

（仮称）豊田市観光実践計画2025～2029（案）
【概要版】

計画の概要

前計画

豊田市観光実践計画2021～2024

- ✓ 観光ニーズの変化に合わせ、新型コロナウイルス感染症流行からの脱却に向けた、豊田市だからこそできる観光を実践

さらなる観光産業の発展と地域資源を生かしたまちづくり推進のため

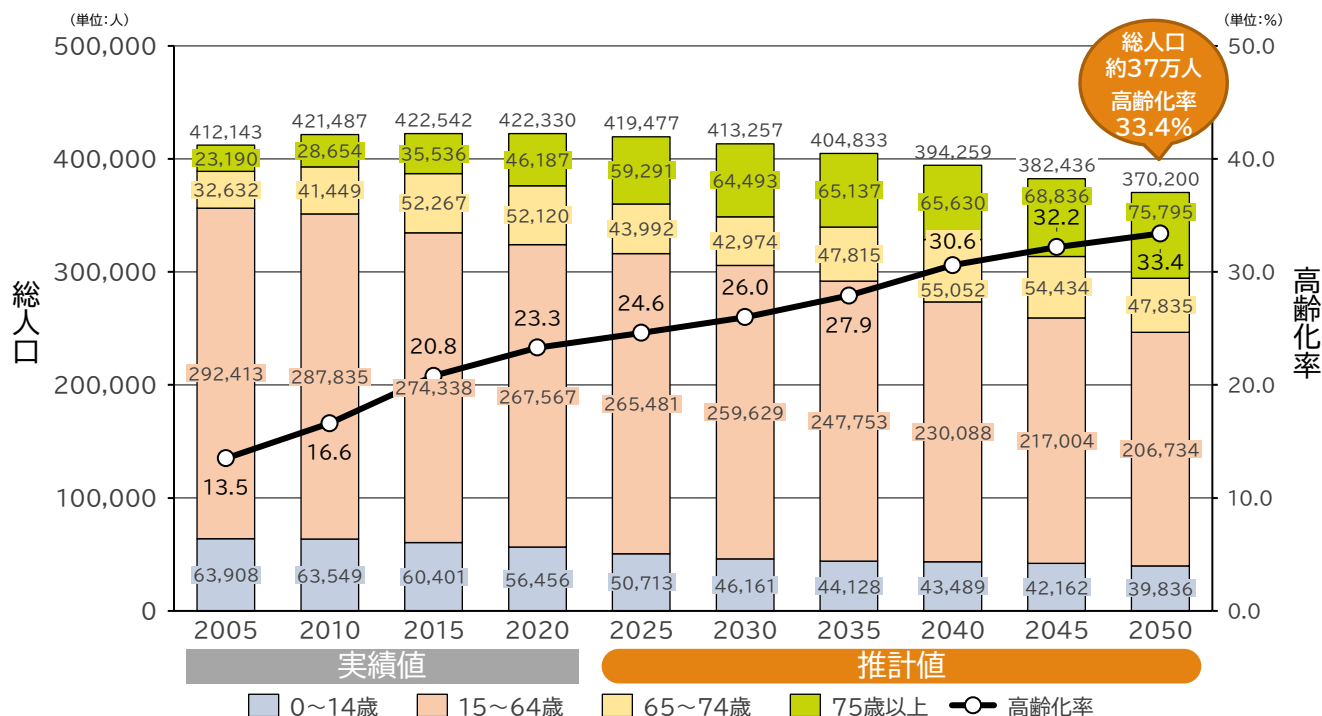
本計画

豊田市観光実践計画2025～2029

- ✓ 「第9次豊田市総合計画」と整合を図る
- ✓ 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
- ✓ 計画期間は、令和7(2025)年度～11(2029)年度までの5年間とします

