

地域再生計画

1 地域再生計画の名称

「徳川家康公と三河武士」の聖地・岡崎における稼ぐ観光地域づくり事業

2 地域再生計画の作成主体の名称

岡崎市

3 地域再生計画の区域

岡崎市の全域

4 地域再生計画の目標

4-1 地方創生の実現における構造的な課題

本市は、愛知県の中央部、三河山地と岡崎平野の接点にあり、三河高原の西端に位置しており、総面積は 387.20 ㎥で県内 3 番目の規模となっている。人口は、平成 29 年 12 月末現在で 386,763 人となっており、景気動向による影響は受けるものの、広域利便性に優れた立地や西三河地域の第二次産業をはじめとする良好な雇用環境を背景として、転入超過の傾向にある。

しかしながら、振興山村地域を含めた一部の地域における人口減少及び高齢化の急速な進展や、首都圏をはじめとする関東圏や名古屋市に対して転出超過の傾向が続いており、若年層や若い女性の転出の抑制を図る必要がある。

立地や雇用環境などの強みを活かし、人口動態に係る課題を克服することで、可能な限り人口の維持・増加を図り、その後の人口減少の局面においても緩やかな減少幅に留めながら、愛知県及び東海地域の活力を高める核としての役割を果たしていくため、平成 27 年 12 月に「岡崎市まち・ひと・しごと創生総合戦略」（以下、「市総合戦略」と記載）を策定した。

本市には、全国的に認知度の高い、岡崎城、八丁味噌という 2 つの主要な観光スポットのほか、松平氏の菩提寺である大樹寺や日本三大東照宮である滝山東照宮、松平氏の守護神である伊賀八幡宮、松平氏の産土神である六所神社など、数多くの家康公ゆかりの観光スポットを有している。また、大樹寺山門から岡崎城までの歴史的眺望（ビスタライン）、東海道の宿場である藤川宿や岡崎宿などの歴史的文化資産に加え、日本さくら名所100選にも選ばれる岡崎公園周辺の春の桜まつり・家康行列、三河花火の粋を集めた夏の花火大会などの全国的にも有名なイベント、さらに自然環境豊かな山間部の額田地区などの魅力ある観光資源が存在する。

これらの観光資源に恵まれていながら、各資源が市内各地に点在しており、観光資源のネットワーク化がされておらず、主要スポットから他のスポットへの回遊が促進されないことから、来訪者の平均滞在時間は2.53時間（平成27年調査「観光振興施策立案調査報告書」）であり、日帰り観光客が圧倒的に多く、歴史的な文化資産を活用した誘客が図られておらず、観光消費に繋がらないという課題を抱えている。観光消費という点においては、八丁味噌や歴史にちなんだ物産品はあるものの、観光土産としてのアピール度やインパクトに欠けていることや、ご当地グルメについては、単発な取り組みはあるものの、地域一体となったおもてなしグルメとして定着していない。

また、愛知県下の産業構造からも自動車メーカー等を始めとした「ものづくり産業」が盛んであるという地域特性があり、本市においても「ものづくり産業」が経済の柱として発展してきたことから、宿泊施設や飲食店等の事業者が、観光をビジネスとして捉え、観光で「稼ぐ」という意識づけが課題となっている。

乙川リバーフロント地区整備事業及び名鉄東岡崎駅前の再整備による乙川河川敷を含む中心市街地の再開発が進んでおり、地域への関心が高まっている絶好の機会を活かせていない。

4-2 地方創生として目指す将来像

本市は、「徳川家康公生誕の地」として歴史的な文化資産を活かした観光産業都市を目指して基盤整備を進めており、平成28年度に岡崎市観光基本計画アクションプランを策定し、地域の魅力を高める観光地経営の展開に向け取り組んでいる。乙川リバーフロント地区整備事業とあわせ、市の玄関口である名鉄東岡崎駅前の再整備に着手するなかで、岡崎らしさのシンボルとなる「若き日の家康公像」の制作・設置が、市民の方を始めとする数多くの寄附やふるさと納税を活用して進められている。

平成27年5月に歴史まちづくりの認定を受け、歴史的風致の維持向上とあわせ、個性溢れる観光地域を創り、住民の一層の誇りと愛着を育み、市外に自慢したくなるようなまちの魅力を創造していくため、市民や事業者が、市内の観光資源や歴史的な文化資産を見つめ直し、公民連携により地域が一丸となって賑わいと利益をもたらす観光地域を創り、地域の「稼ぐ力」を向上させ、「観光産業」を本市の新たな経済の柱とすることで、市内経済の活性化を図ることを目的とするものである。

