

# 令和3年度版 岡崎市観光白書

(令和2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	35
4 パブリシティ	39
IV 総合分析	42
1 目標指標	42
2 まとめ	42
第2部 資料編	43
1 岡崎市来訪経験者アンケート調査結果	44
2 国、愛知県、岡崎市の新型コロナウイルス感染症への対応	47



---

## 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、「岡崎市観光白書」を毎年度作成している。

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、2020 年（令和 2 年）1 月以降、新型コロナウイルス感染者数の増加を受け、水際対策の徹底に加え、移動の制限や旅行控えの動きが生じたことなどにより、需要が大幅に減少するなど、岡崎市内の観光産業全体においても非常に厳しい状況が続いている。



### 1 国の動向

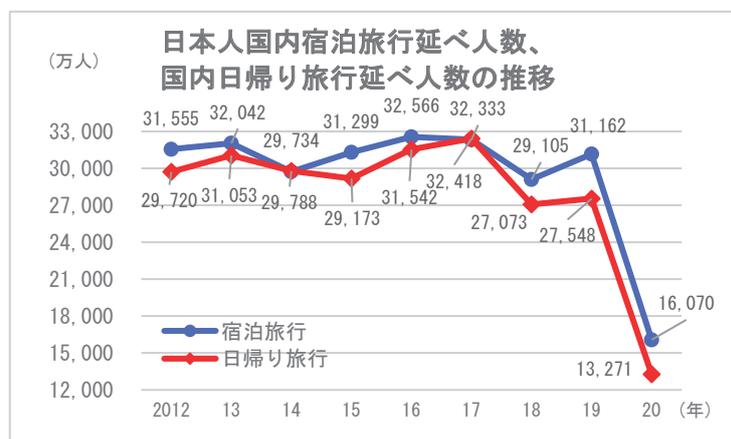
2020 年（令和 2 年）の訪日外国人旅行者数は、新型コロナウイルス感染症の世界的な流行に伴い、各国・地域において水際対策等が強化された影響等により、412 万人（対前年比 87.1% 減）となった。

国・地域別でみると、アジアからの訪日外国人旅行者数が 332 万人となり、全体の 80.6% を占めた<sup>1</sup>。

2020 年（令和 2 年）に日本人で国内宿泊旅行に行った人数は延べ 1 億 6,070 万人（前年比 48.4% 減）、国内日帰り旅行は延べ 1 億 3,271 万人（前年比 51.8% 減）と、宿泊旅行、日帰り旅行ともに大きく減少した<sup>2</sup>。



資料：日本政府観光局（JNTO）資料に基づき観光庁作成



<sup>1</sup> 『令和 3 年版観光白書』P9 観光庁

<sup>2</sup> 『令和 3 年版観光白書』P18 観光庁

## 2 愛知県の動向

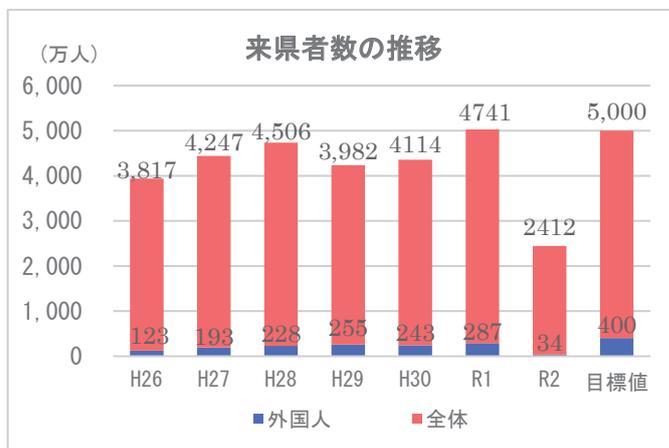
来県者数（全体）は、前年（令和元年）と比較して、4,741万人から2,412万人となり、49.1%の減少となった。また、外国人の来県者数も287万人から34万人となり、88.2%の減少となり、前年を大きく下回った。日本人旅行者数は、国のGOTトラベル事業や愛知県の観光消費喚起事業等の効果があり、秋ごろに回復傾向が見られたが、年末の感染拡大を受け、再び落ち込んだ。

観光レクリエーション資源・施設利用者数についても大きく落ち込み、前年比45.2%の減少となった<sup>3</sup>。

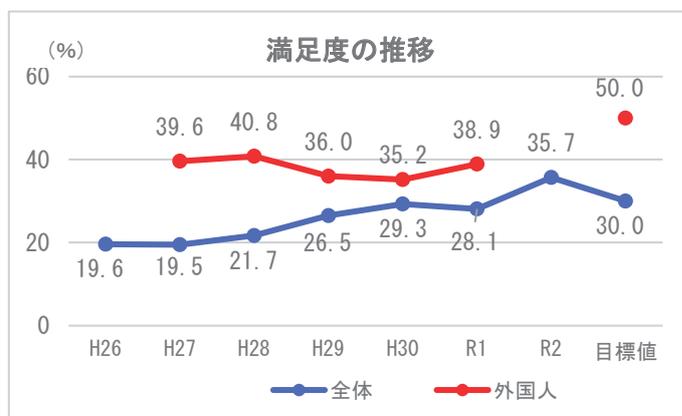
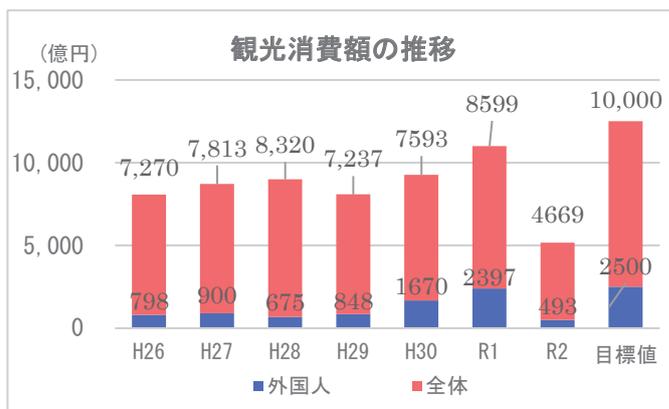
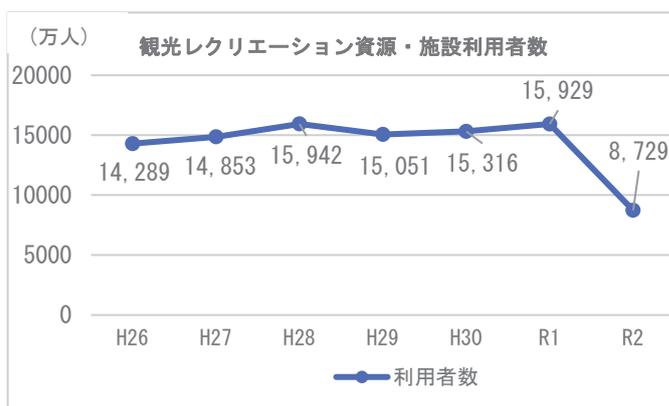
観光消費額は、前年（令和元年）の8,599億円から4,669億円へと大幅な減少となった<sup>4</sup>。最も大きく落ち込んだのは、「県外在住者・日帰り」で、半分以下に落ち込んだ。一方、「県外在住者・宿泊」や「県内在住者・宿泊」、「県内在住者・日帰り」は、いずれも前年比7～8割となっており、相対的に減少が抑えられている。

愛知県の観光に対して「非常に満足」と回答した人は、前年（令和元年）と比較して、全体が28.1%から35.7%に大幅に増加し、目標値を上回ることとなった。新型コロナウイルス感染症の影響により、都道府県を跨ぐ移動の自粛が求められる中、県内居住者の「非常に満足」との回答が大幅に増加したことが全体の数値が引き上げられたと考えられる。

県内居住者が不満に感じた点を見ると、「道路が渋滞している」、「観光地での駐車場が足りない、未整備」の項目が多くなっている。注目したいのは、「観光資源・施設に魅力がない」、「買う気になる土産品が少ない」、「何かしらの体験を楽しめる魅力がない」、「食」の面での魅力がない」がそれぞれ前年より減少しており、新型コロナウイルス感染症の影響により、県内旅行が活発化した結果、県民による県内の魅力の気づきにつながった可能性がある<sup>5</sup>。



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  
外国人は、この指標を測定する「愛知県訪日外客動向調査」が2020年度は新型コロナウイルス感染症の影響で実施できなかったため、欠測となった。

<sup>3</sup> 『2021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（2020年度年次報告書）』P4 愛知県振興部観光局観光振興課

<sup>4</sup> 同左 P5

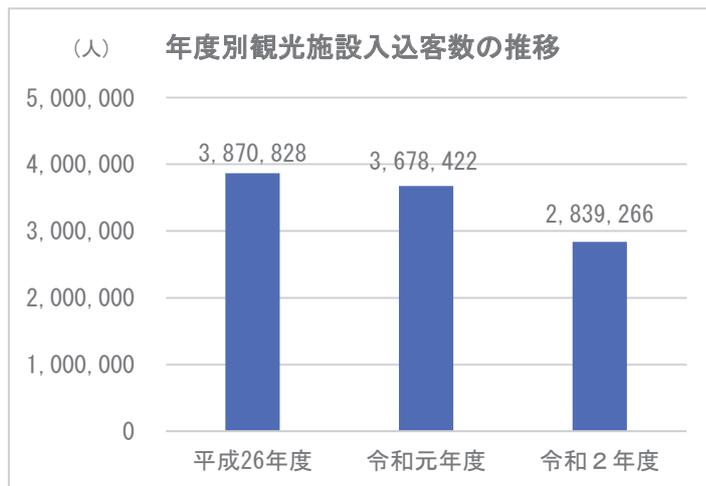
<sup>5</sup> 同左 P8

## Ⅱ 本市の観光の動向

### 1 観光施設入込客数

#### (1) 年度別動向

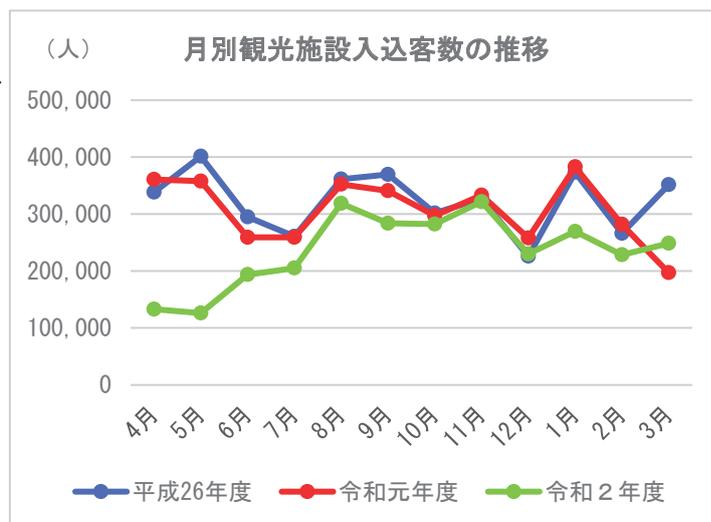
令和2年度の観光施設入込客数は2,839,266人であり、令和元年度の3,678,422人から約23%減少した。基準年である平成26年度と比較すると、およそ103万人の減少（約27%の減少）である。これは、施設全体の入込客数が平成29年度から減少傾向であったことに加えて、新型コロナウイルス感染症拡大防止による観光施設の休館等による影響が大きかったものと考えられる。



#### (2) 月別動向

月別に観光施設入込客数をみると、令和2年4月、5月は平成26年4月、5月及び令和元年4月、5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。

なお、第2波の新型コロナウイルス感染症数が一旦落ち着きを見せた令和2年10月、11月については観光施設入込客数が回復してきたが、その後の第3波の感染者数増加に伴い、令和3年1月以降は再び減少した。



