

知立市観光振興計画

～知立の魅力 再発見・新発見～



平成 29 年 3 月

 知立市

はじめに

平成 28 年 12 月 1 日に「知立の山車文楽とからくり」がユネスコの無形文化遺産に登録されました。知立が誇る伝統文化が地域の宝から世界の宝へと躍進しました。これを機に、知立の魅力を全国、そして世界へ発信していきたいと考えています。



また、訪れたいまち・住みよいまちを目指し、現在 100 年に一度のまちづくりである知立駅周辺の整備事業を進めています。地域の歴史や文化を感じさせる本市の玄関口としてふさわしい街並みを整備し、中心市街地の活性化を図ります。

このような伝統文化と新しい文化が共存し、躍動する本市へたくさんの観光客の皆さまをお迎えし、そして知立の魅力を体感していただくために、地域の総合力を結集して進めていく「知立市観光振興計画」を策定しました。

本計画は、これからの 10 年を見据え、観光資源を活用し、人々の交流を促進、活力あふれるまちづくりへと繋がる観光振興の方向性を示しています。

本計画のもと、本市の豊かな歴史・文化の魅力を高め、あわせて広く発信することにより、さらなる観光振興に取り組んでいきます。

観光振興は、市民の皆様の協力なくして、行政だけで実現できるものではありません。今後、本計画の推進にあたりましては、市民の皆様のご理解とご協力をよろしくお願いいたします。

最後になりますが、本計画の策定にあたり、ご協力いただきました市民の皆様をはじめ、関係各位に心から厚くお礼申し上げます。

平成 29 年 3 月

知立市長 林 郁夫

知立市観光振興計画

目 次

1. 観光振興計画の目的及び計画期間	1
1) 計画の目的	1
2) 計画の位置付け	1
3) 計画期間	1
2. 知立市の観光の現状	2
1) 観光入込客数の推移	2
2) 知立市の観光資源	4
3. 知立市の観光に関するアンケート調査	6
4. 知立市観光振興計画の基本的な方向性	7
1) 課題の整理	7
2) 全体の方向性	8
3) 観光振興の将来像及び目標	9
4) 取組の基本方針	11
5) 取組テーマの設定	12
6) 取組に関する施策の枠組みイメージ	13
5. 展開する施策（取組テーマ別）	14
1) 伊勢物語（平安時代）…伊勢物語に記された八橋かきつばたのいわれを学ぶ	14
2) 池鯉鮒宿（江戸時代）…東海道池鯉鮒宿の往時の街道文化を感じる	16
3) 煎茶文化…方巖売茶翁の煎茶を楽しむ	17
4) まつり…由緒あるまつりを楽しむ	18
5) ウォーキング+観光…ウォーキング+ α を楽しむ	19
6) 産業観光…先進的、特徴的な知立の産業を体感する	20
7) にぎわい交流…多くの人々が交流するにぎわいのあるまち	21
8) テーマ横断的实施事項	22
6. 計画の推進に向けて（アクションプラン）	24
基本方針① 観光資源の保全・魅力の発掘・創出・磨き上げ	24
基本方針② 観光資源の価値の理解を深める観光情報の発信	27
基本方針③ 来訪者の満足度を高めるおもてなしの体制づくり	29
基本方針④ 観光ニーズに合った物産の開発と提供	30
7. 計画推進体制のあり方	31
8. 知立市の観光に関するアンケート調査結果の概要	32
1) 来訪者アンケート	34
2) 市民アンケート	36
3) 知立市の観光に関する意識調査アンケート（インターネットアンケート）	39
参考資料	43

1. 観光振興計画の目的及び計画期間

1) 計画の目的

我が国においては、人口減少、少子高齢化などの社会経済情勢の変化、観光ニーズの多様化などが進んでいる中、平成 19 年 1 月に施行された「観光立国推進基本法」に基づき、平成 24 年 3 月には、観光立国の実現に関する施策を総合的かつ計画的に推進するため、第 2 次「観光立国推進基本計画」（平成 24 年～28 年）を定めています。この中で、観光を国の成長戦略の柱の一つに位置付け、長らく経済が低迷し地域が疲弊する中、人口減少・少子高齢化の閉塞状況を打ち破り、急速に経済成長するアジアの観光需要を取り込むとともに、地域経済の活性化・雇用機会の増大等を図るとしており、計画の方向性として観光の裾野の拡大と観光の質の向上を掲げています。

また、愛知県においては、平成 28 年 2 月に「あいち観光戦略」を策定し、平成 32 年までの 5 年間で「戦略的な情報発信」「幅広い県民参加」「重点・牽引型」の視点で施策を推進し、「発見、感動、伝えたい観光県ーあいち」を目指していくとしています。

本市においては、人口は微増傾向にあり、年少人口比率も全国平均及び愛知県平均を上回るものの、少子高齢化は進展しており、知立市人口ビジョン・まち・ひと・しごと創生総合戦略では 2060 年に総人口 7 万人のにぎわいの維持と、年齢構成の若返りを目指していくこととしています。この実現に向け、地域経済の活性化や雇用機会の増大等を図るためには、観光資源を活かし、または新たに創造し、市民、民間事業者、行政が一体となった観光振興の取り組みを推進していく必要があります。このような中、平成 28 年 12 月 1 日には日本の「山・鉾・屋台行事」が国連教育科学文化機関（ユネスコ）の無形文化遺産に登録され、「知立の山車文楽とからくり」が三河地方で初のユネスコの遺産となりました。こうした機会を活かして、本市への来訪者数を増加させ、本市の魅力を向上・情報発信することにより、魅力を発見、愛着・誇りを育成し、定住・移住を図っていく必要があります。これらを実現するための具体的な施策を網羅した知立市観光振興計画を策定するものです。

2) 計画の位置付け

本計画では、知立市の観光振興にあたっての基本的な方向性、方針、展開する施策を示しています。

計画の策定にあたっては、本市の全体計画である「第 6 次知立市総合計画」、「知立市人口ビジョン・まち・ひと・しごと創生総合戦略」、個別計画である「知立市都市計画マスタープラン」、「知立市緑の基本計画」、「知立市歴史文化基本構想（策定中）」などとの関連を図りながら、衣浦定住自立圏関係自治体など近隣自治体とも連携しつつ、観光振興に係る事業を実施していくための計画として位置付けています。

3) 計画期間

平成 29 年度から平成 38 年度までの 10 年間とします。

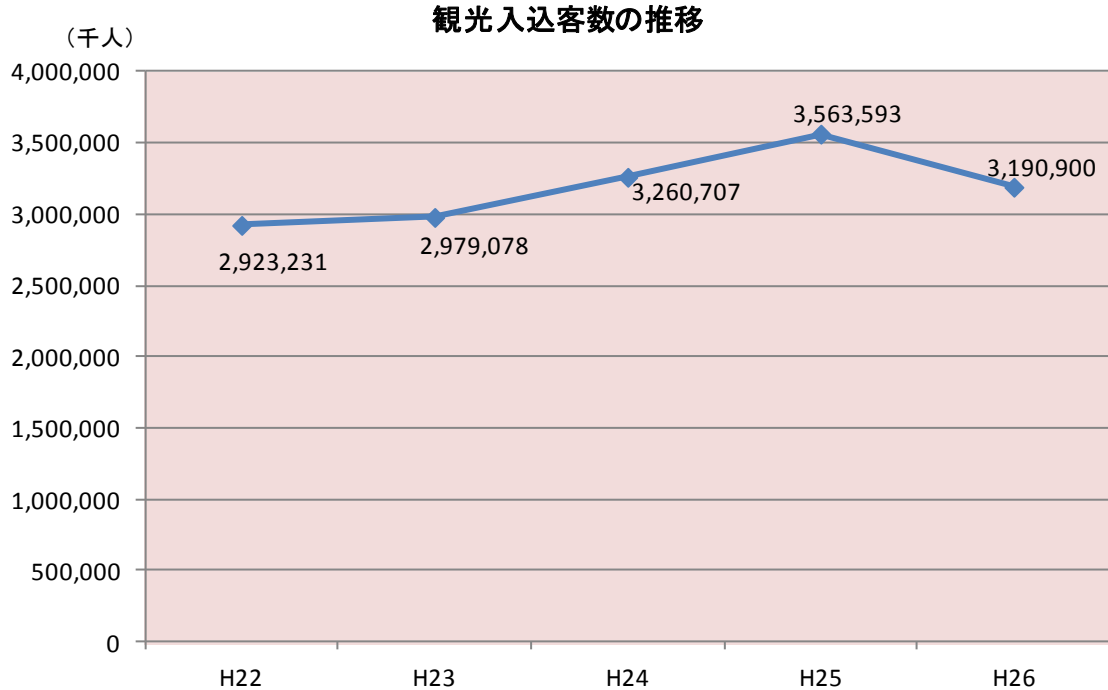
本計画に基づいた施策の進捗状況をおおむね 3 年経過した後ごとに評価し、必要に応じて施策内容について見直しを行うものとします。

2. 知立市の観光の現状

1) 観光入込客数の推移

(1) 全国

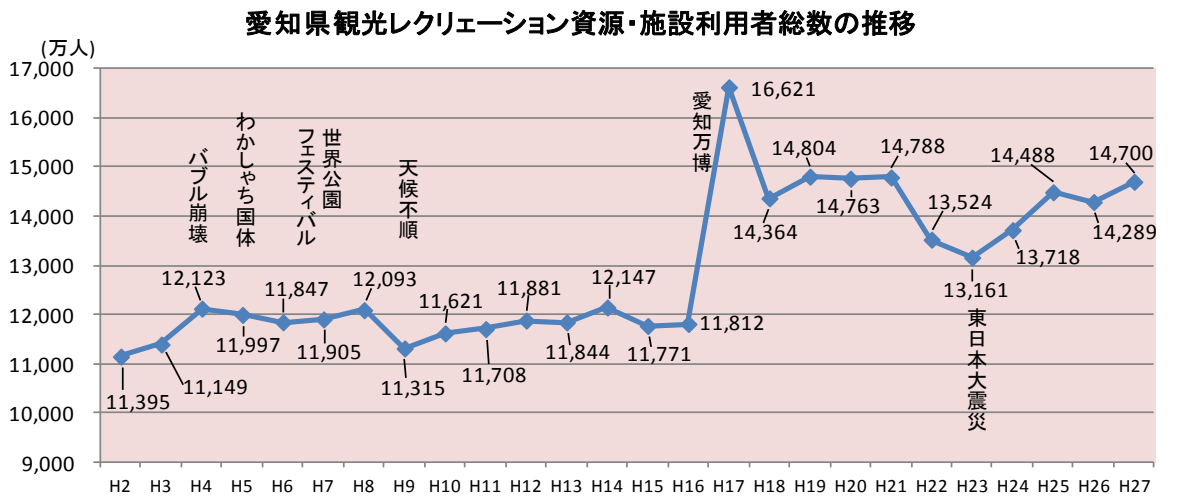
平成 22 年以降、増加傾向にあります。(平成 26 年は一部の県の数値が未発表)



※共通基準による観光入込客統計
(H26 は埼玉県、千葉県、福井県、福岡県、長崎県、沖縄県を含んでいません)

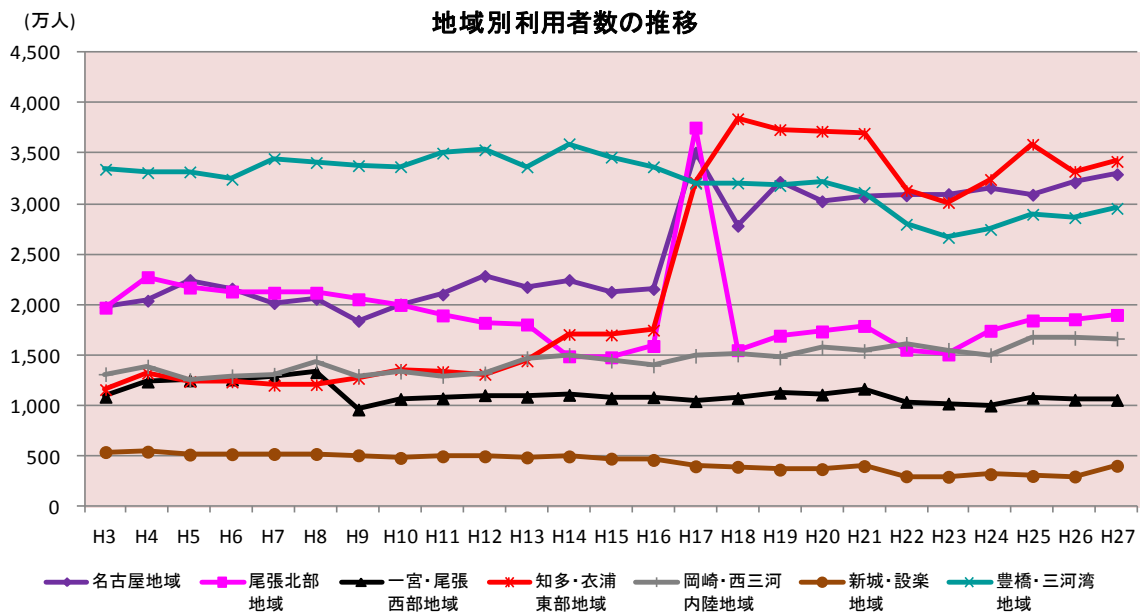
(2) 愛知県

愛知県では、平成 17 年の愛知万博開催で一気に増加し、その後減少傾向となっていたものの、平成 23 年以降は増加傾向となっています。



※観光レクリエーション利用者統計

知立市が属している「知多・衣浦東部地域」においては、平成 16 年 12 月の刈谷ハイウェイオアシスの開設、平成 17 年 2 月の中部国際空港の開港等により倍増し、平成 23 年以降は増加傾向にあります。

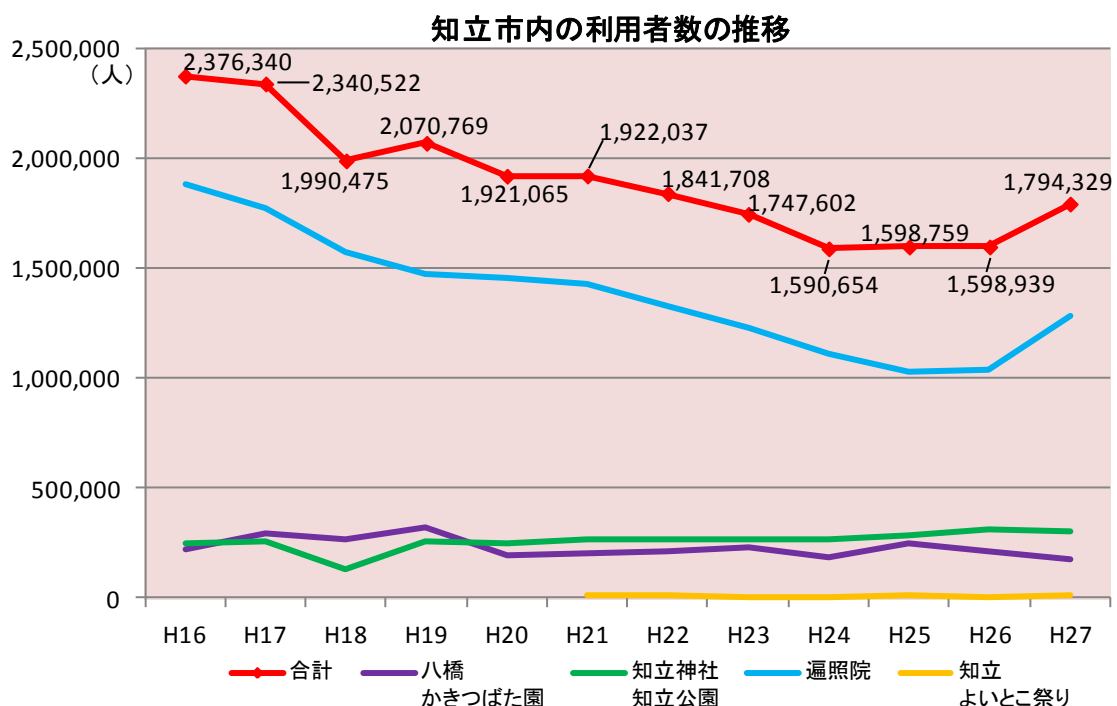


※観光レクリエーション利用者統計

(3) 知立市

一方で、知立市においては、市全体の来訪者の約 7 割を占める県内第 22 位（平成 27 年）の遍照院の客数に連動し、平成 26 年まで減少傾向にありましたが、平成 27 年は増加しています。

