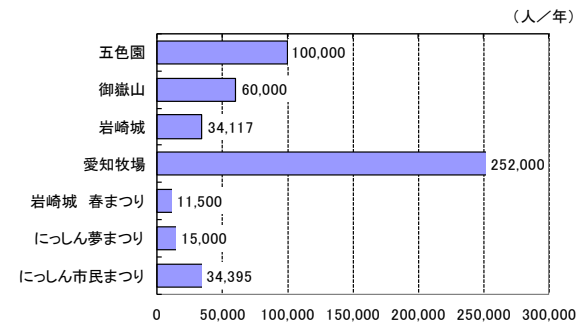
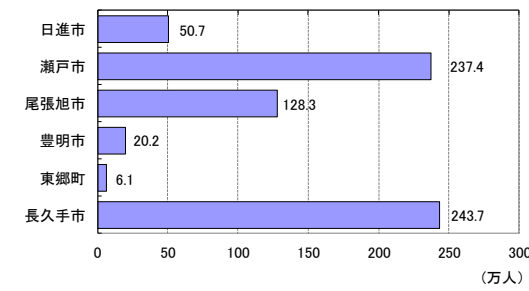


1 日進の観光入り込み客数の実態

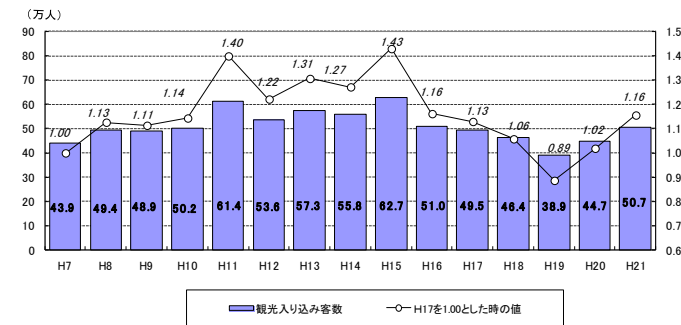
▼市全体の観光入り込み客数（平成 21 年）



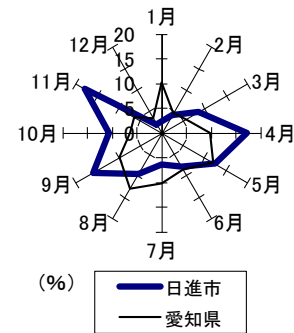
▼尾張東部地域他市との比較（H21）



▼市全体の観光入り込み客数の推移（H7-H21）



▼月ごとの観光入り込み客の変動（平成 21 年）



2 日進の主な観光資源(分布図)



