

本当に素敵なまちであることを
市内外の多くの人に知ってもらおう

田原市シティセールス推進計画

— 渥美半島は田原市です。 —



春 Spring



夏 Summer



秋 Autumn



冬 Winter



目次

1	田原市シティセールスとは.....	1
	（1）シティセールスの概念.....	1
	（2）田原市がシティセールスを検討する背景.....	1
	（3）田原市シティセールスの基本となる考え方.....	5
2	田原市の魅力や価値（ブランド）.....	6
	（1）大地、海、太陽の恵みによってまちが成り立つ.....	6
	（2）余裕（ゆとり）が生み出す高質な暮らし.....	8
	（3）ナンバーワン、オンリーワン、オリジナリティがある.....	9
3	課題.....	10
	（1）量の面におけるPRが多かった.....	10
	（2）地域名称等の統一性がない.....	10
	（3）魅力や価値（ブランド）がターゲットに届いていない.....	10
	（4）市民が魅力や価値（ブランド）に気付いていない.....	10
4	重点方針.....	11
5	役割分担等.....	13
	（1）担い手.....	13
	（2）役割.....	13
	（3）ターゲット.....	14
	（4）期間と目標.....	15
6	推進活動.....	16
	（1）推進方法.....	16
	（2）先導的事業.....	16
	（3）推進活動.....	17
7	推進体制.....	19
	（1）田原市シティセールス戦略会議（仮称）.....	19
	（2）田原市シティセールス推進庁内会議（仮称）.....	19
	（3）プロジェクトチーム.....	19
8	参考資料.....	21

1 田原市シティセールスとは

(1) シティセールスの概念

近年、全国でシティセールスやシティプロモーション(以下「シティセールス」という。)に取り組む市町村が増えています。市町村が行う情報発信のほとんどが住民や地元企業といった地域内を対象としたもので、地域外を対象としたものは企業誘致や観光キャンペーンといったごく一部の情報発信に限られていました。一方、人口が減少に転ずる中で、まちの活性化を地域外に求める期待が高まり、市町村を選択してもらうための働きかけが重要になってきました。この働きかけについて、新たに作られた概念がシティセールスです。

シティセールスで行う働きかけについては、特に決まったものではありません。しかし、セールス活動といった単に地域外への働きかけに限らないのが一般的です。自分たちのまちの魅力や価値(ブランド)を発掘(認識)・磨き、どのように認知してもらうかを意図してメッセージを発信することが主流となっています。

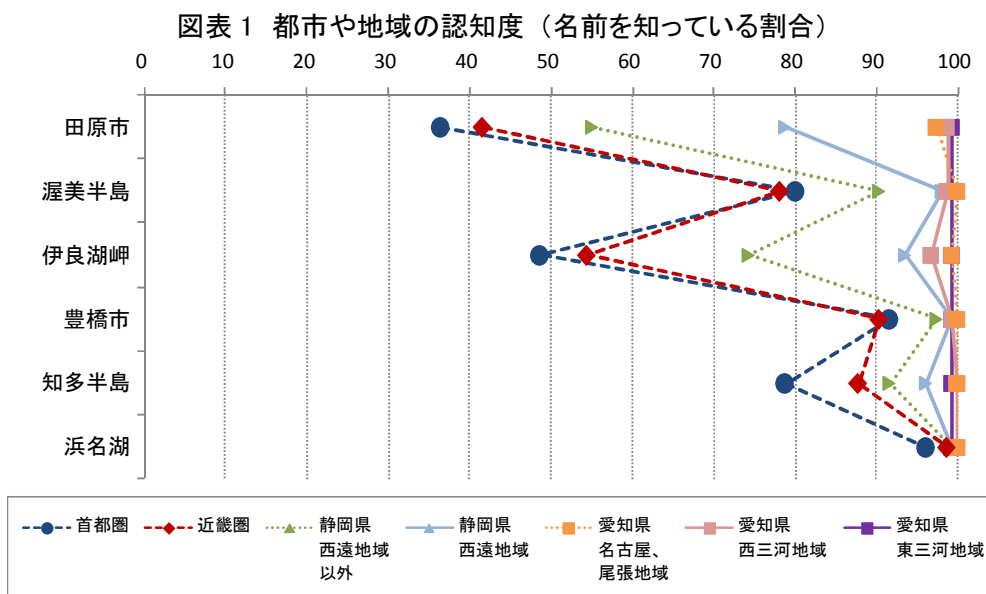
(2) 田原市がシティセールスを検討する背景

■田原市の認知度の低さ(田原市のブランド力)

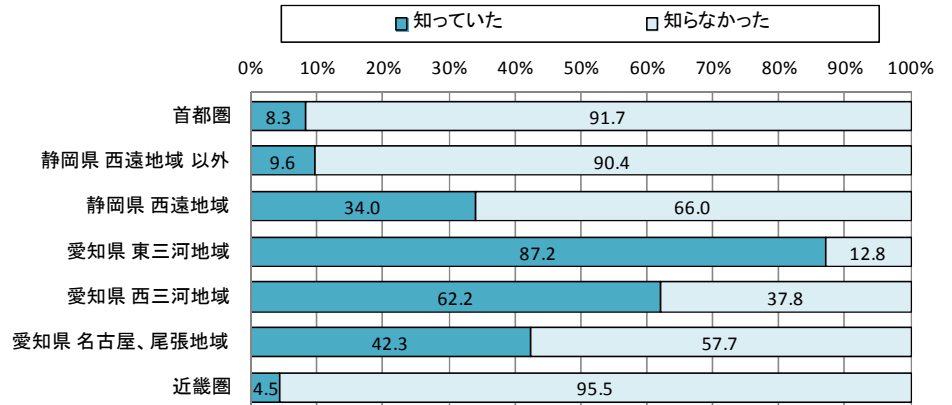
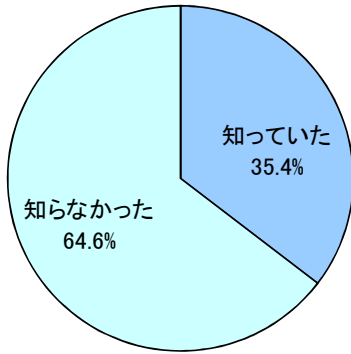
田原市は、愛知県東三河地域の南西端に位置し、渥美半島全体を市域とした人口約 6.5 万人の都市です。自動車関連産業の集積地、全国トップレベルの農業生産地、県内有数の観光地域であり、人口規模に比べて地域資源が豊かで、人や経済の交流が盛んな地域です。

しかし、田原市という都市名は、首都圏や近畿圏で 4 割程度しか知られておらず、豊橋市、静岡県浜名湖等、近隣の都市や地域と比較して認知度の低さが際立っています。むしろ、渥美半島としての認知度が高く、都市の豊かさに比べて田原市の認知度が低くなっています。

また、田原市は全国トップレベルの農業生産地ですが、首都圏や近畿圏では田原市産の野菜・くだものを見かけたことがあると回答した割合が 1 割と認知度が大変低いことが分かりました。

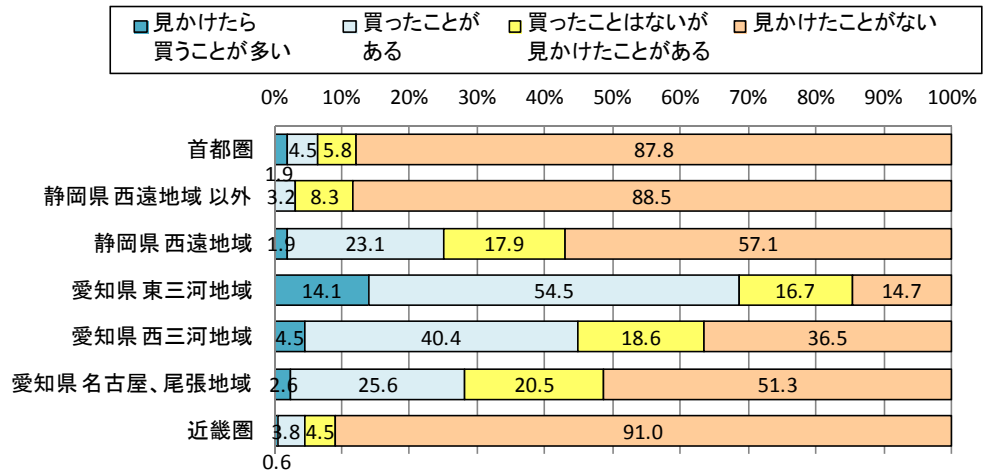
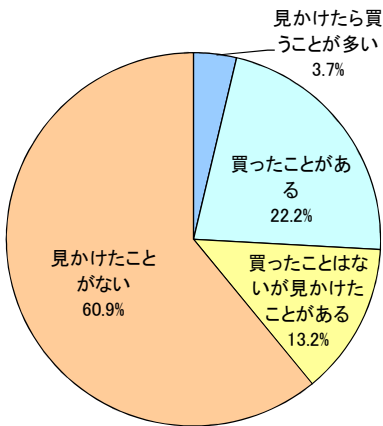


図表 2 渥美半島が田原市であることの認知度



(出所) 田原市シティセールス推進計画策定にかかるアンケート等調査

図表 3 田原市産の野菜・くだもの購入状況



(出所) 田原市シティセールス推進計画策定にかかるアンケート等調査

■ 市民の流出と地域産業を取り巻く環境の悪化(市民の田原市に対する誇りや愛着)



太平洋ロングビーチ

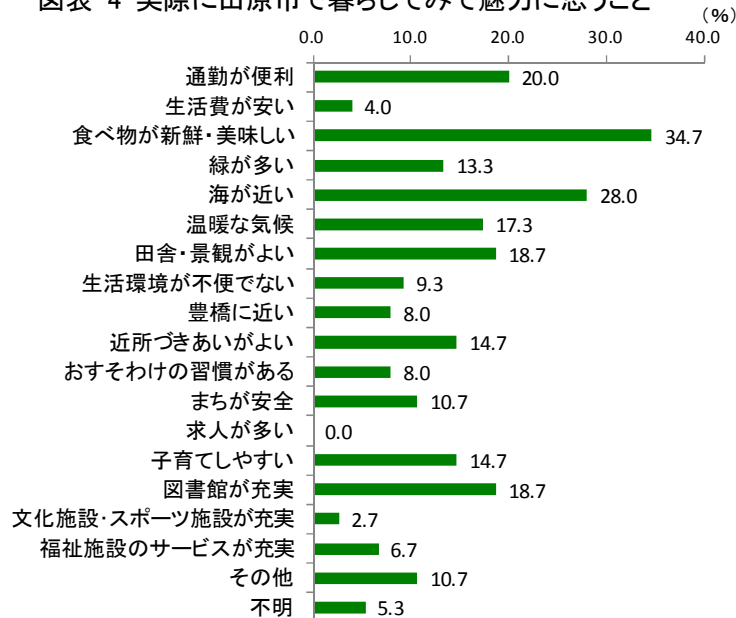
実際に田原市で暮らしてみた人は、食べ物が新鮮で美味しいことや海が近いことに魅力を感じており、市民の9割が住みよいまちと認識しています。一方、住民基本台帳人口は平成5年をピークとして減少傾向にあり、特にトヨタショック以降、社会増減(転出人口-転入人口)が転出超過となり、減少傾向も強くなっています。

国内有数の産地を形成する農業も、原油高をきっかけに施設園芸が打撃を受け、好調時ほどの収益を期待しにくい状況にあり、また環太平洋パートナーシップ(TPP)協定交渉による影響も懸念されています。さらに、田原市を訪れる観光客も減少傾向にあります。

そのため、自動車関連産業、農業、観光関連産業といった地域の基幹産業は軒並み厳しい局面を迎えています。農業では、後継者問題や嫁不足といった課題も顕在化しています。

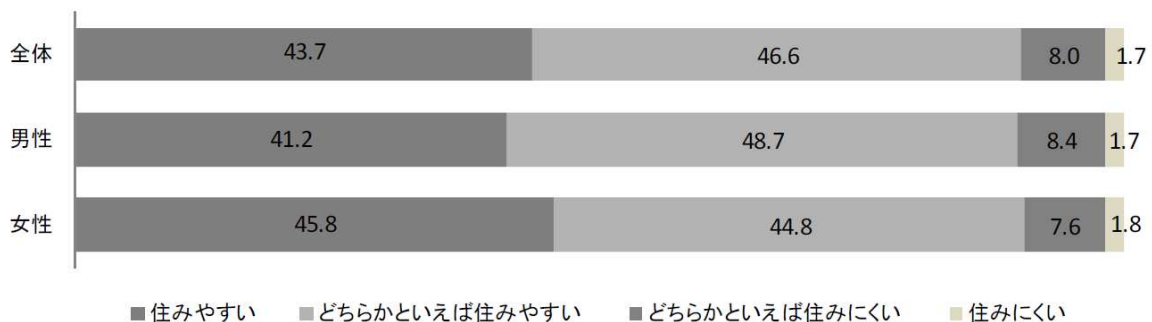
今、田原市の住みよさに対する自信が揺らぎつつあります。

図表 4 実際に田原市で暮らしてみても魅力に思うこと



(出所)田原市シティセールス推進計画策定にかかるアンケート等調査

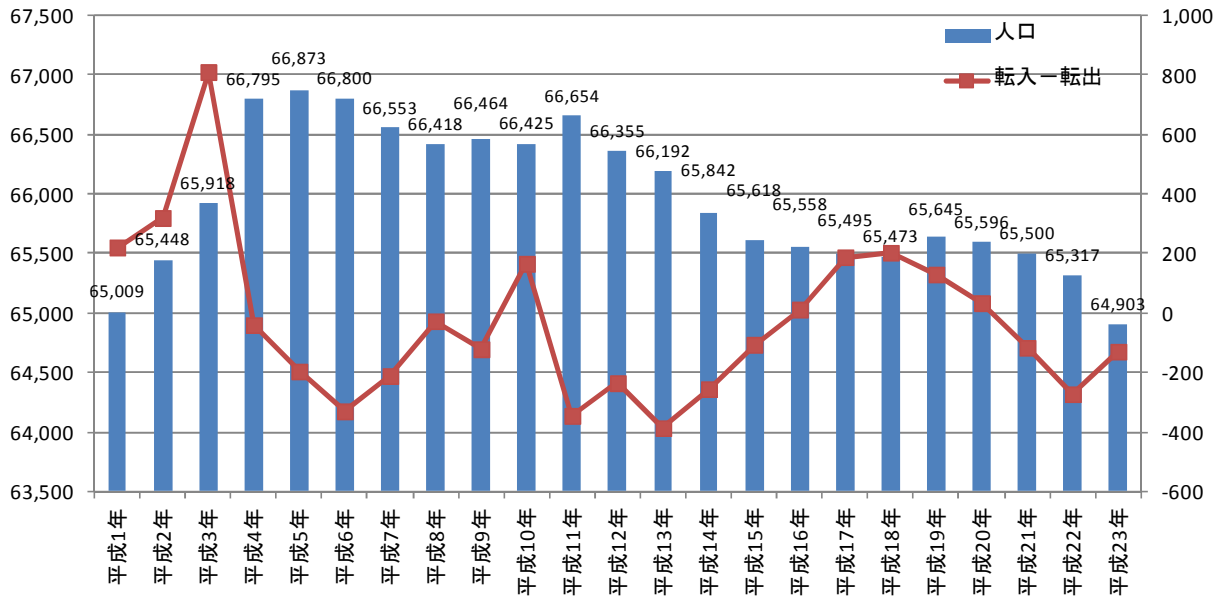
図表 5 田原市の住みよさに関するアンケート調査結果(単位:%)



■ 住みやすい ■ どちらかといえば住みやすい ■ どちらかといえば住みにくい ■ 住みにくい

(出所)改定版第1次田原市総合計画

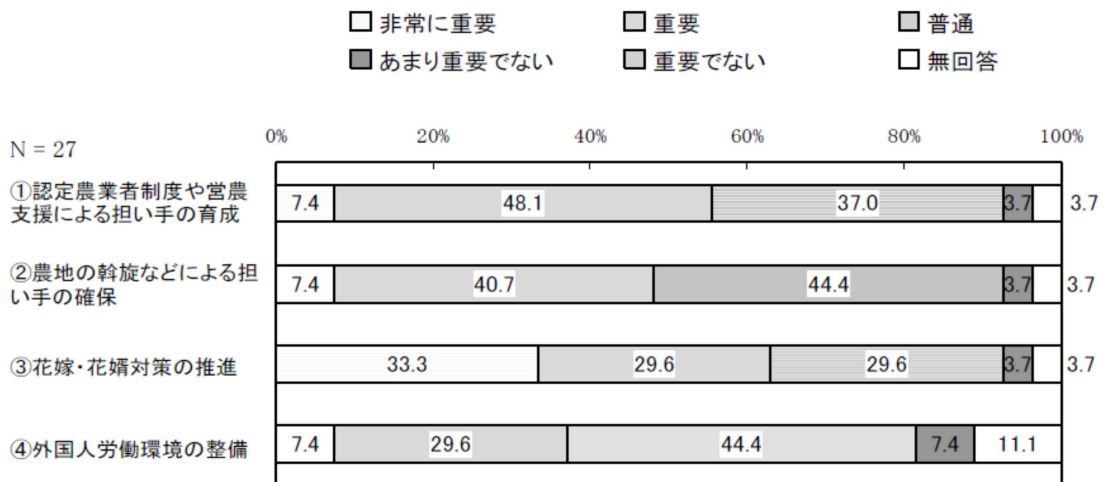
図表 6 田原市の人口(左軸:人)、社会増減(転入－転出)(右軸:人)



(出所)住民基本台帳

図表 7 農業者担い手づくり推進に関するアンケート調査結果

【今後の重要性】



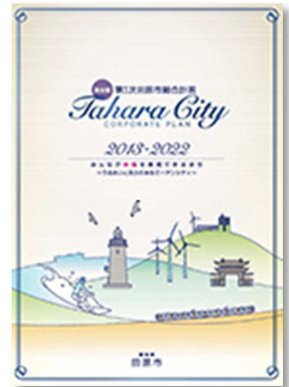
(出所)田原市市民意識調査報告書 平成 25 年 12 月

(3) 田原市シティセールスの基本となる考え方

■田原市シティセールスの目的

田原市では、平成 25 年 3 月に策定した改定版第 1 次田原市総合計画において、「シティセールス活動の推進」を掲げ、農水産業・製造業・観光など田原市の主要産業や官民一体で取り組む特色ある事業などを戦略的に情報発信できる体制づくりを目指しています。

さらに、シティセールス活動では、本市が有する地域資源を発掘、磨き上げ、効率的かつ効果的な情報発信を行い、田原市の魅力度・認知度を高めていくとともに、故郷に誇りと愛着を抱きながらも、先進的かつ国際的な視野を持ち、国内外に向けて個性や魅力、情報など様々な発信ができる人材を育成していくことも求められています。



改定版第 1 次
田原市総合計画

田原市シティセールスは、市民の 9 割が住みよいと思うこのまちが、

「本当に素敵なまちであることを市内外の多くの人に知ってもらう」

ことを目的として、市民全員で田原市の魅力や価値の発掘(認識)・磨きを推進し、市内外への情報発信を強化していきます。

■目的達成によりもたらされるもの

「本当に素敵なまちであることを市内外の多くの人に知ってもらう」ことにより、田原市で暮らし、働くことのよさを再認識し、こうした流れを続けることで田原市のまちや自分の仕事に対する誇りや愛着が醸成されていきます。

多くの市民が田原市のまちや自分の仕事に対して誇りや愛着を持てるようになれば、自然にまわりの人に伝えたくなり、市外へのセールス活動も進み、結果として田原市の魅力や価値(ブランド)が全国に知れわたることになります。特に、後継者問題を抱える分野では、自信を持って事業継承して欲しいと言えるようになれば、田原市に残る若者が増えます。また、田原市が素敵なまちであることが伝われば、大学生活を市外で過ごしている学生も戻ってきたくになります。さらには、その学生を介して他の学生に伝わることで田原市を訪れ、田原市のもを購入したくなるなど、相乗的な効果も期待されます。田原市シティセールスでは、こうした好循環を導きたいと考えます。

将来的には、田原市のこと好きな人が増え、田原市が選ばれる都市となり、観光交流の増加、農業をはじめとする産業の活性化、定住人口の増加を導くようになります。

■田原市シティセールス推進計画の位置付け

田原市シティセールス推進計画では、市民・団体・事業者・行政など、それぞれができることを主体的に実施していく際の共通の約束事を定めます。

具体的には、今ある田原市の魅力や価値(ブランド)を整理し、課題の分析から重点方針及び推進活動を定めて取り組んでいきます。

よって、行政が行う各施策に係るセールス活動や情報発信についても、ここで定めた方針に基づき実施していきます。

2 田原市の魅力や価値（ブランド）

魅力や価値(ブランド)を発掘(認識)する場合、主役はモノやハコだけでなく、市民自身やその人が行っている取組や活動が魅力や価値(ブランド)となる場合もあります。

ここでは、市民全員で田原市シティセールスを推進していくために、今ある田原市の魅力や価値(ブランド)を発掘(認識)します。

(1) 大地、海、太陽の恵みによってまちが成り立つ

■大地の恵み(首都圏の食を支える農業)

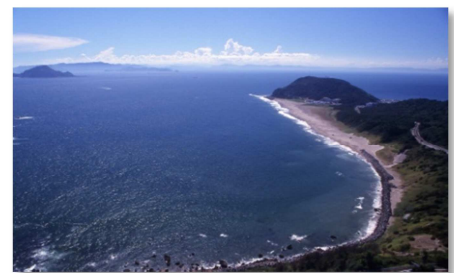
田原市では、温暖な気候や豊かな自然条件を生かし、露地野菜や施設園芸、畜産が盛んです。特に、食卓に欠かせないキャベツ、ブロッコリー、トマトについては、全国屈指の生産量を誇る一大生産地となっており、冬から春にかけての産地リレーの一角を担い、首都圏の食を支えています。



見渡す限り広がるキャベツ畑(西山町)

■海の恵み(風光明媚な景色、アクティビティ、食)

田原市は、渥美半島のほぼ全域を市域としており、北は風光明媚な三河湾、南は雄大な砂浜が連なる太平洋、島崎藤村の叙情詩「椰子の実」で有名な西端の伊良湖岬は伊勢湾に面し、様々な海の表情を楽しむことができます。「白谷海水浴場」「ココナッツビーチ伊良湖」等の海水浴が楽しめる砂浜もある一方で、サーフィン世界大会が開催される「太平洋ロングビーチ」等は全国屈指のサーフポイントとなっています。



4つの日本の百選に選ばれている「恋路ヶ浜」

海が生み出す「恋路ヶ浜」「日出の石門」等の風光明媚な景色を楽しむことができるとともに、「大あさり」をはじめとする貝類を堪能することもできます。最近では、田原市で取れた食材を使用したメニューを各店で提供する「どんぶり街道」の取組が、人気を博しています。

■太陽の恵み(長い日照時間、太陽光発電)

田原市は、年間日照時間が長く、大地の恵み、海の恵みを支えています。花持ちや発色、ボリューム等、日本一の花の生産地となるための好条件を整え、メロンやトマト栽培の産地形成の最適な環境を生み出しています。また、太陽光発電の適地として注目を集め、国内トップクラスのメガソーラー発電の場となっています。

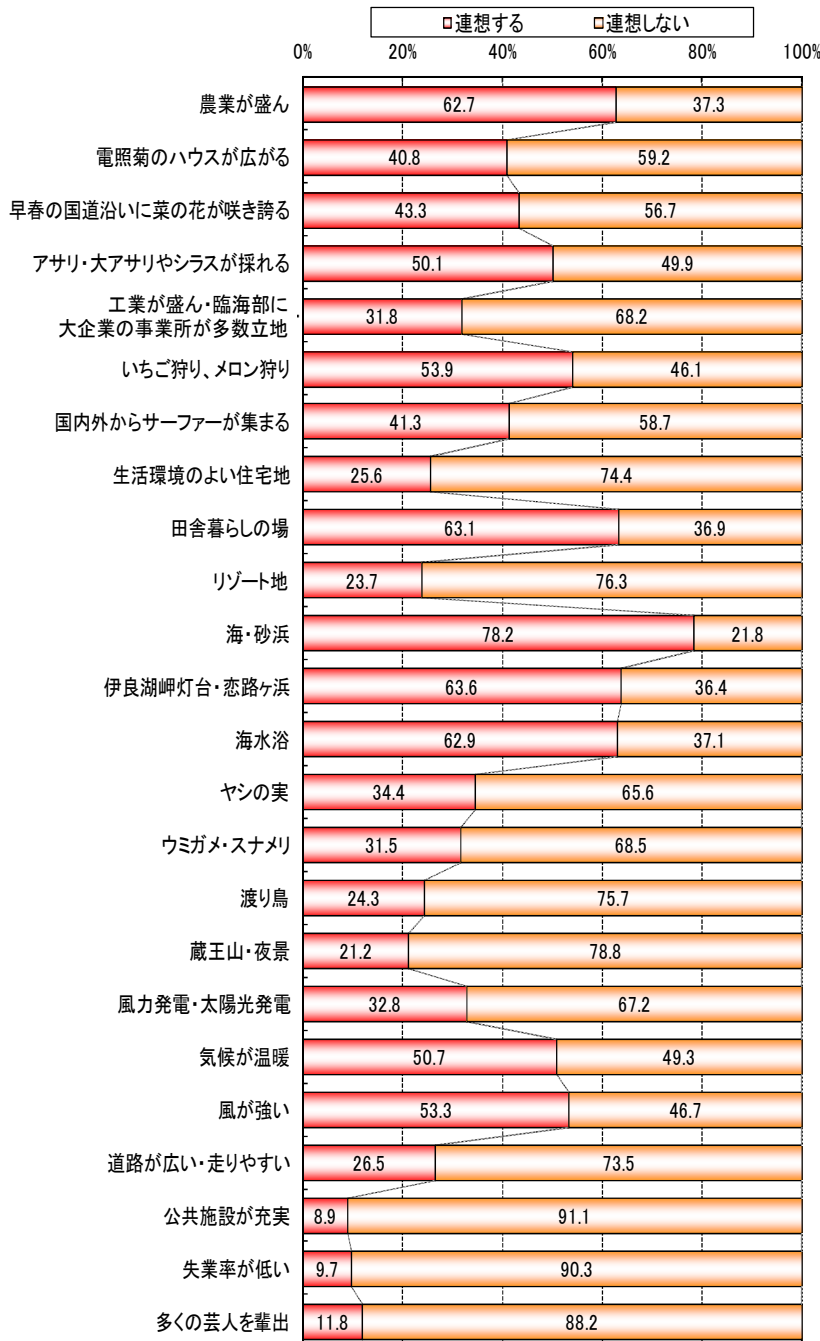


渥美半島の花と鉢花

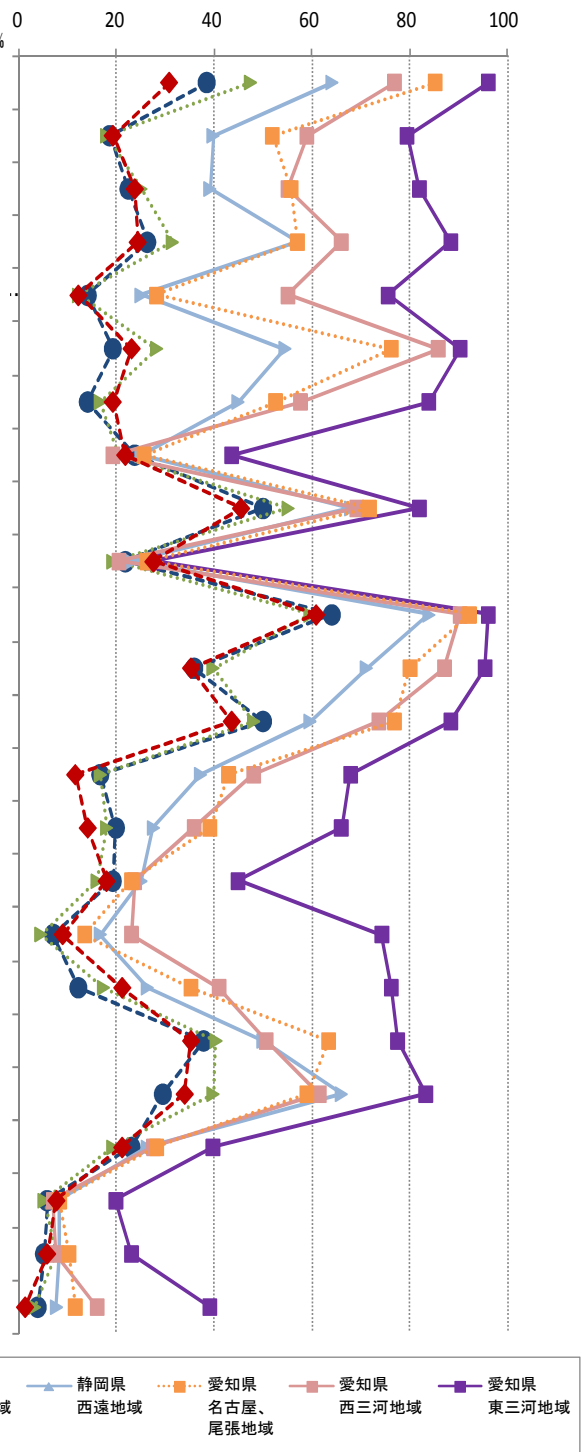
コラム：田原市のイメージ（市外の評価）

計画策定にあたって実施した首都圏・近畿圏・中部圏への住民アンケート調査においては、田原市と聞いて連想することとして、『農業が盛ん』『いちご狩り、メロン狩り』『海・砂浜』『伊良湖岬灯台・恋路ヶ浜』『海水浴』が、愛知県において高く、大地、海、太陽の恵みに関連する資源のイメージが強いことがわかります。

