

令和4年度版 岡崎市観光白書

(令和3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	27
3 年間実施事業	36
4 パブリシティ	40
Ⅳ 総合分析	43
1 目標指標	43
2 まとめ	43
第2部 資料編	44
1 岡崎市来訪経験者アンケート調査結果	45
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	48

第 1 部 観光の現状

I 観光白書を作成するにあたって

本市では、平成 29 年 3 月に「岡崎市観光基本計画アクションプラン」を改定し、「観光産業都市の創造～公民連携による観光推進～」をアクションプランの新たな基本的考え方として設定した。

そこで、アクションプランで掲げた施策についての進捗状況及び施設の入込客数等を取りまとめ、「岡崎市観光白書」を毎年度作成している。

本書をもとに、地域が一丸となって観光産業を推進し、「稼ぐ力」を向上させることを目指していく。

また、観光施設入込客数については、アクションプランの基準年である平成 26 年度及び直近の二年間の数値を掲載することとする。

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

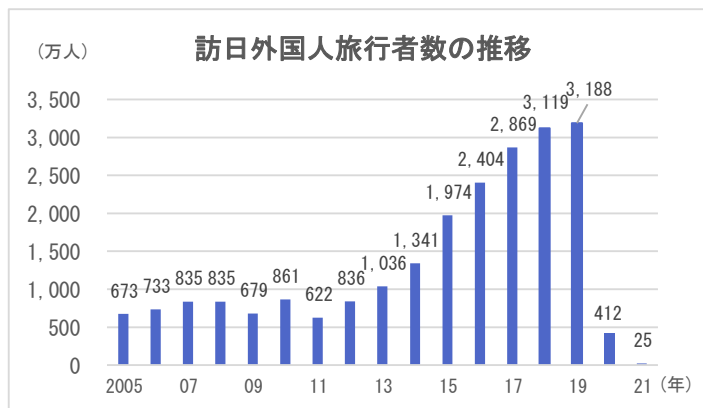


1 国の動向

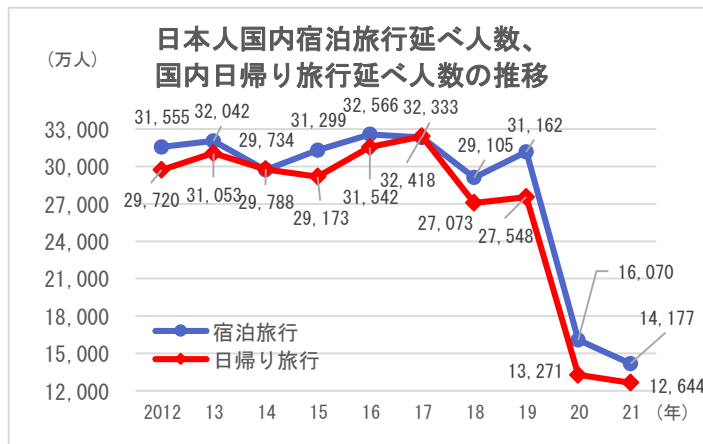
2021 年（令和 3 年）の訪日外国人旅行者数は、新型コロナウイルス感染拡大に伴い、水際措置の強化が継続されたことなどにより、2020 年（令和 2 年）に続き、年間を通して大きく減少し、25 万人（前年比 94.0% 減）となった。

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 11.9 万人となり、全体の 48.5% を占めた¹。

2021 年（令和 3 年）の日本人の国内宿泊旅行者数は延べ 1 億 4,177 万人（前年比 11.8% 減）、国内日帰り旅行者数は延べ 1 億 2,644 万人（前年比 4.7% 減）と、宿泊旅行、日帰り旅行ともに減少した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 4 年版観光白書』P7 観光庁

² 『令和 4 年版観光白書』P13 観光庁

2 愛知県の動向

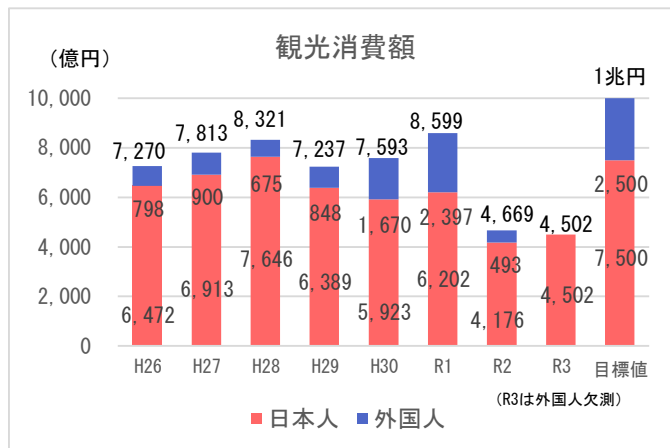
愛知県の観光関連産業は、令和2年度に引き続き新型コロナウイルス感染症の影響を受け、厳しい状況にあったが、国内旅行需要や県民による県内周遊、宿泊に回復の兆しが見られた。

観光消費額は、令和2年に比べ、外国人の消費額が「蒸発」したため、総額としてはマイナスとなったが、日本人の観光消費額は増加した。³

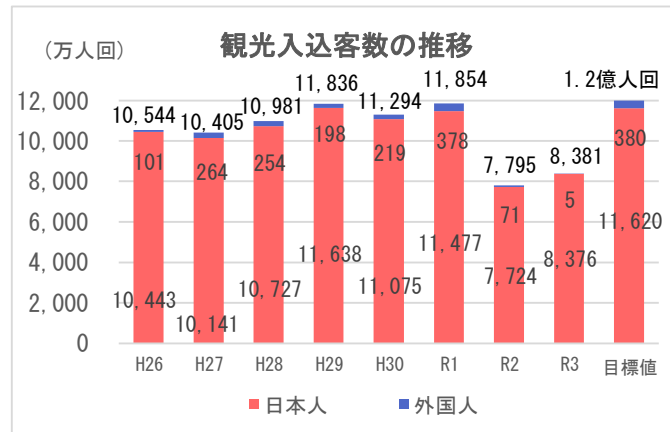
観光入込客数は、外国人が減少した一方、日本人は増加に転じた。これは、日本人旅行者と受入側の双方がコロナ禍における「新しい旅行スタイル」を受容したことに加え、いわゆる「県民割」により、旅行需要が喚起されたことが要因として考えられる。⁴

観光レクリエーション資源・施設利用者総数は、8,916万6,445人となった。これは、前年に比べると1.65%増となった。増加した主な要因としては、基本的な感染防止対策を実施した上で観光を楽しむ人が前年に比べ増えたこと、観光客を受け入れる観光地、宿泊施設等での感染防止策の導入により、安心して観光を楽しめる環境が整備されたことが考えられる。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44.02%減となっており、依然として厳しい状況となっている。⁵

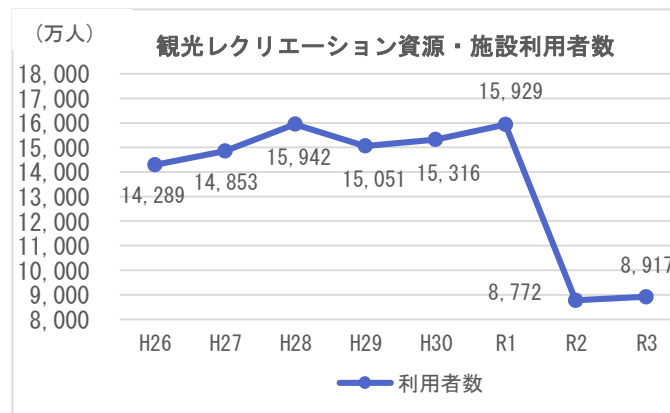
満足度は、「非常に満足」「まあまあ満足」と回答した人は前年度（令和2年度）と比較して低下したが、新型コロナウイルス感染症の影響が出る前の令和元年度と比較すると1.0ポイント増加している。⁶



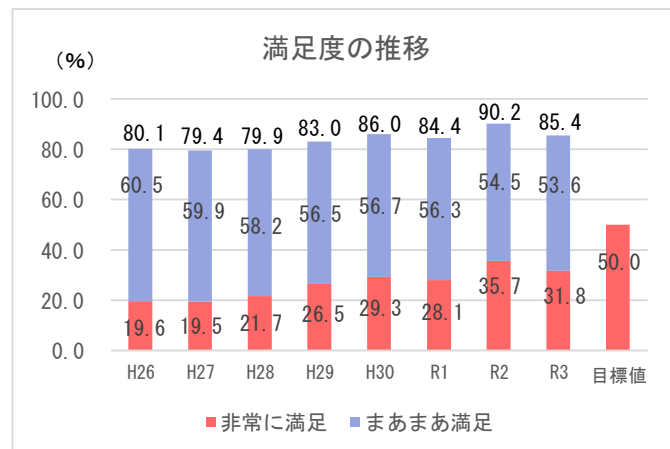
資料：愛知県「愛知県観光入込客統計」



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 『2022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 (2021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 『2021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

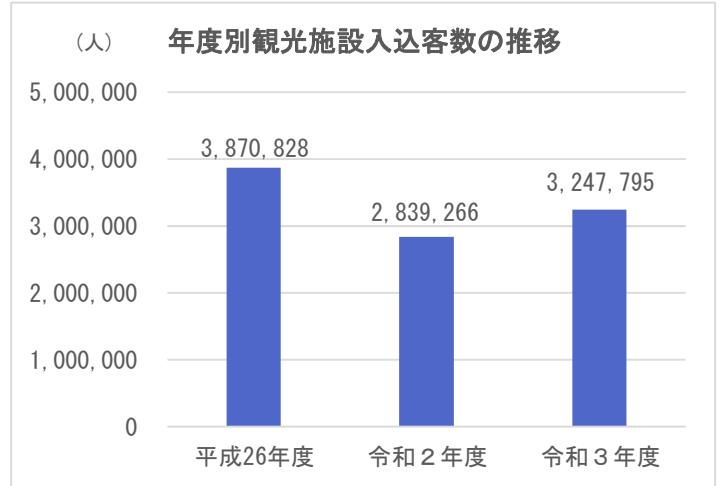
⁶ 同左 P8

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3年度の観光施設入込客数は3,247,795人であり、令和2年度の2,839,266人から約41万人(14.4%)増加した。新型コロナウイルス感染症拡大防止のため休館する施設の影響が大きかった令和2年度より増加しているものの、令和3年度も緊急事態宣言やまん延防止等重点措置による行動制限等の影響により、基準年である平成26年度と比較すると、約62万人(16.1%)少ない。

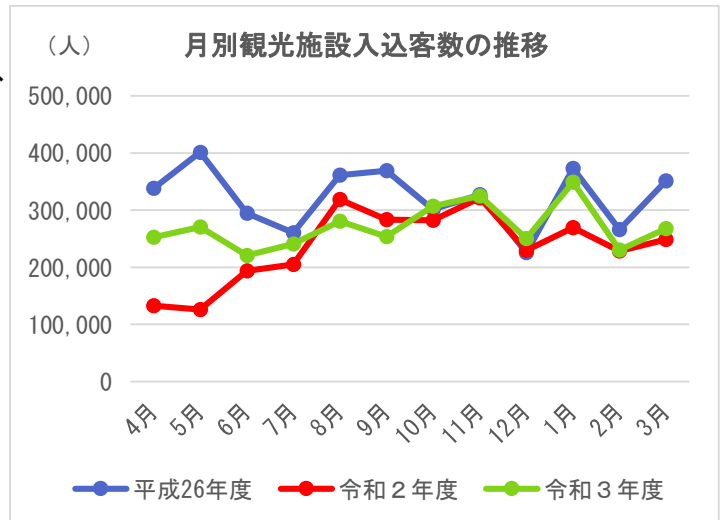


(2) 月別動向

月別に観光施設入込客数をみると、令和3年4月、5月は令和2年の同月と比べて大きく増加している。これは、令和2年度はこの時期に新型コロナウイルス感染症拡大防止による休館等の影響で入込客数が大きく落ち込んだことによるものである。

令和3年8月、9月は新型コロナウイルス感染症緊急事態宣言の対象区域が国内に順次拡大された時期であり入込客数は伸び悩んだ。

令和4年1月以降は陽性者数は大きく増加したものの重症化の割合が減少したため、観光入込客数は回復傾向となっている。



(3) 施設別動向

令和3年度は多くの施設で増加しており、中でも岡崎公園、東公園、南公園を始め屋外施設は令和2年度と比較し大きく増加している。くらがり溪谷は、令和3年度も新型コロナウイルス感染症対策のため休業した期間があり入込客数が減少した。

