

一般社団法人ツーリズムとよた経営計画 2025-2029 概要版

1. 計画策定の趣旨と期間

計画策定の趣旨	当法人は、2023年3月に策定した「一般社団法人ツーリズムとよた短期経営計画2023-2024」に基づき、本市観光振興を推進してきました。2025年3月に当該計画期間が終了するとともに本市観光産業の振興を目指し、新たなビジョンとそれに向けた戦略が必要と考え、「一般社団法人ツーリズムとよた経営計画2025-2029」を策定いたします。
計画の期間	2025年4月1日から2030年3月31日（5年間） ⇒ 2025年度からスタートする豊田市観光実践計画が2029年度までの5年間の計画であり、その期間に合わせて中長期的な視点をもって取り組んでいくため、5年間の計画とします。

2. 短期経営計画2023-2024の振り返り

〈めざす姿〉 **チャンスをかき！ ～ 確実なステージ・アップ ～**
— 観光の新たな流れを生み出し、選ばれるまち —

当法人は、2023年3月に「登録DMO」として正式承認され、着実に実績を重ねています。

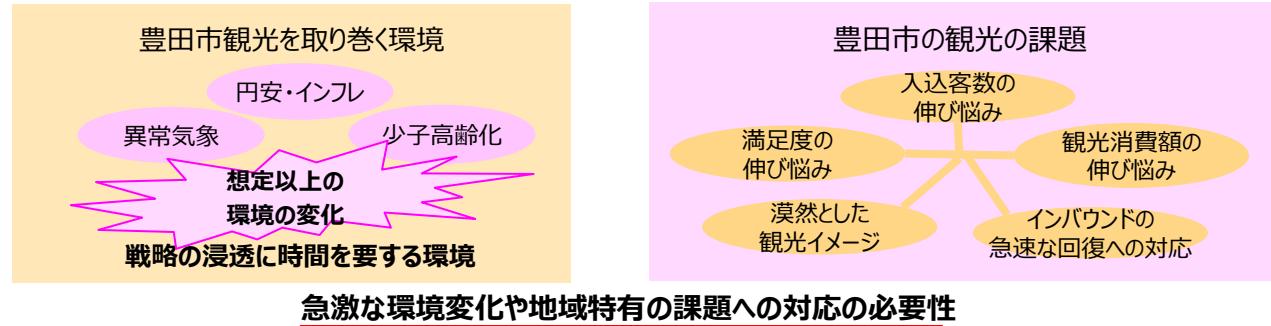
戦略Ⅰ 観光商品のステージアップ	戦略Ⅱ デジタルマーケティングと旅ナカ・旅アト情報の強化	戦略Ⅲ インバウンド戦略のリ・スタート
Ⅰ 観光資源のさらなる磨き上げと組み合わせの加速 ・体験コンテンツ販売支援 ・松平郷天下泰平の竹あかりプロジェクト等	Ⅰ 「いこまいる とよた」を核としたデジタルマーケティング ・デジタルスタンプラリー等の企画・実施等	Ⅰ 現地レップを活用した広報・営業の継続・深化 ・台湾からのゴルフツアー企画・造成等
Ⅱ 市内来訪・周遊の促進と宿泊・交通事業者との連携強化 ・市場城跡見学ツアーの実施 ・香嵐溪・小原四季桜バスツアー開催等	Ⅱ 旅ナカ・旅アト情報の強化 ・インスタグラムキャンペーン「#推しとよた」の実施等	Ⅱ デジタルプロモーションの推進 ・「VISIT TOYOTA CITY」の運営等
Ⅲ 大規模イベント等を契機とした観光商品の開発・販売 ・WRC宿泊観戦プラン販売等		

