

【基本方針1】 新たなライフスタイルに対応した豊川観光イメージの創出・確立

コロナ禍で生じた社会経済活動の大きな転換に伴う新たなライフスタイルに対応し、観光分野においても新たな視点でこの局面に対応していくことが求められています。そのため、これらの変化に対応し、効果的な情報発信により新たな客層も呼び込むとともに、豊川市の様々な資源を活用して様々な業種の事業者が豊川市の観光振興に資する事業を行いやすい環境づくりを行い、新しいコンテンツを創出、磨き上げを行うなど、観光客の呼び込みを図ります。

アクションプラン	事業数	進捗状況※			
		A	B	C	D
施策（1）新たなライフスタイルに対応したコンテンツの創出・磨き上げ	25	1	20	2	2
① 観光資源の新しい活用方法の検討	2		1		1
② 新たな観光コンテンツの発掘・磨き上げ	8	1	5	1	1
③ ウィズコロナ時代の誘客	3		3		
④ マッチング・コラボレーション促進	2		2		
⑤ スポーツ、アウトドアレジャー実施場所としての魅力創出・発信	8		7	1	
⑥ オンライン等を利用した観光コンテンツの創出、発信	2		2		
施策（2）効果的な情報発信	20	0	20	0	0
① 情報発信手法・内容の見直し	11		11		
② 対象を明確にした情報発信	5		5		
③ 来訪者に情報発信してもらう仕掛けづくり	2		2		
④ 東三河全体での観光イメージづくり	2		2		
合計	45	1	40	2	2

主な実施事業	
施策（1）	ふれあい交流センター（本宮の湯）リニューアル工事の実施（商工観光課） 着地型観光実施事業「マイストーリーとよかわ」による体験プログラムの実施（観光協会）
施策（2）	観光ガイドマップの制作（商工観光課） 御朱印PRパンフレットの制作（観光協会） メディアリレーション活動強化事業（豊川豊キャンペーン）（秘書課）
未実施事業	
施策（1）	民間活力を利用した新たな施設利用方法の検討（商工観光課） 観光農園などの農業体験ができる施設の設置に関する環境整備の検討（農務課）

総括・課題 （事務局）	本宮の湯のリニューアル工事やパンフレットの刷新により磨き上げを行うとともに、「マイストーリーとよかわ」による新しいコンテンツの創出につなげることができた。メディアリレーション事業・豊川豊キャンペーンの実施では、インパクトのあるPRを行い、市内外の反響を得られた。 未実施事業では、関係機関等との検討が必要。
意見 （委員会）	・新たなライフスタイルとして、アニメやアイドルを活用した施策は、若者にはかなりアピール度がある。 ・飯田線を例に、地域全体が観光客の方々に対する顧客ファーストを発信できると、お金を使わずに、真心と気づかいで人を誘致するという方法が、東三河なら成立する、と思われる。 ・観光協会や市のホームページでも、団体向けにバスの駐車場の有無の情報も掲載してほしい。 ・アプリ、インターネットを活用した情報発信。本宮の湯も、もっとPRできるのではと思われる。 ・豊川稲荷でも海外の方の観光客が徐々に増えつつあり、霊狐塚の独特の雰囲気、外国の人の興味や、子ども向けの肝試しスポットとしてうまく発信できると良い。

※評価基準：【A】事業の完了または予定より早い進捗、【B】概ね予定どおりの進捗、
【C】予定より遅い進捗、【D】未実施

令和4年度 各基本方針の実施状況

【基本方針2】 観光産業の持続化・発展					
豊川市の観光産業が持続的に発展していくためには、観光の事業の継続性を図る必要があり、観光客が当地に滞在・周遊し、消費する場所や機会を拡大していく必要があります。また、従来型の観光客だけでなく、ビジネスや買い物で訪れる来訪者に対して新たなコンテンツを提供し、多様な客層に対して様々な楽しみ方を提供していくことが必要となります。加えて事業を継承していくため、担い手を確保・育成することにより、持続可能な観光地経営を実現していきます。					
アクションプラン	事業数	進捗状況※			
		A	B	C	D
施策（1）消費機会の拡大	31	2	23	3	3
① 体験・交流プログラムの創出	5		4		1
② 周遊促進	8		8		
③ 滞在時間の拡大	6	1	4		1
④ 土産物開発ととよかわブランドの活用	5		2	3	
⑤ 土産物等の販売促進	7	1	5		1
施策（2）通年で楽しめる観光地づくり	5	2	2	0	1
① 四季の魅力創出・発信	2	1	1		
② 話題性のあるイベントの実施	3	1	1		1
施策（3）インバウンド対策事業	2	0	2	0	0
① 外国人向けコンテンツの検討	2		2		
施策（4）従来型の“観光”に限らない多様な切り口での誘客	9	0	6	0	3
① 教育に着目した誘客	3		3		
② クラブ活動等に着目した誘客	3		3		
③ ビジネス客に着目した誘客	3				3
施策（5）担い手の創出・ホスピタリティ醸成	11	1	7	1	2
① 人材育成と担い手の創出	7		6	1	
② 市民による観光資源の魅力発信	4	1	1		2
合計	58	5	40	4	9

主な実施事業	
施策（1）	とよかわクールスタンプラリーの実施（観光協会） 大和の大いちょうまつり事業（観光協会） 赤塚山公園充実事業（公園整備工事）（公園緑地課） 豊川公園街なか賑わい創出基盤整備事業（公園緑地課） とよかわスイーツラリーの実施（商工観光課） イオンモール豊川におけるアンテナショップ出店事業補助（商工観光課）
施策（2）	LINEとよかわ観光応援クーポン事業（観光協会）
未実施事業	
施策（1）	農水産品関連体験プログラムの検討（農務課）（コロナ感染症の影響により中止）
施策（4）	ビジネスに着目した誘客（観光協会）
施策（5）	市民が観光情報を発信する仕組みづくり（観光協会） 市民への豊川土産のPR（観光協会）

