

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)

2018 - 2027

【骨子案】

平成 29 年 8 月

稲 沢 市

【目次】

第1章 稲沢市観光まちづくりビジョンについて	1
(1) ビジョン策定の背景と目的	1
(2) ビジョンの期間	1
(3) ビジョンの位置付け	2
第2章 稲沢市の観光における状況	3
(1) 国や愛知県の動向	3
(2) 稲沢市の現状	6
(3) 各種調査の結果	8
(4) 調査等からみえた方向性のまとめ	16
第3章 稲沢市観光まちづくりビジョンの基本的な考え方	17
(1) 基本的な方向性	17
(2) 基本理念	17
(3) 成果指標	18
(4) ターゲットの考え方	18
(5) アクションプラン基本方針	19
第4章 重点アクションプラン	20
第5章 アクションプラン一覧	20
第6章 ビジョン推進のための役割と体制	22
(1) 各主体の役割（行政、民間、組織等）	22
(2) ビジョン推進体制の構築	22
(3) 進行管理及び成果検証	22
資料編	22
(1) 計画策定の経緯	22
(2) 策定組織の設置根拠とメンバー	22
(3) その他必要資料	22

第1章 稲沢市観光まちづくりビジョンについて

(1) ビジョン策定の背景と目的

本市では、第5次稲沢市総合計画で掲げる重点戦略の一つ「魅力発信戦略」の中核的な施策として「観光まちづくり」を位置付け、平成20(2008)年度から29(2017)年度までを計画期間とする「稲沢市観光基本計画」(以下「前計画」という。)を策定し、各種の観光事業に取り組んできました。

この間、観光を取り巻く環境は大きく変化しており、特に訪日外国人旅行者数は、国による訪日ビザ要件の緩和等の施策等により、平成22(2010)年の861万1千人から平成28(2016)年の2,403万9千人へとおよそ3倍の伸びを記録しています。今後も平成32(2020)年の東京オリンピック・パラリンピック競技大会の開催に向け、訪日外国人旅行者数の更なる伸びが期待されています。一方、国内に目を向ければ、平成39(2027)年のリニア中央新幹線の東京・名古屋間の開業も控えており、国内アクセスの流れが大きく変わる変革の時代を迎えています。

また、愛知県においては、平成27(2015)年を「あいち観光元年」とし、観光を「モノづくり」に続く新たな戦略産業に位置付けたほか、平成28(2016)年2月には「あいち観光戦略」(平成28年～32年)を策定し、「訪日外客誘致に向けたプロモーションと受入態勢の強化」や「観光資源の充実とブランド化の推進」など6つの戦略を掲げています。

さらに当地域では、平成38(2026)年の夏季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ことが決定するなど、世界的なイベントも控えており、少子高齢化や生産年齢人口の減少に伴う労働力不足など地域経済の持続的発展が危惧される中、これらの機会を好機と捉え、地域が一体となり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。

こうしたことから、本市では前計画の期間満了に合わせ、国・愛知県の動向や地域を取り巻く社会的環境の変化を踏まえた将来の観光ビジョンを新たに描くとともに、観光振興施策を戦略的、計画的に推進するため、「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)」を策定します。

(2) ビジョンの期間

本ビジョンの期間は、平成30(2018)年度から平成39(2027)年度までの10年間とします。

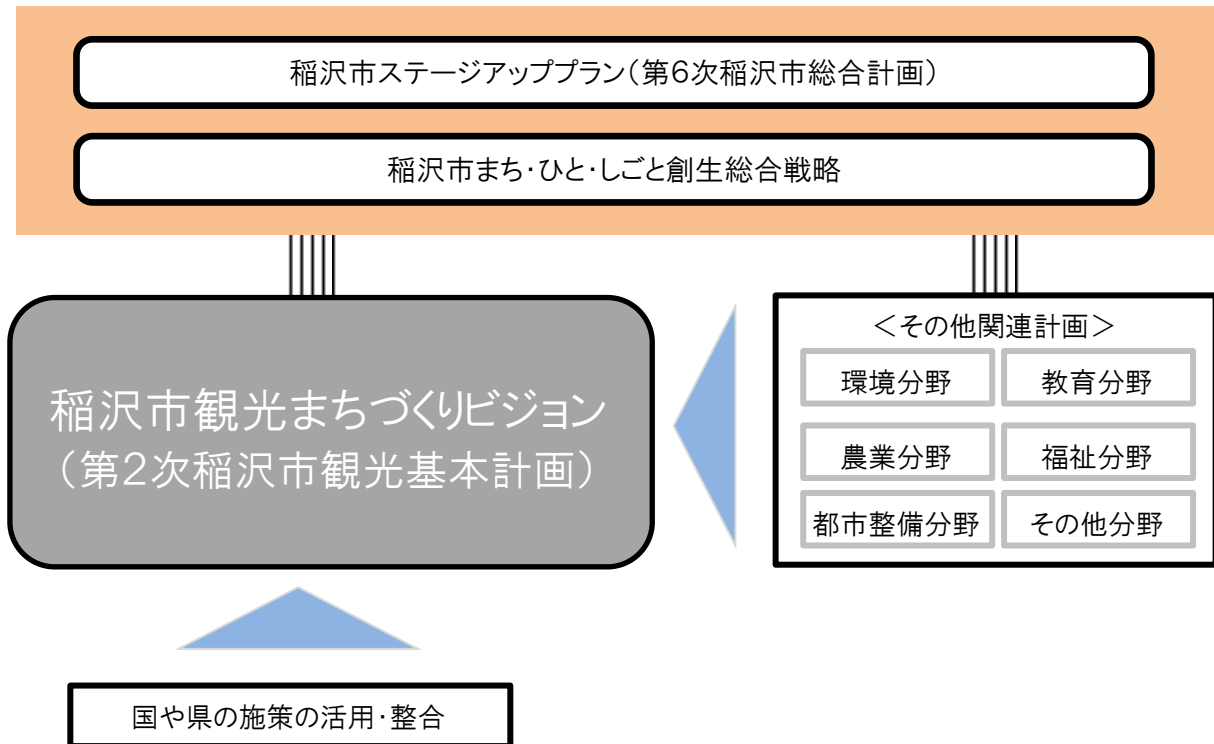
なお、観光を取り巻く環境はめまぐるしく変化しており、将来を見通すことが非常に難しくなっています。こうした変化に柔軟に対応し、戦略的に取組を推進していくことが求められることから、中間年度(5年)を迎えた段階で計画内容の見直しを行うものとします。

(3) ビジョンの位置付け

本ビジョンは稲沢市における観光まちづくりの基本的な方向性や理念を示すとともに、展開する施策等についてまとめたものです。

本市の最上位計画である「第6次稲沢市総合計画」をはじめ、「稲沢市まち・ひと・しごと創生総合戦略」やその他関連計画との整合を図りながら、各種事業を推進していきます。

■ビジョンの位置付け



第2章 稲沢市の観光における状況

(1) 国や愛知県の動向

① 国の動向

国は、「観光立国」の実現に向けて様々な取組を進めています。

■観光に関する国の動き

年月	取組
平成 15 年 1 月	小泉純一郎総理（当時）が「観光立国懇談会」を主宰
4 月	ビジット・ジャパン事業開始
平成 18 年 12 月	観光立国推進基本法が成立
平成 19 年 6 月	「観光立国推進基本計画」を閣議決定
平成 20 年 10 月	観光庁設置
平成 21 年 7 月	中国個人観光ビザ発給開始
平成 24 年 3 月	「観光立国推進基本計画」を閣議決定
平成 25 年 1 月	「日本再生に向けた緊急経済対策」を閣議決定 第 1 回国土交通省観光立国推進本部を開催
3 月	第 1 回観光立国推進閣僚会議を開催
4 月	第 2 回国土交通省観光立国推進本部を開催（「国土交通省観光立国推進本部とりまとめ」を公表）
6 月	第 2 回観光立国推進閣僚会議を開催（「観光立国実現に向けたアクション・プログラム」をとりまとめ） 「日本再興戦略-JAPAN is BACK-」を閣議決定
平成 26 年 6 月	「観光立国実現に向けたアクション・プログラム 2014」決定（「2020 年に向けて、訪日外国人旅行者数 2000 万人の高みを目指す」ことを明記） 「日本再興戦略」改訂 2014 閣議決定
平成 27 年 6 月	「観光立国実現に向けたアクション・プログラム 2015」決定（「2000 万人時代を万全の備えで迎え、2000 万人時代を早期実現する」ことを明記） 「日本再興戦略」改定 2015 閣議決定
11 月	安倍総理が第 1 回「明日の日本を支える観光ビジョン構想会議」を開催
平成 28 年 3 月	「明日の日本を支える観光ビジョン」策定

