

パブリックコメント用
R3.7.30～R3.8.31



観光基本計画

(素案)

令和3年●月

袋井市

目次

1	はじめに	1
(1)	計画策定の目的	1
(2)	計画の位置づけ・計画期間	1
2	袋井市の観光の現状	3
(1)	令和元年度 静岡県観光交流調査の結果	3
(2)	令和元年度 静岡県観光動態調査の結果	5
(3)	令和元年度 袋井市観光実態分析調査の結果	7
3	前計画の達成状況	13
(1)	主要指標の達成状況	13
(2)	基本施策別取組指標の達成状況	15
4	見直し方針	18
5	施策の展開	20
(1)	「目指す姿」	20
(2)	「目指す方向」	20
(3)	「基本方針」	21
(4)	施策体系図	22
(5)	基本施策と主な取組	24
(6)	重点的な取組	28
(7)	取組指標	29
(8)	計画の実現に向けて	30

1 はじめに

(1) 計画策定の目的

袋井市では、観光を軸とした地域づくりを目的として、平成 23 年度に袋井市観光基本計画（平成 24 年度～令和 2 年度）を策定し、平成 27 年度に計画（平成 28 年度～令和 2 年度）の見直しを行い、「心もからだもまちもほっとする「健康文化観光」ふくろい」を目指す姿として様々な観光施策を進めてきました。

新たな袋井市観光基本計画では、前計画策定以降の大きな社会環境の変化や、「第 2 次袋井市総合計画 後期基本計画（令和 3 年度～7 年度）」の改訂等を踏まえながら、改めて本市観光の特徴や課題を明らかにするとともに、基本的施策を見直し、本市の地域資源を活かした「稼ぐ観光」を目的として本計画を定めるものとします。

(2) 計画の位置づけ・計画期間

袋井市では、市の最上位計画である総合計画 基本構想・基本計画を基に、市の観光振興の中長期的な行動計画として「袋井市観光基本計画」を策定しています。

第 2 次袋井市総合計画 基本構想（平成 28 年度～令和 7 年度の 10 年間）では、まちの将来像として「活力と創造で 未来を先取る 日本一健康文化都市」を掲げ、後期基本計画（令和 3 年度～令和 7 年度の 5 年間）では、観光など産業振興について次のように位置づけています。

また、観光基本計画について、平成 24 年度から令和 2 年度までを計画期間としていましたが、総合計画と合わせるため計画期間を令和 7 年度までに延伸し、社会潮流や前計画の実施状況等を踏まえて、基本的施策を見直したうえで推進していくこととします。

図 1-1 計画の位置づけ

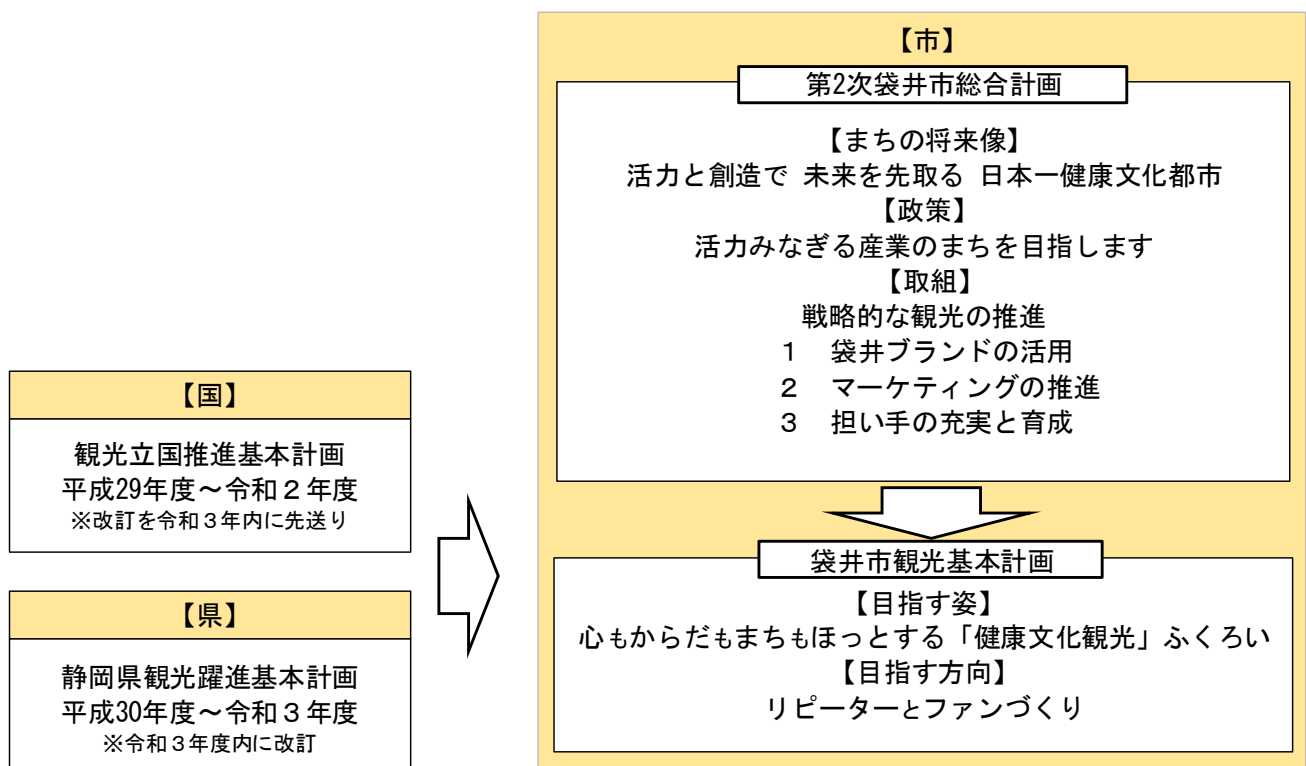


図 1-2 計画期間

名称/年度		2016 (H28)	2017 (H29)	2018 (H30)	2019 (R1)	2020 (R2)	2021 (R3)	2022 (R4)	2023 (R5)	2024 (R6)	2025 (R7)
総合 計画	基本構想	基本構想(10年)									
	基本計画	前期基本計画(5年)					後期基本計画(5年)				
総合戦略						第2期総合戦略(5年)					

令和2年度～令和3年度の約1年半で見直し

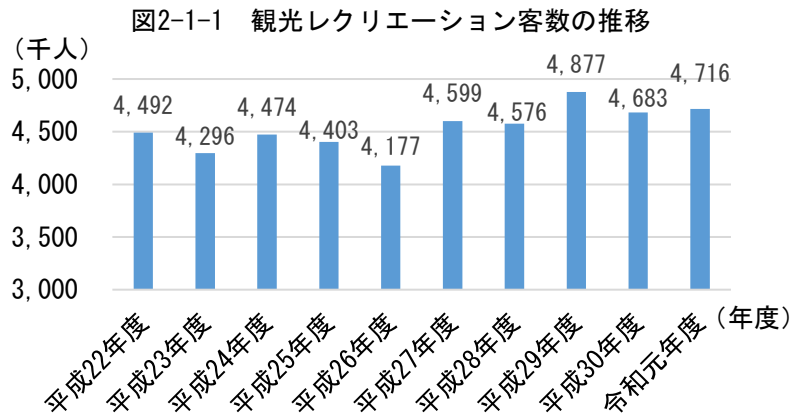
※新型コロナの影響を考慮し、見直し作業期間を
R3年度まで延長

2 袋井市の観光の現状

(1) 令和元年度 静岡県観光交流調査の結果

ア 観光レクリエーション客数の推移

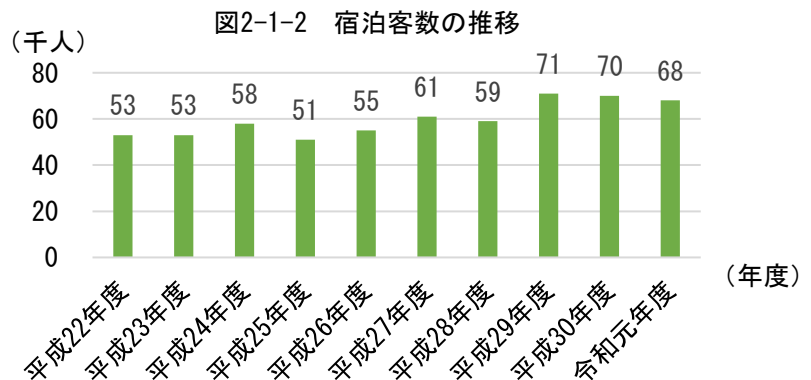
本市の観光レクリエーション客数は、平成22年度以降、緩やかに増加しており、令和元年度の観光レクリエーション客数は、約472万人となっています。



出典：静岡県「令和元年度 静岡県観光交流の動向」

イ 宿泊客数の推移

本市の宿泊客数は、平成22年度以降、緩やかに増加しており、令和元年度の宿泊客数は、約6万8千人（うち外国人は約7千人）となっています。



出典：静岡県「令和元年度 静岡県観光交流の動向」

ウ 宿泊客数における外国人の割合

国内における外国人の延べ宿泊客数の割合は19.4%、県内は10.6%となっています。

本市の外国人の延べ宿泊客数の割合は10.3%と県内とほぼ同じですが、国内と比べると低い状況です。

図 2-1-3 外国人宿泊客数の割合比較

単位：千人

項目	国内	県内	袋井市
延べ宿泊客数	595,921	23,429	68
うち外国人延べ宿泊客数	115,656	2,494	7
外国人宿泊客数の割合	19.4%	10.6%	10.3%

出典：観光庁「2019 宿泊旅行統計調査」、袋井市「令和元年度 宿泊客数調査」

エ 観光レクリエーション客数と宿泊客数の県内順位（県内 35 市町）

本市の観光レクリエーション客数は、8位と上位に位置していますが、宿泊客数は、29位と下位に位置しています。

図 2-1-4

県内の観光レクリエーション客数の上位 10 市町

順位	市町名	観光レクリエーション客数（人）
1	静岡市	21,626,615
2	浜松市	17,087,615
3	御殿場市	12,090,554
4	伊東市	8,162,424
5	三島市	6,771,145
6	富士市	6,034,057
7	富士宮市	5,237,189
8	袋井市	4,716,098
9	熱海市	3,875,472
10	小山町	3,861,358

出典：静岡県「令和元年度 静岡県観光交流の動向」

県内の宿泊客数の下位 10 市町

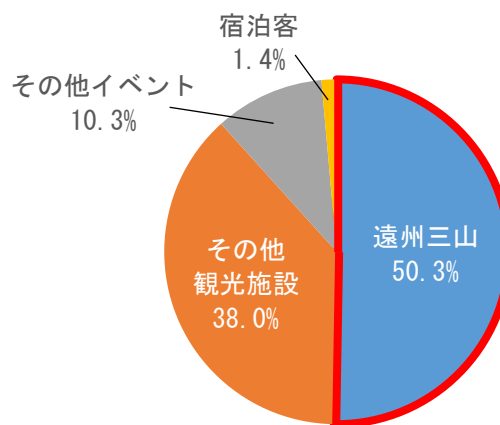
順位	市町名	宿泊客数（人）
35	森町	4,725
34	長泉町	12,072
33	牧之原市	21,801
32	吉田町	26,168
31	清水町	29,000
30	川根本町	35,575
29	袋井市	67,585
28	松崎町	87,329
27	菊川市	97,142
26	函南町	121,513

