
掛川市観光振興計画（案）

令和5年3月

掛川市

目次

第1章	計画の改定にあたって.....	1
1	計画改定のねらい.....	1
2	計画の期間.....	2
3	計画の位置付け.....	2
4	計画の策定体制.....	2
5	SDGs達成への貢献.....	3
第2章	観光振興の基本理念等.....	4
1	基本理念等.....	4
2	取組の指標.....	6
3	現状と課題の整理.....	7
第3章	具体的施策.....	9
第4章	目標値と施策の体系図.....	26
第5章	観光を取り巻く現況.....	27
1	本市の観光動向.....	27
2	観光を取り巻く環境.....	28

第1章 計画の改定にあたって

1 計画改定のねらい

観光ニーズが多様化するなか、旅行者の心を惹きつけるには、掛川市の特性や資源を十分に活かした個性光る観光で、魅力的な地域づくりを推進する取組が必要とされており、交流人口を拡大していくことが観光振興のみならず、地域活性化の起爆剤とされています。

これまで本市においては、平成30年度に「掛川市観光振興計画」（平成31年度-令和10年度）（以下「現計画」）を策定し、観光分野の施策を展開してきました。

この現計画では、中間年次の令和5年度には情勢変化を反映させた中間見直しを予定していましたが、世界的な新型コロナウイルス感染症の流行やDXの潮流、多様性への対応など急激に変化する観光情勢に対応するため、1年前倒した令和4年度に改定することとしました。

この計画では、上記のような観光情勢を踏まえつつ、掛川市の観光がSDGsに寄与しながら何を目指し、旅行者に対して本市の観光施設や歴史・自然・茶文化・報徳の教え等の地域資源の価値を市民総ぐるみで磨き、高めるとともに、その情報を内外に広く伝えていくための具体的な取組を示しています。

計画策定後は、市民の郷土愛の醸成、本市の観光産業や地域経済・地域コミュニティの活性化と、それらの相乗効果による移住定住人口の拡大など多方面に波及効果をもたらす事をねらいとしています。

また、本計画に記載する施策は策定時点のものです。観光分野の潮流や社会変化に合わせて柔軟に対応するほか、実施主体者の創造性や推進力を市民・団体・企業・行政等が連携しながら基本理念に基づく取組を進めていきます。

2 計画の期間

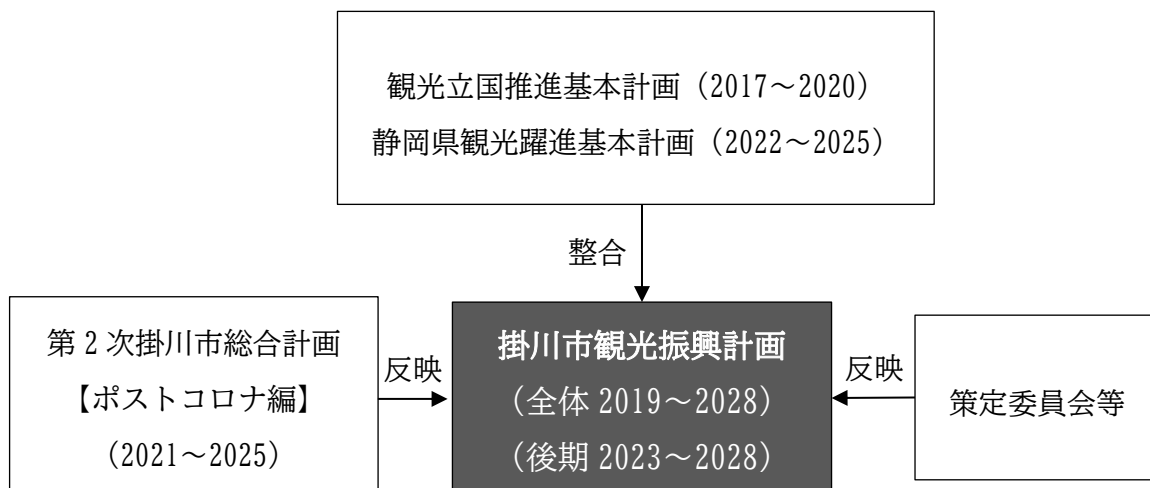
- ・全体 平成31年度～令和10年度（10年間）
- ・前期 平成31年度～令和4年度（4年間）
- ・後期 令和5年度～令和10年度（6年間）

本計画の期間は、平成31年度から令和10年度までの10年間とし、令和4年度には中間見直しを行い、再編しました。

3 計画の位置付け

本計画は、市が取り組むべき今後の観光施策の基本方針を定めた総合的な計画であり、同時に、市民や関係企業・各種団体などが自主的かつ積極的な活動を行うための基本的な計画として位置づけられるものです。

また、本計画は、国及び県それぞれが策定した関連する計画との整合・連携を図るとともに、「第2次掛川市総合計画」の部門別計画として、本市が策定した上位計画・関連計画との整合・連携を図ります。



4 計画の策定体制

計画の策定にあたって、より実効性の高い計画を策定するため、市内外の大学、企業、観光団体等の観光に関わる各分野に精通した委員からなる「掛川市観光振興計画策定委員会」を設置し、多角的な視点から協議を重ねつつ、本市の新たな観光振興に関する計画について策定しました。

5 SDGs 達成への貢献

持続可能な開発目標(SDGs : Sustainable Development Goals)は、2015年の国連サミットで採択された「持続可能な開発のための2030アジェンダ」に記載された2030年までの国際目標で、17の目標と169のターゲットで構成され、「地球上の誰一人として取り残さない」社会の実現を目指し、開発途上国のみならず先進国を含む国際社会全体の目標として、経済・社会・環境の諸問題を統合的に解決することを目指しています。

掛川市は、令和2年7月に内閣府が主催する「SDGs未来都市」に選定されました。SDGs未来都市とは、内閣府がSDGsの達成に向け、優れた取組を提案する自治体を選定する制度です。「パートナーシップで目標を達成しよう」というSDGsの中心的な考え方は、掛川市の進める「協働のまちづくり」と一致しており、今まで以上に企業や市民と連携を図り、以下「観光に関する記載」のとおり観光を通じて持続可能なまちづくりを進めてまいります。



<観光に関する記載>

目標		記載内容
目標 8	8.9	2030年までに、雇用創出、地方の文化振興・産品販促につながる持続可能な観光業を促進するための政策を立案する
目標 12	12.b	雇用創出、地方の文化振興・産品販促につながる持続可能な観光業に対して持続可能な開発がもたらす影響を測定する手法を開発・導入する
目標 15	15.4	2030年までに生物多様性を含む山地生態系の保全を確保し、持続可能な開発にとって不可欠な便益をもたらす能力を強化する

第2章 観光振興の基本理念等

1 基本理念等

基本理念

- (1) 掛川市ならではの観光による魅力ある地域づくり
- (2) 訪れる人・暮らす人が感動と幸せを実感する
- (3) 掛川市の活力と市民の誇りを醸成する

スローガン

ひとたび・ふたたび「掛川」

施策の柱

- (1) 体験交流と学び旅
- (2) 掛川茶グルメの魅力向上
- (3) 掛川茶を活用した癒しの提供
- (4) 掛川駅の活用
- (5) 持続可能な選ばれるまちを目指して

具体的施策

施策の柱に基づく施策を具体化 P9～

実現に向けた8つの重要な視点

- (1) 資源の活用や、訪れる人々との交流等により、地域の人々が豊かで幸せになることを目指す
- (2) 持続可能な、国内外の誰にもやさしく、安心して選んでもらえる受入体制づくりを進める
- (3) 「掛川茶×学び旅」を中心とした施策で惹きつける
- (4) 施策に応じたターゲットを絞る
- (5) 団体、企業、地域等の施策ごとにイメージが浮かぶ特徴あるシンボルをつくる
- (6) 掛川らしさを活かし、量より質を追求する
- (7) 滞在時間を延ばし、リピーターやファンを獲得し、豊かな交流と地域経済を潤す
- (8) 多様なニーズを分析し、国内外へ積極的な情報発信を行う

2 取組の指標

観光振興の取組を進めるには、定期的にその効果を把握し、進捗状況をわかりやすく共有し、計画の進捗管理や改善点の検討を行うことが必要です。

しかし、現状、本市の観光関連のデータは十分ではなく、今後、必要に応じて観光マーケティング調査を行うなどして、旅行者の満足度、パブリシティ効果、経済波及効果などのデータを継続的に調査・整備することが今後の課題となっています。

