

観光地域づくり法人形成・確立計画

記入日：令和6年7月11日

1. 観光地域づくり法人の組織

申請区分 ※該当するものを ○で囲むこと	広域連携DMO・地域連携DMO・ 地域DMO	
観光地域づくり法人の名称	株式会社田原観光情報サービスセンター	
マネジメント・マーケティング対象とする区域	区域を構成する地方公共団体名 愛知県田原市	
所在地	愛知県田原市	
設立時期	平成4年4月17日	
事業年度	4月1日から翌年3月31日までの1年間	
職員数	31人【常勤9人（正職員9人・出向等0人）、非常勤22人】	
代表者（トップ人材：法人の取組について対外的に最終的に責任を負う者）	（氏名） 長神 隆士「専従」 （出身組織名） （株）田原観光情報サービスセンター	平成3年11月初代支配人として（株）田原観光情報サービスセンターに入社。取締役として勤務、令和6年5月代表取締役に就任。平成23年2月から令和5年2月まで（3期12年）田原市議会議員を務める。
データ分析に基づいたマーケティングに関する責任者（CMO：チーフ・マーケティング・オフィサー）	（氏名） 長神 利行「専従」（出身組織名） （株）田原観光情報サービスセンター	（株）田原観光情報サービスセンターに11年勤務。現在、道の駅田原めっくんはうす、道の駅あかばねロコステーション、道の駅伊良湖クリスタルポルトの統括駅長を兼任。
財務責任者（CFO：チーフ・フィナンシャル・オフィサー）	（氏名） 金子 由紀「専従」 （出身組織名） （株）田原観光情報サービスセンター	（株）田原観光情報サービスセンターに23年勤務。主に観光関係のエージェント関係や宿泊施設とのパイプ役を行っている。令和5年5月より道の駅田原めっくんはうす駅長。
プロモーション責任者	（氏名） 富田 祐基「専従」（出身組織名） （株）田原観光情報サービスセンター	（株）田原観光情報サービスセンターに23年勤務。主に財務関係を歴任。令和5年6月より道の駅伊良湖クリスタルポルト駅長。
旅行商品の造成・販売の責任者	（氏名） 加藤 拓也「専従」 （出身組織名） （株）田原観光情報サービスセンター	令和5年2月（株）田原観光情報サービスセンター入社。入社までは、日本ビューホテル株式会社にて13年勤務。内4年間は本社営業部門にて旅行会社との団体ツアー造成・個人商品造成に従事。
連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	愛知県田原市商工観光部観光課：行政としてDMO組織と連携し田原市の観光振興を実施する。市が実施した各種関連調査データの共有、打合せ・会議に出席し市としての意向等を表明し、意見を述べる。その他：企画課（サーフタウン構想、移住定住等）、農政課（農業体験等）、と建設課（ナショナルサイクルルート等）とも連携する。	

	<p>[他市町との広域観光] GOGO三河湾協議会 (田原市、西尾市、蒲郡市、南知多町で三河湾の観光推進、宣伝、誘客) (一社) ほの国東三河観光ビューロー (田原市、豊橋市、豊川市、蒲郡市、新城市、設楽町、東栄町、豊根村)</p>																																						
連携する事業者名 及び役割	<p>田原市商工会：管轄区域（旧田原町、赤羽根町）における商工業者が持つ商品やサービスなどの資源を観光の視点で活用。 渥美商工会：管轄区域（旧渥美町）における商工業者が持つ商品やサービスなどの資源を観光の視点で活用。 (一社) 渥美半島観光ビューロー：観光関連事業者団体として、情報の共有・共同での事業推進など 豊橋商工信用組合（メインバンク）：経営管理とキャッシュフローを支援 たはら巡り～な実行委員会：参加者が主催する様々な体験プログラムを、旅行商品の重要なパーツとして活用 田原市旅館組合（愛知県ホテル旅館生活衛生同業組合組合田原支部）：加盟宿泊施設を利用。 各種活動への協力 豊橋鉄道株式会社並びにグループ各社（豊鉄バス(株)、豊鉄観光バス(株)、豊鉄タクシー（株）：交通サービスを活用 伊勢湾フェリー（株）：伊良湖岬と鳥羽間の船舶サービスを提供、三重県からの誘客</p>																																						
官民・産業間・地域間との持続可能な連携を図るための合意形成の仕組み	<p>(株) 田原観光情報サービスセンターの株主並びに役員構成は以下のようになっている。</p> <table><tr><th colspan="4">株 主 構 成</th></tr><tr><td colspan="4">2024.5.21現在</td></tr><tr><td>70%</td><td>10%</td><td>10%</td><td>10%</td></tr><tr><td>田原市商工会物産観光施設運営協議会</td><td>愛知みなみ農業協同組合</td><td>渥美漁業協同組合</td><td>自社</td></tr></table> <table><tr><th colspan="2">役 員 構 成</th></tr><tr><td colspan="2">2024.5.21現在</td></tr><tr><td>代表取締役</td><td>長神 隆士(道の駅田原めんくんはうす初代支配人、前田原市議会議員)</td></tr><tr><td>取締役会長</td><td>鈴木 喜玄(田原市商工会顧問元会長、前代表取締役)</td></tr><tr><td>常務取締役</td><td>鈴木 正直(前田原市 副市長)</td></tr><tr><td>取締役</td><td>高崎 雄三(田原市商工会 会長)*高崎の高ははしごだか</td></tr><tr><td>取締役</td><td>前澤 政勝(田原市商工会 副会長)</td></tr><tr><td>取締役</td><td>天野 英一郎(田原市商工会 副会長)</td></tr><tr><td>取締役</td><td>大羽 康彦(田原市商工会 商業部会長)</td></tr><tr><td>取締役</td><td>川合 繁夫(渥美漁業協同組合 理事)</td></tr><tr><td>監査役</td><td>藤城 好昭(愛知みなみ農業協同組合 総務部長)</td></tr></table> <p>(株) 田原観光情報サービスセンターは、株主である商工業者、農業者、漁業者の意向を反映している。 総会を含め、年に3回程度の会議を開催し、持続可能な連携を図っている。</p> <p><田原市農泊推進協議会> 令和5（2023）年 3 月、当 DMO 法人 CMO である長神利行を会長として設立。協議会の事務局は、(株)田原観光情報サービスセンターが担う。 農林水産省の「農泊」事業を田原市に置いて推進するのが目的。農山漁村振興交付金を得て令和5年、令和6年に事業を実施。 総会を含め、年に3回程度の会議を開催し、持続可能な連携を図っている。</p>	株 主 構 成				2024.5.21現在				70%	10%	10%	10%	田原市商工会物産観光施設運営協議会	愛知みなみ農業協同組合	渥美漁業協同組合	自社	役 員 構 成		2024.5.21現在		代表取締役	長神 隆士(道の駅田原めんくんはうす初代支配人、前田原市議会議員)	取締役会長	鈴木 喜玄(田原市商工会顧問元会長、前代表取締役)	常務取締役	鈴木 正直(前田原市 副市長)	取締役	高崎 雄三(田原市商工会 会長)*高崎の高ははしごだか	取締役	前澤 政勝(田原市商工会 副会長)	取締役	天野 英一郎(田原市商工会 副会長)	取締役	大羽 康彦(田原市商工会 商業部会長)	取締役	川合 繁夫(渥美漁業協同組合 理事)	監査役	藤城 好昭(愛知みなみ農業協同組合 総務部長)
株 主 構 成																																							
2024.5.21現在																																							
70%	10%	10%	10%																																				
田原市商工会物産観光施設運営協議会	愛知みなみ農業協同組合	渥美漁業協同組合	自社																																				
役 員 構 成																																							
2024.5.21現在																																							
代表取締役	長神 隆士(道の駅田原めんくんはうす初代支配人、前田原市議会議員)																																						
取締役会長	鈴木 喜玄(田原市商工会顧問元会長、前代表取締役)																																						
常務取締役	鈴木 正直(前田原市 副市長)																																						
取締役	高崎 雄三(田原市商工会 会長)*高崎の高ははしごだか																																						
取締役	前澤 政勝(田原市商工会 副会長)																																						
取締役	天野 英一郎(田原市商工会 副会長)																																						
取締役	大羽 康彦(田原市商工会 商業部会長)																																						
取締役	川合 繁夫(渥美漁業協同組合 理事)																																						
監査役	藤城 好昭(愛知みなみ農業協同組合 総務部長)																																						

