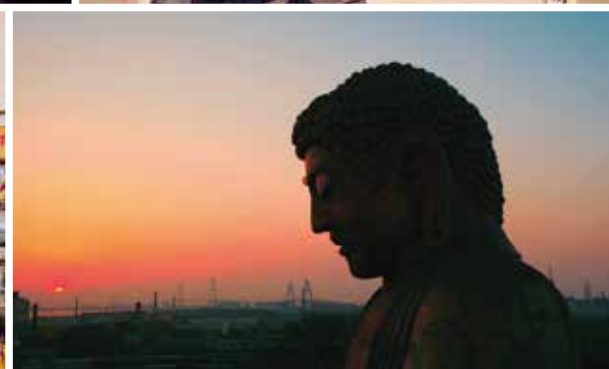




東海市観光ビジョン

～令和9年(2027年)の
リニアインパクトを生かしたまちづくり～



愛知県 東海市

目次

第1章 ビジョン策定の目的

1

- 1 東海市における観光交流の意義
- 2 観光ビジョン策定の経緯
- 3 観光ビジョンの位置づけ・期間

第2章 観光交流の動向

4

- 1 国における観光施策の現状
- 2 本市の観光交流の現状
- 3 観光交流の推進に向けた課題

第3章 基本目標と将来像

12

- 1 基本目標
- 2 成果指標
- 3 将来像

第4章 重点プロジェクト

16

- 1 地域資源とキーワード
- 2 観光振興の視点（戦略）
- 3 重点プロジェクト
 - 1 スキルズツアープロジェクト
 - 2 観光資源のブラッシュアッププロジェクト
 - 3 四季イベントプロジェクト
 - 4 中心市街地プロジェクト
 - 5 農業観光プロジェクト



第5章 ビジョン推進に向けて

26

- 1 多様な主体による観光施策の推進
- 2 推進体制
- 3 重点プログラムの進め方

資料編

28

- 成果指標の算出基準
- 東海市観光ビジョン策定委員会設置要綱
- 東海市観光ビジョン策定委員名簿

第1章 ビジョン策定の目的

1 東海市における観光交流の意義

訪日外国人旅行者は、国が進める「観光先進国」を目指した観光施策により、東京オリンピック・パラリンピック開催の令和2年(2020年)に4,000万人、令和12年(2030年)に6,000万人とする目標の達成に向け堅調に推移しています。

また、令和5年(2023年)の新東名高速道路及び令和6年(2024年)の東海環状自動車道の全線開通、令和8年(2026年)アジア競技大会の愛知・名古屋での開催、西知多道路や中部国際空港の二本目滑走路の整備に向けた動き、そして令和9年(2027年)のリニア中央新幹線の東京・名古屋間の開通といった、本市を取り巻く社会・経済環境が今後大きく変化していく中、名古屋駅と中部国際空港の中間に位置し、広域交通ネットワークの結節点であるポテンシャルを生かしたまちづくりが求められています。

本市では、このような環境変化を捉え、交流人口の拡大に積極的に取り組んでいくことで、まちの活力向上と地域経済の成長の新たな柱として観光交流分野の振興を進めていきます。

2 観光ビジョン策定の経緯

本市では、平成28年度(2016年度)に商工労政課内に観光振興担当を設置し、市職員による観光ワーキンググループの中で、「インバウンド戦略」と「中心市街地の活性化」の2つのテーマについて検討を進めるなど、まちづくりの課題の一つとして積極的に観光の取り組みを始めました。

平成30年度(2018年度)には、商工労政課内に観光戦略室を設置し、東海市観光協会や市内事業所等と連携し、工場夜景クルーズなどの新たな観光事業を手掛け始めました。このような状況において、将来を見据えた観光交流分野の振興のための指針が求められるようになり、今回の策定に至っています。

平成28年度(2016年度)：観光振興担当、職員によるワーキンググループを設置

平成29年度(2017年度)：ユウナルステーション(観光情報発信拠点)開設。
関係者向け名古屋港ナイトクルーズ体験会開催

平成30年度(2018年度)：観光戦略室を設置。東海市観光協会の事務局機能強化。工場見学&名古屋港「ナイトクルーズ」市民モニターツアー開催。
観光クルーズ船運航調査委託

