



改定 田原市観光基本計画

渥美半島まるごと観光の推進



目次

第1章 田原市観光の現状分析と課題	2
1-1 田原市観光の現状とニーズ	2
1-2 田原市観光への評価	3
第2章 田原市観光基本計画	5
2-1 基本コンセプト	5
2-2 目標	5
2-3 実施スケジュール	6
2-4 田原市観光振興の方向性	6
2-5 田原市観光計画推進 6つの観光振興の柱	7
1 市民参加による観光まちづくりの推進	7
2 観光振興推進体制の確立	10
3 新たな視点に立った観光資源の発掘・開発・創造による観光魅力度の向上	12
4 新たな観光マーケットを意識した情報発信・PR	20
5 観光客にやさしい・おもてなしのある受け入れ体制づくり	26
6 観光産業振興から総合産業振興への展開による地域活性化・雇用促進	27

はじめに

平成 19 年 3 月策定の田原市観光基本計画は、実施スケジュールのなかで中期計画（4 年～7 年）を終えた段階で、見直しをすることとなっており、平成 25 年度で中期計画を終えたため、本基本計画の改定を行いました。

本計画は、田原市における地域の特性を活かした観光立市を目指し、新たな視点に立った観光資源の開発、観光資源のネットワーク等による観光魅力度の向上、効果的な情報収集・発信手法等を含む観光振興のマスタープランです。

ここまでの実施状況等を評価・効果測定したうえで、人口減少時代、超高齢化社会となった社会環境の変化や、急激な変化を続けている国内外の観光情勢や、観光客の動向を把握することで、時代の流れに即した新しい観光振興の指針を作ることを目的とします。

第1章 田原市観光の現状分析と課題

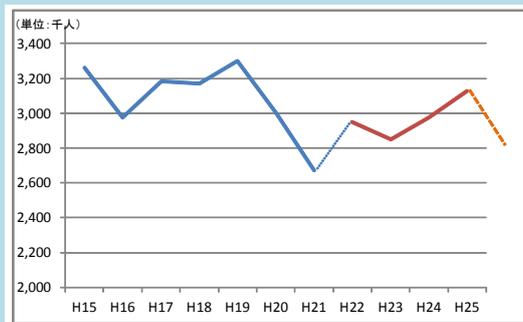
1-1 田原市観光の現状とニーズ

(1) 観光客の現状とアンケートに見る田原市観光

現状

観光客入込動向

- ◆観光地の入込状況(延数)を見ると、平成22年が295万人、23年が285万人、24年が297万人、25年が313万人と23年から25年にかけては上昇。25年は伊勢神宮の遷宮行事が行われた効果もあり上昇しているが、26年には遷宮後の反動減も見られて、過去10年間をおしなべてみると漸減傾向にある。
- ◆313万人のうち、3カ所の道の駅で161万人と半数以上を占める。その他、サンテパークたはらが48万人、いちご狩り・メロン狩りで32万人、菜の花まつり12万人となっており、これらを加えると田原観光の8割を占める。



観光客入込数推移 ※H22年より集計方法変更
※H26年はヒアリング等からの推計

インターネットアンケート結果(東海4県)

- ◆田原市の認知度は愛知県内では約9割と高いが他県になると静岡6割、三重・岐阜4割と低い。
- ◆田原＝観光のイメージが沸くのは34%。愛知県東三河地域では58%だが、名古屋では33%。
- ◆訪問経験も年1回程度で全体的に低い。
- ◆日帰り旅行へのリピート希望需要は40%。
- ◆日帰りで行きたくない理由は、遠い、交通不便、観光地の魅力がない、情報を知らない。
- ◆宿泊旅行へのリピート希望需要は16%。
- ◆行ったことはないが行きたいとする潜在需要は、日帰り25%、宿泊35%。
- ◆宿泊で行きたくない理由は、観光地の魅力がない、情報を知らない、泊まりたい施設がない。
- ◆訪問意向は男性よりも女性の方が高い。
- ◆田原の魅力は、海の幸、貝、伊良湖岬、海の景色、日の出・夕日・星空、どんぶり街道などが上位で、いちご狩り・メロン狩りはそれらに次ぐ。
- ◆田原への観光の際、立ち寄りたいところは、ラゲーナ蒲郡、豊川稲荷、浜名湖、伊勢神宮。
- ◆一般的な田舎暮らしへの関心は52%だが、田原での田舎暮らしへの関心は18%。
- ◆一般的な旅行の嗜好は、温泉、ご当地グルメ、長期滞在旅行、農産物など買い物、四季の花、まち歩き観光などが上位。
- ◆旅行相手は、家族、夫婦・カップル。団体は少。

来訪者アンケート

観光施設来訪者アンケート(8月に実施)

- 居住地は愛知、静岡で71%(愛知46%(うち豊橋15%)、静岡25%(うち浜松14%))。
- 同伴者は家族51%、夫婦・カップル30%。
- 田原で感じる魅力は伊良湖岬・恋路ヶ浜が85%、海56%、果物狩り33%が上位。
- 田原の観光であればいいと思うものは、魚介類の店、パーベキュー施設、海を眺める展望台、マリレジャー施設が上位。
- 利用交通機関は、自家用車が89%。
- 日帰りが78%、宿泊が22%(65%が田原市内で宿泊、1泊が56%)
- 情報先は「以前から知っていた」が76%と大半。
- 来訪経験は3回以上が63%、初めてが20%。
- また訪れたいが96%と大半。
- 田原市内の立寄先は、恋路ヶ浜、伊良湖岬灯台、クリスタルポルトの伊良湖3施設が上位。
- 買い物予定の場所の80%が道の駅、買うものは、野菜、お土産お菓子、生鮮海産物が上位。
- 食事場所は、飲食店48%、道の駅24%、ホテル18%、食事内容は、貝料理63%、どんぶり街道の丼もの42%。

宿泊客アンケート(9月に実施)

- 居住地は愛知が64%と圧倒的に多い。次いで多いのが岐阜県の7%。
 - 同伴者は家族43%、夫婦・カップル40%。
 - 田原への目的は宿泊73%、ドライブ30%、食事29%、市内観光24%、買い物19%。
 - 行き先は、サンテパークたはら、道の駅3カ所が上位。
 - 1泊が94%、2泊以上が6%
 - 宿泊先を決める理由は料金、食事が上位。
 - 利用交通機関は、自家用車が89%。
 - 情報先は「以前から知っていた」が58%と大半。
 - 田原での宿泊経験は3回以上が49%、初めてが38%、2回目が13%。
 - 買い物予定の場所の大半が道の駅とサンテパークたはら
 - 食事場所は、ホテル、道の駅が多い。
- ##### サービスエリアアンケート(10月に実施)
- 日帰り観光の片道移動時間は3時間程度が35%、2時間程度が32%、4時間以上が21%。
 - 宿泊観光の片道移動時間は4時間以上が54%、3時間程度が32%、2時間程度が9%。

1-2 田原市観光への評価

(1)スーパーバイザーによる田原市の観光評価

■全体的なアドバイザー意見の総括

- 観光素材は豊富にあるがうまく活かされていない
～ストーリーづくり、ブランド化、資源間連携などによる訴求力向上が求められる
- 野菜、貝などの食のオンリーワンの魅力は売り方、商品化などの工夫が求められる
- 伊良湖水道の眺め(船の行き来、景観)は一級品、十分に活用できる素材として期待
- 観光素材を十分に活かす人材不足・連携不足(担い手の活用、やる気)、おもてなし不足
- 素材のまとめ方、売り方、PRの仕方が不十分であり、情報加工力、情報発信力が必要
- 様々な事業をとりまとめ地域一体となって推進していく核となる推進組織が必要

○羽田耕治氏 (委員会委員長) (横浜商科大学 商学部貿易・観光学科 教授)

- ①周辺地域も含めた広域でのストーリーづくりの必要性
- ②ターゲットをきめ細かく決めることが必要(女子旅、男子旅、お一人様など)
- ③遠いイメージの強い田原に目的をもって来てもらうための、感動的な景観・体験が必要
- ④東海マーケット中心の宿泊客誘致、関西圏、関東圏へはアピールできるブランド戦略が必要

○福井佳代氏 (名鉄観光サービス 国内旅行営業部 課長)

- ①渥美半島は「リゾートの海」のイメージ～原色をちりばめたようなきれいな色があふれたまち～
- ②一般道だからこそ気軽に寄り道できる魅力(どんぶり街道、伊良湖海上交通センターなど)
- ③旅行商品作りの王道はグルメ(貝と野菜の活用・魅力創造・ブランド化・PRが必要)
- ④旅行会社へのPR不足(観光素材の整理、パンフレットづくり、イメージ、ブランド化)
- ⑤女子旅ではターゲット設定が必要(年配、若者、親子、一人旅向けの素材はある)
～女子旅向けに花摘み体験の場所が欲しい。「恋路ヶ浜」という名称の効果的活用・宣伝手法。
- ⑥田原市内に旅行客に訴えかける看板がない(歓迎・おもてなしの欠如)

○花枝一則氏 ((株)エイエイピー 浜松支店 副支店長)

- ①他の地域にない資源を発信する必要性。地元資源への愛、自ら動くことが重要。
- ②伊良湖水道は新たな観光資源になる可能性大。
- ③イベントはあくまで手段であって、最終目標ではなく「こうなりたい、こうしたい」を共有。
- ④サイクリングイベントは可能性大、田原市内の観光資源を結ぶコースにすること。
- ⑤花のイベントは、シルバーの来場者に期待、菜の花と花博がある浜名湖と組む。
- ⑥伊良湖水道見学、農業体験、サーフィン教室、野鳥観察、スナメリ観察等プログラム整備が必要。
- ⑦メディアへの情報発信。「何を使うか」より「何が売れるか」「どうやって売るか」を考える必要

○森幹夫氏 (Find Way まちづくり tourism 代表)

