豊田市観光実践計画2021～2024

概　要　版

計画の概要

「第8次豊田市総合計画後期実践計画（計画期間：2021-2024年度）」における観光分野の実践計画であり、本市の観光の指針及び各実施主体の行動計画として位置付けるものである。

豊田市の観光の現状

【主な観光施設やイベントの入込客数】

・令和元（2019）年までの10年間は1,050万人前後で横ばいだが、令和２（2020）年は新型コロナの影響で前年比約30%減少

【主な宿泊施設の宿泊者数（国内･インバウンド）】

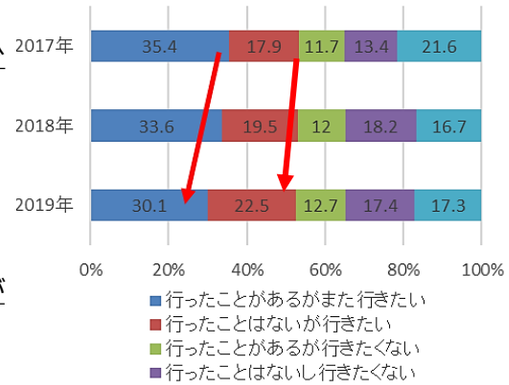
・日本人宿泊者数はここ数年25万人前後で推移していたが、令和元（2019）年度は年度末の新型コロナの影響が大きく、前年比約8%減少

・外国人の観光目的の宿泊者数はここ数年減少傾向であったが、令和元（2019）年度はラグビーワールドカップ™による来訪者数が影響し、前年比比4.6%増の9,932人であった

【本市への訪問意向】

・「行ったことがあるがまた行きたい」と答えたリピーター層の割合が減少している一方で、「行ったことはないが行きたい」と答えた人（＝潜在需要）の割合が伸びている

【豊田市への観光訪問意向】



出典：消費生活に関するアンケート（MURC／中日新聞社）

【本市の観光地に関する認知度･関心度】

・県内居住者の認知度は38%、関心度は40%

【本市の観光に関する満足度】

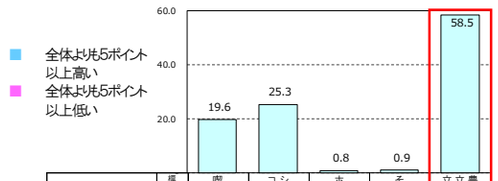
・2020年は24.9%であり、前年（26.8%）から減少

【本市の観光周遊の状況】

・主要観光地への来訪前後の観光･レジャー以外立ち寄り先を見ると、「豊田市内ではどこも立ち寄っていない･立ち寄る予定はない」が58.5%

・滞在時間は平均1.9時間で、前年調査より若干の減少

【来訪前後の観光・レジャー以外立ち寄り先】



		標本数	喫茶・食事	ショッピング・コンビニ	ホテル・旅館	その他	豊田市内ではどこも立ち寄っていない・立ち寄る予定はない
全　体		1,848	19.6	25.3	0.8	0.9	58.5
地点別	鞍ケ池公園	160	14.4	35.6	0.6	0.6	51.3
	豊田市美術館	180	39.4	26.1	1.1	1.7	42.2
	松平郷	63	15.9	27.0	-	-	57.1
	王滝渓谷	76	9.2	25.0	-	-	65.8
	愛知県緑化センター	117	9.4	35.9	-	-	58.1
	小原四季桜	397	27.5	20.9	1.8	1.0	57.7
	香嵐渓もみじまつり	394	16.2	22.8	0.5	0.8	63.7
	三河湖 香恋の館	149	10.1	32.9	-	1.3	61.7
	旭高原元気村	151	9.9	15.2	-	-	74.8
	どんぐりの里いなぶ	161	23.6	24.8	1.9	1.9	52.8

出典：市内観光地来訪客アンケート調査（ツーリズムとよた）

【本市の外部環境を取り巻く変化】

- ●ライフスタイルの変化（世代毎の新たな旅行スタイルの確立）
- ●旅行嗜好の多様化･個人化（「コト」観光への嗜好の変化）
- ●プロモーションのデジタル化
- ●ジブリパークの開業
- ●新型コロナウイルスの影響（近場で短期間の観光を楽しむ「マイクロツーリズム」や自然型観光へのニーズの高まり）

【豊田市観光実践計画2018-2020の評価】

1 KGI（重要目標達成指標）

	基準値	R１実績（2019）	R２実績（2020）	R2目標値（2020）
【観光消費額の増加】①観光客１人当たりの平均消費額（宿泊）	13,477円	9,437円	**10,204円**	**14,024円**
【観光消費額の増加】②観光客１人当たりの平均消費額（日帰り）	2,233円	2,026円	**2,168円**	**2,323円**
【観光入込客数の増加】③主な観光施設やイベントの観光入込客数	1,135万人	1,056万人	**736万人**	**1,200万人**
【外国人観光宿泊客数の増加】※対象施設数：１０施設 ④主な宿泊施設での観光目的の外国人宿泊者数	17,935人	9,932人	**—※**	**26,000人**
【観光客満足度の向上】⑤訪れた観光地について満足と感じた人の割合	23%	26.8%	**24.9%**	**27%**