田原市農泊推進協議会の役員、参加団体は下図の通り。





<田原市文化遺産地域活性化実行委員会>

令和4(2022)年3月、当DMO法人CMOである長神利行を会長として設立。協議会の事務局は、(株)田原観光情報サービスセンターが担う。

田原市の文化財の活用を通じて文化財の保護と地域活性化を果たすのが目的。総会を含め、年に3回程度の会議を開催し、持続可能な連携を図っている。

田原市文化遺産地域活性化実行委員会の参加団体は下図の通り。



	<p>地域 DMO 法人である（株）田原観光情報サービスセンターを核として、田原市農泊推進協議会と田原市文化遺産地域活性化実行委員会のトライアングル体制で官民・産業間・地域間との持続可能な連携を図るための合意形成を図っている。</p>  <p>■田原市との調整会議</p> <p>DMOを維持発展させるためには田原市のバックアップが必要であり、田原市が策定した観光基本計画・同アクションプランと連動するために田原市観光課との調整会議を定期的開催している。</p>
地域住民に対する観光地域づくりに関する意識啓発・参画促進の取組	<p>田原市は、平成28年度から3年間「田原市観光まちづくり大学」として清水愼一氏（大正大学地域構想研究所教授：当時）を主たる講師に迎え、広く市民を対象に、観光によるまちづくり、地域づくりを学ぶ機会を設けてきた。また令和元年度以降も「田原市観光まちづくり実践塾」と名称を変えて継続実施しています。全国から講師を迎えて実践事例に基づく観光まちづくりを学ぶ機会を設けている。令和5年度は、田原市と包括連携協定を締結した杏林大学に運営を委託し、伊良湖温泉等を活用したウェルネスツーリズムをテーマに開催した。DMO 法人（株）田原観光情報サービスセンターはこの取組に積極的に参画し、地域住民に対する観光地域づくりに関する意識啓発・参画促進に取組んでいる。尚、令和6年度は（株）田原観光情報サービスセンターが、田原市から田原市観光まちづくり実践塾の運営を受託実施する予定となっている。</p>
法人のこれまでの活動実績	<p>【活動の概要】</p> <p>（株）田原観光情報サービスセンターは、平成3年8月に、田原市商工会物産観光施設運営協議会、田原町農協（現愛知みなみ農業協同組合）、渥美漁業協同組合の三者が出資して資本金1,000万円で設立された。設立の目的は「観光情報サービスセンター」として平成3年から建設を開始し、平成4（1992）年4月にオープンした現在の道の駅田原めっくんはうすの運営を田原町（現田原市）から委託を受けて運営することだった。</p> <p>平成5年には愛知県第一号の道の駅の1つに認定されている。</p> <p>平成21年3月に田原市赤羽根町に開業した道の駅あかばねロコステーションの運営を受託、昨年度、令和5年6月には道の駅伊良湖クリスタルポルトの運営も受託している。昨年、令和5年度からは田原市の3つの道駅すべての受託運営を行っている。</p> 

「地域の皆さんが主役です」をスローガンに、地域資源を存分に使った地域参加型の拠点施設として、渥美半島田原市の魅力を丸ごと発信できる道の駅を目指している。



道の駅あかばね四コーステーション



道の駅伊良湖クリスタルポルト

＜特徴と実績＞

道の駅田原めっくんはうすは、田原市が平成 26 年から 5 年間市町村別農業産出額全国一位であり、それ以降も全国二位の農業王国である利点を生かし、野菜・果物を中心とした道の駅となっており、産直コーナーをはじめ市場野菜販売コーナーも合わせると売り場面積の三分の二を果物や野菜が占めている。また、野菜ソムリエも常駐している。残りの三分の一には、田原市と東三河を中心としたこの地域にしかない特産品を率先して販売している。

道の駅田原めっくんはうすは、平成 29 年 9 月から平成 30 年 3 月までの約半年間リニューアルのための工事休業をした。リニューアルに伴い、多くの新しい機能を追加した。

- ・平成 30 年 6 月には、施設内に 6 次産業加工工場を作り、地域資源を使ったオリジナル商品の開発・販売も開始した。
- ・平成 30 年 6 月には、旅行業第 2 種登録を取得し、旅行事業を開始。
- ・平成 30 年 7 月には、道の駅田原めっくんはうす内の観光案内所が、日本政府観光局が認定する外国人観光案内所カテゴリー I 認定を受ける。
- ・令和元年 10 月 愛知県内の道の駅では初の免税店となり、レジには AI 搭載の翻訳機を導入した。
- ・令和 2 年 1 月 渥美半島菜の花浪漫街道「道の駅」ネットワーク企画で田原市内の 3 つの道の駅が重点道の駅に認定された。

■令和 3 年 1 月 4 日 観光庁より地域 DMO 候補法人に認定される。

■令和 3 年度・観光庁事業「地域資源の磨き上げを通じて域内連携促進に向けた実証事業」に応募し採択を受けた。

「渥美半島の「暮らしぶり」を体感、地域の農漁業を者と連携した体験・学習型観光コンテンツの磨き上げ事業」を実施。同事業では、以下の 8 つの事業を実施。

1. インバウンド誘致用ホームページ作成・外国語ブローシャー作成
2. インバウンド誘致用動画作成
3. インバウンド用ガイド研修
4. 訪日留学生モニターツアー
5. ナイトモニターツアー
6. 有識者モニターツアー（旅行業者 1 回 観光協会 1 回）
7. タレントと行く「たはら巡り～な」ツアー
8. 事業効果の検証のためのアンケート調査・集計・分析

	<p>■令和 4 年度・観光庁事業「地域独自の観光資源を活用した地域の稼げる看板商品の創出事業」に応募し、採択を受けた。</p> <p>「花×ミツバチ×農業、日本一の花の産地 渥美半島で SDG's を学ぶ「花育」プログラム開発事業」として以下の 5 つの事業を実施した。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 夏・秋・冬、それぞれの「花育プログラム」の策定 2. モニターツアーの実施・アンケート 3. 花育コーディネーターの育成 4. 花育 PR ブローシャー・タリフの作成 5. 旅行業者への営業・PR <p>■令和 4 年度 田原市文化遺産地域活性化実行委員会として、文化庁地域文化財総合活用推進事業事業に応募し、採択を受けた。</p> <p>「渥美半島の文化遺産を活用した地域活性化事業」として以下の 5 つの事業を実施した。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 渥美半島おもてなしガイド養成事業 2. 渥美半島文化遺産スタンプラリー 3. 風の学校はやぶさ運営事業 4. 田原風・祝い舞うプロジェクト 5. モニターツアーの実施・アンケート <p>■令和 4 年度 農林水産省から「SAVOR JAPAN」認定地域として認められた。</p> <p>■令和 5 年度 田原市文化遺産地域活性化実行委員会として、文化庁地域文化財総合活用推進事業事業に応募し、採択を受けた。</p> <p>「渥美半島の文化遺産を活用した地域活性化事業」として以下の 7 つの事業を実施した。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 渥美半島おもてなしガイド養成事業 2. 渥美窯講習会 3. 次世代継承事業「風の学校はやぶさ運営事業」 4. 渥美半島文化遺産スタンプラリー 5. 田原風・祝い舞うプロジェクト 6. 子ども風まつり開催事業 7. 渥美窯展示会・講演会 <p>■令和 5 年度 田原市農泊推進協議会として農林水産省の農山漁村振興交付金に応募し、採択を受けた。</p> <p>以下の 7 つの事業を実施。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. アンケート企画・実施・集計・分析 2. 田原市農泊推進協議会専用 WEB サイト構築 3. 個人型農泊プラン作成 4. 貝食文化を海外へ情報発信するためのパンフレット作製 SAVOR×JOMON_インバウンド向けリーフレット作成 5. 専門家の指導によるあさりの押し寿司の磨き上げ、商品化 6. 中心市街地と近郊の生産者を結びつけるワーキング開催” 7. 中心市街地と近郊の生産者を結びつけるモニターツアーの実施 ” <p>■令和 5 年 9 月 26 日 観光庁より地域 DMO 法人として認定を受ける</p> <p>■令和 6 年 2 月 29 日 農林水産省より農泊インバウンド受入促進重点地域として選定される。</p>
--	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

