

第2章 西尾市の観光推進に向けた現状と課題

2-1 西尾市の現状

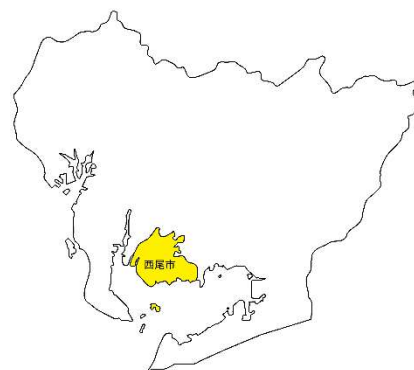
(1) 西尾市の位置・地勢

西尾市は、愛知県の南部に位置し、矢作川流域に位置し、東部に標高 348.8mの三ヶ根山などの山々が連なっています。また、南は三河湾を臨み、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。

六万石の城下町として歴史的な史跡や名所が点在し、西尾祇園祭をはじめ、伝統的な祭りや芸能も多く伝えられています。

また、海・山・川に囲まれた豊かな自然環境の中で、三ヶ根山や三河湾に浮かぶ佐久島を含む一帯は三河湾国定公園に指定され、名勝となっています。

地域に根ざした多様な文化と農・工・商のバランスのとれた産業が育まれています。特に、西尾市は自動車関連産業の発展とともに成長を続ける一方で、日本有数の生産量を誇る抹茶(てん茶)やカーネーション、養殖ウナギ、アサリなど農水産物が生産されています。



(2) 交通

国道 23 号が市の北東部を通り、国道 247 号が三河湾沿岸を通っており、鉄道は、名鉄西尾線・蒲郡線が市域の南北を通り、名古屋方面から蒲郡方面を結んでいます。

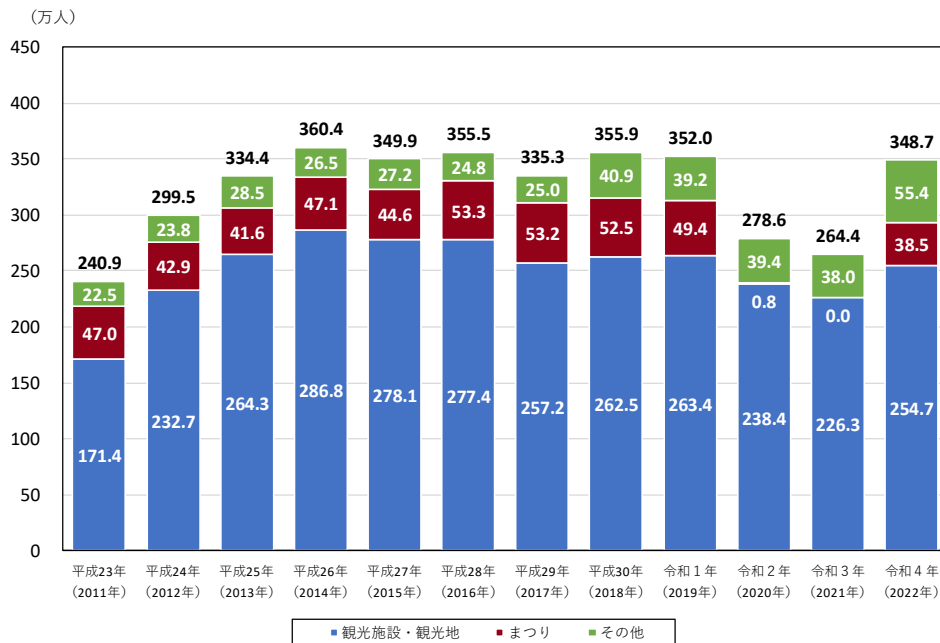
バス網では、路線バス(名鉄東部交通バス)、ふれんどバス(旧名鉄三河線代替バス)、六万石くるりんバス・いっちゃんバス(コミュニティバス)が運行し、おでかけタクシー「いこまいカー」が運行しています。

さらに、離島航路として、一色港から佐久島へ 1 日 7 便の渡船が運行しています。

(3)観光客の動向

観光入込客数の動向をみると、令和4年は約348万人となっています。新型コロナウイルス感染症拡大による外出抑制もあり、令和2年と令和3年は減少傾向になっていましたが、コロナ禍前の数値に回復しつつあります。

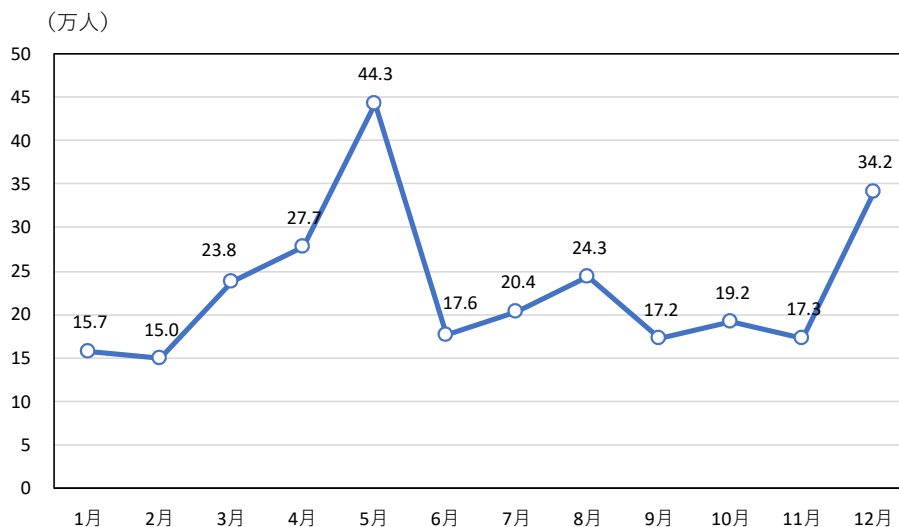
図表1 西尾市の観光入込客数の推移



資料：西尾市観光文化振興課 調べ

令和4年の月別の観光入込客数(観光施設・観光地のみ)をみると、ゴールデンウィークとなる5月が最も多く、約44.3万人となっており、特に憩の農園、一色さかな広場、愛知こどもの国、道の駅にしお岡ノ山に多くの方が訪れています。一方、2月が15.0万人と最も少なくなっています。

図表2 月別観光客入込客数の推移

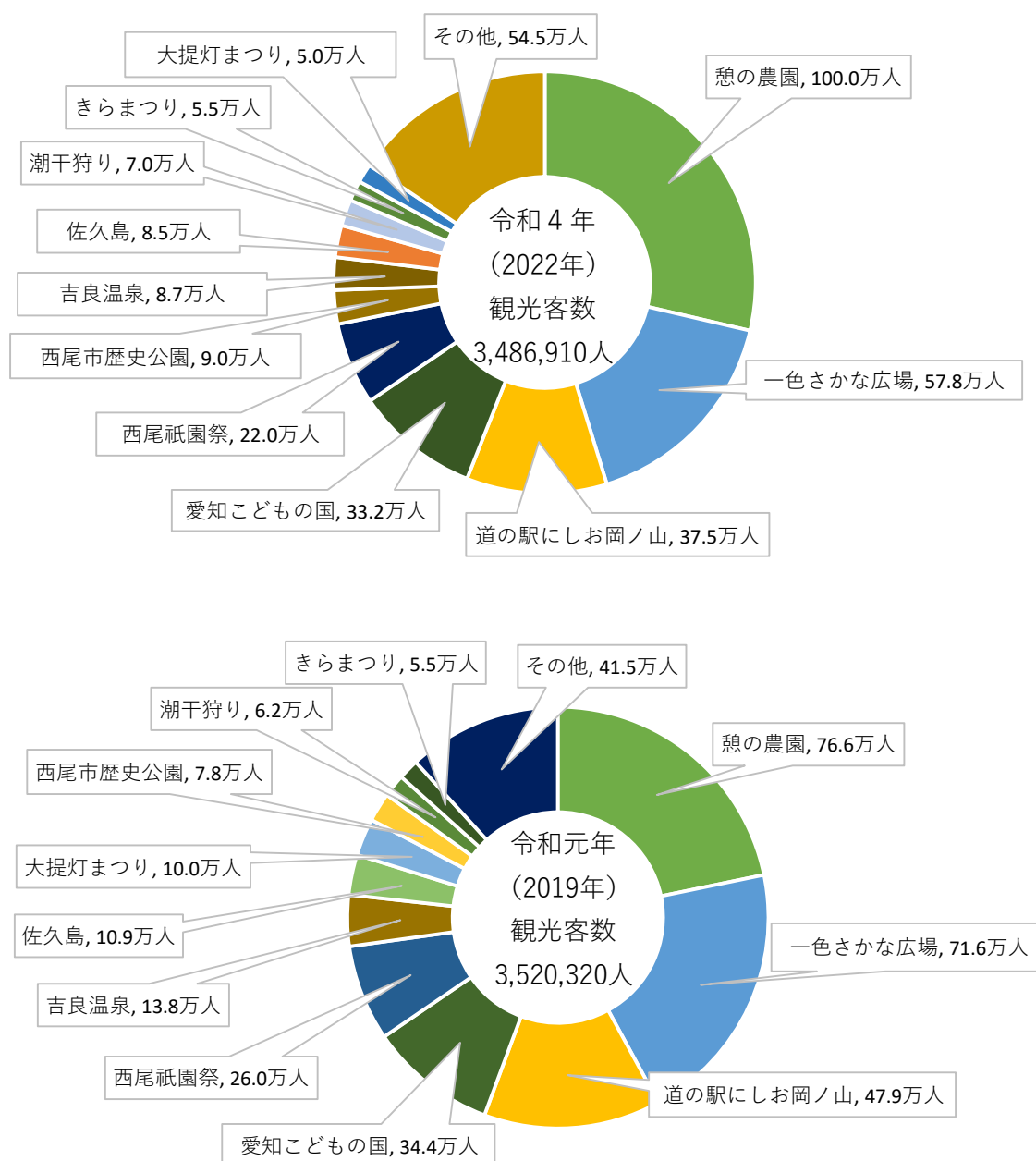


資料：愛知県観光レクリエーション利用者統計

令和4年の観光入込客数をみると、最も観光入込客数が多いのが「憩の農園」の約100.0万人、次いで「一色さかな広場」の約57.8万人、「道の駅にしお岡ノ山」の約37.5万人となっており、農産物や海産物、お土産物の購入が中心の施設になっており、この3つの施設で全体の56.0%を占めています。

令和元年の観光入込客数をみると、「憩の農園」が約76.6万人、「一色さかな広場」が約71.6万人、「道の駅にしお岡ノ山」が約47.9万人となっています。

図表3 観光客入込客数の推移(令和4年と令和元年)



資料:西尾市観光文化振興課 調べ

2-2 主要観光スポットの状況・課題

(1) おでかけウォッチャーによる観光スポット分析

西尾市の主要な観光スポットで来訪者数の多い施設等について、「おでかけウォッチャー」を使用し、令和4年1月1日から令和4年12月31日までの1年間の来訪者数等の状況を把握するとともに、それぞれのスポットが抱える課題について整理しました。

