

豊山航空フィールドミュージアム構想

～ ヒコーキのまち とよやま ～

平成29年3月

目 次

序. 構想策定の目的	1
(1) 背景	1
(2) 目的	1
1. 豊山町における観光の現状と課題	2
(1) 観光の現状	2
①観光施設の状況	2
②来街者の状況	3
③教育機関でのニーズ把握	10
④豊山町のマーケット調査	18
(2) 豊山町における観光の課題	40
①豊山町の観光の現状・課題の整理	40
2. 観光誘客の戦略とシナリオ	42
(1) 核資源と誘客ターゲット像の設定	42
①核資源	42
②ターゲット設定	44
(2) 観光誘客の戦略とシナリオ	46
①エアポートウォーク名古屋に買い物・映画鑑賞等に来る近隣市町のファミリー層	46
②航空系に興味を持つ層	48
③教育旅行等団体旅行	50
④国内の他県の航空系関心層、教育旅行等団体旅行	52
⑤訪日旅行者	54
3. 実現化に向けて	56
(1) 実施主体・実施時期のイメージ	56
4. 今後の課題	61
(1) 航空関連施設の役割分担	61
(2) 駐車場不足解消に向けた交通対策案の検討	62

序. 構想策定の目的

(1) 背景

豊山町は、愛知県で最も面積の小さな自治体である。その小さな町域には、県営名古屋空港を中心として、国産初の小型ジェット旅客機MRJの製造拠点や宇宙航空研究開発機構JAXAの研究拠点など特色ある航空関連施設が立地している。今後、愛知県の航空展示施設「あいち航空ミュージアム」のオープンや、MRJ最終組立工場の稼働を機に、交流人口の増加が見込まれる。

また、住民同士、住民と行政がお互いに顔の見える関係をつくりやすく、地域の密接なつながりも育まれている。

こうした“小さな町”の特徴や利点を活かしながら、豊山町ならではの魅力、特徴にさらなる磨きをかけ、小さいからこそキラリと光ることができる『小さくてキラリと輝くまち』を目指してまちづくりを進めている。

(2) 目的

他にはない豊山町の特徴であり強みである空港や航空関連施設などを活かした地域活性化事業を展開し、交流人口の拡大を図ることで町内での消費喚起やにぎわいづくりを促すことを目的とする。策定に当たっては、観光マーケティング調査や教育旅行等を見据えたニーズ調査の結果を踏まえ、核となる観光資源・誘客ターゲット像を設定した上で観光誘客のシナリオ立案を行う。なお、本構想を実践していく主要な担い手として、地域おこし組織を積極的に活用する。

1. 豊山町における観光の現状と課題

(1) 観光の現状

① 観光施設の状況

- 集客施設としては、エアポートウォーク名古屋が見る・買う・食べる・遊ぶが揃った施設として強い集客力を持っています。
- 県営名古屋空港は東北や九州などの全国9都市を結ぶ空の交通拠点として、観光・ビジネス両面での利用がみられます。
- 名古屋市中央卸売市場北部市場やイチロー展示ルーム「I-fain」など特色ある施設が立地しています。

観光要素	豊山町の資源
見る	<p><航空・飛行機> 航空館 boon 県営名古屋空港（展望デッキ） 三菱重工史料室（要事前予約） あいち航空ミュージアム MRJ最終組立工場（将来的に見学の計画あり）</p> <p><歴史文化・郷土の偉人> イチロー展示ルーム「I-fain」 豊山町郷土資料室</p> <p><歴史・神社・仏閣> 延命寺（地藏菩薩像）、常安寺（鑄造誕生仏）、長寿寺（薬師如来像）、八所神社（狛犬）</p> <p><自然> 干松寺の楠、いちい榿</p> <p><その他> 名古屋市中央卸売市場北部市場（見学） 地空人くん（豊山町マスコットキャラクター）</p>
買う	<p><買物場所> エアポートウォーク名古屋、名古屋市中央卸売市場北部市場 飛行機関連専門店、空港内アンテナショップ「まるっと！あいち」</p>
食べる	<p><郷土料理> どじょう寿司</p> <p><飲食店> エアポートウォーク名古屋（各種飲食店）、空港内「つばさ亭」 名古屋市中央卸売市場北部市場周辺（寿司等）</p>
体験する （遊ぶ）	<p><体験> 航空館 boon（フライトシミュレータ） ヘリコプター遊覧飛行</p> <p><遊ぶ> エアポートウォーク名古屋（映画館、各種アミューズメント） 豊山スカイプール（7月初旬～9月中旬） 豊山グラウンド、神明公園、空港バッティング</p> <p><祭り・イベント> 豊山町産業まつり、とよやまDEないと、豊山町商工会朝市、北部市場食の物語フェア</p>
泊まる	空港周辺のホテル（ビジネスホテル2軒）

②来街者の状況

1)来街者の状況

●町全体

○来街者の状況（休日）は、リーサスのFrom-to分析によると、春日井市、名古屋市北区、小牧市、北名古屋市、一宮市など近隣市からの来街が多くなっています。

○県外からの来街は、岐阜県からが多く、特に山口市、可児市、多治見市からが多くなっています。

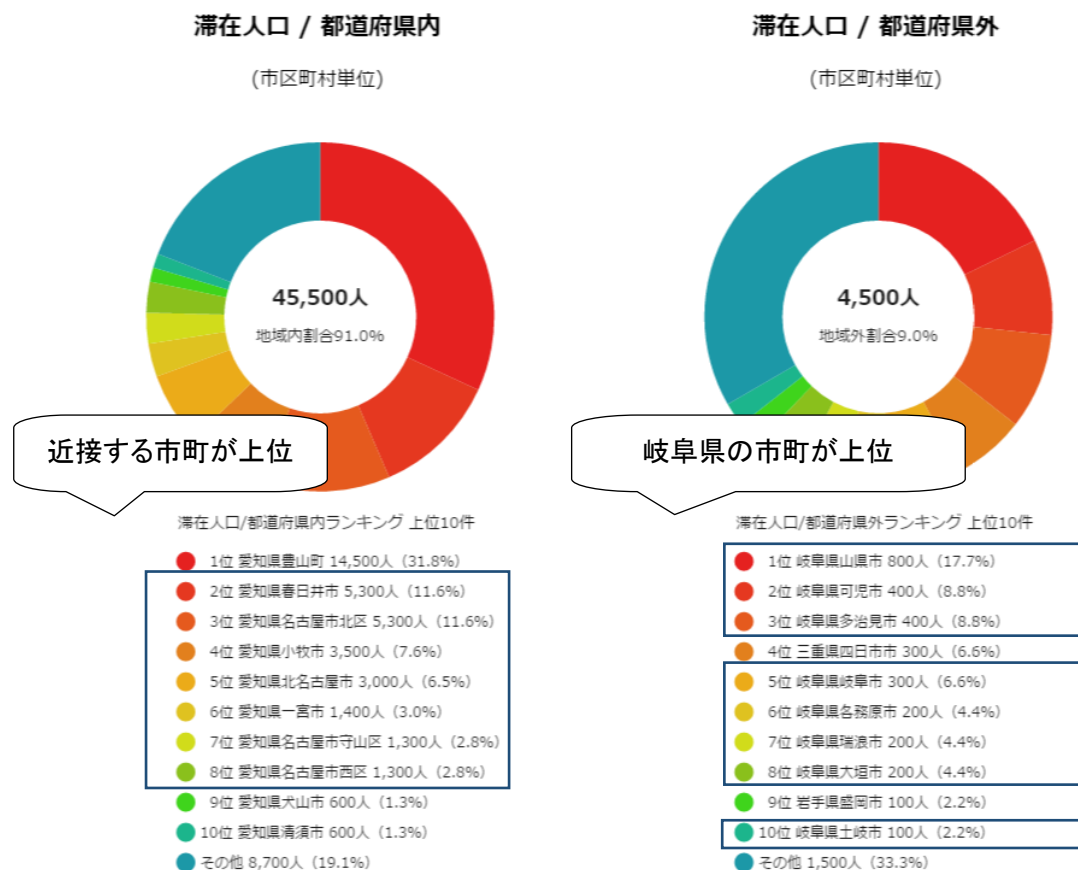
○月別の来街は、1月、2月が多くなっています。この要因としては、冬季にエアポートウォーク名古屋の利用が増加している可能性が考えられます。

○休日における時間別の来街をみると、午前中から徐々に増加し14時～16時の時間帯がピークとなっています。夕方以降の夜間の落ち込みが緩やかであることから、昼食に加え夕食の需要を取り込んでいると考えられます。

※リーサス：内閣府まち・ひと・しごと創生本部「地域経済分析システム（RESAS）」

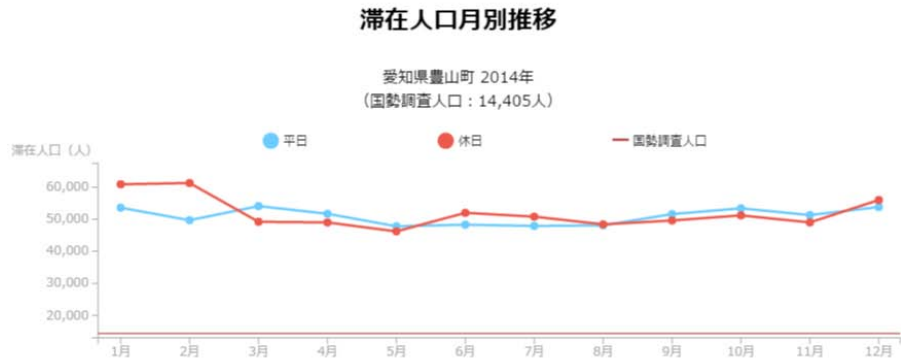
○訪日旅行者については、来訪状況の把握が行われておらず、実際の来訪者も多くない。

図 From-to分析（休日）



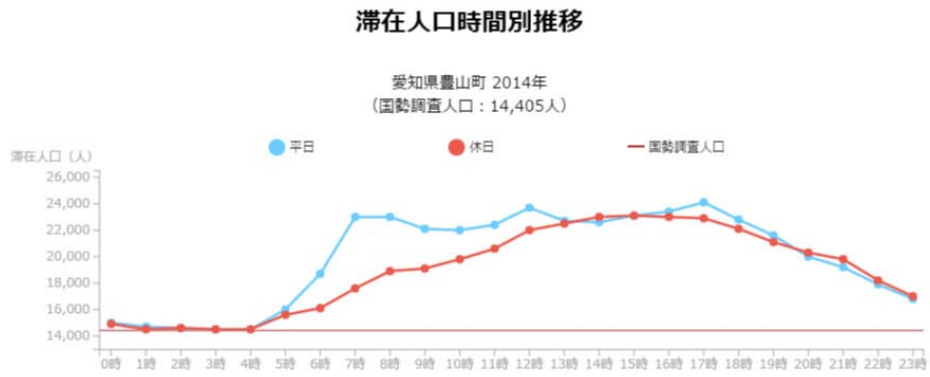
資料：リーサス（株式会社 Agoop「流動人口データ」）

図 滞在人口月別推移



資料：リーサス（株式会社 Agoop「流動人口データ」）

図 滞在人口時間別推移



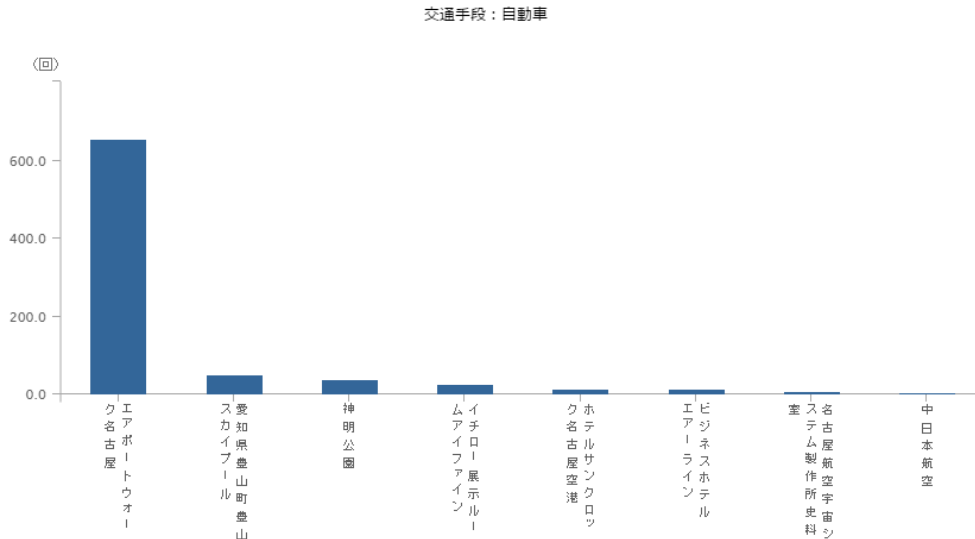
資料：リーサス（株式会社 Agoop「流動人口データ」）

●施設別来街状況

○インターネットの経路検索サービスで、豊山町内を目的地として検索されたランキングをみると、エアポートウォーク名古屋が圧倒的に多く、来街の核となっています。

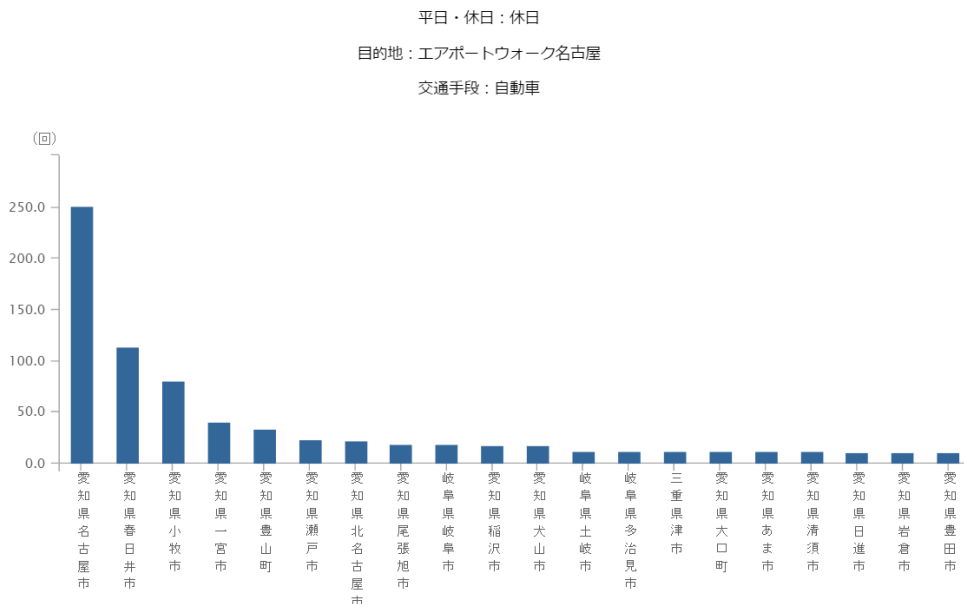
○エアポートウォーク名古屋の検索者の出発地をみると、名古屋市や春日井市、小牧市などの近隣市が上位を占めています。

図 豊山町の目的地分析（休日・自動車）



資料：リーサス（ナビタイムジャパン「経路検索条件データ」）

図 エアポートウォークの検索者の出発地（休日・自動車）



資料：リーサス（ナビタイムジャパン「経路検索条件データ」）

2)交通機関の利用状況

●県営名古屋空港

○県営名古屋空港の利用者（通勤定期運行旅客数）は、路線の増加もあり増加傾向が続いています。ただし、搭乗率は平成25年から若干低下しています。

表 県営名古屋空港通勤定期運行旅客の推移

	平成23年		24年		25年		26年		27年	
	旅客数	搭乗率 (%)	旅客数	搭乗率 (%)	旅客数	搭乗率 (%)	旅客数	搭乗率 (%)	旅客数	搭乗率 (%)
青森	28,558	63.8	69,268	64.2	88,596	68.5	90,753	67.8	100,326	66.5
いわて 花巻	31,510	64.9	79,654	66.1	109,868	74.0	120,337	70.5	119,985	67.3
山形	—	—	—	—	296	88.1	36,781	63.7	36,347	59.7
新潟	505	42.9	46,827	54.2	39,927	71.4	39,167	67.4	34,546	59.0
出雲	—	—	—	—	—	—	448	88.9	41,876	70.3
高知	—	—	148	88.1	42,146	70.2	40,560	70.2	39,044	64.5
熊本	62,473	54.2	75,912	63.8	106,168	63.4	103,736	60.7	103,565	58.6
北九州	—	—	—	—	—	—	505	50.1	50,122	42.6
福岡	194,638	65.7	224,485	70.0	220,372	74.3	222,749	73.9	211,166	71.1
総数	317,684	62.8	496,294	65.8	607,373	70.8	655,036	68.8	736,977	63.5

●とよやまタウンバス

〇とよやまタウンバスの乗客数は、南ルートでは増加傾向が続いていますが、北ルートは減少傾向となっています。

表 とよやまタウンバスの推移

単位：人

	乗客数			日平均乗客数			
	南ルート	北ルート	総数	平日		土日祝日	
				南ルート	北ルート	南ルート	北ルート
平成 19 年	42,569	14,923	57,492	144	51	68	22
20 年	51,833	13,496	65,329	176	47	71	17
21 年	50,626	12,661	63,287	173	44	69	16
22 年	53,687	11,626	65,313	185	39	74	16
23 年	56,822	11,115	67,937	196	33	75	17
24 年	62,357	12,058	74,415	217	35	99	20
25 年	64,188	10,802	74,990	219	33	100	18
26 年	67,451	10,282	77,733	232	36	97	14
27 年	70,021	9,568	79,589	243	33	106	13

