島田市観光戦略プラン
2021 - 2026

概 要 版

静岡県島田市

SHIMADA

SHIMADA CITY
TOURISM
STRATEGY
PLAN

2021.1 - 2026.3

島田市

概 要 版

観光戦略プラン

はじめに

本市が、観光による地域経済活性化を目指し、観光戦略の策定に着手したのは、平成から令和へと時代が移ってすぐのことでした。

目下、我が国が抱える人口減少や超高齢化という課題に対し、観光が地方創生の切り札として成長戦略の柱に位置付けられ、各地方が競い合うように観光振興に注力していたときです。

その後、策定期間中に発生した新型コロナウイルスは、今なお脅威として世界中を席巻し、私たちの生活をはじめ、観光を取り巻く環境を激変させています。現在、観光による地域経済の活性化を論じるには、余りに厳しい状況と言わざるを得ません。

それでも時代は前へと進み、このコロナ禍を経て、社会は大きく様変わりしていきます。新型コロナウイルス感染症が終息した後、本市、本地域が飛躍できるよう、最善の準備を整えておくことが、今の私たちに課せられた使命であります。

そのため私たちは、地域の力を束ねる戦略が、今こそ必要であるという強い熱意をもって策定作業に取り組んでまいりました。そして今回、その想いを込めた「島田市観光戦略プラン」を完成させることができました。

今般のコロナ禍においては、デジタルの有用性が特に注目されており、今後、社会のあらゆる分野でデジタルシフトが加速度的に進みます。

本市では、2019 年 11 月に、他の自治体に先駆けて「デジタル変革（デジタルトランスフォーメーション）宣言」をしました。本戦略プラン策定においても、デジタルの活用を重視しています。

今後は、デジタルによって可視化される様々な情報をマーケティングに活用し、本戦略プランを実効力のあるものとして、稼ぐ仕組みと脅威に負けない強さを備えた観光地域を実現してまいりたいと考えております。

結びに、本戦略プラン策定協議会委員の皆様、そして交流会等にて積極的な御意見、御提言を賜りました多くの皆様に心より感謝を申し上げます。

2021 年 1 月

島田市長　染谷絹代

観光戦略プランの全体像

策定趣旨

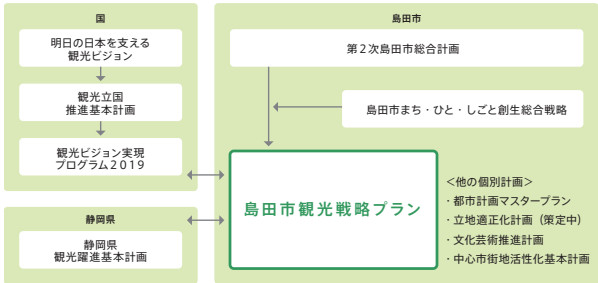
人口減少社会への適応のため、経済活性化策として観光施策に寄せられる期待が高まる中、新型コロナウイルス感染症の世界的な蔓延により「新しい生活様式」という大きな変革がもたらされ、観光施策も変化を余儀なくされています。とりわけ、デジタルシフトの加速が叫ばれるようになり、デジタル活用を見据えた観光施策が求められています。これまでのように国内外から地域への誘客を促進し、観光消費の拡大を追求するだけでなく、多様化する観光ニーズに対応し的確に効果を上げる必要があり、これらに加えて観光客と地域住民、双方の安全・安心の上に成り立つ観光地域づくりを実現していかなければなりません。

こうした中、効果的なマーケティング手段としてデジタルマーケティングを導入し、本市がどのような観光地域を目指し、訴求していくのかを改めて確認したうえで、本市及びその周辺の地域資源が有効に作用するターゲットを明らかにし、効果的・効率的に観光施策を進めていくための具体的な事業、取組を体系化した「島田市観光戦略プラン」を策定します。

策定方針

本市観光を取り巻く現状と、本市が有する観光資源の価値を改めて見直し、狙うべきターゲット群を明確にすること、そして彼らの動向を分析して、より現実的で効果的な取組を計画立案すること、さらにこれらの取組の投資効果や進捗状況を把握していくことで実現性と継続性を備えた戦略とすることを策定方針とします。