- ①田原の only one を明らかにすることが重要
- ②シルバーマーケットを狙った「孫と一緒にできる農業体験」、農業体験の場不足。
- ③海上交通センター、野鳥観察、サーフィン教室などの子ども学習資源としての活用。
- ④観光は最終的にはおもてなしであり、地域での人材育成が重要。
- ⑤様々な事業をとりまとめ地域一体となって推進していく核となる推進組織が必要

(2) 現状とアドバイザーの意見を踏まえたSWOT分析による課題と方向性

■Strengths(強み)

- ・海に囲まれた風光明媚な半島の自然
- ・日本一の農業産出額のまちとしての食材(野菜、果物、肉等)、メロン狩り、いちご狩り
- ・新鮮な水産物の魅力～あさりなどの貝類
- ・園芸産地としての日本一の花のまち(作るから贈るへ)
- ・東海地方を代表する景勝地・名勝として知名度の高い伊良湖岬 ・伊良湖水道を行き交う船の眺め
- ・トライアスロン、サイクリングなどのスポーツツーリズム
- ・持続可能な都市・日本一の評価を得た住みやすさ
- ・歴史文化・祭り、寺社仏閣なども各所に点在
- ・女子に適した観光素材 ・シルバーに適した観光素材
- ・市内に3つの道の駅 ・最先端の新エネルギー施設
- ・1～3月の菜の花まつり

■Weaknesses(弱み)

- ・名古屋マーケットからのアクセスの不利(高速道路がない、鉄道も途中まで、名鉄海上船カーフェリーも廃止) ・半島という立地性からの不利
- ・圧倒的に強みとなる大型集客施設がない
- ・地域全体として観光地推進するプラットフォーム(推進体制組織)の不在
- ・農業、園芸産業がまだ十分に観光に活かされていない
- ・事業者間・産業間の連携による魅力創造がまだ乏しい～総合産業としての地域への発展が途上
- ・菜の花まつり(1～3月)、夏休み期間中以外の繁閑差
- ・半島内をめぐる2次交通の弱さ
- ・地域全体のおもてなし感の不足

田原市の観光に関するSWOT分析

■Threats(脅威・懸念事項)

- ・名鉄観光海上船カーフェリーの廃止(名古屋マーケットが知多半島止まりとなり客足減少)
- ・新東名高速道路の開通による車の流れの変化
- ・23号バイパスの全通による遠州、三河マーケットの変化
- ・他地域における観光地の活性化
- ・伊勢神宮遷宮年の終了
- ・北陸新幹線の金沢までの開業(東京マーケットの変化)
- ・少子化によるファミリー客層の減少
- ・人口減少による地域の活力低下、担い手不足
- ・一部地域における悪臭問題

■Opportunities(機会・プラス要因)

- ・超高齢化社会におけるのんびりゆったり旅行ニーズ
- ・女子旅ブーム ・「食」へのニーズの年々の高まり
- ・東京オリンピック開催決定によるスポーツ観光ブーム
- ・観光立国推進による訪日外国人の増加(東南アジアマーケットが好む果物狩りニーズ)
- ・23号バイパス、新東名開通をプラスにとらえマーケット獲得
- ・蔵王山展望台改装、いらご さららパークの開業
- ・道の駅人気
- ・メガソーラーの相次ぐ開業による環境先進都市としてのPR

田原市観光の課題

1. 田原の強み・オンリーワンの素材の活用
2. 埋もれた観光資源の未活用
3. 地域一体となった推進体制
4. 伊良湖岬周辺地区の再生・重点地区としての強化
5. 半島立地の特性の活用
6. 田原観光イメージの希薄(情報発信力の再検討)
7. 田原市全体での受入環境・おもてなしの充実

田原市観光が目指す方向性

- ◆オンリーワンの強みを活かした観光魅力の整理・創造
 - ①農・花・食を活かした魅力創出と総合産業化
 - ～地域一体となった取り組みと総合産業としての地域活性化
 - ②女子旅ブームに対応する魅力創造と情報発信
 - ③東京オリンピック・パラリンピックに向けたスポーツ観光の充実
 - ④超高齢化社会に対応したシルバー向け観光地の魅力創造
 - ⑤学習観光・視察観光ニーズへのアプローチと受入対応
- ◆観光推進体制の確立と受入環境整備
 - ⑥インバウンドマーケットの開拓と広域連携による誘客
 - ⑦伊勢志摩、三河湾、三遠南信などの広域連携の強力推進
 - ⑧田原市観光まちづくりの推進体制確立と担い手の人材育成
- ◆情報発信力の強化
 - ⑨情報発信内容の整理(観光素材の整理)と情報力強化
 - ⑩訪れてよし・住んでよしの定住促進とPR

第2章 田原市観光基本計画

2-1 基本コンセプト

『渥美半島まるごと観光の推進』

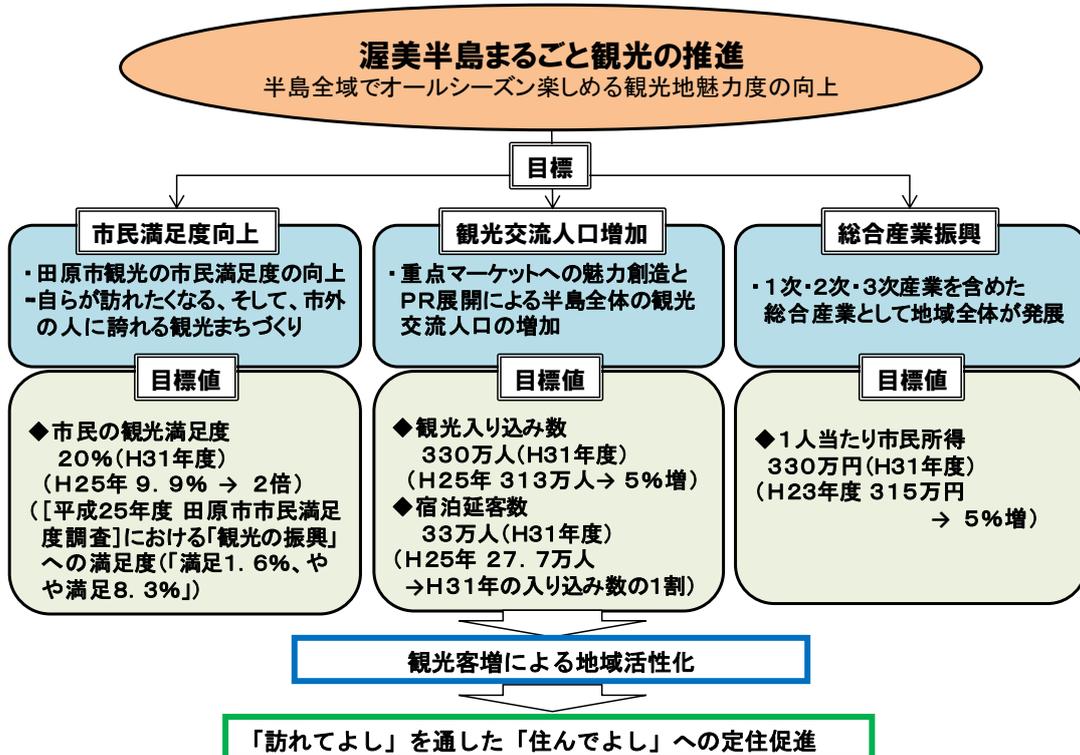
- ～多彩な資源を最大限に活用し、半島全域でオールシーズン楽しめる、地域一丸となった取り組みによる“渥美半島まるごと観光”～
- ～海に囲まれた里山・渥美半島で四季を通じて「見る」「食べる」「体験する」が満喫できる、“旬産旬時”とれたて新鮮な、心安らぐ、ゆったり寛ぐ観光～
- ～観光客増による地域産業活性化への貢献、観光交流を通じた定住促進へ～

2-2 目標

渥美半島全域でオールシーズン楽しめる観光魅力度の向上により、“渥美半島まるごと観光”としてのイメージを増大させながら田原市への訪問・滞在における満足度を高め、行ってよかった、そして何度も訪れたいくなる田原市の観光地づくりを目指します。

また、新たな魅力に応じたマーケティング活動の実施により、新規の観光需要を獲得し、既存観光資源との相乗効果による半島全体の観光交流人口の増加を図り、観光産業のみならず、1次・2次・3次産業も含めた様々な産業へも効果を及ぼす総合産業として地域経済を活性化し、雇用を創出するなど、観光振興がもたらす地域活性化を目指します。

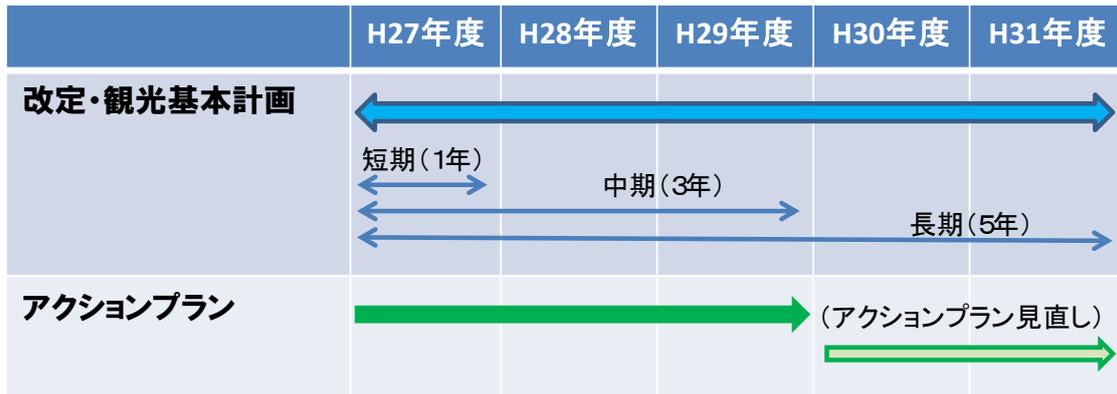
そして「訪れてよし」を通じた「住んでよし」のまちに繋がります。



2-3 実施スケジュール

本改定版では、中期計画（7年）を終えた段階で、これまでの取り組みに対する評価、検証を行い、今後の3年間で実行する具体的なアクションプランを中心に改定したものです。

