

第2次 田原市 観光基本計画

地域を誇り人が輝く
観光によるまちづくり



計画期間：令和2年度から令和11年度

令和2年3月策定

 田原市

目次

第1章 計画の策定にあたって

- 1-1 計画策定の背景 1
- 1-2 計画の位置付け 2
- 1-3 計画期間・スケジュール 5

第2章 田原市の観光を取り巻く現状と課題

- 2-1 観光の潮流 6
- 2-2 田原市の観光の現状 8
- 2-3 前計画の実施状況の評価 10
- 2-4 調査結果 12
- 2-5 田原市観光の課題 21

第3章 基本理念と観光振興の方向性等

- 3-1 基本理念 24
- 3-2 観光振興の方向性 24
- 3-3 数値指標 26

第4章 6つの観光振興の柱と推進施策

- 1 市民が主体となる観光振興 27
- 2 観光資源の開発・磨き、つなぐ 29
- 3 訪日外国人旅行への取組強化 35
- 4 観光基盤の整備 36
- 5 観光推進体制の整理・強化 38
- 6 情報発信・PRの強化 39

- おわりに 41

第1章 計画の策定にあたって

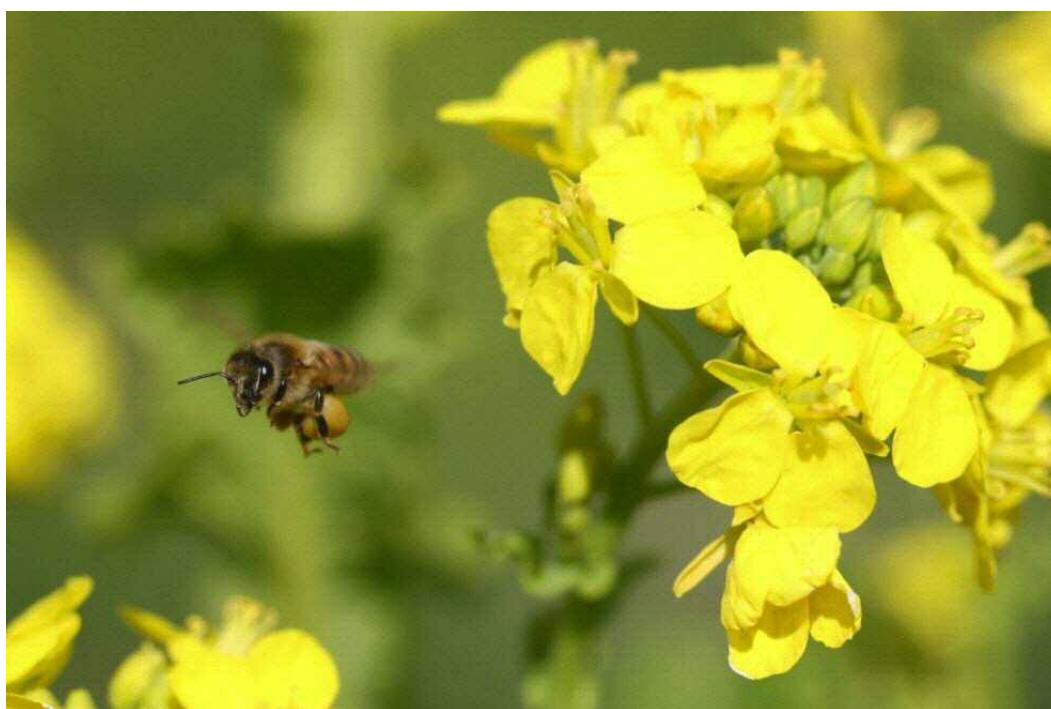
1-1 計画策定の背景

平成19年3月策定の田原市観光基本計画は平成27年3月の中間改定を経て、令和元年度に計画期間を終えることから、第2次となる観光基本計画を策定しました。

高齢者比率の上昇による人口構造の逆ピラミッド化や少子化等による人口減少の中で、交流人口拡大による地域の活力維持は大きな課題となっており、観光についての考え方は変化しています。また、国の積極的な誘致施策の展開による訪日外国人の急増等、田原市の観光を取り巻く環境も大きく変化しています。さらに産業面からの観光だけでなく、観光を活用して良い地域づくり、まちづくりをしていこうとする考え方も徐々に広がっています。

このような変化を受けて、第2次田原市観光基本計画の策定では、改めて来訪者や市内の観光関連団体・事業者に対する各種調査や有識者を含めた検討委員会、市内で観光事業を推進する主体となる事業者等を集めたワーキングの開催等を通じて現状や観光関連事業者の皆さんの思いを把握し、今後の田原市の観光振興のあり方を検討してきました。

第2次田原市観光基本計画は、産業としてはもちろん、観光を通じて田原市民がより幸福を感じ輝けるような地域となるよう、時代の流れに即した新しい観光振興の方向性を明確にすることを目的としています。



1-2 計画の位置付け

1. 田原市総合計画における観光分野

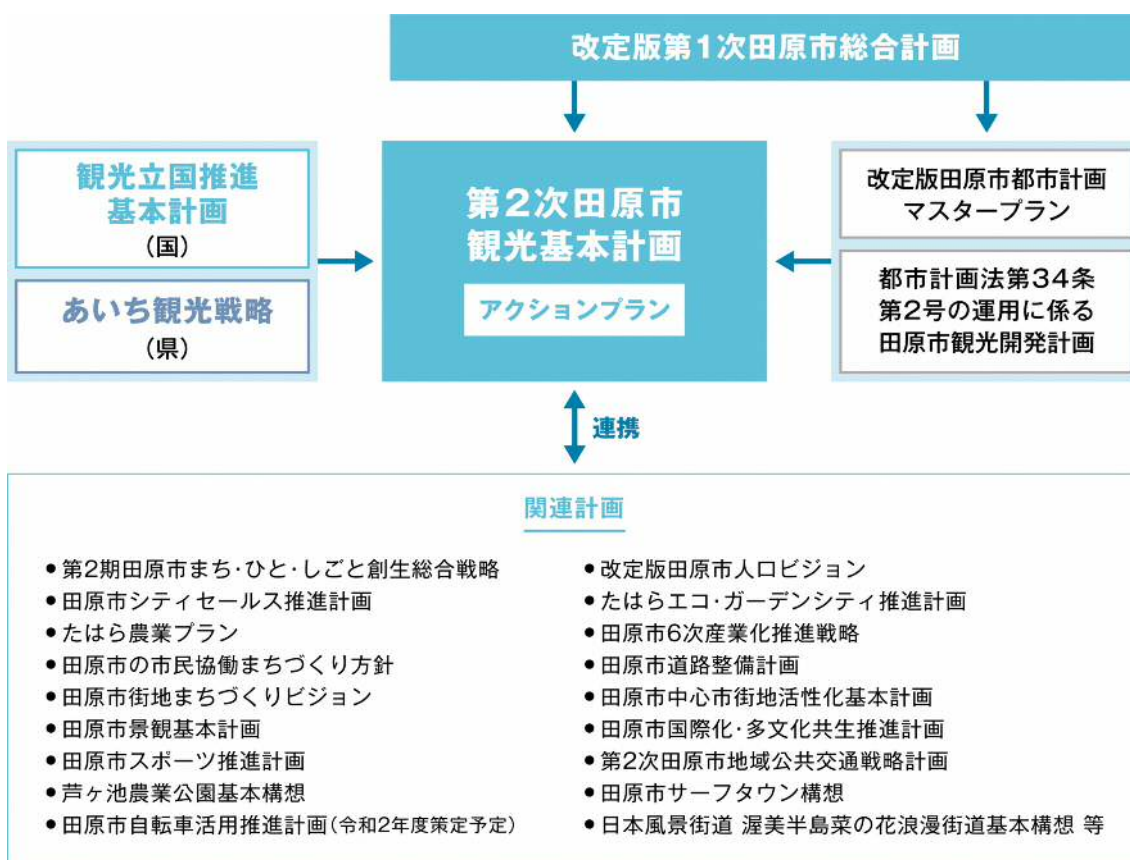
第2次田原市観光基本計画は、市の最上位計画である田原市総合計画の観光分野の計画に位置付けられます。

改定版第1次田原市総合計画・第14期実施計画では、「住んでみたい・訪ねてみたいまちづくり」を重要な取組方針とし、(1) 地域の特色を活かした産業の振興 (2) 定住・移住、交流人口の拡大を挙げて、観光振興による地域活性化に取り組むとしています。

さらに、サーフタウン構想、シティセールスの推進、各種観光ソフト事業の推進、観光設備整備事業（温泉掘削事業）等、観光関連事業の実施について定めています。

第2次田原市観光基本計画は、田原市総合計画に則り、関連する田原市の他の計画、構想、プラン等と連携して田原市の観光推進の基本方針並びに施策について策定しています。

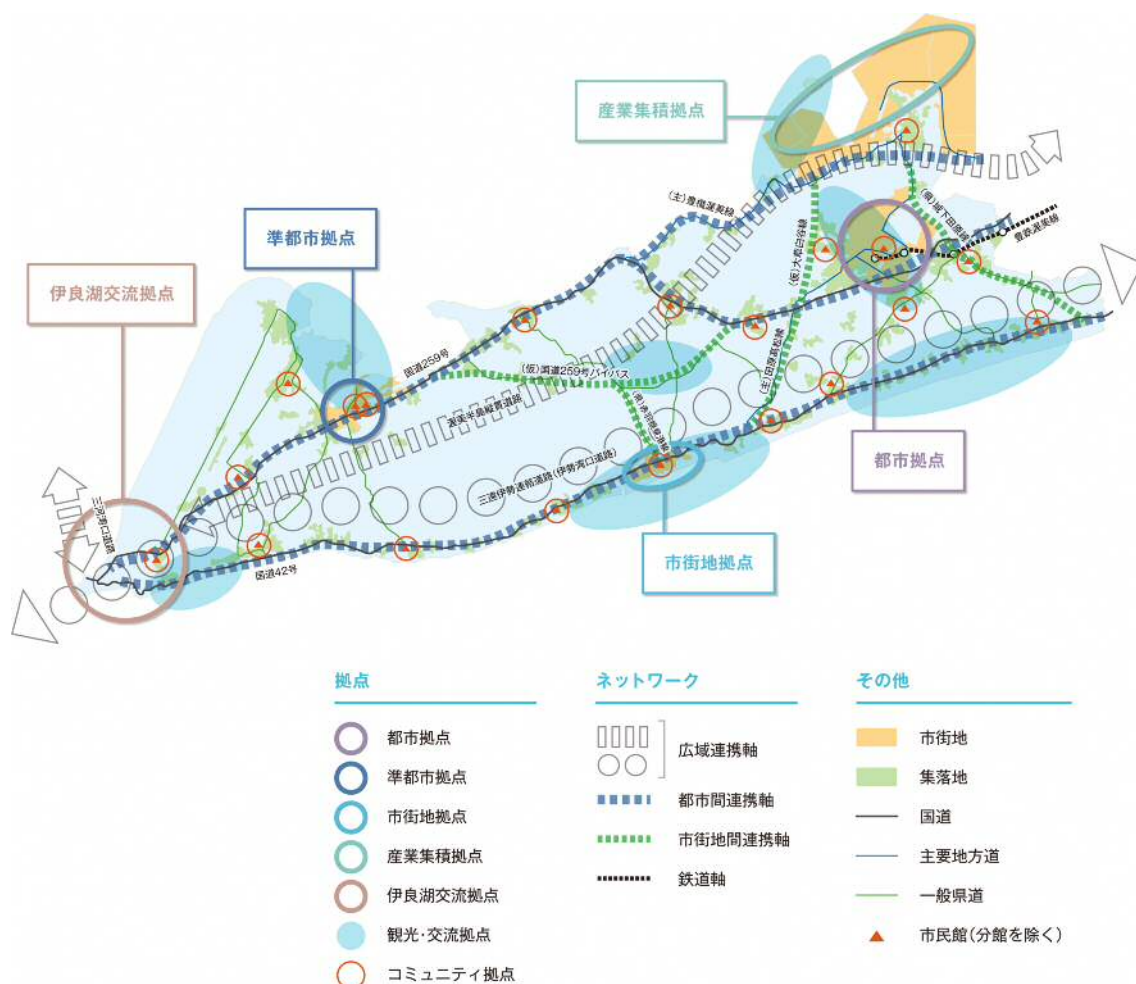
また、策定にあたっては、国の観光立国推進基本計画、愛知県のあいち観光戦略の示す方針等も踏まえています。



