

資料3 田原市観光資源カルテ

①田原市観光情報センター 道の駅めつくんはうす

【総評】

渥美半島への東からの入り口、あるいは渥美半島周遊観光の出口としての立ち寄り施設として位置づけられる。販売の中心は農産物及び地元食産加工品が多く、地元らしさは見られるものの、販売方法、レイアウトに一考があれば、店内も活きてくるであろう。国内でも有数の果物、野菜の産地であることから、見せ方の工夫が求められる。消費者の食に関する関心は高く、野菜、果物の旬な解説なども欲しい。

ただし、道の駅としては、物販、食事だけの魅力だけではなく何かここならではの魅力も欲しい。他に直産所も出来ていることから道の駅としての特徴が欲しい。



【活かすべき観光資源】

チェック項目	評価 (◎○△×)	チェック項目	評価 (◎○△×)
集客力	◎年間約 50 万人の集客力	体験	×なし
周辺集積度	△周辺観光資源は少ない	地場産業	◎農業者、漁業者との連携
知名度	○東三河の道の駅としては高い	学習	△情報コーナー
交通アクセス	◎国道沿いにありよい	外国人	×むずかしい
歴史	○情報コーナーで地域の紹介	アミューズメント	×なし
自然	×なし	リピート性	○地元住民のリピートは高い
温泉・温浴	×なし	宿泊施設	×なし
文化	×特になし	団体利用	◎物販、食事ともに団体対応可
買い物	◎農産品・食品、あさり等	イベント・祭	○ふれあいマーケットが好評
食事	◎団体向け弁当、軽食	周辺連携	×施設連携はとぼしい

【強み】

- ・東名高速豊川もしくは音羽蒲郡ICから約1時間という立ち寄りにちょうどいい立地。また帰りも伊良湖から1時間弱という立地。
- ・農業王国における新鮮な農産物の販売。
- ・団体客の受け入れ可能。

【弱み】

- ・めつくんはうすを目的に来る観光客は少なく、渥美半島全体への観光客の増減に影響される。

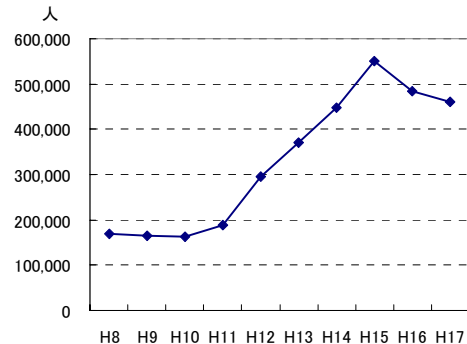
【課題・問題点】

- ・徹底した地域特産品の提供を心掛けるのが観光客にとっては望ましいが、施設経営としては地元客を対象としたリピーター客も確保していかなければならない。そのためには、いかに地元スーパーなどよりも安くおいしいものを出せるかが課題。それによって、観光客もそれを評価するようになるであろう。
- ・情報発信コーナーにおける情報発信内容が中途半端であり、新鮮な情報提供が求められる。

【マーケット性】

- ①地域マーケット
 - ・愛知県内、岐阜県、静岡県西部地方
 - ・地元マーケットもリピーターとしてあり
- ②客層
 - ・観光バス団体客
 - ・地元主婦層
 - ・ファミリー観光客
- ③シーズン性
 - ・メロン狩り、海水浴の8月がピーク
 - ・菜の花まつり、いちご狩りのシーズン

【集客数推移】（過去 10 年間）



【将来計画】（改修、投資計画、運営面での変更等）

特になし

②蔵王山・蔵王山展望台

【総評】

昼間の展望も良いが、夜の夜景も美しい。「田原市の 360 度 景観」を打ち出すよりも、「三河湾、太平洋、渥美半島の一展望 景観」を前面に出すべきである。半島を見渡せる山の展望台は 東海地方では珍しくこの眺望はもっと売れる。富士山が見える 展望台としても売れる。団体バスの周遊においては、上から眺 めたり、近くで見せたりなど単調にならないように工夫すること から、団体バスの立ち寄りとしての活用が望まれる。風車の風 景もひとつの売りになるし、学習観光の対象としても価値があ る。その他、トレッキングとしても手頃なコースであることや、地 産地消レストランも今の時流にあっており、蔵王山には様々な 客層に対応



