



特定非営利活動法人半田市観光協会

## 令和7年度 事業報告書

[令和7年4月1日～令和8年3月31日]

## 1. 総括

令和7年度は、当初の重点方針である「半田赤レンガ建物の運営と地域への波及」「発酵ツーリズム東海を軸とした文化産業の創出」「半田運河エリアのまちづくり推進」「観光DX・デジタルマーケティングと広域連携の強化」に基づき、拠点・エリア・テーマを横断した一体的な観光施策を推進した。

特に、半田市観光協会として半田赤レンガ建物の指定管理初年度にあたる本年度は、必要な投資を行いながら施設運営の基盤整備を進め、今後の事業展開の土台を構築した。個別事業の展開にとどまらず、ストーリー性を持った誘客と市内回遊の向上に取り組み、観光価値の向上と地域経済への波及を図った。

令和7年度の観光入込客数は1,778,358人となり、前年度比では98.4%とやや減少したものの、令和6年度の高い水準を概ね維持している。継続的な誘客が図られている中で、地域資源を活用した体験型コンテンツや回遊促進、情報発信の強化など、観光施策の質的向上が進んだ1年となった。

### (1) 半田赤レンガ建物の運営と地域への波及

展示・イベント・飲食・物販の一体運営により来館の目的化を推進。企画展示の実施により目的意識の高い来館者の誘客が進み、施設価値の向上と地域文化・産業への理解促進につながった。また、トライアル出店や地域事業者との連携により多様な主体の参画機会を創出し、地域との関係性強化と周辺エリアへの波及効果の創出に寄与した。

### (2) 発酵ツーリズム東海と文化産業の創出

東海3県横断の広域事業を展開し、半田を主要拠点として高密度に実装。発酵文化を軸に展示・体験・食・物販を組み合わせ、来訪と消費を同時に喚起し、「醸造のまち半田」の認知向上と産業連動の価値創出を実現した。

### (3) 半田運河まちづくり事業の推進

「\_unga」を核としたエリアマネジメントにより、イベントと通年施策を連動。来訪者増、滞在時間延長、プレイヤー参画を促進し、「来訪→滞在→消費→事業創出」の循環を具体化した。

### (4) 観光DX・情報発信・広域連携

SNS・HP・メディアの役割分担を明確化し、認知から来訪検討までの導線を強化。対面営業や広域連携を組み合わせ、プロモーション基盤の強化を図った。

これらの取組により、拠点を核とした観光施策の一体化が進み、来訪から滞在・消費への接続が段階的に強化された。一方で、回遊導線の最適化など、次年度に向けた改善点も整理された。

## 2. 成果指標

### ■ 半田市観光入込客数

(単位：人)

年度	観光客数	前年度比
令和5年度	1,575,017	117.3%
令和6年度	1,808,046	114.8%
令和7年度	1,778,358	98.4%

※令和5年度 第九回はんだ山車まつり（令和5年10月28日・29日） 550,000人は含めず

令和7年度の観光入込客数は1,778,358人となり、前年度比では98.4%となった。前年度の高い水準を概ね維持しており、半田運河エリアや半田赤レンガ建物を中心とした誘客施策、季節イベント、醸造文化を活用した取り組み等により、安定した集客につながった。一方で、単なる来訪者数の拡大だけでなく、地域資源を活用した体験や回遊性の向上など、観光の質的充実にも取り組んだ。

### ■ 文化・観光施設等の来館者数

(単位：人)

年度	観光客数	前年度比
令和5年度	793,751	110.8%
令和6年度	1,037,158	130.1%
令和7年度	936,989	90.3%

令和7年度の文化・観光施設等の来館者数は936,989人（前年度比90.3%）となった。前年度の一時的な大規模利用の反動影響により全体では減少したものの、特殊要因を除く平常時ベースでは堅調に推移している。冬季を中心とした需要喚起や施設間回遊の強化が今後の課題である。

