

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

(案)

2018 (平成30) 年2月

稲 沢 市

【目次】

第1章	はじめに	1
stage 1	なぜ、稲沢市で「観光」なのか	1
stage 2	稲沢市が目指す観光	2
stage 3	基本方針	3
stage 4	基本戦略	5
第2章	稲沢市観光まちづくりビジョンについて	6
stage 1	計画の期間	6
stage 2	ビジョンの位置付け	6
stage 3	観光まちづくりによって達成したいこと	7
stage 4	誰に、喜んでもらいたいのか	7
第3章	重点アクションプラン	8
	(仮称) いなざわ観光まちづくりラボの立ち上げと推進	8
第4章	アクションプラン	11
基本方針 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	11
基本方針 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・交流メニューの創出	16
基本方針 3	観光を活用した地域経済が潤う仕組みの構築	27
第5章	計画推進のための役割と体制	35
stage 1	各主体の役割	35
stage 2	ビジョン推進体制の構築	36
stage 3	進行管理及び成果検証	36
資料編		37
stage 1	計画の策定体制	37
stage 2	計画策定の経緯	43
stage 3	稲沢市の観光の現状把握に関する資料	45
stage 4	用語の解説	59

【注】年及び年度の表記について

計画期間内に新たな元号に改元される予定ですが、本ビジョンではより分かりやすい表現とするため、西暦と現在の元号（平成）を併記しています。

第1章 はじめに

stage 1 なぜ、稲沢市で「観光」なのか

観光を“手段”として活用し、まちの活性化につなげたい。

稲沢市は、名古屋圏における居住地として発展してきました。しかし、今後、数十年の稲沢市の将来を考えると、人口減少や少子高齢化、そして、市民のライフスタイルの多様化等の様々な影響から、税収の低下や産業の後継者不足、自然・歴史の保全、コミュニティの希薄化など多くの課題に直面することが予想されます。

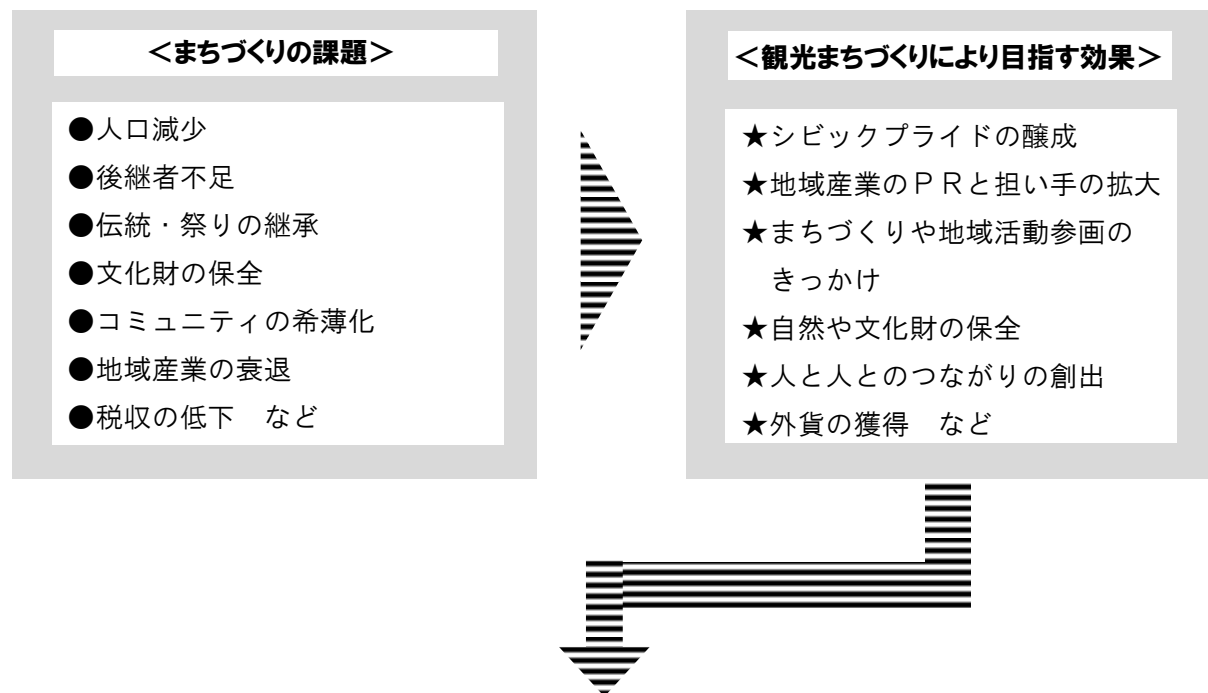
こうした課題は稲沢市だけのものではなく、日本全体での課題とも言えますが、稲沢市においては、これらの課題を「観光」を活用して解決できないかと考えています。

例えば、若者が進学や就職により稲沢市を離れても、稲沢市への愛着が育まれ、稲沢市が素敵なまちになっていれば、子育てをするために戻ってきてくれるかもしれません。稲沢市の地場産業である植木産業も後継者不足が叫ばれていますが、観光の力で植木産業の「魅力」や「やりがい」を市内外に発信することができれば、「稲沢市で植木産業を営みたい」と思う人が増えるかもしれません。

「観光を“手段”として活用することによって、まちの活性化につなげたい。」

そういう想いで、稲沢市では観光に取り組んでいきます。

■稲沢市が観光でやりたいこと



稲沢市の活性化！

stage 2 稲沢市が目指す観光

観光まちづくりで、稲沢市の様々な資源をつなぐ。

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。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、本市を含むエリアに目を向けると、2026（平成38）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、世界的なイベントが控えているとともに、2027（平成39）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。そのため、これらの環境の変化を好機と捉え、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。

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ろう」「観光のために地域資源を使おう」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”として観光を活用しよう」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、私たちが目指す観光は、「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らを支える“ヒト”といった稲沢市が持つ“光”を観光まちづくりの取り組みによってつなぎ、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。

そのため、稲沢市が一丸となって、観光まちづくりを進めるための普遍的なテーマ（基本理念）を定めました。

■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。

stage 3 基本方針

「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）」では、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、3つの基本方針[※]を掲げて取り組んでいきます。

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

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くの人材が活躍しており、地域主体での取り組みは稲沢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して挙げられている（●資料編P.56を参照）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（●資料編P.55を参照）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っていきます。

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・交流メニューの創出

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（●資料編P.50を参照）。また、「国府宮はだか祭」をはじめとした祭りや「桜」「アジサイ」「イチヨウ」等の四季を感じることが出来る地域資源も本市の強みとなります（●資料編P.51～53を参照）。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”を見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きます。

③ 観光を活用した地域経済が潤う仕組みの構築

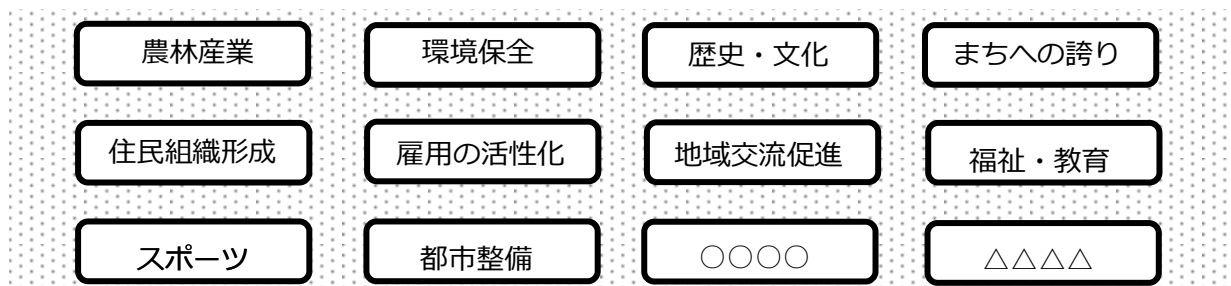
稲沢市の観光に足りないものとして、「食べ物」「お土産」「宿泊施設」「観光客への情報発信」が主な課題に挙げられています。また、稲沢市が観光において取り組むべきこととしては「魅力ある食・お土産の充実」を求める声が多くなっており、市外居住者が訪れる観光地で充実していて欲しいことでも「観光パンフレット・マップの充実」とともに「魅力ある食・お土産の充実」が多くなっています（●資料編P.54を参照）。

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誘客を図り、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。

※3つの基本方針は、観光に関する国や愛知県の動向、稲沢市の現状、各種調査結果を把握した上で導き出している（●詳細は、資料編P.45～58「稲沢市の観光の現状把握に関する資料」を参照）。

■稲沢市が目指す『観光まちづくり』のイメージ

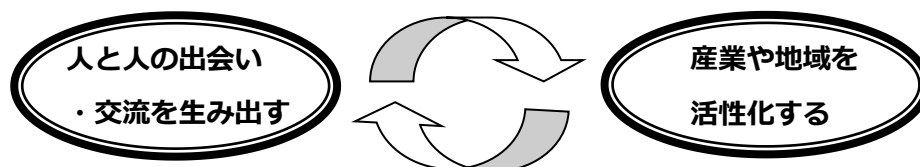
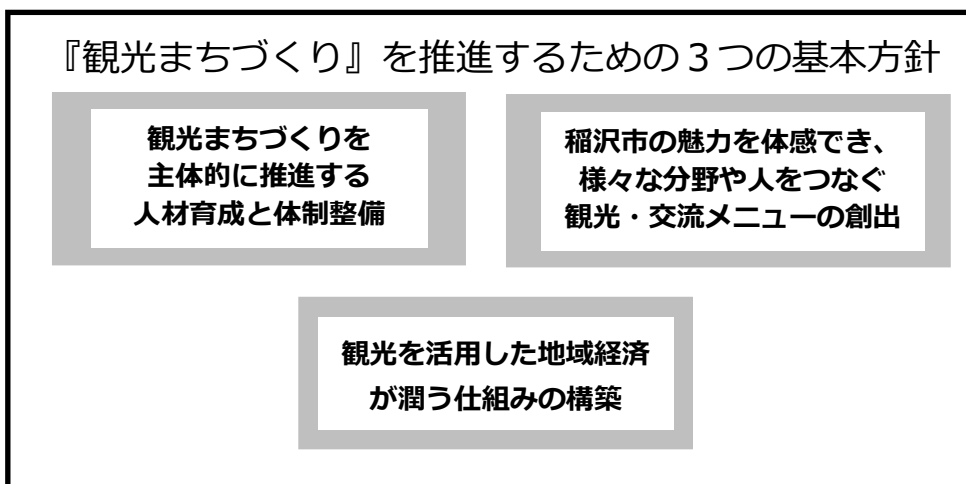
「稲沢の“光”をつなぐ観光まちづくり」