### (3) 施設別動向

令和2年度は施設全体の傾向として入込客数が大きく落ち込んでいる。特に岡崎公園が大きく減少しており、次いで八丁味噌蔵の減少が大きい。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原因になっている。

そのなかで、くらがり溪谷等の一部の施設は前年度から入込客数が増加している。これは、3密を避けて、アウトドアでの観光需要が高まったことなどが原因と考えられる。

### 【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	令和元年度	令和2年度
岡崎公園	401,900	397,600	188,500
東公園	324,492	295,850	219,520
南公園	406,899	415,631	305,381
奥殿陣屋	96,034	64,185	56,115
地域文化広場	161,509	167,734	113,318
道の駅藤川宿	1,210,279	1,179,072	1,070,899
くらがり溪谷	158,107	113,853	169,034
自然体験の森	16,913	13,623	12,718
わんPark	13,563	19,325	18,990
ホテル学校	9,594	10,680	7,534
美術博物館	38,212	41,190	26,421
六所神社	45,000	41,500	41,000
岩津天満宮	350,000	326,000	255,400
駒立ぶどう狩り組合	75,527	84,183	51,856
男川やな	13,136	17,688	6,128
八丁味噌蔵	255,301	180,307	49,614
ブルーベリーファーム おかざき	7,498	5,740	4,817
岡崎カントリー倶楽部	53,259	50,952	53,023
額田ゴルフ倶楽部	70,339	71,806	67,103
サン・ベルグラビア カントリー倶楽部	47,065	48,338	47,006
その他施設 ※1	116,201	133,165	74,889
合計	3,870,828	3,678,422	2,839,266

※1 入込客数を非公表としている施設を合算して計上

- ・岡崎公園、東公園、南公園、地域文化広場、くらがり溪谷については4月11日から5月31日まで休館
- ・八丁味噌蔵は4月10日から5月31日まで休館
- ・道の駅藤川宿については4月25日から5月15日まで一部休業、一部時間短縮

### 【参考施設】

(単位：人)

施設名	平成26年度	令和元年度	令和2年度
名鉄東岡崎駅観光案内所	13,750	31,652	16,168
JR岡崎駅観光案内所 ※1		11,110	5,396
籠田観光案内所※2		5,203	7,312

※1 平成27年7月開設

※2 平成30年4月開設

- ・各観光案内所については4月11日から5月31日まで休館

※ 国の緊急事態宣言 令和2年4月11日～5月25日、令和3年1月7日～3月21日

## 令和2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	合計
岡崎公園	10,700	0	12,200	15,800	20,600	23,700	23,200	22,600	10,900	6,400	9,800	32,600	188,500
東公園	6,130	170	17,730	15,770	10,810	21,310	28,930	41,320	17,600	10,960	19,700	29,090	219,520
南公園	9,608	7,367	24,714	18,213	17,960	37,850	38,920	41,076	22,936	15,015	32,032	39,690	305,381
奥殿陣屋	3,083	4,040	3,871	3,447	5,942	5,602	7,413	6,918	3,089	2,610	4,289	5,811	56,115
地域文化広場	989	327	5,014	18,331	23,568	11,042	8,662	17,851	9,775	5,786	4,528	7,445	113,318
道の駅藤川宿	70,221	75,122	84,879	87,338	105,960	95,186	99,099	95,001	91,625	89,199	85,718	91,551	1,070,899
くらがり溪谷	8,784	13,992	8,932	9,820	57,360	16,782	9,055	22,038	6,890	4,758	5,288	5,335	169,034
自然体験の森	1,429	621	1,160	1,331	1,113	568	379	1,668	1,194	828	1,208	1,219	12,718
わんPark	704	359	1,375	1,309	4,094	2,195	1,626	2,614	1,104	602	1,522	1,486	18,990
ホテル学校	212	208	3,270	350	705	433	514	377	445	176	381	463	7,534
美術博物館	310	0	2,497	2,390	6,200	4,441	3,992	1,686	1,502	721	1,239	1,443	26,421
六所神社	2,000	2,000	2,000	1,500	1,500	2,000	5,000	6,000	3,000	10,000	3,000	3,000	41,000
岩津天満宮	2,000	1,500	2,000	3,500	7,000	8,400	23,000	28,000	32,000	104,000	40,000	4,000	255,400
駒立ぶどう狩り組合	0	0	0	1,388	24,656	25,162	650	0	0	0	0	0	51,856
男川やな	4	0	530	580	1,777	2,102	709	257	47	43	46	33	6,128
八丁味噌蔵	602	0	1,835	4,348	5,426	6,224	8,571	10,408	6,123	1,237	1,565	3,275	49,614
ブルーベリーファームおかざき	0	0	1,841	1,761	1,215	0	0	0	0	0	0	0	4,817
岡崎カントリー倶楽部	2,310	4,205	4,169	4,041	5,258	4,514	4,657	5,057	5,232	4,545	4,350	4,685	53,023
額田ゴルフ倶楽部	4,749	6,316	5,613	4,513	6,500	5,692	6,791	7,194	5,911	3,765	4,382	5,677	67,103
サン・ベルグリアカントリー倶楽部	2,974	4,099	3,665	3,153	4,445	3,929	4,680	4,868	4,437	2,946	3,389	4,421	47,006
その他施設	6,032	5,736	6,164	6,164	6,460	6,468	6,387	6,616	5,969	5,771	5,833	7,289	74,889
合計	132,841	126,062	193,459	205,047	318,549	283,600	282,235	321,549	229,779	269,362	228,270	248,513	2,839,266

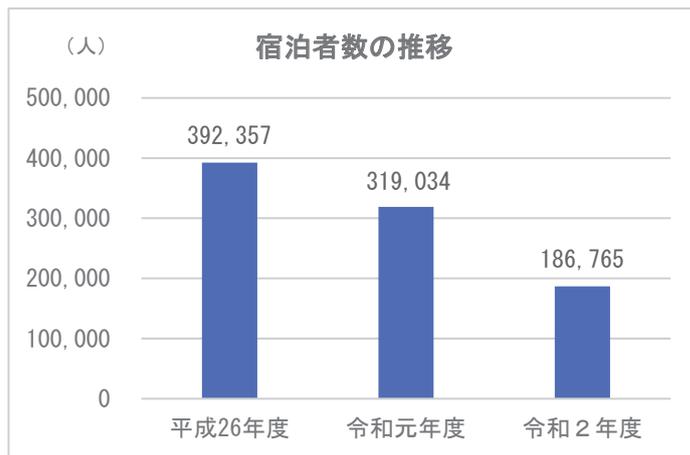
新型コロナウイルス感染症の拡大により市内の各施設において休館等の措置が講じられたことに伴い、令和2年4月、5月の入込客数は前年度と比較し全体的に大きく減少している。特に岡崎城、家康館などの屋内施設がある岡崎公園や八丁味噌蔵などは大きく落ち込んだ。

## 2 宿泊者数

令和2年度の宿泊者数は186,765人であり、令和元年度から約13万人程度減少している。これは、新型コロナウイルス感染拡大防止による外出自粛の影響が年度を通してあったことが関係している。

なお、令和元年度の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たが、令和2年度においては各宿泊施設に対し、直接聞き取りを行うことにより算出した。

### 【アクションプラン目標指標3対象数値】



※平成26年度及び令和2年度は各施設への聞き取り調査

※令和元年度は宿泊旅行統計から推計

### 月別宿泊者数の推移

(単位：人)

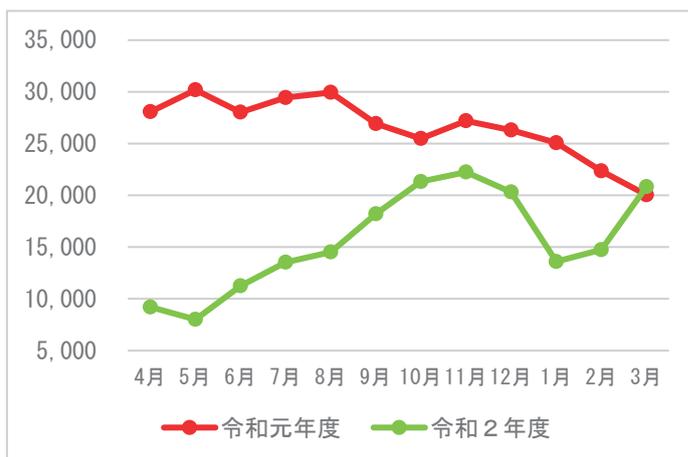
	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	合計
令和元年度	28,075	30,193	28,024	29,439	29,942	26,925	25,481	27,196	26,301	25,074	22,345	20,039	319,034
令和2年度	9,196	8,010	11,241	13,524	14,508	18,199	21,322	22,250	20,314	13,594	14,734	20,829	187,721

※令和2年度は各施設への聞き取り調査

※令和元年度は宿泊旅行統計から推計

令和元年度と令和2年度の推移を比較すると、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4月から9月、令和3年1月、2月は大幅に減少した。

なお、令和2年10月から12月においては、GOTトラベル事業などの影響により一旦宿泊者数は回復したが、令和3年1月、2月については感染者数の増加により再び低迷した。



### 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平成 30 年度までは年々増加傾向にあったが、令和元年度からは大幅に減少している。

令和 2 年度は、バスツアーによる岡崎公園駐車場におけるヒアリング調査の結果、外国人旅行者数、ツアー数はともにゼロとなっている。

#### 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	令和元年度	令和 2 年度
旅行者数	875	2,115	0
ツアー数	32	80	0

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
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
令和 2 年度	旅行者数	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	ツアー数	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

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)

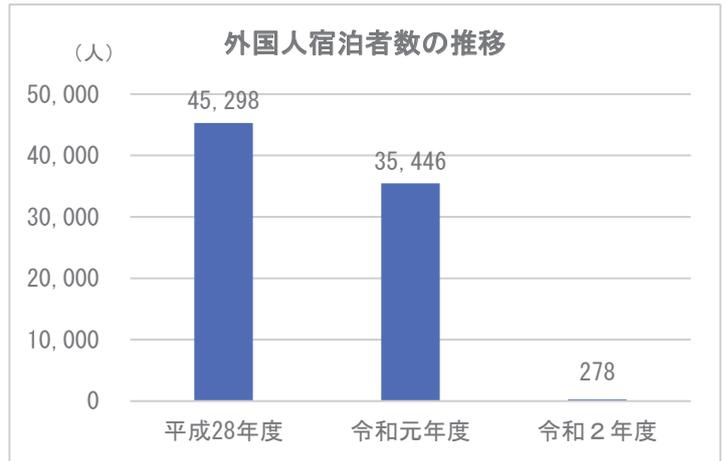
国名	平成 26 年度		令和元年度		令和 2 年度	
	旅行者数	ツアー数	旅行者数	ツアー数	旅行者数	ツアー数
台湾	544	19	1,262	49	0	0
中国	181	6	180	6	0	0
韓国	27	1	0	0	0	0
アメリカ	36	2	0	0	0	0
タイ	25	1	51	2	0	0
ミャンマー	28	1	0	0	0	0
モンゴル	15	1	0	0	0	0
マレーシア	19	1	0	0	0	0
ベトナム	0	0	20	1	0	0
シンガポール	0	0	0	0	0	0
オーストラリア	0	0	12	1	0	0
イタリア	0	0	0	0	0	0
インドネシア	0	0	0	0	0	0
フィリピン	0	0	10	1	0	0
フランス	0	0	28	1	0	0
その他	0	0	552	19	0	0
合計	875	32	2,115	80	0	0

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2年度の外国人宿泊者数は278人であり、令和元年度から約3万5千人（99.2%）減少した。