道の駅にしお岡ノ山	
スポットの特徴	<ul style="list-style-type: none"> ○道の駅にしお岡ノ山は、六万石城下町「西尾」をコンセプトに造られた道の駅で、国道23号岡崎バイパスにある休憩施設。地元の物産品の販売、軽食コーナー、地域情報や観光行事の案内などを行っている。 ○来訪者は5月、8月に多く、60歳代、50歳代の男性が多い。 ○来訪者は西尾市内からが約21%を占め、西尾市を除く愛知県内が約60%と、愛知県内だけで約80%を占める。 ○道の駅にしお岡ノ山には前後に立ち寄る施設として道の駅筆柿の里・幸田が16.0%を占め、次いで憩の農園、一色さかな広場が多く、道の駅をはじめとする買い物などを目的に周遊している人が多い。
スポットの課題	<ul style="list-style-type: none"> ○道の駅にしお岡ノ山は、平成21年に設置されているが、国道23号を通行するドライバーの利用が多い。そのため、駐車場利用者が多くいつも満車状態になっている。 ○また、物販施設、飲食施設ともに手狭であり、消費額を高めていくためにも駐車場、物販、飲食の機能を拡充していくことが求められる。
憩の農園	
スポットの特徴	<ul style="list-style-type: none"> ○令和4年12月にリニューアルした「憩の農園ファーマーズガーデン」は、西尾市特産の植木や苗木、花苗などから各種園芸用品まで幅広く取り揃えている。また、栽培方法やガーデニングなどに関する専門的なアドバイスも行っている。 ○来訪者はバラの開花シーズンである4月、5月に多く、また、60歳代女性、60歳代男性、50歳代女性が多い。 ○来訪者は西尾市内からが約45%、西尾市を除く愛知県内が約53%と、愛知県内だけで約98%を占める。 ○憩の農園には前後に立ち寄る施設としてうなぎ屋、一色さかな広場、道の駅、あおいパークなど、飲食や買い物などを目的に周遊している人が多い。
スポットの課題	<ul style="list-style-type: none"> ○憩の農園は令和4年12月にリニューアルオープンしたことで、バラ園がなくなり、これまでの4月～5月に多くあった来訪者に変化が予想されるが、農産物や花卉、園芸用品の購入などで一人あたりの消費額を高めていけるようにすることが求められる。 ○また、特産品の販売コーナーをお土産の買い物スポットとして、積極的にPRしていくことが求められる。

一色さかな広場	
スポットの特徴	<ul style="list-style-type: none"> ○新鮮な魚介をはじめとする海産物が並ぶショッピング通りやレストラン、特産品のうなぎ、えびせんべいなどを販売する直売店が軒を連ねる。 ○来訪者は5月が多く、また、60歳代、50歳代の女性、50歳代、60歳代の男性、30歳代の女性が多い。 ○来訪者は西尾市を除く愛知県内が約74%、西尾市内が約13%と、愛知県内だけで約87%を占める。 ○一色さかな広場には前後に立ち寄る施設として憩の農園、道の駅、蒲郡オレンジパークなど、買い物、体験などを目的に周遊している人が多い。
スポットの課題	<ul style="list-style-type: none"> ○一色さかな広場は多くの来訪者があり、最近では飲食店を誘致して飲食と物販の一体的な消費を促している。一方、鮮魚の購入は滞在しながら周遊する観光客にとっては購入を控える傾向があるため、飲食や体験機能など、その場で楽しめるような機能を充実していくことが求められる。 ○また、船乗り場など周辺施設との連携により、多くの人が土産品を購入できる環境整備が求められる。
西尾市歴史公園	
スポットの特徴	<ul style="list-style-type: none"> ○西尾のシンボル「西尾城」の一部を復元し、六万石の城下町の新たな歴史文化の発信地としたもの。緑に映える本丸丑寅櫓の瓦、数寄屋風の旧近衛邸、趣向を凝らした京風庭園の尚古荘、抹茶ラボ西尾伝想茶屋店などが周辺に建ち並ぶ。 ○来訪者は5月、4月、7月に多く、また、50歳代女性、50歳代男性、60歳代女性が多い。 ○来訪者は西尾市内からが約59%、西尾市を除く愛知県内が約35%と、愛知県内だけで約93%を占める。 ○西尾市歴史公園には前後に立ち寄る施設として近隣に立地する西尾市資料館、尚古荘などの歴史・文化に関わる施設を周遊している人が多い。また、道の駅、一色さかな広場、憩の農園などの買い物施設などへの立ち寄りも多い。
スポットの課題	<ul style="list-style-type: none"> ○西尾市歴史公園は「西尾城」を一部復元した施設であるが、歴史的な価値を高めるためにも周辺の町並みも含めた景観保全・整備などを行っていくことが求められる。

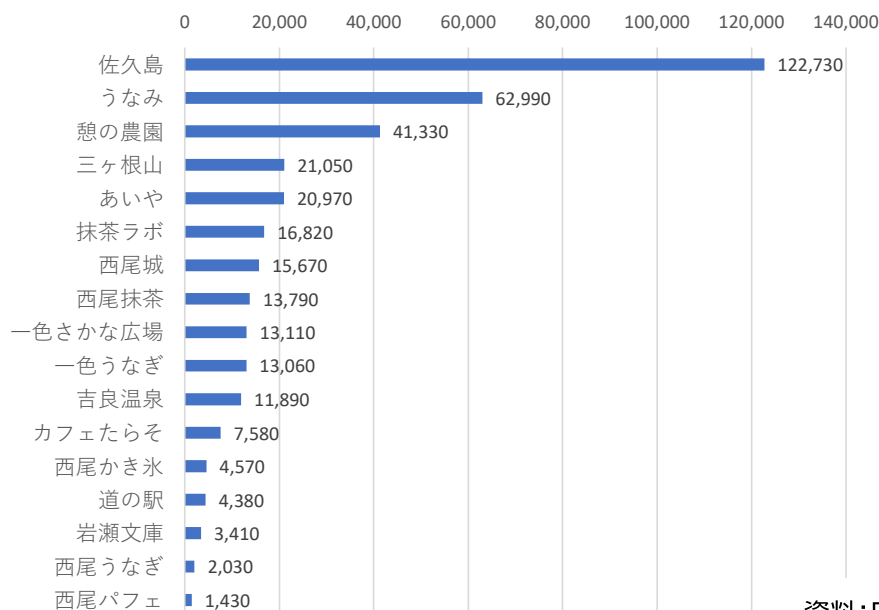
愛知こどもの国	
スポットの特徴	<p>○東幡豆町の三河湾国定公園内に位置し、「あさひが丘」と「ゆうひが丘」の2つの山からなる自然を生かした大規模な児童総合遊園として、昭和49年に開園。バーベキューが楽しめるキャンプ施設、ハイキングコース、遊具広場、ぼうけん広場、芝生広場、本物の蒸気機関車(こども汽車)やゴーカートなどの乗り物がある。平成26年度から地元団体であるNPO法人フロンティア西尾が指定管理者として施設の管理運営を行っている。</p> <p>○来訪者は5月に多く、また30歳代の男性と女性など子育て世代が多い。</p> <p>○来訪者は西尾市を除く愛知県内が約71%、西尾市内からが約21%と、愛知県内だけで約92%を占める。</p> <p>○愛知こどもの国には前後に立ち寄る施設として市内外の宿泊施設が多く、特に蒲郡市内の観光施設への立ち寄りが多い。</p>
スポットの課題	<p>○愛知こどもの国は、愛知県政100周年を記念して「こどもと自然との対話、こどもとこどもの対話、こどもと親との対話」をテーマに昭和49年に開園し、約50年経過し、施設の老朽化が進んでおり、今後は施設の再整備や管理運営方法の改善などを考えていくことが求められる。</p>

なお、西尾市の主要観光スポットである上記の「道の駅にしお岡ノ山」、「憩の農園」、「一色さかな広場」、「西尾市歴史公園」、「愛知こどもの国」の5施設での周遊状況をみると、「憩の農園⇔一色さかな広場」、「憩の農園⇔道の駅にしお岡ノ山」の農産物、海産物などの特産品などの買い物や飲食などを目的に周遊している人が多いことがうかがえます。

(2)DS.INSIGHTによる検索キーワード分析

Yahoo!データソリューションが開発・提供している新しいネットリサーチ&キーワード分析ツールであるDS.INSIGHTを使用し、西尾市で検索されたキーワードをみると、「佐久島」、「うなみ」、「憩の農園」の検索数が多いことがわかります。

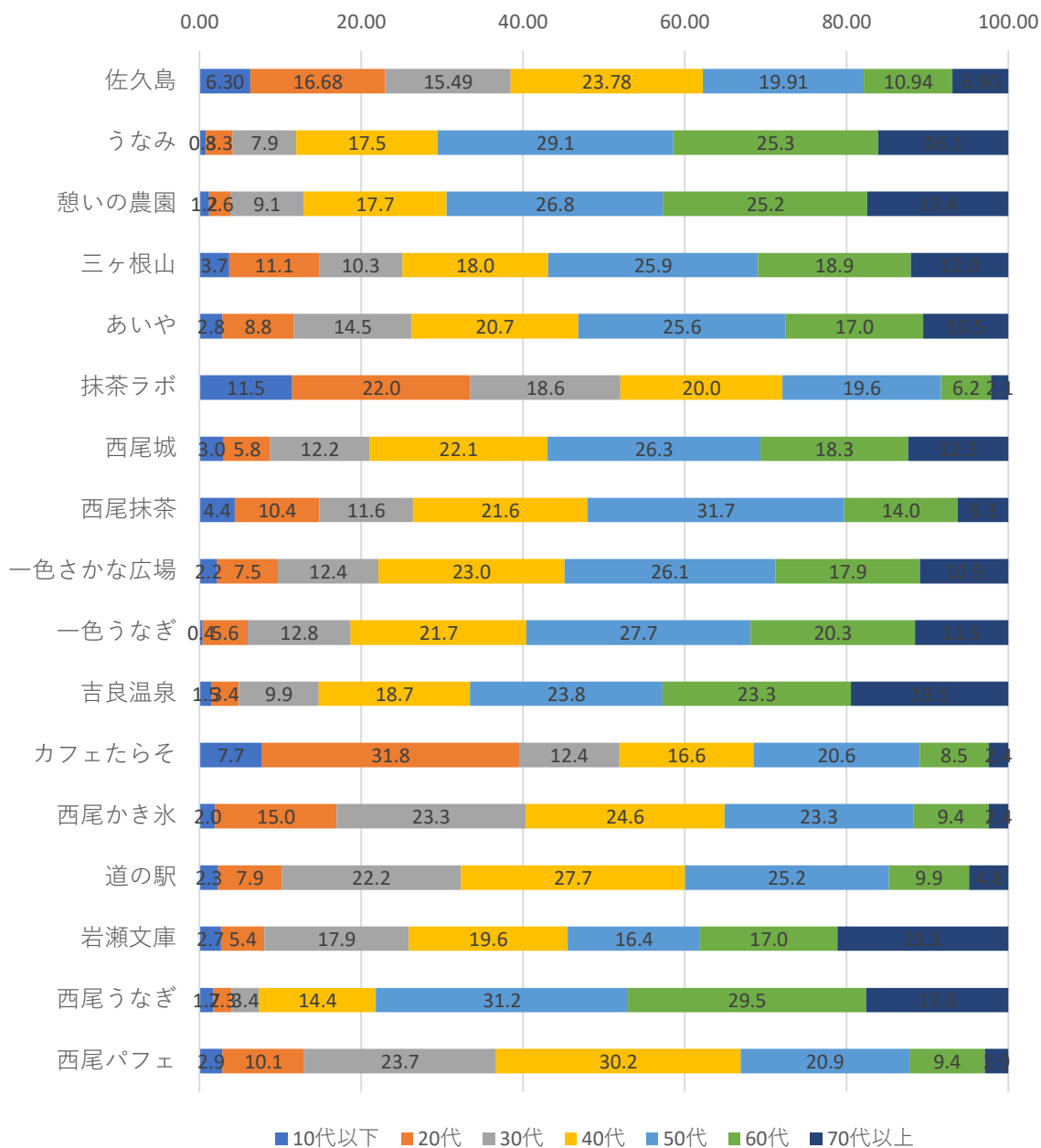
図表4 西尾市で検索されたキーワード



資料:DS.INSIGHT

年齢別でみると、10歳代で割合が高いのが「抹茶ラボ」、20歳代で高いのが「カフェたらそ」、30歳代では「西尾パフェ」、40歳代では「西尾パフェ」、50歳代、60歳代では「西尾うなぎ」、70歳以上では「吉良温泉」の割合が高くなっています。

