

(案)

第3次刈谷市観光推進基本計画

令和6(2024)年度～令和15年(2033)年度

(パブリックコメント用)

目 次

第1章	はじめに～刈谷市の観光～	1
(1)	刈谷市の「観光」とは	1
(2)	目指す将来像	3
(3)	刈谷市の観光が抱える課題	4
(4)	観光とSDGsの関連性	6
(5)	基本方針	7
第2章	第3次刈谷市観光推進基本計画の概要	8
(1)	計画の期間	8
(2)	計画の位置付け	8
(3)	計画の達成目標	9
第3章	実現への取組	10
	基本方針1：刈谷らしい魅力の磨き上げ・ブランド化	11
	基本方針2：来訪につなげるための情報発信	15
	基本方針3：持続可能な観光推進体制の構築、担い手の育成と連携	17
第4章	計画の実現に向けて	20
(1)	各主体の役割	20
(2)	計画の推進・進行管理	20
資料編		
(1)	観光を取り巻く環境（トレンド、国、県の動向）	
(2)	刈谷市の観光の現状（各種調査結果、SWOT, 分析結果と方向性）	
(3)	刈谷市の観光の歩み（計画見直しの経過、委員名簿など）	
(4)	刈谷市観光マップ	

第1章 はじめに～刈谷市の観光～

(1) 刈谷市の「観光」とは

「刈谷市で観光？」市内外問わず、多くの方が刈谷市の観光に対して持つ印象は、このようなものかも知れません。たしかに本市は、多くの自動車関連企業がその拠点を置く「工業のまち」としてのイメージが強く、夜間人口より昼間人口が多いことから、「遊びに来るまち」というより「働きに来るまち」というイメージを多くの方が持っています。

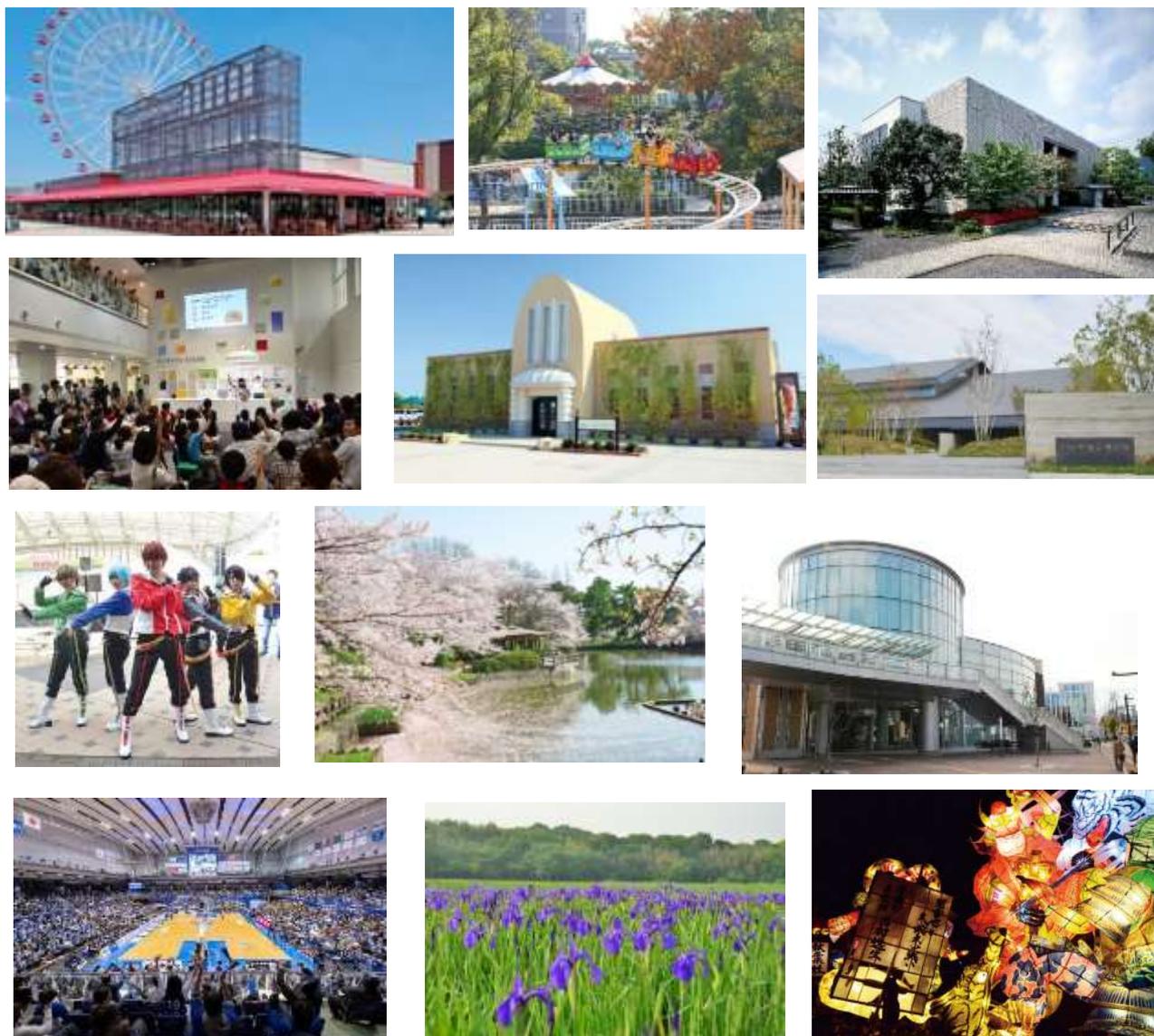
しかし、全国有数の来場者数を誇る刈谷ハイウェイオアシスを始め、文化・スポーツなどに関するイベントやお祭り、子どもと一緒に楽しめる公園も数多くあり、市内企業へのビジネス目的での訪問も含め、県内でも屈指の来訪者数となっています。(愛知県観光レクリエーション利用者統計)

また、観光を取り巻く全国的な動向は、コロナ禍を経たライフスタイルの変化に伴い、観光の目的や方法にも変化が生じてきています。風光明媚な自然や歴史的遺産、景観などを有するいわゆる観光地に訪れる「モノ」消費から、体験や食を楽しむ「コト」消費または地元の人とのふれあいなどを楽しむ「ヒト」消費へと観光における消費意識が変わってきています。国や県の動向についても、多くの旅行者を呼び込む従来型の「量」を求める観光から、その土地の生活文化や環境、食などを楽しむ「質」を求める観光へと転換しつつあります。

つまり、本市においては、すでに来訪している人が、体験や食、市民との触れ合いを通じて、魅力を感じてもらうことで、より長い滞在やより多くの来訪が期待できます。

また、本市に関係した人がその魅力を発信することで、これまで来たことがない人や知らなかった人にも魅力が伝わり、観光として来てもらえる人、または関係してもらえる人が増える可能性があると言えるのではないのでしょうか。

<観光スポット・資源の一覧を記載予定>



(2) 目指す将来像

本計画で目指す本市の観光の将来像は、市民・団体・事業者・行政が、自ら地域資源を知り、磨き上げ、情報を発信し、来訪者を受け入れるといったシビックプライドを育む一連の活動が、主体的に行われている姿です。

それらの活動を推進することにより、さらにまちが活性化し、より魅力が向上し、訪れる人、関係する人が増えていくといった好循環が、将来にわたって持続することを目指します。

本計画では、「観光」が、小売、物流、雇用などの経済を活性化するためだけのものではなく、観光への取り組みを通じて生まれる、来訪者、市民、事業者等の交流（観光交流）を促すツールになりうるものと位置付けています。

人々が訪れたいくなるような魅力的なまちとなるためには、目的地があるのはもちろんのこと、市民を始め刈谷で働く人や活動する人、訪れる人などの刈谷に関わる人全てがまちに誇りを持ち、生き生きと活動していること（シビックプライドが育まれている状態）が重要です。

まずは、市民を始め刈谷に関わる一人ひとりが本市のこと（魅力や課題）を「知る」ことがその第一歩です。

次に、地域の活性化や課題の解決に取り組むことを通じて、誇りや愛着が生まれます。

そして、行政や観光協会、事業者による情報発信だけでなく、市民を始め刈谷に関わる人自らがSNSや口コミで発信することにより、さらに刈谷に関わる人が増えるといった、波及効果が期待できます。

目指す観光の将来像

知れば知るほど好きになる！ 伝えよう わがまち 刈谷



(3) 刈谷市の観光が抱える課題

令和4年度に実施した各種調査（資料編を参照）や策定委員会での意見などに基づき、本市が抱える観光に関する課題を以下の4つに整理します。

課題（1）「刈谷市の観光」というイメージづくりと方向性の共有

- 市民の観光振興に対する満足度が低い
 - 公園・緑地など地域の施設等に対する市民満足度は高いものの、観光資源としてのイメージが共有されていないのが現状です。
 - 上記は観光振興の意義・必要性の共有が図られていないことが一因と考えられるため、本市としての観光に対する方針を明確にし、市民に対して発信する必要があります。
- 市民の刈谷市に対する誇りや愛着は高い水準
 - 他市と比較して高い水準ではあるが、減少傾向にある本市に対する誇りや愛着を、観光資源の掘り起こしや磨き上げを通じて、さらに高めることが求められます。
 - また、市に対する誇りや愛着を感じている市民の割合（64.0%）と市の魅力を友人に紹介したい市民の割合（47.3%）のギャップを縮めていく必要があります。

課題（2）刈谷らしさの発見・磨き上げ

- 実態調査の結果に基づき、魅力や刈谷らしさを高める
 - コロナ禍を経験し、自宅から1～2時間程度の移動圏内の「地元」で観光する近距離旅行（マイクロツーリズム）に対するニーズが高まりつつあります。ご近所観光の目的地としての可能性を踏まえ、気軽に来訪したくなる魅力づくりが必要です。
- 刈谷駅、刈谷ハイウェイオアシス等を中心としたにぎわい・交流を生かす
 - 高い誘客力を誇る観光・交流資源を拠点とし、そこから市内施設や店舗への回遊を促進し、市内での滞在時間を延ばすことが必要です。
- 新たなにぎわいの創出・再生
 - 県内屈指の乗降客数を誇る刈谷駅を拠点とした観光や交流を促すため、歴史文化の拠点である亀城公園周辺、かつて中心地としてにぎわっていた刈谷市駅周辺などにおける、新たなにぎわいの創出・再生が必要です。