また、初詣や花の開花期間などに多くの来客があり、1 月、5 月、6 月の来客が年間の約 5 割（平成 27 年）を占めています。



※観光レクリエーション利用者統計

2) 知立市の観光資源

(1) 観光地

歴史的な観光資源や花の名所が多くあり、近年では、こうした歴史的資源などを巡るウォーキングコースが多数設定されています。

①自然

- ・ かきつばた
- ・ 花しょうぶ
- ・ 金魚橋

②歴史・文化（主なもの）

- ・ 指定文化財（国、県、市）（指定文化財の一覧については巻末の「参考」を参照）
- ・ 無量壽寺（八橋かきつばた園を含む）
- ・ 知立神社（知立公園を含む）
- ・ 遍照院
- ・ 東海道松並木
- ・ かきつ姫公園（落田中の一松）
- ・ 知立市歴史民俗資料館
- ・ 知立市文化会館（パティオ池鯉鮒）
- ・ 知立古城跡
- ・ 知立馬市跡
- ・ 来迎寺一里塚
- ・ 根上りの松
- ・ 称念寺 莫言の碑
- ・ 八橋史跡保存館
- ・ 鎌倉街道
- ・ 本陣跡
- ・ 問屋場跡
- ・ 荒新切遺跡

③スポーツ・レクリエーション・健康

- ・ 池鯉鮒の歴史と自然の散歩みち
- ・ 健康の道
- ・ ウォーキングコース

また、知立駅周辺では、「知立連続立体交差事業」「知立駅周辺土地区画整理事業」「知立駅北地区市街地再開発事業」による開発が進められ、今後駅前広場や再開発ビルが完成することで、新たな観光資源となることが期待されます。



(2) 祭事・イベント

1653年から続く国指定重要無形文化財でありユネスコ無形文化遺産に登録された「知立の山車文楽とからくり」が隔年で上演される知立まつり（本祭り）をはじめ、非常に多くの来訪者がある三河三弘法の一つである遍照院の弘法命日など伝統的な行事・祭事があるほか、近年では行政や市民団体など、官民さまざまな団体の主導により、知立よいとこ祭りやドリームイルミネーションなど幅広い年齢層が楽しめるイベントを開催しています。

- ・ 知立まつり（本祭り、間祭り）
- ・ 弘法命日
- ・ 秋葉まつり
- ・ かきつばたまつり
- ・ 花しょうぶまつり
- ・ 知立よいとこ祭り
- ・ 弘法笑店街 道の市
- ・ ドリームイルミネーション



知立まつり（本祭り）



かきつばたまつり



花しょうぶまつり



弘法命日

3. 知立市の観光に関するアンケート調査

知立市の観光に関する意識を把握するため、以下の3つの手法によりアンケート調査を行いました。

(主な調査結果については、「8. 知立市の観光に関するアンケート調査結果の概要」を参照)

○来訪者アンケート（知立市を訪れている人の意識を把握するためのアンケート）

1) 調査対象

市内主要イベント（下記の4イベント）への来訪者

2) 調査実施イベント及び実施時期

知立まつり 平成28年5月3日

史跡八橋かきつばたまつり 平成28年5月7日

知立公園花しょうぶまつり 平成28年6月7日

弘法命日 平成28年7月24日

○市民アンケート（知立市民の意識を把握するためのアンケート）

1) 調査対象

平成28年6月1日時点で市内に居住する市民

2) 調査時期

平成28年6月24日～平成28年7月8日

○インターネットアンケート（知立市外の人々の意識を把握するためのアンケート）

1) 調査対象

知立市を除く愛知県内及び岐阜県内、三重県内、静岡県内に居住する人

2) 調査時期

平成28年7月8日～平成28年7月15日

4. 知立市観光振興計画の基本的な方向性

知立市の観光資源等の現状やアンケート調査結果から課題を整理し、観光振興計画策定にあたっての基本的な方向性を定めます。

1) 課題の整理

【市民の観光資源としての認識の向上】

- ・ 国指定の重要文化財である「知立神社多宝塔」、伊勢物語の舞台で歌枕ともなっているかきつばたの名勝地である「八橋」など、市内には集客力のある歴史的観光資源が多くあるが、市民からの評価は低い（市への観光を勧めたくない市民が全体の65%）

【歴史的観光資源の分かりにくさの改善】

- ・ 歴史的観光資源が多くあるが、由来する年代が広範で関連が分かりにくい（伊勢物語（平安）～知立の山車文楽とからくり（江戸））

【アピールの推進】

- ・ 全国レベルの観光資源があるものの、内外にアピールしきれていない（伊勢物語の八橋及びその派生としての京銘菓八ツ橋や燕子花図屏風の由来など）
- ・ 交通の要衝として交通利便性に恵まれているが、あまり活かし切れていない（県内、近隣県内の人の52.7%が知立市について「知らない、特にイメージは無い」と回答）

【幅広いターゲットへの対応促進】

- ・ 来訪者のグルメ志向に対応できる要素が少ない（あんまき・うなぎなど）
- ・ 市内の観光地へ訪れている来訪者は高齢者が多く、観光地としての評価も比較的高いが、市民に比較的多い若年層や子育て層向けの資源に乏しい（市民の年齢構成と既存の観光資源の魅力とのギャップ）

2) 全体の方向性

【体験型・交流型の要素を取り入れた旅行形態への対応】

観光旅行は人々の価値観やライフスタイルの多様化に伴い、物見遊山的な「ものの豊さ」を実感する観光から「心の豊かさ」が実感できるような体験型・交流型の観光へ移行してきています。そこで、現存する地域固有の観光資源を活用しながら、体験型・交流型の要素を取り入れた観光の形態へ対応していくことができれば、多くの来訪者を獲得していくことができます。

【知立の魅力の再認識（再発見）】

しかし、市民の現存する観光資源に対する認知度が低いのが現状であり、市民が観光資源として認知していない状況で体験型・交流型の観光を展開したとしても、その効果は限定的に留まると考えられます。市民が現存する観光資源を媒体としてその由緒を知り、理解を深め、再発見することで愛着が生まれ、地域の誇りになり、自らの地域の自慢になっていきます。それを内外へ発信し、人々に「行ってみたい」と思わせることで、来訪者の増加へつなげていきます。

また、多くの来訪者にリピーターとして再び訪れてもらうためには、行政や観光事業者だけでなく、地域全体で接することが必要です。市民が自らの地域を誇りに思うからこそ、それを来訪者に伝えたい、楽しんでもらいたいという行動が生まれ、それが「おもてなしの心」として来訪者に伝わっていきます。観光地の印象は、地域の人との出会いやふれあいにより大きく左右されるため、「おもてなしの心」を持った市民である地域の人々の魅力を高めていくことが観光の振興につながると考えます。

【知立の新たな魅力の創出（新発見）】

一方で、知立市には、知立駅前の再開発により新たに生み出される観光資源の他、産業やウォーキングなど、これまで観光という視点では捉えてこなかった要素が存在しています。これらを新たな観光資源として捉えることで、さらなる交流機会の創出につながるものと考えます。こうした交流を促進することで、にぎわいを生み出していきます。

このような考え方から、観光振興計画のコンセプトを以下のとおりとします。

「知立の魅力 再発見・新発見」

～歴史の価値を再発見し、新たな魅力を新発見し、にぎわいを生み出す～

3) 観光振興の将来像及び目標

計画のコンセプトに基づいて観光振興を図るため、知立市における様々な観光資源を活かすことにより、市内外の人々が交流することができるよう、観光振興の将来像及び目標を以下の通りとします。

(1) 観光振興の将来像

① 由緒ある歴史文化を体感できるまち～豊かな歴史的観光資源を活かす～

知立市には、伊勢物語の舞台である「八橋」や国指定重要文化財である「知立神社多宝塔」、国指定重要無形民俗文化財でありユネスコ無形文化遺産でもある「知立の山車文楽とからくり」、東海道の旧宿場町「池鯉鮒宿」など、全国的にも重要な数多くの歴史的観光資源があります。これらの資源を保全するとともに、市民や来訪者の理解が深まり魅力を感じられるような体験型の仕組みを取り入れるなど、由緒ある歴史文化を体感できるまちを目指します。

② 現代の営みの文化を体感できるまち～知立の誇るべき文化を活かす～

知立市には、精密機械の分野で世界的なシェアを誇る企業や、古くからある知立銘菓など誇るべき産業があります。またウォーキングコースが多く設定されているほか、市民を中心に開催されるまつりやイベントがあります。これらの地域独自の文化を活かしつつ、現代の文化を体感できるまちを目指します。

③ 人々が交流してにぎわうまち～交通利便性を活かす～

知立市は多くの鉄道路線や主要道路が結節し、また名古屋駅からも特急で約 20 分の立地条件にあることから、交通の要衝という環境にあります。こうした交通利便性を背景として、知立駅周辺の再開発を活かすことで、現在は通過しているだけの人々を呼び込み、広域から人々が交流してにぎわうまちを目指します。



知立神社多宝塔



山車文楽

(2) 観光振興の目標

知立市の観光振興の推進を図り、施策効果の検証を行うための目標として、市民の意識と年間観光入込客数を次のとおりとします。

指 標	現況	目標値 (H38)
知立市への観光を勧めたいと思う市民の割合	29.5% ^{※1}	50%
年間観光入込客数	1,794,329 人 ^{※2}	4,000,000 人

また、現在の市内での観光（飲食代、土産代）に関する経済効果は約 43 億円と見込まれます（来訪者アンケートより推計）。計画の施策効果による滞在時間の延長や、魅力的な商品開発、購買機会の創出等により一人あたり消費額が倍増すると想定すれば、目標年次における経済効果は約 200 億円と推計されます。



在原業平像と歌碑

※1 平成 28 年度市民アンケート調査結果

※2 平成 27 年度観光レクリエーション利用者統計

4) 取組の基本方針

観光振興の将来像及び目標を実現するためには行政や観光事業者のみではなく、幅広い市民との協働により施策を展開していく必要があります。その施策を具体化していくための基本方針を以下のとおりとします。

① 観光資源の保全・魅力の発掘・創出・磨き上げ

知立市内に現存する歴史文化的な要素をはじめとする多くの観光資源は、知立固有の地域資源であることから、これを保全することを第一としつつ活用を図ります。

その活用にあたっては、観光資源としての魅力を市民が再発見し、さらに掘り下げて新たな魅力を発掘していけるような施策を展開します。また、若者や子育て世代にとって魅力的な場（イベント、施設、店舗等）の創出や、地域資源を活かして来訪者が交流・体験できるような取組など、これまでにない魅力の新発見につながる施策を展開します。

これらの観光資源を来訪者の視点から分かりやすさ、親しみやすさ、利便性、娯楽性などを向上させる施策を展開します。

② 観光資源の価値の理解を深める観光情報の発信

多くの来訪者を見込むためには、より多くの人々が観光資源について「再発見・新発見」し、魅力を感じる必要があります。そのためには情報発信が不可欠ですが、その発信主体としては、行政はもとより、発信主体が多ければ多いほどその効果は高まると考えられます。より多くの人々が情報発信主体となるために、市民をはじめとして多くの人が観光資源の価値の理解を深められるような施策を展開します。

③ 来訪者の満足度を高めるおもてなしの体制づくり

施策の展開による来訪者数の増加を一過性のものとせず、継続させていくためには、繰り返し訪れる来訪者（リピーター）を増やしていく必要があります。来訪者の満足度を高めリピーターを増やしていくためには、魅力的な観光資源への磨き上げに加え、来訪者と交流しつつサービスを提供する、おもてなしの体制が重要な役割を果たすことから、こうした体制づくりに資する施策を展開します。

④ 観光ニーズに合った物産の開発と提供

来訪者が非日常を味わう中で「見たい」「食べたい」「買いたい」といった欲求に対して、来訪者の満足度の向上に資する各種の物産を開発し、提供していくための施策を展開します。

5) 取組テーマの設定

前項の基本方針に基づいて施策を展開していくにあたっては、来訪者にとって分かりやすく、理解を深めながら魅力が感じられるような、テーマ設定が必要です。知立市には全国的にも価値のある歴史文化を主体とした観光資源が多い一方で、若者や子育て世代の趣向に合う観光資源が乏しいことから、取組テーマを以下のとおり設定します。

<将来像1> 由緒ある歴史文化を体感できるまち～豊かな歴史的観光資源を活かす～

【取組テーマ】

- ・ 伊勢物語（平安時代）…伊勢物語に記された八橋かきつばたのいわれを学ぶ
平安の歌人在原業平が伊勢物語で読んだ、かきつばたの名勝地、「八橋」を、いわれとともに広く市内外の人に知ってもらい、花が咲いていない期間でも来訪者のある観光スポットを目指します。
- ・ 池鯉鮒宿（江戸時代）…東海道池鯉鮒宿の往時の街道文化を感じる
東海道の宿場町池鯉鮒宿と松並木など往時の街道文化の雰囲気を活かした観光事業を展開します。
- ・ 煎茶文化…方巖売茶翁^{ほうざんばいさあう}の煎茶を楽しむ
在原寺を再興し住職となり、無量壽寺を改築して杜若の庭園をしつらえ、煎茶を広めた方巖売茶翁の業績を知り、「煎茶のふるさと八橋」として新しい観光コンテンツを創出します。
- ・ まつり…由緒あるまつりを楽しむ
弘法さん（遍照院）や、知立まつりなど、古くから伝わる祭りを大切に伝えつつ、にぎわいを創出します。

