

三河湖観光周辺整備活用計画

令和5年3月

豊田市

三河湖観光周辺整備活用計画

目次

1. 計画の背景と目的	1
1-1. 計画の背景	1
1-2. 現在の三河湖周辺図	3
1-3. 計画の目的と計画期間	4
2. 整備・活用の基本理念	5
2-1. 基本理念の設定	5
2-2. 検討の視点	7
3. 現状と今後の方向性	8
3-1. 三河湖の観光地としての魅力向上	8
3-2. 地域資源の維持・活用	10
3-3. 観光まちづくりの担い手育成・確保	11
4. 整備・活用計画の主な取組み	13
4-1. 取組みと具体的事業	14
5. 三河湖周辺の各施設別の整備・活用方針	18
6. 三河湖観光センターの整備・活用について【重点事業】	24
7. 事業効果	30
7-1. 定性的な事業効果	30
7-2. 定量的な事業効果の算出	31
8. 事業の進め方	34
8-1. 整備活用の推進の考え方	34
8-2. 計画事業のロードマップ	35
8-3. 重点事業及び体制づくりについて	36
9. 資料編	37
9-1. 三河湖の観光客数の現状	37
9-2. 豊田市の外部環境を取り巻く変化	46
9-3. 市関連計画の整理	50

1.計画の背景と目的

1-1. 計画の背景

(1) 三河湖観光の始まり

昭和 38（1963）年、西三河地方における農業用水の確保を目的として農林省（現・農林水産省）により、羽布ダムが建設されました。ダム湖を生かした観光地として開発するため、地域住民が中心となって現在の三河湖観光センターの前身となる施設を出店し、遊覧船・ボートの運用も始まりました。また、昭和 40（1965）年に当時の愛知県知事から「三河湖」の命名を受け、三河湖を中心とした観光地の形成に力を入れてきました。

その後、昭和 45（1970）年には三河湖を含む一帯が「愛知高原国立公園」として指定され、下山村観光協会が発足しました。そして、観光協会を中心に三河湖春・秋祭りなど各種イベントが活発に行われました。また、名物である「下山五平餅」も、三河湖で観光客をもてなそうと始まったとされています。観光地として価値を高めていく中で、昭和 40（1965）年には年間 30 万人であった下山村の観光入込客数は、平成 8（1996）年には年間 108 万人となるなど、三河湖は村内最大の観光地となりました。

(2) 三河湖観光センターなどの施設整備

三河湖周辺には飲食施設や宿泊施設などの観光施設が進出し、昭和 54（1979）年には下山村（現・豊田市）が現在の三河湖観光センターを整備しました。その後、下山村が「香恋の館」（平成 8（1996）年）や「手づくり工房山遊里（以下「山遊里」という。）」（平成 11（1999）年）などの施設を建設し、下山地区の魅力を活かした観光振興が進みました。

「香恋の館」は水車と香りをテーマとして、村のシンボル性とイメージを高めるために整備しました。下山村の地場産業が「線香」であることに由来し、農山村の家と水車を再現したものです。「山遊里」は「食」と「産業」をテーマに、地域農産物の活用をめざした交流施設として整備しました。

(3) 三河湖観光から観光まちづくりへ

平成 20（2008）年度に三河湖周辺整備基本計画（以下「従前計画」という。）を策定しました。この計画は、下山地区の観光拠点である美しい三河湖を後世に残し、都市住民へ憩いの場を提供することで観光まちづくりを推進することを目的とし、具体的な整備計画を盛り込んだものです。

従前計画以降、三河湖園地や水辺の散歩道などの整備を実現しましたが、平成 21 年のリーマンショックに端を発する世界同時不況や、少子高齢化の進展等による豊田市の財政状況の悪化などから、計画で位置付けられた事業の一部しか整備は進んでいません。この間に従前計画策定時から観光客のニーズが変化するとともに観光施設の老朽化等に伴い、観光客数

は減少してきました。

このような状況を踏まえ、下山地区の観光関連団体等と協議して、しもやま観光戦略プランを令和 2（2020）年度に策定しました。このプランでは「冒険！体験！発見！しもやま」をコンセプトとして、観光まちづくりを推進する取組であるアクションプラン（主にソフト事業）を定めました。

(4) 今後の観光まちづくりに向けて

令和 2（2020）年以降の新型コロナウイルスの流行により、感染予防の観点から、屋外の密にならない観光として、アウトドアの観光施設利用者が全国的に増えています。三河湖においても令和元（2019）年度までは観光客数が減少傾向にありましたが、令和 2（2020）年度、3（2021）年度とも観光客数が前年度より増加しており、アウトドアのニーズが高まっていることが推察されます。

令和 4（2022）年 11 月には世界ラリー選手権（以下「WRC」という。）の日本ラウンドである「FIA 世界ラリー選手権 フォーラムエイト・ラリージャパン 2022」が愛知県・岐阜県で開催されました。本市はスペシャルステージ（SS）のコースとなっており、三河湖畔にある原石山広場が三河湖 SS のゴール地点となりました。令和 5（2023）年から 3 年間は本市が主催となって、WRC を開催することが決まっています。

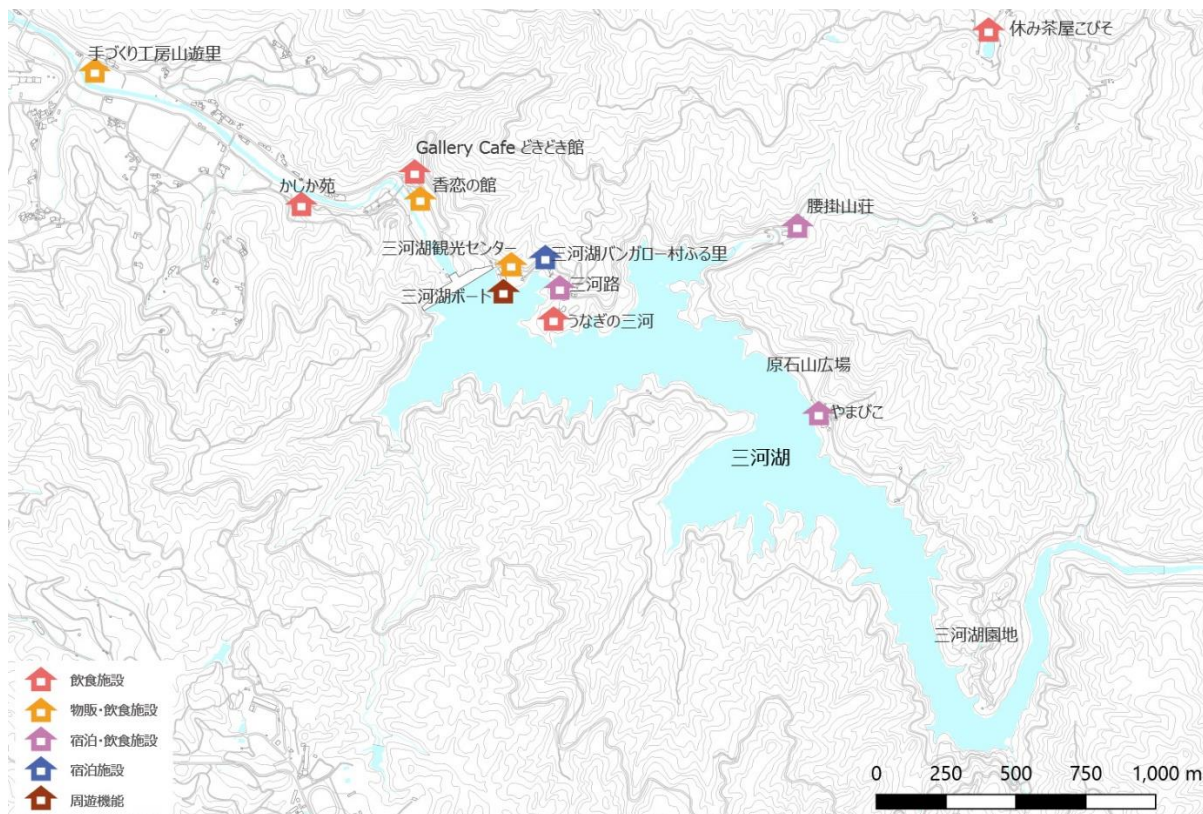
WRC の開催は、三河湖の知名度を国内外に広げるための絶好の機会となり、今後、アウトドアブームと相まって観光客がさらに増加することが期待されます。

その一方で、三河湖の玄関口となる三河湖観光センターは建築から 40 年以上が経過し、施設の老朽化や利用者ニーズとの乖離が見られ、アウトドアブームなどの新たな需要に対する駐車場不足などの問題を抱えています。

1-2. 現在の三河湖周辺図

三河湖周辺には12事業者（うち飲食9、宿泊可能施設6）あります。

図 三河湖周辺の施設立地分布



1-3.計画の目的と計画期間

(1) 計画の目的

下山地区において最も集客力の高い観光資源である三河湖周辺の持つ魅力を活用し、地域の人々とともに活力あるまちづくりを目指していく必要があります。そこで、WRC を契機として、三河湖観光センター等の三河湖周辺の主要施設の整備を進めるため、従前計画を基に、しもやま観光戦略プランのコンセプトを実現する実施計画として「三河湖観光周辺整備活用計画（以下「新計画」という。）」を策定します。

(2) 計画期間

「新計画」の計画期間は、「しもやまスマイルプラン」の具体的な取組（しもやま観光戦略プラン）に合わせて、令和 5（2023）年度から令和 7（2025）年度までの 3 年間の計画とします。

本計画における言葉の定義

※三河湖：羽布ダム湖（湖自体を指す）

※三河湖周辺：三河湖及び湖畔を含めた周囲

※三河湖観光：三河湖周辺の事業者及び地域住民、行政によって行われている観光振興（主に地域経済の活性化）の取組み

※観光まちづくり：「地域が主体となって、自然や文化などの地域のあらゆる資源を活かすことによって、交流を振興し、活力あふれるまちを実現するための活動」（APTEC2000）、『持続的発展可能な観光地づくりに関する調査報告書』。

※三河湖観光地：三河湖周辺と湖畔に向かう香恋の館や手作り工房山遊里、民間施設（宿泊・飲食業）、その他観光スポット等を含めた観光地を指す

※主要観光施設：市所有の三河湖観光センターや香恋の館、手作り工房山遊里を指す

2. 整備・活用の基本理念

2-1. 基本理念の設定

三河湖を核とした観光まちづくりは、三河湖観光センター（その前身を含む）から始まり、地域経済の活性化だけでなく、自然環境の維持や地域資源の保全活動、地区住民の地域への愛着や誇りの形成、地区内外の交流の機会を創出してきました。

新型コロナウイルスの流行や、アウトドアブームと相まって観光客数が増加しつつありますが、下山地区の人口減少・高齢化により地域の活動や観光産業の担い手の不足が潜在的な問題となっています。このような状況が続くと、将来的には観光産業のみならず、自然・生活環境の維持や文化の継承が困難となることが懸念されます。

そのため、今後の三河湖観光地の整備・活用にあたっては、これまで下山地区で培われてきた観光まちづくりを継承し、三河湖を核とした観光による「経済」活動だけでなく、自然や文化などの「環境」の維持、観光まちづくりの担い手の育成や確保を行い、持続可能なまちを目指す取組みが必要です。

◆基本理念

持続可能な観光まちづくり

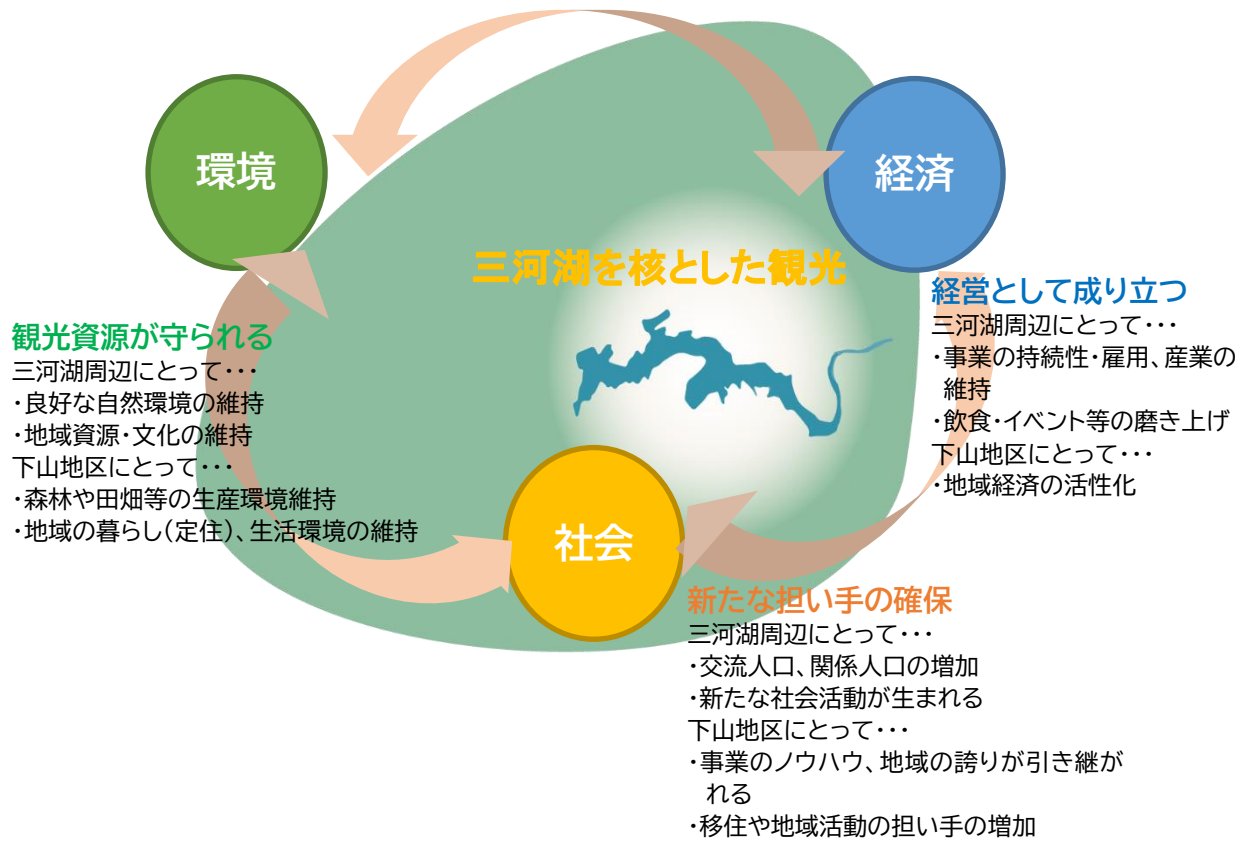
◆基本理念の3つの「要素」と「持続可能な観光まちづくり」の推進

「経済」	観光に関連する産業の経営が成り立つことで、地域内での生産や雇用の創出に繋がり、地域経済が維持されています。
「環境」	三河湖及びその周辺の地域資源を維持・活用することによって、地域の自然や文化が守られ、地域の環境が維持されています。
「社会」	観光事業者だけでなく、地区内外から新たな観光まちづくりの担い手を育成・確保して行くことで、地域社会が維持されています。

下山地区において最も集客力の高い観光資源である「三河湖」を核として、観光客を引き付ける魅力を創出して周遊や消費を促すことによって、観光関連産業の経営が成り立ち、地域の雇用や新事業の創出など地域経済が維持されます。地域経済が維持されることによって、地域活動の維持や交流人口、関係人口の増加に繋がり、地域社会が維持されます。そして、地域「社会」が維持されることにより、三河湖観光地の最大の魅力となる自然や地域資源などの「環境」が、下山地区内外の人々の手によって守られ、観光産業の「経済」活動が成り立つことに繋がります。

このような「経済」と「社会」と「環境」の好循環によって、三河湖観光を下山地区、豊田市の活性化につなげる『持続可能な観光まちづくり』を推進していくことを目指します。