資料：観光庁ホームページより

「観光先進国」に向けた国づくりに向けて、平成 28 年 3 月、「明日の日本を支える観光ビジョン構想会議」において新たな観光ビジョンが策定されました。

国はこのビジョンの中で、「3つの視点」と「10の改革」を掲げるとともに、2020年と2030年を見据えた新たな数値目標を設定しています。

- 我が国の豊富で多様な観光資源を、誇りを持って磨き上げ、その価値を日本人にも外国人にも分かりやすく伝えていくことが必要。
- 観光の力で、地域の雇用を生み出し、人を育て、国際競争力のある生産性の高い観光産業へと変革していくことが必要。
- C I Qや宿泊施設、通信・交通・決済など、受入環境整備を早急に進めることが必要。
- 高齢者や障がい者なども含めた、すべての旅行者が「旅の喜び」を実感できるような社会を築いていくことが必要。

3つの視点と10の改革

視点1 「観光資源の魅力を極め、地方創生の礎に」

■「魅力ある公的施設」を、ひろく国民、そして世界に開放

- ・赤坂や京都の迎賓館などを大胆に公開・開放

■「文化財」を、「保存優先」から観光客目線での「理解促進」、そして「活用」へ

- ・2020年までに、文化財を核とする観光拠点を全国で200整備、わかりやすい多言語解説など1000事業を展開し、集中的に支援強化

■「国立公園」を、世界水準の「ナショナルパーク」へ

- ・2020年を目標に、全国5箇所の公園について民間の力も活かし、体験・活用型の空間へと集中改善

■おもな観光地で「景観計画」をつくり、美しい街並みへ

- ・2020年を目途に、原則として全都道府県・全国の半数の市区町村で「景観計画」を策定

視点2 「観光産業を革新し、国際競争力を高め、我が国の基幹産業に」

■古い規制を見直し、生産性を大切にする観光産業へ

- ・60年以上経過した規制・制度の抜本見直し、トップレベルの経営人材育成、民泊ルールの整備、宿泊業の生産性向上など、総合パッケージで推進・支援

■あたらしい市場を開拓し、長期滞在と消費拡大を同時に実現

- ・欧州・米国・豪州や富裕層などをターゲットにしたプロモーション、戦略的なビザ緩和などを実施
- ・MICE誘致・開催の支援体制を抜本的に改善
- ・首都圏におけるビジネスジェットの受入環境改善

■疲弊した温泉街や地方都市を、未来発想の経営で再生・活性化

- ・2020年までに、世界水準DMOを全国100形成
- ・観光地再生・活性化ファンド、規制緩和などを駆使し、民間の力を最大限活用した安定的・継続的な「観光まちづくり」を実現

視点3 「すべての旅行者が、ストレスなく快適に観光を満喫できる環境に」

■ソフトインフラを飛躍的に改善し、世界一快適な滞在を実現

- ・世界最高水準の技術活用により、出入国審査の風景を一変
- ・ストレスフリーな通信・交通利用環境を実現
- ・キャッシュレス観光を実現

■「地方創生回廊」を完備し、全国どこへでも快適な旅行を実現

- ・「ジャパン・レールパス」を訪日後でも購入可能化
- ・新幹線開業やコンセッション空港運営等と連動した、観光地へのアクセス交通充実の実現

■「働きかた」と「休みかた」を改革し、躍動感あふれる社会を実現

- ・2020年までに、年次有給休暇取得率70%へ向上
- ・家族が休暇をとりやすい制度の導入、休暇取得の分散化による観光需要の平準化

② 愛知県の動向

愛知県では、観光を新たな戦略産業と位置付けた「あいち観光元年」宣言を受けて、平成28年2月に「あいち観光戦略」を策定し、「発見、感動、伝えたい観光県-あいち」を目指す姿として、各種観光施策に取り組んでいます。

また、平成30年10月から実施されるJRグループによるデスティネーションキャンペーン（あいちDC）に向けて、平成29年2月に「愛知県大型観光キャンペーン実施協議会」を設立し、全国に愛知県全域の観光魅力を大々的に発信し、国内はもとより、海外からも多くの誘客を図り、「観光あいち」の飛躍的發展を目指しています。

さらに、「武将のふるさと愛知」として、ワールドサムライサミット等の開催により武将観光を推進しているとともに、産業観光やポップカルチャー等の取組も進めています。

稲沢市においても、あいちDCの実施時期である秋期に見頃を迎える「イチョウ黄葉」を中心に情報発信の強化及びブランド力の向上を目指すとともに、武将観光等を目的に愛知県に訪れた外国人観光客に対して、「はだか祭」や「植木、苗木産業」等をPRする取組も必要と考えられます。

■観光PRのためのロゴマーク



■「武将のふるさと愛知」 ホームページ



■あいちDCロゴマーク



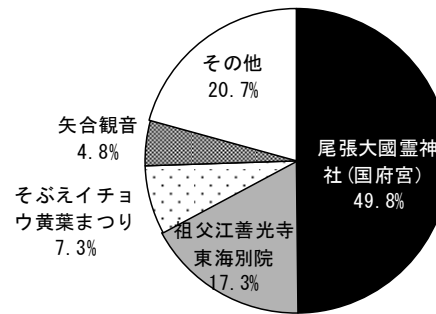
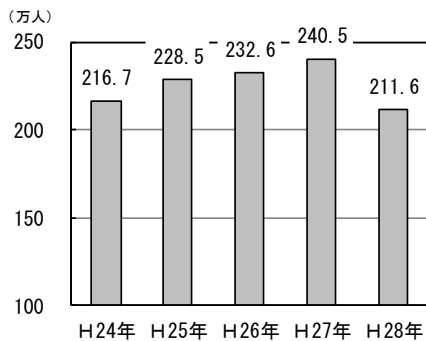
(2) 稲沢市の現状

① 来訪客の動向

愛知県の観光レクリエーション利用者統計によると、平成 24 年以降、稲沢市の主要な観光施設・イベント等に来訪する人は増加していましたが、平成 28 年では減少しています。

■観光入込客数の推移

■観光入込客の割合（平成 28 年） 来訪者数：2,116,468 人



資料：愛知県「観光レクリエーション利用者統計」

■各観光地・イベントの来訪者の推移

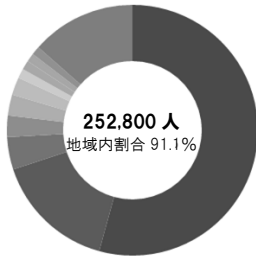
単位：(人)

