

# **改定** 田原市観光基本計画(案)

渥美半島まるごと観光の推進

平成27年2月



## 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

<p><b>現状</b></p>	<p><b>観光客入込動向</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>◆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。23年は東日本大震災の影響もあり減少したが、25年は伊勢神宮の遷宮行事が行われた効果もあり、過去4年間では最高の数値を示している。しかし、遷宮後の反動で26年は減少傾向。(特に団体客減)</li> <li>◆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、サンテパルクたはらが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。</li> </ul> <div data-bbox="375 862 869 1198"> <p style="text-align: center;"><b>観光地点等入込客数の推移</b></p> <table border="1"> <caption>観光地点等入込客数の推移</caption> <thead> <tr> <th>年度</th> <th>入込客数(千人)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>H22</td> <td>2,949</td> </tr> <tr> <td>H23</td> <td>2,851</td> </tr> <tr> <td>H24</td> <td>2,974</td> </tr> <tr> <td>H25</td> <td>3,128</td> </tr> </tbody> </table> </div>	年度	入込客数(千人)	H22	2,949	H23	2,851	H24	2,974	H25	3,128	<p><b>インターネットアンケート結果(東海4県)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>◆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。</li> <li>◆田原＝観光のイメージが湧くのは34%。愛知県東三河地域では58%だが、名古屋では33%。</li> <li>◆訪問経験も年1回程度で全体的に低い。</li> <li>◆日帰り旅行へのリピート希望需要は40%。</li> <li>◆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。</li> <li>◆宿泊旅行へのリピート希望需要は16%。</li> <li>◆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%。</li> <li>◆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。</li> <li>◆訪問意向は男性よりも女性の方が高い。</li> <li>◆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。</li> <li>◆田原への観光の際、立ち寄りしたいところは、ラグーナ蒲郡、豊川稲荷、浜名湖、伊勢神宮。</li> <li>◆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%。</li> <li>◆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、町歩き観光などが上位。</li> <li>◆旅行相手は、家族、夫婦・カップル。団体は少。</li> </ul>
年度	入込客数(千人)											
H22	2,949											
H23	2,851											
H24	2,974											
H25	3,128											
<p><b>来訪者アンケート</b></p>	<p><b>観光施設来訪者アンケート(8月に実施)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●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%)。</li> <li>●同伴者は家族51%、夫婦・カップル30%。</li> <li>●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。</li> <li>●田原の観光であればいいと思うものは、魚介類の店、バーベキュー施設、海を眺める展望台、マリレジャー施設が上位。</li> <li>●利用交通機関は、自家用車が89%。</li> <li>●日帰りが78%、宿泊が22%(65%が田原市内で宿泊、1泊が56%)</li> <li>●情報先は「以前から知っていた」が76%と大半。</li> <li>●来訪経験は3回以上が63%、初めてが20%。</li> <li>●また訪れたいが96%と大半。</li> <li>●田原市内の立寄先は、恋路ヶ浜、伊良湖灯台、クリスタルポルトの伊良湖3施設が上位。</li> <li>●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。</li> <li>●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%。</li> </ul>	<p><b>宿泊客アンケート(9月に実施)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●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%。</li> <li>●同伴者は家族43%、夫婦・カップル40%。</li> <li>●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%。</li> <li>●行き先は、サンテパルクたはら、道の駅3カ所が上位。</li> <li>●1泊が94%、2泊以上が6%</li> <li>●宿泊先を決める理由は料金、食事が上位。</li> <li>●利用交通機関は、自家用車が89%。</li> <li>●情報先は「以前から知っていた」が58%と大半。</li> <li>●田原での宿泊経験は3回以上が49%、初めてが38%、2回目13%。</li> <li>●買い物予定の場所の大半が道の駅とサンテパルクたはら</li> <li>●食事場所は、ホテル、道の駅が多い。</li> </ul> <p><b>サービスエリアアンケート(10月に実施)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●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%。</li> <li>●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%。</li> </ul>										

## 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

<p>■ 全体的なアドバイザー意見の総括</p> <ul style="list-style-type: none"><li>● 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</li><li>● 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</li><li>● 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</li><li>● 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</li><li>● 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</li><li>● 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</li></ul>
<p>○ <u>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)</u></p> <ul style="list-style-type: none"><li>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</li><li>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)</li><li>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</li><li>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</li></ul>
<p>○ <u>福井佳代氏 (名鉄観光サービス 国内旅行営業部 課長)</u></p> <ul style="list-style-type: none"><li>① 渥美半島は「リゾートの海」のイメージ～原色がちりばめたようなきれいな色があふれた町～</li><li>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)</li><li>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)</li><li>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)</li><li>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。</li><li>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)</li></ul>
<p>○ <u>花枝一則氏 ((株)エイエイピー 浜松支店 副支店長)</u></p> <ul style="list-style-type: none"><li>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。</li><li>② 伊良湖水道は新たな観光資源になる可能性大。</li><li>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。</li><li>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。</li><li>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。</li><li>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。</li><li>⑦ メディアへの情報発信。「何をを使うか」より「何が売れるか」「どうやって売るか」を考える必要</li></ul>
<p>○ <u>森幹夫氏 (Find Way まちづくりtourism 代表)</u></p> <ul style="list-style-type: none"><li>① 田原の only one を明らかにすることが重要</li><li>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。</li><li>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。</li><li>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。</li><li>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</li></ul>

## (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

<p><b>■Strengths(強み)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・海に囲まれた風光明媚な半島の自然</li> <li>・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</li> <li>・新鮮な水産物の魅力～あさりなどの貝類</li> <li>・園芸産地としての日本一の花のまち(作るから贈るへ)</li> <li>・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</li> <li>・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</li> <li>・持続可能な都市・日本一の評価を得た住みやすさ</li> <li>・歴史文化・祭り、寺社仏閣なども各所に点在</li> <li>・女子に適した観光素材 ・シルバーに適した観光素材</li> <li>・市内に3つの道の駅 ・最先端の新エネルギー施設</li> <li>・1～3月の菜の花まつり</li> </ul>	<p><b>■Weaknesses(弱み)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・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</li> <li>・圧倒的に強みとなる大型集客施設がない</li> <li>・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</li> <li>・農業、園芸産業がまだ十分に観光に活かされていない</li> <li>・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</li> <li>・菜の花まつり(1～3月)、夏休み期間中以外の繁閑差</li> <li>・半島内をめぐる2次交通の弱さ</li> <li>・地域全体のおもてなし感の不足</li> </ul>
---	--

### 田原市の観光に関するSWOT分析

<p><b>■Threats(脅威・懸念事項)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・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)</li> <li>・新東名高速道路の開通による車の流れの変化</li> <li>・23号バイパスの全通による遠州、三河マーケットの変化</li> <li>・他地域における観光地の活性化</li> <li>・伊勢神宮遷宮年の終了</li> <li>・北陸新幹線の金沢までの開業(東京マーケットの変化)</li> <li>・少子化によるファミリー客層の減少</li> <li>・人口減少による地域の活力低下、担い手不足</li> <li>・一部地域における悪臭問題</li> </ul>	<p><b>■Opportunities(機会・プラス要因)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・超高齢化社会におけるのんびりゆったりの旅行ニーズ</li> <li>・女子旅ブーム ・「食」へのニーズの年々の高まり</li> <li>・東京オリンピック開催決定によるスポーツ観光ブーム</li> <li>・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)</li> <li>・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</li> <li>・蔵王山展望台改装、いらご さららパークの開業</li> <li>・道の駅人気</li> <li>・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</li> </ul>
--	--

### 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』

～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～

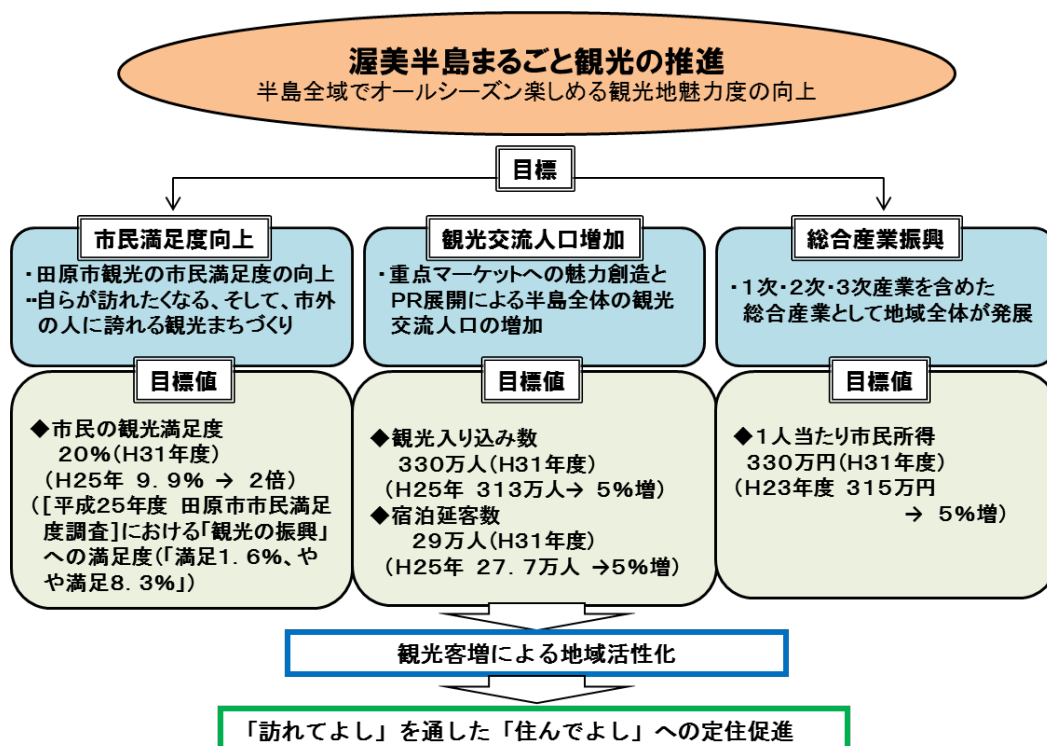
～観光客増による地域産業活性化への貢献、観光交流を通じた定住促進へ～

### 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。

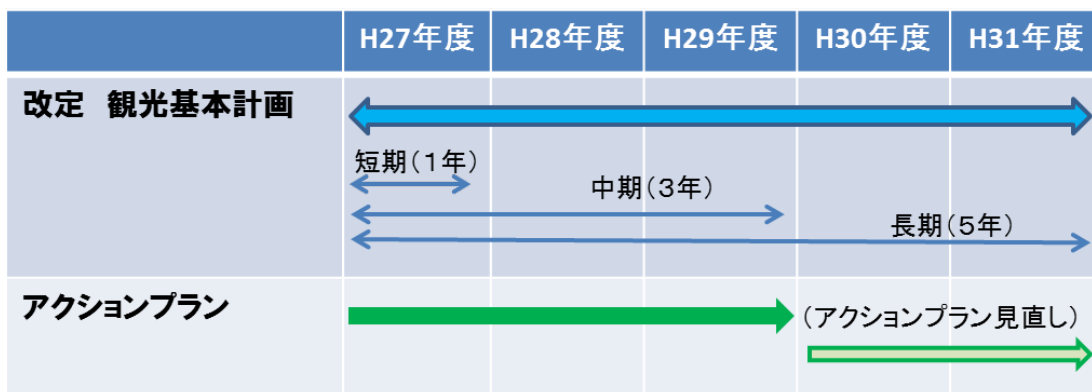
そして「訪れてよし」を通じた「住んでよし」のまちに繋がります。



## 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

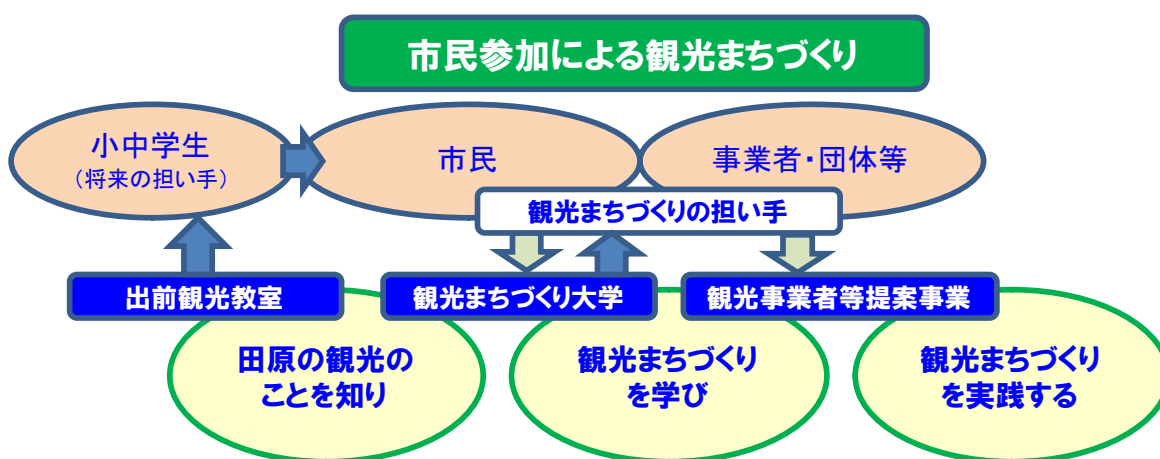
- 1 市民参加による観光まちづくりの推進
- 2 観光振興推進体制の確立
- 3 新たな視点に立った観光資源の発掘・開発・創造による観光魅力度の向上
- 4 新たな観光マーケットを意識した情報発信・PR
- 5 観光客にやさしい・おもてなしのある受け入れ体制づくり
- 6 観光産業振興から総合産業振興への展開による地域活性化・雇用促進