### ■ 会員数・会費額（数値整理中／確定後反映）

(単位：件・円)

年度	会員数	前年度比	会費額	前年度比
令和5年度	145	88.4%	2,093,890	88.3%
令和6年度	140	96.6%	2,201,000	105.1%
令和7年度	136	97.1%	2,128,890	96.7%

令和7年度の会員数は136件、会費額は2,128,890円となり、前年度比ではそれぞれ97.1%、96.7%となった。半田赤レンガ建物の運営開始等を契機とした新規入会もあった一方で、小規模事業者の閉店や事業縮小等に伴う退会も見られ、全体としては微減となった。

## 【主要観光施設来館者数】

## 半田赤レンガ建物

(単位：人)

	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	年度計
令和6年度	28,654	37,060	33,400	31,487	24,373	42,462	37,979	35,257	35,630	31,380	65,700	73,224	476,606
令和7年度	17,380	37,531	32,256	28,259	32,620	42,477	40,053	48,502	28,729	33,222	39,900	37,196	418,125
前年度比	60.7%	101.3%	96.6%	89.7%	133.8%	100.0%	105.5%	137.6%	80.6%	105.9%	60.7%	50.8%	87.7%

## ミツカンミュージアム

(単位：人)

	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	年度計
令和6年度	13,309	13,265	11,166	16,639	20,894	17,770	15,118	15,044	8,314	9,079	13,043	15,964	169,605
令和7年度	15,933	15,403	13,191	15,651	18,681	14,463	14,352	14,931	6,146	8,862	11,323	13,734	162,670
前年度比	119.7%	116.1%	118.1%	94.1%	89.4%	81.4%	94.9%	99.2%	73.9%	97.6%	86.8%	86.0%	95.9%

## 國盛 酒の文化館

(単位：人)

	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	年度計
令和6年度	3,644	4,451	2,631	1,803	1,521	2,814	3,210	3,252	3,268	1,682	3,090	3,525	34,891
令和7年度	3,786	4,158	2,621	2,244	1,809	2,341	4,078	3,262	1,811	1,545	2,245	3,195	33,095
前年度比	103.9%	93.4%	99.6%	124.5%	118.9%	83.2%	127.0%	100.3%	55.4%	91.9%	72.7%	90.6%	94.9%

## 新美南吉記念館

(単位：人)

	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	年度計
令和6年度	2,402	3,585	2,027	3,445	4,174	5,776	10,073	6,779	3,447	3,022	3,769	4,636	53,135
令和7年度	2,606	3,840	2,555	3,409	4,217	5,865	9,612	6,583	3,801	2,623	3,263	3,878	52,252
前年度比	108.5%	107.1%	126.0%	99.0%	101.0%	101.5%	95.4%	97.1%	110.3%	86.8%	86.6%	83.6%	98.3%

## 半田市立博物館

(単位：人)

	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	年度計
令和6年度	6,144	6,865	8,975	12,633	14,811	7,899	10,365	9,601	9,093	9,209	9,227	7,044	111,866
令和7年度	6,468	6,871	8,105	12,330	14,421	6,013	6,960	6,182	5,362	8,254	8,199	6,657	95,822
前年度比	105.3%	100.1%	90.3%	97.6%	97.4%	76.1%	67.1%	64.4%	59.0%	89.6%	88.9%	94.5%	85.7%

## 半田空の科学館

(単位：人)

	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	年度計
令和6年度	10,231	15,747	18,645	24,180	32,199	16,693	12,002	11,976	9,650	8,887	12,357	13,371	185,938
令和7年度	10,390	15,730	12,031	21,854	30,234	11,945	12,111	13,569	9,195	9,023	9,512	10,385	165,979
前年度比	101.6%	99.9%	64.5%	90.4%	93.9%	71.6%	100.9%	113.3%	95.3%	101.5%	77.0%	77.7%	89.3%

## 立川美術館

(単位：人)

