

■計画の目的と位置づけ

◆計画策定の目的

- 豊川市観光基本計画（前計画）の計画期間終了後の新たな豊川市の観光の指針として策定。
- 新型コロナウイルス感染症拡大等により余暇の過ごし方も含めライフスタイルが変容していることを踏まえ、これからの豊川の観光のあり方を関係者で共有し、ウィズコロナ時代の豊川の観光振興の着実な推進を目指す。

◆計画の位置づけ

第6次豊川市総合計画、その他の様々な計画と連動

◆計画の期間

5年間（令和4（2022）年度～令和8（2026）年度）



■豊川市の観光を取り巻く環境

◆昨今の観光を取り巻く潮流変化

【観光ニーズ・観光行動の変化】

安全・安心な旅、自然・アウトドアレジャーへの関心の高まり／近場旅の見直し／オンラインツアーの台頭／体験型観光の需要拡大／SNS・ロコミの訴求力増加 等

【技術革新・効率化・利便性向上】

5G・AIの導入、DX対応／ECの需要の高まり 等

【社会情勢・環境の変化】

外国人旅行者の減少／持続可能性の重要度増（SDGs）／副業可能時代・人生100年時代の到来／サブスクリプション・シェアリングの台頭／シビックプライド醸成の重要度増／趣味・嗜好の多様化／防疫意識の高まり／官民連携手法の導入等 等

◆前計画からの本市の環境変化

大橋屋（旧旅籠鯉屋）開設／豊川海軍工廠平和公園開設／豊川市観光案内所移転／“とよかわブランド”認定開始／とよかわフラワープロジェクト実施／スポーツツーリズム／商業施設の新規開業／体験型観光プログラム／マリンチック街道認定／ジャパンエコトラック公式エリア認定／新規開通道路の供用開始

◆今後のプロジェクト動向

【豊川市内】本宮の湯リニューアル／豊川公園再整備／赤塚山公園再整備／商業施設の新規開業／国道23号蒲郡バイパス開通 等

【周辺地域】大河ドラマ「どうする家康」放映／ジブリパーク開業／第20回アジア競技大会／リニア中央新幹線（品川～名古屋）開業 等

■豊川市の観光の現状

◆統計整理：

観光入込客数は新型コロナウイルス感染症の影響を受け減少／観光入込客数は豊川稲荷が全体の約7割／1月がピーク／宿泊者は主に「一人」、「男性グループ」 等

◆市民等アンケート調査：

おススメは「豊川稲荷」、「砥鹿神社」、「豊川門前通商店街」、「豊川海軍工廠平和公園」等

◆来訪者動向調査・ニーズ調査：

豊川市のイメージは「豊川稲荷」が約9割、「豊川いなり寿司」が約5割、「神社仏閣が豊富」、「自然が豊富な街」、「B-1グランプリ」、「歴史を感じられる街」が約2割と続く。