●名鉄バス西春・空港線

○名鉄バス西春・空港線の豊山町内の乗客数は、平成 20 年度から平成 22 年度まで減少していたものの、平成 23 年度より平成 27 年度まで堅調に増加しており、平成 27 年度では約 29.6 万人となっています。なお、最も乗客数が多いのは県営名古屋空港の約 8.4 万人で、次いでエアポートウォーク名古屋の約 5.4 万人となっています。

表 名鉄バス西春線の乗客数推移（豊山町内のみ）

単位：人

	北部市場 北	西豊場	伊勢山西	空港西	エアポ ートワ ーク	中新田	豊山町 社会教育 センター	名古屋空港	豊山町内計
平成20年度	21,999	37,689	25,400	28,527	32,699	7,990	12,874	41,437	208,615
平成21年度	19,916	35,873	21,702	23,993	38,666	7,405	15,013	35,815	198,383
平成22年度	17,840	34,735	20,107	22,716	39,606	7,282	16,011	32,271	190,568
平成23年度	22,070	40,003	26,099	23,645	44,403	8,506	20,723	26,517	211,966
平成24年度	24,404	41,286	26,732	26,042	47,322	9,028	21,339	29,516	225,670
平成25年度	24,436	41,554	23,879	26,230	51,200	10,309	28,544	32,102	238,255
平成26年度	25,754	43,514	22,412	25,839	50,621	9,482	35,445	50,286	263,351
平成27年度	24,446	44,687	21,138	23,736	53,573	7,649	36,812	84,202	296,244

●あおい交通(空港直行バス、豊山幸田勝川線)

○あおい交通空港直行バスの乗客数は、平成 21 年度から平成 23 年度まで減少していたものの、平成 23 年度より平成 27 年度まで堅調に増加しており、平成 27 年度では約 44.7 万人となっています。

○あおい交通豊山幸田勝川線の乗客数は、増加傾向が続いており、平成 27 年度は約 6.2 万人となっています。

表 あおい交通空港直行バスの乗客数推移

単位：人

	名古屋空港	三菱重工南	幸田	栄降車	名古屋駅	エアポートウォーク北	味美	勝川	豊山町商工会	月間合計
平成 21 年度	77,481	13,162	—	24,188	88,464	24,595	4,271	11,976	—	219,949
平成 22 年度	65,047	14,316	—	23,509	81,498	23,531	3,704	10,564	—	198,660
平成 23 年度	46,191	11,190	2,637	20,749	69,238	23,122	2,399	8,363	—	163,140
平成 24 年度	72,690	13,911	3,664	28,722	95,262	22,874	1,771	8,655	191	219,018
平成 25 年度	93,545	17,597	5,152	35,544	117,162	28,063	2,473	9,915	852	271,940
平成 26 年度	123,141	24,842	7,883	46,915	149,179	36,761	3,420	14,282	1,417	344,932
平成 27 年度	157,437	30,425	8,294	59,737	190,895	34,291	5,053	21,502	1,758	446,962

表 あおい交通豊山幸田勝川線の乗客数推移

単位：人

	名古屋空港	三菱重工南	幸田	エアポートウォーク北	味美	勝川	豊山町商工会	合計
平成 24 年度	5,159	332	225	6,707	3,445	11,569	581	28,018
平成 25 年度	5,565	298	199	7,055	4,240	14,528	1,084	32,969
平成 26 年度	11,753	874	336	6,696	5,802	18,167	1,209	44,837
平成 27 年度	19,246	1,430	375	6,492	6,817	26,088	1,571	62,019

③教育機関でのニーズ把握

1)調査概要

名古屋市及び周辺地域の、教育旅行を主に扱う旅行業者に対しアンケート調査を実施し、回答のあった以下の4事業者の実務責任者に対しヒアリング調査を実施しました。

ヒアリングは、豊山町における教育旅行の可能性や経済効果の見込みについて意見聴取を行いました。

NO	会社名	支店名等
1	(株) JTB中部	教育旅行名古屋支店
2	(株) ツーリスト中部	本社
3	(株) 日本旅行	名古屋教育旅行支店
4	東武トップツアーズ(株)	名古屋支店

2)ヒアリング調査まとめ

項目	主な意見
豊山町の教育旅行の目的・立ち寄り地としての可能性	<p>○いずれの旅行業者も、MR J最終組立工場は大きな魅力であると感じている。</p> <ul style="list-style-type: none">・内容について早く知りたい。・あいち航空ミュージアムにも大きな関心をもっている。 <p>○愛知県は小学5年生で県のことを学ぶので、遠足の行き先として豊山の航空産業系の見学は適している。</p> <p>○全国的に見て「愛知県」が修学旅行の行き先として選ばれることはほとんどない。</p> <p>○トヨタの工場見学などがあっても難しいので修学旅行誘致は簡単にはいかない。</p>
教育旅行の実情	<p><開催時期></p> <p>○野外学習(遠足・社会見学)は、修学旅行と同時期に実施される。 ○5月又は10・11月が多い。 (小学校は秋、中学校は春が多い。高校は学校によりばらつきが多い。)</p> <p><行先の決定方法></p> <p>○行き先の決定は学年単位で先生が話し合っ決めて(校長が最終判断)。</p> <p>○基本的に過去の踏襲が多い。学校ごとに行先がおおむね決まっている。</p>

項目	主な意見
	<p><訪問先決定時期></p> <p>○野外学習は、最終的には4月に決定される。しかし、春（5、6月）分は前年の10、11月頃内定。秋（10、11月）分は2月頃内定することが多い。</p> <p>○修学旅行の行き先は前年度の秋頃に事実上決まることが多い。</p> <p><食事></p> <p>○野外学習（遠足・社会見学）は、各家庭が用意する弁当（自弁）が多い。</p> <p>○アレルギーなどもあるので、飲食店等での場合は十分な注意が必要。</p> <p><移動></p> <p>○野外学習（遠足・社会見学）は公共交通機関又は貸切りバス利用の日帰り</p> <p>○修学旅行は、小学校が1泊2日でバス利用。中学校が2泊3日で新幹線など列車利用。高校が3泊4日で飛行機利用が基本。</p> <p><費用></p> <p>【野外学習】</p> <p>○野外学習費用は2,000～2,500円。有料施設の場合は左記にプラスして入館料など。</p> <p>○先生は入館料無料が基本。</p> <p>○児童のお小遣いは300～1,000円程度</p> <p>【修学旅行】</p> <p>小学校：1泊2日 23,000円程度</p> <p>中学校：2泊3日 50,000円程度</p> <p>高校：3泊4日 70,000円程度</p> <p><予約方法等></p> <p>○観光施設等への予約は先生がすることが多い。</p> <p>○旅行業者の添乗員は付かない場合がほとんど。</p>
<p>豊山町が教育旅行を誘致する方法（PR方法）</p>	<p>○パンフレットは必要。</p> <p>・学校がコピーして児童・生徒などに配ることが多いので子供が見てもわかるように意識して作成する。</p> <p>○旅行業者・教員を対象とした見学会は非常に有効。</p>

項目	主な意見
	<ul style="list-style-type: none"> ・現地集合で十分。告知は3か月前には実施。平日が良い。
教育旅行等の誘致 アイデア等	<ul style="list-style-type: none"> ○「工業高校」を狙うのが良いのではないかと。 ・航空関連産業への就職も多いし、就職を希望する生徒も多い。一般団体よりも専門的な説明ができるガイドを付ければ人気が出ると思う。 ○競合する産業観光施設を体験してライバルの状況をよく知るとよい。 ○大人対象の研修旅行の需要もあるのでは？ ・飛島村にある、米 BOEING 社の部品工場では、毎年最低1回は研修のために BOEING 本社があるシアトルへ技術者の研修旅行がある。MR Jが量産体制に入れば、部品を作る下請け工場の技術者達の研修が発生する。宿泊需要や食事需要も発生するのでそれも狙えるのではないかと。 ・シアトルでは観光的な見学も含めて BOEING 関連の旅行需要が世界中からある。 ・海外からの見学希望者も多数期待できる。現に BOEING では本当にたくさんの国の人がシアトルに来ている。 ○トヨタの工場見学が大人気のため、その振替需要も多いはず。 ・トヨタの工場見学は愛知県の小学校の社会見学に大人気。6か月前からの予約で旅行会社と先生で手分けして予約するものの、時期が重なるので取れないことも多い。その場合、岡崎の三菱自動車工場、鈴鹿のホンダ工場などに振り替えるが、MR J最終組立工場はそれ以上の人気が出る可能性が高い。 ○「SSH：スーパーサイエンスハイスクール」指定校を狙ったかどうか。 ・文部科学省系の国立研究開発法人科学技術振興機構が認定するSSHを狙った営業活動も有効だと思う。 ・国から2,000万円程度の活動支援金が交付されている。専門的な視察・研修を提供できるなら来てくれる可能性が高い。平成28年度で全国に200校ある。愛知県内だけでも10校ある。 ・県立愛知総合工科高等学校は、平成28年度に開校した高等学校。日本全体でも珍しい公設民営の運営。学校法人名城大学が指定管理者として運営している。スーパーバイザーを置いていて様々な新しい取組をしているので、ここと連携するのも良いのではないかと。 ○昼食場所の提供とケータリングの提供

項目	主な意見
	<ul style="list-style-type: none"> • 小中学校は自弁だが、食事場所に困ることが多い。150 名程度座れる会議室などの場所があれば、教育旅行の行き先として有力になる。 • 高校生以上や一般団体のためにはレストランがなければ仕出し（ケイタリング）も有効。例えば、航空機の機内食（と同じモノ）を体験できればものすごく人気になると思う。
<p>その他</p>	<p>○説明のレベルを分ける必要がある。</p> <ul style="list-style-type: none"> • 例えばトヨタの工場見学では、小学校向けと中高校生向け、さらに専門家向けとコースとガイドを分けている。 <p>○バスの駐車場としては、無料が一番良いものの、2,000 円ぐらいなら払うこともできる。</p> <p>○教育旅行は、旅行会社としてはバス手配程度しかない遠足・社会見学で儲けるのは難しい。修学旅行で初めて利益が出る感じ。学生を対象とした教育旅行よりも、社会人・留学生・外国人を対象とした産業観光をやった方が経済効果としては高いのではないか。</p> <p>○FDA は教育旅行には不向き</p> <ul style="list-style-type: none"> • 機材が小さいため。エンブラエル 170 (E-Jet) を使用している。平均座席数は 80 席程度で貸切（チャーター）しても一学年 2 クラスでぎりぎりである。

3)4社ヒアリング調査結果詳細

ア (株)JT B中部

<基礎情報>

日時	2016年11月4日 14:00-15:30
場所	(株)JT B中部 教育旅行名古屋支店
会社名	(株)JT B中部
所在地	〒450-0003 名古屋市中村区名駅南 1-18-24 マイビルディング5階
電話・FAXなど	052-586-2311/ FAX052-586-2355
担当者/肩書き	埜村(のむら) 昇/ 副支店長 教育旅行担当
e-mail	n_nomura354@cub.jtb.jp

<ヒアリング内容>

基本事項	豊山町を目的地あるいは立寄り地として教育旅行の手配をしたことはない。 FDAを利用した教育旅行の手配経験はない。 営業範囲：名古屋市とその周辺地域 教育対象としている学校等の数：400~499
教育旅行の実情	<ul style="list-style-type: none"> ・野外学習(遠足・社会見学)は、修学旅行と同時期に実施される。 ・5月あるいは10月が一番多い(小学校は秋、中学校は春が多い)。 ・行き先の決定は学年単位で先生が話し合って決める(校長が最終判断)。 ・基本はこれまでの踏襲が多い。学校ごとに1年は〇〇、2年は△△、3年は□□、という形でおおむね決まっている。 ・野外学習(遠足・社会見学)は、各家庭が用意する弁当(自弁)が多い。アレルギーなどもあるので飲食店等でとる場合は十分な注意が必要。 ・説明のレベルを分ける必要がある。例えばトヨタの工場見学では、小学校向けと中高校生向け、さらに専門家向けとコース・ガイドを分けている。 ・バスの駐車場としては、無料が一番良いものの、2,000円ぐらいなら対応できる。 ・野外学習(遠足・社会見学)では旅行会社としてはバス手配ぐらいであるため儲けるのは難しい。修学旅行で初めて利益が出る感じ。 ・修学旅行は、小学校が1泊2日でバス利用。中学校が2泊3日で新幹線など列車利用。高校が3泊4日で飛行機利用が基本。
豊山町の教育旅行の目的・立ち寄り地としての可能性について	<ul style="list-style-type: none"> ・MRJ 最終組立工場見学は大きな魅力である。内容がまだよくわからないので早く知りたい。あいち航空ミュージアムもどのようなものなのか早く情報が欲しい。 ・愛知県は小学校5年生で県のことを学ぶので、それに遠足の行き先として豊山の航空産業系の見学は適している。 ・全国的に見て「愛知県」が修学旅行の行き先として選ばれることはほとんどない。トヨタの工場見学などがあっても。
その他	<ul style="list-style-type: none"> ・学生を対象とした教育旅行よりも、社会人・留学生・外国人を対象とした産業観光をやった方が経済効果としてはたかいのではないか。 ・PRとしては、先生・旅行会社を対象とした見学会などはとても効果があると思うので是非やって欲しい。 * 埜村氏は現職の前は静岡支店にいた。そのときに鈴与の経営企画室に2年ほど出向していた。

イ (株)ツーリスト中部

<基礎情報>

日時	2016年10月21日 10:00-12:00
場所	(株)ツーリスト中部 本社
会社名	(株)ツーリスト中部
住所	愛知県清須市助七 1-176 片岡ビル1F
電話・FAXなど	052-409-8070 / FAX052-409-9130
担当者/肩書き	平本 直靖 / 代表取締役
e-mail	hiramoto@rakuraku-bus.com

<ヒアリング内容>

基本事項	<p>豊山町を目的地あるいは立寄地として教育旅行の手配をしたことはない。 営業範囲：名古屋市並びに西尾張地域 清須市、北名古屋市、あま市、愛西市、弥富市、稲沢市などが中心。 教育対象としている学校等の数：50～70校 兄弟会社としてバス会社も持っているのが強み。</p>
教育旅行の実情	<p>○主に遠足など野外学習を手配している。 (遠足など日帰りのモノは野外学習という) ・遠足は小学校で、学年毎に、年に1回あるいは2回実施。 ・名古屋市内並びに周辺で遠足として人気がある(よく行く)場所は名古屋港水族館、鈴鹿サーキット、トヨタ産業技術記念館、東山動植物園、モリコロパーク、博物館明治村、リトルワールドなど。 ・費用は2,000円から2,500円 有料施設がある場合は別に入場料。 昼食は児童にお弁当を持ってこさせる場合が多い。 ・リニア・鉄道館などは規模が小さく遠足では使われない、一日楽しめる場所でないとい行き先にはなりにくい。</p> <p><行き先の決定について> ・先生が考え、最終決定は校長先生。 ・どの学校もだいたい 1年生は〇〇 2年生は×× 3年生は□□というように毎年の行き先がほぼ決まっている場合が多い。 ・行き先の決定は 半年前ぐらい。 ・時期は4、5月と 10、11月が多い ・観光施設等への予約は学校の先生がするのが一般的。 ・お子様の小遣い 300円から1,000円。学校による。 (有料観光施設などでも先生は無料が基本)</p> <p><豊山町は大型バスの駐車場がないイメージ> (エアポートウォークと空港だけ) ・野外学習ではできるだけ費用を安く上げることを考えるため駐車場も無料の処を選ぶ傾向が高い。1カ所で1日楽しめるところなら駐車料を払っても行く可能性有り。 (例：長島スパーランド 1日 2,000円、名古屋港水族館 900円、博物館明治村 1,500円)</p> <p><パンフレットについて> ・先生用が基本だが、多くの場合先生がコピーして生徒に配るので子どもでもわかるものにすることが基本。</p> <p><営業・販売促進> ・FAMツアーが良い。旅行会社と学校の先生向け。 ・各市町村の校長会を狙うと良い。最終決定権は校長が持っている。</p>

ウ 東武トップツアーズ(株)

<基礎情報>

日時	2016年10月21日 13:00-15:00
場所	東武トップツアーズ(株)名古屋支店
会社名	東武トップツアーズ(株)
住所	愛知県名古屋市中区丸の内2-18-25 丸の内KSビル11F
電話・FAXなど	052-232-3345
担当者/肩書き	鈴木 武/ 営業部長 教育旅行担当
e-mail	Takeshi_suzuki@tobutoptours.co.jp

