

令和5年度版 岡崎市観光白書

(令和4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 観光施設入込客数	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	28
3 年間実施事業	37
4 パブリシティ	42
Ⅳ 総合分析	45
1 目標指標	45
2 まとめ	45
第2部 資料編	46
1 岡崎市来訪経験者アンケート調査結果	47
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	50

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）から新型コロナウイルス感染拡大は観光関連産業に甚大な影響を与えたが、2022 年（令和 4 年）3 月には、まん延防止等重点措置が全面解除され観光需要が増加するなど、回復の傾向がみてとれる。



1 国の動向

2022 年（令和 4 年）の訪日外国人旅行者数は、6 月の外国人観光客受入再開後、水際措置の大幅緩和等により大きく増加し、383 万人（前年比 1,432% 増）となった。

国・地域別にみると、アジア主要市場からの訪日外国人旅行者数が 279.1 万人となり、全体の 72.8% を占めた¹。

2022 年（令和 4 年）の日本人の国内宿泊旅行者数は延べ 2 億 3,247 万人（前年比 64.0% 増）、国内日帰り旅行者数は延べ 1 億 8,539 万人（前年比 46.6% 増）と、宿泊旅行、日帰り旅行ともに大きく増加した²。



資料：日本政府観光局（J N T O）資料に基づき観光庁作成



¹ 『令和 5 年版観光白書』 P8 観光庁

² 『令和 5 年版観光白書』 P15 観光庁

2 愛知県の動向

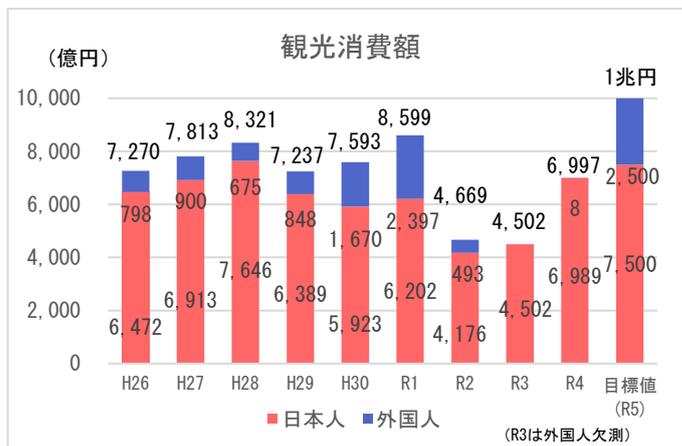
令和4年の愛知県の観光は、令和2年以降のコロナ禍からの回復傾向が鮮明となり、特に、全国旅行支援などの政策的な需要喚起が図られた国内観光においては、コロナ禍前の水準を超える指標もあった。しかしながら、インバウンドを含めた全体では、コロナ禍前の水準を回復するには至っていない³。

日本人の観光消費額は、コロナ禍前の令和元年を上回るほどの水準に達した一方、外国人旅行者の観光消費額は依然として「蒸発」したままとなっている。

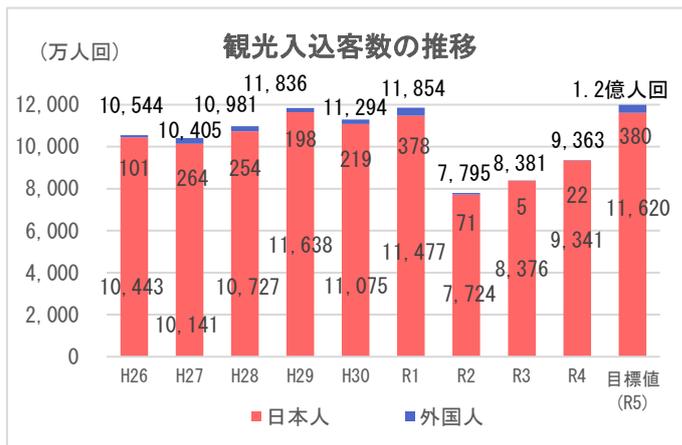
観光入込客数は、令和3年比で、日本人・外国人ともに増加となったが、外国人の絶対数はまだまだ低い水準に留まっており、日本人客による市場の下支え傾向が顕著である⁴。

観光レクリエーション資源・施設利用者総数は、1億1,793万3,446人となった。これは、前年に比べると32.3%増となった。増加した主な要因としては、コロナ禍の過去2年間で感染防止対策が進み、安心して観光を楽しめる環境が整備されたことに加え、行動制限のない大型連休や10月から始まった全国旅行支援等の観光需要喚起策による影響が考えられる。なお、新型コロナウイルス感染症の影響が出る前の令和元年と比べると26.0%減となっており、回復傾向にあるが依然として厳しい状況となっている⁵。

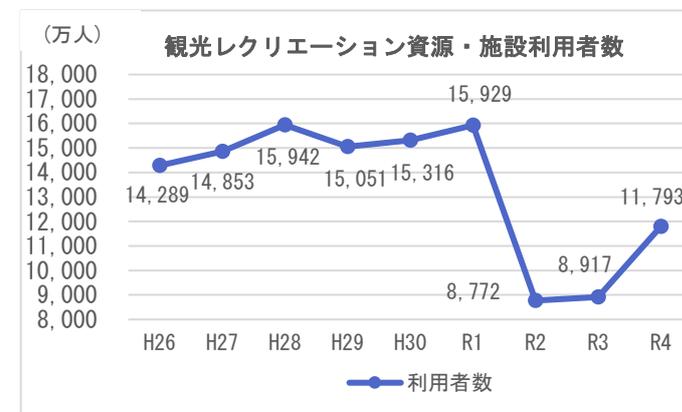
満足度は、「非常に満足」「概ね満足」と回答した人は前年度と比較して微増であったが、「非常に満足」と回答した人はコロナ禍前の令和元年度と比較すると5.3ポイント増加している⁶。



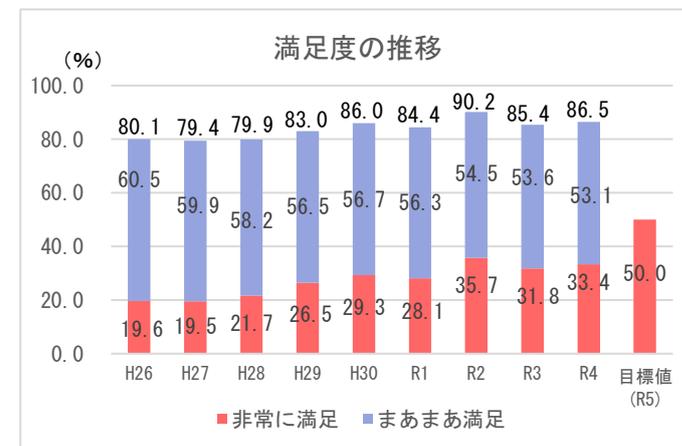
資料：愛知県「愛知県観光入込客統計」



資料：愛知県「愛知県観光入込客統計」



資料：愛知県「愛知県観光レクリエーション利用者統計」



資料：愛知県「愛知県観光入込客統計」

³ 『2023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 (2022年度年次報告書)』P4 愛知県観光コンベンション局観光振興課

⁴ 同上 P5

⁵ 『2022年愛知県観光レクリエーション利用者統計』P4 愛知県観光コンベンション局観光振興課

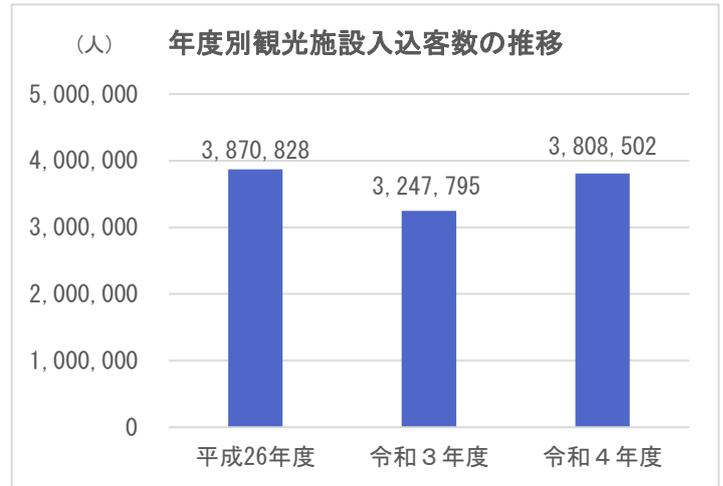
⁶ 同左 P8

Ⅱ 本市の観光の動向

1 観光施設入込客数

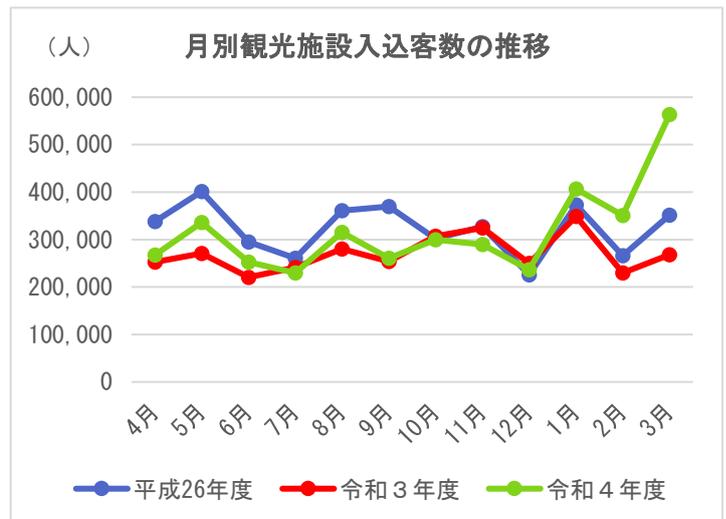
(1) 年度別動向

令和4年度の観光施設入込客数は3,808,502人であり、令和3年度の3,247,795人から約56万人(17.3%)増加した。新型コロナウイルス感染症拡大防止のための緊急事態宣言等による行動制限の影響があった令和3年度より増加し、基準年である平成26年度の入込客数まであと約6万人の水準まで回復した。なお、新型コロナウイルスの影響がまったくなかった平成30年度の観光施設入込客数は3,717,248人で、令和4年度はこの数値を約9万人上回っている。



(2) 月別動向

月別に観光施設入込客数をみると、令和5年1月から3月にかけて急上昇しており、3箇月連続して令和3年度及び平成26年度を上回っている。これは、1月下旬に三河武士のやかた家康館が「どうする家康 岡崎 大河ドラマ館」としてオープンし同日に岡崎城もリニューアルオープンしたことや、新型コロナウイルスの感染症法上の扱いが2類から5類に引き下げられる方向であるとの報道があったことなどにより外出ムードが高まり、3月の花見シーズンに岡崎公園の入込客数が大きく増加したためである。



(3) 施設別動向

令和3年度に続き令和4年度も多く施設で増加しており、中でも岡崎公園と八丁味噌蔵は大きく増加している。岡崎公園は、岡崎城と三河武士のやかた家康館において工事等による休館期間があったものの1月～3月の入込客数が増加したことにより、年間入込客数は「家康公四百年祭」関連のイベントが開催された平成27年度の531,000人を約3万人上回る好結果であった。

また、観光案内所の来訪者数は令和3年度の59,095人（3施設）に対し令和4年度は134,933人（4施設）で約128.3%増となり施設の動向（P4掲載、前年度比約17.3%増）を大きく上回ることから、既存の観光施設に立ち寄らずにまち巡りをする来訪者が増加していると考えられる。

【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3年度	令和4年度
岡崎公園	401,900	273,500	560,800
東公園	324,492	283,910	347,440
南公園	406,899	387,467	413,289
奥殿陣屋	96,034	56,706	80,027
地域文化広場	161,509	131,753	192,918
道の駅藤川宿	1,210,279	1,159,032	1,172,424
くらがり溪谷	158,107	119,144	133,159
自然体験の森	16,913	15,089	18,700
わんパーク	13,563	24,802	19,958
ホテル学校	9,594	10,682	14,185
美術博物館	38,212	68,089	12,888
六所神社	45,000	48,500	43,000
岩津天満宮	350,000	292,450	258,450
駒立ぶどう狩り組合	75,527	45,597	50,000
男川やな	13,136	6,990	9,883
八丁味噌蔵	255,301	43,178	117,856
ブルーベリーファーム おかざき	7,498	5,717	5,124
岡崎カントリー倶楽部	53,259	63,308	64,578
額田ゴルフ倶楽部	70,339	74,151	77,173
サン・ベルグラビア カントリー倶楽部	47,065	52,603	52,018
その他施設 ※1	116,201	85,127	164,632
合計	3,870,828	3,247,795	3,808,502

※1 入込客数を非公表としている施設を合算して計上

新型コロナウイルス感染拡大防止による休業施設

令和3年度

- ・くらがり溪谷：5/12～9/30 休業

工事等による休館施設

令和4年度

- ・岡崎城：6/16～1/20 リニューアル工事のため休館
- ・三河武士のやかた家康館：8/29～1/20 大河ドラマ館に改修のため休館
- ・美術博物館：8/29～3/31 設備改修工事のため休館

【参考施設】

（単位：人）

施設名	平成26年度	令和3年度	令和4年度
名鉄東岡崎駅観光案内所	13,750	31,876	59,621
JR 岡崎駅観光案内所※1	—	11,576	20,770
籠田観光案内所※2	—	15,643	33,440
岡崎公園内案内所※3	—	—	21,102

※1 平成27年7月開設

※2 平成30年4月開設、令和2年度まで水曜定休、令和3年度から無休

※3 令和5年1月大河ドラマ館オープンと同時に開設

令和4年度施設別月別入込客数

(単位：人)