出典：静岡県「令和元年度 静岡県観光交流の動向」

オ 観光交流客数の内訳

本市を訪れる観光交流客数の内訳は、「遠州三山」が 50.3%で最も多く、次いで、エコパや袋井観光センターなどの「その他観光施設」が 38.0%、ふくろい遠州の花火や袋井まつりなどの「その他イベント」が 10.3%であり、遠州三山の観光客が半数を占めています。

図2-1-5 令和元年度 観光交流客数の内訳



出典：静岡県「令和元年度 静岡県観光交流の動向」

※ 観光交流客数＝観光レクリエーション客数＋宿泊客数

(2) 令和元年度 静岡県観光動態調査の結果

ア 調査概要

静岡県観光協会が令和元年4月～6月に静岡県への来訪者を対象に観光動態調査を実施しました。

図2-2-1 動態調査概要

調査目的	①静岡県来訪者の全体傾向の把握 ②県内5地域（伊豆、富士山、するが、中東遠、浜松・浜名湖）ごとの来訪者特性の分析 ③県内市町ごとの来訪者特性の分析
調査対象	a uユーザー計40,000人（うち袋井市899人） 県外居住者で実施期間内に県内に60分以上（袋井市に30分以上）滞在した人
調査方法	a uユーザーの位置情報による動態調査
調査期間	令和元年4月～6月
調査項目	出発地、旅程、宿泊地、滞在時間、周遊地域数など

イ 袋井市の調査結果の概要

- (ア) 本市を訪れた方の発地都道府県は、愛知県が37.0%、東京都が11.9%、神奈川県が11.4%と1都2県で60.3%を占めています。
- (イ) 性別年齢層では、10歳～34歳の女性の割合（16.3%）が県来訪者（13.1%）と比較して多い状況です。
- (ウ) 旅程では、日帰り（43.4%）と3泊以上（13.6%）の旅程が県来訪者の日帰り（41.4%）、3泊以上（11.8%）と比較して多い状況です。また、宿泊については、県内での1泊が21.5%と最も多い状況です。
- (エ) 宿泊場所では、袋井市の17.8%が最も多く、次いで浜松市の11.0%、掛川市の10.9%となっています。
- (オ) 平均滞在時間は3.44時間（県内平均9.32時間） [県内28位/35市町]

図2-2-2 発地都道府県の割合

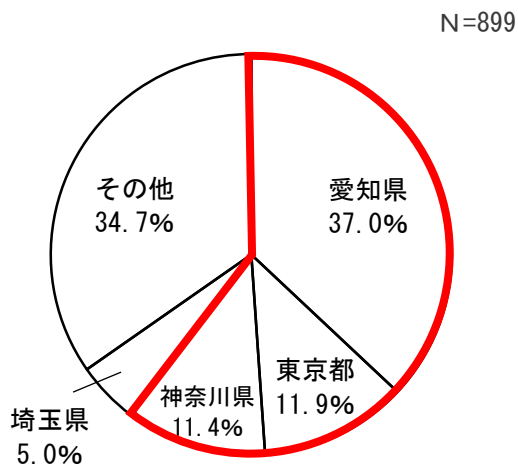
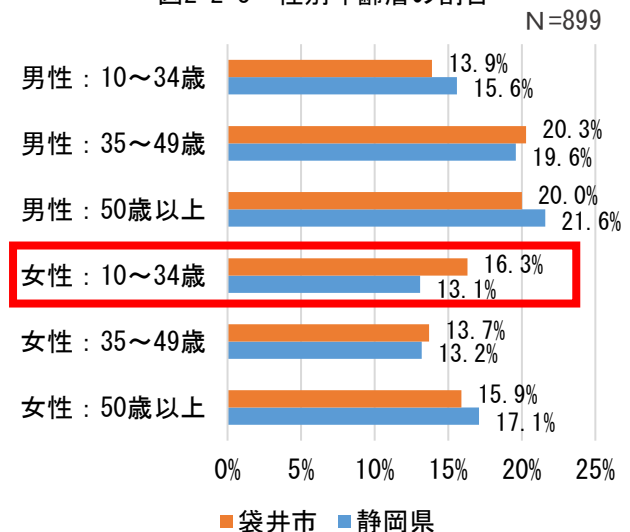


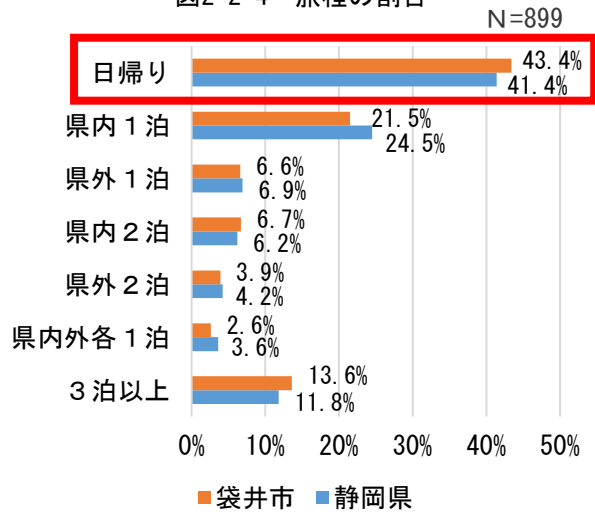
図2-2-3 性別年齢層の割合



出典：静岡県観光協会「2019年 静岡県観光動態調査」

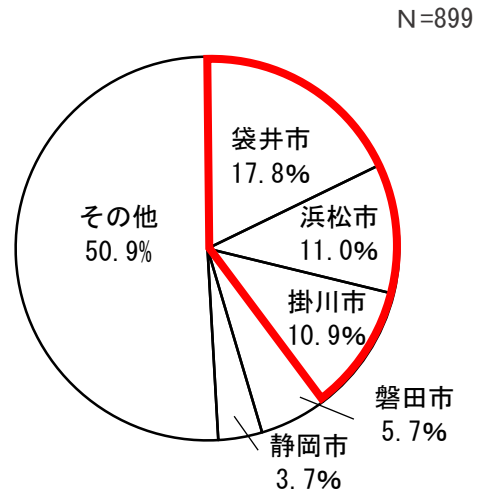
出典：静岡県観光協会「2019年 静岡県観光動態調査」

図2-2-4 旅程の割合



出典：静岡県観光協会「2019年 静岡県観光動態調査」

図2-2-5 宿泊場所の割合



出典：静岡県観光協会「2019年 静岡県観光動態調査」

(3) 令和元年度 袋井市観光実態分析調査の結果

ア 調査概要

観光基本計画の見直しに向けて、令和元年8月～令和2年3月に遠州三山を訪れた観光客を対象に聞き取り調査を実施しました。

図 2-3-1 調査概要

調査目的	観光客の実態を明らかにするとともに、袋井市における今後の観光振興の方針や、観光振興施策の展開を検討するための基礎資料
調査対象	計 399 人 (法多山：133 人、油山寺：130 人、可睡齋：136 人)
調査方法	対面聞き取り調査
調査日数	夏 (8/24、8/26)、秋 (11/27、12/1)、冬 (3/1、3/2) の計 6 日間
調査項目	居住地、性別、同行人数、同行者属性、旅行日程、移動手段、訪問先決定の情報源、訪問理由、訪問回数、再訪意向、旅行消費額、お土産購入意向