令和元年度(2019年度)：工場見学&夜景クルーズプラン等(社会実験)開始

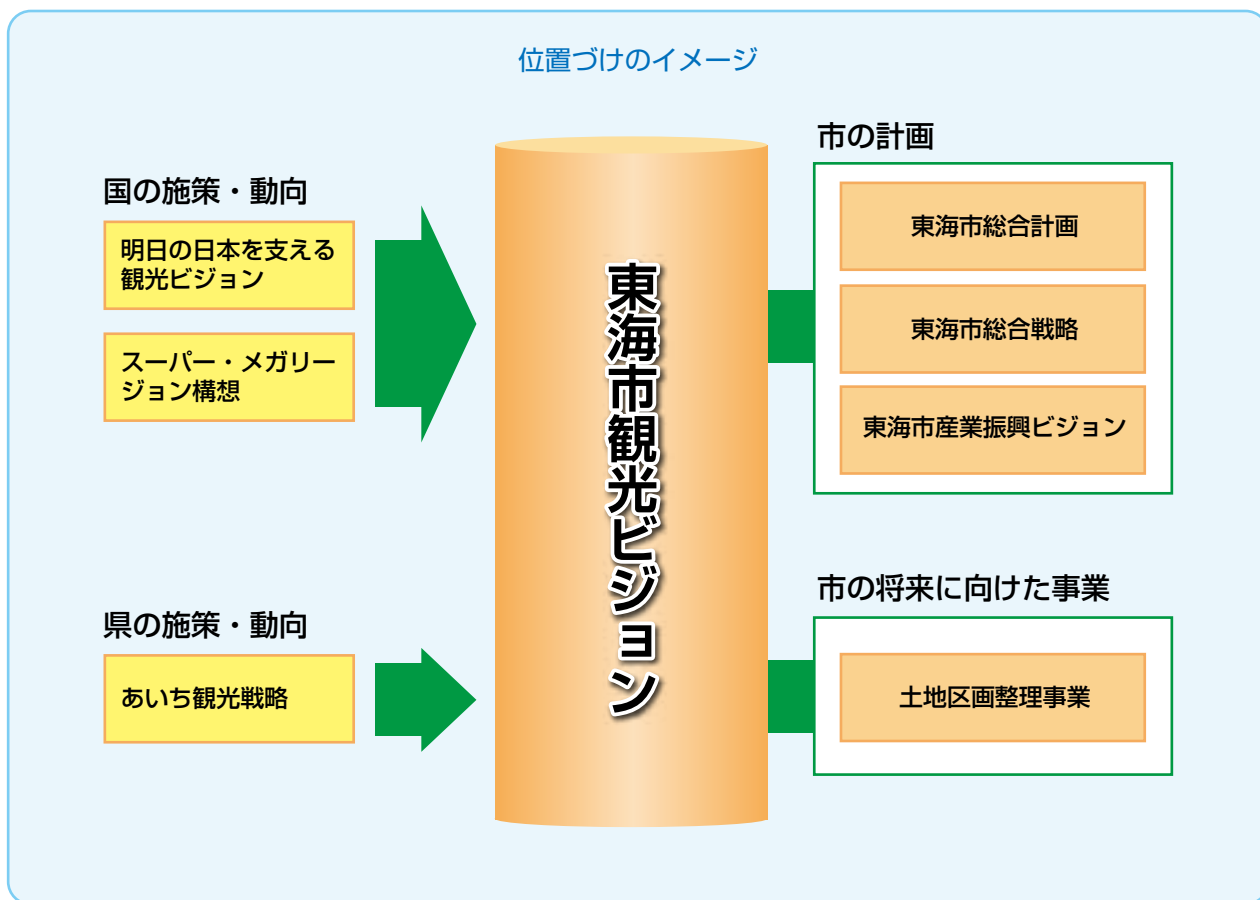
③ 観光ビジョンの位置づけ・期間

(1) 観光ビジョンの位置づけ

本ビジョンは、東海市都市宣言の一つである『にぎわいあふれ個性輝くまち東海市』の実現に向け、本市の最上位計画である「第6次東海市総合計画」を始め、「第2期東海市総合戦略」及び「第2次東海市産業振興ビジョン」など関連する計画等の趣旨を十分に踏まえて定めます。

また、「(仮称)東海太田川駅西土地区画整理事業」等の将来に向けた事業との整合も図っていきます。

なお、本ビジョンは、本市の観光交流を戦略的に推進していくための指針として初めて策定するものです。



(2) 観光ビジョンの期間

本ビジョンの期間は、リニア中央新幹線の東京・名古屋間の開通予定を見据え、令和2年度(2020年度)から令和9年度(2027年度)までの8か年とします。

計画期間のうち、第6次東海市総合計画が終了する令和5年度(2023年度)までの4か年を前期とし、その後の令和9年度(2027年度)までの4か年を後期として戦略の実現を目指していきます。

計画名称／年度	令和 2 2020	令和 3 2021	令和 4 2022	令和 5 2023	令和 6 2024	令和 7 2025	令和 8 2026	令和 9 2027
東海市観光ビジョン	前期 4年				後期 4年			
第 6 次東海市総合計画					第 7 次東海市総合計画			
第 2 期東海市総合戦略								
第 2 次東海市産業振興ビジョン								