○全回答



○地域別連想すると回答した割合



(2) 余裕（ゆとり）が生み出す高質な暮らし

■高質な産業、高収益農家

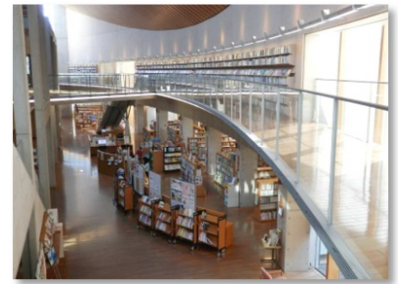
田原市の北東部、重要港湾「三河港」を中心とする臨海工業地帯には、多数の企業が立地しており、田原市の製造品出荷額等は、1.7兆円を超え国内トップクラスです。

市民の約3割が農業従事者ですが、高度化された農業生産システムの導入等を図る大規模経営農家、高収益な農家が多いことが特徴です。

田原市の人口1人あたり市町村民所得は、豊橋市や名古屋市よりも高くなっています。

■人気の高い図書館

田原市では、自然や歴史・伝統文化の良さを理解し、このまちに対する愛着をはぐくむ「ふるさとに学ぶ教育」に力を入れています。なかでも図書館は、「ふしぎ文学半島プロジェクト」や博物館の企画展と連動したパネル展示を行うなど魅力あるコンテンツづくりに意欲的に取り組み、文化度の高い市民生活を営む重要な要素の一つとなっています。



田原市中央図書館

■温かい地域コミュニティの中で育まれるもの

田原市は、人柄が温かく、真面目で誠実な人が多い地域です。互いに顔見知りが多く地域コミュニティが顕在化していることから、犯罪率も低い傾向にあります。

このような温かい地域コミュニティを育むために、これまで長年にわたり地道な活動で地域に貢献されてきた方には、市として感謝の意を表す市長感謝状を贈呈しています。

また、祭りの時期は子どもから大人まで準備や練習に取り組み、当日は地域を挙げて盛り上がったたり、豪華景品付きの「お餅投げ」に老若男女真剣に参加したりと、楽しく優しい時間が流れている地域です。

このように楽しく優しい時間が流れている「田原市」からは、様々な分野で活躍されている著名人も育まれています。田原市出身者または田原市にゆかりのある著名な方を「田原市ふるさと大使」に委嘱し、田原市の魅力や情報を全国に発信しています。

— 田原市ふるさと大使 —



渥美半島応援大使



渥美半島元気大使



渥美半島夢大使



■食のおすそわけ、食の豊かさ

主要産業が農業であることから、食が豊かな地域です。畑や家庭菜園で採れた野菜のおすそわけ文化があります。メロンの産地のため、通常8等分程の大きさで食べるメロンについても、半割の状態ですぐに食卓に並ぶこともしばしばです。



温室メロン

コラム：田原市の暮らしの魅力（市内の評価）

計画策定にあたって実施した転入者アンケート調査での、「実際に田原市で暮らしてみて魅力に思うこと」（p3 にグラフ掲載）によると、『食べ物が新鮮・美味しい』、『海が近い』、『通勤が便利』、『図書館が充実』、『田舎・景観がよい』があがっています。

計画策定にあたり、田原市役所の職員によるプロジェクトチームを作り、田原市における生活の魅力について、意見交換を行いました。コミュニティや人柄の温かさを魅力として挙げる人が多く、食のおすそわけや、食材の豪快な食べ方等、多くの逸話が聞かれました。

(3) ナンバーワン、オンリーワン、オリジナリティがある

「日本一の花の生産地から、日本一花を贈るまちに！」をスローガンに地域で花を贈る文化を醸成する取組や、農業産出額日本一の市として野菜がわかる人材を育成するため、野菜ソムリエの取得をサポートするなど、質を追求する取組を進めています。

温暖な気候から春の「菜の花まつり」、夏の「海開き」は、東海地域の春夏イベントのトップバッターとなり、季節の訪れを告げる話題として多く取り上げられています。

また、メロン狩り、野菜収穫体験ツアー、スナメリウォッチング、大あさりの浜焼き等、他ではあまり見られないユニークな体験があります。



日本一の花の生産地から、
日本一花を贈るまちに！

コラム：価値や魅力を感じる田原の資源（メディアの評価）

計画策定にあたって実施した旅行社や情報誌、マスメディアヒアリング調査、有識者によるアドバイザーからの意見によると、『「カクメロ」の出荷』、『「渥美半島菜の花まつり」開催』、『野菜ソムリエの活動』は新聞、テレビともに地域の記事として取り上げられていました。食べ物や農業に関する話題、有名人が関連している話題が取り上げられている傾向にあります。

また、価値や魅力を感じる田原市（渥美半島）の資源として、アサリ、果物（メロン・いちご）・電照菊・野菜（キャベツ・ブロッコリー）などの農業、菜の花、豊かな自然、自動車産業等が挙げられています。

3 課題

発掘(認識)した田原市の魅力や価値(ブランド)及びそれらの情報発信に関するこれまでの課題を整理します。

(1) 量の面における PR が多かった

田原市には、生産量等の量的な部分での日本一の資源が多く、表現もしやすいことから、量の面における PR に依存しがちでした。一方、一般消費者は量よりも質を重視する傾向にあることから、質の部分で訴求力のある情報の提供が必要となっています。農業や観光、暮らしづくりにおいて、質の面でのこだわりや向上への取組も多く見られます。今後は、そのこだわりや取組等を拾い上げ、情報発信する必要があります。

(2) 地域名称等の統一性がない



花半島・あつみプロジェクト

田原市では、これまで各主体がそれぞれの表現を用いて取り組んできました。地域の名称やキャッチフレーズについては「田原市」「渥美半島」「伊良湖岬」など、様々な表現がされており、田原市全体として効果的な売り込みができていません。

本来は、表現を統一することが望ましいのですが、アンケート調査やヒアリング調査の結果、すでに広く定着し、商標化されたものや市場で受け入れられている現状もあることから、様々な表現がされている地域が同一地域であることを認識してもらうための工夫が必要となっています。



観光パンフレット「たはら旅手帳」

(3) 魅力や価値(ブランド)がターゲットに届いていない

田原市には、先述のとおり多くの魅力や価値(ブランド)がありますが、ターゲットに十分に届いていない可能性があります。これまで行政が実施してきたセールス活動では、そもそもターゲット戦略がなかったり、ポスターやパンフレット等の販促ツールは制作しているものの、その活用策がなかったりすることがありました。各分野において、セールス活動を見直す必要があります。

(4) 市民が魅力や価値(ブランド)に気付いていない

田原市には、多くの魅力や価値(ブランド)があるにもかかわらず、市民がその魅力や価値(ブランド)に気が付いていないことがあります。誇りや愛着の醸成につなげていくためにも、多くの市民が魅力に気が付くための機会づくりが必要です。市外の人と交流することで気が付く場合もあることから、交流の場づくりも重要と考えられます。

4 重点方針

田原市の魅力や価値(ブランド)、その情報発信に関するこれまでの課題を踏まえ、市民全員で市内外への情報発信の強化、魅力や価値の発掘(認識)・磨きを推進するために、田原市シティセールス推進計画の重点方針を設定します。

「渥美半島が田原市であることを知ってもらう」

田原市では、地域の名称について、「田原市」「渥美半島」「伊良湖岬」など、様々な表現がされており、これまでのセールス活動では、各分野の魅力や価値(ブランド)が同一地域のもとの認知されておらず、田原市の総合力を向上させるためには、非効率なものとなっていました。

しかし、地域の名称は、各分野において既に広く浸透しているものもあることから、シティセールスを契機として新たに統一することは得策ではありません。

そこで、今の時点では認知度の高い各分野の名称を活用し、「渥美半島＝田原市」を市全体で発信していく(伊良湖岬等、他の表現を使用している場合にも同様に実施します。)ことで、これまで同一地域として認知されていなかった地域の名称が結び付き、田原市の総合力の向上が期待できます。

具体的には、これから団体や事業者、行政が各分野でセールス活動を行う場合には、セールス活動に付加する形で、渥美半島が田原市であることを積極的に伝え、多くの人に認識してもらえるように努めていくこととします。

ポスター等の作成イメージ

イベント等の名称

「渥美半島＝田原市」を説明する表現

- ・ 個々のセールス活動において使用しているキャッチフレーズは継続して使用する
- ・ ポスターやパンフレット等では「渥美半島＝田原市」を認知してもらえるような表現の記載を推奨する
- ・ 「渥美半島＝田原市」という文字だけのポスターなど斬新なものを検討する

※「渥美半島＝田原市」を説明する表現例

渥美半島は田原市です。

田原市は渥美半島です。



伊良湖岬は渥美半島の先端です。

伊良湖岬は田原市です。

等

「市民全員がまちの良いところを知っている」

田原市では、産業や観光、暮らしづくりにおいて多くの魅力や価値(ブランド)を見出すことができます。これらの多くが、地域資源を磨き上げ、積極的にセールス活動を行ってきた人たちの努力により培われてきたものです。これらの取組や活動が、田原市の魅力や価値(ブランド)であることを積極的に伝え合い、市民全員が認識できているように努めていく必要があります。

そのためには、様々な交流の機会を通じて、田原市の魅力や価値(ブランド)を認識・再発見することも重要です。

田原市の魅力や価値(ブランド)となる取組や活動を伝える場合には、その取組や活動を通して感動したことや楽しかったことなども含めて伝えるなど、多くの人に影響を与えることができるような工夫を図っていきます。

市民全員がまちの良いところをより多く知るために、交流などによる田原市の魅力や価値(ブランド)を認識・再発見できる機会を設け、市民全員で積極的に情報発信を行い、セールス活動を盛り上げていきます。

5 役割分担等

(1) 担い手

田原市シティセールスは、最終的には観光交流の増加や産業の活性化、定住人口の増加をもたらすことから、直接的な利益が期待される関連団体や関連事業者が中心的な担い手となります。

一方、こうした受益者が主体となったセールス活動や情報発信だけでは、それぞれの分野に限った活動になりかねません。田原市の魅力や価値(ブランド)を市内外の多くの人に知ってもらうためには、地域を挙げた情報発信にしていくことが必要であり、その担い手として市民や NPO、ボランティアが重要な存在となります。

また、担い手は、市民や在職者にとどまらず、市外で田原市の魅力や価値(ブランド)を伝えるあらゆる人や事業者等にも当てはまります。こうした市外の人や事業者等も田原市シティセールスを推進していくための重要なパートナーと考え、連携して取り組んでいきます。

(2) 役割

田原市シティセールスでは、それぞれの担い手ができることを主体的に実施していくことが基本となります。

受益者となる関連団体や関連事業者には、これまでのセールス活動や情報発信を継続していくなかで、重点方針や推進活動を認識し、田原市の魅力や価値(ブランド)が高まるような改善を行っていくことが求められます。

行政には、率先してセールス活動や情報発信を行うとともに、市民等による主体的な情報発信を促すための仕掛け・仕組みづくりが求められます。また、各主体による連携の機会・場づくり、橋渡しを行います。

シティセールスの担い手と役割イメージ

区分	対象	役割
関連団体	渥美半島観光ビューロー、JA愛知みなみ、田原市商工会、渥美商工会等	<ul style="list-style-type: none">●これまでの主体的なセールス活動や情報発信を重点方針や推進活動に照らし合わせて、できることから改善●関連事業者の主体的なセールス活動や情報発信を支援●新たな商品・サービスの創出及びブランド強化に向けた品質向上
関連事業者	ホテル、飲食店、観光施設等	<ul style="list-style-type: none">●これまでの主体的なセールス活動や情報発信を重点方針や推進活動に照らし合わせて、できることから改善●関連団体が実施するセールス活動への協力●関連団体との連携による新たな商品・サービスの創出及びブランド強化に向けた品質向上

サポーター	市民、NPO、ボランティア、田原市を応援してくれる方、旅行代理店、料理人、有識者 等	<ul style="list-style-type: none"> ●田原市のブランド強化に向けて主体的にできることをそれぞれの立場で実施・応援 ●セールス活動に対するアドバイスや協力・連携
行政	政策推進部	<ul style="list-style-type: none"> ●計画のマネジメント <ul style="list-style-type: none"> ・計画推進に関する統括 ・推進体制の構築・会議開催の事務局 ●セールスのコーディネート <ul style="list-style-type: none"> ・庁内各課への調整・働きかけ ・先導的に実施する事業の企画や支援、とりまとめ ・組織横断的に実施する事業の調整 ・専門家やアドバイザーとの調整
	本市の全ての部署	<ul style="list-style-type: none"> ●市総合計画における重点プロジェクト等の実現に向けた取組の実施 ●主体的なセールスの実施 <ul style="list-style-type: none"> ・セールス活動の率直的な実施 ・新たな商品・サービスの創出及びブランド強化に向けた品質向上 ●各分野におけるセールスのコーディネート <ul style="list-style-type: none"> ・各分野におけるプロジェクトに関する統括 ・関連団体、関連事業者が実施するセールス活動への支援 ・関連団体、関連事業者の連携協議のコーディネート（機会・場づくり、橋渡し等）

(3) ターゲット

田原市の各主体が実施しているセールス活動の中には、すでに戦略的に行われているものも多くあるため、田原市シティセールスでは改めて全てのターゲットを見直すことはしません。ただし、田原市シティセールスの目標を踏まえて、以下のようなターゲット設定を行います。

■市民、市内の事業者

■市外の人や事業者（田原市が居住地となりうる者、田原市で観光や交流しうる者、田原市の地域産品を購入できる者）

(4) 期間と目標

① 計画の期間

田原市シティセールス推進計画は、概ね3か年(平成27～29年度)による計画とします。3年後には、進捗状況や社会情勢を踏まえ、重点方針を含めた見直しを行います。

② 目標及び成果指標

田原市シティセールスを実施する目的は、田原市が「本当に素敵なまちであることを市内外の多くの人に知ってもらう」ことです。これを目的達成に向けた成功イメージから具体的に整理すると、以下の2つが目標となります。

また、目標に対する成果指標については、それぞれ以下のものとします。

「目標」

- 市民が田原市のまちや自分の仕事に対して愛着や誇りを持てるようになること
- 市外の人が田原市の魅力や価値(ブランド)を知って好きになり、選ばれる都市になること

「成果指標」

- 市民意識調査などにおける「住みよさ」や「優れていると感じること」などの魅力や価値
- アンケート調査等による本市の認知度

6 推進活動

(1) 推進方法

田原市シティセールスでは、これまでの内容を踏まえ、以下の考え方を基本として具体的な取組を検討していきます。

「既存活動のカイゼンから展開していく」

田原市では、生產品の販売促進や観光客の誘致をはじめとして、各主体による様々なセールス活動がすでに実施されています。よって、これらの既存セールス活動について、田原市の魅力や価値(ブランド)の向上につながる内容であるかを検証し、カイゼンを図っていきます。そして、「より高い効果を得るためには本来何が必要であったのか？」という総合的な視点から、新たなセールス活動を含めた具体的な取組を展開していきます。

「頑張っている人を応援する」

田原市には様々な分野において魅力的な商品や活動が多くあります。これらの商品や活動は、地域資源を磨き上げ、セールス活動を積極的に行ってきた人たちの努力により培われてきたものです。今後も、こうした人たちが先頭を切って田原市シティセールスを推進していくことが期待されます。

この他にも、市内には、認知は高くないものの、田原市の魅力や価値(ブランド)の向上につながる活動をしている人たちがいます。田原市シティセールスでは、こうした人たちの取組や活動が円滑に行われるように支援していきます。

また、田原市を愛してやまない市民が、自分の気持ちを積極的に発信できるような場づくりも進めます。

(2) 先導的事業

先導的事業とは、田原市シティセールスを推進していくため、行政が計画全体を先導的にリードしていく誘導的な事業のことです。

今後3か年(平成27~29年度)で取り組む先導的事業は、以下のとおりとします。

- 田原市がシティセールスに取り組んでいることを宣言し、広く周知する事業
- 田原市の魅力や価値の1つにスポットを当てて取組や活動が円滑に行われるように支援していく事業
- 市民主体による情報発信活動を促進する仕組みをつくり、モデル的に実施する事業

(3) 推進活動

目標を実現するために、3か年(平成27～29年度)で推進する活動を示します。推進活動は、担い手となる関連団体、関連事業者、サポーター、行政ができることを主体的に実施していきます。

①戦略的な情報発信

団体や事業者、行政がセールス活動を行う場合には、内容を尖らせ、イメージを貫き、ターゲットを狙い、情報を集めることにより、ニーズやターゲットに適した最も効率的・効果的な情報発信を行っていきます。

■尖らせる

関連団体、関連事業者、サポーター、行政

斬新で突き抜けたネタは、ニュース性や話題性から、多くのメディアに取り上げてもらうことができます。より多くの人々の注目を集めることは、田原市を知ってもらうきっかけになります。

情報発信を行う場合には、既存活動も含めて斬新さ(常識とのギャップ、オリジナリティ等)を見出し、付加することに努めます。

■貫く

関連団体、関連事業者、サポーター、行政

田原市の総合力を向上させるために、一定期間、今の時点で認知度の高い各分野の名称を活用した「渥美半島＝田原市」で情報発信していきます。(伊良湖岬等、他の表現の場合も同様。)

ポスター、チラシ、パンフレットやホームページのインターフェイス、イベント等において、渥美半島が田原市であることを継続して伝え、多くの人に認識してもらえるように努めます。

■狙う

関連団体、関連事業者、行政

情報発信においては、まずターゲットを明確にし、そのターゲットに対して、何をどのような方法で伝えるかを考えなくてはなりません。また、「知る」→「興味を持つ」→「求める」→「訪れる・買う・住む」の行動変化の段階における適切な情報提供が必要です。

ターゲット向けのポスターやパンフレットといった情報ツールの作成だけでなく、ターゲットにきちんと届ける方法やそのメンテナンスも意識した情報発信に努めます。

■集める

関連団体、関連事業者、サポーター、行政

一度に知りたい情報が得られるように、情報発信においては各主体が情報を共有・提供し、集約した情報を一元的に発信していきます。

講座やイベントといった情報は、より有益な情報を提供できるよう、民間情報と行政情報を一元化して提供するように努めます。

②質の追求

既存のセールス活動については質を磨き上げ、新規のセールス活動については質を追求していきます。

■今ある地域資源をさらに磨きあげる

関連団体、関連事業者、サポーター、行政

今の田原市の魅力や価値(ブランド)の質を追求し、魅力や価値(ブランド)となる可能性のあるものの掘り起こしや足かせとなっているものを取り除くための支援を実施するなど、さらに磨きをかける取組を推進します。様々な分野の関係者と情報を共有し、田原市一丸となって改善していきます。

■新規事業の企画時に質を追求する

関連団体、関連事業者、行政

新規事業を企画する際には、その事業におけるターゲットが求めている質を意識します。

③人材育成

団体や事業者、行政は積極的に外部との交流の機会を設け、市民はこういった交流に積極的に参加し、田原市の魅力や価値(ブランド)の認識・再発見・創出に努め、田原市一丸となって次の世代へ継承していきます。

■人・情報の交流

関連団体、関連事業者、サポーター、行政

人や情報の交流を通じて、田原市の魅力や価値(ブランド)を再発見し、その磨き上げを行っていきます。田原市ふるさと大使や市長感謝状贈呈者などまちのために活動されている方と交流する機会を設け、ファンになってもらうことで、市民のモチベーションを高めて積極的に情報発信を図ってもらうとともに、その人を介しての情報発信にもつなげていきます。

■ふるさとに学ぶ教育

関連団体、関連事業者、サポーター、行政

未来の田原市を担う人材を育成するため、市内で活躍する方を講師とした学びや地域資源を活用した学びを通して、地域への愛着をはぐくむ教育を実施します。

7 推進体制

田原市シティセールスでは、担い手となる関連団体、関連事業者、サポーター、行政ができることを主体的に実施していくことが基本となります。しかし、着実な成果を挙げるためには、全体のマネジメントを行うとともに、各主体による連携も必要となります。

そこで、前者については「田原市シティセールス戦略会議(仮称)」及び「田原市シティセールス推進庁内会議(仮称)」、後者については適宜「プロジェクトチーム」を設置します。

また、必要に応じてアドバイザーを招聘し、専門的知見から田原市シティセールス推進計画の見直し及びセールス活動の企画・計画に対して指導・助言を受ける体制をつくります。

(1) 田原市シティセールス戦略会議(仮称)

田原市シティセールスは、あらゆる分野に跨ることから、こうした計画のマネジメントについては、行政が担うことが適しています。一方、対外的に価値の高いものに特化して強力に情報発信するものであるため、公平性や中立性が求められる行政による活動には限界があります。

そこで、田原市政策推進部を事務局として、庁内の関係各課及び各種団体等の官民連携により構成する「田原市シティセールス戦略会議(仮称)」を設置します。本会議では、計画に沿ったセールス活動の働きかけやセールス活動に関する情報共有・意見交換を行います。

(2) 田原市シティセールス推進庁内会議(仮称)

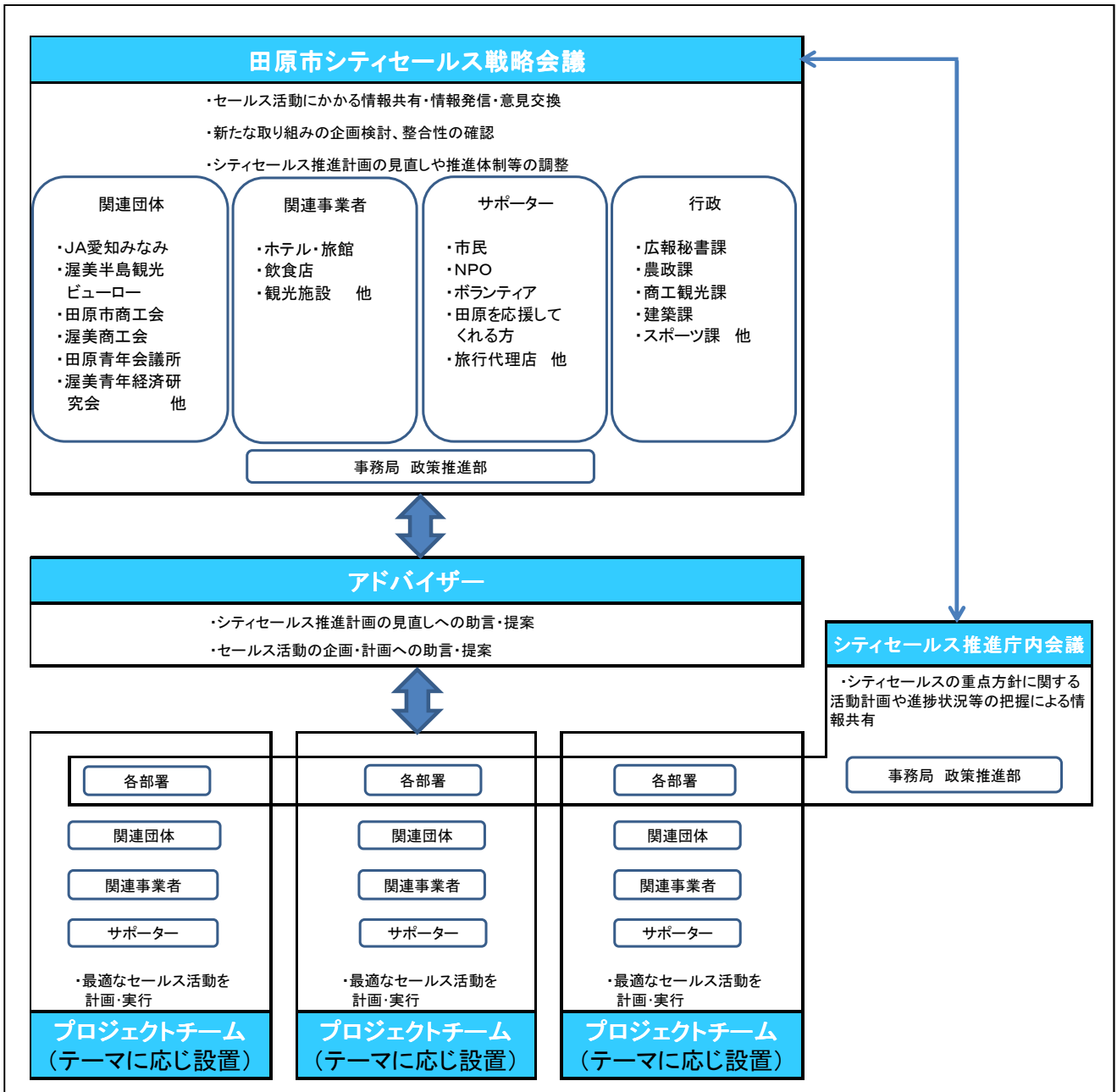
田原市シティセールスを全庁で推進するために、田原市政策推進部を事務局として、庁内の関係各課により構成する「田原市シティセールス推進庁内会議(仮称)」を設置します。本会議では、各部におけるセールス活動の働きかけや活動計画・進捗状況等の情報共有を図ります。

