

第2次島田市観光戦略プラン

2026年4月

はじめに

島田市の観光振興に対し、日頃より市民の皆様、事業者の皆様から多大なるご理解とご協力をいただき、厚く御礼申し上げます。

このたび、本市の観光の未来を描く新たな指針として、「第2次島田市観光戦略プラン」を策定いたしました。

現在、わが国の観光を取り巻く環境は大きな変革期にあります。国において、観光は地域経済や日本経済の発展をリードする「戦略産業」と明確に位置付け、インバウンドの地方誘客や観光地・観光産業の強靱化などを推進する「第5次観光立国推進基本計画」の策定作業が進められています。

本市においても、人口減少や少子高齢化という課題に直面する中、地域資源の活用や交流人口・関係人口の拡大を通じて「観光で稼ぐ」ことを深化させていくことは、島田市を持続可能な地域とするための極めて重要な手段です。

これまでの観光戦略プランでは、大井川流域の豊かな自然やSL、歴史・文化といった地域資源を磨き上げ、「観光で稼ぐ」基盤づくりに向けた取組を位置付け、推進してまいりました。

今回の「第2次島田市観光戦略プラン」では、これまでの成果をさらに発展させ、時代の潮流であるインバウンドの誘客や地域事業者などと連携した観光消費単価の向上に向けた取組を加速させます。また、多様化するライフスタイルや価値観に合わせ、「モノの豊かさ」から「こころの豊かさ」を求める旅行ニーズに応える質の高い体験価値を提供してまいります。

「島田市に来てよかった」と来訪者に感じていただき、同時に「島田市に住んでいてよかった」と市民の皆様が誇れる持続可能な観光地づくりを実現するため、地域一丸となって本プランを推進してまいります。

結びに、本プランの推進委員会の皆様、そしてオープンサロン等において積極的なご意見、ご提言を賜りました多くの皆様に、心より感謝申し上げます。

本プランの実行にあたり、市民、事業者の皆様の一層のご支援とご協力をお願い申し上げます。

2026年4月

島田市長 染谷 絹代



目次

序章 島田市観光戦略プランの改定にあたって	1
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 ...	4
1-1 前戦略プランの課題分析	4
1-2 島田市の現状分析と課題把握	6
1-3 観光をめぐる最近の動向	16
第2章 観光戦略ビジョン	20
2-1 基本理念と目指す姿	20
2-2 基本戦略	21
2-3 観光戦略の推進における基本的方針	22
2-4 成果指標と目標値	25
第3章 アクションプラン	28
3-1 戦略プランとアクションプランの体系図	28
3-2 基本戦略Ⅰ～Ⅲに応じたアクションプラン	29
3-3 基本戦略Ⅳに応じたアクションプラン	49
3-4 アクションプラン推進体制、推進方法	51
第4章 戦略プランの運用及び評価	61
4-1 戦略プランの運用及び評価	61

序章 島田市観光戦略プランの改定にあたって

■島田市観光戦略プラン改定の主旨

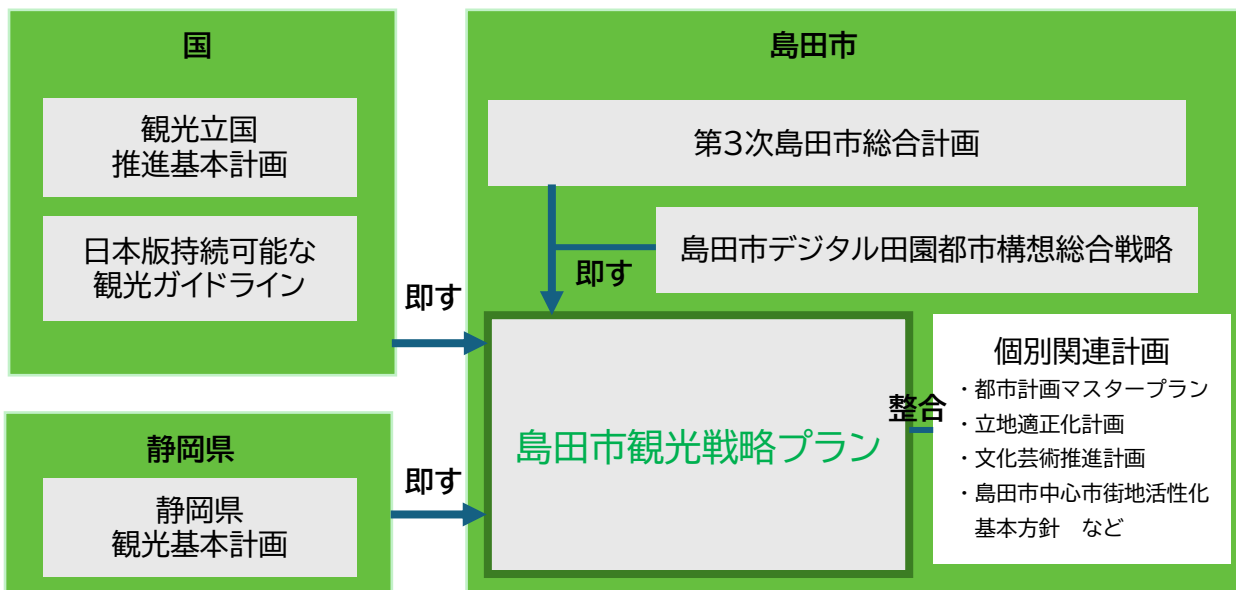
「島田市観光戦略プラン」（以下、戦略プラン）は、本市が有する豊富な地域資源を効果的・効率的に活用する観光施策を推進し、「観光で稼ぐ」地域づくりの実現を目的に令和3年1月に策定されました。

その後、戦略プランの推進を図る中で、令和7年10月に一般社団法人島田市観光協会（以下、「島田市観光協会」という。）が地域DMOに登録されたほか、国内では訪日外国人旅行者が過去最大を数えるなど、観光を取り巻く環境は大きく変化しています。そういった中で、戦略プランの計画期間の満了を迎えることから、「観光で稼ぐ」地域づくりの更なる深化を図るため、戦略プランに関する課題や時代潮流等を踏まえ改定をします。

■計画の位置付け

戦略プランの改定にあたっては、国の「観光立国推進基本計画」や「日本版持続可能な観光ガイドライン」、静岡県「静岡県観光基本計画」を踏まえつつ、本市の全体計画である「第3次島田市総合計画」、「島田市デジタル田園都市構想総合戦略※」に基づき、個別関連計画との整合を図りながら見直します。

※島田市デジタル田園都市構想総合戦略については、今後名称が変更となる可能性があります。



■計画期間

2026年度から2030年度までの5年間を計画期間とします。

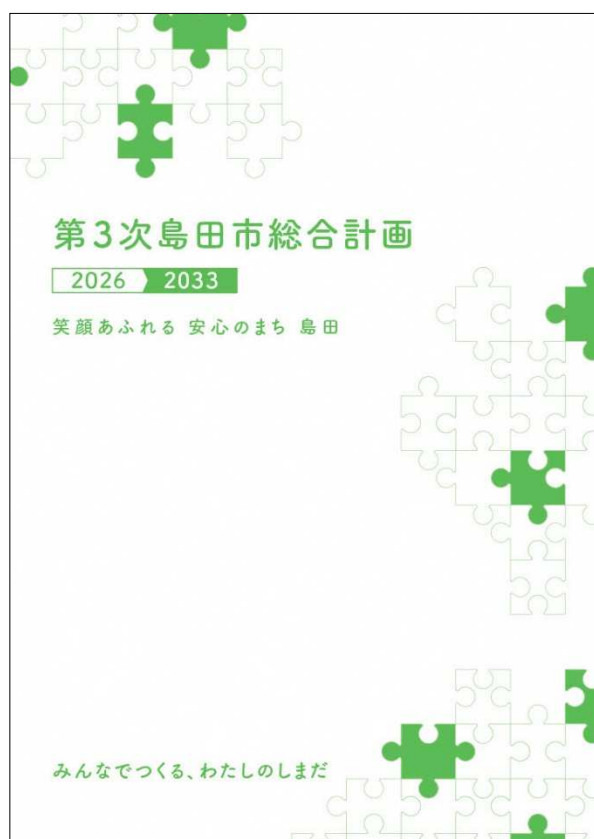
ただし、社会情勢の変化等により、必要に応じて期間や内容を見直すこととします。

第3次島田市総合計画（2026年度～2029年度） 抜粋

目指す将来像	笑顔あふれる 安心のまち 島田
指標	島田市のことが好きな市民の割合 基準値：76.4%→目標値 81.0%
施策の柱5-1	地域の魅力を活かした観光振興を図る（観光）
めざそう値 （平均値）	市民意識調査「地域の特色を活かした観光の振興」に対する市民満足度 基準値：43.1%→目標値 48.4%（4か年の平均値）
成果指標 （単年数値）	観光消費額 基準値：64.0億円（R6）→目標値 93.0億円（R11）
施策とその方向性	<ol style="list-style-type: none"> 1. 認知度を向上させ、国内外からの誘客につなげます 2. 地域の観光消費を拡大させます 3. 快適な旅行の環境を整備し、観光客の満足度を高めます
<p>（その他主な関連箇所）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・施策の柱5-2 島田の魅力を発信し、地域の活性化につなげる（シティプロモーション） ・施策の柱5-4 育まれた歴史・文化で、地域愛の醸成を図るとともに学びの場を提供する（歴史・文化） ・施策の柱7-1 便利で魅力あるまちをつくる（都市計画） 	

島田市デジタル田園都市構想総合戦略（2024年度～2027年度）抜粋

基本的な考え方	地域経済の持続的な発展		
基本目標	日本で、世界で、稼ぐ産業の創出		
主な施策	まちの魅力を生かして、戦略的な観光で稼ぐ		
重要業績評価指標 (KPI)	指標	基準値 (令和4年度)	目標値 (令和9年度)
	観光交流客数(年間)	2,554,345人	3,000,000人
	宿泊者数(年間)	215,033人	240,000人
	観光消費単価(一人当たり)	5,633円	6,600円
具体的な施策	<ul style="list-style-type: none"> ・大井川流域を軸とした観光誘客の促進 ・温泉を生かした観光の推進 ・ニューツーリズムや歴史・文化資源を生かした新たな観光の推進 ・観光資源の有効活用とロケーション支援の充実 ・富士山静岡空港の海外就航先からの外国人観光客の誘致 ・戦略的な観光の振興及び広域観光連携の充実・強化 		



▲第3次島田市総合計画 表紙

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

1-1 前戦略プランの課題分析

前戦略プランのKGI（重要目標達成指標）及びKPI（重要業績評価指標）の達成状況と取組内容から課題を分析し、改定のポイントをまとめます。

■KGIの達成状況について

指標	目標値	現況値	達成率
観光交流客数	3,000,000人/年	2,949,151人/年 (令和6年度)	98.3%
宿泊客数	240,000人/年	261,493人/年 (令和6年度)	109.0%
国内認知度	25.0%	38.0% (令和6年度)	152.0%
観光消費額	19,800,000,000円	20,029,660,722円 (令和6年度)	101.2%
再来訪意向	41.0%	62.2% (令和7年9月末)	151.7%
観光に対する 市民意識	30.0%	32.4% (令和6年度)	108.0%

※指標の一部について、当初予定していた把握方法と違う形で算出しています。

■KPIの達成状況について

基本戦略	指標	目標値	現況値	達成率
I 効果的・効率的 な情報発信	観光情報サイトの閲覧数	500,000PV	239,467PV (令和6年度)	47.9%
	島田市観光協会が管理するSNSのフォロワー総数	30,000人	11,583人 (令和6年度)	38.6%
	新聞各紙に掲載された記事数	1,600件/年	1,581件/年 (令和6年度)	98.8%
II 消費を促す魅力的な商品の開発 流通促進	観光情報サイトに掲載する体験・物販のメニュー数	50件	64件 (令和8年1月末)	128.0%
	観光消費単価	6,600円	6,792円 (令和6年度)	102.9%

Ⅲ 快適な旅のための環境整備	大井川でやるべき 100 のことの設定事業者の内、Google Business Profile※のオーナー権限設定者	82 者	69 者 (令和6年度)	84.1%
	観光振興講演会の参加者のうちDMO法人化を望む割合	90%	94% (令和5年度)	104.4%
	島田市観光協会が把握するボランティアガイドの活動件数	30 件/年	49 件/年 (令和6年度)	163.3%

■前戦略プランの評価・課題（最新値における分析）

- ・ K G I の達成状況から、各施策について概ね成果が表れたと考えられます。
- ・ K G I の内、観光交流客数のみ未達成となっています。観光交流客数を増加させるためには、集客のある施設を拠点とした回遊の促進が必要であり、観光コンテンツの磨き上げや新たな開発、二次交通の確保などの取組が不足していました。
- ・ K P I については、基本戦略 I の達成割合及び達成率が低くなっていますが、設定した指標には表れない量や質にこだわった情報発信ができたことと、島田市緑茶化計画を旗印としたシティプロモーションなどの取組の成果により、K G I の達成につながったと考えられます。
- ・実施する事業とアクションプランとの関係性や、アクションプランと K P I 、K P I と K G I のつながりが明確でなく、また、「観光で稼ぐ」地域づくりを評価する指標が少なかったことが、課題として挙げられます。

■戦略プランの評価・課題を踏まえた改定のポイント

- ・基本理念や将来像などは継承しつつ時代潮流などのアップデートを加えることによって、「観光で稼ぐ」地域づくりの深化を図ります。
- ・市内回遊を促進させるための具体的な取組（二次交通の確保、TOURIST INFORMATION おおいなびにおける更なる市内回遊の促進など）を明記します。
- ・実施する事業、アクションプラン、K P I 、K G I のつながりを明確にするとともに、評価方法を確立することで、プランの確実・効果的な進捗を図ります。
- ・経済波及効果といった、「観光で稼ぐ」を測る K G I や K P I を新たに設定します。

