

# 第2次知多市観光振興計画

令和3年度～令和5年度

令和3年2月

知 多 市



## はじめに

本市では、平成 28 年度を観光元年と位置付け、平成 29 年に策定した知多市観光振興計画に基づき、本市が有する自然や歴史、伝統文化などの地域資源を活用した観光振興に取り組んでまいりました。

計画に取り組む中で、I C T（情報通信技術）の発達や人口減少社会の進行などにより、観光を取り巻く社会情勢は目まぐるしく変化し、様々な課題が見えてきました。さらに、令和 2 年は、新型コロナウイルス感染症の世界的流行により、社会に大きな混乱が生まれ、本市の産業も大きな打撃を受けました。今後、時代の変化に対応した地域活性化の取組を推進することで、減少した消費の回復を図る必要があります。

観光振興の取組は、自然や歴史、伝統文化やすべての産業などに関わり、地域全体を活性化する上で大きな役割を担っています。また、訪れる人の心を惹きつけ、快適に過ごしていただけるまちは、市民の皆様にとっても「住んでいてよかった」という誇りを実感できるまちでもあります。本市をより魅力的なまちにしていくためには、市が一丸となって観光政策に取り組んでいかなければなりません。

本計画では、社会情勢の変化や新型コロナウイルス感染症の影響を鑑み、このような時期だからこそ、観光の原点に立ち、「住んでよし、訪れてよし」の観光地域づくりを市民の皆様や事業者の皆様、関係団体と一体となって推進することで、ウィズコロナ・アフターコロナにおいても選ばれる地域となることを目指します。

最後に、本計画の策定に当たり関係機関の皆様はじめ、貴重なご意見をお寄せいただきました皆様にご心からお礼申し上げます。

令和 3 年 2 月



知多市長 宮 島 壽 男



## 目 次

### 第1章 計画の策定に当たって

- 1 策定の目的..... 1
- 2 計画期間..... 1
- 3 観光振興の必要性..... 2
- 4 知多市観光協会支部懇談会の開催..... 4

### 第2章 現状分析

- 1 現状と前計画を推進する中で見えてきた新たな課題..... 7
- 2 主な観光資源..... 14

### 第3章 観光振興の基本的な考え方

- 1 基本理念..... 15
- 2 目指す将来の姿..... 16
- 3 数値目標..... 17
- 4 基本方針..... 18
- 5 戦略と主な施策..... 19

### 第4章 計画の推進に向けて

- 1 各主体の役割..... 32
- 2 計画を推進するために..... 33

用語説明..... 34



## 第1章 計画の策定に当たって

---

### 1 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、より多くの来訪者を誘客し、観光産業を産業振興とまちづくりにつなげるため、「知多市観光振興計画」を策定しました。平成29（2017）年度から令和2（2020）年度までの4年間の計画で、「ひとを惹きつける観光資源の磨き上げ」、「魅力を伝える情報発信力の強化」、「また訪れたいくなるおもてなし環境の整備」の3つの基本方針を定め、観光振興の推進を図ってきました。

これまでの取組の中で新たに見えてきた課題や環境の変化を踏まえた上で、市民を中心に観光に関わるすべての関係者が連携・協働し、交流人口※<sup>1</sup>・関係人口※<sup>2</sup>の拡大や地域経済の活性化を図ることを目的に「第2次知多市観光振興計画」を策定します。

### 2 計画期間

新型コロナウイルス感染症の世界的な感染拡大は、観光を含む社会経済活動に大きな影響を与えています。今後の観光のあり方やイベント開催方法を見つめ直し、アフターコロナを見据えた戦略を適宜練り直す必要があります。社会状況の変化に的確に対応し、新たな動きを素早く取り組んでいくために、計画期間は、令和3（2021）年度から令和5（2023）年度までの3年間とします。

### 3 観光振興の必要性

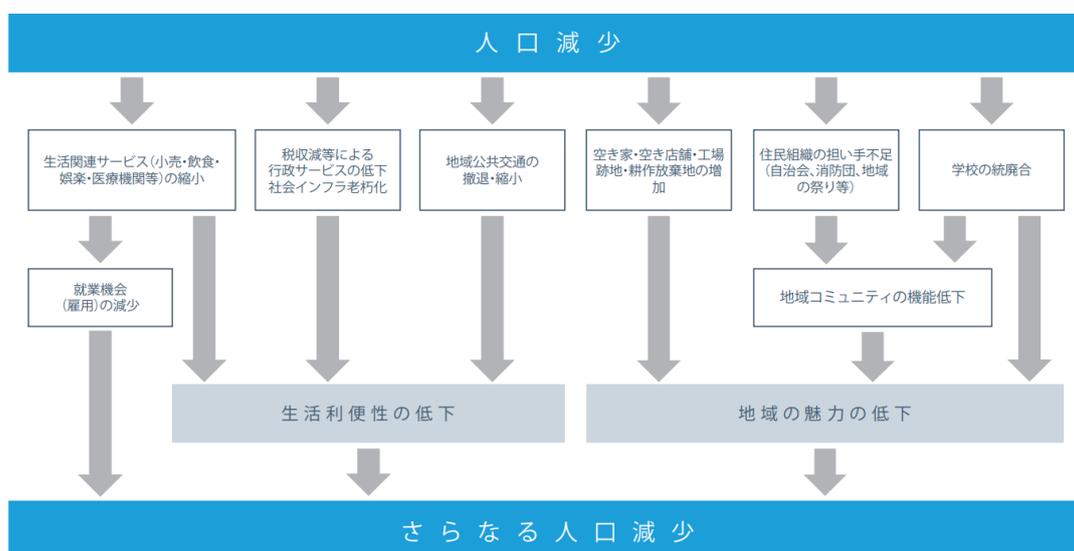
#### (1) 将来の人口

我が国は、平成20(2008)年に人口減少時代への突入が確認されて以降、その傾向は本格化しており、少子化、高齢化により人口構造が急激に変化しています。

内閣府の高齢社会白書によると令和47(2065)年には、総人口が8,000万人台まで落ち込み、働く現役世代がほぼ1人で高齢者1人を支えなくてはならないと予測されています。

本市の将来の人口推計においても、令和22(2040)年までには、約7万7,000人(出典：「第6次知多市総合計画」)となる見込みです。

人口減少による影響は、生活利便性の低下や地域の魅力の低下へとつながり、さらなる人口減少を引き起こします。こうした悪循環を防ぐために、定住人口の維持や交流人口・関係人口の拡大を図るためにも観光振興を進めていく必要があります。



▲人口減少の悪循環のイメージ図(出典：「平成26年度国土交通白書」(国土交通省))