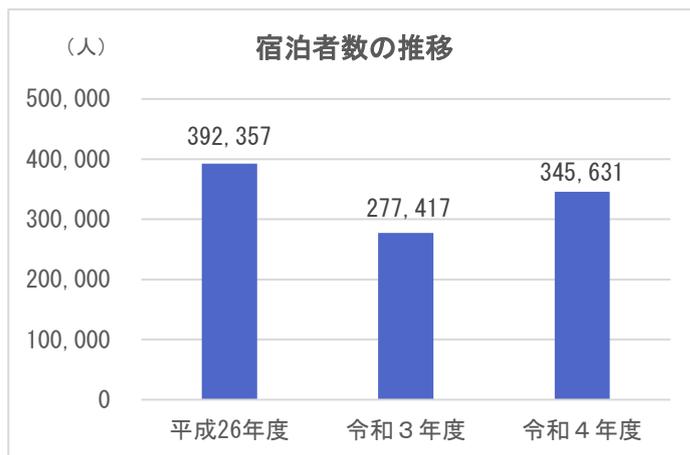
施設名	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	合計
岡崎公園	47,200	44,500	22,500	7,700	12,900	0	0	0	0	43,000	118,000	265,000	560,800
東公園	25,850	46,050	24,930	12,800	19,750	25,680	40,900	43,740	20,320	23,210	25,110	39,100	347,440
南公園	36,994	51,521	23,148	16,851	31,950	29,500	43,988	31,716	23,574	32,756	37,133	54,158	413,289
奥殿陣屋	7,392	8,186	6,741	4,135	6,079	5,607	7,961	7,938	5,819	5,559	6,177	8,433	80,027
地域文化広場	8,585	11,298	10,258	21,442	28,819	16,694	15,595	18,305	11,837	18,765	18,349	12,971	192,918
道の駅藤川宿	92,151	104,634	91,577	94,910	106,280	97,307	103,023	94,314	97,572	102,716	88,449	99,491	1,172,424
くらがり溪谷	4,455	16,373	10,746	20,100	28,320	10,445	8,676	12,838	3,224	2,373	2,979	12,630	133,159
自然体験の森	1,369	1,737	1,508	1,344	1,348	1,441	1,997	1,276	1,470	1,858	1,905	1,447	18,700
わんパーク	1,708	3,645	1,731	1,960	2,195	1,369	2,141	1,450	488	714	1,054	1,503	19,958
ホテル学校	442	752	8,858	743	637	477	525	358	343	300	350	400	14,185
美術博物館	1,145	1,454	2,678	2,933	4,678	0	0	0	0	0	0	0	12,888
六所神社	3,000	3,000	2,000	1,500	1,500	2,000	5,000	6,000	3,000	10,000	3,000	3,000	43,000
岩津天満宮	1,800	1,350	1,800	3,600	7,400	8,800	26,000	32,000	36,000	130,000	4,700	5,000	258,450
駒立ぶどう狩り組合	0	0	0	1,700	21,000	23,000	4,300	0	0	0	0	0	50,000
男川やな	115	612	1,077	2,162	3,996	946	469	278	88	23	68	49	9,883
八丁味噌蔵	5,630	8,501	11,472	7,230	10,538	11,647	7,330	9,496	5,848	5,974	12,255	21,935	117,856
ブルーベリーファームおかざき	0	0	2,268	1,827	1,029	0	0	0	0	0	0	0	5,124
岡崎カントリー倶楽部	5,635	6,109	5,906	5,641	5,831	5,117	5,545	5,151	5,160	4,946	4,253	5,284	64,578
額田ゴルフ倶楽部	7,108	8,199	7,200	6,512	5,986	5,966	7,724	7,456	6,370	4,224	4,286	6,142	77,173
サン・ベルグラビアカントリー倶楽部	4,625	5,565	4,865	4,269	4,291	4,215	5,131	4,612	4,268	3,041	3,215	3,921	52,018
その他施設	11,999	12,756	11,073	10,384	10,427	10,521	13,784	12,975	11,272	17,315	19,431	22,695	164,632
合計	267,203	336,242	252,336	229,743	314,954	260,732	300,089	289,903	236,653	406,774	350,714	563,159	3,808,502

令和4年3月に新型コロナウイルス感染症拡大防止のためのまん延防止等重点措置が全面解除され、10月には全国旅行支援が開始されたことなどから、年間を通じて令和3年度より増加している施設が多い。

2 宿泊者数

令和4年度の延べ宿泊者数は345,631人であり、令和3年度から約6万8千人(24.6%)増加している。また、宿泊者数が大きく落ち込んだ令和2年度の186,765人からは約15万9千人(85.1%)増加した。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まったくなかった平成30年度は、集計方法が異なるものの宿泊者数を343,150人と推計しており、ほぼ同水準に回復した。

【アクションプラン目標指標3対象数値】



※平成26年度は各施設への聞き取り調査から推計

※令和3、4年度は各施設へ直接調査

月別宿泊者数の推移

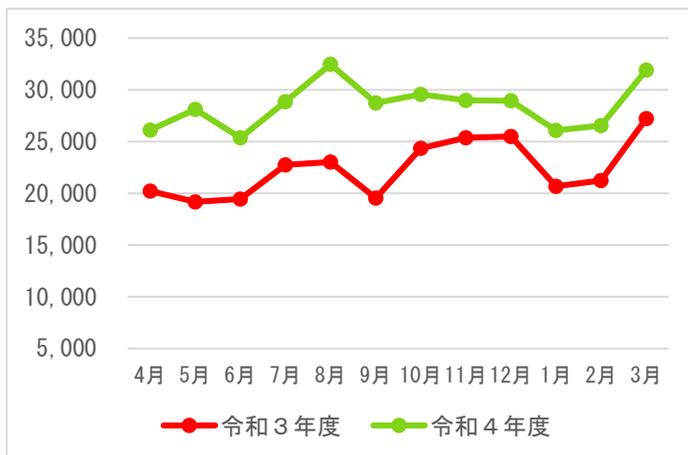
(単位：人)

	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3年度	20,205	19,170	19,434	22,751	23,027	19,526	24,358	25,372	25,489	20,667	21,223	27,203	268,425
令和4年度	26,115	28,109	25,350	28,857	32,458	28,731	29,575	28,969	28,954	26,078	26,531	31,921	341,648

※各施設へ直接調査(実人数)

令和4年度は、すべての月で令和3年度の宿泊者数を上回っている。特に大型連休のある5月、夏季休暇の時期である8月、祝日と土日の連休が2回あった9月の増加が著しく、観光需要が回復してきたことが窺える。

また、9月～12月について、令和元年度以前は宿泊者数が少なくなる傾向があったが、令和2年度以降はこの時期の落ち込みがなくなっており、令和4年度についても堅調に推移した。



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、令和元年度は大幅に減少し、令和 2 年度と令和 3 年度は外国人旅行者数、ツアー数はともにゼロであったが、令和 4 年度は 36 箇月ぶりとなる 2 月から来訪が再開した。

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	令和 3 年度	令和 4 年度
旅行者数	875	0	133
ツアー数	32	0	6

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 3 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
令和 4 年度	旅行者数	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	71	62	133
	ツアー数	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3	3	6

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

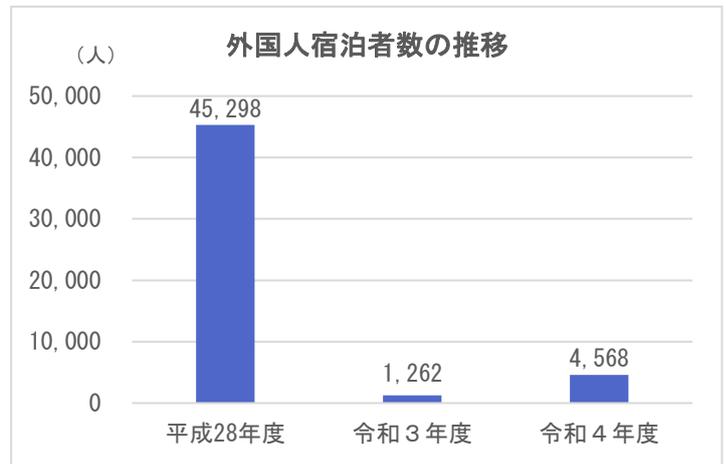
(単位：旅行者数/人、ツアー数/件)

国名	平成 26 年度		令和 3 年度		令和 4 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	0	0	75	3
中国	181	6	0	0	0	0
韓国	27	1	0	0	0	0
アメリカ	36	2	0	0	32	1
タイ	25	1	0	0	26	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	0	0	0	0
シンガポール	0	0	0	0	0	0
オーストラリア	0	0	0	0	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	0	0	0	0
フランス	0	0	0	0	0	0
その他	0	0	0	0	0	0
合計	875	32	0	0	133	6

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4年度の延べ外国人宿泊者数は4,568人で、令和3年度から約3,300人(約262.0%)増加した。宿泊者数が大きく落ち込んだ令和2年度の278人から年ごとに回復しつつあるが、新型コロナウイルス感染拡大防止による水際対策の影響がまったくなかった平成30年度の外国人宿泊者数45,390人と比較すると、令和4年度は約10分の1の水準であった。



※平成28年度：岡崎市宿泊旅行統計

※令和3、4年度は各施設へ直接調査

※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)

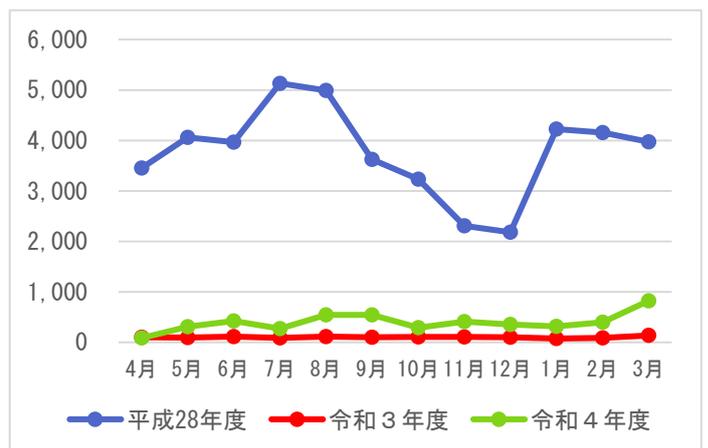
	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	合計
平成28年度	3,454	4,059	3,968	5,132	4,993	3,623	3,231	2,308	2,181	4,224	4,155	3,970	45,298
令和3年度	99	96	113	87	111	98	106	110	102	75	89	136	1,222
令和4年度	85	307	423	270	541	543	289	409	352	318	397	623	4,557

出典(平成28年度)：岡崎市宿泊旅行統計

※令和3、4年度は各施設へ直接調査(実人数)

月別において8月と9月及び3月は若干の増加がみられるが、大きな増減はなく年間を通じて外国人宿泊者は少数であった。

新型コロナウイルス感染症による入国制限等が令和4年10月に大幅に緩和されたものの、本市の宿泊施設においては令和4年度中に大きな影響はみられなかった。



4 交通

(1) 鉄道利用状況

令和4年度の合計乗客数は約1,588万人で、前年度から約111万人(7.5%)増加した。すべての鉄道駅において乗客数が増加している。

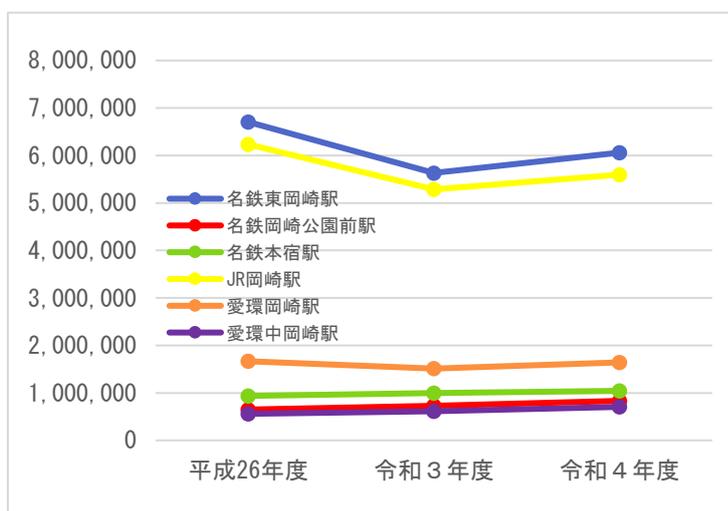
平成26年度と比較すると、合計乗客数は、約87万人(5.2%)減少している。駅別では、名鉄岡崎公園前駅、名鉄本宿駅、愛環中岡崎駅は乗客数が上回ったものの、主要駅である名鉄東岡崎駅、JR岡崎駅、愛環岡崎駅は下回った。

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3年度	令和4年度
名鉄東岡崎駅	6,704,918	5,632,297	6,057,691
名鉄岡崎公園前駅	649,582	730,455	832,047
名鉄本宿駅	937,056	997,337	1,043,947
JR岡崎駅	6,233,249	5,285,817	5,598,925
愛環岡崎駅	1,666,649	1,512,373	1,642,049
愛環中岡崎駅	559,305	614,186	705,411
合計	16,750,759	14,772,465	15,880,070

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

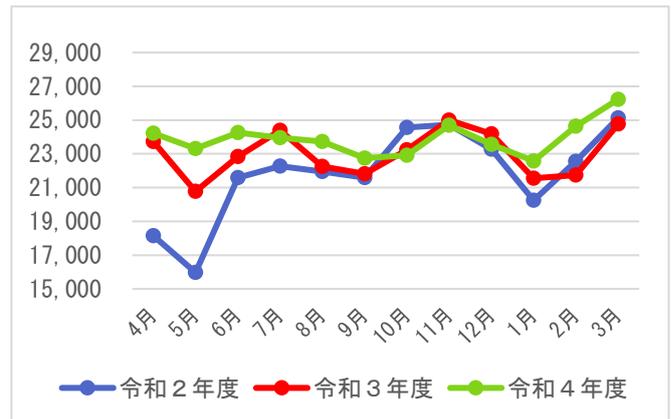
(単位：台)