現状で設定し得る本市の観光振興の効果を把握する指標と目標値を次のとおり示します。

指標と目標値

指標	策定時 (平成30年度)	実績値 (令和3年度)	目標値 (令和10年度)
観光交流客数 ^{※1}	3,861 千人	2,955 千人	4,100 千人
掛川観光協会ウェブサイトへのアクセス数 ^{※2}	687,621 件	521,000 件	712,000 件
掛川市公式観光SNSのフォロワー数 ^{※3}	1,785 人	5,067 人	40,000 人

※1 令和10年度の値は、第2次総合計画の最終目標値である令和7年度の4,000千人を参考とした。

※2 令和10年度の値は観光交流客数の伸び率を乗じて算出した。

※3 SNSの指標はInstagram。アカウントの公開は平成29年度。

3 現状と課題の整理

本市の観光の動向、関連計画、市民の意見等を踏まえて、今後の観光振興の課題として次のことが挙げられます。

1 本市の観光振興の方向性の明確化 《全体の方向性》

- ・ 観光に関わる主な団体、民間事業者、住民などそれぞれの主体が同じ方向性や目標を持ち、観光に係る諸課題に対応していくことが重要です。

2 今ある地域資源の適切な保全とさらなる活用 《自然・歴史・文化》

- ・ 戦国時代に3つの城が築かれ、江戸時代には2つの城下町が形成、東海道沿いに2つの宿場町が栄えるなど、固有の歴史を育んできたことから、関連づけたPRや周遊ルート、専門的なガイドの育成により、目的を持った取り組みが推進されます。
- ・ 文化・教養施設や集客力のある民間の観光交流施設も充実していますので、各施設の連携などにより、相乗効果を生み出す事が可能となります。

3 宿泊利用や県外利用の促進、市内での滞在時間の延長 《滞在・周遊》

- ・ 観光による地域経済波及効果を高めるためにも、市内での滞在や周遊の時間を延ばすことが課題です。
- ・ 市内の地域資源が分散していることから、各地を徒歩だけでなく、自転車、自動車、公共交通機関でめぐって楽しめるテーマ性のある周遊ルートの構築が必要です。
- ・ 本市の本当の魅力はゆっくり滞在して見えてくることも多いため、本市の自然、歴史・文化、食などの資源を活用した体験プログラムの充実やPRをしていく必要があります。

4 市内の周遊を促す交通・情報インフラの充実 《インフラ》

- ・ 掛川市の地域性を活かした移動手段を検討し、旅行者だけでなく、市民も利用できるものとして、サービスの拡充を図る必要があります。

5 観光地域としての美しい空間形成 《良好な景観》

- ・ 主要な地域資源である歴史的建造物や自然緑地を保全していくとともに、市内の開発動向に合わせた良好なまちなみを維持していく必要があります。
- ・ 四季の変化を感じる花の名所、富士山やお城といった眺望スポットなど、思わず写真を撮りたくなる場所を地域資源として活用していくことが求められます。

6 観光と農業、商工の連携強化 <<産業活性>>

- ・ 市内で従事している就業者が最も多い産業は製造業で、工場見学のできる場所や観光に資する施設を有している企業もあります。また、掛川の深蒸し茶は全国的に有名であり、茶草場農法が世界農業遺産となったことで一層お茶のまちとして知名度が上がっています。
- ・ こうした特色ある産業や地域資源を活用した観光を活性化させていくとともに、観光に結びつけた市内各産業の活性化を推進していくことが大切です。

7 旅行者のニーズに応じた情報発信 <<情報発信>>

- ・ 本市は、住むまち、働くまちとしてのイメージがあり、本市の観光について知ってもらうきっかけとして市内の拠点やインターネット等を用いた情報発信が必要になってきます。近年は観光情報に対する旅行者の志向やニーズは変化してきており、カテゴリーで区分された記事情報よりも実用的な情報や写真、動画が好まれるようになっていきます。さらに、歴史・文化的な背景やストーリーなど、深い魅力を訴えることが観光の動機につながる可能性があります。

8 市民ぐるみの観光まちづくりの推進 <<市民参画・連携>>

- ・ シティプロモーションの取り組みと連携して、掛川ファンを増やすため、観光を含めまちづくりへの市民参画の拡大を図っていく必要があります。
- ・ 本市の観光振興は、行政だけでなく、観光協会や商工会議所をはじめ多くの関係団体や民間事業者などによって支えられてきました。今後、それぞれの枠にとらわれずより一体となってプロモーションなど活動に取り組んでいかなければなりません。

9 掛川市庁内の横断的な連携・調整の強化 <<庁内の連携>>

- ・ 観光振興を進めるには、庁内関係部局が目的意識を持った連携や調整を強化し、施策を推進していく必要があります。
- ・ 関係団体や市民団体などが主体的に行う活動に対して、庁内の関係部局が連携を図りながらPRなどサポートすることも重要です。

第3章 具体的施策

■施策の柱1 体験交流と学び旅

具体的施策
(1) 掛川茶に関する体験交流プログラムの充実化
(2) 徳川家康と三城の繋がりを活用した学び旅
(3) 高天神城での歴史体験
(4) 報徳の教えに関する学びの機会の充実
(5) 自然を活かした体験交流型ツーリズムの開発と普及
(6) 広い市域を活かした自転車周遊ガイドツアーの実施
(7) 学生等を対象とした学びの機会の提供
(8) 市民・地域ぐるみでの魅力の掘り起こし、及び受入体制の構築

■施策の柱2 掛川茶グルメの魅力向上

具体的施策
(1) 掛川茶を使った地元グルメ・茶文化食文化の普及

■施策の柱3 掛川茶を活用した癒しの提供

具体的施策
(1) 掛川茶と癒し効果
(2) 茶産地で直接掛川茶に触れる体験型プログラムの充実

■施策の柱4 掛川駅の活用

具体的施策
(1) 掛川市内及び周辺の観光案内とサービス
(2) 掛川茶による癒しと学びのまち掛川を感じる演出
(3) 周辺イベント時のおもてなしの充実

■施策の柱5 持続可能な選ばれるまちを目指して

具体的施策
(1) 国内外の誰にでも安全・安心な観光地の確立
(2) 経済波及効果の調査

施策の柱1 体験交流と学び旅

(1) 掛川茶に関する体験交流プログラムの充実化

観光業において体験交流型ツーリズムが主流となりつつある現在は、お茶は「買う」「飲む」「癒される」だけでなく、「学ぶ」「楽しむ」ジャンルとして確立できる可能性があります。特に掛川市の茶産業は、生産量・品質ともに国内トップレベルを誇り、掛川茶の歴史・効果・効能や、世界農業遺産に認定された茶草場農法など地域の環境保護という視点からも学べる教材が数多く存在するため、「掛川茶×学び」をキーワードとして重点的に取り組みます。

今後はこれまで実施してきたイベント等を拡充しつつ、新たな体験プログラムを創出するなど、充実化を図っていきます。

現 状 掛川茶を飲料としてのみの活用にとどまっている

課 題 掛川茶を使った体験プログラムが少ない

メインターゲット 探求心や知識欲がある人

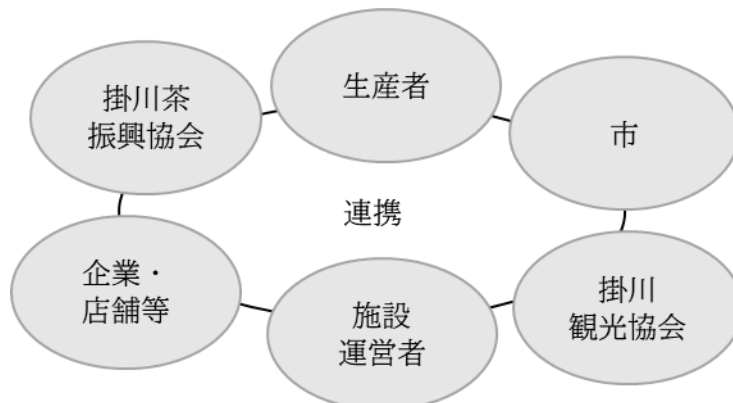
施 策 掛川茶を活用した体験プログラムの提供

- ・掛川茶の文化や歴史の話聞きながら食事
- ・掛川茶と禅を掛け合わせた茶文化の歴史を知る学びの機会の創出
- ・調理師等の講師とするお料理教室の開催

市内の宿泊者へ煎茶パックの配布等、掛川茶を知る・飲む機会を提供

指 標 掛川茶を活用した体験プログラム参加者数 300人

主 体



(2) 徳川家康と三城の繋がりを活用した学び旅

歴史に名を残す3つの城は、それぞれ特色があり、地域のシンボルとして、数々の歴史小説や大河ドラマに登場してきました。日本初の本格木造天守閣として復元された日本100名城の掛川城、地域を巧みに活かした続日本100名城の高天神城、玉石の石垣を持つ横須賀城と、どれも特徴的な歴史・文化資源であり、三城に共通して一番関わりの深い武将は徳川家康です。