(2) 観光地域づくり※3

今後予測される人口減少や人口構造の急激な変化といった本市の将来見通しに対して、観光振興によって地域外からの来訪者による交流人口を増やすことは、地域内消費を維持・拡大するための手段として、重要な施策の1つとなっています。また、魅力的な観光資源の発掘と磨き上げ、来訪者をもてなして交流を深めるという観光振興は、市民の自らの地域に対する愛着と誇りを育て、地域の魅力の向上といった大きな役割を担っています。

平成19（2007）年1月に施行された「観光立国推進基本法」では、観光立国を進める上で、「住んでよし、訪れてよしの国づくり」を基本理念に定めています。本市も自らの地域を愛し、誇りを持って暮らしていれば、自然と誰しものが訪れたいくなるといった観光の原点に立ち、「住んでよし、訪れてよし」を具現化させていくことで、観光振興による地域づくりを推進する必要があります。

観光の原点は、ただ単に名所や風景などの「光を見る」ことだけではなく、一つの地域に住む人々がその地に住むことに誇りをもつことができ、幸せを感じられることによって、その地域が「光を示す」ことにある。

出典：「観光立国懇談会報告書」平成15（2003）年

## 4 知多市観光協会支部懇談会の開催

### (1) 懇談会概要

本計画策定に当たり、八幡地区・岡田地区・旭地区における観光資源の洗い出しと磨き上げ、また各地区の担い手となる観光人材<sup>※4</sup>の育成を目的に、知多市観光協会支部懇談会が開催されました。

第1部では、「求められる観光まちづくり」と題した基礎講座を行い、第2部ではグループに分かれて、「魅力ある地域資源の発掘・磨き上げ」をテーマとするワークショップが開催され、本市の観光資源の発掘・発見、そして、マーケットを想定した「知多の休日」の過ごし方などについて意見交換を行いました。

| 支部名(場所)           | 日程            | 参加人数 |
|-------------------|---------------|------|
| 八幡支部(青少年会館)       | 令和2年10月17日(土) | 31名  |
| 岡田支部(岡田まちづくりセンター) | 令和2年10月17日(土) | 34名  |
| 旭支部(こども未来館)       | 令和2年10月10日(土) | 29名  |

※ 参加者は各支部の会員、各種団体や市民活動等をされている方など

### (2) ワークショップでの主な意見

ワークショップでは、各地区の資源を活用した「知多の休日」の過ごし方について、積極的な意見交換が行われました。今回の意見を参考とし、本計画の中で本市の観光の魅力創造につなげていくとともに、次年度以降の具体的な各種事業につなげていきます。

魅力的な資源などについて、各地区からいただいた意見は、次の表のとおりです。

|             |  |
|-------------|--|
| <p>八幡支部</p> | <p><u>魅力的な資源</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 1300有余年の歴史がある法海寺及び寺本周辺の神社仏閣</li> <li>・ 法海寺や栖光院のクスノキ</li> <li>・ 熱田神宮と関係がある神社仏閣があり、奥深い歴史</li> <li>・ 知多四国霊場開山の地の妙楽寺</li> <li>・ 古見神明社の雰囲気</li> <li>・ 佐布里ダム記念館からの眺め</li> <li>・ にしの台1丁目・4丁目の様々な飲食店の集まり<br/>(知多市中部地区のグルメ街)</li> <li>・ 佐布里五箇寺のノスタルジックな雰囲気</li> </ul> <p><u>資源を活用した魅力的な提案</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 「寺」×「和菓子」×「抹茶」を掛け合わせた観光コンテンツ</li> <li>・ 堀之内城跡などの城跡めぐり</li> </ul> |
| <p>岡田支部</p> | <p><u>魅力的な資源</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 地域に根付いた朝市</li> <li>・ 岡田神明社からの景色</li> <li>・ 坂が多い街並み</li> <li>・ ノスタルジックな街並み</li> <li>・ 知多木綿発祥の地</li> </ul> <p><u>資源を活用した魅力的な提案</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 「食」「文化」「体験」の3つと岡田の古い街並みを掛け合わせたコンテンツ</li> <li>・ 知多特有の文化である「押し寿司」、「おこしもの」作りを古民家で体験</li> <li>・ 外国人向けに祭りの参加体験（太鼓をたたくなど）、古民家での三味線体験、おにぎりづくり体験などの日本文化体験</li> </ul>   |

|     |  |
|-----|--|
|     | <ul style="list-style-type: none"> <li>・ お地蔵さんマップの作成と活用<br/>(お地蔵さんに、お賽銭やよだれ掛けを行うラリーの検討)</li> <li>・ 坂道が多いのでそれを活かした催し試み等</li> </ul>  |
| 旭支部 | <p><u>魅力的な資源</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 大智院の住職の法話</li> <li>・ 大興寺の田園風景</li> <li>・ 新舞子海岸からの夕日</li> <li>・ スタンドアップパドルボード (SUP)</li> </ul> <p><u>資源を活用した魅力的な提案</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ レンタサイクルを活用した新舞子からのサイクリングコース</li> <li>・ 名古屋(都会)のファミリーを対象にした自然体験ガイドツアー<br/>(ベティさんの家旭公園のアサギマダラとフジバカマ、ベティさんの家旭公園・大興寺の里山・大草城址のお堀などでのバードウォッチング)</li> <li>・ 竹灯籠祭り、竹炭づくり体験、旭公園西側の竹林など「竹」の活用</li> <li>・ 魚釣り施設での「ガイド・インストラクター付き釣り体験」</li> </ul> |

## 第2章 現状分析

---

### 1 現状と前計画を推進する中で見えてきた新たな課題

#### (1) 本市の観光資源

本市は、これまで佐布里、岡田、新舞子を観光エリアの柱として、観光振興に取り組んできました。

佐布里では、本市の一大イベントである佐布里池梅まつりが、令和2（2020）年度で第30回目を迎えました。愛知県内でも知名度が上がり、毎年約17万人の観梅客が来場しています。佐布里池梅まつりで実施した来場者アンケート（平成30（2018）年度）では、来場者の年齢層は、40代以上が62%、30代が20%、20代が9%、10代が8%と大きな偏りが見られます。また、梅が満開となるピーク時には、会場付近の道路渋滞などの問題が発生しています。そのため臨時駐車場の開設やシャトルバスの運行などの対策を講じてきました。

今後については、来場者割合が低い10代から30代を対象とした若い世代向けイベントの同時開催や体験型コンテンツを造成することでさらなる誘客につなげていく必要があります。

