

# 令和6年度版 岡崎市観光白書

(令和5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
8 訪問回数	19
9 若者来街者数	20
10 観光 SNS	21
III 本市の観光施策	22
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	22
2 アクションプラン個別施策の状況	32
3 年間実施事業	41
4 パブリシティ	45
IV 総合分析	48
1 目標指標	48
2 まとめ	48
第 2 部 資料編	49
1 岡崎市来訪経験者アンケート調査結果	50
2 岡崎市観光アンケート（市外）調査結果	53
3 岡崎市観光アンケート（市内）調査結果	55
4 大河ドラマ「どうする家康」の活用	60



---

## 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」を毎年度発行している。

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している。

なお、アクションプランは令和 5 年度をもって終了し、令和 6 年度からは第 2 次岡崎市観光基本計画により取り組みを推進していくため、今回の観光白書においても一部本計画に沿った内容を取り入れた。



## 1 国の動向

訪日外国人旅行者数は、2022年（令和 4 年）6 月の外国人観光客の受入再開、同年10月の水際措置の大幅緩和等により徐々に回復しはじめ、2023年（令和 5 年）年に入ってからは東アジアを中心に大きく増加し、同年 10 月には2019年（令和元年）同月を超え、年間では2,507万人（前年比554.6%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1,949.5万人となり、全体の77.8%を占めた<sup>1</sup>。

2023年（令和 5 年）の日本人の国内宿泊旅行者数は延べ2億8,135万人（前年比21.0%増）、国内日帰り旅行者数は延べ2億1,623 万人（前年比16.6%増）となった<sup>2</sup>。



資料：日本政府観光局（J N T O）資料に基づき観光庁作成



<sup>1</sup> 『令和 6 年度版観光白書』P7 観光庁

<sup>2</sup> 『令和 6 年度版観光白書』P11 観光庁

## 2 愛知県の動向

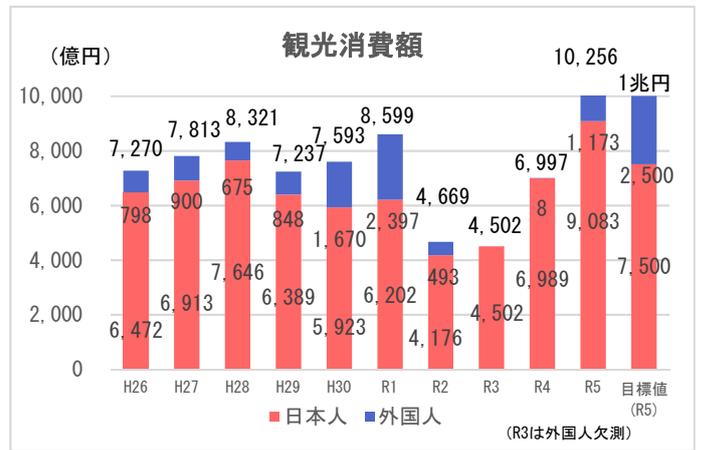
令和5年の愛知県の観光は、日本人旅行者については、コロナ禍からの回復傾向が鮮明となり、特に観光消費額はコロナ禍前の令和元年を大きく上回った。一方、外国人旅行者については、観光消費額、観光入込客数とも令和元年の水準には戻らなかった。

観光消費額は、外国人の観光消費額は低迷したものの、日本人の観光消費額はコロナ禍前の令和元年を大きく上回り、全体として目標値を達成した<sup>3</sup>。

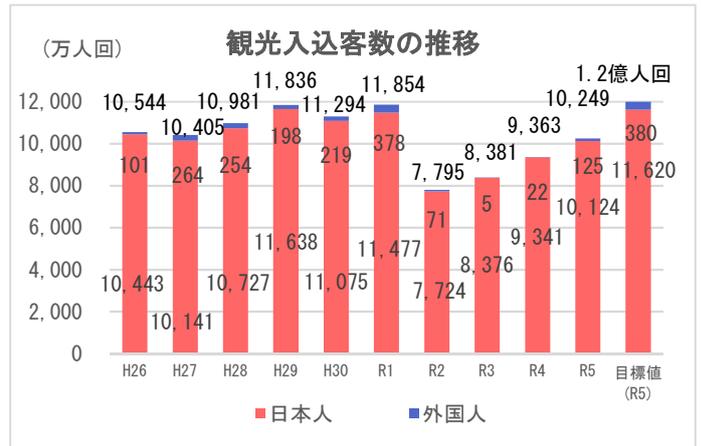
観光入込客数は、日本人、外国人とも前年を上回ったが、ともに目標値には達しなかった。外国人の回復の遅れに加え、日本人も、構成割合が大きい県内在住者の日帰り入込客数（5,795万人回）が、コロナ禍前の令和元年（6,659万人回）の87%程度にとどまった<sup>4</sup>。

観光レクリエーション資源・施設利用者総数は、1億3,692万9,151人となった。これは、前年に比べると16.1%増となった。増加した主な要因としては、コロナ禍の令和2年、令和3年を経て、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、あいちスキ旅キャンペーン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14.0%減となっており、回復傾向にあるが、令和5年時点では、依然として厳しい状況となっていた。<sup>5</sup>

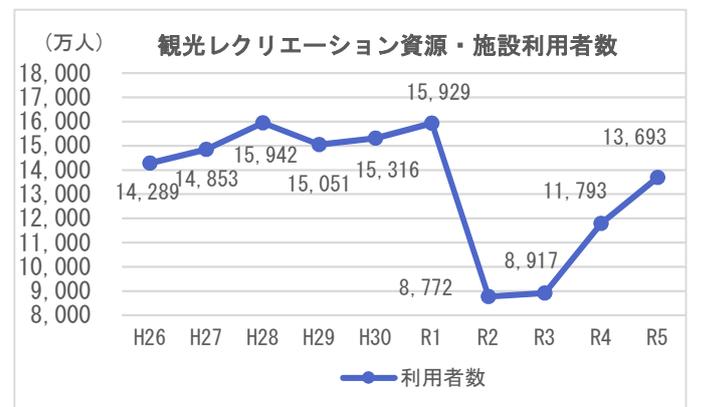
満足度は、「非常に満足」は過去最高となったが、目標値には達しなかった。一方、「概ね満足」が前年度に比べ減少し、両回答の合計値も減少した<sup>6</sup>。



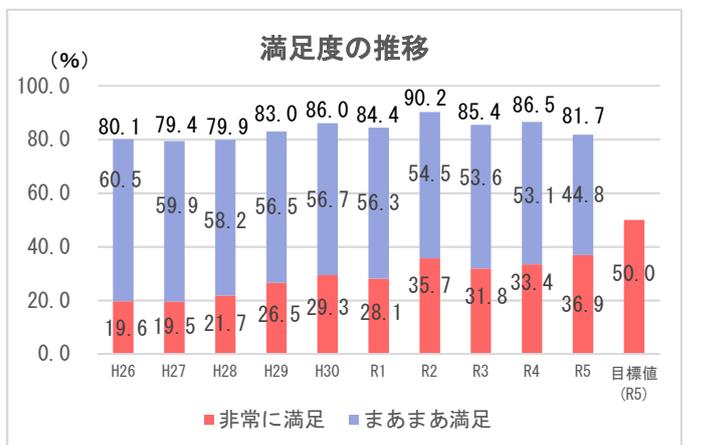
資料：愛知県「愛知県観光入込客統計」



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」

<sup>3</sup> 『2024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（2023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

<sup>4</sup> 同上 P5

<sup>5</sup> 『2023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

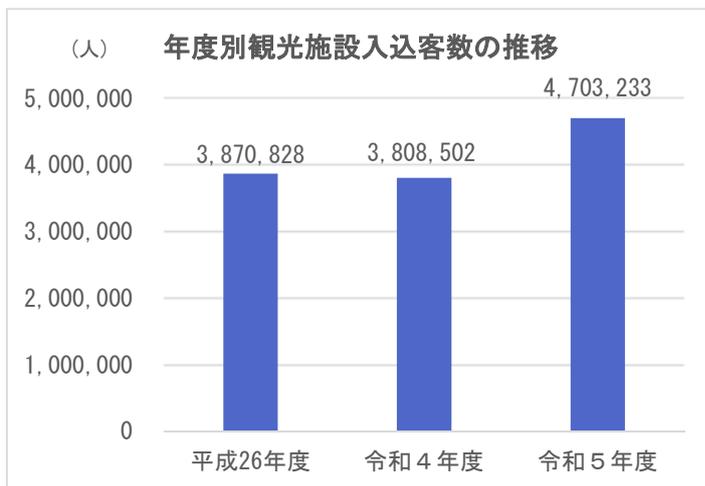
<sup>6</sup> 同左 P8

# 1 観光施設入込客数

## (1) 年度別動向

令和5年度の観光施設入込客数は4,703,233人であり、令和4年度の3,808,502人から約89万人(23.5%)増加した。令和5年1月から12月までNHKで大河ドラマ「どうする家康」が放送された影響により、大河ドラマ館が設置された岡崎公園を中心に多くの観光客が本市を訪れた。

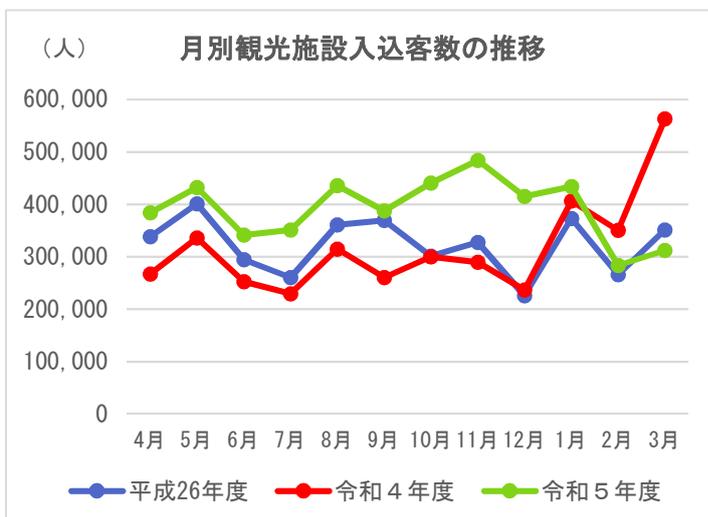
「家康公四百年祭」として多くの顕彰事業が実施された平成27年度の観光入込客数は4,087,155人で記録的な数値となっていたが、令和5年度はそれを約62万人上回る好結果となった。



## (2) 月別動向

月別に観光施設入込客数をみると、4月から1月において前年度を上回り、特に10月から12月は前年度のように落ち込むことなく堅調に推移した。これは、「どうする家康 岡崎 大河ドラマ館」が開館していた時期で、特に10月から12月に入館者が増加したことが大きな理由である。

反面、2月から3月はドラマ館が閉館し三河武士のやかた家康館の改修時期となったことで入込客数が落ち込んだ。



### (3) 施設別動向

大河ドラマ「どうする家康」は、岡崎公園への入込客数に絶大な影響を与え、前年度の約2.2倍となる1,242,700人を記録した。新型コロナウイルスの影響がまったくなかった平成30年度の岡崎公園への入込客数は367,700人で、比較すると約3.4倍にあたる。また、岡崎公園に近く知名度の高い八丁味噌蔵や、7月から8月にかけて大河ドラマ特別展を開催した美術博物館への入込客数増加も目立つ。

その他の観光施設において大河ドラマの恩恵があったのか入込客数においてははっきりと読み取ることができず、また、公園・自然・寺社といった観光施設の分類においても、同じ分類であれば同じ傾向で増減しているともいえず、まちまちの状況であった。

### 【アクションプラン目標指標2対象施設】

#### 施設別入込客数の推移

(単位：人)

施設名	平成26年度	令和4年度	令和5年度
岡崎公園	401,900	560,800	1,242,700
東公園	324,492	347,440	296,410
南公園	406,899	413,289	473,908
奥殿陣屋	96,034	80,027	76,469
地域文化広場	161,509	192,918	223,668
道の駅藤川宿	1,210,279	1,172,424	1,245,305
くらがり溪谷	158,107	133,159	136,834
自然体験の森	16,913	18,700	19,470
わんパーク	13,563	19,958	19,554
ホテル学校	9,594	14,185	12,168
美術博物館	38,212	12,888	45,525
六所神社	45,000	43,000	43,000
岩津天満宮	350,000	258,450	273,800
駒立ぶどう狩り組合	75,527	50,000	55,195
男川やな	13,136	9,883	12,487
八丁味噌蔵	255,301	117,856	190,454
ブルーベリーファーム おかざき	7,498	5,124	4,259
岡崎カントリー倶楽部	53,259	64,578	63,977
額田ゴルフ倶楽部	70,339	77,173	76,487
その他施設 ※1	163,266	216,650	191,563
合計	3,870,828	3,808,502	4,703,233

※1 入込客数を非公表としている施設を合算して計上

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

令和5年度

- ・三河武士のやかた家康館：1/9～3/22 大河ドラマ館閉館後、改修のため休館
- ・美術博物館：4/1～6/30 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4年度	令和5年度
名鉄東岡崎駅観光案内所	13,750	59,621	46,224
JR岡崎駅観光案内所※1	—	20,770	16,794
籠田観光案内所※2	—	33,440	30,518
岡崎公園内案内所※3	—	21,102	73,385

※1 平成27年7月開設

※2 平成30年4月開設

※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5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	114,000	131,000	103,000	95,000	114,000	103,000	131,000	161,000	132,000	86,000	27,000	45,700	1,242,700
東公園	36,500	36,490	19,820	11,710	10,160	19,320	29,060	41,640	17,670	13,260	31,470	29,310	296,410
南公園	45,903	43,601	27,448	15,495	20,874	29,799	42,678	42,436	59,111	30,717	40,661	75,185	473,908
奥殿陣屋	9,739	9,832	5,902	4,476	4,864	5,684	6,821	9,230	4,593	3,374	5,494	6,460	76,469
地域文化広場	8,985	13,903	12,730	30,181	55,091	22,524	14,731	12,992	9,865	13,064	15,216	14,386	223,668
道の駅藤川宿	96,227	105,608	94,103	101,489	109,286	103,350	118,557	109,418	102,020	110,399	104,399	90,449	1,245,305
くらがり溪谷	13,032	23,694	14,540	20,786	28,247	13,658	5,042	8,854	4,050	1,237	1,224	2,470	136,834
自然体験の森	1,671	1,737	1,381	1,915	1,409	1,529	1,822	2,082	1,268	1,453	1,370	1,833	19,470
わんパーク	1,537	1,863	815	1,319	1,268	1,178	1,684	3,488	2,484	1,032	1,146	1,740	19,554
ホテル学校	365	794	6,817	643	569	603	318	462	428	288	462	419	12,168
美術博物館	0	0	0	11,288	11,198	1,700	5,191	3,320	5,422	3,604	1,998	1,804	45,525
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	1,900	1,400	1,700	3,600	7,400	8,800	26,000	32,000	36,000	130,000	20,000	5,000	273,800
駒立ぶどう狩り組合	0	0	0	1,508	22,158	28,536	2,992	1	0	0	0	0	55,195
男川やな	101	516	542	3,287	4,835	2,324	567	157	67	23	17	51	12,487
八丁味噌蔵	14,925	17,708	19,372	14,472	14,717	19,035	20,733	21,435	13,096	10,020	11,870	13,071	190,454
ブルーベリーファームおかざき	0	46	1,578	1,839	796	0	0	0	0	0	0	0	4,259
岡崎カントリー倶楽部	5,559	5,973	5,334	5,709	5,420	5,398	5,611	5,245	5,402	4,808	4,405	5,113	63,977
額田ゴルフ倶楽部	7,198	7,792	6,390	6,745	5,765	6,294	7,577	7,375	6,698	4,223	4,356	6,074	76,487
その他施設	23,595	27,350	17,836	18,135	16,177	13,400	15,480	17,000	12,100	10,550	9,560	10,380	191,563
合計	384,237	432,307	341,308	351,097	435,734	388,132	440,864	484,135	415,274	434,052	283,648	312,445	4,703,233

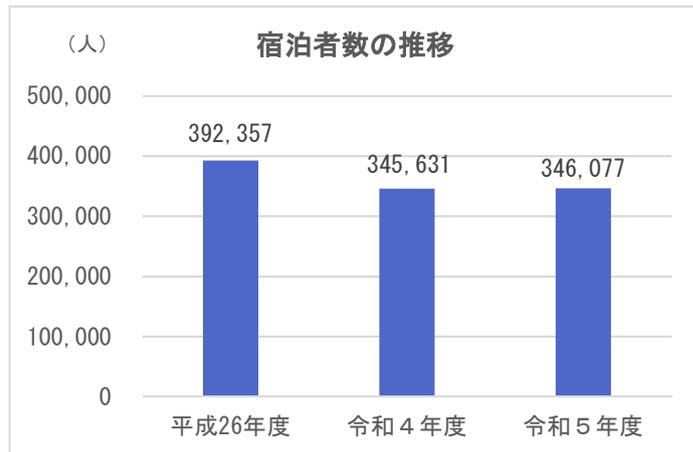
令和5年度末をもって一時閉園する南公園が注目され、3月に入込客数が大きく増加したほか、地域文化広場は、参加体験型展示の恐竜博が開催された8月に多くの来場者があった。

## 2 宿泊者数

令和5年度の延べ宿泊者数は 346,077 人であり、令和4年度から約 450 人 (0.1%) 増加した。宿泊者数においては、大河ドラマによる大きな効果はみられず微増にとどまった。

今後、ナイトタイムエコノミーの推進などによる観光コンテンツの充実が図られ、滞在時間の延長につながることを期待される。

### 【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2年度以降は各施設へ直接調査

### 月別宿泊者数の推移

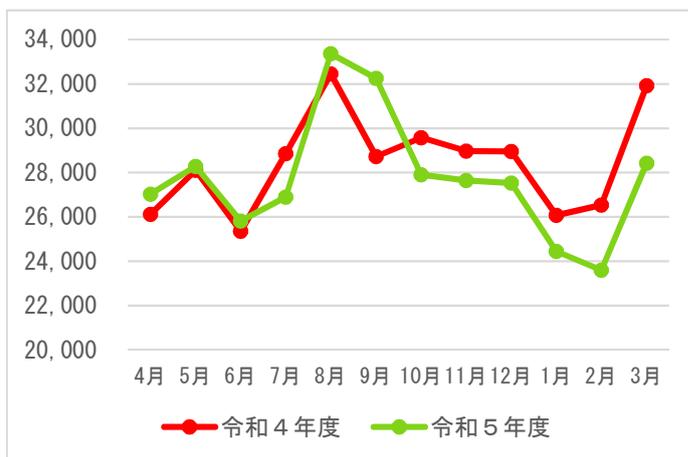
(単位：人)

	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
令和5年度	27,023	28,284	25,823	26,902	33,363	32,256	27,906	27,645	27,533	24,448	23,603	28,430	333,216

※各施設へ直接調査 (実人数)

月別では、夏のレジャーシーズンと3月に宿泊者数が多く、6月と冬季は少ない傾向で、グラフでは2つの頂点をもつパターンとなった。

平成26年度に宿泊者数の調査を開始、令和元年度までは年度により調査方法が異なっていたが、令和2年度以降は、各施設へ直接調査する方法を採用している。令和2年度と3年度は新型コロナウイルス感染拡大防止に伴う自粛要請により宿泊者数が左右されていたが、昨年度と今年度は、夏季休暇や桜の時期といった観光シーズンは宿泊者数が増加し、シーズンオフの時期は減少することがよくわかる結果となった。