この徳川家康にとって、三城での戦いはその後の天下統一に向けて上り詰めていく過程で、戦術・築城術を習得した重要なポイントとなりました。このほか、それらを取り巻く歴史的背景から重要な拠点となる砦も数多く存在しています。

今後、三城とこれを取り巻く砦などそれらを繋いだストーリー性を、深い知見を持つ方に説明案内していただく交流型ツーリズムなど、学びの機会と地域との交流を図ります。また、動画共有サイトでこれらを公開し、現地へ誘う仕掛けを図ります。

現 状 市内に三城や多くの砦が存在し、大河ドラマを契機に家康との関連が顕在化

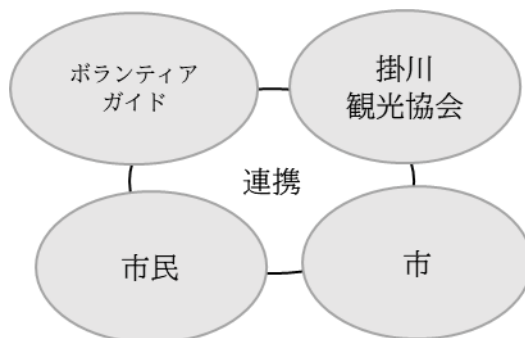
課 題 三城が家康と関連性があるという認知度が低い

メインターゲット 歴史ファン

施 策 深い知見を持つ方による説明案内など学びの機会と地域との交流を図る
三城と砦の観光周遊モデルルートのPR

指 標 三城への来訪者数 160,000人/年

主 体



(3) 高天神城での歴史体験

高天神城は、徳川と武田が争ったことや、優れた構造からなる遺構が今でも残っていることなどから日本を代表する山城であり、続日本100名城に選定されるなど歴史ファンを中心に愛されています。現場は、東峰と西峰で構成され、深い堀切や物見櫓など激しい攻撃に対抗する構造で構築されている個所のほか、豊富に出土する遺物など魅力が数多くある山城です。

観光ガイドによる説明があれば、こういった高天神城の歴史や構造の魅力が伝わり、高天神城だけでなく関連する横須賀城や掛川城、周辺砦へと周遊し、地元グルメを楽しむなど滞在時間を延長していただける可能性も出てきます。

現在の課題として、観光ガイドは予約制ということや知識の継承、構成メンバーの減少など多岐に渡るため、対人による観光ガイドとは別の手段を検討していく必要があります。

これらを踏まえ、高天神城への来訪を検討してる方や、新たに歴史施設を検索している方向けに、事前に現地の様子を垣間見える情報を公開します。

また、現地に来訪している方には、遺構解説や歴史紹介のほか、往時の再現などコンテンツをAR／VRを活用したコンテンツを提供し、高天神城をよりリアルに体験していただきます。

来訪者または来訪予定者には、高天神城や横須賀城周辺の地元グルメを紹介し、地域の商業分野に好影響を及ぼすように図っていきます。

現 状 来訪者が観光ガイドを希望する場合、事前予約制となっている。

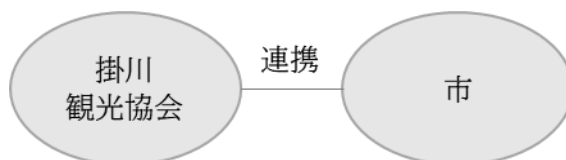
課 題 観光ガイドの継続

メインターゲット 高天神城への来訪検討者、来訪者

施 策 HPにAR／VRコンテンツを掲載
AR／VRコンテンツとともにグルメ情報を掲載

指 標 AR／VRコンテンツアプリのダウンロード数 10,000件

主 体



(4) 報徳の教えに関する学びの機会の充実

報徳運動は、江戸時代末期から各地で困窮する村を救い、農民生活の安定化で実学的な手法で浸透しました。静岡県では、明治30年代、420社に及び「報徳社」が結成され、とりわけその活動が盛んだったのは掛川市でした。掛川市は、その報徳の教えと生涯学習が引き継がれ、これらの理念を根幹とした経済と道德のバランスがとれたまちづくりを実践してきたので、これを活かし来訪者に伝えられる学びの機会を充実し、地域に誇りを持つ市民を増やしていきます。

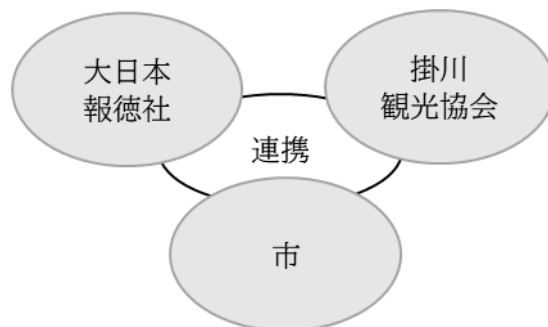
観光業界において「学び」が重要なテーマとなっている現在、「報徳の教え」は掛川市のまちづくりとともに根付いた文化で、他の自治体には無い全国でも特筆すべき観光素材になり得ます。そこで、報徳の教えと生涯学習によるまちづくりのガイドツアーを実施し、報徳の教えを誘客資源とした取組を進めます。

また、全国の観光会社などが惹かれる講演会を大日本報徳社で継続開催し、旅行商品化につながる取組を進めます。

報徳を活かした研修プログラム開発とこれを核としたまちあるき学習による「掛川学び旅」を活用します。大日本報徳社大講堂といった文化財を活かしながら報徳の教えを多言語化し、Vtuberをはじめとしたポップカルチャーとの連携により国内外の若者に発信し、掛川学び旅への参加を促進します。

さらに、企業研修、海外視察、修学旅行などあらゆる機会では報徳の教えに触れる機会を設け、全国から報徳社に人を呼び込むプログラムの実施を検討します。

現 状	掛川市のまちづくりの根幹であり学びの観光素材としての可能性が高い
課 題	来訪者の拡大に向けたPR
メインターゲット	報徳の教えや生涯学習のまちづくりの関心のある個人・団体・企業
施 策	報徳の教えと生涯学習によるまちづくりで成長したことを知る学びの機会の充実 報徳の教えの多言語ガイドの普及
指 標	学びの機会の参加者数 20,000人/年
主 体	



(5) 自然を活かした体験交流型ツーリズムの開発と普及

人との交流を大切にしながらゆっくりくつろぎ楽しんでいただくためには、ただ観光施設を回るのではなく、地元の方と交流しながら、地域文化を含め掛川市の魅力を十分に味わっていただきたいと思い、体験交流型ツーリズムを重視していきます。

海岸部では、人を魅了する雄大な海浜と潮騒の杜を活かすほか、スポーツ・レクリエーションをする人、見る人、全ての人を楽しめ、行きたくなるような海岸線地域を目指します。

具体的には、ビーチバレーやSUPなどの全国大会の開催時の協力などマリンスポーツの拡充、大東ビーチスポーツ公園など砂地の魅力を生かした体験プログラムを検討していきます。

山間部等での、ロゲイニングやトレッキングなど地形や自然環境を活かしたイベントを実施に協力していきます。温泉が併設されているあるいは日本一静かなキャンプ場といった個性を活かし、キャンプ場の活用・情報の受発信を進めていきます。

いちご、キウイ、さつまいも、ぶどう、梨、干し芋づくりなど、観光農園は人気スポットであるため、年間を通じて収穫体験できる農園や新たな農産物の収穫体験ができる農園との連携を深めます。

