

令和4年度

事業計画書



ツーリズムとよや
TOURISM TOYOTA

令和4年度 事業計画

令和4年度は、当法人の「短期経営計画2021-2022」の2年目として、「目指すべき姿」である「Try it! Toyota-観光の新たな流れを生み出し、選ばれるまち-」の実現に向け、新型コロナウイルス感染症や社会情勢を考慮しながら、引き続き計画に掲げる3つの戦略を中心に各取組を展開してまいります。

令和4年1月に、観光庁に「観光地域づくり候補法人：候補DMO」の申請をいたしました。また、11月にはジブリパーク開業や世界ラリー選手権(WRC)の開催が予定されており、令和5年1月からはNHK大河ドラマ「どうする家康」が放映されます。

国内外から本市が注目され、多くの来訪者が見込まれるこの好機に、各関係者との連携を深め、本市の多様な観光資源を活かした商品造成を行うとともに、令和4年度から本格運用を開始するCRM(カスタマー・リレーションシップ・マネジメント：顧客との関係性構築の仕組み)システムを活用し、本市観光のファンづくりを進めてまいります。

【公益事業】

1 地域団体等連携事業

地区観光協会を始め関係団体との情報共有・意見交換の機会を拡大するとともに、各種協議会等に参画し、ジブリパーク開業やWRC開催などの好機を活かした旅行者の誘致及び受入体制の強化を図ります。また、本市をホームタウンとするプロチームとの連携などの取組を広げます。

(1) (仮称)戦略策定ワーキングの開催 **重点取組**

ツーリズムとよたの会員事業者及び連携団体と定期的に戦略の策定や情報の共有を図る場として(仮称)戦略策定ワーキングを開催し、効率的かつ効果的な事業実施やプロモーションを進め、候補DMOとしての役割を果たします。

(2) 協議会等への参画 **重点取組**

ジブリパーク開業やWRC開催などの好機を活かすため、各種協議会等に参画し、魅力ある観光商品の造成や効果的な情報発信につなげます。

<主な協議会等>

(豊田市)

- ・豊田市ラリーをいかしたまちづくり実行委員会
- ・TGRラリーチャレンジin豊田イベント実行委員会
- ・(仮称)豊田市ジブリパーク来訪者おもてなし協議会
- ・とよた元気プロジェクト実行委員会
- ・とよた宿割実行委員会

(愛知県)

- ・愛知県大河ドラマ「どうする家康」観光推進協議会

(3) プロスポーツチームとの連携の取組

本市でホーム戦を行う名古屋グランパス、トヨタヴェルブリッツ、シーホース三河と連携し、会場で配布するコラボグッズの作成、インスタグラムキャンペーン、会員事業者が出店できる機会を調整するなどの取組を進めます。



＜コラボグッズの例＞
ネックウォーマー（令和3年度）

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ます。また、GPSなどデジタル技術等の活用の可能性を検討し、観光客が求める旅行商品の造成やサービスの提供につなげるとともに、これらの結果を踏まえた次期短期経営計画を策定します。

(1) 観光マーケティング調査 **戦略Ⅰ**

本市の観光の現状を調査・分析し、得られた結果を整理して観光誘客の拡大につなげるとともに、関係団体が行う事業や取組の効果を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、宿泊動向調査など
- ・ツーリズムとよたの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) 次期短期経営計画の策定

令和4年度で計画期間が終了する短期経営計画 2021-2022 を総括するとともに、デジタル技術の活用策などを調査・検討します。これらの結果や観光マーケティング調査の結果等を踏まえ、新たな短期経営計画を策定します。

3 観光資源開発事業

本市の多様な地域資源の掘り起こしと磨き上げに引き続き努め、顧客ニーズに基づく新たな観光商品の開発を進めます。また、観光客の趣味嗜好に応じてテーマごとに地域資源を組み合わせ、付加価値の高い観光商品として提供します。