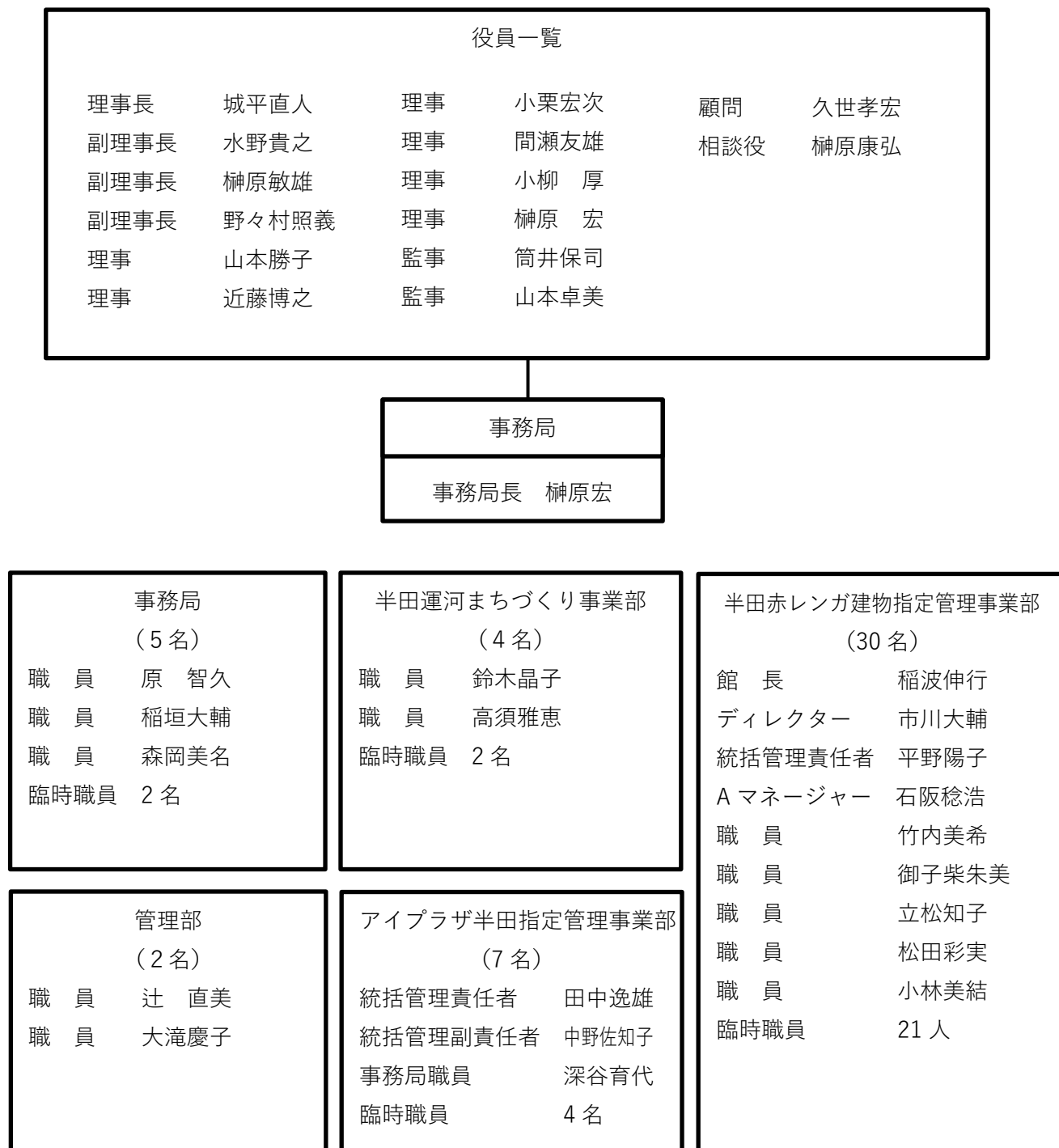
	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	年度計
令和6年度	—	—	465	477	542	563	459	581	427	499	531	573	5,117
令和7年度	631	698	688	708	619	753	661	890	606	613	1,390	789	9,046
前年度比	—	—	148.0%	148.4%	114.2%	133.7%	144.0%	153.2%	141.9%	122.8%	261.8%	137.7%	176.8%