(定量的な評価)

以上の事業等の実施を経て、田原市内への観光目的の来訪者が増加。(株)田原観光情報サービスセンターが運営する3つの道の駅、田原めっくんはうす、あかばねロコステーション、伊良湖クリスタルポルトの売上、利用者は増加し、重点道の駅にも認定されるなど、東海地方を代表する道の駅の1つとなった。

■レジ通過客数の変化

田原市道の駅 レジ打ち客数		単位：千人					
道の駅	2017 平成29	2018 平成30	2019 令和元	2020 令和2	2021 令和3	2022 令和4	2023 令和5
田原めっくんはうす	336	916	872	846	799	836	903
あかばねロコステーション	336	311	301	283	289	319	301
伊良湖クリスタルポルト (*1)							187
計	672	1,227	1,173	1,129	1,088	1,155	1,391

めっくんはうす平成29年度にリニューアル工事を実施

伊良湖クリスタルポルトの指定管理は令和5年6月2日から開始

上記は年度(4月～翌年3月)の集計

【定性的な評価・課題】

地域DMO法人として、民間株式会社である特性を活かして、市役所等の予算主義にとらわれないスピード感のある施策を実行することにより、より現場が今必要とする施策を行うことができている。

課題としては、道の駅の指定管理業務も忙しく、DMO法人としての業務だけに特化したスタッフの育成と、5年間程度のきちんとしたDMO法人としての計画を策定する必要がある。また、地域としてはまだまだインバウンドに対する対応ができておらず、これも大きな課題であり、令和6年度以降に本格的に取り組む必要がある。

実施体制

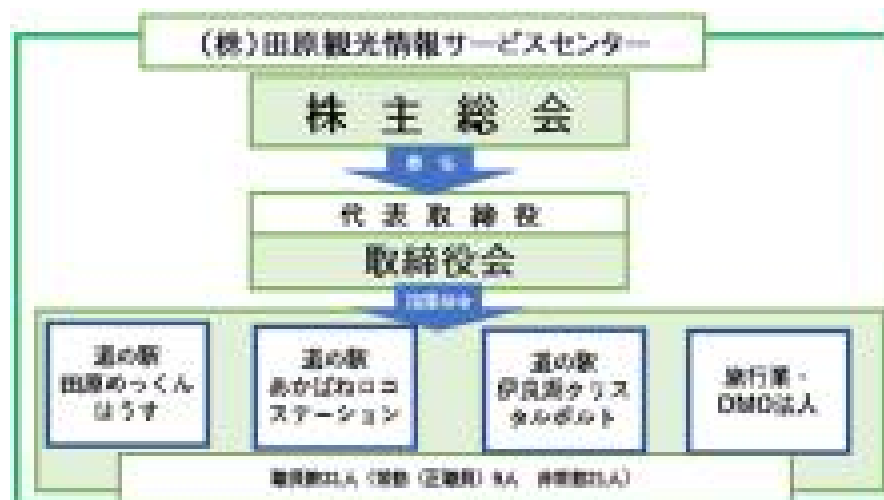
※地域の関係者との連携体制及び地域における合意形成の仕組みが分かる図表等を必ず記入すること(別添可)。

【実施体制の概要】

(株)田原観光情報サービスセンターは、最終意思決定機関である株主総会から経営を委任された取締役会の指揮のもと、3つの道の駅部門と旅行業・DMO部門の4つの部門に分かれて業務を執行している。

株主は、田原市内の商工会・農業協同組合・漁業協同組合であり、役員は、株主の役員や元副市長、元市議会議員であり、地域全体の意思を反映して運営している。

【実施体制図】



復基調にはあるが、まだ厳しい状況が続いている。

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ある。コロナ前では約 28 万人 前後で推移したが、コロナ禍においは、20 万人を切った。令和 4 年は 24.1 万人、令和 5 年は 25.7 万人と多少回復傾向はあるが、30 万人を達成するために様々な施策を講じる必要がある。そのために最も重要な施策は訪日外国人の宿泊を増やすことである。令和元年には、5,587 人あった外国人宿泊人数が令和 5 年でも 1,247 人と 22.3%と回復が遅れている。令和 6 年度以降には外国人宿泊者数を増やす施策をとるひつようがある。

田原市外国人宿泊者数 (田原市調べ)	
年度	入込数 (単位：人)
平成30	5,077
令和元	5,587
令和2	79
令和3	17
令和4	12
令和5	1,247

その他、田原市の観光の課題として大きいのは、「田原市内での周遊・回遊性が低く、市内での宿泊率が低い」ことにある。令和元（2019）年に実施した調査では以下のような結果が出ている。

○田原市への訪問は日帰りが多く（63.0%）になっている。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る。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。

泊数	割合、回遊率	乗客数
日帰り	*****	63.0%
1泊	市内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%
3泊以上	2泊宿泊地不明	****
	*****	5.1%

○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る。

○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 位となっている。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る（「太平洋ロングビーチ周辺⇄田原市街地周辺」が 8.0%で 3 位）。

順位	宿泊地	乗客数
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%

○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る。1 回の来訪で複数の地点を回遊してもらう工夫が必要。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る。

市内宿泊乗客数	61.8%
域外宿泊乗客数	48.2%

田原市来訪者の周遊状況



* 以上 第2次田原市観光基本計画策定のための調査より

【観光消費額】

田原市においては、これまで観光関連消費額についての調査を実施したことがなかったが、令和5年から道の駅への来訪者へアンケートを実施している。集計分析が終了次第、関係者で共有するとともに、令和6年度以降も継続して調査を行う。

【観光資源：観光施設、商業施設、自然、文化、スポーツ、イベント等】

田原市は渥美半島の大部分を占める自治体である。渥美半島は東西 50km・南北 5-8 km と東西に長く、標高 200-300m の山地塊、洪積台地、沖積低地からなる。全体的に洪積台地である太平洋側が高く、三河湾に向かって徐々に低くなる。渥美半島の南西端には伊良湖岬がある。このような特徴的な地理環境から近隣地域にはない景観を有し多くの観光客を呼び寄せている。また、渥美半島の南西は伊良湖水道挟んで志摩半島がある。古くから伊勢神宮とのつながりが深い地域でもあり、歴史・文化にその影響がみられる。

* 渥美半島の豊富な自然と歴史に基づいた豊富な観光資源

名所・旧跡 田原城（田原市博物館） 吉胡貝塚 - 国の史跡 渥美窯 大アラコ古窯跡 - 国の史跡 伊良湖東大寺瓦窯跡 - 国の史跡 皿山古窯群 - 愛知県指定史跡 大垣新田藩畠村陣屋 渡辺華山幽居跡 観光スポット・公園 池ノ原公園 サンテパルクたはら 伊良湖温泉	自然 太平洋ロングビーチ ココナッツビーチ 蔵王山展望台 伊良湖岬 恋路ヶ浜 日出の石門 シデコブシ 白谷海水浴場、仁崎海水浴場 その他 初立池（初立池公園） 皿焼古窯館（皿焼古窯跡群） 田原まつり会館 渥美半島菜の花浪漫街道	文化・名物 祭事・催事 渥美半島菜の花まつり、 凧まつり、 田原まつり。 伊良湖神社の御衣（おんぞ）祭り 渥美半島どんぶり街道スタンプラリー 名産・特産 しらす 釜揚げしらす あさりせんべい 渥美沢庵 電照菊
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