【数値目標】

	事業開始前 (現時点)	H30 年度 増加分 1 年目	H31 年度 増加分 2 年目	H32 年度 増加分 3 年目	KPI 増加分 の累計
観光消費額	千円 39,250,000	千円 390,000	千円 400,000	千円 400,000	千円 1,190,000
日帰観光客の 土産購入費	954 円	9.5 円	9.6 円	9.7 円	28.8 円
日帰観光客の 飲食費	2,100 円	21.0 円	21.2 円	21.4 円	63.6 円
岡崎公園入込 客数	451,100 人	4,000 人	4,000 人	4,000 人	12,000 人

5 地域再生を図るために行う事業

5-1 全体の概要

本計画では、観光関連事業者等と「岡崎オリジナル観光プロモーション推進協議会」を組織し、事業の方向性や具体的な取り組みの審議、個別プロジェクトの遂行を通して、地域一体となった観光プロモーションの展開を図っていく。

これまで「歴史好き」を中心とした官主導のプロモーションから脱却し、『変わる岡崎』をテーマに、本市不変の資源である歴史観光に対して観光消費が期待できる30～40代の層にターゲットを絞り、誘客促進及び観光消費額の拡大を図っていくとともに、観光産業に携わる民間事業者に対し「おもてなし」の意識を醸成させる。

5-2 第5章の特別の措置を適用して行う事業

地方創生推進交付金（内閣府）：【A3007】

① 事業主体

岡崎市

② 事業の名称

「徳川家康公と三河武士」の聖地・岡崎における稼ぐ観光地域づくり事業

③ 事業の内容

歴史好き以外の層にも魅力を広めていくため、季節の花やお土産、地元の食、祭りを組み込んだモデルコースを設定し、街歩きの楽しさを感じてもらうとともに、寺社を「お参り」で終わらせることなく、その場でしかなし得ない体験型観光の開発、地元食材を用いた地産地消の料理等を取り入れた付加価値付けにより、地域資源を活用した新たな観光コースを開発する。

「家康公と三河武士」をコンセプトに、物語性、地域性、未来性を掛け合わ

せた岡崎らしい観光土産づくりを目指し、「観光お土産づくり認証制度」を設け、商品の「岡崎らしさ」をルール化して商品の認証を行うとともに、認証商品のブランド化に向けた支援を行う。

旅行者の行動ステージに合わせた発信ツールの整備として、既存ポータルサイトを活用した情報発信に、嗜好を考慮した検索キーワードに合わせたランディングページを作成し、岡崎にイメージを持たない層への閲覧を喚起し、取り込んでいくとともに、ターゲットに合わせたメディアや媒体、ツールを選定し、魅力発信を地域一体で展開していく。

これらのプロモーションを公民連携体制で推進していくため、モデルコースの体験会、若い世代を対象とした意見交換会、市場のニーズ調査や土産品の試食など、市民や事業者と連携して取り組んでいく。

④ 事業が先導的であると認められる理由

【自立性】

観光土産づくり事業において認証した商品や岡崎グルメを観光パンフレット等で積極的にPRし、観光キャラバン等で優先して販売することで、事業者等から一部負担金を徴収する仕組みを検討していく。本事業を通して、民間事業者が自ら稼ぐために、魅力発信やインターネット販売など、販売方法の磨き上げを行う体制を確立していく。

【官民協働】

観光関連事業者等と「岡崎オリジナル観光プロモーション推進協議会」を組織し、事業の方向性や具体的な取り組みの審議、個別プロジェクトの遂行を通して、地域一体となった観光プロモーションを展開していく。寺社、飲食店、宿泊施設などと行政が連携し、それぞれの得意分野を活かしたネットワークを構築し、一体となって観光客の誘致及び消費拡大を目指していく。

【政策間連携】

観光関連事業者への支援を通し、中心市街地を始めとした地域の活性化や観光消費額の増加で、地域の「稼ぐ力」の向上により、雇用創出に繋がる。また、市民がまちへの誇りと愛着を持ち地域愛の醸成にも繋がり、シティプロモーションの役割も果たしていく。

【地域間連携】

愛知県の観光施策を共有するとともに、広域連携が進んでいるインバウンド観光においても、本プロモーションを国外向けに発信することにより、誘客促

進に繋げていく。また、三河地域の観光圏で宿泊施設を有する市町や徳川家康をテーマとした歴史観光や武将観光などの共通テーマを掲げている市町との連携により、近隣市町を訪れる観光客の取り込みや県域を越えた回遊性の向上が期待できる。