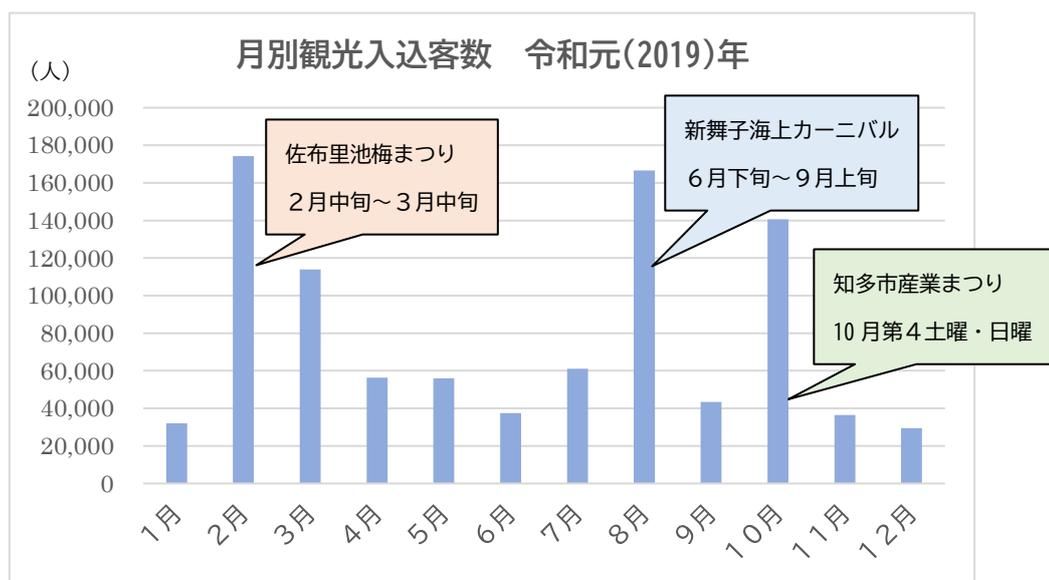
岡田では、古い街並みを案内するボランティアガイドや、機織り体験などの従来からの観光に加え、古民家を活用したカフェやクラフトビール工場が創業し、新しい風が吹き込まれ、新たな観光資源を活用した旅行商品も開発されるなど、年間を通じて観光客を迎えています。その一方で、歴史的建造物や国の登録有形文化財が存在する貴重な街並みであっても、居住者の減少や世代交代などにより空家が発生し、経年劣化により改修が必要な建物も増えてきました。建造物を含めた街並みや景観の保存が今後の課題となっています。

新舞子では、名古屋から一番近い海水浴場である新舞子マリパークを中心にマリンスポーツ（ビーチバレー、SUP、ウインドサーフィン等）をメインとした観光資源があります。また、2基の風車やきれいな夕日を見ることができ

るロケーションも人気があります。毎年8月末には、新舞子ビーチフェスティバル花火大会を開催し、夏の終わりの風物詩として定着しつつあります。

これらの3つの観光エリアを核としつつ、尾張万歳や朝倉の梯子獅子、岡田春まつり、日長の御馬頭祭り、北粕谷春祭りなどの伝統文化についても、これまで多くの来訪者を誘客してきました。そのほかにも、大興寺の四季桜、大草城址、日長神社の紅葉谷など、本市の観光資源は数多くあります。

平成30（2018）年度には、知多市観光協会が市内10か所の弘法大師霊場を巡る十弘法事業を開始し、令和元（2019）年度には、とこなめ観光協会等と連携し「大野谷の歴史と文化を尋ねて」と題して、大野谷散策マップと合わせた大野谷四ヶ寺の参拝記念集印が作成され、多くの人が参拝に訪れています。



▲愛知県観光レクリエーション統計を基に本市で作成

一方で、本市の月別観光入込客数を見ると、大きなイベントがある月の入込客数が多くなっていることがわかります。

観光入込客数の増加を図るには、大きなイベントに頼るのではなく、十弘法事業などの来訪者ニーズに合わせた、既存の観光資源を組み合わせたコンテンツの開発や個々の観光資源の磨き上げをすることで、一年中楽しめる新たな観

光コンテンツを開発する必要があります。

## (2) 観光の産業化による地域経済の活性化

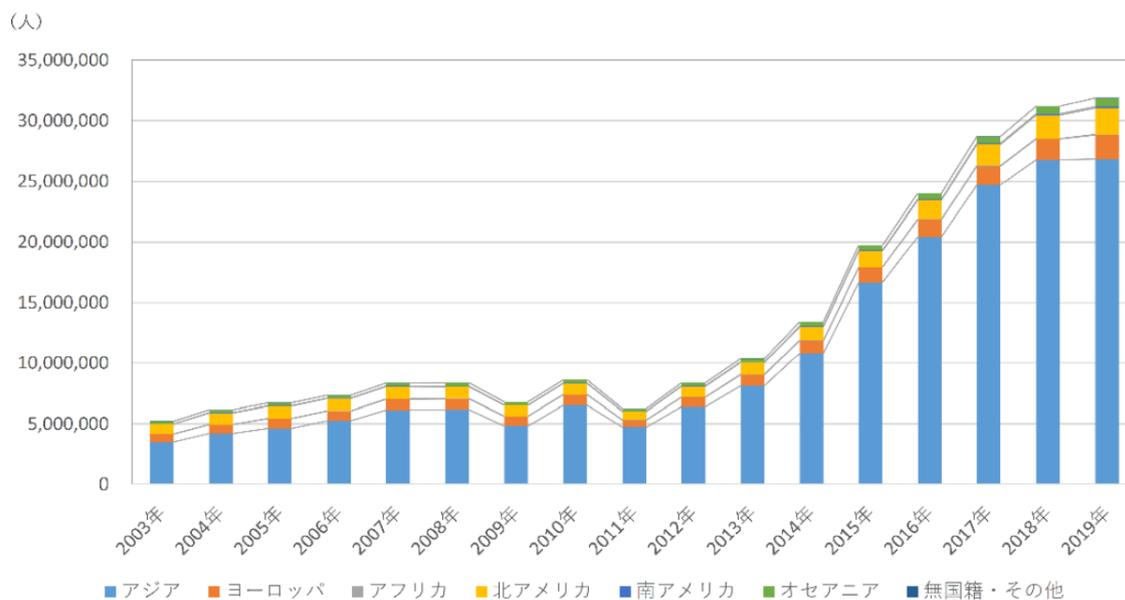
本市は、年間90万人を超える観光客を迎え入れています。観光客の消費活動につながらず、地域経済に十分反映されていません。

名古屋のベッドタウンとして発展してきた経緯から、観光客に向けての環境整備が進んでおらず、観光客向けの特色のある商品などが少ない状況となっています。平成29（2017）年度から観光協会、商工会、あいち知多農業協同組合、地域の農業者団体、飲食店などの事業者のほか、地元の小学校などと連携し、地域資源の中から、佐布里梅や知多ペコロス、知多木綿に目を向け、お土産品や飲食店でのメニューなど、観光資源となる地域ブランド品の開発に取り組んできました。

佐布里池梅まつり等のイベントを実施し、多くの方が来訪する中、市内飲食店などに誘導できていませんでしたが、商工会が地域経済の活性化につながるよう、平成30（2018）年度及び令和元（2019）年度にクーポン付き飲食店マップを配布し、飲食店からは顧客が増えた等の声がありました。今後においても、同様の取組はもちろんのこと、他の観光資源や飲食店のイベントと結び付け、地域一体となった取組をさらに実施する必要があります。

