

令和2年度版 岡崎市観光白書

(令和元年度年次報告書)

目次

第1部 観光の現状	1
Ⅰ 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
Ⅱ 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
Ⅲ 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	36
4 パブリシティ	40
Ⅳ 総合分析	43
1 目標指標	43
2 まとめ	43
第2部 資料編	44
1 観光キャラバンアンケート調査結果	45
2 岡崎市来訪経験者アンケート調査結果	49

第 1 部 観光の現状

I 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。

なお、新型コロナウイルス感染症の猛威が、特に令和 2 年 3 月以降の観光白書の数値に大きな影響を与えている。



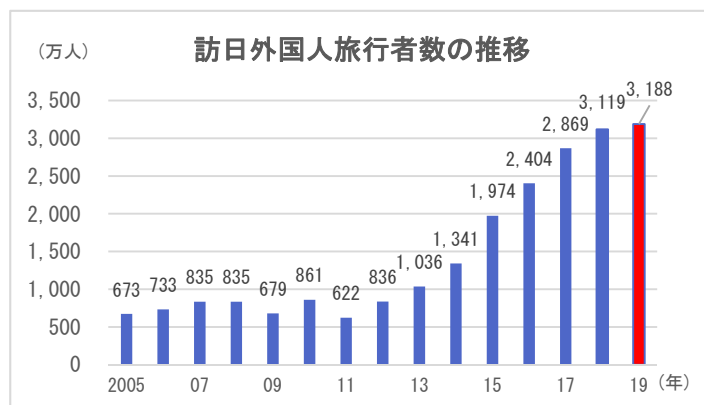
1 国の動向

2019年（令和元年）の訪日外国人旅行者数は、過去最高となる3,188万人（対前年比2.2%増）となり、2年続けて3,000万人を突破した¹。

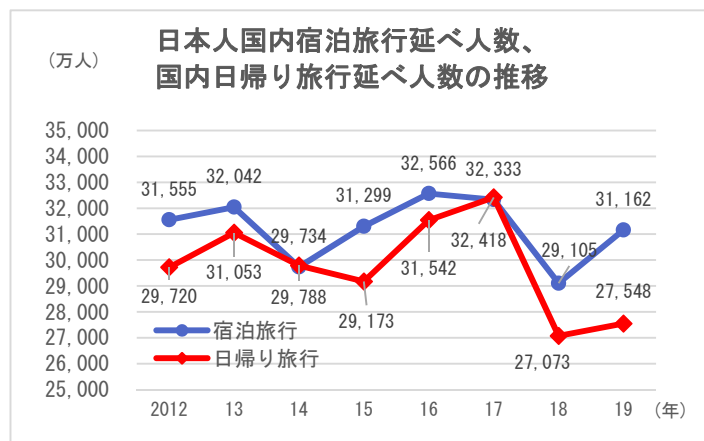
また、7年連続で過去最高を更新し、堅調に推移している²。

アジアからの訪日外国人旅行者数は、2,637万人で前年と同数となっており、訪日外国人旅行者数全体に占める割合は82.7%となった。年間を通じて、中国や東南アジア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。

2019年（令和元年）に日本人で国内宿泊旅行に行った人数は延べ3億1,162万人、国内日帰り旅行は延べ2億7,548万人となった。改元に伴いゴールデンウィークが10連休であったこと、5月の日照時間が記録的に長かった地方が多く、旅行環境に恵まれていたこと等により、宿泊旅行及び日帰り旅行がともに増加した。特に宿泊旅行の増加が大きかった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 2 年版観光白書』P10 観光庁

² 同上

³ 同左 P11

⁴ 『令和 2 年版観光白書』P26 観光庁

2 愛知県の動向

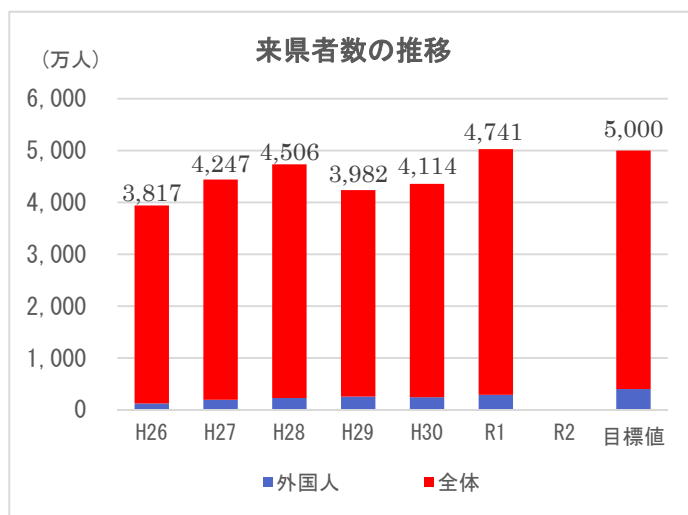
来県者数（全体）は、前年（平成 30 年）と比較して、4,114 万人から 4,741 万人となり、15.2%の増となった。外国人の来県者数も 243 万人から 287 万人へと 44 万人（18.1%）の増加となり、2010 年に、この方法で統計を取り始めて以来、過去最高となった。

観光レクリエーション資源・施設利用者数が高い水準となっており、愛・地球博が開催された 2005 年に迫る結果となった。これは、LCC 向けの第 2 ターミナルがオープンした中部国際航空の来場者数の増加、愛知国際展示場（Aichi Sky Expo）や道の駅とよはしの開業、愛知県美術館や豊田市美術館のリニューアルオープンなどが要因と考えられる⁵。

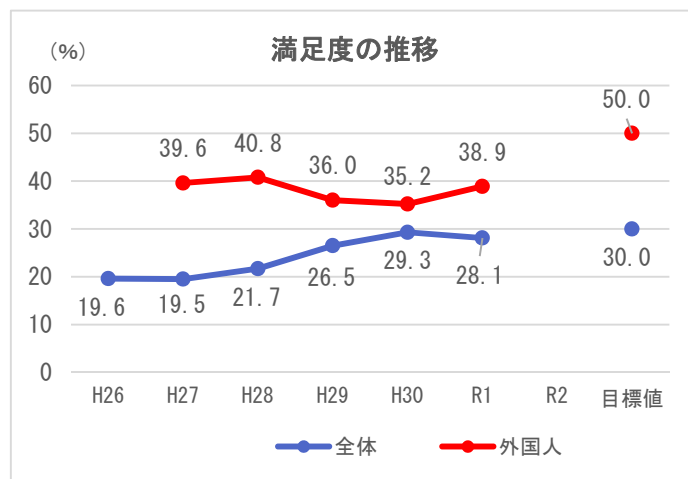
観光消費額は、前年（平成 30 年）の 7,593 億円から 8,599 億円へと 1,000 億円を超える増加となった⁶。最も大きく増えたのは、外国人の宿泊客で、前年の 1,666 億円から 2,337 億円へと約 670 億円（40.2%）増となったほか、日帰り客の消費も増え、外国人全体として 2,397 億円で、目標の 2,500 億円に近付いた。

愛知県の観光に対して「非常に満足」と回答した人は、前年（平成 30 年）と比較して、全体が 29.3%から 30.0%に低下したのに対し、外国人は 35.2%から 50.0%に向上した。外国人が愛知県を観光して満足した点としては「交通アクセスの便が良い」や「食の面で魅力がある」などがあつた。なお、全体の「非常に満足」、「概ね満足」を合計した割合は、84.4%であつた⁷。

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おり、特にフリーWi-Fi に関する不満は大きく減少している。しかし、宿泊費やキャッシュレス決済に対する不満は逆に高まっており、コミュニケーションが取りづらい点についても常に不満な点の上位となっている。



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 『2020 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 (2019 年度年次報告書)』P4 愛知県振興部観光局観光振興課

⁶ 同左 P5

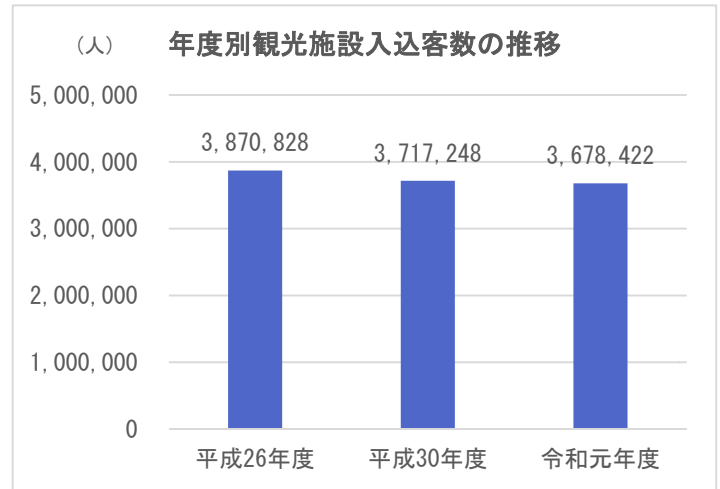
⁷ 同左 P8

Ⅱ 本市の観光の動向

1 観光施設入込客数

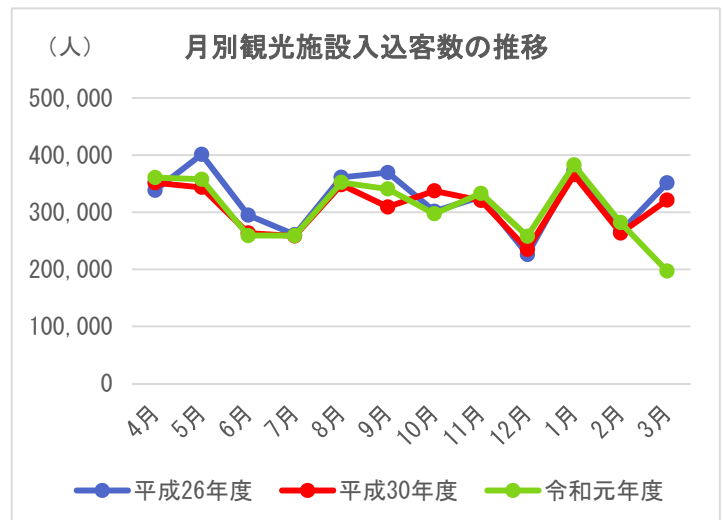
(1) 年度別動向

令和元年度の観光施設入込客数は3,678,422人であり、平成30年度の3,717,248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19万人の減少である。これは、施設全体の入込客数が平成29年度から減少傾向であったことに加えて、新型コロナウイルス感染症拡大防止による休館等による影響が大きかったものと考えられる。



(2) 月別動向

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、令和2年3月は平成26年3月及び平成31年3月と比べて大幅に減少している。これは、新型コロナウイルス感染症拡大防止による休館等の影響によるものである。



(3) 施設別動向

令和元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。特に八丁味噌蔵が大きく減少しており、次いで奥殿陣屋の減少が大きい。これは新型コロナウイルス感染症により自粛ムードが高まったことや休館していたことが入込客数減少の一因になっている。(八丁味噌蔵の令和2年1～3月は前年比49%程度)

そのなかで、岡崎公園、道の駅藤川宿、くらがり溪谷等の一部の施設は前年度から入込客数を伸ばしている。

なお、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。

【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30年度	令和元年度
岡崎公園	401,900	367,700	397,600
東公園	324,492	313,560	295,850
南公園	406,899	419,506	415,631
奥殿陣屋	96,034	102,310	64,185
地域文化広場	161,509	119,720	167,734
道の駅藤川宿	1,210,279	1,172,500	1,179,072
くらがり溪谷	158,107	109,805	113,853
自然体験の森	16,913	10,701	13,623
わん Park	13,563	19,200	19,325
ホテル学校	9,594	13,255	10,680
美術博物館	38,212	34,354	41,190
六所神社	45,000	42,000	41,500
岩津天満宮	350,000	350,000	326,000
駒立ぶどう狩り組合	75,527	74,328	84,183
男川やな	13,136	24,978	17,688
八丁味噌蔵	255,301	227,514	180,307
ブルーベリーファーム おかざき	7,498	5,635	5,740
岡崎カントリー倶楽部	53,259	51,749	50,952
額田ゴルフ倶楽部	70,339	72,361	71,806
サン・ベルグラピア カントリー倶楽部	47,065	48,835	48,338
その他施設 ※1	116,201	137,237	133,165
合計	3,870,828	3,717,248	3,678,422

※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30年度	令和元年度
名鉄東岡崎駅観光案内所	13,750	25,943	31,652
JR岡崎駅観光案内所 ※1		11,634	11,110
籠田観光案内所 ※2		1,042	5,203