2. 改定版田原市都市計画マスタープランに定める土地利用

改定版田原市都市計画マスタープラン（平成28年3月）では、都市づくりの目標に「渥美半島の豊富な地域資源を活かした観光・交流づくり」を掲げ、観光・交流の推進を図ることとしています。また、将来都市構造における拠点配置の方針では、伊良湖周辺を「伊良湖交流拠点」と位置付け、重点的な整備や観光施策を実施し、半島全域に交流人口の誘引を図ることとし、農業公園サンテパークたはら及びその周辺、太平洋ロングビーチ及びその周辺等を「観光・交流拠点」と位置付け、観光・交流の核となる拠点として魅力の向上を図ることとしています。

第2次田原市観光基本計画においても、都市計画マスタープランに掲載の「将来都市構造図」を踏まえて観光基盤整備等を進めます。

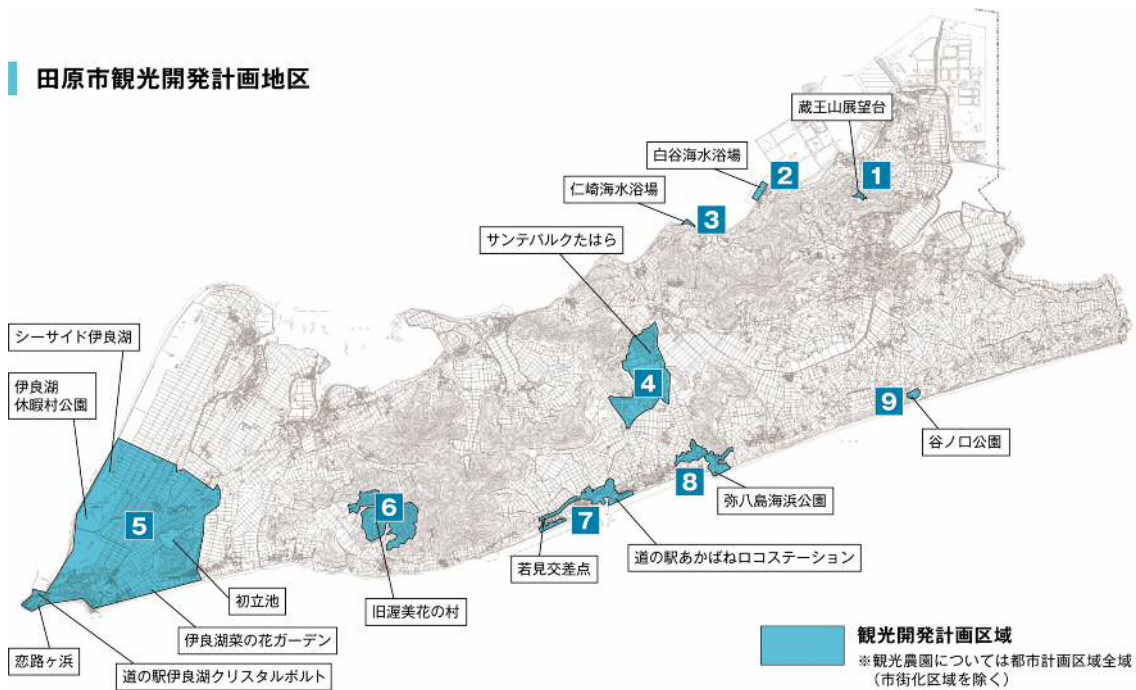


3. 都市計画法第34条第2号の運用に係る田原市観光開発計画

都市計画法第34条第2号の運用に係る田原市観光開発計画により観光開発計画区域として①蔵王山②白谷③仁崎④サンテパルク⑤伊良湖岬⑥旧花の村⑦赤羽根港～若見交差点⑧弥八島⑨谷ノ口の9地区を定め、それぞれの拠点内の特色を生かした観光振興に寄与する建築物を建築できるようにしています。

また、観光農園の整備については、農園となりうる資源（農地）が市街化調整区域全体にあることや今後の需要を勘案し、都市計画区域全域（市街化区域を除く）を対象区域としています。

田原市観光開発計画地区



地区番号	地区
1	蔵王山
2	白谷
3	仁崎
4	サンテパルク
5	伊良湖岬

地区番号	地区
6	旧花の村
7	赤羽根港～若見交差点
8	弥八島
9	谷ノ口

1-3 計画期間・スケジュール

1. 計画期間

令和2年度から令和11年度までの10か年とします。

2. スケジュール

基本計画は、短期を3年、中期を6年に設定してそれぞれ進捗状況を精査し、社会情勢の変化や上位計画等の変更があった場合は、必要に応じて見直しを行います。

アクションプランについては、現実の変化に即応した実施が求められるため計画期間を3か年とし、計画期間最終年に見直しを行います。

第2次田原市観光基本計画・アクションプラン実施スケジュール

年度	令和2年	令和3年	令和4年	令和5年	令和6年	令和7年	令和8年	令和9年	令和10年	令和11年	
短期(3年)	→										
中期(6年)	→										
長期(10年)	→										
アクションプラン			見直し			見直し					



第2章 田原市の観光を取り巻く現状と課題

2-1 観光の潮流

1. 世界の流れ

UNWTO（国連世界観光機関）の2019年（平成31年）1月の発表では、2018年（平成30年）の世界全体の国際観光客数は前年より約7,400万人増（対前年比7.6%増）となり14億人に達しました。2009年（平成21年）はリーマンショックの影響から減少しましたが、それ以降は9年連続での増加となりました。世界の就業人口の10分の1、世界全体のGDPの10分の1は観光関連となっています。（令和元年版観光白書より）

世界において観光は重要な成長産業であり、その重要性はますます高まっていますといえます。



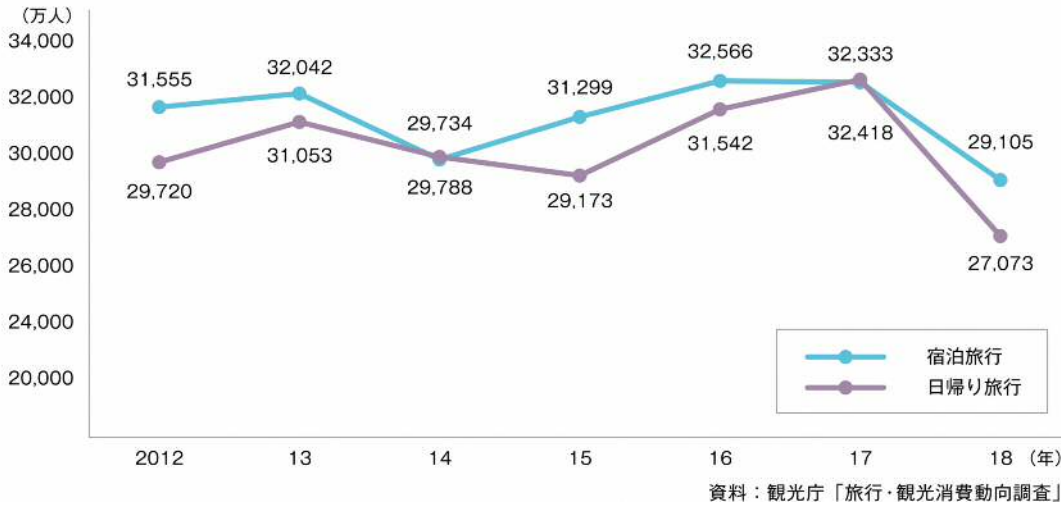
UNWTO(国連世界観光機関)資料集より

2. 日本における国内旅行の状況

平成30年（2018）においては、国民1人当たりの国内宿泊観光旅行の回数は1.30回、宿泊数は2.14泊でした。平成30年（2018）に日本人で国内宿泊旅行をした人数は延べ2億9,105万人、国内日帰り旅行は延べ2億7,073万人となりました。豪雨、地震等の災害が相次いだことや、台風や猛暑等の天候要因の影響等により、宿泊旅行、日帰り旅行ともに減少し、特に日帰り旅行の減少が大きくなりました（令和元年度版観光白書より）。愛知県においても、平成30年の来県者数（全体）は、平成29年の3,982万人から4,114万人となり前年比3.3%増となっていますが、平成28年には4,506万人あり、右肩上がりの状態ではありません（令和元年度版あいち観光戦略に基づく観光振興施策の実施状況より）。

日本人の国内旅行は、人口減や高齢化が進むことを考えると、今後、長期間にわたり減少傾向になると推測できます。国内観光地間の顧客争奪戦は激しくなり、観光地の優勝劣敗傾向が高まると考えられます。

日本人国内宿泊旅行延べ人数、国内日帰り旅行延べ人数の推移



3. 訪日旅行の状況

令和元年（2019）の訪日外国人旅行者数は、過去最高となる 3,188.2 万人 [対前年比 102.2%（推定値日本政府観光局発表）] となり、7 年連続で過去最高を更新しました。訪日外国人旅行者による日本国内における消費額は、平成 24 年（2012）以降急速に拡大し、平成 30 年（2018）は 4 兆 5,189 億円となりました。国は東京オリンピック・パラリンピックの開催を受けて、令和 2 年（2020）に訪日外国人旅行者数 4,000 万人、訪日外国人旅行消費額を 8 兆円にする目標に向け積極的な施策展開を行っています。

また、国等が推進するナショナルサイクルルート制度等の活用により、新たな観光価値が見出され、さらなる訪日外国人旅行者の増加が期待されます。

訪日外国人旅行者数の推移



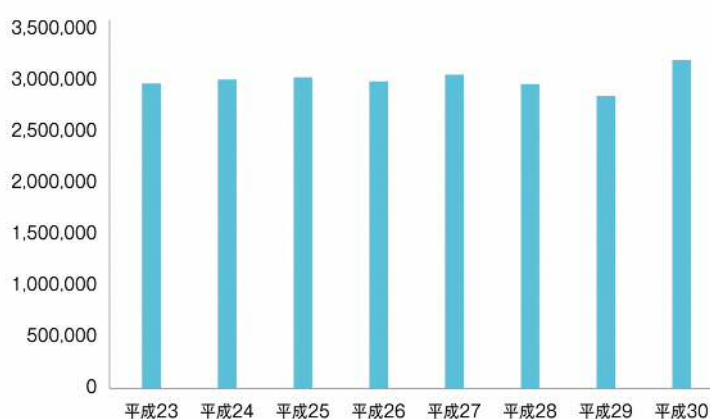
2-2 田原市の観光の現状

1. 観光入込客数、宿泊者数の変遷

田原市の観光入込客数は概ね280～315万人前後で、長期的には横ばい状態です。宿泊者数は平成23年の約32.4万人が近年ではピークで、長期的には減少傾向です。人口減少や高齢化等、社会構造の変化の影響も要因として考えられます。

年度別入込客数(単位:人)

年度	入込客数
平成23	2,935,648
平成24	2,965,769
平成25	2,979,465
平成26	2,950,678
平成27	3,011,879
平成28	2,910,532
平成29	2,791,086
平成30	3,158,118