新型コロナウイルス感染症による入国制限等により、旅行者数、ツアー数はともに大幅に減少している。



※令和2年度は各施設への聞き取り調査

※令和元年度は宿泊旅行統計から推計

※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

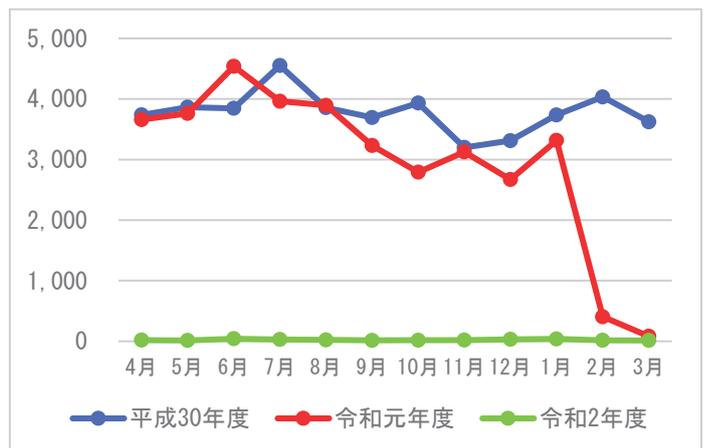
(単位：人)

	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	合計
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	45,390
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	35,446
令和2年度	19	14	43	29	22	15	17	19	32	38	16	14	278

※令和2年度は各施設への聞き取り調査

※令和元年度は宿泊旅行統計から推計

月別においても、令和2年度は年度を通して、新型コロナウイルス感染症による入国制限等の影響により、外国人宿泊者数は大幅に減少している。



## 4 交通

### (1) 鉄道利用状況

令和元年度と比較して、すべての鉄道駅において乗客数が減少していることがわかる。

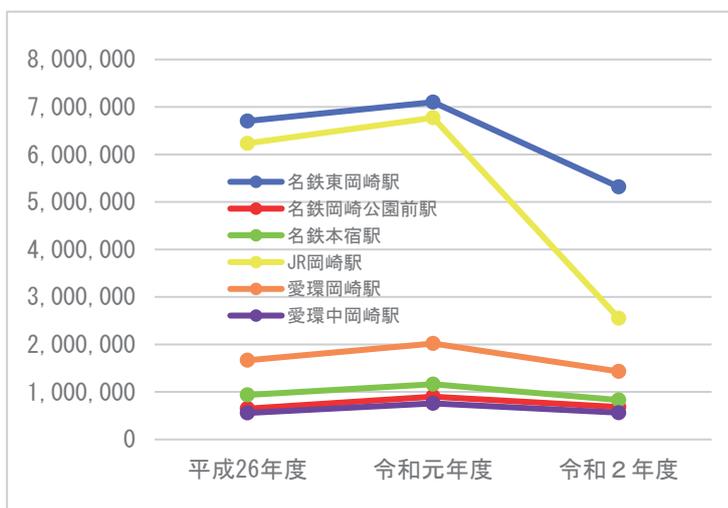
新型コロナウイルス感染拡大防止に伴い、移動の自粛が要請されたことによる利用者の減少や、テレワーク推進やオンライン授業の開催などにより、通勤及び通学での利用者が減ったことが主な原因として考えられる。

### 市内各駅における乗客数の推移

(単位：人)

駅名	平成26年度	令和元年度	令和2年度
名鉄東岡崎駅	6,704,918	7,102,494	5,319,503
名鉄岡崎公園前駅	649,582	900,469	681,574
名鉄本宿駅	937,056	1,162,655	828,884
JR岡崎駅	6,233,249	6,772,575	2,550,157
愛環岡崎駅	1,666,649	2,020,867	1,431,403
愛環中岡崎駅	559,305	761,044	561,800
合計	16,750,759	18,720,104	11,373,321

出典：岡崎市統計書（H26のみ）



## (2) 高速道路利用状況

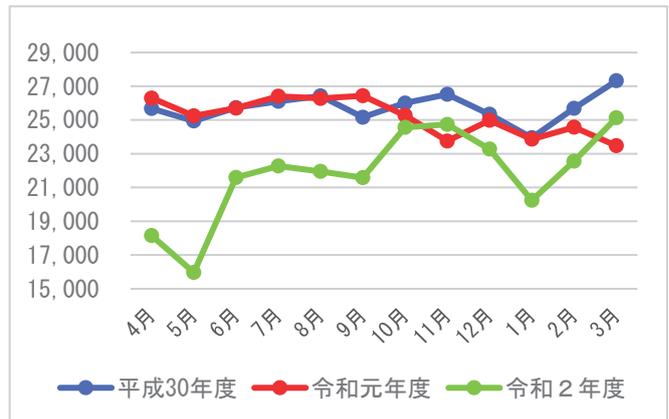
### 東名高速道路岡崎インターチェンジ日平均出入交通量

(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	合計
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	308,843
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	302,248
令和2年度	18,148	15,969	21,593	22,272	21,951	21,583	24,561	24,733	23,274	20,239	22,562	25,130	262,015

出典：高速道路統計月報

令和2年4、5月の出入交通量が大幅に減少しているのは、新型コロナウイルス感染症拡大防止に伴い、全国を対象とした緊急事態宣言が発令されたことが原因であるといえる。また、令和2年10月からGoToトラベル事業などが影響し、やや利用者は増加したものの、令和3年1月に再度緊急事態宣言が発令されたことに伴い、再度大幅に減少している。



### 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

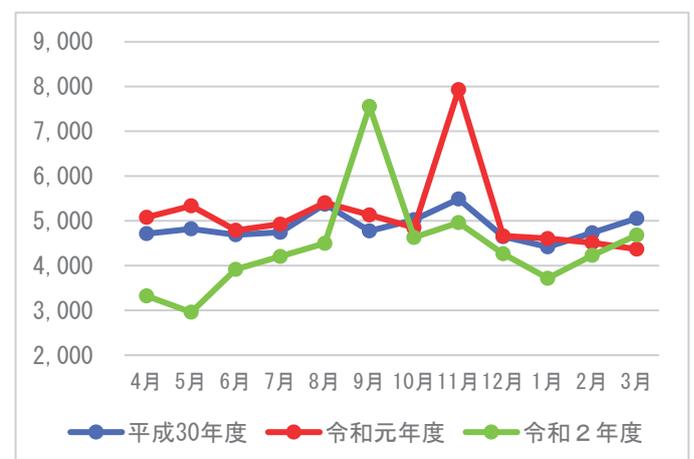
(単位：台)

	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	合計
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	58,465
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	61,576
令和2年度	3,322	2,958	3,916	4,204	4,496	7,555	4,628	4,959	4,263	3,715	4,227	4,680	52,923

出典：高速道路統計月報

令和2年4、5月の出入交通量が大幅に減少しているのは、新型コロナウイルス感染症拡大防止に伴い、全国を対象とした緊急事態宣言が発令されたことが原因であるといえる。令和2年9月に大幅に増加しているのは、GoToトラベル事業がスタートしたことや自家用車でのアウトドア利用の旅行者が増えたことなどが考えられる。

なお、令和元年度に大幅に増加していた紅葉目的の出入利用者については、令和2年度については例年並みの水準となった。

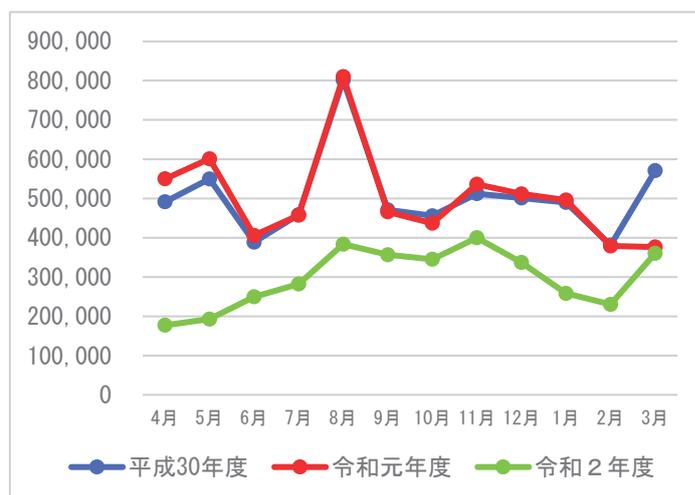


## 岡崎サービスエリア入込客数

(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
令和2年度	177,258	192,831	249,565	282,231	383,509	356,604	345,170	399,981	336,954	258,297	230,319	360,305	3,573,024

令和元年度と比較すると全体的に大幅に減っている。令和2年4月、5月に新型コロナウイルス感染症拡大防止に伴う緊急事態宣言が発令されたことや、5月のゴールデンウィークや8月のお盆休みで帰省や旅行などをする人が減ったため、月別の減少幅は4月、5月及び8月に大きくなっている。



### (3) 駐車場利用状況

令和元年度から令和2年度にかけてバスの利用台数は、大幅に減少している。(対前年度比約84.2%減)これは、新型コロナウイルス感染症拡大防止に伴い、観光目的のバスツアーの運行が中止になったためである。

また、乗用車の駐車場利用についても、減少している。(対前年度比約15%減)

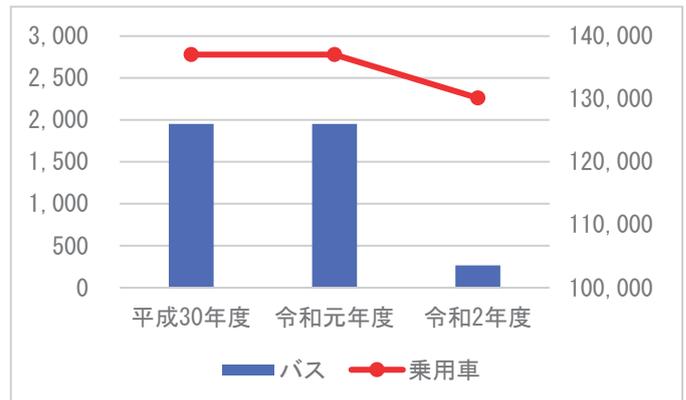
### 岡崎公園駐車場利用台数の推移

(単位：台)

	平成30年度	令和元年度	令和2年度
バス	1,952	1,682	266
乗用車	137,051	153,057	130,157

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	合計
平成30年度	バス	448	157	152	105	72	129	172	230	91	67	115	214	1,952
	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	137,051
令和元年度	バス	243	145	148	112	72	166	184	267	140	80	107	18	1,682
	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	153,057
令和2年度	バス	6	0	2	45	38	16	33	42	37	15	16	16	266
	乗用車	12,749	5,541	6,867	7,440	9,875	10,268	10,502	14,679	10,099	12,890	9,680	19,567	130,157

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、バスの利用台数は年度を通して大幅減となっているなか、特に4、5月は減少幅が大きくなっている。

一方、乗用車の利用台数についても全体的に利用台数が減少しているなか、桜まつり期間には露店の出店がなく、家康行列が中止になったことや、藤まつりも中止となったことが大きく影響し、特に4、5月の減少幅が大きくなった。