(1) テーマ別着地型観光商品の造成及び販売 **戦略Ⅰ-I**

多様な地域資源を活かした商品開発を支援するとともに、民間の体験予約WEBサイトの活用により効果的なPR及び販売を行います。



(2) テーマ別ツアー商品の開発・販売 **戦略Ⅰ-I**

本市の多様な観光商品について、事業者のマッチングやテーマごとのパッケージ化などにより付加価値を高め、団体又は個人向けツアー商品としての販売につなげます。

(例) 国指定松平氏史跡ガイドツアー、家康・十六神将ゆかりの地で御朱印巡り
ジブリの世界観に似た山村地域等巡り、
まちなかナイトタイムを楽しむツアー など

4 プロモーション事業

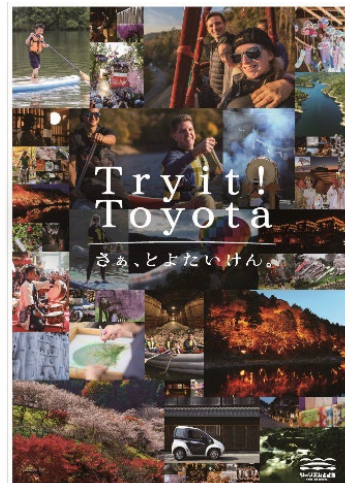
ジブリパーク開業、WRC開催、NHK大河ドラマ「どうする家康」放映や訪日旅行の再開を見据え、豊田市の観光イメージも訴求できる各種プロモーションを行うとともに、新たに導入したCRMシステムの活用により本市への誘客を図ります。

(1) 観光ブランディングの推進 **戦略Ⅱ-I**

短期経営計画 2021-2022 のキャンペーンスローガン「Try it! Toyota さあ、とよたいけん。」を各種媒体に使用し、本市観光イメージの認知度向上を図ります。

<主な取組>

- ・WEBメディア、SNS等によるデジタルプロモーション
- ・イベント等でのブース出展



(2) CRM制度「いこまいる とよた」の推進 **戦略Ⅰ-Ⅱ**

豊田市の観光に興味を持つ人と関係性を結ぶ※CRMを活用し、一人ひとりの趣味嗜好に合わせた情報を届け、市内の周遊やリピート来訪を促し、本市にまた来たいと思っていただける「ファンづくり」を進めます。

また、観光地等への来訪ポイント機能を加え、「いこまいる とよた」の名称で本年度は市内及び県内を中心とした顧客への周知・浸透を図ります。

※CRM：カスタマー・リレーションシップ・マネジメント

<主な取組>

- ・季節やイベント情報を届けるメールマガジンの配信
- ・観光ポイントの運用開始（令和4年6月開始予定）

ためる：観光地でのチェックイン、

デジタルスタンプラリーへの参加など

つかう：割引クーポンの発行

地域の特産品との交換 など



(3) 国内誘客プロモーション事業 **戦略Ⅱ-Ⅱ**

ジブリパーク開業、WRC開催、NHK大河ドラマ「どうする家康」放映などに伴い愛知県への来訪者が多く見込まれるこの好機を活かすため、デジタル・アナログの両面から本市の観光の魅力を伝える情報発信を進めます。

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、旅行会社等へ旬の観光スポット等を紹介するメールマガジンの配信など、様々な旅行商品の造成・販売を促します。

(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等に参加し、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や愛知環状鉄道株式会社、とよたおいでんバス（豊田市）など市内交通事業者と連携し、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。

(エ) スポーツ大会主催者等へのプロモーション

スカイホール豊田での大規模スポーツ大会等における来訪者のおもてなし及び消費拡大のため、市内の弁当事業者や宿泊施設等の観光情報を提供します。

イ 情報収集・発信事業

(ア) GPS機能を活用したデジタルプロモーション

「旅ナカ」において、効果的に情報を届けて消費を促すため、スマートフォン等のGPS機能を活用した現在地周辺の観光施設、飲食店等の情報を発信します。

(イ) 旬な情報の発信力の強化

ツーリズムとよたホームページにおいて、季節ごとのコラムや動画などを充実し、取材時の施設スタッフとのやり取りの様子や、取材者が感じたリアルな体験・経験を発信します。

また、「WE LOVEとよた」の醸成につながる地元ならではの情報や、旅行者を引き付ける新規店舗・イベントなどの情報を発信し、本市への誘客につなげます。

(ウ) 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メディアなど効果的なPR媒体を選択して情報発信します。