課題（３）刈谷市への来訪を促す効果的な情報の収集・発信

□ 様々な表情や交流の様子を発信する

- インターネットアンケートにおいて、「工業のまち」や「特にイメージがない」とされたことから、産業や働く場所としてだけでなく、イベント・風景・交流などにぎわいや人々が楽しむ様子を発信する必要があります。

□ 歴史や文化、スポーツなどの魅力を知り、再評価する

- 本市が有する観光資源や魅力、イベントのにぎわいなどをより多くの市民が知り、再評価するとともに、積極的に情報発信することにより、観光・レクリエーションの対象として、より多くの来訪を促すことが必要です。

課題（４）持続的な発展を下支えする推進体制の整備

□ 各主体のつながりによる体制の構築

- 市内の団体・企業では、それぞれ観光につながる取組を行っていますが、断片的・一時的なものが多く連携が不十分な側面があります。
- 本計画の策定・推進を契機に、本市の観光のあり方、取組方針を共有し、今まで以上に連携を図って各事業を推進していくことが必要です。

(4) 観光とSDGsの関連性

持続可能な開発目標（「SDGs」=Sustainable Development Goals）とは、平成27年（2015年）9月の国連サミットにおいて採択された、「誰一人取り残さない」持続可能でよりよい社会の実現を目指す世界共通の目標です。

第8次刈谷市総合計画では、基本計画2-4「歴史・文化・観光交流」に観光関連の事項が記載されており、SDGsの関連ゴールとして、「目標4：質の高い教育をみんなに」、「目標11：住み続けられるまちづくりを」、「目標17：パートナーシップで目標を達成しよう」が紐づけられています。

また、国連世界観光機関（UNWTO）は、「すべての目標に対して、観光は直接的、または間接的に貢献する力があり、持続可能な開発目標の達成に向けて、重要な役割を担っている」と宣言していることから、観光はSDGsと密接に関係しています。



参考：日本版持続可能な観光ガイドライン（JSTS-D）、国連世界観光機関（UNWTO）

(5) 基本方針

本市の観光が抱える課題を解消し、目指す将来像の実現に向けた基本方針として以下の3つを掲げ、各種事業を実施していきます。

1 刈谷らしい魅力の磨き上げ・ブランド化

- ・目的地として市内外から人々が気軽に訪れたいくなるまちにするために、刈谷駅周辺や刈谷ハイウェイオアシス等既存の観光・交流資源のみならず、歴史や文化・スポーツなど新たなにぎわいを創出する可能性がある資源を生かすとともに、それぞれの資源の連携・組み合わせにより市内の回遊性や観光的価値を高め、刈谷らしい魅力を創造します。

2 来訪につなげるための情報発信

- ・観光・レクリエーションの対象として、より多くの人々に選ばれるまちにするために、産業だけでなく、歴史や文化・スポーツイベントを始めとする観光資源や魅力を再評価し、イベント等を通じて生まれる人々の交流・にぎわいの様子を、積極的かつ効果的に情報発信します。
- ・デジタル技術やビッグデータ等を活用しながら、どのようなターゲットには、どのような発信方法が良いかを明確にするための情報を収集・分析し、効果的な情報発信を行います。
- ・インバウンドを始めとする外国人向けの情報発信に取り組みます。

3 持続可能な観光推進体制の構築、担い手の育成と連携、基盤整備

- ・持続的に観光を推進していくため、市内で観光の取組を行っている団体・企業が連携を図り、公民一体となった取組が進みやすい体制を整備します。
- ・市民や本市で働き、活動する人達が見たり・聞いたりする機会を通じてまちの魅力を知り、自らが発信する取組を広げます。
- ・ハード、ソフト両面から環境整備を行うとともに、デジタル技術を活用した基盤整備を推進します。

第2章 第3次刈谷市観光推進基本計画の概要

(1) 計画の期間

本計画の期間は、令和6年度から令和15年度までの10年間とします。

なお、計画の進捗状況や本市の観光を取り巻く環境に大きな変化があった場合、中間年次等で本計画の見直し、本市における観光の取組をさらに展開することがあります。



(2) 計画の位置付け

本計画は、本市の最上位計画である「第8次刈谷市総合計画」の将来都市像を観光分野から実現するためのものであり、観光の推進並びにそれに伴う魅力的なまちづくりの基本的な方針や施策・事業を取りまとめたものです。

第8次刈谷市総合計画

総合計画での位置づけ

基本方針 「～生涯にわたって学び地域への愛着を育むまちづくり～」

重点戦略 視点2：「刈谷市の魅力発信」、重点戦略3「にぎわいの創出」

めざす姿の実現

関係分野との連携

第3次刈谷市
観光推進基本計画

次期愛知県観光振興基本計画(仮称)

(3) 計画の達成目標

本計画に位置付けられた施策・事業を推進することにより、以下の指標における目標値の達成を図ります。

指標	現状値 (R4 年度)	目標値 (R15 年度)	指標の取得方法
観光入込客数	9, 190 千人	12, 393 千人	業務データ (毎年実施)
<p>■市内の観光レクリエーション資源・施設における利用者数(観光入込客数)をまとめた統計です。令和15年度に12, 393千人となるよう施策・事業を推進します。</p>			

指標	現状値 (R4 年度)	目標値 (R15 年度)	指標の取得方法
刈谷の魅力を友人などに勧めたいと思う市民の割合	47.3%	60.0%	市民意識調査
<p>■市民意識調査において、「刈谷の魅力を友人などに勧めたいと思いますか(例 遊ぶ場所がある、おいしいグルメがある、スポーツが盛んなど)」の設問に対し、「そう思う」または「どちらかといえばそう思う」と回答した市民の割合です。令和15年度に60.0%となるよう施策・事業を推進します。(目標値はR14年度市民意識調査のデータを使用)</p>			

指標	現状値 (R4 年度)	目標値 (R15 年度)	指標の取得方法
誇りや愛着を感じている市民の割合	64.0%	79.5%	市民意識調査
<p>■市民意識調査において、「刈谷市に誇りや愛着を感じていますか」の設問に対し、「そう思う」または「どちらかといえばそう思う」と回答した市民の割合です。令和15年度に79.5%となるよう施策・事業を推進します。(目標値はR14年度市民意識調査のデータを使用)</p>			

指標	現状値 (R4 年度)	目標値 (R15 年度)	指標の取得方法
地域資源をいかした観光振興への満足度	15.4%	20.4%	市民意識調査
<p>■市民意識調査において、「地域資源をいかした観光振興」の設問に対し、「満足」または「やや満足」と回答した市民の割合です。令和15年度に20.4%となるよう施策・事業を推進します。(目標値はR14年度市民意識調査のデータを使用)</p>			

第3章 実現への取組

「刈谷市が目指す観光の将来像」を実現するために、3つの基本方針、12の取組から、各方針における取組を推進します。

基本方針		取組	
1	刈谷らしい 魅力の磨き上げ・ ブランド化	1	歴史・文化に関すること
		2	自然・公園に関すること
		3	イベント・集客施設に関すること
		4	ものづくり・産業に関すること
		5	スポーツ・芸術文化に関すること
		6	食・グルメに関すること
2	来訪につながる 情報発信	1	来訪者ニーズの収集・分析
		2	多様な主体・媒体による情報発信
3	持続可能な連携と 推進体制の構築、 担い手の育成	1	多様な主体による 観光に係る取組・事業の支援
		2	市民が刈谷の魅力を伝える機会の醸成
		3	広域連携体制の構築
		4	基盤整備

基本方針1：刈谷らしいの魅力の磨き上げ・ブランド化

(1) 歴史文化に関すること

刈谷城・刈谷藩や水野家、於大の方を始めとした歴史文化を観光資源として磨き上げるため、企画展の開催や利便性向上のための整備、体験講座の開催やガイドボランティアによる史跡めぐりを実施します。

万燈祭や大名行列山車祭、野田雨乞笠おどりなどの祭り・伝統文化を継承・発展のため、保存会、市、観光協会が一体となった協力体制を築き、魅力を発信します。

	取組	概要	実施主体
1	亀城公園や於大の方ゆかりの地など 歴史拠点の整備・活用	・亀城公園や於大の方ゆかりの地を始めとした歴史文化の魅力向上のため、歴史に関する企画展の開催や利便性向上に向けた整備を実施する。	市民 事業者 行政
2	歴史博物館や郷土資料館を拠点とした歴史文化に触れる機会の創出	・歴史体験講座や簡単工作など歴史文化を体験する機会を創出する。 ・本市の文化財や歴史を学ぶガイドボランティアによる史跡めぐりを開催する。 ・刈谷城盛上げ隊により、より幅広く歴史文化に触れる機会を創出する。	市民 行政
3	伝統文化・祭り文化の魅力の向上	・伝統文化である、万燈祭、大名行列山車祭、野田雨乞笠おどりへの積極的な参加と対外的なPRを実施する。	市民 団体 行政



(2) 自然・公園に関すること

岩ヶ池公園やフローラルガーデンよさみを始めとした主要な公園は本市の地域資源であり、より魅力を高める整備・取組を推進します。また小堤西池のカキツバタ群落の保全と鑑賞環境の整備を推進します。

	取組	概要	実施主体
1	魅力あふれる公園づくり	<ul style="list-style-type: none"> 地域の魅力向上や緑豊かな潤いのあるまちづくりに向けて、憩いとにぎわいの場を創出するため、洲原公園、岩ヶ池公園、総合運動公園、亀城公園、フローラルガーデンよさみの整備を推進する。 	市民事業者行政
2	小堤西池のカキツバタ群落の保全・活用	<ul style="list-style-type: none"> 国指定天然記念物である「小堤西池のカキツバタ群落」の保護増殖を図るため、調査を含めた各種保護対策を実施し、植生を適切な状態に保つ。 カキツバタ開花期の鑑賞者に対し案内を実施するとともに、自然見学会を実施する。 開花期間案内用に「カキツバタ群落案内看板」を設置する。 市民参加による草刈り等の維持活動を実施する。 	市民行政