### 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、新型コロナウイルス感染症の影響により令和2年度と令和3年度は旅行者数、ツアー数はゼロであったが、令和5年2月から来訪が再開した。令和5年度は、毎月ツアー客が来訪したものの、新型コロナウイルスの影響がまったくなかった平成30年度の年間旅行者数4,682人、ツアー数169件と比較すると約1/4の水準であった。

#### 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4年度	令和5年度
旅行者数	875	133	1,145
ツアー数	32	6	43

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	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4年	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
令和5年	旅行者数	62	40	22	17	9	24	15	21	171	129	40	595	1,145
	ツアー数	3	1	1	1	1	1	1	1	6	5	2	20	43

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

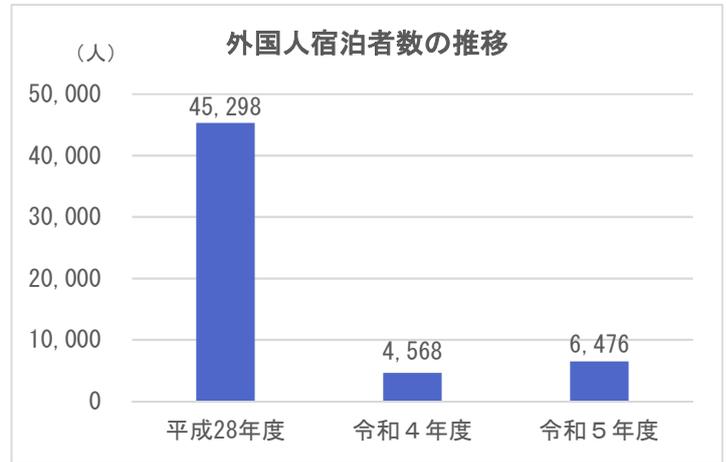
(単位：旅行者数/人、ツアー数/件)

国名	平成26年度		令和4年度		令和5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	75	3	763	30
中国	181	6	0	0	33	2
韓国	27	1	0	0	38	2
アメリカ	36	2	32	1	34	1
タイ	25	1	26	2	117	6
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
フランス	0	0	0	0	40	1
ドイツ	0	0	0	0	120	1
合計	875	32	133	6	1,145	43

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5年度の延べ外国人宿泊者数は6,476人で、令和4年度から約1,900人(41.8%)増加した。新型コロナウイルス感染拡大防止措置により宿泊者数が大きく落ち込んだ令和2年度の278人以降、令和3年度は1,262人、令和4年度は4,568人と毎年回復してきているが、まだ低い水準にある。



※平成28年度は岡崎市宿泊旅行統計

※令和2年度以降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)

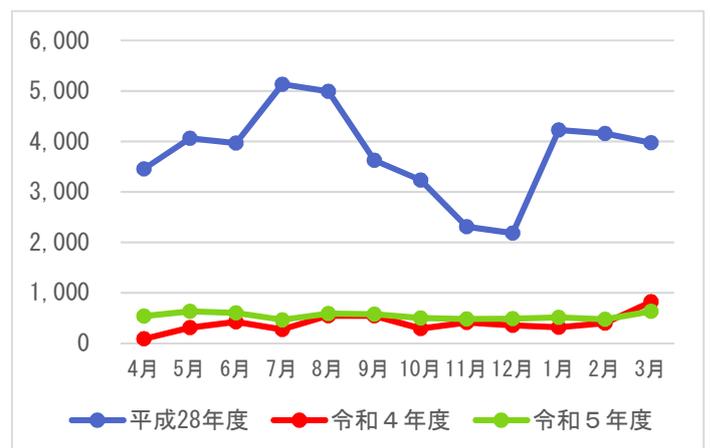
	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	合計
平成28年度	3,454	4,059	3,968	5,132	4,993	3,623	3,231	2,308	2,181	4,224	4,155	3,970	45,298
令和4年度	85	307	423	270	541	543	289	409	352	318	397	623	4,557
令和5年度	540	632	602	464	589	578	499	478	485	509	471	629	6,476

出典(平成28年度)：岡崎市宿泊旅行統計

※令和4、5年度は各施設へ直接調査(実人数)

月別において、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。

日本人を含めた宿泊者数全体における月別推移では、観光シーズンとシーズンオフにより差が生じていることがわかってきたが、外国人宿泊者については、現状では分析することが難しい。今後さらに人数が増加してきた場合、月による変動が判明する可能性がある。



## 4 交通

### (1) 鉄道利用状況

令和5年度の合計乗客数は約1,682万人で、前年度から約94万人(5.9%)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。

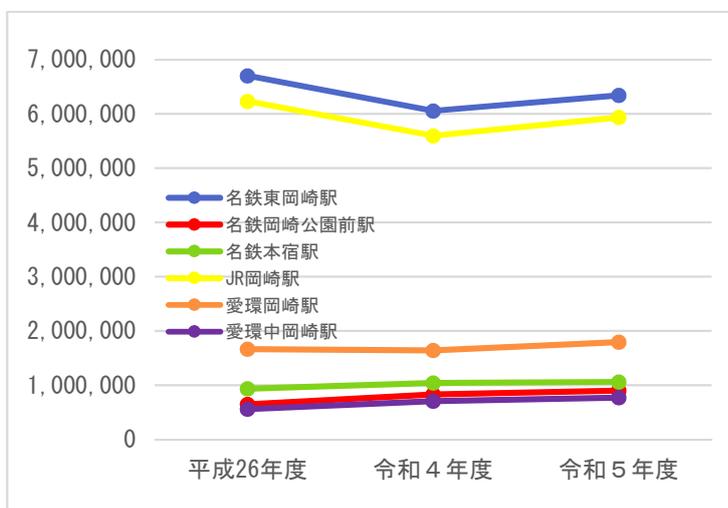
平成26年度と比較すると、合計乗客数は、約6万6千人(0.4%)増加しているものの、令和元年度に記録した18,720,104人と比較すると約190万人(10.2%)少ない。

### 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4年度	令和5年度
名鉄東岡崎駅	6,704,918	6,057,691	6,345,401
名鉄岡崎公園前駅	649,582	832,047	900,437
名鉄本宿駅	937,056	1,043,947	1,062,807
JR岡崎駅	6,233,249	5,598,925	5,939,909
愛環岡崎駅	1,666,649	1,642,049	1,794,058
愛環中岡崎駅	559,305	705,411	773,958
合計	16,750,759	15,880,070	16,816,570

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

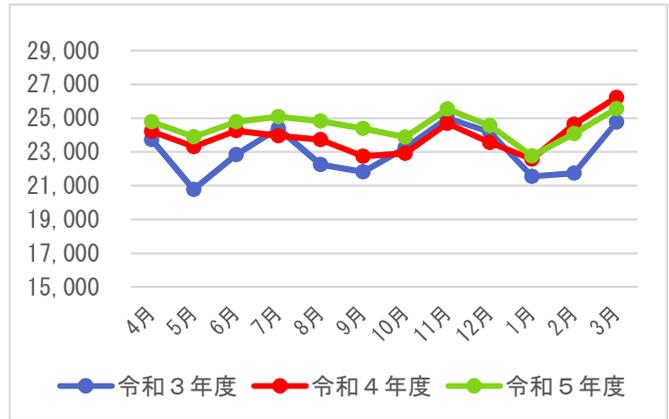
(単位：台)

	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
令和5年度	24,782	23,890	24,788	25,084	24,826	24,394	23,867	25,535	24,548	22,761	24,082	25,566	294,123

出典：高速道路統計月報

令和5年度の出入交通量は、令和4年度と同様、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年度の262,015台から年ごとに回復しているが、コロナ前の水準である300,000台には達していない。



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

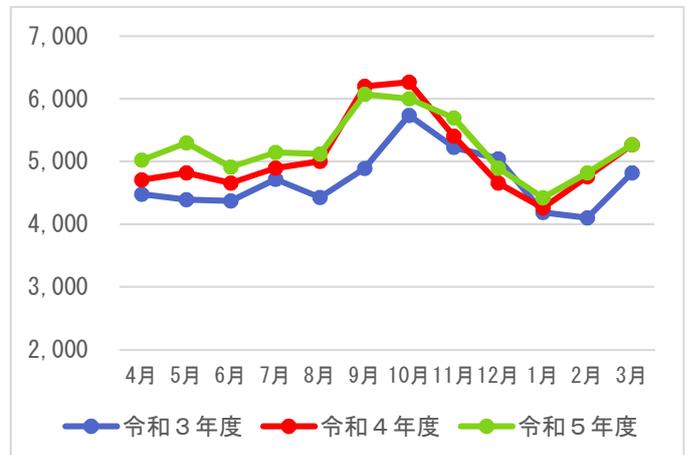
(単位：台)

	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
令和5年度	5,022	5,296	4,911	5,147	5,117	6,073	5,999	5,693	4,897	4,421	4,821	5,265	62,662

出典：高速道路統計月報

令和5年度の出入交通量は、令和4年度同様、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みられなかった。

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年度の52,923台から年ごとに回復して令和元年度の61,576台を超え、平成28年2月13日に供用開始して以降、年間としては最高の台数となった。



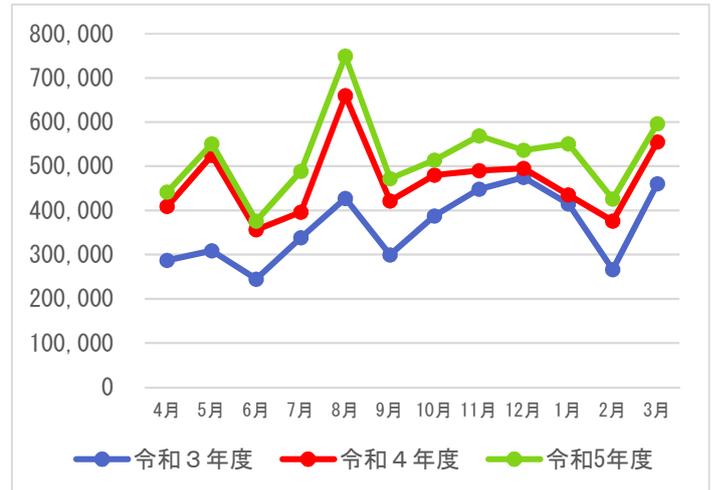
## 岡崎サービスエリア入込客数

(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
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5年度	442,000	551,000	376,000	488,906	749,279	471,806	514,046	568,957	536,157	550,992	426,103	596,194	6,271,440

令和5年度の岡崎サービスエリア入込客数は、前年度と比較すると約67万人(11.2%)増加し、令和元年度以来4年ぶりに600万人台を回復した。

月別では、ゴールデンウィークの5月と夏季休暇にあたる8月、年度末の3月に入込客数の増加がみられるほか、秋のレジャーシーズンにおいても堅調に推移した。



### (3) 駐車場利用状況

令和5年度のバス利用台数は、前年度の約4.6倍となる5,053台を記録した。バス駐車場は令和5年1月下旬から完全予約制となっており、大河ドラマ館の設置期間中は、バス駐車場を予約した約8割の利用者が大河ドラマ館の入場も予約した。

乗用車の利用台数は、前年度より約7,700台(4.7%)増加した。乗用車の平面駐車場は、令和5年4月上旬と令和6年3月下旬の土日を予約制とした。

バス、乗用車とも昨年度記録した平成27年度以降の最多利用台数を更新した。特にバスは、コロナ禍で避けられていた団体ツアーが復活したことと大河ドラマ効果により利用台数が大きく伸びた。

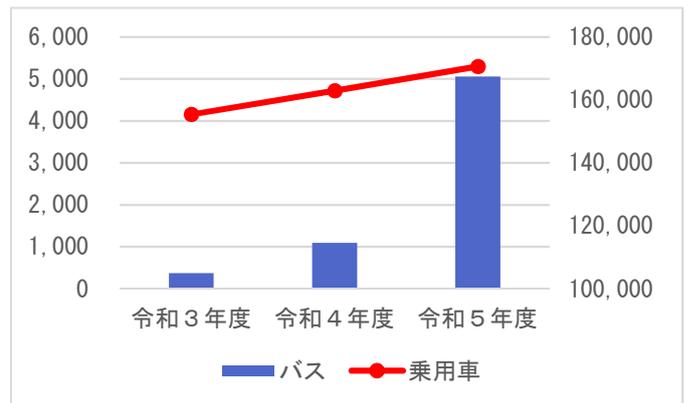
### 岡崎公園駐車場利用台数の推移

(単位：台)

	令和3年度	令和4年度	令和5年度
バス	364	1,094	5,053
乗用車	155,405	162,944	170,683

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3年度	バス	15	7	6	19	22	6	43	69	53	37	13
令和3年度	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
令和4年度	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
令和5年度	バス	327	420	730	383	191	568	694	922	307	162	161	188	5,053
令和5年度	乗用車	13,424	17,608	14,296	15,080	16,481	14,180	14,316	14,791	13,990	14,963	9,849	11,705	170,683

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、バスの利用台数は大河ドラマ館が設置されていた令和6年1月までの利用が大きく増加した。特に11月の922台は、平成27年度以降の月間最多台数を更新した。

乗用車の利用台数は令和5年4月と令和6年1月～3月は前年度を下回っている。4月は桜の開花状況や予約制導入の影響（前年度は予約制なし）、1～3月は、大河ドラマ館の閉館によるものと考えられる。

## 5 ホームページアクセス統計

### (1) セッション数※<sup>1</sup>

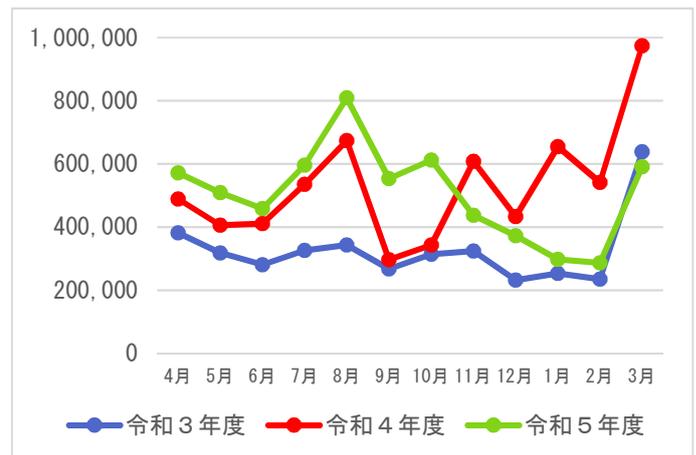
月別セッション数の推移

	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
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
令和5年度	571,495	509,496	458,873	595,864	809,116	553,283	611,766	437,245	372,843	297,480	286,600	591,503	6,095,564

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5年度のセッション数は、前年度より約27万件（4.2%）減少した。

月別の動きでは10月までは前年度を上回り、11月以降は下回った。令和4年度は11月に大河ドラマ「どうする家康」のパブリックビューイングの情報を掲載、1～3月は大河ドラマの放送に伴いセッション数が伸びていたが、令和5年度はそれらの影響がなく令和3年度とほぼ同様の動きとなった。



### (2) ページビュー数※<sup>2</sup>

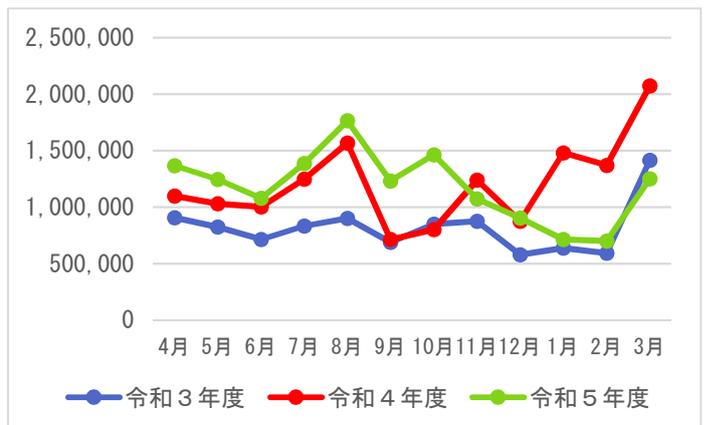
月別ページビュー数の推移

	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
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
令和5年度	1,368,506	1,245,061	1,080,171	1,387,486	1,764,527	1,233,604	1,463,770	1,073,700	904,008	714,995	700,630	1,252,172	14,188,630

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32万件（2.2%）減少したが、セッション数よりも減少の割合は少ないため、1セッションあたりのページビュー数が前年度より多かったことがわかる。



※<sup>1</sup>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。ユニバーサルアナリティクスにより算定。

※<sup>2</sup>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

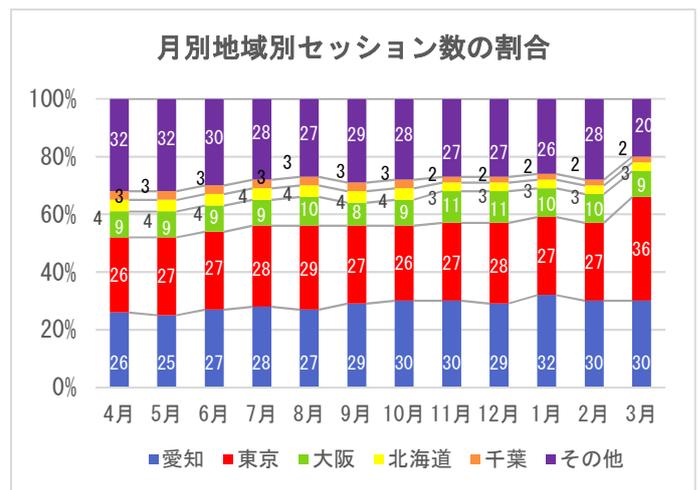
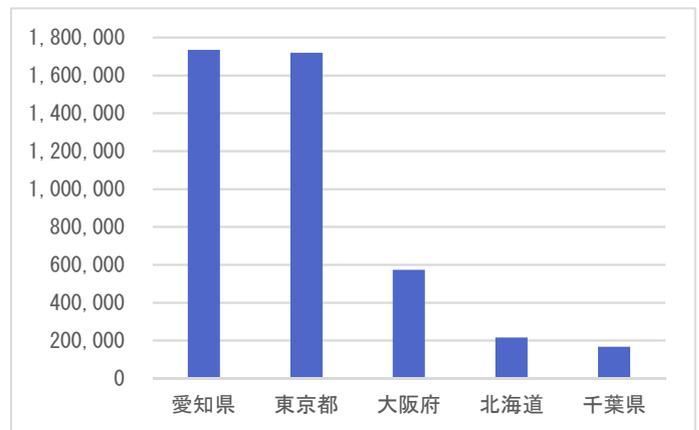
地域別にセッション数をみると、トップは平成29年度～令和3年度が愛知県、昨年度初めて東京都となったが、令和5年度のトップはわずかの差で再び愛知県、2位が東京都であった。1位と2位で全体の56.64%を占めている。次いで大阪府、北海道で、千葉県が初めて5位以内にランクインした。一方、昨年度まで上位だった静岡県は、令和5年度は6位であった。