美術博物館が大きく増加しているのは、令和3年度は開館25周年記念などにより知名度の高いテーマの展覧会が複数回開催され来場者が多かったためである。

【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2年度	令和3年度
岡崎公園	401,900	188,500	273,500
東公園	324,492	219,520	283,910
南公園	406,899	305,381	387,467
奥殿陣屋	96,034	56,115	56,706
地域文化広場	161,509	113,318	131,753
道の駅藤川宿	1,210,279	1,070,899	1,159,032
くらがり溪谷	158,107	169,034	119,144
自然体験の森	16,913	12,718	15,089
わん Park	13,563	18,990	24,802
ホテル学校	9,594	7,534	10,682
美術博物館	38,212	26,421	68,089
六所神社	45,000	41,000	48,500
岩津天満宮	350,000	255,400	292,450
駒立ぶどう狩り組合	75,527	51,856	45,597
男川やな	13,136	6,128	6,990
八丁味噌蔵	255,301	49,614	43,178
ブルーベリーファーム おかざき	7,498	4,817	5,717
岡崎カントリー倶楽部	53,259	53,023	63,308
額田ゴルフ倶楽部	70,339	67,103	74,151
サン・ベルグラビア カントリー倶楽部	47,065	47,006	52,603
その他施設 ※1	116,201	74,889	85,127
合計	3,870,828	2,839,266	3,247,795

※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館・休業施設

令和2年度

- ・岡崎公園、東公園、南公園、地域文化広場、くらがり溪谷：4/11～5/31 休業
- ・美術博物館：4/11～5/17、1/23～2/7 休館
- ・八丁味噌蔵：4/10～5/31 休館
- ・道の駅藤川宿：4/25～5/15 一部休業、一部時間短縮

令和3年度

- ・くらがり溪谷：5/12～9/30 休業

【参考施設】

(単位：人)

施設名	平成26年度	令和2年度	令和3年度
名鉄東岡崎観光案内所	13,750	16,168	31,876
JR岡崎駅観光案内所 ※1	—	5,396	11,576
籠田観光案内所※2	—	7,312	15,643

※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
新型コロナウイルス感染拡大防止による休館

令和2年度

- ・各観光案内所：4/11～5/31 休館

令和3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	27,700	20,600	14,300	20,100	24,000	17,900	24,500	31,300	20,800	23,500	16,200	32,600	273,500
東公園	26,590	33,430	17,510	16,030	10,900	19,940	40,090	41,650	17,620	17,480	14,770	27,900	283,910
南公園	37,062	38,168	22,521	19,505	19,662	28,756	44,526	42,254	22,502	29,295	31,164	52,052	387,467
奥殿陣屋	5,975	6,204	4,045	3,257	3,248	4,058	6,118	6,291	3,489	3,561	4,420	6,040	56,706
地域文化広場	10,017	13,421	11,772	15,312	21,102	9,288	9,130	9,911	7,261	8,169	7,093	9,277	131,753
道の駅藤川宿	92,859	98,540	90,818	97,311	98,387	96,812	104,814	100,788	103,488	99,810	80,606	94,799	1,159,032
くらがり溪谷	9,010	13,971	5,997	15,008	26,502	7,546	9,030	19,870	4,548	1,880	1,622	4,160	119,144
自然体験の森	1,458	1,568	1,294	1,339	944	1,186	1,437	1,387	988	1,034	1,232	1,222	15,089
わん Park	2,123	3,877	1,945	2,237	2,141	1,944	3,093	2,521	782	1,106	1,067	1,966	24,802
ホテル学校	470	690	5,272	540	503	486	699	373	420	353	361	515	10,682
美術博物館	5,590	5,223	14,082	8,310	13,105	9,812	3,492	2,862	2,594	280	1,686	1,053	68,089
六所神社	3,000	3,000	2,000	4,000	2,500	4,000	5,000	6,000	3,000	10,000	3,000	3,000	48,500
岩津天満宮	1,800	1,350	1,800	3,500	7,300	8,700	24,000	29,000	33,000	130,000	47,000	5,000	292,450
駒立ぶどう狩り組合	0	0	0	2,837	21,839	18,921	2,000	0	0	0	0	0	45,597
男川やな	79	396	681	2,642	2,207	0	449	227	94	160	22	33	6,990
八丁味噌蔵	3,483	3,995	1,149	2,999	3,740	923	3,275	6,321	7,363	3,178	2,351	4,401	43,178
ブルーベリーファームおかさき	0	0	2,089	2,504	1,124	0	0	0	0	0	0	0	5,717
岡崎カントリー倶楽部	5,405	5,676	5,656	5,778	5,303	5,531	5,462	5,290	5,288	4,645	4,026	5,248	63,308
額田ゴルフ倶楽部	6,593	7,446	6,464	6,339	5,250	6,590	8,122	7,496	6,388	3,773	3,434	6,256	74,151
サン・ベルグラビアカントリー倶楽部	4,706	4,980	4,500	4,386	3,642	4,603	5,279	4,928	4,487	3,364	3,265	4,463	52,603
その他施設	8,649	8,160	6,688	6,965	6,987	6,832	6,372	6,409	6,145	7,365	6,727	7,828	85,127
合計	252,569	270,695	220,583	240,899	280,386	253,828	306,888	324,878	250,257	348,953	230,046	267,813	3,247,795

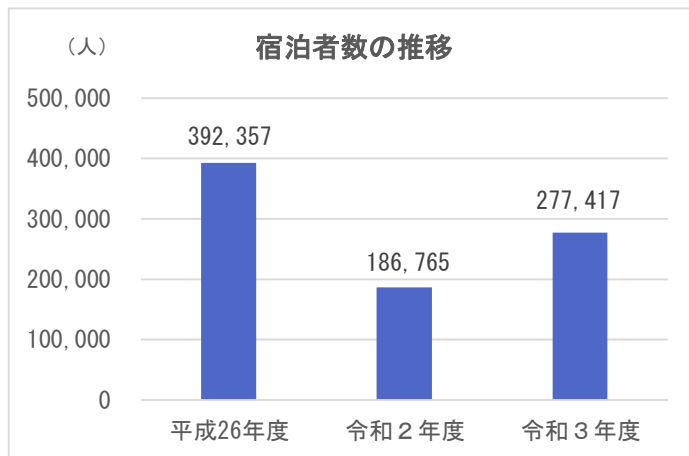
昨年度より増加している施設が多数であるものの、新型コロナウイルス感染防止の影響が続いており、感染者数及び緊急事態宣言発出等の動向が入込客数の増減を左右している。また、個人客の訪問が多い施設は入込客数が回復傾向であるが、観光バスによる団体客を多く受け入れていた施設は厳しい状況が続いている。

2 宿泊者数

令和3年度の延べ宿泊者数は277,417人であり、令和2年度から約9万人(48.5%)増加している。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大きかった令和2年度の約1.5倍であるが、移動制限等の影響は継続している。観光施設入込客数の前年度比(14.4%増)より増加率が大きいのは、本市における宿泊者はビジネス客が主流のためと考えられる。

なお、平成26年度の宿泊者数の推計方法は、照会に対して回答のあった宿泊施設から実際の宿泊者数と1年間の収容可能人数をもとに平均稼働率を割り出し、未回答の施設の1年間の収容可能人数に平均稼働率を乗じて算出していたが、令和2年度からは各宿泊施設に対し、直接聞き取りを行うことにより算出した。

【アクションプラン目標指標3対象数値】



※平成26年度は各施設への聞き取り調査から推計

※令和2、3年度は各施設へ直接調査

月別宿泊者数の推移

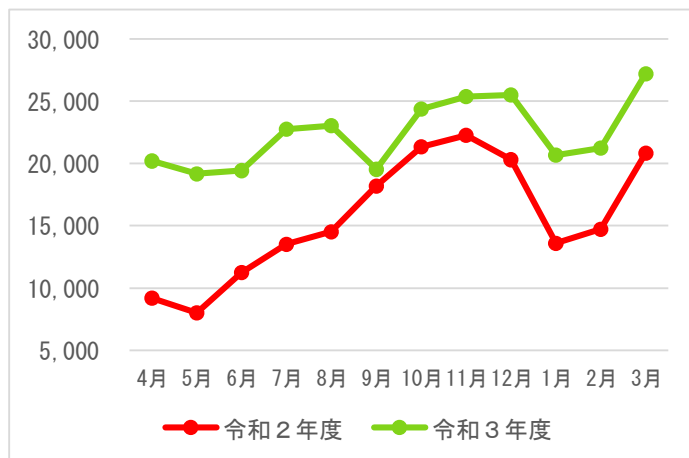
(単位：人)

	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2年度	9,196	8,010	11,241	13,524	14,508	18,199	21,322	22,250	20,314	13,594	14,734	20,829	187,721
令和3年度	20,205	19,170	19,434	22,751	23,027	19,526	24,358	25,372	25,489	20,667	21,233	27,203	268,425

※各施設へ直接調査(実人数)

令和3年度は、すべての月で令和2年度の宿泊者数を上回っており、特に4月から8月の増加が著しい。令和2年度は、この時期に新型コロナウイルス感染症拡大防止に伴う自粛要請が発令されていた影響である。

令和3年8月、9月は新型コロナウイルス感染症緊急事態宣言の対象区域が国内に順次拡大された時期で観光施設入込客数と同じく宿泊者数も伸び悩み、特に9月は落ち込んだ。



3 外国人入込客数・外国人宿泊者数

(1) 岡崎公園の外国人入込客数

岡崎公園の外国人入込客数は平成 30 年度までは年々増加傾向にあったが、令和元年度は大幅に減少し令和 2 年度はゼロであった。

令和 3 年度もバスツアーによる岡崎公園駐車場におけるヒアリング調査の結果、外国人旅行者数、ツアー数はともにゼロであった。

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 2 年度	令和 3 年度
旅行者数	875	0	0
ツアー数	32	0	0

出典：岡崎公園駐車場ヒアリングシート

月別岡崎公園の外国人旅行者数

(単位：旅行者数/人、ツアー数/件)

		4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	合計
平成 26 年度	旅行者数	183	72	35	42	33	27	53	103	113	0	34	180	875
	ツアー数	6	2	2	2	1	1	2	5	4	0	1	6	32
令和 2 年	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 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

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

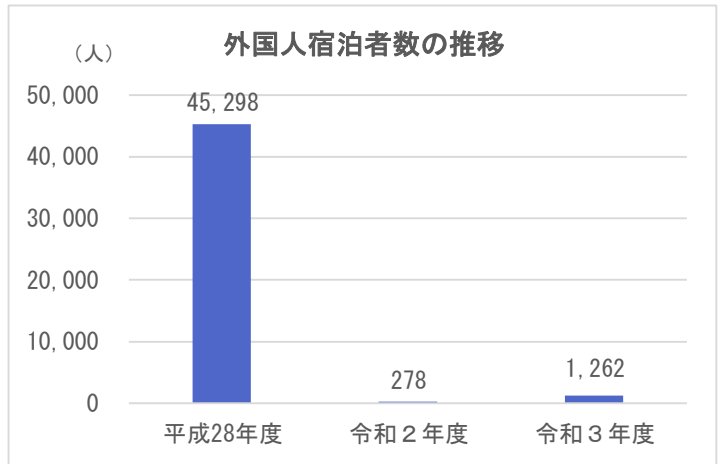
(単位：旅行者数/人、ツアー数/件)

国名	平成 26 年度		令和 2 年度		令和 3 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	0	0
中国	181	6	0	0	0	0
韓国	27	1	0	0	0	0
アメリカ	36	2	0	0	0	0
タイ	25	1	0	0	0	0
ミャンマー	28	1	0	0	0	0
モンゴル	15	1	0	0	0	0
マレーシア	19	1	0	0	0	0
ベトナム	0	0	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	0	0

出典：岡崎公園駐車場ヒアリングシート

(2) 外国人宿泊者数

令和3年度の延べ外国人宿泊者数は1,262人であり、令和2年度から984人（約454.0%）増加したものの、新型コロナウイルス感染症による入国制限等が継続しており、令和2年2月以降、海外からの旅行者、宿泊者は極めて少ない状況である。



