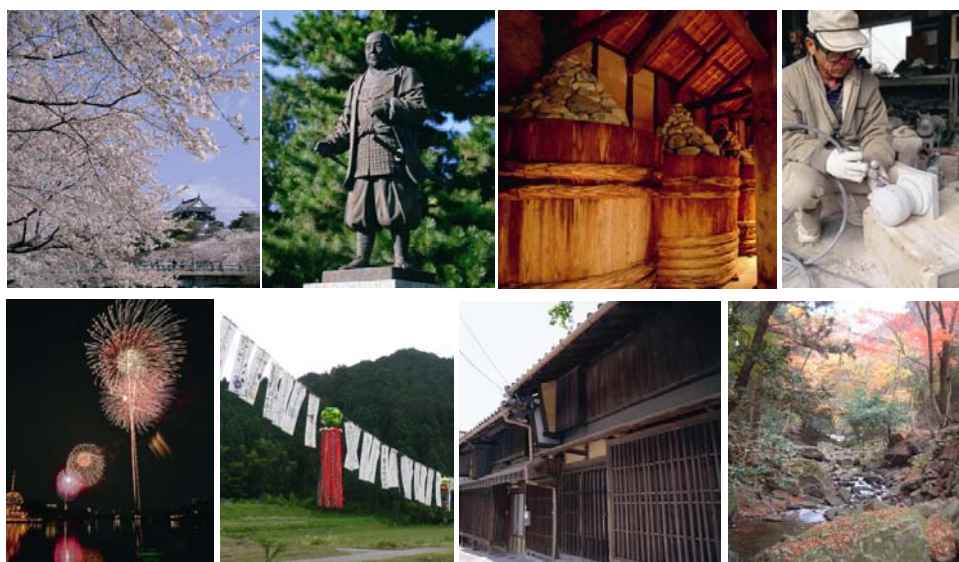


まちを誇り 人が楽しむ 新・おかざき再発見

岡崎市観光基本計画



岡 崎 市

岡崎市観光基本計画

《 目 次 》

岡崎市観光基本計画策定にあたって	1
はじめに 岡崎市観光基本計画策定の趣旨	1
1. 岡崎における観光の意義	2
(1) 岡崎における観光の分類	2
(2) 岡崎における観光の意義	2
(3) 岡崎の観光における課題	3
2. 観光振興のための基本理念	4
3. 岡崎市観光基本計画の目標	5
4. 重点プロジェクト	5
5. 観光振興アクションプラン	9
(1) アクションプランの基本方向性	9
(2) 個別アクションプラン	11
《1》誰にも優しい観光まちづくり	11
《2》新・岡崎市の観光魅力の創造	14
《3》新・岡崎市の観光情報発信	17
《4》受入側の意識改革 おもてなし意識の醸成	18
《5》観光まちづくり推進体制の確立	19
参考資料	21
資料1 観光をめぐる潮流	22
資料2 岡崎の観光の現況と課題	26
資料3 岡崎観光に関するアンケート調査結果	28

岡崎市観光基本計画策定にあたって

岡崎が、観光に動き始めます。

日本の中央から連なる山々が下りてきて、その岡の崎。龍頭山に城を築いた昔から、日本の歴史が動いていった町、岡崎。

河川は海と山を繋いで川船が物資を交流させ、東西の道は天下の政治を繋ぎ、武人文人ともに往来激しく文化を醸成し、産業を育ててきました。

さらに、ここは徳川家康公誕生の地です。

江戸時代が平和を導き日本を整えた源なら、ここはまぎれもなく、平和源流の地です。

戦乱混沌の中に湧いた一滴が、細流から大河をなして日本を創っていった道のりは、各所に人間ドラマを語り継がせ、ヒトを生み、モノを生み、文化を構築して21世紀のいまがあります。

歴史を伝え、さらに歴史を創新させる町は、人々に生きる気付きの光を与えます。そこに観光を磨き上げる時がやってきました。

岡崎の観光は、豊富な物語を蓄えて次代の日本を考える糧となり、世界の平和を求める道への光になると確信します。

岡崎の観光は、日本のため、世界のための大仕事です。

岡崎市観光基本計画策定委員会委員長 深田正義

はじめに 岡崎市観光基本計画策定の趣旨

近年の観光に対する需要は、団体旅行から個人・グループ旅行へ、また、物見遊山の見学観光から体験や知的好奇心を満足させる学習型観光などへとニーズが多様化してきています。こうした中、政府は観光立国を推進し、愛知県も産業観光、武将観光といったテーマを設けた観光による交流を提唱しています。

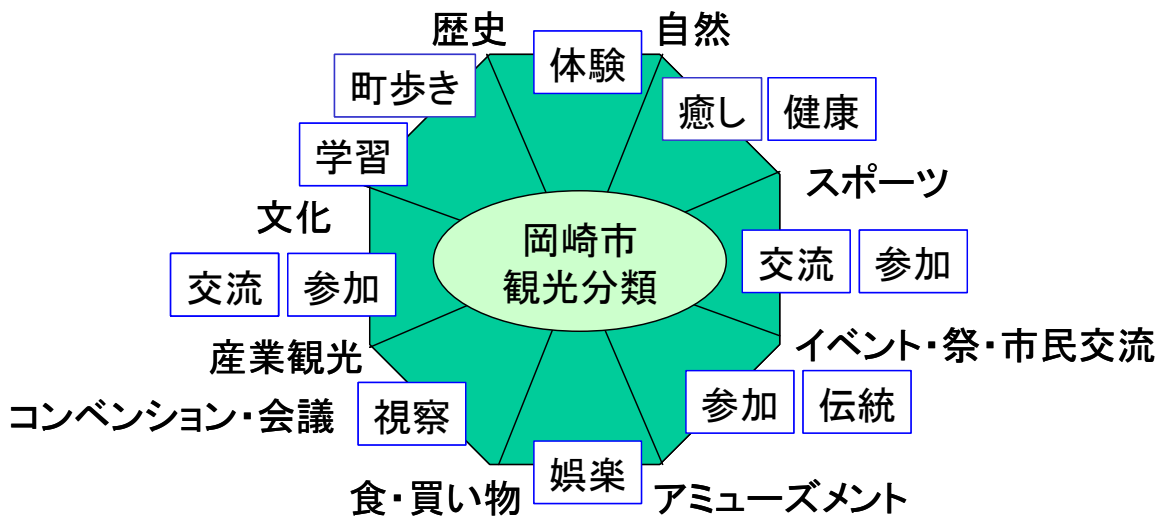
岡崎市においては、2006年1月1日に額田町と合併し、新たな市民間の交流が生まれるとともに、同年春から放映されるNHK朝の連続テレビ小説「純情きらり」の舞台が岡崎に設定され、同ドラマとしては愛知県内で初めて舞台となることから、岡崎が今まで以上に地域文化の発信、観光交流の場として注目される機会が訪れることとなります。

本市としても、新市合併によりさらに充実した数ある観光資源を活かし、観光の原点である市民自らが誇りを持ち、楽しみ、また、来訪者に対してもおもてなしの心で接し、交流できることを考えるなかで、観光交流を機軸とした地域活性化に寄与することを目的とし、今後の本市の観光行政の指針となる観光基本計画を策定するものいたします。

1. 岡崎における観光の意義

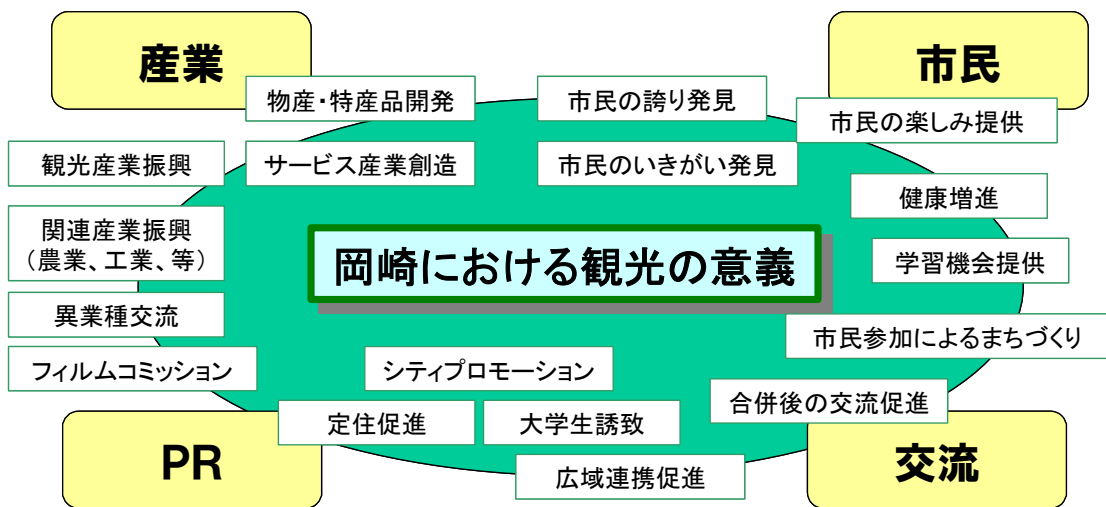
(1) 岡崎における観光の分類

新・岡崎市における観光については、概ね以下のように分類されます。一般的な観光という概念だけでなく、より市民に密着した様々な交流活動も含めた魅力・資源・活動を本基本計画における「観光」資源として捉えます。



(2) 岡崎における観光の意義

観光振興を進めることにより、市民活動において下記のような様々な観光の意義が生まれるものと考えます。「市民」「産業」「交流」「PR」といった4つのキーワードを元に、主には、①市民の誇りの醸成、②合併を契機とした交流活動の活性化、③観光交流産業の振興などに大きな意義を見出すことが期待されます。



(3) 岡崎の観光における課題

委員会及び作業部会における意見、並びに、市内各所の観光資源、観光関係者へのヒアリングを踏まえた上で、岡崎観光の強み・弱みを把握し、課題を整理しました。

分類	岡崎観光の強み	岡崎観光の弱み（課題）
モノ （観光施設、 観光資源、 交通、標識、 土産等）	<ul style="list-style-type: none"> ○歴史文化（岡崎城、家康、大樹寺） ○街道文化（東海道宿場） ○自然景観（くらがり溪谷等） ○産業観光（八丁味噌、岡信等） ○食文化（八丁味噌） ○季節の自然（桜、藤、紅葉等） ○道路アクセス（東名、国道1号） ○鉄道アクセス（3つの鉄道路線） ○大都市・名古屋マーケットから1時間圏内、愛知、岐阜、三重、静岡などからも概ね2時間圏内 ○都市の知名度 	<ul style="list-style-type: none"> ●圧倒的な集客力を持つ核拠点不足 ●新しい話題の施設の不足 ●まち巡りコースの未整備 ●点在する観光資源と、それを結ぶ交通網の不足 ●団体客用昼食場所の不足 ●団体バス駐車場の不足 ●お土産屋の拠点の不足 →通過型観光地 ●観光標識、誘導サインの不足 ●岡崎公園と駐車場の動線の問題 →観光客に優しくない ●市内観光のストーリー性の欠如
コト （イベント・ 祭り、仕掛け、 PR、連携）	<ul style="list-style-type: none"> ○花火（岡崎夏まつり） ○「純情きらり」による全国PR ○ジャズ ○まち歩き観光促進への動き 	<ul style="list-style-type: none"> ●明確なターゲットを絞り込んだ対外的PRの不足 ●旧態依然としたPR手法 ●市民への情報発信の欠如 ●市内の施設連携・情報交換の不足 ●効果的な広域連携の不足 ●花火、桜以外の観光に資するイベント・祭りの不足 ●市民の企画、市民参加イベント等の観光への活用不足
ヒト （観光事業者、 市民、関係機関）	<ul style="list-style-type: none"> ○岡崎公園を中心としたボランティアガイドの充実 ○匠の会の取り組み ○岡崎塾、岡崎学の開催（地域の見直し） 	<ul style="list-style-type: none"> ●行政における観光振興に対する機動力不足（特に企画面） ●行政内における担当課間の連携不足、協働体制の不足 ●市民参加促進の不足、市民の観光地としてのおもてなし意識の不足 ●岡崎観光を牽引する観光カリスマ的存在の不足 ●額田・岡崎間における様々な連携の不足（人材交流、学校交流等） ●地域を中心としたマスコミとのネットワーク不足

2. 観光振興のための基本理念

本市の観光計画においては、岡崎・額田の合併を好機ととらえ、新市におけるまちの魅力を誇り、人（新岡崎市民、他地域からの観光客）が、新しい岡崎の魅力を再発見することにより、岡崎をより深く知り、楽しんでもらう観光まちづくりを振興していくことを基本理念とします。

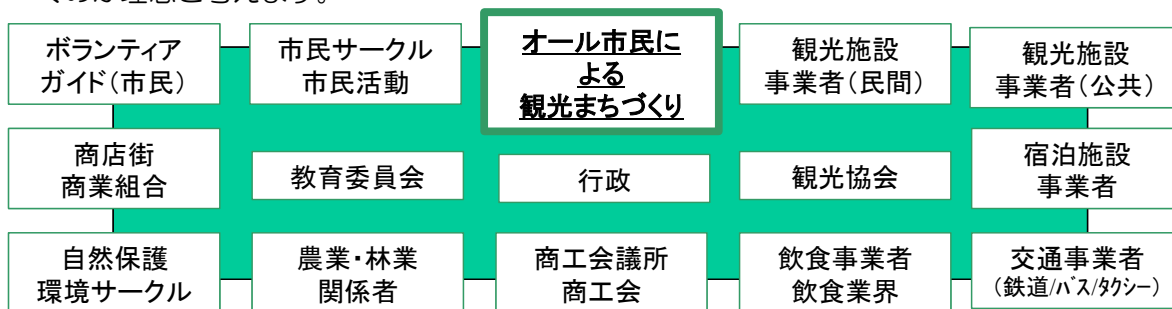
岡崎市観光基本計画 基本理念

まちを誇り 人が楽しむ 新・おかざき再発見

オール市民が一体となった観光まちづくりの推進
 新・岡崎市の魅力の発掘・創造・情報発信
 誰もが訪れたいくなる観光まちづくり

（１）オール市民が一体となった観光まちづくりの推進

これからの観光は、行政主導ではなく、オール市民が一体となった地域の総合力を前面に打ち出していくことが重要なキーワードとなります。「地域を誇り、地域を楽しみ、来訪者をもてなす」市民の意識を喚起し、観光交流を実現していく市民の「やる気」を醸成し、本計画を実行することが重要と考えます。市民とは、一般市民のみならず、産業界、観光事業者、市民団体、行政など、岡崎の観光まちづくりを担う人たち全てのオール市民を指し、これらの『市民』たちによる協働作業が観光まちづくりを推進していくのが理想と考えます。