できる要素がある。

【活かすべき観光資源】

チェック項目	評価 (◎○△×)	チェック項目	評価 (◎○△×)
集客力	○集客力は決して高くない	体験	○トレッキングとしては適地
周辺集積度	○中心地の歴史資源には近い	地場産業	△地元農業者との朝市での連携
知名度	△愛知県での知名度は高くない	学習	◎環境学習、自然学習
交通アクセス	△公共交通アクセスが弱い	外国人	△夜景を見ながら食事
歴史	×特になし	アミューズメント	△子ども遊具があるが少ない
自然	◎山の自然は豊富	リピート性	○デートコース、レストラン
温泉・温浴	×なし	宿泊施設	×なし
文化	×なし	団体利用	◎学校利用は可、食事は人数限定
買い物	△みやげもの屋、朝市等の開催	イベント・祭	○蔵王山展望まつり
食事	◎レストランは良	周辺連携	×連携はとぼしい

【強み】

- ・愛知県でも有数の圧倒的な景観。
- ・地産地消のフレンチレストランの話題性。
- ・風力発電の風車のある風景。
- ・豊かな自然環境。

【弱み】

- ・公共交通。
- ・バス1台の団体での食事が受け入れられない。

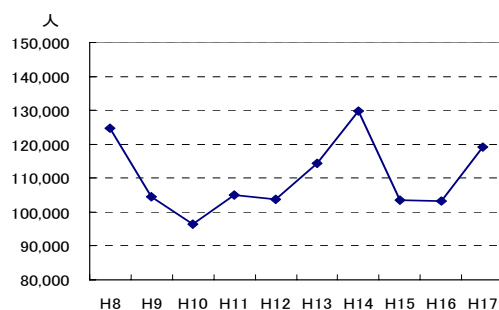
【課題・問題点】

- ・団体客の受け入れにおいては、バス1台分 46 人までは受け入れられるがそれ以上の団体は受け入れられない。レストランの経営方針もあり、多くの団体客を必ずしも受け入れるのが最善策とはいえないが、現状、地産地消型レストランが少ないことから、渥美半島観光のひとつの売りにはなる。
- ・自主的な集客イベントも 10 月開催の蔵王山展望まつり以外にも、既に開催して好評を得たピアガーデンなど、様々な仕掛けができると思われる。デートスポットとして、シルバー対象の健康ウォーキング、ファミリー向け冒険イベントなどの仕掛けがもっと欲しい。

【マーケット性】

- ①地域マーケット
 - ・主に田原市内から豊橋周辺
 - ・愛知県内、静岡県西部地方
- ②客層
 - ・ファミリー層
 - ・小学生の団体利用
 - ・若者・カップル
 - ・ツーリング(ライダー)
- ③シーズン性
 - ・春、夏、秋の季節のよい時期に強い
 - ・冬季利用は限られる

【集客数推移】(過去 10 年間)



【将来計画】(改修、投資計画、運営面での変更等)

特になし

③田原市博物館・田原城址

【総評】

歴史好きの人には面白い存在であり価値の高い施設である。周辺の田原城址の雰囲気とともに、博物館の雰囲気もよく落ち着いてみることができ、施設や環境に気品を感じる。海や農業のイメージの強い田原が、歴史ある城下町だったということを知ってもらうためには重要な文化観光資源である。ただし、展示内容は歴史に関心の高い人向けであり、一般観光客に広く受け入れられるものではない。