図 観光まちづくりの推進イメージ



2-2. 検討の視点

従前計画、しもやま観光戦略プラン及び社会情勢などを踏まえ、方向性や取組の検討にあたり、以下に示す視点を設定しました。

(1) ソフト施策を重視し、ハード整備は最小限に

多様な利用者ニーズへ対応するように既存資源を磨き上げるとともに、既存資源を最大限活用するソフト施策を活用し、新たな施設整備はソフト施策の展開に必要なものの最小限にとどめます。

(2) 既存施設にとらわれない

ソフト施策の実施にあたっては、観光客のニーズを踏まえ、必要に応じて既存施設を活用する一方で、既存施設が取組みの支障となっている場合には、代替機能を適宜確保した上で、撤去することを含めて検討します。

(3) 状況に応じて柔軟に見直す

新型コロナウイルス感染症をはじめとする社会情勢、観光客のニーズの変化に対応していくため、適正な投資規模で、段階的に進めていくとともに、維持費用の低減を図るなど、費用の低減と平準化を進めます。

(4) 小さく始める

状況に応じて柔軟に見直しながら取組みを進めるため、実証実験的な取組みを通じて、課題を明確にし、改善を図ったうえで、常設での施設・新規人材の雇用など本格的な取組みへとつなげていきます。

3.現状と今後の方向性

基本理念を踏まえた整備・活用に向けて、現状を整理し、方向性を設定します。

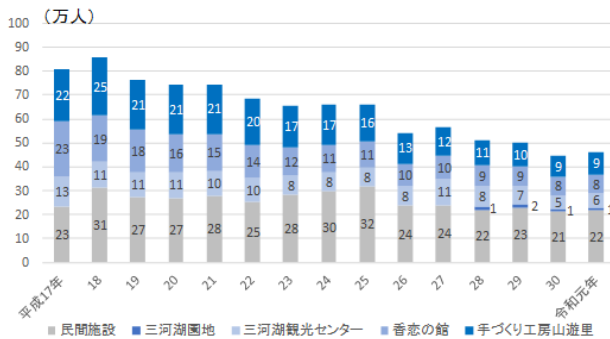
3-1.三河湖の観光地としての魅力向上



【三河湖を訪れる利用者の傾向】

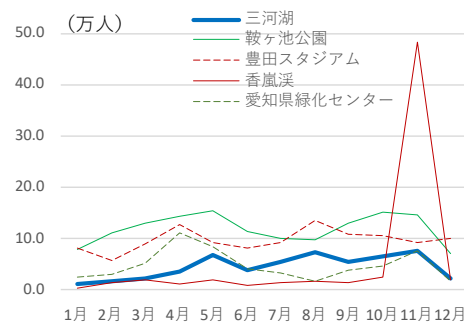
- 利用者数は長期的に減少傾向にあります。
- 12月～2月のオフシーズンの入込客が少ない状況です。
- 20・30歳代の観光客が少ない状況です。
- 利用者数に対して認知度が低い状況です。

図 利用者数の経年変化



資料：豊田市下山支所

図 市内主要観光施設の月別利用者数



資料：愛知県観光レクリエーション統計

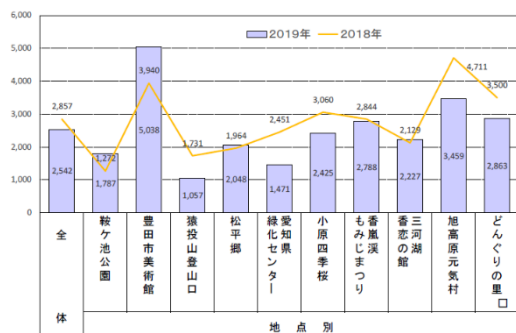
三河湖の観光入込客数は、豊田市内の観光施設と同様に長期的な減少傾向にあるものの、コロナ禍において他の観光施設利用者数の大きな減少に対して、微増となっています。これはアウトドア需要の増加や密を回避する分散型旅行への変化に対し、キャンプ・釣りなど観光資源の魅力や県内の観光地で施設・店舗等が分散して密になりにくい立地条件などの三河湖が持つ地域特性が有利に働いたと考えられます。

一方で、20・30歳代の利用者が少ない、認知度が低いなどの傾向も見受けられます。

【観光消費の動向】

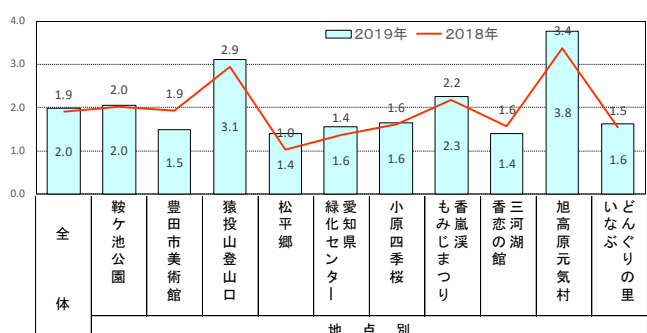
- 下山地区の観光消費額は市内の主要観光施設と比べて低い状況です。
- 下山地区の平均滞在時間は市内の主要観光施設と比べて短い傾向が見られます。

図 主要観光施設における市内支出額



資料：2019年度 豊田市観光マーケティング調査（ツーリズムとよた）

図 主要観光施設の平均滞在時間



三河湖は市内の主要観光施設である香嵐渓、どんぐりの里いなぶ、旭高原元気村などと比較して、市内支出額が低い状況です。また、平均滞在時間についても同様に、短い状況が見受けられます。平均滞在時間の短さが、観光消費額の低さにも影響していると考えられます。

【市観光施設（下山地区）の状況】

- 地区内の市観光施設は少しでも雨が降ると利用者数が大きく減少します。
- 三河湖観光センターは特に利用者ニーズと差が大きいです。
- 三河湖観光センターは特に地区内の立ち寄りが少ない傾向が見られます。
- 三河湖観光センターの飲食・物販機能が周辺施設と重複しています。

図 休日における降水量別平均利用者数

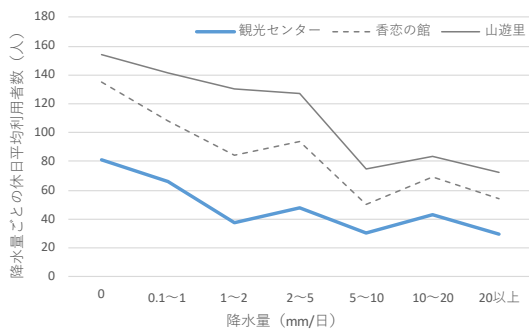
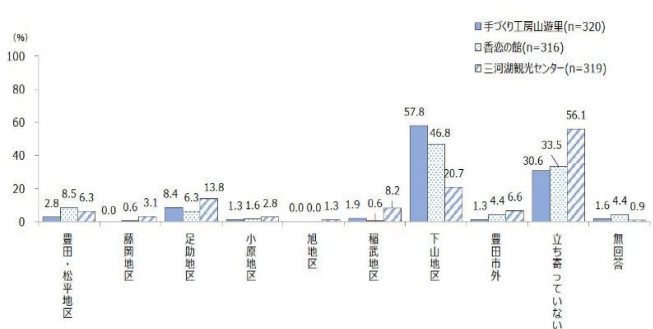


図 当日に訪問した場所（調査箇所の施設除く）



資料：各施設より提供（3月16日～12月22日までの集計）

資料：三河湖周辺施設来場者調査結果報告書（令和3年2月）

下山地区の3つの市観光施設（香恋の館、手づくり工房山遊里、三河湖観光センター）は、雨天時の影響が大きく、少ない降水量でも利用者数が大きく減少します。

また、三河湖観光センターは休日に駐車場の不足が目立ち、食堂の利用者が全体の3割未満であるなど、利用者ニーズとのギャップが大きくなっています。特に地区内の立ち寄りが少なく、三河湖の玄関口に位置する特性を活かせていない状況です。

下山地区の観光入込客数の減少は、市観光施設の集客力が低下したことに加えて、ニーズの多様化により、利用者とのギャップが生じたことなどがその要因と考えられます。

また、観光消費額の向上には、多様なニーズに対応した観光コンテンツの提供や周遊を促進して滞在時間を延長させる取組みが必要です。

観光まちづくりの経緯や現状を踏まえて、三河湖の玄関口である三河湖観光センターを出発点として、その魅力を高め、三河湖や下山地区、豊田市内の各観光資源の魅力を発信し、観光入込客数の増加と観光消費額の向上を図っていく必要があります。

観光入込客数の増加と観光消費額の向上のため、
市観光施設の整備や多様な観光コンテンツの提供、周遊の促進などの
「三河湖の観光地としての魅力向上」が必要

方向性 1 三河湖の観光地としての魅力向上

三河湖の玄関口である三河湖観光センターを出発点として、その魅力を高め、三河湖や下山地区、豊田市内の各観光資源の魅力を発信し、観光入込客数の増加と観光消費額の向上を図っていきます。

三河湖観光センターが三河湖観光の起点として利用されるように施設を再整備し、玄関口としての魅力を向上させ、また利用者が快適に過ごせるようおもてなし施設の強化を行います。同時に地区内や市内の観光施設等への周遊を促進する機能を設けます。

また、三河湖周辺での過ごし方・楽しみ方のバリエーションを増やし、観光客ニーズに応え、集客力を高めていくため、試行的な取組みとして小さく始めながら、定期的・常設的に体験できるアクティビティとしての導入を目指します。

WRC を契機として、三河湖の認知度が高まっていることから、この機会を利用して、観光客数の増大につなげます。

3-2. 地域資源の維持・活用

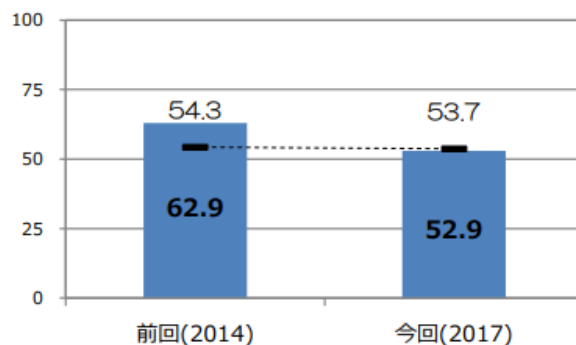
環境

- 草刈や支障木伐採などの交通環境や景観を維持することが必要です。
- 伝統文化の維持・継承が難しくなっています。

下山地域カルテ（2019）には、地域課題として「豊かな自然環境の保全（49.4%）」が2番目に挙げられており、わくわく事業で2010年から「地域の生活環境改善、景観づくり、自然環境保全」、地域予算提案事業で2018年から「下山地区支障木伐採事業」を行われるなど、地域の自然環境や交通環境を維持するための取組が行われています。加えて、地域事業者の高齢化やコロナ禍による活動機会の減少などもあって、活動の継続が困難になっています。

また、下山地域カルテ（2019）には「伝統文化の継承が難しくなっている」とあり、2017年の調査では地域の歴史・文化・まちづくりへの誇りや愛着の有無について、前回2014年の調査よりも低下しています。

図 地域の歴史・文化・まちづくりへの誇りや愛着の有無



※「持っている」「どちらかといえば持っている」の合計

※青棒グラフ：下山地区、黒棒：豊田市全体 資料：下山地域自治区地域カルテ(2019年度版)

地域の自然環境や文化を守っていくためには維持活動の継続とともに、地域資源の活用する視点が必要です。地域資源の維持・活用を進めることは、同時に地域の歴史・文化を知り、まちづくりへの参画するきっかけとなり、まちへの誇りや愛着の醸成にもつながります。

「地域資源の維持・活用」が必要

方向性2 地域資源の維持・活用

地域資源の維持・活用を図るため、活用機会の創出を進めます。また、活用機会に合わせて、四季折々の景観の創出や外周道路から湖畔への眺望を確保し、遊歩道などの周遊機能の維持・向上を進めます。

参考

※わくわく事業：地域資源（人、歴史、文化など）を活用し、地域課題の解決や地域の活性化に取り組む団体を支援する地域活動支援制度（2010年からの事業数98のうち「地域の生活環境改善、景観づくり、自然環境保全」のテーマの事業は46事業）

※地域予算提案事業（現在の地域課題解決事業）：地域と行政の共働と地域内の合意形成を前提に、地域意見を市の政策に反映し、地域課題を解決する制度（下山地区支障木伐採事業 実績 37,035千円、2018～2021年）

3-3.観光まちづくりの担い手育成・確保

社会

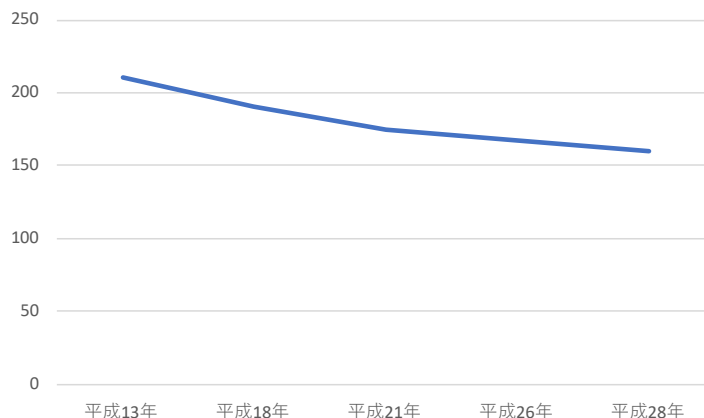
- 下山地区内の事業所数は減少しています。
- 地域住民の減少と高齢化が進んでいます。
- 地域活動への参加が多くなっています。

豊田市統計書（平成13年は事業所・企業統計調査）の事業所数（下山地区）の推移から地域の事業所数の減少傾向が見られます。

また、下山地域カルテ（2019）では、「人口が今後も減り続ける」ことが見込まれており、生産年齢人口は2030年に2015年比で0.6倍に減少することが予測されています。

さらに、地域活動の参加している住民の割合が増加しており、人口の減少傾向と合わせてみると、住民一人当たりの負担が大きくなっていることも推察されます。

図 下山地区内の事業所数



資料：事業所・企業統計調査（平成13年まで）、豊田市統計書（平成18年以降）

下山地区の観光振興は、これまで地元事業者を中心とした地域住民と行政（支所）が中心となって行ってきました。しかしながら、現状を踏まえると今後は、観光まちづくりの担い手の育成・確保が潜在的な課題であり、今後、観光によるまちづくりを推進していくためには、地域住民と行政（支所）に加えて、下山地区を超えて豊田市内外の人々の関わりが必要です。



今後の「観光まちづくりの担い手の育成・確保」が必要

方向性3 観光まちづくりの担い手育成・確保

現在、観光に関わる団体（しもやま観光協会や三河湖共栄会）、行政（支所）だけでは、活動に限りがあることから、アクティビティやイベントの開催等を通じて、下山地区に関わってもらえる人を増やし、観光まちづくりに携わる担い手を増やしていきます。

4. 整備・活用計画の主な取組み

三河湖観光地の整備・活用の基本理念を踏まえ、方向性と主な取組みの全体像を示します。

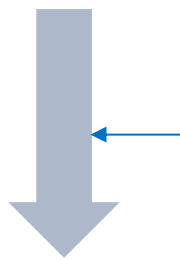
図 整備・活用の基本理念と方向性と主な取組みの全体像

基本理念

持続可能な観光まちづくり

基本理念の3つの「要素」

「経済」	観光に関連する産業の経営が成り立つことで、地域内での生産や雇用の創出に繋がり、地域経済が維持されています。
「環境」	三河湖及びその周辺の地域資源を維持・活用することによって、地域の自然や文化が守られ、地域の環境が維持されています。
「社会」	観光事業者だけでなく、地区内外から新たな観光まちづくりの担い手を育成・確保していただくことで、地域社会が維持されています。