	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
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
令和3年度	23,720	20,771	22,836	24,393	22,243	21,812	23,242	24,998	24,175	21,546	21,744	24,770	276,250
令和4年度	24,223	23,300	24,261	23,951	23,726	22,736	22,918	24,687	23,547	22,575	24,631	26,230	286,785

出典：高速道路統計月報

令和4年度の出入交通量は、大きく増減する月はなく、年間を通じ比較的安定的に推移した。

合計を比較すると、新型コロナウイルス感染症の影響で落ち込んだ令和2年度からは令和3、4年度と連続して増加しているが、コロナ前の平成29年度から令和元年度までは毎年300,000台を超えており、その水準には未だ回復していない。



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

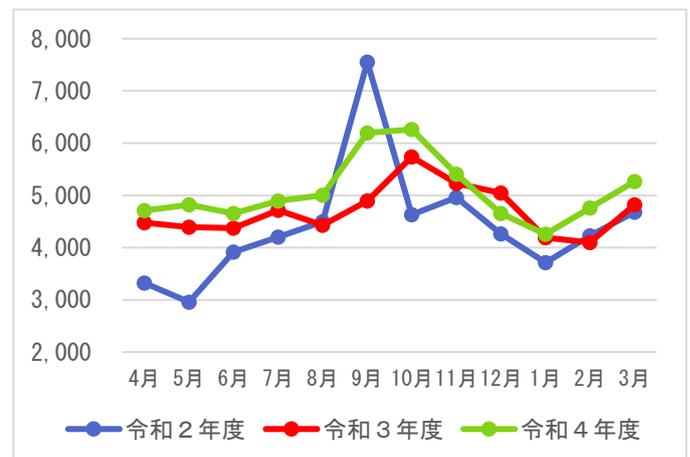
(単位：台)

	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
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
令和3年度	4,478	4,393	4,371	4,717	4,427	4,892	5,737	5,228	5,045	4,189	4,099	4,821	56,397
令和4年度	4,707	4,818	4,656	4,894	5,002	6,198	6,265	5,406	4,657	4,257	4,759	5,266	60,885

出典：高速道路統計月報

令和4年度の出入交通量は、秋のアウトドアシーズンに増加し冬季は減少する傾向が見られたが、突出して増減した月はなかった。

合計を比較すると、東名高速道路岡崎インターチェンジ同様、新型コロナウイルス感染症の影響により令和2年度は大きく落ち込んだが、順調に回復し令和元年度の61,576台には届かなかったものの、平成30年度の58,465台を超える台数であった。

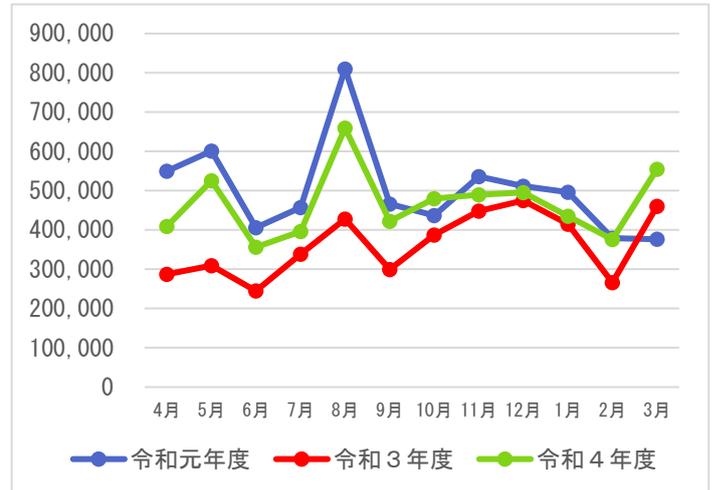


岡崎サービスエリア入込客数

(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
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3年度	287,280	309,135	244,751	338,600	427,600	299,150	387,476	448,520	474,888	415,143	266,213	460,772	4,359,528
令和4年度	409,557	525,130	356,174	396,437	659,671	421,825	480,000	490,000	495,000	435,000	376,000	555,000	5,599,794

令和4年度はすべての月で前年度より入込客数が増加し、年間では約124万人(28.4%)増加した。10月と3月は、令和元年度の入込客数も上回っている。岡崎サービスエリアは平成28年2月にオープンし、入込客数は平成28年度に約759万人を記録した後、平成29年度から令和元年度までは毎年約600万人であった。令和2年度は新型コロナウイルスの影響で約357万人まで落ち込んだが、順調に回復している。



(3) 駐車場利用状況

バスの利用台数は、令和3年度の約3倍にあたる1,094台であった。バス駐車場は、9月下旬から1月下旬まで工事のため閉鎖し、再開後は予約制となった。再開した1月下旬から年度末までの利用が809台で年間利用台数の約73.9%を占める。花見や大河ドラマ館の見学を含むツアーでの来訪が多数あったと考えられる。

乗用車の駐車場利用台数は、約7,500台(4.9%)増加し、昨年度記録した平成27年度以降で最多の利用台数を更新した。平面駐車場は、令和5年3月下旬からの桜まつり期間中は渋滞特別対策として事前予約制を導入した。

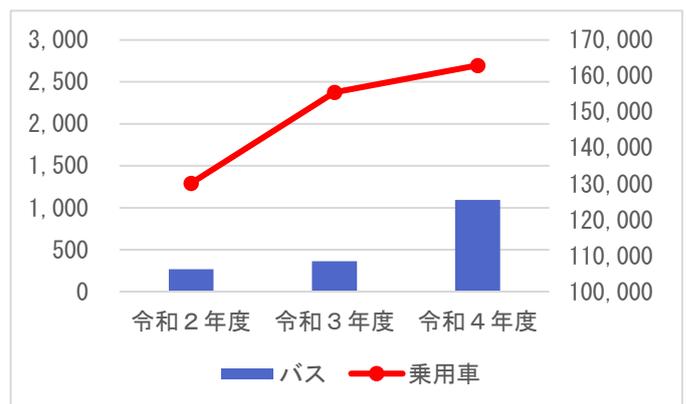
岡崎公園駐車場利用台数の推移

(単位：台)

	令和2年度	令和3年度	令和4年度
バス	266	364	1,094
乗用車	130,157	155,405	162,944

出典：岡崎公園駐車場管理業務報告書

※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
		令和2年度	バス	6	0	2	45	38	16	33	42	37	15	16
	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
令和3年度	バス	15	7	6	19	22	6	43	69	53	37	13	74	364
	乗用車	19,358	10,957	8,422	10,358	10,609	9,268	12,531	15,727	12,185	16,780	9,106	20,104	155,405
令和4年度	バス	84	52	59	42	22	26	0	0	0	49	225	535	1,094
	乗用車	21,515	15,314	10,241	9,738	13,288	11,204	9,952	8,688	10,241	18,669	18,146	15,948	162,944

出典：岡崎公園駐車場管理業務報告書

※後納除く

令和4年度

バス駐車場：9/26～1/13 工事のため閉鎖

月別にみると、バスの利用台数は2月と3月が大きく増加している。特に3月の535台は、平成27年度以降の月間最多台数である。

乗用車の利用台数は10月～12月に3箇月連続して昨年度を下回っている。この期間は、岡崎城と三河武士のやかた家康館がリニューアル工事等により休館していたためである。また、3月は桜まつり期間中に平面駐車場で3区分の時間帯による予約制を導入したこと等により利用台数としては昨年度を下回った。

5 ホームページアクセス統計

(1) セッション数※¹

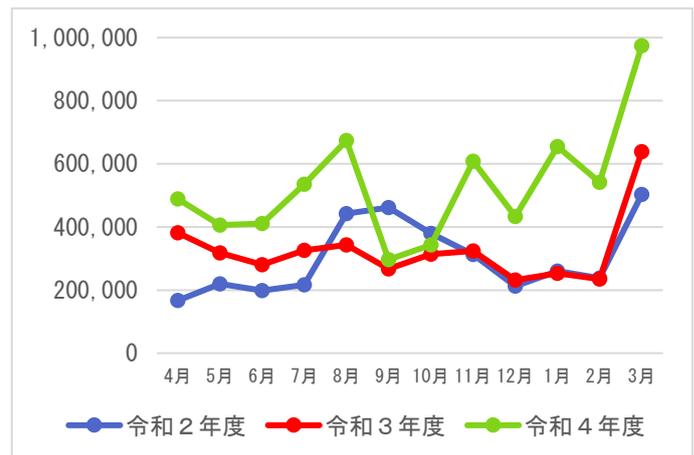
月別セッション数の推移

	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
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
令和3年度	381,618	317,887	280,640	326,299	343,266	267,186	313,756	323,869	231,932	253,381	234,464	638,455	3,912,753
令和4年度	488,876	405,957	411,065	535,516	673,856	296,574	342,686	607,865	433,216	654,603	541,121	974,580	6,365,915

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4年度のセッション数は前年度より約245万件（62.7%）増加し、過去最高の記録となった。

すべての月で前年度を上回っているが、7月と8月は花火大会、11月以降は大河ドラマ関連のサイトへのセッションが多かったため大きく上回った。特に3月は大河ドラマ関連に加えて桜まつりのサイトへのセッションも多数あり、過去最高の月間セッション数となった。



(2) ページビュー数※²

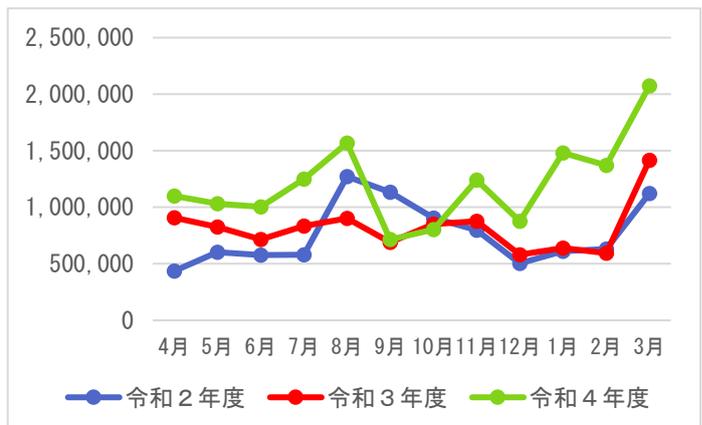
月別ページビュー数の推移

	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
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
令和3年度	908,032	826,198	715,767	834,658	901,466	691,327	851,018	877,808	580,770	638,539	595,048	1,415,678	9,836,309
令和4年度	1,099,988	1,032,959	1,002,441	1,249,259	1,568,461	714,336	802,625	1,240,011	875,169	1,481,082	1,369,466	2,073,132	14,508,929

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。

前年度より約467万件（47.5%）増加し、過去最高の記録となった。セッション数同様、3月は過去最高の月間ページビュー数となった。ただ、10月は前年度を下回る結果で、同月に開始された全国旅行支援の影響はみられなかった。



※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分以内で再来訪した場合は同一セッション、同一ユーザーでも30分以上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。

(3) アクセス地域

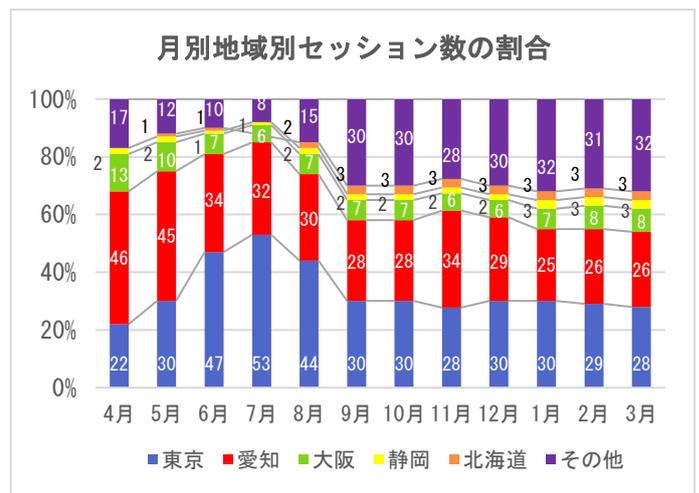
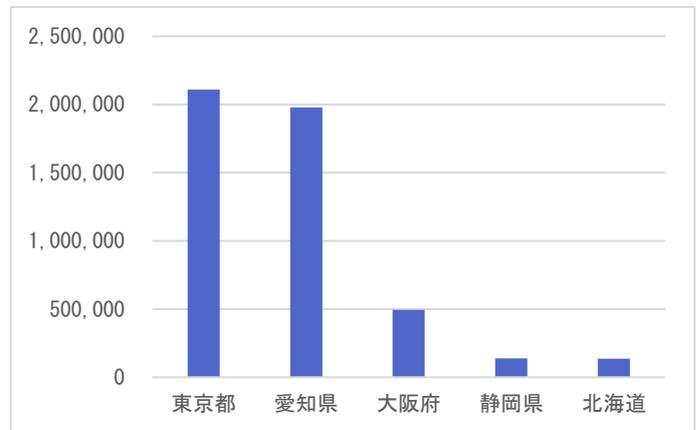
地域別にセッション数をみると、平成 29 年度以降は愛知県が毎年トップのシェアで 40～50%前後を推移していたが、令和 4 年度は東京都が初めてトップとなり愛知県は 2 位であった。次いで大阪府、静岡県で、北海道が初めて 5 位以内にランクインした。昨年度まで上位 5 都道府県合計のシェアが 80%以上を占めていたが、今年度は 76.26%に低下した。これは、全国各地からのアクセスが増加したことの表れである。

月別にみると、9 月以降は上位 5 都道府県以外の地域からのアクセス比率が高まっている。「家康公生誕の地」や「どうする家康」を始め徳川家康公関連のキーワードによる検索が増加した時期と重なっており、大河ドラマの影響が大きいものと考えられる。