## (3) 旅行者の受入体制

訪日外国人旅行者は、年々増加し、令和元（2019）年には3,000万人を超え、中部国際空港においても年間300万人を超える外国人旅客の利用がありました。



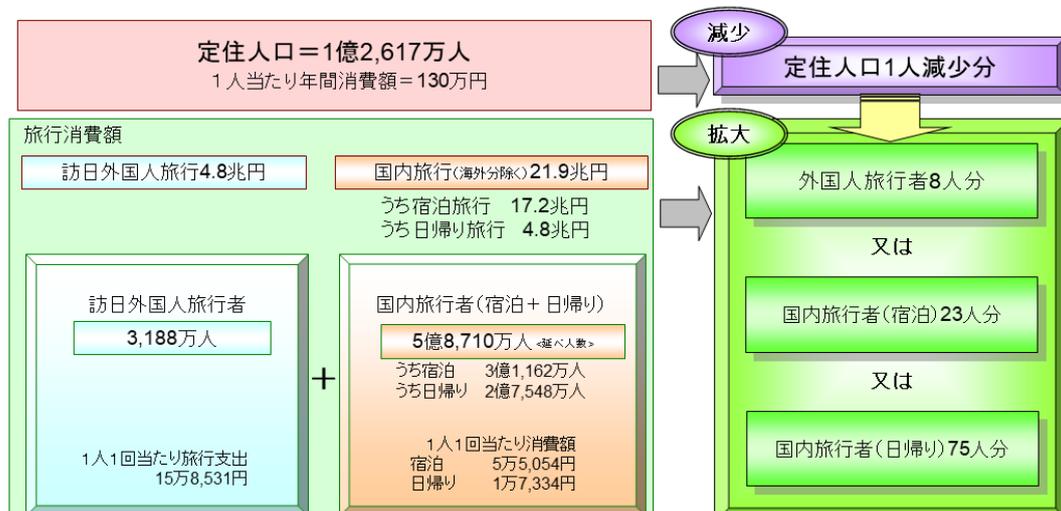
▲訪日外客数（出典：独立行政法人 国際観光振興機構）

1回の旅行で消費する1人当たりの消費額は、日本人旅行者が宿泊旅行で5万5,054円、日帰り旅行で1万7,334円です。一方、訪日外国人旅行者は、15万8,531円と大幅に日本人旅行者の消費額を上回っています。このように、旅行者による消費行動は地域経済に大きな効果を及ぼします。本市は、中部国際空港と名古屋の中間に位置していることもあり、アクセスの良さを活かした誘客が可能です。地域経済の活性化のためには、訪日外国人対応は重要な観光施策となっており、多言語表示、Wi-Fi<sup>※5</sup>環境の整備などが求められています。

## 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人分に当たる。



▲観光交流人口増大の経済効果(2019年)の図(出典：観光庁資料)

日本人旅行者、訪日外国人旅行者ともに、従来の物見遊山的な観光より、地域の人々との交流や地域ならではの体験を重視する傾向が強くなっています。特に訪日外国人旅行では、その時、その場所でしか得られない体験や、伝統文化や自然など、本物の価値に触れる体験へのニーズが高まっています(「モノ」から「コト」へ)。また、地元の人たちとのふれあいが来訪者の満足度を高めることから、来訪者へのおもてなしを向上させ、本市の特色を生かした「着地型観光<sup>※6</sup>」を推進していくことが必要です。

本市では、平成28(2016)年度に朝倉駅に多言語の案内表示を設置し、平成29(2017)年度には、岡田まちづくりセンターに観光案内所を開設したほか、岡田福祉会館の屋外トイレの洋式化を行い、おもてなし環境を整え、来訪者に利用いただいています。さらに、令和元(2019)年度は、高齢化や担い手不足という課題の下、観光ボランティア育成講座を開催し、次世代に続く観光ボランティアの育成に努め、令和2(2020)年度には、体験型の観光資源を築き上げる人材の育成を目的にワークショップを開催しました。

今後においても、事業者や地域住民など地域一体となった観光客の受入体制の構築を継続することが必要です。



▲観光人材育成研修の様子



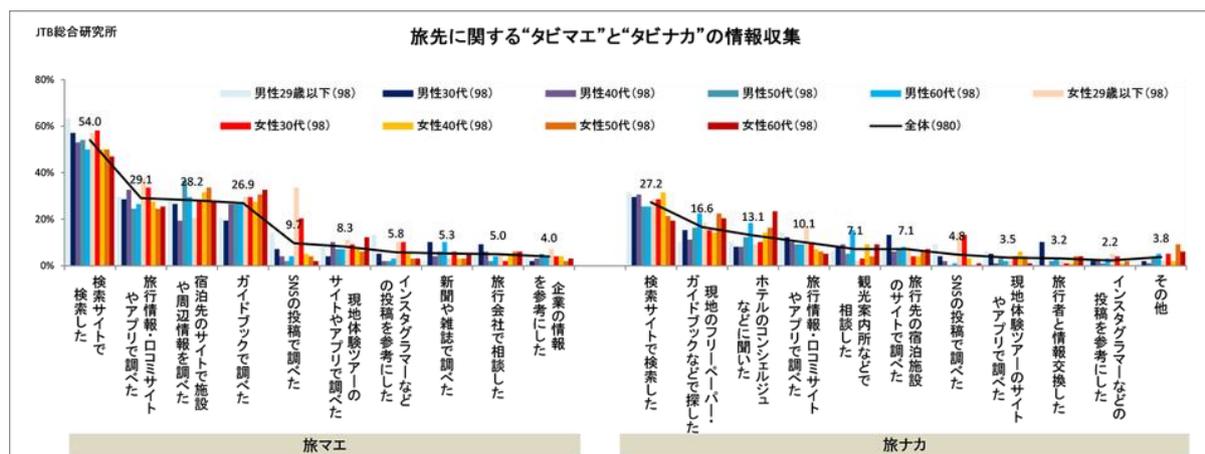
▲ワークショップの様子

#### (4) 効果的な情報発信

SNS<sup>※7</sup>の普及により、個人からの情報発信が消費者の動向などに大きな影響を与えています。また、マスメディアにおいても、地域情報を取り上げる番組が多く放映されていることから、SNSの効果的な活用、マスメディアへの積極的な情報提供をどのように進めていくかが課題です。

スマートフォンの普及により、旅行にデジタル技術が活用される場面が増えてきました。旅行前（旅マエ）の情報収集や予約、旅行中（旅ナカ）の移動のナビゲーションや写真撮影、キャッシュレス決済、旅行後（旅アト）の記念写真の共有やSNSへの投稿など、旅行に係る多くの行動がスマートフォン上で行われるようになっていきます。

