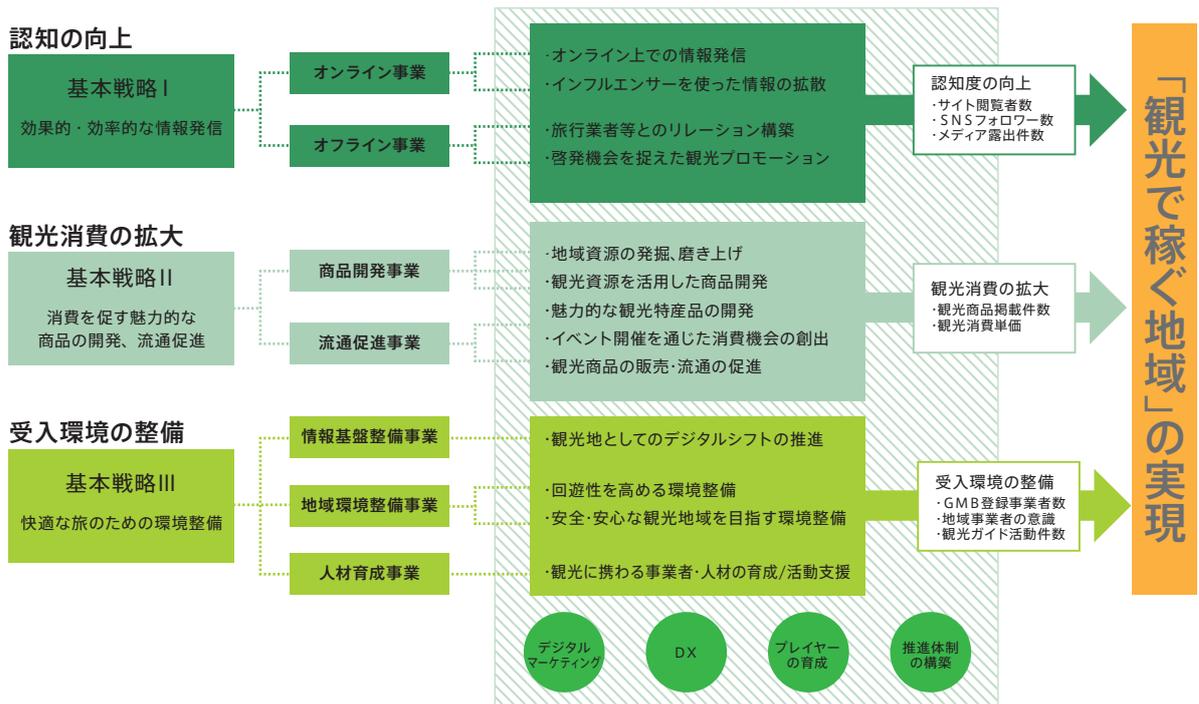


第3章 アクションプラン

3-1 戦略の体系とマーケティング

(1)戦略の体系

前章で示した3つの基本戦略は、本市観光が抱える課題を見据え、「認知度の向上」「観光消費の拡大」「受入環境の整備」という3つの視点に対し取り組み、それぞれ成果を上げていく(KPIを達成する)ことで「観光で稼ぐ地域」を実現しようとするものです。



(2)マーケティングミックス (4P)

基本戦略により着実に成果を上げていくためには、個別に計画実施していく事業についてもマーケティング的な思考で捉え、一体的に推進していかなければなりません。前章で触れたとおり、「4P」と基本戦略は以下のように関連付けられることから、各基本戦略において、これらの視点を踏まえた事業、取り組みを計画していきます。

	Product	Price	Place	Promotion
	ターゲットに提供する商品・サービスの検討。 差別化のコンセプトを重要視します。	ターゲットに販売する価格を検討。 サービス内容や競合などを踏まえ決定していきます。	ターゲットに商品を届けるルートや手段を検討。 店舗・通販・ネットなど最適な流通手段を備え、選択します。	ターゲットに商品の存在や特徴、魅力を認知させる手段を検討。 確実に情報が届く手段を選択します。
効果的・効率的な情報発信			←→	←→
消費を促す魅力的な商品開発、流通促進	←→			
快適な旅のための環境整備	←→		←→	

(3)ターゲットのカスタマージャーニー

上述した4つの“P”の視点を踏まえて具体的な方策を考えていく際に、併せて見据える必要があるのがターゲットです。

第1章において、基礎調査の結果から「本市観光に関心を示すS I T実施者」がターゲティングの対象となることを確認していますが、具体的な事業を計画していく際には、事業ごと、より細かくターゲットを絞り込み、さらに分析していく必要があります。

これは、ターゲットの属性(居住地、年齢、性別、家族構成など)や趣味趣向を探り、人物像を推察したうえで、行動や心理の段階的な変容と、これに伴うニーズの推移等を把握し、彼らに対して最も効果的な手段を講じることで事業の最適化を図るためです。

いわゆるマーケティング戦略においては、こうした

ターゲットの分析と効果的な手段の検討に際し、「カスタマージャーニー」という「顧客が商品購入に至るまでの動線」を描く手法を用います。本戦略プランにおいても、同様の手法を用いた事業の最適化を目指し、ターゲットとなる観光客の「カスタマージャーニー」を、「DCATS(ディーキャッツ)」という行動モデルを活用して整理していきます。

「DCATS」とは、「DREAM」「CONSIDER」「ACTIVATE」「TRAVEL」「SHARE」の頭文字からなる行動モデル(図表33)で、表中の一連の行動において、ターゲットがどんな情報をどこから取得し、何を決定してどう行動するのかを整理していくものになります。

図表 33 「DCATS」モデル



出典：BRAND USA

DREAM ドリーム	旅行を想起する。
CONSIDER コンシダー	旅先や行程を検討する。
ACTIVATE アクティベート	旅行に必要な予約を取る。
TRAVEL トラベル	旅行する/旅を楽しむ。
SHARE シェア	旅行中または旅行後に体験を共有する。

例えば観光情報を発信する際には、情報を届けたいターゲットが「DCATS」のどの位置にいるのかによって手段を考えなければなりません。旅行を考えている人(DREAM)と旅先での楽しみ方を考えている人(CONSIDER)では求めている情報が違うことや、旅行中の人(TRAVEL)の多くはスマートフォンで店舗情報等を取得していることなど、“状況”ごとの変化を踏まえ、求められる情報を確実に届ける取り組みを計画し

ていく必要があります。

このように、3つの基本戦略の中で計画していく個別の事業、特に前述した「4P」における「Promotion」や「Place」の視点に基づく事業や取り組みにおいては、それぞれ見据えるターゲットがこの「DCATS」モデルのどこに位置する状態であるかを考えることで、その効果・効率を最適化していくことが可能となります。

3-2 基本戦略Ⅰ 効果的・効率的な情報発信

(1)これまでの行政等の取り組み

地域の魅力や観光情報を発信する取り組みとして、市ホームページや観光協会のホームページなどを活用してきたほか、観光パンフレット等の作成、配架、さらに作成した観光パンフレット等を用いた国内外における観光PR活動などに精力的に取り組んできました。

特に、スケールメリットを生かした広域連携による観光PR活動として、富士山静岡空港就航先での出展PR

や、現地旅行会社訪問事業等に継続して取り組んできたところです。

また、公益社団法人 静岡県観光協会が開催する首都圏、中京圏、関西圏での観光商談会にも、行政、観光協会、地域事業者がチームを組んで参加するなどして、旅行会社に対し旅行商品造成を促す取り組みを進めてきました。

■【行政等の取り組み例】

- ・市ホームページ、観光協会ホームページでの観光情報の発信
- ・各種観光パンフレット等の作成、配架
- ・首都圏、中京圏等での観光PR活動、メディア露出
- ・連携する各地マラソン大会での観光PR活動
- ・広域連携による国内外での観光PR活動(出展PR、旅行会社・メディア訪問)
- ・首都圏、中京圏、関西圏における観光商談会への参加

(2)この戦略の方向性

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り組みを展開していきます。

上述のとおり、これまでも行政は積極的なPR活動を展開してきていますが、現状の本市観光の認知度は、第1章で示したとおり決して高くありません。ターゲットに課題があったことや、取り組みの効果・効率を評価、検証できていなかったことを省みる必要があります。

取り組みの効果・効率を評価、検証するためには、これらを数値などで把握する手段が必要になります。従来では評価が難しかったPR活動の効果も、デジタルを活用することで可視化することが可能です。

そこで、オンライン上のトリプルメディアを活用した

取り組みを実施し、発信した情報を受け取った数、反応した数などを把握して取り組み自体の評価・検証に役立てていきます。

また、自らが発信する手段となるウェブサイトやSNSツールについては、地域が一体となって発信していくためのコンセプトやルールを作っていきます。

さらに、旅行会社やメディア等への情報提供、PRなど、従来から継続して行う取り組みでは、相手方と地域の関係構築を重視し、従前以上に地域事業者との連携を強めたうえで営業訪問等の活動に取り組んでいくこととし、その活動拠点として、新たに開設したTOURIST INFORMATIONおおいなびを有効活用していきます。

(3)事業内容

Ⅰ-① オンライン上での情報発信

消費者のデジタルシフトに伴い、その訴求力の高さや、マーケティングツールとしての有効性(実施効果が可視化され、結果を分析、検証したうえで取り組みを改

善し、実効性を高めることが可能となる)から、オンライン上での情報発信が注目されています。

市ホームページにおける観光情報の発信機能を強

化し、サイト内で観光商品等の予約決済が可能な環境を用意するなど、本戦略プランに基づく観光消費を促す取り組みの「オンライン上の拠点(以下、拠点サイトといいます。)」を構築していきます。

さらに、広告動画や検索連動広告^{※1}の継続的なオン

ライン配信、SNSの活用などによって認知の獲得を目指すとともに、拠点サイトへのターゲットの誘導を図っていきます。

●具体的な取り組み

実施者	取り組み内容
行政	<ul style="list-style-type: none"> ・拠点サイトにおいて、本市観光を印象づけるコンテンツを、ビジュアルとストーリーを重視しながら紹介していきます。 ・拠点サイトにおいて、各事業者が連携して展開する観光商品について発信、販売を支援していきます。 ・本市観光を発信していくうえでのコンセプトブック(キービジュアル、コンテンツストーリー、PRツールの運用ルールなど)を作成し、地域で共有していきます。 ・本市観光の魅力を伝える動画を国内外のターゲットに向けて広告配信し、認知度の向上を図るとともに、配信結果から得られるデータをマーケティングに活用していきます。 ・SNSツールを活用し、鮮度の高い観光情報を発信しつつ、拠点サイトへの誘導を図ります。
地域事業者	<ul style="list-style-type: none"> ・各事業者が管理運営するサイト上に、拠点サイトへのリンクを貼り付け、訪問者数を伸ばすことに協力します。 ・SNSツール^{※2}を活用した島田市観光情報の投稿など、コンセプトブックに基づいた情報発信に積極的に協力します。
観光協会	<ul style="list-style-type: none"> ・拠点サイトと役割を分けた形で観光協会のサイト運営を行い、観光情報やイベント情報を発信していきます。 ・既存の観光パンフレットをコンセプトブックに沿った内容に見直すとともに、デジタル化によって活用の幅を広げていきます。
市民	<ul style="list-style-type: none"> ・コンセプトブックを参考に、地域住民としての目線から、本市観光の魅力をSNSやブログなどで積極的に発信していただきます。