これらは、新型コロナウイルス感染症拡大防止に伴い、岡崎公園内の岡崎城や三河武士のやかた家康館が休館となったことが原因である。

## 5 ホームページアクセス統計

### (1) セッション数※<sup>1</sup>

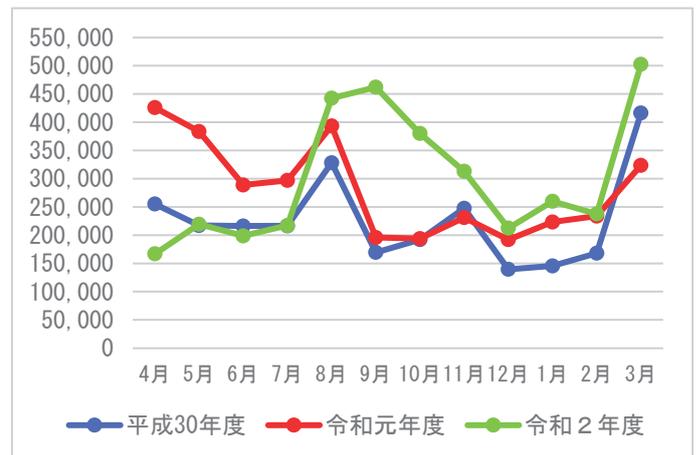
月別セッション数の推移

	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
令和2年度	167,002	219,352	198,726	217,017	442,467	461,940	380,030	313,057	212,439	259,880	237,532	502,582	3,612,024

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2年度の平均セッション数は前年比約107%と成長した。

月別でみると、例年と比較し、令和2年8月から11月までアクセス数が伸びている。これは、令和2年8月は「サプライズ花火」や「くらがり溪谷」へのアクセスが集中したこと、令和2年9月は「おとがわびより」や「乙川ナイトマーケット」、令和2年10月は「岡崎市プレミアム商品券」のページへのアクセスが増えたことなどが影響している。



### (2) ページビュー数※<sup>2</sup>

月別ページビュー数の推移

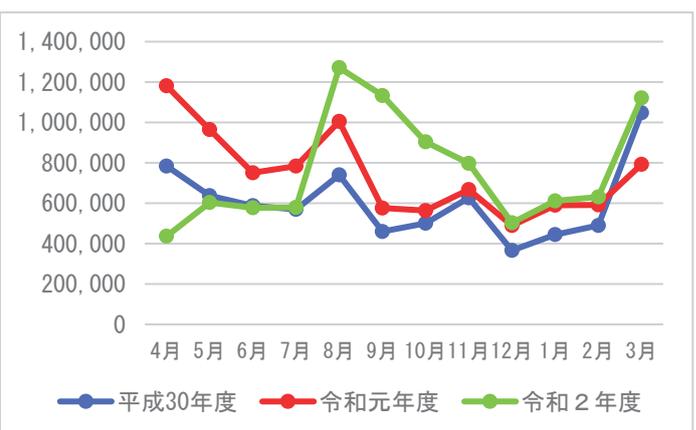
	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	合計
平成30年度	783,872	637,352	587,436	569,501	740,031	459,961	500,692	626,655	365,986	444,409	489,973	1,047,572	7,253,440
令和元年度	1,181,740	964,527	750,721	783,773	1,004,958	576,192	563,433	667,510	489,582	589,705	591,535	792,796	8,956,472
令和2年度	436,476	603,439	577,157	579,226	1,271,531	1,133,308	903,919	797,489	502,925	611,564	631,041	1,121,540	9,169,615

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。

前年度と比較すると、セッション数の伸びがページビュー数の伸びがより高くなっているが、これは、SEO※<sup>3</sup>対策により、ページランクが上がっていることなどが原因として考えられる。逆に、サイト内の回遊がセッション数の伸びに比べ、少なくなっているともいえる。



※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。

※ページビュー数とは、WEBページの表示ページ数のこと。

※SEOとは、検索エンジンの最適化をいう。(Search Engine Optimization)

### (3) アクセス地域

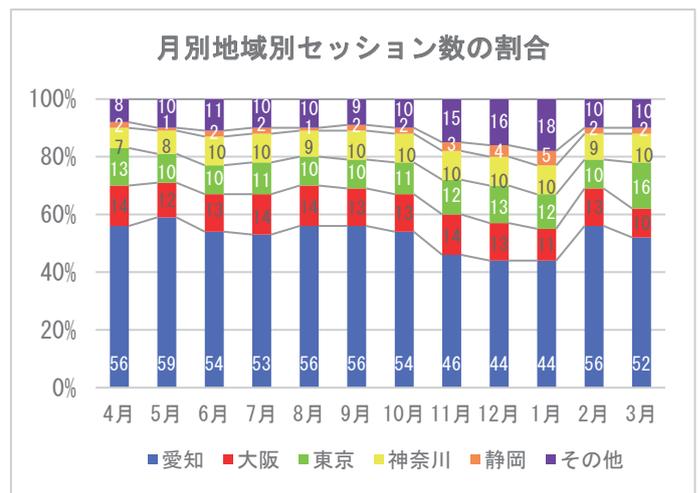
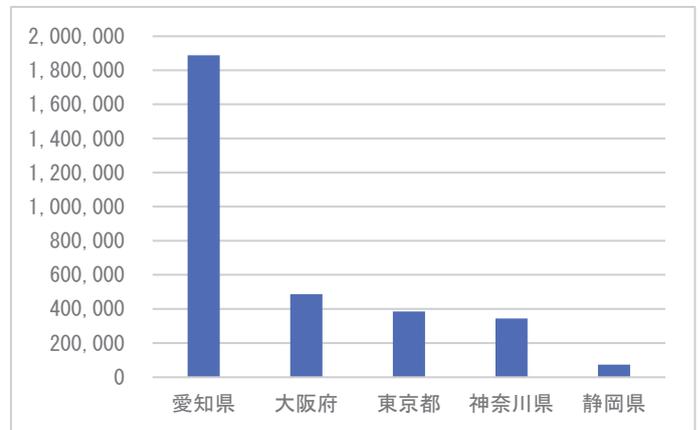
地域別にセッション数をみると、愛知県がシェアの半数以上を占めていることがわかる。愛知県のセッションシェアについては、前年度と比較して7.45ポイント伸びている。これは、新型コロナウイルス感染症の感染拡大により、旅行者の心理が変化し、マイクロツーリズムへの関心が高まったことが原因であると考えられる。次いでセッション数が多いのが大阪府、東京都、神奈川県であり、人口の多い都府県が上位を占めている。

月別にみると、さほど大きな動きはみられないものの、令和2年11月、12月及び令和3年1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、「東海オンエアマンホール特集」や「GoToキャンペーンを活用した東海オンエア聖地巡りプラン」のページがSNSなどを通して拡散されたことが原因と考えられる。

令和2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	1,887,353	52.25%
大阪府	486,394	13.47%
東京都	384,981	10.66%
神奈川県	344,072	9.53%
静岡県	73,305	2.03%
5都道府県合計	3,176,105	87.94%
全セッション数	3,612,024	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 年度と令和 2 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 1.8 倍、約 1.7 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。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 年度から減少しているが、日帰り客の土産購入費、飲食費については微増となっている。これは、土産品の販路が拡大していることや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。

(岡崎市来訪経験者アンケートの概要は 44 ページを参照。)

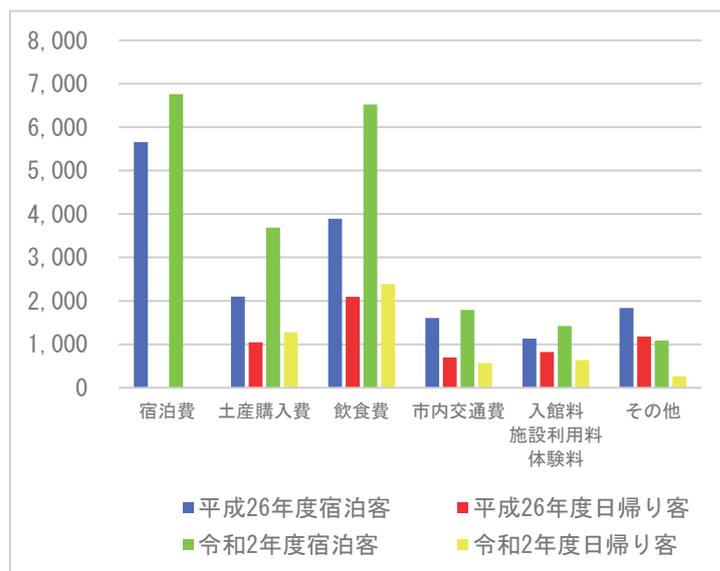
### 【アクションプラン最重要指標対象数値】

#### 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 2 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	—	6,756	—	119.4%	—
土産購入費	2,097	1,047	3,686	1,278	175.8%	122.1%
飲食費	3,891	2,093	6,518	2,384	167.5%	113.9%
市内交通費	1,606	698	1,794	570	111.7%	81.7%
入館料 施設利用料 体験料	1,130	821	1,423	636	125.9%	77.5%
その他	1,838	1,179	1,086	263	59.1%	22.3%
総消費額	16,218	5,838	21,263	5,131	131.1%	87.9%

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6.5%増加し、「やや不満である」、「とても不満である」はやや減少した。

「不満だった点、改善が必要だと思う点」において、「特産品」、「宿泊施設」、「市内交通」の項目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、徐々に観光資源が充実してきていると考えられる。

一方、「観光情報」、「街の景観や雰囲気」、「レストラン」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2年度	増減
とても満足している	15.8	22.3	+6.5
やや満足している	50.0	50.0	0
どちらでもない	32.0	26.8	-5.2
やや不満である	1.7	1.0	-0.7
とても不満である	0.5	0.0	-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	令和元年度	令和2年度	増減
市内交通	21.0	19.5	-1.5
レストラン	8.5	10.5	+2.0
カフェ	4.8	6.0	+1.2
宿泊施設	8.5	6.8	-1.7
案内表示	7.5	8.5	+1.0
通信環境	3.8	4.8	+1.0
お土産物	10.5	10.3	-0.2
特産品	9.0	7.0	-2.0
観光施設	9.0	10.5	+1.5
体験メニュー	4.8	5.0	+0.2
駐車場の数	13.3	12.3	-1.0
観光情報	6.5	10.3	+3.8
地域住民との交流	1.0	1.5	+0.5
おもてなし	3.3	2.5	-0.8
街の景観や雰囲気	4.3	7.0	+2.7
その他	2.0	2.5	+0.5
当てはまるものはない	50.3	52.0	+1.7

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2年度の主な取り組み状況



カメラガールズによる観光PR



家康公スイーツプロジェクト

- 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販売促進(ピピっとあいち店頭販売、三菱自動車販売会)
  - (2)土産品の開発・販売促進支援(Oka-Bizによるセミナー開催)
- 2 体験型観光を活用した市内周遊促進
  - (1)カメラガールズによる取材とモニターツアーの開催、意見交換会の開催
  - (2)家康公スイーツプロジェクトの立ち上げ、販売、PR
- 3 岡崎新ビジュアル(ウェブページ等で目を引くデザイン)の制作・発信
  - (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)新たな観光フォトブック、PR動画の作成
- 4 岡崎グルメの推進・発信
  - (1)グルメガイド・のぼり旗・ステッカーの制作
  - (2)おかざきめしグルメキャンペーンの実施
- 5 寺社連携事業
  - (1)12社、36地蔵巡りのコンテンツ造成
  - (2)大樹寺常駐ガイド
- 6 メディアプロモーション
  - (1)カメラガールズによる、土産品、寺社、体験の情報発信
  - (2)交通広告、雑誌出稿、TV取材等
- 7 大河ドラマ「どうする家康」に向けたプロモーション
  - (1)懸垂幕、フラッグ、ポスターなどの制作

翌年度以降の実施予定等	<ol style="list-style-type: none"> <li>1 岡崎観光お土産品の推進(継続)</li> <li>2 岡崎グルメの発信(継続)</li> <li>3 徳川家康公事業(新規)</li> <li>4 メディアプロモーション(継続)</li> <li>5 寺社連携事業</li> </ol>
-------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

