人一人のおもてなし意識醸成	観光地域づくりの人材育成を行う。(R1～)			
	市政だよりで観光情報を発信する。			
5-2 観光案内ガイドの養成	歴史かたり人を育成し、活用する。(再掲)			
	観光ボランティアガイドを育成し、活用する。			
5-3 観光総合案内窓口の充実	JR 岡崎駅、名鉄東岡崎駅で観光案内所を運営する。			
	籠田観光案内所を運営する。(H30～)			
5-4 本市ゆかりのまち及び他自治体への PR キャラバン	PR キャラバンに出展する。			
	岡崎おもてなしキャラバン隊を活用する。(再掲)			
5-5 広域連携による観光誘客の推進	広域連携により誘客を図る。			
	家康公・三河武士のゆかりの地との連携を図る。			
	愛知ディスティネーションキャンペーンの実施に伴い、受入環境の整備を図る。			
5-6 公共交通機関と連携した誘客施策の展開	名鉄キャンペーンを実施する。(再掲)			
	愛知ディスティネーションキャンペーンの実施に伴い、受入環境の整備を図る。(再掲)			
	市外集客施設で PR を行う。(再掲)			
	IC カード導入を目的とした愛知環状鉄道設備整備工事の補助を行う。			

5-7 インバウンド受入環境の 充実	多言語パンフレットを制作する。			
	OKAZAKI FREE Wi-Fi の普及により、来訪者満足度向上に努める。			
	多言語対応ガイドを養成する。(H30～)			
	外国人観光客向けの体験プログラムを開発する。(H30～)			
	インバウンド推進組織を設立する。(H30～)			
	外国人動向調査を行う。(H30～)(再掲)			
	インバウンド・サイン庁内検討会を実施する。			
	パンフレット等の多言語翻訳を行う。			
5-8 ターゲットを絞った 外国人誘客活動	現地でプロモーションを実施する。			
	海外エージェントの直接商談を実施する。			
	インフルエンサー等を招請し、本市観光資源の情報発信を行う。			
	国・県・他市等と連携し、誘客活動を実施する。			
	パンフレット等の多言語翻訳を行う。			

3 年間実施事業

(1) 観光イベント

平成 29 年度と平成 30 年度を比較すると、全体的に入込客数が減少している。本市の春の一大イベントである桜まつりの入込客数が 6 万人程度減少したことが、入込客数全体の減少に影響しているとみられる。特に将棋まつりについては平成 29 年度の半分程度の入込客数になってしまっている。

反対に、花火大会においては平成 29 年度と比べて入込客数が増加しており、本市の夏の風物詩として安定した入込客数を見込めるイベントとなっている。

平成 29 年度と比べると減少している入込客数も、基準年である平成 26 年度と比較すると、ほぼすべてのイベントで入込客数が増加しており、全体としては増加傾向にあることがわかる。

市内観光イベント入込客数の推移

(単位：人)

	平成 26 年度	平成 29 年度	平成 30 年度
桜まつり	600,000	668,000	600,000
家康行列	310,000	400,000	400,000
将棋まつり	6,000	8,000	4,300
五万石藤まつり	340,000	400,000	400,000
岡崎城下家康公夏まつり	150,000	115,000	101,680
岡崎城下家康公夏まつり 花火大会	460,000	470,000	480,000
岡崎城下家康公秋まつり	70,000	120,000	110,000
岡崎ジャズストリート	20,000	33,000	25,000
家康公生誕祭	2,039	7,000	6,740
合計	1,958,039	2,221,000	2,127,720

<桜まつり>

開催時期:平成30年3月29日(木)~4月13日(金)

開催場所:岡崎公園一帯



桜まつり

<家康行列>

開催時期:平成30年4月8日(日)

開催場所:伊賀八幡宮~乙川河川敷

<将棋まつり>

開催時期:平成30年5月6日(日)

開催場所:岡崎城二の丸能楽堂、三河武士のやかた家康館前

<五万石藤まつり>

開催時期:平成30年4月21日(土)~5月6日(日)

開催場所:岡崎公園藤棚



五万石藤まつり

<岡崎城下家康公夏まつり>

開催時期:平成30年7月27日(金)、29日(日)、8月1日(水)~5日(日)

開催場所:岡崎公園多目的広場、籠田公園ほか

<岡崎城下家康公夏まつり花火大会>

開催時期:平成30年8月4日(土)

開催場所:乙川・矢作川河畔



岡崎城下家康公夏まつり花火大会

<岡崎城下家康公秋まつり>

開催時期:平成30年11月3日(土・祝)、4日(日)

開催場所:岡崎公園多目的広場、乙川河川敷

<岡崎ジャズストリート>

開催時期:平成30年11月3日(土・祝)、4日(日)

開催場所:籠田公園、岡崎城二の丸能楽堂ほか

<家康公生誕祭>

開催時期:平成30年12月22日(土)、23日(日)、26日(水)

開催場所:岡崎公園周辺



家康公生誕祭

(2) 誘客促進事業

平成 30 年度岡崎ぐるり早めぐりバスツアー開催実績

コース No.	コース名	料金(円) ()内は小人	催行 便数	参加 人数
1	岡崎歴史かたり人と行く！桜まつり特別コース(4月1日、7日 各日 AM・PM)	1,000	4	49
2	グレート家康公葵武将隊と行く！春の岡崎1日満喫コース(4月2日、3日、4日)	4,200	3	86
3,4	グレート家康公葵武将隊と行く！家康公ゆかりの地コース (5月3日、4日、5日、6日 各日 AM・PM)	1,500(1,200)	8	126
5	岡崎歴史かたり人と行く！竹善料理と奥殿陣屋バラ園散策コース(6月7日、8日、9日)	3,400	3	87
6	グレート家康公葵武将隊と行く！徳川家康公ゆかりの地とお宝特別公開コース (6月29日、30日、7月2日)	3,800	3	79
7	自然満喫！ブルーベリー狩りとマスつかみ体験コース(7月25日、26日)	4,000(3,000)	2	56
8	グレート家康公葵武将隊と行く！夏休みの自由研究はこれで決まり！岡崎モノづくり体験コース (8月1日、2日)	2,500(2,100)	2	57
9	独身男女限定！岩津天満宮献燈祭と赤い糸コース(8月25日)	男性 6,500 女性 4,500	1	29
10	岡崎歴史かたり人と行く！家康公と一向一揆の軌跡をめぐるコース (9月16日、23日、24日)	3,500	3	53
11	岡崎歴史かたり人と行く！徳川家康公ゆかりの地とお宝特別公開コース (10月6日、13日、21日)	3,200	3	66
12	岡崎歴史かたり人と行く！岡崎の秋満喫コース(11月22日、23日、24日)	2,900	3	87
13	岡崎歴史かたり人と行く！そば打ちと柚子シロップ作り体験コース (11月29日、12月5日、6日)	4,200	3	87
14	岡崎歴史かたり人と行く！家康公生誕祭と大樹寺「和の光 Art Night」コース (12月22日)	3,400	1	19
15	グレート家康公葵武将隊と行く！岡崎満喫コース (1月24日、28日、29日、2月25日、26日、27日)	3,800	6	168
16	グレート家康公葵武将隊と行く！冬の岡崎めぐり満喫コース(2月12日、3月2日)	3,600	3	47
17,18	天然記念物『奥山田しだれ桜』鑑賞コース(3月27日、28日 各日 AM・PM)	1,500(1,000)	4	69
19	自然を満喫！そば打ちとミツマタ群生鑑賞コース(3月29日)	3,000	1	30
20	愛知 DC 特別 岡崎歴史かたり人と行く！徳川家康公生誕の地・岡崎満喫ツアー (10~12月で24日程を設定)	3,000	24	266
21	おかざきクルまつりと三菱自動車見学&体験日帰りバスツアー(12月9日)	3,000	1	32
平成 30 年度合計			77	1,493
平成 29 年度合計			49	1,193