(3) プロジェクトチーム

各分野におけるブランドの確立や一体的なセールス活動を展開するため、官民連携による「プロジェクトチーム」を立ち上げ、最適なセールス活動を計画・実行します。プロジェクトチームは、テーマと関連の深い各分野の事業課を事務局として、関連団体、関連事業者、サポーターから幅広い参加を募ります。

なお、これまで各主体が別々に実施してきたセールス活動のうち、相互に連携して取り組むことで相乗効果が発揮される活動については、複数の主体による協働実施を検討します。

推進体制イメージ



8 参考資料

(1) 策定体制

《田原市シティセールス推進計画策定検討委員会》

氏名	所属・役職
鈴木 将 泰	愛知みなみ農業協同組合 販売企画部開発特販課長
浅野 良 太	渥美半島観光ビューロー 副会長
鈴木 正 志	田原市商工会 経営指導員
原 竜 次	渥美商工会 青年部担当
辻 安 明	田原青年会議所 理事長
彦坂 陽 一	渥美青年経済研究会 理事長
荒木 通 仁	みんなの田原元気ネット
杉浦 政 広 ※水鳥 敏 子	政策推進部広報秘書課長
石川 恵 史 ※大羽 耕 一	産業振興部農政課長
鵜飼 直 行	産業振興部商工観光課長
岡田 利 幸	都市建設部建築課長
大羽 耕 一	教育部スポーツ課長

※は前任者／敬称略

《アドバイザー》

氏名	所属
松田 朋 春	グッドアイデア(株) 代表取締役
森 幹 夫	Find Way まちづくり tourism 代表
後藤 昌 人	金城学院大学 国際情報学部 准教授
大和田 順子	(一社)ロハス・ビジネス・アライアンス 共同代表
河井 孝 仁	東海大学 文学部広報メディア学科 教授

敬称略

《プロジェクトチーム》

氏名	所属・役職
間瀬 俊 行	政策推進部広報秘書課 主任
千賀 達 郎	産業振興部農政課 主幹
仲谷 和 也 ※竹内真理子	産業振興部商工観光課 主査
河口 圭 子	都市建設部建築課 主査
竹内真理子	教育部スポーツ課 主任

※は前任者／敬称略

(2) 現況分析結果

1) 外部からの田原市イメージ把握

① 首都圏、中部圏における住民アンケート調査

田原市の認知度・イメージ、訪問機会数、訪れたいまち・住みたいまちの条件、旅行先等を選択する際に利用するメディア・ツールなどの調査を行った。

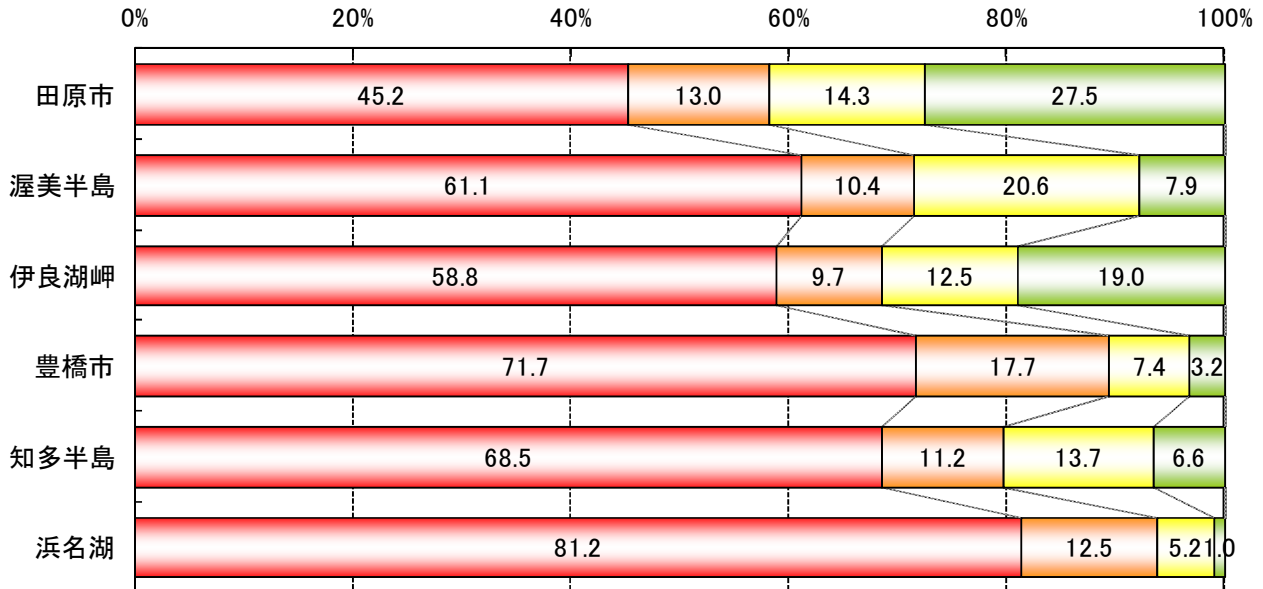
目的	田原市に対する認知度やイメージに関する地域別の定着状況を把握	
調査形式	インターネットアンケート(マクロミル社のモニター対象)	
回答期間	2013年10月31日(木)~2013年11月03日(日)	
調査対象、回答数	マクロミル社のモニター1,050 サンプル	
	以下 各地域 150 サンプル(男 75 女 75 サンプル)	
	首都圏	埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県
	静岡県 西遠地域 以外	下記以外の静岡県
	静岡県 西遠地域	浜松市、磐田市、袋井市、湖西市、森町、掛川市、菊川市、御前崎市
	愛知県 東三河地域	豊橋市、豊川市、蒲郡市、新城市、田原市、設楽町、東栄町、豊根村
	愛知県 西三河地域	岡崎市、碧南市、刈谷市、豊田市、安城市、西尾市、知立市、高浜市、みよし市、幸田町
	愛知県 名古屋、尾張地域	上記以外の愛知県
近畿圏	京都府、大阪府、兵庫県	
調査項目	<ul style="list-style-type: none"> ・ 都市・地名の認知 ・ 渥美半島が田原市であることの認知 ・ 「田原市(渥美半島)」と聞いて連想すること ・ 「田原市(渥美半島)の観光・レジャー」と聞いて連想すること ・ 「田原市(渥美半島)の特産品」と聞いて連想すること ・ 田原市産の野菜・くだもの購入状況 ・ 田原市地域資源の体験・認知の状況 ・ 田原市の特徴の認知 ・ 田原市への来訪回数 ・ 田原市の来訪場所 ・ 旅行に関する情報源 ・ 旅行先施設等の選定ポイント ・ 農村・漁村への関心 	

■ 調査結果

(1) 都市・地名の認知度

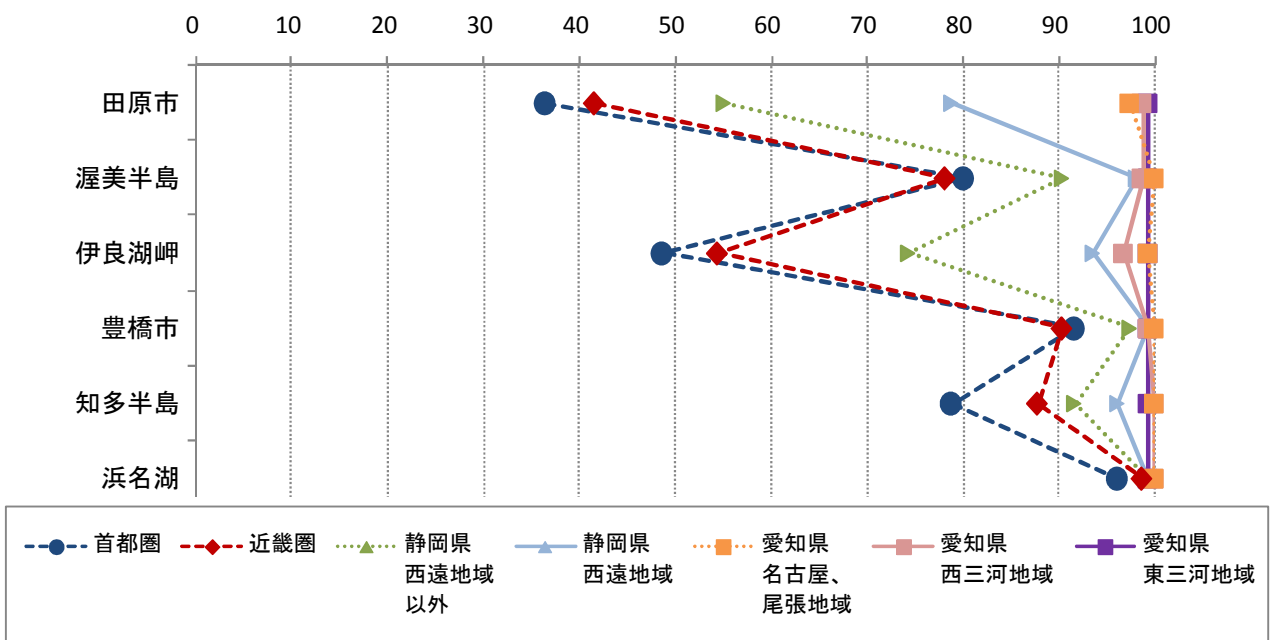
[Q1]以下の都市や場所を知っていますか。(それぞれ1つずつ)

□ 所在する県の地図上で 大まかな場所を示せる □ 場所はわからないが、何県にあるか知っている
 □ 何県であるか知らないが、名前は知っている □ はじめて聞いた



○ 地域別 都市や地域の認知度

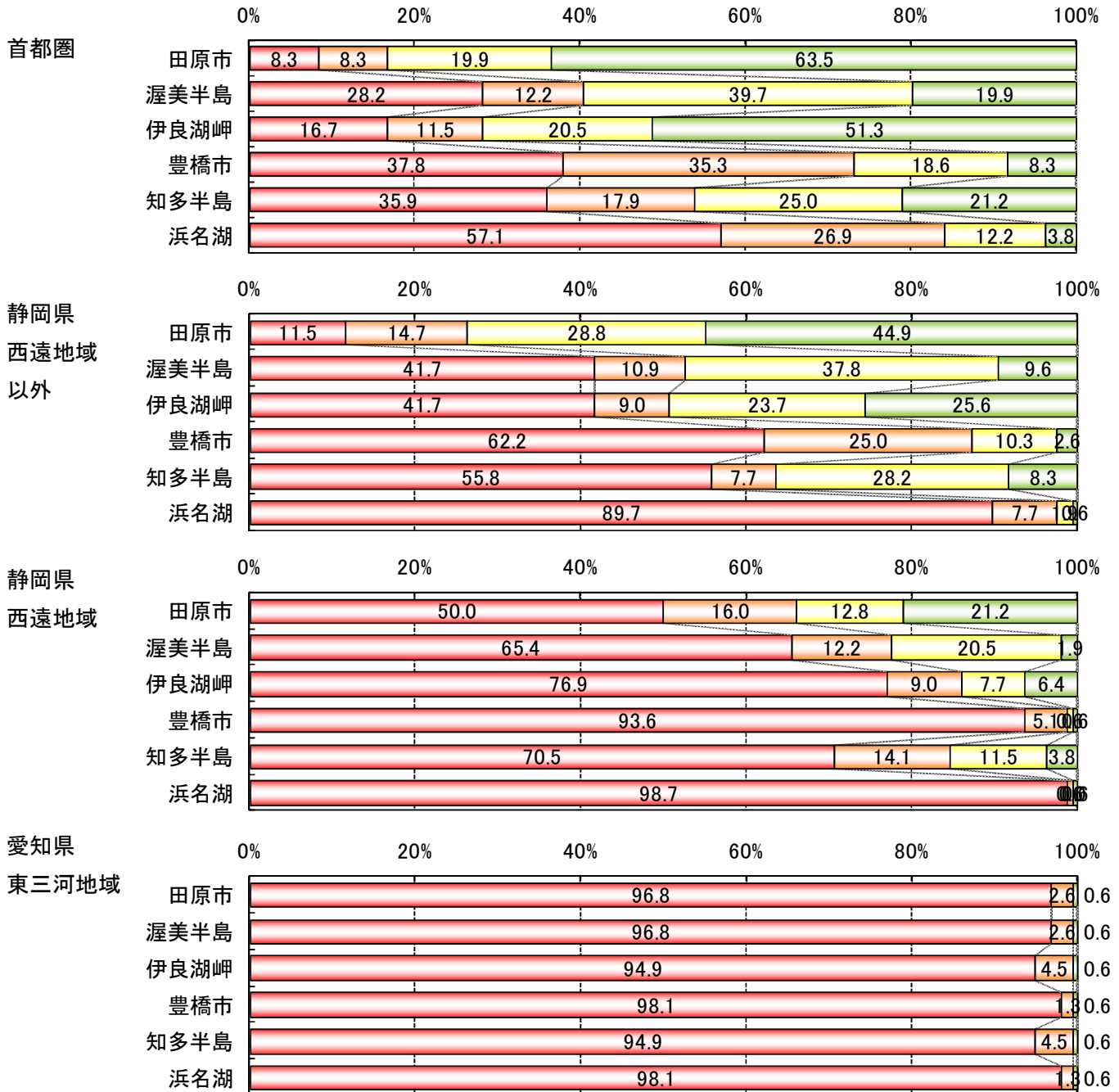
「所在する県の地図上で大まかな場所を示せる」「場所はわからないが何県にあるか知っている」「何県であるか知らないが名前は知っている」の合計の割合

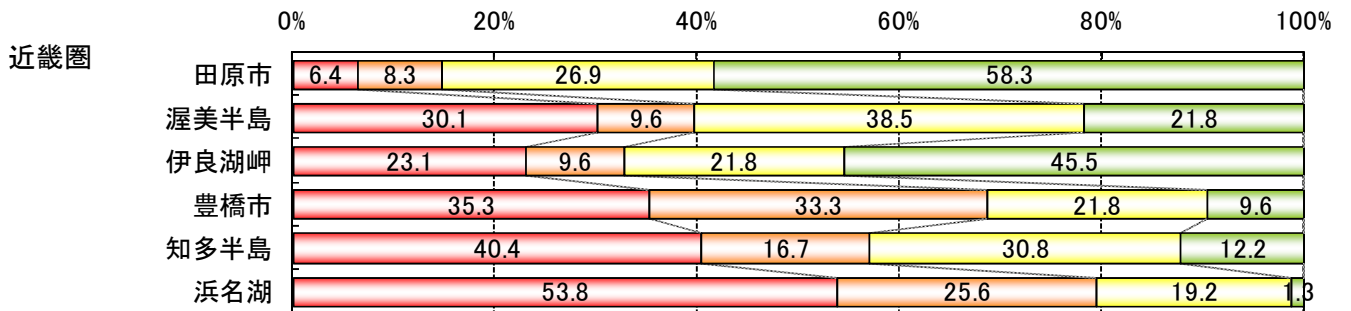
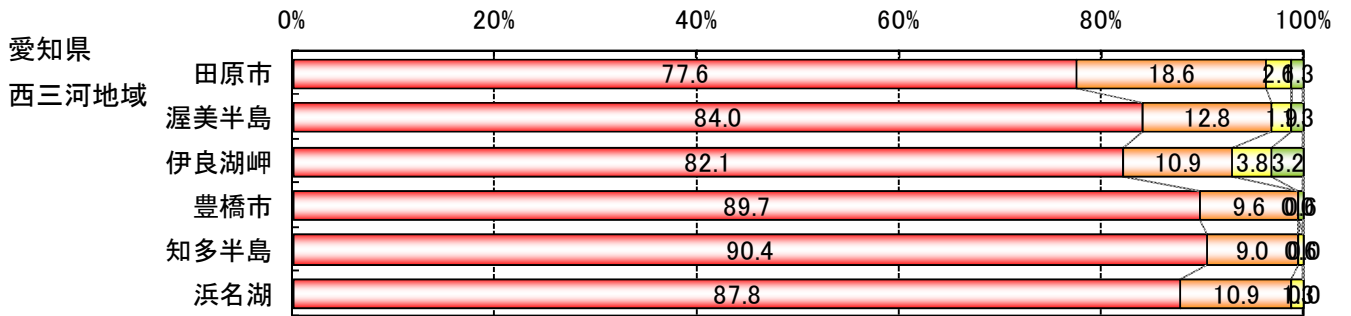


○地域別 都市や地域の認知度（詳細）

[Q1]以下の都市や場所を知っていますか。（それぞれ1つずつ）

- 所在する県の地図上で 大まかな場所を示せる 場所はわからないが、何県にあるか知っている
 何県であるか知らないが、名前は知っている はじめて聞いた

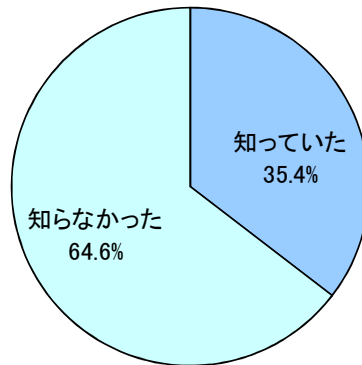




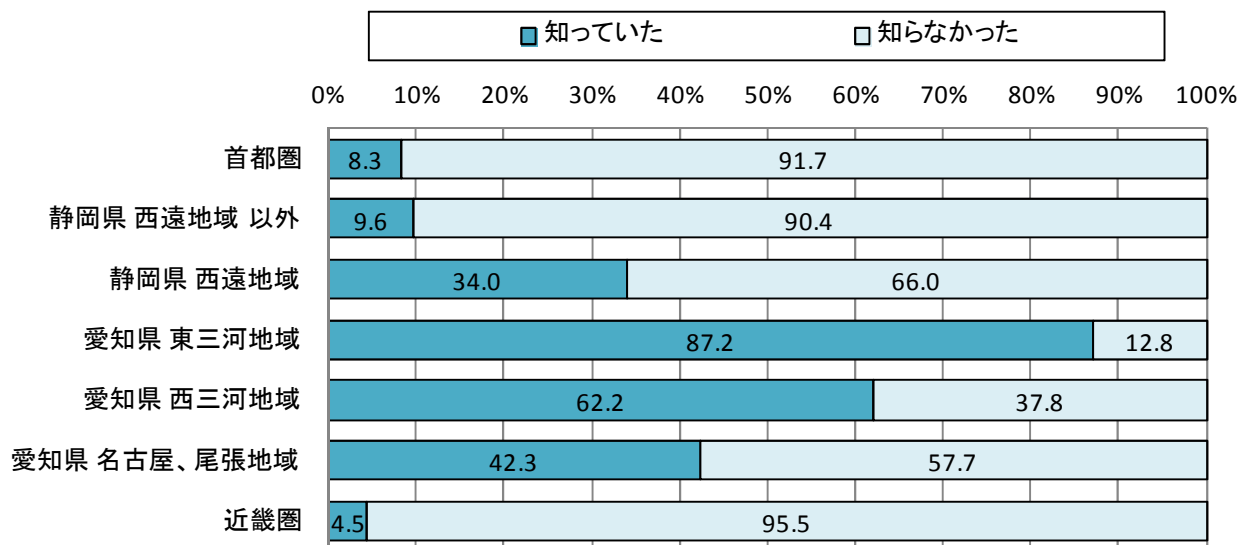
(2) 渥美半島が田原市であることの認知

[Q2]渥美半島全体が田原市であることを知っていますか。

(n=1092)

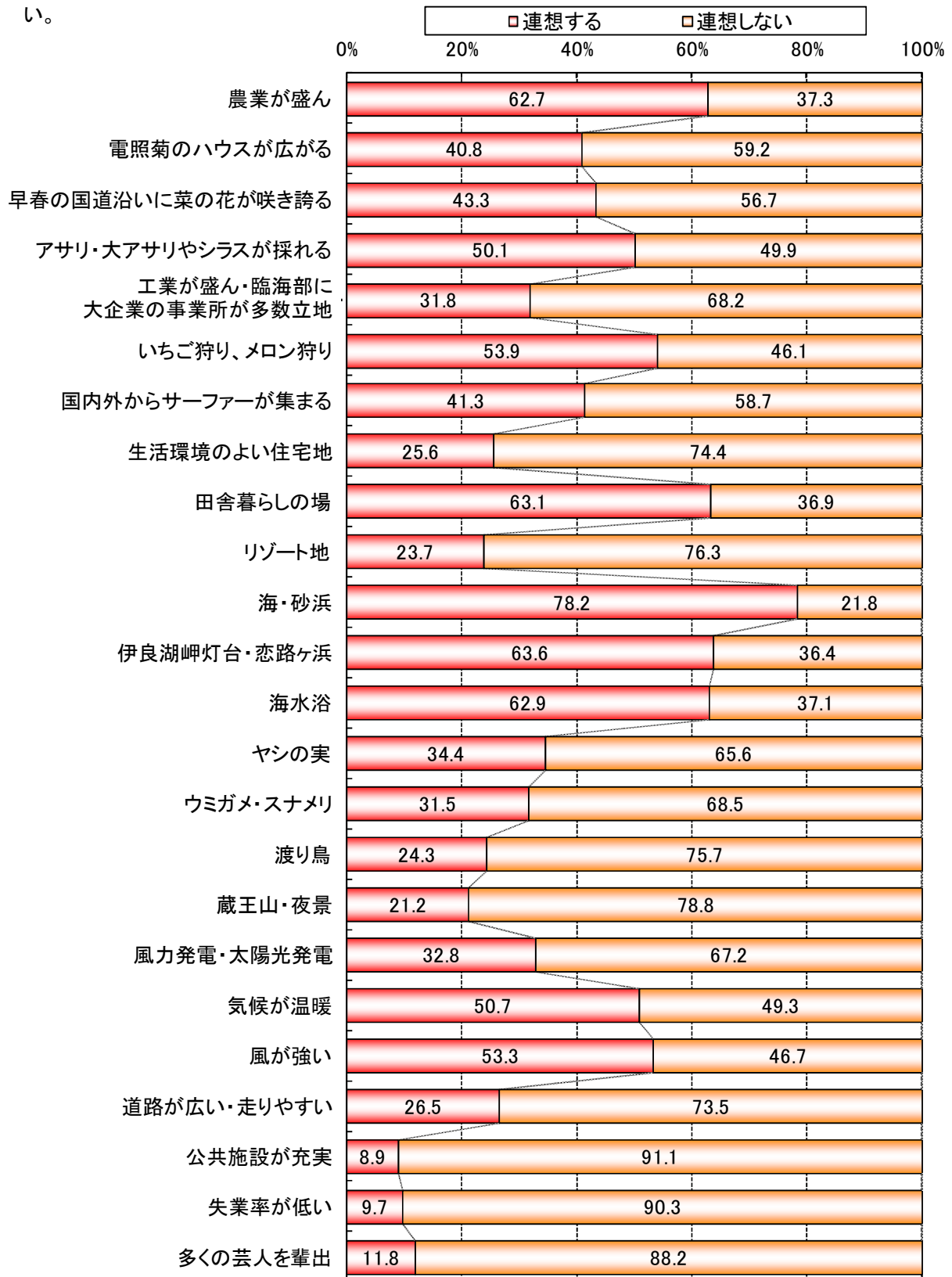


○地域別 渥美半島が田原市であることの認知

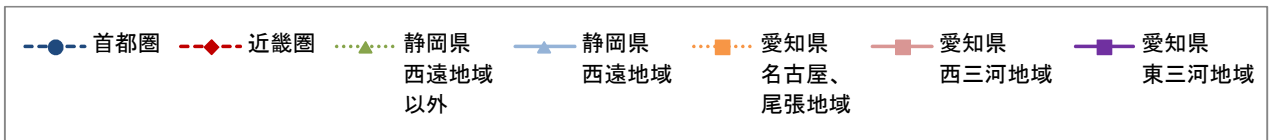
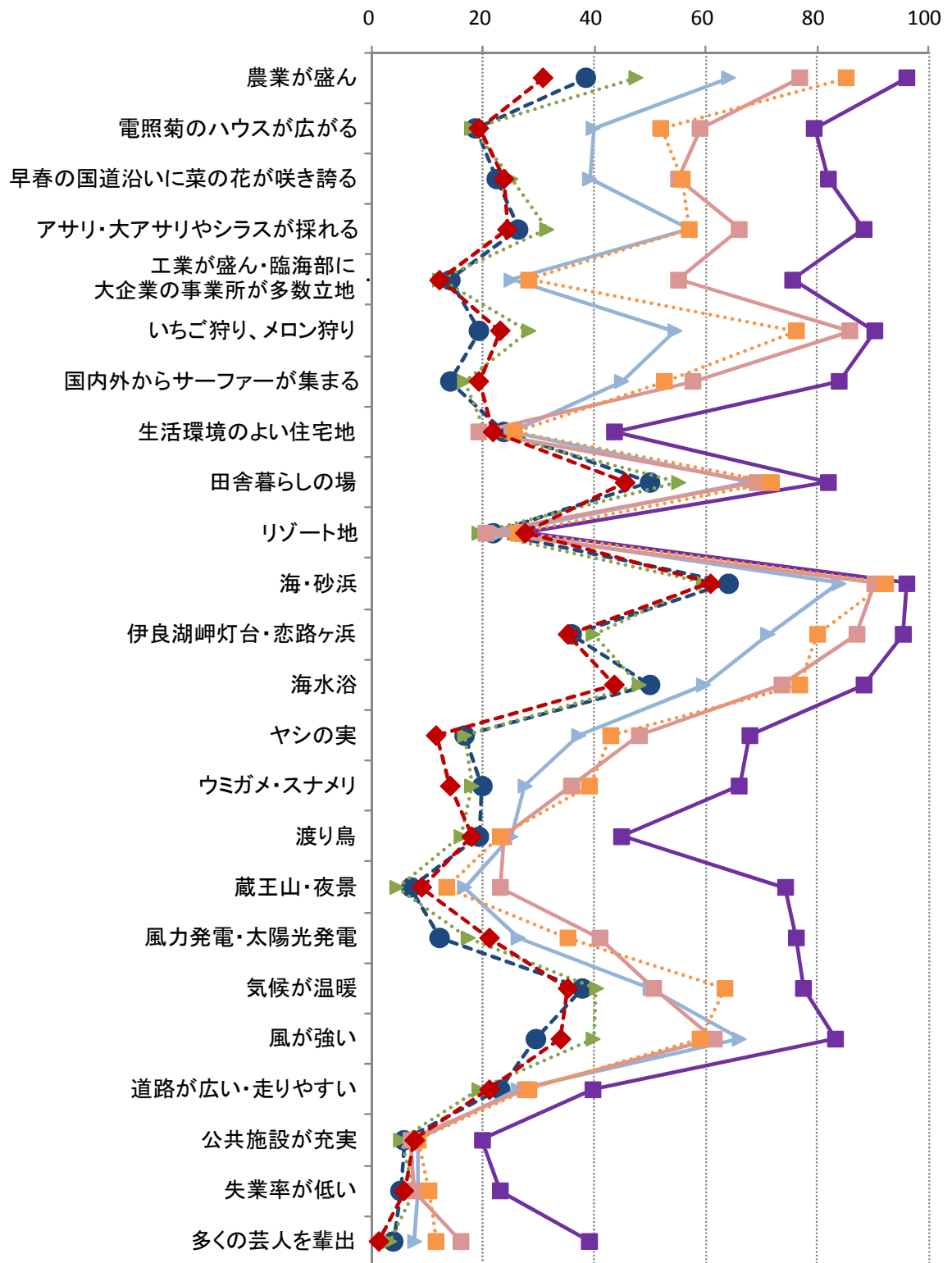