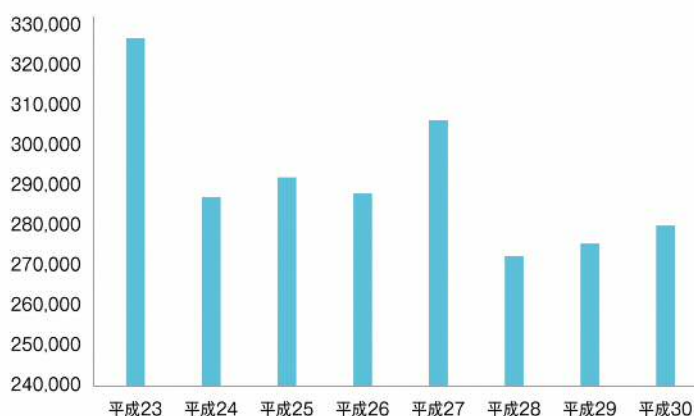


田原市商工観光課調べ

※平成29年度は道の駅田原めつくんはうすリニューアルによる休業期間あり。平成30年度にリニューアルオープン。

年度別宿泊者数(単位:人)

年度	入込客数
平成23	324,121
平成24	285,785
平成25	290,147
平成26	286,519
平成27	303,934
平成28	271,341
平成29	274,665
平成30	278,302



田原市商工観光課調べ

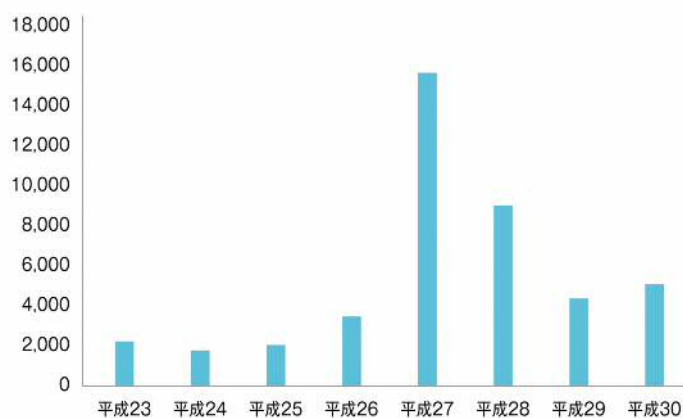
2. 外国人宿泊者数の変遷

田原市の外国人宿泊者数は、年度によって2,000人から15,000人超と大きなばらつきがあります。年間宿泊者数のうち外国人が占める割合は概ね5%であり、ばらつきはありますが、日本全体の11.1%(*1)と比べ、大変低い割合となっています。

*1) 年間延べ総宿泊者数53,800万人、うち外国人延べ総宿泊者数5,988万人、観光庁宿泊旅行統計調査平成30年1月から12月分、年の確定値より

年度別外国人宿泊者数(単位:人)

年度	合計
平成23	2,248
平成24	1,840
平成25	2,071
平成26	3,486
平成27	15,448
平成28	8,917
平成29	4,315
平成30	5,077



田原市商工観光課調べ



2-3 前計画の実施状況の評価

■改定田原市観光基本計画の評価と今後への課題

平成27年3月に改定した田原市観光基本計画は、全体としては概ね計画通りに実施されており、平成23年には渥美半島観光ビューローを設立し、田原市全体の観光推進を担うこととなりました。また、平成30年度からは体験型プログラムの集成的・長期型の取組として「観光体験博覧会たはら巡り～な」を開催する等、積極的な観光振興に取り組んでいます。

改定田原市観光基本計画・田原市観光基本計画推進アクションプランに記載した施策の中で今後、重点的に取組が求められる項目は以下の通りです。

*資料編1頁に「第1次田原市観光基本計画 計画進捗状況確認表」を掲載しています。

1. 市民参加による観光まちづくりの推進

(1) 市民参加による観光活動（市民参加促進）

課題	会員の高齢化等による活動休止等、担い手が不足しているため、会員による勧誘等で新規入会者の募集が必要です。
----	--

2. 観光振興推進体制の確立

(1) 観光基本計画推進組織の確立

課題	各団体、協議会や事業ごとにそれぞれが活動しているため、田原市全体の観光推進の方向性や戦略を立案する組織体制を構築する必要があります。
----	--

(2) 行政と渥美半島観光ビューローの役割の明確化

課題	田原市全体の観光推進体制の中で、市や渥美半島観光ビューローそれぞれの役割を明確にしていくことが必要です。
----	--

(3) 観光事業者間の情報共有

課題	田原市全体の観光推進体制を構築し、情報共有を図ることができる仕組みを検討する必要があります。
----	--

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

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による魅力創造

課題	「たはら巡り～な」の開催等で実施していますが、さらに既存の観光資源を磨き上げ、テーマやストーリー性でつなげて活用する必要があります。 (①、②共通)
----	---

4. 新たな観光マーケットを意識した情報発信・PR

(1) 確実なマーケットへの情報発信・PR

①有望マーケット（女性、シニア層、スポーツ愛好家）への情報発信

課題	十分なマーケットリサーチと分析、それに基づくブランディングが必要です。
----	-------------------------------------

②学習旅行・視察旅行へのアプローチ

課題	受入体制やプログラムを整えていく必要があります。
----	--------------------------

(2) 効果的な情報発信手法、ツールの活用

効果的な各種メディアへの情報発信

課題	新聞、テレビ、ラジオ、インターネットなどメディアごとの特性を把握してそれぞれのメディアに合った情報発信を行う必要があります。
----	--

(3) 旅行会社への情報発信・営業活動

課題	旅行会社が必要としている情報（例えば、駐車場やトイレ、団体食等）をまとめた営業ツールを作成する必要があります。
----	---

5. 観光客にやさしい・おもてなしのある受入れ体制づくり

交通アクセスの充実

①バス及び渥美線の活用

課題	利用者にとって分かりやすく利便性の高い、市内周遊バス等の整備について検討を行う必要があります。
----	---

②移動手段の情報発信・アクセス整備

課題	スマートフォンの活用等、実用性の高い情報発信方法の導入検討を行う必要があります。
----	--

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

産業観光の推進

課題	受け入れる側の理解と体制づくりに努める必要があります。
----	-----------------------------

2-4 調査結果

第2次田原市観光基本計画の策定にあたり、インターネットを活用した3つの調査（インターネットマーケティング調査、観光動態調査、口コミ調査）及び市内観光関連事業者調査、旅行業者調査を実施しました。

*資料編6頁から詳細な調査結果を掲載しています。

◆調査概要

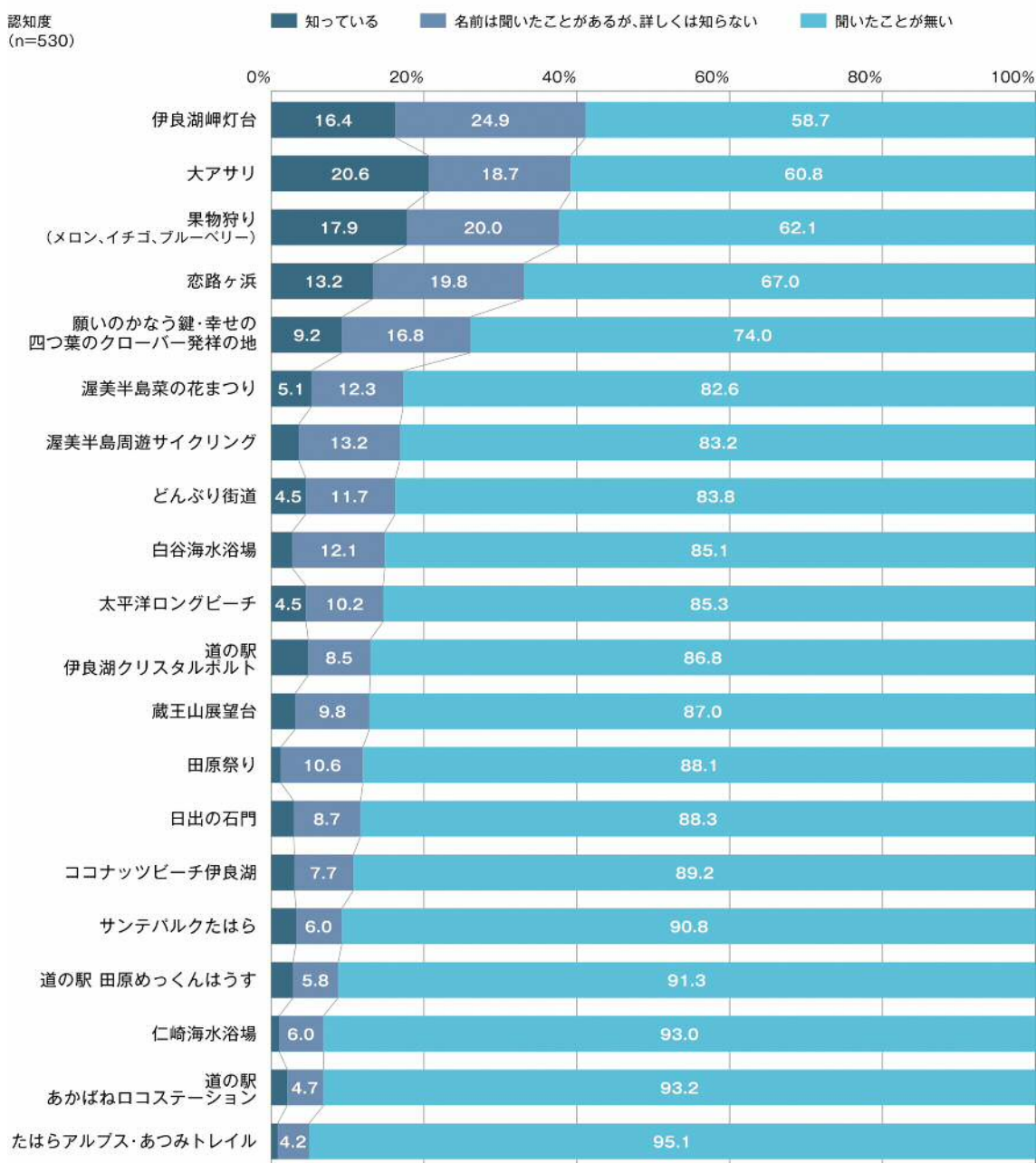
1	インターネットマーケティング調査
対象	インターネットリサーチ「マクロミル」のモニター会員1,060名
方法	インターネットによるアンケート調査
項目	田原市への来訪の有無、同行者、旅行形態、市内の観光資源の認知度、興味度、満足度、再来訪意向など
時期	令和元年8月
2	観光動態調査
対象	田原市来訪履歴のある携帯電話所有者3,938名（田原市民を除く）
方法	携帯電話の所有者住居地情報、位置情報、滞在時間情報を分析
項目	所有者住居地情報、位置情報、滞在時間情報をクロス分析等で実施
時期	平成30年6月から8月のデータを令和元年8、9月に分析
3	口コミ調査
対象	旅行情報サイトじゃらんネットで、田原市の観光スポット・施設を対象に書き込まれた口コミ
方法	口コミを様々な項目に分類し、クロス検索等で分析
項目	発信者情報、各観光スポット・施設の認知度、満足度、口コミ件数等
時期	平成30年4月～平成31年3月末までの口コミを令和元年7、8月に分析
4	市内観光関連事業者調査
対象	田原市内の観光関連の団体、事業者、市民、合計220者
方法	調査票を郵送し、記入の上返送していただく
項目	田原市観光の現状・将来の認識、今後取り組むべきこと、自由意見等
時期	令和元年9月
5	旅行業者ヒアリング調査
対象	田原市への送客実績のある愛知県内の旅行事業者4社
方法	旅行事業者の事務所に出向いてヒアリングを実施
項目	田原市への送客実績、旅行目的地としての田原市の課題、期待すること等
時期	令和元年11月、12月

