

令和8年度

事業計画



ツーリズムとよた
TOURISM TOYOTA

観光をとよたのチカラに。

はじめに

当法人は、令和8年度で設立10年目を迎えます。設立以来、短期経営計画等に基づき、観光マーケティングの導入と地域資源の磨き上げを両輪として豊田市の観光振興に取り組んでまいりました。設立当初は、市内観光資源の認知度不足や観光情報に触れる機会の少なさが課題であり、観光データの収集・分析を基盤とした戦略的プロモーションの展開と観光コンテンツの開発を進めてきました。

この10年において当法人が果たしてきた役割は、豊田市の観光を「資源はあるが十分に活用されていない状態」から、「データに基づき地域資源を磨き上げ来訪者の行動につなげる観光」へと転換する取組を進めてきた点にあります。観光マーケティング調査の継続的な実施で来訪者像を可視化するとともに、観光事業者や地域団体との連携とを通じて観光資源の整理やプロモーションの強化を進め、観光地域づくりの基盤整備に取り組んでまいりました。

一方で、最新の観光マーケティング調査では、本市への来訪の多くが近距離圏からの自家用車による日帰り旅行であることが確認されており、また来訪満足度は高い水準にあることも明らかになっています。これは、本市が有する自然、歴史など多様な地域資源が来訪者に評価されていることを示していますが、体験型コンテンツの利用や観光消費の拡大には依然として伸びしろがあり、地域資源をより魅力的な観光コンテンツとして磨き上げ、来訪者の行動や消費につなげていく取組が重要となります。

こうした背景を踏まえ、本年度は、第20回アジア競技大会等の大規模スポーツイベントの開催も一つの契機としながら、歴史、自然、食といった地域資源の磨き上げと観光コンテンツ化をさらに推進する年と位置づけます。また、AI等の新たな技術も活用した戦略的プロモーションにより「認知」から「来訪者の来訪意欲や観光行動の変化」を促すとともに、観光事業者や地域団体との連携を強化し、地域一体となった観光商品の創出を進めてまいります。

当法人は、観光地域づくりの推進主体として、地域の多様な関係者をつなぐハブ機能を果たしながら、これまで培ってきた観光マーケティングと地域連携の基盤を活かし、来訪者満足度の向上と観光消費の拡大を通じて、地域の稼ぐ力の向上につながる持続可能な観光地域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

観光地域づくり法人（DMO）に求められる合意形成機能を基盤とし、地域団体、観光協会、行政、民間事業者との連携を通じて、観光施策の実効性を高めます。

また、各種協議会や事業者との連携を通じて、本市の観光資源を活用したコンテンツ造成や情報発信を進め、地域主体の観光事業の自走化を目指します。

さらに、本市をホームタウンとするプロスポーツチーム等と連携し、スポーツ観戦を目的に訪れる来訪者に対して本市の観光資源の魅力を発信するとともに、観戦前後の観光行動につなげる取組を進めます。

（1）7地区観光協会事務局長会議等の開催

市内7地区の観光協会と情報共有や意見交換を行いながら、市域全体で連携した観光振興を進めます。

また、DMOとして観光マーケティング調査やデジタルマーケティングなどから得られる観光データを活用し、観光動向や来訪者ニーズの共有を図るとともに、地域の観光事業やコンテンツ造成に生かすための意見交換を行う事務局長級の会議を定期的に開催します。令和8年度は3回の開催を予定しています。

（2）協議会等への参画

アジア・アジアパラ競技大会やラリージャパン（以下「WRC」）、豊田おいでんまつりなど、市内で開催される集客力の高いイベントを契機として観光振興を図るため、各種協議会等に参画し、関係団体との情報共有や連携を進めます。

また、これらのイベントを単なる催事として捉えるのではなく、本市の観光資源の魅力発信や観光コンテンツの造成、来訪者の市内周遊や観光消費の拡大につながる取組へと発展させることを目指します。

<主な協議会等>

【豊田市】

- ・アジア・アジパラ競技大会豊田市実行委員会
- ・豊田おいでんまつり実行委員会
- ・豊田市ラリーをいかしたまちづくり実行委員会
- ・豊田市「綾渡の夜念仏と盆踊」保存活用推進協議会

【愛知県】

- ・あいちの歴史観光推進協議会
- ・愛知『発酵食文化』振興協議会

（3）プロスポーツチームとの連携

本市でホーム公式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、試合会場での観光PRやコラボ商品の制作などを通じて本市の観光の魅力発信を行います。