<将来像2> 現代の営みの文化を体感できるまち～知立の誇るべき文化を活かす～

【取組テーマ】

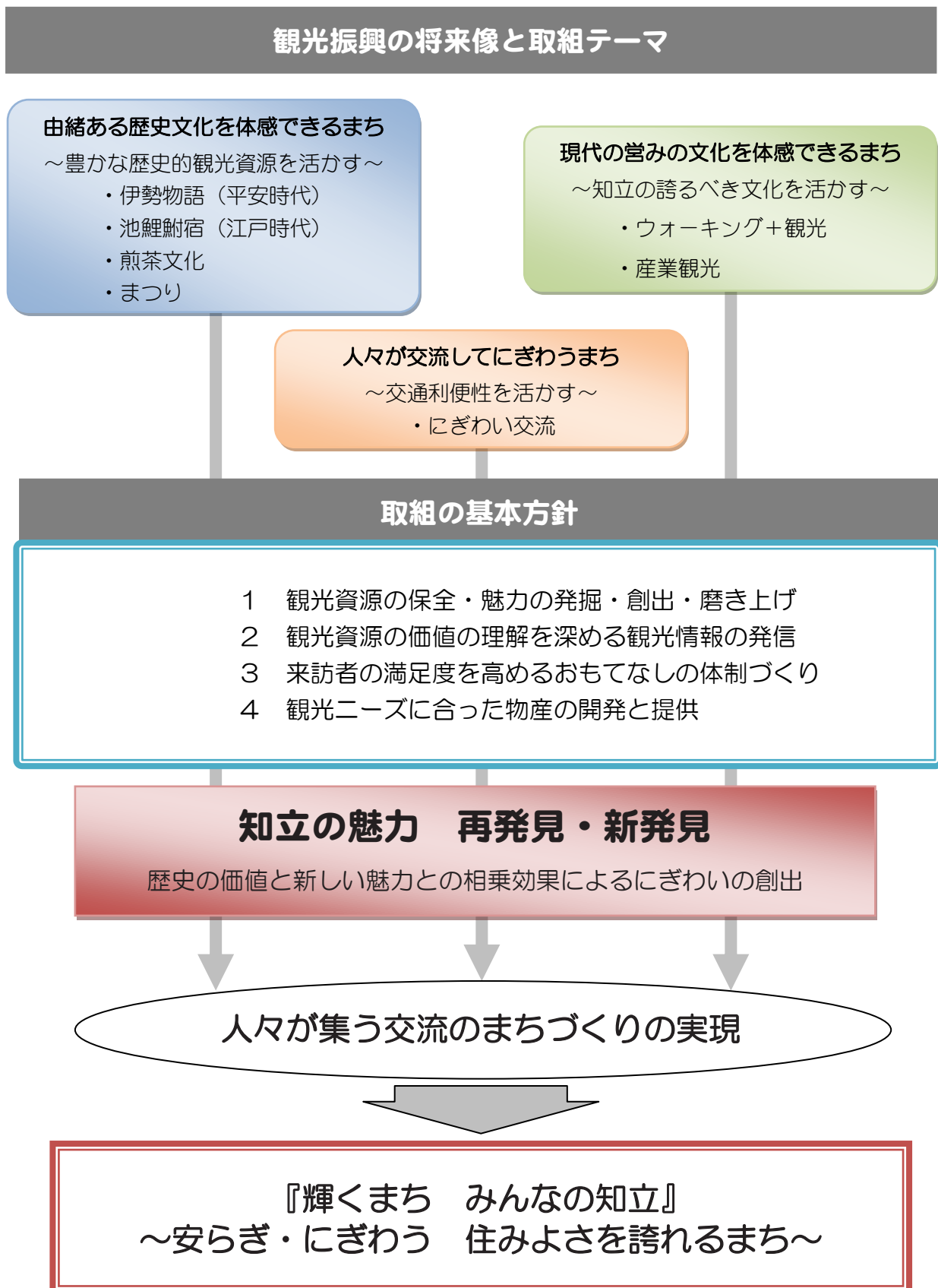
- ・ ウォーキング+観光…ウォーキング+^{アルファ}α^αを楽しむ
歴史的資源を見て学んだり、芸術作品を鑑賞しながらウォーキングすることで、地域性を活かした歩く観光を推進します。
- ・ 産業観光…先進的、特徴的な知立の産業を体感する
知立の知られざる他に誇るべき産業や物産を全国に発信していきます。

<将来像3> 人々が交流してにぎわうまち～交通利便性を活かす～

【取組テーマ】

- ・ にぎわい交流…多くの人々が交流するにぎわいのあるまち
知立駅前へ、若者たちや子育て世代など多くの人々のニーズに即した機能を誘導することにより、交流によるにぎわいを創出します。

6) 取組に関する施策の枠組みイメージ



5. 展開する施策（取組テーマ別）

取組テーマごとに展開する施策（太字表記）について各基本方針ごとに整理します。

＜将来像：由緒ある歴史文化を体感できるまち＞

1) 伊勢物語（平安時代）…伊勢物語に記された八橋かきつばたのいわれを学ぶ

平安の歌人在原業平が伊勢物語で詠んだ、かきつばたの名勝地「八橋」を、いわれとともに広く市内外の人に知ってもらい、1年を通して来訪者のある観光スポットを目指します。

基本方針① 観光資源の保全・魅力の発掘・創出・磨き上げ

1-①-1 かきつばた園の整備

かきつばたの生育状況の改善や史跡、文化財等を活かした整備を行います。

1-①-2 体験プログラムの開発

平安時代の文化を体験できるプログラムを開発します。

1-①-3 八橋史跡保存館の利用の促進

尾形光琳「燕子花図屏風」（レプリカ）「八橋蒔絵螺鈿硯箱」（レプリカ）の活用をはじめ、より分かりやすく利用ができるようにします。

1-①-4 他の観光地との連携による知名度・魅力の向上

伊勢物語を題材にした連携を図ります。

1-①-5 周遊ルートの設定

近隣の観光資源と連携した周遊ルートやモデルコースの設定を行います。

基本方針② 観光資源の価値の理解を深める観光情報の発信

1-②-1 伊勢物語の魅力の発信

伊勢物語を分かりやすく伝えるための冊子等を作成します。

1-②-2 かきつばた園の魅力の発信

年間を通してかきつばた園をPRするとともに、史跡等についてストーリー性を持たせた情報発信を行います。

基本方針③ 来訪者の満足度を高めるおもてなしの体制づくり

1-③-1 観光関係者の担い手育成

かきつばた園の維持管理に係るボランティアを育成します。



八橋旧蹟保存会によるかきつばた園の維持作業

基本方針④ 観光ニーズに合った物産の開発と提供

1-④-1 魅力的な食の提供

かきつばた園にちなんだ食を開発し、周知します。

1-④-2 魅力的な土産品の提供

かきつばた園にちなんだ土産品を開発し、周知します。



© chiryu city

かきつばた園のかきつばた

2) 池鯉鮒宿（江戸時代）…東海道池鯉鮒宿の往時の街道文化を感じる

東海道の宿場町池鯉鮒宿と松並木など、往時の街道文化の雰囲気を活かした観光事業を進めます。

基本方針① 観光資源の保全・魅力の発掘・創出・磨き上げ

2-①-1 池鯉鮒宿を活かした観光コンテンツの創出

街道の雰囲気を味わえる散策ルートを整備します。

2-①-2 松並木を活かした観光コンテンツの創出

松並木を保護するとともに松並木まつりを開催します。

2-①-3 体験プログラムの設定

江戸時代をテーマとした体験プログラムを設定します。

基本方針② 観光資源の価値の理解を深める観光情報の発信

2-②-1 池鯉鮒宿の魅力の発信

宿場の史料展示のほかスマートフォン等を用いた情報発信を行うとともに、関連事業者とのタイアップを図ります。



松並木

3) 煎茶文化…方巖売茶翁の煎茶を楽しむ

在原寺を再興し住職となり、無量壽寺を改築して杜若の庭園をしつらえ、この地で煎茶道を広めた方巖売茶翁の業績を広めることで、「煎茶文化のふるさと八橋」として新しい観光コンテンツを創出します。

基本方針① 観光資源の保全・魅力の発掘・創出・磨き上げ

3-①-1 煎茶文化を活かした観光コンテンツの創出

売茶流茶会など、売茶流を体験できる機会を創出します。

基本方針② 観光資源の価値の理解を深める観光情報の発信

3-②-1 方巖売茶翁の認知度の向上

方巖売茶翁や売茶流煎茶についての理解を深める情報発信を行います。

基本方針③ 来訪者の満足度を高めるおもてなしの体制づくり

3-③-1 売茶流の展開による来訪客へのおもてなし

飲食店等との連携により、煎茶によるおもてなしを推進します。

基本方針④ 観光ニーズに合った物産の開発と提供

3-④-1 魅力的な食の提供

煎茶を用いた食を開発し、周知します。

4) まつり…由緒あるまつりを楽しむ

弘法さん（遍照院）や知立まつりなど古くから伝わる祭りを大切に伝えつつ、地域におけるにぎわいを創出します。

基本方針① 観光資源の保全・魅力の発掘・創出・磨き上げ

4-①-1 知立まつり・秋葉まつりを持続していく仕組みづくり

まつりの担い手を育成し、まつりを持続していくための支援を行います。

4-①-2 新たなまつりの魅力の創出

まつり期間以外にも知立の山車文楽とからくりの魅力を体感できる機会を創出します。

4-①-3 弘法さん（遍照院）を核とした観光コンテンツの創出

参道としてふさわしい風情のある街並みづくりを推進し、命日、道の市によるにぎわいを創出します。

4-①-4 他の観光地との連携による知名度・魅力の向上

ユネスコ無形文化遺産登録市町村との連携など、他の観光地との連携を図ります。

4-①-5 知立神社、知立公園の観光スポットとしての磨き上げ

知立公園を整備し、観光スポットとして周知します。



花菖蒲育成会による花しょうぶ園（知立公園）の維持作業

基本方針② 観光資源の価値の理解を深める観光情報の発信

4-②-1 まつりの魅力の発信

まつり時期以外にも楽しめる観光資源情報を発信します。

4-②-2 山車の魅力の発信

ユネスコ無形文化遺産登録など、山車の魅力をさまざまな機会を活用して発信します。

基本方針③ 来訪者の満足度を高めるおもてなしの体制づくり

4-③-1 観光関係者など担い手の育成

より多くの来訪者に対応できる体制づくりを推進します。

＜将来像：現代の営みの文化を体感できるまち＞

5) ウォーキング+観光…ウォーキング+^αを楽しむ

歴史的資源を見て学んだり、芸術作品を鑑賞しながらウォーキングすることができる環境を整えることで、地域性を活かした歩く観光を推進します。

基本方針① 観光資源の保全・魅力の発掘・創出・磨き上げ

5-①-1 既存ルートの魅力向上

歩きやすいルートを整備するとともに、ルートを活用するイベントを実施します。



ウォーキング開催状況

基本方針② 観光資源の価値の理解を深める観光情報の発信

5-②-1 ウォーキング+ α を楽しめる情報提供

スマートフォン等のアプリを活用してルートを案内するとともに、現存する多くのウォーキングルートをわかりやすく情報提供します。

基本方針③ 来訪者の満足度を高めるおもてなしの体制づくり

5-③-1 ボランティアガイドの拡充

ボランティアガイドによるウォーキングイベントを開催します。

5-③-2 来訪者にとってストレスのない分かりやすい環境の整備

ルートがわかりやすい案内表示サイン等を整備します。



ウォーキングルート

6) 産業観光…先進的、特徴的な知立の産業を体感する

知立において他に誇るべき産業や物産の魅力を伝えつつ全国に発信していきます。

基本方針① 観光資源の保全・魅力の発掘・創出・磨き上げ

6-①-1 産業観光を取り入れた観光の創設

ものづくり体験や収穫体験ができる観光コースを設定します。

基本方針② 観光資源の価値の理解を深める観光情報の発信

6-②-1 産業情報の発信

知立市における他に誇るべき企業や特産品の情報を発信します。

6-②-2 体験情報の発信

工場見学やものづくり体験、収穫体験などの情報を発信します。

基本方針④ 観光ニーズに合った物産の開発と提供

6-④-1 魅力的な土産品の提供

知立の特産を活かした土産品の開発や新たな特産品の募集などを行います。



© chiryu city

あんまき



© chiryu city

交通の要衝である知立市

7) にぎわい交流…多くの人々が交流するにぎわいのあるまち

知立駅前など人が集まる場所に、若者たちや子育て世代など多くの人々のニーズに即した機能を誘導することにより、交流による新たなにぎわいを創出します。

基本方針① 観光資源の保全・魅力の発掘・創出・磨き上げ

7-①-1 多様な主体によるにぎわいの創出

商店街や市民団体・学生のほか、若者たちや子育て世代など、さまざまな市民が主体となるイベントを開催します。

7-①-2 公共空間を活用したにぎわいの創出

駅前広場や公園を活用した新たなイベントスペースの確保とともに既存のイベントの継続と内容の充実を図ります。

基本方針② 観光資源の価値の理解を深める観光情報の発信

7-②-1 イベント等の情報発信

イベント等の効果的な情報発信を行います。

基本方針③ 来訪者の満足度を高めるおもてなしの体制づくり

7-③-1 にぎわいを創出する活動主体の育成

にぎわいを創出する担い手としての活動主体を育成します。

7-③-2 にぎわいのある空間づくり

空き店舗や空き家を活用した飲食店などの誘致を図ります。

基本方針④ 観光ニーズに合った物産の開発と提供

7-④-1 魅力的な土産品の提供

知立の魅力を活かした物産の開発と販売を支援します。

＜各将来像に共通する事項＞

8) テーマ横断的实施事項

各テーマに共通する取組に加え、知立市民の理解を深め、地元への愛着と誇りを持ってもらうための取組を展開します。

基本方針① 観光資源の保全・魅力の発掘・創出・磨き上げ

8-①-1 広域的連携による魅力の創出

愛知県、愛知県観光協会など、さまざまな団体や観光事業者との連携を図ります。

基本方針② 観光資源の価値の理解を深める観光情報の発信

8-②-1 観光資源の魅力の広域的な発信

西三河広域観光推進協議会サイト「ぐるっとナビ」の活用とともに刈谷ハイウェイオアシスや中部国際空港など人の集まる場所でのPR活動など広域的な発信を推進します。

8-②-2 市民への魅力の情報発信

広報、HPを活用した市民への魅力の発信を推進するとともに、学校教育の場における子どもたちへの理解を促進します。

8-②-3 来訪者への魅力の情報発信

景観に配慮した案内板やデジタルサイネージの設置等により観光情報を発信します。

8-②-4 若年層への情報発信

SNSの活用やイベント中のリアルタイムな情報発信を行います。

8-②-5 「ちりゅっぴ」の活用

ちりゅっぴの各種イベントへの登場によるPRやちりゅっぴを活用したイベントを開催します。



知立市マスコットキャラクター ちりゅっぴ

基本方針③ 来訪者の満足度を高めるおもてなしの体制づくり

8-③-1 おもてなしの拠点整備

来訪者の利便性向上に対応するため、観光案内所を整備するとともに観光協会の独立及び組織機能の充実を図ります。

8-③-2 来訪者の満足度向上

個人客向け体験プログラムの紹介・予約サイト等への掲載を支援します。

8-③-3 来訪者にとってストレスのないアクセス環境の整備

駐車場の整備及び駐車場へのアクセス案内の充実を図ります。

8-③-4 観光ガイドボランティアの育成

観光ガイドボランティアの育成とともに利用促進を図ります。



観光ガイドボランティア

基本方針④ 観光ニーズに合った物産の開発と提供

8-④-1 魅力的な食や土産品の提供

産官学民相互の協働による新たな物産、土産品の開発やちりゅっぴ関連グッズの拡充を図ります。

6. 計画の推進に向けて（アクションプラン）

取組テーマごとの施策については、実施時期の目標及び取組主体やターゲットを下記のとおりとします。（実施時期については、既に取り組んでいるものは「現在」、計画策定後3年後までを「短期」、4年後から6年後までを「中期」、7年後以降を「長期」としています。）

【各主体の主な役割】

行政：基盤整備及び他自治体等との連携窓口など

観光協会：観光施策全体の企画運営、各種団体との連絡調整、観光関連事業者との連携

観光関連事業者：各事業者の事業分野での観光施策への協力

商工会、JAなど：観光協会との連携、商工事業者や農家等との連絡調整・連携

商工事業者：各事業者の事業分野での観光施策への協力

市民団体：市民団体の活動分野、活動内容、参加者の状況に応じた観光施策への協力

基本方針① 観光資源の保全・魅力の発掘・創出・磨き上げ

施策と取組の具体例	現在	短期	中期	長期	取組主体 (◆は主な主体)	対象
伊勢物語（平安時代）…伊勢物語に記された八橋かきつばたのいわれを学ぶ						
1-①-1 かきつばた園の整備 ・かきつばたの生育状況を改善するための池の再整備 ・史跡等を活かし、四季を通じて楽しめる庭園整備				継続	◆行政	来訪者 市民
1-①-2 体験プログラムの開発 ・平安装束の着付けや和歌（かるた）大会などの文化体験プログラム				継続	◆市民団体 観光協会 観光関連事業者	来訪者
1-①-3 八橋史跡保存館の利用の促進 ・尾形光琳「燕子花図屏風」（レプリカ）「八橋蒔絵螺鈿硯箱」（レプリカ）の活用 ・スマートフォン等で利用できる音声ガイドの導入 ・見やすく分かりやすいキャプションの設置				継続	◆行政 観光協会	来訪者 市民
1-①-4 他の観光地との連携による知名度・魅力の向上 ・伊勢物語を題材にした連携（東京都隅田区）				継続	◆行政 観光協会	来訪者 （広域）
1-①-5 周遊ルートの設定 ・小堤西池や刈谷ハイウェイオアシス（刈谷市）と連携した周遊ルートの提案 ・花しょうぶを周遊するルートの提案 ・鎌倉街道、東海道沿いの史跡めぐり等のモデルコースの設定				継続	◆観光協会 観光関連事業者 行政	来訪者