観光・交流を通じて、多様な分野や地域資源を再発掘！再認識！



稲沢市のモノ・コト・ヒトをつないで、稲沢市の活性化につなげる



“観光”の力で稲沢市を元気に！

stage 4 基本戦略

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つくっていく必要があります。

戦略1

稲沢市の活性化につながる観光・交流に一過性ではなく継続的に取り組む

戦略2

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

戦略3

「誰に、喜んでもらいたいか」を、イメージして取り組む

戦略4

事業の成果を検証し、改善等を行うことで次につなげる

第2章 稲沢市観光まちづくりビジョンについて

stage 1 計画の期間

計画の期間は、2018（平成 30）年度から 2027（平成 39）年度までの 10 年間とします。

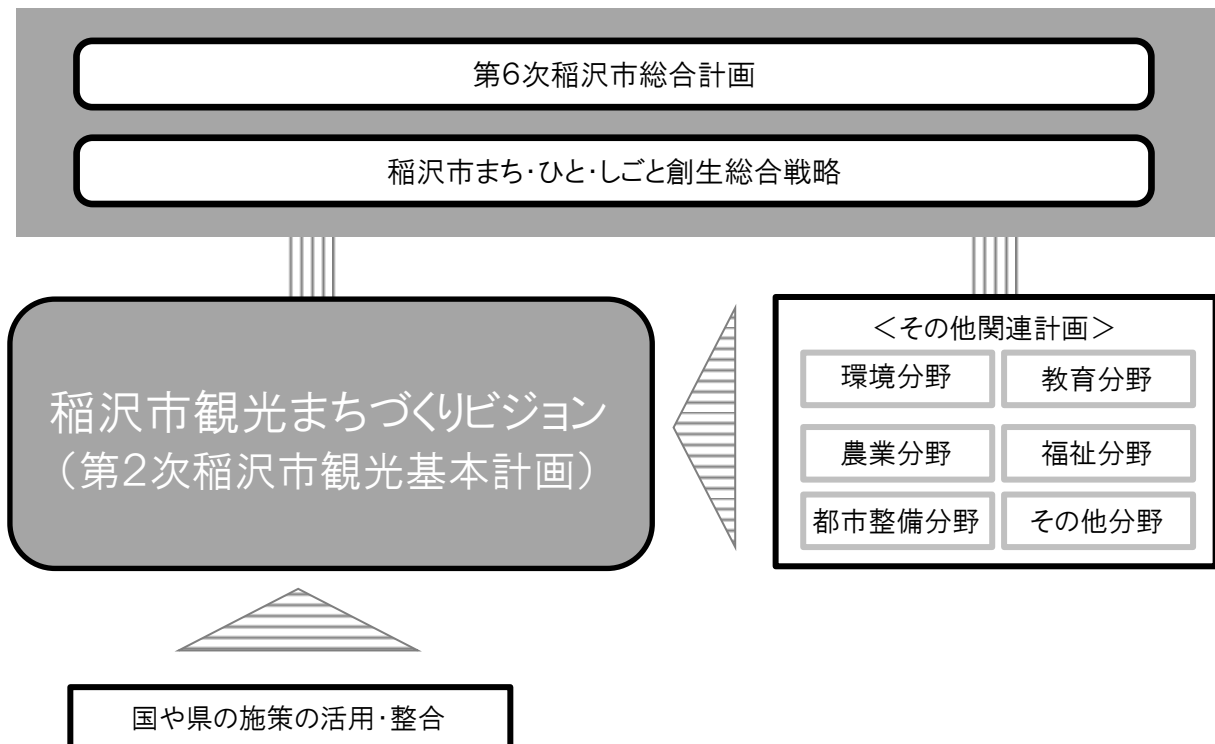
なお、観光を取り巻く環境はめまぐるしく変化しており、将来を見通すことが非常に難しくなっています。こうした変化に柔軟に対応し、戦略的に取り組みを推進していくことが求められることから、中間年度（5年）を迎えた段階で計画内容の見直しを行うものとします。

stage 2 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





stage 3 観光まちづくりによって達成したいこと

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、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、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。

■稲沢市観光まちづくりビジョン成果指標

項目	2017（平成 29）年 （基準値）	2022（平成 34）年 （中間値）	2027（平成 39）年 （目標値）
年間観光入込客数	253.6 万人 ^{※1}	350 万人	500 万人
稲沢市の「観光振興」に対する市民満足度	31.2% ^{※2}		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}		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）を加えたもの。

※2：市政アンケート調査結果【2017（平成 29）年 5 月実施】。

2027（平成 39）年の年間観光入込客数の目標値 500 万人を達成することにより、2027（平成 39）年の観光消費額は 200 億円と推計されます。

stage 4 誰に、喜んでもらいたいか

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、トレンド等が計画期間である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、「誰に、喜んでもらいたいか」をイメージして各事業に取り組みます。

第3章 重点アクションプラン

(仮称)いなざわ観光まちづくりラボの立ち上げと推進

稲沢市ならではの観光まちづくりを推進するため、第1章で掲げた3つの基本方針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、本ビジョン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「(仮称)いなざわ観光まちづくりラボの立ち上げと推進」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。

「(仮称)いなざわ観光まちづくりラボ」は、2017(平成29)年度に設置された「稲沢市観光基本計画アクションプラン検討会議」を基にした市民主体の実践組織であり、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、人材の育成・発掘を図り、組織の基盤を構築していきます。

そして、各主体が「(仮称)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、魅力の再発掘・再構築を実施していきます。

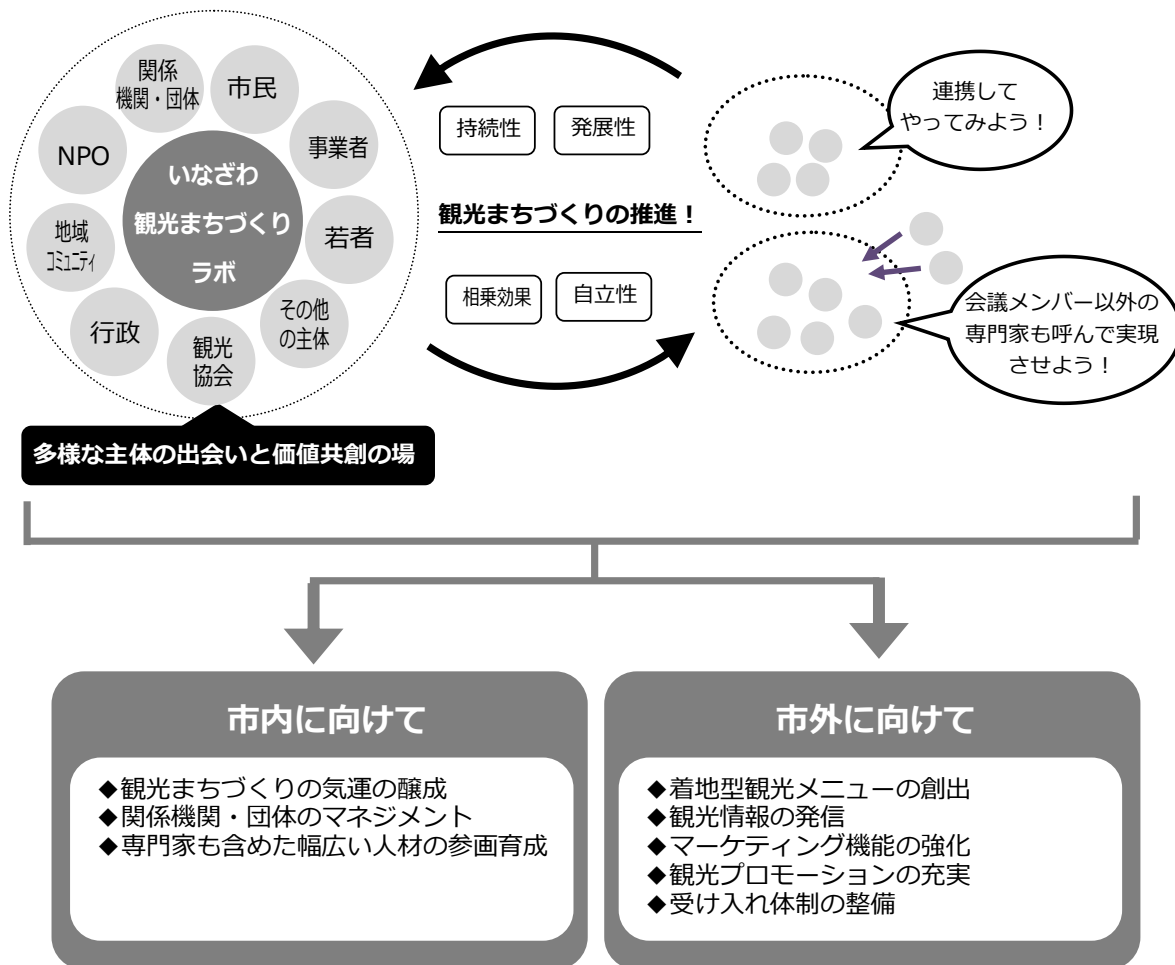


稲沢市観光基本計画アクションプラン検討会議とは・・・

アクションプラン検討会議は観光に携わる多様な主体が集まり、観光を通じた稲沢市の活性化を検討・実践していく組織です。2017(平成29)年度はワークショップを通じて「稲沢市観光まちづくりビジョン」に基づくアクションプランの事業立案を行いました。

(● 資料編P.43~44を参照)

■ 「(仮称) いなぎわ観光まちづくりラボ」のイメージ



稲沢市観光協会は、「(仮称) いなぎ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实践（アクション）につなげていきます（☛ P.12を参照）。

ロードマップ				
2018 (平成30) 年度	2019 (平成31) 年度	2020 (平成32) 年度	2021 (平成33) 年度	2022 (平成34) 年度
立ち上げ・運営	事業の企画・実施	→		自立に向けた検討 →