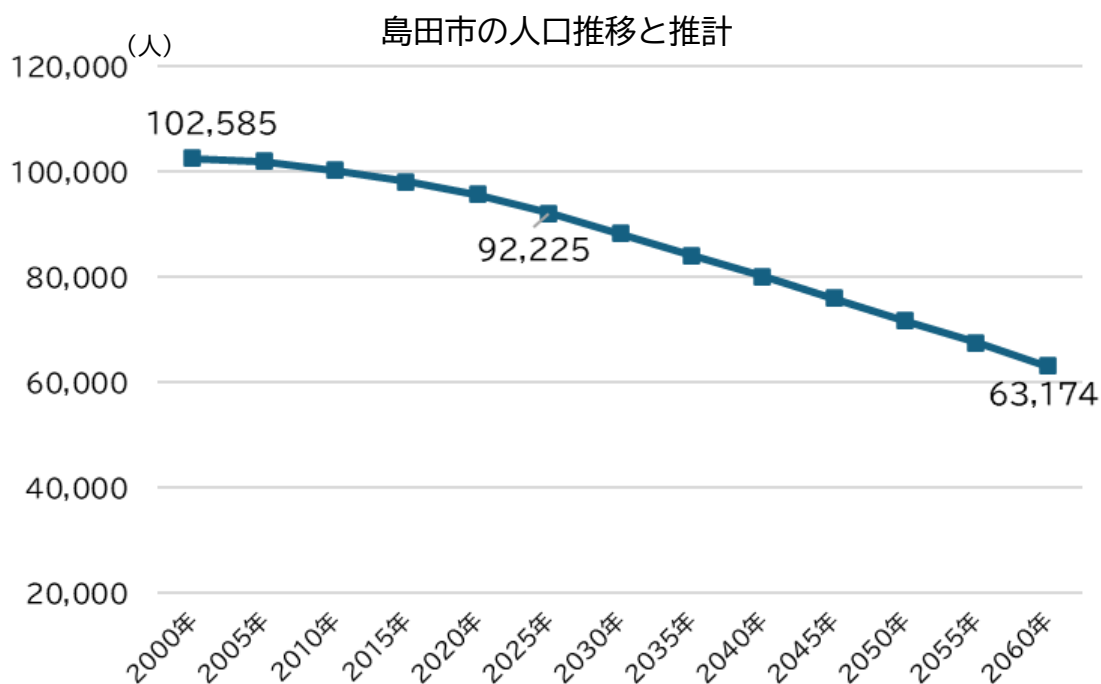
※Google Business Profile とは

Google 検索・マップ上に店舗・施設の情報を無料で掲載・管理できるツールのこと。

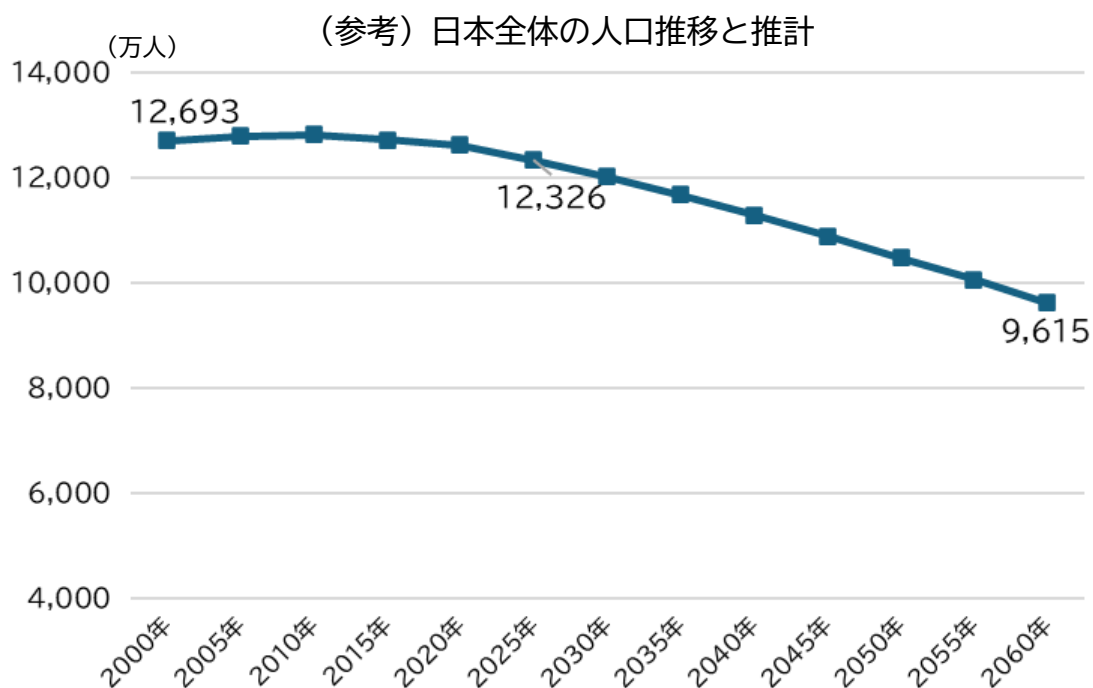
1-2 島田市の現状分析と課題把握

国や静岡県、島田市の現状分析をすることで本市の課題をまとめ、改定のポイントを整理します。

■国立社会保障・人口問題研究所（社人研）による島田市の人口推計

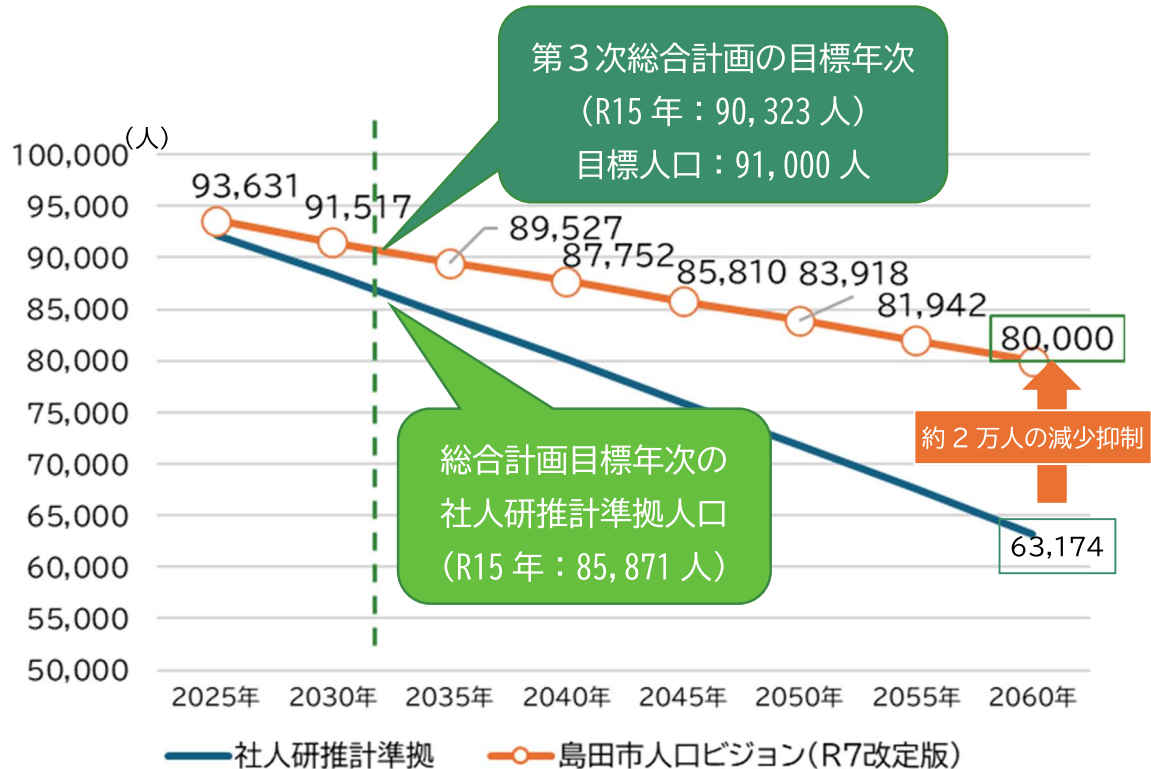


出典：国勢調査結果及び社人研による人口予測から島田市作成



出典：社人研による人口予測から島田市作成

■第3次島田市総合計画に位置付ける人口推計



社人研による人口予測では、本市の2060年の人口は63,174人と予想されており、減少率は31.5%となっています。これは、日本全体における減少率の22.0%よりも高くなっており、全国レベルよりも早いスピードでの人口減少が予測されています。人口減少を受けとめつつ、減少率をできるだけ小さく、その傾きを抑えることが、本市を含め多くの自治体共通の課題となっています。

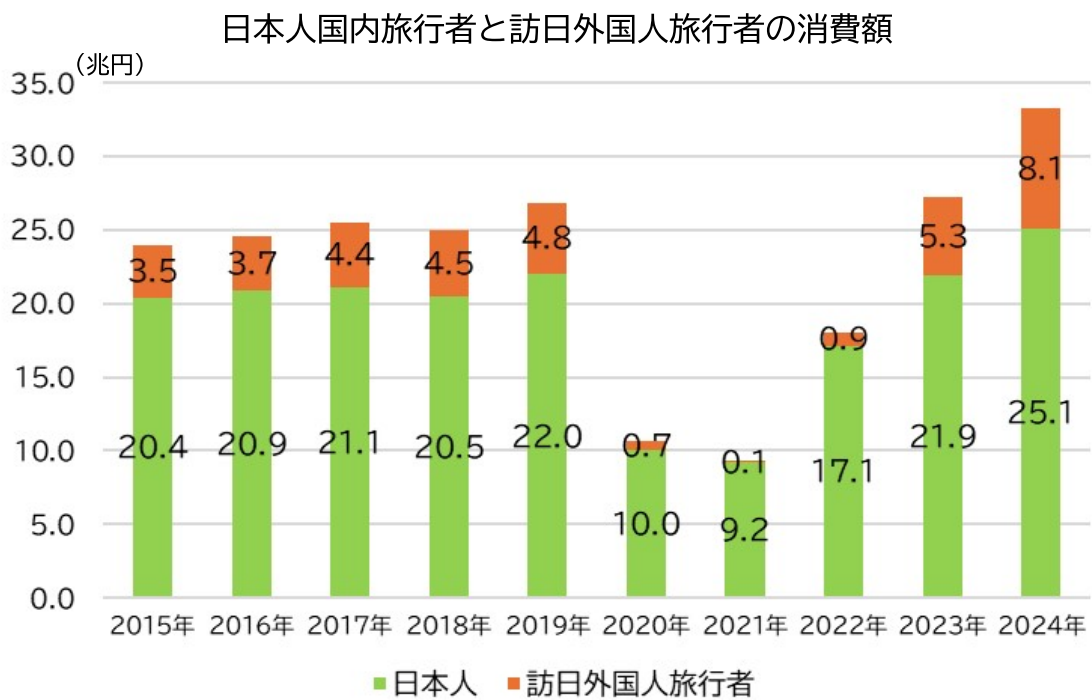
令和8年度からの第3次島田市総合計画には、「笑顔あふれる 安心のまち 島田」を将来像に掲げ、人口減少・少子超高齢社会に立ち向かう施策を総合的かつ体系的に位置付けています。

特に、「観光で稼ぐ」地域づくりに関わる施策は、地域経済への波及効果に加え、地域の活力を生み出すなど、人口減少のスピードを緩め、持続可能なまちづくりにも寄与する側面を備えています。

■旅行者数、消費額、観光交流客数について



出典：観光庁の旅行・観光消費動向調査及び日本政府観光局（JNTO）発表統計より島田市作成



出典：観光庁の旅行・観光消費動向調査より島田市作成

日本人国内旅行者と訪日外国人旅行者数については、新型コロナウイルス感染拡大の影響で大きく減少したものの、直近の2024年では回復傾向、かつ訪日外国人旅行者が過去最大を数え、国内旅行の拡大がうかがえます。

他方、新型コロナウイルス感染拡大の前後を比較すると、日本人国内旅行者はマイナス2億9,369万人(減少率約50%)、訪日外国人旅行者はマイナス2,776万人(減少率約87%)となっています。パンデミックについては総じて影響をもたらすものの、特にインバウンド※については、国際情勢や外交要因に左右されやすいリスクがあることから、急増する訪日外国人旅行者の獲得を視野に入れつつ、日本人旅行者の獲得にも力を入れていく必要があります。

観光消費額をみると、2024年の最新値においては、日本人旅行者と訪日外国人旅行者の消費額がともに過去最大となっています。訪日外国人旅行者の消費額の伸び率が著しい一方、全体の消費額の内75.6%は日本人旅行者による消費が占めており、持続可能な観光地を目指す上では、日本人旅行者のさらなる獲得を欠くことができません。

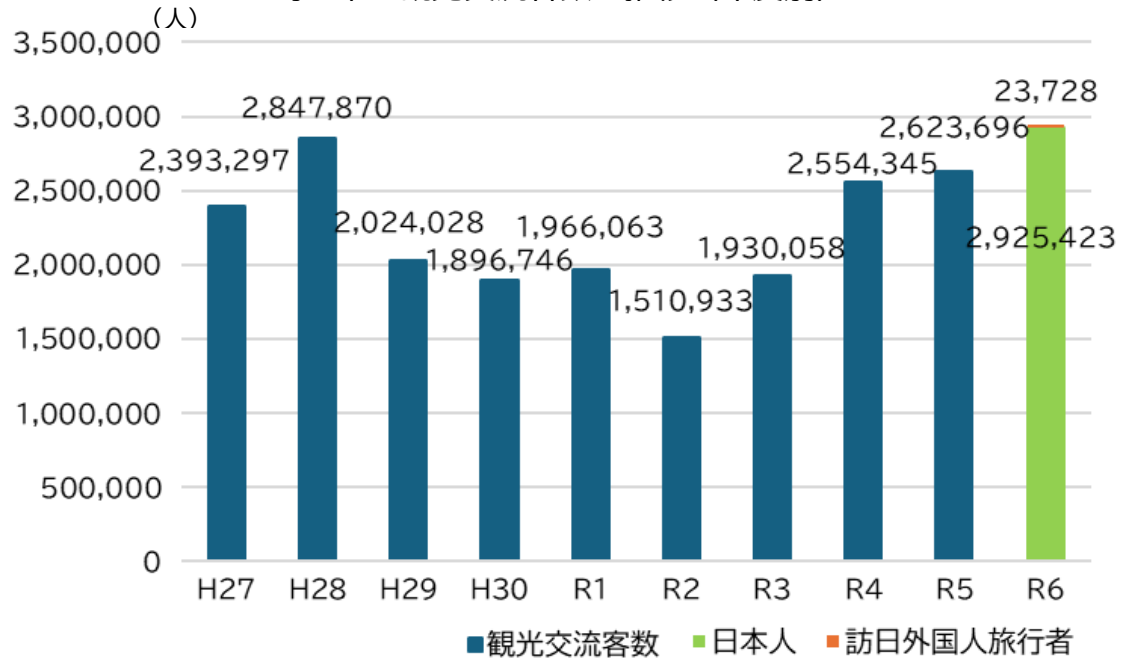


▲富士山静岡空港

※インバウンドとは

「外国人の日本旅行(訪日旅行)」あるいは「訪日外国人観光客」のこと。

島田市の観光交流客数の推移（年度別）



出典：静岡県「静岡県観光交流の動向」と島田市独自調査から島田市作成

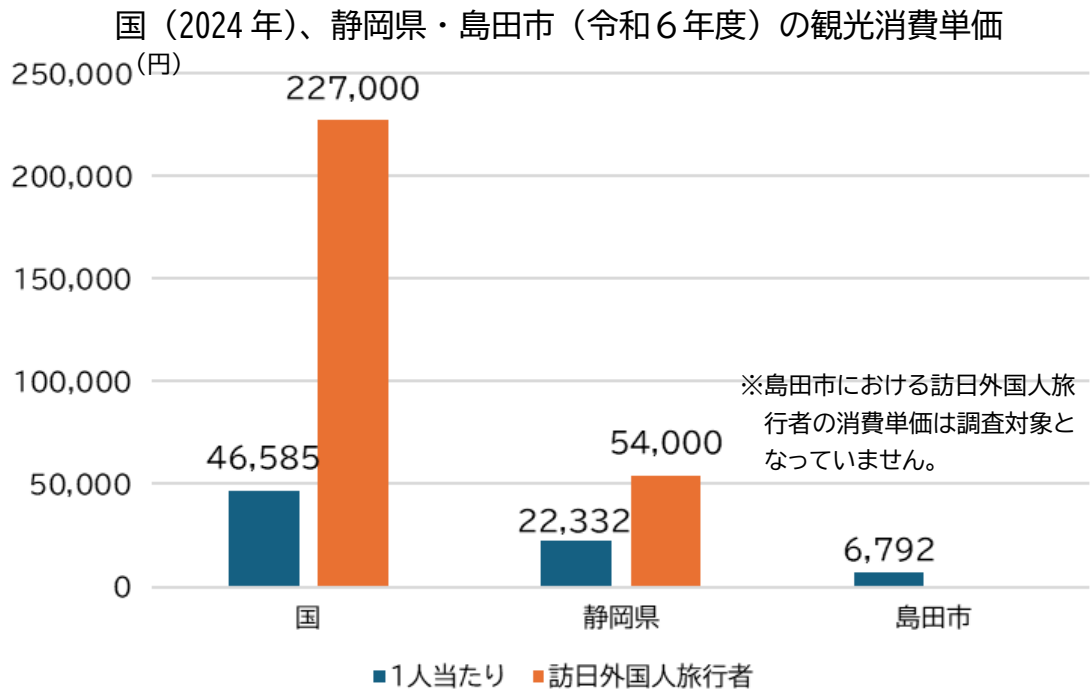
(R5 以前の訪日外国人旅行者の状況は把握できていません)

本市の観光交流客数の状況を分析すると、国と同様新型コロナウイルス感染拡大の影響で大きく減少がみられるものの、その減少幅は国と比較して小さくなっています。

これは、令和2年に KADODE OOIGAWA がオープンしたことが要因の一つと考えられます。その後、国よりも大きな割合で回復をし、令和6年度の観光交流客数は過去最多を更新しました。

しかし、令和6年度の状況になりますが、訪日外国人旅行者の割合で見ると、国の6.4%に比べて本市は23,728人、0.8%と著しく低くなっており、訪日外国人旅行者の獲得により観光交流客数を増加させる余地があると捉えています。

■観光客の1旅行あたりの消費単価について



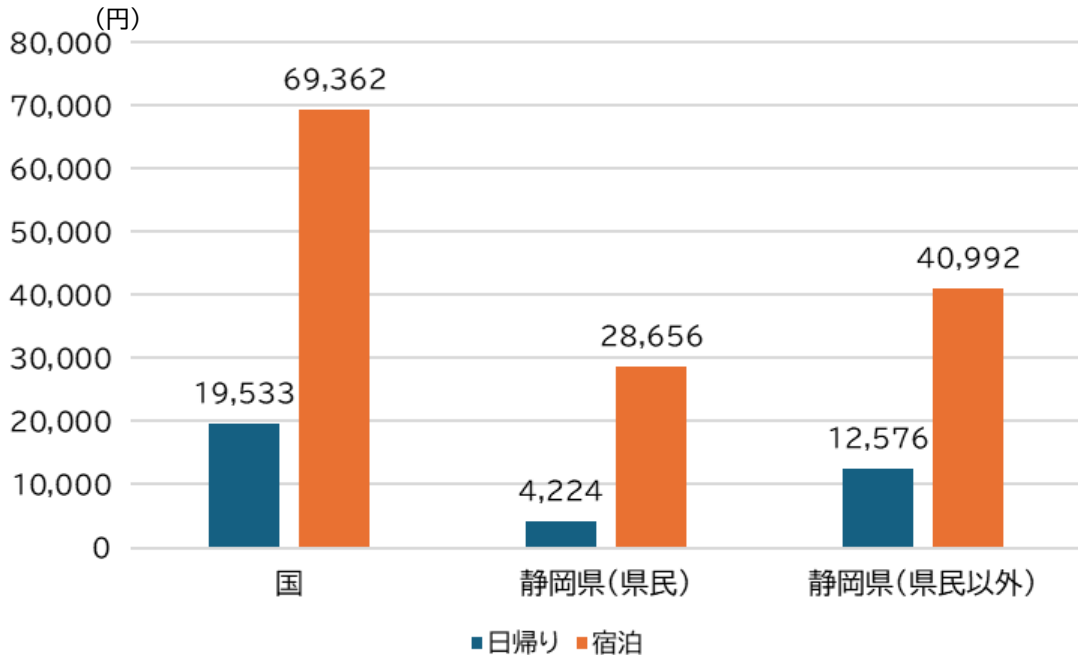
出典：観光庁 訪日外国人消費動向調査及びインバウンド消費動向調査及び静岡県における観光の流動実態と満足度調査から島田市作成