高齢者の町歩き観光、あるいは歴史サークルなど、特定の層に対する魅力はある。



【活かすべき観光資源】

チェック項目	評価 (◎○△×)	チェック項目	評価 (◎○△×)
集客力	△年間2万人程度	体験	×体験プログラムはない
周辺集積度	○中心部へは徒歩圏内	地場産業	×なし
知名度	△博物館自体の知名度は低い	学習	◎歴史の学習、芸術の学習
交通アクセス	○市内バスでの移動は可	外国人	○歴史への関心
歴史	◎華山を知る貴重な歴史資源	アミューズメント	×なし
自然	○桜	リピート性	△企画展によるリピート喚起
温泉・温浴	×なし	宿泊施設	×なし
文化	◎江戸文化の展示	団体利用	◎団体割引あり
買い物	△華山関連書籍等	イベント・祭	○企画展にて対応
食事	×なし	周辺連携	○歴史の館めぐり

【強み】

- ・田原市内では貴重な歴史文化資源である。
- ・田原城址跡という立地の雰囲気はよい。
- ・渡辺華山が全国的に著名な存在である。

【弱み】

- ・歴史に関心が高い人以外に幅広く受け入れられない。
- ・市内では数少ない有料施設である。

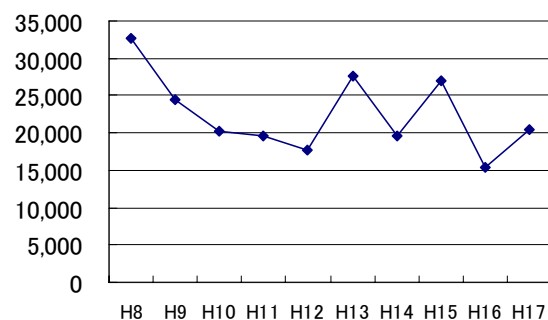
【課題・問題点】

- ・集客力を伸ばすためには、いかに見てもらうかといった仕掛けが必要である。恐らく、多くの観光客が存在を知らずに帰ってしまっているのではないと思われる。例えば、蔵王山の散策の後に、朝市とセットで、団塊の世代向けパンフレットに組み込んだり、市内中心部では、名物せんべい・饅頭屋などに立ち寄りさせる仕組みなども必要であろう。町歩きの魅力として、寺町通り、まつり会館、そして、食事、おみやげ屋、地元ならではのお店などの町歩きマップを作成することによって、博物館の価値も高まり、周遊としての魅力も高まるであろう。

【マーケット性】

- ①地域マーケット
 - ・主に田原市内から豊橋周辺
- ②客層
 - ・シルバー層
 - ・ファミリー層
 - ・夫婦、友人同士
 - ・7割方が観光客
- ③シーズン性
 - ・通年型であるが、観光シーズンの立ち寄りが多い。

【集客数推移】（過去10年間）



【将来計画】（改修、投資計画、運営面での変更等）

特になし

④田原まつり会館

【総評】

地域文化を紹介するには貴重な施設である。山車や凧の文化への関心は日本人の多くが持っており、田原にもこんな文化があるということを知ってもらうにはいい施設である。ただし、展示が見てもらっただけのものであり、からくりの実演などがあると価値は高まる。

また、簡単な施設の案内をしてくれるなど、個々への対応のあるなしによっても、この施設の価値は違う。現状では、入り口を通すだけの係員はいるが、説明までしてくれるようなガイドがいるとありがたい。

凧づくり教室なども、地元小学生だけでなく、観光客に対しても売れる要素であり、ひとつの地域ならではの体験プログラムとして取り入れても面白い。

【活かすべき観光資源】



チェック項目	評価 (◎○△×)	チェック項目	評価 (◎○△×)
集客力	△年間2万人程度	体験	○凧づくり体験プログラム
周辺集積度	○中心部へは徒歩圏内	地場産業	△地域文化としての紹介
知名度	△会館自体の知名度は低い	学習	◎地域文化の学習
交通アクセス	◎三河田原駅から徒歩圏内	外国人	◎山車、凧は外国人興味あり
歴史	◎華山を知る貴重な歴史資源	アミューズメント	×なし
自然	×なし	リピート性	△リピート性は低い
温泉・温浴	×なし	宿泊施設	×なし
文化	◎田原まつり文化の展示	団体利用	○団体利用可
買い物	×なし	イベント・祭	○田原まつり、凧まつり関連
食事	×なし	周辺連携	○歴史の館めぐり