また、体験交流型プログラムを一元管理し、観光者のニーズに合わせた情報を提供・PRしていきます。

現 状 体験交流型プログラムは各施設で数多く提供されている

課 題 体験交流型プログラムを十分にPRできていない

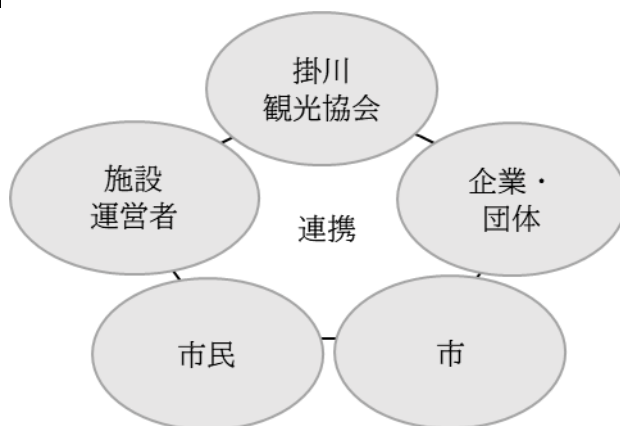
メインターゲット ファミリー、マリンスポーツ等に興味を持つ方

施 策 受入体制の整備

体験プログラムの増加

指 標 体験型プログラム参加者数 500人/年

主 体



(6) 広い市域を活かした自転車周遊ガイドツアーの実施

掛川市は有数の茶産地であり、特に県外からの来訪者にとってはその景色は圧巻の美しさを感じると思います。この素晴らしい景観では、目で楽しむほか新緑の時期は新芽の匂いやお茶刈り作業をしている人々を見ることができ、地域の茶文化を知る機会を得られます。一方で、車や公共交通機関で回ると、そのような五感で感じる機会を提供することができません。

掛川市の自然を体験していただくため、広くて南北の高低差もある市域は、自転車で周遊するには最適な環境であることから、自転車と観光・歴史文化施設との掛け算でガイドツアーを実施します。

ガイドツアーでは、県内外からの参加者に対して、地形を活かしたモデルコースの周遊、ガイドサイクリストによる観光施設の案内、地元グルメ・スイーツの提供など十分に掛川市の特徴を感じていただくようゆっくり回っていただくようにします。

また、掛川三城や周辺の砦の存在は、歴史ファン以外にも学びの素材として活用できるため、三城を巡る周遊モデルコースを設定し、ガイドによるストーリー性の説明も楽しんでいただきます。

その結果、ツアーに限らず個人的に周遊コースを回るなど掛川ファンとして再来訪していただくように進めていきます。

現 状 コロナ禍による自転車周遊ガイドツアーの中止、ガイドサイクリストの充実

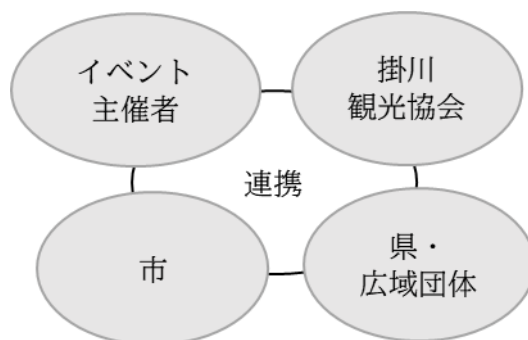
課 題 ツアー主催者の負担

メインターゲット サイクリスト、自転車旅に興味がある人

施 策 自転車周遊ガイドツアーの開催

指 標 自転車周遊ガイドツアーの継続

主 体



(7) 学生等を対象とした学びの機会の提供

これまで、小中高生の修学旅行の主な目的地は、首都圏、関西圏、北海道、沖縄など都市部や観光都市、リゾート施設等が選ばれていましたが、新型コロナの影響により、静岡県は県内や近隣の学校からも行き先の選択肢として検討されるようになりました。また、新型コロナによる影響だけでなく、以前より人気の高い体験型学習に加えて、最近では地域の課題解決型学習を取り入れる動きもあるため、茶産業や豊富な自然資源など学びのコンテンツを数多く持つ掛川市にとっては、学生を受け入れる絶好の機会といえます。また、都市部に在住するこの年代の学生にとっては、自然環境の景観や体験が思い出に残り、将来の定住先や職業選択にも影響を及ぼす可能性を秘めていることなど、掛川ファンを増やすきっかけにもなることと思います。

大学生の視察研修などは、現地の自然環境や文化・産業に携わる方と直接交流することで、日々の座学では得られない地域・産業課題を認識することや、専門性を深掘りでき、最終的な発表会では掛川市のPRや地域課題の解決に向けた政策提案など、双方に多大なメリットをもたらしてくれます。

このように、小学校から大学生を対象とした学びの機会を提供し、これを希望する児童、生徒及び学生を受け入れることは、各分野に多大な好影響を及ぼすため、いずれの施策も学生が体験できるプログラムを設定し、それを受け入れる環境を整えます。

現 状 学校・大学側がそれぞれの見学希望施設や団体に連絡して実施

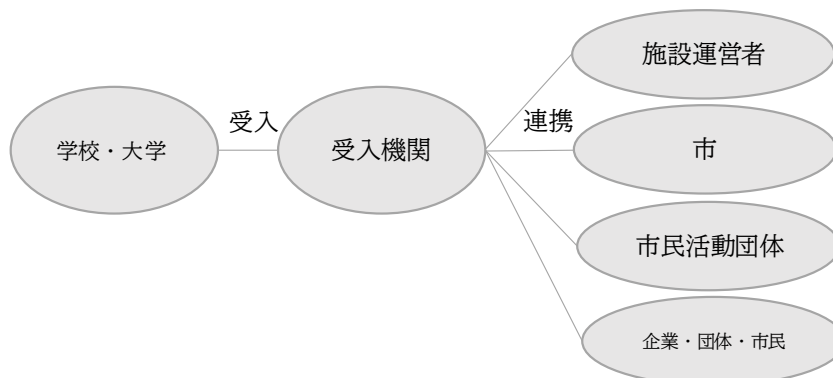
課 題 受入体制の確立

メインターゲット 体験型プログラムを希望する学生等

施 策 受入体制の整備
 学びのプログラムの増加

指 標 受入体制の確立
 教育旅行の受入団体数 20団体/年

主 体



(8) 市民・地域ぐるみでの魅力の掘り起こし、及び受入体制の構築

掛川市の三城やこれを取り巻く砦等、掛川市が誇る貴重な歴史・文化資源や、自然資源等を活かし、関連させ高め合うなど市民・地域ぐるみで魅力を掘り起こし、受入体制を構築することは、旅行者を受け入れる上で非常に重要です。主導者となる市民・団体等の掘り起こしと連携・活動支援を行うとともに、地域住民が歴史を学び発見する場を提供する等、郷土愛を高め、地域の交流機会の拡大による活性化に繋がります。

具体的な施策としては、地域でのハイキングマップづくりで現地の地形等から歴史を学ぶ機会を創出することや、深い知見を持つ学芸員等による地元での講演会の開催、掛川城を活用したプロジェクションマッピングで高校生が歴史を学ぶ契機とします。

現 状 一部地域は地域ぐるみで旅行者の受入に向けた環境維持に取り組んでいる

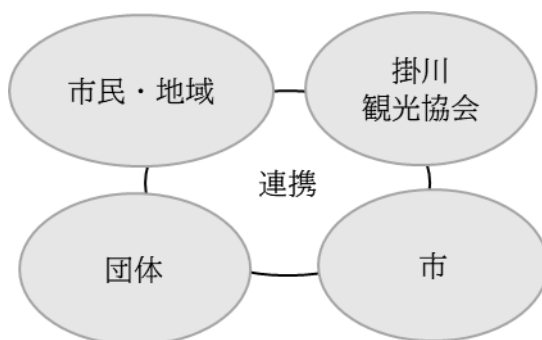
課 題 旅行者の受入に係る労務負担
深い知見を持つ地域住民の減少

メインターゲット 地域住民

施 策 住民が学べる場の提供
地域との協働によるマップづくり

指 標 ハイキングマップの作成
学びの機会の提供 5回/年

主 体



施策の柱2 掛川茶グルメの魅力向上

(1) 掛川茶を使った地元グルメ・茶文化食文化の普及

掛川市内の飲食店や茶業関係者は、掛川茶を使ったグルメ、スイーツ、クラフトビールなど魅力あふれる商品を多数提供しています。また、全国的な有名棋士が食したスイーツは爆発的な人気となるなど、潜在的な魅力を秘めた地元グルメも多数存在しています。

