

稲沢市観光まちづくりビジョン
(第2次稲沢市観光基本計画)

計画の中間見直し (後期計画)

計画期間 2023年度～2027年度



【目次】

第1章 稲沢市観光まちづくりビジョン後期計画について	3
1 計画の見直しに至る経緯	3
2 本市を取り巻く状況	3
3 基本理念	5
4 計画前半期間の評価	6
5 基本方針	7
6 計画の期間	8
7 計画における目標値	8
第2章 重点アクションプラン	10
「いなざわ観光まちづくりラボ」の推進	10
第3章 アクションプラン	14
基本方針1 観光まちづくりを主体的に推進する人材の育成と組織体制の強化	14
基本方針2 稲沢市の魅力を活用した観光受入体制の整備	19
基本方針3 観光誘客の促進と地域経済が潤う仕組みの構築	32
第4章 計画推進のための役割と体制	41
1 各主体の役割	41
2 ビジョン推進体制の構築	42
3 進行管理及び成果検証	42
付録 用語の解説	43

【注】 年及び年度の表記について

本ビジョンではより分かりやすい表現とするため、西暦と各年の和暦（平成・令和）表記を併記しています。（以下同様）

第1章 稲沢市観光まちづくりビジョン後期計画について

1 計画の見直しに至る経緯

稲沢市では、市内の観光振興に向け、2018（平成30）年度から2027（令和9）年度までを計画期間とする『稲沢市観光まちづくりビジョン（第2次稲沢市観光基本計画）』（以下「現計画」という。）を策定し、稲沢市観光基本計画推進委員会における議論のもと観光施策を推進してきました。

このたび計画期間のうち前半5年を終えるにあたり、これまでの本市を取り巻く状況の変化を踏まえ、また2019（令和元）年末に端を発する新型コロナウイルス感染症の影響等を加えて、現計画を改訂することとしました。計画の前半期間において達成されたこと、状況の変化により見直しを図った方がよいと考えられること等を反映し、より時流に沿った計画とするために計画を改訂するものです。

2022（令和4）年3月の観光庁長官記者会見において、前年3月末で計画期間が終了し、1年間の空白期間が生じている推進基本計画について、「もう少し感染状況が落ち着き、議論できるような状況の下で具体的な検討を進めていきたい」「コロナの影響抜きに中期的な目標や施策は語れない」と述べています。その後、2022（令和4）年10月にコロナ対策の水際措置が大幅に緩和され、同時期に開催された観光立国推進閣僚会議において、岸田総理大臣が新たな観光立国推進基本計画を同年度末までに策定するよう指示しています。

こうした国の動きも背景として、稲沢市においても現計画の改訂を行うものです。

2 本市を取り巻く状況

改訂を行うにあたり、現計画の策定以降に新たに生じた事項のほか、近年課題となっている事項について、特に以下の五つの点を踏まえる必要があります。

① 新型コロナウイルスの感染拡大

2020（令和2）年1月に国内で初めて確認された新型コロナウイルス感染症は、その後急激に全国に広がりました。感染拡大以降、“おうち時間”“ステイホーム”という言葉に象徴されるように、国や県による休業協力要請、まつり・イベントの中止決定等により、経済全般、特に飲食・観光関係については、大きな影響を受けました。事業者向けの対策として、休業協力要請に協力した事業者に対する「新型コロナウイルス感染症対策協力金」のほか、本市独自の支援として「いなざわ事業者げんき補助

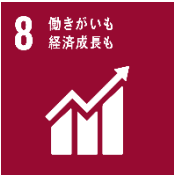


金)、「飲食・商店エール券」等、さまざまな支援を行いました。

その後、ワクチン接種の開始による感染縮小と感染拡大を繰り返し、経済活動の回復と感染対策の両立が求められるようになりました。2022(令和4)年度は、稲沢桜まつり・へいわさくらまつりが中止されましたが、6月の稲沢あじさいまつり以降は、一部を縮小する等の感染対策を行って開催しています。なお、稲沢あじさいまつり、稲沢夏まつりは、3年ぶりの開催となったことから、過去最高の人出となりました。

② SDGsの推進

SDGsとは、2015(平成27)年9月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(令和12)年までに持続可能でよりよい世界を目指す国際目標であり、17のゴール・169のターゲットから構成されています。

本市においても、SDGsの視点を意識した取り組みが求められており、最上位計画である『稲沢市ステージアッププラン(第6次稲沢市総合計画)』の『アクション2027(推進計画:後期)』においても、各政策に関連するSDGsを表記しています。

SDGs	現計画の取り組み事項
 <p>8 働きがいも 経済成長も</p>	<働きがいも経済成長も> モノづくり体験や収穫体験ができる産業観光メニューの創出 植木・苗木、祖父江ぎんなん等の農産品の販売拡充 『いなざわ』ブランドの創出と磨き上げ
 <p>11 住み続けられる まちづくりを</p>	<住み続けられるまちづくりを> 国府宮はだか祭 観光関連施設の適切な維持・管理 稲沢市コミュニティバスの活用
 <p>17 パートナリシップで 目標を達成しよう</p>	<パートナーシップで目標を達成しよう> 「いなざわ観光まちづくりラボ」の運営 関係機関・団体と連携した観光メニューの創出 既存イベントにおける連携強化

③ ICT・デジタル化の推進

わが国が抱えるさまざまな課題に対応するため、地方創生をはじめとする社会の各分野におけるICT・デジタル化の推進が求められています。特に、新型コロナウイルスの感染拡大により、国全体としての推進が不可欠であるとの認識が広がったことから、デジタル庁が設置されました。本市においては、『稲沢市DX推進計画』を2022(令和4)年3月に策定し、市民の利便性の向上、地域課題の解消、行政サービスの向上を掲げて推進しています。

④ カーボンニュートラル

2015（平成27）年12月に採択された「パリ協定」では、今世紀末の平均気温上昇を産業革命前と比べ2度未満より十分低く保ち、1.5度に抑える努力をするという目標がたてられました。本市は、2021（令和3）年9月2日、「ゼロカーボンシティ宣言」を行い、市民・事業者・行政が協働して、賢い選択をする国民運動である「COOL CHOICE」を実践していくこととなりました。

⑤ 人口減少・少子高齢化

国内の総人口は、2008（平成20）年をピークに減少しており、また、高齢者の割合が増加する少子高齢化も進んでいます。本市においても例外ではありませんが、近隣市と比べても人口減少が急速に進んでいます。対策として、住宅供給量の不足といった本市が抱える課題に対応するとともに、子育て・教育支援や治水対策をはじめ、魅力あるまちづくりに取り組んでいく必要があります。また、ICT・デジタル化やカーボンニュートラル等の新たな時代の要請に对应していくことも必要です。進行する人口減少・少子高齢化により、今後もさらに厳しい財政運営を強いられることが予想されます。

3 基本理念

現在、日本全国の自治体が観光振興やシティプロモーションに力を入れていますが、各地で似た観光地が増えており、「儲けること」「人を集めること」を目的とした観光施設の設置や誘客イベントにも、継続性や費用対効果の面で限界が出てきています。

一方、愛知県内に目を向けると、2022（令和4）年11月にジブリパークが開園したことは、県内外からの大きな注目を集めています。また、2026（令和8）年のアジア競技大会が愛知県と名古屋市との共同開催で行われるなど、世界的なイベントが控えているとともに、2027（令和9）年にはリニア中央新幹線の東京・名古屋間の開業も予定されており、人や物の流れが大きく変わる変革の時代を迎えることとなります。これらの環境の変化を好機と捉え、地域が一体となって知名度向上と観光振興に取り組むことで、内外からの活力を取り込み、地域の活性化に繋げていくことが重要となっています。

そのような状況の中、稲沢市では「観光のためにハコモノを造る」「観光のために地域の資源を使う」という視点から逆転し、「地域の活性化やまちづくり・人づくりの“手段”として観光を活用する」という視点に着目した「観光まちづくり」を進めていきます。

多くの方が「稲沢市は観光地ではない」と考えていると思います。しかし、私たちが目指すのは、「稲沢市を観光地にすること」ではありません。私たちが目指す観光は、祭りやイベント、自然の豊かさ、文化財、植木・苗木をはじめとする地場産業等

の多様な地域資源やそれを支える“ヒト”といった、稲沢市が本来持つ“光”を観光まちづくりの取組によってつなぎ、様々な交流を生み出すことで、稲沢市の活性化につなげていくことです。

観光まちづくりは、行政の力だけでは推進することができません。市民や民間事業者、NPO等、様々な主体の協力が不可欠となります。

こうしたことから、稲沢市が一丸となって、観光まちづくりを進めるためのテーマ（基本理念）を次のように決めました。

■稲沢市における観光まちづくりのテーマ（基本理念）

「稲沢の“光”をつなぐ観光まちづくり」

観光の語源は「国の光を観る」ことです。
稲沢市の持つ“光”とは、祭りやイベント、自然の豊かさ、
文化財、植木・苗木をはじめとする地場産業等の
多様な地域資源であり、それらを支える“ヒト”でもあります。
観光まちづくりの推進により、“光”をつなげ、
様々な交流を生み出すことで、稲沢市の活性化につなげます。

