

# 西尾市観光基本計画

## 素案

平成26年2月

西尾市

## 目 次

### 1 観光基本計画の目的と位置付け

- 1. 計画の目的 ..... 1
- 2. 計画策定の位置付け ..... 1
- 3. 計画期間 ..... 2

### 2 観光の現状と課題

- 1. 全国的な観光の動向 ..... 3
- 2. 西尾市の観光の現状 ..... 8
- 3. 観光施策に係る課題 ..... 22

### 3 基本理念と基本方針

- 1. 観光振興の方向性 ..... 24
- 2. 基本理念と目標 ..... 25
- 3. 基本方針 ..... 26

### 4 施策の展開方向

- 基本方針 1 多様な地域の特性を活かした観光資源の魅力を磨く ..... 28
  - 基本施策 1 観光資源の保全と整備・改善 ..... 28
  - 基本施策 2 新たな観光資源の発掘・育成 ..... 29
  - 基本施策 3 地域ブランドの育成と特産品開発 ..... 30
- 基本方針 2 各地域が一体となって観光客・来訪者を誘客する ..... 31
  - 基本施策 4 観光交流圏の形成 ..... 31
  - 基本施策 5 魅力ある観光プログラムの創出 ..... 32
  - 基本施策 6 交通アクセスの充実 ..... 33
  - 基本施策 7 まつり・イベントの開催 ..... 34
- 基本方針 3 観光の魅力を市民が共有し全国・海外に向けて発信する ..... 35
  - 基本施策 8 観光情報の集約・共有 ..... 35
  - 基本施策 9 戦略的な観光プロモーション ..... 36
  - 基本施策 10 観光案内機能の充実 ..... 37
- 基本方針 4 市民・地域・事業者・行政が一体となって観光客をもてなす ..... 38
  - 基本施策 11 西尾の観光を支える人づくり ..... 38
  - 基本施策 12 担い手をつなぐ仕組みづくり ..... 39
  - 基本施策 13 観光推進体制の充実 ..... 40

### 5 アクションプラン ..... 41

### 6 推進方策

- 1 多様な主体による観光施策の推進 ..... 50
- 2 推進体制の確立 ..... 51
- 3 進捗管理 ..... 51

# 1

## 観光基本計画の目的と位置付け

西尾市観光基本計画策定の背景と目的、計画の位置付け、計画期間などを整理します。

### 1. 計画の目的

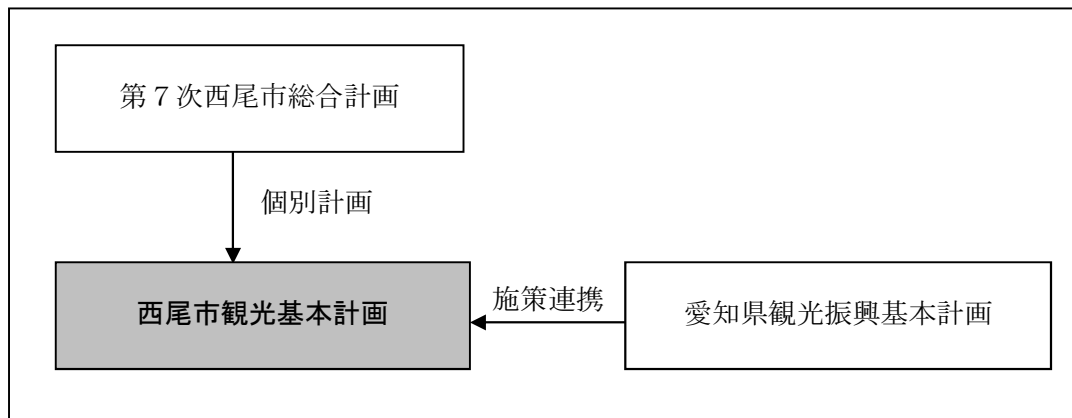
少子高齢化が進む日本において観光産業は、雇用機会の増大、地域振興の活性化の起爆剤として期待されています。国は、観光立国実現のため、平成 18 年 12 月に旧観光基本法を全面改正し、「観光立国推進基本法」に改め、21 世紀における日本の重要施策のひとつとして明確に位置付けました。そして、平成 20 年に観光庁を発足させ、政府の体制を整備し、経済の活性化や活力に満ちた地域社会の実現、国際相互理解と国際平和の実現等を理念に掲げ、新体制がスタートしました。観光立国推進基本法では、地方公共団体は、地域の特性を活かした施策を策定、実施するとともに、広域的な連携協力を図ることを責務としています。

西尾市は、平成 23 年 4 月に西尾市・幡豆郡三町の合併により、新「西尾市」が誕生し、多くの観光資源を有することとなりました。住民の豊かな生活を実現するとともに、地域社会が持続的に発展するために、これらの観光資源を有効活用し、より戦略的かつ効果的な施策で観光振興を図ることが重要です。

そこで、「観光のまち西尾市」を目指す将来のあり方や観光による地域振興をより一層推進するための具体的な観光施策を示すために「西尾市観光基本計画」を策定します。

### 2. 計画策定の位置付け

西尾市観光基本計画は、平成 25 年 3 月に策定した第 7 次西尾市総合計画（合併後、初めての総合計画）の将来像や基本目標、基本計画に示された「自然と文化の観光交流圏づくり」を実現するための個別計画として、愛知県観光振興基本計画との連携のもとで策定します。

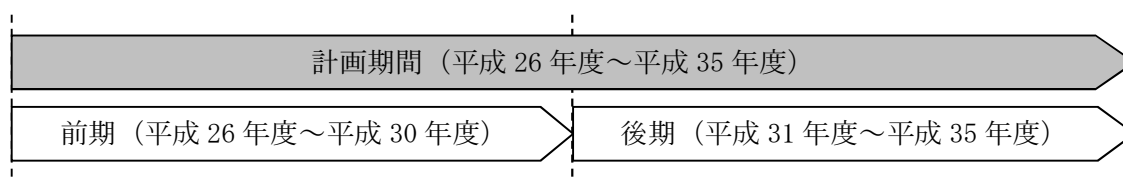


### 3. 計画期間

西尾市観光基本計画は、平成 26 年度から平成 35 年度までの 10 年間を計画期間とします。

変化の激しい、先行き不透明な厳しい社会情勢の中で、西尾市の観光を取り巻く環境も大きく変化しています。

こうした変化に柔軟に対応し、戦略的な取り組みが求められることから、平成 26 年度から平成 30 年度を前期、平成 31 年度から平成 35 年度を後期とし、5 年毎で計画を見直すこととします。また、社会経済情勢の変化に合わせ、必要に応じて計画内容の見直しを行うものとします。



# 2

## 観光の現状と課題

西尾市の観光を取り巻く現状と主要課題について整理します。

### 1. 全国的な観光の動向

#### (1) 旅行のもたらす経済効果

世界一といわれる少子高齢化社会を迎えた我が国では、長引く経済不況の中、年金問題や高い失業率など、将来への不安が高まっており、若い世代の働く場の確保や高齢者がいつまでも健康で生き甲斐をもって暮らしていくためにも、新たな雇用の創出が急務となっており、雇用機会の創出に効果がある観光産業は、地域経済の活性化をもたらす新たな産業として期待されています。

平成 23 年度の国内旅行消費額 22.4 兆円が我が国にもたらす経済効果として、交通費、宿泊費等の直接経費に、原材料費等の間接的な効果を含めた生産波及効果は 46.4 兆円、雇用誘発効果は 397 万人とされています。観光消費額の関連産業への経済効果は、宿泊業 3.59 兆円と直接観光に携わる産業への効果が大きい一方で、生産波及効果は、農林水産業 1.11 兆円、食料品産業 3.64 兆円、飲食店業 2.72 兆円となっています。このことは観光産業が、運輸業、宿泊業以外の産業へも大きな波及効果を有することを示しています。

#### ■平成 23 年度の旅行消費額と経済効果



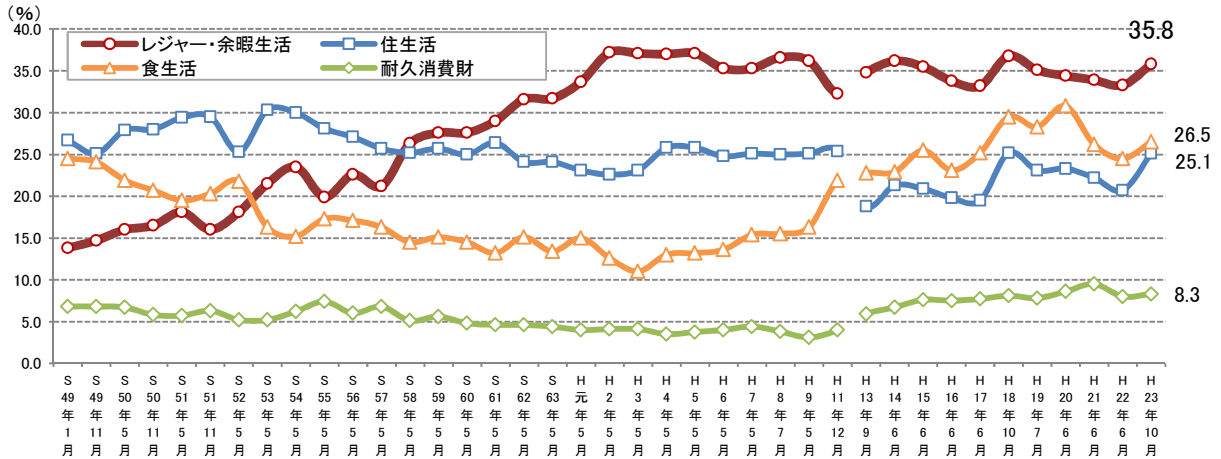
観光庁「旅行・観光産業の経済効果に関する調査研究」(2013年3月)

## (2) 消費者のニーズ

### ① 今後の生活の力点

内閣府の今後の生活の力点に関する調査によると、「レジャー・余暇生活」が、昭和58年以降最も多くなっています。近年は、減少傾向にあるものの、依然として「レジャー・余暇生活」の一翼を担う観光産業には一定の市場があることがうかがえます。

#### ■今後の生活の力点

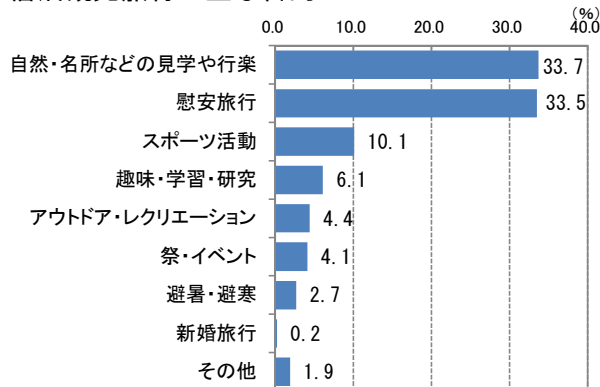


内閣府大臣官房政府広報室「国民生活に関する世論調査」  
平成11年度以前は単数回答、平成13年度以降は複数回答のため単純比較はできない

### ② 宿泊観光旅行の目的

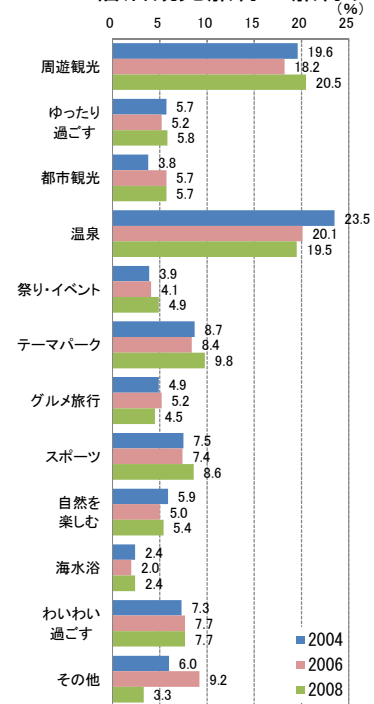
宿泊観光旅行の主な目的は、自然・名所などの見物や行楽、慰安旅行が大きくなっており、旅行タイプとしては、周遊観光と温泉が大きくなっています。旅行に癒しや都会の日常生活と異なる非日常を求める傾向がうかがえます。また旅行タイプとして、温泉は近年減少傾向にあります、テーマパークやスポーツが増加傾向にあります。

#### ■宿泊観光旅行の主な目的



(社)日本観光協会 平成21年度版「観光の実態と志向」

#### ■宿泊観光旅行の旅行タイプ



(財)日本交通公社「旅行者動向2009」

### (3) 観光庁の施策

観光庁では、下記の5つの柱をもとに6つの施策を展開しています。

1. 国際競争力の高い魅力ある観光地づくりを支援します。
2. 海外との観光交流を拡大します。
3. 旅行者ニーズに合った観光産業の高度化を支援します。
4. 観光分野に関する人材の育成と活用を促進します。
5. 休暇取得の推進や日本人海外旅行者の安全対策など観光をしやすい環境の整備を行います。

#### ■観光庁の施策（観光庁ホームページより）

|                              |                    |
|------------------------------|--------------------|
| <b>1. 観光地域づくり</b>            |                    |
| ①観光地域づくり相談窓口                 | ②観光圏整備法            |
| ③観光地域づくりプラットフォーム             | ④観光地域ブランド確立支援      |
| ⑤GPSを利用した観光行動の調査分析           | ⑥ニューツーリズムの振興       |
| ⑦観光地域づくり事例集                  | ⑧地域観光イノベーション       |
| ⑨観光地域づくり実践プラン                | ⑩観光地の満足度調査         |
| ⑪地域再生のための観光業支援ハンドブック         | ⑫各種協議会等資料          |
| ⑬報道発表資料                      |                    |
| <b>2. 国際観光</b>               |                    |
| ①訪日旅行促進事業（ビジット・ジャパン事業）       | ②MICEの開催・誘致の推進     |
| ③魅力ある日本のおみやげコンテスト            | ④通訳ガイド制度           |
| ⑤訪日外国人旅行者の受入環境整備             | ⑥観光のICT化の推進        |
| ⑦医療滞在ビザに係る身元保証機関の登録基準        | ⑧日本人の海外旅行の促進       |
| ⑨海外修学旅行マニュアル                 |                    |
| ⑩独立行政法人の制度及び組織の見直しの基本方針」への対応 |                    |
| <b>3. 観光産業</b>               |                    |
| ①旅行業法                        | ②第3種旅行業務の範囲の拡大について |
| ③観光圏内限定旅行業者代理業               | ④登録ホテル・旅館          |
| ⑤ニューツーリズムの振興                 | ⑥若者旅行の振興           |
| ⑦ユニバーサルツーリズムについて             | ⑧観光産業のイノベーション促進事業  |
| <b>4. 人材の育成・活用</b>           |                    |
| ①観光カリスマ一覧                    | ②VISIT JAPAN大使     |
| ③政策の普及・発信を目的とした会議の開催         | ④観光経営マネジメント人材育成    |
| ⑤観光地域づくり人材育成支援               | ⑥児童・生徒によるボランティアガイド |
| ⑦通訳ガイド制度                     |                    |
| ⑧訪日外国人旅行者向けにボランティアガイドの紹介     |                    |
| <b>5. スポーツ観光</b>             |                    |
| ①「スポ・ツー・ナビ」へようこそ！！           |                    |
| <b>6. 休暇取得の促進</b>            |                    |
| ①「ポジティブ・オフ」運動                | ②家族の時間づくりプロジェクト    |
| ③観光立国推進本部 休暇分散化ワーキングチーム      | ④休暇改革国民会議          |