上位5都道府県合計のシェアは昨年度の76.26%からさらに低下し72.33%であった。全国各地からのアクセスが増加したことの表れである。

令和5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	1,733,999	28.45%
東京都	1,718,482	28.19%
大阪府	572,664	9.39%
北海道	216,433	3.55%
千葉県	167,471	2.75%
5都道府県合計	4,409,049	72.33%
全セッション数	6,095,564	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 5 年度を比較すると、宿泊客の観光消費額はいずれの項目も増加し、中でも「その他」の項目の増加が目立つ。これは、具体的な内容は不明であるが数万円～数十万円消費した客が散見されたことによる。総消費額は約 1.9 倍であった。

日帰り客の観光消費額では、土産購入費と飲食費が増加したがそれ以外は減少し、総消費額は平成 26 年度より 12.3%の減少、昨年度との比較では 31.8%減少してしまった。

本市の観光客は約 6 割が日帰り客であり、限られた時間の中でも観光消費につながるコンテンツの提供が重要である。(岡崎市来訪経験者アンケートの概要は 51 ページを参照。)

なお、【参考】として掲載した本市観光アンケートによる観光消費額では、市内交通費だけでなく出発地からの交通費が含まれており、宿泊客、日帰り客とも上記の来訪経験者アンケート (WEB 調査) より高額の結果となっている。

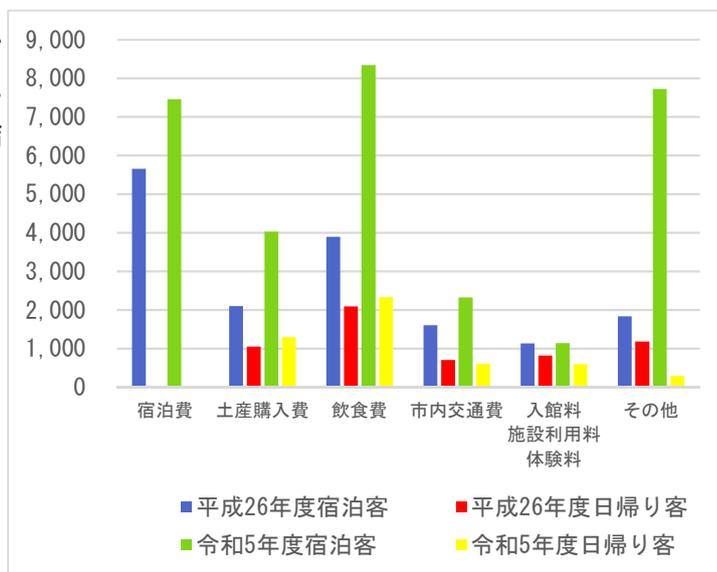
### 【アクションプラン最重要指標対象数値】

#### 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 5 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	—	7,454	—	131.8%	—
土産購入費	2,097	1,047	4,024	1,297	191.9%	123.9%
飲食費	3,891	2,093	8,339	2,335	214.3%	111.6%
市内交通費	1,606	698	2,319	601	144.4%	86.1%
入館料 施設利用料 体験料	1,130	821	1,138	596	100.7%	72.6%
その他	1,838	1,179	7,723	289	420.2%	24.5%
総消費額	16,218	5,839	30,997	5,118	191.1%	87.7%

出典：岡崎市来訪経験者アンケート



### 【参考】

#### 本市観光アンケートによる観光客の観光消費額

(単位：円)

項目	令和 5 年度	
	宿泊客	日帰り客
総消費額	39,571	9,262

出典：本市観光アンケート

総消費額：交通費・ガソリン代・飲食代・宿泊費・買い物代・入場料等の支払総額

## 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が平成 26 年度と比較し 2.2%増加し 18%、「やや満足している」が 5%増加し 55%で、合計すると 73%となった。昨年度の 70.4%との比較では 2.6%の増加である。

「不満だった点、改善が必要だと思う点」において、「市内交通」、「案内表示」、「駐車場の数」の項目は、来訪者が不満に感じた割合が前年度に続き増加しており、交通面での対策を講じることが満足度を高める重要な要素となっている。

一方、「お土産物」や「特産品」は不満の割合が減っており、大河ドラマ「どうする家康」の放送を契機とした事業者の取り組みが好意的に受け入れられたと考えられる。

### 【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 5 年度	増減
とても満足している	15.8	18.0	+2.2
やや満足している	50.0	55.0	+5.0
どちらでもない	32.0	25.5	-6.5
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：%)

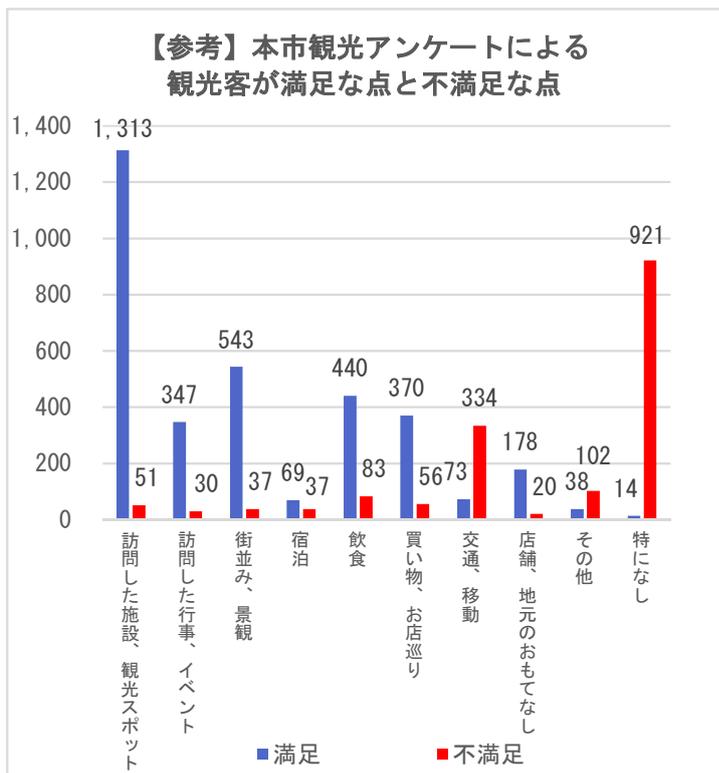
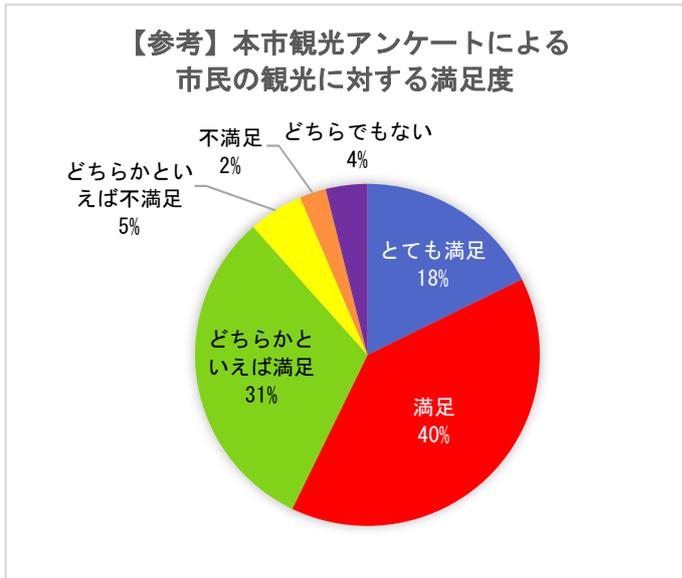
項目	令和 4 年度	令和 5 年度	増減
市内交通	24.0	24.5	+0.5
レストラン	8.8	8.5	-0.3
カフェ	6.0	5.3	-0.7
宿泊施設	5.3	7.0	+1.7
案内表示	8.3	9.8	+1.5
通信環境	4.8	4.3	-0.5
お土産物	11.3	9.8	-1.5
特産品	8.0	7.0	-1.0
観光施設	9.0	8.0	-1.0
体験メニュー	4.3	3.5	-0.8
駐車場の数	13.3	15.3	+2.0
観光情報	11.3	7.8	-3.5
地域住民との交流	2.5	1.3	-1.2
おもてなし	4.3	2.0	-2.3
街の景観や雰囲気	6.0	5.0	-1.0
その他	3.8	1.0	-2.8
当てはまるものはない	47.0	49.8	+2.8

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

本市観光アンケートでは、市民の観光に対する満足度を調査している。「とても満足」と「満足」の合計は58%で来訪者の満足度の73%（17ページ参照）より低い、「どちらかといえば満足」を加えると89%となり、9割近くの市民は概ね満足しているともいえる。

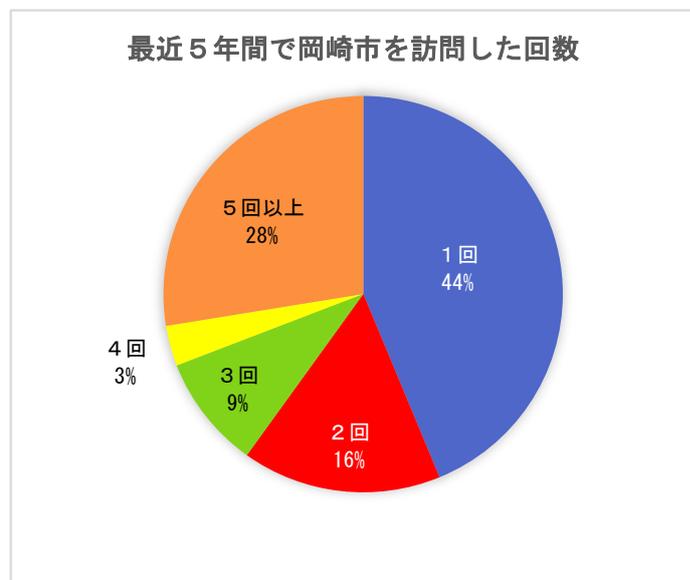
また、本市観光アンケートにおいて、市外からの観光客には満足な点と不満足な点の調査をしており、来訪経験者アンケートと同様、交通や移動に対する不満がトップとなっている。観光スポットが点在する本市の特性もあり長年の課題であるが、何らかの形で解決できれば満足度の一層の向上が期待できる。



## 8 訪問回数

岡崎市への来訪経験者に「最近5年間で岡崎市を訪問した回数」を尋ねたところ、「1回」と回答した人の割合が44%で最も多く、次いで「5回以上」が28%、「2回」が16%であった。

繰り返し訪問するリピーター（岡崎ファン）を獲得するため、本市の多様な魅力を活かした観光コンテンツの企画・提供に取り組んでいく予定である。



※岡崎市来訪経験者アンケート、本市観光アンケートの合計

## 9 若者来街者数

令和5年度の市中心部（QRUWA 地区）における若者来街者数は113万3千人で、前年度から1万6千人（約1.4%）増加した。

各数値は、スマートフォン位置情報から収集したビッグデータをもとに来街者数を推計する民間サービスを活用したもので、本市が独自に推計したものである。なお、主な推計条件は次のとおりである。

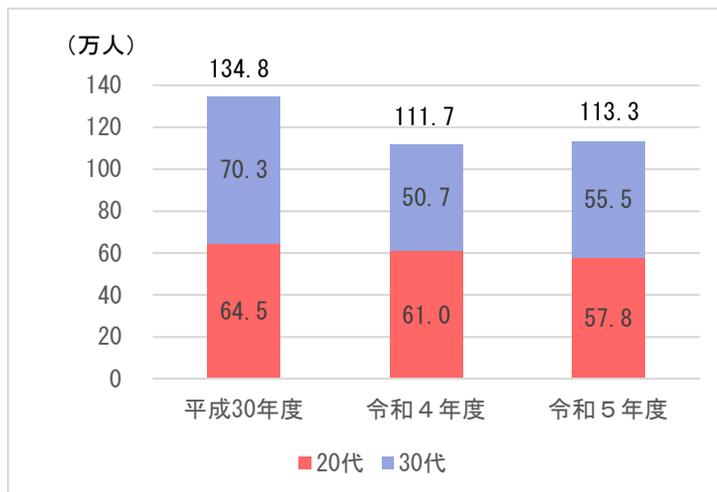
- ① 9～21 時の間に1日1時間以上滞在で1カウント、
- ② 1日1人1カウントまで、
- ③ 地区内の在住者・在勤者は除いて推計、
- ④ 来街者には、市外在住者の他、QRUWA 地区外に居住する岡崎市民を含む、
- ⑤ 日本国内のスマートフォンを保有していない外国人観光客は推計に含まない。

### 市中心部における若者来街者数（推計）

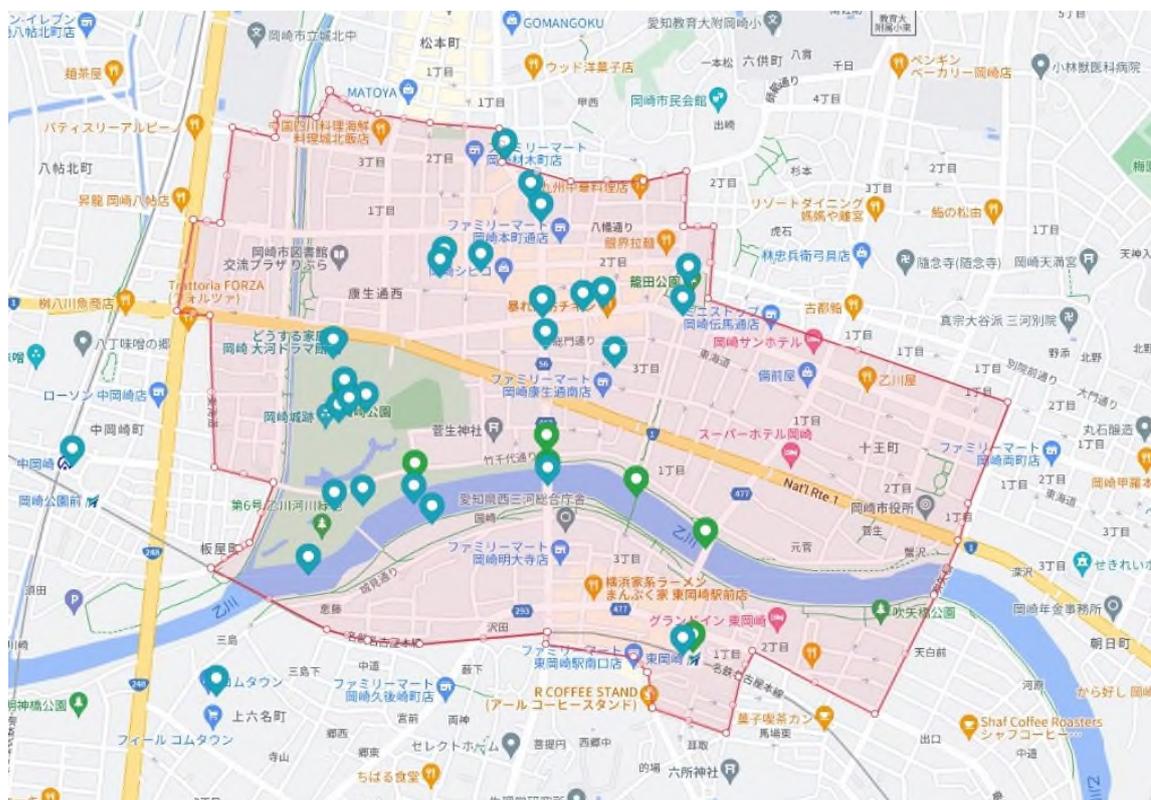
（単位：万人）

	平成30年度	令和4年度	令和5年度
20代	64.5	61.0	57.8
30代	70.3	50.7	55.5
計	134.8	111.7	113.3

出典：岡崎市



### 市中心部エリア図（QRUWA 地区）



## 10 観光SNS

公式観光SNSとして、X（旧 Twitter）で「岡崎おでかけナビ（@okazakitourism）」を、Instagramで「岡崎市観光推進課（@okazaki\_ieyasukou）」を運用し、タイムリーな情報発信を行っている。

SNSの活用による観光情報の発信・拡散は、若者を中心に本市の多様な魅力に触れる機会の提供につながることを期待されるため、イベントなどでPR出展する際にもフォローを呼びかけている。

### 公式観光SNSフォロワー数

（年度末時点）

	令和5年度
X（旧 Twitter）	23,000
Instagram	2,200
計	25,200

出典：岡崎市



【X（旧 Twitter）】



【Instagram】

### 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5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



780超の事業者が登録済！  
事業者募集、継続中！



「chao特別版(総集編)発行」  
「エビザえもんキャンペーン」



「家康公スイーツ」



「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、本事業に参画した市内の店舗・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
- 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。780を超える事業者が本事業に登録している
  - 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・配布、イベント等での活用
  - 市内プロモーション**
    - イオンモール岡崎「第3回 SDGs・おかざき魅力発信展」ほか市内各種イベントへの出店
    - 岡崎ホームニュースにおける「家康印」連載企画の実施
    - 大手企業等への「家康印」登録店舗の紹介・商材提供
  - 広域プロモーション**
    - 「ディスカバー愛知フェア2023」ほか市外各種イベントへの出店
    - 情報誌chao特別版「今日、岡崎でどうする？」総集編の発行及び「岡崎で”エビザえもん”GETだけ！」キャンペーンの開催
    - 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
  - デジタルの活用**
    - 岡崎を代表するキャラクター等による「家康印」Instagramを活用した店舗紹介
    - 市公式通販ウェブサイト「岡崎市公式セレクトショップ『おかふる』」を運用し、大河ドラマをきっかけに岡崎を訪れたかたのリピート消費や、遠方でも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
  - 先行企画との連携**
    - 各種イベント等における家康公スイーツ物販及びプロモーション
    - 大河ドラマのエピソードに合わせた「瀬名姫スイーツ」の追加及び販売
    - 観光客等に楽しく家康公スイーツ店舗を巡っていただくため、オカザえもんデザインのステッカーがもらえる「OKAZAKI家康公スイーツステッカーラリー」を開催。全7種類のステッカーを集めると、景品としてオリジナルクリアファイルがもらえるほか、家康公スイーツの詰合せが当たる抽選会にも応募可能
  - 各種セミナーの実施**
    - 商工会議所「アフター大河繁盛応援セミナー『佐藤勝人の地域一番店商法』」の開催
    - オカビズ「小さなお店の必勝法『ファンづくり勉強会』『ミッションビジョンが未来の会社の力になる』『カラッポの缶が、なぜ3,000円でとぶように売れるのか?』」の開催
  - その他**
    - 家康印Instagram (@okazaki\_fan) でのイベント情報やお店紹介
    - 大河ドラマ館連携事業「岡崎周遊おもてなし事業」の実施。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
    - 本事業の参画店舗・事業所による「家康印」ロゴマーク・キャッチコピーの活用
    - 大河ドラマ最終回のパブリックビューイングにおけるキャストへの家康印商品贈呈
    - メディアを活用した各種事業の積極的な情報発信

**翌年度以降の実施予定等**  
引き続き市内事業者の売上・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。  
アフター大河における効果的な事業者支援方針を検討・策定する。

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5年度の主な取り組み状況



- 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) 桜城橋における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) 「カモン岡崎！キャンペーン」と同時開催によるデジタルハイキング「ふらっとウォーク」の実施。
  - (4) 岡崎の歴史観光をサポートする無料音声ガイドアプリの導入。
- 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
- 4 大河ドラマ「どうする家康」を活用した事業
  - (1) どうする家康 岡崎 大河ドラマ館への誘客促進事業の実施。
  - (2) 公共交通機関とタイアップし、車両ラッピングなどの実施。
  - (3) 大河ドラマ出演キャストを活用したイベントの実施。
  - (4) 市内事業者・施設と連携した市内各所の装飾の実施。