豊田市の大きな変化

●豊田市の将来人口推計



【出典:【実績値】国勢調査

【推計値】国立社会保障・人口問題研究所(令和5(2023)年推計)】

総人口の減少

観光の担い手・旅行者としての豊田市民総人口が2015年をピークに、減少へ転換。

< 2050年は
2020年比 > 約5万人減少 ↓

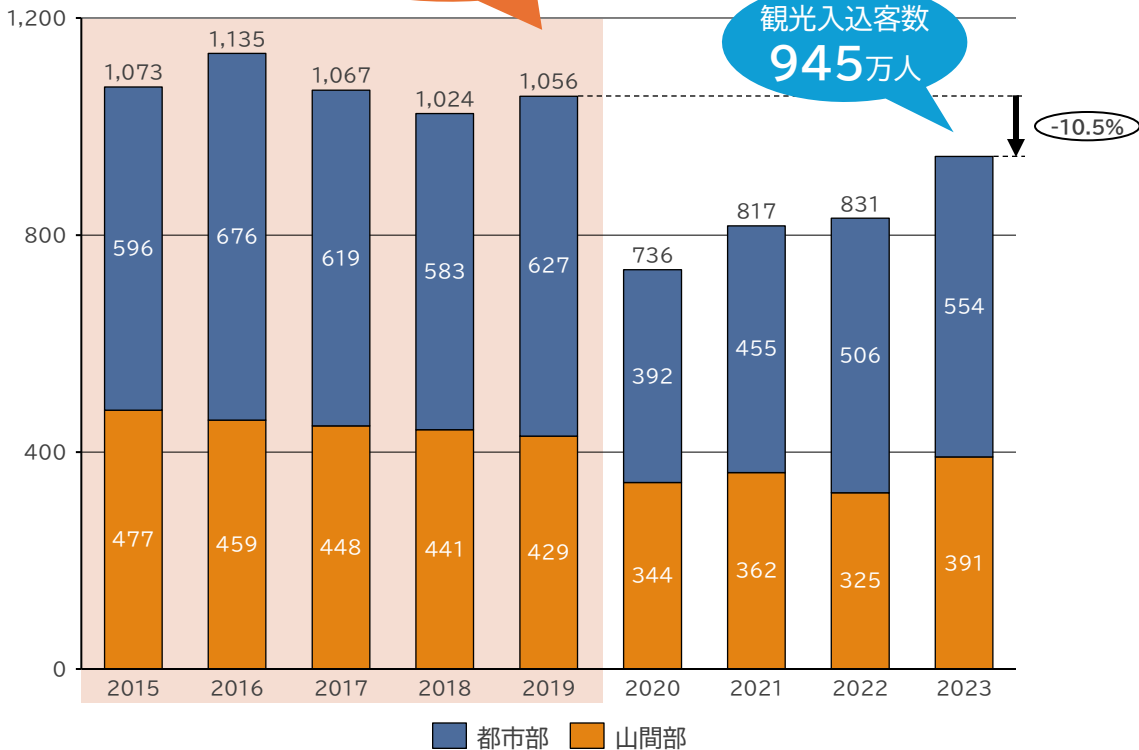
高齢化の進行

一貫して高齢者数・高齢化率が上昇傾向。

< 2050年は
2020年比 > 約10ポイント増加 ↑

●観光入込客数

(単位:万人)