施策と取組の具体例	現在	短期	中期	長期	取組主体 (◆は主な主体)	対象
池鯉鮒宿（江戸時代）…東海道池鯉鮒宿の往時の街道文化を感じる						
2-①-1 池鯉鮒宿を活かした観光コンテンツの創出 ・ 街道の雰囲気味わえる散策ルートの整備 ・ 知立神社にある常夜灯の東海道への移設や高札場の設置 ・ 本陣跡・問屋場跡の移設					◆行政 観光協会 市民団体	来訪者
2-①-2 松並木を活かした観光コンテンツの創出 ・ 松並木の保護 ・ 松並木まつりの開催				継続	◆観光協会 観光関連事業者 行政 市民団体 企業	来訪者 市民
2-①-3 体験プログラムの設定 ・ 江戸時代をテーマとした体験プログラムの設定					◆市民団体 観光協会 観光関連事業者	来訪者
煎茶文化…方巖売茶翁の煎茶を楽しむ						
3-①-1 煎茶文化を活かした観光コンテンツの創出 ・ イベント時における売茶流茶会の実施 ・ 売茶流の体験教室の開催				継続	◆市民団体 観光協会 観光関連事業者	来訪者 市民
まつり…由緒あるまつりを楽しむ						
4-①-1 知立まつり・秋葉まつりを持続していく仕組みづくり ・ まつりの担い手の育成 ・ まつりを持続していくためのさまざまな支援			継続	継続	◆市民団体（まつり関係者含む） 行政 観光協会	市民
4-①-2 新たなまつりの魅力の創出 ・ まつり期間以外の文楽、からくりの上演 ・ 山車の常設展示施設の整備 ・ 囃子や文楽、からくりの体験				継続	◆行政 観光協会 観光関連事業者 市民団体	来訪者 市民（特に児童・生徒）
4-①-3 弘法さん（遍照院）を核とした観光コンテンツの創出 ・ 命日、道の市によるにぎわいづくり ・ 参道としてふさわしい風情のある街並みづくり ・ 縁日における空き店舗の活用				継続	◆行政 ◆市民団体 ◆観光協会 商工会 商工事業者 観光関連事業者	来訪者
4-①-4 他の観光地との連携による知名度・魅力の向上 ・ ユネスコ無形文化遺産登録市町村との連携 ・ 三河三弘法（遍照院、西福寺、密蔵院）との連携 ・ 花しょうぶ観光地との連携			継続	継続	◆観光協会 ◆行政 観光関連事業者 市民団体	来訪者

施策と取組の具体例	現在	短期	中期	長期	取組主体 (◆は主な主体)	対象
4-①-5 知立神社、知立公園の観光スポットとしての磨き上げ ・知立公園（花しょうぶ園）の整備 ・観光スポットとしての知立神社のPR			→	継続	◆行政 ◆観光協会 市民団体 観光関連事業者	来訪者
ウォーキング+観光…ウォーキング+ α を楽しむ						
5-①-1 既存ルートの魅力向上 ・歩きやすいルートの整備 ・スタンプラリーなどのイベントの実施			→	継続	◆観光協会 行政 観光関連事業者	来訪者 市民
産業観光…先進的、特徴的な知立の産業を体感する						
6-①-1 産業観光を取り入れた観光の創設 ・ものづくり体験や収穫体験ができる観光コースの設定			→	継続	◆観光協会 商工事業者 JAなど 観光関連事業者	来訪者
にぎわい交流…多くの人々が交流するにぎわいのあるまち						
7-①-1 多様な主体によるにぎわいの創出 ・商店街や市民団体・学生等が主体となるイベントの開催 ・若者や子育て世代が中心となるミニイベント（フリーマーケット）など、市民が主体のイベントの開催 ・学生と協働のイベントの開催 ・ちりゅっぴを活用したイベントの開催			→	継続	◆商工事業者 ◆市民団体 商工会 観光協会	来訪者 市民（若者や子育て世代）
7-①-2 公共空間を活用したにぎわいの創出 ・駅前広場や公園を活用した新たなイベントスペースの確保 ・知立よいとご祭り、ドリームイルミネーションの継続と内容の充実			→	継続	◆観光協会 行政 商工会 商工事業者	来訪者 市民
テーマ横断的实施事項						
8-①-1 広域的連携による魅力の創出 ・愛知県、愛知県観光協会、中部運輸局等による昇龍道プロジェクト等との連携 ・衣浦定住自立圏、西三河広域観光推進協議会との連携 ・観光事業者とのタイアップ			→	継続	◆行政 観光協会 観光関連事業者 商工事業者 市民団体	来訪者 (広域)



知立まつり（本祭り）









基本方針② 観光資源の価値の理解を深める観光情報の発信

施策と取組の具体例	現在	短期	中期	長期	取組主体 (◆は主な主体)	対象
伊勢物語（平安時代）…伊勢物語に記された八橋かきつばたのいわれを学ぶ						
1-②-1 伊勢物語の魅力の発信 ・伊勢物語を分かりやすく伝えるための冊子等の作成			→	継続	◆行政 観光協会	来訪者 市民（若者や子育て世代）
1-②-2 かきつばた園の魅力の発信 ・年間を通じたかきつばた園のPR資料の作成 ・八橋八景、歴史的庭園形式、史跡等の情報発信 ・八橋伝説、「ひともとすすき」などの言い伝えや五千円札のデザインなど、ストーリー性を持たせた情報発信 ・観光事業者、交通事業者とのタイアップ	→		→	継続	◆観光協会 観光関連事業者 市民団体 行政	来訪者 市民
池鯉鮒宿（江戸時代）…東海道池鯉鮒宿の往時の街道文化を感じる						
2-②-1 池鯉鮒宿の魅力の発信 ・宿場の図面や史料などの展示 ・観光事業者、交通事業者とのタイアップ ・スマートフォン等のアプリを活用した観光スポットの案内及び説明			→	継続	◆行政 ◆観光協会 観光関連事業者 市民団体	来訪者 市民
煎茶文化…方巖売茶翁の煎茶を楽しむ						
3-②-1 方巖売茶翁の認知度の向上 ・方巖売茶翁や売茶流煎茶について学ぶことができるWebサイトの開設 ・方巖売茶翁の業績や売茶流煎茶を伝える機会やツールの創出			→	継続	◆観光協会 行政 観光関連事業者 市民団体	来訪者 市民
まつり…由緒あるまつりを楽しむ						
4-②-1 まつりの魅力の発信 ・遍照院、知立神社、無量壽寺を巡るルートの設定など、まつり時期以外にも楽しめる観光資源情報の発信		→	継続	継続	◆観光協会 観光関連事業者 市民団体	来訪者 市民
4-②-2 山車の魅力の発信 ・ユネスコ無形文化遺産登録のPR ・山車の常設展示施設を活用した魅力の発信 ・地域伝統芸能全国大会でのPR	→	→	継続	継続	◆行政 ◆観光協会 ◆市民団体 観光関連事業者	来訪者 (広域)
ウォーキング+観光…ウォーキング+^{アルファ}αを楽しむ						
5-②-1 ウォーキング+ ^{アルファ} αを楽しめる情報提供 ・スマートフォン等のアプリを活用したルート案内 ・東海道宿場散歩みち（新日本歩く道 100選）や彫刻プロムナードなど、現存する多くのウォーキングルートのわかりやすい情報提供		→	継続	継続	◆行政 ◆観光協会	来訪者 市民

施策と取組の具体例	現在	短期	中期	長期	取組主体 (◆は主な主体)	対象
産業観光…先進的、特徴的な知立の産業を体感する						
6-②-1 産業情報の発信 ・知立市における他に誇るべき企業や特産品のPR ・主要都市等における物産展への出展					◆商工会 ◆観光協会 商工事業者 JAなど	来訪者 市民
6-②-2 体験情報の発信 ・工場見学やものづくり体験、収穫体験などの情報発信					◆観光協会 商工会 商工事業者 JAなど	来訪者 市民
にぎわい交流…多くの人々が交流するにぎわいのあるまち						
7-②-1 イベント等の情報発信 ・イベント等の効果的な情報発信 ・SNSの活用やイベント中のリアルタイムな情報発信			継続	継続	◆観光協会 商工会 観光関連事業者	来訪者 市民(若者や子育て世代)
テーマ横断的実施事項						
8-②-1 観光資源の魅力の広域的な発信 ・西三河広域観光推進協議会サイト「ぐるっとナビ」の活用 ・観光ルート、観光資源のオープンデータ化とデータの活用促進支援 ・刈谷ハイウェイオアシスや中部国際空港等、人の集まる場所でのPR活動			継続	継続	◆観光協会 ◆行政 観光関連事業者 市民団体	来訪者
8-②-2 市民への魅力の情報発信 ・副読本の作成など学校教育の場における子どもたちへの理解の促進 ・広報、HPを活用した市民への魅力の発信 ・観光に関する出前講座の実施				継続	◆行政 観光協会	市民(特に児童・生徒)
8-②-3 来訪者への魅力の情報発信 ・景観に配慮した案内板整備 ・デジタルサイネージの設置等による観光情報の発信				継続	◆行政 ◆観光協会	来訪者
8-②-4 若年層への情報発信 ・SNSの活用やイベント中のリアルタイムな情報発信			継続	継続	◆観光協会 行政 観光関連事業者 市民団体	来訪者 (若年層)
8-②-5 「ちりゅっぴ」の活用 ・ちりゅっぴの各種イベントへの登場によるPR ・ちりゅっぴを活用した物品の製造、販売の促進 ・ちりゅっぴを活用したイベントの開催			継続	継続	◆観光協会 ◆行政	来訪者 市民

基本方針③ 来訪者の満足度を高めるおもてなしの体制づくり

基本方針③については、各テーマ共通の施策が多いため、「5. 展開する施策」で取組テーマ別に挙げた施策と取組の具体例についてまとめて整理しています。

施策と取組の具体例	現在	短期	中期	長期	取組主体 (◆は主な主体)	対象
③-1 おもてなしの拠点整備 <ul style="list-style-type: none"> 来訪者の細かなニーズに対応する観光案内所の整備 観光協会の独立及び組織機能の充実 				維持	◆行政 観光協会	来訪者
③-2 観光関係者の担い手育成 <ul style="list-style-type: none"> かきつばた園や花しょうぶ園の維持管理に係るボランティアの育成 より多くの来訪者に対応できる体制づくり 				継続	◆観光協会 ◆市民団体 行政	市民
③-3 観光ガイドボランティアの育成 <ul style="list-style-type: none"> 観光ガイドボランティアの育成及び利用促進のためのPR ボランティアガイドによるスポット解説付きのウォーキングイベントの開催 				継続	◆観光協会 ◆市民団体 行政	市民
③-4 来訪者の満足度向上 <ul style="list-style-type: none"> 個人客向け体験プログラムの紹介・予約サイト等への掲載支援 				継続	◆行政 ◆観光協会 観光関連事業者 商工会 商工事業者	来訪者
③-5 来訪者にとってストレスのないアクセス環境の整備 <ul style="list-style-type: none"> 案内板の設置やカラー舗装等、ルートがわかりやすい案内表示の整備 駐車場の整備及び駐車場へのアクセス案内の充実 イベント時における最寄駅からのアクセス整備 					◆行政 ◆観光協会 観光関連事業者 商工会 商工事業者	来訪者
③-6 にぎわいを創出する活動主体の育成 <ul style="list-style-type: none"> にぎわいを創出するイベント等の担い手としての活動主体の育成 					◆市民団体 行政 観光協会	来訪者 市民
③-7 にぎわいのある空間づくり <ul style="list-style-type: none"> 空き店舗や空き家を活用した飲食店などの誘致 若者のチャレンジショップ、手作り小物販売、露店誘致等による弘法命日のにぎわいの復活 				継続	◆商工会 ◆市民団体 商工事業者 観光協会 行政	来訪者 市民
③-8 売茶流の展開による来訪者へのおもてなし <ul style="list-style-type: none"> 飲食店等との連携による売茶流の煎茶の提供 来訪者への煎茶のふるまい 					◆観光協会 商工会 商工事業者	来訪者

基本方針④ 観光ニーズに合った物産の開発と提供

基本方針④についても、基本方針③と同様に各テーマで共通して実施する施策が多いため、まとめて整理しています。

施策と取組の具体例	現在	短期	中期	長期	取組主体 (◆は主な主体)	対象
④-1 魅力的な食の提供 <ul style="list-style-type: none"> かきつばた園にちなんだ食の開発及びPR 煎茶を用いた食の開発とPR 学生との協働及び活用 				→	◆行政 ◆観光協会 観光関連事業者 商工会 商工事業者	来訪者
④-2 魅力的な土産品の提供 <ul style="list-style-type: none"> かきつばた園にちなんだ土産品の開発及びPR かきつばたや金魚椿の鉢花の販売 知立の魅力を活かした物産を使用した土産品の開発と駅前や弘法命日での販売の支援 新たな特産品の募集 官学民相互の連携による新たな物産、土産品の開発 ちりゅっぴ関連グッズの拡充 主要都市等における物産展への参加 				→	◆商工会 ◆市民団体 商工事業者 観光協会 観光関連事業者 JAなど	来訪者



かきつばたまつりの売店



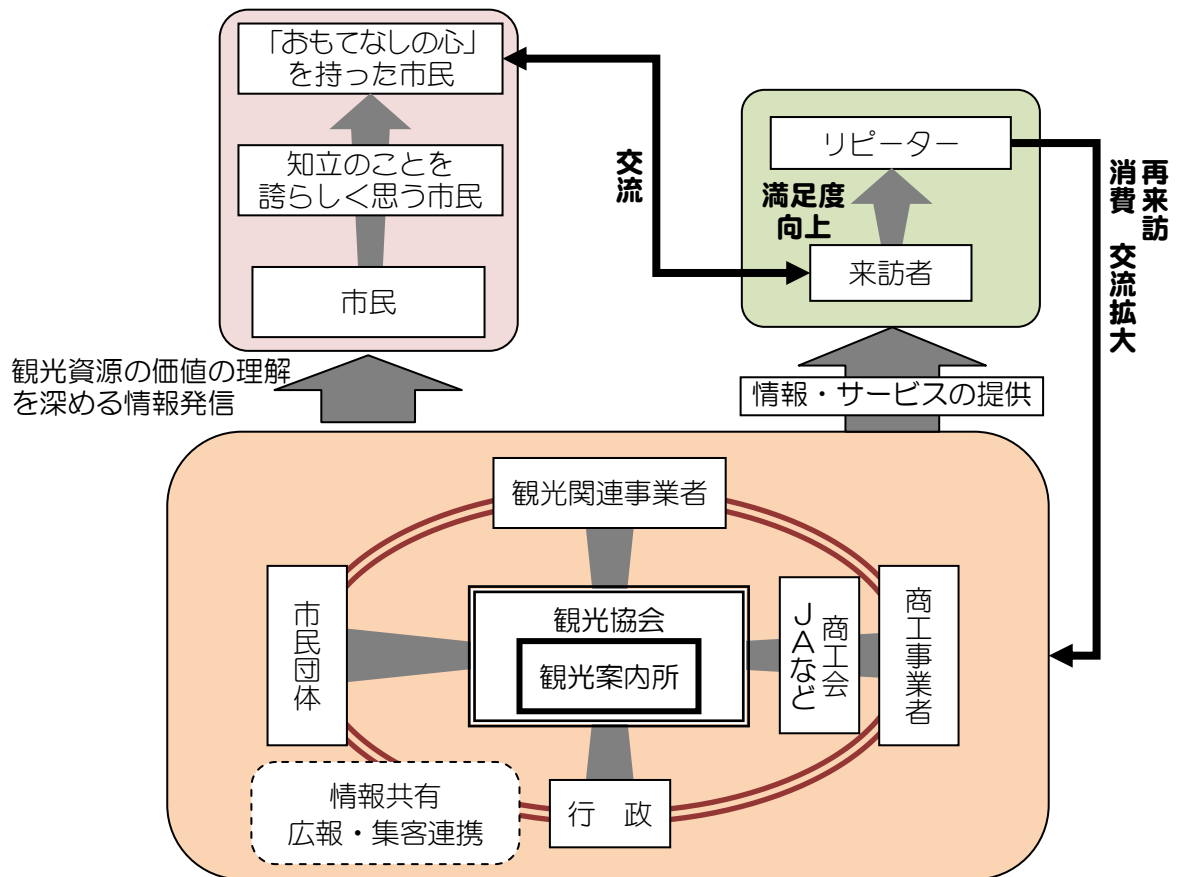
弘法命日の露店

7. 計画推進体制のあり方

本計画の推進にあたっては、行政として取り組みを進めるとともに、重点施策における取組主体においても整理したとおり、観光協会や観光関連事業者、商工会や商工関連事業者、市民や市民団体、JAなど多様な主体が相互に連携して取り組んでいく必要があります。そのためには、各主体が取り組む内容や時期などを情報共有し、連携して広報や集客に努めるなど、きめ細かな対応が求められます。また、祝日や休日に多く訪れる来訪者に対して適切な対応により満足度を高めてリピーターを獲得していくためには、より柔軟な対応も求められます。