<ヒアリング内容>

基本事項	<ul style="list-style-type: none"> ・豊山町を目的地あるいは立寄地として教育旅行の手配をしたことはないが、今後は候補地にしたい。 ・営業範囲：名古屋市並びにその周辺地域、西三河地域 ・教育対象としている学校等の数：150-199校 <p><取扱がある教育旅行における平均的な参加数> 学年単位：80名～350名と幅がある ただし、100名～150名程度がほとんど。</p> <p><予算> 遠足：2,000円/一人 修学旅行：50,000円/一人</p> <p><行き先の決定時期> 遠足・野外学習：正式な4月。だいたい半年前には決まる。 修学旅行：前年の11月頃</p>
教育旅行の実情	<p>○大人対象の研修旅行の需要もあるのでは？</p> <ul style="list-style-type: none"> ・東武トップツアーズは米 BOEING 社の部品工場がある飛島村の仕事をずっとしているが、毎年最低1回は研修のために BOEING 本社があるシアトルへ技術者の研修旅行がある。MRJが量産体制に入れば、部品を作る下請け工場の技術者達の研修が絶対に発生する。宿泊需要や食事需要も発生するのでそれも狙えるのではないか。 ・シアトルでは観光的な見学も含めて BOEING 関連の旅行需要が世界中からある。 ・海外からの見学希望者も多数期待できる。現に BOEING ではほんとうにたくさんの国の人がシアトルに来ている。 <p>○トヨタの工場見学が大人気のため、その振り替え需要も多いはず。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・トヨタの工場見学は愛知県の小学校の社会見学に大人気。6ヶ月前からの予約だが旅行会社と先生で手分けして予約するが時期が重なるので取れないことも多い。その場合、岡崎の三菱自動車工場、鈴鹿のホンダ工場などに振り替えるが、MRJ 最終組立工場はそれ以上の人気が出る可能性が高い。 <p>○「SSH」指定校を狙ったらどうか。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・文部科学省系の国立研究開発法人 科学技術振興機構が認定する SSH を狙った営業活動も有効だと思う。 ・国から 2,000 万円程度の活動支援金が出ているので、予算に余裕があり専門的な視察・研修が提供できるなら来てくれる可能性が高い。 <p>○昼食場所の提供と ケータリングの提供</p> <ul style="list-style-type: none"> ・小中学校は自弁だが、食事場所に困ることが多い。 ・150 名程度座れる会議室などの場所があれば、教育旅行の行き先として有力になる。 ・また高校生以上や一般団体のためにはレストランがなければ仕出し(ケータリング)も有効だ。 ・例えばだが、機内食が体験できればものすごく人気になると思う。 ・FDA があるのだから機内食(と同じモノ)の提供も可能ではないか。

エ (株)日本旅行

<基礎情報>

日時	2016年11月2日 10:00-11:30
場所	(株)日本旅行 名古屋支店/名古屋教育旅行支店
会社名	(株)日本旅行
住所	愛知県名古屋市中区栄2丁目11番30号 セントラルビル1F
電話・FAXなど	052-211-5335 /FAX052-204-1225
担当者/肩書き	土居 忍/副支店長
e-mail	shinobu_doi@nta.co.jp

<ヒアリング内容>

基本事項	<p>豊山町を目的地あるいは立寄地として教育旅行の手配をしたことはない。 営業範囲：名古屋市と知多半島地域を除く尾張地域 営業対象としている学校等の数：200~299校の間</p>
教育旅行の実情	<p>団体規模：一クラスの平均が35名。一学年3クラス程度が多い。 ・引率の先生なども含めて 35x3+3(先生)+バス乗務員、添乗員で110名程度が基本。 <訪問先決定時期(遠足など野外教育の場合)> 春(5、6月)分は前年の10、11月頃 秋(10、11月)分は2月頃</p> <p><豊山(MRJ最終組立工場他)と競合する産業観光> ① トヨタ工場見学 ② スズキ歴史館 ③ リニア・鉄道館</p> <p>MRJ最終組立工場等の予約は6ヶ月前からできると良い。 <バス駐車場について> ・無料にこしたことはないが、1,500-2,000円ぐらいであれば問題ない。 ・予約制できちんと駐車できる方が良い。</p> <p>修学旅行の予算感覚(児童一人当たりの金額) 小学校：1泊2日 23,000円 中学校：2泊3日 50,000円 高校：3泊4日 70,000円</p> <p><教育団体への食事提供についての注意事項> ・現在食物アレルギーを持っている児童が多い。 ・高校生で4%、中学生5%、小学生6%(の感覚的な数値) ・食物アレルギーの種類が多いので一人一人に対応するのはかなり大変。 ・FDAは機体が小さいため教育旅行には不向き ・エンブラエル170(E-Jet)を使用している。平均座席数は80席程度で貸切(チャーター)しても一学年2クラスでぎりぎり。 ・豊山町の産業観光を学校に売り込む方法 ・パンフレットを製作し、学校にDMをするとともに、教育旅行を取り扱う旅行業者にもパンフレットを営業ツールとして渡す。 ・教員、旅行業者を対象とした無料見学会は是非やって欲しい。 ・日程は3ヶ月ほど前には決めないと先生はなかなか来れない。 ・現地集合型でまったく問題ない。</p> <p><その他> ・「工業高校」を狙うのが良いのではないか? ・航空関連産業への就職も多いし、就職を希望する生徒も多い。一般団体よりも専門的な説明ができるガイドを付ければ人気が出ると思う。愛知県内だけでも28の工業系学科をもつ高校等がある。</p>

④豊山町のマーケット調査

1)来街者調査

ア 調査概要

●調査目的

豊山町への来訪者の性別・年齢などの属性、来訪目的、滞在時間、交通手段等を把握する。

●調査方法

委託契約締結業者による調査場所での聞き取り調査

●調査場所

神明公園・航空館 boon、県営名古屋空港、エアポートウォーク名古屋

●調査実施日

平成 28 年 10 月 1 日（土）

●回収数

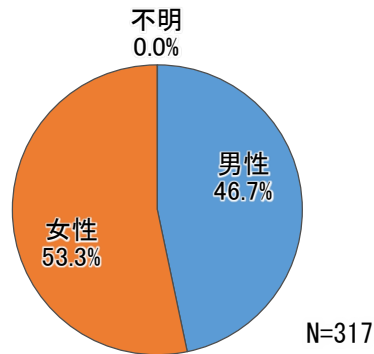
調査実施場所	エアポートウォーク名古屋・ミッドランドシネマ名古屋空港	県営名古屋空港	航空館 boon・神明公園	計
回収数	95票	120票	102票	317票

イ 調査結果

<回答者属性>

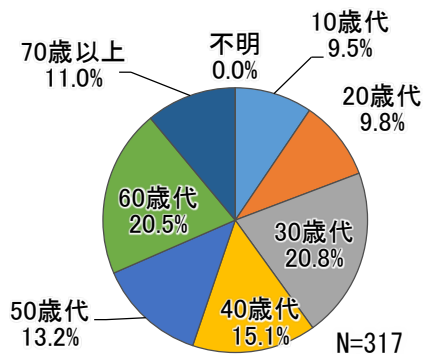
問1 性別

全体では「女性」が53.8%、「男性」が46.7%となっています。



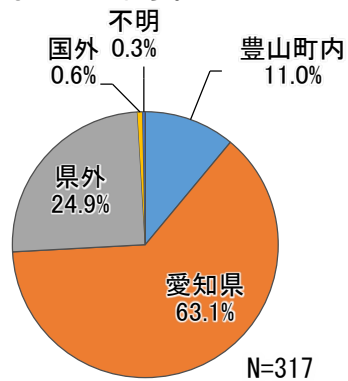
問2 年齢

全体で最も多いのは「30歳代」で20.8%、次いで「60歳代」20.5%、「40歳代」15.1%となっています。



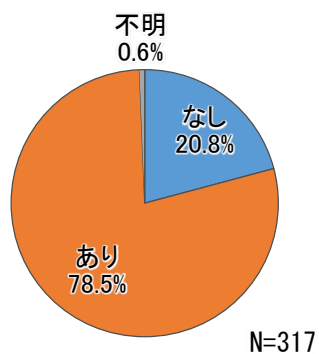
問3 お住まい

全体で最も多いのは「愛知県（町外）」で63.1%、次いで「県外」24.9%となっており、「豊山町内」は11.0%となっています。

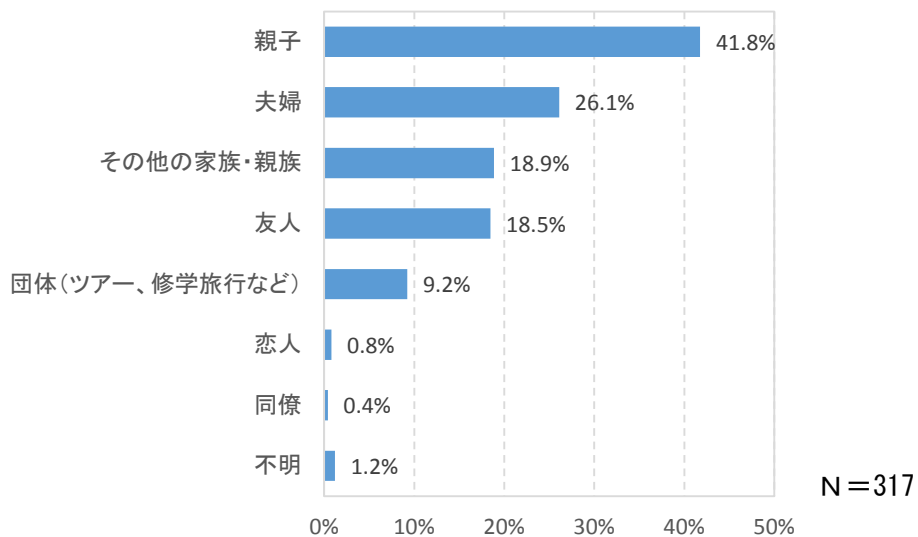


問4 同行者の有無

全体では「あり」が78.5%、「なし」が20.8%となっています。



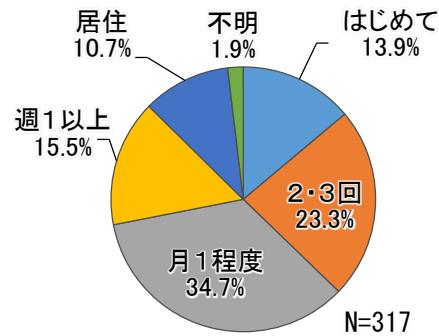
同行者として最も多いのは「親子」で41.8%、次いで「夫婦」26.1%、「その他家族・親族」18.9%となっています。



<豊山町への訪問について>

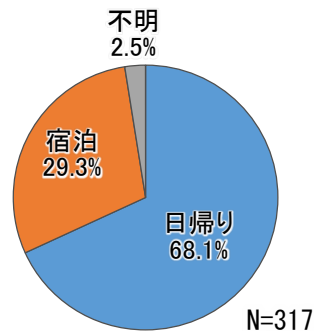
問5 豊山町への来訪回数

全体で最も多いのは「月1程度」で34.7%、次いで「2・3回」23.3%、「週1以上」15.5%となっています。



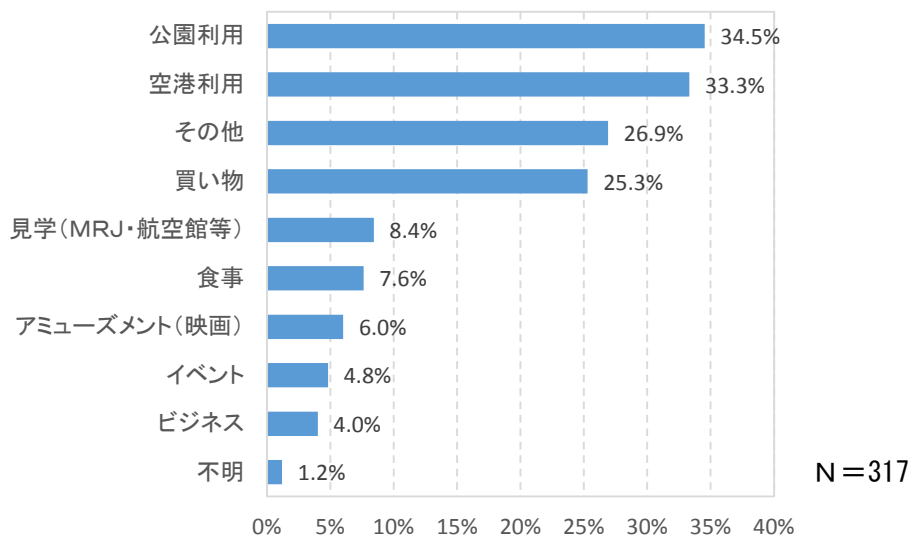
問6 今回の予定

全体では「日帰り」が68.1%、「宿泊」が29.3%となっています。



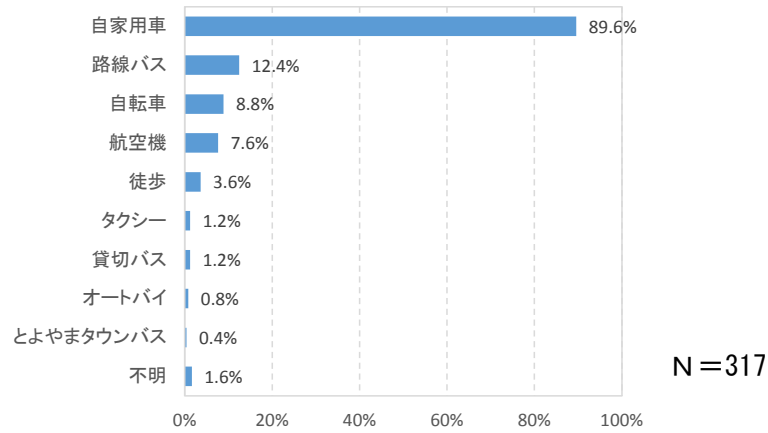
問7 今回の主な目的

全体で最も多いのは「公園利用」で34.5%、次いで「空港利用」33.3%、「その他」26.9%、「買い物」25.3%となっています。



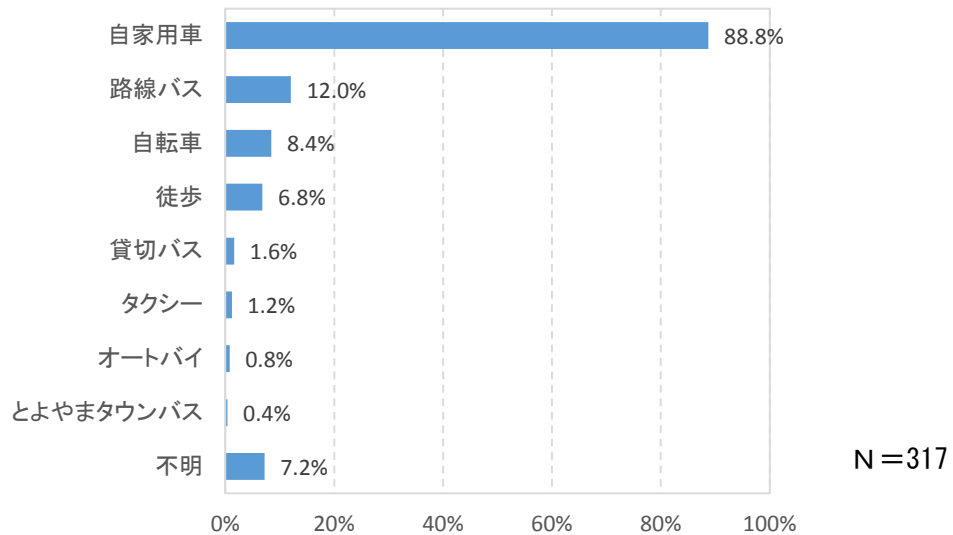
問8 利用交通機関（豊山町到着時に利用したもの）

全体で最も多いのは「自家用車」で 89.6%、次いで「路線バス」12.4%、「自転車」8.8%となっています。



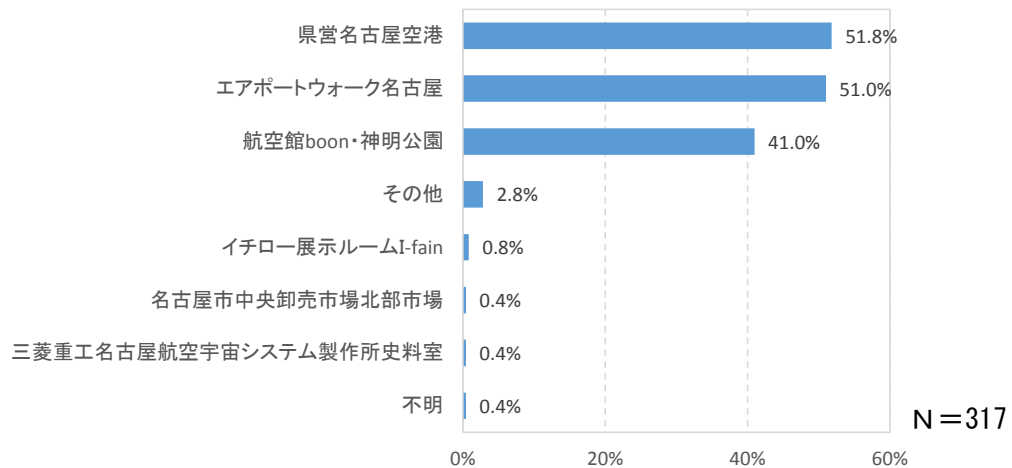
問9 町内の移動手段（豊山町内での移動）

全体で最も多いのは「自家用車」で 88.8%、次いで「路線バス」12.0%、「自転車」8.4%となっています。



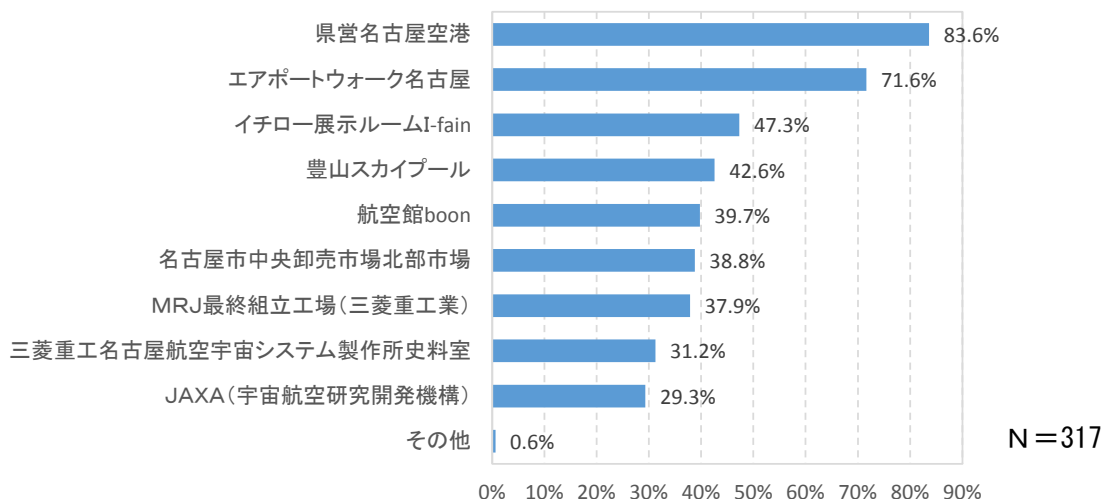
問10 今回立ち寄った（立ち寄る予定の）場所

全体で最も多いのは調査地点である「県営名古屋空港」で51.8%、次いで「エアポートウォーク名古屋」51.0%、「航空館boon・神明公園」41.0%となっています。調査地点以外ではほとんど立ち寄りがないことが伺えます。