観光・レクリエーション資源・施設	H24年	H25年	H26年	H27年	H28年
荻須記念美術館	53,282	52,382	52,814	56,110	41,815
尾張大國霊神社(国府宮)	1,010,000	1,052,100	1,078,400	976,587	1,054,754
国府宮はだか祭	220,000	200,000	200,000	200,000	80,000
稲沢桜まつり	8,000	2,000	8,000	9,000	9,200
いなざわ植木まつり	57,000	63,000	76,000	77,000	49,000
稲沢あじさいまつり	51,000	68,000	41,000	55,000	57,000
稲沢まつり	112,400	54,245	92,000	93,000	94,000
矢合観音	118,200	108,750	102,000	102,000	102,000
稲沢夏まつり	56,000	57,000	46,000	32,000	45,000
いなざわ福祉まつり	6,051	6,487	4,496	5,271	5,179
そぶえイチョウ黄葉まつり	146,800	170,000	177,000	188,500	155,000
稲沢サンドフェスタ	40,000	45,000	49,000	49,000	35,000
いなざわ梅まつり	18,000	15,000	20,000	20,000	22,000
祖父江善光寺東海別院	270,534	391,165	386,894	546,462	366,520
合計	2,167,267	2,285,129	2,333,604	2,409,930	2,116,468

② 滞在人口の状況

稲沢市の滞在人口を見ると、平日・休日ともに一宮市や愛西市、津島市といった近隣から訪れる人が多くなっています。また、愛知県外では岐阜県から訪れる人が多くなっています。

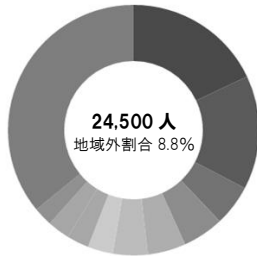
■平日の稲沢市滞在人口



滞在人口/都道府県内ランキング 上位5件

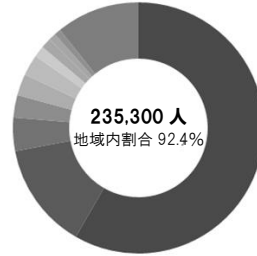
- 1位 愛知県稲沢市 137,200人 (54.2%)
- 2位 愛知県一宮市 39,600人 (15.6%)
- 3位 愛知県愛西市 10,600人 (4.1%)
- 4位 愛知県津島市 7,000人 (2.7%)
- 5位 愛知県あま市 6,800人 (2.6%)

■休日の稲沢市滞在人口



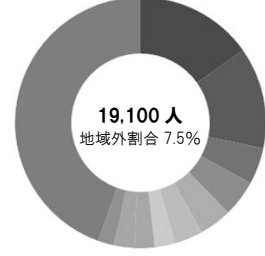
滞在人口/都道府県外ランキング 上位5件

- 1位 岐阜県岐阜市 4,400人 (17.9%)
- 2位 岐阜県羽島市 3,600人 (14.6%)
- 3位 岐阜県多治見市 1,300人 (5.3%)
- 4位 三重県桑名市 1,300人 (5.3%)
- 5位 岐阜県海津市 1,200人 (4.8%)



滞在人口/都道府県内ランキング 上位5件

- 1位 愛知県稲沢市 137,200人 (58.3%)
- 2位 愛知県一宮市 32,300人 (13.7%)
- 3位 愛知県愛西市 10,100人 (4.2%)
- 4位 愛知県あま市 6,800人 (2.8%)
- 5位 愛知県清須市 6,500人 (2.7%)



滞在人口/都道府県外ランキング 上位5件

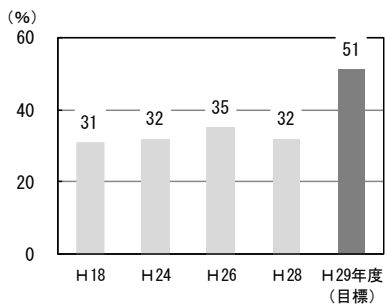
- 1位 岐阜県岐阜市 2,900人 (15.1%)
- 2位 岐阜県羽島市 2,500人 (13.0%)
- 3位 岐阜県海津市 900人 (4.7%)
- 4位 三重県桑名市 900人 (4.7%)
- 5位 岐阜県大垣市 800人 (4.1%)

資料：地域経済分析システム RESAS

③ 観光施策の進捗状況

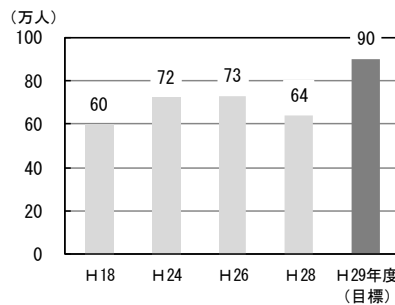
第5次稲沢市総合計画の観光に係る施策指標の推移を見ると、直近値はいずれも目標値と乖離しています。「ボランティアガイド延べ活動日数」は向上しているものの、「市内に案内したい場所やイベントがあると思う市民の割合」や「市内イベント来場者数」は平成26年度まで増加傾向でしたが、平成28年度は低下しています。

■市内に案内したい場所やイベントがあると思う市民の割合



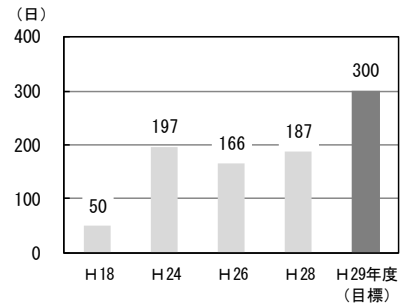
資料：市制世論調査「市民のこえ」

■市内イベント来場者数



資料：稲沢市におけるイベント・観光地点人数調べ

■ボランティアガイド延べ活動日数

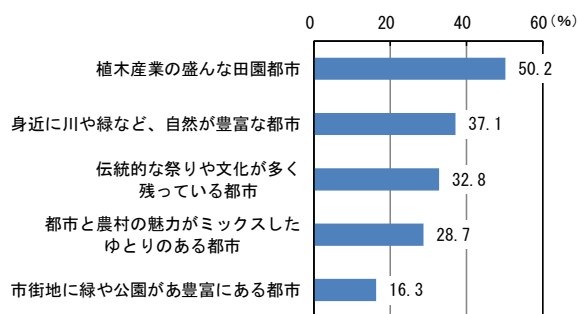


資料：稲沢市観光協会
「観光ボランティアの活動状況」

④ 市民の持つ都市イメージ等について

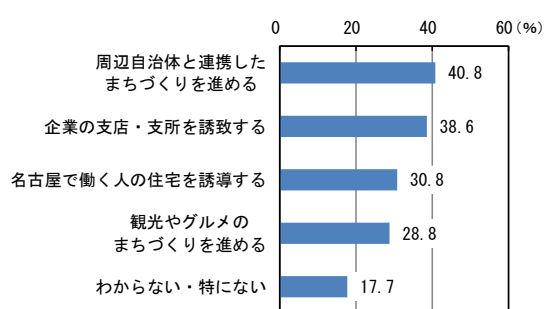
平成 27 年 8 月に実施した「将来のまちづくりに関するアンケート調査」によると、市民が持つ稲沢市の都市イメージとして「植木産業」や「自然」、「伝統文化や祭り」などがあげられています。さらに、リニア開通に向けては「周辺自治体との連携」、「観光やグルメのまちづくり」等が求められています。