1. インターネットマーケティング調査（インターネットによる調査）

要点 1: 田原市に来たことがない人は、田原市内の資源への認知度が低く、来訪意欲も低い

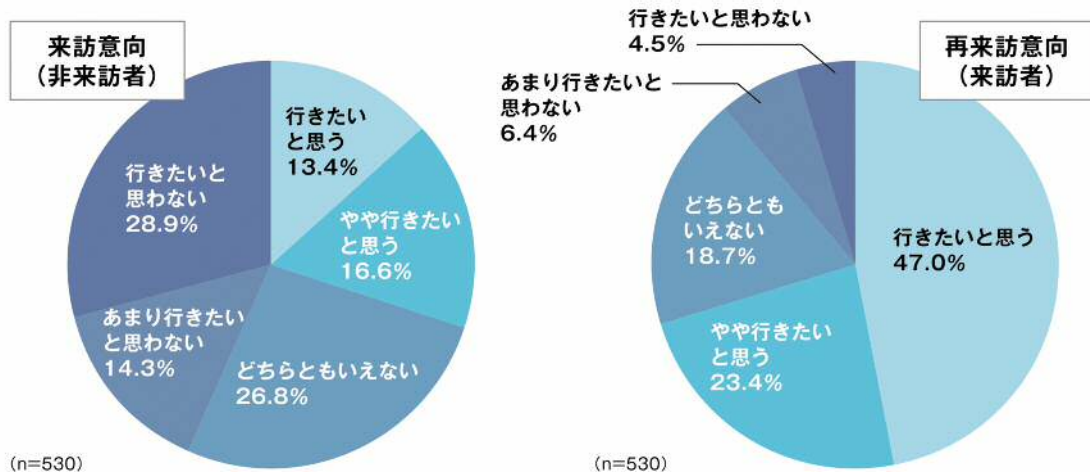
○田原市の非来訪者で、田原市の観光資源のうち「知っている」の回答率が10%を超えたのは「伊良湖岬灯台16.4%」「大アサリ20.6%」「果物狩り17.9%」「恋路ヶ浜13.2%」で、田原市の観光資源について認知度が低くなっています。

田原市の観光資源に関する認知度(非来訪者)



○非来訪者の田原市への来訪意向は、「行きたいと思う」「やや行きたいと思う」の合計が30%と低くなっていますが、来訪経験者は約70%に達しています。「知らない」ことは「行きたい」にはつながりにくく、情報発信・PRは重要です。

田原市への来訪意向(非来訪者)と再来訪意向(来訪経験者)

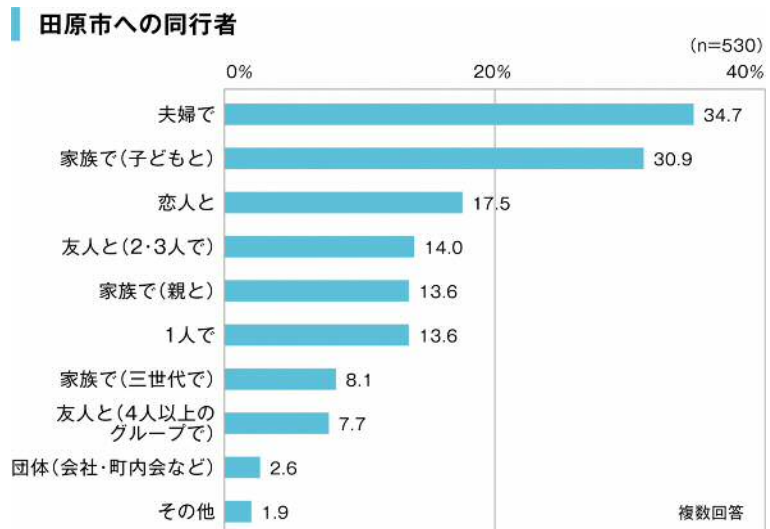


要点2:田原市来訪経験者の特徴や傾向をふまえた再来訪・来訪を促す取組が重要

○田原市に来たことがある人からの回答には、次のような特徴があります。

①少人数での来訪

「夫婦」「子連れファミリー」「親と同行」「三世代家族」で全体の約60%を占める。恋人を含めると約72.5%。「1人」「2～3人の友人と」を含めると約94%となり、普通自動車一台の定員以内程度の人数で訪れる方が多くなっています。



②「お土産・特産品」「景観・街の雰囲気」の期待と満足度のギャップが大きい

来訪前の期待値では、「特定の宿泊施設」「宿の食事」が大きいですが、来訪後では自然（海）の豊かさだけでなく、「お土産・特産品」、「景観・街の雰囲気」等の満足度が高くなっています。田原市には、事前に知らなかったことでも来訪後に満足できる「潜在的な良い観光資源」が少なからずあることがうかがえます。

③「おもてなし・人によるサービス」に関心がある来訪者が多い

田原市に来訪した方で「おもてなし・人によるサービス」についての評価が、「期待していなかったが満足した」ものの中で1番多く、「期待していて満足しなかった」ものの中でも2番目に多くなっています。評価は分かれますが、おもてなし、サービスに対する反応は高く、来訪者の満足度に大きく影響しています。

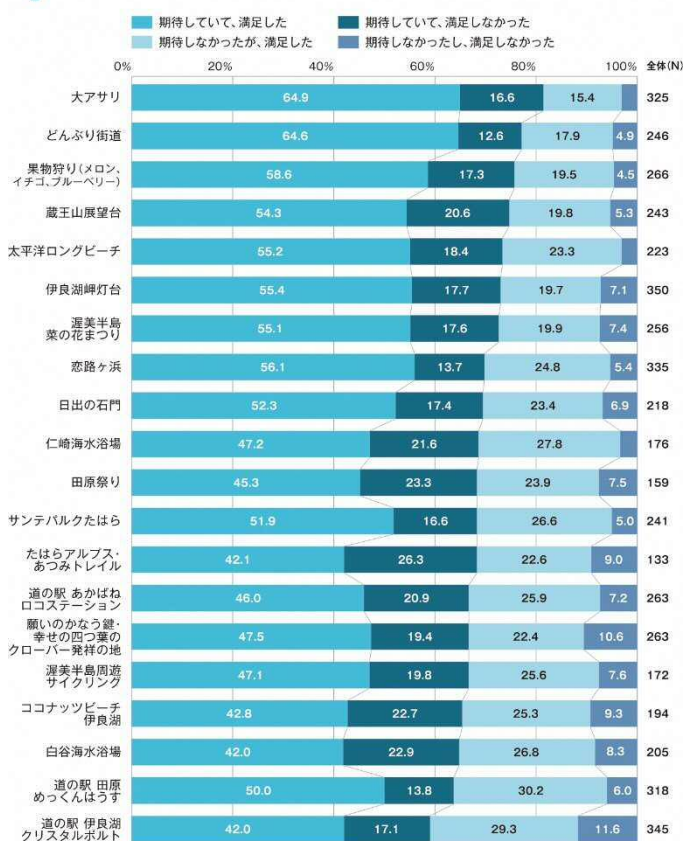
④地元グルメ、「食」の魅力への大きな期待に応えている

「大アサリ」について「期待していて満足した」が64.9%で1位。「どんぶり街道」について「期待していて満足した」が64.6%で2位と、食に関する期待が大きく、満足度も高くなっています。田原市のグルメに高い関心を持って来訪する人が多く、その期待に応えることができている状況がうかがえます。

⑤「温泉」の重要度が高い

「温泉」については「期待していて満足した」が47.4%、「期待していなかったが満足した」が28.7%となっており、田原市は、現在は温泉地ではないものの、温泉に対する期待が大きく、効果的な活用により満足度の向上が期待できます。

田原市の観光資源に関する期待度・満足度



2. 観光動態調査（携帯電話データを活用した田原市来訪者の動態を調査）

要点:田原市内での周遊・回遊性が低く、市内での宿泊率が低い

○田原市への訪問は日帰りが多く（63.0%）なっています。宿泊を伴う旅行で、田原市に宿泊する比率は51.8%と、約半分は市外で宿泊されています。田原市以外の宿泊では豊橋市が多く、旅行者に市内に宿泊してもらう工夫や魅力づけが必要になります。

○田原市来訪者の平均周遊か所数は1.23か所であり、ほとんどの方が1か所しか訪れておらず、回遊性が低くなっています。地点別では「恋路ヶ浜・伊良湖岬灯台周辺」が最も多くなっています。

○回遊ルートは、「恋路ヶ浜・伊良湖岬灯台周辺⇔太平洋ロングビーチ周辺」が32.0%で1位、「恋路ヶ浜・伊良湖岬灯台周辺⇔田原市街地周辺」が20.9%で2位となっています。周遊ルート上位5つのうち、4ルートが「恋路ヶ浜・伊良湖岬灯台周辺」を含むルートとなっています（「太平洋ロングビーチ周辺⇔田原市街地周辺」が8.0%で3位）。

○回遊率の低さ（訪問か所の少なさ）も田原市内に宿泊しない理由の一つになると考えられます。1回の来訪で複数の地点を回遊してもらう工夫が必要です。また、田原市内に宿泊される人は10～49歳の女性が多いため、この年齢層へのアプローチが重要になります。

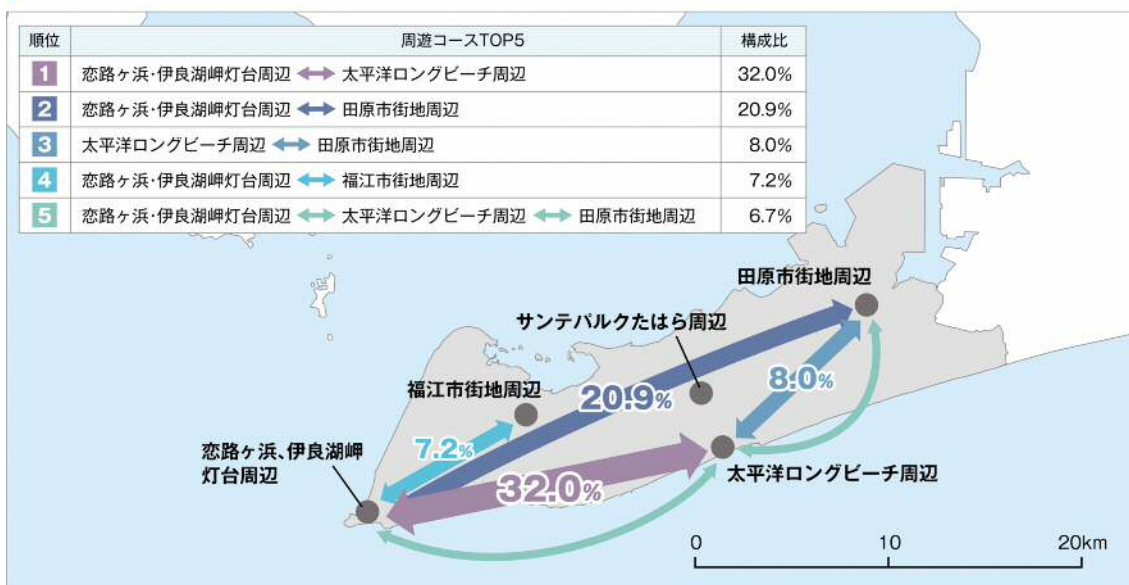
旅程	域内/域外宿泊	構成比
日帰り	*****	63.0%
1泊	域内1泊	18.1%
	域外1泊	7.7%
	1泊宿泊地不明	*****
2泊	域内2泊	2.0%
	域外2泊	1.8%
	域内外各1泊	1.8%
	2泊宿泊地不明	****
3泊以上	*****	5.1%