こうした、きめ細かで柔軟な対応を実現するためには、行政主導ではなく、民間事業者がより主体的に取り組むことが望ましく、その取り組みの中心として観光協会の果たすべき役割が今後ますます重要となります。

本計画の重点施策として挙げた観光案内所の整備の実現により、将来的には観光協会の法人化を視野に入れ、観光協会の組織機能の充実を図り、行政主導の観光協会から民間主体へ移行することで、多様な主体と連携しつつ知立市の観光振興を推進していくことが望ましいと考えられます。



8. 知立市の観光に関するアンケート調査結果の概要

知立市の観光に関する意識を把握するために実施したアンケート調査結果の概要は以下のとおりです。(比率は全てパーセントで表し、小数点以下第2位を四捨五入して算出したため、パーセントの合計が100%にならない場合があります。)

○来訪者アンケート（知立市を訪れている人の意識を把握するためのアンケート）

1) 調査対象

市内主要イベント（下記の4イベント）への来訪者

2) 調査実施イベント及び実施時期

知立まつり 平成28年5月3日

史跡八橋かきつばまつり 平成28年5月7日

知立公園花しょうぶまつり 平成28年6月7日

弘法命日 平成28年7月24日

3) 回収数

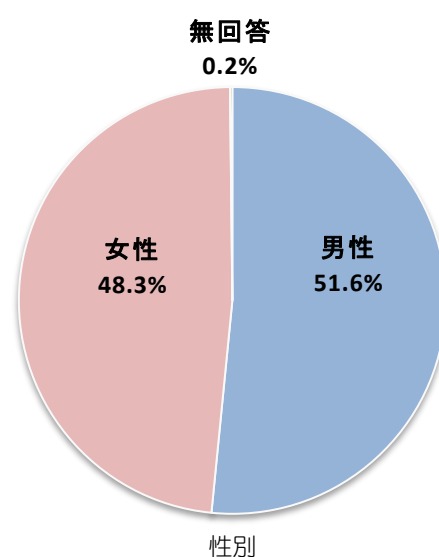
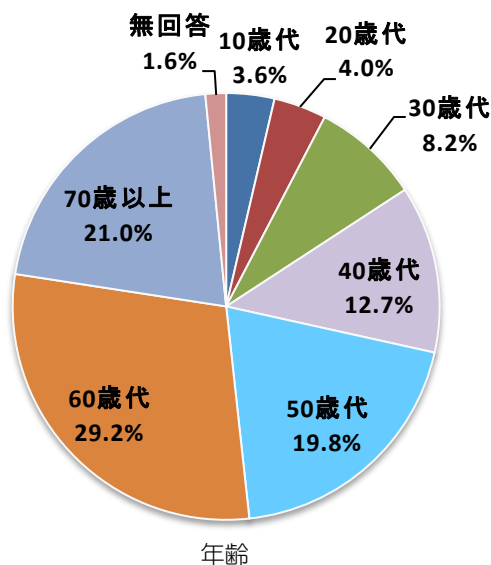
576人

4) 調査方法

対面記述式

5) 回答者の主な属性

N=576



○市民アンケート（知立市民の意識を把握するためのアンケート）

1) 調査対象

平成28年6月1日時点で市内に居住する市民

2) 調査時期

平成28年6月24日～平成28年7月8日

3) 発送数／回収数

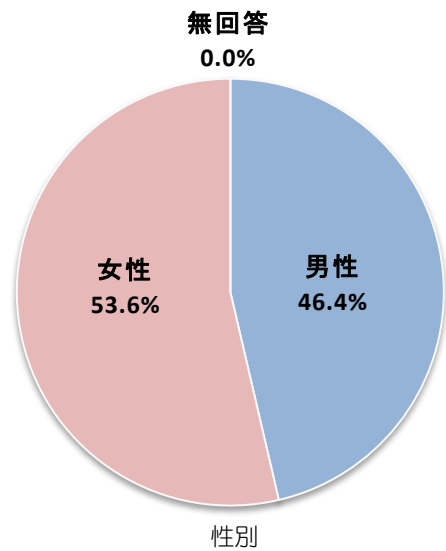
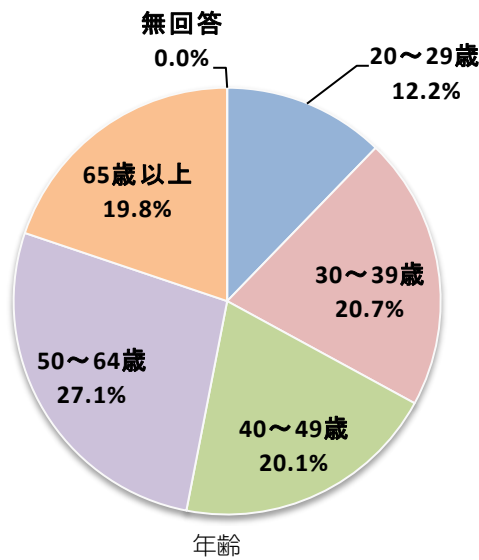
1,000人／343人（平成28年7月11日までに返送された回答について集計）

4) 調査方法

郵送配布、郵送回収

5) 回答者の主な属性

N=343



○インターネットアンケート（知立市外の人を意識するためのアンケート）

1) 調査対象

知立市を除く愛知県内及び岐阜県内、三重県内、静岡県内に居住する人

2) 調査時期

平成 28 年 7 月 8 日～平成 28 年 7 月 15 日

3) 調査方法

インターネットアンケート方式

4) 回収数

1,050 人

愛知県内居住者（知立市内居住者を除く） 520 人

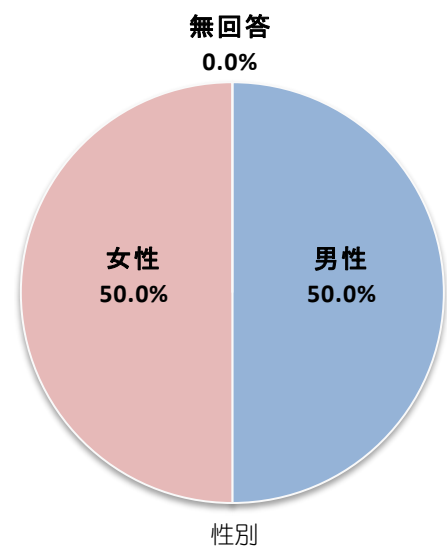
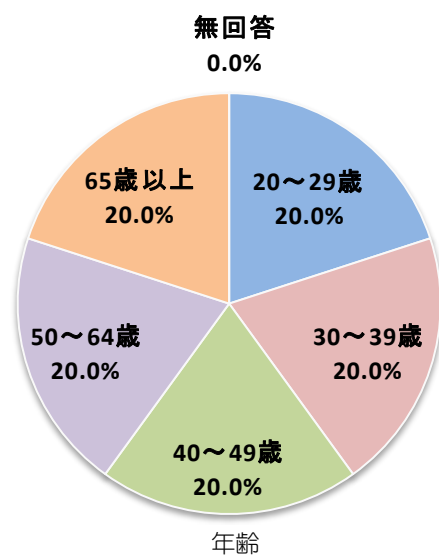
岐阜県内居住者 160 人

三重県内居住者 160 人

静岡県内居住者 210 人

5) 回答者の主な属性

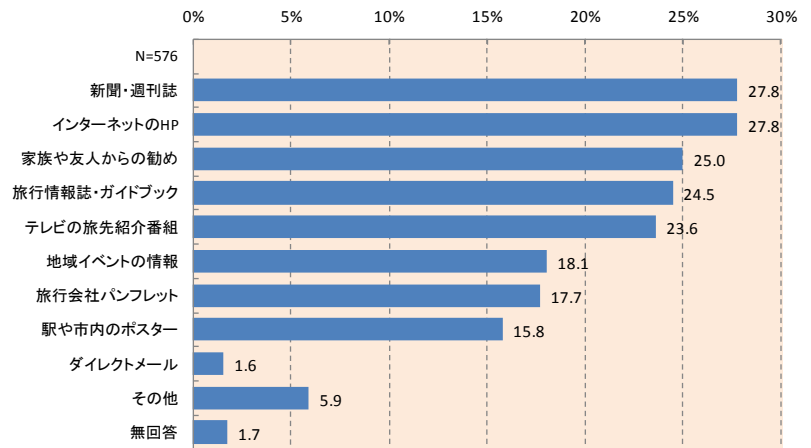
N=1050



1) 来訪者アンケート

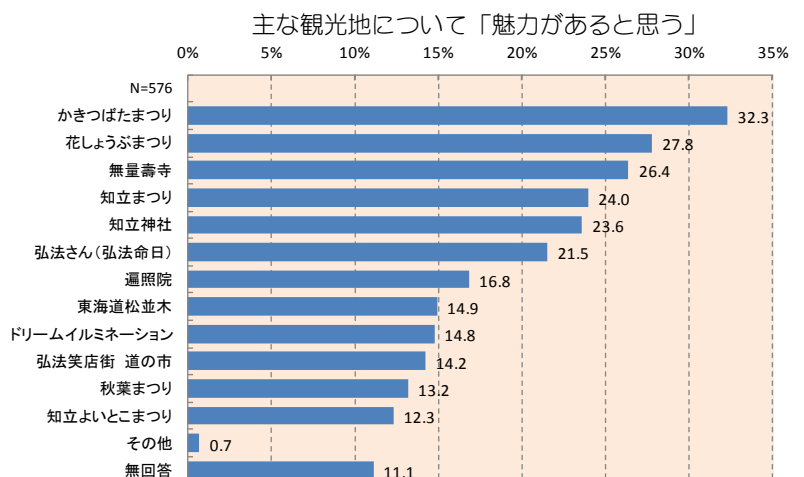
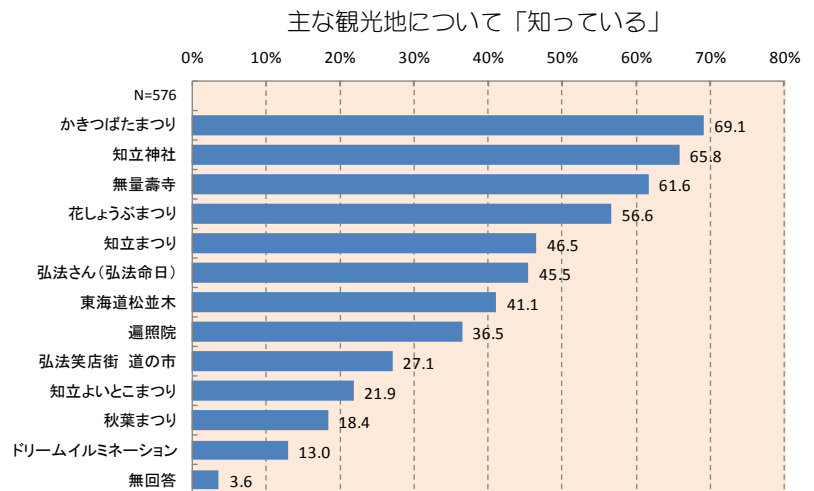
(1) 重視する情報、重視すること

- 一般に旅行へ出かける際に重視する情報については、「新聞・週刊誌」「インターネットのHP」が27.8%と比較的多く、「旅行情報誌・ガイドブック」「家族や友人からの勧め」が25.0%とこれに続いています。
- 一般に旅行へ出かける際に重視することについては、「美しい自然の風景」が51.0%と半数を超え、「歴史文化の名所」が43.8%とこれに続いています。その他、「おいしい食べ物」が38.4%と比較的多くなっています。



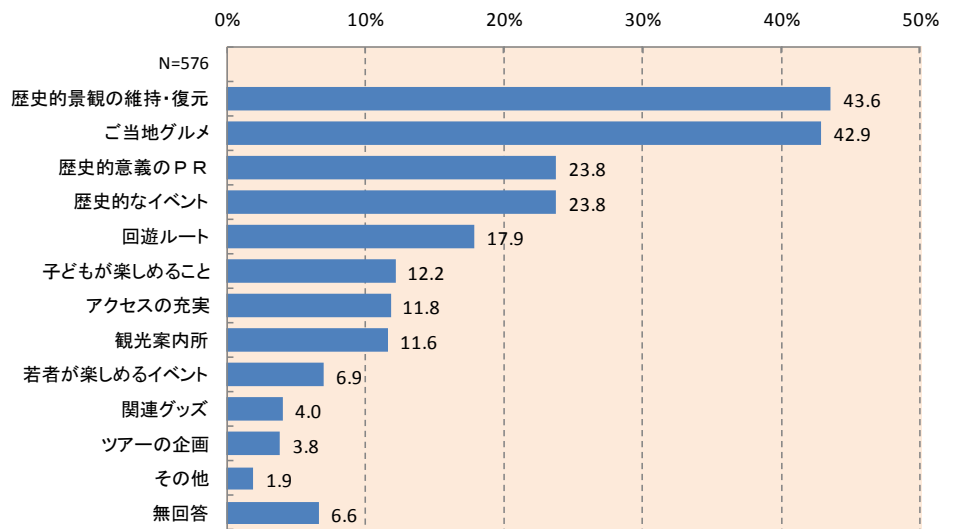
(2) 主な観光地の認知度及び魅力度

- 市内の主な観光地のうち、「無量壽寺」「知立神社」「かきつばたまつり」については、それぞれ認知度が61.6%~69.1%と高く、「行ったことがある」との回答も5割を超えています。その一方で、「魅力があると思う」として挙げられたものは、「かきつばたまつり」が32.3%で最も多くなっており、認知度と比較して全体的に低い値となっています。



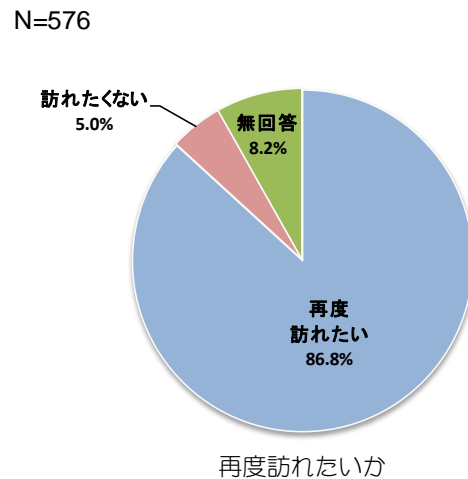
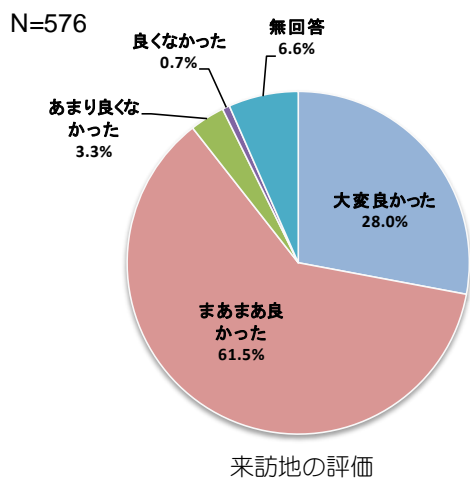
(3) 充実すべきもの