3 アンケート結果から見てきたいくつかのポイント

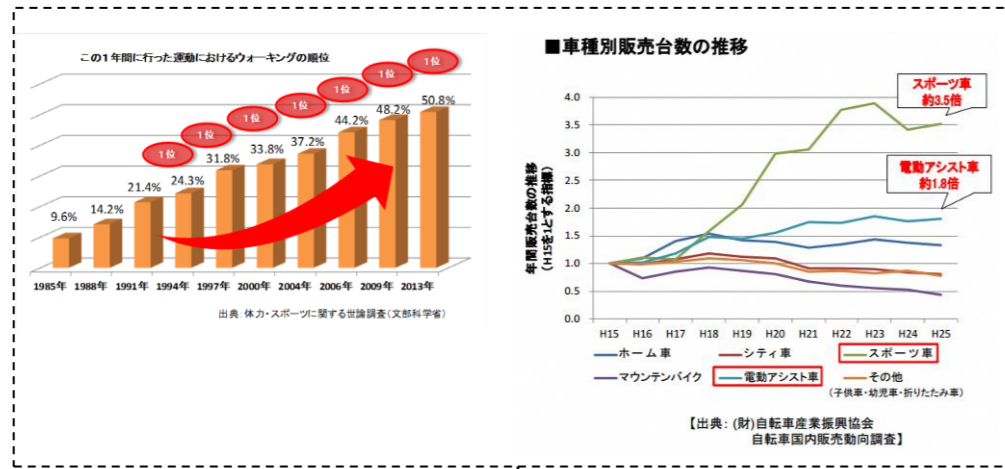
【来訪者アンケート調査】

キーワード：半日・近郊（市民と名古屋市）・単発（非周遊）・再来（リピーター）

- ボリューム層は、**30歳代・40歳代**。
- 来訪者の住まいは、**8割近くが市内と名古屋市**（日進市内：49.1%、名古屋市：27.2%）。
- 男性の20歳代や30歳代、50歳代、女性の20歳代は、日進市民を名古屋市民が上回っている。
- 交通手段は、**自家用車が71.5%**。
- 来訪回数は、**「10回以上」が3割**、5割は市民。
- 滞在時間は、84.1%が半日、12.5%が一日。
- 来訪者の満足度は高い。（観光資源の魅力（来訪地）とまちの美しさ・清潔さは、7割以上の来訪者が満足し、交通案内のわかりやすさと施設等での接客・おもてなしも6割以上が満足。）
- 土産物の魅力と食事の魅力は4割程度。
- 市内での観光費用（一人当たり予算）は、「500～1,000円」が33.0%、「1,500～2,000円」が27.2%と安価。
- 来訪者の大半は、**単一箇所の来訪（非周遊）**。
- 「愛知牧場」と「愛知ヤクルト工場」、「名東温泉花しょうぶ」が今後訪れたい場所ベスト3。
- 「**自然の中を散策して楽しむ**」、「**地域の名産・特産を食べる**」、「**手軽にものづくりの体験を楽しむ**」が観光ニーズベスト3
- 来訪者の満足度は高く、再来以降も高い。

【市民アンケート調査】

- 愛着と誇りが高い市民ほど住みやすいと感じている人が多い。⇒愛着や誇りを高めること＝**シビックプライドの醸成が住みやすいまちにしていく上で大切**。
- 余暇の過ごし方として、市内での外食やショッピングを楽しんでいる市民は7割以上。「**市内の体験施設巡り**」をはじめ、「**市内の各所や歴史文化のスポット巡り**」や「**自転車による市内各地のぶらぶら巡り**」、「**散歩やウォーキング**」もポテンシャルとしては高い。
- 「**飲食やショッピングが楽しめる**」や「**川や緑地（里山）などの自然を活かした様々な自然体験遊びや学習ができる**」、「**健康づくりやレクリエーションの一環としてウォーキングが楽しめる**」、「**里山散策や水辺歩きが楽しめる**」の観光ニーズが高い。
- 市民が考えるメインターゲットは、**30～40歳代、市民重視**（『来訪者も視野に入れながらも、市民を重視』）
- 親切な対応やあいさつなどのホスピタリティの発揮も含め、**観光案内ボランティアなど多様な市民参加による観光まちづくり推進のポテンシャル（実人数的に）**がある。



内部環境 (観光側面における日進市の現状・地域特性)

強み	弱み
<ul style="list-style-type: none"> ○人口減少社会においては珍しい、30~40歳代をボリュームゾーンとした人口構成の若い活気のあるまち。 ○市外から転入してきた30~40歳代のファミリー層(子育て世代)が多く居住するまち。子どもが多い、子育て真っ最中の市民が多いまち。 ○名古屋市と隣接し、人口増加を続ける活気があり、オシャレでアップタウン的なイメージのある緑豊かな住宅都市、高級住宅、新しい家が多い。 ○特に、洒落た雑貨店やカフェ、レストランなどが多数立地している香久山や竹ノ山地区界隈がおしゃれな街としてのイメージを牽引。「Cheek」や「KELLY」といった女性向けファッション誌などを通じて一定のブランディングが既に形成。 ○市内に8つの大学(内2つはグラウンドのみ)が立地する学園都市。 ○名古屋と豊田の2つの大就業地に挟まれたまち、就業条件に恵まれたまち。周辺地域がモノづくり産業の集積地 ○日進らしい風土・習慣・生活文化(盆踊り、秋まつり、花火大会、花火大会、左義長、弘法さん、お月見どろぼう)が残っている。 ○適度な田舎。都市化が進んでいる一方で、天白川や岩崎川流域に広がる農地や丘陵部の緑地、川や池(愛知池や市内に点在するため池)など、名古屋市内では味わうことができない豊かな自然環境が残存。 ○田園フロンティア構想策定以来、民間発の市民農園が増加。「日進アグリスクールも盛況で、名古屋から来て農業を楽しむ人も多くみられるようになってきている。米やプチペール、ブドウ、イチゴなどの農産物。 ○東名高速道路や名古屋瀬戸道路、国道153号といった広幹線道路が市内を走り、名古屋ICや三好IC、長久手ICから至近距離にある。スマートIC整備や道の駅整備の動きもある。 ○地下鉄・名鉄が走り、市内に3駅ある。名古屋駅や名古屋都心と直結する都市間高速バスの他、星ヶ丘駅を起点とした路線バスもある。 ○バス乗換検索やバスロケーションシステムの導入、くるりん日進(名大との協働による「日進市の魅力」を届ける番組)くるりんバスで示される魅力スポットマップ(愛知味徳大)など利便性が高まった「くるりんバス」。 	<ul style="list-style-type: none"> ○「愛知牧場」を始め、「ヤクルト工場」、「岩崎成」等の資源はあるが、インパクトの強い観光施設・資源に乏しい。宿泊施設については皆無。 ○単独で市外から集客が図れる観光資源に乏しい(年間25万人以上の観光入込客数がある「愛知牧場」程度) ○観光交流目的で来訪する場所としてのイメージがかなり稀薄。観光地ではない。⇒ 遠方(全国や海外など)からの誘客は現実的ではない。 ○市民向けの交流・レクリエーション・文化施設等は比較的整っており、岩崎成春まつりやにしん夢まつり、にしん市民まつりといった市民向けのイベントが大きな集客原であるが、市外から誘客するようなスポーツや文化などイベントはない。 ○市民農園は多くなったものの、過剰競争気味で利用者が埋まらない農園もみられる。 ○洒落たお店がみられるが、いわゆる商業集積しているというよりは点在しているため、車での移動が前提で来訪者が別途・対流するような状況になっていない。

