

袋井市観光基本計画【概要版】

令和3年10月策定

- 1 観光基本計画見直しの概要について
- 2 策定趣旨について
- 3 袋井市の観光の現状について
- 4 見直し方針について
- 5 施策体系について
- 6 基本方針・基本施策別の主な取組について
- 7 重点的な取組について
- 8 取組指標について

1 観光基本計画見直しの概要について

(1) 目的・計画期間

- ア 平成24年度から令和2年度までの観光基本計画が終了するため見直しをする。
- イ 新計画は、当初令和2年度に策定予定だったが、令和2年に新型コロナの流行が拡大したため令和3年度に延長した。
- ウ 新計画の期間は、総合計画後期基本計画とあわせ、令和3年度から令和7年度までとする。

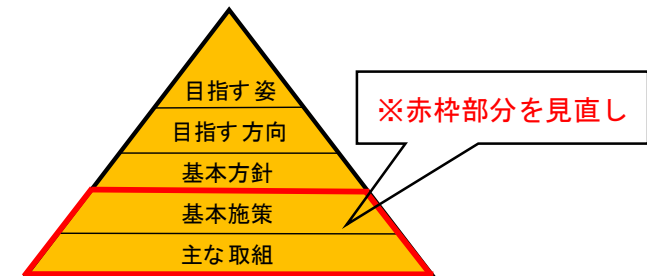
(2) 計画策定の経過

- ア 社会潮流 新型コロナ、マイクロツーリズム、トキ消費など
- イ 統計分析 静岡県観光交流調査（静岡県）、静岡県観光動態調査（静岡県観光協会）など
- ウ 前計画進捗 目標値や取組の進捗確認と総括
- エ 実態調査 観光実態分析調査（期間：R1.8～R2.3 対象：遠州三山を訪れた観光客399人への聞き取り調査）
- オ 意見交換等 袋井市産業経済懇話会の政策提言書（H31.2）
袋井市観光産業連絡協議会（R2.12、R3.1、R3.5）
袋井市観光協会理事会との意見交換（R3.2）
遠州三山（法多山、可睡齋、油山寺）との意見交換（R3.5）

(3) 主な変更点

- ア 施策体系 上位施策の「目指す姿」、「目指す方向」、「基本方針」は継続（総合計画後期基本計画と整合）
下位施策の「基本施策」、「主な取組」を見直し
- イ 狙い 【現計画】リピーターとファンづくり
【新計画】稼ぐ観光（観光交流客数の増加＋一人あたりの旅行消費額単価の向上）
- ウ 重点取組 【現計画】資源の掘り起こしと磨き上げ、他業種・他分野との連携、リアルタイムの情報発信
【新計画】テーマ性のあるツアー造成、地域資源を活かした商品開発、商業イベント等との連携、SNSを活用した情報発信
- エ 目標値 総合計画後期基本計画（R2.12策定）の目標値と整合を図り、統計データ分析などを基に設定