近年では、市町村別で日本一級の生産高を誇る農業を活かした食や体験プログラム、世界大会も開催される日本を代表とするサーフィンの聖地の1つであること、渥美半島の太平洋岸が、ナショナルサイクルートに認定された太平洋岸自転車道の一部であることなど、これまで観光資源とはみなされていなかった田原市の素晴らしい特徴を観光にも生かそうという動きが活発化している。

観光資源の活用方法

近年の田原市の観光への取組で大変特徴的なものが、「たはら巡り～な」である。

観光体験博覧会「たはら巡り～な」とは

平成30年に始まり現在も続く取組で、交流人口拡大と稼ぐ力の向上を図り、この地域を元気で豊かなまちとするため、渥美半島の日常にドップリ浸かる観光体験博覧会・「渥美半島を暮らす旅」をコンセプトに、「花・農業」「自然」「手づくり」「満喫」4テーマで約48ものここでしか体験できないプログラムを一堂に集めて提供している。



観光客の皆さんに渥美半島で暮らす人々の日常を体験して楽しんでもらうことで、田原市ファンの獲得を狙い、電照菊ナイトツアーや自然観察ガイド、親子食育体験など巡って楽しむ多彩なプログラムが多数ある。

単に見るだけではなく、来訪者に体験していただくことを大事にし、農業や漁業などこれまでは観光資源とはみなされていなかった渥美半島の日常を新たな観光資源として磨き上げている。

地域の産業資源 たはら巡り～な等を通じて磨き上げ新たな観光資源化を目指す。

鉱工業品または鉱工業品の生産にかかわる技術	農林水産物
三河仏壇、豊橋筆、渥美あさりの押し寿司、愛知の漬物、大あさり半平太、名古屋コーチン	キャベツ、だいこん、トマト、ブロッコリー、茶、メロン、電照菊、バラ、あいち牛、鉢花、観葉植物、赤どり、あさり、しらす、田原牛、のり、みかわポーク、うなぎ、スプレー菊、みかわ牛、アルストロメリア、大あさり、スイカ、セルリー、牛乳、豚、卵、うずら、あつみ牛、暖か渥美の伊良湖常春ビーフ、牛、大葉（しそ）、ミニトマト、スイートコーン（とうもろこし）、ちんげんさい、レタス、カリフラワー、いちご、みかん（ハウスみかん）、どうまい牛乳、カーネーション、ガーベラ、スイートピー、ストック、シクラメン、あじさい、ハイビスカス、グロリオサ、かすみそう、トルコギキョウ、ポインセチア、きぬあかり、さつま芋

* 愛知縣市町村別地域産業資源一覧より

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

田原市旅館組合（愛知県ホテル旅館生活衛生同業組合組合田原支部）には、現在 27 のホテル・旅館が加盟している。宿泊施設は中心市街地である三河田原駅-市役所周辺、福江地区の他は、中心的な観光地である伊良湖岬周辺に集中している。宿泊施設の規模は全体に小さく、客室数が 50 部屋を超える施設は 11 か所となる。

【利便性：区域までの交通、域内交通】

豊橋鉄道株式会社により渥美線（三河田原～新豊橋）が運行されているが、主たる観光地である伊良湖岬までは、直線距離でも 20 km 程度あり、鉄道利用の観光は一般的ではない。路線バスも一定程度の路線網と本数を維持しているが観光利用は少ない。以上からマイカー等自動車による観光が一般的となっている。その場合も自動車等専用道路や有料高速道路ではなく、利便性が高いとは言えない。

海上交通として、伊勢湾フェリー株式会社（伊良湖～鳥羽）および名鉄海上観光船株式会社（伊良湖～河和（篠島・日間賀島経由／師崎へは篠島で乗換え））などがあり、今後のさらなる観光利用が期待されている。

* 平成 31 年 3 月一部見直しをした第 2 次田原市地域公共交通戦略計画を参照して記述



3. 各種データ等の継続的な収集・分析

収集するデータ	収集の目的	収集方法
WEBサイトのアクセス状況	地域に対する顧客の関心度や施策の効果等を把握するため。	グーグルアナリティクスを活用して実施。
住民満足度	観光振興に対する地域住民の理解度を測るため。	田原市が実施するアンケート調査を活用して収集。
宿泊施設の利用調査	宿泊者数の動向把握	国・市が実施する宿泊統計を活用
観光客動態調査	来訪者の滞在時間、間人期先の把握	市と共同で定期的な調査を実施して収集
観光入込客数	田原市全体の入込客数の把握	県が実施する調査のデータを活用
来訪者満足度調査	来訪者の来訪満足度等を把握	たはら巡り～な等の参加者のアンケート調査を活用

4. 戦略

(1) 地域における観光を取り巻く背景

田原市では、人口減少が進んでおり、高齢化等の影響で就業者や事業所が減少傾向にある。こうした地域の課題に対し、観光地域づくり法人（DMO）を中心として既存の観光資源の磨き上げや、これまでは観光資源として活用されてこなかった新たな資源を発掘し観光資源化して活用し、観光地域づくりを図り、新たな雇用の創出や担い手不足の解消、交流人口の増加につなげる。

(2) 地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	強み (Strengths) <ul style="list-style-type: none"> ・ 海に囲まれた風光明媚な半島の自然 ・ 日本一級の農業産出額のまちとしての食材（野菜、果物、肉等）、メロン・いちご狩り ・ 新鮮な水産物の魅力～あさりなどの貝類 ・ 園芸産地としての日本一の花のまち ・ 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 ・ サーフィン、サイクリングなどのスポーツツーリズム ・ 最先端の新エネルギー施設 ・ 観光体験博覧会「たはら巡り～な」の継続開催と人気の上昇 ・ 1～3月の菜の花まつり ・ 日本一級に新しい伊良湖温泉 	弱み (Weaknesses) <ul style="list-style-type: none"> ・ 名古屋マーケットからのアクセスの不利（高速道路がない、鉄道も途中まで、名鉄海上船カーフェリーも廃止） ・ 半島という立地性からの不利 ・ 圧倒的に強みとなる大型集客施設がない ・ 菜の花まつり（1～3月）、夏休み期間中以外とそれ以外の時期との繁閑差 ・ 半島内をめぐる2次交通の弱さ ・ 日帰り率の高さ（宿泊率の低さ） ・ 回遊性（複数地点を訪問する）の低さ ・ 訪日外国人誘客の取組の少なさ ・ 近年、貝類を始めとする魚介類の収量が大きく減少している
外部環境	機会 (Opportunity) <ul style="list-style-type: none"> ・ 市内の3つの道の駅が重点道の駅認定を受けている ・ 伊良湖温泉の開湯（令和4年4月） ・ 渥美半島太平洋岸が太平洋岸自転車道としてナショナルサイクルロードに認定 ・ 「食」へのニーズの年々の高まり ・ 観光立国推進による訪日外国人の増加（アフターコロナ期） 	脅威 (Threat) <ul style="list-style-type: none"> ・ 新東名高速道路の開通による車の流れの変化 ・ 23号バイパスの全通による遠州、三河マーケットの変化 ・ 渥美半島における自動車用道路の整備の遅れ ・ 他地域における観光地の活性化 ・ 少子化によるファミリー客層の減少