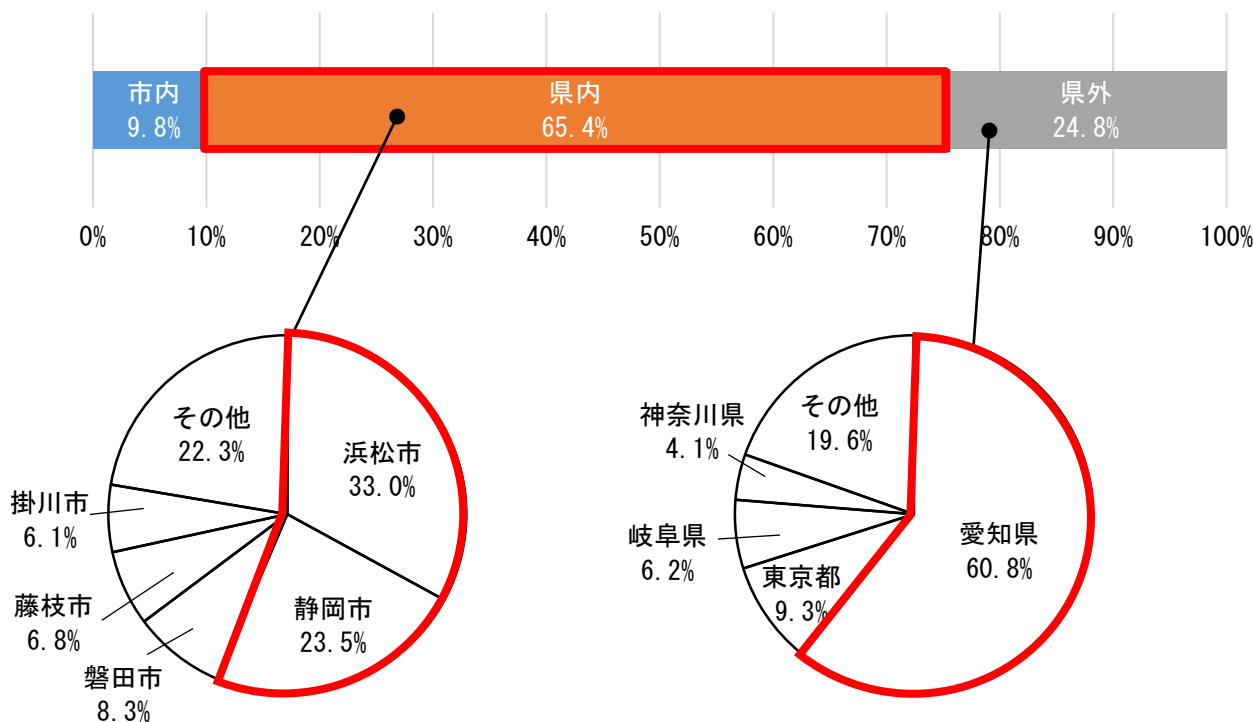
イ 遠州三山を訪れた観光客の居住地

観光客の居住地別の割合は、静岡県内在住者が 65.4%と最も多く、市町別では浜松市が 33.0%で最も多く、次いで静岡市が 23.5%となっています。

また、県外では愛知県が 60.8%と最も多い状況となっています。

図2-3-2 観光客の居住地割合

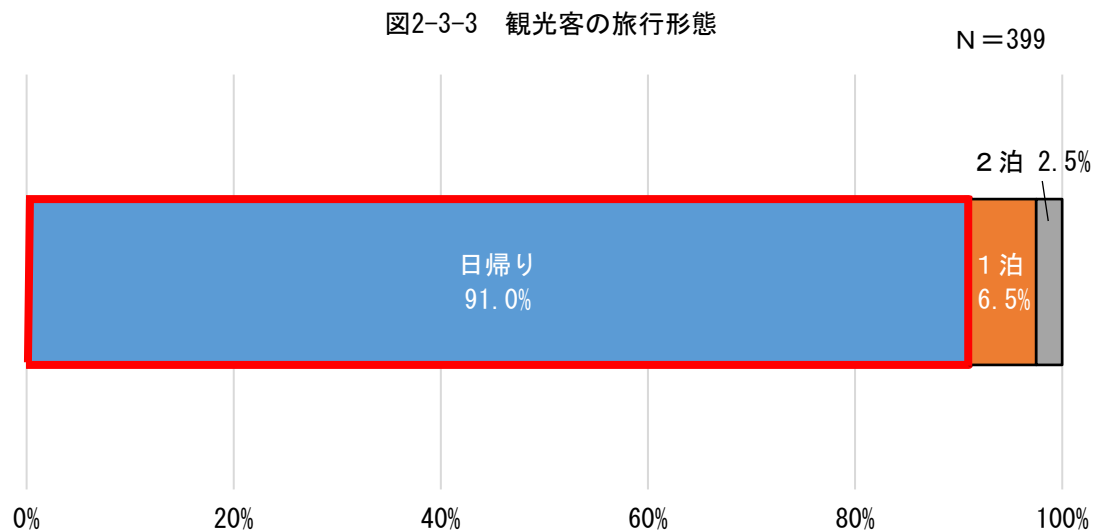
N = 399



出典：袋井市「令和元年度 観光実態分析調査」

ウ 遠州三山を訪れた観光客の旅行形態

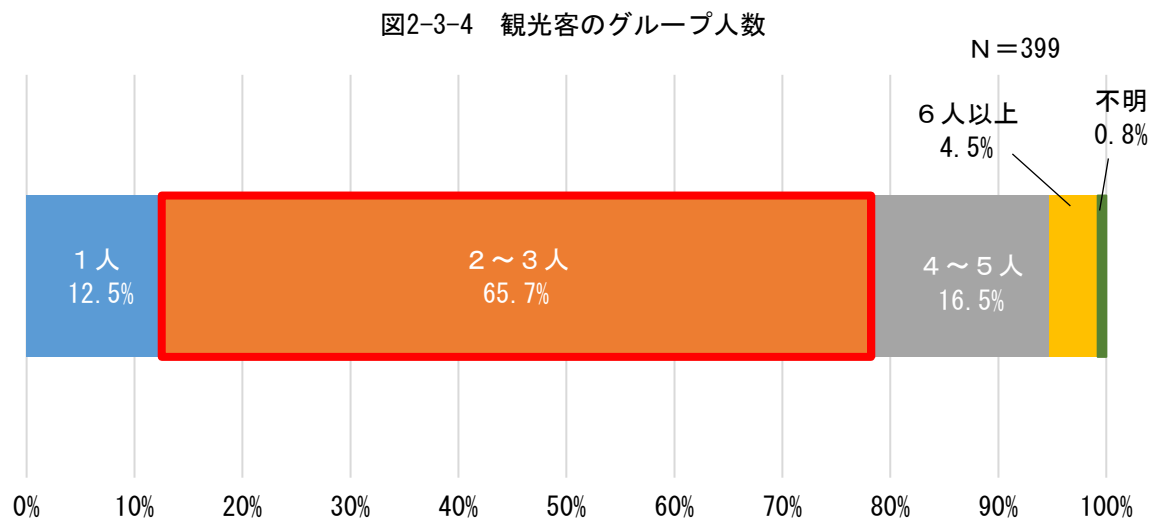
観光客の旅行形態は、日帰りが91.0%と最も多い状況となっています。



出典：袋井市「令和元年度 観光実態分析調査」

エ 遠州三山を訪れた観光客のグループ人数

観光客のグループ人数は、2～3人が65.7%と最も多い状況となっています。



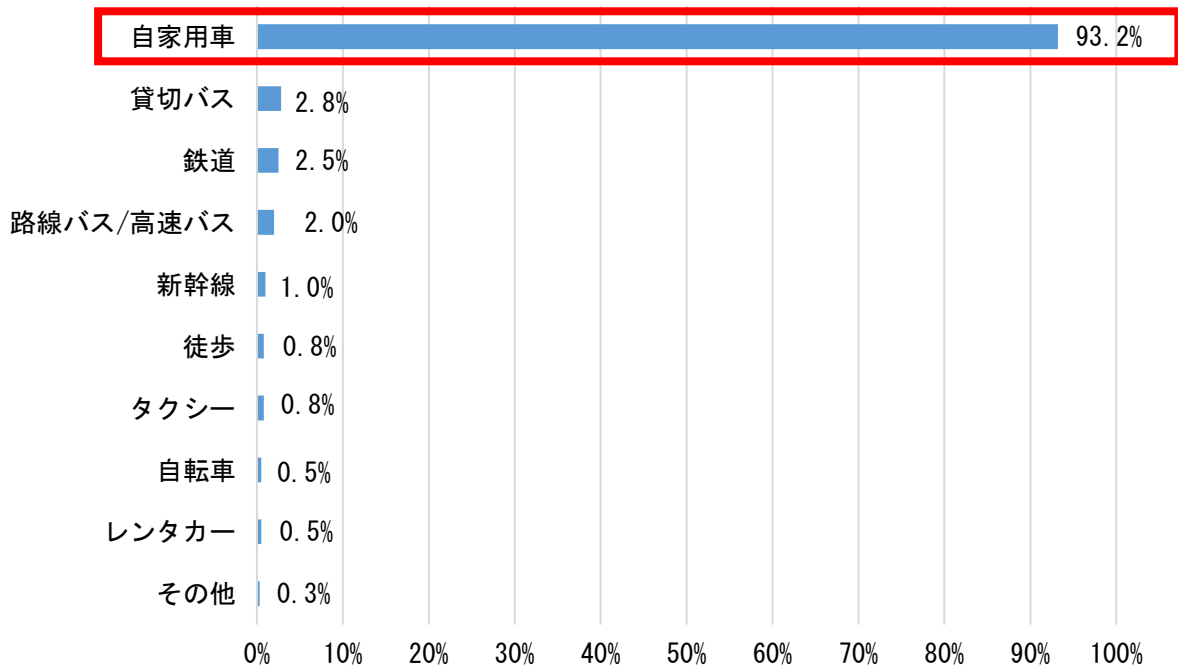
出典：袋井市「令和元年度 観光実態分析調査」

オ 遠州三山を訪れた観光客の移動手段

観光客の移動手段は、自家用車が 93.2%と最も多い状況となっています。

図2-3-5 旅行者の移動手段

(N=399、複数回答)



出典：袋井市「令和元年度 観光実態分析調査」

カ 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 2-3-6 日帰り観光客一人あたりの旅行消費額単価の比較

(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

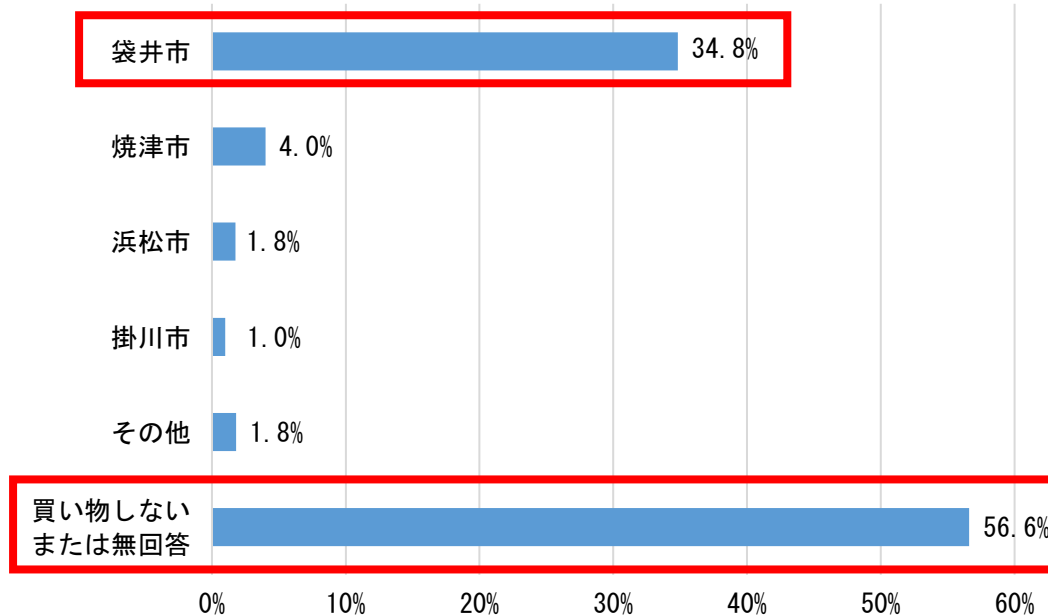
出典：観光庁「2019 旅行・消費動向」、静岡県「令和元年度 静岡県観光交流の動向」、袋井市「令和元年度 観光実態分析調査」

キ 遠州三山を訪れた観光客の買い物場所

観光客の買い物場所は、買い物をする観光客のうち、本市で買い物をする方が34.8%と最も多い一方、買物をしないまたは無回答を含む回答が56.6%と全体では最も多くなっています。

図2-3-7 観光客の買い物場所

N=399



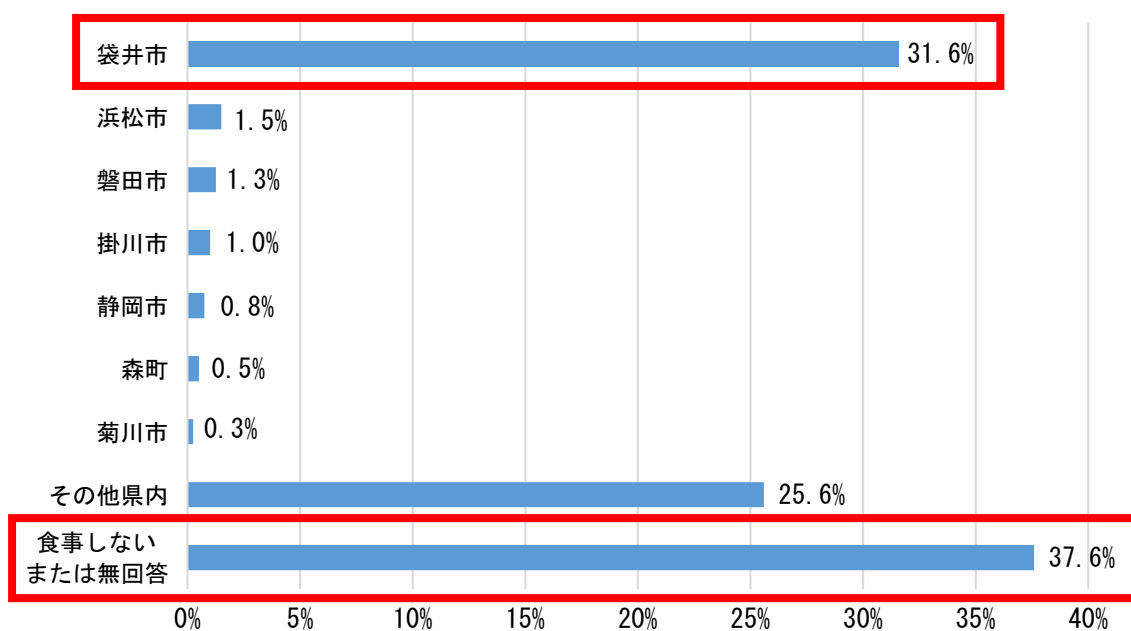
出典：袋井市「令和元年度 観光実態分析調査」

ク 遠州三山を訪れた観光客の食事場所

観光客の食事場所は、食事をする観光客のうち、本市で食事をする方が31.6%と最も多い一方、食事をしないまたは無回答を含む回答が37.6%と全体では最も多くなっています。