※1 平成27年7月開設

※2 平成30年4月開設

令和元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	71,100	45,700	28,700	29,700	44,700	31,300	30,600	35,100	20,300	31,100	22,900	6,400
東公園	29,520	33,940	21,370	11,080	10,270	25,990	31,540	38,730	23,200	22,830	21,970	25,410
南公園	49,343	51,465	25,877	23,442	32,188	34,704	34,587	38,302	24,256	29,594	35,543	36,330
奥殿陣屋	8,361	9,821	5,198	3,788	5,357	4,846	5,910	6,215	3,893	3,198	3,731	3,867
地域文化広場	17,290	22,759	11,686	18,343	28,056	18,435	11,783	9,053	7,825	9,878	11,683	943
道の駅藤川宿	101,504	104,883	97,181	101,387	105,465	98,100	97,832	102,425	91,730	100,805	96,521	81,239
くらがり溪谷	6,070	15,477	7,812	12,146	24,524	6,375	5,980	18,258	6,036	2,395	3,076	5,704
自然体験の森	1,068	1,281	1,081	1,000	965	1,217	1,082	1,805	1,013	830	1,162	1,119
わんPark	1,660	2,979	1,637	3,220	1,847	1,580	1,305	1,253	934	1,015	1,191	704
ホテル学校	490	631	5,432	522	575	890	353	469	353	324	408	233
美術博物館	2,678	4,139	3,384	3,015	3,973	3,198	1,620	2,782	5,674	7,622	2,725	380
六所神社	4,000	4,000	2,000	2,000	2,000	2,500	4,000	4,000	2,000	10,000	2,000	3,000
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	5,000
駒立ぶどう狩り組合	0	0	0	2,934	29,137	51,232	880	0	0	0	0	0
男川やな	203	840	1,132	2,623	8,643	3,385	354	234	185	66	13	10
八丁味噌蔵	19,854	19,781	15,700	13,016	19,981	19,090	16,018	17,435	13,391	11,770	10,698	3,573
ブルーベリーファームおかざき	0	0	1,822	2,367	1,551	0	0	0	0	0	0	0
岡崎カントリー倶楽部	4,601	5,335	4,154	3,754	4,002	4,460	3,966	4,708	4,414	3,668	3,816	4,074
額田ゴルフ倶楽部	6,573	7,641	6,455	5,204	5,862	6,519	6,833	7,284	6,201	4,046	3,833	5,355
サン・ベルグラビアカントリー倶楽部	4,437	4,866	4,266	3,859	3,309	4,311	4,169	4,839	4,611	2,804	2,890	3,977
その他施設	13,790	14,096	11,064	10,554	9,776	10,544	10,448	12,080	9,813	10,840	10,655	9,505
合計	360,542	357,634	258,951	258,954	352,181	340,676	297,260	332,972	257,829	382,785	281,815	196,823

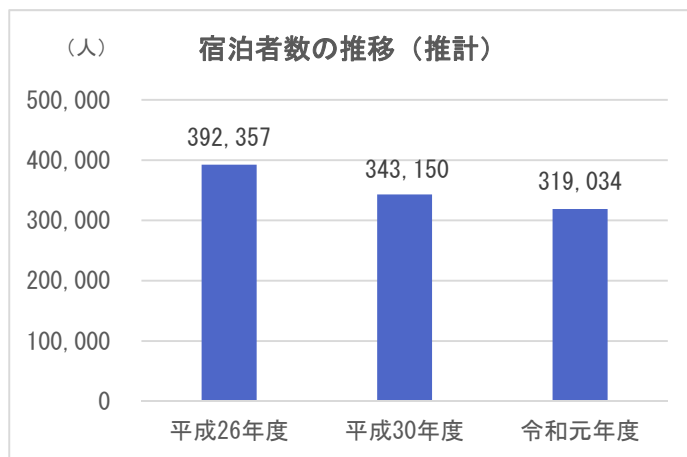
新型コロナウイルス感染症の拡大により全国的に臨時休校となり、市内においても3月に感染者が出たこともあり、3月の入込客数は前年度と比較し全体的に大きく減少している。特に岡崎城、家康館などの屋内施設がある岡崎公園や美術博物館などは大きく落ち込んだ。一方で東公園、南公園、ゴルフ場などの屋外施設においては屋内施設と比べ大きくは影響を受けなかった。

2 宿泊者数

令和元年度の宿泊者数は319,034人であり、平成30年度から約2万4千人程度減少している。これには主要な宿泊施設の稼働率が減少傾向にあるため、平均稼働率が押し下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1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1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）

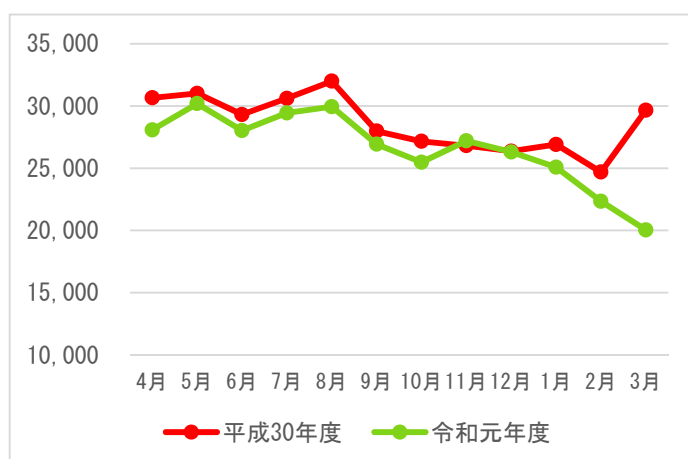
（単位：人）

	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
令和元年度	28,075	30,193	28,024	29,439	29,942	26,925	25,481	27,196	26,301	25,074	22,345	20,039

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

平成30年度と令和元年度の推移を比較すると、令和2年2月までは大幅な違いがなかったものの、新型コロナウイルス感染症拡大防止に伴う自粛要請が発令されたことにより、令和2年3月は大幅に減少した。



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前年度までは年々増加傾向にあったが、令和元年度においては前年度と比較して大幅に減少した。

月別では、新型コロナウイルス感染症拡大防止による影響により、令和元年度2月、3月の外国人旅行者数及びツアー数が大幅に減少した。

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 30 年度	令和元年度
旅行者数	875	4,682	2,115
ツアー数	32	169	80

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	合計
平成26年度	旅行者数	183	72	35	42	33	27	53	103	113	0	34	180	875
	ツアー数	6	2	2	2	1	1	2	5	4	0	1	6	32
平成30年度	旅行者数	1,484	1,138	67	212	63	69	200	364	108	76	334	567	4,682
	ツアー数	53	39	3	9	2	3	6	14	4	3	13	20	169
令和元年度	旅行者数	721	159	247	259	157	151	78	18	91	138	96	0	2,115
	ツアー数	27	6	9	11	6	5	3	1	3	5	4	0	80

出典：岡崎公園駐車場ヒアリングシート

令和元年度4月、5月において旅行者数、ツアー数が大幅に減少した理由は、平成30年4月、5月に台湾からの大型団体の旅行があったことが要因と考えられる。

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。

また、令和元年度においては前年度には見られなかったフィリピン、フランス等の国から旅行者が訪れている。

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)

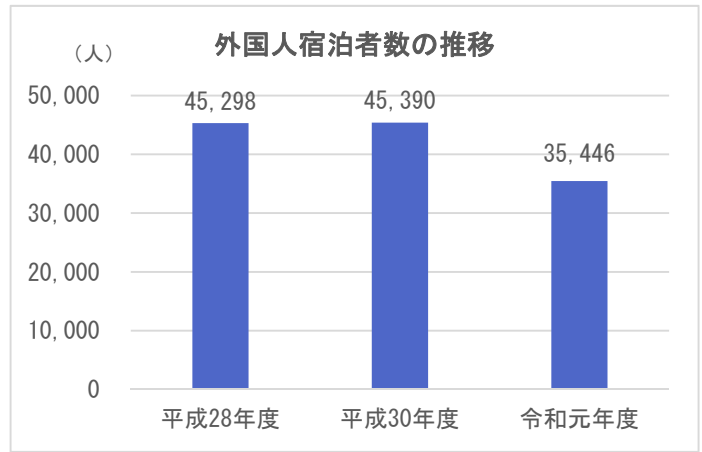
国名	平成 26 年度		平成 30 年度		令和元年度	
	旅行者数	ツアー数	旅行者数	ツアー数	旅行者数	ツアー数
台湾	544	19	3,604	132	1,262	49
中国	181	6	387	14	180	6
韓国	27	1	113	4	0	0
アメリカ	36	2	0	0	0	0
タイ	25	1	113	5	51	2
ミャンマー	28	1	0	0	0	0
モンゴル	15	1	0	0	0	0
マレーシア	19	1	0	0	0	0
ベトナム	0	0	117	2	20	1
シンガポール	0	0	16	1	0	0
オーストラリア	0	0	18	1	12	1
イタリア	0	0	0	0	0	0
インドネシア	0	0	22	1	0	0
フィリピン	0	0	0	0	10	1
フランス	0	0	0	0	28	1
その他	0	0	292	9	552	19

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

令和元年度の外国人宿泊者数は35,446人であり、平成30年度から約1万人減少した。

8ページに掲載のとおり旅行者数、ツアー数とともに減少しており、それに合わせて宿泊者数も減っている。



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

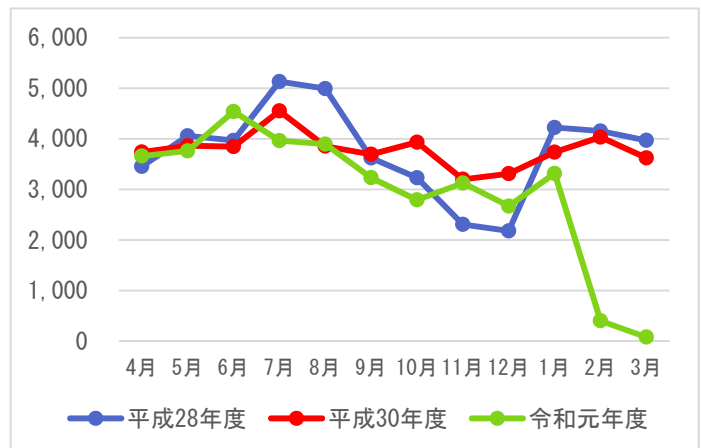
月別外国人宿泊者数の推移

(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
令和元年度	3,660	3,762	4,541	3,964	3,895	3,232	2,792	3,126	2,671	3,316	405	82

出典：岡崎市宿泊旅行統計

月別にみると、令和2年2、3月については、新型コロナウイルス感染症拡大防止による影響により、外国人宿泊者数は大幅に減少した。



4 交通

(1) 鉄道利用状況

平成 26 年度から令和元年度にかけて、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。

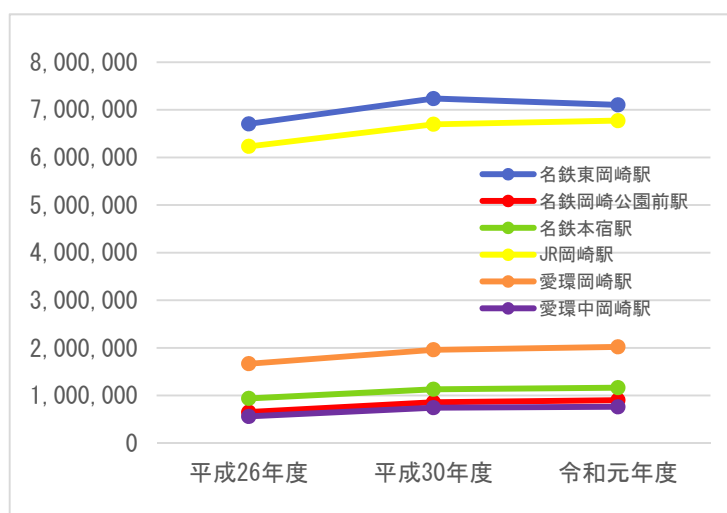
全体として乗客数は増加しているが、そのなかでも増加率が高いのは名鉄岡崎公園前駅、愛環中岡崎駅であり、平成 26 年度からの 6 年間でそれぞれ増加率は 30%を超えている。これは、駅付近の定住者が増えたことが要因と考えられる。

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 30 年度	令和元年度
名鉄東岡崎駅	6,704,918	7,235,211	7,102,494
名鉄岡崎公園前駅	649,582	856,153	900,469
名鉄本宿駅	937,056	1,129,576	1,162,655
JR 岡崎駅	6,233,249	6,696,837	6,772,575
愛環岡崎駅	1,666,649	1,959,765	2,020,867
愛環中岡崎駅	559,305	742,385	761,044
合計	16,750,759	18,619,927	18,720,104

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

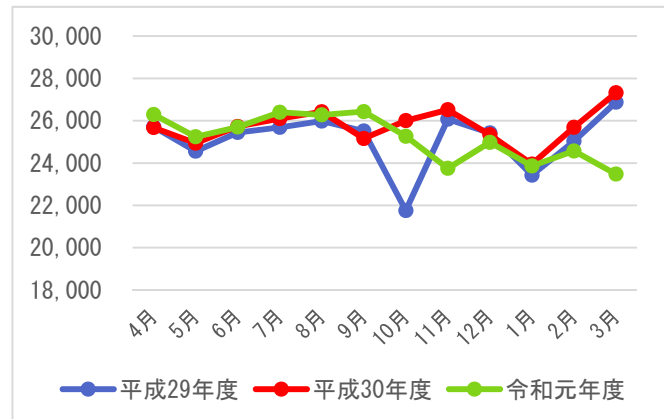
(単位：台)

	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
令和元年度	26,295	25,240	25,701	26,401	26,277	26,430	25,267	23,750	24,977	23,861	24,571	23,478

