

内海駅活性化基本構想（抜粋）

【目次】

1. はじめに
 - 1.1 本構想の目的と概要
 - 1.2 内海駅周辺の現状
 - 1.3 内海駅周辺エリア活性化への期待
2. 現状分析と調査結果
 - 2.1 地域概要（南知多町の基本情報）
 - 2.2 駅周辺エリアの利用に関する調査・分析
 - 2.2.1 アンケート調査の目的
 - 2.2.2 調査概要
 - 2.2.3 アンケート内容
 - 2.2.4 結果の集計と分析
 - 2.2.5 住民の意見・ニーズ
 - 2.3 南知多町や内海駅の訪問に関する調査・分析
 - 2.3.1 アンケート調査の目的
 - 2.3.2 調査概要
 - 2.3.3 アンケート内容
 - 2.3.4 結果の集計と分析
 - 2.4 観光に関する統計調査・分析
 - 2.4.1 南知多町の観光統計
 - 2.4.2 愛知県の観光統計
 - 2.5 南知多町の水産業統計
 - 2.5.1 愛知県内の水産業における南知多町の立ち位置
 - 2.6 事例研究
3. 基本方針と施策提案
 - 3.1 基本方針のビジョンと目標
 - 3.2 基本方針
 - 3.2.1 基本方針 1：南知多町の食資源を活かしたコンテンツの展開
 - 3.2.2 基本方針 2：商業施設・飲食店等の施設の支援と誘致、
エンタテインメント等のコンテンツ開発
 - 3.2.3 基本方針 3：地域内外からの来訪者の目的地となる魅力的な施設整備
 - 3.2.4 基本方針 4：将来的な高架下空き店舗の有効活用

~~3.3 地域シンクタンクの設立~~



3.4 具体的施策案の提案

3.4.1 短期的施策

3.4.2 中期的施策

3.4.3 長期的施策

3.5 補助金利用の検討

3.5.1 対象補助金の調査結果

4. 実施計画と成果指標

4.1 アクションステップ

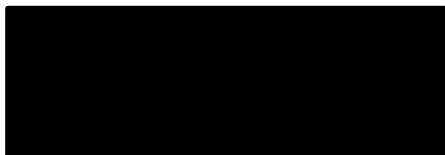
4.2 費用計画と資金調達

4.3 成果指標（KPI）の設定と想定される効果

5. まとめと今後の展望

5.1 提案施策の総括

~~【付録】~~



1. はじめに

1.1 本構想の目的と概要

本構想は、愛知県知多郡南知多町に位置する内海駅周辺エリアの活性化を目的として、地域の資源を最大限に活用し、新たな価値を創造することを目指すものです。内海駅周辺エリアが抱える課題を詳細に分析し、地域に眠る食資源、歴史、文化、自然といった多様な資源を効果的に組み合わせ、持続可能な発展を実現するための基本方針といたしました。

本構想の推進により、観光客の誘致による地域経済の活性化はもとより、地域住民の生活の質の向上、そして南知多町全体の魅力向上に貢献するものと考えます。

1.2 内海駅周辺の現状

内海駅周辺エリアは、かつては海水浴客で賑わいを見せたものの、近年は観光客の減少、高齢化の進行、空き店舗の増加といった課題に直面しています。

駅周辺には、魅力的な砂浜や歴史的な建造物など、潜在的な観光資源が存在するにもかかわらず、それらが十分に活用されているとは言えません。

観光客や地域住民による駅の利用も年々減少しており、令和5年3月のダイヤ改正により、日中における名古屋方面への直通急行や特急電車が廃止され、列車本数も減少しました。

さらに、内海駅に接続する交通手段が少ないことも、住民や観光客の移動の妨げとなり、生活インフラが十分とは言えない状況を生み出しています。

これらの課題は、駅周辺の賑わい減少や、地域全体の活性化を阻む要因に繋がっていることが考えられます。

一方で、内海地域や南知多町には豊かな観光資源や、食の魅力が数多く存在します。地域内には利用可能性の高い土地もあり、多様な展開が期待されます。

これらの資源を最大限に活かし、内海駅周辺エリアの課題を克服するためには、現状を的確に把握し、観光客誘致、地域住民の利便性向上、地域経済の活性化に繋がる具体的な施策を早急に講じる必要があるでしょう。



1.3 内海駅周辺エリア活性化への期待

内海駅周辺エリアは、そのポテンシャルを最大限に引き出すことで、再び賑わいを取り戻し、他にはない独自の魅力を持った観光地として発展することが可能と考えます。特に、南知多町で水揚げされる多様で豊富な海産物をはじめ、温暖な気候で育まれたみかんやイチゴなどの農作物といった豊かな「食の資源」は、地域ブランド化をすることで、観光客を惹きつける強力なコンテンツとしての可能性を秘めています。

また、エリア内に点在する廃校や空き店舗は、創造的なアイデア次第で、地域の魅力を高める新たな拠点として生まれ変わる可能性を秘めています。

地域住民、地元事業者、そして行政が一体となり、それぞれの強みを活かしながら連携し、地域全体で活性化に取り組むことで、持続可能な発展を実現することが期待されます。

本構想が、関係者間の協力体制を構築し、地域全体で持続可能な発展を実現するための道しるべとなれば幸いです。



2. 現状分析と調査結果

2.1 地域概要（南知多町の基本情報）

南知多町は、愛知県知多半島の南端に位置し、三方を海に囲まれた自然豊かな町です。東は穏やかな三河湾、南西は豊かな漁場が広がる伊勢湾に面し、温暖な気候と相まって、船びき網漁業や小型底びき網漁、のりの養殖業といった沿岸漁業が盛んに行われています。

また、美しい砂浜のビーチや清らかな海、心身を癒す温泉地など、数多くの観光スポットを有しており、かつては海水浴客や釣り人を中心に、年間 600 万人を超える観光客が訪れる、賑わいのある地域でした。

しかし近年は観光客数が減少傾向にあり、新型コロナウイルス感染症の影響も重なり、令和 5 年時点では年間観光客数は 200 万人を割るまでに落ち込んでいます。この状況は、内海駅の乗降客数にも顕著に表れており、10 年前の平成 27 年には約 27 万人を数えた乗降客数は、令和 5 年時点では約 16 万人まで減少しています。人口減少と高齢化の進行に加え、観光客の減少は、地域経済の活性化を阻む大きな要因となっており、早急な対策が求められています。

人口減少の影響は、教育機関にも及び、2009 年 3 月には山海小学校が、2022 年 3 月には大井小学校が閉校となり、さらに 2023 年 4 月には師崎中学校、豊浜中学校、日間賀中学校、内海中学校が統合され南知多中学校が開校したことに伴い、旧 3 中学校が閉校となっています。これらの廃校舎の有効活用も喫緊の課題となっています。

2.2 駅周辺エリアの利用に関する調査・分析

2.2.1 アンケート調査の目的

内海駅周辺エリア活性化に向け、地域住民と来訪者のニーズを把握し、具体的な施策立案に役立てることを目的とし、住民に対しては、生活における課題や活性化策への期待を、来訪者には、来訪目的や行動、観光満足度を調査いたしました。