■稲沢市民が持つ市のイメージ（上位 5 位）



資料：将来のまちづくりに関するアンケート調査

■リニア開通に向けて取り組むべきこと（上位 5 位）



資料：将来のまちづくりに関するアンケート調査

(3) 各種調査の結果

① 調査の概要

本計画を策定するにあたり、以下の調査を実施しました。

■調査の概要

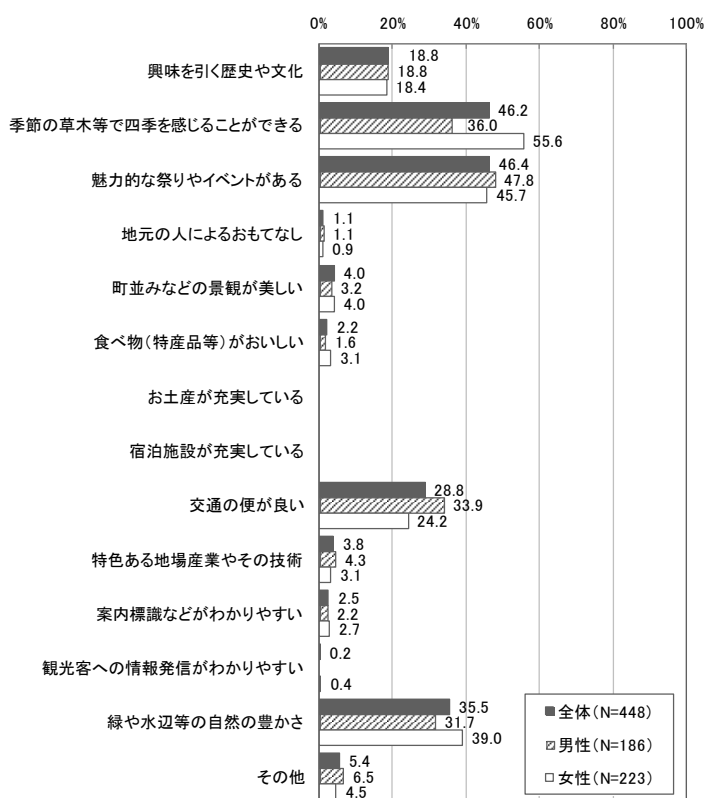
No.	調査名	調査対象	調査期間	調査数
1	稲沢市の観光に関する市民意識調査	稲沢市に住民登録のある 18 歳以上の男女 1,000 人を無作為に抽出	平成 29 年 5 月 22 日 ～ 6 月 9 日 (郵送配布・回収)	<配布数> 1,000 件 <回収数> 448 件
2	稲沢市の観光に関するインターネット調査	愛知県、岐阜県、三重県、静岡県、長野県に居住しており、稲沢市に現在住んでいない 18 歳以上の男女 500 人	平成 29 年 6 月 16 日 ～ 6 月 19 日 (インターネット調査会社を通じたモニター調査)	<調査数> 500 件
3	稲沢あじさいまつりアンケート調査	稲沢あじさいまつりの来場者 (期間中午前 10 時～午後 4 時)	平成 29 年 6 月 1 日 ～ 6 月 18 日	<調査数> 718 件
4	稲沢市観光基本計画策定にあたってのヒアリング調査	稲沢市の観光に日頃から関わっている企業、事業者、団体等	平成 29 年 5 月～6 月 (随時実施)	<調査数> 17 団体

② 稲沢市の魅力について

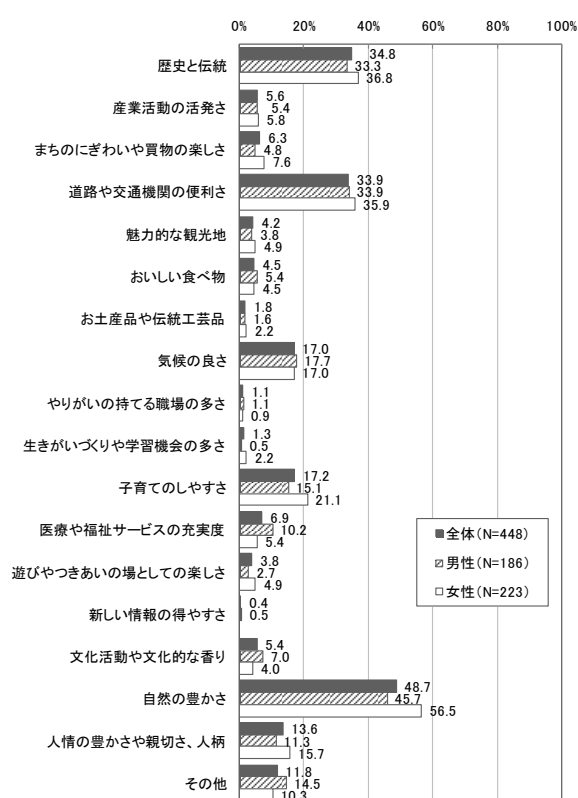
市民が考える観光に関する稲沢市の魅力について、男性では「魅力的な祭りやイベントがある」が、女性では「季節の草木等で四季を感じることができる」がそれぞれ最も高くなっています。その他、全体で「交通の便が良い」、「緑や水辺等の自然の豊かさ」が高くなっています。

また、市外の人に自慢したい魅力では、「歴史と伝統」が全体で2番目に高かったのに対し、観光に関する魅力となると「興味を引く歴史や文化」の評価は決して高くありません。稲沢市の観光における「歴史」、「文化」の活用について検討していく必要があります。

■観光に関する稲沢市の魅力
(3つまで選択可)



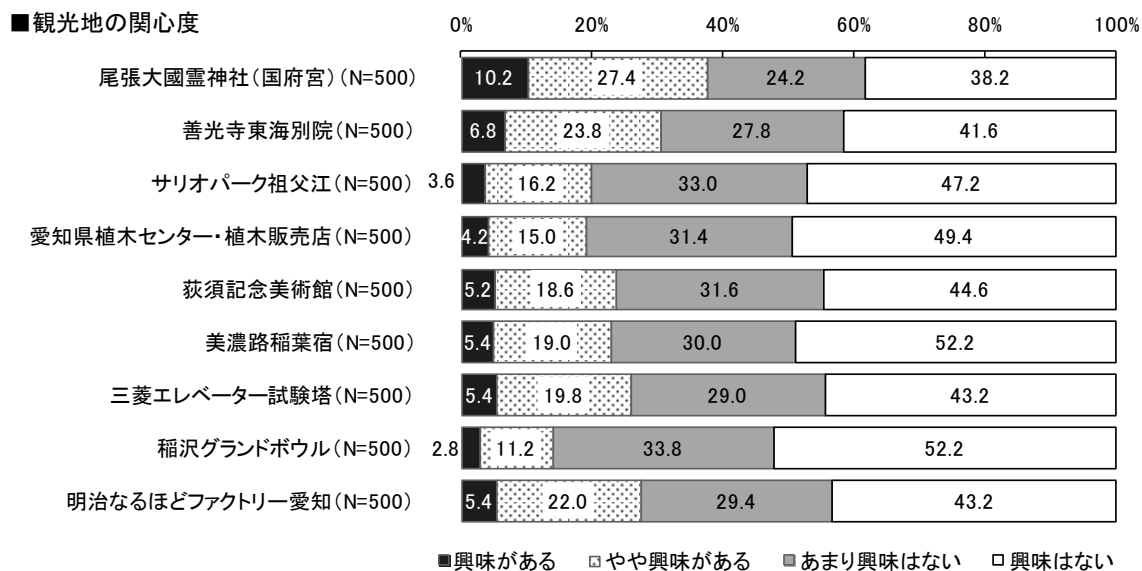
■市外の人に自慢したい稲沢市の魅力
(5つまで選択可)