図2-3-8 観光客の食事場所

N=399



出典：袋井市「令和元年度 観光実態分析調査」

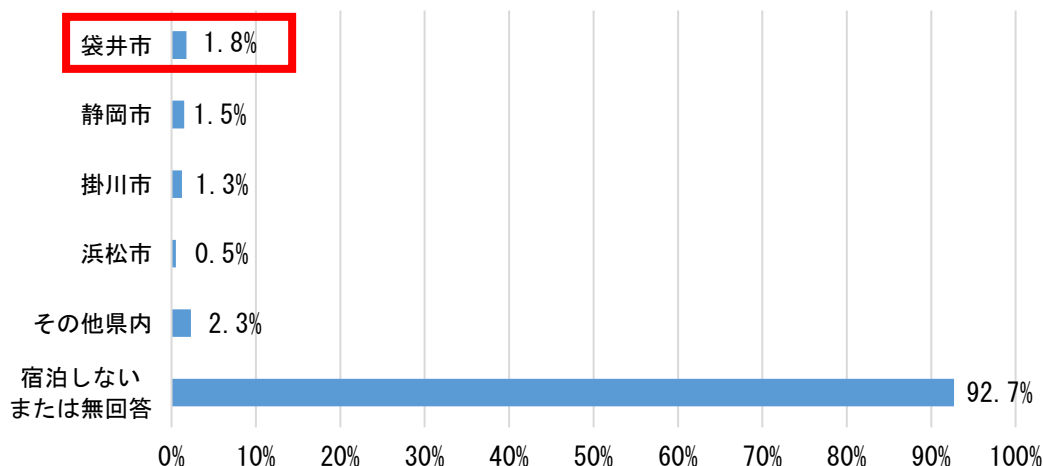
ケ 遠州三山を訪れた観光客の宿泊場所

観光客の宿泊場所は、宿泊する観光客のうち、本市で宿泊をする方は1.8%となっています。

全体では、宿泊をしないまたは無回答を含む回答が92.7%と最も多くなっています。

図2-3-9 観光客の宿泊場所

N=399



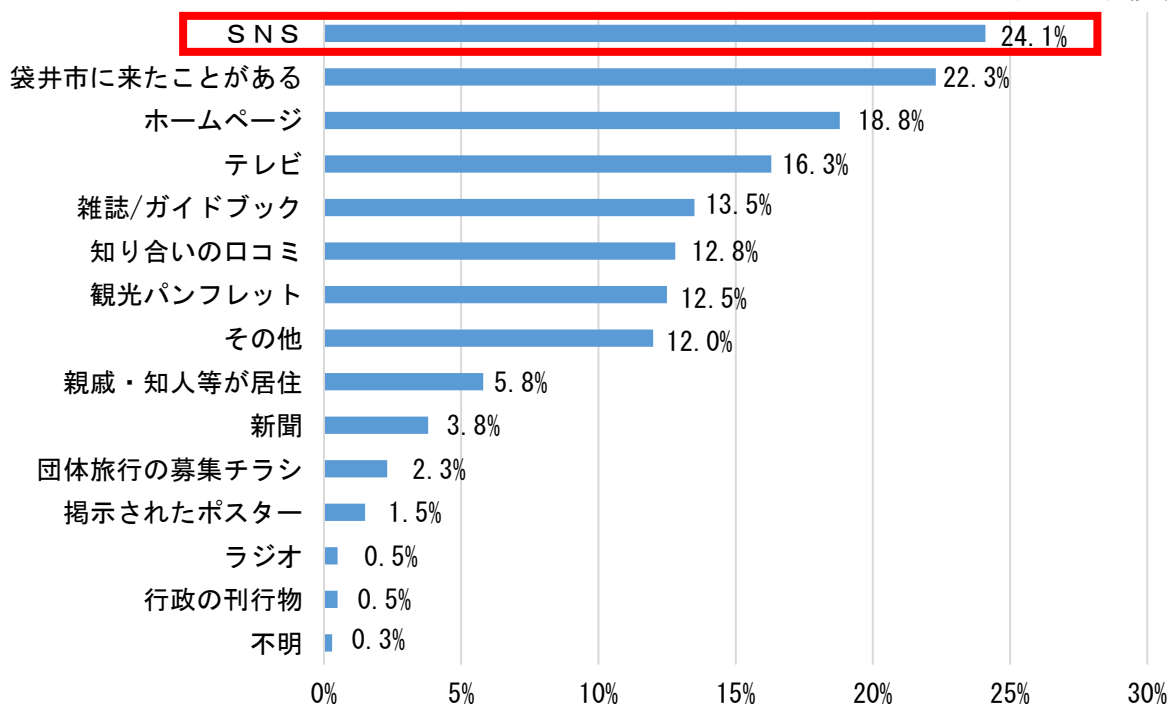
出典：袋井市「令和元年度 観光実態分析調査」

コ 遠州三山を訪れた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2-3-10 遠州三山を訪れた観光客の訪問先決定時の情報源

(N=399、複数回答)



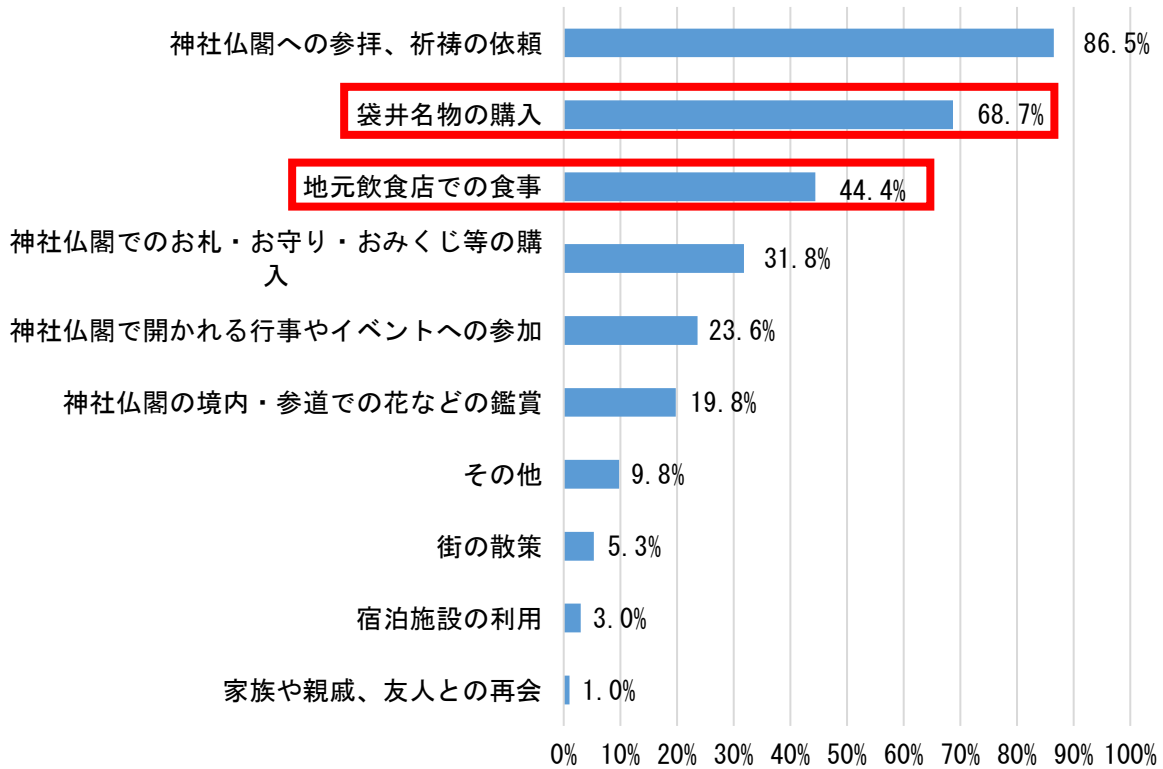
出典：袋井市「令和元年度 観光実態分析調査」

サ 遠州三山を訪れた観光客の目的

観光客の目的は、「神社仏閣への参拝祈祷の依頼」が86.5%で最も多く、次いで、「袋井名物の購入」が68.7%、「地元の飲食店での食事」が44.4%となっており、買い物や食事を目的とする方も多い状況となっています。

図2-3-11 遠州三山へ訪れる観光客の目的

(N=399、複数回答)



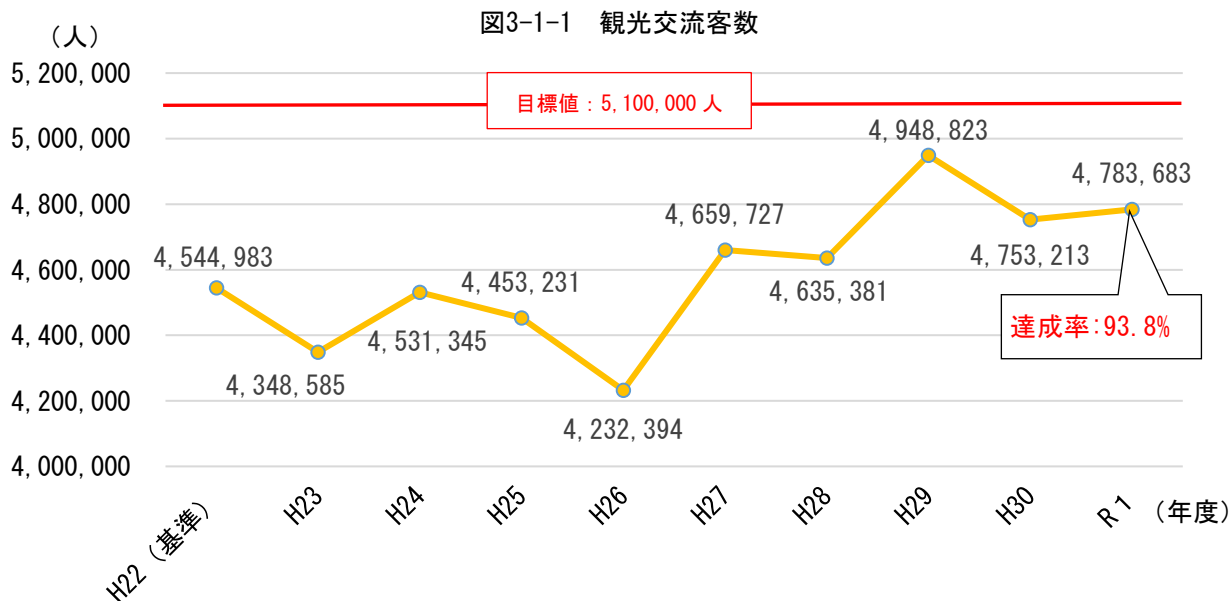
出典：袋井市「令和元年度 観光実態分析調査」

3 前計画の達成状況

(1) 主要指標の達成状況

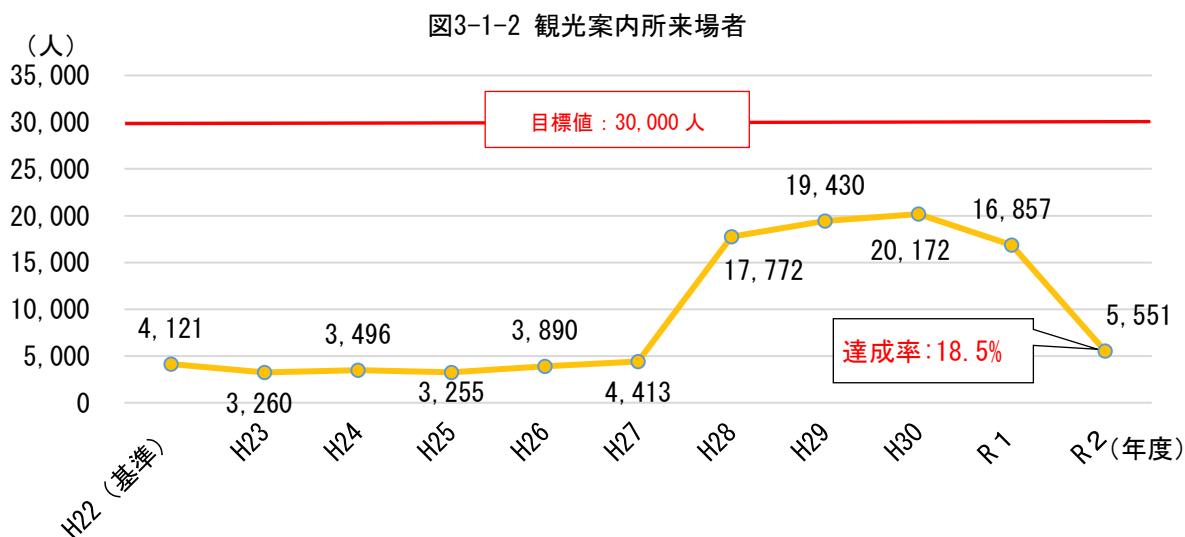
ア 観光交流客数

令和2年度目標値の510万人に対し、令和元年度の観光交流客数は、4,783,683人であり、達成率は93.8%となっていますが、基準年度(平成22年度)の4,544,983人からは増加しています。