平成 30 年度岡崎おもてなしキャラバン隊出店実績

開催日	イベント名	場所	店舗数	利用人数	売上金額 (円)
5/3～6	天下泰平マルシェ	岡崎公園	30	3,444	1,533,790
5/3～5	NEOPASA 岡崎 春の陣	岡崎サービスエリア	16	1,832	1,110,150
4/21,22,28,29 5/3,4	第 68 回愛知県高等学校優勝野球大会	岡崎市民球場	19	1,749	731,750
4/30	全国武将サミット	岡崎公園	10	1,160	730,550
5/5	ファミリーフェスタ in 中総 2018	中央総合公園	11	4,748	2,233,650
6/2,3	家康楽市	浜松城公園	4	1,200	530,000
7/1,7,8,14,15,16, 21,22,24,25,27,28	第 100 回全国高校野球選手権愛知大会	岡崎市民球場	35	10,228	3,379,660
7/11,12	ものづくりフェア 岡崎	中央総合公園	10	516	276,730
8/1	岡崎城下家康公夏まつり イオンモール岡崎会場	イオンモール岡崎	11	1,552	800,000
8/2,3	夏まつり・花火大会臨時出店	岡崎公園旧タツキ売 店跡	6	890	211,730
8/11～14	NEOPASA 岡崎 夏の陣	岡崎サービスエリア	28	2,044	1,306,358
9/15,16	ISPS HANDA CUP アーチェリー大会	中央総合公園	7	554	184,100
9/16	中日ハウジングセンター クラフトフェア	岡崎中日ハウジング センター	5	121	55,600
10/20,21	シーホース三河 ホームゲーム	中央総合公園	12	1,926	771,750
10/20	分子科学研究所一般公開	分子科学研究所	3	698	327,800
11/3,4,25	イオンモール秋まつり	イオンモール岡崎	18	1,350	769,350
11/24	岡崎グルメフェスティバル	岡崎公園	16	7,182	3,606,200
11/25	第 50 回おかざきマラソン	中央総合公園	12	2,413	1,007,850
12/9	おかざきクルまつり	中央総合公園	12	3,643	1,348,550
12/22,23	家康公生誕祭	岡崎公園	10	649	420,000
12/22	和の光 Art Night	大樹寺	5	998	461,600
2/9,10	NEOPASA 岡崎 祝の陣	岡崎サービスエリア	6	780	413,720
2/23,24	ご当地キャラ大集合	岡崎公園	19	2,301	1,113,980
平成 30 年度合計			305	51,978	23,324,868
平成 29 年度合計			274	47,927	22,667,960

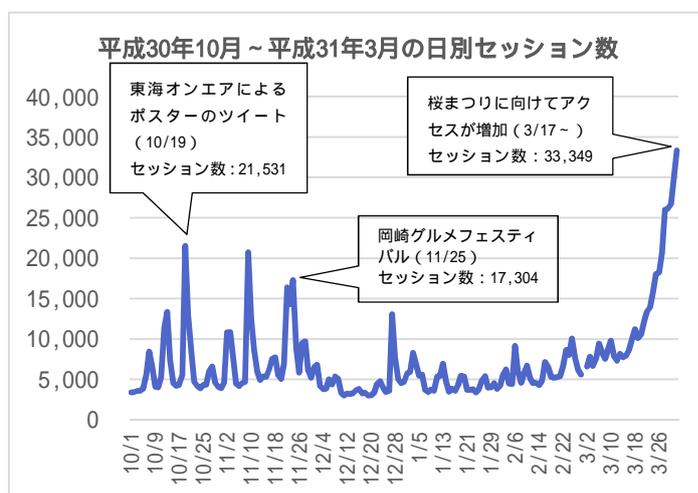
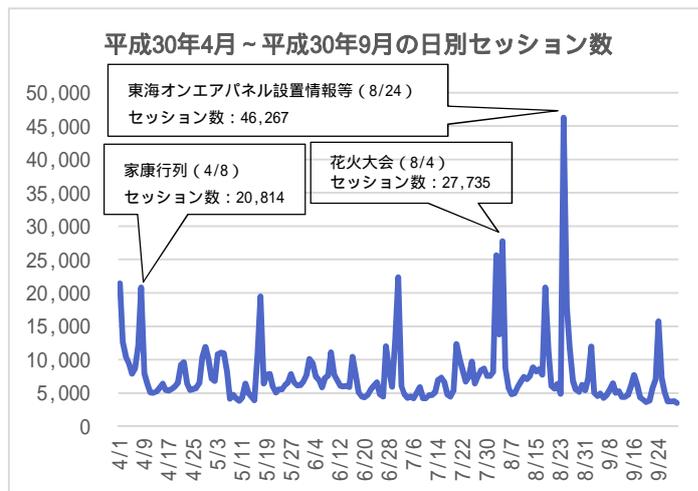
4 パブリシティ

(1) セッション数の推移

岡崎おでかけナビにおけるセッション数は、家康行列や花火大会等、本市で開催される主要なイベントの当日になると急増する傾向にある。

また、東海オンエアが岡崎市関連のツイートを公開したタイミングにおいてもセッション数が増加することが多い。

桜まつり期間中に継続してセッション数が伸びているのは、桜の開花状況を頻繁にチェックするユーザーが多いことが理由に挙げられる。



(2) サイトへの訪問経路

訪問経路については「Yahoo!」と「Google」の2大検索エンジンが割合の半分以上を占めている。2つを合わせると約60%のシェアとなる。

また「twitter」からの流入も多く、全体の14%を占める。こちらは月によって振れ幅が大きく、2大検索エンジンを抜いて、シェア30%を獲得した月もある。

その他には、QRコードを読み取ったのアクセスやウォーカープラスの花見情報、Facebook等SNSからの流入が含まれている。



(3) アクセスキーワードの順位

平成 30 年 4 月				平成 30 年 5 月			平成 30 年 6 月		
順位	キーワード	セッション	割合	キーワード	セッション	割合	キーワード	セッション	割合
1	岡崎城	4,816	7.67%	岡崎城	4,627	10.01%	岡崎城	3,438	7.34%
2	家康行列	3,816	6.07%	くらがり溪谷	2,330	5.04%	くらがり溪谷	2,172	4.64%
3	岡崎公園	3,052	4.86%	岡崎 観光	1,453	3.14%	岡崎 ホテル	1,694	3.62%
4	岡崎 桜祭り	1,521	2.42%	岡崎南公園	1,301	2.81%	岡崎 観光	1,279	2.73%
5	岡崎桜祭り	1,338	2.13%	岡崎公園	1,135	2.46%	鳥川ホテルの里	1,273	2.72%
合計		14,543	23.15%		10,846	23.46%		9,856	21.05%
平成 30 年 7 月				平成 30 年 8 月			平成 30 年 9 月		
順位	キーワード	セッション	割合	キーワード	セッション	割合	キーワード	セッション	割合
1	くらがり溪谷	4,037	9.74%	くらがり溪谷	4,527	7.10%	岡崎城	3,682	9.88%
2	岡崎城	3,105	7.49%	岡崎城	4,070	6.38%	くらがり溪谷	1,822	4.89%
3	岡崎市民球場	1,374	3.31%	岡崎花火	2,342	3.67%	岡崎 観光	1,626	4.36%
4	岡崎 観光	1,367	3.30%	岡崎 観光	2,297	3.60%	東海オンエア パネル	1,501	4.03%
5	岡崎花火	904	2.18%	東海オンエア パネル	2,000	3.13%	岡崎南公園	859	2.30%
合計		10,787	26.01%		15,236	23.88%		9,490	25.45%
平成 30 年 10 月				平成 30 年 11 月			平成 30 年 12 月		
順位	キーワード	セッション	割合	キーワード	セッション	割合	キーワード	セッション	割合
1	岡崎城	3,593	9.83%	岡崎城	4,062	7.90%	岡崎城	3,419	10.61%
2	岡崎 観光	1,370	3.75%	くらがり溪谷	2,775	5.40%	岡崎 観光	1,178	3.65%
3	くらがり溪谷	1,154	3.16%	岡崎グルメフェス	2,087	4.06%	東海オンエア パネル	751	2.33%
4	岡崎南公園	1,056	2.89%	岡崎 観光	1,504	2.92%	岡崎南公園	577	1.79%
5	東海オンエア パネル	902	2.47%	岡崎公園	1,128	2.19%	くらがり溪谷	573	1.78%
合計		8,075	22.09%		11,556	22.47%		6,498	20.16%
平成 31 年 1 月				平成 31 年 2 月			平成 31 年 3 月		
順位	キーワード	セッション	割合	キーワード	セッション	割合	キーワード	セッション	割合
1	岡崎城	3,491	10.05%	岡崎城	3,026	7.44%	岡崎城	7,084	5.36%
2	岡崎 観光	1,479	4.26%	岡崎 観光	1,658	4.08%	岡崎 桜祭り	6,443	4.87%
3	岡崎南公園	947	2.73%	岡崎南公園	1,297	3.19%	岡崎 桜	5,441	4.11%
4	東海オンエア パネル	692	1.99%	南公園	996	2.45%	岡崎公園桜	5,055	3.82%
5	岡崎市 観光	678	1.95%	岡崎公園	811	2.00%	岡崎桜祭り	4,702	3.55%
合計		7,287	20.98%		7,788	19.16%		28,725	21.72%

「岡崎城」は一年を通してランクインしている。3月から4月にかけては桜にまつわるワードが、7月から8月は「岡崎花火」が、5月から12月にかけては「くらがり溪谷」が上位にランクインしている。このように季節ごとのイベントに対する注目度が、アクセスワードに表れてくる結果となった。