【全体目標指標値（KGI）】

指標	2024年		達成状況
	目標値	実績値	
訪れた観光地の満足度	43%	40.2%	未達成
主な観光地・イベントの観光入込客数	1,056万人	938万人	未達成
延べ宿泊客数	24万人	17万人	未達成
観光客総消費額	194億円	251億円	達成
観光客1人あたりの平均消費額（日帰り）	2,117円	2,509円	達成
観光客1人あたりの平均消費額（宿泊）	9,908円	11,574円	達成
住民満足度	35.9%	39.6%	達成
リピート率	26.2%	29.2%	達成
市内観光地等の認知度（県内）	53.6%	50.7%	未達成

⇒ 戦略は確実に浸透したが、短期間の中ですべてのKGI達成までには至らず。

3. 課題解決に向けた取組の方向性



登録DMOとしての機能の強化	マーケティング戦略の高度化	付加価値を生む情報発信
観光マネジメント力の強化	観光関係者との連携による、環境変化への対応	観光における“つながり”が生む持続性と革新性
コンテンツ創出力の強化	掛け合わせによる戦略的な商品造成	
価値発信力の強化	各エリアの情報を集約した統合的な情報発信	

4. 重点取組・戦略

〈コンセプト〉 つながり、つくる とよたの観光 — 「ひと」と「まち」を紡ぐ —	数値目標
人、自然・歴史・文化・芸術・産業・その他の多様な観光資源を活用し、それらをつなぎ合わせ生まれる絆によって、豊田における持続可能な観光まちづくりの実現を目指します。	<input type="checkbox"/> 観光消費額 <input type="checkbox"/> 延べ宿泊客数 <input type="checkbox"/> 来訪者満足度 <input type="checkbox"/> リピート率 <input type="checkbox"/> 住民満足度

基本取組・戦略	各基本取組・戦略の施策	指標
基本取組 DMO機能の強化 関係者をつなぐ	① 行政・地区観光協会・観光関連事業者との役割分担・連携強化による観光まちづくりの推進 ② 観光マーケティングのプロセスの確立 ③ 研修等を通じた職員の観光まちづくりへの理解促進・スキル向上 ④ 経営基盤の強化	<input type="checkbox"/> 関係者との意見交換・合意形成等の会議の開催数
戦略Ⅰ 観光資源開発 誘客コンテンツのグレードアップ 資源をつなぐ	① 「歴史観光」「スポーツツーリズム」「フードツーリズム」等、テーマ性の高い観光素材を生かし、飲食・宿泊などの要素と掛け合わせたコンテンツの造成	<input type="checkbox"/> コンテンツ造成数 <input type="checkbox"/> 新規コンテンツ開発数
戦略Ⅱ インバウンド インバウンド戦略の本格的展開 世界と豊田をつなぐ	① コンテンツの発掘や体験コンテンツのインバウンド対応等、インバウンドにささるコンテンツの開発・磨き上げ ② セールス・レップの活用による現地旅行会社への営業と日本国内における訪日ランドオペレーターなどの旅行関係事業者への営業	<input type="checkbox"/> コンテンツ造成数（体験・ツアー等） <input type="checkbox"/> 多言語公式ホームページ閲覧数
戦略Ⅲ プロモーション 戦略的プロモーションの推進 情報と人をつなぐ	① 各エリアの観光情報を集約した一元的情報発信 ② 観光CRM（いこまいる とよた）や公式SNS、Web広告等を活用したターゲットに応じたプロモーション ③ 新規ファンへの訴求力向上と既存ファンのロイヤルティ向上	<input type="checkbox"/> いこまいるとよたロイヤルユーザー数 <input type="checkbox"/> 公式ホームページ閲覧数（日本語）

〔 香嵐溪・小原四季桜バスツアー 〕



2024年11月に8日間、催行した主にインバウンド向けのバスツアーで172人が参加。

〔 WRC宿泊観戦プラン 〕



2022年から継続実施。地域の宿泊事業者と連携して、豊田市の魅力度向上を図っています。

〔 いこまいる とよたによるデジタルスタンプラリー 〕




いこまいるとよたの登録者数は約1.6万人。デジタルスタンプラリーの参加者数は増加傾向で、参加者の年代層や趣味・関心ごとなどを分析して企画。