図1-1 施先体系



2 策定趣旨について

(1) 計画策定の目的

袋井市観光基本計画は、本市観光の現状と課題を踏まえて、観光振興の中長期的な行動計画として、平成24年度から計画を策定しています。

今回（概ね5年ごと）の見直しでは、第2次袋井市総合計画の改訂や最新の社会潮流等を踏まえて、本市観光の現状と課題を整理し、基本的施策を見直します。

(2) 計画の位置づけ

本市最上位計画の総合計画を基に、国や県の計画等を念頭に、観光基本計画を策定します。

(3) 計画期間

第2次袋井市総合計画後期基本計画画とあわせて、令和3年度から令和7年度までの5年間を計画期間とします。

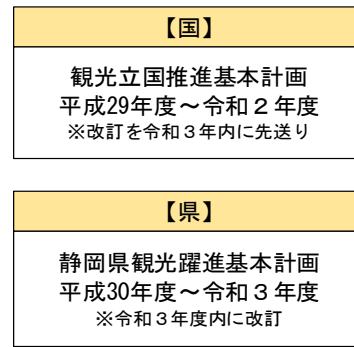


図2-1 計画の位置づけ

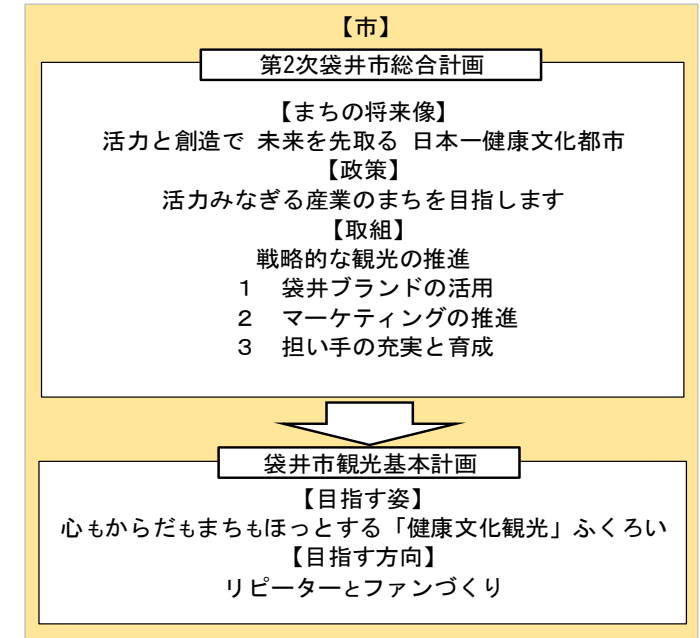
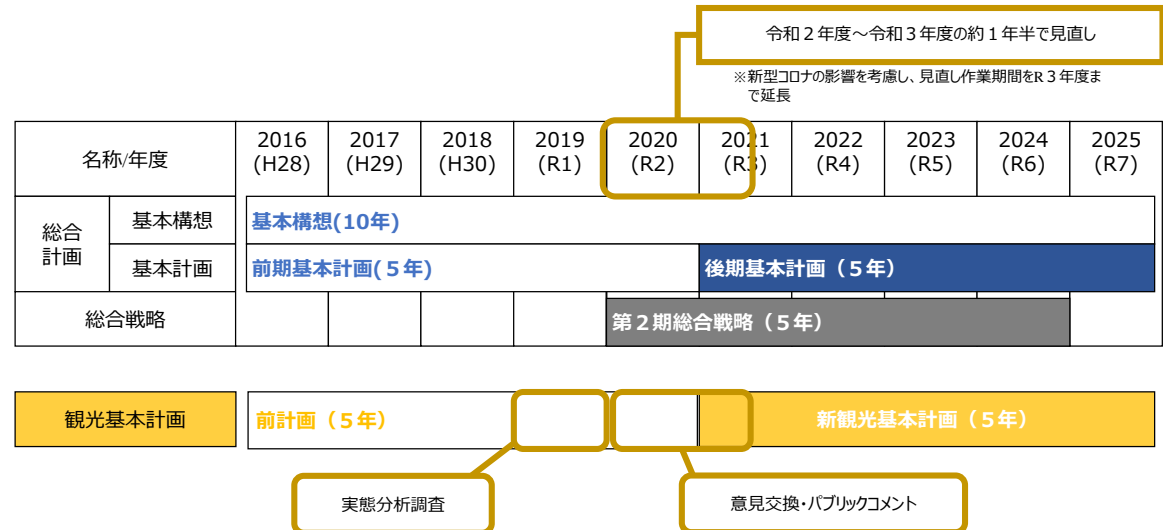