（２）新・岡崎市の魅力の発掘・創造・情報発信

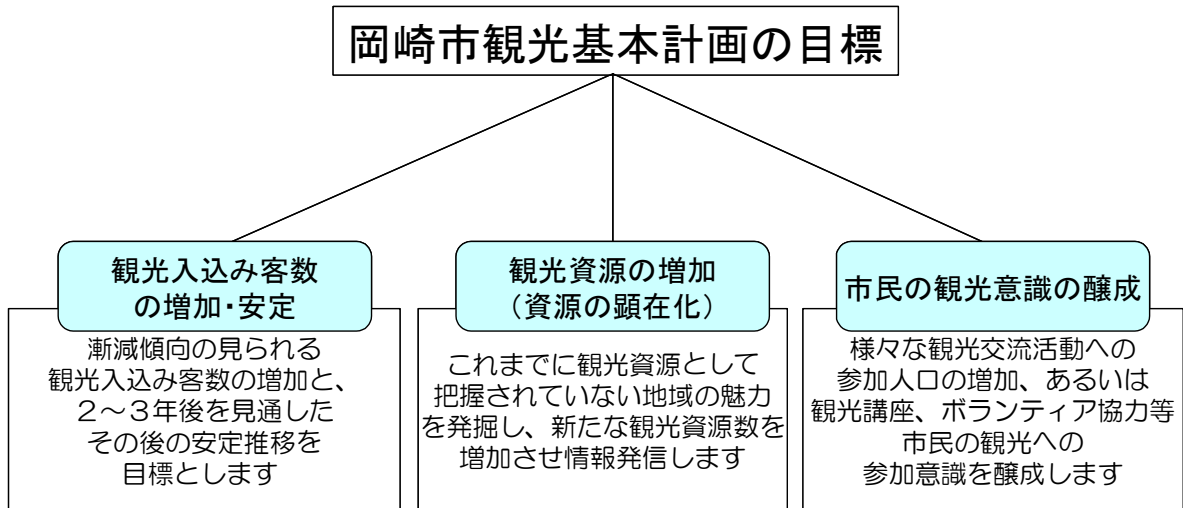
いかに新しい岡崎市の魅力を発掘、創造し、その魅力の情報発信を展開していくかといった点も重要なキーワードです。歴史、文化、祭など既に知られている岡崎の魅力ばかりではなく、まち歩き、健康、癒し、学び、食、体験など、今の観光ニーズに合った要素を組み合わせ、新たな岡崎の魅力を情報発信することが、新しい岡崎の魅力の再発見につながるものと考えます。

（３）誰もが訪れたいくなる観光まちづくり

観光資源の魅力ばかりでなく、施設や市民を中心とした受入体制の充実により、誰もがこのまちを訪れたいくなる観光客に優しいまちづくりを推進します。

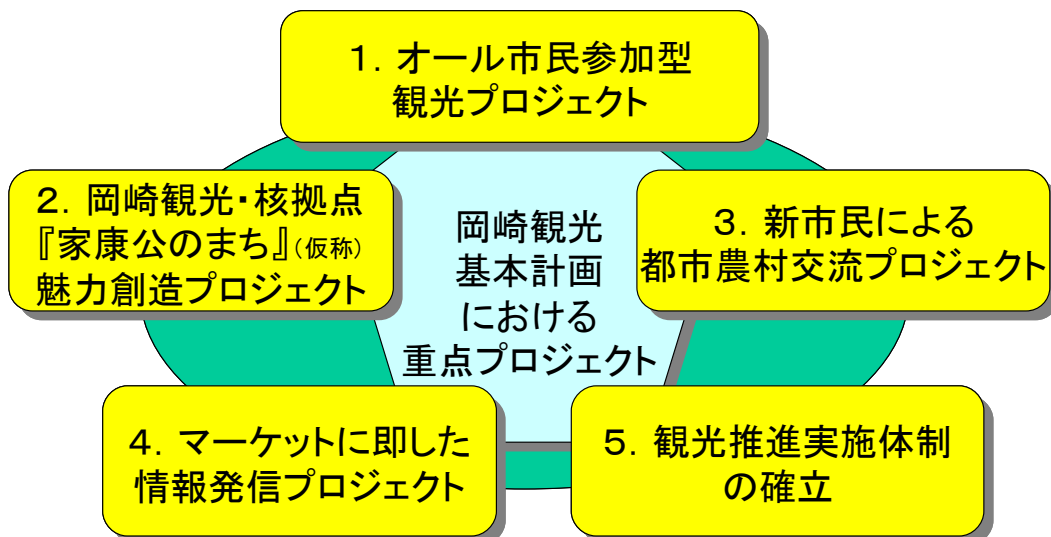
3. 岡崎市観光基本計画の目標

本計画の策定にあたっては、成果目標として以下の項目を掲げます。



4. 重点プロジェクト

観光振興計画の基本的方向性をもとに、優先的に進める重点プロジェクトを下記のとおり示し、各項目におけるアクションプランに落とし込み具体的な実施を検討します。



《岡崎観光振興アクションプラン・重点プロジェクト①》

オール市民参加型観光まちづくりプロジェクト

行政主導ばかりではなく、市民（一般市民、市民団体、企業、各種団体等）が一体となった協働型の観光まちづくりプロジェクトを推進し、市民の観光意識向上、参加機会の醸成、観光担い手養成など、市民参加型の観光まちづくり方策を具体的に実施します。

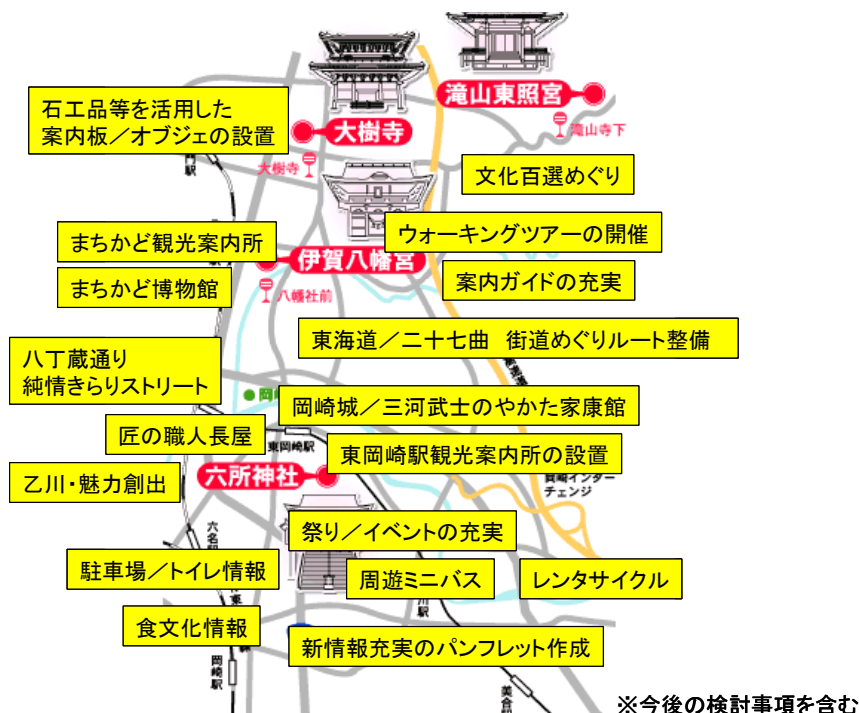
【主なプロジェクト】

- ・地域づくり市民活動支援プロジェクト
- ・各地域におけるボランティアガイド養成講座の開催
- ・市民による「岡崎の“光”発掘隊」の形成（市民による町めぐりから新しい観光資源を発掘し、情報発信）
- ・市民口コミ観光情報局の設置（既存ホームページ等により運営）
- ・石工品、八丁味噌などにかかわる企業、職人などとの協働による魅力づくり

《岡崎観光振興アクションプラン・重点プロジェクト②》

「家康公のまち」（仮称）・魅力創造プロジェクト

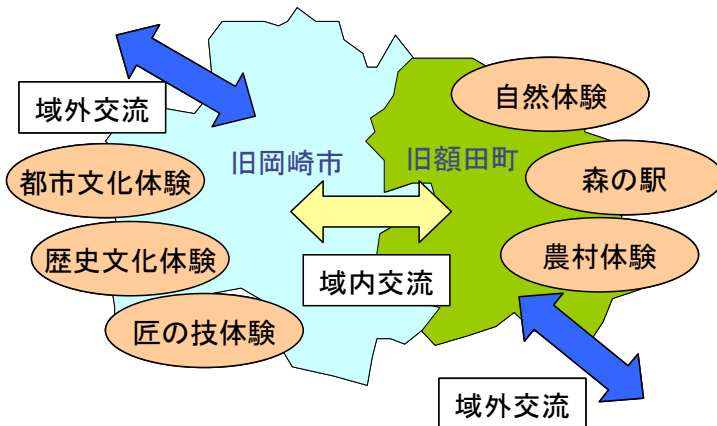
岡崎のまちづくりの原点でもあり、現在の観光を支える中心はやはり“家康”です。岡崎市民にとっても家康は紛れもなく、市民の誇りとして永遠に語り継がれるものであり、市外からの観光客にとっても家康にまつわる様々な歴史と文化は、地域の本物の魅力として十分に訴求力のある観光資源です。そこで、本基本計画においては、家康にまつわる歴史・文化の拠点として、岡崎公園・八丁蔵通り・大樹寺周辺を結ぶエリアを岡崎観光の各拠点となる重点地区とし、様々な魅力創造プロジェクトを展開します。



《岡崎観光振興アクションプラン・重点プロジェクト③》

新市民による都市農村交流プロジェクト

岡崎・額田の合併により、新・岡崎市の観光の魅力は、“都市と農村”の両面からの魅力が生まれました。そこで、まずは、旧岡崎・額田間の域内交流を都市農村交流プロジェクトとして実践し、その交流プログラムを域外の都市や農村地域の市町村との交流に結びつける展開を実施します。既に、実施されている交流活動の継続のほか、新たに事業推進される「森の駅」の活用や相互の市民の誇りである既存観光資源を紹介し、域内交流活動を活性化します。



《岡崎観光振興アクションプラン・重点プロジェクト④》

マーケットに即した情報発信プロジェクト

岡崎の観光資源・魅力を整理したうえで、日常的な観光行動となる「地元マーケット」、日帰り観光行動となる「1時間マーケット」、宿泊を伴う旅行行動となる「広域マーケット」の3パターンに分け、こういった魅力をどのような形で情報発信するのが効果的な観光交流人口拡大に結びつくかを、具体的な情報発信手段を検討し実施します。



[情報発信手段]

【地元マーケット】

市広報／CATV／新聞地域版／ホームページ／学校
／地域公民館等

【1時間マーケット】

情報誌／テレビ／ラジオ／
新聞／ホームページ

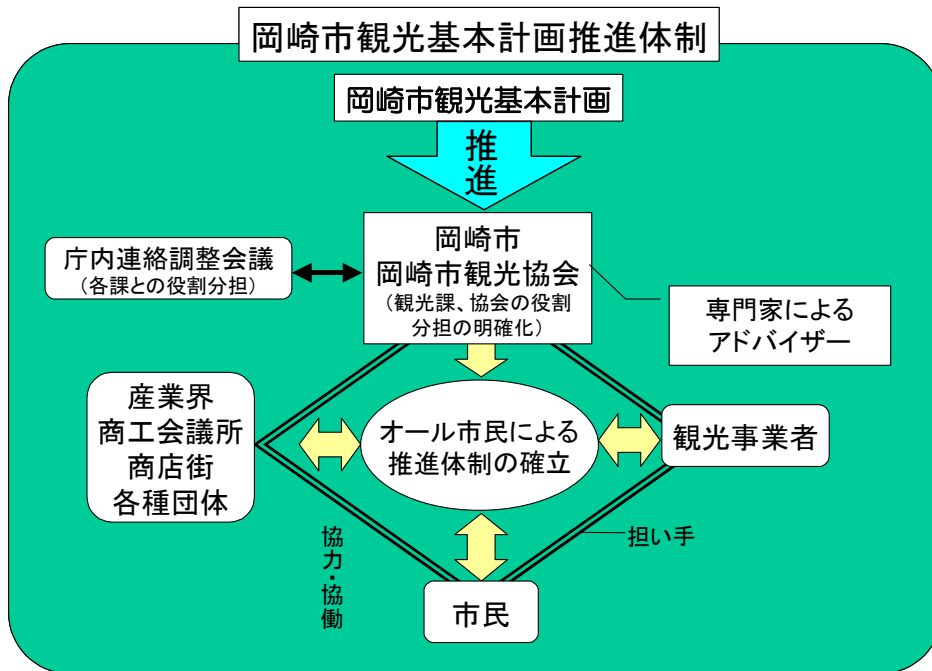
【広域マーケット】

旅行代理店／観光展／ホームページ

《岡崎観光振興アクションプラン・重点プロジェクト⑤》

観光推進実施体制の確立

観光基本計画推進にあたっては、観光推進の担い手となる市民を含む各関係機関との協働体制をとり、行政は各事業の推進役あるいは、サポート役となり、観光推進を円滑に進められる体制を確立します。



5. 観光振興アクションプラン

(1) アクションプランの基本方向性

1. 誰にも優しい観光まちづくり

- 観光案内看板の設置、主要観光地への誘導サイン設置（駅、主要交差点等）
- 観光客が快適に気軽に市内回遊できる移動手段の情報発信・アクセス整備の検討
- 観光客が利用しやすい駐車場の確保、情報提供
- まちかど観光案内所・まちかど休憩所の設置、協力の呼びかけ
- 休憩ポイント（トイレ、休憩スペース、飲食）の案内、整備の検討
- ユニバーサルデザインの視点に立った観光地づくり〔ハード・ソフト両面〕の推進
（高齢者、障害者、乳幼児、子ども、外国人等）
→バリアフリー対応施設、駐車場等の整備
→誰にも分かりやすい情報提供手法・情報ツールの検討

2. 新・岡崎市の観光魅力の創造

- 既存資源を活かした観光まち巡りのストーリーづくり
→まち歩き観光の推進（具体的な魅力づくりの検討）
→ルートの設定、各所の魅力を掲載したガイドマップ、サイン表示
→観光客の参加促進のイベント開催
- 市民が合併後の新岡崎市の魅力を知ることへの働きかけ、相互交流活動の推進
- 新たな観光資源発掘手法の検討
→市民による観光魅力発掘隊、岡崎の光認定事業、市民参加によるアイデア募集
- 産業観光資源の見直しと観光資源としての利用方策検討
- 四季の花巡りコースの魅力創造
- 体験型観光資源・プログラムの充実と仕掛け

3. 新・岡崎市の観光情報発信

- 様々な観光客にとって効率的に情報取得ができる情報提供方策の再検討
（カーナビなど時代に即した情報発信ツールの検討、ポータルサイト構築の検討）
- マスコミを活用した情報発信手法の検討
- 観光大使任命による対外的PR戦略の検討

4. 受入側の意識改革 おもてなし意識の醸成

- 施設従業員、観光事業関係者をはじめ市民を含めたおもてなし意識の向上
→おもてなしスローガンの推進、おもてなし講座の開催等
- 市民も重要な観光客であるという観光関係者側の意識醸成

5. 観光まちづくり推進体制の確立

- 新・岡崎市誕生による観光まちづくり推進における体制づくり
→庁内推進体制の見直し（縦割りではない体制づくり）、行政と観光協会との役割の分担、官民一体となった相互協力体制の確立、旧岡崎市・旧額田町の協働体制
- 市民参加型による観光まちづくり体制の構築
→市民参加、市民協力による観光受入体制づくり、観光魅力の創造
- 観光当事者同士による情報連絡会議・企画検討会議の開催（施設間、地域間）
- 中長期的な視野に立った観光まちづくりの方向性の提示

(2) 個別アクションプラン

≪ 1 ≫ 誰にも優しい観光まちづくり

●観光案内看板の設置、主要観光地への誘導サイン設置

【短期 向こう 1~2 年に実施】

- ◇ 主要交通拠点における案内看板の整備
 - ✧ 市内主要駅における市内の主要観光地点の案内掲示の見直し
 - ✧ 国道 1 号等主要幹線道路沿道における案内看板の設置（八丁蔵通り、岡崎城、大樹寺等）
 - ✧ 岡崎城～八丁蔵通り（仮称：純情きらりストリート）におけるサイン整備
 - ✧ 二十七曲沿道におけるサイン整備（石工品などの活用も検討）
- ◇ 岡崎市サイン整備計画の策定
 - ✧ 観光名所等の案内を含む市内のサイン整備の現況調査