※平成28年度：岡崎市宿泊旅行統計

※令和2、3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

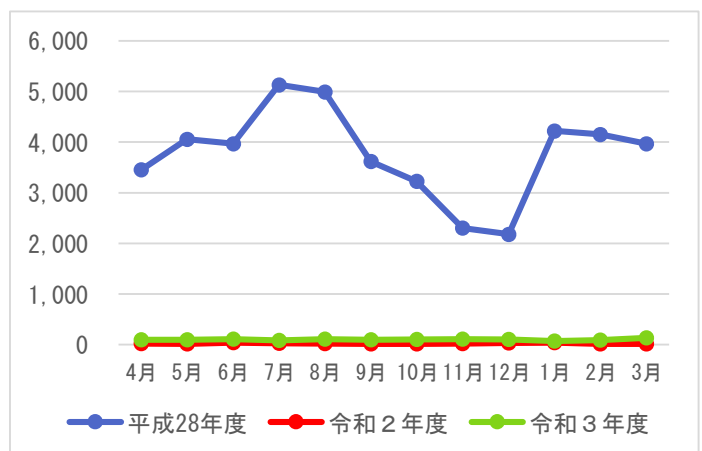
(単位：人)

	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2年度	19	14	43	29	22	15	17	19	32	38	16	14	278
令和3年度	99	96	113	87	111	98	106	110	102	75	89	136	1,222

出典（平成28年度）：岡崎市宿泊旅行統計

※令和2、3年度は各施設へ直接調査（実人数）

月別においても大きな増減はなく、年度を通して新型コロナウイルス感染症による入国制限等の影響により、外国人宿泊者数は少数である。



4 交通

(1) 鉄道利用状況

令和3年度の合計乗客数は約1,477万人で、新型コロナウイルス感染拡大防止の影響で乗客数が大きく減少した令和2年度から約85万人(6.1%)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。

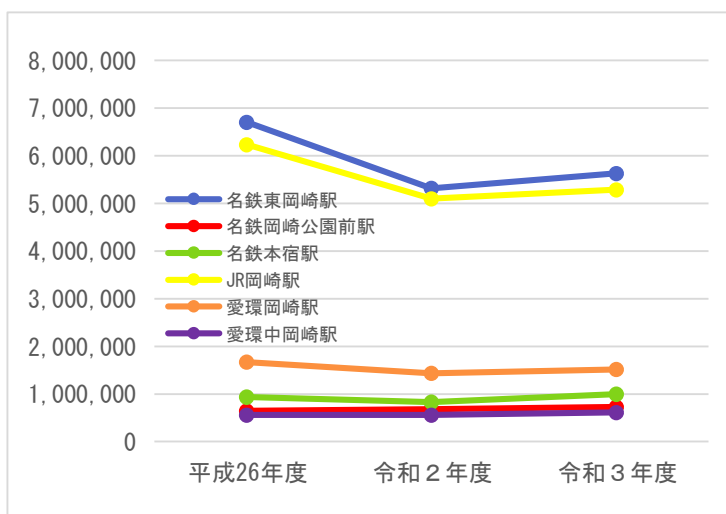
平成26年度と比較すると、合計乗客数は、約198万人(11.8%)減少している。駅別では、名鉄岡崎公園前駅、名鉄本宿駅、愛環中岡崎駅は乗客数が上回ったものの、主要駅である名鉄東岡崎駅、JR岡崎駅、愛環岡崎駅は下回った。

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2年度	令和3年度
名鉄東岡崎駅	6,704,918	5,319,503	5,632,297
名鉄岡崎公園前駅	649,582	681,574	730,455
名鉄本宿駅	937,056	828,884	997,337
JR岡崎駅	6,233,249	5,100,314	5,285,817
愛環岡崎駅	1,666,649	1,431,403	1,512,373
愛環中岡崎駅	559,305	561,800	614,186
合計	16,750,759	13,923,478	14,772,465

出典：岡崎市統計書（H26のみ）



(2) 高速道路利用状況

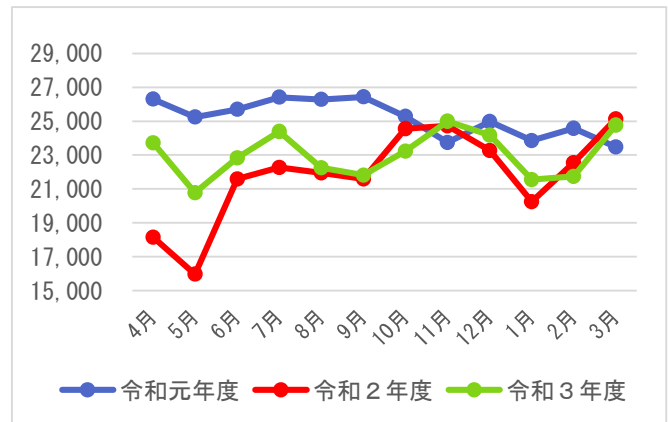
東名高速道路岡崎インターチェンジ日平均出入交通量

(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
令和元年度	26,295	25,240	25,701	26,401	26,277	26,430	25,267	23,750	24,977	23,861	24,571	23,478	302,248
令和2年度	18,148	15,969	21,593	22,272	21,951	21,583	24,561	24,733	23,274	20,239	22,562	25,130	262,015
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

出典：高速道路統計月報

令和3年4月、5月の出入交通量は、令和2年の同月と比べて大きく増加している。これは、令和2年度はこの時期に新型コロナウイルス感染症拡大防止に伴い、初めて全国を対象とした緊急事態宣言が発出されていた影響と考えられる。令和3年11月に入出交通量が増加しているのは、4月下旬のゴールデンウィークから適用が除外されていた高速道路の休日割引⁷が再開されたことが原因の可能性はある。



新東名高速道路岡崎東インターチェンジ日平均出入交通量

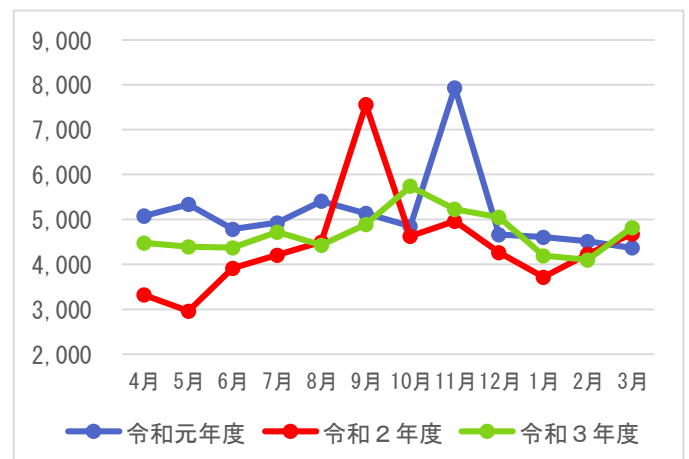
(単位：台)

	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	合計
令和元年度	5,078	5,333	4,787	4,924	5,403	5,132	4,847	7,932	4,660	4,603	4,509	4,368	61,576
令和2年度	3,322	2,958	3,916	4,204	4,496	7,555	4,628	4,959	4,263	3,715	4,227	4,680	52,923
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

出典：高速道路統計月報

令和3年度の出入交通量は、令和元年度、2年度のように大きく増加する月がなかった。令和元年11月は額田地区の紅葉を目的に訪れる人の増加、また、令和2年9月はGo To トラベル事業がスタートしたことやアウトドア利用の旅行者の増加が原因で出入交通量が大きく増加したと考えられた。

令和3年は10月が最も出入交通量が多い。これは、愛知県による旅行キャンペーン⁸が実施されていたことが原因の可能性はある。



⁷ ETCシステムにより土日祝日に高速道路を通行する軽自動車・普通自動車について通行料金の3割を割引くもの

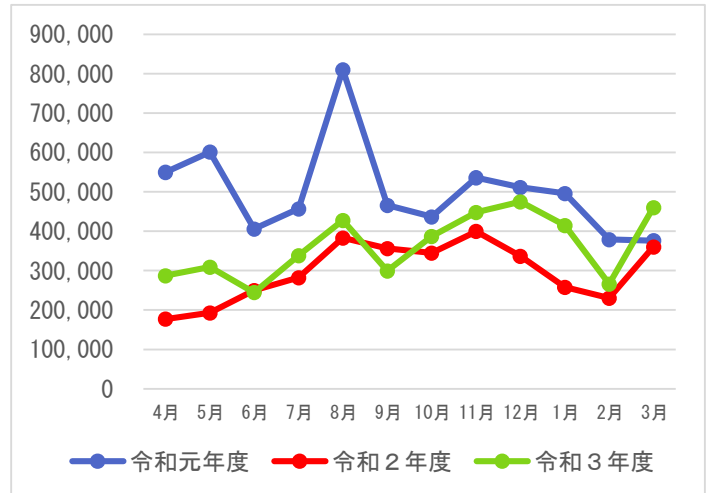
⁸ eマネーキャンペーン（旅行・宿泊代金の1/2と買物・飲食等利用額を電子マネー等で還元）及びLOVE あいちキャンペーン（県内旅行商品代金の1/2を割引く）

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2年度	177,258	192,831	249,565	282,231	383,509	356,604	345,170	399,981	336,954	258,297	230,319	360,305	3,573,024
令和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2年度より入込客数が増加する月が多く、年間では約79万人(22.0%)増加した。新型コロナウイルスの影響で令和3年8月はお盆休みの帰省や旅行を控えたことが推察される。令和3年12月、令和4年1月は令和2年度より大きく増加しており、年末年始の帰省や旅行の際にパーソナルな移動手段である車を利用する方が多かったと考えられる。



(3) 駐車場利用状況

バスの利用台数は、令和2年度より98台（約36.8%）増加しているが、引き続き低水準である。これは、新型コロナウイルス感染症拡大防止に伴い、観光目的のバスツアーの企画及び催行が少なかったためである。

乗用車の駐車場利用台数は、約2万5千台（19.4%）増加し、平成27年度以降では最も多い。新型コロナウイルスの影響により団体でなく少人数での観光が主であったためである。また、公共交通機関を避け乗用車を利用した移動が選択されたものと考えられる。

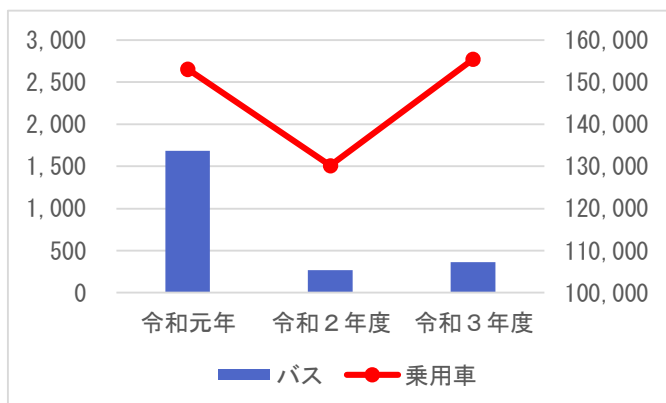
岡崎公園駐車場利用台数の推移

（単位：台）

	令和元年度	令和2年度	令和3年度
バス	1,682	266	364
乗用車	153,057	130,157	155,405

出典：岡崎公園駐車場ヒアリングシート

※後納除く



月別岡崎公園駐車場利用台数

（単位：台）

		4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	合計
令和元年度	バス	243	145	148	112	72	166	184	267	140	80	107	18	1,682
	乗用車	22,874	14,252	9,263	9,841	11,968	10,148	10,887	13,379	11,850	16,467	9,404	12,724	153,057
令和2年度	バス	6	0	2	45	38	16	33	42	37	15	16	16	266
	乗用車	12,749	5,541	6,867	7,440	9,875	10,268	10,502	14,679	10,099	12,890	9,680	19,567	130,157
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

出典：岡崎公園駐車場ヒアリングシート

※後納除く

月別にみると、バスの利用台数は年度を通して低調ではあるものの、3月は昨年度より比較的大きく増加しており、感染対策をとりながら花見のバスツアーを催行したものと考えられる。

乗用車の利用台数は、9月と2月以外は昨年度より増加しており、特に4月、5月は大幅に増加した。令和2年度は岡崎城や三河武士のやかた家康館がこの時期に休館となっていたが令和3年度は通常営業だったことや、花見客がバスや公共交通機関でなく乗用車で訪れたことが要因と考えられる。