脚注 ※1 インターネット上の検索エンジンで、一般ユーザーが検索したキーワードに関連した広告を、検索結果画面に表示する方法。 ※2 FacebookやTwitterなどに代表される社会的な繋がりを作り出せるオンラインサービスのこと。Social Networking Serviceの頭文字による略称。

1-② インフルエンサー等を使った情報の拡散

SNSツールが普及し、誰でも体験を共有できる環境が整ったことや、ユーザー目線で発信される情報が、広告などに比べ信頼性が高く受け入れられやすい傾向にあることなどから、オンライン上で特定の情報が加速度的に拡散するケースが増えています。

これを狙った取り組みとして、ユーザーの中でも強い影響力を持つインフルエンサーやKOL^{*1}(Key

Opinion Leader)による情報発信・拡散を促すため、彼らを招聘したファムトリップ^{*2}に取り組んでいきます。

また、本市観光に関心を持つ方たちを対象としたモニターツアーを開催し、ツアーでの体験をSNSなどで発信していただくとともに、ツアー参加者が抱いたニーズを把握し、改善等につなげていきます。

●具体的な取り組み

実施者	取り組み内容
行政	<ul style="list-style-type: none"> ・影響力を持つインフルエンサーやKOL、プロガーなどを招聘し、本市観光の魅力やアクティビティなどを体感、体験いただいたうえで広く発信してもらいます。 ・招聘したインフルエンサー等とリレーションを構築し、本市観光情報を定期的に提供していきます。 ・本市観光、観光商品に関心を持つ方たちを対象としたモニターツアーを開催し、実際に体験した感想などをSNSなどで発信してもらいます。 ・同意を得たモニターツアー参加者に対し、本市の観光情報を定期的にメール配信していきます。
地域事業者	<ul style="list-style-type: none"> ・自社サービスを発信する投稿記事などを積極的に拡散(シェア)します。 ・市や観光協会がファムトリップやモニターツアーを催行する際、各事業者が提供するサービス(体験、アクティビティ、飲食、宿泊など)を積極的に売り込み、ニーズに沿った磨き上げや改善などを行います。
観光協会	<ul style="list-style-type: none"> ・行政と連携しながら、あるいは実施主体として、ファムトリップやモニターツアーを催行します。
市民	

脚注 ※1 現在の中国・香港・台湾等をはじめとするアジアで主流となっているマーケティングコンセプトのこと。様々な媒体(テレビやSNS等)で商品やサービスの情報を特定の層やグループに対しアプローチでき、かつ正確で多くの情報を伝えることで、特定の層やグループの購買行動に大きな影響を与える人物を指す。 ※2 下見招待旅行。一般的には、外国人観光客を増やすため、ターゲット国の旅行会社、メディア、SNSなどのプロガー等を招待し、特定のエリアや企業の情報をPRするもの。

1-③ 旅行者等とのリレーションシップの構築

オンライン上での情報発信、拡散は、主に個人に対する取り組み(B to C)となります。

これに対し、旅行会社やランドオペレーター^{※3}等、観光客の送客を担う旅行者や、影響力を持つメディア会社を対象とした取り組み(B to B)として、会社訪問などによる営業やPR活動を通じた、リレーションシップの構築を推進します。

また従来同様、公益社団法人 静岡県観光協会が主催する観光商談会や物産フェア等にも積極的に参加

し、旅行業界での認知獲得に向けたプロモーションを、市観光協会や地域事業者と連携しながら進めていきます。

さらに、広域連携によるスケールメリットを生かしながら、海外の旅行者やメディア会社に対しても同様の取り組みを展開していきます。

令和2年11月に開設したTOURIST INFORMATION おおいなびを、これらの取り組みの拠点として有効活用していきます。

●具体的な取り組み

実施者	取り組み内容
行政	<ul style="list-style-type: none"> ・首都圏、中京圏、関西圏などの旅行者、メディア会社等への営業訪問を、観光協会や地域事業者とともに実施していきます。 ・志太3市1町広域観光連携協議会(島田市、焼津市、藤枝市、川根本町)や富士山静岡空港周辺地域観光振興研究会(島田市、藤枝市、牧之原市、菊川市、掛川市、御前崎市、吉田町、川根本町)において、近隣他県あるいは富士山静岡空港就航先(海外含む)の旅行会社等への営業訪問を実施していきます。 ・地域の事業者や団体と、外部の旅行会社や事業者等との関係づくりを支援、促進します。
地域事業者	<ul style="list-style-type: none"> ・行政や観光協会と連携し、公益社団法人 静岡県観光協会(静岡県大型観光キャンペーン推進協議会)が主催する観光商談会や物産フェアに積極的に参加します。
観光協会	<ul style="list-style-type: none"> ・行政や地域事業者と連携し、各地旅行者やメディア会社等への営業訪問を行います。 ・公益社団法人 静岡県観光協会(静岡県大型観光キャンペーン推進協議会)が主催する観光商談会等に、地域事業者と共に積極的に参加します。 ・営業訪問や観光商談会などで関わりを持った旅行者やメディア会社と継続的な関係づくりを進めていきます。
市民	

脚注 ※3 報酬を得て、旅行者(外国の旅行者を含む)の依頼を受けて、以下のような行為を行う者・運送(鉄道、バス等)又は宿泊(ホテル、旅館等)の手配・全国通訳案内士及び地域通訳案内士以外の有償によるガイドの手配・免税店における物品販売の手配。

1-④ 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、国内におけるトレンドや流行に沿ったテーマを有するもの、または強みとして差別化が可能な観光資源について、これらに

係る全国的な、あるいはコアなファンに向けたプロジェクト事業などに参加し、当該テーマに係るS I Tの認知獲得を図るため、積極的なプロモーションを行なっています

●具体的な取り組み

実施者	取り組み内容
行政	<ul style="list-style-type: none"> ・奥大井におけるアウトドアライフを訴求するため、静岡市井川地区、川根本町と連携し、アウトドア愛好者等に対するプロモーションを展開します。 ・鉄道ファンに向けた啓発機会を捉え、大井川鉄道株式会社と連携して豊富な鉄道資源を発信していきます。 ・本市と所縁のある他地域の催事等と連携し、ブース出展などの現地プロモーションを実施します。 例) 本市マラソン大会と関わりのある各地のマラソン大会において、ブース出展型のプロモーション活動を実施。 ・フィルムサポート島田が進めるロケ地誘致活動に対し、協力・支援を行うとともに、ロケツーリズム[*]の潜在可能性を探ります。 ・その他、地域事業者が自主的に行う観光プロモーションを支援します。
地域事業者	<ul style="list-style-type: none"> ・自社商品や提供サービスのプロモーション機会を自主的に活用し、必要に応じて市や観光協会の支援、連携を求めるとします。 ・行政や観光協会が創出するプロモーション機会を積極的に活用します。 ・行政や観光協会の支援を受けながら、ロケ地誘致活動を推進します。(フィルムサポート島田)
観光協会	<ul style="list-style-type: none"> ・行政が企画する出展型プロモーション活動に積極的に参加します。 ・出展型のプロモーション活動やメディア向けのプロモーション活動を効果的に行うため、本市観光をPRするための観光大使として「さわやかしまだ」を市内から選出、任命します。 ・大井川流域のサイクルツーリズムを推進するため、地域協議会による啓発事業を展開します。 ・その他、地域事業者が自主的に行う観光プロモーションを支援します。
市民	

脚注 ※ 映画・ドラマのロケ地を訪ね、風景と食を堪能し、人々の“おもてなし”に触れ、その地域のファンになること。

3—3 基本戦略II 消費を促す魅力的な商品の開発、流通促進

(1)これまでの行政等の取り組み

本市及び大井川流域における主要な観光資源である「大井川鐵道のS L」や、本市を発祥としてその名を冠する「島田髷」、日本有数の生産量を誇り、地域生活や文化に深く根付く「お茶」などを軸としたツアープランや体験メニューを開発してきたほか、サイクリングやパラグライダーといった新しい素材の活用、「島田大祭」や「しまだ大井川マラソンinリバティ」といった集客力の高いイベントの開催に合わせた消費機会の創出に取り組んできました。

また現在、集客が年間10万人を超える蓬萊橋では、

地域関係者で組織する「ミズベリング協議会」の意見を伺い策定した「かわまちづくり計画」に基づき、国土交通省静岡河川事務所と連携しながら周辺整備を実施するなど、さらなる魅力の創出に取り組んでいます。

さらに、観光客が購入することで直接的な消費拡大につながると共に、旅行先としての本市、あるいは本地域の知名度の向上、拡散につながる「観光特産品」についても、開発を行う市内事業者に対して補助金を交付するなどの取り組みを行ってきました。

■【行政等の取り組み例】

- ・「大井川鐵道のS L」を軸としたツアープランの造成
- ・「島田髷結い上げ体験」の商品化
- ・「島田大祭」「金谷茶まつり」の開催と「もてなし広場」の開設
- ・「しまだ大井川マラソンinリバティ」開催時の「乾杯タウン」の実施
- ・蓬萊橋周辺整備事業
- ・観光振興活動支援事業費補助金の交付
- ・観光特産品開発支援事業費補助金の交付

ツアープランや体験メニューの開発に係る取り組みは、開発後の流通手段や実施主体を含む自走体制の確立ができておらず、単発的な取り組みとなっています。また、イベントを機会活用する取り組みについては、行政がイベントの開催、あるいは開催支援に

注力せざるを得ず、本来担うべき役割が果たせていないのが現状です。さらに補助金を活用して開発された「観光特産品」も、開発後の活用、流通支援が充分であるとはいえません。

(2)この戦略の方向性

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り組み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、これを活用した観光商品を開発すること、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、開発した観光商品の流通を促進することなどにより、地域消費の拡大を図っていきます。

観光商品の開発は、地域事業者が実施者(プレイヤー)として主体的に取り組むものとなります。行政はこれを支援、促進していくため、専門的な知見を有する

コーディネーターの派遣や必要なガイドラインの作成、商品開発セミナーの開催などに積極的に取り組みます。

(3)事業内容

II-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や、県内客向けの展開に止(とど)まっている観光資源などを発掘し、ターゲットニーズを満たすものへと磨き上げを行うことで、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ります。

特に、本市独自の歴史・文化資源や豊かな自然環境の中でのアクティビティなど、S I T実施者の関心が高い分野のコンテンツ、大井川鐵道の集客力を生かした地域回遊コンテンツ、宿泊や滞在時間の増加を促すコンテンツ、「食・土産」の魅力を高めるコンテンツなどに重点的に取り組んでいきます。