- ・ 充実すべきものとしては、「歴史的景観の維持・復元」が 43.6%と最も多く、「ご当地グルメ」が 42.9%とこれに続いています。
- ・ 「歴史的意義のPR」「歴史的なイベント」も 23.8%と比較的多くなっています。



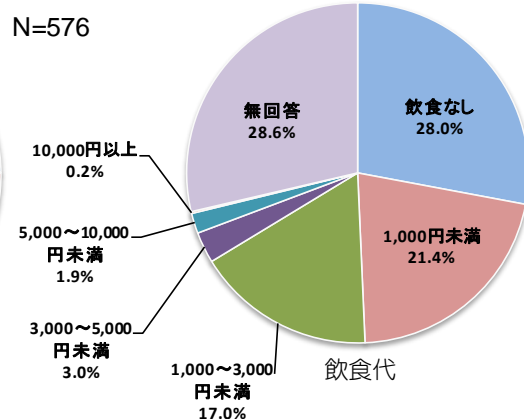
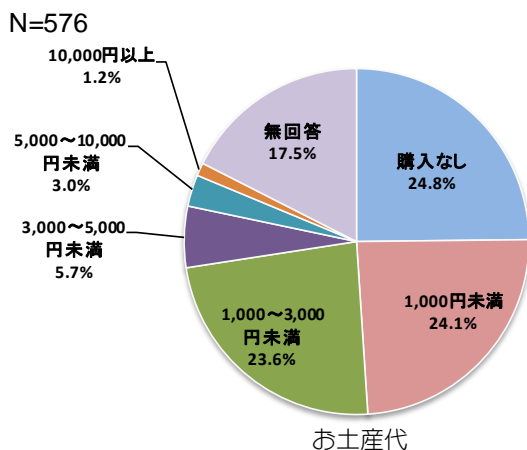
(4) 観光地の評価

- ・ 来訪地の評価については、「大変良かった」「まあまあ良かった」の回答を合わせると 89.5%、「再度訪れたい」との回答が 86.8%とおおむね好意的な回答が多くなっています。



(5) 消費額

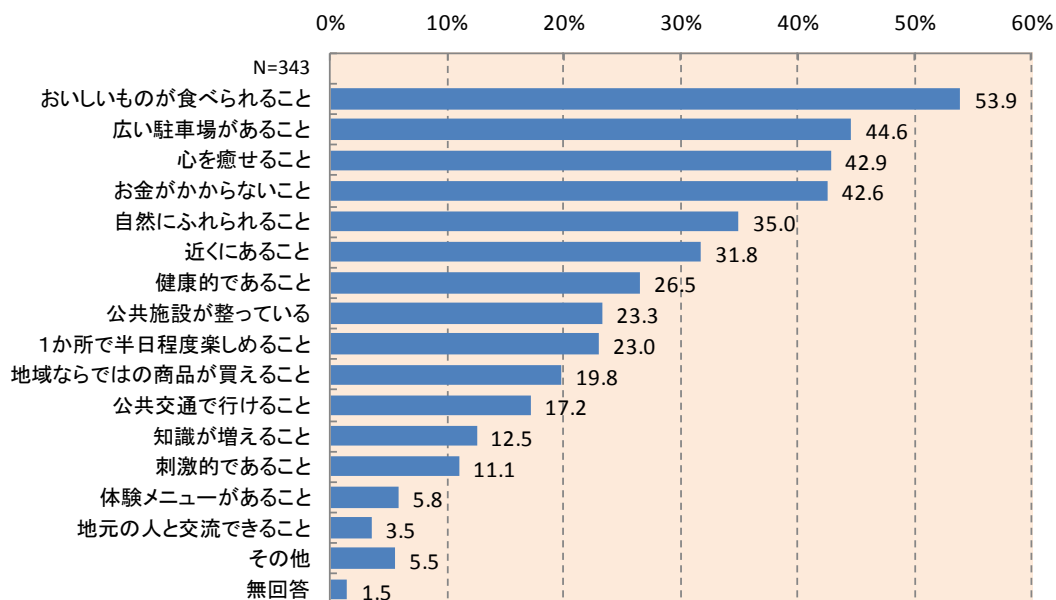
- ・ 旅程全体における知立市内での消費額については、お土産代、飲食代ともに、「購入・飲食なし」と「1,000円未満」を合わせると約5割を占め、消費額が少ないことが伺えます。



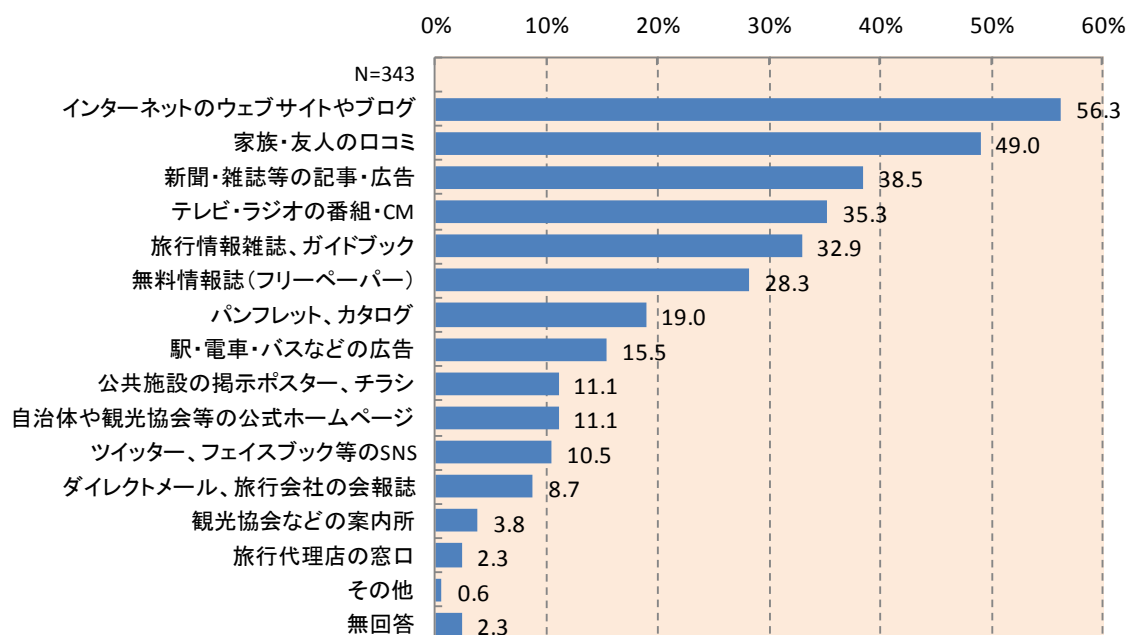
2) 市民アンケート

(1) 重視すること、観光の情報源

- ・ 行き先を決める際に重視することについては、「おいしいものが食べられること」が 53.9% と半数を超え、「広い駐車場があること」「心を癒せること」「お金がかからないこと」がそれぞれ 42.6%~44.6%とこれに続いています。



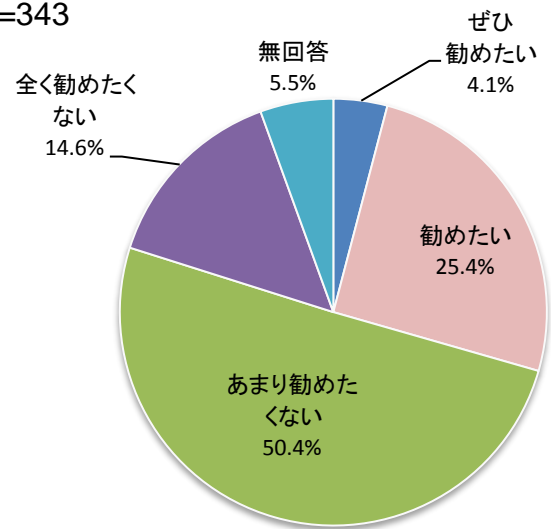
- ・ 行き先を決める際の情報源については、「インターネットのウェブサイトやブログ」が 56.3%と半数を超え、「家族・友人の口コミ」が 49.0%とこれに続いています。この他、「新聞・雑誌等の記事・広告」「テレビ・ラジオの番組・CM」「旅行情報雑誌、ガイドブック」が 30%を超えて比較的多くなっています。



(2) 知立市の観光及び観光資源の魅力度

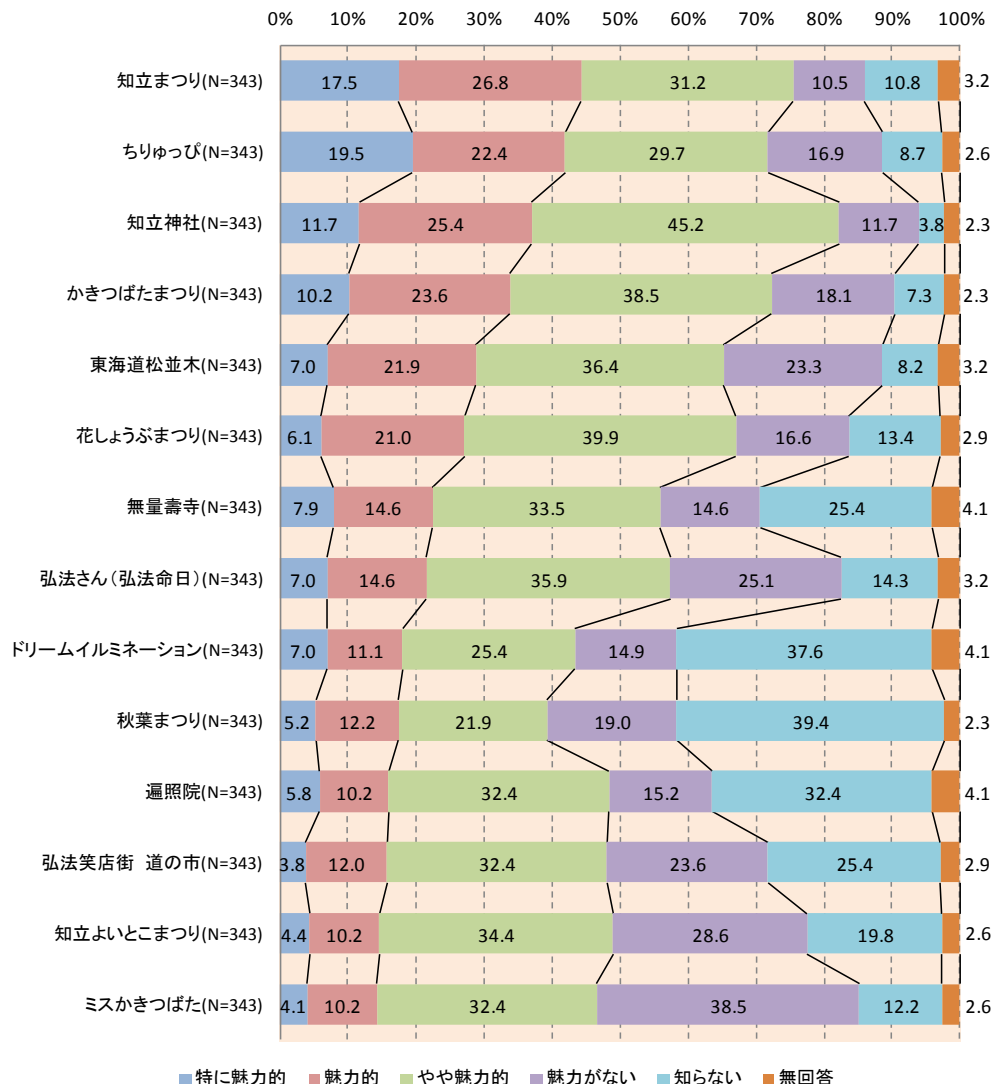
・ 知立市への観光を勧めたいかについては、「あまり勧めたくない」が50.4%と半数を超え、「全く勧めたくない」を合わせると、全体の65.0%が否定的な回答です。肯定的な回答は「ぜひ勧めたい」と「勧めたい」を合わせて29.5%となっています。

N=343



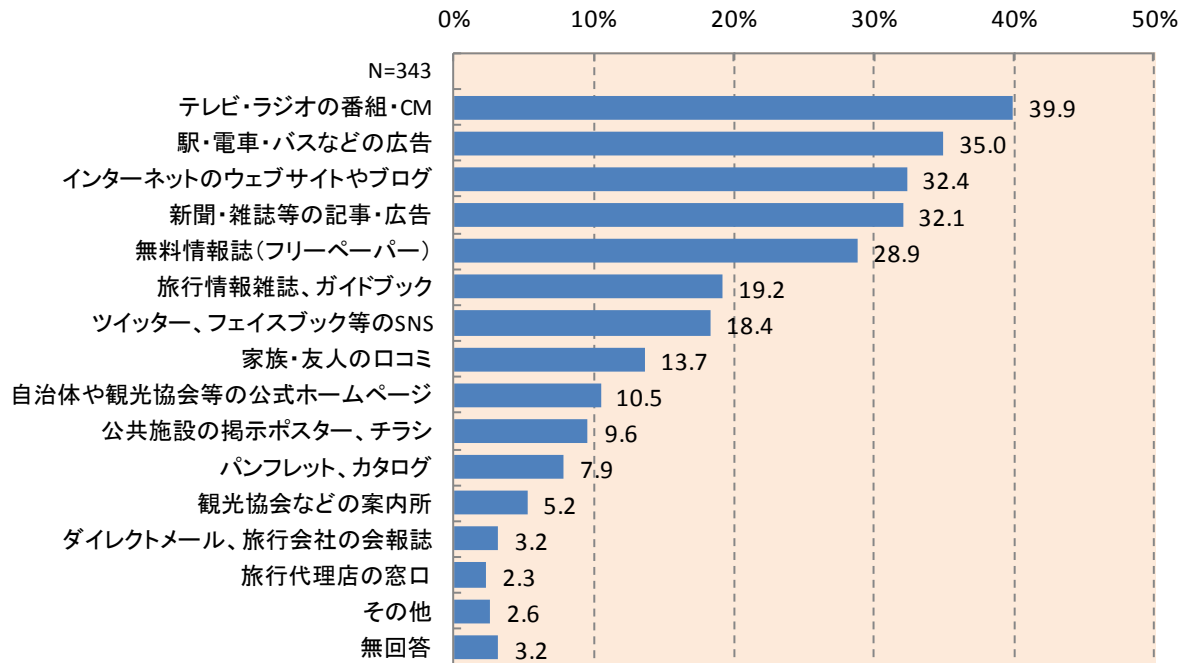
・ 市内の各観光資源の評価については、『無量壽寺』『遍照院』『弘法笑店街 道の市』『秋葉まつり』『ドリームイルミネーション』では「知らない」との回答が全体の4分の1以上を占めています。

・ 一方、『知立神社』『東海道松並木』『かきつばたまつり』『花しょうぶまつり』『弘法さん(弘法命日)』では「特に魅力的」「魅力的」との回答が約2割程度を占めています。『知立まつり』と『ちりゅっぴ』では「特に魅力的」「魅力的」との回答が4割以上となっています。