(4) メディア掲載実績

7月19日出版の「TokaiWalker」に八丁味噌や花火大会に関する記事が掲載され、翌日から数日間にかけて岡崎おでかけナビのセッション数が、同週のセッション数と比べて2倍程度に増加しているため、雑誌発行の影響を受けていると考えられる。

11月1日出版の「東海じゃらん」ではイエヤスコウイルミネーション等について取り上げられ、翌日のセッション数が前日比2倍程度に増加した。11月は岡崎グルメフェスティバル等のイベントが開催されるため、それらへのアクセスも含めてセッション数の増加が見られる。

テレビについては6月28日にNHK「まるっと!」9月20日、25日に東海テレビ「スイッチ!」、12月28日にテレビ東京「所さんの学校では教えてくれないそこんトコロ」で本市について取り上げられた。それぞれの日でセッション数に多少の動きはあったものの特筆すべき大きな変化はみられなかった。

時期	内容	広報媒体	対象地域
5月2日(水)	家康館企画展(三河ゆかりの名刀)	歴史人6月号	全国
6月28日(木)	岡崎の礎を築いた戦国武将・田中吉政	NHK「まるっと!」	全国
7月19日(木)	東公園、八丁味噌の郷、花火大会	(株)KADOKAWA「TokaiWalker 2018 夏休み直前号」	東海地方
9月20日(木) 9月25日(火)	東公園動物園	東海テレビ「スイッチ!」	東海3県
11月1日(木)	岡崎イエヤスコウイルミネーション、東公園	リクルートコミュニケーションズ「東海じゃらん12月1月特大合併号」	東海地方
12月28日(金)	旧本多忠次郎にて開かずの金庫を開ける企画	テレビ東京「所さんの学校では教えてくれないそこんトコロ」	全国
2月28日(木)	岡崎観光伝道師の東海オンエアの活動紹介	東海テレビ「ニュースONE」	東海地方
3月6日(水)	東海オンエア	(株)KADOKAWA「ダ・ヴィンチ 4月号」	全国
3月6日(水)	岡崎市「家康行列」開催	PHP研究所「歴史街道 4月号」	全国
合計	雑誌26件、テレビ18件、フリーペーパー27件、その他4件		

観光推進課に問合せ等があったもののみ

総合分析

1 目標指標

指標名		基準値 ¹ (平成 26 年度)	本年度実績値 ¹ (平成 30 年度)	目標値 (令和 2 年度)	達成率	
最重要指標	経済効果 (観光消費額 ²)	381 億円	353 億円	404 億円	87.4%	
目標指標 2	観光入込客数	観光施設	387 万人	372 万人	411 万人	90.5%
		イベント	196 万人	213 万人	208 万人	102.4%
目標指標 3	宿泊客数	39 万人	34 万人	42 万人	81.0%	
目標指標 4	来訪者満足度	65.8%	65.5%	70.0%	93.6%	
目標指標 5	市民満足度 ³	35.0%	33.8%	40.0%	84.5%	

1 端数処理の関係で合計数値が合わない場合がある。

2 観光消費額 = 宿泊客による観光消費額 + 日帰り客による観光消費額

(宿泊客による観光消費額は宿泊客単価 × 宿泊客数、日帰り客による観光消費額は日帰り客単価 × 日帰り客数から算出する)

3 3年に一度実施する「岡崎市市民意識調査」の結果を掲載している。(掲載は平成 28 年度調査のもの)

2 まとめ

観光入込客数においてはイベントで平成 26 年度を上回ったが、観光施設においては減少している。宿泊客単価は平成 26 年度と比較して大きく上昇したものの、宿泊客数の減少、日帰り客単価の減少等が響き、観光消費額は 353 億円にとどまった。

平成 32 年度の目標指標と比較すると、イベント入込客数を除いてすべての数値が目標値に届いていない。また、来訪者満足度、市民満足度ともに平成 26 年度から減少傾向にある。そのため令和 2 年度の目標値の達成のために本市全体でおもてなし環境の整備や市民サービスの向上等をさらに推し進めていく必要がある。

第 2 部 資料編

1 市内観光イベントアンケート調査結果

(1) 家康行列

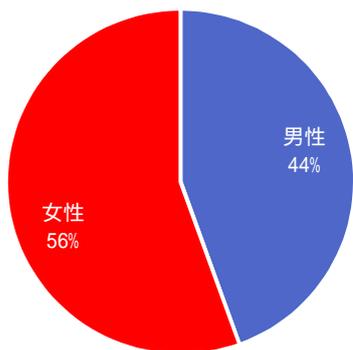
調査期間：平成30年4月8日(日)