(3) 「田原市（渥美半島）」と聞いて連想すること

[Q3]「田原市（渥美半島）」と聞いて、以下の内容を連想するかどうか、それぞれお知らせください。

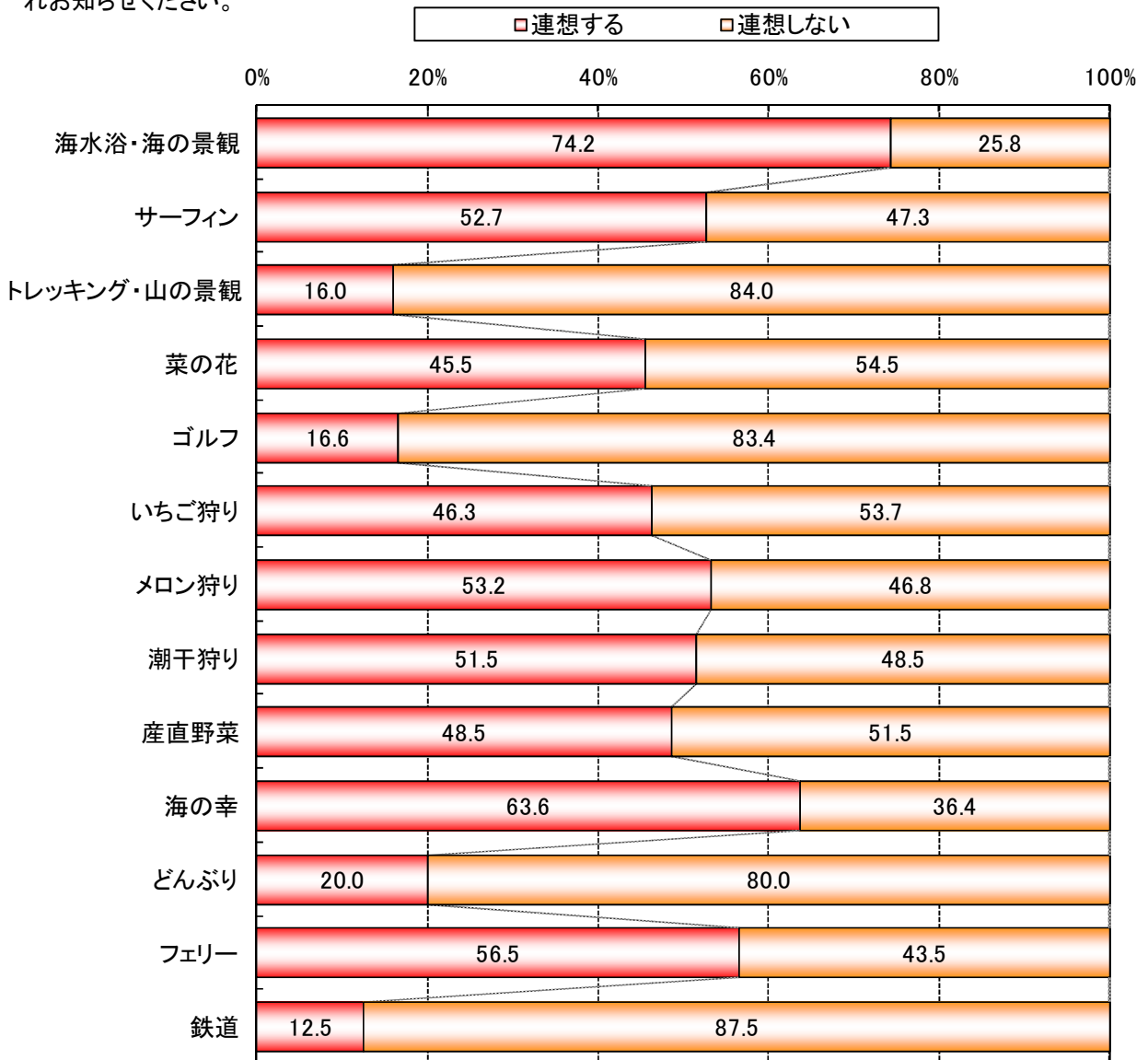


○地域別 「田原市（渥美半島）」と聞いて連想すること
連想すると回答した割合

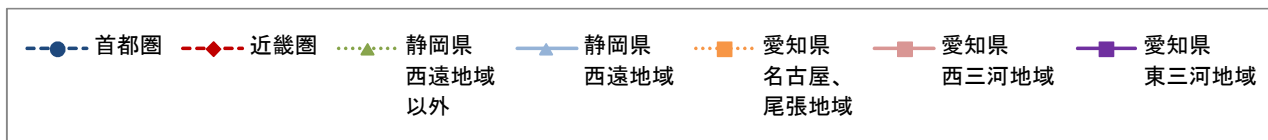
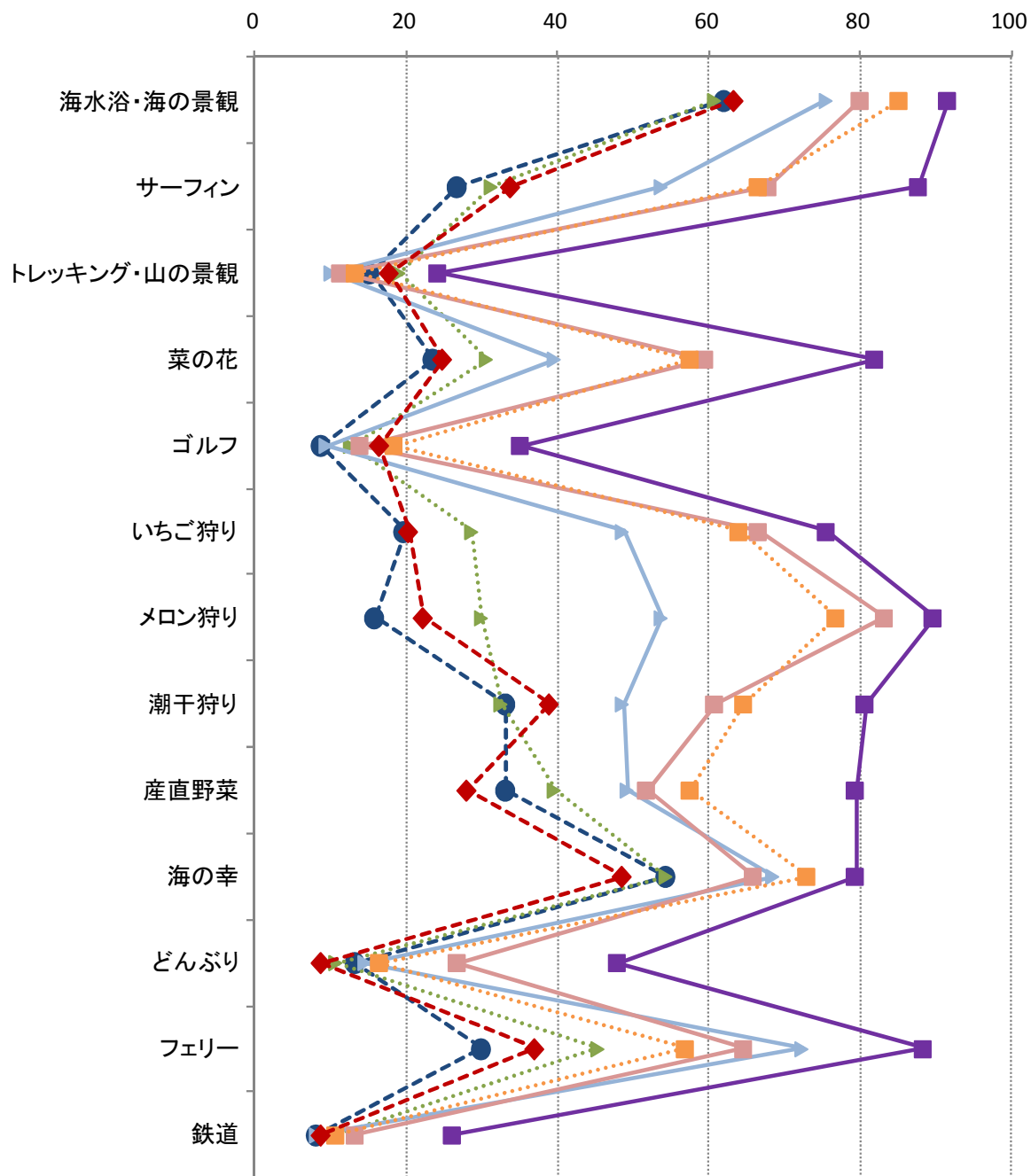


(4) 「田原市（渥美半島）の観光・レジャー」と聞いて連想すること

[Q4]「田原市（渥美半島）の観光・レジャー」と聞いて、以下の内容を連想するかどうか、それぞれお知らせください。

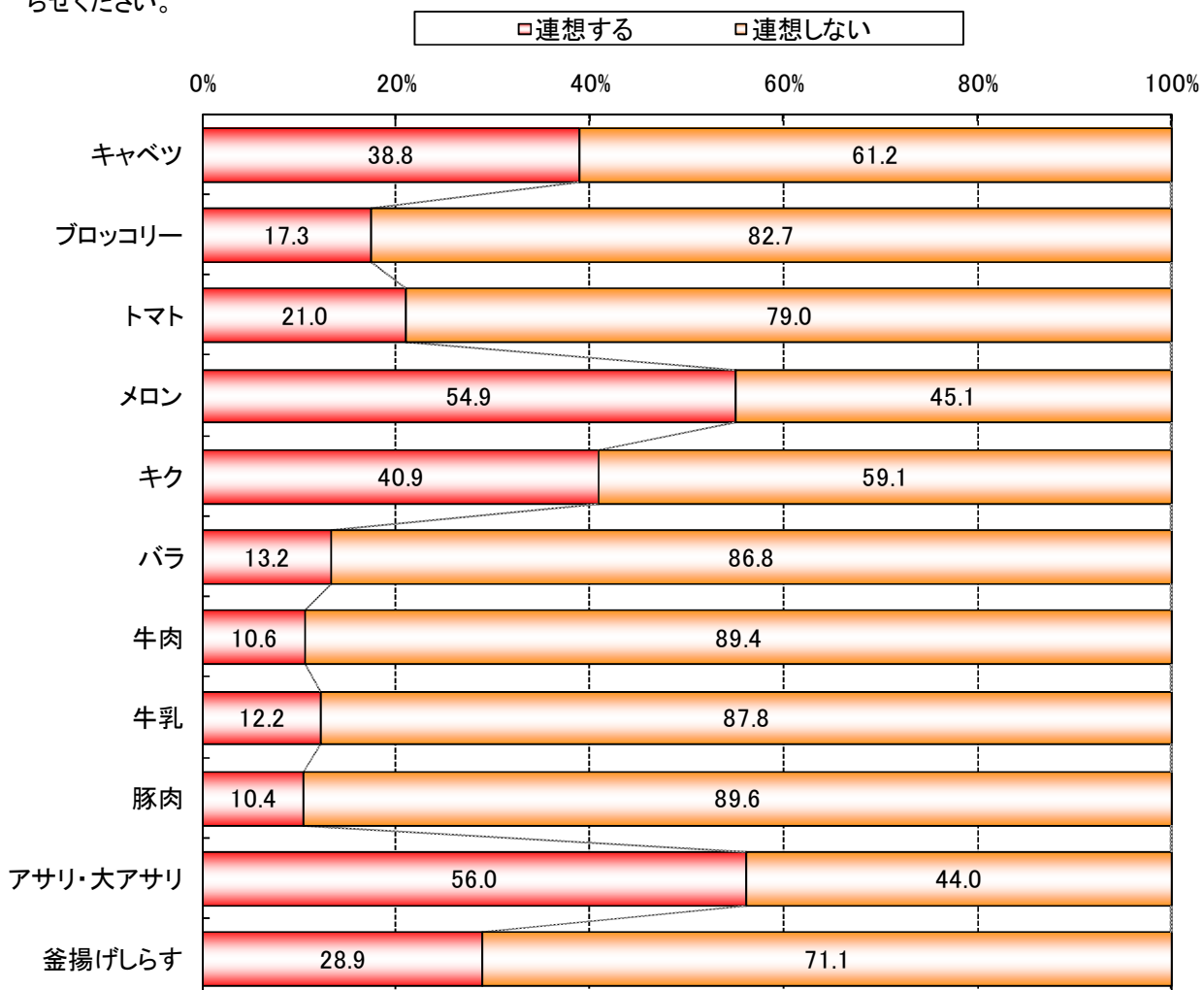


○地域別 「田原市（渥美半島）の観光・レジャー」と聞いて連想すること
連想すると回答した割合

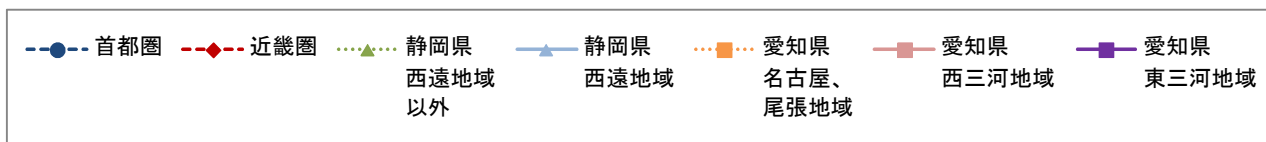
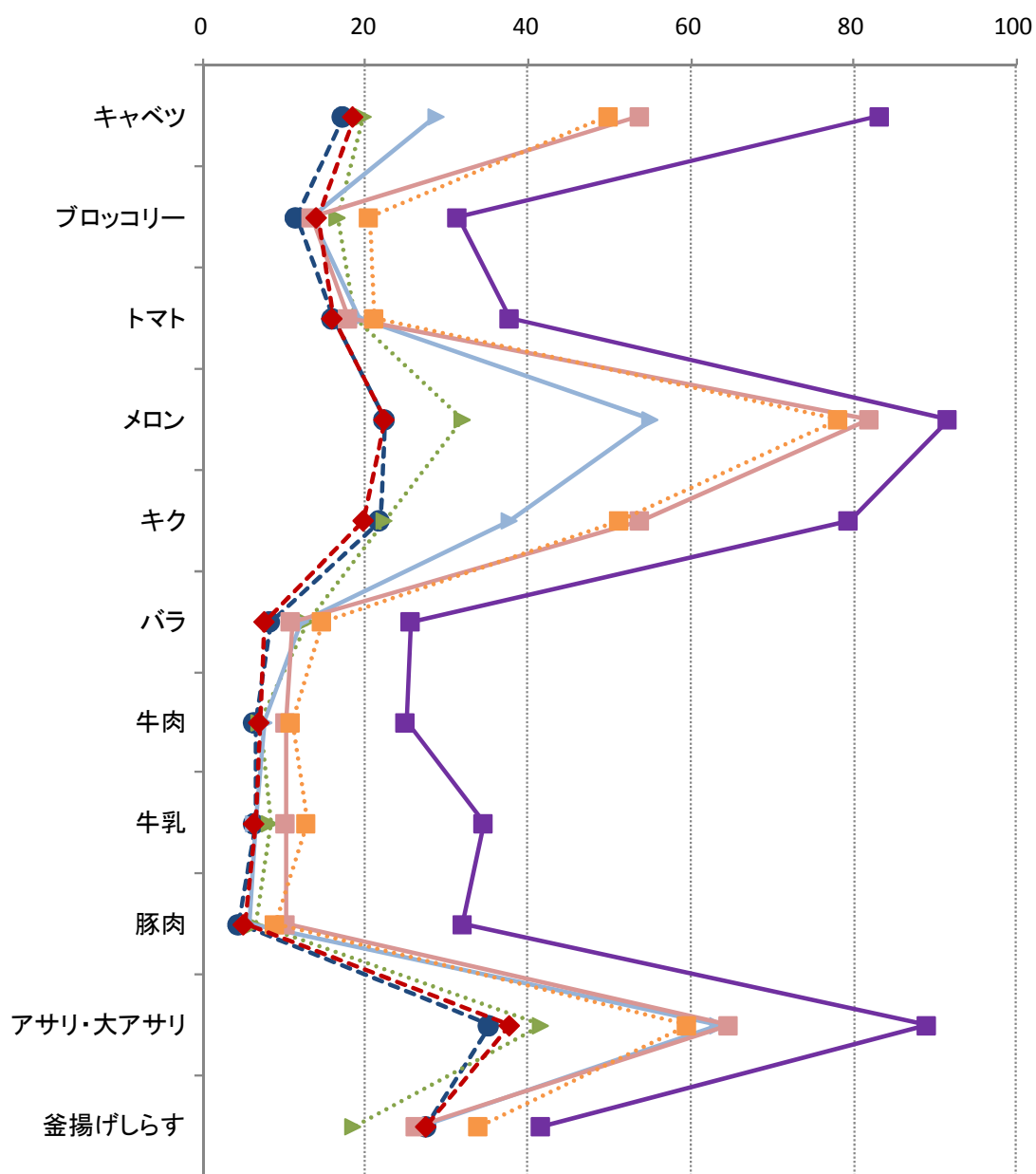


(5) 「田原市（渥美半島）の特産品」と聞いて連想すること

[Q5]「田原市（渥美半島）の特産品」と聞いて、以下の内容を連想するかどうか、それぞれお知らせください。



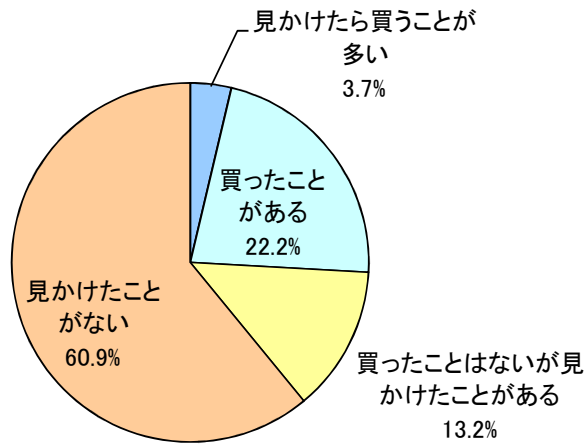
○地域別 「田原市（渥美半島）の特産品」と聞いて連想すること
連想すると回答した割合



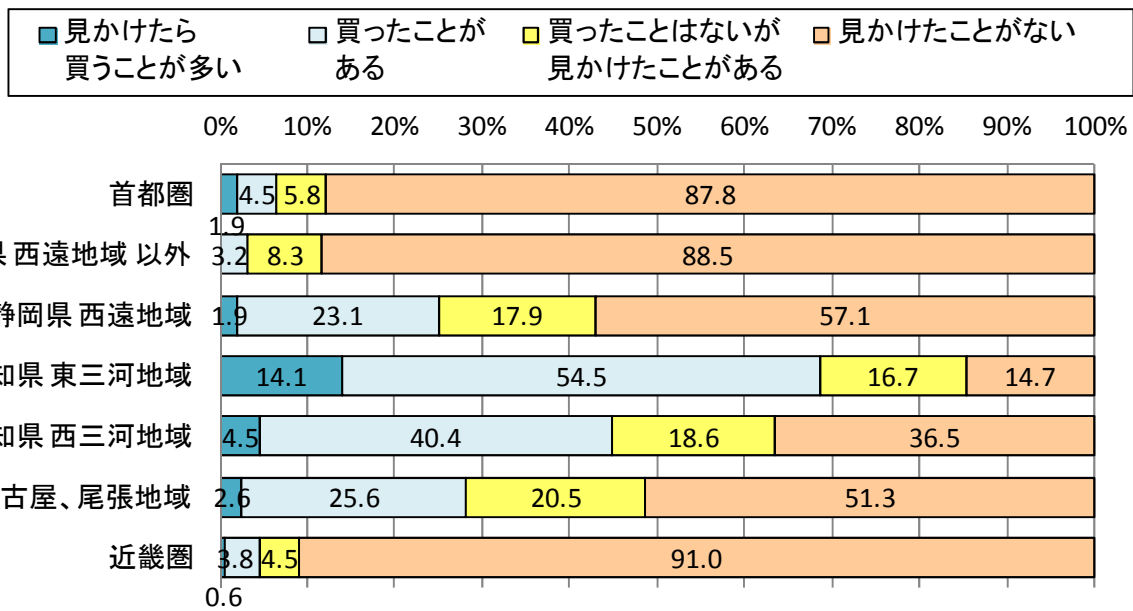
(6) 田原市産の野菜・くだもの購入状況

[Q6]お住まいの地域の販売店で田原市産(JA愛知みなみ、田原市の農家等)の野菜・くだものを買ったことがありますか。

(n=1092)



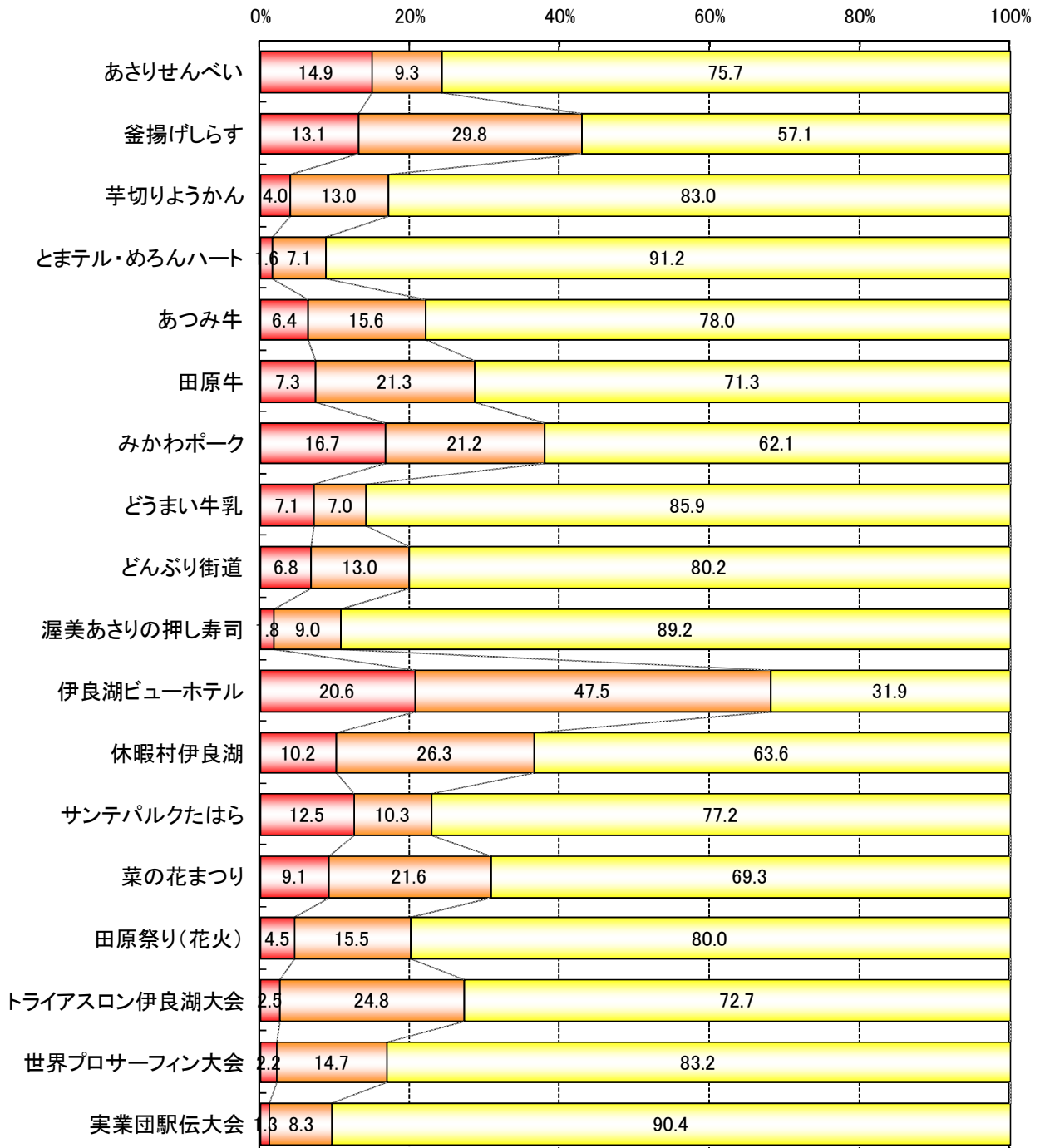
○地域別 田原市産の野菜・くだもの購入状況



(7) 田原市地域資源の体験・認知の状況

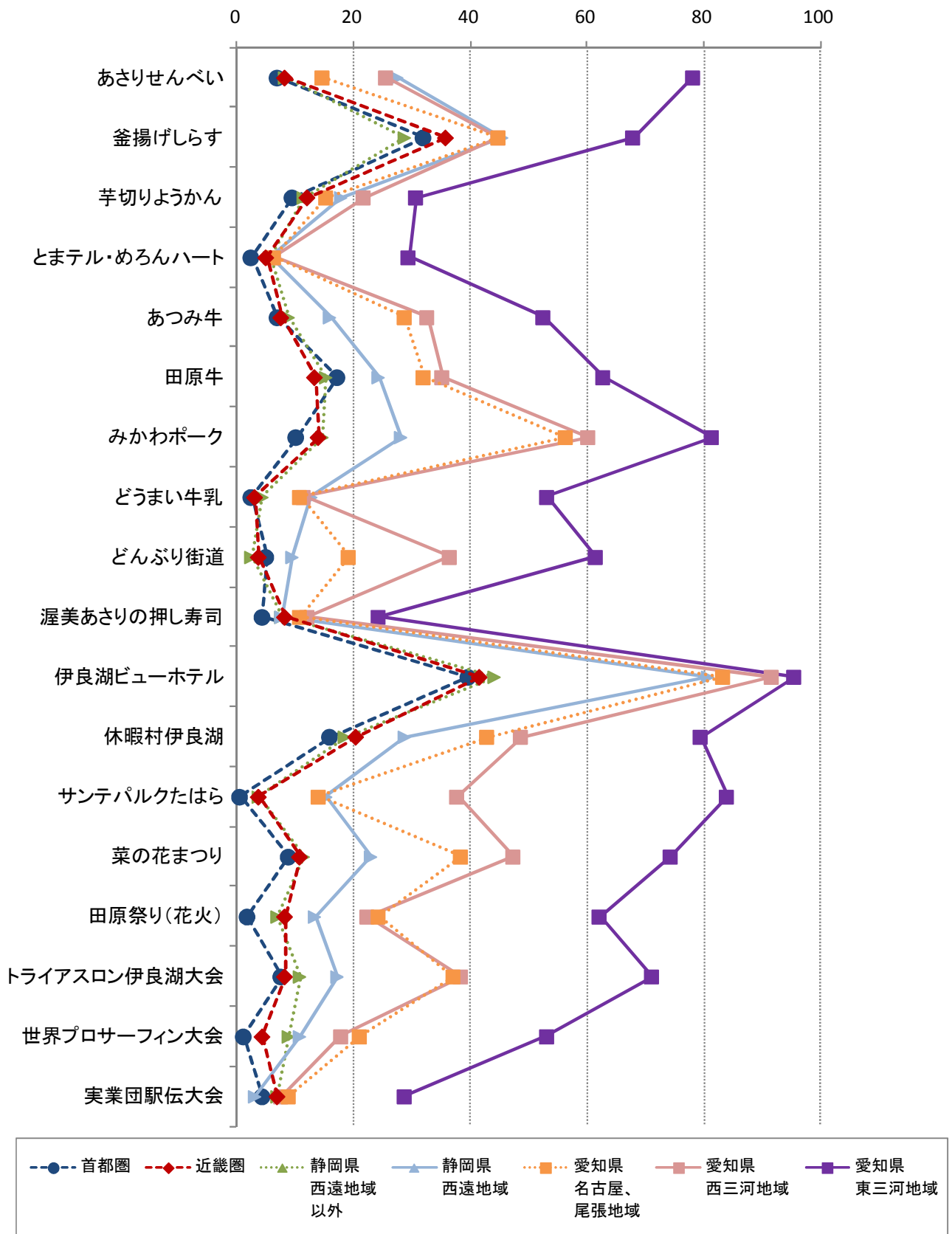
[Q7]田原市(渥美半島)の地域資源について、それぞれ当てはまるものを1つずつ選んでください。