このような、掛川市が誇る食材、習慣、伝統、歴史などによって育まれた食を楽しみ、その土地の食文化に触れることを目的としたガストロノミーツーリズムについて、掛川茶の消費拡大を図ることも踏まえ、SNSなどを活用してPRし、各社が提供する魅力的なメニューを光らせていきます。そして、掛川市の名物やお土産品として掛川茶グルメで選ばれるまちとなり、また、これを通じてお茶のまち掛川というイメージが定着されるよう進めていきます。

公式SNSについては、内容の充実に努めフォロワー数だけでなく、「シェア」や「いいね」などエンゲージメント率を上げる仕掛けを工夫していきます。

現 状 各社が魅力的な掛川茶グルメを開発・提供

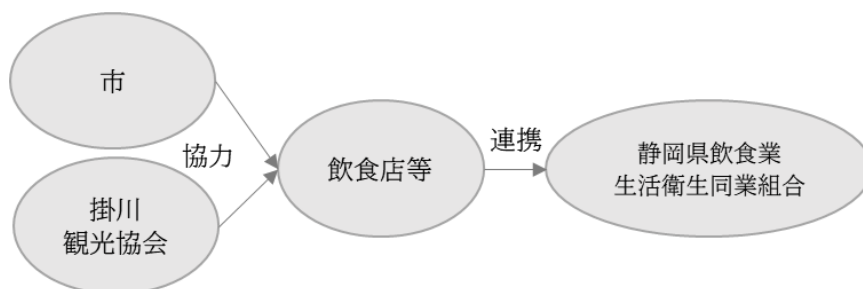
課 題 グルメを通じてお茶のまちという知名度が浸透していない
掛川茶グルメを食べられる飲食店が少ない
和菓子、洋菓子、クラフトビールなど各社がオリジナル商品を提供しているが、さらに認知度を向上させられる余地がある

メインターゲット グルメ旅行を目的とする20～30代女性

施 策 掛川茶グルメに特化してお茶のまちをイメージ定着できる発信を行う
掛川茶グルメで市内を周遊する仕掛けを行う

指 標 SNSで掛川茶グルメが発信された件数 1,000件
緑茶乾杯条例推奨店 17店舗→30店舗
掛川茶グルメを巡る茶印帳等の実施

主 体



施策の柱3 掛川茶を活用した癒しの提供

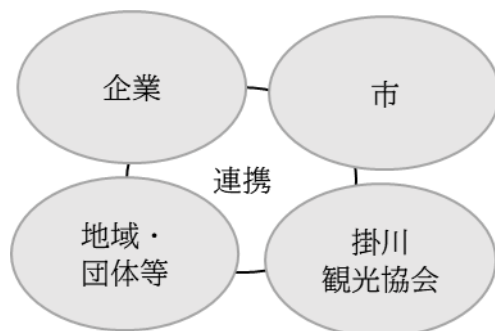
(1) 掛川茶と癒し効果

「旅行年報2020」（公益財団法人 日本交通公社）によると、日本人の旅行に対する意識調査として「国内宿泊旅行、海外宿泊旅行をしてみたいと思う動機」を伺ったところ、「旅先のおいしいものを求めて」が64.7%と最も多く、続いて「日常生活から解放されるため」が62.1%でした。

お茶の効果は数多くあり、飲料としてのお茶はカテキンによる発がん作用抑制効果など身体への直接的な効能のほか、色や香りを五感で感じることで生まれるリラックス効果もあります。また、掛川市が誇る広大な茶園は景観そのものが観光資源であり、特に都市部に住む方々にとって茶畑を間近に感じられる環境は、「日常生活から解放できる」絶好の環境であり、希少な経験は強く印象に残ることと思います。

そこで、東京から1時間30分で茶畑と癒しの空間へ誘うよう、茶畑をゆっくり巡る環境整備など、日常から解放され、現地の景観がもたらすリラックス効果を感じていただける取組を検討します。新型コロナや観光分野のトレンドに合わせて、団体から個人旅行者をターゲットにPRを実施します。

現 状	粟ヶ岳登山者に加えて車で粟ヶ岳山頂に行く方も多い
課 題	車での登頂はお茶や土の匂いや徐々に変わる景色をゆったり見ることができない
メインターゲット	都市部からの来訪者
施 策	茶園を低速走行で往来できるスローモビリティ等の導入による茶畑ツアーの実施 登山途中の茶畑に囲まれた環境で掛川茶が飲める事業検討
指 標	粟ヶ岳登山途中で掛川茶の販売 スローモビリティ等を活用した茶園をゆったりと巡るプログラムの実施
主 体	



(2) 茶産地で直接掛川茶に触れる体験型プログラムの充実

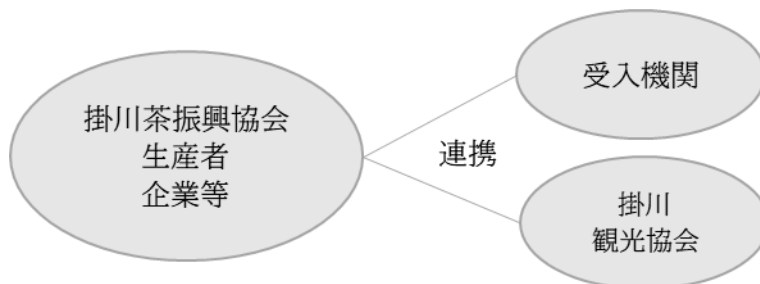
観光資源として、茶園景観と世界農業遺産を有効活用する手法を確立し、茶産地で直接お茶に触れる体験型プログラムを提供することで、掛川茶の消費拡大に繋げるとともに、来訪者の周遊による他分野への経済効果が期待できます。

具体的施策として、静岡の茶草場農法によって生物多様性の生態系が保全された国内でも屈指の茶の里である粟ヶ岳をフィールドとして、茶園ウォーク、ガイドツアー、ロゲイニング、お茶摘み体験、タケノコ堀り、山菜摘み等の茶園景観を身近に体験できるプログラムを実施し、茶畑を活用した学びの機会を提供します。さらに、かっぱしテラスの有効活用、掛川茶や世界農業遺産について案内できるガイドの育成を実施します。

また、粟ヶ岳で食べられる「のら弁」「茶文字まんじゅう」など地元グルメを提供し、地域の食文化を感じられる取組を進めます。

さらに、SDGsに貢献する農法であることを全面に出した実践者の顔が見える情報発信、作業負担軽減と体験型プログラムとしての応援ボランティア体制の整備、農泊や体験などの農業遺産の観光資源としての活用方法の検討を行います。

- 現 状** 農業遺産の認知度が低く経済効果は限定的
体験型プログラムの提供
- 課 題** 体験型プログラムの整備による誘客
- メインターゲット** ファミリー、学生等
- 施 策** お茶摘みからお茶の入れ方まで説明を受けながらの体験できる場所の増加
茶産地をフィールドとした体験型プログラムの拡大・PR
- 指 標** 粟ヶ岳で行われる体験プログラムの 参加人数 300人/年
茶摘み体験受け入れ可能農園 5園
- 主 体**



施策の柱4 掛川駅の活用

(1) 掛川市内及び周辺の観光案内とサービス

掛川駅構内には「掛川観光協会ビジターセンター」と観光案内所「たびスタ」があり、旅行者に日々市内の観光施設やイベント等を案内しているほか、外国語で対応できる人材を確保し、JNTO(日本政府観光局)認定外国観光案内所のカテゴリ2の認定を取得しています。今後は、同カテゴリを維持するほか、デジタルサイネージやタブレットでの体験プログラムの案内、Wi-Fiルーターレンタル、期間限定の体験イベントなど特に掛川茶に関するリアルタイムの情報をSNS等で発信などサービス機能の充実を図ります。観光案内の質的向上を図るため、常に市内外の観光情報収集に努め、かゆいところに手が届く、お客様のニーズに応じたカッコ良く丁寧な対応で、来訪者の滞在時間とリピート率の向上を図ります。現在、掛川市公式HPで紹介する観光モデルコースをはじめ、観光者それぞれのニーズに応じた施設やコース案内等を提案するオーダーメイド型案内を実施します。そして、国籍、年齢、性別、障がいの有無などあらゆる立場の方に、掛川市で安心して観光を楽しんでいただくことに繋がります。