調査場所：籠田公園、東岡崎駅、乙川河川敷(右岸)、岡崎公園

調査人数：400人

調査方法：対面聞き取り

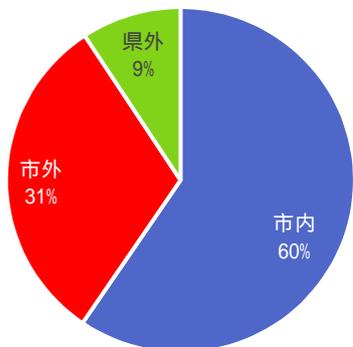
性別



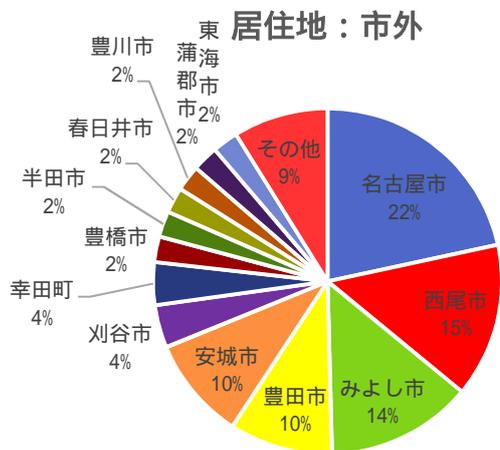
年齢



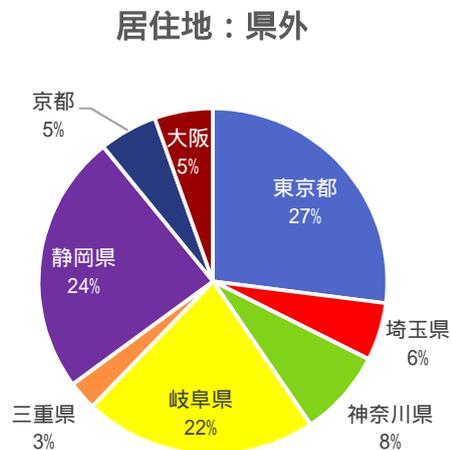
居住地



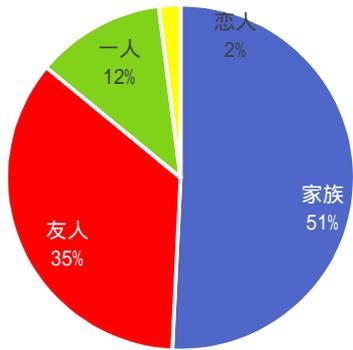
居住地：市外



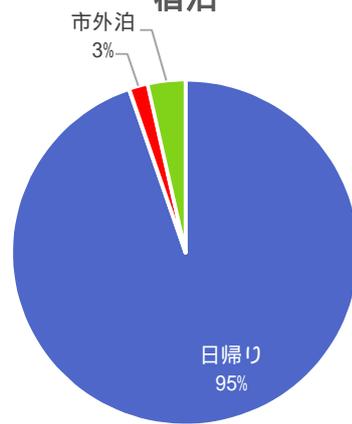
居住地：県外



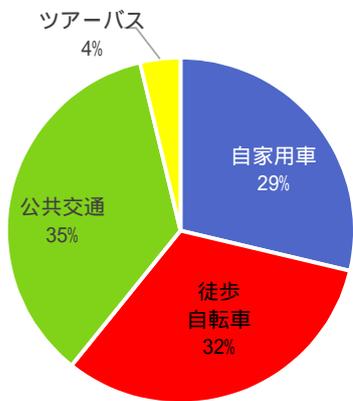
同行者



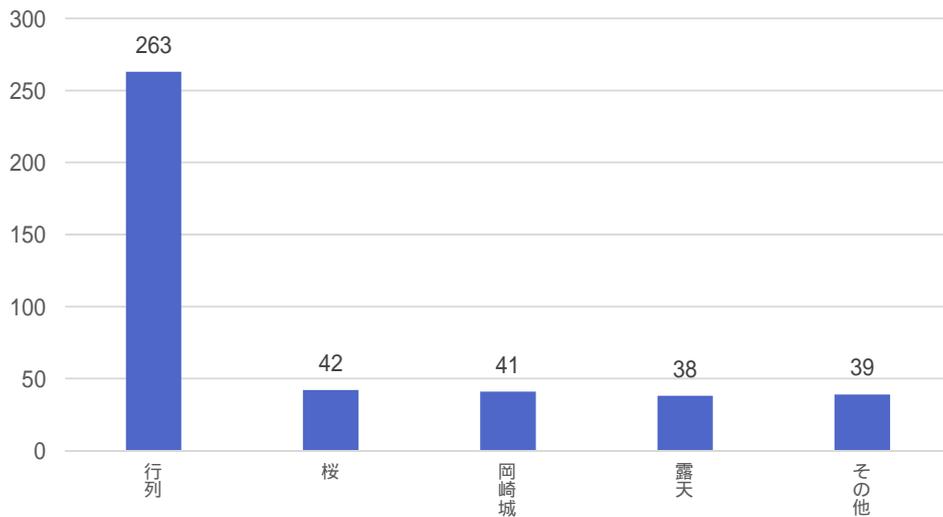
宿泊



交通手段



来場の目的



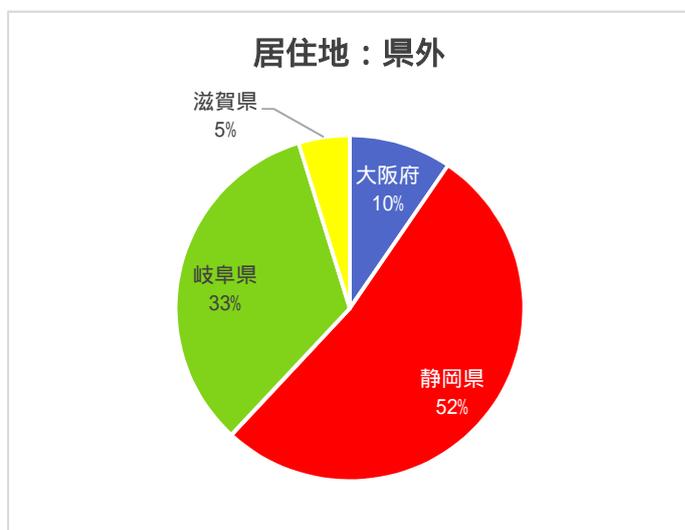
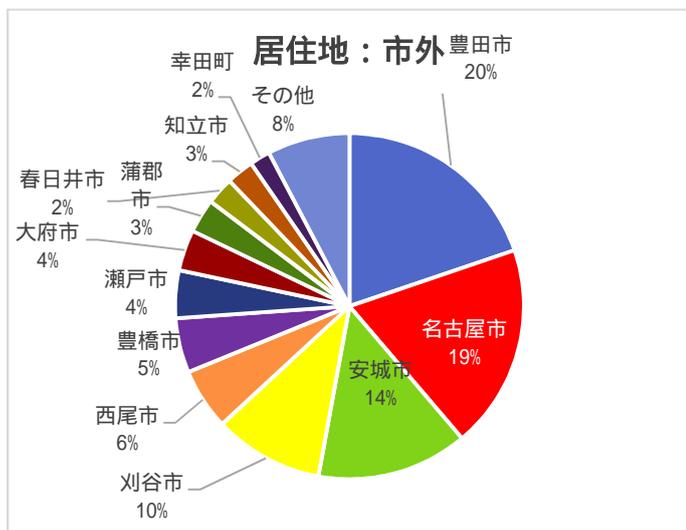
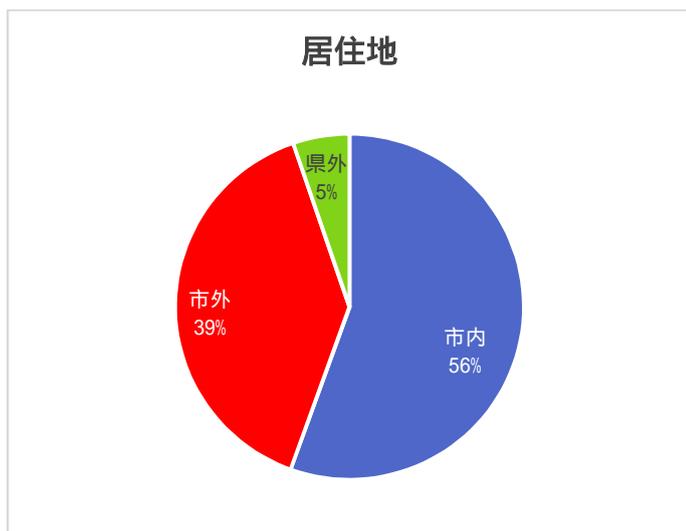
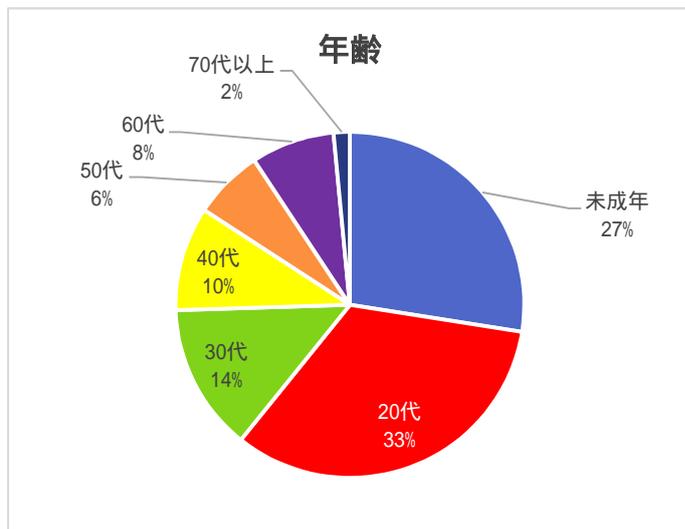
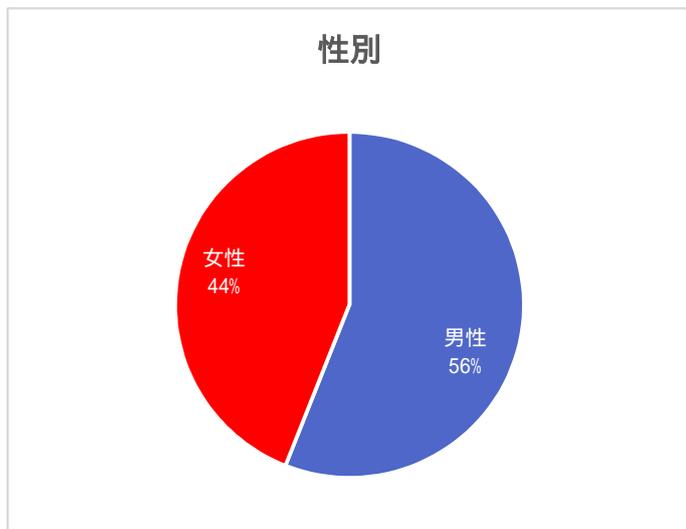
(2) 岡崎城下家康公夏まつり花火大会

