

スキルズツアープロジェクト

【現状と課題】

- 1 ツアー参加者を取り込むスキームができていない 施策、施策
- 2 市民にまだ根付いていないコンテンツである 施策
- 3 情報発信力が弱い 施策
- 4 広域的な取り組みを実施していない 施策
- 5 潮位の影響で月に2回程度しか実施ができない 施策

【前期目標】

東海市観光ビジョン 重点プロジェクト推進計画

- ・東海市 = 工場夜景クルーズのまちとして市民への周知を図る
- ・多くの場所で情報発信をし、市外の認知度の向上を図る
- ・クルーズ船下船後の参加者の消費拡大を図る
- ・観光事業者との連携を図り、民間自走への道筋を立てる

【期待される役割】

行政：臨海部企業等との調整、横須賀ふ頭の整備、広域連携の強化、観光協会への補助
 観光協会：事業者との連携、情報発信の強化
 事業者：工場見学等への協力、クルーズ参加者を取り込む方策検討
 市民：クルーズへの参加、情報発信

施策	手法	主な取り組み		担当
		R4	R5 (予定)	
参加者の受け入れ体制の充実	<ul style="list-style-type: none"> ・駅周辺店舗やイベントの情報提供等によるクルーズ下船後の消費活動の喚起 ・情勢などを踏まえた出発ふ頭の検討 	<ul style="list-style-type: none"> ・社会実験の結果を踏まえた環境整備についての検討 	<ul style="list-style-type: none"> ・社会実験の結果や情勢を踏まえた今後の方向性についての検討 	行政
事業者との連携	<ul style="list-style-type: none"> ・臨海部企業等で調整し、工場見学ができる事業者及び実施日数の増加（鉄鋼業・製造業・食品製造業等） ・東海市独自のお土産開発 ・太田川駅周辺事業者との連携（どんでん夜市等） 	<ul style="list-style-type: none"> ・臨海部企業等との工場見学における連携（新型コロナウイルス感染症の影響により中止） 	<ul style="list-style-type: none"> ・臨海部企業等との工場見学における連携 	行政 観光協会 事業者
シビックプライドの醸成	<ul style="list-style-type: none"> ・市民向けクルーズの実施 ・ポスターの配布（市内事業者等） ・市民ガイドの育成（名古屋港関係企業OBに協力依頼） ・市民への周知 	<ul style="list-style-type: none"> ・市民向けのクルーズの実施 ・市民へのポスターの配布 	<ul style="list-style-type: none"> ・市民へのポスターの配布 	行政 事業者
情報発信の強化	<ul style="list-style-type: none"> ・SNS や Youtube 等を活用した効果的な情報発信 ・東海地区外国人観光客誘致促進協議会及び愛知・名古屋観光誘客協議会と連携した国内外の旅行事業者へのPR ・全国工場夜景都市協議会と連携した情報発信 	<ul style="list-style-type: none"> ・他団体と連携した情報発信 ・ポスター、チラシの作成 ・効果的な情報発信の検討、実施 	<ul style="list-style-type: none"> ・他団体と連携した情報発信 ・ポスター、チラシの作成 ・効果的な情報発信の検討、実施 	行政 観光協会 事業者
広域連携の強化	<ul style="list-style-type: none"> ・広域的なツアーの造成の働きかけ ・全国工場夜景都市協議会への参加 ・あいち「ツウ」リズムとの連携 	<ul style="list-style-type: none"> ・全国工場夜景都市協議会への参加及び連携 	<ul style="list-style-type: none"> ・全国工場夜景都市協議会への参加及び連携 	行政 観光協会
横須賀ふ頭整備の検討 民間自走に向けた検討	<ul style="list-style-type: none"> ・横須賀ふ頭の整備に向けた方策の検討 ・将来的な民間事業者による自走に向けた検討 	<ul style="list-style-type: none"> ・社会実験の実施（旅行事業者向けクルーズの実施等） 	<ul style="list-style-type: none"> ・金城ふ頭を活用したクルーズの実施 	行政 観光協会 事業者

観光資源のブラッシュアッププロジェクト

【現状と課題】

- 1 東海市の目玉となる観光資源がない 施策
- 2 観光資源としての受け入れるための体制ができていない 施策
- 3 市民に観光資源という意識がない 施策
- 4 情報発信力が弱い 施策
- 5 広域的な取り組みを実施していない 施策

【前期目標】

東海市観光ビジョン 重点プロジェクト推進計画

- ・ 聚楽園大仏、公園、山車まつり等の観光資源から、集客力が高いものを洗い出す
- ・ 集客力の高いイベントをさらに魅力ある観光資源としていくための方策を検討する