観光戦略プランの位置づけ



計画期間

令和３年（2021年）１月から令和７年度（2025年度）までとします。

計画の構成

第１章
本市観光の現状、課題と可能性

- 観光動態と認知状況
- 地元観光事業者・関係者による現状と課題認識
- 観光資源と地域資源の現状
- 市場性の確認

第２章
観光戦略ビジョン

- 基本理念の将来像
- ５年後の姿
- 成果指標と目標指標
- 観光戦略の推進における基本的方針
- 戦略フレームの構築
- 基本施略
- アクションプランの作成に向けて

第３章
アクションプラン

- 戦略の体系とマーケティング
- 基本戦略Ⅰ
- 基本戦略Ⅱ
- 基本戦略Ⅲ
- 推進組織（プラッフォーム）
- リーディング・プロジェクト

観光戦略プラン第１章の骨子

本市観光の現状と課題

本市の観光を形づくる要因を割り出し、本市観光の課題を明らかにするとともに、本市が持つ観光の可能性を整理することを目的に、基礎的な調査として実施した「認知度調査」「資源調査」「インターネット調査」、地域の観光関連事業者を対象に開催したワークショップの内容を整理します。

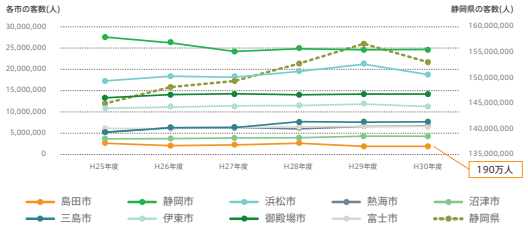
１－１

■観光動態

・静岡県観光交流客に占めるシェア1.2％

・日帰り客が９割を占め、宿泊客を獲得できていない。

図表３　島田市及び県内主要都市における５年間の観光客数推移（年度別）

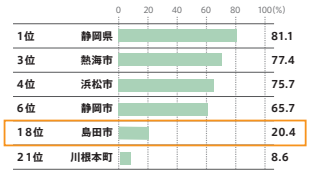


出典：静岡県文化・観光部観光交流局　観光政策課　H30 年度静岡県観光交流の動向

■本市及び観光資源の認知状況

・認知度がない。(県内等21市の中で第18位の認知状況)

図表 14　認知度調査結果



出典：島田市　認知度調査（2019）

克服すべき課題

・観光旅行先として認知されていない。
・観光客一人あたりの消費単価が低い。
・大規模なイベントに集客が限定される。
・本市を訪れる観光客の９割が日帰り客で宿泊を伴わない。
・２次交通の充実、ストレスフリーな環境整備。

１－２

■ヒアリング調査

主な意見をSWOT整理で整理したもの

強み(Strength)	弱み(Weakness)
・恵まれた自然やお茶 ・地元に根付く独自の歴史や文化 ・絶景を見ながらパラグライダーができる ・SL・大井川鐵道 ・島田髷の発祥地はポテンシャルがある	・受け入れ体制の不足、人材不足 ・宿泊施設や食事処の不足 ・観光スポットをつなぐ二次交通の不足 ・豊富な資源があるが、ストーリー性の編集が弱い
機会(Opportunity)	**脅威(Threat)**
・健康志向や体験型観光の人気 ・民泊やアウトドアのブーム ・個人グループ旅行の盛り上がり ・様々な領域でのデジタルシフト	・人口減少による観光の人手不足 ・近隣地域とのお茶・温泉等の競合 ・緑茶を飲む機会の減少 ・箱根、熱海など近隣の老舗観光地の強さ

■ワークショップ

地域を構成する住民としての目線と、事業を営む事業者としての目線で意見を集約

・住民としての意見

島田市の特徴である住みよさ、暮らしやすさの維持、そしてこれを発展させたいという意向が強く、観光振興とのバランスが必要である。

・事業者としての意見

観光資源をより活かし、魅力を高めるべきというコンテンツの訴求力に関する課題や、デジタル化やＩＣＴへの取り組みの推進、ＰＲ活動などの情報発信を強化するべきという意見が強い。