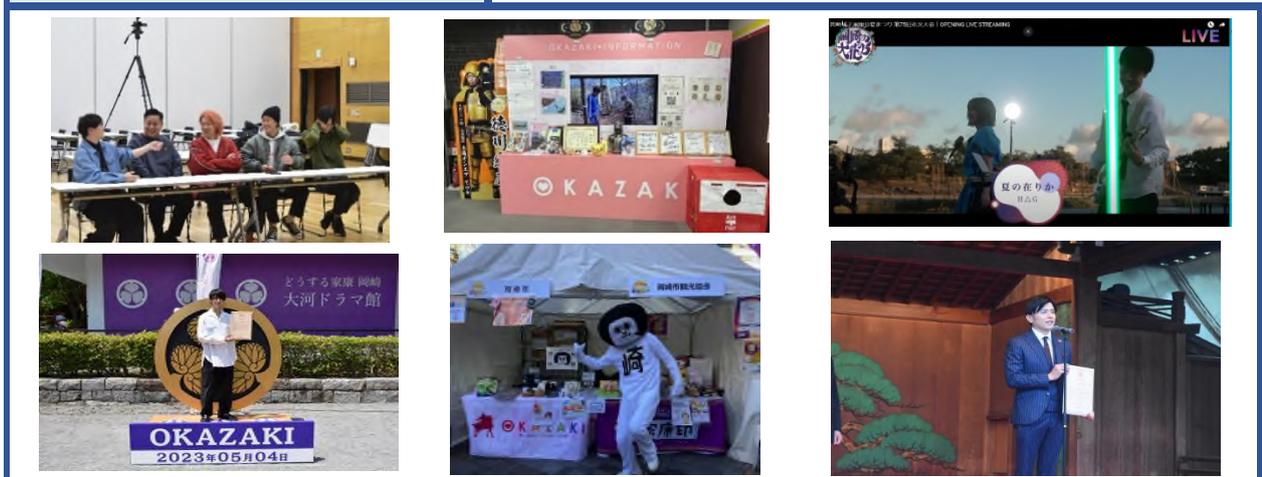
### 翌年度以降の実施予定等

- 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 メディアプロモーション事業(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5年度の主な取り組み状況



観光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5年度は花火大会をはじめとする各イベントへの出演や観光PR動画の制作等により、観光伝道師を活用した観光プロモーションを実施した。

#### 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
  - ・支援数22件
- (2)大河ドラマ館1時間館長就任
  - ・メンバーのてつや氏が大河ドラマ館の1時間館長に就任し、岡崎市や大河ドラマ館の魅力発信を実施
- (3)おかざき巡礼タクシーの実施
  - ・東海オンエアを活用したデザインタクシーの運行
- (4)観光PR動画の制作
  - ・岡崎市限定タイアップ動画第2弾を制作し、岡崎市役所観光推進課、市内観光案内所等で放映

#### 2 HΔG(コンポーザー&クリエイター集団)

- (1)岡崎市でのMVの制作
  - ・青(愛知産業大学にて撮影、2024年3月27日公開)
  - ・ダイヤモンドダスト(名鉄バス車内及び桜形バス停にて撮影、2024年4月24日公開)
- (2)岡崎城下家康公夏まつり第75回花火大会への出演
  - ・花火大会開幕式においてオープニングライブやカウントダウンを実施

#### 3 佐野勇斗(アーティスト兼俳優)

- (1)「どうする家康 岡崎 大河ドラマ館」前での任命式の実施

#### 4 オカザえもん(ゆるキャラ)

- (1)SNSを活用した岡崎情報の拡散
- (2)各イベントへの出演
  - ・ドラマチック岡崎フェア(イオンモール岡崎、2023年4月30日開催)
  - ・ディスカバー愛知フェア(有楽町駅前広場、2024年1月27、28日開催)
  - ・こうあんフェス(ヒサヤオオドリパーク、2024年3月16日開催)

#### 5 青木源太(フリーアナウンサー)

- (1)観光伝道師への新規任命
- (2)「どうなる歴史トークショー」の開催
  - ・歴史研究家の市橋章男先生と、大河ドラマに関する歴史を紐解くトークショーに参加

### 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(まちづくり推進課)					
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5年度の主な取り組み状況

**PPP活用公園運営事業  
籠田公園・中央緑道**



**乙川かわまちづくり事業**



**道路再構築事業**



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、籠田公園の指定管理者運営2年目及び、国道1号線以北の中央緑道の指定管理者運営を開始し、各公園の活用促進を行った。
- 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。
  - ・乙川かわまちづくり事業の一環である乙川リバーライフプロジェクトでは、民間が主体となった河川活用として、令和5年4月1日(土)から令和6年3月31日(月)において20プログラム以上が実施された。
- 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が日常化した。

### 翌年度以降の実施予定等

- 1 PPP活用公園運営事業(籠田公園・中央緑道)
  - 国道1号線以北の中央緑道:指定管理者の運営
- 2 乙川かわまちづくり事業
  - 殿橋下流左岸等を除く乙川河川緑地:指定管理者の運営

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5年度の主な取り組み状況



坂谷曲輪発掘調査



坂谷曲輪発掘調査現地説明会

#### 1 坂谷曲輪発掘調査

令和5年度は、坂谷曲輪の中央部に位置する坂谷門を調査対象とした。今回の発掘調査により、坂谷門の概ねの基礎構造を解明することが出来た。また、令和6年3月には、現地説明会を開催し約400人の方が参加された。

#### 2 石垣毀損樹木伐採

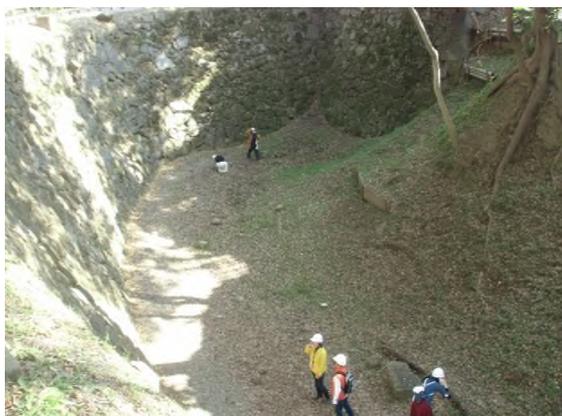
石垣や石垣上部より生育し、石垣を毀損する樹木について計画的に伐採を行っている。令和5年度は、天守台の脇に生育していた松の伐採を行った。また、坂谷曲輪の発掘調査に合わせ、坂谷曲輪の石垣を毀損する樹木の伐採を行った。

### 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5年度の主な取り組み状況



- 1 指定管理者による清海堀ツアー  
11月(土日祝)開催 延べ1,693名参加

### 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	歴史文化資産の解説板整備について(まちづくり推進課)					
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5年度の主な取り組み状況



滝山寺地区 歴史文化資産解説板



「滝山寺本堂」解説ページ

滝山寺地区において、新たな歴史文化資産解説板を設置した(1基)。歴史文化資産の解説等はインターネット上でみられ、多言語(5カ国6言語)に対応している。

### 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5年度の主な取り組み状況



おかざきかき氷街道  
「家康氷」



インバウンド対応  
(外国人向けモニターツアー・HP多言語化)



海外輸出展出展

岡崎市の中山間地域(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 農泊施設の整備  
古民家を改修した農泊施設をオープンさせたほか、協議会員が実施主体となり、新たに1件古民家を改修した農泊施設の整備に着手。
- 2 地域資源を活用した体験コンテンツ  
地域資源を活用した体験コンテンツを提供。栗拾い体験や足湯体験においては、農福連携で障がい者と協働し開催。インバウンド誘客を図るため、地域の食と体験コンテンツを盛り込んだインバウンド向けのモニターツアーを実施した。
- 3 情報の発信  
地域情報等について、岡崎おでかけナビの特設ページで情報発信を行い、又インバウンド対応としてページの多言語化を行った。地域の体験コンテンツを集約した「オクオカ体験マップ」を用いて地域の体験等についてPRを実施。地域の飲食店をまとめた「OKU-OKAうまいもんマップ」をリニューアルしたほか、内容の多言語化も行い、インバウンド対応を図った。
- 4 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を実施。大河ドラマ「どうする家康」にちなんで「家康氷」を提供した。ぬかたブランド品の海外販路拡大のため、海外輸出展に出展。

翌年度以降の実施予定等	冬季に激減する観光客対策のため新たなコンテンツ造成を行う。
-------------	-------------------------------

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5年度の主な取り組み状況



岡崎おでかけナビ



花火大会マス席風景



岡崎観光ワーキンググループ

#### 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、ワーキンググループにおいて合意形成を図っている。令和5年度に宿泊事業者を含んだワーキンググループを立ち上げ、岡崎観光の将来を担う関係事業者の若手を中心としたミーティングを2回開催

**【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: 14,188,630PV(前年度14,508,929PV)  
 モバイル端末(スマートフォン)からのセッション割合約85%
- ・市作成の観光に関する計画にあわせ、ターゲットの選定、コンセプトの作成、KPI設定等を実施  
 第1ターゲット: 全国の歴史・文化ファン、第2ターゲット: 全国の東海オンエアファン等  
 コンセプト: 「何度も訪れたくなる魅力あふれるまち岡崎」

**【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**

- ・市公式観光サイト「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

**【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
- ・観光地域づくり候補法人の申請と登録: 令和6年3月29日 候補DMO登録

**【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: 桜まつり、花火大会など市主要観光イベントにおける協賛募集や有料席販売等の収益事業の実施、サイクルシェア事業の拡大、市各部署からの事業受託による事業多角化等

#### 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
- ・観光地域づくり法人(DMO)の候補法人として、協会会員・地域事業者との連携による諸事業の推進
- ・データ収集、分析、戦略の策定に向けた人材の養成

## 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した施策

### 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。		市内在住・市外在住を分けてアンケートを実施し、第2次観光基本計画策定の基礎資料とした。
	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	第2次岡崎市観光基本計画を策定・公表した。
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				仮施設や有料施設を活用して観光誘客事業を実施した。
	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。	大河ドラマに関連し増加する来館者に対応したイベントを開催した。
	リノベーションまちづくりを推進する。					健康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。	未利用不動産承継支援事業を実施。場所の承継として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。	内容を充実させた体験プログラムを実施した。
	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。	観光交流拠点地区における、個人施行士地区画整理事業を認可した。	
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 設置済			
	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、岡崎城総構えが伝わるまちの歴史的・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)							仮施設や有料施設を活用して観光誘客事業を実施した。
	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・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。	家康ゆかりの地中心のコースを企画し実施	大河ドラマに関連したツアーや高付加価値化したツアーを実施した。
	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日より名称バス路線「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)				R1.11.2 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。							地方創生推進交付金を活用して新規事業を実施した。
	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)							地方創生推進交付金を活用して新規事業を実施した。
	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。	「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。	
	「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。		
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。(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、普及啓発のための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 Rally Japan 2022 3月：新城ラリー2023	8月：ALL JAPAN アーチェリーフェスティバル2023 11月：FORUM8 Rally Japan 2023 3月：ラリー三河湾2024
	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。	・愛知学泉大学の学生と共同で、ウォーキングコースを5コース新設し紙マップを作成した。そのうち、名鉄東岡崎駅の1コースをウォーキングアプリに搭載。 ・クアオルト健康ウォーキングの実施(岡崎城址コース計18回、下山地区計8回)
	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QURUWAエリアを歩くツアーの開発、実施 ・岡崎公園及びQURUWAエリアを中心とした健康ウォーキングマップの作成(岡崎市観光協会委託事業)	・既存のクアオルト健康ウォーキング「岡崎城址コース」とQURUWAエリアを歩くツアーの開発、実施(岡崎市観光協会委託事業)
	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。					観光伝道師を用いた広告媒体等を作成し、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「岡さぽ！」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。					ルネボ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)					観光伝道師を用いた広告媒体等を作成し、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、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)							
	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	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	タイFITフェアに出展
	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	タイでセールスコール5社実施
	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5年度の観光イベント入込客数は、令和4年度から約29万人(67.7%)増加した。基準年である平成26年度と比較すると約124万人(63.4%)少ない。

例年4月に開催している家康行列は、桜まつりと大河ドラマ館への集客で混雑や渋滞が懸念されるため、10月に延期し開催した。恒例の市民キャストによる行列に加え、大河ドラマ「どうする家康」の出演者4名を迎えた特別版とし、沿道と河川敷には事前申込制の特別観覧席を設けた。

将棋まつりは、第30回の節目となり、愛知県瀬戸市出身の藤井聡太竜王(当時)も出演した。

#### 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4年度	令和5年度
桜まつり	600,000	258,000	350,000
家康行列	310,000	12,000	60,000
将棋まつり	6,000	400	1,041
五万石藤まつり	340,000	62,000	30,000
岡崎城下家康公夏まつり	150,000	13,275	12,500
岡崎城下家康公夏まつり 花火大会	460,000	30,000	200,000
岡崎城下家康公秋まつり	70,000	25,000	30,000
岡崎ジャズストリート	20,000	20,000	25,000
家康公生誕祭	2,039	7,000	8,810
合計	1,958,039	427,675	717,351

<桜まつり>

開催時期：令和5年3月24日(金)～4月5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5年10月28日(土)

開催場所：伊賀八幡宮～乙川河川敷

<将棋まつり>

開催時期：令和5年4月2日(日)

開催場所：岡崎市民会館



将棋まつり

<五万石藤まつり>

開催時期：令和5年4月21日(金)～5月5日(祝)

開催場所：岡崎公園一帯

<岡崎城下家康公夏まつり>

開催時期：令和5年8月11日(金)～9月23日(土)

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5年8月5日(土)

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：令和5年11月4日(土)、5日(日)

開催場所：乙川河川敷



岡崎城下家康公夏まつり

<岡崎ジャズストリート>

開催時期：令和5年11月4日(土)、5日(日)

開催場所：岡崎城二の丸能楽堂、桜城橋ほか

<家康公生誕祭>

開催時期：令和5年12月2日(土)～23日(土)

開催場所：龍城神社、イオンモール岡崎ほか



家康行列

## (2) 誘客促進事業

### 令和5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	バス	家康公天下泰平への出発地 岡崎・王道の旅 (5/3、6/3)	7,700	2	26
2	歩き+路線バス	チーム家康家臣団生誕地と「岩津城址」をあるく(5/27)	5,000	1	11
3	バス	平山優先生と行く激震の岡崎！家康公の人生の岐路めぐり (7/24)	16,000	1	38
4	体験	家康公による天下統一を示した「龍海院“是之字寺”」で坐禅体験 (11/23、12/16、2/17)	1,340	3	8
5	歩き+路線バス	徳川家康公と訪ねる、思い出の瀬名姫と信康公の地 (11/24)	5,800	1	7
6	バス	岡崎を飛び出す！井伊直政ゆかりの地をめぐる旅 (11/29)	11,000	1	11
7	バス	岡崎まで逃げろ！榊原康政と出会う大樹寺までの道のりを辿る (12/13)	6,000	1	6
8	歩き	真・大樹寺 2023 年末お掃除ご奉仕体験と酒井忠次ゆかり歩き (12/16)	6,600	1	14
9	歩き	酒井忠次が見守る、幼き竹千代君の岡崎の思い出 (12/26)	3,900	1	5
10	バス	本多忠勝と勝利をつかめ！岡崎の神社でご祈願ツアー (1/20)	5,000	1	20
11	バス	バスで行く！鎌倉時代から続く天下の奇祭「瀧山寺鬼祭り」伝統 の精進料理付き (2/17)	10,000	1	26
12	体験	岡崎発！クラフトビール醸造見学&試飲体験 (2/17)	2,200	1	10
13	バス	案内人・オカザキチューブディレクターと行く！カメラを構えて レトロな岡崎探したび (3/10)	8,600	1	3
令和5年度合計				16	185
令和4年度合計				29	340

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。催行便数、参加人数とも昨年度を下回った。

### 令和5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	選べるタクシープラン「家康公ゆかり寺社ハイライト」 ガイドあり (通年)	1名 18,500 2名 9,900 3名 7,500	10	27
2	” ガイドなし (通年)	1~3名は上記と同じで 1台につき△4,000 4名 4,500	4	13
令和5年度合計			14	40
令和4年度合計			10	19

岡崎市観光協会が観光タクシーの企画造成・販売・運営も行い、昨年度より参加人数が増加した。

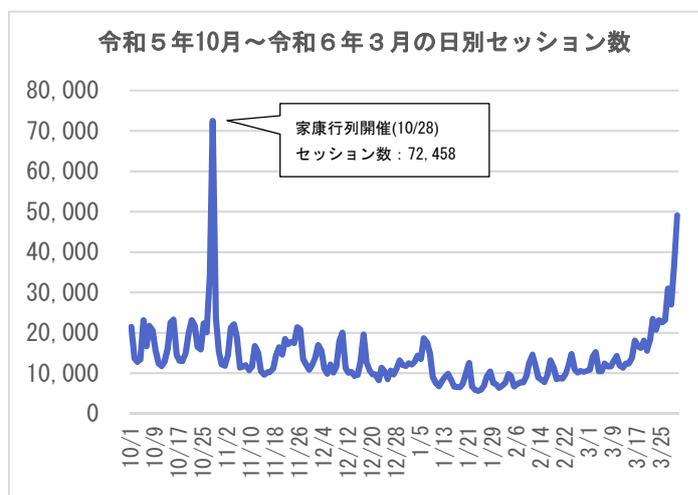
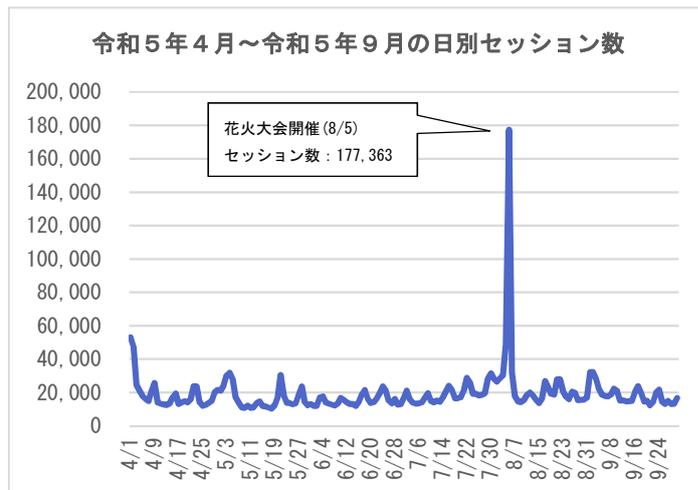
令和5年度岡崎おもてなしキャラバン隊出店実績