## 2-5 田原市観光計画推進アクションプラン

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]	「観光まちづくり大学」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修農体験、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市民ボランティア募集	●		▶
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	●		▶



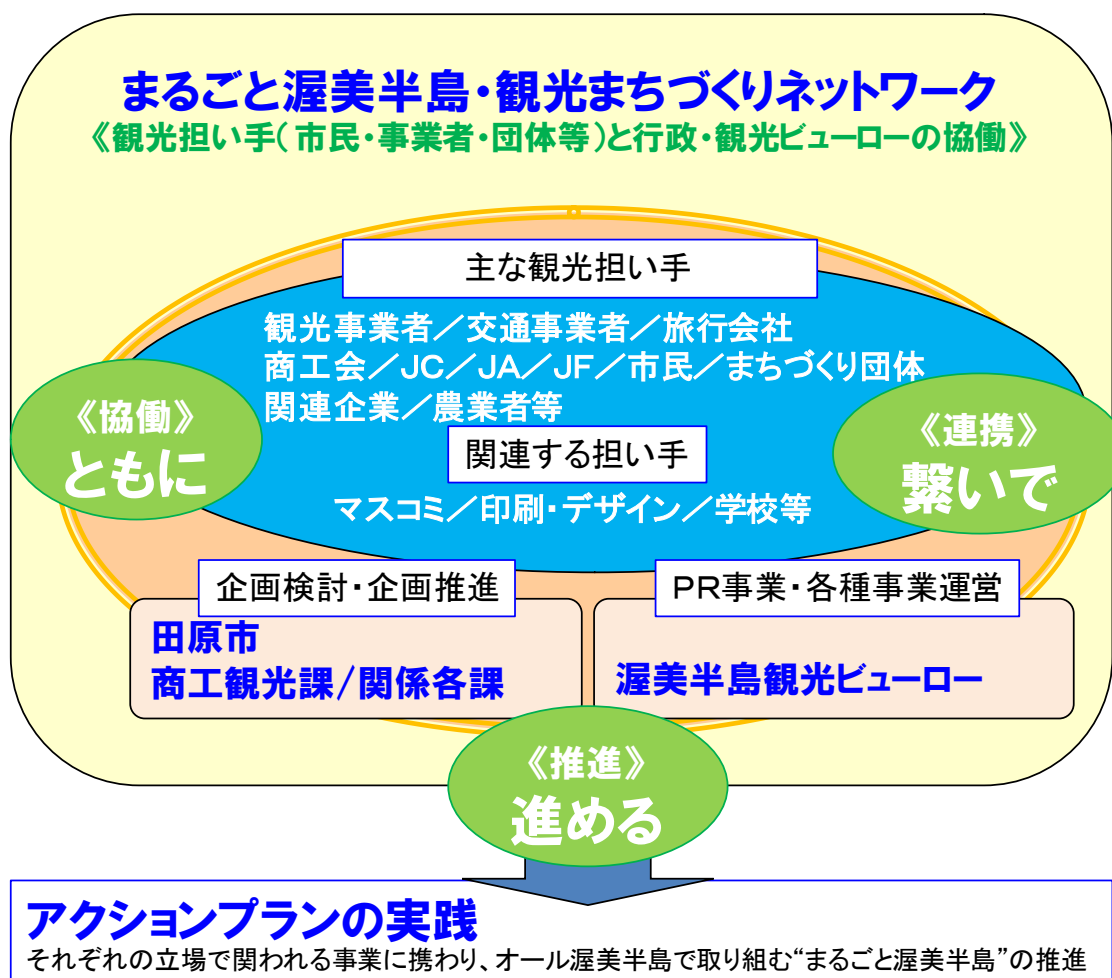
## 2 観光振興推進体制の確立

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。

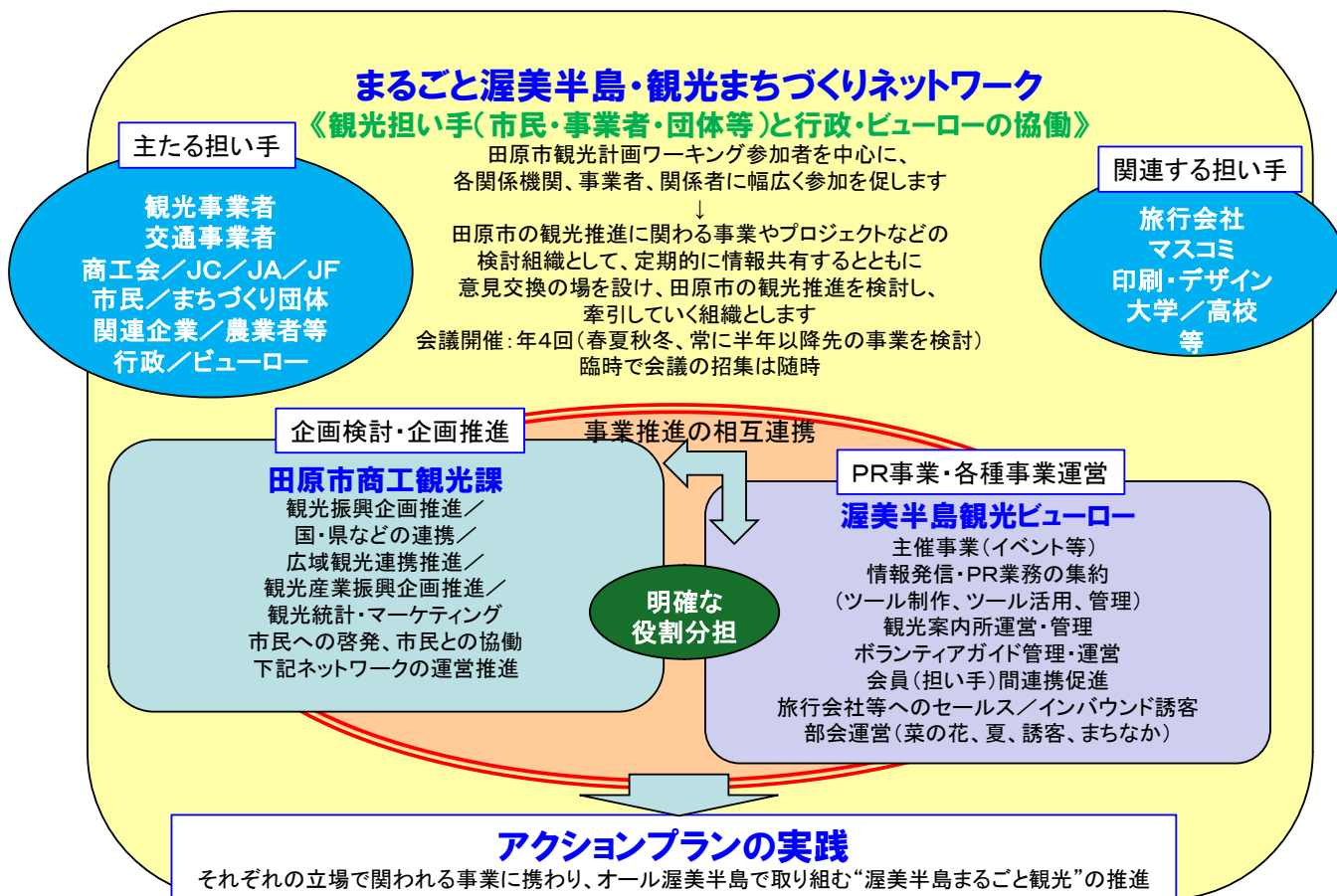
また、具体的なアクションプラン推進実行体制として、行政と観光ビューローが中心となって、各関係機関、事業者、団体等が参画する「まるごと渥美半島・観光まちづくりネットワーク」を形成し、田原市の観光振興を推進します。



## (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) 観光当事者間の情報共有

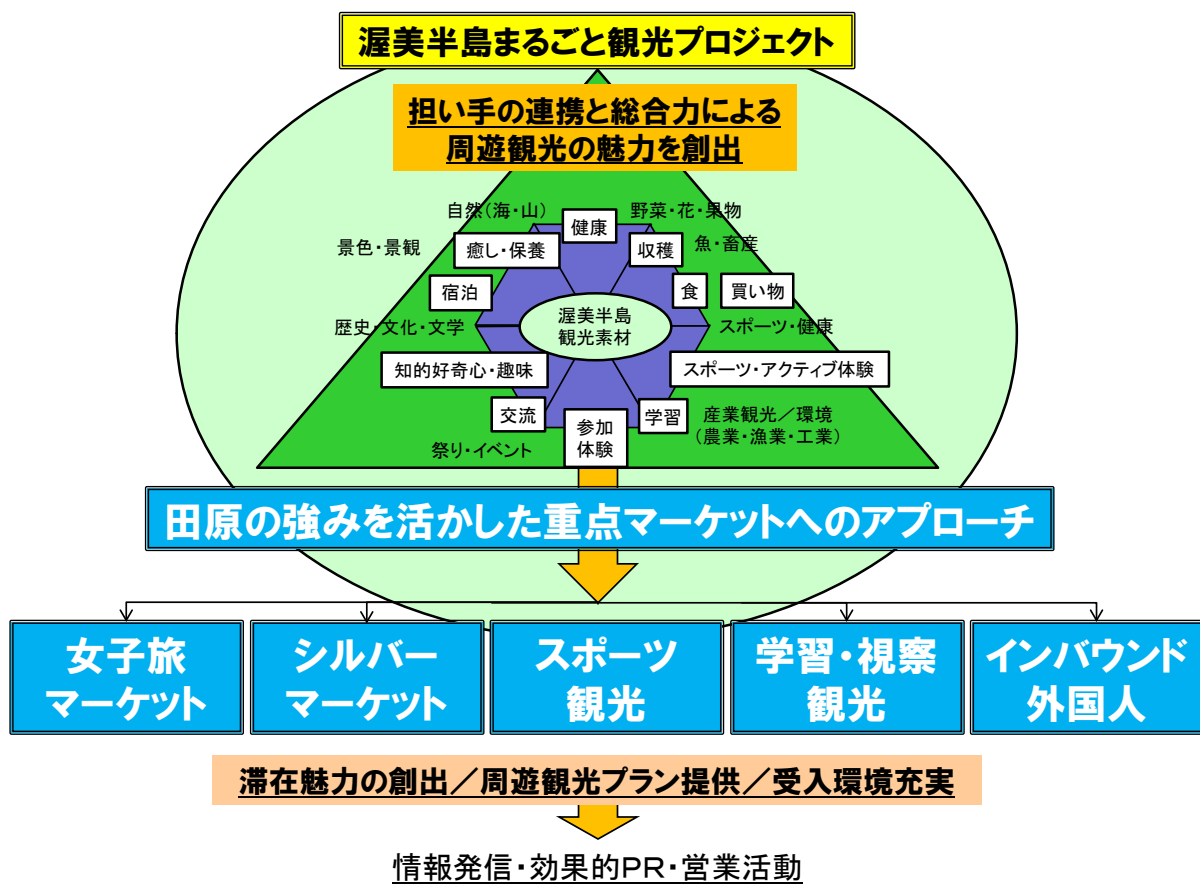
上記「まるごと渥美半島・観光まちづくりネットワーク」において、観光事業者間同士による情報共有を常に図っていきます。