◆観光関連事業者・団体の意見：

目玉施設、半日～1日滞在する場所が少ない／お土産・特産品の販売場所がない／人材確保が必要／豊川の観光イメージが希薄 等

※基礎調査結果より

■豊川市の課題及び方向性

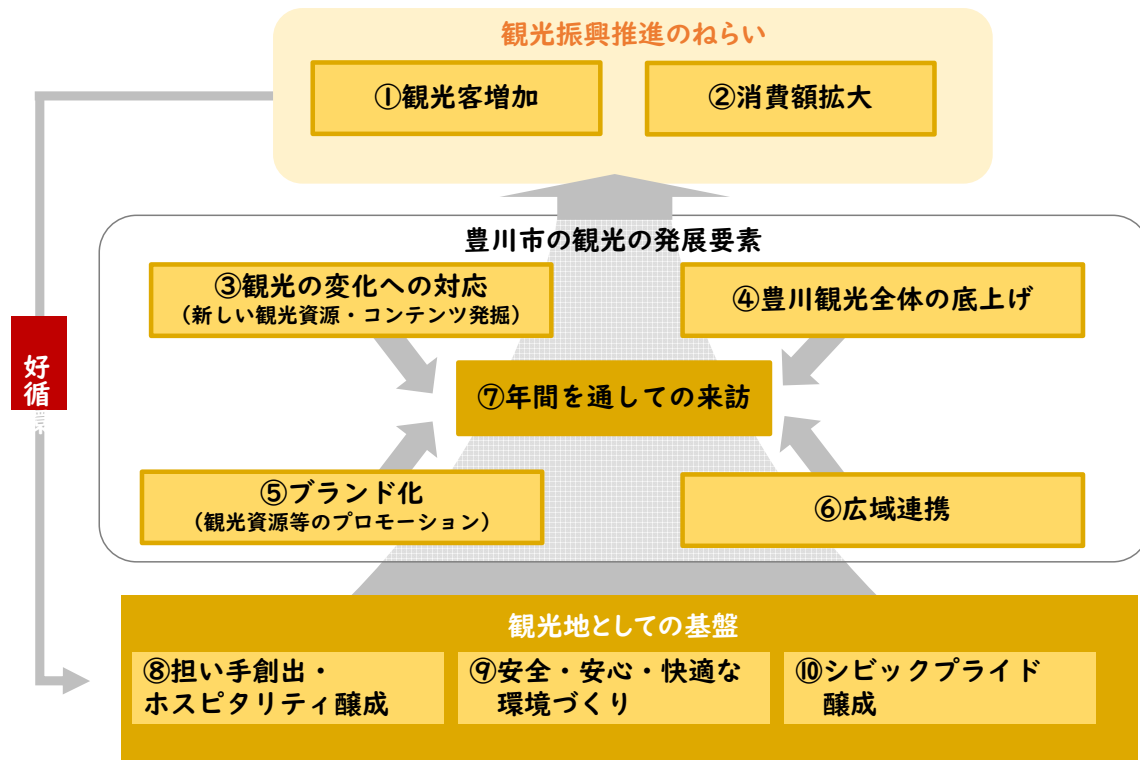
◆SWOT整理（強み・弱み・機会・脅威）

強み	知名度の高い豊川稲荷・豊川いなり寿司の存在／歴史・伝統文化・農水産資源が豊富／様々な客層が四季折々に楽しむことができる豊富な観光資源がある／良好な立地、名古屋圏からのアクセスが良い
弱み	豊川稲荷以外の観光イメージが希薄／観光客の来訪時期、客層のばらつき／市内周遊、長時間滞在に結び付いていない／観光消費機会の乏しさ／観光先として選ばれるための必然性、要因の弱さ／市民の観光資源の認知・意識が十分でない
機会	新たなライフスタイルにおける新しい観光コンテンツへの意識変化／東三河の玄関口としての可能性／ビジネス客の観光客化への期待／豊川の認知度向上に向けた取組／受入環境整備の推進／新規施設の開業による新たな人の流れ、賑わいの創出／広域連携の推進
脅威	社会状況の変化に伴う人口減少、担い手の減少／観光、旅行に対する意識の変化／周辺地域との競合

◆観光振興に向けた課題

1. 新型コロナウイルス感染症拡大の影響による観光客数の落込み。
2. 豊川稲荷以外の観光客数が少ない。
3. 豊川稲荷、豊川いなり寿司以外の観光資源のイメージが低い。
4. 観光客の通年での誘客に課題。
5. 観光地間の回遊性が乏しい、長時間滞在に結びついていない。
6. 土産物・特産品を購入できる場所が少ない。
7. おもてなし人材の育成・実践の機会が少ない。
8. 受入環境（トイレ、駐車場、案内看板等）が不十分な施設がある。
9. B-1グランプリのような話題性のあるものが近年ない。
10. 近隣地域外から誘客時の東三河での連携が十分でない。
11. 市民に十分知られていない観光資源がある。