成果指標		
項目	現状値 (2017 (平成29) 年度)	目標値 (2022 (平成34) 年度)
メンバー数	29*	100
プロジェクト実施数	0	10

*稲沢市観光基本計画アクションプラン検討会議のメンバー数 2018 (平成30) 年1月現在

■アクションプラン検討会議で協議されているプロジェクト（2017（平成29）年12月現在）

プロジェクト1 「稲沢まるごとイルミネーション」

LEDを活用し、市内全体をイルミネーションで彩る。国府宮参道から他地区へ展開していくプロジェクト。

Why? (なぜ必要?) ●稲沢が何か面白いことを始めたというインパクト ●シビックプライド ●将来の定住	What? (何をする?) ●資金調達 ●協力者(木の提供者、作業協力者、LED 機材提供者)の発掘 ●プロジェクトマップの活用	How? (どのように?) ●学校を通じた呼びかけ ●商工会議所、名鉄・JR、市役所との連携
Who? (誰に?) ●市民 ●通勤・通学者 ●名古屋にいる若者	Where? (どこで?) ●国府宮 ●平和町桜ネックス ●国分寺 ●市内大型ショッピングセンター 等	When? (いつまでに?) ●1年目:国府宮参道 ●2年目:駅～国府宮 ●3年目以降:他地区へ展開

プロジェクト2 「緑も歴史もある町 稲沢」

尾張国分寺跡を活用して、稲沢の歴史や植木の歴史をガイドが紹介。国分寺マルシェや植木販売と連携し、地域にお金が落ちる仕組みを構築するプロジェクト。

Why? (なぜ必要?) ●尾張国分寺跡を通して、稲沢の歴史や植木の歴史を知ってもらう	What? (何をする?) ●ガイドに稲沢、尾張国分寺跡、植木の歴史について説明してもらう ●市(いち)やイベントを行い、その中でガイドを組み合わせる	How? (どのように?) ●TVの公開放送の誘致 ●国分寺マルシェや植木販売を楽しんでもらう ●美濃路街道、旧郵便局をイベント会場にする
Who? (誰に?) ●新しく稲沢に来た人々 ●緑や歴史に興味がある人 ●若い親子	Where? (どこで?) ●尾張国分寺跡 ●植木センター ●文化財関連施設 ●各寺院仏閣 ●梅まつり、あじさい祭り等のイベント会場	When? (いつまでに?) 計画によって、随時

プロジェクト3 「稲沢・サリオパーク祖父江を世界へ！」

シクロクロスやトライアスロン等の世界大会を誘致し、スポーツ等を通じた交流機会を創出する。大会を通じて、自然体験やサンドフェスタ等への波及効果を目指していくプロジェクト。

Why? (なぜ必要?) ●四季体験 ●サリオパーク祖父江の環境を活かし、スポーツや学びを通して集いをつくり、地域の活性化の源とする	What? (何をする?) ●スポーツ世界大会 ●自然体験 ●サンドフェスタ世界大会 等	How? (どのように?) ※今後、検討
Who? (誰に?) ●子ども達 ●競技参加者 ●地元商店 ●研究者	Where? (どこで?) ●サリオパーク祖父江	When? (いつまでに?) ●自然関係:2、3年後 ●世界大会:10 年後

プロジェクト4 「ざわざわ つなぐ」

稲沢市の多様な魅力に関わる人やファンの人をつないでいくプロジェクト。

Why? (なぜ必要?) ●稲沢市には自然文化(イチヨウ・ホテル実験田)、赤い電車など多くの魅力がある	What? (何をする?) ●「つなぐ」それぞれのファン(関わる人)をつなぐ	How? (どのように?) ●情報を常に発信
Who? (誰に?) ●次世代 ・市外の方	Where? (どこで?) ●駅 ●田んぼ(それぞれの要素による)	When? (いつまでに?) ●既に実施しているものあり 大きく拡げ、つなげていく

※いずれのプロジェクトも 2017(平成 29)年 12 月現在の内容のため、今後変更及び修正の可能性があります。

第4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育成と体制整備

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。

■ 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	短期
2	活動内容の情報発信	市 市観光協会	短期

※短期（1～3年）、中期（3～5年）、長期（5年以上）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、団体等が稲沢市の魅力を再認識・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「(仮称)いなざわ観光まちづくりラボ」を設置します。

■ 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	「(仮称)いなざわ観光まちづくりラボ」の 立ち上げ	市 市観光協会	短期

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、「(仮称)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。稲沢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、稲沢市への来訪意欲を促すことで、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、将来的に旅行業資格の取得及び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	「(仮称)いなざわ観光まちづくりラボ」の運営	市 市観光協会	短期
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	長期
7	法人化移行の検討	市 市観光協会	長期

アクションプラン4 観光受入体制（おもてなし環境・おもてなし体制）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「おもてなし環境」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、稲沢市の歴史や文化、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、市民や観光事業者が稲沢市の魅力やおもてなしの作法等を学ぶことができる「おもてなし」講座や研修会を開催します。

また、情報提供や人の交流などの機能を持ったおもてなしの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の育成及び主体的な活動の支援	市観光協会	短期
2	「おもてなし」講座や研修会の開催	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設置と活用	市 市観光協会	短期
7	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
8	まち歩きアプリの活用	市観光協会	中期
9	観光案内所の設置検討	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、稲沢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を実施することで、受入体制を整備します。

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	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
2	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
3	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
4	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
5	まち歩きアプリと多言語ガイドブックの活用	市観光協会	中期

基本方針 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・交流メニューの創出

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、年間を通じて稲沢市の魅力を体験できる着地型観光メニューを創出していきます。

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	短期
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
4	国府宮はだか祭体験参加プログラムの検討	市 市観光協会 観光事業者 寺社 市民団体 市民個人	中期

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	サリオパーク祖父江と善光寺東海別院等の 周辺施設を組み合わせた観光ルートの設定	市 市観光協会	短期
2	自然と歴史文化を組み合わせた観光ルートの 設定	市 市観光協会	短期
3	JAF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
4	武将観光ルートの創出	市 市観光協会	中期

No.	取り組み名	主な実施主体	実施計画
5	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
6	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「(仮称)三英傑の歴史がスタートした地」として稲沢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や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。

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
○	○		○		○		○	○	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	短期
2	「(仮称)三英傑の歴史がスタートした地」プロモーション事業	市 市観光協会 観光事業者 市民団体	中期
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	武将観光ルートの創出(再掲)	市 市観光協会	中期

アクションプラン4 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、稲沢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

アクションプラン5 周辺地域との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稲沢市と共通のテーマ・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、本市の地域資源と周辺市町の地域資源を効果的に組み合わせ、広域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・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	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	広域観光組織及び協議体への参画	市 市観光協会	長期

アクションプラン6 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・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	文化財の活用に関する協議体による検討	市 市観光協会 寺社 市民団体	短期

アクションプラン7 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

国営ワイルドネイチャープラザ、県営木曽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、木曽川の清流や全国的にも珍しい河畔砂丘、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が開催され、毎年多くの賑わいと交流が生まれているほか、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、稲沢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水上バイク、サップヨガ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・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	サリオパーク祖父江と善光寺東海別院等の周辺施設を組み合わせた観光ルートの設定（再掲）	市 市観光協会	短期
2	環境学習会（自然観察会）の開催	市・国	短期
3	サリオパーク祖父江の特色を活かした体験型メニューの創出	市・国・県 市観光協会	短期
4	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

アクションプラン8 “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」「藤九郎」「栄神」及び「金兵衛」の保全を行い、広く銀杏を県内外にPRする場となる「（仮称）イチョウ見本園」を整備し、来訪者にそぶえイチョウ黄葉まつりと合わせて回遊してもらうなど、新たな市内名所として活用します。

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	「(仮称) イチョウ見本園」整備事業	市・県 商工会 JA 農商工業者	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推進

事業概要

健康づくり用のスマートフォンアプリ、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作成し、まち歩きに活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、アプリを活用したウォーキングポイント制度として、ウォーキングに参加することでポイントが加算され、貯まったポイントと引き換えに特産品等の景品を贈呈する取り組みを検討します。

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	健康づくりアプリ・ウォーキングマップの作成	市 市観光協会	短期
2	ウォーキングポイント制度の検討	市 商工会議所・商工会 農商工業者	短期

No.	取り組み名	主な実施主体	実施計画
3	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

アクションプラン 10 荻須記念美術館の魅力向上

事業概要

稲沢市が輩出した荻須高德画伯を顕彰する美術館をシンボル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・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	特別展・企画展の開催	市	短期
2	稲沢市美術館大学パートナーシップ事業	市 大学	短期

アクションプラン 11 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

稲沢市には、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、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共に創出し、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
○	○	○	○	○	○	○	○	○	

主な取り組み

No.	取り組み名	主な実施主体	実施計画
1	稲沢桜まつり・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
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	そぶえイチヨウ黄葉まつり	商工会	短期
8	国府宮はだか祭	寺社	短期
9	稲沢梅まつり	市観光協会	短期
10	既存イベントにおける連携強化（再掲）	市 市観光協会 商工会議所・商工会 市民団体	短期
11	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

アクションプラン 12 観光行動及び交流活動の推進

事業概要

市内で開催されている祭り・イベントを通年でつなぐ仕組みを構築します。例えば、「(仮称) いなざわお祭りスタンプラリー」を実施し、スタンプを集めた参加者には市内飲食店で使える食べ歩きクーポンの配布やいなっピーグッズのプレゼントなど、特典を用意します。

将来的にはスマートフォンアプリ等の活用を視野に入れて展開していくこととし、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・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	「(仮称) いなざわお祭りスタンプラリー」の 実施	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 市民団体	中期
2	スマートフォンアプリ等の活用と市内観光客の 動向分析	市 市観光協会	中期

基本方針 3 観光を活用した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をはじめとする新たなコミュニケーションツールを活用し、双方向の情報共有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、稲沢市の魅力を広く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」や稲沢市観光PR大使、稲沢市キャンペーン・レディー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、稲沢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稲沢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、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等の新たなコミュニケーションツールを活用した情報発信	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	キャンペーン・レディーの活用	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	観光ポータルサイト・アプリの作成・運用	市 市観光協会	中期
8	稲沢市観光PR大使の活用	市	中期
9	『いなざわ』ブランドの創出と磨き上げ	市 市観光協会	中期
10	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

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、さらに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	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
4	「食」の地域ブランド化の推進	市 市観光協会 商工会議所・商工会 JA 農商工業者	中期
5	生産者と消費者をつなげる交流拠点の整備	市 市観光協会 商工会議所・商工会 JA 農商工業者	長期

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、W i - F i 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・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	観光関連施設におけるW i - F i 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
2	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	長期
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	長期