### ■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

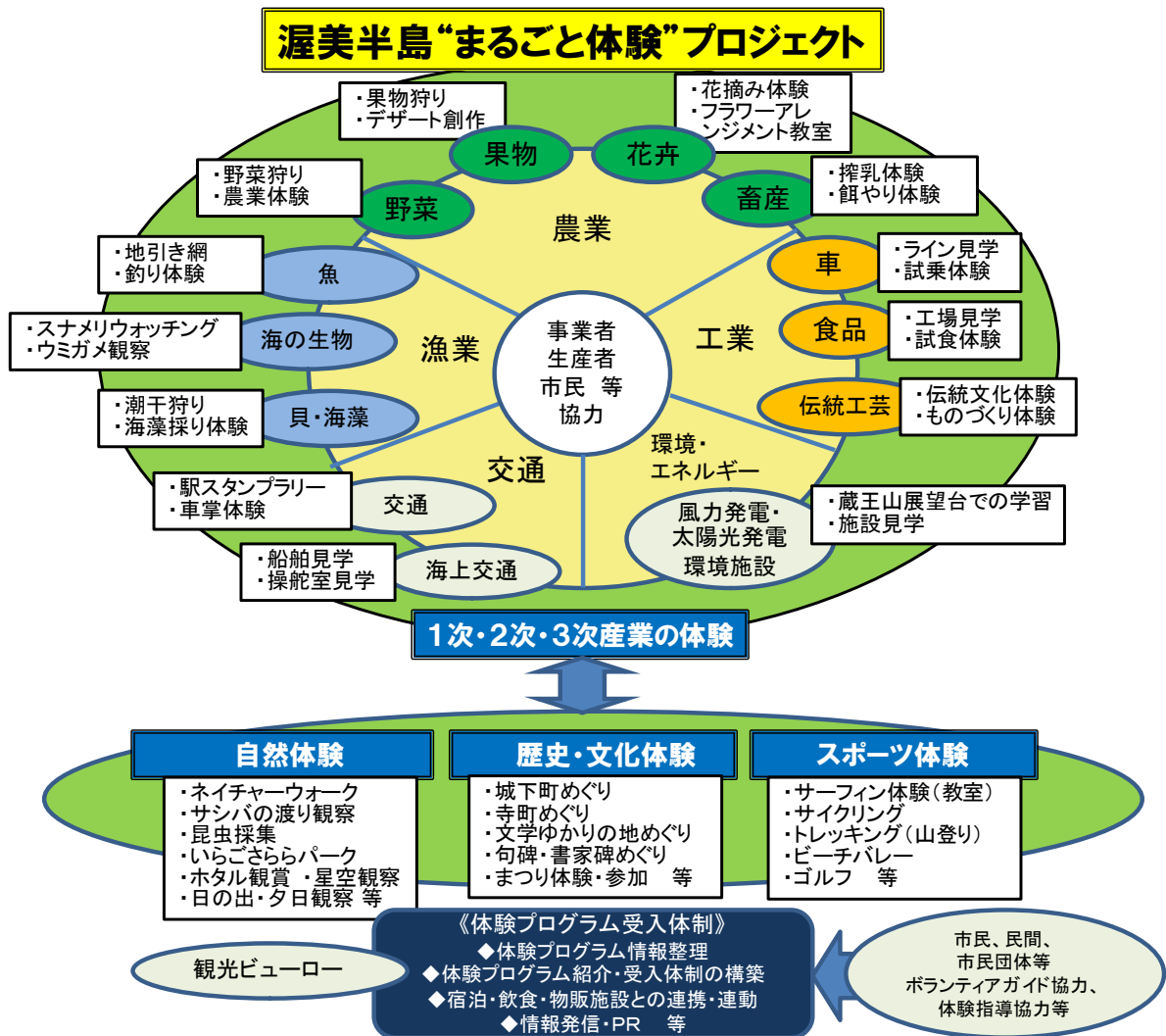
海、山、空、太陽、風など半島ならではの恵まれた自然環境、歴史や伝統的な祭りなどに代表される文化、日本一の生産高を誇る農業、三河湾・太平洋を漁場とする漁業、三河港臨海地域における工業、たはらエコガーデンシティの展開等、既存の観光資源ばかりではなく、田原市が誇る様々な地域資源を活用した新たな観光資源を発掘・開発・創造し、田原の強みを活かした重点マーケットに対するさらに強い田原市観光のイメージを創り出すとともに、地域全体の観光魅力度を向上します。



## (1) 観光資源の発掘

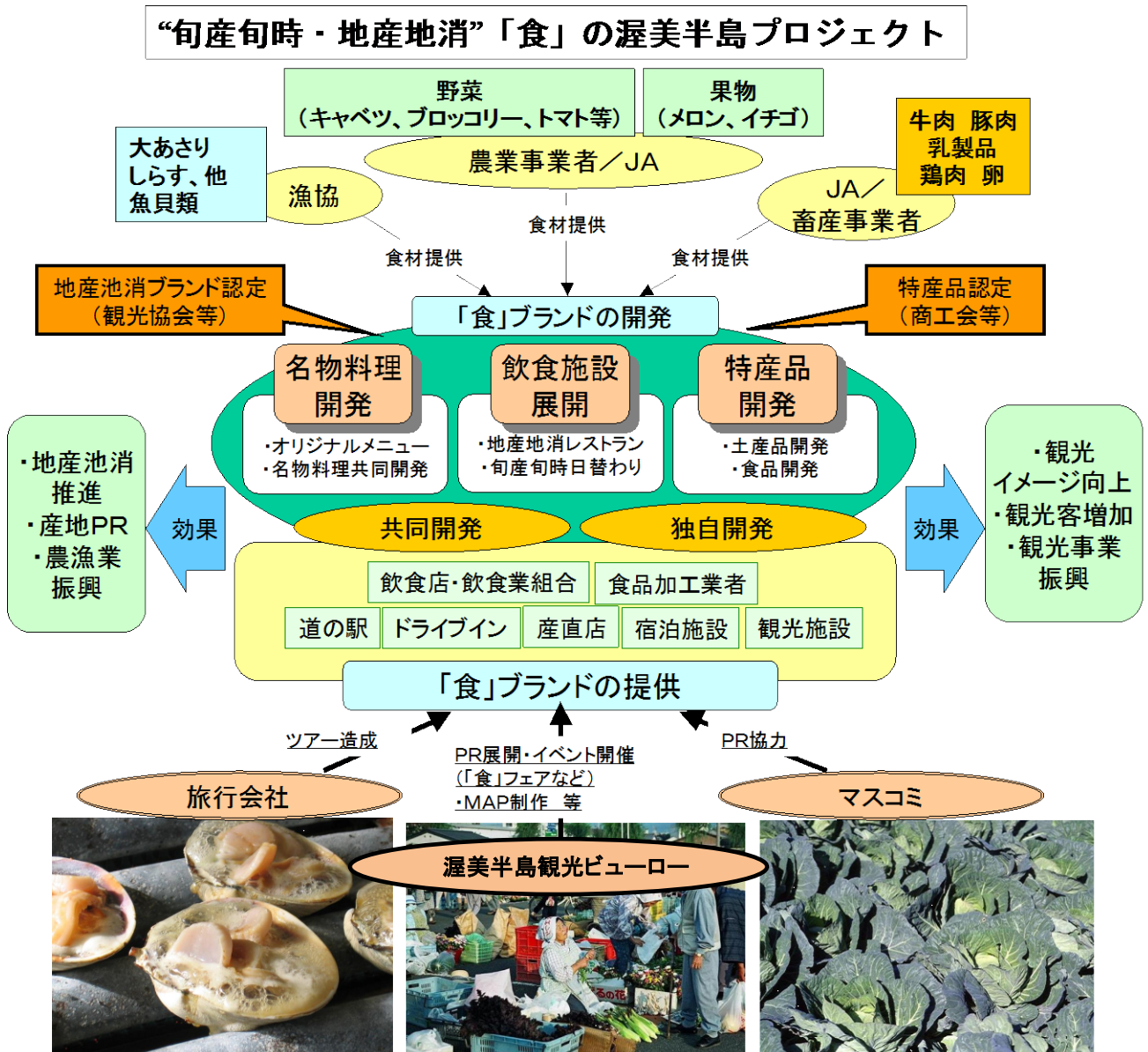
### ① 渥美半島“まるごと体験”プロジェクト

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）との連動による町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

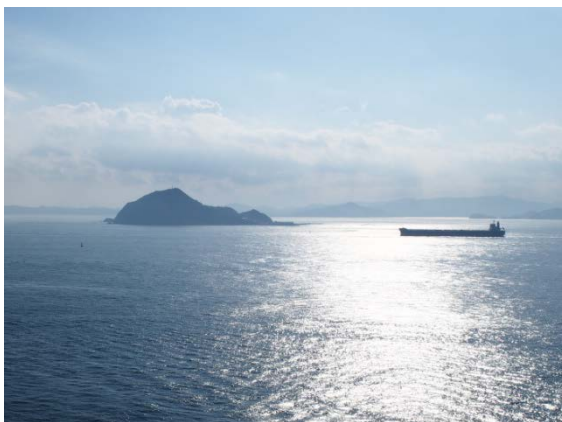
アクションプラン	短期(1年)	中期(3年)	長期(5年)
(1)観光資源の発掘			
①渥美半島“まるごと体験”プロジェクト	●		▶
②「食」の渥美半島プロジェクト	●		▶
③歴史資源、自然資源の再発掘		●	▶
④海の資源活用プロジェクト	●		▶
⑤環境・エネルギー資源発掘		●	▶

## (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て参ります。



## 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 11 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。

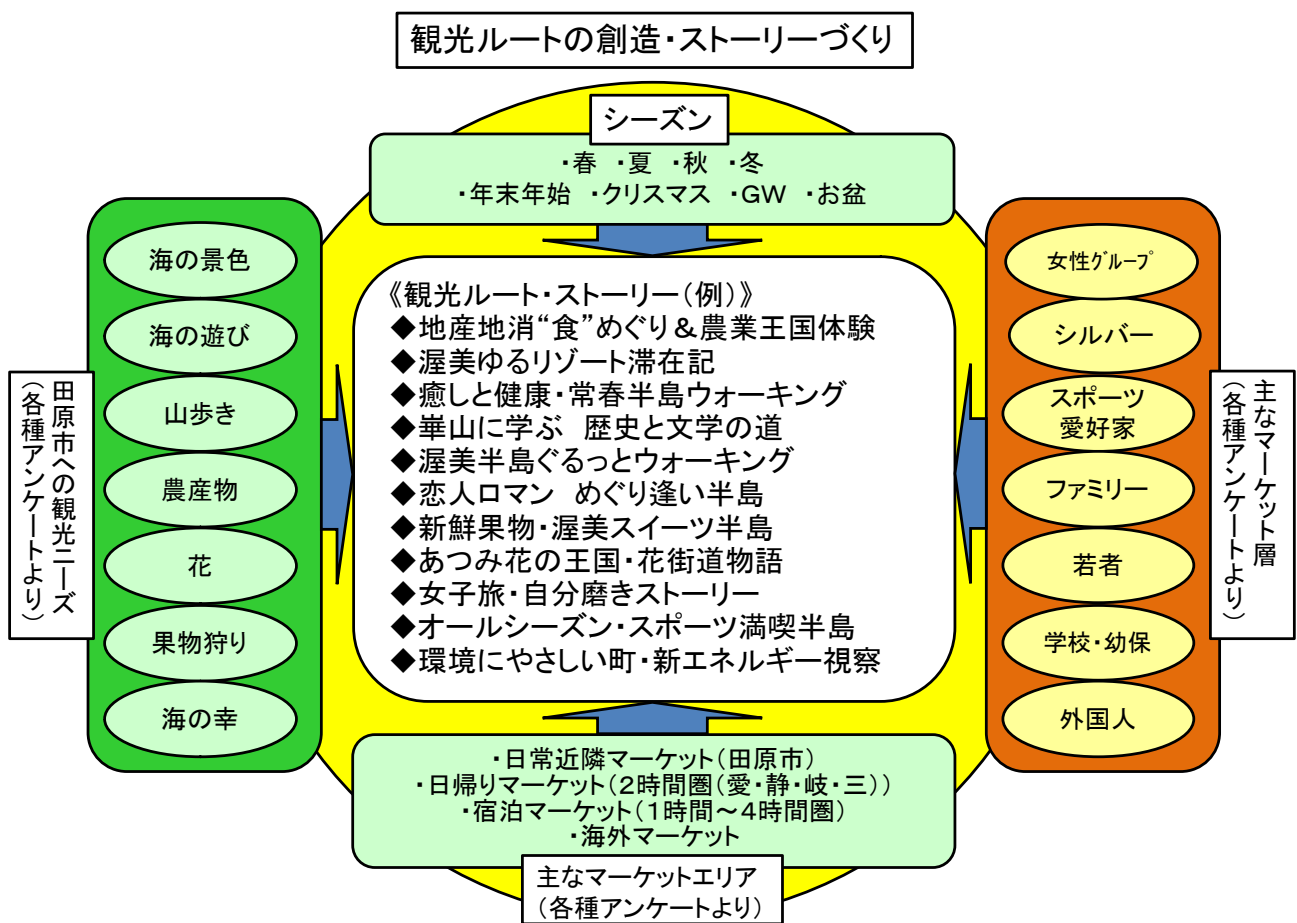
## ⑨温泉・温浴施設開発の検討

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ける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観光ルートの創造・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)／サンテバルク特別販売／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