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2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。特に令和2年度はイベントが軒並み中止となったため、プロモーションや聖地巡礼の促進に注力した。また、岡崎市役所連絡通路に観光伝道師4組のフラッグを設置し、市民への事業周知を図った。

- 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増加および当該動画概要欄への観光サイトURLの記載
    - ・ 支援数49、計380,221PV
  - (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
    - ・ 全9コース、計162,723PV
  - (3)サイクルシェアのラッピングや旅行商品の制作による聖地巡礼の促進
    - ・ サイクルシェアを活用したモデルコース…WEB/10,793PV
    - ・ 旅行商品…リリース直後にGOTOキャンペーン休止。WEB/23,736PV
  - (4)直筆の壁画や動画で使用した小道具などの常設スポットの造成
- 2 H△G(コンポーザー&クリエイター集団)**
  - (1)楽曲を使用した岡崎市PVの制作
  - (2)ツイッターを活用した一般参加型の岡崎花火PV制作
    - ・ WEB/1,723PV、ツイッター参加数/114件、MV/30,870PV
  - (3)サイクルシェアのラッピング
- 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)任命式の様子を佐野勇斗が所属する「M!LK」公式チャンネルで公開
    - ・ YouTube/7,845PV
- 4 オカザえもん(ゆるキャラ)**
  - (1)岡崎観光伝道師・研修生への任命
  - (2)SNSを活用した岡崎情報の拡散
- 5 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59万回(2020年1～12月)
  - (2)東海オンエアファンの岡崎市来訪割合／31.8%(アンケートからの推計。N=21549)
  - (3)東海オンエアファンの消費単価／13,151円(アンケートからの推計。N=21549。前年比108%)

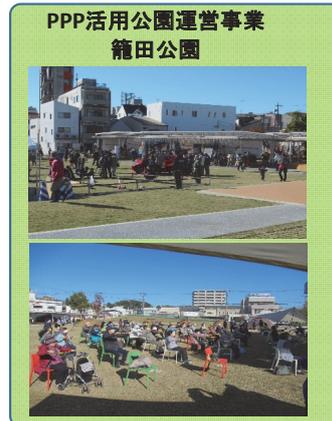
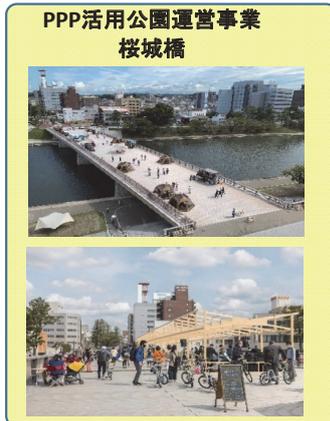
### 翌年度以降の実施予定等

既存の観光伝道師による新たな情報発信の取組み及び有効活用の検討。  
商品開発による消費機会の創出

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(都市施設課)					
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2年度の主な取り組み状況



QURUWA戦略におけるQURUWAプロジェクトの進捗は次のとおり。

- 1 PPP活用公園運営事業(桜城橋・橋詰広場) (令和元年度より公園緑地課対応)  
Park-PFI手法を活用し、桜城橋の橋上広場とその橋詰広場にトイレや休憩所、売店、飲食店など便益施設を設置するプロジェクト。今年度は設計及び関係機関協議を公募設置予定者が実施
- 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40プログラム以上の活動予定。新型コロナウイルス感染症の影響で中止したプログラムが多数。  
実施推奨期間:令和2年6月1日(月)～11月下旬(令和2年2月27日(木)～5月31日(日) コロナ中止)
  - (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。  
新型コロナウイルス感染症の影響により仮設テラスの設置及び営業を中止
  - (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。  
新型コロナウイルス感染症の影響により、「いのり星®」から大三角灯笼「葵の軌跡」に内容を変更し実施。日時:令和2年11月21日(土)～28日(土)
- 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の利活用の日常化を目指す。実現するための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2年11月28日(土)～令和3年3月31日(水)
  - (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3年3月20日(土)

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)
  - (1)認定計画提出者による工事・運営開始予定
  - (2)籠田公園・籠田公園地下駐車場の指定管理者公募(一体的管理)
- 2 乙川かわまちづくり事業
  - (1)新実行委員会によるかわまちづくりの実施
  - (2)殿橋テラス運営開始予定
  - (3)岡崎泰平の祈り

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	7	年度

令和2年度の主な取り組み状況	
	
坂谷曲輪発掘調査	菅生川端石垣積み直し
<p>1 岡崎城跡発掘調査普及業務</p> <p>(1) 岡崎城跡(大手門)の発掘調査 調査期間 9月23日～10月23日</p> <p>(2) 岡崎城跡(坂谷曲輪)の発掘調査 調査期間 1月25日～3月26日</p> <p>2 石垣保存修理事業 石垣を毀損する樹木の伐採</p> <p>3 菅生川端石垣整備事業 菅生川端石垣中央桁形の積み直し。</p>	

翌年度以降の実施予定等
<p>1 石垣から生育している樹木の伐採</p> <p>2 菅生川端石垣整備(令和元年度～令和3年度で実施)</p>

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	7	年度

令和2年度の主な取り組み状況	
 <p>岡崎城跡の石垣に見られる特徴</p> <p>●石垣の基礎部分には、大石を積み重ね、その上に小石を敷き詰めた構造が見られる。これは、地震に強い構造であり、城の安定性を確保するための工夫が窺える。</p> <p>●石垣の表面には、様々な形状の石が乱雑に積み重ねられており、これは、当時の建築技術や、採集された石の形状の違いを反映している。</p> <p>●石垣の基部には、土壌の侵食を防ぐための石敷きや、排水のための溝が設けられている。</p> <p>●石垣の上部には、城の防衛に役立つような構造が見られる。例えば、石垣の頂上には、土を盛り上げた土塁や、石垣の間に設けられた櫓や門の基礎などが見られる。</p> <p>●石垣の周囲には、城の防衛に役立つような地形が利用されている。例えば、石垣の基部には、崖や谷間に沿って築かれた石垣が見られる。</p>	 <p>岡崎城跡 石垣めぐり</p> <p>岡崎城跡の石垣は、その雄大な規模と、精巧な築城技術で知られる。この石垣めぐりでは、石垣の基礎部分から上部まで、様々な特徴や歴史的背景を解説しながら、城跡を散策できる。また、石垣の周囲には、城の防衛に役立つような地形が利用されており、その雄姿を堪能できる。</p> <p>●石垣の基礎部分には、大石を積み重ね、その上に小石を敷き詰めた構造が見られる。</p> <p>●石垣の表面には、様々な形状の石が乱雑に積み重ねられており、これは、当時の建築技術や、採集された石の形状の違いを反映している。</p> <p>●石垣の基部には、土壌の侵食を防ぐための石敷きや、排水のための溝が設けられている。</p> <p>●石垣の上部には、城の防衛に役立つような構造が見られる。</p> <p>●石垣の周囲には、城の防衛に役立つような地形が利用されている。</p>
<p>石垣めぐりマップ増刷</p> <p>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配布</p> <p>2 指定管理者による清海堀ツアー 10/31～11/29(土日祝)開催 1,062名参加</p>	<p>指定管理者による清海堀ツアー</p>
翌年度以降の実施予定等	
<p>1 石垣めぐりマップの配布</p> <p>2 指定管理者による清海堀ツアー</p>	

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2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**

内訳	
H30	17基
R1	19基
R2	10基(完了)

経年の中で解説板等も増え、全体として情報が重複



- ◆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**  
**隠居曲輪 (Inkyo Kuruwa (Inkyo Bailey))**

本丸東側に位置し、本丸の東側と曲輪に対する防衛機能を担う馬蹄形の曲輪で、豊生曲輪とは砲臺塔で構成されていました。  
龍桜殿に面する石垣は何度も積み直しが行われた痕跡が残ります。

When parts of the Tsuruki moat were filled in, the horseshoe-shaped bailey located on the south eastern side of the central Honmaru main bailey was separated from the Sagyo Kuruwa (Sagyo bailey).  
The (old) stone walls facing the Tsuruki moat show traces of having been rebuilt over the years.

#### 歴史文化資産解説板等の整備(岡崎公園・史跡内)



- ・解説板等を 10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

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(中山間政策課)					
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2年度の主な取り組み状況	
	
<p>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)。</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>かき氷(「おかざきかき氷街道」の実果実・お茶・野菜などを使ったトッピングのかき氷を8軒の飲食店が時期を統一して提供。平成31年度愛知県知事から「いいともあいち食の街道」に認定。 販売個数 平成30年度 6,271杯⇒令和元年度 18,874杯⇒令和2年度 18,910杯</li> <li>木材 森づかい推進運動の一環として、地元ヒノキ材を用いた自転車ラックを試作し、額田支所や道の駅藤川宿、かき氷街道・鮎めし街道のほか額田地域の店舗に自転車ラックを設置したり、ぬかたの特産品を詰めたヒノキ材のギフトボックスを販売し木材製品のPRを実施。</li> <li>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、よもぎ茶やよもぎのスパークリングティーの販売。</li> <li>鮎 新鮮な鮎の料理(煮びたし、フライ、お刺身など)と、「幻のお米」ミネアサヒを使用した「鮎と飯」を提供する4軒の飲食店を「おかざき鮎めし街道」と名付け、今年度からPR。愛知県知事から「いいともあいち食の街道」に認定</li> <li>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、今年度は自然薯リーフレットを作成しPR。</li> <li>販売戦略 イオン岡崎南店・くらがり溪谷ふもとのお土産店YOROZUYAへ「ぬかた特産品コーナー」設置、特産品を詰めたギフトボックスぬかたブランドセットの販売、ぬかたブランド品のPVを作成しイベント及び道の駅等でPRを実施。</li> <li>お米 ミネアサヒのブランド化(付加価値付け)をはかるため、お米生産農家と事業所・JAが協力して、額田産ミネアサヒ米を、「ぬかたのミネアサヒ」という統一ブランド名にてリーフレットやチラシを作成し、協働で販売活動を展開。</li> <li>棚田 振興山村に指定されるなど、平場地域と比べて生産条件の格差が大きい地域で、中山間地域等直接支払に係る集落協定の取り組みを通じて、農家の生産意欲と所得向上、未来に耕作放棄地を作らない山里的景観保全をめざす。</li> </ol>	

翌年度以降の実施予定等
<ol style="list-style-type: none"> <li>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</li> <li>農泊を推進し、観光ビジネスとして持続的に活動できる体制を確立して地域資源を観光コンテンツとして磨き上げる取組、情報発信等の取組を実施予定</li> </ol>

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2年度の主な取り組み状況

		
多言語ガイド養成講座	岡崎グルメの紹介(TV番組)	おとがわびより
		
東海オンエアグッズ販売	おかまいり	事業者応援プロジェクト

コロナ禍において、諸事業を変更または修正しつつ、民間事業者との連携により主に下記事業を推進

- インバウンド事業
  - ・インバウンドの再開後を見据え、受入体制づくりの推進
  - ・多言語ガイド養成講座の開催(6回)、体験プログラムの開発と、WEB販売チャンネルへの登録(7商品)
- 岡崎ゆかりのキャラクター商品
  - ・土産品第3弾企画 岡崎の花火×東海オンエア新商品の開発サポート
  - ・東海オンエアオリジナル商品の市内での販売協力(観光案内所、道の駅藤川宿、NEOPASA岡崎、おかざき屋)
- 岡崎グルメの情報発信による誘客プロモーション
  - ・各メディア番組でグルメ情報の発信(おかざきカレーパン他おかざきめし、かき氷街道等 放送10回以上)
  - ・エフエム岡崎でのグルメ、観光情報番組の放送(週2回)
- その他、withコロナにおける諸事業の取り組み
  - ・事業者応援プロジェクト
    - ・おかざきグルメ応援SNS投稿企画、テイクアウト・デリバリー情報掲載、三密スイーツ企画、JR岡崎駅テイクアウトマルシェの開催
  - ・新しい生活様式を意識した観光事業の実施
    - ・寺社めぐりスタンプラリー「おかまいり」、桜城橋の活用「おとがわびより」、家康公生誕キャンペーン「重ね押しスタンプラリー」、ラリーイベント「四季彩イルミネーションウォークラリー」