図表5 西尾市で検索されたキーワード【年齢別】



資料:DS.INSIGHT

2-3 来訪者調査の結果

本計画を策定するため、西尾市への観光客に対し、来訪のきっかけや移動手段、観光資源の評価や認知度、観光ルート、消費・飲食等の行動をたずね、観光客のニーズや動向を分析しました。

(1) 調査概要

令和5年5月の調査実施期間中に下記の調査地点を訪問した観光客を対象に実施し、合計1,192件の回答を得ました。

図表6 来訪者調査の回答数【調査地点別】

西尾市 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
200件	201件	200件	200件	202件	189件

(2) 調査結果

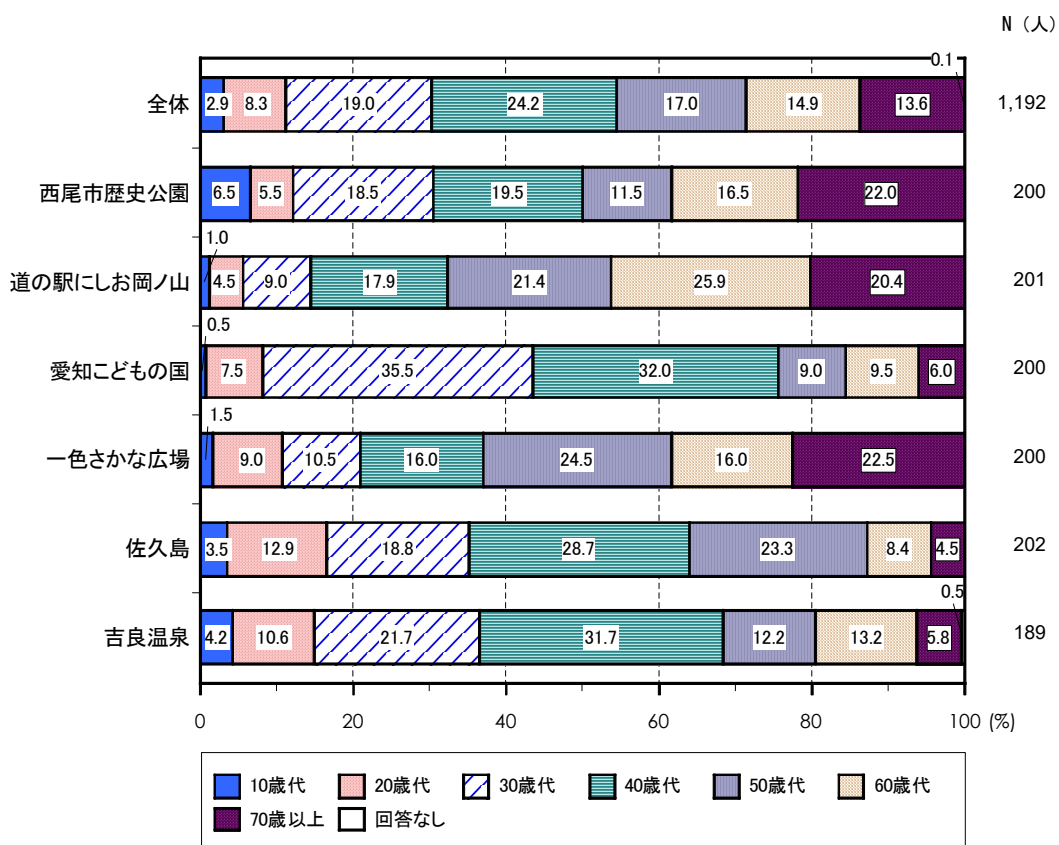
■性別

男性が45.6%、女性が54.4%となっています。

■年齢

最も多いのは「40歳代」で24.2%、次いで「30歳代」で19.0%、「50歳代」17.0%となっています。

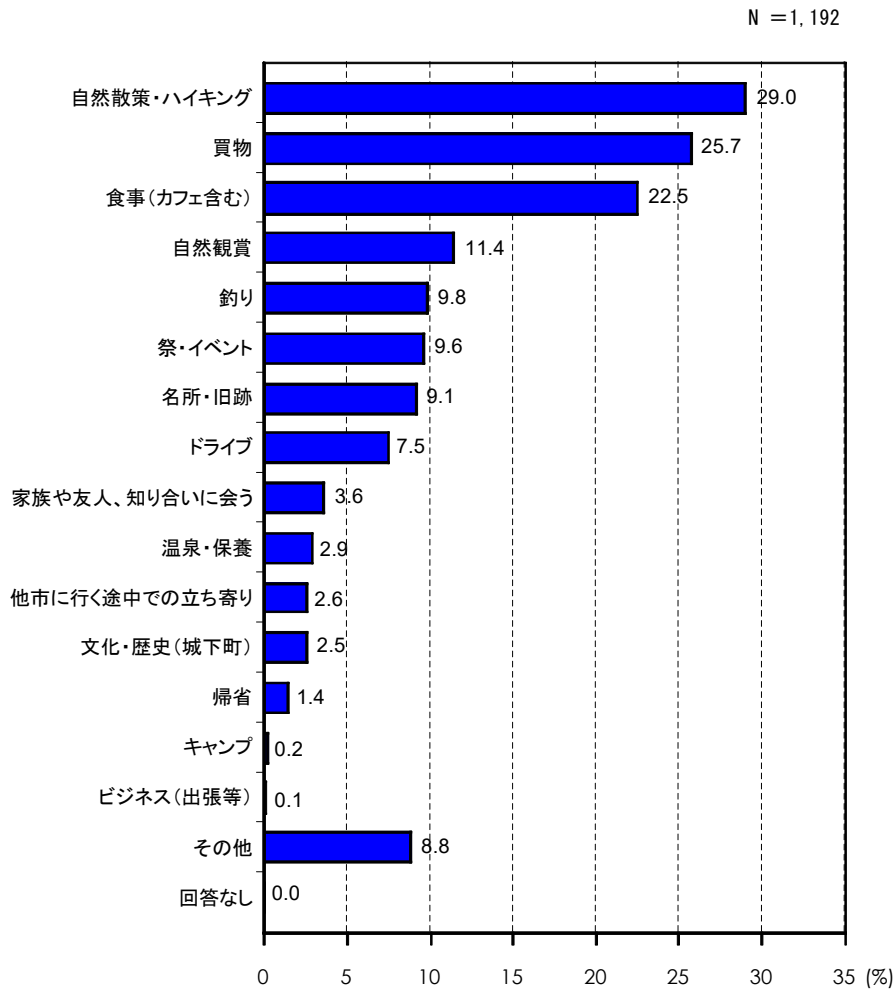
図表7 回答者の年齢【調査地点別】



■訪問目的

最も多いのは「自然散策・ハイキング」で 29.0%、次いで「買物」で 25.7%、「食事(カフェ含む)」が 22.5%となっています。

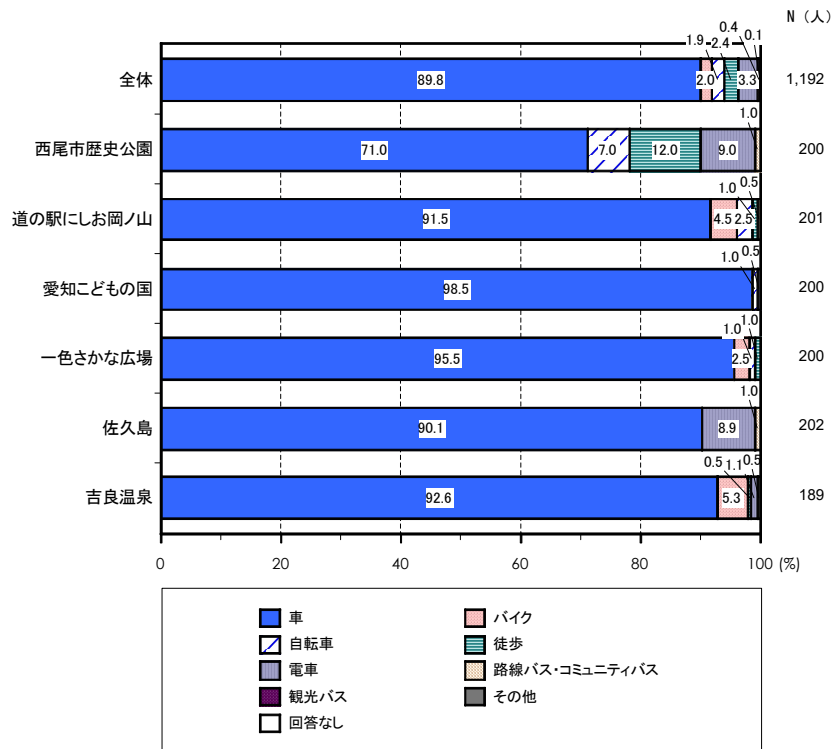
図表8 訪問目的



■ 来訪手段

最も多いのは「車」で全体のおおよそ9割を占めています。

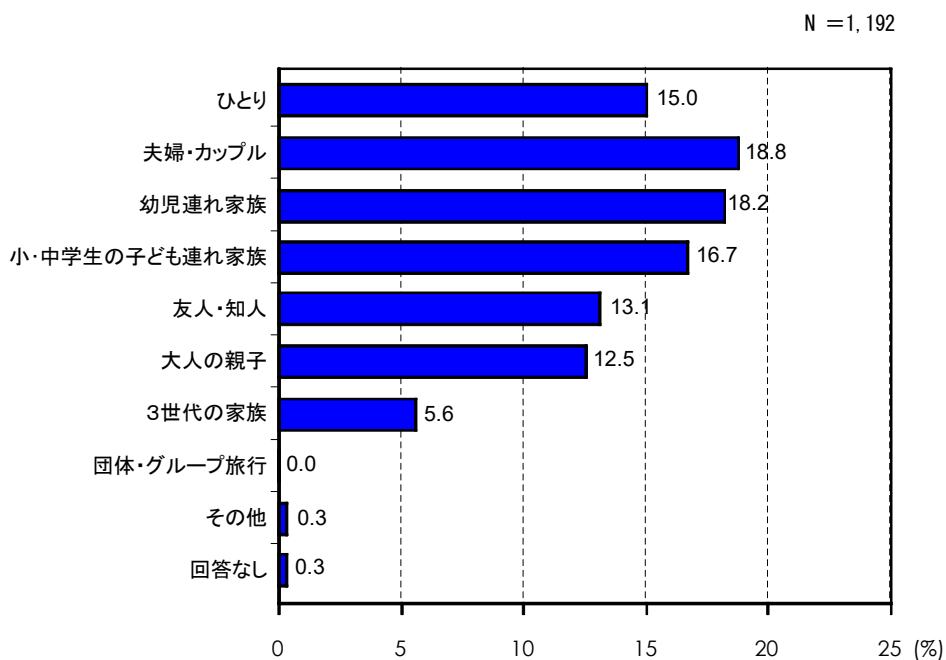
図表9 来訪手段



■ 同伴者

最も多いのは「夫婦・カップル」で18.8%、次いで「幼児連れ家族」で18.2%、「小・中学生の子ども連れ家族」が16.7%となっています。

図表10 同伴者



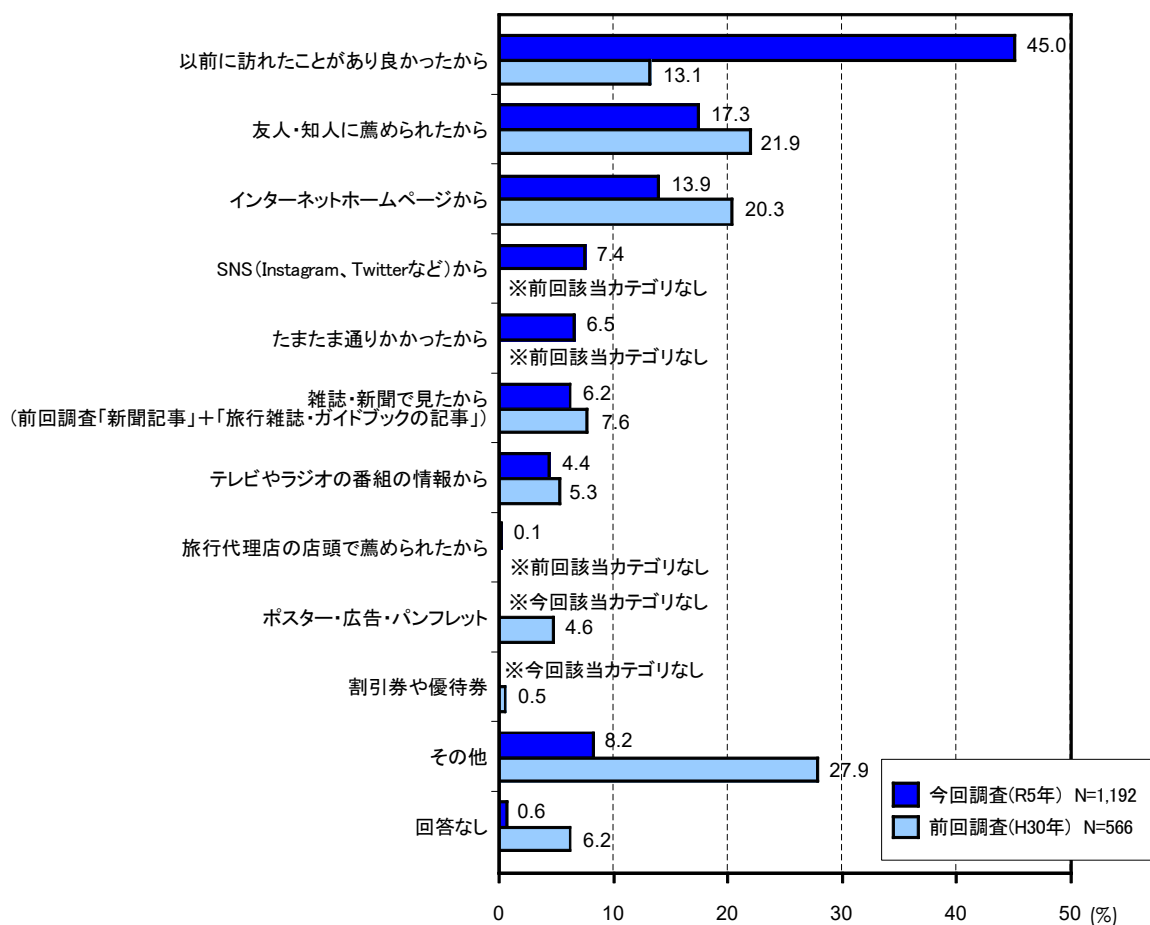
■来訪のきっかけ

最も多いのは「以前に訪れたことがあり良かったから」が45.0%、次いで「友人・知人に薦められたから」で17.3%、「インターネットホームページから」が13.9%となっています。

前回調査に比べて、「以前訪れたことがあり良かったから」が13.1%から45.0%へと31.9ポイント高くなっています。

一方で、「インターネットホームページから」と「友人・知人に薦められたから」は、それぞれ6.4ポイントと4.6ポイント低くなっています。

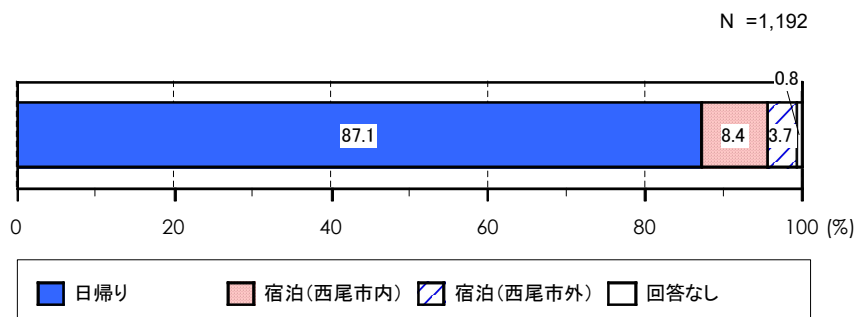
図表11 来訪のきっかけ



■日帰り or 宿泊

「日帰り」が 87.1%、「宿泊(西尾市内)」が 8.4%、「宿泊(西尾市外)」が 3.7%となっています。

図表12 日帰り or 宿泊



■西尾市内での観光消費額(中央値)

市内での観光消費額をみると、宿泊費は 20,000 円、施設利用費は 1,500 円、市内交通費は 440 円、土産代は 3,000 円、飲食費は 3,000 円、その他は 1,800 円となっています。

図表13 観光消費額(中央値)

項目	全体	日帰り	宿泊(西尾市内)
宿泊費	20,000 円	—	20,000 円