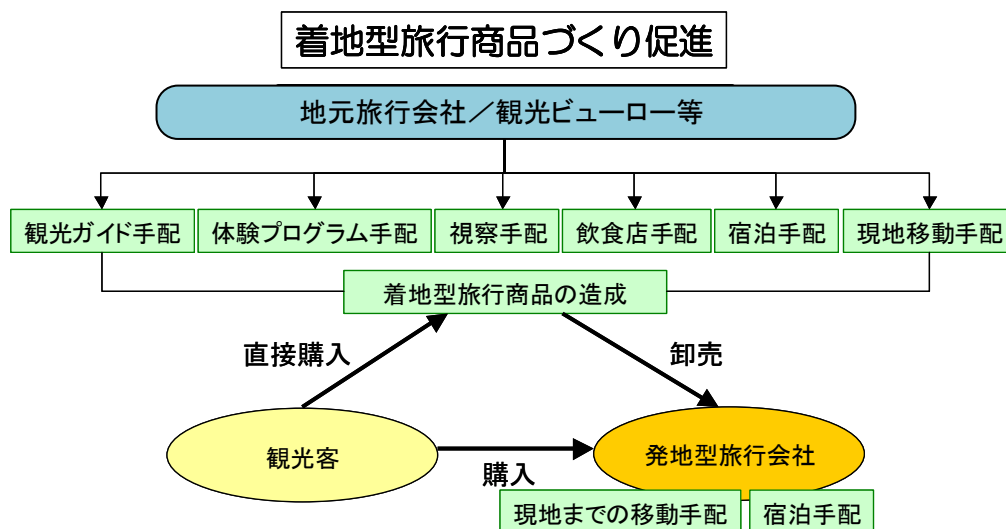
⑤スポーツを中心とする様々なイベントを活用した魅力創造

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。

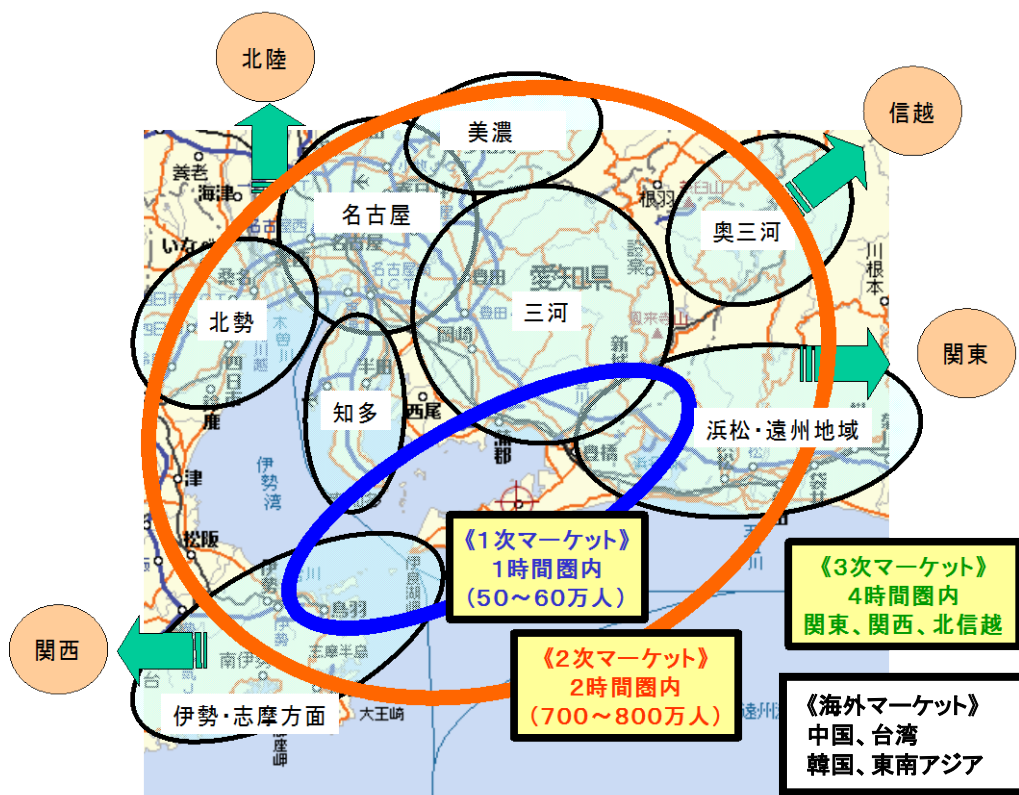
特に重点マーケットとする「女子旅」「スポーツ」「シルバー」「学習・視察」マーケットのイメージ強化とPRを推進します。(以下はイメージ例)



## (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	△	△	◎	◎	◎	○	△
ウォーキング	◎	◎	◎	○	△	○	△

## 【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プロジェクト

#### 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)、トヨタ自動車工場見学  
視察・研修向け: 農業・園芸日本一、環境・エネルギー、トヨタ自動車工場見学

#### 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

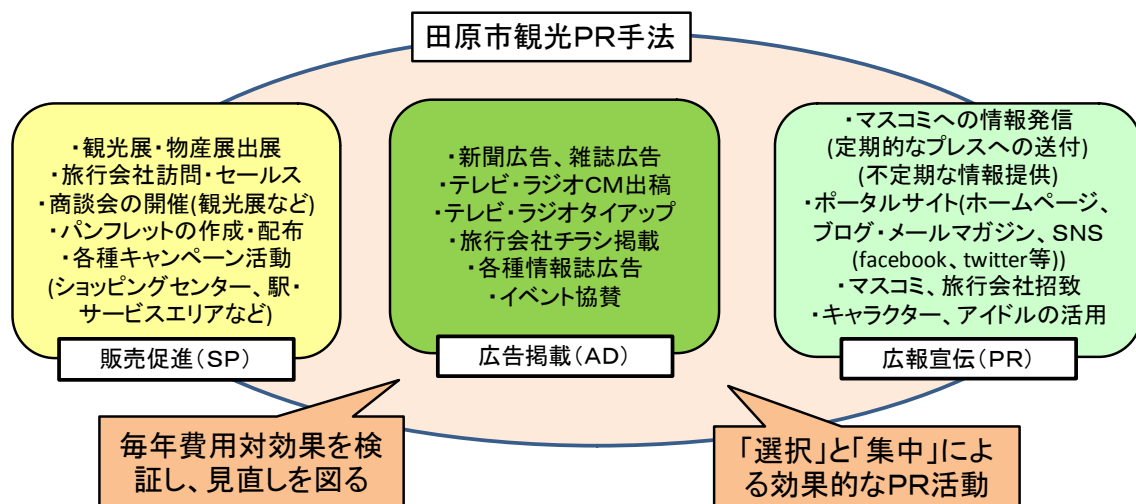
facebook、twitter、instagramなどのSNSを活用した情報発信を強化し、口コミによるPR力を強化します。

#### 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 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 効果的な各種メディアへの情報発信	●		▶
③ 携帯ツール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

現在、三河田原駅において設置されている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まちづくり大学の開催、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

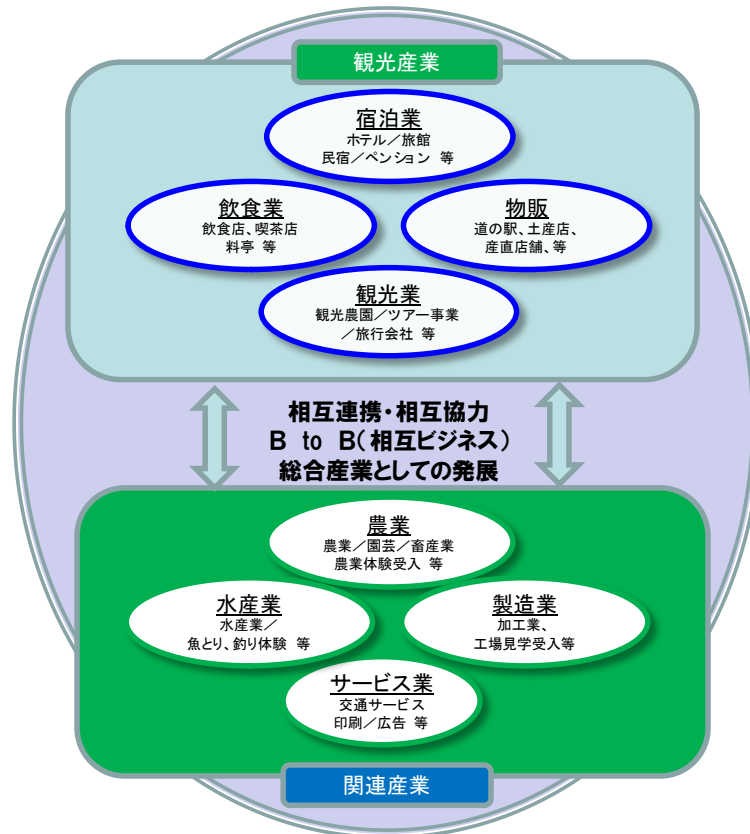
アクションプラン	短期(1年)	中期(3年)	長期(5年)
(1)交通アクセスの充実	●		▶
(2)サイン・看板の整備、快適な移動環境整備		●	▶
(3)ホスピタリティの醸成と人材育成	●		▶
(4)観光地の美化推進	●		▶

## 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) 観光産業のカテゴリーの拡大～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

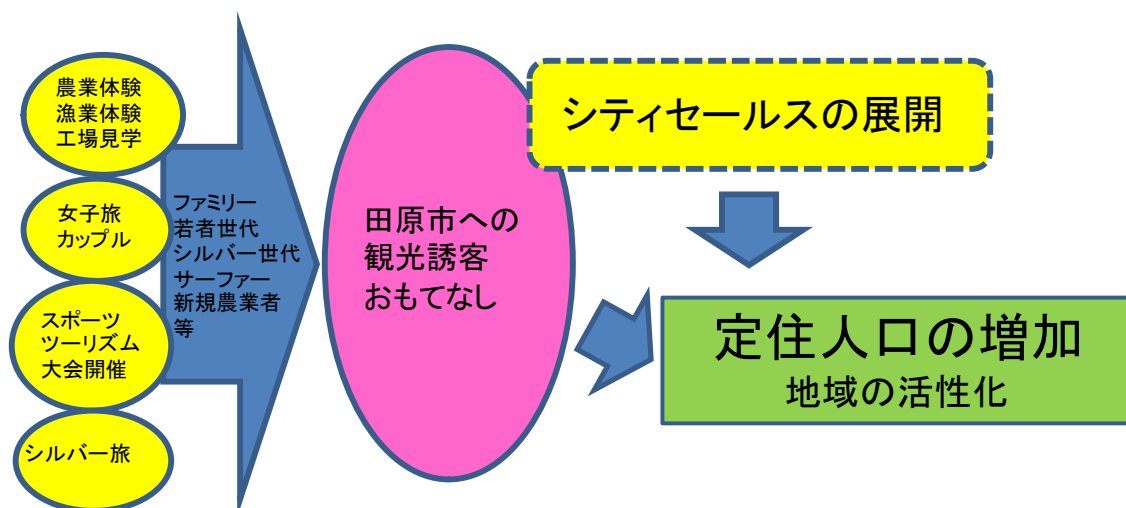
アクションプラン	短期(1年)	中期(3年)	長期(5年)
(1)観光産業のカテゴリー拡大	●		▶
(2)産業観光の推進		●	▶