地域住民、事業者の想い

・観光だけでなく、住みよさ、生活のしやすさも重視したい。
・整理したキーワード(強み/発信を強化したいもの)
住みやすさ、安全・安心、豊かな自然、文化背景、美しい地域、お茶のまち、穏やかな気候、訪れやすさ
・整理したキーワード(弱み/改善・克服したいもの)
ストーリー性、世界に向けた情報発信、食のコンテンツ、ICT活用、二次交通の整備、空港の活用、地域住民の協働、事業者間の連携

観光戦略プラン第１章の骨子

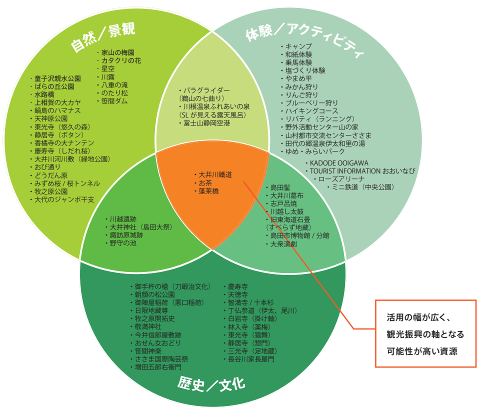
本市の観光を形づくる要因を割り出し、本市観光の課題を明らかにするとともに、本市が持つ観光の可能性を整理することを目的に、基礎的な調査として実施した「認知度調査」「資源調査」「インターネット調査」、地域の観光関連事業者を対象に開催したワークショップの内容を整理します。

１－３

■観光資源の整理

本市及び大井川鐵道沿線に存在する地域資源について、既存のパンフレットやWEBサイト等から約400件を洗い出し、「体験･アクティビティ」「歴史･文化」「自然･景観」で分類

図表 20　主目的となる観光資源の属性分布



■観光資源の集客、活用状況

本市観光資源のうち、現状で集客力の高いものを抽出する。

種類	観光資源	来訪者数
施設	川根温泉「ふれあいの泉」	26万人/年
施設	田代の郷温泉「伊太和里の湯」	20万人/年
施設	大井川鐵道「ＳＬ･トーマス号」	15万人/年
施設	ふじのくに茶の都ミュージアム	11万人/年
資源	蓬莱橋	11万人/年
催事	大井川大花火大会	16万人/年
催事	島田大祭　帯まつり	52万人/年
催事	金谷茶まつり	8万人/年

■観観光資源、地域資源の活用可能性

地域資源の大分類上、取組の軸となる可能性がある観光資源のうち、現状集客につなげられていない川越遺跡、パラグライダー、島田髷などは、そのポテンシャルを生かしきれていない。

１－４

■ターゲティングに向けた調査

･観光資源、地域資源の活用可能性と地域ヒアリングで「強み」と認識されたものを中心に、５つの軸となるコンテンツを選定し、ターゲティング調査を実施した。

⇒結果、SIT（Special Interest Tour）実施者、特に景観や体験系のコンテンツに関心の高いユーザーが本市のターゲティングの対象になる。SIT実施者の方が、SIT非実施者に比べ、旅行消費額が高い。

■目指すべき観光地域としての差別化調査

「各SIT実施者における本市保有コンテンツへの参加意向」と、「本市が魅力的（強み）」と考えるコンテンツを２次元プロットし、領域ごとの考え方を整理した。

領域Ｃ	領域Ａ
「SITニーズが高い」 ×「本市の強みではない」の領域 本市の強みにできるよう、コンテンツの開発･掘り起こしが必要なエリア	**「SITニーズが高い」 ×「本市の強み」の領域** 戦略を推進する上で、中心コンテンツとなり得るエリア
領域D	**領域B**
「SITニーズが低い」 ×「本市の強みではない」の領域 取り組む優先度は低いが、将来的にＢの領域へのシフトが望ましいエリア	**SITニーズが低い」 ×「本市の強み」の領域** コンテンツの磨き上げと、SITニーズの喚起が求められるエリア

