

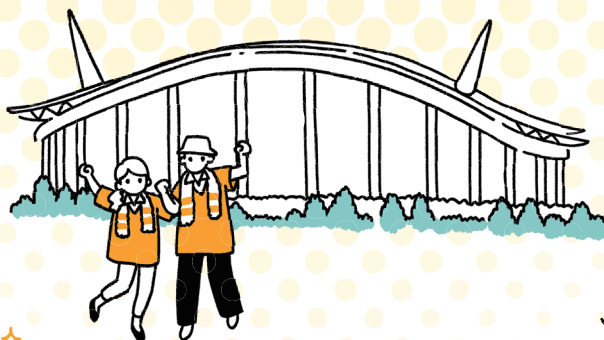


豊田市

観光実践計画

2025-2029

【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、本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活かしたまちづくり推進のため

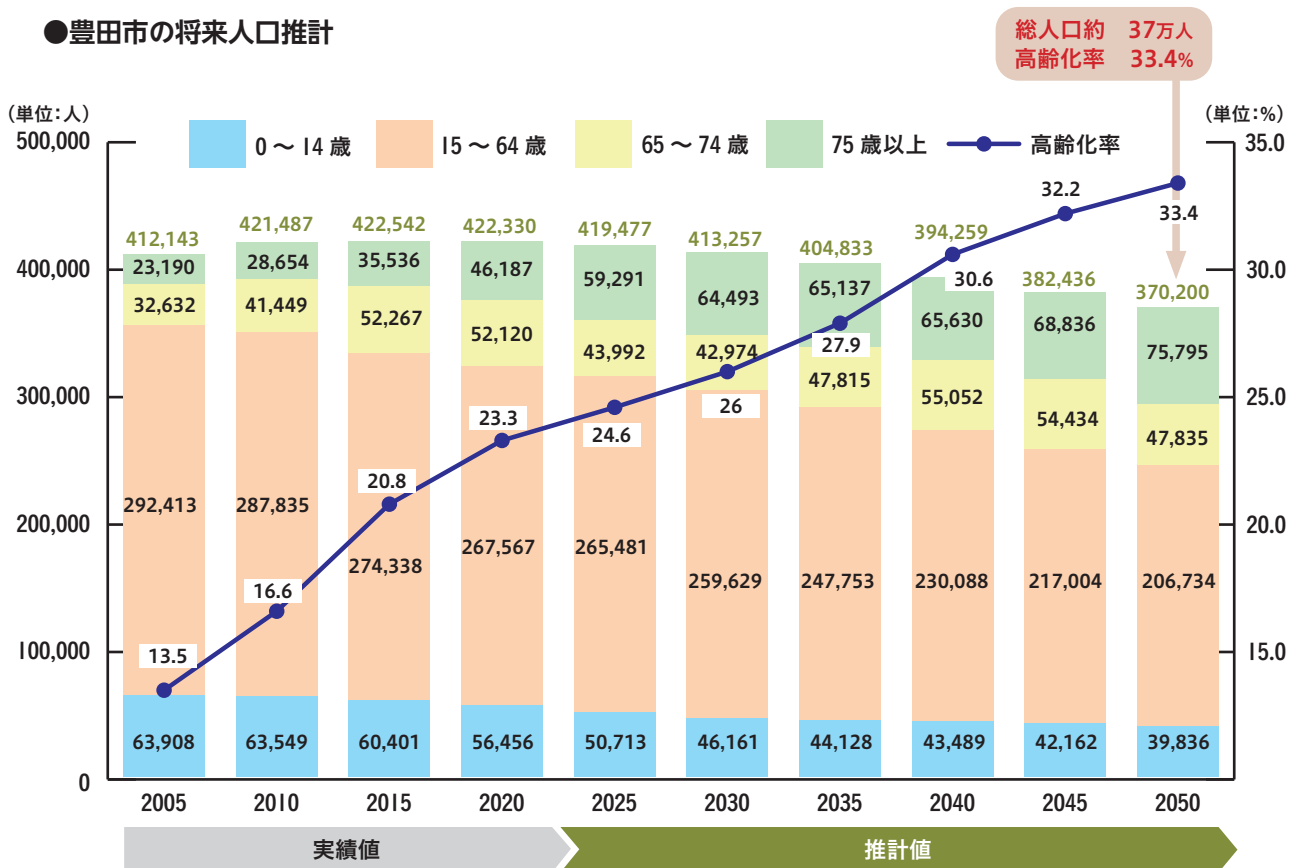
本計画

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。

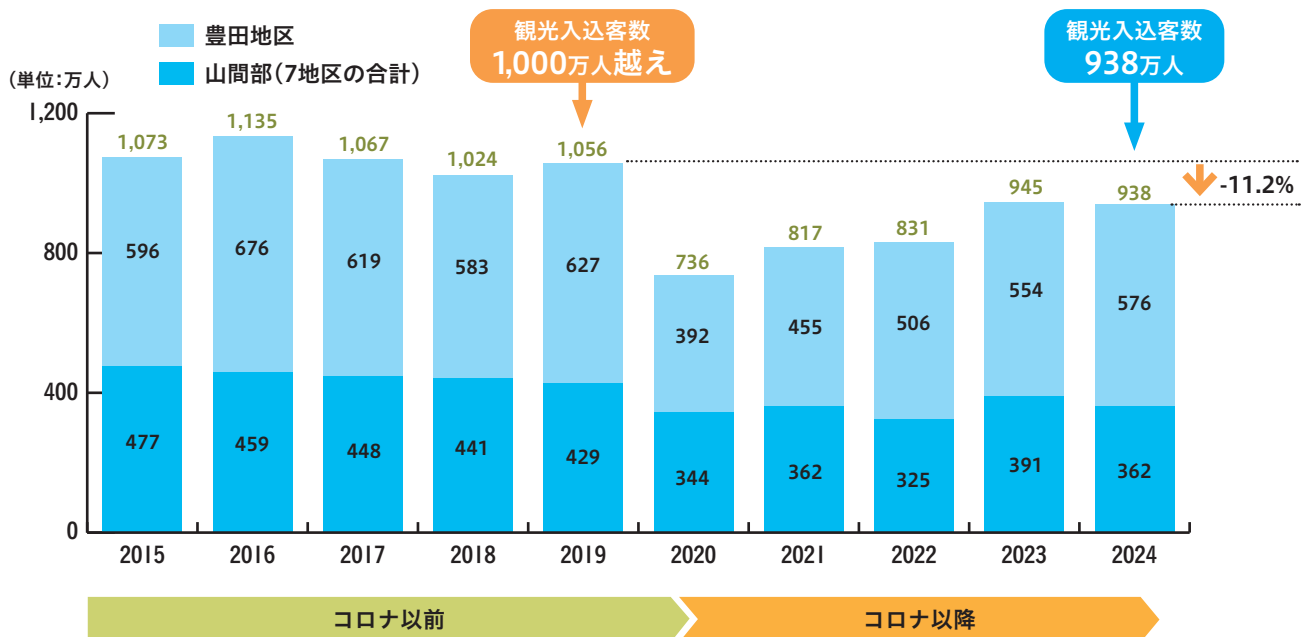
2050年は
2020年比 約5万人減少

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

豊田市の観光入込客数の推移



※本計画において、観光協会のある7地区を「山間部」と呼び、山間部を除く地区を「豊田地区」と呼ぶ。

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1000万人越え**

観光客数の回復の遅れ

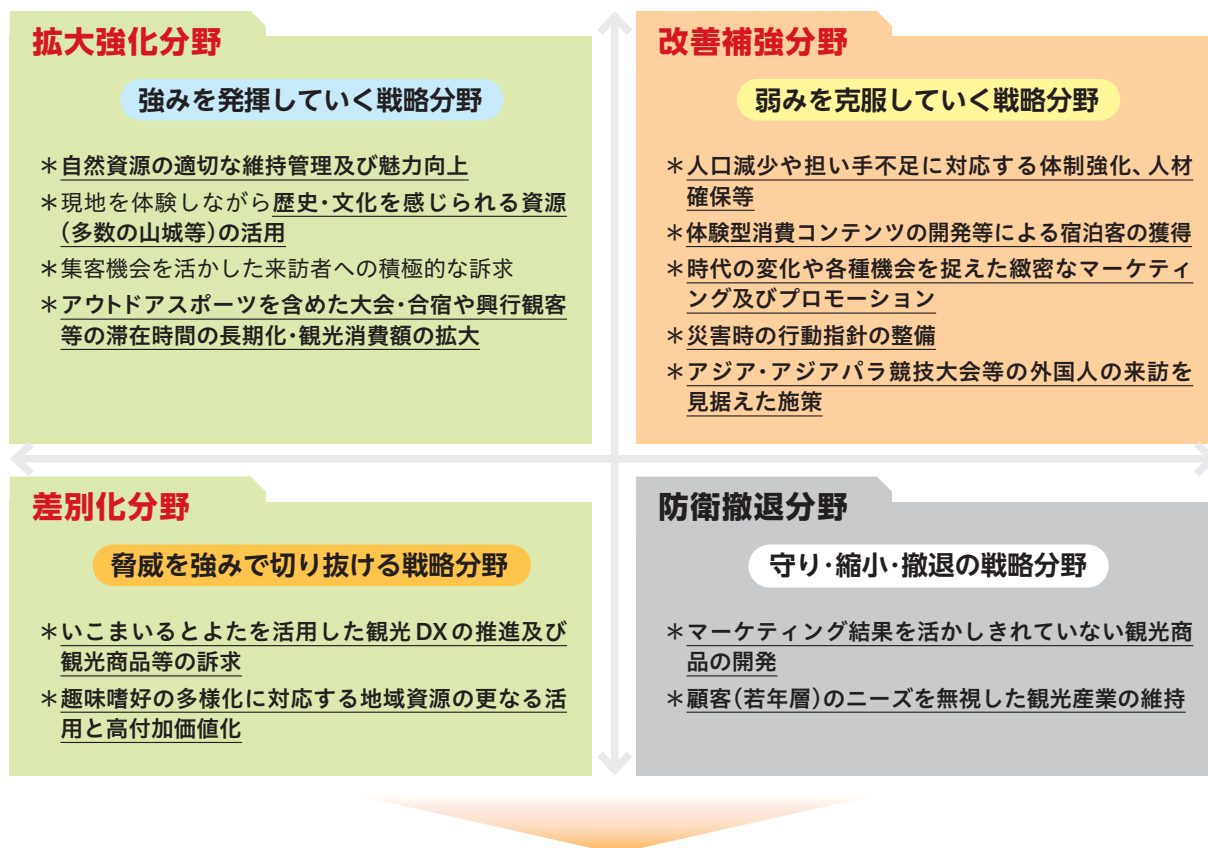
新型コロナウイルス感染症流行を受け、
観光入込客数が減少。

2024年は
2019年比 **約11%減少**



これからの観光振興に向けて

本市の観光振興を進めるため、伸ばしていくべき方向性及び差別化するポイントを整理します。



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

取組の柱 01 豊田の強みを活かした戦略的な観光振興