5 ホームページアクセス統計

(1) セッション数※¹

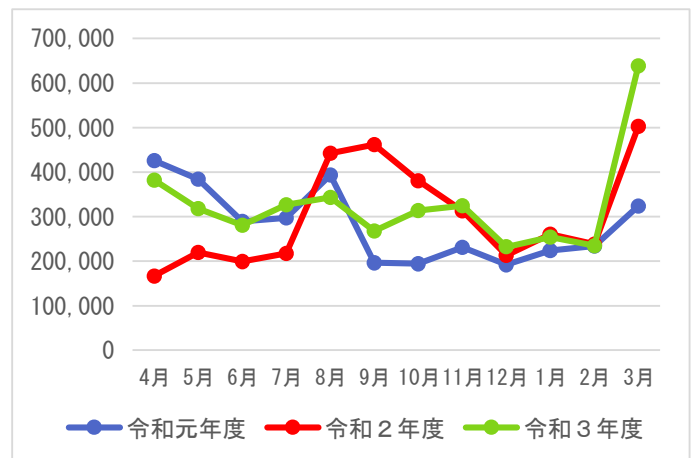
月別セッション数の推移

	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
令和元年度	425,894	383,584	288,860	296,915	393,377	195,868	193,894	231,005	192,028	223,230	233,770	323,611	3,382,036
令和2年度	167,002	219,352	198,726	217,017	442,467	461,940	380,030	313,057	212,439	259,880	237,532	502,582	3,612,024
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

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3年度のセッション数は前年から約30万件（8.3%）増加した。

令和3年8月から10月は令和2年度を下回っている。これは、令和3年度は「くらがり渓谷」が新型コロナウイルス感染防止のため夏季に休業していたこと、令和2年度は10月に「岡崎市プレミアム商品券」のページへのアクセスが多かったことなどが影響している。



(2) ページビュー数※²

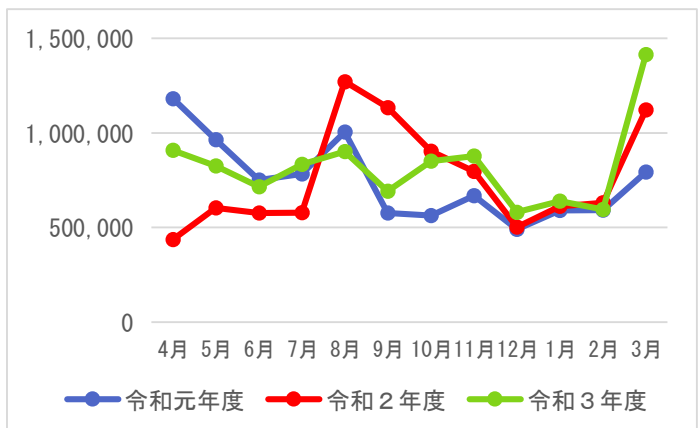
月別ページビュー数の推移

	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
令和元年度	1,181,740	964,527	750,721	783,773	1,004,958	576,192	563,433	667,510	489,582	589,705	591,535	792,796	8,956,472
令和2年度	436,476	603,439	577,157	579,226	1,271,531	1,133,308	903,919	797,489	502,925	611,564	631,041	1,121,540	9,169,615
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

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。

桜まつりの3月の人気は盤石だが、9月、12月など減少する月の対策を講じ、年中強いサイトにしていく必要がある。9月は食欲の秋としてグルメを特集・強調する、12月はイルミネーションや大晦日・初詣などのページを更新・充実するなどが対策として考えられる。



※¹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。

※²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、愛知県がシェアの半数近くを占め、次いで大阪府、東京都、神奈川県の人口の多い都府県が上位を占めていることがわかる。

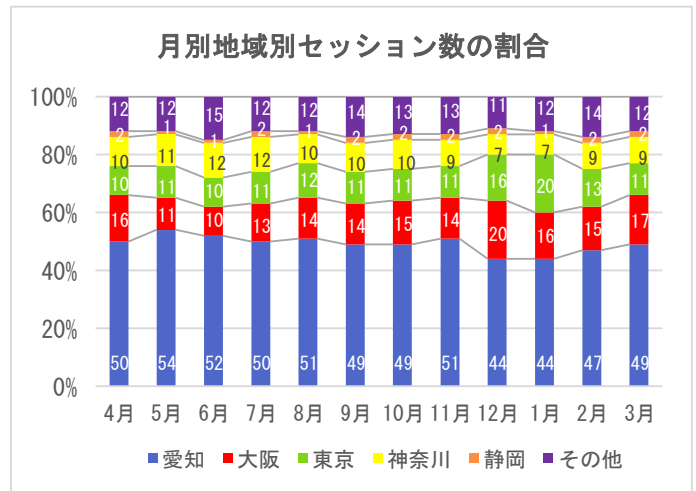
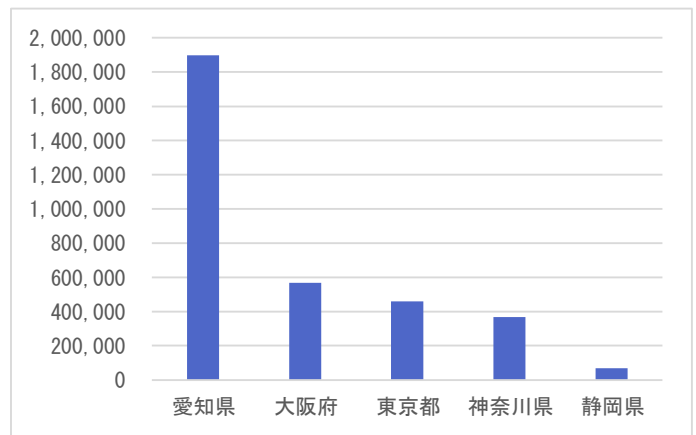
愛知県のセッションシェアが前年度と比較して3.74ポイント低下したのに対し、大阪府と東京都はわずかであるが上昇した。令和2年度は新型コロナウイルス感染症の感染拡大により、マイクロツーリズムへの関心が高まっていたことが原因であると考えられる。

月別にみると、さほど大きな動きはみられないものの、令和3年12月及び令和4年1月、2月は他県からのアクセスの割合が多かった。これは、「東海オンエア聖地巡礼」のページが多く閲覧された月と重なっており、東海オンエア関連の市内スポットが遠方からも注目されていることが考えられる。

令和3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	1,897,942	48.51%
大阪府	568,328	14.53%
東京都	459,532	11.74%
神奈川県	367,650	9.40%
静岡県	67,370	1.72%
5都道府県合計	3,360,822	85.89%
全セッション数	3,912,753	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 3 年度を比較すると、宿泊客の観光消費額は、土産購入費が約 1.4 倍、飲食費が約 1.9 倍と大きく増加している。総消費額は約 1.2 倍の増加である。

日帰り客の観光消費額も宿泊客同様、土産購入費と飲食費が増加しているが、総消費額は減少している。

土産購入費が増加している理由は、東海オンエア関係の土産品販売が好調だったことなどが考えられる。飲食費の増加理由は、岡崎グルメが浸透しつつあることや人気のカフェを主目的として訪問される方が増えたこと等が推察される。

(岡崎市来訪経験者アンケートの概要は 45 ページを参照。)

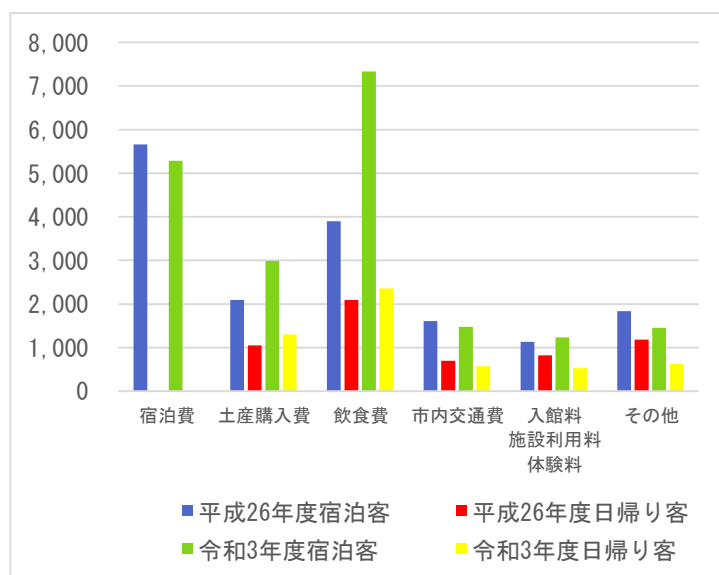
【アクションプラン最重要指標対象数値】

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 3 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	—	5,285	—	93.4%	—
土産購入費	2,097	1,047	2,981	1,302	142.2%	124.4%
飲食費	3,891	2,093	7,335	2,360	188.5%	112.8%
市内交通費	1,606	698	1,476	570	91.9%	81.7%
入館料 施設利用料 体験料	1,130	821	1,235	525	109.3%	63.9%
その他	1,838	1,179	1,455	626	79.2%	53.1%
総消費額	16,218	5,839	19,767	5,383	121.9%	92.2%

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8.7%増加し、「やや満足である」、「どちらでもない」、「とても不満である」は減少した。

「不満だった点、改善が必要だと思う点」において、「観光情報」、「観光施設」、「街の景観や雰囲気」の項目について来訪者が不満に感じた割合が減っていることから、観光情報や観光資源が充実してきていると考えられる。

一方、「市内交通」の項目は不満の割合が増加し、依然として全項目の中で最も不満の割合が高いため、この項目に対する充実を図っていくことが必要であると考えられる。

なお、「当てはまるものはない」の項目については、統計を開始した平成 29 年度から毎年度継続して増加しており、総体的には満足度が向上していると考えられる。

【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 3 年度	増減
とても満足している	15.8	24.5	+8.7
やや満足している	50.0	47.8	-2.2
どちらでもない	32.0	26.0	-6.0
やや不満である	1.7	1.7	±0
とても不満である	0.5	0.0	-0.5

出典：岡崎市来訪経験者アンケート

不満だった点、改善が必要だと思う点

(単位：%)

項目	令和 2 年度	令和 3 年度	増減
市内交通	19.5	22.3	+2.8
レストラン	10.5	9.3	-1.2
カフェ	6.0	6.0	±0
宿泊施設	6.8	7.5	+0.7
案内表示	8.5	7.5	-1.0
通信環境	4.8	3.5	-1.3
お土産物	10.3	8.8	-1.5
特産品	7.0	7.3	+0.3
観光施設	10.5	7.5	-3.0
体験メニュー	5.0	4.3	-0.7
駐車場の数	12.3	12.0	-0.3
観光情報	10.3	6.8	-3.5
地域住民との交流	1.5	1.3	-0.2
おもてなし	2.5	2.8	+0.3
街の景観や雰囲気	7.0	5.0	-2.0
その他	2.5	2.0	-0.5
当てはまるものはない	52.0	55.5	+3.5

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

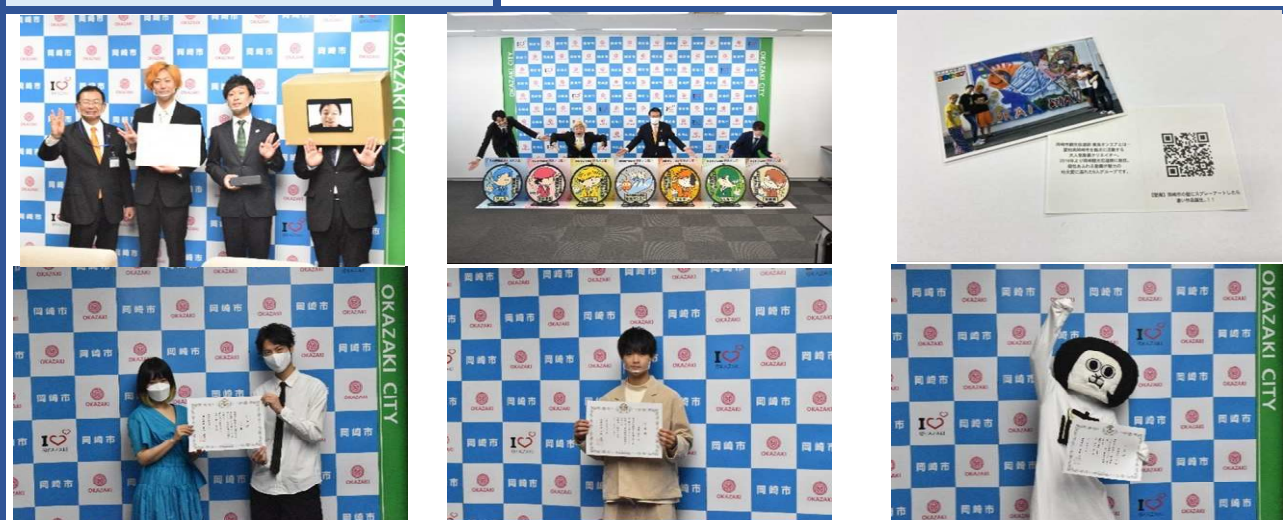
重点プロジェクト5

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	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	4	年度