機会(好機としての期待事項)	成長戦略(積極戦略)	改善戦略(転化戦略)
<ul style="list-style-type: none"> ○依然として根強い人気のある健康志向や食の安全志向とそれに伴う市民農園や家庭菜園の利用ニーズ、アグリツーリズム人気の高まり。 ○長年こたって1位をキープし、高まり続けるウォーキング人気。ランニング人口も増加。 ○余暇活動やスポーツとしての自転車ブーム。ロードバイクやミニベロ、スポーツタイプの電動アシスト付自転車を購入し、楽しむ人の増加。 ○東京五輪やアジア大会など国際的スポーツイベントの開催 ○B級グルメブーム(少し下火か?) ○「見る、食べる、遊ぶ」の「観る観光」にプラスして、「語る、作る、学ぶ」といった「体験する観光」のニーズの高まり。 ○何気ない地域を訪れて、その日常生活を楽しんだり、その住民との対話やふれあいを楽しんだりすることを志向する、有名観光地への来訪に飽きた観光客層の着実な増加。 ○安・近・短志向 ⇔ 広域的なインバウンド型観光施策の推進 ○自然こそしく自然の中でのびのびと子育てしにくい環境にある名古屋市などの都市で暮らす子育て家庭における自然体験、里山体験等の志向の高まり。 ○パソコンやスマホの普及拡大、インターネット利用者の拡大、FacebookなどのSNSの普及。 ○隣接市町での大型店の出店。 	<ul style="list-style-type: none"> ◆(マラソンやウォーキングなど)スポーツイベントや音楽イベントの開催を! ◆中高年を中心とした自然を生かしたウォーキング型の観光を! ◆食のイベントや地産地消型レストランの拡大を! ◆学生等の若者によるタウンガイドの作成で情報発信! ◆自然・食・農など多様な体験交流型プログラムを! ◆休日は日進で楽しく子育て!(市内外の子育て世代の交流体験の場づくり) ◆高速道路(スマートインターの整備)の活用を! バスツアーの立ち寄り ◆学生や全国に散らばる卒業生による日進のPR、日進への再来訪 ◆商業施設での学生と市民が交流できる講座の開設 ◆リニモ沿線の商業施設開発のインパクトを活用した誘客を!? 	<ul style="list-style-type: none"> ◆自然・食・農など多様な体験交流型プログラムを! ◆集客力のあるスポーツイベントの開催を! ◆近くの観光施設に立ち寄れるよう、交通のノブ・インフラ計画(ネットワーク)を! ◆観光受け入れ環境(道の駅)の整備を!(案内書やトイレ、駐車場、休憩スポットなど) ◆隣接市町と連携した広域観光の展開を(JCネットワークの活用を!)
脅威(悪影響を受ける懸念事項)	回避戦略(優位性維持戦略)	撤退戦略
<ul style="list-style-type: none"> ○シティプロモーション、着地型観光、海外からのインバウンド型観光(昇龍道など)を目指した観光プロモーションのブームが顕在化する中で悪影響懸念。(日進市のような特徴的な集客施設等がない自治体) ○隣接する長久手市には、「モリコロパーク」を始め、「長久手温泉ごらっせ」や「あぐりん村」といったインパクトのある誘客施設がある。観光をめぐる地域間競争の激化。 ○日進市以上に人口増加率が高く、子育てしやすい街、住みやすさランキングが高い長久手市の台頭 ○競合関係にある農業体験プログラム(隣接の長久手市(田園バレー)や東郷町でも農業体験や農業を学ぶ塾、市民農園の開設が盛ん)。 ○大学の都心回帰による学生数の減少。 ○娯楽の多様化、インドア志向(ゲームやパソコン)。 ○隣接市町での大型店の出店。 	<ul style="list-style-type: none"> ◆市街地周辺地域の緑地の保全を! ◆近隣市町での大型店出店に負けないだけの、おしゃれな街のイメージ情報の発信強化を! 	<ul style="list-style-type: none"> ◆外国人のインバウンド観光需要は狙わない! 昇龍道等インバウンドと一線を画した観光戦略を!