アクションプラン4 交通アクセスの充実・活用

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	稲沢市コミュニティバスの活用	市 市観光協会	短期
2	民間事業者と連携したレンタサイクル等の 二次交通の開発・運営の検討	市 市観光協会 観光事業者 市民団体	中期
3	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	中期

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

稲沢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	長期

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

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、本市にある実業団スポーツチームとも連携協力し、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。

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	アジア競技大会・ボウリング競技における開催地誘致活動の推進	市	長期
2	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	長期

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

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を契機として、姉妹都市であるギリシャのオリンピア市や友好都市である中国の赤峰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。

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5章 計画推進のための役割と体制

stage 1 各主体の役割

本ビジョンのテーマ（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、「(仮称)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。

stage 2 ビジョン推進体制の構築

本ビジョン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。

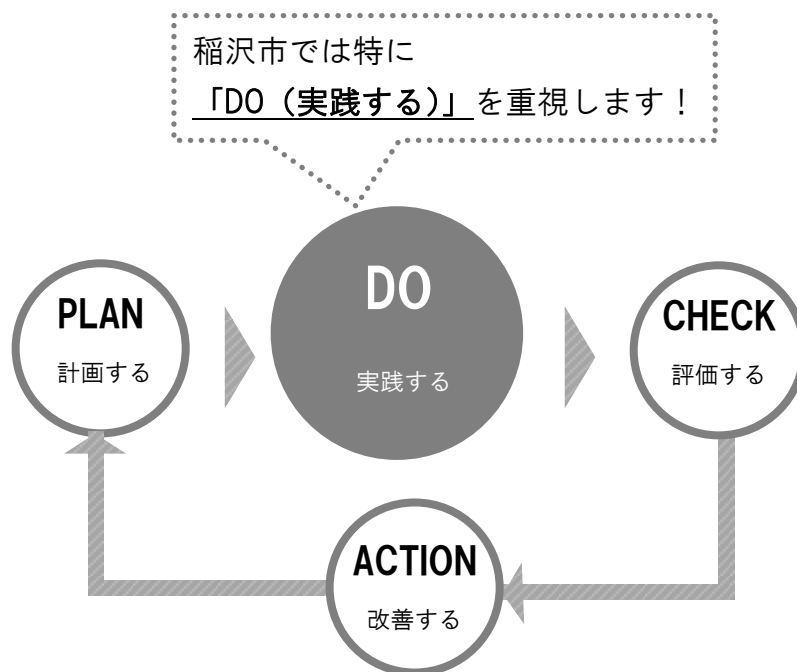
そのため、本ビジョンの進行管理を担う組織として有識者、観光関係団体、観光関係事業者、観光関係行政機関等で構成する「(仮称) 稲沢市観光基本計画推進委員会」を設置するとともに、観光まちづくりの推進組織として「(仮称) いなざわ観光まちづくりラボ」を設置し、両組織を中心に各主体間の連携を強化しながら取り組みを進めていきます。

stage 3 進行管理及び成果検証

本ビジョン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、中間年度（5年）を迎えた段階で施策・事業の検証を行い、必要に応じて中間見直しを行います。

なお、各施策・事業の推進にあたっては、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

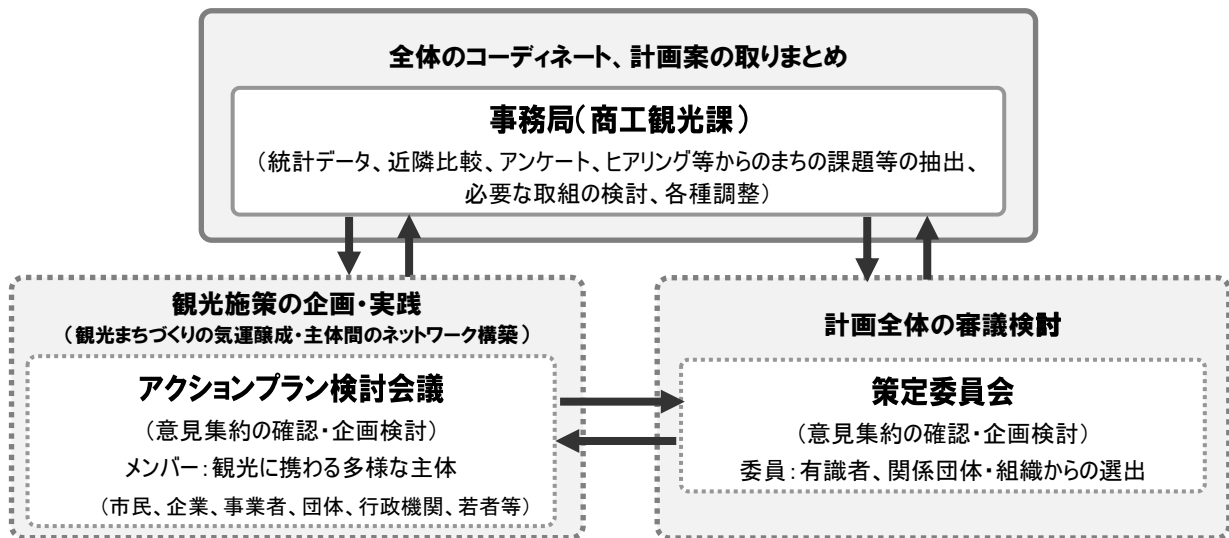


stage 1 計画の策定体制

(1) 策定体制

本ビジョンの策定にあたり、計画全体を審議検討する機関として「稲沢市観光基本計画策定委員会」を、具体的な観光施策を企画・実践するための作業部門として「アクションプラン検討会議」を設置しました。

■計画の策定体制



(2) 稲沢市観光基本計画策定委員会設置要綱

(趣旨)

第1条 この要綱は、稲沢市観光基本計画策定委員会の設置、組織及び運営に関し必要な事項を定めるものとする。

(設置)

第2条 市が目指す観光の方向性を明確にするとともに、観光推進の担い手となる人材の育成、官民連携の推進体制の構築等、市の観光振興に向けたアクションにつながる計画（以下「観光基本計画」という。）を策定するため、稲沢市観光基本計画策定委員会（以下「委員会」という。）を置く。

(所掌事務)

第3条 委員会は、次に掲げる事項を所掌する。

- (1) 観光基本計画の策定に関すること。
- (2) 観光基本計画の具現化及び推進に関すること。
- (3) その他観光基本計画の策定に必要な事項に関すること。

(組織)

第4条 委員会は、委員 20 人以内で組織する。

2 委員は、次に掲げる者のうちから市長が委嘱し、又は任命する。

- (1) 学識経験者
- (2) 観光関係団体の代表者
- (3) 観光関係事業者の代表者
- (4) 観光関係行政機関の職員
- (5) 稲沢市経済環境部長
- (6) 稲沢市教育委員会教育部長
- (7) その他市長が必要と認めた者

(任期)

第5条 委員の任期は、委嘱又は任命の日から平成 30 年 3 月 31 日までとする。委員が欠けた場合における補欠委員の任期も、同様とする。

(委員長及び副委員長)

第6条 委員会に委員長及び副委員長を置き、委員の互選によりこれを定める。

2 委員長は、会務を総理し、委員会を代表する。

3 副委員長は、委員長を補佐し、委員長に事故があるとき、又は委員長が欠けたときは、その職務を代理する。

(会議)

第7条 委員会の会議（以下「会議」という。）は、委員長が必要に応じて招集する。ただし、委員長が選任されていない場合は、市長が招集する。

2 会議は、原則公開とする。

3 会議の議長は、委員長をもって充てる。

- 4 委員会は、委員の過半数が出席しなければ、会議を開き、議決することができない。
- 5 委員会の議事は、出席した委員の過半数をもって決し、可否同数のときは、委員長の決するところによる。
- 6 委員会は、会議において、必要があると認める場合は、議事に関係のある者に対して、出席を求め、その説明若しくは意見を聴き、又は資料の提出を求めることができる。

(アクションプラン検討会議)

第8条 委員会は、観光基本計画の策定に関し、具体的な観光施策について調査検討する作業部門として、アクションプラン検討会議を置くことができる。

(報告)

第9条 委員長は、観光基本計画の案を作成したときは、市長に報告するものとする。

(庶務)

第10条 委員会の庶務は、経済環境部商工観光課において処理する。

(補則)

第11条 この要綱に定めるもののほか、委員会の運営に関し必要な事項は、委員長が委員会に諮って定める。

付 則

- 1 この要綱は、平成29年2月20日から施行する。
- 2 この要綱は、平成30年3月31日限り、その効力を失う。

(3) 稲沢市観光基本計画策定委員会委員名簿

組織・役職等	氏名	備考
和歌山大学 経済学部教授	大澤 健	委員長
稲沢市観光協会 事務局長	古川 正美	副委員長
名古屋文理大学情報メディア学部 情報メディア学科教授 ・地域連携センター長	栗林 芳彦	
一般社団法人愛知県観光協会 専務理事兼事務局長	河村 保	～2017（平成29）年6月7日
	鈴木 隆	2017（平成29）年6月8日～
稲沢商工会議所理事兼事務局長	服部 正見	
祖父江町商工会事務局長	山田 洋	
平和町商工会事務局長	野村 修	
名古屋鉄道株式会社国府宮駅長	安藤 之一	
尾張大國霊神社 権禰宜	松田 雅之	
善光寺東海別院 副住職	林 和伸	
国土交通省中部地方整備局 木曾川上流河川事務所河川公園課長	塩冶 康人	
愛知県振興部観光局観光振興課長	渡邊 宗徳	～2017（平成29）年3月31日
	伊藤 哲浩	2017（平成29）年4月1日～
稲沢市経済環境部長	岩間 福幸	
稲沢市教育委員会教育部長	遠藤 秀樹	
稲沢市観光協会ボランティア ・稲沢市ふるさとガイドの会	大野 邦子	※
株式会社国分農園代表取締役	橋本 昌博	※
特定非営利活動法人ネイヴル理事長	高村 宗克	※
株式会社水谷建設代表取締役 (平和町商工会副会長)	水谷 光宏	※