検討の視点

- ・ ソフト施策を重視し、ハード整備は最小限に
- ・ 既存の施設にとらわれない
- ・ 状況に応じて柔軟に見直す
- ・ 小さな取組みから始める

現状	方向性	取組み
<ul style="list-style-type: none"> ・ 利用者の傾向 ・ 観光消費動向 ・ 市観光施設の状況 	<p style="text-align: center;">三河湖の 観光地としての 魅力向上</p>	<div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin-bottom: 2px;">①三河湖の眺望を活かした魅力的な景観づくり</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin-bottom: 2px;">②おもてなし施設の整備</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin-bottom: 2px;">③観光案内機能の向上</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin-bottom: 2px;">④イベント・アクティビティの導入・実施</div>
<ul style="list-style-type: none"> ・ 景観整備等の状況 ・ 文化・資源の維持活動 	<p style="text-align: center;">地域資源の 維持・活用</p>	<div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin-bottom: 2px;">⑤道路・遊歩道の維持・保全や支障木の管理</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin-bottom: 2px;">⑥観光資源（観光スポット・農産物）の活用</div>
<ul style="list-style-type: none"> ・ 地域事業所数の減少 ・ 地域住民の減少 	<p style="text-align: center;">観光まちづくりの 担い手育成・確保</p>	<div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin-bottom: 2px;">⑦新たな担い手の受入、発掘（体制づくり）</div>

4-1. 取組みと具体的事業

方向性及び検討の視点に沿って、以下の項目を取り組みます。

(1) 三河湖の観光地としての魅力向上に向けた取組み

1) 三河湖の眺望を活かした魅力的な景観づくり

ポイントを絞った魅力的な景観づくりを行います。これは、三河湖の眺望や自然景観が三河湖観光地の有力な観光資源であり、観光における重要な要素となっている SNS 等によるリアルタイム性の高い情報発信を促すため、その象徴的な観光スポットを整備するものです。

① 三河湖観光センターの展望デッキ等整備

三河湖観光センター再整備に伴い、三河湖の眺望を活かした魅力的な空間づくりを行います。三河湖観光センターの利用者の多くが休憩及び三河湖の眺望を目的に利用しており、その機能の強化を図ります。

展望デッキ等を整備することで、三河湖の玄関口にふさわしい魅力的な景観づくりを行います。

② 原石山広場からの景観維持

WRC の開催に合わせてスペシャルステージのゴール地点となる原石山広場付近に「Mikawako」のオブジェを設置しました。SNS 等に写真が掲載されるなど、WRC を通じて、三河湖の認知度を高める機会となりました。

引き続き原石山からの景観を維持・向上させ、世界的なイベントである WRC を契機として、三河湖の認知度を高めていきます。

③ 三河湖園地からの景観維持

三河湖園地には、散策道が整備されており、自然環境を活かした自然体験プログラムとして、森林セラピーやヨガ、自然観察、バードウォッチングなどイベントでも活用されています。三河湖園地からの景観は、これらのプログラムにも欠かせない要素であるため、引き続き景観を維持します。

2) おもてなし施設の整備

休日の三河湖観光センターは、休憩やボート等の利用者によって駐車場が満車状態となり、立ち寄り客を逃す状況が生じています。また、三河湖観光センターの建物は築 43 年経過し、耐震化や屋根修繕などは行われているものの老朽化が進んでおり、食堂の利用が 3 割未満である等、利用者ニーズとの乖離が見られます。

駐車場不足や、三河湖観光センター内の観光案内機能を十分に発揮できていない現状を踏まえ、駐車場の拡張や飲食・休憩できる空間の設置などを行います。

① 三河湖における駐車場台数の増加

三河湖観光センターの再整備に伴い、駐車台数を可能な限り増やします。また、イベント時のみならず、繁忙期には、原石山広場の駐車場利用についても、関係者と協議して活用を検討していきます。

② 誰もが利用しやすく快適に滞在できる休憩施設の整備

三河湖周辺には、子育て世代や高齢者、障がい者にも利用しやすい設備が不足しており、ユニバーサルデザインの視点で三河湖観光センターの再整備を検討します。駐車場からトイレ・休憩施設までの動線にも留意するものとします。

③ 雨天でも多目的に利用可能な広場の整備

三河湖周辺には、雨天時にイベント利用できる空間や湖を展望する施設がないことから、山遊里や香恋の館と比べて、小雨でも利用者数が大きく減少します。雨や直射日光を遮って湖を展望できるように三河湖観光センター再整備に伴い、屋根付き広場の整備を検討します。この広場には、イベント開催など多目的な活用ができるものとします。

④ キッチンカー等による飲食・物販機能の多様化

三河湖観光センターの飲食・物販機能は主要観光施設や周辺の民間施設との内容の重複が多く、他の主要観光施設と比べて売上が大幅に少ないため、提供内容を変えることで他との差別化を図り、三河湖観光地における多様化を図ります。

施設・設備の導入にあたっては、常設店舗では提供内容が固定されることや、初期投資や維持費用の増大に繋がり、事業リスクが大きいことから、キッチンカー等の移動販売車やテントなどの可変的・機動的な施設や設備を活用して、リスクを低減し、提供内容や提供方法の多様化を図ります。

3) 観光案内機能の向上

現在の観光案内は、屋外看板による案内と三河湖観光センター内のパンフレットの配架で行われています。看板には周辺の民間の飲食・宿泊施設への情報のみの掲載となっています。

三河湖や下山地区、豊田市内への周遊を促すため、屋外看板等を更新し、市観光施設を含めた三河湖周辺や市内観光地の情報が分かりやすく伝わるよう検討・整備します。

① 観光看板の更新及びデジタルサイネージ等の新設

パンフレットの配架のみならず、デジタルサイネージ等を利用した情報掲示により、イベントなどのタイムリーな案内や情報を提供します。

② 観光案内機能の検討

将来的には有人による案内機能の導入も視野に入れた施設を検討します。

4) 観光消費と周遊を高めるイベント・アクティビティの導入・実施

現在、三河湖においてボートと釣りで活用されていますが、更なる観光客数の増加や滞在時間の延伸のため、アクティビティの常設等を地域と共働で検討します。

さらに三河湖園地等を活用した森林セラピー等の新たな自然体験プログラムを試行的に実施し、定期的・常設的な取り組みへと発展できるように推進します。

① 新たなアクティビティの導入やイベントの検討

三河高原アドベンチャーの開催時のみ行われている SUP やカヌーなどのアクティビティの導入やオフシーズンの集客を図るための取り組みを地域と共働で推進します。

WRC を契機として、三河湖の認知度が高まることから、他のイベントの開催や誘致に取り組み、観光客数の増大につなげます。

② 新たな自然体験の導入検討

三河湖園地や原石山広場の拠点施設において、自然環境を活かした自然体験プログラムとして、森林セラピーやヨガ、自然観察、バードウォッチングなどの導入を検討します。



新たな自然体験の導入事例

出典：下山支所資料（以下、出典の記載がない場合は同じ）

(2) 地域資源の維持・活用に向けた取り組み

1) 遊歩道の維持・保全や支障木の伐採等

周遊機能の向上のため、遊歩道の維持・保全を進めます。また外周道路における安全の確保や拠点施設からの湖畔への眺望確保のため、沿道の地権者の協力の下で部分的な支障木の伐採や枝打ち等を必要に応じて進めます。

2) 観光資源（観光スポット・農産物等）の活用

地域内外から観光事業者以外の人との共働事業の推進や観光資源の商品化といった既存の観光資源を活用した取り組みを進めます。

手づくり工房山遊里による農畜産物の活用に加えて、香恋の館のイベントや体験、郷土資料館の活用に合わせて、観光資源の活用や磨き上げを行っていきます。

また、WRC 開催に合わせた原石山広場の駐車場整備や「Mikawako」のオブジェ設置など、機会を捉えた観光スポットの整備や活用を図っていきます。

(3) 観光まちづくりの担い手育成・確保に向けた取組み

1) 新たな担い手の受入、発掘（体制づくり）に対する取組み

① 継続して事業実施できる体制づくり

平常時のキッチンカー等移動販売の出店の誘致や管理、その他、三河湖周辺での各種事業を継続して行えるよう、地元を中心とした体制づくりを行います。

■ 関連する取組み

- (1) 2) おもてなし施設の整備
- (1) 4) 観光消費と周遊を高めるイベント・アクティビティの導入・実施

② 外部団体等のイベント開催の受入

地元組織以外の外部団体等が主催するアクティビティやイベントを三河湖全体で受け入れることで、三河湖に関わってもらう人を増やし、その中からイベントを主催できる人やプログラムの講師になれる人など、観光まちづくりに携わる新たな担い手を発掘・育成し、担い手を増やしていきます。



外部団体の開催イベント例

(外周道路を活用したランニングイベント)

写真提供：(株)ランコレクション



新たな担い手の発掘の例

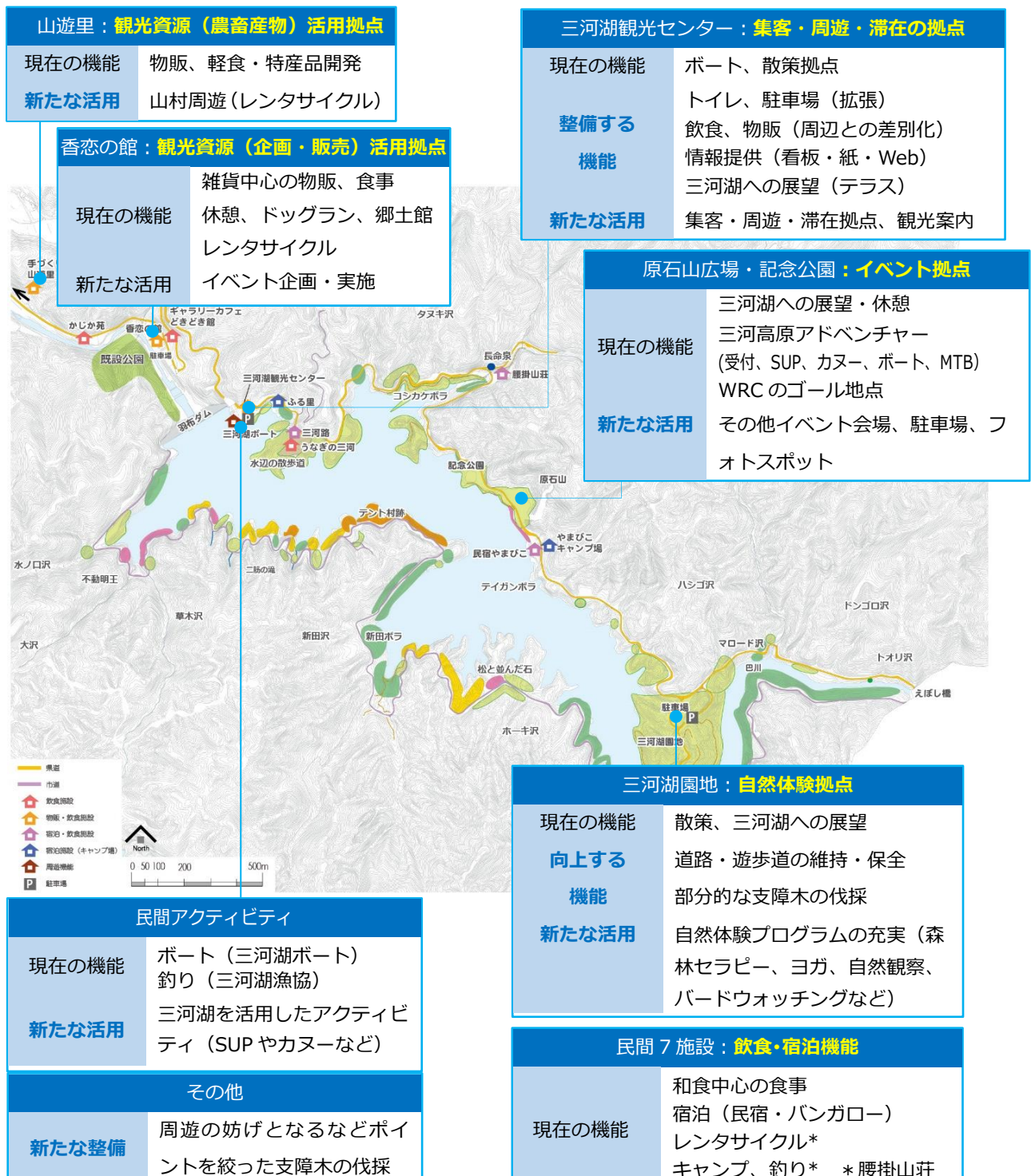
(WRCに向けた地元の有志団体)

5. 三河湖周辺の各施設別の整備・活用方針

観光地全体として魅力向上を図るため、各施設が連携・役割分担を行いながら、各施設の機能を強化していく必要があるため、各施設別に強化すべき機能とその取組みを整備・活用方針として示します。

整備計画の推進にあたっては、検討方針で示したように、状況に応じて柔軟に計画を見直しながらか段階的に整備します。

図 三河湖周辺の各施設別の整備・活用方針一覧



(1) 三河湖観光センター

● 三河湖観光の起点、集客・周遊拠点としての役割



住所：羽布町鬼ノ平 1-114

営業時間：9:00～17:00

定休日：木曜日

施設内容：食堂、物販、便所、情報提供コーナー、展望台、ブランコ

建築年：昭和 54（1979）年

延べ面積：489.44 m²

1) 施設概要

- ◆ 三河湖観光センターは三河湖の入り口に位置しており、過去からの経緯では、下山地区の観光まちづくりの起点となった場所です。
- ◆ 利用者の多くは、三河湖の眺望や休憩目的で訪れており、食堂利用者が全体の3割に満たない状況です。羽布ダム見学、水辺の散歩道への散策、三河湖ボートの利用など、様々な目的で利用されています。
- ◆ 三河湖の眺望を楽しめるよう展望台やフォトスポットを設置しており、建物内にはパンフレットや動画での観光情報の提供と食堂で地域事業者による飲食・物販が行われています。施設内には看板などで周辺の地図等を掲示しています。

2) 整備・活用方針

- ◆ 三河湖の眺望を楽しむことができ、訪れたいと思うような魅力的な空間づくりを行い、集客機能を高めます。三河湖の眺望を楽しむことができる施設（展望デッキ等）を整備し、三河湖の玄関口にふさわしい魅力的な景観づくりを行います。
- ◆ 近隣事業者や市内観光スポット等へ誘導するため、効果的に観光情報を提供できるように看板やデジタルサイネージ等を設置し、送客機能を高めます。また、将来的に体験やイベント等受付や観光案内などの機能を設置することを地域と共働して検討していきます。
- ◆ 誰もが利用しやすく、快適に滞在することができるよう休憩・トイレ施設等の整備を行います。また、休日には立ち寄り客を逃している現状も踏まえて、再整備に合わせて駐車場の拡張を検討します。
- ◆ 地域内外の主体が実施するイベントにおいて、雨天時でも利用でき、多目的に活用できる空間を設けます。また、WRC などの施設全体を活用したイベントに対応可能な空間利用を検討します。
- ◆ 地域内外の主体の事業機会創出及び軽食提供による魅力向上のため、キッチンカースペース等を設けます。現在、食堂で提供されている飲食や物販は近隣の施設（市観光施設を含む）と重複があるため、三河湖観光センターの機能を整理し、その解消を図ります。

(2) 原石山広場・記念公園

● 平地を活用したイベントや平時の駐車場利用の検討・フォトスポットの利用



住所：羽布町

敷地面積：約 24,000 ㎡（図上計測）

電気・水道：なし（前面道路からの引き込みで整備可能）

1) 施設概要

- ◆ 原石山広場や記念公園は、三河湖観光センター以外の三河湖沿岸ではまとまった土地であり、三河湖への眺望も良い場所です。
- ◆ 原石山広場は、WRC の開催を契機に整備を実施して平地となっており、三河高原アドベンチャー等のイベント開催時に駐車場となっています。
- ◆ 後背地が急傾斜地となっていることから、愛知県建築基準条例により建築物の設置が難しい場所となっています。