●具体的な取り組み

実施者	取り組み内容
行政	<ul style="list-style-type: none">・ポテンシャル調査を目的に、国内、あるいは海外から参加者を募ったモニターツアー等を実施します。(アクティビティ、自然景観鑑賞、ものづくり体験、農業体験など)・(かわまちづくり計画に基づく)蓬萊橋兩岸の整備を、国土交通省静岡河川事務所と共に進め、整備空間の有効活用による魅力の向上を図ります。・島田市博物館、川越遺跡、諏訪原城跡、旧東海道金谷坂石畳など、さらなる活用が期待される文化資源について、保全活動とのバランスを取りながら観光活用を図ります。・川根温泉周辺を滞在型の観光地エリアとして磨き上げるため、資源調査を実施したうえで面的な活用を図ります。・モーニング、あるいはナイトタイム活用コンテンツを新たに開発し、宿泊や滞在時間の延長につなげていきます。
施設管理運営事業者	<ul style="list-style-type: none">・施設の目的、運用方法等に支障のない範囲で、あるいは支障が出ないように工夫し、観光活用に協力いただきます。
祭事・文化等保存振興団体	<ul style="list-style-type: none">・行政や観光協会が実施したポテンシャル調査の結果を受け、可能な範囲での観光活用について、積極的に検討いただきます。
観光協会	<ul style="list-style-type: none">・ポテンシャル調査を目的としたモニターツアー等を行政と共に催行します。・地域事業者同士の意見、情報交換等の場を設け、地域資源の情報共有を図ります。(地域連携交流会など)
市民	<ul style="list-style-type: none">・埋もれている地域資源情報や、新たな活用アイデア等を積極的に行政や観光協会に提供、提案いただきます。

II-② 観光資源を活用した商品開発

地域事業者による観光資源の商品化を推進するため、商品内容(クオリティ)、提供価格、所要時間、サービスなどの必要項目を整理し、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していきます。

さらに、複数のコンテンツを組み合わせたツアーブ

ラン、周遊コース、エリア散策などについて、ターゲットニーズを把握しながら造成していきます。

また、基本戦略IIIで取り組む環境整備と連動しながら利便性やサービスを向上させ、観光商品の高付加価値化を目指します。

●具体的な取り組み

実施者	取り組み内容
行政	<ul style="list-style-type: none"> 商品構成、適正価格の規格化、外国人対応ツールやサイン類の標準ルールなどを示す「観光商品開発ガイドライン」を示します。 取り組みの初動をスムーズにし、地域自走による観光商品開発体制を構築していくため、外部コーディネーターへの業務委託を行います。 外部コーディネーターと共に、観光商品を開発しようとする事業者を支援していきます。 シティプロモーション「島田市緑茶化計画」を推進していく中で、「緑茶で一服ツアー」を始めとした観光商品の開発に、地域事業者と共に取り組みます。 拠点や核となる施設等(KADODE OOIGAWA、川越遺跡、川根温泉、大井川鐵道、富士山静岡空港など)を軸に、エリアごとの回遊プランなどを造成します。 大井川流域のアクティビティ、アウトドア施設、温泉施設、宿泊施設等の連携による年間パスポート企画等の造成を支援します。
地域事業者 地域団体	<ul style="list-style-type: none"> 行政が示すガイドラインや、行政の委託により支援に入る外部コーディネーターの助言、指導に基づき、ターゲットを明確にした観光コンテンツ、観光商品を積極的に開発します。 行政や観光協会が造成するツアープランに沿った観光商品を開発します。
観光協会	<ul style="list-style-type: none"> 行政や外部コーディネーターと共に、観光商品を開発しようとする事業者を支援していきます。 地域事業者間の連携を強める調整役として、観光商品を開発しようとする事業者と、連携が望まれる事業者をマッチングします。(地域連携交流会など) 歴史、文化のバックストーリーを紹介するガイド付き体験ツアーの造成を、観光ボランティアと共に進めます。
市民	

II-③ イベント開催を通じた消費機会の創出

本市には、島田大祭やマラソン大会、S L フェスタなど多様な分野でそれぞれ特色を持ったイベントがあり、開催中は市内外から多くの人出で賑わいます。

こうした機会を捉え、目的のイベント・催事以外のコ

ンテンツや、特別感のある関連コンテンツを併せて提供し、これを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ります。

●具体的な取り組み

実施者	取り組み内容
行政	<ul style="list-style-type: none"> ・イベント等の観覧客に対応した宿泊プランを用意する宿泊施設等について、情報発信等を支援していきます。 ・イベント開催に合わせて地域事業者が展開する特別感のある観光商品等について、情報発信等を支援していきます。 ・地域の団体等が展開する集客イベント等の活動を支援します。 ・イベント開催時、混雑を避けて催事を観覧、体験できるプライベートガイドツアー等の催行について、観光協会と共に旅行業者に働きかけます。 ・イベントの開催準備から当日のボランティア従事までをパックにしたショートステイプラン等を企画する地域事業者や主催者を、観光協会と共に支援します。 ・イベント等の開催に合わせた市内グルメツアーや、グルメクーポンの発行など、市内飲食店への人の流れをつくる取り組みを支援します。
主催者	<ul style="list-style-type: none"> ・参加者、観覧者、従事者の安全と安心を重視した中で、主催するイベントの企画運営を行います。 ・旅行業者や地域事業者が企画・催行する、イベント開催に合わせたツアープランやステイプランに協力、あるいは自ら企画・催行に携わります。
地域事業者	<ul style="list-style-type: none"> ・イベントに合わせた特別感のある商品、割引サービスなどを展開します。 ・観光と絡めた独自の集客イベントを開催するなどして、消費機会の創出を図ります。
観光協会	<ul style="list-style-type: none"> ・イベント会場において、会場周辺の飲食店等を案内するほか、市内回遊を促す観光案内(地域事業者が展開する観光商品など)を行います。 ・イベント開催時、混雑を避けて催事を観覧、体験できるプライベートガイドツアー等の催行について、を行政と共に旅行業者に働きかけます。
市民	

II-④ 魅力的な観光特産品の開発

本市の特産品や「島田の逸品」に認定された商品、さらに「島田市緑茶化計画」の取り組みで開発された商品について、国内外で流通させるための磨き上げを進め、新たな販売戦略を関係事業者と共に展開していきます。

特に「お茶」については、日本有数の生産量と文化を持ちながら、他の生産地との明確な差別化が図られていないことが課題として挙がっています。消費者のトレンド調査、ニーズの把握を行いながら、独自の魅力を備えた訴求力の高い特産品の開発を進めます。

●具体的な取り組み

実施者	取り組み内容
行政	<ul style="list-style-type: none"> ・地場産品等を活用した「観光特産品」を開発しようとする事業者に対し、補助金を交付するなどして支援します。 ・シティプロモーション「島田市緑茶化計画」を推進していく中で、地域事業者等に対し「緑茶化商品」の開発などを働き掛けます。 ・地域の特色を生かした様々な商品を「島田の逸品」として認定し、ブランディングやプロモーション、販路の確保などについて支援していきます。 ・消費者の動向やトレンド、ニーズの把握に努め、地域事業者にフィードバックしていきます。
地域事業者	<ul style="list-style-type: none"> ・行政の補助金や認定制度を有効活用し、積極的に「観光特産品」の開発に取り組みます。
観光協会	<ul style="list-style-type: none"> ・特産品開発の事例共有や専門家によるセミナー等、地域事業者を対象とした研修会等を企画開催します。(地域連携交流会など) ・蓬萊橋897.4茶屋や、TOURIST INFORMATIONおおいなびでの物産販売で得られる消費者の動向やトレンド、ニーズに係る情報を、地域事業者にフィードバックしていきます。
市民	

II-⑤ 観光商品の販売・流通の促進

観光商品を観光客に認知させ、届けるためには、商品情報の効果的・効率的な発信と販路の開拓、確保が不可欠です。基本戦略Ⅰにおいて本市観光の認知獲得を図ると共に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・注文・決済が可能な仕

組みを構築していきます。

発地においてはオンライン、着地によってはオフラインの手段による流通の仕組みを構築することを目指し、これに協力、連携してもらおう事業者や企業との関係づくりを進めます。

●具体的な取り組み

実施者	取り組み内容
行政	<ul style="list-style-type: none"> ・拠点サイトにおいて観光商品や特産品を販売する手段を構築します。 ・本市が構成市町として参加する地域連携DMO（静岡県中部・志太榛原地域連携DMO、静岡ツーリズムビューロー等）に商品情報等を提供し、流通促進の支援を要請します。 ・市内ホテルや富士山静岡空港などと連携した、地域における販売ネットワークを構築します。 ・海外OTA^{*1}等に対し商品を登録しようとする事業者を支援していきます。 ・地域事業者のGoogle My business^{*2}への登録を支援、促進していきます。
地域事業者	<ul style="list-style-type: none"> ・自社販売ルートを確保するほか、観光商談会等の機会を積極的に活用し、販路の開拓を行います。 ・行政や観光協会の支援を得ながら、自社商品をOTAサイトやモール型ECサイト^{*3}等に登録していきます。 ・自社施設、店舗等をGoogle My businessに登録し、鮮度の高い商品情報を発信していきます。
観光協会	<ul style="list-style-type: none"> ・県観光協会が主催する観光商談会に、地域事業者と共に参加していきます。 ・蓬萊橋897.4茶屋やTOURIST INFORMATIONおおいなびをはじめとした、運営に携わる観光施設等において観光商品や特産品を販売していきます。
市民	

3-4 基本戦略Ⅲ 快適な旅のための環境整備

(1)これまでの行政等の取り組み

主なスポットや観光施設の適切な維持管理・運営に努めているほか、これらを案内する観光サインの整備、観光スポットから次の観光スポットへと回遊いただくための観光案内板の設置、さらに各所に設置した観光トイレの維持管理などを行なっています。

また、富士山静岡空港の開港に伴い増加を続けている海外からの訪日観光客に向けた取り組みとして、観光施設等にFree Wi-Fiを整備してきたほか、地域事業者が同じく海外客向けに取り組む店舗施設等へのWi-Fi整備、パンフレットの多言語化などに対し補助金を交付してきました。

また直近では、新東名高速道路島田金谷インターチェンジ周辺のふじのくにフロンティア推進区域の一画に、大井川農業協同組合、島田市、大井川鐵道株式会社、中日本高速道路株式会社の4者連携により「賑わい交流拠点」を整備しています。拠点の中核施設として大井川農業協同組合が整備したKADODE OOIGAWAは、地域農産物やお茶を活用した体験型フードパークとして地域内外からの集客を見込んでおり、さらに、これに併設する形で新たに開設したTOURIST INFORMATIONおおいなびは、着地における総合的な観光案内所として今後の有効活用が期待されています。

(2)この戦略の方向性

■【行政等の取り組み例】

- ・川根温泉「ふれあいの泉」、川根温泉ホテル、田代の郷温泉「伊太和里の湯」、石畳茶屋の指定管理業務の委託
- ・観光サイン、案内板、トイレ、ハイキングコースの維持管理点検業務
- ・島田市観光協会の運営支援（観光案内業務等）
- ・ようこそしまだへWELCOME事業補助金の交付
- ・ふじのくにフロンティア推進区域における「賑わい交流拠点」の整備
- ・TOURIST INFORMATIONおおいなびの整備、維持管理運営（2020年度～）

基本戦略Ⅲでは、観光客にストレスフリーな旅を楽しむだけでなく、**安心して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り組みを展開していきます。

観光施設等の適正な維持管理はもちろん、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、地域を回遊するための手段や案内サインの整備、そして観光地としての本地域を支える事業者や人材の育成に取り組めます。