## 観光施設来館者数合計

(単位：人)

	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	年度計
令和6年度	64,384	80,973	77,309	90,664	98,514	93,977	89,206	82,490	69,829	63,758	107,717	118,337	1,037,158
令和7年度	57,194	84,231	71,447	84,455	102,601	83,857	87,827	93,919	55,650	64,142	75,832	75,834	936,989
前年度比	88.8%	104.0%	92.4%	93.2%	104.1%	89.2%	98.5%	113.9%	79.7%	100.6%	70.4%	64.1%	90.3%

### 3. 運営組織図



#### ■ 理事会・総会等の開催

理事会 令和7年5月20日、10月2日、10月27日、3月26日

監査 令和8年5月7日

臨時総会 令和7年12月9日

定時総会 令和8年5月26日

## 4. 事業別実施状況

### 4-1 観光ネットワークづくり

市内外の観光施設、地域団体、行政、商工団体等とのネットワークを運営・参画し、観光情報の共有、事業連携、広域的な取組の基盤づくりを進めた。

#### 【運営ネットワーク】

- ・半田市内観光施設ネットワークの運営
- ・半田運河観光ネットワークの運営
- ・蔵のまちネットワークの運営
- ・発酵ツーリズム東海実行委員会の運営

#### 【参画・連携ネットワーク】

- ・一般社団法人 赤煉瓦倶楽部半田
- ・亀崎まちおこしの会との連携
- ・半田市中心市街地活性化協議会への参画
- ・ごんのふるさとネットワークとの連携
- ・知多半島観光圏協議会への参画
- ・愛知「発酵食文化」振興協議会への参画

#### 【主な参画組織・会議体】

- ・一般社団法人愛知県観光協会
- ・半田商工会議所サービス部会
- ・知多半島観光圏協議会
- ・衣浦みなとまつり会場運営実行委員会
- ・半田市中心市街地活性化協議会
- ・半田市第7次総合計画市民評価委員会
- ・半田商工会議所商業施設助成事業審査委員会
- ・愛知「発酵食文化」振興協議会
- ・半田市市民チャレンジ協働プラン推進委員会
- ・半田商工会議所醸造部会
- ・第3次半田市産業・観光振興計画作業部会
- ・半田市地域公共交通会議

これらのネットワークを通じて、関係団体との連携体制を強化し、情報発信や事業連携を円滑に進めるための基盤づくりにつなげた。

## 4 - 2 情報発信事業

デジタル（HP・SNS）・対面営業・外部メディアを組み合わせ、認知拡大から来訪検討までの一体的な情報発信を実施。媒体ごとの役割分担を明確化し、広域連携・インバウンドを含めたプロモーション基盤を強化した。

■ 情報発信 デジタル発信（HP 運営、SNS 運用、動画配信）と発信拠点（半田赤レンガ・\_\_u n g a ・アイプラザ半田）を活用し、観光 DX（データ活用・導線設計）とメディア連携（取材対応・露出拡大）を推進。広域連携および海外向け発信にも対応した。

■ 旅行会社等営業事業 イベント出展・商談会（ツーリズム EXPO 等）を通じ、旅行会社向け営業を展開。広域ネットワークを活用した情報発信と誘客連携を強化した。

■ インバウンド（台湾）向け情報発信 セントレア連携を前提に台湾市場向け発信を推進。PR コーナー構想や番組露出の活用、旅行会社受入を通じて関係構築と受入可能性を検証した。