また、新たに策定したアクションプランの成果達成状況を再検証するために、本計画の最終年度を当初の平成28年度から平成31年度へと3年間延長し、3年間のアクションプランを終えた段階で、再度評価検証を行います。



2-4 田原市観光振興の方向性

以下の6つの柱を基本方向性の柱として掲げ、それぞれに対するアクションプランを策定します。

田原市観光基本計画 6つの柱

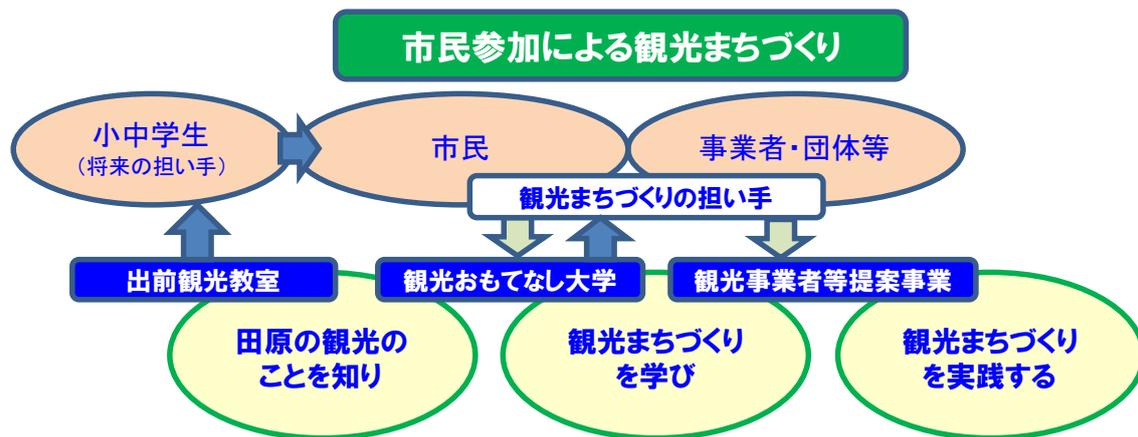
- 1 市民参加による観光まちづくりの推進
- 2 観光振興推進体制の確立
- 3 新たな視点に立った観光資源の発掘・開発・創造による観光魅力度の向上
- 4 新たな観光マーケットを意識した情報発信・PR
- 5 観光客にやさしい・おもてなしのある受け入れ体制づくり
- 6 観光産業振興から総合産業振興への展開による地域活性化・雇用促進

2-5 田原市観光計画推進 6つの観光振興の柱

観光計画推進にあたっては、6つの観光振興の柱に基づいて、それぞれに具体的なアクションプランを策定し、実施あるいは検討推進します。また、実施にあたっては、短期、中期、長期のスケジュールのなかで最重点項目、重点項目を選択し、重要なプランを優先的に推進します。

1 市民参加による観光まちづくりの推進

観光振興を推進するにあたってこれから必要なのは市民の力です。観光事業者のみならず、農業・漁業・製造業・サービス業に携わる方々、また、様々な活動をされる市民団体や自主的組織、そして一般市民も含めて、市民一体となった観光客の受け入れ気運を高めていくことが必要となります。本基本計画においては、様々な角度から市民参加という視点を念頭において観光振興の推進を図ります。



(1)市民の観光客受け入れ気運の醸成(啓発活動)

観光に関する啓発活動や、参加促進、交流活動などを実施することにより、市民が気持ちよく観光客を受け入れられるおもてなし気運の醸成を図ります。

■主なアクションプラン

アクションプラン	概要
①市広報等における観光情報発信 [実施:行政、観光ビューロー]	市広報で観光最新情報の掲載を継続するとともに、連載枠を設け、観光に関わる様々な動きを情報発信します。また、facebook や twitter 等インターネットを活用して広範囲に情報発信します。
②観光分野の市民講座開催 [実施:行政]	「観光おもてなし大学」を開催し、市民も含めた観光の担い手の人材育成を行います。
③学校教育への対応強化 [実施:行政、観光事業者等]	小学校の総合学習や高校の就農体験、また、小中学校への出前観光教室を行い、田原の観光の魅力や観光事業への意識を高めます。

■実施スケジュール

アクションプラン	短期(1年)	中期(3年)	長期(5年)
①市広報等における観光情報発信	●		▶
②観光分野の市民講座開催	●		▶
③学校教育への対応強化	●		▶

(2)市民参加による観光活動(市民参加促進)

市民参加による観光振興企画の推進や各地におけるボランティアガイドの養成、清掃、イベントなどへの市民の協力体制を確立します。

■主なアクションプラン

アクションプラン	概要
①市民観光ボランティア募集・育成 [実施:行政、観光ビューロー]	観光ガイド(歴史、自然、農業、漁業、環境など)、イベント・祭り等における観光客誘導・清掃・物販等の協力スタッフを登録制において組織化し、常に観光活動に参加できる体制を整えます。観光ガイドについては、既存ガイド組織との連動を念頭に入れるほか、観光ガイド養成講座も開催し、ガイドの育成と質の向上にも努めます。
②市民提案企画の活用・協働 [実施:行政]	田原市観光事業者等提案事業の実施等により、市民企画型の観光活動を支援・活用、あるいは協働しながら観光振興に努め、市民自身の観光への参加意識を高めることを目指します。また、公共の会場提供の便宜、広報活動の一環に取り入れるなど市としても協力します。

■実施スケジュール

アクションプラン	短期(1年)	中期(3年)	長期(5年)
①市民観光ボランティア募集・育成	●		▶
②市民提案企画の活用・協働	●		▶

(3)市民による観光交流の実現(観光交流促進)

他地域からの観光客の受け入ればかりでなく、市民自身が田原市の様々な観光資源を体験し、様々な業種間の交流を生み出すような活動を推進します。

■主なアクションプラン

アクションプラン	概要
①田原市観光交流の促進 [実施:行政、観光ビューロー、事業者等]	田原市民が参加できる観光交流活動の場を提案し、市民の観光への参加を促します。市民一斉観光ボランティア(清掃活動など)や事業者の協力による市民特別優待、特別体験プログラムの実施など、市民が田原市の様々な観光資源を体験する期間等を設けます。これにより、地域の魅力を再認識してもらうことを目指します。
②各種産業・各種団体等の観光交流活動 [実施:事業者、各種団体、市民、行政、観光ビューロー等]	田原市内全体が一体となった観光まちづくりの推進や、イベント・キャンペーンの開催などにより、各種産業界あるいは商工会や青年会議所などの団体による交流、観光事業者と他業種との異業種交流、あるいは市民の参加などにより観光交流活動を促進します。 各種活動の実施においては、田原市観光事業者等提案事業の実施等により行政が活動を支援します。 また、関係者、関係機関による「まるごと渥美半島・観光まちづくりネットワーク」を立ち上げ、具体的事業を検討、推進します。

■実施スケジュール

アクションプラン	短期(1年)	中期(3年)	長期(5年)
①田原市観光交流の促進		●	▶
②各種産業・各種団体等の観光交流活動	●		▶



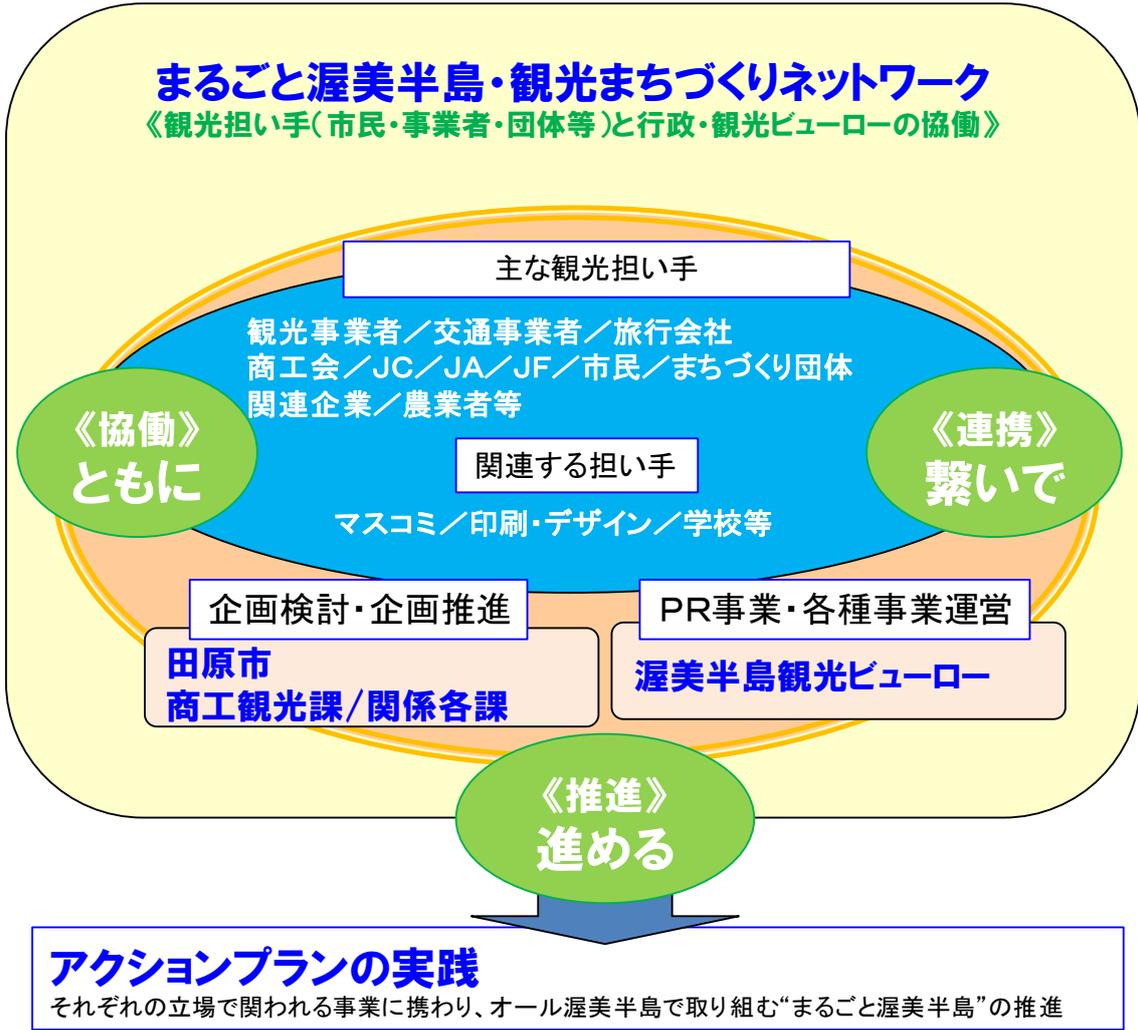
2 観光振興推進体制の確立

田原市において持続可能な観光地づくりを継続していくためには、観光振興の具体的な行動計画を検討、また実行する推進体制の確立が求められます。田原市と渥美半島観光ビューローの明確な業務領域の分担による効率化や、地域一体で推進する観光まちづくり推進体制の構築など、民間事業者間、あるいは各種団体・産業界と行政との連携による推進体制づくりを進めます。