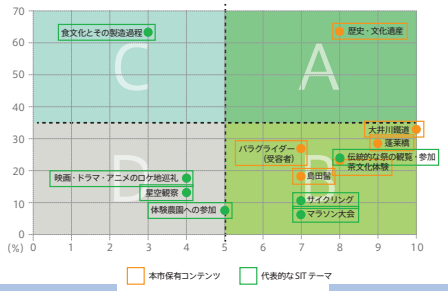
⇒領域Ａに位置づけられる観光資源を中心に活用していくとともに、領域Ｂ及び領域Ｃに位置する観光資源にも着眼して、磨き上げの可能性がある。

観光戦略プラン第1章のまとめ

SITニーズ × 主観的魅力度の整理

「SITニーズが高い」
×「本市の強みではない」の領域
本市の強みにできるよう、コンテンツの開発・掘り起こしが必要なエリア

「SITニーズが高い」
×「本市の強み」の領域
戦略を推進する上で、中心コンテンツとなり得るエリア



「SITニーズが低い」
×「本市の強みではない」の領域
取り組む優先度は低いが、将来的にBの領域へのシフトが望ましいエリア

SITニーズが低い」
×「本市の強み」の領域
コンテンツの磨き上げと、SITニーズの喚起が求められるエリア

観光資源、地域資源 × 活用可能性のある拠点エリアの整理

		①川越遺跡・蓬莱橋	②静岡空港周辺	③賑わい交流拠点	④川根温泉周辺	※共通
SIT分類	歴史/文化	島田市博物館/分館 川越遺跡★ 朝顔の松公園 蓬莱橋(牧之原開拓史) 刀匠島田鶴彰碑 大井神社(島田大祭)	蓬莱橋(牧之原開拓史) 茶の都ミュージアム 諏訪原城跡 旧東海道石畳	新金谷駅(駅舎) 日限地蔵尊 志戸呂焼 大井川葛布	野守の池 三光寺(足地蔵) 五輪菩薩 世間神楽 ささま国際陶芸祭	島田髷(鏡田寺/髪の塚) 御陣屋稲荷(悪口稲荷) 書碑/句碑等史跡(多数) 寺社等史跡(多数) 丁仏参道(伊太、尾川)
	自然/景観	蓬莱橋(景観) 川越し街道(景観) 大井川緑地公園 河原町桜堤防	蓬莱橋(景観) 牧之原大茶園 牧之原公園(夜景) カタクリの花 空港展望広場	童子沢親水公園 大代のジャンボ干支 水路橋 大井川鐵道(SL)	鵜山の七曲り(パラグライダー) 星空、川霧(大井川) 第一鉄橋とSL(川根温泉) みずめ桜、桜トンネル 八重の滝 家山の梅園	ばらの丘公園 どうだん原(どうだんつつじ) 上相賀の大カヤ 鎌島のハマナス 大津谷川桜堤防 帯桜 おび通り
	体験/アクティビティ	蓬莱橋(渡橋) 蓬莱橋(和装) 蓬莱橋(観月会) 川越し街道(和装) 川越し街道(和菓子バル) リバティ(ランニング) 大衆演劇	富士山静岡空港★ 牧之原大茶園(散策) 茶の都ミュージアム 茶農家体験、茶工場見学 蓬莱橋(渡橋) ゴルフ場 ブルーベリー狩り	KADODE OOIGAWA★ おおいなび りんご狩り 志戸呂焼体験 茶農家体験、茶工場見学 大井川葛布工房見学、体験	川根温泉★ パラグライダー ブルーベリー狩り キャンプ 乗馬体験 茶の間、茶室、煎茶体験 塩づくり体験 山村都市交流センターささま	島田髷(結い上げ体験) ローズアリーナ(ミニ鉄道) 田代の郷温泉 島田ゆめ・みらいパーク 野外活動センター山の家 旧・農産物加工体験施設やまゆり みかん狩り やまめ平 工場見学(市内企業)
共通	食(グルメ)	蓬莱橋897.4茶屋 和菓子/和菓子バル(小饅頭、黒奴ほか) 帯うどん	富士山静岡空港★ お茶(茶商、自園農家) 蓬莱橋897.4茶屋 石畳茶屋	KADODE OOIGAWA★ おおいなび お茶(茶商、自園農家)	お茶(茶商、自園農家) 抹茶たいやき 川根大福 お茶羊羹 幻の塩ラーメン	お茶(茶商、自園農家) 和菓子、日本酒、そば さくら飯 神座みかん 伊太の梅
	宿(宿泊)	川越し街道(リノベーション)★	東名吉田IC周辺ホテル 東名吉田IC周辺旅館	民泊施設	川根温泉ホテル★ ふれあいコテージ★ 民家民宿 キャンプ 山村都市交流センターささま	JR島田駅前ホテル、旅館 ペンション、民泊施設 野外活動センター山の家