■ 情報発信（HP・SNS・メディア）の実績と総括

HP：セッション 404,869（99.6%）、PV732,709（104.4%）で閲覧の深まりを確認。

SNS：投稿 80 件（163.3%）、ごんの秋まつり投稿は閲覧数約 10 倍。

メディア：取材 106 件（155.9%）。

SNS＝認知、HP＝詳細、メディア＝信頼の役割分担が明確化。今後は SNS→HP 誘導と実用情報の充実、メディア発信の強化で来訪につなげる。

## 【半田市観光施策の受託事業】

■ 観光情報拡散促進業務委託 インフルエンサー2名で計 11 投稿。周遊モデルコース造成と併せ、閲覧・保存の向上により認知拡大と来訪意欲喚起に寄与。

■ いいかも半田キャンペーン推進業務（名古屋鉄道タイアップ） SNS 広告・駅販促で認知拡大と来訪促進を実施。運用改善を重ね、次年度に向けたキービジュアル・販促物整備により訴求力強化の基盤を構築。



インフルエンサーを活かした情報発信

名古屋鉄道タイアップキャンペーン

### 4 - 3 交流人口拡大推進事業

地域の文化資源（半田運河・文化財・発酵文化・祭礼等）を核に、季節性とテーマ性を持たせたイベント・企画を展開し、来訪機会の創出と回遊の促進を図った。大型イベントと通年施策を組み合わせることによって、短期的な集客と継続的な来訪動機の両立を目指し、広域発信（SNS・広告）と連動させた誘客を推進した。

#### 【半田市観光施策の受託事業】

##### ■ 半田運河鯉のぼり設置事業

半田運河において、鯉のぼりの設置およびライトアップを実施（4月12日～5月11日）。船方橋～源兵衛橋周辺にポール27本・鯉のぼり27セットを設置し、夜間演出により景観形成と来訪促進を図った。

##### ■ 萬三の白モッコウバラ祭事業

小栗家住宅を中心に萬三の白モッコウバラ祭を開催（4月19日～30日、来場者数約9,000人）。MIZKAN MUSEUM や酒の文化館等と連携した関連イベントを実施し、運河周辺エリア一体での回遊促進を図った。

##### ■ 半田運河発酵マルシェ事業

発酵・醸造文化をテーマとした「発酵マルシェ」を開催（7月5日・6日、来場者数約7,500人）。58店舗の出店による飲食・物販やPR企画を実施し、発酵文化の魅力発信とにぎわい創出を図った。あわせてSNS広告等により広域からの集客を行い、地域事業者と連携した観光コンテンツの展開につなげた。



##### ■ 半田運河 Canal Night 事業

Canal Night を開催（8月1日・2日、来場者数約29,000人）。光の演出やプロジェクションマッピング、音楽企画等に加え、78店舗の飲食出店により夜間のにぎわい創出と滞在促進を図った。回遊型イベントとして多様なコンテンツを展開し、夏季の誘客拠点としての魅力向上につなげた。



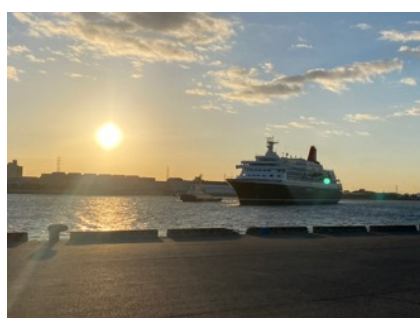
### ■ 半田運河誘客スポット事業

半六庭園において、季節ごとの誘客スポットを設置し、エリアの魅力向上と来訪促進を図った。夏季は風鈴装飾（7月4日～8月24日）、秋季はランプ装飾（10月24日～12月14日）、春季は行燈・提灯装飾（3月6日～3月31日）を実施し、季節ごとに異なる景観演出を展開。



■ ごんの秋まつり運営事業 矢勝川周辺において「ごんの秋まつり」を開催（9月23日～10月5日、来場者数約128,000人）。彼岸花の群生地を中心に、新美南吉の世界観を活かしたコンテンツを展開し、多くの来訪者を誘客。ポスター・チラシ制作やSNS広告による広域発信により、名古屋圏・静岡・関西エリアを含めた認知拡大と来訪促進を図った。