問11 豊山町内にあることを知っていた施設

豊山町内にあることの認知度としては「県営名古屋空港」で83.6%、次いで「エアポートウォーク名古屋」71.6%、「イチロー展示ルームI-fain」47.3%となっています。空港やエアポートウォーク名古屋を除き、豊山町内に訪れていても、豊山町内に立地していることの認識の少ない施設が多いことが伺えます。



<豊山町に対する印象について>

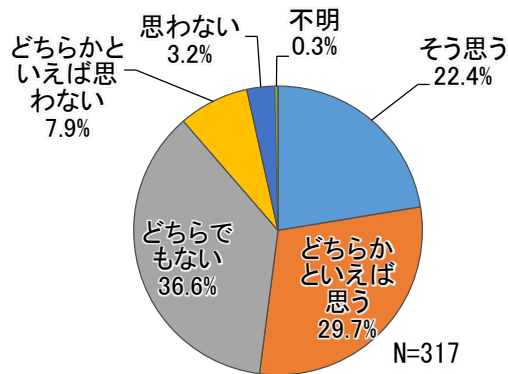
問 1 2 満足度

「豊山町に来るアクセスのしやすさ」の満足度が他の項目より満足との回答が多くなっています。一方、「宿泊施設」「観光に関する情報の入手のしやすさ」で不満の回答が多くなっています。

	合計	満足	やや満足	どちらでもない	やや不満	不満	無回答
まちなみ・雰囲気	317 100.0%	50 15.8%	74 23.3%	163 51.4%	22 6.9%	7 2.2%	1 0.3%
観光施設やイベントの楽しさ	317 100.0%	31 9.8%	69 21.8%	191 60.3%	21 6.6%	3 0.9%	2 0.6%
豊山町に来るまでのアクセスのしやすさ	317 100.0%	92 29.0%	74 23.3%	96 30.3%	41 12.9%	10 3.2%	4 1.3%
豊山町内での移動のしやすさ	317 100.0%	65 20.5%	70 22.1%	139 43.8%	29 9.1%	10 3.2%	4 1.3%
道路案内など案内標識のわかりやすさ	317 100.0%	51 16.1%	57 18.0%	170 53.6%	34 10.7%	2 0.6%	3 0.9%
利用した施設やお店での接客・サービス	317 100.0%	74 23.3%	88 27.8%	144 45.4%	6 1.9%	1 0.3%	4 1.3%
食事	317 100.0%	58 18.3%	65 20.5%	174 54.9%	14 4.4%	2 0.6%	4 1.3%
買い物・土産物	317 100.0%	64 20.2%	67 21.1%	160 50.5%	19 6.0%	3 0.9%	4 1.3%
宿泊施設	317 100.0%	3 0.9%	5 1.6%	276 87.1%	24 7.6%	5 1.6%	4 1.3%
観光に関する情報の入手のしやすさ	317 100.0%	15 4.7%	21 6.6%	233 73.5%	33 10.4%	11 3.5%	4 1.3%

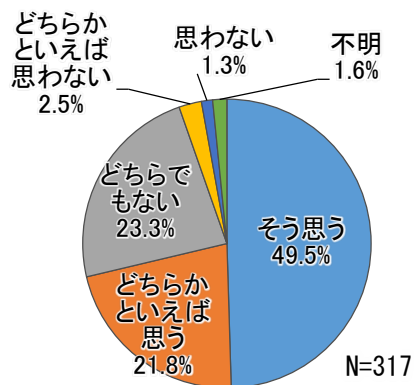
問13 豊山町に愛着（親しみ・身近さ）を感じますか

全体で最も多いのは「どちらでもない」で 36.6%、次いで「どちらかといえば思う」29.7%、「そう思う」22.4%となっています。



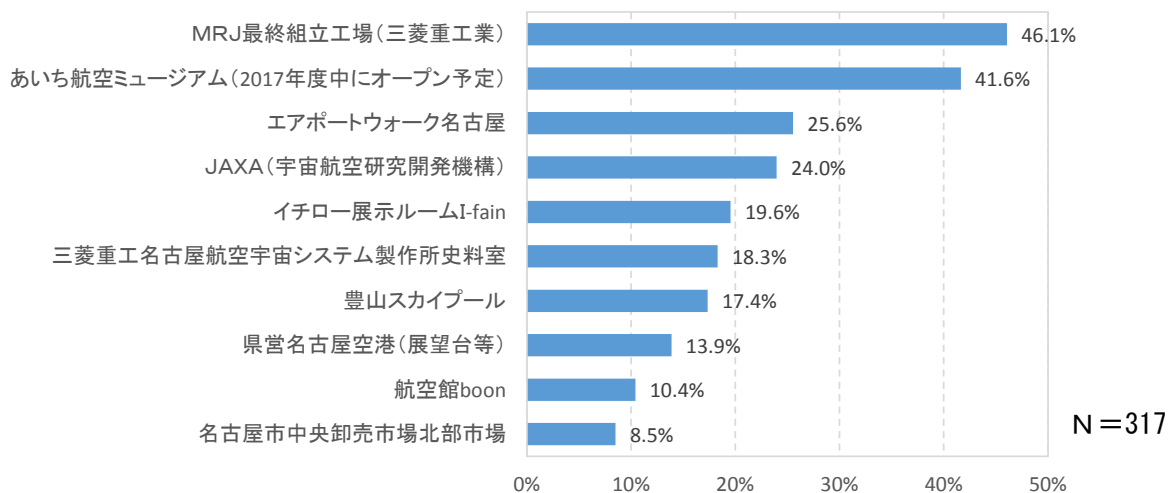
問14 豊山に『また来たい』と思いますか

全体で最も多いのは「そう思う」で 49.5%、次いで「どちらでもない」23.3%、「どちらかといえば思う」21.8%となっています。



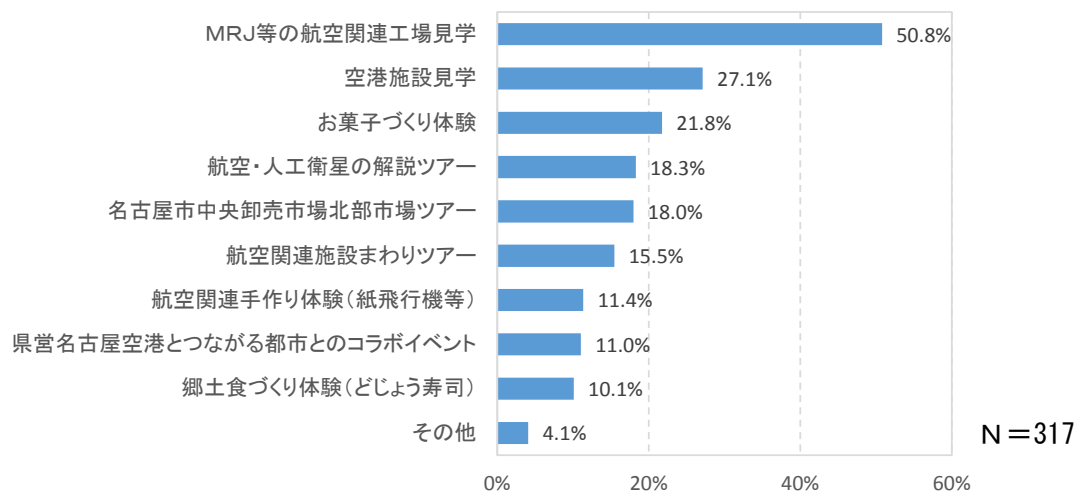
問15 豊山町で行ってみたいところ

全体で最も多いのは「MRJ最終組立工場（三菱重工業）」で46.1%、次いで「あいち航空ミュージアム」41.6%と今後整備が予定される施設が高くなっています。



問16 豊山町で参加してみたいイベント

全体で最も多いのは「MRJ等の航空関連工場見学」で50.8%、次いで「空港施設見学」27.1%と一般では見ることができないイベントが高くなっています。その他では「お菓子づくり体験」も21.8%と高くなっています。



2)インターネットアンケート調査

ア 調査概要

●調査の目的

町外居住者の豊山町に対する観光のイメージや来訪意向などを把握する。

●調査の方法

マクロミル社に依頼し、インターネット上で調査を実施

●調査の対象

調査対象地域に居住しており、マクロミル社に登録している方

●調査の期間

平成28年11月

●回収数

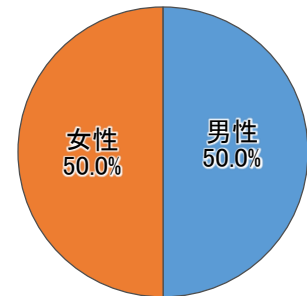
居住地名	回収
愛知県	208票
岐阜県	52票
三重県	52票
青森県	52票
岩手県	52票
福岡県	52票
熊本県	52票
東京都	52票
大阪府	52票
総計	624票

イ 調査結果

<回答者属性>

問1 性別

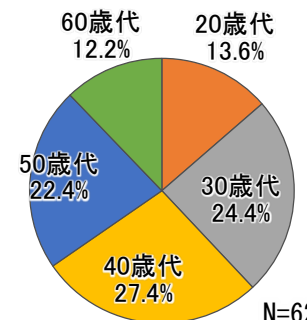
「男性」と「女性」が50.0%で同じ値となっています。



N=624

問2 年齢

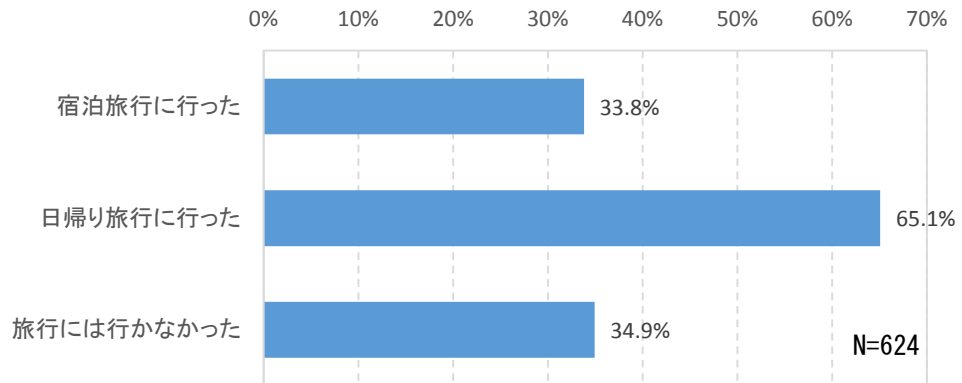
全体で最も多いのは「40歳代」で27.4%、次いで「30歳代」24.4%、「50歳代」22.4%となっています。



N=624

問3 昨年度の旅行

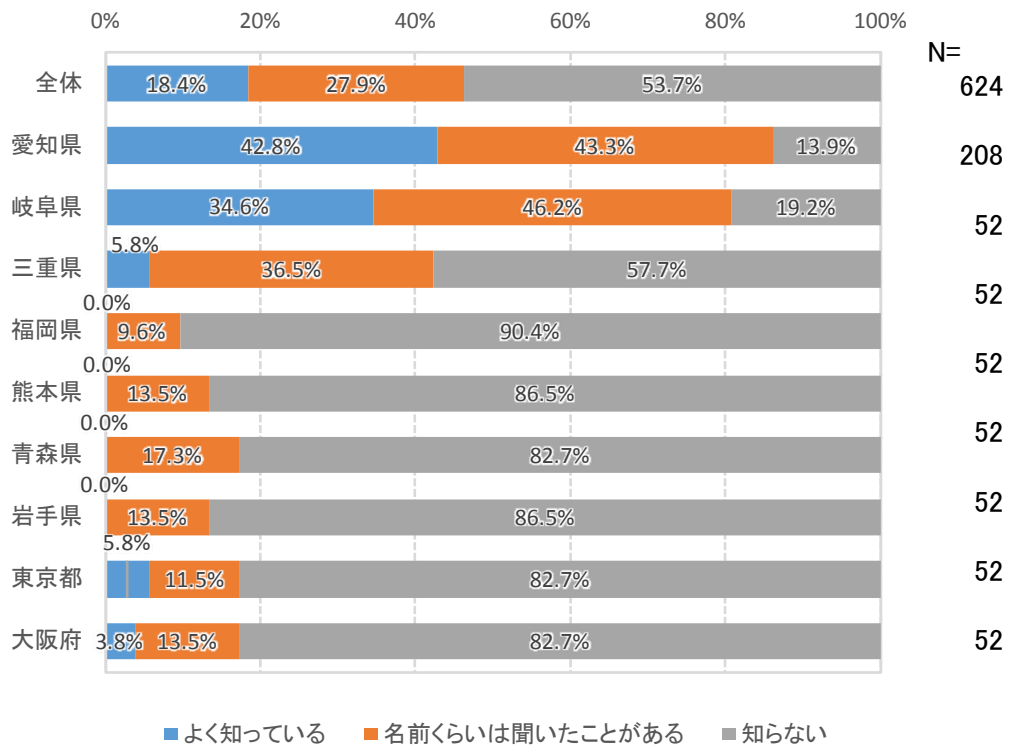
「日帰り旅行に行った」は65.1%、「宿泊旅行に行った」は33.8%となっています。一方、「旅行には行かなかった」は34.9%となっています。



<豊山町について>

問4 あなたは、愛知県の豊山町を知っていますか。

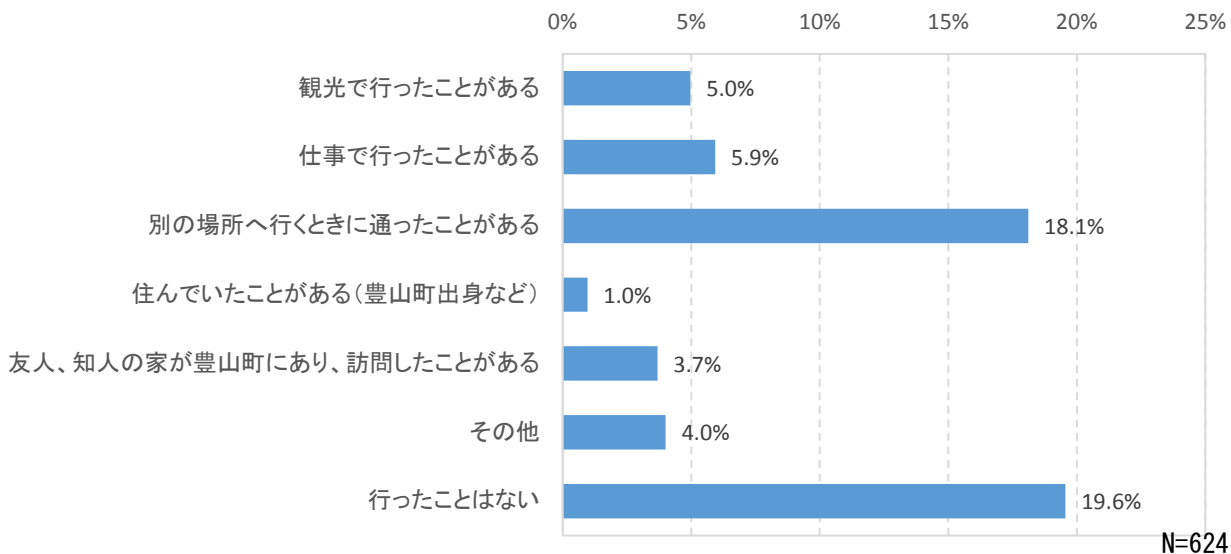
全体で最も多いのは「知らない」53.7%で、次いで「名前くらいは聞いたことがある」で27.9%、「よく知っている」18.4%、となっています。