(3) イベント・集客施設に関すること

市内外からの来訪者を増やすために、桜まつり、刈谷わんさか祭りや、刈谷アニメ collection、刈谷駅前のイルミネーションなどのイベントをさらに充実させ、集客力向上に努めます。

また、刈谷ハイウェイオアシスのように、多くの来訪者でにぎわう施設から、市全体に来訪者が訪れるようにするために、モデルルートをつくるなど、回遊性を高める取組を推進します。

	取組	概要	実施主体
1	イベントの充実	・桜まつり、刈谷わんさか祭り、刈谷アニメ collection、刈谷駅前イルミネーション等のイベントの内容充実と市内外への波及を図る。	事業者 団体 観光協会 行政
2	集客施設を拠点とした周遊観光の促進	・多くの来訪者を誇る刈谷ハイウェイオアシス、交通児童遊園、夢と学びの科学体験館等からの周遊を促進し、市内全体へ波及させる。	市民 事業者 観光協会 行政
3	期間分散型周遊観光の促進	・コロナ禍を契機として、ひとところに大勢が集まる単日イベントだけでなく、スタンプラリー等、期間を分散して周遊できる観光を推進する。	市民 事業者 観光協会 行政

(4) ものづくり・産業に関すること

ものづくりや、産業を観光資源として活かし、ビジネス客にも刈谷を楽しんでもらうため、産業展示施設への受け入れを促進するとともに、産業視察や研修目的で訪れた人のホテル宿泊や、商店街での飲食利用を促進します。

	取組	概要	実施主体
1	ものづくり観光の推進	・ものづくりのまち刈谷をテーマに、トヨタ系企業を始めとした展示施設等（デンソーギャラリー、愛知製鋼トヨタ創業期試作工場等）、地元企業のものづくりを見学する観光バスツアーを実施する。	事業者 行政
2	産業展示施設の利用促進	・加藤与五郎展示室、依佐美送信所記念館等の産業展示施設の魅力向上と利用促進を図る。 ・事業者間の連携により、トヨタ系企業を始めとした展示施設のPRと利用促進を図る。	事業者 行政
3	産業視察・研修訪問者の市内ホテル宿泊、商店街での飲食利用などの促進	・企業への来訪者向けに、企業や滞在宿泊施設等において、商店街の飲食店などをPRし、利用を促進する。	事業者 観光協会

(5) スポーツ・芸術文化に関すること

スポーツ観戦に訪れる人や、スポーツイベントを通じてにぎわいを創出するために、ホームタウンパートナーチームとの連携や、スポーツイベントを充実させます。

また、市民が芸術文化に身近に触れる機会をつくるために、総合文化センターでのイベントや、美術館での企画展への集客を促進します。

	取組	概要	実施主体
1	ホームタウンパートナーチームとの連携	・ホームタウンパートナーチームの PR やホームゲームへの集客促進のための連携施策を実施する。	事業者 観光協会 行政
2	スポーツイベントへの集客と施設利用の促進	・マラソン等のスポーツ大会や通年イベントへの集客促進、施設の利用促進を図る。	観光協会 行政
3	文化イベントへの集客	・総合文化センターでのコンサートや講演会等のイベント、美術館での企画展への集客を促進する。 ・企画展に関連したワークショップなど、市民の文化に触れる機会を創出する。	事業者 観光協会 行政

(6) 食・グルメに関すること

刈谷ならではの食・グルメコンテンツを充実させるため、カリアンナイトなどグルメ企画を充実させるとともに、刈谷ならではの特産品や名物の発見とPRを行います。

	取組	概要	実施主体
1	グルメ企画の充実	・飲食店が集積する刈谷駅周辺を始めとし、食・グルメ目的での来訪を促進するための施策を実施する。 ・カリアンナイト、スタンプラリーなどのグルメ企画を実施する。 ・マルシェの開催や観光イベント開催時における市内飲食業者の出店を行う。	事業者 行政
2	特産品や名物の発見とPR	・刈谷ならではの産品の特産化や開発への支援を行う。名物の発見とPRを行う。	事業者 行政



カリアンナイト（刈谷駅前）



特産品（すいか）

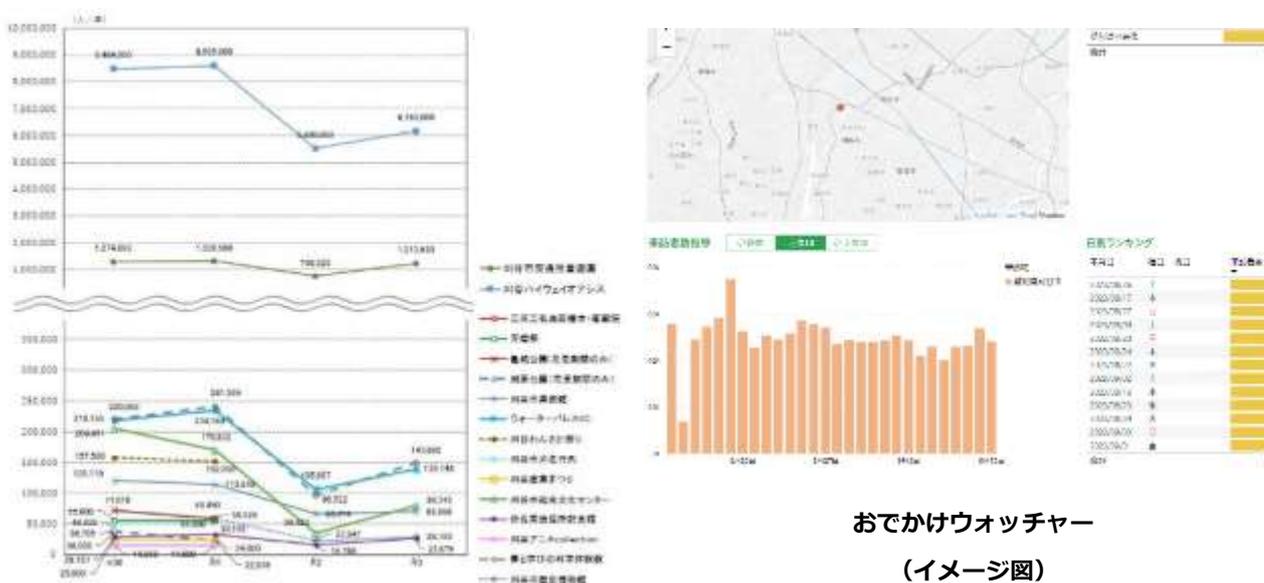
基本方針2：来訪につなげるための情報発信

(1) 来訪者ニーズの収集・分析

観光資源別に来訪者を効果的に増やすための戦略を明確にするため、デジタル技術やビッグデータ等を活用しながら属性ごとのニーズの収集・分析を行います。

また、刈谷を訪れたことがある人に対して、刈谷の印象や施設の評価を定期的に把握するために、GPS情報を活用した来訪者調査を実施します。

取組		概要	実施主体
1	定点的な継続調査	<ul style="list-style-type: none"> 愛知県が実施する人流調査「おでかけウォッチャー」の活用等によるデータ収集を行う。 各集客施設やイベントへの来場者データの活用を図る。 	行政
2	来訪者向け調査	<ul style="list-style-type: none"> 携帯電話会社の収集するGPS情報を活用した調査を実施する。 主要観光スポットにおける来訪者アンケート等を定期的実施する。 	事業者 行政



観光入込客数
(資料編参照)

おでかけウォッチャー
(イメージ図)

(2) 多様な主体・媒体による情報発信

市民や市外からの来訪者に刈谷の魅力を身近に感じてもらうため、SNSやポータルサイトなどを活用した情報発信を積極的に行うとともに、フォトコンテストの開催等を通じて市民の自発的な情報発信を促します。

また、市庁舎や市内各駅・バス停に設置されているデジタルサイネージの活用や、各種イベントでの市マスコットキャラクターの活用等を通じて広く広報・魅力発信を行います。

さらに、本市で開催するイベントを知ってもらい、多くの来訪者を呼び込むために、市政記者クラブへの情報発信や観光情報誌への情報提供等、マスメディアを積極的に活用します。

	取組	概要	実施主体
1	インターネット・SNS・アプリ等の媒体を通じた発信	<ul style="list-style-type: none"> 市公式ポータルアプリ（あいかり）でのプッシュ型情報発信を行う。 季節の楽しみ方や歴史などのテーマに特化した情報紙を作成、改訂する。 市公式SNSによるお出かけやお得情報を発信する。 投稿キャンペーンやフォトコンテスト、市民講座など、市民の発信を促進する取り組みを実施する。 団体や市民自らSNSで発信する。 団体、市民、行政のSNSなどで協力し合い、相互フォロー、相互拡散を行う。 インバウンドを始めとする外国人向けの情報発信に取り組む。 	市民 団体 行政
2	公共施設や観光案内所、各種イベントでの発信	<ul style="list-style-type: none"> 駅やバス停、市庁舎等のサイネージを活用する。 市内外イベントや水野家ゆかりのまち交流イベントにおいてブース出展によるPRを行う。 市マスコットキャラクター「かつなりくん」の着ぐるみやグッズによるPRを行う。 	市民 事業者 行政
3	マスコミを活用した発信	<ul style="list-style-type: none"> 市政記者クラブ、テレビ・ラジオ局、地域情報誌等への情報提供を行う。 	事業者 行政



刈谷市観光協会 X



刈谷市公式 Instagram



観光情報紙「刈谷ちゃん！」

基本方針3：持続可能な連携と推進体制の構築、担い手の育成と連携

(1) 多様な主体による観光に係る取組・事業の支援

市内の観光の担い手が増え、市民やまちづくり団体、保存会等の活動が継続できるように、中心市街地活性化に向けたワークショップの開催や、活動を継承するための補助制度の充実、刈谷駅周辺や公園など公共空間の積極的な活用を促します。