【中期 向こう 3~5 年に実施】

- ◇ まち巡りコースにおけるサイン整備
 - ✧ 電車通り（東岡崎駅～中心市街地）におけるサイン整備
- ◇ 国際化に対応した観光案内表示の整備
 - ✧ 主要交通拠点、主な街巡りコースにおいて、英語、中国語、韓国語、ポルトガル語を併記した案内表示の設置
- ◇ 岡崎市サイン整備計画の策定
 - ✧ 観光名所等の案内を含む市内のサイン整備計画（ガイドライン）の策定

【長期 向こう 6~10 年に実施】

- ◇ まち巡りコースにおけるサイン整備の拡充
 - ✧ 藤川宿等の散策路整備に併せたサイン整備

●観光客が快適に気軽に市内回遊できる移動手段の情報発信・アクセス整備の検討

【短期 向こう 1~2 年に実施】

- ◇ 情報提供の強化
 - ✧ ホームページ内容再検討による情報発信の強化
- ◇ 観光施設・交通事業者への協力呼びかけ
(市内周遊モビリティ検討委員会の設置)
 - ✧ 連絡連携体制の整備
 - ✧ 商品企画の検討
- ◇ レンタサイクル事業の実施
 - ✧ 協力事業者の募集
 - ✧ レンタサイクルステーションの設置
 - ✧ サイクリングロードの整備
 - ✧ 観光施設等における駐輪場の設置

【中期 向こう 3~5 年に実施】

- ◇ IT を活用した情報発信の強化
 - ✧ 携帯端末、カーナビ等を活用した情報発信の強化
- ◇ 観光施設と交通事業者の連携事業の検討
 - ✧ 企画ツアーの商品化（例：個人旅行者をターゲットに観光ガイドが添乗するジャンボタクシーで市内の寺社仏閣などを巡るツアーの企画など）
- ◇ パーク&バス/タクシーライドの推進
 - ✧ 市内駐車場と主要観光施設を結ぶシャトルバス/タクシーの運行
 - ✧ 観光タクシーの運行（観光ルート別の定額制運賃体系の導入）

【長期 向こう 6~10 年に実施】

- ◇ まち巡りコースにおける散策路の整備
 - ✧ 総合的な整備（サイン整備、休憩施設、安全確保、ユニバーサルデザイン化等）
 - ✧ 周遊ミニバスの検討

≪ 1 ≫ 誰にも優しい観光まちづくり

●観光客が利用しやすい駐車場の確保、情報提供

【短期 向こう 1～2 年に実施】

- ◇ ホームページによる駐車場情報の発信
- ◇ 駐車場案内マップの作成
 - ◇ 市内駐車場、施設併設駐車場等の状況把握
 - ◇ 観光ガイドマップ等への駐車場情報の掲載

【中期 向こう 3～5 年に実施】

- ◇ 駐車場案内・誘導情報システムの整備
 - ◇ 駐車場案内・誘導情報システムの構築、国道 1 号、248 号及び中心市街地周辺における掲示板の設置
 - ◇ カーナビへの情報提供
- ◇ 観光施設等における駐車場整備の促進
 - ◇ 駐車場の用地の確保
 - ◇ 民間事業者への協力要請
 - ◇ パーク&バス/タクシーライドの推進

【長期 向こう 6～10 年に実施】

- ◇ 駐車場案内・誘導情報掲示システムの拡充
 - ◇ 駐車場の対象範囲の拡大
 - ◇ 新規開設駐車場への対応
- ◇ 道の駅の整備
 - ◇ 国道 1 号沿道に道の駅を整備

●まちかど観光案内所・まちかど休憩所・まちかど博物館の設置、協力の呼びかけ

【短期 向こう 1～2 年に実施】

- ◇ まちかど観光案内所の整備
 - ◇ 東岡崎駅構内に観光案内所を設置
 - ◇ 岡崎公園内に観光案内所を設置
 - ◇ 店舗・市民有志等への協力呼びかけ（市内コンビニやガソリンスタンド等へのパンフレット・ラックの設置協力を要請）
- ◇ まちかど観光ガイドの養成
 - ◇ 研修プログラム（講習会・ワークショップ等）の実施

【中期 向こう 3～5 年に実施】

- ◇ まちかど観光案内所の整備拡充
 - ◇ 店舗・市民有志等への協力呼びかけ（まちなか観光案内所の拡充）
 - ◇ まちかど観光案内所連絡会議の開催
- ◇ まちかど博物館の検討
- ◇ まちかど観光ガイドの養成
 - ◇ 研修プログラム（講習会・ワークショップ等）の実施
- ◇ まちかど休憩所設置の検討
 - ◇ トイレ利用解放の協力呼びかけ
 - ◇ 市民・事業者ワークショップの開催

【長期 向こう 6～10 年に実施】

- ◇ まちかど休憩所の整備
 - ◇ 店舗・市民有志等への設置協力呼びかけ
 - ◇ 主要観光施設・ルートにおけるトイレ・休憩所の整備
- ◇ まちかど観光ガイド事業の展開

◀ 1 ▶ 誰にも優しい観光まちづくり

●休憩ポイント（トイレ、休憩スペース、飲食）の案内、整備の検討

【短期 向こう 1～2 年に実施】

- ◇ 市内休憩ポイントの現況整理
（ウォーキングまち歩き促進）
 - ◇ トイレ、休憩スペース、飲食店等の現況調査
 - ◇ 観光周遊ルートとの連携呼びかけ
 - ◇ まちかど観光案内所や旅行代理店等への情報提供
- ◇ 観光ガイドマップへの掲載
 - ◇ 現況調査を踏まえ、ガイドマップへの掲載

【中期 向こう 3～5 年に実施】

- ◇ 休憩ポイントおもてなし向上事業
 - ◇ 関係者連絡会（おもてなし向上委員会）の立ち上げ
 - ◇ おもてなし実践講座の開催

【長期 向こう 6～10 年に実施】

- ◇ まちかど休憩所の整備（再掲）
 - ◇ 店舗・市民有志等への設置協力呼びかけ
 - ◇ 主要観光施設・ルートにおけるトイレ・休憩所の整備

●ユニバーサルデザインの視点に立った観光地づくりの推進

【短期 向こう 1～2 年に実施】

- ◇ ユニバーサルデザインの視点に立った観光施設及び休憩ポイント等の検討
 - ◇ 実態調査
 - ◇ 改善方策の検討
- ◇ ユニバーサルデザインに関するガイドラインの情報提供（観光事業者・受け入れ側施設等関係者の意識啓発）

【中期 向こう 3～5 年に実施】

- ◇ ユニバーサルデザインの視点に立った観光施設及び休憩ポイント等の整備指針策定
- ◇ 観光施設及び休憩ポイント等のユニバーサルデザイン化
 - ◇ 段差解消、スロープ・昇降機設置
 - ◇ 車いす・乳幼児対応トイレの整備
 - ◇ サイン整備
 - ◇ 音声案内、多言語ガイドシステムの導入
- ◇ 周遊ヘルパーの養成
 - ◇ 受け入れ側施設のスタッフを対象とした研修プログラムの実施
 - ◇ ボランティアヘルパー養成講座の実施

【長期 向こう 6～10 年に実施】

- ◇ 観光施設及び休憩ポイント等のユニバーサルデザイン化（再掲）
 - ◇ 段差解消、スロープ・昇降機設置
 - ◇ 車いす・乳幼児対応トイレの整備
 - ◇ サイン整備
 - ◇ 音声案内、多言語ガイドシステムの導入
- ◇ 周遊ヘルパー派遣事業の展開

《 2 》新・岡崎市の観光魅力の創造

●既存資源を活かした観光まち巡りのストーリーづくり

【短期 向こう 1～2 年に実施】

- ◇ まち巡りコースの選定
 - ✧ 岡崎宿（伝馬町二十七曲）、藤川宿、寺社巡り、史跡巡り等、既存ルートの魅力に掲載したガイドマップの作成
 - ✧ 岡崎城から八丁蔵通り→純情きらりストリートへの指定
- ◇ 水とみどりの森の駅整備事業の展開
 - ✧ 豊かな自然や歴史、文化にふれあえる場所を「水とみどりの森の駅」として認定
 - ✧ 森の駅マップやホームページ、活動情報誌等の作成
- ◇ 四季の花巡りコースの魅力創造
 - ✧ 市内各所における四季の花の魅力を整理し、花巡りコースの情報発信を検討
- ◇ 団体観光客に対応した受入状況の実態把握
 - ✧ 団体バス観光客受入可能施設リストの作成

【中期 向こう 3～5 年に実施】

- ◇ まち巡りコースの整備
 - ✧ サイン・案内板の設置
 - ✧ 沿道住民への協力要請（地区計画による町並み保存、観光展示、空き施設の貸出）
 - ✧ OKASHOP の拠点化（パンフレット設置、休憩所・トイレ）
- ◇ 水とみどりの森の駅整備事業の展開
 - ✧ 認定された駅で、利用者の利便性を高めるため、案内板の設置、駐車場、トイレなどの周辺整備
- ◇ 四季の花巡りコースの充実
 - ✧ 市内各所における新たな四季の花の魅力創造に向け、各所における植樹等の検討
- ◇ 広域観光ルートの設定
 - ✧ 新城市、豊田市、蒲安市等と連携した広域観光ルートの設定
 - ✧ 広域観光拠点としての桑谷山荘の活用
- ◇ 団体観光客に対応した受入環境の整備
 - ✧ 食事処、土産店、トイレ施設の整備検討

【長期 向こう 6～10 年に実施】

- ◇ まち巡りコースの整備
 - ✧ 藤川宿の散策路整備（遊歩道、一方通行、松並木再生等）
 - ✧ 団体客に対応した拠点施設（食事処、土産店、トイレ）の整備
- ◇ 水とみどりの森の駅整備事業の展開
- ◇ 団体観光客に対応した受入環境の整備
 - ✧ 食事処、土産店、トイレ施設の整備

●市民が合併後の新岡崎市の魅力を知ることへの働きかけ

【短期 向こう 1～2 年に実施】

- ◇ 新市巡りツアーの開催
 - ✧ 合併により誕生した新しい岡崎市の魅力を市民が再発見するツアーを催行
 - ✧ ボランティアガイドによる「岡崎公園散策」「岡崎宿・藤川宿めぐり」「額田自然ハイク」等
 - ✧ 小中学校の遠足での相互交流
 - ✧ まちづくり団体からツアー企画を公募

【中期 向こう 3～5 年に実施】

- ◇ 岡崎市民観光交流週間、観光の日設定
 - ✧ 主な観光施設（岡崎城・家康館、桑谷山荘、くらがり溪谷キャンプ場、南公園、美術博物館、世界子ども美術博物館等）の市民開放デーの設置
 - ✧ 新入学小学生、小学校、中学卒業、新成人、還暦等のタイミングで対象者の限定、女性デー、高齢者デー等の実施、転入して 1 年間は市内観光施設を無料（優待）利用等

◀ 2 ▶ 新・岡崎市の観光魅力の創造

●新たな観光資源発掘

【短期 向こう 1~2 年に実施】

◇ 市民版観光マップの作成

- ◇ ボランティアガイド、市民サークル、商店街、地元高校生などの協働による新たな岡崎観光マップの作成（トイレマップ） → 市民の観光意識の醸成

◇ 「私の好きなおかざき」連載企画等の継続

- ◇ 「私の好きなおかざき 写真コンテスト」を展開し、広報紙を通じて情報発信
- ◇ 市職員や市民が自分の一番好きな岡崎の場所・風景、イベント等を紹介
- ◇ 合併後の新市への相互理解の機会として活用

◇ 乙川における船を活用した魅力づくりの検討

【中期 向こう 3~5 年に実施】

◇ 「八丁味噌料理コンクール」の開催

- ◇ 地元八丁味噌を使った料理レシピを全国から公募
- ◇ 優秀作品は市内飲食店（桑谷山荘、美術博物館併設レストラン）での期間限定メニュー化

◇ 岡崎名物料理の開発

- ◇ 「八丁味噌文化」等、岡崎市の食文化イメージを全国に PR
- ◇ 「八丁味噌文化」認定飲食店、八丁味噌料理取扱飲食店等の登録制度の実施、認定店マップの作成
- ◇ 地元菓子店等を対象とした「岡崎おみやげ品づくりプロジェクト」の実施
- ◇ 二七市、岡崎市民まつり、額田ふるさとまつりを通じた販売・ふるまい

●産業観光資源の見直しと観光資源としての利用方策検討

【短期 向こう 1~2 年に実施】

◇ 産業観光協力施設の情報整理、情報発信

- ◇ 岡崎匠の会、岡崎商工会議所等と連携し、産業観光を推進
- ◇ 産業観光施設登録制度の導入
- ◇ 市内ハイテク産業の産業観光受け入れ促進

◇ 産業観光拠点施設の整備検討

- ◇ 匠の会等による実演・展示・販売施設を整備（古民家の活用等）

【中期 向こう 3~5 年に実施】

◇ 既存イベント・既存地域資源を活用したイベント展開

（例）ストーン・アート展の開催

- ◇ 石によるモニュメント・オブジェを全国から作品募集
- ◇ 康生通や籠田公園にて作品展を開催
- ◇ 優秀作品は、パブリックアートとして市内目抜き通りや公園等に設置を検討。石の町おかざきを PR。

《 2 》新・岡崎市の観光魅力の創造

●体験型観光資源・プログラムの充実と仕掛け

【短期 向こう 1～2 年に実施】

- ◇ 農林業体験プログラムの活用
 - ◇ めかたいなか村やおおだの森（おとがわりバーヘッド）を活用した農林業体験プログラムの充実
- ◇ 自然環境保護活動と観光交流との連動
 - ◇ 市内小中学校と連携した岡崎ゲンジボタルの飼育活動

【中期 向こう 3～5 年に実施】

- ◇ 農林業体験プログラムの活用
 - ◇ くらがり溪谷キャンプ場等を活用した滞在型農林業体験の実施
- ◇ 自然環境保護活動と観光交流との連動
 - ◇ 自然体験の森、おとがわりバーヘッド大作戦等を活かした里親制度の実施による山林保全、ササユリ群生地の再生、岡崎ゲンジボタルの育成支援
 - ◇ 炭焼き、間伐等の体験イベントの充実

●岡崎の魅力を活かした新たな集客交流イベントの創造

【短期 向こう 1～2 年に実施】

- ◇ 屋外ジャズイベントの開催検討
 - ◇ 茅葺ジャズナイトの定期開催
 - ◇ 屋外ジャズイベントの開催企画（花火とジャズ、夜桜とジャズ、大樹寺とジャズ、ぶどう狩りとジャズ）等
- ◇ 石灯笼と和ロウソクによる灯りイベント開催検討
 - ◇ 町歩き、寺社ライトアップ
- ◇ 岡崎公園ホテル宵祭りの開催検討
 - ◇ 市内の小中学校で飼育したホタルを岡崎公園内に放流。ホテルの鑑賞会を開催。
- ◇ 額田のイベントの継承
紅葉まつり、ふるさとまつり、たべりん祭等（秋のイベントの強化）