図2-2 計画期間

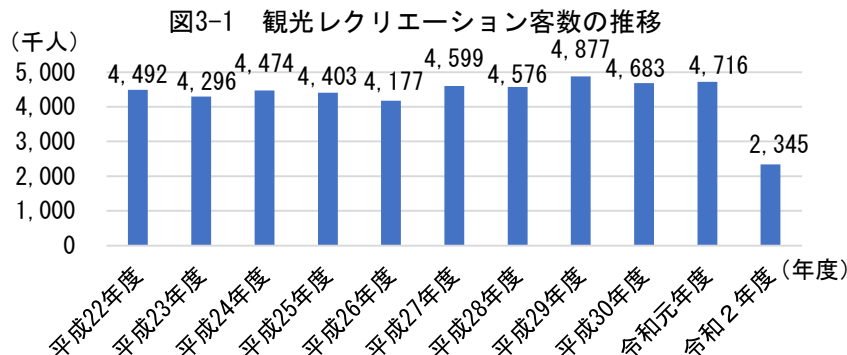


3 袋井市の観光の現状について

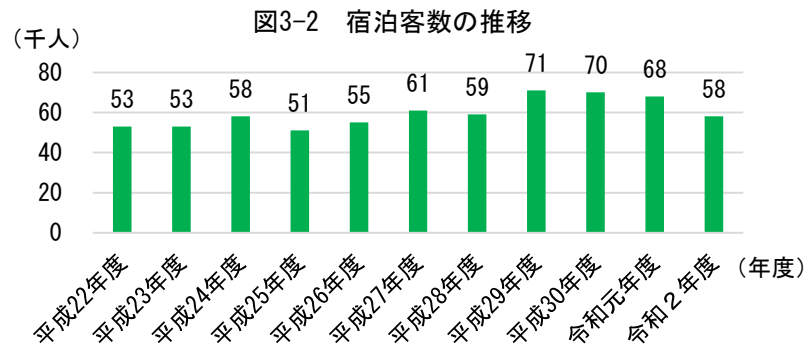
(1) 観光レクリエーション客数及び宿泊客数の推移

本市の観光レクリエーション客数は、平成22年度以降、緩やかに増加しており、令和元年度の観光レクリエーション客数は、約472万人（県内8位/県内35市町）となっていますが、令和2年度は、コロナ禍の影響により約235万人に落ち込んでいます。

また、宿泊客数についても、平成22年度以降、緩やかに増加しており、令和元年度の宿泊客数は、約6万8千人（県内29位/県内35市町、うち外国人は約7千人）となっていますが、令和2年度は、コロナ禍の影響により約5万8千人に落ち込んでいます。



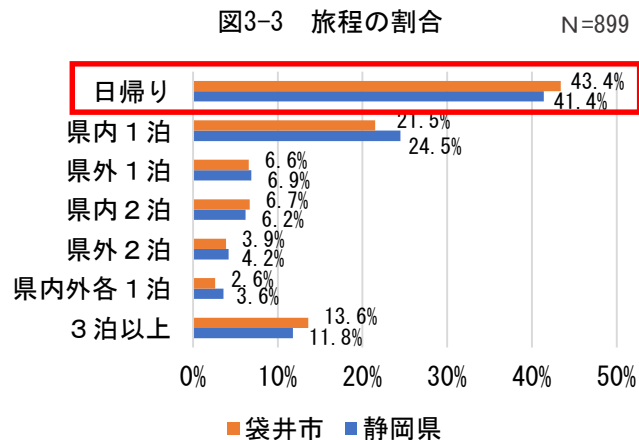
出典：静岡県「令和元年度 静岡県観光交流の動向」



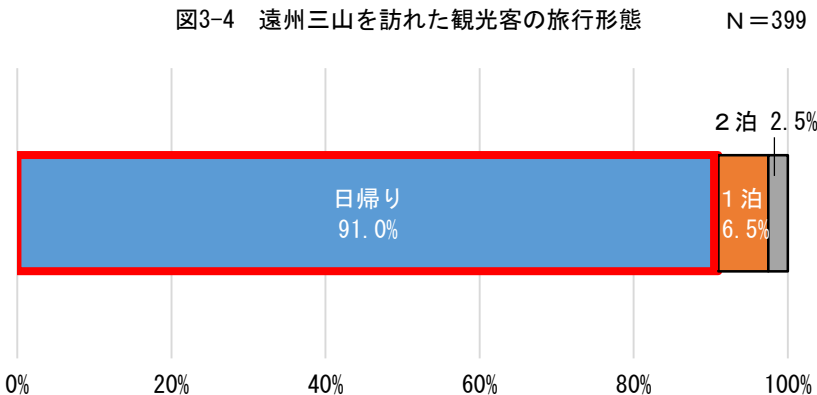
出典：静岡県「令和元年度 静岡県観光交流の動向」

(2) 本市を訪れた観光客の形態（旅程の割合）

本市の観光客の形態は、市全体では、日帰りが43.4%と最も多く、遠州三山を訪れた観光客では日帰りが91.0%となっています。



出典：静岡県観光協会「2019年 静岡県観光動態調査」



出典：袋井市「令和元年度 観光実態分析調査」

(3) 日帰り観光客一人あたりの旅行消費額単価の比較

日帰り観光客の一人あたりの旅行消費額単価を比較すると、国内平均は13,599円、県内平均（県外客対象）は9,059円、本市（遠州三山）の平均は6,619円であり、国内平均及び県内平均の単価と比べて低く、特に土産物・買い物代1,953円は国内平均（3,470円）及び県内平均（3,893円）より低く、また、飲食代の1,795円は国内平均（1,996円）より低い状況となっています。