■ クルーズ船寄港受入事業 クルーズ船「にっぽん丸」の寄港にあわせ、衣浦港亀崎ふ頭において受入対応を実施（12月12日）。観光案内所の設置、特産品販売、伝統芸能（宮流神楽）の披露等を行い来訪者への魅力発信を実施。会場設営や誘導體制の整備により、安全かつ円滑な受入環境を構築し、観光誘客の機会創出につなげた。



## 4 - 4 観光消費拡大推進事業

観光客と地域事業者の連携により、飲食・物販・体験の付加価値を高め、滞在時間の延長と観光消費額の向上を推進した。広域プロモーションとコンテンツ造成を連動させ、「誘客→滞在→消費」の一体化を図った。

### ■ 発酵ツーリズム東海～うまみの聖地巡礼～

東海3県横断で開催（5月17日～7月13日）、131プログラム・来場122,547人。

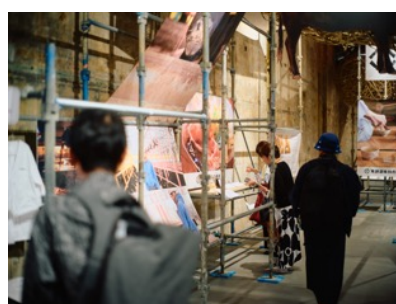
半田は主要拠点として展示・体験・マルシェ・回遊企画を集中的に展開し、エリア来訪38,500人を創出



主な内訳：

『すしの千年を巡る旅』展 15,287人、半田運河発酵マルシェ 7,500人、ハントーフード関連約 6,000人、半田運河周辺施設来館者数約 6,800人、回遊企画約 2,500人。

全国メディア50件超の露出により醸造のまち半田の認知向上に寄与。展示・体験・飲食・物販を組み合わせたモデルにより、運河および周辺施設への来訪と消費を同時に喚起し、広域回遊の起点機能を発揮した。



■ はんだスポーツの日 2025 スイーツイベント業務委託 スポーツ参加型イベント（11月2日）においてスイーツ企画を実施。市内事業者と連携した飲食提供により、イベント連動の消費創出を図った。

■ 農家マルシェ等支援事業 出店環境整備、SNS プロモーション、人材育成を実施。SNS 閲覧 3.5 万～3.8 万で 30～40 代女性層に訴求し、生産者の販売・発信力向上と食分野連携の基盤づくりにつなげた。

#### 【半田市観光施策の受託事業】

■ 発酵食文化広域誘客プロモーション事業 JR 東海等と連携し「世界 SUSHI サミット」を展開。首都圏・中京圏メディア露出と広告により、「発酵のまち半田」の認知向上とブランド発信を強化。



■ 食の観光推進事業 発酵ツーリズム東海と連動し、周遊マップ制作・SNS 広告・現地ガイド配置で来訪促進。後半は特設 WEB、動画、冊子整備により 46 施設を体系化し、「半田で巡る発酵の旅」として継続的な誘客基盤を構築。



専用ページ

## 4 - 5 地域資源の磨き上げ

文化財・食文化等の地域資源を活用し、体験型コンテンツの開発・実証を実施。文化財空間と食・文化体験を掛け合わせることで高付加価値な観光コンテンツを創出し、来訪動機の形成と滞在価値の向上を図った。

■ すしワークショップ事業 一般財団法人招鶴亭文庫と連携し、すし文化・発酵文化をテーマとした親子向けワークショップを実施（6月7日・22日・28日）。握りずしや箱ずしの体験に加え、専門家との交流を通じて食文化の理解を深める機会を提供し、文化的価値の体験化と来訪機会の創出につなげた。