出典：高速道路統計月報

令和元年11月の出入交通量が減少しているのは、岡崎東インターの利用者が特に多かったためと考えられる。

また、令和元年度3月は出入交通量が減少している。これは新型コロナウイルス感染症拡大防止に伴う自粛要請が発令されたことが原因であるといえる。



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

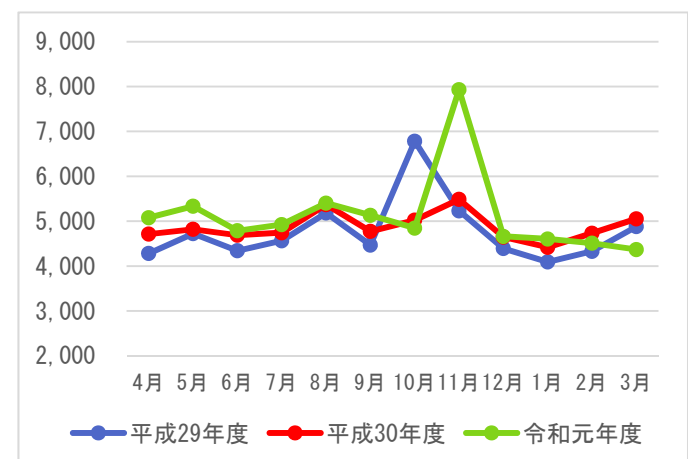
(単位：台)

	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
令和元年度	5,078	5,333	4,787	4,924	5,403	5,132	4,847	7,932	4,660	4,603	4,509	4,368

出典：高速道路統計月報

令和元年度は岡崎インターチェンジの出入交通量が11月に減少したのに対し、岡崎東インターチェンジでは11月は増加していたことがわかる。これは、額田地区の紅葉を目的に訪れる人が増加したことが理由と考えられる。

また、岡崎インターチェンジと同様に令和元年度の3月は出入交通量が大きく減少している。これは新型コロナウイルス感染症拡大防止に伴う自粛要請が発令されたことが原因であるといえる。



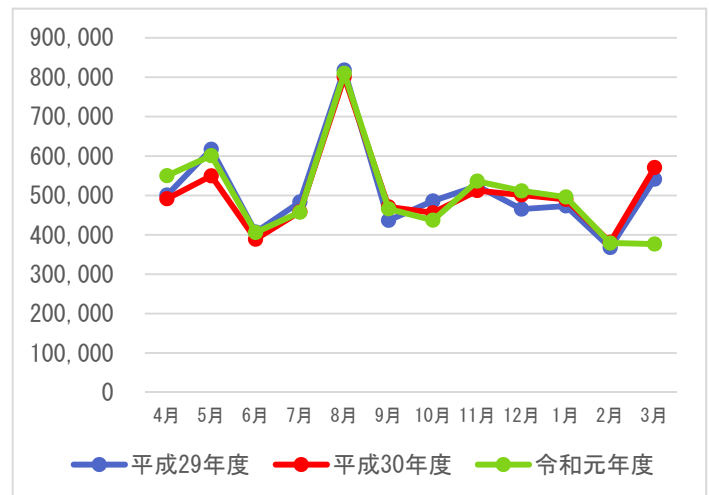
岡崎サービスエリア入込客数

(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
令和元年度	549,878	600,949	405,776	457,355	810,212	465,849	436,872	536,061	511,528	495,891	379,147	376,407	6,025,925

平成29年度から令和元年度まで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に帰省や旅行などをする人が多いためであると推測される。

また、各インターチェンジと同様に令和元年度の3月は出入交通量が大きく減少している。これは新型コロナウイルス感染症拡大防止に伴う自粛要請が発令されたことが原因であるといえる。



(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 30 年度から令和元年度にかけて乗用車の利用台数は、16,000 台以上増加している。これは、平成 30 年 3～5 月の悪天候で減少した桜目当ての個人客が、令和元年度になり、戻ったことが要因であると考えられる。

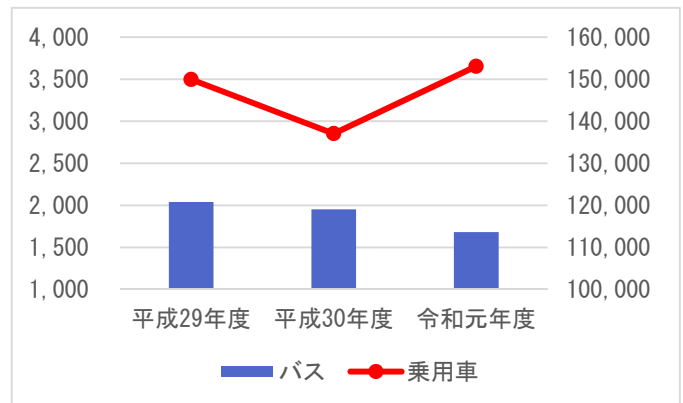
岡崎公園駐車場利用台数の推移

(単位：台)

	平成 29 年度	平成 30 年度	令和元年度
バス	2,040	1,952	1,682
乗用車	149,934	137,051	153,057

出典：岡崎公園駐車場ヒアリングシート

※後納除く



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
令和元年度	バス	243	145	148	112	72	166	184	267	140	80	107	18
	乗用車	22,874	14,252	9,263	9,841	11,968	10,148	10,887	13,379	11,850	16,467	9,404	12,724

出典：岡崎公園駐車場ヒアリングシート

※後納除く

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。なお、新型コロナウイルス感染症拡大防止に伴う自粛要請の影響により、令和2年3月についてはバスの利用台数が大幅に減少している。

5 ホームページアクセス統計

(1) セッション数※¹

月別セッション数の推移

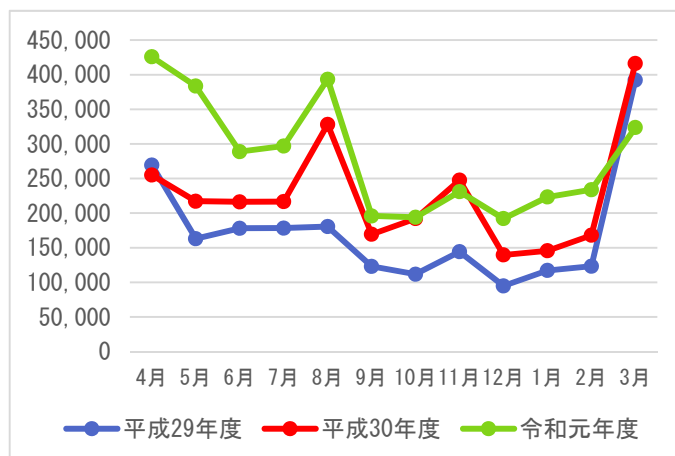
	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	合計
平成29年度	269,366	163,065	178,030	178,315	180,477	123,060	111,686	144,246	94,835	117,191	123,241	392,260	2,075,772
平成30年度	255,118	217,104	216,263	216,542	328,190	169,419	192,112	247,559	139,513	145,536	167,988	416,311	2,711,655
令和元年度	425,894	383,584	288,860	296,915	393,377	195,868	193,894	231,005	192,028	223,230	233,770	323,611	3,382,036

出典：岡崎おでかけナビログレポート

「岡崎おでかけナビ」の令和元年度の平均セッション数は前年比約125%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月から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。

なお、例年3月は桜の開花情報や春のイベント情報などの発信により、年間を通して最もセッション数が増える時期だが、新型コロナウイルス感染症の影響による自粛ムードの強まりから前年比マイナス22.27%と大きく落ち込んだ。



(2) ページビュー数※²

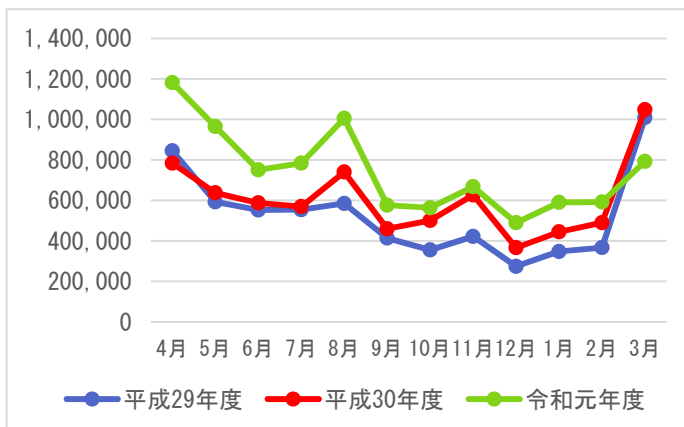
月別ページビュー数の推移

	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
令和元年度	1,181,740	964,527	750,721	783,773	1,004,958	576,192	563,433	667,510	489,582	589,705	591,535	792,796	8,956,472

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、令和2年3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。



※¹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ページビュー数とは、WEBページの表示ページ数のこと。

(3) アクセス地域

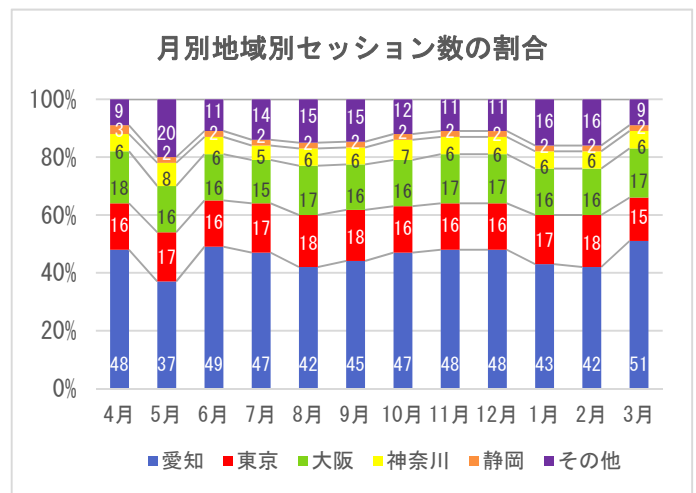
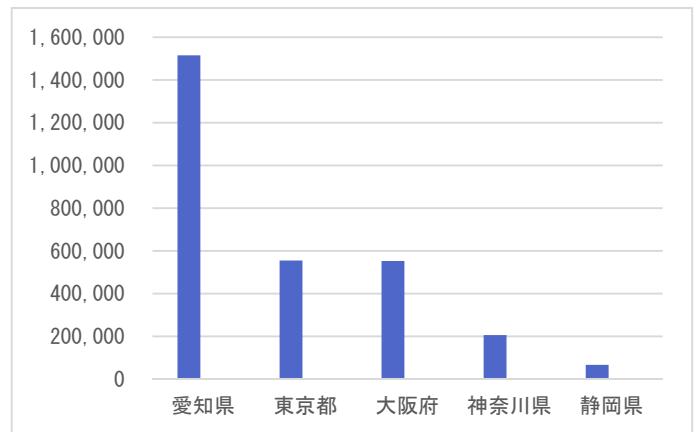
地域別にセッション数をみると、愛知県がシェアの半数弱を占めていることがわかる。次いでセッション数が多いのが東京都、大阪府、神奈川県であり、人口の多い都府県がそのまま上位を占めている。これは、前年も同様であった。

月別にみると、さほど大きな動きはみられないものの、5月においては他県からのアクセスの割合が多かった。これは、東海オンエア「徳川オンエア武将隊」新パネル設置場所の情報発信がうまく拡散したこと、五万石ふじの開花情報を欠かさずにおこなったことなどによってアクセスが集中したことが考えられる。

令和元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	1,515,294	44.80%
東京都	555,144	16.41%
大阪府	552,923	16.35%
神奈川県	206,548	6.11%
静岡県	66,813	1.98%
5都道府県合計	2,896,722	85.65%
全セッション数	3,382,036	100%

出典：岡崎おでかけナビログレポ



6 観光消費額統計

平成 26 年度と令和元年度を比較すると、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 1.6 倍、約 1.9 倍の増加となっている。総消費額は約 1.3 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。土産購入費及び入館料・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いる。そのなかで、日帰り客の飲食費については微増となっている。これは、かき氷街道や人気のカフェなど飲食を主な目的として来訪される人が増えたことなどが考えられる。

猛暑や新型コロナウイルス感染症拡大防止の影響はあるが、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 49 ページを参照。)

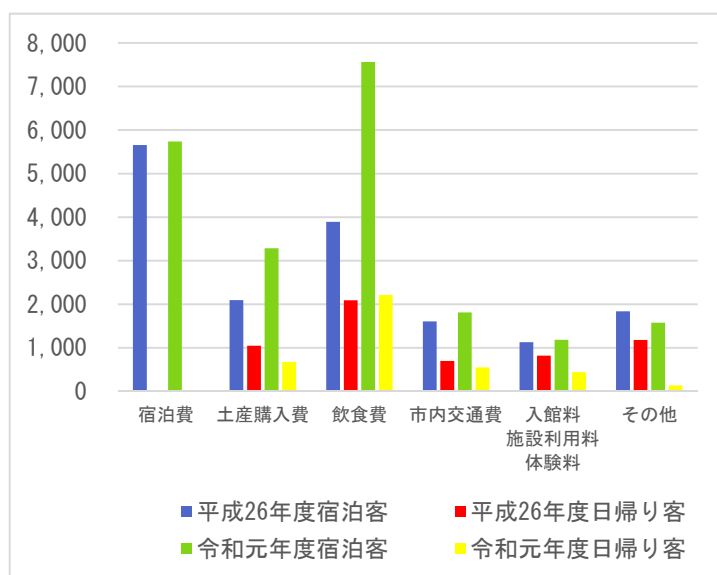
【アクションプラン最重要指標対象数値】

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		令和元年度		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	—	5,736	—	101.4%	—
土産購入費	2,097	1,047	3,285	675	156.7%	64.5%
飲食費	3,891	2,093	7,562	2,214	194.3%	105.8%
市内交通費	1,606	698	1,812	551	112.8%	78.9%
入館料 施設利用料 体験料	1,130	821	1,183	442	104.7%	53.8%
その他	1,838	1,179	1,577	137	85.8%	11.6%
総消費額	16,218	5,839	21,155	4,019	130.4%	68.8%