令和 4 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
東京都	2,108,514	33.12%
愛知県	1,977,781	31.07%
大阪府	493,170	7.75%
静岡県	138,295	2.17%
北海道	136,977	2.15%
5 都道府県合計	4,854,737	76.26%
全セッション数	6,365,915	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 4 年度を比較すると、宿泊客の観光消費額は「その他」の項目を除いていずれも増加し、特に飲食費が大きく増加した。総消費額は約 1.5 倍であった。

日帰り客の観光消費額も土産購入費、飲食費、市内交通費が増加し、総消費額は約 1.3 倍であった。

宿泊客、日帰り客とも飲食費と総消費額は平成 29 年度以降の最高額を記録した。岡崎市来訪者アンケートにおける質問「ウィズコロナ期においても旅行先でしたいこと」の回答として「グルメ」がトップであり、岡崎グルメの認知度が高まっていることと相まって飲食費が増加したと推察される。(岡崎市来訪経験者アンケートの概要は 47 ページを参照。)

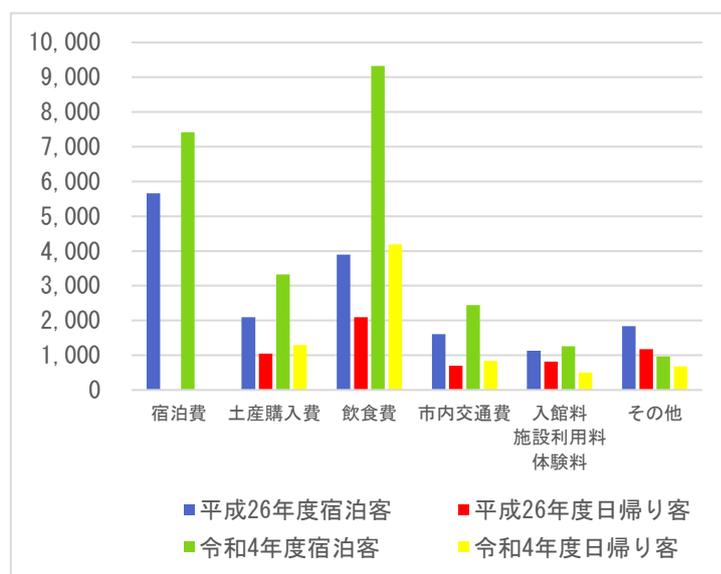
【アクションプラン最重要指標対象数値】

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 4 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	—	7,411	—	131.0%	—
土産購入費	2,097	1,047	3,327	1,292	158.7%	123.4%
飲食費	3,891	2,093	9,326	4,188	239.7%	200.1%
市内交通費	1,606	698	2,442	839	152.1%	120.2%
入館料 施設利用料 体験料	1,130	821	1,262	505	111.7%	61.5%
その他	1,838	1,179	966	675	52.6%	57.3%
総消費額	16,218	5,839	24,734	7,499	152.5%	128.4%

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8.4%増加し、それ以外の回答は減少した。「とても満足している」と「やや満足している」を合計すると70.4%で、昨年度に続き7割を超えた。

「不満だった点、改善が必要だと思う点」において、「レストラン」、「宿泊施設」の項目について来訪者が不満に感じた割合が昨年度より減っている。

一方、今年度は不満の割合が増加した項目が多く、特に「お土産物」は平成29年度以降で最も不満の割合が高かったが、大河ドラマ「どうする家康」の放送を契機として土産物の充実が図られており、改善が期待できる。

【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4年度	増減
とても満足している	15.8	24.2	+8.4
やや満足している	50.0	46.2	-3.8
どちらでもない	32.0	28.0	-4.0
やや不満である	1.7	1.3	-0.4
とても不満である	0.5	0.3	-0.2

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3年度	令和4年度	増減
市内交通	22.3	24.0	+1.7
レストラン	9.3	8.8	-0.5
カフェ	6.0	6.0	±0
宿泊施設	7.5	5.3	-2.2
案内表示	7.5	8.3	+0.8
通信環境	3.5	4.8	+1.3
お土産物	8.8	11.3	+2.5
特産品	7.3	8.0	+0.7
観光施設	7.5	9.0	+1.5
体験メニュー	4.3	4.3	±0
駐車場の数	12.0	13.3	+1.3
観光情報	6.8	11.3	+4.5
地域住民との交流	1.3	2.5	+1.2
おもてなし	2.8	4.3	+1.5
街の景観や雰囲気	5.0	6.0	+1.0
その他	2.0	3.8	+1.8
当てはまるものはない	55.5	47.0	-8.5

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(商工労政課)					
アクションプランにおける計画期間	平成	30	～	令和	5	年度

令和4年度の主な取り組み状況

岡崎市地域店舗ファンづくり推進事業



730超の事業者が登録済！
事業者募集、継続中！



「家康公スイーツ」



「岡崎周遊おもてなし事業」

岡崎市公式セレクトショップ

「おかふる」



<岡崎市地域店舗ファンづくり推進事業>

大河ドラマ「どうする家康」を商機と前向きに捉える市内の店舗・事業所に向けて、お店の魅力向上やファン獲得につながる各種支援・サポートを実施

■主な取り組み

1 登録店舗募集

・本事業に参画いただいた店舗・事業所を「家康印」と命名し、イベント出店をはじめとした様々な企画を展開。730を超える事業者が本事業に登録している

2 販促物制作・提供

・ポスター、のぼり旗、シールなどの販促物の制作及び配布

3 市内プロモーション

・市内各種イベントへの出店
・オカザキ喫茶企画の実施
・JR岡崎駅構内看板(「家康印」紹介、おかざきグルメ紹介)の制作・設置

4 広域プロモーション

・市外各種イベントへの出店
・情報誌chaoo特別号「今日、岡崎でどうする？」冬号・春号発行、県内主要駅及び商業施設への配架
・グルメポータルサイトchao.jp「岡崎で何食べる!？」への店舗情報掲載

5 デジタルの活用

・グルメ系インスタグラマー「ぐるめびゅー」によるお店紹介
・市内事業者が生み出す岡崎の良品を全国に発信し、事業者の販路拡大や新規顧客の獲得・売上向上を図るため、通販ウェブサイト「岡崎市公式セレクトショップ『おかふる』」をオープン。大河ドラマをきっかけに岡崎を訪れたかたのリピーター消費や、遠方で岡崎に来訪できないかた、贈り物として岡崎市ならではの商品を検討しているかたの消費を促す(R5.3.20～)

6 先行企画との連携

・家康公スイーツ冊子への新規掲載店舗の募集及び掲載。観光客等にお得に家康公スイーツを楽しんでいただくため、「OKAZAKI 家康公スイーツめぐりクーポン」を市内各観光案内所で販売
クーポン5枚、特典カード、家康公スイーツオリジナルクリアファイルのセットで税込み1,000円。1,000枚限定販売。大樹寺の拝観料特別割引(拝観料:大人500円→400円)も利用可

7 各種セミナーの実施

・オカビズ「お土産開発セミナー」「ファンづくりセミナー」の実施
・POPの書き方セミナー実施

8 その他

・家康印Instagram「@okazaki_fan」でのお店紹介
・大河ドラマ館のオープンに合わせ、対象店舗で大河ドラマ館のチケット等を提示することで特典を受けられる「岡崎周遊おもてなし事業」を実施。R5.4時点で67店舗が参加中

翌年度以降の実施予定等

アフター大河を見据え、引き続きイベント出店支援、情報発信支援、誘客企画支援など市内事業者の売上・認知向上及び持続可能な経営につながる各種支援策を実施する。

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・どうする家康活用推進課)				
アクションプランにおける計画期間	平成	30	～	令和	5 年度

令和4年度的主要取り組み状況



- 1 若者向け観光コンテンツの企画
 - (1) 岡崎城大手門及び松應寺のライトアップによる「おかざき宵まいり」の実施
 - (2) 桜城橋プロジェクションマッピング「徳川十二新匠」の実施
- 2 回遊促進事業
 - (1) デジタル技術を活用した謎解きゲーム「家康公岡崎帰還大作戦」の実施
 - (2) 鉄道事業者とのタイアップによる「カモン岡崎！キャンペーン」の実施。
- 3 メディアプロモーション事業
 - (1) 観光情報誌等への出稿
 - (2) 各種SNSツールを活用した観光プロモーション

翌年度以降の実施予定等

- 1 若者向け観光コンテンツの企画(継続)
- 2 回遊促進事業(継続)
- 3 鉄道事業者タイアップキャンペーン(継続)
- 4 メディアプロモーション(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	5	年度

令和4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。令和4年度は3年ぶりに開催した花火大会において、混雑緩和対策として観光伝道師等を活用し、花火大会の生配信を実施した。

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32、計292,490PV
- (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8コース、計477,344PV
- (3)東海オンエアマンホールの設置(継続)
 - ・AR起動回数26,587回
- (4)啓発品(オフショットシール等)の配布
 - ・配布枚数54,731枚

2 H△G(コンポザー&クリエイター集団)

- (1)岡崎市でのMVの制作
 - ・contrail(2022年6月8日公開)
 - ・ふたりぼっち(2023年3月14日撮影、4月26日公開)

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)岡崎市役所はじめ3箇所での放送するためのメッセージ動画の制作
- (3)岡崎城下家康公夏まつり第74回花火大会YouTube生配信メッセージの制作

4 オカザえもん(ゆるキャラ)

- (1)岡崎観光伝道師への任命
- (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100万回(2022年4～2023年3月)
- (2)東海オンエアファンの岡崎市来訪割合／38.3%(アンケートからの推計。N=8101)
- (3)東海オンエアファンの消費単価／12,944円(アンケートからの推計。N=8101。前年比101%)

翌年度以降の実施予定等

観光伝道師による情報発信の継続及び新たな活用方法の検討。
観光伝道師のファンに対する聖地スポット等の追加創出及び啓発品の検討。

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	5	年度

令和4年度の主な取り組み状況
<div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: 30%;"> <p style="text-align: center;">PPP活用公園運営事業 籠田公園・中央緑道</p>  </div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: 30%;"> <p style="text-align: center;">乙川かわまちづくり事業</p>  </div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: 30%;"> <p style="text-align: center;">道路再構築事業</p>  </div> </div>

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(籠田公園・中央緑道)
 - ・籠田公園と中央緑道を、地元団体や公園管理・活用に関係する民間事業者等とともに、公園で稼ぎ、公園に還元する組織・仕組みづくりに挑むプロジェクト。
 - ・今年度は、各公園の活用促進を行った。籠田公園の指定管理者運営開始。国道1号線以北の中央緑道指定管理者の選定を行った。
- 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マーケット、ヨガなど様々な民間事業が連携する事業。
 - (1) 乙川リバーライフプロジェクト
 - 民間が主体となった河川活用として20プログラム以上が実施された。
 - 運営期間: 令和4年4月1日(木)ー令和5年3月31日(木)
 - (2) 岡崎泰平の祈り
 - ・R4年11月26日(土)開催 わくわくキッズワールドin泰平の祈り、乙川ナイトマーケット、おかざき宵まいりを同時開催した。
 - 入場者数は5000人となった。
 - ・さらに今年度は殿橋下流左岸等を除く乙川河川緑地の指定管理者の選定を行った。
- 3 道路再構築事業
 - ・康生通り、連尺通り、二七市通り等において、「新型コロナウイルス感染症に対応するための沿道飲食店等の路上利用に伴う道路占用許可基準の緩和」により、各店舗等が目の前の道路空間を活用した。
 - ・実施期間: 令和4年4月1日(木)ー令和5年3月31日(木)

翌年度以降の実施予定等
<ol style="list-style-type: none"> 1 PPP活用公園運営事業(籠田公園・中央緑道) <ul style="list-style-type: none"> ・国道1号線以北の中央緑道: 指定管理者の運営開始予定 2 乙川かわまちづくり事業 <ul style="list-style-type: none"> ・殿橋下流左岸等を除く乙川河川緑地: 指定管理者の運営開始予定

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

実施施策	岡崎城跡の整備及び発掘調査について(社会教育課)					
アクションプランにおける計画期間	平成	29	～	令和	5	年度

令和4年度の主な取り組み状況



南切通し石垣崩落直後



南切通し修復後

岡崎城跡南切通し修復工事

令和3年に崩落した岡崎城跡南切通しの石垣について、事前の発掘調査を行った上で令和4年度に修復工事を行った。

石垣の崩落の原因が、大雨により石垣上部の法面の盛土が石垣を押し出す形で滑落したもので、事前の発掘調査により、法面の状況を南切通し全体において確認した。石垣上部の法面の地山については自立した地盤であったため、植生マットにより自然の景観になるように整備をした。

石垣は崩落した石材一つ一つに番号をふり、崩落前の写真を基に同じ位置に積直しを行った。

石垣毀損樹木伐採

石垣や石垣上部より生育し、石垣を毀損する樹木について計画的に伐採を行っている。令和4年度は帯曲輪の石垣上部に生育している松の伐採を行った。伐採後年輪を確認すると139年経過していることわかり、明治期の松であることが確認された。

翌年度以降の実施予定等						
-------------	--	--	--	--	--	--

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	5	年度
------------------	----	----	---	----	---	----

令和4年度の主な取り組み状況



石垣めぐりマップ増刷

指定管理者による清海堀ツアー

- 1 石垣めぐりマップの作成
岡崎城跡の石垣の魅力を伝えるためのマップの配布
- 2 指定管理者による清海堀ツアー
11月(土日祝)開催 延べ910名参加

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

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	5	年度
------------------	----	----	---	----	---	----

令和4年度 of 主な取り組み状況

◆歴史文化資産解説板(滝山寺地区)デザイン案



案内板 1

案内板 2

三界の滝 解説板

◆歴史文化資産解説板等多言語化システムを活用したコミュニケーションカード

(表面)デザイン4種類



(裏面)岡崎城総構えの解説につながるQRコード



【令和4年度】

- 滝山寺地区において、新たな歴史文化資産解説板の設置等を検討した。
- これまで整備した歴史文化資産解説板等の解説がインターネット上で見られるQRコード付きコミュニケーションカードを2万枚作成、観光案内所等で配布し、歴史文化解説板の効果的な活用を行った。