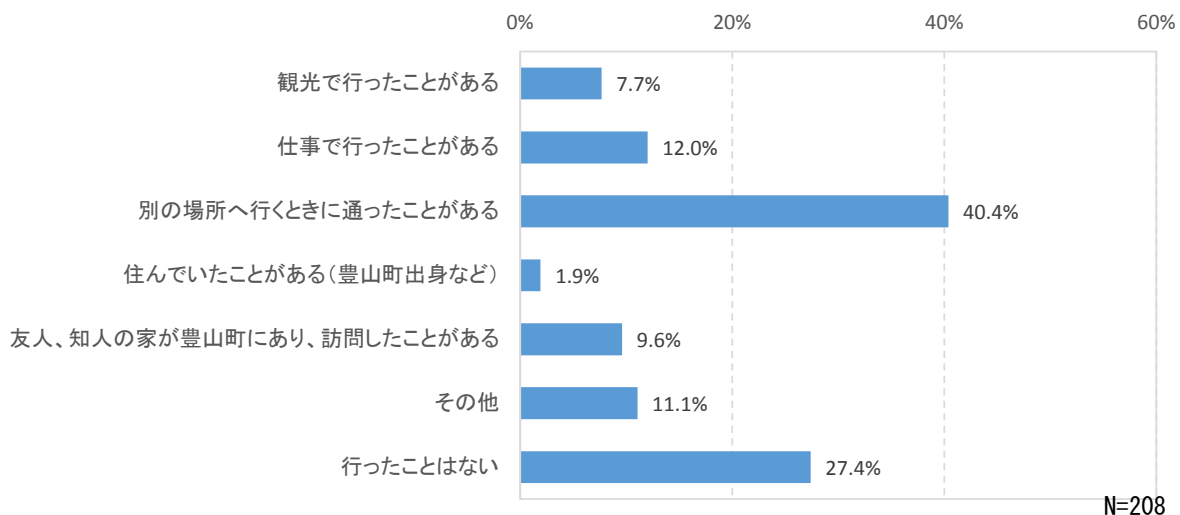
問5 あなたは、豊山町を訪れたことがありますか。

全体で最も多いのは「行ったことはない」で62.3%、次いで「別の場所へ行くときに通ったことがある」18.1%、「仕事で行ったことがある」5.9%となっています。

<全体>



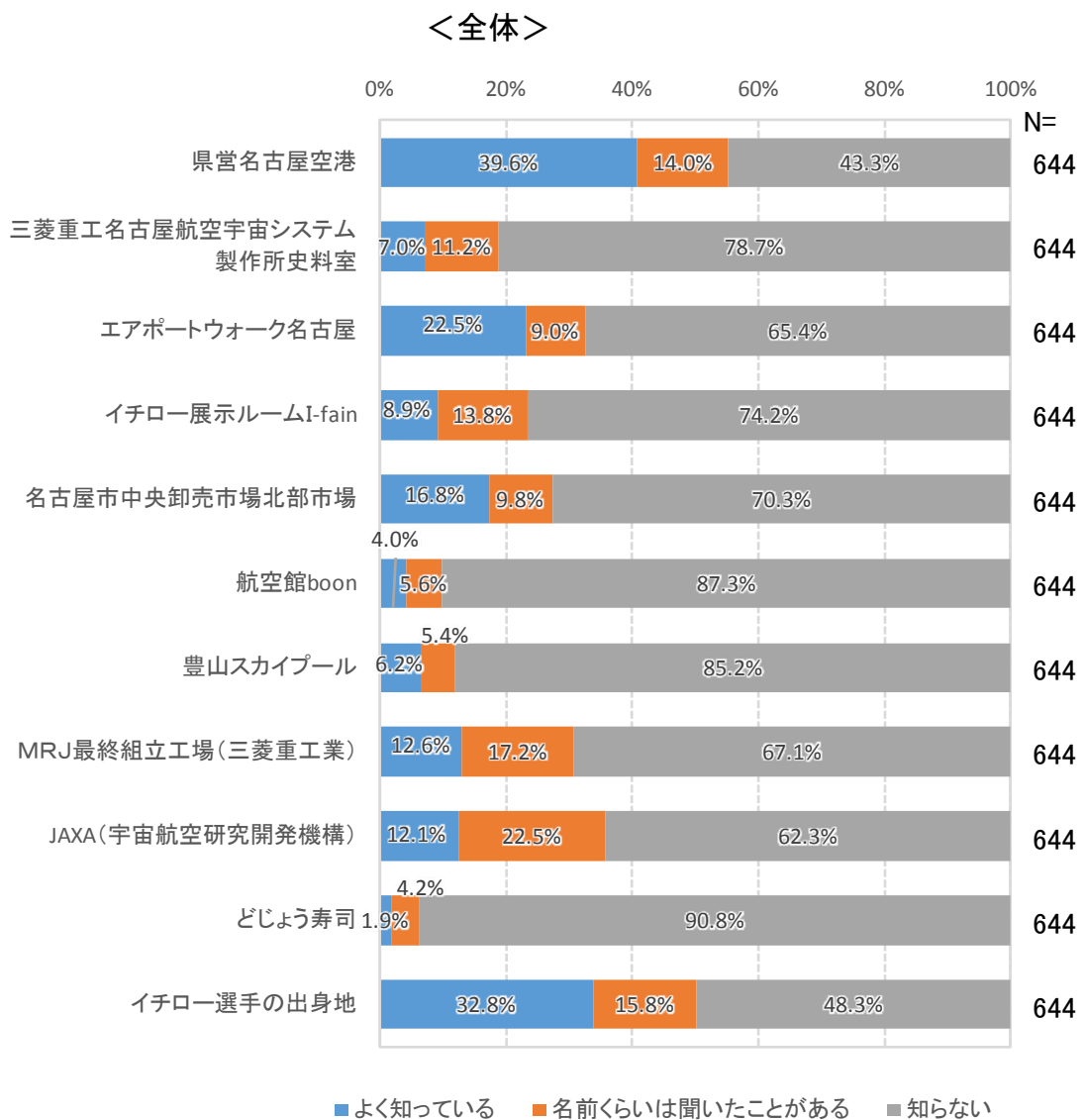
<愛知県>



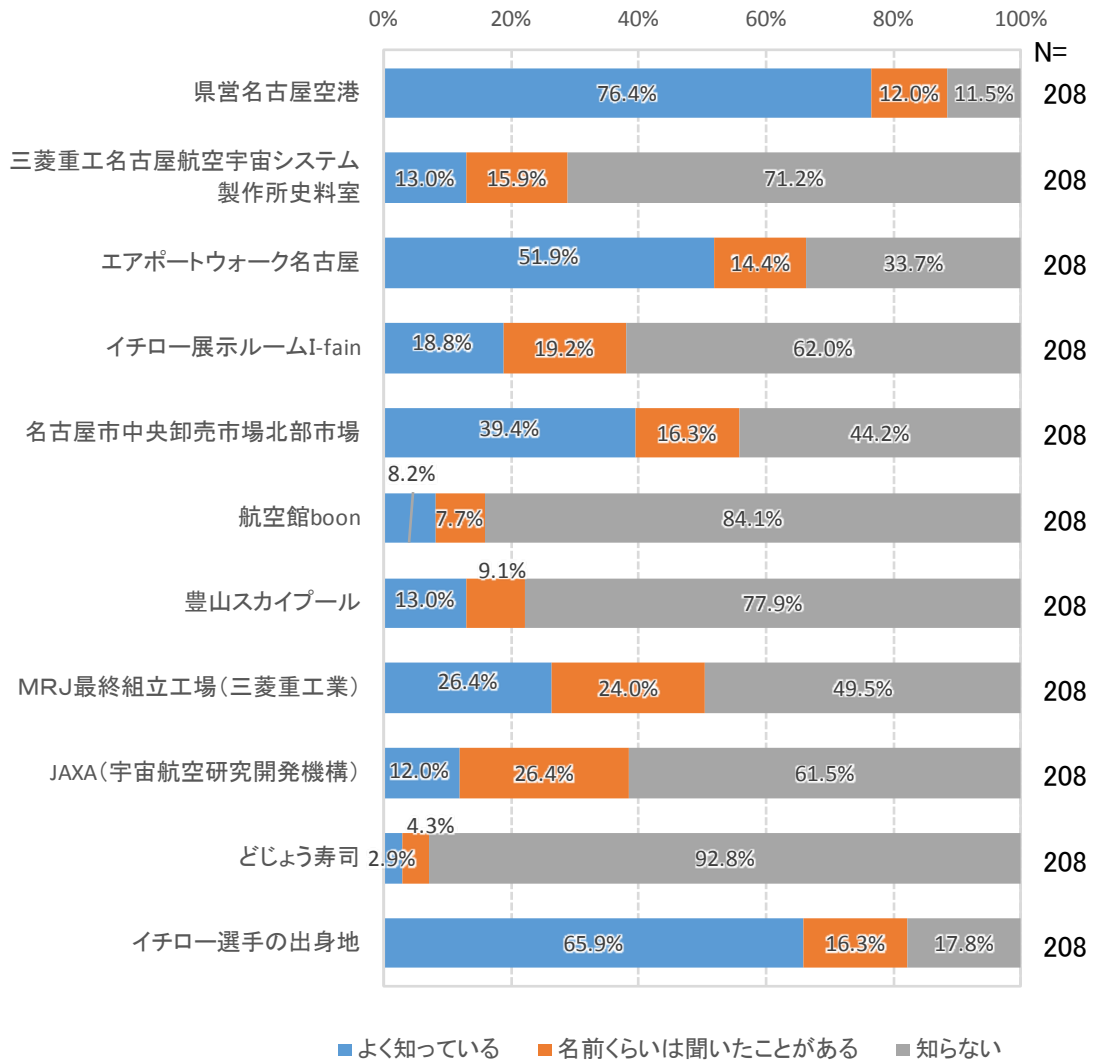
<豊山町の観光資源に対する印象について>

問 6 施設等の認知度

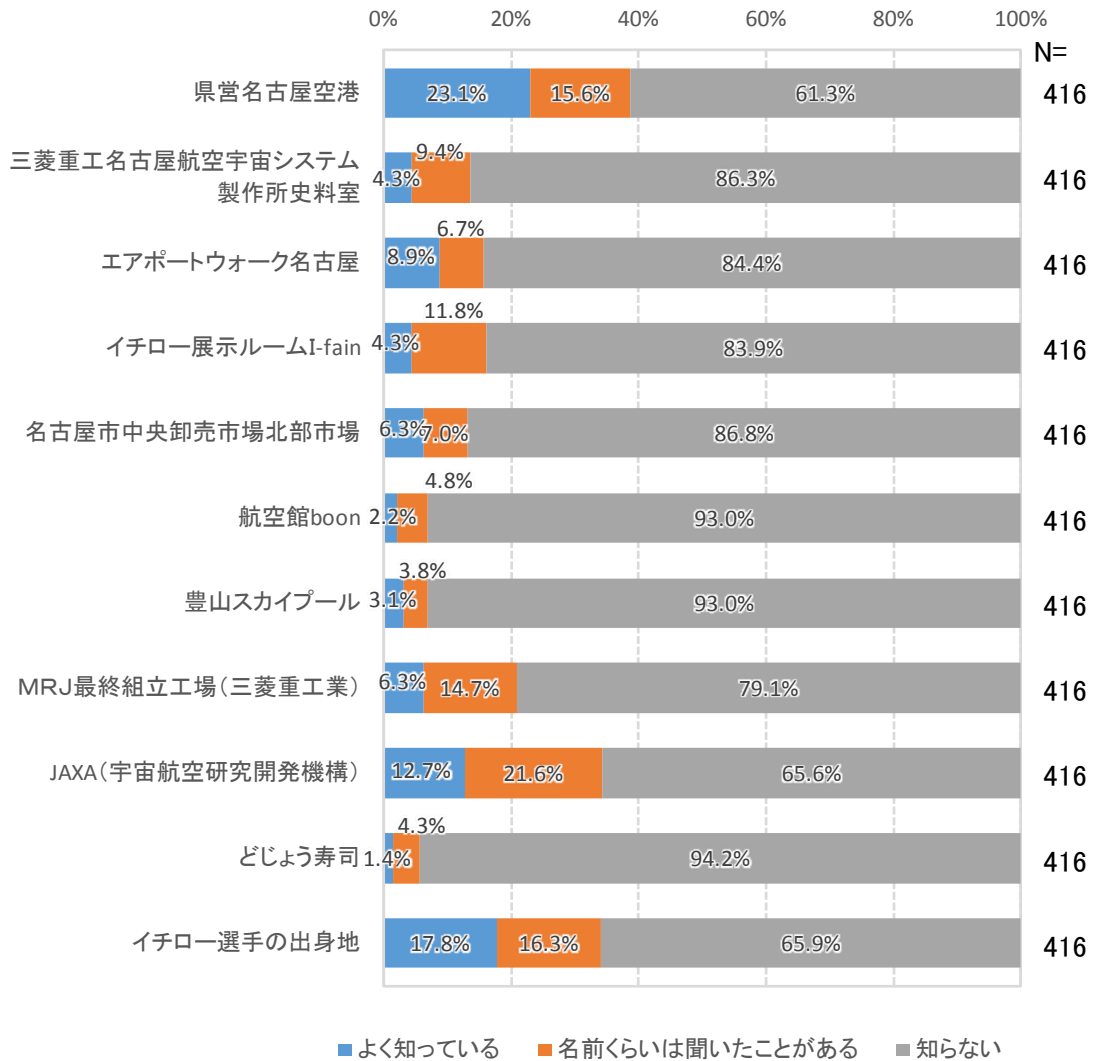
「よく知っている」「名前くらいは聞いたことがある」を合わせた認知度をみると、5割を上回るものは「県営名古屋空港」53.6%のみとなっています。その他の施設等では、「イチロー選手の出身地」48.6%、「JAXA(宇宙航空研究開発機構)」34.6%、「エアポートウォーク名古屋」31.5%、「MRJ最終組立工場(三菱重工業)」29.8%となっています。