図3-5 日帰り観光客一人あたりの旅行消費単価の比較 (単位：円)

項目	国内	県内（県外客対象）	袋井市（遠州三山）
交通費	6,194	2,981	1,919
土産物・買い物代	3,470	3,893	1,953
飲食代	1,996	1,714	1,795
施設利用料	1,792	407	698
その他	147	64	254
合計	13,599	9,059	6,619

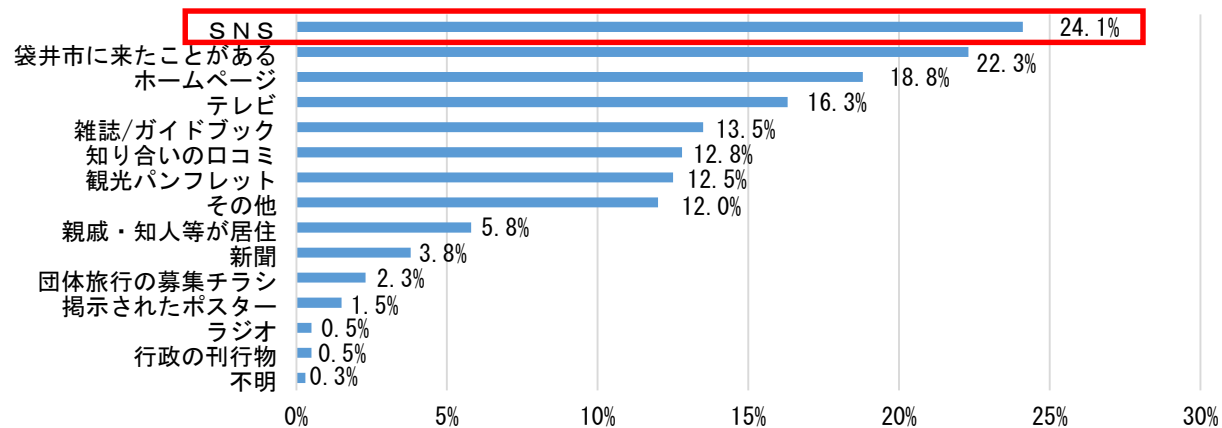
出典：観光庁「2019旅行・消費動向」、静岡県「令和元年度 静岡県観光交流の動向」、袋井市「令和元年度 観光実態分析調査」

(4) 観光客の訪問先決定時の情報源

観光客の訪問先決定時の情報源は、SNSを情報源に訪れた観光客が24.1%と最も多く、次いで袋井市に来たことがある（リピーター）が22.3%と多くなっています。

図3-6 遠州三山を訪れた観光客の訪問先決定時の情報源

N=399



出典：袋井市「令和元年度 観光実態分析調査」

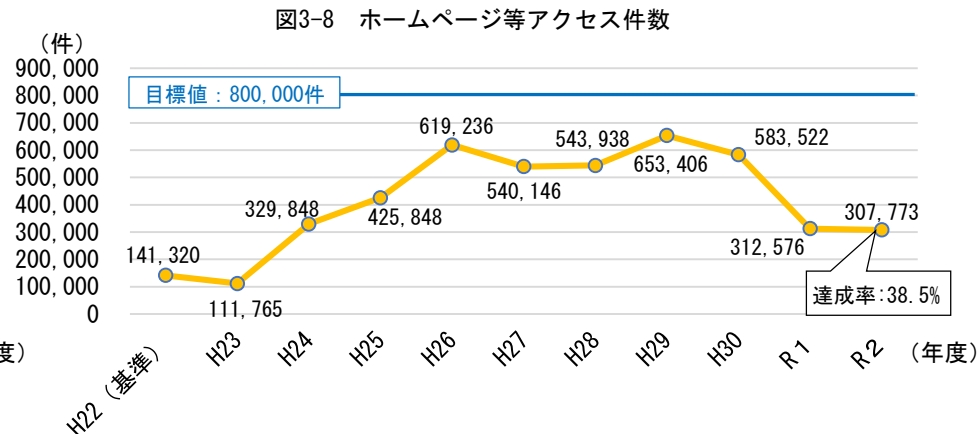
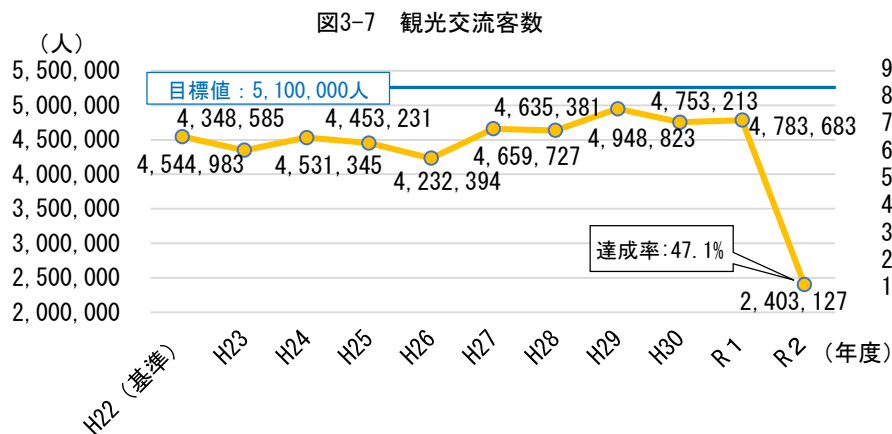
(5) 前計画の主な目標値の達成状況