また、掛川市の玄関口として、交通機関等と連携し、お客様を気持ちよくお迎えできるよう取り組みます。

現 状 掛川駅構内にある掛川案内所が観光情報の発信、問合せ対応など実施
観光案内所はJNTO認定カテゴリ2を取得

課 題 SNSの情報発信やICTツールを活用した観光案内

メインターゲット 掛川駅を起点とする来訪者

施 策 インバウンド対応の案内体制の確立

SNSでの情報発信

既存の観光モデルコースに食べ歩きコースを追加

交通機関等と連携したおもてなし向上

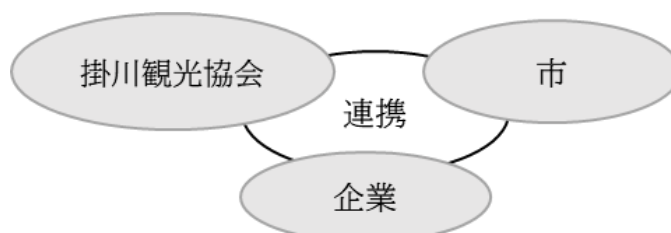
指 標 観光案内所のJNTO認定カテゴリ2維持

SNSでの情報発信数 100件/年

観光モデルコースに食べ歩きコースを追加

ICT機器を活用した観光案内やレンタルWi-Fiなどサービス拡充

主 体



(2) 掛川茶による癒しと学びのまち掛川を感じる演出

掛川茶の主流は深蒸し煎茶の部で、令和4年度には産地賞を3年連続で通算24回と最多受賞を果たし、その品質の高さが全国で認められています。また、平成25年度には本市や周辺市町で継承されている「静岡の茶草場農法」が世界農業遺産に認定されています。

このような全国に誇れる茶産業の認知度を高め、来訪者にまちのイメージとして認識していただくよう、市内をまるごと使って掛川茶の生産から喫茶まで体験できる取組を推進するとともに、遠方や未来の掛川茶ファンづくりを進めます。

掛川駅周辺や観光案内所において、掛川茶を焙じる機械を設置するなど良いお茶の香りと掛川らしいおもてなしの心を伝えます。また、掛川茶が飲める店、掛川茶を使った料理・スイーツを提供する飲食店を、特にSNSやパンフレットでPRします。

多くの来訪者が訪れる場所での広報媒体や公共交通機関には、AR/VR等のICTを活用した茶畑を演出するなど、まち全体がお茶に特化している印象を与える取組を進めます。

現 状 掛川駅で掛川がお茶のまちというイメージを定着させる取組を実践していない

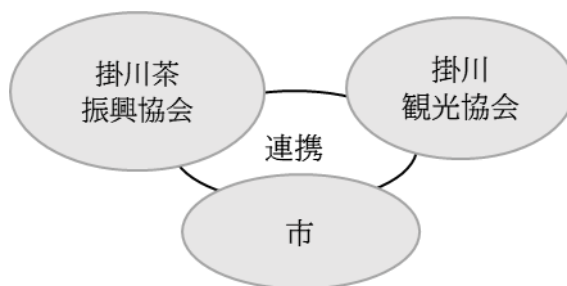
課 題 他自治体との差別化が図られていない

メインターゲット 来訪者及び来訪予定者、掛川駅利用者

施 策 掛川駅周辺や観光案内所において掛川茶を使ったおもてなしを実施
掛川茶に特化したPRを実施

指 標 掛川茶に特化したSNSでの情報発信数 100件/年
掛川茶を飲める場所の設置

主 体



(3) 周辺イベント時のおもてなしの充実

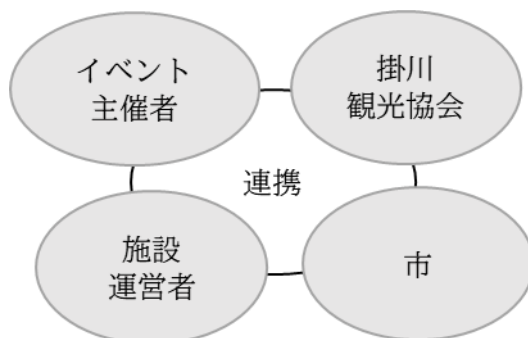
掛川市内及び周辺市町には、つま恋リゾート「彩の郷」、小笠山総合運動公園「エコパ」、
「ヤマハスタジアム」など大型集客施設があり、イベントの度に新幹線で来訪する方々が掛
川駅に人があふれています。

これを契機と捉え、来訪者にイベントだけでなく市内の観光施設やグルメ、体験プログラ
ムを紹介し、滞在時間を延ばし、地域産業に波及効果をもたらす取組を検討します。

具体的には、集客施設やイベント会社と連携し、イベント告知時に主催者から市内の観光・
グルメ案内を行うよう依頼するほか、SNSで交通・観光・地元グルメを発信します。当日
の来訪者にはイベントまでの短時間で周遊できるような観光案内を行うほか、掛川茶や掛川
茶関連グルメを提供できる飲食店を案内します。

掛川駅の南北自由通路「ほのぼのパス」では、掛川茶グルメの紹介や茶畑の風景を演出し
て、お茶のまちという認知度向上と、駅北商店街や茶畑が広がる山間部へ誘導する仕掛けを
行います。

現 状	イベント開催時に掛川駅は大型集客施設への通過点となっている
課 題	掛川駅は通過点でしかなく、掛川茶のPRや地域への経済的な波及効果に繋がって いない
メインターゲット	掛川市内及び周辺市町で開催するイベントに来訪する方
施 策	集客施設やイベント会社と連携し、来訪者に観光・グルメをPR 当日のイベントまでの短時間で周遊できる観光案内や掛川茶関連情報を提供 ほのぼのパスなどを活用した市内への誘客施策
指 標	集客施設やイベント会社から観光・グルメ案内の実施
主 体	



施策の柱5 持続可能な、選ばれるまちを目指して

(1) 国内外の誰にでも安全・安心な観光地の確立

新型コロナウイルス感染症の長期化により変化が求められ、これまで当たり前と思っていたことの方角性も変更していく必要が生じています。市民や企業などとともにチャレンジし合いながら地域を盛り上げ、持続可能な選ばれるまちづくりをめざします。

また、人気のある観光地を敬遠する旅行者も増える一方、感染リスクに対する心理的不安の少ない農山村地域やアウトドアの人気が高まっています。今後もこうした新型コロナに限らず感染症と向き合って生活しなければならない中で、安全・安心な観光地づくりを継続するためには、旅行者のニーズに応じた柔軟な対応を受入側が考えていく必要があります。

また、遠隔地や外国を観光する際の、地理、文化、歴史、施設・地形的な難所、言語などの課題や不安感を取り除くべく、国籍、人種、性別、年齢、障がいの有無などあらゆる立場の方々を訪しても不安感を抱かせることなく楽しんでいただくようダイバーシティを前提とした人材育成や施設整備を進めていきます。

さらに、情報の共有化を図るとともに、市や観光協会のHPなどで、情報をきれいに集約し、多様なニーズに対応する積極的な情報発信に努めます。

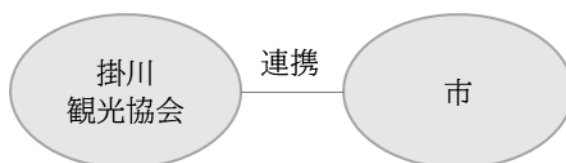
現状・課題 案内サインやパンフレットが多言語になっていない場合が多い
施設のバリアフリー化が限定的

メインターゲット 来訪者・市民

施策 案内サイン・情報発信ツールの多言語化
施設のバリアフリー化
対象を絞ったインバウンドの推進
観光情報発信ツールの多言語対応
市・観光協会HPの情報集約

指標 ICT機器を活用した観光案内やレンタルWi-Fiなどサービス拡充
多目的トイレの整備

主体



(2) 経済波及効果の調査

現在、旅行者による影響を図る指標は、市内の主要な観光施設の利用者数やイベント来場者数、宿泊客数などを集計した「観光交流客数」があります。しかし、旅行者が市内でどの程度消費しているかをはかる「旅行消費額」に関する指標は持ち合わせていません。

多くの旅行者が訪れても、飲食、宿泊及び買い物などで消費しなければ、地域の経済的な潤いに繋げることが難しくなるため、旅行消費額は重要な指標といえます。

また、市内全体の旅行消費額を上昇させるために、魅力的な事業と交流型の丁寧な受入対応等で、何度も訪れることや長期滞在による旅行者1人当たりの消費単価を上昇させることが重要と考えます。