本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。

取組の柱 02 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。

取組の柱 03 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。

取組の柱 04 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、「いこまいとよた」を活用した、本市のファンとのつながりも強化します。

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、発展や豊かさを目指す取組。

本市は人口減少と高齢化の進行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。

こうした課題へ対応していくため、多様な地域資源の維持・磨き上げや、モノづくりで世界をリードする挑戦的な発想を活かし、「観光」という手段で地域やまちの発展・豊かさを目指します。

目指す姿

連綿たる歴史と

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(連綿たる歴史)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活かし、「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



推進フロー

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。



取組の柱

01

豊田の強みを活かした戦略的な観光振興



本市ならではの多様な資源や集客機会を十分に活かしながら戦略的な取組を推進することで、更なる観光誘客や消費拡大が期待できます。



他地域との差別化を図り、観光客に対しアピールできる自地域の優位性を明確にし、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。

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・文化資源のブランディング【全市】**
- » 足助の町並み活用計画策定事業【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活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】

※赤字は重点事業、【】内は実施地区

取組の柱

02

観光資源「ヒト」「モノ」「コト」の磨き上げ



人口減少と平均寿命の延伸が進む中、地域とそこに住む人々の生活を将来にわたって維持・発展していくために、観光資源の磨き上げによる地域経済の循環が不可欠になります。



地域における観光を知り、考え、実践していく人材を育てることで、地域の課題解決や経済的発展が期待できます。

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事業【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】
- » 王滝渓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

受入環境の整備



観光マーケティング調査における「要素別満足度」(2020-2023)の結果では、「景観・雰囲気」が最も満足度が高いという結果が出ており、山間部を中心とした自然環境(観光資源)の適切な維持管理は必須です。