※令和２年度実績は１２か月分の累計であるため、令和３年度以降に集計予定

2 KPI（重要業績評価指標）

実績（かっこは目標値）

①地区間連携により開発された「連携プロジェクト」の数	**29(10)**
②無料公衆無線LAN（Wi-Fi）を設置した公共施設数	**39(38)**
③快適な環境を目指す主要観光地の公共施設数(トイレ等)	**30(26)**
④市補助を活用しトイレの洋式化に取り組んだ宿泊施設数	**7(20)**
⑤多言語化した主に既存の案内看板、サイン、標識の数	**121(150)**
⑥とよた観光おもてなしパートナー認定を受けた事業所従業員等の数	**59(100)**
⑦ツーリズムとよたのホームページ総ページビュー数	**207万（180万）**
⑧豊田市の観光地経営を推進する体制づくり	**検討段階(体制構築)**

これからの観光振興に向けた課題

課題１：地域資源の掘り起こしによる観光価値の創出

課題２：滞在時間の延伸による観光消費の増加

課題３：来訪環境の向上による満足度の向上

課題４：観光の担い手の確保･育成

課題５：「観光地･観光都市」としての認知度･関心度の向上

課題６：広域連携の推進

課題７：地域が「稼ぐ」ための仕組みづくり

観光振興の基本的な考え方

【基本理念】

未来に向けて地域経済を活性化させる観光の振興

～観光で人がかがやき、観光がまちを一つにする～

【計画の目標値】

①訪れた観光地の満足度

・本市の既存の観光資源を存分に生かし、新たな魅力の創出とサービス機能等を高めることにより、観光力の高質化を図ることで、観光客の満足度を高める

観光の高質化：地域資源の魅力創出／サービス機能等の強化

②主な観光地・イベントの観光入込客数

・観光地の魅力や認知度・関心度を高め、戦略的なマーケティングと効果的なプロモーションを展開することで、豊田市全体の観光入込客数の増加を目指す

観光入込客数の増加（観光交流の促進）

③観光客１人当たりの平均消費額

・本市を訪れる観光客が満足するような観光地づくりを進め、入込客数や立ち寄り率、周遊率を高める取組を展開することで、市内観光消費の拡大を目指す

市内観光消費の拡大（地域経済の活性化）

目標	目指す状態	基準値（2019）	目標値（2024）
① 訪れた観光地の満足度	↑	26.8%	30%
② 主な観光地・イベントの観光入込客数	→	1,056万人	1,056万人
③-1 観光客１人あたりの平均消費額（日帰り）	↑	2,026円	2,117円
③-2 観光客１人あたりの平均消費額（宿泊）	↑	9,437円	9,908円

＊令和２（2020）年は新型コロナウイルスによる実績値への影響が大きいため、基準値に採用しない

取組の方向性（柱）

【方向性①】ニーズに合った観光の魅力の再創出

(1)各観光地ならではの魅力向上と新たな観光の創出

(2)地域特性を生かした特産品や観光商品の開発、展開

【方向性②】受入環境整備と人材育成

(1)地域資源を支える基盤の拡充

(2)安全･安心･おもてなしのための環境づくり

(3)観光人材の発掘、育成

【方向性③】観光客のニーズを踏まえた情報発信

(1)戦略的なプロモーションによる観光ブランドの普及

(2)広域連携を生かした情報発信

【方向性④】観光推進体制の構築･強化

(1)全市的な観光マーケティングの推進

(2)各主体の組織力向上と連携強化

【観光振興の主なターゲットの広がり】

【フェーズ１(ウィズコロナ時代)】
・市内在住者及び在勤者
・近隣市町村を含む東海エリア

拡大

【フェーズ２（国内感染収束)】
・主要都市(東京/大阪)

拡大

【フェーズ３（世界感染収束)】
・インバウンド(アジア圏)