観光に訪れる方の一人当たりの消費単価は、国＞静岡県＞本市の順で額が下がっています。

これは、観光客が都道府県単位や基礎自治体を意識して消費をする訳ではないため当然の結果ともいえますが、国をベースとした静岡県の割合は約5割、静岡県をベースとした島田市の割合は約3割であり、島田市として観光消費単価を引き上げる余地が十分にあります。

また、訪日外国人旅行者の消費単価は、観光に訪れる方の一人当たりの消費単価を大きく上回っていることから、「観光で稼ぐ」地域づくりを深化させるために、訪日外国人旅行者の取り込みが重要な側面を持つことがうかがえます。

国（2024年）、静岡県（令和6年度）日帰り旅行者、宿泊者の消費単価について

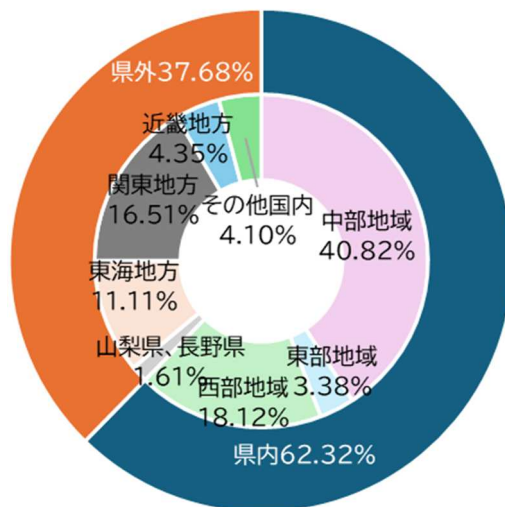


出典：観光庁 インバウンド消費動向調査及び静岡県における観光の流動実態と満足度調査から島田市作成

観光客の旅行形態（日帰り、宿泊）による消費単価について調べてみると、国については、約 3.6 倍、静岡県（県民）では約 6.8 倍宿泊者の単価が大きくなっています。さらに、静岡県における県民、県民以外の消費単価を比較すると、日帰り旅行者、宿泊者ともに県外からの観光客が大きい傾向にあり、特に日帰り旅行者においてはその差が顕著となっています。

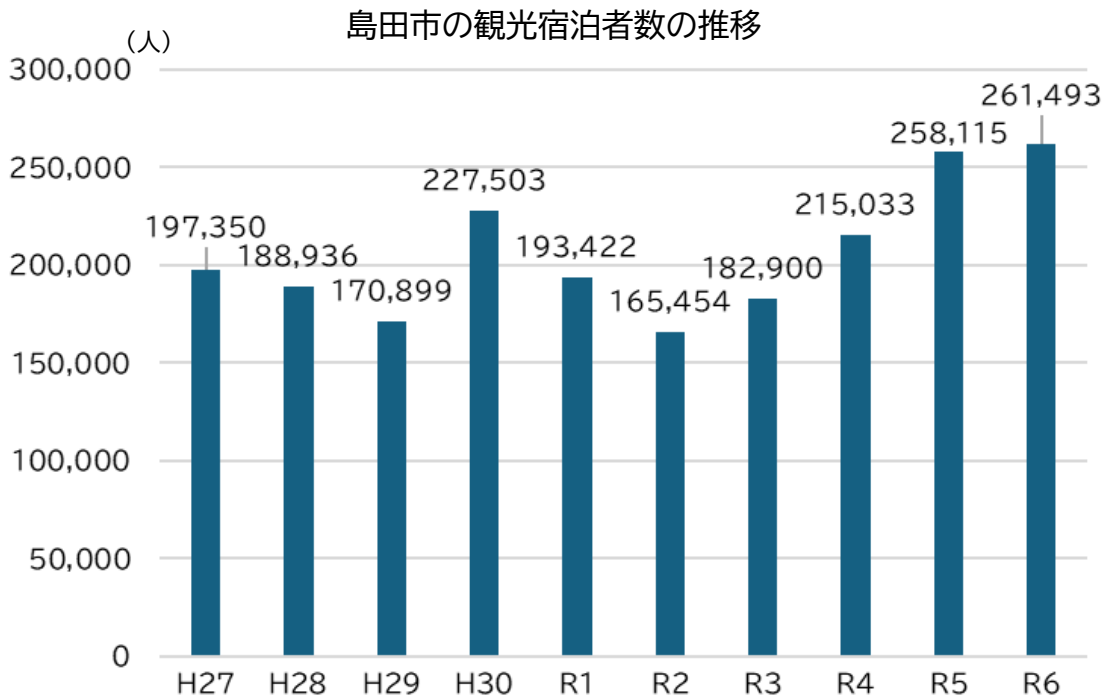
島田市の観光客居住地内訳(令和6年度)

また、本市を訪れる観光客の居住地の内訳を見ると、近隣の中中部地域及び県内の来訪が主であることから、観光消費単価を押し上げるためには、宿泊者を増やすとともに、遠方からの来訪を増やすことが重要となります。

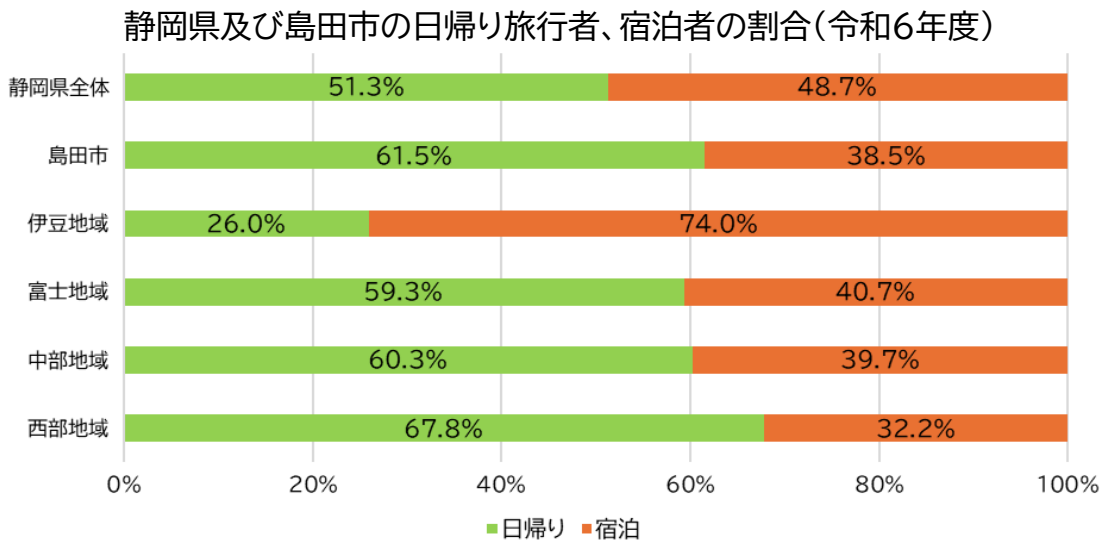


出典：するが企画観光局
静岡県中部5市2町来訪者調査

■宿泊者の状況について



出典：静岡県「静岡県観光交流の動向」

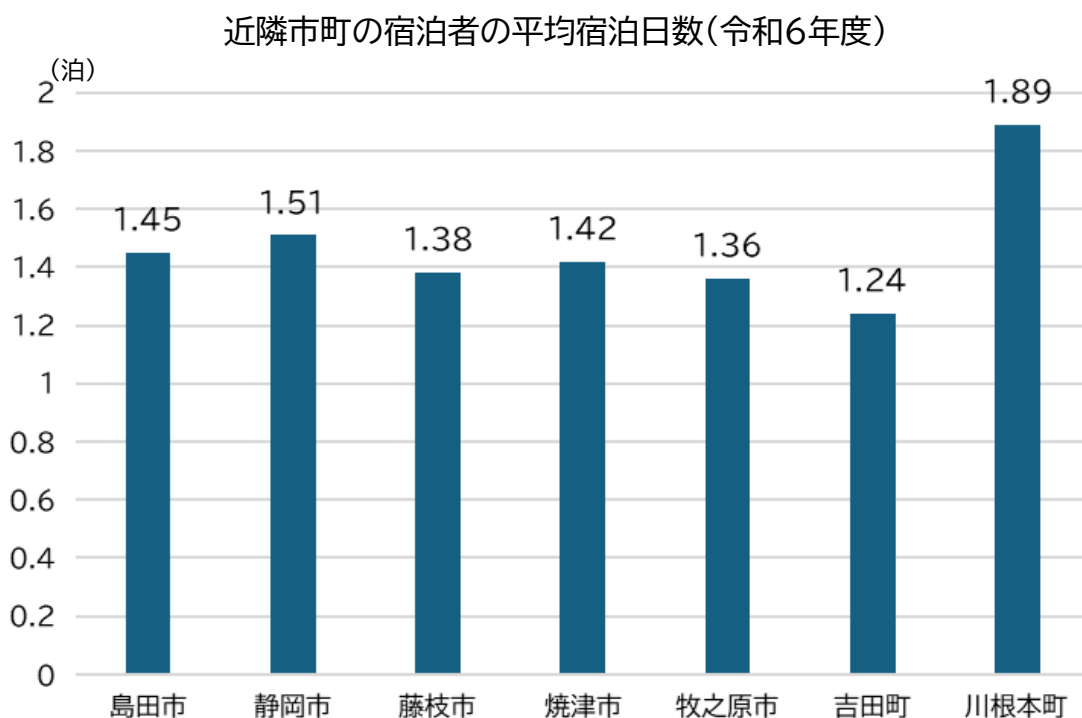


出典：静岡県における観光の流動実態と満足度調査及びするが企画観光局 静岡県中部5市2町来訪者調査

本市における宿泊者は、令和2年度に新型コロナウイルス感染拡大の影響で一時落ち込んだものの、令和5年度にはそれまでの最多の人数を、令和6年度においては更にそこから増加しています。

一方、日帰り旅行者と宿泊者の割合を見ると、西部地域を除く各地域よりも日帰り旅行者の割合が高くなっています。

日帰り旅行者と宿泊者の消費額には非常に大きな差があることから、宿泊者の割合を高めていく必要があります。



出展:静岡県における観光の流動実態と満足度調査及びするが企画観光局 静岡県中部5市2町来訪者調査から島田市作成

宿泊者一人当たりの平均宿泊日数を見ると、本市は近隣市町の中では川根本町、静岡市に次ぐ数値となっています。長期滞在に伴う消費の拡大を図るため、平均宿泊日数についても増加させていく必要があります。

■本市の課題分析を踏まえた改定のポイント

- ・ 金銭的なイメージが強く結びつきやすい「観光で稼ぐ」について、どのように地域や市民生活を豊かにするかを記載するとともに、指標設定にも反映します。
- ・ 観光に携わる人材の確保について位置付けます。
- ・ 訪日外国人旅行者の積極的な獲得を図るため、方針や取組内容を明記します。ただし、訪日外国人旅行者獲得に焦点を当てすぎるのではなく、国内旅行にも継続して注力していきます。
- ・ 観光消費単価を上げるため、遠方からの来訪者や宿泊者、宿泊日数などの増加や、高付加価値観光商品の開発などの取組を記載します。



▲練りきり作りの観光商品化を目指した、外国人住民対象ワークショップの様子

1-3 観光をめぐる最近の動向

■観光をめぐる近年の動向

1. 消費ニーズの多様化

観光をめぐる動向として、経済成長やネットショッピングの普及により欲しいものを簡単に入手できる「モノ」消費から、体験・経験を重視する「コト」消費にお金をかける消費行動へと変化しています。

インバウンドにおいても、日本だからこそできる体験などの「コト」への需要が高まっているとともに、持続可能な観光へのニーズも高くなっています。さらには、「トキ」消費、本物志向、異日常※などの費用を惜しまない新たなニーズも生まれており、こうした傾向に合わせた観光コンテンツを開発していく必要があります。

2. 観光客の多様化

地域に訪れる観光客は、国籍や人種、性自認や性的指向、信仰する宗教などが様々で、多種多様な方がいます。食事やトイレ、案内などの受入環境が不足していることにより不満を与えてしまったり、中には文化的な相違から観光客が地域生活に悪影響を与えるケースも発生しています。観光客の増加を図る上では、異文化の理解と多様性を受け入れる意識の醸成が求められます。

3. 受入環境の整備

特定の場所などに観光客が集中することで、公共空間や公共交通機関の混雑、ごみのポイ捨てや所有地への無断侵入などのオーバーツーリズム（観光公害）が発生しています。特に地域生活への影響が大きく、海外の有名な観光地では、住民による観光客の受入反対のデモが実施されたケースもあります。観光客の誘客に際しては、市民への影響について想定をする必要があります。

また、SNSなどへの投稿により予期せぬオーバーツーリズムが発生することも認識する必要があります。

4. 観光客の安全確保

地震や各地で頻発する大規模水害など、近年大規模な自然災害が多く発生しています。また、大規模な被害が想定される南海トラフ地震についても、今後30年以内における高い発生確率が予想されていることから、多くの人に訪れても

※異日常とは

テーマパークのような特別な「非日常」とは異なり、例えば日常の文化や食事など、現地の人にとっては日常であっても来訪者にとっては違う日常のこと。

らうための取組を進めるだけでなく、災害時に来訪者の安全を確保するための準備も併せて進めていく必要があります。特に海外からの来訪者については、言語の違いから対応が困難となる場合が想定され、個別具体的な対策が必要となります。

5. デジタル化の進行

キャッシュレス決済による決済手段の増加や、インターネットによる観光情報の取得、施設の予約が主流になるなど、観光を取り巻く環境においてデジタル化が進んでいます。これらの対応に乗り遅れることはターゲット（顧客）獲得機会の損失につながることから、デジタル化についてはそのトレンドをおさえつつ、活用していく姿勢が求められます。

また、ターゲットへの直接的な情報の付与やデジタル上の履歴の分析など、膨大なデータを活用するデジタルマーケティングが盛んに行われています。

デジタルによる情報発信だけでなく、顧客の趣味・趣向や行動の把握、それらを基にした対策の検討といった、より効果的なマーケティングに取り組むことが必要です。

■国、県の動向

国の観光立国推進基本計画（第4次）、静岡県の静岡県観光基本計画については2025年度が計画の最終年度であるため、今回の戦略プランの改定については改定前の両計画に基づいた内容としています。両計画が公表された後、必要に応じて再度戦略プランの改定を行い、整合性を図ることとします。

○観光立国推進基本計画（第4次）抜粋

計画期間	令和5年度～令和7年度
目指す2025年の姿	<ul style="list-style-type: none">・活力に満ちた地域社会の実現に向け、地域の社会・経済に好循環を生む「持続可能な観光地域づくり」が全国各地で進められ、観光の質の向上、観光産業の収益力・生産性の向上、交流人口・関係人口の拡大がコロナ前より進んだ形で観光が復活している・万博の開催地である我が国が世界的潮流を捉えた観光地として脚光を浴び、「持続可能な観光」の先進地としても注目されている

持続可能な観光地域づくり戦略	<ul style="list-style-type: none"> ・観光振興が、地域社会・経済に好循環を生む仕組みづくりを推進する ・観光産業の収益力・生産性を向上させ、従事者の待遇改善にもつなげる ・地域住民の理解も得ながら、地域の自然、文化と観光を両立させる
インバウンド回復戦略	<ul style="list-style-type: none"> ・消費額5兆円の早期達成に向けて、施策を総動員する ・消費額拡大・地方誘客促進を重視する ・アウトバウンド復活との相乗効果を目指す
国内交流拡大戦略	<ul style="list-style-type: none"> ・国内旅行の実施率向上、滞在長期化を目指す ・旅行需要の平準化と関係人口の拡大につながる新たな交流需要の開拓を図る