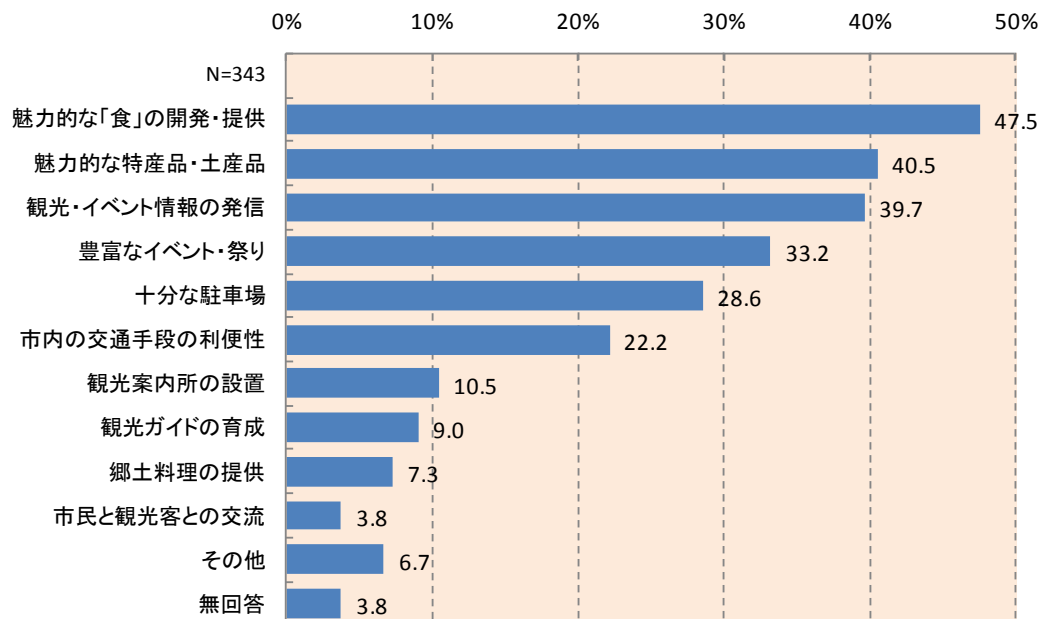


(3) 観光振興に向けた効果的な情報発信、必要な要素

- ・ 観光振興のために効果的だと思う情報発信については、「テレビ・ラジオの番組・CM」が 39.9%と最も多く、その他「駅・電車・バスなどの広告」「インターネットのウェブサイトやブログ」「新聞・雑誌等の記事・広告」において 30%以上の回答があります。



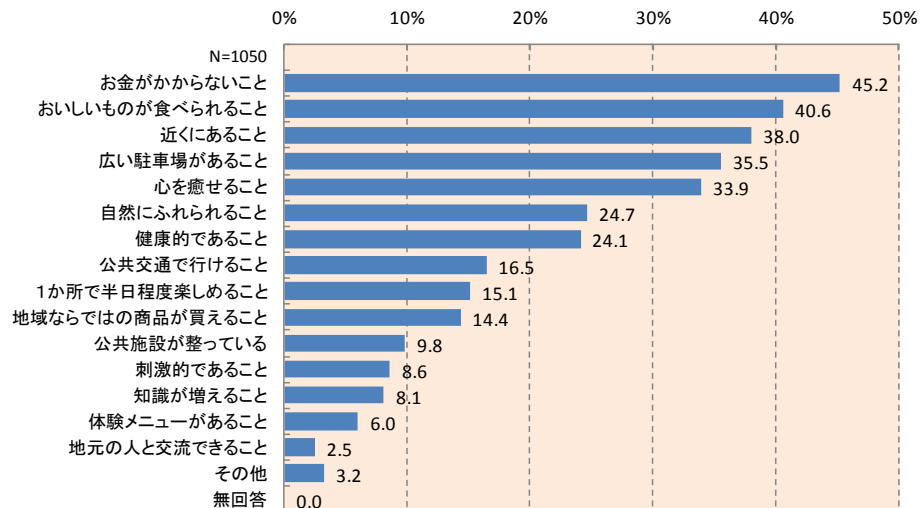
- ・ 観光振興に必要な要素については、「魅力的な「食」の開発・提供」が 47.5%と最も多く、「魅力的な特産品・土産品」「観光・イベント情報の発信」がそれぞれ約 40%とこれに続いています。



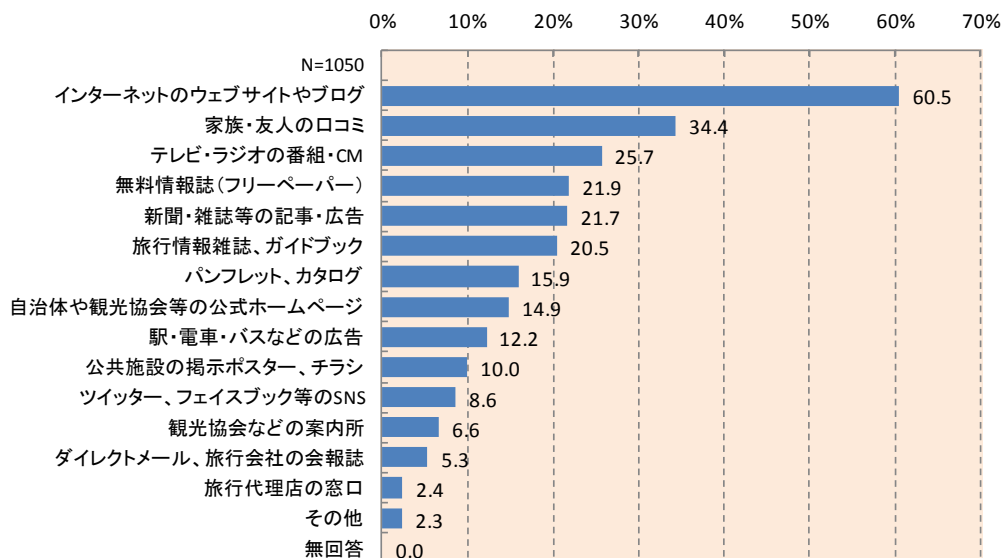
3) 知立市の観光に関する意識調査アンケート（インターネットアンケート）

(1) 重視すること、観光の情報源

- 『行き先を決める際に重視すること』については、「お金がかからないこと」が 45.2%と最も多く、「おいしいものが食べられること」が 40.6%とこれに続いています。この他、「近くにあること」「広い駐車場があること」「心を癒せること」との回答が多くなっています。「お金がかからないこと」、「おいしいものが食べられること」、「広い駐車場があること」、「心を癒せること」については、市民アンケートでも多くなっています。

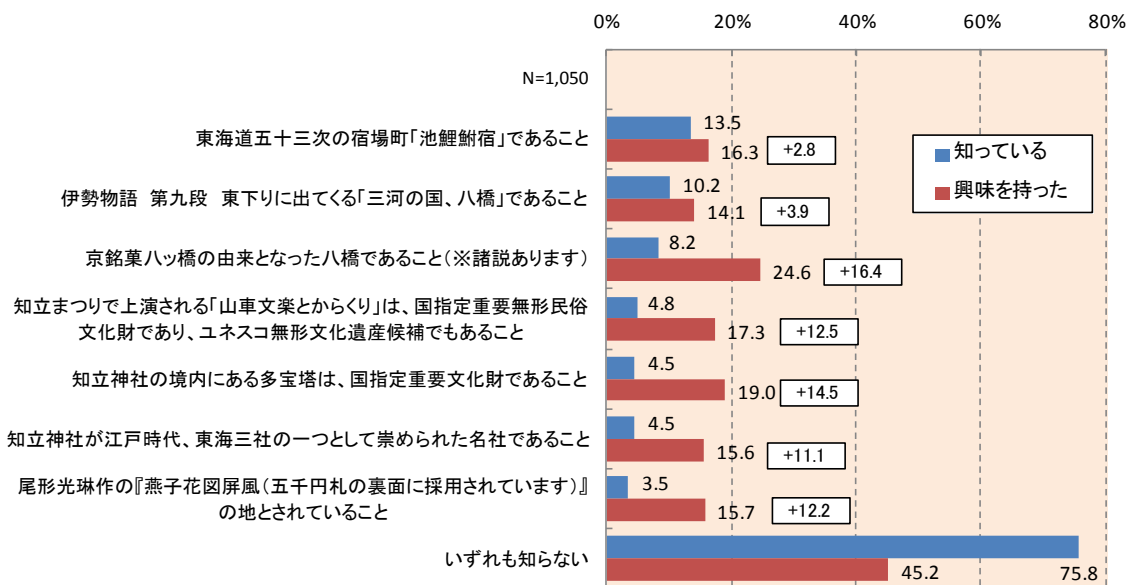


- 行き先を決める際の情報源については、「インターネットのウェブサイトやブログ」が 60.5%と最も多く、「家族・友人の口コミ」が 34.4%とこれに続いています。この他、「テレビ・ラジオの番組・CM」「無料情報誌（フリーペーパー）」「新聞・雑誌等の記事・広告」「旅行情報雑誌、ガイドブック」が 20%を超え、比較的多くなっています。インターネットによる調査であるため、「インターネットのウェブサイトやブログ」が最も多くなっていますが、市民アンケートでも同様の傾向であったので、インターネットが情報源として重視されていると考えられます。

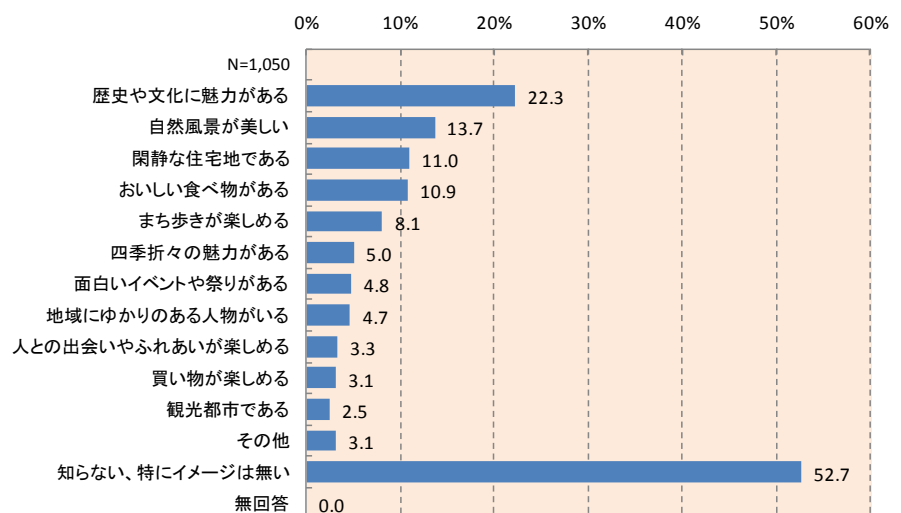


(2) 知立市の観光資源について

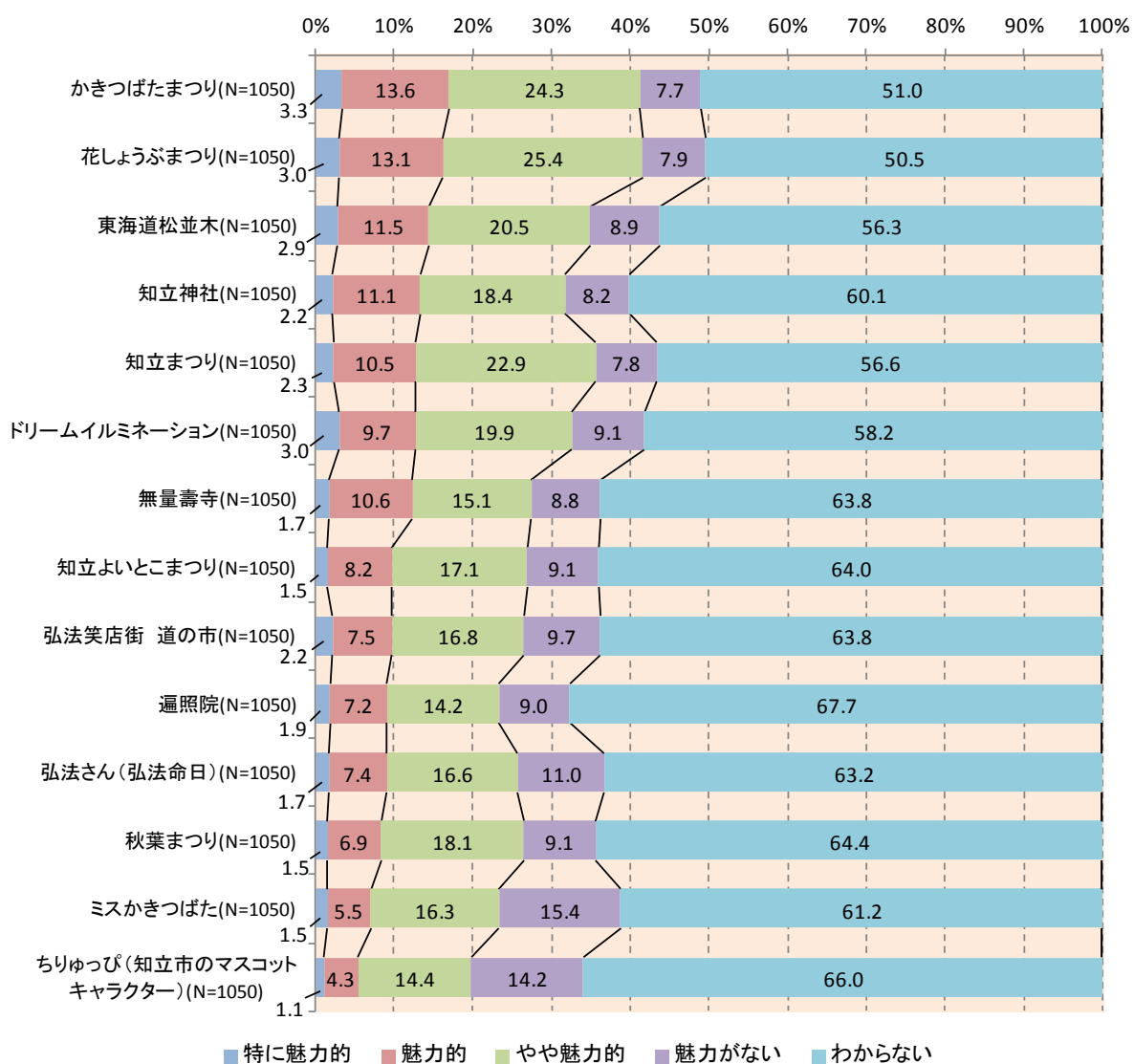
- 知立市に関することで、知っているか、または興味を持ったかについての設問のうち、「知っている」との回答については、いずれの項目についても低く、最も多いもので「東海道五十三次の宿場町「池鯉鮒宿」であること」が 13.5%となっています。
- 興味を持ったことでは、いずれの項目でも『知っている』での回答よりも多く、中でも「京銘菓八ッ橋の由来となった八橋であること」では『知っている』よりも 16.4 ポイント多い、24.6%、約 4 人に 1 人が興味を持ったと回答しています。この他、下記の事項については『知っている』との回答より 10 ポイント以上多くなっています。
 - 知立神社の境内にある多宝塔は、国指定重要文化財であること
 - 知立まつりで上演される「知立の山車文楽とからくり」は、国指定重要無形民俗文化財であり、ユネスコ無形文化遺産候補（平成 28 年 12 月 1 日に正式に登録）でもあること
 - 尾形光琳作の『燕子花図屏風（五千円札の裏面に採用されています）』の地とされていること
 - 知立神社が江戸時代、東海三社の一つとして崇められた名社であること



- 知立市のイメージについては、「知らない、特にイメージは無い」を除けば「歴史や文化に魅力がある」が 22.3%と最も多く、「自然風景が美しい」がこれに続いています。

