

# 常滑市観光振興計画

## 2017

(案)

平成 29 年 月

常滑市

---

## はじめに

観光は、人口減少社会を迎えたわが国にあって、交流人口の拡大をもたらすとともに、大きな経済効果を生み出す「産業」としての認識が広く共有されることとなりました。

政府においては、平成 28 年 3 月に新たな観光ビジョンを取りまとめ、2020 年に訪日外国人旅行者数 4,000 万人、消費額 8 兆円等の新たな目標を定めました。平成 28 年（2016 年）の訪日外国人旅行者数は 2,403 万 9,000 人となり、2020 年に 2,000 万人という目標を大幅に前倒しして達成しています。

私たちのまち常滑市は、約千年の歴史を有する常滑焼が育んできた風土や文化、伊勢湾に面した南北 15 キロメートルの海岸、豊富な農産物などの観光資源に恵まれています。また、平成 17 年 2 月には中部国際空港“セントレア”が開港し、毎日、日本及び世界中からの来訪者でにぎわっています。

旧常滑市観光振興計画では、「招き猫のふるさと常滑」をキャッチフレーズに観光立市を目指して観光を推進し、大規模商業施設の立地などにより交流人口の増加が図られるとともに、巨大招き猫の設置などの招き猫を生かした取組により、本市の招き猫のイメージが一層深まったと思います。

本計画においては、平成 28 年度からスタートした第 5 次常滑市総合計画の将来都市像、「感動を 次代につなぎ 世界に開くまち ところなめ ～焼き物・海・空を生かして～」の実現に向け、本市の観光資源への愛着や誇りを育み、感動を次代、世界へとつなぎ、たくさんの方々の来訪者をお迎えしたいと考えています。

本計画期間中には、空港島に国際展示場などが予定されており、多くの来訪者が予想されます。また、観光ニーズも社会環境の変化により移り変わっていくため、国内外からの観光需要をうまく取り込み、本市にある観光資源を有効に活用できる体制作りを推進し、オール常滑で観光施策に取り組んでまいりたいと考えております。

それには、市だけでなく、個人、団体、事業者など、様々な主体がそれぞれの領域で活躍することが不可欠です。観光に対する皆様の積極的な関与をお願いするとともに、「常滑一番。」を実感できるよう、一緒になって観光の推進を図ってまいりましょう。

本計画策定に当たっては、多くの方々に携わっていただき、議論を重ねて策定することができました。日本福祉大学の千頭教授を始め常滑市観光振興計画策定委員会の皆さまや調査にご協力いただいた方々など関係各位へ厚くお礼を申し上げます。

平成 29 年 月

常滑市長 片岡 憲彦

---

---

# 目次

## 第1章 常滑市観光の現状

1	観光資源.....	1
2	旧計画の到達点.....	2
3	関連計画.....	5

## 第2章 計画の骨子

1	策定方法と期間.....	6
2	課題.....	7
3	理念と目指す姿.....	8
4	重要業績評価指標.....	11

## 第3章 計画の施策内容

方針①.....	13
方針②.....	15
方針③.....	18

## 第4章 計画の推進..... 20

## 補章 参考資料..... 22

---

# 第1章 常滑市観光の現状

## 1 観光資源

本市は日本六古窯の一つである常滑焼の生産地として発展してきました。そのため、本市の魅力は常滑焼を中心にした文化であるといつて過言ではありません。

本市の観光資源に目を向けると、常滑焼のほか、海、空、観光施設など豊富にあります。

これらの観光資源に加え、来訪者は本市のイメージとして、坂道、新旧が混ざった街並み、どこか懐かしい風景、焼き物に関連したアートなどに魅力を感じています。（常滑市観光ニーズ基礎調査結果より）

### コラム No.1 「常滑のイメージとは」

2016年8月と10月に本市観光ニーズ基礎調査（アンケート調査）をエアフロント地区（中部臨空都市）<sup>1</sup>と市街地で実施しました。

本市の魅力を表わす言葉を自由記述で回答してもらった結果、「焼き物」、「招き猫」、「セントレア」、「やきもの散歩道」という回答が多くありました。「セントレア」と回答した人の多くは、「イオン」、「コストコ」、「買物」、「利便性」という言葉に関連して回答しています。「やきもの散歩道」という言葉は、「坂道」、「街並み」、「レトロ」、「アート」、「おしゃれ」といった言葉に関連して回答しています。



土管坂



やきもの散歩道



登窯

#### 1 エアフロント地区

「第5次常滑市総合計画」において、中部国際空港に隣接した主に物流用途を中心にした「空港島地域開発用地」と、市街地と地続きで主に商業用途を中心にした「空港対岸部地域開発用地」からなっている地区を「エアフロント地区」と位置付けています。本計画では空港も含めエアフロント地区としています。

## 2 旧計画の到達点

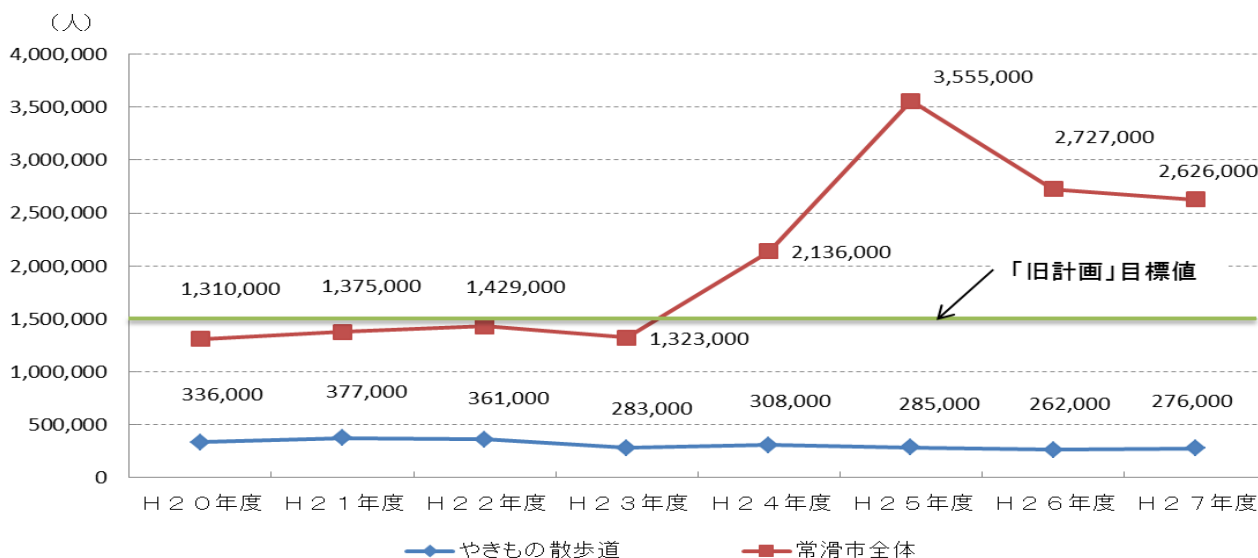
### (1) 旧計画の4つの施策の方向について

平成21年3月に策定した「常滑市観光振興計画」（以下、「旧計画」という。）は、平成21年度から25年度までの5年間の計画期間として、年間150万人（空港来訪者を除く）の本市への来訪者（観光入込客）実現を目標としました。

この目標を達成するために「常滑が持つ日本の生活文化を来訪者に伝え、滞在型観光地を目指す」ことを基本的な観光戦略として、①魅力ある観光地の形成、②おもてなしと人材育成、③来訪の促進等、④観光振興のための環境整備の4つの施策の方向性を打ち出し、各施策に沿うような取組を行いました。

また、基本的な観光戦略のキャッチコピーで表された「招き猫のふるさと常滑」は、メディア取材やWebや口コミなどを通じて各所に広まり、本市の認知度は向上しました。さらに、平成24年以降にエアフロント地区に商業施設が出店したこともあり、平成25年度には当初の目標値にしていた本市への来訪者年間150万人を超える約356万人が来訪しました。このことにより、旧計画の本市への来訪者の目標は達成しました。

本市観光入込客数の推移



出所 「常滑市商工観光課」

### ※国土交通省観光庁による観光入込客統計に関する共通基準

次に掲げる要件の全てを満たすものを集計の対象としています。

- ①非日常利用が多い（月1回以上の頻度で訪問する人数の割合が半分未満）と判断される地点。
- ②観光入込客数が適切に把握できる地点。
- ③前年の観光入込客数が年間1万人以上、若しくは前年の特定月の観光入込客数が5千人以上。

---

## (2) 「旧計画」における4つの施策の展開

「旧計画」における現在までに実施した主な施策は次のとおりです。

### ① 魅力ある観光地の形成

#### □ やきもの散歩道の景観保全等

- ・常滑市やきもの散歩道地区景観条例（平成22年4月施行）
- ・やきもの散歩道地区景観計画（平成22年4月策定）
- ・常滑市やきもの散歩道地区景観保全助成金交付要綱（平成22年4月施行）