これらの結果から、効果的な誘客プロモーションや観光コンテンツを開発し、住民・来訪者双方にとって魅力的なエリアを目指すものです。

2.2.2 調査概要

①街頭アンケート

内海駅改札前にブースを設置し、駅利用者や通行客に対してアンケート調査を実施。

➤調査対象

- ・南知多町民
- ・南知多町への来訪者

➤調査日程

- ・12月15日（日）10:00～17:00
- ・12月19日（金）7:30～18:00

②地域住民へのアンケート配布

南知多町や地域住民の協力のもと、WEBアンケートフォームおよびアンケート用紙を配布、回答依頼。

➤調査対象

- ・南知多町民

➤調査日程

- ・2024年12月15日（日）～2025年1月10日（金）

2.2.3 アンケート内容

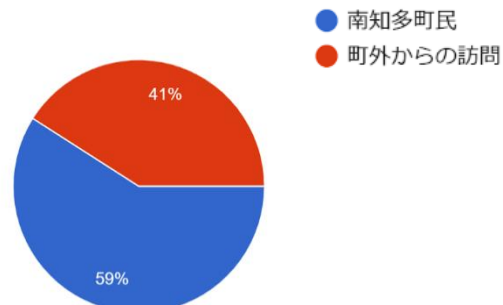
(地域住民向け) 内海駅周辺エリア活性化に向けたアンケート調査 【はじめに】 このアンケート調査は、南知多町より株式会社イノベーションパートナーズが業務委託を受け、内海地域を中心とした南知多町に関する意見を集め、活性化の施策検討に繋げることが目的とします。ご回答いただいた内容は地域活性化に向けた計画づくりに活用させていただきます。 以下、該当するものに丸印をつけ、空欄にはご記入をお願いします。 【基本情報】 1. 性別と年代を教えてください。 a. 男性 / b. 女性 / c. その他 年齢 歳代 2. 職業を教えてください。 a. 経営者・役員 / b. 会社員 / c. 公務員 / d. 教職員 / e. 自営業・自由業 f. パート・アルバイト / g. 専業主婦・主夫 / h. 大学生・専門学校生 / i. 無職 / j. その他 【内海駅周辺エリアについての質問】 1. 内海駅周辺エリアへいく事はどのくらいありますか？ a. 毎日 / b. 1週間に数回 / c. 1か月に数回 / d. 1年に数回 / e. ほとんど利用しない 2. 内海駅周辺エリアへ行く際の主な交通手段は何ですか？ a. 車 / b. バス / c. 自転車 / d. タクシー / e. 徒歩 / f. その他 3. 内海駅周辺エリアへ行く時の主な目的は何ですか？ a. 駅の利用 / b. 仕事 / c. 学校や習い事(送迎も含む) / d. 食事やカフェ / e. 買い物 f. 友人や家族との交流 / g. 趣味やスポーツ / h. 公共施設の利用 / i. イベント / j. その他 4. 内海駅周辺エリアの賑わいが少ないのはなぜだと思いますか？(複数回答可) a. 駅・列車を利用する人が少ないため / b. 列車の本数が少ないため c. 内海駅周辺に目的が無い / d. 駅周辺までの交通手段に限られるため / e. その他 5. 内海駅周辺エリアがどのようなになれば、その地域に訪れる頻度が高くなると思いますか？(複数回答可) a. 内海駅に接続する交通手段の充実 / b. 商業施設の充実 / c. 定期的なイベント開催 d. 広場やベンチの整備など快適な空間づくり / e. 安心・安全な環境整備 / f. その他 6. 内海駅周辺エリアが賑わうには何が必要だと思いますか？(複数回答可) a. 飲食店の充実 / b. 地域産品や土産の販売店 / c. アートや音楽などのエンタメコンテンツ d. 宿泊施設や観光施設 / e. イベント開催 / f. 漁業や農業などの地域性を活かした施設やコンテンツ g. 駅や鉄道を活用したコンテンツ / h. 人々の交流の場(広場など) / i. その他	7. 内海駅周辺エリアが賑わうには、地域のどのようなところを活かすべきだと思いますか？(複数回答可) a. 自然や環境 / b. 温泉や観光施設 / c. 特産品や地元産の食材 / d. 祭りや伝統行事 e. 内海駅高架下の空き店舗 / f. 内海駅や電車の要素 / g. 地域内の廃校舎 / h. その他 8. 海水浴場を維持し、魅力向上をさせるために夏季有料化とする場合、どのように思いますか？ a. 賛成 / b. まあ賛成 / c. どちらでもない / d. 少し反対 / e. 反対 【地域資源(空き店舗や廃校舎)の活用について】 南知多町では、内海駅前に位置する「南知多中学校」の移設が検討されておりましたが2028年の移設は断念されました。今後の見直しは予定されておりませんが、現在も検討をされており、将来的に旧校舎は廃校となる可能性もあります。また、地域内には、内海駅の基架下を中心とした空き店舗が複数存在します。これらの空き店舗や廃校舎などの資源を地域活性化に活かすため、ご意見をお聞かせください。 9. 地域の活性化において、空き店舗や廃校舎の活用は重要だと思いますか？ a. とても重要 / b. まあ重要 / c. どちらでもない / d. あまり重要ではない / e. 全く重要ではない 10. 人が集まるにはどのような活用方法が効果的だと思いますか？(複数回答可) a. 飲食店や商業施設 / b. 宿泊施設や観光施設 / c. 地元産品の生産や販売 / d. イベントスペース e. 音楽や舞台の公演 / f. アートギャラリーや展示スペース / g. スポーツやレジャーでの活用 h. コワーキングスペースやレンタルオフィス / i. その他 11. 上記のような施設に行ってみたいと思いますか？ a. とても思う / b. 少し思う / c. どちらでもない / d. あまり思わない / e. 全く思わない 12. 廃校舎や空き店舗を利用して、出店することや何か取り組むことに興味はありますか？ a. とても興味がある / b. 少し興味がある / c. どちらでもない / d. あまり興味はない / e. 興味はない 13. 廃校舎や空き店舗を利用した出店や、何かやってみたいことがあれば教えてください。(複数回答可) a. 飲食店 / b. 物販 / c. イベント / d. 体験・ワークショップ / e. 宿泊や観光サービス f. 地元産品の生産や販売 / g. サロン・ジム / h. クリニック / i. オフィス・店舗 / j. その他 14. 地域の特色を活かした空き店舗や廃校舎活用のアイデアがあれば教えてください。 【南知多町について】 15. 特産品や観光名所、地域の文化など、南知多町の良いところを教えてください。 16. 南知多町で改善すべき場所やものがあれば理由と共に教えてください。 ご協力ありがとうございました。 アンケートに関するお問い合わせ先: 株式会社イノベーションパートナーズ (business_hou@innovation-partners.jp)
(来訪者向け) 内海駅周辺エリア活性化に向けたアンケート調査 【はじめに】 このアンケート調査は、南知多町より株式会社イノベーションパートナーズが業務委託を受け、内海地域を中心とした南知多町に関する意見を集め、活性化の施策検討に繋げることが目的とします。ご回答いただいた内容は地域活性化に向けた計画づくりに活用させていただきます。 以下、該当するものに丸印をつけ、空欄にはご記入をお願いします。 【基本情報】 1. 性別と年代を教えてください。 a. 男性 / b. 女性 / c. その他 年齢 歳代 2. 職業を教えてください。 a. 経営者・役員 / b. 会社員 / c. 公務員 / d. 教職員 / e. 自営業・自由業 f. パート・アルバイト / g. 専業主婦・主夫 / h. 大学生・専門学校生 / i. 無職 / j. その他 【内海駅周辺エリアについて】 1. 南知多町を訪れるのは何回目ですか？ a. 初めて / b. 2回目 / c. 3回目 / d. 4回目以上 2. この地域での電車以外の主な交通手段を教えてください。 a. 車 / b. バス / c. 自転車 / d. タクシー / e. 徒歩 / f. その他 3. 内海駅周辺エリアに来た目的・理由を教えてください。 a. 駅を利用するため / b. 近隣の飲食店 / c. ビーチへ行くため / d. 宿泊施設へ行くため e. 知人・友人と会うため / f. 近隣に目的があるため / g. その他 4. 内海駅周辺エリアの賑わいが少ないのはなぜだと思いますか？(複数回答可) a. 駅・列車を利用する人が少ないため / b. 列車の本数が少ないため c. 内海駅周辺に目的が無い / d. 駅周辺までの交通手段に限られるため / e. その他 5. 内海駅周辺エリアがどのようなになると賑わうと思いますか？(複数回答可) a. 内海駅に接続する交通手段の充実 / b. 商業施設の充実 / c. 定期的なイベント開催 d. 広場やベンチの整備など快適な空間づくり / e. 安心・安全な環境整備 / f. その他 6. この地域にどのようなものがあるとより魅力を感じますか？(複数回答可) a. 飲食店の充実 / b. 地域産品や土産の販売店 / c. アートや音楽などのエンタメコンテンツ d. 宿泊施設や観光施設 / e. イベント開催 / f. 漁業や農業などの地域性を活かした施設やコンテンツ g. 駅や鉄道を活用したコンテンツ / h. 人々の交流の場(広場など) / i. その他 7. 海水浴場が維持管理や施設充実のため、夏季のみ有料となる場合、どのように感じますか？ a. 賛成 / b. まあ賛成 / c. どちらでもない / d. 少し反対 / e. 反対	【南知多町訪問について】 8. この地域での滞在日数はどのくらいですか？ a. 日帰り / b. 1泊 / c. 2泊 / d. 3泊以上 9. 南知多町訪問の主な目的・理由を教えてください。 a. きれいな海や自然 / b. 温泉 / c. 美味しい食事 / d. 観光施設やレジャー施設 e. アークスの良さ / f. 通勤・出張等の仕事 / g. 通学・習い事 / h. 友人・知人の訪問 i. その他 10. 南知多町へまた来たいと思いますか？ a. 是非来たい / b. 機会があれば来たい / c. どちらでもない / d. 目的が無ければ来ない / e. 来ない 11. 南知多町が再び訪れたいと思ってももらえる地域になるには、何が必要だと思いますか？(複数回答可) a. 観光スポットや施設の拡充 / b. 地域ならではの食事や特産品の拡充 c. 交通の利便性向上 / d. 宿泊施設の選択肢やサービスの改善 e. お得な観光バスや割引プランの提供 / f. その他 12. 南知多町で特に印象に残った食事や場所、イベントなどがあれば教えてください。 13. 南知多町で不満を感じた食事や場所、イベントなどがあれば教えてください。 【地域資源(空き店舗や廃校舎)の活用について】 南知多町では、内海駅前に位置する「南知多中学校」の移設が検討されておりましたが2028年の移設は断念されました。今後の見直しは予定されておりませんが、現在も検討をされており、将来的に旧校舎は廃校となる可能性もあります。また、地域内には、内海駅の基架下を中心とした空き店舗が複数存在します。これらの空き店舗や廃校舎などの資源を地域活性化に活かすため、ご意見をお聞かせください。 14. 魅力のある観光地になるうえで、空き店舗や廃校舎の活用は重要だと思いますか？ a. とても重要 / b. まあ重要 / c. どちらでもない / d. あまり重要ではない / e. 全く重要ではない 15. どのように活用されていると目的地として興味を持ちますか？(複数回答可) a. 飲食店や商業施設 / b. 宿泊施設や観光施設 / c. 地元産品の生産や販売 / d. イベントスペース e. 音楽や舞台の公演 / f. アートギャラリーや展示スペース / g. スポーツやレジャーでの活用 h. コワーキングスペースやレンタルオフィス / i. その他 16. 上記のような施設に行ってみたいと思いますか？ a. とても思う / b. 少し思う / c. どちらでもない / d. あまり思わない / e. 全く思わない 17. 地域の特色を活かした空き店舗や廃校舎活用のアイデアがあれば教えてください。 ご協力ありがとうございました。 アンケートに関するお問い合わせ先: 株式会社イノベーションパートナーズ (business_hou@innovation-partners.jp)

2.2.4 結果の集計と分析

➤アンケート結果

- 回答者総数：261 名
- 地域住民の回答数：154 名
- 地域外からの来訪者の回答数：107

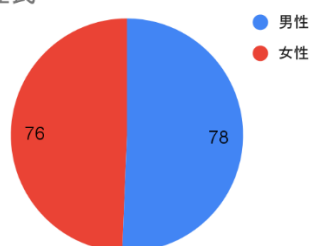
あなたの属性について教えてください。
261 件の回答



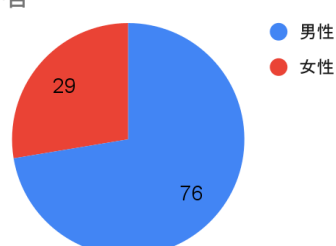
●回答者属性

・性別

地域住民

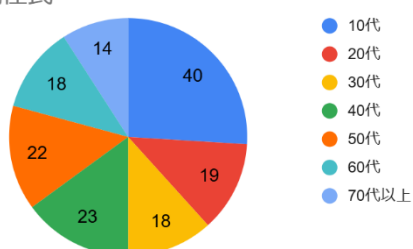


来訪者

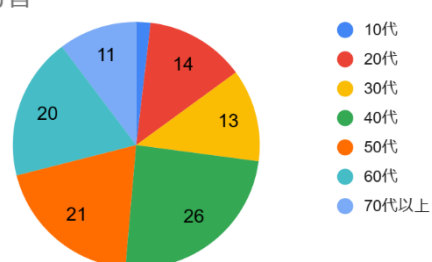


・年代

地域住民



来訪者

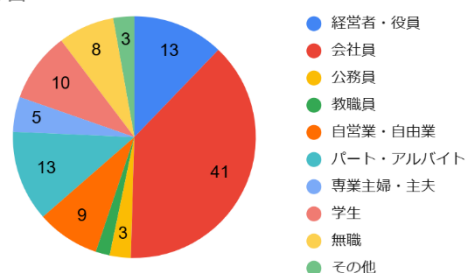


・職業

地域住民

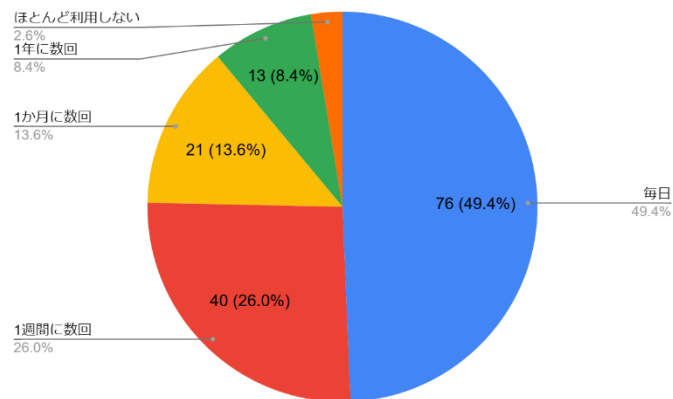


来訪者

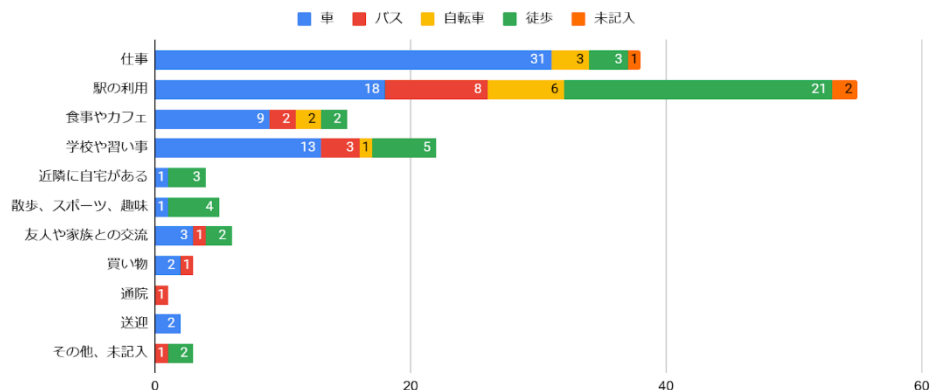


●地域住民による回答（n=154）

・内海駅周辺地域の訪問頻度

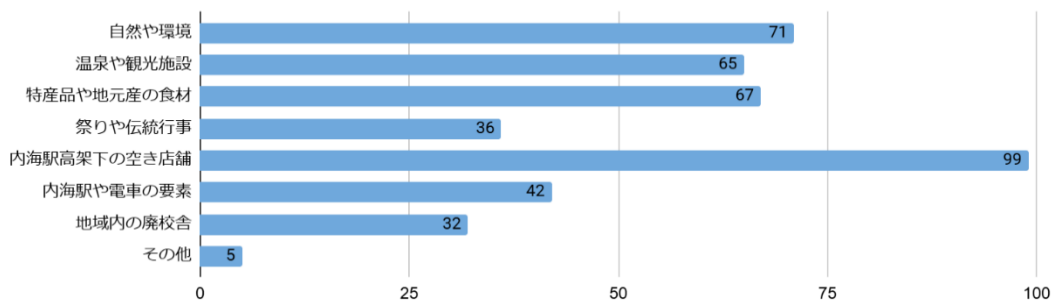


・内海駅周辺エリアへの訪問目的と交通手段



・地域の活かすべき資源

内海駅周辺エリア活性のために活かすべき地域資源は何か



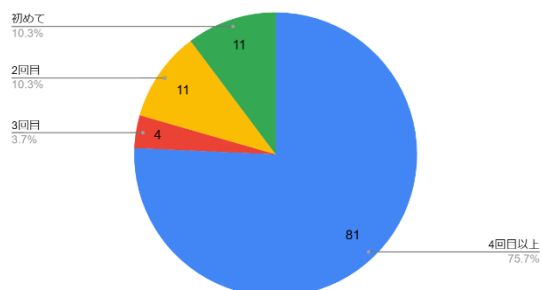
〈地域住民のアンケート結果分析〉

- ・内海駅周辺を訪れる住民の多くは、駅の利用や周辺での仕事のため
- ・内海駅まで（から）の交通手段は車が最も多く約半数
- ・内海駅まで（から）徒歩で移動する人も4割程度いる
- ・内海駅周辺エリア訪問者でバスと自転車の利用者は、それぞれ2割程度
- ・内海駅高架下の空き店舗を活かすべきと考える住民が多い
- ・自然や環境、観光資源、地域の食を活性化に活かすべきと考える人も多くいる