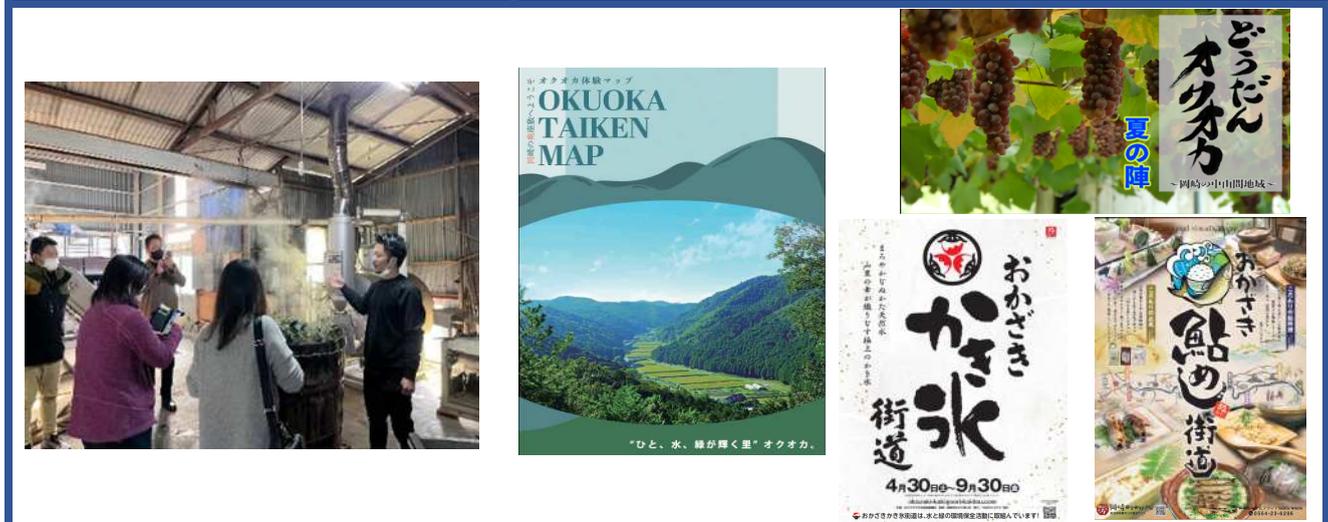
翌年度以降の実施予定等	
-------------	--

- ・歴史文化資産解説板等の整備(継続) (多言語化(継続))
- ・ICT技術を活用した効果的かつ効率的なサインシステムの構築

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	農泊の推進、ブランド化推進品目等のPR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	令和	3	～	令和	5	年度

令和4年度の主な取り組み状況



岡崎の中山間地域(愛称:オクオカ)において、農山漁村滞在型旅行である農泊(農山漁村地域に宿泊し、滞在中に豊かな地域資源を活用した食事や体験等を楽しむ旅行)への取組を推進(実施主体:岡崎市ぬかたブランド協議会)。

- 1 農泊体制の構築や所得向上の取組
 専門家を招へいし、会議、研修を行うことで農泊体制の構築や遊休施設の有効活用方法、地域事業者の所得向上について検討を行った。協議会員が実施主体となり、新たに古民家を改修した農泊施設を開設した。
- 2 地域資源を活用した体験コンテンツ
 芋掘り体験等地域資源を活用した体験コンテンツを開発。栗拾い体験において、農福連携で障がい者と協働し開催した。冬のコンテンツの充実を図るため、地域の食と体験コンテンツを盛り込んだ企業向けに宿泊型モニターツアーを開催した。
- 3 情報の発信
 新規・既存の体験コンテンツや宿泊施設、キャンプ施設等をまとめ、岡崎おでかけナビでの特設ページで情報を発信。グレート家康公「葵」武将隊出演の動画「どうだんオクオカ」(春夏秋冬)を制作し地域のPRを実施。地域の体験コンテンツを集約した「オクオカ体験マップ」について、更に内容を充実させ増刷を行った。
- 4 地元農産物を使用した料理メニューの開発
 愛知県立農業大学校から提供を受け開発した地元産果実を使用したかき氷を「おかざきかき氷街道」で提供。
- 5 地域の農林水産物のPR
 「おかざきかき氷街道」、「おかざき鮎めし街道」の実施や「ぬかたのミネアサヒ」の各種イベントでの販売等によって、地域の農林水産物のPRを行った。

翌年度以降の実施予定等

- 1 インバウンド向けコンテンツの造成やインバウンドにとって快適な環境整備のためWi-Fi設置等を実施
- 2 おかざきかき氷街道の各店舗で大河ドラマ「どうする家康」にちなみ「家康氷」を開発し提供

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)					
アクションプランにおける計画期間	平成	29	～	令和	5	年度

令和4年度の主な取り組み状況



「岡崎おでかけナビ」



「人流分析結果」



「サイクルシェア」



「岡崎おうはん商品開発」

観光地域づくり法人(DMO)登録の5要件に関する観光協会の取組状況

- 【1】観光地域づくり法人を中心として観光地域づくりを行うことについての多様な関係者の合意形成
 - ・総会、理事会において合意形成を図っている。令和5年度に開催するワーキンググループに宿泊事業者参画予定。
- 【2】データ等の継続的な収集・分析、戦略(ブランディング)の策定、KPIの設定・PDCAサイクルの確立
 - ・委託事業内で、GPSを用いた人流分析を実施。その他、日本政府観光局(JNTO)の『日本の観光統計データ』等からも定期的にデータ収集を実施。
 - ・岡崎市観光公式サイト「岡崎おでかけナビ」のアクセス状況を継続的に把握。
WEBサイトアクセス数: 14,508,929PV(前年度9,836,309PV)
 - ・市作成の観光に関する計画にあわせ、戦略の策定、KPI設定等を行う予定。
- 【3】関係者が実施する観光関連事業と戦略の整合性に関する調整・仕組みづくり、プロモーションの実施
 - ・市による大河ドラマ関連事業との連携、プロモーション(臨時案内所の設置等)
 - ・観光協会会員の事業PR実施
 - ・市公式サイト「岡崎おでかけナビ」のHP、SNSでの365日途切れることのない観光情報の発信
 - ・着地型旅行商品「岡崎おでかけツアーズ」の造成・販売・実施
 - ・岡崎ブランド鶏「岡崎おうはん」の新商品開発・PR実施
- 【4】観光地域づくり法人の組織
 - ・法人格の取得: 平成30年3月 一般社団法人化
 - ・DMOの申請予定(令和5年度)
- 【5】安定的な運営資金の確保
 - ・将来にわたり、安定的な運営資金の一部となりえる収益事業の実施。
 - 例: サイクルシェア事業の拡大、市各部署からの受託による事業多角化、キャラクター活用事業の実施等

観光推進課としての取組状況

- ・着地型旅行商品企画造成販売の委託による、収益性の見込まれる商品の実証実験。
- ・観光白書の作成による各種データの提供。

翌年度以降の実施予定等

- 観光協会
 - ・将来的な岡崎観光を考えるワーキンググループの実施(R5年度)
 - ・観光地域づくり法人(DMO)の候補法人申請(R5年度)
 - ・データ収集、分析、戦略の策定に向けた人材の養成
- 観光推進課
 - ・観光客等から収集したアンケート結果を観光協会に共有できる態勢の整備

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（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	R4	R5
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 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。					各種アンケート調査を実施し、現状把握等に努めた。		
	外国人動向調査を行う。					オンライン会議等を活用し、外国人からニーズの聞き取り調査を実施した。	オンライン会議及び現地国際観光展を活用し、外国人からニーズの聞き取り調査を実施した。	
	アクションプランの改訂準備を行う。					延期し、臨時戦略を策定	延期し、第2次観光基本計画策定の準備に着手	
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	R4	R5
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。						R5以降の指定管理業務の業務水準書の見直し	
	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。					感染症対策を行った上で開催した。	感染症対策を行った上で開催した。	
	リノベーションまちづくりを推進する。					康生地区未利用不動産活用促進事業で未利用物件の情報を整備し活用を促進した。	未利用不動産活用促進事業を実施。新規店舗が複数開店した。	
	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。						令和4年度利活用日数：557件	
	乙川リバーフロント地区における宿泊施設・コンベンション施設等の誘致を図る。							
	乙川リバーフロント地区の周遊ルートについて検討する。							
	乙川リバーフロント地区の周遊ルートを形成する。						周遊ルート形成済	
	岡崎城跡の整備及び発掘調査を行う。							
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。					観光協会と協力して実施。		
	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。						キャンプセンターの水道接続、コテージへのボイラー設置工事を実施	
	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。						新型コロナウイルス感染症拡大のため実施せず。		

施策	具体的な取り組み内容	H29	H30	R1	R2	R3	R4	R5
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】	ぬかたわんぱくまつりの会場協力を行う。					新型コロナウイルス感染症拡大のため実施せず。		
	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。					1プログラムあたりの参加人数を減らして実施。	既存のものに加え、複数回の新プログラムを開催した。	
	道の駅藤川宿で開駅周年イベントを実施する。					12/5に開駅9周年を迎えて周年祭を実施した。		
	道の駅藤川宿を出発地とした市内回遊を促進する。					岡崎の東部エリアの情報発信や、額田ブランドの特産品を継続して販売し、魅力を発信。		
	ブランド化推進品目等のPR、新商品の開発支援を行う。						岡崎おうはんを使った新商品の開発を進め、岡崎の新たな土産物として販売、PRする。 岡崎市農林水産物ブランド化・6次産業化支援事業の実施。	岡崎おうはんを使った新商品の開発を進め、PRする。 岡崎市農林水産物ブランド化・6次産業化支援事業の実施。
	「農泊」の推進、ブランド化推進品目等のPRを行う。					農泊を推進するための体制構築、体験コンテンツの開発に加え、地域資源の発掘や情報発信を行った。		
	広域観光交流施設を誘致する。						区域区分を市街化調整区域から市街化区域へ変更した。	
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。				R1.11.2設置			
	岡崎城の総構え位置表示を行う。						岡崎城及び三河武士のやかた家康館の展示を改装し、岡崎城総構えが伝えるまちの歴史的・文化的背景や地域特性について学ぶ拠点施設としての機能を強化した。	
	橋上駅舎、南北自由通路、バスターミナル及び駅ビル等の東岡崎駅第二期整備を行う。					東岡崎駅第二期整備について鉄道事業者と合意して基本協定を締結。	東岡崎駅第二期整備に関する都市計画の決定。	鉄道事業者と橋上駅舎及び南北自由通路整備に関する工事実施協定を締結。
	中央緑道、殿橋テラスを整備する。			桜城橋 開通				
	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。					無電柱化の整備にあたり関係者と協議を整えた。	八帖地区において、無電柱化整備工事に着手した。	
	「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。					「旧額田郡物産陳列所看守人室」を歴史的風致形成建造物に指定した。		

施策	具体的な取り組み内容	H29	H30	R1	R2	R3	R4	R5
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）						R5以降の指定管理業務の業務水準書の見直し	
	岡崎公園で観光活用事業を行う。（再掲）							
	岡崎公園の施設整備を行う。					岡崎城・三河武士のやかた家康館の展示改装の検討。	岡崎城・三河武士のやかた家康館の展示改装を実施した。	
	岡崎城跡の整備及び発掘調査を行う。（再掲）							
2-6 さくら100年プロジェクトの推進	公共施設への植樹及び1学区1公園1枝垂を実施する。							
	岡崎公園周辺のさくらを保全し、利活用する。					施肥等さくらの樹勢回復対策を実施。		
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。					感染症対策のうえ実施。	家康公ゆかりの地中心のコースを企画し実施	
	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。まちなか等を運行する循環型「まちバス」は令和2年4月1日より名鉄バス路線「岡崎北線」として運行。		
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。				計画を策定			
	自転車活用推進計画を策定する。					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。					R3年度は設置数ゼロ。	案内サインを8基整備した。	

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	R4	R5
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)				R1.1.2 設置済			
	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。					「おでかけナビ」での掲載を行った。	「おでかけナビ」での掲載を行った。	
	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)						岡崎おづはんを使った新商品の開発を進め、岡崎の新たな土産物として販売、PRする。 岡崎市農林水産物ブランド化・6次産業化支援事業の実施。	
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】	「農泊」の推進、ブランド化推進品目等のPRを行う(再掲)。					農泊を推進するための体制構築、体験コンテンツの開発に加え、地域資源の発掘や情報発信を行った。		
	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。(H30)							
民間によりかわまちづくりを運営する。(R1~)						リバーライフ推進委員会により運営		