(東南アジアマーケットが好む果物狩りニーズ) ・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 ・国道23号バイパスの蒲郡ー豊川間の開通(令和6年度中)による西三河、名古屋圏マーケットへの期待	・人口減少による地域の活力低下、担い手不足 ・一部地域における悪臭問題(畜産関係)
------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------

(3) ターゲット

○第1ターゲット層

愛知県内在住の20才代～60才代の自家用車を持つ人

○選定の理由

これまでの調査からも田原市への来訪手段として、団体客を除けばそのほとんどが、自家用車等自動車利用であるため。愛知県内在住者の来訪が圧倒的に多いため。

＜関係する主な調査＞

インターネットマーケティング調査・観光動態調査・市内観光関連事業者調査

【来訪者数 構成比】

順位	発地地域	来訪者数	構成比
1	東海	3,537	89.8%
2	近畿	154	3.9%
3	首都圏	128	3.3%
4	甲信越・北陸	70	1.8%
5	中国	16	0.4%
6	北関東	13	0.3%
-	合計	3,938	100.0%

順位	発地都道府県	来訪者数	構成比
1	愛知県	2,943	74.7%
2	静岡県	294	7.5%
3	岐阜県	170	4.3%
4	三重県	130	3.3%
5	大阪府	61	1.5%
6	東京都	48	1.2%
7	神奈川県	36	0.9%
8	長野県	35	0.9%
9	兵庫県	31	0.8%
10	京都府	24	0.6%
-	その他	165	4.2%
-	合計	3,938	100.0%

順位	発地市区町村	発地都道府県	来訪者数	構成比
1	豊橋市	愛知県	1,061	26.9%
2	名古屋市中区	愛知県	334	8.5%
3	豊川市	愛知県	278	7.1%
4	豊田市	愛知県	213	5.4%
5	岡崎市	愛知県	184	4.7%
6	浜松市	静岡県	142	3.6%
7	安城市	愛知県	89	2.2%
8	西尾市	愛知県	86	2.2%
9	新城市	愛知県	54	1.4%
10	湖西市	静岡県	51	1.3%
11	刈谷市	愛知県	49	1.2%
12	一宮市	愛知県	48	1.2%
13	蒲郡市	愛知県	43	1.1%
14	碧南市	愛知県	36	0.9%
15	岐阜市	岐阜県	31	0.8%
16	四日市市	三重県	31	0.8%
17	静岡市	静岡県	29	0.7%
18	春日井市	愛知県	28	0.7%
19	高浜市	愛知県	27	0.7%
20	みよし市	愛知県	27	0.7%
-	その他		1,097	27.9%
-	合計		3,938	100.0%

○取組方針

満足度調査の充実などにより再来訪意向につながる要因を分析し、分析結果に基づいてターゲット層に強力に訴求するコンテンツを磨き上げる。

<p>○第2ターゲット層 浜松など遠州地域の20才～60才代の自家用車を持つ人</p>
<p>○選定の理由 第一ターゲットと同様、遠州地域は田原市を含む三河地域と歴史的・文化的につながりが強く、愛知県内を除けば次に来訪者が多い地域となるため ＜関係する主な調査＞ インターネットマーケティング調査・観光動態調査・市内観光関連事業者調査</p> <p>○取組方針 満足度調査の充実などにより再来訪意向につながる要因を分析し、分析結果に基づいてターゲット層に強力に訴求するコンテンツを磨き上げる。</p>
<p>○第3ターゲット層 「サーフィン」「サイクリング」など特定のテーマに特化して興味を持つ層</p>
<p>○選定の理由 田原市は「サーフタウン構想」を掲げ、長年サーフィンを核としたまちづくりに取り組んでおり、世界大会を開催するなど、日本有数のサーフィンの聖地であることから。 また、国がサイクルツーリズムに力を入れており、渥美半島の太平洋岸が、ナショナルサイクルルートに認定された太平洋岸自転車道の一部となっていることから。</p> <p>○取組方針 テーマごとに、熱心に取り組む地域住民・事業者がおり、彼らと深く連携して、テーマを持って来訪する人々に喜んでいただけるサービス・商品の開発をする。</p>
<p>○第4ターゲット層 台湾からの訪日旅行者</p>
<p>○選定の理由 台湾からの訪日旅行者の多くは、訪日経験の多いリピーター層である。彼らはこれまでに訪れたことのない地域や、地域の日常生活体験を好むことが多いことから。さらに、田原市から最も近い国際空港である中部国際空港（セントレア）でのレンタカー利用者として台湾からの訪日旅行者が最も多いため。</p> <p>＜関係する主な調査＞ 観光庁「訪日外国人消費動向調査」等</p> <p>○取組方針 田原市が平成30年度から継続して実施している「たはら巡り～な」は、観光体験博覧会と称して、農業や漁業など、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日常を来訪者に体験していただくものである。このたはら巡り～なを訪日外国人向けにも使えるように改良を加えて、訪日外国人に喜んでいただけるものにしていく。 また、食の魅力を重視する方が多いので、地域の食の魅力を高める取り組みを行う。</p>
<p>○第5ターゲット層 団体バスツアー利用客</p>
<p>○選定の理由 シニア層は今後も旅行消費が活発な重要顧客であり、自動車の運転に不安がある層はバス旅行に参加して田原市を訪問することが多いことから。</p> <p>＜関係する主な調査＞ 旅行業者ヒアリング調査から</p> <div> <ul style="list-style-type: none"> ・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るが、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る。 ・メロン狩りツアーだけを販売している。メロン狩り＋昼食＋道の駅での買い物という定番コースだけだが、毎年1,000名を超える送客がある。果物狩りはリピーターにも人気。 </div> <p>○取組方針 団体バスツアーを催行する旅行事業者に対して、緊密な情報提供や意見交換を実施し、その利便性</p>

を高める努力を常に続ける

ターゲット設定の根拠となる調査等

令和2年3月に策定された第2次田原市観光基本計画のために田原市が実施した下記の調査結果を基にターゲット設定している。

1. インターネットマーケティング調査

(1) 調査目的

田原市への来訪経験者、未経験者に対して、田原市の旅行について、「同行者」「旅行形態」「観光資源の認知度・興味度」「期待度」「満足度」「来訪目的」「田原市の観光情報の入手方法」「田原市への来訪意向・再来訪意向」を聞き、来訪経験の有無、年齢・性別・居住地などの回答者の属性等とクロス検索することによって、将来の田原市の観光振興の方向性を明らかにすることを目的とした。尚、今後は、田原市を含む地域連携DMOを目指す（一社）ほの国東三河観光ビューローと連携して、インターネットアンケート調査を実施予定。

(2) 調査対象者

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

ターゲット設定

[年代] 20～34歳、35～49歳、50歳以上

[性別比] 男性 50.0% : 女性 50.0%

[居住都道府県]

愛知県内（田原市以外）… 312名

東海圏（岐阜県・三重県・静岡県）… 312名

首都圏（東京都・千葉県・神奈川県・埼玉県）… 162名

関西圏（大阪府・京都府・兵庫県）… 162名

北陸・甲信越（長野県・山梨県）… 112名

[田原市への訪問歴] 来訪経験者 50.0% : 未来訪者 50.0%

2. 観光動態調査

(1) 調査目的

携帯電話の位置情報等を分析することにより、田原市に来訪した人（日帰り・宿泊）の観光動態を明らかにすることを目的とした。

明らかにする項目 ○田原市来訪者の全体傾向の把握 ○観光エリアごとの来訪者特性の分析

(2) 調査対象者

KDDI社の携帯使用者

(3) 調査方法

携帯電話データから得られる以下の情報を分析。

発地（地域・都道府県）分析	発地地域・都道府県ごとの来訪者数を旅程別、性年齢層別に算出
発地（市区町村）分析	発地市区町村ごとの来訪者数を算出
旅程分析	旅程区分ごとの来訪者数を性年齢層別に算出
宿泊地分析	市区町村ごとの宿泊人泊数を性年齢層別に算出
滞在時間（全体）分析	平均滞在時間を旅程・カレンダー別、性年齢層別に算出
滞在時間（エリア）分析	観光エリアごとに平均滞在時間を性年齢層別、旅程・カレンダー別に算出
時間帯別流入出分析	時間帯別の流入者数・流出者数・滞在者数を性年齢層別、旅程・カレンダー別に算出
周遊エリア数分析	観光エリア周遊箇所数を性年齢層別、旅程・カレンダー別に算出
周遊エリアパターン分析	周遊コースごとの周遊者数を算出