施設利用料	1,500 円	1,500 円	2,000 円
市内交通費	440 円	440 円	1,660 円
土産代	3,000 円	2,750 円	5,000 円
飲食費	3,000 円	3,000 円	6,000 円
その他	1,800 円	1,550 円	4,000 円

■西尾市内の満足度

最も満足度が高いのは、「まちなみ・雰囲気」で 77.6%、次いで「食事」70.9%、「利用した施設やお店での接客・サービス」が 70.5%となっています。

総合的な満足度は、77.0%となっており、前回調査と比較して 25.2 ポイント高くなっています。

図表14 西尾市内の満足度

項目	満足度の回答割合※1	平成 30 年 (参考)
まちなみ・雰囲気	77.6%	65.2%
観光施設(箇所)や催事の楽しさ	65.8%	55.3%
西尾市に来るまでのアクセスのしやすさ	66.4%	59.0%
西尾市内での移動のしやすさ	61.6%	54.8%
道路案内など案内標識のわかりやすさ	60.9%	53.2%
利用した施設やお店での接客・サービス	70.5%	64.0%
食事	70.9%	58.0%
買い物・土産物	61.5%	51.8%
宿泊施設	16.1%※2	22.1%
観光に関する情報の入手のしやすさ	60.7%	45.9%
総合的な満足度	77.0%	51.8%

※1:「満足度の回答割合」は、「満足」と「やや満足」の合計

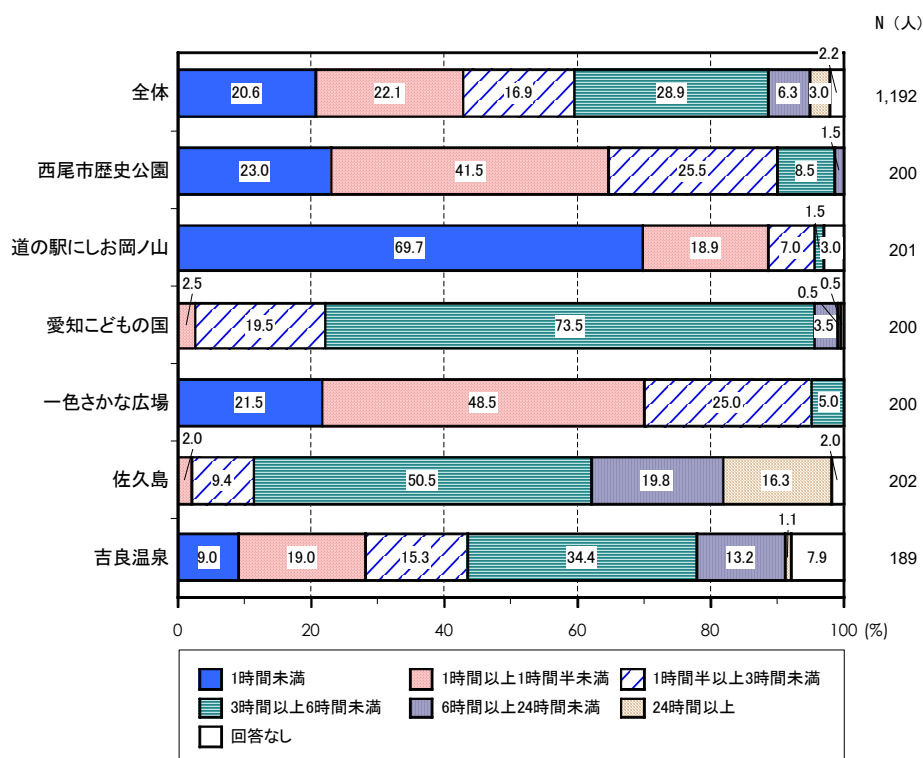
※2:西尾市内で宿泊した人の宿泊施設の満足度は 77.7%

■各調査地点での滞在時間

全体では、「3時間以上6時間未満」が 28.9%と最も多くなっており、次いで「1時間以上1時間半未満」で 22.1%、「1時間未満」20.6%となっています。

「愛知こどもの国」、「佐久島」は、「3時間以上6時間未満」が、全体に比べて 20 ポイント以上高くなっています。また、「西尾市歴史公園」、「一色さかな広場」は、「1時間以上1時間半未満」が、全体に比べて 10 ポイント以上高くなっています。さらに、「道の駅にしお岡ノ山」は、「1時間未満」が 69.7%と、全体に比べて 40 ポイント以上高くなっています。

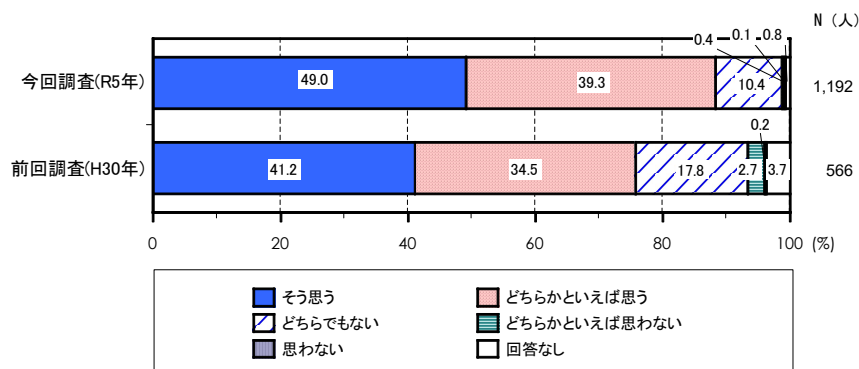
図表15 滞在時間【調査地点別】



■西尾にまた来たいか

「そう思う」が 49.0%、「どちらかといえば思う」が 39.3%となっており、あわせて 88.3%が西尾市に『また来たい』と思っています。前回調査に比べて、12.6 ポイント高くなっています。

図表16 再訪意向



2-4 市民意識調査の結果

本計画を策定するために、無作為に抽出した 2,000 人の 18 歳以上の市民を対象に、観光に対する考えや関わり方をうかがい、西尾市の観光を発展させるために活用することを目的に調査を実施しました。

(1) 調査概要

令和5年8月～9月の調査実施期間中に合計 854 件の回答を得ました。

図表17 調査の概要

調査対象	無作為に抽出した 2,000 人の 18 歳以上の市民
調査期間	令和5年8月8日(火)～令和5年9月5日(火)
調査方法	郵送により対象者へ送付、紙の調査票、または WEB フォームへの回答を依頼
有効回収数	854件(42.7%)