令和3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、広く発信してもらい、令和3年度はイベントが軒並み中止となったため、プロモーションや聖地巡礼の促進に注力した。

1 東海オンエア(YouTuber)

- (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25、計274,252PV
- (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12コース、計272,584PV
- (3) 東海オンエアマンホールの設置・飲食店でマンホールコースターの配布
 - ・ 120,535PV、AR起動回数41,930回
- (4) 新しい啓発品(オフショットシール・シールブック)の配布
 - ・ シール配布枚数26,189枚

2 H△G(コンポーザー&クリエイター集団)

- (1) 岡崎市でのMVの制作
 - ・ Allee(2021年10月30日公開)
 - ・ Rain Lily(2022年2月22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

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85万回(2021年4～2022年3月)
- (2) 東海オンエアファンの岡崎市来訪割合／44.6%(アンケートからの推計。N=8768)
- (3) 東海オンエアファンの消費単価／12,756円(アンケートからの推計。N=8768。前年比97%)

翌年度の実施予定等

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	4	年度

令和3年度の主な取り組み状況

乙川かわまちづくり事業

**PPP活用公園運営事業
桜城橋**

**PPP活用公園運営事業
籠田公園・中央緑道**

QURUWA戦略におけるQURUWAプロジェクトの進捗は次のとおり。

- 1 PPP活用公園運営事業(桜城橋・橋詰広場) (令和元年度より公園緑地課対応)
 - ・Park-PFI手法を活用し、桜城橋の橋上広場とその橋詰広場にトイレや休憩所、売店、飲食店など便益施設を設置するプロジェクト。
 - ・今年度は橋上広場の活用や、屋根付き休憩所を設置した。橋詰広場へはトイレを設置した。
- 2 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、各公園の活用促進や、籠田公園においては指定管理者の選定を行った。
- 3 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。新型コロナウイルス感染症の影響で中止したプログラムもある。
 - ・運営期間: 令和3年4月1日(木)～令和4年3月31日(木)
 - (2) 岡崎泰平の祈り
 - ・R3年11月27日(土)開催 市内小学生制作の三角灯籠、充電式LEDボールライトを展示するとともに、乙川ナイトマーケットを同時開催した。
 - ・入場者数は5000人となった。
- 4 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3年4月1日(木)～令和4年3月31日(木)

翌年度の実施予定等

- 1 PPP活用公園運営事業(籠田公園・中央緑道)
 - ・籠田公園: 指定管理者による運営開始予定
 - ・中央緑道: 指定管理者を選定予定
- 2 道路再構築事業
 - ・康生通り、連尺通り、二七市通りにおいて、道路占用特例による日常的な歩道空間活用を開始予定。

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	7	年度

令和3年度の主な取り組み状況



石垣を毀損する樹木の伐採



菅生川端石垣西柵形整備

- 1 石垣保存修理事業
石垣を毀損する樹木の伐採
- 2 菅生川端石垣整備事業
菅生川端石垣西柵形の積み直し、東柵形の顕在化。

翌年度の実施予定等

- 1 石垣から生育している樹木の伐採

重点プロジェクト	3	歴史的風致維持向上計画を契機とした観光資源のネットワーク化				
基本戦略	3	『岡崎を演出する』	施策	3	— 4	歴史文化資産を活用したストーリー性ある演出

実施施策	岡崎城ツアーの実施について(社会教育課)					
アクションプランにおける計画期間	平成	29	～	令和	7	年度

令和3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 合計10回 延べ1,062名参加

翌年度の実施予定等

- 1 石垣めぐりマップの配布
- 2 清海堀ライトアップ
- 3 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	4	年度

令和3年度の主な取り組み状況

◆歴史文化資産解説板等多言語化システム

QRコードをスキャン

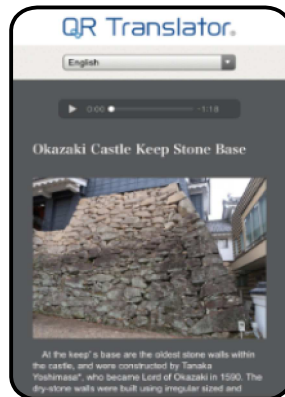


基本は日・英で表記
その他の言語はWebで対応

5か国6言語
(日本語、英語、中国語(簡体字・繁体字)、韓国語、ポルトガル語)



母国語に翻訳されて表示



解説板のQRコードを読み取る様子

携帯端末に最適化したWebサイトを製作するとともに、Webページには音声読み上げ、位置情報、写真、地図等を掲載した。(R1・R2)

【令和3年度】

●岡崎公園内の25基の解説板について日本語音声を機械音から「おかざき観光ガイドの会」の有志6名の肉声に更新し親しみやすくした。



●岡崎城総構え内の解説板の内容を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観光案内所等で1万枚配布し歴史解説板の効果的な活用を行った。



コミュニケーションカード
(表面2種類)



(裏面)岡崎城総構えの解説につながるQRコード

翌年度の実施予定等

- ・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PRI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	4	年度

令和3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、地域内のキャンプ場や宿泊施設について助言を得て、農泊体制の構築や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。
- 2 地域資源を活用した体験コンテンツ
 栗拾い体験や稲刈り体験等地域資源を活用した体験コンテンツを開発。冬のコンテンツの充実を図るため、12月11日～12日に宮崎学区の店舗が共同で「みやざきウインターマーケット」を開催。
- 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やパンフレットを制作し情報を発信。グレート家康公「葵」武将隊出演の動画「どうだんオクオカ」を制作し地域のPRを実施。新東名高速道路岡崎SA電光掲示板への、「おかざきかき氷街道」、「おかざき鮎めし街道」の情報掲載。
- 4 グルメマップ
 岡崎の中山間地域で営業する飲食店をまとめたパンフレット「OKU-OKAうまいもんマップ」を制作。
- 5 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や愛知学泉大学の学生が家康公にちなんで健康面を意識して開発した「農泊家康弁当」。
- 6 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「幻のお米」ミネアサヒの共同販売「味わいセット」の販売等によって、地域の農林水産物のPRを行った。岡崎市農林業祭において、鮎めし弁当と鮎の塩焼きを販売した。

翌年度の実施予定等

- 1 農泊を観光ビジネスとして持続的に実施するため、地域資源を観光コンテンツとして磨き上げる取組、情報発信等の取組を実施
- 2 「どうする家康」を契機とした農泊・体験コースの造成を実施

重点プロジェクト	5	観光推進体制の確立					
基本戦略	1	『岡崎を分析する』	施策	1	—	1	民間主導の観光推進体制の確立

実施施策	民間主導のDMO組織について(観光協会)(仮)					
アクションプランにおける計画期間	平成	29	～	令和	4	年度

令和3年度の主な取り組み状況



市公式観光サイト「岡崎おでかけナビ」 旅行事業ブランド「岡崎おでかけツアーズ」 岡崎市シェアサイクル

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(DMO)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。ただし、宿泊事業者の合意形成には至っていない。
- 【2】データの継続的な収集、戦略の策定、KIPの設定・PDCAサイクルの確立
 - ・岡崎市にて施設別入込客数、市内宿泊者数や来訪者アンケートによる観光消費額等の各種数値を取りまとめ観光白書として公表しているが、各種データをリアルタイムで共有できるまでには至っていない。
 - ・岡崎市観光公式サイト「岡崎おでかけナビ」のアクセス状況の継続的な把握
 WEBサイトアクセス数:9,836千PV セッション数(訪問数)約3,912千
 モバイル端末(スマートフォン)からのセッション割合約83% 【R3年4月～R4年3月実績】
- 【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・仕組み作り、プロモーション
 - ・市公式観光サイト「岡崎おでかけナビ」HP、SNSでの365日途切れることのない観光情報の発信
 主な発信内容:観光イベント情報、会員事業者店舗・商品紹介・メディア(TV等)紹介情報等
 - ・岡崎おでかけツアーズ(旅行事業)「岡崎ならではの体験」に特化し、岡崎の地域資源を活用した観光商品づくりと商品販売を通じたプロモーションの実施
 - ・岡崎おうはんブランド推進委員会による純国産地鶏「岡崎おうはん」プロモーションの実施
 - ・岡崎市シティプロモーションサイト「岡崎ルネサンス」の運営による岡崎市全般の魅力発信
- 【4】日本版DMOの組織づくり
 - ・法人格の取得:平成30年3月 一般社団法人化
 - その他、意思決定の仕組みの構築、データ収集・分析の専門人材の確保には至っていない
- 【5】安定的な運営資金の確保
 - ・必要な財源の確保: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:旅行事業を活用した民間からの事業受注、シェアサイクルの自主運営に向けた試行段階 市全般の部署からの事業受託による事業の多角化

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、収益性が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。

翌年度の実施予定等

- 観光協会
 - ・自主的、継続的に活動するための安定的な運営資金の確保に向けた収益事業の強化
 例:主要観光イベント(桜まつり、花火大会など)の魅力向上による集客・収益向上にむけた取組み
 近隣の法人・団体に向けた営業強化による旅行事業の拡大
 - ・データ収集・分析、戦略の策定(KPIの設定やPDCAサイクルの確立)に向けた人材の確保
- 観光推進課
 - ・データの収集に関して、各施設から提供され次第、観光協会にもリアルタイムで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
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。	
	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	
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
2-1 岡崎公園を拠点にした観光地化の推進【重点プロジェクト2】	岡崎公園の観光活用についての検討を行う。						
	岡崎公園で観光活用事業を行う。			※指定管理業務に移行			
	三河武士のやかた家康館・岡崎城で誘客イベントを実施する。					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。	
	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。						
	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。						
	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						
	くらがり渓谷の整備について検討する。						
	くらがり渓谷登山口トイレの改修工事を実施する。						
	岡崎東インターチェンジ周辺の案内標識を新設し、額田エリアの観光スポットへの誘導を図る。						
鳥川ホテルまつりの運営協力を行う。						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
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。	
	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。
	「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。						
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。						
	東岡崎駅前広場等、名鉄東岡崎駅周辺地区を整備する。					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。	
	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。	
	「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
2-5 岡崎（城址）公園整備の推進	岡崎公園の観光活用について検討する。（再掲）						
	岡崎公園で観光活用事業を行う。（再掲）						
	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。	
	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		
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。	

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
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。						
	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。	
	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)						
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。	
	岡崎城ツアーを実施する。						

施策	具体的な取り組み内容	H29	H30	R1	R2	R3	R4
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)	
	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。	
	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	
3-8 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
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
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。						
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
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。	
	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	
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	
	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	
	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	
	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3年度の観光イベントは、前年度に続き新型コロナウイルス感染拡大防止のため中止もしくは縮小となった。令和2年度から約22万人(860.1%)増加したものの、基準年である平成26年度と比較すると約172万人(87.5%)減少している。

新型コロナウイルス感染拡大防止が各イベントにもたらした影響として、4月に開催を予定していた家康行列はいったん秋に延期したものの、判断基準にもとづき9月に中止を決定し、公募済であった配役により11月に代替イベントを開催した。また、例年五万石藤まつり期間中に開催していた将棋まつりも延期し1月に実施した。岡崎城下家康公夏まつり花火大会は、9月に予定していたが中止し、5箇所同時サプライズ花火やドライブイン花火など新しいスタイルでの鑑賞を提供した。

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2年度	令和3年度
桜まつり	600,000	28,000	204,000
家康行列	310,000	中止	中止※1
将棋まつり	6,000	360	305
五万石藤まつり	340,000	中止	15,000
岡崎城下家康公夏まつり	150,000	オンライン	中止
岡崎城下家康公夏まつり 花火大会	460,000	中止※2	中止※2
岡崎城下家康公秋まつり	70,000	中止	10,000
岡崎ジャズストリート	20,000	中止	12,080
家康公生誕祭	2,039	オンライン	2,547※3
合計	1,958,039	28,360	243,932

※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

R3家康行列代替イベント火実施状況

実施日	行程及び内容
11月6日(土)	行程: 岡崎城〜りぶら(ジャズストリートステージ)〜伊賀八幡宮 内容: 各所での記念撮影、りぶらステージでの挨拶、伊賀八幡宮での御祈禱

R3サプライズ花火実施状況

	実施日	内容	実施場所
1	10月30日(土)	市内5箇所同時サプライズ花火	龍北運動場ほか
2	11月27日(土)	矢作川ドライブイン花火	矢作川河川敷
3	12月26日(日)	家康公生誕祭	乙川河川敷
4	11~2月(7回)	小学校花火	市内小学校7校