＜愛知県＞



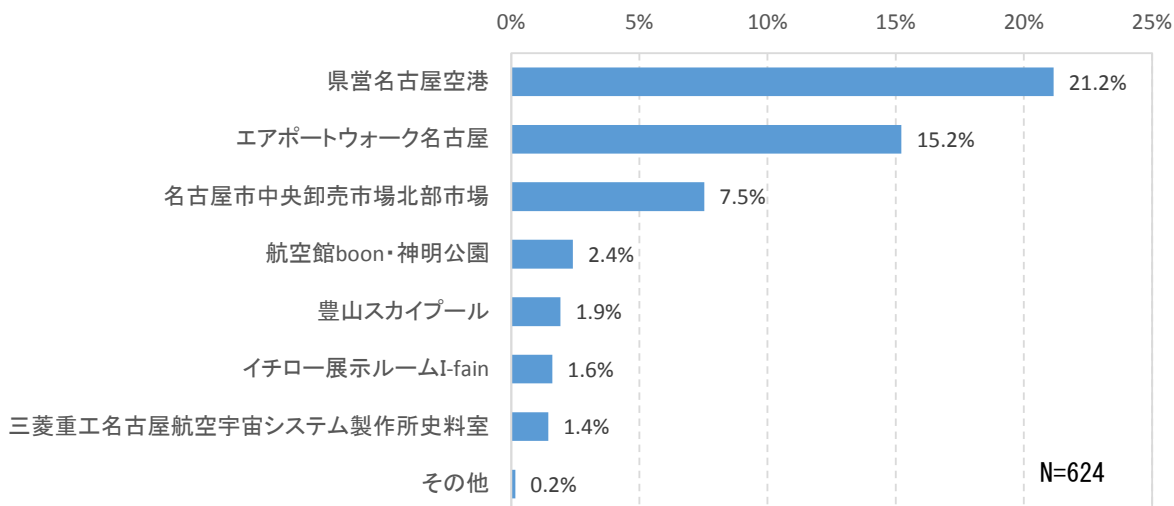
<その他都府県>



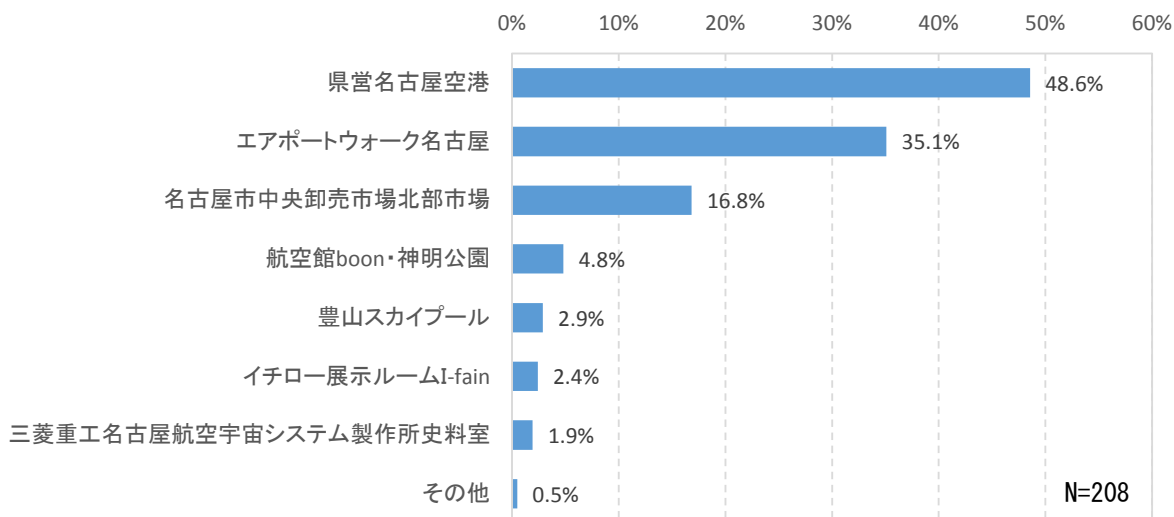
問7 行ったことがある施設はありますか。

全体で最も多いのは「県営名古屋空港」で21.2%、次いで「エアポートウォーク名古屋」15.2%、「名古屋市中央卸売市場北部市場」7.5%となっています。

<全体>



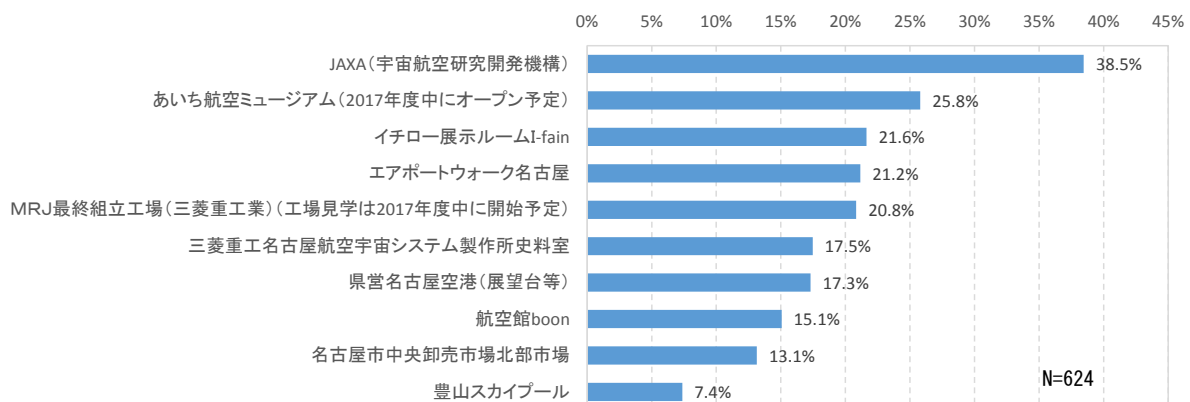
<愛知県>



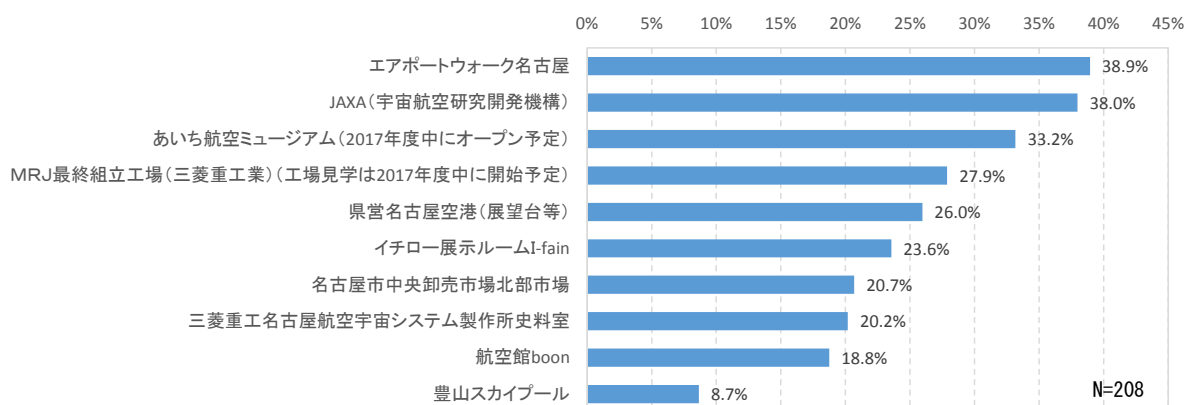
問 8 訪れてみたい施設はありますか。

全体で最も多いのは「JAXA（宇宙航空研究開発機構）」で38.5%、次いで「あいち航空ミュージアム」25.8%、「イチロー展示ルームI-fain」21.6%と、専門性の高い航空に関する施設や知名度の高いスポーツ選手の展示施設が訪れてみたい施設となっています。

<全体>



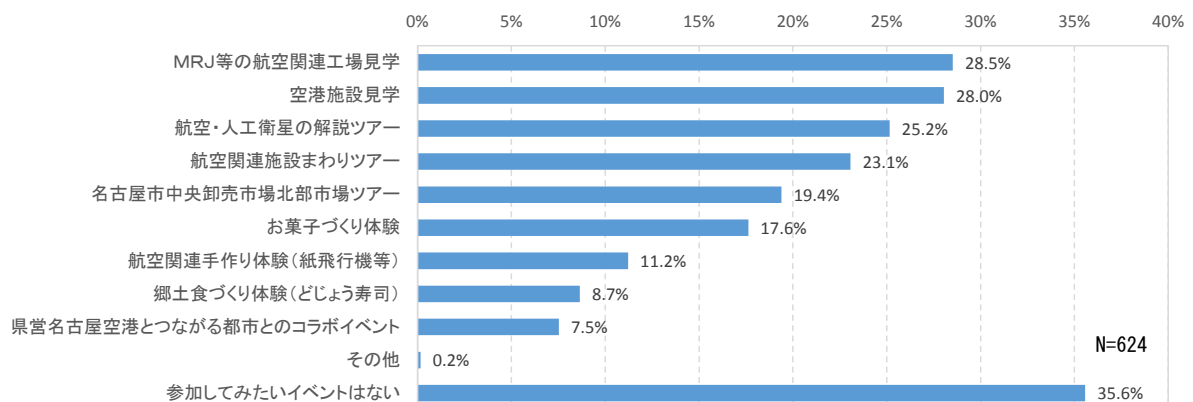
<愛知県>



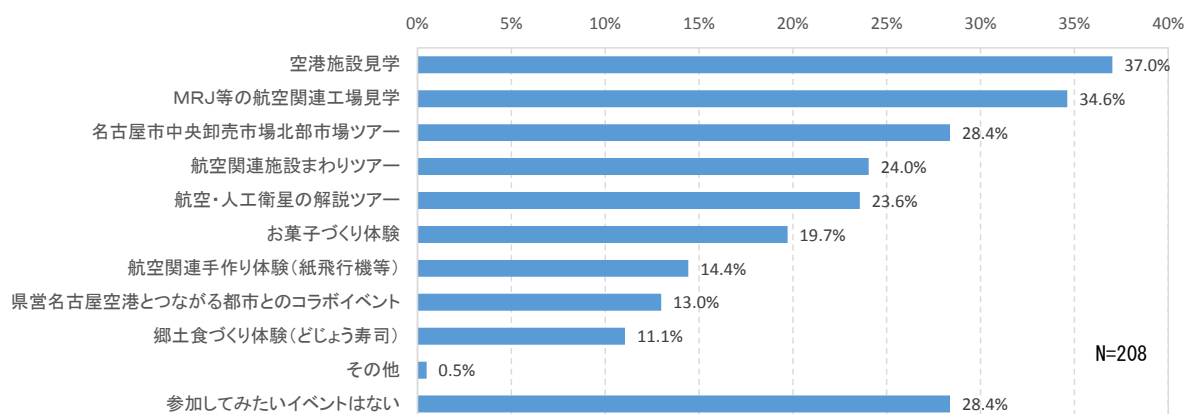
問9 あなたが体験してみたい旅は、以下のうちどれですか。

全体で最も多いのは「MRJ等の航空関連工場見学」で28.5%、次いで「空港施設見学」28.0%、「航空・人工衛星の解説ツアー」25.2%と航空に関するものが高くなっています。

<全体>



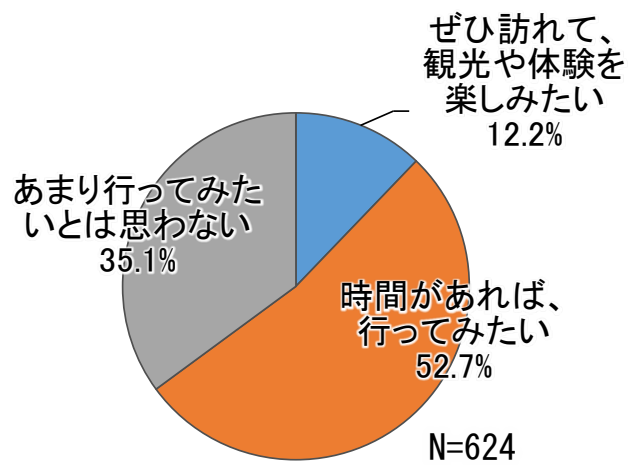
<愛知県>



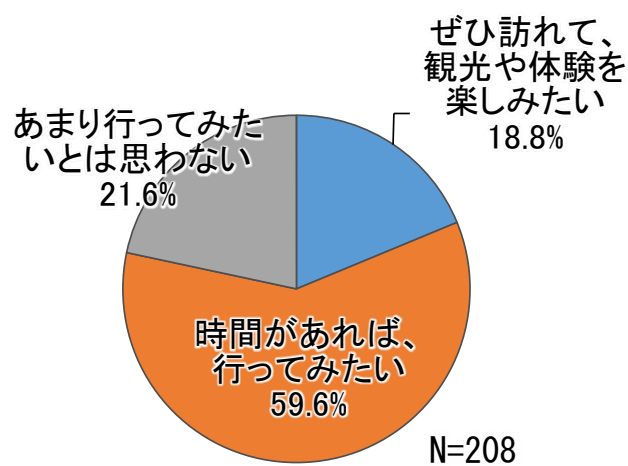
問 10 あなたは、豊山町を訪れてみたいと思いますか。

全体で最も多いのは「時間があれば、行ってみたい」で52.7%、次いで「あまり行ってみたいとは思わない」35.1%、「ぜひ訪れて、観光や体験を楽しみたい」12.2%となっています。

<全体>



<愛知県>



(2) 豊山町における観光の課題

① 豊山町の観光の現状・課題の整理

観光要素ごとに豊山町の現状を整理し、観光活性化に向けた課題抽出を行います。

観光要素	豊山町の資源	現状	課題
見る	<p><航空・飛行機> 航空館 boon 県営名古屋空港(展望デッキ) 三菱重工史料室(要事前予約) あいち航空ミュージアム MRJ最終組立工場(将来的に見学の計画あり)</p> <p><歴史文化・郷土の偉人> イチロー展示ルーム「I-fain」 豊山町郷土資料室</p> <p><歴史・神社・仏閣> 延命寺(地藏菩薩像)、常安寺(鑄造誕生仏)、長寿寺(薬師如来像)、八所神社(狛犬)</p> <p><自然> 千松寺の楠、いちいの檜</p> <p><その他> 名古屋市中央卸売市場北部市場(見学) 地空人くん(豊山町キャラクター)</p>	<p><航空・飛行機> ○神明公園やエアポートウォーク名古屋から、民間航空機や自衛隊機の多種類の飛行機を見る(撮る)ことができる。 ○神明公園やエアポートウォーク名古屋駐車場は飛行機マニアの撮影スポットになっている。 ○航空館 boon や三菱重工史料室(要事前予約)で飛行機に関する史料を見ることができる。</p> <p><歴史文化・郷土の偉人> ○イチロー展示ルーム「I-fain」は、人数は多くないものの全国からの集客のある資源となっている。</p> <p><歴史・神社・仏閣> ○県指定文化財など貴重な資源もあるが、集客資源とはなっていない。</p> <p><自然> ○千松寺の楠など周辺から目立つ樹木もみられるが、集客資源とはなっていない。</p> <p><その他> ○豊山町キャラクターである地空人くんは各種グッズが制作されてきており、町民等への浸透を図っている。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ●飛行機を撮る人を応援 ・豊山町に集まる飛行機撮影マニアや撮影初心者の要望に応える仕掛け・サービスを行うことにより、まちのファンを増やすことが望まれる。 ●航空館 boon の役割整理 ・新たにオープンするあいち航空ミュージアムとの役割を整理する必要がある。 ・航空館 boon は体験や学習講座などのソフトを併せて提供することにより飛行機の仕組みを体感できる場として差別化を図ることが考えられる。 ●飛行機×豊山資源 ・飛行機を入口として、豊山の資源と連携させることにより新たな魅力づくりや訪問のきっかけづくりを仕掛けていくことが望まれる。

観光要素	豊山町の資源	現状	課題
買う	<p><買物場所> エアポートウォーク名古屋 名古屋市中央卸売市場北部市場 飛行機関連ショップ 空港内アンテナショップ 「まるっと!あいち」</p>	<p><買物場所> ○エアポートウォーク名古屋は、町民はもとより周辺市民の買い物・遊び場所として多くの集客がある。 ○名古屋市中央卸売市場北部市場はイベント時にはにぎわいを見せるものの、一般客に開放されていない。また、場外の店舗も少なく日常的な利用はあまりされていない。 ○町内に豊富な品揃えを誇る飛行機商品を販売するショップがみられる。</p>	<p>●飛行機のまち豊山をPRする商品づくり ・コレクターの気持ちをくすぐり、飛行機のまち豊山のPRにもなる新たな商品づくりを行っていくことが望まれる。</p>
食べる	<p><郷土料理> どじょう寿司、どうじょ寿司 <飲食店> エアポートウォーク名古屋（各種飲食店） 名古屋市中央卸売市場北部市場周辺（寿司等） 空港内「つばさ亭」</p>	<p><郷土料理> ○どじょう寿司は、認知度は高くないものの新たな時代に対応したどうじょ寿司の展開が進められている。 <飲食店> ○エアポートウォーク名古屋にはフードコートをはじめ各種飲食店でにぎわいをみせている。 ○国道41号沿いには多くの飲食店舗がみられる。</p>	<p>●特色のある名物料理づくり ・ご当地グルメは観光目的にもなるとともに、経済効果を生み出すことから、「どうじょ寿司」につづく、飛行機をテーマにした「空弁」などの取組を行っていく必要がある。</p>
体験する（遊び）	<p><体験> 航空館 boon（フライトシミュレータ） ヘリコプター遊覧飛行 A. R. C. 空港乗馬倶楽部名古屋校（乗馬体験） <遊ぶ> エアポートウォーク名古屋（映画館、各種アミューズメント） 豊山スカイプール（7月初～9月中旬） 豊山ランド 神明公園 空港バッティング <祭り・イベント> 豊山町産業まつり、とよやまDEないと、豊山町商工会朝市、北部市場食の物語フェア</p>	<p><体験> ○航空館 boonにはフライトシミュレータを無料で楽しむことができる。 ○商業遊覧飛行件数世界一 <遊ぶ> ○エアポートウォーク名古屋には映画館や各種アミューズメントが充実しており多くの人で賑わっている。 ○神明公園ではバーベキューを楽しむことができ、リピーター客も多い施設となっている。 <祭り・イベント> ○豊山町産業まつりなどが行われているが、町外から多くの集客の見込めるイベントはみられない。</p>	<p>●子ども・親子向け体験商品づくり ・あいち航空ミュージアムのオープンにより、来街者の増加が見込まれますが、これらの来訪者をリピート客化しなければ来訪者も頭打ちとなる。単に展示を見せるのではなく、学ぶ・体験できる商品を造成することで来訪者のリピート客化が期待される。</p>

2. 観光誘客の戦略とシナリオ

(1) 核資源と誘客ターゲット像の設定

①核資源

現状で集客力のある資源としては、エアポートウォーク名古屋が最もポテンシャルが高く、県営名古屋空港や神明公園・航空館 boon が続いています。

将来的には平成 29 年度オープン予定のあいち航空ミュージアムやMRJ最終組立工場見学が新たに核資源となることが想定されます。

時期	核資源	集客力	集客エリア	客層（属性）
現状	エアポートウォーク名古屋	◎ (5,500~9,000人/日) (休日)	県内+岐阜 (近隣市中心)	親子+ 夫婦、家族、友人
	県営名古屋空港	○ (年間73.7万人) (2,013人/日)(H27)	県外・県内	夫婦、家族、 友人、団体
	神明公園・航空館 boon	△ (年間4万人) (110人/日)	近隣市	親子+ 夫婦、家族、友人
将来	あいち航空ミュージアム	○ (想定年間35万人) (960人/日)(2年目以降)	県外・県内	親子、夫婦、 家族、友人、団体
	MRJ最終組立工場見学	○	県外・県内	親子、夫婦、 家族、友人、団体