施策	具体的な取り組み内容	H29	H30	R1	R2	R3	R4	R5
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。					感染症対策のうえ実施。		
	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。					歴史文化資産解説板の音声案内を機械音声から肉声に更新し、普及啓発のためコミュニケーションカードを作成・配布した。	歴史文化解説板の解説が閲覧できるQRコード付きのコミュニケーションカードを作成・配布した。	
	岡崎城ツアーを実施する。							
3-5 岡崎ニューツーリズムの推進	観光体験プログラムの活用・協力をを行う。(再掲)					観光協会と協力して実施。		
	スポーツ大会等の開催・誘致を行う。					4月：オリンピック聖火リレー、11月：FORUM8 Central Rally 2021、2月：KINAN AACA CUP(クリテリウム)	9月：ISPS HANDA CUP (アーチェリー) 11月：FORUM8 1 Rally Japan 2022 3月：新城ラリー2023	
	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。					ウォーキングアプリのコースに、東部エリア(藤川地区)の新コースを1コース搭載。クアオルト健康ウォーキング教室を新たに実施した。	ウォーキングアプリのコースに、常盤地区の新コースを1コース搭載。あわせて、紙のウォーキングコースも作成。	
	岡崎市の歴史観光と健康を合わせたツアープログラムの開発(R4新規)						既存のクアオルト健康ウォーキング「岡崎城址コース」とQRUWAエリアを歩くツアーの開発、実施	
	エコツーリズムについて検討する。						岡崎公園及びQRUWAエリアを中心とした健康ウォーキングマップの作成(岡崎観光協会委託事業)	
	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。					コロナ禍により中止	3年ぶりに花火大会、家康行列を開催	
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	R4	R5
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。					効果的な宣伝媒体を選択し、時期に応じた情報を発信した。		
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。					受入環境の整備を行うとともに、プロモーターと協力して誘致活動を行った。		
	ロケハン、ロケの対応を行う。					制作会社の要望を確認し、適切に対応した。		
	上映に合わせてロケ地PR、誘客PRを行う。					制作会社等と協力し、HP等でPR活動を実施した。		
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】	ユーザ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。					観光伝道師を用いた広告媒体等を制作し、情報発信を行った。		
	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。					最新情報を掲載しつつ、過去の掲載分を見直すなど情報の精査を適宜実施した。		
	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。					ルネポスター等の啓発品を制作し、PRを行った。		
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。					スクラップアンドビルドによる制作物の見直しを行うとともに、各種イベントではパンフ等を配布した。		
	ユーザ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)					観光伝道師を用いた広告媒体等を制作し、情報発信を行った。		
	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	R4	R5
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。							
	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。							
	大河ドラマ館開館に合わせて、期間限定で岡崎公園内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)							
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。					コロナ禍により相互に見合わせ		
	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					広域連携事業により実施		
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)					広域連携事業により実施		
	市外集客施設でPRを行う。(再掲)							
	I C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	R4	R5
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。					コロナ禍により見合わせ		
	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					観光協会と協力して実施		
	外国人観光客向けの体験プログラムを開発する。							
	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。					広域連携事業で代替		
	外国人動向調査を行う。(再掲)					広域連携事業においてオンライン会議等を活用し、外国人からニーズの聞き取り調査を実施した。	オンライン会議及び現地国際観光展を活用し、外国人からニーズの聞き取り調査を実施した。	
	インバウンド・サイン庁内検討会を実施する。					検討会としての実施を取りやめる。		
	パンフレット等の多言語翻訳を行う。					必要に応じて行う	必要に応じて行う	
5-8 ターゲットを絞った外国人誘客活動	現地でプロモーションを実施する。					コロナ禍により見合わせ	コロナ禍により見合わせ	
	海外エージェントの直接商談を実施する。					コロナ禍により見合わせ	コロナ禍により見合わせ	
	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。					広域連携事業により実施		
	国・県・他市等と連携し、誘客活動を実施する。					広域連携事業により実施	広域連携事業により実施	
	パンフレット等の多言語翻訳を行う。(再掲)					必要に応じて行う		

3 年間実施事業

(1) 観光イベント

令和4年度の観光イベントは、令和3年度から約18万人(75.3%)増加した。新型コロナウイルス感染拡大防止のための中止はなかったものの、基準年である平成26年度と比較すると約153万人(78.2%)少ない。

家康行列は、新型コロナウイルス感染拡大防止のための判断基準に基づき4月の開催予定を11月に変更、規模を縮小して3年ぶりに開催した。花火大会は、観覧席を従来の桟敷席から間隔を開けてパレットを敷く方法に変更し感染対策や豪雨水害対策を強化したほか、観光伝道師を活用したライブ配信を実施し来場の自粛を呼びかけた。

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3年度	令和4年度
桜まつり	600,000	204,000	258,000
家康行列	310,000	中止※1	12,000
将棋まつり	6,000	305	400
五万石藤まつり	340,000	15,000	62,000
岡崎城下家康公夏まつり	150,000	中止	13,275
岡崎城下家康公夏まつり 花火大会	460,000	中止※2	30,000
岡崎城下家康公秋まつり	70,000	10,000	25,000
岡崎ジャズストリート	20,000	12,080	20,000
家康公生誕祭	2,039	2,547※3	7,000
合計	1,958,039	243,932	427,675

※1 代替イベントを開催

※2 サプライズ花火を実施

※3 オンライン併用開催

<桜まつり>

開催時期：令和4年3月24日(木)～4月6日(水)

開催場所：岡崎公園一帯



桜まつり

<家康行列>

開催時期：令和4年11月5日(土)

開催場所：伊賀八幡宮～籠田公園

<将棋まつり>

開催時期：令和4年10月1日(土)、2日(日)

開催場所：市役所分館、せきれいホール

<五万石藤まつり>

開催時期：令和4年4月22日(金)～5月5日(祝)

開催場所：岡崎公園一帯



藤まつり

<岡崎城下家康公夏まつり>

開催時期：令和4年7月17日(日)～9月25日(日)

開催場所：岡崎公園ほか

<岡崎城下家康公夏まつり花火大会>

開催時期：令和4年8月6日(土)

開催場所：乙川・矢作川河畔



花火大会

<岡崎城下家康公秋まつり>

開催時期：令和4年11月5日(土)、6日(日)

開催場所：乙川河川敷

<岡崎ジャズストリート>

開催時期：令和4年11月5日(土)、6日(日)

開催場所：籠田公園、岡崎城二の丸能楽堂ほか

<家康公生誕祭>

開催時期：令和4年12月17日(土)～26日(月)

開催場所：イオンモール岡崎、龍城神社ほか



家康行列

(2) 誘客促進事業

令和4年度市内回遊ツアーの実績

No.	種別	コース名	料金（円）	催行 便数	参加 人数
1	歩き	家康公家族の悲話物語（6/16）	2,000	1	8
2	バス	ホテル観賞とおかざき鮎めし街道（6/18、6/25）	大人 9,200 小人 8,200	2	44
3	バス	徳川家康公の苦難 三河一向一揆始まりから終わりまで（7/4）	7,000	1	14
4	歩き	今だからこそ語り継ぎたい 岡崎空襲の記憶めぐり（7/27）	大人 2,000 小人 1,500	1	6
5	バス	家康公危機一髪！天下人を救ったパワースポットめぐり（9/17）	7,400	1	18
6	歩き	香り袋作りとお抹茶体験（10/19）	3,600	1	11
7	歩き+路線バス	一向一揆激戦地「小豆坂」「馬頭原」古戦場をあるく！（10/20）	2,400	1	9
8	バス	おかざきノスタルジア街道（10/22）	カレー8,500 自然薯 9,470	1	15
9	歩き+路線バス	「道根往還」完全踏破！鍛冶屋の五本松～欠の三本木（10/29）	3,500	1	4
10	歩き+路線バス	家康家臣団生誕地と松平家ルーツ「岩津城址」を歩く！（11/9）	4,200	1	10
11	歩き	岡崎城への布石「山中城址」をあるく（11/19）	2,000	1	5
12	歩き+路線バス	徳川四天王筆頭酒井家のルーツさんぽ（11/23）	3,200	1	8
13	バス	二つの大河ドラマのゆかりをめぐる「岡崎いいトコめぐり」（11/26）	7,700	1	4
14	バス	「大河ドラマゆかりの地をめぐる」ミステリーツアー！第1弾（1/22、1/29、2/5、2/12）	5,000	4	72
15	バス	” 第2弾（2/19、2/26、3/5、3/12）	5,000	4	68
16	歩き	2つの香りから選べる「練り香作り体験」（1/21、2/4、2/11）	白檀 4,500 沈香 6,000	3	12
17	歩き+路線バス	若き家康公の苦難の現場めぐり（2/18、2/25）	3,200	2	18
18	歩き	家康公お手植え「臥龍梅」と岡崎天満宮「梅園」鑑賞（3/4、3/11）	2,500	2	14
令和4年度合計				29	340
令和3年度合計				11	156

岡崎市観光協会が着地型旅行商品の企画造成・販売・運営を行った。コロナ禍からの回復と大河ドラマ放映記念ツアーが好調だったことなどにより催行便数、参加人数とも昨年度を上回った。

令和4年度観光タクシーの実績

No.	コース名	料金（円）	催行 便数	参加 人数
1	家康公ゆかりの寺社ハイライト（～12/28）	1名 14,500 2名 7,500 3名 5,300	4	7
2	大河ドラマ館チケット付き！家康公ゆかりの寺社ハイライト（1/21～3/31）	1名 18,000 2名 9,900 3名 7,500	6	12
令和4年度合計			10	19
令和3年度合計			3	9

岡崎市観光協会が観光タクシーの企画造成・販売・運営も行った。市内回遊ツアー同様、昨年度より参加人数が増加した。

令和4年度岡崎おもてなしキャラバン隊出店実績

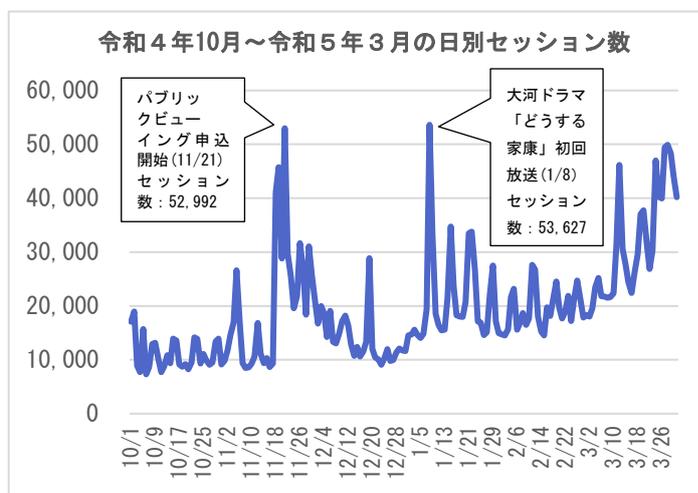
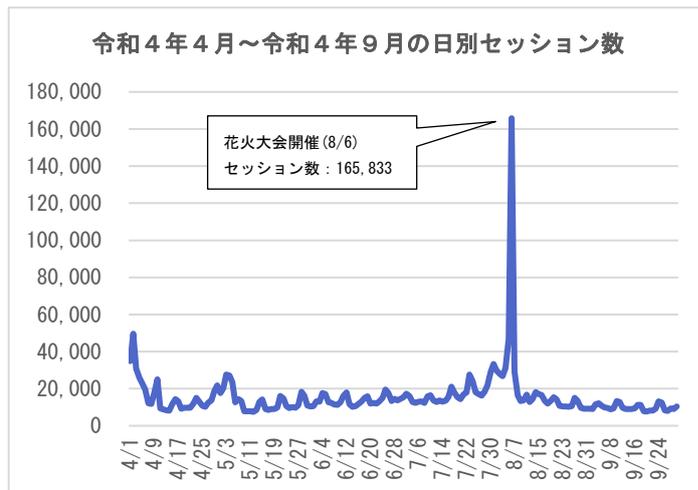
No.	開催日	イベント名	場所	店舗 数	利用 人数	売上金額 （円）
1	3/24～4/6	桜まつり天下泰平マルシェ	岡崎公園	21	19,321	9,508,517
2	4/9～5/4	第72回愛知県高等学校優勝野球大会	岡崎市民球場	2	1,377	560,650
3	4/17	三菱カーフェスティバル in 岡崎	乙川河川敷	16	830	593,205
4	4/30	2022 おかざき駅マエ★フェス	出会いの杜公園	5	604	465,500
5	4/29～5/5	岡崎公園 GW 天下泰平マルシェ	岡崎公園	8	1,293	680,450
6	5/1	FC マルヤス岡崎	龍北総合運動場	1	80	86,600
7	5/2～5/4	NEOPASA 岡崎 春の陣	岡崎サービスエリア	6	1,525	766,460
8	5/5	ファミリーフェスタ in 中総	岡崎中央総合公園	13	5,184	2,427,160
9	5/21～6/5	エール！マルシェ！（第93回都市対抗野球東海地区二次予選）	岡崎中央総合公園	9	918	468,100
10	5/22	連合愛知中地協メーデー決起集会	籠田公園～中央緑道	6	962	665,210
11	5/29	東公園花菖蒲まつり	東公園	3	1,121	381,880
12	6/26	空手全国大会	岡崎中央総合公園	3	351	193,750
13	7/2～31	全国高校野球選手権大会 愛知県予選	岡崎市民球場	10	12,752	5,270,950
14	7/30	蒲郡まつり	ボートレース蒲郡	3	165	80,200
15	7/31	オカパン&ボンマルシェ	出会いの杜公園	6	645	322,520

No.	開催日	イベント名	場所	店舗数	利用人数	売上金額 (円)
16	8/6	岡崎城下家康公夏まつり第74回花火大会	岡崎中央総合公園	6	1,567	955,800
17	8/12~14	NEOPASA 岡崎 夏の陣	岡崎サービスエリア	4	485	308,310
18	8/20~21	アーチェリーフェスティバル	岡崎中央総合公園	8	661	438,720
19	9/17~18	アーチェリー全国大会	岡崎中央総合公園	7	250	149,950
20	10/8~9	岡崎市スポーツフェスティバル	岡崎中央総合公園他	4	940	493,350
21	10/15~16	おかざきっ子展	岡崎中央総合公園	12	7,606	3,320,300
22	10/23	フタバフェス	岡崎中央総合公園	14	3,345	1,490,950
23	11/6	おとがわびより	桜城橋	3	353	159,900
24	11/11	デジタルアートナイトフェスティバル	桜城橋	4	164	100,600
25		サムライ・ニンジャフェスティバル	大高緑地公園	2	115	76,500
26	11/25~27、 12/2~4	東公園紅葉まつり	東公園	4	1,521	846,100
27	11/27	おかざきマラソン	岡崎中央総合公園	9	645	336,700
28	11/26~12/31	おかざき宵まいり	岡崎公園	2	100	52,700
29	12/4	三菱カーフェスティバル in 岡崎	乙川河川敷	11	1,183	637,565
30	12/23、25	デジタルアートナイトフェスティバル	岡崎公園	9	337	179,050
31	12/24	全国武将サミット	岡崎公園	15	632	441,750
32	1/14	市町村対抗駅伝	愛・地球博記念公園	1	393	239,900
33	1/22	デジタルアートナイトフェスティバル	岡崎公園	3	655	370,950
34	2/11~12	東邦ガスイベント	東邦ガス岡崎事務所	4	225	91,500
35	2/18~19	NEOPASA 岡崎 祝の陣	岡崎サービスエリア	3	166	134,400
令和4年度合計				237	68,471	33,296,147
令和3年度合計				268	26,008	11,335,830