【強み】

- ・田原市内では貴重な歴史文化資源である。
- ・愛知の文化でもある山車文化。
- ・三河田原駅から徒歩圏内という立地。
- ・周辺の寺町通りに隣接。

【弱み】

- ・田原市の観光ルートの主動線上にない。
- ・常時解説できるガイドがない。

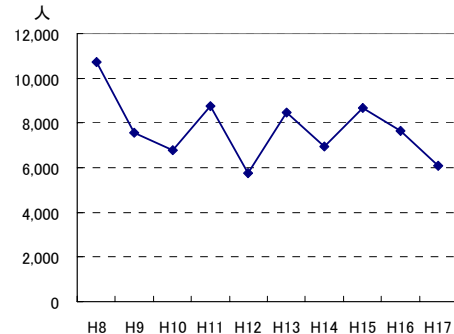
【課題・問題点】

・田原市の観光ルートの主動線上にないことから、多くの観光客が立ち寄る施設になっていない。田原市博物館同様に、恐らく、多くの観光客が存在を知らずに帰ってしまっているのではないかとと思われる。まつり会館も博物館同様に、市内中心部の歴史のある町めぐりコースを設定し、名物せんべい・饅頭屋や朝市などとセットで町歩きの魅力を高めることによって、その存在価値を高めることも必要であろう。観光客のひとつのニーズとして、町歩きによる発見といった楽しみもあり、そうした仕掛けにより集客の可能性を見出すことも出来るであろう。

【マーケット性】

- ①地域マーケット
 - ・主に田原市内から豊橋周辺
 - ・愛知県内、静岡県西部地方
- ②客層
 - ・シルバー層
 - ・ファミリー層
 - ・地元小学生の学習利用
- ③シーズン性
 - ・通年型であるが、観光シーズンの立ち寄りが多い。

【集客数推移】(過去10年間)



【将来計画】(改修、投資計画、運営面での変更等)

特になし

⑤サンテパルクたはら

【総評】

気軽に立ち寄れるファミリー向け施設として、来訪者数は順調に推移し、完全に地域においては定着したレジャー施設である。幼稚園から低学年層までの安定した需要を得ており、ゲートボールとのセットによるシルバー層までマーケットを獲得している点は評価できる。農産物の人気もあるが、日本一の農業王国として、さらにこのゾーンの充実、宣伝によっては、名古屋方面を含めた広域からの来訪も期待できる。農業王国としての情報発信拠点としても期待される。今後は、他の観光資源といかに連携した集客ができるかも課題である。



【活かすべき観光資源】

チェック項目	評価 (◎○△×)	チェック項目	評価 (◎○△×)
集客力	◎比較的多く、田原市では No.1	体験	◎豊富な体験メニュー
周辺集積度	△周辺観光資源数は少ない	地場産業	○農業との連携
知名度	○東三河南部での知名度はある	学習	◎体験学習、農業学習
交通アクセス	○ぐるりんバスが運行	外国人	×むずかしい
歴史	×特にない	アミューズメント	△子ども遊具、乗馬
自然	○山を活かした施設づくり	リピート性	○気軽に安く遊べる
温泉・温浴	×なし	宿泊施設	×なし
文化	○農業文化の展示あり	団体利用	◎学校利用、食事も団体対応可
買い物	◎地元の野菜・農業加工物	イベント・祭	○頻繁に開催。特に花関係充実
食事	○バーベキューが人気	周辺連携	×連携はとぼしい

【強み】

- ・低料金で楽しめる施設が充実しており、ファミリー、幼稚園、小学生などに安定した人気を継続できる。
- ・食事(バーベキュー)、買い物(農産物)、体験プログラム(ウィンナーづくり、アイスクリームづくり、フラワーアレンジメントなど)、花(季節による)の4つのポイントの充実により、女性マーケットに強い。

【弱み】

- ・周辺に観光資源が乏しく、周遊型にはなりにくく、単体での集客が多い。
- ・ファミリー層に客層が集中し、主たる観光マーケットとなるシルバー層にアプローチできるアイテムの充実が求められる。