#### □ 中部国際空港を生かした観光振興

- ・中部国際空港内にとこなめ観光案内所（オラレセントレア）開設（平成24年5月）
- ・イオンモール常滑～中部国際空港間の無料シャトルバス運行開始（CHITACATプロジェクト<sup>2</sup>）（平成27年12月）

#### □ 中部臨空都市における新たな観光資源

- ・めんたいパークとこなめ開業（平成24年12月）
- ・NTPマリーナりんくう竣工（平成25年3月）
- ・りんくうビーチの指定管理者による管理運営開始（平成28年4月）

#### □ 隠れた観光資源の発掘とPR

- ・常滑市の世間遺産認定事業（平成26年度）
- ・地区が輝く！世間遺産大響演（平成27年度）

#### □ 常滑焼の商品力の向上

- ・常滑焼海外戦略事業補助制度を開始（平成26年度）

#### □ 地元農水産物を活かした観光振興

- ・市内事業者2社が国家戦略特区の農家レストラン設置に関わる特例認定（平成27年9月）

#### □ 小鈴谷・坂井地区の観光施設のネットワーク化

- ・鈴溪の郷巡りの散策路開設（平成22年度）

---

## 2 CHITACATプロジェクト

知多半島の地域活性化を目的に2015年11月に発足したイオンモール（株）と中部国際空港（株）と知多半島・常滑地域の趣旨に賛同する自治体、企業、団体等との共同プロジェクト。りんくうエリア、セントレア、知多半島を一体のエリアとして捉え、垣根なく行き来出来る環境の構築や、各施設等の利用促進、共済イベントの実施など、保有する有形、無形の資産をフル活用した取組を共同で推進することにより、地域の魅力向上に積極的に寄与することを目的としています。

---

---

②おもてなしと人材育成

□観光ボランティアの育成

- ・常滑国際交流協会によるボランティアガイド講習（平成 11 年度～）

□観光関係者の質的向上

- ・常滑商工会議所に観光振興委員会設置（平成 26 年 11 月）
- ・常滑商工会議所に観光業部会設置（平成 28 年 4 月）

③来訪の促進等

□イベントの拡充と P R

- ・アイアンマン 70.3 開催（平成 22 年度～）
- ・バイブスミーティング開催（平成 23 年 10 月）

□観光情報の発信・提供

- ・イオンモール常滑に観光 P R コーナーを常設（平成 27 年度）

□多様な連携による誘致活動

- ・昇龍道プロジェクトへの協力（平成 27 年度～）

□キャッチコピーの P R

- ・ゆるきゃらグランプリ開催（平成 26 年 11 月）

□ロケ地観光の推進

- ・映画「20 世紀少年」公開（平成 21 年度）
- ・ドラマ「嵐の涙」放送（平成 27 年度）

④観光振興のための環境整備

□観光案内所の機能強化

- ・常滑市観光案内所に多言語表示観光案内板「デジタルサイネージ」設置（平成 27 年度）

□移動の快適化

- ・とことこバスが中部国際空港へ乗り入れ（平成 21 年 7 月、運行終了 23 年 3 月）
- ・路線バスがりんくう地区に路線延長、陶磁器会館の停留所新設（平成 27 年 11 月）

**（ 3 ） 捉えきれしていない観光需要**

エアフロント地区の来訪者が増加した一方で、市街地の来訪者は平成 24 年度の約 125 万人から平成 27 年度の約 112 万人に減少しました<sup>3</sup>。このことは「旧計画」によって観光施策を推進してきたものの、本市がもつ潜在的な観光需要に繋がりがきれっていない結果だといえます。

---

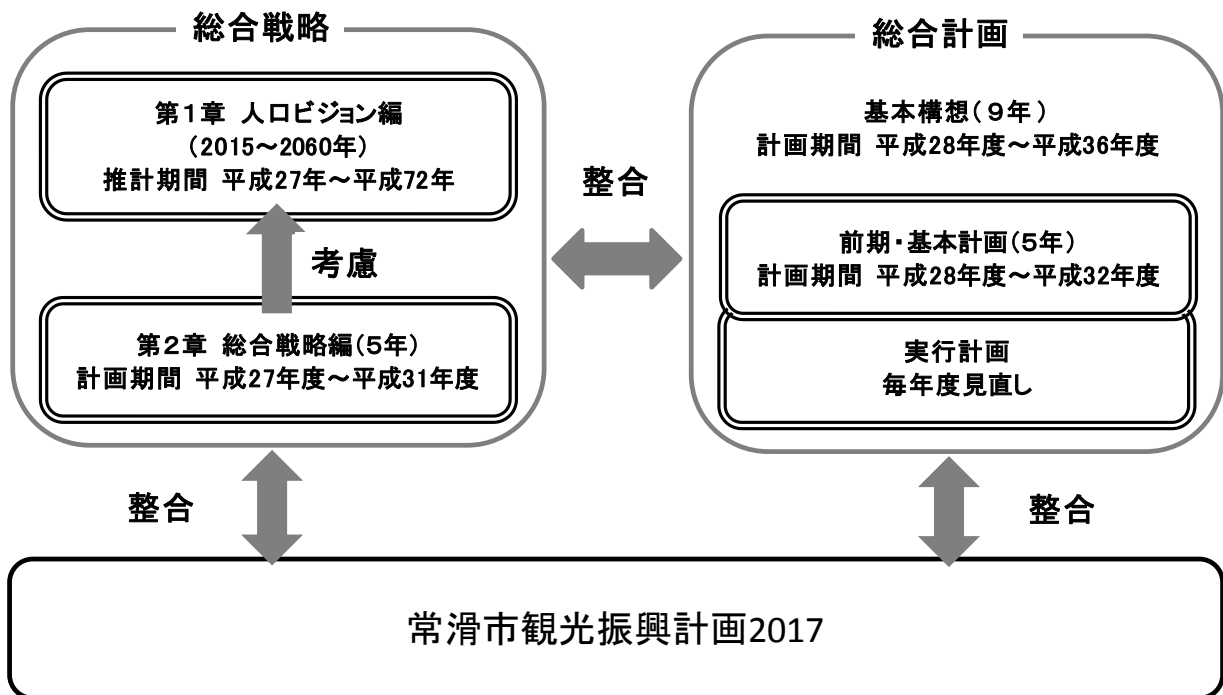
<sup>3</sup> 市全体の平成 27 年度の来訪者は約 263 万人でしたが、うち約 151 万人は「めんたいパークとこなめ」の来訪者であり、差引き約 112 万人が市街地への来訪者です。

---

### 3 関連計画

平成 28 年 2 月に「常滑市まち・ひと・しごと創生総合戦略」（以下、「総合戦略」という。）を策定しました。総合戦略では、国の総合戦略における政策 5 原則や基本目標などを基にして、人口減少と地域経済縮小を克服することを目標にしています。また、平成 28 年 3 月に「第 5 次常滑市総合計画」（以下、「総合計画」という。）を策定しました。総合戦略と総合計画は互いに整合性を図りながらそれぞれの目標に向けた取組を計画しています。

常滑市観光振興計画 2017（以下、「本計画」という。）は、これらの計画と整合を図る必要があります。



出所 「常滑市まち・ひと・しごと創生総合戦略」 p. 2 を修正・加筆

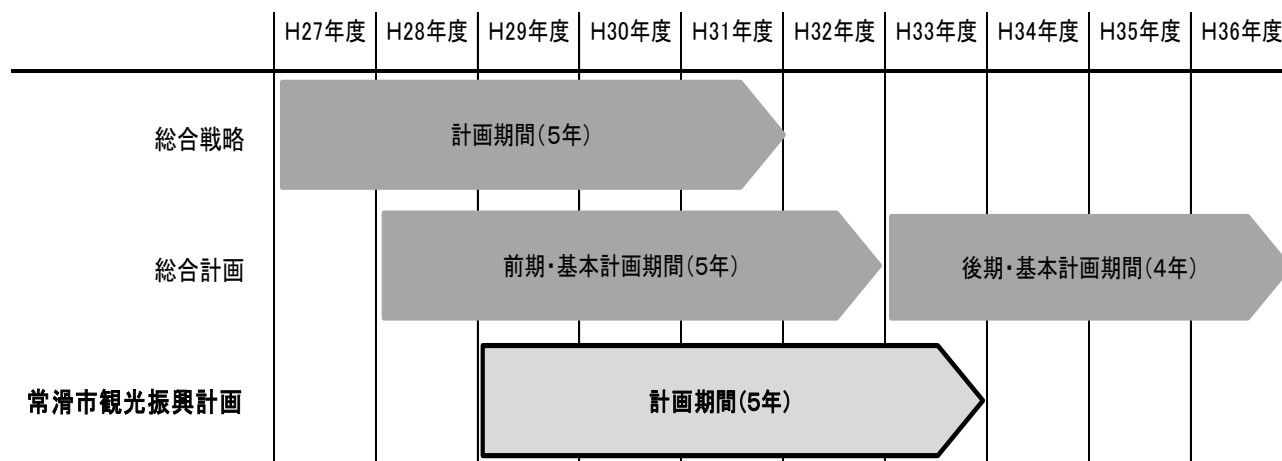


## 第2章 計画の骨子

### 1 策定方法と期間

本計画は、市民団体、市内事業者、観光関係団体、学識者などからなる「常滑市観光振興計画策定委員会」、「常滑市観光振興計画策定部会」を設置し、広く意見を収集して、策定に当たりました。また、本計画のために実施した観光関係団体へのヒアリング、市内来訪者への常滑市観光ニーズ基礎調査から得られた知見を本計画に反映させています。