大池公園「桜」



聚楽園公園「紅葉と大仏」

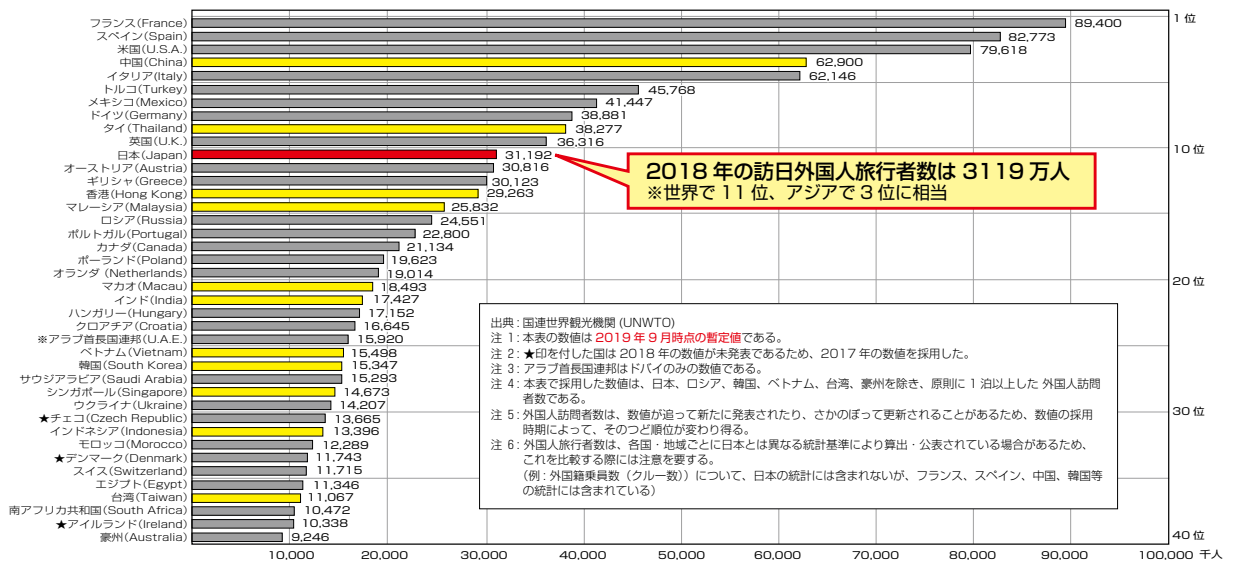
第2章 観光交流の動向

1 国における観光施策の現状

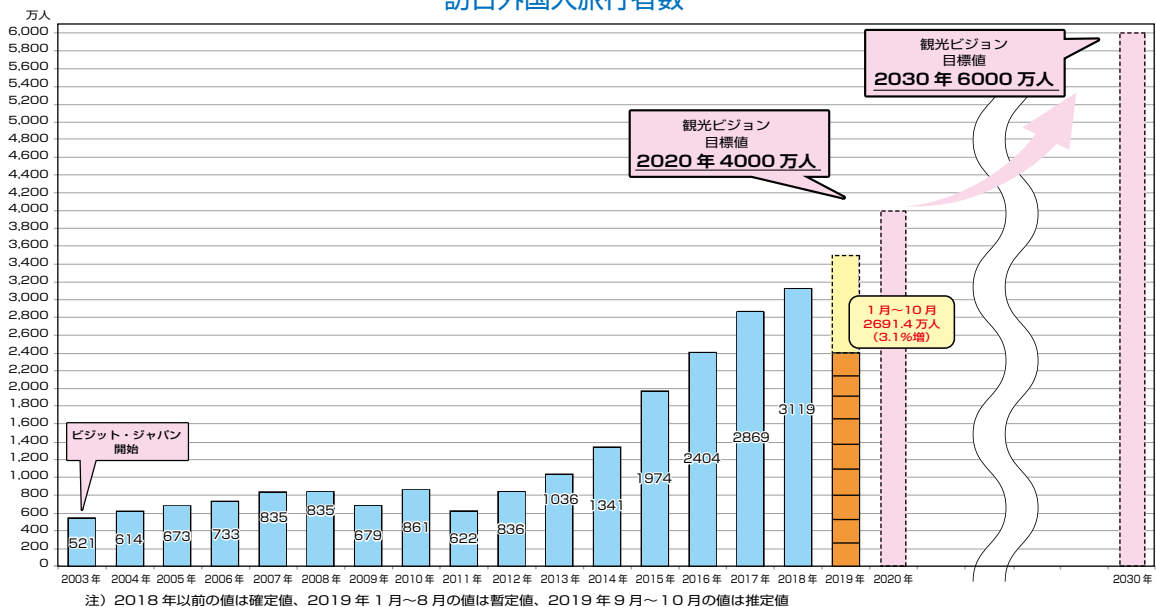
平成15年(2003年)に始まった観光立国を目指したわが国の取組は、平成30年(2018年)に訪日外国人旅行者数が3,119万人に達し、世界で11位、アジアで3位となる観光地としての成長につながっています。さらに、令和2年(2020年)に4,000万人、令和12年(2030年)に6,000万人を目指した取組が進められています。

また、訪日外国人旅行消費額は、平成30年(2018年)に4.5兆円となり、製品別輸出額との比較では、自動車12.3兆円、化学製品8.9兆円に次ぐ分野となっています。令和2年(2020年)に8兆円、令和12年(2030年)に15兆円とする目標数値が示されています。

外国人旅行者受入数の国際比較 (2018年)