外部環境 (日進市を取り巻く環境の現状)

5 日進の魅力軸と観光まちづくりの方向性

注目すべき日進の魅力軸は、

常に新しく進化している『高感度な街』

日進市は、緑の多い新しいまち、少しおしゃれでアップタウン的なまちのイメージのもとで、主として豊田市や名古屋市からの子育て世代（20歳代後半から30歳代後半）を中心とした人口流入（転入超過）が進んで成長してきたまちです。

この成長と魅力を持続させていくためには、豊かな自然環境を保全し、緑の多いまちとしての価値を高めていくと同時に、古びていく街ではなく、常に新しいまちとして進化している「高感度な街」という地域ブランドを強化していくことが都市戦略として求められています。そして、「観光」という手法を有効に活用し、こうした地域ブランドを確かなものにしていく必要があります。

そこで、この街を舞台に起っていること出来事（エピソード）を情報発信するとともに、人的資源や体験資源を含めた日進ならではの地域資源を有効活用した多様な体験交流プログラムを市民発意で造成し、提供していく観光まちづくりを目指します。

これによって、

「子どもと身近な自然を楽しむなら・にっしん」、「週末にちょっとオシャレにカフェを楽しむなら・にっしん」というイメージと観光交流行動を喚起します。

また、「高感度な街」の価値を高めていきます。

ひいては、

「子育てするなら・にっしん」、「移り住むなら・にっしん」というような、**シティセールスにつながる観光まちづくり**（＝「**地域ブランドの磨き上げ**」）を進めます。

6 観光まちづくりのターゲットセグメント

日進市の人口構成や観光特性、アンケート結果などを踏まえ、**メインターゲット**は、

「30～40歳層の市民（子育て世代）」

そして、まずは、

- ボリュームゾーンである「30～40歳層の市民」をメインターゲットにして、日進の良さ（オシャレなまち、新しい街、便利で快適な住宅地でありながら、歴史や文化が感じられ、農や自然に親しむことができるなど）を知り、満喫し、日進市を第2のふるさと、終の棲家として実感できるようにすること、「日進市に移り住んでよかった」、「住み続けたい」、「愛着や誇りがある」と思えるようにすること（＝「**シビックプライドの醸成**」）を目指します。
- 日進市の観光交流資源のエンドユーザーとしてのターゲットであるのと同時に日進市の観光まちづくりの担い手として活躍してもらいたいイメージです。

同時に、市内への来訪者のメインターゲットは、

「30～40歳層の名古屋市民（名東区や天白区など）」

- 名古屋では日常的に触れることのできない身近な自然（里山や田園環境、川や池など）や歴史資源、各種体験ができる施設（食品模型のアイデア「さんぷる屋さん」や「織工房」や地域資源（市民農園や天白川）など）を活かして、「名古屋の子どもたちの体験遊びの場、親子ふれあいの場」の提供を目指します。
- また、「サイクル（自転車）×カフェ×GPSログアート」、「ラテアート講習会×グルメ」、「農業体験×料理教室×温泉」など、トレンドと日進市の地域資源を掛け合わせたプログラム等で誘客します。