資料：稲沢市の観光に関する市民意識調査（平成 29 年度実施）

③ 市外居住者における市内観光地・イベントに対する関心度

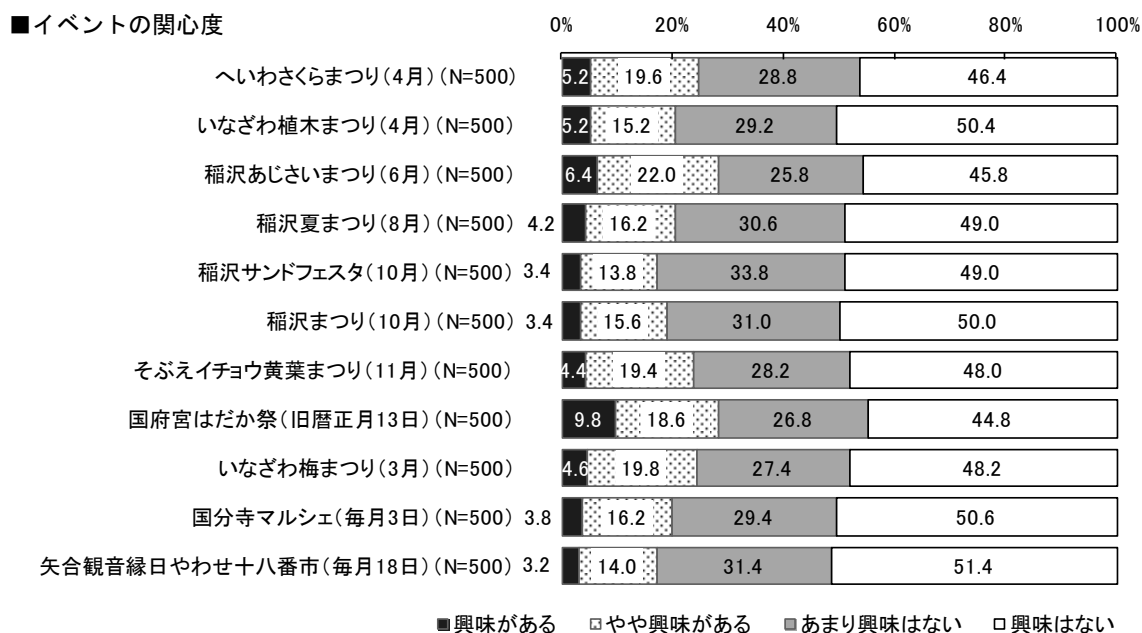
観光地では、『興味がある』人の割合が「尾張大國霊神社（国府宮）」で37.6%と最も高く、次いで「善光寺東海別院」で30.6%となっています。



『興味がある』:「興味がある」と「やや興味がある」を合算した数値

資料：稲沢市の観光に関するインターネット調査（平成29年度実施）

イベントでは、『興味がある』人の割合が「国府宮はだか祭」と「稲沢あじさいまつり」で28.4%と最も高くなっています。



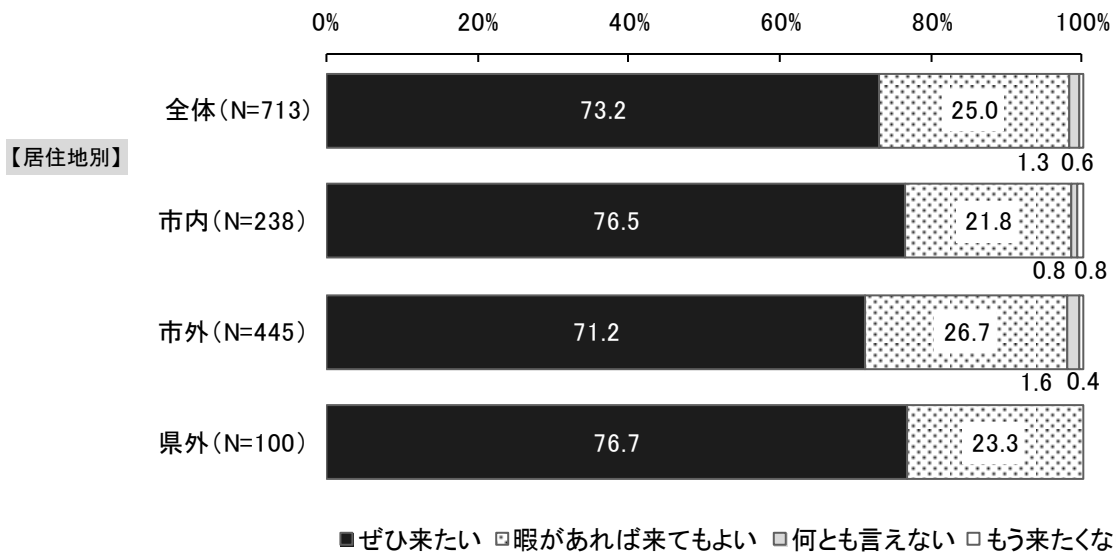
『興味がある』:「興味がある」と「やや興味がある」を合算した数値

資料：稲沢市の観光に関するインターネット調査（平成29年度実施）

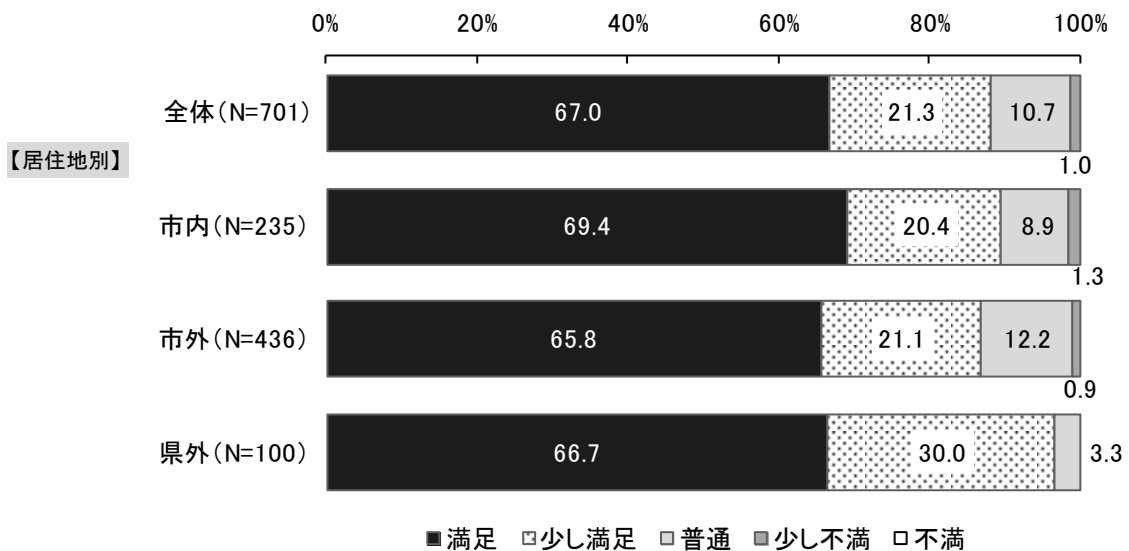
実地調査として行った「稲沢あじさいまつりアンケート調査」では、市内、市外、県外を問わず、再訪意欲で「ぜひ来たい」が7割を超えており、満足度でも「満足」が6割を超えています。