出典：岡崎市来訪経験者アンケート



7 来訪者満足度

岡崎市への来訪経験者に「岡崎市への旅行全体を通して」の満足度のアンケートを実施したところ、「とても満足している」と回答した人の割合は 5.7%増加したものの、「やや満足している」と回答した人は 2.7%減少した。一方、「やや不満である」、「とても不満である」という回答はともにやや増加した。

「不満だった点、改善が必要だと思う点」において、「カフェ」、「街の景観や雰囲気」について来訪者が不満に感じた割合が減っていることから、おしゃれな街並みの充実が満足度に表れてきていると考えられる。

一方、「宿泊施設」、「特産品」、「お土産物」の項目の割合は上がっているため、これらの項目に対する充実を図っていくことが必要であると考えられる。

なお、「市内交通」「駐車場の数」の割合が依然として高いため、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	令和元年度	増減
とても満足している	15.8	21.5	+5.7
やや満足している	50.0	47.3	-2.7
どちらでもない	32.0	28.5	-3.5
やや不満である	1.7	1.8	+0.1
とても不満である	0.5	1.0	+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 30 年度	令和元年度	増減
市内交通	21.8	21.0	-0.8
レストラン	10.0	8.5	-1.5
カフェ	7.5	4.8	-2.7
宿泊施設	5.0	8.5	+3.5
案内表示	8.0	7.5	-0.5
通信環境	3.0	3.8	+0.8
お土産物	8.5	10.5	+2.0
特産品	6.0	9.0	+3.0
観光施設	9.5	9.0	-0.5
体験メニュー	3.8	4.8	+1.0
駐車場の数	13.3	13.3	0
観光情報	8.5	6.5	-2.0
地域住民との交流	1.0	1.0	0
おもてなし	2.3	3.3	+1.0
街の景観や雰囲気	6.8	4.3	-2.5
その他	2.8	2.0	-0.8
当てはまるものはない	48.3	50.3	+2.0

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

Ⅲ 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	29	～	令和	2	年度

令和元年度の主な取り組み状況



和の光Art Night × 大樹寺・六所神社



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(平成30年度は7品、令和元年度は5品認証)
- (2)土産品の開発・販売促進支援

2 家康公ゆかりの寺社連携事業「和の光Art Night2019 × 大樹寺・六所神社」

- (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、六所神社をライトアップ。
- (2)「家康公生誕祭」と同日開催。和太鼓・吹奏楽の演奏及びグレート家康公葵武将隊による演武実施。キッチンカーの出店。

日時: 令和元年12月21日(土)、22日(日) 16時30分から20時まで

場所: 大樹寺及び六所神社境内

来場者: 約2,350名

3 新岡崎ビジュアル(ウェブページ等で目を引くデザイン)の制作

- (1)30～40代女性をターゲットとしたウェブページ等で目を引く新しいデザインの決定
- (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)
「新・家康公検定」の実施

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(継続)
- 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(継続)
- 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ロコミ展開

実施施策	岡崎観光伝道師を活用した情報発信(観光推進課)					
アクションプランにおける計画期間	平成	30	～	令和	2	年度

令和元年度の主な取り組み状況



伝道師各々の作品やSNSなどで岡崎を取り上げてもらい、広く発信してもらおう。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聖地数の増加および当該動画概要欄への観光サイトURLの記載(岡崎市)
- (2)ロケ地や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
- (3)夏まつり、全国ふるさと甲子園、グルメフェスなどのイベント出演
- (4)岡崎限定の啓発品やお土産の開発による誘客促進

2 HΔG(コンポザー&クリエイター集団)

- (1)岡崎をイメージした楽曲の作成
- (2)岡崎でのPV撮影
- (3)グルメフェスのステージ出演

3 佐野勇斗(アーティスト兼俳優)

- (1)メディアを招聘した任命式の実施
- (2)岡崎観光伝道師の肩書及び岡崎市出身という情報の公式化
- (3)本人のビジュアルカレンダーの市内での撮影

4 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83万回(2019年1～12月)
- (2)伝道師2組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)東海オンエアファンの岡崎市来訪割合／約30%(アンケートからの推計。N=9,574)

翌年度以降の実施予定等	
-------------	--

既存の観光伝道師による新たな情報発信の取り組み及び有効活用の検討。
 観光伝道師と他のコンテンツとのコラボレーションによる高いシナジー効果により、誘客力増強と来訪者満足度向上を目指す。
 オカザえもんの観光伝道師任命にかかる活用の活発化。

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	～	令和	2	年度

令和元年度の主な取り組み状況



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(桜城橋・橋詰広場)
桜城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予定者を選定。
- 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: 令和元年4月29日(月)～11月下旬
- (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」を利用した民間カフェの営業
実施期間: 令和元年7月6日(土)～11月3日(日)
- (3)岡崎泰平の祈り
青く光るLEDの球「いのり星®」約3万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。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: 令和元年11月23日(土) 17:00から19:00 参加者数: 約40,000人
- 3 道路再構築事業 (令和元年度より都市施設課対応)
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)康生通り
康生通りで車道及び歩道を活用した社会実験を実施。 実施期間: 令和元年10月8日(火)～11月8日(金)
- (2)連尺通り
連尺通りで歩道を活用した社会実験を実施。 実施期間: 令和元年9月20日(金)～11月24日(日)

翌年度以降の実施予定等

- 1 PPP活用公園運営事業(桜城橋・橋詰広場): 認定計画提出者による設計
- 2 乙川かわまちづくり事業(令和2年度より都市施設課対応予定)
(1)おとがワ!ンダーランド
(2)殿橋テラス常設化整備
(3)岡崎泰平の祈り: 令和2年11月21日(土)～11月28日(土)
- 3 道路再構築事業
(1)康生通り: 調整中 (2)連尺通り: 調整中

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	～	令和	2	年度

令和元年度の主な取り組み状況



籠田総門発掘調査



籠田総門発掘調査現地説明会



清海堀発掘調査現地説明会



菅生川端石垣整備

- 1 岡崎城跡発掘調査普及業務
 - (1) 岡崎城跡(籠田総門)の発掘調査
現地説明会開催日: 8月31日(約200名来場)
 - (2) 岡崎城跡(清海堀)の発掘調査
現地説明会開催日: 2月1日(約500名来場)
- 2 石垣保存修理事業
石垣を毀損する樹木の伐採
- 3 菅生川端石垣整備事業
菅生川端石垣の見学用園路及び石垣から生育している樹木の伐採

翌年度以降の実施予定等

- 1 発掘調査(令和2年度 坂谷曲輪、大手門)
- 2 石垣から生育している樹木の伐採(令和2年度 月見櫓台石垣、風呂谷曲輪)
- 3 菅生川端石垣整備(令和元年度～令和3年度で実施)

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	～	令和	2	年度

令和元年度の主な取り組み状況

指定管理者による清海堀ツアー

石垣めぐりマップ増刷

岡崎城だより No. 3 2020.3
令和元年度実施事業の成果

岡崎城だより作成

金箔瓦復元品製作

- 1 石垣めぐりマップの増刷
岡崎城跡の石垣の魅力を伝えるためのマップを増刷
- 2 指定管理者による清海堀ツアー
11月(木、土、日)開催 727名参加(木曜日は武将隊によるツアー)
- 3 岡崎城だよりの作成
令和元年度実施事業の成果の報告
- 4 金箔瓦復元品製作
平成30年度に実施した岡崎城跡天守台石垣発掘調査により出土した金箔瓦の復元品を製作
岡崎城で展示

翌年度以降の実施予定等	
1 石垣めぐりマップの配布	
2 指定管理者による清海堀ツアー	
3 岡崎城だよりの作成	

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

整備前: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

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

 岡崎城総構え案内板	 岡崎公園案内板	 誘導板	 解説板	<p>解説板板面詳細</p>
---------------	-------------	---------	---------	----------------

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	～	令和	2	年度

令和元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(平成30年度)

販売個数 平成30年度 6,271杯→令和元年度 18,874杯

2 木材

木質バイオマス資源の賦存量調査、森づくり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、自転車ラックを試作し、岡崎市農林業祭等のイベントで足湯体験、額田支所や道の駅藤川宿、かき氷街道の飲食店に自転車ラックを設置し木材製品のPR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、よもぎ茶の販売を開始する。

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

山の恵みマッチング2019(令和元年9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

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	民間主導のDMO組織について(観光協会)(仮)					
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







岡崎おもてなしキャラバン



観光おもてなしガイド

キャラクター活用品・ラッピング用紙 新グルメ おかざきカレーパン

民間主導で下記事業、組織を立ち上げ主体的に事業を推進

1. 岡崎インバウンド推進協議会(民間事業者28社が参画)
 - ・協議会の運営(年3回程度)と受け入れ体制整備の推進
 - Wi-Fi普及促進、多言語ガイド養成、体験プログラムづくり等
2. 岡崎ゆかりのキャラクター活用による商品開発と販売
 - (1) 観光伝道師「東海オンエア」コラボ土産品(岡崎八丁味噌焼きそば、東海オンエアちよこっと饅頭)
 - (2) ギフト用ラッピングの製作と販売による観光付加価値づくり(オカザえもん、内藤ルネ等のイラストを使用)
3. 岡崎グルメを盛り上げる会(岡崎まぜめん会、岡崎おうはんを普及する会、飲食関係事業者等が参画)
 - (1) 岡崎の観光グルメの検討・開発・プロモーションの推進
 - (2) 新ご当地グルメ商品「おかざきカレーパン」の開発と販売
 - (3) 新機軸「おかざきメン(仮)」による岡崎グルメの包括的プロモーション
4. 観光おもてなしガイドセンターの運営
 - ・おかざき観光ガイドの会、岡崎歴史かたり人の事務局運営
 - おもてなし講習会の合同実施(7回/年)、合同パンフレットの製作準備
5. 岡崎おもてなしキャラバン隊の運営(民間事業者65社)
 - ・市内外の観光イベントに出展し、グルメを中心に販売を通じて岡崎の食と観光魅力をPR
 - 年間56日、延べ出店数359店

翌年度以降の実施予定等

- 諸事業の実施・運営を推進するとともに、新型コロナ禍に対し安全・信頼性の確保に努め、観光客の誘客を促進
1. 公民連携体制による観光推進体制を充実
 2. 観光目的外来訪者への対応強化、キャラクター等の活用・コラボによる市内消費拡大
 3. 旅行業取得による着地型商品企画造成展開

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	具体的な取り組み内容	H29	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】	観光協会の法人化を検討する。		H30.4月一般社団法人化		
	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、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アンケートなどの実施により、現状把握と分析に努める。				
	外国人動向調査を行う。				
	アクションプランの改訂準備を行う。				改定作業延期（R4）観光戦略策定
1-4 岡崎市観光統計書の作成及び公表	観光白書の内容検討を行う。				
	観光白書を作成し、公表する。				
	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	具体的な取り組み内容	H29	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の検討を行う。				
	岡崎公園で観光活用事業を行う。			※指定管理業務に移行	
	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。				誘客イベント及び企画展を実施
	リノベーションまちづくりを推進する。				新型コロナの影響で中止。啓発用リーフレットのみ
	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。				民間事業による公共空間の利活用を促進
	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における交流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について検討する。				
	乙川リバーフロント地区の周遊ルートを形成する。				QURUWAプロジェクトの推進及び公共空間の活用を促進
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。				大手門、坂谷曲輪の発掘調査実施。石垣保存修理
	観光体験プログラムを活用し、PR等について協力する。				
	額田地区のパンフレットの作成を行う。				
	額田地区のPR動画、またはパンフレット活用した情報発信。				
	くらがり溪谷の整備について検討する。				
	くらがり溪谷登山口トイレの改修工事を実施する。				
	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。				
鳥川ホテルまつりの運営協力を行う。				※コロナ禍によりまつり中止（警備費用協力）	

施策	具体的な取り組み内容	H29	H30	R1	R2
2-2 高速道路インターチェンジを拠点と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】	ぬかたわんぱくまつりの会場協力を行う。				※コロナ禍により中止
	木育関連イベントを検討する。				
	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。				
	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。				
	ブランド化推進品目等のPR、新商品の開発支援を行う。				
	広域観光交流施設を誘致する。				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。			11/2設置	
	岡崎城の総構え位置表示を行う。				
	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。				駅前広場及び周辺地区の整備継続
	桜城橋、中央緑道等を整備する。			桜城橋 開通	中央緑道（天下の道）殿橋テラス整備（3月予定）
	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。				

施策	具体的な取り組み内容	H29	H30	R1	R2
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。(再掲)				※コロナ禍により縮小・中止
	岡崎公園の施設整備を行う。				藤棚売店跡地に民設民営による飲食施設業者選定を実施
	岡崎城跡の整備及び発掘調査を行う。(再掲)				大手門、坂谷曲輪の発掘調査実施、石垣保存修理
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。				
	岡崎公園周辺のさくらを保全し、利活用する。				乙川河川緑地(殿橋下流)の桜に樹勢回復処置を実施
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。				※コロナ禍により縮小・中止
	民間バス路線への補助による路線維持・改善及び交通事業者の運行委託による地域交通の確保を行う。				
	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。				民間バス路線への補助事業による維持・確保を行う。
2-8 自転車での市内回遊促進	観光客の回遊性を高めるため観光レンタサイクルを実施する。				
	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。				自転車ネットワーク計画を策定
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の実施設計を行う。				
	乙川リバーフロント地区の案内サインを整備する。				QRUWAエリア内に案内サインを7箇所設置