また、試合会場での出展や「いこまいる とよた」を活用したキャンペーン等を実施し、観戦を目的とした来訪者の観光行動につなげる取組を進めることで、スポーツ

観戦を契機とした観光誘客や市内周遊の促進を図ります。

(取組例)

- ・各チームと連携した観光 PR の推進
- ・「いこまいる とよた」を活用した来場ポイントの付与やプレゼント



シーホース三河の試合における
フォトスポットの設置

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、その結果について会員事業者をはじめ関係団体等と共有します。

また、これまで継続してきた観光マーケティング調査について、調査の実施自体を目的とするのではなく、得られたデータを分析・整理し、観光資源の磨き上げや観光商品の造成、プロモーション施策など具体的な事業に反映することで、実効性の高い観光施策の推進につなげます。

さらに、「いこまいる とよた」のデータ分析や、あいちツーリズムトレンド等の広域データの活用、GPS 等デジタル技術の活用可能性の研究などを通じて、来訪者の行動分析やニーズ把握を進め、観光客のニーズに即した旅行商品の造成やサービスの提供につなげていきます。

(1) 観光マーケティング調査

本市の観光の現状や来訪者の動向を把握するため、観光マーケティング調査を実施します。

インターネット調査や観光地来訪者アンケート調査、宿泊動向調査などを通じて来訪者の属性や満足度、行動特性等を把握するとともに、市内で開催される主要なイベントや当法人が実施する事業についても効果検証を行います。

また、調査結果については会員事業者や関係団体等に共有し、地域の観光事業やプロモーション施策の改善につなげるとともに、地区ごとの観光動向を踏まえた意見交換や報告会等を開催し、地域の観光戦略の検討に活用していきます。

<調査事業>

- ・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
- ・当法人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

<調査報告>

- ・会員事業者等の取組の参考となるよう、調査結果等を定期的に共有・公開
- ・地区ごとの観光動向を伝え、意見交換など観光戦略に生かす報告会などを開催



マーケティング調査結果の地区報告会

3 観光資源開発事業

多様な地域資源の掘り起こしと磨き上げに努め、顧客ニーズに基づく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地域資源をテーマごとに組み合わせることで、付加価値の高い観光コンテンツの造成を進めます。

令和8年度は、本市の観光資源を「歴史」「自然」「フード」「文化」のテーマで整理し、単発のイベントではなく継続的に誘客につながる観光コンテンツとして確立することを目指します。

(1) テーマ性の高い地域資源を活かした観光コンテンツの造成

令和8年度は、「歴史」「自然」に加え、「フード」「文化」を戦略的に取り組むテーマとして強化します。

地域や関係団体、事業者と連携しながら観光資源の整理や魅力発信を進め、来訪者の滞在時間の延長や観光消費の拡大につながる観光コンテンツの造成に取り組みます。なお、産業観光の是非についてもその動向を注視して検討してまいります。

歴史	山城を中心とした歴史資源の魅力発信を進めるとともに、文化財課や博物館、地域団体等と連携しながら歴史情報の整理や解説プログラムの充実を図ります。また、歴史関連イベントなどと連動した周遊促進の取組を進め、歴史ファンや地域ファンの獲得を図るとともに、市内観光地への来訪促進につなげます。
自然	小原四季桜まつり30周年を契機として、四季桜のブランド強化に向けた取組を進めます。ライトアップを絡めたツアー商品の造成・販売などの観光コンテンツの充実を図るとともに、国内外に向けた魅力発信を強化し、「四季桜といえば小原」という認知の定着を目指します。
フード (新規)	食文化を観光資源として活用するフードツーリズムを推進します。例えば、郷土料理である五平餅や発酵食文化などを活用した体験型コンテンツの開発を進めるとともに、飲食事業者や関係団体と連携した取組を通じて観光消費の拡大を図ります。
文化 (新規)	美術館や博物館、能楽堂、コンサートホール等で開催される文化イベントと連携した取組を通じて観光消費の拡大を図ります。

(取組例)



松平郷
天下泰平の竹あかり



小原四季桜ブランド強化

(2) 大規模イベント等を契機とした観光コンテンツの造成

国内外から注目される大規模イベント等を契機として、本市の観光資源の魅力発信や観光コンテンツの造成を進めます。

アジア・アジアパラ競技大会は、本市の観光資源を国内外に発信する重要な機会であるとともに、観光ブランド力を高める契機となります。大会期間中の来訪者の市内周遊や宿泊、体験消費へとつながる取組を進めます。さらに、その成果を大会後の継続的な誘客につなげていきます。