市外や県外にもアピールできる観光コンテンツであると考えられるため、本市の強みとしてさらに磨き上げていくことが求められます。

■稲沢あじさいまつりへの再訪意欲



■稲沢あじさいまつりの満足度

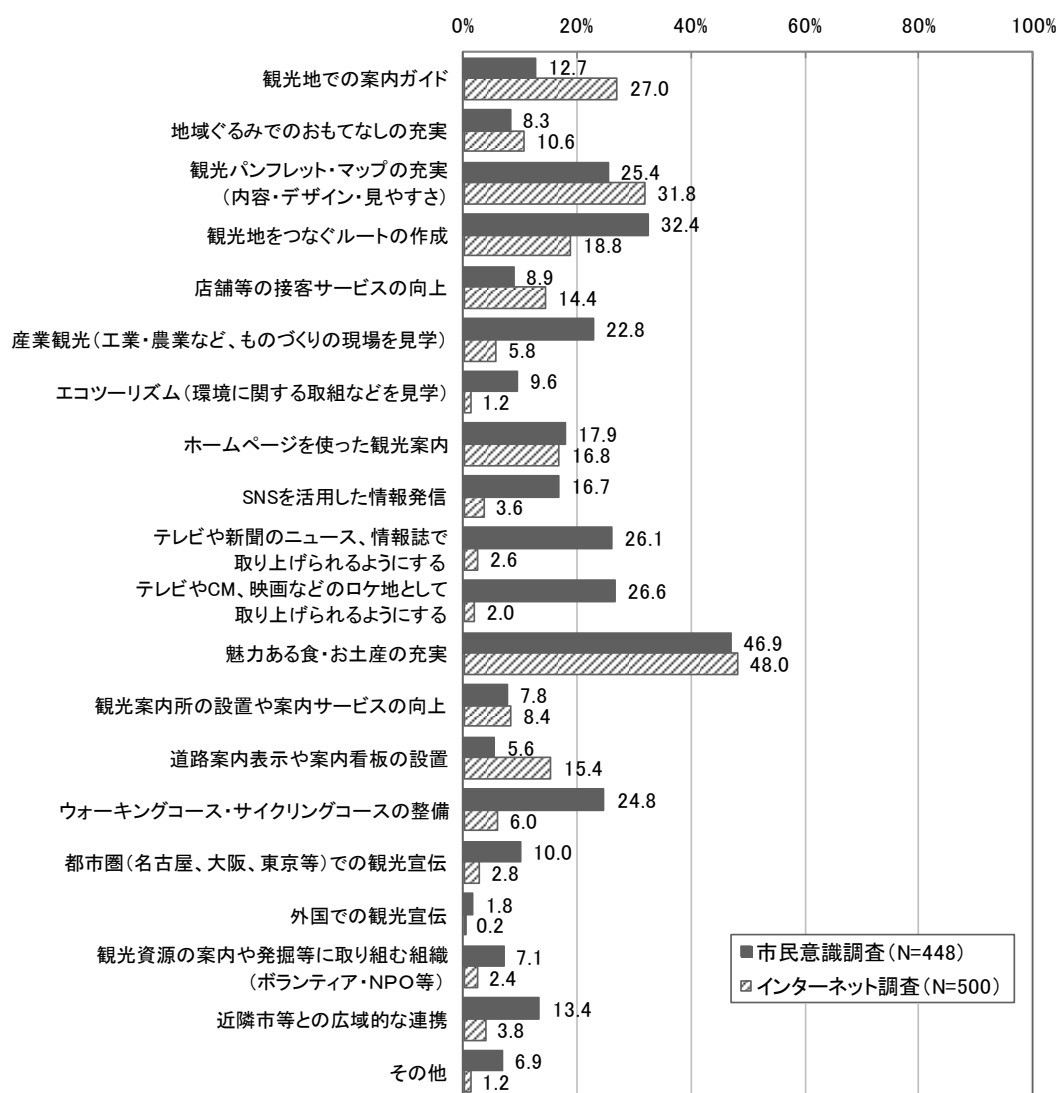


資料：稲沢あじさいまつりアンケート調査（平成29年度実施）

④ 市民及び市外居住者が考える充実していくべき取組

市民意識調査、インターネット調査ともに「魅力ある食・お土産の充実」が最も高くなっています。また、両調査を比較すると、「観光地での案内ガイド」ではインターネット調査の方が14.3ポイント高く、「テレビや新聞のニュース、情報誌で取り上げられるようにする」、「テレビやCM、映画などのロケ地として取り上げられるようにする」、「ウォーキングコース・サイクリングコースの整備」では市民意識調査の方がそれぞれ20ポイント前後高くなっています。

魅力ある食やお土産の充実による地域経済の活性化のほか、案内ガイド体制の整備や観光パンフレット等の充実による情報発信等も今後推進していく必要があります。



資料：稲沢市の観光に関する市民意識調査（平成29年度実施）
稲沢市の観光に関するインターネット調査（平成29年度実施）

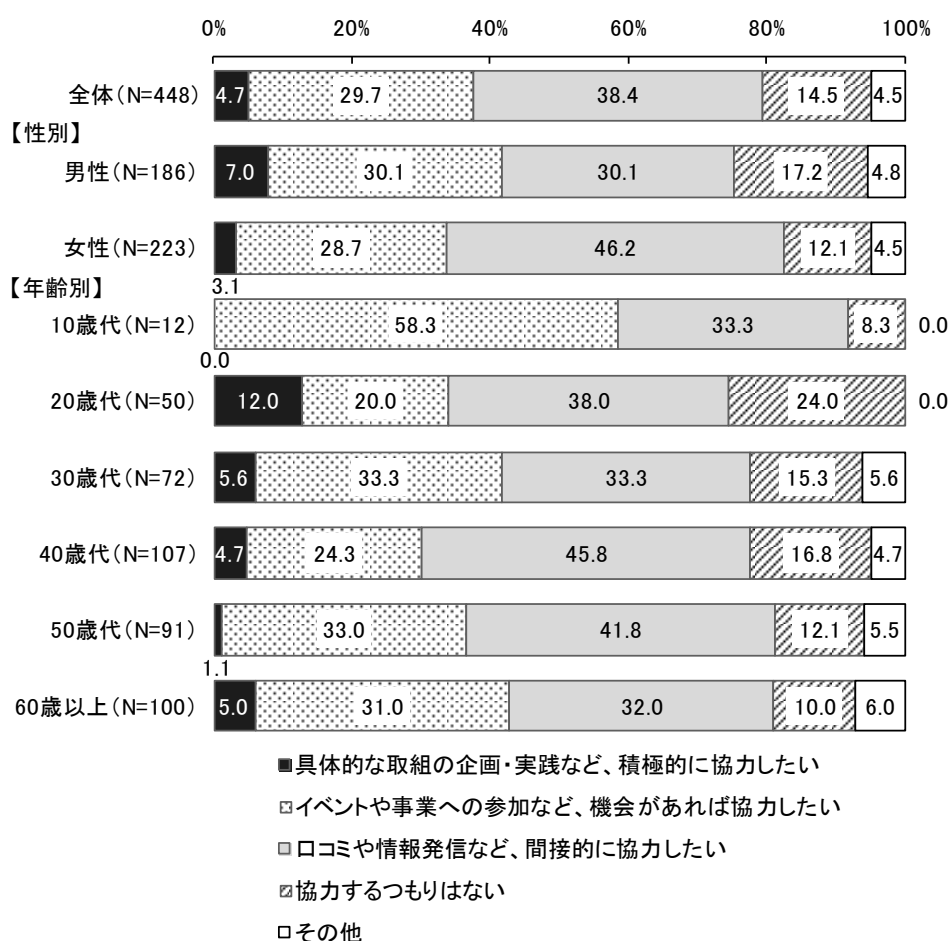
市民意識調査：稲沢市が観光に取り組んでいく上で、充実するとよいと思うこと、より力をいれるべきこと（5つまで選択可）
インターネット調査：訪れる観光地で充実して欲しいこと（3つまで選択可）

⑤ 観光まちづくりへの参加意欲について

観光まちづくりへの参加意欲について、全体として「口コミや情報発信など、間接的に協力したい」が38.4%と最も高く、次いで「イベントや事業への参加など、機会があれば協力したい」が29.7%と高くなっています。

性別で比較すると、女性で「口コミや情報発信など、間接的に協力したい」が46.2%となっており、男性と比べて高い割合を示しています。

一方、年齢別で比較すると、20歳代で「具体的な取組の企画・実践など、積極的に協力したい」が12.0%となっており、全年代を通じて最も高い結果となっています。



資料：稲沢市の観光に関する市民意識調査（平成29年度実施）

<観光まちづくりに対する市民意見>

No.	主な意見
1	まだ稲沢市に来て1年位しか経っていませんが、今後、子供を産み、育てやすい環境が整っていれば、出来ることならずっと住み続けたいし、協力していきたいです。
2	若者の力をもっと借りるべきだと思います。若者の意見を取り入れること。
3	子どもと一緒に参加できたら良い。
4	興味はあるが、どのように参加すればいいのかわからない。
5	稲沢市をいわゆる観光地にする必要はなく、市民が誇りを持って住める町とすべき。