4 計画前半期間の評価

計画の前半期間である2018（平成30）年度から2022（令和4）年度までの期間において、重点アクションプランとして掲げた「いなざわ観光まちづくりラボ」を立ち上げ、稲沢市観光協会がファシリテーターとなって多様な主体をネットワーク化し、協働による持続的な事業の展開を目指して活動を行いました。このことによって、行政、観光協会、多様な市民の間で「観光まちづくり」への認識の共有化が進み、観光方針が明確化されました。また、この取り組みを通して観光協会の機能が明確化され、組織体制が拡充されています。具体的には、観光協会内に観光コーディネーターが設置され、観光まちづくりラボのファシリテーターとしての活動のほか、稲沢市の魅力を活かしたツアーの造成やPR活動を通じて観光誘客に向けた態勢づくりが進みました。

その他のアクションプランで掲げた主な取り組みとして、名鉄国府宮駅改札前へのデジタルサイネージの設置、多言語表記の案内看板の設置、稲沢市観光協会による着地型観光の実施、愛西市と連携した武将観光の推進、イチヨウ見本園「祖父江ぎんなんパーク」の整備などを実施しました。一方でおもてなし講座の開催、多言語観光ボランティアガイドの育成、まち歩きアプリの活用等については、実現には至りませんでした。

年間観光入込客数については、2017（平成29）年の253.6万人を基準として、計画最終年の2027（令和9）年には500万人到達を目標に掲げていましたが、2019

(令和元)年末以降の新型コロナウイルス感染症の影響は大きく、近年は縮小の様子を見せています。

5 基本方針

稲沢市観光まちづくりビジョン後期計画(以下「本計画」という。)では、基本理念である「稲沢の“光”をつなぐ観光まちづくり」を推進するための取り組みにあたり、稲沢市における観光を以下の段階(ステップ)に分けて整理します。

ステップ① 稲沢市の魅力(地域資源)を掘り起こし、磨き上げる



ステップ② 磨いた資源への受け入れ態勢を整える(商品化する)



ステップ③ 磨いた魅力を基に観光・交流を促進する(誘客を拡大する)

本計画では、上記の3ステップを踏まえ、以下の基本方針を掲げて取り組むこととします。

基本方針① 観光まちづくりを主体的に推進する人材の育成と組織体制の強化

現在、稲沢市では様々な分野で主体的に活動している人材が多くいます。既存イベントの運営やガイドボランティア等においても多数の人材が活躍しており、地域主体での取り組みは本市の強みの一つです。

一方で、持続的な活動や横のつながり等が今後の課題となるため、若者を中心とした新たな主体となり得る人材の育成とネットワークの強化を図るとともに、活動意欲のある市民と活動機会のマッチングを行います。

基本方針② 稲沢市の魅力を活用した観光受入体制の整備

稲沢市のイメージとして「植木産業」「歴史・文化」「自然」等がキーワードに挙げられます。また、国府宮はだか祭をはじめとした祭り・イベント、桜、アジサイ、イチヨウ黄葉等の四季を感じることができる地域資源も本市の強みです。これらを活用し、磨き上げることにより、年間を通じて稲沢市の魅力を体験できる観光メニューを創出することで、観光受入体制の整備を目指します。

基本方針③ 観光誘客の促進と地域経済が潤う仕組みの構築

稲沢市の観光に足りないものとして、「食べ物」「お土産」「宿泊施設」「観光客への情報発信」が主な課題に挙げられます。今後は、食とお土産の充実、分かりやすくアクセシビリティの高い情報発信などによって、市内外からの観光誘客を促進し、地域経済の活性化につなげていく取り組みを推進します。

6 計画の期間

本計画の期間は、現計画の計画期間終了年度を踏まえ、2023（令和5）年度から2027（令和9）年度までとします。

7 計画における目標値

行政、観光協会、市民、民間事業者等が連携して観光まちづくりを推進していくにあたり、目指すべき成果指標を設定する必要があります。

今後、アジア競技大会の開催、リニア中央新幹線の開通等により、新たな人の流れが創出されることが予測されます。本市においても観光まちづくりを推進し、来訪者の増加に伴う様々な交流を生み出すことで、まちの活性化につなげていくことが求められます。

このことから、本計画における成果指標を以下に掲げ、稲沢市の魅力のさらなる掘り起こしと多様な誘客を図ることで目標値の達成を目指していきます。なお、現計画では2017（平成29）年の年間観光入込客数 253.6万人を基準に2027（令和9）年に500万人に達することを目標として取り組んできましたが、計画の見直しにあたっては、基準年を2022（令和4）年、目標値設定年を2027（令和9）年とした上で、基準値としては新型コロナウイルス感染症拡大直前の2020（令和2）年を採用することとします。目標値の設定については、現計画での目標達成に向けての伸び率（1年当たり約25万人増）を踏まえ、2027（令和9）年の年間観光入込客数として400万人を目指します。また、本市の「観光振興」に対する市民満足度及び本市に対して誇りや愛着を持つ市民の割合については、引き続き現計画の目標値を目指すこととします。

■稲沢市観光まちづくりビジョン（第2次稲沢市観光基本計画）後期計画成果指標

項 目	2017 （平成29）年	2020 （令和2）年	2022 （令和4）年 【基準年】	2027 （令和9）年 【目標年】
年間観光入込客数	253.6万人 ^{※1}	262.0万人 ^{※3} 【基準値】	182.9万人 ^{※5}	400万人 【目標値】
稲沢市の「観光振興」に対する市民満足度	31.2% ^{※2}	32.2% ^{※4}	28.7% ^{※6}	50.0%
稲沢市に対して誇りや愛着を持つ市民の割合	69.7% ^{※2}	66.1% ^{※4}	63.5% ^{※6}	80.0%

※1：2016（平成28）年愛知県観光レクリエーション利用者統計の数値（2,116,468人）に2016（平成28）年1月～12月のサリオパーク祖父江の利用者数（419,507人）を加えた数値（2,535,975人）。

※2：市政アンケート調査結果【2017（平成29）年5月実施】。

※3：2019（令和元）年愛知県観光レクリエーション利用者統計の数値（2,620,411人）。

※4：第25回市政世論調査結果【2020（令和2）年8月実施】。

※5：2021（令和3）年愛知県観光レクリエーション利用者統計の数値（1,828,743人）。

※6：第26回市政世論調査結果【2022（令和4）年8月実施】。

2027（令和9）年の年間観光入込客数の目標値400万人を達成することにより、2027（令和9）年の観光消費額は160億円と推計されます。

「いなざわ観光まちづくりラボ」の推進

稲沢市ならではの観光まちづくりを推進するため、本計画で掲げる三つの基本方針（①観光まちづくりを主体的に推進する人材の育成と組織体制の強化、②稲沢市の魅力を活用した観光受入体制の整備、③観光誘客の促進と地域経済が潤う仕組みの構築）に基づき、アクションプランに取り組んでいきます。その成果を稲沢市の活性化につなげていくためには、取り組みの主役となる「ひとづくり」と推進主体となる「組織づくり」が何よりも重要となります。

現在、稲沢市では様々な分野で多くの人材が活躍しています。観光まちづくりを推進するためには、こうした人材の育成だけではなく、継続的な事業展開に向けたさらなる人材の発掘が求められます。また、各人材が個々の分野で活躍するだけではなく、有機的なネットワークを構築し、相乗効果を高めていくことが求められます。