(2) 調査結果

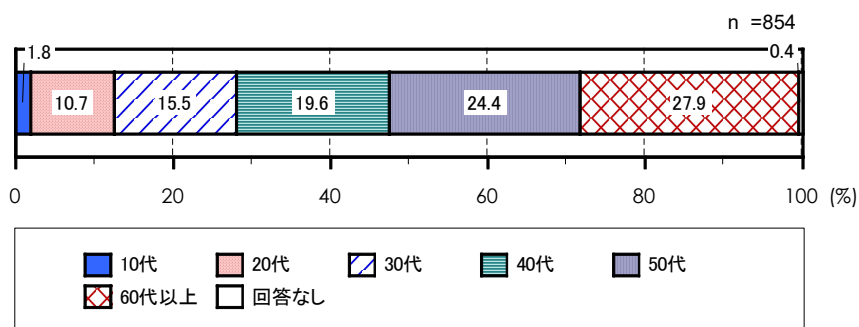
■性別

男性が 38.8%、女性が 58.5%、その他(無回答含む)2.7%となっています。

■年齢

最も多いのは「60代以上」で 27.9%、次いで「50代」が 24.4%、「40代」が 19.6%となっています。

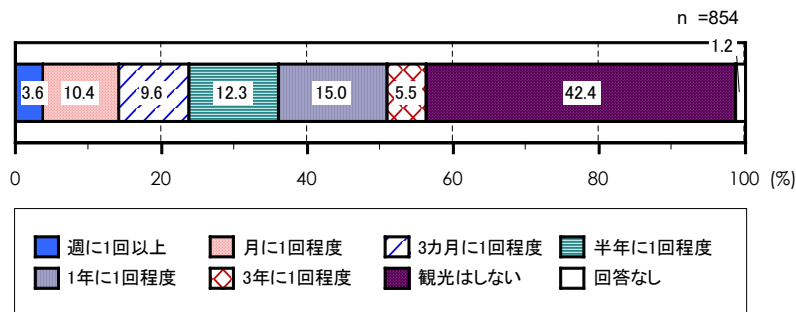
図表18 回答者の年齢



■市内観光の頻度

最も多いのは「1年に1回程度」で15.0%、次いで「半年に1回程度」が12.3%、「月に1回程度」が10.4%となっています。

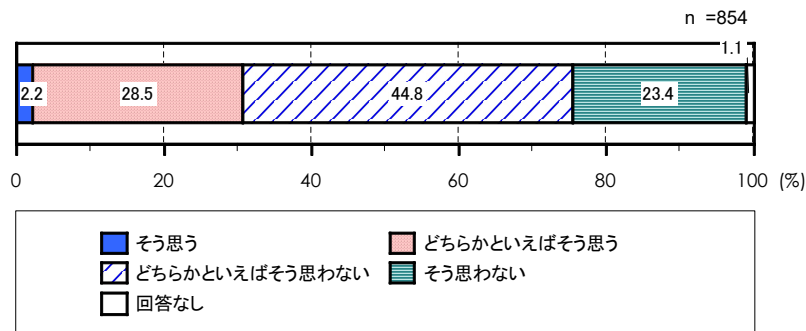
図表19 市内観光の頻度



■西尾市は観光が盛んなまちだと思うか

「そう思う」が2.2%、「どちらかといえばそう思う」が28.5%となっており、あわせて30.7%が観光が盛んなまちだと思っています。

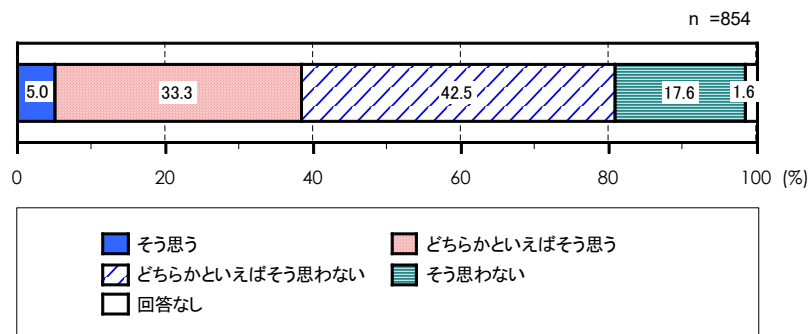
図表20 西尾市の観光に対するイメージ



■西尾市での観光をおすすめしたいか

「そう思う」が5.0%、「どちらかといえばそう思う」が33.3%となっており、あわせて38.3%が西尾市での観光をご家族や友人等におすすめしたいと思っています。

図表21 西尾市の観光のおすすめ度

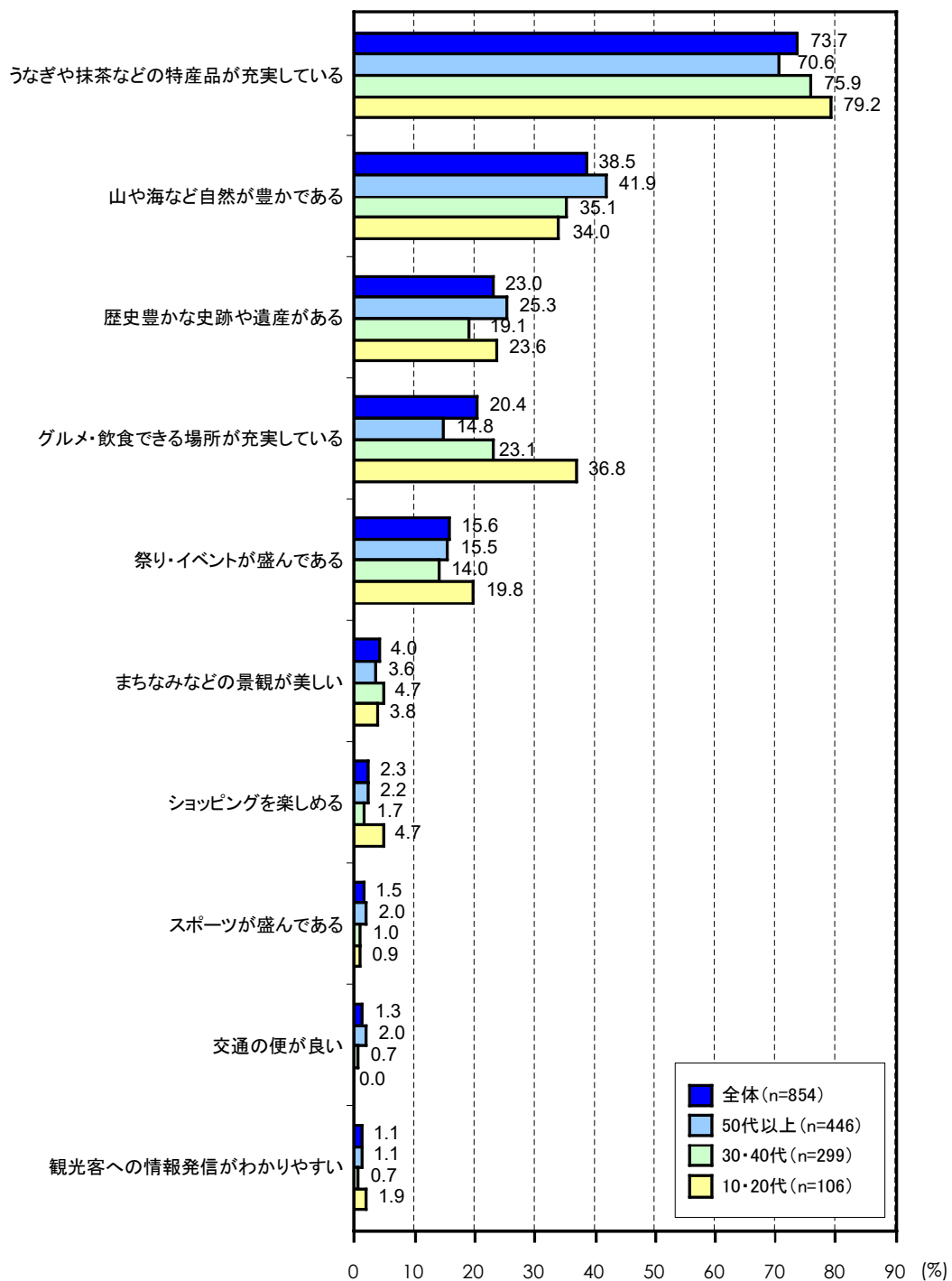


■自慢したい・おすすめしたい西尾市の観光の魅力

最も多いのは「うなぎや抹茶などの特産品が充実している」で73.7%、次いで「山や海など自然が豊かである」が38.5%、「歴史豊かな史跡や遺産がある」が23.0%となっています。