総括・課題 （事務局）	スタンプラリーなどのイベント、赤塚山公園、豊川公園の整備により、滞在、周遊の機会の拡大につなげることができた。また、新たにオープンしたイオンモール豊川に出店したアンテナショップにより、豊川産品の販売、PRにつなげることができた。 企業・ビジネスの誘客が未実施となっており、検討が必要。また、コロナウイルスに対する規制等の緩和により、増加が予想される海外旅行者に対するインバウンド対策を講じる必要がある。
意見 （委員会）	・本宮の湯がリニューアルされたので、宿泊施設が近くにあると良い。 ・体験プログラムは、外国人の方の多文化共生の学習素材としてもすごく有意義だと思うので、こちらを紹介したりとか、進んで参加するようなこともできたら良い。 ・県外・団体の方々が来ても、名古屋や大阪の通過点と言われるのが残念。 ・宿泊客が飲み物もコンビニで買ってきたり、近くの名所に来る観光客も写真だけ取って店は利用しないなど、コロナになってから消費が減っている。 ・豊川稲荷周辺で実施する観光応援クーポンは、ちょうどいい規模感。

※評価基準：【A】 事業の完了または予定より早い進捗、【B】 概ね予定どおりの進捗、
【C】 予定より遅い進捗、【D】 未実施

令和4年度 各基本方針の実施状況

【基本方針3】 誰もが安全・安心・快適に観光ができる環境の整備					
<p>これからの社会は変革と多様性に対応していくことが重要であり、様々な来訪者に対応していくとともに、コロナ禍で進んだ衛生面・防疫面への配慮へも対応していく必要があります。誰もが安全・安心・快適な環境を提供していきます。</p>					
アクションプラン	事業数	進捗状況※			
		A	B	C	D
施策（1）受入環境整備	4	1	2	1	0
① 観光関連インフラの整備	4	1	2	1	
施策（2）最新技術の活用	4	0	2	0	2
① 新たなサービスの導入検討	4		2		2
施策（3）衛生・防疫対策	2	0	2	0	0
① 衛生・防疫対策	2		2		
合計	10	1	6	1	2

主な実施事業	
施策（1）	菟足神社貝塚広場整備事業（生涯学習課） 赤塚山公園充実事業（Park-PFI）（公園緑地課）
施策（3）	観光地等のトイレ改修（商工観光課）
未実施事業	
施策（2）	祭り等のインターネット配信（観光協会） VR・ARを活用した歴史映像コンテンツの検討（生涯学習課）

総括・課題 （事務局）	<p>観光施設等の保全に関しては、継続的な維持管理のほか、主な観光施設のトイレにおいて洋式化や手洗いの自動水栓化等の改修を行った。また、新たに赤塚山公園でのPark-PFIによる民間活力を導入したハード面での整備等ができた。</p> <p>DX関連の新たなサービスの導入に関する事業が未実施となっており検討が必要。</p>
意見 （委員会）	<ul style="list-style-type: none"> ・今の時代、トイレや休憩スポット等、清潔に整えていくことも大事。 ・東京ではマスクしてる人ほとんどいない。時代が変わったと感じている。安心安全といった発信を豊川市からしていただけると良い。

※評価基準： 【A】 事業の完了または予定より早い進捗、 【B】 概ね予定どおりの進捗、
【C】 予定より遅い進捗、 【D】 未実施

令和4年度 各基本方針の実施状況

【基本方針4】 観光振興施策の推進に向けた体制構築					
<p>アフターコロナを見据えると、全国の観光地が反転攻勢を掛け、誘客の競合が始まることが想定される中で、豊川市単独でこれに対応していくのではなく、隣接自治体・近隣地域と連携をし、相互に強みを生かしながら、地域一帯で誘客を進めていく必要があります。今後は市内外の連携体制の強化と、変化する観光ニーズを地域で共有することで、適宜取組の見直しをしながら施策を推進していきます。</p>					
アクションプラン	事業数	進捗状況※			
		A	B	C	D
施策（1）市内関係者間での連携・推進体制構築	5	0	5	0	0
① 関係者間の連携	5		5		
施策（2）広域連携による観光振興施策の推進	5	0	5	0	0
① 東三河地域との連携	2		2		
② その他関連地域との連携	3		3		
施策（3）取組効果の把握・見直し	4	0	2	0	2
① 施策の進捗確認と効果の把握	4		2		2
合計	14	0	12	0	2

主な実施事業	
施策（2）	愛知県街道観光推進協議会連携「御朱印めぐり」キャンペーン（観光協会） NHK大河ドラマ「どうする家康」を活用した事業の実施（県、東三河等関連地域）
未実施事業	
施策（3）	電子市政モニターや市民意識調査を活用した評価の実施（商工観光課） 継続的に経済効果分析を行う手法の検討（商工観光課、観光協会）

総括・課題 （事務局）	「どうする家康」関連事業として、県や東三河広域、また、県外の浜松市等との連携による事業をはじめ、東海道や宿場町等の関連によるイベントなどの展開ができた。評価・分析に関する検討が進まなかったため、引き続き検討が必要。
意見 （委員会）	<ul style="list-style-type: none"> ・豊川市内と市外の観光客の割合の把握。市内の人が楽しんで活性化されると、魅力に感じて市外からも人が来る、という流れも一つあると思われる。 ・ほの国東三河観光ビューローと連携して、マーケティング調査の実施をすすめる。

※評価基準：【A】事業の完了または予定より早い進捗、【B】概ね予定どおりの進捗、
【C】予定より遅い進捗、【D】未実施