ア 観光交流客数

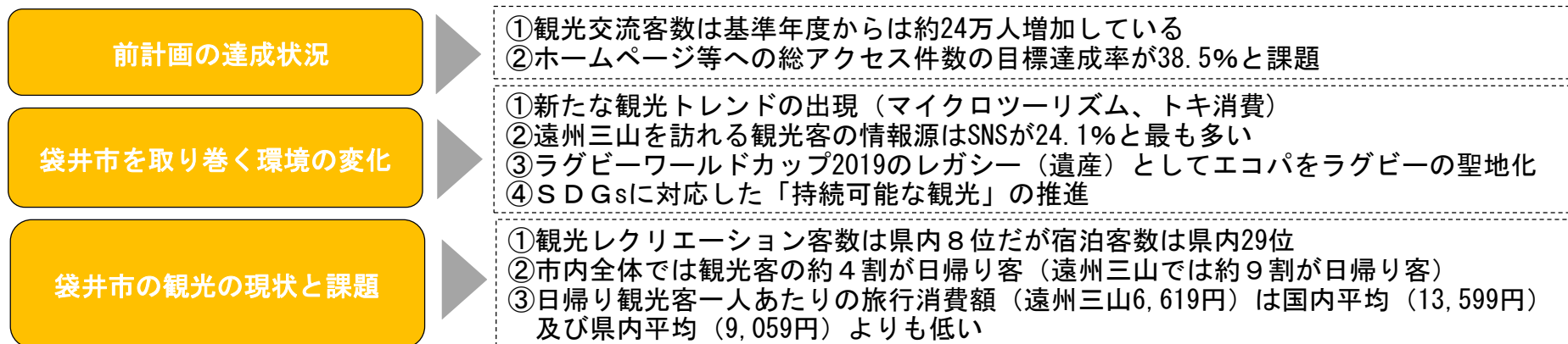
令和2年度目標値の510万人に対し、令和2年度の観光交流客数は、2,403,127人であり、達成率は47.1%となっており、新型コロナウイルス感染拡大による観光の自粛の影響により大幅に減少しています。

イ ホームページ等アクセス件数

令和2年度の目標値の80万件に対し、令和2年度のアクセス件数は、307,773件であり、達成率は38.5%となっていますが、基準年度（平成22年度）の141,320件からは増加しています。



(6) 現状と課題の整理



※ マイクロツーリズム: コロナ禍における3密を避けながら、地元の方が自宅から1～2時間程の近場で過ごし、地域の魅力を発見する旅のスタイル
 ※ 「トキ消費」: 所有の価値「モノ消費」、体験の価値「コト消費」に続く、その時、その場所でしか味わえないものに価値を見出す新しい消費スタイルの潮流

4 見直し方針について

(1) 「目指す姿」、「目指す方向」、「基本方針」の継続

第2次袋井市総合計画基本構想のまちの将来像「活力と創造で未来を先取る 日本一健康文化都市」は、平成28年度から令和7年度までの本市まちづくりの最上位の目標に掲げています。