資料：稲沢市の観光に関する市民意識調査（平成29年度実施）

⑥ 観光活動者が考える稲沢市の現状と課題

No.	項目	主な意見
1	人材育成と受け入れ体制	<ul style="list-style-type: none"> ・各分野に秀でている人が多く、人材は多い。 ・イベントなどで歩みを共にしてくれる人の発掘が必要である。 ・ガイドが不足しており、若者を含めた担い手の拡大が必要である。 ・植木産業は横のつながりが薄く、盛り上がり欠ける。 ・観光協会は10年前と同じ事業をしており、時代に応じた民間的発想が足りない。 ・有望な人材はいるが、持続的な活動参加に結び付けるのは難しい。 ・観光スポット間の情報交換も必要である。
2	年間を通じた観光資源の不足	<ul style="list-style-type: none"> ・老若男女が見たい、遊びたい、行きたい、楽しみたいと思う場所又はルートをつくる必要がある。 ・資源が点在していてまとまりがない。 ・稲沢市のイメージとして、はだか祭、植木、ぎんなんがあるが、季節が限られており、年間を通して集客を見込める観光地及びイベントがない。 ・知名度の高い祭りやイベントはあるが、年間を通じた集客が見込める資源が少ない。 ・常時体感、体験できるものが無い。
3	滞在時間の延長	<ul style="list-style-type: none"> ・観光地と呼べるような場所がないので、滞在時間が少ない。 ・滞在時間が見込めない。
4	文化財及び歴史文化の活用	<ul style="list-style-type: none"> ・琉球大使や象が通った歴史的背景を付与しながら、稲場宿のさらなる活性化が必要である。 ・文化財は稲沢市の強みとなるが、保全の観点から日常的には公開されていないため、寺社との連携強化が必要である。 ・尾張国分寺跡は私有地が大半を占めていることもあり、活用が進んでいない。 ・他市の文化財は江戸時代のものが中心だが、稲沢市の文化財は江戸以前のもものが多く貴重である。 ・駐車場や案内人の確保など、寺社ごとの受け入れ体制が課題である。
5	土産等の販売場所の不足	<ul style="list-style-type: none"> ・来訪者は、観光に来たときは普段よりお金を使いたいが、稲沢市にはその場所がない。 ・矢合観音付近で植木、苗木を買えるところが少ない。販売する場所が必要である。

資料：稲沢市観光基本計画策定にあたってのヒアリング調査（平成29年度実施）

⑦ 稲沢市における観光の強み・弱み

市民の持つ稲沢市のイメージとして「植木産業」、「歴史・文化」、「自然」等がキーワードとして挙げられており、今後観光まちづくりを推進するにあたって重要な地域資源となり得ます。また、「国府宮はだか祭」をはじめとした祭りや「桜」、「あじさい」、「イチョウ」等の四季を感じることができる地域資源も本市の強みとなります。

今後は、通年で体験できる着地型観光メニューの開発に向けて、資源及び担い手の発掘を推進することが求められます。

■SWOT 分析

S

強み (Strength)

- 国・県指定文化財の多さ（愛知県下4番目）
- 1万本の祖父江のイチョウ並木
- 天下の奇祭・国府宮はだか祭など、多彩な季節ごとのイベントを有している
- 高品質の植木・苗木、盆栽の生産地
- 特産品を活用した加工品が豊富
- サリオパーク祖父江や全国でも珍しい河畔砂丘
- 近隣市との広域連携の可能性
- 国分寺マルシェや矢合観音十八番市等、地域主体のイベント
- 文化として根付くお茶文化と和菓子

O

機会 (Opportunities)

- 国における観光立国の実現にむけた様々な施策展開
- 中部地方や愛知県におけるインバウンドや武将観光等の推進
- あいちDCによる情報発信機会の増加
- 三大都市圏以外の外国人宿泊客が増えている
- インターネット、SNSの普及
- 欧米観光客の「BONSAI」への興味・関心
- 善光寺南土地区画整理事業による善光寺東海別院周辺でのにぎわい創出
- 世界規模のスポーツ大会の日本・愛知県内での開催

W

弱み (Weaknesses)

- 地域の観光イメージが乏しい
- 来訪者が地域でお金を使う仕組み
- 駐車場等を含めた受け入れ体制
- 市内を周遊する手段が少ない
- 宿泊場所が少ない
- お土産を買える場所が少ない
- 通年で体験できる着地型観光メニューが少ない
- 観光振興に向けた総合推進体制を整える必要がある
- 各イベントや観光地間における連携が不足している

T

脅威 (Threats)

- 地方創生に伴う観光地間の競争の激化
- 少子高齢化、人口減少による観光市場の変化
- 国内の宿泊観光旅行回数、宿泊数の減少
- 国の財政緊縮に伴う地方創生熱の低下
- 「爆買い」などの一段落

(4) 調査等からみえた方向性のまとめ

① 観光まちづくりを主体的に推進する人材育成と体制整備

現在、稲沢市では様々な分野で主体的に活動を実施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くの人材が活躍しており、地域主体での取組は稲沢市の強みの一つにもなります。

市民意識調査では、約7割の市民に観光まちづくりへの参画意欲があり、年代別では20歳代で「具体的な取組の企画・実践など、積極的に協力したい」との回答が12.0%となっており、全年代を通じて最も高い結果となっています。

その一方で、持続的な活動や横のつながり等が今後の課題として挙げられているため、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が必要となります。また、参画する機会や情報発信の不足により活動につながっていない状況もあるため、活動意欲のある市民と活動機会のマッチングを行うことが必要です。

稲沢市が丸となり観光まちづくりを進める上において、各分野やイベント間を横でつなぐネットワークの強化が求められます。

② 稲沢市の魅力を体感でき、様々な分野や人をつなぐ観光メニューの造成

市民の持つ稲沢市のイメージとして「植木産業」、「歴史・文化」、「自然」等がキーワードとして挙げられています。また、「国府宮はだか祭」をはじめとした祭りや「桜」、「あじさい」、「イチョウ」等の四季を感じることができる地域資源も本市の強みとなります。その他にも「木曾川」、「和菓子」、「産業観光」等、観光コンテンツになり得る地域資源が数多くあります。それらを活用し、磨きあげるにより、年間を通じて稲沢市の魅力を体験できる着地型観光メニューになり得る可能性もあります。

また、観光は稲沢市の様々なモノ・コト・ヒトをつなぎ、相乗効果を生み出す手段として活用することができます。観光まちづくりを推進するにあたり、“モノ”をみるだけの物見遊山的な観光ではなく、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ながら付加価値と満足度を高めていくことが必要です。

③ 観光を活用した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ています。

また、稲沢市が観光において取り組むべきこととしては、「魅力ある食・お土産の充実」が高くなっており、市外居住者が訪れる観光地で充実していて欲しいことでも、「観光パンフレット・マップの充実(内容・デザイン・見やすさ)」とともに「魅力ある食・お土産の充実」が高くなっています。

このことから、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り市内外からの誘客を図り、地域経済の活性化につなげていく取組が求められます。また、市場やニーズを踏まえた顧客志向の観光まちづくりを推進する仕組みづくりが必要です。

第3章 稲沢市観光まちづくりビジョンの基本的な考え方

(1) 基本的な方向性

稲沢市は今まで観光地ではなく、名古屋圏における居住地として発展してきましたが、人口減少や少子高齢化、ライフスタイルの多様化等、様々な影響から、今後税収の低下や産業の後継者不足、自然・歴史の保全など様々な課題が予想されます。

稲沢市が目指す観光まちづくりは、今後待ち受けるまちづくりの課題を“観光”を活用し、解決していくものです。観光は行政だけでは、完結しない分野であり、市民や民間の協力が不可欠となります。観光を通じて、市民がまちに対して抱く誇りや愛着（シビックプライド）の醸成を図るとともに、地域による自主的なまちづくりの活性化に努めます。



(2) 基本理念

「稲沢の“光”をつなぐ観光まちづくり」

観光とは「国の光を観る」ことが語源になっています。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。

(3) 成果指標

行政や民間事業者、市民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、東京オリンピック・パラリンピック競技大会や夏季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。