豊田市観光実践計画2021～2024

取組内容

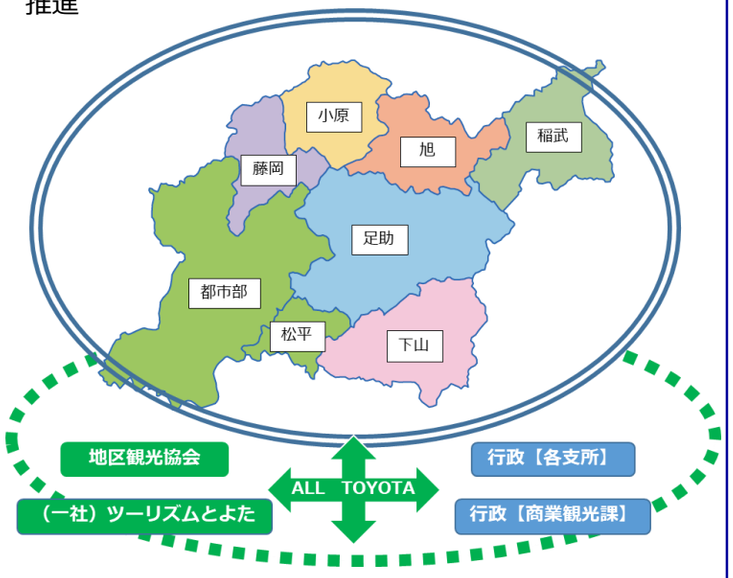
取組の方向性（柱）		主な取組事業
【方向性①】ニーズに合った観光の魅力の再創出	(1)各観光地ならではの魅力向上と新たな観光の創出	【新規】持続可能な観光誘客事業の検討、試行（商業観光課、ツーリズムとよた） 【新規】ラリーを中心とするモータースポーツイベントを活用した観光振興（稲武地区） 【新規】王滝渓谷周遊促進事業の実施（松平地区） ・花の里の拠点整備（旭地区） ・どんぐりの里いなぶ周辺整備（稲武地区） ・四季桜、豊田小原和紙、地歌舞伎など地域資源を活用したまちづくり（小原地区） ・しもやま観光戦略プラン事業の推進（下山地区） ・愛知県緑化センター･昭和の森を拠点とした回遊性の向上（藤岡地区） ・ふじおか回遊ルートの整備、促進（藤岡地区）
	(2) 地域特性を生かした特産品や観光商品の開発、展開	・テーマ別観光商品の開発及びプロモーション（ツーリズムとよた、商業観光課） ・地域資源の活用推進と資源を生かした誘客（旭地区） ・いなぶ山里体験の充実（稲武地区） ・小原地区の地域資源を生かした観光商品づくり（小原地区） ・豊田市内（藤岡地区）の地域資源を使った特産品の開発（藤岡地区）
【方向性②】受入環境整備と人材育成	(1)地域資源を支える基盤の拡充	・香嵐渓整備事業の実施（足助地区） ・道の駅どんぐりの里いなぶの再整備の実施（稲武地区） ・四季の回廊ミュージアム構想の継承（小原地区） ・川見四季桜の里とふれあい公園の桜の植替え（小原地区） ・三河湖周辺環境整備事業の実施（下山地区）
	(2)安全･安心･おもてなしのための環境づくり	【新規】Withコロナを踏まえた観光地の受入体制の整備（商業観光課） 【新規】災害に備えた観光客への案内環境の整備（商業観光課） ・外国人観光客への観光案内の実施(商業観光課) ・観光ゲートウェイ拠点「とよたびステーション」の充実（商業観光課） ・松平郷園地、王滝渓谷及び猿投山における安全・安心のための環境整備（商業観光課、松平地区）
	(3)観光人材の発掘、育成	・「とよた観光おもてなしパートナー」の育成（商業観光課） ・「とよた観光セミナー」の実施（商業観光課） ・各地区の課題解決に向けたアドバイザー支援（商業観光課）
【方向性③】観光客のニーズを踏まえた情報発信	(1)戦略的なプロモーションによる観光ブランドの普及	・市民向けプロモーションの推進（ツーリズムとよた、商業観光課） ・豊田市の観光イメージづくり（ツーリズムとよた） ・プロモーション手法の充実（ツーリズムとよた）
	(2)広域連携を生かした情報発信	・愛知県、周辺自治体等との広域連携の推進（商業観光課、ツーリズムとよた）
【方向性④】観光推進体制の構築・強化	(1)全市的な観光マーケティングの推進	・観光マーケティング調査等による来訪者ニーズの把握（ツーリズムとよた）
	(2)各主体の組織力向上と連携強化	・定期的な観光会議の開催（商業観光課、ツーリズムとよた） ・観光地域づくり法人（登録ＤＭＯ）の体制整備に向けた検討（ツーリズムとよた、商業観光課） ・＜再掲＞各地区の課題解決に向けたアドバイザー支援（商業観光課）

推進体制

All Toyota Tourism

地域の誇り･魅力を再認識･再評価･再創造
それぞれの強みを生かしたオールとよた戦略

【各地区観光協会】
●観光資源の魅力づくり
・各支所や関係事業者と連携した観光資源の掘り起こし、磨き上げ
●観光誘客事業の実施
・誘客イベント等の企画、開催（支援）
・各地区における情報発信の実施

【（一社）ツーリズムとよた】
●地域が｢稼ぐ｣ことのできる観光ビジネスの実践
・多様化する観光客のニーズの把握
・観光関係者に対する観光商品開発支援
・国内･海外へのプロモーションの実施
・地域が｢稼ぐ｣ための仕組みづくり

【行政】
●全市的な総合調整【商業観光課】
・全市的な観光振興に係る総合調整
・国や県、近隣自治体等との連携、調整
●全市的な受入環境整備【商業観光課】
・全市的な対応が必要な受入環境整備及び人材育成
●各地区における観光まちづくりの推進【各支所】
・観光協会や関係事業者と連携した観光地や施設の魅力づくり
・わくわく事業や地域予算提案事業などを通した観光まちづくりの推進