宿泊地

順位	市町村	構成比
1	田原市	51.8%
2	豊橋市	10.5%
3	南知多町	3.1%
4	名古屋市	2.7%
5	鳥羽市	2.6%

域内宿泊構成比	51.8%
域外宿泊構成比	48.2%

田原市来訪者の周遊の状況



3. 口コミ調査（じゃらんnetに寄せられた口コミ調査）

要点:観光施設の満足度・認知度を考慮した観光施策の取組や、宿泊施設の「食」や「接客サービス」の向上を促す取組が求められる

- 田原市内の観光施設に関する満足度では、1位4.5、2位4.4はいずれもイチゴ狩り園で、同じく2位に4.4蔵王山展望台、4位が4.3伊良湖岬灯台/恋路ヶ浜/伊良湖地区ホテルとなりました。一方、圧倒的な認知度を誇る伊良湖岬の満足度はやや低くなっています。事前の期待値が高いと満足レベルが上がる傾向があり、それが影響したと思われます。（クチコミは5.0が最高点）
- 田原市内の宿の口コミ評価は、総合評価ですべて4.0以上と概ね高い評価でした。「部屋」については、評価にばらつきがあるものの最低点が3.2であり一定の評価を受けています。「風呂」については、全国平均点以上が3割にとどまり比較的评价が低くなっています。「料理（夕食）」「朝食」「清潔感」「接客サービス」については、平均点以上が5割程度であり、まだ改善の余地があるといえます。（クチコミは5.0が最高点）
- 「風呂」については、温泉ではない宿泊施設が多いため、令和2年1月に掘削が始まった伊良湖温泉（仮）を多くの宿泊施設が活用すれば、数値の改善が期待されます。
- じゃらんネットの利用者データを見ると、宿泊者は8月が圧倒的に多く、年齢層では40代や50代が多くなっています。宿泊者のグループは、2名での利用が約半数を占めていますが、7月、8月だけはファミリーでの利用が多くなっています。
- 施設の改装は簡単ではありませんが、「食」と「接客サービス」については比較的改善しやすいので、この部分の向上に力を入れることが必要です。



4. 市内観光関連事業者調査

要点1:①田原市観光の「現状」や「将来」への評価は分かれる ②情報発信力の充実が評価される一方、観光客数の伸び悩みや道路事情への懸念の声もある

- 田原市全体の観光の「現状」については、「かなり良い」が8.9%、「少し良い」が39.3%、「以前と比べて悪くなっている」が31.3%と相反する意見が拮抗しています。
- 良い理由は、「メディア等に田原市の観光が取り上げられることが増えてきている」が最も多く、次いで「観光に関するPR・広報が良くなった」となっており、田原市観光の情報発信力が高まっていることを表しています。一方、悪くなった理由は、「観光客が減っている」や「道路が良くなっていない、新しい道路ができていない」等が挙げられています。
- 田原市の観光の将来については、「現在より少し良い状況である」が33.0%、「現在とほぼ同じ状況である」が25.0%、「現在と比べて悪くなっている」が33.3%と拮抗しています。
- 良い理由は、「田原市の観光に関するPR・広報活動が盛んになる」や「田原市の観光を盛り上げようという機運が高まっている」が多くなっています。一方、悪くなる理由は、「道路事情が改善しない」や「近隣地域や類似の傾向がある地域の観光が衰退していくと予想するから」「観光に関わるプレイヤー（事業者）が減る」「新しい観光に関する施設ができない、既存施設が改良されない」「自動車以外の交通手段が整備・改善されないから」等、様々な要因が分散して挙げられています。

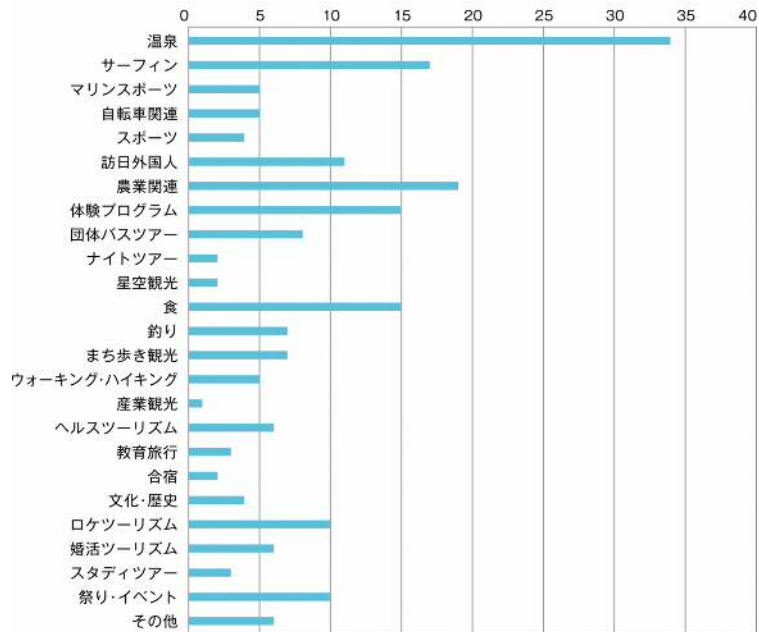
要点2:①ハード面は「道路」で高速IC等から伊良湖地区までのアクセス改善が求められている／ソフト面は「特産品」への取組が期待されている ②市全体の取組として「観光資源開発」や「人材育成」が必要とされている

- 「観光関連の施設や交通、宿泊施設等」について、今後積極的に取り組んでいくべきこととしては、「自動車道路」が33.9%で2位の「遊園地等のレジャー施設」11.6%の約3倍となっています。高速ICや広域幹線道路から伊良湖地区までのアクセス改善が求められています。
- 「観光関連のサービス・店舗等ソフト関係」について、今後積極的に取り組んでいくべきこととしては、1位が「お土産等物販施設・店舗」22.3%、2位が「地場産品の開発」17.0%と特産品の販売・開発を挙げる人が多くなりました。
- 「その他の観光振興のために田原市全体で取り組むべきこと」について、今後積極的に取り組んでいくべきことに挙げられたのは「核となる観光資源の開発」が27.7%と最も多く、2位が「観光を推進する人材の育成」16.3%となりました。

**要点3:①今後に期待する観光テーマは「温泉」「農業」「サーフィン」「食」「体験」
②名古屋市や静岡県西部等のファミリーを主なターゲットに ③観光テーマごとにターゲットを絞った取組が期待される ④訪日外国人への取組にも期待がある**

○「観光資源・テーマのうち今後力を入れていく必要があると考えるもの」については、「温泉（源泉・配湯施設）」が最も多く、2位が「農業関連」、3位が「サーフィン」で4位が同数で「食」と「体験プログラム」です。

観光資源・テーマのうち今後力を入れていく必要があると考えるもの



○「ターゲット1 顧客の住居地」としては、「名古屋市」が27.7%と最も多く、2位の「浜松市・湖西市」13.6%の約2倍あります。

○「ターゲット2 訪日外国人」としては、ターゲットとする国を選択された方のうち、中国、韓国、台湾、香港の東アジア地域を選択された方が約56.1%と多数でした。アジア全域では約74.8%を占め、近隣諸国をターゲットとするべきと考える方が多数でした。

○「ターゲット3 年齢層」では、「小学生以下の子供とその家族」が1位で19.6%でしたが、その他で、年齢層でターゲットを考えるのではなく、例えば「サーフィン好き」等、テーマでターゲットを絞った方が良いとの意見が多くありました。

○田原市が連携して観光を推進するべきと考えるパートナーとしてふさわしい地域は、「東三河地域」「浜松市・湖西市」「豊橋市」等の近隣地域が上位に並びましたが、「鳥羽市他伊勢志摩地域」が16.8%で「東三河地域」と同点首位です。「鳥羽市他伊勢志摩地域」が連携先として首位にでてくるのは、三重県内の市町村以外ではおそらく田原市だけが持つ特徴・強みです。

○自由記述で田原市の観光に対する意見を記載された方が38.4%あり、田原市の観光について熱意と強い関心を持っている方が多いことの表れと考えます。

5. 旅行者ヒアリング調査（旅行者に対するヒアリング調査）

**要点1:①田原市（渥美半島）は、旅行者にとって現在も魅力的な旅行先の一つ
②渥美半島を訪問したことのあるお客様に提案する新しい観光素材が少ない
と考えられている**

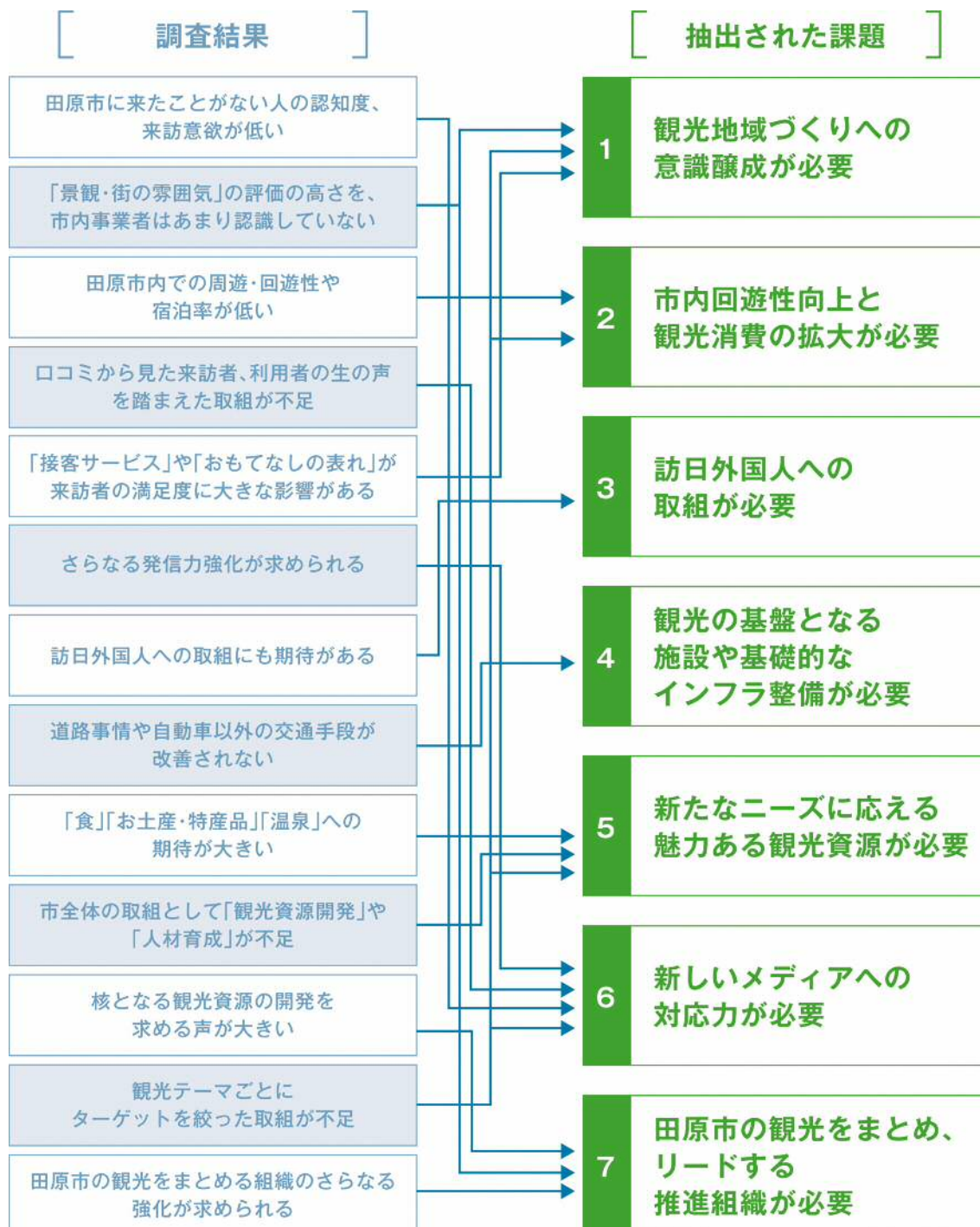
- 田原市を目的地としたツアーの多くは大型バスを利用した日帰りツアーです。渥美半島は公共交通機関の利便性が悪く、自家用車を利用できない顧客層についてはバスツアーの利便性は高くなっています。特に果物狩りや菜の花をはじめとする農産物や海産物を生かした料理等はバスツアーの主たる顧客層である40歳以上の方には人気があります。愛知県内では他に見られない太平洋岸の雄大な風景もあり、一定の集客が見込める重要な旅行地となっています。
- 近年では既存の旅行者はインターネット専門業者に押されていますが、宿泊予約を中心に個人旅行で必要なサービスを依頼されることがあります。渥美半島は安定した人気旅行先ですが、長期的には少し減少してきている印象もあります。
- 実際には、ツアーよりも企業や地域団体等の視察、慰安旅行等で渥美半島に送客することの方が多くなっていますが、豊富な食の魅力や他には見られない景観から現在も渥美半島は有力な旅行先の一つとなっています。
- しかし、渥美半島には既に来訪されたことがある顧客が多い中、最近では新しい観光素材が見当たらないこともあり、徐々に募集型企画旅行の設定数は減ってきています。