### 翌年度以降の実施予定等

- コロナ禍が続くなか、新しい生活様式・マイクロツーリズム(日帰り圏内200km観光圏)を意識した誘客促進・プロモーションの展開と、新たな収益事業の実施
1. 日帰り観光圏を重点に、メディアへの情報発信、観光PRキャラバン、旅行会社営業の実施
  2. カレーパン街道、かき氷街道、鮎めし街道事業と連携し、岡崎3街道の更なる観光プロモーションの実施
  3. サイクルシェアを活用した観光商品の開発
  4. 着地型観光商品の開発・販売による岡崎ならではの観光魅力の発信と収益の向上(地域限定旅行事業の開始)

## 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	R3
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） ウィズ・コロナ期観光戦略策定	改定作業延期
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	R3
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	
	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	
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】	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					
	くらがり渓谷の整備について検討する。					
	くらがり渓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）	※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	R3
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	藤棚売店跡地に民設民営による飲食施設を設置（仮）
	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	乙川河川跡地（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	
	自転車活用推進計画を策定する。					
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。				QURUWA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	R3
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。					
	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)					
	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	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	R3
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	※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	※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	R3
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	R3
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。				※コロナ禍によりオンラインにて研修実施	
	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。				※コロナ禍により中止	
	家康公・三河武士のゆかりの地との連携を図る。				※コロナ禍により中止	
	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	R3
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)					
	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	※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	※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

令和2年度の観光イベントについては、中止もしくは大幅な縮小となった。これは、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ある。そのため、市内観光イベント入込客数は大幅減となった。

そのような状況下において打撃を受けた花火事業者を支援するため、サプライズ花火を実施した。例年の開催日である8月第1土曜日を皮切りにWRCプレイイベント開催日など計5回実施した。また、岡崎城下家康公夏まつり及び家康公生誕祭は、オンラインにてライブ配信を実施した。

なお、桜まつりでは、フォトスポットの設置など新たな試みを導入した。

#### 市内観光イベント入込客数の推移

(単位：人)

	平成26年度	令和元年度	令和2年度
桜まつり	600,000	580,000	28,000
家康行列	310,000	450,000	中止
将棋まつり	6,000	6,200	360
五万石藤まつり	340,000	410,000	中止
岡崎城下家康公夏まつり	150,000	110,119	オンライン (2回開催)
岡崎城下家康公夏まつり 花火大会	460,000	480,000	中止 (サプライズ 花火を実施)
岡崎城下家康公秋まつり	70,000	125,000	中止
岡崎ジャズストリート	20,000	26,200	中止
家康公生誕祭	2,039	6,013	オンライン (4回開催)
合計	1,958,039	2,193,532	28,360

#### R2 サプライズ花火実施状況

1	8月1日	例年実施の8月第一土曜に実施	矢作川河川敷にて打上
2	11月1日	家康公像完成1周年	矢作川河川敷にて打上
3	11月21日	WRCプレイイベント	乙川河川敷で仕掛け、矢作川河川敷で打上
4	12月26日	家康公生誕祭	乙川河川敷で小型煙火
5	3月20日	天下の道開通	矢作川河川敷にて打上

<桜まつり>

開催時期：令和2年3月26日(木)～4月8日(水)

開催場所：岡崎公園一帯

<家康行列>

開催時期：中止

開催場所：伊賀八幡宮～乙川河川敷

<五万石藤まつり>

開催時期：中止

開催場所：岡崎公園藤棚

<岡崎城下家康公夏まつり>

開催時期：令和2年8月1日(土)、8月29日(土)

開催場所：オンライン開催

<岡崎城下家康公夏まつり花火大会>

開催時期：中止

開催場所：乙川・矢作川河畔

<岡崎城下家康公秋まつり>

開催時期：中止

開催場所：岡崎公園多目的広場、乙川河川敷ほか

<将棋まつり>

開催時期：令和2年11月23日(月、祝)

開催場所：岡崎市図書館交流プラザリぶら

<岡崎ジャズストリート>

開催時期：中止

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2年12月5日(土)、12日(土)、  
19日(土)、26日(土)

開催場所：オンライン開催



桜まつり (フォトスポット)



サプライズ花火 (オンライン中継)



将棋まつり



家康公生誕祭 (オンライン開催)

(2) 誘客促進事業

令和2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！徳川家康公ゆかりの地とお宝特別公開コース (10月25日、31日)	4,300(5歳から小学生3,500)	2	30
2	岡崎歴史かたり人と行く！秋の岡崎めぐり満喫コース (11月25日、26日、27日)	4,900(大人・小人同額)	3	38
3	徳川家康公生誕の地”岡崎への旅”日帰りバスツアー (11月19日、28日、12月5日、6日、12日、13日、19日、20日、26日、27日)	4,500(5歳から小学生4,000) GOTO特別価格 3,000円(5歳から小学生2,600)	10	189
4	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 (12月2日、3日、4日)	4,500(大人・小人同額)	3	39
5	岡崎歴史かたり人と行く！家康公生誕の日記念 生誕から岡崎城主への道 (12月21日、26日)	3,800(5歳から小学生3,400)	2	16
6	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 (1月11日)	3,000(5歳から小学生2,500)	1	14
7	岡崎歴史かたり人と行く！家康公ゆかりの寺社で5つの葵御紋御朱印巡り (3月20日、21日、23日)	4,100(5歳から小学生3,400)	3	40
8	岡崎歴史かたり人と行く！千万町ミツマタ群生&奥山田しだれ桜鑑賞コース (3月25日、26日、27日、29日)	5,500(大人・小人同額)	4	59
令和2年度合計			28	425
令和元年度合計			44	1,038

令和2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)
5/4, 5	NEOPASA 岡崎 春の陣	岡崎サービスエリア	10	206	132,750
5/23, 24, 30, 31, 6/6, 7, 13	スーパー銭湯ふる屋イベント出店	けんたま屋中庭	10	369	164,550
6/6, 7, 20, 21	東公園花菖蒲園出店	東公園	5	209	104,200
8/9, 10	NEOPASA 岡崎 夏の陣	岡崎サービスエリア	8	374	238,161
8月土、日、祝 9月土、日、祝	東公園かき氷第作戦	東公園	20	1,439	654,000
9/19, 20	おとがわびより	桜城橋	7	1,275	731,120
9/25	オカパンふれあい市場ーマルシェー	オカザキ製パン敷地内	4	109	44,500
9/27	スーパー銭湯ふる屋ー洞町市場ー	けんたま屋中庭	3	185	65,600
10月土、日、祝 11月土、日、祝 12月土、日、祝	東公園秋の出店	東公園	36	5,957	2,602,900
10/23	オカパンふれあい市場ーマルシェー	オカザキ製パン敷地内	4	132	59,750
11/1	家康公イルミネーション点灯式	桜城橋	11	1,476	746,440
11/14, 15	岐阜県・愛知観光物産展 2020 (せんちゅうパ ル)	せんちゅうパル南広 場	2	400	71,500
11/21	ラリージャパン1年前プレイベント	乙川左岸	8	1,366	710,900
11/27	オカパンふれあい市場ーマルシェー	オカザキ製パン敷地内	4	35	14,950
11/28・29、12/5・6	東公園紅葉まつり	東公園	16	2,203	1,143,050
11/23・29 12月土、日、祝	岡崎公園イェスウイミネーション	岡崎公園	43	不明	不明
1月土、日、祝 2月土、日、祝 3月土、日、祝	東公園冬の出店	東公園	20	3,356	1,332,250
2/6・7・13・14・15・16	NEOPASA 岡崎 祝の陣	岡崎サービスエリア	10	522	263,520
3/13	Kagoda Coenkai	籠田公園	4	107	48,900
3/27・28	天下泰平マルシェ 2021 (桜まつり期間中)	岡崎公園	16	2,392	1,368,700
令和2年度合計			241	22,112	10,497,741
令和元年度合計			249	52,121	23,464,100

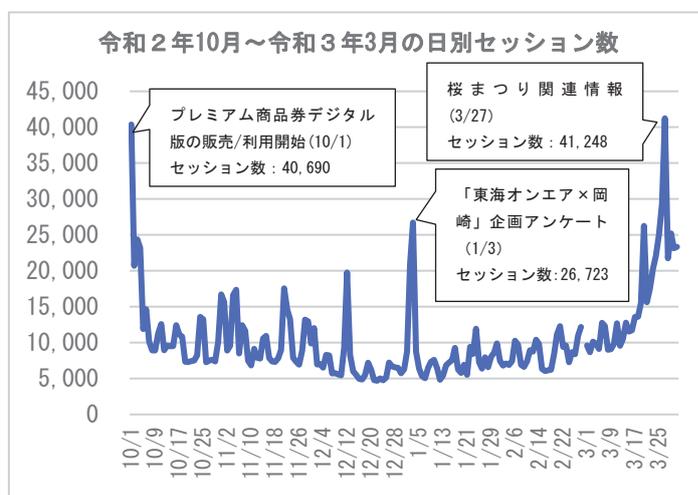
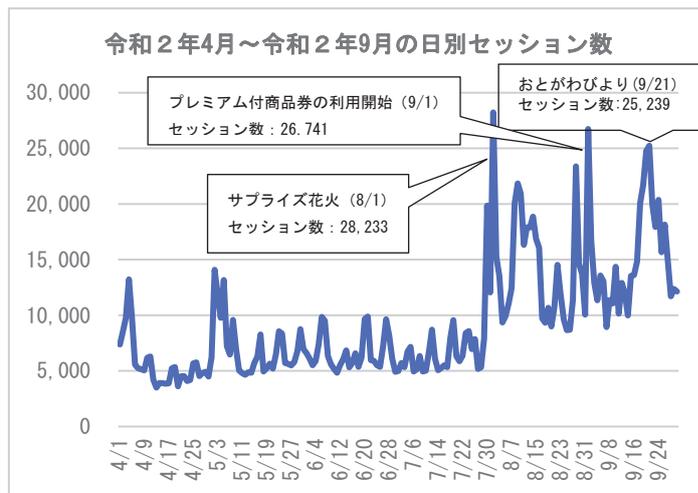
## 4 パブリシティ

### (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、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。

令和2年4月以降、セッション数は低迷していたが、8月のサプライズ花火や9月のおとがわびよりについてのページが掲載された日にはセッション数が伸びている。なお、9月は2016年以降の単月セッションでの最高記録を達成している。

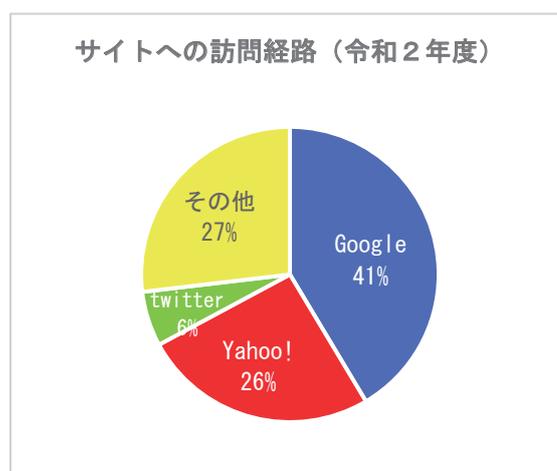


### (2) サイトへの訪問経路

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67%のシェアとなる。

また、「twitter」からの流入も多く、全体の6%を占める。こちらは月によって振れ幅が大きく、シェア15%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