7 「にっしん観光まちづくり」のコンセプト

市民起点・主体の体感・体験型の観光まちづくり
「ぐるぐる にっしん」

多くの市民はもとより、来訪者が楽しく、快適に市内を徒歩（ウォーキング）や自転車、くるりんばすなどで市内の各所を“ぐるぐる”と巡ることができるような交通環境条件や地域資源の魅力アップを図り、地域に対する市民の愛着と誇りの醸成につながるような観光プロモーションを目指します。

このため、**多様な体験交流を行うムーブメントを喚起するプログラムを市民自身が主体になって企画・開発し、実際に誘客とおもてなしまでも行っていく機会を設ける**など、地域住民が主体となって、自然、文化、歴史、産業など、地域の様々な資源を活かした観光・交流を企画し、展開する「観光のまちづくり」を推進します。

いわば、“観光”という手法・手段を用いて、地域の活性化を図るとともに、**市民の生きがい・やりがい・役立ち感の醸成**、ひいては、**市民の幸福度の向上**を図っていくことを「にっしん観光まちづくり」の狙いとしします。

にっしん観光まちづくりは、全国や世界各国からの誘客をメインターゲットとするものではありませんが、**市民の中には全国のみならず世界にも通用するような人財（宝）**がいます。そこで、**市民起点・市民発のプログラムの造成を通じて、オンリーワンやナンバーワンのプログラムとして全国や世界とつながっていくことも同時に目指す**ものとしします。

8 平成29年度のアクションプラン

1. オンパク手法を用いた観光まちづくりのテストマーケットの実施

「にっしん観光まちづくり」のコンセプトを具現化するため、当面は、オンパク手法を用いた観光まちづくり「**（仮称）にっしんオンパク**」（体験交流型イベント）を重点的に進めます。

*オンパクとは、観光客の減少で活気を失いつつあった自分達の地域を元気にすることを目的として、2001年に大分県別府市で始まった「温泉泊覧会」の略語。地域資源を活かした小規模な体験交流型のプログラムを地元の住民団体やまちづくり団体、商工業事業者など多様な主体から数多く集めて、一定の期間内に集中的に提供するイベントであり、今では、人的資源を含めた地域の魅力資源を発掘する着地型の観光まちづくりの手法として温泉地に限らず各地で推進されている。
*例えば、「ガイドボランティアの案内で町を歩いてみる」、「緑豊かな里山で地元の人と交流しながら地域の豊かさを感じる」、「歴史的な空間で地元アーティストのイベントを楽しむ」、「地元の採れたて素材を使ったお食事を楽しむ」などがある。
*小規模ながらも多彩なプログラムを集積させてプロモーションすることによって、単独のプログラムだけでは困難な集客を面的に展開していこうというものである。また、様々なプログラムを通じて見えていなかった地域の魅力が再発見される。

▼市民や市民団体（NPOやボランティア）、地域団体（自治会など）、地元企業・事業者（飲食店や小売店、サービス業、市民農園開設者など）、大学、経済団体などに呼びかけ、**市内外の人に来訪してもらい、地域の魅力資源（ヒト・モノ・コト）を体感する機会を提供するプログラム企画・実施**することを通じて、**観光まちづくりの担い手（パートナー）の発掘と人財ネットワークを形成**する。

▼多様な体験交流プログラムへの参加者を市内外から募集を通じて、**日進市で観光まちづくりをスタートしたことを内外にPR**する。

▼**市内外からの来訪者にはにっしんの魅力や素晴らしさを知る機会を提供**。同時に、来訪者を迎え入れた**観光まちづくりの担い手（パートナー）も改めてその地域の素晴らしさを再認識**する機会を創出する。また、**お互いに癒し、癒される関係により役立ち感を醸成する機会**とする。

▼これによって、迎え入れる人の地域に対する誇りと愛着が醸成され、様々な人が「**生涯活躍できるまち**」、「**元気でにぎわいのあるまち**」、ひいては、「**住み続けたいまち**」、「**住んでみたいまち**」という「**シビックプライド**」と「**地域ブランド**」を醸成する。