(1) 観光基本計画推進組織の確立

観光基本計画は行政による施策ですが、観光振興推進には、観光事業者、各種産業団体、市民、行政が一体となった官民による協働推進体制が求められます。様々な計画を確実に実行に向けて推進していくための組織を確立するとともに、観光推進を担う人材の発掘・育成を展開します。

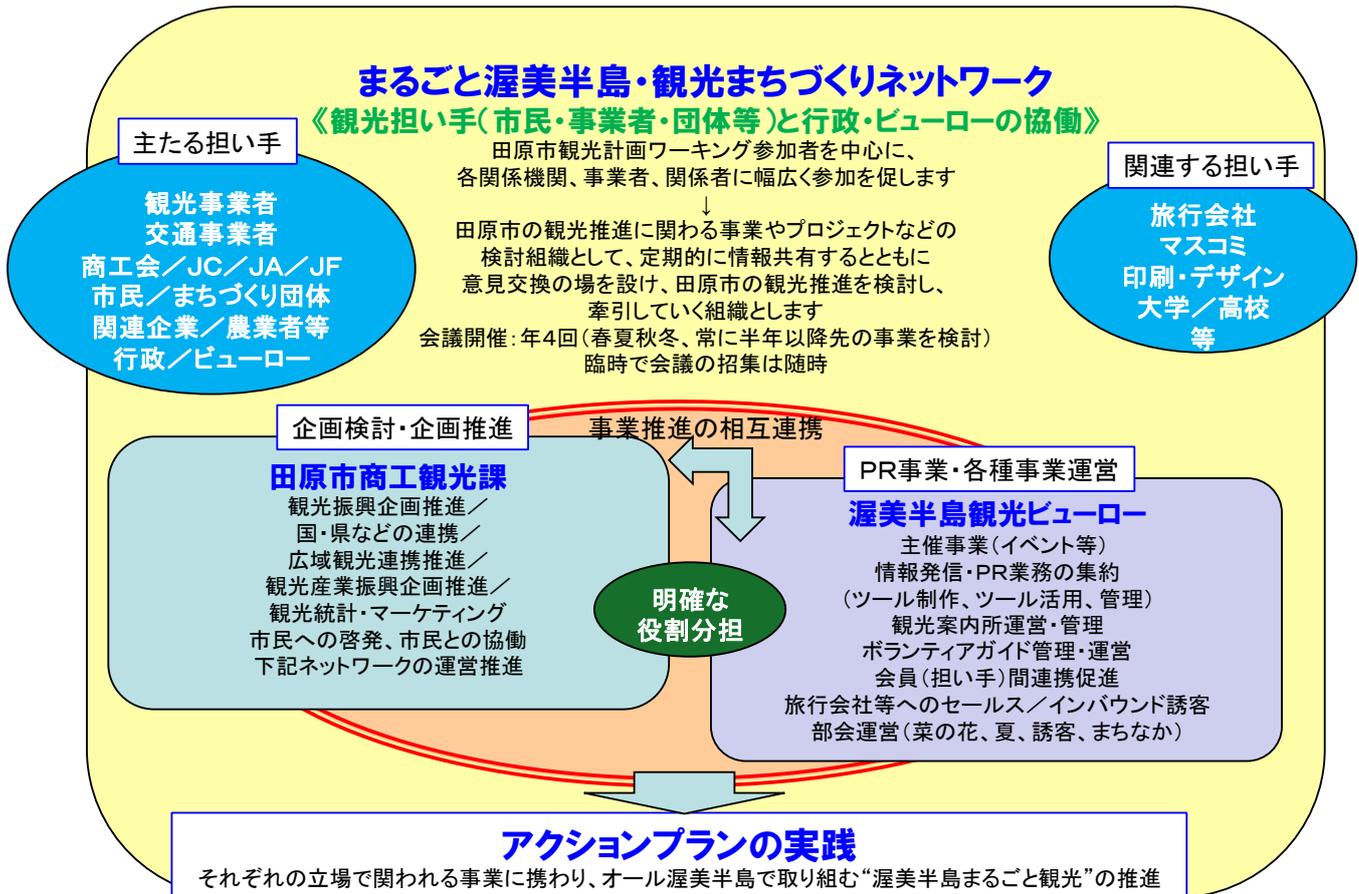
また、具体的なアクションプラン推進実行体制として、行政と観光ビューローが中心となって、各関係機関、事業者、団体等が参画する「まるごと渥美半島・観光まちづくりネットワーク」を形成し、田原市の観光振興を推進します。



(2)行政と観光ビューローの役割の明確化

「まるごと渥美半島・観光まちづくりネットワーク」として観光まちづくりを推進する一方、行政と観光ビューローの役割分担を明確化します。また、観光ビューローの体制を専門知識や地域事情に精通したプロパー職員の採用などにより強化し、各種事業運営を確実に実施します。

■観光推進体制と行政と観光ビューローの役割分担



(3)観光事業者間の情報共有

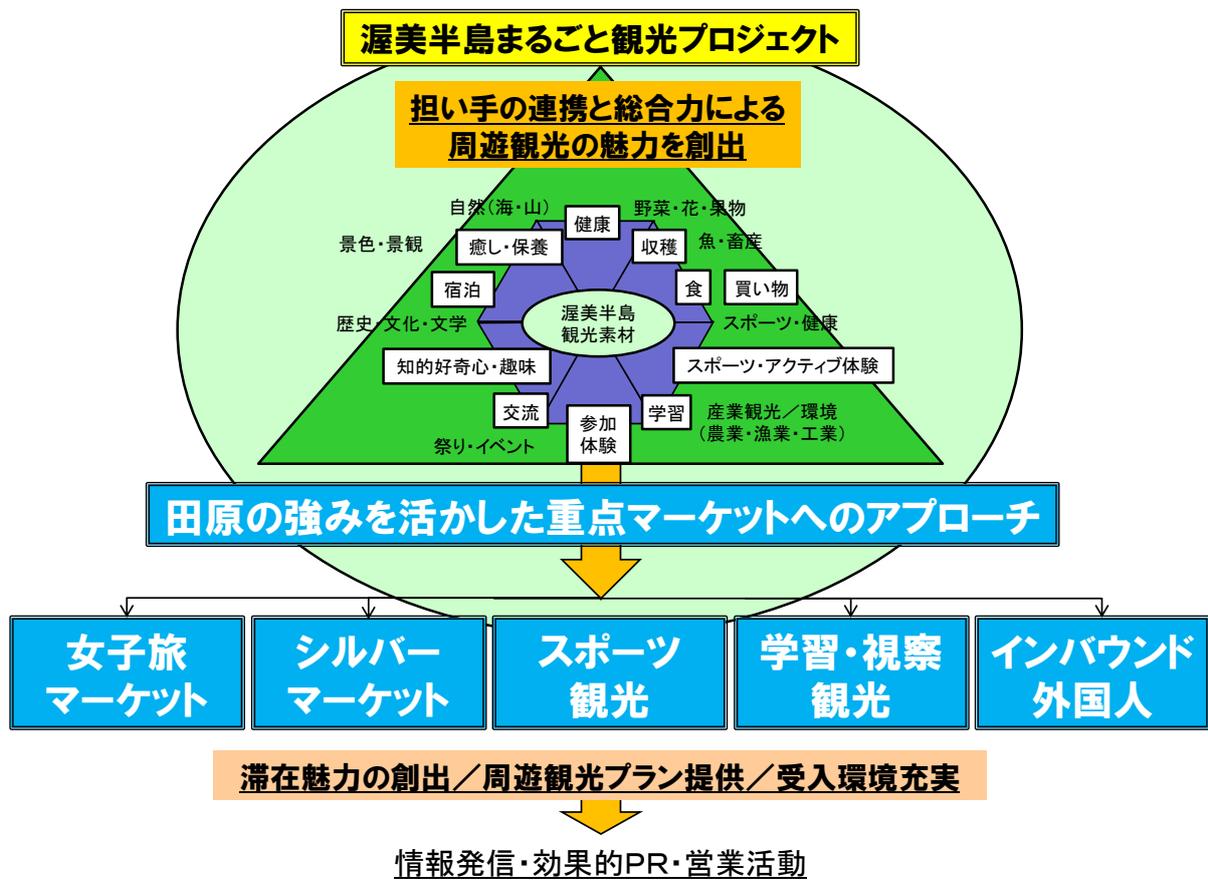
上記「まるごと渥美半島・観光まちづくりネットワーク」において、観光事業者間同士による情報共有を常に図っていきます。

■実施スケジュール

アクションプラン	短期(1年)	中期(3年)	長期(5年)
(1)観光基本計画推進組織の確立	●	→	→
(2)行政と観光ビューローの役割の明確化	●	→	→
(3)観光事業者間の情報共有	●	→	→