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	具体的な取り組み内容	H29	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)			11/2お披露目	
	岡崎オリジナル観光プロモーションの計画を策定する。				
	岡崎オリジナル観光プロモーションを実施する。				岡崎グルメ、家康公スイーツプロジェクト、おかまいり等
	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の計画を策定する。(再掲)				
	岡崎オリジナル観光プロモーションを実施する。(再掲)				岡崎グルメ、家康公スイーツプロジェクト、おかまいり等
	赤い糸プロジェクトを推進する。				市・観光協会HPで事業・店舗・商品等を紹介
	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【重点プロジェクト2】	回遊クーポンを造成する。				
	名鉄キャンペーンを実施する。				
	かわまちづくりを実施する。				
	かわまちづくりの民間運営組織をつくる。				
	民間によりかわまちづくりを運営する。				おとがワ！活用実行委員会を主体に運営
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。				※コロナ禍によりバスツアー縮小
	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。				

施策	具体的な取り組み内容	H29	H30	R1	R2
3-5 岡崎ニューツーリズムの推進	観光体験プログラムの活用・協力を行う。(再掲)				
	スポーツ大会等の開催・誘致を行う。				ラリージャパン1年前イベント開催
	ウォーキングアプリの開発やウォーキングイベントの開催、ウォーキングマップの作成を行う。				
	エコツーリズムについて検討する。				
	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。(再掲)				
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。				※コロナ禍により縮小・中止
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。				※コロナ禍により縮小・中止

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	具体的な取り組み内容	H29	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、誘致プロモーションを行う。				※コロナ緊急事態宣言時は停止
	ロケハン、ロケの対応を行う。				※コロナ緊急事態宣言時は停止
	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ロコミ展開【重点プロジェクト1】	ユーチューバーによる動画制作を行う。(H30から下記項目に統合)				
	岡崎観光伝道師を活用した情報発信を行う。				
	インスタグラムによるフォトコンテストを実施する。				※ツイッターに変更して実施
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)				※ツイッターに変更して実施
	岡崎市公式観光アプリ「岡さぼ！」により情報発信する。				※おでかけナビに統合
4-5 知名度・魅力度の高い最新コンテンツの活用	VR動画を活用する。				
	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。				
	ユーチューバーによる動画制作を行う。(H30から下記項目に統合)(再掲)				
	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	具体的な取り組み内容	H29	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。				※コロナ禍により中止
	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。				
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。				※コロナ禍により中止
	岡崎おもてなしキャラバン隊を活用する。(再掲)				※コロナ禍により中止
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。				※コロナ禍により見合わせ
	家康公・三河武士のゆかりの地との連携を図る。				※コロナ禍により見合わせ
	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。				
	県・他市等と連携し、誘客活動を実施する。				※コロナ禍により縮小
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)				
	県・他市等と連携し、誘客活動を実施する。(再掲)				※コロナ禍により縮小
	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。				

施策	具体的な取り組み内容	H29	H30	R1	R2
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。				
	多言語ガイドを養成する。				
	外国人観光客向けの体験プログラムを開発する。				※コロナ禍により見合わせ
	インバウンド推進組織の設立を検討する。				
	インバウンド推進組織を設立する。				
	外国人動向調査を行う。(再掲)				
	インバウンド・サイン庁内検討会を実施する。				※コロナ禍により見合わせ
	パンフレット等の多言語翻訳を行う。				※コロナ禍により見合わせ
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。				※コロナ禍により中止
	海外エージェントの直接商談を実施する。				※コロナ禍により中止
	インフルエンサー等を招請するなど、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。				※コロナ禍により縮小
	パンフレット等の多言語翻訳を行う。(再掲)				※コロナ禍により見合わせ

3 年間実施事業

(1) 観光イベント

平成 30 年度と令和元年度を比較すると、全体的に入込客数が増加している。本市の春の一大イベントである桜まつりの入込客数が 2 万人程度減少したものの、家康行列、五万石藤まつりや岡崎城下家康公秋まつりの入込客数が増加している。

花火大会においては引き続き高い水準で推移しており、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。

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 30 年度	令和元年度
桜まつり	600,000	600,000	580,000
家康行列	310,000	400,000	450,000
将棋まつり	6,000	4,300	6,200
五万石藤まつり	340,000	400,000	410,000
岡崎城下家康公夏まつり	150,000	101,680	110,119
岡崎城下家康公夏まつり 花火大会	460,000	480,000	480,000
岡崎城下家康公秋まつり	70,000	110,000	125,000
岡崎ジャズストリート	20,000	25,000	26,200
家康公生誕祭	2,039	6,740	6,013
合計	1,958,039	2,127,720	2,193,532

<桜まつり>

開催時期:平成31年3月27日(水)~4月12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31年4月7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31年4月28日(土)、29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31年4月20日(土)~令和元年5月6日(祝)

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:令和元年7月26日(金)~8月4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:令和元年8月3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:令和元年11月2日(土)、3日(日)

開催場所:岡崎公園多目的広場、乙川河川敷ほか

<岡崎ジャズストリート>

開催時期:令和元年11月2日(土)、3日(祝)

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:令和元年12月21日(土)、22日(日)、26日(木)

開催場所:岡崎公園周辺、大樹寺、家康公ひろばほか



家康公生誕祭

(2) 誘客促進事業

令和元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	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1日、2日、3日、4日、5日)	4,300(5歳から小学生3,300)	5	141
2	グレート家康公葵武将隊と行く！GW岡崎満喫コース(5月2日、3日、4日、5日、6日)	4,900(小学生2,300、4~6歳2,000)	5	135
3	グレート家康公葵武将隊と行く！ 竹膳料理と奥殿陣屋バラ園散策コース(6月13日、14日、15日、16日)	3,900(5歳から小学生3,000)	4	113
4	自然満喫！ブルーベリー狩りとマスカミ体験コース(7月25日、26日)	4,000(小学生3,000、4~6歳2,600)	2	57
5	グレート家康公葵武将隊と行く！岡崎の町再発見コース(8月20日、21日)	2,900(5歳から小学生2,400)	2	43
6	グレート家康公葵武将隊と行く！徳川家康公ゆかりのゴールデンコース (9月16日、23日、24日、25日、26日)	3,800(小学生2,500、4~6歳2,300)	5	133
7	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 (10月5日、19日、20日)	4,300(5歳から小学生3,000)	3	68
8	グレート家康公葵武将隊と行く！家康公像完成記念コース(11月3日、4日、8日、9日、10日、16日、23日)	4,600(小学生2,000、4~6歳1,600)	7	97
9	グレート家康公葵武将隊と行く！そば打ちと柚子シロップ作り体験コース (11月28日、12月6日、13日)	4,500	3	68
10	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21日)	3,600	1	16
11	岡崎歴史かたり人と行く！岡崎開運スポットめぐりコース (1月13日、19日、25日、26日)	3,500	4	89
12	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9日、11日、22日)	4,200(5歳から小学生3,500)	3	78
令和元年度合計			44	1,038
平成30年度合計			54	1,300

令和元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)
4/20, 21, 27, 28, 5/2	第 68 回愛知県高等学校優勝野球大会	岡崎市民球場	16	1,363	474,660
5/3~6	NEOPASA 岡崎 春の陣	岡崎サービスエリア	20	1,702	1,211,080
5/5	ファミリーフェスタ in 中総 2019	中央総合公園	11	5,362	2,331,480
6/2	お田植まつり	悠紀の里	3	377	191,100
7/13	ISPS アーチェリー大会	中央総合公園	3	400	200,000
6/29, 7/6, 7, 9, 13, 14, 16, 17, 20, 21, 23, 25, 28, 29	第 101 回全国高校選手権愛知大会	岡崎市民球場	35	8,674	2,874,890
7/31	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	1,857	893,600
8/1	家康公夏まつり・岡崎公園会場	岡崎公園	12	2,951	1,313,450
8/11~14	NEOPASA 岡崎 夏の陣	岡崎サービスエリア	21	1,022	772,570
8/3	釜春屋台村	釜春	6	2,002	901,400
10/5	基礎生物学研究所	分子科学研究所	4	752	373,750
10/19, 20	おかざきっこ展	中央総合公園	18	3,600	1,800,350
11/9	岡崎クルまつり	中央総合公園	12	7,497	3,226,800
11/23, 24	岡崎グルメフェスティバル	岡崎公園	29	9,709	4,590,600
11/24	第 51 回おかざきマラソン	中央総合公園	9	1,885	803,450
12/21, 22	和の光 Art Night	大樹寺、六所神社	11	907	446,400
1/26	第 26 回三菱自動車駅伝大会	三菱自動車	10	1,213	604,270
2/1	オリンピックとスポーツを楽しもう	中央総合公園	6	268	134,050
2/8, 9	NEOPASA 岡崎 祝の陣	岡崎サービスエリア	12	580	320,200
令和元年度合計			249	52,121	23,464,100
平成 30 年度合計			305	51,978	23,324,868

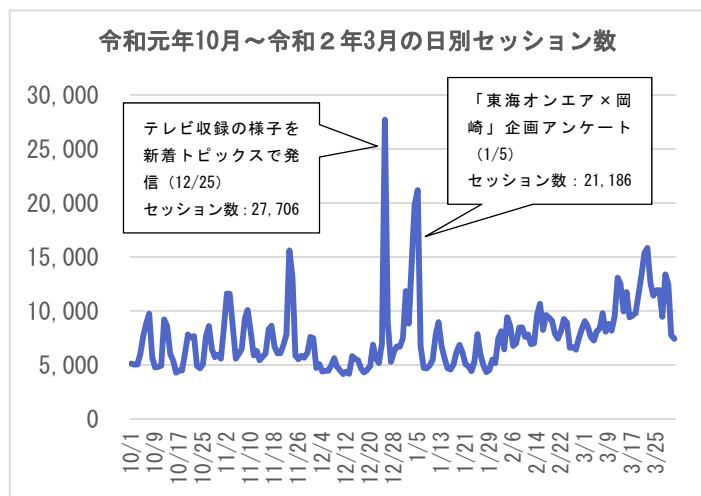
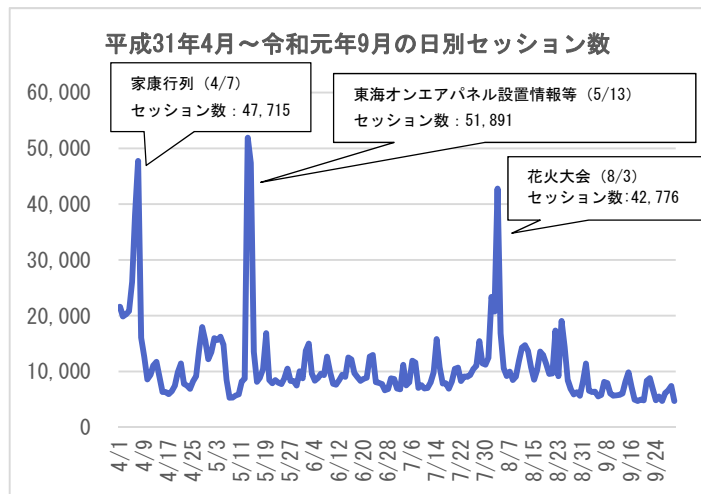
4 パブリシティ