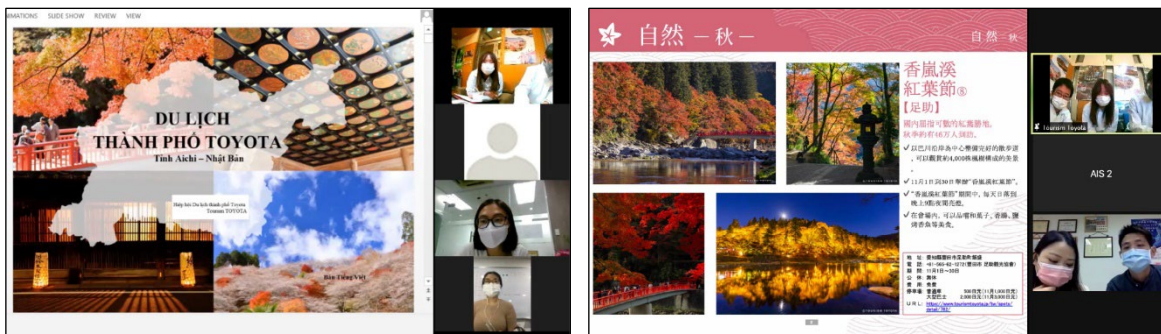
(4) 海外誘客プロモーション事業 **戦略Ⅲ-I～II**

新型コロナウイルス収束後の訪日旅行再開を見据え、ベトナム、タイ、台湾をメインターゲット国と位置づけ、海外現地での広報・営業代行（セールス・レップ）を継続するとともに、WRC開催に向け多言語ホームページ「VISIT TOYOTA CITY」の掲載情報を充実します。

ア 海外宣伝事業（旅行会社及びメディア等へのプロモーション）

(ア) 現地での広報・営業代行（セールス・レップ）

メインターゲット3か国において、セールス・レップを展開するとともに、その効果を検証します。



(イ) オンラインを活用したプロモーション

オンラインによるF A Mトリップを企画・実施するとともに、愛知県等が開催するオンライン商談会等に参画します。

※F A Mトリップ（ファミリアライゼーション・トリップ）：観光誘致促進のため、旅行代理店やメディアなどに現地を視察してもらうツアーのこと。

(ウ) メールマガジンの配信

これまでにツーリズムとよたが関係構築した旅行会社（約200件）へのメールマガジン配信等により、本市の観光情報を継続的に発信します。

イ 外国人向け情報発信事業

- a 多言語ホームページ「VISIT TOYOTA CITY」の掲載情報の充実
- b Facebook、Instagramによる情報発信
- c WEB広告を活用した多言語ホームページ「VISIT TOYOTA CITY」への誘導等
- d 日本政府観光局（J N T O）、中央日本総合観光機構等と連携した情報発信
- e その他WEBメディア等の活用

5 受入環境整備事業

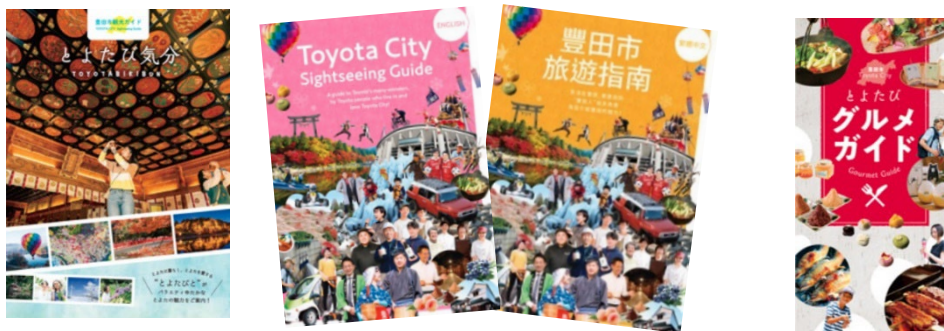
市内観光関連事業者のスキルアップ支援等の取組を行います。

(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 **戦略Ⅰ-Ⅲ**

会員事業者の土産品等の販路拡大に向け、観光情報発信拠点「とよたびステーション」での特産品販売を促進するとともに、ツーリズムとよたホームページや観光パンフレット「とよたび気分」によるPRやコンサルティングなどを行います。



(3) 会員への情報提供、共有等

ツーリズムとよた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、データ収集・分析やその結果のマーケティングでの活用スキルなど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、ツーリズムとよた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。