イ 観光案内所来場者数

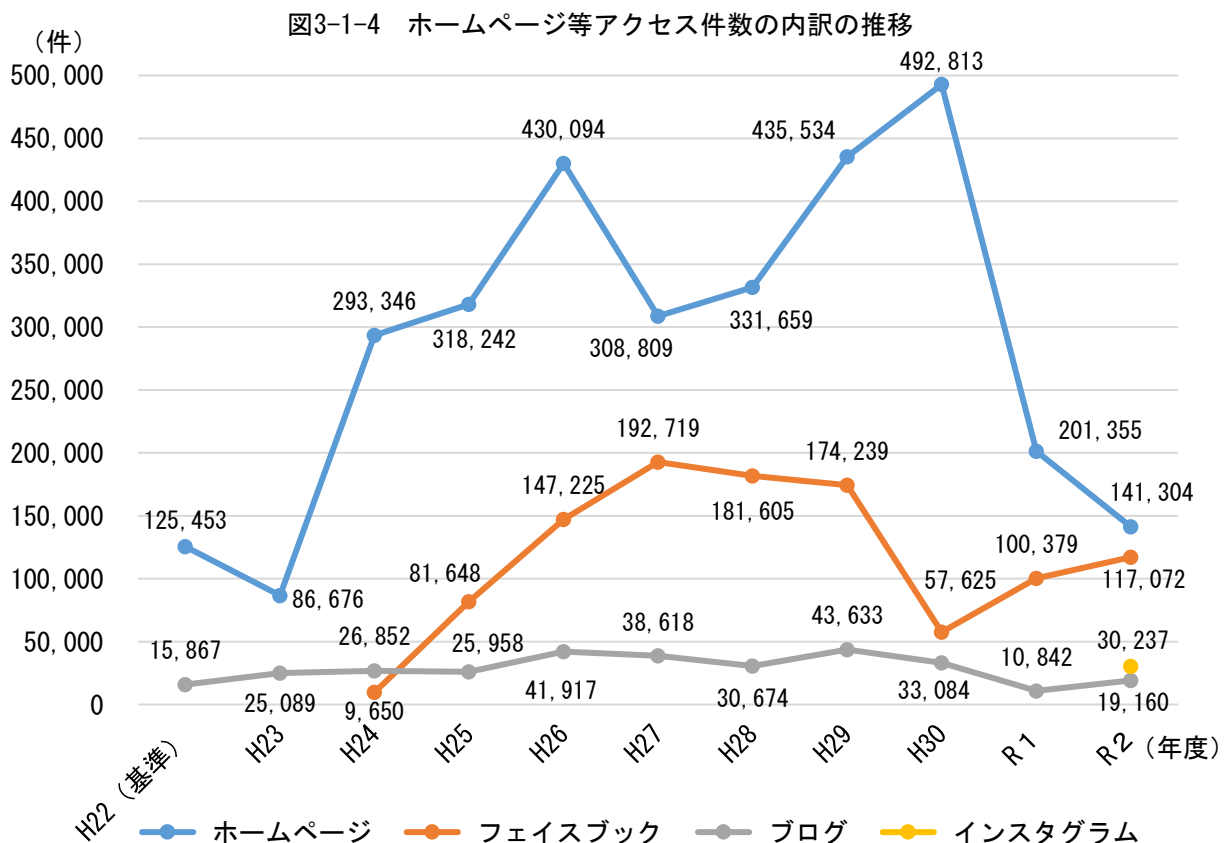
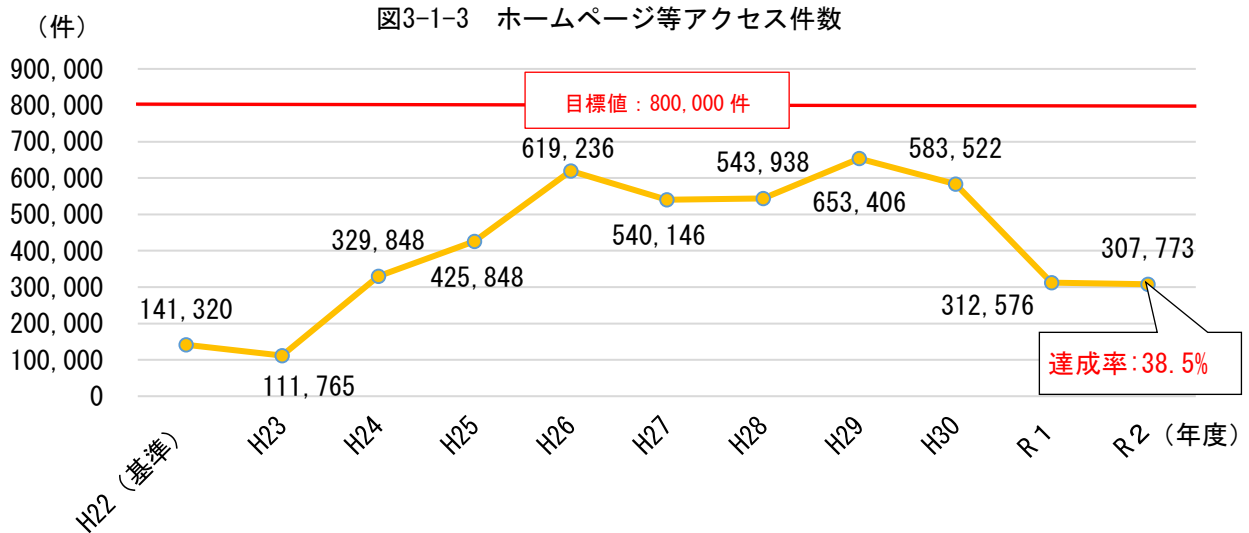
令和2年度の目標値の3万人に対し、令和2年度の観光案内所来場者数は、5,551人で、達成率は18.5%となっており、新型コロナウイルス感染拡大による観光の自粛の影響により大幅に減少しています。



ウ 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。

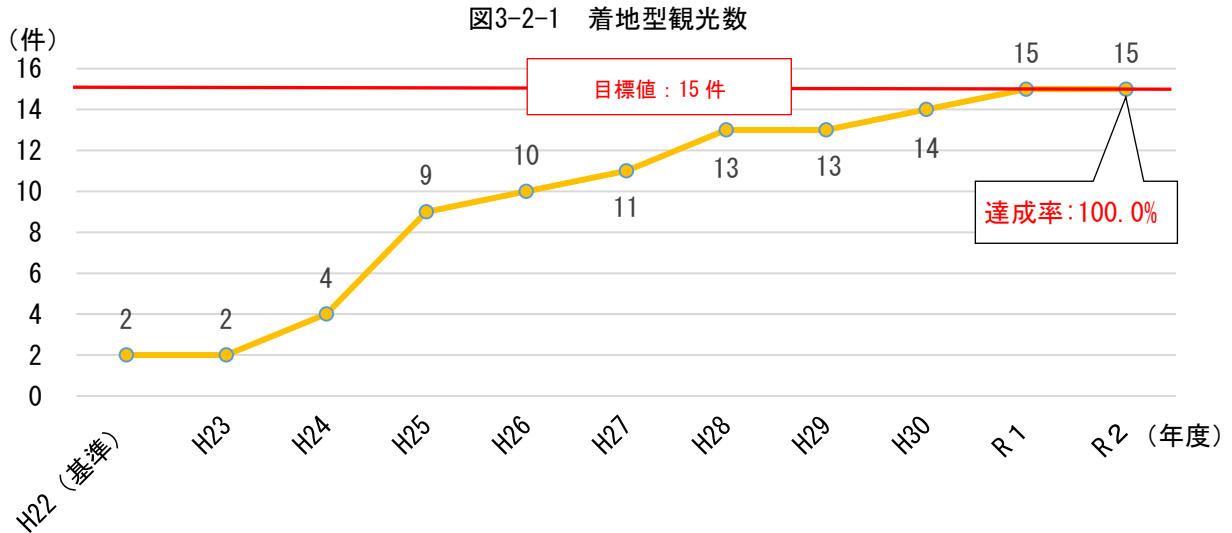
※ ホームページ等アクセス件数：市のホームページ「観光」分野へのアクセスと袋井市観光協会のホームページ、フェイスブック、ブログ、インスタグラムへのアクセス数の合計



(2) 基本施策別取組指標の達成状況

ア 着地型観光数（平成 22 年度からの累計）

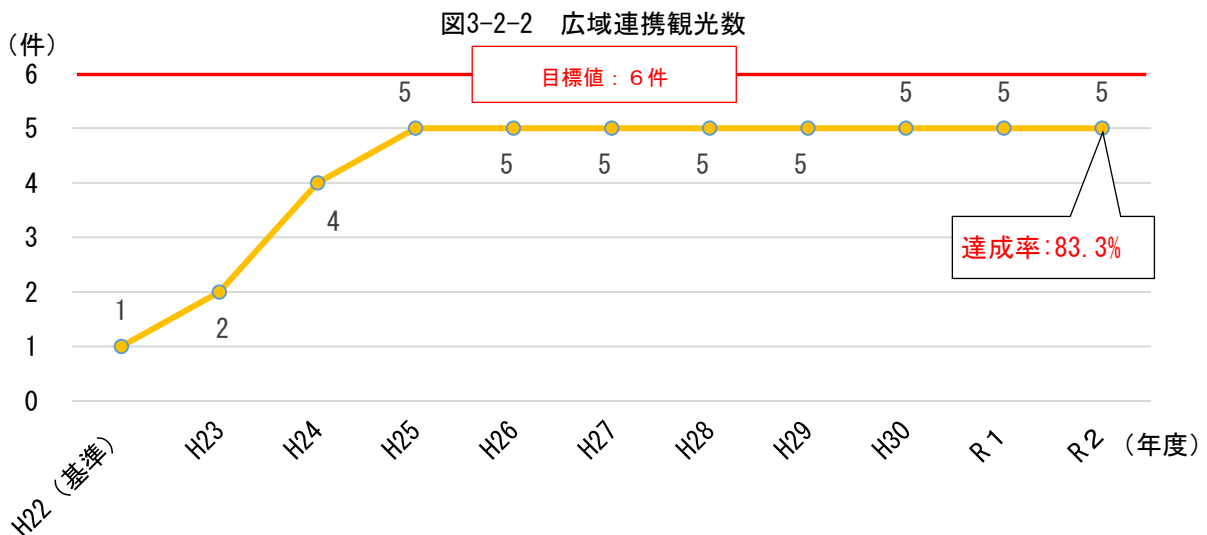
令和 2 年度の目標値の 15 件に対し、令和 2 年度までの件数（累計）は 15 件であり、達成率は 100.0%となっています。



