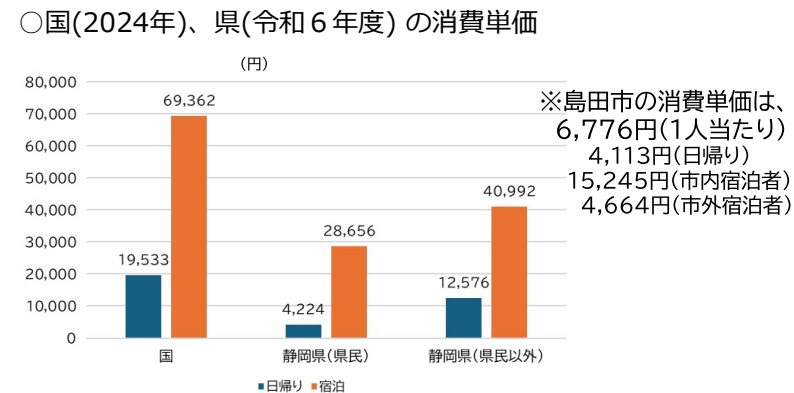
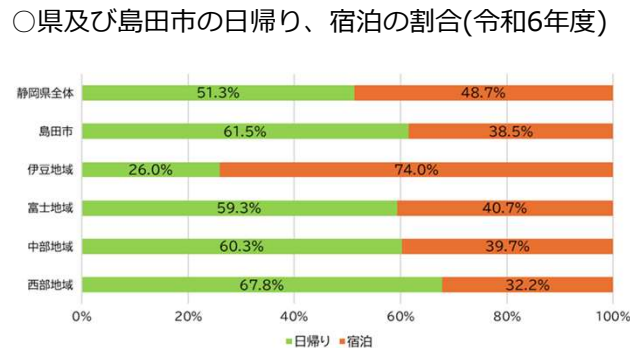
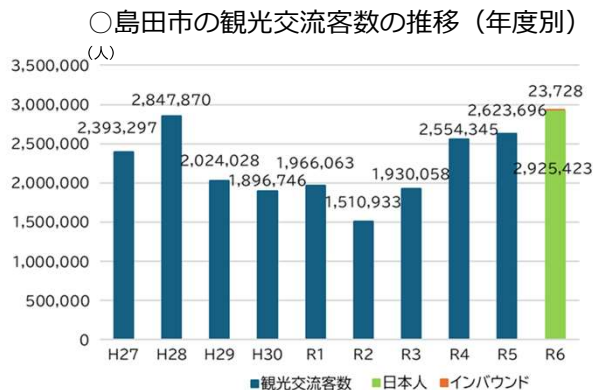


第1章 前戦略プランの課題分析、観光をめぐる最近の動向



第2章 観光戦略ビジョン

【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~**

【基本理念】

- 地域の事業者を育て、連携・支援し、観光コンテンツを充実させることで、滞在率や再訪率を高め、消費機会の創出と拡大を図る。
- 大井川に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することで地域ならではの魅力を磨き、ファン獲得を図る。
- 市民にとっての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。

【基本戦略】

- 基本戦略Ⅰ 効果的・効率的な情報発信
- 基本戦略Ⅱ 消費を促す魅力的な商品開発、流通促進
- 基本戦略Ⅲ 快適な旅のための環境整備
- 基本戦略Ⅳ インバウンド施策の強化

重要目標達成指標(KGI)	基準値	目標値(R12年度)
観光消費額	73.0億円	100億円
観光消費に伴う経済波及効果	R8年度に設定	R8年度に設定
来訪者満足度	80.6%	85.0%
観光事業者の平均給与	R8年度に設定	R8年度に設定
観光客が来ることにより、地域に活気が出たと感じる市民の割合	34.4%	41.0%

主な重要業績評価指標(KPI)	基準値	目標値(R12年度)
観光交流客数	2,949,151人	4,000,000人
(インバウンド)	(23,728人)	(200,000人)
宿泊者数	261,493人	300,000人
(インバウンド)	(11,142人)	(25,000人)
観光消費単価	6,776円/人	8,100円/人

第3章 アクションプラン

【基本戦略ごとにアクションプランを設定】

基本戦略Ⅰ 効果的・効率的な情報発信

- ① オンライン上での情報発信
- ② インフルエンサー等を使った情報の拡散
- ③ 旅行者等とのリレーションシップの構築・活用
- ④ 啓発機会を捉えた観光プロモーション

基本戦略Ⅱ 消費を促す魅力的な商品開発、流通促進

- ① 地域資源の発掘・磨き上げ
- ② 観光資源を活用した商品開発
- ③ イベント開催を通じた消費機会の創出
- ④ 魅力的な観光特産品の開発
- ⑤ 観光商品の販売・流通促進

基本戦略Ⅲ 快適な旅のための環境整備

- ① 観光地としてのデジタルシフトの推進
- ② 回遊性を高める環境整備
- ③ 安全・安心な観光地域を目指す環境整備
- ④ 観光に携わる事業者・人材育成/活動支援

基本戦略Ⅳ インバウンド施策の強化

- 柱1 ターゲットの設定
- 柱2 情報発信・マーケティング
- 柱3 コンテンツ整備と受入環境の整備

【アクションプラン推進体制】