3. 口コミ調査

(1) 調査目的

じゃらんネット利用者情報とじゃらんネットに寄せられた口コミ情報を分析することにより、田原市に来訪した人（日帰り・宿泊）の満足度や属性、個別観光スポット・施設の評価などを明らかにすることを目的とした。

(2) 分析対象

じゃらんネット利用者の内、田原市について口コミ情報を寄せた方、ならびに口コミ情報の具体的な内容

(3) 調査方法

じゃらんネット利用者（登録者）情報とじゃらんネットに寄せられた口コミ情報を分析。

4. 市内観光関連事業者調査

(1) 調査目的

田原市の観光を実際に担っているプレイヤーである皆さんから田原市の観光の現状や将来に対するイメージ、今後取り組むべきこと、ターゲット、広域連携先などについてのお考えをお知らせいただくことにより、令和元年度に策定している第2次田原市観光基本計画ならびに同アクションプランの重要な基礎データとした。

(2) 調査対象

田原市の観光関連団体、内渥美半島観光ビューロー会員、たはら巡り～な各プログラム主催者をリストアップして調査対象としました。調査対象は220者。

(3) 調査方法

①調査時期 令和元年9月5日発送。 回答期限令和元年9月27日

②回収結果 112票 回収率50.09%

③調査方法 調査票を返信封筒とともに郵送。田原市商工観光課を宛先とする返信封筒を同封し、記入の上返送していただいた。

5 旅行業者調査

(1) 調査目的

旅行業者が田原市を旅行の目的地、立ち寄り地としてどのように認識しているかを把握することを目的とした。

(2) 調査対象

田原市への送客実績のある旅行事業者4社

(3) 調査方法 旅行事業者の担当者に直接ヒアリングをして実施

(4) 観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	<p>基本理念：地域を誇り人が輝く 観光によるまちづくり</p> <p>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</p>
②コンセプトの考え方	<p>「基本理念」 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す。</p> <p>「コンセプト」 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</p>

	<p>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。</p> <p>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、田原市が目指すまちづくりに繋がります。</p> <p>※（１）～（３）のデータ分析、田原市ほかが実施した調査の内容を踏まえて作成したコンセプトである。</p> <p>* 上記の基本理念並びにコンセプトは、第２次田原市観光基本計画（２０２０－２０３０）の基本理念とコンセプトと同一とした。田原市と同じ方向性をむいて観光振興・地域づくりに寄与する。</p>
--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

５．関係者が実施する観光関連事業と戦略との整合性に関する調整・仕組み作り、プロモーション

項目	概要
戦略の多様な関係者との共有 ※頻度が分かるよう記入すること。	<p>地域DMO法人を中心として、田原市農泊推進協議会、田原市文化遺産地域活性化実行委員会が、定例の会議並びに総会を行っている。それらを平均すると１か月に１度程度の会議を開催している。</p> <p>それ以外にも、事業ごとに関係者を集めたコミュニケーションの場を各事業年に４回程度は開催している。</p> <p>さらに地域の関連事業者を集めてコミュニケーションの場を年に最低２回程度設け、関係者と戦略の進捗状況の確認と相互理解を深めている。</p>
観光客に提供するサービスについて、維持・向上・評価する仕組みや体制の構築	<p>飲食店や宿泊施設をはじめとする地域が提供する観光サービスに係る研究・勉強会の一環として、田原市が主催する観光まちづくり実践塾等を活用してサービス向上の研修を行っている。また、田原商工会、渥美商工会の各飲食部会や田原市旅館組合等のサービス研修に協力している。</p>
観光客に対する地域一体となった戦略に基づく一元的な情報発信・プロモーション	<p>（一社）渥美半島観光ビューローとの役割分担を明確にした上で、観光情報の効果的な発信を行っている。（一社）渥美半島観光ビューローは、SNSやキャンペーン等におけるPRを主に担当、当社（地域DMO法人）は道の駅での案内所機能や旅行商品造成における旅行会社等を通してのPRを実施している。</p>

※各取組について、出来る限り具体的に記入すること。

6. K P I（実績・目標）

※戦略や個別の取組を定期的に確認・改善するため、少なくとも今後3年間における明確な数値目標を記入すること。

※既に指標となりうる数値目標を設定している場合には、最大で過去3年間の実績も記入すること。

（1）必須K P I

指標項目		2021 (R 3) 年度	2022 (R 4) 年度	2023 (R 5) 年度	2024 (R 6) 年度	2025 (R 7) 年度	2026 (R 8) 年度
●旅行消費額 (百万円)	目標	- (-)	- (-)	700,000 (35,000)	722,260 (36,113)	743,928 (37,196)	766,246 (38,312)
	実績	516,025 (-)	580,096 (-)	600,834 (-)			
●延べ宿泊者数 (千人)	目標	- (-)	- (-)	400 (6)	420 (7)	441 (8)	463 (10)
	実績	181 (0.017)	241 (0.012)	257 (1.247)			
●来訪者満足度 (%)	目標	- (-)	- (-)	100 (-)	100 (-)	100 (-)	100 (-)
	実績	- (-)	99.2 (-)	89.0 (-)			
●リピーター率 (%)	目標	- (-)	- (-)	80 (-)	80 (-)	80 (-)	80 (-)
	実績	- (-)	76.8 (-)	72.8 (-)			

※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値（尚、コロナ禍においては外国人旅行者が数十名単位であったことから、利用者アンケートを取得することができず、実績は空欄となっている。）

目標数値の設定にあたっての検討の経緯及び考え方

【検討の経緯】

（株）田原観光情報サービスセンターのCMOである長神利行を中心に、事務局で目標数値の設定を検討し、田原市観光課とも協議をした上で、役員会に提出し、必須KPIについて承認を得た。

アンケートは令和4年度からアンケートを回収する予定であったが、コロナ禍におけるイレギュラーな年であったため、確実にデータの収集できる項目を基に、再度KPIを見直すこととした。田原市内の消費額を確認できる数値として、当社が運営する3か所の道の駅の売上（道の駅田原めつくんはうす、道の駅あかばねロコステーション、道の駅伊良湖クリスタルポルト）を観光消費に置き換え、目標値を立てている。一方、来訪者の満足度、リピーター率等については、3箇所の道の駅での来訪者アンケートを実施し、実態を把握する。コロナ回復後の令和5年6月からは、1か月ごとに、道の駅1か所1回あたり、100人のアンケート回収数を目標とし実施した。

また、これまで田原市地域を訪問する訪日外国人についての継続的な調査はほとんど行ってこなかったがインバウンド回復が始まった令和5年からは、すべての調査・アンケートで可能な限り訪日外国人を意識した調査とすることとした。また、上記調査については、田原市観光課と緊密な打ち合わせを重ねてから実施するとともに、今後は、DMO登録を目指す（一社）ほの国東三河観光ビューローとの共同調査も検討する。