No.	開催日	イベント名	場所	店舗数	利用人数	売上金額 (円)
1	4/15～5/4	高校野球春季大会	岡崎中央総合公園	2	2,104	707,350
2	4/29～5/4	NEOPASA 岡崎 春の陣	岡崎サービスエリア	4	946	818,409
3	5/5	ファミリーフェスタ in 中総	岡崎中央総合公園	21	4,313	3,202,950
4	5/13	連合愛知中地協メーデー決起集会	籠田公園ほか	7	2,221	590,250
5	5/20	桜城橋イベント	桜城橋	2	54	38,700
6	5/21～6/13	都市対抗野球	岡崎中央総合公園	2	157	44,800
7	5/28	三菱カーフェスティバル	乙川河川緑地	9	1,086	743,100
8	5/28	花菖蒲まつり	東公園	11	749	337,350
9	7/1～31	全国高等学校野球選手権愛知大会	岡崎中央総合公園	10	13,352	5,280,900
10	8/11～13	NEOPASA 岡崎 夏の陣	岡崎サービスエリア	3	108	140,662
11	8/19～20	アーチェリーフェスティバル	岡崎中央総合公園	6	848	421,750
12	8/30、9/1～2	紫フェスタ at 岡崎公園	岡崎公園	8	717	423,550
13	9/22～23	MINEZAWA 展示会	岡崎中央総合公園	6	17,298	1,729,800
14	9/23～24	高校野球秋季大会	岡崎中央総合公園	2	778	340,800
15	10/9	ドラマ館「キッズデイズ」	岡崎公園	3	294	165,900
16	10/14～15	おかざきっ子展	岡崎中央総合公園	19	8,069	4,097,310
17	10/15	三菱自動車感謝祭	三菱自動車岡崎製作所	16	4,449	2,276,660
18	10/28	家康行列	乙川河川緑地	14	3,102	1,878,360
19	11/25～12/3	紅葉まつり	東公園	4	1,283	691,100
20	11/26	岡崎マラソン	岡崎中央総合公園	3	343	218,250
21	12/2	あいちふるさと市	モリコロパーク	1		239,900
22	12/3	三菱カーフェスティバル	乙川河川緑地	9		521,150
23	1/6～8	ドラマ館ファイナルイベント	岡崎公園	6	1,024	690,600
24	2/4	三菱駅伝大会	三菱自動車岡崎製作所	6	445	261,000
25	3/10	中京競馬場出展	中京競馬場	2	466	317,800
令和5年度合計				176	64,206	26,178,401
令和4年度合計				237	68,471	33,296,147

## 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、昨年と同じく花火大会当日で、約 17 万 7 千件と突出している。また、大河ドラマ「どうする家康」のキャスト陣が特別出演した家康行列当日も多数のセッションがあった。例年同様、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。

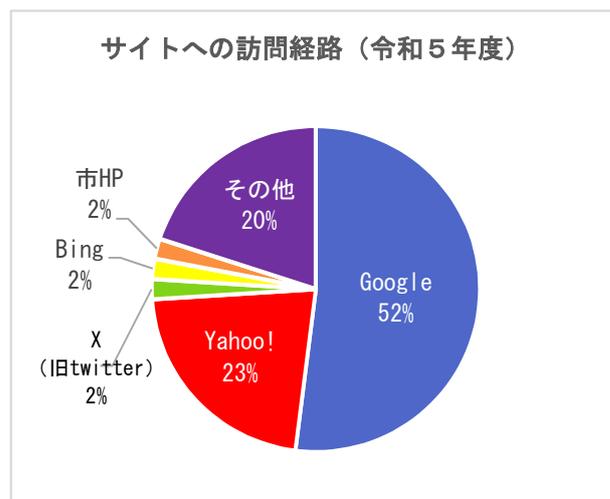


### (2) サイトへの訪問経路

訪問経路については「Google」が半数以上、「Yahoo!」を加えた 2 大検索エンジンで 75% のシェアとなる。

X (旧 Twitter) からの流入は 8 月が最高で 4.94%、最低は 5 月の 1.46% で、月により若干変動がある。Bing と市 HP からの流入は年間を通じてそれぞれ 2% 前後で推移した。

その他には、Instagram や愛知県観光協会 HP からの流入なども含まれている。



### (3) アクセスキーワードの順位

令和5年4月			令和5年5月			令和5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	17,647	3.09%	岡崎城	16,914	3.32%	岡崎城	10,032	2.19%
2	岡崎公園	7,298	1.28%	岡崎 観光	4,928	0.97%	岡崎 観光	3,958	0.86%
3	岡崎桜祭り	5,593	0.98%	岡崎公園	4,116	0.81%	岡崎花火大会 2023	3,409	0.74%
4	岡崎 観光	5,108	0.89%	奥殿陣屋	2,191	0.43%	岡崎花火大会	3,004	0.65%
5	岡崎 桜祭り	3,387	0.59%	家康の子供	2,060	0.40%	岡崎花火 2023	2,919	0.64%
合計		39,033	6.83%		30,209	5.93%		23,322	5.08%
令和5年7月			令和5年8月			令和5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	23,938	4.02%	岡崎花火大会	40,961	5.06%	岡崎城	10,105	1.83%
2	岡崎 花火	10,197	1.71%	岡崎花火大会 2023	16,918	2.09%	家康行列	9,953	1.80%
3	岡崎城	9,621	1.61%	岡崎城	11,213	1.39%	岡崎 観光	5,470	0.99%
4	岡崎花火 2023	8,553	1.44%	岡崎 花火	11,077	1.37%	東海オンエア 聖地巡礼	4,104	0.74%
5	岡崎花火	6,915	1.16%	岡崎花火 2023	9,032	1.12%	家康行列 2023	3,601	0.65%
合計		59,224	9.94%		89,201	11.03%		33,233	6.01%
令和5年10月			令和5年11月			令和5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	家康行列	20,624	3.37%	岡崎城	8,904	2.04%	岡崎城	8,800	2.36%
2	岡崎城	9,397	1.54%	岡崎 観光	3,830	0.88%	岡崎 観光	3,058	0.82%
3	岡崎 家康行列	4,871	0.80%	岡崎公園 イベント	1,897	0.43%	大河ドラマ館 岡崎	2,546	0.68%
4	岡崎 観光	4,065	0.66%	岡崎公園	1,825	0.42%	大河ドラマ館	1,916	0.51%
5	家康行列 2023	3,922	0.64%	大河ドラマ館	1,751	0.40%	岡崎大河ドラマ館	1,909	0.51%
合計		42,879	7.01%		18,207	4.17%		18,229	4.88%
令和6年1月			令和6年2月			令和6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	7,496	2.52%	岡崎城	7,472	2.61%	岡崎 桜祭り	19,693	3.33%
2	岡崎 観光	3,109	1.05%	岡崎 観光	3,896	1.36%	岡崎桜まつり	10,608	1.79%
3	東海オンエア 聖地巡礼	1,614	0.54%	岡崎南公園	2,469	0.86%	岡崎城	7,277	1.23%
4	大河ドラマ館 岡崎	1,525	0.51%	東海オンエア 聖地巡礼	2,330	0.81%	岡崎公園 桜まつり	5,005	0.85%
5	岡崎南公園	1,463	0.49%	南公園	1,977	0.69%	桜祭り 岡崎	4,605	0.78%
合計		15,207	5.11%		18,144	6.33%		47,188	7.98%

「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、大河ドラマ館と東海オンエア関連のワードでも多く検索された。1月と2月は、3月末をもって一時閉園する南公園がランクインした。

#### (4) メディア掲載実績

テレビでは、全国放送のバラエティ番組で何度か本市が取り上げられ、当日は岡崎おでかけナビへのアクセス数が増加する傾向がみられた。また、地上波としては初めて花火大会が生中継で放送された。

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鮎めし街道、くらがり溪谷などは、雑誌への掲載を中心に東海地方だけでなく全国に情報が発信された。

ほかに、本市が囲碁のタイトル戦である天元戦の開催地となったり、映画のロケ地になったことにより、様々な広報媒体を通じた本市のPRにつながった。

なお、大河ドラマの関連では、テレビ、新聞、WEBニュースなどにおいて本市の情報が多数露出したことにより、パブリシティ効果が33億円であったと推計されている。

時期	内容	広報媒体	対象地域
4月9日(日)	岡崎グルメ	バナナマンのせっかくグルメ!! (テレビ)	全国
6月28日(水)	夏周遊コース、ドラマ館	旅行読売 (雑誌)	全国
7月22日(土)	かき氷街道	KELLY (雑誌)	東海地方
7月30日(日)	家康公像、花火大会など	ふるさとカケズリバラエティー サンドどっちマンツアーズ (テレビ)	全国
8月5日(土)	花火大会	岡崎城大花火 (テレビ)	東海地方
9月10日(日)	岡崎公園	緊急 SOS! 池の水ぜんぶ抜く大作戦 (テレビ)	全国
9月29日(金)	鮎めし街道	歩く地図(尾張・三河・伊勢散歩) (雑誌)	全国
10月10日(火)	岡崎市PR	囲碁 天元戦 (バックボード)	全国
10月30日(月)	宵まいり	東海ウォーカー (雑誌)	東海地方
11月10日(金)	家康公ゆかりの地めぐり	中日新聞 (新聞)	東海地方
11月12日(日)、 11月26日(日)	くらがり溪谷	SKE48の未完全TV (テレビ)	東海地方
11月25日(土) ~12月8日(金)	旧本多忠次邸	INTERFACE 知能機械犯罪公訴部 -ベルソナ- (映画)	東海地方
3月20日(水)	桜まつり	日刊ケリー(web、sns)	全国
3月28日(木)	くらがり溪谷・オクオカ飲食店	森さんぼ 東海版 (雑誌)	全国
3月28日(木)	周遊観光コース	旅色 (web)	全国

※掲載権限について問合せがあった主なものの

## 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 5 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	367 億円	404 億円	90.8%	
目標指標 1	観光入込客数	観光施設	387 万人	470 万人	411 万人	114.4%
		イベント	196 万人	72 万人	208 万人	34.6%
目標指標 2	宿泊客数	39 万人	35 万人	42 万人	83.3%	
目標指標 3	来訪者満足度	65.8%	73.0%	70.0%	104.3%	
目標指標 4	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 5 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

観光入込客数のうち観光施設入込客数は、大河ドラマ「どうする家康」の放送により岡崎公園を中心とした観光施設に多くの来訪者があったため、目標を大幅に超えることができた。イベントへの観光入込客数は、コロナ禍を経て花火大会の開催方法を変更したことや、デジタル技術を活用した来場者解析を試行的に導入したことによる推計方法の変更もあり目標値には届かなかった。また、宿泊客数は大河ドラマの特需がみられず残念な結果となった。しかし、来訪者満足度は、目標を超えて平成 26 年度以降の最高値を記録することができた。

経済効果においては、宿泊の客単価が昨年度より上昇したものの、日帰りの客単価が低下、観光入込客数増加分がほぼ日帰り客であったため、算出結果は 367 億円となり目標値には届かず昨年と比較しても 10 億円少なかった。

アフター大河元年である令和 6 年度からは第 2 次観光基本計画がスタートし、地域経済の活性化や本市の持続的な成長、市民の観光への関心や参画にもつなげることを目的に、歴史観光やリピーター獲得、若者交流人口の促進などに向けた施策を展開している。次年度以降に発行する観光白書では、第 2 次観光基本計画において掲げた目標の進捗を掲載していく。

○2024年4-6月期の日本人国内旅行消費額（速報）は6兆4,518億円（2019年同期比7.6%増、前年同期比14.9%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5兆1,137億円（2019年同期比12.3%増、前年同期比15.6%増）、日帰り旅行消費額が1兆3,381億円（2019年同期比7.2%減、前年同期比21.6%増）となった。

引用元：観光統計 2024年8月21日 観光庁

---

## 第 2 部 資料編

---

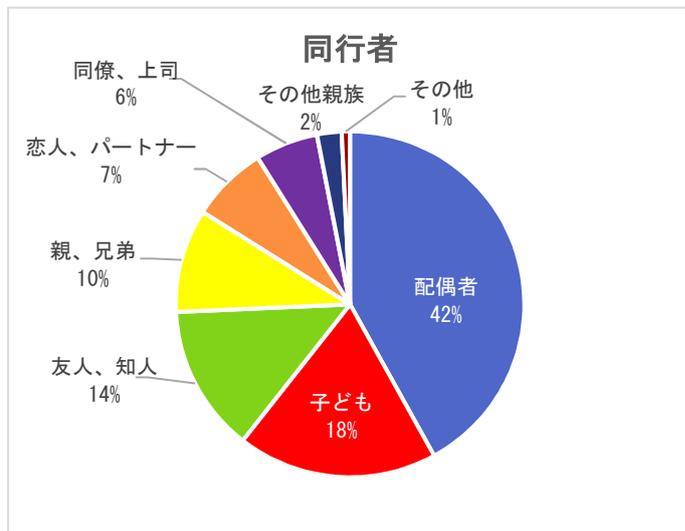
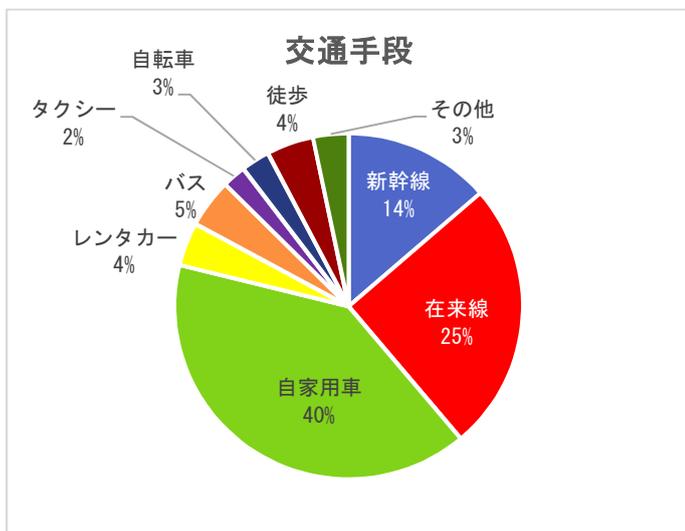
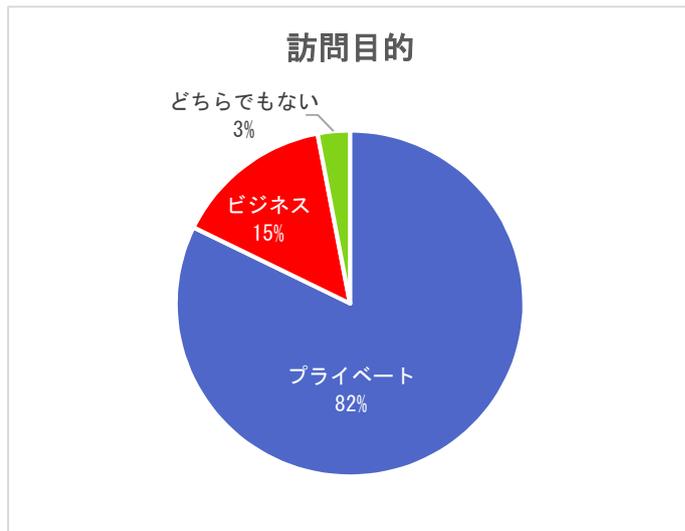
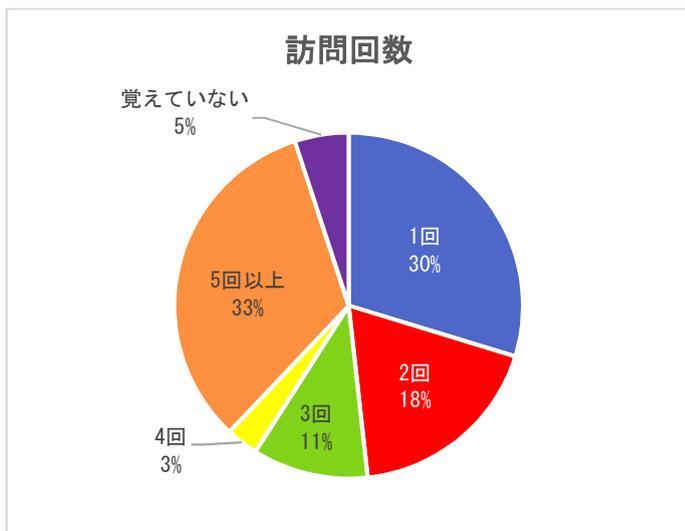
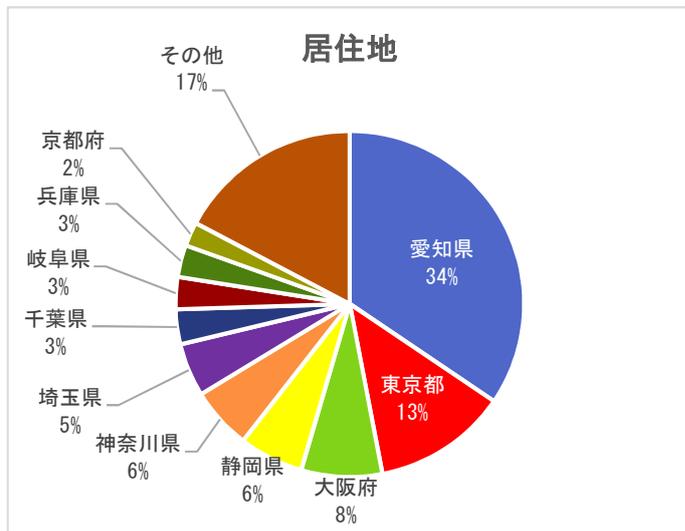
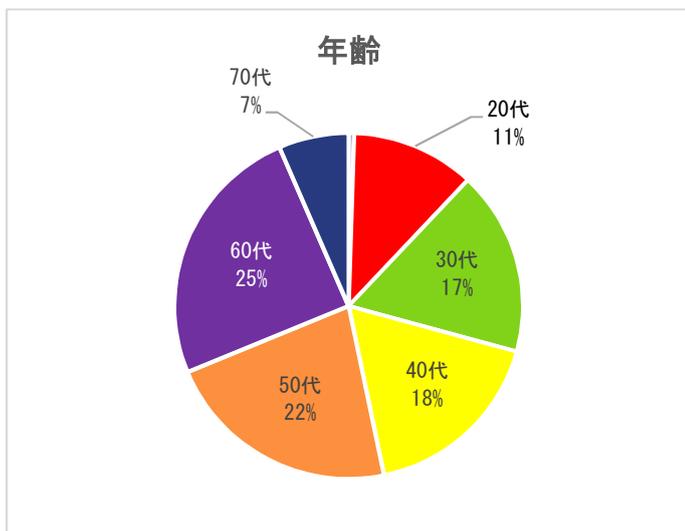
# 1 岡崎市来訪経験者アンケート調査結果

調査期間：令和5年9月15日(金)～令和5年9月19日(火)

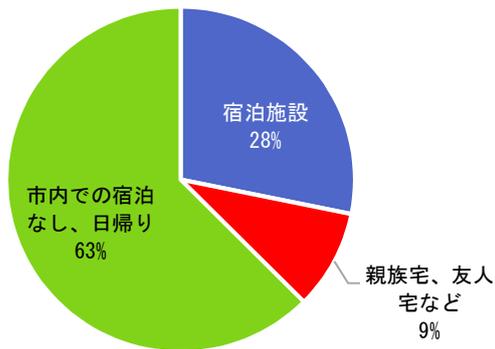
調査対象：全国の15歳から79歳で、直近5年以内に本市を訪れたことのある男女各200人