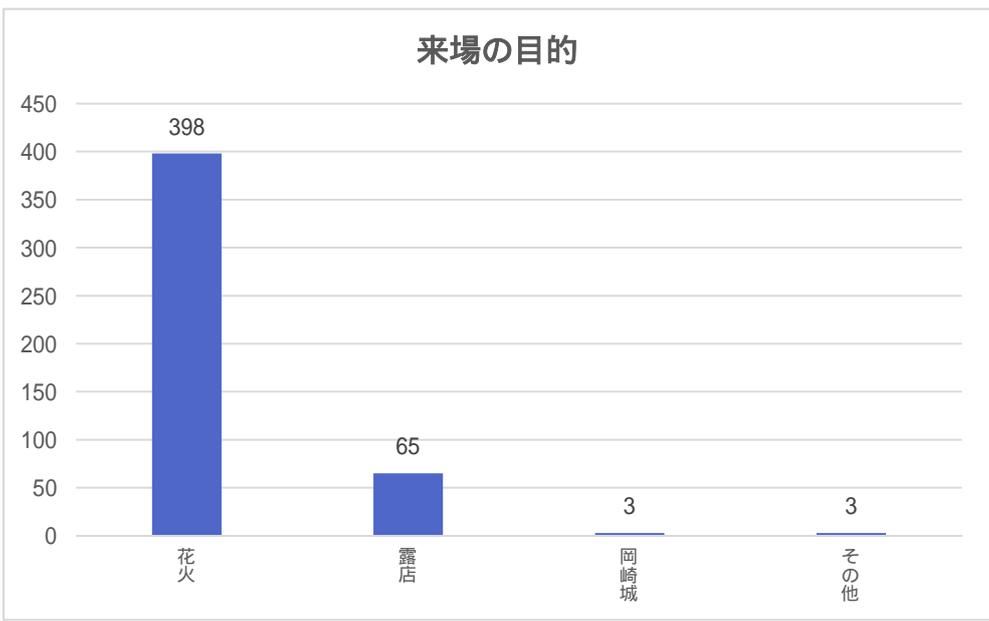
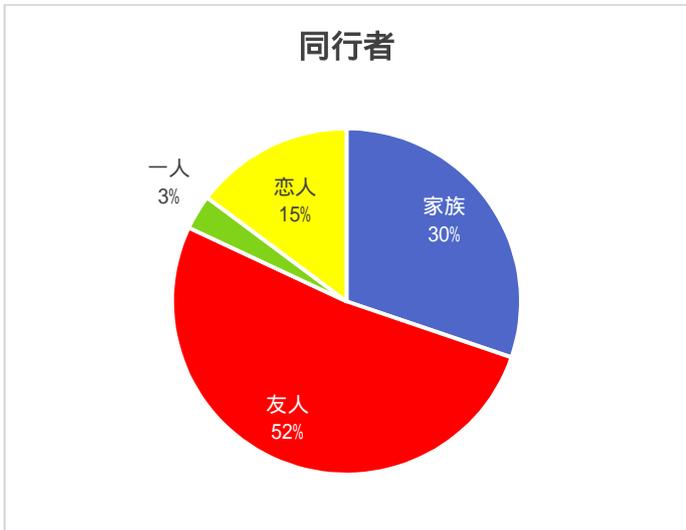
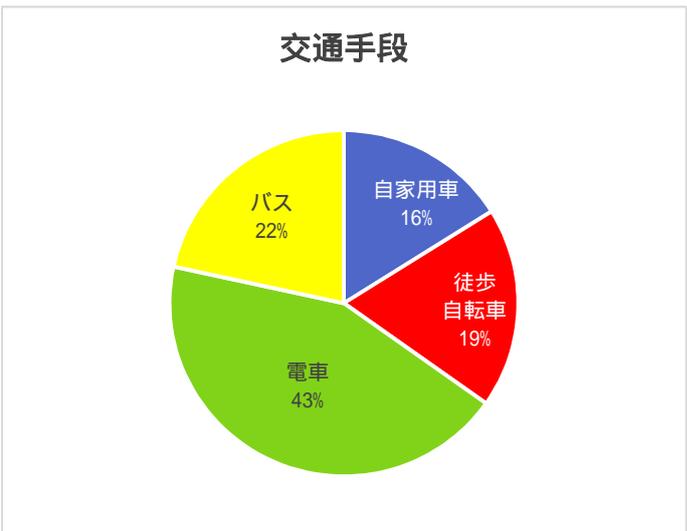
調査日：平成30年8月4日(土)

調査場所：岡崎公園(多目的広場)、愛環中岡崎駅、東岡崎駅

調査人数：400人

調査方法：対面聞き取り





2 観光キャラバンアンケート調査結果

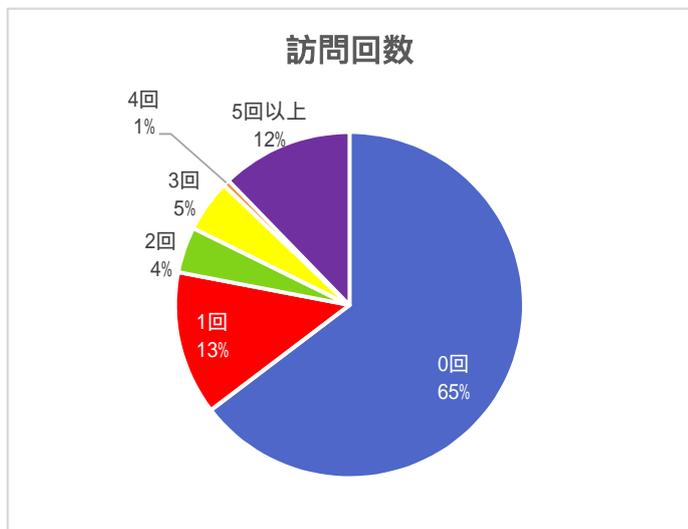
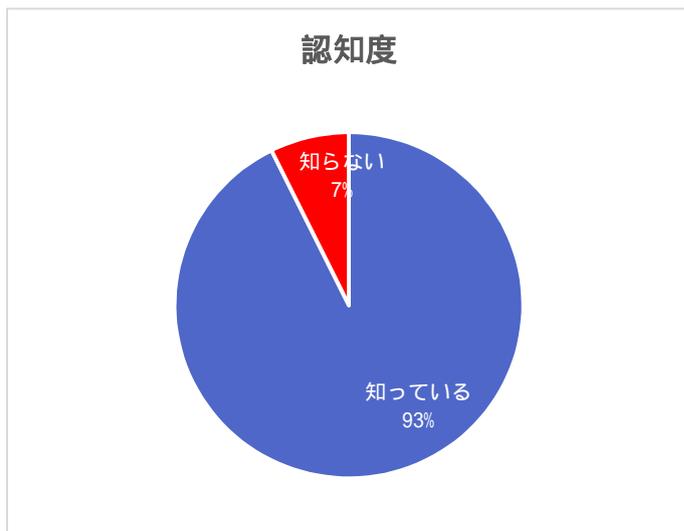
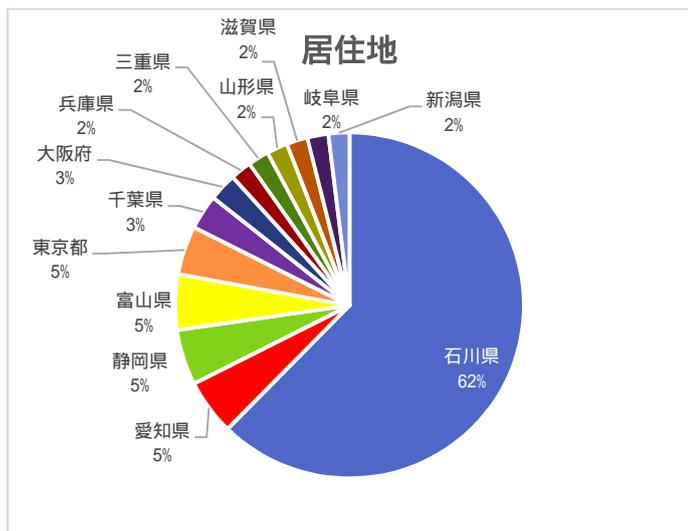
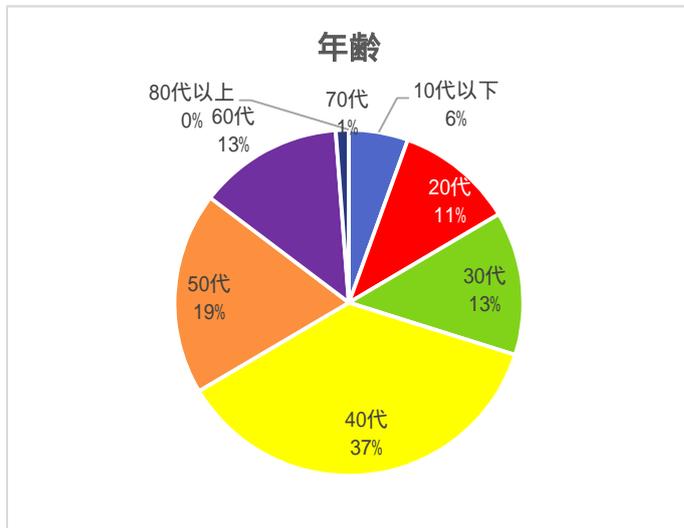
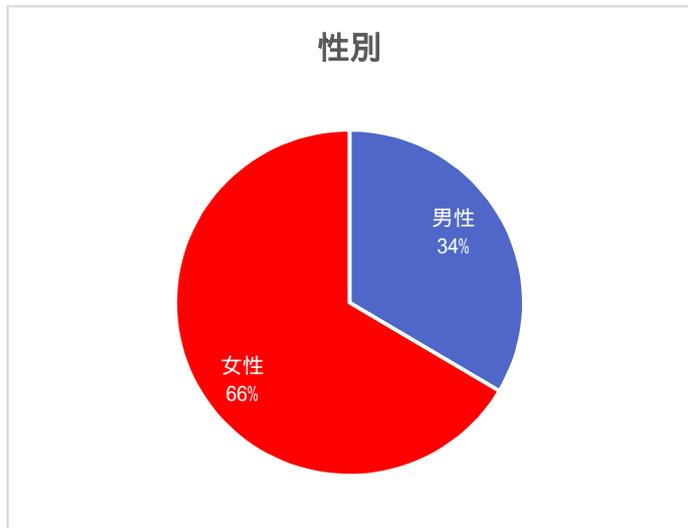
(1) 第67回金沢百万石まつり「盆正月」

調査日：平成30年6月2日(土)、3日(日)