※稲沢市観光基本計画アクションプラン検討会議メンバー兼務

(4) 稲沢市観光基本計画アクションプラン検討会議メンバー名簿

2018（平成30）年1月現在

所属・職業等	氏名	備考
稲沢市観光協会ボランティア 稲沢市ふるさとガイドの会	大野 邦子	※
稲沢市観光協会ボランティア	渡邊 良幹	
稲沢市観光協会ボランティア	浪上 永子	
稲沢市ふるさとガイドの会	岩田 正行	
稲沢市ふるさとガイドの会	伊藤 和夫	
稲沢市ふるさとガイドの会	恒川 なおみ	
株式会社国分農園	橋本 昌博	※
特定非営利活動法人ネイヴル	高村 宗克	※
株式会社水谷建設 平和町商工会	水谷 光宏	※
農業	杉原 ひな子	
株式会社NTT ドコモ東海支社 観光情報学会会員	沖野 直	
どまつりダンスチーム SPICE!	服部 みどり	
どまつりダンスチーム SPICE!	吉次 栄子	
公務員	中西 真希	
国土交通省中部地方整備局 木曾川上流河川事務所河川公園課	北川 善文	
小玉屋 やわせ十八番市実行委員会	橋本 英明	
観音農園 やわせ十八番市実行委員会	橋本 一彦	
東雲堂 やわせ十八番市実行委員会	橋本 真悟	
やわせ十八番市実行委員会	橋本 琢治	
やわせ十八番市実行委員会	橋本 博文	
国分寺住職 国分寺マルシェ、国分寺福だるま	小川 寛行	
みかん本舗でんえん 海津アクアマルシェ実行委員会	水谷 浩	

所属・職業等	氏名	備考
特定非営利活動法人 祖父江のホタルを守る会	山内 晴雄	
特定非営利活動法人 祖父江のホタルを守る会	樋江井 光二	
美容師	平田 研二	
一般社団法人稲沢青年会議所	岡田 真志	
稲沢市郷土史研究会	松田 文夫	
31℃	清水 大輔	
稲沢市公共施設管理協会	友利 宇一	

※稲沢市観光基本計画策定委員会委員兼務

stage 2 計画策定の経緯

■計画策定の経緯

年月日	項目	内容
2017（平成29）年 3月22日	第1回 稲沢市観光基本計画策定委員会	<p><主な協議事項></p> <ul style="list-style-type: none"> ・会議の運営方法について ・策定方針及び策定スケジュールについて ・新委員の選任について
	「観光まちづくり」をテーマとした基調講演	<p><タイトル></p> <ul style="list-style-type: none"> ・「さあ、市民の力で観光まちづくりをはじめよう！稲沢市の無限の可能性」 <p><講師></p> <ul style="list-style-type: none"> ・和歌山大学経済学部教授 大澤 健氏
2017（平成29）年 4月26日	第2回 稲沢市観光基本計画策定委員会	<p><主な協議事項></p> <ul style="list-style-type: none"> ・稲沢市の観光における現状と課題について ・各種調査の実施について
2017（平成29）年 5月～6月	稲沢市観光基本計画策定にあたってのヒアリング調査	<p><調査対象></p> <ul style="list-style-type: none"> ・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
2017（平成29）年 5月22日～6月9日	稲沢市の観光に関する市民意識調査	<p><調査対象></p> <ul style="list-style-type: none"> ・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）
2017（平成29）年 6月1日～6月18日	稲沢あじさいまつりアンケート調査	<p><調査対象></p> <ul style="list-style-type: none"> ・稲沢あじさいまつりの来場者
2017（平成29）年 6月16日～6月19日	稲沢市の観光に関するインターネット調査	<p><調査対象></p> <ul style="list-style-type: none"> ・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
2017（平成29）年 7月5日	第3回 稲沢市観光基本計画策定委員会	<p><主な協議事項></p> <ul style="list-style-type: none"> ・各種調査の結果（中間報告）について
	第1回 稲沢市観光基本計画アクションプラン検討会議	<p><主な内容></p> <ul style="list-style-type: none"> ・大澤 健氏（和歌山大学経済学部教授）による観光まちづくりをテーマとした基調講演 ・オリエンテーション
2017（平成29）年 8月22日	第4回 稲沢市観光基本計画策定委員会	<p><主な協議事項></p> <ul style="list-style-type: none"> ・各種調査の結果について ・計画の骨子案について
2017（平成29）年 9月4日	第2回 稲沢市観光基本計画アクションプラン検討会議	<p><主な協議事項></p> <ul style="list-style-type: none"> ・「稲沢の面白いモノ・コト・ヒト」を考えよう！
2017（平成29）年 9月29日	第3回 稲沢市観光基本計画アクションプラン検討会議	<p><主な協議事項></p> <ul style="list-style-type: none"> ・「稲沢市のモノ・コト・ヒト」をつなぐアイデアを考えよう！

年月日	項目	内容
2017（平成29）年 10月25日	第5回 稲沢市観光基本計画策定委員会	<主な協議事項> ・計画の素案について
2017（平成29）年 11月6日	第4回 稲沢市観光基本計画アクション プラン検討会議	<主な協議事項> ・「稲沢市のモノ・コト・ヒト」をつなぐ プロジェクトを考えよう！①
2017（平成29）年 11月28日	第6回 稲沢市観光基本計画策定委員会	<主な協議事項> ・稲沢市観光まちづくりビジョン（案）に ついて
2017（平成29）年 12月20日	第5回 稲沢市観光基本計画アクション プラン検討会議	<主な協議事項> ・「稲沢市のモノ・コト・ヒト」をつなぐ プロジェクトを考えよう！②
2017（平成29）年 12月19日～ 2018（平成30）年 1月10日	パブリックコメントの実施	
2018（平成30）年 1月24日	第6回 稲沢市観光基本計画アクション プラン検討会議	<主な協議事項> ・シンポジウムに向けた発表準備
2018（平成30）年 1月30日	第7回 稲沢市観光基本計画策定委員会	<主な協議事項> ・パブリックコメントの実施結果について ・稲沢市観光まちづくりビジョン（案）に ついて
2018（平成30）年 2月14日	第8回 稲沢市観光基本計画策定委員会	<主な協議事項> ・稲沢市観光まちづくりビジョン（案）に ついて ・稲沢市観光まちづくりビジョンキック オフシンポジウムについて
2018（平成30）年 3月10日	稲沢市観光まちづくりビジョン キックオフシンポジウム	<主な内容> ・稲沢市観光まちづくりビジョンの紹介 ・大澤 健氏（和歌山大学経済学部教授） による観光まちづくりをテーマとした 基調講演 ・学生による祖父江イチョウの研究発表 ・アクションプラン検討会議によるプロ ジェクト発表

stage 3 稲沢市の観光の現状把握に関する資料

(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り組みを進めています。

■観光に関する国の動き

年月	取り組み
2003（平成15）年 1月	小泉総理（当時）が「観光立国懇談会」を主宰
2003（平成15）年 4月	ビジット・ジャパン事業開始
2006（平成18）年 12月	観光立国推進基本法が成立
2007（平成19）年 6月	「観光立国推進基本計画」を閣議決定
2008（平成20）年 10月	観光庁設置
2009（平成21）年 7月	中国個人観光ビザ発給開始
2012（平成24）年 3月	「観光立国推進基本計画」を閣議決定
2013（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
2013（平成25）年 3月	第1回観光立国推進閣僚会議を開催
2013（平成25）年 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）
2013（平成25）年 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
2014（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
2015（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
2015（平成27）年 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
2016（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、2016（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（平成32）年と2030（平成42）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
- ・M I C E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、2016年（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、2018（平成30）年10月から12月までJRグループと共同で実施する愛知デスティネーションキャンペーン（愛知DC）に向けて、2017（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することで、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、サムライ・ニンジャフェスティバル等の開催により武将観光を推進するとともに、産業観光やポップカルチャー等の取り組みも進めています。

稲沢市においても、愛知DCの実施時期である秋期に見頃を迎える「イチョウ黄葉」を中心にプロモーション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する取り組み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



■愛知DCロゴマーク

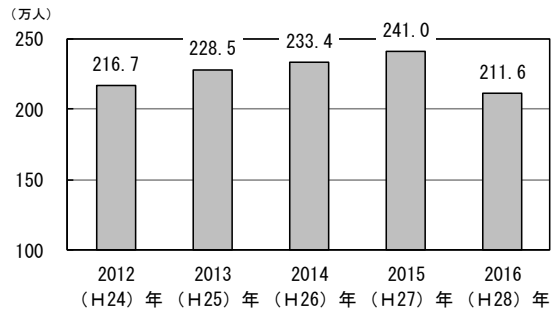


(2) 稲沢市の現状

① 来訪者の動向

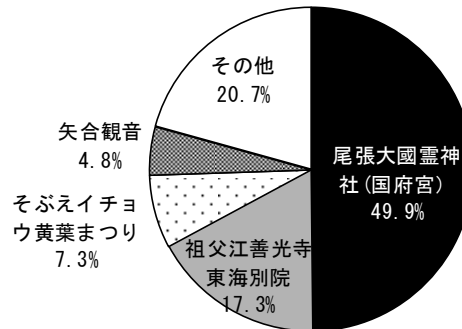
2012（平成 24）年以降、稲沢市の主要な観光施設・イベント等への来訪者は増加していましたが、2016（平成 28）年では減少しています。

■観光入込客数の推移



■観光入込客数の割合：2016（平成 28）年

来訪者数：2,116,468 人



■各観光レクリエーション資源・施設における観光入込客数の推移

単位：(人)

観光レクリエーション資源・施設	2012 (H24) 年	2013 (H25) 年	2014 (H26) 年	2015 (H27) 年	2016 (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
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

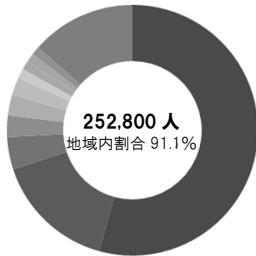
※2014（H26）年の「稲沢桜まつり」及び2015（H27）年の「福祉まつり」の観光入込客数は愛知県観光レクリエーション利用者統計の対象要件（前年の観光入込客数が年間1万人以上、若しくは前年の特定月の観光入込客数が5千人以上であること。）を満たしていませんが、経年比較の必要性から掲載しています。