2) 整備・活用方針

- ◆ 三河湖周辺の中では、三河湖への眺望が開けた場所であることから、イベント拠点として活用を検討します。活用としては、イベントの開催に応じて、移動可能なトレーラーハウスやキッチンカー、仮設テントなどをその都度、設置することを想定します。
- ◆ イベントの開催頻度や主催者のニーズを踏まえながら、原石山広場への電気や水道の引き込みを検討します。
- ◆ イベント時以外では、WRC 開催に合わせて設置した「Mikawako」のオブジェの維持管理を行い、フォトスポットとしての活用を進めます。また、繁忙期の駐車場不足解消のため、管理者であるしもやま観光協会と共働して駐車場活用を検討します。

(3) 三河湖園地

- 継続して管理、自然を生かしたイベント拠点として活用



住所：羽布町羽布町エス小屋 2-1

駐車場：34 台（無料）

施設内容：散策路、休憩施設、循環型トイレ

敷地面積：約 92,000 m²（図上計測）

電気・水道：駐車場には電気のみあり

1) 施設概要

- ◆ 三河湖園地は、地域の要望により、平成 28（2016）年 4 月に開園しました。従前計画に基づき、散策路やビューポイントの整備、東屋やベンチの設置などが進められました。
- ◆ 現在では、下山支所が主催となって森林セラピー、ヨガ、バードウォッチングなど自然を生かした自然体験プログラムの活動拠点として試験的に活用しています。

2) 整備・活用方針

- ◆ 眺望を改善する景観整備、枯れ松伐採、草刈を継続して行います。
- ◆ 地域内外の事業主体がイベント活用できるように、仕組みづくりを行います。また、活用を地域住民や民間事業者へ促していきます。
- ◆ 現在の看板を更新または新設し、周遊を促すことを検討します。

図 三河湖園地の活用イメージ



(4) 手づくり工房山遊里

● 特産品の開発・製造・販売の推進



住所：羽布町柿田 15-1

営業時間：10:00～17:00

定休日：水曜日（祝日の場合は翌日）

施設内容：物販、バーベキュー、ウインナー・
コースハム作り体験

建築年：平成 11（1999）年

延べ面積：520 m²

1) 施設概要

- ◆ 手づくり工房山遊里は、地域の農畜産物を利用し新たな特産品開発や製造販売を行う観光施設です。「とよたひまわりポーク」や三河の「秀丽豚」を使用したハム・ソーセージや下山地区の特産品や新鮮な野菜を販売しています。
- ◆ また、ホットドッグや季節のジェラートなどの軽食、ソーセージ手作り体験やバーベキューなどを楽しむことができます。

2) 活用方針

- ◆ 地域の農畜産物を活用した高品質な商品を製造・販売し、地域活性化を推進します。
- ◆ 羽布地区の集落内に位置していることから、現在の機能に加え、レンタサイクルを活用した周辺の山村散策の拠点としての機能を設けることを検討します。これにより三河湖観光地の範囲を拡大させ、広域周遊に繋がります。
- ◆ レンタサイクルの導入にあたっては、導入する自転車の種類や台数に加えてサイクリングのモデルルートを検討を合わせて行います。

(5) 香恋の館

- 現在の物販、軽食、休憩等の機能を継続、体験イベントの強化



住所：羽布町鬼ノ平 5

営業時間：10:00～17:00

(1月～3月は10:00～16:00)

定休日：火曜日(祝祭日の場合は翌日)、年末年始

施設内容：食堂、物販、便所、公園(ドッグラン)

建築年：平成8(1996)年

延べ面積：796.98㎡(倉庫含む)

1) 施設概要

- ◆ 香恋の館は、地元特産品の販売や軽食の提供、ポップリづくりなどの体験ができる観光施設です。また、地域の文化や風習などを紹介する郷土資料館でもあります。
- ◆ 下山ふるさと水と土ふれあい公園が、施設内の香恋橋を渡った対岸にあり、芝生の広場やドッグランがあります。

2) 活用方針

- ◆ 現在、香恋の館の施設内で行われているイベント等について、周遊の促進・滞在時間の延長を図るため、三河湖観光センターなど他の施設でも行えるよう検討を進めます。
- ◆ イベント開催を通じて、地域資源の活用や新たな担い手の発掘につなげていきます。
- ◆ 三河湖観光センターの再整備に合わせて、豊田市香恋の里(「香恋の館」「手づくり工房山遊里」「下山ふるさと水と土ふれあい公園」)の指定管理を見直し、三河湖観光センターを加えた効率的・効果的かつ一体的な施設運営方法を検討します。
- ◆ 三河湖観光センターと物販や飲食機能の一部が重複していることから、重複する内容について香恋の館に集約することで、現有機能の強化を図ります。

6. 三河湖観光センターの整備・活用について【重点事業】

(1) 新しい三河湖観光センターのあり方

「地域とともに持続的な観光まちづくりを推進し、三河湖への集客及び周辺事業者等への送客を促進する魅力的な空間を確保すること」を目的に、検討の視点を踏まえて、既存の観光センターの建物の規模を縮小しながらも、集客・送客機能を維持・強化するため新しい三河湖観光センターを整備します。

新しい三河湖観光センター整備は、本計画の重点事業として取組みます。

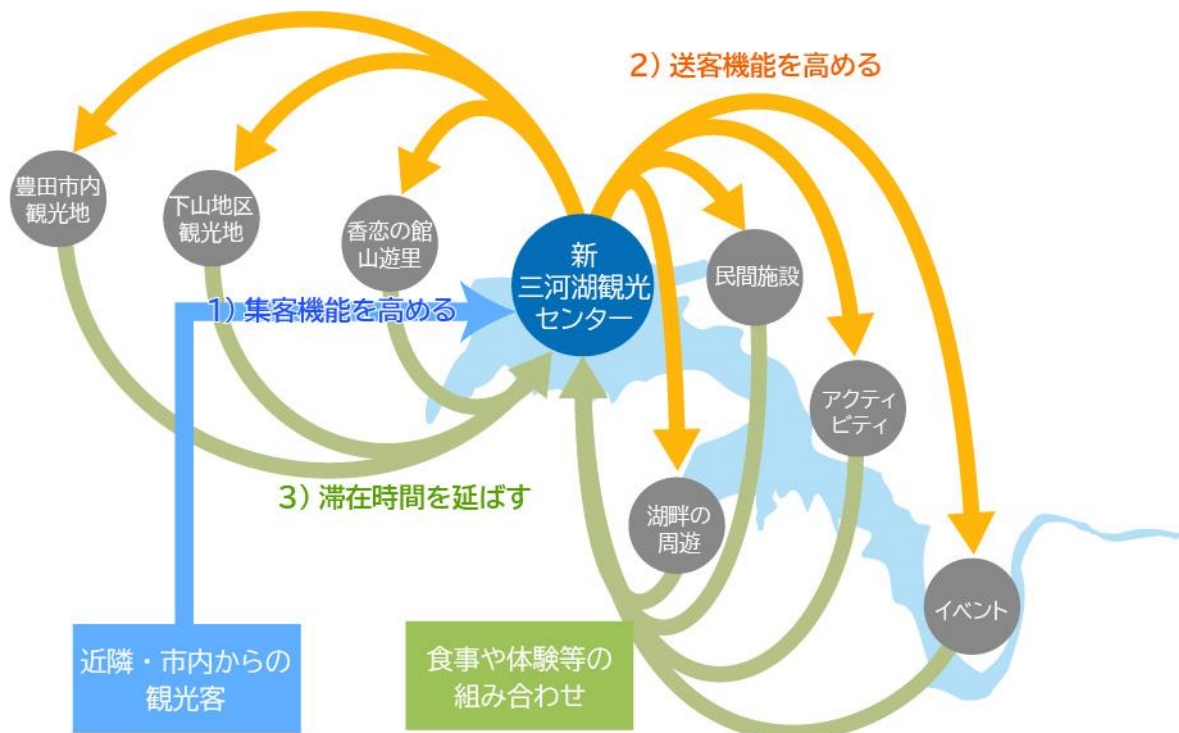


図 新しい三河湖観光センターのあり方イメージ

1) 集客機能を高める

施設の魅力を高め、利用者数を増やします。三河湖の眺望を楽しむ展望デッキなど、観光客が訪れたいと思う魅力的な空間づくりを進めます。駐車場の拡張や限られた空間を有効活用することにより、施設内に滞在できる人数を増やします。

2) 送客機能を高める

三河湖観光センターを起点に、三河湖周辺や市内の地域事業者や観光地を周遊してもらえらるるよう、送客機能を高めまます。

3) 滞在時間を延ばす

休憩施設等を強化するとともに、周遊先の施設での食事や体験等をしてもらうことにより、観光客の滞在時間を延ばし、観光消費の拡大を図ります。

(2) 整備内容

三河湖観光センターにおける集客・送客機能を高めるため、以下の整備を行います。

- 1) 三河湖の眺望を活かした展望デッキ等の整備
- 2) 案内看板の更新
- 3) 観光情報・休憩施設の機能強化
- 4) 屋外公衆便所の更新
- 5) 駐車場の拡充
- 6) 移動販売車等による飲食・物販機能の導入
- 7) 屋根付き多目的広場の整備

1) 三河湖の眺望を活かした展望デッキの整備

敷地南側は三河湖への眺望が確保でき、三河湖を眺めながら休憩するスペースとして最適な場所であることから、展望デッキや椅子、テーブルなどの整備を検討します。

三河湖の眺望を楽しむことができ、訪れてみたいと思うような魅力的な空間づくりを行います。

三河湖観光センターにおける現在の休憩用ベンチの設置状況



図 展望デッキの設置イメージ



2) 案内看板の更新

- 現在の案内看板は民間施設のみのご案内となっており、三河湖周辺や市内観光地への周遊に向けた情報が不足していることから、三河湖園地等の拠点施設や市内観光スポット等の情報を追加し、周遊を促すよう更新します。

◆周遊を促す看板のイメージ



写真提供：ピクスタ

3) 観光情報・休憩施設の機能強化

- 三河湖を訪れた利用者が、観光情報の収集や休憩等を目的に過ごすための機能を備えた施設を整備します。
- 利用者が室内からくつろいで湖を眺めることができるようにベンチ等の設置を行います。
- パンフレットのほか、三河湖周辺、市内観光スポット等への周遊を促す案内図・デジタルサイネージ等設備を設置し、観光情報の提供を行います。
- 観光情報・休憩施設は、管理人等を常駐しない施設として必要な機能を備えるものとします。また、この施設には、今後の観光まちづくりに資する地域内外事業者等が活用できるように将来的な拡張性を考慮に入れて検討します。
- 将来的には、三河湖全体の案内や周遊拠点となる機能として、地域の人々で運営する有人の機能の設置を検討します。また、観光案内とともに、各種アクティビティやイベントなどの受付機能を想定します。
- そのほか、三河湖周遊のためのサービス機能として、レンタサイクルやランニング利用者のための荷物預かりサービス機能（ロッカー等）の設置も考えられます。

4) 屋外公衆便所の更新

- 老朽化した屋外公衆便所を更新し、誰もが利用しやすく、多機能トイレを備えた公衆トイレにします。
- 乳幼児を含むファミリー層の利用が想定されるため、必要な設備（ベビーキープやおむつ替えスペース等）を備え付けます。

5) 駐車場の拡充

- 現在の三河湖観光センター（本棟）を解体し、駐車場を拡充します。これにより現在の34台（うち、軽自動車用駐車スペース8台）から20台前後の駐車スペース増加を見込みます。
- 駐車場の拡充に際して、施設全体を使ったイベント時の活用を考慮に入れます。

6) 移動販売車等による飲食・物販機能の導入

- 現在の観光センター内の飲食施設・物販施設に代わり、三河湖では提供されていないメニューや商品を提供する飲食・物販機能として、キッチンカー等移動販売を促進します。
- 促進にあたっては、駐車場の周囲で、湖に近い場所に設置スペースを設けることを検討します。
- 提供するメニューについては、三河湖ならではのものと、三河湖周辺ではこれまで見られないものの2本立てとすることで、地域性と多様性を両立させることを目指します。
- 移動販売車の運営にあたっては、観光まちづくりに関わる人々を増やすために、地域内外それぞれ事業者に担っていただくことを目指します。

◆ 飲食の移動販売車のイメージ



画像提供：ピクスタ

7) 屋根付き多目的広場の整備

- 駐車場横に晴天時は直射日光を遮り、雨天時でも傘を差すことなく三河湖を展望でき、イベント等にも活用可能な屋根付き多目的広場を整備することにより、三河湖観光センターを雨天時でも活用できるようにします。整備にあたっては三河湖の景観に配慮したデザインとなるようにします。
- また、休憩施設と多目的広場を一体的に活用することも考慮に入れます。

図 トイレ・休憩・観光情報スペースと屋根付き広場（膜屋根）の整備イメージ



(3) 施設整備の考え方

- 建築物の整備にあたっては、通常の建築物に限定せず、将来の計画見直しや、規模の拡大・縮小に対応できるように、コンテナハウスやトレーラーハウスの導入も選択肢の一つとして想定します。通常の建築物との組み合わせも考慮に入れて検討します。
- また湖への眺望を妨げず、かつ施設利用者、車両動線を考慮した配置を検討します。

◆ 柔軟性のある建築物の例

(THE CONTAINER nishimachi6)



出典：とよたまちなか WEB

(4) 三河湖観光センター整備イメージ

- 三河湖の眺望を堪能していただけるよう、三河湖に面した場所に展望テラスや観光情報スペースやトイレを設けます。
- 現況の食堂に代わる飲食機能として、キッチンカーが営業できる広場を三河湖に面した場所に設けるとともに、雨の日でも傘を差さずに滞在できるように膜屋根を設置します。
- この広場はイベントでの活用も視野に入れています。

図 三河湖観光センターの施設配置イメージ



(5) イベント等の活用イメージ

- 気球・SUP・サイクリング等の各アクティビティの受付、及び活動フィールド



資料：ツーリズムとよた

- 広場を活用したイベント（ヨガ、森林セラピー、ランニングイベント）のイメージ



画像提供：ピクスタ

- 野外劇場などでの活用イメージ



画像提供：ピクスタ

(6) 食事や体験等の組み合わせについて

- 三河湖の観光施設や地区内観光スポットへの周遊の促進と滞在時間の延長を図るため、食事や体験等の組み合わせによる観光商品の提供を利用者へ提案していきます。
- 1つのテーマを軸とすることにより、観光客のニーズを満たし、満足度を上げるほか、特定の行為を目的とした観光客に派生消費を促すことを狙います。
- この組み合わせによる観光商品の提供にあたっては、しちやま観光協会及び（株）香恋の里、地域住民等と共働して取り組んでいきます。
- 三河湖観光センターは、この観光商品を提供する場所であり、中継地点としての役割も担うことを想定します。

7. 事業効果

7-1. 定性的な事業効果

本計画の推進により得られる定性的な効果として、以下の効果が挙げられます。

(1) 三河湖の観光地としての魅力向上

経済

- ポイントを絞った景観づくりを行うことで、三河湖の魅力向上につながります。三河湖の眺望や自然景観といった有力な観光資源の磨き上げが行われるほか、SNS 等による情報発信・拡散の効果が期待できます。また、魅力的な景観づくりにより、三河湖の代名詞となる景観を創出できます。
- 利用者ニーズとの乖離が見られる三河湖観光センターの再整備が行われることにより、おもてなし施設・設備が強化されます。誰もが利用しやすい施設・設備とすることで今まで少なかった20～30歳代の利用者等の増加が見込めます。また、休憩施設の強化や駐車場の拡充が行われることで、利用者の満足度向上も期待できます。
- キッチンカー等による飲食・物販の多様化により、近隣施設とは異なるメニューを提供できるようになり、新たなニーズへ機動的に対応できるようになります。
- 三河湖観光センターや三河湖園地等で様々なイベントを行えるようになり、これまでになかった三河湖での楽しみ方を発掘でき、新たな利用者を掘り起こすことに繋がります。