【期待される役割】

行政：受け入れ体制の整備、ハード面の整備
 観光協会：事業者との連携、情報発信の強化
 観光協会：観光施設等との調整、情報発信の強化
 事業者：観光協会と連携した事業方策の検討
 市民：おもてなしの心の醸成

施策	手法	主な取り組み		担当
		R4	R5 (予定)	
観光資源の再発掘・磨き上げ	・ 学生等を活用した観光資源となりうるコンテンツの発掘	・ 大仏のライトアップの実施	・ 大仏のライトアップの実施	行政 観光協会
観光客の受け入れ体制の整備	・ 案内看板やパンフレット等の作成 ・ 景観整備（聚楽園公園・メルヘンの森等）	・ 観光パンフレットの作成 ・ 景観等の整備	・ 観光パンフレットの作成 ・ 景観等の整備	行政
シビックプライドの醸成	・ 市民への周知 ・ ワークショップやアンケートへの参加	・ ユウナルステーションを活用した観光展の実施 ・ ワークショップの実施	・ ユウナルステーションを活用した観光展の実施 ・ ワークショップの実施	行政 観光協会
情報発信の強化	・ SNS や Youtube 等を活用した効果的な情報発信 ・ 東海地区外国人観光客誘致促進協議会と連携した海外の旅行事業者への PR	・ SNS を活用した情報発信 ・ 新しい情報発信ツール(電子媒体)についての検討	・ SNS を活用した情報発信 ・ 新しい情報発信ツール(電子媒体)についての検討	行政 観光協会
広域連携の強化	・ 他市町の観光資源と連携した方策の検討（大仏・山車等）	・ 知多半島観光圏協議会での情報共有	・ 知多半島観光圏協議会での情報共有	行政 観光協会

四季イベントプロジェクト

【現状と課題】

- 1 集客力は各イベントで大きな開きがある 施策
- 2 市民の認知度は高いものも低いものもあり、イベントによる差がある 施策
- 3 広域的な取り組みを実施していない 施策
- 4 情報発信力が弱い 施策
- 5 事業者との連携が図られていない 施策

【前期目標】

東海市観光ビジョン 重点プロジェクト推進計画

・ひかりプロジェクト等と連携し、桜まつりや花火大会等の四季イベントの集客力の向上を図る

【期待される役割】

行政：集客力向上に向けた対策検討
 観光協会：効果的な情報発信の実施
 事業者：市の事業と連携する取り組み内容の検討
 市民：おもてなしの心の醸成

施策	手法	主な取り組み		担当
		R4	R5(予定)	
イベントの質向上	・各イベントの改善点の洗い出し・要望等に基づくブラッシュアップ	・桜まつり(光と音の演出の実施) ・花火大会代替事業の実施 ・もみじまつり(ライトアップエリアの拡充、聚楽園大仏のライトアップの実施) ・観光イルミネーションの魅力向上化	・桜まつり(光と音の演出の実施) ・花火大会代替事業の実施 ・もみじまつり(ライトアップエリアの拡充、聚楽園大仏のライトアップの実施) ・観光イルミネーションの魅力向上化	行政 観光協会
シビックプライドの醸成	・市民への周知	・広報、チラシ、電子媒体等を通じた情報発信	・広報、チラシ、電子媒体等を通じた情報発信	行政 観光協会
広域連携の強化	・他市町の観光資源との連携	・知多半島観光圏協議会での情報共有	・知多半島観光圏協議会での情報共有	行政 観光協会
情報発信の強化	・SNSやYoutube等を活用した効果的な情報発信 ・東海地区外国人観光客誘致促進協議会と連携した海外の旅行事業者へのPR ・対外的に発信力のある媒体の活用	・SNSを活用した情報発信 新しい情報発信ツール(電子媒体)についての検討	・SNSを活用した情報発信 新しい情報発信ツール(電子媒体)についての検討	行政 観光協会 事業者
事業者との連携	・宿泊事業者を始めとした観光事業者と連携した方策の検討	・宿泊事業者や飲食店等との連携の検討	・宿泊事業者や飲食店等との連携の検討	行政 観光協会 事業者

中心市街地プロジェクト

【現状と課題】

- 1 集客力のあるイベントや新規イベントが少ない 施策
- 2 民間事業者と連携した取り組みが少ない 施策
- 3 市民の認知度は高いものも低いものもあり、イベントによる差がある 施策
- 4 情報発信力が弱い 施策

【前期目標】

東海市観光ビジョン 重点プロジェクト推進計画

- ・中心市街地で実施されているイベントの集客力の向上を図る
- ・イベントの参加者を太田川駅周辺へ誘導する形を作り、周辺の飲食事業者やホテル等の民間事業者と連携した事業を実施する