【中期 向こう 3～5 年に実施】

- ◇ 市内文化財一斉公開デーの開催
 - ◇ 寺社等の所蔵する文化財を期間限定で公開
- ◇ 滞在型子ども体験プランの設置
 - ◇ 都会の子どもたちを対象とした滞在型体験プランの作成。
 - ◇ 駒立ぶどう園や男川やなによる収穫体験、自然体験の森を活用した里山体験、ホテル鑑賞や星空鑑賞、子ども美術館での体験学習、額田の子どもたちとの交流等を組み合わせた長期滞在メニューを作成。
 - ◇ 宿泊は、くらがり溪谷キャンプ場、桑谷山荘など。

【長期 向こう 6～10 年に実施】

- ◇ 市制 100 周年イベントの開催
 - ◇ 全国の花火を集めた花火大会
（矢作川において世界花火大会の誘致）
 - ◇ 乙川を活用した舟運の復活
（桜の季節に水上花見を開催）

《 3 》新・岡崎市の観光情報発信

●様々な観光客にとって効率的に情報獲得ができる情報提供方策の再検討

【短期 向こう 1～2 年に実施】

- ◇ ホームページの再構築
(運営体制の見直し、検索エンジン、ホームページ内容の再構築、メールマガジンの検討・実施)
- ◇ ポータルサイト構築の検討
- ◇ 新市域のパンフレット制作
(利用者ターゲット別、利用者マーケット別等、利用者ニーズを検討したうえでのパンフレット内容の検討と制作)
- ◇ 市広報の活用 定期的な観光情報発信
(観光文化 100 選など市民向け観光情報を広報に挟んで定期的に発信)
- ◇ 時代のニーズに即した情報発信の検討 (カーナビ、携帯ツール等)
- ◇ 費用対効果の認められる有料広告出稿の検討
- ◇ キャンペーン展開の内容再検討による効果的キャンペーンの実施

【中期 向こう 3～5 年に実施】

- ◇ ホームページの継続運用／ポータルサイト構築
- ◇ ニーズに対応したパンフレット制作
- ◇ 効果的キャンペーンの実施

【長期 向こう 6～10 年に実施】

- ◇ ホームページの継続運用／ポータルサイト継続運用
- ◇ ニーズに対応したパンフレット制作
- ◇ 効果的キャンペーンの実施

●マーケット別 PR 戦略の具体的検討

【短期 向こう 1～2 年に実施】

- ◇ 上記パンフレットにおけるマーケットセグメントの実施
- ◇ マーケットセグメントに対応した PR 戦略の実施
(特に、高齢者層向け、学校向け戦略の検討実施)
- ◇ 観光資源、イベントの見直しによるマーケット別魅力の整理・情報発信
- ◇ 観光大使任命による対外的 PR 戦略の検討

【中期 向こう 3～5 年に実施】

- ◇ 新たな魅力創造事業との連携における新たなマーケット拡大への戦略検討

【長期 向こう 6～10 年に実施】

- ◇ 新たな魅力創造事業との連携における新たなマーケット拡大への戦略検討

●マスコミを活用した情報発信手法の検討

【短期 向こう 1～2 年に実施】

- ◇ マスコミへのパブリシティ情報発信
- ◇ 地域密着のマスコミネットワークの確立
人脈づくり
(情報交換会の開催)
- ◇ 全国区レベルのマスコミ招致活動の実施

【中期 向こう 3～5 年に実施】

- ◇ 短期事業の継続

【長期 向こう 6～10 年に実施】

- ◇ 新たな魅力創造事業との連携における新たなマーケット拡大への戦略検討(再掲)

◀ 4 ▶ 受入側の意識改革 おもてなし意識の醸成

●施設従業員、観光事業関係者をはじめ市民を含めたおもてなし意識の向上

【短期 向こう 1～2 年に実施】

- ◇ 市職員向け観光講座の開催
(新岡崎市の地域の魅力を知る講座)
- ◇ 観光従業者向けおもてなし講座の開催
(特に新入社員向け研修講座の開催)
- ◇ 市民向け観光講座の開催
(新岡崎市の地域の魅力を知る講座)
- ◇ 市民あいさつ運動の啓発・展開
- ◇ おもてなしスローガンの募集・発表、ポスターチラシ、パンフレット等での展開

【中期 向こう 3～5 年に実施】

- ◇ 観光従業者向けおもてなし講座の継続開催
- ◇ 観光事業者向けおもてなしマニュアルの作成・配布
- ◇ あいさつ運動の継続展開

【長期 向こう 6～10 年に実施】

- ◇ 観光従業者向けおもてなし講座の継続開催

●市民も重要な観光客であるという観光関係者側の意識醸成

【短期 向こう 1～2 年に実施】

- ◇ 観光連絡会議における市民参加による意見交換
- ◇ 市民向けサービスデーの設置
(毎月〇日は市民デー割引)
- ◇ 市民交流イベントの開催
- ◇ 市内学校、各種団体への情報発信

【中期 向こう 3～5 年に実施】

短期を継続

◀ 5 ▶ 観光まちづくり推進体制の確立

●新・岡崎市誕生による観光まちづくり推進における体制づくり

【短期 向こう 1～2 年に実施】

- ◇ 庁内推進体制の見直し
(観光課の新たな体制づくり)
企画部門／営業部門／広報・PR 部門の
3 部門の役割分担
外部アドバイザー制度の活用
- ◇ 観光協会の強化 (行政との役割分担明確化)
- ◇ 観光推進会議 (庁内) の定期開催
(作業部会の延長。縦割り行政の横断化)
(全市で取り組める企画検討・実施決定)
- ◇ 官民一体となった相互協力体制の確立
(官民の相互の役割の明確化と、相互協力体制の確立→事業者間連携会議)
- ◇ 協働活動の整理・実施
(旧岡崎市、旧額田町の協働体制の確立)

【中期 向こう 3～5 年に実施】

- ◇ 庁内推進体制の安定化
- ◇ 専門性の高い職員の採用
- ◇ 専門業者などアウトソーシングによる効率的な運営
- ◇ 観光ビューロー組織の検討
- ◇ 全庁一体となった推進企画立案体制の継続

【長期 向こう 6～10 年に実施】

- ◇ 庁内推進体制の安定化
- ◇ 専門職員の継続採用
- ◇ 専門業者などアウトソーシングによる効率的な運営
- ◇ 全庁一体となった推進企画立案体制の継続

●市民参加型による観光まちづくり体制の構築

【短期 向こう 1～2 年に実施】

- ◇ 市民参加型イベント事業、観光まちづくりに対する市民アイデアの募集
- ◇ 市民参加事業の推進
(実行委員会形式による市民主体の事業推進体制の確立／市民協働課事業との連携)

【中期 向こう 3～5 年に実施】

- ◇ 市民参加型イベントの活用、観光まちづくりに対する市民アイデアの活用
- ◇ 観光応援団の結成など市民協力による観光受け入れ体制づくり
- ◇ 市民参加事業の継続推進・発展

【長期 向こう 6～10 年に実施】

- ◇ 市民参加型観光協会の設立
- ◇ 市民運営による観光ビューローの設立

《5》観光まちづくり推進体制の確立

●観光当事者同士による情報連絡会議・企画検討会議の開催（施設間、地域間）

【短期 向こう1～2年に実施】

- ◇ 岡崎観光事業者推進連絡会議の開催
（主要観光資源の担当者の連絡会議開催、
集客状況報告、営業展開、協働事業の検討）
- ◇ 広域連携による観光協会間の連携協議の実施（効果的な広域連携の再構築）
食文化連携、歴史文化連携、広域観光連携等、観光協会間における連絡会議の開催

【中期 向こう3～5年に実施】

- ◇ 岡崎観光事業者推進連絡会議の継続開催
- ◇ 広域連携による観光協会間の連携協議の実施継続
- ◇ 交通アクセス等環境変化に対応した広域連携の検討

【長期 向こう6～10年に実施】

- ◇ 市民参加型観光協会の設立（再掲）
- ◇ 市民運営による観光ビューローの設立（再掲）

尚、本計画は、岡崎市観光基本計画策定委員による委員会の開催により、内容の検討を進めました。

岡崎市観光基本計画策定委員名簿

（50音順、敬称略）

上野 諦	岡崎市仏教会会長
内田 州昭	愛知学泉大学教授
梅村 久雄	愛知県タクシー協会岡崎支部長（名鉄岡崎タクシー㈱）
金田 博良	日本旅行業協会岡崎支部（JATA 葵会代表）（ジェイティービー岡崎支店長）
加納 弘夫	東海旅客鉄道岡崎駅長
畔柳 春雄	愛知県神社庁岡崎支部長
柴田 晶子	市民公募委員
鈴木 廣政	市民公募委員
服部 良男	岡崎商工会議所副会頭 まちづくり委員会委員長
深田 正義	岡崎市愛知万博催事参加事業実行委員長 ※委員長
本田 吉広	名古屋鉄道東部支配人
山田 弘	岡崎ホテル旅館業組合長

オブザーバー

田口 竜也	岡崎市観光協会会長
真木 宏哉	岡崎観光協会副会長（岡崎市助役）

※事務局：岡崎市

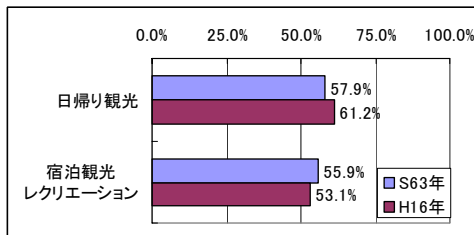
參考資料

資料1 観光をめぐる潮流

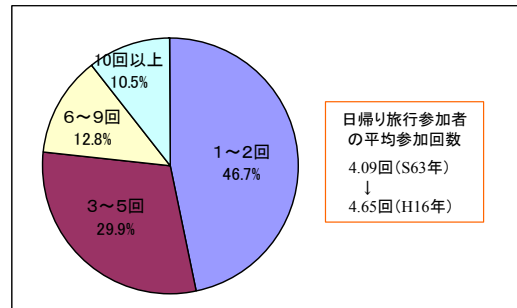
日帰り観光の動向

- 近年、宿泊観光に比べ日帰り観光への参加率が上昇傾向。
- 日帰り観光に出かけた人の過半数が年に3回以上日帰り観光に出かけている。
- かつては特に夏場にかけて日帰り観光に出かける人が多いという特徴が見られたが、近年は年間を通じて一定の日帰り観光への参加が見受けられる。

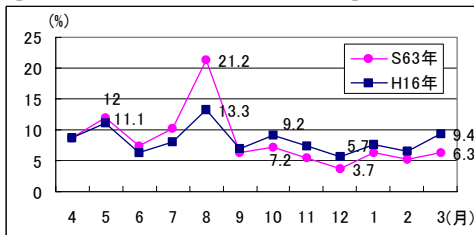
[旅行形態別の参加率の動向]



[1年間における日帰り観光参加回数(H16年)]



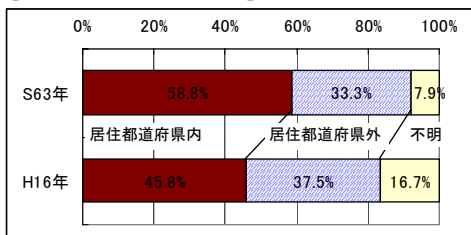
[月別にみた日帰り観光参加率]



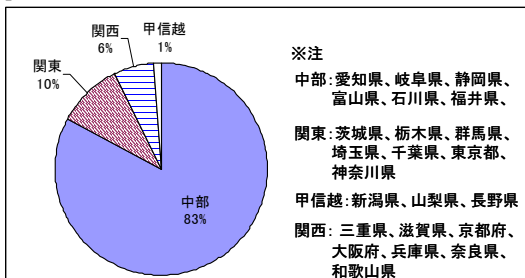
出典:「観光の実態と志向」(社)日本観光協会

- 居住している県内に出かける人の割合が最も多いが、近年は県外まで出かける人が増えつつある。
- 中部を訪れる日帰り観光客の8割は中部の居住者。
- 日帰り観光では、「自然の風景を見る」、「温泉浴」の割合が高い。

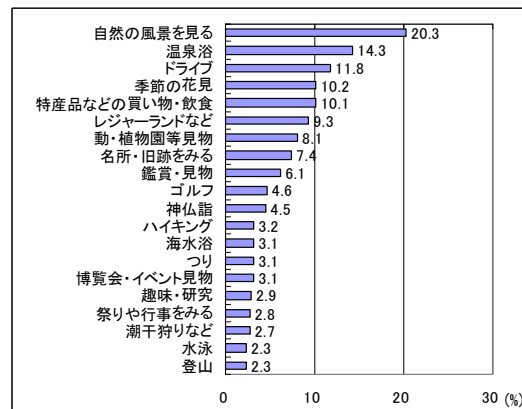
[日帰り観光の目的地]



[中部を訪れた日帰り観光客の居住地域(H16年)]



[日帰り観光における主な行動(H16年)]

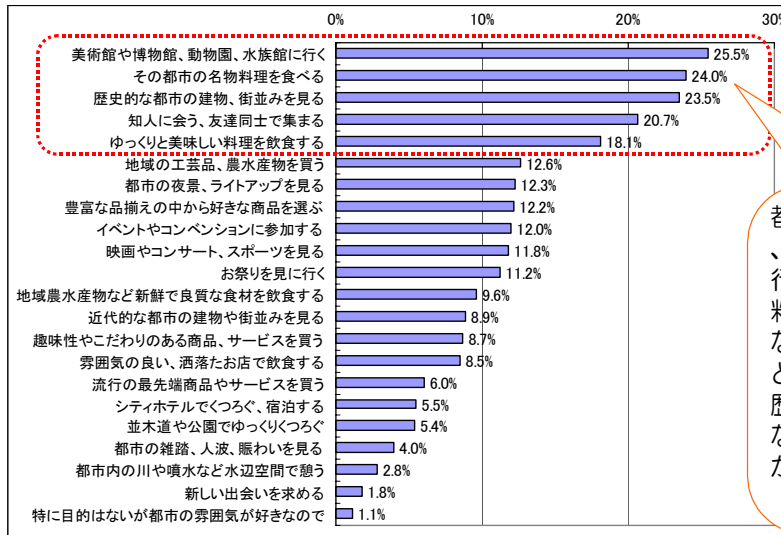


出典:「観光の実態と志向」(社)日本観光協会

人々が求める旅先での活動（都市観光に対する志向）

まちづくりの気運の高まりとともに、いわゆる観光地やリゾート地ではない身近なまちを訪れ、街並みや賑わい、地元の名物料理といったその土地ならではの地域資源を楽しむ都市観光が注目されている。

[都市観光の主な目的]



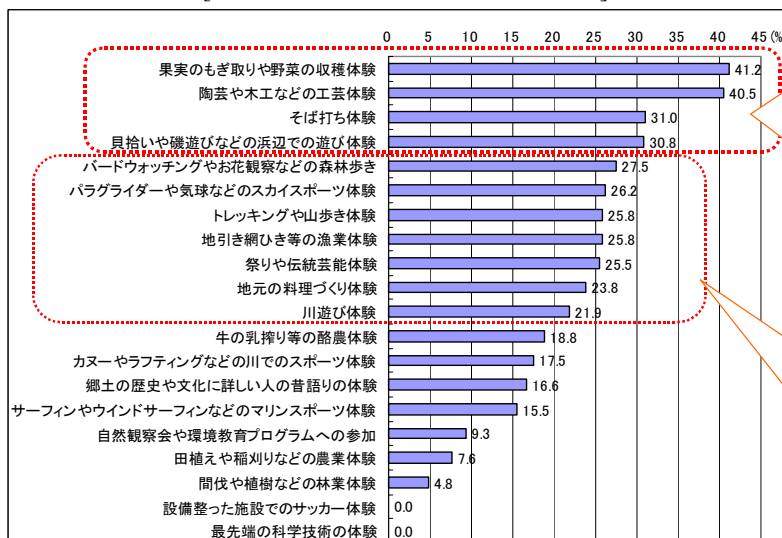
都市観光の来訪目的として、「美術館や博物館などに行く」、「その都市の名物料理を食べる」、「歴史的な建物や街並みを見る」などが挙げられ、地域固有の歴史文化や食文化、街並みなどの景観を求める旅行者が多くなっている。

