

## 島田市観光戦略プラン（案）について

### 1. 策定趣旨、策定方針（序章）

人口減少に伴う社会経済の衰退を背景にしつつ、新型コロナによってもたらされた「新しい生活様式」を踏まえて観光振興を推進し、地域の事業者と共に「観光で稼ぐ地域」の実現を目指していくこと、また、観光におけるデジタルシフトに対応し、効果、効率の最大化を目指すため、デジタルマーケティングを導入していくことを述べています。

### 2. 市場調査とターゲティング（1章）

インターネット調査等により、本市観光の現状を客観的に把握したところ、特に認知度、魅力度、満足度が県内でも低い状況であることが改めて把握できました。情報発信が不足していた、あるいは効果的ではなかったと考えられることから、対象を絞り、確実に情報を届けることを意識した取組が求められます。

全方位的な観光施策ではなく、特定の目的をもって旅行しようとする人（S I T）を対象とした情報発信や、ニーズを把握したうえでの商品開発が必要です。

### 3. 基本理念と目指す将来像（2章）

「観光で稼ぐ地域」の実現を目指すべきゴールとし、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、消費機会を増やすこと、歴史・文化・自然を未来につなげながら、地域資源に新たな価値を付加していくこと、そして、策定作業のなかで聴き取った地域の声を踏まえ、地域生活と観光振興のバランスをとりながら、双方にとって望ましい観光地を創ることを基本理念とし、そのうえで、目指す将来像を

「初めて来ても懐かしく、何度来ても新しい島田」とします。

### 4. 基本戦略と KPI（2章～3章）

明らかになった課題を整理し、3つの視点（認知度の向上、観光消費の拡大、受入環境の整備）に対し、以下3本の基本戦略を立案し、それぞれにK P Iを設定します。

#### 基本戦略Ⅰ 効果的・効率的な情報発信

K P I ⇒ サイト閲覧者数（公式サイト閲覧者数をカウント）  
SNS フォロワー数（観光 SNS のフォロワー数をカウント）  
メディア露出件数（Google サーベイによりカウント）

#### 基本戦略Ⅱ 消費を促す魅力的な商品の開発、流通促進

K P I ⇒ 観光商品掲載件数（公式サイトへの商品掲載数をカウント）  
観光消費単価（聞き取り等により消費額を調査）

#### 基本戦略Ⅲ 快適な旅のための環境整備

K P I ⇒ Google My Business 登録事業者数  
地域事業者の意識（聞き取り等により意識調査）  
観光ガイド活動件数（観光協会を通じ活動件数をカウント）

（裏面⇒）

## 5. アクションプラン（3章）

3本の基本戦略に紐づく取組を、関係主体（行政、地域事業者、観光協会等）の役割（やる事）を明示しながら記載しています。

また、計画期間における各取組の実施スケジュールを示しています。

## 6. リーディングプロジェクト（3章）

市内の以下4つのエリアにおいて、それぞれテーマを定めて拠点形成を図ります。

### ①川越遺跡・蓬萊橋エリア

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

### ②静岡空港周辺エリア

テーマ：空港と奥大井をつなぐ、「茶の都」エリア

### ③賑わい交流拠点エリア

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

### ④川根温泉周辺エリア

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