本計画の期間は、「総合戦略」、「総合計画」との整合を図るため、平成29年度から平成33年度の5年間とします。



## 2 課題

本市における旧計画の到達点など観光の現状を踏まえ、本計画では、次の4つを課題として位置づけます。

### 課題①

#### 観光を推進する体制作り

本市の観光を推進するためには、体制作りが欠かせません。国内外での観光地間競争が激化するなか、これまで以上に、関係団体等の連携及び役割分担の明確化が必要です。

### 課題②

#### 地域特性を生かし、来訪者層ごとに狙いを定めた観光の推進

本市の観光資源は、常滑焼、海、空、観光施設などが豊富であるがゆえに、今日の多様化している観光ニーズ全てに平均的な対応をする観光施策は、かえって本市にしかない特徴ある資源を埋没させてしまい、素材として生かしきれません。地域特性を生かし、来訪者層ごとに狙いを定めた観光の推進が必要です。

### 課題③

#### エアフロント地区と市街地のさらなる観光の魅力向上

常滑市観光ニーズ基礎調査結果において、エアフロント地区への来訪者は、中部国際空港やイオンモール常滑などの商業施設を訪れ、やきもの散歩道などの市街地に移動する人はほとんどいませんでした。

多くの集客があるエアフロント地区から市街地へ誘導することは、両地区の来訪目的が異なっていることから容易ではありません。それぞれの観光客を増やすためには、来訪者の目的に合った地区ごとの魅力を高めることが必要です。

### 課題④

#### 市内全域及び広域的な観光振興

本市には、北部に大野町の古い町並み、南部に坂井海水浴場など、市内全域に魅力ある観光資源があり、これらの地域も含めて本市の観光を推進する必要があります。

また、外国人観光客などの旅行日程が長い場合、一つの観光地だけで観光客を満足させることはなかなか難しく、広域的な観光振興も必要です。

### 3 理念と目指す姿

課題を解決するため、本計画の理念を次のとおり定め、5年後の目指す姿を提示します。

わが国経済の成熟化に伴う消費者の価値観の変化は、人々の観光ニーズにも影響を与えており、平均的かつ一面的に観光ニーズに合致させる観光施策は、特徴ある本市の観光資源や文化をかえって埋没させてしまう恐れがあります。

むしろ、常滑が育んできた風土や特性から醸し出された特徴ある文化を磨き上げ、多様な本市特有の観光資源を重層的に魅せる観光施策を展開すべきです。

そのため、本計画では、本市の発展、文化の礎になっている焼き物文化である「常滑焼」から展開、派生して創り出された「トコナメモノ」をこれからの本市の観光施策の中心に据えていきます。

「常滑焼」を中心にして広がる魅力あふれる「トコナメモノ」は、焼き物だけではなく、常滑焼を生んだ歴史ある本市でつくられた、「モノ」や「コト」、それらを紡いで誇りにする「ヒト」など、集客出来るもの全てを指します。

焼き物を使って広がる飲食文化、陶芸体験を始めとしたものづくり体験、やきもの散歩道で懐かしい町並みや芸術に触れること、招き猫関連のイベントなども含まれます。

「トコナメモノ」を中心に据えた観光施策は、市民一人一人がもう一度常滑の文化を再確認し、市民生活そのものが本市観光の魅力となりえるような仕組み作りを行うことでもあります。今後5年間で市民がもっと「トコナメモノ」を好きになり、市民自ら観光を推進する観光大使となって、国内外の人々と交流できるまちにすることが本計画の目指す先にある最終的な目的です。

#### コラム No.2 「エアフロント地区と市街地の違い」(イメージ図)



市街地で育まれた常滑の文化や風土は、その土地に根ざしているものなので、土そのもので見えにくく、エアフロント地区の商業（施設）はそれに比べると短時間で膨らんで大きくなるので、目立つものといえます。

膨らみ続ける風船を飛ばすだけでなく、土地を耕して、種まきして、水やりして、常滑特有の文化や風土を育てることが大切です。

理念を踏まえ、5年後に目指す姿を次のとおりとします。

### 【5年後に目指す姿】

## 『好きこそトコナメモノの上手なれ観光』

常滑焼を中心にして広がる魅力あふれる「トコナメモノ」を市民がもっと好きになり、常滑ならではのおもてなしで国内外の人々と交流できるまちを目指します。

既にある「トコナメモノ」の一例

#### 「モノ」

やきもの散歩道・とこなめ招き猫通り  
INAXライブミュージアム、盛田味の館  
食器、茶器、酒器、花器、盆栽、招き猫等の縁起物 など

#### 「コト」

常滑焼で彩る料理や地酒のおもてなし  
急須を使った日本茶でのおもてなし  
陶芸を始めとしたものづくり体験  
国際的な陶芸ワークショップ  
猫関連のイベント  
特産品（例：海苔、いちじく、みそ・たまり）などの生産

#### 「ヒト」

陶芸家・陶磁器職人  
常滑市ゆかりの文化人（人間国宝三代山田常山、ソニー創業者盛田昭夫、哲学者谷川徹三と息子谷川俊太郎 など）  
トコナメモノを楽しむ人

※集客力があり重要な観光拠点となっているエアフロント地区の中部国際空港や商業施設、今後予定されている国際展示場などの新しい資源を生かし、歴史あるトコナメモノと共に、両輪となって観光を進めていくことが望まれます。

### コラム No.3 「おもてなし」

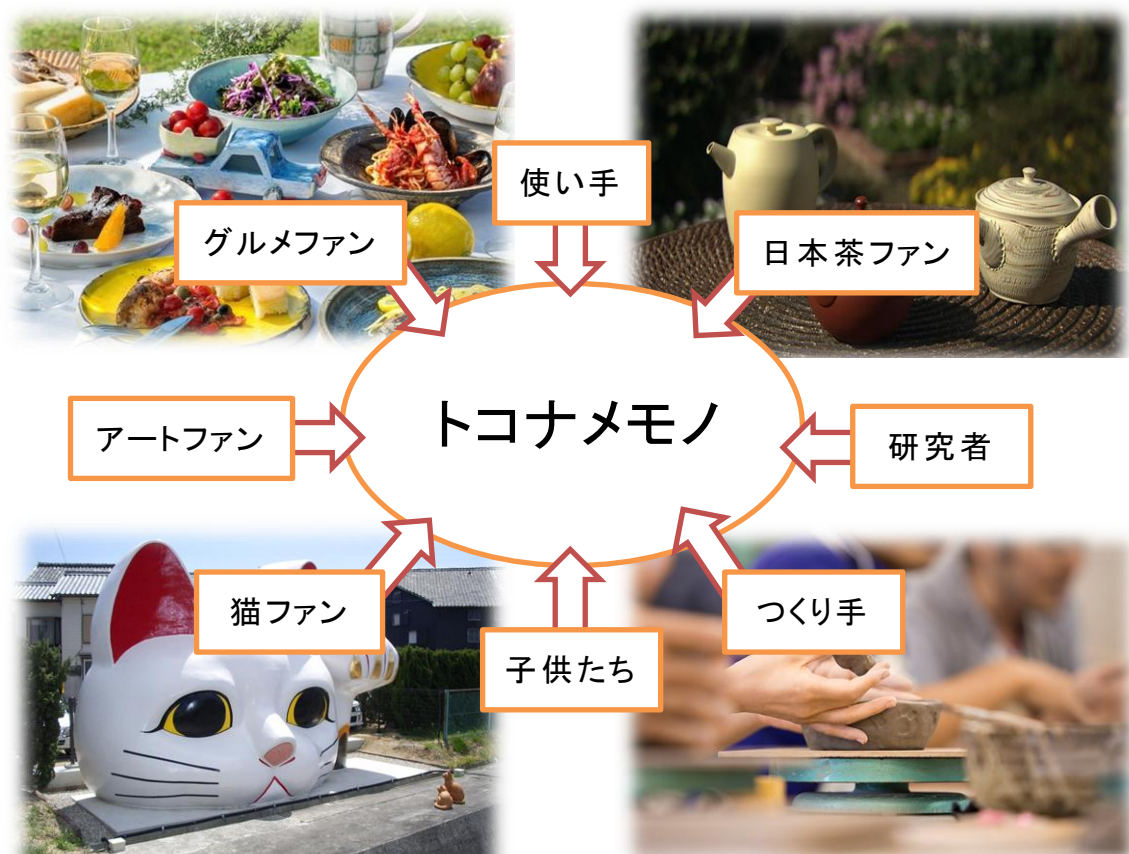
この計画の策定委員の皆さんに、「観光で最も感動したエピソード」をお伺いしたところ、「おもてなし」というキーワードが多くみられました。この計画を読んでいただいているあなたも心当たりがあるのではないのでしょうか。