□体験している(行った、買った、食べた) □体験していないが、名前は知っている □知らない



○地域別 田原市地域資源の体験・認知の状況

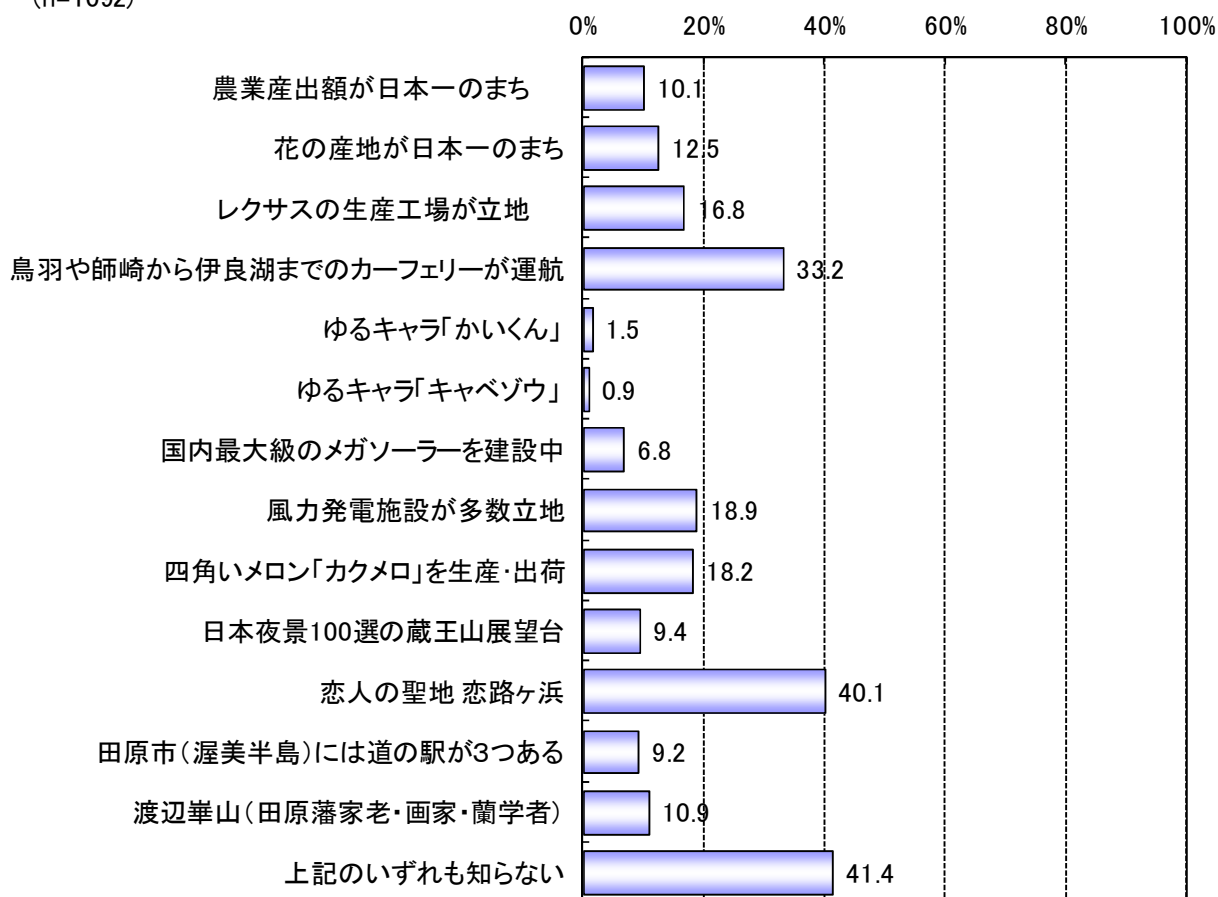
「体験している」「体験していないが、名前は知っている」の合計の割合



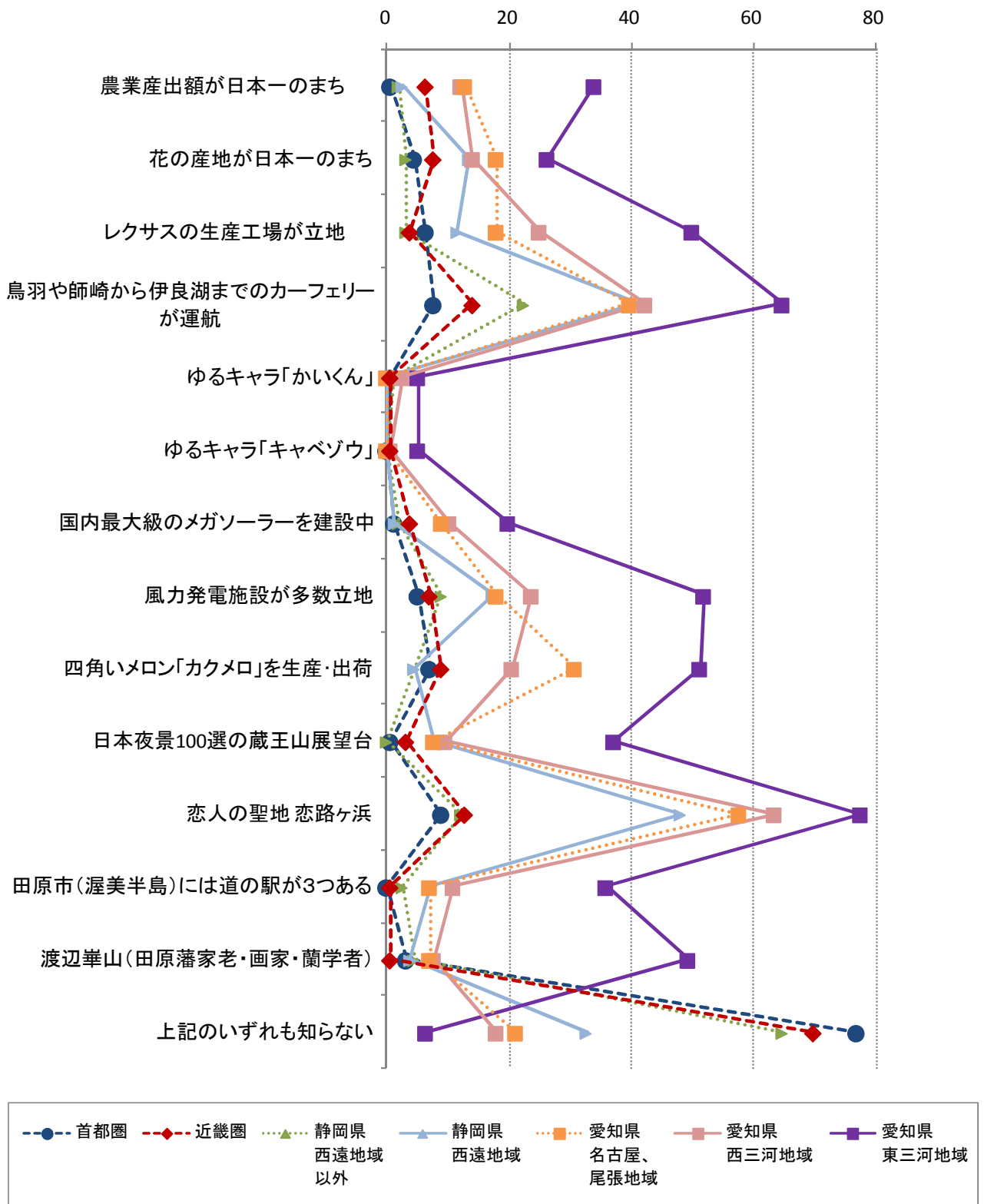
(8) 田原市の特徴の認知

[Q8]田原市(渥美半島)に関する以下の記載について知っているものを選んでください(全て選択)。

(n=1092)



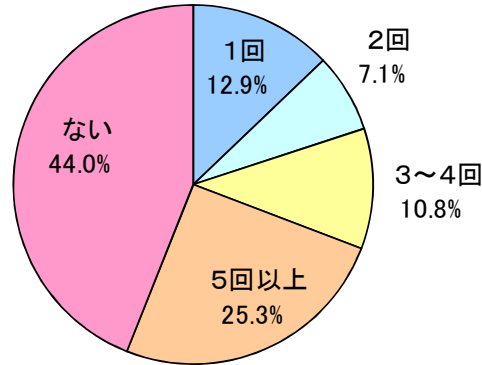
○地域別 田原市の特徴の認知



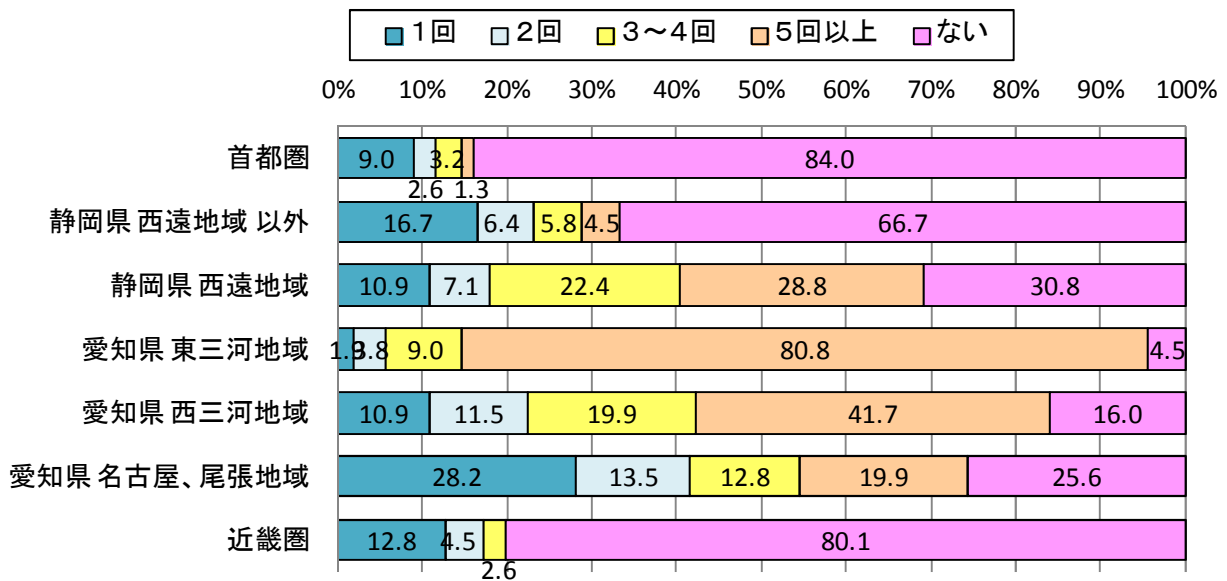
(9) 田原市への来訪回数

[Q9]田原市(渥美半島)に行ったことがありますか。
 ※田原市在住の方は、4【5回以上】をお選びください。

(n=1092)



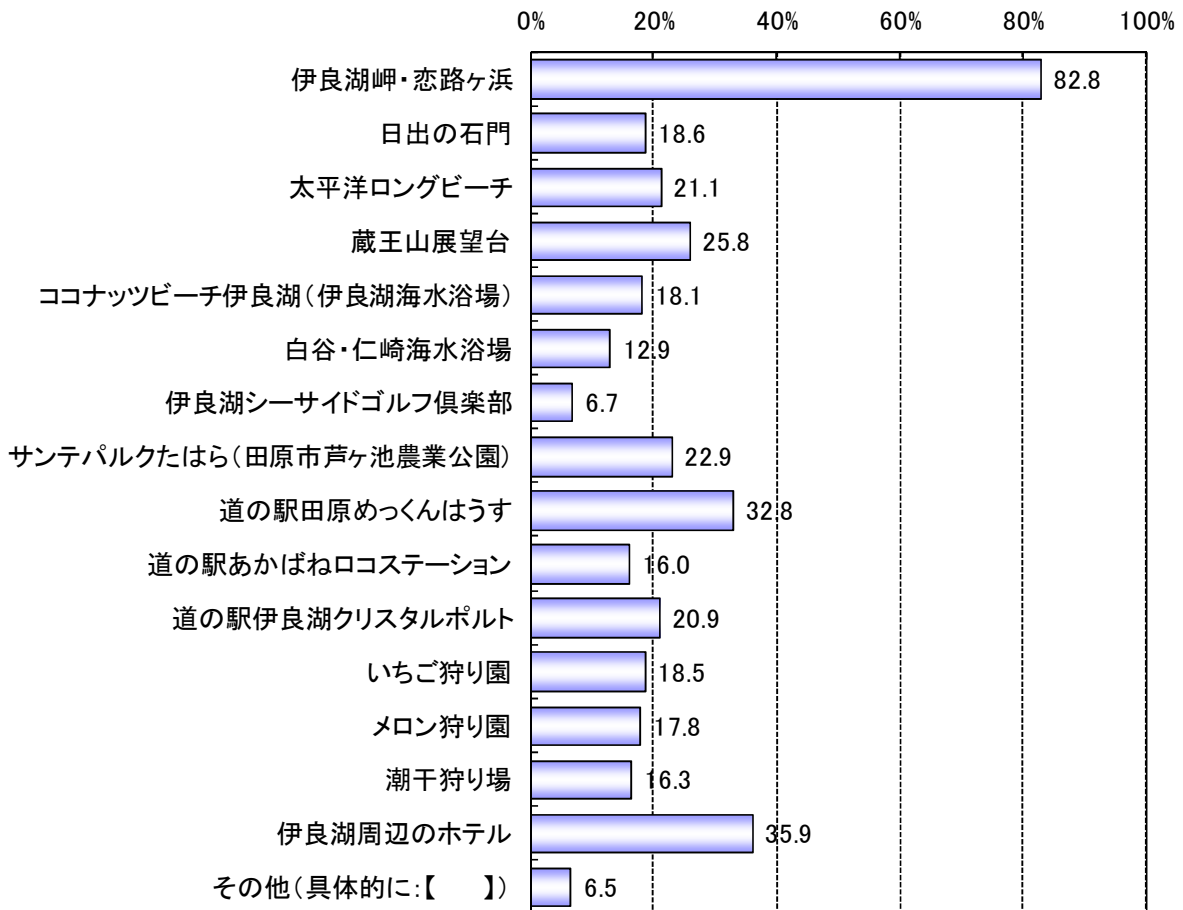
○地域別 田原市の来訪回数



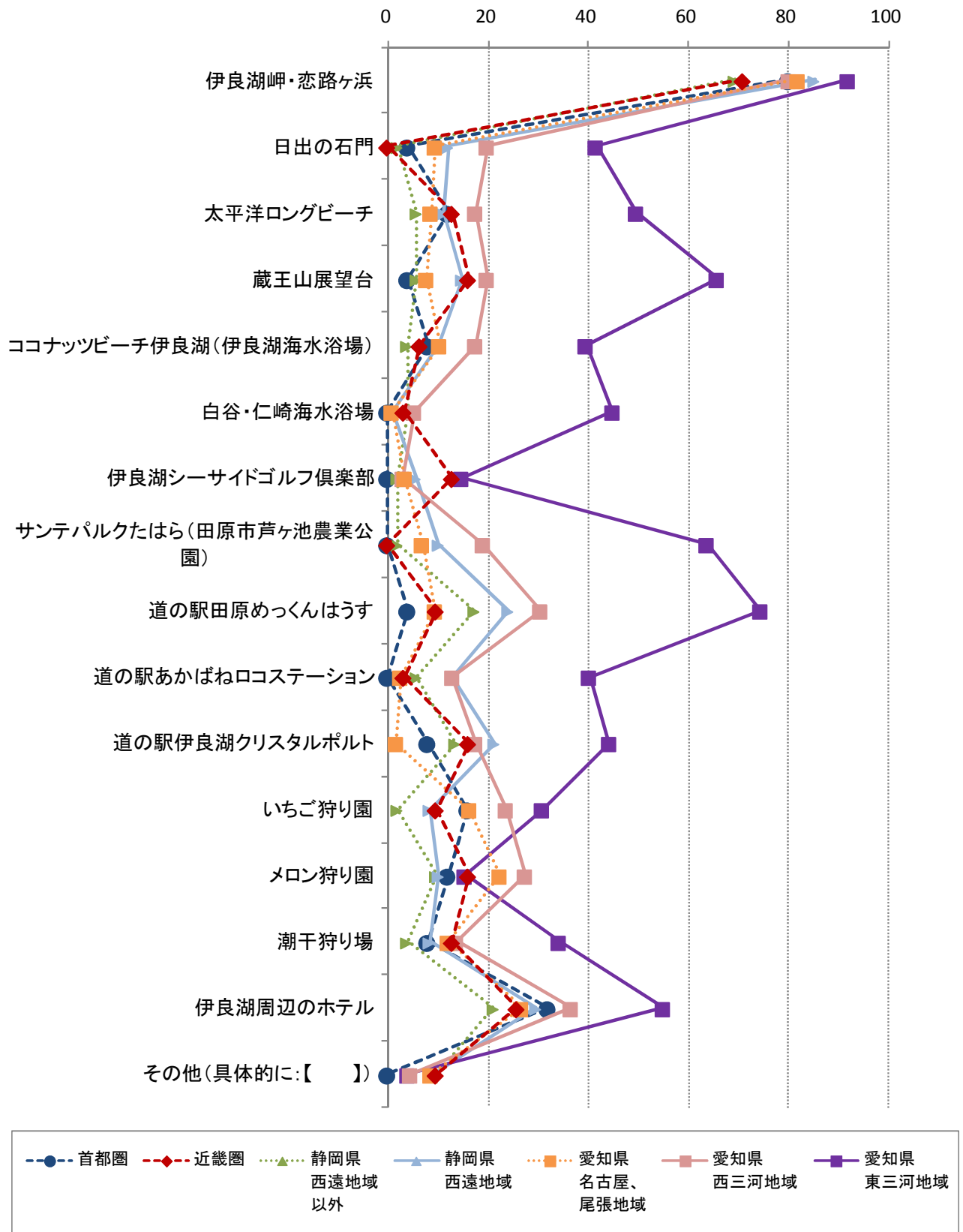
(10) 田原市の来訪場所

[Q10]田原市(渥美半島)で行ったことのある場所を選んでください。(全て選択)

(n=612)



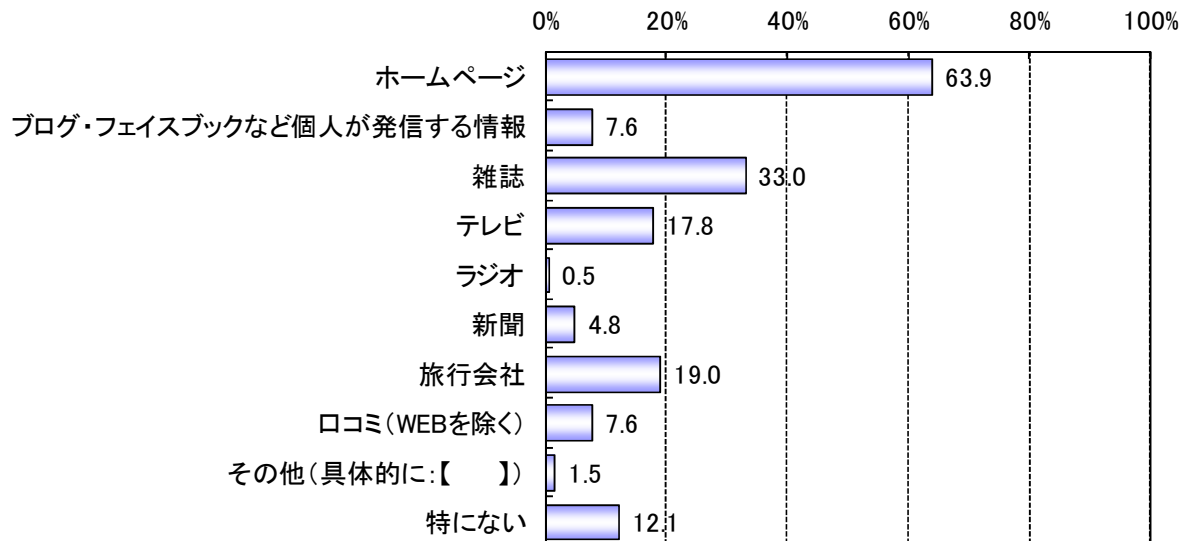
○地域別 田原市の来訪場所



(11) 旅行に関する情報源

[Q11]旅行をするときに、どこから情報を得て検討しますか。(2つまで)

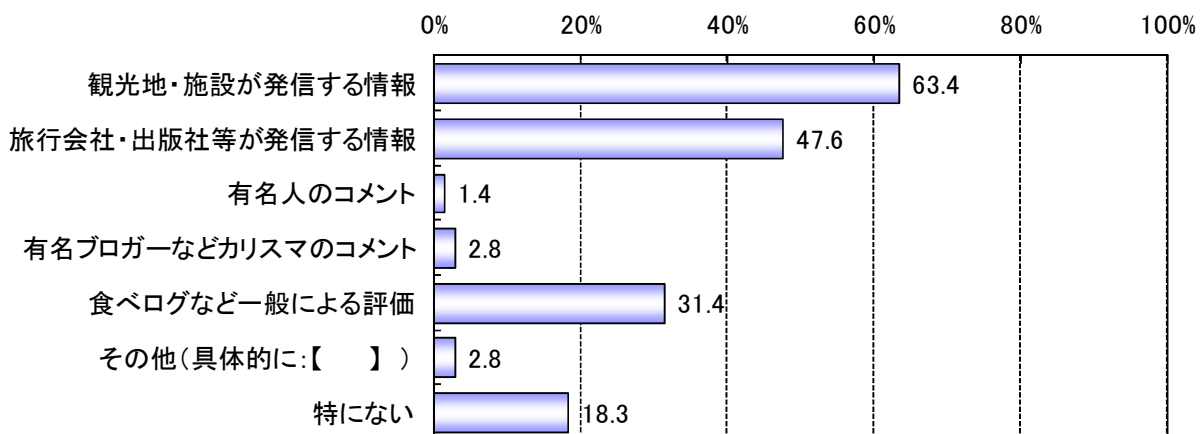
(n=1092)



(12) 旅行先施設等の選定ポイント

[Q12]旅行先や宿泊先、飲食店等を選ぶときに、何が重要となりますか。(いくつでも)

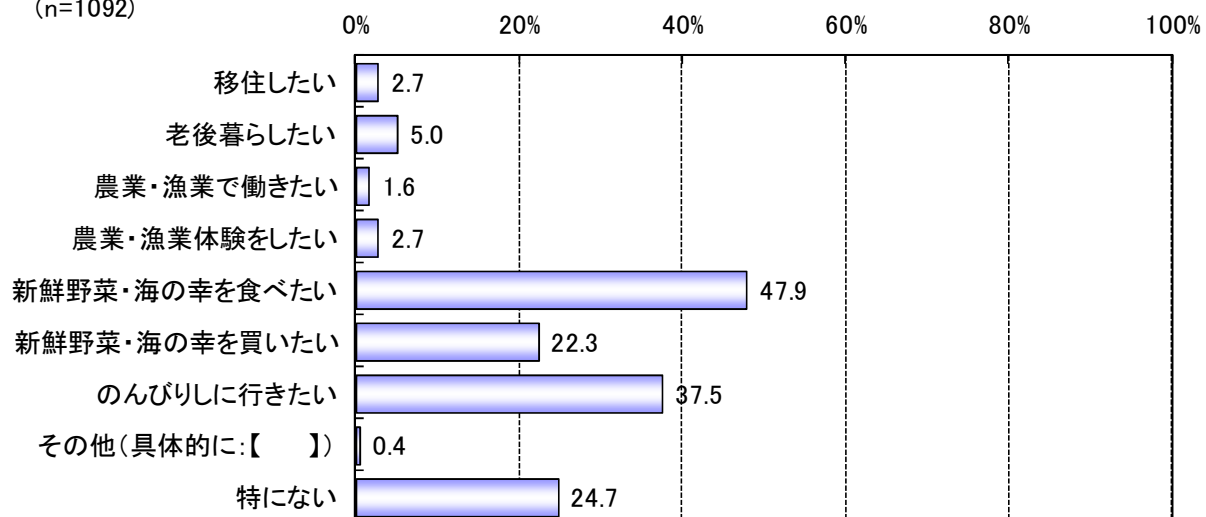
(n=1092)



(13) 農村・漁村への関心

[Q13]農村・漁村に対するイメージとしてあてはまるものをお選びください。(2つまで)

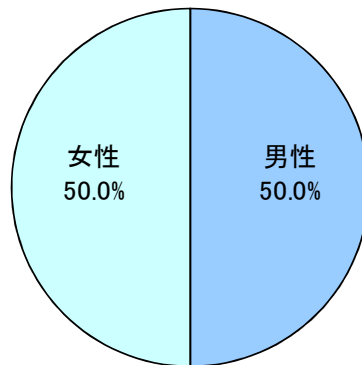
(n=1092)



■回答者属性

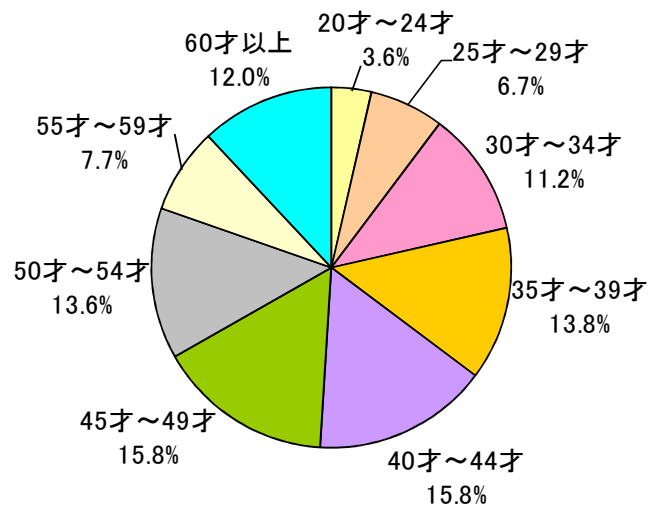
性別

(n=1092)



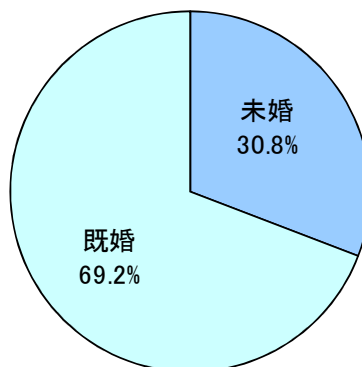
年齢

(n=1092)