旅行前・旅行中での情報収集の方法の違いや、旅行中・旅行後にいかにSNSを通じて旅行者自身に情報発信してもらうかを意識しながら、効果的な情報発信をしていくことが必要です。



▲スマートフォンの利用と旅行消費に関する調査(2019) (出典：JTB総合研究所)

#### (5) 新しい生活様式・新しい旅行スタイルへの対応

新型コロナウイルス感染症の感染リスクに対する不安が払拭されるまでは、感染リスクを前提として、感染拡大防止と観光振興の両立を図っていく必要があります。

イベント等を新しい生活様式に沿った形で実施することで、中止や規模縮小することなく、コロナ禍においても飲食店や観光施設等への経済波及効果が期待されます。旅行先の選択に当たり感染リスクを考慮する中で、飲食店や観光施設等の地域事業者一人ひとりが業種別のガイドラインを遵守し、地域一体となって感染症対策を徹底し、地域経済の回復と新しい観光につながる取組を推進する必要があります。

## 2 主な観光資源

本市の主な観光資源は、次のとおりです。

### 《自然》

- ・佐布里池梅林 ・旭公園の桜 ・竹林（旭南地区） ・日長神社の紅葉
- ・大興寺の四季桜
- ・新舞子海岸とマリンスポーツ  
（ウィンドサーフィン、スタンドアップパドルボード（SUP）、ビーチバレー）

### 《施設》

- ・新舞子マリンパーク  
（ブルーサンビーチ、ドッグラン、魚釣り施設、常設ビーチバレーコート）
- ・佐布里緑と花のふれあい公園「梅っ花そうり」 ・佐布里パークロード
- ・ベティさんの家旭公園・知多運動公園・歴史民俗博物館・大草公園（大草城址）

### 《産業・物産》

- ・臨海工業地帯 ・水の生活館 ・知多電力館 ・知多木綿
- ・農産物（佐布里梅、知多ペコロス、たまねぎ、ふき、いちじく など）
- ・知多の押し寿司 ・岡田のカツ丼 ・ウイスキー知多 ・OKDビール

### 《歴史・文化》

- ・尾張万歳
- ・開運福だるま大祭（大興寺）
- ・節分豆まき式（大智院）
- ・岡田春まつり（山車：日車、雨車、風車）
- ・日長の御馬頭祭り
- ・北粕谷春祭り（山車：花王車）
- ・朝倉の梯子獅子
- ・岡田の古い街並み  
（木綿蔵ちた、岡田郵便局、雅休邸、古民家）
- ・知多四国霊場
- ・佐布里五箇寺
- ・大野谷四ヶ寺（市内は、地藏寺・大智院）

### 《イベント》

- ・佐布里池梅まつり
- ・佐布里緑と花のふれあい公園  
春・秋のフェスティバル
- ・アイアンマン 70.3
- ・新舞子海上カーニバル
- ・伊勢湾カップ
- ・新舞子ビーチフェスティバル
- ・産業まつり
- ・名鉄ハイキング
- ・岡田街並フェスティバル

<順不同>

※ 下線がある観光資源は、前計画からワークショップ等の洗い出しにより追加しました。

## 第3章 観光振興の基本的な考え方

---

### 1 基本理念

市、観光関係団体、事業者、市民・市民団体が観光振興に取り組む上での規範となる基本理念を次のとおり定めます。



「あたらしく、知多らしく。新たなご縁につながるおもてなし」

今こそ原点に立ち戻り、地域の誇りに来訪者が触れることができるような観光のあり方が求められています。それは、地域に息づく暮らし、自然、歴史、文化等を最大限活用し、地域住民にとっても、訪れる人にとっても心地よい空間、また訪れたいと思う地域づくりを進めていくことによって実現されるものです。

本市の暮らし、自然、歴史、文化等の「知多市らしさ」を来訪者に感じていただきたい。地域の人々と来訪者がふれあう場を提供したい。そんな想いを伝えることで、この地域のことを「特別な」、「大切にしたい」、「今後、期待に応えてくれる」といった存在として来訪者に認めていただく。基本理念には、来訪者が地域と長く結びつく観光地域づくりを行う想いが込められています。

## 2 目指す将来の姿

基本理念に基づき、目指す将来の姿を次のとおりとします。

- 自然や歴史、伝統文化などの魅力が守られるまち

本市の魅力である緑豊かな自然や歴史、伝統文化は、大切な観光資源です。リニア中央新幹線の開業、西知多道路の開通など、大きな変化が予想される中、それらを生かした観光地域づくりを目指します。

- 市民が地域に誇りをもち、市民が輝くまち

観光地域づくりの主役は市民です。自分の地域を一人ひとりの市民が誇りをもって語れるようになること、また、市民自身の想いや活動が、本市を盛り上げることにつながることを目指します。

- 地域内消費を拡大できるまち

本市における住民の消費等を示す「民間消費額」の38.5%※が、地域外へ流出しています。そのため観光振興による交流人口・関係人口がもたらす経済効果により地域内消費を拡大していくことを目指します。

※出典：「地域経済システム（RESAS）」地域経済循環図（2015）（経済産業省、内閣官房）

### 3 数値目標

観光振興を着実に推進するために、数値目標は以下の3つの項目とし、各種施策に取り組みます。

#### (1) 観光入込客数

|                                 |
|---------------------------------|
| 100万人 (基準年：令和元(2019)年：947,655人) |
|---------------------------------|

国内旅行市場は、全体としては人口減、高齢化等により徐々に縮小していくと考えられますが、本市においては、新たな観光資源の開発、既存の観光資源の磨き上げを行い、また来訪者と地域が長く結びつく観光地域づくりを実践していく中で、再来訪者を増やしていくことで、観光入込客数を増加させます。

#### (2) 滞在交流型観光コンテンツ数

|                                  |
|----------------------------------|
| 20コンテンツ (基準年：令和2(2020)年度：7コンテンツ) |
|----------------------------------|

観光地域づくりを通じて目指す観光のスタイルは、来訪者が地域に留まり、地域の人や文化との体験を中心にしながら、地域の住民と交流する「滞在交流型観光」を促進するものです。

本市としては、このような観光コンテンツを増やしていくことで、観光地域づくりを推進していきます。

#### (3) 観光協会ホームページアクセス数

|                                      |
|--------------------------------------|
| 10万アクセス (基準年：令和元(2019)年度：79,024アクセス) |
|--------------------------------------|

旅先に関する検索サイトでの情報収集は、旅マエ・旅ナカ段階で検索されています。来訪者目線の情報をホームページに掲載することは、多くの方に見てもらえることにつながり、結果として交流人口・関係人口の拡大にもつながります。