旅行先で、良い“おもてなし”を受けると、感動し、「また来たい。」「他の人にも伝えたい。」と思う人が多いようです。

また、人は、「好きなことを仲間と一緒にしている時間が、最も楽しく幸せを感じる。」という調査結果があります。好きなことであれば“おもてなし”をする方も幸せになります。

常滑における観光の“おもてなし”は、地域全体で心を合わせ、観光振興のビジョンを共有し、それぞれの立場で「好きこそモノの上手なれ観光」をしていくことが良いのではないのでしょうか。

### 「トコナメモノ」を対象とした来訪者のイメージ



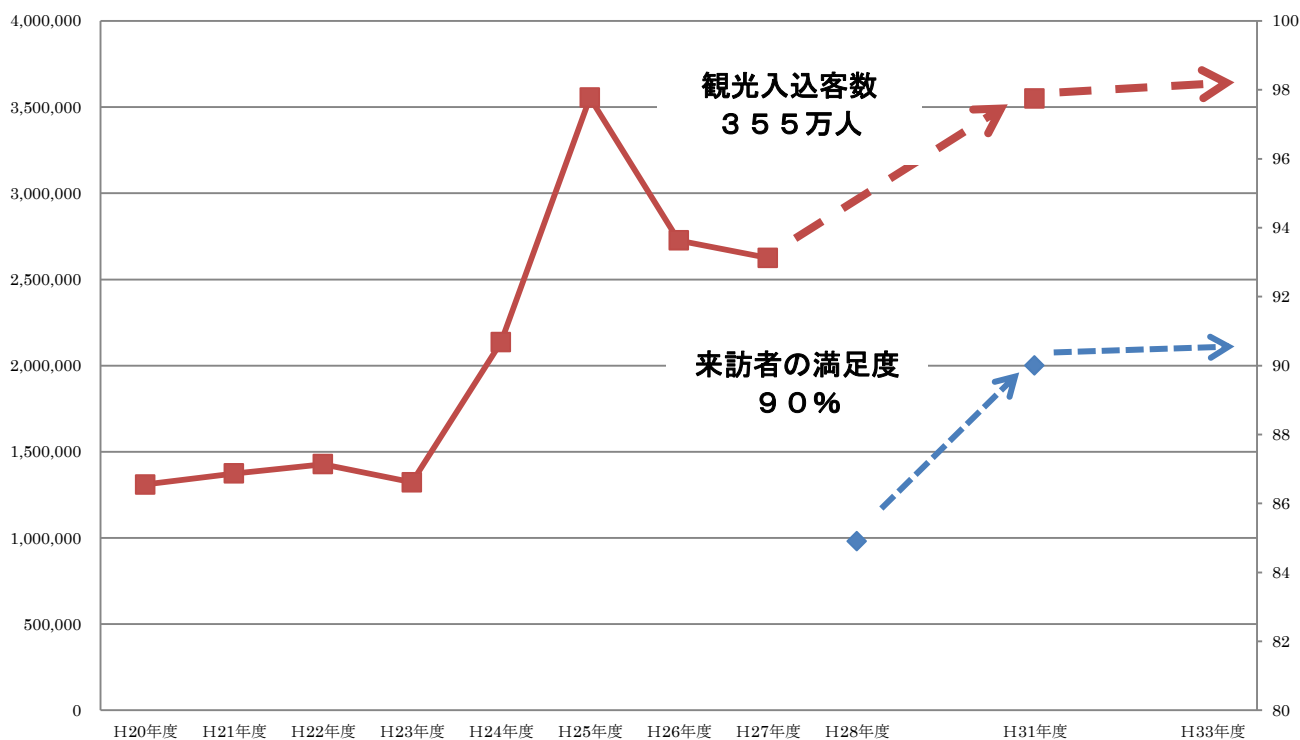
## 4 重要業績評価指標

本計画の目標は、Ⅰ観光入込客数を平成31年度以降は355万人以上にするこ  
と、Ⅱ来訪者の満足度を平成31年度以降は90%以上にするここととしました。Ⅰ  
については「総合戦略」の目標数値です。この目標を達成するためには、新規来  
訪者だけではなく、リピーターを増やすことも必要です。リピーターを増やすた  
めには、本市の来訪満足度を高める必要があります。そのため、常滑市観光ニー  
ズ基礎調査結果の84.9%を基準にⅡの目標数値を定め、重要業績評価指標（K  
PⅠ）を設定します。

※観光入込客数は旧計画の考え方を継承し、本計画では空港島（空港、大規模展示場  
など）の来訪者を除いています。

### 目標となる重要業績評価指標（K P I）

- |   |         |          |            |
|---|---------|----------|------------|
| Ⅰ | 観光入込客数  | 平成31年度以降 | 355万人以上を維持 |
| Ⅱ | 来訪者の満足度 | 平成31年度以降 | 90%以上を維持   |



---

## 第3章 計画の施策内容

本計画の目標を達成するために、以下の3つの方針に基づいた施策に取り組めます。

### 方針①

国内外からの観光需要をうまく取り込めるようにするために、本市にある観光資源を有効に活用できる体制や環境作りを推進します。

### 方針②

トコナメモノを中心にした観光テーマの徹底と来訪者層ごとに狙いを定めた観光施策を推進するとともに、来訪者消費支出を増やす着地型観光を目指します。

### 方針③

エアフロント地区（新しい常滑）、市街地（伝統的な常滑）の地区別に合った観光資源の魅力を高めるとともに、市内全域及び他地域との連携も考慮します。



3つの方針に沿った施策を次ページから示します。


関連する総合戦略や総合計画との整合を図りつつ、観光関係諸団体や市民と連携し、計画期間（平成29年度から33年度）の中で、社会環境の変化や国・県・民間の動きを踏まえて最適な時期・方法で推進していきます。

なお、各施策の推進事項にある、その他の主なアイデア例は、常滑市観光振興計画策定部会において出された提案のうち、実現可能性や方針との整合性を踏まえ抜粋したものです。これらのアイデアはすぐに実現できそうなものとそうでないものが含まれます。

## 方針①

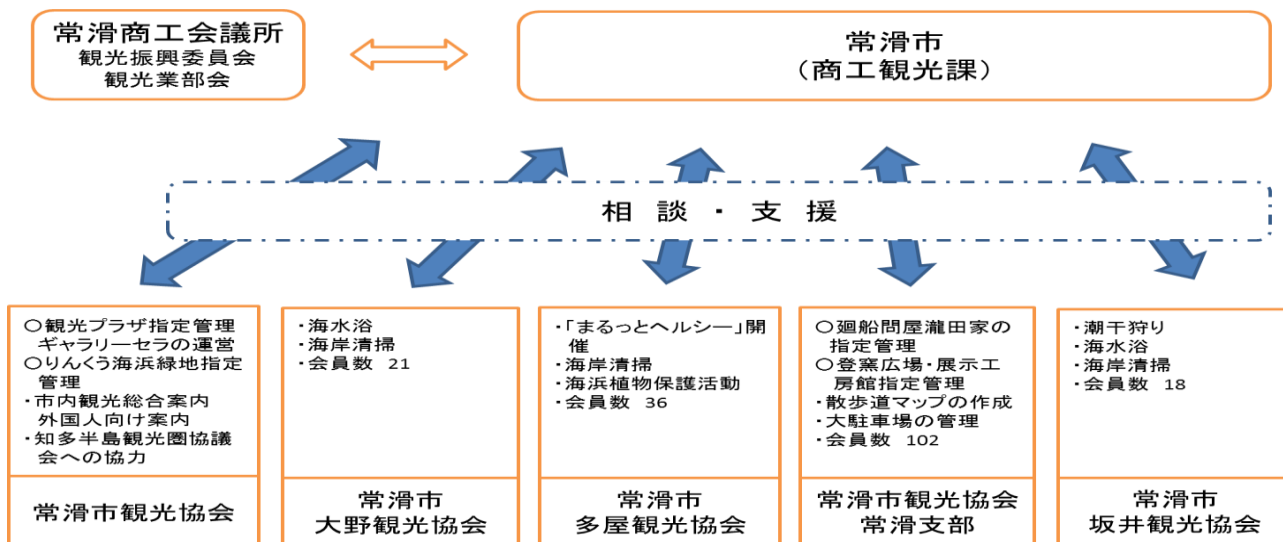
国内外からの観光需要をうまく取り込めるようにするために、本市にある観光資源を有効に活用できる体制や環境作りを推進します。

施策①-1	観光推進組織の強化
推進事項	<p>(1)観光客受入体制の強化（DMO<sup>4</sup>の調査・研究など）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>市、観光協会、商工会議所など関係諸団体で構成する観光推進連絡協議会（仮称）を発足し、最適な観光推進組織を構築するための調査研究を行う。</li> <li>市観光協会と各観光協会・支部との役割の明確化を図る。</li> </ul> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-top: 10px;"> <p>&lt;その他の主なアイデア例&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>観光関係諸団体の情報共有を密にし、フィルムコミッションなど連携が必要な事業を円滑に進める。</li> <li>法人化を含めた観光組織の強化について検討する。</li> </ul> </div>
主な関係団体	市、市観光協会、各観光協会・支部、商工会議所、陶磁器業界、市内事業者