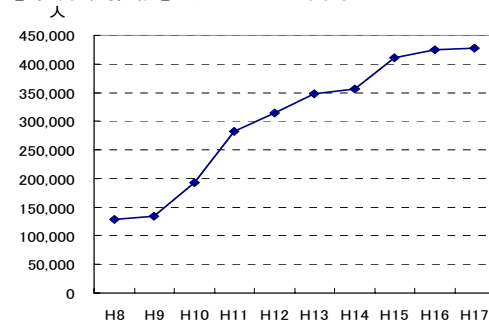
【課題・問題点】

- ・田原市を代表する集客施設として、今後も重要な役割を担っていく。順調な推移で客数は伸びてきたが頭打ち状態であり、今後はさらなるソフト・ハードのリニューアルによる新鮮さが求められる。また、産直市場の充実、野菜加工工場の誘致、周辺の畑での収穫体験などの要素を加えることによる魅力創造により、渥美半島への旅行には必ず立ち寄るようなポイントとなりうる可能性もあり、地元周辺だけでなく、広域からも評価されるような営業戦略も求められる。

【マーケット性】

- ①地域マーケット
 - ・主に田原市内から豊橋周辺
 - ・愛知県内、静岡県西部地方
- ②客層
 - ・ファミリー層
 - ・幼稚園、小学生の団体利用
- ③シーズン性
 - ・春、夏、秋の季節のよい時期に強い
 - ・冬季利用は限られる

【集客数推移】(過去10年間)



【将来計画】(改修、投資計画、運営面での変更等)

- ・直売所、バーベキュー広場リニューアル
- ・事業会社の解散、施設は市が管理、事業者は新事業者へ移管

⑥太平洋ロングビーチ

【総評】

サーファーという特定の層ではあるが、全国的にも著名なビーチとして、その存在価値は高い。田原市観光協会へのアクセスにおいても波情報に対するアクセス数は格段に高く、その人気度が伺える。全国的にも有名なビーチである一方で、近隣の一般の若者にももっとPRができる愛知県を代表するビーチであると思われる。ただし、現状では、サーファーに対する便宜施設(駐車場、休憩所、シャワー、温浴施設、更衣室、売店など)が少なく、地域として受け入れるならば、早い整備が求められる。また、サーフィンの世界大会が開かれるなど、メディアを使った渥美半島のPRにもつながることから、夏のイメージを謳う格好の素材となりうる。また、現状では、若者が中心だが、中年サーファーも来られるような環境が整えば、地域にもお金が落ちる可能性は広がる。中年向けシニアの競技会の開催も考えたらよい。



【活かすべき観光資源】

チェック項目	評価 (◎○△×)	チェック項目	評価 (◎○△×)
集客力	◎夏場の集客力は圧倒的	体験	◎サーフィン
周辺集積度	△周辺観光資源数は少ない	地場産業	×なし
知名度	◎サーファーには全国区レベル	学習	×なし
交通アクセス	△公共交通アクセスが弱い	外国人	◎在住外国人
歴史	×特になし	アミューズメント	×なし
自然	○海の景観	リピート性	◎サーファーのリピート性高い
温泉・温浴	×なし	宿泊施設	×なし
文化	×なし	団体利用	×
買い物	△近隣のコンビニ	イベント・祭	◎サーフィン世界大会
食事	△近隣の食堂・レストラン	周辺連携	×なし

【強み】

- ・全国のサーファーからも評価される、圧倒的なビーチ。
- ・夕日の絶景。
- ・世界大会の開催による知名度向上。

【弱み】

- ・便宜施設が整っていない。
- ・地域への経済効果が少ない。

【課題・問題点】

- ・名古屋方面など、地元東海地方全域や関西方面からの集客力も高いビーチであるが、受け入れの便宜施設の未整備が目立つ。これらに対応することによって、波も、ビーチも、受け入れ施設も充実した日本一のサーフビーチに育つ可能性はある。年々集客数も増え、ここ数年は安定していることから、駐車場などの整備により、これを維持拡大していくことも求められよう。