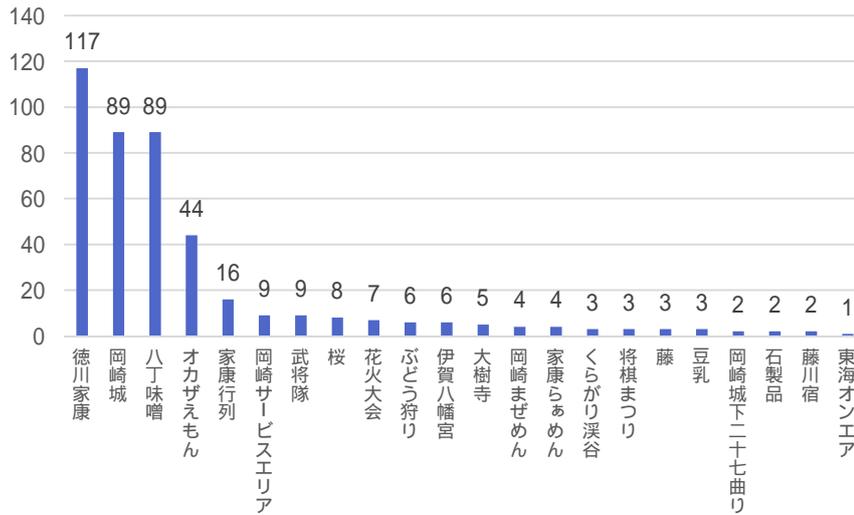
調査場所：金沢城公園三の丸北園地

調査人数：164人

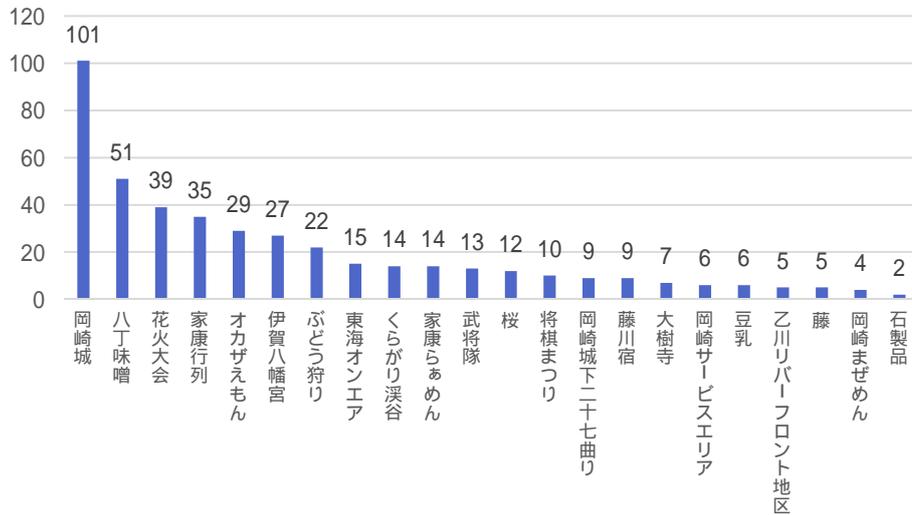
調査方法：ウェブアンケート(QRコード読み取り方式)



岡崎市と聞いて思い浮かぶもの



興味のあるもの



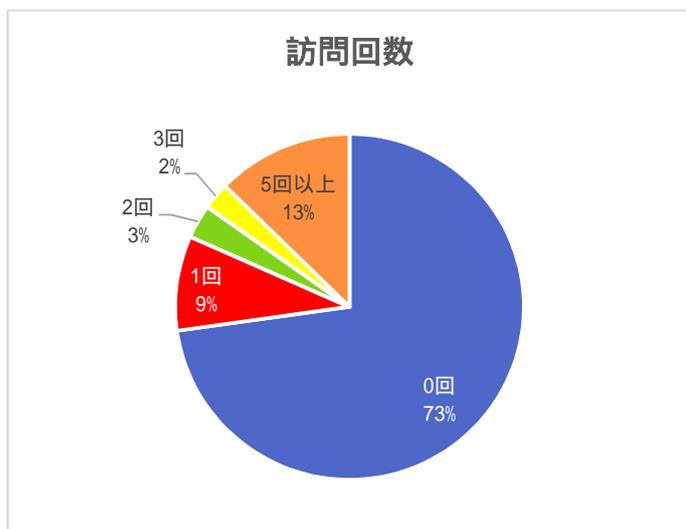
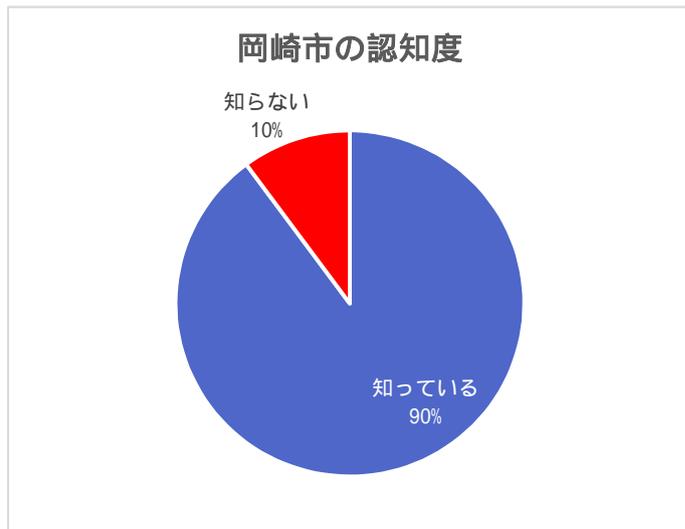
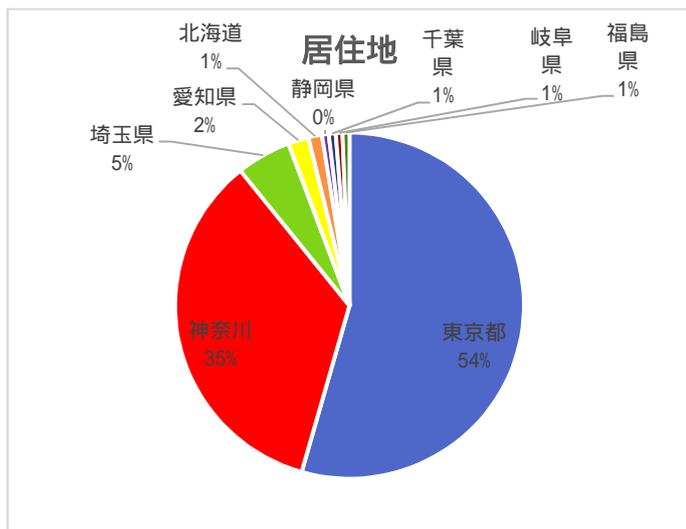
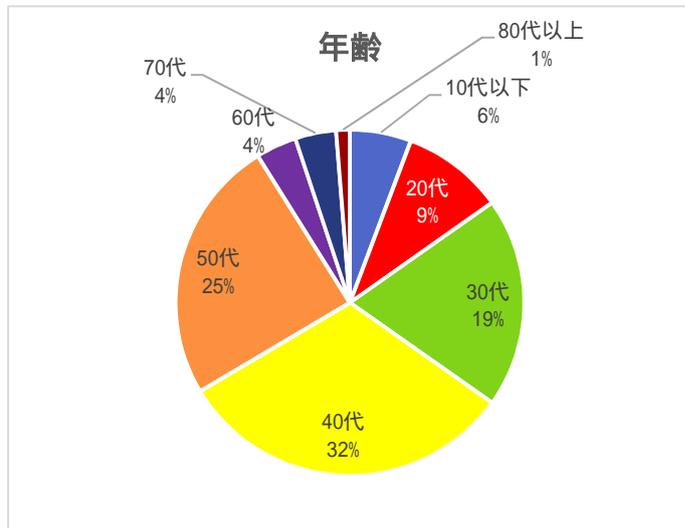
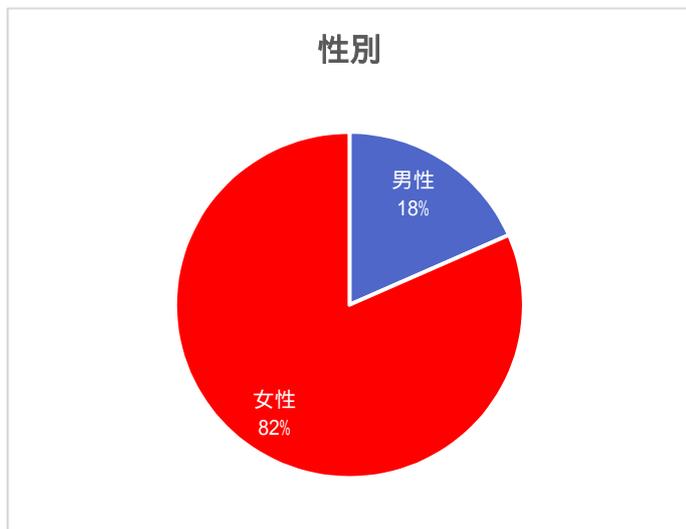
(2) 愛知・名古屋の観光展【二子玉川ギャラリー】

