

知多市観光ビジョン(案)

令和6年度～令和12年度

令和6年 月

知多市

目 次

第1	基本的な事項	1
1	観光ビジョン策定の目的	1
2	観光ビジョンの位置付け	2
3	計画期間	3
第2	観光ビジョン策定の背景	4
1	知多市の観光を取り巻く状況	4
2	前計画の評価、課題	10
3	知多市の観光についての分析結果	11
第3	観光振興の基本的な考え方について	14
1	基本理念	14
2	基本方針の柱	16
3	指標	18
第4	観光ビジョンの推進	19
1	観光ビジョンの推進体制	19
2	観光ビジョンの進行管理	20

第1 基本的な事項

1 観光ビジョン策定の目的

本市では、平成28(2016)年度を観光元年と位置付け、より多くの誘客を行い、本市の経済の発展及び住民満足度の向上を図るため、「知多市観光振興計画」を策定しました。その後、令和2(2020)年度には、新型コロナウイルス感染症の拡大が社会経済に大きな影響を与えていたことから、ポストコロナを見据えた戦略の必要性を示した「第2次知多市観光振興計画」を策定し、観光まちづくりを着実に推進してきました。

コロナ禍により、国内外の観光需要は大きく落ち込みましたが、令和5(2023)年5月に、新型コロナウイルスの感染症法上の位置付けが5類へ移行し、ようやく本格的な回復の兆しを見せています。

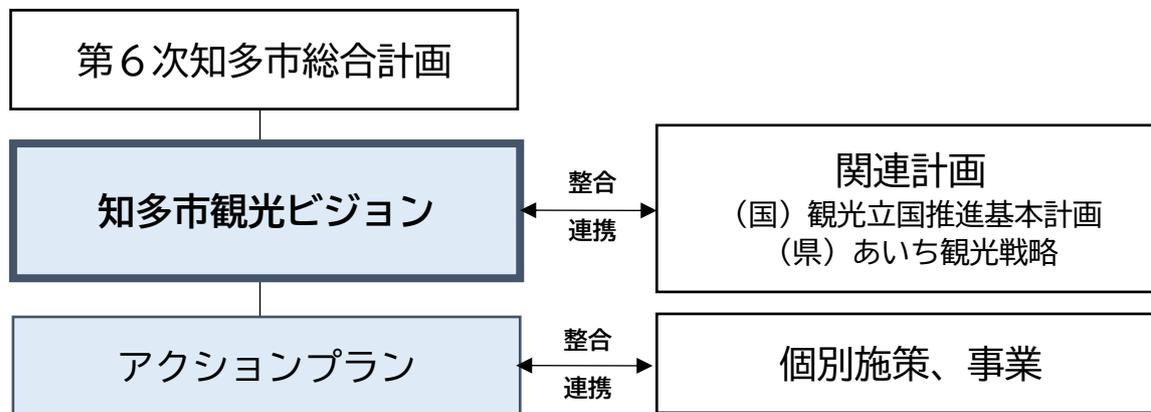
また、旅行者の関心が「イミ消費※1」へシフトし、旅行におけるSDGsの意識も高まっています。これからは、現在及び将来の社会経済、文化、環境への影響に十分配慮した、持続可能な観光※2を実現することが求められています。

観光を取り巻く環境が変化する中であっても、観光を産業振興の手段として地域経済の活性化につなげ、住民、来訪者、地元事業者の満足度を上げることで、持続可能な観光まちづくりを目指す必要があります。

そうした環境の変化にも左右されない中長期的な展望を示す「知多市観光ビジョン」を策定します。

2 観光ビジョンの位置付け

この計画は、第6次知多市総合計画における分野別計画として位置付けます。



3 計画期間

令和6(2024)年度から令和12(2030)年度まで(7年間)

令和12(2030)年度までの中長期的な基本理念とともに、基本理念を実現するための基本方針を示します。なお、具体的な事業はアクションプランとして取りまとめ、毎年度見直しを行います。

	令和5 2023	令和6 2024	令和7 2025	令和8 2026	令和9 2027	令和10 2028	令和11 2029	令和12 2030
第6次総合計画								
第2次知多市 観光振興計画								
観光ビジョン								
アクションプラン (3か年計画)								