磨くべき可能性

- 島田市の観光の軸が大井川流域であること。
- 個々の観光資源、地域資源には他にはない独自性や付加価値といった魅力がある。
- 抽出した観光資源を組み合わせターゲットを定めたうえで訴求していく必要があり、狙うべき市場はSITニーズにある。

拠点エリアの活用可能性として･･･

①川越遺跡･蓬莱橋
⇒歴史、文化を守り、活用するエリア
②静岡空港周辺
⇒空港を核として賑わいを創出するエリア
③賑わい交流拠点
⇒交通結節点として訪客を出迎え、地域回遊を促すエリア
④川根温泉周辺
⇒豊かな自然を活用したアドベンチャーエリア
※エリア外共通
⇒各拠点エリアとの連携が可能で、SITニーズに応える際、一体的に活用できる資源

観光戦略プラン第２章の骨子

観光戦略プランを推進する上で、本市の観光地域づくりの基本理念と、目指す将来像、５年後の姿を定め、第１章で明らかになった課題を克服するとともに、観光資源の活用可能性を最大限生かすべく、マーケティング思考に基づいた、見据えるべき３つの視点を掲げています。

地域住民、事業者の想い

・観光だけでなく、住みよさ、生活のしやすさも重視したい。

・整理したキーワード（強み/発信を強化したいもの）
住みやすさ、安全・安心、豊かな自然、文化背景、美しい地域お茶のまち、穏やかな気候、訪れやすさ。

・整理したキーワード（弱み/改善・克服したいもの）
ストーリー性、世界に向けた情報発信、食のコンテンツ、ICT活用、二次交通の整備、空港の活用、地域住民の協働、事業者間の連携。

基本理念

1 地域と共に「観光で稼ぐ」地域を実現するため、地域の事業者を育て、連携・支援し、消費機会の創出と拡大を図る。
2 培われた歴史や文化、豊かな自然を未来につなぐとともに、地域資源に新たな価値を付加し、地域ならではの魅力を創造する。
3 市民にとって暮らしやすさと訪客の過ごしやすさを両立させ、双方にとって望ましい観光地域を創る。

目指す将来像

初めて来ても懐かしく、何度来ても新しい島田
～“ようこそ” と “ただいま” が呼応する大井川流域へ～

克服すべき課題

・観光旅行先として認知されていない。
・観光客一人あたりの消費単価が低い。
・大規模なイベントに集客が限定される。
・本市を訪れる観光客の９割が日帰り客で宿泊を伴わない。
・２次交通の充実、ストレスフリーな環境整備。

磨くべき可能性

・島田市の観光の軸が大井川流域であること。
・個々の観光資源、地域資源には他にはない独自性や付加価値といった魅力がある。
・抽出した25コンテンツを組み合わせターゲットを定めたうえで訴求していく。
・狙うべき市場はSITニーズにある。

見据えるべき３つの視点【KPI】

Ⅰ.認知度の向上	・サイト閲覧者数 ・ＳＮＳフォロワー数 ・メディア露出件数
Ⅱ.観光消費の拡大	・観光商品掲載件数 ・観光消費単価
Ⅲ.受入環境の整備	・ＧＭＢ登録事業者数 ・地域事業者の意識 ・観光ガイド活動件数