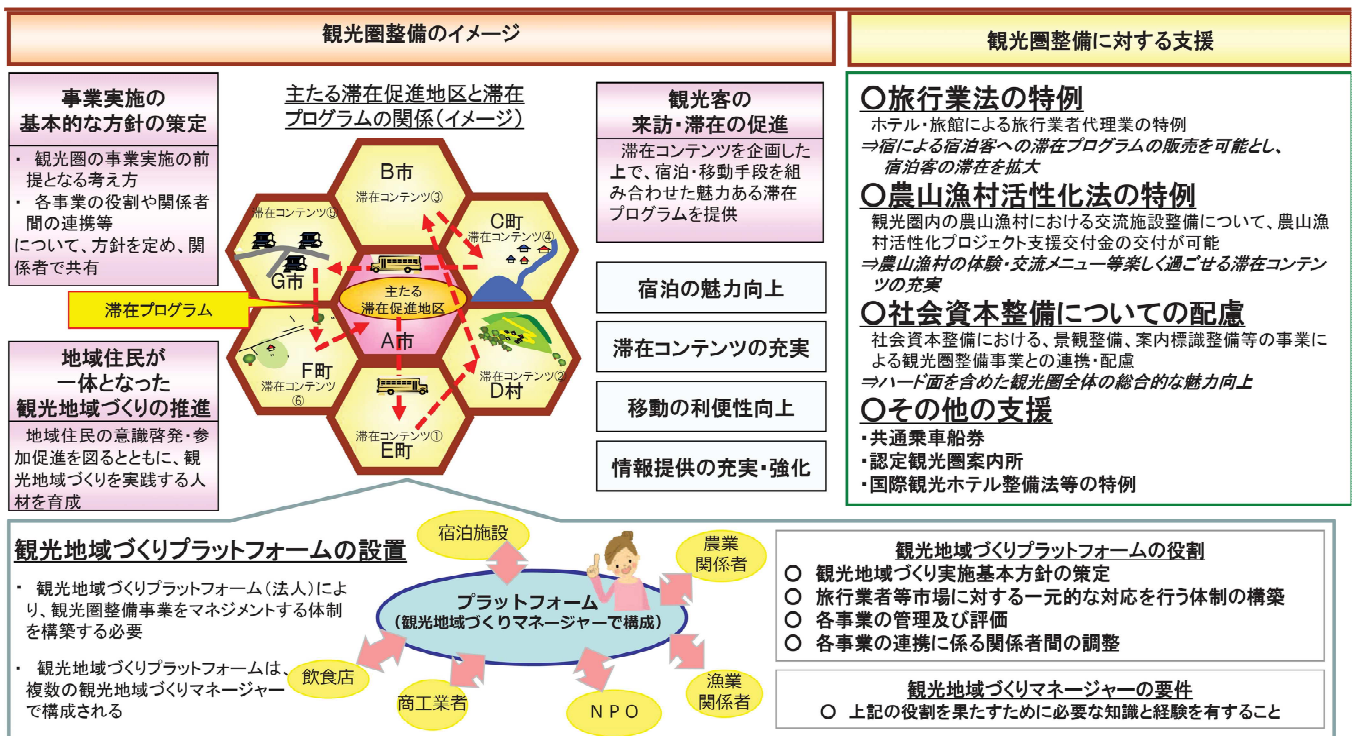
## (4) 観光圏整備実施計画

観光庁では、観光立国の実現に向けて、国際競争力の高い魅力ある観光地域の形成を推進するため、「観光圏の整備による観光旅客の来訪及び滞在の促進に関する法律」（平成20年法律第39号）に基づき、地域の関係者が連携し、地域の幅広い資源を活用し、地域の魅力を高めることにより、国内外から観光客が2泊3日以上滞り交流型観光を行うことができる観光圏の形成を促進しています。

平成24年12月に「観光圏の整備による観光旅客の来訪及び滞在の促進に関する基本方針」が改正され、観光圏の認定要件として、地域と市場を結ぶ窓口機能を担う事業者「観光地域づくりのプラットフォーム」の設置と、プラットフォームの構成員として持続的に実務に携わる民間人材「観光地域づくりマネージャー」の配置が必須となり、6地域が新規観光圏整備実施計画認定地域となりました。

これまでに観光圏整備実施計画に認定されている地域は、計画の残任期間は観光圏として存続しますが、新規観光圏に移行するには再申請が必要となり、また、新たな地域が圏域を設定して新規に申請することも可能となっています。

### ■観光圏のイメージ

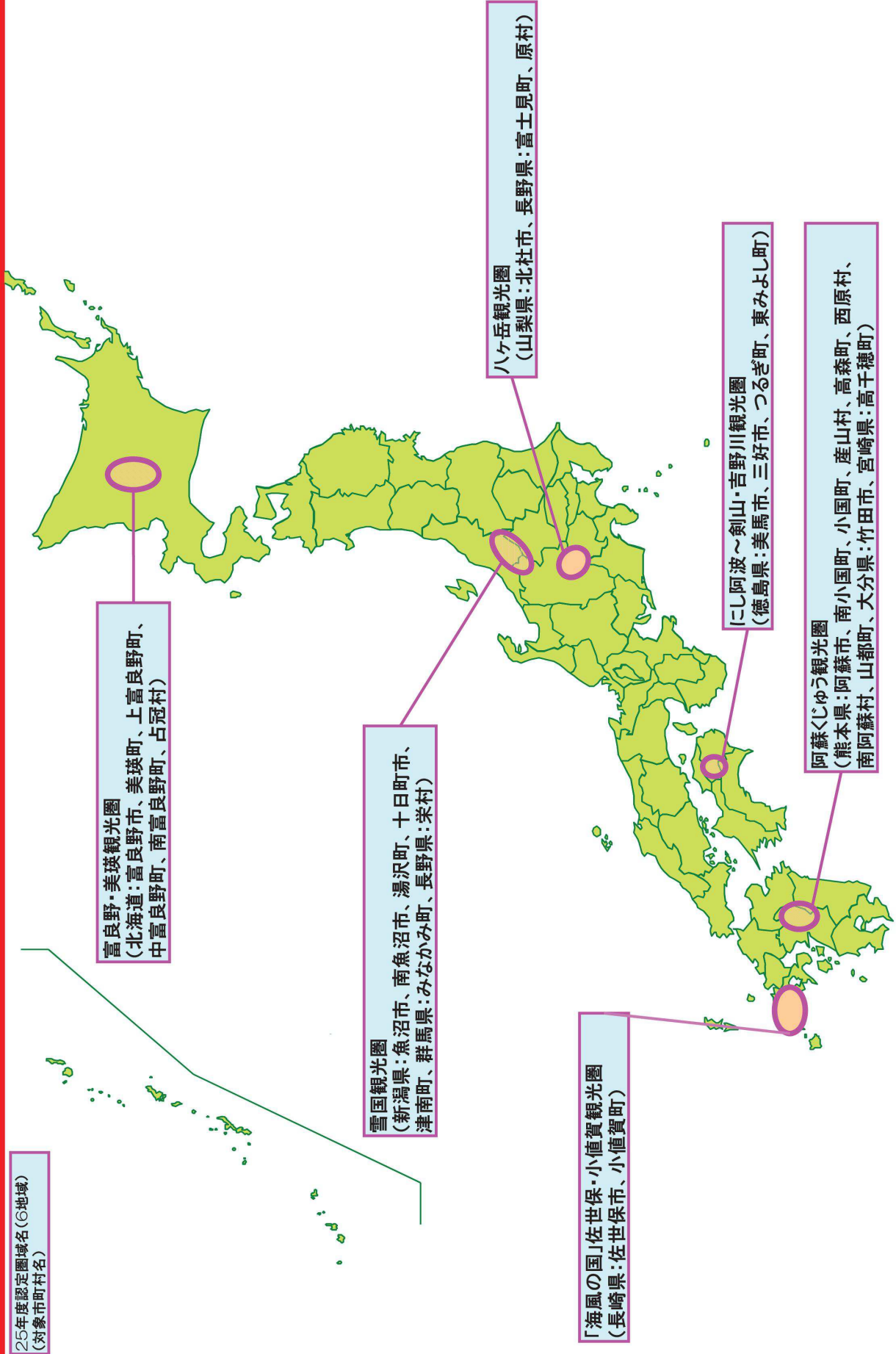


観光庁ホームページ



新規観光圏整備実施計画認定地域（6地域）

25年度認定圏域名(6地域)  
(対象市町村名)



## 2. 西尾市の観光の現状

### (1) 地理・交通条件

#### ① 位置と地勢

西尾市は、愛知県のおお中央を北から南へ流れる矢作川流域の南端に位置し、面積は160.34km<sup>2</sup>で、愛知県全体の3.1%を占めています。

中部圏の中心である名古屋市の45km圏域にあり、東は蒲郡市、幸田町、北は岡崎市、安城市、西は碧南市と接し、南は三河湾に面しています。

矢作川が形成した岡崎平野の最下流域にあり、矢作川のかつての本流(現矢作古川)に沿って形成された標高10mまでの低地が広がっています。東部は標高348.8mの主峰三ヶ根山を頂点とする山地で、また三河湾内には、有人離島の佐久島や無人離島の梶島、前島、沖島が点在しています。



#### ② 交通

産業道路としての性格の強い国道23号が西尾市の北東部を通過しているほか、国道247号が三河湾沿岸を通過しています。

市内に高速道路(自動車専用道を含む)は通過していないため、最寄りの高速道路のインターチェンジまでのアクセスに時間がかかります。

市内の公共交通網の状況を見ると、鉄道では、名鉄西尾・蒲郡線が市域の南北及び蒲郡方向を結び、バス網では路線バス、ふれんどバス(旧名鉄三河線代替バス)、六万石くるりんバス(コミュニティバス)が運行しており、また、デマンド交通として、いこまいかーが運行しています。また、離島航路として、佐久島には渡船が運行されています。

## (2) 人口、高齢化の動向

国勢調査による平成22年の人口は約16万5千人、これまで増加傾向にあり、平成17年と比べると約2千人の増加となっていますが、まもなく減少局面に転換すると推計されています。

高齢化率は、平成22年では20.9%ですが、7年後の平成29年には25%を超え、現状の34,561人が41,300人に、約6,700人も増加すると推計されており、急激な高齢化が見込まれています。

図 人口・世帯数の推移と推計（実績値は国勢調査より）

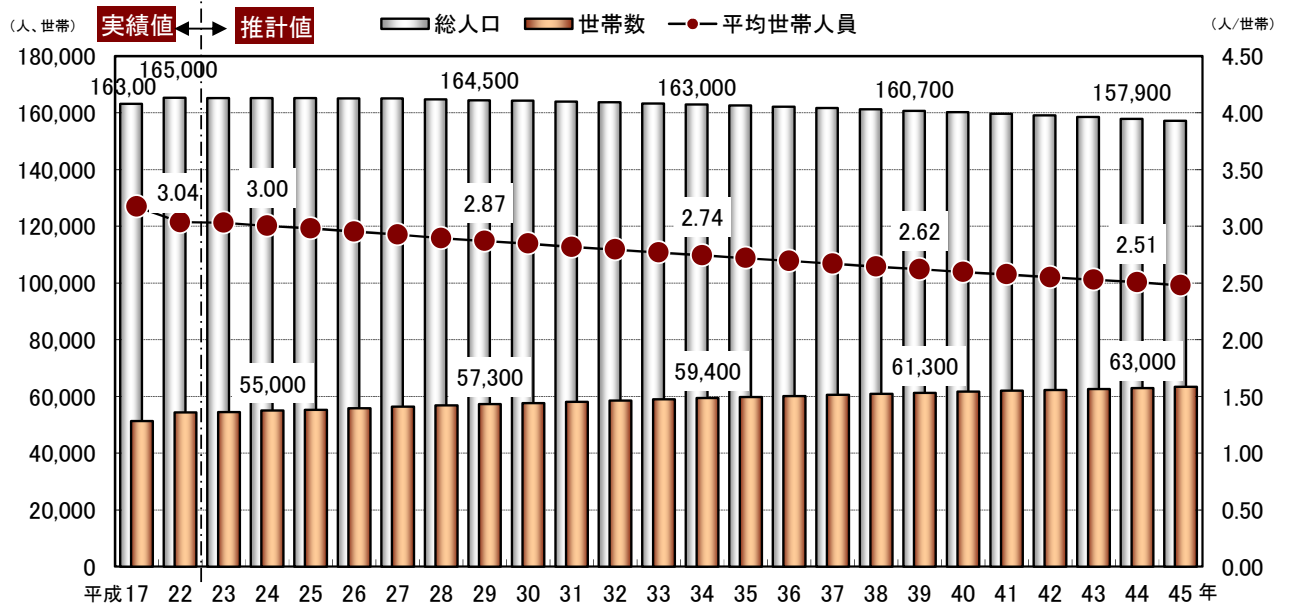


図 年齢3区分別人口割合

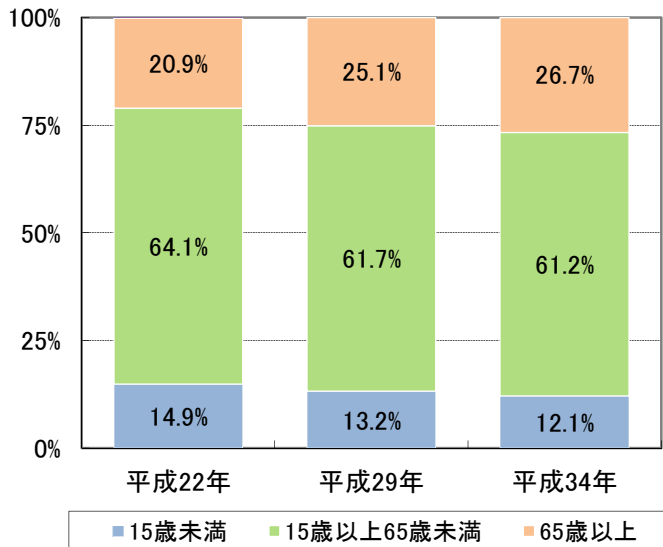


表 年齢3区分別人口

単位：人

|            | 平成22年   | 平成29年   | 平成34年   |
|------------|---------|---------|---------|
| 合計         | 165,298 | 164,500 | 163,000 |
| 年齢不詳       | 179     | —       | —       |
| 65歳以上      | 34,561  | 41,300  | 43,500  |
| 15歳以上65歳未満 | 105,941 | 101,500 | 99,800  |
| 15歳未満      | 24,617  | 21,700  | 19,700  |
|            | 実績値     | 推計値     |         |

資料：国勢調査等、第7次西尾市総合計画

### (3) 産業の動向

#### ① 就業構造

国勢調査によると、産業別就業構造については、もともと第2次産業の集積が高いことが特徴でしたが、徐々に第3次産業の割合が増え、平成17年には第2次産業が第3次産業を上回りました。

なお、第1次産業の就業者数は、減少傾向にあります。全国・県の値と比較すると構成比は高く、農業が比較的盛んな地域でもあります。

#### ② 農業

世界農林業センサスによると農家数は、自給的農家の数は増加していますが、販売農家の数は、一貫して減少を続けています。生産農業所得統計と農林業センサスによると、一農家あたりの農業産出額は、約460万円で県全体の値よりもかなり高くなっています。主な農産物は、米・麦のほか、日本一の生産量を誇る抹茶に代表されるお茶の生産は有名で、また、洋ランやバラ、カーネーションなどの花き園芸、いちごやキュウリ、トマトなどの施設野菜といった多様な農産物が生産されています。

#### ③ 水産業

水産業は、三河湾や伊勢湾、渥美外海を操業区域とする沿岸漁業と、うなぎ養殖業を主体とする内水面漁業が営まれています。海面では、アサリ、海苔を始めとする多くの種類の魚介類が水揚げされています。近年、漁場環境の悪化などにより漁獲量は、全体的には減少傾向にあります。アサリやうなぎは全国一の生産量となっています。

#### ④ 工業

工業については、西三河地域において、戦後著しい発展を遂げた自動車産業に関連する事業所が多数立地しており、輸送用機械や生産用機械の生産額が大きいことが特徴です。

工業統計から経年的にみると、事業所数は、徐々に減少していますが、従業者数や製造品出荷額等は着実に増加してきました。平成20年には、世界的な経済不況の影響を受けて、西尾市の工業も落ち込みましたが、その後は回復の兆しをみせています。

自動車関連産業のほか、えびせんべいを始めとする水産加工や漁網製造などの漁業に関連した工業の集積も特徴となっています。

#### ⑤ 商業

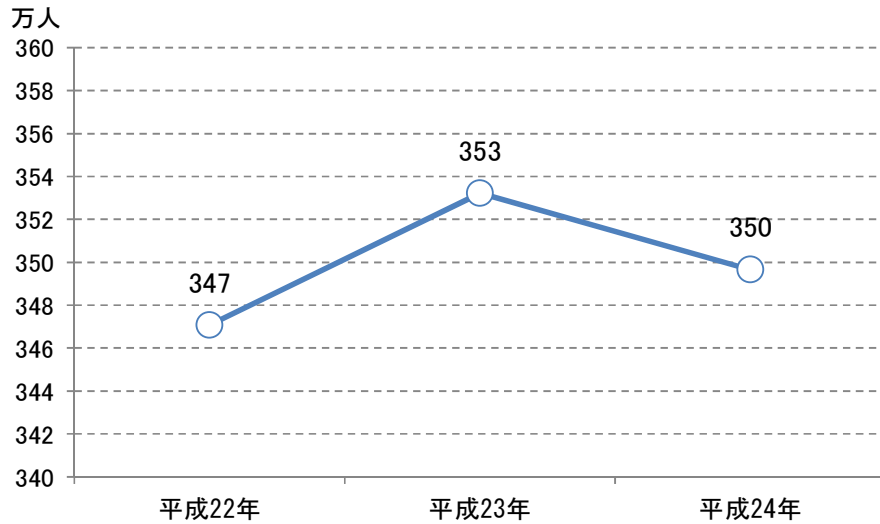
商業統計によると、商業については、平成11年以降商店数、従業員数ともに減少しています。人口1人当たりの年間販売額をみても、平成16年の169.3万円から平成19年には168.8万円と減少しており、更に、平成14年と比較すると、その減少幅はより大きなものとなっています。商業を取り巻く環境は、厳しい状況を迎えています。

## (4) 観光客の動向

### ① 観光入り込み客数の推移

近年3か年の市内の観光入り込み客数の動向をみると、平成24年の市内の観光入り込み客数は約350万人となっています。平成22年以降、350万人前後でほぼ横ばいで推移しています。