【設定にあたっての考え方】

●旅行消費額

田原市内の観光客の多くが利用する田原市内3か所の道の駅の売上合計を当社の目標消費額とす

る。また、来訪者アンケートより、1人当りの消費単価を日帰り宿泊旅行に分けて記載していた
だき、消費単価として目標値を立てる。

●宿泊者数

田原市観光課が毎年調査している宿泊者数を使う。

●来訪者満足度／●リピーター率

上記道の駅でのアンケートにおける満足度/リピーター率を使う。

目標数値については、令和6年度以降は年率3～5%程度の伸び率を基本として設定した。また、
令和6年度以降は、(一社)ほの国東三河観光ビューローと連携して各種データ等を入手し、実態把
握やKPI設定に生かしていく。

(2) その他の目標

指標項目		2021 (R3) 年度	2022 (R4) 年度	2023 (R5) 年度	2024 (R6) 年度	2025 (R7) 年度	2026 (R8) 年度
Webサイトのアクセス状況 単位：回	目標	50,000	50,000	132,000	145,200	159,720	200,000
		-	-	6,600	7,260	7,986	15,000
	実績	38,000	120,000	129,643			
住民満足度 (市民幸福感) 単位：ポイント	目標	-	-	-	-	-	7.5
		-	-	-	-	-	-
	実績	-	6.95	-			
レジ打ち数 (道の駅3か所 合計) 単位：千人	目標	1,200	1,500	1,500	1,700	1,700	1,800
		(-)	(-)	(75)	(85)	(85)	(100)
	実績	1,088	1,155	1,391			
旅行商品販売額 単位：千円	目標	5,000	7,000	10,000	10,500	11,000	12,000
		(-)	(-)	(1,000)	(1,100)	(1,200)	(1,500)
	実績	6,569	7,923	11,820			
たはら巡り～な 参加者数 単位：人	目標	-	-	24,500	25,725	27,000	29,000
		(-)	(-)	(-)	(200)	(500)	(1,000)
	実績	10,723	23,398	26,821			

たはら巡り～な プログラム数 単位：数	目標	-	-	50	55	60	65
		-	-	-	-	-	-
	実績	44	48	48			
メディア掲載数 単位：回	目標	10	15	20	25	30	35
		-	-	-	-	-	-
	実績	15	15	22			

※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値 道の駅田原めっくんはうすは、リニューアル工事のため
平成29(2017)年9月25日から平成30(2018)年3月16日まで休業した。また、道の駅伊良湖クリ

スタルポルトは、令和 4 年 10 月からリニューアルのため休業、令和 5 年 6 月 4 日にリニューアルオープン。

指標項目及び目標数値の設定にあたっての検討の経緯及び考え方

【検討の経緯】

その他の目標設定にあっても、(株) 田原観光情報サービスセンターの CMO である長神利行を中心に、事務局で目標数値の設定を検討し、田原市観光課とも協議をした上で、役員会に提出し、承認を得た。

その他の目標については、大きく 2 つのポイントで K P I の項目設定をした。① 3 つの道の駅を運営するという田原観光情報サービスセンターの特徴を生かした設定 ② これまで観光資源とはみなされてこなかった、農業・漁業などの一次産業や事業者ではなく市民による観光参加などを促すという田原市ならではの観光活動である観光体験博覧会「たはら巡り～な」に関する目標設定である。

【設定にあたっての考え方】

●田原観光情報サービスセンターの旅行業取扱額(千円)

(株) 田原観光情報サービスセンターは、平成 30 年 6 月に旅行業第 2 種登録をした。令和元年度までは事実上営業はしていなかったが、令和 2 年度からは実質的に旅行業営業を開始した。当然ながら田原市地区（渥美半島）内のみを目的地とした旅行のみを扱っており、旅行業の取扱額は、この DMO の実績を示す K P I の 1 つにふさわしいと判断した。

●道の駅のメディア掲載回数(回)

メディアはいわゆるマスメディアから、地域のローカルメディアまで多数あるため田原市（渥美半島）全体となると掲載回数を完全に把握するのは難しい。しかし、民間企業が経営する独立した店舗である道の駅であれば各メディアともほぼ事前に掲載照会・許可取得をするため掲載回数を把握することが比較的容易である。これまでは、メディアによる紹介回数・種類等をきちんと記録してこなかったが、パブリックリレーション活動の中でメディア紹介は非常に重要であるため今後はしっかり把握し、また受け身だけではなく、積極的にメディアに働きかけるためにも紹介・掲載回数・内容を記録していくこととした。

●道の駅のレジ打ち客数(千人)

田原観光情報サービスセンターの主業は地域産品を販売する道の駅 3 か所の運営である。レジ打ち客数は、道の駅を訪問しただけでなく、何かしらの商品を購入した人の数である。特徴としては、まず正確であること、訪問者数などは技術的に推定方法を取ることが多いが、レジ打ち数は実数である。また、商品を購入したということは地域産品の価値を認め消費行動を起こしたということで非常に意味のある数値であると考ええる。

●住民満足度

4 年に 1 度、田原市が実施する「田原市市民意識調査」より市民幸福度のポイントを指数とする。毎年実施していないため、次の目標値は令和 8 年度となる。

●たはら巡り～なの参加者数(人)

【検討の経緯】に記載したように、これからの田原市の観光の姿を示すのにたはら巡り～なの参加者数は非常に重要な指標であると考ええる。

●たはら巡り～なのプログラム主催者数(人)

ある意味参加者数以上に重要なのは、プログラム主催者の数である。これまでは観光資源とみなされていなかったものを磨き上げ、体験プログラムとして商品化する人が増えることは非常に重要な指標であると考ええる。

7. 活動に係る運営費の額及び調達方法の見通し

※少なくとも今後3年間について、計画年度毎に（１）収入、（２）支出を記入すること。

※現に活動している法人にあっては、過去3年間の実績も記入すること。

（１）収入

年（年度）	総収入（円）	内訳（具体的に記入すること）
2021（Ｒ３） 年度 （実績）	542,594,648	【収益事業１道の駅の運営】516,025,060 【収益事業２旅行業】6,569,588 【国からの補助金】20,000,000 【都道府県からの補助金】0 【市町村からの補助金】0 【公物管理受託】0円（受託指定管理料はありません）
2022（Ｒ４） 年度 （実績）	602,019,923	【収益事業１道の駅の運営】580,095,993 【収益事業２旅行業】7,923,023 【国からの補助金】14,000,000 【都道府県からの補助金】0 【市町村からの補助金】0 【公物管理受託】0円（受託指定管理料はありません）
2023（Ｒ５） 年度 （実績）	600,833,774	【収益事業１道の駅の運営】567,796,393 【収益事業２旅行業】11,820,000 【国からの補助金】8,800,000 【都道府県からの補助金】0 【市町村からの補助金】0 【公物管理受託】12,417,381
2024（Ｒ６） 年度 （見込み）	764,260,000	【収益事業１道の駅の運営】709,260,000 【収益事業２旅行業】18,000,000 【国からの補助金】24,000,000 【都道府県からの補助金】0 【市町村からの補助金】0 【公物管理受託】13,000,000
2025（Ｒ７） 年度 （見込み）	802,473,000	【収益事業１道の駅の運営】740,473,000 【収益事業２旅行業】25,000,000 【国からの補助金】24,000,000 【都道府県からの補助金】0 【市町村からの補助金】0 【公物管理受託】13,000,000
2026（Ｒ８） 年度 （見込み）	834,572,000	【収益事業１道の駅の運営】761,572,000 【収益事業２旅行業】30,000,000 【国からの補助金】30,000,000 【都道府県からの補助金】0 【市町村からの補助金】0 【公物管理受託】13,000,000