第2 観光ビジョン策定の背景

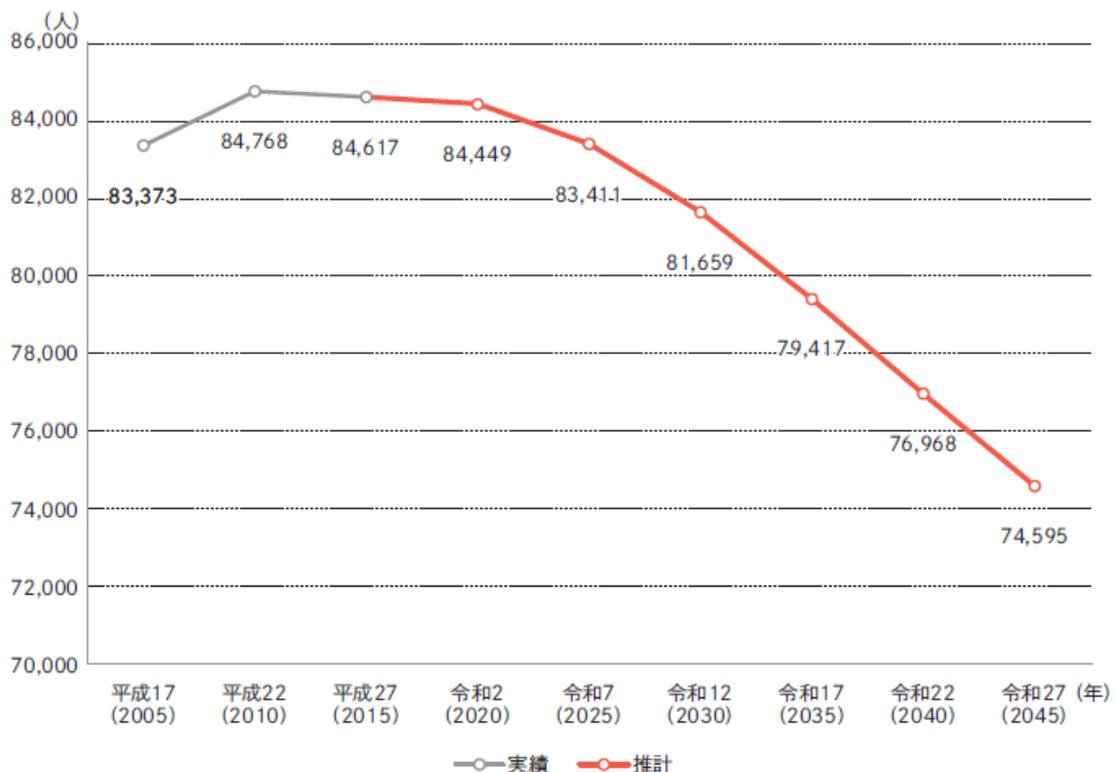
1 知多市の観光を取り巻く状況

(1) 人口減少と交流人口※3、関係人口※4

本市の人口は、市制施行した昭和45(1970)年以降増加し続けてきましたが、平成27(2015)年の国勢調査において初めて人口の減少が確認され、第6次知多市総合計画における推計では、令和2(2020)年から令和22(2040)年までの20年間で約1割減少する見込みです。

令和5(2023)年に閣議決定された観光立国推進基本計画においても、少子高齢化が進む中、交流人口、関係人口の拡大は地域の活力の維持発展に不可欠であると示されています。

知多市人口推計結果(2020年)



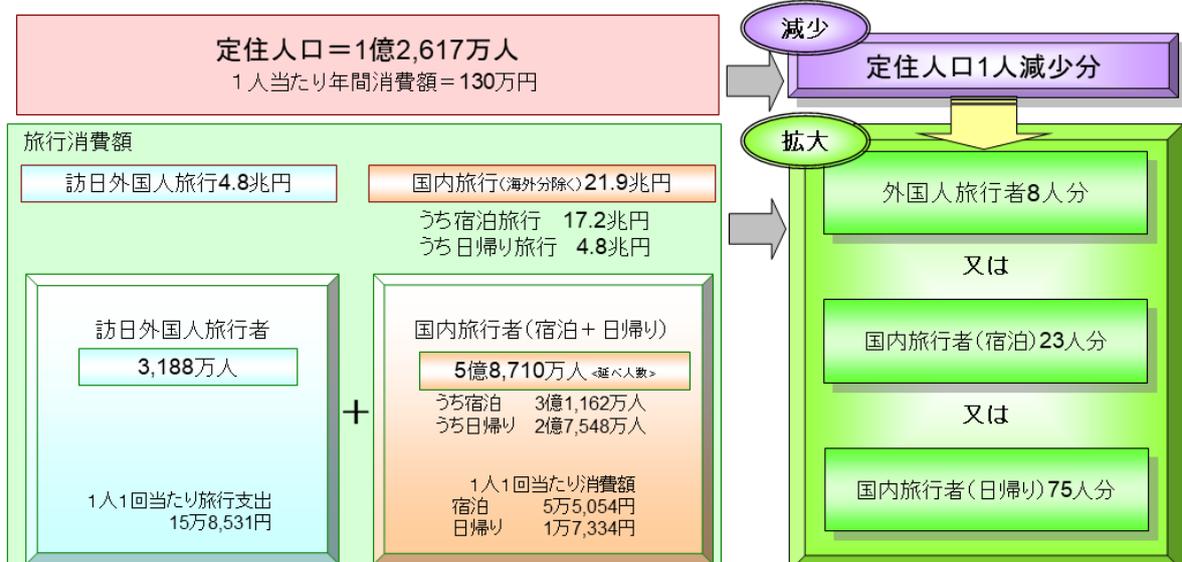
※平成27(2015)年までは国勢調査に基づく実績値

※出典：第6次知多市総合計画

観光交流人口増大の経済効果(2019年)



○定住人口1人当たりの年間消費額(130万円)は、旅行者の消費に換算すると外国人旅行者8人分、国内旅行者(宿泊)23人分、国内旅行者(日帰り)75人分にあたる。



※出典：観光庁資料

(2) ポストコロナに向けて

新型コロナウイルス感染症の拡大は、本市の経済に大きな影響を及ぼしました。コロナ禍においては、新型コロナウイルス感染症対策のための設備導入補助や非接触型の市内をめぐる電子スタンプラリー、デジタル情報発信力の向上のための講座を実施するなど、影響を受けた市内事業者を支援するとともに、ポストコロナにおいても選ばれる地域となるための下準備として、様々な取組を行いました。

(3) 地域資源の持続可能な活用

本市はこれまで、佐布里、岡田、新舞子を柱としつつ、地域に息づく自然、歴史、食、文化などを生かし、観光振興に取り組んできました。

しかし昨今、佐布里梅の生産農家や岡田の街並を形成する古民家の所有者、知多木綿の生産業者、佐布里池梅まつりや岡田の街並を案内するボランティアガイドなど、関係者の高齢化や担い手不足が深刻化しています。これまで愛されてきた地域資源が失われないよう、継続的に人材育成や担い手の確保に取り組むことが重要です。