観光基本計画は、総合計画と整合を図り、今回の見直しにより総合計画と計画期間をあわせ延長することから、観光基本計画の目標とする目指す姿「心もからだもまちもほっとする「健康文化観光」ふくろい」及び目指す方向「リピーターとファンづくり」も引き続き継続していくこととします。

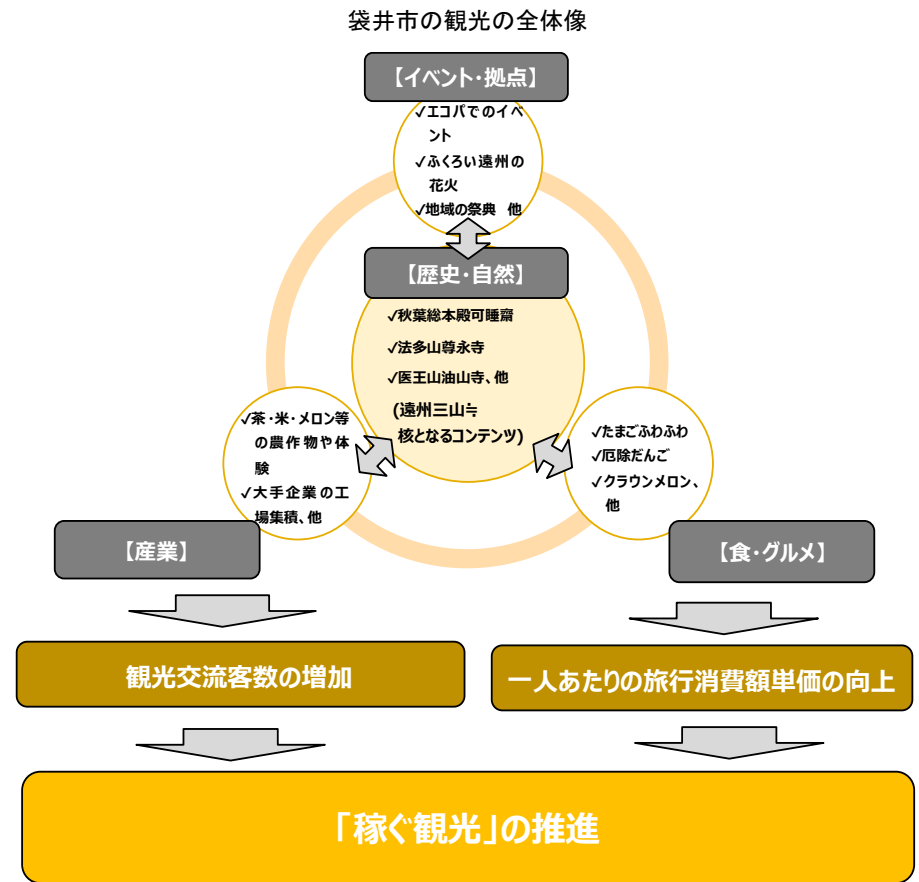
また、3つの基本方針である「袋井（地域）ブランドの活用」、「マーケティングの推進」、「担い手の充実と育成」についても、基本的な方向性を示すものであることから継続することとします。

(2) 基本施策と取組指標の見直し

「目指す姿」、「目指す方向」、「基本方針」を基に推進する「基本施策」や「主な取組」、「取組指標」について、社会潮流や本市の現状と課題を踏まえて見直すこととします。

(3) 見直し方針

従来から取り組んでいる宿泊を伴う滞在型観光の推進を継続していく一方で、遠州三山の観光客の9割を占める日帰り客などをターゲットとした新たな商品開発や地域資源を活かしたテーマ性のあるツアーの造成など、宿泊と日帰り両方の視点から観光交流客数と旅行消費額単価の向上を目指していくことで「稼ぐ観光」を推進します。



見直し方針

～多様な商品開発とマーケティングによる「稼ぐ観光」の推進～

- ① 「観光×〇〇」の分野連携や広域連携によるテーマ性を持った観光ツアーの造成の推進
- ② 地域資源を活用したオンリーワンや「トキ消費」の価値観を付加した商品開発と観光イベントや商業イベント等との連携の推進
- ③ 定期的な情報収集と分析によるニーズの把握とターゲットに合わせた情報発信の強化