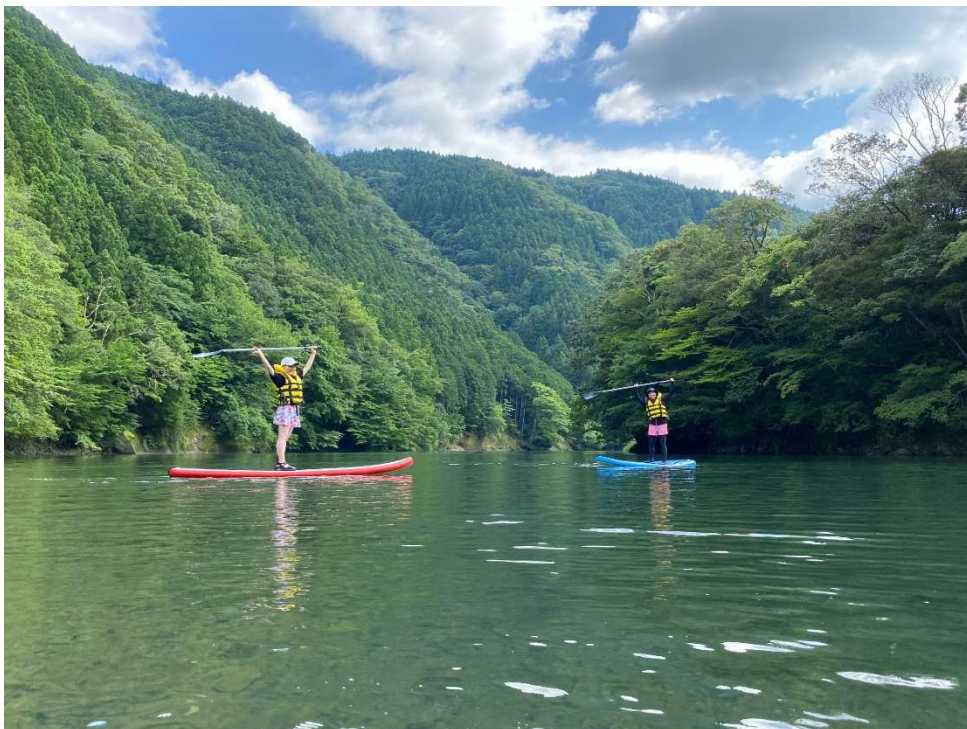
○静岡県観光基本計画抜粋

計画期間	令和4年度～令和7年度
基本理念	誰もが幸せを感じられる観光地域づくりによる「心の豊かさ」と「持続可能な地域社会」の実現
基本方針	<ul style="list-style-type: none"> ・しずおかの魅力で幸せと感動を呼ぶ観光サービスの創出 ・将来にわたる経済発展に向けた来訪者の受入体制の強化 ・訪れる人と迎える地域の満足度を高める観光 DX(デジタルトランスフォーメーション)※の促進 ・新型コロナウイルス感染症からの観光産業の回復
島田市に関する記載 (地域ごとの観光地域づくりから抜粋)	<ul style="list-style-type: none"> ・南アルプス、大井川などの自然、旧東海道の歴史的な街並みなどの歴史・文化など、地域の様々な魅力を活用した付加価値の高い観光サービスの創出を促進 ・(公財)するが企画観光局と連携した国内外からの来訪者のニーズを的確に捉えた観光地域づくりの推進 ・富士山静岡空港を拠点とした地域の魅力づくりの推進 ・山梨県、長野県との連携を強化した広域的な観光振興
国内交流拡大戦略	<ul style="list-style-type: none"> ・国内旅行の実施率向上、滞在長期化を目指す ・旅行需要の平準化と関係人口の拡大につながる新たな交流需要の開拓を図る

※DX（デジタルトランスフォーメーション）とは
ITの浸透が人々の生活をあらゆる面でより良い方向に変化させる、という概念のこと。

■観光をめぐる最近の動向を踏まえた改定のポイント

- ・「コト」消費に応じた観光商品開発を実施することを記載します。また、新たなニーズなどに対応するため、計画の運用、特にアクションプランについては、積極的な見直しを実施していくこととします。
- ・旅行者の安全確保については、関係者での検討も含め、計画期間内で地域事業者への共有まで完了させます。
- ・来訪者の多様化に応じた受入態勢の整備について、ソフト面を基本に記載します。
- ・地域住民の安全・安心な生活環境の維持について、誘客とともに検討します。
- ・国や静岡県の方針に合わせ、柔軟にプランの変更をすることとします。
- ・「持続可能な観光地域づくり」を進めるため、地域DMOとして登録された島田市観光協会との協力体制や役割分担を明確にするるとともに、プランの具体的な運用方法について記載します。
- ・「持続可能な観光」に係る観光商品開発に取り組みます。
- ・「稼ぐ」を評価する指標として、観光産業従事者の待遇改善に関する内容を位置付けます。



▲笹間ダム湖でのSUP体験

第2章 観光戦略ビジョン

2-1 基本理念と目指す将来像

前章までの分析を踏まえて、基本理念及び目指す将来像は改定前の戦略プランから以下のとおり引き継ぐこととします。なお、基本戦略やアクションプランなどに時代潮流等に応じたアップデートを加えることにより、「観光で稼ぐ」地域づくりの深化を図っていきます。

■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。

■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～

大井川鐵道というノスタルジックを象徴する地域資源を軸に、大井川に育まれた歴史や文化、あるいは豊かな自然環境を生かした体験型コンテンツの充実を図る観光地域づくりを進め、初めて来た方にはどこか懐かしい魅力を、再訪された方には新たな発見と出会いを提供できる観光地の実現を目指します。また、この将来像を目指すこと及び「観光で稼ぐ」地域づくりを深化させることにより、第3次島田市総合計画に掲げる将来像「笑顔あふれる 安心のまち 島田」の実現を目指します。

2-3 観光戦略の推進における基本的方針

(1) E B P Mとデジタルマーケティングを兼ね備えた観光施策の推進

E B P M（エビデンス・ベスト・ポリシー・メイキング。証拠に基づく政策立案）とは、政策の企画をその場限りのエピソードに頼るのではなく、政策目的を明確化したうえで合理的根拠（エビデンス）に基づくものとする事です。この考えは、政策（大きな方針）に限られるものではなく、施策、事業の展開においても前提として持つべきものとなります。

本市の観光政策、施策、事業に共通して明確化しなければならない点は、プランの狙いとして位置付けている「観光で稼ぐ」地域づくりの深化です。これを前提として、一貫性のある展開を図っていく必要があります。

また、具体的な事業内容の検討や評価を実施するにあたっては、デジタルマーケティングの積極的な活用が必要となります。コロナ禍を契機に急速に進展したデジタルシフトにより、デジタルマーケティングの活用の幅や質は飛躍的に向上しました。デジタルマーケティングを活用することにより、ニーズ等の調査による方向性の決定、成果による取組の評価、結果に至った要因の分析及び課題の確認、改善策の検討等を客観的に実施することができます。

戦略プランを効果的に推進するためには、これらが必須要件となります。

(2) D X（デジタルトランスフォーメーション）の推進

令和4年版情報通信白書（総務省）によると、2021年の情報通信機器の世帯保有率はモバイル端末全体で97.3%となっており、非常に多くの国民がインターネットに手軽にアクセスできる環境となっています。こういった状況の中、多くの方に情報を届けることや実際の旅の満足度を高めるためには、従来の紙媒体等によるアナログな情報提供のみに注力することは不適切です。

本市においても、コロナ禍以後観光施策においてデジタルシフトが進んでいますが、まだまだ地域全体に浸透しているとは言い難い状況です。今後は、地域事業者も含めて地域全体でD Xを推進し、観光客の獲得、安全・安心・利便性の向上を図るとともに、得られたデータを活用することで、より効果的・効率的な観光施策を計画・実施できるサイクルを構築していきます。

(3) 消費機会の創出を目的とした地域事業者の育成

戦略プランで目指す「観光で稼ぐ」地域づくりの深化に向けて直接的に必要なものは消費機会の創出です。本市には集客力のある観光施設・イベントがありますが、現状はそこからの波及効果が十分に広げられていないと分析しています。

このような課題を解決するためには、島田市や島田市観光協会が地域事業者との連携を企画するだけでなく、地域事業者自らが集客力のある観光施設やイベントの開催、さらには他の地域事業者と連携した消費機会の創出を図っていく必要があります。

こういった地域事業者を増加させていくことが、「観光で稼ぐ」地域づくりの深化のために必要な大きな要素の一つであることから、「稼ぐ」という意識の醸成も含めて、地域事業者の育成を推進していきます。

(4) 観光振興を通じた地域住民のシビックプライドの醸成

観光振興は単なる経済的な効果を生むだけでなく、それを通じて市民自らが地域に誇りと愛着を持つことができ、ひいては、それが活力に満ちた持続可能な地域社会の実現を形づけることとなります。さらに、それが地域の発展のみではなく、例えば、市民自らによる地域情報の積極的な発信などにもつながり、社会活動・経済活動の好循環の輪が広がっていきます。

観光立国推進基本計画において観光は地域活性化の切り札と謳われているのと同様に、本市の観光振興が地域活性化の切り札となるよう、市民のシビックプライドの醸成を図っていきます。

(5) 広域連携による効果的、効率的な観光振興策の推進

観光客にとって、県境や市町などの行政区域は旅行先を決める上で大きな意味を持ちません。

観光資源そのもの、あるいは観光地域としての認知度や魅力度が重視されるため、近隣市町と連携し、魅力を相互に高めながらエリア情報を発信することは、スケールメリットを生かした効果的な取組であると言えます。

現在も静岡県中部 5 市 2 町をはじめとする様々な枠組みでの広域連携を進めています。連携体制の維持及び更なる活用を進めていきます。

また、本市で最も認知度が高く、観光振興の軸となる大井川鐵道については、令和 7 年 12 月から全線復旧に向けた工事が始まりました。復旧完了後における

一層の活用を図るため、大井川上流部の川根本町、静岡市との連携を強めていきます。

(6) インバウンドの積極的・効果的な獲得

「観光で稼ぐ」地域づくりの深化を目指す本市にとって、消費額が大きい訪日外国人旅行者の獲得を積極的に推進していく必要があります。2025年における国内の訪日外国人旅行者は過去最大の4,268万人を数えており、有名な観光地ではオーバーツーリズムが大きな課題となる一方、本市はゴールデンルート上及び富士山静岡空港の近隣に所在するにも関わらず、効果的な誘客ができていないとは言い難い状況です。

インバウンドの獲得については、やみくもに国外に向けてプロモーションをするのではなく、どの国に何をどのようにプロモーションすれば効果が得られるかをしっかりと分析するとともに、地域一体で受入態勢を整えていく必要があります。

まずは情報収集、分析に取り組み、地域事業者も含む関係者でインバウンド戦略を策定・共有し、それに基づいた誘客を進めていきます。

ただし、観光消費については日本人旅行者のシェアが75%程度を占めること、国際情勢の変化などに対するリスクマネジメントの観点から、国内をターゲットとした取組も引き続き注力していきます。

(7) 戦略プランの推進体制の構築

戦略プランは島田市のみで推進するものではなく、地域の観光関係事業者等と共に役割を担い、責任を果たしていくことで、地域の観光消費を増やし自立した観光地経営につなげていこうとするものです。

多様な関係主体による取組の効率化や効果の最大化を図るためには、マーケティングやマネジメントを一体で担う機能を備えた推進体制が必要となります。

このような役割を担う組織がDMOであり、島田市観光協会が令和7年度に地域DMOに登録されたことから、まずは島田市、島田市観光協会の役割をこれまでよりも明確にする必要があります。

また、地域事業者、地域住民などの役割も明確にすることにより、企画から評価にわたる全ての面で、効果的な戦略プランの推進が可能な体制を整えていきます。

2-4 成果指標と目標値

戦略プランに掲げる将来像「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～」への歩みや「観光で稼ぐ」地域づくりの達成度を測るため、以下の項目を重要目標達成指標（KGI）として設定します。

重要目標達成指標 (KGI)	基準値	目標値 2030年（R12）	把握方法
観光消費額	73.0億円 (R6年度実績)	100.0億円 (R12年度実績)	静岡県観光交流数調査及び島田市観光協会のアンケート結果などから算出
観光消費に伴う経済波及効果	なし	令和8年度に設定	静岡県観光交流数調査及び島田市観光協会のアンケート結果などから算出
来訪者満足度	80.6% (R7年度最新値)	85.0% (R12年度調査結果)	島田市観光協会のアンケート結果
観光事業者の平均給与	なし	令和8年度に設定	島田市単独調査
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% (R7年度調査結果)	41.0% (R13年度調査結果)	島田市市民意識調査

※観光消費額については算出方法を以下のように修正したため、これまでの実績値から減額となっています。

【これまでの計算方法】

観光交流客数×消費単価

【今後の計算方法】

観光レクリエーション（日帰り）客数÷平均訪問施設数×消費単価

【変更理由】

これまでの計算方法では観光消費額が過大となっていたため、より適当な計算方法へと変更しました。

また、計画の進捗管理を行うための重要業績評価指標（KPI）を、以下のとおり定めます。

■全体評価のための KPI

重要業績評価指標 (KPI)	基準値 2024 年 (R6)	目標値 2030 年 (R12)	把握方法
国内認知度	38.0%	42.2%	島田市単独調査
観光交流客数	2,949,151 人	4,000,000 人	静岡県観光交流客数調査
観光交流客数 (訪日外国人旅行者)	23,728 人	200,000 人	島田市単独調査
宿泊者数	261,493 人	300,000 人	静岡県観光交流客数調査
宿泊者数 (訪日外国人旅行者)	11,142 人	25,000 人	島田市単独調査
客室稼働率 (40 室以上保有の 宿泊施設を対象)	69.3%	78.0%	島田市単独調査
来訪者の平準化率	87.9%	90.0%	静岡県観光交流客数調査
観光消費単価	6,776 円 (R7 年度最新値)	8,100 円	島田市観光協会の アンケート結果
「地域の特色を活 かした観光振興」に 対する市民満足度	38.2% (R7 年度調査結果)	52.1% (R13 年度調査結果)	島田市市民意識調査
観光客の受入を好 ましいと考える市 民の割合	83.7% (R7 年度調査結果)	85.0% (R13 年度調査結果)	島田市市民意識調査
観光に対する取組 が、5 年後によい影 響を与えていると 考える市民の割合	57.0% (R7 年度調査結果)	65.0% (R13 年度調査結果)	島田市市民意識調査
観光客により、生活 環境が悪化したと 考える市民の割合	なし	令和 8 年度に設定	島田市市民意識調査
観光客により、地域 文化や伝統が守ら れていると考える 市民の割合	なし	令和 8 年度に設定	島田市市民意識調査

■基本戦略ごとの KPI

基本戦略	重要業績評価指標（KPI）	目標値 (R8年度～R12年度の累計)
I 効果的・効率的な情報発信	市または観光協会が管理するSNS等で発信した、地域事業者の情報件数	100件
	観光情報サイトの閲覧者数	3,800,000PV
	地域事業者に対する Google Business Profile※改善提案件数	100件
II 消費を促す魅力的な商品の開発、流通促進	1人あたりの平均訪問観光施設数	3件 (R12年度実績)
	宿泊を伴う観光商品の開発件数	50件
	オンラインショップの商品掲載件数	100件
III 快適な旅のための環境整備	観光ボランティアの活動件数	200件
	一人あたりの平均訪問観光施設数(再掲)	3件 (R12年度実績)
	デジタル観光マップの閲覧件数	令和8年度に設定
IV インバウンド施策の強化	海外向けの情報発信件数	60件
	インバウンド向けの高付加価値観光商品造成件数	10件
	インバウンド対応可能なガイド育成件数	20人