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

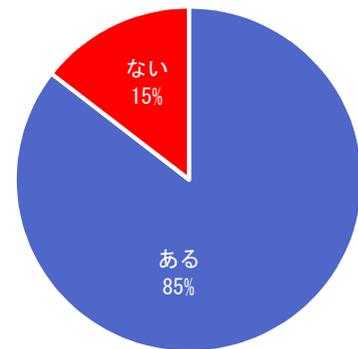
調査機関：楽天インサイト株式会社



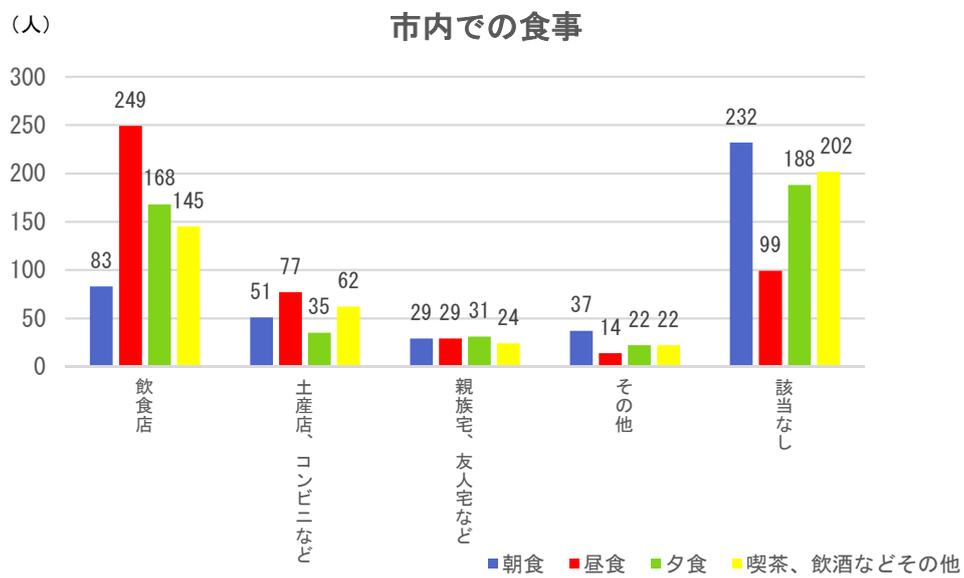
宿泊の有無



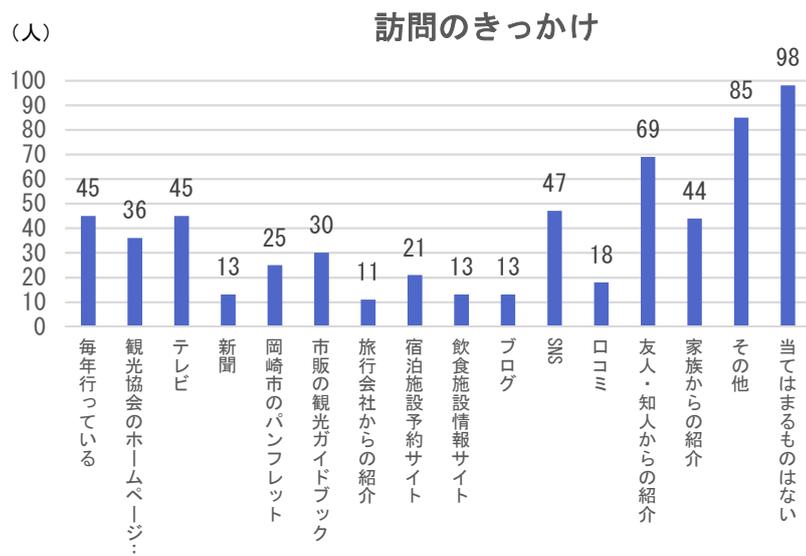
再訪の意欲

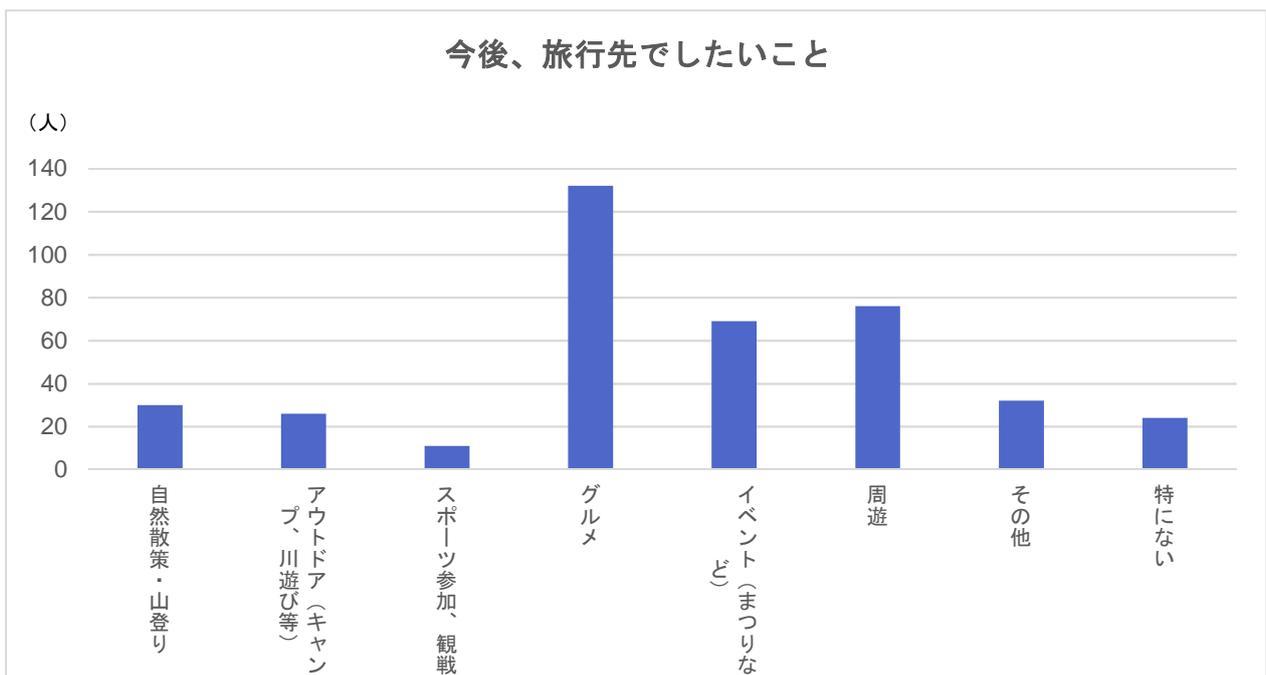
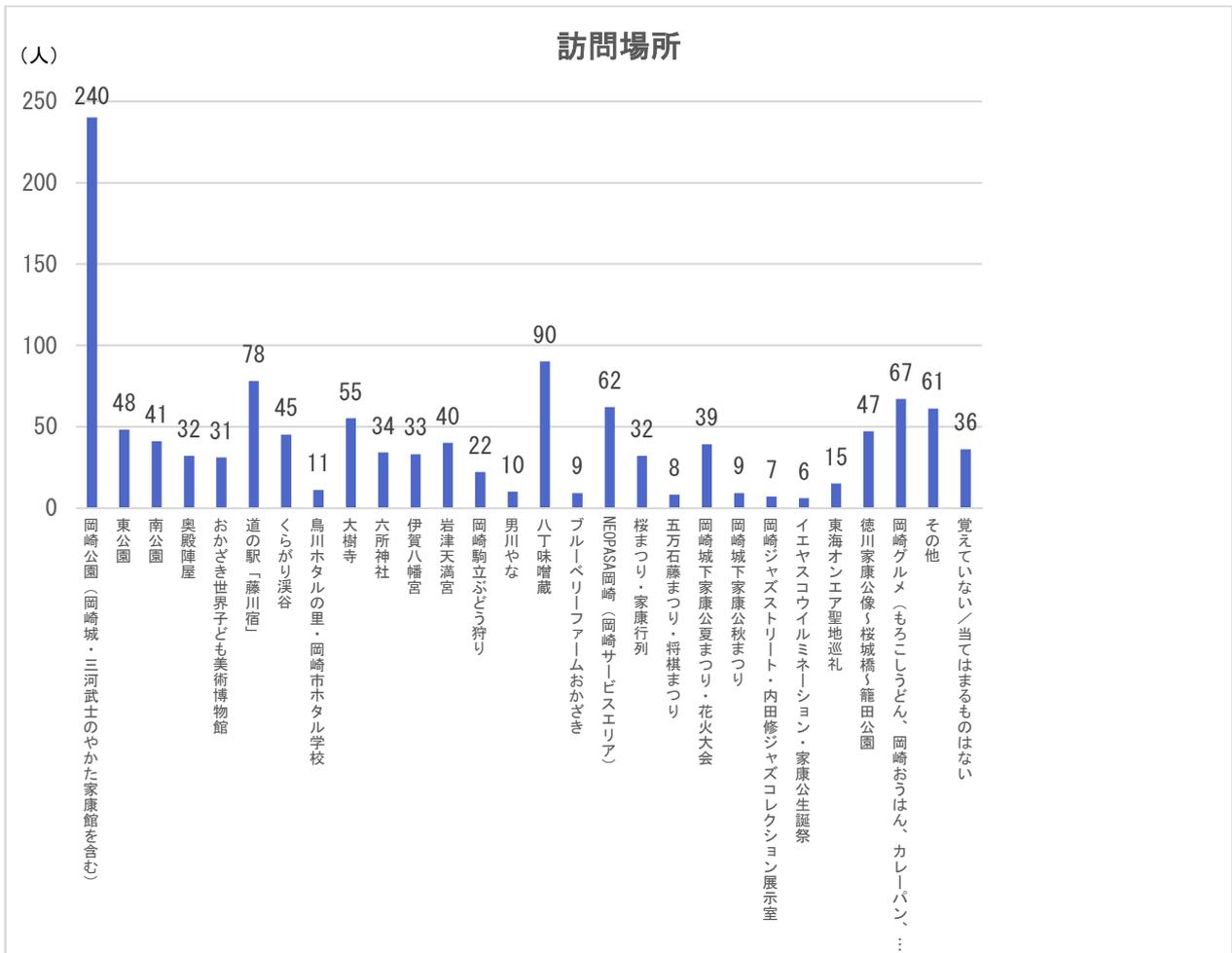


市内での食事



訪問のきっかけ



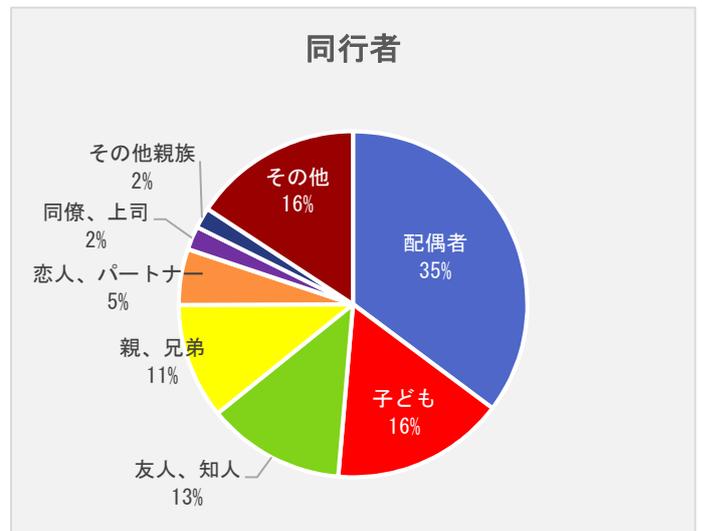
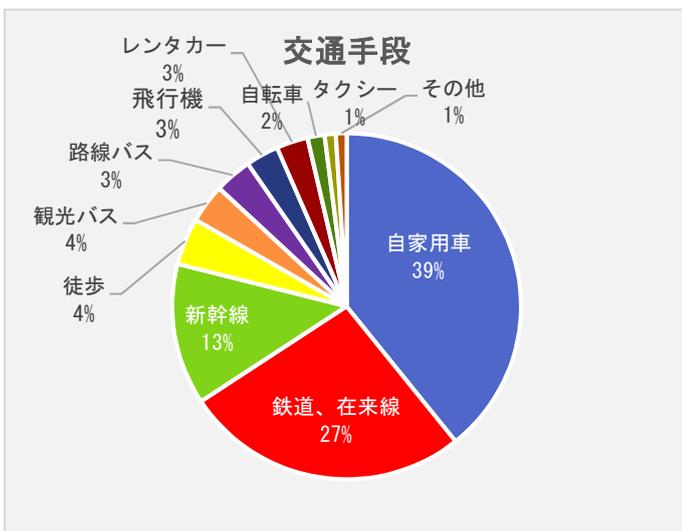
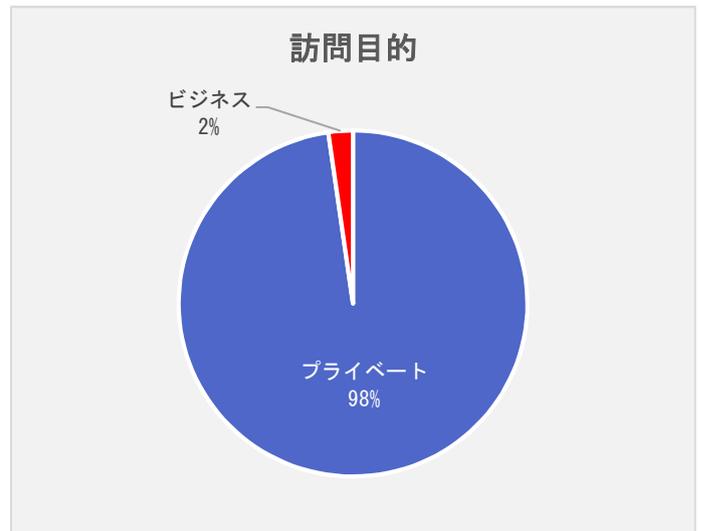
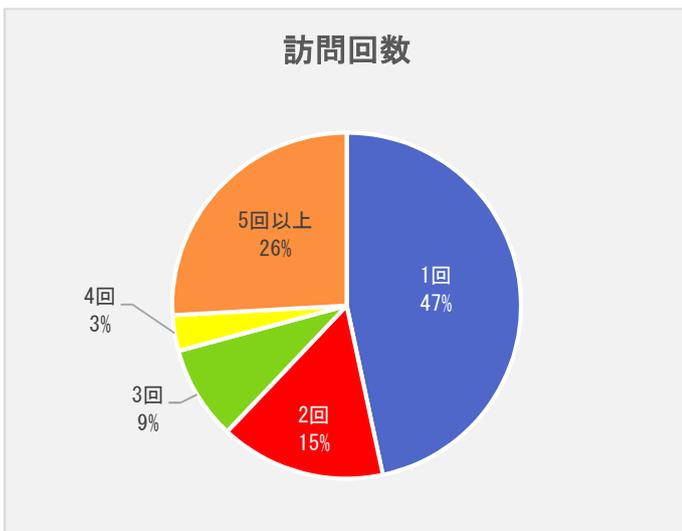
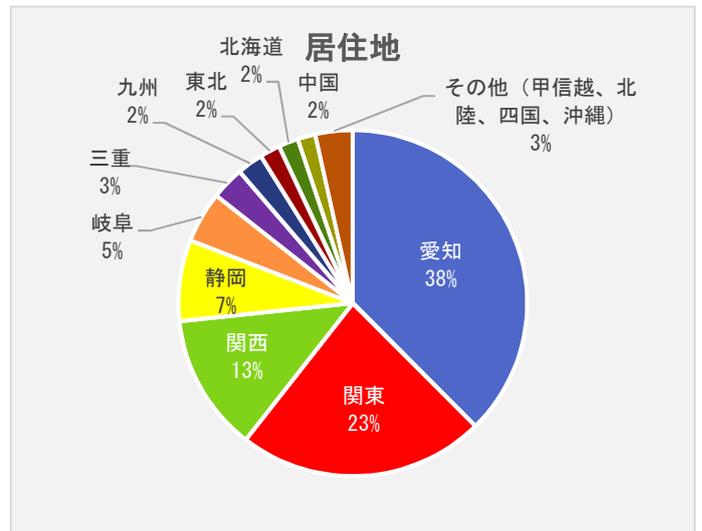
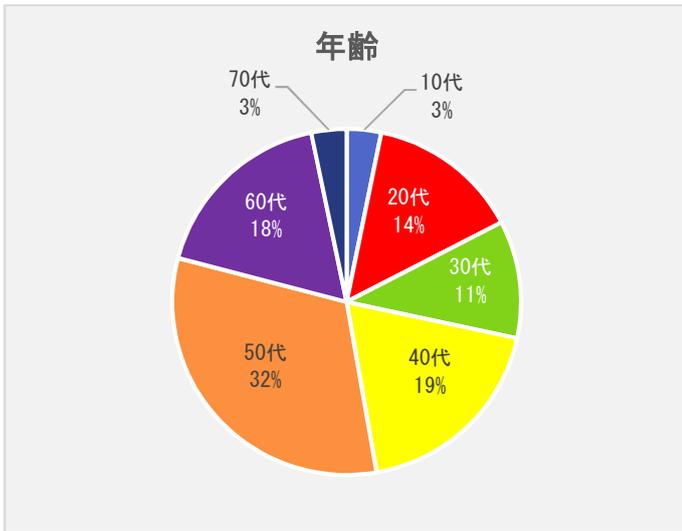