※まち・ひと・しごと創生総合戦略の施策を、第5次総合計画の施策をで示す。

### <現状体制の概念図>

※平成28年12月末現在



#### 4 DMO (Destination Management Organization: デスティネーション・マネジメント・オーガニゼーション)

観光物件、自然、食、芸術・芸能、風習、風俗など当該地域にある観光資源に精通し、地域と協同して観光地域作りを行う法人をいいます。観光庁では、「地域の「稼ぐ力」を引き出すとともに地域への誇りと愛着を醸成する「観光地経営」の視点に立った観光地域づくりの舵取り役として、多様な関係者と協同しながら、明確なコンセプトに基づいた観光地域づくりを実現するための戦略を策定するとともに、戦略を着実に実施するための調整機能を備えた法人」として定義しています。



施策①-2	効果的な観光PRの環境整備
推進事項	<p>(1)各種イベントの開催支援及びPR ㊦㊧</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・市観光協会が市全体の観光についてのコーディネートや情報発信を行う。</li> <li>・ホームページやパンフレットなどを観光客目線で見直す。</li> </ul> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-top: 10px;"> <p>&lt;その他の主なアイデア例&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・MLやSNS<sup>5</sup>などの能動的な情報発信を行う。</li> <li>・四季を通じた本市の観光イベントがわかるカレンダーをHPに掲載する。</li> </ul> </div>
主な関係団体	市、市観光協会、各観光協会・支部、商工会議所

#### コラム No.4 「フィルムコミッションについて」

本市は、ロケ地となることが多いです。突発的な話ばかりで、毎年あるわけではありませんが、映画とドラマの撮影が重なることもあります。雑誌の撮影は、そこまで難しいものではありませんが映画やドラマの撮影をする際、ロケ地の交渉、駐車場、電源の確保、エキストラの募集、弁当・宿泊施設の手配などが必要になります。これらは、市だけでは賅いきれません。例えば、市はロケ地の交渉や撮影期間の調整、エキストラの募集、商工会議所は弁当・宿泊施設の手配、観光協会はロケ地の選定など、各機関がその強みを生かして、対応する必要があると思います。

#### コラム No.5 「観光マップについて」

一般的に観光地で配布される観光マップは、観光施設や飲食店、駐車場など全ての観光に関する情報を一枚の紙に記載しています。これは、観光地側の事情によるのが原因ですが、観光客側に立てば、観光目的にあった情報が記載されているマップの方が使い勝手が良いでしょう。

例えば、奈良市観光協会のホームページには、ウォーキングや博物館など観光目的にあったマップが一覧掲載されています。またマップを作成した団体は別々であり、団体によって観光客にアピールしたいものを分かりやすく掲載しています。

マップを印刷して観光客に配布するか、あるいは観光客にWebからダウンロードして使ってもらいかどちらでもよいので、数種類の目的に応じたマップを用意していくことも方法の一つです。

#### 5 ML・SNS

ML (Mailing List) とは、メーリングリストと呼び、電子メールを使ったインターネット活用法のひとつで複数の人に同じメールを配送できる仕組みのことです。また、SNS (Social Networking Service) はソーシャル・ネットワーキング・サービスの略語であり、インターネット技術を利用した人と人とのつながりを促進・サポートする仕組みのことをいいます。主なサービスには、FaceBook や Twitter があります。

## 方針②

トコナメモノを中心にした観光テーマの徹底と来訪者層ごとに狙いを定めた観光施策を推進するとともに、来訪者消費支出を増やす着地型観光を目指します。

<p>施策②-1</p>	<p>トコナメモノを生かした常滑ファン層の獲得</p>
<p>推進事項</p>	<p>(1)常滑焼を活用した体験型観光の推進          ・様々なトコナメモノを楽しむ体験型イベントを開催する。</p> <p>(2)新たな散歩道コースの検討④          ・来訪者の特性や目的に合ったコースを検討する。</p> <p>(3)とこなめ招き猫通りの充実④          ・とこなめ招き猫通りからイオンモール常滑の招き猫ストリートまでの招き猫にちなんだ動線整備を検討する。</p> <p>(4)観光拠点整備の推進④          ・土管坂休憩所や陶磁器会館の魅力向上を図る。</p> <p>(5)やきもの散歩道における空き工場等の利活用の検討④          ・空き家バンクの検討及び整備を行う。</p> <p>(6)常滑のファンづくり          ・常滑を応援するサポーター制度の仕組みを作る。          ・ボートレースと連携したファンづくりを推進する。</p> <p>(7)常滑焼の器を使用する飲食店の増加促進          ・補助制度などの増加策を講じる。</p> <div style="border: 1px dashed black; padding: 5px; margin-top: 10px;"> <p>&lt;その他の主なアイデア例&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・常滑焼の器を使った料理コンテストを行う。</li> <li>・空き家を利用して滞在型の常滑焼ワークショップを開催する。</li> <li>・体験型の農業や漁業を観光資源として活用する。</li> <li>・新たな観光素材となるトコナメモノを発掘する。</li> <li>・体験型旅行商品の造成を促進する。</li> </ul> </div>
<p>主な関係団体</p>	<p>市、市観光協会、各観光協会・支部、商工会議所、陶磁器業界、市内事業者、市民団体、市民</p>

施策②-2	常滑の文化でのおもてなし
推進事項	<p>(1) 市民自ら常滑の文化に誇りを持ち、来訪者にもてなす</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ トコナメモノのコンテストを開催するなど、市民がトコナメモノに愛着を持つ取組みを実施する。</li> <li>・ 子供たちの作陶体験の機会を増やす。</li> <li>・ 市民による観光案内を促進する。</li> <li>・ 事業所や各家庭において常滑焼の急須を使ってお茶を淹れるなど、トコナメモノでのおもてなしを推奨する。</li> </ul> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-top: 10px;"> <p>&lt;その他の主なアイデア例&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 常滑焼を使った写真のコンテストを行う。</li> <li>・ 学校で常滑焼の茶器を使う。</li> </ul> </div>
主な関係団体	市、市観光協会、各観光協会・支部、商工会議所、陶磁器業界、市内事業者、小中学校、市民

施策②-3	トコナメモノを味わう仕組み作り
推進事項	<p>(1) 特産品を生かしたお土産や料理の研究、発信 ㊦</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 定番となる常滑グッズやお土産を開発して生産販売する。</li> <li>・ 常滑土産と一目で分かるパッケージづくりに取り組む。</li> <li>・ 郷土料理や特産品を活用した料理を情報発信する。</li> </ul> <p>(2) 常滑焼の器を使用する飲食店の増加促進（再掲）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 補助制度などの増加策を講じる。</li> </ul> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-top: 10px;"> <p>&lt;その他の主なアイデア例&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ お土産（グルメ）の提案コンテストを開催して商品化する。</li> <li>・ 郷土寿司（押し寿司）のコンテストを行う。</li> <li>・ 本市公式キャラクター「トコタン」を活用したお土産の開発を市内事業者にも協力依頼する。</li> </ul> </div>
主な関係団体	市、市観光協会、各観光協会・支部、商工会議所、陶磁器業界、市内事業者

### コラム No. 6 「市外来訪者の購入品目と購入額」

常滑市観光ニーズ基礎調査の結果、市外来訪者のうち、やきもの散歩道を訪れた人の 44.8%、イオンモール常滑を訪れた人の 49.3% が何らかの商品を購入したことが分かりました。また、市外来訪者全体の購入割合は 47.4% でした。

購入品目別の平均購入額と購入品目全ての総平均購入額は右のとおりです。ただし、これらの数値は来訪者 1 人ではなく、1 グループの数値です。

観光振興で本市経済を活性化させるためには、飲食やお土産を通じて常滑を味わってもらい、来訪者 1 グループ当たりの消費額を高めることが必要になります。

	全体	購入者数	購入者割合
やきもの散歩道	116	52	44.8%
イオンモール常滑	152	75	49.3%
合計	268	127	47.4%

品目	平均購入額
陶磁器	4,188円
食事	4,121円
お土産	3,333円
日用雑貨	4,096円
食料品	1,674円
衣服	5,861円
靴	5,000円
家電	3,000円
その他	6,000円
総平均購入額	3,602円

出所 本市観光ニーズ基礎調査より

### コラム No. 7 「常滑市産業連関表による観光の経済効果」

購入品目	購入額合計 (円)
陶磁器	17,370,000
食事	17,370,000
お土産(食料品)	17,370,000
駐車場	5,790,000
合計	57,900,000

経済波及効果	60,384,244
--------	------------

仮に、市外来訪者の購入者割合を 47.4% から 60% に高め、1 グループ当たりの消費額合計を 5,000 円分(陶磁器、食事、お土産をそれぞれ 1,500 円、駐車場を 500 円)増やすことができたとして、本市の人口にほぼ相当する 19,300 グループ(1 グループ 3 人で計算)が本市に来訪して商品を購入した場合の経済効果を本市産業連関表を使って推計してみました。