<桜まつり>

開催時期：令和3年3月25日(木)～4月7日(水)

開催場所：岡崎公園一帯



桜まつり(フォトスポット)

<家康行列>

開催時期：中止(代替イベントを実施)

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4年1月23日(日)、30日(日)

開催場所：図書館交流プラザリぶら、竜美丘会館

<五万石藤まつり>

開催時期：令和3年4月21日(水)～5月5日(祝)

開催場所：岡崎公園藤棚

<岡崎城下家康公夏まつり>

開催時期：中止

開催場所：岡崎公園ほか



ドライブイン花火

<岡崎城下家康公夏まつり花火大会>

開催時期：中止(サプライズ花火ほかを実施)

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3年11月6日(土)、7日(日)

開催場所：乙川河川敷



家康行列代替イベント

<岡崎ジャズストリート>

開催時期：令和3年11月6日(土)、7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3年12月5日(日)、18日(土)、
26日(日)

開催場所：5日はオンライン開催、18日、26日は岡
崎公園ほか



家康公生誕祭

(2) 誘客促進事業

令和3年度市内回遊バスツアーの実績

No.	コース名	料金 (円)	催行便数	参加人数
1	～定期観光バス～ 岡崎に来たならばせない家康公のゆかりの地めぐり (5/2、5/3)	4,800	2	25
2	～Oka-Biz ツアーシリーズ～ 行列のできる中小企業相談所 (11/17)	10,000	1	20
3	岡崎に来たらまず見たい！ 「家康公のゆかりと岡崎いいところ早めぐり」 (11/27)	7,500	1	20
4	楽しみ方いろいろ♪ 「岡崎の二大紅葉スポットめぐり」 (11/30)	6,700	1	15
5	家康公生誕記念！ グレート家康公「葵」 武将隊がご案内「殿と行く岡崎城への道」 (12/4、12/12)	8,500	2	22
6	岡崎歴史かたり人と行く！ 開運ロード「松平郷から岡崎へ三城物語」 (12/1、12/7)	7,200 LOVE あいち※1 で 4,200	2	21
7	岡崎城のパノラマを楽しむランチbuffetと岡崎みどころめぐり (12/19)	10,000 LOVE あいち※1 で 5,000	1	20
8	グレート家康公「葵」 武将隊 井伊直政と行く 葵の伊藤園いちご狩りと地場産野菜「赤」ランチ (2/10)	10,000	1	13
令和3年度合計			11	156
令和2年度合計			28	425

※1 LOVE あいちキャンペーン：新型コロナウイルスワクチン3回接種済又はPCR検査陰性確認の確認等を条件に県から代金の1/2（1,000円未満切捨て）が補助されるもの

令和3年度は、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。市内回遊バスツアーは17コース（25便）企画造成したが、新型コロナウイルス感染拡大の影響等により9コース（14便）は中止となった。

令和3年度岡崎おもてなしキャラバン隊出店実績

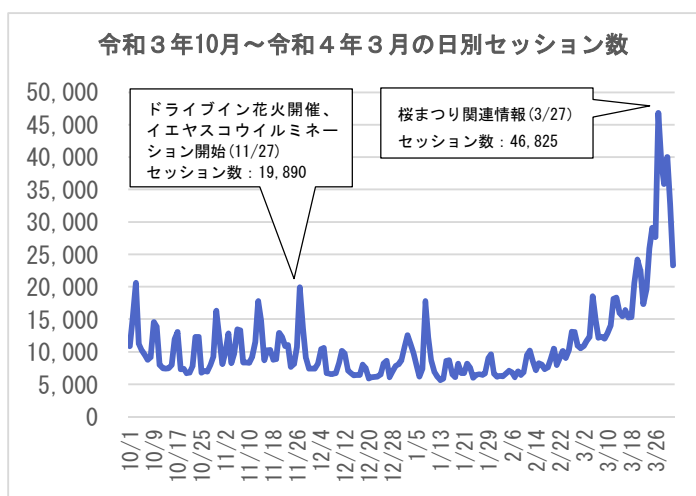
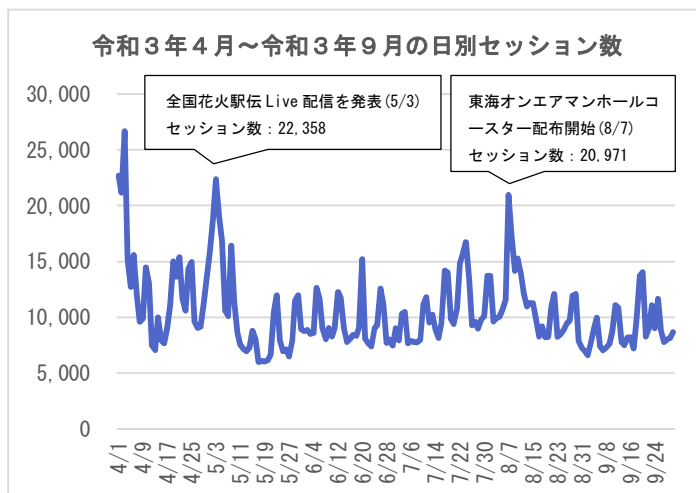
No.	開催日	イベント名	場所	店舗数	利用人数	売上金額(円)
1	4/30～5/5	岡崎公園 GW 天下泰平マルシェ	岡崎公園	37	1,900	785,420
2	5/1～4	NEOPASA 岡崎 春の陣	岡崎サービスエリア	9	580	345,420
3	5/30	東公園花菖蒲まつり	東公園	3	417	235,500
4	7/3～31	全国高校野球選手権大会 愛知県予選	岡崎市民球場	54	9,340	3,618,850
5	7/23	龍北総合運動場 1周年記念イベント	龍北総合運動場	5	234	117,300
6	8/13～14	NEOPASA 岡崎 夏の陣	岡崎サービスエリア	6	165	103,630
7	9/23、9/25	第92回都市対抗野球大会	岡崎中央総合公園	4	148	78,800
8	10/2	連合愛知三河中地域協議会 (まちなかウォーキング)	岡崎公園	3	174	88,400
9	10/9	第74回愛知県高校野球選手権大会	岡崎中央総合公園	4	255	114,500
10	10/17	第9回遠州パンまつり	浜松市 SBS マイホームセンター	1	402	87,900
11	10/30～31	秋の天下泰平マルシェ	岡崎公園	7	356	145,950
12	10/30～31、 11/3	第74回秋季東海大会高等学校野球大会	岡崎中央総合公園	11	1,134	461,550
13	11/13～14	WRC2021 関連	中央緑道南橋	4	205	141,050
14	11/28	東公園紅葉まつり	東公園	3	1,832	1,069,140
15	11/27～28	冬の天下泰平マルシェ	岡崎公園	4	119	51,800
16	12/4～1/10	イエヤスコウイルミネーション	岡崎公園	22	962	342,450
17	1/9～10	「第50回家康賞」開催記念 岡崎うまいもん祭り	ボートレース蒲郡	6	608	283,650
18	2/11～12	NEOPASA 岡崎 祝の陣	岡崎サービスエリア	6	447	297,850
19	3/20	Quruwa transit	中央緑道南橋・天下の道	4	691	327,290
20	3/20	FCマルヤス岡崎・ホームゲーム	名古屋港サッカー場	1	201	100,500
21	3/20	トレランフェス in 岡崎	岡崎中央総合公園	2	32	16,000
22	3/24～31	天下泰平マルシェ (桜まつり期間中)	岡崎公園	55	5,191	2,288,160
23	3/19～20	エールマルシェ (Vリーグ)	岡崎中央総合公園	3	192	93,600
24	3/25～26	中総ガーデンフェア	岡崎中央総合公園	14	423	141,120
令和3年度合計				268	26,008	11,335,830
令和2年度合計				241	22,112	10,497,741

4 パブリシティ

(1) セッション数の推移

例年、岡崎おでかけナビにおけるセッション数は、本市で開催される主要なイベントの当日になると急増する傾向にあったが、令和3年度は新型コロナウイルス感染拡大防止のため複数のイベントが中止となり、桜まつり時期を除くと急増する日は少なかった。年間のセッション数が過去最高を更新したことから考えると、イベント情報だけでなく観光情報がコンスタントにサイトから取得されていることがわかる。

令和4年3月は月間約63万8千のセッションがあり平成28年度にサイトをリニューアルして以降、単月セッションでの最高記録を達成している。

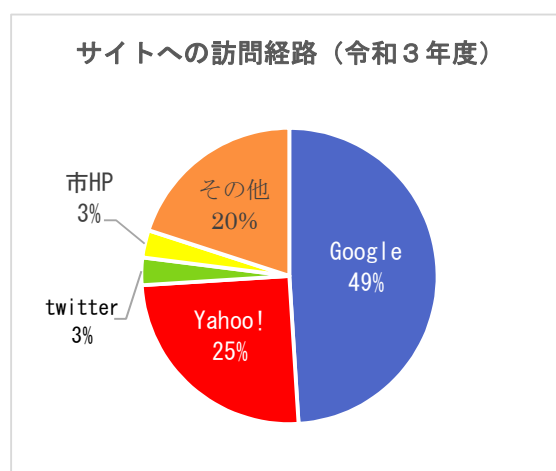


(2) サイトへの訪問経路

訪問経路については「Yahoo!」と「Google」の2大検索エンジンが割合の半分以上を占めている。2つを合わせると74%のシェアとなる。

また、「twitter」からの流入割合は1月が最高で約8%、最低は3月の1%で月によって振れ幅が大きい。

その他には、QRコードを読み取ったのアクセスやYouTube、Facebook等SNSからの流入が含まれている。



(3) アクセスキーワードの順位

令和3年4月				令和3年5月			令和3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	5,171	4.33%	岡崎城	4,254	4.55%	岡崎城	3,277	3.93%
2	岡崎公園	4,283	3.59%	くらがり溪谷	2,854	3.05%	くらがり溪谷	2,464	2.95%
3	岡崎桜祭り	3,000	2.51%	岡崎 観光	2,442	2.61%	岡崎 観光	2,130	2.55%
4	岡崎 観光	2,311	1.93%	奥殿陣屋	1,899	2.03%	岡崎公園	1,338	1.60%
5	岡崎 桜祭り	2,003	1.68%	岡崎南公園	1,871	2.00%	奥殿陣屋	1,244	1.49%
合計		16,768	14.04%		13,320	14.24%		10,453	12.52%
令和3年7月				令和3年8月			令和3年9月		
順位	キーワード	セッション	割合	キーワード	セッション	割合	キーワード	セッション	割合
1	くらがり溪谷	7,553	6.70%	くらがり溪谷	7,881	6.67%	岡崎城	6,222	6.56%
2	岡崎城	4,445	3.94%	岡崎城	4,526	3.83%	くらがり溪谷	2,618	2.76%
3	岡崎 観光	3,086	2.74%	岡崎 観光	2,555	2.16%	酔芙蓉	2,276	2.40%
4	岡崎市民球場	1,920	1.70%	東海オンエア マンホール	2,012	1.70%	岡崎 観光	2,085	2.20%
5	東海オンエア マンホール	1,818	1.61%	岡崎 カフェ	1,394	1.18%	岡崎南公園	1,534	1.62%
合計		18,822	16.69%		18,368	15.54%		14,735	15.54%
令和3年10月				令和3年11月			令和3年12月		
順位	キーワード	セッション	割合	キーワード	セッション	割合	キーワード	セッション	割合
1	岡崎城	5,255	4.87%	岡崎城	6,531	5.84%	岡崎城	5,092	6.21%
2	岡崎 観光	2,562	2.37%	くらがり溪谷	3,748	3.35%	岡崎 観光	2,194	2.67%
3	くらがり溪谷	2,243	2.08%	岡崎 観光	2,412	2.16%	東海オンエア 聖地巡礼	1,702	2.07%
4	岡崎公園	2,174	2.01%	岡崎公園	2,375	2.12%	岡崎公園	1,619	1.97%
5	岡崎南公園	2,037	1.89%	岡崎南公園	1,927	1.72%	岡崎南公園	1,258	1.53%
合計		14,271	13.22%		16,993	15.19%		11,865	14.45%
令和4年1月				令和4年2月			令和4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	4,236	5.48%	岡崎城	3,464	4.36%	岡崎 桜祭り	15,031	5.48%
2	岡崎 観光	2,079	2.69%	東海オンエア 聖地巡礼	2,483	3.13%	岡崎城	12,119	4.42%
3	東海オンエア 聖地巡礼	1,718	2.22%	岡崎 観光	2,057	2.59%	岡崎桜祭り	10,320	3.76%
4	岡崎南公園	1,412	1.83%	岡崎南公園	1,803	2.27%	岡崎公園	8,513	3.10%
5	岡崎公園	1,116	1.44%	岡崎 観光 東海オンエア	1,538	1.94%	岡崎 桜祭り 2022	4,911	1.79%
合計		10,561	13.66%		11,345	14.29%		50,894	18.55%