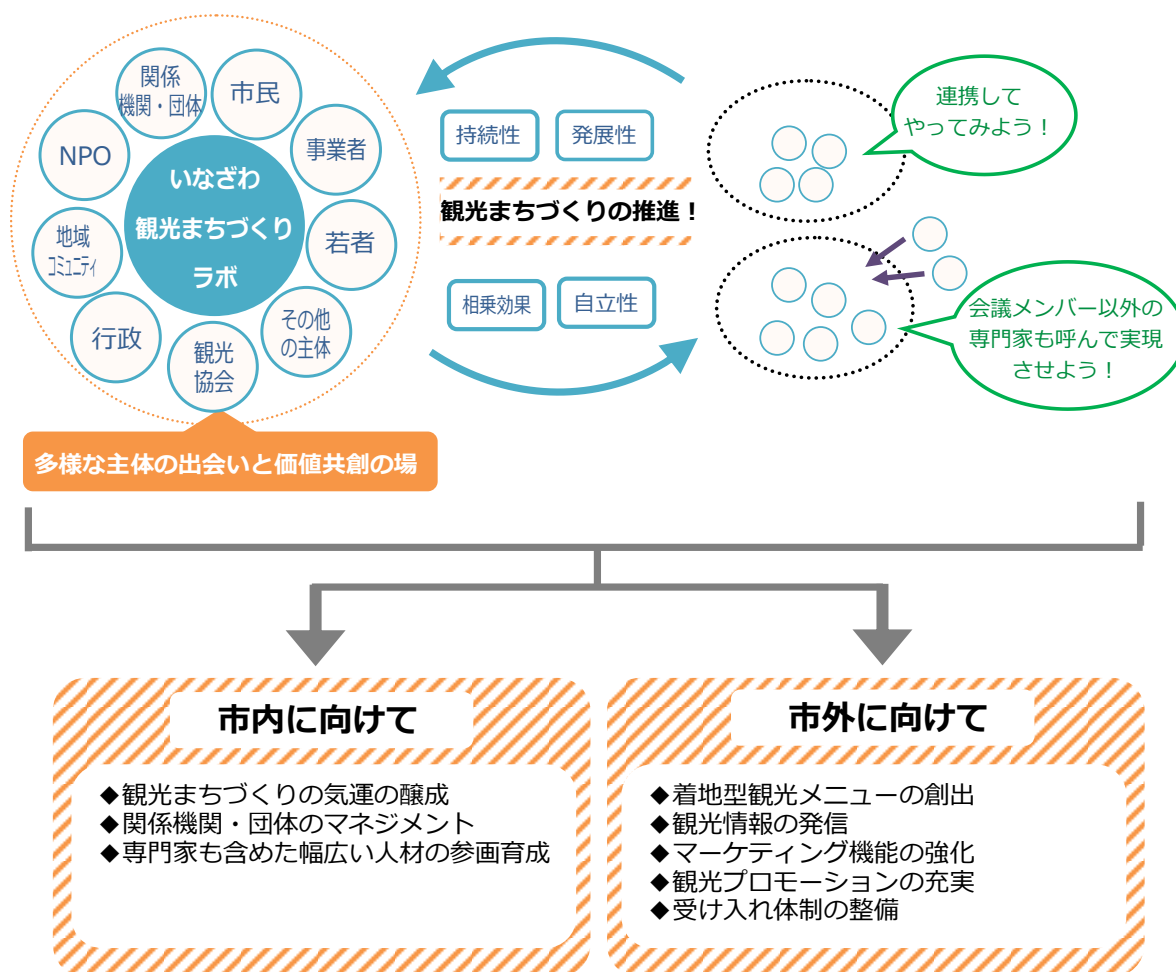
そのため、本計画における重点アクションプランとして、観光まちづくり推進体制の核となる“「いなざわ観光まちづくりラボ」の推進”を位置付け、「ひとづくり」と「組織づくり」を推進していきます。

「いなざわ観光まちづくりラボ」は、2017（平成29）年度に設置され、観光に携わる様々な主体が集まる「稲沢市観光基本計画アクションプラン検討会議」を基にした市民中心の実践組織であり、稲沢市の観光まちづくりにおける推進主体となります。

稲沢市観光協会をファシリテーターとしながら、市民や関係機関・団体、行政等、多様な主体のネットワーク化を図り、協働による事業の持続性や発展性を高めていきます。また、組織づくりだけではなく、観光まちづくりを担うプレイヤーの裾野を拡げていくため、人材の発掘・育成を図り、組織の基盤を構築していきます。

各主体が「いなざわ観光まちづくりラボ」を媒介として有機的につながり、それぞれの役割やノウハウを活用し合うことで、稲沢市ならではの着地型観光メニューの創出や新たな観光・交流事業の推進、地域の魅力の再発掘・再構築を目指します。

■ 「いなざわ観光まちづくりラボ」のイメージ



稲沢市観光協会は、「いなざわ観光まちづくりラボ」のファシリテーターとして、市民との協働によって地域の多様な魅力を掘り起こし、プロジェクトの企画立案を実践（アクション）につなげていきます。

ロードマップ				
2023 (令和5) 年度	2024 (令和6) 年度	2025 (令和7) 年度	2026 (令和8) 年度	2027 (令和9) 年度
事業の企画・実施	→	自立に向けた検討	→	→

成果指標		
項目	現状値 (2022 (令和4) 年度)	目標値 (2027 (令和9) 年度)
メンバー数	86*	100
プロジェクト実施数	16	20

※いなざわ観光まちづくりラボのメンバー数 2023 (令和5) 年2月現在

■いなざわ観光まちづくりラボで進行中のプロジェクト（2022（令和4）年12月現在）

プロジェクト1 「季節を運ぶ手作り小物 四季の詩」

季節感のある手作り小物や地元産の新鮮野菜の販売、「いなざわの昔話」を伝える紙芝居の朗読や落語等を通じて地域の魅力を発信するとともに、人と人との輪を広げ、個々の持ち味が発揮できる、活気あふれるまちづくりを目指すプロジェクト。

プロジェクト2 「やわせ！てくてくウォーキング♪」

矢合地区内の文化財や名所をボランティアガイドと一緒に巡りながら楽しくウォーキングしてもらうことで、奈良時代から今日まで続く稲沢の古い歴史を体感してもらうプロジェクト。

プロジェクト3 「つなごう つながろう 稲沢」

情報ポータルサイト「いいな ざわざわ」を通じて、市内各地に点在する稲沢の魅力を「発信」し「連鎖」させることで、稲沢の観光情報の集約を目指したプロジェクト。

プロジェクト4 「いいな ざわざわ Season2～ラボ活動の交流の場としての機能追加～」

多様な人材が集まるラボの活動は、活動時間や活動場所の設定が困難であること、さらにコロナ禍皆が集まって会議を行うことに支障が生じていることから、活動を推進していく手段の一つとして、オンライン環境を活用した情報共有及び意見交換を行える仕組みを構築し、活用するプロジェクト。プロジェクト3「つなごう つながろう 稲沢」プロジェクトで運営する情報ポータルサイト「いいな ざわざわ」内にラボメンバー専用交流ページの機能を追加し、活用を図る。

プロジェクト5 「美濃路稲葉宿元気プロジェクト」

「美濃路稲葉宿」御宿印の販売、地元小学生を対象とした御宿印手作り体験会や美濃路稲葉宿本陣跡ひろばを活用したマルシェなどの賑わいイベントを実施し、美濃路稲葉宿周辺の活性化と歴史文化の伝承、美濃路観光の拠点づくりを目指すプロジェクト。

プロジェクト6 「地域資源の見える化を図るプロジェクト」

稲沢ならではの地域資源及び周辺市町の地域資源を掘り起こし、紙媒体や動画撮影、YouTube配信等を通じてその魅力を「見える化」することで、観光プロモーションツールとしての活用を目指すプロジェクト。

プロジェクト7 「#で稲沢を盛り上げよう！」

ラボメンバーがInstagramのハッシュタグ（#）投稿を使って稲沢市の魅力を率先して発信することで、情報の拡散効果を高めるとともに、ラボ活動の活性化や一体感の醸成、若年層の参画を目指すプロジェクト。

プロジェクト8 「いなざわ観光まちづくりラボ共同企画 ローズ倶楽部イベント」

名古屋のシニア活動団体「ローズ倶楽部」が主催するイベント・講座を「いなざわ観光まちづくりラボ」と共同実施することで、稲沢市への観光誘客に繋げるプロジェクト。

プロジェクト9 「稲沢まるごとイルミネーション」

稲沢市に縁のあるLEDを活用し、市民や企業等の連携により市内全体をイルミネーションで彩ることで、「冬の稲沢に人々が集う場所を作る」「市民のまちへの愛着を増やす」「市内へ通勤・通学する人々に稲沢市との接点を持ってもらう」ことを目指すプロジェクト。

プロジェクト10 「尾張国分寺跡&矢合から 歴道ウォーク」

“奈良時代の尾張国分寺跡”、“鎌倉時代の矢合の植木”、“江戸時代の美濃路”といった市内の史跡を巡る「歴道ウォーク」イベントを企画することで、歴史を通じて稲沢市の魅力を発信していくプロジェクト。

プロジェクト11 「“稲沢・サリオパーク祖父江”を世界へ！」

稲沢市の魅力の一つである「サリオパーク祖父江」をフィールドとして、スポーツや自然体験を通じて地域の活性化を図るプロジェクト。

プロジェクト12 「稲沢グリーンツーリズム」

稲沢市の代表的な産業である植木をメインに、矢合観音を始めとする矢合地区周辺の魅力を体感できるツアーを企画することで、地域内の経済効果を生み出し、稲沢市の活性化を図るプロジェクト。

プロジェクト13 「稲沢農業ツアーリング事業」

市内にある特徴的な農園を回るツアーを企画することで、稲沢市の多彩な農業を市内外の人々に知ってもらうとともに、農業支援に繋げるプロジェクト。農園同士の連携によるイノベーション創出と新たな6次産品開発の契機となることを目指す。

プロジェクト14 「稲沢市初の『国宝』を誕生させるプロジェクト」

市民、関係団体、行政が一体となり、重要文化財の『国宝』指定に挑戦することで観光まちづくり活動の具現化を図り、シビックプライドの醸成と「歴史・文化都市 稲沢」の価値向上を目指すプロジェクト。

プロジェクト15 「興化山長光寺 臥松水蘇り」

稲沢市六角堂に所在する長光寺は多くの文化財を有し、境内には織田信長が愛飲したと伝わる井戸「臥松水」跡が残っている。この「臥松水」を市民の手で現代に蘇らせることで、稲沢市の新たな観光資源とすることを目指すプロジェクト。

プロジェクト16 「かがり火音楽会」

地域の人々の心の拠り所であり、大切な財産でもある寺院を、皆が集う場所として活かしていくため、音楽会を開催することにより、市内に地域の方や市内・市外の人が集まり活気ある空間を創ることを目指すプロジェクト。