3 新たな視点に立った観光資源の発掘・開発・創造による観光魅力度の向上

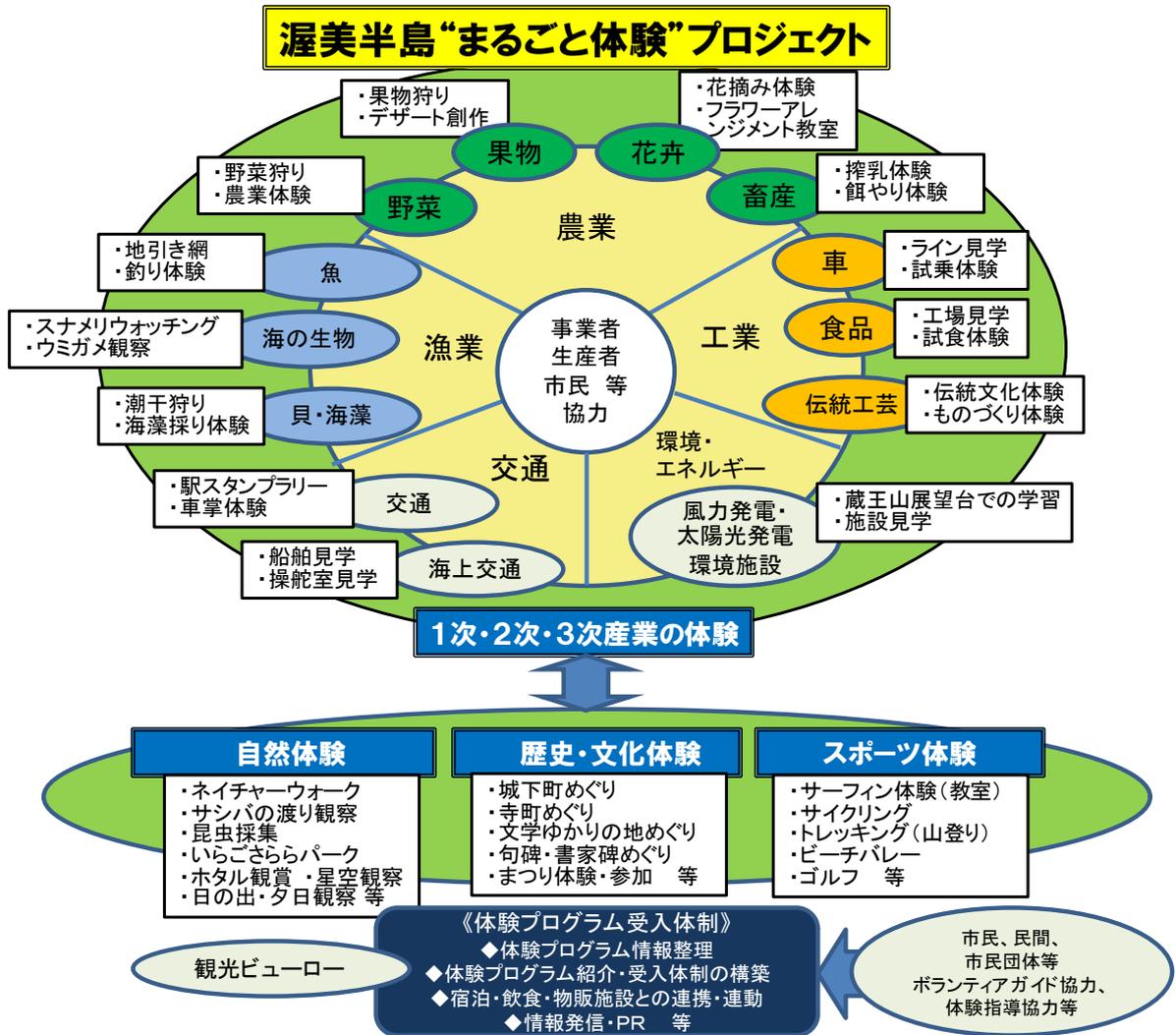
空、太陽、風など半島ならではの恵まれた自然環境、歴史や伝統的な祭りなどに代表される文化、日本一の生産高を誇る農業、三河湾・太平洋を漁場とする漁業、三河港臨海地域における工業、たはらエコガーデンシティの展開等、既存の観光資源ばかりではなく、田原市が誇る様々な地域資源を活用した新たな観光資源を発掘・開発・創造し、田原の強みを活かした重点マーケットに対するさらに強い田原市観光のイメージを創り出すとともに、地域全体の観光魅力度を向上します。



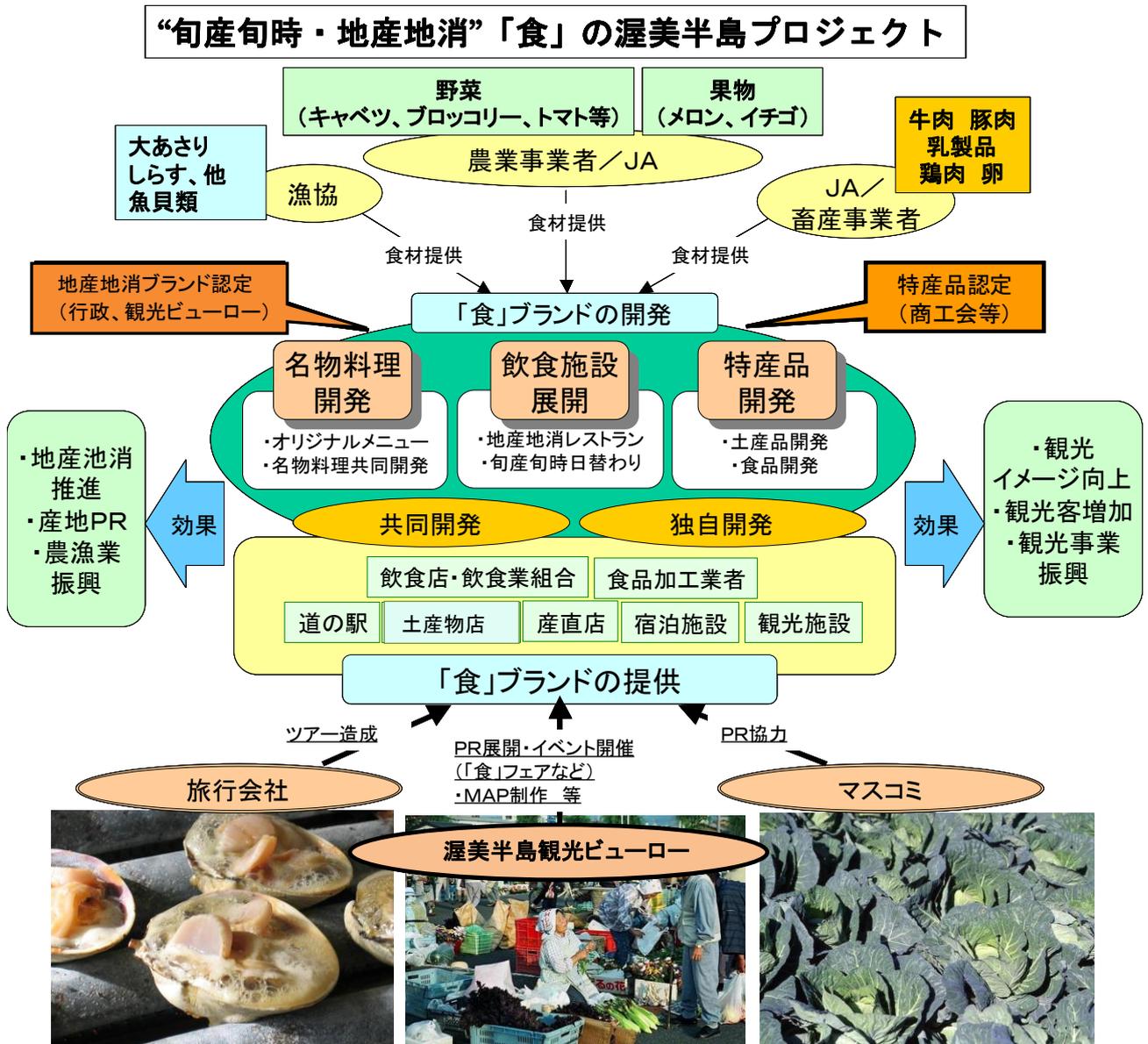
(1) 観光資源の発掘

① 渥美半島“まるごと体験”プロジェクト

日本一の生産を誇る農業資源（食材、花、畜産）のほか、漁業・製造業など様々な産業資源の活用による体験プログラムや多彩な地域資源を活用した滞在型受け入れプログラムの充実により魅力を発掘します。



- ② “旬産旬時” 地産地消による「食」の渥美半島プロジェクト【重点プロジェクト】
 “旬産旬時” 地産地消による「食」資源の活用、渥美半島ブランドの展開による「食」のイメージ向上を推進するとともに、メニュー提供、地産地消レストラン、郷土料理店の認定などによる施設展開も推進します。



- ③ 歴史資源、自然資源の再発掘と他資源との連動
 これまでに整理されている資源に加え、他の観光資源（飲食、物販等）との連動によるまち歩き型観光資源を発掘します。
- ④ 海に囲まれた半島の特性を活かした海の活用による観光資源の発掘
- ⑤ たはらエコガーデンシティとしての環境・エネルギー関連の観光資源の発掘

■実施スケジュール

アクションプラン	短期(1年)	中期(3年)	長期(5年)
(1)観光資源の発掘			
①渥美半島“まるごと体験”プロジェクト	●		▶
②「食」の渥美半島プロジェクト	●		▶
③歴史資源、自然資源の再発掘		●	▶
④海の資源活用プロジェクト	●		▶
⑤環境・エネルギー資源発掘		●	▶

(2)観光資源の開発

①伊良湖岬周辺観光整備

伊良湖観光再生に向け、伊勢湾海上センターからの船の眺めの魅力のクローズアップ、「恋」をテーマとするイメージづくりの強化、伊良湖岬周辺の散策ルートやサイクリングコースの充実、平成 26 年に完成の伊良湖港緑地を活用したイベントの開催、誘導サインや案内マップなどの改善、漁港の活用、物販・飲食機能の強化など、伊良湖岬周辺の観光整備（ハード、ソフト両面）を推進します。