(2) 支出

年（年度）	総支出	内訳（具体的に記入すること）
2021（R3） 年度 （実績）	(円) 502,408,122	(円) 【売上原価】 383,616,491 【一般管理費】 107,291,631 【情報発信・プロモーション】 国内：1,000,000 海外：0
2022（R4） 年度 （実績）	(円) 547,071,000	(円) 【売上原価】 435,071,000 【一般管理費】 110,000,000 【情報発信・プロモーション】 国内：1,000,000 海外：0
2023（R5） 年度 （実績）	(円) 596,126,262	(円) 【売上原価】 427,110,108 【一般管理費】 169,160,000 【情報発信・プロモーション】 国内：1,000,000 海外：0
2024（R6） 年度 （見込み）	(円) 654,695,000	(円) 【売上原価】 441,695,000 【一般管理費】 210,000,000 【情報発信・プロモーション】 国内：3,000,000 海外：1,000,000
2025（R7） 年度 （見込み）	(円) 684,104,750	(円) 【売上原価】 471,104,750 【一般管理費】 210,000,000 【情報発信・プロモーション】 国内：3,000,000 海外：1,000,000
2026（R8） 年度 （見込み）	(円) 708,048,410	(円) 【売上原価】 485,000,000 【一般管理費】 27,000,000 【情報発信・プロモーション】 国内：3,000,000 海外：2,000,000

（３）自律的・継続的な活動に向けた運営資金確保の取組・方針

（株）田原観光情報サービスセンターは商工会・農業協同組合・漁業協同組合が株主となり、田原市が主導して、田原市内にある２つの道の駅の運営を担う法人として設立された。設立以降順調に発展してきており、国の重点道の駅に認定され、現在は３つの道の駅を運営するなどして、黒字経営を続けている。地域DMO法人として観光振興を図ることにより、田原市を訪問する来訪者が増え、当社が運営する道の駅への立ち寄り客も増える等により売り上げ等にも大きく寄与し、経営状況はさらに向上する。以上から自立的・継続的な活動に必要な運営資金は確保できる見通しである。

令和６年度には観光庁の補助金をいただき、資金面を中心に５か年程度の計画を連携する地域主体と協働で策定する。この計画をもって継続的な運営資金確保をさらに確固たるものとする。

８．観光地域づくり法人形成・確立に対する関係都道府県・市町村の意見

田原市は、田原市の観光振興を図るにあたり、地域DMO法人である（株）田原観光情報サービスセンターと協働していきます。令和６年度に実施する地域DMO法人の計画策定にも当事者の１人として関わっていき、法人形成・確立にも協力します。

９．マネジメント・マーケティング対象区域が他の地域連携DMO（県単位以外）や地域DMOと重複する場合の役割分担について（※重複しない場合は記載不要）

【他の地域連携DMOや地域DMOとの間で、重複区域に関する連携や役割分担等について協議を行った（行っている）か】

愛知県観光協会は愛知県と深く連携している。また、田原市を含む東三河８市町村の連携観光まちづくり団体である（一社）ほの国東三河観光ビューローとは、様々な事業で連携するとともに、マーケティング部門においても協働しながら相互にメリットのある活動を推進している。

そして、対象エリアである田原市とは常に連携体制にあり、相互に連絡・協議を実施している。



【区域が重複する背景】

当社が区域とする田原市が、愛知県、東三河に属しているため。

【重複区域における、それぞれのDMOの役割分担について】

愛知県観光協会は、愛知県全体の観光振興・観光地域づくりを推進し、ほの国東三河観光ビューローは東三河全体をまとめる役割にあり、当社は田原市の観光振興・観光地域づくりを担うと明確に区分されている。

【前述の役割分担等によって、効率的、効果的な活動の遂行が期待できるか】

役割や担当区域の考え方が明確となっているため、緊密な連絡を取ることで効率的・効果的な活動の遂行ができる。

10. 記入担当者連絡先

担当者氏名	長神 利行
担当部署名（役職）	本社（CMO）
郵便番号	〒441-3416
所在地	愛知県田原市東赤石5-74
電話番号（直通）	0531-23-2525
FAX番号	0531-23-2526
E-mail	info@tahara-michinoeki.com

11. 関係する都道府県・市町村担当者連絡先

都道府県・市町村名	愛知県
担当者氏名	河治 豊弘
担当部署名（役職）	観光コンベンション局観光振興課（課長）
郵便番号	460-8501
所在地	愛知県名古屋市中区三の丸三丁目1番2号
電話番号（直通）	052-954-6353
FAX番号	052-973-3584
E-mail	kanko@pref.aichi.lg.jp

都道府県・市町村名	田原市
担当者氏名	杉浦 清明
担当部署名（役職）	商工観光部 観光課（課長）
郵便番号	441-3492
所在地	愛知県田原市田原町南番場30-1
電話番号（直通）	0531-23-3522
FAX番号	0531-22-3817
E-mail	kanko@city.tahara.aichi.jp

基礎情報

【マネジメント・マーケティング対象とする区域】

愛知県田原市

【設立時期】 令和4年4月17日

【設立経緯】 区域に観光協会にあたる(一社)渥美半島観光ビューローがあるが、役割分担等をした上で地域DMOとして登録申請

【代表者】 長神 隆士

【マーケティング責任者(CMO)】 長神 利行

【財務責任者(CFO)】 金子 由紀

【職員数】 31人(常勤9人(正職員9人)、非常勤22人)

【主な収入】(R5年度)

収益事業:5億6,780円、収益事業(旅行業):1,182万円、国からの補助金:8,80万円

【総支出】(R5年度)

売上原価:4億4,170万円、一般管理費:1億9,616万円、情報発信・プロモーション100万円

【連携する主な事業者】

田原市、(一社)渥美半島観光ビューロー、田原市商工会、渥美商工会、豊橋商工信用組合、田原市旅館組合、JA、交通事業者 等

KPI(実績・目標)

記入日: 令和6年 7月 11日

※()内は外国人に関するもの。

項目		2021 (R3)年	2022 (R4)年	2023 (R5)年	2024 (R6)年	2025 (R7)年	2026 (R8)年
旅行 消費額 (百万円)	目標	- (-)	- (-)	700,000 (35,000)	722,260 (36,113)	743,928 (37,196)	766,246 (38,312)
	実績	516,025 (-)	580,096 (-)	600,834 (-)	—	—	—
延べ 宿泊者数 (千人)	目標	- (-)	- (-)	400 (6)	420 (7)	441 (8)	463 (10)
	実績	181 (0.017)	241 (0.012)	257 (1.247)	—	—	—
来訪者 満足度 (%)	目標	- (-)	- (-)	100 (-)	100 (-)	100 (-)	100 (-)
	実績	- (-)	99.2 (-)	89.0 (-)	—	—	—
リピーター率 (%)	目標	- (-)	- (-)	80 (-)	80 (-)	80 (-)	80 (-)
	実績	- (-)	76.8 (-)	72.8 (-)	—	—	—

戦略

【主なターゲット】

- ①愛知県内在住20～60才代の自家用車保有者
- ②遠州地域の20～60才代の自家用車保有者
- ③サーフィン、サイクリングなど特定のテーマに特化して興味を持つ層
- ④台湾からの訪日旅行者
- ⑤団体バスツアー

【ターゲットの誘客に向けた取組方針】

- ①農泊推進協議会を通じた地域内連携強化
- ②道の駅3か所の運営による周遊促進
- ③マーケティングの強化とプロモーション展開

【観光地域づくりのコンセプト】

「地域を誇り人が輝く 観光によるまちづくり」

具体的な取組

【観光資源の磨き上げ】

- ・田原市内3つの道の駅の運営
- ・「たはら巡り～な」の旅行商品販売
- ・関係者との連携で農泊を推進
(農林水産省:SAVOR JAPAN)
- ・「花育プロジェクト」の実施
(観光庁:看板商品事業)
- ・渥美半島の文化遺産を活用した地域活性化事業
(文化庁:地域文化財活用事業)
- ・渥美半島の暮らしぶり体感事業
(観光庁:地域資源磨き上げ事業)

【受入環境整備】

- ・道の駅3か所が連携したレンタカー・レンタサイクル事業

【情報発信・プロモーション】

- ・道の駅3か所における観光情報発信による周遊促進
- ・旅行サイトの立ち上げによる旅行商品販売