要点2:競合観光地と比べて不利な面もある

- 半島という地理的な環境や自動車専用道路の未整備により、他の観光地との組み合わせをすることが難しく、多くの観光地を効率よく回ることを好む顧客の多いバスツアーでは見劣りしてしまう面があります。
- また、新東名等の新しい自動車専用道路の開通により他の地区に比べて距離の割に時間がかかり、伊良湖岬に行くまでの幹線道路沿いに大型バスを駐車しやすい施設が少ない等、競合観光地と比べて不利になっています。伊勢湾フェリーを利用し渥美半島と鳥羽地域を結ぶのは魅力的ですが、コスト（ツアーの経費）が高くなり、なかなか利用しにくい状態です。
- ほかに、大型の宿泊施設が他に比べて少ない、温泉がない、顧客の感覚に比べてアクセスの所要時間が長い等から、近年では競合の結果、他の旅行先に決まることも増えてきています。

2-5 田原市観光の課題

観光の潮流、田原市の観光の現状、前計画の実施状況の評価、調査結果から抽出した田原市観光の課題は以下の1～7となります。



1 観光地域づくりへの意識醸成が必要

近年では、専門の観光事業者ではなく、一般の市民や地域の農業・漁業・工業等に携わる人々との交流を望む来訪者が増えてきています。また、調査からも来訪者の満足度は、人々のおもてなしや交流の深さに拠るところが大きくなっています。市民にとっても、観光が単に経済効果のみを求めるだけではなく、自らの地域を愛し、誇りに思う、良き地域づくり、まちづくりにつなげるためのものとなるようにしていくことが必要です。

2 市内回遊性の向上と観光消費の拡大が必要

観光客動態調査によれば、田原市を訪問した方の平均訪問か所は、1.23か所でした。豊富な観光資源を持つものの、それぞれの観光資源がうまくつながっていないことが要因と考えられます。共通するテーマやストーリー（物語）で各資源をつなぎ、来訪者がおのずと市内を周遊する仕組みの構築が必要です。回遊性が高まれば、田原市での滞在時間が延び宿泊へとつながる可能性も高くなり、その結果、夕食・朝食需要も発生し、日帰りと比較して消費額の増加が見込めます。また、市民との交流や田原市の農水産物を体験してもらう機会も増えます。

3 訪日外国人への取組が必要

少子・高齢化が進むことや、若年層に将来への不安が広がっていること等から蓄財重視が進んでおり、消費額の低下傾向が今後長期にわたり続くと見込まれています。それを補うものとして、訪日外国人による消費が期待されています。

訪日外国人観光客は、ゴールデンルート等から周辺部やさらにその先の地方まで訪問するようになり、都市部より地方の方が訪日外国人の訪問伸び率は高くなってきています。地方での訪日外国人による消費は、地方創生のための有効な手段としての可能性を秘めており、国も地方の観光地化やプロモーションには力を入れています。

訪日外国人観光客の増加は、国際交流の機会にもなります。訪日外国人との国際交流は、市民の国際感覚を養う良い機会になります。

田原市においては現時点では訪日外国人事業に取り組んでいる方はほとんどありませんが、関心を持っている方は相当数いますし、実際に取組を始めようとしている方もいます。田原市においても、訪日外国人事業への取組を強化することが必要です。

4 観光の基盤となる施設や基礎的なインフラ整備が必要

観光関連事業者調査で、今後積極的に取り組んでいくべきこととして、道路整備等が挙げられました。道路等のハード整備だけではなく、観光施設の新設許可の緩和等、事業者・市民が観光に積極的に取り組めるようにすることが必要です。ただし、ハードの整備には長期的な視点が求められることから、市民による美化活動等も田原市の観光を支える重要な活動となっています。

5 新たなニーズに応える魅力ある観光資源が必要

旅行事業者へのヒアリング調査では、田原市の観光資源には新しいものがなく、相対的に魅力が低下しているとの指摘もありました。また、来訪者のニーズにも変化があります。新しいニーズに応える観光資源を発掘すると同時に、これまでの観光資源を磨いていくことが求められています。また多くの観光資源をテーマやストーリーでつなぎ、来訪者により豊かな旅行体験をしてもらうことが求められます。

6 新しいメディアへの対応力が必要

田原市観光の情報発信力は高まっていると判断されていますが、PR・情報発信には終わりがなく、常に新しい情報を提供し続ける必要があります。また近年のSNSの進化、多様性は今後もますます続くことが考えられ、新しいメディアにも対応していくことが必要です。

7 田原市の観光をまとめ、リードする推進組織が必要

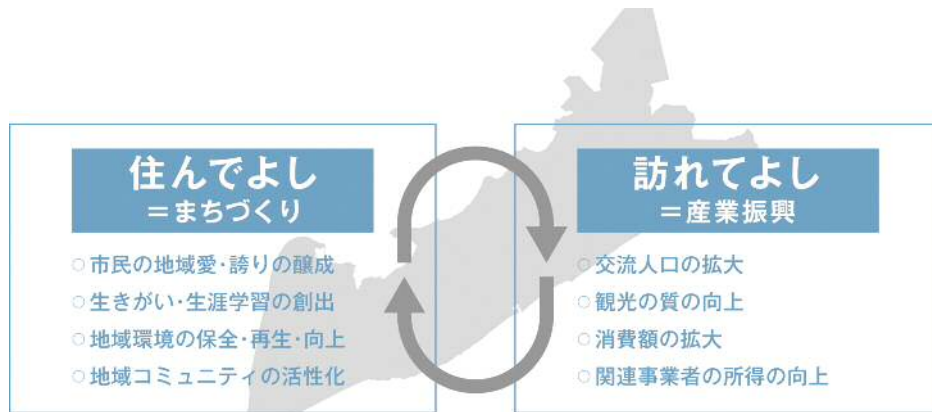
田原市の観光関連事業者をまとめ、先頭に立って推進する組織の構築が必要不可欠です。行政と民間各組織の役割分担を明確にし、一体となって田原市の観光を推進することが求められています。

第3章 基本理念と観光振興の方向性等

3-1 基本理念

地域を誇り人が輝く 観光によるまちづくり

観光振興は、地域が抱える課題を解決し、地域の暮らしを豊かにするための取組でなければなりません。観光の持つ力を使い、本市の観光産業だけでなく、農業や漁業、工業、商店街など地域全体の経済を活性化させるとともに、ここに暮らす人々が地域を誇り輝くことで田原市に「住み続けたい」と思える、活力に満ちたまちを目指します。



3-2 観光振興の方向性

(1) 基本コンセプト

田原市に眠る無限の地域資源を活用し、渥美半島をまるごとマーケティング

基本理念「地域を誇り人が輝く 観光によるまちづくり」の実現のためには、田原市への来訪者との観光交流を通じて生じる様々な効果(経済効果、誇りや生きがいの醸成)を地域全体に波及させる必要があります。

この渥美半島には、豊かな自然と景観、全国でも有数の農業を始めとする産業、サーフィンやサイクリング等のスポーツに適した環境、食や歴史など多様で数多くの地域資源があります。これら地域資源を観光資源として活用し、渥美半島を一体的にマーケティングすることで観光交流人口を拡大させ、本市が目指すまちづくりに繋がります。

(2) 目標

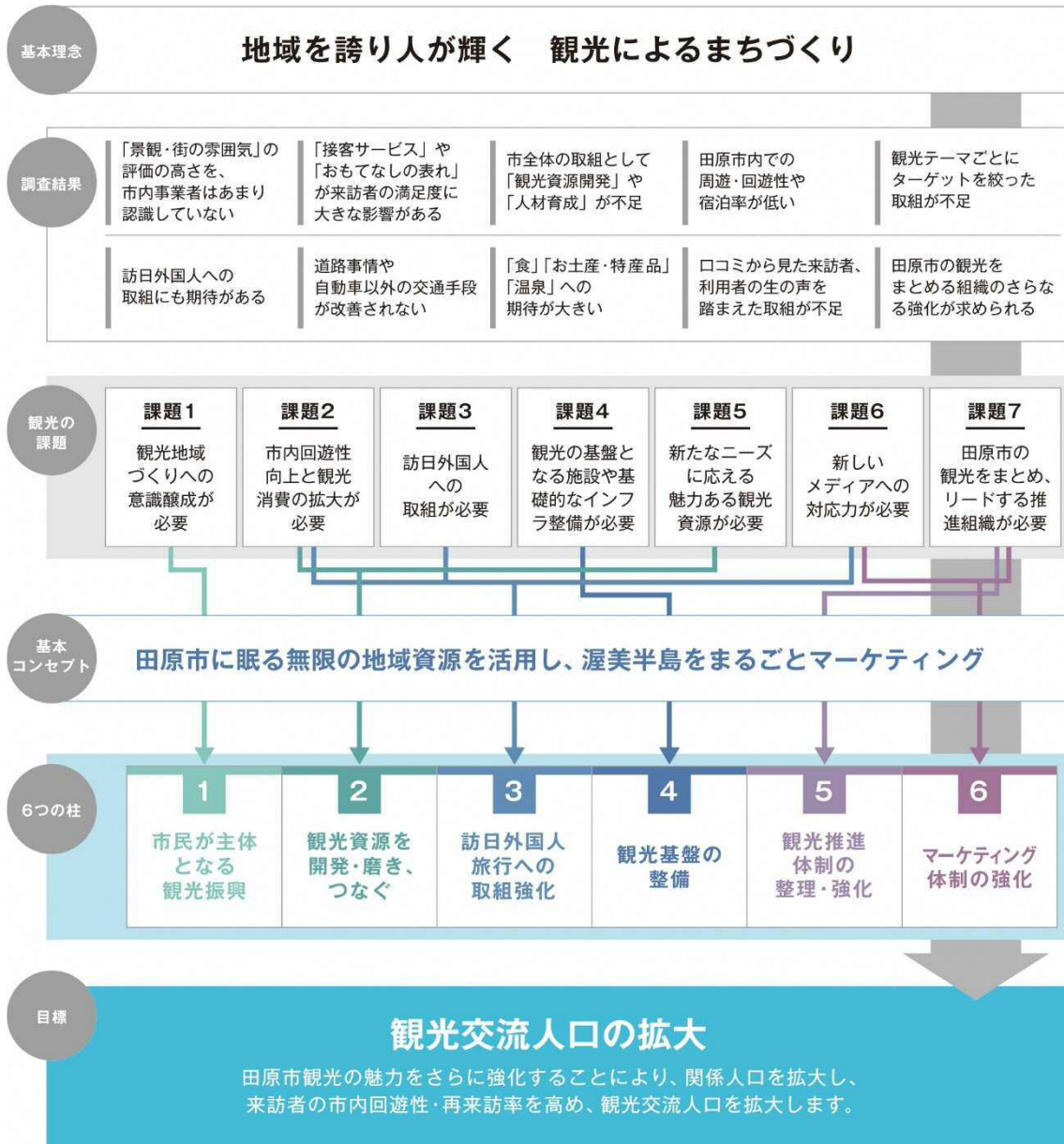
観光交流人口の拡大

田原市観光の魅力をさらに強化することにより、関係人口を拡大し、来訪者の来訪者の市内回遊性・再来訪率を高め、観光交流人口を拡大します。

(3) 目標達成のための6つの柱

田原市の観光に対して、様々な施策を実施することにより課題を解決し、田原市の観光振興を図っていきます。

実施する施策を6つの柱としてまとめます。



3-3 数値指標

数値指標は以下の4つの項目とし、項目ごとの目標数値を設定します。

1. 観光入込客数（単位：万人）



※田原市商工観光課調べ

国内旅行市場は、全体としては人口減、高齢化等により徐々に縮小していくと考えられますが、田原市においては、豊富な観光資源をさらに生かした積極的な観光振興を実施することにより観光入込客数を増加させます。