4 パブリシティ

(1) セッション数の推移

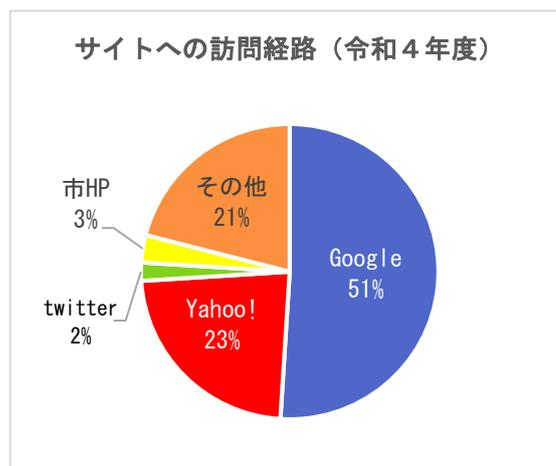
岡崎おでかけナビについて、年間で最もセッション数が多かったのは、3年ぶりの開催となった花火大会当日の約16万6千件で、突出して多い。大河ドラマ「どうする家康」の影響としては、初回放送に合わせ俳優陣を迎えて開催するパブリックビューイングの申込開始日と開催当日に多数のセッションがあり、以降は放送日である日曜日にセッション数が増加する傾向がある。また、3月中～下旬は桜まつり時期を迎え連日多くのセッションがあった。



(2) サイトへの訪問経路

訪問経路については「Yahoo!」と「Google」の2大検索エンジンが多くを占めており、2つを合わせると74%のシェアとなる。

大河ドラマ館の特設サイトをオープンした11月と翌12月は、「どうする家康」のパブリックビューイングの情報を掲載したこともあり市HPからの訪問が増加した。



(3) アクセスキーワードの順位

令和4年4月			令和4年5月			令和4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	岡崎公園	8,354	4.79%	岡崎城	8,296	5.61%	岡崎花火大会	6,513	4.48%
2	岡崎城	7,341	4.21%	岡崎公園	4,180	2.83%	岡崎花火	6,432	4.42%
3	岡崎 桜祭り	6,730	3.86%	東海オンエア聖地巡礼	2,995	2.03%	岡崎城	6,373	4.38%
4	岡崎桜まつり	4,391	2.52%	岡崎 観光	2,854	1.93%	岡崎 花火	6,057	4.16%
5	岡崎公園桜	2,543	1.46%	くらがり溪谷	2,732	1.85%	くらがり溪谷	3,010	2.07%
合計		29,359	16.84%		21,057	14.25%		28,385	19.51%
令和4年7月			令和4年8月			令和4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	岡崎花火大会	29,350	13.53%	岡崎花火大会	48,234	17.75%	岡崎城	4,713	4.33%
2	岡崎 花火	14,150	6.52%	岡崎花火	15,657	5.76%	東海オンエア マンホール	2,770	2.55%
3	岡崎花火	11,921	5.50%	岡崎 花火	14,618	5.38%	岡崎公園	2,330	2.14%
4	くらがり溪谷	6,013	2.77%	くらがり溪谷	7,972	2.93%	くらがり溪谷	2,276	2.09%
5	岡崎城	5,933	2.74%	岡崎城	5,900	2.17%	岡崎 観光	1,787	1.64%
合計		67,367	31.06%		92,381	33.99%		13,876	12.75%
令和4年10月			令和4年11月			令和4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	スイフヨウ なぜ色が変わる	8,926	6.91%	岡崎城	5,719	3.89%	岡崎城	7,034	5.42%
2	岡崎城	4,713	3.65%	家康公生誕の地岡崎	2,836	1.93%	岡崎 観光	2,818	2.17%
3	酔芙蓉	4,059	3.14%	家康行列	2,654	1.80%	東海オンエア 聖地巡礼	2,623	2.02%
4	岡崎南公園	2,235	1.73%	くらがり溪谷	2,521	1.71%	東海オンエア マンホール	2,303	1.78%
5	岡崎公園	2,226	1.72%	岡崎公園	2,431	1.65%	どうする家康	2,253	1.74%
合計		22,159	17.15%		16,161	10.98%		17,031	13.13%
令和5年1月			令和5年2月			令和5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	21,536	9.42%	岡崎城	15,574	8.33%	岡崎桜祭り	22,842	5.66%
2	家康の子供	5,964	2.61%	岡崎 観光	4,038	2.16%	岡崎城	20,750	5.14%
3	家康正室	4,004	1.75%	東海オンエア マンホール	2,967	1.59%	岡崎 桜祭り	17,686	4.38%
4	岡崎 観光	3,750	1.64%	岡崎公園	2,766	1.48%	家康側室	10,801	2.68%
5	大樹寺	3,708	1.62%	大河ドラマ館	2,684	1.44%	岡崎公園	10,084	2.50%
合計		38,962	17.04%		28,029	15.00%		82,163	20.36%

「岡崎城」は年間を通じてランクインしている。桜まつり、花火大会など季節ごとのイベントのほか、くらがり溪谷や東海オンエア関連のワードでも多く検索されている。12月以降は、大河ドラマ「どうする家康」関連のワードが毎月ランクインしている。

(4) メディア掲載実績

大河ドラマ放送の影響が大きく、特に11月下旬以降、徳川家康公ゆかりの場所が雑誌やテレビで多く取り上げられた。おでかけナビへのアクセスキーワードも12月以降は大河ドラマ関係のキーワードが検索上位となった。

また、本市の中山間地域オクオカの観光資源であるかき氷街道やホテル、そのほかに東海オンエアの関連箇所も取り上げられ、様々な魅力が発信された。

初の試みとして、航空機機内のヘッドレストカバーを活用した広報を実施し本市を広くPRした。

時期	内容	広報媒体	対象地域
7月6日(水)	大河ドラマ館	歴史人(雑誌)	全国
7月22日(金)	かき氷街道	KELLY(雑誌)	東海地方
7月23日(土) ~7月24日(日)	ホテル	しまじろうのわお! (テレビ)	全国
11月28日(月)	東海オンエア聖地巡 礼	私たちの聖地が貴す ぎる(テレビ)	東海地方
11月29日(火)	大樹寺、松應寺など	大人の名古屋(雑誌)	東海地方
12月1日(木) ~2月28日(火)	岡崎市PR	FDA 機内ヘッドレス ト	全国
12月28日(水)	岡崎城、大樹寺など	旅行読売(雑誌)	全国
1月16日(月)、 1月23日(月)	岡崎公園、松應寺など	鶴瓶の家族に乾杯(テ レビ)	全国
2月8日(水)	岡崎公園、大樹寺など	友近と飯尾が行く! はじめての岡崎ふた り旅(テレビ)	東海地方
2月10日(金)	家康公像、岡崎城など	「しろたび」~家康を 生み出した城スペシ ヤル~	全国
合計※	雑誌11件、屋内広告1件、テレビ15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 4 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	377 億円	404 億円	93.3%	
目標指標 2	観光入込客数	観光施設	387 万人	381 万人	411 万人	92.7%
		イベント	196 万人	43 万人	208 万人	20.7%
目標指標 3	宿泊客数	39 万人	35 万人	42 万人	83.3%	
目標指標 4	来訪者満足度	65.8%	70.4%	70.0%	100.6%	
目標指標 5	市民満足度※3	35.0%	(16.9%)	40.0%	(42.3%)	

※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」における数値

平成 26 年度は「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 年度調査のもの）

令和 3 年度は「商業・観光」について満足度「高（10 段階評価の 7 - 10 の合計）」の数値（掲載は令和 3 年度調査のもの）

2 まとめ

観光入込客数及び宿泊者数は、共に平成 26 年度を下回り目標値に届かなかったものの、新型コロナウイルスの影響がまったくなかった平成 30 年度と比較すると、観光施設への入込客数は 9 万人、宿泊者数は 1 万人上回る結果となった。一方、イベントはまだ新型コロナウイルスの影響が大きく、規模の縮小や来場自粛の呼びかけなどにより引き続き低水準の入込客数となった。

経済効果は、宿泊・日帰りとも客単価が平成 26 年度より大きく上昇し、観光消費額が平成 29 年度以降の最高額である 377 億円となったものの、イベントへの入込客数が少なく目標値には届かなかった。

来訪者満足度は、昨年度に続き目標値を上回る良い結果となったが、個別の項目では不満に感じた割合が昨年度より増加したものがあり改善が必要である。

新型コロナウイルスが令和 5 年 5 月に感染法上の 5 類に引き下げられ入国制限も撤廃された。また、本市においては大河ドラマ「どうする家康」を活用した取り組みに力を入れている。令和 6 年度からはアフターコロナ、アフター大河を念頭にした新たな観光基本計画に基づき観光振興を図っていく予定で、地域経済のさらなる活性化が期待される。

○2023年4-6月期の日本人国内旅行消費額（速報）は5兆5,963億円（2019年同期比6.6%減、前年同期比27.7%増）となった。

○日本人国内旅行消費額のうち、宿泊旅行消費額は4兆4,197億円（2019年同期比2.9%減、前年同期比29.7%増）、日帰り旅行消費額が1兆1,766億円（2019年同期比18.4%減、前年同期比21.0%増）となった。

引用元：観光統計 2023年8月16日 観光庁

第 2 部 資料編

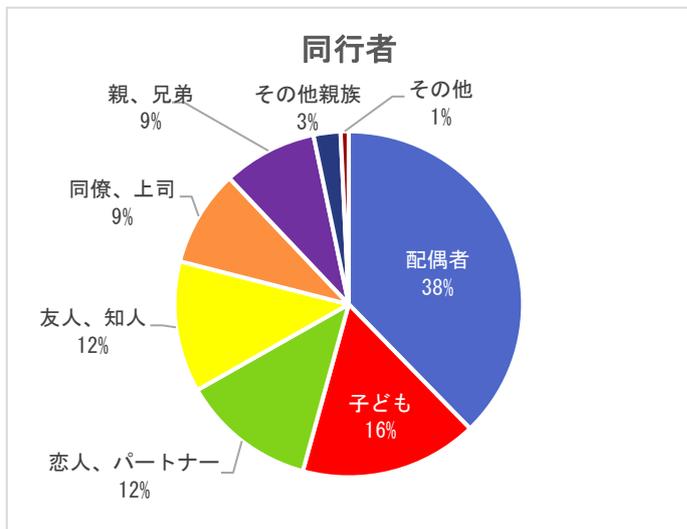
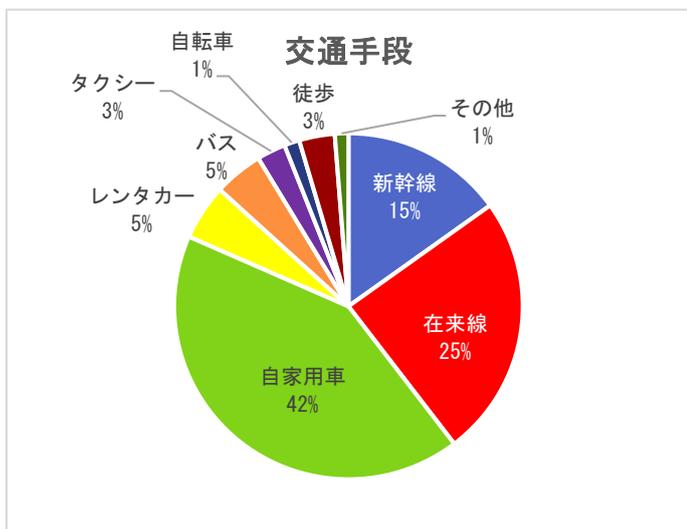
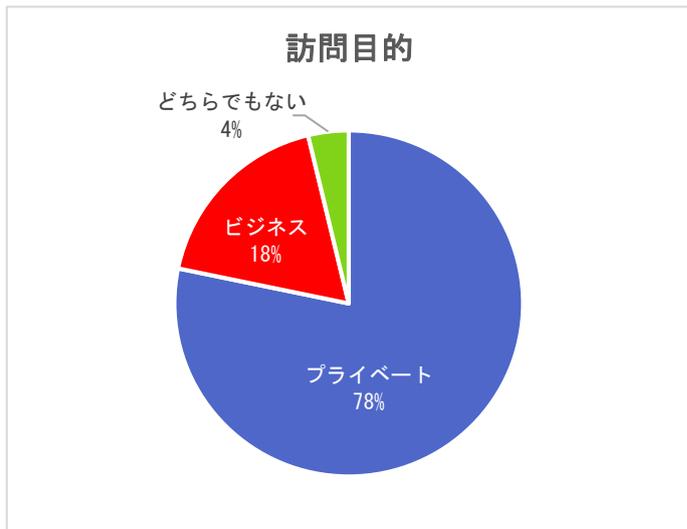
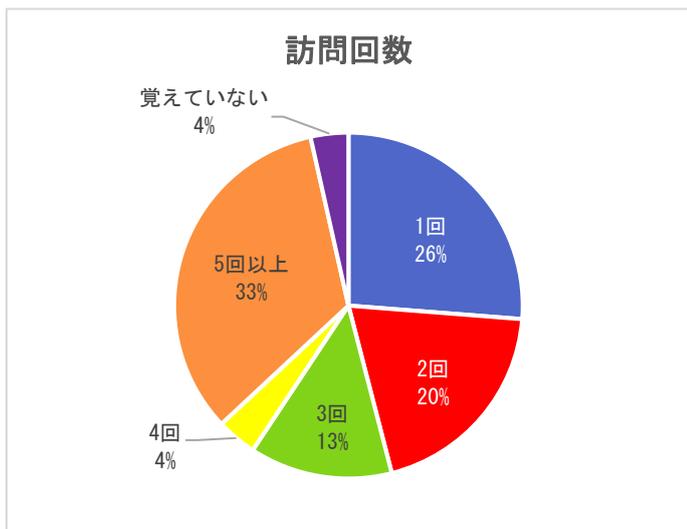
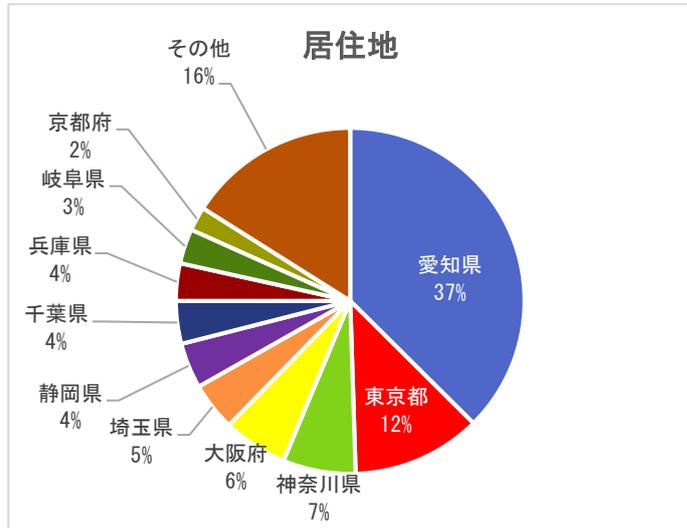
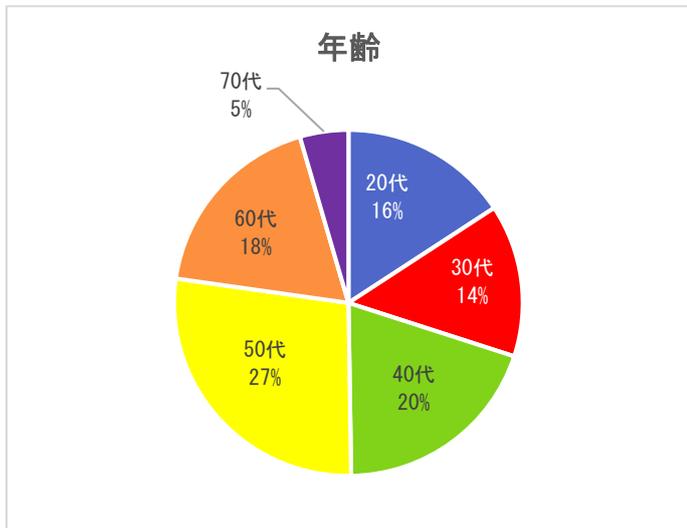
1 岡崎市来訪経験者アンケート調査結果