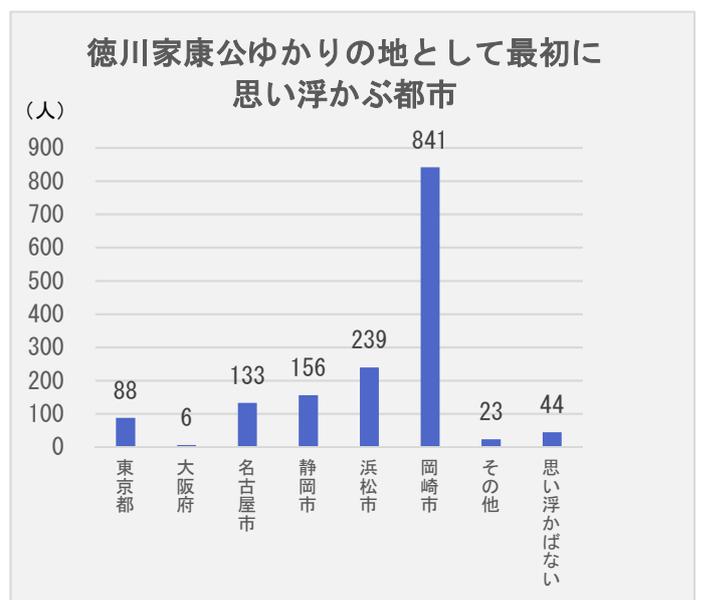
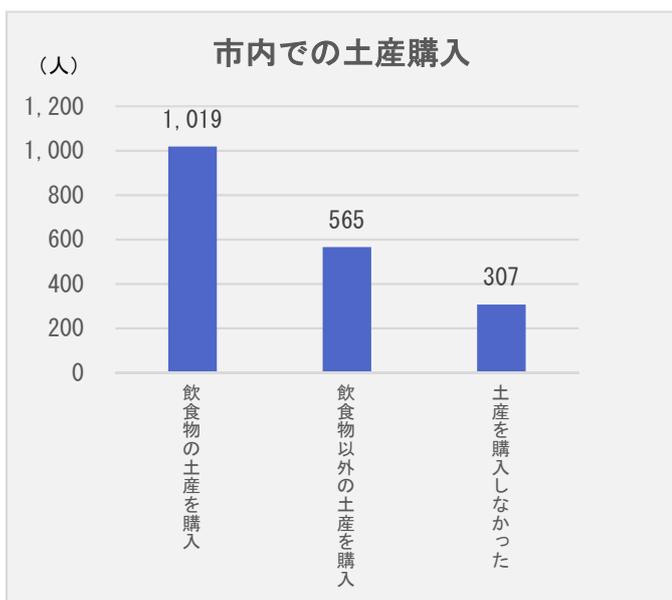
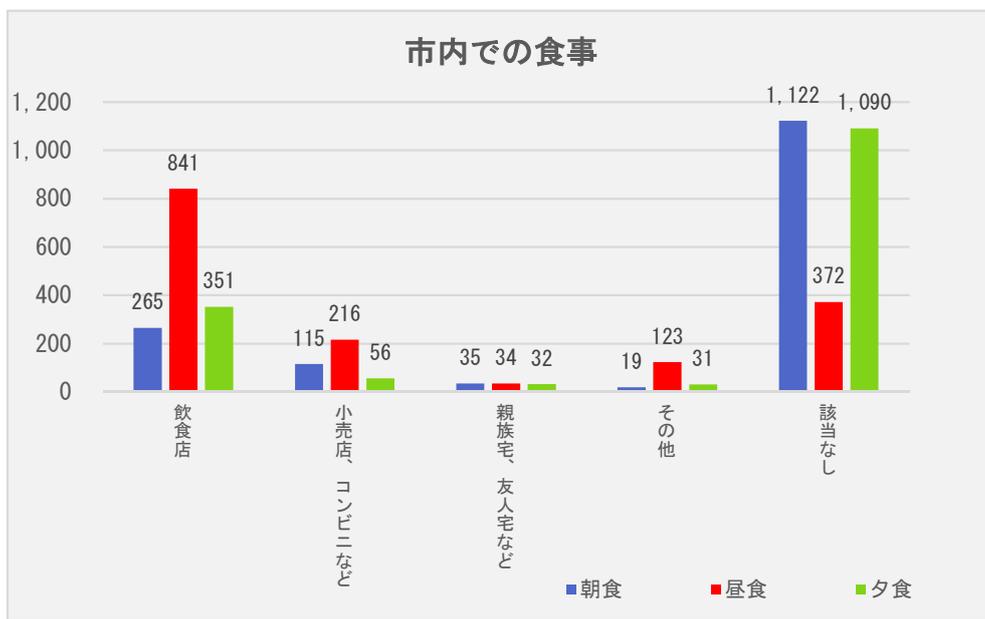
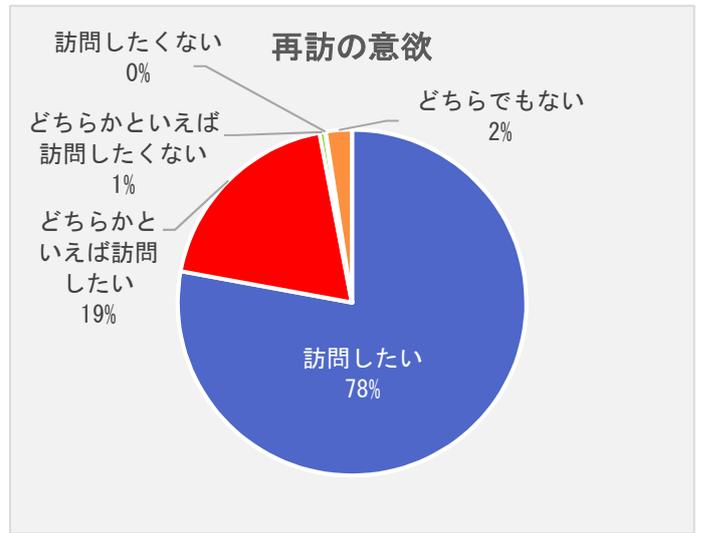
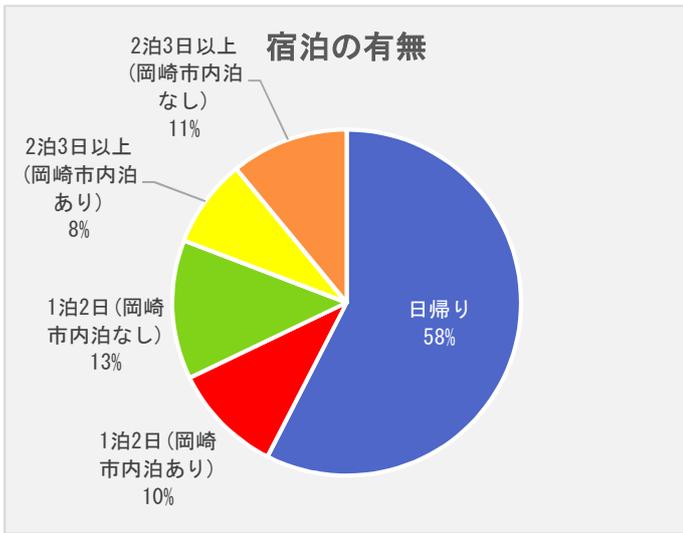
## 2 岡崎市観光アンケート（市外）調査結果

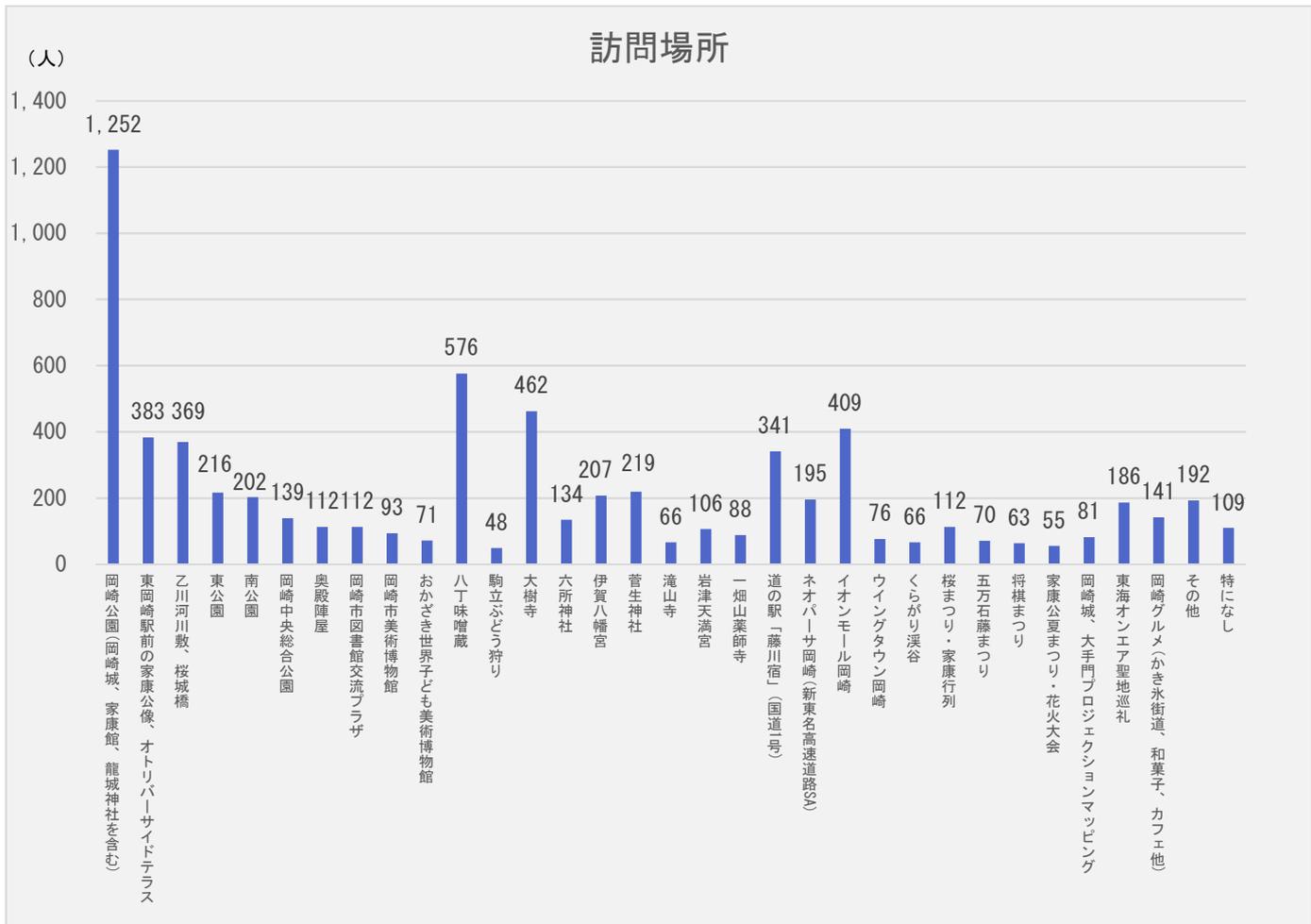
調査期間：令和5年2月1日（水）～令和6年1月31日（水）

調査対象：15歳以上の市外在住者1,530人

調査方法：あいち電子申請・届出システムによるアンケート





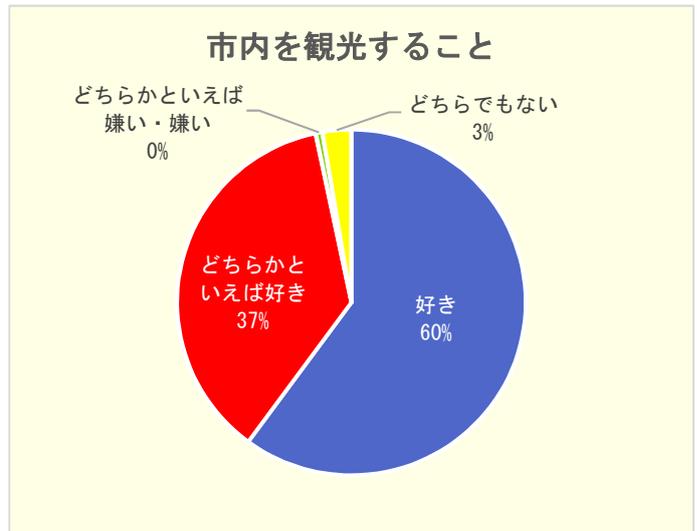
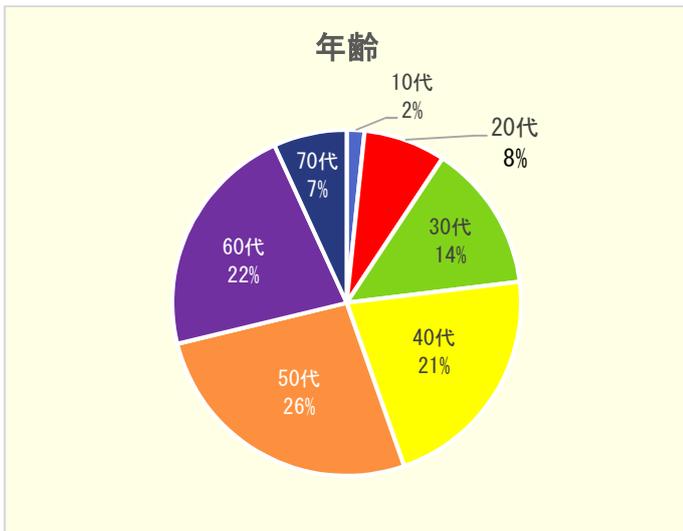


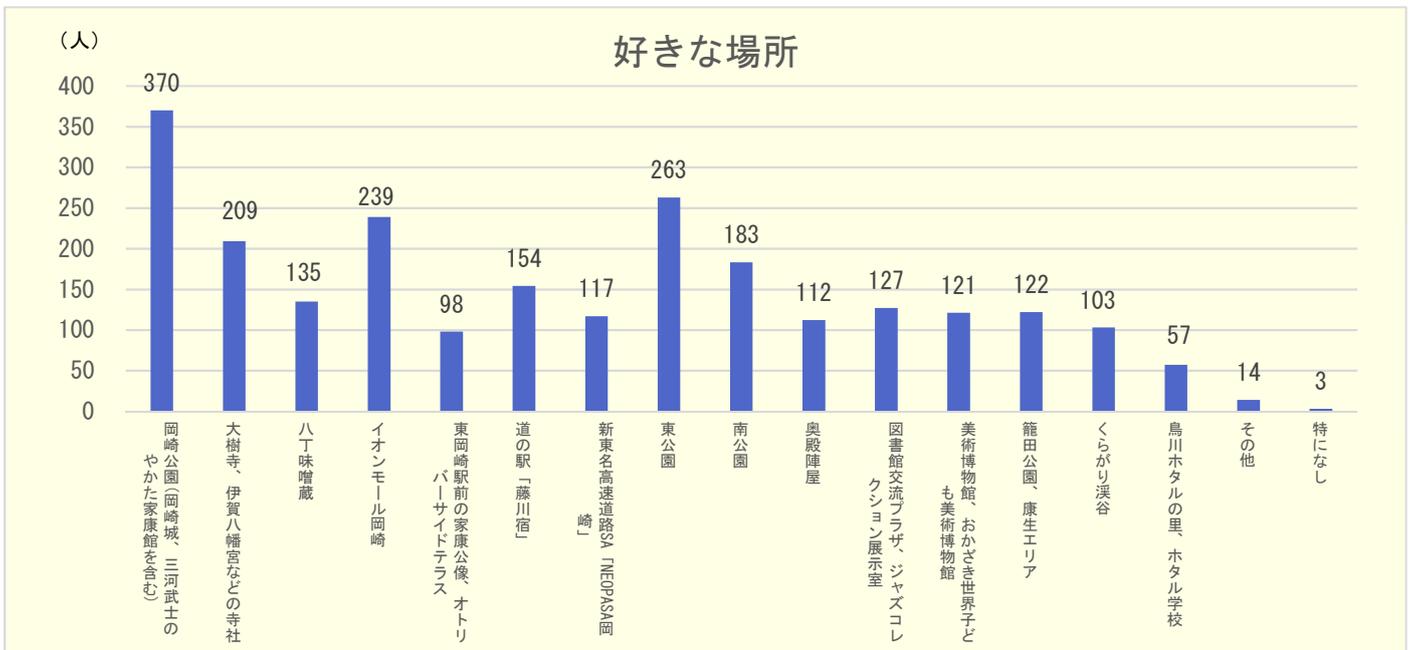
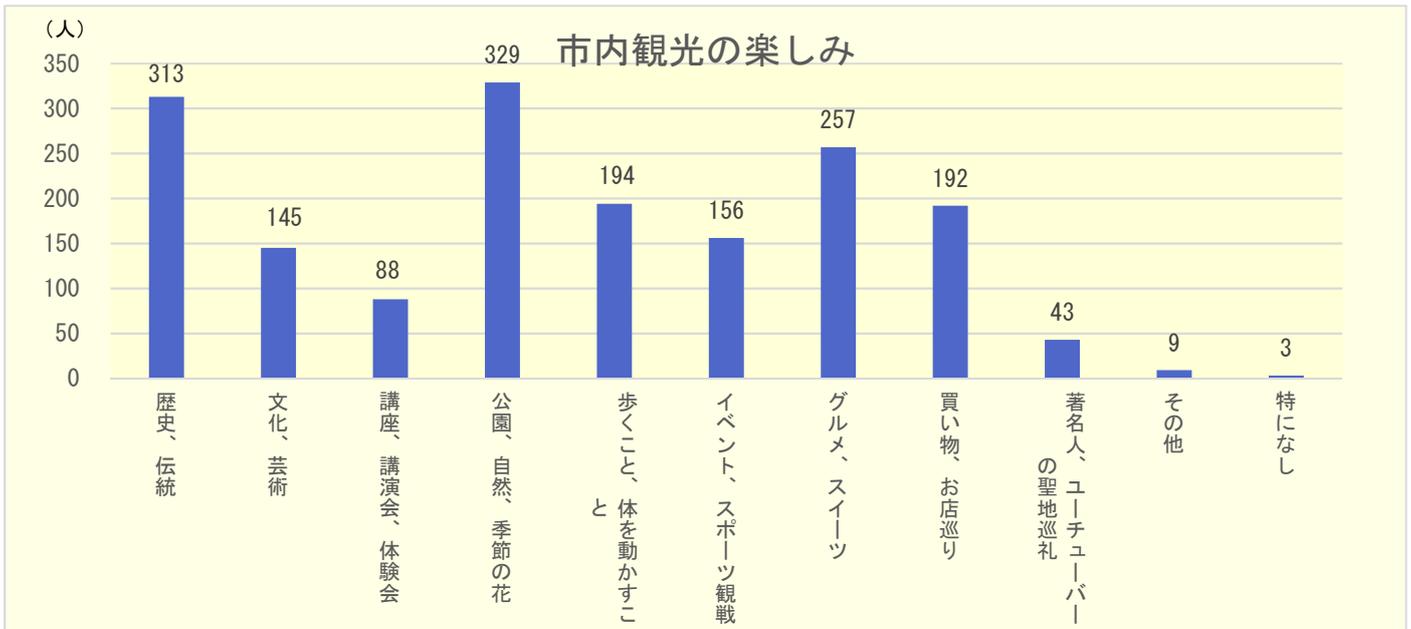
### 3 岡崎市観光アンケート(市内)調査結果