第3章 アクションプラン

基本方針 1 観光まちづくりを主体的に推進する人材の育成と組織体制の強化

アクションプラン 1 観光まちづくりに対する市民意識の醸成

事業概要

観光まちづくりへの市民の理解を深め、地域が一体となった受入体制の気運を高めるため、観光PRポスターやチラシ等を作成し、市内公共施設、主要集客施設、イベント、展示会場等、市民が多く目に触れる場所に掲示し、広く周知を図ります。

また、観光まちづくりに主体的に取り組む方々の活動情報を発信する方策を構築するとともに、活動者自らが積極的に情報発信できるよう支援していきます。

そして、PR活動を広く進めるため、チラシ等の設置場所や、デジタル化を含めて活動内容を発信する媒体の拡充に努めます。

関係主体

行政	観光協会	商工会議所・ 商工会・JA	観光 事業者	交通 事業者	寺社	農商工 業者	市民団体	市民個人	その他
○	○	○	○	○	○	○	○	○	

主な取り組み

No.	取り組み名	主な実施主体	実施計画(※)
1	観光PRポスターやチラシ等の作成	市 市観光協会	継続実施
2	活動内容の情報発信	市 市観光協会	継続実施
3	観光PRポスターやチラシ等の設置場所・ 活動内容発信媒体の拡充	市 市観光協会	短期

※実施済み、継続実施（前期計画期間中に取り組み、本計画でも引き続き実施するもの）、短期（1～3年）、中期（3～5年）を目安として記載しています。（以下同様）

アクションプラン2 観光まちづくり推進体制の整備

事業概要

観光まちづくりを持続的に推進していくためには、市民、事業者、団体等が本市の魅力再認識・再発掘し、目指すべき目標を共有し合った上で、自ら主体的に観光・交流事業を検討・実践していくことが必要です。そのための推進組織として、稲沢市観光協会をファシリテーターとし、多様な関係者による協働ネットワークで構成される観光まちづくりプラットフォーム「いなざわ観光まちづくりラボ」を2018（平成30）年度に設置しました。「ラボ」の運営を通して本市の観光における新たな価値を創造する活動を担っていくことが期待されます。

関係主体

行政	観光協会	商工会議所・ 商工会・JA	観光 事業者	交通 事業者	寺社	農商工 業者	市民団体	市民個人	その他
○	○	○	○	○	○	○	○	○	

主な取り組み

No.	取り組み名	主な実施主体	実施計画
1	「いなざわ観光まちづくりラボ」の立ち上げ	市 市観光協会	実施済み

アクションプラン3 観光協会の組織・機能強化

事業概要

稲沢市観光協会が持続的な観光まちづくりを推進する上で中核を担える存在となるよう、事業内容の整理や職員の適正配置、行政や関係機関・団体との連携を強化することで組織体制の充実を図ります。

また、「いなざわ観光まちづくりラボ」のファシリテーターとして、市民との協働によって地域の多様な魅力を掘り起こし、プロジェクトの企画立案を実践（アクション）につなげていきます。本市ならではの観光メニューを活かした誘客促進を図り、適切な集客・販売ルートにより地域経済の活性化に向けた仕組みを構築します。さらに、ターゲットを絞った戦略的な観光プロモーションを展開し、本市への来訪意欲を高めることで、消費意欲の喚起を図っていきます。

そして、効果的な自主事業の展開により収入と会員の増加を図り、自主財源を確保することで経営基盤を強化し、将来的に法人化移行による独立採算経営の可能性につ

いて検討していきます。

関係主体

行政	観光協会	商工会議所・ 商工会・JA	観光 事業者	交通 事業者	寺社	農商工 業者	市民団体	市民個人	その他
○	○								

主な取り組み

No.	取り組み名	主な実施主体	実施計画
1	「いなざわ観光まちづくりラボ」の運営	市 市観光協会	継続実施
2	関係機関・団体と連携した観光メニューの創出	市 市観光協会	短期
3	観光協会における職員適正配置	市 市観光協会	中期
4	適切な集客・販売ルートの拡充	市 市観光協会	中期
5	戦略的な観光プロモーションの実現	市 市観光協会	中期
6	自主事業の推進による独立性の確保	市 市観光協会	中期
7	法人化及び収入源確保策の検討	市 市観光協会	中期

アクションプラン4 観光受入体制の整備

事業概要

国内外からの来訪者に対応するため、行政、市民、観光関係者が連携して、おもてなし意識の醸成や観光関連施設等の観光受入体制を整備します。

特におもてなしの第一線で活躍する観光人材の育成に向けては、本市の歴史や文化、ガイドとしての心得等を学ぶ観光ボランティアガイド育成講座を継続的に開催するほか、ボランティアガイドの組織強化、充実に取り組みます。

また、情報提供や人の交流などの機能を持った観光受入施設づくりも併せて検討し、来訪・交流人口の拡大とリピーターの確保を図ります。

関係主体

行政	観光協会	商工会議所・ 商工会・J A	観光 事業者	交通 事業者	寺社	農商工 業者	市民団体	市民個人	その他
○	○	○	○	○	○	○	○	○	

主な取り組み

No.	取り組み名	主な実施主体	実施計画
1	観光ボランティアガイドを育成するためのおもてなし講座の開催及びボランティアガイドの主体的な活動の支援	市観光協会	短期
2	テーマ別マイスター認定制度の創設	市観光協会	短期
3	観光案内看板や施設内誘導看板などの整備	市	短期
4	文化財の案内看板の拡充	市	短期
5	観光パンフレット設置場所の充実	市 市観光協会	短期
6	デジタルサイネージの充実	市 市観光協会	短期
7	S N S等を活用した情報発信	市 市観光協会 個人	短期
8	観光関連施設におけるW i - F i 環境の整備	市 市観光協会 観光事業者 交通事業者 寺社 農商工業者	中期
9	観光案内所の設置検討	市 市観光協会	中期
10	美濃路稲葉宿本陣跡ひろばにおけるガイドの常駐の検討	市 市観光協会	中期
11	美濃路稲葉宿本陣跡ひろばにおける資料展示の検討	市 市観光協会	中期

アクションプラン5 外国人観光客の受入体制の整備

事業概要

外国人観光客の観光ニーズは多様であり、国籍・文化・宗教等によりきめ細かな対応や受入側の理解が必要になります。そのため、本市の持つ地域資源や文化に対して関心が高い国や属性等について、各種調査等を通じて継続的な把握に努めます。

また、多言語表記の観光案内看板の設置や多言語に対応した案内ボランティアの研修等の実施を検討します。

関係主体

行政	観光協会	商工会議所・ 商工会・J A	観光 事業者	交通 事業者	寺社	農商工 業者	市民団体	市民個人	その他
○	○		○	○	○			○	

主な取り組み

No.	取り組み名	主な実施主体	実施計画
1	多言語ガイドブックの活用	市観光協会	継続実施
2	外国人観光客を意識したSNSの発信	市 市観光協会	短期
3	各種調査等による外国人観光客の実態把握	市 市観光協会	中期
4	多言語表記の観光案内看板や施設内誘導看板などの整備	市	中期
5	多言語観光ボランティアガイド育成の検討	市観光協会	中期
6	飲食店や宿泊施設などにおける多言語表記の啓発	市 市観光協会 観光事業者 交通事業者	中期

基本方針 2 稲沢市の魅力を活用した観光受入体制の整備

アクションプラン 1 地域資源の活用と新たな観光資源の発掘

事業概要

従来の観光資源（国府宮はだか祭をはじめとした祭り・イベント、桜、アジサイ、イチョウ黄葉等）に加え、自然、文化、歴史、産業、環境、健康、スポーツなどの様々な地域資源を掘り起こし、これらを活用し、つなぎ、磨き上げることによって、年間を通じて本市の魅力体験できる着地型観光メニューを創出していきます。

観光メニューの創出にあたっては、各地域資源の歴史的背景やこだわりを“ヒト”との交流により伝えていくことで、新たな付加価値を生み出し、満足度の向上を目指します。

関係主体

行政	観光協会	商工会議所・ 商工会・JA	観光 事業者	交通 事業者	寺社	農商工 業者	市民団体	市民個人	その他
○	○	○	○	○	○	○	○	○	

主な取り組み

No.	取り組み名	主な実施主体	実施計画
1	既存イベントにおける連携強化	市 市観光協会 商工会議所・商工会 市民団体	継続実施
2	地域資源の掘り起こしと活用方法の検討	市 市観光協会 商工会議所・商工会 JA 観光事業者 交通事業者 寺社 農商工業者 市民団体 市民個人	中期