5 施策体系について

目指す姿

心もからだもまちもほっとする
「健康文化観光」ふくろい

目指す方向

リピーターとファンづくり

見直し方針

- 1 「観光×〇〇」の分野連携や広域連携によるテーマ性を持った観光ツアーの造成の推進
- 2 地域資源を活用したオンリーワンや「トキ消費」の価値観を付加した商品開発と観光イベントや商業イベント等との連携の推進
- 3 定期的な情報収集と分析によるニーズの把握とターゲットに合わせた情報発信の強化

袋井市を取り巻く環境の変化

- 1 「マイクロツーリズム」や「トキ消費」といった新たな観光トレンドの出現。
- 2 遠州三山を訪れる観光客の情報源はSNSが24.1%で最も多い。
- 3 ラグビーワールドカップ2019のレガシー（遺産）としてエコパをラグビーの聖地化。
- 4 SDGsに対応した「持続可能な観光」の推進

袋井市の観光の課題

- 1 観光レクリエーション客数は県内8位だが宿泊客数は県内29位と宿泊客数が少ない。
- 2 日帰り観光客一人あたりの旅行消費額（遠州三山6,619円）は国内平均（13,599円）及び県内平均（9,059円）よりも低い。
- 3 ホームページ等アクセス件数の目標達成率は38.5%と低い。

基本方針

1 袋井（地域）ブランドの活用



2 マーケティングの推進



3 担い手の充実と育成



基本施策

1-1 観光交流客数を増やすための観光ツアー造成の推進

1-2 旅行消費額単価を増やすための商品開発等の推進

2-1 情報収集力と分析力の強化

2-2 多種のメディアを活用した情報発信力の強化

3-1 観光協会の体制の強化

3-2 新たな担い手の発掘と育成

※ 見直し箇所は、基本施策以下

6 基本方針・基本施策別の主な取組について

基本方針

1 袋井（地域）ブランドの活用

基本施策

1-1 観光交流客数を増やすための観光ツアー造成の推進

基本施策

1-2 旅行消費額単価を増やすための商品開発等の推進

主な取組

①「遠州三山+α」による新たなツアー造成の推進

遠州三山をはじめとする既存の観光資源の磨き上げや地域交流ゾーンの地域資源との連携を図るとともに、観光客のニーズ分析をしながら、遠州三山と「農」などの「観光×○○」の観点や近隣市町の観光施設や鉄道・バス事業者や旅行事業者などとの連携による新たな観光ツアーの造成を推進します。

②スポーツツーリズムの推進

県等と連携しながら、エコパや袋井市総合体育館「さわやかアリーナ」などのスポーツ施設等と宿泊施設を活かした、ラグビーやバスケットボール、サイクリングなどのスポーツ合宿の誘致やツアーの造成を推進します。

③地域資源を活かしたテーマ性のあるツアー造成の推進

県や近隣市町、鉄道・バス事業者、旅行事業者などとの連携により、海や花などの自然や旧東海道などの歴史的な資源、「ふくろい遠州の花火」や「地域の祭典」などの地域文化を活かしたテーマ性を持ったツアーの造成を推進します。

④外国人向けツアー造成（インバウンド）の推進

本市と交流のあるベトナムや観光協会と交流のある台湾、東京オリンピックで本市を合宿地としたアイルランドなどからの誘客を目指し、神社仏閣を中心とした日本建築や精進料理などの「和」の価値観などをテーマとした外国人向けのツアーの造成を広域連携などにより推進します。

⑤ICT技術を活かした観光コンテンツの研究の推進

VRやARなどのICT技術を活かし、遠州三山の四季や、「袋井宿」、「軽便鉄道」などの袋井の昔の風景を体感でき、それらを周遊等できるような新たなコンテンツの開発を研究します。

主な取組

①地域資源の活用や観光イベントと連携した魅力的な商品開発の推進

クラウンメロンやお茶などの地域資源を活かした、テーマ性や「トキ消費」の魅力を付加した土産物や料理などの商品開発を支援します。

②商業イベント等との連携の推進

「遠州三山風鈴まつり」や「可睡齋ひなまつり」などの観光イベントや、エコパでのスポーツ・文化イベントなどと、「個店めぐりスタンプラリー」をはじめとする商業イベントなどとの連携を推進します。

※ VR（Virtual Reality）：本物ではないが、機能としての本質は同じであるような環境を、人の五感を含む感覚を刺激することで理工学的に作り出す技術のこと