調査日：平成30年6月16日(土)、17日(日)

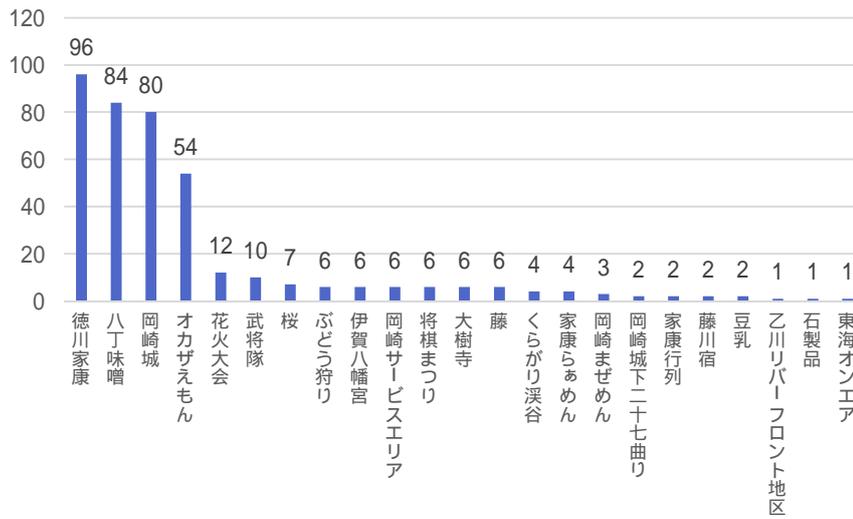
調査場所：二子玉ライズ ギャラリー(東京都世田谷区)

調査人数：158人

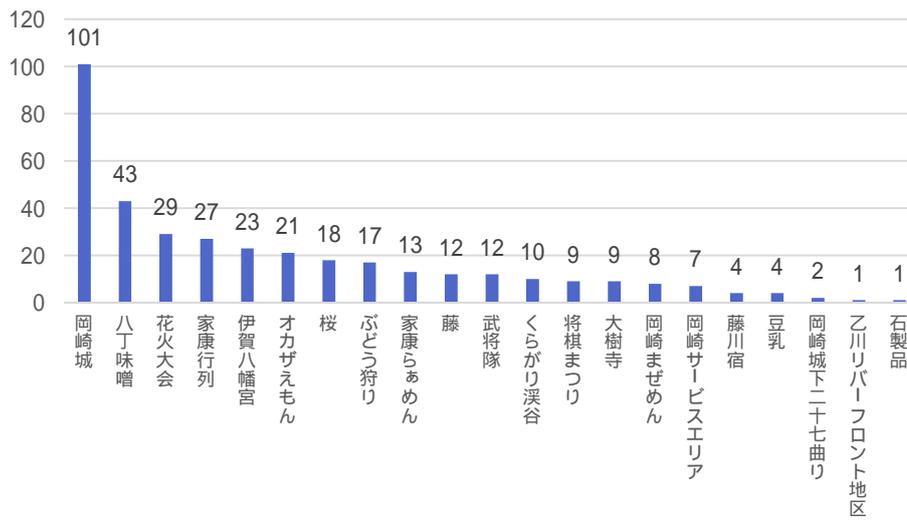
調査方法：ウェブアンケート(QRコード読み取り方式)



岡崎市と聞いて思い浮かぶもの



興味のあるもの



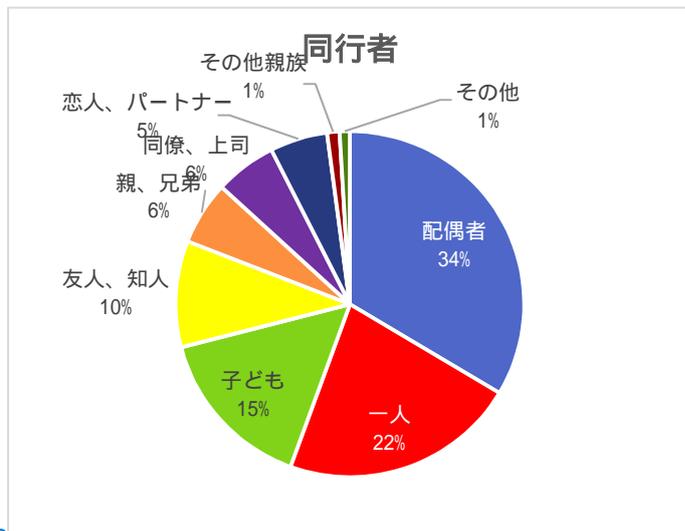
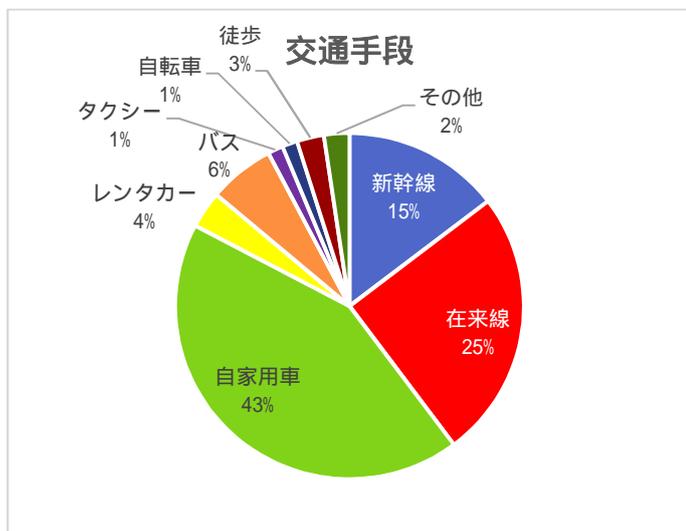
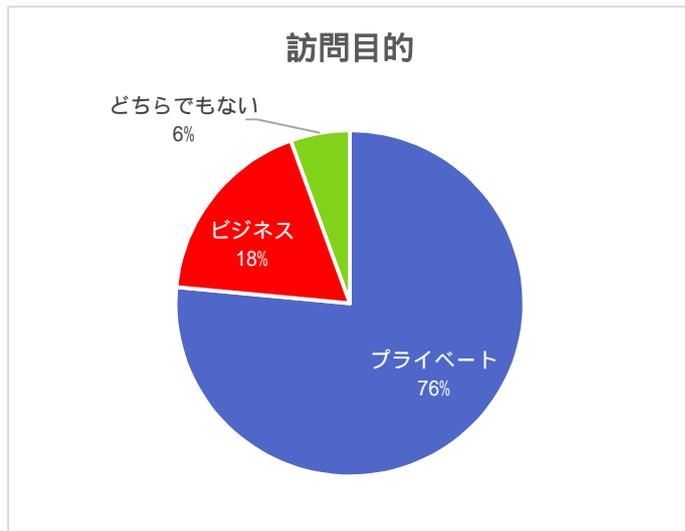
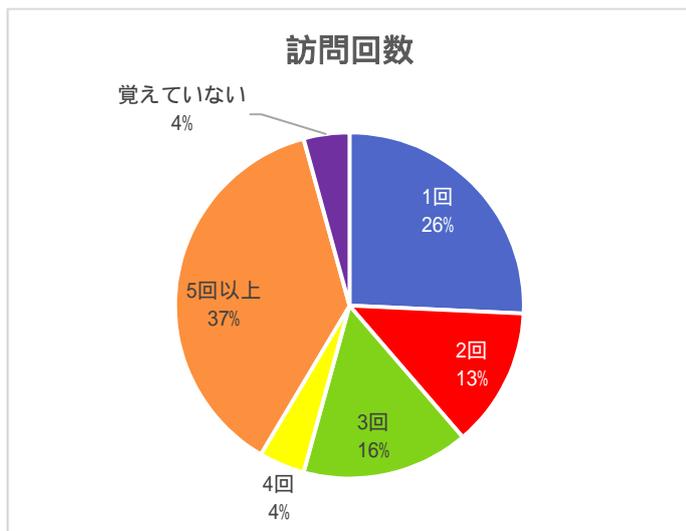
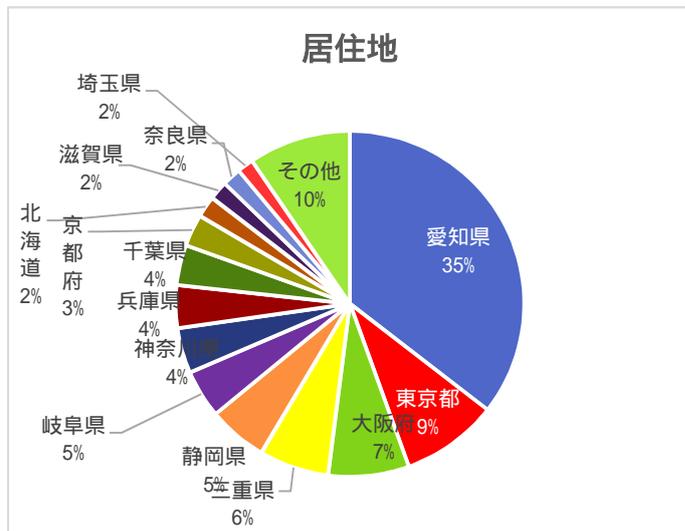
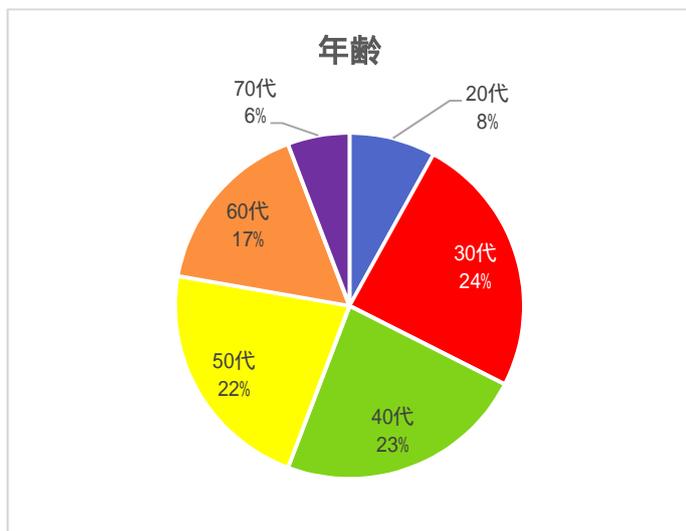
3 岡崎市来訪経験者アンケート調査結果