さらに今般、COVID-19（新型コロナウイルス感染症）の世界的な蔓延によって「新しい生活様式」が打ち出され、これにより観光の在り方、楽しみ方も必然的に新たなステージを迎えることとなります。今後は、地域の観光振興を図っていくうえで、観光客はもちろん、地域住民にとっても安全で安心な受入環境を整えていく

(3)事業内容

III-① 観光地としてのデジタルシフトの推進

ここまで触れてきたとおり、デジタルシフトが進む観光客に対し快適な旅を提供していくためには、地域としてのデジタルシフトも推進していく必要があります。

旅中における情報収集が、スマートフォンをはじめとしたデジタルデバイスで行われることが当たり前になっている状況を踏まえ、通信環境の整備や観光情報のオンライン化を推進し、さらに、旅中の消費をスムーズに済ませるため、各施設、店舗においてキャッシュレ

ス決済を導入するなどして、快適な旅を提供していきます。

また、これらデジタル環境を整えていくことでインバウンド客の利便性や快適性も大きく向上させることができます。併せて、受入側の各施設、店舗スタッフが、デジタルツールを活用することでコミュニケーションの課題を解決できるようにしていきます。

●具体的な取り組み

実施者	取り組み内容
行政	<ul style="list-style-type: none">・観光施設や公共施設へのFree Wi-Fiの整備を進めると共に、地域事業者によるFree Wi-Fi整備を支援し、地域としてのWi-Fi環境整備に努めます。・観光施設や公共施設、観光資源等をGoogle MAP上に掲載すると共に、地域事業者に対しても掲載を促します。・多様なシステムに対応したパッケージ型のキャッシュレス決済システムについて、地域事業者を導入を促すと共にこれを支援していきます。・デジタルシフトの推進に伴う地域事業者等の不安を解消するため、観光協会、商工会議所、商工会、ICTコンソーシアムなどと連携し、セミナー等を開催します。(地域連携交流会など)
地域事業者	<ul style="list-style-type: none">・行政や関係団体によるセミナーに積極的に参加し、自社施設、店舗、サービス等のデジタルシフトに取り組みます。
観光協会	<ul style="list-style-type: none">・観光案内機能やサービス提供のデジタルシフトに取り組みます。・行政や関係団体と連携し、地域事業者がデジタルシフトに取り組むためのセミナー等を開催します。(地域連携交流会など)
市民	

III-② 回遊性を高める環境整備

空港や鉄道、高速道路といった主要交通網が結節している本市は、外部からのアクセスに優れるという強みを持っている一方で、地域回遊のための二次交通は充実しているとはいえない状況であり、観光資源の面的な活用が進まない要因にもなっています。

デジタルシフトを推進し、施設や資源をオンライン上

でマップ化させ、位置情報を配信するなどしても、使いやすい移動手段がなければ回遊にはつながりません。

民間交通事業者と共に、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ります

●具体的な取り組み

実施者	取り組み内容
行政	<ul style="list-style-type: none"> ・新東名高速道路と大井川鉄道本線が交わる「賑わい交流拠点 (KADODE OOIGAWA、TOURIST INFORMATION おおいなび)」を核に、交通乗換機能の強化を推進していきます。 ・基本戦略IIに基づくツアープラン等の商品開発において、移動手段を含めた商品設計を(地域の交通事業者と共に)進め、需要に沿った供給が可能な環境整備に努めます。 ・需要の高まりを見据えながら、観光タクシーの活用強化や観光周遊バスの導入促進等について関係事業者と共に検討を進めていきます。 ・富士山静岡空港を起点とした大井川流域観光を促進するため、富士山静岡空港株式会社と連携して路線バスや観光周遊バスの需要を喚起します。 ・貸出や決済がスマートフォンアプリ等で行え、域内の複数個所で返却が可能なレンタサイクルの導入について、各地で導入実績を持つ民間事業者等に対し働きかけを行います。
地域事業者	<ul style="list-style-type: none"> ・基本戦略IIに基づくツアープラン等の商品開発において、積極的に商品設計に関わり、移動手段を内包したツアー商品等の開発に協力します。 ・商品開発の取り組みによる需要の高まりに応じ、恒常的な二次交通の仕組みづくりについて地域の関係者と共に検討を進めていきます。
観光協会	<ul style="list-style-type: none"> ・運営を担うTOURIST INFORMATION おおいなびにおいて、適切な域内回遊手段を案内、あるいは手配します。
市民	

III-③ 安全・安心な観光地域を目指す環境整備

観光施設等の適切な維持管理、運営を継続すると共に、「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、観光産業従事者の安全・安心に配慮した観光地域としての環境を整えていく必要があります。

●具体的な取り組み

実施者	取り組み内容
行政	<ul style="list-style-type: none"> ・所管する観光施設等（温泉施設、宿泊施設、休憩所、観光トイレ、観光駐車場、ハイキングコース等）を適正に維持管理し、さらに「新しい生活様式」を踏まえた対応・対策を的確に実施し、利用客や施設従事者、地域住民の安全・安心の確保に努めます。 ・観光施設等における段差の解消や、視覚障害者向けの点字による観光案内、音声誘導など、誰もが安全・安心に観光を楽しめる環境整備に努めます。 ・地域で開催されるイベント事業等に対し、「新しい生活様式」を踏まえた対応・対策の徹底に係る助言や指導、支援を行い、イベント従事者や参加者の安全・安心の確保に努めます。 ・基本戦略Ⅰで整備する拠点サイトやSNSツールを用い、鮮度の高い域内情報を的確に発信することで、観光客の安全・安心の確保に努めます。 ・大規模な自然災害や人災などから、観光客、観光産業従事者、そして地域住民を守り、あるいは被害を最小限に食い止めるため、リスクマネジメントのマニュアルを地域関係者と共に整備します。
地域事業者	<ul style="list-style-type: none"> ・店舗施設や展開する事業において「新しい生活様式」を踏まえた対応・対策を的確に実施し、安全・安心な観光地域づくりを推進します。 ・危機的状況に遭遇した際、あるいは危機的状況が発生させた場合において、リスクマネジメントのマニュアルに従い、速やかに必要な措置を講じます。
観光協会	<ul style="list-style-type: none"> ・運営する施設や催行するイベント事業等において「新しい生活様式」を踏まえた対応・対策を徹底し、安全・安心な観光地域づくりを推進します。 ・危機的状況に遭遇した際、あるいは危機的状況が発生させた場合において、リスクマネジメントのマニュアルに従い、速やかに必要な措置を講じます。 ・運営を担うTOURIST INFORMATIONおおいなびにおいて、鮮度の高い域内情報を的確に発信し、観光客に安全な旅を提案します。
市民	

III-④ 観光に携わる事業者・人材の育成/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。観光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。また、観光客が本市を訪れた際に接する人は

必ずしも観光業従事者だけに限りません。住民に対する観光業への理解の向上及びおもてなしのマインド形成を目的としたセミナーなど、市をあげて観光に取り組むための意識の啓発機会を設けていきます。

●具体的な取り組み

実施者	取り組み内容
行政	<ul style="list-style-type: none"> ・観光地域づくりに関わる部門や組織・団体など関係主体を招集し、観光人材育成の事業遂行のための勉強会を実施します。 ・地域事業者等の課題(人材不足、知識不足など)を調査により把握し、観光の現場で必要とされる人材または知識について取りまとめを行い、カリキュラムを設計します。 ・人材育成を進めるうえで、必要な分野で高い知識を持つ専門家とのネットワークを築き、適切に指導してもらえる体制を作ります(例:アドバイザー派遣制度) ・地域住民に向けた観光に関するセミナー等を実施します。
地域事業者	<ul style="list-style-type: none"> ・勉強会やワークショップに参加することで、観光業界のトレンドや事業経営、観光客の受入れにおける課題解決手法を習得します。 ・本市観光の活性化を担っていくための意識を高め、観光地域づくりの志を共にする仲間を勉強会やワークショップを通して構築していきます。
観光協会	<ul style="list-style-type: none"> ・行政で推進する人材育成事業と一緒に、中核を担う人材の育成、声かけを行います。 ・ボランティアガイドや通訳ガイドの育成に取り組み、現在のガイドスタッフに対する研修や、新しい人材の募集を行います。
市民	<ul style="list-style-type: none"> ・観光に関するセミナーに参加し、地域をあげての観光地づくりへの理解を深め、外国人観光客を含む県外客に向けたおもてなしの心を養います。

■基本戦略に基づく事業の「DCATS」上の整理

		Dream	Consider	Activate	Travel	Share
基本戦略1 効果的・効率的な情報発信	オンライン上での情報発信		・拠点サイトにおけるビジュアル、ストーリー重視の情報発信 ・コンセプトブックの作成 ・コンセプトブックに基づく情報発信	・拠点サイトにおける観光商品の発信・販売		
	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を活用したファミトリップ、モニターツアーの開催	・モニターツアー参加者への継続的アプローチ		
	旅行業者等とのリレーションシップの構築		・旅行業者やメディア会社への営業訪問 ・観光商談会や物産フェアへの出展			
	啓発機会を捉えた観光プロモーション	・アウトドア愛好者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、現地プロモーションの展開		・大井川流域のサイクルーツリズム推進に係る啓発事業の展開		
基本戦略2 消費を促す魅力的な商品の開発、流通促進	地域資源の発掘、磨き上げ事業		・ポテンシャル調査を目的とした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萊橋兩岸の整備			
	観光資源を活用した商品開発事業		・拠点や核となる施設を基点とするツアープランの造成 ・造成するプランに沿った観光商品の開発 ・ガイド付き体験ツアーの造成(観光ボランティアの活用)			
	イベント開催を通じた消費機会創出事業		・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 ・マラソン大会を主軸にしたショートステイプランの企画 ・イベントに合わせた特別感のあるサービス ・プライベートガイドツアーの企画、開催 ・市内回遊を促す観光案内			
	魅力的な観光特産品開発事業			・地域事業者と連携した「緑茶化商品」の開発 ・観光特産品の開発		
	観光商品の販売・流通促進事業			・拠点サイトにおける観光商品や特産品の販売手段の構築 ・運営に携わる施設等における観光商品や特産品の販売	・OTAサイト等への自社商品の登録	
基本戦略3 快適な旅のための環境整備	観光地としてのデジタルシフトの推進				・キャッシュレス決済システムの導入支援 ・フリーWiFi整備の支援 ・デジタルシフトへの取組 ・観光案内機能やサービスのデジタルシフト	
	回遊性を高める環境整備				・KADODE OOHIGAWAを拠点にした交通乗換機能の強化 ・観光タクシーの活用強化や観光周遊バスの導入促進	
	安全・安心な観光地域を目指す環境整備				・観光施設等の維持管理 ・鮮度の高い域内情報の発信	
	観光に携わる事業者・人材の育成/活動支援				・観光地域づくりに関わる人材育成 ・ボランティアガイドや通訳ガイドの育成	

ボツで掲載する取組は、具体的な取組の一部。特に、BtoCに関係するものを抜粋して掲載
 ・行政の取組…黒字 ・地域事業者の取組…青字 ・観光協会の取組…赤字

■計画期間中のアクションプラン(令和3年1月～令和8年3月まで)

基本戦略Ⅰ 「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く。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活動に取り組む。

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 ・ファミ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ミトリップの催行				
		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、海外の旅行者等にも営業活動を展開する。						
	旅行者、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					