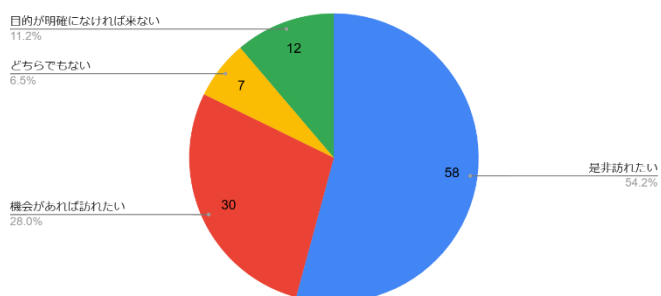
●地域外からの来訪者による回答（n=107）

・南知多町への訪問回数と再訪意欲

南知多町への訪問回数

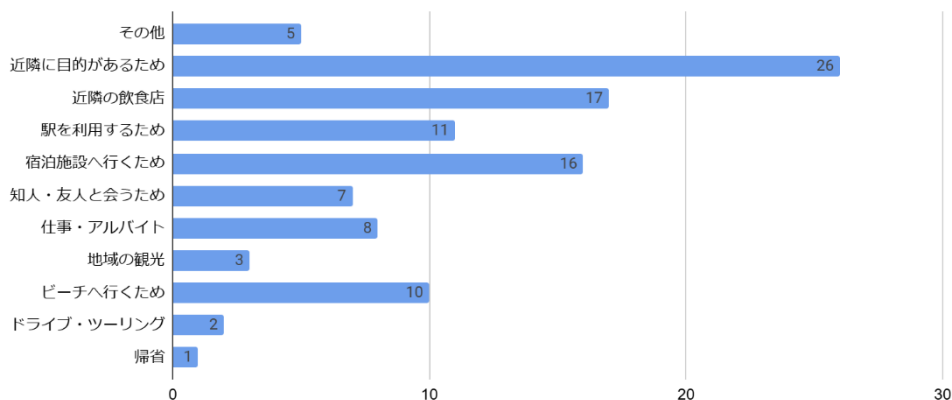


南知多町への再訪意欲

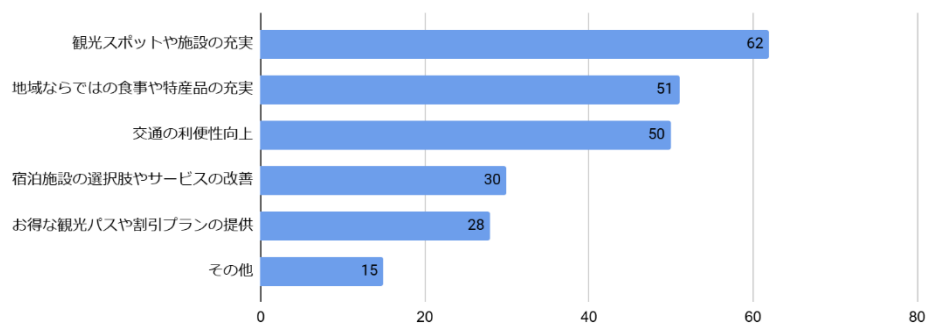


・南知多町訪問の主な目的

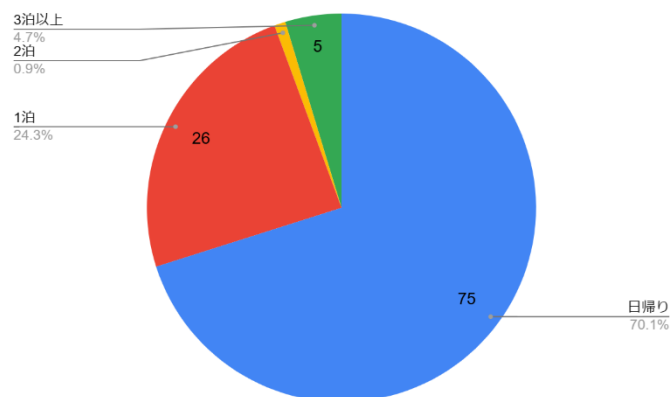
内海駅周辺エリアへの来訪目的



・南知多町の観光客増加に必要な要素

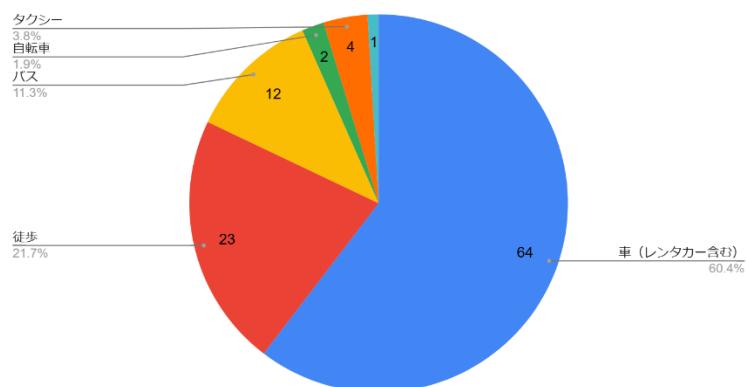


・南知多町での滞在日数



・地域内での主な交通手段

(内海駅での調査のため、列車以外の主な交通手段についての調査)



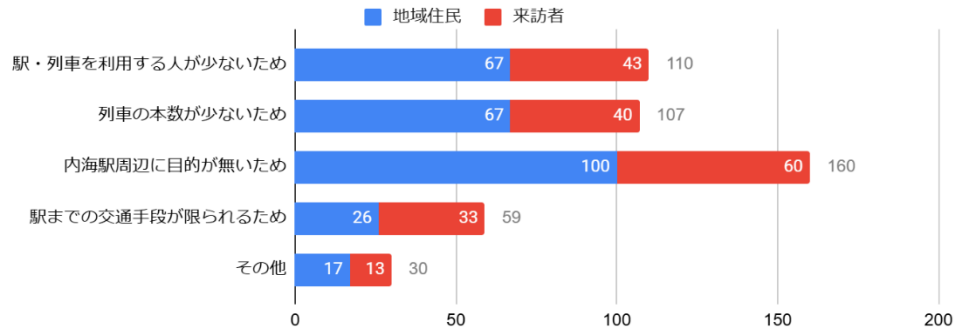
〈地域外からの来訪者に対するアンケート分析結果〉

- ・飲食店や宿泊施設をはじめとする目的地が近隣にある場合がほとんど
- ・南知多町に訪れる人の多くはリピーター
- ・日帰りがもっとも多く約7割、1泊が約3割
- ・再訪意欲もある人が約8割と多い
- ・海などの自然を求めて来訪する人が最も多く、次いで食事を求めてくる人が多い
- ・一方で、再訪意欲向上のために、観光スポットや施設の充実を求める人も多くいる
- ・また、地域ならではの食事や製品の更なる充実を求める声も多い
- ・交通にも課題があることがうかがえる

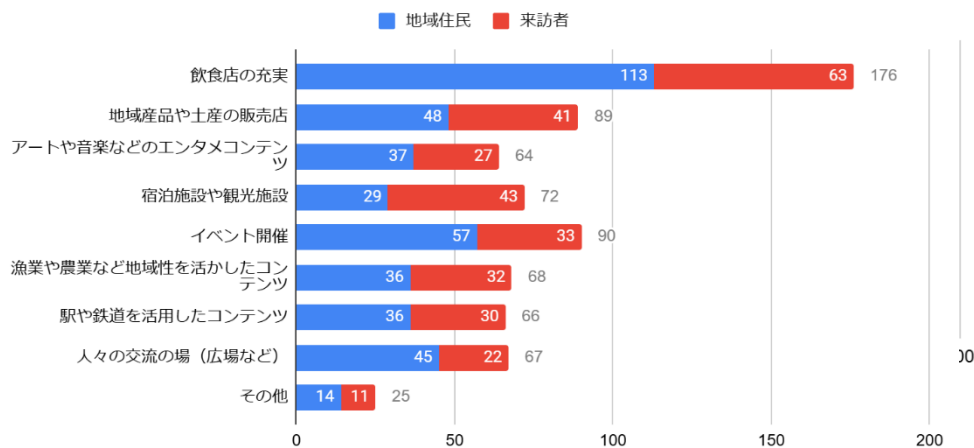
●内海駅周辺の賑わい創出に関する回答

(地域住民、地域外からの来訪者、両者の回答)

内海駅周辺の賑わいが少ない理由



内海駅周辺エリアの魅力向上に必要な事

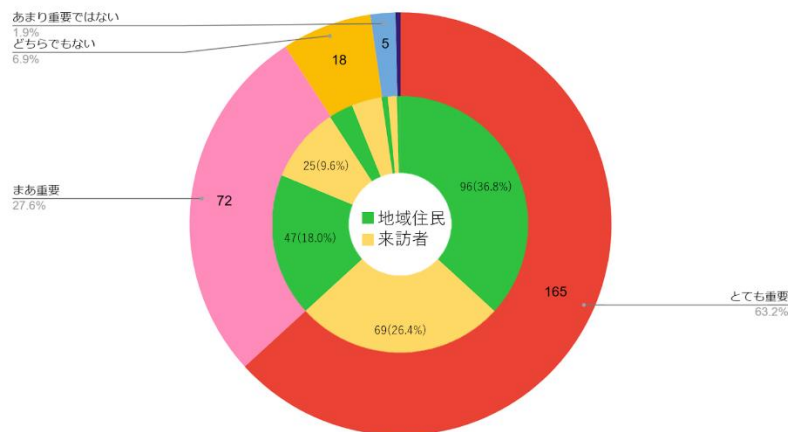


〈内海駅周辺の賑わい創出に関するアンケート結果〉

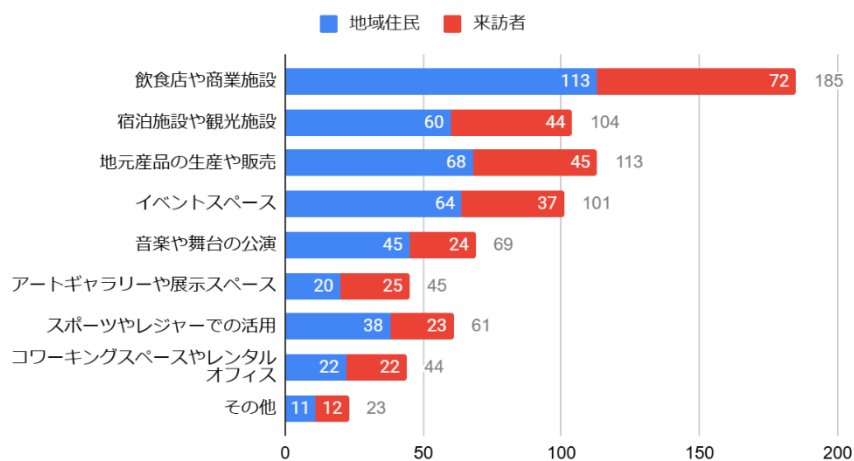
- ・内海駅周辺に目的地となる場所が少ないことが最たる課題
- ・駅まで（から）の交通手段の不足も課題ではあるが、列車の本数の少なさや、鉄道利用者の少なさの方が課題と捉えられている
- ・賑わいを生むために商業施設の充実やイベントなどのコンテンツが求められている
- ・中でも、飲食店の充実を求める人が最も多い
- ・地域産品や土産の販売、イベントの開催も賑わい創出に必要だと考えられる

●廃校や空き店舗の活用に関する回答 (地域住民、地域外からの来訪者、両者の回答)

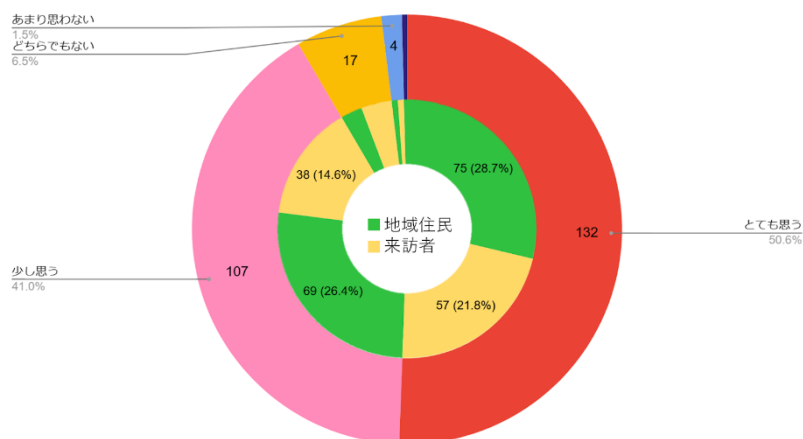
廃校や空き店舗の活用の重要性



興味を持つ、空きテナントや廃校の活用方法



空き店舗や廃校を活用した施設に行きたいと思うか



《アンケート調査から読み取れること》

南知多町は訪問者のリピート率は高いものの、内海駅周辺は賑わいに欠ける状況であり、魅力的な訪問目的の造成が急務である。

地域住民は内海駅近隣に目的があれば訪問するものの、現状ではその目的となるものが不足しており、地域外からの訪問者にとっても同様に目的が少ないことが課題と見て取れる。

内海駅近辺には、地域住民および地域外からの来訪者の両者において、目的地となる飲食店をはじめとする商業施設が求められており、また、イベントコンテンツ等、この地ならではのコトに対するニーズも高いことが示されている。

他にも、地域外からの来訪者からは、地域産品の販売に対するニーズが確認され、住民からも、地域の食、観光資源の積極的な活用をすべきとの回答が多く、合わせて、内海駅の空き店舗や廃校舎などの遊休資産の活用を重要視していることも見て取れる。