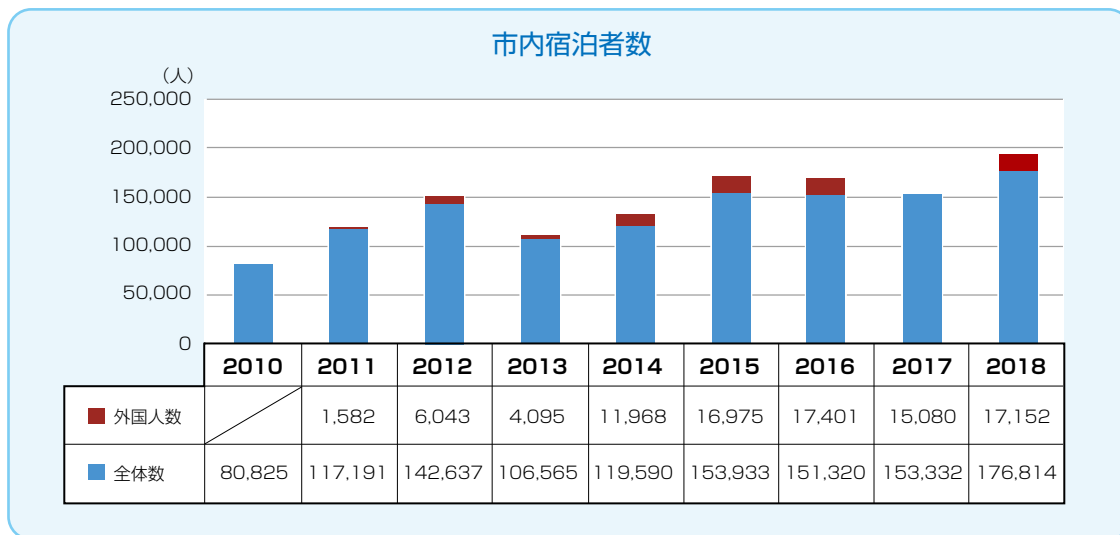
訪日外国人旅行者数



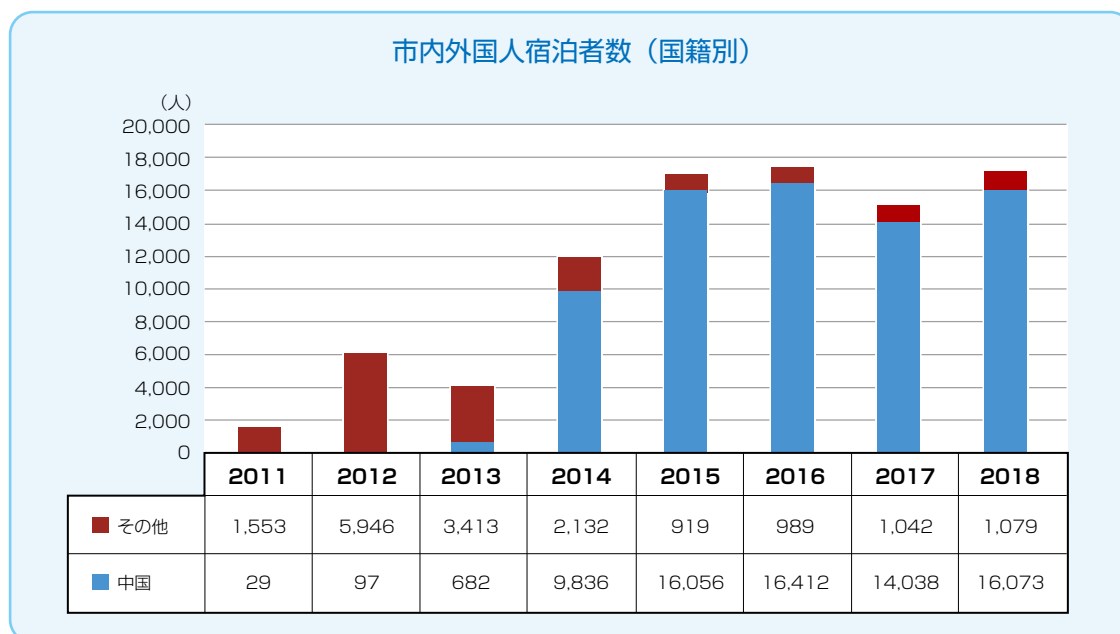
② 本市の観光交流の現状

(1) 市内宿泊者数

市内宿泊者数は、平成22年度(2010年度)から宿泊施設への聞き取り調査を行っており、全体数は、同年度から平成30年度(2018年度)までの9年間で95,989人増加し、約2.2倍となっています。



なお、外国人宿泊者数は、平成26年度(2014年度)から大幅な増加傾向となっており、概ね右肩上がり傾向で推移しています。宿泊者の国籍別としては中国人が多く、平成27年度(2015年度)以降は、90%を超える割合で推移し、その他の国は横ばいとなっています。



(2) 外国人住民人口

外国人住民人口は、平成25年(2013年)から平成29年(2017年)までの5年間で649人増加して約1.5倍となり、近年ではベトナム人が急増しています。総人口に対する割合も増加傾向で、平成30年(2018年)末では1.7%となっています。

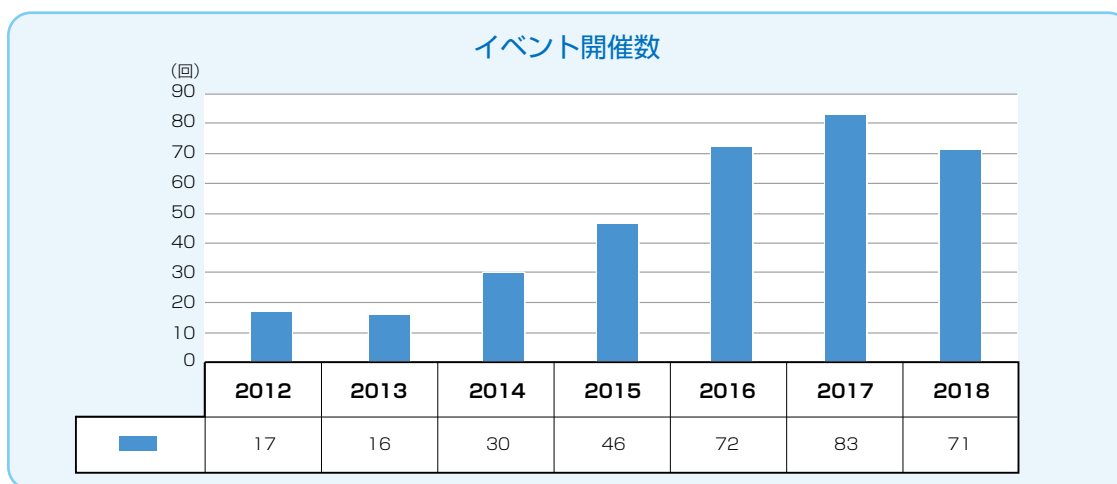
国籍別外国人住民人口

(人)

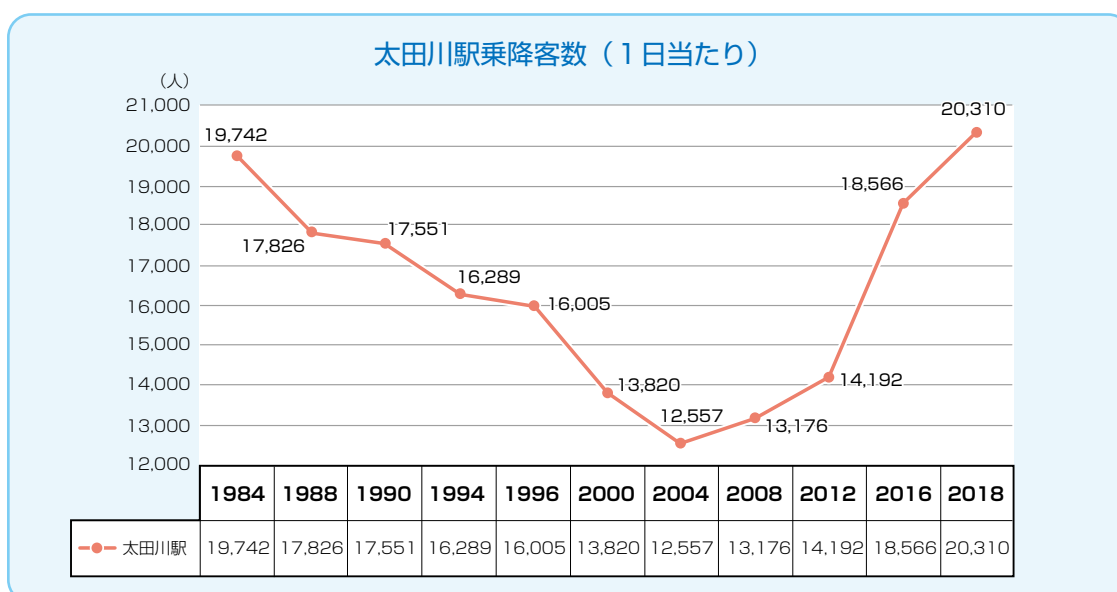
年	総数	割合 総人口	男	女	ベトナム	韓国	朝鮮及び 及び	中国	フィリピン	ブラジル	タイ	米国	その他
2013	1,310	1.2%	551	759	75	451		282	222	116	30	9	125
2014	1,371	1.2%	590	781	111	443		281	229	103	47	8	149
2015	1,425	1.3%	639	786	151	436		283	238	99	34	6	178
2016	1,546	1.4%	720	826	210	432		313	256	115	44	7	169
2017	1,693	1.5%	807	886	319	427		307	282	109	76	6	167
2018	1,959	1.7%	958	1,001	428	425		341	300	148	101	7	209