## 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P D C A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 アクションプラン (案)

渥美半島まるごと観光の推進



平成27年2月  
田原市



[改定] 田原市観光基本計画アクションプラン

田原市 商工観光課

〒441-3492 愛知県田原市田原町南番場30-1 tel:0531-23-3522

メール: [syoko@city.tahara.aichi.jp](mailto:syoko@city.tahara.aichi.jp) ホームページ: <http://www.city.tahara.aichi.jp>

渥美半島観光ビューロー ホームページ: <http://www.taharakankou.gr.jp>

平成27年2月作成



# 改定 田原市観光基本計画アクションプラン

田原市観光基本計画は、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あり、ここまでの実施状況を評価・効果測定し、また、急激な変化が続い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するものです。

## ◆田原市が観光振興を推進する目的

観光産業は、今や総合産業と言われており、いわゆる宿泊、飲食、物販などの従来の観光産業だけにとどまらず、農業、水産業、商業、工業(加工業)、その他サービス産業も含めた総合的に地域の発展、雇用の創出にもつながる産業として期待されています。

また、観光振興による交流人口の増加がもたらす地域経済効果のみならず、田原の魅力を伝えることにより定住につながる効果にも期待されることから、観光振興を積極的に推進します。

## ◆アクションプランの実践

観光基本計画を具体的に実現していくためには、今の田原市の観光ニーズ、これからの田原市の観光ニーズを確実にとらえ、地域が一体となった“まるごと渥美半島”観光を推進していくための具体的な取り組みが必要であり、その実践の手引きとして本アクションプラン(実行計画)を策定しました。

## ◆本冊子をお読みになるみなさまへ

アクションプランを推進するにあたっては、田原市が観光客にとってより魅力ある地域となり、観光先として選ばれるよう、市民、地域、団体、事業者、行政が一体となりさらなる魅力の創出・観光のブランド化やPR、受入体制の充実等を進めていく必要があります。その観光の担い手となる皆様が、一人ひとりができることを実践していただき、地域一体となった総合力で田原市観光振興を推進していきましょう。



## 改定 田原市観光基本計画

### 6つの柱に 対応するアクションプラン

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  
・渥美半島まるごと観光  
・シルバーマーケットへの魅力創造  
・女性マーケットへの魅力創造  
・スポーツツーリズムの推進  
・学習観光、視察観光の推進

4 新たな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

観光交流人口拡大  
地域の活性化

定住人口の増加



# 1. 市民参加による観光まちづくりの推進

## ●なぜ田原が市民参加による観光まちづくりに取り組むのか

これからの観光まちづくりの推進にあたって必要なのは市民の力です。行政や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組織、そして一般市民一人ひとりの皆さんを含めて、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。

### 市民一人ひとりができるアクション

- ・観光事業(イベント、ボランティア等)への参加
- ・観光事業者等提案事業への提案

#### アクションプラン①【実施年度:H27年度～】

##### 観光まちづくり大学の実施(観光担い手人材育成)

その道のトップランナー等を講師に招いて年間6回程度の講座を開催。

**田原市観光まちづくり大学** 主催:行政 参加:事業者、市民



##### ◆講師を招いての研修・ワークショップ

《主なテーマ(例)》 年6回程度

- ・観光のトレンドと先進事例
- ・着地型旅行商品とは
- ・レポートを掴むおもてなしとは
- ・インバウンド観光の受入と取り組みについて 等

#### アクションプラン②【実施年度: 継続～】

##### 田原市観光事業者等提案事業

田原市内で事業を行う観光事業者や他事業者、または個人が連携し、田原市への観光誘客および観光PRの推進、観光客の利便向上、観光振興に係る活動などの提案事業を募集し、支援します。

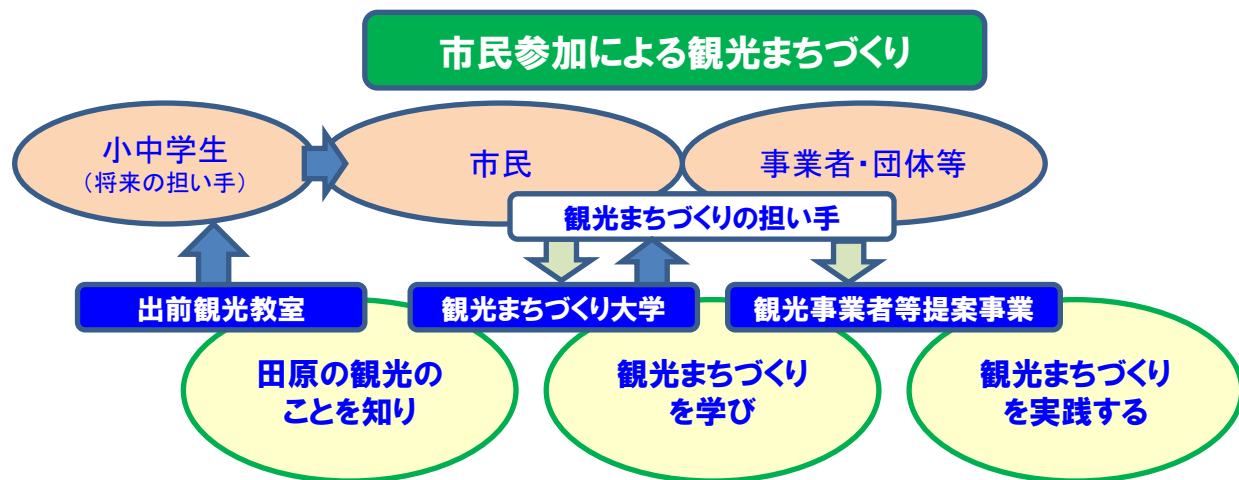
《支援(補助金):行政 提案者:市民、事業者、団体等》

#### アクションプラン③【実施年度:H27年度～】

##### 出前観光教室の開催

市内の小学生、中学生を対象に田原市の観光への取り組みを知ってもらうことにより、田原市の観光への関心を高めるとともに、田原市への誇りの醸成等に繋がります。

《行政、事業者、団体等》



# 2. 観光振興推進体制の確立

## ●なぜ観光振興推進体制の確立が必要なのか

観光振興推進には、観光事業者、各種産業団体、市民、行政、観光ビューローなどが一体となった総合力による協働推進体制が求められます。ここに掲出したアクションプランを確実に推進していくための体制が必要となります。

### 市民一人ひとりができるアクション

- ・観光事業(イベント、ボランティア)への参加・提案

#### アクションプラン①【実施年度: H27年度～】

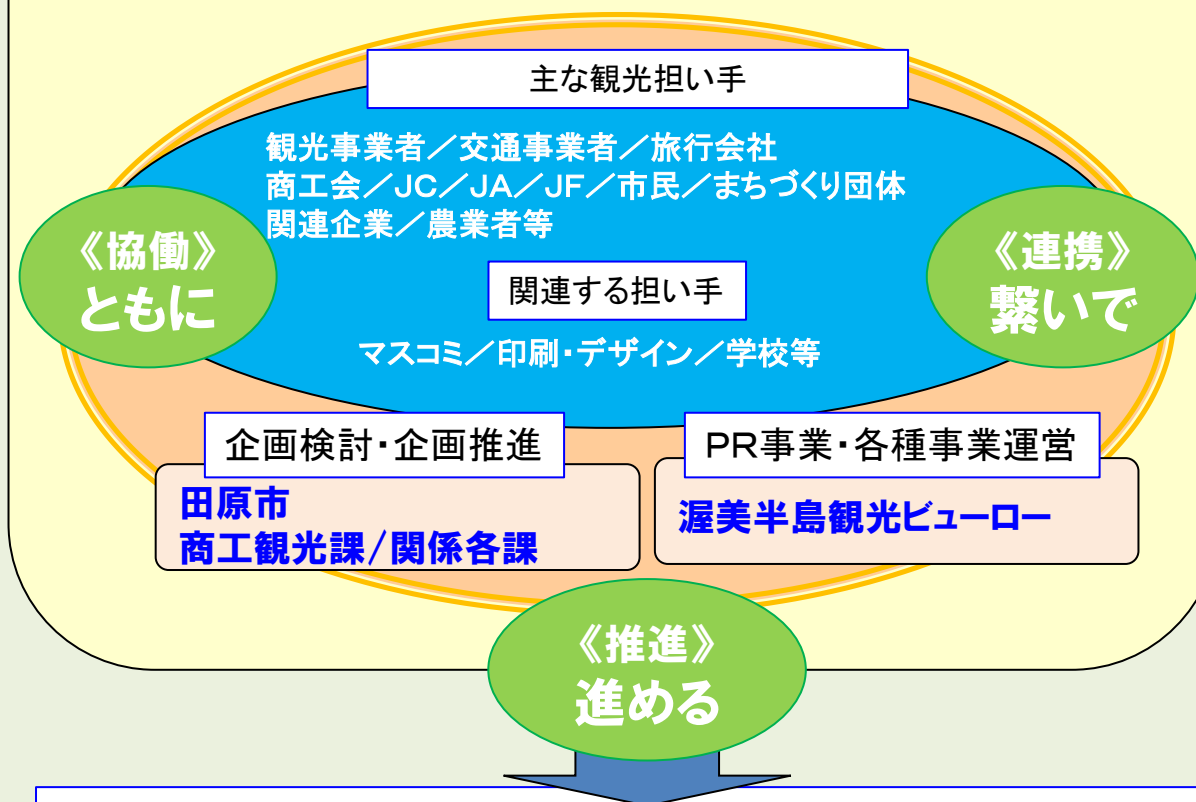
##### まるごと渥美半島・観光まちづくりネットワークの形成

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、団体などが参画するネットワークを形成し、情報共有、意見交換を行い、田原市の観光振興を推進します。

《行政・渥美半島観光ビューロー・市内事業者・団体・市民》

#### まるごと渥美半島・観光まちづくりネットワーク

《観光担い手(市民・事業者・団体等)と行政・観光ビューローの協働》



#### アクションプランの実践

それぞれの立場で関われる事業に携わり、オール渥美半島で取り組む“まるごと渥美半島”の推進



### 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

#### (1) 渥美半島まるごと観光プロジェクト



田原の“誇り”と“自慢”  
ブランド力を活かした「渥美半島まるごと観光」



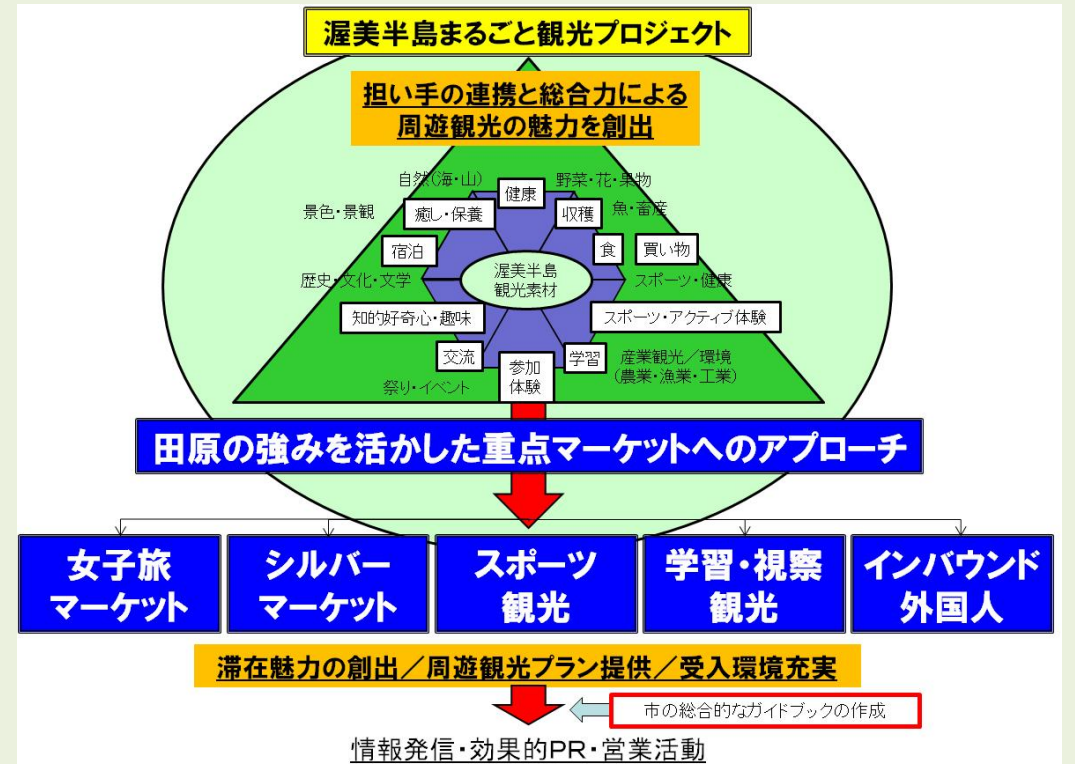
#### 市民一人ひとりができるアクション

・周遊プラン、観光フェアへの参加とロコミ(市民として改めて渥美半島の魅力を再認識し情報発信)