図 観光入り込み客数推移



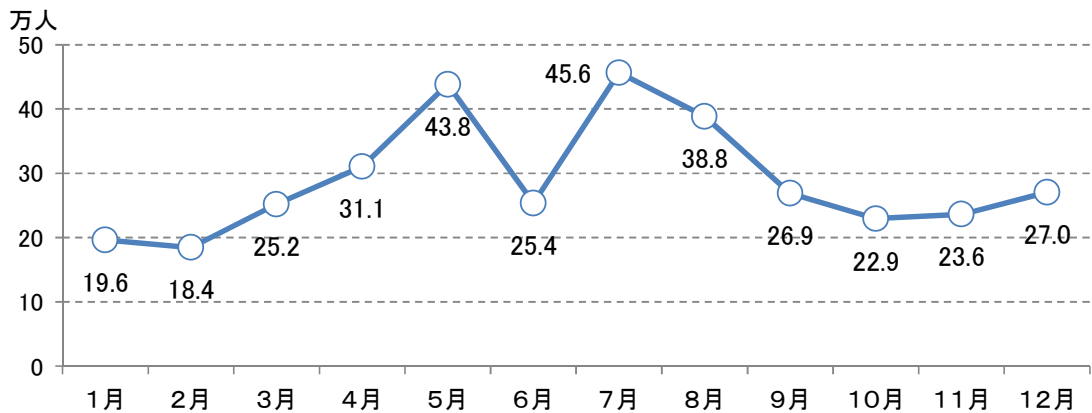
資料：愛知県観光レクリエーション利用者統計

憩の農園・愛知こどもの国実績(商工観光課)

### ② 月別観光客入り込み客数推移

平成24年の市内の観光入り込み客数の動向を月別にみると、7月の観光入り込み客数が最も多く約45.6万人、次いで5月の43.8万人、8月の38.8万人と大型連休や夏休みがある月の利用が多くなっています。逆に、最も利用が少ない月は、2月の18.4万人、次いで1月の19.6万人、10月の22.9万人となっており、秋の行楽シーズンや年明けに観光入り込み客数が少なくなっています。

図 月別観光入り込み客数推移



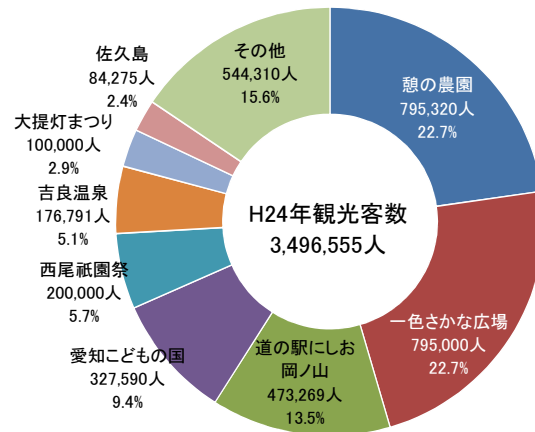
資料：愛知県観光レクリエーション利用者統計

憩の農園・愛知こどもの国実績(商工観光課)

### ③ 観光資源・施設別観光入り込み客数

観光資源・施設別に観光入り込み客数をみると、西尾市において最も大きな集客力をもつ観光地は「憩の農園」と「一色さかな広場」がほぼ同じ規模で、年間約79万人を集めています。これに次いで、「道の駅にしお岡ノ山」の約47万人となっており、買い物客が中心の3つの施設で、全体の約59%を占めています。

図 観光資源・施設別観光入り込み客数



資料：愛知県観光レクリエーション利用者統計  
憩の農園・愛知こどもの国実績(商工観光課)

## (5) 観光資源の特徴

豊かな自然や食資源、歴史・文化資源など多様な資源が市内に広く点在しています。

### ■ 観光要素別の資源

| 地区 | 見る  | 買う   | 食べる   | 体験する  |
|----|---|--|---|---|
| 西尾 | <p>【文化】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>岩瀬文庫</li> <li>市資料館</li> </ul> <p>【歴史・神社・仏閣】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>市歴史公園</li> <li>三河の小京都</li> <li>久麻久神社・伊文神社</li> <li>実相寺・長圓寺</li> <li>養寿寺・紅樹院</li> </ul> <p>【自然】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>西尾いきものふれあいの里</li> <li>平原ゲンジボタルの里</li> <li>無の里・平原の滝</li> <li>稲荷山茶園公園</li> <li>八ツ面展望台</li> <li>憩の農園・バラ園</li> </ul> <p>【見学】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>抹茶工場・味噌蔵</li> </ul> | <p>【工芸品】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>きらら鈴</li> <li>吉良の赤馬(玩具)</li> <li>三河一刀彫</li> </ul> <p>【特産品】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>抹茶</li> <li>バラ</li> </ul> <p>【土産処】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>道の駅にしお岡ノ山</li> </ul> | <p>【飲食】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>抹茶</li> </ul> <p>【茶処】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>伝想庵(市文化会館)</li> <li>旧近衛邸(市歴史公園)</li> <li>無の里</li> </ul> | <p>【体験】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>ガラス工芸体験・陶芸体験</li> <li>味噌作り体験・いちご狩り</li> </ul> <p>【祭り・イベント】</p> <p>(春)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>矢田のおかげん</li> <li>西尾みどり川桜まつり</li> <li>実相寺の花まつり</li> </ul> <p>(夏)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>ホテル祭り・西尾祇園祭</li> <li>貝吹のかぎ万燈</li> <li>米津の川まつり</li> </ul> <p>(秋)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>御櫃割・天狗祭</li> <li>棉祖祭・おまんこ祭</li> <li>棒の手</li> </ul> <p>(冬)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>てんてこ祭り</li> </ul> <p>(通年)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>四九朝市</li> </ul> |
| 一色 | <p>【文化】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>一色学びの館</li> </ul> <p>【歴史・神社・仏閣】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>諏訪神社・八釘神社</li> </ul> <p>【自然】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>佐久島</li> <li>大浦海水浴場</li> <li>佐久島海釣りセンター</li> </ul>  | <p>【特産品】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>うなぎ・アサリ</li> <li>カーネーション</li> <li>えびせんべい</li> <li>鮮魚</li> </ul> <p>【土産処】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>一色さかな広場</li> <li>三河一色さかな村</li> </ul>   | <p>【飲食】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>うなぎ</li> </ul>   | <p>【体験】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>潮干狩り</li> <li>海釣り(佐久島)</li> </ul> <p>【祭り・イベント】</p> <p>(春)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>三河一色うなぎまつり</li> </ul> <p>(夏)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>三河一色大提灯まつり</li> </ul>   |
| 吉良 | <p>【文化】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>吉良歴史資料館</li> <li>尾崎士郎記念館・書斎</li> </ul> <p>【歴史・神社・仏閣】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>金蓮寺弥陀堂</li> <li>華蔵寺・花岳寺</li> <li>源徳寺・旧糟谷邸</li> <li>円融寺・福泉寺</li> <li>幡頭神社・瀬門神社</li> <li>勝楽寺</li> </ul> <p>【自然】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>吉良ワイキキビーチ</li> </ul> <p>【宿泊施設】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>吉良温泉</li> </ul>   | <p>【特産品】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>アサリ</li> </ul>   | <p>【飲食】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>アサリ</li> </ul>   | <p>【体験】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>塩作り</li> <li>タタミ作り</li> <li>潮干狩り</li> </ul> <p>【祭り・イベント】</p> <p>(夏)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>吉良花火大会</li> <li>ハワイアンフェスティバル</li> </ul> <p>(秋)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>きらまつり</li> </ul>  |
| 幡豆 | <p>【自然】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>三ヶ根山</li> <li>愛知こどもの国</li> <li>寺部海水浴場</li> <li>見影山穴弘法</li> </ul> <p>【歴史・神社・仏閣】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>三ヶ根観音</li> <li>妙善寺(ハズ観音)</li> </ul> <p>【宿泊施設】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>三ヶ根山</li> </ul>   | <p>【特産品】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>アサリ</li> <li>清酒</li> </ul>   | <p>【飲食】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>アサリ</li> </ul>   | <p>【体験】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>シーカヤック・陶芸教室</li> <li>乗馬・潮干狩り</li> </ul> <p>【祭り・イベント】</p> <p>(夏)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>三ヶ根山あじさいフェスティバル</li> <li>はずストーンカップ</li> </ul> <p>(秋)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>三ヶ根山イルミネーション</li> </ul> <p>(冬)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>かぼちゃサミット(妙善寺)</li> <li>鳥羽の火祭り</li> </ul>  |

## (6) 来訪者アンケート調査

西尾市に来訪する方の来訪目的や来訪場所、来訪意向などを把握し、計画づくりに役立てることを目的として実施しました。

### ① 調査概要

**調査実施期間・方法** 吉良温泉:平成25年8月の1週間(宿泊施設への留め置き調査)  
吉良温泉以外:平成25年5月～7月(調査員が調査場所で聞き取り調査)

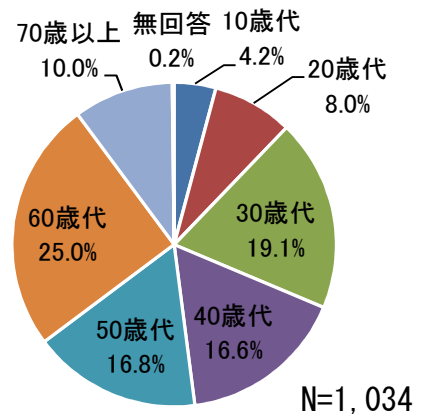
**調査対象** 調査実施期間中に上記の施設を訪問した観光客

| 調査実施場所 | 市歴史公園 | 道の駅にしお岡ノ山 | 愛知こどもの国 | 一色さかな広場 | 佐久島 | 吉良温泉 | 三河一色うなぎまつり | 計     |
|--------|-------|-----------|---------|---------|-----|------|------------|-------|
| 回答数    | 115   | 120       | 104     | 125     | 115 | 135  | 320        | 1,034 |

### ② 調査結果

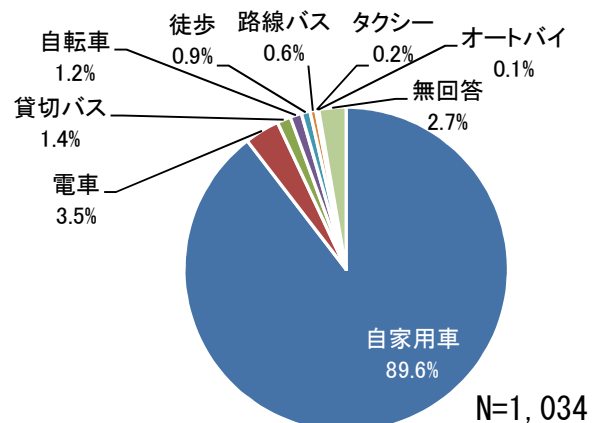
#### ■来訪者の年齢

最も多いのは「60歳代」で25.0%、次いで「30歳代」19.1%、「50歳代」16.8%となっています。



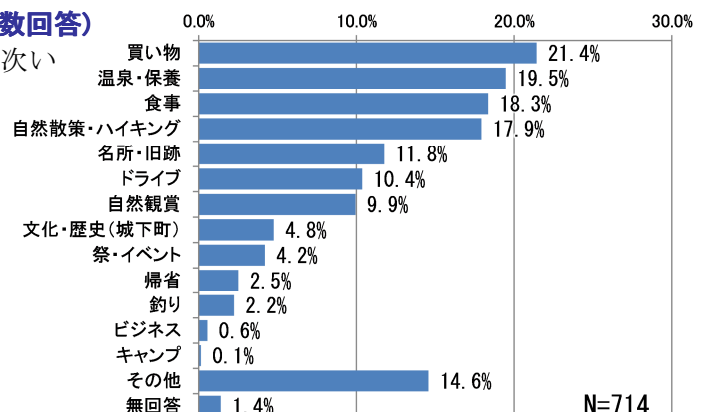
#### ■来訪手段

最も多いのは「自家用車」で89.6%、次いで「電車」3.5%、「貸切バス」1.4%となっています。



#### ■来訪の目的(うなぎまつりの参加者除く) (複数回答)

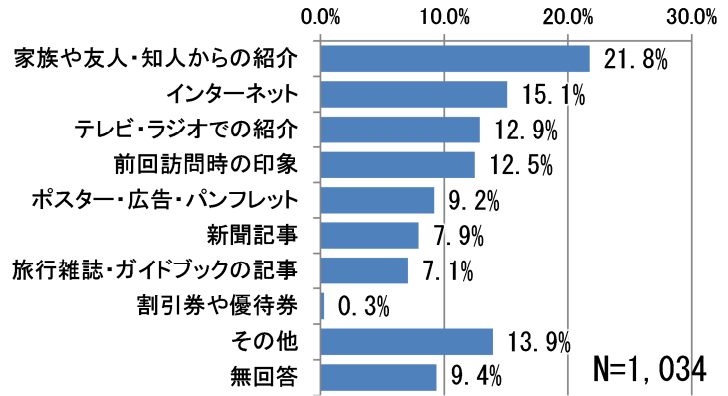
最も多いのは「買い物」で21.4%、次いで「温泉・保養」19.5%、「食事」18.3%となっています。





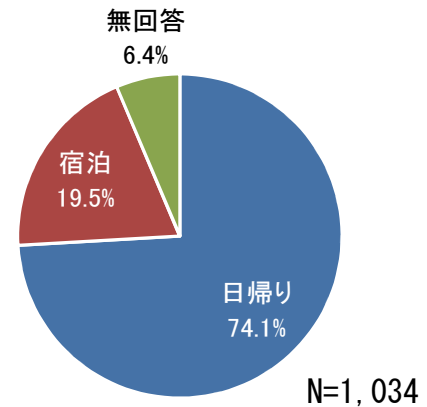
### ■来訪のきっかけ（複数回答）

最も多いのは「家族や友人・知人からの紹介」で21.8%、次いで「インターネット」15.1%、「テレビ・ラジオでの紹介」12.9%、「前回訪問時の印象」12.5%、「ポスター・広告・パンフレット」9.2%、「新聞記事」7.9%、「旅行雑誌・ガイドブックの記事」7.1%、「割引券や優待券」0.3%、「その他」13.9%、「無回答」9.4%となっています。



### ■今回の予定

「日帰り」が74.1%、「宿泊」が19.5%となっており、ほとんどが日帰り客となっています。

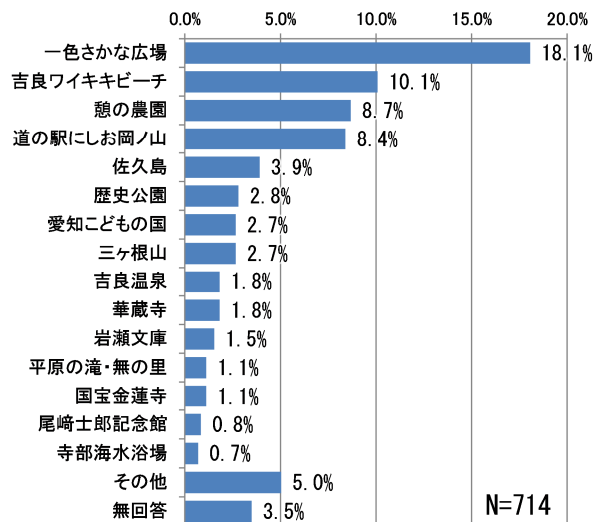


### ■今回他に立ち寄った(立ち寄る予定の)場所(うなぎまつりの参加者除く)

(複数回答)

最も多いのは「一色さかな広場」で18.1%、次いで「吉良ワイキキビーチ」10.1%、「憩の農園」8.7%となっています。

また、今回の予定別に立ち寄り先の箇所数をみると、日帰り客は平均1.5箇所、宿泊客は平均1.8箇所となっています。



### ■西尾市内での平均観光消費額

市内での観光消費額をみると、日帰り客は平均8,051円、宿泊客は平均24,232円となっています。

| 項目    | 日帰り客   | 宿泊客     |
|-------|--------|---------|
| 宿泊費   | —      | 10,221円 |
| 施設利用料 | 600円   | 2,972円  |
| 市内交通費 | 1,258円 | 1,904円  |
| 土産代   | 1,586円 | 2,866円  |
| 飲食費   | 1,646円 | 2,769円  |
| その他   | 2,961円 | 3,500円  |
| 合計    | 8,051円 | 24,232円 |

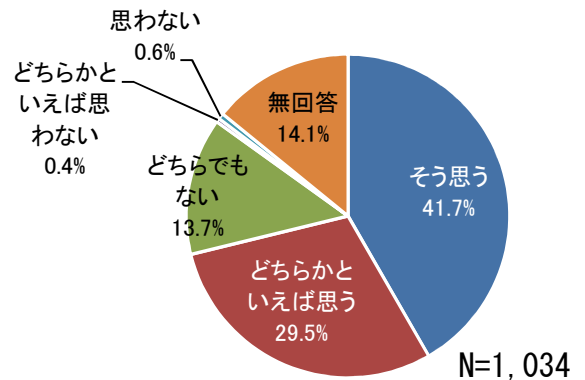
### ■西尾市内の満足度(うなぎまつりの参加者除く)

市内の満足度をみてみると、最も満足度が高かったのは「町並み・雰囲気」で64.3%、次いで「利用した施設やお店での接客・サービス」58.3%、「食事」55.5%となっています。

| 項目                 | 満足度の回答割合 |
|--------------------|----------|
| 町並み・雰囲気            | 64.3%    |
| 利用した施設やお店での接客・サービス | 58.3%    |
| 食事                 | 55.5%    |
| 観光施設(箇所)や催事の楽しさ    | 53.9%    |
| 買い物・土産物            | 51.4%    |
| 西尾市に来るまでのアクセスのしやすさ | 49.3%    |
| 道路案内など案内標識のわかりやすさ  | 48.2%    |
| 西尾市内での移動のしやすさ      | 44.7%    |
| 観光に関する情報の入手のしやすさ   | 37.4%    |
| 宿泊施設               | 29.6%    |