(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。

例年は桜まつりに向けてアクセスが増加するが、令和元年度においては新型コロナウイルス感染症の拡大防止に伴う外出自粛の影響でそれほどの伸びを見せなかった。

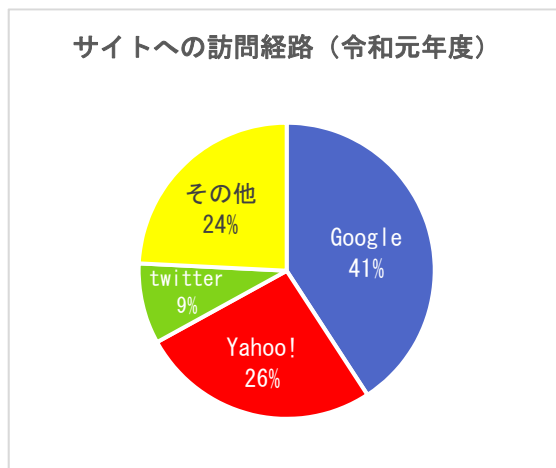


(2) サイトへの訪問経路

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67%のシェアとなる。

また、「twitter」からの流入も多く、全体の9%を占める。こちらは月によって振れ幅が大きく、シェア27%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、花火ウォーカー、YouTube、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31年4月				令和元年5月			令和元年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	7,452	5.56%	岡崎城	4,802	6.61%	岡崎城	3,274	4.49%
2	家康行列	7,451	5.56%	くらがり溪谷	2,207	3.04%	くらがり溪谷	1,972	2.70%
3	岡崎公園	5,251	3.92%	岡崎 観光	1,926	2.65%	鳥川ホテルの里	1,868	2.56%
4	岡崎 桜祭り	5,081	3.79%	奥殿陣屋	1,789	2.46%	岡崎 ホテル	1,863	2.56%
5	岡崎公園 桜	3,561	2.66%	岡崎公園	1,613	2.22%	岡崎 観光	1,595	2.19%
合計		28,796	21.50%		12,337	16.99%		10,572	14.50%
令和元年7月				令和元年8月			令和元年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	岡崎城	3,568	4.96%	くらがり溪谷	7,602	7.07%	岡崎城	3,658	6.37%
2	くらがり溪谷	3,153	4.39%	岡崎城	5,338	4.97%	岡崎 観光	2,532	4.41%
3	岡崎花火	2,205	3.07%	岡崎 観光	3,421	3.18%	くらがり溪谷	2,387	4.15%
4	岡崎 観光	2,000	2.78%	岡崎 かき氷	3,112	2.90%	東海オンエア パネル	1,278	2.22%
5	岡崎 かき氷	1,498	2.08%	岡崎花火	2,357	2.19%	スワカ 色の変化	1,161	2.02%
合計		12,424	17.29%		21,830	20.31%		11,016	19.17%
令和元年10月				令和元年11月			令和元年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	3,746	7.91%	岡崎城	4,439	7.24%	岡崎城	4,033	9.60%
2	岡崎 観光	1,643	3.47%	くらがり溪谷	3,009	4.91%	岡崎 観光	1,383	3.29%
3	くらがり溪谷	1,507	3.18%	岡崎 観光	1,532	2.50%	岡崎南公園	879	2.09%
4	岡崎南公園	1,297	2.74%	岡崎公園	1,495	2.44%	岡崎公園	645	1.54%
5	酔芙蓉	1,030	2.17%	岡崎 紅葉	1,268	2.07%	くらがり溪谷	621	1.48%
合計		9,223	19.47%		11,743	19.14%		7,561	18.00%
令和2年1月				令和2年2月			令和2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	4,613	9.43%	岡崎城	3,479	5.51%	岡崎城	5,735	5.62%
2	岡崎 観光	1,770	3.62%	岡崎南公園	2,235	3.54%	岡崎 桜	3,323	3.26%
3	岡崎南公園	1,359	2.78%	岡崎 観光	1,847	2.92%	岡崎公園	2,719	2.66%
4	一畑山薬師寺	807	1.65%	南公園	1,128	1.79%	岡崎 桜祭り	2,431	2.38%
5	岡崎公園	703	1.44%	東海オンエア パネル	892	1.41%	岡崎公園桜	2,333	2.29%
合計		9,252	18.92%		9,581	15.16%		16,541	14.25%

「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。また、SNS やテレビなどで取り上げられたキーワードも年々上位にあがってきている。

(4) メディア掲載実績

7月20日出版の「Tokai Walker」におかざきかき氷街道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。

テレビについては12月25日にテレビ東京「緊急 SOS! 池の水ぜんぶ抜く大作戦」で本市について取り上げられた。収録の様子を新着トピックスで情報発信し、おかざきナビへ多くのアクセスを集めることができたため、テレビ放映の影響を受けていると考えられる。

時期	内容	広報媒体	対象地域
4月10日(水)	岡崎城の桜、城周辺のお店紹介	おとなの桜旅 (雑誌)	全国
6月6日(木)	徳川家康名刀	歴史探訪(雑誌)	全国
6月18日(火)	オール岡崎ロケの映画 「岡崎恋愛四鏡」撮影現場風景	ゆうがたサテライト (テレビ)	東海3県
7月20日(土)	おかざきかき氷街道、岡崎花火大会、NEOPASA 岡崎、藤川宿、ルネ展	Tokai Walker8月号 (雑誌)	東海地方
8月23日(金)	おかざきかき氷街道	Cheek9月号(雑誌)	東海地方
11月1日(金)	岡崎イエヤスコウイルミネーション2019	リクルートコミュニケーションズ 「東海じゃらん 日帰り温泉」(雑誌)	東海地方
12月25日(水)	岡崎公園の龍城堀	緊急 SOS! 池の水ぜんぶ抜く大作戦 (テレビ)	一部地域
3月5日(木)	岡崎ぶらりさんぽコース	おでかけドライブ 2020-2021 中部版 (雑誌)	東海地方
3月20日(金)	岡崎桜まつり(岡崎公園)桜まつりとあわせて 岡さんぽ	春びあ 東海版 (雑誌)	東海地方
合計※	雑誌 24 件、テレビ 12 件、フリーペーパー11 件、ラジオ 1 件		

※観光推進課に問合せ等があったもののみ

IV 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 (令和元年度)	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	291 億円	404 億円	72.0%	
目標指標 2	観光入込客数	観光施設	387 万人	368 万人	411 万人	89.5%
		イベント	196 万人	219 万人	208 万人	105.3%
目標指標 3	宿泊客数	39 万人	32 万人	42 万人	76.2%	
目標指標 4	来訪者満足度	65.8%	68.8%	70.0%	98.3%	
目標指標 5	市民満足度※3	35.0%	24.6%	40.0%	61.5%	

※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「岡崎市民意識調査」において、「観光の振興」について「満足している」、「やや満足している」の合計(掲載は平成 25、30 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 291 億円にとどまった。

令和 2 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、来訪者満足度は高まっているものの、市民満足度は平成 26 年度から減少傾向にある。新型コロナウイルス感染症による影響がしばらく続くことが予想され、目標値の達成が困難であることから、ウィズコロナ、アフターコロナのなかでの観光施策を目標数値とともに、再構築する必要が生じてきた。(下図参照)

今後においては、新型コロナウイルス感染症に伴う動向を注視しつつ、SDGs の理念に基づく持続可能な観光の実現に向けて、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。

日本人国内延べ旅行者数、日本人国内旅行の 1 人 1 回当たり旅行支出(旅行単価)

○2020 年の日本人国内延べ旅行者数(速報)は **2 億 9,177 万人**(前年比 50.3%減)、うち宿泊旅行が 1 億 6,036 万人(前年比 48.5%減)、日帰り旅行が 1 億 3,141 万人(前年比 52.3%減)となった。

○2020 年の日本人国内旅行の 1 人 1 回当たり旅行支出(旅行単価)※(速報)は **33,925 円/人**(前年比 9.2%減)、宿泊旅行が 48,263 円/人(前年比 12.3%減)、日帰り旅行が 16,428 円/人(前年比 5.2%減)となった。

※1 人 1 回当たり旅行支出(旅行単価)には、参加費、交通費、宿泊費、飲食費、買物代、娯楽等サービス費等が含まれる。

引用元：観光統計 旅行・観光消費動向調査 2020 年年間値(速報)
2021 年 2 月 17 日 観光庁

※愛知県においては、緊急事態宣言が令和 3 年 1 月 12 日から 2 月 28 日まで、嚴重警戒措置が令和 3 年 3 月 1 日から 3 月 21 日まで継続している。(令和 3 年 3 月 12 日現在)

第 2 部 資料編

1 観光キャラバンアンケート調査結果

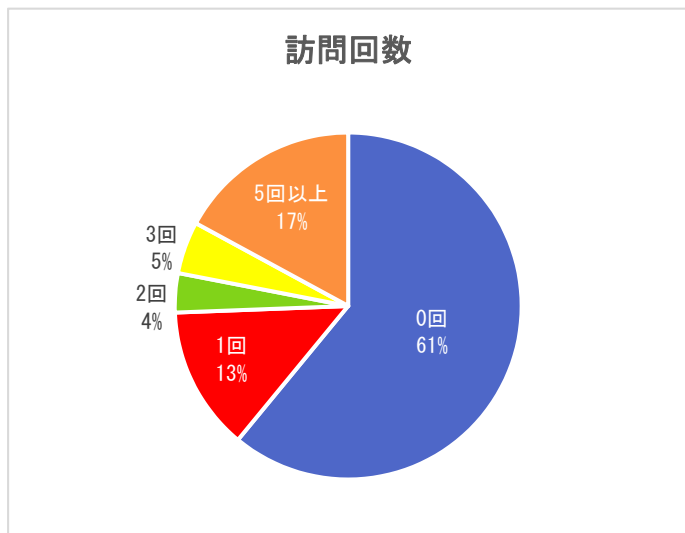
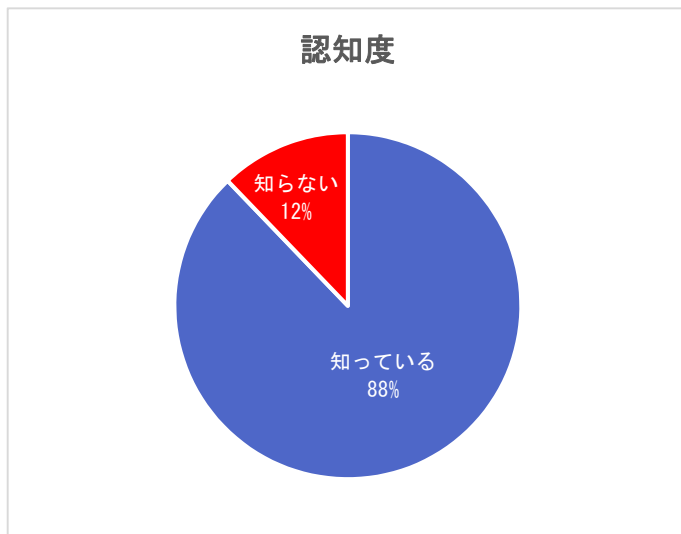
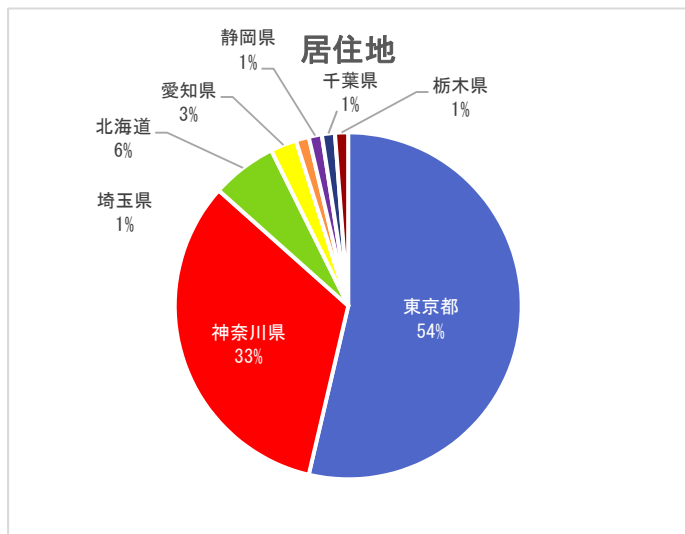
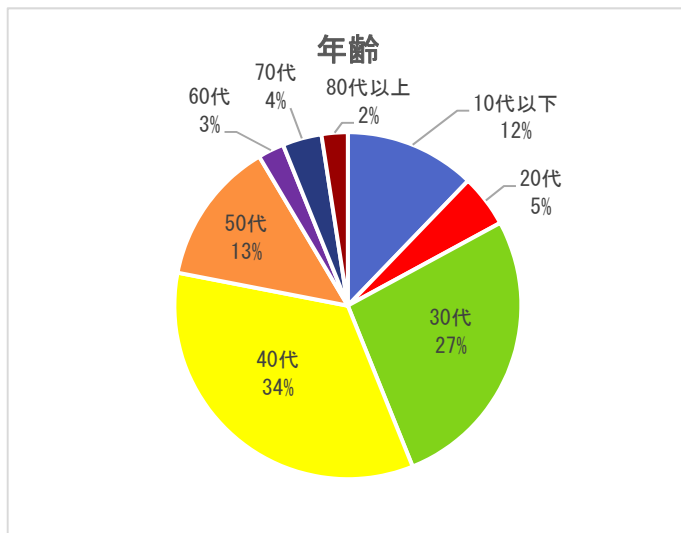
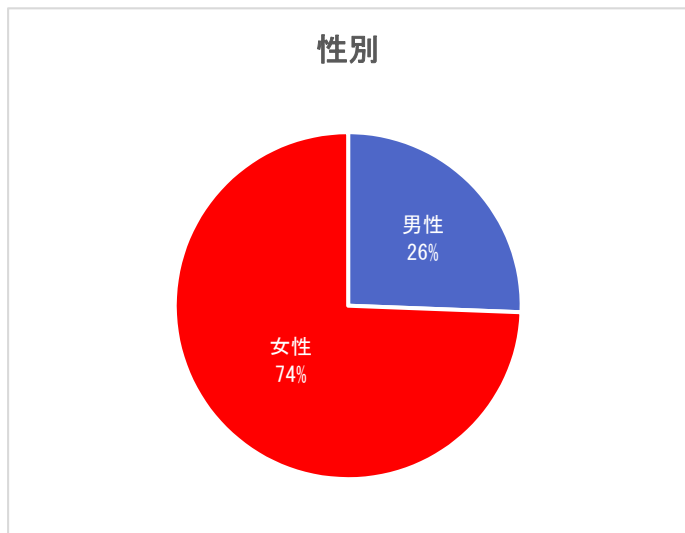
(1) 愛知・名古屋の観光物産展