■ 伝統文化こども茶道教室事業 文化庁「伝統文化親子教室事業」の補助を活用し、小栗家住宅において茶道教室（秋季・全6回）を実施。文化庁事業としての枠組みの中で、文化財空間を活用した体験を提供し、伝統文化および地域資源への理解促進と次世代への継承につなげた。

■ 明治モダン洋館茶会事業 半田市立博物館と連携し、旧中荏家住宅において洋館文化と紅茶文化をテーマとした体験企画を実施（11月29日）。建物ガイドや展示と組み合わせた企画とすることで文化的背景への理解を深める構成とし、全回満席となるなど高い関心を集めた。

■ 新美眼科医院旧診療所の活用・情報発信 文化財的価値の調査とあわせて、パンフレット制作等による情報発信を実施し、地域資源としての保存・利活用の可能性を可視化した。

■ 三河湾「湾椀™すし」プロジェクト 株式会社 Mizkan すしラボと連携し、三河湾および知多半島の食材と赤酢文化を組み合わせた新たな食コンテンツを提示（12月12日）。地域の生産者・飲食事業者と連携した商品化検討を進め、観光・食・産業の連動による新たな地域ブランド創出の可能性を示した。



小栗家住宅こども茶道教室事業 旧中荏家受託での明治モダン洋館茶会 新美眼科医院旧診療所パンフ

## 4 - 6 半田運河まちづくり事業

半田運河エリアの賑わい創出と経済循環を目的に、拠点運営・実証・エリアマネジメントを一体的に推進。小栗家住宅の拠点「\_unga」を核に、来訪者と地域事業者をつなぐ取組を展開した。

## 【半田市産業施策の受託事業】

## ■ 半田運河エリア活性化拠点運営業務

## 【拠点運営】

- ・ 「\_unga」にて物販・体験・案内
- ・ 交流機能を展開 ・ 来館者約 15,800 人、売上は前年度比約 183%と伸長
- ・ 体験コンテンツの定着により滞在時間・消費単価が向上

## 【コーディネート機能】

- ・ 飲食店・蔵元等との連携により年間 114 件の相談対応
- ・ 体験プログラムや商品開発を創出
- ・ 担い手育成と関係人口の拡大に寄与

## 【実証・展開】

- ・ 大茶会、新酒まつり等と連動した事業展開
- ・ 夜間活用を含む滞在型観光の可能性を検証
- ・ 収益モデルの方向性を整理

## 【エリア連携・まちづくり】

- ・ 半田運河部会等への参画により回遊性向上の方向性を整理
- ・ 滞在環境整備や空間活用に関する検討を推進

## 【成果と課題】

「来訪→滞在→消費→事業創出」の循環を形成。一方で、運営負荷や基盤機能の整備、役割分担が課題。今後はエリア全体で支える体制構築を推進していく。



## 4 - 7 観光拠点運営事業

## (1) 半田赤レンガ建物運営事業

半田赤レンガ建物は、歴史的建造物としての価値を活かし、観光・文化交流拠点としての機能強化を目的に運営を実施した。本年度は展示・カフェ・ショップ・イベントを一体的に展開し、施設運営の基盤構築を進めた一年となった。

来館者数は418,124人となり、前年の特殊要因を除けば一定水準を維持し、特にイベント時の来館増加から今後の展開可能性が確認された。

事業面では、企画展示の実施により目的意識の高い来館者の誘客を実現するとともに、地域文化・産業への理解促進および建物価値の向上に寄与した。また、地域事業者との連携を通じ、多様な主体の参画機会を創出し、地域との関係性強化を図った。

企画展示については、準備・運営に一定の負担を要するものの、施設価値の向上や来館動機の創出に寄与する重要な機能として、その有効性が確認された。

今後は、企画展示の内容や実施時期にメリハリを持たせつつ、イベントや広報との連動を強化することで、来館動機の創出と施設価値の向上を図るとともに、効率的な運営体制の構築を進めていく。