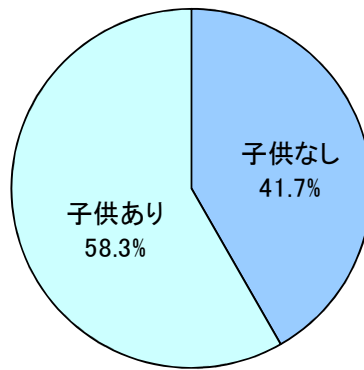
未既婚

(n=1092)



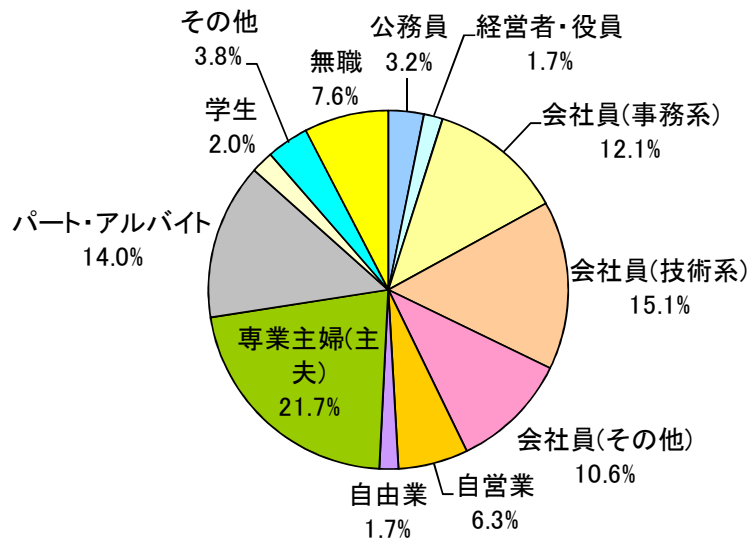
子供の有無

(n=1092)



職業

(n=1092)



2) 観光客インタビュー調査

田原市を訪れた動機、訪問日程・旅程、田原市のイメージ、旅行先等の選択理由、旅行先等を選択する際に利用するマスメディア・ツールなどの調査を行った。

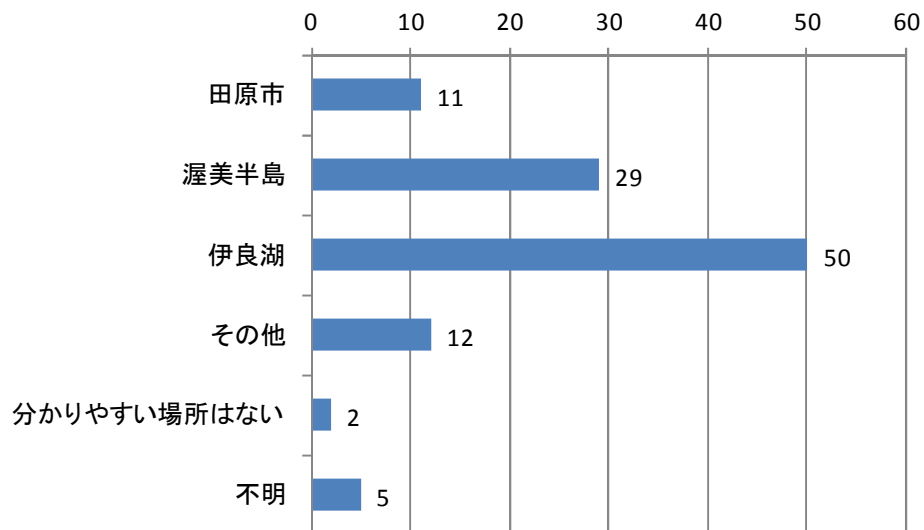
対象	調査場所	実施時期	回収数
海水浴客	ココナッツビーチ伊良湖	2013年8月下旬	9
サーフィン客	太平洋ロングビーチ	2013年8月下旬	12
メロン狩り	ニュー渥美観光、シーサイドファーム	2013年8月下旬	14
いちご狩り	日研農園、たべりん王国	2014年2月上旬	10
菜の花まつり来場者	メイン会場	2014年2月上旬	11
サンテパークたはら	旬採だいにんぐmogu	2013年11月中旬	12
伊勢湾フェリー観光利用者	伊良湖クリスタルポルト	2013年11月中旬	10
名鉄海上観光船利用者	伊良湖クリスタルポルト	2013年11月中旬	6
レンタカー利用者	恋路ヶ浜	2013年8月下旬	1
ホテル送迎バス利用者	伊良湖ビューホテル	2013年11月中旬	13
計			98

■ 調査結果

a) 来訪場所の地域名の認識

[Q] 観光地を他の人に説明するとき、どこにあると説明しますか。

(n=98)

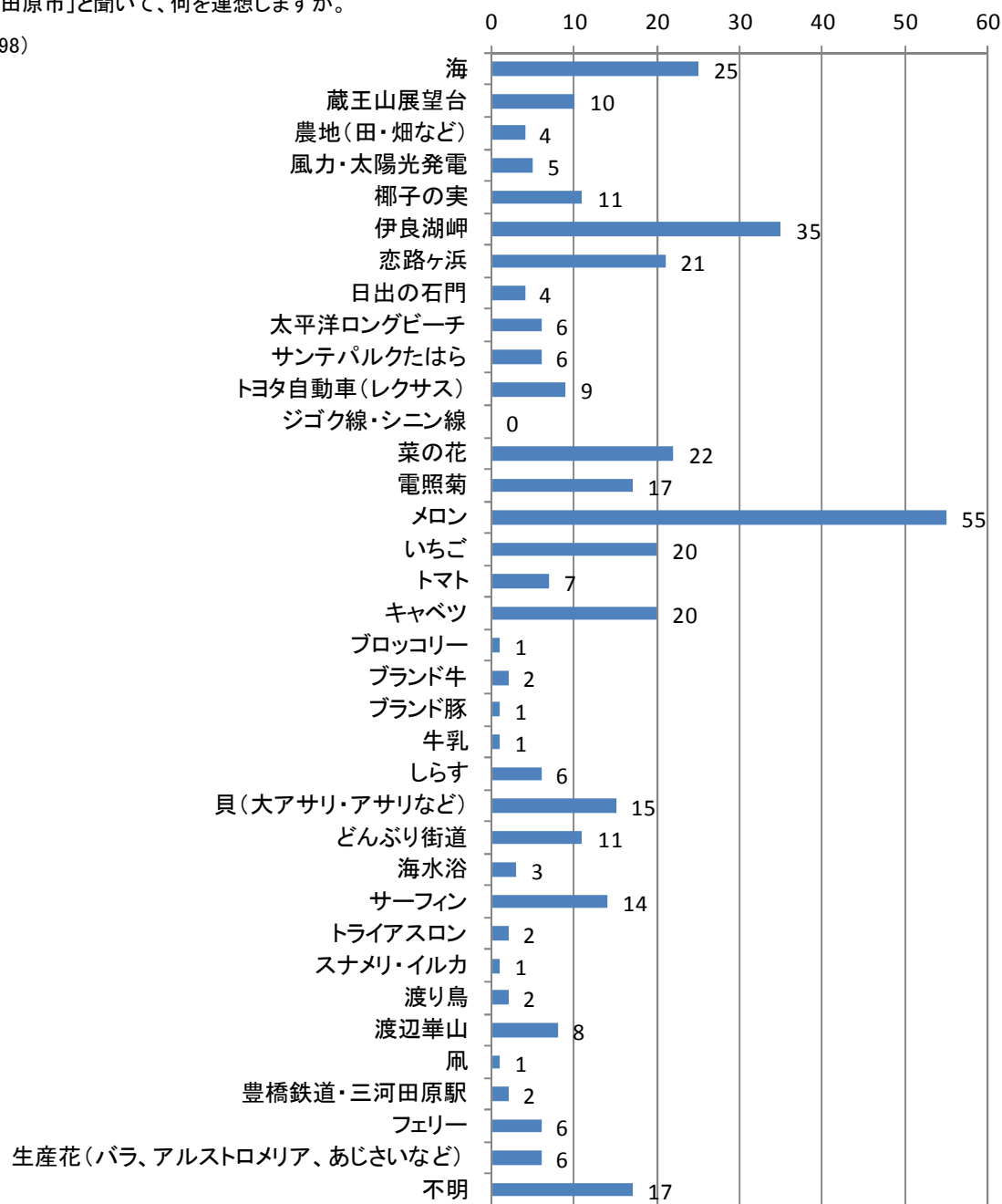


	合計	カテゴリ									
		海水浴客	サーフィン	メロン狩り	いちご狩り	菜の花まつり	サンテバルク田原	伊勢湾フェリー	名鉄海上観光船	レンタカー利用者	ホテル送迎バス
全体	98	9	12	14	10	11	12	10	6	1	13
田原市	11	0	1	0	5	0	4	0	1	0	0
渥美半島	29	2	2	3	3	1	4	6	3	0	5
伊良湖	50	7	4	11	3	9	1	3	2	0	10
その他	12	2	5	0	0	1	1	0	1	1	1
分かりやすい場所はない	2	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1

b) 田原市で連想するもの

[Q]「田原市」と聞いて、何を連想しますか。

(n=98)



b) 候補地として検討した場所

	候補地として検討した場所
海水浴客	福井、内海、仁崎、白谷(2)、特にない(7)
サーフィン客	伊勢国府の浜、静岡、ハワイ(9割が赤羽根)、浜松(遠州灘)、静岡(静波、大浜)、千葉(九十九里)、静岡(御前崎)、特にない(6)
メロン狩り	他の田原市内の施設(3)、特にない・わからない(11)
いちご狩り	他の田原市内の施設(2)、浜松、浜名湖、静岡市、大須賀町、特にない(6)
サンテパークたはら	くくむ 食彩館、デンパーク安城、特になし(10)

c) 施設・場所を選んだ理由

	施設・場所を選んだ理由
海水浴客	<ul style="list-style-type: none"> ・砂浜が広い。(3) ・景色が良い。(3) ・海がきれい。(3) ・自宅から近い・道路がすいている。(4) ・福井は天気が悪かったため。内海は海が汚いイメージ。駐車場も無料でよかった。 ・いつも来ている。海水浴といたらここ。 ・主人が昔来たことがあり、昨年も来た。今年もホテルでのんびりしに来た。 ・行ったことがなかったから。 ・海の家がよい。 ・スイカ割りをしに来た。水遊びはサンテパークです。 ・浮き輪がタダ。 ・休暇村があつて安い。
サーフィン客	<ul style="list-style-type: none"> ・波が良い。(8) ・海がきれい。景色が良い。(3) ・駐車場がある。(5) ・設備が整っている。(4) (・シャワーが欲しい(3)) ・今回は家族と一緒になので、設備の整っている所にした。 ・自宅から近い・道路がすいている。ロコステーションがある。 ・ロコステーション以外にもトイレや水道が整っている。ファミリー向け。 ・飲食店がある。 ・サーフショップがある。 ・多くのサーファーが集まる。毎回来ていて来やすい。知り合いが多い。 ・バリハイ・ロングボード・チームに所属している。 ・コンスタントに波がある。 ・波が良いからと湘南、千葉から人が来る。
いちご狩り	<ul style="list-style-type: none"> ・おいしい・大きい。(3) ・自宅から近い。(3) ・なんとなく。 ・よく知っているから。 ・周辺に他の観光・グルメが充実(菜の花まつり、どんぶり街道)。 ・予約なしでいちご狩りが出来る。 ・広い・場所が制限されない。宿泊したホテルから近い。 ・団体客が入らない。 ・メロン狩りに訪れた際に、いちご狩りができることを知った。
サンテパークたはら (旬採だいにんぐmogu で食事をすることにした 理由)	<ul style="list-style-type: none"> ・おいしい。(4) ・品目が豊富。(3) ・いろいろな野菜が食べられる。(2) ・地元の食材を食べられる。(2) ・産地ならではの食べ方の提案がある。参考にする。 ・子どもと一日遊べる。

	<ul style="list-style-type: none"> ・券をもらった。ロコミ。 ・月に一度フリマがあるので、それを見がてら来る。好きなのでよく来る。 ・ゆっくりできる、見晴らしも良い、従業員がすてき。 ・昼時どこかでと思って寄った。 ・サンテパークのついで。もともとサンテパークの花を見るのが好き。チューリップとかおすすめ。 ・前回来ておいしかったので、今日娘を連れてきた。
伊勢湾フェリー観光船利用者	<ul style="list-style-type: none"> ・景色が良い。(5) ・船旅を楽しめる。(4) ・陸路より早い。(4) ・伊勢・志摩・鳥羽にアクセスしている。(4) ・混雑していない。 ・疲れない。 ・ワゴン車で6人乗って皆で旅行ができる。 ・料金が手頃。鳥羽ー豊橋セットで2,000円。
名鉄海上観光船利用者	<ul style="list-style-type: none"> ・知多半島にアクセスしている。(3) ・陸路より早い。(2) ・混雑していない。
ホテル送迎バス利用者 (伊良湖ビューホテル ホテルを選定した理由)	<ul style="list-style-type: none"> ・景色が良い。(10) ・料金が手頃。(10) ・ホテルからの眺めと電車代を含めた金額が安い。 ・料理がおいしい。(5) ・料理のメニューが豊富でとてもおいしかったです。 ・お風呂がよい。(5) ・清掃が行き届いている。サービスがよい。(5) ・設備がよい。(4) ・非日常を感じられる。(3) ・新聞のチラシを見て。(3) ・名鉄の株主乗車証をもらったから。 ・周辺の観光・グルメが充実。伊勢神宮に行きます。

d)選んだ情報源

	選ぶきっかけとなった情報源
海水浴客	<ul style="list-style-type: none"> ・テレビ(天気予報)、伊良湖にはよく来ていて知っている。 ・いつも来ている。海水浴といったらここ。 ・きっかけは会社の社員旅行。ホテルに泊まり食事たくさん食べられる。 ・ロコステーションでのチラシ。 ・特になし、もともと知っていた。(5) ・24時間テレビ
サーフィン客	<ul style="list-style-type: none"> ・ロコミ(6) ・インターネット(1) ・田原市、渥美半島観光ビューロー以外のホームページ、ウェブサイト、波情報サイト、サーフィンライフ ・ビーチコーミング(携帯サイト) ・無料の波情報携帯サイト ・ロコミ。よく知っている。24時間テレビやダーツの旅でやっていた。
メロン狩り	<ul style="list-style-type: none"> ・田原市や渥美半島観光ビューロー、当施設のホームページ ・フェリーで伊良湖のメロンや鳥羽の宣伝をしている。 ・名鉄観光の仕事をしている。 ・国民休暇村のホームページを見て。メロン狩りバック(3) ・ホテルや道の駅設置のパンフレット、フェリー乗り場のパンフレットで以前見た。 ・旅行情報誌(るるぶ)(2) ・インターネットでの情報。

いちご狩り	<ul style="list-style-type: none"> ・田原市、渥美半島観光ビューロー、当施設の HP(3) ・その他 HP(ネットで”いちご狩り 愛知”で検索) ・めっくんハウスで「予約なしで出来る所」を紹介してもらった。 ・旅行情報誌 ・ホテルや道の駅設置のパンフレット(2) ・よく知っている。(昔からよくきている。) ・以前、通りかかった。フェリーから1番近く、たまたま入ってから、リピーター。 ・サンテパークたはら
菜の花まつり	<ul style="list-style-type: none"> ・看板を見て、通りすがり(3) ・田原市や渥美半島観光ビューローの HP(2) ・ロコミ(2) ・テレビの特集 ・浜名湖 SA で菜の花まつりのチラシを見て。(菜の花マップ) ・ホテルで見た。(旅行会社から案内、休暇村会員 DM、テレビ) ・休暇村のパンフレット
サンテパークたはら	<ul style="list-style-type: none"> ・ロコミ(8) ・もともと知っている(3) ・テレビ
伊勢湾フェリー観光船利用者	<ul style="list-style-type: none"> ・田原市や渥美半島観光ビューロー、伊勢湾フェリーのホームページ(3) ・もともと知っている。(3) ・ブログ・フェイスブック等の個人が発信する情報 ・るるぶ ・会社のツアーで知った。 ・テレビでたかさん(とんねるず)が来たのを見た。それまでしらなかった、その旅番組を見てコースを知った。
名鉄海上観光船利用者	<ul style="list-style-type: none"> ・田原市や渥美半島観光ビューローのホームページ(2) ・年前にビューホテルに宿泊し、情報を入手 ・井筒楼のホームページ、日間賀島を調べてアクセス ・ガイドブック ・ロコミ ・もともと知っている
ホテル送迎バス利用者 (ホテルの情報源)	<ul style="list-style-type: none"> ・新聞のチラシ。(5) ・田原市や渥美半島観光ビューローのホームページ(2) ・テレビ(2) ・旅行情報誌(2) ・旅行会社のパンフレット ・ロコミ

e)当該施設や「田原市観光」に関して、発信して欲しい情報・手段

	発信して欲しい情報・手段
海水浴客	<ul style="list-style-type: none"> ・毎年来ているからよく知っている。 ・インターネット。来る途中にどこへ寄るか調べている。 ・チラシやテレビ、市内情報誌などでイベント情報について。 ・テレビ ・地元なのでよく来る。伊勢に行くときも寄る。楽しみにしている。 ・もともと知っているのもので、特になし。 ・大学に直接パンフレットを送付してほしい。
サーフィン客	<ul style="list-style-type: none"> ・フェイスブックを使つての波情報 ・サーフポイントの情報をインターネットで知らせてほしい。 ・観光できる所をもっとアピールしてほしい。 ・インターネット、日出の門、鈴木コーヒー ・フェイスブック。シークレット情報があり、ショップ仲間だけで盛り上がっている感じがする。

	<ul style="list-style-type: none"> ・満員になってしまうので宣伝してほしくない。観光客とサーファーを別で考えてほしい。水着をレンタルできる場所があると良い。有料で電話したり、ネットにつないだりして、波情報を発信する。新しい人向けのルールブック。駐車場がほしい。 ・観光についてインターネットや携帯サイトで情報を発信してほしい。 ・田原市のホームページで波情報を発信してほしい。
メロン狩り	<ul style="list-style-type: none"> ・仕事で観光バスに乗るため、目にする。 ・田原市や渥美半島観光ビューロー、当施設のホームページ、その他のホームページ ・田原市や渥美半島観光ビューロー、当施設のホームページ ・スーパー渥美に知人がいる。2月頃から計画していた。 ・フェリーで伊良湖のメロンや鳥羽の宣伝をしている。 ・名鉄観光の仕事をしている。 ・国民休暇村のホームページ ・国民休暇村のホームページを見てメロン狩りパックで宿泊した。国民休暇村が安くはずれが少ないので、宿泊先は国民休暇村を一番に考えている。 ・国民休暇村のホームページ(メロン狩りパック) ・ホテルや道の駅設置のパンフレット、フェリー乗り場のパンフレットで以前見た。 ・旅行情報誌(るるぶ) ・職場の保養所の情報誌
いちご狩り	<ul style="list-style-type: none"> ・Twitter(botとか)、Facebookとか。(ブログは、最近見ない。) ・新聞に。 ・出来のパンフ、ポスター、電車(渥美線)の中吊り ・海に近い場所なので、海を見ながらコーヒーや食事が出来る場所等が知りたい。 ・食べ物情報。見るもの・所もわからない。 ・さんてばるく 行きたい 岬 ・地元のテレビ番組
菜の花まつり	<ul style="list-style-type: none"> ・テレビ局の地方ニュース(NHK)、ラジオ ・ネット確認していい時期を選んで ・テレビ、新聞(2) ・タウン誌、ネット ・看板。駐車場の位置が分かりにくい。 ・伊良湖の辺りに目立つ所に ・Facebook ネットからの情報の方が受け取りやすい ・テレビ、雑誌
サンテパークたはら	<ul style="list-style-type: none"> ・イベント情報を豊橋にも発信してほしい。 ・フリー雑誌(はなまる等)。子ども向けのものも。 ・HPにメニューとかが載っていると良い。はなまるはよく見るので、はなまるに情報をのせてほしい。 ・HP ・Net、はなまるにもっと載せてほしい。 ・すでに知り尽くしている。新聞がよい。よく見ている。 ・見所がある場所を知りたい。パンフレットを充実してほしい。 ・若い人が農業に興味を持つようPRしてほしい。
伊勢湾フェリー観光船利用者	<ul style="list-style-type: none"> ・TV、HPは良い。 ・野菜づくり日本一、農業が強い。 ・TV ・TV(旅番組)。伊勢のこのコースを紹介していた。よかった。 ・田原市はお隣なので口コミで入ってくる。
名鉄海上観光船利用者	<ul style="list-style-type: none"> ・息子にHPで船の時間等を確認してもらったから、欲しい情報は入手できたと思う。 ・インターネット、ホームページ ・インターネットで釣りスポット、イカ情報 ・混み具合がわからない。
ホテル送迎バス利用者	<ul style="list-style-type: none"> ・今までどおりでいい。 ・ホテル周辺の交通機関が充実していないため、途中どこにも行けない。

f) 当地以外の「田原市」で行ってみたいところ・食べてみたいもの

	行ってみたいところ・食べてみたいもの
海水浴客	<ul style="list-style-type: none"> ・いちご狩り、メロン狩り。ぶらっと行くなら渥美半島。今は海水浴の時期なので伊良湖。 ・伊良湖シーサイドホテル。ホテルステイのみ。 ・昨年、市街地へ行った。道の駅で食事をして、帰りに買い物をする。 ・大アサリ、どんぶり街道 ・大アサリ、カワグチのかき氷 ・子供が2歳と小さいため、海では泳がない。サンテパークで水遊びをする。 ・初めて来たので、まだわからない。 ・いちご狩り、メロン狩り、サーフィン
サーフィン客	<ul style="list-style-type: none"> ・鈴木喫茶 ・刺身 ・地元の人に聞いて、ローカルな所でおいしい物を食べたい。(パスタがおいしかった) ・どんぶり屋、日出の門、鈴木コーヒー ・大アサリ、飲食 ・大松屋の天井 ・メロン、大アサリ、サザエ、岩ガキ、大松屋、キーパー(サーフショップ)、表浜ほうべの森キャンプ場 ・大松屋 ・メロン、大アサリを食べた。伊良湖岬の先端 ・キーパー(サーフショップ)、日出の石門、鈴木喫茶
メロン狩り	<ul style="list-style-type: none"> ・豊橋のカレーうどん ・スイカ食べ放題。どんぶり街道は興味ある。 ・いちご狩り ・伊良湖岬灯台、鐘。灯台へ行く歩道の看板表示をわかりやすくしてほしい。 ・いちご狩り。今はメロン狩りが時期的にベスト。 ・恋路ヶ浜、田原博物館 ・メロン、大アサリ ・うおすみ(海鮮丼)
いちご狩り	<ul style="list-style-type: none"> ・アサリ。菜の花まつり。(2) ・どんぶり街道、伊良湖、菜の花まつり ・どんぶり街道 ・どんぶり街道。カレーうどん。 ・メロン、大アサリ、菜の花、土日混んでいて入れない ・しでこぶし、滝頭公園(桜)
菜の花まつり	<ul style="list-style-type: none"> ・トマト、グランリゾート ・岬、あさり、メロン ・メロン(2) ・蔵王山、道の駅、穴子井 ・いちご ・伊良湖の魚 ・どんぶり街道
サンテパークたはら	<ul style="list-style-type: none"> ・しらす丼 ・ロコステーション(しらす丼) ・どんぶり街道、あさり ・氷のかわぐち ・海鮮丼 ・しらない。どんぶり街道も聞いたことはあるが、どんなものかも知らない。 ・恋路が浜、大アサリ、カキ、灯台茶屋 ・花の村の跡地にイタリアンレストランがあるらしい。ピザがおいしい。渥美祭りでピザが出ていておいしかった。

伊勢湾フェリー観光船利用者	<ul style="list-style-type: none"> ・海の幸、大アサリ ・大アサリ、せんべい ・嶺山の遺跡関係、食べてみたいものは特になし ・いちご ・伊良湖、大アサリ、「みなみ」の天井
名鉄海上観光船利用者	<ul style="list-style-type: none"> ・メロン(2) ・朝3時～8時のためコンビニのみ
レンタカー利用者	<ul style="list-style-type: none"> ・メロン、あさり
ホテル送迎バス利用者	<ul style="list-style-type: none"> ・メロン ・大アサリ他、海の幸 ・大アサリ、生ガキ ・メロン、トマト ・メロン、海の幸 ・食べてみたいものがわからない。情報がない。 ・田原市の知名度は低い。

g) その他「田原市」のイメージ

	「田原市」のイメージ
海水浴客	<ul style="list-style-type: none"> ・ラグーナとセットで行く。夜ご飯を食べる。 ・海がある。259号線沿いの道のイメージ。メロン。田畑が多い。 ・伊良湖までの道というイメージ。田舎。畑が多い。 ・自然がある。 ・キャベツ、野菜、メロン ・メロン ・農村のイメージ。バーベキューができる。 ・ロングビーチ ・ビーチがある。温暖な気候。
サーフィン客	<ul style="list-style-type: none"> ・ウミガメ ・のどかである。車がゆっくり走っている。 ・WQS大会 ・渥美半島はさびれていてどこも素通りしてしまう。魅力的なスポットがほしい。 ・海、メロン、ウミガメ ・はんにや金田 ・嫁不足。ウミガメ。ロングビーチの波。 ・ウミガメ、スイカ、井筒楼 ・どんぶり街道
メロン狩り	<ul style="list-style-type: none"> ・ユリノキ(たはらの巨木・名木100選)、角メロン、オアシス、コージー富田 ・田原市と伊良湖岬は別だと思っていた。 ・田原のまちへ行こうと思ったが、止めることとした。行くならバスで行こうと思った。 ・田原のイメージでは「あたたかい(気温)」も感じる。蔵王山の夜景も綺麗とのことなので、メロンと夜景でチラシを打つとよいと思う。 ・子どもの遊ぶ場所がない。海に来たのに魚を買うところがない、食べる場所がない。高速道路がない、遠い。夏といえば知多の方がイメージはある。IKEAがあるといい、コストコは常滑に来るので。えびせんの里はコーヒーもあって遊べる、田原にはない。リピーターとしては来ない、何もなし。わかめやひじきを販売していたが、珍しくて良い。キャベツやブロッコリーが日本一でも買うところがない、教科書のようなことを言っても買わない。キャベツを買うために田原には来ない。 ・野菜を食べるなら国内を優先する。そのなかでも地元に近い産地を選ぶ。 ・フェリーのパックでメロン狩りも安くできて良かった。道路などに花があつて綺麗。
いちご狩り	<ul style="list-style-type: none"> ・野菜(キャベツなど)や花が安い ・ビューホテルが出来たころは、ファイヤーショー、踊りとか賑わっていたため良く来ていた。他の地域にもレジャーが出来たから、今は寂れた印象。 ・オアシズ、きゅーりのキューちゃん、はんにや