基本戦略II 「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く。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、必要な支援を展開する。

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。		モニターツアー等の実施				
	蓬萊橋左岸側整備	国交省静岡河川事務所と連携して進める蓬萊橋右岸側整備(第2期かまちづくり計画)				
			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		地域事業者を対象としたセミナー、WSの開催				
		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				
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 ・鳥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、鳥田の逸品の認定・プロモーション					
		OTAサイト等への自社商品の登録				
		地域事業者を対象とした研修会等の企画・開催				
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				

3-5 推進組織（プラットフォーム）

本観光戦略プランは市が策定するものですが、掲げた取り組みは基本戦略で示したとおり、行政、地域事業者、観光協会等がそれぞれ担う役割を果たしていくことで目標を達成し、観光を通じた地域消費の拡大と、観光地域としての将来像を実現しようとするものです。

(1) 推進組織の考え方

地域内において観光と密接に関連する事業者や、観光事業に関わる個人、団体など、本戦略プランに掲げる事業や取り組みの「実施者（プレイヤー）」となる方たちを束ね、彼らを支援する行政、観光協会、商工会議所、商工会といった公的な機関が積極的に関わる組織を形成していくことで観光地域づくりを推進していきます。

観光行政としても組織運営に積極的に関わっていく必要がありますが、この組織がいずれ「地域DMO^{*1}」あるいは「地域連携DMO^{*2}」の役割を担っていくことを見据えると、事務局（運営主体）は行政よりも民間事業者が相応しいと考えられます。

また、組織の事務局（運営主体）には、観光地域づくり全体をマネジメントする専門的な人材や、個々の取り組みをコーディネートする人材を配置する必要があります。

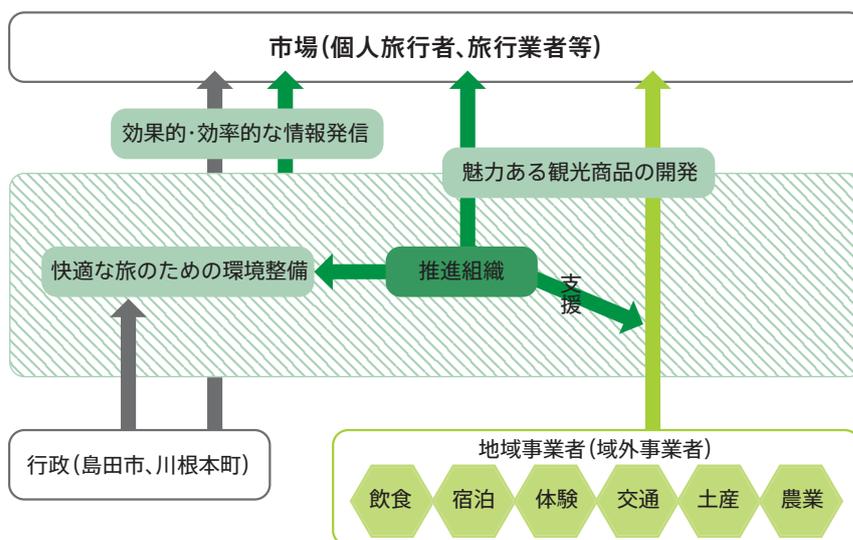
地域の関係者が一体となって戦略を推進していくにあたり、基本戦略に基づく実施計画の進捗管理を行いながら、観光地域づくりを経営（マーケティング/マネジメント）する推進体制として、関係者を束ね、結びつける組織が必要となります。

外部専門家の登用などを講じるとともに、地域の人材発掘や育成を強力に推進していくことが必要です。

なお、令和2年度現在、大井川流域における観光振興事業を実施するための組織として、「大井川流域観光事業実行委員会（以下、実行委員会）」が存在しています。

実行委員会は、本市と川根本町を圏域として、行政、観光協会、商工会議所、商工会、大井川鉄道株式会社などで構成されています。本市が目指す観光地域づくりにおいて、奥大井との連携は欠かせないものとなりますので、この実行委員会を目指す推進体制の母体として再編、発展させていくことも効率的な手段の一つと考えられます。

(2) 推進組織の体系



脚注 ※1 基礎自治体である単独市町村の区域を一体とした観光地域として、マーケティングやマネジメント等による観光地域づくりを行う法人組織。 ※2 複数の地方公共団体に跨る区域を一体とした観光地域として、マーケティングやマネジメント等による観光地域づくりを行う法人組織。

(3)取り組みの展開

推進組織において3つの基本戦略に基づく取り組みを一体的に展開していくため、年度ごとの事業実施

計画を作成した上で、各取り組みの実施主体(プレイヤー)が連動するスキームを構築していきます。

(4)取り組みの評価検証、見直し

各取り組みの進捗管理、実施効果を組織内で確認、共有すると共に、外部の評価会議などにおいて成果を報告し、取組の改善や目標の見直しを行います。

また、社会情勢等によって観光を取り巻く現状が変

化するなどして、戦略や取り組みを見直す必要が生じた場合、本戦略プランの内容を見直し、柔軟に対応していくこととします。

3-6 リーディング・プロジェクト

基本戦略に基づき、今後、具体的に取り組んでいくべき事業(特に、基本戦略IIに掲げる観光商品の開発や磨き上げに係る事業)について以下に具体例を記載していきます。

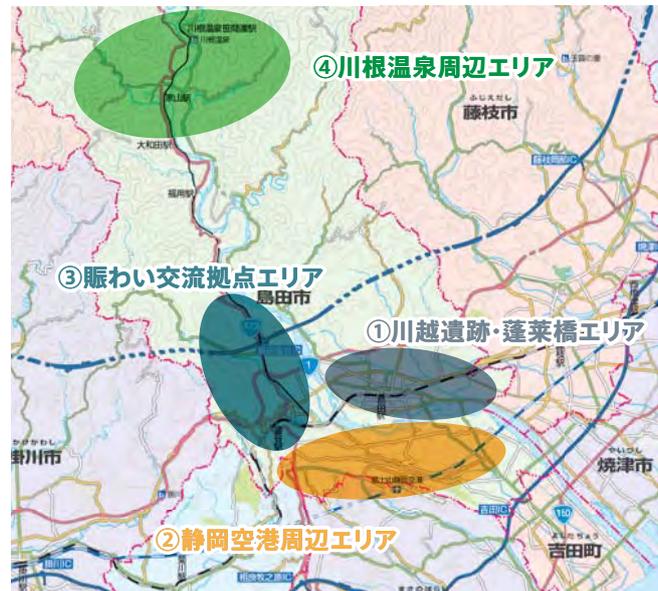
観光地域としての目指す将来像「初めて来ても懐かしく、何度来ても新しい島田」を見据えたブランディングに係る事業として、第1章で示した拠点エリアごと、コンセプトに沿った過ごし方や楽しみ方を提供するために考えられるコンテンツ案を例示し、エリアの形成イメージを膨らませています。

以下に掲げる4つのエリアにおけるコンテンツ造成等の取り組みは、本戦略プランにおけるリーディング・プロジェクトとして、先導的に取り組んでいきたい事業例(※アイデアベースのもので、そのまま実施、実現に至るものではありません)となります。

(1)形成を目指す拠点エリアについて

第1章で示した拠点エリアは以下の4エリアになります。

①川越遺跡・蓬萊橋エリア
歴史・文化を守り、活用するエリア
②静岡空港周辺エリア
空港を核として賑わいを創出するエリア
③賑わい交流拠点エリア
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川根温泉周辺エリア
豊かな自然を活用したアドベンチャーエリア



また、観光資源、地域資源を活用したコンテンツを造成し、あるいは磨き上げ、商品化したうえで流通させていくという事業の流れに対し、事業に係る関係者(行政/地域事業者/観光協会/その他)がどのように役割を果たしていくのか、基本戦略で示した役割分担についても例示していきます。

地域資源を観光コンテンツとして造成、あるいは磨き上げ、観光商品化していくためには、実施主体となる事業者(プレイヤー)が必要となります。ここでは具体的なプレイヤーに言及せず、あくまでプレイヤー候補の例示に留めていますので、事業に取り掛かるにあたっては、プレイヤーの発掘や育成にも取り組む必要があるということになります(基本戦略III)。

①川越遺跡・蓬萊橋エリア(歴史・文化を守り、活用するエリア)

島田市博物館と川越遺跡(川越し街道)、蓬萊橋といった歴史・文化資源を中心に、SIT実施者の目的となる「歴史/文化」「食(グルメ)」の対象になり得る観光資源・地域資源を多く抱えるエリアであり、特に川越遺跡は旧東海道の“渡し場”としても特徴的な、川越し

の文化を今に伝える史跡です。現在、民間事業者と連携しながらリノベーション事業を展開しているところであり、史跡としての価値を守りながら、訪客の滞在拠点としての活用が期待されています。

他にも旧東海道に沿って点在する史跡や文学碑、

本市を発祥として今も結び上げ技術が継承される島田鬮、日本三奇祭に数えられる島田大祭帯まつりなど、その背景を含めて他の地域にはない独自の文化に触れることができる資源が数多くあります。

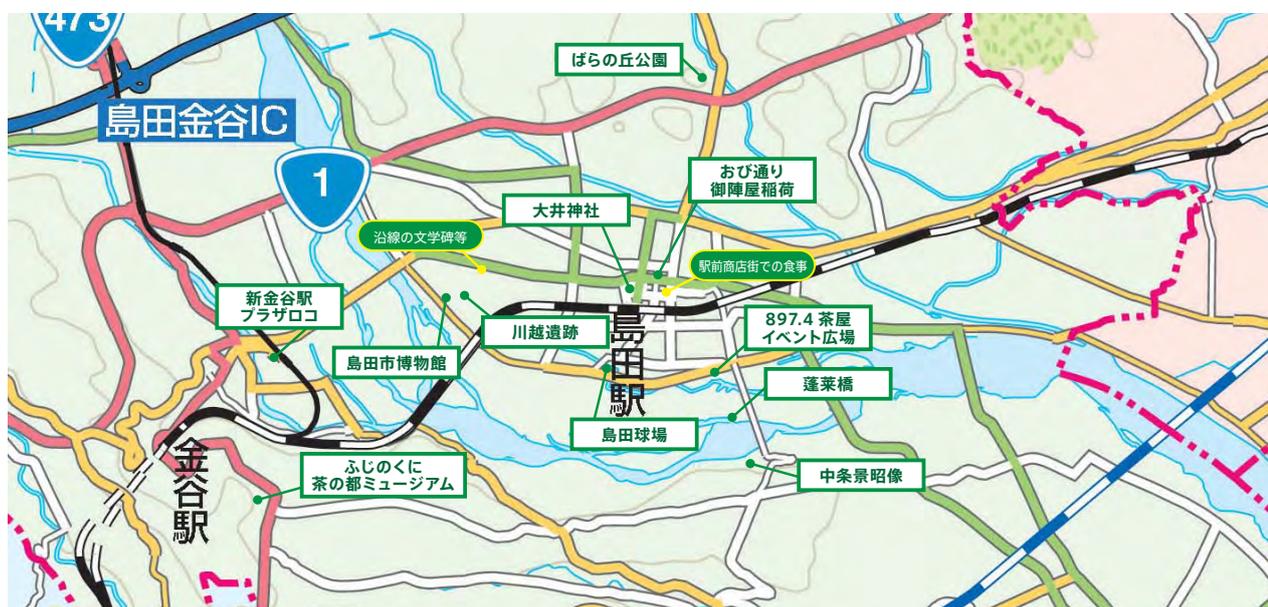
さらに、日本有数の生産量を誇る牧之原大茶園と共に本市が育んできた茶文化は「もてなしの心」に溢れた誇るべき地域資源として「島田市緑茶化計画」の中で息づいており、緑茶と絡めた観光コンテンツや商品も充実させていきたいところです。