	取組	概要	実施主体
1	市民やまちづくり団体、保存会等の活動継続	<ul style="list-style-type: none"> ・保存会や市民団体、商店街等の活動継承とその支援を行う。 ・中心市街地活性化に向け、市民・事業者・行政が連携し、ワークショップなどを実施する。 ・団体、事業者などの活動を支援する補助制度を実施する。 ・観光協会の基盤強化を図る。 	市民 事業者 団体 行政
2	大学・学生との連携	<ul style="list-style-type: none"> ・観光協会と桜花学園大学との連携協定を始め、大学との連携や、観光イベントへのボランティア参加等を通じて、新たな担い手の確保に努める。 	市民 教育機関 観光協会
3	公共空間の活用促進	<ul style="list-style-type: none"> ・公共空間を活用したマルシェなどの取組を支援する。 	団体 行政



(2) 市民が刈谷の魅力を知る・伝える機会の醸成

刈谷の魅力伝える市民の担い手を育成するために、市民講座やフォトコンテストの実施を始めとする自ら発信しやすい機会をつくります。

	取組	概要	実施主体
1	フォトコンテストや講座等の実施	・投稿キャンペーンやフォトコンテスト、講座など、市民が市の魅力を発見し、発信を促進する取り組みを実施する。	市民行政
2	児童生徒に対する誇り・愛着の醸成	・市内全中学校1年生の歴史博物館での「歴史ひろば」及びバックヤード見学や、小学校3年生の郷土資料館見学等、幼少期から刈谷を知ってもらう取り組みを実施する。	市民行政



(3) 広域連携体制の構築

衣浦定住自立圏や、西三河エリアが一体となって広域的なメリットを活用するために、定住自立圏相互の観光資源の紹介や、西三河10市町で連携し、歴史や産業などの共通テーマで一体的な情報発信を図る等広域での集客を促進します。

	取組	概要	実施主体
1	衣浦定住自立圏	・定住自立圏(刈谷市、知立市、高浜市、東浦町)、観光ホームページのリンク、定住自立圏エリアの共同観光パンフレットの作成等、相互の交流及び展開を行う。	行政
2	西三河広域観光推進事業	・西三河10市町が連携し、歴史や産業などの共通テーマでの一体的な情報発信、ホームページの運営等を行い、広域での集客促進を図る。	行政

(4) 基盤整備

刈谷に訪れた人が、快適に市内を観光してもらうために、刈谷駅前観光案内所の利用を促進するとともに、案内表示の設置や、公園の管理等の環境づくりに努めます。

また、市内の観光資源間を安心安全かつ快適に移動し、観光を楽しんでもらうために、自転車路線の整備や、レンタサイクルの利用を促進するとともに、季節やトレンドに沿ったモデルコースを作成する等回遊性の向上を図ります。

さらに、キャッシュレス決済の促進や、デジタルサイネージの利用等観光分野におけるDX（デジタルトランスフォーメーション）の推進に努めます。

取組	概要	実施主体
1 利便性向上のための施設整備	<ul style="list-style-type: none"> ・刈谷駅前観光案内所を設置・運営し、観光案内、みやげ・オリジナルグッズ等の販売、レンタサイクルの貸出し等のサービスを提供する。 ・すべての人々が安全かつ円滑に移動できるように、案内表示の設置・更新を行う。 ・公園の維持管理を行い、快適な環境を維持するとともに、特色ある樹木や草花を整備し、季節ごとに来園者に景観を楽しんでもらう。 	観光協会 行政
2 回遊性の向上	<ul style="list-style-type: none"> ・安心安全かつ快適に移動できる自転車利用環境の創出を目指す。 ・刈谷駅前観光案内所で、レンタサイクルを貸出し、まちめぐり観光を推進する。 ・鉄道会社によるウォーキングイベント、市内を回遊促進するスタンプラリーの実施等市内周遊企画を推進する。 	観光協会 行政
3 観光DXの推進	<ul style="list-style-type: none"> ・キャッシュレス決済の促進や、駅やバス停、市庁舎等のサイネージの活用を始め、観光分野におけるDXを推進する。 ・Web広告やSNSの活用など広報面でのDXを推進する。 ・電子チケットの導入を進める。 	行政



刈谷駅前観光案内所



グルメスタンプラリー
(刈谷市観光協会実施)

第4章 計画の実現に向けて

(1) 各主体の役割

本計画を効果的に推進していくためには、刈谷市や観光協会、関係事業者、商工会議所、市民団体、市民など、多様な主体がそれぞれの強みを活かしながら、連携・協力して取り組む必要があります。各主体に期待される役割を次に示します。

各主体に期待される役割	
■市	・計画の管理、推進、基盤整備、財政支援、制度設計、広域連携
■観光協会	・観光資源の発見、磨き上げ、観光プロモーション ・各主体間の連絡調整
■関係事業者、商工会議所	・各事業分野での観光施策への協力 ・積極的な情報発信・共有 ・おもてなしの推進
■大学・学生	・学生の観光イベント・企画への参画・協働
■市民、市民団体	・観光に対する関心及び理解 ・友人知人への推奨 ・SNS等を活用した観光情報の発信 ・活動やイベントへの参画

(2) 計画の推進・進行管理

定期的に進捗状況の確認と当該事業を検証し、進捗を確認します。また、社会情勢や財政状況の変化に柔軟に対応しながら本計画の実現に努めます。

各施策・事業の推進にあたっては、計画(Plan)を着実に実行(Do)し、進捗状況を評価(Check)し、改善(Action)を繰り返す、PDCAサイクルを意識した進行管理に努めます。



(1) 観光を取り巻く環境

1) 国・県の観光に関する計画・戦略

① 「明日の日本を支える観光ビジョン」(H28.3 決定)

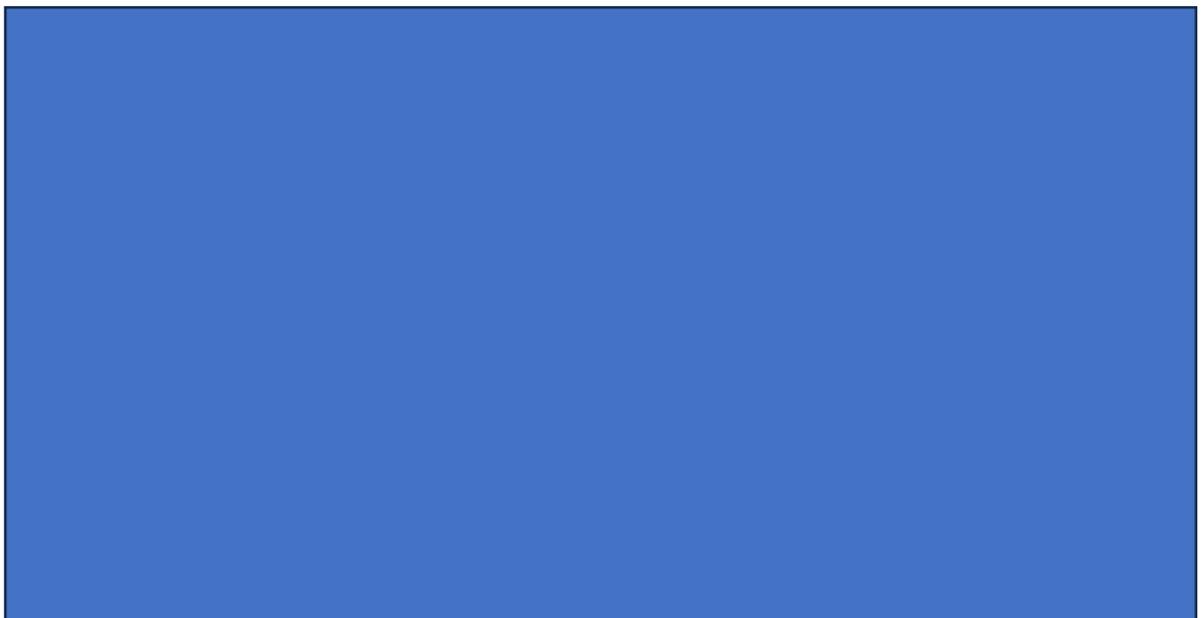
- ・訪日外国人旅行者数 2020 年 4,000 万人、2030 年 6,000 万人等の新たな目標を設定。
- ・「観光先進国」への「3つの視点」と「10の改革」を位置付け。

3つの視点	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
	「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
	「国立公園」を、世界水準の「ナショナルパーク」へおもな観光地で「景観計画」をつくり、美しい街並みへ
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
	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 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
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
	「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
	「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

- ・目標を実現するため、毎年プログラムを決定(直近:「観光ビジョン実現プログラム 2020」)。

② 次期愛知県観光振興基本計画(仮称)

- ・現在策定中(パブコメ案等の概要を挿入予定)



2) 観光に関するトレンド

① 定着・発展するマイクロツーリズム

■マイクロツーリズムの定着

- ・コロナ禍の影響によるダメージを受けている状況を打開するために、近場で旅行を楽しむマイクロツーリズムが注目されるようになっていきます。
- ・マイクロツーリズムは、身軽で観光を楽しむことができる、気に入れば繰り返し訪れるリピーターになるなど、訪れる人も受け入れる地域も双方にメリットがあり、今後も定着することが予想されます。

■マイクロツーリズムからの発展

- ・地域の資源の魅力を活用するマイクロツーリズムは、多種多様な地域資源の魅力を発掘することにより、様々なタイプのツーリズムの発展の可能性があります。
- ・例えば、マイクロツーリズムに、宿泊や食などを加えることにより、滞在時間が長く、観光消費の大きい観光に発展する可能性があります。

② インバウンド需要の取り込み

■インバウンド観光客の回復

- ・アジアや欧米に居住する海外観光旅行希望者のアンケートでは、新型コロナウイルス終息後に行きたい国として、日本が高い順位で挙げられています。
- ・潜在的な外国人旅行客の観光需要は大きく、インバウンド需要の取り込みが観光消費回復の鍵を握ると思われれます。

■インバウンド×マイクロツーリズム

- ・外国人観光客が訪日旅行に期待する際、インバウンド向けのマイクロツーリズムを提供することで、新たなインバウンド観光のルート開拓が可能となります。

③ 観光DXの進展

■新たな観光サービスの提供

- ・VR^{※1}・AR^{※2}、メタバース^{※3}、プロジェクションマッピング^{※4}などの先端技術を活用して、従来の観光とは異なる新たな観光体験の魅力が提供できるようになります。
- ・観光案内アプリ、交通と連携した観光 MaaS などにより、観光客の利便性を高め、より充実した受け入れ体制の構築が可能になります。