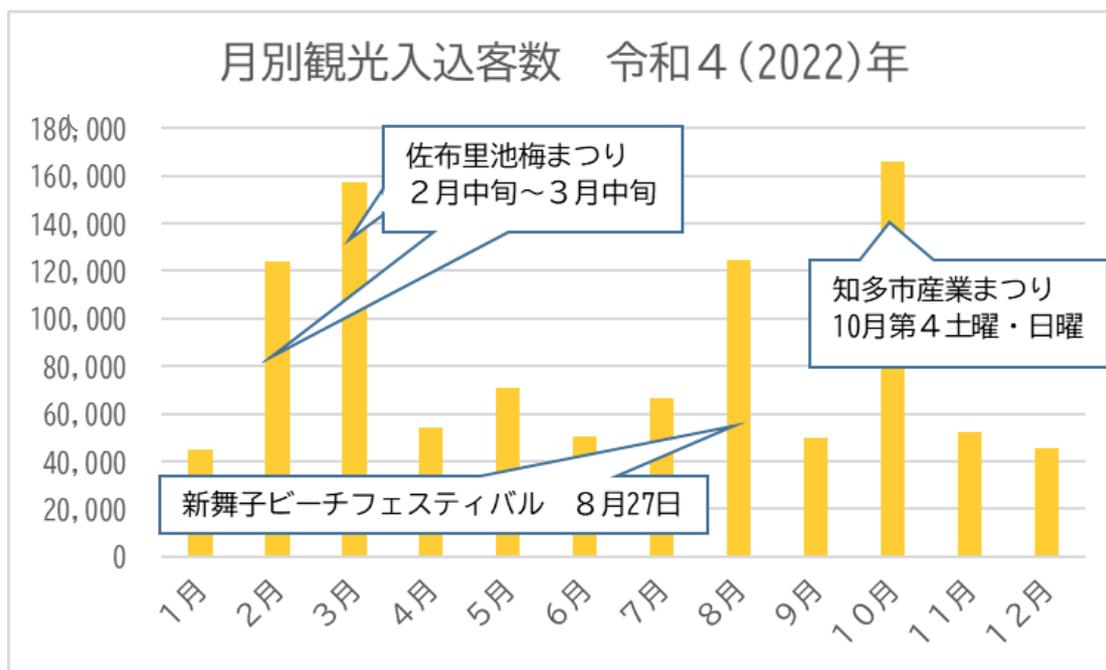
また、将来にわたって地域資源を守るためには、事業者と協働して商品化する

ことで、単なる保全から活用に舵を切ることも必要です。近年、「量」を求める観光から「質」を求める観光への転換の機運が高まっていることから、地域資源が持つ歴史にストーリー性を付加することで、より高品質なコンテンツへと発展させていかなければなりません。

(4) 観光客の受入れ態勢

本市を代表するイベントである、新舞子ビーチフェスティバル、知多市産業まつり、佐布里池梅まつりには、毎年多くの人々が来訪していますが、会場周辺での混雑発生など、地域住民の迷惑となるオーバーツーリズム※5の懸念があります。今後、交通事業者の協力を得ながら公共交通機関での来訪を呼びかけ、混雑防止に取り組むとともに、ラストワンマイル※6の利便性を向上させ、さらなる誘客に向けて受入れ環境を整える必要があります。

また、令和4(2022)年の本市の観光入込客数をみると、大規模イベントの時期以外は来訪者数が伸び悩んでいます。新たな観光需要の掘り起こしにより、需要の底上げを行い、いつでもにぎわいのあるまちを目指す必要があります。



※愛知県観光レクリエーション統計を基に作成

(5) 訪日外国人旅行者の受入れ

訪日外国人旅行者は年々増加していましたが、新型コロナウイルス感染症の世界的な流行により、令和2(2020)年は対前年比マイナス87.1%の412万人まで減少しました。しかし、令和4(2022)年10月以降、国の水際対策が緩和されたこと

により、訪日外国人旅行者数は急速に回復し、今後さらなる増加が見込まれます。

本市は中部国際空港と名古屋市の間に位置しており、アクセスが良好であるメリットを最大限生かした誘客、特に消費単価の大きい訪日外国人旅行者の誘客を図っていくことが可能であるため、本市ならではの魅力を高めて、受入れ環境整備に取り組む必要があります。

また、訪日外国人旅行者の受入れによる効果として、多文化交流が本市の文化を見つめ直すきっかけとなり、本市への誇りが醸成されることが期待されます。

(6) デジタルシフトとマーケティングの必要性

昨今、観光情報の取得、宿泊や体験の予約から決済まで、多くの観光活動がスマートフォン上で行われています。来訪者の利便性向上や周遊促進の他、事業者においても、事業の省力化や効率化、サービスの高付加価値化に大きく寄与することから、観光のあらゆる場面でデジタル技術の活用を進めていくことが求められています。

令和4(2022)年度の佐布里池梅まつりのアンケート調査では、来訪のきっかけについて、紙媒体(チラシ、ポスター、広報ちたなど)で佐布里池梅まつりを知った人が約20%、電子媒体(ホームページ、SNSなど)で知った人は約26%であり、インターネットから情報収集した人の割合が高くなっています。

情報発信を始め、様々な場面でデジタルシフトを実現することによって、来訪者の属性などの情報収集が容易になり、旅行者の関心や行動がデータとして蓄積されます。それらのデータを観光振興に関する指標として「見える化」することで、根拠に基づく施策立案(以下「EBPM」という。)が可能となります。

これからは、ビッグデータやイベントで収集したアンケート結果などから、来訪者属性を把握、分析することで、ターゲットを意識したより効果的な施策やプロモーションを展開していくことが必要です。

(7) 2030年までの本市の大規模事業、プロジェクト

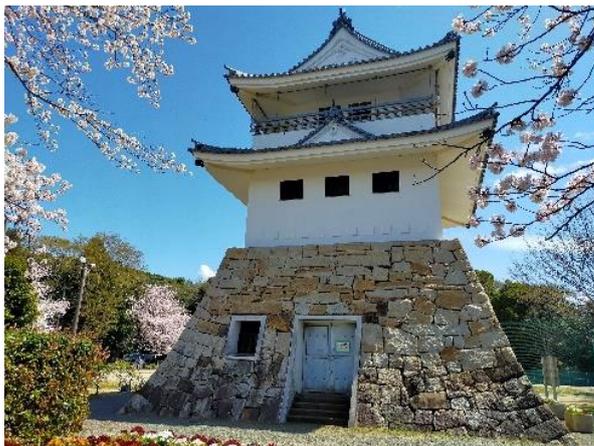
✓ 公園活用方法の見直し(令和6(2024)年度~順次)