	<ul style="list-style-type: none"> ・葉竹やビニールハウス、何も無い
菜の花まつり	<ul style="list-style-type: none"> ・田原という地名は初めて聞いた ・うずらの卵、キャベツ畑 ・菜の花のイメージ
サンテパークたはら	<ul style="list-style-type: none"> ・自然 ・メロン ・観光 ・トヨタ自動車、海、やしの実 ・キムタクが豊橋にマンションを買って来ている。トウモロコシ、日出の石門 ・トウモロコシの畑がすごい。
伊勢湾フェリー観光船利用者	<ul style="list-style-type: none"> ・海、花畑 ・来る道中、メロンの看板を見た。 ・野菜 ・壺山会館周辺、お祭り(花火)、42号線沿いの自転車ロードはおすすめ。
名鉄海上観光船利用者	<ul style="list-style-type: none"> ・花、トヨタ ・田原市を知らない。知っているのは伊良湖くらい。 ・釣り(イカ)
ホテル送迎バス利用者	<ul style="list-style-type: none"> ・景色の良い所(4) ・伊良湖＝田原市ということを知りました。マリンスポーツが盛んだったり、美味しい食べ物がたくさんあるので、多くの人に広まるといいと思いました。交通の便がもっと良くなるといいと感じました。

3)市外事業者ヒアリング又はアンケート調査

①旅行社、情報誌、マスメディア

田原市のイメージ、観光資源の認知度、旅行商品に求める条件、田原市活用の可能性などの調査を行った。

対象	新聞社、テレビ局、ラジオ局、旅行雑誌・レジャー情報誌編集社、旅行会社等
方法	郵送による調査票発送・FAXによる回収 ※テレビ局や編集社については、番組あるいは雑誌担当者宛にて発送 ※一部旅行会社については電話による直接聞き取り
実施時期	2014年2月
聞き取り項目	<ul style="list-style-type: none">・ 田原市のトピックスに対する記事掲載の有無および掲載価値について・ 価値や魅力を感じる田原市(渥美半島)の資源について・ 自治体等が報道発表で留意する事項について・ 田原市や渥美半島、伊良湖等の用語の使い分けについて
回収数	11 機関

一部の調査結果については、回答者が特定される内容が多く含まれることから、掲載を省略する。

■調査結果(一部)

a) 田原市(渥美半島)において記事となった事柄

[Q] 田原市(渥美半島)において過去1年あまりに行われた以下A~Uの事柄について、記事として取り上げる価値の有無を、それぞれ1~5の中から1つずつ選んで下さい。「1:全国レベルの記事として取り上げた」、「2:地域の記事として取り上げた」、「3:知っていたが、記事にしなかった」、「4:知らなかったが、興味を惹かれる」、「5:知らなかったが、興味を惹かれない」

	地元新聞社、 主要紙 豊橋支局			専門 新聞社	名古屋テレビ局			専門誌編集者等		
A 郷土料理「渥美あさりの押し寿司」販売開始(毎年1月)	2	2	2	4	5	3	4	4	4	4
B 「渥美半島どんぶり街道」でスタンプラリー開催(1月)	2	2	2	1	3	3	5	5	5	5
C 渥美産の天然あさり収穫最盛期(毎年3月)	3	2	2	4	2	2	2	3	4	4
D 四月八日の「貝の日」に渥美半島貝まつり開催、48円ランチを販売(4月)	2	2	2	5	4	3	4	4	4	4
E 「日本一の花の生産地から、日本一花を贈るまち」を目指す取り組み開始(4月)	2	2	2	4	2	2	5	5	4	4
F 表浜海岸でアカウミガメが産卵(毎年5月)	2	2	3	4	2	2	2	3	4	4
G 愛染明王とクローバーにちなんだ「幸せの四つ葉プロジェクト」グッズ販売(7月)	2	1	2	5	3	3	5	5	5	5
H 渥美農業高校が開発した四角いメロン「カクメロ」出荷(毎年7月)	2	2	2	4	2	2	2	3	5	5
I ココナッツビーチ伊良湖、東海地区で最も早い海開き(毎年7月)	2	2	3	4	3	2	2	5	5	5
J 赤羽根海岸でサーフィン世界大会が開催(毎年7月)	2	2	3	4	3	2	5	5	5	5
K 海水浴場で「ビキニでメロン」開催、ビキニで来場するとメロン食べ放題(8月)	2	2	3	4	2	3	4	4	5	5
L 国内最大81MWのメガソーラー建設開始(8月)	2	2	3	4	2	2	4	4	4	4
M 安藤忠雄事務所設計「三河田原駅」新駅舎完成(10月)	2	2	2	5	2	2	4	5	4	4
N 田原市観光PRアイドルグループ「La 花ノたみ」誕生(10月)	2	3	2	5	3	3	5	4	5	5
O ヤクルトスワローズ小川泰弘投手「渥美半島夢大使」に就任(10月)	2	2	2	5	3	3	5	5	5	5
P 市特産品のキャベツを使ったコロッケ「キャベコロ」を商品化(11月)	2	2	2	4	3	3	4	4	5	5
Q ゆるキャラ「キャベゾウ」と「かいくん」が「渥美半島☆観光大使」に就任(12月)	2	3	2	5	3	2	5	5	5	5
R 全国に先駆け春の訪れを告げる「渥美半島菜の花まつり」開催(毎年1月)	2	2	2	4	2	2	2	4	5	5
S 全国一の野菜生産地で野菜の魅力をPRする「野菜ソムリエ」20人誕生(1月)	3	2	3	4	3	2	4	5	4	4
T 渥美半島大あさりを使った新たな特産品「あさり半平太」を開発(2月)	2	2	2	4	4	3	4	4	5	5
U 全国一の出荷量を誇るキャベツの収穫体験をするバスツアー開催(2月)	3	2	3	4	2	3	4	4	4	4

※「1:全国レベルの記事として取り上げた」、「2:地域の記事として取り上げた」、「3:知っていたが、記事にしなかった」、「4:知らなかったが、興味を惹かれる」、「5:知らなかったが、興味を惹かれない」

b) 田原市(渥美半島)において記事となった事柄に対する評価

[Q]「全国レベルの記事となる価値あり」「地域の記事として取り上げる価値あり」を選んだ項目について、どのような点を評価されますか。

E 「日本一の花の生産地から、日本一花を贈るまち」を目指す取り組み開始(4月)

・「日本一の花の生産地」ということは広く知られてなく、大きな特徴であり、「花を贈るまち」のイメージは良い。

F 表浜海岸でアカウミガメが産卵(毎年5月)

・アカウミガメの産卵は自然の豊かさの象徴であり、海のまちとしてPRできる。
・地域ぐるみで海岸を守る取り組み

G 愛染明王とクローバーにちなんだ「幸せの四つ葉プロジェクト」グッズ販売(7月)

・障害者の就労支援に結びつけている点
・取り組みが全市的に広がり、クローバーを核にノーマライゼーションの実現に進んだから。また、シティセールスや地域活性化の要素も含んでいたため。

H 渥美農業高校が開発した四角いメロン「カクメロ」出荷(毎年7月)

・カクメロは毎年だが、生徒達が今年「会社」形式で生産・販売(販促商品も開発)していたため。
・渥美農業高校という学生が開発した点が面白い。四角いメロンも映像的にインパクトがある。
・高校生のアイデアがユニーク

I ココナッツビーチ伊良湖、東海地区で最も早い海開き(毎年7月)

・海開きが一番早いというのも夏の大きな話題になる。

L 国内最大81MWのメガソーラー建設開始(8月)

・エネルギーに関心が高くなるなか、注目を集めるのではないか。

M 安藤忠雄事務所設計「三河田原駅」新駅舎完成(10月)

・田原の観光案内拠点となったため。設計者は話題とっていない。

R 全国に先駆け春の訪れを告げる「渥美半島菜の花まつり」開催(毎年1月)

・渥美半島観光の目玉であり、写真映えもするから。
・菜の花といえば田原市というイメージが定着し、春の訪れを伝えるニュースにしている

P 市特産品のキャベツを使ったコロツケ「キャベコ」を商品化(11月)

・民間事業者が主導である点

②市場、スーパーヒアリング

田原市特産品の評価、商品選択の条件などの調査を行った。

対象	市場、食品スーパー等
方法	訪問聞き取り、電話・メール等
実施時期	2014年2月～3月
聞き取り項目	<ul style="list-style-type: none">・ 田原市の農産物・花きの取扱い状況・ ブランド力のある品目、消費者への訴求力・ 産地のセールス活動とその評価・ 産地と連携した販促活動の可能性 等
聞き取り先	10 機関

調査結果については、回答者が特定される内容が多く含まれることから、掲載を省略する。

4) 転入者(UJIターン)ヒアリング又はアンケート調査

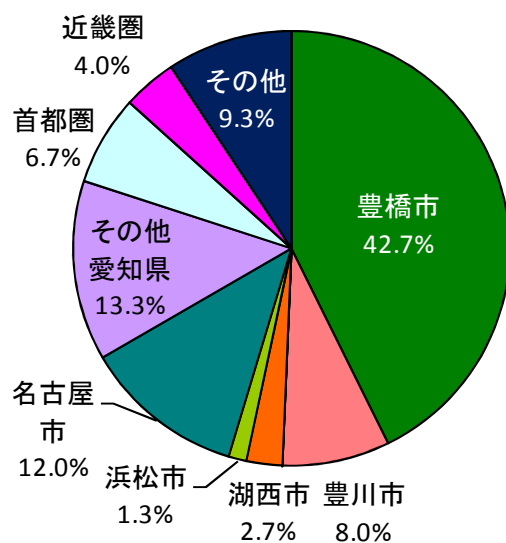
田原市に居住するきっかけ、住みよさ、田原市の優れているところ・欠けているところなどの調査を行った。

① 転入者アンケート調査

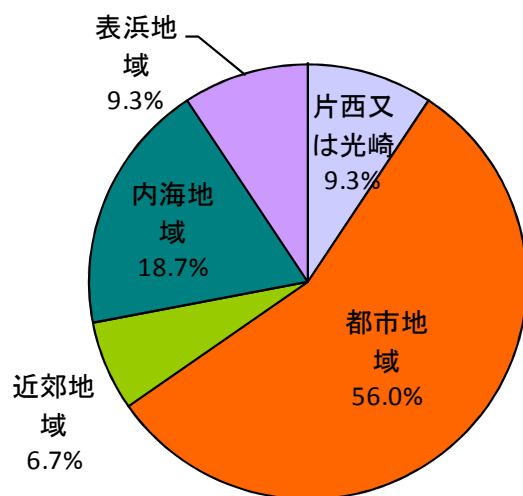
目的	田原市の居住の場としての価値(ブランド力)やイメージを把握
調査形式	郵送による配布・回収
回答期間	2013年11月29日(金)~2013年12月20日(金)
調査対象、回答数	過去6年以内に田原市に転入し、1年以上在籍している者200名 回答者数75名(回収率37.5%)
調査項目	<ul style="list-style-type: none">・ 田原市に転入する前の居住地・ 現在の居住地・ 現在の住宅の種類・ 世帯の主たる生計者の職業・ 世帯の主たる生計者の勤務地・ 転入する前の田原市について・ 田原市に居住するきっかけ・ 居住地を検討する際に、「田原市」に関する情報の収集手段・ 居住地として田原市を選んだ理由・ 実際に田原市で暮らしてみても魅力に思うこと・ 田原市の地域イメージとして連想するもの・ 田原市のお勧めの飲食店・ 田原市のお勧めのお土産・ 田原市のお勧めのスポット

■ 調査結果

(1) 田原市に転入する前の居住地

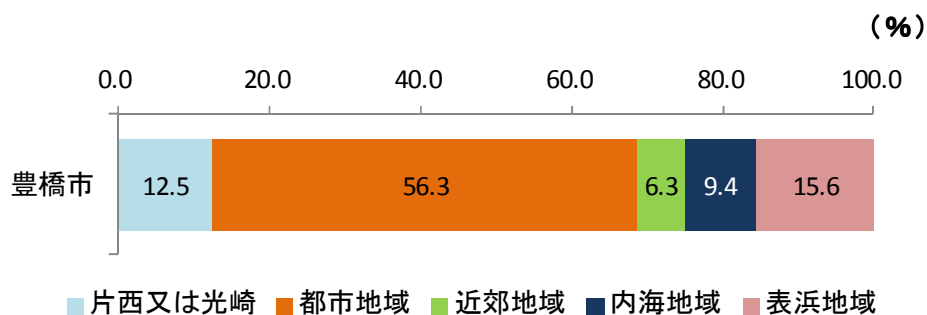


(2) 現在の居住地

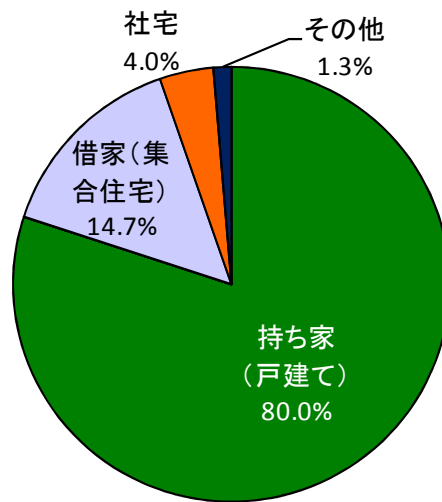


- 1. グリーントウン大久保【回答者無し】
- 2. 夕陽が浜【回答者無し】
- 3. 片西又は光崎
- 4. 都市地域(田原東部、童浦、田原中部、衣笠、神戸、六連校区のうち「3」以外)
- 5. 近郊地域(田原南部、大草、野田、高松校区のうち「1」以外)
- 6. 内海地域(泉、清田、福江、中山、亀山校区のうち「2」以外)
- 7. 表浜地域(赤羽根、若戸、和地、堀切、伊良湖校区)

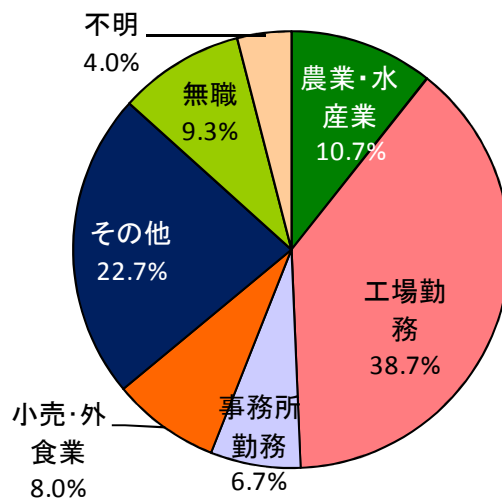
○豊橋市からの転入者の現在の居住地



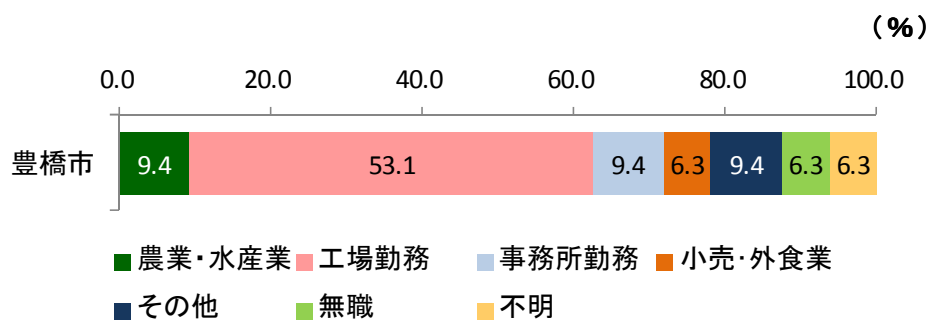
(3) 現在の住宅の種類



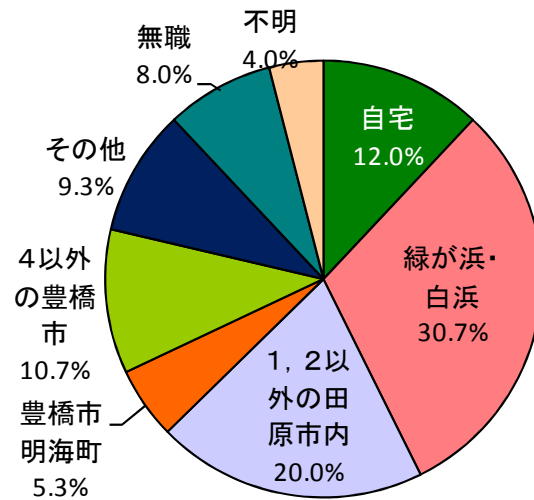
(4) 世帯の主たる生計者の職業



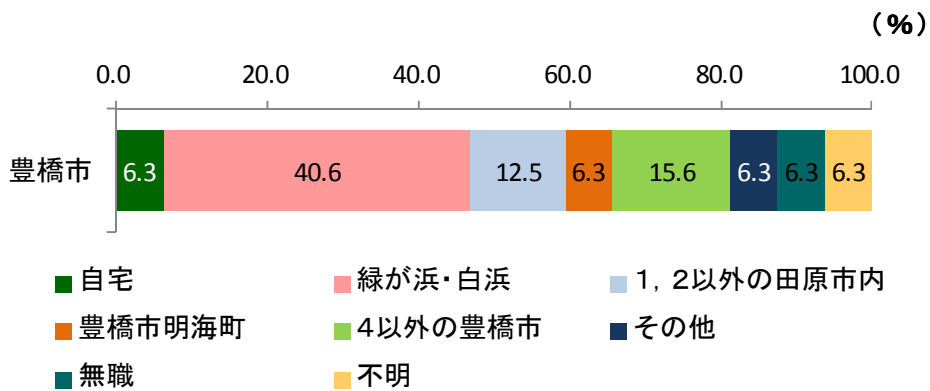
○豊橋市からの転入者の現在の居住地



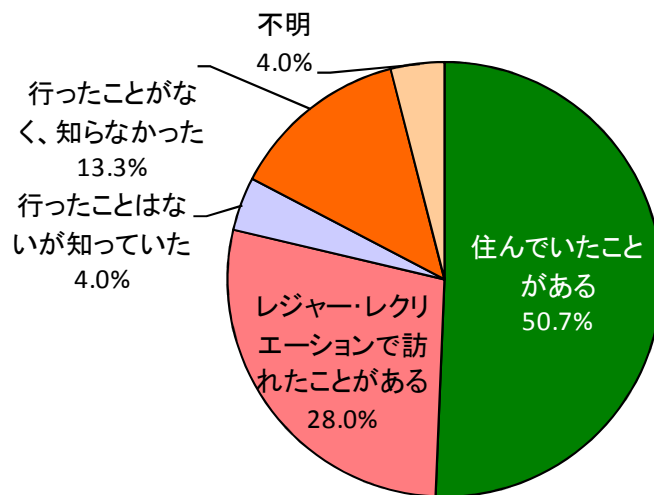
(5) 世帯の主たる生計者の勤務地



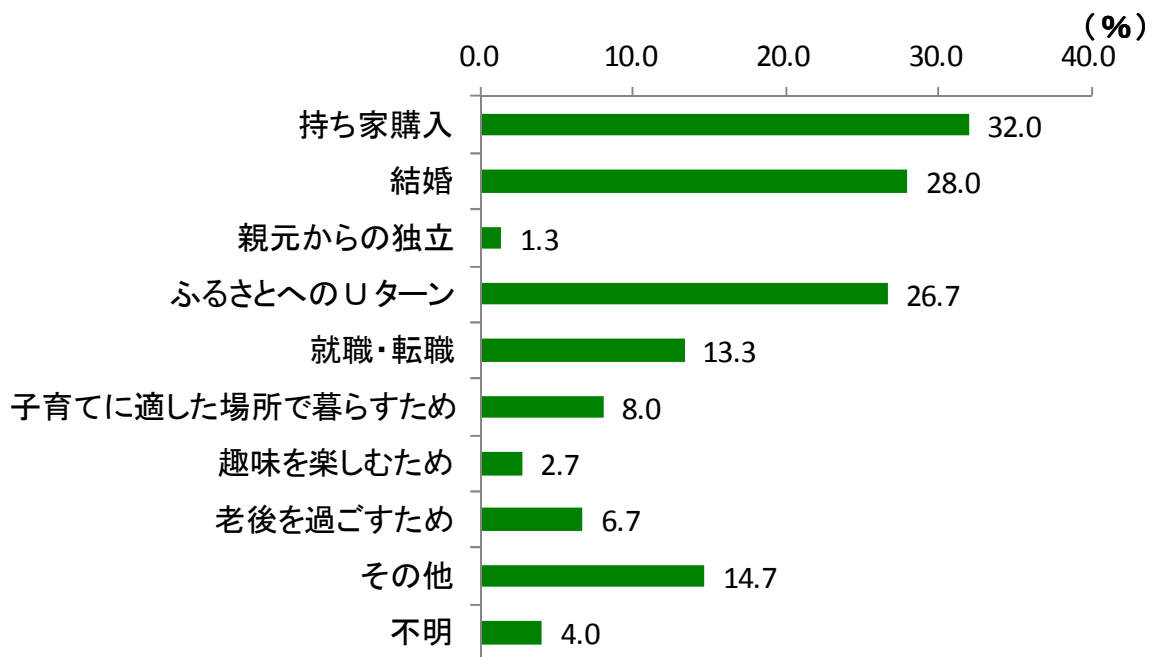
○豊橋市からの転入者の現在の居住地



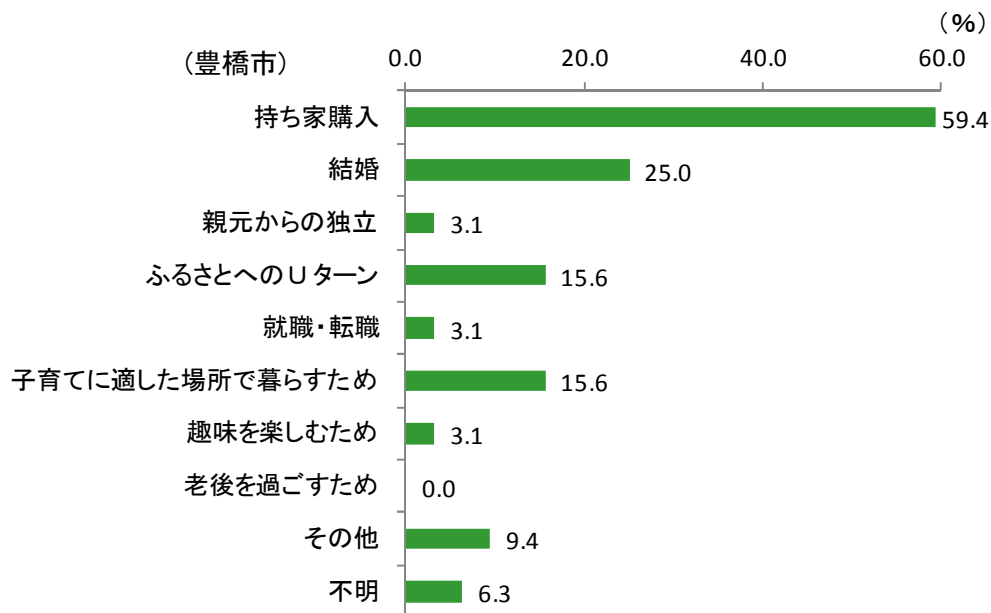
(6) 転入する前の田原市について



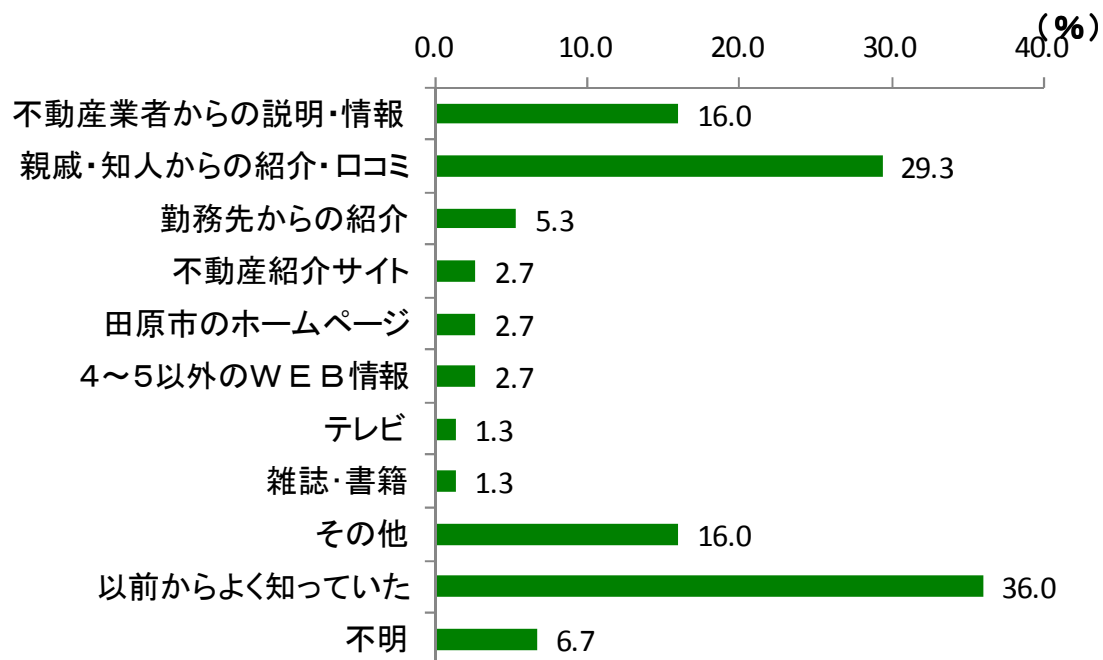
(7) 田原市に居住するきっかけ
(主なもの2つまで)



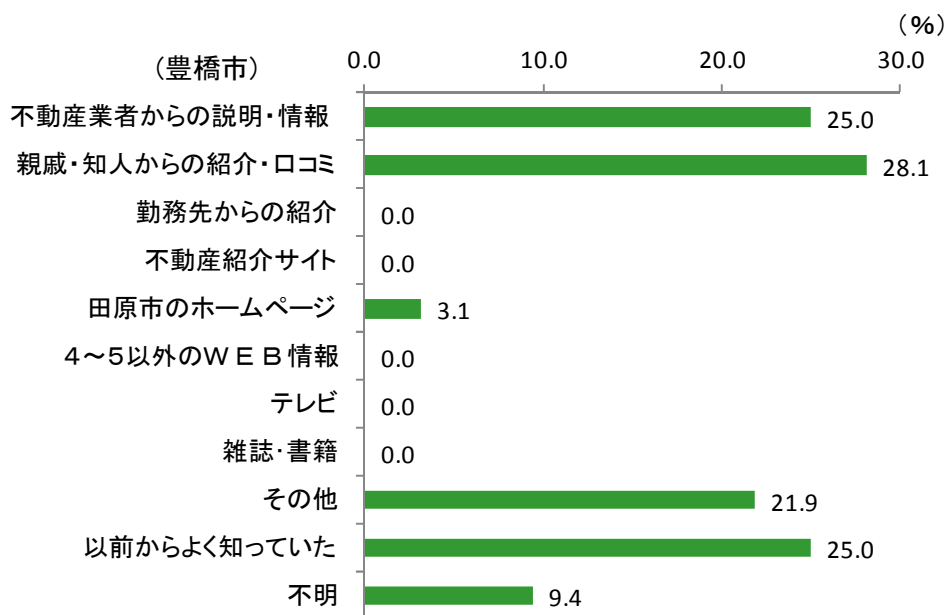
○豊橋市からの転入者の現在の居住地



(8) 居住地を検討する際に、「田原市」に関する情報の収集手段
(主なものを2つまで)