出典:「旅行者動向調査2004」(財)日本交通公社

人々が求める旅先での活動（体験型観光に対する志向）

観光の形態が団体ツアー型から個人・グループで行動する少人数型へ変化している中で、旅先において「何を見たか」ということよりも「何を体験したか」を重視する旅行者が増えており、体験型観光が注目されている。

[観光地で体験したい主なプログラム]



観光地で体験したいプログラムとして、「果実・野菜の収穫体験」、「陶芸・木工など工芸体験」、「そば打ち体験」などに対するニーズが特に高い。

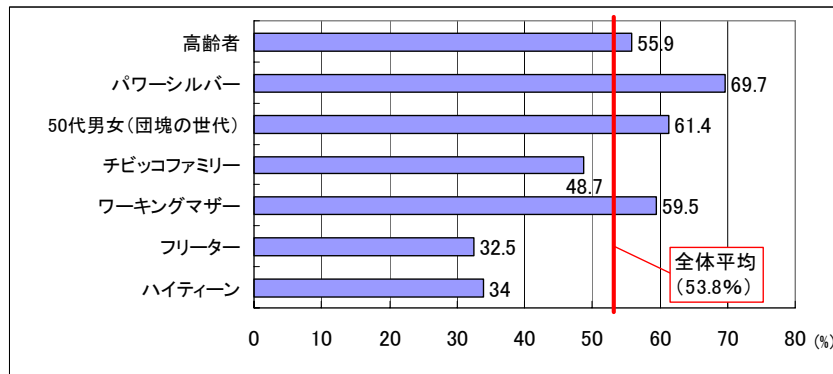
「バードウォッチング」や「森林歩き」、「パラグライダー」など自然に囲まれた中で楽しむプログラムも一定の人気がある。

出典:「旅行者動向調査2004」(財)日本交通公社

観光客のターゲットとして注目される世代

お金・時間的にゆとりのあるパワーシルバーと呼ばれる60歳代の高齢者層が旅行マーケットの主力となっている。
 今後は、知的好奇心旺盛な団塊の世代が定年を迎え、金銭的・時間的な余裕を持つことで観光への参加率がさらに高まると予想される。

[ライフスタイル類型別にみた余暇活動(国内観光旅行参加率)]



<注> 高齢者・・・70歳以上の高齢者男女
 パワーシルバー・・・60代の男女で、新制の短大・高専卒以上、及び旧制高校卒以上など高学歴者
 50代の男女(団塊の世代)・・・団塊の世代(1947～1949年生まれ)を中心とする50代男女
 ワーキングマザー・・・フルタイム(正社員)で働く20代、30代の既婚女性で、中高以下の子供がいる母親
 チビッコファミリー・・・30代～40代の既婚の男女で、小学校入学前の「チビッコ」がいる家族
 フリーター・・・若年層(20～34歳)で、フルタイムの定職につかず、パート・アルバイトで生活する人々
 ハイティーン・・・16～19歳の男女

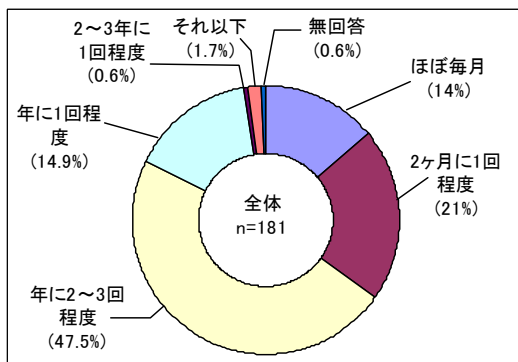
出典:「レジャー白書2004」(財)社会経済生産性本部

シニア世代の国内旅行動向

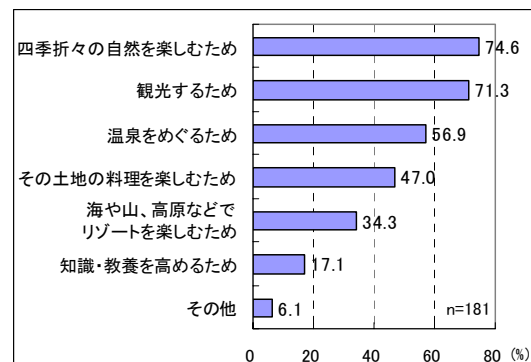
パワーシルバー世代の約8割は年に2、3回以上は国内旅行に出かけており、3人に1人は、2カ月に1回以上国内旅行に出かけている。

国内旅行に行く目的は、「四季折々の自然を楽しむ」と「観光をする」が最も多い。

[国内旅行に行く頻度]



[国内旅行に行く目的]



出典:「シニア世代実態調査」日本通信教育連盟

注 東京・大阪・名古屋圏に在住の60～69歳の男女を対象としたアンケート調査(2003年)による

60代を迎える団塊世代の旅行マーケット予測

- 夫婦旅行（ふたり旅）のシェアが増加する。
- 温泉旅行が主流ではあるが、グルメ旅行のシェアが約2倍に拡大する。

[団塊世代の旅行マーケットシェア予測値]

旅行内容	現60代前半と比べて5年後 60代前半はどう変化する？	現50代後半が60代前半に なったらどう変化する？
①旅行の同行者	子育て後の夫婦旅行	30%→38%
	大人の親子旅行	11%→7%
	子育て後女性友人旅行	18%→14%
	子育て後男性友人旅行	18%→16%
	男性のひとり旅	3%→6%
②同行者の人数	ふたり旅	41%→52%
③旅行の出発日	平日出発の旅行	50%→54%
④旅行タイプ	温泉旅行	26%→42%
	グルメ旅行	5%→10%
	周遊観光旅行	26%→20%
⑤宿泊施設	旅館での宿泊	44%→54%
⑥宿泊数	1泊2日	58%→72%
⑦目的地までの 交通手段	自家用車での旅行	47%→55%
	列車での旅行	22%→21%
	バスでの旅行	15%→10%
	飛行機での旅行	13%→12%
⑧旅行費用	2~4万円の価格帯	41%→49%
⑨旅行会社利用	旅行会社を利用する	43%→41%

※注1：比率は、「比較対象の旅行実態シェア」→「5年後の60代前半(団塊世代)の旅行実態シェア」予測値(太字)

※注2：表中の矢印はシェアの増減を示したものです。旅行件数の増減を示すものではありません。出典：「旅行者動向調査2005」(財)日本交通公社

資料2 岡崎の観光の現況と課題

(1) 岡崎市・額田町の観光資源・観光客の状況

愛知県内の主要観光資源の入り込み客数ランキング(2003年)

～ 岡崎市・額田町内の主要観光資源のポジショニング ～

- ・行・祭事部門では、岡崎観光夏まつりが6位にランクインするなど県内でも有数の祭がある。
- ・岡崎公園は県内の公営公園の中でもベスト5に入る来場を記録。

◎行・催事			
順位	観光資源名	市町村	総合計
1	なごやまつり	名古屋市	1,888,500
2	一宮七夕まつり	一宮市	1,318,000
3	安城七夕まつり	安城市	1,270,000
4	豊田おいでんまつり	豊田市	680,000
5	豊橋まつり	豊橋市	650,000
6	岡崎観光夏まつり	岡崎市	600,000
7	江南藤まつり	江南市	598,000
8	せともの祭	瀬戸市	550,000
(参考)	桜まつり	岡崎市	537,000
9	犬山祭	犬山市	500,000
10	国府宮はだか祭り	稲沢市	413,500
(参考)	五万石藤まつり	岡崎市	400,000
(参考)	家康行列	岡崎市	350,000

◎神社・仏閣			
順位	観光資源名	市町村	総合計
1	熱田神宮	名古屋市	6,440,956
2	豊川稲荷	豊川市	3,660,000
3	三河三弘法 遍照院	知立市	1,787,600
4	成田山名古屋別院	犬山市	1,719,000
5	国府宮神社	稲沢市	1,205,300
6	新清田神社	一宮市	1,161,155
7	田縣神社	小牧市	1,030,000
8	津島神社	津島市	942,760
9	ガン封じ寺無量寺	蒲郡市	563,800
10	大縣神社	犬山市	490,500
14	岩澤天満宮	岡崎市	370,000
(参考)	大所神社	岡崎市	77,000

出典:「平成15年愛知県観光レクリエーション統計」愛知県、岡崎市資料

◎名所・旧跡等			
順位	観光資源名	市町村	総合計
1	名古屋城	名古屋市	928,977
2	JRセントラルタワーズパノラマハウス	名古屋市	477,201
3	野間燈台	美浜町	380,000
4	羽豆岬	南知多町	324,400
5	竹馬	蒲郡市	316,162
6	知立神社・知立公園	知立市	229,800
7	かきつばた園	知立市	205,160
8	犬山城	犬山市	190,585
9	テレビ塔	名古屋市	187,337
(参考)	岡崎城	岡崎市	128,862
10	蔵王山展望台	田原市	103,475

◎公営公園等			
順位	観光資源名	市町村	総合計
1	東山動物園	名古屋市	1,952,117
2	国営木曽三川公園138タワーパーク	一宮市	1,386,390
3	香嵐渡	足助町	1,372,800
4	岡崎公園	岡崎市	1,115,191
5	明石公園	碧南市	1,070,230
6	大池公園	東海市	839,062
7	森林公園	尾張旭市	814,595
8	海南こどもの国	十四山村	731,095
9	愛知こどもの国	幡豆町	716,500
10	あいち健康プラザ	東浦町	706,075
(参考)	南公園	岡崎市	373,528
(参考)	東公園	岡崎市	339,600

- ・公営博物館・資料館部門では、岡崎地域文化広場が6位にランクイン。
- ・民営遊園地・博物館部門では、上位にランクインする施設は該当なし。
- ・「駒立ぶどう園」は県内他施設に比べると来場者数が少ない。
- ・「くらがり溪谷」は「王滝溪谷（豊田市）」に次いで10位にランクイン。

◎公営博物館・資料館等			
順位	観光資源名	市町村	総合計
1	名古屋港水族館	名古屋市	1,589,609
2	愛知県美術館	名古屋市	807,433
3	刈谷市交通児童遊園	刈谷市	728,376
4	名古屋市科学館	名古屋市	642,753
5	名古屋市博物館	名古屋市	499,108
6	岡崎地域文化広場	岡崎市	188,237
7	美術博物館	豊橋市	182,683
8	竹島水族館	蒲郡市	140,103
9	刈谷市美術館	刈谷市	139,698
10	名古屋市美術館	名古屋市	131,154
(参考)	三河武士のやかた家康館	岡崎市	82,394

◎観光農園等			
順位	観光資源名	市町村	総合計
1	あおいパーク	碧南市	1,044,582
2	JAあいち三河 憩いの農園	幸田町	964,990
3	名古屋市農業センター	名古屋市	772,278
4	憩いの農園	西尾市	730,000
5	農業文化園・戸田川園地	名古屋市	680,103
6	東谷山フルーツパーク	名古屋市	576,315
7	ジョイフルファーム鶴の池	美浜町	341,000
8	愛知牧場	日進市	250,000
9	ブルーボネット	名古屋市	174,279
10	ランの館	名古屋市	129,015
(参考)	駒立ぶどう園	岡崎市	38,000

出典:「平成15年愛知県観光レクリエーション統計」愛知県、岡崎市資料

◎民営遊園地・博物館等			
順位	観光資源名	市町村	総合計
1	ラグーナ蒲郡	蒲郡市	3,874,600
2	シートレイランド	名古屋市	823,268
3	日本モンキーパーク	犬山市	711,655
4	でんきの科学館	名古屋市	554,735
5	リタケの森	名古屋市	499,599
6	リトルワールド	犬山市	457,271
7	南知多ピーチランド	美浜町	402,560
8	明治村	犬山市	365,500
9	名古屋ポストン美術館	名古屋市	243,902
10	トヨタ会館	豊田市	227,501

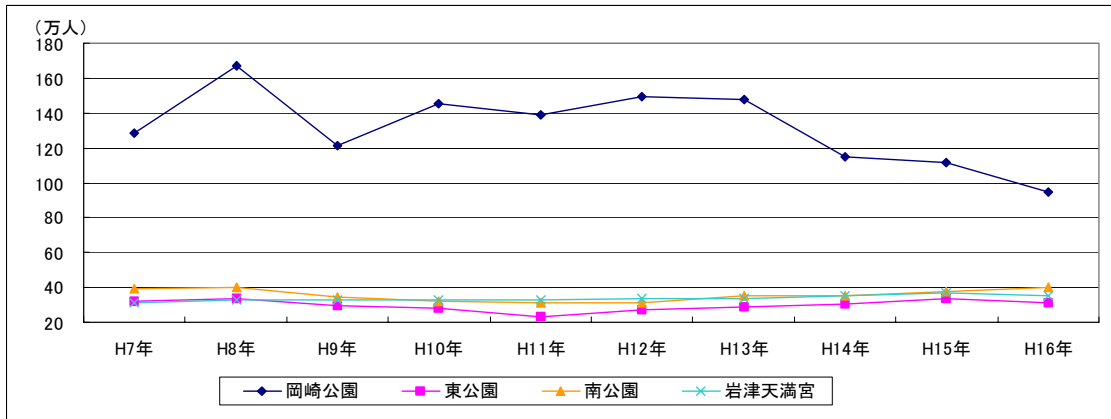
◎山・高原・渓谷・谷川・湖・池等			
順位	観光資源名	市町村	総合計
1	三河湖	下山村	777,188
2	岩屋堂 島原渓谷	瀬戸市	410,000
3	三ヶ根山	幡豆町	331,438
4	定光寺公園	瀬戸市	200,000
5	遠望峰山	幸田町	188,867
6	茶臼山高原	豊根村	183,600
7	旭高原	旭町	177,692
8	蔵王山	田原市	100,000
9	王滝渓谷	豊田市	89,000
10	くらがり溪谷	額田町	82,450

岡崎市・額田町内の主要観光資源の入り込み客数の推移

- ・岡崎市内で最も入り込み客数の多い岡崎公園は近年入り込み客数が減少傾向
- ・東公園、南公園、岩津天満宮はほぼ横ばいで推移

[岡崎市内の主要観光資源の観光入り込み客数の推移(その1)]

	H7年	H8年	H9年	H10年	H11年	H12年	H13年	H14年	H15年	H16年
岡崎公園	1,284,370	1,670,100	1,210,400	1,456,900	1,389,800	1,496,500	1,480,550	1,148,150	1,115,191	949,200
東公園	323,320	334,000	299,950	278,470	232,749	272,450	285,975	307,980	339,600	314,340
南公園	390,242	402,391	346,827	324,137	315,092	314,190	353,351	352,540	373,528	403,900
岩津天満宮	311,000	330,000	330,700	331,200	330,800	338,000	339,000	350,000	370,000	350,000