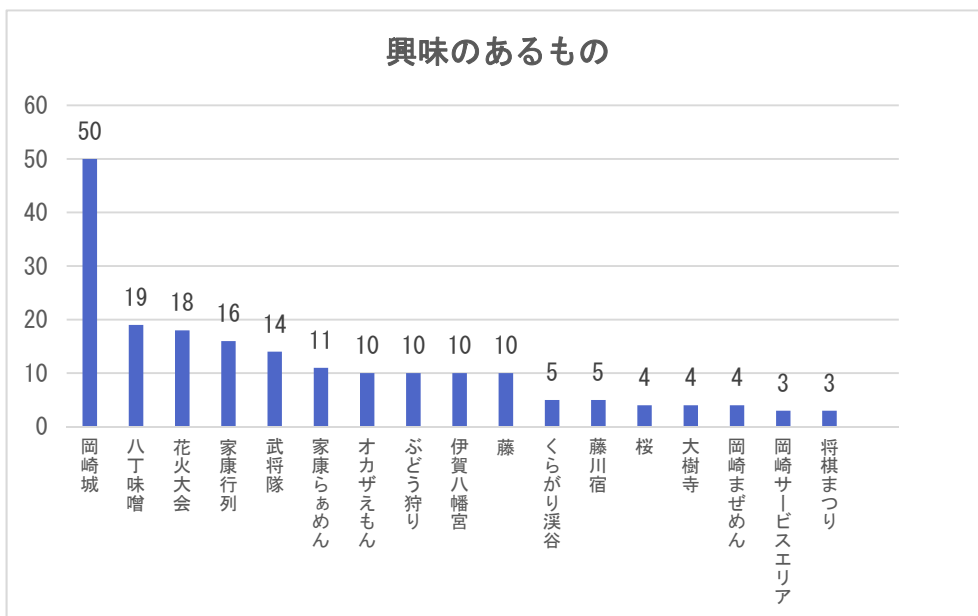
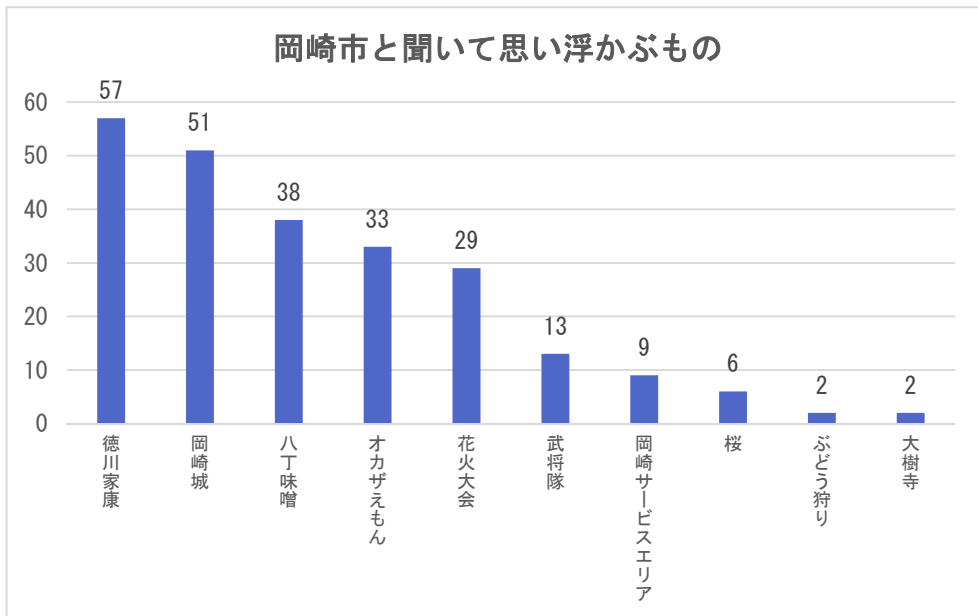
調査日：令和元年6月15日（土）、16日（日）

調査場所：二子玉川ライズ ガレリア（東京都世田谷区）

調査人数：82人

調査方法：ウェブアンケート（QRコード読み取り方式）





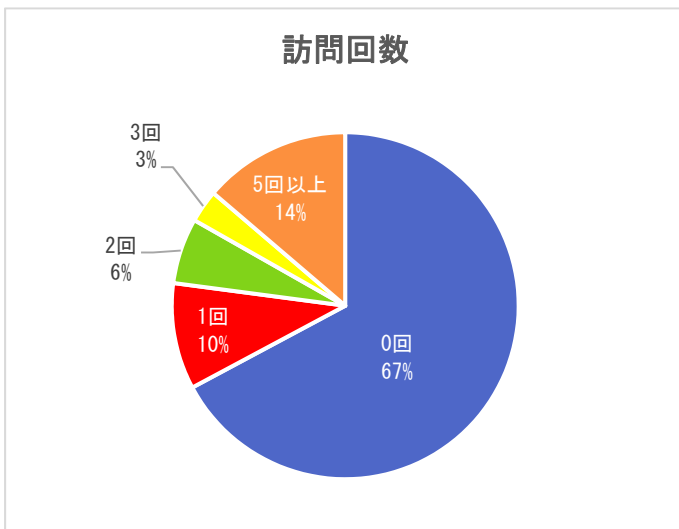
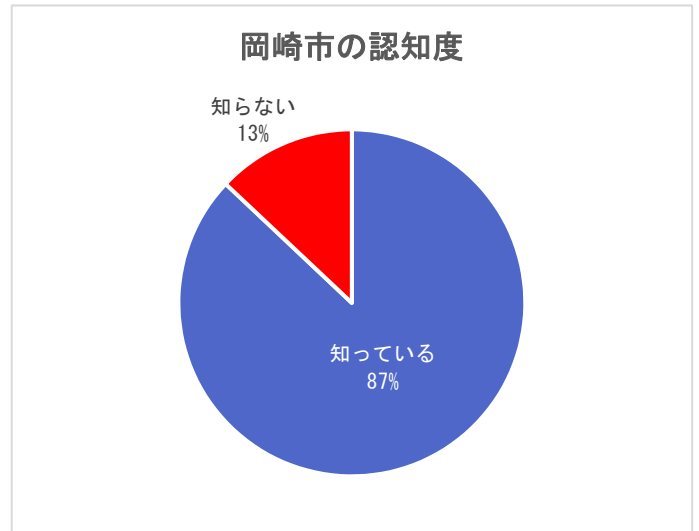
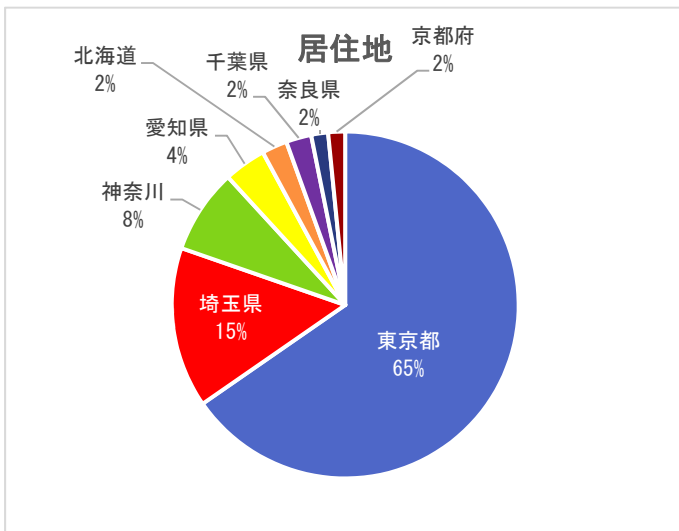
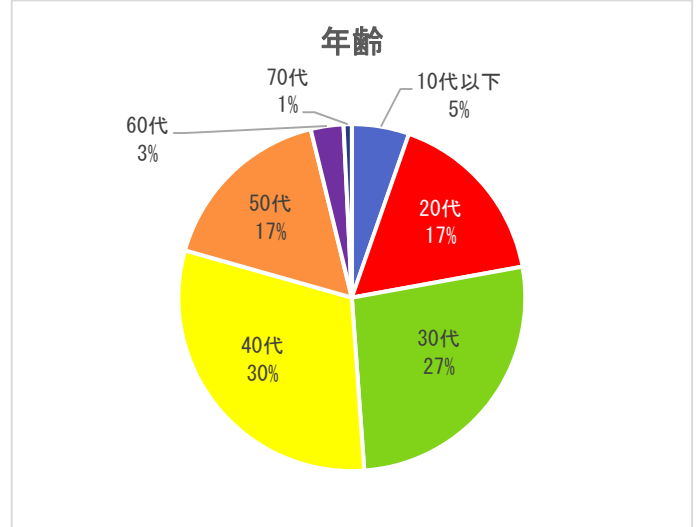
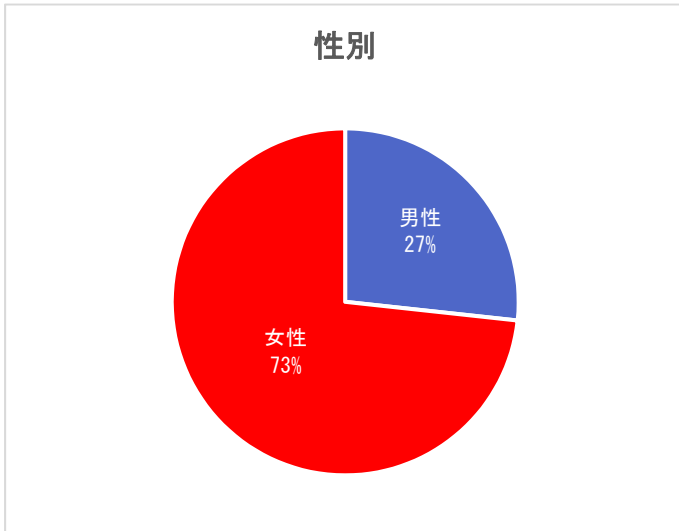
(2) 愛知の観光物産展【こってりだけじゃない。ディスカバー愛知フェア】