(2) 地域資源の維持・活用

環境

- 三河湖周辺の有力な観光資源である自然を維持するためには、適切に管理・保全する必要があります。景観支障木の伐採などを通して、眺望景観を維持・向上させていくことは、三河湖周辺の環境の保全に繋がり、さらには環境の持続可能性の確保に繋がります。
- 地域資源の活用を促すことにより、地域文化の継承や再評価を行う機会の創出ができます。また、農産物等の活用により、新たな特産品の開発、地域文化を域外へ情報発信等が進み、地域住民の誇りや愛着形成にも繋がります。
- 環境・文化の活用を通じて地元事業者、地権者や来訪者を巻き込みながら、地域資源の維持・保全を図っていくことができます。

(3) 観光まちづくりの担い手育成・確保

社会

- 三河湖観光を支えてきた地域の事業者数が減少しており、加えて高齢化が進むと、長期的な観光まちづくりの継続が危ぶまれます。今後、三河湖観光センター等でのイベントやキッチンカー等の出店により、若い世代や地域外からも参画してもらうことで、三河湖観光に携わる人々の裾野が広がり、関係人口の増加にも繋がります。
- 新たな担い手を育成・確保することで、世代を超えて観光まちづくりを継続していくことが可能になります。

7-2. 定量的な事業効果の算出

(1) 三河湖観光センター等施設の整備・活用による観光入込客数増加効果

- 令和 7（2025）年時点で令和 3（2021）年の 10%増（5.2 万人増、年間約 57 万人の来訪）を目指します。

しもやま観光プランでは、中期目標として令和 7（2025）年の年間観光入込客数を令和元（2019）年の 10%増を目指すとしています。しかしながら、アウトドアブームやコロナ禍による近隣観光の流行から、既に令和元（2019）年比 10%増を達成しているため、令和 3（2021）年における三河湖の年間観光入込客数約 52 万人を基準とし、その 10%（約 5.2 万人）増として令和 7（2025）年時点で**年間約 57 万人**の観光入込客数を目指します。

(2) 下山地区・豊田市への経済効果

観光入込客の増加が地域にもたらす経済効果について試算しました。この経済効果は、観光入込客の三河湖周辺の観光消費がもたらす効果と設定します。

観光消費額の増加は、観光入込客の増加がもたらす消費額の増加と客単価の増加による消費額の増加の 2 つがありますが、ここでは客単価は変わらないものとして設定し、観光入込客の増加による消費額の増加を基に計算します。

1) 現在の観光消費額の算定

ツーリズムとよたが令和 2（2020）年に実施した市内観光地来訪客調査より、交通費を除いた三河湖での平均支出金額を用いて想定します。

表 三河湖での平均支出金額

	平均支出金額
食事喫茶代	1,469 円
食品のショッピング代	530 円
食品以外のショッピング代	186 円
サービス費	54 円
体験・参加費	17 円
宿泊費	67 円
計	2,323 円

資料：市内観光地来訪客調査（ツーリズムとよた）

2) 観光消費額の増加額（令和7（2025）年度時点）

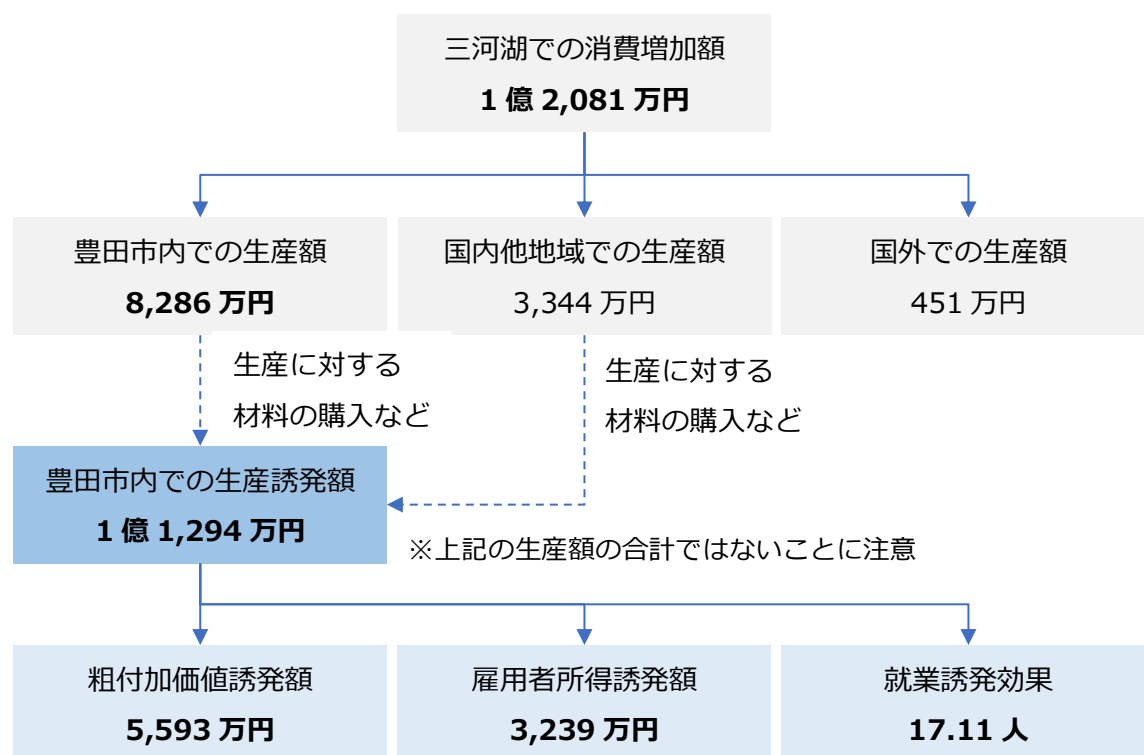
1)で算出した平均支出金額 2,323 円に、しもやま観光戦略プランの目標値（観光入込客数の増加人数である 520,085 人×10%=52,008 人）を乗じた、1 億 2,081 万円が観光消費額の増加分となります。

3) 豊田市への経済波及効果

豊田市産業連関表（簡易版）を用いて経済波及効果を算出すると、豊田市内の生産誘発額は約 1 億 1,294 万円となります。

観光消費増加額 1 億 2,081 万円のうち、豊田市内で生産される金額（直接効果）は、8,286 万円となります。市内の生産誘発額は約 1 億 1,294 万円ですので、直接効果の 1.36 倍の経済波及効果があることとなります。

図 三河湖での観光消費の増加がもたらす豊田市内への経済波及効果



生産誘発額： 観光消費に対して、さまざまな産業の生産額をどれだけ誘発したかを示したもので、観光消費をまかなうために直接・間接に必要な生産額の合計値をいいます。

粗付加価値誘発額： 生産額から原材料費や仕入原価などの変動費を差し引いた額を粗付加価値額といい、生産誘発額のうち変動費を差し引いた額が粗付加価値誘発額となります。

雇用者所得誘発額： 粗付加価値誘発額のうち、雇用者所得に割り当てられる金額です。

就業誘発効果： 生産誘発額をすべて新たに雇用する人が生産すると仮定した場合に、新たに何人雇用できるかを示したものです。

産業別の生産誘発額、粗付加価値誘発額、雇用者所得誘発額、就業誘発効果は以下の通りです。

表 三河湖での観光消費の増加がもたらす経済波及効果の産業部門別内訳

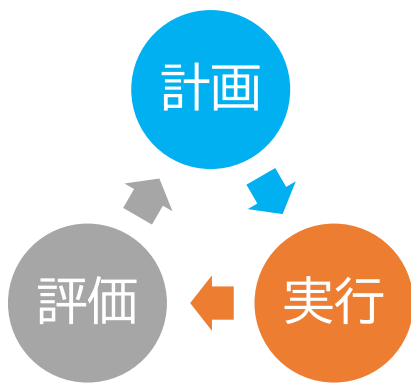
産業部門	生産誘発額 (百万円)	粗付加価値誘発額 (百万円)	雇用者所得誘発額 (百万円)	就業誘発効果 (人)
農林漁業	0.94	0.44	0.11	0.38
鉱業	0.00	0.00	0.00	0.00
製造業	11.38	3.76	2.26	0.58
建設	0.77	0.34	0.27	0.08
電力・ガス・水道	2.76	0.80	0.33	0.04
商業	17.57	12.08	6.80	1.89
金融・保険	1.87	1.23	0.58	0.10
不動産	4.37	3.47	0.28	0.05
運輸・郵便	1.95	0.98	0.58	0.12
情報通信	1.97	1.04	0.30	0.04
公務	0.17	0.12	0.06	0.01
サービス	68.93	31.55	20.81	13.80
分類不明	0.27	0.11	0.01	0.00
合計	112.94	55.93	32.39	17.11

8. 事業の進め方

8-1. 整備活用の推進の考え方

- 本計画の推進にあたり、持続可能な観光まちづくりを推進することを目指し、三河湖の利用者ニーズの変化にきめ細かに対応するため、計画・実行・評価のサイクルを重視します。

図 計画・実行・評価のサイクル



整備推進の考え方	
計画	具体的な活用をイメージして整備内容を検討する
実行	優先順位を決め、小さな取組から始める ・ 期間や場所を限定した小規模な試行 ・ 実際の人材（担い手）でできる範囲から開始する
評価	状況に応じて柔軟かつ大胆に見直す ・ 事業を柔軟に見直せる段階的な整備、取組 ・ 担い手育成に合わせた見直し ・ 投資と維持の適正な規模の費用

8-2.計画事業のロードマップ

- 各取組みは、状況に応じて柔軟に計画を見直しながら段階的に実施します。
- 重点事業の三河湖観光センター再整備完了後、ソフト事業が中心となるため、令和8（2026）年度以降については、しもやま観光戦略プランに統合することを検討します。

表 計画事業のロードマップ

取組み	年度	令和5年度 (2023)	令和6年度 (2024)	令和7年度 (2025)
【重点】三河湖観光センター再整備		選定	設計	解体・整備
				供用
(取組1)魅力的な景観づくり		三河湖観光センター展望デッキ整備		
		原石山広場、三河湖園地からの景観維持		
(取組2)おもてなし施設等の強化		センター駐車場・休憩施設・広場の整備		供用
		移動販売車等手配・調整等体制検討		運用
(取組3)観光案内機能の向上		観光看板・デジタルサイネージ整備		将来的な案内機能の検討
(取組4)観光消費と周遊を高める イベント・アクティビティの導入・実施		新たなアクティビティやイベントの検討		民間での試行的な実施
		新たな自然体験の導入検討		民間での継続実施・検討
(取組5)遊歩道の維持・ 保全や支障木の伐採等		継続実施		
(取組6)観光資源の活用		継続実施		
(取組7)新たな担い手の受 入、発掘（体制づくり）		継続して事業実施できる体制の検討・構築		運用・改善
		外部団体等のイベント開催の受入・試行		誘致活動

8-3.重点事業及び体制づくりについて

(1) 【重点事業】三河湖観光センター再整備について

- 三河湖観光センター再整備は、下記の取組みを含む重点事業として整理します。

表 三河湖観光センター再整備の具体的な事業

取組み	具体的事業
取組1「三河湖の眺望を活かした魅力的な景観づくり」	①三河湖観光センターの展望デッキ等整備
取組2「おもてなし施設の整備」	①三河湖における駐車場台数の増加(観光センター) ②誰もが利用しやすく快適に滞在できる休憩施設の整備 ③雨天でも多目的に利用可能な広場の整備 ④キッチンカー等による飲食・物販機能の多様化
取組3「観光案内機能の向上」	①観光看板の更新及びデジタルサイネージ等の新設 ②観光案内機能の検討
取組7「新たな担い手の受入、発掘(体制づくり)」	①継続して事業実施できる体制づくり ②外部団体等のイベント開催の受入

(2) 継続して事業実施できる体制づくりについて

- 重点事業の推進にあたり、キッチンカー等の手配・調整やイベント・アクティビティの導入・実施のために「継続して事業実施できる体制づくり」が必要です。
- この体制づくりは、当初は下山支所や指定管理者等が、別々にその機能を部分的に担い、将来的な統合を考慮していきます。
- また、将来的な観光案内機能の設置につながるように留意し、進めるものとします。

表 体制づくりの進め方と役割分担のイメージ

	キッチンカー等手配・調整	イベント・アクティビティの導入・実施	外部団体等のイベント開催の受入
令和5年度(2023)	・制度・体制検討【下山支所】	・自然体験プログラムの試行的実施【下山支所】 ・地域等と共働した小規模イベント実施【香恋の里】 ・三河高原アドベンチャーの継続実施【観光協会】	・受入窓口の一本化について協議・検討【観光会議】
令和6年度(2024)	・指定管理者等への運営委託【下山支所】 ・キッチンカースペース等の運用【指定管理者等】	・令和5年度内容継続実施 ・新たなアクティビティの導入検討【観光会議】	・試行的なイベント開催の受入・実施【受入窓口】
令和7年度(2025)	・キッチンカースペース等の運用【指定管理者等】	・令和6年度内容継続実施 ・将来的な統合に向けた協議・検討【観光会議】	・受入窓口の公表及びイベント誘致・会場利用のPR【受入窓口・観光会議】

9. 資料編

9-1. 三河湖の観光客数の現状

(1) 観光客数の状況

- 令和 2（2020）年の観光客数は年間 52 万人である。前年よりも 14%増加。
- 愛知県内の自然資源では香嵐渓（63 万人）に次いで 2 番目に多い。
- 三河湖は下山地区では突出して観光客数が多い。
- 月別では 5・8・11 月が多い。12 月から 3 月までは観光客数が少ない。

表 令和 3 年（2021）の愛知県内利用者数上位 50 カ所に含まれる市内観光施設

観光施設	市内順位	県内順位	利用者数	前年比
鞍ヶ池公園	1	8	1,417,900	128.0%
豊田スタジアム	2	12	1,155,070	112.4%
香嵐渓	3	35	633,303	102.8%
愛知県緑化センター	4	39	560,200	93.6%
三河湖	5	40	524,892	114.0%

資料：愛知県観光レクリエーション統計

表 令和 3 年の愛知県内の自然資源における利用者数上位 5 カ所

自然資源	市町村	利用者数	前年比
香嵐渓	豊田市	633,303	102.8%
三河湖	豊田市	524,892	114.0%
岩屋堂鳥原溪谷	瀬戸市	179,000	96.2%
野間灯台	美浜町	174,840	106.6%
茶臼山高原	豊根村	158,498	109.1%

