

「観光客」の感動を「市民」の幸せにつなげる

第2次 岡崎市観光基本計画

かんこう
～ おかざき観幸プラン 2030 ～
<2024-2030>



徳川家康公像

制作者 / 神戸峰男

岡崎城天守

花火大会

八丁味噌蔵

オカザえもん 武将ぬり絵

徳川家康公



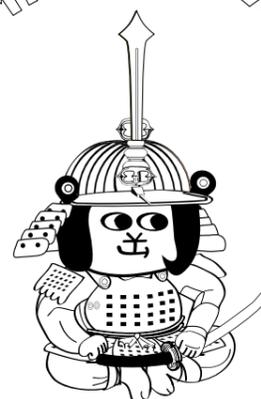
酒井忠次



本多忠勝



神原康政



井伊直政



第2次岡崎市観光基本計画

発行 令和6(2024)年3月

岡崎市経済振興部観光推進課

〒444-8601 岡崎市十王町二丁目9番地

TEL.0564-23-6609 FAX.0564-23-6731

岡崎市



第2次岡崎市観光基本計画～おかげき観幸プラン2030～

＜計画期間 2024年度～2030年度＞

概要版

目指す姿

持続可能な交流市場を拓き、三河を導く岡崎市

観光の位置付け

成長戦略の柱
地域活性化の
切り札

基本目標

「観光客」の感動を「市民」の幸せにつなげる 観幸都市の創造

※市民＝岡崎に暮らす人、岡崎で働く人、岡崎の観光に携わる人

目標数値

★観光客の満足度 80%以上 (R5本市観光アンケート 73%)

★観光に対する市民の満足度 60%以上 (R3市民意識調査 55%)

基本施策

計画の進捗確認のための参考目標数値	現状	2030年
①アフター大河への展望 大河ドラマによる観光特需を一過性のものとすることなく、徳川家康公の生誕地として歴史・伝統・文化の更なる深掘りへ。	☆観光施設年間入込客数 386万人 (H28-H30平均) ☆観光消費単価 (日帰り+宿泊) 28,000円 (R2-R4 平均)	425万人以上 35,000円以上
②リピーター(岡崎ファン)の獲得 観光の多様化やコロナ禍で生まれた旅の志向に即した観光コンテンツによるリピーター(ファン)の獲得、観光関連産業の育成支援。	☆来訪経験者のうち最近5年間で5回以上 28% (R5調査) ☆宿泊・飲食サービス業等従事者数 14,631人 (R3調査)	35%以上 16,500人以上
③若者交流人口の流入促進 本市の強みである岡崎観光伝道師を活用した若者誘客を入口として、若者来街者の滞在時間の延伸と岡崎ファンへの深化を誘導。	☆20～30代年間来街者数 (市中心部) 134.8万人 (H30) ☆観光SNSフォロワー数 25,000人 (R6.3月)	148万人以上 30,000人以上
④観光の継承と市民の自分事化 多様な市民の参画と共感の下、観光資源の希少性や重要性を再認識しつつ、次世代への観光資源継承に向けた市民気運向上を図る。	☆市民の観光重要度意識 66.4% (R3調査) ☆市民のおもてなし活動参加意向 28.1% (R3調査)	73%以上 30%以上
⑤観光マーケティングの充実とデジタル化 エビデンス(根拠)に基づく精緻な観光施策を推進するため、デジタルマーケティングの手法を導入しつつ、情報の域内共有を図る。	☆デジタルマーケティングを活用した観光イベントの最適化 ☆マーケティングに関する市域内ネットワークの構築・支援	3事業以上 1事業以上

重点事業