３つの基本戦略

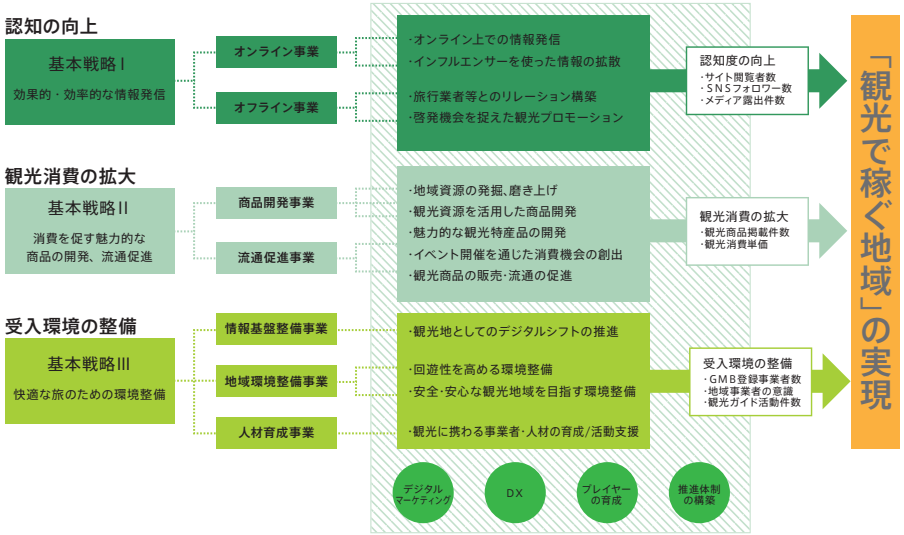
Ⅰ.効率的・効果的な情報発信
Ⅱ.消費を促す魅力的な商品の開発、流通促進
Ⅲ.快適な旅のための環境整備

ＤＣＡＴＳの視点
Dream/Consider/Activate/Travel/Share

４Ｐの視点
Product/Price/Place/Promotion

観光戦略プラン第３章の骨子

３つの視点を踏まえ、「効果的・効率的な情報発信」「消費を促す魅力的な商品の開発、流通促進」「快適な旅のための環境の整備」の３本を基本戦略に、「観光で稼ぐ地域」の実現に向けて、計画期間に実施する事業をアクションプランとして示します。



戦略プラン第３章の骨子①「効果的・効率的な情報発信」

基本戦略Ⅰでは、観光地としての認知度を向上させることを目的とした事業や取組を展開していきます。オンライン上のトリプルメディアを活用した取組を実施することに加え、旅行会社やメディア等へのプロモーションやPRなどでは、相手方と地域の関係構築を重視し、従来以上に地域事業者との連携を強化して、営業訪問等のPR活動に取り組んでいます。

事業内容	1年目	2年目	3年目	4年目	5年目	6年目
①オンライン上での情報発信 ・本戦略プランに基づく観光消費を促す「オンライン上の拠点サイト」を構築する。 ・広告動画や検索連動型広告を継続的にオンライン配信し、認知の獲得を目指すとともにオンラインサイトへの効果的な誘導を図る。	拠点サイトにおけるビジュアル、ストーリーを重視した情報発信、観光商品の販売	コンセプトブックの作成 動画広告配信（国内向け）	リターゲティング広告配信（国内向け）			
②インフルエンサー等を使った情報発信 ・ファムトリップに取り組み、インフルエンサーやKOLによる情報発信・拡散を促す。 ・本市の観光商品に関心のある人を対象にモニターツアーを開催し、SNSでの発信を促す。		インフルエンサー等を活用したファムトリップの催行 モニターツアーの催行	インフルエンサー広告配信			
③旅行業者等とのリレーションシップの構築 ・BtoBの取組として、会社訪問による営業やPR活動を通じ、旅行業者等とのリレーションシップ構築を推進する。 ・広域連携によるスケールメリットを生かし、海外の旅行業者等にも営業活動を展開する。	旅行業者、メディア会社への訪問営業（観光協会、広域連携組織との協力） 観光商談会や物産フェアへの出展 広域連携による就航先等への営業活動					
④啓発機会を捉えた観光プロモーション ・流行に沿うテーマ性を有する観光資源、または他地域との差別化が可能な観光資源について、全国的なイベントやコアなファン向けのプロジェクト事業等に参加し、SITの認知獲得を図る。	愛好者等に対するプロモーションの展開 本市に所縁のある他地域の催事等と連携した、現地プロモーションの展開 大井川流域のサイクルツーリズムの展開					