「岡崎城」は1年を通して1位又は2位となっている。季節的には、3月から4月にかけては桜にまつわるワードが、5月から11月にかけては「くらがり溪谷」、9月には奥殿陣屋で見られる酔芙蓉がランクインしている。また、東海オンエアに関連するワードが7月以降目立つほか、7月は高校野球選手権大会の愛知県予選が行われた中央総合公園、8月はカフェがランクインしており岡崎へ出かける際の様々な情報源として活用されている。

(4) メディア掲載実績

10月15日出版の「日帰り大人の小さな旅」と11月28日出版の「男の隠れ家ベスト」に御朱印・御城印に関する記事が掲載された。

また、テレビでは9月20日にNHK「日本最強の城スペシャル」で岡崎城が取り上げられた。

おでかけナビへのアクセスキーワードで9月、10月、11月は「岡崎城」と「岡崎公園」が他のキーワードと比較して前年度からの増加率が高く、雑誌やテレビ放映の影響を受けた可能性がある。

時期	内容	広報媒体	対象地域
6月20日(日)	かき氷街道	KELLY(雑誌)	東海地方
9月20日(月・祝)	岡崎城	日本最強の城スペシャル(テレビ)	全国
10月15日(金)	御朱印・御城印	日帰り大人の小さな旅(雑誌)	全国
11月15日(月)	屋外施設	まっふる東海(雑誌)	全国
11月28日(日)	御朱印・御城印	男の隠れ家ベスト(雑誌)	全国
2月27日(日)	八丁味噌	遠くへ行きたい(テレビ)	全国
2月28日(月)	桜まつり、岡崎城など	旅行読売(雑誌)	全国
3月11日(金) ～3月30日(水)	岡崎無双	電撃オンライン(web)	全国
合計※	雑誌18件、テレビ17件、屋内広告1件、web広告1件		

※観光推進課に問合せ等があったもののみ

IV 総合分析

1 目標指標

指標名		基準値※1 (平成 26 年度)	本年度実績値※1 (令和 3 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	228 億円	404 億円	56.4%	
目標指標 2	観光入込客数	観光施設	387 万人	325 万人	411 万人	79.1%
		イベント	196 万人	24 万人	208 万人	11.5%
目標指標 3	宿泊客数	39 万人	28 万人	42 万人	66.7%	
目標指標 4	来訪者満足度	65.8%	72.3%	70.0%	103.3%	
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は届いていない。令和 2 年 1 月に日本で初めての感染者が確認された新型コロナウイルスの影響により、令和 3 年度においても人の動きの停滞、外出自粛等が続いたほか、イベントは中止や縮小開催を余儀なくされたことが大きい。宿泊客単価は平成 26 年度と比較して上昇したものの、日帰り客単価の減少や観光入込客数の減少により、観光消費額は 228 億円にとどまった。

来訪者満足度は、観光基本計画アクションプラン策定以降、初めて目標値を上回る良い結果となった。地域一体となって観光情報や観光資源の充実に努めてきた結果が表れたものと考えられる。

新型コロナウイルスは度々変異し、「感染の波」を繰り返している。今後においては、新型コロナウイルス感染症に伴う動向を注視しつつ、SDGs の理念に基づく持続可能な観光の実現に向け、市民や観光関連事業者とともに観光の意義を再認識し、地域活性化の好循環を創出していく必要がある。また、2023 年には、大河ドラマ「どうする家康」の放送が決定している。「家康公生誕の地岡崎」として、この番組を契機とした観光消費の回復や、大河ドラマ後を見据えたニューツーリズムの充実を図っていく必要がある。

旅行・観光消費動向調査 2022 年 4-6 月期（速報）

○2022年4-6月期の日本人国内旅行消費額（速報）は4兆4,190億円（2019年同期比26.3%減、前年同期比138.1%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3兆4,364億円（2019年同期比24.5%減、前年同期比173.1%増）、日帰り旅行消費額が9,827億円（2019年同期比31.8%減、前年同期比64.5%増）となった。

引用元：観光統計 2022年8月17日 観光庁

第 2 部 資料編

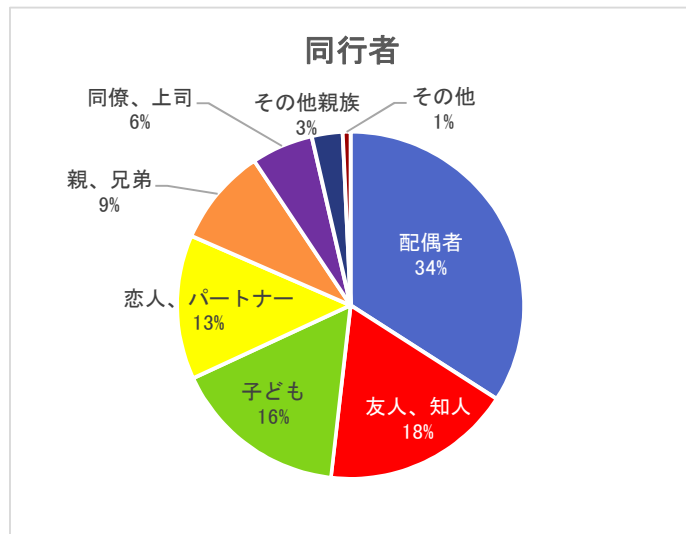
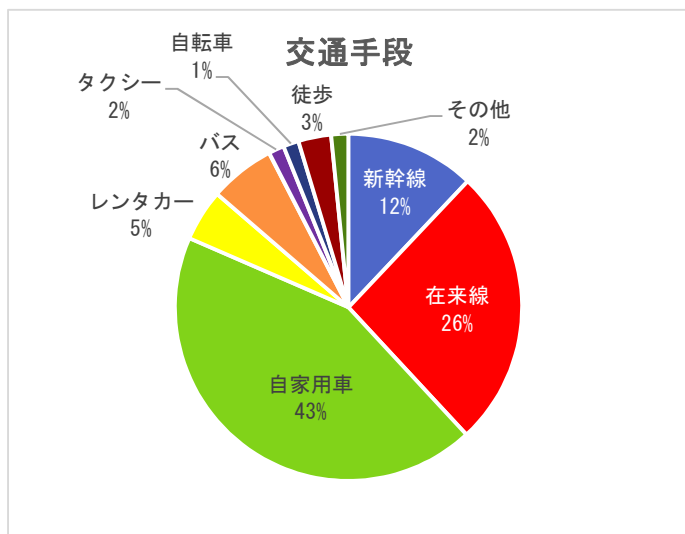
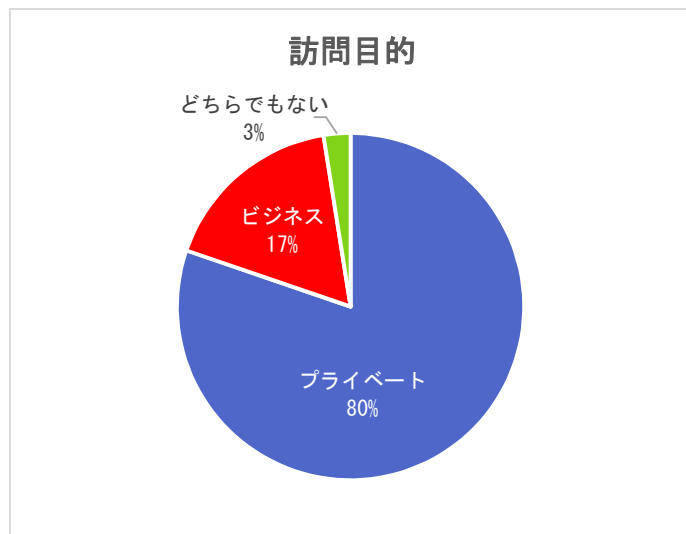
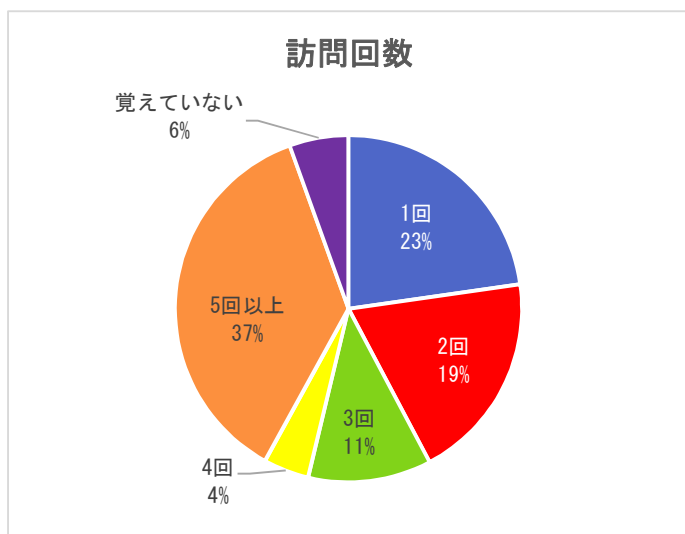
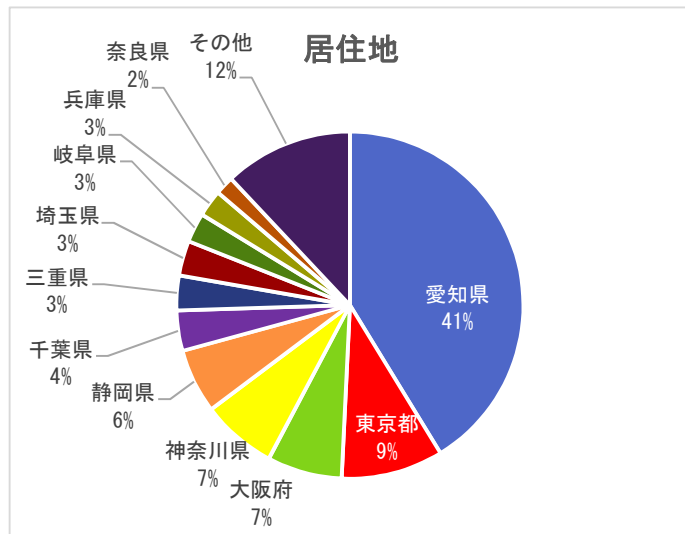
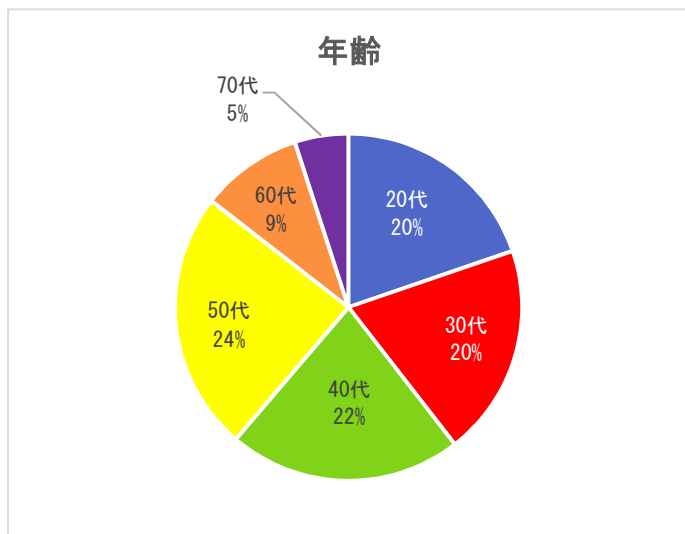
1 岡崎市来訪経験者アンケート調査結果

調査期間：令和3年7月15日(木)～令和3年7月19日(月)

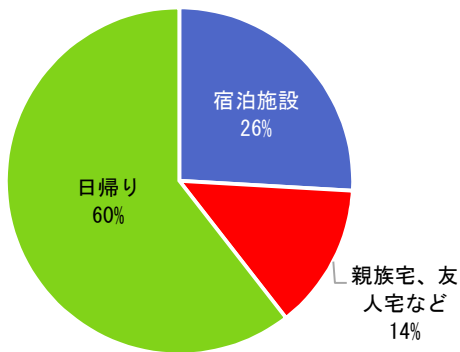
調査対象：全国の15歳から79歳で、直近5年以内に本市を訪れたことのある男女各200人