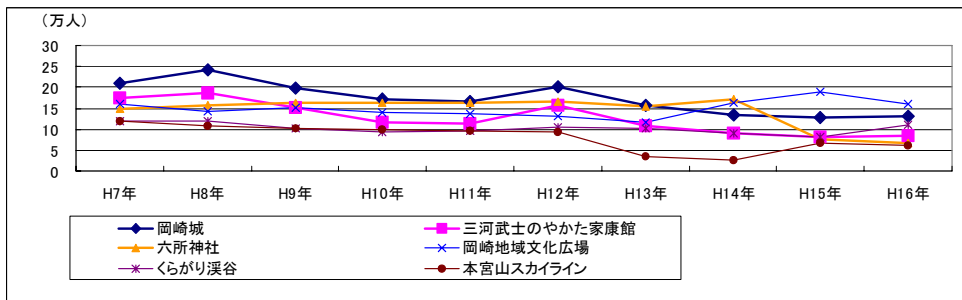


出典:「平成15年愛知県観光レクリエーション統計」愛知県、岡崎市資料

- ・岡崎城、三河武士のやかた家康館、六所神社は10年間で入り込み客数が半数近くにまで減少
- ・岡崎地域文化広場、くらがり溪谷は堅調に推移
- ・本宮山スカイラインは平成13～14年にかけて一時落ち込み近年若干回復傾向

[岡崎市内の主要観光資源の観光入り込み客数の推移(その2)]

	H7年	H8年	H9年	H10年	H11年	H12年	H13年	H14年	H15年	H16年
岡崎城	210,703	242,770	199,359	172,493	167,027	202,162	156,108	135,397	128,862	130,277
三河武士のやかた家康館	175,224	187,827	150,982	117,054	113,017	157,127	106,958	89,505	82,394	83,850
六所神社	147,700	155,900	162,900	162,900	162,900	165,900	154,500	173,300	77,000	68,000
岡崎地域文化広場	159,782	143,845	150,727	139,524	138,188	130,822	115,503	163,512	188,237	160,400
くらがり溪谷	118,270	118,623	102,908	92,310	96,260	105,800	101,650	91,130	82,450	111,100
本宮山スカイライン	119,010	107,608	100,620	99,792	96,437	93,936	34,423	27,582	67,428	62,478



出典:「平成15年愛知県観光レクリエーション統計」愛知県、岡崎市資料

※本データに含まれていない主な観光資源である「八丁味噌の郷」は年間30万人前後で推移。

資料3 岡崎観光に関するアンケート調査結果

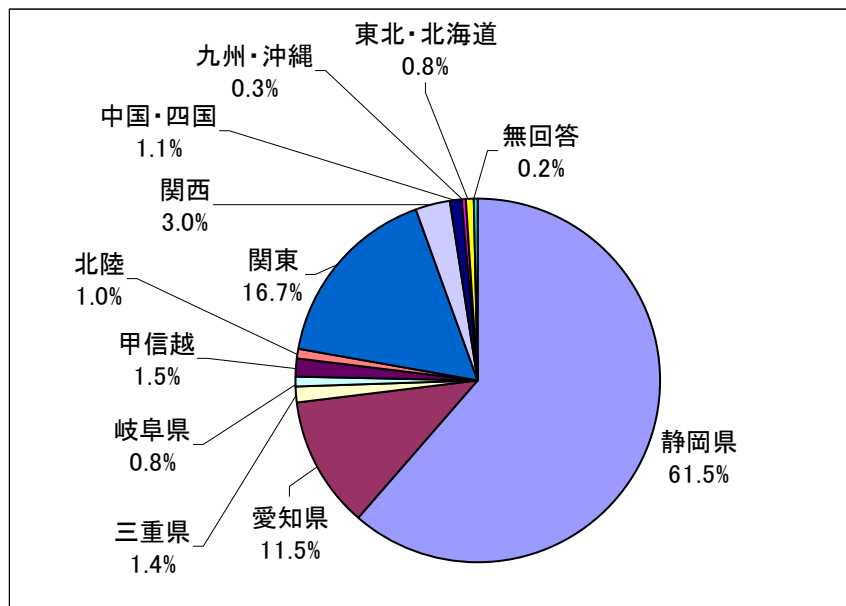
1. 浜名湖花博来場者に対するアンケート結果

調査実施日 平成 16 年 8 月 23 日（月）、24 日（火） ※岡崎市の日

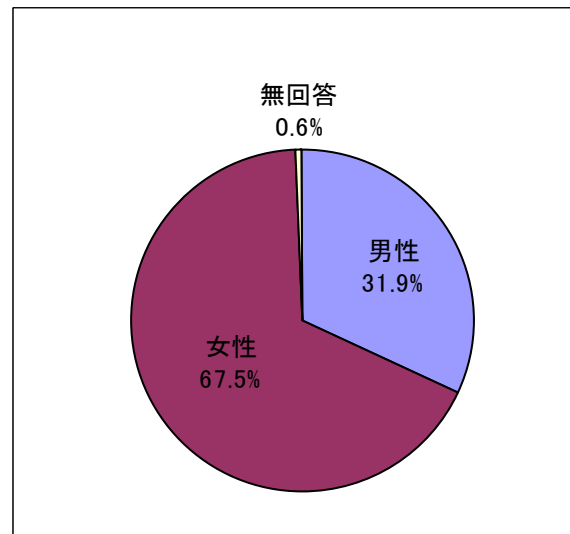
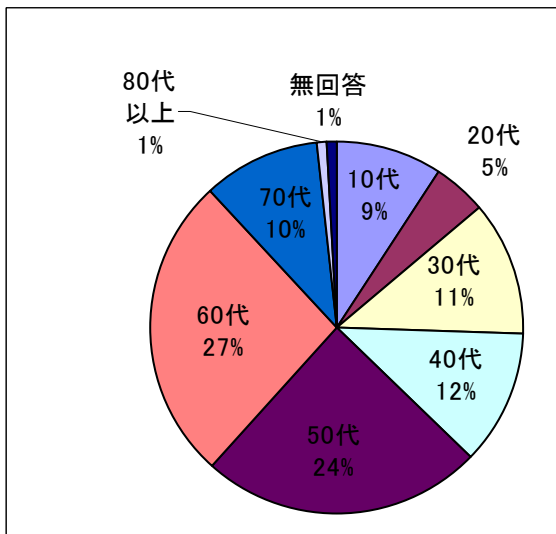
回収数 971 票

(1) 回答者の属性

①回答者の居住地

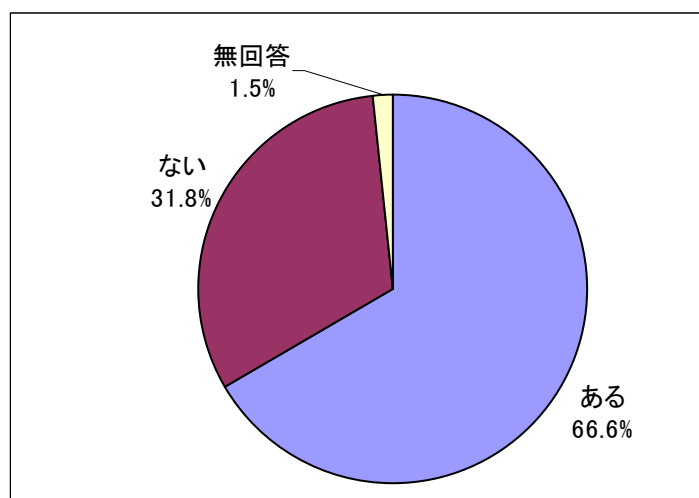


②回答者の年齢構成・性別

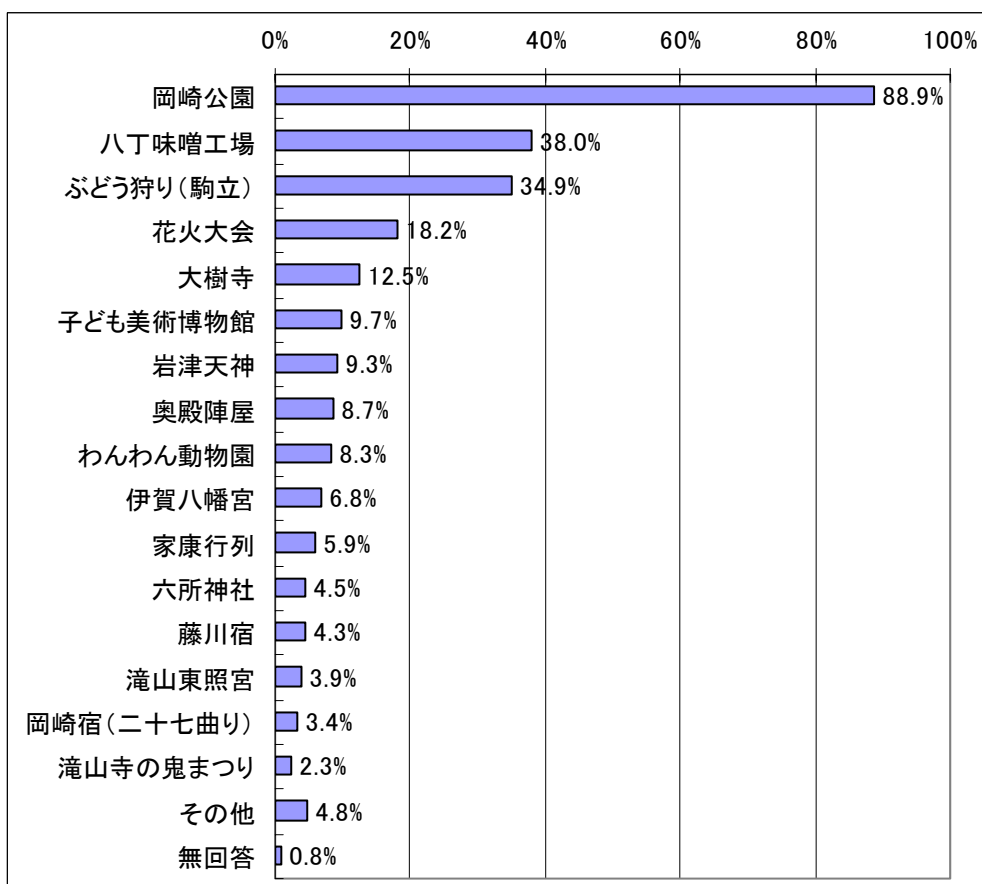


(2) 岡崎観光に対する印象など

① 岡崎への訪問経験

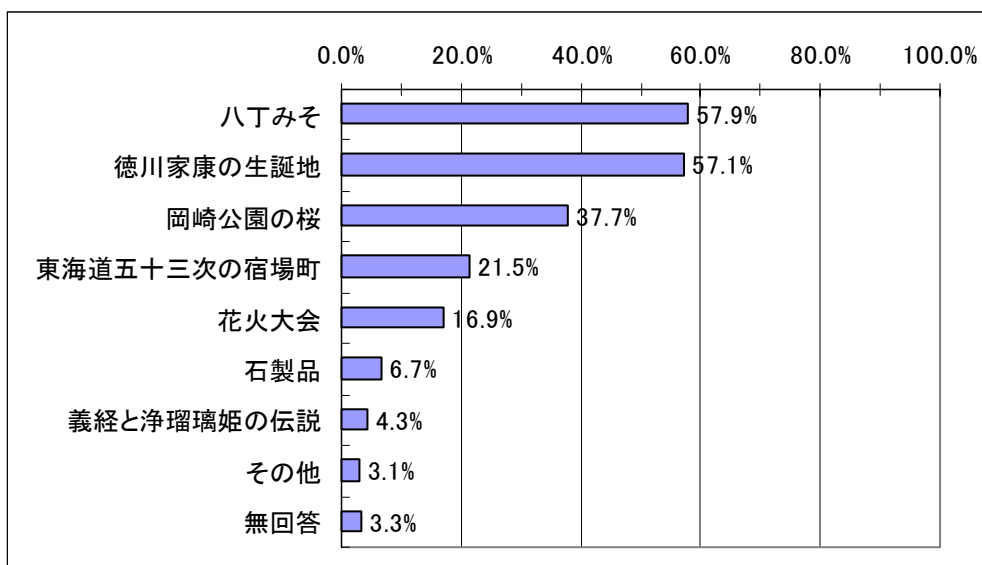


② 岡崎の訪れた場所や参加したイベント（複数回答）



※百分率は岡崎への訪問経験がある回答者数に対する割合

③「岡崎」と聞いて思い浮かべること（複数回答）



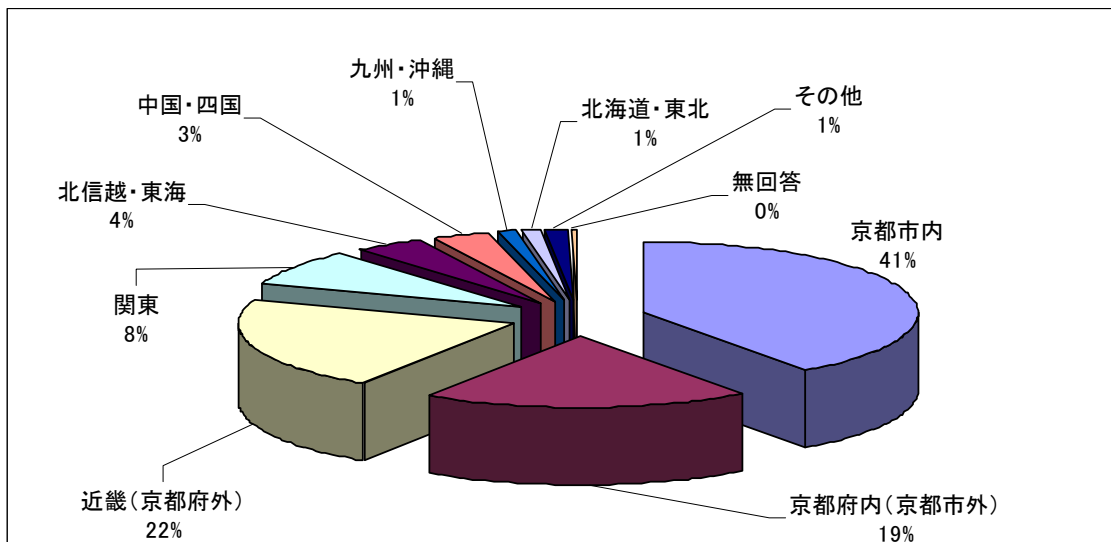
2. 平成16年度観光展（開催地：京都）におけるアンケート結果

調査実施日 平成17年1月

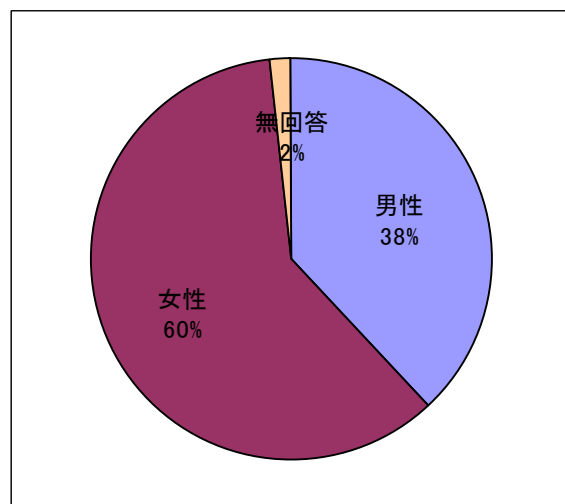
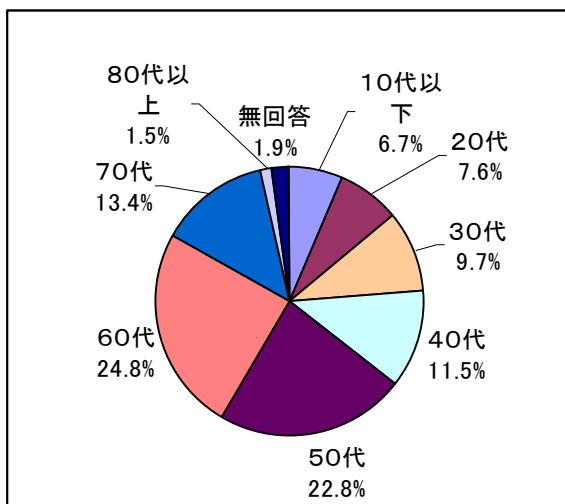
回収数 781票