観光戦略プラン第３章の骨子②「消費を促す魅力的な商品の開発、流通促進」

基本戦略Ⅱでは、地域の観光消費を拡大させることを目的とした事業や取組を展開していきます。多様な地域資源をターゲットニーズに沿って観光資源として磨き上げ活用すること、特色あるイベントの開催を通じ消費機会を創出することなどにより、地域消費の拡大を図る。地域事業者が主体的に取り組めるよう、コーディネーターの派遣等、必要な支援を展開します。

事業内容	1年目	2年目	3年目	4年目	5年目	6年目
①地域資源の発掘、磨き上げ事業 ・潜在価値を有しながら埋もれている地域資源をターゲットニーズを満たすものへと磨き上げを行う。 ・本市での観光を楽しみ、何度も訪れたいと思わせるコンテンツの充実を図る。	蓬莱橋左岸側整備	モニターツアー等の実施 国交省静岡河川事務所と連携して進める蓬莱橋右岸側整備（第２期かわまちづくり計画）	既存プロダクトのブラッシュアップ			
②観光資源を活用した商品開発事業 ・地域事業者が主体的に商品開発に取り組むためのガイドラインを策定する。 ・ターゲットニーズを把握しながら商品を造成する。 ・観光商品の高付加価値化を目指す	主要プロダクトの造成 地域自走による観光商品開発体制の構築	地域事業者を対象としたｾﾐﾅｰ、WSの開催				
③イベント開催を通じた消費機会創出事業 ・各種イベント機会を捉え、特別感のある観光コンテンツを併せて提供し、体験してもらうことでさらなるファンの獲得と消費拡大を図る。	各種イベントの企画・催行、イベントにあわせて地域事業者が展開する特別感のある観光商品の情報発信	ママラソン大会を主軸にショートステイプランの企画 プライベートガイドツアーの企画・催行				
④魅力的な観光特産品開発事業 ・島田の特産品を国内外で流通させるため、新たな販売戦略を展開する。 ・消費者ニーズを把握しながら、独自の魅力を備えた訴求力の高い特産品の開発を進める。	各特産品開発の支援、緑茶商品の開発支援、島田の逸品の認定・プロモーション 地域事業者を対象とした研修会等の企画・開催	OTAサイト等への自社商品の登録				
⑤観光商品の販売・流通促進事業 ・観光商品の情報を的確に発信し、情報の取得と同時にストレスなく予約から決済までが可能な仕組みを構築する。	拠点サイトにおける観光商品や特産品の販売 OTAサイトやモール型ECサイト等への自社商品の登録・販売 運営に携わる施設等における観光商品や特産品の販売					

観光戦略プラン第３章の骨子③「快適な旅のための環境整備

基本戦略Ⅲでは、観光客にストレスフリーな旅を楽しんでいただくため、安心で快適な観光旅行ができる環境を整えることを目的とした事業や取組を展開していきます。「新しい生活様式」を前提に、観光施設等の適正な維持管理をはじめ、観光客のデジタルシフトに対応した旅中におけるスムーズな情報取得や多様な決済手段の確保などに取り組んでいます。観光地として本地域を支える事業者や人材の育成に取り組んでいます。

事業内容	1年目	2年目	3年目	4年目	5年目	6年目
①観光地としてのデジタルシフトの推進 ・通信環境の整備や観光情報のオンライン化を推進するともに、キャッシュレス決済の導入を促し、旅行者にとって快適な旅を提供する。 ・デジタルツールの活用により、インバウンド客とのコミュニケーション課題を解決する。	フリーWiFi整備の支援、キャッシュレス決済システムの導入支援					
	自社施設、店舗、サービス等のデジタルシフトの展開					
	観光案内機能やサービスのデジタルシフト					
②回遊性を高める環境整備 ・交通事業者とともに、旅行者の多様なニーズに応える二次交通手段の整備に取り組み、観光客の利便性を向上させると同時に、域内観光資源の面的な活用を図る。	島田金谷IC周辺賑わい交流拠点を核としたマルチモーダルの強化					
	観光タクシーの活用強化や観光周遊パスの導入促進					
③安全安心な観光地域を目指す環境整備 ・「新しい生活様式」を踏まえた新たな観光のステージを見据え、地域住民、観光客、観光産業従業者の安全・安心に配慮した観光地域としての環境を整備していく。	所管する観光施設等の適正な維持管理、「新しい生活様式」を踏まえた対応・対策の徹底					
	拠点サイトやＳＮＳツールを活用した、鮮度の高い域内情報の的確な発信					
	「新しい生活様式」を踏まえた対応・対策の実施					
④観観光に携わる事業者・人材の育成／活動支援 ・観光事業者を対象としたセミナーやワークショップを実施し、観光地域づくりの中核となるリーダーの発掘・育成を目指す。 ・市民の観光マインドの醸成を目的としたセミナーを開催し、市をあげて観光に取り組むための意識の啓発を図る。	観光地域づくりに携わる人材育成（勉強会やワークショップの実施）					
	勉強会やWSに参加し、観光業界トレンドや、事業経営、観光客受入における課題解決手法の取得）					
	ボランティアガイドや通訳ガイドの育成					