【期待される役割】

行政：集客力向上に向けた対策の検討
 観光協会：効果的な情報発信の実施
 事業者：市の事業と連携する取り組み内容の検討
 市民：おもてなしの心の醸成

施策	手法	主な取り組み		担当
		R4	R5 (予定)	
集客力の向上	・市やまちづくり東海等が実施するイベントに対するの意見を集めるワークショップ等の実施	・太田川駅前リアル謎解きゲーム・太田川駅前ハロウィンタウン・パンマルシェ・沖縄フェスティバル・遊べる太田川・URBAN SPORTS TOKAI 等のイベント開催	・太田川駅前リアル謎解きゲーム・太田川駅前ハロウィンタウン・パンマルシェ・沖縄フェスティバル・遊べる太田川・URBAN SPORTS TOKAI 等のイベント開催	行政 事業者
民間事業者との連携強化	・まちづくり東海を主体に各種イベントに民間事業者と連携した方策の検討	・まちづくり公募イベントの実施	・まちづくり公募イベントの実施	事業者
シビックプライドの醸成	・市民への周知	・各種事業の周知、参加	・各種事業の周知、参加	行政 事業者
情報発信の強化	・SNS や Youtube 等を活用した効果的な情報発信 ・東海地区外国人観光客誘致促進協議会と連携した海外の旅行事業者への PR	・SNS を活用した情報発信 新しい情報発信ツール(電子媒体)についての検討	・SNS を活用した情報発信及び SNS 登録者(フォロワー)の増加促進 新しい情報発信ツール(電子媒体)についての検討	行政 事業者

農業観光プロジェクト

【現状と課題】

- 1 農業センターのリニューアルに向けた検討を開始した 施策
- 2 洋ラン、ふき、みかんなどの主要作物の作付面積、出荷量が減少傾向 施策
- 3 余暇的な農業需要（農業体験等）へのサービスが不足 施策
トマトの鑑賞温室（90㎡）を整備し、1万個のトマトの着果を目指した試験栽培を開始 施策
- 4 特産品を活かした商品、お土産品などが少ない 施策
- 5 情報発信力が弱い 施策
- 6 市民への周知があまりされていない 施策

【前期目標】

- ・「洋ラン」や「みかん」などの本市の農産物の産地強化・ブランド化を推進する
- ・農業拠点施設である農業センターのリニューアル方針を検討し、新たな機能を追加する

【期待される役割】

- 行政：建築物の長寿命化、農業センターのリニューアル整備
- 観光協会：農業者、飲食業者との連携、観光ルートの開発、情報発信
- 事業者：飲食業者等との連携、農業体験等の実施
- 市民：農業体験や地産地消イベント等への参加、情報発信

施策	手法	主な取り組み		担当
		R4	R5	
農業センター等の整備	<ul style="list-style-type: none"> ・農業分野に「観光」「健康」をキーワードにした新たな機能を取り入れるリニューアル内容の検討 ・民間活力を導入した事業手法の検討 	農業センター リニューアルの検討 公園連携（大池公園）の検討	農業センター リニューアルの検討 公園連携（大池公園）の検討	行政
農作物の産地強化 ブランド化の推進	<ul style="list-style-type: none"> ・農作物の栽培技術に関する試験研究への支援 ・農作物のブランド化に向けた農業者団体への支援（愛知早生ふき、養父早生たまねぎ、夕焼け姫みかんなど） 	かんきつ「夕焼け姫」の栽培調査研究	かんきつ「夕焼け姫」の栽培調査研究	行政 事業者
農業体験等観光コンテンツの開発	<ul style="list-style-type: none"> ・利用者ニーズや飲食業者等の採算性を検証する実証実験 ・生産者と連携した農業体験コンテンツの開発（イチゴ、ブルーベリー、イチジク、ブドウなど） ・収穫体験に向けた夕焼け姫みかん、トマトの栽培 	トマト展示温室の活用 農業収穫体験の研究 (ミニトマト、イチジク、ブルーベリーなど)	トマト展示温室の活用 農業収穫体験の研究 (ミニトマト、イチジク、ブルーベリーなど)	行政 事業者
地産地消の推進	<ul style="list-style-type: none"> ・市内農作物を利用したマルシェ等の開催 ・生産者や飲食店などと連携した新商品の開発 ・農産物販売所の整備 	市内農産物を生かしたマルシェ開催	市内農産物を生かしたマルシェ開催	行政 事業者
情報発信の強化	<ul style="list-style-type: none"> ・マーケティング調査等を活用した SNS（instagram、Twitter、Facebook）での効果的な情報発信 ・市外での出張 PR（ホテル等） 	トマトキッチンカーを活用した PR	トマトキッチンカーを活用した PR	行政 観光協会 事業者
シビックプライドの醸成	<ul style="list-style-type: none"> ・農業体験や地産地消イベント等の開催、情報発信 	各種事業への参加及び情報発信等	各種事業への参加及び情報発信等	行政 観光協会 事業者