また、WRC については、観戦者向け宿泊プランの販売や関連コンテンツの造成を進めるとともに、ラリー関連イベントや周遊企画などを通じて年間を通じてラリーを楽しめる環境づくりを進め、「ラリーの聖地」としてのイメージ定着を図ります。

さらに、豊田市美術館の企画展など文化施設の集客機会を活用し、周辺観光施設や飲食店等と連携した観光企画を実施することで、市内観光の周遊促進につなげます。

(取組例)



WRC フォーラムエイト・
ラリージャパン宿泊観戦プラン



豊田市博物館
企画展連携事業

(3) インバウンド向け観光商品の開発

国内におけるインバウンド需要の拡大を踏まえ、本市においても持続的な海外誘客基盤の確立を目指します。

台湾・タイを中心とした重点市場については、これまで構築してきた旅行会社との

関係性を活かし、ゴルフツーリズムや香嵐渓・小原四季桜ツアーなどの旅行商品の販売拡大を図るとともに、旅行会社主体で継続的に商品販売が行われる仕組みづくりを進めます。

また、新たに本市の代表的な観光資源である小原四季桜におけるライトアップをフックにしたバスツアーの造成や販売支援を行い、インバウンド観光客の市内周遊や観光消費の拡大を図ります。

さらに、アジア・アジアパラ競技大会の開催を契機として、本市の観光ブランドを国際的に発信するとともに、来訪者の滞在中の周遊促進や帰国後の再訪につながる情報発信を進めます。

あわせて、ハラル対応を含む多様な旅行者ニーズへの対応を進めるとともに、今後の海外誘客戦略を見据え、新たなターゲット市場の可能性調査にも取り組みます。

(取組例)



台湾団体客によるゴルフツーリズム



香嵐渓紅葉ライトアップ & 小原四季桜日帰りバスツアー



小原四季桜ライトアップバスツアー

(4) 国内滞在型観光商品の造成

宿泊施設や交通事業者、観光関連事業者等との連携を深め、市内宿泊や周遊につながる観光商品の造成・販売を進めます。特に、旅行会社等が商品化しやすい受入情報（観光バス受入、食、宿泊、体験等）を整理・更新し、商談等で活用できる資料として整備することで、滞在型商品の造成を後押しします。

あわせて、フードツーリズムの取組（ミルククーポン等）と連動させることで、来訪者の滞在時間の延長と観光消費の拡大につなげます。

(取組例)



豊田市観光 PR 資料制作



香嵐渓ミルククーポン

4 プロモーション事業

市内への誘客及びインバウンド誘客に向け、本市の観光地等の認知向上と観光イメージの浸透を図る各種プロモーションを実施します。

令和8年度は、「いこまいる とよた」を中核とした観光 CRM の活用を進めるとともに、SNS やホームページ、LINE 等のデジタル媒体の役割を整理し、顧客情報の蓄積と分析に基づくデータマーケティングの強化を図ります。

また、アジア・アジアパラ競技大会の開催都市としての発信機会を活用し、事前・大会期間中・事後の三段階での情報発信を行うことで、来訪者の再訪や周遊促進につなげます。

(1) 「いこまいる とよた」の活用

市内観光地への来訪によりポイントが貯まるウェブサービス「いこまいる とよた」を活用し、登録者の趣味嗜好や行動履歴に応じた情報配信を行うことで、観光地としての豊田市への愛着醸成と再来訪の促進を図ります。

令和8年度は、SNS、ホームページ、LINE、「いこまいる とよた」を連動させた情報発信の導線を整理し、観光情報への関心を登録・利用へとつなげるデジタルマーケティングの強化を進めます。

また、スタンプラリーや参加型企画などを通じて会員との双方向コミュニケーションを促進し、観光地としての認知向上と関係人口の創出を図ります。

(取組例)



ラリーDEスタンプラリー



猿投山チェックインキャンペーン

(2) 国内誘客プロモーション事業

歴史観光、フードツーリズム、自然資源など本市の観光テーマと連動した情報発信を行い、来訪動機の創出や滞在型観光の促進を図ります。

SNS やホームページ等を活用した情報発信の強化や、旅行会社やメディア等への営業活動を通じて、本市の観光資源を組み合わせた旅行商品の造成を促進します。

また、市内外で開催される観光イベント等を活用した消費者向けプロモーションを実施するとともに、交通事業者等と連携したモデルコースの発信などにより市内周遊の促進を図ります。