これらを合わせ見ると、地域の食を活かしたコンテンツを、これらの空きテナントや廃校舎を活用して展開することで、住民の期待に応え、かつ地域外からの来訪者の拡大が期待できるものと考えられる。

2.2.5 住民の意見・ニーズ

〈南知多町の良いところ〉

- ・ 自然が豊かで海や山の景色が美しい、空気が澄んでおり、星も綺麗。
- ・ 海鮮がとても新鮮で美味しく、みかんやイチゴなども含め、美味しいものが多い。
- ・ 人がとても親切で温かい
- ・ 高速道路や空港が近く、アクセスが良い、人を呼びやすい
- ・ 花ひろばや、花火大会、盆踊りやお祭りなどの観光資源が豊富
- ・ 化石、地層、ジオパーク的な要素があること

〈南知多町において改善をしてほしいところ〉

- ・ 無料駐車場の少なさや、電車の本数の少なさ、バスの運賃が高いなど交通の不便さ
- ・ 商業施設やランドマークとなる施設、飲食店の少なさ
- ・ 海水浴場の雰囲気や治安の悪さ
- ・ 町全体での一体感が少なく、動きにバラつきがある
- ・ 砂浜の漂流物や公共施設の綺麗さ
- ・ 空き家や古い施設の多さ
- ・ 子どもが楽しめる施設や、子育て世代のためになる施設の整備

〈空き店舗や校舎などの遊休施設活用アイデア〉

- ・ カフェやモニュメントを設置して SNS で PR。空き教室を学習塾としてテスト週間に解放する
- ・ ガレージセールやフリーマーケット、町民が気軽に出店できるスペースとして活用
- ・ マルシェや子ども食堂などイベントでの活用
- ・ ワークショップやミュージシャン、アーティストの誘致
- ・ 若い世代に安価で貸出し
- ・ 町民が交流できる憩いの場として整備する
- ・ 地域産品を使った飲食店や、販売、道の駅として活用
- ・ 海産物の加工や農業体験など、地域の体験コンテンツを提供する施設
- ・ 廃校をリノベーションしたカフェや宿泊施設、商業施設など
- ・ 体育館や教室を活かして、スポーツ合宿や大会の誘致

2.3 南知多町や内海駅の訪問に関する調査・分析

2.3.1 アンケート調査の目的

本アンケート調査は、内海駅活性化基本構想策定に向け、東海4県からの来訪者増加を図るため、その現状と課題を把握することを目的とします。具体的には、内海駅および周辺地域への訪問状況、観光ニーズなどを調査し、現状の課題を明確にします。これらの結果を踏まえ、来訪者増加に繋がる効果的な活性化基本方針を策定し、内海駅を中心とした地域全体の活性化に貢献することを目指します。

2.3.2 調査概要

①LINE アンケートリサーチを活用した調査

➤調査対象

- ・東海4県（愛知、静岡、岐阜、三重）の15歳～69歳

➤調査日程

- ・2025年3月20日（木）～2025年3月22日（土）

2.3.3 アンケート内容

Q1	    
お住いの県はどちらですか？ ☐ 愛知県 ☐ 岐阜県 ☐ 静岡県 ☐ 三重県 ☐ その他	
1つだけ / 必須回答	

Q2	    
年に何回くらい旅行に行きますか？ ☐ 年に3回以上 ☐ 年に1、2回 ☐ 数年に1度 ☐ 旅行はめったに行かない	
1つだけ / 必須回答	

Q3	    
旅先にどんなことを求めますか？ ☐ 地域ならではのグルメや食事 ☐ 美しい自然や景色 ☐ 地域性のあるアクティビティ・体験コンテンツ ☐ レジャー施設やエンタテインメント ☐ 目的となる宿泊施設 ☐ その他	
いくつでも / 必須回答	

Q4	    
旅先を決めるうえで、地域のグルメや食事は重要ですか？ ☐ とても重要 ☐ まあ重要 ☐ どちらでもない ☐ あまり重要ではない ☐ 全く重要ではない	
1つだけ / 必須回答	

Q5	    
普段、お出かけ先や旅行先の情報はどこから得ることが多いですか？ ☐ SNS ☐ インターネット検索 ☐ 旅行系・グルメ系アプリ ☐ 旅行誌・マガジン等 ☐ 旅行会社 ☐ 案内所 ☐ その他	
いくつでも / 必須回答	