「グルメ・飲食できる場所が充実している」は、「10・20代」が全体に比べて10ポイント以上高くなっています。

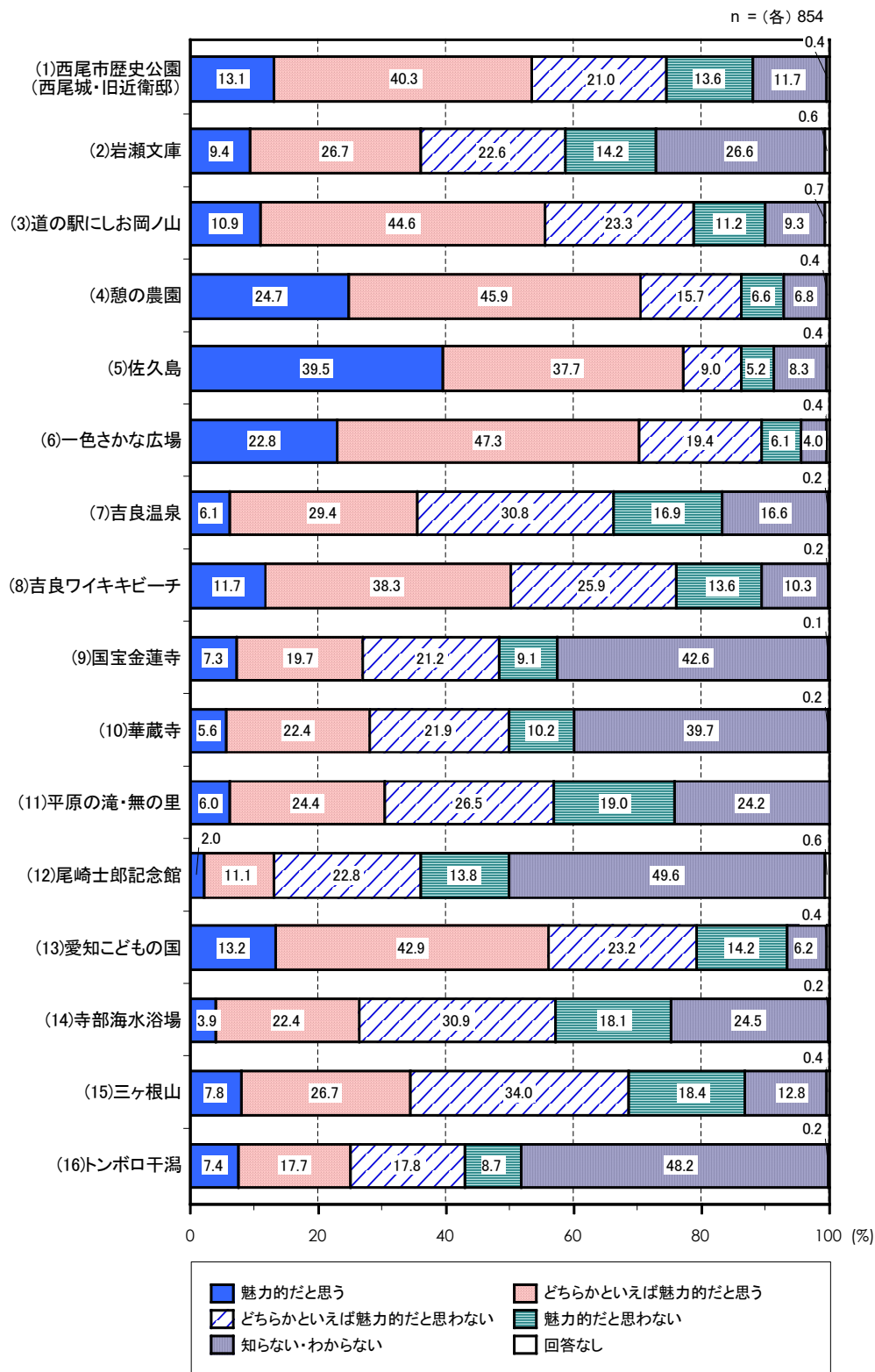
図表 22 西尾市の観光の魅力



■西尾市内の満足度

最も多いのは「佐久島」で77.2%、次いで「憩の農園」が70.6%、「一色さかな広場」が70.1%となっています。

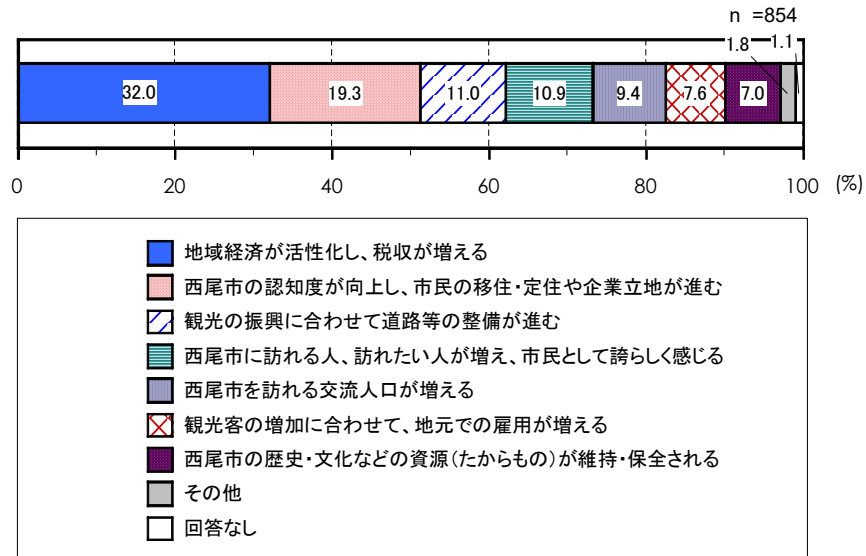
図表 23 西尾市の観光満足度



■観光が盛んになることによって得られる効果

最も多いのは「地域経済が活性化し、税収が増える」で32.0%、次いで「西尾市の認知度が向上し、市民の移住・定住や企業立地が進む」が19.3%、「観光の振興に合わせて道路等の整備が進む」が11.0%となっています。

図表 24 観光が盛んになることの効果

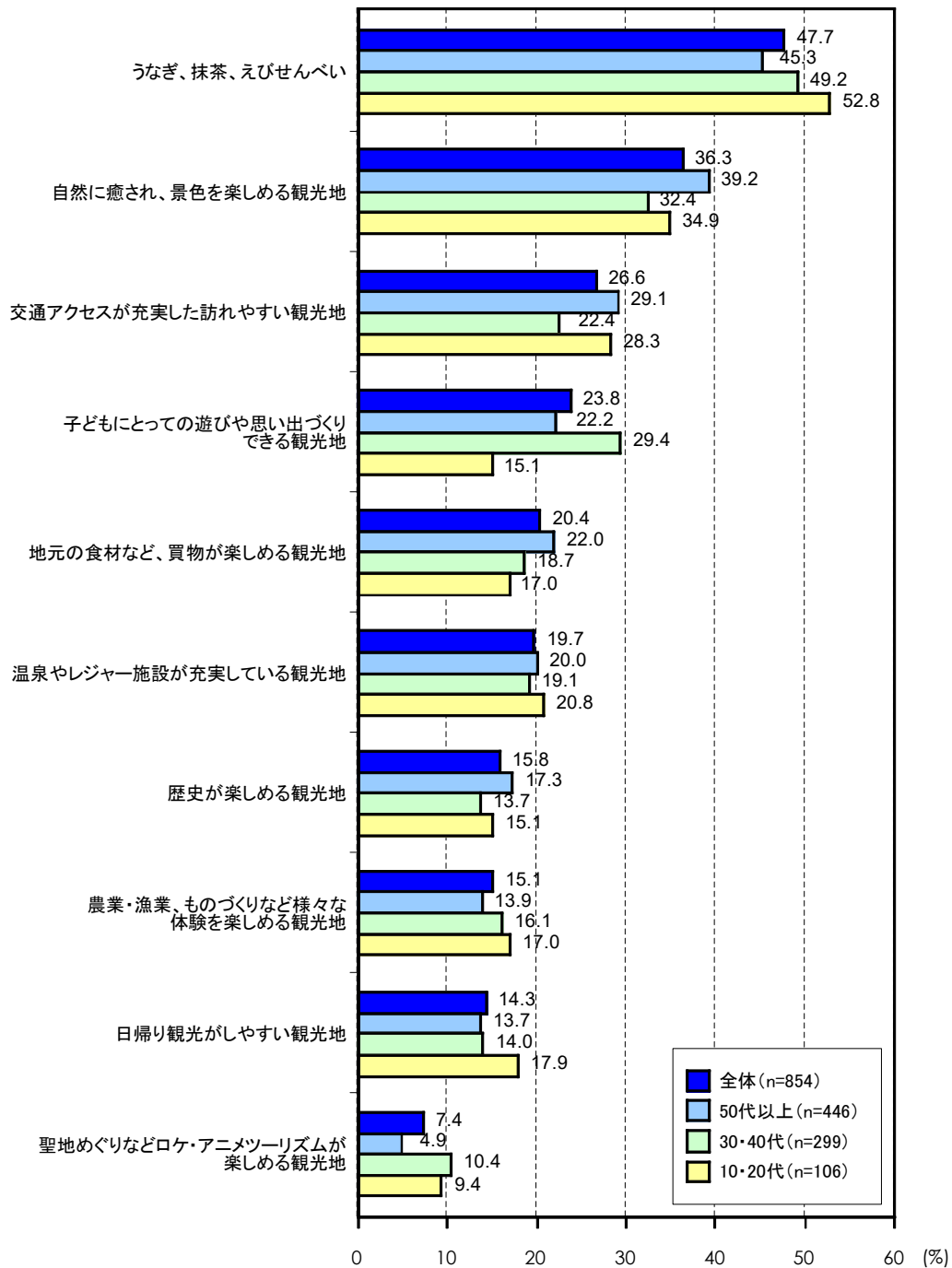


■西尾市が目指すべき理想の観光地の姿

最も多いのは「うなぎ、抹茶、えびせんべいなど食やお土産が楽しめる観光地」で47.7%、次いで「自然に癒され、景色を楽しめる観光地」が36.3%、「交通アクセスが充実した訪れやすい観光地」が26.6%となっています。

「うなぎ、抹茶、えびせんべいなど食やお土産が楽しめる観光地」は、「10・20代」が全体に比べて5ポイント以上高くなっています。また、「子どもにとっての遊びや思い出づくりができる観光地」は、「30・40代」が全体に比べて5ポイント以上高くなっています。

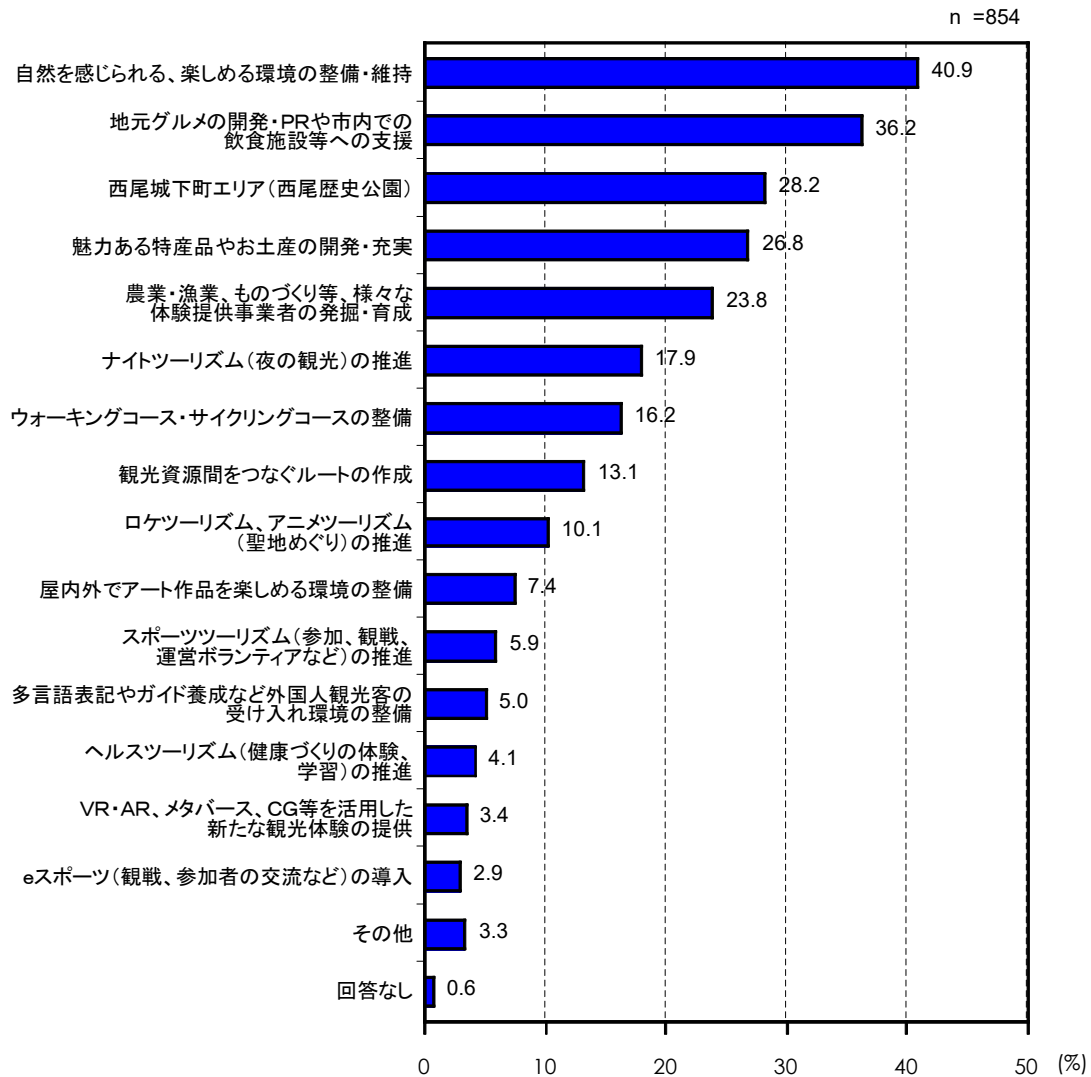
図表 25 理想の観光地の姿



■「観光メニューの開発・充実」について充実すると良いと思うこと

最も多いのは「自然を感じられる、楽しめる環境の整備・維持」で40.9%、次いで「地元グルメの開発・PRや市内での飲食施設等への支援」が36.2%、「西尾城下町エリア(西尾歴史公園一帯)の魅力とにぎわいの創出」が28.2%となっています。