よって、本ビジョンにおける成果指標を以下に掲げ、PDCAサイクルに基づき事業の推進を図っていきます。

■稲沢市観光まちづくりビジョン成果指標（案）

項目	平成 28 年 (基準値)	平成 39 年 (目標値)
観光入込客数	211.6 万人	

※平成 39 年の観光入込客数●●万人を達成することにより、平成 39 年の観光消費額は●●円と推計されます。

<目標値の考え方>

項目	平成 34 年 (中間年)	平成 39 年 (最終年)
直近値 (平成 28 年) ベース	277.2 万人 (211.6 万人×1.31※)	363.1 万人 (277.2 万人×1.31)
直近 5 年 (平成 24 年～ 平成 28 年) 平均ベース	296.3 万人 (226.2 万人×1.31)	388.2 万人 (296.3 万人×1.31)

※「あいち観光戦略 (H28～H32)」における数値目標 (3,817 万人→5,000 万人) の伸び率

(4) ターゲットの考え方

現在、観光を取り巻く環境は目まぐるしく変化しており、新たな情報発信の手法やライフスタイル、トレンド等が本ビジョンの期間である 10 年間で創出されていくことが予想されます。また、今までの観光は広いマーケットに向けて漠然と情報発信等を実施してきましたが、今後は裏付けを持ったターゲティングと成果の検証が求められます。

よって、10 年間の期間内において、変化していく時代潮流に対応するとともに、市民や民間事業者等の主体的な活動をより促進していくため、各ターゲットやテーマ等の詳細については、次章に掲載する各アクションプランにおいて明確にし、柔軟かつ実効性のある事業に取り組みます。

(5) アクションプラン基本方針

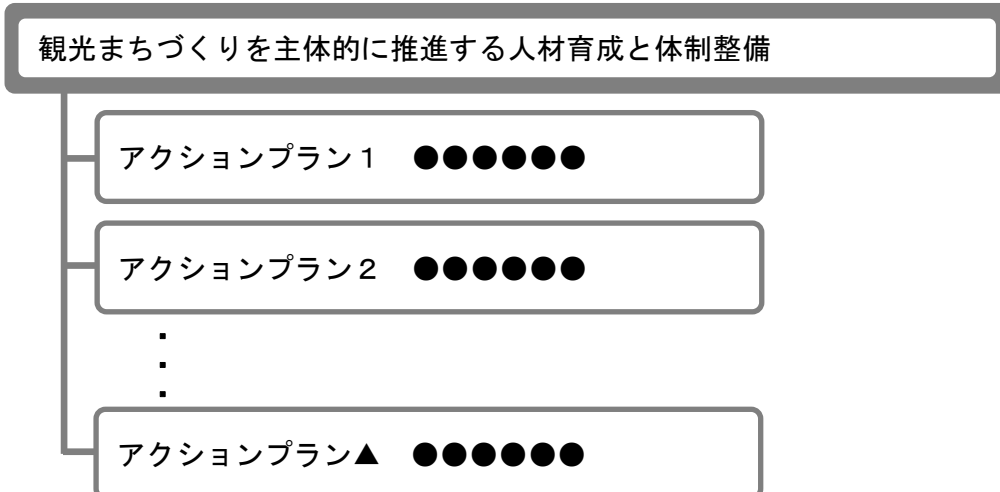
① 基本方針

稲沢市観光まちづくりビジョンの基本理念である「稲沢の“光”をつなぐ観光まちづくり」を推進するため、本ビジョンで掲載するアクションプランは、各種調査等からみえた以下の3つの方向性を基本方針と定め、事業に取り組みます。

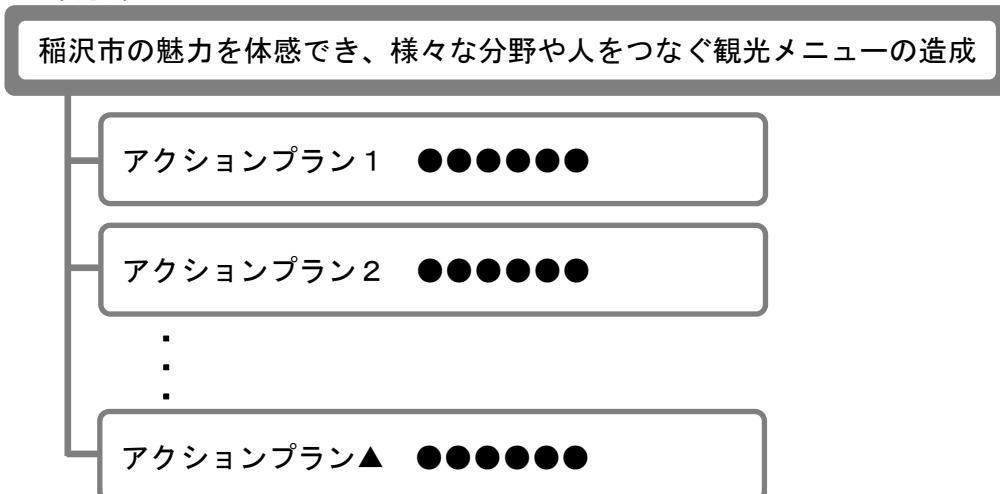
- ①観光まちづくりを主体的に推進する人材育成と体制整備
- ②稲沢市の魅力を体感でき、様々な分野や人をつなぐ観光メニューの造成
- ③観光を活用し、地域経済が潤う仕組みの構築

■アクションプラン体系図（イメージ）

基本方針1



基本方針2



基本方針3

観光を活用し、地域経済が潤う仕組みの構築

アクションプラン1 ●●●●●●

アクションプラン2 ●●●●●●

⋮

アクションプラン▲ ●●●●●●

② アクションプランの考え方

本ビジョンで掲載するアクションプランは、行政や観光協会だけではなく、市民・地域・民間が主体となり実行していくものです。各主体がばらばらに取り組むのではなく、同じ方向を目指していくために、アクションプランの考え方を以下に定めます。

なお、観光事業は実施してみなければ、その効果を測ることはできないため、トライ&エラーを繰り返しながら、改善できる柔軟なアクションプランと実践組織を作っていく必要があります。

- ①稲沢市の活性化につながる事業とし、一過性ではなく継続的に取り組む事業とする
- ②ターゲット像を明確にイメージした事業とする
- ③事業実施後、成果検証を行う
- ④稲沢市の魅力を最大限に活用し、モノ単体だけではなくその背景にある“歴史的背景”や“こだわり”を付与し、地域交流を生み出す事業とする
- ⑤各主体が連携して、自主的に実施していく

第4章 重点アクションプラン

本章では、稲沢市観光基本計画アクションプラン検討会議で発案された具体的プロジェクトや行政が重点的に実施する事業を掲載します。

第5章 アクションプラン一覧

本章では、稲沢市観光基本計画アクションプラン検討会議で発案されたプロジェクト等を一覧にして整理します。

■アクションプラン紙面イメージ

アクションプラン名

アクションプランの概要やイメージ図・イラスト等を記載します。

「いつ」「どこで」「だれが」等、詳細な実施方法を記載します。

ターゲットを明確にします。

いつ

どこで

だれが

だれに

平成●年～平成●年

●●●●

●●●●

●●●●

具体的な事業を掲載します。

具体的な事業			
No.	施策名	主な内容	実施時期

実施に向けたロードマップを記載します。

ロードマップ				
平成 30 年度	平成 31 年度	平成 32 年度	平成 33 年度	平成 34 年度
企画・準備	プレ実施	→	実施	→

アクションプランにおける成果指標を設定します。

成果指標		
	H29 年現状値	H34 年目標値
●●●数		

※現時点でのイメージとなります。

※文章は全てダミーです。

第6章 ビジョン推進のための役割と体制

本章では、ビジョン推進に向けた各主体の役割、推進体制の構築、進行管理及び成果検証の手法等について掲載します。

(1) 各主体の役割(行政、民間、組織等)

(2) ビジョン推進体制の構築

(3) 進行管理及び成果検証

資料編

計画策定の経緯、策定組織の設置根拠とメンバー、その他資料を掲載します。

(1) 計画策定の経緯

(2) 策定組織の設置根拠とメンバー

(3) その他必要資料