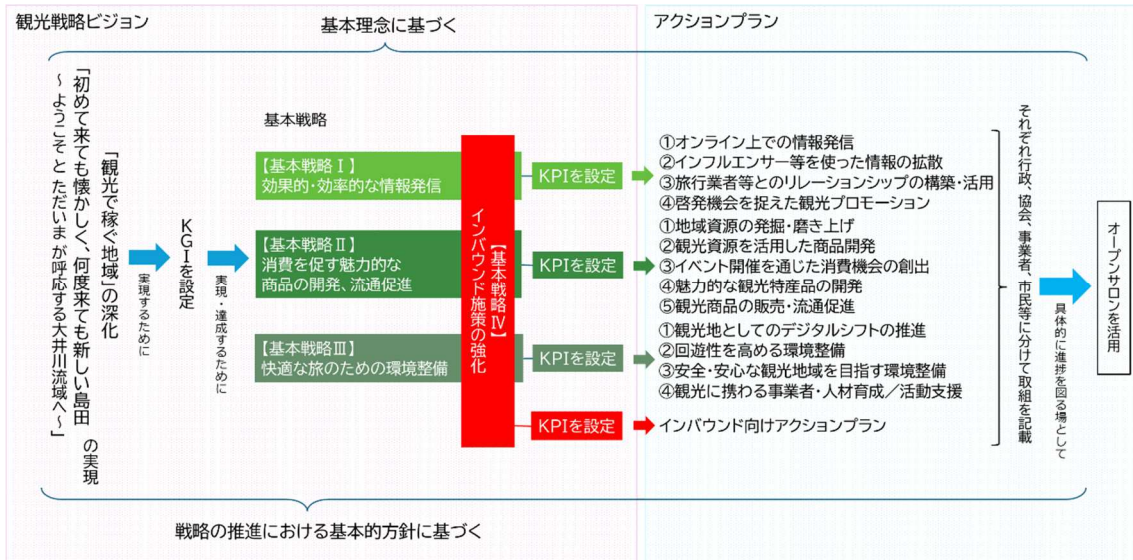
各目標値の把握方法は、

観光情報サイトの閲覧者数、デジタル観光マップの閲覧件数→WEBサイトの分析結果
一人あたりの平均訪問施設数→島田市観光協会のアンケート結果
上記以外→島田市の取組実績から となります。

第3章 アクションプラン

3-1 戦略プランとアクションプランの体系図

前章に記載した将来像、基本理念等とアクションプランの体系図を、以下の通り図示します。



アクションプランとして、4つの基本戦略に応じた取組内容を記載します。

また、アクションプランの具体的な進捗を図るために島田市観光協会が主催するオープンサロンを活用し、島田市、島田市観光協会、地域事業者や関係団体等が一体となり、横断的な取組を展開していきます。

なお、アクションプランについてはニーズの変化や時代潮流などに対応するため、計画期間中においても積極的に見直します。

3-2 基本戦略Ⅰ～Ⅲに応じたアクションプラン

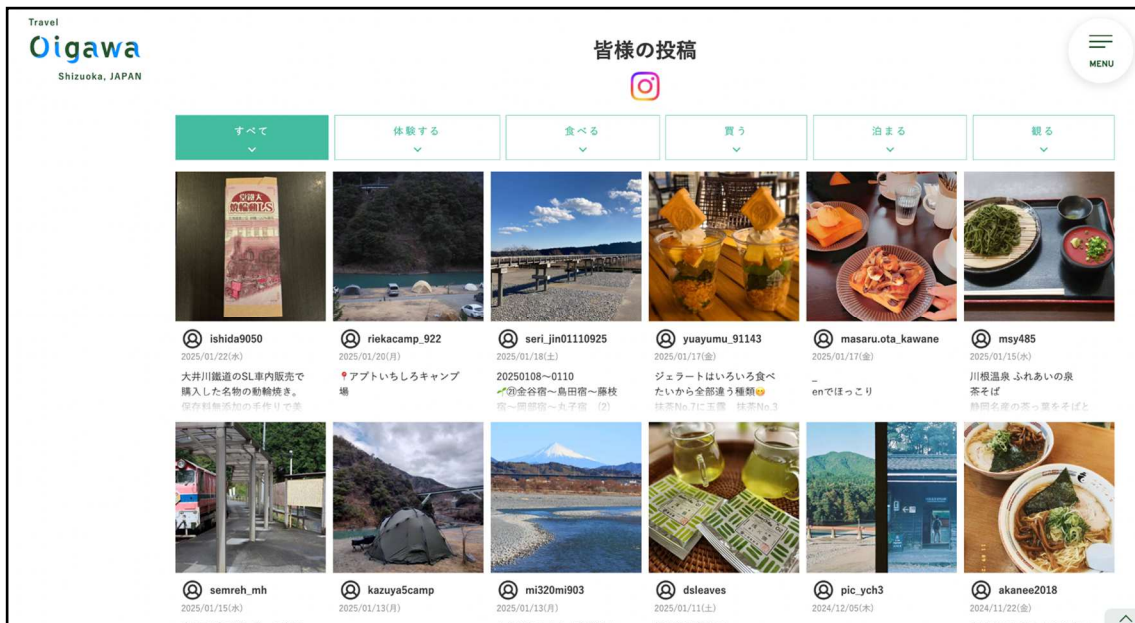
■基本戦略Ⅰ 効果的・効率的な情報発信

①オンライン上での情報発信

スマートフォンの所有率が100%近くになっている昨今、観光に係る情報収集についてはデジタルがメインとなっています。島田市や島田市観光協会が運営する観光情報サイト、SNSなどを有効活用し、効果的・効率的な情報発信に努めます。

主体	取組内容
島田市	<ul style="list-style-type: none"> ・島田市や島田市観光協会が運営する観光情報サイトを活用し、観光イベント情報を発信するとともに、ここでしか見ることのできない記事を掲載することで島田市の魅力を伝えます。 ・観光情報サイトの二次元バーコードなどを観光施設等に設置することで、認知の拡大や記事を見た方の再訪につなげます。 ・WEBサイトによる情報発信の一元化に取り組みます。 ・観光情報をSNSやYouTubeなどで広告配信し、多くの方に情報を届けます。 ・市内観光関連施設やイベント、特産品等のショート動画を作成し、SNSなどで発信することで情報拡散を図ります。 ・島田市に関する良質なSNS投稿を抽出して観光情報サイトに掲載する「旅アトリーチ」により、島田市を訪れた方の生の声を多くの方に届け、来訪につなげていきます。 ・島田市が管理しているLINEをはじめとするSNSなどの広報手法を地域事業者と共有し、積極的な情報発信を促します。 ・地域事業者が自ら行うオンライン上での情報発信について、発信する文面の添削、添付する画像や動画の作成など、積極的に支援していきます。 ・姉妹都市である富山県氷見市及び氷見市観光協会との連携を強化し、相互の来訪を促す情報発信等に取り組みます。

	<ul style="list-style-type: none"> ・島田市の管理施設、地域事業者の Google Business Profile を分析し、閲覧者の具体的なアクションにつなげていきます。
島田市観光協会 (DMO)	<ul style="list-style-type: none"> ・島田市観光協会が運営する公式 WEB サイトにおいて、効果的な情報発信に取り組みます。 ・管理する各 SNS のフォロワー獲得を目指すとともに、SNS におけるタイムリーかつ効果的な情報発信に努めます。 ・島田市や地域事業者から積極的に情報収集し、管理する公式 WEB サイトや SNS において発信します。 ・市内観光関連施設やイベント、特産品等のショート動画を作成し、SNS などで発信することで情報拡散を図ります。
地域事業者	<ul style="list-style-type: none"> ・自らの情報発信ツールに加えて、島田市や島田市観光協会が管理するツールと連動させた情報発信に取り組みます。 ・島田市と共に効果的な情報発信に努めます。
地域住民	<ul style="list-style-type: none"> ・それぞれが管理する SNS などの情報発信ツールで、地域資源や観光施設、イベントの開催情報などを発信することにより、島田市の魅力を広く伝えていきます。



▲旅アトリーチの WEB サイト掲載状況

②インフルエンサー等を使った情報の拡散

インフルエンサー等によるリアルな生の声（ユーザーボイス）は拡散力があり、島田市や島田市観光協会、地域事業者といったベンダー側が発信する情報と比較して、説得力のある内容が届けられます。

インフルエンサーや旅行者の投稿といった体験に基づく情報を、広範囲に案内・展開していきます。

主体	取組内容
島田市	<ul style="list-style-type: none"> ・情報発信力の高いインフルエンサーや、島田市の強みである歴史、お茶などの特定の分野において影響力を持つ専門家などによるファミトリップ※について、他市町との広域での連携の中で実施を協議していきます。 ・島田市にゆかりのある著名人と連携し、観光モデルルートや観光資源の発信をすることで情報拡散を図るとともに、ファンの聖地巡礼（来訪）につなげていきます。 ・市内観光関連施設や特産品の紹介につながるロケの実施に優先して協力し、効率的なプロモーションにつなげていきます。 ・テレビ番組などのメディアに合わせた情報発信や期間限定の取組などを実施することで、情報拡散と来訪を効果的につなげていきます。 ・マスコミへのプレスリリースなど、情報発信力を持つ媒体への働きかけを積極的に行います。
島田市観光協会（DMO）	<ul style="list-style-type: none"> ・島田市と連携した情報発信を行うとともに、コンテンツの収集に努めます。
地域事業者	<ul style="list-style-type: none"> ・プレスリリースによるマスコミへの情報提供を自ら行います。

※ファミトリップとは

Familiarization Trip の略称。旅行会社やメディア関係者などを地域に招き、実際の体験を通じて魅力を伝える観光プロモーション手法のこと。

③旅行業者等とのリレーションシップの構築と活用

旅行会社やランドオペレーター等の観光客の送客を担う旅行業者、影響力をもつメディア会社を対象とした会社訪問や PR 活動を通じて関係性を構築し、活用していきます。

主体	取組内容
島田市	<ul style="list-style-type: none"> ・静岡県観光協会が首都圏などで開催する商談会等に参加し、旅行業者等との関係性を構築します。 ・首都圏、中京圏、関西圏などの旅行業者やメディア等への営業訪問を、島田市観光協会や地域事業者と連携して実施します。 ・近隣市町や富士山静岡空港^(株)等と連携し、旅行業者やメディア等への営業訪問を展開します。 ・関係性を構築した旅行業者等を対象にファミトリップを行い、関係性の維持や観光商品造成につなげていきます。 ・静岡県観光協会がとりまとめる観光商品シート[※]の作成を地域事業者に促し、旅行業者等に観光商品情報を伝えていきます。
島田市観光協会 (DMO)	<ul style="list-style-type: none"> ・島田市と共に旅行業者等との関係性の構築、その後の旅行商品の造成等を促進します。 ・静岡県観光協会がとりまとめる観光商品シートの作成を、地域事業者に促します。 ・島田市観光協会が運営する公式 WEB サイトにおいて、事業者（旅行業者・メディア等）向けの情報発信を行います。
地域事業者	<ul style="list-style-type: none"> ・観光商品シートの作成を積極的に行い、旅行業者等に観光商品の情報を発信していきます。

※観光商品シートとは

静岡県観光協会がとりまとめる、旅行業者等向けに観光商品を紹介するシートのこと。とりまとめられたシートについては冊子になるとともに、静岡県観光協会の WEB サイトにおいて旅行業者等に限定で公開されます。

④啓発機会を捉えた観光プロモーション

本市が持つ多様な観光資源のうち、トレンドなどに沿ったテーマを有するものについて、例えば、知名度の高い全国的なイベントから、コアなファンに向けたイベントまでを対象にプロモーションするなど、情報を積極的に押し出すことで認知度向上に努めていきます。

主体	取組内容
島田市	<ul style="list-style-type: none"> ・本市とゆかりのある地域や催事と連携し、ブース出展などの現地プロモーションを、島田市観光協会や地域事業者と共に行います。 ・富士山静岡空港利用客に対し、市内への誘客を促す情報発信を行います。 ・大井川鐵道(株)と連携し、鉄道ファンに向けたプロモーションを展開します。 ・近隣市町や観光協会、地域事業者と連携し、大井川流域でのキャンプやサイクリング等のアウトドアツーリズムの推進に向けて、プロモーション活動を展開します。 ・スポーツ、文化合宿の誘致を強化し、宿泊や食事などによる経済効果を生み出します。 ・トレンドなどを敏感に把握し、ニーズに合ったツーリズムを企画、展開します。
島田市観光協会 (DMO)	<ul style="list-style-type: none"> ・大井川流域観光事業実行委員会などの各協議会を通じて、他市町及び他観光協会との連携による現地プロモーションを、積極的に企画します。
地域事業者	<ul style="list-style-type: none"> ・現地プロモーションに参加し、自らPRを行います。

■基本戦略Ⅱ 消費を促す魅力的な商品の開発、流通促進

①地域資源の発掘・磨き上げ

観光資源としての潜在価値を有しながら埋もれている地域資源などを発掘するとともに、現在活用している観光資源の更なる磨き上げを行うことで、コンテンツの充実を図ります。

主体	取組内容
島田市	<ul style="list-style-type: none"> ・「大井川でやるべき 100 のこと」において紹介するコンテンツについて、ニーズに合うような磨き上げを図るとともに、新たなコンテンツを追加することで市内観光関連施設への回遊を促進します。 ・豊かな自然を活用したパラグライダー、SUPなどのアクティビティコンテンツの開発を進めます。 ・茶工場の工場見学や農家民宿体験などの特色ある地域資源を活用し、国内外問わず教育旅行を誘致します。 ・農家民宿の開業を支援することにより、地域独自の体験ができる場を提供していきます。また、農家民宿と市内観光関連施設との連携を強めることで宿泊者の市内回遊を図るなど、更なる活用を推進します。 ・蓬萊橋右岸について、かわまちづくり計画に基づき河川空間の整備を進めます。また、整備後は蓬萊橋の両岸が一体となった活用を推進します。 ・島田市博物館および川越遺跡や諏訪原城跡などの文化資源、中央公園や横井運動場公園などの公園、山村都市交流センターささまや島田市野外活動センター山の家などの社会教育施設、帯モール等の公共空間について、観光資源としての活用やイベントの開催を検討・推進します。 ・地域で取り組む芸術、文化活動について、観光と連動して盛り上げていきます。 ・市内高等学校等と連携し、若年層ならではの視点を取り入れた観光コンテンツの企画・磨き上げを行います。
島田市観光協会 (DMO)	<ul style="list-style-type: none"> ・独自に実施するアンケート調査結果を踏まえ、観光商品のブラッシュアップを図るとともに、地域事業者と共有し観光資源の磨き上げに活用します。

	<ul style="list-style-type: none"> ・地域事業者や島田市との意見交換の場として開催するオープンサロンの参加者を拡大し、観光資源の発掘や磨き上げにつなげていきます。 ・地域事業者の資源や新たな活用アイデアの実現を支援します。
地域事業者	<ul style="list-style-type: none"> ・島田市や島田市観光協会から情報提供されるニーズ等の情報を踏まえ、自らの観光商品を更に魅力的なものに磨き上げます。 ・島田市観光協会が主催するオープンサロンに積極的に参加します。 ・埋もれている地域資源の掘り起こしやそれらの新たな活用アイデアなどを、島田市や島田市観光協会に提案します。
地域住民	<ul style="list-style-type: none"> ・埋もれている地域資源の掘り起こしやそれらの新たな活用アイデアなどを、島田市や島田市観光協会に提案します。



▲大井川でやるべき 100 のこと (TOURIST INFORMATION おおいなび)

②観光資源を活用した商品開発

市内に有する歴史、文化や自然、暮らし、産業に由来する観光資源を、提供価格、所要時間、サービスなどの視点から整理して、体験型・参加型のアクティビティへと加工するなど、ニーズに合った魅力ある観光商品開発を進めます。

加えて、テーマ設定した複数のコンテンツを組み合わせたプランやエリア内の回遊を促すプラン、付加価値の高いプラン等を開発し、観光消費の拡大を目指します。

主体	取組内容
島田市	<ul style="list-style-type: none"> ・来訪者数の平準化を図るため、恒常的な観光コンテンツの開発を進めます。 ・設定したテーマに沿って複数のコンテンツを組み合わせ、魅力的で訴求力のある観光商品を開発します。 ・島田でしかできないこと、島田ならではの歴史、伝統などの唯一性を強調した、高付加価値の観光商品を開発します。 ・市内宿泊施設との連携を強化するとともに、観光コンテンツと宿泊を結び付けた観光商品を企画します。併せて、ナイトコンテンツなどの宿泊を伴うことが期待できる観光商品を開発することで、宿泊者の増加を目指します。 ・観光資源について、ニーズに合うように必要項目を見直します。特に「大井川でやるべき100のこと」のコンテンツについて、記載内容の見直しを地域事業者に提案していきます。 ・島田市緑茶化計画と観光資源を結び付け、新たな「緑茶観光」を開発します。
島田市観光協会 (DMO)	<ul style="list-style-type: none"> ・島田市と共に積極的に観光商品の開発に取り組むほか、オンラインストアへの掲載等を通じて販売につながる取組を展開します。 ・オープンサロンを活用し、島田市や島田市観光協会が主体となるだけでなく、地域事業者同士の連携を強めることで、地域事業者による観光商品開発を促します。 ・観光商品の開発にチャレンジする地域事業者等を支援します。

地域事業者

・自らが主体となって、さらに地域事業者間での連携をとりながら、観光商品開発を進めます。



島田市川根町の町を歩きながら、謎解きや様々なミッションに挑戦するゲームです。

▲川根地域で企画した通年で恒常的に楽しめるイベントチラシ

③イベント開催を通じた消費機会の創出

本市には、島田大祭や金谷茶まつり、しまだ大井川マラソン in リバティといった一大イベントをはじめ、民間による個性豊かなイベントも多数開催されており、開催中は多くの人で賑わいます。