については、経済波及効果の向上を図るため、掛川市独自の旅行消費額の調査について研究していきます。

現 状 旅行者をはかる指標は「観光交流客数」のみ

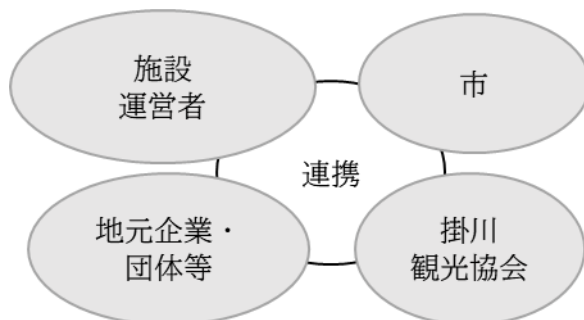
課 題 旅行消費額が掴めていない

メインターゲット 来訪者・市民

施 策 旅行消費額の調査

指 標 旅行消費額調査の実施

主 体



第4章 目標値と施策の体系図

1 目標値と施策の体系図

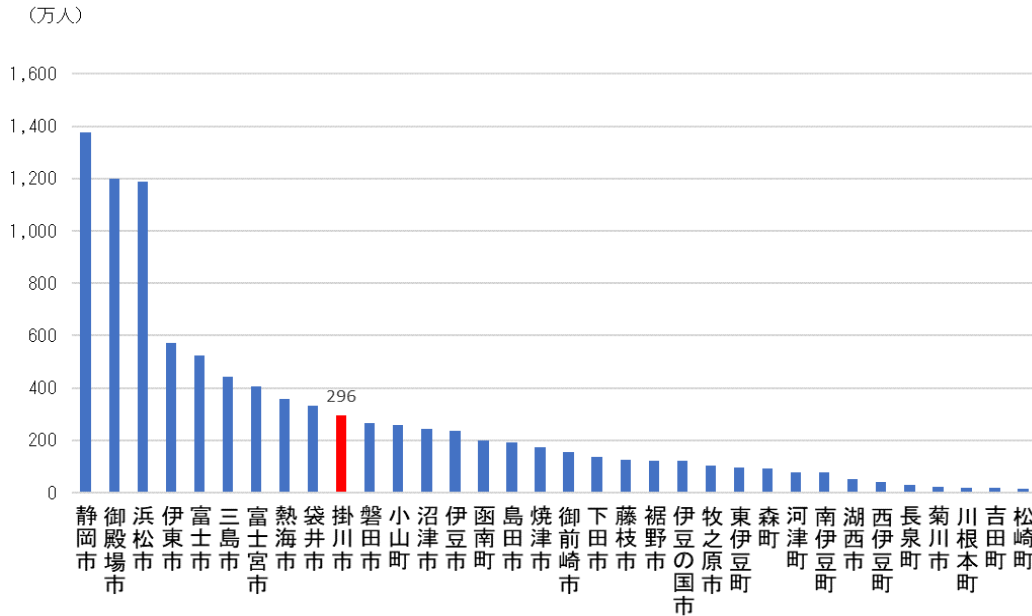


第5章 観光を取り巻く現況

1 本市の観光動向

1) 観光交流客数等

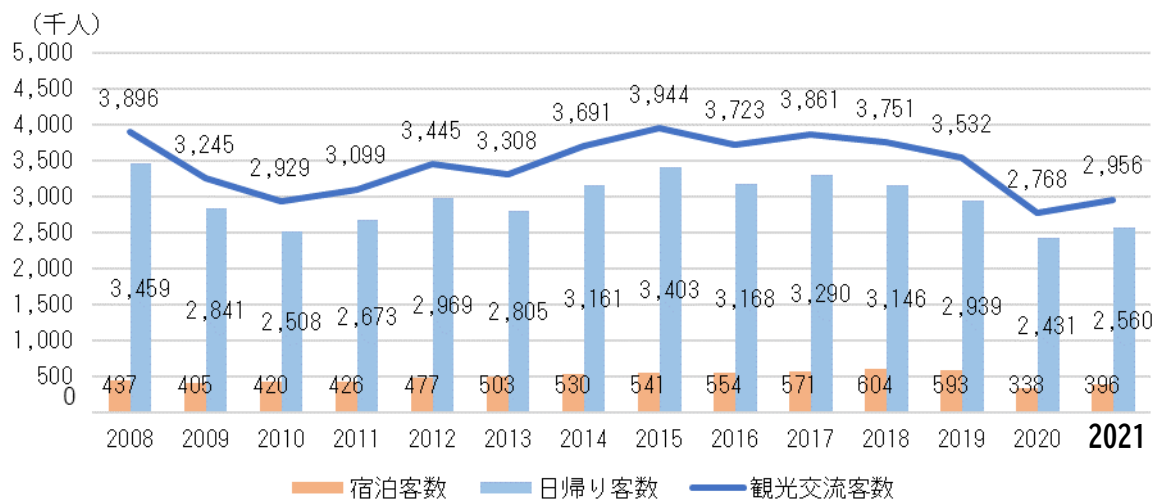
令和3年度の本市の観光交流客数は約296万人と、県内10位となっており、本市の産業のひとつとして今後も育てていく必要があります。



図：県内の観光交流客数の比較
[資料：令和3年度静岡県観光交流の動向]

本市の観光交流客数は、平成2年度以降、観光交流客数は概ね増加傾向にありましたが、令和2年度は新型コロナウイルスの影響により大きく減少しました。

図：本市の観光交流客数の推移



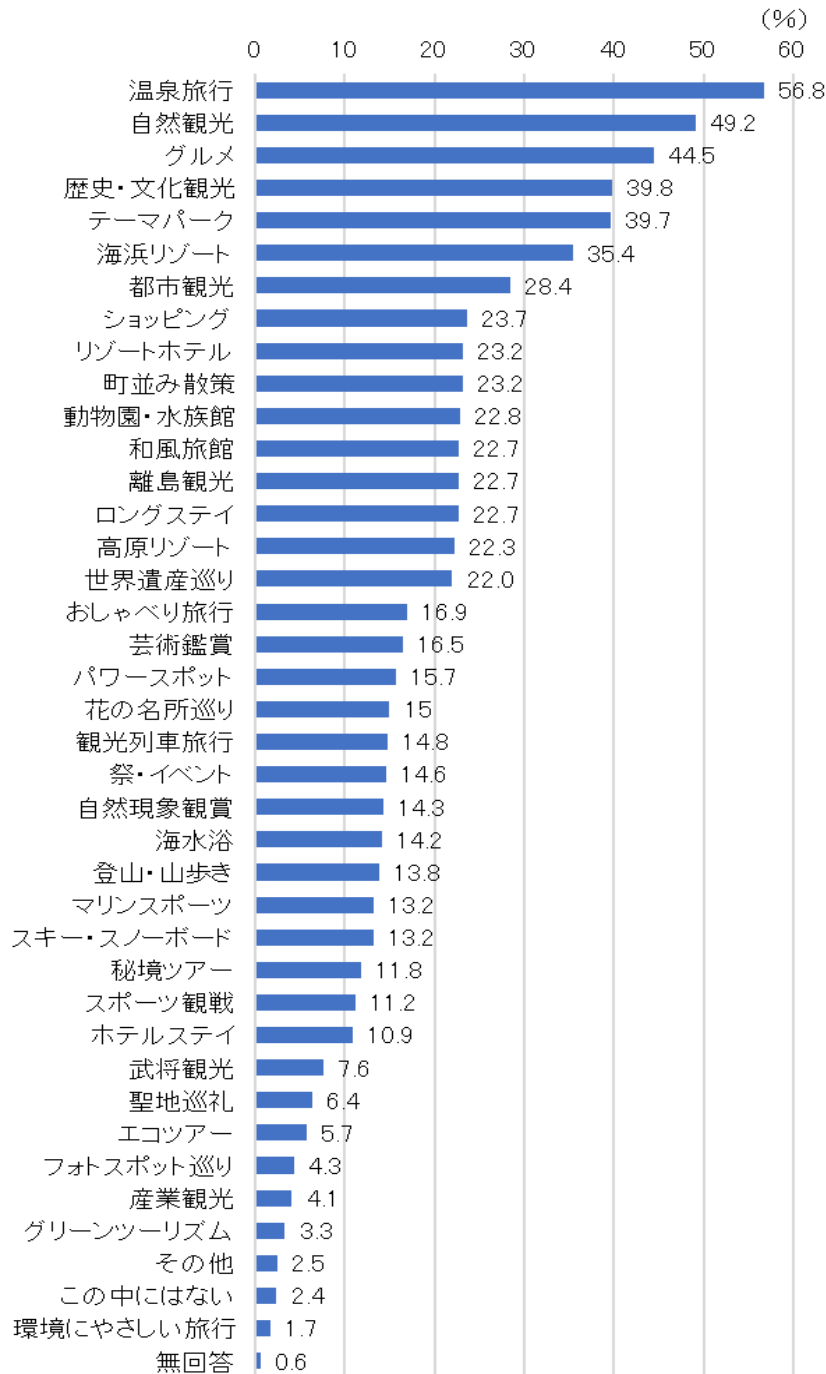
[資料：令和3年度静岡県観光交流の動向]