(3) 中心市街地のにぎわい

名鉄太田川駅周辺を中心市街地として、にぎわい創出や拡大に向けた様々な取組等を実施しています。その結果、同駅前の東西のイベント広場を活用したイベント開催数は、大幅に増加しており、交流人口の拡大につながっています。



また、同駅の1日当たりの乗降客数は、平成16年度(2004年度)以前は土地区画整理事業の移転等の影響により減少傾向にありましたが、翌年度以降は右肩上がりに増加し、平成30年度(2018年度)には20,310人となり、平成16年度(2004年度)と比べ7,753人増加しています。



(4)観光に対するアンケート

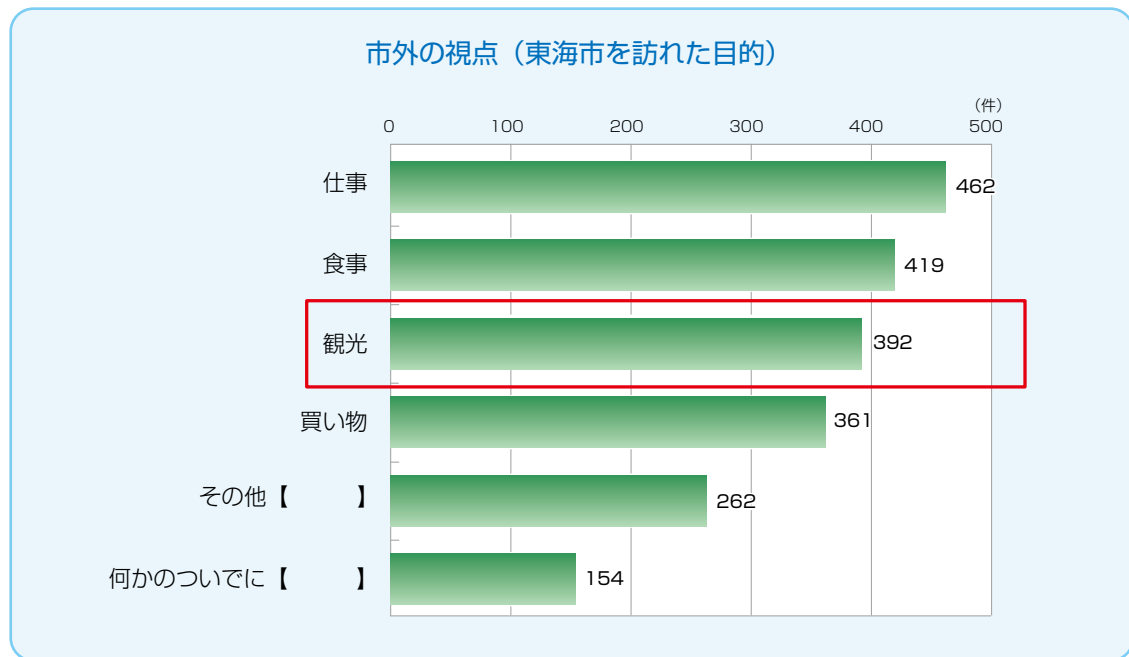
現状把握のために、令和元年(2019年)7・8月に東海市観光協会会員(市民の視点)と愛知県民(市外の視点)に対して、アンケート調査を実施しました。

市民の視点では、本市の観光への取組は「認知されている」と「少しは認知されている」を合わせて67.6%と半数以上が観光への取組に対して認知されています。

一方、市外の視点では、本市を訪れたことがある人は68.2%であり、その目的の中で観光は「仕事」「食事」について第3位となっています。

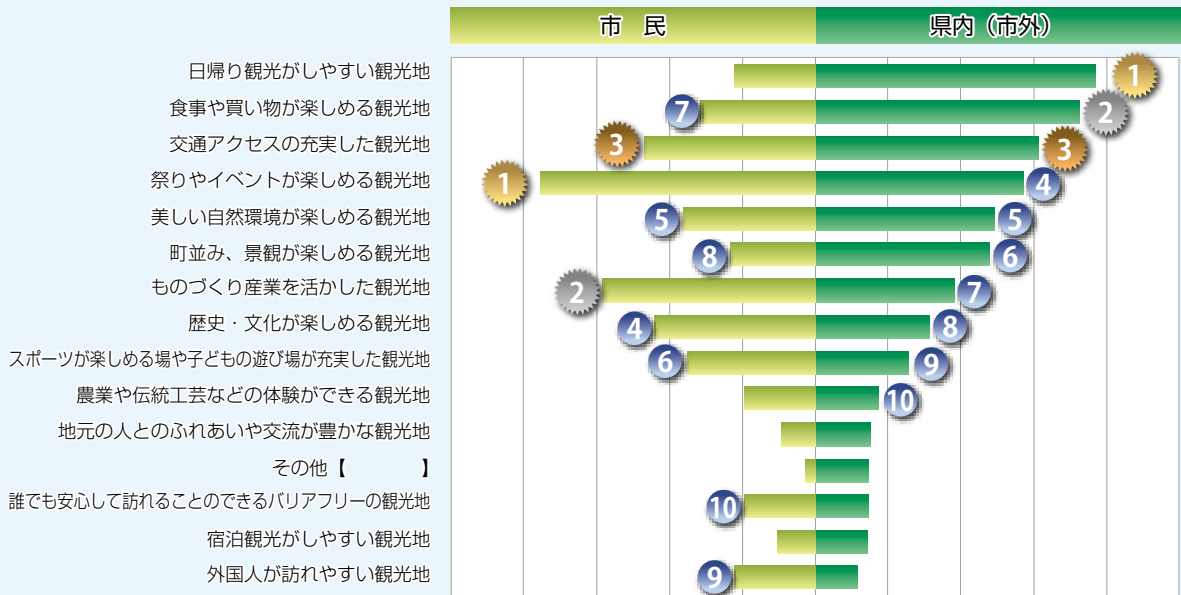
市民の視点 (本市の観光への取組の認知度)

	男性	割合	女性	割合	計	割合
認知されている	8	13.3%	1	5.0%	9	11.3%
少しは認知されている	33	55.0%	12	60.0%	45	56.3%
ほとんど認知されていない	18	30.0%	7	35.0%	25	31.3%
認知されていない	1	1.7%		0.0%	1	1.3%