カフェでは地元の素材を活かしたメニュー開発、ショップでは様々なコーナー設置を実施



新設したギャラリーで実施した企画展



年間を通して、新たなイベント創出も実施

## (2) アイプラザ半田運営事業

指定管理者として、安全で効率的な運営体制の確立を図るとともに、観光情報発信拠点としての機能強化および施設利用者へのサポートサービスの充実に取り組んだ。

観光立寄者数 17,926 人(前年度比 92.7%)、施設利用者数 142,200 人(同 89.1%)、貸館利用者数 124,274 人(同 88.6%)と全体的に減少傾向となったが、主因としては、リモートワークの普及や働き方改革の影響により、夜間の研修・会議利用が減少していることが挙げられる。

一方で、午前・午後帯の利用は大きな減少が見られず、貸館需要そのものは一定程度維持されていることから、今後は夜間利用の促進を重点課題とし、利用ニーズに応じたサービス改善や新たな活用提案を進めることで、利用率の回復を図る必要がある。

## 4 - 8 商品販売、サービス向上推進事業

観光消費の拡大と滞在価値の向上を目的に、体験型サービスやレンタサイクル等の提供を行い、来訪者の回遊促進と利便性向上を図った。

### ■ レンタサイクル事業

アイプラザ半田および半田赤レンガ建物においてレンタサイクル事業を実施し、来訪者の市内回遊を促進した。アイプラザでは年間 122 件(前年度比 97.6%)と概ね横ばいで推移し、観光案内所機能と連動した利用が一定程度確保された。一方、赤レンガ建物では 1,117 件(前年度比 82%)と減少したものの、季節やイベントに応じた利用の変動が見られ、特に春季や一部月では前年を上回るなど、回遊手段としてのニーズは継続している。今後は観光拠点間の連携や情報発信の強化により、利用促進と回遊性向上を図る必要がある。

### ■ お酢とおすしの体験ランチ事業

発酵文化体験プログラムとして、「お酢とおすしの体験ランチ」を造成・実施。醸シラボ見学や酢の違いの体験、赤シャリ・白シャリの食べ比べを通じ、発酵文化の理解促進と付加価値の高い体験提供を行った。参加者数は 1 月 30 人、2 月 47 人、3 月 55 人と増加傾向で推移し、継続的な誘客コンテンツとして定着するとともに、体験型観光による滞在価値向上につなげた。

#### 4 - 9 その他観光推進活動

外部への情報発信や人材育成、地域連携の基盤づくりを目的に、視察受入・講演対応・連携事業等を実施し、半田の取組の発信と関係人口の拡大を図った。

■ 視察受入・研修対応 行政・企業・教育機関等からの視察受入を実施し、発酵文化や運河エリアの取組を中心に情報提供を行った。海外関係者を含む多様な来訪者に対応し、取組の発信機会の創出と関係構築につなげた。

■ 講演・登壇対応 文化庁や観光関連機関等において講演・登壇を行い、発酵文化を活かした観光まちづくりの取組を発信した。広域的なネットワークの中での認知向上と情報共有に寄与した。

■ ボランティア連携による運営 亀崎潮干祭において地域ボランティアと連携し、会場運営および来訪者対応を実施。地域参加型の運営体制を構築し、来訪者満足度の向上につなげた。

■ 人材育成・研修対応 半田信用金庫新人職員を対象とした研修を実施し、講義とフィールドワークを通じて地域理解を促進。地域と関わる人材の育成と資源理解の深化につなげた。

■ 地域文化醸成支援事業 姿三四郎杯少年少女柔道大会の運営支援を実施し、青少年育成および地域文化の継承・発信に寄与した。

■ イベント・コンベンション相談窓口の運営 年間を通じて相談窓口を運営し、主催者支援や関係者調整を実施。イベント開催の円滑化と来訪機会の創出を図った。

■ 観光ガイド連携事業 観光ガイド協会と連携し、受入調整やPR支援を実施。ガイド体制の強化により来訪者満足度と地域理解の向上につなげた。