令和2年4月				令和2年5月			令和2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	2,797	6.43%	くらがり溪谷	3,457	6.23%	くらがり溪谷	3,440	6.28%
2	岡崎公園	2,068	4.75%	岡崎城	3,181	5.73%	岡崎城	2,835	5.17%
3	くらがり溪谷	1,243	2.86%	岡崎南公園	2,073	3.74%	岡崎 観光	1,347	2.46%
4	岡崎南公園	1,102	2.53%	南公園	1,663	3.00%	岡崎南公園	1,176	2.15%
5	岡崎公園 桜	1,022	2.35%	岡崎ドライブテイクアウト	1,529	2.76%	奥殿陣屋	1,015	1.85%
合計		8,232	18.92%		11,903	21.46%		9,813	17.91%
令和2年7月				令和2年8月			令和2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	4,809	7.69%	くらがり溪谷	22,645	15.86%	都市対抗野球2020東海予選	9,222	7.88%
2	岡崎城	2,721	4.35%	岡崎 かき氷	3,750	2.63%	くらがり溪谷	4,526	3.87%
3	岡崎 観光	2,067	3.31%	岡崎城	3,687	2.58%	岡崎城	4,132	3.53%
4	岡崎 花火	1,006	1.61%	岡崎 観光	3,090	2.16%	岡崎 観光	2,936	2.51%
5	奥殿陣屋	996	1.59%	岡崎かき氷街道	2,710	1.90%	岡崎市プレミアム商品券	2,876	2.46%
合計		11,599	18.55%		35,882	25.13%		23,692	20.25%
令和2年10月				令和2年11月			令和2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	4,352	4.51%	岡崎城	4,883	5.69%	岡崎城	3,170	5.53%
2	岡崎市プレミアム商品券	3,732	3.87%	くらがり溪谷	3,921	4.57%	岡崎 観光	1,564	2.73%
3	岡崎カレーパン	2,261	2.34%	岡崎 観光	2,125	2.48%	岡崎南公園	1,058	1.84%
4	岡崎 観光	2,218	2.30%	岡崎公園	1,681	1.96%	岡崎公園	871	1.52%
5	くらがり溪谷	2,046	2.12%	岡崎南公園	1,539	1.79%	くらがり溪谷	827	1.44%
合計		14,609	15.14%		14,149	16.49%		7,490	13.06%
令和3年1月				令和3年2月			令和3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	2,678	4.86%	岡崎城	3,726	5.44%	岡崎桜祭り	8,524	4.60%
2	岡崎 観光	1,238	2.25%	岡崎南公園	2,446	3.57%	岡崎公園	6,772	3.66%
3	岡崎南公園	1,053	1.91%	南公園	1,761	2.57%	岡崎城	6,569	3.55%
4	南公園	873	1.59%	岡崎 観光	1,676	2.45%	岡崎 桜祭り	5,910	3.19%
5	岡崎市	791	1.44%	岡崎公園	1,233	1.80%	岡崎 桜	4,165	2.25%
合計		6,633	12.05%		10,842	15.83%		31,940	17.25%

「岡崎城」は1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、4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。また、季節に関連するワードやSNSやテレビなどで取り上げられたものが上位にあがってきている。なお、5月に「ドライブテイクアウト」が5位にランクインしており、コロナ禍においてのキーワードも挙がってきていた。

#### (4) メディア掲載実績

11月20日出版の「TokaiWalker」に四季彩イルミネーション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、前年の同時期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10月6日にTBS「マツコの知らない世界」で岡崎カレーパンについて取り上げられた。その後、おでかけ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
6月27日(土)	おかざきカレーパン、岡崎鮎めし街道など	花咲タイムズ (テレビ)	東海地方
7月23日(木)	夏のおかざきめし	KELLY(雑誌)	全国
8月9日(日)	家康公像、岡崎グルメ	タイチサン!(テレビ)	東海地方
10月6日(火)	おかざきカレーパン	マツコの知らない世界 (テレビ)	全国
11月20日(金)	四季彩イルミネーション	東海ウォーカー(雑誌)	東海地方
11月6日(水)	開運スポット	歴史人(雑誌)	全国
3月31日(水)	桜まつり、藤まつり	ウォーカープラス (Web)	東海地方
合計※	雑誌42件、テレビ33件、フリーペーパー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 2 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	178 億円	404 億円	44.1%	
目標指標 2	観光入込客数	観光施設	387 万人	284 万人	411 万人	69.1%
		イベント	196 万人	4 万人	208 万人	1.9%
目標指標 3	宿泊客数	39 万人	19 万人	42 万人	45.2%	
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、観光施設ともに前年度と比較し大きく減少している。宿泊客単価は平成 26 年度と比較して上昇したものの、日帰り客単価の減少や観光入込客数の大幅な減少が響き、観光消費額は 178 億円にとどまった。

令和 2 年度の目標指標と比較すると、すべての数値が目標値に届いていない。これは、新型コロナウイルス感染症拡大防止による自粛要請やイベントの中止が主な要因であるが、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る。そのため、令和 2 年 12 月において、臨時的に「新しい生活様式」状況下での観光対応、施策を考えるウィズ・コロナ期観光戦略を策定した。

今後においては、ウィズ・コロナ期観光戦略に基づき、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、市民や観光関連事業者と連携し、おもてなし環境の整備を行っていくとともに、本市独自の観光資源をより効果的に情報発信していく必要がある。また、2023 年には、NHK大河ドラマ「どうする家康」の放送が決定している。「家康公生誕の地岡崎」として、この番組を契機とし、落ち込んだ観光消費の回復を目指していく必要がある。

#### 旅行・観光消費動向調査 2021 年 7-9 月期 (速報)

○2021年7-9月期の日本人国内旅行消費額(速報)は2兆3,313億円(2019年同期比65.2%減、前年同期比19.7%減)となった。

○日本人国内旅行消費額のうち、宿泊旅行消費額が1兆8,347億円(2019年同期比66.2%減、前年同期比18.5%減)、日帰り旅行消費額が4,965億円(2019年同期比60.6%減、前年同期比23.8%減)となった。

引用元：観光統計 2021年11月17日 観光庁

---

## 第 2 部 資料編

---

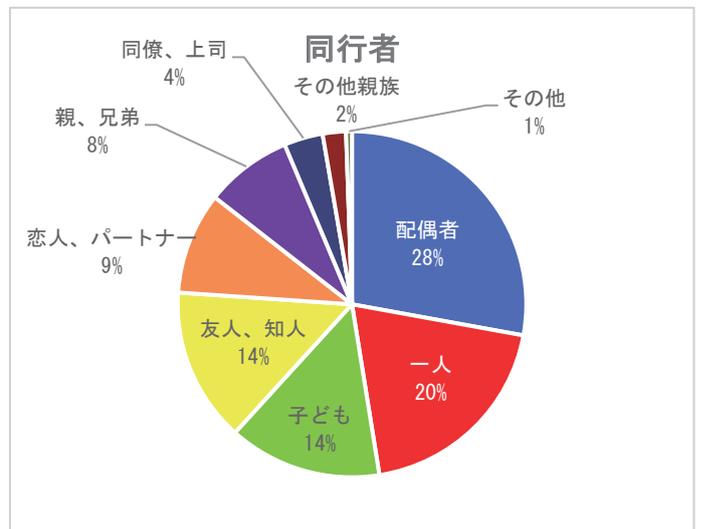
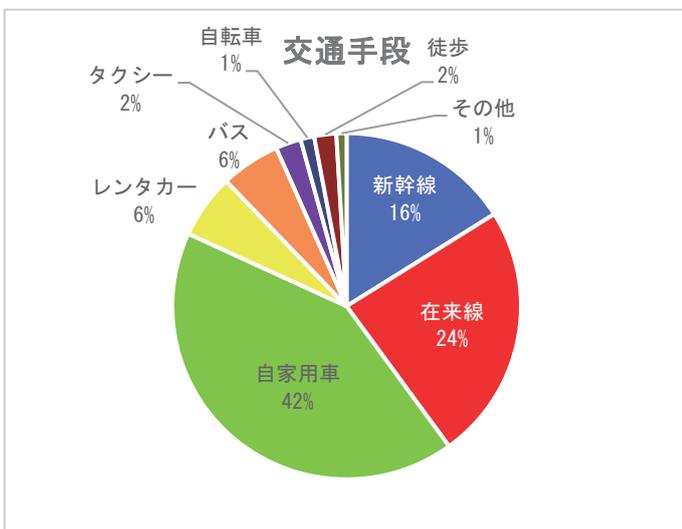
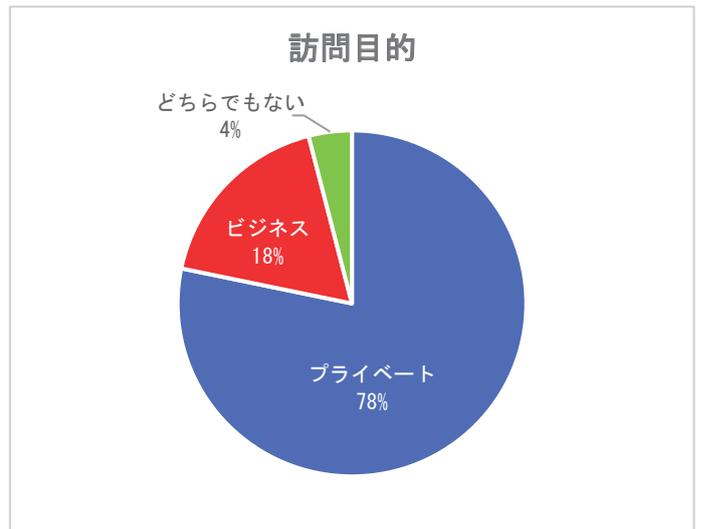
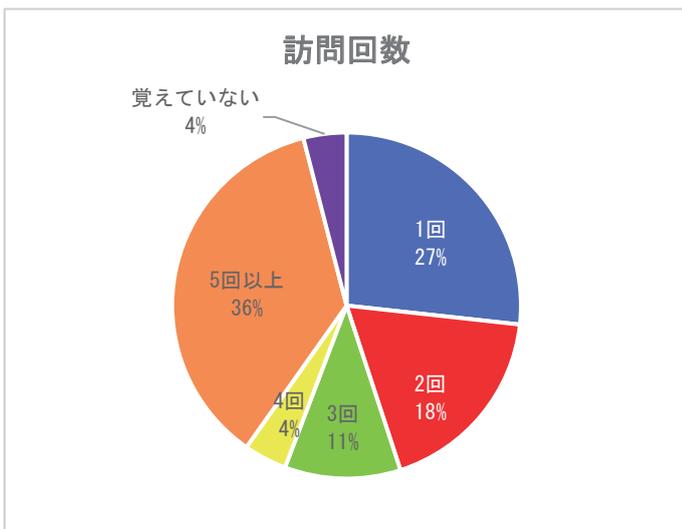
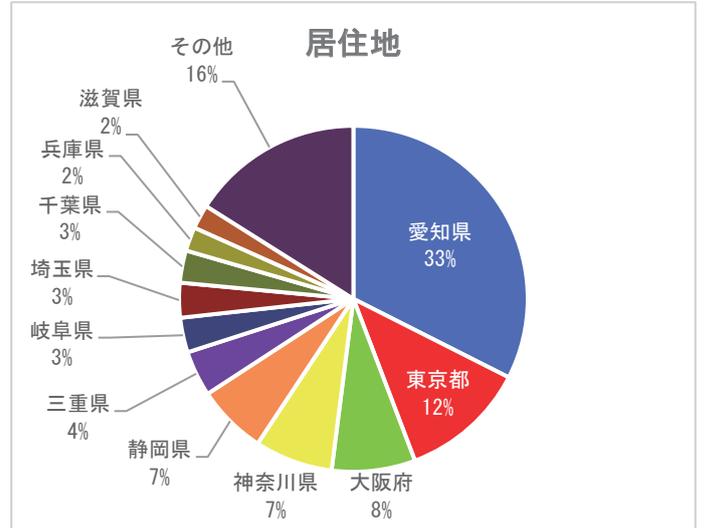
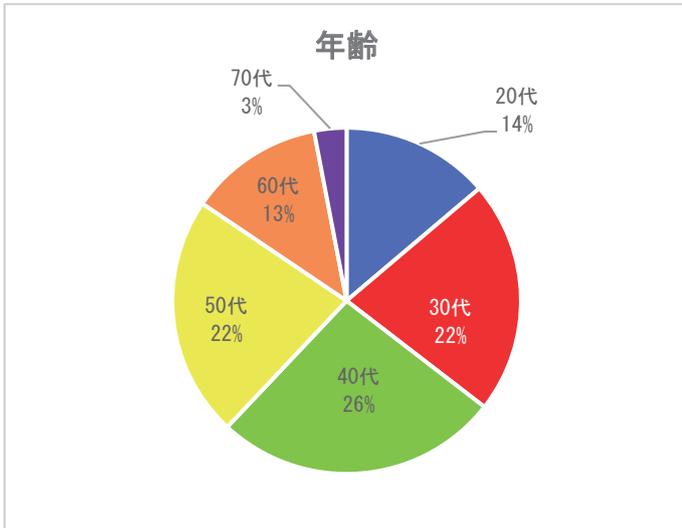
# 1 岡崎市来訪経験者アンケート調査結果