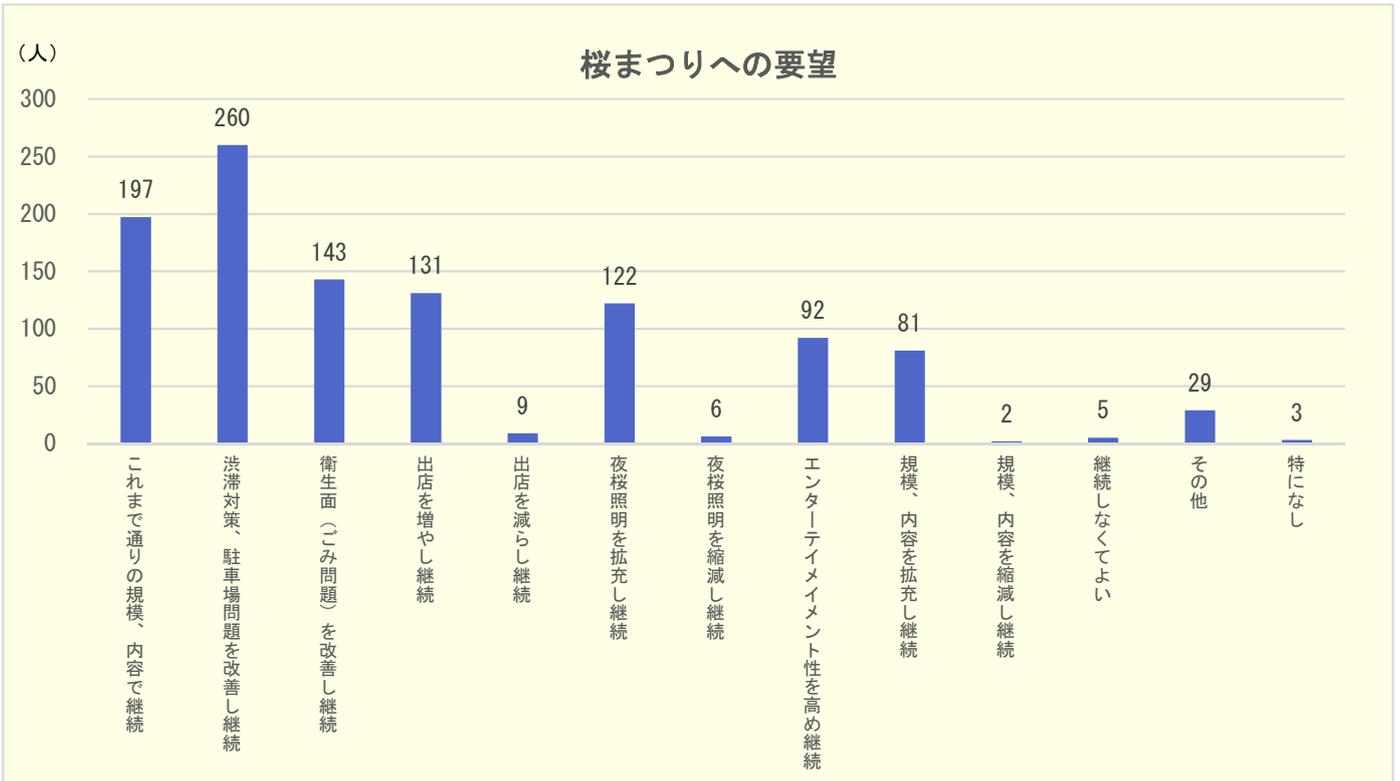
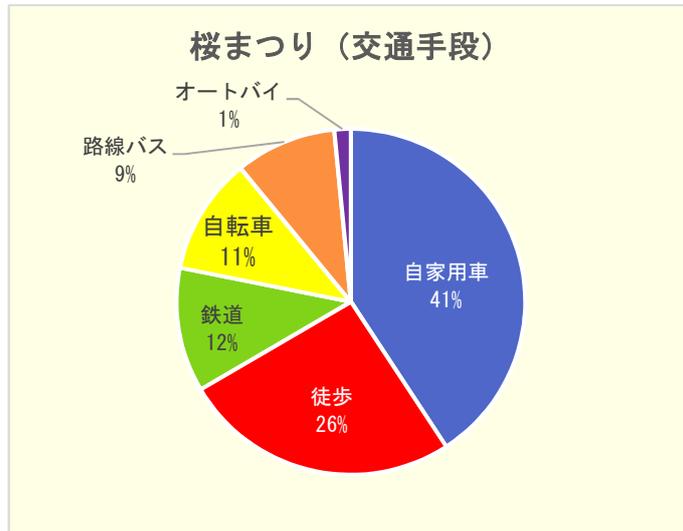
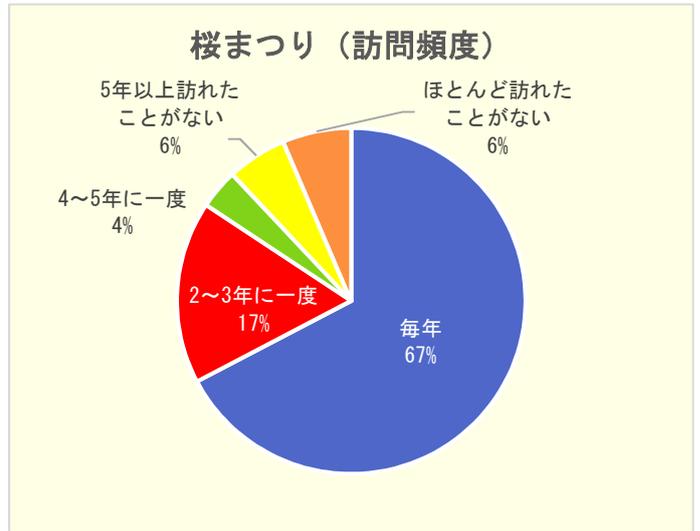
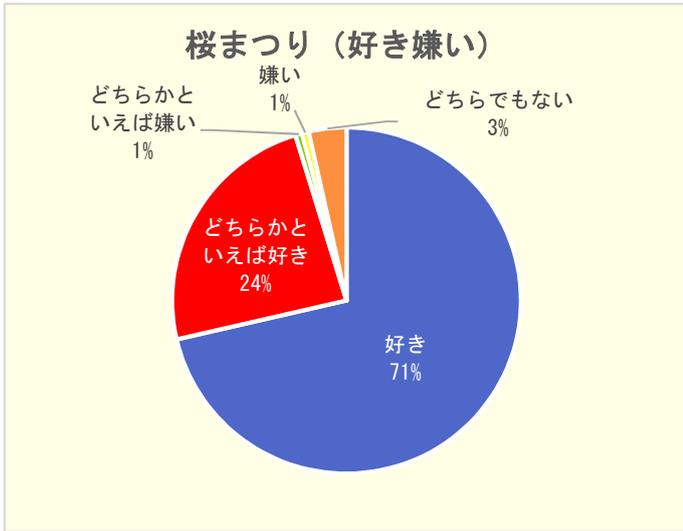
調査期間：令和5年2月1日(水)～令和6年1月31日(水)

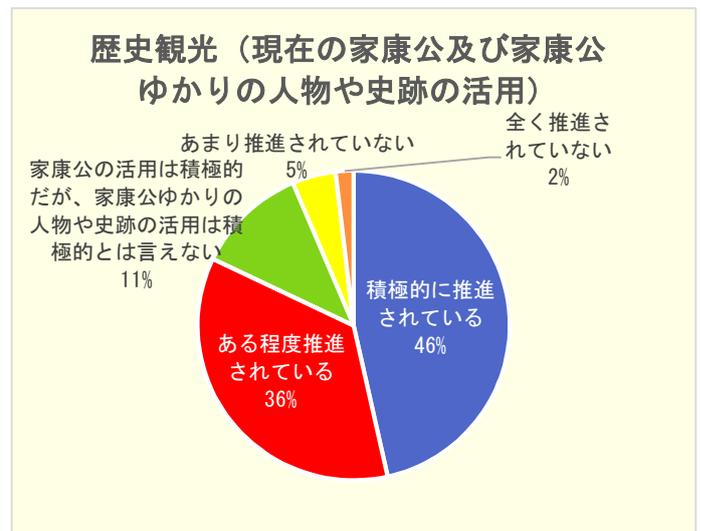
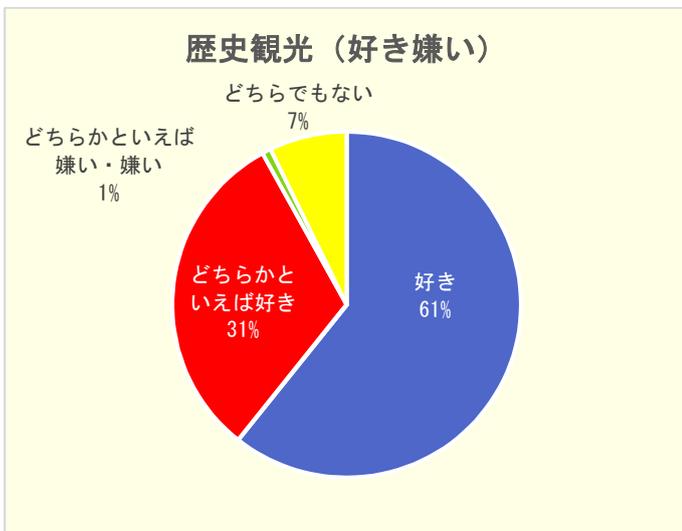
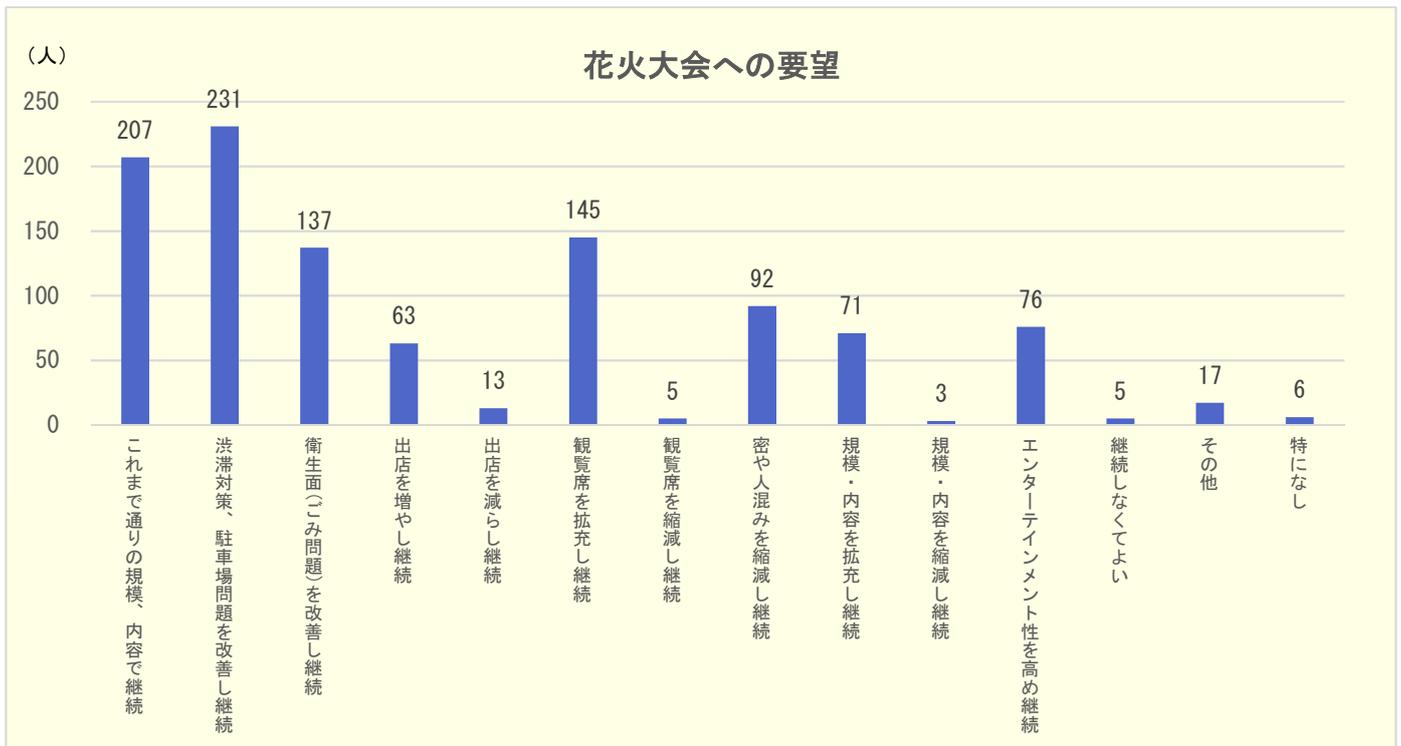
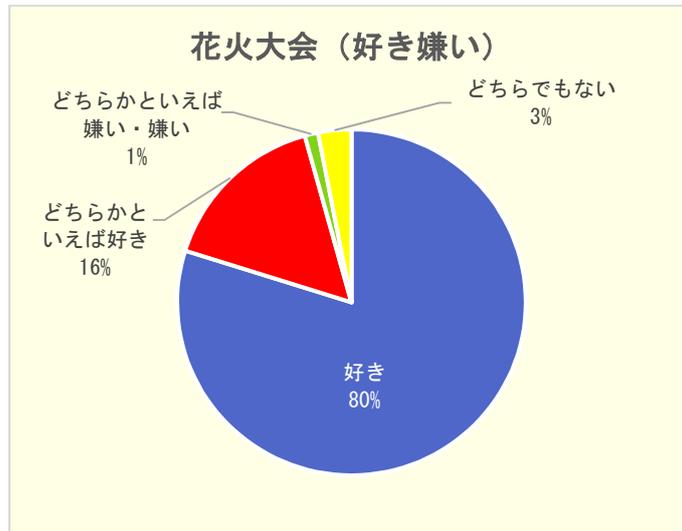
調査対象：15歳以上の市内在住者486人

調査方法：あいち電子申請・届出システムによるアンケート

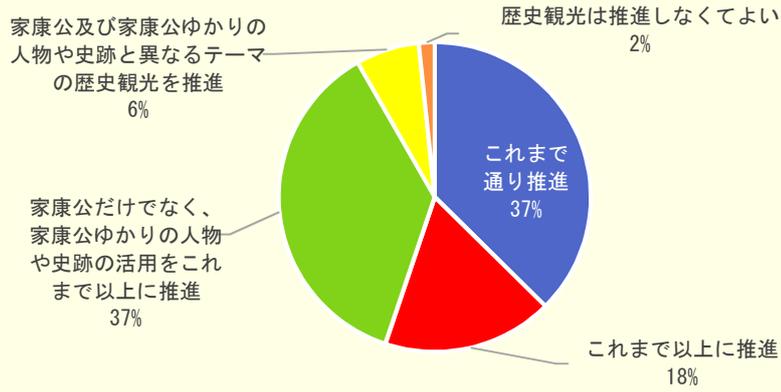




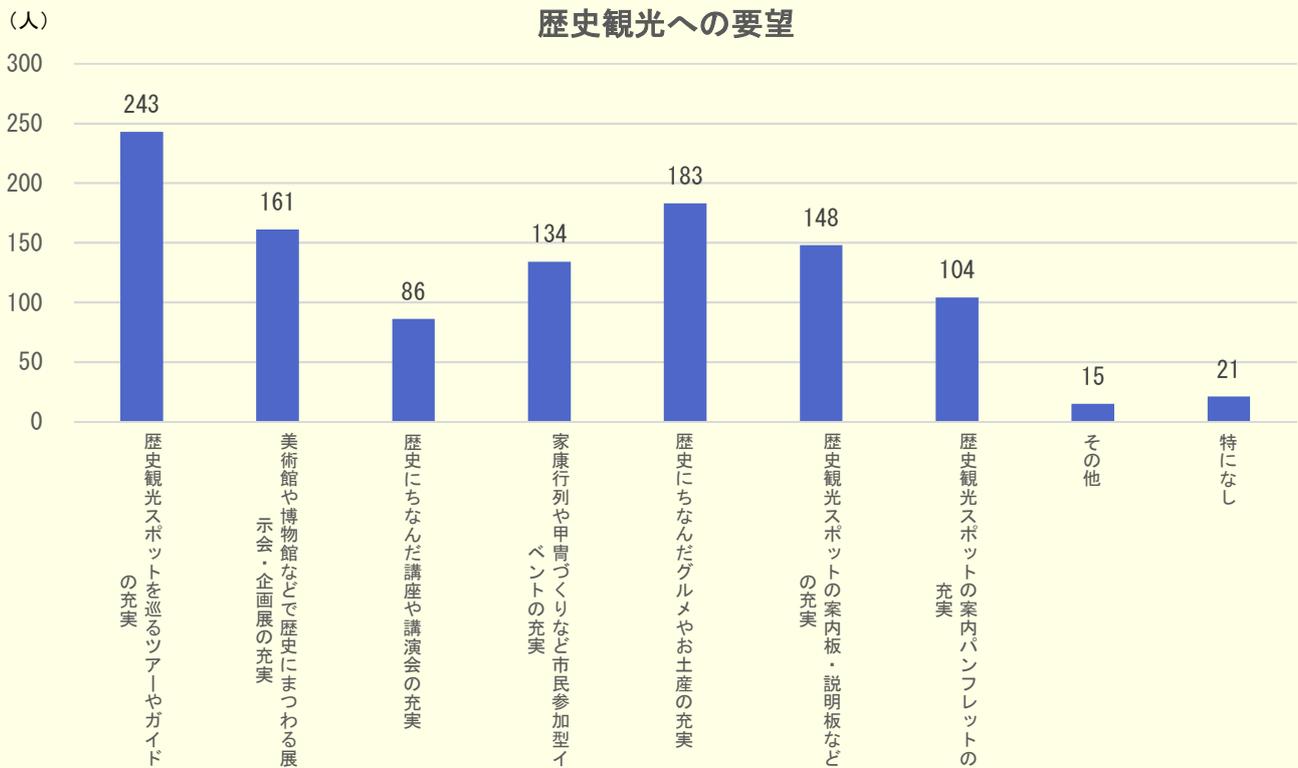




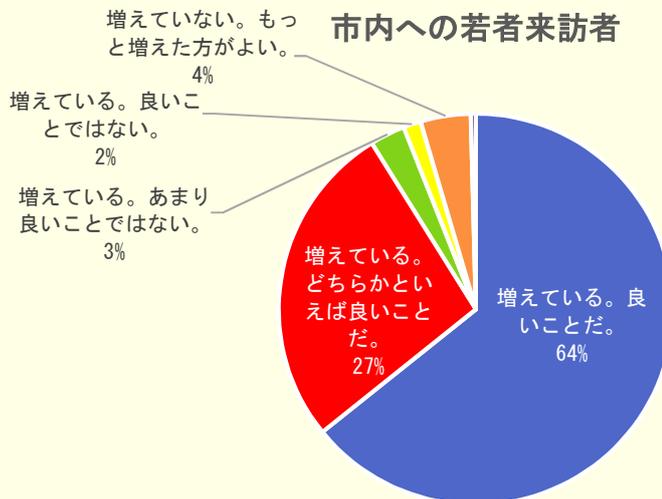
### 歴史観光（今後の家康公及び家康公ゆかりの人物や史跡の活用）



### 歴史観光への要望



### 市内への若者来訪者



## 4 大河ドラマ「どうする家康」の活用（令和2～5年度）

### (1) 大河ドラマの放送と岡崎市における体制等

年 月 日	内 容
令和3年 1月19日（火）	NHKが2023年の大河ドラマに「どうする家康」放送を発表
4月1日（木）	岡崎市経済振興部内に「どうする家康」活用推進室設置
5月17日（月）	市役所内部に岡崎市「どうする家康」活用推進本部を設立し、全庁体制での事業推進を開始
9月14日（火）	市と市内経済団体で組織する岡崎市徳川家康公顕彰推進協議会設立
12月26日（日）	岡崎市徳川家康公顕彰推進協議会公募のロゴマーク・キャッチコピー披露
令和4年 11月14日（月）	岡崎 大河ドラマ館特設サイト「家康公生誕の地」をオープン
令和5年 1月8日（日）	大河ドラマ「どうする家康」放送開始 『大河ドラマ「どうする家康」東海プレミアリレーin岡崎』開催
1月21日（土）	大河ドラマ館オープン、岡崎城リニューアルオープン 観光みやげ店おかざき屋、岡崎公園観光案内所オープン
12月17日（日）	最終回パブリックビューイング&トークショーin岡崎開催
令和6年 1月8日（祝）	大河ドラマ館閉館

### (2) どうする家康 岡崎 大河ドラマ館

来館者数（令和5年1月21日～令和6年1月8日）

1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	合計
17,713	47,791	67,743	44,820	51,752	40,829	37,758	44,447	47,646	53,596	74,254	69,327	38,744	636,420

※展示リニューアル4回（第1回4月25日、第2回7月25日、第3回10月24日 第4回12月18日）

### (3) 岡崎公園内観光案内所

来場者数（令和5年1月21日～令和6年1月8日） 94,487人（うち市内10,109人）

### (4) 経済効果（推計）

岡崎市の経済効果 約143億円

（内訳）

・経済波及効果 約110億円

大河ドラマ館の来館者63.6万人による市内観光消費額（約50億円）と大河ドラマ関連のイベント・施設の来場者52.7万人による市内観光消費額（約33億円）から推計。

・パブリシティ効果 約33億円

大河ドラマ関連で岡崎市がメディア等で報道された量に対して、メディアごとの広告掲載単価を乗じて推計。（テレビ・ラジオ137件19億5,533万円、新聞241件1億4,759万円、WEBニュース1,073件11億4,333万円、X（旧Twitter）1,232件2,657万円）



令和6年度版 岡崎市観光白書  
(令和5年度年次報告書)

発行年月：令和6年11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