概要版

観光戦略プランリーディングプロジェクト※

拠点エリアにおけるコンテンツ整備

①川越遺跡・蓬莱橋エリア

蓬莱橋（蓬莱橋897.4茶屋）

景 歴 **かわまちづくり計画に基づく左岸及び右岸整備（趣のある休憩場所等、滞在空間の整備）**
⇒休憩、滞在＋おもてなし

食 **お茶やスイーツ等おもてなし商品の提供**
■実施主体（プレイヤー）候補
・島田市観光協会（897.4茶屋）
・地域事業者等

中心市街地（催事／飲食等）

宿 食 歴 **大型催事との連携/街中散策駅周辺宿泊施設**
■実施主体（プレイヤー）候補
・飲食店等
・駅周辺宿泊施設
・島田市観光協会
・各種催事の主体

体 **移動コンテンツの創出、提供**
■実施主体（プレイヤー）候補
・レンタサイクル（島田市観光協会）
・観光タクシー（タクシー事業者）
・二次交通の充実
（富士山静岡空港株式会社など）

川越遺跡（島田市博物館/分館）

宿 体 歴 **★リノベーション事業による滞在エリアの創出**
⇒宿泊、滞在＋和装体験（写真撮影）
⇒「和菓子バル」等の開催

金谷宿/牧之原大茶園/諏訪原城跡等

景 体 歴
・和装でエリアを散策できるコンテンツの常設
・博物館とセットにしたガイドツアー等の造成
■実施主体（プレイヤー）候補
・島田市観光協会（観光ボランティア）
・島田市文化協会
・地域活動団体
・地域事業者　等々による連携

③賑わい交流拠点エリア

ＳＬ／トーマス号
⇒乗る、見る、学ぶ、撮る体験
■実施主体（プレイヤー）候補
・大井川鐵道株式会社

新金谷駅／転車台

★マルチモーダルの推進
・マイカー（無料駐車場約500台）
・レンタサイクル
・大井川鐵道
・路線バス（観光周遊バス）
・タクシー（観光タクシー）
・二次交通の充実（富士山静岡空港株式会社など）

体 景 **サイクルツーリズム**
■実施主体（プレイヤー）候補
・大井川流域
　サイクルツーリズム協議会

食 **特徴的な「食」の商品化、提供**
■実施主体（プレイヤー）候補」
・生産者等
・飲食提供事業者等

島田金谷ＩＣ周辺賑わい交流拠点

体 食 **★緑茶と地域農産物による体験型フードパーク**
⇒買い物、飲食、体験（お茶体験ほか）
★大井川流域の総合観光案内（おおいなび）
⇒観光案内、回遊コンテンツの提案、紹介
★大井川鐵道　新駅「門出駅」
⇒奥大井へのアクセス、新金谷へのアクセス

りんご園、大井川葛布、童子沢親水公園など

大井川でやるべき100のこと

地域回遊の促進

体 **志戸呂焼体験**
■実施主体（プレイヤー）候補
・志戸呂焼窯元

体 **お茶工場見学、茶農家体験など**
■実施主体（プレイヤー）候補
・茶農家／茶工場

地域産業と連動したコンテンツの充実

②静岡空港周辺エリア

④川根温泉周辺エリア