## 4 基本方針

観光振興を推進するため、施策の基本的な方向性である基本方針を次のとおり定めます。

### 基本方針1 知多市らしさの魅力の創造

観光資源の磨き上げによる高付加価値化を図るとともに、誘客力を秘めた観光資源を発掘し、その活用を図ります。観光人材の育成や観光案内に心地よい環境を整備することで、来訪者の満足度の向上に努めます。

### 基本方針2 データの活用による戦略的マーケティング

「どんな人が」、「どこから」、「何を求めて」、「どうやって」本市を訪れているか把握します。その上で、本市のターゲットにすべき来訪者や地域のコンセプトを検討し、大きく変化し続ける来訪者のニーズに対応します。

### 基本方針3 新しい生活様式に沿った観光まちづくり

新型コロナウイルス感染症の影響により、旅行スタイルも変化しつつあります。来訪者が安心して楽しい時を過ごしていただけるように、感染防止対策を含め、これからの観光ニーズに応えることで、旅行先として選ばれる地域を目指します。

### 基本方針4 観光プロモーションの強化

地域の魅力ある観光資源の情報を来訪者の目線で整理し、マスメディアなどを活用した効果的な情報発信を戦略的に行うことで、本市のイメージアップと誘客につながる観光プロモーションを強化します。

## 5 戦略と主な施策

各基本方針を達成するため、戦略を設定して観光振興に取り組みます。

### 基本方針1 知多市らしさの魅力の創造

#### 戦略1-1 今ある観光資源・イベントの磨き上げ

##### (1) 佐布里池周辺の四季を通じた活用と佐布里池梅林の拡充

佐布里池周辺は、豊かな緑に囲まれ自然あふれる景観が広がり、春には梅や桜、夏には藤、秋には紅葉など色鮮やかな景色とともに、野鳥などのバードウォッチングも楽しめます。佐布里の魅力である梅を活用した梅の実収穫、梅のお菓子作りなどの体験コンテンツを充実させるとともに、佐布里池の水面利用や四季を通じて楽しむことができる取組を推進していきます。さらに、県内一の佐布里池梅林を拡充するため、梅1万本構想に基づき、佐布里池周辺の梅の植栽を計画的に進めていきます。

##### (2) 岡田の古い街並みを活用した着地型観光の推進

岡田は、知多木綿の特産地として栄えたまちで、木綿蔵など歴史的価値のある建物が残っています。古い街並みや機織り体験などのコンテンツ、古民家などを活用し、来訪者が地域住民との交流を通し、地域の文化や風習を肌で感じることができる地域主体の着地型観光を推進していきます。



▲佐布里池と佐布里梅



▲岡田のなまこ壁と知多岡田簡易郵便局

### (3) 新舞子の海とマリンスポーツ、レジャースポットの活用

潮風を肌で感じることができる新舞子の海は、ウインドサーフィンやSUPなどのマリンスポーツを楽しむことができます。また、新舞子マリnparkは、400mも続く白い砂浜や芝生広場、魚釣り施設があり、のんびりと余暇を過ごすことができます。マリンスポーツなどの体験コンテンツを充実させるとともに、2基の風車やきれいな夕日を見ることができるロケーションを活かした誘客への取組を推進していきます。

### (4) 大草城址の活用

大草城は、織田信長の弟で、茶人としても名を挙げた織田有楽斎（長益）が、築城途中で断念した幻の城です。大草公園内に本丸、二の丸と周囲の土塁、堀の大部分がほぼ完全な形で残っており、県内でも希少な城址となっています。

大草城址の知名度向上のため、愛知県や県内市町と連携し、イベントの参加などによるPRを行うとともに、県内市町の城を周遊できる観光コースを充実させていきます。



▲海水浴客で賑わう新舞子マリnpark



▲大草公園内の模擬天守（展望台）

(5) 公共施設や企業等との連携

市内には、歴史や文化を学ぶことのできる歴史民俗博物館や日本陸上競技連盟第2種公認の陸上競技場（物産フードサイエンス1969知多スタジアム）などの公共施設があり、各種イベントやスポーツ大会が開催され、多くの方が訪れています。

また、企業や自社製品のPR、社会貢献を目的として、工場見学等を行っている企業もあり、多くの方を受け入れています。

それらを観光資源や観光ルートのひとつとして活用することで、交流人口や関係人口を拡大する取組を行っていきます。

## 戦略1-2 新たな観光資源の掘り起こし

### (1) 神社仏閣を活用した資源開発

神社仏閣は古くからの歴史的文化や風習が存在しています。また、信仰の対象として昔から多くの人々が訪れています。近年ではパワースポットブームや御朱印ブームにより、若年女性の来訪が増え、座禅や写経体験なども人気を集めています。

特に、寺本地区には、神社仏閣が数多く点在し、建物だけでなく、各々が貴重な文化財を所有しており、その1つ1つが観光資源となり得る魅力を秘めています。観光資源の掘り起こしとあわせ、点在する神社仏閣を結び付け、観光コンテンツとして目に見える形とすることで魅力の再確認にもつながります。

佐布里五箇寺では、お寺と周辺の田園風景とが相まった日本の原風景を感じることができます。ノスタルジックな風景と観光コンテンツを組み合わせることにより、新たな観光資源としての活用に努めます。

### (2) 農業体験や農産物の収穫体験を活用した資源開発

農業体験や農産物の収穫体験は、日ごろ農業との接点が少ない方が農業を身近に感じる機会であり、農産物のPRや販売促進、食育という観点からも注目を集めています。農業体験や農作物の収穫体験を観光の視点で捉え、農業者やあいち知多農業協同組合などと協力し、体験コンテンツの開発やツアーの造成に努めます。

## 戦略1-3 観光人材の育成とボランティアガイドの活動支援

### (1) 観光人材の育成

観光振興においては、地域への誇りと愛着を持ち、地域を牽引する観光の担い手が必要となります。観光振興で活躍できる観光人材を育成するため、観光協会と連携し、郷土愛を育み、地域の魅力を再認識し、観光振興における意識の向上につなげる機会をつくります。また、ワークショップで検討した旅行プランやコンテンツについて、模擬体験を行い、実施可能かどうかを検証し、滞在交流型観光コンテンツの構築につなげていきます。

### (2) ボランティアガイドの活動支援

ボランティアガイドは、来訪者との触れ合いを通し、奥深い知識や情報を幅広く紹介し、地域の魅力を伝える役割を担っています。おもてなしによる来訪者の満足度の向上は、リピーターの獲得につながり、1人でも多くの本市のファンを増やすため、ボランティアガイドの活動機会を積極的に提供するなどの支援を行います。