歴史・文化資源は、かつての街並みや人々の暮らし

を想い、活躍した人物の生涯をなぞらえることで歴史的ロマンを味わうといった深い探求が可能であり、背景となるストーリーを効果的に伝えていくことでコアなファンを獲得できることが期待されます。

本市のお茶や和菓子を味わいながら、かつての往来客が島田宿で旅のひとつときを楽しんだように、本市の文化を満喫できる過ごし方を提供していくことを目指し、歴史・文化に触れる体験型コンテンツの造成・磨き上げを行っています。

ア) エリア周辺の資源分布



(イ) エリア構築イメージ

<テーマ>

～川越遺跡を滞在拠点に、歴史・文化を体感する「島田歩紀」エリア～

リノベーション[※]事業により、滞在拠点としての機能を備えた川越遺跡を核に、蓬萊橋や対岸の牧之原大茶園、そして金谷地区の地域資源なども連携対象にしたエリアとして、“和”の魅力と歴史・文化の背景を重視した体験型コンテンツや散策型のプランを開発、提案していきます。

さらに J R 島田駅前の中心市街地（主に飲食店等）への誘客を目指し、「食」コンテンツを磨き上げ、レンタサイクルや観光タクシーなどの移動手段、宿泊を促す

ナイトコンテンツなどを充実させていきたいエリアです。

脚注 ※既存の建物を改修し、用途や機能を変更して性能を向上させたり、価値を高めたりすること。



蓬萊橋(蓬萊橋897.4茶屋)

景 かわまちづくり計画に
基づく左岸及び右岸整備
歴 (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 大型催事との連携/街中散策
駅周辺宿泊施設
食 ■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 ★リノベーション事業による
滞在エリアの創出
体 ⇒宿泊、滞在+和装体験(写真撮影)
⇒「和菓子バル」等の開催



歴 **体**



歴



景



歴 **体**

金谷宿/牧之原大茶園/諏訪原城跡等

景 ・和装でエリアを散策できる
コンテンツの常設
体 **歴** ・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

ウ) エリア構築の条件整理

標準スタイル	島田市博物館、川越遺跡を核として、街中や蓬萊橋、さらに対岸の金谷地区を含めた歴史・文化資源を楽しんでいただく。
標準ターゲット	歴史・文化を好むアクティブシニア(50~70代)
想定発地	中距離(近隣県客)
発地からの移動手段	電車/自家用車
SITによるターゲットの絞り込み例	和装(着物)好きな女性集団(20~40代) お茶、茶文化等に関心を持つ集団 日常と異なるシチュエーションを重視する集団 など

エ) コンテンツ整備の例

<p>川越遺跡で“和”を楽しむ コンテンツ例</p>	<p>【島田宿(+金谷宿)史跡ガイドツアー】</p> <p>川越遺跡と博物館内を中心に、かつての街道の様子や島田市の歴史を地元ガイドが詳しく解説するショートツアーを造成。大井神社や御陣屋稲荷など、街中の資源活用を見据えたプランも検討。</p> <p>書碑、文学碑を巡るツアーや、雰田気のあるナイトツアー、イベントに合わせた観覧ツアーなどのバリエーションを設け、さらに対岸の金谷地区まで含めたガイドツアーも用意。</p>
	<p><コンテンツを構成する事業者・団体の例></p> <ul style="list-style-type: none"> ・島田市観光協会(観光ボランティアガイド) ・島田市文化協会 ・島田市博物館 ・交通事業者(ツアープランによって移動手段等を提供) など
	<p>【川越遺跡で和装散策体験】</p> <p>川越遺跡を舞台とした和装体験を商品化し、上記ガイドツアーのオプションメニューとして展開。記念撮影プランなどを単体コンテンツとして用意しても良い。</p> <p>本市発祥「島田髷」の結上げ体験などと合わせてコンテンツ化できると他地域との差別化が図られる。</p>
	<p><コンテンツを構成する事業者・団体の例></p> <ul style="list-style-type: none"> ・しまだきものさんぽの会 ・大井川輦台越し保存会 ・川越し街道を愛する会 ・島田市博物館 ・島田髷まつり保存会(静岡県理容生活衛生同業組合島田支部) ・市内写真スタジオ など
	<p>【和菓子バルの磨き上げ】</p> <p>川越し街道を会場に、島田の誇る和菓子を活用したバル形式の食べ歩きイベントを開催。市内和菓子店による自走体制の構築を目指して関係者による磨き上げを行う。</p> <p>街中の各店舗の知名度、認知度を高め、店舗へと客を誘導していくことで、中心市街地の回遊につなげていく。</p>
<p><コンテンツを構成する事業者・団体の例></p> <ul style="list-style-type: none"> ・島田菓子組合 ・島田商工会議所／島田市商工会 など 	

蓬莱橋と牧之原茶園で茶文化に触れるコンテンツ例

【蓬莱橋で茶文化体験】

蓬莱橋の袂で、お茶や和菓子によるもてなしコンテンツを展開。
 かわまちづくり計画に基づく蓬莱橋周辺整備事業の中で、景観に即した滞在空間を用意、趣ある空間でのひとときを提供。
 和装のレンタルや記念写真撮影などのコンテンツを備え、さらにロケ地としての付加価値を加えるなどして、体験を楽しむ工夫と、思い出を持ち帰っていただく工夫を盛り込みたい。

＜コンテンツを構成する事業者・団体の例＞

- ・島田市観光協会(蓬莱橋897.4茶屋)
 - ・市内茶業者、和菓子店
 - ・市内写真スタジオ
- など

【牧之原台地開拓史ガイドツアー】

地元ガイドによる牧之原の開拓に関する逸話などを聞きながら、蓬莱橋左岸～中條金之助景昭の像(小公園)までを徒歩で散策。
 小公園にて、蓬莱橋と茶畑、富士山が一望できる景観を楽しみながら、蓬莱橋897.4茶屋が提供するコンセプトティーを味わう。
 復路にて蓬莱橋897.4茶屋店舗に立ち寄り、特産品や土産を購入。

＜コンテンツを構成する事業者・団体の例＞

- ・島田市観光協会(観光ボランティアガイド、蓬莱橋897.4茶屋)
 - ・初倉まほろばの会
 - ・ミズベリング協議会
- など

食(グルメ)

•島田の和菓子、名物、土産

川越し街道での定番イベントとして和菓子バルを磨き上げ、「島田の和菓子」ブランドの向上を図るとともに、街中等の店舗へ客を誘導。代表的なものとして、小饅頭、黒奴、大井川最中、島田まげ餅、蓬莱橋焼き、たいやき等。

•島田さくらめし

茶産業(焙炉上げ)と密接に関わる地域固有の「さくらめし」をさらに磨き上げ、飲食店での提供だけでなく、イベント時や体験メニューとセットでの提供など、流通機会を増やして認知獲得を図る。

• J R 島田駅周辺等飲食店

大井神社や書碑、石碑等、あるいは催事等を活用して街中等の散策と飲食店の利用を促進。

宿(滞在)	<ul style="list-style-type: none"> •川越し街道 古民家の宿 川越し街道のリノベーションにより古民家風の民泊などを展開し、魅力的な滞在空間を創出。 • J R 島田駅周辺宿泊施設 ナイト／モーニングコンテンツを開発、充実させ、宿泊需要の喚起を目指す。
移動	<ul style="list-style-type: none"> •レンタサイクル シルバー人材センターが J R 島田駅北口で展開しているレンタサイクルの利便性を上げるため、街中を含むエリア内に、貸し出し場所と乗り捨て場所を複数設置するなど、事業の拡充について相談、検討。
	<ul style="list-style-type: none"> •観光タクシー ガイドを兼ねた観光タクシーと体験コンテンツ等をセットでメニュー化を検討。 何回も乗降可とするタクシーツアーとして商品化しても良い。
	<ul style="list-style-type: none"> •路線バス(観光周遊バス) 旅客需要に応じ、J R 島田駅前～川越遺跡～蓬莱橋(～富士山静岡空港、金谷地区)などをつなぐ路線バス(観光周遊バス)の運行を検討。

②静岡空港周辺エリア(空港を核として賑わいを創出するエリア)

本県の空の玄関口である富士山静岡空港を核に、県や周辺自治体と連携しながら賑わい創出を図るため、従前から取り組みを進めているエリアです。富士山静岡空港自体も、空港利用者だけでなく、周辺地域の住民が集まる拠点的作用を担うべく、積極的にイベントの開催などに取り組んでいます。

本市における空港周辺エリアは、牧之原大茶園の広がる金谷・初倉地域の一部です。近接する東名吉田インターチェンジ付近のビジネスホテルには、空港に降り立った訪客が(到着日等に)宿泊する流れができていますが、その多くが域内観光をせずに首都圏等へ流動していることが課題認識されています。

富士山静岡空港株式会社においても、同社が掲げる

将来構想の中で地域経済をけん引する役割を担っていくことを目指し、その一環として訪客の地域回遊を促す取り組みを進めているため、本市もこれに同調、連携した事業を実施していく必要があります。

ただし、コロナ禍が社会に与えている不安等を踏まえ、今後の社会情勢や地域感情の変化を注視しながら、特に海外からのインバウンドに関しては段階的に誘客事業を展開していくことが望ましいと考えられます。

また、このエリアについては、県の「空港ティーンシティ構想」の対象地域(風の道)に含まれているほか、「ふじのくに茶の都しずおか構想」の関連施設として県が運営する「ふじのくに茶の都ミュージアム」も

エリア内に存在しており、「お茶」や「歴史・文化」を切り口に交流人口の拡大を図ることとされています。

本市としても、民間事業者による計画が白紙となった「旧金谷中学校跡地」の有効活用を改めて検討してい

くことを含め、県や民間事業者と連携し、広大な牧之原大茶園を擁するエリア特性を生かしたコンテンツ整備と、富士山静岡空港を拠点とした地域回遊の促進に取り組んでいきます。

ア) エリア周辺の資源分布



イ) エリア構築イメージ

<テーマ>

～空港と奥大井をつなぐ、「茶の都」エリア～

富士山静岡空港株式会社と大井川鐵道株式会社が進める、空港を発地としたツアープランの開発等と連携し、就航先からの誘客と域内観光の促進を図ると共に、国内最大級の茶園景観をはじめとする、このエリ