◆課題解決のための方向性



■基本理念

“とよかわブランド”をはじめとする豊川の魅力を、市民や市外からの来訪者、観光だけでなく、ビジネスで訪れる方、老若男女・国籍を問わず、あらゆる来訪者に体感してもらうことで、豊川ファンをつくり、何度でも来てもらえるリピーターを創出する。

ただ来てもらうだけでなく、見る、食べる、感じる体験を通じて、豊川での消費額も高めていくことにより、経済活性化と観光関連事業者の活躍機運を高め、持続可能な観光産業の確立を目指す。

■キャッチコピー

きて みて 感じて いいね！ とよかわ

豊川市の多様な観光資源を実際に訪れ、自ら触れて、その魅力を実感し、満足してもらい、豊川市での体験をきっかけとして市民との交流を深めることで、より心に響き、“また来たい”と思える観光地づくりを行う。また、いつ来ても楽しめる付加価値の高い観光コンテンツの充実を図る。

■目標値（指標）

指標	基準値	目標値
年間観光入込客数	7,615千人 (平成31/令和元(2019)年)	8,000千人 (令和8(2026)年)
「観光の振興」に関する市民満足度	29.9% (令和3(2021)年度)	50.0% (令和7(2025)年度)
「観光の振興」に関する市民重要度	56.2% (令和3(2021)年度)	70.0% (令和7(2025)年度)

■基本方針

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

新型コロナウイルス感染症拡大の影響による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、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、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る。

基本方針 2

観光産業の持続化・発展

観光産業の持続化・発展のため、滞在時間拡大、周遊促進、消費拡大を図る。また、従来の観光だけでなく、ビジネス等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、通年での誘客を行う。

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

多様性に配慮し、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・防疫面への対応を行い、誰もが安全・安心・快適な環境を提供していく。

基本方針 4

観光振興施策の推進に向けた体制構築

近隣の地域と連携し、相互に強みを生かしながら、地域一帯で誘客を進める。市内外の連携体制を強化し、適宜取組の見直しをしながら施策を推進していく。

■ 観光施策及びアクションプラン

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

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

施策
1ー(1)

- ①観光資源の新しい活用方法の検討
 - ・既存の観光資源の新たな魅力の発掘・有効活用
- ②新たな観光コンテンツの発掘・磨き上げ
 - ・来場者増加のための本宮の湯リニューアル整備
 - ・体験型観光プログラムの開発
 - ・新しい観光コンテンツ・テーマの発掘
- ③ウィズコロナ時代の誘客
- ④マッチング・コラボレーション促進
- 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
 - ・スポーツイベントの活性化
 - ・トップアスリートふれあい交流事業
- ⑥オンライン等を利用した観光コンテンツの創出・発信



効果的な情報発信

施策
1ー(2)

- ①情報発信手法・内容の見直し
 - ・情報発信手法・体制の見直し
 - ・インフルエンサー・仕掛け人を通じた情報発信
 - ・とよかわブランドの磨き上げ
- ②対象を明確にした情報発信
 - ・都市圏プロモーション事業
 - ・シティセールス推進事業
 - ・映画、ドラマ等のロケ誘致とその後のシティセールスや観光分野での活用検討
- ③来訪者に情報発信してもらう仕掛けづくり
- ④東三河全体での観光イメージづくり
 - ・東三河他市町村と連携した情報発信・観光イメージの発信
 - ・設立予定の東三河DMOとの連携検討



基本方針2 観光産業の持続化・発展

消費機会の拡大

施策
2ー(1)