前提条件から、5,790 万円分の商品が購入されることになり、同額分の需要が新たに生じることになります。

さらに、関連産業への波及も合わせると、最終的に市内産業の生産高は、合計約 6,000 万円分増加することになります。

### 方針③

エアフロント地区（新しい常滑）、市街地（伝統的な常滑）の地区別に合った観光資源の魅力を高めるとともに、市内全域及び他地域との連携も考慮します。

施策③-1	エアフロント地区と市街地の観光資源の魅力向上
推進事項	<p>(1) 中部臨空都市の魅力づくりの促進 ㊦</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・CHITACATプロジェクトの充実を図る。</li> </ul> <p>(2) エアフロント地区の発展を生かした観光の推進</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・平成31年開設予定の国際展示場など、新たな観光状況の変化に対応した積極的な観光PRを行う。</li> </ul> <p>(3) 観光拠点整備の推進（再掲） ㊦</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・土管坂休憩所や陶磁器会館の魅力向上を図る。</li> </ul> <p>(4) やきもの散歩道における空き工場等の利活用検討（再掲） ㊦</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・空き家バンクの検討及び整備を行う。</li> </ul> <p>(5) 両地区の魅力を伝える来訪者の増加策</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・両地区にある店舗を巡るスタンプラリーを実施する。</li> <li>・観光振興に資するアンケート調査を行う。</li> </ul> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-top: 10px;"> <p>&lt;その他の主なアイデア例&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・国際展示場利用者に市内飲食施設などの周知を行う。</li> <li>・両地区の魅力を伝える観光マップを作成する。</li> <li>・両地区にある招き猫オブジェを巡るスタンプラリーを行う。</li> </ul> </div>
主な関係団体	市、市観光協会、各観光協会・支部、商工会議所、中部国際空港、イオンモール常滑、市内事業者

#### コラム No.8 「エアフロント地区と市街地との来訪者の違い」

常滑市観光ニーズ基礎調査結果では、エアフロント地区への来訪者は、商業施設や中部国際空港を訪れ、市街地域に移動する人はほとんどいませんでした。一方、市街地への来訪者は、エアフロント地区にも行くことが分かりました。

これらのことから、両地区への来訪者は、来訪目的が異なり、それぞれの目的に合致した地区へ来訪しています。したがって、今後の本市の観光を進めるに当たっては、観光来訪者の目的に合った地区ごとの観光ルートの作成や、魅力を高めることが必要です。

施策③-2	市内全域にある観光資源の活用と広域連携
推進事項	<p>(1)常滑市内を巡る観光ルートの設定</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・世間遺産などの地域資源を活用した各地区の魅力をPRする。④</li> <li>・北部及び南部の観光資源を活用した観光振興を促進する。</li> </ul> <p>(2)サイクリングを楽しめる環境作りの推進④</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・知多半島の自転車ツーリングを楽しむ人たちへの情報提供を行う。</li> </ul> <p>(3)日本遺産の認定申請及び活用(六古窯、あいち醸造文化)④</p> <p>(4)インバウンドに対応する取組④</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・観光マップ等の多言語化、マスメディアの活用を実施する。④⑤</li> <li>・無料公衆無線LAN(Wi-Fi)設置を推進する。④⑤</li> <li>・消費税免税制度を活用したショッピングツーリズムを推進する。④⑤</li> </ul> <p>(5)広域観光の推進⑤</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・広域観光周遊ルート「昇龍道プロジェクト」を活用する。④⑤</li> <li>・知多半島観光圏協議会により広域的な観光振興を促進する。⑤</li> <li>・東海地区外国人観光客誘致促進協議会に参加し、外国人観光客の誘致に努める。⑤</li> </ul> <div style="border: 1px dashed black; padding: 5px; margin-top: 10px;"> <p>&lt;その他の主なアイデア例&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・市内寺社仏閣と提携したウォーキングコースを設定する。</li> <li>・市内と近隣市町を結ぶ広域観光ルートの提案及び発信。</li> <li>・海を生かしたイベントの充実を図る。</li> <li>・観光施設への交通の手段(タクシーやバス)や情報(駐車場など)の提供。</li> <li>・知多半島のドライブ情報を提供。</li> <li>・広域的なイベントを誘致し、近隣市町と連携して集客を図る。</li> <li>・インバウンド対応の多言語化情報の提供を促進する。</li> <li>・MLやSNSなどの能動的な情報発信を行う。(再掲)</li> </ul> </div>
主な関係団体	市、市観光協会、各観光協会・支部、商工会議所、知多半島観光圏協議会、近隣市町の観光協会、市内事業者、地区住民

---

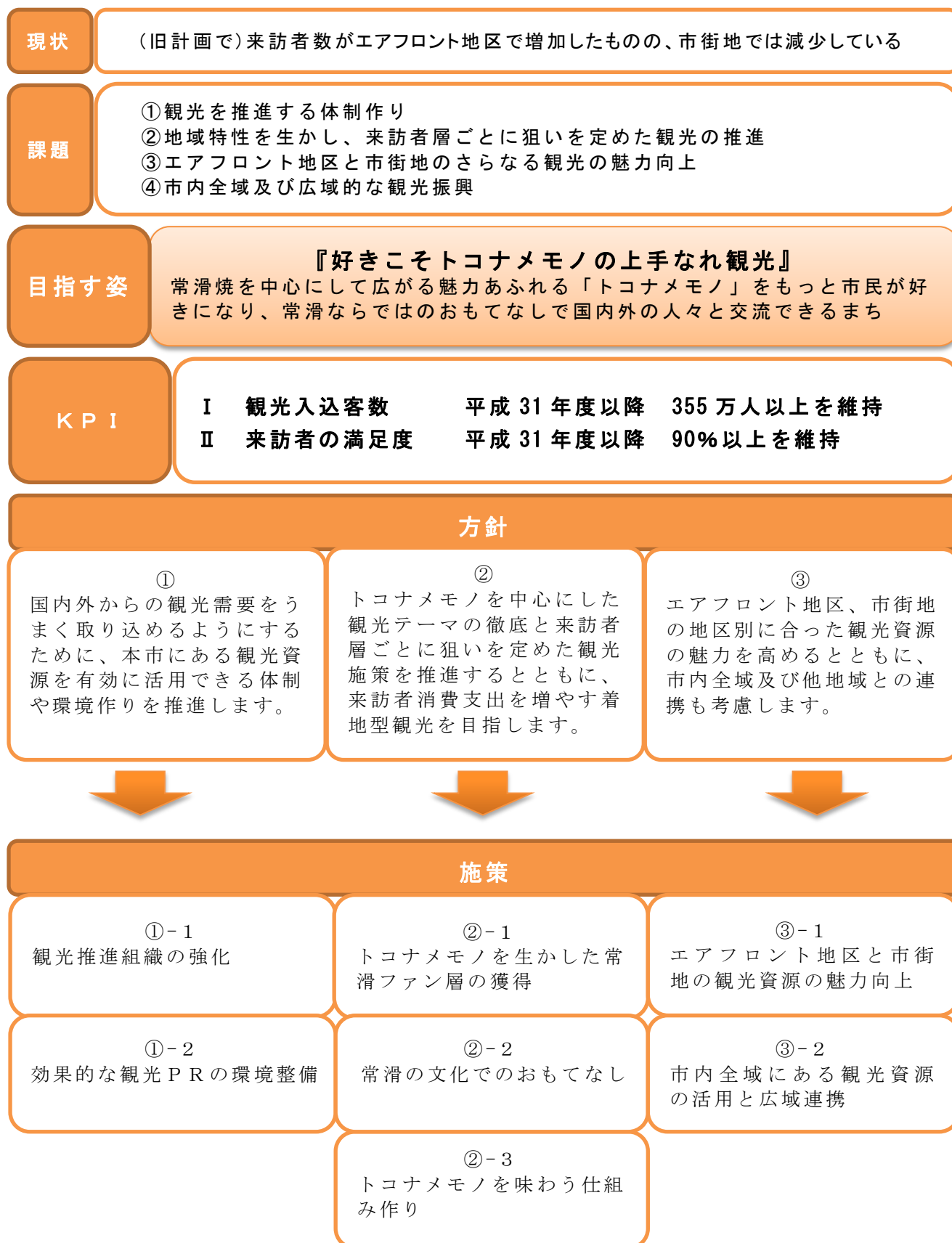
## 第4章 計画の推進

本市の観光振興を図るためには、市、観光関連団体、市民間などの連携を円滑に行える体制作りが必要不可欠です。本市を取り巻く環境は変化しており、体制も環境の変化に対応するものでなくてはなりません。

本計画の取組みとしては、最初に観光推進連絡協議会（仮称）を設置して、最適な観光推進体制を構築し、各施策を計画期間（平成29年度から33年度）の中で、社会環境の変化や国・県・民間の動きを踏まえて最適な時期・方法で推進していきます。