資料：愛知県観光レクリエーション統計

図 下山地区内の令和 3（2021）年の利用者数（左）

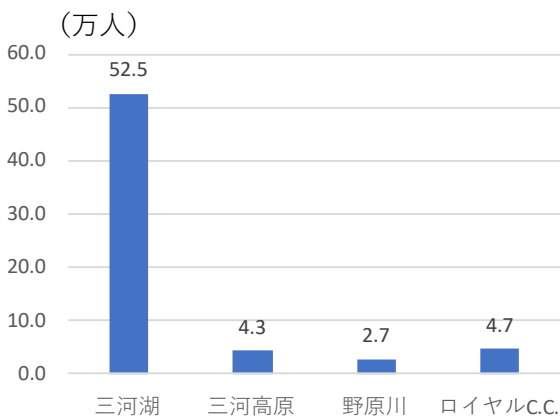
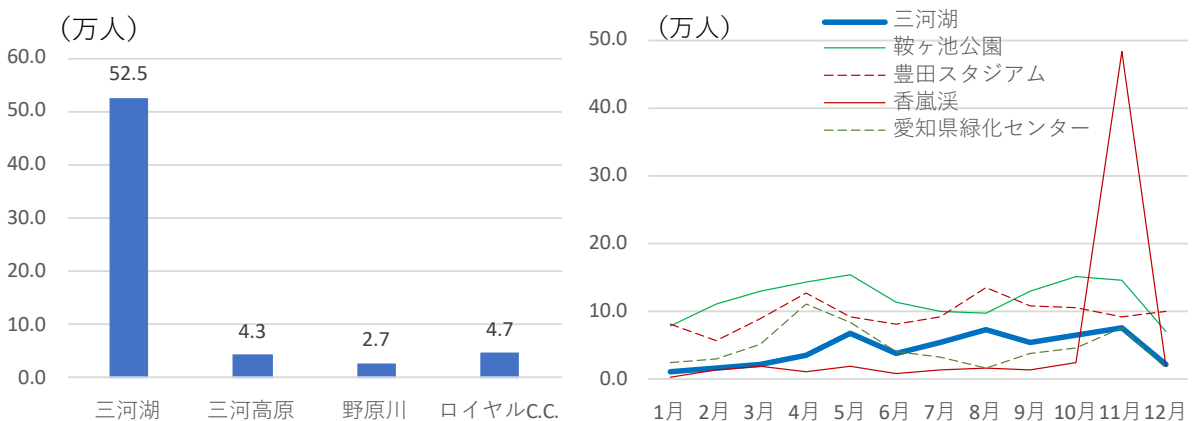


図 三河湖及び市内主要観光施設の令和 3（2021）年の月別利用者数（右）

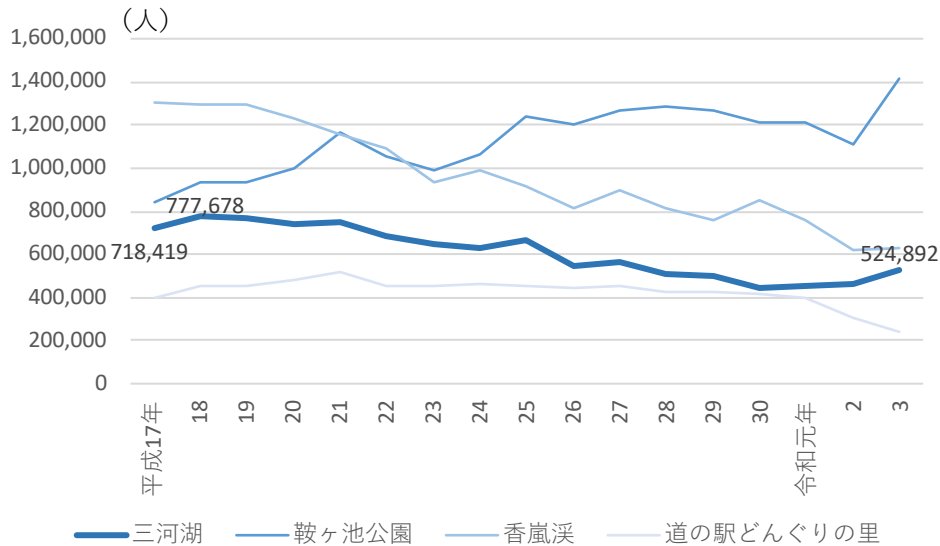


資料：愛知県観光レクリエーション統計

(2) 観光客数の推移

- 観光客数は平成 18(2006)年がピークとなっており、それ以降平成 30(2018)年までは減少傾向にある。
- 令和元(2019)年以降、観光客数は増加しており、市内の他の観光施設と比べて新型コロナウイルス感染症の減少の影響が見られない。

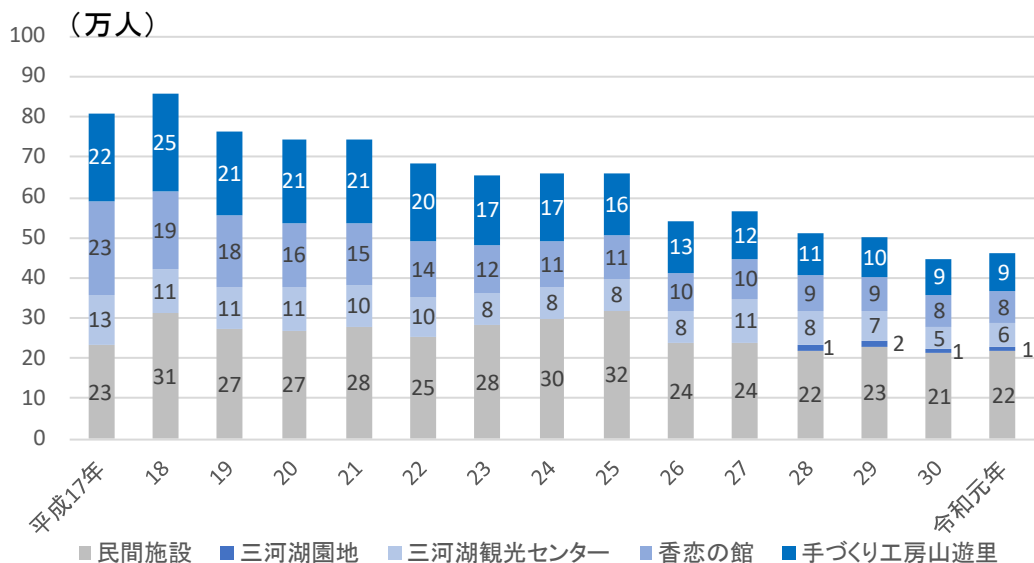
図 市内主要観光施設の年間観光客数の推移



資料：豊田市統計書

- 平成における三河湖の観光客数の減少は、手づくり工房山遊里、香恋の館、三河湖観光センターの利用者数の減少に起因する。

図 三河湖の年間観光客数の施設別内訳の推移



資料：豊田市下山支所

※豊田市統計書の年間観光客数は各施設の観光客数の合計値とは異なることに注意。

(3) 観光客の属性

- 市内の主要観光施設と比較して、三河湖の観光客は40・50歳代の割合が高く、県内の他自治体からの来訪の割合が高い。

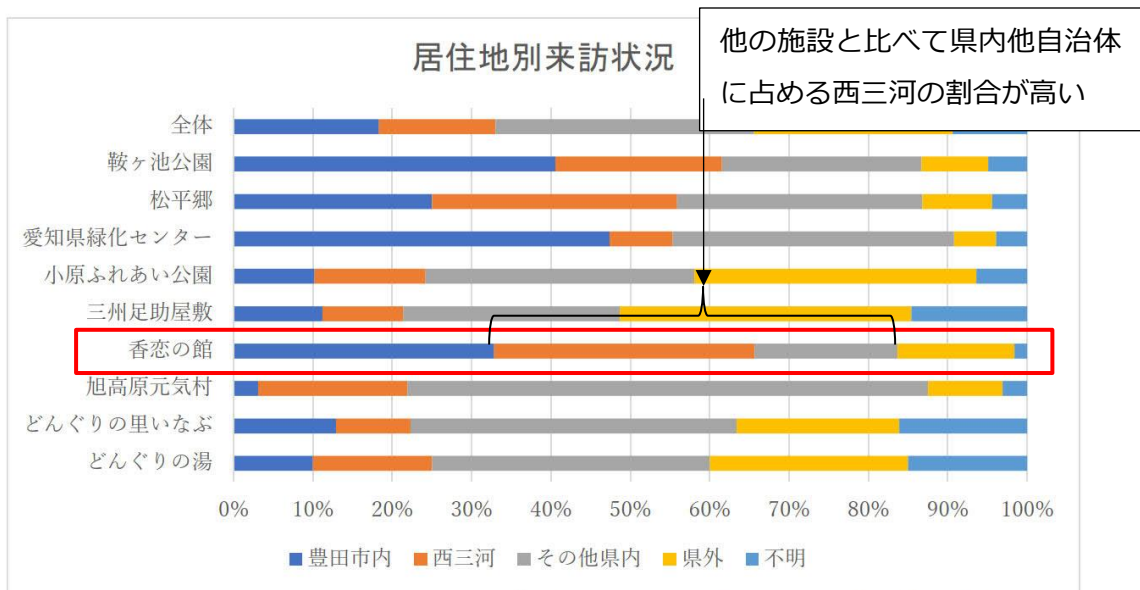
図 豊田市内主要観光施設における観光客の性別・年齢と居住エリア



資料：2020年度 豊田市観光マーケティング調査（ツーリズムとよた）

- 県内他市からの来訪者は西三河の割合が高く、市内と西三河を足した来訪割合は市内で最も高い。

図 豊田市観光実践計画の観光環境分析による豊田市内主要観光施設の居住地別来訪状況



(出典：「豊田市観光実践計画」 (観光環境分析より))

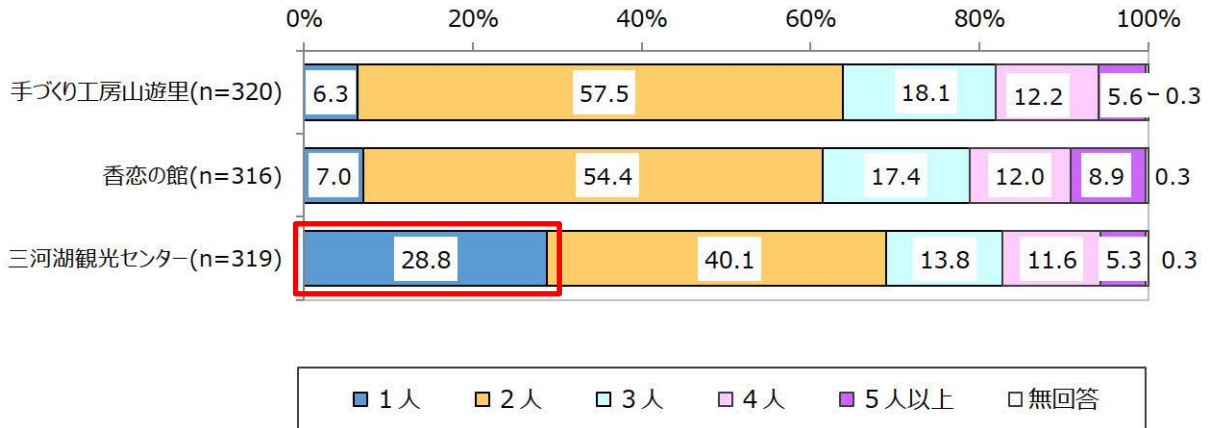
資料：しもやま観光戦略プラン

(4) 三河湖の利用者の傾向

1) 同行人数

- 三河湖観光センターは1人で訪れる割合が高い。ツーリングやサイクリングといった単独行動で訪れる人が多いものと考えられる。

図 三河湖周辺施設への来訪時の本人を含む同行人数



資料：三河湖周辺施設来場者調査結果報告書（令和3年2月）

2) 平休日の利用者数の変動

- 三河湖観光センターは休日に対する平日の利用者数の減少率が高い。

平成31年3月16日から令和元年12月22日までのレジ利用者数は三河湖観光センターが9,008人に対して、手づくり工房山遊里は19,649人、香恋の館は16,851人となっている。

営業日1日あたりの利用者数は下表のとおりとなっている。三河湖観光センターは他の施設と比べて利用者数の平日：休日比が大きい。

表 三河湖周辺施設の平成31年・令和元年（2019）の平休日別平均利用者数

	手づくり工房山遊里	香恋の館	三河湖観光センター
全日平均利用者数	81	63	35
平日平均利用者数	45	35	17
休日平均利用者数	138	114	67
平日：休日	0.32：1	0.3：1	0.25：1

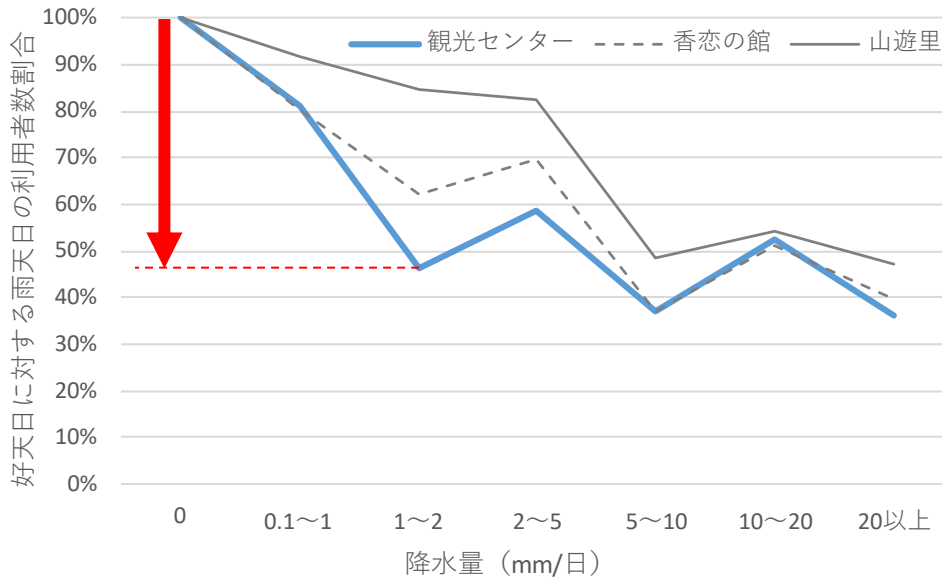
資料：各施設より提供（3月16日～12月22日までの集計）

3) 天候による利用者数の変動

- 降雨日は利用者数が減少する。

特に三河湖観光センターではわずかの降水量でも利用者数の減少率大きい。一方、手づくり工房山遊里では降水量が少ない日は利用者数の減少率は小さい。山遊里、香恋の館が施設内の消費を目的として訪れるのに対して、観光センターは三河湖を眺める、休憩するといった屋外行動を目的として訪れる人が多いためであると考えられる。

図 平成 31 年・令和元年休日における降水量別平均利用者数割合（好天日に対する割合）



資料：各施設より提供（3月16日～12月22日までの集計）

4) 平均消費額

- 三河湖観光センターは利用者数が少なく、買い物代の消費が少ないことから、物販コーナーの売上が低い。

平均消費額では、食事・軽食代は香恋の館と三河湖観光センターで大きな違いはなく、手づくり工房山遊里は低い。これは香恋の館と三河湖観光センターが食事の提供に対して、手づくり工房山遊里はジェラートやコーヒーの提供であることによる単価の違いが大きいと考えられる。買い物代は手づくり工房山遊里、香恋の館と比べて三河湖観光センターが大幅に低くなっている。

表 三河湖周辺施設の費目別平均消費額

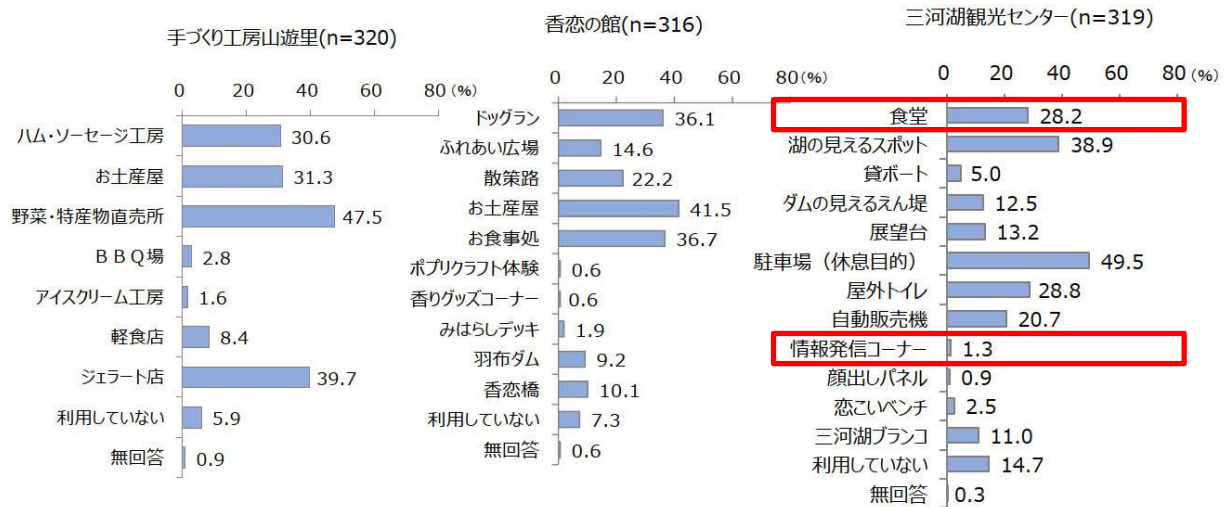
平均金額	①食事・軽食代	②買い物代	③サービス費	④その他	平均合計	お金を使っている人の割合
手づくり工房山遊里	315円	1,463円	20円	25円	1,823円	91.3%
香恋の館	573円	521円	7円	3円	1,103円	52.8%
三河湖観光センター	545円	74円	17円	26円	662円	45.5%