■戦略的な観光プロモーションの展開

- ・SNSにより、地域や旅行者が直接発信する情報が観光客の行動に大きな影響を与えるようになっていきます。そのため、ターゲット別のニーズにマッチした情報に絞って提供することにより、効果的・戦略的な観光プロモーションが展開できるようになります。
- ・観光客のデータの蓄積・活用によるターゲット別のニーズの把握、観光客数の予測などにより、戦略的な観光経営が可能になります。

1：「Virtual Reality」の略称で、日本語では「仮想現実」を意味する。CGで作られた世界や360度動画等の実写映像を「あたかもその場所に居るかのような没入感」で味わうことができる技術

2：「Augmented Reality」の略称で、日本語では「拡張現実」を意味する。現実世界に、コンピュータで作った字や映像等などのデジタル情報を重ね合わせて表示することができる技術

3：多人数が参加可能で、その中で自由に行動できるインターネット上に構築される仮想の三次元空間

4：プロジェクター等を使い、実物<リアル>と映像<バーチャル>をシンクロさせる映像手法

(2) 刈谷市の観光の現状

1) 刈谷市の概況

- ・本市は、愛知県のほぼ中央に位置し、中部圏の中心都市名古屋の20km圏内にあって、市域は南北13.2km、東西5.8kmと南北に細長く、面積は50.39km²を有しています。
- ・地形は、木曽山脈が南西に延びて徐々に低くなり、本市北部は海拔40m内外の丘陵地となり、碧海台地となって衣浦湾に至る西三河平野の西部、衣浦湾の最奥部に位置しています。
- ・人口は増加を続けているものの、平成17年(2005年)以降は増加数が緩やかになっています。また、年齢3区分別人口をみると老年人口は増加傾向にあり、総人口に占める割合も急速に高まっていることから、高齢化が確実に進行しています。
- ・就業者数は増加傾向にありましたが、令和2年(2020年)の国勢調査では75,388人になっています。産業別にみると第3次産業が最も多く、全就業者の52.0%を占めています。

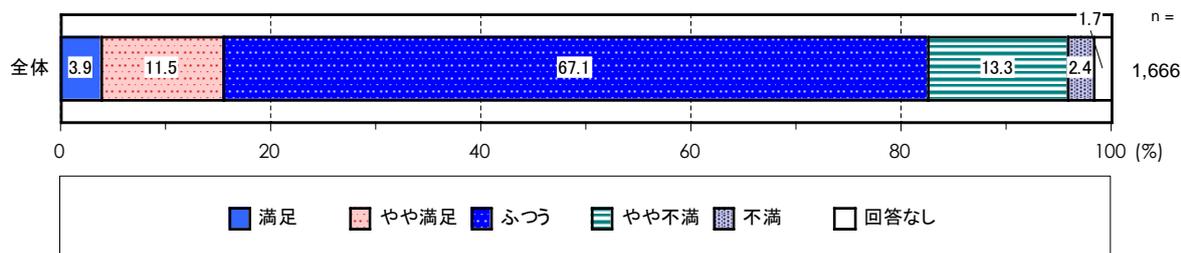
2) 観光実態調査の結果概要

- ・本計画の策定に向け、観光を取巻く環境の変化や課題を明らかにすることため、以下の視点と方法により観光実態調査を実施しました。

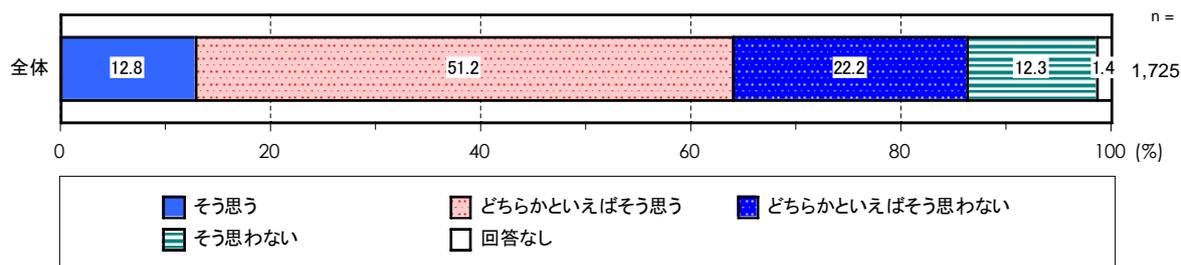
調査の視点	調査の方法
①観光推進に対する市民意識	市民意識調査の詳細分析 ○市民意識調査(R4年4月実施)のうち、観光等に関連する部分を詳細分析
②市内各地の人流や入込客数の変化 (新型コロナウイルスの影響含)	人流調査・入込客数の推移の分析 ○新型コロナウイルスの感染拡大に伴う影響を把握するため、市内地域資源における人流・入込客数の変化を分析 ※ヤフー㈱が提供する位置情報ビッグデータ分析ツール「DS.INSIGHT」、愛知県観光コンベンション協会の観光レクリエーション資源・施設における利用者数(観光入込客数)を活用
③市外居住者の刈谷市に対する観光の状況	インターネットアンケート ○本市に訪問経験がある市外居住者を対象に、本市の観光・レクリエーションの課題と魅力进行分析 (R4年8月実施、回答数:1,002)
④関係者の認識や考え	関係者ヒアリング調査 ○観光に関係する団体・事業者、人材等を対象に、現状、観光・にぎわい創出に向けた取組や体制などをヒアリング 【関係団体】(対面) 刈谷商工会議所 特定非営利活動法人まちづくりかりや 【産業観光施設】(施設見学+対面) 豊田創業期試作工場 トヨタ紡織歴史未来館 デンソーギャラリー アイシンコムセンター 【公園施設等】(施設見学+対面) 刈谷市総合運動公園 フローラルガーデンよさみ 刈谷ハイウェイオアシス 【宿泊施設】(市内7施設・アンケート調査)

①観光推進に対する市民意識

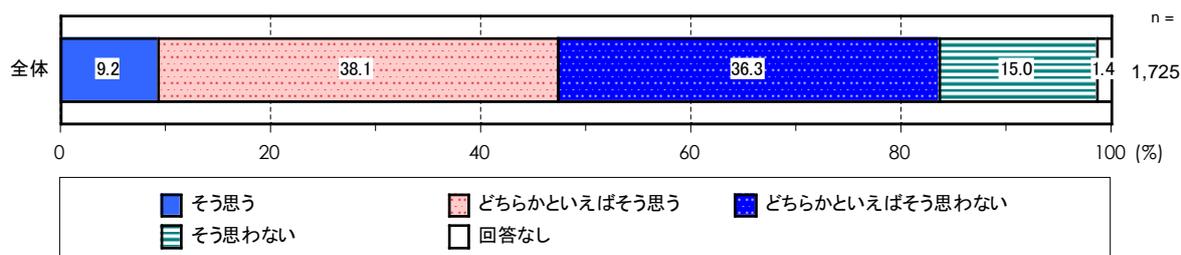
○観光振興に対する市民満足度は15.4%



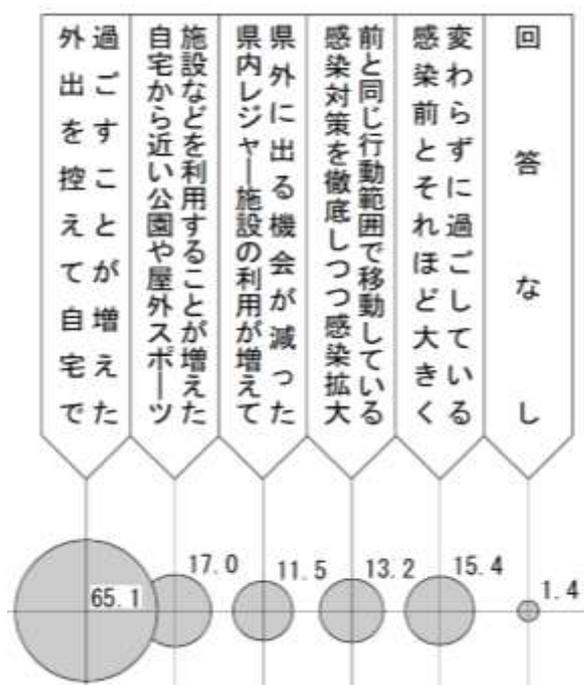
○刈谷市に対する誇りや愛着を感じている市民の割合は64.0%



○刈谷の魅力友人などに勧めたいと思う市民の割合は47.3%



○コロナ禍による影響として、外出を控えて自宅で過ごすことが増えた(65.1%)、自宅から近い公園や屋外スポーツ施設などを利用することが増えた(17.0%)、感染前とそれほど大きく変わらず過ごしている(15.4%)