本市には、市外からの来訪者を惹きつけることのできるポテンシャルのある公園があり、民間活力を活用した施設の魅力向上に向けて検討を進めています。令和5(2023)年度に実施した都市公園の民間活力導入及び管理運営方針に関するサウンディング型市場調査※7では、多くの企業からカフェやアウトドアコンテンツの導入による魅力向上などの提案があり、今後、指定管理者制度やパークPFI※8などを活用し、さらに魅力ある公園を目指していきます。

✓ 大草城址の市史跡指定（令和7（2025）年度（予定））

令和5（2023）年度と令和6（2024）年度に史跡指定に向けた調査を行います。

昨今のお城ブームや愛知県出身の武将を描いた大河ドラマの放映で歴史観光への関心が高まる中、市史跡として指定し価値を明確にすることで、新たな本市の観光の目玉となることが期待されます。また、見学ルートを整備し、定期的にイベントを実施することで、魅力を発信していきます。



大草公園展望台



大草城御城印

✓ 金沢 I C（仮称）周辺の広域交流拠点整備事業

本市では、西知多道路※9に設置される金沢 I C（仮称）の周辺において、観光人口、交流人口の増加と地域の活性化を図るため、広域交流拠点の整備を検討しています。

庁内検討会では、「良好な交通アクセスを生かした手軽に自然を体感できる拠点」や「地域と共存し知多の魅力を発信する拠点」など、観光やレジャーを始め、そのポテンシャルを生かした様々な可能性について検討を進めています。

今後、サウンディング型市場調査の実施結果を踏まえ、金沢 I C（仮称）における広域交流拠点整備に向けての展望を整理していきます。

✓ 朝倉駅周辺整備事業

知多市都市計画マスタープラン（令和3（2021）年3月策定）では、朝倉駅周辺において本市の中心となるにぎわいある都市拠点を形成すると位置付けています。今後開通が予定されるリニア中央新幹線や西知多道路のインパクトを生かし、本市の玄関口である朝倉駅周辺をにぎわいの交流拠点とするため、まちづくりの方向性を「朝倉駅周辺整備基本構想」としてまとめました。

知多市役所の新庁舎建設（令和9（2027）年度（予定））など、駅周辺の環境

が変わる中、都市機能の集積と有効な土地利用によるにぎわいの創出が必要となっており、基本構想では、北街区に本市の商業、交流、にぎわいの拠点を整備する方針です。



※出典：朝倉駅周辺整備基本構想 概要版

✓ 佐布里池周辺の梅 1 万本構想

令和4(2022)年度に策定した「知多市緑の基本計画」において、梅の増殖事業による佐布里池周辺の魅力向上を重点施策として位置付けています。梅の名所としてさらに集客力を高めるため、佐布里緑と花のふれあい公園を中心とした佐布里地区に梅の木を植樹し、佐布里池周辺の梅の木 1 万本を目指す構想です。佐布里池周辺はすでに愛知県内一の約6,000本を誇りますが、本数を増やすことで、佐布里池梅まつりの拠点である公園周辺でも梅のネットワークができ、さらに見ごたえのある梅の名所となることが期待されます。

現在、ふるさと応援寄附金の使い道として「佐布里池周辺の梅 1 万本構想」への活用を指定できるなど、市外の人も支援できる仕組みを整備しており、今後さらに植樹を進めるために、佐布里の梅の認知度向上に努めます。



佐布里池梅林

2 前計画の評価、課題

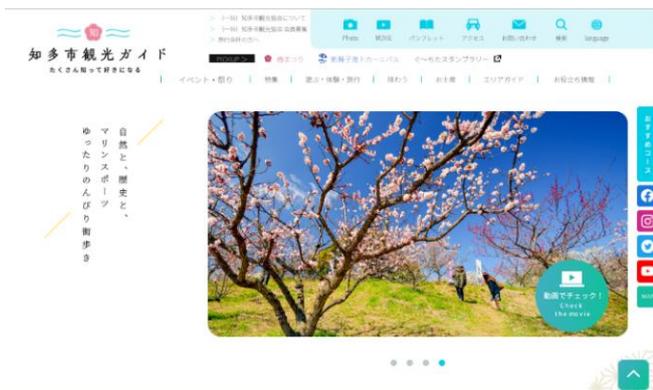
第2次知多市観光振興計画では、「自然や歴史、伝統文化などの魅力が守られるまち」、「市民が地域に誇りをもち、市民が輝くまち」、「地域内消費を拡大できるまち」を目指す将来の姿とし、観光振興の着実な推進を図ってきました。

各種施策に取り組んだ結果、数値目標はすべて達成することができましたが、活用しきれていない地域資源があることや、多様な主体の巻き込み不足、データに基づく客観的な施策立案ができていないことなどの課題があります。

また、本市の観光入込客数は年間100万人を達成しましたが、宿、食事、土産品などの特色のある来訪者向けの商品が少なく、来訪者による消費活動が地域経済に十分反映されていないことも課題です。

項目	目標値	実績
観光入込客数	100万人	100万人（令和4年）
滞在交流型観光コンテンツ数	20コンテンツ	29コンテンツ（令和4年度）
観光協会ホームページアクセス数	10万アクセス	37万アクセス（令和4年度）