調査期間：令和4年9月22日(木)～令和4年9月26日(月)

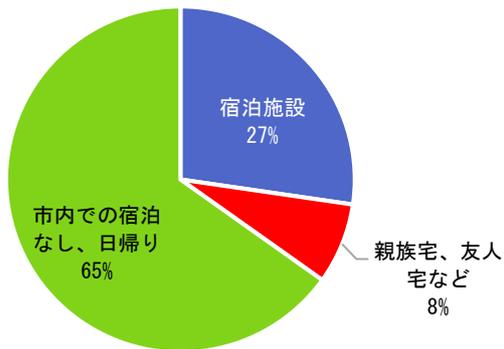
調査対象：全国の15歳から79歳で、直近5年以内に本市を訪れたことのある男女各200人

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

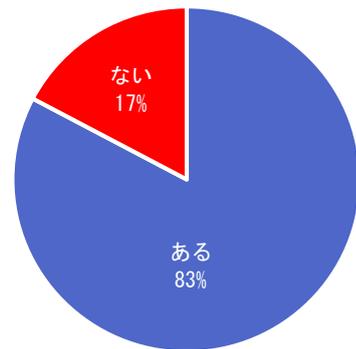
調査機関：楽天インサイト株式会社



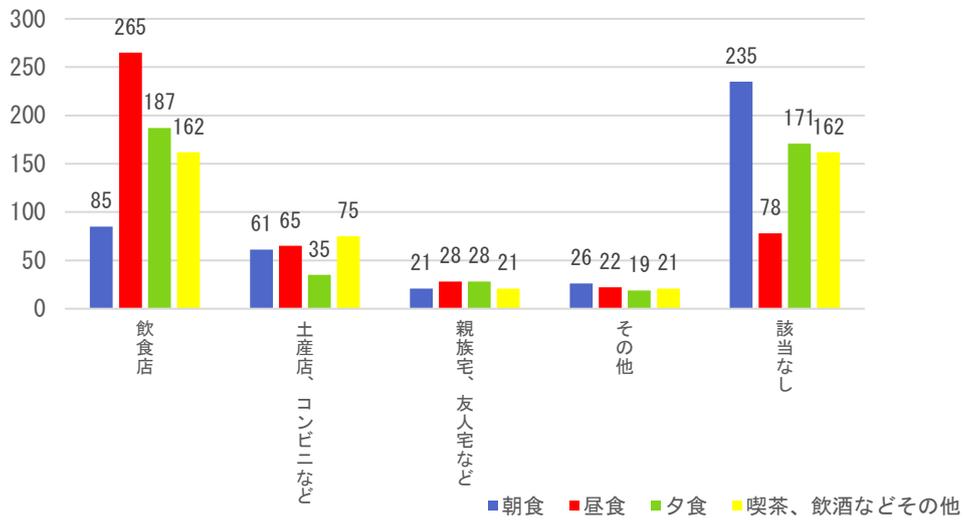
宿泊の有無



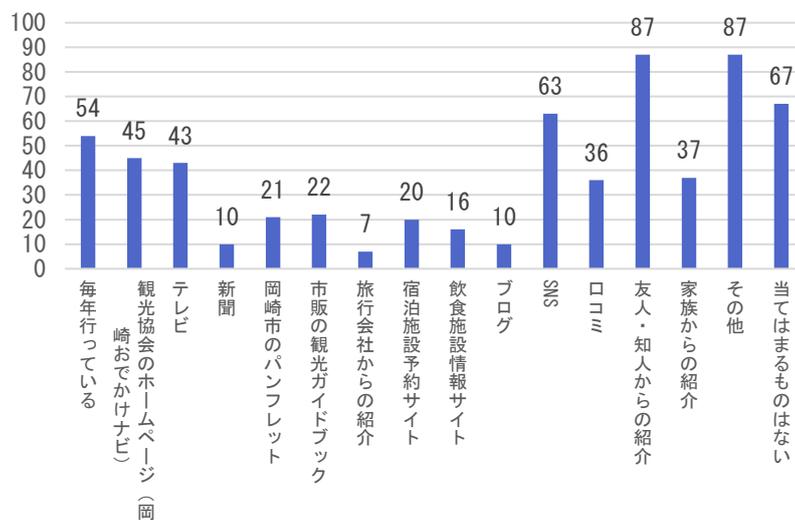
再訪の意欲



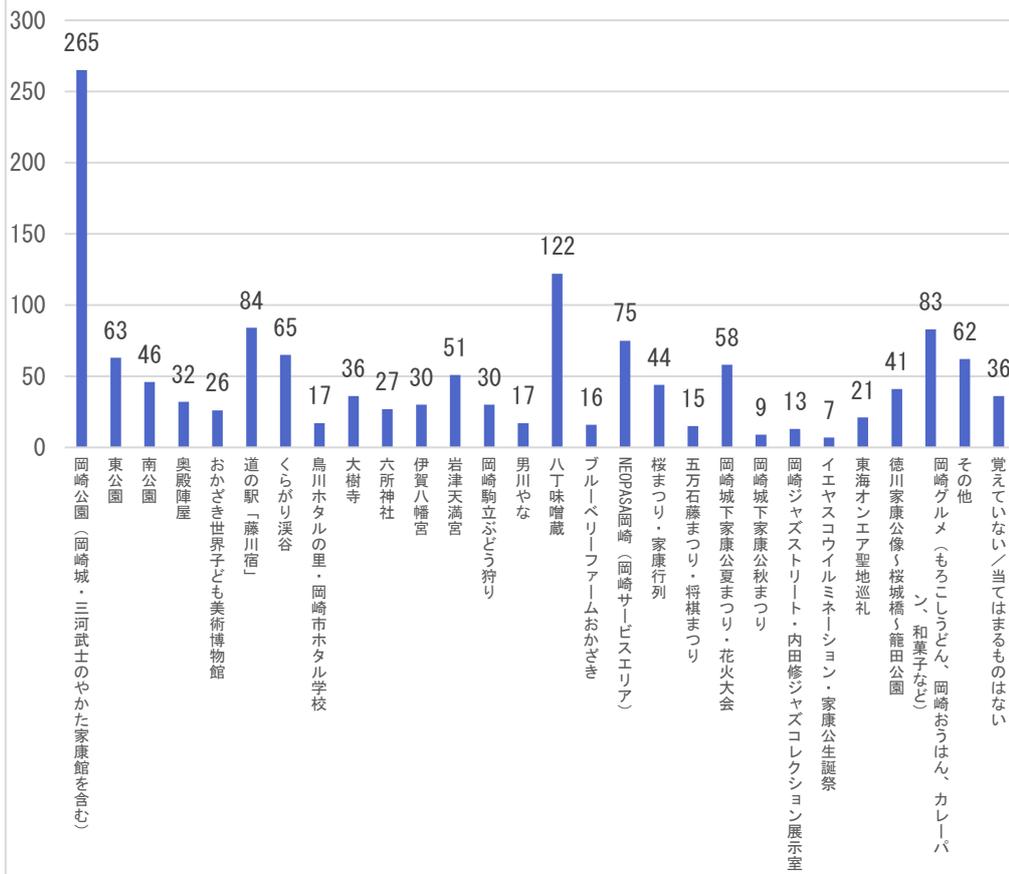
市内での食事



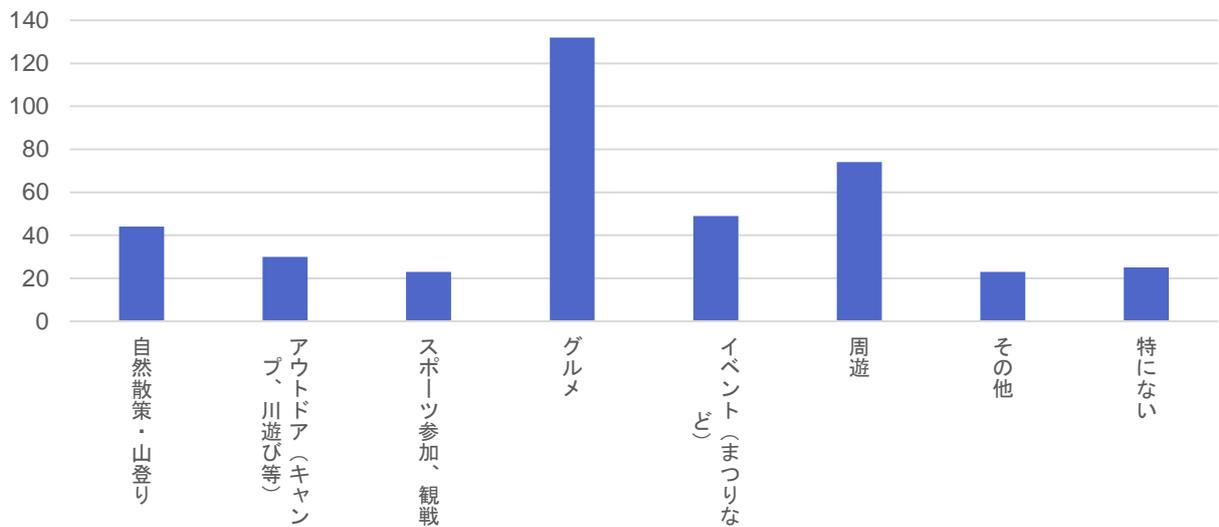
訪問のきっかけ



訪問場所



ウィズコロナ期においても旅行先でしたいこと



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（R4年度）

年 月 日	内 容
令和4年 4月25日（月）	県）あいち旅eマネーキャンペーン（5/9～）※1 及び LOVE あいちキャンペーン（5/19～）※2 実施を発表
9月29日（木）	県）いいじゃん、あいち旅キャンペーン（10/11～）※3 実施を発表
12月21日（水）	県）いいじゃん、あいち旅キャンペーン第2弾（1/10～）※4 実施を発表

※1 あいち旅eマネーキャンペーン：旅行・宿泊代金の1/2（最大5,000円）と買物・飲食等利用額（最大2,000円）を電子マネー等で還元するもの

※2 LOVE あいちキャンペーン：県内の旅行業者で予約する県内旅行商品（宿泊・日帰り）代金の1/2（最大5,000円）を割り引くもの

※3 いいじゃん、あいち旅キャンペーン：旅行・宿泊代金の40%（交通付は最大8,000円、その他は最大5,000円）の割引と地域限定クーポン（平日最大3,000円、休日1,000円）を配布するもの

※4 いいじゃん、あいち旅キャンペーン第2弾：旅行・宿泊代金の20%（交通付は最大5,000円、その他は最大3,000円）の割引と地域限定クーポン（平日最大2,000円、休日1,000円）を配布するもの

※1～※4 は新型コロナウイルスワクチン3回接種又はPCR検査陰性が条件

令和5年度版 岡崎市観光白書
(令和4年度年次報告書)

発行年月：令和5年10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) 0564-23-6384

(F A X) 0564-23-6731