2. 来訪者の市内周遊か所数（単位：か所）



※インターネットによる田原市来訪経験者に対する調査から

市内宿泊率を高め、消費額の拡大につなげるため、来訪者の田原市内の回遊性を高めます。

3. 来訪者の再訪意向（単位：％）



※インターネットによる田原市来訪経験者に対する調査／
「行きたいと思う」「やや行きたいと思う」人の割合の合計値

観光入込客数の増加を図る重要な取組の一つとして、リピーターを確保します。

4. 市民の観光満足度（単位：％）



※田原市市民意識調査／「満足」「やや満足」の合計値

市民が地域を誇りに思い、輝く観光のまちとなるため、市民の観光への満足度を高めます。

第4章 6つの観光振興の柱と推進施策

1 市民が主体となる観光振興

地域を誇り、人が輝く観光のまちを通じて、観光関連事業者だけでなく、多くの市民・事業者が訪問者をおもてなしの気持ちを持って温かく迎えられる、自分の地域や自分の仕事について、一人ひとりの市民が誇りを持って語れるようになることを目指します。観光の主役は「人」です。地域の「人」のおもてなしが、観光の質（来訪者と地域の人々の満足度）を高め、その地域への再来訪率を高める決め手となります。時代の変化に対応するためにも、新規に観光関連事業に参入する新しい人材が必要です。20歳代から40歳代の比較的若い層はもちろん、定年を迎えた年代の方にも、これまで培った別業種の知見を生かして新しい観光を生み出せる可能性があります。

さらに、農業や漁業、商業、工業、サービス業等、直接的には観光に関係しない事業を営む方も「観光地域づくり」の発想のもとに来訪者をもてなすことで、事業発展の機会につながります。

また、子どもたちにも講座や体験プログラム等を通じて田原市の観光への関心を高めるとともに、この地域への誇りの醸成等につなげ、将来の観光地域づくりの担い手を育てることも重要です。

(1) 市民の観光客受入れ機運の醸成

①市広報等での観光事業の情報発信					
実施主体	【行政】【団体】	計画期間	短期	中期	長期
			➡		継続
				継続	継続
②誰でも参画可能な観光分野の講座の開催					
実施主体	【行政】【団体】	計画期間	短期	中期	長期
			➡		継続
				継続	継続

実施主体 【行政】田原市、【団体】渥美半島観光ビューロー、経済団体、NPO 団体等、【事業者】市内事業者等、【市民】田原市民 主体となる順で掲載しています。

計画期間 【短期】3年間で成果を出し、以降、継続実施
 【中期】6年間で成果を出し、以降、継続実施
 【長期】10年間で取り組んでいくもの

(2) 学校教育への対応強化（田原市の観光事業への意識向上）

①「田原市ふるさと教育センター」を活用した観光教育の推進					
実施主体	【行政】	計画期間	短期	中期	長期
			→		
②ふるさと教育等の拡充					
実施主体	【行政】【団体】	計画期間	短期	中期	長期
			→		
③市内の保育園や小学校等において田原市の魅力を伝える体験プログラムの実施					
実施主体	【行政】【団体】	計画期間	短期	中期	長期
	【市民】【事業者】		→		

(3) 市民参加による観光活動（市民参加促進）

①市民提案企画の活用・協働					
実施主体	【市民】【事業者】	計画期間	短期	中期	長期
	【団体】【行政】		→		
②市民観光ボランティア募集・育成					
実施主体	【団体】【市民】	計画期間	短期	中期	長期
	【事業者】【行政】		→		
③「たはら巡り～な」の体験プログラム主催者の募集・育成					
実施主体	【団体】【市民】	計画期間	短期	中期	長期
	【事業者】【行政】		→		

(4) 市民による観光交流の実現（観光交流促進）

①観光関連セミナーや「たはら巡り～な」等の参加メンバーでワーキングを実施					
実施主体	【団体】【行政】	計画期間	短期	中期	長期
	【市民】【事業者】		→		
②渥美半島観光ビューローと協働で関係事業者・団体等の観光交流会の開催					
実施主体	【団体】【行政】	計画期間	短期	中期	長期
	【事業者】		→		

2 観光資源を開発・磨き、つなぐ

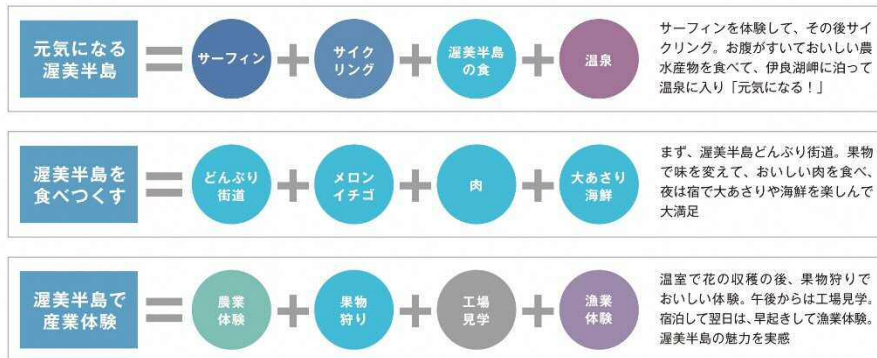
田原市には、雄大な太平洋岸の景観、農業・漁業と、それらを生かした加工品や飲食物等、素晴らしい観光資源が豊富にあります。しかし、豊富であるため、力が分散し「回遊性が低い」「滞在時間が短い」「宿泊客が相対的に少ない」等、それぞれが持っている潜在能力を発揮しきれていないところがあります。

温泉資源開発、自転車を活用した観光振興の仕組みづくり、新たな土産品、新しい資源を使った体験プログラムなど観光資源の開発に力を入れます。

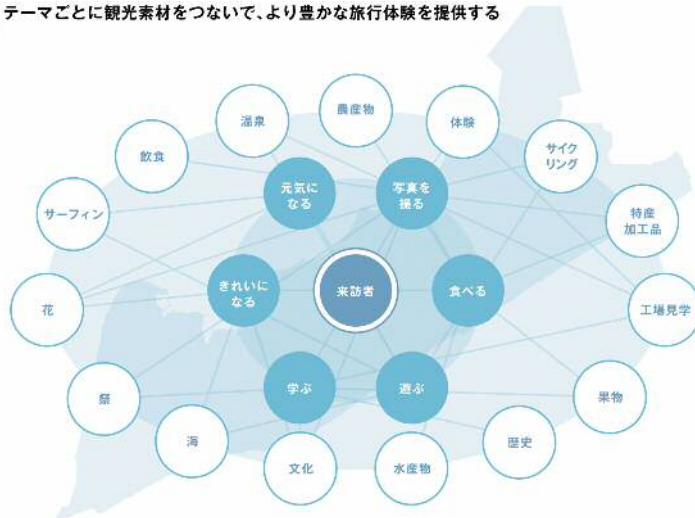
また、既存の観光資源を磨き、質を高めます。さらに、埋もれている観光資源候補を発掘し、新たな観光資源に磨き上げます。

新たに開発した資源や、磨き上げた資源を「渥美半島で元気になる」「渥美半島を食べつくす」「渥美半島の花を満喫する」「渥美半島の産業を体験する」等のテーマに関連する観光資源をつなぎ、来訪者に渥美半島を回遊してもらうようにします。回遊性が向上することで、市民との交流機会の増加や滞在期間の延長、観光消費額や宿泊者の増加につながります。

資源をテーマ・ストーリーでつなぐ(例)



テーマごとに観光素材をつないで、より豊かな旅行体験を提供する



1. 観光資源を開発する

新しく資源・仕組み等を作ります。

(1) 温泉資源の開発、活用

*温泉：伊良湖温泉（仮称）令和2年掘削開始。令和4年活用開始予定。

①源泉の開発					
実施主体	【行政】【団体】	計画期間	短期	中期	長期
			→		
②温泉資源の活用促進					
実施主体	【事業者】【団体】	計画期間	短期	中期	長期
			→		

(2) 市内のサイクルルートを活用した新たな自転車活用の仕組みづくり

①自転車を活用した市内観光資源間の回遊性向上のための仕組みづくり					
実施主体	【行政】【団体】	計画期間	短期	中期	長期
	【事業者】		→		
② ナショナルサイクルルート制度の活用					
実施主体	【行政】【団体】	計画期間	短期	中期	長期
	【事業者】		→		

(3) 街なか観光の推進

田原市街地、福江市街地の地域資源・景観を生かしたまち歩き型観光の推進					
実施主体	【団体】【市民】	計画期間	短期	中期	長期
	【行政】		→		

(4) 新たな体験プログラムの開発

これまで観光資源として活用されていなかった市内の資源を体験プログラムとして活用					
実施主体	【市民】【事業者】	計画期間	短期	中期	長期
	【団体】【行政】		→		

(5) 滞在時間延長につながる魅力の創造

宿泊につながる体験メニュー、朝市、夜市等の研究、宿泊施設等のリノベーション促進					
実施主体	【事業者】【団体】	計画期間	短期	中期	長期
	【市民】【行政】		→		

2. 観光資源を磨く

既存の観光資源の魅力をさらに向上させます。

(1) 伊良湖岬周辺観光整備

①散策ルートやサイクリングコースの充実					
実施主体	【行政】【団体】	計画期間	短期	中期	長期
	【事業者】		継続	継続	継続
②道の駅や漁港、魚市場の活用					
実施主体	【団体】【事業者】	計画期間	短期	中期	長期
	【行政】		→		
③伊良湖菜の花ガーデンの充実					
実施主体	【団体】【事業者】	計画期間	短期	中期	長期
	【行政】		→		
④「恋」をテーマとするイメージづくり強化					
実施主体	【団体】【事業者】	計画期間	短期	中期	長期
	【行政】		継続	継続	継続
⑤伊良湖岬灯台周辺から船を眺める魅力の活用					
実施主体	【団体】【事業者】	計画期間	短期	中期	長期
	【行政】		→	継続	継続

(2) 地域資源を生かしたスポーツツーリズムの推進

田原市ならではのスポーツを活用した観光の振興					
実施主体	【団体】【事業者】	計画期間	短期	中期	長期
	【市民】【行政】		→	継続	継続

(3) お土産の強化

渥美半島たはらブランド認定品制度等を活用した田原市ならではの土産物の開発・販売強化					
実施主体	【事業者】【団体】	計画期間	短期	中期	長期
			→	継続	継続



3. 観光資源をつなぐ

田原市内の豊富な観光資源をテーマやストーリーでつなぎ、さらに魅力を向上させるとともに、来訪者の回遊性を高め、滞在時間を延ばし、宿泊増に結び付けます。また、一般には観光資源とされていないものも観光視点から他の資源とつないで観光資源化します。

(1) サーフィン×観光の推進

①サーフィンの観光活用の推進					
実施主体	【行政】【団体】	計画期間	短期	中期	長期
	【事業者】		→		継続
②ビッグイベント誘致（全日本大会・世界大会誘致等）					
実施主体	【事業者】【団体】	計画期間	短期	中期	長期
	【行政】		→		継続

(2) 産業×観光の推進

①自動車産業等、工業の観光活用（工場見学等）					
実施主体	【事業者】【団体】	計画期間	短期	中期	長期
	【市民】		→		継続
②漁業の観光活用					
実施主体	【事業者】【団体】	計画期間	短期	中期	長期
	【市民】		→		継続