ア 国内宣伝事業

(ア) リアルタイムでの情報の発信強化や誘客につながる投稿の質の向上

SNS を中心とした情報発信の質を高め、検索環境の変化も踏まえた情報整備を進めることで、本市の観光情報の共有・拡散を図ります。

(イ) 旅行会社及びメディア等へのプロモーション

商談会や個別営業を通じ、歴史資源、体験型コンテンツ等を組み合わせた滞在型商品の造成を促進します。

(ウ) 消費者への直接プロモーション

市内外の観光イベントや公共交通機関での掲示等を通じて、本市の観光の魅力や価値を直接発信し、来訪動機の創出を図ります。

イ メディア活用事業

ターゲット別に媒体を選定し、テーマ戦略（歴史・自然・フード・文化）と連動した特集発信を行います。

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

(3) 海外誘客プロモーション事業

台湾、タイ、香港を重点市場とし、既存市場の深化と商品の自走化を図ります。

現地での広報・営業代行（セールス・レップ）を活用し、ゴルフツーリズムや香嵐溪・小原四季桜ツアーなどの旅行商品の販売拡大を図るとともに、旅行会社主体で継続的に商品販売が行われる仕組みづくりを進めます。

また、多言語ホームページ「VISIT TOYOTA CITY」の充実や SNS による情報発信、WEB 広告の活用などにより個人旅行者（FIT）向けのプロモーションを強化し、本市の観光情報の認知拡大と来訪促進につなげます。

ア 現地での広報・営業代行（セールス・レップ）【タイ・台湾】

既存市場の深化を図り、現地旅行会社への営業活動を通じて、ゴルフツーリズムや香嵐溪・小原四季桜を中心に更なる誘客を目指し、営業活動を展開します。

イ デジタルプロモーション

- 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「VISIT TOYOTA CITY」への誘導
- d 日本政府観光局（JNTO）等と連携した情報発信

5 受入環境整備事業

ユニバーサルツーリズムの推進や観光関連事業者のスキルアップ、人材育成などの取組を通じて、市内の観光受入環境の向上を図ります。

(1) ユニバーサルツーリズムのさらなる推進

令和7年度にジャパンツーリズムアワードの審査委員特別賞を受賞したユニバーサルツーリズムの取組を継続し、心のバリアフリー認定取得の促進や受入環境の整備を進めます。

また、市民参加型の体験企画などを通じてユニバーサルツーリズムへの理解促進を図るとともに、観光施設や宿泊施設の受入体制の向上につなげます。

(取組例)



ミニユニバーサルツアー



心のバリアフリー認定促進
(観光庁 HP より)

(2) 観光関連事業者向けセミナーの開催

観光客の受入や情報発信、観光コンテンツづくりなどに関する知識習得を目的としたセミナー等を開催し、市内観光事業者のスキルアップを支援します。

(取組例)



令和7年度セミナー「生成 AI による観光業の効率化セミナー」

(3) 会員事業者の販路拡大支援等

当法人ホームページや観光パンフレット「とよたび気分」、SNS等を活用し、会員事業者の情報発信や販路拡大を支援します。

また、観光コンテンツの磨き上げや他事業者との連携による新たな商品づくりなどについて提案やマッチングを行い、観光事業の発展につなげます。

<主な取組>

- ・とよたび気分、グルメガイド、ホームページなどによる会員情報のPR
- ・InstagramなどSNSを活用した情報の拡散、販路拡大サポート
- ・体験コンテンツの磨き上げに向けた取組内容の提案や他事業者とのマッチング



各種観光パンフレット（とよたび気分ほか）

（４）会員等への情報提供・共有

当法人や官公庁等が実施した調査結果や観光動向などの情報を会員事業者や関係団体へ提供し、地域における観光事業の取組に生かしてまいります。

（５）観光関連人材の育成支援

大学や足助高校、関係団体等と連携し、観光分野に関心を持つ若者への学習機会の提供などを通じて将来の観光人材の育成を支援します。

6 法人運営及び組織力強化

信頼性が高く、透明性のある法人運営を行うとともに、継続した収益事業の発案・実施や財務会計、データ収集・分析、マーケティング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。