アの「お茶」資源を活用したコンテンツを充実させ、産業、文化としての「お茶」「日本茶」を訴求するエリアの形成を目指します。

- ① 就航先からの誘客を促進し、着地した観光客を域内観光へと誘導すること
- ② エリアを象徴する「大茶園」を生かし、世界に誇る「茶の都」を目指すこと

以上2つの目標を掲げ、同じく交通結節点として域内回遊を促進する「賑わい交流拠点エリア」との接続をスムーズにしつつ、県が運営する「ふじのくに茶の都

ミュージアム」と連携しながら「お茶」の魅力を高めるコンテンツ整備などに取り組んでいきます。



ウ) エリア構築の条件整理

標準スタイル	広大な茶園景観を有する国内最大級の茶産地で、茶処ならではの様々な「お茶」体験を楽しんでいただく。
標準ターゲット	健康志向の中高年夫婦
想定発地	中距離(近隣県客)、就航先(国内外)
発地からの移動手段	自家用車/※航空機
SITによるターゲットの絞り込み例	茶産地における茶の製造工程等に関心を持つ集団 就航先(特に北海道)のゴルフ愛好者(冬季ゴルフ客)

エ) コンテンツ整備の例

「茶の都」のお茶体験コンテンツ例	<p>【お茶づくしツアー】</p> <p>牧之原大茶園の中で、お茶の製造工程を学ぶ茶工場見学や世界農業遺産「茶草場農法」見学、さらに他で展開するお茶体験コンテンツを絡めたツアーを提供。</p> <p>ふじのくに茶の都ミュージアム、KADODE OOIGAWAなどの拠点を活用するほか、蓬萊橋(897.4茶屋)や川越遺跡、石畳茶屋などでも様々なお茶体験を展開。</p>
	<p><コンテンツを構成する事業者・団体の例></p> <ul style="list-style-type: none"> ・見学を受け入れる茶工場等 ・ふじのくに茶の都ミュージアム ・KADODE OOIGAWA株式会社 ・お茶体験等提供事業者 <p style="text-align: right;">など</p>
	<p>【大茶園ツーリズム】</p> <p>サイクリングやウォーキングなどで、大茶園の絶景を楽しむガイドツアーを展開。天気が良ければ富士山が望める。</p> <p>複数のコースを用意し、体験時間に応じてコースを選択。お茶だけでなく、歴史・文化に触れるコースも用意。</p>
空港を拠点とした新たなツアーコンテンツ例	<p>【キャンピングカー周遊ツアー】</p> <p>主に就航先から着地した観光客向けに、キャンピングカーのレンタルとセットで、FIT向けに域内周遊ツアープランを提供。</p> <p>二次交通の課題を克服しつつ、Withコロナに対応した新しい旅行形態として訴求。</p>
	<p><コンテンツを構成する事業者・団体の例></p> <ul style="list-style-type: none"> ・富士山静岡空港株式会社 ・体験型コンテンツ等提供事業者 ・市内飲食店等 ・大井川流域内キャンプ場 <p style="text-align: right;">など</p>
	<p>【空港発ショートトリップ】</p> <p>観光タクシーによる、域内の体験、食などのコンテンツをピックアップしたショートトリップを提供。</p> <p>コンテンツを増加させ、着地した観光客の空き時間、フライトまでの待ち時間などに対応した複数のプランを用意。</p>

<p>空港を拠点とした新たな ツアーコンテンツ例</p>	<p><コンテンツを構成する事業者・団体の例></p> <ul style="list-style-type: none"> ・富士山静岡空港株式会社 ・タクシー事業者 ・体験型コンテンツ等提供事業者 ・市内飲食店等 <p style="text-align: right;">など</p>
<p>食(グルメ)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・空港ターミナルビル フードコート ・初倉地区飲食店等 ナイト／モーニングコンテンツを開発、充実させ、宿泊需要を喚起 する中で飲食店情報を発信。 ・牧之原公園周辺飲食店等 サイクリングやウォーキング(大茶園ツーリズム)と併せて飲食店情 報を発信。 ・空港周辺地区名物、土産 みそまんじゅう、ラスク等
<p>宿(滞在)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・東名吉田インターチェンジ周辺ビジネスホテル ナイト／モーニングコンテンツを開発、充実させ、宿泊需要の喚起 を目指す。
<p>移動</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・観光タクシー 空港発ショートトリップを展開していく中で商品化を検討。 ・路線バス(観光周遊バス) 旅客需要に応じ、富士山静岡空港～JR金谷駅～大井川鐵道新金 谷駅～KADODE OOIGAWA(～川根温泉等)などをつなぐ路線バス (観光周遊バス)の運行を検討。 ・レンタカー／カーシェア 富士山静岡空港での既存サービスに加え、周遊ツアーとセットで キャンピングカーのレンタルなどを検討。

③賑わい交流拠点エリア(交通結節点として訪客を出迎え、地域回遊を促すエリア)

令和2年11月、新東名高速道路島田金谷インターチェンジ近傍に誕生した「KADODE OOIGAWA」は、大井川農業協同組合、大井川鐵道株式会社、中日本高速道路株式会社、そして島田市の4者が連携して整備を進める「賑わい交流拠点」の中核となる、「日本の緑茶」と「大井川流域の農産物」の体験型フードパーク施設です。

併設したTOURIST INFORMATIONおおいなびは、大井川流域の玄関口として、地域回遊を促す観光拠点としての役割を担い、大井川鐵道沿線をはじめとした観光情報を積極的に発信し、地域のファンを創ることをコンセプトに掲げ、特に、奥大井(川根本町)と連携しながら観光振興を図っていくことを目指しています。

具体的には、「大井川でやるべき100のこと」として厳選した、大井川流域で楽しめる100のコンテンツを、訪客の好みや興味関心に合わせて提案していくことで

実際に人の流れを生み出していきます。

エリアの機能、役割は、ここを拠点に大井川流域を観光していただくゲートウェイとなります。さらに、エリア内には大井川鐵道の新金谷駅があり、「SL」や「きかんしゃトーマス号」といった本市観光の主軸となる観光資源を様々な形(見る、乗る、学ぶ、撮る)で楽しめるほか、「賑わい交流拠点」内に新たに設置される大井川鐵道の新駅「門出駅」や、名称を改めた「合格駅(旧五和駅)」、さらには日限地蔵尊が所在する「日切駅」など、受験生をはじめ、志を立てる人にとって縁起の良いコンテンツが、背景にストーリーを備えながら線や面でつながっています。

エリア自体においても「賑わい交流拠点」を核に、小さなお子さんを連れたファミリー層や、試験を控えた受験生とその家族などを対象に、安全・安心に配慮した体験型コンテンツを充実させ、何度も訪れたいくなる工夫を凝らしていきます。

ア) エリア周辺の資源分布



イ) エリア構築イメージ

<テーマ>

～賑わい交流拠点発、大井川流域観光のゲートウェイエリア～

大井川流域観光の玄関口として、特に奥大井へと観光客（及び地域住民）を誘（いざな）うエリアとします。その役割を主体的に担うのが「賑わい交流拠点」内のTOURIST INFORMATION「おおいなび」です。

エリア自体でも、大井川鐵道の「SL」や「きかんしゃ

トーマス号」といったファミリー層に響く観光資源などを効果的に活用し、また、家族で楽しめる体験型コンテンツを充実させて、観光客はもちろん、近隣の地域住民にも愛される賑わい創出エリアを目指します。



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)



りんご園、大井川葛布、童子沢親水公園など



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



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



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



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

ウ) エリア構築の条件整理

標準スタイル	①「賑わい交流拠点」を経由し、地域内観光を楽しんでいただく。 ②大井川鐵道(S L等)沿線で多様な体験等を楽しんでいただく。
標準ターゲット	子育て世代ファミリー、受験生とその家族
想定発地	中距離(近隣県客)、近距離(地域内容)
発地からの移動手段	自家用車
S I Tによるターゲットの 絞り込み例	子どもが楽しむ体験、学ぶ体験を求める家族客 「きかんしゃトーマス号」目当ての家族客 子どもや孫の受験合格を願う親世代、祖父母世代 健康に関心を持つシニア層 など

エ) コンテンツ整備の例

子どもと楽しむ(子どもが喜ぶ) コンテンツ例	<p>【大井川鐵道のS L体験磨き上げ】</p> <p>絵本やテレビの中の存在だった蒸気機関車を様々な形で体験、体感するコンテンツを複数用意。</p> <p>子どもをターゲットに親世代にも訴求。多様な楽しみ方と共に様々な形で思い出を提供し、再来訪につなげるコンテンツとして磨き上げる。</p> <p>見る:復元展示車両や走り抜けるS Lを間近で見る。他にも、季節ごとのS Lのおススメスポットを紹介。</p> <p>乗る:新金谷駅から30分、家山駅までのプチ乗車などを提案。 家山駅周辺の散策や、帰りのローカル線なども紹介。</p> <p>学ぶ:出発前のS Lに石炭を入れる作業など、新金谷駅車両区での整備作業を見学。プラザロコのS L土産なども紹介。</p> <p>撮る:見るのとは一味違う、写真のおススメスポットを紹介。 車で移動する場合は駐車などトラブルを防ぐ案内を実施。</p>
	<p><コンテンツを構成する事業者・団体の例></p> <ul style="list-style-type: none"> ・大井川鐵道株式会社 ・島田市観光協会(おおいなび) ・大井川鐵道沿線の事業者、団体、自治会 ・大井川流域観光事業実行委員会 <p style="text-align: right;">など</p>
受験生やその家族に向けた コンテンツ例	<p>【合格祈願と新たな門出】</p> <p>すべらず地蔵、日限地蔵尊、合格駅、門出駅などをつなぎ、努力した受験生を後押しするための合格祈願をコンテンツとして磨き上げる。</p> <p>グッズなどに展開できるほか、市内の他の資源にも誘導可能。 ウォーキングイベントなどとも親和性が高い。</p>
	<p><コンテンツを構成する事業者・団体の例></p> <ul style="list-style-type: none"> ・島田市観光協会(おおいなび) ・大井川鐵道株式会社 ・日限地蔵尊 ・すべらず地蔵尊奉賛会 <p style="text-align: right;">など</p>

<p style="text-align: center;">お茶と農産物を楽しむ コンテンツ例</p>	<p>【健康テーマのお茶、農産物体験】(磨き上げ)</p> <p>地域の食をふんだんに楽しみつつ、年齢や病気に負けない強い体を目指し、健康テーマの体験を提供する。</p> <p>①KADODE OOIGAWA(+おおいなび)</p> <p>緑茶ツアーズ、緑茶B I Y、緑茶水道 マルシェエリアで食べ比べ</p> <p>②エリア周辺フルーツ狩り</p> <p>りんご狩り、いちご狩り、みかん狩り、ブルーベリー狩りなど</p> <p>③お茶づくしツアープラン</p> <p>本市の代表産業であり文化でもあるお茶を学ぶツアー。 空港周辺エリアと連携し、茶処ならではのお茶体験を提供。</p>
	<p><コンテンツを構成する事業者・団体の例></p> <ul style="list-style-type: none"> ・KADODE OOIGAWA株式会社 ・地域事業者(フルーツ狩り、お茶体験) ・ふじのくに茶の都ミュージアム ・島田市観光協会(おおいなび、蓬莱橋897.4茶屋) ・交通事業者 <p style="text-align: right;">など</p>
<p style="text-align: center;">地域(大井川流域)回遊 コンテンツ例</p>	<p>【大井川でやるべき100のこと】</p> <p>大井川流域の魅力的な地域資源(観る、泊まる、体験する、食べる、買う)から厳選した100のコンテンツを「大井川でやるべき100のこと」としてパッケージ化し、訪客及び地域住民に紹介する。</p> <p>TOURIST INFORMATIONおおいなびにてカード型パンフレットとして提供するほか、KADODE OOIGAWA株式会社、大井川農泊推進協議会とも連携・協力してオンライン上でも発信していく。</p>
	<p><コンテンツを構成する事業者・団体の例></p> <ul style="list-style-type: none"> ・島田市観光協会(おおいなび) ・大井川農泊推進協議会(大井川農業協同組合) ・KADODE OOIGAWA株式会社 ・“100のこと”を構成する地域事業者、団体、個人 <p style="text-align: right;">など</p>