#### アクションプラン①【実施年度:H27年度～】

##### 「渥美半島まるごと観光」による重点マーケットへのアプローチ

田原の強みを活かした渥美半島全体の魅力をまとめ、重点マーケットに向けた田原ならではの魅力を創出するとともに、周遊プランの作成、受入環境等を充実します。



#### アクションプラン②【実施年度:H28年度～】

##### 「渥美半島まるごと観光」による総合イベント・フェア等の開催

渥美半島、田原市全体で取り組める総合的なイベントやフェアなどを開催します。田原のブランドである「農」「花」「食」を活かしたフェアや、秋のウォークイベントなどを検討します。

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

#### ●なぜ「渥美半島まるごと観光プロジェクト」に取り組むのか

田原には、「農業」「花」「食」「水産業」「工業」など、全国有数の魅力ある観光資源がありながら、これらの連携が十分に出来ていません。全国一、あるいはオンリーワンの田原観光の強み・ブランド力(=価値)を活用し、連携による総合力を発揮させることが、田原の強みを活かせる重点マーケットへの観光魅力を充実することにつながり、田原への訪問・滞在の魅力はさらに高まるでしょう。

#### ●「渥美半島まるごと観光プロジェクト」で観光客が増えたら

渥美半島全体での取り組みによって、滞在の魅力が高まり、日帰り観光から宿泊観光へとつながります。これによって「泊まる」「買う」「食べる」「体験する」などの観光消費額も高まり、地域への経済効果をもたらします。また、田原の強み・ブランドである「農」「花」などのPRによって産業振興へも貢献します。

#### ●「渥美半島まるごと観光プロジェクト」で観光客を増やすには

まずは、地域が一体となって連携して総合力を高め、それによる観光プランを提供することです。田原のブランド力を発揮できるマーケットへの魅力を創出するとともに、シーズンに合わせたフェアやキャンペーンを開催するなど、メリハリをつけた効果的な情報発信も必要となります。



### 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

#### (2) 女性マーケットへの魅力創造



#### ●なぜ田原が女子旅に取り組みなのか

今、女子旅がブームです。女子グループ、母娘、自由気ままな女子ひとり旅などが増えています。田原には、女子好みの恋のパワースポット、美味しいグルメ、癒しの自然風景、新鮮で安い野菜の買い物、気軽なハイキングコースなど、女子旅を迎え入れるには十分素材が揃っています。女子旅への田原の魅力が十分にPRできれば、田原は女子旅人気スポットに育っていくでしょう。

#### ●田原に女子旅が増えたら

女子旅は、食べる・買うの消費行動が男性よりも高く、観光消費額の増加が期待できます。また、女性は男性よりも旅行回数も多いため、魅力が伝わればリピート客になることも期待できます。そして、女子のネットワーク力のロコミによる情報発信にも期待できます。

#### ●田原に女子旅を増やすには

田原への女子旅を増やすには、今ある田原の観光資源を再整理し、魅力を女子に伝えることが大切です。特に、花や食などを活用した体験プログラムや女性が好むサービスや快適で綺麗な旅行空間を提供する旅行商品などをさらに創作し、磨くことによって、女性旅の増加が期待できます。

#### 市民一人ひとりができるアクション

・女子のみなさんが快適に気持ちよく田原市内をめぐるために、庭先の掃除や庭先への花の装飾。

#### アクションプラン①【実施年度:H27年度～】

##### “花半島あつみ”魅力創造プロジェクト

国内有数の花の産地であることを活かし、1年中花と触れ合える“花半島あつみ”を推進します。

- “花”の体験プログラム創出《農園、JA等》
  - ・花狩り・花摘み体験
  - ・フラワーアレンジメント教室 等
- 花を活かした宿泊プランの企画・販売《宿泊施設、旅行会社等》
  - ・季節の花の宿泊プラン《花料理、花風呂、花のプレゼント等》
- 花をメインとする旅行商品化《旅行会社、観光ビューロー、宿泊施設等》
  - ・“花半島あつみ”めぐり ～(桜・サンデパルク・菜の花・温室等)
  - ・花の宿泊プランを活用したツアー商品 (花狩り・花摘み+花の観賞+フラワーアレンジメント体験 等)
- “花半島あつみ”のイメージ展開・情報発信力強化(観光ビューロー、行政)
  - ・“花半島あつみ”ブランドの情報発信・PR展開



#### アクションプラン②【実施年度:H27年度～】

##### 女子グルメ満喫「渥美スイーツ半島」プロジェクト

地産地消の食材を活用した女子向けグルメ、いちご・メロンを活かしたスイーツ半島を展開します。

- 女子向けグルメメニューの開発 《観光ビューロー、事業者、商工会 等》
  - ・期間限定の渥美半島いちごスイーツ街道/メロンスイーツ街道の展開 (各施設で特別メニューの提供、特別商品の販売 等)
  - ・女子限定“どんぶり街道”メニューの開発
  - ・ヘルシーメニューの開発



#### アクションプラン③【実施年度:H27年度～】

##### 女子旅“自分磨き”アクティブコースの創出と旅行商品化

渥美半島の自然を活用したアクティブな女子をターゲットとする“自分磨き”コースを創出します。

- アクティブ体験メニュー創出《観光ビューロー、まちづくり団体、行政 等》
  - ・山ガール用トレッキングコースの選定→マップ作成
  - ・パワースポットめぐりウォーキングコースの選定→マップ作成 等
  - ・カメラ女子フォトラリー
  - ・フォトスポットラリー 等
- 女子向けアクティブ宿泊プランの開発《宿泊施設、旅行会社等》
  - ・ビーチヨガ体験プラン
  - ・フラダンス教室・カメラ教室つきプラン 等
- 旅行商品化《旅行会社、観光ビューロー 等》
  - ・アクティブ体験、宿泊プランを活用した旅行商品化 (田原アルプストレッキング+早朝ヨガ宿泊プラン+伊良湖周遊 等)
  - (田原市内観光(まちなかウォーク・撮り旅)+カメラ教室+フォトラリー等)



#### アクションプラン④【実施年度:H27年度～】

##### “恋が叶う恋旅半島”のイメージの確立と旅行商品の創出

恋路ヶ浜、恋人の聖地、パワースポットなど“恋”をテーマにした旅行プランを創出します。

- “恋旅半島”のイメージ確立・PR展開《観光ビューロー、観光事業者、行政 等》
  - ・“恋”をテーマにしたイメージ展開(ポスター、キャンペーン 等)
  - ・渥美半島ならではの婚活イベントの開催
  - ・恋路ヶ浜で結婚式 等
  - ・渥美半島ハートマーク探し(市内各所にハートマークの増設 等)
- カップル向け宿泊プランの開発《宿泊施設、旅行会社等》
  - ・カップル向けランチ、ディナー、その他サービス 等
  - ・結婚式向けプラン(ご成婚・特別サービスの提供) 等
- 田原市への定住促進《行政》
  - ・出会い→結婚→定住へ。定住向けの支援制度





### 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

#### (3) スポーツツーリズムの推進

#### 市民一人ひとりができるアクション

- ・トライアスロンや駅伝など各種大会に関心を持ち、ボランティアとして参加する。
- ・サイクリングやマラソンなど市内各所を快適に走れるよう草刈りや環境整備に協力する。

#### アクションプラン①【実施年度:H27年度～】

##### スポーツツーリズム受入環境(ハード・ソフト両面)の整備

スポーツツーリズムで来訪される方が満足できる環境をハード、ソフト両面で整備します。

- 田原市の立地に合ったスポーツを素材とした体験コース、プログラムメニューの整理とガイドの作成
  - 《観光ビューロー、事業者、行政》
  - ・サイクリングコース、サーフィンスポット、トレッキング・ウォーキングコース等の選定
  - ・サーフィン教室の継続開催、マリレジャーの可能性の検討
- 年間で楽しめるスポーツ情報の発信(ホームページ、パンフレット等)
- スポーツツーリズム環境の整備《事業者、市民、行政 等》
  - ・グラウンド、ビーチ、サイクリングロード、トレッキングコースなどスポーツ実施場所の環境美化(草刈り等)
  - ・サイクリングコース、トレッキングコースなどの休憩所・トイレの設置、看板マップ・誘導サイン等の充実
  - ・サイクリスト向け沿道サービスの整備(サイクルラックの設置、故障車対応サービス など)
  - ・レンタサイクルの充実(電動自転車、タイプ別自転車 等) ・交通事業者との連携(鉄道、フェリー等)
- イベント・大会開催時の受入連携体制の強化《観光ビューロー、事業者、市民、行政 等》
  - ・地域(宿泊、飲食、物販)一体となった取り組みとともに、地域全体が潤う仕組みづくりの構築
  - ・ボランティア協力体制の確立(充実)、市民協力おもてなし体制の構築(充実)
- 宿泊と連動したスポーツツーリズムプラン商品の開発《観光ビューロー、旅行会社 等》

スポーツで旅してこそ  
渥美半島の魅力が味わえる!

#### ●なぜ田原がスポーツツーリズムに取り組むのか

2020年に東京オリンピック・パラリンピックの開催が決定し、にわかになが国のスポーツへの関心が高まっています。現在、全国各地では、オリンピックのキャンプ誘致活動が行われているほか、キャンプ誘致を契機としたスポーツ観光の推進を図ろうとする動きが出ています。田原市でも「伊良湖トライアスロン」をはじめ、駅伝やサイクリング大会、またサーフィンの世界大会など各種スポーツの大会が開催されています。渥美半島の自然環境と温暖な気候は、スポーツツーリズムの適地でもあり、さらなる環境の整備によって、今後さらに伸びるマーケットであることは間違いありません。

#### ●田原にスポーツツーリズムの観光客が増えたら

スポーツツーリズムの観光客が滞在することによる消費効果が期待できます。特に、半島という地域特性から、先端の伊良湖まで来るスポーツ観光客に宿泊してもらおう仕掛けをすることによって、さらに消費効果は高まります。特に大会開催時の宿泊効果は高く、重要な田原市観光の宿泊ニーズとなっています。

また、スポーツツーリズムの推進は、各種スポーツの合宿誘致への展開にも期待され、団体客の数日間の合宿滞在による観光への波及効果にも期待されます。

#### ●田原にスポーツツーリズムの観光客を増やすには

田原でのスポーツツーリズムの観光客を増やすためには、受入環境整備の推進と各種大会の開催・誘致、スポーツ観光都市としてのプロモーション活動が必要です。

#### アクションプラン②【実施年度:H27年度～】

##### スポーツ大会・イベントの継続開催・新規誘致

既存のスポーツ大会・イベントの継続開催及び観光素材としての磨き上げと、渥美半島の立地の適正を踏まえた大会等を誘致します。

- 既存イベントの継続開催と新規大会誘致
  - 《行政、観光ビューロー、旅行会社、事業者 等》
  - ・トライアスロン、サイクリング、トレッキングイベント等の継続開催
  - ・鉄道会社、旅行会社と連携したイベントの開催、誘致 等
- 宿泊と連動したイベント開催《宿泊施設、観光ビューロー、旅行会社 等》
  - ・ツーデーウォーク、ツーデーサイクリングイベントの開催・誘致
  - ・渥美半島ロングトレイル・ウォークイベント(3泊4日など)の開催・誘致