第2次知多市観光振興計画数値目標の達成状況



令和2(2020)年度リニューアルした
(一社)知多市観光協会ホームページ
「知多市観光ガイド」



滞在交流型観光コンテンツの一例
知多木綿で栄えた岡田の街並散策と
知多木綿工場見学
※ジブリパーク周遊観光促進事業で造成

3 知多市の観光についての分析結果

(1) デジタル観光統計サービス「おでかけウォッチャー」による分析

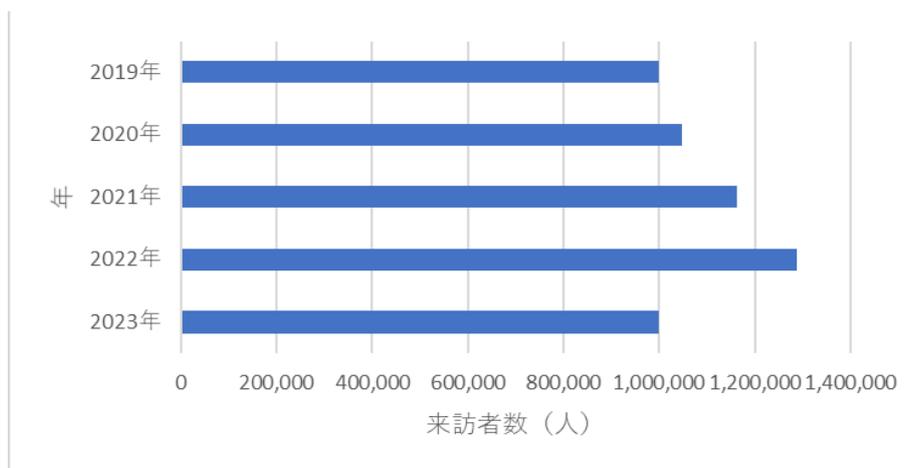
140以上のスマートフォンアプリを通じて取得した月間2,500万人の位置情報データを活用した、観光に係る人流を可視化するツール「おでかけウォッチャー」を利用し、本市の来訪者属性（来訪地、発地、属性、周遊）の分析を行いました。

「おでかけウォッチャー」は愛知県がE B P Mの推進のため、県内市町村に「あいち観光動態ウォッチャー」としてサービス提供しており、本市でも合計39スポットが登録されています。

朝倉駅、新舞子駅、佐布里緑と花のふれあい公園、巽ヶ丘駅、ベティさんの家旭公園、寺本駅、古見駅、知多運動公園、新舞子マリパーク、メディアス体育館ちた、知多市勤労文化会館、つつじが丘公園、おかき屋辰心、長浦駅、七曲公園、あずま亭、新舞子ボートパーク、ブルーサンビーチ、佐布里池、日長駅、ビジネスホテル寺本、富士三荘、浜野屋旅館、大智院 めがね弘法、ちたのだるま寺 大興寺、知多電力館、新舞子公園、地蔵寺、水の生活館、小西荘、日長神社、牟山神社、松声旅館、柘磯、大草公園、ちたの竹林、木綿蔵・ちた、知多市歴史民俗博物館、S o N

市内登録スポット※順不同

「おでかけウォッチャー」で設定されているスポット（駅、交通系を除く）の年別来訪者数を分析すると、令和2（2020）年以降、新型コロナウイルス感染症の影響による行動制限があったにもかかわらず、市内主要スポットの来訪者数は増加傾向にあります。

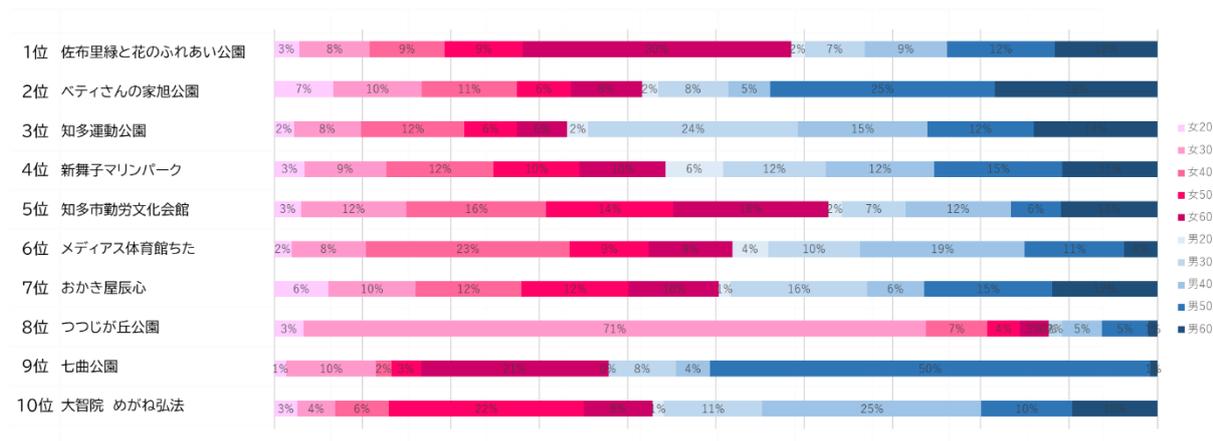


市内主要スポット来訪者数の推移

※2023年は1月1日～9月末までのデータ

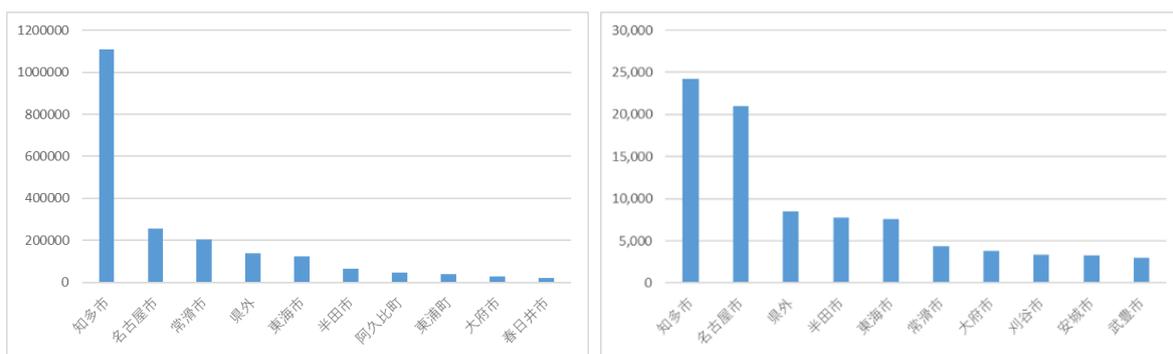
第2 観光ビジョン策定の背景

主要スポットの来訪者数ランキングを見ると、佐布里緑と花のふれあい公園の来訪者が最も多く、ベティさんの家旭公園、知多運動公園、新舞子マリパークと続いています。本市においては、公園が主要観光スポットとして、多くの来訪者を受け入れていることがわかります。また、それぞれの来訪者属性は表のとおりとなっており、50代以上の来訪者が圧倒的に多くなっています。