コロナ以前

コロナ以降

【出典:豊田市商業観光課「観光入込客数調査」】

安定した集客力

国内旅行者は、
2019年まで毎年1,000万人越えを維持。

<コロナ前> 約**1,000万人越え** ↑

観光客数の回復の遅れ

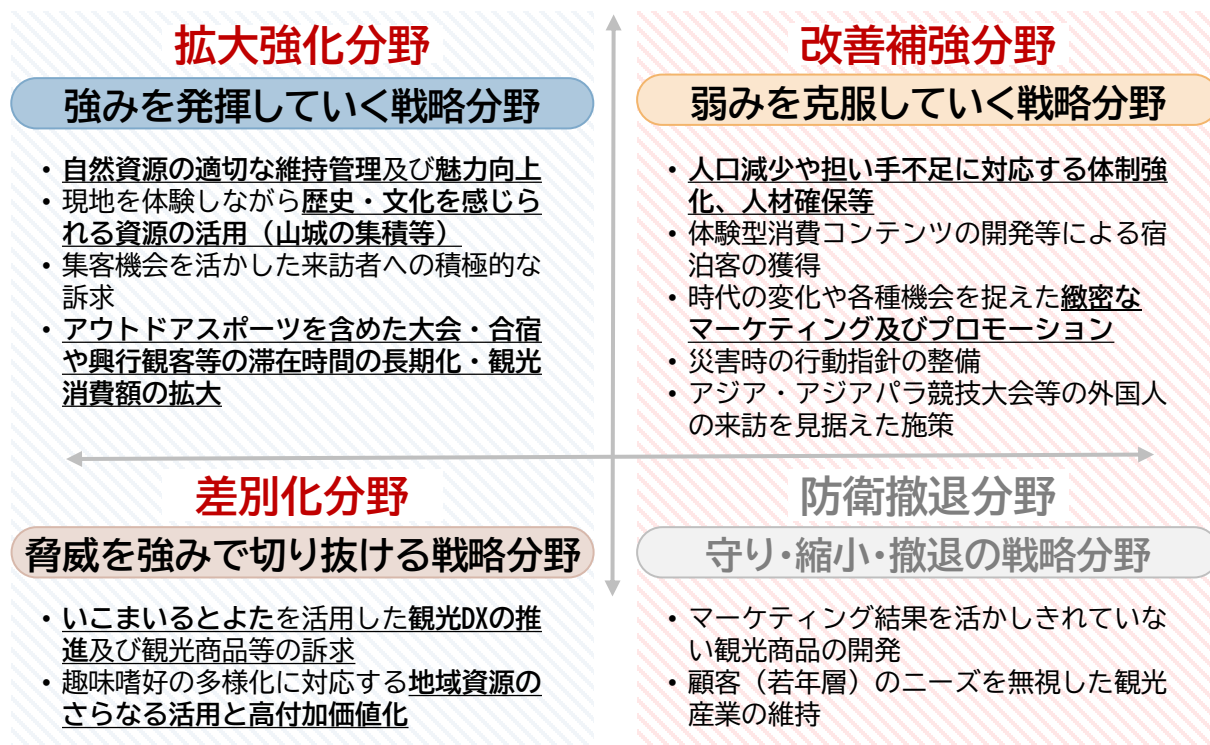
新型コロナウイルス感染症流行を受け、
観光入込客数が減少。

<2023年は2019年比> 約**10%減少** ↓



観光の現状を踏まえた豊田市の方向性

豊田市の観光振興を進めるため、観光に関する現状を整理します。



上記分析による豊田市の観光の強み・弱み等の整理を踏まえ、今後における豊田市の取組の方向性（取組の柱）を以下のとおり整理しました。

柱1	豊田の強みを活かした戦略的な観光振興 豊田市及び各地区の歴史や文化など固有のものに新たな視点やストーリーを加え、コンセプトやターゲットを絞った独自の価値を提供します。
柱2	観光資源「ヒト」「モノ」「コト」の磨き上げ 多様な観光資源を活かしたコンテンツ開発などを通じ、資源の高付加価値化を進めます。
柱3	受入環境の整備 観光の魅力を維持するほか、市民や観光客の安全な誘導及び自然環境の防災・減災といった方向性の受入環境整備、整備をする組織体制の検討を進めます。
柱4	マーケティングに基づく戦略的プロモーション 観光DXを推進するとともに、「いこまいるとよた」を活用した、豊田市のファンとのつながりも強化します。

●観光の考え方

観光は「まちづくり」の手段

<本計画における「まちづくり」とは>

地域やまちの課題解決を図るとともに、同エリアの発展・豊かさを目指す取組。

豊田市は人口減少と高齢化の進展という人口構造の大転換の中にあり、産業・経済活動の担い手不足の加速、豊かな自然環境の保全の困難、地域コミュニティの活力の低下といった課題が表出してくることが想定されています。

地域の活力を維持していくためにも、これまでの地域資源を維持・磨き上げながら、モノづくりで世界をリードする挑戦的な発想を活かし、交流人口を生み出していく、まちづくりの手段として観光を活用していきます。

●目指す姿

連綿の歴史と
未来の技術が紡ぐ、
多様な幸せを
観光で実現するまち

地域で長く育まれてきた自然・歴史文化・伝統・愛着・誇り(連綿の歴史)と、クルマづくりなど未来を切り拓く革新的な技術(未来の技術)が融合し新たな価値を創造し続ける本市の強みを生かし、「観光」で市民の活力や来訪者の感動を生み出すとともに、地域経済の活性化を図りながら、誰もが持続的に幸せになる状態(ウェルビーイング)を目指します。また、「日本版持続可能な観光ガイドライン※」を参考に、関係者と連携した各種取組を進めていきます。

※持続可能な観光地マネジメントを行えるようにするため、観光庁が国際基準に準拠し開発したガイドライン

●取組の方向性

地域・全市の2つの視点と、第9次豊田市総合計画で重視されている要素を踏まえた取組の推進によって、目指す姿を実現します。

地域の視点

地域が主体

地域を維持・発展させる

全市の視点

観光部局・DMOが主体

市内をつなぐ・まとめる

第9次豊田市総合計画(ミライ実現戦略2030)で重視されている要素

チェンジ(変化)・チャレンジ(挑戦)