No.	取り組み名	主な実施主体	実施計画
3	着地型観光メニューの創出	市 市観光協会 観光事業者 交通事業者 寺社 農商工業者 市民団体	中期

■国府宮はだか祭■



■イチョウ黄葉■



アクションプラン2 観光ルートの創出・ストーリーづくり

■ 事業概要

年齢、性別、グループといった基本属性、テーマ、季節など、マーケットのニーズに応じて様々な観光資源をつなげたモデルルートを創出します。

■ 関係主体

行政	観光協会	商工会議所・ 商工会・JA	観光 事業者	交通 事業者	寺社	農商工 業者	市民団体	市民個人	その他
○	○	○	○	○	○	○	○		

■ 主な取り組み

No.	取り組み名	主な実施主体	実施計画
1	自然や歴史文化等の地域資源を組み合わせた観光ルートの設定	市 市観光協会	短期

No.	取り組み名	主な実施主体	実施計画
2	J A F と連携したドライブルートの設定	市 市観光協会 交通事業者	短期
3	武将観光ルートの創出	市 市観光協会	中期
4	市内企業・事業者と連携した産業観光ルートの設定	市 市観光協会 農商工業者	中期
5	近隣市町と連携した広域周遊ルートの設定	市 市観光協会	中期

アクションプラン 3 武将観光の推進

事業概要

織田信長の生誕地説が有力である勝幡城を核とし、武将観光イベント等への参加を通じて「信長生誕の地」として勝幡城域を共有する愛西市と連携し、本市の魅力を国内外に積極的にPRします。

取り組みに際しては、有識者や歴史文化の保全・PRに取り組む地域の方々、武将観光を推進する愛知県や他自治体とも連携を強化し、事業を推進します。また、勝幡城跡を核とした誘客の手法について検討します。

関係主体

行政	観光協会	商工会議所・ 商工会・J A	観光 事業者	交通 事業者	寺社	農商工 業者	市民団体	市民個人	その他
○	○		○		○		○	○	有識者

主な取り組み

No.	取り組み名	主な実施主体	実施計画
1	武将観光関連イベントへの出展・PR	市 市観光協会 観光事業者 市民団体	継続実施

No.	取り組み名	主な実施主体	実施計画
2	「信長生誕の地」プロモーション事業の展開	市 市観光協会 観光事業者 市民団体	継続実施
3	関係機関との連携による武将観光の推進	市・県 市観光協会・県観光協会 観光事業者	中期
4	稲沢市出身武将の関係地域と連携した事業の展開	市 市観光協会	中期
5	武将観光ルートの創出（再掲）	市 市観光協会	中期
6	勝幡城跡を核とした武将観光施設整備等の誘客促進方策の検討	市 市観光協会	中期

アクションプラン4 四季の地域資源を活用したまつり・イベントの開催

事業概要

本市には、国府宮はだか祭、さくらまつり、植木まつり、あじさいまつり、サンドフェスタ、イチヨウ黄葉まつりなど、季節や地域の魅力を伝えることができる祭り・イベントが数多くあります。そのため、これらの祭りを持続的に開催できるよう支援を行っていきます。また、これらの既存イベントに加え、ご当地グルメや特産品を活用した食のイベントや体験型イベントなど、地域の魅力をつなぎ、来訪者が気軽に楽しめる新たなイベントを地域とともに創出し、来訪者の増加を図ります。

関係主体

行政	観光協会	商工会議所・ 商工会・JA	観光 事業者	交通 事業者	寺社	農商工 業者	市民団体	市民個人	その他
○	○	○	○	○	○	○	○	○	大学等

主な取り組み

No.	取り組み名	主な実施主体	実施計画
1	国府宮桜ライトアップ・へいわさくらまつり	商工会議所・商工会	短期
2	いなざわ植木まつり	市	短期

No.	取り組み名	主な実施主体	実施計画
3	稲沢あじさいまつり	市 市観光協会 商工会議所	短期
4	稲沢夏まつり	市民団体	短期
5	稲沢サンドフェスタ	市	短期
6	稲沢まつり	商工会議所	短期
7	そぶえイチョウ黄葉まつり	商工会	短期
8	稲沢イルミネーション	市 市観光協会 商工会議所 大学・短大	短期
9	国府宮はだか祭	寺社	短期
10	いなざわ梅まつり	市観光協会	短期
11	既存イベントのあり方検討	市 市観光協会 商工会議所・商工会 市民団体	中期
12	地域が主体となったイベントの開催	市 市観光協会 商工会議所・商工会 農商工業者 市民団体	中期

■桜ネックレス■



■性海寺のアジサイ■



■国府宮はだか祭■



■稲沢サンドフェスタ■



アクションプラン5 “農”を活用した体験型観光メニューの創出

事業概要

日本有数の生産量と知名度を誇る「祖父江ぎんなん」のさらなるブランド力の向上を目指して、代表4品種である「久寿」^{きゅうじゅ}「金兵衛」^{きんべえ}「栄神」^{えいしん}及び「藤九郎」^{とうくろう}の保全を行い、広く銀杏を県内外にPRする場として、令和3（2021）年度に「祖父江ぎんなんパーク」を整備しました。そぶえイチョウ黄葉まつり、マルシェイベントの開催などを通じて、新たな市内名所として活用していきます。

また、地域との連携により、田植え・稲刈り等の農業体験や自然環境学習が行える“農”を活用した体験型メニューの創出に取り組むとともに、市内外の方が気軽に参加できる農業体験農園を開設しようとする農業者、民間企業等の発掘を推進し、これらの情報発信にも努めます。

関係主体

行政	観光協会	商工会議所・ 商工会・JA	観光 事業者	交通 事業者	寺社	農商工 業者	市民団体	市民個人	その他
○	○	○				○	○		

主な取り組み

No.	取り組み名	主な実施主体	実施計画
1	地域と連携した農業体験メニューの創出	市 農商工業者 市民団体	短期
2	農業体験農園の整備、農業体験の場の提供	市 農商工業者	短期

No.	取り組み名	主な実施主体	実施計画
3	植木・苗木、祖父江ぎんなん等の農産品の販売拡充	市 商工会 JA 農商工業者	短期
4	「祖父江ぎんなんパーク」を活用したイベントの展開	市・県 商工会 JA 農商工業者	短期

■祖父江ぎんなん■



■祖父江のイチョウ■



アクションプラン6 サリオパーク祖父江を核とした体験型観光の推進

事業概要

国営木曾三川公園ワイルドネイチャープラザ、県営木曾川祖父江緑地及び市営祖父江ワイルドネイチャー緑地の隣接3公園から構成されるサリオパーク祖父江は、木曾川の清流や全国的にも珍しい河岸砂丘、自然林と松林など自然環境に大変恵まれた空間となっています。当地では稲沢夏まつりや稲沢サンドフェスタ、東海シクロクロス大会が開催され、毎年多くの賑わいと交流が生み出されているほか、絶滅危惧種の野鳥類をはじめとする貴重な生物が生息し観察できる場として、環境学習会（自然観察会）などの催しも定期的に行われており、本市における貴重な観光資源となっています。

今後、これらの催しをさらに磨き上げるとともに、国・県との連携の下、ウィンドサーフィンやSUPなどの水上スポーツ、バーベキューや砂丘を活用した体験型イベントなど、サリオパーク祖父江の特色を活かした「ここでしかできない」自然体験型の観光メニューを創出し、年間を通じた集客へとつなげていきます。

関係主体

行政	観光協会	商工会議所・ 商工会・J A	観光 事業者	交通 事業者	寺社	農商工 業者	市民団体	市民個人	その他
○	○		○				○		

主な取り組み

No.	取り組み名	主な実施主体	実施計画
1	環境学習会（自然観察会）の開催	市・国	短期
2	サリオパーク祖父江の特色を活かしたSUP等体験型観光の推進	市・国・県 市観光協会	短期
3	サリオパーク祖父江における適切な公園機能の充実と周辺道路の整備	市・国・県	中期
4	サリオパーク祖父江で開催されるイベント等との連携、PR協力	市・国・県 市観光協会	中期

■サリオパーク祖父江■



■SUPなどの水上スポーツ■



アクションプラン7 産業観光の推進

事業概要

農商工業に関連する技術や生産地、工業施設など、産業を観光資源として活用し、本市の製品を国内外へPRするとともに、生産者が来訪者と交流することで、産業技術の継承、雇用の確保、新たな製品開発等を促し、地域産業の振興を図ります。

また、本市の都市イメージとして印象強い「植木産業」をはじめ、本市の地場産業の技術を活用したイベント、伝統技術や最先端の工業技術を活用した体験会・見学会等を観光的側面も含めて実施することで、誘客の促進を図るとともに、本市の優れた製品や技術を国内外にPRします。

関係主体

行政	観光協会	商工会議所・ 商工会・JA	観光 事業者	交通 事業者	寺社	農商工 業者	市民団体	市民個人	その他
○	○	○	○	○		○			

主な取り組み

No.	取り組み名	主な実施主体	実施計画
1	見学受入可能施設の掘り起こし	市 市観光協会 商工会議所・商工会	短期
2	対外的に誇るべき市内企業・事業者の製品や技術に関する情報発信	市 市観光協会 商工会議所・商工会	短期
3	市内企業・事業者と連携した産業観光ルートの設定（再掲）	市 市観光協会 農商工業者	中期
4	ものづくり体験や収穫体験ができる産業観光メニューの創出	市 市観光協会 農商工業者	中期
5	産業観光メニューに関する情報発信	市 市観光協会 商工会議所・商工会	中期

■植木産業■



アクションプラン 8 広域連携の推進による誘客促進

事業概要

愛知県や愛知県観光協会のほか、美濃路・木曾川沿線自治体など本市と共通のテーマ・資源を持つ自治体や観光事業者等との連携により観光ルートの創出やイベント・キャンペーンを開催し、エリアとしての誘客を図ります。