調査期間：平成 30 年 10 月 4 日（木）～10 月 10 日（水）

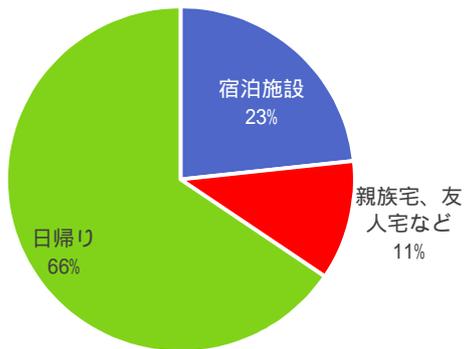
調査対象：全国の 15 歳から 79 歳で、直近 5 年以内に本市を訪れたことのある男女各 200 人

調査方法：楽天インサイト会員を対象にしたウェブアンケート

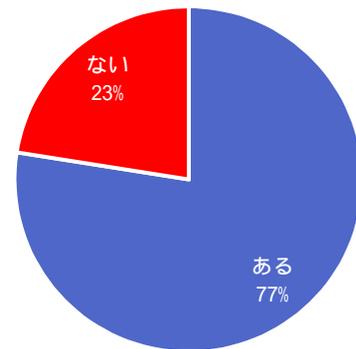
調査機関：楽天インサイト株式会社



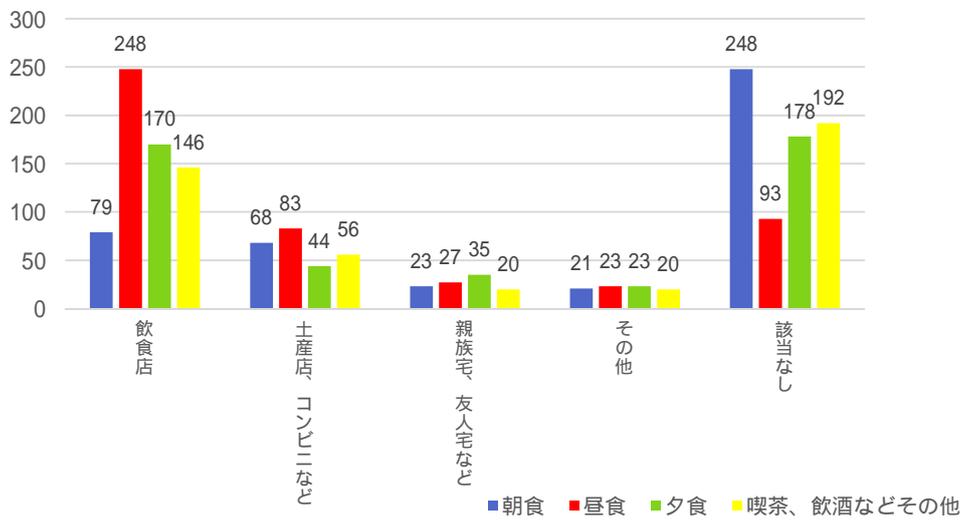
宿泊の有無



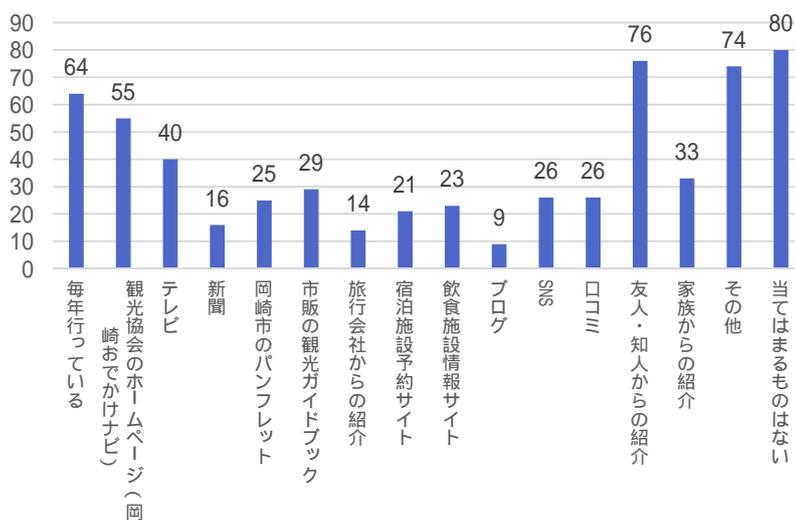
再訪の意欲



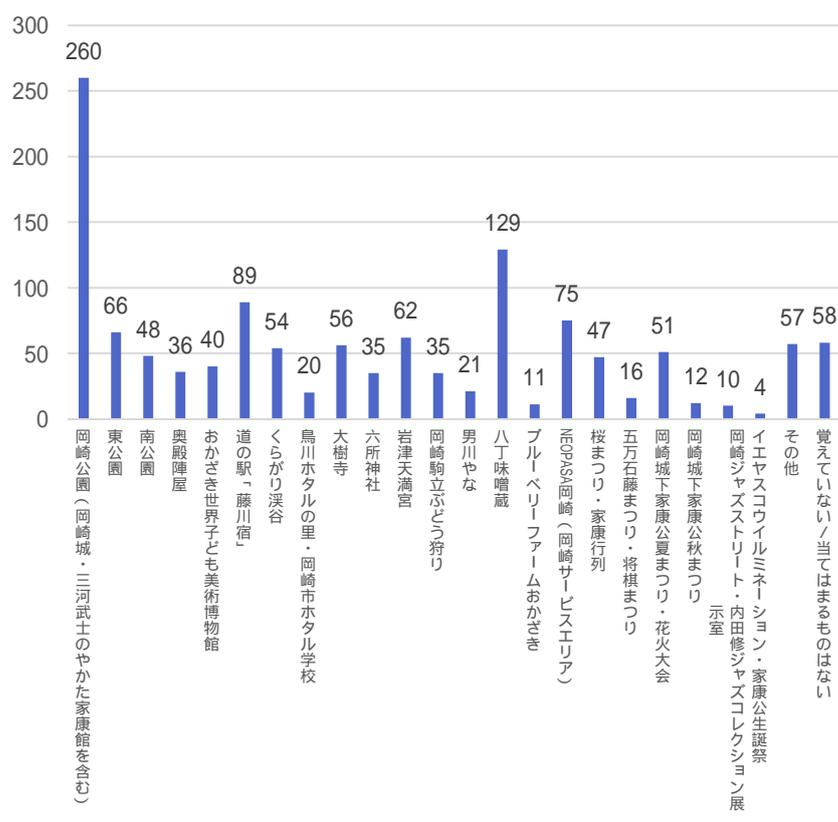
市内での食事



訪問のきっかけ



訪問場所



令和元年度版 岡崎市観光白書
(平成30年度年次報告書)

発行年月：令和元年11月

発行：岡崎市

問合せ：〒444-8601 岡崎市十王町二丁目9番地

岡崎市経済振興部観光推進課

(電話) 0564-23-6471

(FAX) 0564-23-6731