※ 着地型観光：地域独自の観光資源を活用した観光プランで観光客を呼び寄せるスタイルの観光、「可睡齋ひなまつり」、「遠州三山風鈴まつり」、「ふくろい夜宵プロジェクト」などが対象

イ 広域連携観光数（平成 22 年度からの累計）

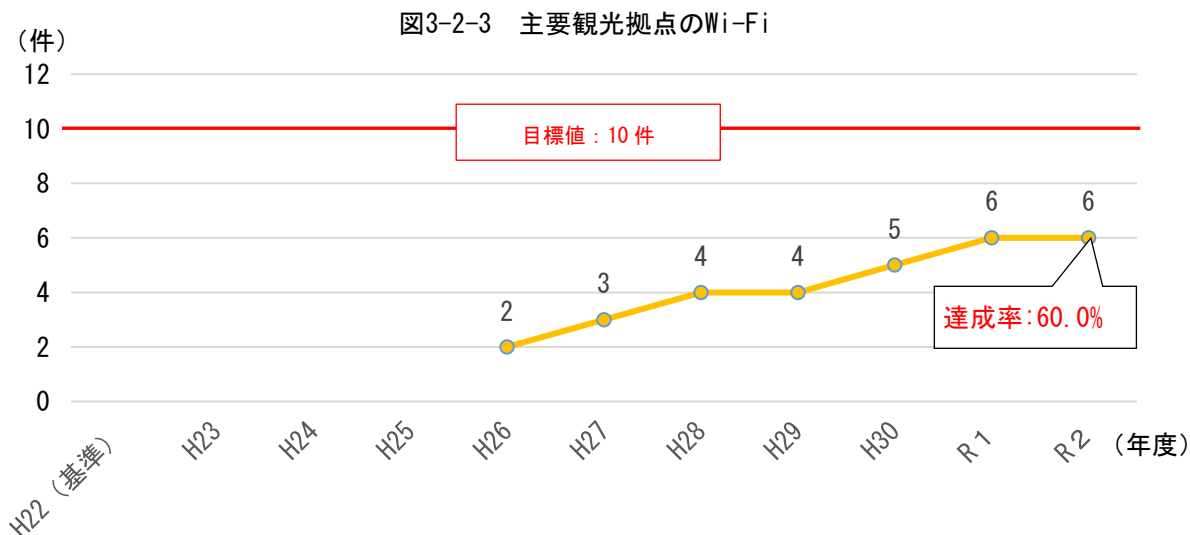
令和 2 年度の目標値の 6 件に対し、令和 2 年度までの件数（累計）は 5 件であり、達成率は 83.3%となっていますが、基準年度（平成 22 年度）の 1 件からは増加しています。



※ 広域連携観光：地域の魅力ある観光資源を広域的にネットワーク化することで新たな魅力を加えた観光プランで観光客を呼び寄せるスタイルの観光、「エコパグルメスタジアム」や「ゆるゆる遠州ガイドライド」などが対象

ウ 主要観光拠点のWi-Fi 設置数（平成 26 年度からの累計）

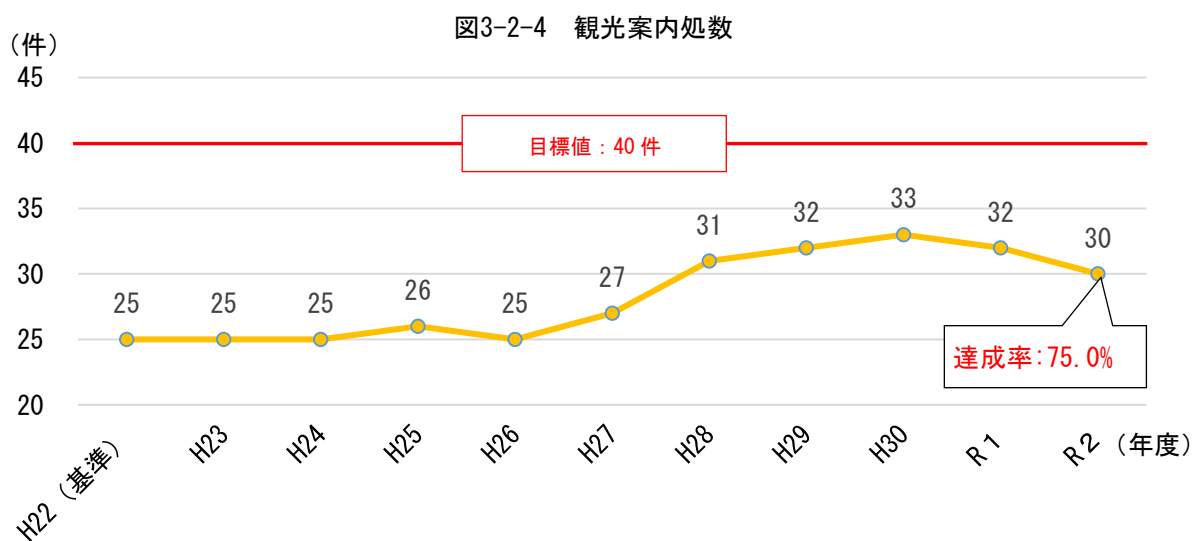
令和 2 年度の目標値の 10 件に対し、令和 2 年度までの件数（累計）は 6 件であり、達成率は 60.0% となっていますが、数値を取り始めた平成 26 年度の 2 件からは増加しています。



※ Wi-Fi設置施設：観光案内所、月見の里学遊館、可睡齋、法多山、東海道どまん中茶屋、遠州和の湯

エ 観光案内処数

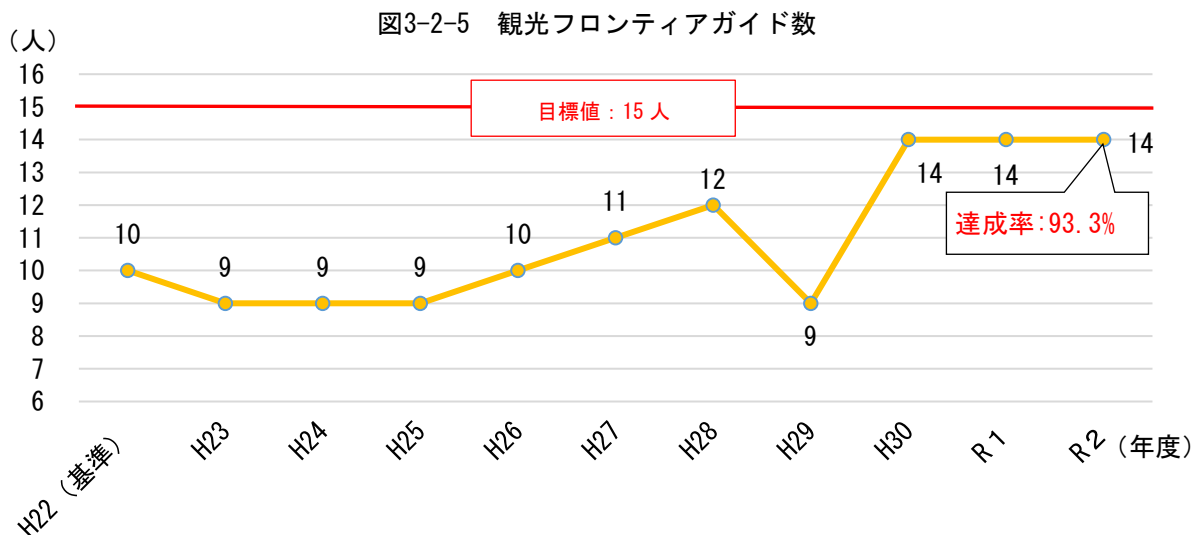
令和 2 年度の目標値の 40 件に対し、令和 2 年度の件数は 30 件であり、達成率は 75.0% となっていますが、基準年度（平成 22 年度）の 25 件からは増加しています。



※ 観光案内処：袋井市を訪れる観光客に市内及び近隣市町の観光スポットへの観光案内を行っている事業所や商店など

オ 観光フロンティアガイド数

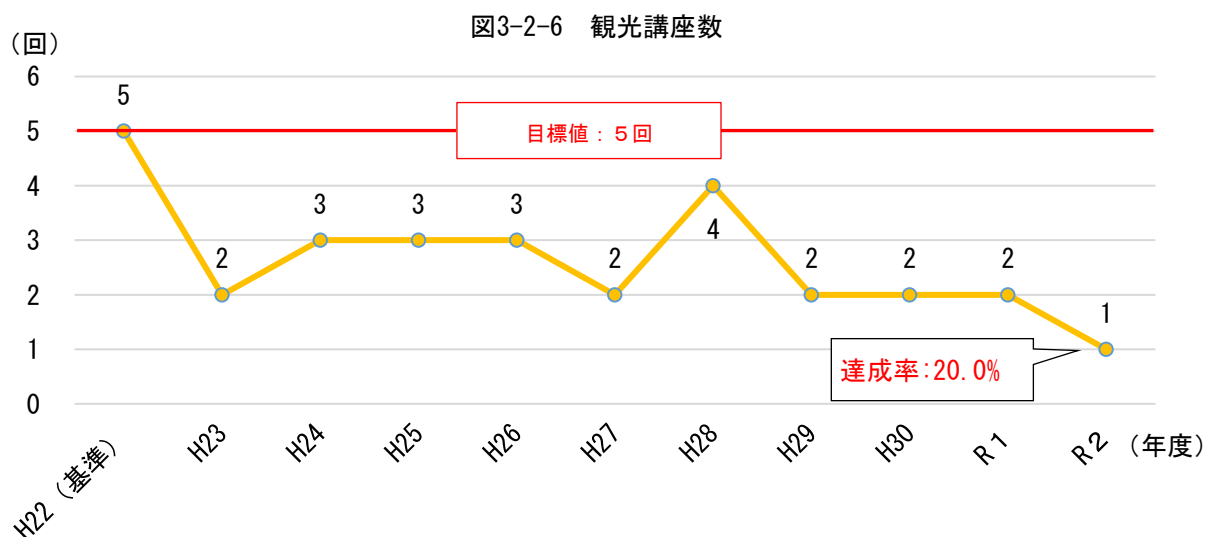
令和2年度の目標値の15人に対し、令和2年度の人数は14人であり、達成率は93.3%となっていますが、基準年度（平成22年度）の10人からは増加しています。



※ 観光フロンティアガイド：袋井市を訪れる観光客にボランティアで観光ガイドを行っている者

カ 観光講座数

令和2年度の目標値の年間5回の開催に対し、令和2年度は1回の開催であり、達成率は20.0%となっています。



※ 観光講座：市民や事業者、地域団体などの観光担手のレベルアップを図るために、観光協会または市が主体となり実施する講座

4 見直し方針

前期計画（平成28年度～令和2年度）においては、国の観光立国推進基本計画が目指したインバウンド観光（訪日外国人）の推進が成果を上げる中、本市でも「可睡齋ひなまつり」や「遠州三山風鈴まつり」などの観光コンテンツの造成を図り、令和元年度の観光レクリエーション客数は約472万人/年、宿泊客数は約7万人/年と長期的に見ると増加傾向にあり、令和元年度に実施した「袋井市観光実態分析調査」では、遠州三山を訪れる観光客は、リピーターが多いことが明らかとなり、テーマとなっていた「リピーターとファンづくり」にも一定の成果が挙がりつつあります。