また、本市の地域資源と共通したテーマの地域資源を持つ自治体・観光事業者と効果的に連携することで国内外からの誘客を促進し、来訪・交流人口の拡大による地域経済の活性化につなげます。

関係主体

行政	観光協会	商工会議所・ 商工会・J A	観光 事業者	交通 事業者	寺社	農商工 業者	市民団体	市民個人	その他
○	○	○	○	○		○			

主な取り組み

No.	取り組み名	主な実施主体	実施計画
1	広域連携による観光ルートの創出	市・国・県 市観光協会・県観光協会 観光事業者 交通事業者	中期
2	共通したテーマの地域資源を持つ自治体等との連携の推進	市 市観光協会	中期
3	広域観光組織及び協議体への参画	市 市観光協会	中期

アクションプラン 9 健康づくりと連動したまち歩きの推進

事業概要

観光ガイドブックとウォーキングマップが一体となったマップを活用し、まち歩きに利用してもらうことで、健康寿命の延伸と健康格差の縮小を図るとともに、来訪者による市内周遊性の向上と地域の魅力発見につなげ、ウェルネスツーリズムをコンセプトとした新たな事業展開を目指します。また、サリオパーク祖父江等で開催されるサイクルイベントを活用して本市をPRします。

関係主体

行政	観光協会	商工会議所・ 商工会・JA	観光 事業者	交通 事業者	寺社	農商工 業者	市民団体	市民個人	その他
○	○	○	○	○		○			

主な取り組み

No.	取り組み名	主な実施主体	実施計画
1	鉄道事業者主催のウォーキングイベントとの連携	市 市観光協会 交通事業者	継続実施
2	ウォーキングマップの活用	市 市観光協会	短期
3	いきいきいなざわ いなっぴー健康マイレージ事業の推進	市	短期
4	既存ウォーキングコースの見直し、新規コースの検討	市 市観光協会	短期
5	ウェルネスツーリズム事業	市 市観光協会 商工会議所・商工会 観光事業者 交通事業者 農商工業者	中期
6	市内周遊サイクリングコースの検討	市 市観光協会	中期

アクションプラン 10 寺社との連携強化による文化財の活用

事業概要

指定文化財については、これまで保護と保存の面が強く言われてきましたが、近年では保存の必要性とともに、公開の機会を設けることで文化財を活用することが強調されています。

文化財所有者で組織する連絡協議会、行政及びボランティアガイドの団体による連絡会議を開催し、文化財の公開に向けた方策を検討します。

関係主体

行政	観光協会	商工会議所・ 商工会・J A	観光 事業者	交通 事業者	寺社	農商工 業者	市民団体	市民個人	その他
○	○		○	○	○		○		

主な取り組み

No.	取り組み名	主な実施主体	実施計画
1	文化財の活用に関係する団体との協議の推進	市 市観光協会 寺社 市民団体	短期

■善光寺東海別院■



■美濃路■



アクションプラン 11 観光行動及び交流活動の推進

事業概要

来訪者の観光行動を分析するため、デジタルマーケティングの手法を用いたデータの収集を検討します。収集したデータは市内観光客の周遊データ分析に活用することで、次なる観光施策の推進につなげていきます。

関係主体

行政	観光協会	商工会議所・ 商工会・J A	観光 事業者	交通 事業者	寺社	農商工 業者	市民団体	市民個人	その他
○	○	○	○	○	○	○	○		

■ 主な取り組み

No.	取り組み名	主な実施主体	実施計画
1	スマートフォン等の活用と市内観光客の動向分析	市 市観光協会	中期

アクションプラン 12 荻須記念美術館の魅力向上

■ 事業概要

本市が輩出した荻須高德画伯を顕彰する美術館を中心として芸術文化の振興を図ります。

荻須画伯に関する作品、資料のさらなる収集に努め、特別展・企画展を開催することで鑑賞の機会を提供し、市内外からの幅広い集客を図ります。

また、市内の大学等と連携し、体験型イベントをはじめ、美術館の魅力向上と集客につながる事業を展開していきます。

■ 関係主体

行政	観光協会	商工会議所・ 商工会・J A	観光 事業者	交通 事業者	寺社	農商工 業者	市民団体	市民個人	その他
○									大学等

■ 主な取り組み

No.	取り組み名	主な実施主体	実施計画
1	特別展・企画展の開催	市	継続実施
2	稲沢市美術館大学パートナーシップ事業	市 大学	短期

基本方針3 観光誘客の促進と地域経済が潤う仕組みの構築

アクションプラン1 観光資源の価値と理解を深めるプロモーションの強化

事業概要

利用者が必要な情報を入手しやすいように観光情報を集約するための「観光ポータルサイト」を開設するほか、SNSをはじめとするコミュニケーションツールを活用し、より効果的な情報発信が可能な仕組みの構築を検討します。

また、マスメディア、ケーブルテレビやタウン誌などの地域メディアとの連携を強化するとともに、フィルムコミッション事業を推進します。

さらに、本市の魅力を広くPRするためのツールとして、市内外を問わず高い認知度を誇り、幅広い年代層から人気がある稲沢市公式マスコットキャラクター「いなッピー」や、「稲沢市キャンペーン・レディー」から名称を改め、活動の幅を広げる「稲沢市シティアテンダント」を積極的に活用するほか、愛知県や愛知県観光協会をはじめとする関係機関・団体、大型商業施設や交通事業者等と連携した観光プロモーションを展開していきます。

なお、本市への来訪意欲と消費意欲を喚起していくためには、今後ファンづくりとリピーターづくりが必要となります。そのためには、観光資源のブランディングにより本市の価値と魅力を高め、それに共感する人々を的確にターゲットとする戦略的な観光プロモーションが求められます。継続的な誘客促進と交流人口の増加につなげていくため、稲沢市観光協会を中心として、ご当地グルメの開発をはじめとした戦略的な観光プロモーションに取り組んでいきます。

関係主体

行政	観光協会	商工会議所・ 商工会・JA	観光 事業者	交通 事業者	寺社	農商工 業者	市民団体	市民個人	その他
○	○	○	○	○				○	

主な取り組み

No.	取り組み名	主な実施主体	実施計画
1	SNS等を活用した情報発信（再掲）	市 市観光協会 市民個人	短期
2	マスメディアや地域メディアとの連携強化	市 市観光協会	短期
3	フィルムコミッション事業の推進	市 市観光協会	短期

No.	取り組み名	主な実施主体	実施計画
4	いなっピーの活用	市 市観光協会	短期
5	稲沢市シティアテンダントの活用	市観光協会	短期
6	関係機関等と連携した観光プロモーションの推進	市・県 市観光協会・県観光協会 観光事業者 交通事業者	短期
7	観光情報サイトの充実	市 市観光協会	短期
8	稲沢らしい観光資源の創出と磨き上げ	市 市観光協会	中期
9	戦略的な観光プロモーションの実現（再掲）	市 市観光協会	中期
10	稲沢観光PR大使設置の検討	市 市観光協会	中期

■稲沢市公式マスコットキャラクター「いなっピー」■



©稲沢市 いなっピー

アクションプラン2 食の魅力づくり・お土産品の開発

事業概要

本市の食材や食品、食文化を活用したイベント等の際に、食材・食品のPRと合わせて生産者、販売者の“こだわり”等を情報発信することで、商品の付加価値を高め、販路の拡大につなげます。また、「食」の地域ブランド化を推進する中でご当地グルメを開発し、シティプロモーションのツールとして活用します。

さらに、市民や来訪者が特産品をいつでも気軽に入手でき、飲食や休憩などでもできる場所として、主要駅前周辺施設や商店街空店舗の活用、JAの共同直売所の充実をはじめ、交流拠点の整備について検討していきます。

また、各祭り・イベントにおいて稲沢市PRコーナーを設置し、来訪者が特産品を

気軽に購入できる環境を整備します。

関係主体

行政	観光協会	商工会議所・ 商工会・JA	観光 事業者	交通 事業者	寺社	農商工 業者	市民団体	市民個人	その他
○	○	○	○			○	○		

主な取り組み

No.	取り組み名	主な実施主体	実施計画
1	稲沢市の「食」を活用したイベントの開催	市 市観光協会 商工会議所・商工会 JA 観光事業者 農商工業者	短期
2	特産品の認定及び販路拡大	市 市観光協会 商工会議所・商工会 JA 観光事業者 農商工業者	短期
3	ご当地グルメ開発事業の推進	市 市観光協会 商工会議所・商工会 JA 農商工業者	短期
4	稲沢市の特性を活かした土産品の開発	市 市観光協会 商工会議所・商工会 JA 観光事業者 農商工業者 市民団体	中期
5	生産者と消費者をつなげる「産地直売所」等の交流拠点整備の検討	市 市観光協会 商工会議所・商工会 JA 農商工業者	中期

アクションプラン3 観光施設の安全確保と利便性の向上

事業概要

子どもから高齢者、障害を持った方、外国人など来訪者の誰もが安心して観光施設を利用できるよう、施設の適正な維持管理に努めます。バリアフリー化やユニバーサルデザイン化、Wi-Fi環境の整備を推進し、施設利用者の利便性向上を図ります。