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

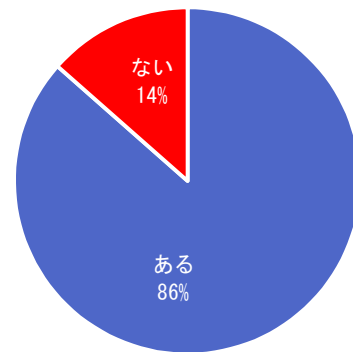
調査機関：楽天インサイト株式会社



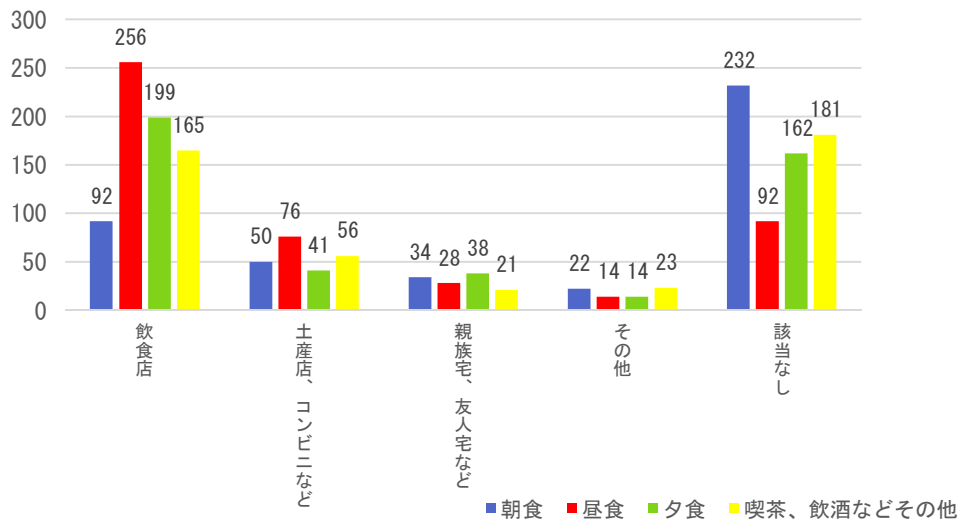
宿泊の有無



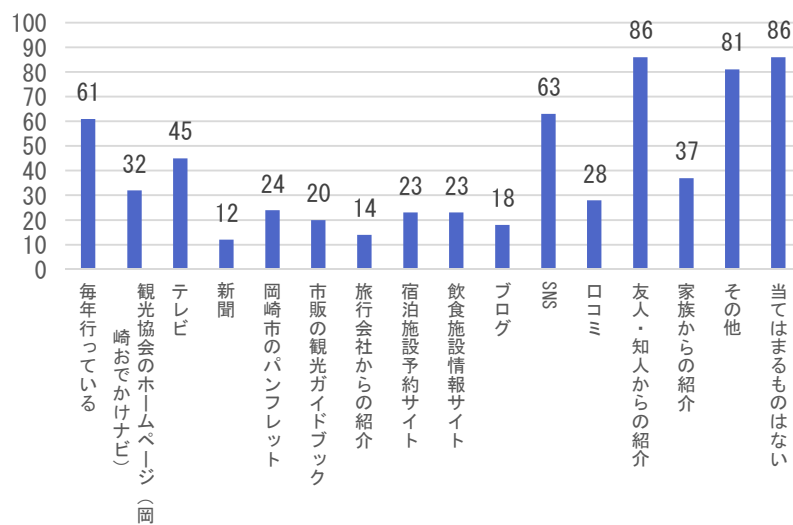
再訪の意欲



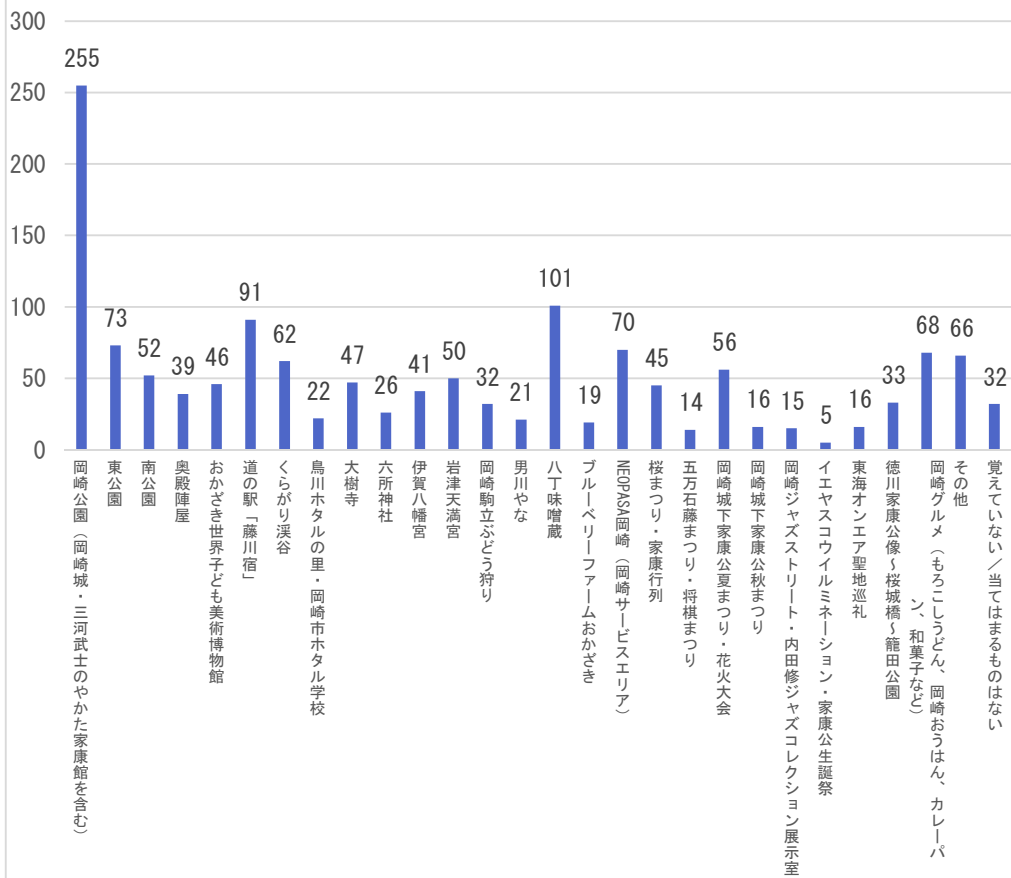
市内での食事



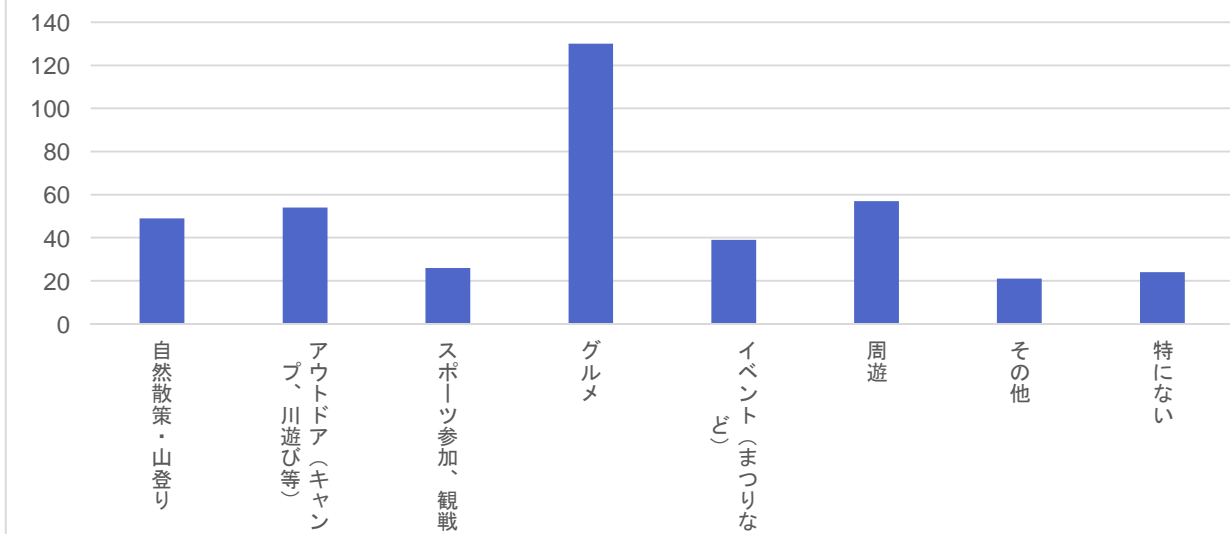
訪問のきっかけ



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（R3年度）

年 月 日	内 容
令和3年 4月23日（金）	国）緊急事態宣言③発出 期間：4/25～5/11 区域：東京都、京都府、大阪府、兵庫県（4都府県）
5月7日（金）	国）緊急事態宣言③の期間延長及び区域変更 期間：4/25～5/31 区域：5/12～愛知県、福岡県の2県を追加（6都府県）
14日（金）	国）緊急事態宣言③の区域変更 区域：5/16～北海道、岡山県、広島県の3道県を追加（9都道府県）
21日（金）	国）緊急事態宣言③の期間延長及び区域変更 期間：4/25～6/20 区域：5/23～沖縄県を追加（10都道府県） 北海道、東京都、愛知県、京都府、大阪府、兵庫県、岡山県、広島県、福岡県は5/31まで
28日（金）	国）緊急事態宣言③の期間延長 期間：4/25～6/20 区域：北海道、東京都、愛知県、京都府、大阪府、兵庫県、岡山県、広島県、福岡県
6月17日（木）	国）緊急事態宣言③の期間延長及び区域変更 期間：4/25～7/11 区域：6/21～沖縄県（1県）
24日（木）	市）花火大会（9/11予定）の中止を発表
7月8日（木）	国）緊急事態宣言③の期間延長及び区域変更 期間：4/25～8/22 区域：7/12～東京都を追加（2都県）
30日（金）	国）緊急事態宣言③の期間延長及び区域変更 期間：4/25～8/31 区域：8/2～埼玉県、千葉県、神奈川県、大阪府の4府県を追加（6都府県）
8月17日（火）	国）緊急事態宣言③の期間延長及び区域変更 期間：4/25～9/12 区域：8/20～茨城県、栃木県、群馬県、静岡県、京都府、兵庫県、福岡県の7府県を追加（13都府県）
25日（水）	国）緊急事態宣言③の区域変更 区域：8/27～北海道、宮城県、岐阜県、愛知県、三重県、滋賀県、岡山県、広島県の8道県を追加（21都道府県）
9月3日（金）	市）家康行列（11/6予定）の開催と判断基準を発表
9月9日（木）	国）緊急事態宣言③の期間延長及び区域変更 期間：4/25～9/30 区域：6/13～宮城県、岡山県の2県を解除（19都道府県）
9月27日（月）	市）家康行列（11/6予定）の中止を発表
9月28日（火）	国）9/30をもって緊急事態③を終了

10月7日(木)	県) あいち旅 e マネーキャンペーン※1 及び LOVE あいちキャンペーン※2 開始 (10/8~) を発表
27日(水)	市) 5箇所同時花火 (10/30 予定) の実施を発表
11月2日(火)	市) 家康行列の代替イベント (11/6 予定) の実施を発表
8日(月)	市) ドライブイン花火 (11/27 予定) の実施を発表
令和4年 1月15日(土)	県) あいち旅 e マネーキャンペーン※1 及び LOVE あいちキャンペーン※2 の停止 (1/16~) を発表
24日(月)	市) 家康行列 (4/10 予定) の参加者募集と判断基準を発表
2月22日(火)	市) 桜まつりを規模縮小での開催を発表 (3/24~4/6)
25日(金)	市) 家康行列の開催判断基準の見直し (判断日の延期) を発表
3月7日(月)	市) 家康行列 (4/10 予定) の開催延期を発表

※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

※1、※2 とも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4年度版 岡崎市観光白書
(令和3年度年次報告書)

発行年月：令和4年12月

発行：岡崎市

問合せ：〒444-8601 岡崎市十王町二丁目9番地

岡崎市経済振興部観光推進課

(電話) 0564-23-6384

(F A X) 0564-23-6731