### ■西尾市への再来訪意向

最も多いのは「そう思う」で41.7%、次いで「どちらかといえば思う」29.5%、「どちらでもない」13.7%となっています。



### ◆調査結果より

- 現状の来訪者は、年齢層が高く、自家用車での来訪し、日帰りする人が多くを占めています。
- 立ち寄る場所も、自家用車で買い物に行くような場所が上位を占めており、市内を観光して巡るといった利用はほとんど見られません。
- 市内の町並みや雰囲気、お店の接客・サービスや食事の満足度は高く、再来訪意向も高いことから、リピーターを飽きさせない仕組み、何度でも来たくなる仕組みを構築する必要があります。

## (7) インターネットアンケート調査

市外居住者の西尾市に対する観光のイメージや来訪意向などを把握し、新しい計画づくりに役立てることを目的として、愛知県、岐阜県、三重県、静岡県に住む人を対象としたアンケート調査を行いました。

### ① 調査概要

**調査実施期間・方法** 平成 25 年 5 月(インターネットを通して実施)

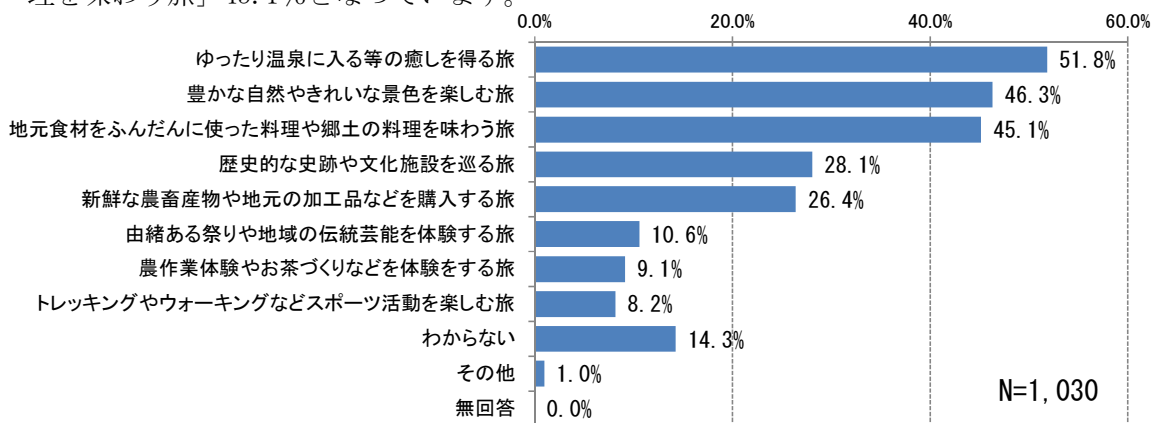
**調査対象** インターネット調査会社に登録しているモニター1,030 名(愛知県(三河地方)、愛知県(尾張地方)、岐阜県、三重県、静岡県で各 206 名)

### ② 調査結果

#### ■旅に求めるもの(上位5つ)

(複数回答)

最も多いのは「ゆったり温泉に入る等の癒しを得る旅」で 51.8%、次いで「豊かな自然やきれいな景色を楽しむ旅」46.3%、「地元食材をふんだんに使った料理や郷土の料理を味わう旅」45.1%となっています。



#### ■知っている観光資源(上位5つ)

(複数回答)

愛知こどもの国、吉良温泉、潮干狩り、一色さかな広場、三ヶ根山の認知度が比較的高く、4～5割程度が「知っている」又は「聞いたことがある」と回答しています。

その他の施設については、「知らない」が8～9割を占めています。

| 順位 | 選択肢     | 回答割合  |
|----|---------|-------|
| 1  | 愛知こどもの国 | 57.1% |
| 2  | 吉良温泉    | 48.8% |
| 3  | 潮干狩り    | 46.7% |
| 4  | 一色さかな広場 | 45.2% |
| 5  | 三ヶ根山    | 43.1% |

#### ■行ってみたい観光資源(上位5つ)

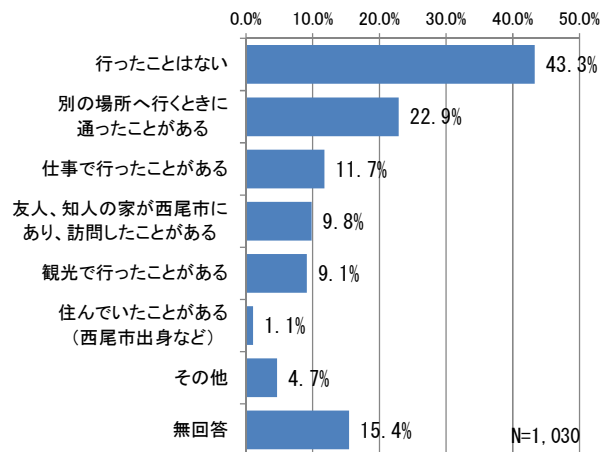
(複数回答)

最も多いのは「一色さかな広場」で 34.4%、次いで「吉良温泉」32.3%、「佐久島」29.7%となっています。

| 順位 | 選択肢     | 回答割合  |
|----|---------|-------|
| 1  | 一色さかな広場 | 34.4% |
| 2  | 吉良温泉    | 32.3% |
| 3  | 佐久島     | 29.7% |
| 4  | 潮干狩り    | 20.3% |
| 5  | 愛知こどもの国 | 19.9% |

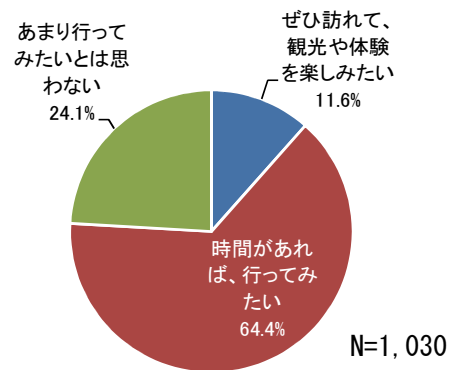
## ■西尾市の認知度、来訪経験

最も多いのは「行ったことはない」で43.3%、次いで「別の場所へ行くときに通ったことがある」22.9%、「仕事で行ったことがある」11.7%となっています。



## ■西尾市への今後の来訪意向

最も多いのは「時間があれば、行ってみたい」で64.4%、次いで「あまり行ってみたいとは思わない」24.1%、「ぜひ訪れて、観光や体験を楽しみたい」11.6%となっています。



## ◆調査結果より

- 求める旅行のスタイルは、「ゆったり」、「きれいな景色」、「郷土の料理」といった癒しの要素が求められており、これらのニーズに応じていく必要があります。
- 施設の認知度は全般的に低く、情報発信を強化していく必要があります。
- 来訪経験は低いものの、「ぜひ訪れてみたい」、「時間があれば行ってみたい」との回答は76%となっており、潜在的な需要は大きくなっています。そのため、思わず行ってみたいくなるようなきっかけを提供していく必要があります。

## (8) 観光関係事業者・団体等アンケート調査

事業者・団体の観光振興に対する取り組み意向や抱えている問題・課題、各事業者・団体同士の連携・協働の方向性、それを行政が支える仕組み等を把握することを目的に、観光関連施設・観光活動団体を対象としたアンケートを行いました。

### ① 調査概要

**調査実施期間・方法** 平成 25 年 8 月 (郵送配布、郵送回収)

**調査対象** 西尾市内で活動している観光関連施設・観光活動団体

### ② 調査結果

#### ■活動を行う上での課題

- ・多くの団体の共通課題は、「人材不足（後継者、スタッフ）」や「資金不足（自主財源の確保が困難）」となっています。
- ・市街地の施設では、駐車場不足を挙げる施設・団体もあります。

#### ■今後、行っていきたい取り組みとその課題

- ・ヨット、ボート、シーカヤックなど海の体験メニュー、近隣市町と共同での観光ルート開発、名鉄西尾蒲郡線沿線を西尾市の花“バラ”でつなげるなどの意見がありました。
- ・進めていくための課題としては、専門スタッフや予算、集客のための駐車場不足が挙げられています。

#### ■期待する行政支援

- ・周辺市町や歴史的なつながりのある市町との連携などの期待が挙げられています。
- ・駐車場の整備、施設や遊具のリニューアル、案内看板の設置といった施設整備への期待が挙げられています。

## (9) 本市における観光による経済波及効果

### ① 経済波及効果の考え方

西尾市を訪れた観光客の消費活動が、本市の産業全体にどの程度の影響を与えているかについて、その経済波及効果を推計します。

観光客が市内で消費活動をすることによって、観光客と直接取り引きする事業者（宿泊施設、飲食店、土産物等を販売する物販施設、タクシーやバスなどの運輸業、観光施設業等）には、直接お金が支払われます。（直接効果）

観光客の消費活動の影響はそれだけでなく、観光客が買い物などをした小売店は、卸売や物流など、多岐にわたる市内の企業と取り引きをしており、多くの市民が従業員として働いています。そのため、観光客の消費活動は、直接買った小売店の利益となるだけでなく、取り引きのある地元企業や地元住民の利益にも波及していきます。（波及効果）

「観光消費の経済波及効果」とは、観光客の消費が土産店や宿泊施設といった観光関連産業を経由して、地域の様々な産業や地域住民の所得に波及することです。

本章では、「直接効果+波及効果（第一次、第二次波及効果）」を算出します。

### ② 観光消費が西尾市にもたらす経済波及効果

西尾市における観光消費の経済波及効果を算出すると、結果は以下のようになります。

#### 1) 直接効果

～市内にとどまった観光消費支出額 156.7 億円、観光産業の雇用は 1,659 人～

観光客の消費総額のうち、直接効果として本市内にとどまる額は、156.6 億円と推計されます。また、観光産業での雇用者数は、1,659 人、生じた付加価値は、88.8 億円と推計されます。

#### 2) 波及効果

～生産波及効果 104.7 億円、波及効果による雇用者数 625 人～

この直接効果を基として、本市内にもたらされる波及効果の総額は、104.7 億円と推計されます。波及効果による雇用効果は 625 人、波及効果によって生じた付加価値は 59.7 億円と推計されます。

#### 3) 経済波及効果の総額

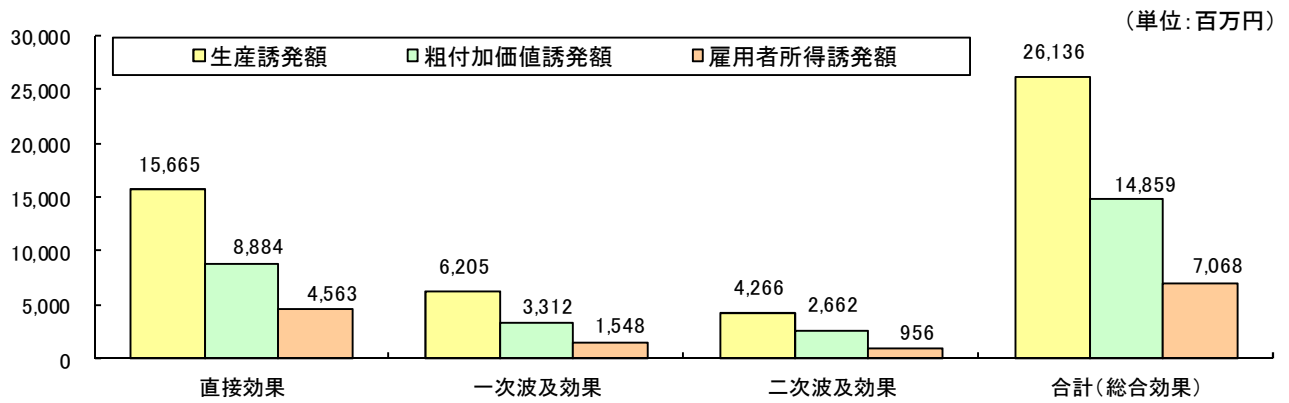
～総額 261.4 億円、雇用者総数 2,284 人、乗数効果 1.67～

以上より、観光客の消費によって本市にもたらされた経済波及効果の総額は 261.3 億円となり、その乗数効果<sup>1</sup>は 1.67 となります。また、それによって生じた雇用者数は 2,284 人、観光消費から波及した付加価値の総額は 148.6 億円と推計されます。

---

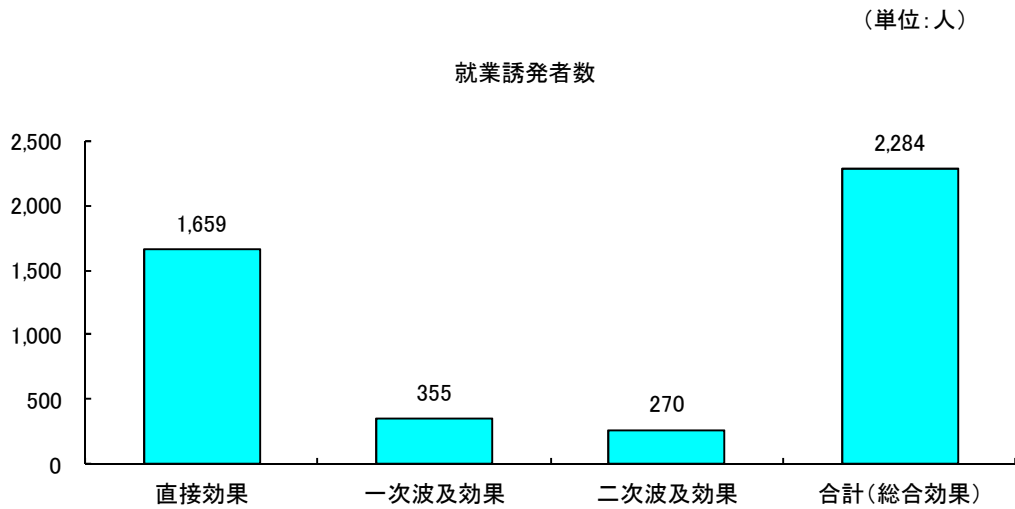
<sup>1</sup> 乗数効果：直接消費された金額と経済波及効果の総額との比率のこと。

《経済波及効果まとめ》



| 種別       | 直接効果<br>a | 一次波及効果<br>b | 二次波及効果<br>c | 合計(総合効果)<br>d=a+b+c | 効果倍率<br>d/a |
|----------|-----------|-------------|-------------|---------------------|-------------|
| 生産誘発額    | 15,665    | 6,205       | 4,266       | 26,136              | 1.67        |
| 粗付加価値誘発額 | 8,884     | 3,312       | 2,662       | 14,859              |             |
| 雇用者所得誘発額 | 4,563     | 1,548       | 956         | 7,068               |             |
| 就業誘発者数   | 1,659     | 355         | 270         | 2,284               |             |

(注)四捨五入の関係で内訳は必ずしも合計と一致しない。



### 3. 観光施策に係る課題

観光施策に係る課題としては、以下の4つが挙げられます。

#### 1 多様な観光資源の発掘、活用、連携

合併により多くの観光資源を有するようになり、「観光のまち」としての潜在的な可能性は、大きく向上しました。しかし、アンケート結果などからみると、西尾市の知名度や施設の認知度は、低くなっています。また、自家用車での来訪が多く、来訪目的も買い物を中心の日帰りとなっています。そのため、市内での滞在時間が短く、他の観光施設に立ち寄る人が少ないなど、豊富な観光資源を活かしきれていない状況となっています。

豊富な観光資源を活かして、交流人口を増やしていくためには、本市の観光資源の強みや弱みを把握し、本市としてどこに力を入れるのかを明確にした上で、来訪者ニーズに対応できるように、観光資源を重点的に磨き上げていく必要があります。

#### 2 観光資源間の連携と滞在型観光メニューの充実

観光客が求める旅行のスタイルは、「ゆったり」、「きれいな景色」、「郷土の料理」といった癒しの要素が求められるようになっていきます。西尾市の観光資源の状況をみると、魅力ある資源は豊富にありながら、滞在型・回遊型・体験型といった観光メニューが乏しくなっています。また、市内にある豊富な観光資源や観光拠点を結ぶ観光ルートも形成されていません。豊富な観光資源を有するにもかかわらず、資源間のつながりは十分とは言えない状況となっています。資源と資源をつなげ、より観光客が求める観光ルートを確立するとともに、豊富な観光資源を活かした体験・交流プログラムの開発など、滞在型、着地型観光を進めていく必要があります。

また、本市への来訪手段は、主に自家用車となっており、公共交通による来訪はわずかです。また、市内の移動についても、公共交通ネットワークが弱いため、自家用車での移動が多くを占めています。今後、交流人口の増加を促していくためにも、公共交通網等の充実が必要です。



### 3 西尾市の魅力を伝える情報発信と観光案内機能の充実

インターネットアンケートによると、来訪経験は低いものの、「ぜひ訪れてみたい」、「時間があれば行ってみたい」との回答は76%となっており、潜在的な需要は大きいと考えられます。そのため、訪れたことのない方に対して、思わず行ってみたいくなるような情報やきっかけを提供していくことが必要です。また、市内を訪れた方に対して、観光案内機能を充実させ、他の施設にも寄り道して行ってもらうような仕掛けを構築していくことも必要です。