関係主体

行政	観光協会	商工会議所・ 商工会・JA	観光 事業者	交通 事業者	寺社	農商工 業者	市民団体	市民個人	その他
○	○	○	○	○	○	○			

主な取り組み

No.	取り組み名	主な実施主体	実施計画
1	観光関連施設の適切な維持・管理	市 市観光協会 観光事業者 交通事業者 寺社 農商工業者	継続実施
2	観光関連施設におけるWi-Fi環境の整備 (再掲)	市 市観光協会 観光事業者 交通事業者 寺社 農商工業者	中期
3	観光関連施設におけるバリアフリー化等の推進	市 市観光協会 観光事業者 交通事業者 寺社 農商工業者	中期

アクションプラン4 交通アクセスの充実・活用、鉄道事業者との連携

事業概要

コミュニティバスなどの公共交通機関や民間事業者と連携したレンタサイクルの活用などを検討し、市内を広く周遊できる環境を整備します。

また、鉄道事業者との連携をさらに進め、外部からの誘客を図る事業を企画・立案し、来訪・交流人口の拡大による地域の活性化へとつなげます。

関係主体

行政	観光協会	商工会議所・ 商工会・JA	観光 事業者	交通 事業者	寺社	農商工 業者	市民団体	市民個人	その他
○	○		○	○			○		

主な取り組み

No.	取り組み名	主な実施主体	実施計画
1	鉄道事業者主催のウォーキングイベントとの連携（再掲）	市 市観光協会 交通事業者	継続実施
2	稲沢市コミュニティバスの活用	市 市観光協会	短期
3	民間事業者と連携したレンタサイクル等の活用	市 市観光協会 観光事業者	短期
4	鉄道事業者と連携した誘客促進	市 市観光協会 交通事業者	短期

アクションプラン5 トイレ、休憩所、駐車場の整備及び案内

事業概要

市内を散策又はドライブ周遊する際に必要なトイレや休憩できる場所、駐車場について順次整備を進めるとともに、それらの情報を来訪者に分かりやすく提供します。

なお、各施設の整備に際しては、来訪者の誰もが安心して利用できるよう、バリアフリー化やユニバーサルデザイン化に努めます。

関係主体

行政	観光協会	商工会議所・ 商工会・JA	観光 事業者	交通 事業者	寺社	農商工 業者	市民団体	市民個人	その他
○	○		○	○	○				

主な取り組み

No.	取り組み名	主な実施主体	実施計画
1	トイレ、休憩所、駐車場に関する情報提供	市 市観光協会	短期
2	トイレ、休憩所、駐車場の適切な整備	市・国・県 観光事業者 交通事業者 寺社	中期

アクションプラン6 イベント民泊の実施

事業概要

本市には国府宮はだか祭をはじめ多数の集客が見込まれる祭り・イベントがありますが、その一方で宿泊施設の不足が課題となっています。本市への来訪者が日帰りではなく宿泊できるようになれば、市内で夕食を取ったり、翌日に市内の観光施設を訪れる可能性も生まれ、交流促進や観光消費の拡大等にもつながると思われま

す。宿泊施設の不足解消に向けた一つの対策として、イベント民泊の実施について検討していきます。

関係主体

行政	観光協会	商工会議所・ 商工会・JA	観光 事業者	交通 事業者	寺社	農商工 業者	市民団体	市民個人	その他
○	○		○		○			○	

■ 主な取り組み

No.	取り組み名	主な実施主体	実施計画
1	イベント民泊の検討	市 市観光協会 観光事業者 寺社 市民個人	中期

アクションプラン7 イベント・コンベンションの誘致

■ 事業概要

アジア競技大会をはじめとする国際的規模のスポーツ大会の開催機会を捉え、スポーツ・文化の事前合宿やイベント・コンベンションを誘致し、地域経済の活性化につなげます。

誘致に際しては、名神高速道路、東名阪自動車道などの高速道路ネットワークに近接した立地環境や名古屋市から鉄道で約10分圏内であるという利便性を強調するほか、市内に活動拠点のあるスポーツチーム及び豊田合成記念体育館（エントリオ）とも連携協力し、イベント・コンベンションの開催地としての魅力をアピールしていきます。

また、市内に所在する大規模ボウリング場を活用し、全国大会を始めとする大規模なイベントの開催地誘致活動にも取り組みます。

■ 関係主体

行政	観光協会	商工会議所・ 商工会・JA	観光 事業者	交通 事業者	寺社	農商工 業者	市民団体	市民個人	その他
○	○	○							

■ 主な取り組み

No.	取り組み名	主な実施主体	実施計画
1	ボウリング競技における大規模イベント（全国大会等）開催地誘致活動の推進	市	短期
2	ウルフドッグス名古屋及び豊田合成記念体育館（エントリオ）との連携	市 市観光協会	短期

No.	取り組み名	主な実施主体	実施計画
3	アジア競技大会における関連事業誘致活動の推進	市	中期
4	イベント（コンサート、発表会）・コンベンション（会議、集会、大会）の誘致	市 市観光協会 商工会議所・商工会	中期

アクションプラン 8 国際姉妹友好都市との交流による外国人観光客の誘致

事業概要

オリンピック・パラリンピック競技大会やアジア競技大会の開催を契機として、姉妹都市であるギリシャのオリンピア市との交流を促進し、相互理解を深めるとともに、外国人観光客の誘客を図ります。また、友好都市である中国の赤峰市との交流促進を始めとする国際友好事業に取り組みます。

関係主体

行政	観光協会	商工会議所・ 商工会・JA	観光 事業者	交通 事業者	寺社	農商工 業者	市民団体	市民個人	その他
○	○	○	○				○		市国際 友好協会

主な取り組み

No.	取り組み名	主な実施主体	実施計画
1	ギリシャ共和国・オリンピア市ホストタウン推進事業	市	短期
2	国際友好事業	市 観光事業者 市民団体 市国際友好協会	中期

アクションプラン9 観光まちづくりに資する観光統計の充実

事業概要

地域づくりに資する指標と経済効果に関わる指標を併せて把握し、地域づくりと収益性の両面を満たした持続可能な観光まちづくりを目指します。

また、ターゲットを絞ったプロモーションを実施し、市内への誘客につなげていくため、来訪者の属性や市内観光消費額、外国人観光客数等の必要な統計数値を各種調査により把握し、効果検証を重ね、事業の見直しと新規施策の企画立案に活用します。

関係主体

行政	観光協会	商工会議所・ 商工会・JA	観光 事業者	交通 事業者	寺社	農商工 業者	市民団体	市民個人	その他
○	○								

主な取り組み

No.	取り組み名	主な実施主体	実施計画
1	アンケート調査等による市民意識の把握	市 市観光協会	短期
2	来訪者等に対するマーケティング調査の実施	市 市観光協会	中期
3	観光に関する統計の整備	市 市観光協会	中期

第4章 計画推進のための役割と体制



1 各主体の役割

本計画のテーマ（基本理念）である「稲沢の“光”をつなぐ観光まちづくり」を推進するためには、市民、団体・民間企業、観光協会、行政など、稲沢市の観光まちづくりに携わる各主体の役割を明らかにした上で、それぞれの特徴と強みを活かし、相互に連携を図りながら取り組んでいくことが必要です。

1 市民の役割

- 稲沢市の魅力を再認識し、家族や友人等にその魅力を伝えます。
- 市民活動やまちづくりイベントに積極的に参画します。
- 来訪者を“おもてなしの心”で温かく迎え入れ、様々な交流やふれあいを図ります。

2 団体・民間企業※の役割

※商工会議所・商工会・JA、観光事業者、交通事業者、寺社、農商工業者、市民団体等が該当します。

- 団体・企業活動を通じて、稲沢市における交流・経済の活性化に努めます。
- 来訪者の増加をビジネスチャンスやまちづくり活性化の機会と捉え、各団体・企業の専門知識や技術を活かした観光事業やサービスの提供に取り組みます。
- 稲沢市全体で観光まちづくりを進めることができるよう、横のつながりを創りながら取り組みを進めます。

3 稲沢市観光協会の役割

- 稲沢市における観光まちづくりの推進主体として、「いなざわ観光まちづくりラボ」の中心的な役割を担い、積極的な事業を展開します。
- 市民と地域、地域と民間企業、市民と行政など、多様な主体をつなぐ役割を担いながら、地域への経済効果を念頭に事業に取り組みます。
- 観光資源のブランディングに取り組み、稲沢市の魅力や価値を高めます。
- 観光に関する情報の一元化を図るとともに、市内外に対してマーケティング分析に基づく戦略的なプロモーションを行います。

4 行政の役割

- 様々な主体が取り組む観光まちづくり事業に対して、積極的な支援を行います。
- 観光振興につながる基盤整備などに取り組みます。
- 国、県、他自治体など、市域を超えた連携を推進します。

2 ビジョン推進体制の構築

本計画で設定したアクションプランを実行的かつ効果的に推進するためには、各主体が個々に取り組むのではなく、相互に連携を図りながら協働で取り組むことができる体制を構築することが必要です。