こうした機会を好機と捉え、積極的な市内観光関連施設への回遊等を促進し、観光消費の拡大を図ります。

主体	取組内容
島田市	<ul style="list-style-type: none"> ・地域事業者等が展開する集客イベントについて、情報発信を支援することで来訪者を増加させます。 ・イベント開催に併せたデジタルスタンプラリーやクーポンなどの活用により、観光客の市内回遊を促進します。 ・イベント開催をきっかけに来訪する観光客に対し、宿泊施設の情報提供や宿泊を伴う観光商品の案内などにより、宿泊を促します。 ・イベント開催に合わせ、地域事業者自らによる観光商品開発を促すとともに、それらを効果的に組み合わせ販売します。 ・島田市が開催する様々なイベントを、観光資源として活用します。 ・イベントについては、その開催目的や経済波及効果等を定期的に分析し、開催内容を精査・評価します。
島田市観光協会 (DMO)	<ul style="list-style-type: none"> ・イベント開催に合わせ、特別感のある観光商品の開発を島田市や地域事業者と連携し企画します。 ・イベント開催に合わせて臨時観光案内所の設置や開発した観光商品の紹介などを行うことで、市内回遊を促します。 ・市民や地域の団体等が展開する集客イベントについて、情報発信します。 ・イベントを開催しようとする地域事業者等を支援します。
地域事業者	<ul style="list-style-type: none"> ・イベント開催を契機ととらえ、特別感のある観光商品を開発するなど積極的に「稼ぐ」を実践します。
イベント主催者	<ul style="list-style-type: none"> ・イベント開催における明確な目的を設定します。

	<ul style="list-style-type: none"> ・イベント開催に合わせて、消費拡大に繋がる仕組みづくりを検討します。
地域住民	<ul style="list-style-type: none"> ・身近で開催されるイベントに積極的に参加し、イベント状況をSNSなどで自ら発信することで、来訪者数の拡大と観光消費の上昇に貢献します。



▲金谷茶まつり

しまだ大井川マラソン in リバティ▼



⑤観光商品の販売・流通促進

観光商品を観光客に認知させ、予約・購入につなげるためには、観光商品情報を効果的・効率的に発信すること、さらに、観光商品の販路開拓、流通経路の確保が求められます。

その販売方法と流通手段をオンライン・オフライン両者から整え、売り上げの増加につなげていきます。

主体	取組内容
島田市	<ul style="list-style-type: none"> ・県内外で実施する出展型プロモーションに合わせ、観光商品や特産品の販売を行います。 ・島田市観光協会が運営するオンラインショップに、観光商品の掲載を提案します。 ・観光商品や特産品について、ふるさと納税の返礼品として活用します。また、現地決済型ふるさと納税による宿泊施設利用や特産品の購入等を促進していきます。 ・関係性が構築できた旅行業者等に対して、観光商品を売り込みます。 ・静岡県観光協会がとりまとめる観光商品シートの作成を地域事業者へ促し、旅行業者に観光商品情報を伝えていきます。(再掲)
島田市観光協会 (DMO)	<ul style="list-style-type: none"> ・県内外で実施する出展型プロモーションに合わせ、観光商品や特産品の販売を行います。 ・オンラインショップの運営をし、観光商品の流通促進に努めます。 ・蓬萊橋 897.4 茶屋や TOURIST INFORMATION おおいなびなどの施設において、観光商品の販売を行います。 ・静岡県観光協会がとりまとめる観光商品シートの作成を、地域事業者へ促します。(再掲)
地域事業者	<ul style="list-style-type: none"> ・島田市観光協会が運営するオンラインショップに、観光商品の掲載をします。 ・静岡県観光協会がとりまとめる観光商品シートの作成を積極的に行い、旅行事業等に観光商品情報を伝えていきます。(再掲)

■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

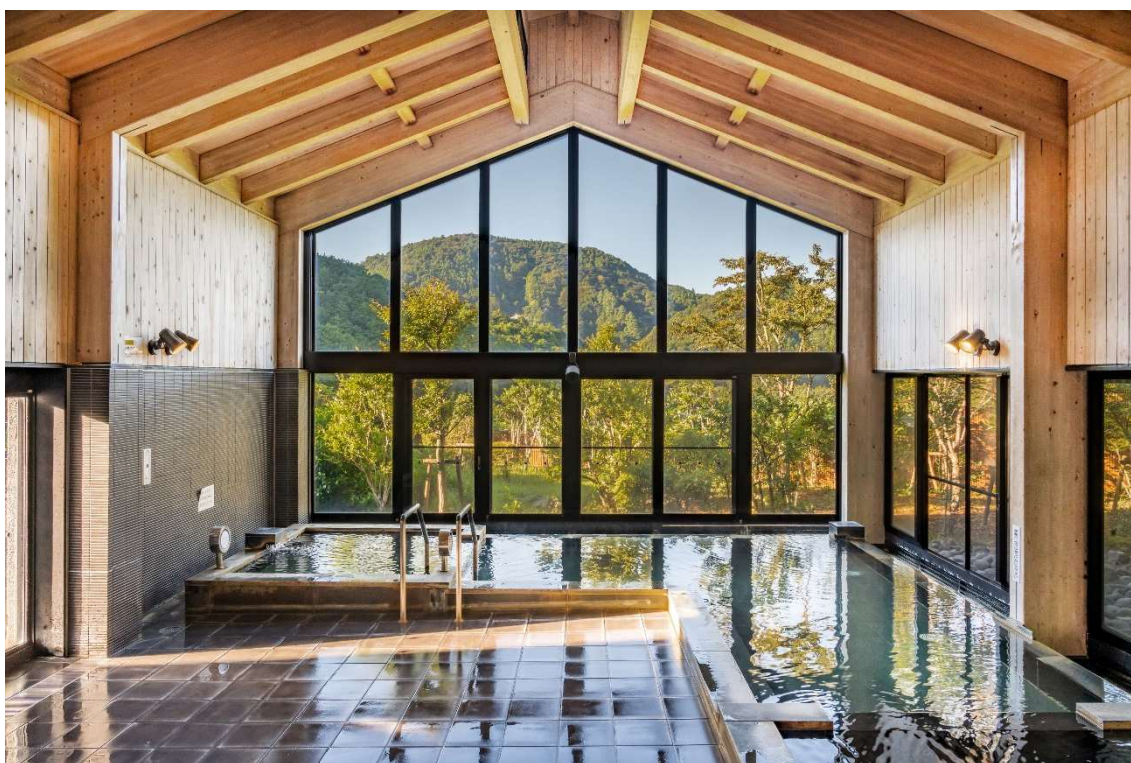
旅前、旅中※の情報収集や、旅中、旅後※のSNSへの投稿等にあたって、多くの旅行者がスマートフォンをはじめとするデジタルデバイスを使用しています。

より選ばれる地域となるために、地域全体としてDX（デジタルトランスフォーメーション）を進め、旅行者にとって旅の利便性が増す環境整備を進めていきます。

さらに、デジタルシフトを進めることで、得られたデータを分析してより効果的なマーケティングにつなげる視点のほか、受入側となる観光事業者の省人化・省力化が進むことが期待されます。

主体	取組内容
島田市	<ul style="list-style-type: none"> ・市内観光関連施設やイベント情報などを取得できるデジタル観光マップを整備し、常に最新の情報に更新することによって、旅中での効果的な情報発信を推進します。 ・市内観光関連施設において、Google Business Profileを活用した情報発信を強化することにより、旅前・旅中での情報検索による来訪につなげていきます。 ・顧客ニーズを踏まえたキャッシュレス決済や電子クーポンの導入を促進します。合わせて、地域事業者への導入を支援します。 ・島田市が管理する観光施設にフリーWi-Fiを設置し、快適なインターネット環境を提供します。 ・地域事業者が運営する観光関連施設において、フリーWi-Fiの設置を求めています。 ・地域全体としてデジタルシフトが推進されるよう、地域事業者に対し講習会などを開催します。 ・観光情報サイトや島田市公式WEBサイト、島田市観光協会公式WEBサイトなどの分析をし、その結果に応じた施策展開を図ります。 ・電子クーポンなどの企画を通して、SNSなどを活用した情報発信や広告配信により、どの程度来訪につながったかなどの効果を測定していきます。

島田市観光協会 (DMO)	・観光客を対象とした WEB アンケート調査を実施し、収集したデータを観光施策に活用していきます。
地域事業者	<ul style="list-style-type: none"> ・フリーWi-Fi の設置、キャッシュレス決済の導入などのデジタルシフトを検討します。 ・デジタルシフトに関する講習会などに積極的に参加し、理解を深めます。



▲田代の郷温泉伊太和里の湯（フリーWi-Fi 設備完備）

※旅前、旅中、旅後とは

旅後も含め、旅行者の行動を3フェーズに分ける考え方のこと。旅前は旅行前の情報収集、計画、予約期間で、旅中は旅行の最中、旅後は旅行後のこと。

②回遊性を高める環境整備

本市を旅行・回遊される方の約8割が自動車を利用しているとのデータが示されています。一方で、本市は高速道路のほか、空港、鉄道が近接した強い交通結節機能を備えており、それらを利用する旅行者を獲得し、その割合を増やしていくことが観光交流客数の増加につながります。

その条件には、二次交通による地域内の回遊性を高める取組が求められており、ニーズを踏まえながら環境整備を進めていきます。

主体	取組内容
島田市	<ul style="list-style-type: none"> ・駅や空港などをはじめとする一次交通と二次交通の接点においては、ニーズに応じてレンタサイクルなどの二次交通の確保をします。 ・島田駅前の観光案内機能を活用して旅の拠点とするとともに、乗って楽しく観光スポットを回れる観光移動コンテンツの実証実験を実施します。 ・東海道本線の駅といった旅の起点となる場所の周辺において、地域事業者と連携して荷物預かり機能設置等の実証実験を行います。 ・観光客の利便性が図られるよう、イベント開催時などにおける電車やバスなどの増便などについて、交通事業者に働きかけます。 ・地域事業者と連携し、移動手段がセットになった観光商品を開発します。 ・目的などに応じた観光のモデルコースを作成して観光情報サイトに掲載します。 ・宿泊施設の誘致を推進します。
島田市観光協会 (DMO)	<ul style="list-style-type: none"> ・TOURIST INFORMATION おおいなびにおいて、来訪者の目的に沿った旅の提案を行います。
地域事業者	<ul style="list-style-type: none"> ・地域事業者同士が連携し、移動手段を含めた観光商品を検討します。

③安全・安心な観光地域を目指す環境整備

市内観光関連施設の適切な維持管理と円滑な運営は、観光客の旅の安心感や充実感につながり、ひいては満足度の上昇へとつながります。

多様な方が訪れることを踏まえつつ、配慮した受け入れ体制の整備が求められます。

主体	取組内容
島田市	<ul style="list-style-type: none"> ・島田市が所管する観光施設等について適切な維持管理を行い、利用者や施設従事者の安全・安心の確保に努めます。 ・島田市が所管する観光施設等について、バリアフリーやユニバーサルデザインに配慮した、誰もが安全・安心に観光を楽しめる環境整備に努めます。 ・大規模災害の発生や大規模災害警戒情報が発令された場合には、観光情報サイトや市公式 SNS 等を活用するとともに、同報無線などにより観光客に対し、必要な情報を発信します。 ・災害時における観光客の安全確保について、「島田市地域防災計画」に基づいて情報を整理し、島田市観光協会や地域事業者に共有することで有事に備えます。 ・オーバーツーリズムが発生した場合は、関係機関等と連携して早急な対策を講じます。
島田市観光協会 (DMO)	<ul style="list-style-type: none"> ・大規模災害の発生や大規模災害警戒情報が発令された場合には、島田市観光協会が運営する公式 WEB サイトや SNS などを活用して必要な情報を発信します。 ・独自の災害発生時の対応マニュアルを整備します。 ・地域事業者に施設の適切な維持管理、運営について依頼します。
地域事業者	<ul style="list-style-type: none"> ・施設の適切な維持管理、運営に努めます。 ・災害発生時の対応マニュアルを整備します。 ・被害状況等について、島田市に情報提供をします。
地域住民	<ul style="list-style-type: none"> ・大規模災害の発生や大規模災害警戒情報が発令された場合には、観光客に対し必要な情報提供や避難所での支援などに配慮します。

④観光に携わる事業者・人材育成/活動支援

本市観光産業の維持・発展を推進するためには、観光に携わる人材を育成することが重要です。地域事業者対象の研修会やワークショップの実施により、観光地域づくりの中核となるリーダーの発掘・育成を目指します。

主体	取組内容
島田市	<ul style="list-style-type: none"> ・地域事業者と積極的に連携を図ることで、島田市職員及び地域事業者が一体となった成長を目指します。 ・地域事業者に対する研修会等を開催することにより、人材育成を進めます。 ・市内観光関連施設において、学生ボランティアガイドの採用を検討し、将来的な観光人材の発掘を行います。 ・インターンシップなどによる地域事業所の現場受入研修を実施・支援し、観光人材の発掘を行います。 ・地域おこし協力隊、地域活性化起業人などの制度を活用し、観光に関する専門的な知識を有する人材を確保します。
島田市観光協会 (DMO)	<ul style="list-style-type: none"> ・プロの観光人材の育成・組織化を進めます。
地域事業者	<ul style="list-style-type: none"> ・研修会等に積極的に参加し、観光地域づくりの中核を担っていきます。



▲令和7年度に開催した地域事業者を対象とした研修会の様子

3-3 基本戦略Ⅳに応じたアクションプラン

基本戦略Ⅳに掲げたインバウンド施策の強化について、3つの柱を設定して具体的なアクションプランを記載します。

■柱1 ターゲットの設定

(1) 短期的なターゲット

ターゲット	選定理由
中国	<ul style="list-style-type: none"> ・韓国は富士山静岡空港への直行便が運航している。 ・現状も来訪者の一定の獲得ができており、拡大の土壌がある。
韓国	
台湾	<ul style="list-style-type: none"> ・これまでプロモーションを継続して実施してきた。 ・広域連携の枠組みの中でターゲットとしている。 ・現状も来訪者の一定の獲得ができており、拡大の土壌がある。 ・静岡県の海外駐在員事務所がある。
ベトナム	<ul style="list-style-type: none"> ・富士山静岡空港への直行便が運航予定である。 ・静岡県の海外駐在員事務所がある。

(2) 中長期的なターゲット

中長期的なターゲットについては、静岡県の方針や地域事業者との意見交換を踏まえ、令和8年度中に決定します。現段階におけるターゲット候補は以下のとおりです。

ターゲット候補	選定理由
東南アジア	<ul style="list-style-type: none"> ・シンガポール、タイなど消費単価が高い。 ・静岡県の海外駐在員事務所がシンガポールにある。 ・シンガポールについては、卓球の合宿やマラソンの友好大会などで交流がある。 ・島田市在住者が多く、協力が得られれば効果的な情報発信などを推進できる。
欧米豪	<ul style="list-style-type: none"> ・一人当たりの消費単価が高い。(消費単価トップ10のうち、8か国が欧米豪) ・静岡県、静岡県観光協会、するが企画観光局、川根本町との連携による獲得が期待できる。 ・島田市と姉妹都市である米国カリフォルニア州リッチモンド市、スイス連邦ベルン州ブリエンツ町がある。

■柱2 情報発信・マーケティング

施策の内容	取組内容
<p>島田市のことを 知ってもらう (旅前・旅中)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・観光情報サイトにおいて、訪日外国人旅行者の興味を引く情報を発信します。 ・多言語の観光パンフレットを作成し、訪日外国人旅行者の来客が見込める観光関連施設等に設置します。 ・静岡県の海外駐在員事務所のSNSなどを活用して情報発信をします。 ・静岡県観光協会が米国、英国、豪州に設置する海外マーケティング事務所を活用して、情報発信をします。 ・他市町と連携した取組の中で、インフルエンサーの招聘について検討します。 ・本市在住の外国人向けのファムトリップを実施し、参加者の母国へのプロモーションを誘発します。 ・清水港や大井川港などに寄港する客船の停泊期間中に、乗客の本市への誘客を図るため、静岡県や他市町、関係する旅行業者等と連携した情報発信を行います。
<p>旅行業者等との リレーションシッ プの構築・活用</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・静岡県観光協会が実施する海外ランドオペレーターへの営業について、地域事業者と共に積極的に連携します。 ・するが企画観光局が実施する海外商談会への参加などの国外プロモーションにおいて、積極的に連携します。 ・台北国際旅行博などの海外の旅行博に出展し現地でプロモーションをするとともに、商談会において現地旅行業者等との関係性の構築をし、観光商品造成など具体的な展開を図ります。 ・日本に事務所がある海外旅行業者等と連携し、観光商品開発を推進します。
<p>ニーズ等の分析</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・富士山静岡空港や静岡県と連携し、中国便や韓国便利利用者のニーズを調査します。 ・観光庁が公表する調査結果などについて、情報を積極的に取得・分析します。