(1) 回答者の属性

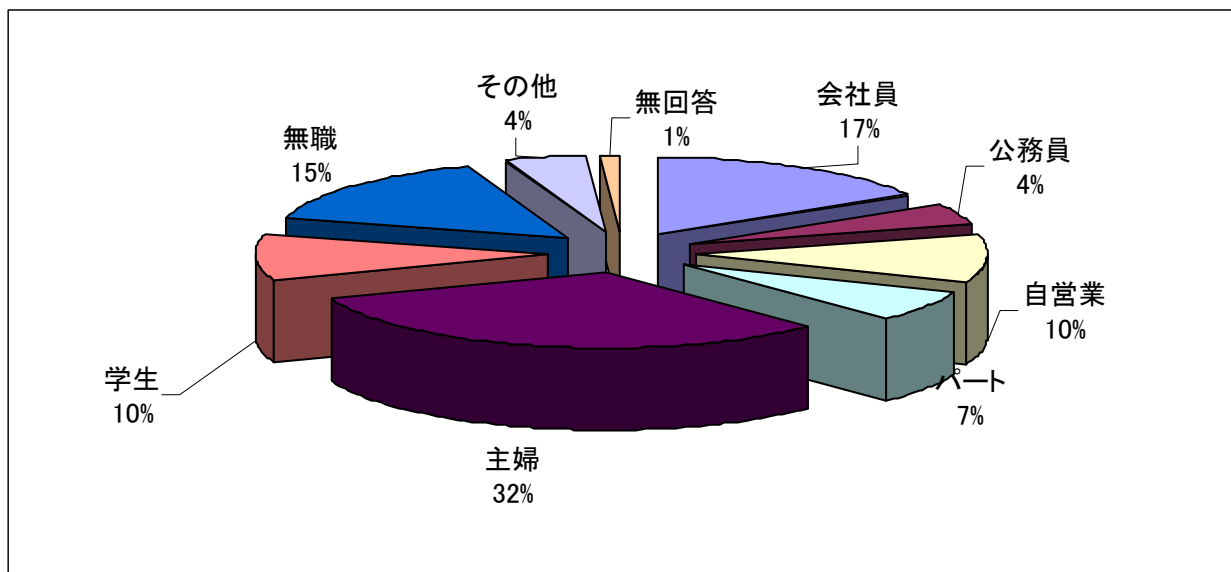
①回答者の居住地



②回答者の年齢構成・性別

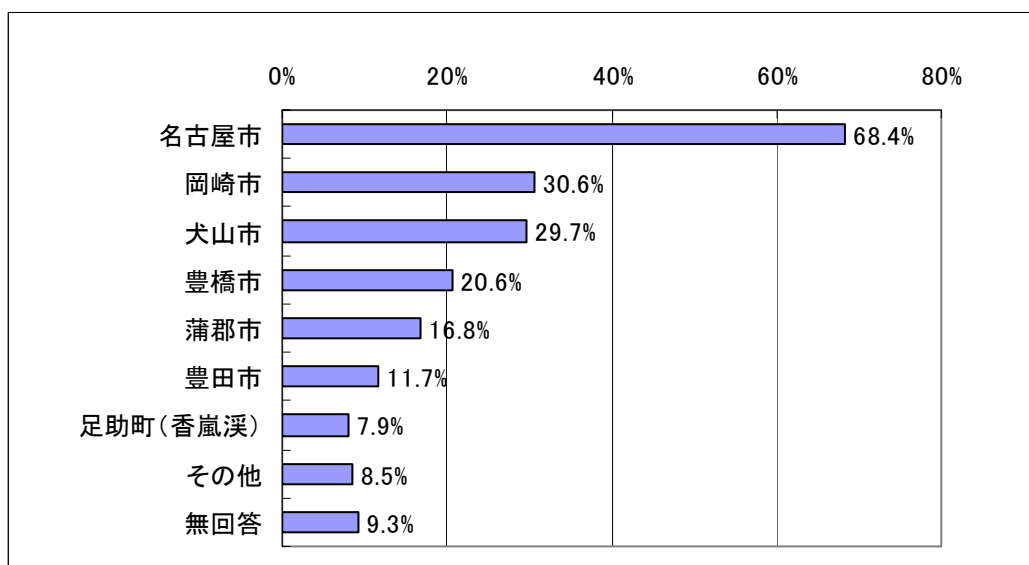


③回答者の職業

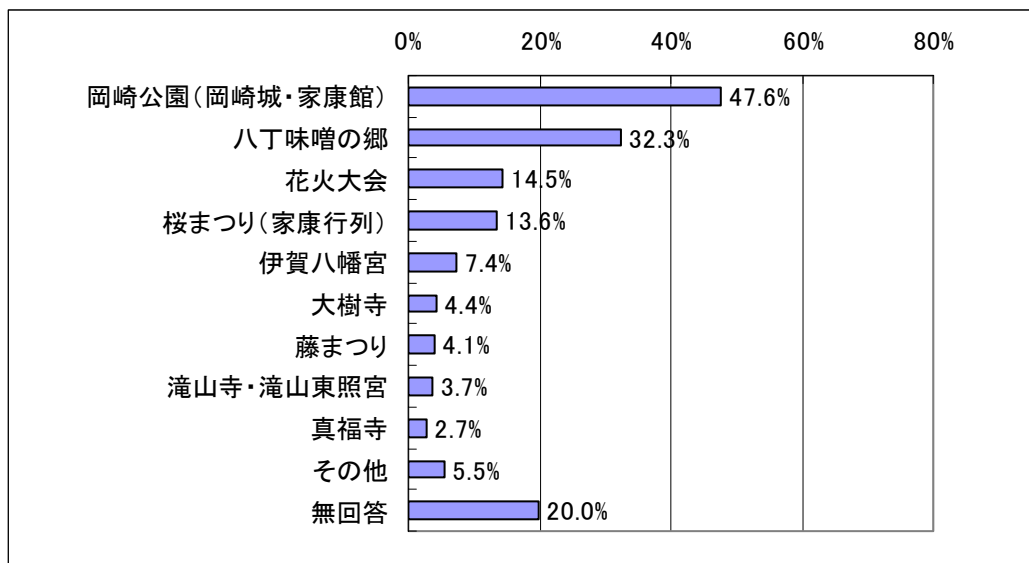


(2) 岡崎観光に対する認知度など

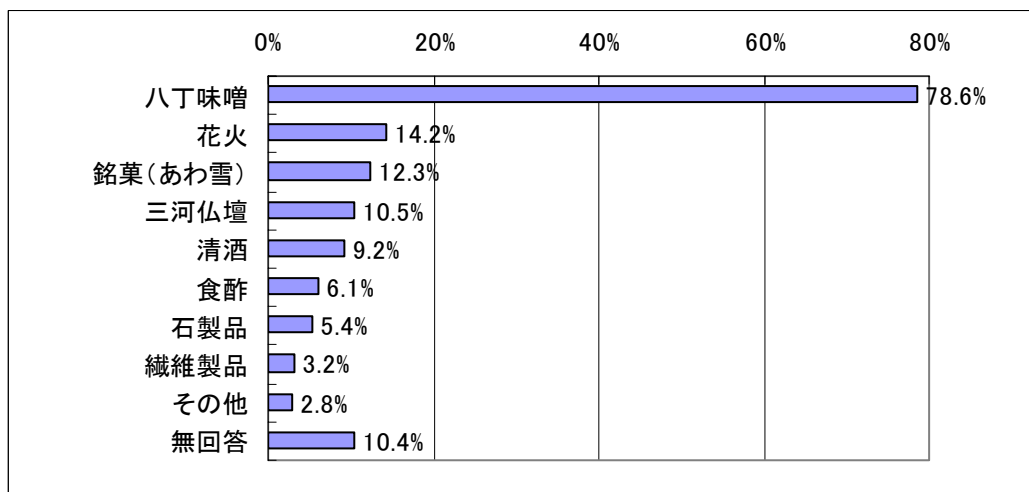
①愛知県内で訪れたことのある旅行先（複数回答）



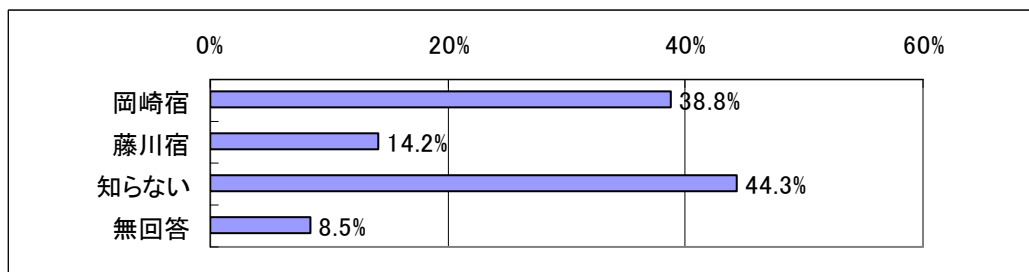
③岡崎の観光施設・イベントの認知度（複数回答）



④岡崎の物産品等の認知度（複数回答）

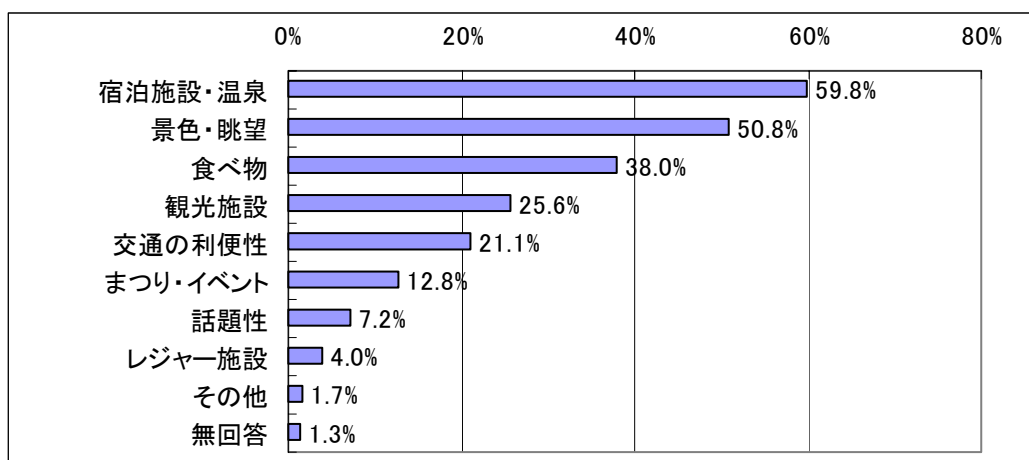


⑤岡崎にある宿場町の認知度

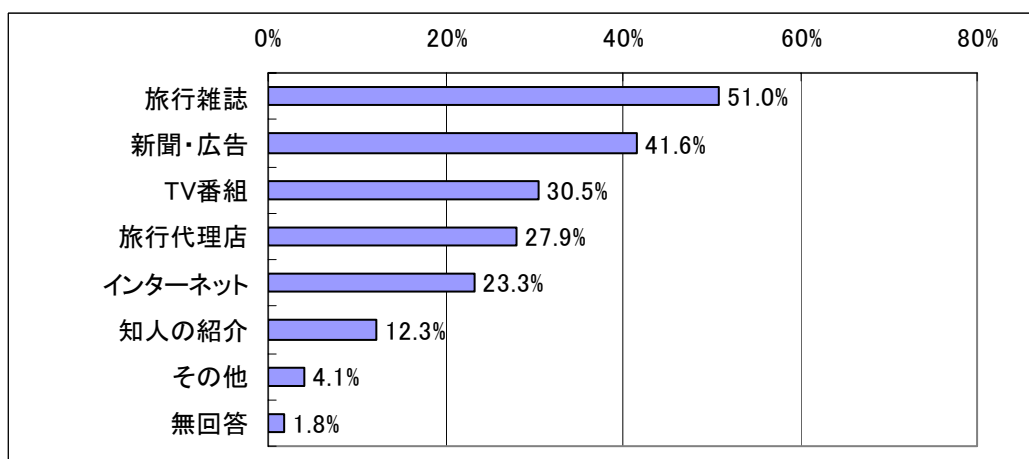


(3)旅行に関する志向など

①旅行先を選ぶ要件として重視すること（複数回答）



②旅行情報の入手先（複数回答）



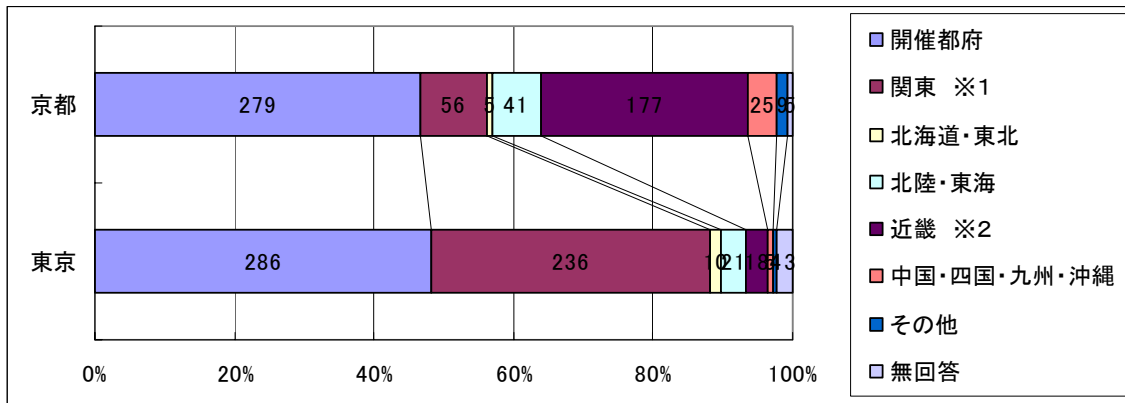
3. 観光展におけるアンケート結果の比較【14年度（東京）・15年度（京都）】

回収数 平成14年度（東京）：593票

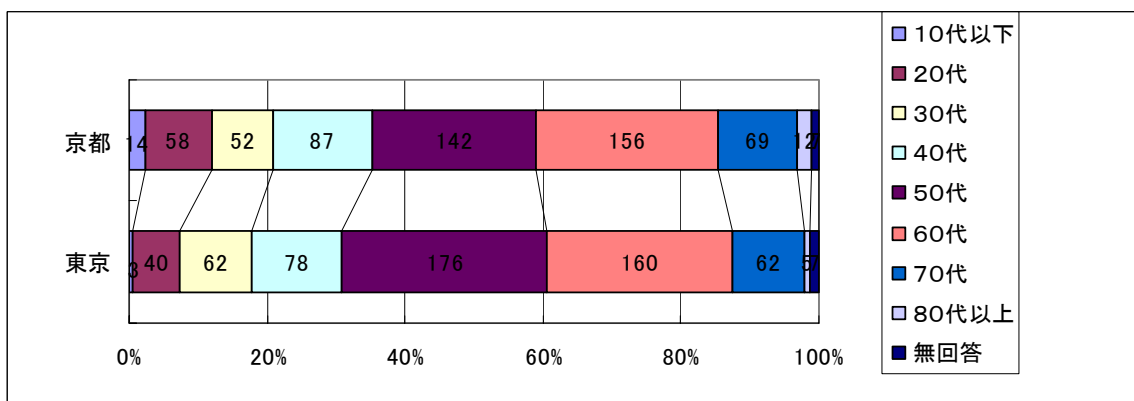