また、現在は菜の花まつり開催時の「菜の花ガーデン」として活用されている「伊良湖フラワーパーク」の跡地においては、渥美半島観光の顔として活用し、伊良湖岬周辺宿泊施設への吸引につながるような特徴的な施設開発の整備を検討します。



②エコエネルギーを活用した施設整備

平成 26 年 10 月に蔵王山展望台がリニューアルし、田原のエコエネルギーへの取り組みや企業の実態などを知り、学ぶ施設に生まれ変わりました。蔵王山をスタートとする視察や学習観光の誘致につなげます。



③風景街道（シーニック・バイウェイ）の活用

半島全体の風景を鑑賞しながら周遊できる街道の事業推進。単なる道路整備ではなく、田原市景観基本計画との整合を取りながら、風景、花の活用、サイン・標識なども含めた整備を検討します。

④三河田原駅及び周辺整備

豊橋鉄道渥美線・三河田原駅が平成 25 年 10 月に再整備され、田原市の玄関口の顔となりました。これに合わせ、中心市街地活性化計画に基づいた駅前周辺の街並み整備を検討します。

⑤歴史と文化、自然の散歩道の整備推進

シンボル公園ネットワークを活かした、歩いて巡る観光地づくりを推進します。

⑥農業公園サンテパークたはらの活用

農業や収穫の体験メニューや地産地消レストランなど、本市農業を観光に結びつける拠点として活用したルート開発を推進します。

⑦道の駅の環境整備

道の駅における観光客へのサービス向上のため、トイレ環境の再整備、観光案内機能の充実、休憩所の改善等を順次実施します。

⑧弥八島周辺（一色の磯周辺）における観光拠点整備

サーファー、釣り客の利用の多い弥八島周辺において休憩ポイント・情報発信機能を持った施設整備、あるいは保養機能を持った拠点の整備を検討します。

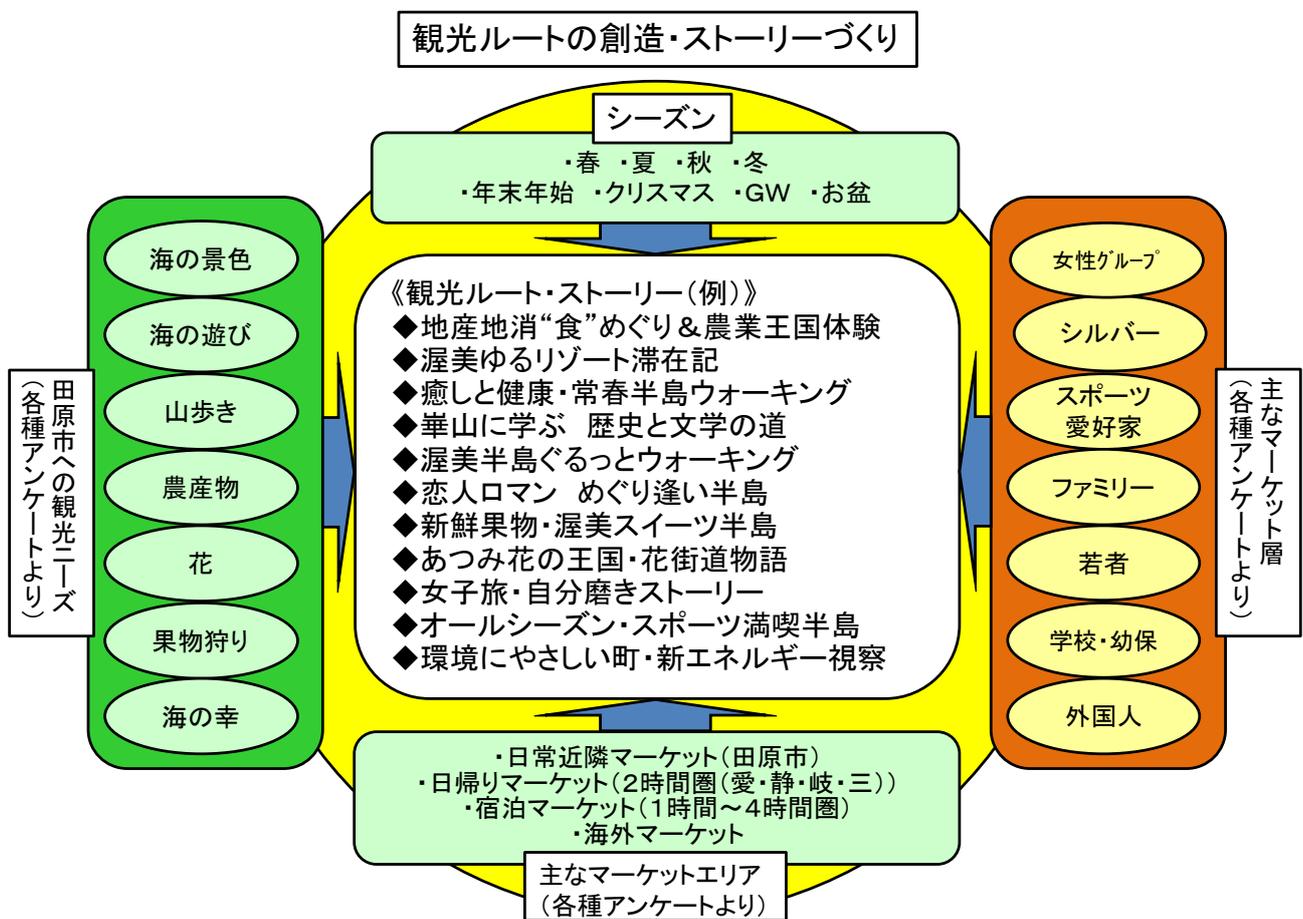
⑨温泉・温浴施設開発の検討

温泉掘削の可能性、温泉活用ニーズ、温泉活用方策、費用対効果など様々な側面においての検証を踏まえた上で、観光客向けの温浴施設開発の可能性を検討します。

(3)観光資源の創造

①観光ルート・ストーリーづくり

「癒し」、「健康」、「地産地消」、「農業体験・滞在」、「花半島」、「フルーツ半島」、「歴史・文化のまち歩き」、「自然を歩くトレッキング・ウォーキング」、「スポーツツーリズム」など、多様化する観光客ニーズに対応できる様々なテーマ別観光ルートを創造します。シルバー層、女性グループ、スポーツ愛好家、学校団体や視察団体、若者、家族、外国人などの行動単位別の志向、観光・体験・食事・宿泊などの目的、日帰り・1泊2日・長期滞在などの行程別などに対応できる観光ルートを創造します。



②観光資源のネットワーク化による魅力創造

既存観光資源同士、あるいは新規に発掘された体験プログラムなどの新たな観光資源の組合せ・連携による魅力を創造します。

③長期滞在型観光エリアとしての魅力創造（滞在型プログラムの充実）

農業体験、花狩り体験、海歩き・山歩きなどのアクティブ体験、自然観賞ネイチャープログラム、趣味を満喫できるプログラム等、滞在の魅力のある観光エリアとして、ゆったりと滞在できる各種滞在型プログラムを創造します。



④地域資源を活かした四季折々の集客フェアの展開

四季折々の田原市観光の魅力の核となる資源を元に、広域にPRできる集客フェアを開催します。

【集客フェア（例）】



日本一の農業・花、どんぶり街道、貝づくし

春の渥美半島

農と花・食祭フェア

毎年5～6月



どんぶり街道フェア開催／ベジエール渥美(野菜ソムリエ)の健康メニュー・料理教室
花狩り体験／道の駅まつり(産直強化)／サンテパルク特別販売／春の花の半島での展開 等

海・山歩き・
まち歩き・
食べ歩き

秋の

渥美半島

まるごと

ウォーク

毎年10～11月

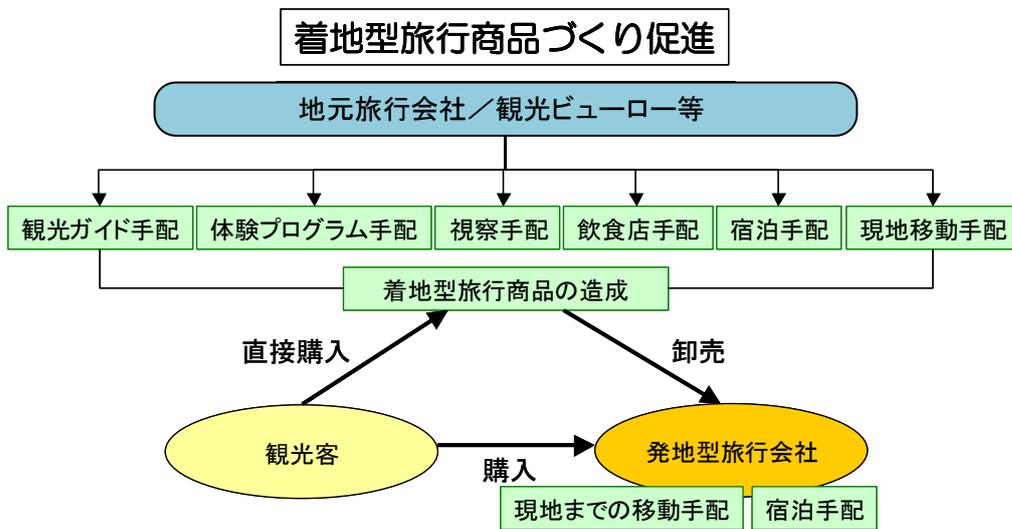
⑤スポーツを中心とする様々なイベントを活用した魅力創造

トライアスロン伊良湖大会、サーフィン世界大会などの著名イベントのみならず、ウォーキングイベント、サイクリングイベント、子ども参加型イベントなど、主にスポーツを中心とした観光資源を活かしたイベントを仕掛け、魅力を創造します。



⑥新たな観光資源を活かした地域発の着地型旅行商品づくりを促進

新たな観光資源の情報を田原市及び田原市周辺の旅行社に提供し、他地域からの観光客を誘致する地域発の着地型旅行商品づくり（従来の出発する側の旅行社が企画する発地型旅行商品ではなく、地域のことを良く知る旅行社が考える商品づくり）を促進します。