▲岡田のボランティアガイド

## 戦略1-4 来訪者に心地よい環境の整備

### (1) 快適に観光を楽しむことができる観光案内

観光案内所は、観光資源に関する様々な情報を収集・整理し、来訪者が求める情報を提供するにとどまらず、滞在先での魅力的な過ごし方を提案するコンシェルジュとしての役割も担っています。来訪者が快適に観光を楽しむことができるよう、案内所の職員一人ひとりが地域の最新情報を日々収集し、知識を広く深く身に着けることで、来訪者の様々なニーズに迅速に対応するとともに、魅力的な観光プランを提供できる観光案内に努めます。

### (2) 大規模イベント開催時の渋滞対策

大規模イベント開催時には、来訪者が集中し、交通アクセスなどの利便性や快適性の向上が求められます。新舞子ビーチフェスティバルや佐布里池梅まつりなどの大規模イベントの開催時には、公共交通機関と連携するとともに、臨時駐車場の開設やシャトルバスの運行などの渋滞対策を行います。



▲新舞子ビーチフェスティバル



▲佐布里池梅まつり

(3) 外国人に対応した環境の整備

日本で暮らす外国人や訪日外国人旅行者が地域の歴史や文化を感じ、観光を楽しむことができるよう、案内板やチラシなどの多言語表示に取り組むとともに外国人に対応したコンテンツの開発に努めます。

また、旅行の醍醐味である「食」を多様な宗教・信条等をもった人々にも楽しんでもらえるように事業者等と連携し、検討していきます。

(4) 利便性向上のための環境の整備

現代社会では、インターネットからの情報収集が一般的となっており、観光情報についてもスマートフォンなどにより、旅先で収集するようになっています。来訪者の利便性向上のため、主要な観光拠点や公共施設などにW i - F i 環境の整備に努めます。

## 基本方針2 データの活用による戦略的マーケティング

### 戦略2-1 データ収集による現状の把握

#### (1) 観光協会ホームページアクセス状況の把握

来訪者は、多くの情報をインターネット経由で取得していることから、アクセス状況を継続的に把握することにより、本市に対する興味関心が過去と比較して高まっているか否か、どのような季節、月、曜日、時間帯に高まっているのか、実施したプロモーション等の効果が現れているか否かといった様々な分析を行います。また、ページ間のアクセス数を比較することで来訪者が本市の何に興味を持っているのか具体的に把握・分析します。

#### (2) 市内観光施設や大規模イベントにおける来訪者アンケート等の実施

来訪者の属性（形態）や目的、交通手段、ニーズ、満足度、再来訪意欲、消費額といった観光統計調査を継続的に実施し、地域やイベントの強み、弱みなど施策立案の基となるデータ収集を図ります。

### 戦略2-2 エビデンスに基づく施策立案・実施

戦略2-1での現状の把握や統計データ等を客観的に分析することにより、来訪者に関わる行動（旅行前・旅行中・旅行後）を包括的に捉えていきます。

データ等の合理的根拠（エビデンス）に基づいた市場分析やターゲット設定を行った上で、本市ならではの新たな観光コンテンツ造成やプロモーションの実施、そして、それらの効果測定を行い、分析することで、常に来訪者の目線に立って変革し続ける観光に取り組みます。



## (2) 地域一体となった感染防止対策の実施

事業者や観光関係団体などと連携し、新型コロナウイルス感染症対策の重要性を共有する体制を整えます。事業者や観光関係団体は、感染症対策への意識を向上させ、業種ごとの「感染拡大予防ガイドライン」及び県が作成した「感染防止対策リスト」を活用します。

イベントの開催時には、イベントごとにガイドラインを作成し、感染防止対策を徹底して行います。

今後においても、国や県の動向を注視し、柔軟に対応し、地域一体となって「選ばれる観光地」の実現を目指します。

## 戦略3-2 アフターコロナを見据えた取組

新型コロナウイルス感染症が収束した後の観光振興のあり方については、ウィズコロナの時期を経て、地域住民も含めた人々のライフスタイルや観光に対する意識がどう変化し、観光のニーズにどのような影響を与えるか、見極める必要があります。

地域経済の回復に向け、地域一体となって地域の観光コンテンツを充実させながら、地域住民などを対象に観光資源の魅力を再発見してもらう取組を実施するなど、マイクロツーリズム<sup>※8</sup>の促進を図ります。その後、感染状況を見極めながら、県内、近隣県からの誘客に続いて、全国、海外からの誘客を進めていきます。

## 基本方針4 観光プロモーションの強化

### 戦略4-1 ICT<sup>※9</sup>を活用した観光情報の発信

#### (1) デジタル化への対応

スマートフォンを始めとする情報通信手段の発達により、来訪者の観光情報の収集形態は、変化を続けています。旅マエ・旅ナカでの情報収集の方法の違いや旅ナカ・旅アトにいかに関係するSNSを通じて来訪者自身に情報発信してもらうかを意識したプロモーションを実施します。

#### (2) 地域事業者及び市民による情報発信力の向上

観光関係団体、事業者、市民等を対象としたSNSを活用した情報発信のセミナーを開催し、情報発信のノウハウを習得してもらうことで、地域の情報発信力向上に取り組めます。

### 戦略4-2 マスメディア、旅行会社の活用による情報発信

本市の観光情報がより多くの方の目に触れるよう、地元メディアやテレビ局などへ積極的に情報提供します。また、旅行会社へ本市の観光資源をPRするため、商談会への参加や旬の情報を随時提供するなど、積極的なプロモーションを実施します。

また、マスメディアや旅行会社へ、本市の魅力を効果的にPRできるよう、観光資源についての資料（写真・動画含む）を整備します。

### 戦略4-3 知多市ふるさと観光大使<sup>※10</sup>による情報発信

「知多市ふるさと観光大使」として委嘱している情報発信力の高い著名人や芸能人から、市内外の方へ向けて、SNSなどを活用した情報発信を通じ、本市の

知名度の向上や、旬の観光情報など知多市の魅力を発信していただきます。

また、ふるさと観光大使である本市の公認キャラクター「梅子」の知名度や人気を活かし、看板娘として積極的にPRに活用します。イベントの出演や、「梅子」の写真をSNSで発信することにより、市内外で「梅子」ファンを増やす取組を行い、本市のPRにつなげます。

知多市ふるさと観光大使

令和3（2021）年3月現在

|  |  |
|--|--|
| あさお たくや<br>浅尾 拓也（元プロ野球選手）                      | あべ りょうへい<br>阿部 亮平（俳優）  |
| アンダーポイント（お笑い芸人）<br>ますの ゆたか ほんみ だい<br>増野 豊、本美 大 | えとう<br>江藤 あや（俳優）   |
| おざわ かずひろ<br>小沢 一敬（お笑い芸人）                       | かとう ひろゆき<br>かとう 寛之（シンガーソングライター）  |
| たけ まさはる<br>武 正晴（映画監督）                          | たけうち はるな<br>竹内 晴奈（シンガーソングライター）   |
| たまわし いちろう<br>玉鷲 一朗（力士）                         | はるば<br>春場 ねぎ（漫画家）  |
| むらや こうじ<br>村屋 光二（アーティスト）                       | やまと てつや<br>大和 哲也（プロキックボクサー）  |
| うめこ<br>梅子（佐布里池梅まつりキャラクター）                      |  |