注)「家族」は「親子」、「夫婦」を除く。

立地状況

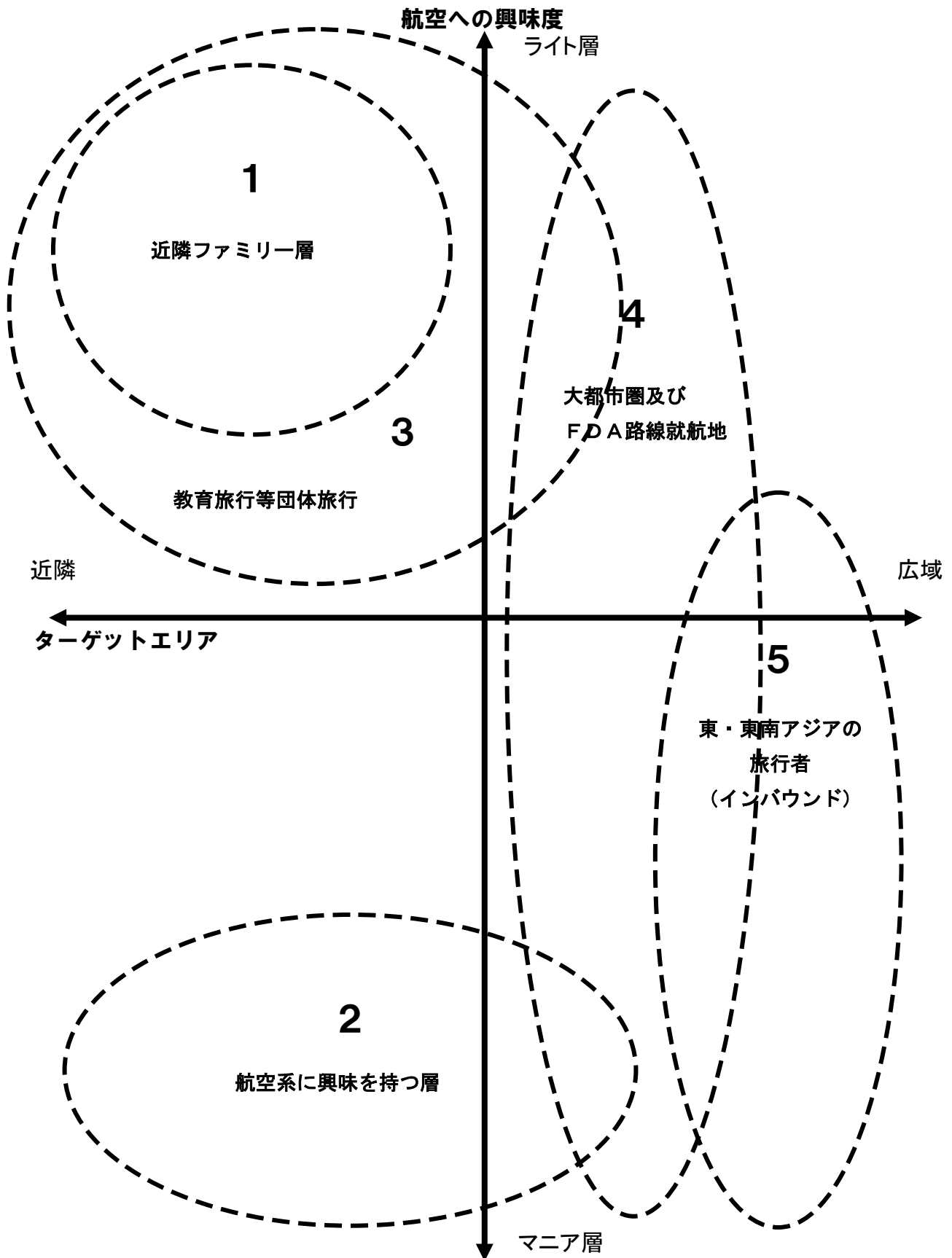


②ターゲット設定

豊山町の観光活性化に向けては、核資源の集客力を最大限に活用するとともに、ニーズに対応した周遊観光を行っていくことが期待されます。

そのためには、核資源ごとの集客力、集客エリア、客層（属性）を見極め、以下のような効果的なターゲット設定を行います。

優先順位	ターゲットイメージ	考え方
1	<p>エアポートウォーク名古屋に買い物・映画鑑賞等に来る近隣市町のファミリー層</p> <p>エリア：県内（近隣中心）＋岐阜 客層：ファミリー層</p>	ファミリー層との相性の良い神明公園・航空館 boon 等の認知度向上を図り集客に繋げる
2	<p>航空系に興味を持つ層</p> <p>エリア：東海4県 （メインは県内（近隣中心）＋岐阜） 客層：男性、ファミリー層</p>	あいち航空ミュージアム及びMRJ最終組立工場見学のオープンにより強化される航空資源の周遊ルートづくりや体験プログラム、情報発信を行い、航空館 boon 等の町内他施設への集客に繋げる
3	<p>教育旅行等団体旅行 （教育旅行（社会見学）、企業旅行・研修）</p> <p>エリア：東海4県 客層：教育旅行、企業旅行・研修</p>	教育や企業の団体旅行先として期待されるあいち航空ミュージアム及びMRJ最終組立工場見学を活かし、付帯サービス等を含めたワンストップでの支援を行うことで集客に繋げる
4	<p>大都市圏及びFDA路線でつながっている国内の他県の航空系関心層、教育旅行等団体旅行</p> <p>エリア：大都市圏、FDA路線都市 客層：男性、ファミリー層、教育旅行、企業旅行・研修</p>	東海4県での実績を踏まえ、航空系関心層及び教育旅行等団体旅行のPRを大都市圏やFDA路線都市で実施し集客に繋げる
5	<p>訪日旅行者 産業観光に興味を持つ層</p> <p>エリア：東・東南アジアからの個人・団体訪日旅行者</p>	国、県や周辺の産業観光施設と連携して誘致活動を実施する。



(2) 観光誘客の戦略とシナリオ

ターゲットごとに町内への観光誘客に向けた戦略及びシナリオを以下のように設定します。

①エアポートウォーク名古屋に買い物・映画鑑賞等に来る近隣市町のファミリー層

現状認識	<ul style="list-style-type: none"> ・エアポートウォーク名古屋の来客者の多くが施設内のみの利用で完結している ・豊山町内の他施設の認知度が低く、利用されていない
------	---



戦略	●神明公園・航空館 boon を核として、ファミリー層のニーズの高い学習や体験、遊びに関するサービスを充実するとともに魅力的な情報発信を行う
ポイント	<ul style="list-style-type: none"> ○第一に、子どもが学べる・体験できる・遊べるサービスを提供 ○あわせて、女性（母親）も行きたくなる仕掛け ○男性（父親）も退屈せずにリフレッシュできるサービス



シナリオ	<p>ステップ1 町内施設の魅力的な情報発信</p> <ul style="list-style-type: none"> ●町内施設の認知度アップに向け、尾張北東部最大の集客施設であるエアポートウォーク名古屋の来客者向けに町内施設を紹介するパンフレットやホームページにより情報発信を行う。 <p>ステップ2 ファミリー層向けの単発イベントの実施</p> <ul style="list-style-type: none"> ●町内施設の利用のきっかけとなる新たなイベントを町有施設の中核となる神明公園・航空館 boon で実施する。 <p>ステップ3 ファミリー層向けの恒常的なサービス提供</p> <ul style="list-style-type: none"> ●町内施設のリピーター客化に向けて、神明公園・航空館 boon の通年の学び・体験・遊びプログラムづくりを行うとともに、新たなコミュニティ形成が期待できる航空マーケットを開催する。
------	--

【施策案】

<p>ステップ1 町内施設の魅力的な情報発信</p>	<p>●町内施設を知るきっかけづくり ○エアポートウォーク名古屋のファミリー層向けの観光パンフの作成 ○SNS、HPを使った神明公園・航空館 boon 等の情報発信</p>
<p>ステップ2 ファミリー層向けの単発イベントの実施</p>	<p>●町内施設を利用するきっかけづくり ○神明公園・航空館 boon での、子ども向けの学び・体験・遊びの単発イベントの実施</p>
<p>ステップ3 ファミリー層向けの恒常的なサービス提供</p>	<p>●町内施設をリピート利用する仕組みづくり ○ファミリー層向けの通年の学び・体験・遊びプログラムを神明公園・航空館 boon で提供 ○新たなコミュニティ形成の場となる航空マーケット（フリーマーケット、ファーマーズマーケット、航空骨董市）を神明公園で定期的開催 ○交流の場となる神明公園でのカフェ</p>

①
近隣市町のファミリー層



②航空系に興味を持つ層

現状認識	<ul style="list-style-type: none"> • MRJ や FDA 等の民間航空機に加え、自衛隊の各種航空機など、見ることができ航空機の種類が豊富 • 神明公園及びエアポートウォーク名古屋の駐車場は、飛行機マニアなどに飛行機の撮影スポットとなっている • 航空館 boon は観光目的地となっていない • あいち航空ミュージアムやMRJ最終組立工場見学は、観光目的地として見込まれる
------	--



戦略	あいち航空ミュージアムやMRJ最終組立工場見学のオープンをきっかけに、「ヒコーキのまち」としての魅力を発信するとともに、神明公園・航空館 boon を核として、航空機に関心のある層（ライト層、マニア層）の取込みを行う
ポイント	<ul style="list-style-type: none"> ○第一に、ワンストップの県営名古屋空港周辺の飛行機情報の発信 ○あわせて、あいち航空ミュージアムやMRJをきっかけとした航空機に関心のある層（ライト層）の取込み ○航空機のマニア層の囲い込み



シナリオ	<p>ステップ1 ワンストップの県営名古屋空港周辺の飛行機情報の情報発信</p> <ul style="list-style-type: none"> ●現在、県営名古屋空港周辺の情報を一元的に見ることができるホームページがなく、利用しにくい面があることから、豊山町の観光ホームページを使った名古屋空港周辺の飛行機情報を発信する。 <p>ステップ2 航空に関心のある層（ライト層）の取込み</p> <ul style="list-style-type: none"> ●飛行機に少し関心を持った子ども層を取り込むため、飛行機に関する学び・体験・遊びの単発イベントを神明公園・航空館 boon で実施する。 <p>ステップ3 航空のマニア層の囲い込み</p> <ul style="list-style-type: none"> ●航空機に関心のあるライト層からマニア層化、町内施設のリピート化に向けて、親子が楽しみながら、段階的に学べる飛行講座や「とよやま飛行機検定」などを充実するとともに、各種発表の場の充実を図る。
------	---

【施策案】

<p>ステップ1</p> <p>ワンストップの県営名古屋空港周辺の飛行機情報の情報発信</p>	<p>●町内の航空関連施設を知るきっかけづくり</p> <p>○町内の航空に関連する情報の収集・整理</p> <p>○ホームページを使った県営名古屋空港周辺の飛行機情報の発信</p>
<p>ステップ2</p> <p>航空機に関心のある層（ライト層）の取込み</p>	<p>●町内の航空関連施設への関心層が利用するきっかけづくり</p> <p>○飛行機に関心を持った子ども向けの飛行機に関する学び・体験・遊びの単発イベントを神明公園・航空館 boon で実施</p>
<p>ステップ3</p> <p>航空機のマニア層の囲い込み</p>	<p>●ライト層からマニア層へ豊山航空文化の醸成</p> <p>○ライト層のマニア化を図るため、親子が楽しみながら、段階的に学べる飛行機講座や「とよやま飛行機検定」を実施</p> <p>○マニア層向けの飛行場裏方見学など限定サービスを空港等関連事業者と連携して実施</p> <p>○マニア層向けの各種発表の場を提供する（写真展、ツアー）</p>

②
航空系に興味を持つ層



③教育旅行等団体旅行

現状認識	<ul style="list-style-type: none"> ・現在、教育旅行等の団体旅行先として利用されていない ・あいち航空ミュージアムやMR J最終組立工場見学は、教育旅行等の団体旅行先の有力な候補となっている ・小中学校の社会見学等では経済効果は小さい（昼食が自弁） ・団体旅行受け入れのワンストップ型のサービスはみられない
------	--



戦略	あいち航空ミュージアムやMR J最終組立工場見学を核として、団体旅行の取込みを図り、他の町内施設の利用や経済効果を増加させる団体旅行受け入れのワンストップ型のサービスを行う
ポイント	<ul style="list-style-type: none"> ○第一に、教育旅行業者向けに情報を提供 ○併せて、企業・団体旅行向けの情報を提供 ○受け入れを促進するワンストップサービスを提供

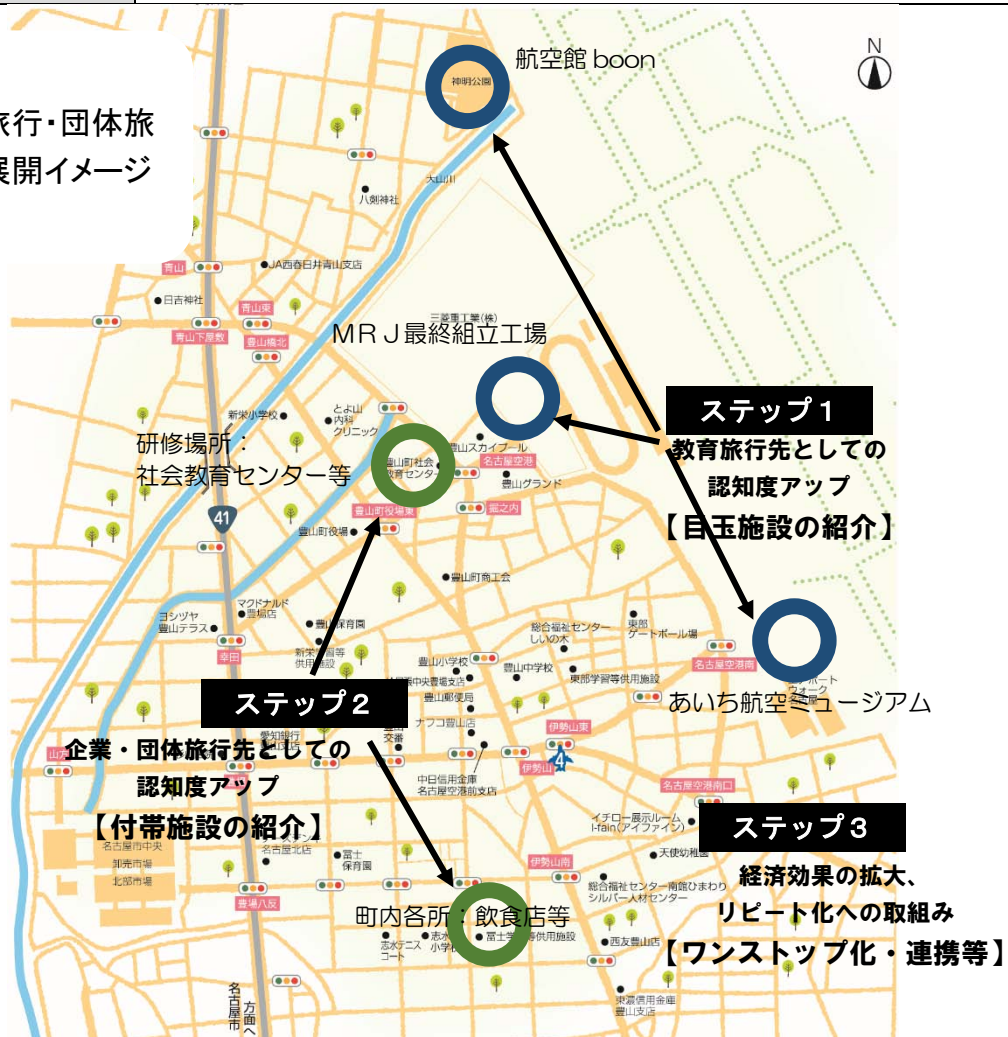


シナリオ	<p>ステップ1 教育旅行向けに情報を提供</p> <ul style="list-style-type: none"> ●教育旅行先の認知度を向上させるため、教育旅行に関する観光資源について、パンフレットや観光ホームページを使った情報発信を行う。 <p>ステップ2 企業・団体旅行向けの情報を提供</p> <ul style="list-style-type: none"> ●企業・団体旅行先としての認知度を向上させるため、企業・団体旅行先として求められる研修スペースや飲食等の付帯情報について、ホームページや団体旅行を扱う旅行者への情報発信を行う。 <p>ステップ3 受け入れを促進するワンストップサービスを提供</p> <ul style="list-style-type: none"> ●ステップ1・2で関心を持った団体・旅行会社が豊山町を旅行先に選定するとともに、経済効果の拡大やリピート化を促すため、受入窓口のワンストップサービスへの取組等を行う。
------	--

【施策案】

<p>ステップ1 教育旅行向けに情報を提供</p>	<p>●教育旅行先としての認知度アップ ○教育旅行向けの観光パンフレットの作成（パンフレット・旅行者用説明書） ○豊山町の観光ホームページを使った教育旅行関連の情報発信 ○教育旅行を扱う旅行者の視察案内・意見交換会の開催</p>
<p>ステップ2 企業・団体旅行向けの情報を提供</p>	<p>●企業・団体旅行先としての認知度アップ ○ホームページを使った、会議室等の研修スペースや飲食等の企業・団体旅行の付帯情報発信 ○団体旅行を扱う旅行者へのメール等での最新情報の発信</p>
<p>ステップ3 受け入れを促進するワンストップサービスを提供</p>	<p>●経済効果の拡大、リピート化への取組み ○豊山町の観光ホームページを使った、窓口のワンストップ化及びワンストップサービスを地域活動団体等と連携し提供 ○受け入れ先との関係強化による、ニーズに対応した限定サービスの提供促進 ○リピート利用に向けた体験メニューや多様な旅行メニューの開発</p>