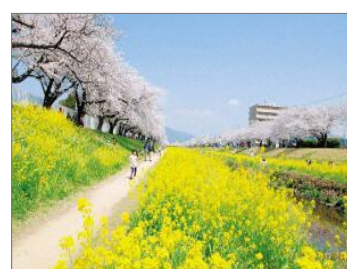
- ①体験・交流プログラムの創出
 - ・体験プログラムで利用するものを購入に繋げる仕掛けづくり
 - ・農水産品関連体験プログラムの検討
- ②周遊促進
 - ・(仮称) イオンモール豊川来訪者への市内周遊促進事業の検討
 - ・市内周遊を促すコンテンツの創出
- ③滞在時間の拡大
 - ・朝や夜をテーマにしたイベント・コンテンツ企画
 - ・赤塚山公園の賑わい創出に向けた再整備
 - ・豊川公園の多機能化への再整備
 - ・豊川稲荷周辺商店街と連携したコンテンツ強化
- ④土産物開発ととよかわブランドの活用
 - ・新しい商品や土産物開発支援
 - ・とよかわブランドを活用した土産物の開発検討
- ⑤土産物等の販売促進
 - ・アンテナショップ等の販売場所の検討
 - ・来訪者を対象とした豊川産農畜産物販売の強化



通年で楽しめる観光地づくり

施策
2— (2)

- ①四季の魅力創出・発信
 - ・何度も訪れることができるスタンプラリーやシーズンに合わせたスタンプラリーの企画
 - ・四季ごとの観光商品・イベント企画
- ②話題性のあるイベントの実施



インバウンド対策事業

施策
2— (3)

- ①外国人向けコンテンツの検討
 - ・外国人向けの観光案内の充実



従来型の“観光”に限らない多様な切り口での誘客

施策
2— (4)

- ①教育に着目した誘客
- ②クラブ活動等に着目した誘客
- ③ビジネス客に着目した誘客

担い手の創出・ホスピタリティ醸成

施策
2— (5)

- ①人材育成と担い手の創出
 - ・観光おもてなし力促進事業の拡充
 - ・観光ボランティアガイドの育成、PR
- ②市民による観光資源の魅力発信



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

受入環境整備

施策
3— (1)

- ①観光関連インフラの整備
 - ・観光関連施設の保全

最新技術の活用

施策
3— (2)

- ①新たなサービス導入検討

衛生・防疫対策

施策
3— (3)

- ①衛生・防疫対策
 - ・観光施設の衛生環境改善（トイレ洋式化、水栓自動化等）



基本方針4 観光振興施策の推進に向けた体制構築

市内関係者間での連携・推進体制構築

施策
4— (1)

- ①関係者間の連携

広域連携による観光振興施策の推進

施策
4— (2)

- ①東三河地域との連携
- ②その他関連地域との連携

取組効果の把握・見直し

施策
4— (3)

- ①施策の進捗管理と効果の把握
 - ・豊川市観光振興推進計画推進委員会（仮称）の設置



※施策ごとにアクションプランを番号で整理し、さらにアクションプランの中で重点的に取り組む事業を箇条書きで記載。

■推進体制

◆中核機能

- ・豊川市と豊川市観光協会が、計画を着実に推進していくための両輪となり、計画の目標達成、将来像の実現に向けた取組を主体的に進める。

【豊川市の主な役割】

計画の全体管理、進捗確認／関係主体との連絡調整、情報共有、事業連携／計画に付随する各種事業推進に向けた予算の確保／「豊川市観光振興推進計画推進委員会（仮称）」の開催

【豊川市観光協会の主な役割】

豊川市との緊密な相互連携／観光資源の整備と活用、観光イベントやキャンペーン事業の推進、情報提供、地域DMO的な役割／観光人材育成／計画の関連主体の連携の促進／観光関連事業者の意見・要望の吸上げによる相互連携の促進