また、市外の視点では、本市に「日帰り観光がしやすい観光地」や「食事や買い物が楽しめる観光地」が求められているのに対し、市民の視点では、「祭りやイベントが楽しめる観光地」や「ものづくり産業を活かした観光地」が上位であり、目線の違いが明らかになりました。

視点別比較（どのような観光地になると良いと思うか）



さらに、WEB や SNS などを利用して、本市の観光キーワードに関する調査を行いました
が、分析できるだけの出現数が得られませんでした。

このことから、全国や世界から本市の観光に関して、興味がほとんど示されていないことが
分かります。

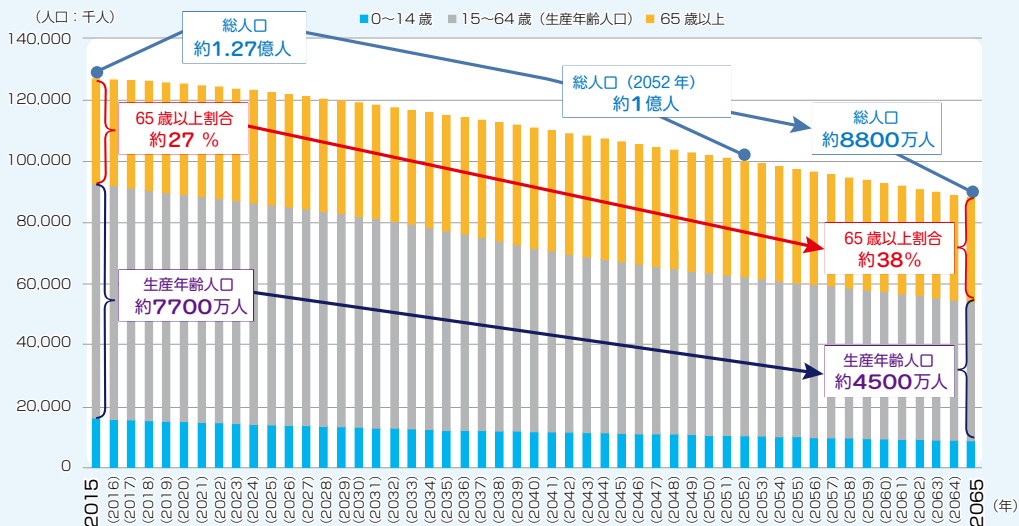
③ 観光交流の推進に向けた課題

(1) 将来的な人口減少

日本の総人口は、平成20年(2008年)をピークに減少傾向となり、令和元年(2019年)11
月1日現在1億2,618万人となっています。

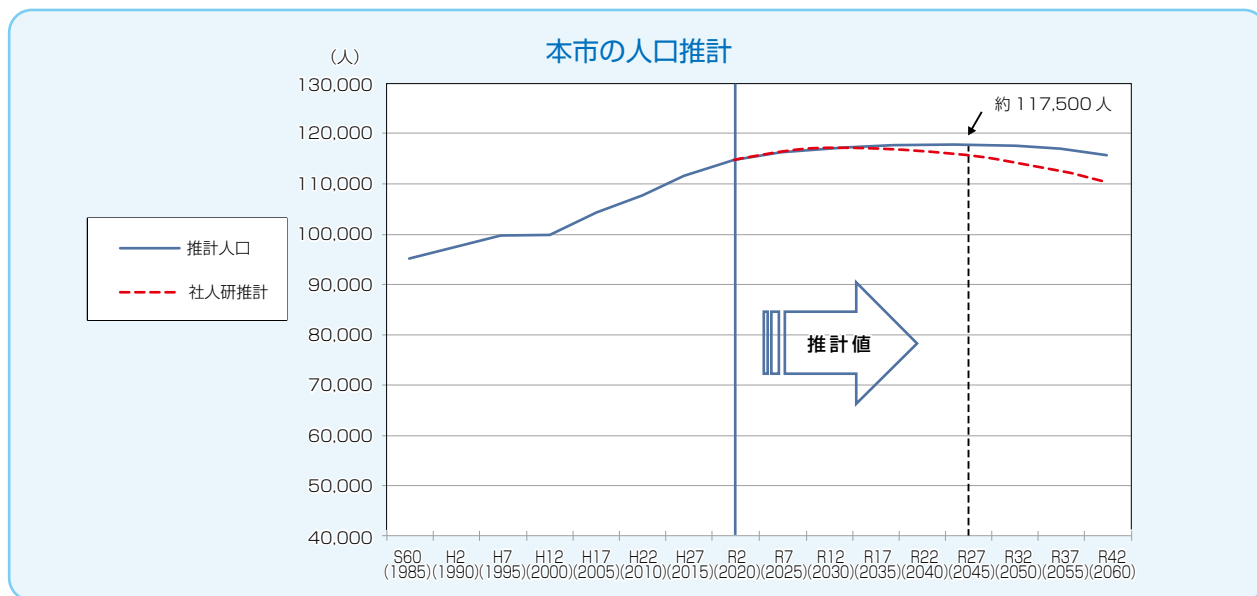
今後も、人口減少が進み、令和34年(2052年)には約1億人、令和47年(2065年)には
約8,800万人となると推計されています。