#### アクションプラン③【実施年度:H27年度～】

##### スポーツ合宿・オリンピック等、トップアスリートの誘致

スポーツ合宿誘致の積極的展開とオリンピックキャンプ誘致を展開します。

- スポーツ合宿誘致の展開・PR《行政、観光ビューロー、事業者 等》
  - ・スポーツ合宿対応スポーツ施設・宿泊施設情報の整理(調査及びマップ、Webサイト等の制作)
  - ・スポーツ合宿における練習試合対応団体のコーディネート体制構築
  - ・キャンプ(宿泊先)地の整備
- オリンピックキャンプの誘致《行政 等》
  - ・トライアスロン競技のキャンプ誘致 等





### 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) シルバーマーケットへの魅力創造



#### ●なぜ田原がシルバー観光に取り組むのか

超高齢化社会が到来し、今後最も有望な観光マーケットがシルバーマーケットです。田原には、美しい景観と自然、常春の温暖な気候、花や食や農業、トレッキングコースなど、シルバー層向けの魅力が豊富に備わっています。これらの魅力をさらに充実させ受入環境を充実することにより、シルバーマーケットへの積極的な観光客誘致を展開します。

#### ●田原にシルバーマーケットの観光客が増えたら

シルバー層のさらなる誘客により、田原全体の観光客・宿泊客の長期的な底上げが期待できるとともに、三世代観光へとマーケットのへの拡大もされます。また、日帰りや1泊旅行から、のんびりゆったり過ごす長期滞在を実現することにより、地域への消費経済効果へも大きく寄与することが期待されます。

#### ●田原にシルバーマーケットの観光客を増やすには

今あるシルバーの嗜好に合う観光資源を再整理し、シルバー層が満喫できる滞在の魅力を伝えることが大切です。特に、元気なアクティブ派や、好奇心旺盛な多彩な趣味を持った趣味満喫派の期待に応えられる体験プログラムなども必要です。また、バリアフリー対応や二次交通の環境整備なども併せて必要です。

#### 市民一人ひとりができるアクション

・シルバー観光客のみなさんとの触れ合い・交流や道案内や休憩所の提供などの協力。

#### アクションプラン①【実施年度:H27年度～】

##### シルバー向け体験プログラムメニューの創出

シルバーのみなさんが田原の観光資源を満喫できる体験プログラムメニューを創出します。

- アクティブ派シルバー向け体験プログラムメニュー創出《観光ビューロー、行政 等》
  - ・トレッキングコース、ウォーキングコースの選定 →マップ作成、シルバー向け大会開催 等 (海辺のウォーキング、小山のトレッキング、海鳥ウォーキング、俳句碑・書家碑めぐり 等)
- 趣味・知的好奇心を満たす体験プログラムメニュー創出《観光ビューロー、市民、行政 等》
  - ・趣味満喫(フォトラリー、写真コンテスト、カメラ教室、俳句コンテスト、フラダンス・ヨガ・太極拳、釣り 等)
  - ・知的好奇心満喫(伊良湖水道からの船鑑賞・解説、渥美半島の地質・歴史・地形、田原の歴史文化めぐり、渥美の花・鳥・虫観察ガイド、トヨタ自動車工場見学、エネルギー施設見学 等)
- ヘルシー・保養派シルバー向け体験プログラムメニュー創出《観光ビューロー、事業者、行政 等》
  - ・花の観賞・花狩り・花摘み体験、野菜狩り体験、野菜づくり耕作体験(貸農園) 等
  - ・ご当地産地産健康メニュー体験(ベジエール渥美推薦のメニュー提供)
- 各種体験プログラムの着地型旅行商品づくり《観光ビューロー、旅行会社 等》

#### アクションプラン②【実施年度:H28年度～】

##### 長期滞在型旅行商品“ゆるリゾート渥美半島”プランの開発

アクションプラン①を活用した数日間滞在できる長期滞在型旅行商品を開発します。

- 長期滞在旅行プランの開発《宿泊施設、観光ビューロー、旅行会社 等》
  - ・長期滞在時に提供できるプログラムの開発(季節別プランの提案)
  - ・地域や施設の協力体制の確立・貸し農園の提供 等
- 宿泊施設の連泊プラン開発《宿泊施設、観光ビューロー、旅行会社 等》
  - ・上記プログラムと合わせた連泊プランの企画開発
- 長期滞在型旅行プランの情報発信・連携体制《観光ビューロー、宿泊施設等》
  - ・“ゆるリゾート渥美半島”のイメージ情報発信
  - ・具体的旅行商品開発の働きかけ、市内施設等の連携体制づくり



#### アクションプラン③【実施年度:H28年度～】

##### 誰もが観光しやすいユニバーサル観光の推進

主にシルバーマーケット層が観光しやすい環境を整備します。

- 主な観光地のバリアフリー化の推進《行政、事業者 等》
  - ・主な交通拠点・観光地でのバリアフリー化の推進(調査及び実施)
  - ・公衆トイレにおける多目的トイレの設置
- 二次交通・移動サービスの充実《行政、事業者 等》
  - ・観光タクシー、レンタカー、レンタサイクル、貸し車いす 等
- シルバーマーケット層がわかりやすい情報ツールの作成《観光ビューロー、行政 等》
  - ・マップやパンフレットなど文字の大きさ、デザインなどシルバー層向け情報ツールの作成



### 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

#### (5) 学習観光・視察観光の推進



**“知って・学んで・ためになる”  
「学べる渥美半島」で視察・学習観光誘致**

#### ●なぜ田原が学習観光・視察観光に取り組むのか

全国でも有数規模のメガソーラー施設や風力発電施設の存在、「たはらガーデンシティ」への取り組みなど、全国一の持続可能都市の評価を得た田原市は、全国の自治体や市議会などの視察の対象と十分になりうる素材を持っています。農業生産日本一あるいは、トヨタ自動車の見学も合わせれば様々な視察を受け入れる可能性があります。また、同様のテーマで周辺の小学校などの総合学習、社会見学を受け入れる素材も揃っており、これらの素材を活かした学習観光を受け入れる可能性を秘めています。

#### ●田原に学習観光・視察観光客が増えたら

視察観光は遠方からの来訪が多く、宿泊を伴う旅行が大半です。宿泊を田原市内へ誘導することにより、視察での来訪の際には田原市内での宿泊に誘導することにより、視察だけではもたらされない消費効果が期待できます。学習観光においては、小さい頃に田原を知ってもらうことにより、大人になってからの再来訪にも期待されます。

#### ●田原に学習観光・視察観光客を増やすには

田原での学習観光・視察観光客を増やすためには、視察可能な対象施設の情報を整理し、コーディネートできる体制を充実させる必要があります。また、小学生に対しては、体験プログラムの充実や、昼食・休憩場所の受入環境の情報整理も必要です。それらをもって、全国の自治体や市議会、周辺地域の学校などへのPRを展開することが求められます。

#### 市民一人ひとりができるアクション

- ・体験プログラムにおける指導などのボランティア参加。
- ・視察者、子どもたちとのふれあい・交流への協力。農家民泊施設としての協力。

#### アクションプラン①【実施年度:H27年度～】

##### 視察受入メニューの整備(視察対応施設・機関等の整理)

視察団体の受入を可能とする施設、機関等を整理し、田原での視察メニューを構築します。

- 新エネルギー関連施設、企業等の情報整理《行政、観光ビューロー 等》
  - ・新エネルギー関連施設(メガソーラー、風力発電等)の情報整理
  - ・訪問可能な条件、説明対応、期間、時間、対応可能内容等の情報のリストを作成、マップの作成
- 企業の工場見学の情報整理《行政、観光ビューロー 等》
  - ・トヨタ自動車をはじめ、市内民間企業の見学対応状況の整理
- その他、田原の“学べる”視察対象施設、機関等の情報整理《行政、観光ビューロー 等》
  - ・伊勢湾海上センター(伊良湖水道航路からの船鑑賞)
  - ・農業の先端的取り組み ・菜の花プロジェクト 等
- 目的別、半日コース、1日コースなどのモデルプランの作成



#### アクションプラン②【実施年度:H27年度～】

##### 学習観光受入メニュー・体験プログラムの整備

学校団体(主に小学校)、子ども会・各種子ども団体向けのメニューを構築します。

- 既存施設における学習観光受入メニューの整理《行政、観光ビューロー、事業者(施設) 等》
  - ・サンテパルクたはら、シェルマ吉胡、田原まつり会館などでの受入メニューの整理と拡充
  - ・アクションプラン①の企業系・エネルギー系の子どもの向け見学アイテムの整理
- 体験プログラムの整理と充実《観光ビューロー、事業者、市民、行政 等》
  - ・サーフィン教室など、各地での体験教室の開催
  - ・農業体験(畑づくりから収穫まで)、花つみ体験、漁業体験(地引網等)、等の体験可能状況の整理
- 目的別、半日コース、1日コースなどのモデルプランの作成
- 海浜留学・こども大学(長期学習体験プログラム)の提供

#### アクションプラン③【実施年度:H28年度～】

##### 観光と連携した総合的なプログラムづくり

学習観光、視察観光を地域の潤いに結びつけるための滞在プログラムを作成します。

- 視察受入時の田原市内周遊のトータルな提案《観光ビューロー、事業者 等》
  - ・視察の問い合わせに対しての、宿泊、食事、観光、買い物も含めたトータルな提案を実施
  - ・公共交通機関での来訪者に対しての2次交通(送迎)の検討
- 大人の社会見学旅行商品づくり《観光ビューロー、旅行会社 等》
  - ・大人の知的好奇心を満たす旅行商品を企画
- 学習観光への宿泊対応検討
  - ・宿泊事業者の連携、分泊などの協力関係構築)

#### アクションプラン④【実施年度:H28年度～】

##### 受入推進体制・コーディネート力の強化とPR活動

情報提供から申し込み、受入まで一貫した受入体制を構築しコーディネート力を強化します。

- 田原市内での学習観光、視察先の情報提供《観光ビューロー 等》
  - ・上記の情報を整理したうえで、Webサイト、パンフレット等を作成し情報発信
- コーディネート力の強化
  - ・問合せに対して、目的や希望に応じたコーディネートを実施(モデルプランの活用等)
- 学べる田原のPR《ビューロー 等》
  - ・中部～関西～関東エリアまでの自治体、議会事務局などへ視察先としてのPR(DM発送等)



# 4. 新たな観光マーケットを意識した情報発信PR

## (1) インバウンド（訪日外国人誘致）への対応強化

### ●なぜ田原がインバウンドに取り組むのか

2014年の訪日外国人旅客数は過去最高の1,341万人に達しました。国は2015年の目標を1,500万人、そして2020年までに2,000万人を目指しており、訪日外国人誘致を核とする積極的な「観光立国」政策が進められています。中部北陸広域で展開される昇龍道プロジェクト、そして愛知県も「あいち観光元年」を宣言し、インバウンド誘致の具体的なプランが展開されていきます。人口減少時代に突入したわが国において、インバウンドマーケットは今後も伸びが十分に期待できることから積極的にインバウンド誘致を進めます。

### ●田原にインバウンド観光客が増えたら

外国人観光客の来訪時期は、日本人の観光シーズンのピークと必ずしも一致することはなく、田原観光のオフシーズン対策にもつながります。それによって田原市全体の宿泊者数の底上げにつながることに期待されます。また外国人観光客は消費活動が盛んであり、田原でも観光消費額の増加に期待されます。

### ●田原にインバウンド観光客を増やすには

インバウンド観光推進の基本は、プロモーション活動と受入環境整備が両輪となります。ただし、国内各地でインバウンド誘致が展開されるなか、国別の嗜好に合ったオンリーワンの魅力、あるいは田原ならではの魅力を創出していく必要があります。そして田原で完結することではなく、外国人のインからアウトまでを含めた広域ルートの魅力提案していくことが重要になってきます。