こども

つながり合う

まちの基盤

取組の柱

豊田の強みを活かした戦略的な観光振興

観光資源「ヒト」「モノ」「コト」の磨き上げ

受入環境の整備

マーケティングに基づく戦略的プロモーション

取組の柱及び施策の方向性に基づいた
各種事業の実施

「連綿の歴史と未来の技術が紡ぐ、多様な幸せを観光で実現するまち」の実現

柱1

豊田の強みを活かした戦略的な観光振興

【設定理由】



豊田市ならではの
多様な資源や集客機会
を活かす



自地域の優位性を明確にし、
コンセプトやニーズを絞った
独自の価値を提供する

【実施事業】

① テーマ観光による誘客

- **山城を活かした観光誘客及び歴史・文化資源のリブランディング【全市】**
- 足助の町並み観光活用計画策定事業【足助地区】
- 豊田小原和紙とうるしの芸術祭【小原地区】
- インバウンド向けテーマ観光誘客【全市】
- テーマ別観光の開発及びプロモーション【全市】
- 映像作品を活かしたにぎわいの活性化【全市】

② 集客機会を捉えた滞在・周遊促進

- **地域内消費の拡大を図るスポーツツーリズムの推進【全市】**
- 旭地区の観光資源を生かした滞在型観光商品の創出【旭地区】
- どんぐりの里いなぶ周辺の周遊滞在促進【稲武地区】
- ラリーイベントや花火大会等を捉えた出店営業や商品開発【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】
- 文化・芸術等の集客機会を活かした観光振興【全市】

柱2

観光資源「ヒト」「モノ」「コト」の磨き上げ

【設定理由】



地域とそこに住む人々の
生活を将来にわたって
維持していく



観光人材を育て、
地域の課題解決や
経済的発展を期待する

【実施事業】

① 人材育成

- **足助高校をはじめ教育機関と連携した観光人材の育成【全市】**
- おばらマルシェ開催事業【小原地区】
- 観光事業者の稼ぐ力向上事業【下山地区】

② 観光資源の活用

- 地域資源を活かした「花の里づくり事業」【旭地区】
- 香嵐渓100年プロジェクト【足助地区】
- いなぶ山里体験の充実【稲武地区】
- 地区内観光資源磨き上げ【稲武地区】
- 伝統的工芸品・和紙の産地化事業【小原地区】
- 小原歌舞伎伝承活動負担金【小原地区】
- 新アクティビティの開発及び三河湖テラスこりんの積極的な活用【下山地区】
- ふじ色のまちづくり事業【藤岡地区】
- 王滝溪谷の新たな付加価値創出【松平地区】

※赤字は重点事業、【】内は実施地区

【設定理由】



山間部を中心とした自然環境
(観光資源)の適切な
維持管理が必要である



受入側の体制を整理し
全市的な観光推進を図る

【実施事業】

① 観光地の拠点整備

- 旭高原自然活用村(旭高原元気村)の観光拠点化の推進【旭地区】
- 観光施設等の受入環境整備事業【旭地区】
- 「上中のしだれ桃」の計画的な環境整備【旭地区】
- 足助観光施設整備事業【足助地区】
- どんぐり工房の利用者受入環境の整備【稲武地区】
- 市場城跡整備活用事業【小原地区】
- 四季桜・モミジの育成体制の構築【小原地区】
- 里の駅整備事業【小原地区】
- 「三河湖」魅力向上事業【下山地区】
- ふじの回廊周辺環境整備事業【藤岡地区】
- 松平地区及び猿投山の来訪者環境整備【松平・猿投地区】