説明ページ2

説明ページリンク設定

南知多町とは

南知多町は、愛知県知多半島の南端に位置し、日間賀島や篠島という離島を有する、海に囲まれた自然豊かな町です。

東は三河湾、南西は伊勢湾に面しており、船びき網漁業や小型底びき網漁、のりの養殖業など、県内で最も漁業が盛んな地域のひとつです。

また、温暖な気候を活かし、花卉やキャベツ、みかんやイチゴなど野菜や果物の生産も盛んに行われております。

観光においては、名古屋や中部国際空港からもほど近く、美しい砂浜のビーチや清らかな海、心身を癒す温泉地など、数多くの観光スポットを有する、人気の観光地です。

説明ページ

Q6

南知多町の事はご存じですか？また、訪問経験はありますか？

☐ 南知多町のことを知っていて、訪問経験あり

☐ 南知多町のことを知っているが、訪問経験はない

☐ 南知多町のことを知らない

1つだけ / 必須回答

Q7

南知多町へ訪問した際、内海駅は利用しましたか？

☐ 利用した

☐ 利用していない

☐ わからない

1つだけ / 必須回答 / 回答対象: Q6 = 南知多町のことを知っていて、訪問経験あり

Q8

南知多町にどのような施設やコンテンツがあると訪問意欲に繋がりますか？

☐ 豊富な飲食店や地域の名産グルメ

☐ エンタテインメント系の施設やコンテンツ

☐ ギャラリーや美術館などアート系の施設

☐ 歴史・文化コンテンツ

☐ スポーツ系コンテンツ

☐ 屋外イベント

☐ コンテンツ聖地巡礼

☐ 駅を活かした施設やコンテンツ

☐ 廃校を活かした宿泊施設やレジャー施設

☐ 自然を活かした観光施設やレジャー施設

☐ その他

いくつでも / 必須回答

Q9

南知多町には、日間賀島や篠島という離島があります。
これらの島の事をご存じでしたか？また訪問経験はありますか？

☐ 知っていて、訪問経験がある。

☐ 知っているが、訪問経験はない。

☐ 知らない。

1つだけ / 必須回答

Q10

旅先で地域の周遊バスを使って観光、周遊することについてどう思いますか？

- ☐ 積極的に使いたい。
- ☐ 目的があれば使いたい。
- ☐ どちらでもない。
- ☐ 使うことは少ないだろう。
- ☐ 使わないだろう。

1つだけ / 必須回答

Q11

現地までの電車の乗車料金、地域でのバス周遊バス、食事券がセットでお得なチケットがあった場合、使いたいと思いますか？

- ☐ ぜひ使いたい。
- ☐ まあ使いたい。
- ☐ どちらともいえない。
- ☐ あまり興味はない。
- ☐ 全く興味がない。

1つだけ / 必須回答

Q12

地域の特産品を活かしたおにぎりに興味はありますか？

- ☐ とても興味深い。
- ☐ 少し興味がある。
- ☐ どちらでもない。
- ☐ あまり興味はない。
- ☐ まったく興味がない。

1つだけ / 必須回答

2.3.4 結果の集計と分析

➤アンケート結果・分析

●回答者総数：848 名

●10 代男性・女性：70 名・70 名

●20 代男性・女性：71 名・71 名

●30 代男性・女性：71 名・71 名

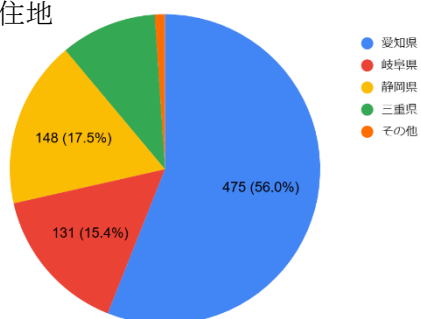
●40 代男性・女性：71 名・71 名

●50 代男性・女性：71 名・71 名

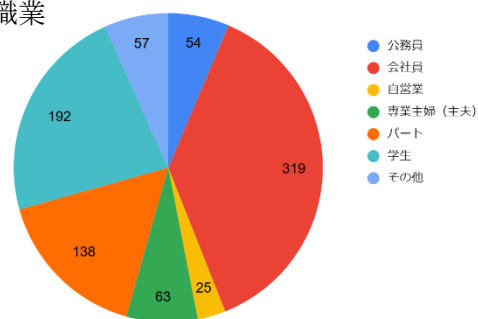
●60 代男性・女性：70 名・70 名

●回答者属性

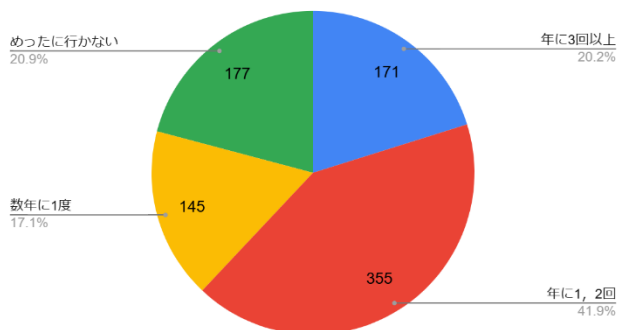
・居住地



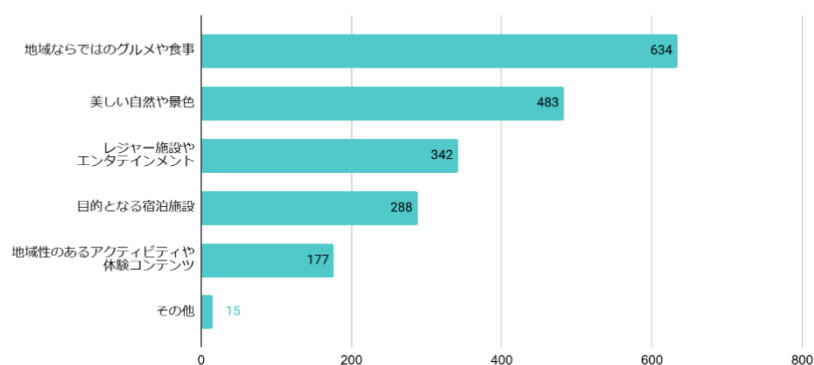
・職業



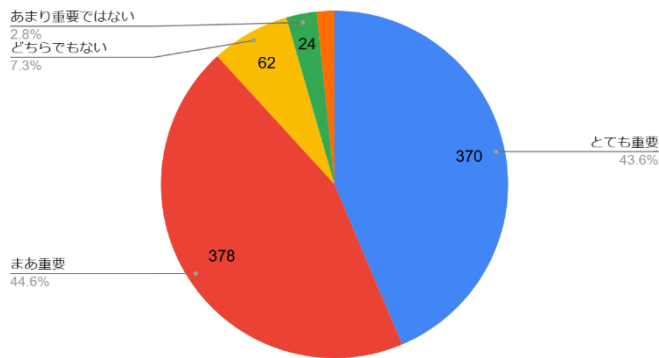
回答者の旅行頻度



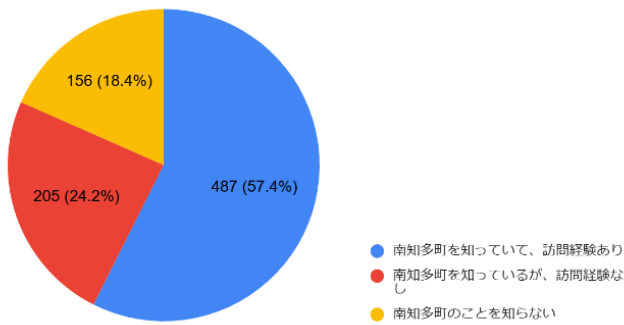
旅先に求めること



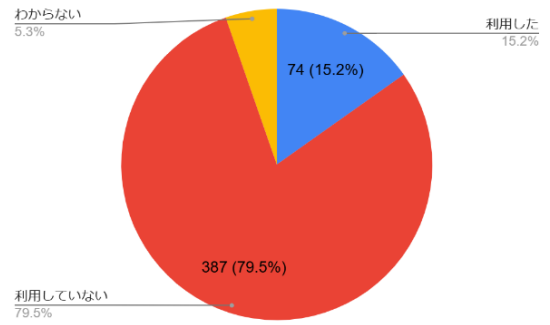
旅先のグルメ・食の重要性



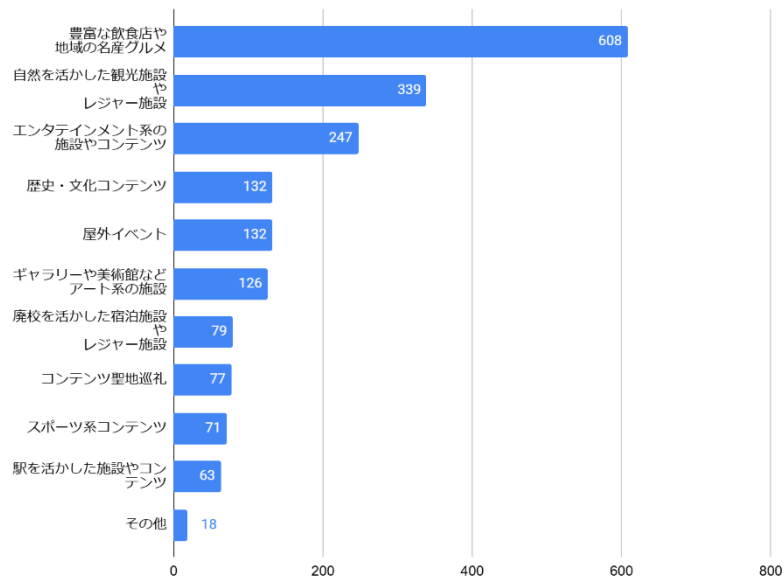
南知多町の認知と訪問経験



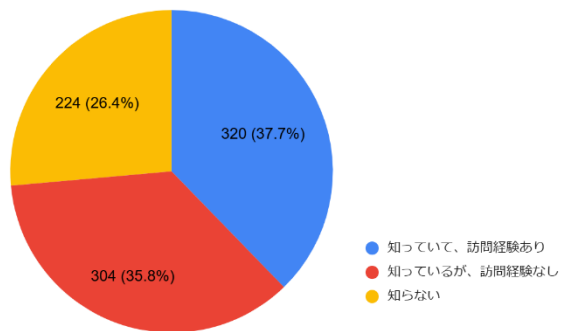
内海駅利用経験（南知多町訪問経験者のみ）



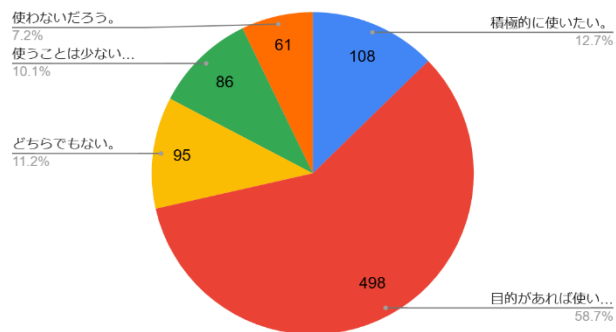
訪問意欲に繋がるコンテンツ



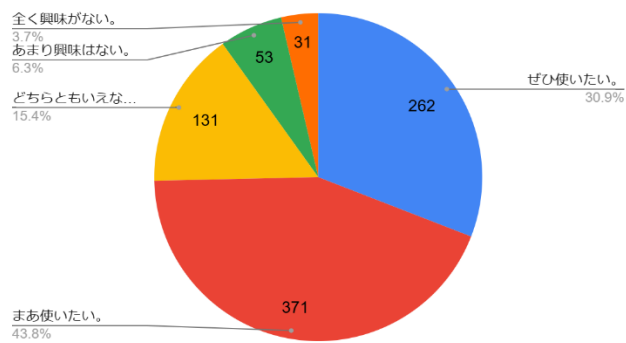
日間賀島や篠島などの離島の認知と訪問経験



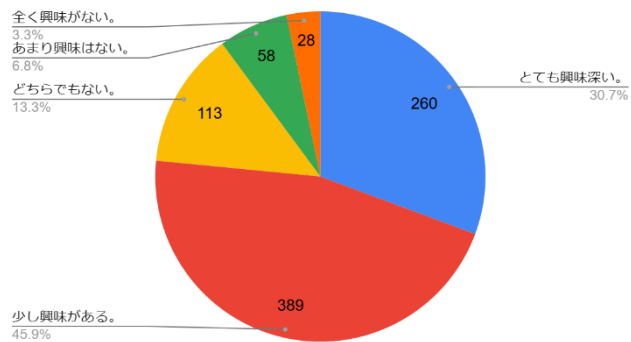
旅先での周遊バスの利用意向



列車や食事、体験等のお得プランの利用意向



特産品を活かした「おにぎり」に対する興味



《アンケート調査から読み取れること》

今回のアンケート調査から、東海 4 県において旅行への関心が高く、旅行先ではグルメが重視される傾向が明らかになった。南知多町の認知度も高く、訪問経験者も約 6 割存在するものの、内海駅の利用率が低いことが課題である。また、日間賀島・篠島についても認知度は高いものの、未訪問者層が一定数存在するため、魅力的なアプローチが必要である。

地域の観光において周遊バスへのニーズは認められるものの、十分な認知を得ているとは言えず、情報発信が重要となる。旅行情報の収集はインターネット検索や SNS が中心であり、デジタルマーケティングの活用が不可欠である。

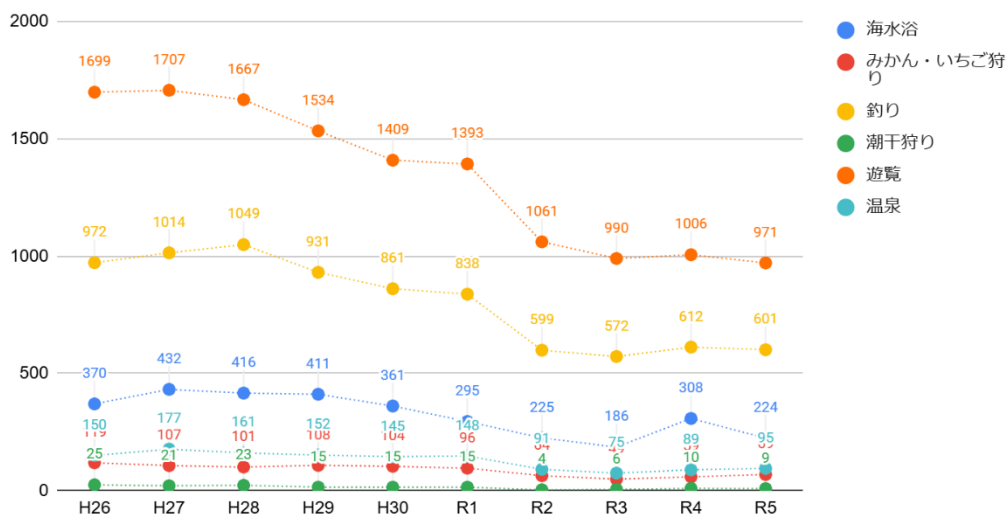
交通や食事、体験コンテンツなどを組み合わせたお得なセットプランへの関心は高く、魅力的なプラン設計が求められる。さらに、特産品を活かしたおにぎりへの関心も高く、商品開発と効果的なプロモーションによって集客効果が期待できる。

これらの結果から、東海 4 県に対して南知多町の食資源を活かした施策が有効であることが確認できた。具体的には、食と周遊バス等の交通を組み合わせた施策や、特産品を活かしたおにぎりなどのコンテンツ造成が求められる。また、これらの情報をインターネットや SNS 等を有効活用して発信していくことの重要性が明確となった。

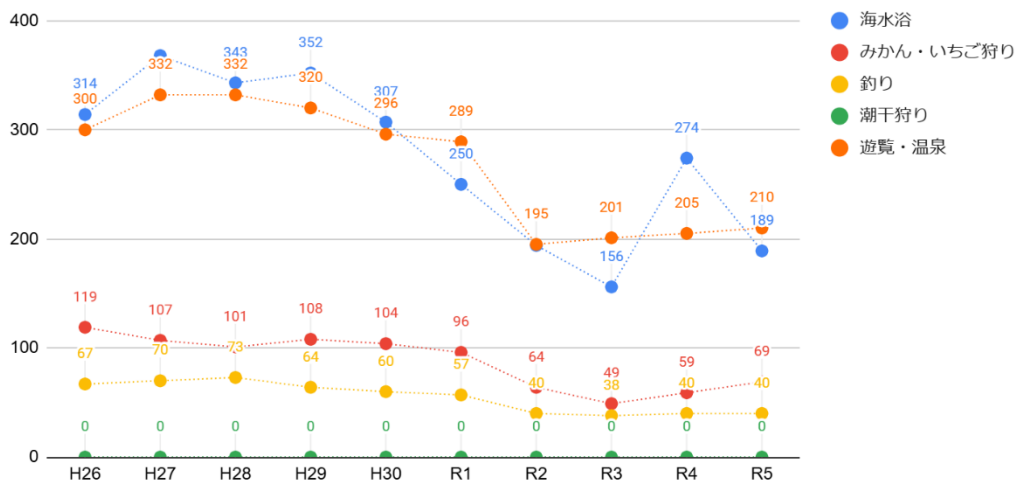
2.4 観光に関する統計調査・分析

2.4.1 南知多町の観光統計

南知多町目的別観光客数の推移

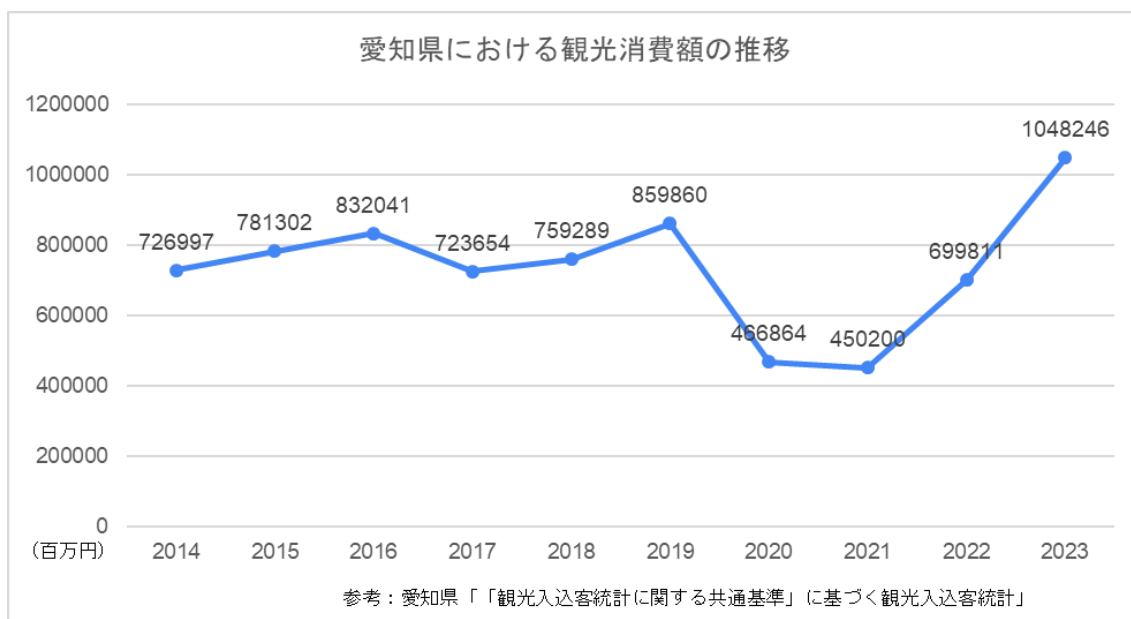


内海への目的別観光客数の推移



- ・南知多町、内海地域、どちらにおいても、特に遊覧を目的とした観光客の減少が顕著
- ・遊覧の観光客の底上げをしていく必要がある

2.4.2 愛知県の観光統計



- ・愛知県における観光客数はコロナ前の水準には戻っていないものの、回復傾向にある
- ・観光消費額はコロナ前の水準を上回っている

・日本交通公社「旅行年報 2023」より

旅行先での楽しみとして最も割合が高いのは「おいしいものを食べること」

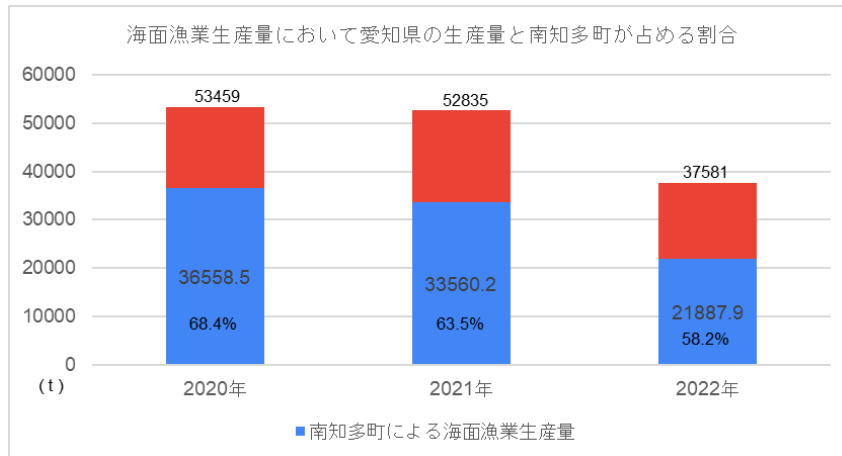
この割合は愛知県においても同様であります。

楽しみ 旅行先	おいしいものを 食べる	温泉に入ること	自然景観を見ること	観光・文化施設 (水族館や美術館、テーマ パーク等)を訪れること	文化的な名所 (史跡、寺社仏閣等)を 見ること	スポーツやアウトドア 活動を楽しむこと	芸術・音楽・スポーツ等 の観劇・鑑賞・観戦	目当ての宿泊施設に 泊まること	帰省、冠婚葬祭関連、 親族や知人訪問	町や都市を訪れること	自然の豊かさを 体験すること	買い物をすること	地域の祭りやイベント	地域の文化を 体験すること	その他	サンプル数
全体	21.3	18.4	9.5	8.5	8.2	6.2	5.4	5.0	3.8	3.5	3.0	2.9	1.8	0.7	1.9	(6,050)
前年	21.4	23.0	10.1	5.5	7.0	6.2	3.1	6.6	4.4	2.7	3.8	2.8	0.7	0.6	2.3	(5,803)
前々年	20.8	20.9	11.1	6.7	8.2	6.0	2.6	5.7	4.3	3.6	3.7	2.5	0.9	0.4	2.4	(6,511)
愛知県	23.2	9.8	3.5	8.1	1.2	5.2	18.9	4.2	5.6	4.6	0.9	4.8	5.6	1.1	3.4	(136)