■実施スケジュール

アクションプラン	短期(1年)	中期(3年)	長期(5年)
(3)観光資源の創造			
①観光ルートの創造、ストーリーづくり	●		▶
②観光資源のネットワーク化	●		▶
③長期滞在型プログラム		●	▶
④四季折々の集客フェアの展開	●		▶
⑤スポーツを中心とするイベント魅力創造	●		▶
⑥着地型旅行商品づくり促進		●	▶

4 新たな観光マーケットを意識した情報発信・PR

田原市観光のマーケットを再度見直し、地域の魅力と実際のマーケットエリア、ターゲット層を確実に把握したうえでの情報発信手法、PR活動を実施します。また、観光客が求める情報メディアへの対応策もあわせて推進します。

(1) 新たなイメージづくり

これまでの菜の花まつり、イチゴ狩り、メロン狩り、潮干狩り、海水浴、サーフィンなどの単発のイメージだけではなく、シーズン毎に渥美半島全体の魅力をアピールできるような地域イメージをつくりだし、客層の幅を広げるとともに新たなターゲット層へのアプローチを推進します。

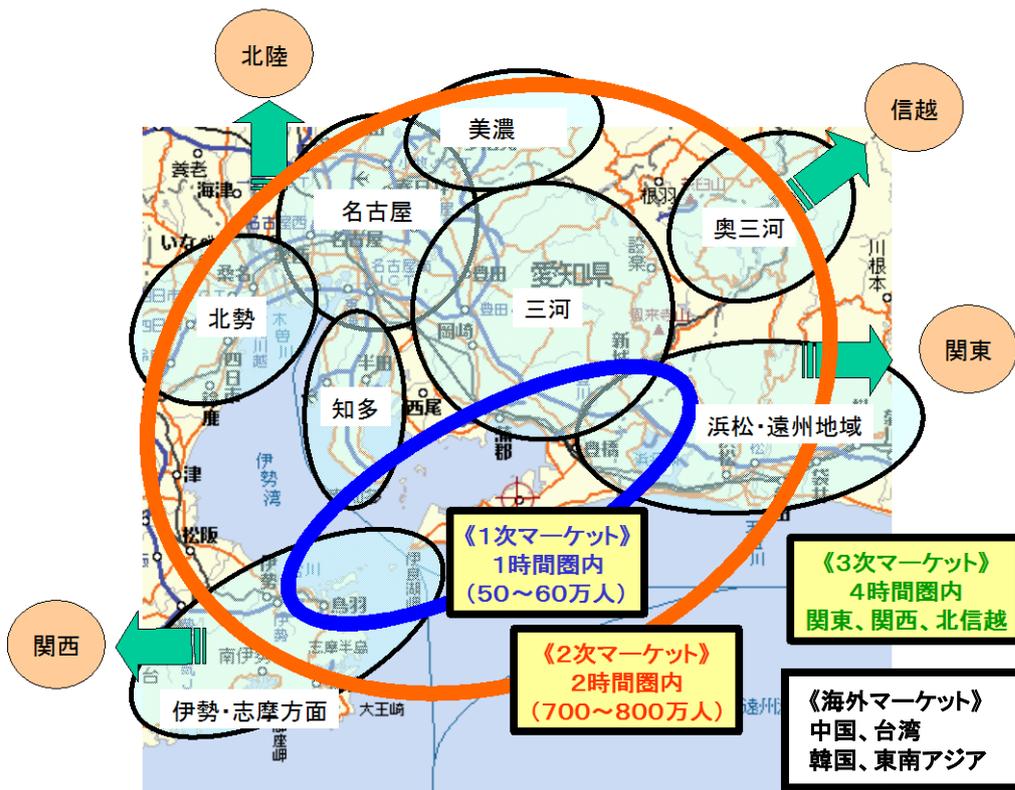
特に重点マーケットとする「女子旅」「スポーツ」「シルバー」「学習・視察」マーケットのイメージ強化とPRを推進します。（以下はイメージ例）



(2) 確実なマーケットへの情報発信・PR

主要客層エリアである愛知県内を中心とした情報発信を中心に、主要ターゲットとなるマーケットエリアに対し、確実な客層を得られるマーケットへの情報発信に重点を置き、新たなマーケットへのアプローチについては、テーマ別実施推進します。

- ① 有望マーケット（女性、シルバー、スポーツ愛好者）への情報発信を推進
- ② インバウンド（外国人マーケット）へのアプローチ
- ③ 学習旅行・視察旅行へのアプローチ
- ④ 観光キャンペーン対象地域の見直しによる効果的キャンペーンの展開



<田原市観光のマーケット・ターゲット>

テーマ	女性	シルバー	スポーツ	ファミリー	若者	学校	外国人
食	◎	◎	◎	◎	◎	△	◎
花	◎	◎	△	○	○	△	◎
果物狩り	◎	○	△	◎	○	◎	◎
自然景観	◎	◎	○	○	○	△	○
農業体験	○	○	△	◎	○	◎	△
歴史文化	◎	◎	△	△	△	◎	○
スポーツ	△	△	◎	◎	◎	○	△
ワーキング	◎	◎	◎	○	△	○	△

【インバウンドマーケットへのアプローチイメージ】

渥美半島インバウンド誘致ネットワーク

外国人に訴求力のある渥美半島の観光資源

観光旅行向け: 菜の花まつり、いちご狩り、メロン狩り、朝日・夕日、雄大な太平洋、伊勢湾フェリー(クルージング)、工場見学
視察・研修向け: 農業・園芸日本一、環境・エネルギー、工場見学

東アジア・東南アジア団体観光

- ◎中国、◎台湾、◎香港
 - 韓国、○タイ、○マレーシア、○インドネシア
- ※1月下旬～2月上旬の春節(中国系の旧正月)が最も狙い目。菜の花まつり+いちご狩り

想定
メイン
マーケット

韓国・中国視察研修団体

- ◎韓国(これまでの連携、PRを継続活用)
- 中国からの研修団体

《プロモーションの推進》

- ・昇龍道プロジェクトや愛知県との連携によるプロモーション推進(商談会参加、海外旅行博への参加、メディア・旅行会社訪問・招致など)
- ・国の事業(ビジットジャパン事業等)を活用したプロモーション推進(各地連携)
- ・インからアウトまでのモデルコースの提示(渥美半島を含むコース)
- ・広域連携の推進(伊勢志摩鳥羽、豊橋、蒲郡、浜松など)
- ・田原市内の外国人受入に積極的な施設等の連携・ネットワークの確立
- ・海外の窓口営業PR担当者の専任(ビューロー内)

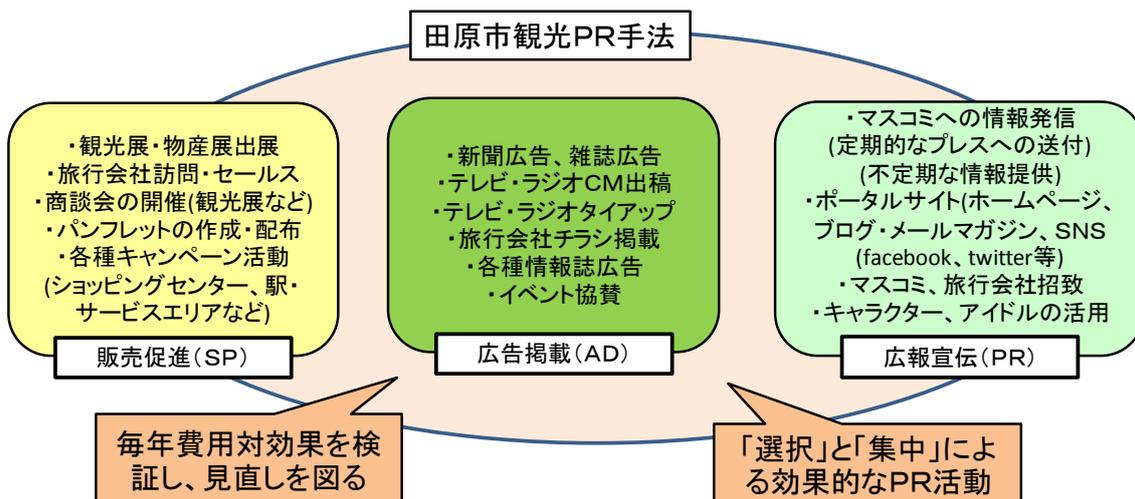
《受入環境整備・受入体制整備の推進》

- ・主要交通拠点のサイン、観光施設(体験方法、利用方法など)の多言語化
- ・PRツール作成(パンフ、WebサイトはパンフのPDF)
- ・渥美半島インバウンド誘致ネットワーク設立(関心のある地域内施設連携による受入・PR体制の強化、共同キャンペーンの実施、情報共有等)



(3)効果的な情報発信手法、最適なメディア・ツールの活用

- ①田原のあらゆる情報を集約したポータルサイト型ホームページとしての情報強化
日常的に新鮮な情報を発信する総合情報拠点としての構築されたホームページのさらなる情報を充実します。
- ②SNS（ソーシャルネットワーク）への情報発信による口コミ情報強化
facebook、twitter、instagramなどのSNSを活用した情報発信を強化し、口コミによるPR力を強化します。
- ③テレビ、新聞、雑誌等、効果的な各種メディアへの情報発信
女性向け、シルバー向け、ファミリー向け、外国人向けなど、ターゲット層別にみた効果的なメディアの選択による情報発信を展開します。
- ④スマートフォン対応、タブレットなどの携帯ツール、カーナビなど新しいメディアへの対応
スマートフォン対応の情報発信、QRコードの活用、カーナビを活用した情報発信など、新しいメディアに対応します。



SNS (facebook、twitter、ブログ) の相互連携――SNSポータル化



(4) 広域連携による共同事業

田原市単独ではなく、愛知県、東三河地域、三河湾地域、三遠南信地域（三河、遠州、南信州）、鳥羽市、鳥羽・伊勢志摩・浜松・中部国際空港等との連携、また昇龍道（中部北陸 9 県）などとの広域連携による共同事業も積極的に推進し、他地域との広域周遊ルート形成するほか、広域連携による相互観光交流活動も推進します。