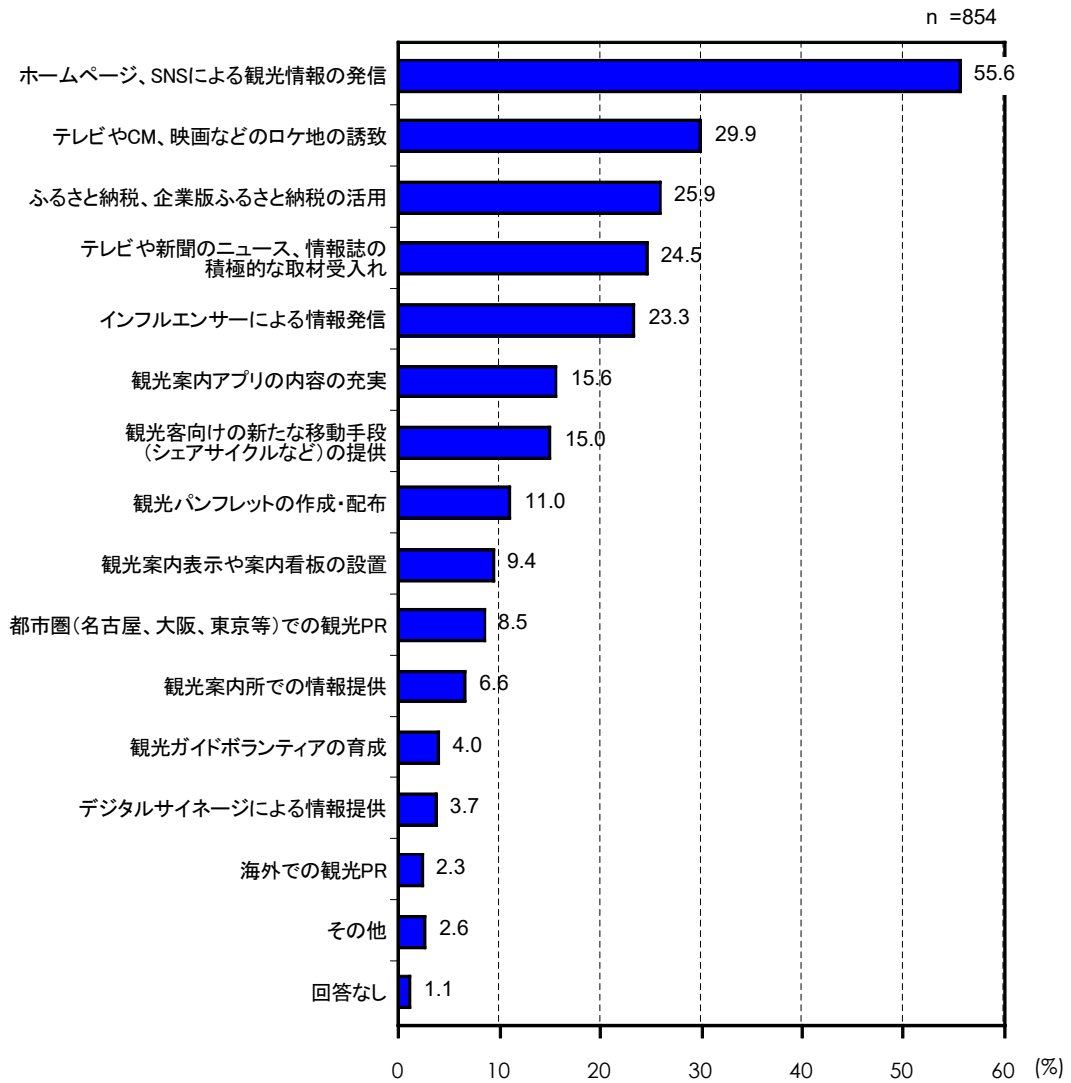
図表 26 充実すると良い観光メニュー



■「観光情報の発信・プロモーション」について充実すると良いと思うこと

最も多いのは「ホームページ、SNSによる観光情報の発信」で 55.6%、次いで「テレビやCM、映画などのロケ地の誘致」が 29.9%、「ふるさと納税、企業版ふるさと納税の活用」が 25.9% となっています。

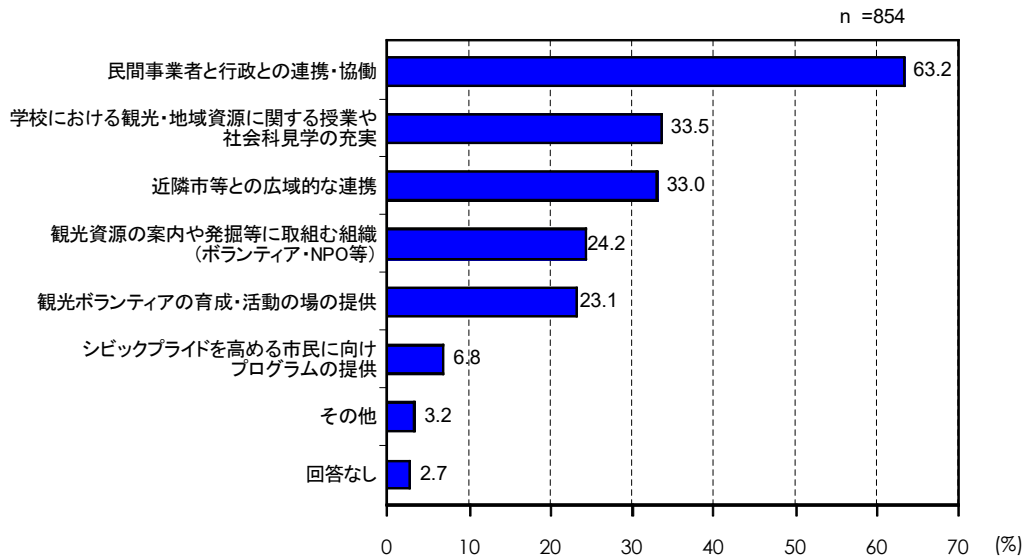
図表 27 充実すると良い観光情報の発信・プロモーション



■「人材育成・推進体制の強化」について充実すると良いと思うこと

最も多いのは「民間事業者と行政との連携・協働」で 63.2%、次いで「学校における観光・地域資源に関する授業や社会科見学の充実」が 33.5%、「近隣市等との広域的な連携」が 33.0%となっています。

図表 28 充実すると良い人材育成・推進体制

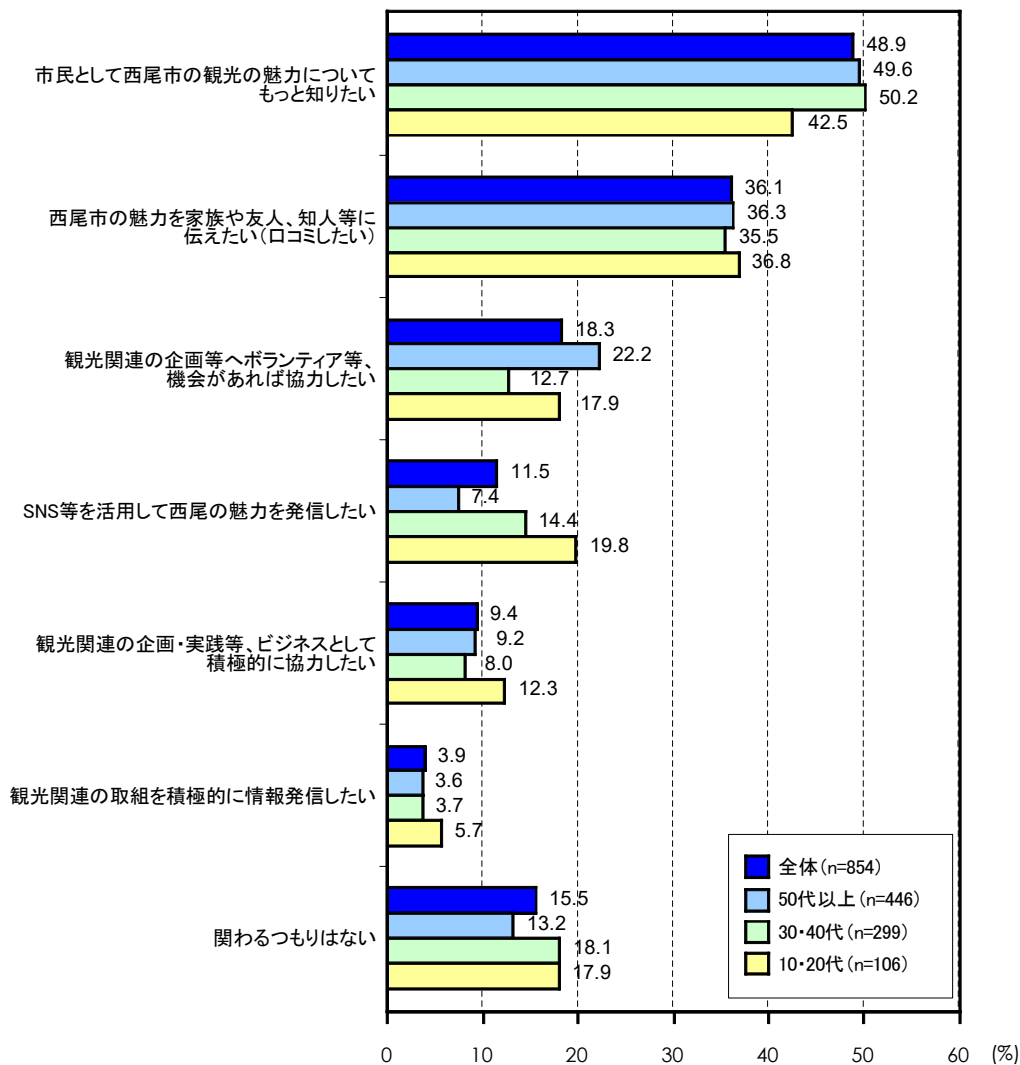


■今後、西尾市の観光にどのような形で関わりたいか

最も多いのは「市民として西尾市の観光の魅力についてもっと知りたい」で48.9%、次いで「西尾市の魅力を家族や友人、知人等に伝えたい(口コミしたい)」が36.1%、「観光関連の企画・イベント等へのボランティア参加など、機会があれば協力したい」が18.3%となっています。

「SNS等を活用して西尾の魅力を発信したい」は、「10・20代」が全体に比べて5ポイント以上高くなっています。

図表 29 今後の西尾市の観光との関わり方



2-5 事業者・団体ヒアリング調査の結果

本計画を策定するため、西尾市内の観光振興に携わっている事業者・団体を対象に、西尾市の観光・にぎわい創出に向けた現状と課題、今後の展望等をうかがいました。

(1) 調査対象事業者・団体

図表30 ヒアリング実施事業者・団体一覧

<ul style="list-style-type: none"> ・西尾市観光協会 ・吉良温泉観光組合 ・道の駅にしお岡ノ山(指定管理者) ・憩の農園(管理運営事業者) ・まちづくり会社 株式会社城下町 PRIDE <p>※長く深い歴史を持つ城下町のポテンシャルを活かしながら、現代の多様なニーズにもしなやかに対応し、新しい価値を生み出すことによって、中心市街地を再生し、活性化することを目的に活動している事業者。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・特定非営利活動法人 やらまいか人まちサポート <p>※まちづくりの主体となる住民に対して、その活動に参加するための支援事業を行い、地域活力の向上を図り、社会全体の利益の増進に寄与することを目的に活動している事業者。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・西尾茶協同組合 ・一色さかな広場(管理運営事業者) ・愛知こどもの国(指定管理者)
---	--