- ・これらの情報から、愛知の観光客数は回復傾向にある一方、南知多町では回復に繋がっておらず、課題が残る
- ・国内における旅行動向では、「美味しいものを食べること」を楽しみにしている人の割合が最も高く、愛知県においても同様。
- ・「食」の側面からアプローチをかけることが有効的。
- ・愛知県内に増加している観光客に対し、南知多町の「食」の魅力を伝えることで、南知多町への誘客に繋げていく必要がある

2.5 南知多町の水産業統計

2.5.1 愛知県内の水産業における南知多町の立ち位置



・愛知県と南知多町における魚種別漁獲量とその推移

単位：t	2020			2021			2022		
	南知多町	愛知県	南知多町が占める割合	南知多町	愛知県	南知多町が占める割合	南知多町	愛知県	南知多町が占める割合
いわし類	23874.7	24835	96%	21335.6	23581	90%	13084.6	13189	99%
しらす	7108.6	9428	75%	7054.5	9619	73%	3369.8	4235	80%
あじ類	143.1	331	43%	50.3	129	39%	480.4	595	81%
さば類	208	219	95%	19.9	37	54%	176.5	185	95%
ぶり類	401.8	422	95%	48.2	60	80%	48.7	65	75%
ひらめ・かれい類	144.4	514	28%	81.1	412	20%	85.9	413	21%
すずき類	303.8	377	81%	219.6	266	83%	224.6	286	79%
このしろ	17.3	109	16%	0.1	65	0%	0.8	49	2%
あなご類	55.3	128	43%	33.5	99	34%	27.3	-	
えび類	263.8	561	47%	453	831	55%	252.4	416	61%
かに類	237.9	734	32%	181.4	589	31%	154.7	462	33%
いか類	124.6	465	27%	107.7	390	28%	114.6	470	24%
たこ類	236.7	380	62%	108.9	263	41%	78.6	140	56%
貝類	1178.9	4083	29%	1457.8	5420	27%	1581.8	5975	26%

- ・南知多町において、有名なたこやしらす等の漁獲量は近年減少傾向にある
- ・一時的に漁獲量が減少しても、翌年に増加する場合もある
- ・南知多町では多様な魚種の水揚げがある
- ・愛知県で漁業生産量のうち、多くが南知多町での水揚げである

2.6 事例研究

■みさきまぐろきっぷ

【実施主体】京浜急行電鉄株式会社

【概要】

京急線往復乗車券と京急バスフリー乗車券、みさきまぐろきっぷ加盟店での食事利用、カフェや体験コンテンツ1つがセットになったチケットをオンライン及び駅窓口にて販売。2009年から開始し、リニューアルを重ねながら現在に至る。

【地域活性における効果】

販売開始の2009年には約15,898枚の利用があり、その後2014年には約12万枚、2017年には約20万枚と、年々増加し、販売当初の12倍以上の販売実績を出している。お得な料金設定とすることで、横浜や首都圏から日帰りで三浦を訪れる観光客に支持されている。

他にも、加盟店舗や特典の拡充や企業とのコラボキャンペーンなどのPR活動を積極的に行っており、地域の観光施設利用客の増加や飲食店の売り上げ増加に寄与している事も伺える。

参考：京浜急行電鉄株式会社 ニュースリリース

https://www.keikyu.co.jp/company/news/2018/20180416HP_18017NS.html

■鳥羽マルシェ

【実施主体】 三重県鳥羽市、鳥羽マルシェ有限責任事業組合

【概要】

鳥羽で獲れた海産物や鳥羽で生産された農作物の産直市場。郷土食を中心とした地物ビュッフェレストランを併設し、鳥羽の持つ魅力を存分に味わうことができる。鳥羽マルシェは、鳥羽市が建物を整備し、“鳥羽マルシェ有限責任事業組合”が管理運営する「公設民営」方式の施設。施設の管理運営にあたっては、指定管理者制度を導入している。

【地域活性における効果】

オープンした平成 26 年に 41 千人だった来場者は、平成 28 年には 129 千人に増加し、売上高も 2980 万円から 1 億 6900 万円に増加。地域の食文化の魅力発信とともに、地場食材の付加価値向上にも貢献している。

参考：鳥羽マルシェ WEB サイト (<https://tobamarche.jp/index.html>)

農林水産省 WEB サイト

(<https://www.maff.go.jp/tokai/keiei/shokuhin/chisan/torikumi/attach/pdf/index-14.pdf>)

3. 基本方針と施策提案

3.1 基本方針のビジョンと目標

➤ビジョン

南知多町の豊かな食の魅力を軸に、駅周辺の空間を有効活用し、エンタテインメント等や観光拠点と、地域住民が生活の中でも利用可能な商業空間が融合した地域を目指す。地域住民、そして地域外からの訪問者、両者にとっての目的地となるような地域にすることで、賑わいと活気が溢れる持続可能な未来を描く。

➤目標

食資源や地域内の遊休空間を最大限に活用し、地域経済の活性化と内海駅利用客数の増加を目標とする。駅周辺の施設を活性化させ、コンテンツを充実させることで、訪問客の滞在時間の延長や、消費額の増加、地域住民の生活の質を高める。これらの取り組みを通じて、持続可能な地域社会の実現を目指す。

3.2 基本方針

3.2.1 基本方針 1：南知多町の食資源を活かしたコンテンツの展開

➤現状の課題

- ・食資源（海苔、海産物など）は豊富だが、その魅力が十分に発信されていない。
- ・食資源を活かした商品・サービスが観光客や住民のニーズに応えられていない。
- ・食資源を活用したイベントや体験型コンテンツも必要と考えられる。

➤目指す姿

南知多町の食資源が広く認知され、「地域ブランド」として確立される。

- ・魅力的な食がご当地ものとして観光客や地域住民に提供される。
- ・食資源を活用したイベントや体験コンテンツを目当てに人々が訪れる地域となる。

➤施策展開の方向性

1. 地域食材を活用した商品開発と販売促進

- ・地域食材を使った新商品開発コンテストの開催などによる地域プレーヤーの参画推進。
- ・専門家による商品開発、品質向上、デザイン改善などの指導。

2. 地域の食ブランドの確立とプロモーション

- ・「地域ブランド」（地域団体商標登録も検討）としてロゴマーク等を制作、内外に周知。
- ・SNS、ウェブサイト、イベントなどで積極的に情報発信。

3. イベント開催による地域活性化

- ・キッチンカー × 駅前イベントを開催し、賑わいを創出。
- ・地域産品を販売するマルシェを開催し、地域経済を活性化。

4. 「地域ブランド」の地域内外へ情報発信強化

- ・テーマソングを制作し、発信力を強化

5. 食とエンタテインメントの融合

- ・地域の食資源やパフォーミングアーツ作品などを活用した発信力の高いコンテンツ開発
- ・食をテーマにしたアートイベントなども検討に値する

3.2.2 基本方針 2：商業施設・飲食店等の施設の支援と誘致、エンタテインメント等のコンテンツ開発

➤現状の課題

- ・内海駅周辺には、住民や観光客のニーズを満たす商業施設、飲食店などの施設、およびイベント、アート、エンタテインメントなどのコンテンツがない。
- ・内海駅高架下を中心に空き店舗が多く、シャッター通りとなっている箇所がある。
- ・既存の店舗は高齢化が進んでおり、後継者不足が深刻化している。

➤目指す姿

- ・内海駅周辺が、多様な商業施設、飲食店などの施設およびエンタテインメント等のコンテンツが集積する、魅力的なエリアとなる。
- ・若者を中心とする内外の人々が起業しやすい環境の整備、関係人口の拡大により、継続的に住民、事業者を呼び込み活気のあるエリアとなる。
- ・空き店舗が解消され、賑わいのある商店街が再形成される。

➤施策展開の方向性

1. 商業施設、飲食店等の施設およびエンタテインメント等コンテンツの誘致。
 - ・住民、観光客のニーズを満たしつつ、地域資源を活かすことが出来る誘致を行う。
 - ・企業誘致のための優遇措置を検討する。
2. 空き店舗対策
 - ・空き店舗を活用した起業を希望する内外のプレーヤーに対し、家賃補助、改修費補助などの支援を行う。
3. 起業支援
 - ・起業セミナー、相談会を開催し、起業に必要な知識、ノウハウ、地元プレーヤーとの対話の機会を提供する。
 - ・起業に必要な資金を融資する制度を設ける。

4. 地域シンクタンクの設立

- ・地元キーマンを中心に住民参加型の地域シンクタンクを設立。
地域課題の解決、地域活性化に向けた政策提言に繋げる。
- ・地域シンクタンクと連携し、地域経済の活性化、観光振興、文化振興などに関する調査研究を継続的に行う。
- ・地域シンクタンク、地元有志とも連携した新たな地域コンテンツを開発する。

3.2.3 基本方針 3：地域内外からの来訪者の目的地となる魅力的な施設整備

➤ 現状の課題

- ・内海駅周辺には、来訪者を惹きつける魅力的なコンテンツが不足している。
- ・観光客が立ち寄る場所が少なく、回遊性が低い。

➤ 目指す姿

- ・地域外からの来訪者を惹きつけるとともに住民がコミット出来るコンテンツが生まれる。
- ・観光客が回遊するスポットが増え、新たなモデルルートが生まれ、滞在時間が長くなる。

➤ 施策展開の方向性

1. 地域資源を活用した体験型観光プログラムを開発する
2. 地域シンクタンクと連携したスマートフォンアプリによる観光情報提供サービスの開発
3. ロケ誘致などによる地域の聖地開発を図り、来訪ファンへの観光体験を促す。

3.2.4 基本方針 4：将来的な高架下空き店舗の有効活用

➤ 現状の課題

- ・廃校舎や内海駅高架下の空き店舗が複数ある。
- ・高架下の空き店舗は、来訪者から見た景観を損ねるとともに、住民のシビックプライドを棄損する原因となる。
- ・廃校舎や高架下の空き店舗を有効活用するための具体的な計画がない。

➤目指す姿

- ・廃校舎や高架下の空き店舗が、地域のニーズに応じた形で有効活用される。
- ・駅構内、周辺スペースが地域の玄関口として、住民や観光客にとって魅力的な空間となる。
- ・駅周辺への新たなコンテンツ導入が、地域経済の活性化に貢献する。

➤施策展開の方向性

1. 駅前スペース、空き店舗を活用した実験イベントやワークショップを開催し、地域住民および観光客のニーズを深堀する。
2. 空き店舗を地域産品販売所として活用し、地域の魅力の発信と経済の活性化に貢献する。
3. 空き店舗を多目的スペースとして整備し、交流の場やイベント開催に利用できるようにすることで、住民と駅のコミットを再強化する。
4. 空き店舗を子育て支援施設として活用し、子育て世代のニーズに応える。
5. 遊休施設を宿泊施設、体験型観光施設として活用する。
6. 遊休施設を活用した地域農作物（いちご等）の生産に取り組むとともに観光コンテンツ化を図る。

3.3 地域シンクタンクの設立

3.4 具体的施策案の提案

3.4.1 短期的施策

案 1 地域の魅力をさらに顕在化させる住民参加型「地域シンクタンク」の創設	
概要・視点	地元住民からの意見聴衆、自治体や地元企業との連携、地元のファンづくりをサポートする窓口として、地域のキーマンを中心に、人のネットワーク、事者ネットワークをつなぐシンクタンクを創設、地域のリアリティを反映した住民の想いとアイデアを昇華した地域のアクションの起点として機能することを目的に運営を開始。
基本施策	●地元住民主導型の共創アイディアシンクタンクとして、今年度、地元キーマン永井氏が発起人として、地域の課題解決に関する議論を開始した座談会メンバーによるシンクタンク活動を組織化、継続運営。 自治体や地元民間事業者への提言を進め、地域のアクションの起点として推進。