現在、西尾市では、統一的な情報発信があまりできておらず、どこに行けば（見れば）どのような情報が手に入るのかが不明確な状況にありますので、情報を集約し、必要な人に必要な情報が手に入る仕組みを構築することが必要です。

### 4 市民・事業者・行政が一丸となったおもてなし

西尾市は、「観光のまち」としてのイメージや知名度は低いものの、お店の接客・サービスや食事の満足度は高く、再来訪意向も高くなっています。全国の観光地では、観光事業者や行政のみならず、市民が観光客をもてなす取り組みを展開し、観光地としての知名度を上げ、観光客のリピーターを獲得しています。本市においても、現在の好印象を更に向上させていくためにも、「市民・事業者・行政」が連携・協働して観光客をもてなしていくことが重要です。

# 3

## 基本理念と基本方針

西尾市の観光施策を総合的かつ計画的に推進するための基本理念と基本方針を設定します。

### 1. 観光振興の方向性

#### 《方向性1》

合併により拡大した地域資源・観光資源の魅力や潜在的な可能性を最大限に活かした観光振興を図る。

合併により拡大した西尾市には、歴史や文化、自然など豊富な地域資源・観光資源に恵まれています。観光振興において、その土地にしかない地域資源・観光資源は、観光地を選択する際の大きな動機となります。豊かな地域資源・観光資源の魅力や観光地としての潜在的な可能性を最大限に活かし、歴史や風土に根ざした資源や既存の施設を再度見直し、磨き上げていくことが観光振興につながっていきます。

#### 《方向性2》

地域それぞれの個性や魅力を大切にするとともに、共通の理念を明確にし、オール西尾市で観光振興を図る。

市内の各地域が有している地域資源・観光資源は、旧市町のイメージが強く残っており、各地域が個々に観光振興に取り組むだけでは、観光客を誘客することは難しい状況と言えます。そこで、地域それぞれの個性や魅力を大切にするとともに、西尾市全体の観光に対するイメージや理念を市民で共通認識し、オール西尾市で取り組むことが観光振興につながっていきます。

#### 《方向性3》

西尾市独自の取り組みを強化するとともに、三河湾沿岸地域・西三河地域や県等とも連携した効果的な観光振興を図る。

観光は、西尾市だけで完結するものではなく、周辺地域の魅力にも左右されます。本市だけの取り組みを強化するだけでなく、周辺市町や県等とも連携し、観光振興に取り組むことで、三河湾沿岸地域・西三河地域全体の魅力向上につながり、本市の観光振興につながっていきます。

#### 《方向性4》

観光事業者や行政だけでなく、市民・地域・事業者などとの連携・協働による観光振興を図る。

西尾市では「観光のまち」としてのイメージ、知名度は低く、市民や事業者においても、「観光のまち」といった認識は低く、市民の観光への関わりも薄くなっています。全国の観光地をみると、観光振興は、観光事業者や行政のみならず、市民が観光客をもてなす取り組みを展開しているところが、リピーターを獲得しており、本市においても、市民・事業者・行政が連携・協働して観光客をもてなす取り組みを進めることで本市の観光振興につながっていきます。

## 2. 基本理念と目標

### (1) 基本理念

第7次西尾市総合計画では、西尾市の目指すべき将来都市像が「自然と文化と人々がとけあい 心豊かに暮らせるまち 西尾」としています。

西尾市観光基本計画では、本市の魅力ある豊富な観光資源を活かすとともに、市民がまちに誇りと愛着をもち、おもてなしの心で迎え入れることができる観光まちづくりを推進するため、基本理念を次のとおり掲げます。

### 基本理念

**おもてなしの心で迎え入れる  
多彩な魅力と活力がつながる観光のまち 西尾**

### (2) 目標

西尾市観光基本計画における施策事業の効果検証を行うための目標として、年間観光入り込み客数を次のとおり掲げます。

また、目標とする年間観光入り込み客数における経済波及効果は、平成30年の400万人で約300億円、平成35年の550万人で約410億円と推計されます。

### 目標

|            |       |       |
|------------|-------|-------|
| 年間観光入り込み客数 | 平成30年 | 400万人 |
|            | 平成35年 | 550万人 |

### 3. 基本方針

基本理念に基づき、次の4つの基本方針を掲げます。

#### 基本方針1

##### 多様な地域の特性を活かした観光資源の魅力を磨く

合併により多様性や観光地としての潜在的な可能性が大きく向上した西尾市の豊富な観光資源を更に磨き上げるとともに、新たな観光資源を発掘し、全国・世界に通用する魅力ある観光資源として育成・活用します。

#### 基本方針2

##### 各地域が一体となって観光客・来訪者を誘客する

各地域の観光に携わる各主体が相互に連携・協力し、各地域の観光資源を活かした観光交流圏を形成するとともに、多様で魅力ある観光プログラム等を提供し、オール西尾市で観光客・来訪者の効果的な誘客を展開します。

#### 基本方針3

##### 観光の魅力を市民が共有し全国・海外に向けて発信する

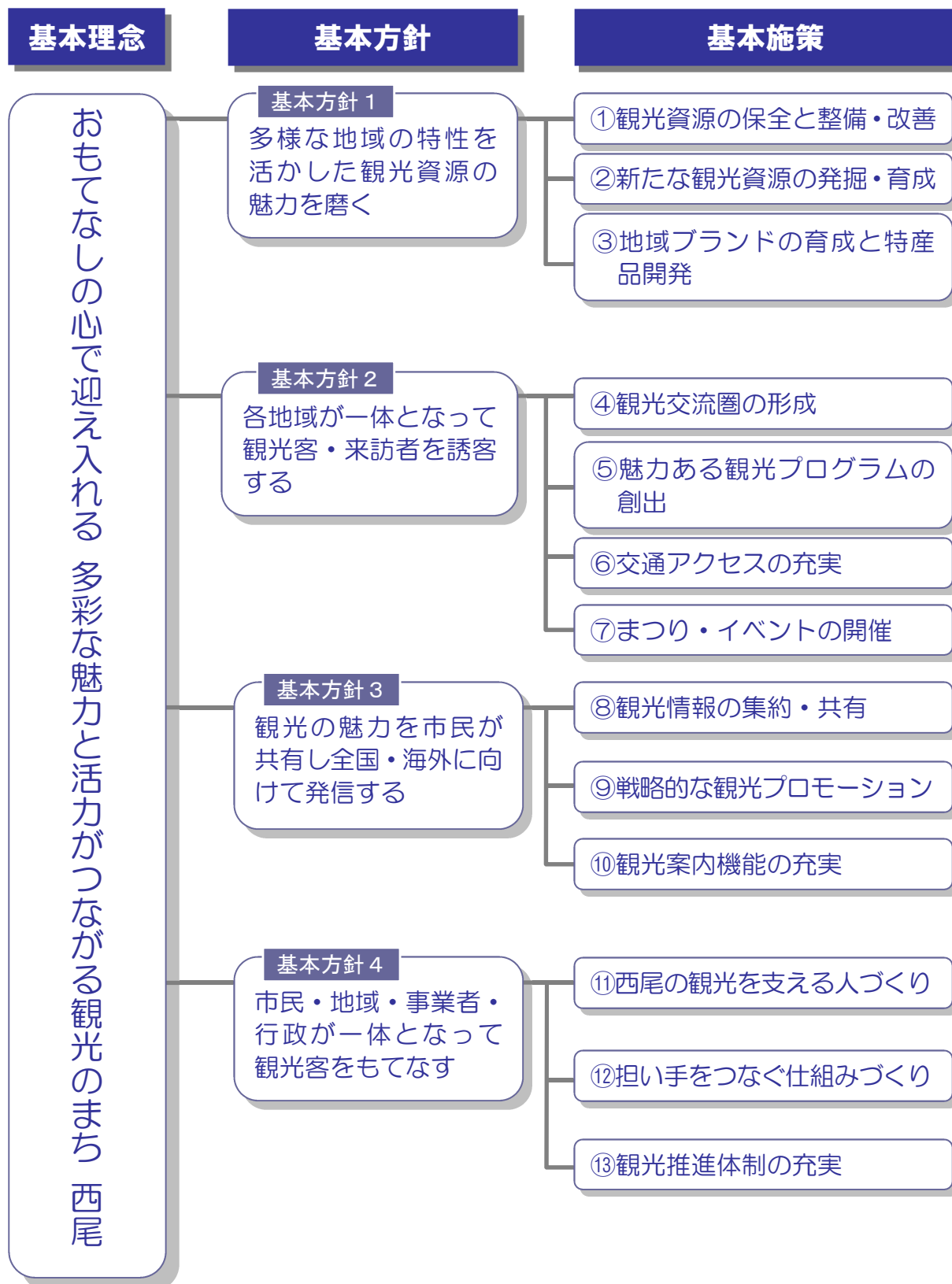
西尾市の観光の魅力を市民が共通認識するとともに、観光に関する情報を集約化し、様々なツールを使っての情報発信や観光案内機能の充実を図り、観光情報を効果的に活用した戦略的なプロモーションを展開し、本市の魅力を全国・世界に向けて発信していきます。

#### 基本方針4

##### 市民・地域・事業者・行政が一体となって観光客をもてなす

西尾市観光協会をはじめとする観光推進体制の一層の充実を図り、観光事業者・行政のみならず、市民・地域が西尾市の観光の魅力を発信・提供できる機会や仕組みを充実させ、観光客をもてなす取り組みを進めます。

■ 施策の体系



# 4

## 施策の展開方向

各目標を実現するために必要な施策の展開方向を示します。

### 基本方針1 多様な地域の特性を活かした観光資源の魅力を磨く

#### 基本施策1 観光資源の保全と整備・改善

##### ■ 推進施策

##### ① 自然環境の保全・活用

「海」「山」の両面に恵まれた西尾市の地理的特性を活かし、佐久島や三ヶ根山など三河湾国定公園内の自然的要素の保全・活用を図ります。

##### ② 観光施設の整備・改善

名鉄西尾駅など公共交通網の拠点となる鉄道駅や憩の農園、一色さかな広場、道の駅にしお岡ノ山といった特産品の販売等の拠点となる施設を観光・交流施設と位置付け、立地的特性や関係施設との連携による役割分担のうえで、再整備、改善を行います。

##### ③ 観光施設周辺の魅力向上

観光施設の周辺における統一的なサイン類や景観上の整合性を確保し、観光施設と一体となった魅力ある環境づくりを行います。

##### ■ 具体的な取り組み

| 主な施策         | 取り組み            | 概要                                       |
|--------------|-----------------|--|
| ①自然環境の保全・活用  | 三河湾の海岸線の保全      | 三河湾国定公園内の海浜部の維持・管理・清掃                    |
|              | 三ヶ根山スカイラインの保全   | 三ヶ根山スカイラインからの眺望の保全、山地の緑の保全               |
|              | 佐久島の景観保全        | 佐久島の自然、黒壁の家並み、現代アート等の景観保全                |
| ②観光施設の整備・改善  | 交通拠点の充実         | 来訪者の玄関口としてのウェルカムボード等の設置、案内板の充実等          |
|              | 交流・体験拠点の充実      | 道の駅やさかな広場等の特産品販売施設の充実、入浜式塩田の整備           |
|              | 農業副都心の早期完成      | 憩の農園周辺に農業、漁業の6次産業化の中核施設の建設               |
| ③観光施設周辺の魅力向上 | 観光施設を中心にした景観づくり | 観光施設とその周辺環境における形態上の統一性や色彩誘導についてルール化      |
|              | 案内・サイン等の充実      | 来訪者に対する案内表示、誘導サイン等について統一的なコンセプトのもとに整備・充実 |

##### ■ 主な役割

| 主な施策          | 関係主体* |     |    |
|---------------|-------|-----|----|
|               | 市民    | 事業者 | 行政 |
| ① 自然環境の保全・活用  | ●     | ●   | ■  |
| ② 観光施設の整備・改善  | ▲     | ▲   | ●  |
| ③ 観光施設周辺の魅力向上 | ▲     | ■   | ●  |

※●：取り組みの中心となる者 ■：実施する取り組みを支援したり、啓発したり、補助したりする者  
▲：取り組みの協力者

## 基本施策2 新たな観光資源の発掘・育成

### ■ 推進施策

#### ① 地域資源の発掘・共有・活用促進

西尾市の特産品、風景、体験の場といった観光資源を整理、再認識し、市民と共有するとともに、市内外へ情報発信を行います。

#### ② 新たな観光・交流の拠点づくり

西尾市の観光認知度・吸引力を高めるうえでの既存施設の機能・役割に応じた選定を行い、施設相互の連携、ネットワーク化を検討し、観光拠点として位置付け、観光軸の形成を図ります。

### ■ 具体的な取り組み

| 主な施策                | 取り組み       | 概要   |
|---------------------|------------|--|
| ①地域資源の発掘<br>共有・活用促進 | 観光資源の精選    | 風物、景色、施設等の多様な要素から西尾市の観光資源を精選整理                           |
|                     | 観光推奨プログラム化 | 地域ごとの資源の特徴を活かしながら、「オール西尾市」として活用可能な資源の選別、資源相互のネットワーク化等を検討 |
| ②新たな観光・交流の拠点づくり     | 主要観光拠点の選定  | 観光交流資源と連携する既存施設の観光拠点としての位置付けの整理                          |
|                     | 移動軸の確保     | 観光ルートを意識した公共交通網の充実                                       |

### ■ 主な役割

| 主な施策              | 関係主体※ |     |    |
|-------------------|-------|-----|----|
|                   | 市民    | 事業者 | 行政 |
| ① 地域資源の発掘・共有・活用促進 | ●     | ●   | ■  |
| ② 新たな観光・交流の拠点づくり  | ▲     | ●   | ●  |

※●：取り組みの中心となる者 ■：実施する取り組みを支援したり、啓発したり、補助したりする者

▲：取り組みの協力者

## 基本施策3 地域ブランドの育成と特産品開発

### ■ 推進施策

#### ① 地域ブランドの普及・拡大

「西尾特産品」のブランドイメージ戦略の検討と、多様なメディアへの発信、イベント等で交流機会を設定します。

#### ② 特産品の発掘・開発

西尾市の多様な「特産品」を精選し、製品の情報化と対外的なPRの実施、「〇〇検定」等の検定制度により認知度を高めます。

#### ③ 地産地消・6次産業化の推進

西尾市の産物を「地域の活性化」に資するものとして、食育の教材として利用することで地産地消の推進を図り、更に食品に付加価値をつけるために、加工食品への活用、開発を充実させ、新たな食資源を発掘します。

### ■ 具体的な取り組み

| 主な施策           | 取り組み           | 概要   |
|----------------|----------------|--|
| ①地域ブランドの普及・拡大  | 「西尾特産」のブランディング | 抹茶やうなぎ等の「西尾特産品」の精選に基づくブランドイメージの検討、既存キャラクターのブラッシュアップ等 |
|                | 販促イベントの開催      | 多様な地域の特産品を意識した物産展などの開催                               |
| ②特産品の発掘・開発     | 西尾特産品の精選       | 数多く存在する「西尾特産品」を再認識、特徴の共有、精選化                         |
|                | 地域教育、啓発活動の実施   | 「西尾ご当地検定」等のプログラム化による西尾特産品に対する普及・啓発活動                 |
|                | PRイベント開催       | 西尾特産品をテーマにしたイベント品評会等の定期開催                            |
| ③地産地消・6次産業化の推進 | 教育現場との連携       | 食育など学校教育現場における西尾特産品の活用                               |
|                | 特産品開発支援        | 生産者や加工業者等に対する特産品開発、コラボ事業等の支援                         |
|                | 西尾特産品普及組織化     | 〇〇生産組合等の一元化・連携による「オール西尾市」としての特産品普及団体の組織化             |

### ■ 主な役割

| 主な施策            | 関係主体※ |     |    |
|-----------------|-------|-----|----|
|                 | 市民    | 事業者 | 行政 |
| ① 地域ブランドの普及・拡大  | ●     | ●   | ■  |
| ② 特産品の発掘・開発     | ▲     | ●   | ●  |
| ③ 地産地消・6次産業化の推進 | ●     | ●   | ■  |

※●：取り組みの中心となる者 ■：実施する取り組みを支援したり、啓発したり、補助したりする者  
▲：取り組みの協力者



## 基本方針2 各地域が一体となって観光客・来訪者を誘客する

### 基本施策4 観光交流圏の形成

#### ■ 推進施策

##### ① 市内を回遊・周遊する観光ルート構築

来訪者が多くの観光資源・施設を回ること、より一層の観光振興が図られるため、多様な消費者のニーズに合わせてテーマを設定し、市内に点在する豊富な観光資源をその内容に合わせ、観光ルートの設定や体験メニューづくりを行います。

また、通年で利用できるルートや季節に応じた楽しみ方ができるルートなど多様な観光ルートの設定、公共交通機関やレンタサイクルなどを利用して市内を歩いて回遊できるような観光ルートづくりを行います。

##### ② 広域的な観光ルートの形成

西尾市だけでなく、三河湾沿岸地域及び西三河地域の市町と連携して、広域的に観光振興に取り組むことで、相乗効果が期待できることから、周辺市町の観光資源と連携し、共通のテーマなどを設定し、三河湾・西三河を巡る観光ルートや体験メニューの開発を行います。