敬称略・五十音順(梅子を除く)

#### 戦略4-4 フィルムコミッション<sup>※11</sup>の活用

本市は、名古屋や中部国際空港から電車で30分以内のアクセスの良い場所にあり、岡田の古い街並みや新舞子海岸などの多彩なロケーションを有することから、映画やドラマ等のロケ地に最適です。

映画やドラマ等の誘致や支援を積極的に行うことで作品を通じて本市の魅力を全国に発信するとともに、こうした活動を通じて市民の郷土愛が育まれ、市民による情報発信も期待されます。また、実際にロケ地に訪れ、周辺地域を観光する「ロケツーリズム<sup>※12</sup>」を推進することで地域の活性化を図ります。

## 戦略4-5 広域連携の推進

### (1) 知多半島観光圏協議会による広域観光の推進

知多半島5市5町が連携し、それぞれの特色豊かな観光資源をつなぎ合わせ、足りない魅力を補完し合うことで、相乗効果による誘客が期待されます。そのため、知多半島5市5町が一体となったイベントの開催や知多半島内での回遊性向上事業<sup>※13</sup>、広域観光マップ、ホームページを活用したPRを行い、本市への誘客につなげます。

### (2) 広域観光を活用した事業展開やPR

本市では、全国梅サミット協議会や中部みなとオアシス連絡協議会などの協議会に加盟し、県内のみならず、県外の自治体等とも連携し、様々な事業において広域観光を推進しています。連携自治体との情報交換やイベント開催を通じて、本市の観光資源の魅力を発信し、広域からの誘客に取り組みます。

## 第4章 計画の推進に向けて

---

### 1 各主体の役割

第3章に定めた基本方針や戦略に基づき、目指す将来の姿を実現するためには市、観光協会、商工会、事業者、市民・市民団体がそれぞれの役割を理解し、積極的に連携、協働して取り組むことが求められます。

#### ○ 市の役割

- ・ 観光関係団体や事業者、市民・市民団体及び関連自治体と連携しながら、総合的な施策を展開し、観光地域づくりを推進する。
- ・ イベント時の渋滞対策などの受入環境を整え、来訪者の交通の利便性向上に努める。
- ・ 各主体が取り組む観光振興事業への協力、支援を行う。
- ・ 観光に関するデータ集約や分析、効果検証を行い、戦略的なマーケティングに努める。

#### ○ 観光関係団体（観光協会、商工会など）の役割

- ・ 観光情報の収集や誘客に向けたプロモーション活動、滞在交流型観光の推進に努める。
- ・ 来訪者に関するデータを収集する。
- ・ ICTを活用した積極的な情報発信に努める。
- ・ 次世代に続く観光人材・観光ガイドの育成に努める。
- ・ 観光資源の開発や磨き上げを行い、魅力ある観光コンテンツの造成に努める。

○ 事業者の役割

- ・ 「新しい生活様式」に対応しながら来訪者のニーズに合った質の高いサービスを提供し、おもてなしに努める。
- ・ 本市の特産品や名物料理などの開発と積極的な販売に努める。
- ・ 観光資源の開発や磨き上げを行い、魅力ある観光コンテンツの造成に努める。
- ・ 来訪者に関するデータの収集に協力するとともに、自らも顧客分析、マーケティングに積極的にチャレンジする。
- ・ 来訪者の交通の利便性向上に努める。

○ 市民・市民団体の役割

- ・ 本市の自然や歴史、文化に誇りと愛着を持ち、観光資源としての魅力の向上と活性化及び伝統行事の伝承に努める。
- ・ 歴史的建造物や歴史的な街並みなどの保存に努める。
- ・ 来訪者の案内やおもてなしをするボランティアに積極的に参画する。
- ・ 口コミによる情報発信が期待されるフェイスブックやツイッターなどSNSを有効活用することにより、本市の魅力の発信に努める。

## 2 計画を推進するために

本計画の中には、すぐに取り組める事業から、ある程度の期間が必要な事業もありますが、実現できることから着実に実施していくことが重要です。

本計画を推進するためには、各主体がそれぞれの役割を果たすことはもちろん大切ですが、積極的に相互連携し、果敢に新しい取組に挑戦することが求められます。

特に、市、観光協会、商工会は、各主体間のコーディネーターとして、取組に対する支援や調整を行うとともに、三者でしっかりと連携し、計画を推進します。

## 用語説明

---

※1 交流人口

その地域に訪れる人々のこと。その地域に住んでいる人（定住人口または居住人口）に対する概念である。

※2 関係人口

「定住人口」でもなく、「交流人口」でもない、地域と多様に関わる人々のこと。

※3 観光地域づくり

「住んでよし、訪れてよし」を実現していくための活動のこと。住まう人たちの人間性を豊かにし、経済力を含めた地域力を高めていくと同時に、訪れる人たちの精神的充足を養うことを目指すものである。

※4 観光人材

観光の振興に寄与する人材のこと。

※5 Wi-Fi

スマートフォンなどのネットワーク接続に対応した無線で通信する機器が互いに接続可能になる規格名称のこと。

※6 着地型観光

観光客の受入先である地域側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・現地解散で実施される観光の形態のこと。

※7 SNS

ソーシャルネットワーキングサービス（Social Networking Service）の略で、登録された利用者同士が交流できるスマートフォン・パソコンなどの会員制サービスのこと。（FacebookやInstagramなど）

※8 マイクロツーリズム

自宅から1時間の移動圏内の「地元」で観光する近距離旅行の形態のこと。

※9 ICT

Information and Communication Technology の略で、日本語では情報通信技術を活用したコミュニケーションのこと。

IT（情報技術）に、Communication（通信）を加えた技術で、情報処理だけでなく、ネットワークを介して、知識・情報の共有を図ることができる。

※10 知多市ふるさと観光大使

市から委嘱され、各分野で活躍している知多市出身者やゆかりのある人で、市のイメージアップや知名度を高めるため、魅力を発信するなどの広報活動に携わる人のこと。

※11 フィルムコミッション

映画等の撮影場所誘致や撮影支援をする機関のこと。

※12 ロケツーリズム

映画・ドラマのロケ地を訪ね風景と食を堪能し、人々のおもてなしに触れ、その地域のファンになってもらう旅行のこと。

※13 回遊性向上事業

区域内にある観光資源を巡る仕組みを構築することにより、観光客の誘致と地域経済の活性化につなげる事業のこと。



梅香る わたしたちの緑園都市

## 第2次知多市観光振興計画

令和3年2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) FAX 0562-32-1010

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

E-mail [shoukou@city.chita.lg.jp](mailto:shoukou@city.chita.lg.jp)