2. イケカレの成果を活かした市民感覚の本物の観光交流情報の発信の展開

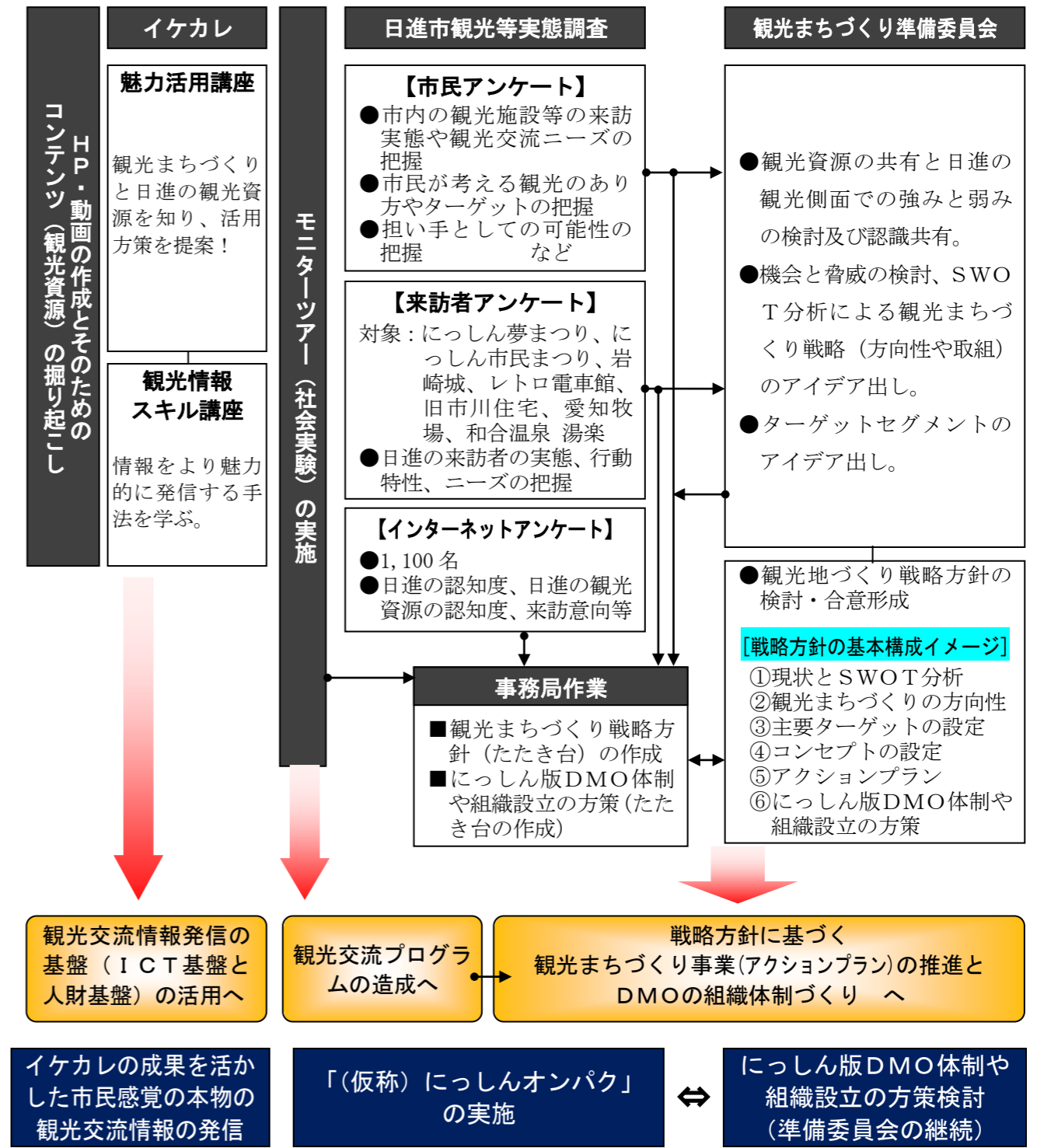
計 11 回にわたって実施した観光人材養成講座「にっしんイケテルカレッジ（イケカレ）」の受講者を「**仮称：イケテルにっしん通信員（観光通信員）**」として組織化し、平成 28 年度末に開設する**観光まちづくりHP「ぐるぐるにっしん」**を通じて、**市民感覚で本物のアップツーデートな観光交流情報発信**を進めます。