##### ③ 観光開発区域の有効活用

西尾市の観光振興を図るため、指定されている観光開発区域を有効活用していきます。なお、整備に際しては、地域特性に十分配慮し、周辺地域との調和ある発展が図られるようにします。

#### ■ 具体的な取り組み

| 主な施策                | 取り組み                   | 概要  |
|---------------------|------------------------|---|
| ①市内を回遊・周遊する観光ルートの構築 | 観光ルートの設定等観光施設の連携強化     | 市内に点在する観光施設を結ぶ観光ルートを構築、施設間の連携強化                         |
|                     | 歩いて回れる観光ルートの設定         | 車を利用しなくても自転車や徒歩で回遊できる観光ルートを設定                           |
| ②広域的な観光ルートの形成       | 周辺市町と連携したテーマ別の観光ルートづくり | 三河湾沿岸地域や西三河地域の市町と連携し、共通のテーマで地域を周遊できる観光ルートやクーポン券の発行などを検討 |
|                     | 高速道路・空港を発着点とした観光ルートづくり | 高速道路ICやセントレアを発着点とする観光ルートの設定を検討                          |
| ②観光開発区域の有効活用        | 観光開発区域の有効活用            | 指定されている観光開発区域を観光振興のために有効活用                              |

#### ■ 主な役割

| 主な施策                 | 関係主体* |     |    |
|----------------------|-------|-----|----|
|                      | 市民    | 事業者 | 行政 |
| ① 市内を回遊・周遊する観光ルートの構築 | ▲     | ■   | ●  |
| ② 広域的な観光ルートの形成       | ▲     | ●   | ●  |
| ③ 観光開発区域の有効活用        | ▲     | ●   | ●  |

※●：取り組みの中心となる者 ■：実施する取り組みを支援したり、啓発したり、補助したりする者

▲：取り組みの協力

## 基本施策5 魅力ある観光プログラムの創出

### ■ 推進施策

#### ① 着地型・滞在型観光の推進

旅行者を受け入れる側の地域（着地）側が、その地域でお薦めの観光資源を基にした旅行商品や体験プログラムを企画・運営する形態を「着地型観光」と言います。

着地型観光では、地元住民が創意工夫したこだわりの体験などを提供できることから、滞在時間も長くなり、地域住民と来訪者との交流も深まり、リピート率の向上も期待できます。

そこで、西尾市においても、魅力ある豊富な観光資源を活かした着地型観光を推進する組織づくりを促進します。

#### ② 体験・交流プログラムの開発・提供

自然環境や農業等のもつ西尾市の特徴を活かした農業体験や地域の生活体験、また、工場見学・体験など、西尾の生活や歴史、文化が体感できる幅広い体験・交流プログラムを開発することにより、来訪者の選択肢の充実や満足度の向上を図る取り組みを行います。

#### ③ 団体客誘致の展開

団体観光客の誘致のため、観光バスを受け入れる大型駐車場の整備を行うとともに、乗用車での来訪に対する受け入れ体制の強化を図ります。

また、自家用車やバスでの観光に対応するため、駐車場や道路交通網、案内標識等の充実・整備を図ります。

### ■ 具体的な取り組み

| 主な施策              | 取り組み              | 概要                                  |
|-------------------|-------------------|-------------------------------------|
| ①着地型・滞在型観光の推進     | 西尾市観光協会の法人化       | 西尾市観光協会の法人化への移行を検討し、着地型観光を企画・実施     |
| ②体験・交流プログラムの開発・提供 | 体験型プログラムの開発       | 西尾市の魅力を伝える体験プログラムを市民や事業者と連携のもとに開発   |
|                   | 体験観光ルートの開発        | 開発した体験プログラムを共通のテーマでつないだ体験観光ルートを開発   |
| ③団体客誘致の展開         | 主要な観光施設における駐車場の整備 | 主要な観光施設において大型の観光バスの駐車可能な大型駐車場の整備を検討 |

### ■ 主な役割

| 主な施策               | 関係主体※ |     |    |
|--------------------|-------|-----|----|
|                    | 市民    | 事業者 | 行政 |
| ① 着地型・滞在型観光の推進     | ▲     | ●   | ■  |
| ② 体験・交流プログラムの開発・提供 | ●     | ●   | ▲  |
| ③ 団体客誘致の展開         | ▲     | ■   | ●  |

※●：取り組みの中心となる者 ■：実施する取り組みを支援したり、啓発したり、補助したりする者  
▲：取り組みの協力者

## 基本施策6 交通アクセスの充実

### ■ 推進施策

#### ① 公共交通ネットワークの充実

市内の各施設の連携を強化していくために、六万石くるりんバスの運行環境の充実や公共交通機関の再編を通して、市内移動の利便性の向上を図ります。

また、公共交通機関と連携した観光ルートの設定やイベントの実施等を行い、公共交通の利用を促進します。

#### ② 名鉄西尾線・蒲郡線の利用促進

公共交通を利用して西尾市への来訪を促すために、鉄道駅を活用したイベントや駅のイメージアップを図ることで地域を活性化させるとともに、名鉄西尾線・蒲郡線の利用促進を図ります。

#### ③ 自転車の利用促進

来訪者がスムーズに移動し快適に観光を楽しめるよう、レンタサイクルやコミュニティサイクルなど自転車を活用した交通手段について検討します。

### ■ 具体的な取り組み

| 主な施策            | 取り組み           | 概要   |
|-----------------|----------------|--|
| ①公共交通ネットワークの充実  | 公共交通ネットワークの見直し | 地域特性に応じて公共交通網を再編して、移動利便性の向上を図り、公共交通機関が利用しやすい仕組みを構築 |
| ②名鉄西尾線・蒲郡線の利用促進 | 駅を活用したイベントの開催  | 駅を活用してフリーマーケットなどを開催し、鉄道利用を促進                       |
|                 | 駅舎のイメージアップ     | 駅舎をバラで飾ったり、ARアプリを活用したりしてイメージアップし、利用客の増加を検討         |
| ③自転車の利用促進       | レンタサイクルの充実     | 西尾駅、上横須賀駅、吉良吉田駅で実施されているレンタサイクルの拡充・有効利用を検討          |
|                 | コミュニティサイクルの充実  | 借りた場所以外でも返却可能なコミュニティサイクルの導入を検討                     |
|                 | モデルルートの設定      | 市内を自転車で気軽に利用できるモデルルートの設定を検討                        |

### ■ 主な役割

| 主な施策             | 関係主体* |     |    |
|------------------|-------|-----|----|
|                  | 市民    | 事業者 | 行政 |
| ① 公共交通ネットワークの充実  | ▲     | ▲   | ●  |
| ② 名鉄西尾線・蒲郡線の利用促進 | ▲     | ●   | ■  |
| ③ 自転車の利用促進       | ▲     | ●   | ■  |

※●：取り組みの中心となる者 ■：実施する取り組みを支援したり、啓発したり、補助したりする者

▲：取り組みの協力者

## 基本施策7 まつり・イベントの開催

### ■ 推進施策

#### ① 伝統行事・恒例行事の継続・展開

西尾市には、「西尾祇園祭」、「三河一色大提灯まつり」、「ハワイアンフェスティバル」、「鳥羽の火祭り」など地域の伝統や歴史を伝える伝統行事やまつりが数多くあります。これらの行事について、多くの来訪者が参加し、楽しめるように、魅力の向上を促進するとともに、継続して開催できるように支援を行います。

#### ② 新たなまつり・イベントの考案

西尾市では、地域の伝統的なイベントに加え、特産品を活用した食のイベントやオンパク<sup>2</sup>手法を活用した体験型イベントなど、来訪者が気軽に参加し、楽しめる新たなイベントを創出し、その魅力を効果的に伝えることにより、来訪者の増加を図ります。

### ■ 具体的な取り組み

| 主な施策             | 取り組み                  | 概要                                    |
|------------------|-----------------------|---------------------------------------|
| ①伝統行事・恒例行事の継続・展開 | 伝統行事・恒例行事の開催支援        | 地域に根差した伝統行事や観光イベントについて、引き続き開催できるように支援 |
| ②新たなまつりイベントの考案   | 全市が一体となった食イベントの開催     | 食と芸術のイベント『愛知ニシオンナーレ』、『抹茶スイーツ甲子園』などを開催 |
|                  | オンパク手法を活用した体験型イベントの実施 | 体験型イベントであるオンパク手法を活用したイベントの開催          |

### ■ 主な役割

| 主な施策              | 関係主体※ |     |    |
|-------------------|-------|-----|----|
|                   | 市民    | 事業者 | 行政 |
| ① 伝統行事・恒例行事の継続・展開 | ●     | ■   | ■  |
| ② 新たなまつり・イベントの考案  | ▲     | ●   | ■  |

※●：取り組みの中心となる者 ■：実施する取り組みを支援したり、啓発したり、補助したりする者  
▲：取り組みの協力者

<sup>2</sup> オンパク：「温泉泊覧会」の略。「プログラム」と呼ばれる小規模の体験交流型イベントを沢山集めて短い期間に開催し、地域の魅力を再発見し伝えるイベントのこと。近隣では、2012年に「オンパク in 蒲郡」として開催され、2013年は開催地域を三河全域に広げて開催されている。

## 基本方針3 観光の魅力が市民が共有し全国・海外に向けて発信する

### 基本施策8 観光情報の集約・共有

#### ■ 推進施策

##### ① 観光情報の集約・一元化

西尾市観光協会のWEBサイトなどにおいて、西尾市に観光等を目的に訪れる際に必要となる情報を集約して情報発信する地域ポータルサイト<sup>3</sup>の充実を図ります。

提供する観光情報は、観光地や観光施設の紹介・案内のほか、宿泊、飲食、特産品や土産物、交通アクセスなど、必要な地域情報を官民間問わず一元化・共有化し、情報の収集・更新が円滑に随時行われるような仕組みを整えます。また、テーマ別や目的別など来訪者の目線で分かりやすい情報提供に努めます。

##### ② 多様な媒体を活用した観光情報の発信

観光情報ポータルサイトのほかにも、携帯電話やスマートフォン向けサイトなど電子媒体や市広報紙の活用、観光情報誌・パンフレットなどの紙媒体、テレビ・ラジオなどの放送媒体など、多様な媒体を効果的に活用した観光情報の発信を行います。

また、鉄道駅や道の駅などの交通結節点や観光施設、宿泊施設などにおいても、関係事業者と連携し、効果的な情報発信を行います。

情報発信においては、Wi-Fiなどの情報通信技術を活用して、わかりやすく利便性の高い情報提供に努めるとともに、多言語表記等にも配慮します。

#### ■ 具体的な取り組み

| 主な施策                | 取り組み              | 概要   |
|---------------------|-------------------|--|
| ① 観光情報の集約・一元化       | 観光情報ポータルサイトの充実    | 西尾市観光協会のWEBサイトを西尾市観光情報のポータルサイトとして充実          |
|                     | テーマ別・目的別等に観光情報の発信 | 季節、来訪目的、来訪者のターゲットなど、テーマ別や目的別に観光情報を発信         |
| ② 多様な媒体を活用した観光情報の発信 | 電子媒体を通じた情報発信      | 携帯電話やスマートフォン向けサイトの充実、観光案内情報端末の運用             |
|                     | 紙媒体を通じた情報発信       | 市広報紙の効果的な活用、観光情報誌・パンフレットの作成、新聞や雑誌などへの情報発信の充実 |
|                     | 放送媒体を通じた情報発信      | テレビ、ラジオなど放送媒体への情報発信の充実、メディア取材の対応・受入態勢等の充実    |
|                     | 宿泊施設を通じた情報発信      | 滞在客や再来訪客などタイプ別観光客のニーズを想定した情報発信の充実            |
|                     | 鉄道・バスにおける観光情報の提供  | 鉄道駅やバス停留所、道の駅等における観光情報の発信、車内アナウンスの充実         |
|                     | Wi-Fiの推進          | 交通拠点、観光施設、商業施設などのWi-Fi利用環境の整備と利用可能箇所の情報提供    |
|                     | 多言語表記・対応の充実       | 各種媒体での情報発信時における多言語・多文化への対応                   |

#### ■ 主な役割

| 主な施策                | 関係主体* |     |    |
|---------------------|-------|-----|----|
|                     | 市民    | 事業者 | 行政 |
| ① 観光情報の集約・一元化       | ▲     | ■   | ●  |
| ② 多様な媒体を活用した観光情報の発信 | ▲     | ●   | ●  |

※●：取り組みの中心となる者 ■：実施する取り組みを支援したり、啓発したり、補助したりする者

▲：取り組みの協力者

<sup>3</sup> ポータルサイト：様々なWebサイトへとつなげる玄関口となるWebサイトのこと。

## 基本施策9 戦略的な観光プロモーション

### ■ 推進施策

#### ① PR・イメージ戦略の展開

西尾市の対外的なイメージ向上、市民のまちへの愛着と誇りの醸成に向け、本市の観光の魅力を磨き、幅広く周知・浸透を図るシティプロモーション<sup>4</sup>の取り組みを推進します。

また、このようなシティプロモーションの取り組みと連動しながら、観光PRキャラクターの活用や充実、観光DVDの充実、フィルムコミッションの活用、教育旅行をはじめ国内外での誘致宣伝活動なども実施します。

#### ② 県や周辺市町・事業者と連携した観光プロモーション

多様化する観光ニーズに応え、厳しさを増す都市間・圏域間競争に対応していくため、西尾市単独での観光振興にとどまらず、蒲郡市・田原市などの三河湾沿岸地域や岡崎市・安城市・碧南市などの西三河地域の市町との連携、国や県の支援・連携のもとで、各地域の資源を相互に補完・利用して観光客の広域的な受け入れの拡大を目指す広域観光の推進を図ります。また、鉄道事業者との連携のもとで観光キャンペーンを展開します。

### ■ 具体的な取り組み

| 主な施策                       | 取り組み             | 概要  |
|----------------------------|------------------|---|
| ① PR・イメージ戦略の展開             | シティプロモーションの推進    | 西尾市のPR・イメージ戦略を総合的に展開するシティプロモーションを推進                               |
|                            | 観光PRキャラクターの活用・充実 | 既存の7つのPRキャラクターの効果的な活用<br>西尾市全体をPRするキャラクターの検討                      |
|                            | 観光PR用DVDの製作・充実   | 西尾市の観光をPRするDVDの製作・効果的な活用  |
|                            | フィルムコミッションの活用    | 映画のロケ地の誘致などフィルムコミッションを推進  |
|                            | 国内外での誘致宣伝活動の実施   | セントレアを利用した来訪など、国内各地やアジア地域を中心とした海外での誘致宣伝活動の実施、大規模な会議やイベントの誘致など     |
|                            | 教育旅行の誘致宣伝活動の実施   | 市内宿泊施設、教育・文化施設、体験施設などと連携して教育旅行の誘致宣伝活動の実施                          |
| ② 県や周辺市町・事業者と連携した観光プロモーション | 広域観光の推進          | 蒲郡市・田原市などの三河湾沿岸地域や岡崎市・安城市・碧南市などの西三河地域の市町との連携による広域観光「GoGo三河湾事業」の推進 |
|                            | 観光キャンペーンの展開      | 鉄道事業者と連携した観光キャンペーンの実施   |

### ■ 主な役割

| 主な施策                       | 関係主体※ |     |    |
|----------------------------|-------|-----|----|
|                            | 市民    | 事業者 | 行政 |
| ① PR・イメージ戦略の展開             | ▲     | ▲   | ●  |
| ② 県や周辺市町・事業者と連携した観光プロモーション | ▲     | ●   | ●  |

※●：取り組みの中心となる者 ■：実施する取り組みを支援したり、啓発したり、補助したりする者

▲：取り組みの協力者

<sup>4</sup> シティプロモーション：地域の魅力を創造・再発見し、それを地域内外へと情報発信することで、観光客や転入者増や地域住民の誇りや郷土愛の醸成をはかる取り組みのこと。

## 基本施策 10 観光案内機能の充実

### ■ 推進施策

#### ① 観光案内・サイン等の整備・魅力化

市内各地の交通結節点や主要な観光施設等においては、観光客や利用者等が目的地へ円滑に移動し、安心して気軽に観光や施設利用をすることができるように観光案内やサイン等の整備・充実を図ります。

なお、観光案内やサイン等の整備にあたっては、景観や町並みとの調和にも留意した西尾市らしい統一的なデザインに配慮するとともに、多言語表記等の機能充実を図ります。

#### ② 観光案内所・案内機能の充実

名鉄西尾駅構内の西尾市観光協会が運営する西尾観光案内所を観光情報サービスの総合窓口として位置付け、ソフト・ハード両面において、観光情報提供の一層の充実化を図り、西尾市における観光案内の拠点としていきます。