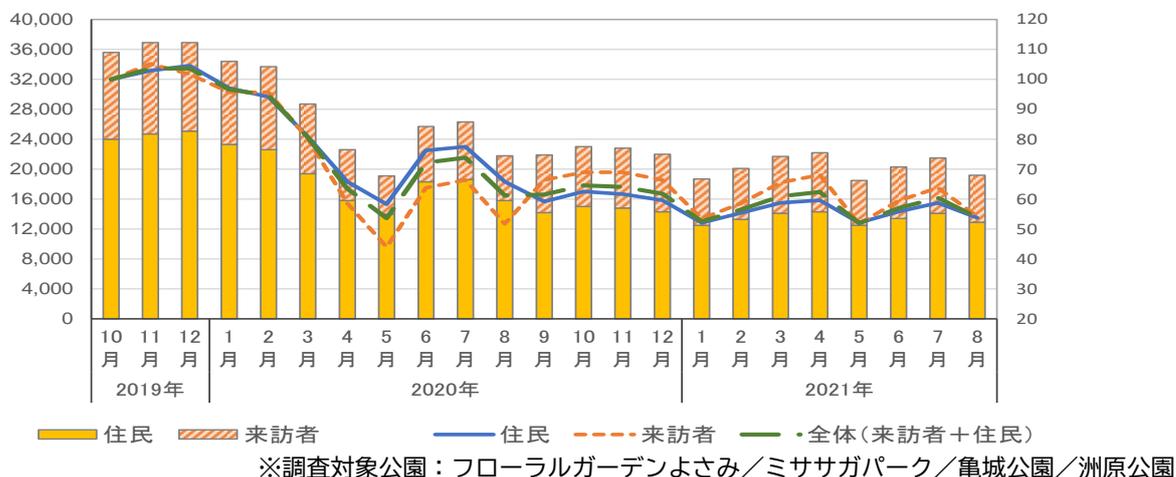


②市内各地の人流や入込客数の変化（新型コロナウイルスの影響含）

【人流調査】

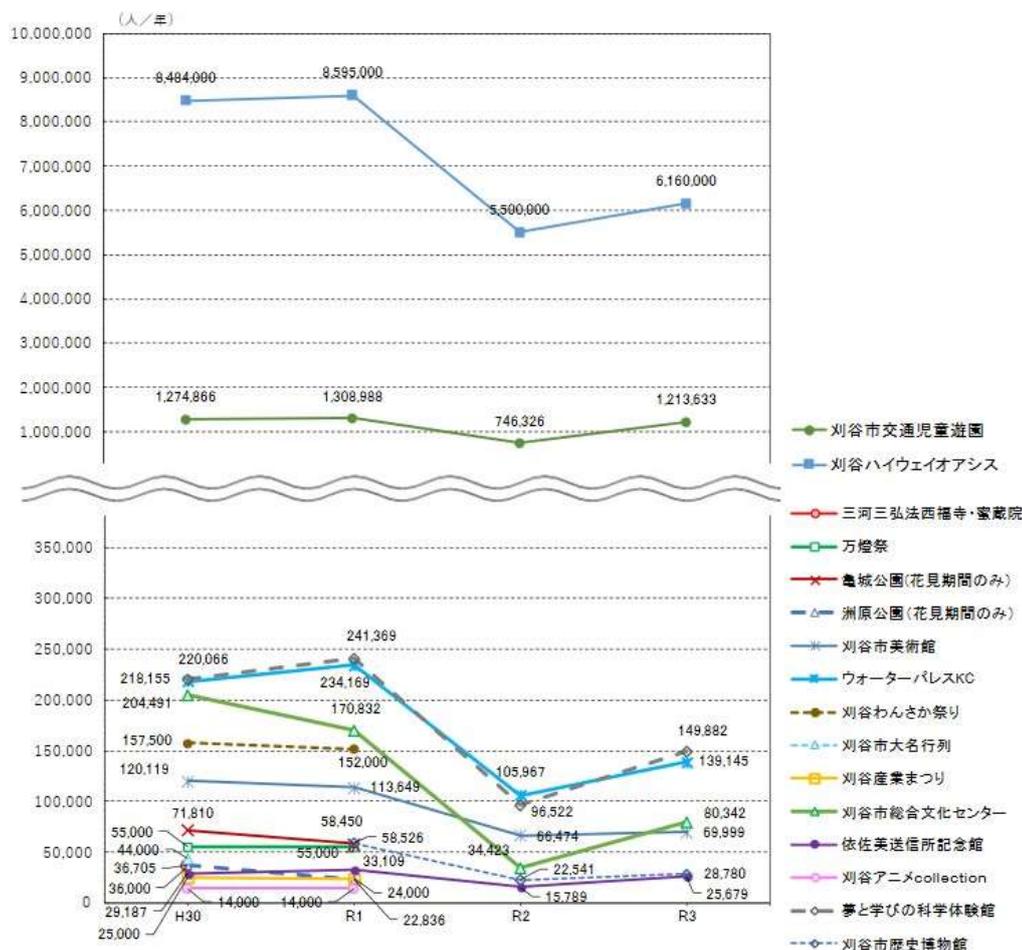
○刈谷駅、刈谷市総合運動公園、刈谷ハイウェイオアシスなどでは、コロナ禍に伴い、人流がコロナ禍前（平成30年10月）と比べて約半分にまで落ち込んでいるほか、市内各公園※においても3~4割は減少しています。