市内主要スポット来訪者ランキング（属性情報込）

市全体の年間来訪者の発地と佐布里池梅まつり期間中の来訪者の発地を比較し、イベントごとの属性の傾向を確認しました。来訪者の出発地は、知多市、知多半島、名古屋市の順に多く、この傾向は近隣市町でも同様です。佐布里池梅まつりの時期は県外や三河エリアからの来訪も増えています。



令和4(2022)年度発地ランキング

(左：知多市全体、右：佐布里池梅まつり期間中のみ)

(2) 観光関連事業者へのヒアリング調査

本市の観光に対する認識や課題を吸い上げることを目的として、観光関連事業者（飲食、小売、交通、農業者など15件）にヒアリング調査を行いました。ヒアリングでは全20問の質問項目に対し、前向きな意見が出されました。こ

これらの意見は、本ビジョン策定に当たり参考とするとともに、事業化に向けた議論を進めます。

(3) 分析結果などに基づくSWOT分析

	強み (Strength)	弱み (Weakness)
内的要因・環境	愛知県内一本数を誇る佐布里池梅林 知多木綿の産地、集積地として栄えた街並が残る岡田 名古屋から最も近い海水浴場 美しい夕日が自慢の新舞子 地域の人で管理される新たなフォトスポット ちたの竹林 サントリーウイスキー「知多」の生産地 知多四国霊場開山の地「妙楽寺」 中部国際空港、名古屋市からのアクセスの良さ	駅から観光スポットまでの二次交通が脆弱 イベントと地域経済とのつながりが弱い 宿泊施設はビジネス向けが主でありキラコンテンツが不足 市外に通勤、通学している人が6割以上でベッドタウンの性格が強い
	機会 (Opportunity)	脅威 (Threat)
外的要因・環境	観光立国 観光を国家戦略の一つとして推進 日本の世界的人気 日本のサブカルチャー文化（アニメ等）の世界的人気 持続可能な観光への関心の高まり ワークেশョンの定着 朝倉駅周辺整備事業 西知多道路整備 大草城址の史跡指定	人口減少、超高齢社会による国内マーケットの縮小 国内地域間競争の激化 ガイドボランティアなど地域の観光の担い手の高齢化

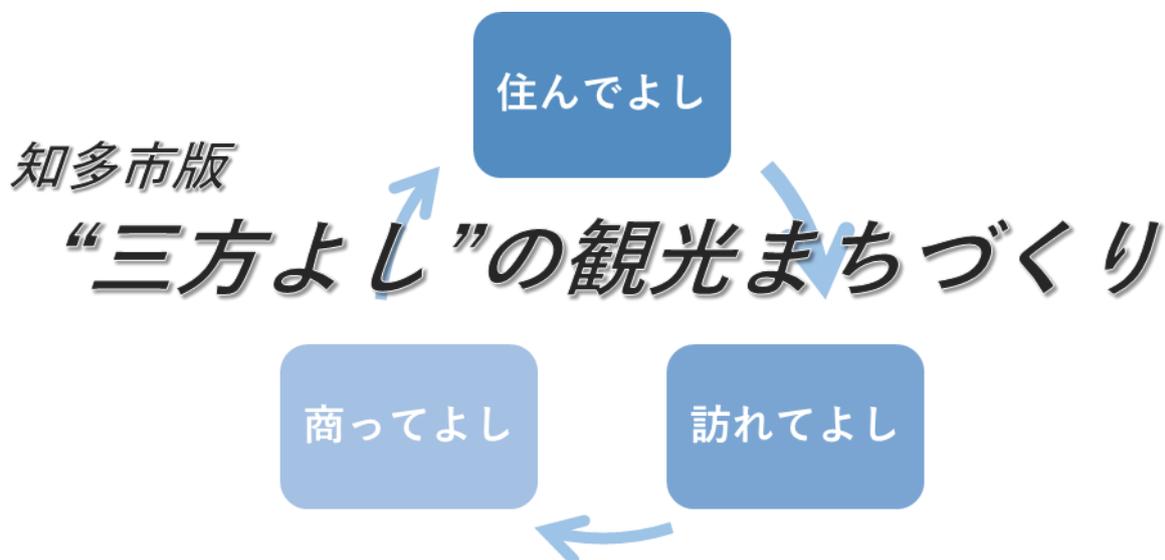
分析結果などに基づくSWOT分析の結果

本市の観光に関する各種調査の結果見えてきた要素を「強み (Strength)」「弱み (Weakness)」「機会 (Opportunity)」「脅威 (Threat)」に振り分けました。

本市の観光振興の内的要因、環境としては、中部国際空港や名古屋市からのアクセスがよく様々な観光資源を保有している一方、目的地となるキラコンテンツや宿泊施設が少なく、また観光地までの二次交通が脆弱であるなどの課題があります。外的要因、環境としては、世界的に日本が観光地として注目されている現状や、朝倉駅前や西知多道路整備などのプロジェクトにより今後活性化していくことが見込まれますが、人口減少により国内マーケットが縮小され、本市においても観光の担い手の高齢化が深刻化するなど、持続的に観光振興を推進することが難しくなっています。

第3 観光振興の基本的な考え方について

1 基本理念



「売り手よし」「買い手よし」「世間よし」で知られる「三方よし」の理念は、近江商人の経営哲学として、今もなお多くの企業で大切にされています。

本市においても、住民、来訪者、事業者すべての観光関係者の満足度を向上させるため、観光の視点から表現しなおし、基本理念として整理しました。

➤ 住んでよし の観光まちづくり

地域に息づく自然、歴史、食、文化などは住民にとっては当たり前に感じられますが、外から見れば興味深い地域資源になりうるかもしれません。住民自身が地域の魅力を改めて認識することで、地域への愛着や誇りが生まれ、日常をより楽しく過ごすことができます。