【マーケット性】

①地域マーケット

- ・愛知県内
- ・静岡県
- ・関西

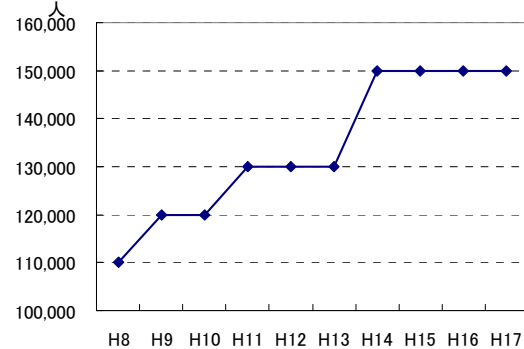
②客層

- ・若者

③シーズン性

- ・夏は圧倒的であるが、年中サーファーは訪れている。

【集客数推移】(過去10年間)



【将来計画】(改修、投資計画、運営面での変更等)

- ・赤羽根港周辺における道の駅計画
- ・弥八島周辺観光拠点整備

⑦伊良湖旅客ターミナル 道の駅 伊良湖クリスタルポルト

【総評】

フェリー乗り場としての海の駅を兼ねた道の駅として存在するものの、開業当初よりもフェリー利用客が減少した今、新しい方向性に向けて施設運営を考えていかないとむずかしい。半島の先端部という集客施設の立地としては決してよくない立地にあることから、何かここに立ち寄らなければという魅力のある集客要素が欲しいところである。物販施設としても、飲食施設としても、ここならではの魅力が欲しい。一部、他地域産のメロンが売られていたりしたが、施設としてのこだわりを持って欲しい。



やしの実博物館はあえて発展的に解消して別のものにすることも検討するべきであろう。

【活かすべき観光資源】

チェック項目	評価 (◎○△×)	チェック項目	評価 (◎○△×)
集客力	◎減少傾向であるが約 100 万人	体験	×特になし
周辺集積度	◎伊良湖周辺の観光資源	地場産業	○販売による協力
知名度	○伊良湖自体の知名度はある	学習	△海の交通
交通アクセス	△豊橋方面からは遠い	外国人	×むずかしい
歴史	△やしの実博物館	アミューズメント	△ゲームコーナー
自然	○海の景観	リピート性	△リピートする魅力は乏しい
温泉・温浴	×なし	宿泊施設	×なし
文化	○やしの実博物館	団体利用	◎食事は団体対応可
買い物	◎おみやげ、農産物、海産物	イベント・祭	○菜の花まつりなどでの連携
食事	○レストラン、軽食、喫茶	周辺連携	○ホテルからの送迎等あり

【強み】

- ・伊良湖という著名な地域ブランド。
- ・海の玄関と道の玄関の両面の活用。
- ・フェリーが間近を通る風景。
- ・広い駐車場スペース。

【弱み】

- ・半島の先端という立地性。
- ・フェリー利用客の減少。
- ・団体客の減少。

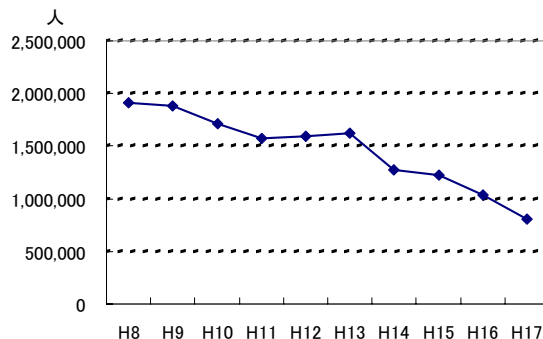
【課題・問題点】

- ・伊良湖地区が周遊の目的地となることが重要である。現状では、集客力のある目玉が乏しく、クリスタルポルト自身にも求められるところであるが、伊良湖全体において集客力が高まるのが当施設への集客力にもつながる。
- ・メロン狩り・イチゴ狩り、菜の花まつりへはリピーターを生みだしていることから、こうしたリピート客が立ち寄ってもらえるサービス提供(特別メニューやその時期ならではのイベント、フェア、物産市など)も必要である。