調査期間：令和2年8月20日(木)～令和2年9月1日(火)

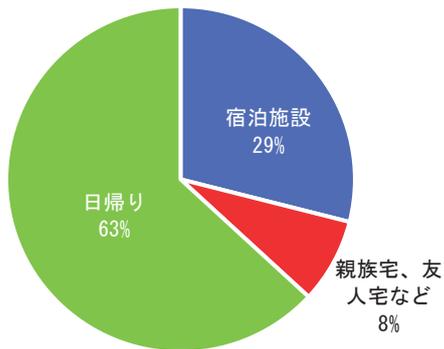
調査対象：全国の15歳から79歳で、直近5年以内に本市を訪れたことのある男女各200人

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

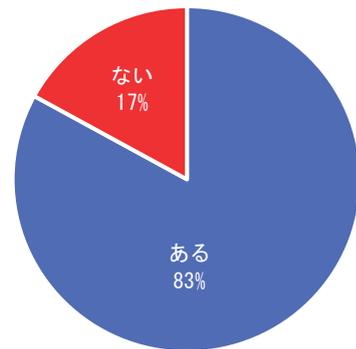
調査機関：楽天インサイト株式会社



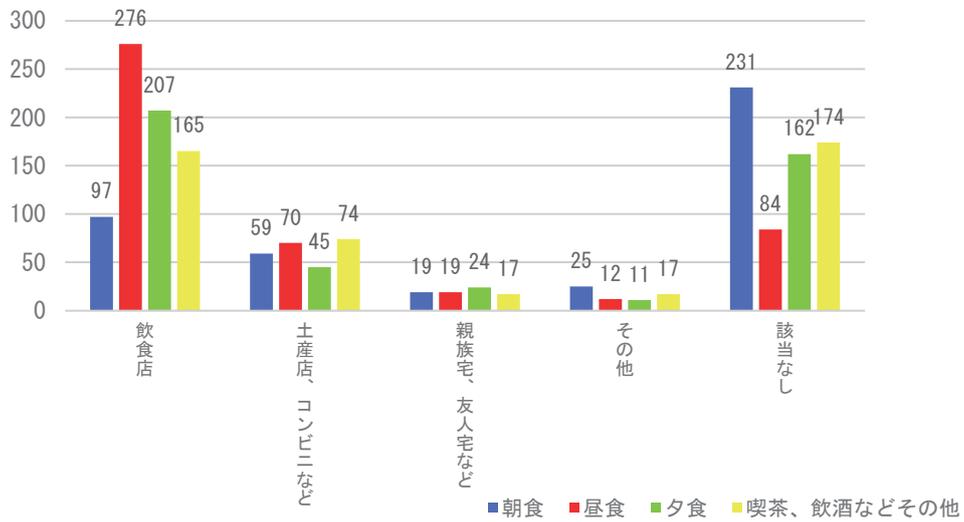
宿泊の有無



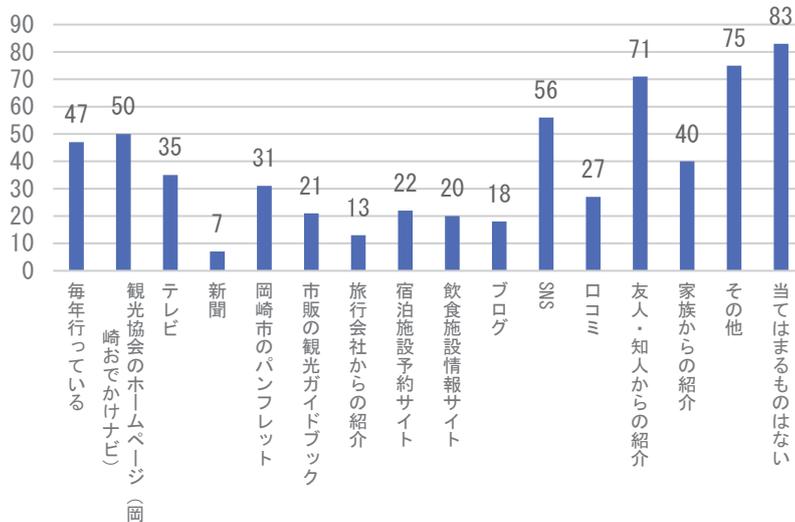
再訪の意欲



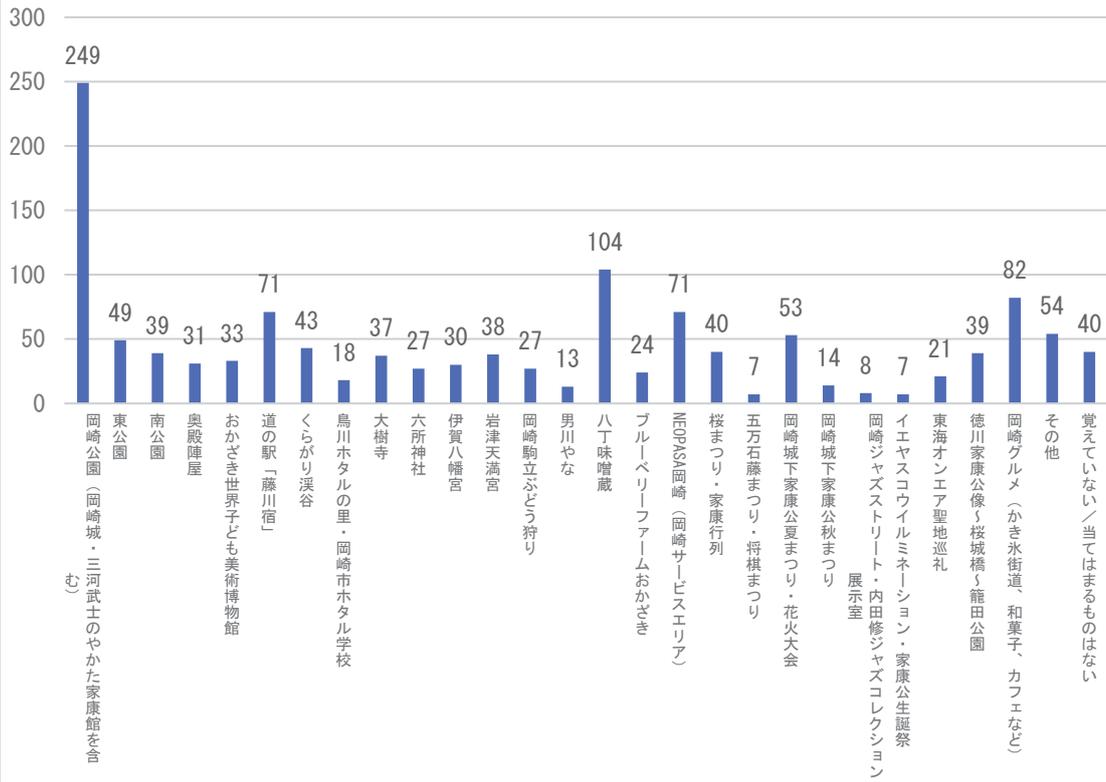
市内での食事



訪問のきっかけ



## 訪問場所



2 国、愛知県、岡崎市の新型コロナウイルス感染症への対応（R2年度）

年 月 日	内 容
令和2年 4月7日（火）	国）緊急事態宣言発令①（東京都、大阪府、埼玉県、千葉県、神奈川県、兵庫県、福岡県）
10日（金）	県）独自の緊急事態宣言発表 市）市主催行事の中止、公共施設の原則休館等の措置（4/11～5/31 延長あり）
16日（木）	国）緊急事態宣言①を全国に拡大
5月4日（月）	国・県）緊急事態宣言①を5/31まで延長
8日（金）	市）花火大会（9月12日予定）の中止を発表
14日（木）	国）緊急事態宣言①、愛知県含む39県の解除
21日（木）	国）緊急事態宣言①、関西2府1県の解除（継続：北海道、東京都、埼玉県、千葉県、神奈川県）
25日（月）	国）緊急事態宣言全面解除①（北海道、東京、埼玉、千葉、神奈川）あわせて社会経済活動を段階的に緩和する方針示す。 県）緊急事態宣言及び緊急事態措置解除 ・「愛知県新型コロナウイルス感染拡大予防対策指針」の策定
6月1日（月）	県）東海三県（愛知・岐阜・三重）の観光を含めた人の移動緩和を三県合同で発表
19日（金）	国）都道府県をまたぐ移動の自粛を全国で緩和
7月10日（金）	国）イベント開催制限の緩和（イベント参加人数上限千人から5千人に引き上げ）。
22日（水）	国）GOTOトラベルキャンペーン始まる
8月24日（月）	国）大規模イベントの人数制限を9月末まで延長 （県も同様の対応を翌日発表）
9月11日（金）	国）9/19以降のイベントについて、当面11月末までの間、徹底した感染防止対策を前提にした制限緩和を通知 （県も同様の対応を翌日発表）
10月1日（木）	国）GOTOトラベル事業 東京を対象に追加
12月28日（月）	国）GOTOトラベル全国一斉に一時停止（12/28～1/11）
令和3年 1月7日（木）	国）緊急事態宣言発令②（東京都、埼玉県、千葉県、神奈川県 1/8～2/7）
13日（水）	国）緊急事態宣言②の区域追加 愛知県を含む8県（1/8～2/7）
14日（木）	市）公共施設の原則休館の措置（1/18～2/7）
2月2日（火）	国）緊急事態宣言②の期間延長及び区域変更（栃木県解除 1/8～3/7）
24日（水）	市）桜まつりについて規模縮小での開催を発表（3/25～4/7）
26日（金）	国）緊急事態宣言②の区域変更 愛知県含む6県の解除
3月5日（金）	国）緊急事態宣言②の期間延長（1/8～3/21）
21日（日）	国）緊急事態宣言②の終了





令和3年度版 岡崎市観光白書  
(令和2年度年次報告書)

発行年月：令和3年12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

(F A X) 0564-23-6731