平成15年度（京都）：597票

(1) 回答者の属性

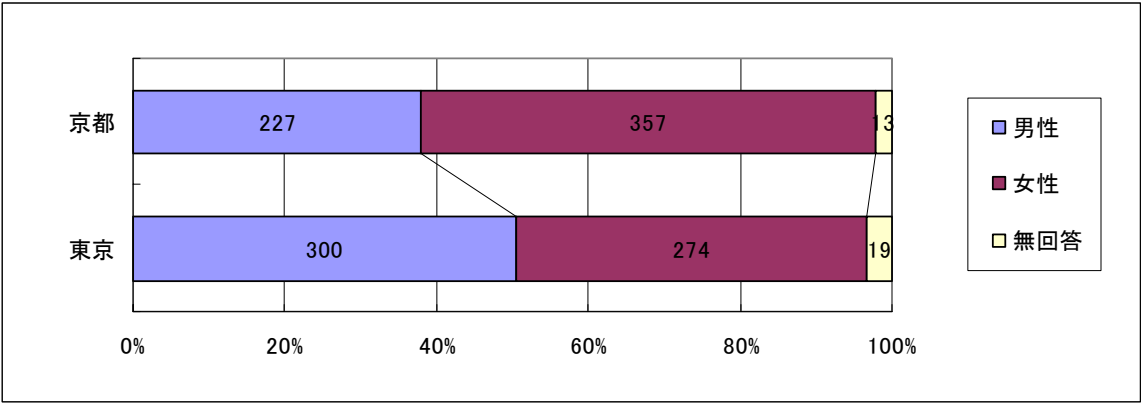
①回答者の居住地



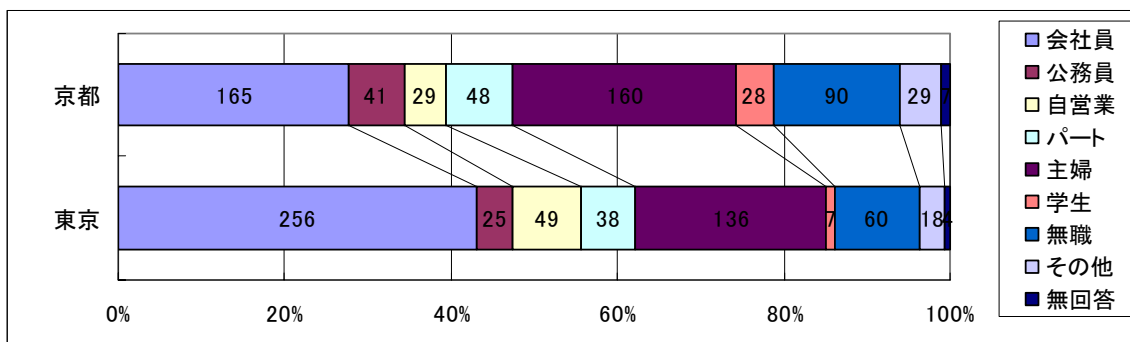
②回答者の年齢構成



③回答者の性別

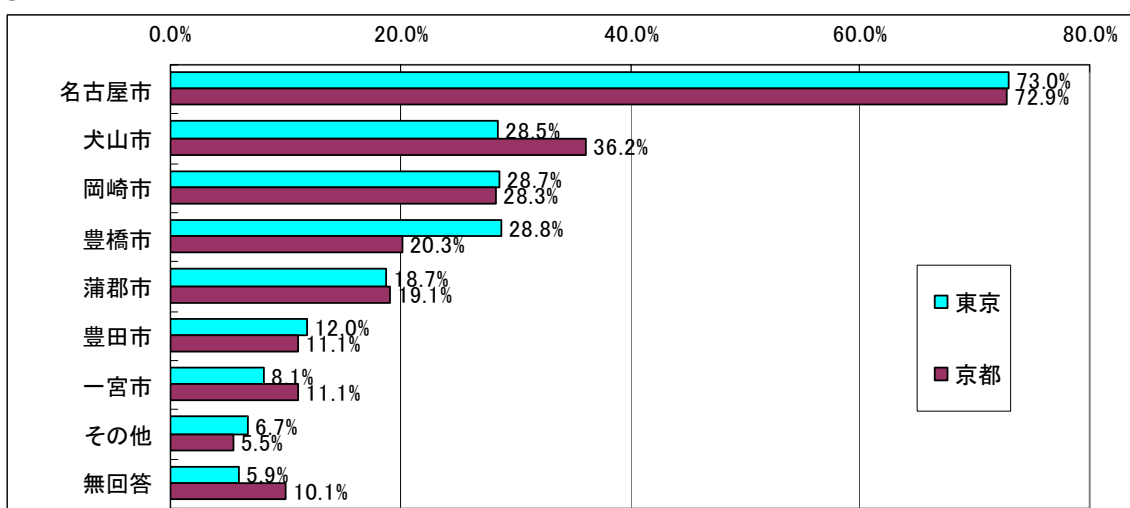


④回答者の職業

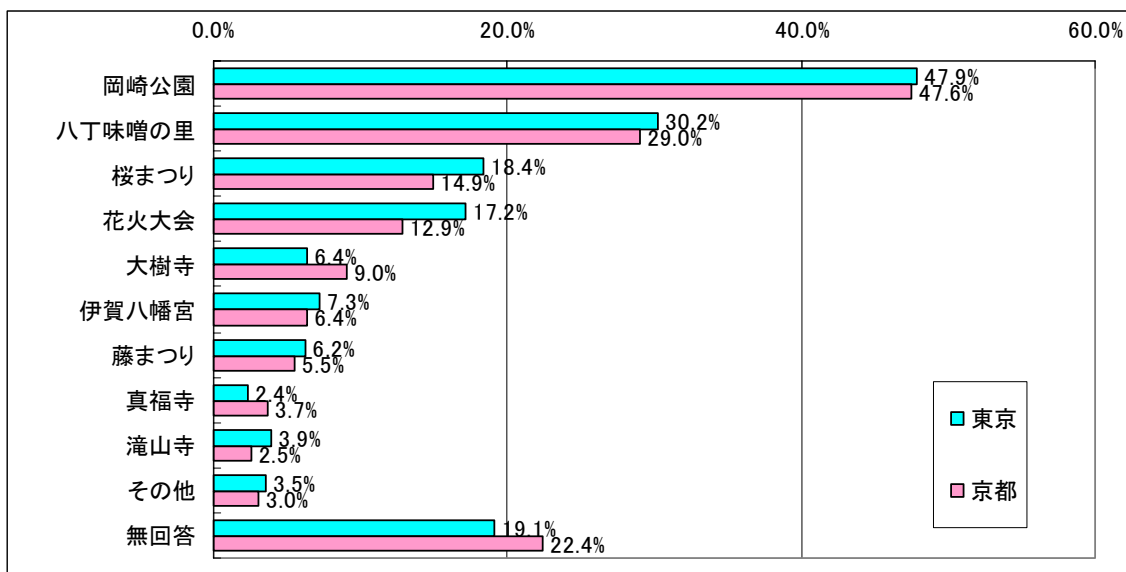


(2) 岡崎観光に対する認知度など

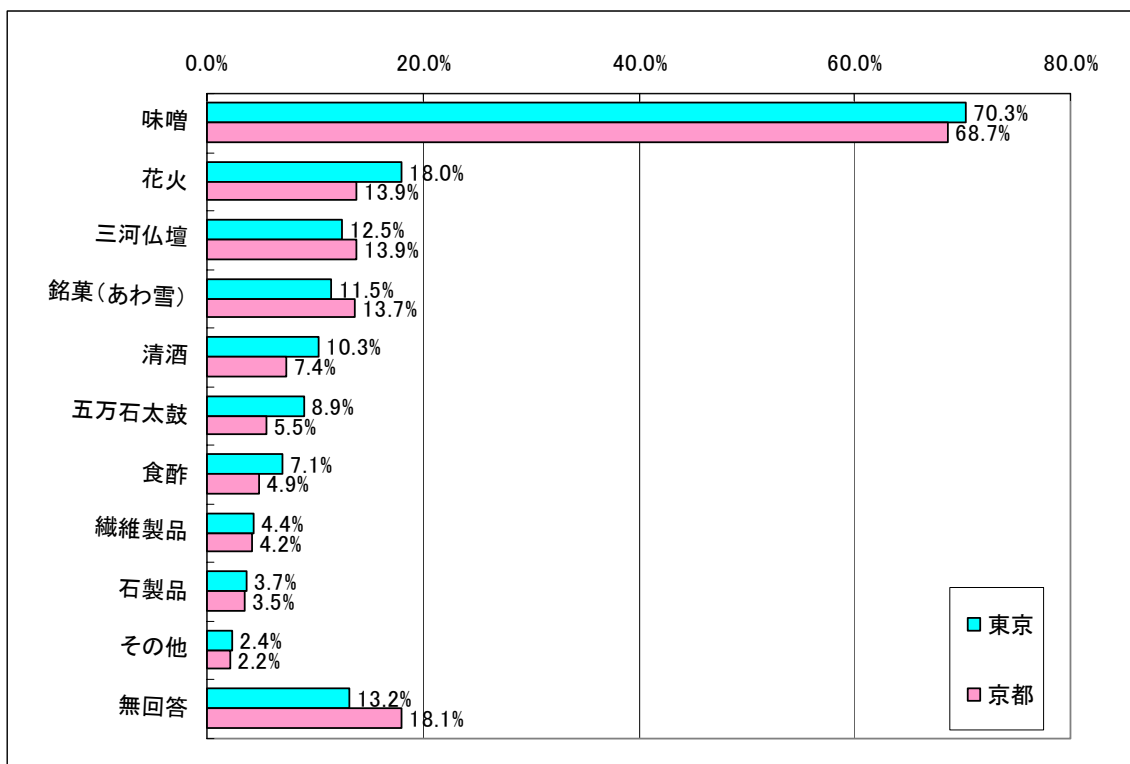
①愛知県内で訪れたことのある旅行先（複数回答）



③岡崎の観光施設・イベントの認知度（複数回答）



④岡崎の物産品等の認知度（複数回答）

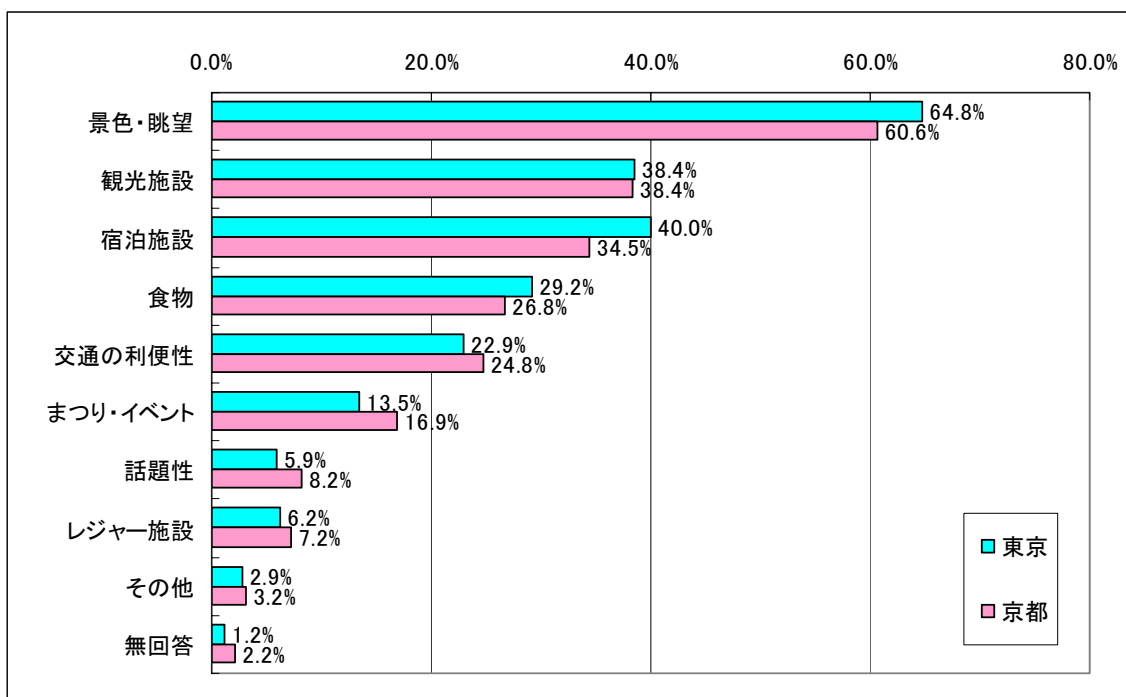


⑤岡崎にある宿場町の認知度

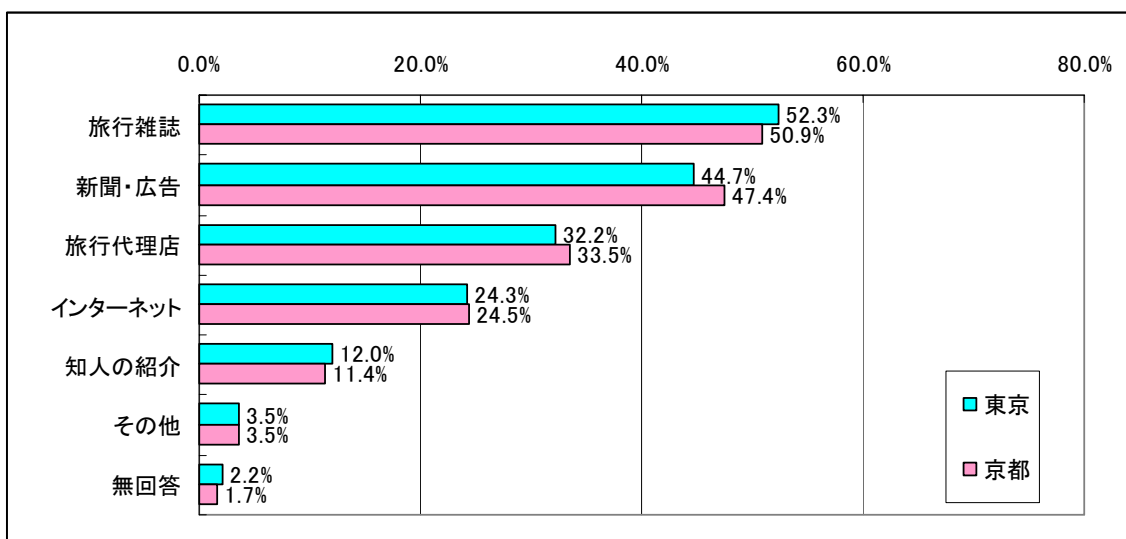


③旅行に関する志向など

①旅行先を選ぶ要件として重視すること（複数回答）



②旅行情報の入手先（複数回答）



岡崎市観光基本計画

発行日 平成 18 年 3 月

発 行 岡崎市

問合せ 岡崎市経済振興部観光課

〒444-8601 岡崎市十王町 2 丁目 9 番地

TEL : 0564-23-6620 FAX : 0564-23-6213