■柱3 コンテンツ整備と受入環境の整備

施策の内容	取組内容
宿泊機能の強化	<ul style="list-style-type: none"> ・ 宿泊関連事業者同士の連携を促す体制を構築します。 ・ 外国人利用者の割合が高い農家民宿について、開業を支援するとともに、観光関連施設との連携を密にすることで利用者の市内回遊を促進します。 ・ 宿泊施設として空き店舗の利用を促します。
消費機会の創出、回遊促進	<ul style="list-style-type: none"> ・ 宿泊を伴う観光商品と共に、島田髷や島田大祭などと関連付けた、島田でしかできないことや島田ならではの伝統、文化、歴史などの観点による高付加価値の観光商品を開発します。 ・ 島田市緑茶化計画と観光資源を結び付け、新たな「緑茶観光」を開発します。 ・ 豊かな自然、景観などと観光を結び付けた、「持続可能な観光」商品を開発します。 ・ 宿泊者を多く獲得している宿泊施設と連携し、宿泊者に対する他の飲食店における食事の提供、市内回遊の促進などにより、幅が広がる消費機会を創出します。 ・ Google Business Profile を活用し、旅前、旅中における効果的な情報発信を進めます。 ・ 駅や空港などをはじめとする一次交通と二次交通の接点においては、ニーズに応じてレンタサイクルなどの二次交通の確保をします。 ・ 外国人利用客が多い「ふじのくに茶の都ミュージアム」からの市内回遊を、静岡県と連携して促進します。 ・ 3市1町広域観光連携協議会、中部5市2町、富士山静岡空港周辺地域観光振興研究会などの複数の市町で構成する組織において、そのスケールメリットを活かした魅力的な観光商品やモデルコースなどを検討します。
快適な旅行のための環境整備	<ul style="list-style-type: none"> ・ 安全・安心な旅の提供のため、観光地の案内や避難看板等を多言語対応に改修します。 ・ 多言語対応のデジタル観光マップを整備します。 ・ 島田市が所管する観光施設にフリーWi-Fi を設置し、快適なインターネット環境を提供します。

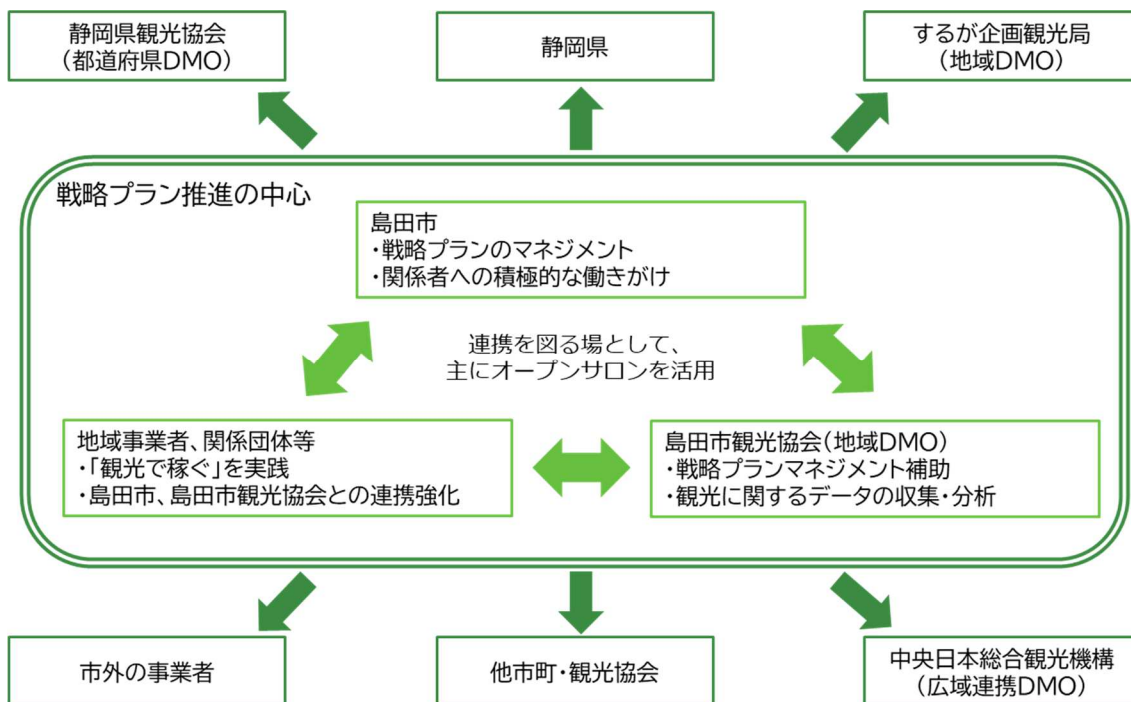
- ・地域事業者が運営する市内観光関連施設において、フリーWi-Fiの設置を求めています。
- ・顧客ニーズに合ったキャッシュレス決済の導入を促進します。
- ・地域事業者と連携し、移動手段や観光案内がセットになった観光商品を開発します。
- ・外国人人材と地域事業者のマッチングを支援し、インバウンドに対応できる人材育成をします。
- ・島田駅や金谷駅などの訪日外国人旅行者が多く訪れる場所については、地域事業者と連携して荷物預かり機能の設置に取り組みます。
- ・インバウンド向けのモデルプランを作成し、観光情報サイトに掲載します。
- ・インバウンドに対応できる観光ガイドを育成するとともに、接客講座などを実施して受入態勢を整えます。
- ・訪日外国人旅行者用の災害時の対応マニュアルを整備します。
- ・オープンサロンなどを活用して地域事業者、地域住民などの受入意識を醸成し、訪日外国人旅行者の快適な旅行に限らず、国際相互理解の増進にも寄与します。



▲蓬萊橋と富士山

3-4 アクションプラン推進体制、推進方法

■アクションプランの推進体制、推進方法



アクションプランの推進については、島田市、島田市観光協会、地域事業者や関係団体等が中心となるとともに、静岡県や周辺市町等との連携を深めることで、より効果的な進捗を図っていきます。

また、島田市、島田市観光協会、地域事業者や関係団体等の連携については、主に島田市観光協会が主催するオープンサロンを活用していきます。

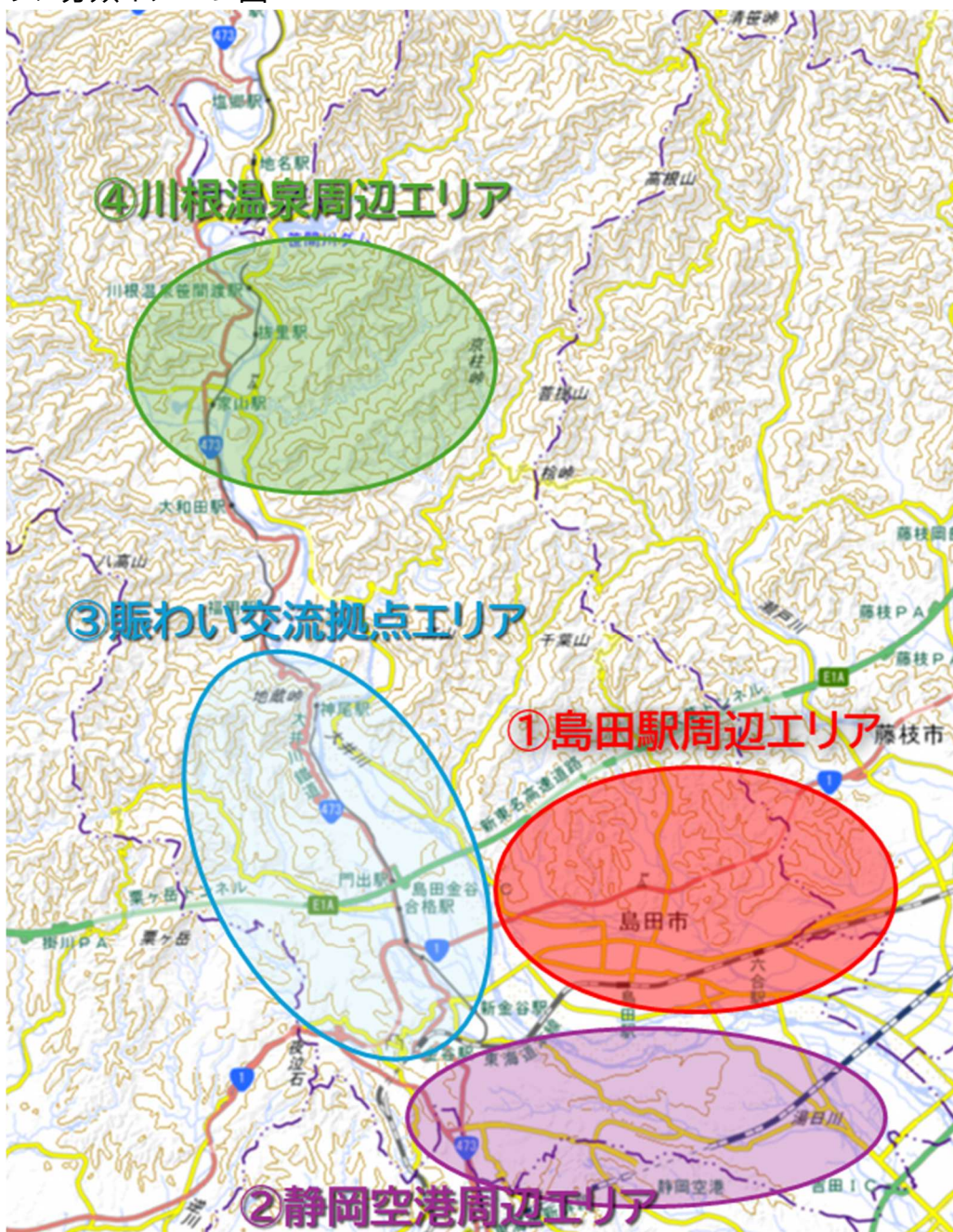


▲令和7年度に実施したオープンサロンの様子

また、前プランで設定していた4つのエリアに応じて方向性を設定することで、それぞれの特性に応じたより効果的な進捗を図っていきますが、オープンサロンの実施単位はこの4つのエリア分類に明確に準ずるのではなく、実施目的に応じて対象エリアを検討していくこととします。

なお、エリアごとの方向性についても、地域事業者等の意見や時代潮流などを踏まえながら、流動的に変更していくこととします。

■エリア分類イメージ図

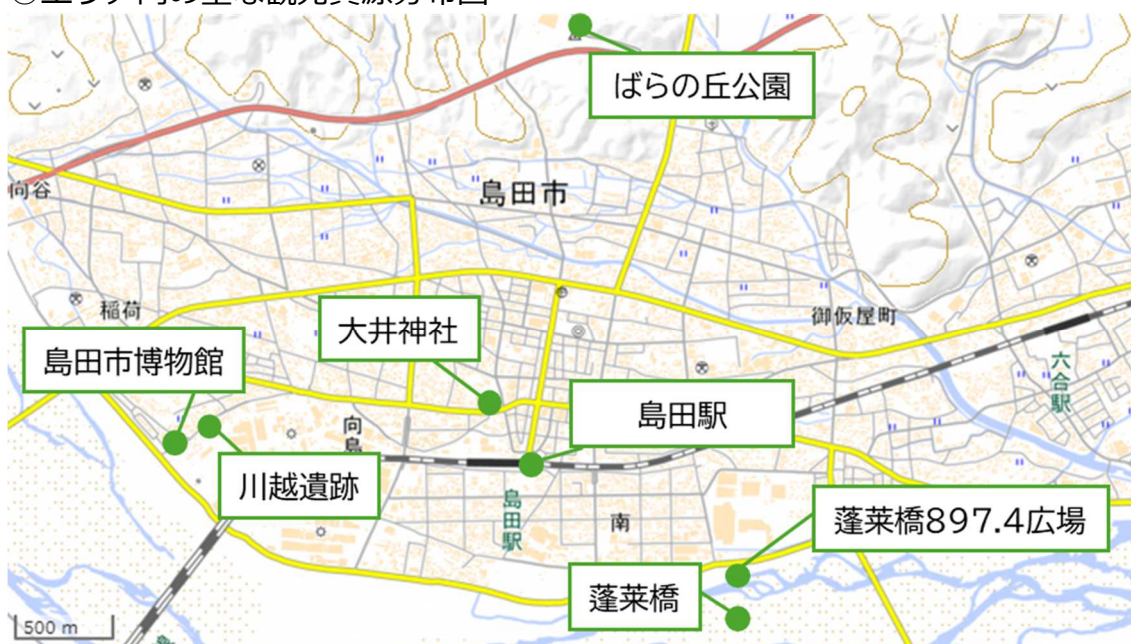


※明確な線引きはせず、あくまでイメージとして位置付けます。

エリアに属さない観光関連施設等の除外はしません。

■島田駅周辺エリア

○エリア内の主な観光資源分布図



○主要なイベント

イベント名	実施時期	直近の集客実績
大井川大花火大会	毎年8月初旬に実施	約 100,000 人
島田大祭	3年に1度、10月中旬に実施	約 270,000 人
しまだ大井川マラソン in リバティ	毎年10月末に実施	約 21,000 人

○観光レクリエーション客数、宿泊者数の状況

エリア	レクリエーション客数	割合	宿泊者	割合
島田駅周辺エリア	926,017 人	34.45%	89,090 人	34.03%
島田市全体	2,687,658 人	100%	261,493 人	100%

○訪日外国人旅行者の来訪状況

エリア	レクリエーション客数	割合	宿泊者	割合
島田駅周辺エリア	1,207 人	9.59%	784 人	7.04%
島田市全体	12,586 人	100%	11,142 人	100%

○現状と課題

島田駅周辺エリアは、観光関連施設が点在しているとともに宿泊施設も多いことから、観光レクリエーション客及び宿泊者共に島田市全体の約1/3を獲得しています。一方、訪日外国人旅行者の来訪割合は低いことから、他エリアからの訪日外国人旅行者の回遊において、効果的な施策展開の余地があります。

また、島田駅という交通拠点があるにも関わらず、そこを起点とした回遊を促進するための二次交通が確保できておらず、効果的な回遊に結び付けられていないという課題があります。

○施策の方向性

島田駅を拠点とし、川越、お茶、和菓子などの大井川とともに育まれた魅力あるコンテンツをテーマとした観光関連施設の回遊を、移動手段の確保も含めて推進していきます。

特にお茶や和菓子については、市内で最も集客力のある施設であるKADODE OOIGAWA、訪日外国人旅行者を多く獲得しているふじのくに茶の都ミュージアムとの相互連携により、効果的な誘客を図っていきます。加えて、静岡空港周辺エリアに多く宿泊している訪日外国人旅行者について、例えば夕食に島田駅周辺エリアの飲食店を利用してもらう等の取組により、このエリアへの誘客を図ります。

また、開催される様々なイベントについて、その開催を支援するとともに、イベントによる経済波及効果の更なる拡大を図っていきます。

○想定する取組例（具体的にはオープンサロンの中で検討）

- ・蓬萊橋などへの観光案内ガイドの配置
- ・緑茶の飲み比べ、和菓子の食べ比べ体験の提供
- ・大井川や茶畑開墾の歴史を学ぶことができるモデルルートの作成
- ・島田髷と着物、川越人足といったコスプレ体験の提供
- ・島田駅などの旅の拠点となり得る箇所における二次交通の確保
- ・他エリアの宿泊施設との連携強化

■静岡空港周辺エリア

○エリア内の主な観光資源分布図



○観光レクリエーション客数、宿泊者数の状況

エリア	レクリエーション客数	割合	宿泊者	割合
静岡空港周辺エリア	133,526 人	4.97%	131,362 人	50.24%
島田市全体	2,687,658 人	100%	261,493 人	100%

○訪日外国人旅行者の来訪状況

エリア	レクリエーション客数	割合	宿泊者	割合
静岡空港周辺エリア	7,072 人	56.19%	9,649 人	86.60%
島田市全体	12,586 人	100%	11,142 人	100%

○現状と課題

静岡空港周辺エリアは、観光レクリエーション客の獲得割合は低いものの、宿泊者は本市全体の半数以上を獲得しています。また、訪日外国人旅行者の来訪割合については観光レクリエーション客、宿泊者共に非常に高くなっており、特に宿泊者については市内全体の9割近くを占めています。これは、静岡県の空の玄関口である富士山静岡空港、自動車移動における東西の主軸である東名高速道路のインターチェンジがあるということが、主な要因と考えられます。加えて、本市の基幹産業であるお茶をテーマとした静岡県の施設ふじのくに茶の都ミュージアム、重要な歴史資源である諏訪原城跡や旧東海道石畳など、このエリアから他エリアに紐づけられる観光関連施設があるという強みがあります。