また、計画の進捗状況や成果の見直しについては、PDCAサイクルに基づいて行います。

## 常滑市観光振興計画 2017 体系図 (計画期間 平成 29 年度～33 年度)





## 補章 参考資料

### 常滑市観光ニーズ基礎調査結果

#### 1. 調査概要

調査件数 268 件（①やきもの散歩道 116 件、②イオンモール常滑 152 件）

##### 第 1 回 常滑市観光ニーズ基礎調査

日時 8 月 27 日（土）10：00～16：00

場所 ①やきもの散歩道、②イオンモール常滑

調査方法 聞き取り調査

調査件数 90 件（①やきもの散歩道 35 件、②イオンモール常滑 55 件）

##### 第 2 回 常滑市観光ニーズ基礎調査

日時 10 月 16 日（日）10：00～16：00

場所 ①やきもの散歩道、②イオンモール常滑

調査方法 聞き取り調査

調査件数 178 件（①やきもの散歩道 81 件、②イオンモール常滑 97 件）

#### 2. 結果のまとめ

##### （1）常滑市来訪者の特徴

エアフロント地区（イオンモール常滑）と市街地（やきもの散歩道）への来訪者は層が異なる。

	エアフロント地区 （イオンモール常滑）	市街地 （やきもの散歩道）
年齢	30 歳代～60 歳代が中心 ⇒ファミリー層	20～50 歳代が中心 ⇒夫婦と友人
居住地	東海圏	東海圏+東海圏外
来訪回数	リピーターが多い ⇒買い物	初めての来訪者が多い ⇒東海圏居住者で初来訪者は、約 39%

## (2) 再来訪について

エアフロント地区の 80.2%、市街地の 67.2%の来訪者は、1 年以内に再来訪を検討している。このことから、来訪者がリピーターとなる可能性は高い。

1年以内の再来訪の予定	イオンモール常滑		やきもの散歩道		全体	
	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合
そう思う	81	59.6%	48	43.6%	129	52.4%
やや思う	28	20.6%	26	23.6%	54	22.0%
どちらでもない	15	11.0%	13	11.8%	28	11.4%
あまり思わない	3	2.2%	6	5.5%	9	3.7%
思わない	2	1.5%	10	9.1%	12	4.9%
未回答	7	5.1%	7	6.4%	14	5.7%
対象外(市内在住者)	16	-	6	-	22	-
合計	152	100.0%	116	100.0%	268	100.0%

※四捨五入の関係で合計が 100%にならない場合がある。

## (3) 満足度と再来訪について

市街地の来訪者で「満足」、「やや満足」と回答した人は全体の 87.2%であるが、一年以内の再来訪を検討している人は全体の 61.8%であった。一方、エアフロント地区の来訪者で「満足」、「やや満足」と回答した人は全体の 83.1%であるが、一年以内の再来訪を検討している人は全体の 71.2%である。

### 1年以内の再来訪を検討しているか

やきもの散歩道	1年以内の再来訪を検討しているか		どちらでもない	あまり思わない	思わない	未回答	合計
	そう思う	やや思う					
満足	32.7%	8.2%	4.5%	1.8%	4.5%	1.8%	53.6%
やや満足	7.3%	13.6%	5.5%	3.6%	1.8%	1.8%	33.6%
どちらでもない	2.7%	0.9%	1.8%	0.0%	1.8%	0.9%	8.2%
やや不満	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
不満	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
未回答	0.9%	0.9%	0.0%	0.0%	0.9%	1.8%	4.5%
合計	43.6%	23.6%	11.8%	5.5%	9.1%	6.4%	100.0%

### 1年以内の再来訪を検討しているか

イオンモール常滑	1年以内の再来訪を検討しているか		どちらでもない	あまり思わない	思わない	未回答	合計
	そう思う	やや思う					
満足	36.0%	6.6%	2.2%	0.0%	0.7%	2.9%	48.5%
やや満足	15.4%	13.2%	2.9%	1.5%	0.7%	0.7%	34.6%
どちらでもない	5.9%	0.7%	5.9%	0.7%	0.0%	1.5%	14.7%
やや不満	0.7%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.7%
不満	1.5%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	1.5%
合計	59.6%	20.6%	11.0%	2.2%	1.5%	5.1%	100.0%

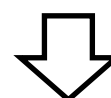
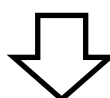
※四捨五入の関係で合計が 100%にならない場合がある。

(4) エアフロント地区（イオンモール常滑）と市街地（やきもの散歩道）との間にある来訪者の流動性について

エアフロント地区の来訪者は、エアフロント地区内を移動するが、近隣市町には移動しない。一方、市街地の来訪者は別の市街地やエアフロント地区にも移動する人がある。また近隣市町にも移動する。

○来る前に立ち寄った場所

	イオンモール常滑 回答数	やきもの散歩道 回答数	全体 回答数
<b>常滑市内</b>	<b>20</b>	<b>12</b>	<b>32</b>
セントレア	8	1	9
コストコ中部空港	7	1	8
常滑市内	1	3	4
セラモール	2	1	3
めんたいパーク常滑	2	1	3
りんくうビーチ		2	2
陶磁器会館		2	2
イオンモール常滑		1	1
<b>知多半島内</b>	<b>3</b>	<b>9</b>	<b>12</b>
美浜町		4	4
南知多町	1	2	3
半田市	1		1
知多市		1	1
阿久比町	1		1
知多半島		2	2



○来た後に立ち寄る場所

	イオンモール常滑 回答数	やきもの散歩道 回答数	全体 回答数
<b>常滑市内</b>	<b>57</b>	<b>29</b>	<b>86</b>
セントレア	45	1	46
めんたいパーク常滑	2	6	8
コストコ中部空港	3	5	8
イオンモール常滑	1	6	7
常滑市内	1	2	3
セラモール		2	2
カインズホーム	1	1	2
ジェット焼き肉店	1		1
コストコ, セントレア	1		1
コストコ, 競艇場		1	1
マーゴの湯	1		1
INAXライブミュージアム		1	1
ベイシア(常滑市内)	1		1
りんくうビーチ		1	1
土管坂		1	1
駅前個展場所		1	1
やきもの散歩道		1	1
<b>知多半島内</b>	<b>3</b>	<b>10</b>	<b>13</b>
知多半島	1	1	2
南知多町	1	1	2
篠島		1	1
日間賀島		2	2
半田市		2	2
ごんぎつねの湯		1	1
豊浜		1	1
東海市		1	1
阿久比町	1		1

---

(5) 常滑来訪者の滞在時の支出について

エアフロント地区と市街地の来訪者のうち、何らかのものを購入した割合（購入者割合）、及び1人あたりの平均消費額はとおりである。

	全体	購入者数	購入者割合
やきもの散歩道	116	52	44.8%
イオンモール常滑	152	75	49.3%
合計	268	127	47.4%

品目	1人あたり平均消費額
陶磁器	4,188 円
食事	4,121 円
お土産	3,333 円
日用雑貨	4,096 円
食料品	1,674 円
衣服	5,861 円
靴	5,000 円
家電	3,000 円
その他	6,000 円
総平均	3,602 円

(6) 常滑市観光の魅力について

回答者は268名中239名であった。239名から常滑市在住の22名を除いた217名から、以下の結果が得られた。

<常滑市の魅力を表わす言葉>

- ・「焼き物」、「招き猫」、「セントレア」、「やきもの散歩道」という回答が多い。
- ・「焼き物」、「招き猫」という言葉は、ほぼ単体で使われている。
- ・「セントレア」という言葉は、「イオン」、「コストコ」、「買い物」「利便性」という言葉が関連して使われている。
- ・「やきもの散歩道」という言葉は、「坂道」、「街並み」、「レトロ」、「アート」、「おしゃれ」といった言葉が関連して使われている。
- ・「良い」という言葉は、景色や街並みなど環境が良いという意味に使われている。
- ・「新しい町と古い町の混在」というように「新しい」や「古い」といった言葉も街並みを表現する際に肯定的に使われている。

- ・このアンケートは、常滑市観光振興計画策定のために使用します。
- ・無記名で回答してもらい、統計的な処理を行いますので個人が特定されることはありません。
- 何卒ご協力下さいますようお願い申し上げます。 常滑市、日本福祉大学

問 1 性別をお答え下さい。

① 男 ② 女

問 2 年齢をお答え下さい。

① 10歳代 ② 20歳代 ③ 30歳代 ④ 40歳代  
⑤ 50歳代 ⑥ 60歳代 ⑦ 70歳代以上

問 3 現在お住まいの住所をお答え下さい。

( ) 都道府県 ( ) 市町村 ( ) 区

問 3-1 常滑市以外に居住の方のみにお聞きします。

今年、何回常滑市にお越しになりましたか。( ) 回

また、1年以内に常滑市への再来訪を検討しますか。○をつけて下さい。

そう思う

やや思う

どちらでもない

あまり思わない

思わない

問 4 今回、誰と一緒に来たのかお答え下さい。

{ }

問 5 今回、常滑市に来たきっかけは何ですか。

{ }

問 6 今回、常滑市にはどのような交通手段でいらっしゃいましたか。

{ }

問 7 この場所に来る前と来た後の移動場所について答え下さい。

( ) → 現在地 → ( )