◆推進機能

- ・様々な主体が、各自の事業戦略に基づき事業を推進するとともに、計画の各種事業との関係性を築き、官民が連携して取組を進める。

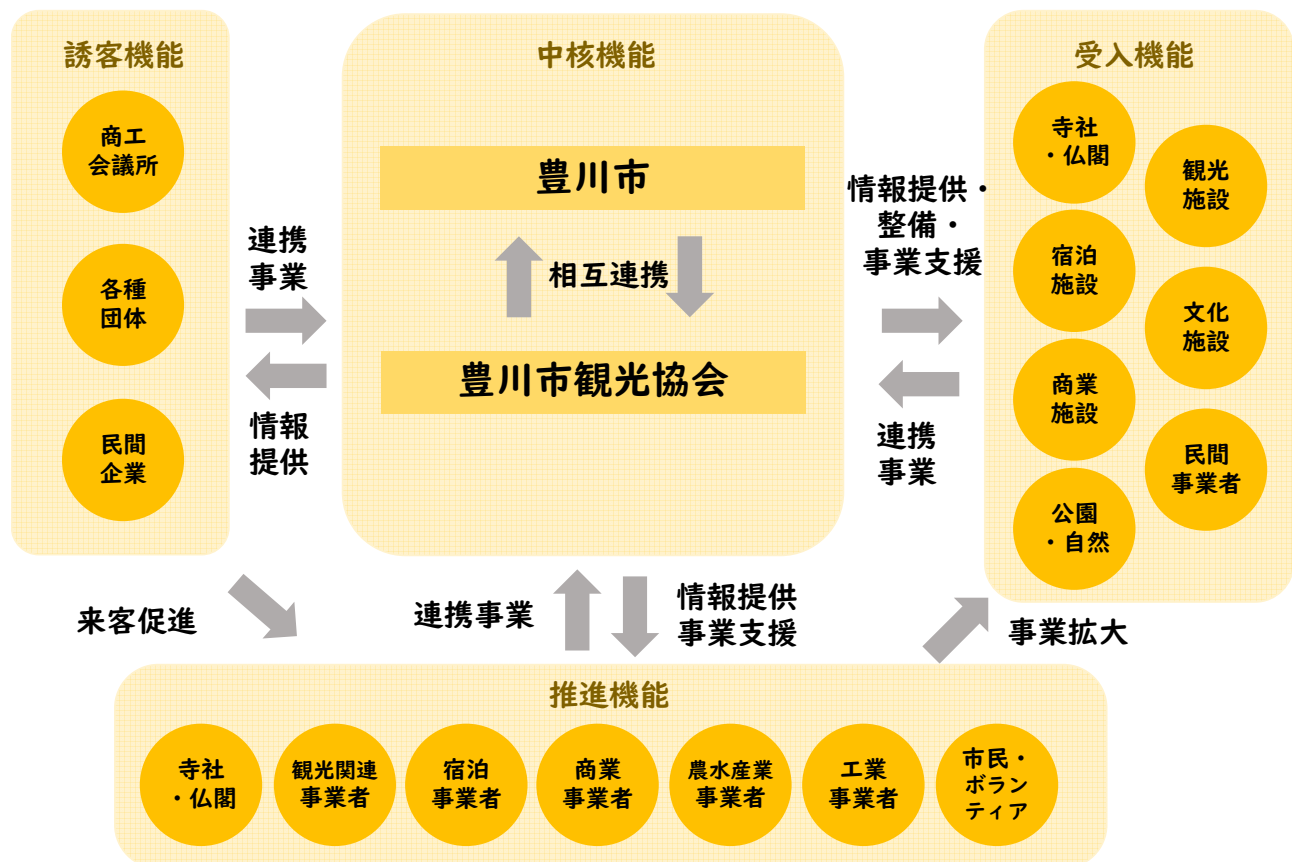
◆誘客機能

- ・“観光客”として豊川市で滞在・周遊してもらえよう、商工会議所、各種団体、民間企業等が積極的に関わり、誘客拡大に取り組む。

◆受入機能

- ・市内の様々な魅力的な空間を活用し、観光コンテンツが提供できる場所として活用。
- ・観光コンテンツを提供する民間事業者の新たなチャレンジを受け入れられる環境・体制を整備。

豊川市観光振興推進計画



発行：令和4年 月

編集：豊川市産業環境部商工観光課 〒442-8601 豊川市諏訪1丁目1番地

TEL：0533-89-2140 FAX：0533-89-2125

E-mail：shoko@city.toyokawa.lg.jp