一方、特にこのエリアで獲得した訪日外国人旅行者については、エリア内に限らず市内回遊がほとんどみられないという課題を抱えています。

○施策の方向性

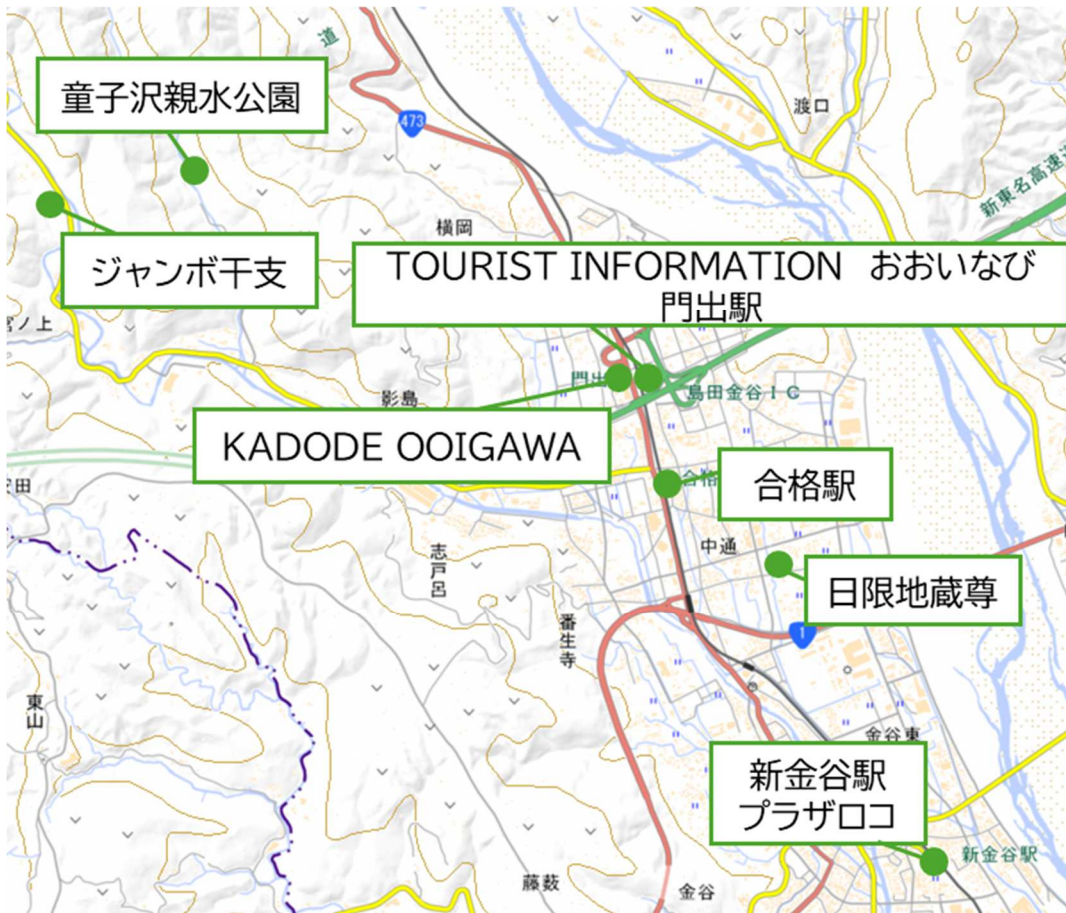
国内外問わず、獲得した宿泊者の市内回遊を促進していきます。そのため、このエリアにある宿泊施設との連携や、実際に旅行ツアーを組んでいる旅行事業者へのアプローチなどに取り組むとともに、ふじのくに茶の都ミュージアム、諏訪原城跡や旧東海道石畳など、このエリアから他エリアへの回遊に紐づけられる観光関連施設との連携を強化していきます。

○想定する取組例

- ・ 諏訪原城跡などへの観光案内ガイドの配置
- ・ ふじのくに茶の都ミュージアムからのお茶をテーマとした市内回遊の促進
- ・ 宿泊者への市内飲食店における食事の提供
- ・ ツアーを実施している海外旅行事業者との連携強化
- ・ 富士山静岡空港を拠点とした、移動手段をセットにした観光モデルルート の作成
- ・ 国内外を問わず、富士山静岡空港就航先の自治体や観光協会等との相互連携強化

■賑わい交流拠点エリア

○エリア内の主な観光資源分布図



○主要なイベント

イベント名	実施時期	直近の集客実績
金谷茶まつり	2年に1度、4月に実施	約 25,000 人 ※1日間の開催

○観光レクリエーション客数、宿泊者数の状況

エリア	レクリエーション客数	割合	宿泊者	割合
賑わい交流拠点エリア	1,249,384 人	46.49%	837 人	0.32%
島田市全体	2,687,658 人	100%	261,493 人	100%

○訪日外国人旅行者の来訪状況

エリア	レクリエーション客数	割合	宿泊者	割合
賑わい交流拠点エリア	3,397 人	26.99%	191 人	1.71%
島田市全体	12,586 人	100%	11,142 人	100%

○現状と課題

賑わい交流拠点エリアは、陸・海・空の広域交通の要衝であることに加え、本市で最も集客力のある施設 KADODE OOIGAWA や最も認知度の高い大井川鐵道といった強力な観光コンテンツがけん引するような格好で、観光レクリエーション客の過半数を獲得しているエリアです。一方収容力のある宿泊施設が無く、宿泊者の獲得割合は最も低いエリアとなっています。また、東海道本線と大井川鐵道の両駅が隣接している金谷駅があるにも関わらず、そこを拠点とした賑わいの創出に至っていないという課題があります。

○施策の方向性

本市への来訪のフックとなるコンテンツがあることから、そこから市内回遊へとつなげていく必要があります。特に、KADODE OOIGAWA に隣接する大井川流域の観光案内所である TOURIST INFORMATION おおいなびにおける「大井川でやるべき 100 のこと」をはじめとした観光案内を一層強化することで、市内観光関連施設への来訪につなげていきます。一方、エリア内においてはお茶、合格祈願、S L や機関車トーマスといった集客が期待できるテーマが複数あるため、それぞれターゲットを明確にした上で効果的なプロモーションを展開していきます。

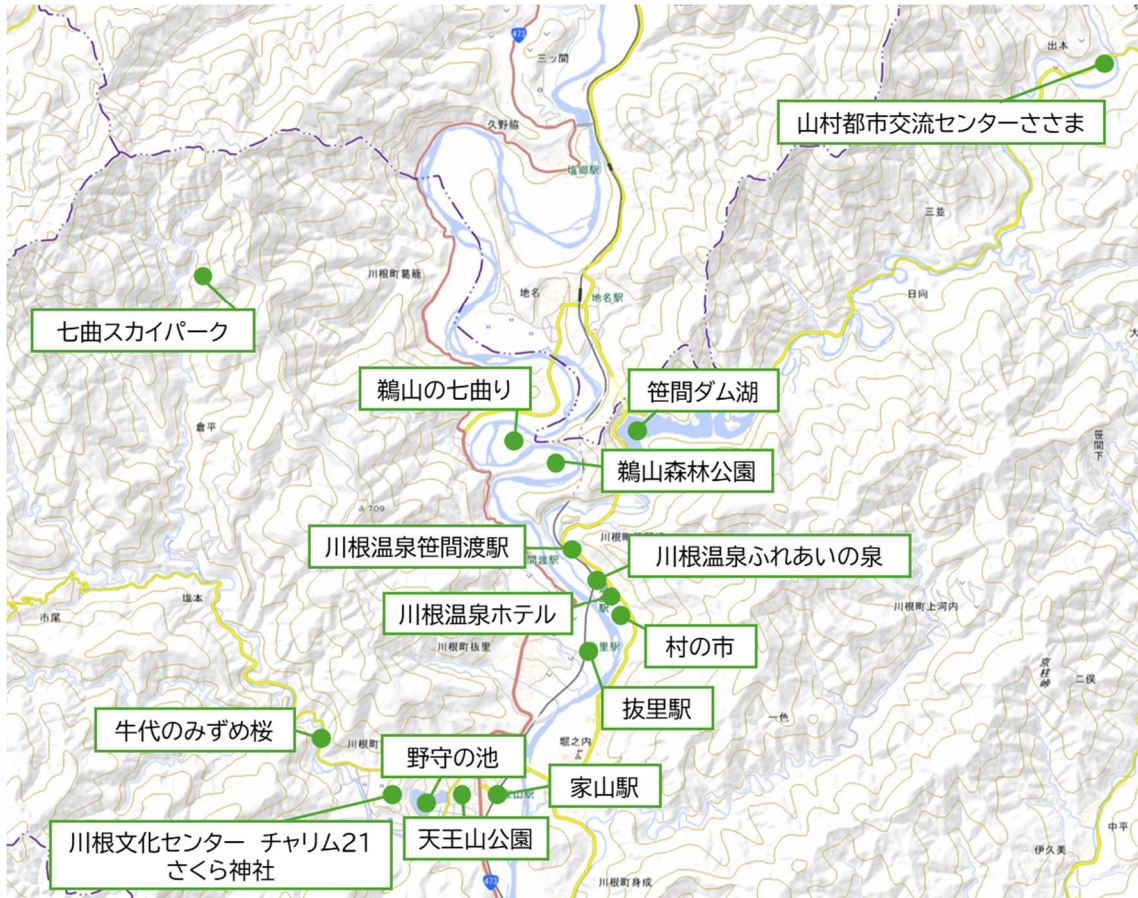
また、大井川鐵道については当エリアと川根温泉周辺エリアや川根本町を結ぶ移動手段も兼ねた観光資源であることから、それらの地域と特に一体となった観光誘客や回遊に力を入れていきます。

○想定する取組例

- ・ KADODE OOIGAWA や TOURIST INFORMATION おおいなびを拠点とした市内回遊の促進
- ・ 合格祈願スポットの一体的な活用
- ・ 茶娘の観光コンテンツとしての活用、金谷茶まつりへの訪日外国人旅行者誘客
- ・ 金谷駅周辺の賑わい創出
- ・ 農家民宿利用者の観光関連施設回遊促進
- ・ エリア内外を問わない、大井川鐵道沿線における連携強化

■川根温泉周辺エリア

○エリア内の主な観光資源分布図



○主要なイベント

イベント名	実施時期	直近の集客実績
かわね桜まつり	毎年3月末に実施	約 20,000 人

○観光レクリエーション客数、宿泊者数の状況

エリア	レクリエーション客数	割合	宿泊者	割合
川根温泉周辺エリア	168,614 人	6.27%	34,846 人	13.33%
島田市全体	2,687,658 人	100%	261,493 人	100%

○訪日外国人旅行者の来訪状況

エリア	レクリエーション客数	割合	宿泊者	割合
川根温泉周辺エリア	740 人	5.88%	436 人	3.91%
島田市全体	12,586 人	100%	11,142 人	100%

○現状と課題

川根温泉周辺エリアは、本市の最も北に位置する川根本町と隣接したエリアです。観光レクリエーション客及び宿泊者の多くを獲得している施設が川根温泉の関連施設（日帰り温泉、ふれあいコテージ、川根温泉ホテル）となっています。また、雄大な自然に関連した桜、紅葉など観て楽しむものや、パラグライダーやSUPなどのアクティビティといった観光コンテンツが多くあります。

さらには、地元住民等による音楽フェスなどのイベントも多く開催されているエリアです。一方、そういった集客施設やイベントなどをエリア内の回遊に効果的に結び付けられていないという課題を抱えています。

○施策の方向性

集客力のある川根温泉の関連施設から、エリア内の回遊を図っていきます。また、四季折々で感じられる・体験できる自然の魅力、地元住民による地域ならではのイベントなど、年間を通して様々な楽しみ方ができるエリアであることをPRすることで、他エリアよりもコアなファンの増加を図りリピーターを増加させます。加えて、大井川鐵道の各駅（家山駅、抜里駅、川根温泉笹間渡駅）周辺にそれぞれの特徴があるため、移動手段兼観光コンテンツである大井川鐵道と各駅を拠点としたエリア内回遊を促進していきます。

○想定する取組例

- ・ エリア内の観光関連施設やイベントなどを集約したパンフレットの作成及び案内看板等の設置
- ・ 川根温泉の関連施設と他観光関連施設とを結び付けた観光商品の開発
- ・ 実施しているイベントの分析及びそのイベントをきっかけで来訪した方のエリア内回遊の促進
- ・ 大井川鐵道の家山駅、抜里駅、川根温泉笹間渡駅を拠点とした回遊の促進
- ・ 通年で楽しめる観光イベントの企画

第4章 戦略プランの運用及び評価

4-1 戦略プランの運用及び評価

■推進体制の在り方

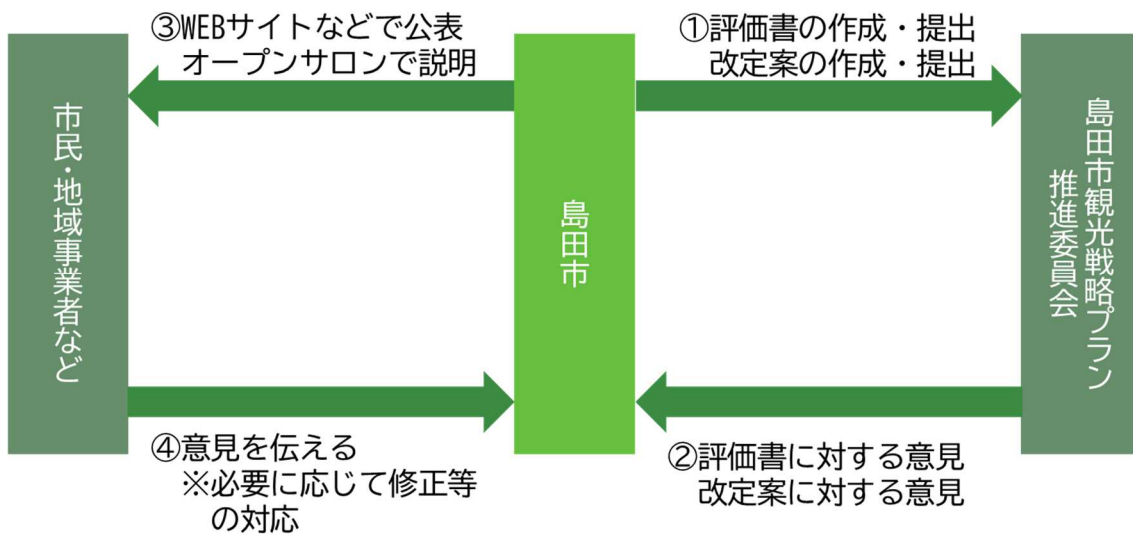
戦略プランの推進にあたっては、特に島田市、島田市観光協会、地域事業者等の連携を深めていく必要があります。また、それぞれが戦略プランに即した取組ができているか、それらの取組が効果的に位置付けた将来像の実現や「観光で稼ぐ」地域づくりの深化につながっているかなどを分析し、評価をしていく必要があります。こういった推進体制を確保するため、以下のように役割を設定します。

主体	役割
島田市	<ul style="list-style-type: none"> ・戦略プラン全体のマネジメントを行います。また、戦略プランの効果的な進捗を図るため、島田市観光協会、地域事業者、市民等の取組について積極的に働きかけます。特に地域事業者等については、島田市観光協会が主催するオープンサロンの場を活用して計画の浸透を図るとともに、エリア別アクションプランの具体的な進捗に取り組みます。 ・「島田市観光戦略プラン推進委員会」を設置し、戦略プランの評価及び改定を行うとともに、その結果を市ホームページなどに公表します。
島田市観光協会 (地域DMO)	<ul style="list-style-type: none"> ・戦略プラン全体のマネジメントについて、島田市に提言をするなど連携して取り組みます。 ・観光に関するデータを収集・分析し、島田市や地域事業者等と共有します。 ・オープンサロンの場を計画推進の場として提供するとともに、開催方法や事業の進捗について島田市と共に検討します。
地域事業者 関係団体等	<ul style="list-style-type: none"> ・計画に掲げる観光戦略ビジョンを理解し、島田市、島田市観光協会と連携しながら、主体的に「観光で稼ぐ」を実践していきます。 ・オープンサロンに積極的に参加し、島田市、島田市観光協会との連携を強めていきます。

■評価の方法

戦略プランの評価については、推進体制の在り方にあるとおり島田市が設置する「島田市観光戦略プラン推進委員会」が担うものとします。また、評価や時代潮流を踏まえた改定についても、当委員会が担うものとします。

■評価の流れ



■評価の実施時期

毎年度1回以上実施することとします。

なお、最終年度である令和12年度の評価は、KPIやKGIの数値が出揃う計画期間満了後の令和13年度に行うこととします。

「第2次島田市観光戦略プラン」

発行：島田市

編集：島田市観光文化部観光課

住所：〒427-8501

静岡県島田市中心街1-1

TEL 0547-37-5111（代表）

FAX 0547-37-8200

発行年月：令和8年4月