人材不足等の課題に直面している状況下で、受入側の体制を整理し全市的な観光推進を図る必要があります。

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】

※赤字は重点事業、【】内は実施地区

マーケティングに基づく戦略的プロモーション



これまでに行われてきた来訪者調査やWeb調査などのデータを分析し、具体的な戦略に落とし込むことが求められます。



コロナ流行を経て人の価値観やニーズに変化が起こったことにより、これまでより緻密なマーケティングによるプロモーションの必要性が高まっています。

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】

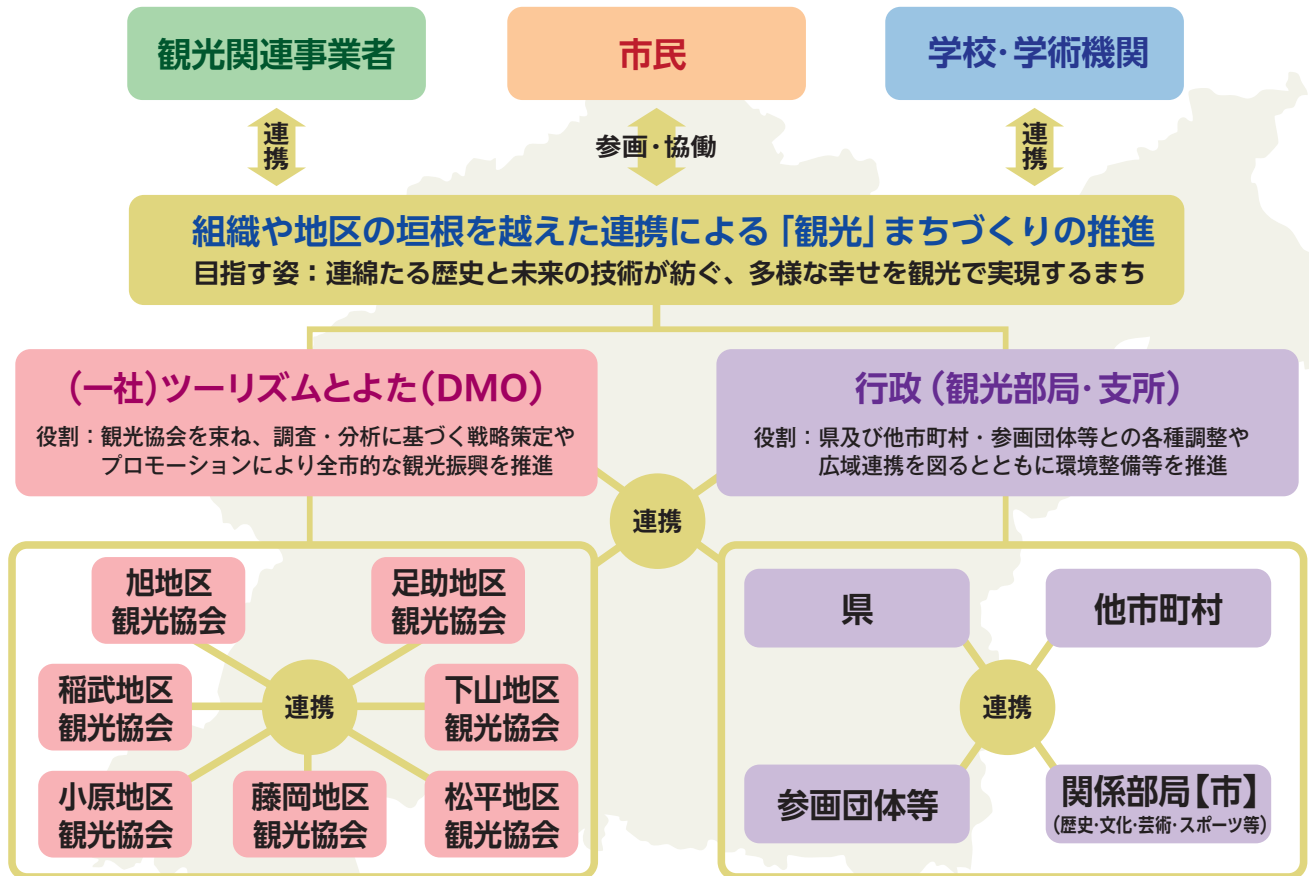
※赤字は重点事業、【】内は実施地区

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。

09

推進体制と役割

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。



目標達成指標

指標	測定 / 推計方法	現状値 (2024)	目標値 (2029)
まちの愛着度	市民意識調査	32.8%	35.0%
訪れた観光地の満足度	観光マーケティング調査	40.3%	60.0%
主な観光地・イベントの観光入込客数	観光入込客数調査	938万人	1,100万人
延べ宿泊客数(観光客)	観光マーケティング調査 観光入込客数調査	17万人	21万人
観光客1人あたりの平均消費額(日帰り)	観光マーケティング調査 観光入込客数調査	2,509円	3,000円
観光客1人あたりの平均消費額(宿泊)	観光マーケティング調査 観光入込客数調査	11,574円	13,500円

豊田市観光実践計画 2025-2029 概要版

発行 令和7(2025)年3月
編集 豊田市産業部 商業観光課
〒471-8501 愛知県豊田市西町3-60
Tel: 0565-34-6642 FAX: 0565-35-4317
E-mail: shoukan@city.toyota.aichi.jp