また、市内各地の交通結節点や主要な観光施設等においても、施設等の実情を勘案しつつ案内機能の充実に向けた取り組みを促進します。

### ■ 具体的な取り組み

| 主な施策              | 取り組み                   | 概要  |
|-------------------|------------------------|---|
| ①観光案内・サイン等の整備・魅力化 | 案内・サイン等の整備             | 交通結節点や主要な観光施設等への動線における案内・サイン等の設置            |
|                   | 統一したデザインによる案内・サイン等の魅力化 | 西尾市らしい統一的なデザインによる案内・サイン等への改良                |
|                   | 多言語表記・対応の充実            | 西尾観光案内所における多言語・多文化への対応、観光情報・観光案内・サイン等の多言語表記 |
| ②観光案内所・案内機能の充実    | 西尾観光案内所の充実             | 西尾観光案内所の利用促進と観光案内拠点としての情報提供機能の拡大            |
|                   | 観光情報の提供場所の拡大           | 交通結節点や主要な観光施設等における観光情報を入手できる場所の拡大           |

### ■ 主な役割

| 主な施策               | 関係主体※ |     |    |
|--------------------|-------|-----|----|
|                    | 市民    | 事業者 | 行政 |
| ① 観光案内・サイン等の整備・魅力化 | ▲     | ▲   | ●  |
| ② 観光案内所・案内機能の充実    | ▲     | ▲   | ●  |

※●：取り組みの中心となる者 ■：実施する取り組みを支援したり、啓発したり、補助したりする者  
▲：取り組みの協力者

## 基本方針4 市民・地域・事業者・行政が一体となって観光客をもてなす

### 基本施策 11 西尾の観光を支える人づくり

#### ■ 推進施策

##### ① 市民・事業者等のまちへの誇り・愛着やおもてなし意識の醸成

何度でも西尾市に来てもらうためには、各施設の魅力を向上させていくだけでなく、地域の人々と接して、充実した時間を過ごしてもらうことが大切です。

そのためには、市民や事業者が観光客に対して「おもてなし」の意識をもって接していくことが重要となります。そのため、市民からのアイデア等を聴く機会、市民が本市の観光資源を知り、見直し学ぶ機会等をつくることで、市民・事業者のまちへの愛着と誇り、おもてなし意識の醸成を図ります。

##### ② 観光を支える担い手の育成

現在活躍しているボランティアガイド組織が活動しやすいよう積極的に支援するとともに、今後、更にボランティアガイドが増えるよう、人材育成の機会の創出を行います。また、ボランティア育成講座等の開催を通じて、おもてなしの心を醸成させ、人材を育成することで、多様化する観光客へのサービス向上を図ります。

##### ③ 次代の観光の担い手の育成

西尾市に住む子どもたちが、本市の歴史や文化について理解を深め、自らのまちを誇りに思えるように、学校関係者と連携し、子どもへの学習機会を創出することで、次代の観光産業を担う人材の育成を行います。

#### ■ 具体的な取り組み

| 主な施策                          | 取り組み          | 概要                                    |
|-------------------------------|---------------|---------------------------------------|
| ①市民・事業者等のまちへの誇り・愛着やおもてなし意識の醸成 | 市民向け観光講座の開催   | 市民向けに、市の文化・歴史や観光資源などの知識を深めるための講座を開催   |
|                               | 市民向けガイドツアーの開催 | 実際に市内の観光資源を見て学習するガイドツアーを開催            |
| ②観光を支える担い手の育成                 | おもてなし隊の育成     | ボランティアガイドや体験インストラクターなど来訪者をもてなす人材を育成   |
|                               | おもてなしマニュアルの作成 | 来訪者に西尾市の魅力を十分に伝えられるように、おもてなし隊マニュアルを作成 |
| ③次代の観光の担い手の育成                 | 子ども向け観光学習会の開催 | まちの誇りや郷土を愛する心を育むために、子ども向けの観光講座を開催     |
|                               | 啓発冊子の発行       | 子ども向けに、市の文化・歴史や観光資源などの知識を深める冊子を発行     |

#### ■ 主な役割

| 主な施策                           | 関係主体* |     |    |
|--------------------------------|-------|-----|----|
|                                | 市民    | 事業者 | 行政 |
| ① 市民・事業者等のまちへの誇り・愛着やおもてなし意識の醸成 | ▲     | ■   | ●  |
| ② 観光を支える担い手の育成                 | ▲     | ▲   | ●  |
| ③ 次代の観光の担い手の育成                 | ▲     | ▲   | ●  |

※●：取り組みの中心となる者 ■：実施する取り組みを支援したり、啓発したり、補助したりする者

▲：取り組みの協力者



## 基本施策 12 担い手をつなぐ仕組みづくり

### ■ 推進施策

#### ① 観光関連団体・事業者等によるネットワークの構築

宿泊施設・飲食店・観光施設・道の駅等など観光関連団体・事業者等が独自で行っている取り組みをつなげ、相乗効果を創出するためのネットワークを構築します。

#### ② 観光振興活動への支援

西尾市の観光振興に寄与する様々な取り組みや連携強化を図るとともに、これからの本市の観光を担う新たな動きを積極的に支援します。

### ■ 具体的な取り組み

| 主な施策                     | 取り組み                | 概要   |
|--------------------------|---------------------|--|
| ①観光関連団体・事業者等によるネットワークの構築 | 西尾市観光戦略推進協議会(仮称)の設置 | 観光関連事業者や団体、行政などで組織する「観光戦略推進協議会(仮称)」を設置し、協働で施策を推進 |
|                          | 観光分野に取り組む市民活動団体との連携 | 観光振興に携わるNPOなどの市民活動団体等と連携し情報を共有                   |
| ②観光振興活動への支援              | 各種イベント等の開催支援        | 市内における各種イベントや市民活動などについて支援                        |

### ■ 主な役割

| 主な施策                      | 関係主体※ |     |    |
|---------------------------|-------|-----|----|
|                           | 市民    | 事業者 | 行政 |
| ① 観光関連団体・事業者等によるネットワークの構築 | ●     | ●   | ●  |
| ② 観光振興活動への支援              | ▲     | ●   | ■  |

※●：取り組みの中心となる者 ■：実施する取り組みを支援したり、啓発したり、補助したりする者  
▲：取り組みの協力者

## 基本施策 13 観光推進体制の充実

### ■ 推進施策

#### ① 観光協会・庁内観光推進体制の充実

西尾市観光協会が、西尾市の観光振興を主導する役割を担う核となるように、法人化への移行を検討し、組織、機能の強化、充実を図ります。

また、観光施策の推進にあたっては、庁内関係部局との連携を充実させます。

#### ② 地域間交流の促進

観光を振興していく上では、西尾市だけでなく周辺市町と連携して、三河湾沿岸地域や西三河地域の魅力を向上していくことが効果的です。そのため、周辺市町の観光資源と連携し、観光ルートの開発や観光ツアー体験メニューの拡充、新しいイベントの共同開催など、地域間の交流を促進していきます。

#### ③ 広域連携体制の強化

国や県が実施している観光の取り組みや、共通のテーマ・資源を持つ他市町と連携した共通テーマのサミットの開催など、広域的な連携体制を強化します。

### ■ 具体的な取り組み

| 主な施策              | 取り組み              | 概要   |
|-------------------|-------------------|--|
| ①観光協会・庁内観光推進体制の充実 | 西尾市観光協会の法人化       | 西尾市観光協会の法人化への移行を検討                         |
|                   | 庁内観光推進体制の充実       | 庁内の関連部局との連携を充実                             |
| ②地域間交流の促進         | 周辺市町と連携したPRの実施    | 三河湾沿岸地域や西三河地域でパンフレットを作成するなど、周辺市町と連携したPRを実施 |
|                   | スタンプラリー等の開催       | 周辺自治体と合同でイベントやスタンプラリーを開催し、広域的な相互交流を推進      |
| ③広域連携体制の強化        | 県内外におけるテーマ別の連携の検討 | 共通の資源をもつ他市町村とのテーマ別の観光交流サミットの開催などを検討        |

### ■ 主な役割

| 主な施策               | 関係主体* |     |    |
|--------------------|-------|-----|----|
|                    | 市民    | 事業者 | 行政 |
| ① 観光協会・庁内観光推進体制の充実 | ▲     | ●   | ●  |
| ② 地域間交流の促進         | ▲     | ■   | ●  |
| ③ 広域連携体制の強化        | ▲     | ■   | ●  |

※●：取り組みの中心となる者 ■：実施する取り組みを支援したり、啓発したり、補助したりする者

▲：取り組みの協力者

# 5

## アクションプラン

西尾市観光基本計画で特に重点的に取り組むものを4つのアクションプランとして位置付け、シティプロモーションとして展開していきます。

社会情勢の変化と時代の潮流を踏まえ、西尾市観光基本計画において、特に重点的に取り組む必要があると考えられる4つのプロジェクトについてアクションプランを設定し、オール西尾市として戦略的かつ効果的なシティプロモーション活動をしていきます。

|  |   |
|--|---|
| 西尾をまるごとPR<br>『ビジュアルプロモーション』<br>プロジェクト    | 各種媒体を利用して、西尾の魅力を伝えるビジュアルプロモーションを展開します。                                  |
| 西尾の多彩な魅力を満喫<br>『体験・交流プログラム』<br>プロジェクト    | 西尾市の豊富な資源を活かした体験・交流プログラムを開発・提供し、体感してもらうことで、何度でも訪れたい西尾市づくりを進めます。         |
| 西尾の食や物産の魅力を再発見<br>『食による地域活性化』<br>プロジェクト  | オール西尾市で食イベントなど「西尾の食を全国・世界へ向けてアピール」する取り組みを展開し、食育活動や地産地消による観光のまちづくりを進めます。 |
| 西尾の観光まちづくりを支える<br>『おもてなしの人づくり』<br>プロジェクト | 観光おもてなし大学の設置やガイドツアーの開催を通じて、市民のおもてなし意識を向上させるとともに、まちへの愛着心や誇りを育てます。        |

図 基本方針、基本施策とアクションプランの対応

| 基本方針                                 | 基本施策             | アクションプラン       |              |             |              |
|--------------------------------------|------------------|----------------|--------------|-------------|--------------|
|                                      |                  | 『ビジュアルプロモーション』 | 『体験・交流プログラム』 | 『食による地域活性化』 | 『おもてなしの人づくり』 |
| 【方針1】<br>多様な地域の特性を活かした観光資源の魅力を磨く     | ①観光資源の保全と整備・改善   |                |              |             |              |
|                                      | ②新たな観光資源の発掘・育成   |                |              |             |              |
|                                      | ③地域ブランドの育成と特産品開発 |                |              |             |              |
| 【方針2】<br>各地域が一体となって観光客・来訪者を誘客する      | ④観光交流圏の形成        |                |              |             |              |
|                                      | ⑤魅力ある観光プログラムの創出  |                |              |             |              |
|                                      | ⑥交通アクセスの充実       |                |              |             |              |
|                                      | ⑦まつり・イベントの開催     |                |              |             |              |
| 【方針3】<br>観光の魅力を市民が共有し全国・海外に向けて発信する   | ⑧観光情報の集約・共有      |                |              |             |              |
|                                      | ⑨戦略的な観光プロモーション   |                |              |             |              |
|                                      | ⑩観光案内機能の充実       |                |              |             |              |
| 【方針4】<br>市民・地域・事業者・行政が一体となって観光客をもてなす | ⑪西尾の観光を支える人づくり   |                |              |             |              |
|                                      | ⑫担い手をつなぐ仕組みづくり   |                |              |             |              |
|                                      | ⑬観光推進体制の充実       |                |              |             |              |

## 重点 I

# 西尾をまるごとPR『ビジュアルプロモーション』プロジェクト

### 取り組み概要

西尾市は合併により、三河湾や佐久島といった海の資源、抹茶やうなぎ、アサリ、えびせんべいといった食の資源、そして、西尾市歴史公園、愛知こどもの国、いきものふれあいの里など遊ぶ資源など、多種多様な観光資源を有することとなりました。しかし、現状では、これらの観光資源は、相互の連携が十分でないため、合併による相乗効果が出ていません。

そこで、多種多様な観光資源を一括して電子媒体を活用して紹介し、見るだけで本市に来たくなるような観光情報を提供していきます。また、ARアプリによる道案内をすることで、市内の観光施設に立ち寄りをしてもらえるようにしていきます。

本市への来訪手段は、主に自家用車となっていますが、交流人口の増加を図っていくためには、公共交通の充実が欠かせないことから、公共交通の利用促進を図ることも狙いとしています。

### 取り組み内容

#### ① 電子媒体やARアプリを活用した観光情報の発信

西尾市に興味をもつていただくために、電子媒体を活用して、より多くの人々に見るだけで西尾市に来たくなるような情報を発信するとともに、観光施設のネットワーク化を図ります。また、ARアプリを使用する際の道案内やARアプリを誰でも利用できるように、主要施設で情報端末機器の借用ができる仕組みを構築します。

#### 【ARで提供するコンテンツ案】

##### テーマ別の観光ルートの提供

- ・「食」や「歴史」などとテーマに沿った様々なコースを用意し、ARで道案内できるようにする。
- ・各スポットの利用料金や営業時間なども提供する。

##### 観光スポットの情報提供

- ・風景や施設など壁紙として配信サービスをする。
- ・見るだけで来たくなるような観光資源の情報提供をする。
- ・イベント、キャラクターを紹介する。

ARアプリとは、拡張現実技術のことで、現実空間から（ポスター等）から情報を読み取り、スマホなどの画面に現実にはないモノや情報を写す仕組みのこと

#### 【事例：MapFan eye】

アプリを入れておけば、スマホをかざすだけでその先に徒歩ルートが見える。



出典：http://www.mapfan.com/iphone/ar/

#### ② 鉄道駅を利用したイベントの開催やイメージアップ

公共交通を利用して西尾市への来訪を促すために、鉄道駅を活用したイベントや駅のイメージアップを図ります。

#### 【駅を活用したイベント】

##### にしがま線の駅周辺でのイベント

- ・こだわりの一品の販売や地域の特産品の販売とその他のイベントを同時開催
- ・西尾だけでなく他市と共同で観光PRをする。

#### 【駅のイメージアップ方策】

##### にしがま線の駅をバラで飾りイメージアップ

- ・にしがま線沿線を西尾市の花であるバラで飾り、利用客のアップを図る。
- ・沿線の市民にバラでの緑化を呼びかけ、市民ボランティアで作り管理をしていく。

### ③ PRキャラクターの効果的な活用

西尾市には、まーちゃを始めとして各地域の観光資源や特産品などにちなんだPRキャラクターが7体ありますが、単独での活動が多く、一体として効果的な活用が十分にされていません。

今後は、既存のキャラクターを効果的に活用できるように「PRキャラクター活用戦略」を企画し、7体が1つのチームとなってPR活動をしていきます。

また、必要に応じて、本市の観光や特産品などを効果的にPRできるキャラクターを創作することも検討します。

## 取り組み主体の役割

|        |   |
|--------|---|
| 市 民    | <ul style="list-style-type: none"> <li>・身近な情報収集及び提供</li> <li>・ARアプリ等を積極的に利用し、市内外の方にPR</li> <li>・公共交通の積極的な利用</li> <li>・停留所付近の清掃やバラを育てるボランティア活動</li> </ul>                        |
| 事業者・団体 | <ul style="list-style-type: none"> <li>・施設や団体の情報を提供</li> <li>・他の施設・団体情報の案内</li> <li>・イベント情報など、定期的な情報の提供</li> <li>・協賛広告等で運営に協力</li> <li>・バラを使ったお土産等の開発・販売</li> </ul>             |
| 行 政    | <ul style="list-style-type: none"> <li>・情報発信の手段（AR等）や運営の検討・開発</li> <li>・発信する情報の収集・取りまとめ</li> <li>・公共交通の見直し、駐車場整備、レンタサイクルの検討</li> <li>・鉄道業者との連携</li> <li>・バラ苗・資材購入の補助</li> </ul> |

## 取り組みスケジュール

| 取り組み                             | H26   | H27        | H28  | H29 | H30 |
|----------------------------------|-------|------------|------|-----|-----|
| <b>① 電子媒体やARアプリを活用した観光情報の発信</b>  |       |            |      |     |     |
| 1) 情報発信手段の検討                     | 手段の検討 |            |      |     |     |
| 2) 情報発信手段の開発と運営方法の検討             |       | 開発・運営方法の検討 |      |     |     |
| 3) 情報発信                          |       |            | 情報発信 |     |     |
| <b>② 鉄道駅を利用したイベントの開催やイメージアップ</b> |       |            |      |     |     |
| 1) イベントの企画、イメージアップ方策の検討          | 詳細検討  |            |      |     |     |
| 2) イベント等の実施                      |       | イベント実施     |      |     |     |
| <b>③ PRキャラクターの効果的な活用</b>         |       |            |      |     |     |
| 1) キャラ活用戦略の立案                    | 戦略立案  |            |      |     |     |
| 2) 効果的・積極的なキャラ活用の実践              |       | キャラの活用     |      |     |     |

取り組み概要

西尾市には、観るだけでなく、その良さを体験し、実感できる観光資源が数多くあります。しかし、現状では、これらの観光資源を実際に体験できるメニュー・プログラムは限られており、その魅力を十分に活かしているとは言えない状況となっています。

本市への来訪客を増やしていくためには、様々なターゲットの多様なニーズを想定し、豊富な観光資源を活かした西尾市らしい体験メニューを開発し、充実させていくことが必要です。そこで、各資源の特徴を活かした本市の魅力を実感できる滞在型の体験メニュー・プログラムを開発・提供していきます。