⑤ 重要業績評価指標（KPI）及び目標年月

【数値目標】

	事業開始前 (現時点)	H30 年度 増加分 1 年目	H31 年度 増加分 2 年目	H32 年度 増加分 3 年目	KPI 増加分 の累計
観光消費額	千円 39,250,000	千円 390,000	千円 400,000	千円 400,000	千円 1,190,000
日帰観光客の 土産購入費	954 円	9.5 円	9.6 円	9.7 円	28.8 円
日帰観光客の 飲食費	2,100 円	21.0 円	21.2 円	21.4 円	63.6 円
岡崎公園入込 客数	451,100 人	4,000 人	4,000 人	4,000 人	12,000 人

⑥ 評価の方法、時期及び体制

【検証方法】

設定した KPI の達成状況を経済振興部観光推進課で取りまとめ、岡崎市観光基本計画推進委員会において、達成度に応じた改善策や推進策を検討し、さらなる深化に向けて事業の見直しを行う。

また、岡崎市観光基本計画推進委員会及び岡崎市総合戦略推進会議における検証結果を踏まえ、岡崎市議会で検証する。

【外部組織の参画者】

岡崎市観光基本計画推進委員会及び岡崎市総合戦略推進会議を構成する有識者や市議会

【検証結果の公表の方法】

岡崎市観光基本計画推進委員会の議事内容及び事業の検証結果を、市ホームページにて公表を行う。

- ⑦ 交付対象事業に要する経費
・法第5条第4項第1号イに関する事業【A3007】

総事業費 95,520 千円

- ⑧ 事業実施期間
地域再生計画認定の日から平成33年3月31日（3ヵ年度）

- ⑨ その他必要な事項
特になし

5-3 その他の事業

5-3-1 地域再生基本方針に基づく支援措置

該当なし

5-3-2 支援措置によらない独自の取組

(1) おもてなし環境整備事業

事業概要：本市に点在する観光資源を魅力的にかつ効率良く巡ることができる旅行商品を企画造成するとともに、広く流通させるために旅行会社と商品化交渉を行う。また、観光資源を魅力的に案内することのできる案内人の養成や多くの観光客が訪れる岡崎公園などでおもてなしイベントを実施し、観光客の満足度、地域経済の活性化及び観光産業都市に向けた機運の醸成を図る。

実施主体：岡崎市

事業期間：平成27年度～

(2) 家康公像制作事業

事業概要：本市の新たなシンボルとして、徳川家康と改名した25歳当時の若き日の姿を再現した家康公像を制作し、市の玄関口である名鉄東岡崎駅前のペDESTリアンデッキ上に設置する。

事業主体：岡崎市

事業期間：平成27年度～平成31年度

6 計画期間

地域再生計画認定の日から平成33年3月31日まで

7 目標の達成状況に係る評価に関する事項

7-1 目標の達成状況に係る評価の手法

【検証方法】

設定した KPI の達成状況を経済振興部観光推進課で取りまとめ、岡崎市観光基本計画推進委員会において、達成度に応じた改善策や推進策を検討し、さらなる深化に向けて事業の見直しを行う。

また、岡崎市観光基本計画推進委員会及び岡崎市総合戦略推進会議における検証結果を踏まえ、岡崎市議会で検証する。

【外部組織の参画者】

岡崎市観光基本計画推進委員会及び岡崎市総合戦略推進会議を構成する有識者や市議会

7-2 目標の達成状況に係る評価の時期及び評価を行う内容

【数値目標】

	事業開始前 (現時点)	H30 年度 増加分 1 年目	H31 年度 増加分 2 年目	H32 年度 増加分 3 年目	KPI 増加分 の累計
観光消費額	千円 39,250,000	千円 390,000	千円 400,000	千円 400,000	千円 1,190,000
日帰観光客の 土産購入費	954 円	9.5 円	9.6 円	9.7 円	28.8 円
日帰観光客の 飲食費	2,100 円	21.0 円	21.2 円	21.4 円	63.6 円
岡崎公園入込 客数	451,100 人	4,000 人	4,000 人	4,000 人	12,000 人

7-3 目標の達成状況に係る評価の公表の手法

岡崎市観光基本計画推進委員会の議事内容及び事業の検証結果を、市ホームページにて公表を行う。