資料：愛知県観光レクリエーション利用者統計

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。

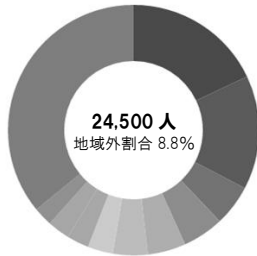
■平日の稲沢市滞在人口



滞在人口/都道府県内ランキング 上位5件

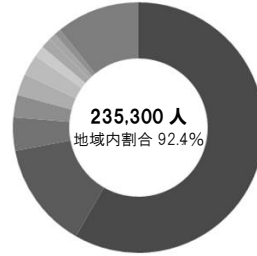
- 1位 愛知県稲沢市 137,200人 (54.2%)
- 2位 愛知県一宮市 39,600人 (15.6%)
- 3位 愛知県愛西市 10,600人 (4.1%)
- 4位 愛知県津島市 7,000人 (2.7%)
- 5位 愛知県あま市 6,800人 (2.6%)

■休日の稲沢市滞在人口



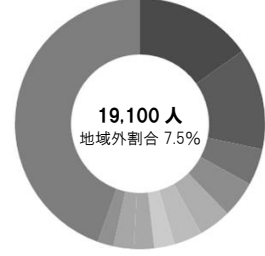
滞在人口/都道府県外ランキング 上位5件

- 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

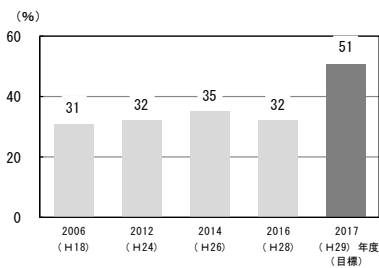
- 1位 岐阜県岐阜市 2,900人 (15.1%)
- 2位 岐阜県羽島市 2,500人 (13.0%)
- 3位 岐阜県海津市 900人 (4.7%)
- 4位 三重県桑名市 900人 (4.7%)
- 5位 岐阜県大垣市 800人 (4.1%)

資料：地域経済分析システム RESAS

③ 観光施策の進捗状況

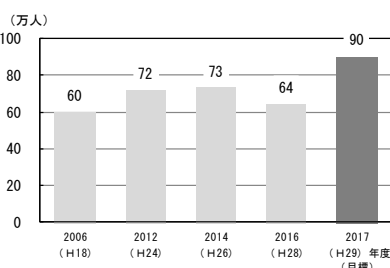
第5次稲沢市総合計画の観光に係る施策指標の推移を見ると、直近値はいずれも目標値と乖離しています。「ボランティアガイド延べ活動日数」は向上しているものの、「市内に案内したい場所やイベントがあると思う市民の割合」や「市内イベント来場者数」は2014（平成26）年度まで増加傾向でしたが、2016（平成28）年度は低下しています。

■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



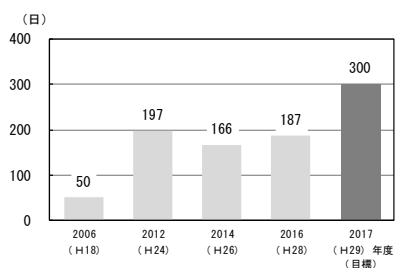
資料：市政世論調査「市民のこえ」

■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



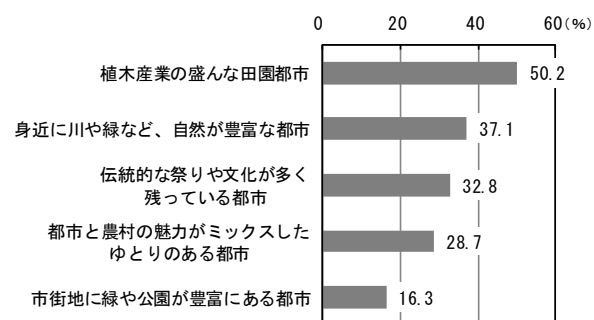
資料：稲沢市観光協会

「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

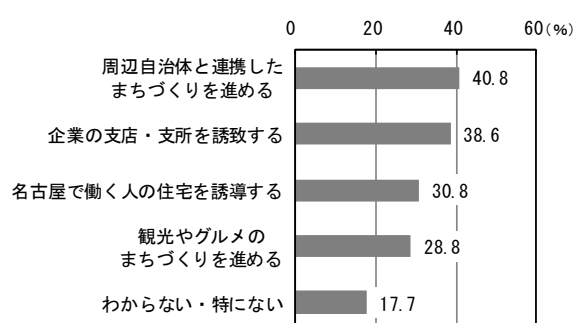
2015（平成 27）年 8 月に実施した「将来のまちづくりに関するアンケート調査」によると、市民が持つ稲沢市の都市イメージとして「植木産業」や「自然」「伝統文化や祭り」などが挙げられています。さらに、リニア開通に向けては「周辺自治体との連携」「観光やグルメのまちづくり」等が求められています。

■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	2017（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	2017（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）	2017（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	2017（平成 29）年 5月～6月（随時実施）	<調査数> 17団体

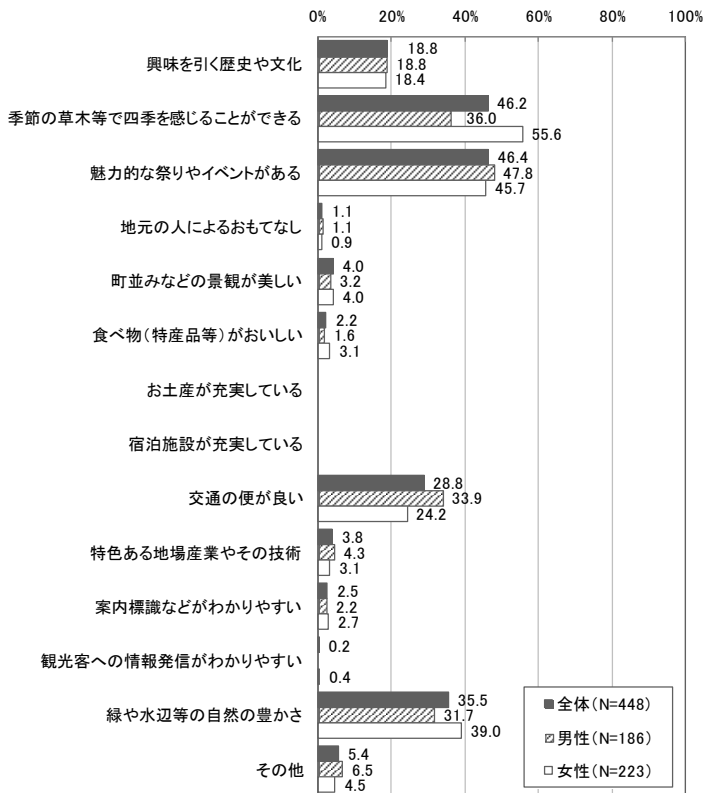
② 稲沢市の魅力について

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。

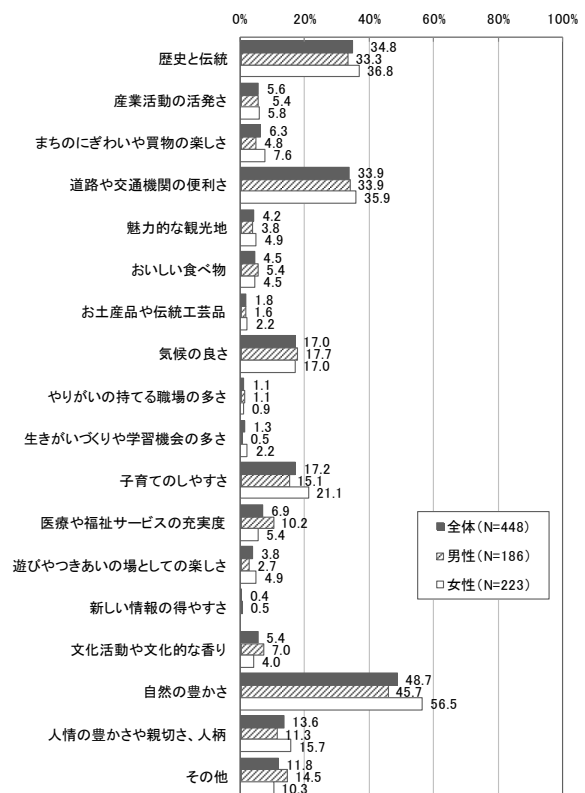
また、市外の人に自慢したい魅力では、「歴史と伝統」が全体で2番目に高かったのに対し、観光に関する魅力となると「興味を引く歴史や文化」の評価は決して高くありません。

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)



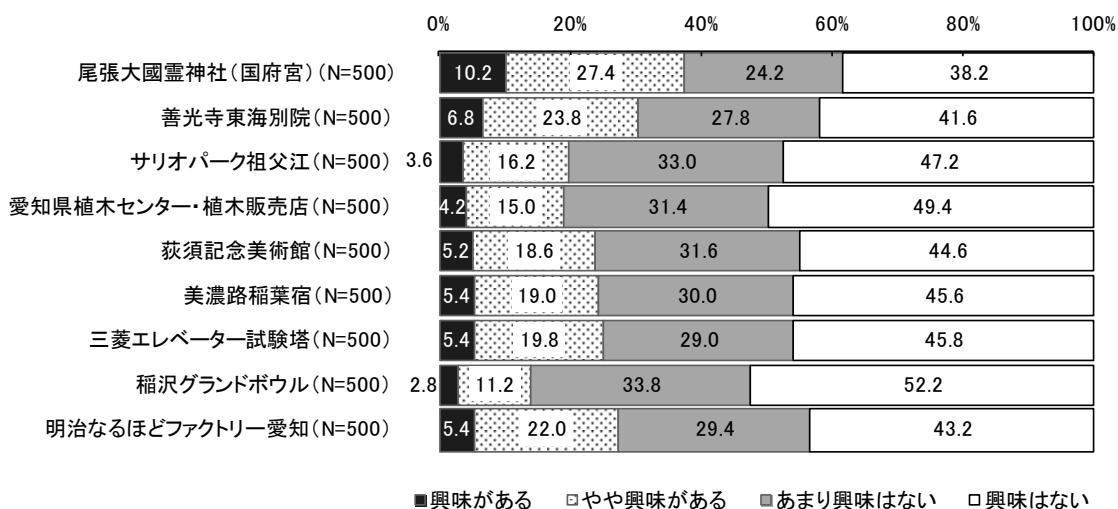
資料：稲沢市の観光に関する市民意識調査：2017（平成29）年度実施

※グラフ中の「N」とは、Number of Casesの略で、各設問に該当する回答者総数を表します。
したがって、各選択肢の%に「N」を乗じることで、その選択肢の回答者が計算できます。
(以下同様)