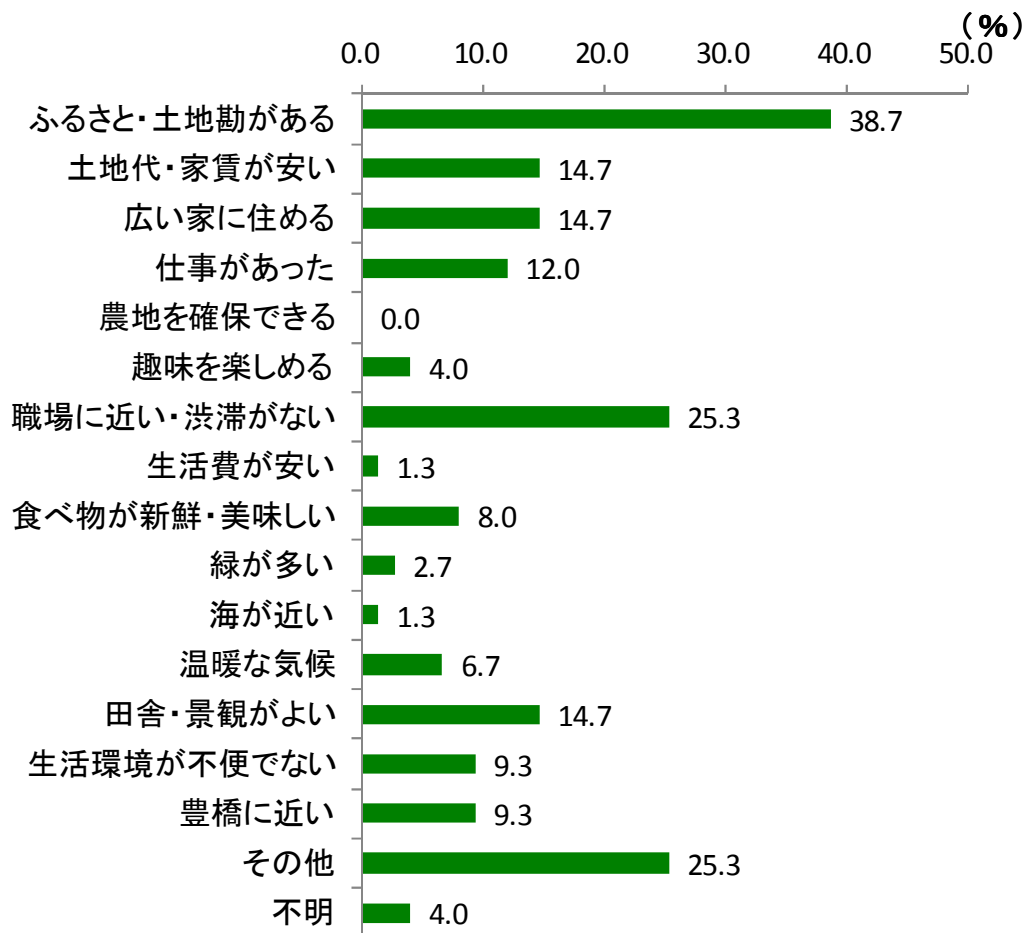


○豊橋市からの転入者の現在の居住地

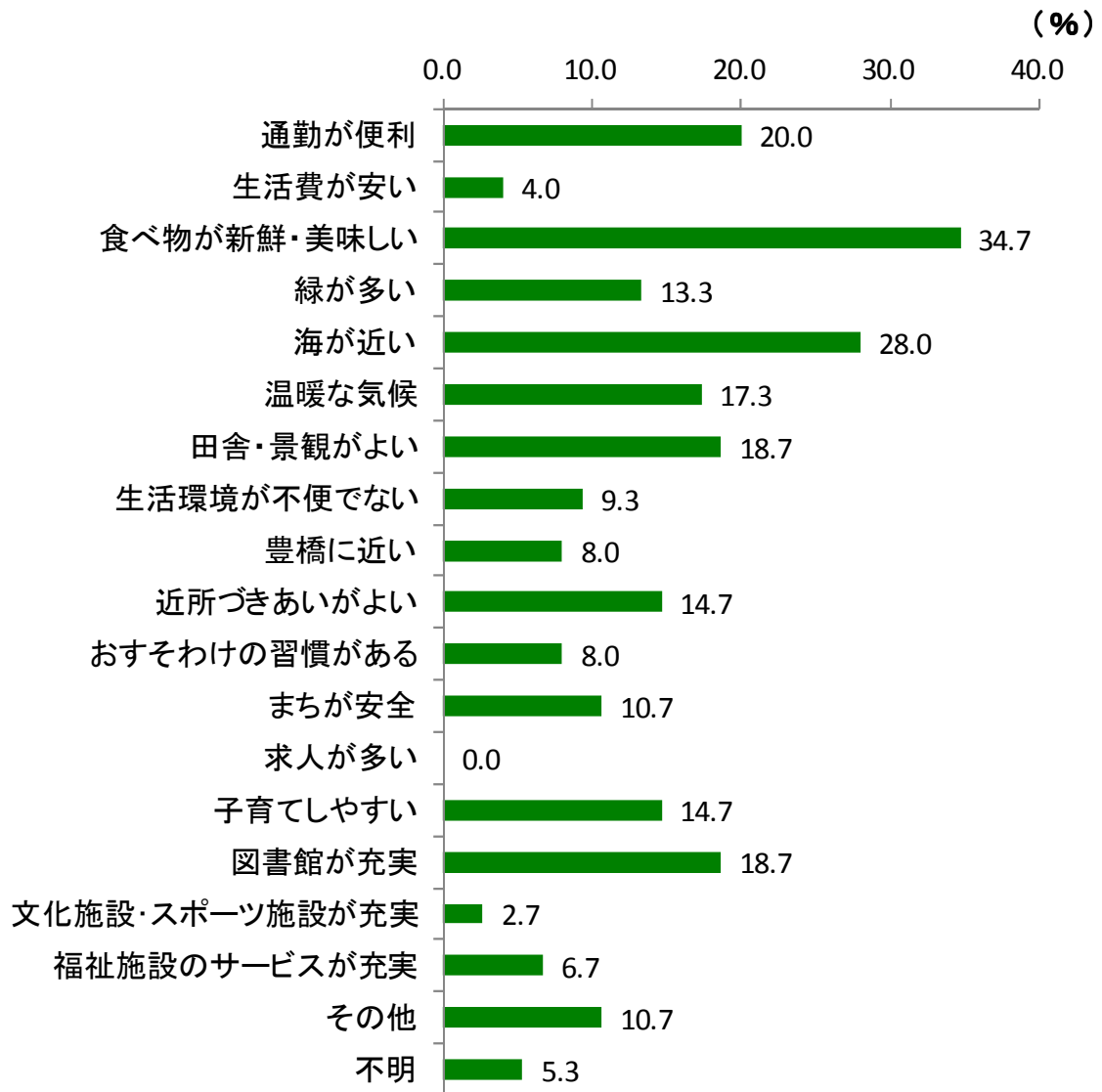


(9) 居住地として田原市を選んだ理由

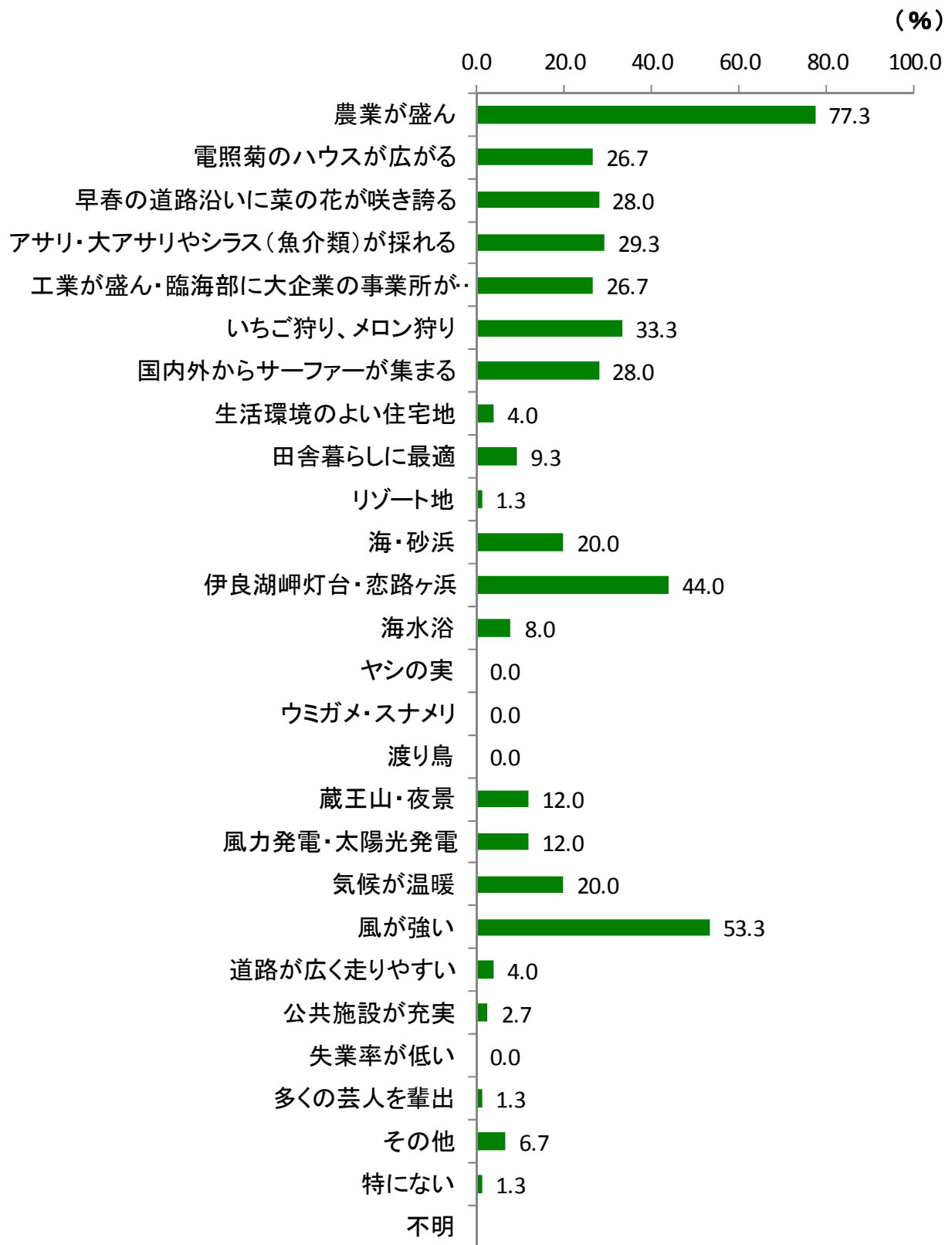
(主なものを3つまで)



(10) 実際に田原市で暮らしてみても魅力に思うこと
 (主なもの3つまで)



(11) 田原市の地域イメージとして連想するもの
 (主なもの5つまで)



(12) 田原市のお勧めの飲食店

(主なもの2つまで)

回答者数	名称	お勧めのポイント(具体的に)
5	海	中華だが、味付けが濃くなくておいしい。安くておいしい。魚介類やユニークでおいしい一品料理。ゆっくり過ごせて料理もおいしい。全て美味しい。
5	さくや	天ぷらがサクサクでおいしい。おいしいです。仕事が丁寧。天ぷらが良い。何でもおいしい。
5	とんかつやまと	渥美ポークが美味しい！ボリュームがあり、カツもサクサクしていて美味しい。家が近い。友人でもある。田原でとんかつと言えばやまとです。ボリュームもあり美味しい。とにかくおいしい。
5	みかわの郷	客席の取り方が良く、落ち着く。うどん店。こしがあり味付けが良い。美味しい。メニューの種類が豊富で美味しい。どの料理もおいしい。子どもからお年寄りまで行ける。
4	旬採だいにんぐ mogu (サンテパルク内)	新鮮な野菜をたくさん使われたビュッフェで味も美味しい！安くてバイキングの種類も豊富でおいしい。いろいろな地元野菜料理が食べられる。バイキングスタイルで子どもからお年寄りまで、おいしく、食べたい物を食べただけ選んで食べられる。
4	T's	ランチランチがボリュームもありおいしい。おいしいから。美味しい。若い人向けの感じ。
4	王府	本格中華。おいしいから。座敷があるから。本格的中華。少し高いがおいしい。
4	大松屋食堂	天井の量が多い。野菜もの、ご飯共に。ボリュームがあって旨い。ボリュームのあるアツアツの天井はお得感がある。ボリュームのあるメニューばかりです。
4	ハッピーバレー	パスタ、ピザがおいしい。注文するとサラダ類食べ放題。前菜、ドリンクが食べ放題、ピザも薄くておいしい。
3	ohaco	パン、ランチ、スイーツ、どれもおいしい。モーニング、パン、雑貨。美味しいし、雑貨もかわいい。
2	いろは茶屋	楽しく、おいしく食事ができる。いろいろあっておいしい。
2	グリル華	こだわり野菜を使っていておいしいです。どんぶり街道の中で穴子天井がおいしい。
2	じゅうじゅう家	量が多い。家族で楽しめる。
2	鈴木屋	しらすがおいしい。生のしらす干しはともおいしい。
2	灯台茶屋	魚介類が新鮮。
2	マザーポケット	ゆったりとした空間でコーヒーを飲む。対応がよく親切だった。
2	みなみ	魚がおいしい。伊良湖岬で地元魚が食べられるお店。
1	あるる	日曜のモーニング、パン食べ放題。
1	伊藤屋	コーヒーがおいしい。
1	うおすみ	魚介が新鮮、スタッフの対応が良い。←大切。
1	笑徳	カルビが絶品。
1	えんざ	お酒が楽しく飲める。
1	カーサヴォーノ	美味しい。若い人向けの感じ。
1	北の国から	おいしい。
1	喫茶かわぐち	かきごおり
1	喫茶サムソン	夏に行った時にカキ氷が値段のわりにたくさんの量でよかった。
1	喫茶はなのき	ゆったりとした雰囲気で軽食ができる。ランチが安くてウマイ。
1	きらく	太巻きがおいしい。
1	黒田屋	ラーメンがおいしい。(セントファーレ内)
1	こもぼん	おいしい。子どもに優しい。センスが良い。←大切。
1	四季亭	安くて美味しい。来客を連れて行っても間違いのない。法事に使用。
1	玉川	とんてきとイカフライがおいしい。
1	長栄軒	安く、いろんな種類がある。キャラクターものが多い。いろいろあって子どもが喜ぶ。
1	どんきゅう	安くておいしいうどん、かきあげ。(めっくんハウス内)
1	ないき	なんでもある。旨い。
1	なごみの郷	メニューがいろいろあって良い。
1	ハートランドセブン	-
1	はなうたパン屋	キーマカレーパンがおいしい。
1	浜千代うどん	昔から変わらず、とてもおいしい。
1	ビューホテルのラン	目の前で作ってくれて出来たてを食べられる。

回答者数	名称	お勧めのポイント(具体的に)
	チビュッフエ	
1	福忠	中華でしっかりした味です。
1	ホット赤羽根	とてもおいしい。また、ロングビーチに近く、景観が良い。
1	丸武鮮魚店	とにかく新鮮。安くて美味しい！
1	みかわの郷・なごみの郷	子どもからお年寄りまで行ける。
1	岬家	新鮮な魚料理は最高。店の雰囲気。店の人も親切。
1	みの家	値段のわりにボリュームがあり美味しい。
1	むらかみ	-
1	めん福	チャーハンの焼豚がおいしい。
1	もく	オリジナルお好み焼き。
1	よしの	日替りランチが良いです。おもてなしの時に利用したい。

(13) 田原市のお勧めのお土産

(主なもの2つまで)

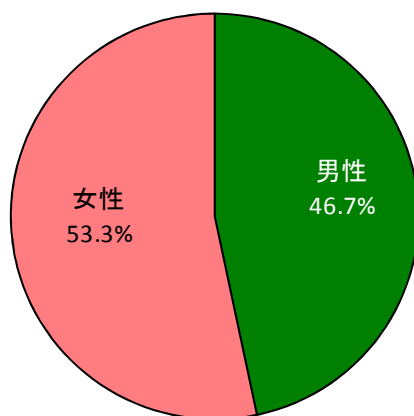
回答者数	名称	お勧めのポイント(具体的に)
52	あさりせんべい	あさりの入ったせんべいは他にはなく、味もおいしい。日持ちするので良い。ただただウマイ！種類も数多く扱っている。田原市だけしか売ってないから(名古屋にもない)。幅広い年齢の人に喜ばれるから。贈って喜ばれる。気軽に買えて食べやすい。日持ちするし、田原名物のあさり入りなので。これ以外のお土産を見ない。TVでもやっていたから。アサリまるごと入りで美味。万人受けする。海老でもイカでもタコでもなく、あさりが入っているところ。おやつだけでなく酒のつまみに最適。地元のアサリを多く使用している。田原といえばあさりせんべい。品が良い関菓子店。あさがそのまま入っているから。バラエティに富んでいる。等
26	メロン	甘くておいしい。渥美農業高校の角メロン。他県の人でも田原＝メロンと必ず言って喜んでくれる。高級感があり、進物に最適である。特産品なだけあって安くて美味しいです。安い。食べ頃メロンが買える。とにかく有名。メロン＝高級品というイメージがあるらしく、とても喜ばれた。全国どこに行っても驚かれる！特に「純系」っていいのですか？今まで食べたメロンと違うといって喜ばれます。マスクメロンより価格が安く、味が濃厚で良い。等
4	大あさり	土産に持って行くと大きくてびっくりされる。他で見ることない。この地域ならではの産物である。(他地域ではあまり見かけない)
3	しらす	新鮮おいしいから。
2	あさり	年中おいしい。おいしい。
1	カクメロン	伊良湖らしい。
1	マスクメロン	贈って喜ばれます。
1	温室メロン	贈った相手から悪くなさそうな反応。
1	メロン、いちご	-
1	メロン・トマト商品	メロン、トマト本体もとてもおいしく、それらを使った商品も豊富でうまい！
1	新鮮な野菜、メロン	トマト、ブロッコリー、キャベツは特においしいと思った。
1	新鮮な野菜、農産物	安くて新鮮な野菜は市外の人に喜ばれている。
1	イチゴ	いちご狩りが大人も子どもも楽しく、写真もいちごをバックに撮ると、良い思い出の写真になる。
1	温室みかん	あまくて美味しい。
1	保美みかん	食べておいしく、贈って喜ばれる。
1	道の駅の野菜	安い、新鮮、量が多い。
1	コウベ	果物、野菜、安くておいしい。
1	めっくんはうす	種類が多い。安い。
1	made in 田原セット	作り手の気概が良い。
1	あさりの押し寿司	あさりの味付けが薄味で良い。
1	ヤマサのちくわ	ちくわだけでなく、はんぺんやいろいろな味がある。

(14) 田原市のお勧めのスポット

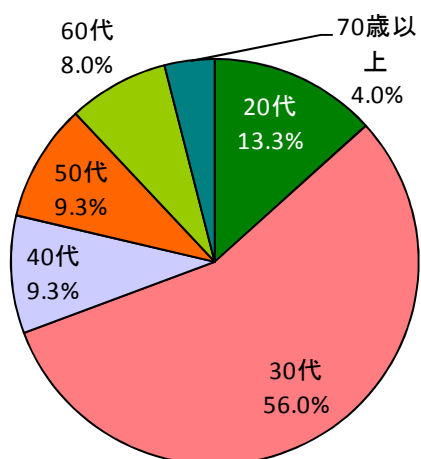
(主なもの2つまで)

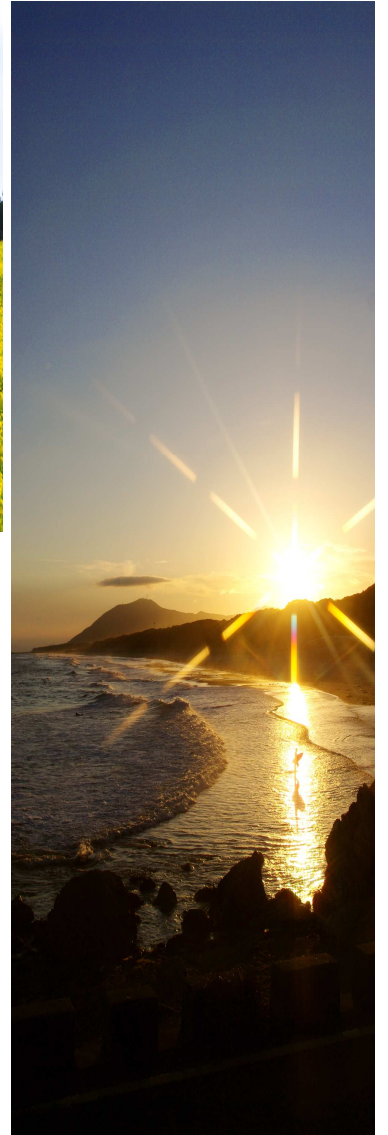
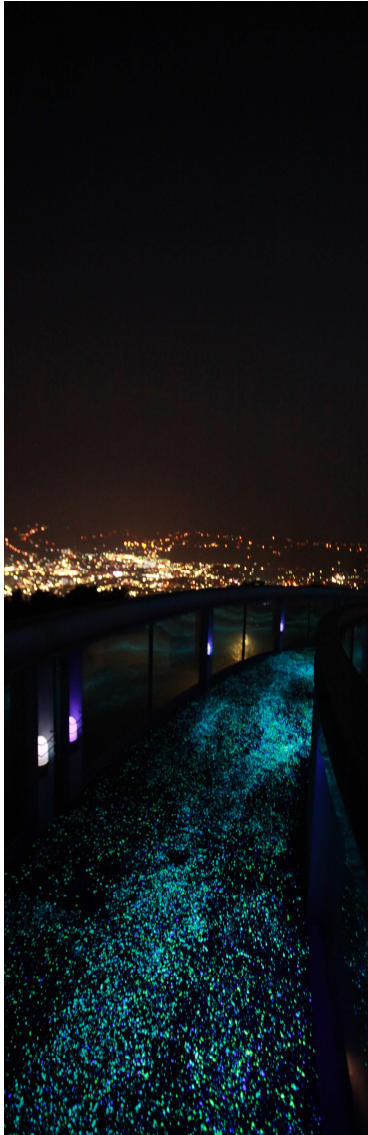
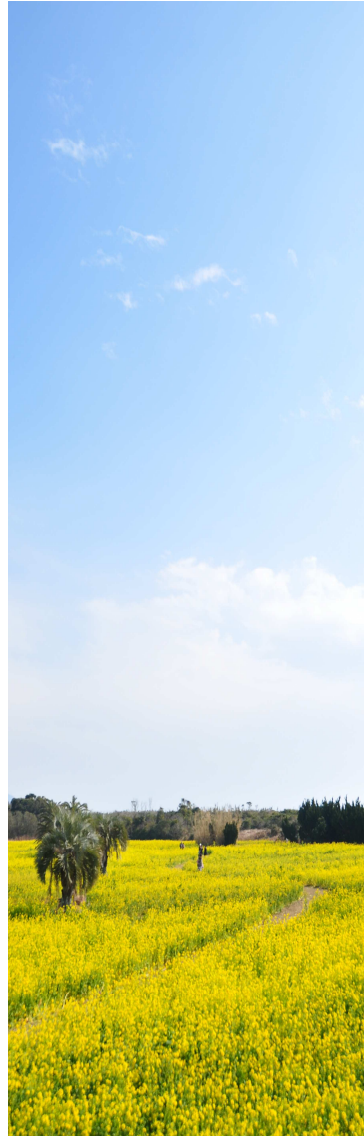
回答者数	名称	お勧めのポイント(具体的に)
16	蔵王山	夜景がキレイ。夜景が良い。360°の絶景。ドライブも良く、ハイキングも良い。すぐ登れる所。渥美半島を見渡せ、富士山が小さいながらも見る事ができる。気軽に登れる。等
15	サンテパークたはら	レストラン mogu のバイクンクが良い。季節の花が美しい。農産物の直売所がある。動物とふれあえ、体験もでき楽しめる。子どもを遊ばせるのに良い。地元でとれた野菜が安くておいしい。公園が充実している。小動物と触れあえるし、アスレチックや公園の遊具も充実している。無料で楽しめてイベントがある時は特にお勧め。子ども達が楽しそう。一日中子どもと遊べる！夏は子どもが水遊びできる場所があり、地元産のバイクンクもオススメです。等
13	伊良湖岬	海で遊べる、楽しめるため。サーファーの世界大会がある。(夏)釣り美しい。海水浴ができます。海を見に行くだけでも気持ちが良いです。景観が良い。海鳥が多い。海、大アサリ。ビューホテルからの景色。
5	恋路ヶ浜	鷹の渡りが見られ、島崎藤村の歌詞にも歌われているので。きれい。ロマンチック。散策に向いていて景色がよい。大あさが食べられる。海がきれい。夜景がキレイ。
4	伊良湖	灯台、景色、砂浜が見どころ。とてもきれい。景色がきれい。アサリがおいしい。
4	伊良湖岬灯台	夕方の景色がすてき。朝日も夕陽も見られてきれいです。恋愛成就のパワースポット。特大焼きあさが食べられる。
4	白谷海浜公園	夏は海水浴。潮干狩りができるのもポイント高いです。駐車場が広く、子どもも遊びやすい。海水浴ができる。芝生と海が気持ちいい。きれいに整っている。海で遊べる、楽しめるため。
4	ロングビーチ(赤羽根)	夏もいいですが、朝日や夕陽(秋・冬)も良いです。トイレ、シャワーがある。景色がいい。
3	伊良湖ビューホテル	屋上は朝の天気よく見かける光景です。ビューホテルからの景観が大変美しい。お風呂と屋上の眺めが良いから。
3	めっくんハウス	お野菜が安く、珍しい野菜やおみやげ品、食事処もあってゆっくりできる。100円コーナーが良い。
3	図書館	本がとても充実している。渥美で借りても田原に返してもいいとか。椅子や机もたくさんある。雰囲気も良く、気持ち良く使えて良いです。広く、席も多くあり、利用しやすい。
3	菜の花	菜の花迷路が楽しめる。もっともっと広く、きれいに整備すると良くなると思う。なばなの里みたいに。一面の黄色がとてもキレイ。
2	いちご狩り	楽しい。美味しい。大きいいちごがお腹いっぱい食べられる。
2	表浜	投げ釣(キス、スズキ、ブリ)海が良い。
2	蔵王山展望台	正月の晴れた日には富士山が見えることも！富士見デッキから富士山がきれいに見えます。
2	蔵王山の夜景	近場でキレイ。50万ドルの夜景です。デートスポットになります。
1	伊良湖の海	海は汚いけど、歩ける道ができてドライブに良い。
1	伊良湖岬までの道	どんぶり街道や〇〇狩り。岬では大アサリが食べられて良い。
1	海、砂浜	どこでも見られるから。
1	西ノ浜	ひとりになれる。
1	内海	船釣(アジ、キス、カワハギ)
1	フェリーの船着き場から見た夕陽	これも本当に大変美しい。
1	緑が浜公園	パターゴルフやバーベキューなどができる。
1	PEANUTS	品質の良い革製品。店長と奥さん。
1	泉福寺	秘境っぽい。
1	滝頭公園	四季の花が充実。散歩しやすい。
1	明星ライブラリー	各種情報の提供、日曜のワークショップと店長とダンナさん。
1	安田農園	いちご狩りのいちごが超うまい！

■回答者属性
性別



年齢





田原市シティセールス推進計画

田原市政策推進部経営企画課
〒441-3492 愛知県田原市田原町南番場 30 番地 1
TEL:0531-27-8603 FAX:0531-23-0180
URL:<http://www.city.tahara.aichi.jp/>