（１）定時総会、理事会の開催

- ・定時総会 年1回（令和8年6月）
- ・理事会（通常・臨時）年3回程度（令和8年5月、9月、令和9年3月）

（２）会員事業者の確保

当法人の理念や活動に賛同し、共に観光振興に取り組む会員事業者の増加に努め、観光振興の推進力を高めます。

（３）職員の専門性向上

公益財団法人協会が実施する会計セミナー、観光庁等が主催する登録DMOの更新に必要なセミナーに参加、研修メニューに職員自らが調整して実施する先進地事例の視察を新規に設定するなど、財務会計やマーケティング、事業計画及び実施に必要な能力を伸ばします。

【収益事業】

当法人が推進する観光振興の取組において、収益事業は単なる収益確保の手段ではなく、本市の観光資源の魅力を商品として具体化し、来訪者の観光消費を拡大させる重要な役割を担います。

公益事業で磨き上げた観光資源や観光コンテンツを旅行商品や物販商品として展開することで、来訪者の体験価値を高めるとともに、市内事業者の経済活動の活性化につなげていきます。

令和8年度は、ラリーなどのスポーツイベントや歴史資源、文化施設など本市の特徴的な観光資源を活用した旅行商品の造成や販売を進めるとともに、地域の魅力を発信する物販事業を通じて観光消費の拡大と市内周遊の促進を図ります。

1 観光宣伝物販事業

本市の多様な地域資源を掘り起こし、その魅力を生かした商品開発を進め、当法人の収益の確保を図りながら、さらにその資源の価値を高めていきます。

(1) 豊田御城印プロジェクトの推進

令和4年度から実施している、御城印でお城（城跡）巡りを楽しむことをコンセプトとした「豊田御城印プロジェクト 御城印で豊田お城巡り」を継続し、本市の歴史観光を盛り上げ、市内周遊を促します。

また、山城に関連したイベント等で出展販売を行うことでニーズを把握し、リニューアルを含めた次の御城印の企画を検討していきます。

御城印：



全12城（表）

全12城（裏）

(2) 街ガチャ in 豊田の実施

令和7年3月から開始した物販事業「街ガチャ in 豊田」。豊田市を象徴するスポットをモチーフにしたキーホルダーをカプセルトイにつめ、本市の魅力を発信し、市内周遊を促します。令和8年度はリニューアルを予定しています。

キーホルダーのモチーフ：豊田スタジアム・どんぐりの里いなぶ・しもやまの里・ひまわりネットワーク・やまのぶ・松丈・サインタワー・美鳥里ボウル 計8種類



現キーホルダーのデザイン

2 観光商品販売事業

WRCをはじめとしたスポーツイベントや豊田市美術館及び豊田市博物館をはじめとした公共施設は、国内外から注目を集め大規模な集客を見込める本市独自の観光資源であり、その魅力を生かした旅行商品を企画・販売します。

(1) ラリーを盛り上げるためのコンテンツの造成

令和4年度から実施しているWRCの観戦者に向けた宿泊観戦プランや令和7年度に新規で販売した団体向けプランを継続するとともに、一年を通してラリーファンが楽しめるコンテンツを用意し、市内来訪を促進します。

<主な取組>

- ・2026WRC 宿泊観戦プランの企画・販売
- ・豊田しもやまラリー関連バスツアーの企画・販売
- ・TGR ラリーチャレンジにおける周遊
- ・競技の開催前後の来訪促進策の実施

(取組例)



勝田範彦選手と巡る
WRC 三河湖 SS 満喫日帰りツアー



2026WRC 宿泊観戦プラン

(2) テーマ別観光コンテンツに係る商品造成【再掲】

市内の歴史や文化に関する施設を拠点としたバスツアー等の旅行商品を造成し、史跡や文化施設への来訪を市内周遊に生かすとともに、本市の歴史や文化の魅力を深く体験できる機会を提供します。

また、地域の食文化や特産品を観光商品として活用することで、観光消費の拡大と地域経済の活性化につなげていきます。

3 手配代行事業【新規】

旅行業登録及び旅行業務取扱料金表に基づく各種手配代行を行い、市内宿泊施設等への送客を通じて地域経済への波及効果を図ってまいります。

(1) WRC 競技マーシャル向けの宿泊手配

WRCにおいて競技運営を担うマーシャル向けの宿泊場所について、主催者や関係団体と連携しながら宿泊施設との調整及び予約手配を行います。