資料：三河湖周辺施設来場者調査結果報告書（令和3年2月）

5) 施設利用状況

- 三河湖観光センターは施設を利用する人の割合が30%弱にとどまっている。
- 手づくり工房山遊里や香恋の館と比べて施設利用の割合が低い。

図 三河湖周辺施設の施設別利用率



資料：三河湖周辺施設来場者調査結果報告書（令和3年2月）

- 三河湖観光センターの食堂は手づくり工房山遊里や香恋の館の飲食施設と比較して、認知度に対する利用率が低い。
- 三河湖観光センター内でも駐車場や屋外トイレ、自動販売機よりも認知度に対して食堂の利用率が低い。

図 施設別認知度

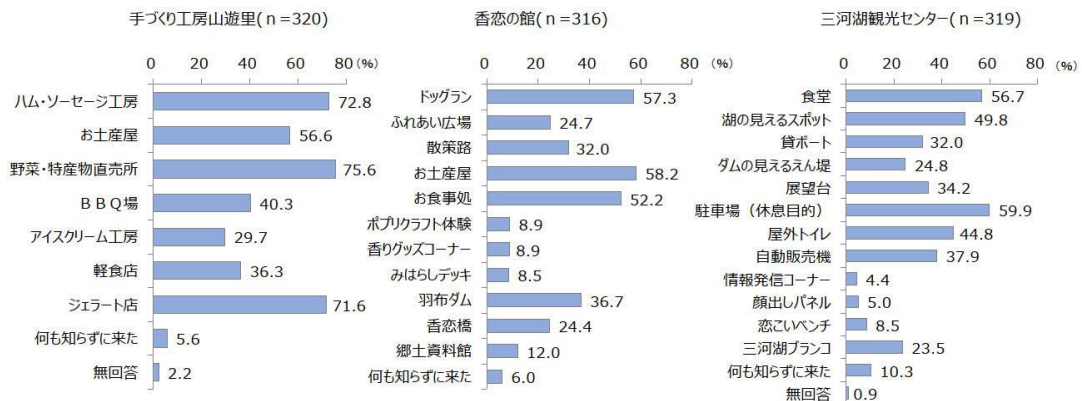
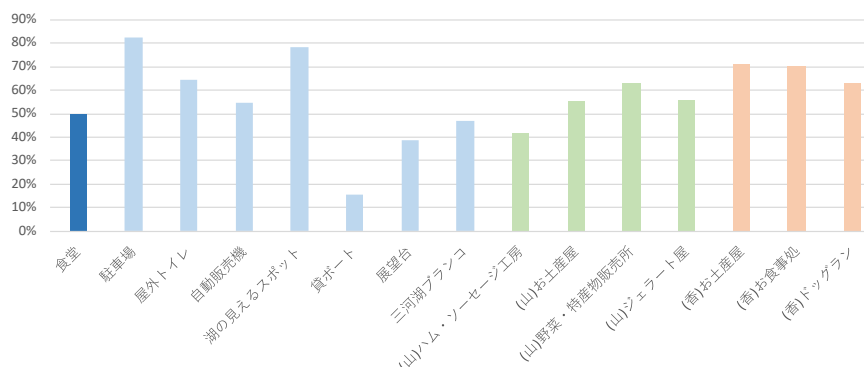


図 認知度に対する利用率の割合 ((山) : 山遊里、(香) : 香恋の館)

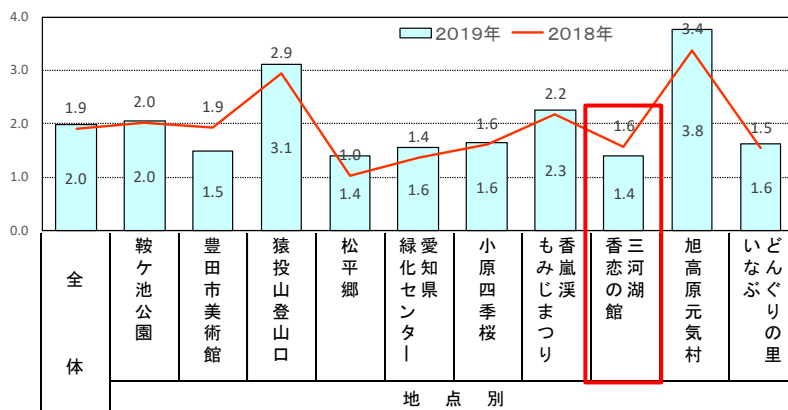


資料：三河湖周辺施設来場者調査結果報告書（令和3年2月）

6) 平均滞在時間

- 令和2(2020)年の三河湖平均滞在時間は1.7時間となっており、観光客数の多い鞍ヶ池公園、香嵐溪、愛知県緑化センターと比較して、滞在時間が短い。

図 豊田市内主要観光施設の平均滞在時間

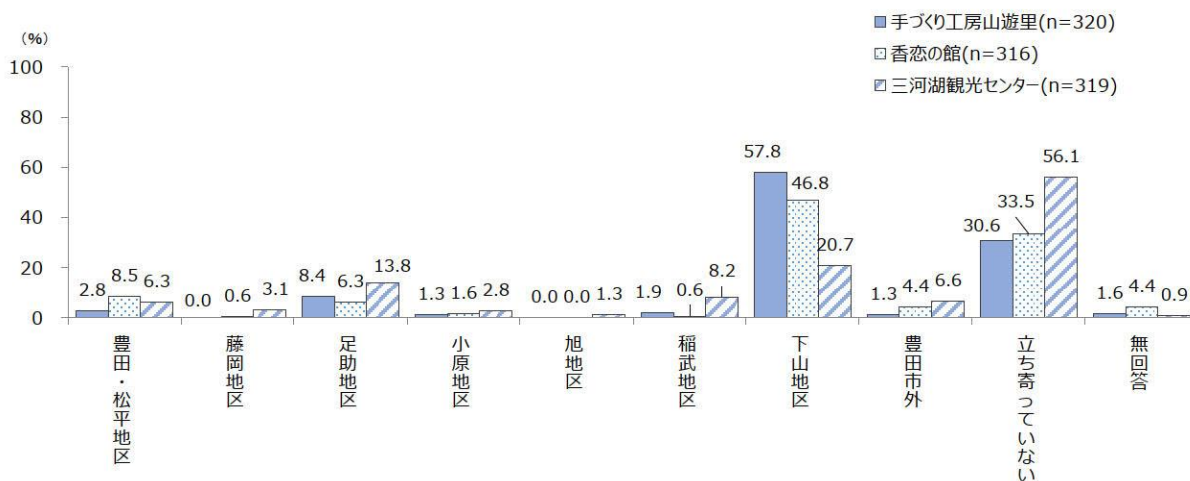


資料：2019年度 豊田市観光マーケティング調査（ツーリズムとよた）

7) 他施設への周遊

- 三河湖観光センターに訪れた人の半数以上が、他の施設へ訪れない。

図 アンケートに回答した施設の他に、当日に訪問した場所

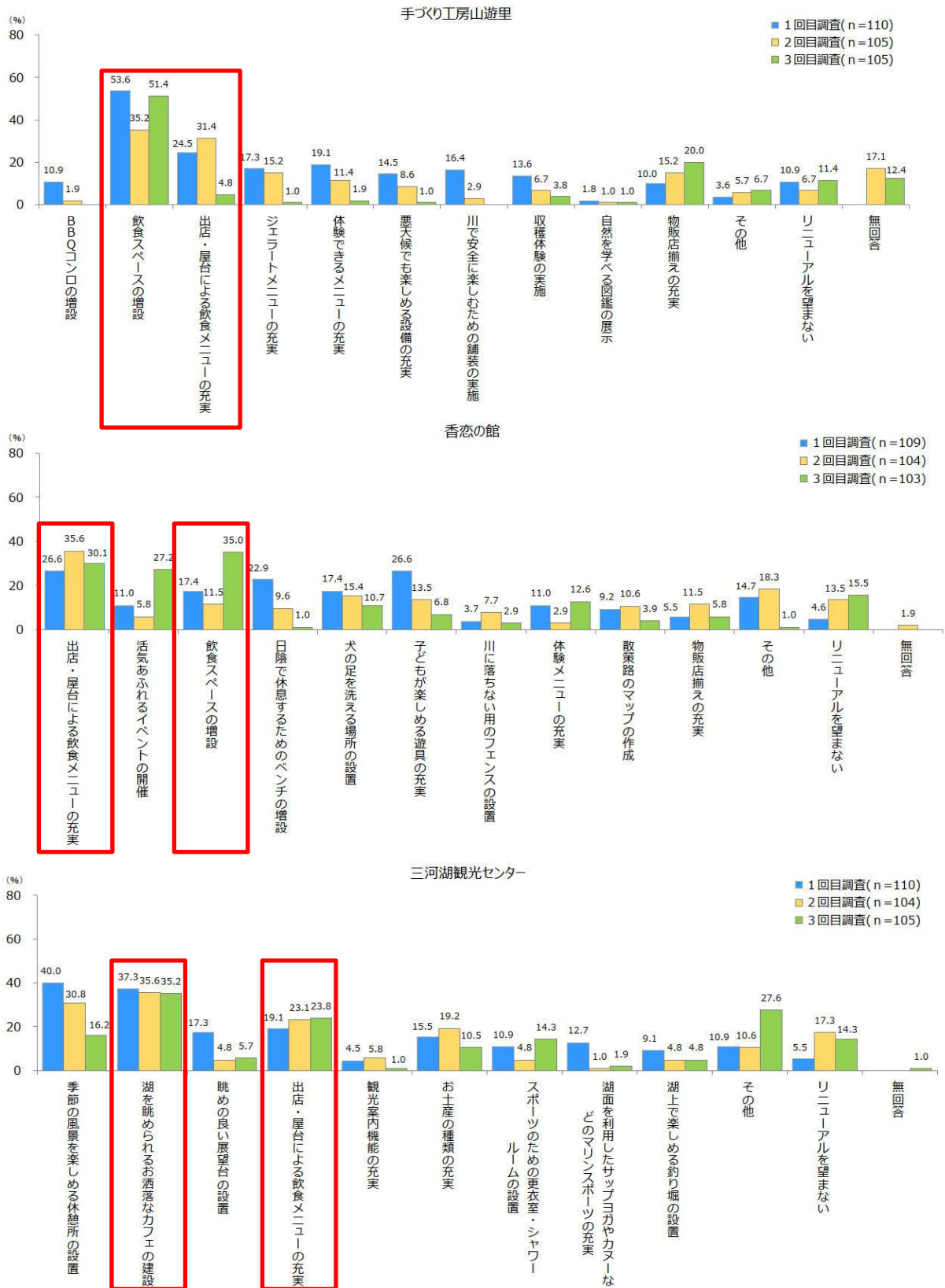


資料：三河湖周辺施設来場者調査結果報告書（令和3年2月）

8) 施設へのニーズ

- 各施設とも飲食に関するニーズが多い。

図 各施設に今後追加して欲しい機能や設備

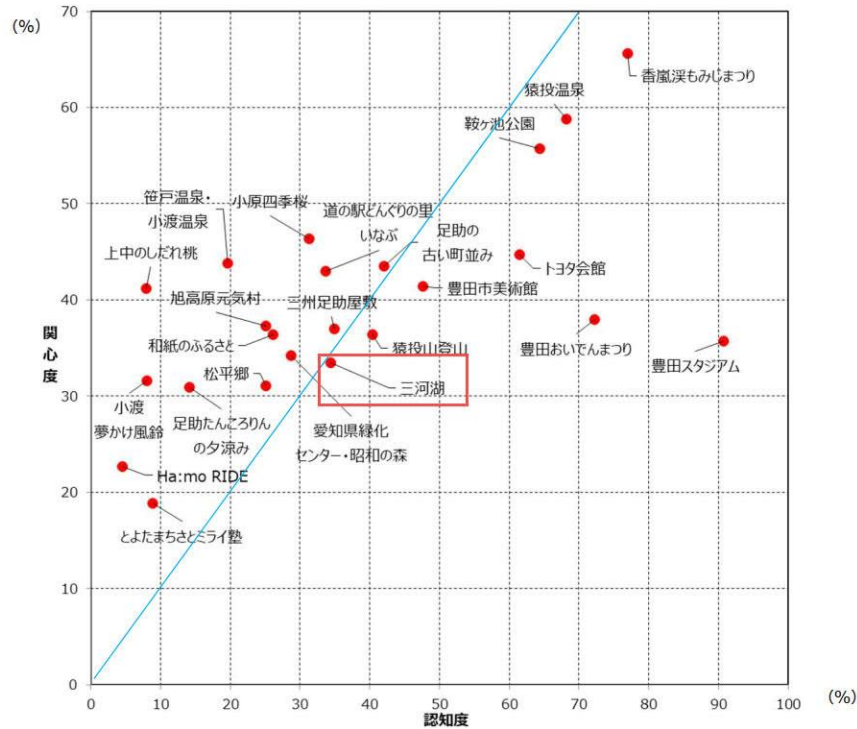


資料：三河湖周辺施設来場者調査結果報告書（令和3年2月）

(5) 三河湖の認知度

- 市内の利用者数上位3カ所（鞍ヶ池公園、豊田スタジアム、香嵐渓）と比べて認知度が大幅に低く、道の駅どんぐりの里いなぶと同程度である。

図 愛知県民の市内観光地等の認知度と関心度



資料：2020年度 豊田市観光マーケティング調査（ツーリズムとよた）

9-2. 豊田市の外部環境を取り巻く変化

(1) 豊田市観光実践計画 2021～2024 に見る外部環境の変化

豊田市観光実践計画 2021～2024 では、観光をとりまく外部環境の5つの変化として、ライフスタイルの変化、旅行嗜好の多様化・個人化、プロモーションのデジタル化、ジブリパークの開業、新型コロナウイルスの影響を挙げている。

図 豊田市観光実践計画 2021～2024 に見る外部環境の変化

(1) ライフスタイルの変化

人口減少時代が到来し、旅行マーケットの縮小が懸念される一方で、ライフスタイルの変化などにより女子旅やひとり旅などそれぞれの世代での旅のスタイルが確立され、新たな旅行マーケットを創出しています。

(2) 旅行嗜好の多様化・個人化

マーケットの変化とともに、個々の旅行の嗜好は近年多様化が進み、団体で行く物見遊山的観光から自らが楽しむ「コト」観光へと嗜好が変化してきています。

(3) プロモーションのデジタル化

スマートフォンやSNSの普及により、来訪者のデジタル媒体での情報収集が主流になりつつあります。これにより、プロモーションのデジタル化が進むとともに、デジタルを活用したマーケティングが進み、旅マエ、旅ナカなどにおける情報発信強化に生かされています。

(4) ジブリパークの開業

令和4(2022)年秋には、愛・地球博記念公園(長久手市)内に、スタジオジブリ作品の世界観を表現した「ジブリパーク」の一部エリアの開業が予定されています(全面開業は令和5(2023)年を予定)。