※ AR（Augmented Reality）：人が認識する現実環境にコンピュータで情報を加えて現実を拡張する技術、又はコンピュータで拡張された現実環境のこと

基本方針

2 マーケティングの推進

基本施策

2-1 情報収集力と分析力の強化

主な取組

①観光客へのニーズ調査の実施や分析の推進

「遠州三山風鈴まつり」や「可睡齋ひなまつり」などの観光イベントや観光案内所へ来訪した観光客へのアンケートによるニーズ等の調査・分析を推進します。

②ビッグデータを活用した調査・分析の検討

県等と連携しながら、通信事業者による観光客の性別や年齢別、居住地別などの基本情報と市内での動線、滞在場所や滞在時間などの通信事業者ならではのビッグデータを活用した調査・分析を検討します。

基本施策

2-2 多種のメディアを活用した情報発信力の強化

主な取組

①SNSを効果的に活用した情報発信の推進

従来のブログやフェイスブックに加えて、インスタグラムやツイッターなどを効果的に活用するとともに、観光協会のホームページ等と相互に連携していく情報発信を推進します。

②インフルエンサーによる情報発信

フォロワー数の多いユーチューバーなどの活用や袋井市出身などの有名人を「袋井ほっと観光特使」へ起用するなど、影響力の強い人と連携した情報発信を推進します。

基本方針

3 担い手の充実と育成

基本施策

3-1 観光協会の体制の強化

主な取組

①観光協会の会員数の拡大

「遠州三山風鈴まつり」や「可睡齋ひなまつり」などの観光イベントをはじめ、「個店めぐりスタンプラリー」などの商業イベントや観光担い手育成講座などを通じて観光協会の会員数の拡大を支援します。

②近隣市町とのDMO設置の研究

中遠地域の観光資源を活かした広域連携での新たなツアーの造成やマーケティングを推進する体制づくりとして近隣市町とDMOの設置を研究します。

基本施策

3-2 新たな担い手の発掘と育成

主な取組

①観光担い手育成講座の開催

歴史文化などの既存のテーマに加え、SNSなどの新しい分野もテーマとした観光担い手育成講座を開催するとともに、観光イベントや商業イベントとの連携を通じた新たな担い手の発掘を進めます。

※ DMO (Destination Management Organization) : 地域と協働して観光地域作りを行う法人

7 重点的な取組について

(1) 地域資源を活かしたテーマ性のある観光ツアーの造成

広域連携や分野連携による新たなテーマ性のあるツアーの造成を推進し、観光交流客数を増やします。

【主な取組】

- ① 「青もみじ」や「海」、「農業体験」などの新たなテーマ性のあるツアーの造成の推進
- ② エコパを中心としたスポーツ施設や宿泊施設との連携によるスポーツ合宿の誘致の推進



【広域連携による「青もみじ」をテーマとしたツアー】

(2) 観光×商業イベント等との連携や「グルメ」商品等の開発による旅行消費の活性化

商業イベントやスポーツイベントとの連携や地域資源などを活かした袋井の「グルメ」をPRする土産物や食事メニューなどの開発を推進し、旅行消費額単価の向上を図ります。

【主な取組】

- ① 「遠州三山風鈴まつり」や「可睡齋ひなまつり」などの観光イベントと市内のスイーツ店などが連携した「グルメ」をテーマとしたスタンプラリーの実施
- ② エコパへ向かう歩道上への飲食店などの出店イベントの推進
- ③ メロンやお茶などの特産品の活用や四季の観光イベントと連携した期間限定品などの土産物や食事メニュー等の開発支援



【特産品開発：クラウンメロン甘酒】 【期間限定：厄除け氷】



【RWCテストマッチでの愛野駅前の出店】

8 取組指標について

	指標名称	現状値 (令和元年度)	目標値 (令和7年度)	指標区分
1	観光交流客数 (千人/年)	4,784	5,000	総合計画後期基本計画の指標
2	ホームページ等のアクセス数 (件/年)	312,576	563,000	総合計画後期基本計画の指標
3	外国人宿泊客数 (人/年)	7,019	10,000	総合計画後期基本計画の指標
4	土産物・買い物・飲食代の日帰り観光客一人あたりの旅行消費額単価 (円)	3,748	5,600	観光基本計画独自の指標