住んでいる人が魅力的だと思える地域は来訪者にとっても魅力的であり、来訪者が喜ぶ姿を見ることは、地域の魅力の再認識につながります。

➤ 訪れてよし の観光まちづくり

住民の温かいおもてなしも含めたあらゆる地域資源を観光の視点で磨き上げ、魅力ある商品として提供することで、「訪れてよかった」「また訪れたい」と、来訪者の期待に応えられる地域を目指します。

近隣市町との周遊コンテンツの造成により、来訪者の満足度向上と来訪機会の拡大を図り、地域内消費の拡大につなげます。

本市を訪れ、地域住民と交流することで、関係人口や移住者が増えることも期待されます。

➤ 商ってよし の観光まちづくり

観光という手段を使い、商業を軸にした新たな価値を生み出すことによって、経済効果を生み出します。さらなる経済効果の創出を目指し、地域資源の活用を通じた保全や一層の高付加価値化に取り組みます。

地域資源の魅力が向上することにより、地域住民にとっては郷土愛の醸成、来訪者にとっては観光満足度の向上へとつながり、地域活性化の好循環の創出が期待されます。

2 基本方針の柱

令和12(2030)年までの7年間で基本理念を実現するための基本方針として5つの柱を設定します。

日々変わっていく社会情勢の中で、必要な施策を臨機応変に実施できるよう、具体的な事業は基本方針とは別にアクションプランとして取りまとめます。

柱 1 「知多らしさ」の活用による消費額拡大

今後わたしたちの地域の魅力である「知多らしさ」を守るために、歴史、伝統、文化、特産品、景色などの地域資源を未来へつないでいく必要があります。今ある資源の活用可能性を検証し、土産品の開発やイベントの開催など観光の視点から新たな魅力を生み出し、高付加価値化することで消費額の拡大を目指します。

柱 2 にぎわい創出のための観光客受入れ環境整備

にぎわいが生まれることは、住民にとっても、市外からの来訪者にとっても、地元で商売をする事業者にとっても、三方よしであると考えます。

市外からの来訪者を増やしにぎわいを生むことで、消費額の拡大や来訪者との交流による郷土愛の醸成につながります。来訪者の満足度向上のため、受入れ環境の整備にも取り組むとともに、来訪者をもてなす観光産業を支える人材の確保、育成も行います。

柱 3 観光DXへの対応と戦略的プロモーション

来訪者の行動のほとんどがスマートフォンを活用して行われていることから、観光のあらゆる場面（タビマエ、タビナカ、タビアト）でデジタルシフトを進め、商品、サービスや業務面の変革を促進します。また、デジタルで得られる属性データを把握し、戦略的な施策立案につながります。

柱 4

異業種交流による観光イノベーション※10

新しく積極的な取組を促進するため、本市の観光動態データを観光関連事業者
に幅広く展開します。データの活用に当たり、地域で感じている課題をテーマに
幅広い関係者による異業種交流の場を作るなど、観光イノベーションが起きるよ
うなきっかけづくりを行います。

柱 5

広域連携によるコバンザメ商法

旅行会社やメディア向けのプロモーションにおいて、南知多町や名古屋市など
の宿泊の目的地となる県内自治体との広域連携により、「ついでの立ち寄り先」と
して選ばれる地域を目指します。また、他市町との広域連携事業への参画や県施
策との連携などに積極的に取り組めます。

3 指標

基本理念の達成状況を測るため、基本方針に対する各種指標を設け、振り返りを行います。

指標	基準値 (2022年度)	目標値 (2030年度)
① 市内に買い物や外食で利用したい店があると思う市民の割合※	40.6%	↗
② 観光として魅力ある場所やイベントがあると思う市民の割合※	20.0% (2019年度)	↗
③ 創業件数※	19件	30件
④ WEBサイト閲覧数 (知多市観光ガイド)	約37万アクセス	100万アクセス
⑤ SNSフォロワー数 (知多市観光ガイド+梅子の部屋)	約2,800フォロワー	10,000フォロワー