【マーケット性】

- ①地域マーケット
 - ・豊橋周辺
 - ・愛知県内、静岡県西部地方、三重県
- ②客層
 - ・ファミリー層
 - ・団体客(個人ヘシフト)
- ③シーズン性
 - ・春、夏、秋の季節のよい時期に強い
 - ・冬季利用は限られる

【集客数推移】(過去 10 年間)



【将来計画】(改修、投資計画、運営面での変更等)

- ・特になし

⑧伊良湖岬灯台／恋路ヶ浜／日出の石門

【総評】

伊良湖ビューホテル周辺からみた恋路ヶ浜方面の海岸景観は、素晴らしい。文人墨客も愛したこの自然景観抜きに田原市の観光は語れない。夕日が沈みかけていく光景はとても美しく印象的であり、誰もの心を捉える魅力がある。また、海岸からの景色も素晴らしく、わが国を代表する海の景観のひとつであることは間違いない。ただし、観光客を迎え入れるハードとソフトウェアが旧来のままである。灯台から恋路ヶ浜への散策、あるいは恋路ヶ浜周辺の散策を楽しみさせるような演出も乏しい。

恋人の聖地に認定されたことから、旧来型の観光売店だけではなく雰囲気のある喫茶店やショップが求められる。



【活かすべき観光資源】

チェック項目	評価 (◎○△×)	チェック項目	評価 (◎○△×)
集客力	○データはないが集客力あり	体験	△海遊び
周辺集積度	○道の駅、ホテル、売店等	地場産業	△漁業との連携
知名度	◎全国レベルでの知名度あり	学習	○海の体験学習
交通アクセス	△公共交通アクセスが弱い	外国人	○海の景色(特に大陸中国人)
歴史	○歴史的な背景あり	アミューズメント	×特になし
自然	◎海の景観	リピート性	△景色だけではリピート性低い
温泉・温浴	×なし	宿泊施設	◎周辺各種あり
文化	◎文人たちの碑など	団体利用	○周辺ホテル等で団体対応可
買い物	○みやげもの売店	イベント・祭	◎菜の花まつり、トライアスロン
食事	○食堂	周辺連携	△地区全体での連携は不足気味

【強み】

- ・田原市の観光資源で最も著名な資源。
- ・各種 100 選等に選ばれた価値。
- ・海の景観、朝日、夕日の景観。
- ・恋人の聖地認定。

【弱み】

- ・自然景観の素晴らしさ以外の核となる集客資源の不足。
- ・半島先端部という交通アクセス立地の不便さ。
- ・伊良湖周辺周遊交通の不足。

【課題・問題点】

- ・伊良湖岬から恋路ヶ浜にかけての遊歩道の整備も早急に求められるところである。せつかくの整備が中途半端に終わっている。また、遊歩道の整備とともに海岸景観の保存を検討する必要がある。伊良湖で集客できる最大の資源が自然であるならば、看板設置の制限や電柱の撤去など徹底的に景観に配慮して、自然風景を魅せるようなことが求められる。
- ・また、伊良湖を案内するネイチャーガイドや、文学、歴史を語る語り部など、伊良湖の魅力を語ってもらえる人材も求められる。こうした人の存在が伊良湖の魅力をさらに高める。
- ・恋路ヶ浜前の駐車場における観光客からのクレームなど、地域での受け入れのおもてなしにも欠ける部分も見られる。田原市を代表する観光資源であることから、気持ちよく観光客に帰ってもらうおもてなしの心の醸成も喫緊の課題である。

【マーケット性】

- ①地域マーケット
 - ・主に田原市内から豊橋周辺
 - ・愛知県内、三重県、静岡県西部地方
- ②客層
 - ・ファミリー層
 - ・シルバー層
 - ・若者
- ③シーズン性
 - ・春、夏、秋

【集客数推移】(過去 10 年間)

※データなし

【将来計画】(改修、投資計画、運営面での変更等)

- ・伊良湖岬周辺整備(駐車場、遊歩道)