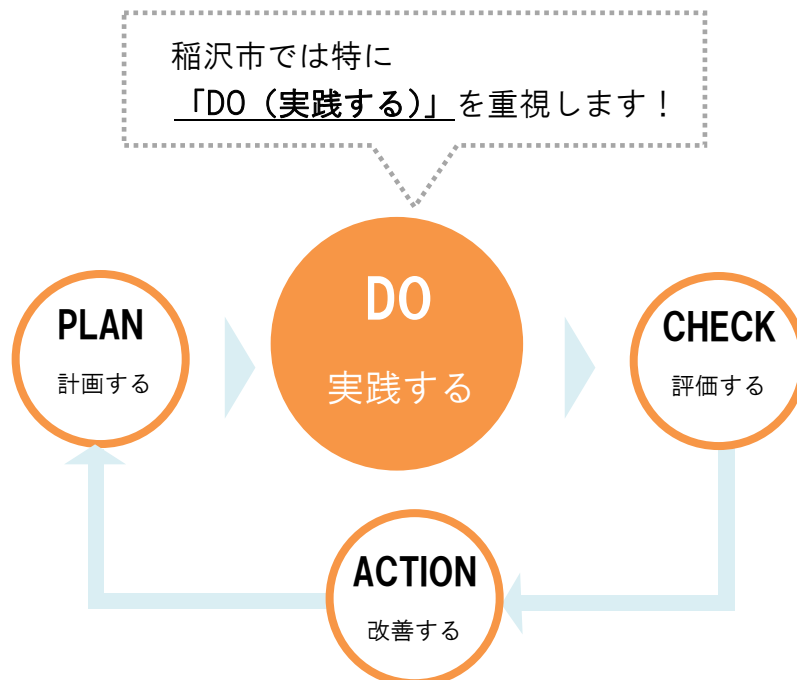
そのため、有識者、観光関係団体、観光関係事業者、観光関係行政機関等で構成する「稲沢市観光基本計画推進委員会」が計画の進行管理を行い、観光に携わる多様な主体の集合である「いなざわ観光まちづくりラボ」により観光まちづくりを推進します。この2つの組織を中心に各主体間の連携を強化しながら取り組みを進めていきます。

3 進行管理及び成果検証

本計画で設定した数値目標に基づき、進捗状況を定期的に点検していきます。また、必要に応じて「主な取り組み」の追加・修正・削除等の見直しを行います。

なお、各施策・事業の推進にあたっては、前期計画と同様、PDCAサイクルの「DO（実践する）」を重視し、観光まちづくりに関わる様々な主体の積極的な取り組みを促進することによって、トライ＆エラーを繰り返しながら目標達成に向けた展開を図ります。

■PDCAサイクルによる評価・検証



付録 用語の解説

用語及び初出ページ	用語の意味
ICT (P.4)	情報通信技術 (Information and Communication Technology)。デジタル化された情報の通信技術であり、インターネットなどを經由して人と人をつなぐ役割を果たす。
アクセシビリティ(P.8)	誰でも必要とする情報に簡単にたどり着け、利用できること。
イベント民泊 (P.37)	年数回程度(1回あたり2～3日程度)のイベント開催時であって、宿泊施設の不足が見込まれる場合に、開催地の自治体の要請等により自宅を提供するような公共性の高いものを「旅館業」に該当しないものとして取り扱い、自宅提供者が旅館業法に基づく営業許可を必要とすることなく、宿泊サービスを提供することを可能とするもの。
ウェルネスツーリズム (P.28)	病気治療・療養を目的とした旅行ではなく、健康な心身並びに社会生活を目指し、健康を維持・発展させることを目的とした旅行。
SDGs (P.4)	持続可能な開発目標 (Sustainable Development Goals)。平成27年に国連総会で採択された、持続可能な開発のための17の国際目標。その下に、169の達成基準と232の指標が定められている。
カーボンニュートラル (P.5)	温室効果ガスの排出を全体としてゼロにすること。人為的な発生源による排出量と、森林などの吸収源による除去量との間の均衡を達成することを意味する。
観光消費額 (P.9)	観光のために取った行動により、旅行者が消費した金額のこと。
観光まちづくり (P.1)	観光のために地域資源を活用するのではなく、地域の活性化や課題解決、まちづくり・人づくりの“手段”として観光を活用していく考え方のこと。
観光立国推進基本計画 (P.3)	観光立国推進基本法(平成19年1月施行)の規定に基づき、観光立国の実現に関する基本的な方針として国が策定した計画。
グリーンツーリズム (P.13)	都市居住者などが農場や農村で休暇・余暇を過ごすこと。アグリツーリズムとも呼称される。

用語及び初出ページ	用語の意味
<p>コンベンション (P.38)</p>	<p>企業が新製品の情報などを発信する展示会や見本市、学者らが研究成果を発表したり、意見交換したりする学術会議、国内外の研究者が集う国際会議等の総称。</p>
<p>SUP（サップ） (P.25)</p>	<p>スタンドアップ・パドルボード（<u>S</u>tand <u>U</u>p <u>P</u>addleboard）の略称で、サーフボードよりも大きく浮力の高いボードに乗ってパドルで漕ぎ進むウォーターアクティビティのこと。SUPを使ってヨガやサーフィン、フィッシングなどを楽しむこともできる。</p>
<p>サリオパーク祖父江 (P.9)</p>	<p>木曾川沿いの祖父江地区に立地する三つの公園（国営木曾三川公園ワイルドネイチャープラザ、県営木曾川祖父江緑地、市営祖父江ワイルドネイチャー緑地）をまとめたエリアの愛称。</p>
<p>産業観光 (P.4)</p>	<p>歴史的・文化的に価値のある産業文化財（工場跡地や古い機械・器具など）、稼働中の生産現場（工場や工房など）、そこでの生産物（工業製品や工芸品・民芸品）などを通して、ものづくりの心や地域の歴史に触れる観光活動のこと。</p>
<p>シクロクロス (P.25)</p>	<p>オフロード（未舗装の悪路）で行われる自転車競技の一つ。</p>
<p>シティプロモーション (P.5)</p>	<p>地域の魅力を内外に発信し、その地域へヒト・モノ・カネを呼び込み地域経済を活性化させる活動のこと。</p>
<p>シビックプライド (P.13)</p>	<p>都市に対する市民の誇りや愛着のこと。</p>
<p>地域ブランド (P.33)</p>	<p>地域の特徴を活かした商品やサービスの銘柄のこと。また、地域そのものの魅力や価値。</p>
<p>着地型観光 (P.6)</p>	<p>観光客の受入先が地元ならではの観光プログラムを企画し、参加者が現地集合・解散をする新しい観光形態のこと。</p>
<p>デジタルサイネージ (P.6)</p>	<p>屋外・店頭・公共空間・交通機関など、あらゆる場所でディスプレイなどの電子的な表示機器を使って情報を発信するシステムのこと。</p>
<p>ハコモノ (P.5)</p>	<p>国や自治体が建てる図書館、美術館、体育館、多目的ホールなどの施設のこと。本ビジョンでは民間事業者等が建設する施設も含む。</p>

用語及び初出ページ	用語の意味
バリアフリー (P.35)	障害者や高齢者等が生活していく際の物理的・心理的な障害や情報に関わる障壁などを取り除くことで、誰もが暮らしやすい社会環境を整備しようとする考え方のこと。
PDCAサイクル (P.42)	事業活動における管理業務を円滑に進めるための手法の一つで、 <u>P</u> lan（計画）→ <u>D</u> o（実行）→ <u>C</u> heck（評価）→ <u>A</u> ction（改善）の4段階を繰り返すことによって、事業を継続的に改善すること。
ファシリテーター (P.6)	集会・会議などで、テーマや議題に沿って発言内容を整理し、決定権を持つことなく、順調に進行するように口添えする役割を担う人のこと。
フィルムコミッション (P.32)	映画、テレビドラマ、CMなど、あらゆるジャンルの撮影場所誘致や撮影支援を行う公的機関のこと。
ブランディング (P.32)	ブランドに対する共感や信頼などを通じて顧客にとっての価値を高める、企業や組織のマーケティング戦略。
マイスター (P.17)	ドイツ語で「巨匠」や「大家」などを意味する語句で、本ビジョンでは観光資源に関する専門的な知識や観光ボランティアガイドとしての豊富な経験を有する人のことをいう。
民泊 (P.37)	ホテルや旅館などの宿泊施設の代わりに、個人が所有する住宅の一部や別宅、マンションの空き室などを活用して有料で旅行者を宿泊させること。
ユニバーサルデザイン (P.35)	障害の有無や年齢、性別などに関わらず、多くの人々が利用しやすいように製品やサービス・環境をデザインする考え方のこと。
ラボ (P.2)	ラボラトリーの略称で、研究所や実験室のこと。本ビジョンでは稲沢市に関わる様々な人が集まり、協働により新たな観光・交流事業等を創出していく場のことをいう。

稲沢市観光まちづくりビジョン

(第2次稲沢市観光基本計画) 後期計画

2023(令和5)年6月発行

発行者 稲沢市経済環境部商工観光課

住 所 〒492-8269 愛知県稲沢市稲府町1番地

TEL : 0587-32-1332 FAX : 0587-32-1240