問 8 本日、ここで何を買いましたか。またその値段はいくらでしたか。

購入したもの	数量	支払った金額（総額）
		円
		円
		円

問 9 今回の常滑市への来訪は満足しましたか。○をつけて下さい。

満足

やや満足

どちらでもない

やや不満

不満

問 10 あなたが考える常滑市の魅力についてお答え下さい。

{ アンケートは以上で終了です。ご協力ありがとうございました。 }

---

## 常滑市観光振興計画 2017 策定の経緯

### 平成 28 年

7 月 27 日	第 1 回常滑市観光振興策定委員会を設置、開催 第 1 回常滑市観光振興計画策定部会を設置、開催
8 月 27 日	第 1 回常滑市観光ニーズ基礎調査 実施
9 月 14 日	第 2 回常滑市観光振興計画策定部会を開催
10 月 16 日	第 2 回常滑市観光ニーズ基礎調査 実施
10 月 26 日	常滑商工会議所、市観光協会、市観光協会常滑支部へのヒアリング調査 実施
11 月 9 日	第 3 回常滑市観光振興計画策定部会を開催
12 月 7 日	第 4 回常滑市観光振興計画策定部会を開催
12 月 14 日	第 2 回常滑市観光振興策定委員会を開催

### 平成 29 年

1 月 24 日	計画（案）を常滑市市議会協議会に提出
1 月 25 日～2 月 24 日	計画（案）についてパブリックコメント 実施
2 月下旬～3 月上旬	常滑市観光振興計画 決定・公表

---

## 常滑市観光振興策定委員会設置要領

### (設置)

第1条 常滑市観光振興計画の策定に当たり、必要事項を調査及び審議することを目的として、常滑市観光振興計画策定委員会（以下「委員会」という。）を設置する。

### (組織)

第2条 委員会は、別表第1に定める委員で組織する。

2 委員会の円滑な運営を図るため、委員会に部会を設置し、別表第2に定める部会員で組織する。

3 委員及び部会員は市長が委嘱又は任命する。

### (役員)

第3条 委員会に次の役員を置く。

(1) 会長 1人

(2) 副会長 1人

2 会長及び副会長は、市長が指名する。

### (役員職務)

第4条 会長は、委員会を代表し会務を総理する。

2 副会長は、会長を補佐し、会長に事故あるときはその職務を代理する。

### (委員任期)

第5条 委員の任期は、常滑市観光振興計画の策定が完了するまでとする。

### (会議)

第6条 委員会の会議は、必要に応じて会長が招集し、会長が議長となる。

2 会長は、必要があると認めるときは、委員以外の者を委員会へ出席させることができる。

### (部会)

第7条 部会に部会長及び副部会長を置き、会長が指名する。

2 部会は、必要に応じて部会長が招集し、部会長が議長となる。

3 部会長は、必要があると認めるときは、部会員以外の者を部会へ出席させることができる。

### (事務局)

第8条 委員会及び部会の事務を処理するため、事務局を環境経済部商工観光課に置く。

### (雑則)

第9条 この要領に定めのない事項については、会長が別に定める。

### 附 則

この要領は、平成28年7月から施行する。

---

別表第1（第2条第1項関係）

No.	所属等	氏名
1	知多半島総合研究所 所長、国際福祉開発学部 教授	◎千頭 聡
2	知多半島総合研究所地域・産業部 部長、経済学部 准教授	鈴木 健司
3	常滑商工会議所 副会頭	澤田 研一
4	常滑市観光協会 会長	○藤井 良秀
5	知多半島観光圏協議会事業推進事務所 所長	森田 雅則
6	とこなめ焼協同組合 理事長	渡辺 敬一郎
7	常滑陶磁器卸商業協同組合 理事長	伊奈 義隆
8	とこなめ焼卸団地協同組合 副理事長	水野 誠史郎
9	常滑市陶業陶芸振興事業運営委員会 会長	伊奈 啓一郎
10	中部国際空港株式会社 執行役員	上用 敏弘
11	名古屋鉄道株式会社中部支配人室営業総務課 課長	山田 継昭
12	知多乗合株式会社 取締役バス営業本部長	坂本 直也
13	愛知県タクシー協会知多支部 支部長	藤田 重記
14	あいち知多農業協同組合 経営企画室長	山本 敏明
15	常滑市水産振興会 会長	久田 茂夫
16	常滑国際交流協会 会長	市原 昌
17	名鉄観光サービス株式会社常滑支店 店長	成瀬 和子
18	知多信用金庫常滑中央支店 次長	手嶋 正揮 (平田 雄也)
19	中部経済新聞知多支社	久川 光行
20	愛知県振興部 観光推進監	大参 澄夫
21	常滑市環境経済部 部長	竹内 洋一

(◎は会長、○は副会長)

(順不同・敬称略)



別表第2（第2条第2項関係）

No.	所属等	氏名
1	知多半島総合研究所顧問、知多半島観光圏協議会副会長	◎山本 勝子
2	知多半島総合研究所地域・産業部 部長、経済学部 准教授	鈴木 健司
3	知多半島総合研究所所員、まちづくり研究センター准教授	松岡 崇暢
4	常滑商工会議所 専務理事	小野木三郎
5	常滑市観光協会 事務局長	鈴木 守道
6	常滑市大野観光協会 会長	門井 正気
7	常滑市多屋観光協会 会長	清水 昭博
8	常滑市観光協会常滑支部 支部長	梅原 淳
9	常滑市坂井観光協会 会長	永田 浩之
10	常滑商工会議所観光振興委員会 委員長	○稲葉 憲辰
11	とこなめ焼協同組合 理事長	渡辺 敬一郎
12	常滑陶磁器卸商業協同組合 理事長	伊奈 義隆
13	とこなめ焼卸団地協同組合 副理事長	水野 誠史郎
14	中部国際空港株式会社経営企画部地域・環境グループ	神田 幸信
15	名古屋鉄道株式会社中部支配人室営業総務課 主任	伊藤 和浩
16	知多乗合株式会社 取締役バス営業本部長	坂本 直也
17	愛知県タクシー協会知多支部 支部長	藤田 重記
18	株式会社Jホテル 代表取締役 CEO	坂田 久幸
19	あいち知多農業協同組合 常滑事業部長	榎本 隆男
20	株式会社ブルーチップ 代表取締役	馬場 憲之
21	有限会社デイリーファーム 代表取締役	市田 真新
22	I N A Xライブミュージアム 館長	住宮 和夫
23	盛田味の館 館長	石井 誠
24	株式会社かねふくめんたいパーク 営業本部長	竹内 秀吉
25	名古屋トヨペット株式会社NTPマリーナりんくう店長	濱田 文生
26	イオンモール常滑	楊 夢雨
27	知多半島ケーブルネットワーク株式会社企画管理部企画課 係長	伊奈 千晴
28	有限会社メディアマガジンメディア事業部 編集長	小濱 敬子
29	常滑商工会議所青年部 会長	相川 光久
30	常滑青年会議所 理事長	村田 由嗣
31	笑福猫舎 会長	村田 一夫
32	株式会社知多半島ナビ 代表取締役	榊原 裕高
33	とこなめ未来絵ネットワーク 事務局	二宮 祐子

34	常滑クラフトフェスタ実行委員会	森 葉月
35	クラトコ実行委員会 代表	金成 潤子
36	ねこと美女プロジェクト	竹内 悠 (鯉江 恵子)
37	みんなの縁がわ	渡辺 美佐
38	トコナメハブトーク	水野 太史
39	スマイルコンテナ 代表	伊藤 豊
40	澤田酒造株式会社 代表取締役社長	澤田 薫
41	株式会社CCN 代表取締役	常 春
42	常滑屋	伊藤 悦子
43	バー&ビストロ共栄窯	川合 広一郎
44	TOKONAME STORE	鯉江 優次
45	m o r r i n a	三好 史織
46	TSUNE ZUNE 常々	河合 忍
47	常滑みんなの家い	守山 昌範
48	ヒルズハウス	山中 和子
49	デザイナー	高橋 孝治
50	常滑市民病院経営企画室	森下 真穂
51	常滑市環境経済部商工観光課 課長	宮島 基弘

(◎は部会長、○は副部会長)

(順不同・敬称略)

(事務局)

所属	氏名
常滑市環境経済部商工観光課 副主幹	浜崎 博充
常滑市環境経済部商工観光課 主事	鈴木 将弘

(事務局支援)

所属	氏名
知多半島総合研究所地域・産業部 部長、経済学部 准教授	鈴木 健司
知多半島総合研究所所員、まちづくり研究センター 准教授	松岡 崇暢

**常滑市観光振興計画 2017（平成 29 年度～平成 33 年度）**

発 行 平成 29 年 月

編集・発行 常滑市環境経済部商工観光課

住 所 〒479-8610 愛知県常滑市新開町四丁目 1 番地

電 話 0569-35-5111

F A X 0569-35-3939

e - m a i l kankou@city.tokoname.lg.jp

U R L <http://www.city.tokoname.aichi.jp/index.html>