刈谷駅周辺における人流の推移



【入込客数の推移】

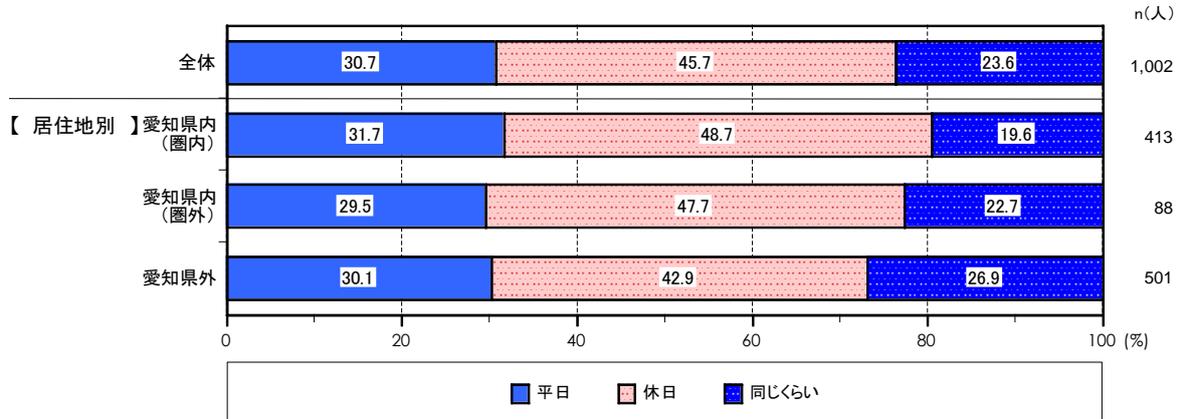
・市内の施設やイベントにおける観光客入込客数は以下のように推移しています。



③市外居住者の刈谷市に対する観光の状況

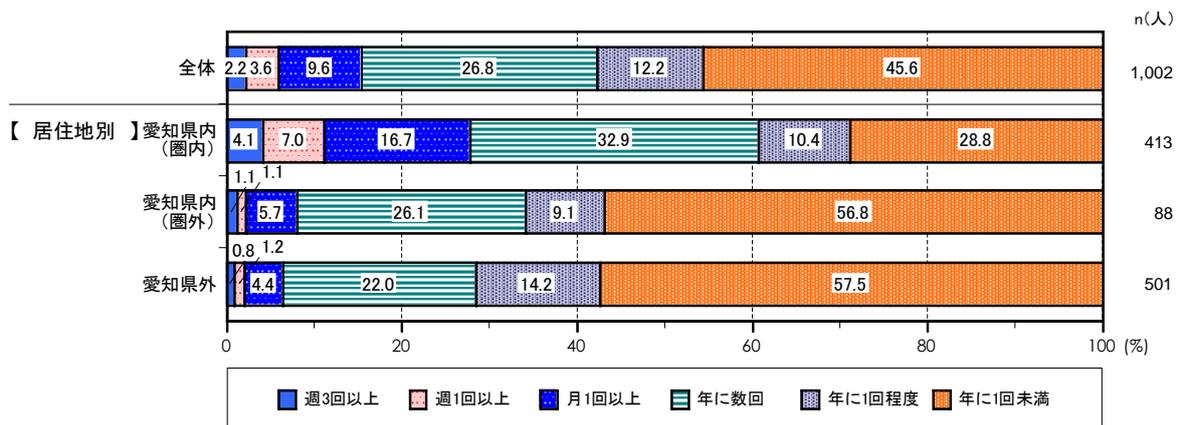
【刈谷市に対する観光の行動・評価】

○本市を訪れるタイミングは、休日 45.7%、平日 30.7%、休日と平日同じくらい 23.6%

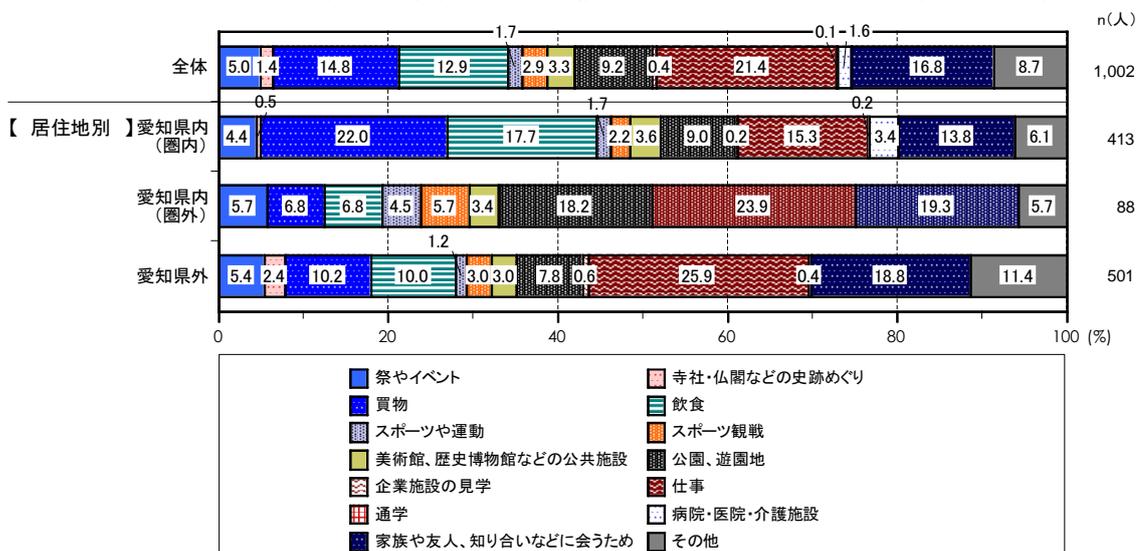


※圏内（ご近所観光圏内）：刈谷駅を中心に半径 20 km 以内に位置する愛知県内の自治体

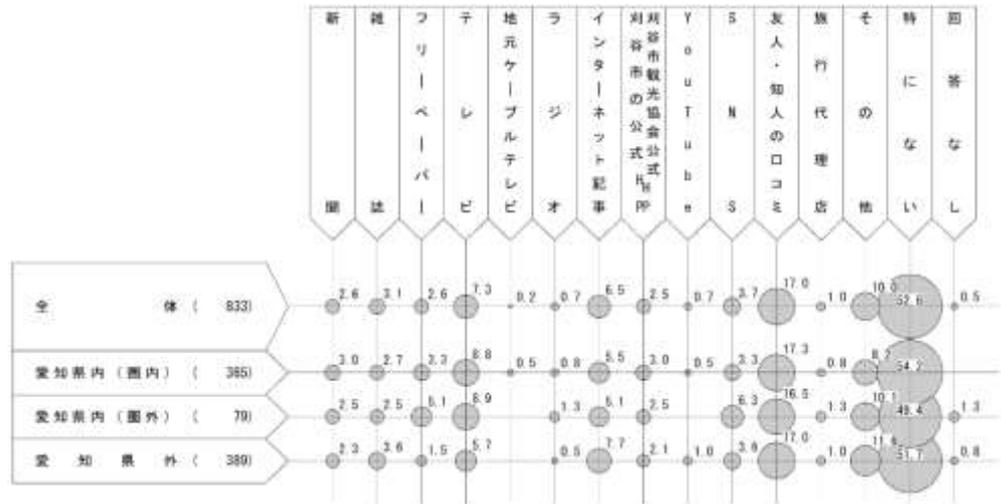
○本市を訪れる頻度は、月 1 回以上 15.4%、年 1 回以上 54.4% 【ご近所観光圏内 (71.1%) とそれ以外 (43.1%) では 25 ポイント以上差がある。】



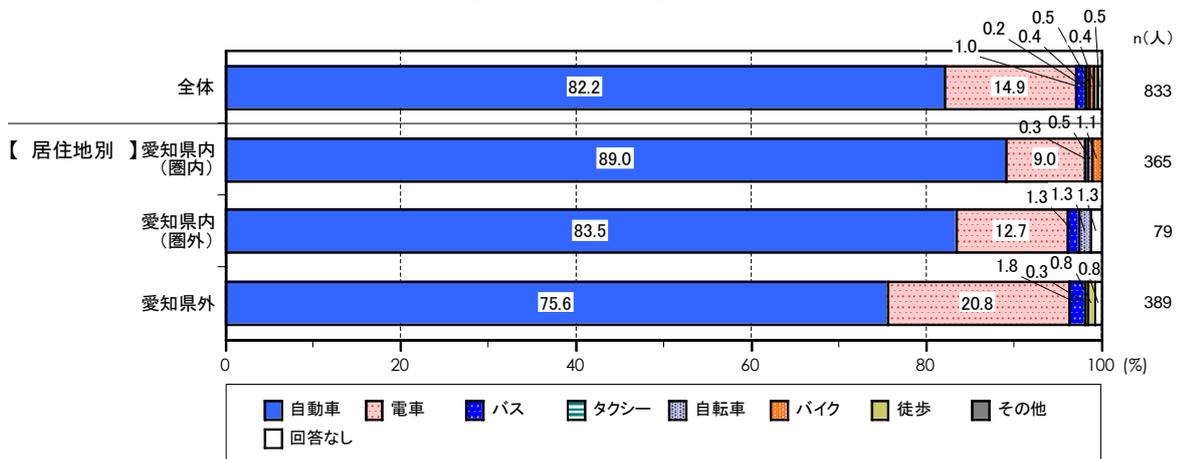
○本市を訪れる主な目的は、仕事 21.4%、家族や友人、知り合いなどに会うため 16.8%、買物 14.8%、飲食 12.9%、公園、遊園地 9.2% (副目的：飲食 32.3%、買物 21.8%)



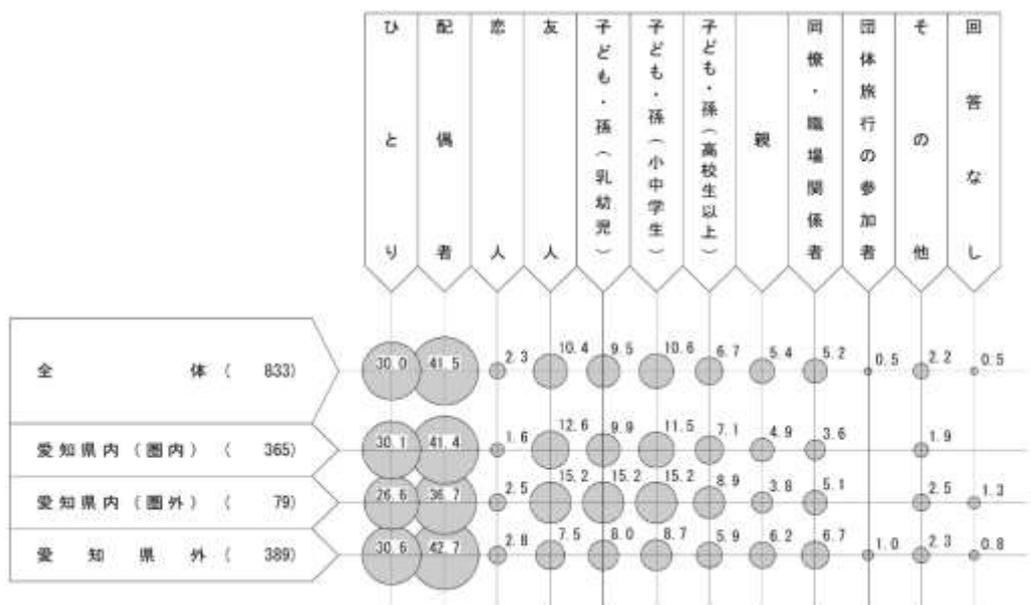
○本市を訪れるきっかけは、友人・知人の口コミ 17.0%、テレビ（地上波）7.3%、インターネット記事 6.5%、SNS3.7%



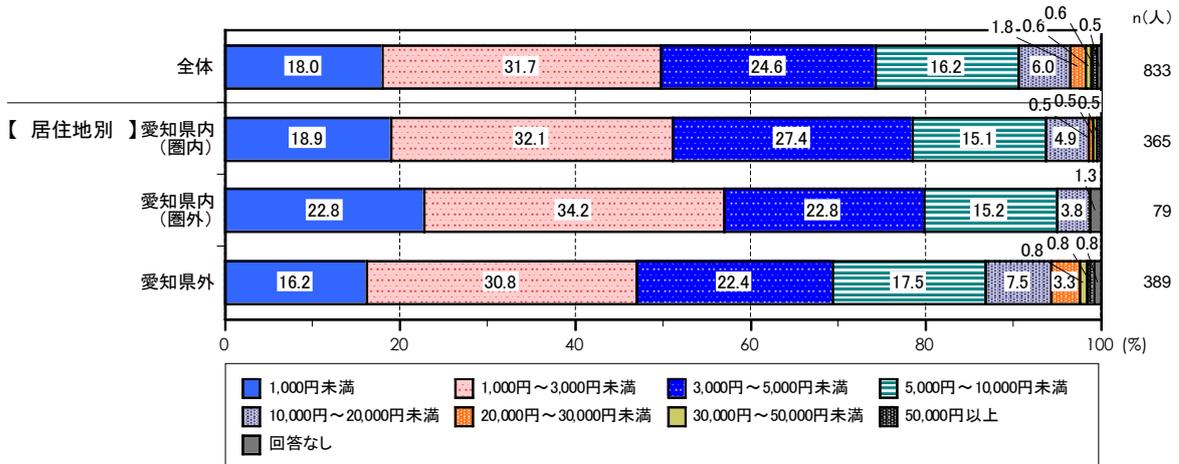
○本市を訪れる交通手段は、自動車 82.2%、電車 14.9%



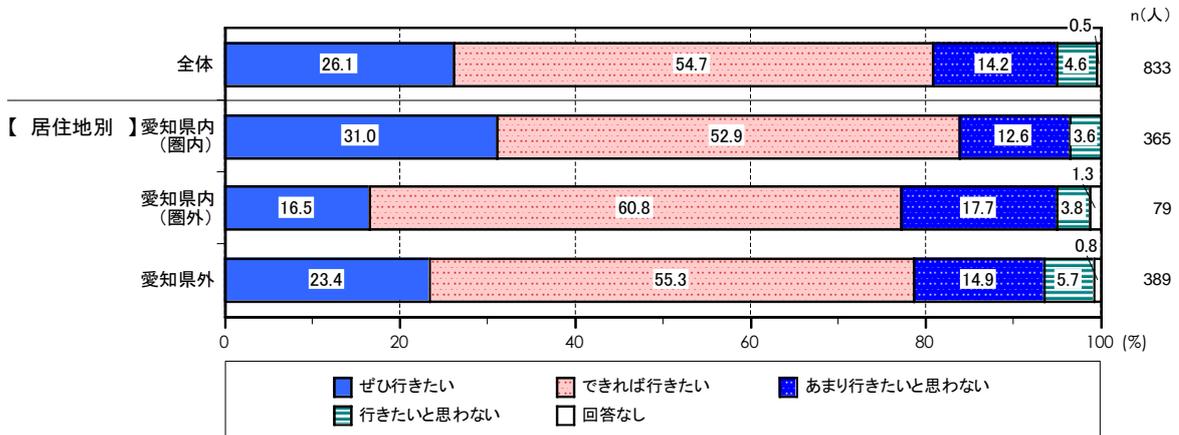
○本市を訪れる際の同伴者は、配偶者 41.5%、ひとり 30.0%、子ども・孫 (小中学生) 10.6%、友人 10.4%