しかし、令和2年に入り、これまで国内の訪日外国人旅行者が急増していた中、新型コロナウイルス感染症拡大に伴う人流の抑制による旅行者数の急減といった前例のない局面に陥り、「マイクロツーリズム（近場の観光）」や「ワーケーション」といった新たな観光形態が生み出されました。

また、「関係人口」や「トキ消費」といった新たな観光キーワードの出現や県を中心とした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する動きなど、観光を取り巻く環境は変化しています。

こうした状況において、本市の観光の現状を改めて確認すると、観光レクリエーション客数は県内で8位と上位に位置していますが、宿泊客数は29位と下位に位置しています。

また、本市全体の観光客の4割、主要観光スポットである遠州三山の観光客の9割が日帰り客であり、日帰り観光客一人あたりの旅行消費額単価は国内平均及び県内平均よりも低い状況にあります。

本市の観光は、歴史的資源である「遠州三山」と、イベント等の集客拠点である「小笠山総合運動公園（エコパ）」を訪れる来訪者が多く、スポット訪問が主要な観光形態となっており、これに「法多山厄除だんご」や「たまごふわふわ」といった地域グルメ等が特徴的な地域資源として魅力を発揮し、本市の観光を形成しています。

これからの本市の観光施策の展開については、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す「稼ぐ観光」を推進します。

※ 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

図 4-1 現状と課題の整理

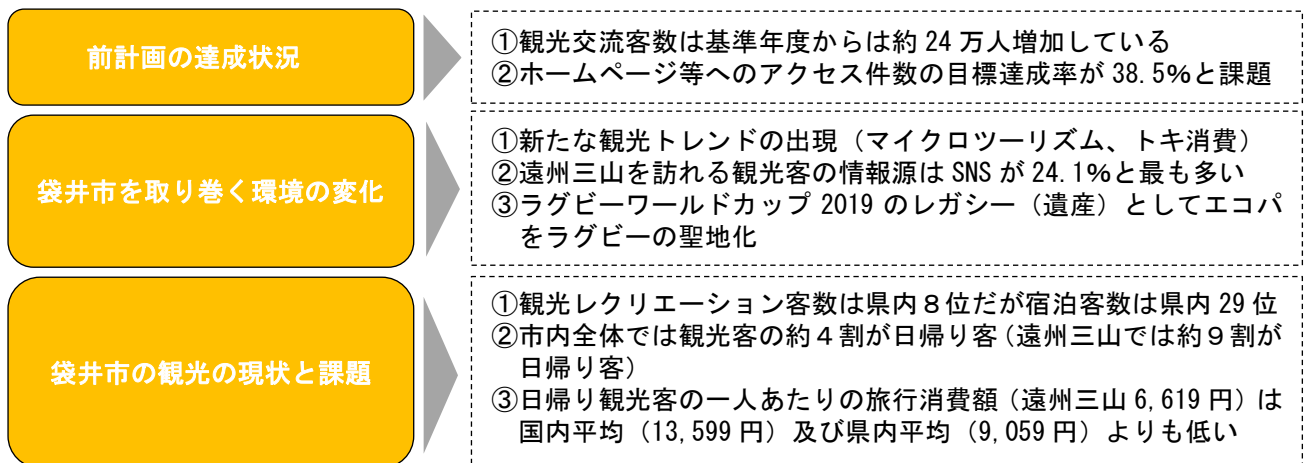
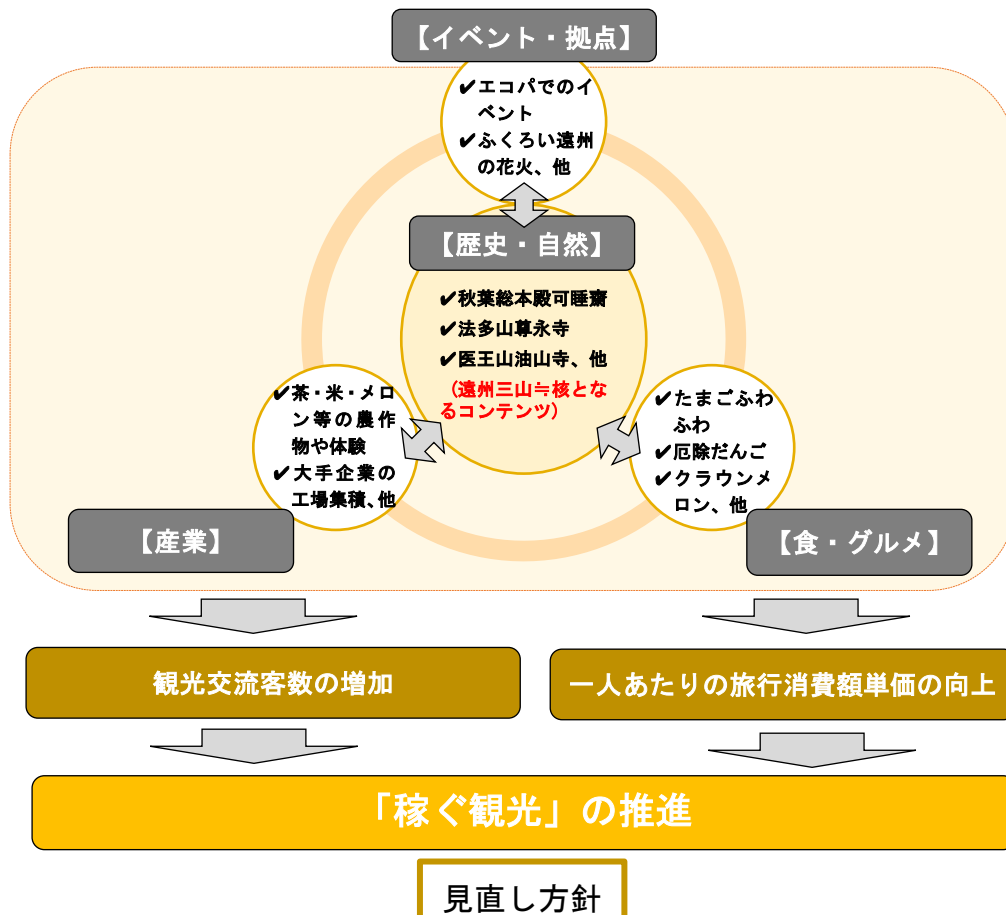


図 4-2 袋井市の観光の全体像



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 施策の展開

平成 28 年度に定めた袋井市第 2 次総合計画 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、後期基本計画改訂後の令和 3 年度以降も本市における最上位の目標に掲げてまちづくりに取り組んでいます。

観光基本計画は総合計画と整合を図り、計画期間を延長していくことから、その根幹となる目指す姿「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」、基本方針となる「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」は継続することとします。

目指す姿や目指す方向、基本方針を踏まえた「基本施策」と「主な取組」、「取組指標」については、前項までの課題や見直し方針を踏まえて見直すこととします。

(1) 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

本市は、遠州灘海岸をはじめ太田川や原野谷川、広々とした田園風景、さらには、遠州三山をはじめとした歴史的・文化的な地域資源に恵まれ、「にぎわいある観光の振興」を進めています。

観光は、「住んでよし、訪ねてよし」が基本です。

本市は、先人たちが守り、育ててきた地域資源をもとに、心とからだの健康はもとより、人もまちも全てが健康で、この地に暮らすみんなが郷土に誇り・愛着を感じ、生活の向上と地域の発展を目指すため「日本一健康文化都市」を都市理念に掲げています。

そのため、本計画は、本市を訪ねる旅行者に、心もからだもまちも“ほっと”“生き生き”する「日本一健康文化都市」である本市を、体感・共感してもらう「健康文化観光」を目指す姿とします。

(2) 目指す方向

リピーターとファンづくり

「近県・県内・近隣」からの観光旅行者が多いのが本市観光の特徴です。

本計画は、これらの特徴を踏まえ、初めて本市に来てくれる人を増やすことはもちろん、訪れた人が「再来」し、「リピーター（常連）」となり、さらに「ファン」になってもらうことを目指します。

※ リピーターとファン：初めて来た人を「一見」、再び来た人を「再来」、繰り返し来た人を「リピーター＝常連」といいます。さらに「また来た」を超えて「また来る」人が、すなわちファンとなります。

(3) 基本方針

基本方針1 袋井（地域）ブランドの活用

袋井（地域）ブランド力を高めるためには、「健康文化都市」の心もからだも、“ほっとする”という都市イメージを鮮明にし、袋井ブランドを高めていきます。

そのために本市の都市イメージ、あるいはクラウンメロンやお茶、米などの特産品、遠州三山をはじめとする神社仏閣、エコパなどの施設のイメージの統一・絞込み、物語性の付与を行います。

また、遠隔地、海外からの旅行者を誘客する広域的な組織が不可欠です。

「静岡遠州観光ネットワーク」、「静岡県遠州観光協議会」などに積極的に参加し、広域的な取り組みをさらに発展させます。

基本方針2 マーケティングの推進

本市の魅力を内外に発信し、「一見」、「リピーター」、「ファン」となってもらうために、総合的、戦略的で、しかも市民・企業・行政による「三位一体」のマーケティングを推進します。

プロデュース力を強化し、他業種、他分野との連携、地域資源の組み合わせなどによる、多彩な観光商品の開発、集客性の高いイベントの開催や地元商品の販売促進等を行います。

さらに、袋井の魅力を発信し、誘客するプロモーション活動を活発化させます。

その一つの手段として、インターネットを利用したパーソナルメディアから新聞・テレビ・雑誌などのマスメディアまでを組み合わせ、有効に使っていく、メディアミックスを行います。