<p>食(グルメ)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・KADODE OOIGAWAマルシェ(地域農産物) 県下最大級のマルシェをKADODE OOIGAWAで展開。 ・KADODE OOIGAWAレストラン、テナント ・金谷地区飲食店等 TOURIST INFORMATIONおおいなびでも案内。
<p>宿(滞在)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・民泊、農家民泊施設
<p>移動</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・レンタサイクル TOURIST INFORMATION「おおいなび」を拠点としたレンタサイクルを新たに展開。モデルコースと併せて提供。
	<ul style="list-style-type: none"> ・観光タクシー ガイドを兼ねた観光タクシーと体験コンテンツ等をセットでメニュー化を検討。 何回も乗降可とするタクシーツアーとして商品化しても良い。
	<ul style="list-style-type: none"> ・大井川鐵道本線 賑わい交流拠点に設置した新駅(門出駅)を回遊起点として案内。
	<ul style="list-style-type: none"> ・路線バス(観光周遊バス) 旅客需要に応じ、富士山静岡空港～JR金谷駅～大井川鐵道新金谷駅～KADODE OOIGAWA(～川根温泉等)などをつなぐ路線バス(観光周遊バス)の運行を検討。

④川根温泉周辺エリア(豊かな自然を活用したアドベンチャーエリア)

川根温泉を中心とするこのエリアは、本市が観光地として目指す将来像「初めて来ても懐かしく、何度来ても新しい島田」を、最も具現化しやすい条件の整ったエリアです。

ノスタルジックな街並みには大井川鐵道のS Lがよく似合い、このエリアを訪れた観光客は、ゆったりとした時間の流れと豊かな自然の中で心と身体を癒すことができます。

滞在拠点として川根温泉、川根温泉ふれあいコテージ、川根温泉ホテルがあり、現在も地域内外から多くの人が集まる癒しの里を形成しています。

その一方で、自然環境を生かしたアクティビティも展開されており、徐々に定着してきたパラグライダーに関しては、質の高いフライト環境を伝え聞き、市外あるいは県外から多くの愛好家が訪れるようになってきています。

現在、COVID-19(新型コロナウイルス感染症)によって注目が集まっている家族単位でのキャンプやグランピング[※]など、感染症クラスターの発生率が低いアウトドアライフにも活用できる地域資源、自然環境を有しており、新しく様変わりするであろう観光スタイルにも対応可能なポテンシャルを秘めたエリアとして、さらなる体験型コンテンツの造成・磨き上げを進めていきたい考えです。

また、今日の社会においては、「心の現代病」とでもいふべき心身症や神経症が増加しており、質の高い「休暇」による「心のケア」が重視されています。最近では、レスパイト・ケアという在宅介護や乳幼児の育児などによる疲れをリフレッシュするためのサービスも展開されています。このエリアの有する地域資源や自然環境は、こうした質の高い「休暇」の提供に適したものであるとして活用可能性を考えていきたいところです。

ア) エリア周辺の資源分布



脚注 ※ グラマラス(魅惑的な)とキャンプを掛け合わせた造語で、テント設営や食事の準備などの煩わしさから旅行者を解放した「良い所取りの自然体験」に与えられた名称。

イ) エリア構築イメージ

<テーマ>

～源泉掛け流しの温泉を拠点に、極上の休暇と冒険を提供するエリア～

主に都市部の家族客をターゲットに、大人にとっては心と身体の癒しや休暇を、子どもには自然体験を通じた楽しみや学びを訴求するエリアとします。本市が目指す滞在型エリアを構築するために有効な資源を豊富に有しており、さらに奥大井とつなげることで魅力を向

上させることができます。

エリアのコンセプトに沿った拠点として、川根温泉（日帰り温泉、コテージ、ホテル）を有効活用し、自然を生かした体験型コンテンツを充実させていきます。



パラグライダー

体景

パラグライダー

- 実施主体(プレイヤー)
- ・sky TECフライングアカデミー

体

移動コンテンツの創出、提供

- ・レンタサイクル
- ・観光タクシー
- ・送迎サービスなど



ナイト・コンテンツ/イベント・コンテンツ



※自転車×大鉄

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



川根温泉ふれあいの泉/川根温泉ホテル

体景食宿

★滞在拠点としての機能強化

- ⇒体験棟の有効活用
- ⇒河川敷エリアの有効活用
- ⇒「食」コンテンツの充実
- ⇒対岸(抜里側)との接続



体景

自然を生かしたアクティビティ

- 実施主体(プレイヤー)候補
- ・NPO法人まちづくり川根の会
- ・地域活動団体等
- ⇒奥大井(川根本町)も充実



乗馬体験/ブルーベリー狩り

体

他の体験メニューの充実

- ⇒塩づくり、和紙、茶室体験など
- 実施主体(プレイヤー)候補
- ・島田市観光協会
- ・NPO法人まちづくり川根の会
- ・地域活動団体等
- ・地域事業者等

ウ) エリア構築の条件整理

標準スタイル	川根温泉を滞在拠点として、エリア内及び奥大井での体験アクティビティ等を楽しんでいただく。
標準ターゲット	都市部の家族客
想定発地	中距離(近隣県客)、近距離(地域内客)
発地からの移動手段	自家用車
S I Tによるターゲットの絞り込み例	小学生の子どもを持つ家族客 子どもに自然体験をさせたい親 サイクリング、パラグライダーなどの愛好家 など

エ) コンテンツ整備の例

体験アクティビティ Lv1 コンテンツ例	<p>【川根温泉でリラックス】</p> <p>川根温泉ふれあいの泉の源泉掛け流しの温泉や温泉プールで心身をリフレッシュする余暇を提案。</p> <p>コテージ泊のB B Q、塩づくり体験、周辺散策などを案内。</p> <p>⇒ナイト／モーニングコンテンツの開発、充実</p> <p>⇒大井川の対岸(抜里地区)との接続方法を検討</p>
	<p>【大井川で家族キャンプ】</p> <p>大井川沿いに点在するキャンプ場での家族キャンプ。</p> <p>無粋な明かりのない綺麗な星空や早朝の川霧など、都会の喧騒から離れた余暇を提案。</p> <p>⇒利便性の高いキャンプ場の誘致、設置</p>
	<p>【山村都市交流センターささまMANAVIVA】</p> <p>様々な体験と宿泊ができる施設で、自分を成長させながら特別な思い出づくりを提案。</p> <p>⇒するが企画観光局(DMO事業)との連携</p>
	<p><コンテンツを構成する事業者・団体の例></p> <ul style="list-style-type: none"> ・川根町温泉株式会社 ・大井川流域のキャンプ場 ・山村都市交流センターささま ・N P O法人まちづくり川根の会 ・体験コンテンツ等提供事業者

<p>体験アクティビティ Lv2 コンテンツ例</p>	<p>【川根温泉周辺散策／常設フォトロゲイニング】 野守の池や牛代のみずめ桜、塩郷の吊り橋など、見どころ満載の常設フォトロゲイニング。時間制限によるトライアルなど。 ⇒仕組みの構築、拠点を含む実施者の創出</p> <p>【川根温泉周辺ポタリング】 エリア内をゆっくり、のんびりサイクリング。ガイド付きのポタリングでエリアの魅力を満喫。 ⇒レンタサイクルの実装、ガイドの育成</p> <p><コンテンツを構成する事業者・団体の例></p> <ul style="list-style-type: none"> ・川根町温泉株式会社 ・NPO法人まちづくり川根の会 ・大井川流域サイクルツーリズム協議会 (RIDE Oigawa)
<p>体験アクティビティ Lv3 コンテンツ例</p>	<p>【パラグライダータンデムフライト】 七曲スカイパーク、川根身成スカイパークから、元世界王者が操るパラグライダーでタンデム飛行を体験。 県指定天然記念物「鷓山の七曲り」を空から楽しむ。</p> <p>【サイクリング 奥大井秘境ライド】 上級者向けのヒルクライム／ダウンヒルサイクリング。 大井川鐵道のサイクルトレインを使って秘境エリアを走破。</p> <p>【ダム湖でカヤック体験】 笹間ダムや長島ダムのダム湖でカヤック体験。ゆったりと流れる時間と自然を満喫。</p> <p><コンテンツを構成する事業者・団体の例></p> <ul style="list-style-type: none"> ・Sky TECフライングアカデミー ・大井川流域サイクルツーリズム協議会 (RIDE Oigawa) ・大井川鐵道株式会社 ・かわねのね ・一般社団法人エコティかわね (川根本町)
<p>食(グルメ)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・川根温泉(食堂)、川根温泉ホテル(レストラン) ・家山駅周辺飲食店等 ・川根地区の名物、土産等 抹茶たいやき、川根大福、お茶羊羹等

<p>宿(滞在)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・川根温泉ふれあいコテージ ・川根温泉ホテル ・山村都市交流センターささま ・大井川流域キャンプ場 ・農家民泊、民泊施設
<p>移動</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・レンタサイクル(磨き上げ) チャリム21や川根温泉を拠点としたレンタサイクルを展開。家山駅や抜里駅など、エリア内での返却場所を複数用意するなど、既存のレンタサイクルをブラッシュアップ。 ・大井川鐵道 エリア内のみならず、奥大井への足として活用。サイクルトレインを実装するなどコンテンツとの連動を検討。 ・送迎バス(磨き上げ) 川根温泉(川根温泉ホテル)による送迎バスの商品活用を検討。展開するコンテンツによって整備。

■大井川鐵道と拠点エリア間のネットワーク

本市中央を流れる大井川に沿って、奥大井へと向けて延びる大井川鐵道は、これまで何度も触れてきたとおり、観光資源として高い認知と人気を有する本市観光の主軸であり、また、それと同時に奥大井につながる交通インフラでもあります。

賑わい交流拠点エリアと川根温泉周辺エリアをつなぎ、さらに奥の川根本町へと観光客を運ぶ大井川鐵道を縦の動脈とすることで、沿線に点在する地域資源、観光資源を生かした観光スタイルを提案できる強みは、今後も大切に活用していきたいところです。

また、構築を目指す拠点エリアはもちろん、エリア外の地域資源、観光資源についても有効活用し、広く市域において滞在型の観光地を形づくることを目指して、いこうで、今後は各エリアをつなぐ交通ネットワークの形成について考えていく必要があります。

ただし、需要創出に先駆けた交通ネットワークの形成は難しいため、まずは観光コンテンツをつなぐ周遊プランなど、観光商品の中で移動手段をパッケージ化し、地域内の回遊、周遊を促進することで需要を喚起していくことを目指します。