2 観光を取り巻く環境

1) 国内の観光動向

① 行ってみたい旅行タイプ

今後行ってみたい国内旅行及び海外旅行の旅行タイプをみると、「温泉旅行」を筆頭に、「自然観光」（自然や景勝地を見てまわる観光旅行）、「グルメ」（おいしいものを食べる旅行）、「歴史・文化観光」（歴史や文化的な名所を見てまわる観光旅行）の順となっています。

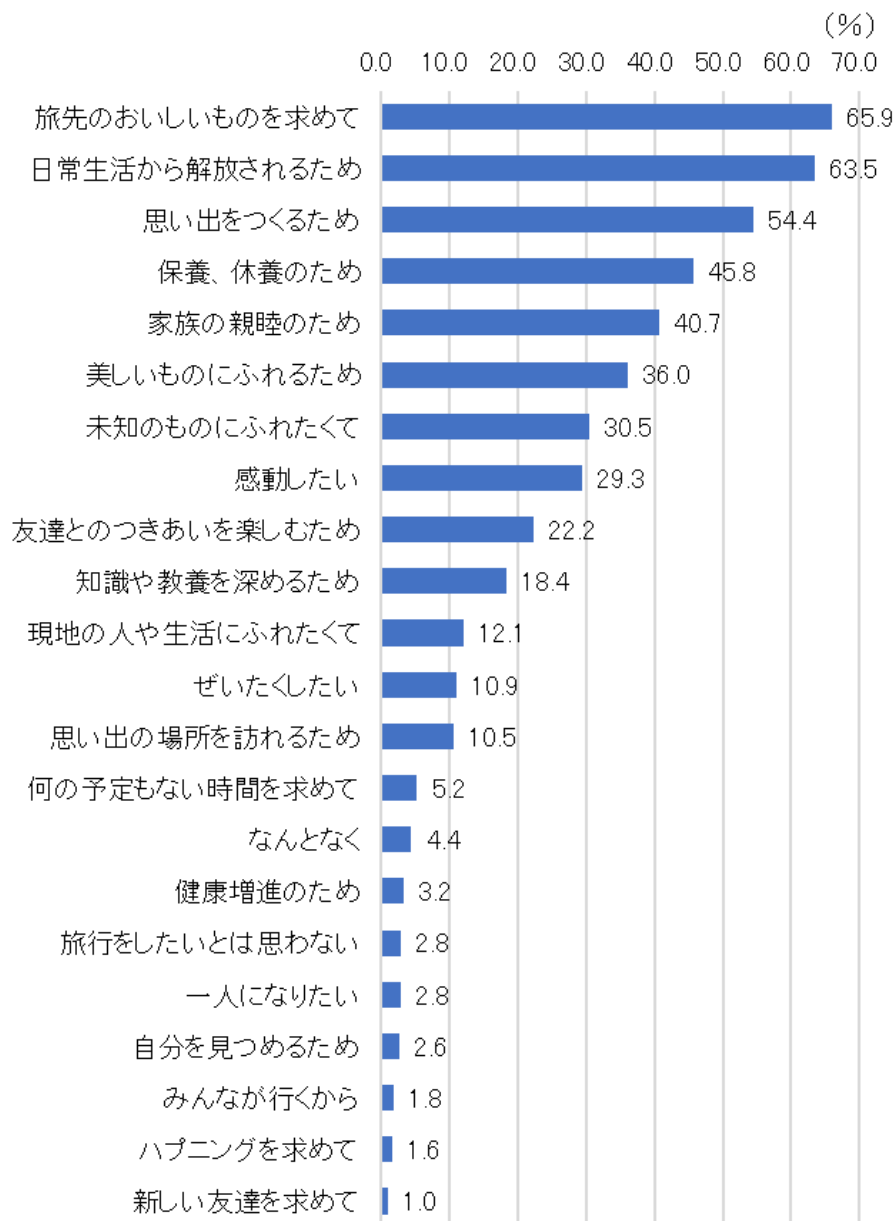


図：行ってみたい旅行タイプ（複数回答）

[資料：旅行年報 2021]

② 旅行の動機

国内宿泊旅行、海外宿泊旅行をしてみたいと思う動機については、「旅先のおいしいものを求めて」が65.9%と最も多く、続いて「日常生活から解放されるため」63.5%、「思い出をつくるため」54.4%、「保養、休養のため」が45.8%となっています。

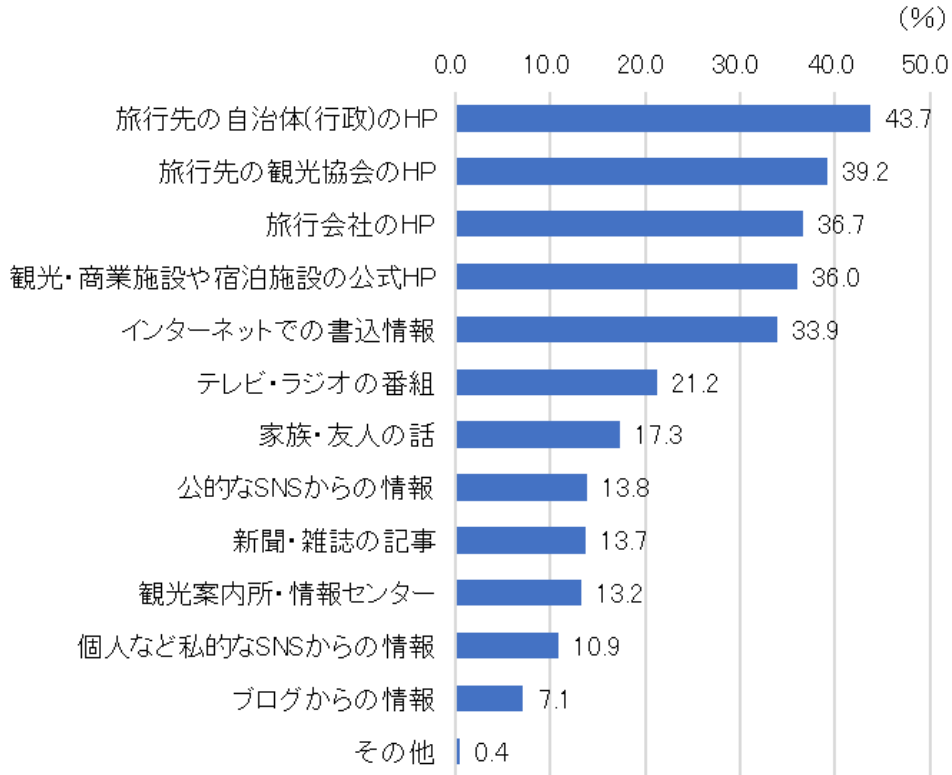


図：宿泊旅行の動機（複数回答）

[資料：旅行年報 2021]

③ 情報提供の動向

国内の宿泊観光旅行に出かける前に参考にする情報源は「旅行先の自治体(行政)のHP」が 43.7%、「旅行先の観光協会のHP」が 39.2%、「旅行会社のHP」が 36.7%となっており、HPに対する信頼性が高いことがわかります。



図：国内の宿泊観光旅行に出かける前に参考にする情報源

[資料：公益社団法人 日本観光振興協会「令和4年度版観光の実態と志向」]

掛川市観光振興計画

令和5年度▶令和10年度

発行 令和5年3月

編集 掛川市役所産業経済部観光交流課
〒436-8650 掛川市長谷一丁目1番地の1
TEL 0537-21-1121