開業に伴い多くの観光客の来訪が期待されることから、これらの観光客を市内に取り込むことが求められます。

(5) 新型コロナウイルスの影響

新型コロナウイルスの影響により、令和2(2020)年には観光交流人口の大幅な減少が見られました。ウィズコロナ時代においては、海外への旅行については制約が大きいことから、海外旅行需要が国内旅行へ置き換えられ、旅行消費全体のバランスが国内へとシフトする傾向が見られます。

このような流れの中で、国内では、近場で短期間の観光を楽しむ「マイクロツーリズム^{※1}」のニーズが高まってきています。特に、安全・安心に来訪・滞在できるアウトドアを中心とした自然型観光が脚光を浴びており、家族単位やカップル等による少人数単位でのドライブ観光が今後も台頭していくことが予想されます。

インバウンドにおいては、交通移動の制約が大きい中、令和元(2019)年の水準まで回復するには時間を要することが想定されます。新型コロナウイルス感染症が収束するまでは、デジタルプロモーションやセールスレップ^{※2}の活用などの現地移動を伴わないプロモーション活動を展開していくことが効果的であると考えられます。

※1 マイクロツーリズム：自宅から1時間から2時間圏内の地元または近隣への宿泊観光や日帰り観光のこと。

※2 セールスレップ：独立自営の営業主であり、複数の商材を取扱い、販売先に対して提案型の販売を行う者のこと。

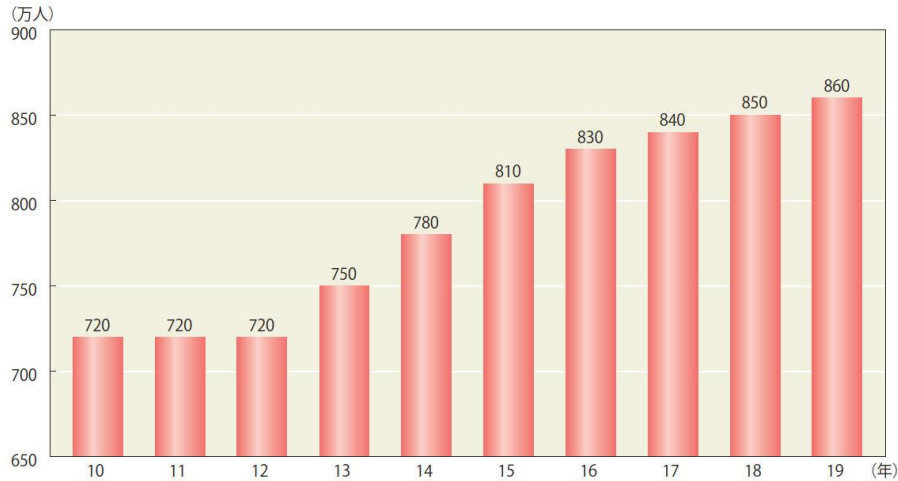
資料：豊田市観光実践計画 2021～2024

(2) 令和3年版観光白書（観光庁）に見るレジャー志向の変化

- 新型コロナウイルス感染症拡大以前からアウトドア需要が高まっている。

新型コロナウイルス感染症が拡大する以前より、キャンプ等のアウトドア需要は高まっており、オートキャンプ参加人数は、過去6年間で約100万人増加している。

図 2010年～2019年におけるオートキャンプ参加人数の推移（推定値）

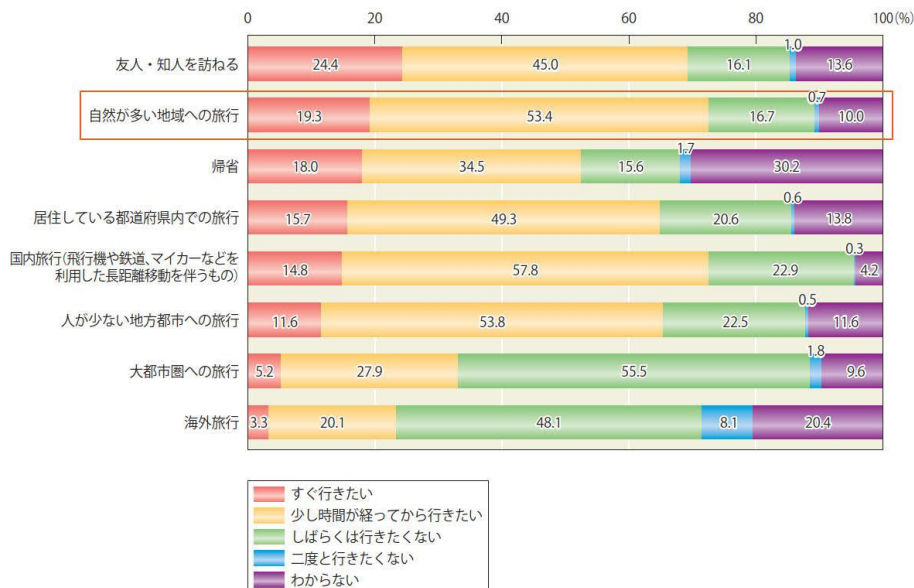


資料：（一社）日本オートキャンプ協会「オートキャンプ白書 2020」

- 新型コロナウイルス感染症により自然が多い地域への訪問意向が高まっている。

新型コロナウイルス感染症による旅行者の変化として、3密の回避につながる、自然が多い地域への訪問意向が高まっているとの調査結果がある。

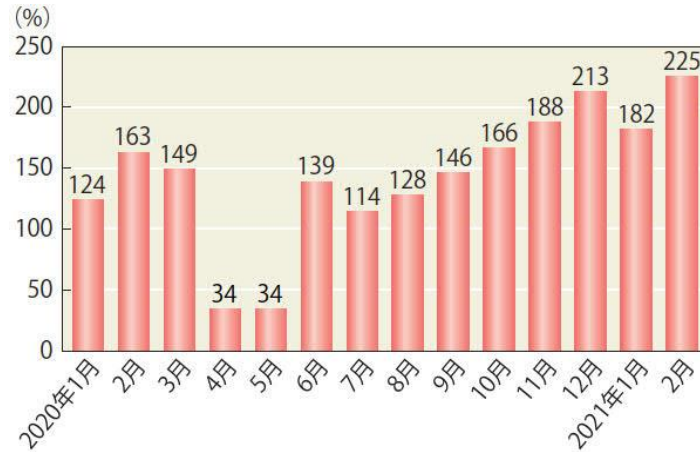
図 意識調査 渡航や外出自粛が緩和された場合、どんな旅行にいつ頃行きたいか（単一回答）



資料：JTB・JTB 総合研究所「新型コロナウイルス感染症拡大による、暮らしや心の変化及び旅行再開に向けての意識調査 2020」（2020年5月）

- 通常はキャンプ需要が落ち着く秋冬でも新型コロナウイルス感染症以降は需要が高い。

図 キャンプ場 1 施設当たりの平均予約件数（前年同月比）



資料：キャンプ場検索・予約サイト「なっぷ」データ

この他、新型コロナウイルス感染症以降に見られる観光旅行の傾向について、観光白書より抜粋する。

● 滞在型観光

有名観光地や大型テーマパークなどに短期で一斉に訪れるような物見遊山型ではなく、1つの地域に滞在し、その土地の文化や暮らしを体感しじっくり楽しむ滞在型観光も、3密を避けられる旅行スタイルの1つとして注目を集めている。

● 分散型旅行

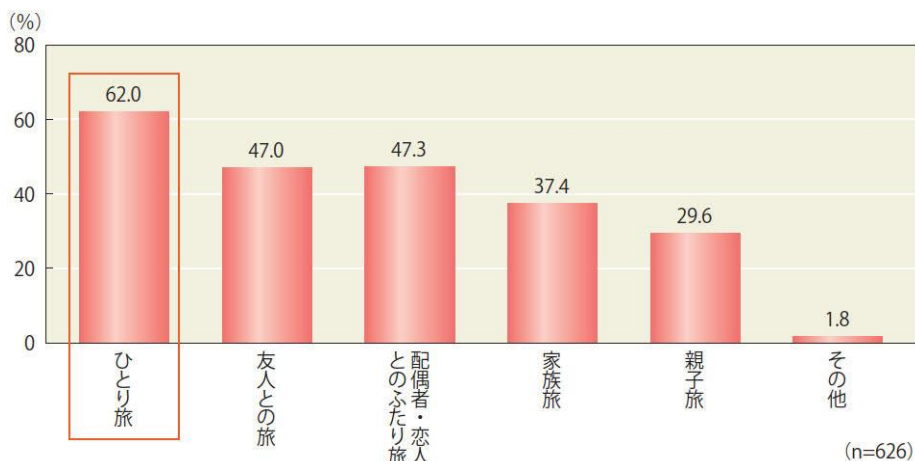
新型コロナウイルス感染症の拡大によって、いわゆる3密を避けた行動をとることが求められる、混雑を回避することが必要となっている。

このため、旅行需要を分散すべく、官民一体となって「人数・時期・時間帯・場所」が分散する旅行の促進キャンペーンを実施している。

● ひとり旅

民間調査によると、62%がこれからの旅はひとり旅を選ぶと回答している。そのような中で、多様な事業者によるひとり旅向け商品の販売が増加している。例えばクラブツーリズムでは、ひとり旅の流行に伴い、観光列車を貸し切って食事を楽しむ商品や、4日間で30万円以上の贅沢な旅が人気で、追加日程を組むほどとなっている。

図 インターネット調査 これからの旅は主に誰と行きたいですか？



資料：旅メディア「ことりっぷ」「あたらしい旅のカタチ」をテーマにしたインターネット読者調査より
(調査期間：2020年12月8日～12月22日)

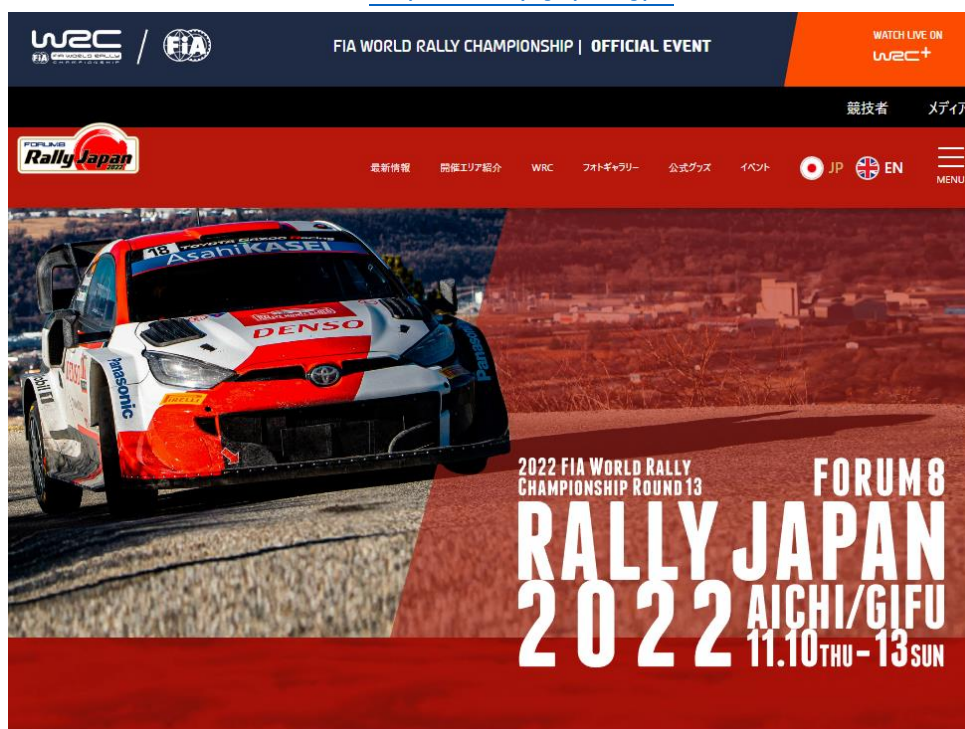
(3) FIA 世界ラリー選手権 フォーラムエイト・ラリージャパン 2022 の開催

「FIA 世界ラリー選手権 フォーラムエイト・ラリージャパン 2022」が令和 4 (2022) 年に愛知県・岐阜県で開催 (11月10日 (木)～13日 (日)) された。三河湖はスペシャル・ステージ (SS) のコースの 1 つとなっており、原石山広場がゴール地点となった。

WRC の日本ラウンドである「ラリージャパン」の開催は、平成 16 (2004) 年から平成 22 (2010) 年の北海道での開催以来、12 年ぶりとなる。

三河湖が SS のコースかつゴール地点となることから、テレビ中継やインターネット中継を通じて国内のみならず世界中に三河湖を広める絶好の機会となった。

◆ラリージャパン公式ウェブサイト (<https://rally-japan.jp/>)



9-3.市関連計画の整理

(1) 豊田市観光実践計画 2021～2024

「豊田市観光実践計画 2021～2024」は、令和3（2021）年に策定した「第8次豊田市総合計画 後期実践計画」の観光分野の実践計画として位置付けて取り組むものである。前計画となる平成30（2018）年に策定した「豊田市観光実践計画 2018-2020」では「あいちデスティネーションキャンペーン」の実施に加え、「ラグビーワールドカップ 2019™」などの大規模イベントが開催された。また、令和2（2020）年初頭からの新型コロナウイルスの流行により観光産業も多大な影響を受けるなど、観光を取り巻く環境は日々刻々と変化を続けている。これらを踏まえ、更なる観光産業の発展と地域資源を生かしたまちづくりの推進を実現するために、本計画を策定した。

1) 下山地区における具体的な取組

① しもやま観光戦略プラン事業の推進

後述するしもやま観光戦略プラン アクションプランの掲載事業を官民連携で取り組む。

② 三河湖周辺環境整備事業の実施

三河湖を中心とし、地区内の自然アクティビティ（体験含む）を楽しむための拠点として、三河湖観光センターの再整備及び周辺観光施設の利活用方法を考え、施策に反映する。

市道二夕瀬草木線の道路修繕を実施する。

2) 下山地区も実施する市全体の具体的な取組

以下の観光誘客事業やプロモーションなどの事業については、下山地区も合わせて市全体として取り組む事業となっている。

- 持続可能な観光誘客事業の検討、試行
- テーマ別観光商品の開発及びプロモーション
- 観光ゲートウェイ拠点「とよたびステーション」の充実
- 観光マーケティング調査等による来訪者ニーズの把握
- 定期的な観光会議の開催

(2) しもやま観光戦略プラン

「しもやま観光戦略プラン」は、香恋の里しもやま観光協会や観光事業者、そして地域住民が、観光まちづくりの推進に向けて、取り組むべき具体的なアクションを明確にするために、コンセプトを“『冒険 体験 発見 しもやま』の実現”として、5年間（令和3年度～令和7年度）の下山地区における観光まちづくりへの具体的な活動計画を示したものである。

5つの取組テーマの中で、本計画策定に特に関連するテーマ及び実施項目を整理する。

① 観光資源の充実

実施項目	実施概要
体験・アクティビティの充実	三河高原アドベンチャー・定例アクティビティの充実、新アクティビティ拡充

② 戦略的な情報発信

実施項目	実施概要
情報発信体制の整備	HP や SNS を活用した、観光情報の日常的な情報発信の仕組みを構築
情報発信力の向上	クチコミサイトや SNS 活用の重要性を共有、事業者向け講習会の開催
利用者に合わせた情報発信	利用者の属性に合わせた適切な情報発信の検討・実施

③ おもてなし環境(観光関連施設)の整備

実施項目	実施概要
景観整備・利便性の向上	WRC に向けた景観整備、観光スポットの整備、道路整備の要望

④ 観光商品化の推進

実施項目	実施概要
体験メニューの掲載・販売	体験メニューを体験予約 WEB サイトに掲載し、販売
出展・インバウンド対応	観光関連展示会への出展、WRC を契機としたインバウンド対応