※のついている指標は、第6次知多市総合計画の指標を準用しています。

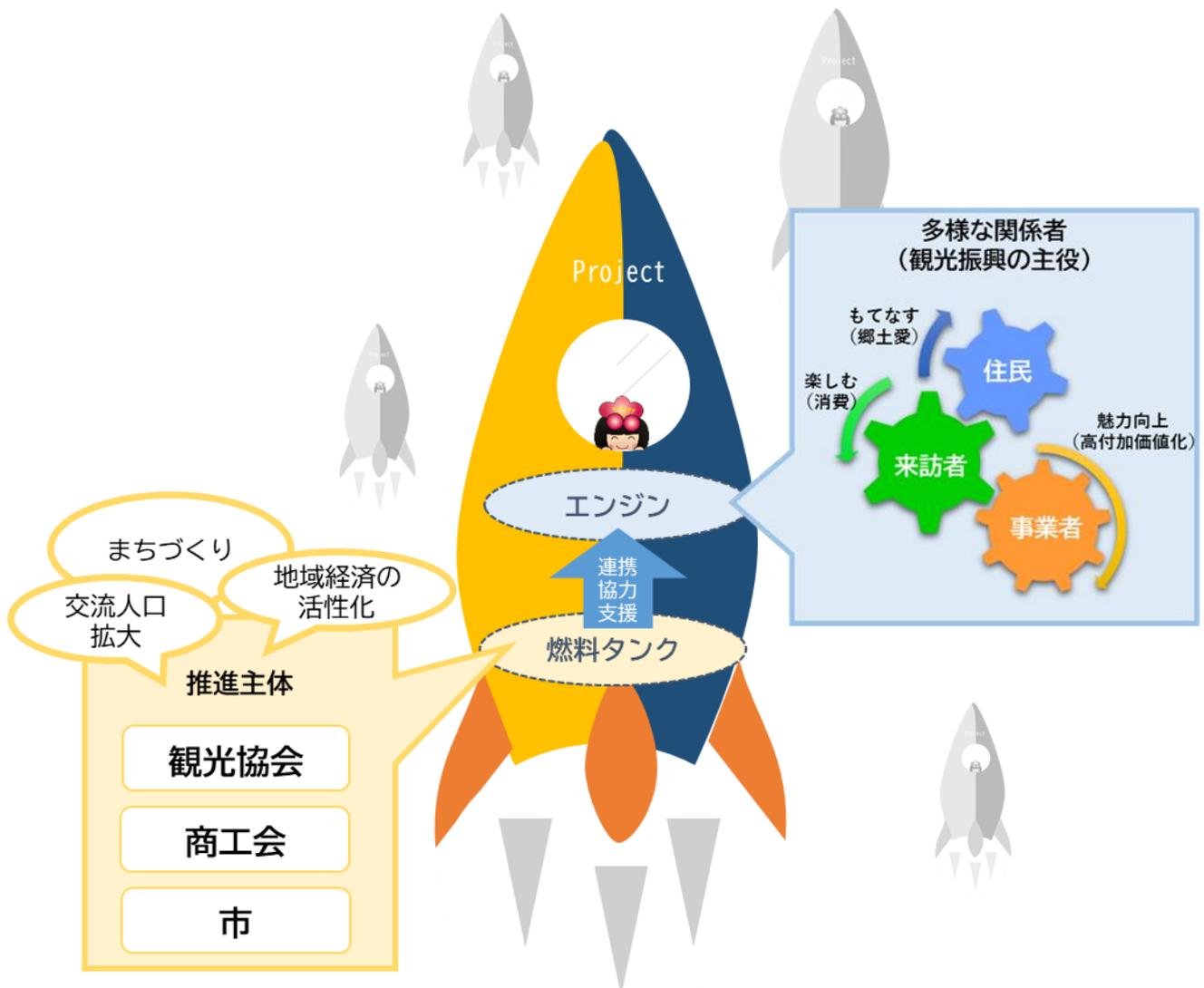
第4 観光ビジョンの推進

1 観光ビジョンの推進体制

観光ビジョンの推進体制と進行管理のイメージをロケットの図に表しています。

このロケットは、市内で展開される様々なプロジェクトです。軌道に乗るまでは、観光協会、商工会及び市が燃料となって事業のスタートを支援し、ロケットが軌道に乗った後は、プロジェクトの主役である住民、来訪者、事業者の連携によって自走します。

観光ビジョンの推進主体である観光協会、商工会及び市が様々なプロジェクトのスタートを後押しし、多様な関係者が連携しながらアクションプランを推進することで、観光による経済の好循環を生み出し、地域の活性化につなげるイメージを表しています。



2 観光ビジョンの進行管理

観光ビジョン策定に当たり、観光に関連する関係者から様々な意見が出されました。観光のキーマンとなる多様な関係者と、今後も観光ビジョンの着実な推進に向けて協力していきます。

基本理念を実現するためには、地域で発生する課題解決に向け、多様な主体がアイデアを出し合い、それぞれが新しい取組に果敢に挑戦していく必要があります。最初はスモールスタートで試行的に実施し、効果検証しながら事業をブラッシュアップしていくことで、三方よしの観光まちづくりを実現します。

市、観光協会、商工会は、関係者をつなぎ、取組に対する支援や調整を行うとともに、基本方針の柱に基づくアクションプランを作成し、三者を中心に年に一度進行管理を行うことで、観光ビジョンの着実な推進を図ります。

用語説明

※1 イミ消費

ある商品を消費することで生まれる、社会貢献的側面を重視する消費行動のこと。

※2 持続可能な観光

訪問客、業界、環境及び訪問客を受け入れるコミュニティのニーズに対応しつつ、現在及び将来の経済、社会、環境への影響を十分に考慮する観光。

※3 交流人口

その地域を訪れる人々のこと。その地域に住んでいる人（定住人口又は常住人口）に対する概念である。

※4 関係人口

「定住人口」でも「交流人口」でもない、地域と多様に関わる人々のこと。

※5 オーバーツーリズム

観光客が集中する地域で発生する過度の混雑やマナー違反による地域住民の生活への影響のこと。旅行者の満足度の低下も懸念される。

※6 ラストワンマイル

顧客にモノ・サービスが到達する最後の接点のこと。本文中では、最寄り駅から目的地までの交通手段のことを指す。

※7 サウンディング型市場調査

事業発案段階や事業化検討段階において、事業内容や事業スキームなどに関して、直接の対話により事業者の意見や新たな事業提案の把握などを行うことで、対象事業の検討を進展させるための情報収集を目的とした調査。

※8 パークPFI

平成29(2017)年の都市公園法改正により新たに設けられた、飲食店、売店などの公園利用者の利便の向上に資する公募対象公園施設の設置と、当該施設から生ずる収益を活用してその周辺の園路、広場などの一般の公園利用者が利用できる

特定公園施設の整備・改修などを一体的に行う者を、公募により選定する「公募設置管理制度」のこと。

※9 西知多道路

広域アクセス性の向上による国際競争力の強化や、中部圏のモノづくり産業を支える物流の円滑化、災害に屈しない道路ネットワーク構築を目的に、東海市から常滑市までの間で整備が進められている道路。

※10 イノベーション

技術の革新にとどまらず、これまでと全く違った考え方、仕組みを取り入れて、新たな価値を生み出し、社会的に大きく変化を起こすこと。



梅香る わたしたちの緑園都市

知多市観光ビジョン（案）

令和6年 月策定

知多市環境経済部商工振興課

〒478-8601 知多市緑町1番地

電話 0562-36-2664（直通） F A X 0562-32-1010

URL <https://www.city.chita.lg.jp>

E-mail kankou@city.chita.lg.jp