案 2 内海駅までの列車利用や地域内交通、海鮮丼、地域のアクティビティがセットになったお得なデジタルチケットの販売	
概要・視点	南知多町の強力なコンテンツである海鮮や、既に整備されている地域内交通「海っこバス」、名古屋鉄道知多新線を掛け合わせ、南知多町への旅行や周遊の手ごろさを発信していく。南知多町の花産物の豊富さは愛知県内でも随一であり、交通チケットと組み合わせることによる、相乗効果を期待するものである。
基本施策	●デジタルチケット「南知多海鮮丼きっぷ」の販売 名古屋から内海駅までの列車運賃、海っこバスの周遊パス、南知多町の食事処で提供される、魅力的な海鮮丼、温泉や自然を活かした観光資源をセット化して販売。

案 3

日間賀島・篠島への離島観光のリブランディング、再プロモーション

概要・視点	海業立地の観光地、日間賀島・篠島は、グルメの島としてリソースも豊富であり、案1同様の食エンタテインメントの構想の舞台となりえると考えます。 瀬戸内をはじめとする各地で海水浴に代わって海事観光の中心となりつつある離島観光の地として、日間賀島・篠島＝魚好きの聖地とあらためて強く訴求。地域事業者との連携により魚食を中心とした各種の体験型観光プログラムを造成、内海駅「うつみおにぎり」のからのモデルルートを定番化することで、駅周辺の観光起点としての再活性化を図る。
基本施策	●日間賀島、篠島両漁業協同組合、地元宿泊事業者と連携して、魚食を中心とした各種の体験型観光プログラムの造成を強化。 内海駅「うつみおにぎり」のからのモデルルートを定番として訴求。 (プログラムイメージ) ・観光の玄関口としての内海駅でのウェルカムエンタテインメント ・グルメ海業コンテンツとしての漁船クルージングと食体験プログラム ・ファミリー来訪者の子供たちの原体験、海の名風景につながる磯遊び体験 ・女子旅コンテンツとしての海辺のヨガ体験 ・ターゲット毎のモデルルート情報の発信 ●SKE48 などエンタテインメントを活用した「タコ×日間賀島」の再シンボル化 地域創生の観点から、南知多町のご当地ソングの制作を依頼 300万円 *民間事業者のスポンサーによる費用負担も視野に検討。
展開・検討事項	●ご当地ソングを橋頭保として各種ロケ誘致を再促進。 ●次年度以降、観光庁レガシー補助金、日本離島センター関連助成金などの活用も検討。

案 4

地元食材（海苔および海産物具材） × 発酵食文化（醤油・味噌・漬物）を コンセプトに据えた「うつみおにぎり」の開発 および 販売実証実験

概要・視点	愛知県、知多半島エリアの「フード戦略」とも足並みを揃えつつ、南知多ならではの発信力の高い看板メニューを開発。「地域ブランド」として観光客の楽しみとして定着させるとともに、地域住民のシビックプライドの醸成に寄与させることが肝要と考えます。「南知多めし」として、愛知県が打ち出している「発酵食品文化」、コメダ珈琲店の新業態はじめ全国区的に統的な盛り上がりを見せている「おにぎり」食、自慢の地元食材「海苔、あさり、たこ、ふぐ、しらす等」を活用した「うつみおにぎり」を開発。観光や通勤・通学のハブである内海駅起点で販売。観光客向けの携行食、地元の日常食として、名物、ソウルフードとして定着させ、「地域ブランド」として発信して行く。県外展開も鑑みた機動力、PRポテンシャル、インバウンドポテンシャルなど勘案しても、駅との親和性から朝昼晩、通勤、レジャーいずれの需要も見込まれることからコンテンツとして高い価値を持ち得ると考えられます。また、南知多めし「うつみおにぎり」の拠点としての内海駅前のバリューアップのために、エンタテインメント要素を加えれば、さらに賑わいを創出する助けになるものと考えます。
基本施策	●キッチンカーによる駅前での販売イベント展開 2025年度は、受容性調査も兼ねた「うつみおにぎり」の実食販売イベントを開催。夏期の観光シーズン 週末3日間を想定。
想定事業費	企画費：20万円 メニュー・パッケージ開発：20万円 キッチンカーレンタル：20万円 調理・販売スタッフ：30万円 イベントスタッフ・アンケート回収：15万円 ライブエンタテインメント大道芸等：30万円×2日間 = 60万円 備品・装飾等 30万円 実施費用合計 195万円 *売上想定 @300円 × 200個/日 × 3日間 = 18万円)
展開・検討事項	●キッチンカーイベントでの販売実績を元にしたメニュー精査、次年度以降の事業計画立案へ。 ●テーマソング等コミュニケーションシンボル開発 オプション展開：300万円 ●地域ブランド「地域団体商標」登録による発信力強化も検討。 ●農林水産省「ローカルフードプロジェクト」の支援による事業計画立案や、クラウドファンディング活用も検討。

3.4.2 中期的施策

案 5	
地域のオウンドメディアとしての地元情報プラットフォームの開発・運用開始	
概要・視点	飲食店や旅館にて個々の LINE 公式アカウントなどを運用しているが、住民が地域情報をまとめて手早く閲覧でき、地元事業者等も情報発信を一括管理できるプラットフォームを望む声が住民の中にもあり、お店の情報だけでなく、地元のイベント情報、特産品の情報、観光情報も統合することで、観光来訪者の窓口として機能するものと考えられます。
基本施策	●地元情報を統合発信できるスマート用プラットフォームをローンチ。 地域シンクタンクと連携して運営。
展開・検討事項	●地域シンクタンクの調査パネルとして活用することも検討。 ●スマートフォンをガイドに来訪するインバウンド客の対応窓口としても有効に機能させることで、地元事業者や住民の対応の一助にもなると考えられる。

案 6	
食エンタテインメント施設の常設化	
概要・視点	交通のハブである内海駅周辺を観光コンテンツの発信拠点としても機能させることで、来訪者の滞留、地域情報の収集、理解を促進、観光体験の深化を図り、さらに、愛知「発酵食文化」振興協議会や地元の生産者、飲食事業者、住民、官民一体のフード戦略の推進拠点とすることで継続的かつ多角的なプロモーション展開を目指す。
基本施策	●南知多食文化を発信する販売所・フードコートの駅前（あるいは駅構内）常設化計画を立案、推進。
展開・検討事項	●前年度に行う「うつみおにぎり」の販売実証実験の結果も踏まえ、「南知多食材×発酵食文化」のコンセプトを精緻化、上記施設の運営に反映。 ●南知多フード戦略の地域内外への発信、理解促進。

3.4.3 長期的施策

案 7	
パフォーミングアーツ誘致による「南知多オフブロードウェイ構想」の推進	
概要・視点	2025 年度、2026 年度の施策展開による地域への誘客、食コンテンツによる観光リブランディング、地域シンクタンクおよび地域OUNDメディアによる地域内外とのコミュニケーションを素地に、内海駅周辺の遊休施設の本格的な再活用計画の推進に着手。コンテンツ立地型の地域再開発を目指す。 遊休施設をパフォーミングアーツの舞台や、アーティストの活動拠点とすることで、アーティストや、これを目的とした訪問客の誘致を図ります。南知多町との連携によるアーティストの支援も視野に入れ、中長期的な誘致を図ることで、内海駅を中心とした町全体を舞台としたコンテンツ事業によるまちづくり、パフォーミングアーツが繋ぐ国内外の関係人口の創出を目指すとともに、既存の宿泊施設や空路からのアクセスを活用した幅広い集客およびイベント開催時の地域を挙げての「南知多めし」の提供、長期宿泊プランの造成などを試みることによる多様な経済効果が見込まれるものと考えます。 ＊コンテンツ立地型の地域再開発の参考事例 ：平田オリザ氏プロデュースによる兵庫県豊岡市の演劇都市化によるコンテンツ観光の成功例。 https://www.projectdesign.jp/201909/area-hyougo/006827.php
基本施策	●空き店舗等の遊休施設、食エンタテインメント施設を活用したパフォーミングアーツの誘致。 ●舞台コンテンツをはじめとする文化集積観光の創出を目指す「南知多オフブロードウェイ構想」の推進。 ●「南知多オフブロードウェイ構想」におけるコンテンツ誘致に伴う遊休地、遊休施設を活用した宿泊施設の開発、運営。
展開・検討事項	●地域シンクタンクに参画する地域メンバーなど、住民参加型のイベントの開催、定着を進めることで、新たなシビックプライドの醸成も期待されます。なお、2025 年度の「うつみおにぎり」の販売イベントの際の誘客ライブエンタテインメントにおいては、本構想への橋頭保となるパフォーミングアーツの実演を想定します。 ●遊休施設をパフォーミングアーツのアーティストや、これを目的とした訪問客の宿泊場所として活用することを検討。 廉価で長期滞在が可能な施設を用意することにより、地域でのアーティスト活動のメリットのひとつとして誘致に繋がります。 また、アーティスト、スタッフの長期滞在に伴う飲食需要による地元経済への波及も見込まれ、イベント来場客や住民の賑わいの呼び込みも期待できます。 ●イベントのバックヤードとして活用するトレーラーハウスやキッチンカーは、災害時には被災地救援の待機資源として位置付けることも可能と考えられます。

案 8**遊休地を活用したハウスいちご栽培事業計画の推進**

概要・視点	「地元海産物 × 発酵食文化」「南知多オブロードウェイ構想」に続く、3 本目の柱となる観光コンテンツとしてを開発することで、多様な楽しみ方を提供するとともに、地元産業の多層化を目指す。
基本施策	●遊休施設に付帯する土地を活用したビニールハウスいちご栽培施設を開発、観光農園・直売所として観光化。
展開・検討事項	●町内の廃校校庭での試験運用から始め、将来的に遊休地各所を利用することで地域の活性に繋げ、地域の風景を変えて行くことで、シビックプライドの醸成の一助となることも狙います。 ●あまおう（11 月～5 月）、夏いちご（6 月～10 月）と通年の営業を検討。 ●農薬使用を必要最低限に留めた農法を確立し、「有機 JASS」等のライセンス取得による海外輸出や E コマースでの販売により、売上を安定させ事業の長期継続も図ることが可能になると考えられます。

3.5 補助金利用の検討

3.5.1 対象補助金の調査結果

●地方創生プレミアムインバウンドツアー集中展開事業

(https://www.mlit.go.jp/kankocho/kobo03_00006.html)

地域の観光資源を活用し、高付加価値な特別体験商品の造成と販路開拓を一貫して支援することで、訪日外国人旅行者（インバウンド）の消費拡大と地域経済への波及効果を促進することを目的としています。具体的な取り組みとして、特別な機会を活用した高単価な体験商品、希少性の高い体験コンテンツと高付加価値な地域産品を組み合わせた商品、未公開エリアの開放や早朝・夜間の活用など規制緩和を行った特別体験商品の造成が挙げられます。補助対象者は地方公共団体、独立行政法人、観光地域づくり法人（DMO）、民間事業者等で、補助率や上限額は事業内容により異なります。

〈弊社実績〉

「令和6年度 特別な体験の提供等によるインバウンド消費の拡大・質向上推進事業」

・高貴な歴史ある新宿御苑における特別体験の提供

(<https://trip-shinjuku-gyoen.com/>)



●地域観光魅力向上事業補助金

(https://www.mlit.go.jp/kankocho/kobo05_00034.html)

地域資源を活用した収益性が高く、独自性・新規性のある観光コンテンツの開発、販路開拓、情報発信を総合的に支援し、持続的な地方誘客を促進することを目的としています。補助対象者は地方公共団体、DMO、民間事業者等で、補助額は400万円までが定額、400万円を超える部分は1/2の補助率で、上限は1,250万円、最低事業費は600万円と定められています。

●農林水産省「ローカルフードプロジェクト」

<https://www.maff.go.jp/j/shokusan/seisaku/lfp-pj.html>

<https://lfp-web.aff.go.jp/>

地域の眠れる資源である農林水産物を掘り起こし、新たな価値を生み出すことで、地域経済の活性化を目指す取り組みです。国内市場の縮小や輸入原材料の高騰といった課題を背景に、地域ならではの資源を最大限に活用し、地域が主体となって新たなビジネスを創出する仕組みを構築します。各都道府県が中心となり、地域の事業者が連携してプラットフォームを形成し、地域社会の課題解決に繋がるビジネスモデルを開発します。過去2年間で75のビジネスが創出されており、地域経済に新たな活力を与えることが期待されています。

●地域ブランド「地域団体商標」登録

<https://www.jpo.go.jp/system/trademark/gaiyo/chidan/tiikibrand.html>

<https://www.jpo.go.jp/system/trademark/gaiyo/chidan/tetsuzuki.html#:~:text=%E6%89%8B%E6%95%B0%E6%96%99%E3%81%AF%E4%B8%8D%E8%A6%81%E3%81%A7%E3%81%99%E3%80%82>

地域団体商標制度は、地域ブランドの保護を通じて地域経済の活性化を支援する制度です。地域の事業協同組合などが「地名＋商品名」の商標を登録することで、地域ブランドの信用力を高め、競争力を強化できます。