調査日：令和2年2月15日（土）、16日（日）

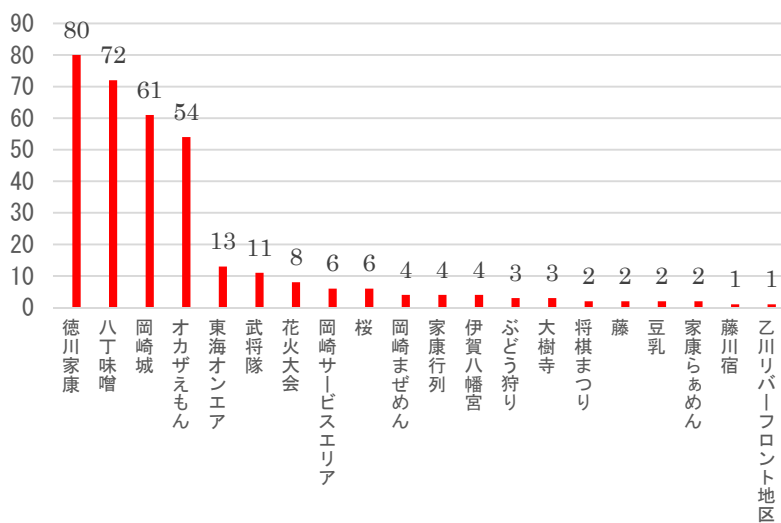
調査場所：池袋サンシャインシティ 噴水広場（東京都豊島区）

調査人数：131人

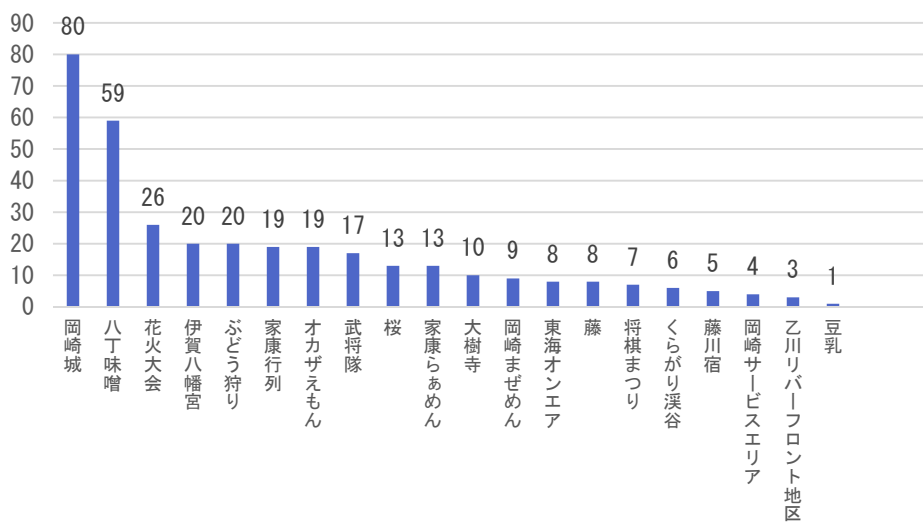
調査方法：ウェブアンケート（QRコード読み取り方式）



岡崎市と聞いて思い浮かぶもの



興味のあるもの



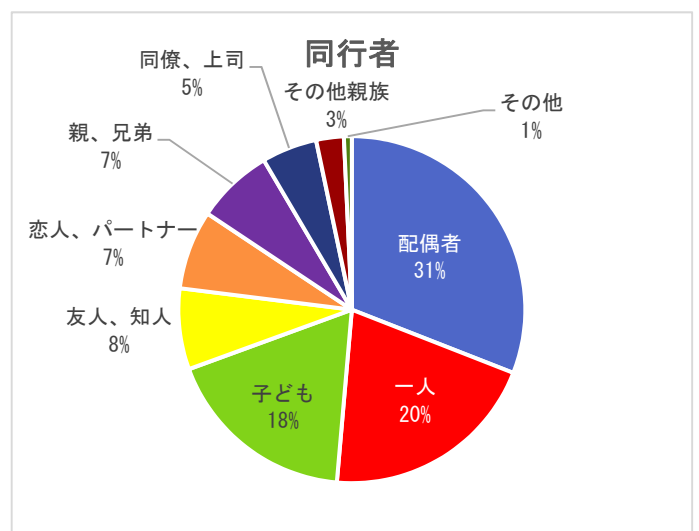
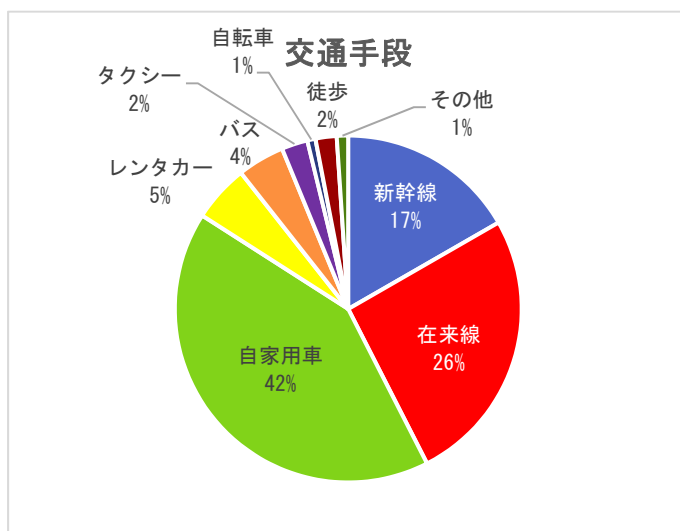
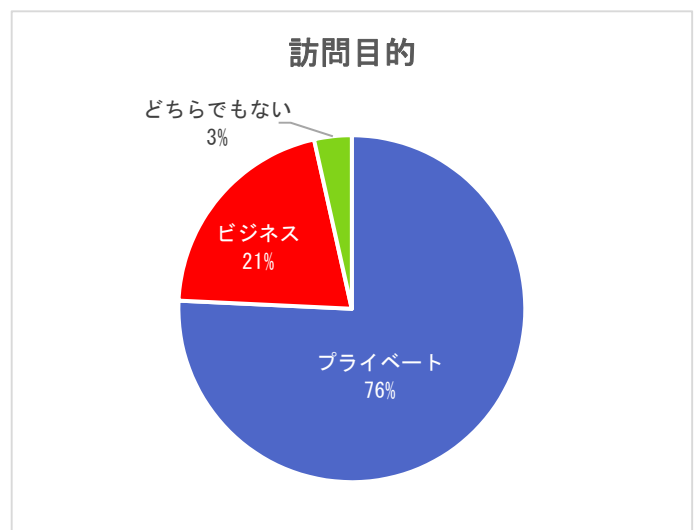
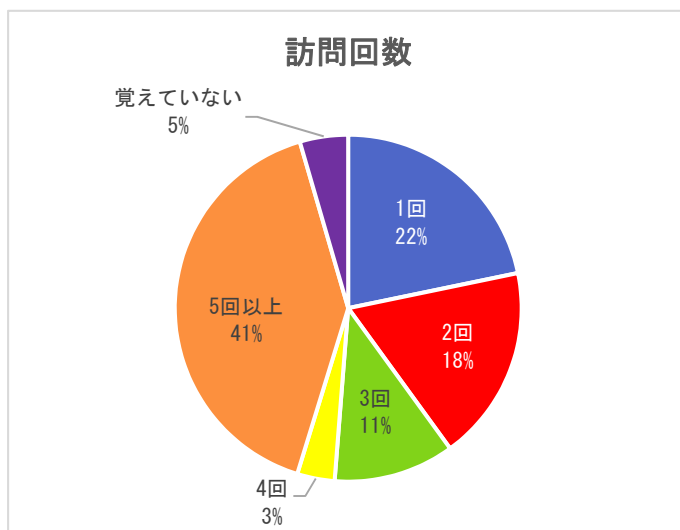
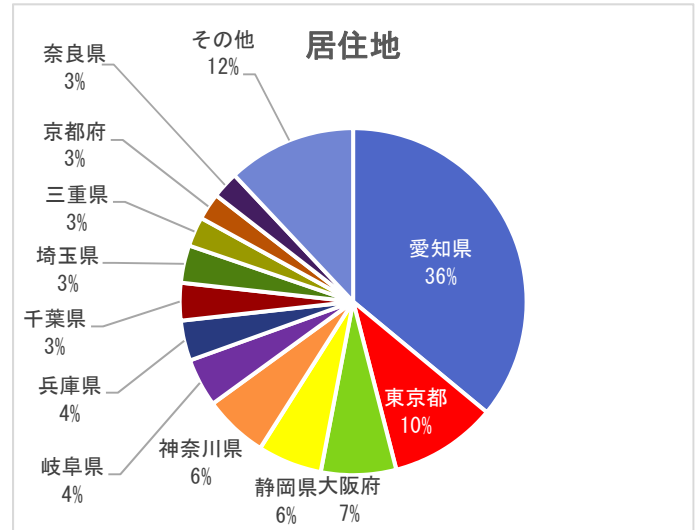
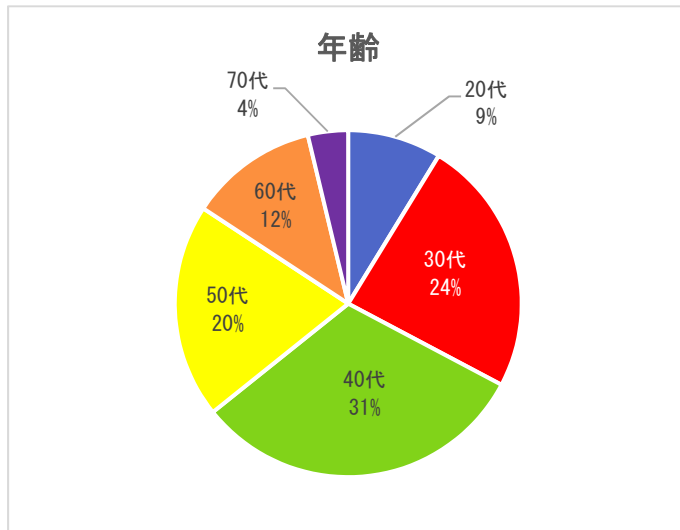
2 岡崎市来訪経験者アンケート調査結果

調査期間：令和元年9月13日（金）～9月18日（水）

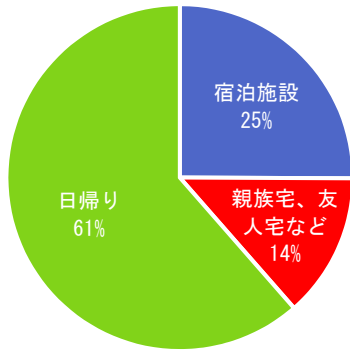
調査対象：全国の15歳から79歳で、直近5年以内に本市を訪れたことのある男女各200人

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

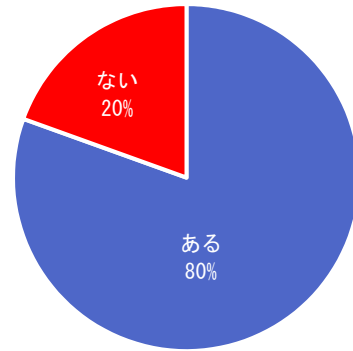
調査機関：楽天インサイト株式会社



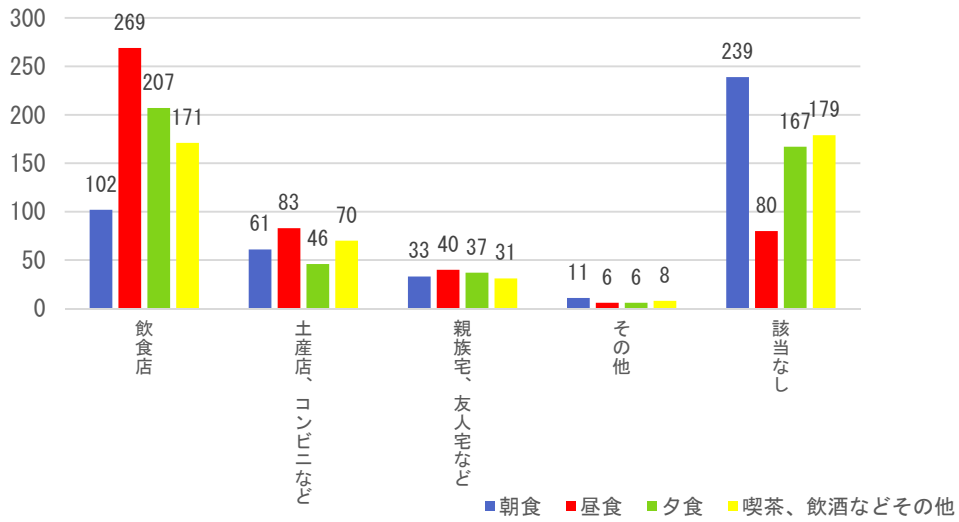
宿泊の有無



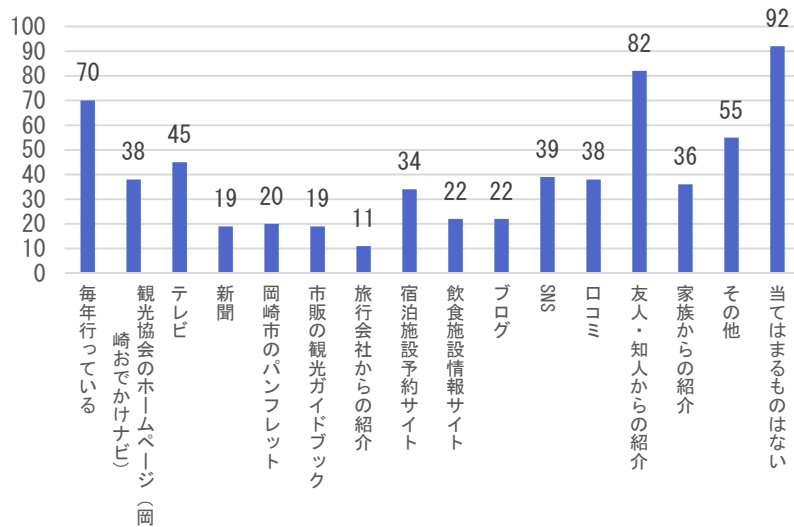
再訪の意欲



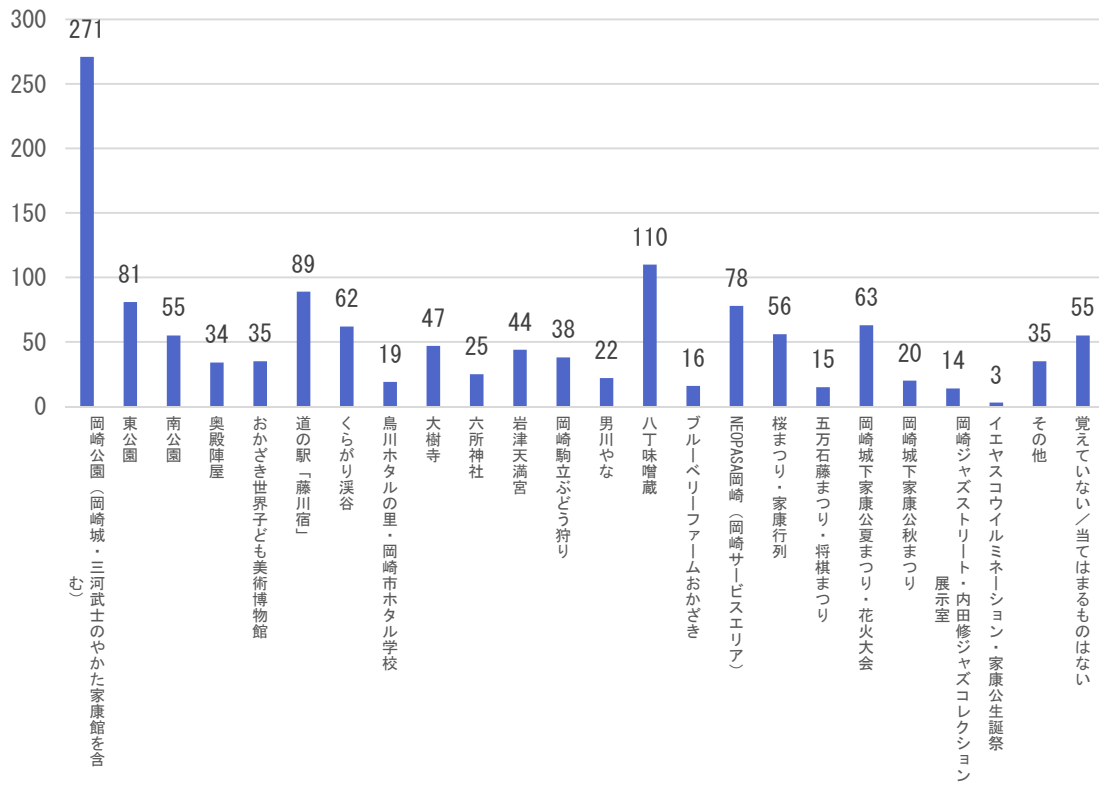
市内での食事



訪問のきっかけ



訪問場所



令和2年度版 岡崎市観光白書
(令和元年度年次報告書)

発行年月：令和3年3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