また、体験メニュー・プログラムを満喫できる観光ルートを設定し、何回も訪れてみたくなる観光のまちづくりを進めます。

取り組み内容

① 西尾を満喫する体験・交流プログラムの開発

|                  |   |
|------------------|---|
| 1) 観光資源の抽出       | ●西尾市の魅力を十分に活かした体験・交流プログラムを作るため、市民や事業者と連携のもと観光資源を抽出する。 |
| 2) 来訪者ニーズの把握     | ●来訪者アンケート調査やインターネット調査等を通して観光客の観光ニーズを把握する。             |
| 3) 体験・交流プログラムの開発 | ●来訪者のニーズを踏まえ、抽出した観光資源をもとに体験・交流プログラムを開発する。             |
| 4) インストラクター等の育成  | ●開発した体験・交流プログラムを案内するインストラクターを育成する。                    |

【開発する体験メニュー例】

|                         |                          |                |
|-------------------------|--------------------------|----------------|
| <b>三河湾を満喫する体験メニュー</b>   |                          |                |
| ●トンボロ干潟の学習会             | ●無人島ツアー                  | ●釣り・潮干狩り       |
| ●ハワイアンフェスティバル           | ●三ヶ根山ハイキング               |                |
| ●シーカヤック・ボート             |                          | など             |
| <b>佐久島を満喫する体験メニュー</b>   |                          |                |
| ●佐久島散歩体験                | ●SAKU ROCK               | ●海岸掃除ヨガ        |
| ●弘法アートめぐり               | ●佐久島を美しくする会のボランティア活動への参加 | など             |
| <b>歴史・文化を満喫する体験メニュー</b> |                          |                |
| ●抹茶の石臼挽き体験              | ●豆タタミづくり体験               | ●味噌蔵見学と味噌料理づくり |
| ●酒蔵・みりん工場見学             | ●着物で抹茶体験                 | ●吉良公ゆかりの史跡めぐり  |
| ●塩作り体験                  | ●西尾のいろいろなまつりを体験          | など             |
| <b>ファミリーで楽しめる体験メニュー</b> |                          |                |
| ●こどもの国での親子メニュー          | ●いきものふれあいの里での自然観察・体験     | など             |

② 体験・交流プログラムを巡る観光ルートの開発

|               |  |
|---------------|--|
| 1) 観光ルートの開発   | ●開発した体験・交流プログラムを巡る観光ルートを開発する。                            |
| 2) 観光ルート情報の提供 | ●体験観光ルートマップを作成し、観光施設等で配布する。<br>●ARアプリなど、スマホを活用した情報提供を行う。 |

## 取り組み主体の役割

|        |   |
|--------|---|
| 市 民    | <ul style="list-style-type: none"> <li>・体験メニュー・プログラムの考案</li> <li>・体験観光コースの考案</li> </ul>                           |
| 事業者・団体 | <ul style="list-style-type: none"> <li>・体験メニュー・プログラムの考案及び実施</li> <li>・体験観光コースの考案</li> <li>・インストラクターの育成</li> </ul> |
| 行 政    | <ul style="list-style-type: none"> <li>・体験メニュー・プログラムの考案の支援</li> <li>・体験ガイドマップ等情報発信手段の検討</li> </ul>                |

## 取り組みスケジュール

| 取り組み                          | H26       | H27        | H28           | H29            | H30          |
|-------------------------------|-----------|------------|---------------|----------------|--------------|
| <b>① 西尾を満喫する体験・交流プログラムの開発</b> |           |            |               |                |              |
| 1) 観光資源の抽出                    | →<br>詳細検討 | →<br>資源の抽出 | →<br>随時、資源を追加 | →              | →            |
| 2) 来訪者ニーズの把握                  | →<br>詳細検討 | →<br>ニーズ把握 |               |                |              |
| 3) 体験・交流プログラムの開発              |           |            | →<br>メニューの開発  |                |              |
| 4) インストラクター等の育成               |           |            | →<br>詳細検討     | →<br>育成開始      | →            |
| <b>② 体験・交流プログラムを巡る観光ルート開発</b> |           |            |               |                |              |
| 1) 観光ルートの開発                   |           |            |               | →<br>観光ルート開発   |              |
| 2) 観光ルート情報の提供                 |           |            |               | →<br>情報提供方法の検討 | →<br>情報提供の開始 |

取り組み概要

西尾市には、抹茶やうなぎ、アサリなど、魅力ある食資源が豊富にあるにもかかわらず、こうした食資源を活用した魅力ある料理や特産品の開発・提供が市全体の取り組みとしては、十分に行われていません。また、市民への理解や愛着と誇りの醸成、市外への周知・PRの観点からも十分な取り組みには至っていません。

そのため、西尾にしかない地産地消のオリジナルメニューを開発するなど「西尾の食の魅力づくり」を行うとともに、食育活動を通して市民の食への理解を深めていきます。

また、オール西尾市としての食イベントなど「西尾の食を全国・世界へ向けてアピール」する取り組みを展開します。

取り組み内容

① 西尾の食の魅力づくり

- |                       |   |
|-----------------------|---|
| 1) 西尾にしかない食の提供方法の実践   | <ul style="list-style-type: none"> <li>●生産者と加工業者・飲食店などが一緒に取り組める仕組みをつくる。</li> <li>●鮮度の良いものを地元で提供できるようにする。</li> </ul>   |
| 2) 食材を加工し情報発信する仕組みづくり | <ul style="list-style-type: none"> <li>●6次産業化や農商工連携の取り組みを進める。</li> <li>●情報のポータルサイトをつくり積極的な情報発信を行う。</li> </ul>   |
| 3) 西尾独自のオリジナルメニューの開発  | <ul style="list-style-type: none"> <li>●特徴あるテーマ設定による地産地消の食づくりの取り組みを進める（「にしおかず」の提案、饗庭塩を使ったメニューづくり、蔵スイーツなど）。</li> <li>●市民目線で重点的に取り組むべきものを見極める（市民投票制度など）。</li> </ul> |

② 西尾の食の基盤の充実

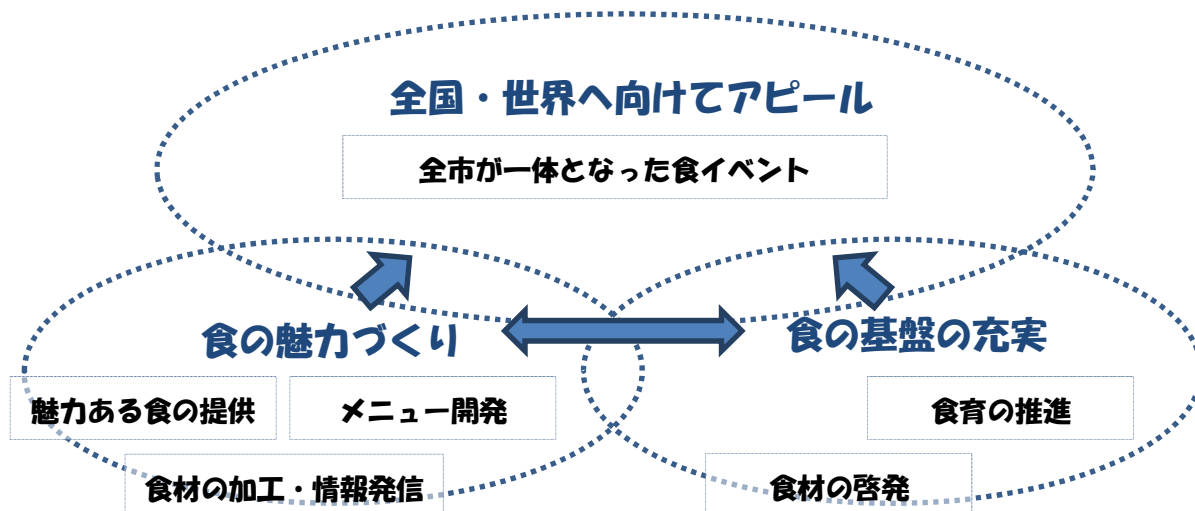
- |             |   |
|-------------|---|
| 1) 食育の推進    | <ul style="list-style-type: none"> <li>●中学生などと一緒に学ぶ“地産地消・食育カリキュラム”を作成する。</li> <li>●市内の食の専門家や生産者などが講師となって食育を行う。</li> <li>●塩づくりなどの学生向けの体験プログラムを提供する。</li> </ul> |
| 2) 西尾の食材の啓発 | <ul style="list-style-type: none"> <li>●数多くある全国トップクラスの西尾の食材を知る機会を充実する。</li> <li>●西尾市独自のブランド制度をつくる(市民や料理人が評価を行う)。</li> </ul>                                   |

③ 西尾の食を全国・世界へ向けてアピール

- |                    |  |
|--------------------|--|
| 1) オール西尾市としての食イベント | <ul style="list-style-type: none"> <li>●ちょっとこだわった食と芸術のイベント『愛知ニシオンナーレ』、『抹茶スイーツ甲子園』などを開催する。</li> </ul> |
|--------------------|--|



## ■ 取り組みのイメージ



## 取り組み主体の役割

|        |  |
|--------|--|
| 市 民    | <ul style="list-style-type: none"> <li>・西尾の「食」を知る⇒口コミで広める</li> <li>・企画やイベントに関心をもち積極的に参加</li> </ul>                                     |
| 事業者・団体 | <ul style="list-style-type: none"> <li>・西尾の「食」のことを教える（まちの先生の役割）</li> <li>・特色ある「食（生産物など）」を情報登録・発信</li> <li>・市民が参加しやすいしかけをつくる</li> </ul> |
| 行 政    | <ul style="list-style-type: none"> <li>・給食での地産地消の推進（学校と観光協会が連携）</li> <li>・情報のプラットフォームを充実、積極的な情報発信</li> <li>・メディア戦略の推進</li> </ul>       |

## 取り組みスケジュール（主な取り組み）

| 取り組み                                | H26        | H27    | H28            | H29      | H30        |
|-------------------------------------|------------|--------|----------------|----------|------------|
| ①-2) 情報発信・PR<br>食材を加工し情報発信する仕組みづくり  | ポータルサイト作成  |        |                |          |            |
|                                     | 食情報の基盤づくり  |        | ポータルサイトによる情報発信 |          |            |
| ②-1) 食育の推進                          | 詳細検討       |        |                | 食育授業給食活用 |            |
|                                     | 詳細検討       |        |                | 中学生の職場体験 |            |
| ③-1) オール西尾市としての食イベント<br>(愛知ニシオンナール) | 実行委員会設立・運営 |        |                |          |            |
|                                     |            | プレイベント | 開催<br>(3年毎)    | アフターイベント | 実行委員会設立・運営 |

## 取り組み概要

西尾市の観光の魅力を来訪者に十分に伝えていくためには、市民がおもてなしの心を持って接していくことが大切となります。

「おもてなし」体制の充実を図るためには、まず、市民が本市のことを知り、愛着をもち、好きになることから始め、最終的には、市民一人ひとりが本市を誇りに思い続けることのできる仕組みが必要です。

そのため、市内の観光資源を知る機会、次代を担う子どもが観光について学ぶ機会等をつくり、本市の観光振興に携わるおもてなし隊の育成を行います。

## 取り組み内容

## ① 来訪者をもてなす「おもてなし隊」の育成

## 1) おもてなし隊の育成

- 市内の体験メニューや施設情報にも精通したおもてなしができるおもてなし隊を育成する。
- おもてなし隊は、観光ガイドや体験プログラムのインストラクター、保存会や民話を伝える語り部など、西尾市の魅力を伝える人に参加してもらい、隊員内での知識を共有する。

## ② 市民のおもてなし意識の向上

## 1) おもてなし大学によるおもてなし講座の開催

- 市民を対象とした、西尾おもてなし大学を開校する。
- 学校では、おもてなし隊や、市内に在住の住民や団体を講師として、各分野の講座を開催する。
- 講座の受講者が来訪者に対してガイドが行えるように実務的な技術・知識を学べる内容とする。
- 夏季休暇中など、まちの誇りや郷土を愛する心を育むために、子ども向けの観光講座を開催する。

## 2) 市民向けガイドツアーの開催

- 市民向けにおもてなし隊によるガイドツアーを実施し、西尾市の歴史や文化などを学ぶ機会を創出し、市民のおもてなし意識の醸成を図る。

## 3) 外国人へのおもてなしの充実

- 2020年に開催される東京オリンピックに向けて、外国語での情報発信（パンフレット、ホームページなど）を充実するとともに、市民一人ひとりが英語を学ぶなど、外国人を温かく迎え入れることのできる、おもてなしの環境づくりを進める。

## ③ おもてなし体制の強化

## 1) 西尾市観光協会の法人化

- 西尾市観光協会が観光振興を主導する役割を担う核となるように、法人化への移行を検討し、組織、機能の強化、充実を図る。

## 取り組み主体の役割

|        |  |
|--------|--|
| 市 民    | <ul style="list-style-type: none"> <li>・おもてなし隊への登録</li> <li>・おもてなし大学への参加</li> <li>・ガイドツアーへの参加と来訪者へのおもてなし</li> </ul>  |
| 事業者・団体 | <ul style="list-style-type: none"> <li>・おもてなし隊への登録</li> <li>・おもてなし大学の設置</li> <li>・おもてなし大学講師やガイドツアーへの協力</li> <li>・おもてなしの意識・スキルの向上（旅館・店舗の人が英語を学ぶなど）</li> </ul> |
| 行 政    | <ul style="list-style-type: none"> <li>・おもてなし大学の支援</li> <li>・おもてなし隊の育成</li> <li>・おもてなし隊やガイドツアーへの協力</li> <li>・西尾市観光協会の法人化検討・移行支援</li> </ul>                   |

## 取り組みスケジュール

| 取り組み                    | H26   | H27       | H28                | H29         | H30 |
|-------------------------|-------|-----------|--------------------|-------------|-----|
| ① 来訪者をもてなす「おもてなし隊」の育成   |       |           |                    |             |     |
| 1) おもてなし隊の育成            | 詳細検討  | 隊の結成・勉強   | おもてなし隊によるおもてなし     |             |     |
| ② 市民のおもてなし意識の向上         |       |           |                    |             |     |
| 1) おもてなし大学によるおもてなし講座の開催 | 詳細検討  | 開講準備      | 講座の実施              |             |     |
| 2) 市民向けガイドツアーの開催        |       | 詳細検討      | モニターツアーの実施         | ガイドツアーの定期開催 |     |
| 3) 外国人へのおもてなしの充実        | プラン作成 | 外国語での情報発信 | オリンピックに向けて取り組みを進める |             |     |
| ③ おもてなし体制の強化            |       |           |                    |             |     |
| 1) 西尾市観光協会の法人化          | 詳細検討  |           | 移行準備               | 法人化         |     |

# 6

## 推進方策

西尾市観光基本計画の推進体制・見直し等の進捗管理について整理します。

### 1 多様な主体による観光施策の推進

西尾市観光基本計画に位置付けた施策を推進していくためには、市民や観光関連事業者・団体、行政の役割を明確にし、協働で実施していく必要があります。

#### ○市民の役割

- ・市民は、西尾市のことをよく知り、自らのまちに愛着と誇りを持ち、市の魅力を来訪者に伝える主役です。
- ・観光推進のための活動に主体的に参画し、市の魅力とPRに積極的に取り組んでいくことが求められます。
- ・市民一人ひとりが来訪者をおもてなしする心で接することが求められます。

#### ○観光関連団体・事業者の役割

- ・観光関連団体・事業者は、西尾市の観光推進の主体的役割を担います。
- ・本市の観光振興の主体的役割を担っている自覚を高め、行政や市民と連携協力のもと、観光産業の創出・振興を図っていくことが求められます。

#### ○行政の役割

- ・西尾市は、観光地等の整備運営や情報発信など、様々な観光振興施策の取り組みの実施に対して、支援を行っていきます。
- ・また、庁内関係各部課の連携はもとより、国・県をはじめ関係市町や関係機関、市民及び観光関連団体・事業所との協議・調整を図りながら、観光振興施策を実施していきます。

## 2 推進体制の確立

西尾市観光基本計画の推進にあたっては、庁内関係部局の連携体制を強化するとともに、公的機関と事業者・団体・市民などから構成される協議会の設置についても検討を行います。

### ① 庁内関係部局との連携

観光施策の推進にあたって、交通、福祉、都市計画、教育など多様な関連部局との連携し、オール西尾市で推進していくとともに、庁内関係部局との連携を強化していきます。

### ② 西尾市観光戦略推進協議会（仮称）の設置検討

西尾市観光基本計画を推進するには、行政に加え、観光関連事業者や団体、市民が一体となり協働で取り組んでいくことが効果的であるため、それらで組織する「観光戦略推進協議会（仮称）」の設置を検討します。

また、「観光戦略推進協議会（仮称）」では、本計画の進捗状況を確認していきます。

## 3 進捗管理

西尾市観光基本計画に基づく施策の実施に際しては、10年間(平成26年度～35年度)を計画期間とし、前期5年(平成26年度～30年度)と後期5年(平成31年度～35年度)とに分け、前期5年間の終了時点で事業の検証と見直しを行います。

前期は、アクションプランとして、具体的な事業を設定し、実施可能なものから実施していきます。後期については、前期事業の進捗状況や社会情勢の変化などを考慮し事業を実施していきます。

計画の進行管理には、PDCAサイクルを構築し、Check-Actionの機能としての行政評価を実施し、行政資源の効果的な配分を行います。