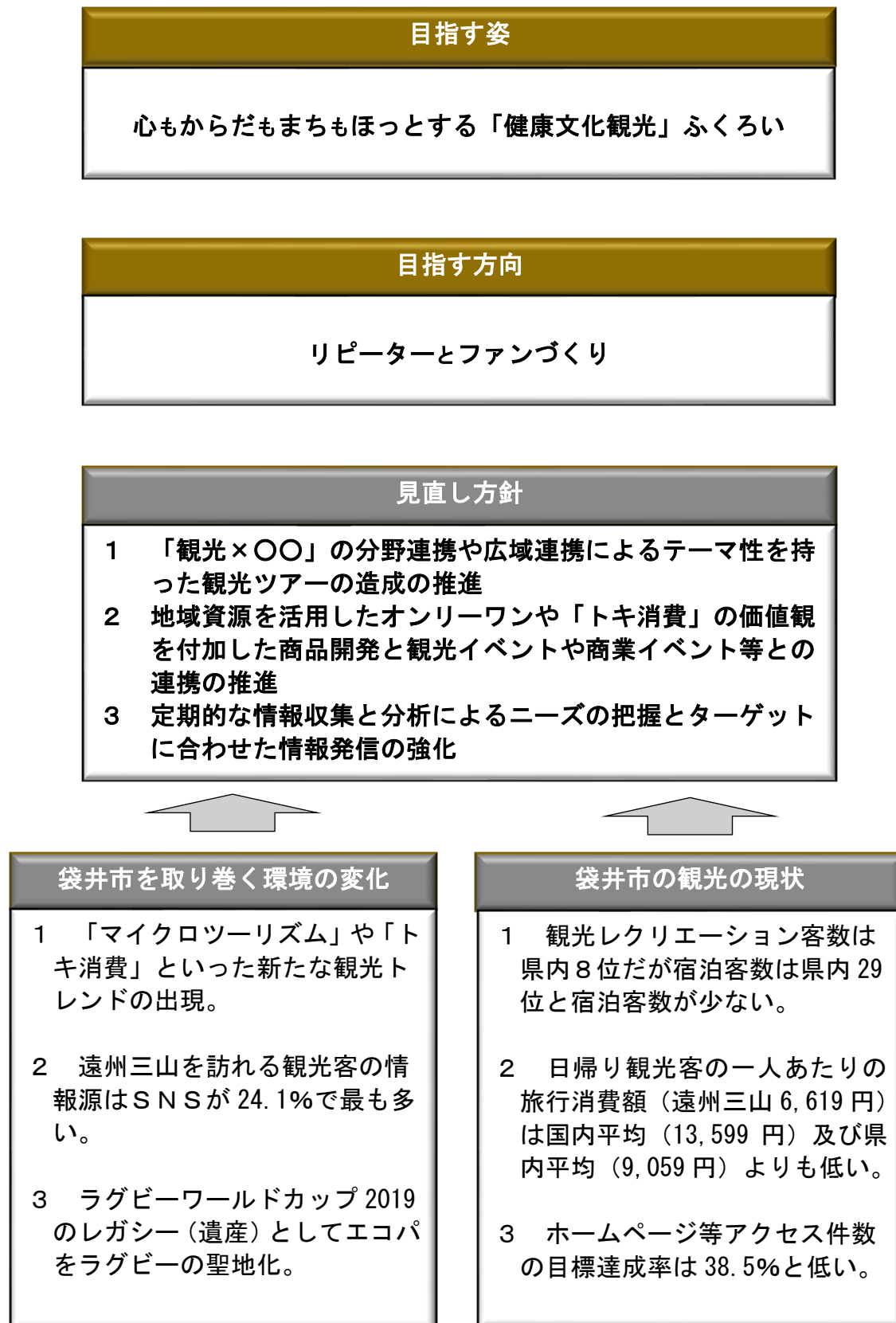
※7 パーソナルメディア：対面状態の2人以上の直接的なコミュニケーションで、手紙、電話、メールなどが含まれます。

基本方針3 担い手の充実と育成

豊かな地域資源を磨き、内外に発信し、訪れた観光旅行者を受け入れ、おもてなしする個人や組織等、担い手の充実と育成に取り組みます。

担い手組織の中核となる袋井市観光協会の法人化の検討を進めるなど、さらなる充実を目指します。

(4) 施策体系図



基本方針

基本施策

1 袋井(地域)ブランドの活用

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 マーケティングの推進

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 担い手の充実と育成

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

(5) 基本施策と主な取組

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】

「稼ぐ観光」の推進に向けては、観光交流客数を増やすことが必要であり、既存の観光資源の磨き上げに加えて、テーマ性を持ったツアー等の造成に取り組んでいくことが必要となります。

このことから、近隣自治体との連携による「遠州三山+α」ツアーの造成やラグビーワールドカップ2019のレガシー（遺産）として、エコパを中心としたスポーツ施設と宿泊施設が連携したスポーツ合宿の誘致、「海」や「花」などの自然や地域資源を活かしたツアーの造成などを推進します。

【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を行うとともに、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、エコパのラグビー場や「さわやかアリーナ」などのスポーツ施設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

近隣市町などとの広域連携により、海や花などの自然や東海道などの地域資源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する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。

※ 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】

「稼ぐ観光」の推進に向けては、観光客一人あたりの旅行消費額を増やすことが必要であり、地域資源を活かしたオンリーワンの観点や期間限定などの「トキ消費」によるプレミアム感を付加価値とした新たな土産物などの商品開発と観光客が市内での消費を増やすための商業イベント等との連携強化が必要となります。

このことから、地域資源の活用やテーマ性を持った観光イベントとの連携などによる新たな商品の開発支援を推進するとともに、「遠州三山風鈴まつり」などの観光イベントやエコパでのスポーツ・文化イベントと商業イベントなどとの連携を推進し、観光客の旅行消費額の向上を図ります。

【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。

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】

観光交流客数の増加や一人あたりの旅行消費額を向上させるためには、観光客の年齢、性別、旅行形態、旅程、消費動向などのデータ収集と分析が必要であり、それを基にしたターゲット設定とP D C Aが必要です。

このことから、観光客への踏み込んだニーズ等の調査を関係する事業者・団体などと連携して実施し、観光実態データの定期的な収集と分析を推進します。

【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】

観光客の情報源は、インターネットなど特にSNSへ移行していることから、SNSへの情報発信を強化し、パーソナルメディアと組み合わせながらターゲットに合わせた効果的な情報発信をする必要があります。

このことから、最新のトレンドであるSNSの効果的な活用と観光協会のホームページ等と連携した情報発信体系の構築、フォロワー数の多いユーチューバーの活用など情報発信力を強化します。

【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】

「稼ぐ観光」に繋がる地域資源の磨き上げや新たな価値の創出には、観光協会の活性化が必要であり、企業、商業者、農業者、ボランティア、専門人材などの様々な担い手が観光協会へ参画し、活発に活動することや、観光協会の法人化、近隣市町との広域連携などにより観光協会の体制の強化を図る必要があります。

このことから、観光協会への様々な担い手の参画をさらに促し、観光協会の会員数を増やすことで体制の強化を図るとともに、中遠地域へのDMO設置による体制強化について、近隣市町と研究を行います。

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

【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】

地域の担い手には、企業、商業者、農業者、ボランティアなど様々な担い手があり、それぞれの主体が、それぞれの考えや方法で本市観光を支え発展させていく必要があります。

このことから、地域の多様な担い手を確保するため、企業、商業者、農業者、ボランティアなどに加えて、学生をはじめとする若い世代などの新たな担い手を発掘し育成を図ります。

【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。

(6) 重点的な取組

本計画において、既存の観光資源の磨き上げに加え、次の2つの取組に重点的に取り組めます。

ア 地域資源を活かしたテーマ性のある観光ツアーの開発

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】

イ 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等が連携した「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



【RWCテストマッチでの愛野駅前の出店】



【特産品開発：クラウンメロン甘酒】



【期間限定：厄除け氷】

(7) 取組指標

本計画の数値目標を以下のように設定します。

	指標名称	現状値 (令和元年度)	目標値 (令和7年度)	目標値の設定根拠等
1	観光交流客数 (千人/年) ※総合計画指標	4,784	5,000	新型コロナウイルス感染症の影響を考慮し、令和5年度までに令和元年度現状値までの回復を見込み、令和6年度以降は、インバウンドや今後新たに取り組むツアーの造成などの推進の効果を10万人/年見込んで目標値を設定。
2	ホームページ等の アクセス数 〔観光関係〕 (件/年) ※総合計画指標	312,576	563,000	令和元年度実績を基準に市ホームページ観光関係及び観光協会のホームページ、フェイスブック、ブログに加えて、インスタグラムやツイッター等の活用による情報発信の充実等により5万件/年を見込んで目標値を設定。
3	外国人宿泊客数 (人/年) ※総合計画指標	7,019	10,000	新型コロナウイルス感染症の影響を考慮し、令和5年度までに令和元年度現状値までの回復を見込み、令和6年度以降は、インバウンド需要の回復を1,500人/年見込んで目標値を設定。
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	遠州三山を訪れた日帰り観光客一人あたりの旅行消費額単価における土産物・買い物・飲食代の合計金額を、県内(県外客対象)平均の合計金額以上とすることを旨として目標値を設定。

(8) 計画の実現に向けて

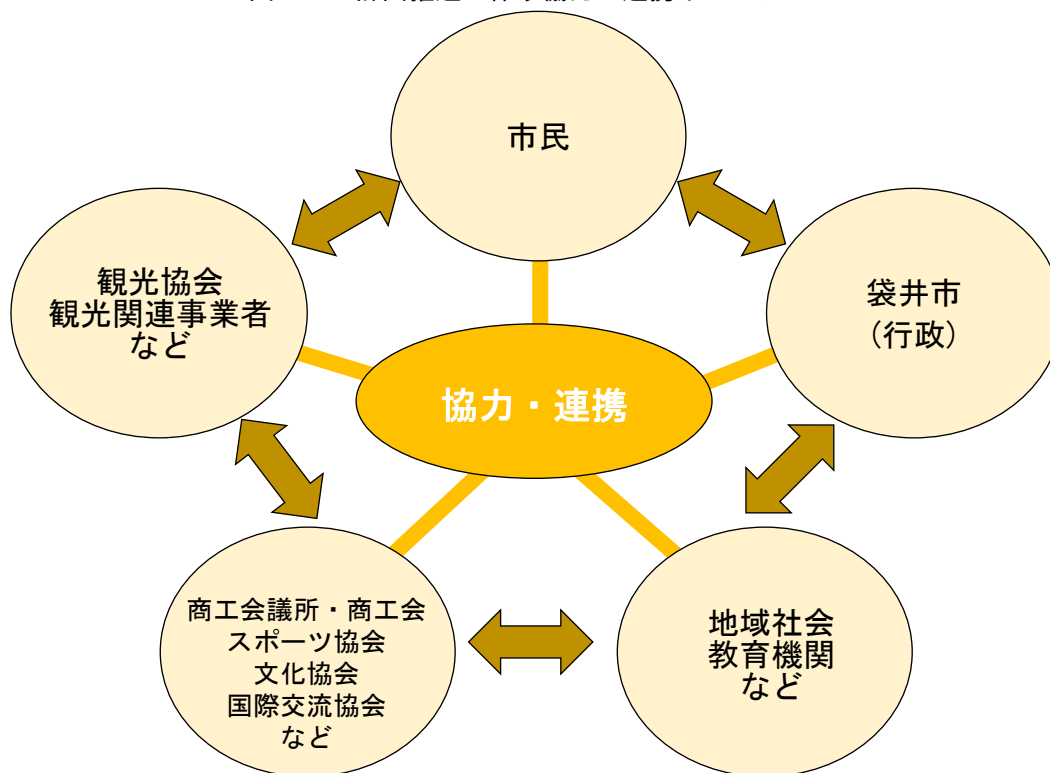
ア 事業の取組方法

本市は、市民と行政のパートナーシップによるまちづくりを推進しており、事業を推進していくためには、行政はもとより、観光協会を中心とした観光関係団体と、商工会議所、商工会、スポーツ協会、文化協会、国際交流協会をはじめとした各種団体に加え、市民、地域社会、教育機関などが協力・連携を図ると同時に、それぞれが主体的な観光振興の担い手となって取り組むことが必要です。

さらには、個人や組織の担い手それぞれが、本市の観光の向かうべき方向性を共有し、その実現に向けて協調していくことが大切です。

これらを踏まえ、観光協会を中心とした関係機関との連携を密にし、着実な事業展開を図っていきます。

図 5-1 計画推進に伴う協力・連携イメージ



イ 計画の進捗管理

本計画に基づく取組指標、諸施策については、観光協会や関係団体等との意見交換により、進捗管理、事業効果の検証を行うとともに、各個別の取組については、社会情勢の変化や財政状況を踏まえながら、事業の効果や優位性を精査する中で、各団体と協力、連携して着実な事業展開を図ります。