●日本離島センター関連助成金

<https://www.nijinet.or.jp/about/activities/grants/tabid/96/Default.aspx>

この助成金は、離島地域の活性化を目的に、島民等で構成された団体が観光PRや物産販売を行う際の費用を支援するものです。対象となるのは、①島外のイベントや展示会への出展費用（交通費、宿泊費、出展料など）、②観光PRや物産販売のためのウェブサイト制作費、③広報映像等の制作費です。離島の魅力を島外へ発信し、販路を拡大することで、地域経済の活性化に貢献することを目的としています。

4. 実施計画と成果指標

4.1 アクションステップ

➤2025 年度 ～

目標 : 地域観光の基盤を強化し、来訪者の満足度と地域住民の参加意識を高める。

推進要件:

- 海鮮丼キップによる南知多周遊観光促進により、地域の新鮮な海産物を手軽に楽しめる観光プランを提供し、地域内の回遊性を高める。
- 海鮮と愛知県発酵食のおにぎりの開発とその内海駅の名物化による地域特産品を組み合わせた新たな食の魅力を創出し、内海駅への誘客を促進する。
- 南知多町民による地域活性化アイデア創出のための住民参加型シンクタンクの運営により、地域住民の主体的な参加を促し、地域課題の解決と新たな観光資源の発掘を目指す。
- 内海駅からの日間賀島観光を体験型に再編集することで、日間賀島の魅力を最大限に引き出す体験型観光プランをアップデート。来訪者の満足度を高める。
- 日間賀島を観光客に再認識してもらうためのご当地ソングなどで日間賀島の魅力を効果的に PR し、認知度向上と来訪者増加を目指す。

狙うべき効果:

- 地域観光の活性化
- 地域特産品の消費拡大
- 地域住民の地域活性化への参加促進
- 日間賀島の観光魅力向上

KPI:

- 海鮮丼キップの販売数
- 新開発おにぎりの販売数
- 住民参加型シンクタンクへの参加者数
- 日間賀島への観光客数
- ご当地ソングの SNS での拡散数

➤2026 年度 ～ （3～5 年ターム）

目標 ： 地域情報の発信力を強化し、観光客の利便性と滞在時間の向上を図る。

推進要件 ：

- 地域情報発信のアプリ型 IT プラットフォームの運用により、地域の観光情報、イベント情報、交通情報などを集約したアプリを開発し、観光客の利便性を高める。
- 内海駅前に屋外ステージとキッチンカーを備えた食のエンタテインメント広場を開設し、南知多観光の起点にするとすることで、内海駅周辺を活性化し、観光客の滞在時間を延ばす。

狙うべき効果：

- 地域情報の効果的な発信
- 観光客の利便性向上
- 内海駅周辺の賑わい創出
- 観光客の滞在時間増加

KPI：

- アプリのダウンロード数とアクティブユーザー数
- エンタテインメント広場の来場者数
- エンタテインメント広場でのキッチンカーの売上金額
- 内海駅周辺の来訪者の滞在時間

➤2027 年度以降 （5 年以上ターム）

目標 ： 南知多町を独自の観光地として確立し、持続可能な地域活性化を実現する。

推進要件：

- エンタテインメント広場にパフォーミングアーツ公演を誘致する南知多オフブロードウェイ構想を展開し、新たな観光目的を創出して、観光地として差別化。独自の文化イベントを創出し、国内外からの観光客誘致を目指す。
- 町内の廃校の校庭を遊休地として活用したハウスいちご栽培により、海鮮ともう一つの食観光資源とすることで、新たな観光資源を開発し、さらなる地域経済の活性化と雇用創出を目指す。

狙うべき効果：

- 南知多町の観光ブランド確立
- 新たな観光客層の獲得
- 地域経済の活性化
- 雇用の創出

KPI：

- パフォーミングアーツ公演の来場者数
- ハウスいちごの生産量と販売額
- 地域への移住者数
- 地域住民の所得向上率

4.2 費用計画と資金調達

短期（1～2 年）

- 南知多町民による地域活性化アイデア創出のための住民参加型シンクタンクの創設：
 - 初年度有志による立ち上げ以降、次年度より調査等の活動費
50 万円程度
 - *自治体支援による活動資金の補助を得られると理想的
- 海鮮丼デジタルキップによる南知多周遊観光促進：
 - 名古屋鉄道 誘客施策として実施
- 海鮮と愛知県発酵食のおにぎりの開発と内海駅の名物化：
 - メニュー開発、キッチンカー、ライブエンタテインメント誘致など
約 200 万円
 - *自治体施策として実施
- 内海駅からの日間賀島観光を体験型に再編集：
 - 体験プログラム開発
 - *従来の地域各事業者のプロモーションのなかで実施
モニターツアーの実施など交通事業者、自治体の支援も要検討
- 日間賀島を観光客に再認識してもらうためのご当地ソング：
 - 楽曲・PV 制作費：300 万円
 - *自治体による支援・交通事業者等民間スポンサーを想定

中期（3～5 年）

- 地域情報発信のアプリ型 IT プラットフォームの運用：
 - アプリ開発費：500 万円～
 - サーバー運用費・情報更新費：年間 200 万円～
 - *自治体による支援および通信事業者タイアップを想定
- 内海駅前 食のエンタテインメント広場の開設：
 - 広場整備費：500 万円
 - ステージ設備費・キッチンカー誘致：600 万円
 - ライブエンタテインメント誘致：300 万円～
 - *名古屋鉄道事業補助、料飲事業者タイアップ、エンタテインメント事業者タイアップ

長期（5年以上）

- エンタテインメント広場にパフォーミングアーツ公演誘致
 - 施設整備費：300 万円～
 - 公演誘致・運営費用：年間 500 万円～
 - * 有料公演売上、名古屋鉄道事業補助、料飲事業者タイアップ、クラウドファンディング活用を想定

- 定期公演用劇場建設
 - 設計・建設費：5000 万円～
 - 施設運営費：年間 1000 万円～
 - * 有料公演売上、民間企業スポンサード、料飲事業者タイアップ、クラウドファンディング活用を想定

- 町内の廃校の校庭を遊休地として活用したハウスいちご栽培：
 - ハウス建設費：5000 万円～
 - 栽培設備費：1000 万円～
 - 運営費：年間 300 万円～500 万円
 - * 自治体、農林水産行政の支援の下、観光農園として自主事業運営を想定

4.3 成果指標（KPI）の設定と想定される効果

本基本構想の推進にあたり、各施策の進捗状況と効果を客観的に評価するため、以下に挙げた KPI（重要業績評価指標）が考えられます。また、これらの KPI を定期的にモニタリングし、施策の見直しや継続的な戦略改善を図ることが必要と考えます。

なお、東海圏各所からアクセスの良い南知多エリア同様に、首都圏からの日帰り観光を含む同程度のアクセスの良さに立地する神奈川県三崎エリアが、同地で水揚げされるマグロを観光コンテンツの柱として本格的に据えて販売した京急電鉄「みさきまぐろきっぷ」が初年度 16,000 枚から 5 年間で 7.5 倍の 120,000 枚、さらに 200,000 枚まで売上を伸ばし、マグロの町として全国に認知を得るに至ったことを研究事例として前述いたしました。これを本構想のひとつのベンチマークと想定して良いと考えます。

また、この成功の背景には、「みさきまぐろきっぷ」のほかにも「よこすか満喫きっぷ」「葉山女子旅きっぷ」を発売するなど三浦半島エリアの多面的な訴求を継続的に行っていることがあり、南知多町および内海駅周辺においても、魚食観光を柱としながらも多面的な魅力を訴求し続ける必要があり、温泉宿泊地として演劇誘致をきっかけに町興しで成功を収めている城崎の事例に学ぶエンタテインメントコンテンツの誘致もそのため構想です。

観光立地条件が類似する三崎エリアで「まぐろ」というひとつの観光目的を訴求して当初 5 年間で鉄道移動を 7.5 倍に拡大した事例になぞらえるならば、南知多町および内海駅周辺エリアの魅力を多面的に発信、観光目的での内海駅来訪者を同程度の 7.5 倍に引き上げるような、観光目的の造成を長期的な目標とすることは一つの指標となりえると考えます。

基本方針 1：南知多町の食資源を活かしたコンテンツの展開

〈KPI 設定科目〉

- ・「うつみおにぎり」の年間販売個数
- ・地元食材を使用した新メニューの開発数
- ・食に関するイベントへの参加者数

〈想定される効果〉

- ・地域食材の消費拡大と生産者の所得向上
- ・新たな観光客層の開拓と地域経済の活性化
- ・南知多町の食ブランドの確立と認知度向上

基本方針 2：商業施設・飲食店等の施設の支援と誘致、 エンタテインメント等のコンテンツ開発

〈KPI 設定科目〉

- ・ デジタルチケットの年間販売枚数
- ・ 地域情報プラットフォームの月間アクティブユーザー数
- ・ 食エンタテインメント施設の年間来場者数

〈想定される効果〉

- ・ 地域内消費の促進と商業施設の売上向上
- ・ 新たな雇用機会の創出と地域経済の活性化
- ・ 地域内外からの集客力向上と観光客増加

基本方針 3：地域内外からの来訪者の目的地となる魅力的な施設整備

〈KPI 設定科目〉

- ・ 日間賀島・篠島の年間観光客数
- ・ 観光客の平均滞在時間
- ・ 観光客の消費額

〈想定される効果〉

- ・ 観光客のリピート率向上と地域経済への貢献
- ・ 地域ブランドイメージの向上と観光客誘致
- ・ 新たな観光資源の開発と魅力的な地域づくり

基本方針 4：高架下空き店舗の将来的な有効活用

〈KPI 設定科目〉

- ・ 高架下空き店舗の入居率
- ・ 高架下店舗の年間売上高
- ・ 高架下店舗への新規出店数

〈想定される効果〉

- ・ 地域経済の活性化と雇用機会の創出
- ・ 駅周辺の賑わい創出と地域イメージの向上
- ・ 地域住民の生活利便性向上

5. まとめと今後の展望

5.1 提案施策の総括

本提案では、南知多町の地域資源を最大限に活用し、持続可能な観光振興と地域活性化を目指す多角的な体験コンテンツの開発を中心に各施策を提示するとともに、以下の観点を推進のポイントとして方針設計いたしました。

これらの考え方が連動、機能することで、南知多町が、内外から魅力的な観光地として認知され、地域住民が誇りを持てる域社会として発展する一助となりましたら幸いです。

日帰り観光客の再誘引から宿泊来訪者を呼び込むコンテンツ造成へ。

2025年度からの段階的なアクションステップにより、地域ブランドの確立、観光客誘致の促進、地域住民の交流と活性化を図ります。

従来からある観光資産を体験消費型にアップデートすることで、来訪者を再誘引するところから始め、そこにさらに新たなコンテンツを開発、導入することで、観光地としての差別化を推進して行くステップを想定しています。

また、アクセスの良い観光地として、日帰り来訪者向けのコンテンツを提供するとともに、リピーターに宿泊を促すことが出来る夕方以降の楽しみとしてエンタテインメントコンテンツを造成して行く視点も経済の拡大に重要な視点だと考えられます。

町民参加型ムーブメントの醸成

各アクションステップは、地域住民、地元企業、行政機関などが連携し、地域の課題解決と新たな価値創造を目指すものです。

特に、地域シンクタンクを起点とする町民参加型のムーブメントを醸成して行くことは、シビックプライドの形成に寄与するとともに、その先には町外の個人、事業者の参画も促す土壌を生み出すこと重要と考えます。

また、エンタテインメントコンテンツの運営においても、町民の力を借りた地域一体型を導入、平日の休演日には屋外ステージや劇場を町民の文化活動や地元事業者のPRの場としても活用することで、上演演目とともに地域の魅力も発信して行く方針が望まれます。

段階的に拡大させるファシリティマネジメント

また、ファシリティマネジメントにおいては、空き店舗や遊休地の有効活用によるコストセーブを徹底するとともに、屋外ステージ、イベント広場化、劇場の常設というように、最低限の設えからステップを踏んで施設を充実させて行くことで、段階的な発展に繋げることを企図いたしました。

町外の地方創生アクションとの柔軟な連携

「発酵食文化振興」や「地域団体商標」など県や国の地方創生アクションとも呼応することで、発信力のあるコンテンツ造成を試みることも重要と考えます。

施策の連続性

施策を個別に走らすのではなく、全てを連携、連動させて積み重ねて行くことが肝要と考えます。

海鮮丼キップ、おにぎりのキッチンカーをきっかけに、日間賀島観光のアップデート、駅前広場の賑わいに繋がることで、エンタテインメントを呼び込み、エンタテインメントが1泊客の増加につながり、地元料飲事業の活性化、次の観光コンテンツの造成の機運を高める、そんな形で、近い将来に、パフォーミングアーツの常設劇場の竣工が実現した際に、「あの日シンクタックで話し合ったことから始まった動きが、ここに至った」と語れるような道のりが続くことをイメージした構想とご理解いただけましたら幸いです。