人口減少・少子高齢化の推移・予測



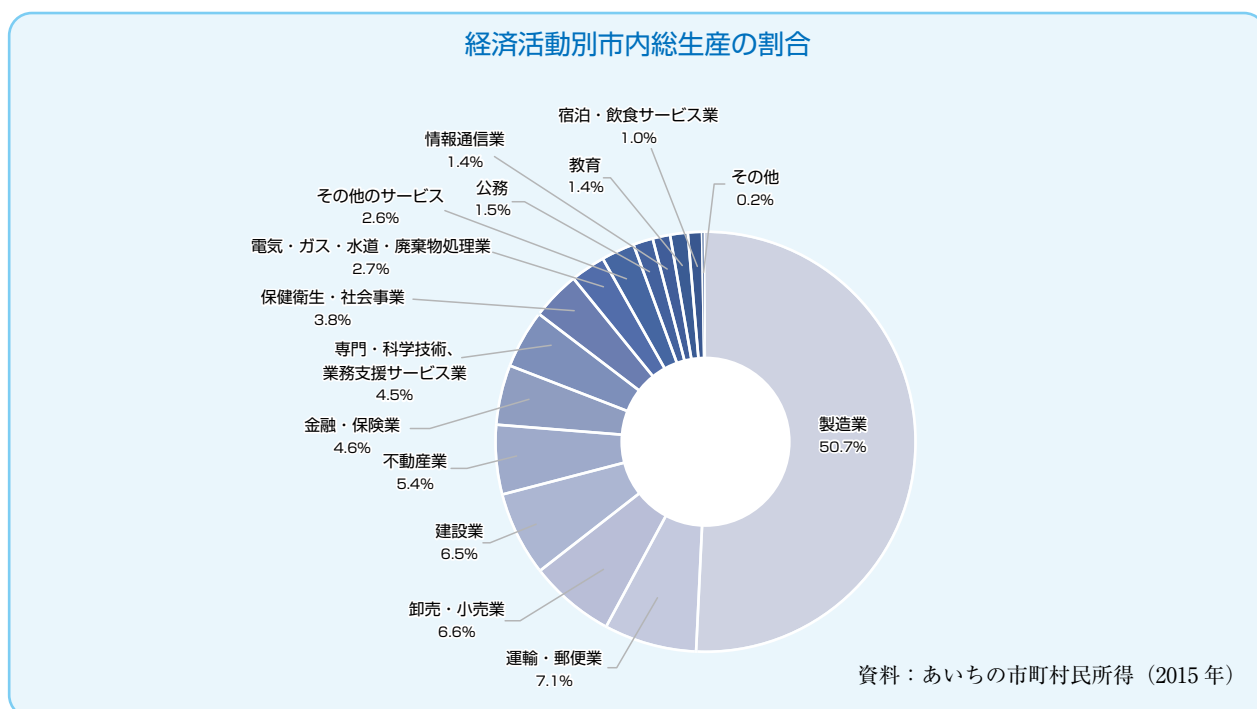
(国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計口」(中位推計))

一方、本市の人口は、市発足以来、右肩上がり増加しているものの、第2期東海市総合戦略の人口推計に対して、国立社会保障・人口問題研究所に準拠した推計では、令和42年（2060年）には、約11万人まで減少することが見込まれています。まちの活力の維持・向上のためには、各種施策の展開により人口減少を食い止める手立てや、定住人口に代わる交流人口及び関係人口の増加を図っていく必要があります。



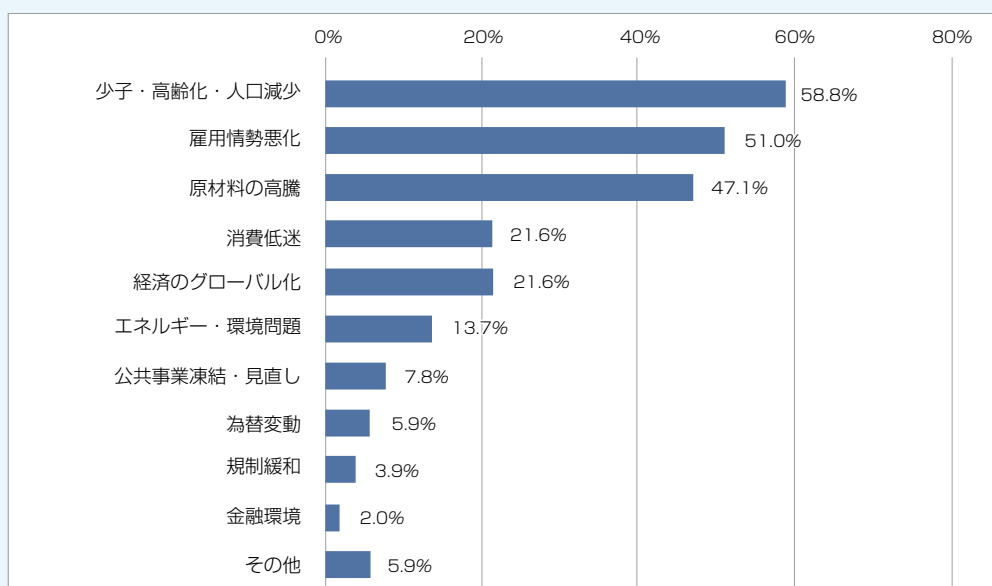
(2) 中小企業等の産業の現状と課題

本市の産業構造は、中部圏最大の鉄鋼基地と言われるほど製造業などの第2次産業の占める割合が高く、第2次産業が本市の経済活動を支える重要な産業となっています。



平成29年（2017年）に実施した、市内51社への課題把握のためのヒアリング結果では、経済・社会環境の構造変化による経営上の影響を受けそうと思われるものとして、「少子・高齢化・人口減少」が58.8%、次いで「雇用情勢悪化」が51.0%と高くなっています。

経営上の影響を受けそうだと思う事



将来に目を向けるとリニア中央新幹線の東京・名古屋間の開通、西知多道路や中部国際空港の二本目滑走路の整備に向けた動きなどに伴う経済・社会環境の変化、人口減少における労働力・生産力の低下に対応すべく、外国人労働者の受入環境の変化などが予想され、本市の産業環境もグローバルな視点での対応が必要となります。

