

## 令和3年度 事業計画

令和3年度は、新型コロナウイルス禍から再起するため、「ツーリズムとよた短期経営計画2021-2022」に掲げる3つの戦略を展開し、「Try it! Toyota - 観光の新たな流れを生み出し、選ばれるまち -」を目指します。

特に今年度は、世界ラリー選手権大会や豊田スタジアムにおける名古屋グランパスの試合数の増加等、国内外から本市が注目され来訪につながるスポーツイベントが開催されます。

これらの好機を生かすとともに、本市の魅力的な自然を生かしたアクティビティ等の“多様なテーマに合わせた観光商品”作り、Withコロナ時代の「新しい観光様式」を持続的に推進する“仕組み”や“推進体制”作りを行ってまいります。

なお、各種事業を遂行する際には、新型コロナウイルス感染状況や社会情勢を考慮し進めてまいります。

### 【公益事業】

#### 1 地域団体等連携事業

国内外からの旅行者の誘致及び受入体制の強化、市内各地の行催事に協賛、後援等の支援を行うとともに、市内観光協会を始めとする関係団体、観光事業者等の皆様との連携を進めてまいります。

#### 2 調査・戦略策定事業

国内外の旅行者の観光動向やニーズ、各種事業の成果を把握する調査分析を行い、観光客が求める「真のサービス」を提供するための取組につなげていきます。

##### (1) 観光マーケティング調査 **戦略Ⅰ**

調査・分析を行い課題の整理及び改善につなげるとともに、関係団体が行う事業や取組の効果が高められるよう情報提供や改善提案を行います。

<実施事業>

- ・インターネット調査、観光地来訪者アンケート調査、宿泊動向調査等
- ・当法人主催事業及び市内の主な行催事の効果検証に必要な調査

##### (2) 「観光地域づくり法人（候補DMO）」の国への登録に向けた検討 **重点取組**

市内の関係団体等と検討会議を開催します。

### 3 観光資源開発事業

本市の多様な資源をテーマごとに整理し、磨き上げ、観光客の趣味嗜好に合わせて組み合わせることで付加価値の高い観光商品を造成・提供します。

#### テーマ別観光の推進 **戦略 I - I**

武将・城郭、花木、野菜・フルーツ、グルメ、伝統文化、スポーツ等の多様な資源をテーマごとに整理し、魅力ある観光商品として開発し、販路確立していくための支援を行います。

<実施事業>

- ・テーマ別着地型観光商品造成事業
- ・テーマ別ツアー商品開発事業

### 4 プロモーション事業

Withコロナ及びAfterコロナの状況を見据え、WEB等の「デジタル」を主軸としたプロモーションを展開します。

#### (1) 観光ブランディングの推進 **戦略 II - I**

市民や市外在住者が、本市で遊び、滞在したくなるような“観光イメージを高める”ための取組を継続します。

<実施事業>

キャンペーンスローガン「Try it! さあ、とよたいけん。」及びメインビジュアルポスターの積極的な活用

#### (2) CRM (カスタマー・リレーション・マネジメント) の推進 **戦略 I - II**

趣味嗜好の異なる消費者に合わせ、消費者が求める情報を提供できる仕組み(システム)を構築することで、何度も足を運んでいただける“ファン”づくりにつなげていきます。

<実施事業>

CRM及びMA (マーケティング・オートメーション) のシステム導入に向けた検討及び準備

#### (3) 国内誘客プロモーション事業

愛知県を中心に、本市観光の認知度及び興味関心度を高めていく取組を展開します。

## ア 国内宣伝事業

### (ア) 旅行会社及びメディア等へのプロモーション

愛知県が主催する商談会、出展事業に参画する等、旅行会社、メディア等に向け本市の観光資源を売り込みます。

また、市内で開催される大型イベントの主催者（又は旅行会社）に対し、市内宿泊施設及び飲食店等の利用を促す営業活動を行います。

あわせて、旅行会社等に本市の旬の観光スポット等を載せたメールマガジンを配信するなど、様々な旅行商品が生まれ販売されるよう取り組んでまいります。

### (イ) 観光イベント等におけるプロモーション

市内外で行われる観光イベントに参加する等、対面により本市観光の魅力を紹介します。

### (ウ) 公共交通と連携したプロモーション

名古屋鉄道株式会社と連携し、交通広告等を活用した観光プロモーションを展開します。

## イ 情報収集・発信事業

### (ア) デジタルプロモーションの推進及び強化 **戦略Ⅱ-Ⅱ**

- a ホームページ、Facebook、Instagram、LINEによる情報発信
- b WEB広告の活用によるSNSファンの獲得とホームページへの誘導等
- c 有料プレスリリースの配信
- d 観光プロモーション動画の作成

### (イ) 誘客宣伝物等の作成及び活用

- a 観光パンフレット等の増刷及び配布
- b オリジナルノベルティグッズの作成及び配布

## ウ メディア活用事業

各種取組のターゲットに合わせ、雑誌、WEBメディア等の媒体を選択し、情報発信します。また、新聞、テレビ局等への広報も進めていきます。

## (4) 海外誘客プロモーション事業

新型コロナウイルス収束後の訪日旅行需要を捉えるため、長期的な視点によりインバウンドを推進する取組を行います。特にベトナム、タイ、台湾の3か国をメインターゲットとしてプロモーションを展開します。

## ア 海外宣伝事業

### (ア) 旅行会社及びメディア等へのプロモーション **戦略Ⅲ-Ⅱ**

メインターゲット国において、現地の広報・営業代行（セールス・レップ）を活用したプロモーションを展開します。

また、当法人が関係構築した旅行会社にメールマガジンを配信する等、本市観光情報を継続的に発信します。

#### **(イ) セントレアと連携したプロモーション**

親族・友人訪問等を目的とした訪日観光客誘致促進事業に参画し、在日ベトナム人等を活用したプロモーション等を行います。

### **イ 外国人向け情報発信事業**

#### **デジタルプロモーションの推進 戦略Ⅲ-I**

- a 多言語版ホームページ、Facebook、Instagramによる情報発信
- b WEB広告を活用した多言語版ホームページへの誘導等
- c WEBメディア等の活用

## **5 受入環境整備事業**

市内観光関連事業者のスキルアップ支援等の取組を行います。

### **(1) 観光関連事業者向けセミナーの開催 戦略Ⅰ-Ⅲ**

観光客の受入れに必要な知識習得を目的としたセミナー等を開催します。

### **(2) 会員事業者の販路拡大支援等**

会員事業者が取り扱う土産品等の販路拡大に向けた支援を行います。

### **(3) 会員への情報提供、共有等**

当法人及び官公庁等が実施した調査の結果を始め、会員の活動の参考となる情報を提供します。

## **6 法人運営及び組織力強化**

信頼性の高い、透明性のある法人運営を行うとともに、専門性の高い職員の育成に努め、地域の観光振興に貢献できる組織を目指します。

また、当法人の理念や活動に賛同し、一緒に観光振興に取り組む会員事業者を増やすことで、観光振興の推進力を高めていきます。