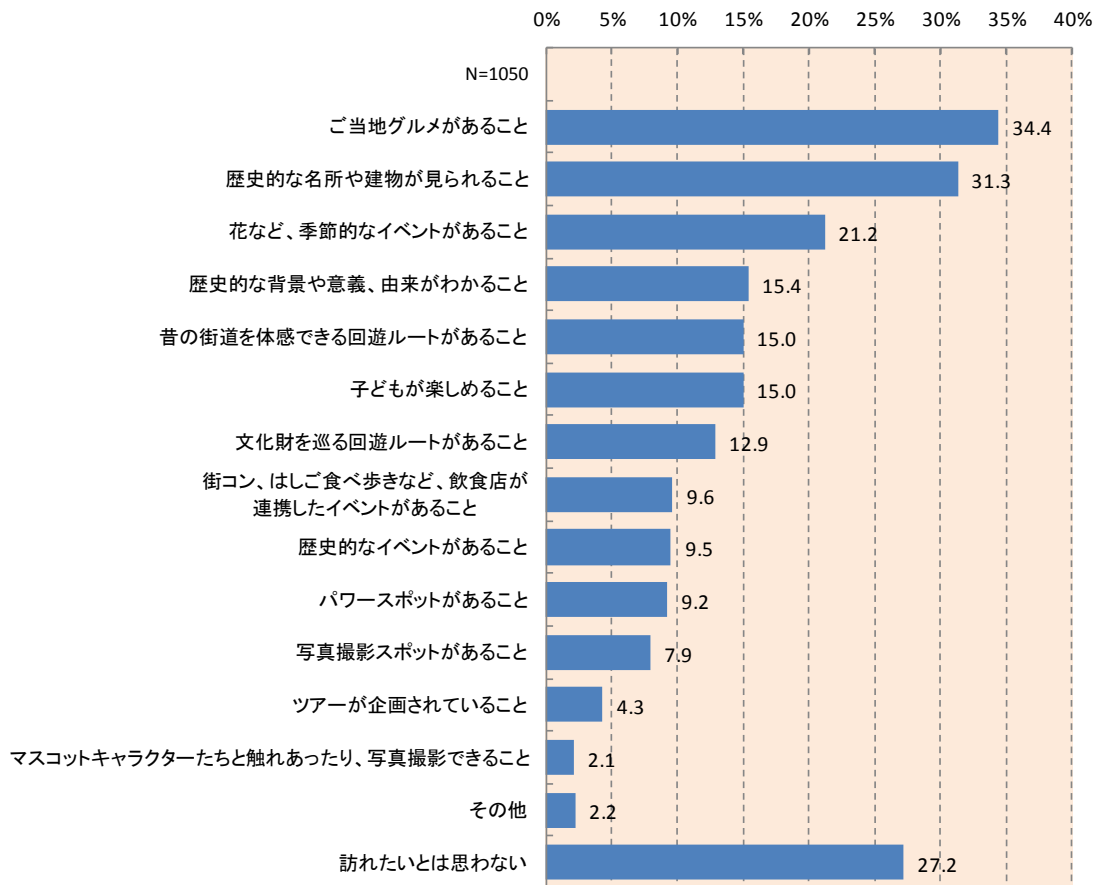


- ・ 知立市の主な観光資源についての魅力度については、ポジティブな回答としての「特に魅力的」「魅力的」を合わせると、「花しょうぶまつり」「かきつばたまつり」で約 16%となっているほか、「無量壽寺」「知立神社」「東海道松並木」「知立まつり」「ドリームイルミネーション」が比較的多く、10%以上の回答があります。
- ・ 市民アンケート調査の結果と比較すると、「知立神社」「ちりゅっぴ」については、ポジティブな回答割合は市民アンケートの方が 30 ポイント以上高く、特に市民が魅力的に感じていることが分かります。

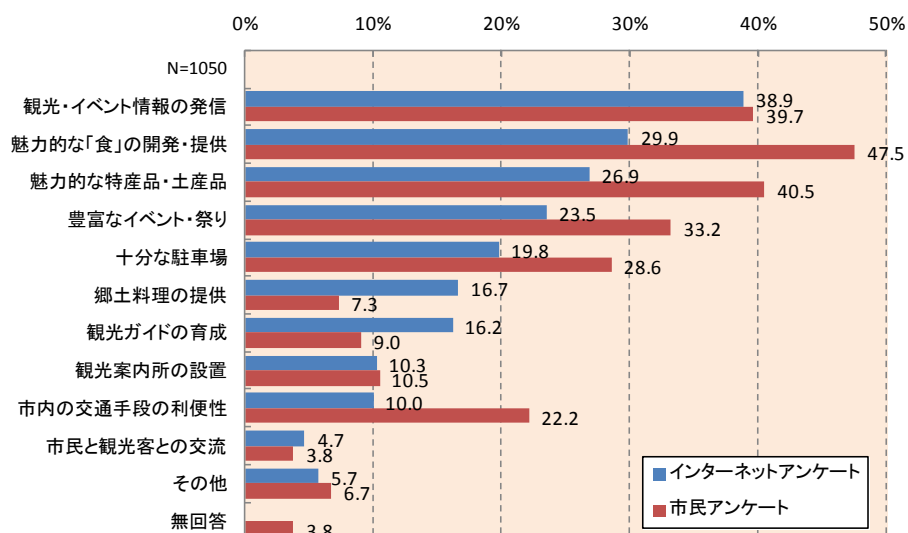


(3) 観光振興に必要な要素

- ・ 何があれば観光のために知立市を訪れたいと思うかの設問に対しては、「ご当地グルメがあること」「歴史的な名所や建物が見られること」との回答が多く 30%を超えています。「ご当地グルメがあること」については、『行き先を決める際に重視すること』で「おいしいものが食べられること」との回答が多いこと、「歴史的な名所や建物が見られること」については、知立市のイメージで「歴史や文化に魅力がある」との回答が多いことに起因していると考えられます。



- ・ 観光振興に必要な要素については、「観光・イベント情報の発信」が 38.9%と最も多く、「魅力的な「食」の開発・提供」「魅力的な特産品・土産品」がこれに続き、市民アンケート調査と同じような項目の回答が多くなっています。



参考資料

(1) 知立市内の指定・登録文化財

知立市内の指定・登録文化財は以下のとおりです。

指定・登録	種別	名称	指定・登録年月日
国指定	重要文化財（建造物）	知立神社 多宝塔	明治40年5月27日
国指定	重要無形民俗	知立の山車文楽とからくり	平成2年3月29日
国登録	有形建造物	知立神社 本殿	平成26年4月25日
国登録	有形建造物	知立神社 幣殿	平成26年4月25日
国登録	有形建造物	知立神社 拝殿	平成26年4月25日
国登録	有形建造物	知立神社 祭文殿及び廻廊	平成26年4月25日
国登録	有形建造物	知立神社 摂社親母神社	平成26年4月25日
国登録	有形建造物	知立神社 茶室	平成26年4月25日
国登録	有形建造物	萬福寺 本堂	平成27年11月17日
国登録	有形建造物	萬福寺 山門	平成27年11月17日
国登録	有形建造物	萬福寺 鐘楼	平成27年11月17日
県指定	工芸	扁額「正一位智鯉鮎大明神」	昭和32年1月12日
県指定	工芸	竹製 笈	昭和38年4月19日
県指定	工芸	能面	昭和39年10月14日
県指定	工芸	舞楽面	昭和39年10月14日
県指定	有形民俗	池鯉鮎宿本陣御宿帳	昭和40年5月21日
県指定	有形民俗	知立中町祭礼帳	昭和40年5月21日
県指定	有形民俗	知立の「からくり」	昭和42年8月28日
県指定	史跡	来迎寺一里塚	昭和36年7月8日
県指定	名勝	八橋伝説地	昭和40年5月21日
県指定	天然記念物	萬福寺のイブキ	昭和31年5月18日
市指定	建造物	池鯉鮎宿脇本陣玄関	昭和40年1月1日
市指定	建造物	鐘楼門	昭和43年7月20日
市指定	建造物	郷倉	昭和43年7月20日
市指定	建造物	石橋	昭和44年4月1日
市指定	建造物	芭蕉句碑	昭和40年1月1日
市指定	建造物	加賀野井弥八郎墓	昭和40年1月1日
市指定	建造物	祖風墓 徹堂墓	昭和40年1月1日
市指定	建造物	吉田忠左工門夫妻墓	昭和40年1月1日
市指定	建造物	杜若姫供養塔	昭和40年1月1日
市指定	建造物	業平供養塔	昭和40年1月1日
市指定	建造物	一石五輪塔	昭和40年1月1日
市指定	建造物	芭蕉連句碑	昭和40年1月1日
市指定	建造物	八橋古碑	昭和40年1月1日
市指定	絵画	法然上人絵伝	昭和40年1月1日
市指定	絵画	花絵馬 絵馬	昭和40年1月1日
市指定	絵画	木庵和尚像	昭和40年1月1日
市指定	絵画	教如上人肖像	昭和40年1月1日
市指定	絵画	方便法身尊影	昭和40年1月1日
市指定	絵画	方便法身尊影	昭和40年1月1日
市指定	絵画	売茶肖像	昭和40年1月1日
市指定	絵画	業平朝臣八橋図	昭和40年1月1日
市指定	絵画	出山仏	昭和40年1月1日
市指定	絵画	釈迦涅槃像	昭和40年1月1日
市指定	彫刻	愛染明王像	昭和40年1月1日
市指定	彫刻	阿弥陀如来坐像	昭和40年1月1日
市指定	彫刻	菩薩立像	昭和40年1月1日
市指定	彫刻	豊川茶吉尼天像	昭和40年1月1日
市指定	彫刻	延命地藏菩薩像	昭和40年1月1日
市指定	彫刻	阿弥陀如来立像、秋葉権現像、男僧像、女僧像、地藏菩薩像	昭和40年1月1日

(資料：文化課)

指定・登録	種別	名称	指定・登録年月日
市指定	彫刻	阿弥陀如来像	昭和40年1月1日
市指定	彫刻	不動明王像	昭和40年1月1日
市指定	彫刻	薬師如来像	昭和40年1月1日
市指定	彫刻	聖観世音菩薩像	昭和40年1月1日
市指定	彫刻	十一面観世音菩薩像	昭和40年1月1日
市指定	彫刻	如意輪観世音菩薩像	昭和40年1月1日
市指定	彫刻	菩薩半跏像	昭和40年1月1日
市指定	工芸	獅子頭	昭和40年1月1日
市指定	工芸	木彫蛙	昭和40年1月1日
市指定	工芸	鱈口	昭和40年1月1日
市指定	工芸	蓬菜鏡	昭和40年1月1日
市指定	工芸	籠垣菊双雀鏡	平成28年3月18日
市指定	工芸	八ツ蛇目文双鶴鏡	平成28年3月18日
市指定	工芸	木矛	昭和40年1月1日
市指定	工芸	開山杖	昭和40年1月1日
市指定	工芸	山車文楽頭	昭和40年1月1日
市指定	工芸	山車文楽頭	昭和40年1月1日
市指定	工芸	山車文楽頭	昭和40年1月1日
市指定	工芸	山車文楽頭	昭和40年1月1日
市指定	工芸	山車	昭和40年1月1日
市指定	工芸	山車	昭和40年1月1日
市指定	工芸	山車	昭和40年1月1日
市指定	工芸	山車	昭和40年1月1日
市指定	工芸	山車	昭和40年1月1日
市指定	工芸	長線	昭和40年1月1日
市指定	書跡・典籍	沢庵和尚書	昭和40年1月1日
市指定	書跡・典籍	六字名号	昭和40年1月1日
市指定	書跡・典籍	六字名号	昭和40年1月1日
市指定	書跡・典籍	十字名号	昭和40年1月1日
市指定	書跡・典籍	點茶	昭和40年1月1日
市指定	書跡・典籍	壳茶遺墨群	昭和40年1月1日
市指定	書跡・典籍	白隠和尚画賛	昭和40年1月1日
市指定	書跡・典籍	大般若経	昭和40年1月1日
市指定	考古	手焙形土器	昭和40年1月1日
市指定	考古	石鏃類	昭和40年9月1日
市指定	考古	荒新切遺跡出土土器	平成28年3月18日
市指定	歴史資料	徳川家康寄進状	昭和40年1月1日
市指定	歴史資料	長勝院お万の方書状	昭和40年1月1日
市指定	歴史資料	松平清康寄進状	昭和40年1月1日
市指定	歴史資料	御用向諸用向覚書帳	昭和40年1月1日
市指定	歴史資料	南紀記行独健帳	昭和40年1月1日
市指定	有形民俗	神輿	昭和59年8月10日
市指定	有形民俗	獅子屋形	昭和59年8月10日
市指定	有形民俗	平治合戦からくり人形	平成26年7月2日
市指定	史跡	西中貝塚	昭和40年1月1日
市指定	史跡	古城塚	昭和40年1月1日
市指定	史跡	知立古城跡	昭和40年1月1日
市指定	史跡	馬市の跡	昭和44年4月1日
市指定	史跡	追腹塚	昭和49年5月21日
市指定	史跡	丸山古墳	昭和57年10月28日
市指定	史跡	荒新切遺跡	平成5年10月1日
市指定	史跡	八橋古城跡	平成29年2月10日
市指定	名勝	杜若池	昭和40年1月1日
市指定	天然記念物	総持寺跡大イチョウ	昭和40年1月1日
市指定	天然記念物	大ソテツ	昭和44年4月1日
市指定	天然記念物	イタビカツラ	昭和44年4月1日
市指定	天然記念物	知立松並木	昭和40年1月1日
市指定	天然記念物	トネリコ	昭和57年6月10日

(2) 知立市観光振興計画の策定経緯

①知立市観光振興計画策定懇談会

【懇談会委員】(敬称略・順不同)

会 長	本多 正幸	知立市観光協会	会長
副会長	新美 文二	知立市商工会	会長
委 員	阿部 純一郎	椋山女学園大学	准教授
	近藤 喜弘	八橋旧蹟保存会	会長
	永谷 勇	知立公園花菖蒲育成会	会長
	鈴木 政二	弘栄会	会長
	都築 敏正	知立まつり	惣代長
	加藤 徹三	知立山車連合保存会	会長
	平澤 盛久	知立市観光ガイドボランティアの会	会長
	川合 正彦	知立市商店街連合会	会長
	久世 泰男	NPO 法人バザール知立	理事長
	山本 直明	一般社団法人 知立青年会議所	
	高村 昭広	アグリ知立	代表理事
	杉本 巖	名古屋鉄道株式会社	豊田市幹事駅長
	南 雅之	近畿日本ツーリスト株式会社	営業統括本部
	上西 将寛	株式会社キャッチネットワーク	コンテンツ制作本部 番組制作課
	今津 政直	公募委員	
	久保田 将之	公募委員	
	清水 正明	公募委員	

【検討状況】

- 第1回 平成28年8月10日
○観光振興計画の策定について
○アンケートについて
○観光振興計画の方向性について
- 第2回 平成28年10月4日
○観光振興計画素案について
- 第3回 平成28年12月2日
○観光振興計画(案)の修正・検討
- 第4回 平成29年2月8日
○観光振興計画(案)の修正・検討

②知立市観光振興計画庁内検討委員会

【検討委員】

委員長	野村 裕之	市民部長
副委員長	石川 典枝	教育部長
委員	山口 義勝	企画部長
	加藤 達	都市整備部長
	堀木田 純一	企画政策課長
	岩瀬 祐司	都市計画課長
	鶴田 常智	文化課長

【検討状況】

- 第1回 平成28年9月14日
○観光振興計画の策定について
○アンケートについて
○観光振興計画骨子について
- 第2回 平成28年10月20日
○観光振興計画 12月8日
○観光振興計画（案）の修正・検討
- 第4回 平成29年2月15日
○観光振興計画（案）の修正・検討、決定

③パブリックコメント

【実施期間】

平成29年1月4日から平成29年1月31日

【意見提出】

4名

知立市観光振興計画

平成 29 年 3 月

発 行 / 知 立 市

編 集 / 知立市市民部経済課

〒472-8666 愛知県知立市広見三丁目 1 番地

電話 0566-83-1111 (代表)



知立市マスコットキャラクター「ちりゅっぴ」