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。

■観光地の関心度

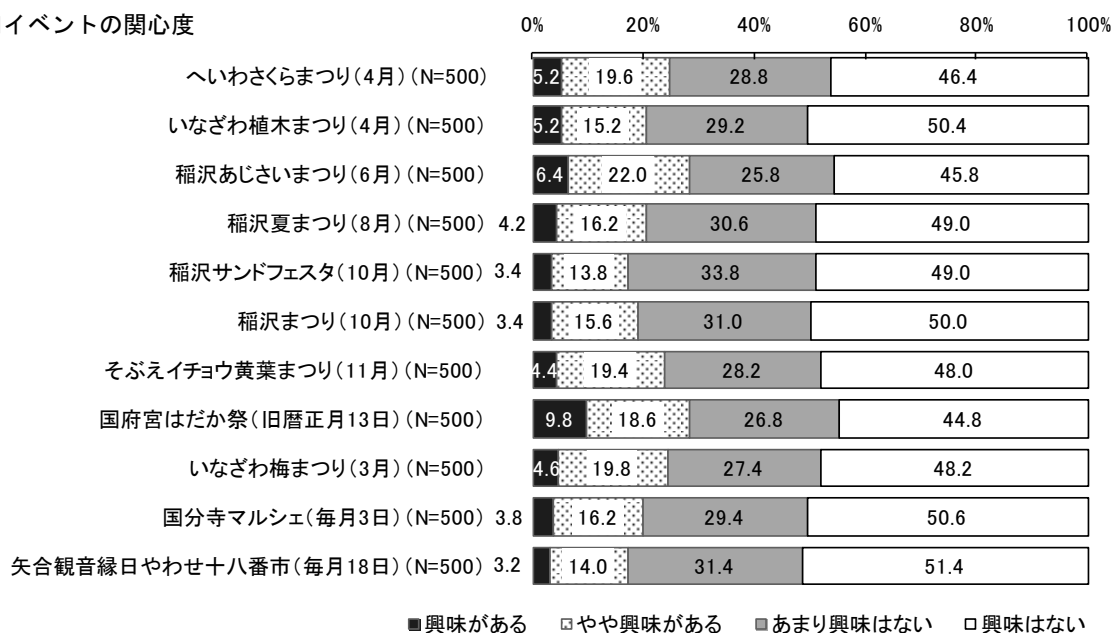


『興味がある』:「興味がある」と「やや興味がある」を合算した数値

資料：稲沢市の観光に関するインターネット調査：2017（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。

■イベントの関心度



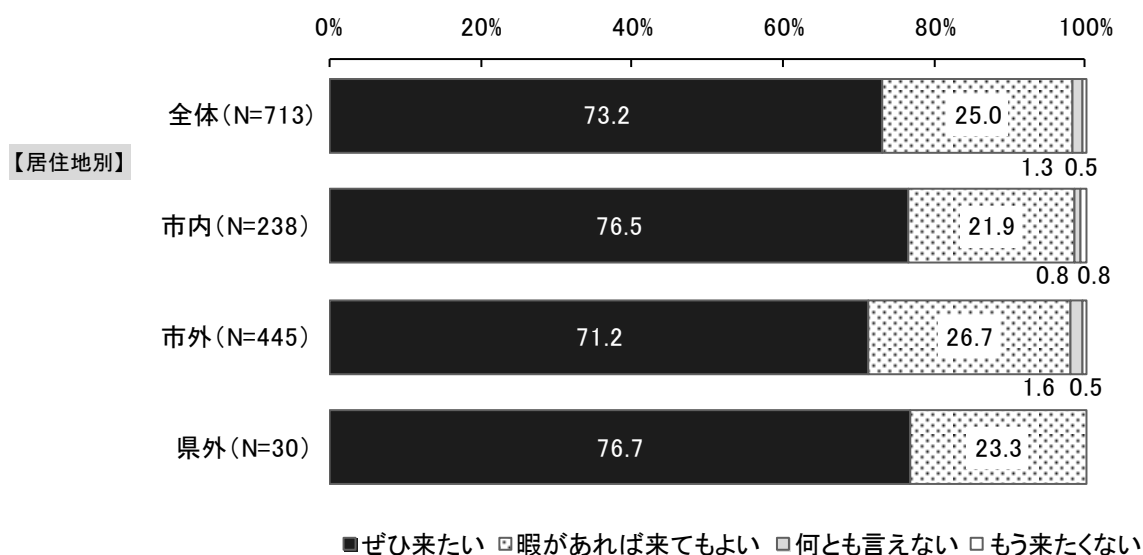
『興味がある』:「興味がある」と「やや興味がある」を合算した数値

資料：稲沢市の観光に関するインターネット調査：2017（平成29）年度実施

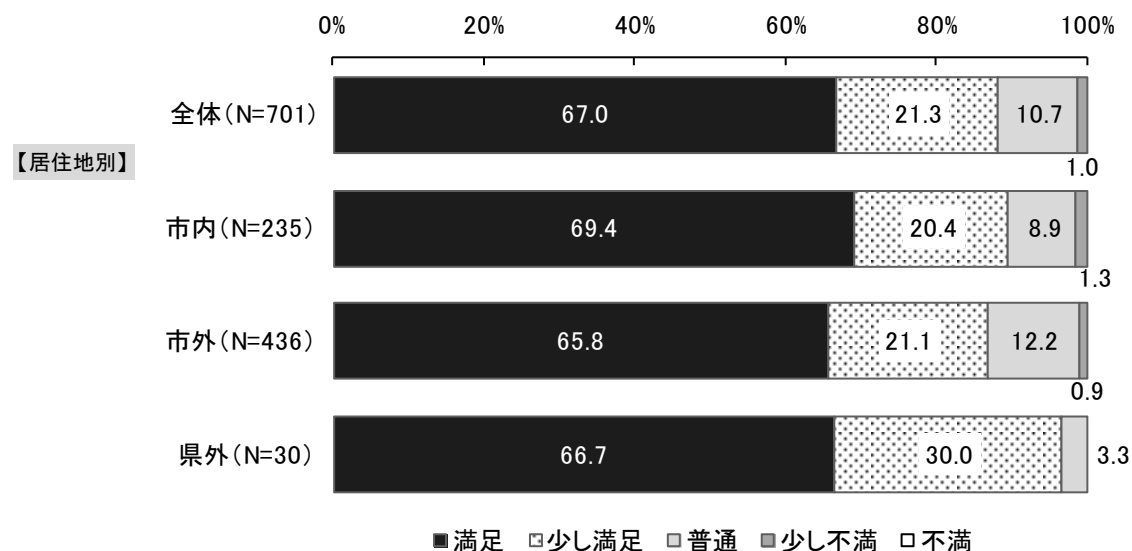
実地調査として行った「稲沢あじさいまつりアンケート調査」では、市内、市外、県外を問わず、再訪意欲で「ぜひ来たい」が7割を超えており、満足度でも「満足」が6割を超えています。

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

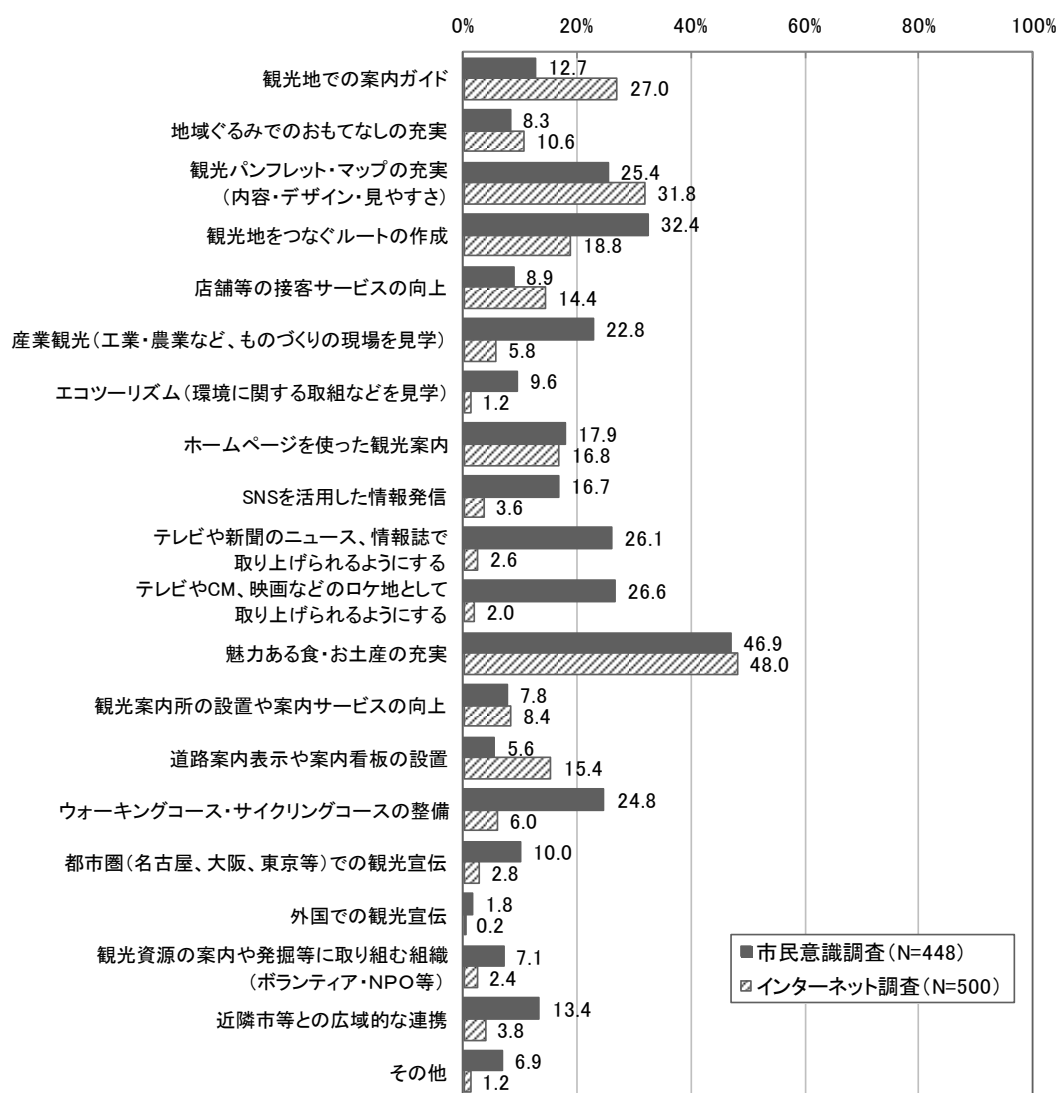


資料：稲沢あじさいまつりアンケート調査：2017（平成29）年度実施

④ 市民及び市外居住者が考える充実していくべき取り組み

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：2017（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：2017（平成29）年度実施