(3) 農業 x 観光の推進

花、野菜、果物等の豊富で高品質な農産物を生かした農業体験の増加					
実施主体	【事業者】【団体】	計画期間	短期	中期	長期
	【行政】		継続	継続	継続

(4) 環境・エネルギー x 観光の推進

菜の花エコプロジェクト等エコロジ的な資源の活用					
実施主体	【団体】【事業者】	計画期間	短期	中期	長期
	【市民】【行政】		→		

(5) 歴史・文化 x 観光の推進

歴史・文化資源の活用					
実施主体	【団体】【市民】	計画期間	短期	中期	長期
	【行政】		継続	継続	継続

(6) 日本風景街道 x 観光の推進

渥美半島菜の花浪漫街道アクションプランの推進					
実施主体	【団体】【事業者】	計画期間	短期	中期	長期
	【市民】【行政】		継続	継続	継続

(7) 食 x 観光の推進

「食」の渥美半島プロジェクト どんぶり街道、貝づくし渥美等の実施					
実施主体	【団体】【事業者】	計画期間	短期	中期	長期
	【行政】		→		



(8)「観光体験博覧会 たはら巡り～な」の推進

「たはら巡り～な」の推進					
実施主体	【団体】【事業者】 【行政】	計画期間	短期	中期	長期
			→		

「たはら巡り～な」は、平成30年10月から渥美半島を暮らす旅をコンセプトに、渥美半島ならではの体験メニューを一同に集めて「第1回観光体験博覧会たはら巡り～な」として実施しました。第1回は10月から3月までの6か月間で、地域の資源と人が主役になり、「体験メニュー」を多数（第1回では40）造成。渥美半島を暮らす旅をコンセプトに、渥美半島ならではの体験メニューを実施し、参加者とプログラム主催である市民との交流も深められました。

第1回では、渥美半島を周遊することで割引等が受けられる「周遊特典ブック」を作成し、全47店舗のクーポンで地域経済の活性化にも寄与しています。

また、スタンプラリー等の条件を達成すると、抽選でペア宿泊券等が当たる達成特典も設定し、来訪者の回遊性の向上にも努めました。その結果、参加者総数は約7,050人に達しています。

この取組は、これまでそれほど観光地域づくりに関わってこなかった事業者や市民に新しい形での観光への参加を促し、一般には観光資源とは考えられていなかった地域の産業等も観光資源となりうるという気付きが与えられ、今後、取り組むべき観光施策の一例を示すものとなりました。

「第2回たはら巡り～な」は、令和元年9月から令和2年3月を開催期間として48の体験メニューで実施し、今後も改善等をしながら継続していきます。



3 訪日外国人旅行への取組強化

今後、国内旅行マーケットの縮小が見込まれる中、観光の質を高め、観光関連事業者が経営的に成り立つためには、訪日外国人マーケットにも力を入れる必要があります。

訪日外国人の旅行消費額は、国内旅行者よりも高く、経済効果も大きく期待できます。

田原市における訪日外国人旅行への取組の方針・方向性を早期に確立していきます。

また、市民・事業者の中で関心のある皆さんと一緒に取り組み、訪日外国人旅行者数を徐々に増やしていきます。

(1) 訪日外国人受入環境の整備

①Wi-Fi、トイレ洋式化等の環境整備やキャッシュレス化を促進					
実施主体	【行政】【団体】	計画期間	短期	中期	長期
	【事業者】		→ 継続		
②市内各道の駅等での外国人観光案内所としての機能強化					
実施主体	【事業者】【団体】	計画期間	短期	中期	長期
	【行政】		→ 継続	継続	継続

(2) 訪日外国人向け情報発信の強化

①多言語版の観光パンフレットを作成					
実施主体	【行政】【団体】	計画期間	短期	中期	長期
	【事業者】		→ 継続	継続	継続
②観光情報ホームページの外国語対応の充実					
実施主体	【団体】【行政】	計画期間	短期	中期	長期
			→ 継続	継続	継続

(3) 在住外国人を対象とした体験機会の増加

①実習生や留学生等の在住外国人の観光体験による情報発信を推進					
実施主体	【団体】【事業者】	計画期間	短期	中期	長期
	【市民】【行政】		→ 継続		

(4) 広域的な訪日外国人をターゲットとした取組への参加

①昇龍道プロジェクト等への積極的な参画					
実施主体	【団体】【行政】	計画期間	短期	中期	長期
	【事業者】		→ 継続		

4 観光基盤の整備

観光を振興するためには、道路や施設等のハードを整備する必要があります。主に行政の役割として観光基盤の整備をします。

また、ハードの整備には長期的な取組が必要となるため、すでに取り組んでいる市民との協働による清掃や美化活動等の事業を継続・拡充します。

(1) 道路環境の整備

①高速IC・広域幹線道路から伊良湖地区までのアクセス改善のための道路整備促進					
実施主体	【行政】	計画期間	短期	中期	長期
②渥美半島菜の花浪漫街道アクションプランに基づく道路美化活動等					
実施主体	【市民】【団体】	計画期間	短期	中期	長期
	【行政】		継続	継続	継続
③サイン・看板の見直し、多言語化看板の整備					
実施主体	【行政】	計画期間	短期	中期	長期
					継続

(2) サイクリング、ウォーキングのための環境整備

①ナショナルサイクルルート制度に適した受入環境の整備					
実施主体	【行政】【団体】	計画期間	短期	中期	長期
	【事業者】				
				継続	継続
②歴史と文化、自然の散歩道の整備					
実施主体	【行政】【団体】	計画期間	短期	中期	長期
	【事業者】				
				継続	継続

(3) 交通利便性の向上

①超小型モビリティモデル導入等の検討					
実施主体	【行政】【団体】	計画期間	短期	中期	長期
	【事業者】				
②レンタカー、カーシェアリングの誘致					
実施主体	【団体】【行政】	計画期間	短期	中期	長期
	【事業者】				
					継続
③レンタサイクルの充実					
実施主体	【団体】【事業者】	計画期間	短期	中期	長期
	【行政】				
				継続	継続

④市内周遊のための二次交通の利便性向上					
実施主体	【事業者】【団体】	計画期間	短期	中期	長期
	【行政】				
⑤鳥羽方面、知多半島方面からの海上交通利用促進					
実施主体	【事業者】【団体】	計画期間	短期	中期	長期
	【行政】		継続	継続	継続

(4) 観光拠点の整備

①渥美半島菜の花浪漫街道にある重点道の駅等の観光拠点としての機能の強化					
実施主体	【行政】【事業者】	計画期間	短期	中期	長期
	【団体】		継続	継続	継続
②蔵王山展望台の観光拠点としての機能の強化					
実施主体	【行政】【事業者】	計画期間	短期	中期	長期
	【団体】		継続	継続	継続
③芦ヶ池農業公園サンテパークたはらの観光拠点としての機能の強化					
実施主体	【行政】【事業者】	計画期間	短期	中期	長期
	【団体】				
④弥八島周辺（一色の磯周辺）における観光拠点としての整備					
実施主体	【事業者】【行政】	計画期間	短期	中期	長期
	【団体】				
⑤田原・福江市街地におけるそれぞれの特徴を生かした観光拠点としての整備					
実施主体	【行政】【事業者】	計画期間	短期	中期	長期
	【団体】【市民】				

5 観光推進体制の整理・強化

多くの事業者や市民が観光地域づくりに参加するようになると、情報や方向性の共有・調整、すなわち地域の観光事業者のマネジメントが重要となります。

市民、事業者、関連団体そして市が一体となって「地域を誇り人が輝く 観光によるまちづくり」の推進に取り組めるよう、現在の体制をしっかりと検証した上で、推進体制の整理と強化を行います。

(1) 官民一体となった協働推進体制の検証・確立

①官民一体となった協働推進体制の検証・確立					
実施主体	【行政】【団体】	計画期間	短期	中期	長期
	【事業者】		→ 継続		

(2) 行政と渥美半島観光ビューローの役割の明確化

①行政と渥美半島観光ビューローの役割の明確化					
実施主体	【団体】【行政】	計画期間	短期	中期	長期
	【事業者】		→ 継続	継続	継続
②基盤強化のための渥美半島観光ビューローの法人化、DMO化等の検討					
実施主体	【団体】【行政】	計画期間	短期	中期	長期
			→ 継続	継続	継続

(3) 観光事業者間の情報共有機会の創出

観光事業者間の情報共有機会の創出					
実施主体	【事業者】【団体】	計画期間	短期	中期	長期
	【行政】		→ 継続	継続	継続



6 マーケティング体制の強化

どんなに素晴らしい観光地域づくりができたとしても、その存在が知られていなければ訪問してくれません。認知度向上のための情報発信やPRは非常に重要となってきますが、マーケットエリアやターゲット層を意識し、観光客が求める情報を適切な方法で届けなければ十分な効果は期待できません。

観光推進体制を整理する中で地域マネジメントを強化するとともに、観光客のニーズを常に正しく見定めてから、地域の様々な魅力に合った多様な集客方法を開発し、適確で適正な集客につなげることを目指します。

(1) 情報発信・PRの強化

①市内外へのシティセールスの実施					
実施主体	【行政】【団体】	計画期間	短期	中期	長期
			→ 継続 継続		
②SNS等最新の情報収集・発信ツールの積極的な活用					
実施主体	【団体】【市民】 【事業者】【行政】	計画期間	短期	中期	長期
			→ 継続 継続		
③田原市観光の統一したイメージによる情報発信					
実施主体	【団体】【行政】 【市民】【事業者】	計画期間	短期	中期	長期
			→ 継続 継続		
④各種メディアへの広報活動の強化					
実施主体	【団体】【事業者】 【行政】	計画期間	短期	中期	長期
			→ 継続 継続		
⑤観光ポータルサイトの充実					
実施主体	【団体】【事業者】 【市民】	計画期間	短期	中期	長期
			→ 継続 継続		
⑥サーフィン、自転車、温泉、食、体験等テーマ別の情報発信の強化					
実施主体	【団体】【事業者】 【市民】【行政】	計画期間	短期	中期	長期
			→ 継続 継続		
⑦旅行者への情報発信・営業活動の強化					
実施主体	【団体】【事業者】 【行政】	計画期間	短期	中期	長期
			→ 継続 継続		

(2) 広域連携の推進

①近隣地域との広域連携の推進（GOGO 三河湾協議会／東三河広域観光協議会／鳥羽伊良湖観光交流等）					
実施主体	【行政】【団体】	計画期間	短期	中期	長期
	【事業者】		→		
②テーマやターゲットを共有する地域との広域連携の推進（恋人の聖地観光連携等）					
実施主体	【団体】【行政】	計画期間	短期	中期	長期
	【事業者】		→		
③地域連携による新たな魅力づくりの協働（東三河DMO等）					
実施主体	【団体】【行政】	計画期間	短期	中期	長期
	【事業者】		→		



おわりに

観光基本計画は、個々の具体的な施策を着実に実践することによって目標の達成を図ります。特に短期（3年間が目途）に取り組む施策を第2次田原市観光基本計画アクションプランとして別にまとめます。アクションプランでは、より具体的な実施主体、実施内容を分かりやすく記載します。また、施策ごとに評価指標を定め、市及び実施主体が進捗状況を把握します。

第2次田原市観光基本計画は、「地域を誇り人が輝く 観光によるまちづくり」を基本理念としています。それは地域を誇り、輝く人こそが最大の観光資源であり、来訪者に喜んでいただけるのもであると同時に、「住んでよし」を通じた「訪れてよし」のまちに繋がるものだからです。

観光基本計画及びアクションプランの実践を通じて観光振興を図り、改定版第1次田原市総合計画におけるまちづくりの理念である“みんなが幸福を実現できるまち”の実現を目指します。



写真提供：チーム#つながるつたえる