(2) 調査結果

ヒアリング調査から明らかになったことは以下の通りです。

図表31 結果概要

項目	内容
観光・にぎわい創出に係る魅力と可能性	<ul style="list-style-type: none"> ・飲用の抹茶に力を入れている西尾ならではの抹茶の魅力をアピールしていきたい。 ・海岸から海や島を望む風景はとても魅力的であるので、どう活かすかがポイントである。 ・海・海岸を舞台にしたイベントや夜間のイベントは宿泊につながり、市内観光資源の周遊につながる。 ・吉良温泉は西尾市の観光魅力の大きな要素であるため、源泉を維持することが観光振興につながる。 ・愛知こどもの国は、火起こし体験やサイエンスラボ、ミニドローンタイムレース大会など、子どもが楽しめる取組を定期的に行っている。 ・観光情報を仕入れることができる道の駅の情報コーナーは、多くの人を訪れ休憩し、観光情報に触れる場となっている。 ・瓦に〒のマークが入っている旧西尾郵便局や茶室を備えた町屋、看板建築と呼ばれる建物もいくつか残っており、これらを活かせば魅力的なエリアになる。

項目	内容
観光・にぎわい創出に係る課題・改善点	<ul style="list-style-type: none"> ・稲荷山茶園公園は丘の上にあるが、樹木や植木が繁茂しており、景観を良くすることで、茶畑が一望でき、来訪者も増えるのではないか。 ・施設駐車場における目的外利用が目立つため、マナー改善に向けた取組が求められている。 ・若い事業者同士がつながる仕組みがあれば、後継者の発掘につながるのではないか。 ・歴史公園周辺の整備が徐々に進んでいるが、散策やイベント等で訪れた観光客をどのように中心市街地に誘導するかが課題である。 ・イベントを開催したりまとまった予算を投じたりすれば、一時的には来訪者は増えるが、観光の取組が継続・定着するための仕組みや担い手育成などにも資源を充てるべきである。
観光振興に向けた事業者・団体としての展望	<ul style="list-style-type: none"> ・施設を活用し、お茶会を開催するなど、西尾の特産品を知ってもらい、体験してもらおう機会をつくりたい。 ・観光関連事業者との交流の場があれば参加したい。 ・民間事業者には、観光協会を頼っていただき、上手く活用してほしい。 ・観光協会の自立運営を目指し、自主事業も積極的に行っていきたい。 ・今後、体験ワークショップの企画・運営やお土産の制作・販売に取り組みたい。 ・子どもだけでなく、高齢者や外国人など、新たな層も訪れてもらえるような取組を進めていきたい。 ・自施設で取り組んでいる様々な体験プログラムをより積極的にPRしていきたい。 ・市民向け講座・プログラムを開催し、市民一人ひとりが市内の観光資源について知識を持ち、市外・県外の方に西尾への来訪を勧め、案内できるようにしたい。 ・物産展の出展をきっかけに観光関連事業者と関係性を築くことができたため、今後も交流の場に参加し、交流を図っていきたい。 ・行政と連携しながら施設のPRを行っていきたい。 ・観光の目的は地域活性化とシビックプライドを高めることなので、それらを意識して様々な主体や関係部署と連携して事業を展開していくべきである。

2-6 前回計画の進捗状況の検証

(1) 指標の達成状況

第2期西尾市まち・ひと・しごと創生総合戦略で設定した、観光に関連する指標の達成状況は以下のとおりです。

特に、令和2年から約3年間は、新型コロナウイルス感染症の影響が大きいものと思われます。

図表 31 指標の達成状況〔第2期西尾市まち・ひと・しごと創生総合戦略〕

指標	目標	実績値(令和4年度)
年間観光客入り込み客数	450万人(令和5年)	349万人
観光用Wi-Fiアクセスポイント数	70か所(令和7年)	41か所
外国人宿泊者数(吉良温泉)	20,000人(令和7年)	638人 (R1:18,428人)
観光協会ホームページアクセス数	800,000件(令和7年)	661,913件
特産品による新商品開発数(累計)	16件(令和7年)	13件
東京での物産展における西尾市の認知度	50%(令和7年)	56.3%

(2) 施策の取組状況(主なものを抜粋)

前回計画に基づき施策・事業を推進してきた成果を以下のように整理します。

■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】

○道の駅の駐車場の拡張整備だけでなく、施設の拡張を含めた再整備を検討するため、令和4年度に道の駅簡易診断を実施した。

【基本施策2 新たな観光資源の発掘・育成】

○観光協会と連携し、観光商品創造事業としてツアーを催行した。

○西尾城プロジェクションマッピングを実施した。

○観光協会、名鉄グループと連携して市街地と三河湾を結ぶ新たな観光ルートの創設のため、西尾しましまロマンティック海道事業を実施した。

○おもてなしガイドタクシーのモニターツアーを実施し、三ヶ根山など昔懐かしい観光地とトンボロ干潟という新たな観光地を結んだ新たな観光ルートの検証を行った。

【基本施策3 地域ブランドの育成と特産品開発】

○観光協会と連携し、特産品を使用した商品を開発したが、製品化に至っていないものもある。

■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】

○竜神通りの飲食店とタイアップし、歴史公園にイルミネーション、プロジェクションマッピングなどにより歴史公園への誘客を図る、ドラゴンキングストリートと命名したイベントを実施した。

○三河湾周辺の市町と連携して、海の駅(港)をめぐるクルーズとクイズラリーなどを実施した。

【基本施策5 魅力ある観光プログラムの創出】

○五平餅づくり体験、抹茶点て体験等の商品を造成するため、英語で案内するモニターツアーを実施した。

- にしお健康ツーリズムに向け、プログラムの作成とモニターツアーを実施した。
- 多文化交流プログラム、健康プログラム、観光交流プログラム等の実施及び e スポーツイベントを開催した。
- 観光庁の補助金を活用し、with コロナに対応した新たな観光を模索するため、前島にグランピング施設を設営し、無人島体験できる実証実験を行った。

【基本施策6 交通アクセスの充実】

- 名古屋鉄道と連携し、鉄道を利用した食事プランの着地型プログラムを名鉄キャンペーンとして春と秋に実施した。名鉄ハイキングは、新型コロナウイルス感染症拡大により中止した。

【基本施策7 まつり・イベントの開催】

- 祭事やイベント等の開催のため、西尾市祇園祭協賛会をはじめ各種団体に委託したほか、新たにプロジェクトマップを活用したナイト観光イベントを実施した。

■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

【基本施策8 観光情報の集約・共有】

- YouTube チャンネル(ニシオノオト)を使い、西尾市内のイベントや観光情報を幅広く発信した。
- 市内の観光スポット(旧近衛邸、西尾市資料館、西尾観光案内所)など無料の Wi-Fi(2023 年 3 月末時点で計41か所に設置)を設置した。

【基本施策9 戦略的な観光プロモーション】

- 観光協会と連携し、ホームページやSNSによる宣伝を行う誘客促進事業を実施した。
- インバウンドの復活に向け、日本や抹茶に馴染みのタイ向けのプロモーションを行うため、タイ語の YouTube 動画を作成し、人気の訪日旅行専用サイトで情報発信を行った。
- タイで開催されたTITF(タイ国際旅行フェア)において、「西尾の抹茶」をPRした。
- 首都圏をはじめ、県外(墨田、米沢、赤穂など)で開催される物産展に出展するなどのプロモーション活動を行い、西尾市の特産品や観光スポットを県内外に幅広くPRした。

【基本施策10 観光案内機能の充実】

- 印刷物等を多言語化できる WEB サービス「QR Translator」を用いて作成した、6ヶ国語対応の QR コードを、西尾城パンフレットに掲載した。

■基本方針4 市民・事業者・観光協会・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】

- 観光協会の体制強化として、インバウンドを受け入れえる体制を整えるため、英語を話す観光ボランティアを育成し、モニターツアーを実施した。

【基本施策12 担い手をつなぐ仕組みづくり】

- 「鳥羽の火祭り」の開催に合わせて、地元商店らによる物産展「とば市」を開催。

【基本施策13 観光推進体制の充実】

- 平成 28 年 4 月に観光協会を一般社団法人化するとともに、令和 2 年 1 月には日本版 DMO として認定された。
- 竜の子街道エリアにおいて、台湾向けの WEB サイトにてPR記事の掲載を行ったほか、連携市を周遊できる観光タクシープランや宿泊プランなどを造成した。なお、令和 3 年度をもって竜の子街道広域観光推進協議会が解散し、プロジェクトが終了した。

2-7 西尾市の観光を取り巻く課題

西尾市の現状と各種調査の結果をふまえ、西尾市の観光を取り巻く課題を以下の4つの視点で整理しました。

(1) 豊かな観光資源の磨き上げと新たな魅力の創出

- 西尾市は、山、川、海の多様な自然環境に恵まれ、食、自然、歴史、温泉、祭などの多種多様な観光資源があり、幅広い年齢層の観光客が訪れています。
- 一方で、西尾城プロジェクションマッピングやeスポーツなど、新たな観光イベント等の発掘にも取り組んでいます。
- 新型コロナウイルス感染症の影響により、観光入込客数は減少する一方で、近場で旅行を楽しむマイクロツーリズムの需要は高まっています。具体的には、地域の産業や文化など、その地域ならではの貴重な体験ができるコンテンツの需要は高い状況にあります。
- 今後、西尾市の観光資源を体験できる・楽しめる魅力の磨き上げを継続するとともに、新たな事業を積極的に展開し、プラスαの魅力を創造・展開することが求められます。

(2) 周遊・滞在観光のための環境整備とコンテンツの創出

- 西尾市内の観光資源のなかには、「一色産うなぎ」、「抹茶」、「佐久島」、「三河一色えびせんべい」などはマスコミにも頻繁に取り上げられ、高い知名度と遠方からの誘客を誇っているものも多いものの、複数の目的地の周遊や滞在しながらの観光を楽しむ環境が十分に整っていないといえます。
- また、自家用車による観光が主流になっているものの、多様な世代の来訪・周遊を促進するためには、自動車での移動だけに頼らない市内の公共交通等のネットワークを活用することが望まれます。
- 今後、市外の観光資源も含め、ハード・ソフト両面で観光資源間の連携を強化し、テーマに応じた西尾観光のモデルコースを充実させるなど、周遊しやすくするとともに、市内での滞在時間や観光消費額の拡大につなげるための取組を充実させる必要があります。

(3) 新たな技術や媒体を活用した観光プロモーションの充実

- 近年、映像・音楽などを活用した観光コンテンツが普及しており、西尾市においても取組が進んでいます。また、動画作成やビッグデータ解析などの技術を観光マーケティングへの活用が進むとともに、Instagram やX(旧 Twitter)、YouTube などのSNSなどを活用した多様な媒体による情報発信が展開されています。
- 県内からのリピーターが多い西尾市では、市民や市内観光事業者なども巻き込みながら来訪のきっかけとなる情報発信を進めるとともに、市内に観光へ訪れた人が他の市内施設にも足を運ぶ動機付けや、また行きたいと思わせるような市内での情報発信を進める必要があります。

(4) 幅広い来訪者を受け入れる態勢の強化・拡大

- 西尾市における観光振興に向けた取組は、それぞれの観光資源を運営する事業者あるいは組織・団体等で進められており、それぞれが連携・協働しながら進められているものの、今後より一層の強化が望まれます。
- 訪れた観光客が心地よく過ごし、一人でも多くの“西尾ファン”を増やせるよう、観光地・観光施設の景観・環境整備を進めるとともに、市民・事業者などのまちとしてのおもてなし力を高め、観光客を迎え入れるより強固な態勢づくりが課題となっています。
- 西尾市の観光振興に向けた取り組みを市単独で行うには限界があることから、広域的な視点を持ち、周辺市町と連携しながらエリア一体で魅力を高めていくことが求められます。