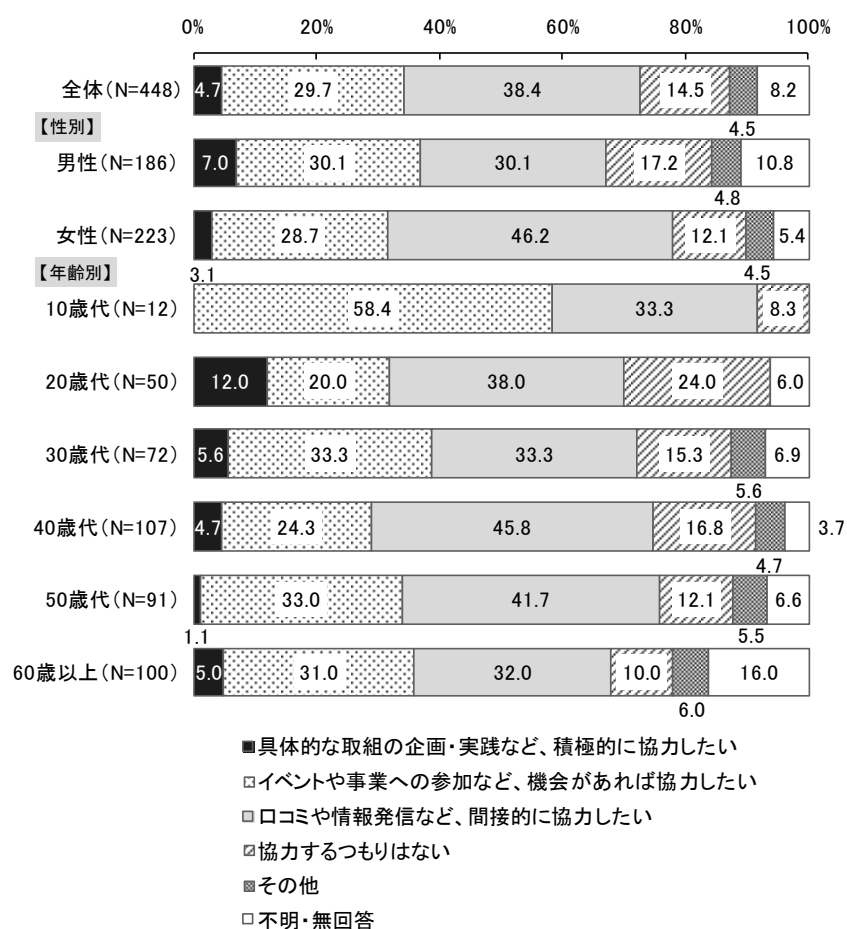
市民意識調査：稲沢市が観光に取り組んでいく上で、充実するとよいと思うこと、より力をいれるべきこと（5つまで選択可）
インターネット調査：訪れる観光地で充実して欲しいこと（3つまで選択可）

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「具体的な取り組みの企画・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：2017（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分からない。
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：2017（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	人材育成と受入体制	<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。 ・稲沢市観光協会は10年前と同じ事業をしており、時代に合っ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。 ・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、銀杏があるが、季節に限られており、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、稲葉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、寺社仏閣との連携強化が必要である。 ・尾張国分寺跡は民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が中心だが、稲沢市の文化財は江戸以前のもので多く貴重である。 ・駐車場や案内人の確保など、寺社仏閣ごとの受入体制が課題である。
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。 ・矢合観音は植木、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：2017（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」「アジサイ」「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創出に向けて、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 (Strengths)

- 国・県指定文化財の多さ（愛知県下4番目）
- 1万本を超え、晩秋に町全体が黄金色に染まる祖父江のイチョウの木
- 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・やわせ観音十八番市など、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
- 愛知デスティネーションキャンペーン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入体制
- 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、地域主体での取り組みは稲沢市の強みの一つです。

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「具体的な取り組みの企画・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がっているため、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。

稲沢市が一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・交流メニューの創出

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」「アジサイ」「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。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」が主な課題に挙がっています。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」を求める声が多くなっており、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」が多くなっています。

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り組みが求められます。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。

stage 4 用語の解説

【あ・ア行】	
アクセシビリティ	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。
アプリ	アプリケーションソフトの略。特定の用途や目的のために作られたコンピューターのソフトウェアのこと。
イベント民泊	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なく、宿泊サービスを提供することを可能とするもの
インバウンド	外国人が訪れてくる旅行のこと。日本へのインバウンドを訪日外国人旅行又は訪日旅行という。これに対し、自国から外国へ出かける旅行をアウトバウンド又は海外旅行という。
ウェルネスツーリズム	病気治療・療養を目的とした旅行ではなく、健康な心身なら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のこと。
SNS	人と人とのつながりを促進・支援する、コミュニティ型のウェブサイト及びインターネットサービス(ソーシャル・ネットワーキング・サービス)のこと。
【か・カ行】	
活性化ファンド	金融機関や民間企業が共同で組成し、地域の関連事業者等に対して、金銭的支援等を行い地域の活性化を図る組織のこと。
観光消費額	旅行のために取った行動により、消費した金額のこと。
観光まちづくり	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。
コミュニケーションツール	意志や情報を伝達する手段のこと。
コンセッション空港	所有権を公的機関に残したまま、特別目的会社として設立される民間事業者が運営を行う空港のこと。
コンベンション	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のこと。
【さ・サ行】	
サップヨガ	サーフボードよりも大きく浮力の高いスタンドアップパドルボードの上で、水の上に浮かんで行うヨガのこと。サップ(SUP)とは、スタンドアップパドルボード(Stand Up Paddle board)の略称。
サリオパーク祖父江	木曽川沿いの祖父江地区に立地する3つの公園(国営木曽三川公園「ワイルドネイチャープラザ」、県営木曽川祖父江緑地、市営祖父江ワイルドネイチャー緑地)の総合愛称のこと。
産業観光	歴史的・文化的に価値のある産業文化財(工場遺跡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)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。
CIQ	Customs Immigration and Quarantinの略称で、税関、出入国管理、検疫のこと。
シクロクロス	オフロード(未舗装の悪路)で行われる自転車競技の一つのこと。
シティプロモーション	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。
シビックプライド	都市に対する誇りや愛着のこと。
ジャパン・レールパス	JRグループが外国人旅行者向けに発行する特別乗車券のこと。
JAF(ジャフ)	Japan Automobile Federationの略称で、一般社団法人日本自動車連盟のこと。

【た・タ行】	
ターゲティング	商品やサービスを販売・提供する対象を定めること。
地域ブランド	地域の特徴を活かした商品やサービスの銘柄。また、地域そのものの魅力や価値のこと。
着地型観光	観光客の受入先が地元ならではのプログラムを企画し、参加者が現地集合、現地解散する新しい観光形態のこと。
ツール	工具や道具のこと。本ビジョンでは目的を達成するための手段を指す。
DMO	Destination Management/Marketing Organization の略称で、地域の「稼ぐ力」を引き出すとともに、地域への誇りと愛着を醸成する「観光地経営」の視点に立った観光地域づくりのかじ取り役として、多様な関係者と協同しながら、明確なコンセプトに基づいた観光地域づくりを実現するための戦略を策定するとともに、戦略を着実に実施するための調整機能を備えた法人のこと。
デジタルサイネージ	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。
デスティネーションキャンペーン	JRグループ6社(北海道・東日本・東海・西日本・四国・九州)と地元自治体、観光関係団体等が協力して実施する全国規模の大型観光キャンペーンのこと。
トライ&エラー	挑戦と失敗を繰り返していくこと。
トレンド	傾向、 ^{すうせい} 趨勢、風潮。ファッションの流行や経済変動の動向などのこと。
【は・ハ行】	
ハコモノ	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等が建設する施設も含む。
バリアフリー	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する考え方のこと。
PDCAサイクル	事業活動における管理業務を円滑に進める手法の一つで、Plan(計画)→Do(実行)→Check(評価)→Action(改善)の4段階を繰り返すことによって、業務を継続的に改善すること。
ビジット・ジャパン事業	訪日外国人旅行者の増加を目的としたプロモーション事業のこと。
ファシリテーター	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	映画、テレビドラマ、CMなどの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。
プラットフォーム	人や商品、サービス・情報等が集まる場所のこと。
ブランディング	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ていく取り組みのこと。
プロモーション	消費者の購買意欲を喚起するための活動のこと。主な手段として人的販売、広告、パブリシティ、セールスプロモーションなどがある。
ポータルサイト	インターネットを利用する際、目的の情報に行き着くために閲覧者が最初にアクセスする玄関口の役割を持ったウェブサイトのこと。
ポップカルチャー	漫画やアニメなど、大衆向けに大量生産される文化のこと。
【ま・マ行】	
MICE(マイス)	企業等の会議(Meeting)、企業等の行う報奨・研修旅行(インセンティブ旅行・Incentive Travel)、国際機関・団体、学会等が行う国際会議(Convention)、展示会・見本市、イベント(Exhibition/Event)の頭文字の略称で、多くの集客交流が見込まれるビジネスイベントなどの総称のこと。
マーケティング	消費者の求めている商品、サービスを調査し、供給する商品や販売活動の方法などを決定することで、生産者から消費者への流通を円滑にするための活動のこと。
マスメディア	新聞・雑誌・テレビ・ラジオなどの大衆媒体のこと。

【ま・マ行】	
マッチング	種類の異なったものを組み合わせること。
民泊	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に有料で旅行者を宿泊させること。
物見遊山	あちこちと見物して回ること。本ビジョンでは複数の観光スポットや資源を見て回るだけの観光のことを指す。
【や・ヤ行】	
ユニバーサルデザイン	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。
【ら・ラ行】	
ラボ	ラボラトリーの略。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々が集まり、協働で新たな観光・交流事業等を創出していく場のことを指す。
レンタサイクル	貸し自転車のこと。
【わ・ワ行】	
Wi-Fi (ワイファイ)	パソコンやテレビ、スマートフォン、タブレット、ゲーム機などのネットワーク接続に対応した機器を、無線でLANに接続する技術のこと。

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(平成30)年 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