9 「(仮称) にっしんオンパク」の展開イメージ

■ 準備委員会で出された意見等を踏まえたプログラムテーマのイメージ

<p>【食・農】</p> <p>ア. ぶどう狩りやいちご狩り体験やフルーツの栽培のお手伝い体験（袋かけなど）プログラム</p> <p>イ. 野菜やサツマイモ、米作りなどの農業体験プログラム（種まきや植え付け、田植え、稲刈り・収穫など）</p> <p>ウ. キッズ集合！ 愛知牧場でお仕事体験（お掃除や餌やり、トラクター乗車体験、動物とのふれあいなど）</p> <p>エ. 日進市内の大学の学食グルメ巡りツアー（スタンプラリーなど）</p> <p>オ. おしゃれなカフェで、ラテアート&ケーキやお菓子づくりに挑戦！</p> <p>カ. 日進のB級グルメのお店巡り（スタンプラリーなど）</p> <p>キ. 自家生産の米・ぶどうで醸造した、日進産のどぶろく、ワインと日進の美味しいものを食す</p> <p>ク. 「道の駅」で地域の産品を買う、食べる</p>
<p>【自然体験、健康・スポーツ】</p> <p>ケ. 天白川の源流を目指して散策するウォーキング・ツアー</p> <p>コ. 川のことを知ろう！川を楽しもう！（天白川で楽しみ隊による生物調査とゴミ拾いなど）</p> <p>サ. 里山で自然観察&木や葉っぱを使ったクラフト体験</p> <p>シ. 日進の自然を満喫しながら走る、歩くイベント（マラソン大会やウォーキングイベント）</p> <p>ス. マイ自転車で巡るにっしん満喫の1日（マイ自転車に乗ってログアートを描こう！）</p> <p>セ. 愛知学院大学の坐禅堂でほんものの座禅体験</p>
<p>【歴史・文化】</p> <p>ソ. 秀吉と家康が戦った「小牧・長久手の戦い」にゆかりのある岩崎城と長久手古戦場を巡るツアー</p> <p>タ. 岩崎城で段ボール甲冑（かっちゅう）を作ろう！</p> <p>チ. 日進市内の大学や高等学校、中学校の吹奏楽や管弦楽（オーケストラ）によるコンサート</p> <p>ツ. 自然環境に恵まれた 80 人規模の静かなホール（山のホール）を会場にしたコンサート</p> <p>テ. 日本画（名都美術館）、浮世絵と陶磁器（マस्पロ美術館）を鑑賞するツアー</p>
<p>【交通（乗る）】</p> <p>ト. くるりんばす（日進市の公共バス）で巡る日進の魅力スポット（見どころ、おいしいものツアー）</p> <p>ナ. 鉄道ファン集まれ！ 名古屋市交通局日進工場見学&名古屋市市電・地下鉄保存館「レトロでんしゃ館」に行こう！</p> <p>ニ. 未来のくるま「自動走行車」の乗車体験</p>
<p>【作る・見る】</p> <p>ヌ. 本物にそっくり！ 食品サンプルづくり体験</p> <p>ネ. おなかで働く乳酸菌 シロタ株の生産現場を見る・知る（「愛知ヤクルト工場」見学）</p> <p>ノ. 縫製工場であったアトリエで「さをり織1日体験」</p>

10 平成 28 年度に実施してきた事項と平成 29 年度のアクションプランとの関係



「(仮称) にっしんオンパク」を起点とした広域観光ネットワークの形成

- 広域的な観光交流ネットワークの形成（広域DMOの可能性検討）に向け、「(仮称) にっしんオンパク」のプログラム企画・実施の参加者（パートナー）は、**市外在住者（特に、尾張東部地域）も積極的に受け入れる**。この場合、**日進市の地域資源の活用を条件**とすることが考えられる。
 - ★例示：「岩崎城と長久手古戦場を巡るツアー」、「名都美術館とマस्पロ美術館で美術鑑賞」など。
- また、**姉妹友好自治体（長野県木祖村と三重県志摩市）**及び**海外姉妹都市/地域（米オーエンズボロ市・デーヴィス郡・オハイオ郡）**も観光交流の着地の一つとして捉えて、「(仮称) にっしんオンパク」のプログラムを協働企画することが考えられる。
 - ★例示：「日進の水源-木祖村で間伐と植林体験」、「志摩の海の幸を食べつくす-日進で海女小屋体験！」、「日本のフツ-の生活文化を体験！～オーエンズボロ市の学生夏季短期留学～」など