④ 教育旅行・団体旅行の展開イメージ



④国内の他県の航空系関心層、教育旅行等団体旅行

現状認識	<ul style="list-style-type: none"> ・現在、大都市圏からの観光としての集客はほとんどみられない ・FDA 路線の就航地においても、町内では県営名古屋空港のみの利用となっており、他の施設の利用はほとんどみられない
------	--



戦略	あいち航空ミュージアムやMR J最終組立工場見学を核として、大都市圏や FDA 路線就航地からの観光客の取込みを図り、他の町内施設の利用を促進していく
ポイント	<ul style="list-style-type: none"> ○第一に、大都市圏や FDA 路線の就航地向けにホームページや県営名古屋空港で情報発信 ○併せて、町内他施設の魅力化を促進 ○ターゲットエリア別に訴求力の高い情報を発信



シナリオ	<p>ステップ1 ホームページや県営名古屋空港で情報発信</p> <ul style="list-style-type: none"> ●広域からの集客も期待できるキラーコンテンツであるあいち航空ミュージアムやMR J最終組立工場見学の魅力を前面に打ち出した情報発信をホームページや県営名古屋空港で行う。 <p>ステップ2 町内他施設の魅力化を促進</p> <ul style="list-style-type: none"> ●航空館 boon など町内の他施設についても、広域からの観光客を満足させることができる施設として、体験や特別見学等も含めたコンテンツの充実を図る。 <p>ステップ3 ターゲットエリア別に訴求情報の発信・サービス提供</p> <ul style="list-style-type: none"> ●ターゲットエリアによって訴求力の高いコンテンツは異なることから、ニーズにあった情報について、ホームページ等を使った情報発信・サービス提供を行う。
------	---

【施策案】

<p>ステップ1 ホームページや県営名古屋空港で情報発信</p>	<p>●来街動機となるキラコンテンツを活用した情報発信 ○豊山町の観光ホームページによるキラコンテンツ（あいち航空ミュージアム、MR J最終組立工場）などの魅力を発信 ○県営名古屋空港向けのキラコンテンツの案内チラシの作成</p>
<p>ステップ2 町内他施設の魅力を促進</p>	<p>●キラコンテンツで終わらせない町内施設の充実 ○航空館 boon などの町内他施設における体験教室の開催や観光客の目線による展示の充実 ○航空関連施設の裏方見学や職場体験などの新たなコンテンツを提供</p>
<p>ステップ3 ターゲットエリア別に訴求情報の発信・サービス提供</p>	<p>●地域毎のニーズにあった情報発信・サービス提供 ○ターゲットエリア周辺に提供されていないコンテンツやサービスを踏まえ、地域ごとのニーズにあった情報発信を行う（県営名古屋空港での就航地別のチラシ作成等） ○体験メニュー等についても地域毎のニーズにあった内容に充実させる</p>

③
大都市圏及びFDA路線就航地



⑤ 訪日旅行者

現状認識	<ul style="list-style-type: none"> ・訪日旅行の行き先（立ち寄り先）として豊山町は認識されていない。 ・外国語による情報発信もほとんど行っていない。 ・訪日外国人団体旅行では、名古屋市周辺の宿泊が多く利用されている。 ・トヨタ産業技術記念館、ノリタケの森、トヨタ博物館、瀬戸蔵ミュージアム、リニア・鉄道館などの愛知県の産業観光は訪日旅行者には団体、個人旅行を問わず人気があり、MR J最終組立工場、あいち航空ミュージアムなども情報が届けば人気の訪問先になる可能性は十分ある。 ・国、中部広域、愛知県、名古屋市なども訪日旅行者の誘致を熱心に行っている。
------	---



戦略	あいち航空ミュージアムやMR J最終組立工場見学を核として、豊山町の産業観光の外国語による情報発信を行い、国、中部広域（中部広域観光推進協議会、東海地区外国人観光客誘致促進協議会、昇龍道プロジェクト推進協議会など）、愛知県などが実施する訪日旅行者誘客事業に参画して訪日旅行者誘致を行う。
ポイント	<ul style="list-style-type: none"> ○ターゲットとなる訪日外国人客の顧客層を定める。 ○情報発信ツール（ウェブサイト、パンフレット等）を整える ○町単独での誘致活動は当初は難しいため、国・中部広域・県の訪日外国人誘致活動と連携する



シナリオ	<p>ステップ1 情報発信ツールの製作と受入れ整備を行う。</p> <ul style="list-style-type: none"> ●Wi-Fi環境を整備する ●ホームページやパンフレットなどの誘致のために必要なツールを整える ●サイン（看板等）、地図、外国語による案内人（ガイド）等の受入れ整備を行う <p>ステップ2 国、県などと連携した誘致活動を行う</p> <ul style="list-style-type: none"> ●単独での誘致活動は費用等からも難しいため、国、中部広域、県などが行っている訪日外国人誘致活動に参画して誘致活動を行う。
------	---

【施策案】

<p>ステップ1 ターゲットの決定</p>	<p>●現状を整理し、具体的なターゲットを定める。 ○訪日外国人のターゲット（国、個人旅行か団体旅行かなど）と方針の決定</p>
<p>ステップ2 情報発信ツールの製作と受入れ整備</p>	<p>●誘致するためのツールと受入れ体制の整備を行う ○ターゲットにあった言語によるウェブサイトとパンフレットの制作 ○外国語によるサイン（看板等）、地図、問い合わせ窓口、ガイドなどの受入れ体制の整備</p>
<p>ステップ3 国、県などと連携した誘致活動</p>	<p>●国、県などと連携した誘致活動を実施 ○国・中部広域・県が情報発信ツールとして製作・運営しているウェブサイト、パンフレットへ豊山町ならびに豊山町の観光資源の掲載。 ○海外の旅行者等を招聘した視察旅行の実施（訪問先に豊山町を入れてもらう） ○海外の旅行博覧会、商談会、営業キャラバン等の活動への参画。 ○豊山観光 HP の外国語対応</p>

⑤ 訪日旅行者の展開イメージ



3. 実現化に向けて

(1) 実施主体・実施時期のイメージ

各施策案ごとに実施主体及び実施時期のイメージを以下のように整理する。

ターゲット	シナリオ	施策案	実施主体 (協力)	実施時期		
				短期	中期	長期
① 近隣市町のファミリー層	ステップ1 町内施設の魅力的な情報 発信(町内施設を知るきっかけづくり)	○エアポートウォーク名古屋のファミリー層向けの観光パンフの作成	豊山町 (まちサポ)	○		
		○SNS、HPを使った 神明公園・航空館 boon 等の情報発信	まちサポ (豊山町)	○		
	ステップ2 ファミリー層向けの単発 イベントの実施(町内施設 を利用するきっかけづくり)	○神明公園・航空館 boon での、子ども向 けの学び・体験・遊び の単発イベントの実施	まちサポ (豊山町)		○	
	ステップ3 ファミリー層向けの恒常 的なサービス提供(町内施設 をリピート利用する仕 組みづくり)	○ファミリー層向けの通 年の学び・体験・遊び プログラムを神明公 園・航空館 boon で提 供	まちサポ (豊山町)		○	⇒
		○新たなコミュニティ形 成の場となる航空マー ケット(フリーマーケ ット、ファーマーズマ ーケット、航空骨董市) を神明公園で定期的に 開催	豊山町 (まちサポ)		○	⇒
		○交流の場となる航空館 boon でのカフェ	まちサポ			○

ターゲット	シナリオ	施策案	実施主体 (協力)	実施時期		
②航空系に興味を持つ層	ステップ1 ワンストップの県営名古屋空港周辺の飛行機情報の情報発信（町内の航空関連施設を知るきっかけづくり）	○町内の航空に関連する情報の収集・整理	まちサポ（豊山町）	○		
		○ホームページを使った県営名古屋空港周辺の飛行機情報の発信	まちサポ（豊山町）	○		
	ステップ2 航空機に関心のある層（ライト層）の取込み（町内の航空関連施設への関心層が利用するきっかけづくり）	○飛行機に関心を持った子ども向けの飛行機に関する学び・体験・遊びの単発イベントを神明公園・航空館 boon で実施	まちサポ（豊山町）		○	
	ステップ3 航空機のマニア層の囲い込み（ライト層からマニア層へ豊山航空文化の醸成）	○ライト層のマニア化を図るため、親子が楽しみながら、段階的に学べる飛行機講座や「とよやま飛行機検定」を実施	まちサポ（豊山町）		○	⇒
		○マニア層向けの飛行場裏方見学など限定サービスを空港等関連事業者と連携して実施	豊山町（まちサポ）		○	⇒
		○マニア層向けの各種発表の場を提供する（写真展、ツアー）	まちサポ			○

ターゲット	シナリオ	施策案	実施主体 (協力)	実施時期		
				短期	中期	長期
③教育旅行等団体旅行	ステップ1 教育旅行向けに情報を提供（教育旅行先としての認知度アップ）	○旅行者向けの観光パンフレットの作成	豊山町 (まちサポ)	○		
		○豊山町の観光ホームページを使った教育旅行関連の情報発信	まちサポ (豊山町)	○		
		○教育旅行を扱う旅行者の視察案内・意見交換会の開催	まちサポ (豊山町)	○		
	ステップ2 企業・団体旅行向けの情報を提供（企業・団体旅行先としての認知度アップ）	○ホームページを使った、会議室等の研修スペースや飲食等の企業・団体旅行の付帯情報発信	まちサポ (豊山町)		○	⇒
		○団体旅行を扱う旅行者へのメール等での最新情報の発信	まちサポ (豊山町)		○	⇒
	ステップ3 受け入れを促進するワンストップサービスを提供（経済効果の拡大、リピート化への取組み）	○豊山町の観光ホームページを使った、窓口のワンストップ化及びワンストップサービスを地域活動団体等と連携し提供	まちサポ (豊山町)			○
		○受け入れ先との関係強化による、ニーズに対応した限定サービスの提供促進	まちサポ (豊山町)			○
		○リピート利用に向けた体験メニューや多様な旅行メニューの開発	豊山町 (まちサポ)			○

ターゲット	シナリオ	施策案	実施主体 (協力)	実施時期		
④ 国内の他県の航空系関心層、 教育旅行等団体旅行	ステップ1 ホームページや県営名古屋空港で情報発信（来街動機となるキラーコンテンツを活用した情報発信）	○豊山町の観光ホームページによるキラーコンテンツ（あいち航空ミュージアム、MRJ最終組立工場）などの魅力を発信	まちサポ (豊山町)	○		
		○県営名古屋空港向けのキラーコンテンツの案内チラシの作成	豊山町 (まちサポ)	○		
	ステップ2 町内他施設の魅力化を促進（キラーコンテンツで終わらせない町内施設の充実）	○航空館 boon などの町内他施設における体験教室の開催や観光客の目線による展示の充実	まちサポ (豊山町)		○	⇒
		○航空関連施設の裏方見学や職場体験などの新たなコンテンツを提供	まちサポ (豊山町)		○	⇒
	ステップ3 ターゲットエリア別に訴求情報の発信・サービス提供（地域毎のニーズにあった情報発信・サービス提供）	○ターゲットエリア周辺に提供されていないコンテンツやサービスを踏まえ、地域ごとのニーズにあった情報発信を行う（県営名古屋空港での就航地別のチラシ作成等）	まちサポ (豊山町)		○	⇒
		○体験メニュー等についても地域毎のニーズにあった内容に充実させる	まちサポ (豊山町)		○	⇒

ターゲット	シナリオ	施策案	実施主体（協力）	実施時期		
				短期	中期	長期
⑤ 訪日旅行者	ステップ1 情報発信ツールの製作と受入れ整備	○Wi-Fi環境の整備	豊山町	◎		
		○ターゲットにあった言語によるウェブサイトとパンフレットの制作 ○外国語によるサイン（看板等）、地図、さらに問い合わせ窓口、ガイドなどの受入れ体制の整備	豊山町（まちサポ）			○
		○豊山観光HPの外国語対応	まちサポ（豊山町）			○
	ステップ2 国、県などと連携した誘致活動を実施	○国・中部広域・県が情報発信ツールとして製作・運営しているウェブサイト、パンフレットへ豊山町ならびに豊山町の観光資源の掲載。	豊山町（まちサポ）			○
		○海外の旅行業者等を招聘した視察旅行の実施（訪問先に豊山町を入れてもらう）	豊山町（まちサポ）			○
		○海外の旅行博覧会、商談会、営業キャラバン等の活動への参画。	豊山町（まちサポ）			○

4. 今後の課題

(1) 航空関連施設の役割分担

現在、豊山町では、航空関連の展示施設として予約なく通常利用できる施設は航空館boonのみとなっています。しかし、2017年秋には「あいち航空ミュージアム」が開館予定であり、MRJ 最終組立工場も将来的にオープンすることが予定されています。こうしたことから、これらの3つの展示施設の役割を整理し、利用者にとっても施設の利用を使い分けることにより満足度を高めていくことが求められます。

施設	開館 (予定)	料金	提供サービス	特色・役割イメージ
航空館 boon	週6日 (月曜休)	無料	<ul style="list-style-type: none"> ・航空の資料展示 ・航空機の展示(一部内覧) ・飛行機の原理 ・フライトシミュレータ ・空港近くの眺望(2階デッキ) 	<ul style="list-style-type: none"> ○気軽に航空に触れられる日常的な利用施設 ・下記2施設でのきっかけを活かし、<u>航空の学びを掘り下げる多様なきっかけのある施設</u>として充実させる ・子ども目線の展示の充実、体験メニューづくり ・無料施設としてリピート客化が期待
あいち航空ミュージアム	週6日 (想定)	大人：1,000円程度 子供：500円程度 (想定)	<ul style="list-style-type: none"> ・航空の資料展示 ・航空機の展示(一部内覧) ・体験教室の開催 ・ミュージアムショップ ・空港近くの眺望(2階デッキ) 	<ul style="list-style-type: none"> ○全国的にも希少な航空ミュージアム ・航空に関する高度な施設として、<u>航空に関する関心を持つきっかけ</u>となる施設 ・航空マニア・若年層の<u>あこがれ</u>となる施設 ・料金がかかることから<u>リピート客は少ない</u>と想定
MRJ最終組立工場(見学)	不明	不明	<ul style="list-style-type: none"> ・航空の資料展示 ・MRJの製造過程の見学 ・MRJ等のグッズ販売 	<ul style="list-style-type: none"> ○日本で唯一航空機の製造工程を見学できるオンリーワン施設 ・航空機を作る現場を見れる国内唯一の施設として、<u>航空に関する関心を持つきっかけ</u>となる施設 ・航空マニア・若年層の航空の聖地ともなる施設 ・公開方法や内容にもよるが、工場見学という特性上<u>リピート客は少ない</u>と想定

(2) 周遊のための交通機関・駐車場対策の検討

一つひとつの航空関連施設は魅力的であっても、それらをつなぐ移動手段があると相乗効果が期待できます。また、あいち航空ミュージアムには一般用駐車場が確保されておらず、休日には駐車場の不足により渋滞の発生が懸念されます。航空館 boon 及び神明公園駐車場も慢性的な駐車場不足となっており、更なる集客拠点化に向けて交通対策が必要になります。こうしたことから、対策案を以下のように整理します。

区分	交通対策案	内容
周遊対策	施設間を周遊する交通機関の新設	航空関連施設間を気軽に移動できるよう、周遊バスなどの交通機関の新設を検討する。話題性とコスト削減のため、無人運転バスも検討対象とする。
	レンタル自転車等	気軽に借りることができ、各航空関連施設等で返却のできるレンタル自転車等の仕組みを整備する。
公共交通の利用促進	既存公共交通機関の充実	公共交通の利用を促進するため、豊山町と名古屋市等を結ぶ、とよやまタウンバスや名鉄バス西春・空港線、あおい交通名古屋空港直行バスなどについて、休日便の増便を各事業者に要請する。
	既存公共交通機関の利用促進策	公共交通の利用を促す仕組みとして、既存の公共交通機関において、一日利用券の導入など利用者への優遇策を検討する。
	近隣市の既存公共交通機関の延伸	名古屋方面からの観光客の増加が予測されることから、社会実験の結果を踏まえ、名古屋市営バスなどの近隣市の公共交通の延伸を要請する。
駐車場の確保	集客施設周辺の駐車場の確保	集客施設周辺の空き地や休日利用されていない駐車場について、休日のみの駐車場として借上げを検討する。
	大規模事業所の駐車場利用	休日利用されていない、町内の大規模事業所について休日利用契約を行うとともに、駐車場と町内主要施設を結ぶ巡回バスを運行する。 あいち航空ミュージアムや神明公園の駐車場不足対策とともに、航空館 boon の利用促進が期待される。
運営体制の整備	確保した駐車場の運営	大規模事業所の駐車場の土日利用に際して、安全かつ円滑な運営をできる体制を整える。将来的には町内の民間団体による有料運営なども検討する。