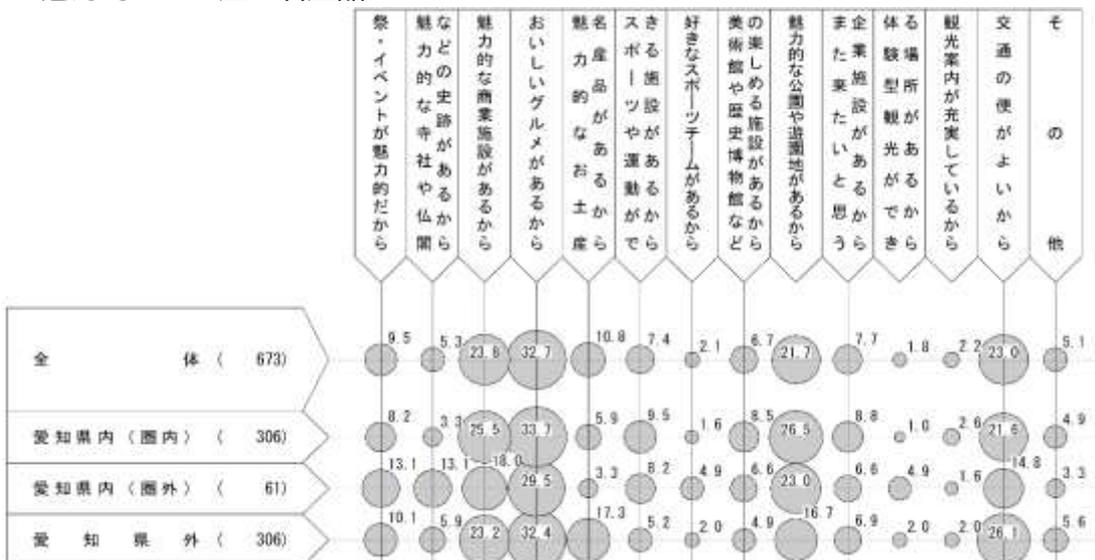
○本市を訪れる際の消費額は、5,000円未満74.3%（1,000円～3,000円未満31.7%、3,000円～5,000円未満24.6%）、10,000円以上9.0%



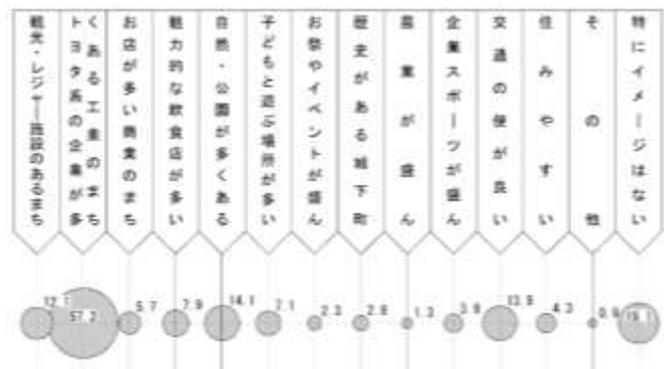
○本市を訪れることに対するリピート意向は、80.8%（ぜひ行きたい26.1%、できれば行きたい54.7%）



○本市をまた訪れたいと思う理由は、おいしいグルメがあるから32.7%、魅力的な商業施設があるから23.8%、交通の便がよいから23.0%、魅力的な公園や遊園地があるから21.7%、魅力的なお土産・名産品があるから10.8%



○本市に対するイメージは、トヨタ系の企業が多くある工業のまち 57.2%、特にイメージはない 19.1%、自然・公園が多くある 14.1%、交通の便が良い 13.9%、観光・レジャー施設のあるまち 12.1%



○本市の観光資源に対する認知状況

- 施設：
 - 刈谷ハイウェイオアシス 79.2%、交通児童遊園 22.1%、
 - 刈谷市総合運動公園 19.1%、亀城公園・刈谷城跡 18.5%
- イベントや祭：
 - わんさか祭り・花火大会 10.1%、万燈祭 9.9%、刈谷桜まつり 5.7%

【コロナ禍による観光行動の変化】

○コロナ禍前と比較して「増えた」もの、近くの公園で余暇を過ごすこと 24.8%、日帰り旅行 16.5%。



○「減った」もの、宿泊旅行 59.5%、飲食店での食事・飲み会 46.2%、祭りなど・屋外イベントへの参加 35.7%、日帰り旅行 31.7%、食歩 26.8%



④関係者の認識や考え

調査の対象	意見の概要
関係団体（対面） <ul style="list-style-type: none"> ・刈谷商工会議所 ・NPO法人 まちづくりかりや 	<ul style="list-style-type: none"> ○商工会議所と観光協会が連携し、「刈谷のおいしい銘品」認定の取組をしている。 ○刈谷駅周辺は飲食店を中心に集積を図ってきたが、「夜のまち」だけでなく「昼のまち」としての取組も進めている。 ○刈谷駅周辺を中心に様々なイベントを企画・運営しており、SNS等を活用した情報発信を行っているが、周知が十分ではない。 ○商店街を盛り上げていくためには、女性の力が必要だと思う。女性の会や、商工会議所の女性部、青年部など、元気のある組織や人を交えるといいのではないかと。 ○交通児童遊園や夢と学びの科学体験館のような子ども向け施設には、市外からも多くの人利用している印象がある。
産業観光施設 （施設見学+対面） <ul style="list-style-type: none"> ・豊田創業期試作工場 ・トヨタ紡織歴史未来館 ・デンソーギャラリー ・アイシンコムセンター 	<ul style="list-style-type: none"> ○従業員教育や取引先への対応などの役割を果たしているが、小中学生の社会見学や地域住民等へのPR・ファン獲得という目的もある。 ○刈谷市は、トヨタグループ発祥の地であり、産業を基軸としているため、観光としてのイメージはあまりない。 ○市内の産業観光施設が連携したうえで、共通の開放日を設け、スタンプラリーやミニ解説を開催してはどうか。
公園施設等 （施設見学+対面） <ul style="list-style-type: none"> ・刈谷市総合運動公園 ・フローラルガーデンよさみ ・刈谷ハイウェイオアシス 	<ul style="list-style-type: none"> ○市の担当部局が異なる指定管理者同士での情報・意見交換の場があると、連携の可能性が広がると思う。 ○（民間事業者やNPO等と連携しながら公園の整備、管理を行う）パークマネジメントという考え方のもとで、認知症カフェを開いて福祉と連携したり、植物を種から育てて地域・福祉作業所に提供したりして地域づくりに関わっている。 ○観光協会の会議などで、交流や情報共有ができるとうい。 ○必要に応じて、民間施設、企業が自主的にネットワークづくりを行い、発展させる形で取組を進めてもいいかもしれない。
宿泊施設（アンケート調査） <ul style="list-style-type: none"> ・名鉄イン ・コンフォートホテル ・東洋イン ・パークホテル ・エースイン ・プラザホテル ・アクセスイン 	<ul style="list-style-type: none"> ○宿泊施設としては、ビジネス客だけでなく観光目的の客層も開拓していきたいが、刈谷市で宿泊する必然性がない状況もある。観光魅力の向上、大型バス駐車場の整備など、受け皿づくりが求められている。 ○官民一体となって協議・協力すべき。 ○カリアンナイト等のイベントを増やしたい。 ○祭・イベントをアピールして欲しい。 ○スポーツ施設のチーム関係者、連盟関係者との連携を模索したい。

(3) 第2次刈谷市観光推進基本計画の総括

平成23年度に策定された「第2次刈谷市観光推進基本計画」(以下、第2次計画)は、令和2年度(平成32年度)を目標年度とし、「住んでよし、訪れてよしの観光交流都市～人、自然、歴史、ものづくり文化が紡ぐ魅力の創造～」のコンセプトのもとで計画を推進してきました。

第2次計画の設定した目標と、5つの基本方針ごとに、成果や課題を以下のようにまとめます。

第2次計画の目標	達成状況
①主要観光拠点数	計画策定時(H21):14か所⇒現在(R4):15か所
②主要観光拠点への来場者数	計画策定時(H21):10,233千人⇒現在(R4):9,187千人
③観光協会主催のイベント・祭りの観客数	計画策定時(H21):42.6万人⇒現在(R4):15.4万人
④市内に休日などにリフレッシュできる場所があると思う市民の割合	計画策定時(H22):57.4%⇒現在(R4):59.9%
⑤本市から「観光」をイメージする市民の割合	計画策定時(H21):3.4%⇒現在(R4):15.4%(地域資源を活かした観光振興)

項目	ふりかえり
基本方針1 観光交流の魅力の 発掘・向上・創造	<ul style="list-style-type: none"> ・歴史博物館の開館、公園や緑地の整備など、それぞれで魅力を高める取組を進めた。 ・刈谷の銘品のPRや産業観光ツアー等、各分野における事業を実施した。 ・歴史的な祭りや各種イベントについては、コロナ禍の影響により中止や来場者の大幅な減少に見舞われた。
基本方針2 的確かつ確実にマーケット をつかむ情報発信・PR	<ul style="list-style-type: none"> ・刈谷駅前観光案内所の設置、運営による情報発信、インターネットやSNS、マスコットキャラクターを活用した情報発信など、多様な方法で情報発信を行った。
基本方針3 快適に過ごしてもらおう 受入・おもてなし体制の充実	<ul style="list-style-type: none"> ・市内の案内マップや誘導サインの充実に努めた。 ・県内でも有数の来訪者数を誇る刈谷ハイウェイオアシスに観光情報発信拠点を設置し、衣浦定住自立圏市町(刈谷市、知立市、高浜市、東浦町)の情報発信を継続している。 ・観光案内所において、レンタサイクルを実施した。
基本方針4 継続発展をめざす 観光まちづくりの推進	<ul style="list-style-type: none"> ・観光協会、商工事業者、商工会議所、市民団体、市民など、多様な主体がそれぞれの強みを活かしながら、活動を進めているものの、より一層の連携・協力が望まれる。

基本方針5 1次・2次・3次産業による 総合6次産業への展開	・農産物の販売や、産業観光の充実、情報発信の充実など、それぞれで取組を進めてきたものの、相互に連携しながら産業の6次化を図るまでには至っていない。

(4) 策定体制

※各会議の開催記録、部会員・委員会委員名簿等を記載予定

第3次刈谷市観光推進基本計画

【2024年度～2033年度】

発行年月／令和6年3月

発行／刈谷市

編集／刈谷市 市民活動部 文化観光課

〒448-8501 刈谷市東陽町1丁目1番地

電話：0566-62-1037 FAX：0566-27-9652

Eメール：bunkan@city.kariya.lg.jp