■現在の広域連携

広域連携組織	参画地域・団体
愛知県観光協会	愛知県内市町村
愛知県東三河広域観光協議会	愛知県東三河地域市町村
GOGO 三河湾協議会	三河湾周辺 3 市 1 町
三遠南信地域交流ネットワーク会議	3 拠点都市（浜松市、豊橋市、飯田市）地域 3 2 市町村（10 市 10 町 12 村）
鳥羽伊良湖航路活性化協議会	鳥羽との連携。伊勢湾フェリーを活用した交流ネットワーク。
鳥羽、伊勢志摩、浜松、蒲郡、中部国際空港等とのインバウンド広域連携	中部国際空港からのインバウンド周遊を促進するため
昇龍道	中部北陸 9 県



(5) 旅行会社への情報発信・営業活動

旅行会社の商品づくりの資料として継続的かつ効果的な情報発信手法及び営業活動を展開します。

■実施スケジュール

アクションプラン	短期(1年)	中期(3年)	長期(5年)
(1) 新たなイメージづくり	●		▶
(2) 確実なマーケットへの情報発信・PR			
① 有望マーケットへの情報発信	●		▶
② 外国人マーケットへのアプローチ	●		▶
③ 学習旅行・視察旅行へのアプローチ		●	▶
④ 効果的キャンペーンの展開	●		▶
(3) 効果的な情報発信手法、ツールの活用			
① ポータルサイト型ホームページへの転換	●		▶
② SNS への情報発信による口コミ情報強化	●		▶
③ 各種メディアへの情報発信		●	▶
④ 携帯ツール、カーナビなど新しいメディアへの対応	●		▶
(4) 広域連携による共同事業	●		▶
(5) 旅行会社への情報発信・営業活動	●		▶

5 観光客にやさしい・おもてなしのある受け入れ体制づくり

観光客が訪れて気持ちのいい観光地として、観光客にやさしい観光まちづくりを推進し、市民も気持ちよく観光客を迎え入れるおもてなしのある受け入れ体制づくりを推進します。

(1)交通アクセスの充実

東の玄関（豊橋方面、国道 42 号、259 号）、西の玄関（鳥羽からのフェリー、知多からの海上船）両面からのアクセスの充実を図るとともに、渥美半島内における移動の快適性の向上を図ります。

①バス及び渥美線の活用

豊橋駅からの周遊バス、渥美線と連動した周遊バス、伊良湖岬を拠点とした周遊バスの展開、ローカル列車としての渥美線の活用（レール&レンタカー、レール&ウォーク、レール&バス等）、ぐるりんバスの活用などを検討します。

②鳥羽方面、知多半島方面からの海上交通の利用促進の展開

③電動アシスト付自転車の導入等、レンタサイクルの充実

(2)サイン・看板の整備、快適な移動環境整備

①サイン・看板の見直し

主要観光ポイントへの誘導サインの見直し、半島全体のマップ整備、各地における看板等を見直し、不要看板の撤去、観光案内看板を設置します。これらの実施においては田原市景観計画との整合を図りながら実施します。

②移動手段の情報発信・アクセス整備

観光客が快適に気軽に市内回遊できる移動手段の情報発信・アクセスの整備を検討します。

③案内所・休憩所の充実

まちかど観光案内所・まちかど休憩所の設置など、民間施設や市民への協力を呼びかけ各所に案内所、休憩所を充実します。

④Wi-Fi環境の充実

Wi-Fi通信環境を市内主要観光拠点に整備します。

(3)ホスピタリティの醸成と人材育成

観光事業者及び各種団体等関係者に対して観光おもてなし大学の開催、ホスピタリティ研修の実施、小中学校への出前観光教室等、市民の観光へのホスピタリティ気運を醸成するとともに人材を育成します。

(4)観光地の美化推進

田原市を訪れた観光客が快適に観光し、再び田原に来ていただくために観光地の美化を推進します。

■実施スケジュール

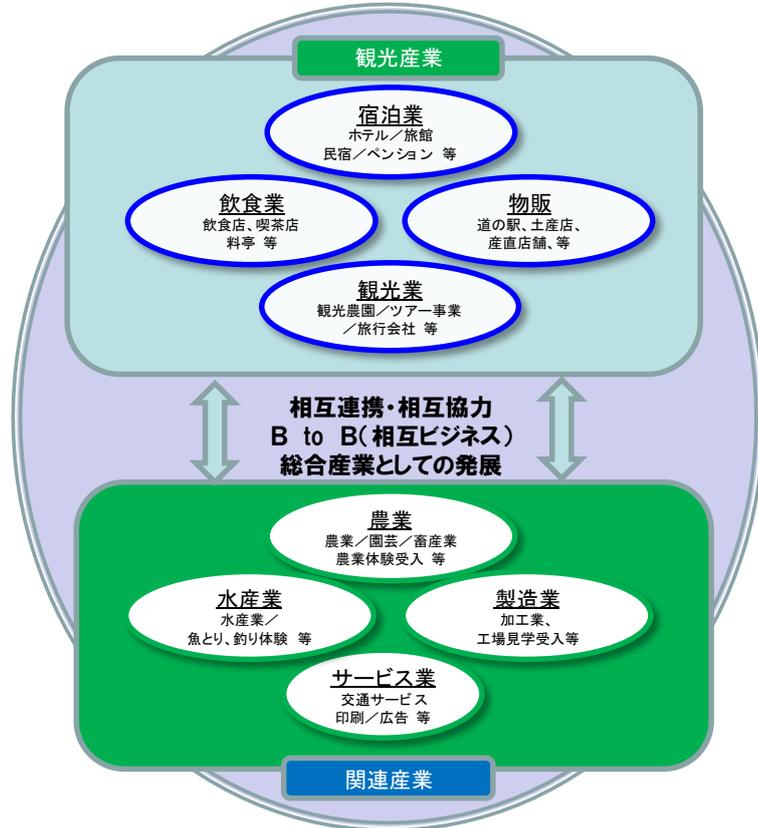
アクションプラン	短期(1年)	中期(3年)	長期(5年)
(1)交通アクセスの充実	●		▶
(2)サイン・看板の整備、快適な移動環境整備		●	▶
(3)ホスピタリティの醸成と人材育成	●		▶
(4)観光地の美化推進	●		▶

6 観光産業振興から総合産業振興への展開による地域活性化・雇用促進

観光産業の振興のみに特化するものではなく、1次、2次、3次産業まで含めた様々な業種間、地域間の連携を実施し、総合的な産業振興を目指します。

(1)観光産業のCATEGORYの拡大～総合的な産業としての展開

観光産業振興から1次、2次、3次産業全般まで含めた総合的な産業振興へとつながるような各種業種間、事業者間の連携方策の推進、各種事業を展開します。



(2)産業観光の推進

田原の強みのひとつである製造業や環境・エネルギー産業の事業者の協力、連携によって視察・学習観光の充実を図り、観光産業との連動による観光振興を図ります。

■実施スケジュール

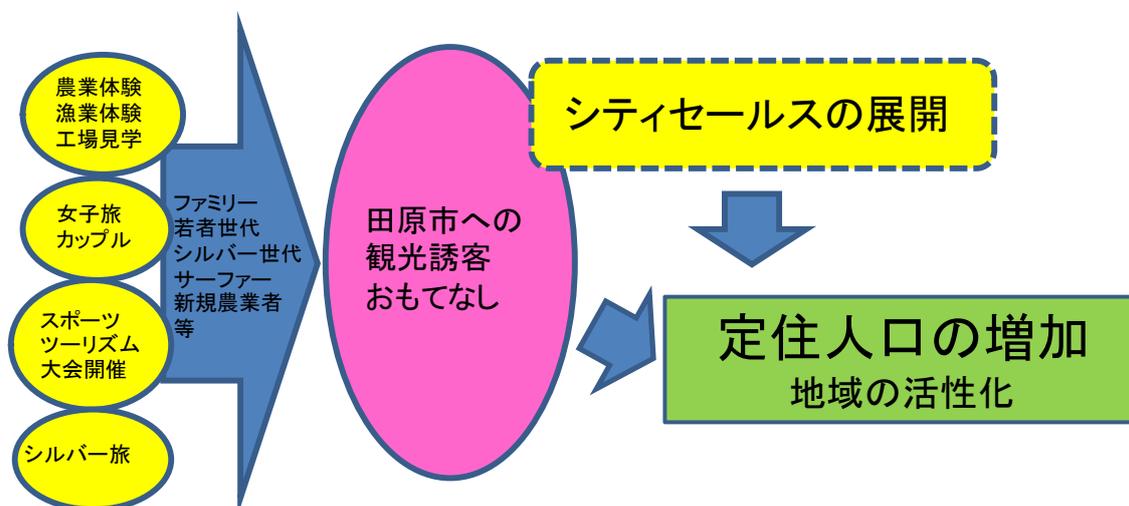
アクションプラン	短期(1年)	中期(3年)	長期(5年)
(1)観光産業のCATEGORY拡大	●		▶
(2)産業観光の推進		●	▶

おわりに

観光基本計画の推進にあたっては、個々の具体的なアクションプランを実践することによって目標に向けて様々な観光振興を図ります。

計画の進捗状況、評価検証においては、市がPDCAサイクルによる自己検証するとともに、観光振興推進組織「まるごと渥美半島・観光まちづくりネットワーク」の場においても検証を進めます。

観光計画は「渥美半島まるごと観光の推進」による観光交流人口の拡大と地域活性化が目的ですが、田原市を訪れる観光客が、田原市を気に入り、田原市に住むことにつながるような観光振興を進めることで、「訪れてよし」を通じた「住んでよし」のまちに繋がります。



【改定】田原市観光基本計画

田原市 商工観光課

〒441-3492 愛知県田原市田原町南番場30-1 ☎0531-23-3522
e-mail:syoko@city.tahara.aichi.jp HP:http://www.city.tahara.aichi.jp

平成27年3月作成