② 安全安心な観光地づくり

- 観光客の避難誘導マニュアルの整備及び訓練等の実施【全市】

③ 組織体制の強化

- 観光推進における組織体制の最適化【全市】
- DMO機能の強化【全市】

【設定理由】



データを分析し、
具体的な戦略に落とし込む
ことが求められる



コロナ後における
緻密なマーケティングによる
プロモーションが必要である

【実施事業】

① マーケティングの強化

- 観光マーケティング調査・分析【全市】
- デジタルマーケティングによる戦略策定・基盤整備【全市】

② 戦略的プロモーション

- 地域の特色を活かした効果的な情報発信【各地区】
- CRMを活用した効果的なプロモーション【全市】
- 【再掲】映像作品を活かしたにぎわいの活性化【全市】

※赤字は重点事業、【】内は実施地区

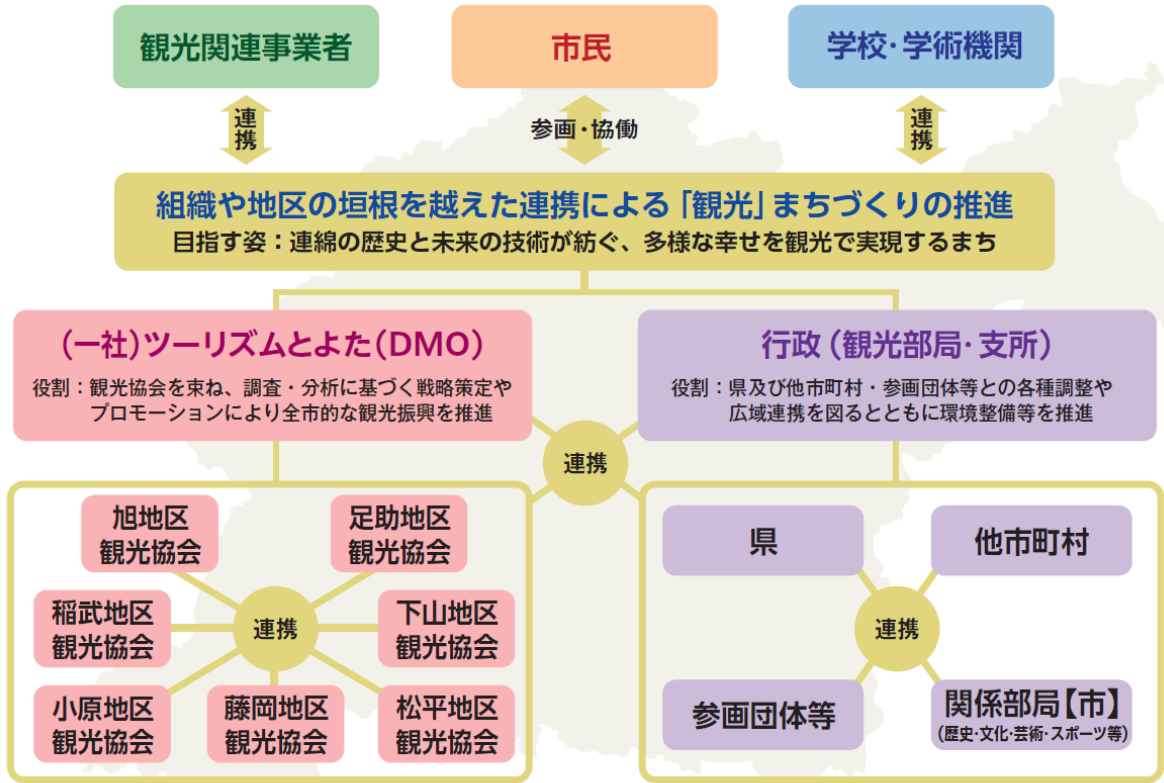
●重点事業

第9次豊田市総合計画の中では、人口減少社会への突入や人口構造の大転換を見据え、これまでの発想を前提としない「チェンジ(変化)・チャレンジ(挑戦)」の発想や、「こども」・「つながり合う」・「まちの基盤」の視点を重視する方針としています。そこで総合計画の重視する方針に則り、総合計画の目標達成に効果的に寄与する点や全市・地域の視点から本計画の達成目標に貢献できると考えられる6つの事業を重点事業として位置付け、民間と行政の力を連携させつつ、5か年の計画期間で強力に推進をしていきます。

取組の柱	重点事業	視点
柱1 豊田の強みを活かした 戦略的な観光振興	重点事業1 山城を活かした観光誘客及び 歴史・文化資源のリブランディング	全市
	重点事業KPI (2029)	
柱2 観光資源「ヒト」「モノ」「コト」 の磨き上げ	重点事業2 地域内消費の拡大を図る スポーツツーリズムの推進	
	重点事業KPI (2029)	
柱3 受入環境の整備	重点事業3 足助高校をはじめ教育機関と 連携した観光人材の育成	地域
	重点事業KPI (2029)	
	重点事業4 観光推進における組織体制の 最適化	
	重点事業KPI (2029)	
柱4 マーケティングに基づく戦略的 プロモーション	重点事業5 地域の維持・発展のための 環境整備の推進	全市
	重点事業KPI (2029)	
	重点事業6 デジタルマーケティングによる 戦略策定・基盤整備	
	重点事業KPI (2029)	

推進体制

本計画における施策の推進に当たっては、観光地域づくり法人(DMO)であるツーリズムとよたが、地区観光協会を束ねる舵取り役として全市的な観光振興を推進し、行政が各種調整や観光振興の土台となる環境整備等を下支えしながら、観光関連事業者や学校・学術機関等の関連する諸団体との連携や市民との関わりを通して、確実な推進を図ります。



観光で目指す目標数値

指標	現状値	目標値(2029)
まちの愛着度	32.8%	35.0%
訪れた観光地の満足度	42.1%	45.0%
主な観光地・イベントの観光入込客数	945万人	1,100万人
延べ宿泊客数(観光客)	19万人	21万人
観光客1人あたりの平均消費額(日帰り)	2,481円	3,000円
観光客1人あたりの平均消費額(宿泊)	11,345円	13,500円