## アクションプラン ①【実施年度:H27年度～】

### 渥美半島インバウンド誘客プロジェクト《観光ビューロー、行政、事業者等》

今後重要が見込まれる外国人マーケットに対し、具体的なプランによる積極的な誘致活動を展開します。

#### 渥美半島インバウンド誘致プロジェクト

#### 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）、トヨタ自動車工場見学  
 視察・研修向け：農業・園芸日本一、環境・エネルギー、トヨタ自動車工場見学

#### 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（中華系の旧正月）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

#### ◆田原でのオンリーワンプラン

新たなテーマ(例)	対象国・時期	主な取り組み内容
菜の花ウェディングプラン	台湾・香港の個人客(1～3月)	・菜の花結婚式の演出(宿泊施設等)・花のプレゼント等 ・いちご狩り、どんぶり街道 との組合せ ・伊勢志摩・中部国際空港・伊勢湾フェリーとの連携
サイクルツーリズムプラン	台湾の個人客(春・夏・秋)	・サイクルツーリズムを進めている浜松、志摩との連携による広域展開(広域サイクリングマップ等) ・鉄道・フェリーと連動した周遊パスの発行(検討) ・レンタサイクルの充実・イベントへの外国人参加受入
ムスリムフレンドリープラン	マレーシア・インドネシア(1～3月、4～5月)	・ムスリムの受入環境についての研修開催 ・食事対応、礼拝対応の受入環境整備 ・野菜と魚のムスリム向け料理メニュー開発 ・ムスリム対応先進地(高山、鳥羽、中部国際空港等)との連携による広域周遊プラン

# 5. 観光客にやさしい・おもてなしのある受入体制づくり

## 市民一人ひとりができるアクション

・市内環境美化活動へのボランティア参加。自主的美化活動の実施。・観光客への「あいさつ」運動。

### ●なぜ田原がおもてなしのある受入体制づくりに取り組むのか

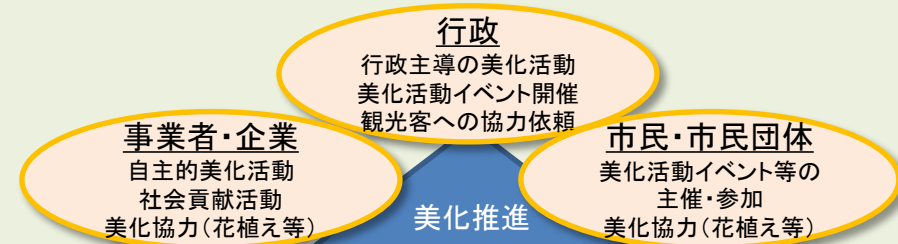
観光地の継続的な発展においては、リピーターの確保が重要な鍵となります。一度、田原市に来ていただいた観光客が市内での観光に満足を得られなければ、再びここに来てもらえる可能性は低くなります。観光客にやさしく、おもてなしのあるまちにすることによってリピーターの確保を目指します。

## アクションプラン①【実施年度:H27年度～】

### 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美化を推進します。

- 海・山の自然環境美化推進～漂流物、雑草、ゴミ等《事業者、企業、市民、市民団体、行政 等》
- 一部の農地等における問題となる異臭への改善指導《行政 等》
- 沿道の美化活動実践～草刈り、ごみ拾い等《市民、事業者、行政 等》
- ごみ拾いイベント、ボランティア清掃ツアーの開催等



## アクションプラン②【実施年度:H27年度～】

### 観光地看板調査及び整備

市内の観光地看板及び誘導サインなどの調査を実施し、景観面においては田原市景観計画との整合を図りながら、改善、整備します。

- 市内観光地看板の調査《行政 等》
- ・市内観光マップ内容の調査(最新情報の掲載、情報の誤り、外国語表記 等)
- ・市内誘導サインの調査(適切な位置、適切な内容、見やすさ 等)
- ・各施設における歓迎看板・注意看板等の調査(おもてなし度、表現、デザイン等)
- 調査を踏まえた改善・整備《行政、事業者 等》
- ・改善が必要な看板の整備(多言語化、誤表記の修正、デザイン改善等)
- ・新設が必要な看板の整備(新規に必要な箇所への整備)
- 市内全域での統一デザイン、統一マーク、表記方法等の整理・検討



## アクションプラン③【実施年度:H27年度～】

### 観光まちづくり大学の実施(観光担い手人材育成) ※p3の再掲

田原市の観光人材の育成を目的とする研修事業「観光まちづくり大学」(仮称)を実施します。

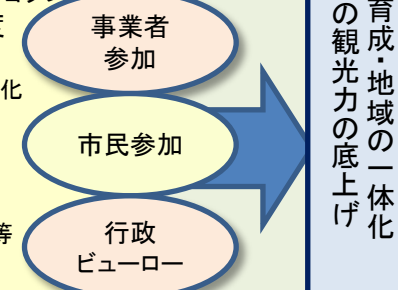
#### 田原市観光まちづくり大学

主催:行政 参加:事業者、市民 等

#### ◆講師を招いての研修・ワークショップ

《主なテーマ(例)》 年6回程度

- ・観光のトレンドと先進事例
- ・着地型旅行商品とは～魅力の商品化
- ・インバウンド観光の受入と取組
- ・かんたんな外国語会話・対応
- ・市民ができる観光おもてなし
- ・観光の総合産業化(6次産業化)
- ・観光客が求めるサービスとは 等



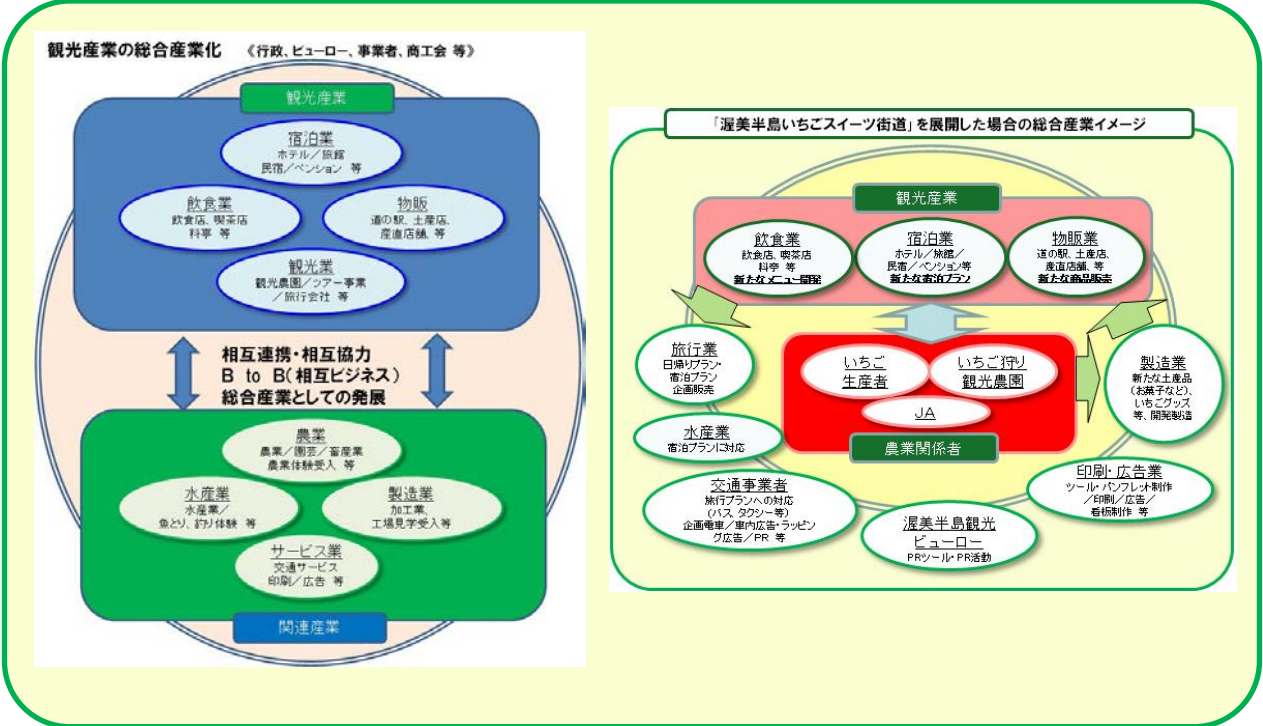
アクションプラン  
の実践  
↓  
田原の  
観光活性化

# 6. 観光産業振興から総合産業振興への展開

## ●観光産業振興から総合産業振興へ

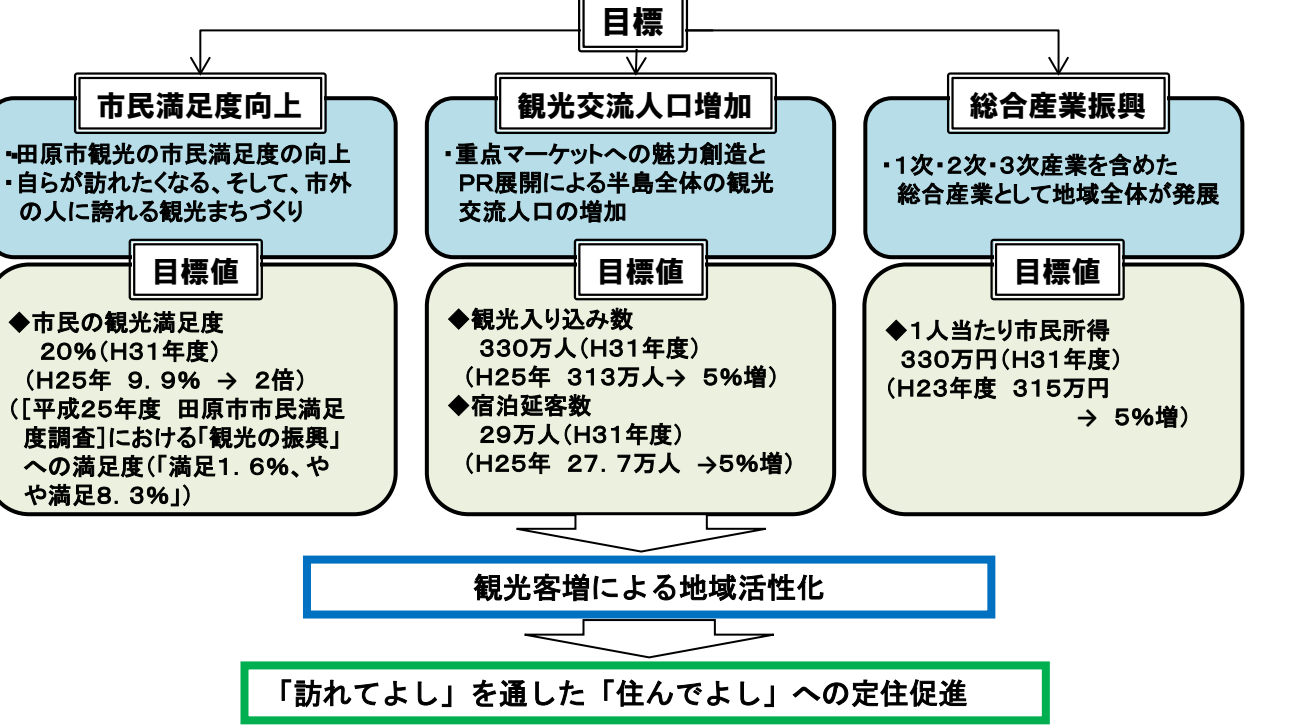
観光振興は、直接観光客を受け入れる観光関連産業のみならず、農水産業、製造業、サービス業まで含めた総合産業ともとらえられる裾野の広い産業です。特に、農業、水産業、製造業が主力産業でもある田原市においては、これらの産業との深い相互関係が存在するとともに、相互協力なしでは田原市の観光振興はありえないと言っても過言ではありません。

今後、観光基本計画のアクションプランを推進するにあたって、観光産業振興のみならず、地域の総合産業の発展という位置づけにおいて、各産業と連携をとりながら推進し、地域全体に経済効果が広がる施策を展開します。



## 田原市の観光がめざすもの [改定] 田原市観光基本計画の目標

ここに掲げたアクションプランを実行することにより、[改定]田原市観光基本計画で掲げた目標の達成を目指します。そして、毎年、アクションプランの実施状況のPDCAを繰り返し、確実に目標を達成できるよう各種プランを実践します。



## 田原市の観光振興により描かれる将来の絵姿

田原の魅力を磨き上げ、  
田原の魅力をPR

田原を訪れる人たちをおもてなし、  
“幸福”を提供する

渥美半島全体で一体となって取り組み  
観光客が増加することで  
地域が潤い、雇用が生まれる  
そして田原で暮らす人たちにも“幸福”がもたらされる

田原の地域も人も元気に

みんなが幸福を実現できる町  
「訪れたい町」から「住みたい町」へ

これが、田原の観光振興が描く  
将来の絵姿です