(3)リニア中央新幹線開通への対応

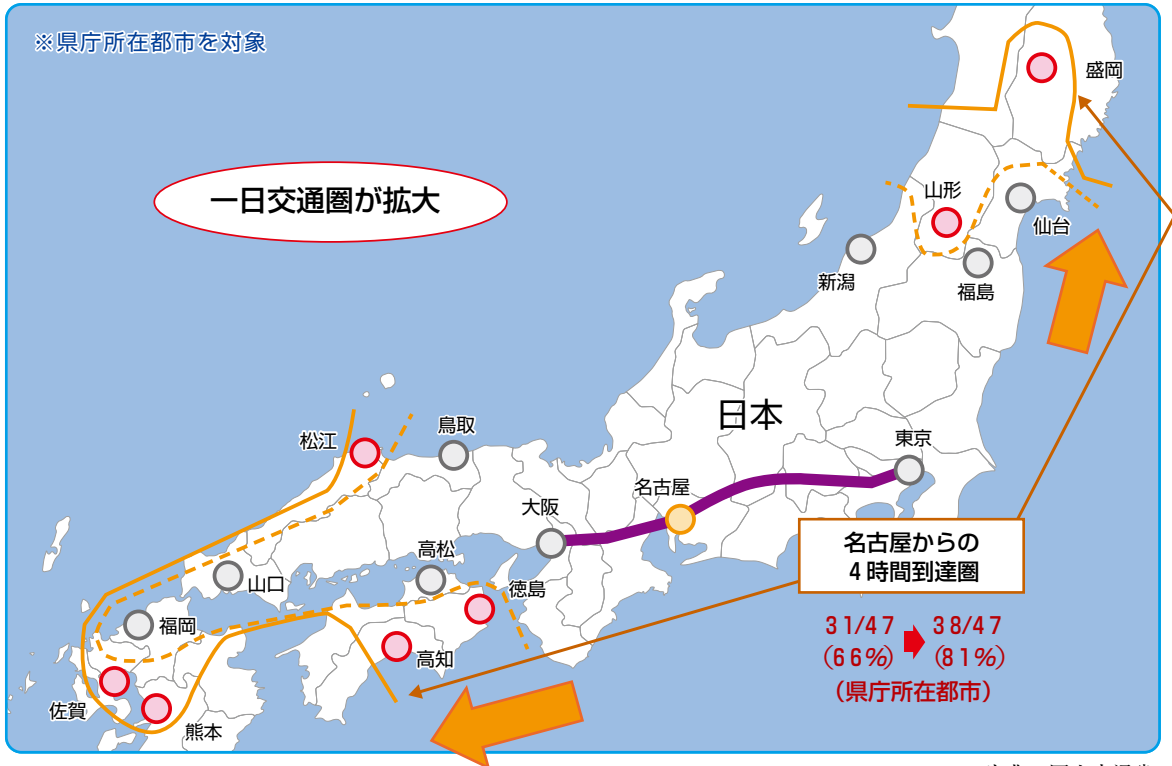
第二次国土形成計画において「(前略)リニア中央新幹線の整備は、(中略)国土構造にも大きな変化をもたらす国家的見地に立ったプロジェクトであり、(中略)世界からヒト、モノ、カネ、情報を引き付け、世界を先導するスーパー・メガリージョンの形成が期待される。(後略)」とされています。

これは、リニア中央新幹線の開通により1時間で結ばれる、東京・名古屋・大阪を“一つの都市圏(人口7千万人を超える市場規模を有する巨大経済圏)”と捉え、世界から先進的な企業・技術・人材等呼び込みながら、わが国の経済発展のコアとして持続的に成長していくという地域構想です。

リニア中央新幹線の全線開通による空間的効果は、名古屋からの1日交通圏となる4時間到達圏が県庁所在地の81% (38都市)をカバーし、北は盛岡、南は熊本まで拡大すると想定されています。

しかしながら、人口減少や産業構造、人々の暮らしが変化する状況において、単にリニア中央新幹線が開通するだけでは、大きな効果を期待することは難しいと言われており、来るべき時に向け、今から地域のポテンシャルを最大化する取組が必要となると考えます。

名古屋からの片道4時間到達圏（鉄道利用）



(4) 地域資源を活用した新たな価値の創出

現在、「東海市の良さや特有の観光資源」を広く認知させることが出来ているとは言い難い状況にあります。これまでも様々な情報発信や市内内外のプロモーションを展開しているものの大きな効果が見えておらず、観光資源の創出やブラッシュアップが十分ではないと言えます。

本市の主要な観光資源は、花火大会や桜まつりなどの年に1度の開催や季節的な制限があるものが多く、恒常的に「見る・遊ぶ・体験する」ことができるものが少ない状況です。

本市の地域資源を生かし、市民を始め県内外の方から「東海市と言えば〇〇」と連想でき、ワクワク感のある観光資源を創り出し、広く認知されることが必要となってきています。

まちづくり応援大使



Copyright© 2011 東海商業高校. All rights reserved.

第3章 基本目標と将来像

1 基本目標

鉄鋼を基幹産業に発展してきた本市は、産業都市としてのイメージが強く、また、交流人口の増加を目的とした取組に特に注力してこなかったことから、観光交流都市としての認知度は、ほとんどない状況です。

また、これまでの観光交流に関する取組においても、その多くは地域文化の継承やまちづくりの活性化が主目的となっており、交流による経済的効果を求めていませんでした。

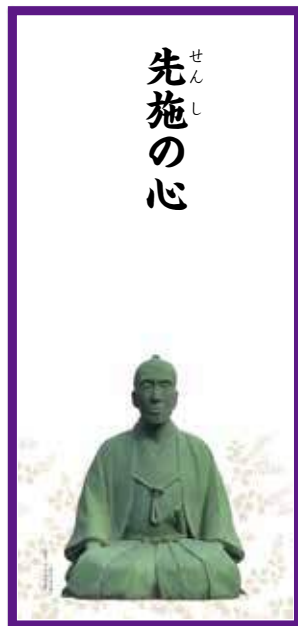
一方で、交流人口の動向が地域社会・経済にもたらす影響や効果は幅広い分野に及んでいます。本市を取り巻く社会・経済環境が変化する中、交流人口の拡大に積極的に取り組んでいくことで、本市の活力向上と地域経済の成長の新たな柱として観光交流分野の振興を進めていきます。

観光による交流を生み出し、

まちの活力向上(地域・経済)に貢献する

～令和9年(2027年)のリニアインパクトを生かしたまちづくり～

細井平洲先生の教え



② 成果指標

基本目標の達成状況を測るため、6つの成果指標を設定します。

なお、前期の目標値は、原則、現状値を10%増加させることとします。後期の目標値については、中間年となる令和5年度(2023年度)に設定していきます。

■交流視点

成果指標	現状値 2018年度		前期目標値 2023年度
観光地点等入込客数	502,250人	➡	552,000人
市内宿泊施設の宿泊者数	176,814人	➡	194,000人
1日当たりの鉄道駅乗降客数	54,077人	➡	59,000人

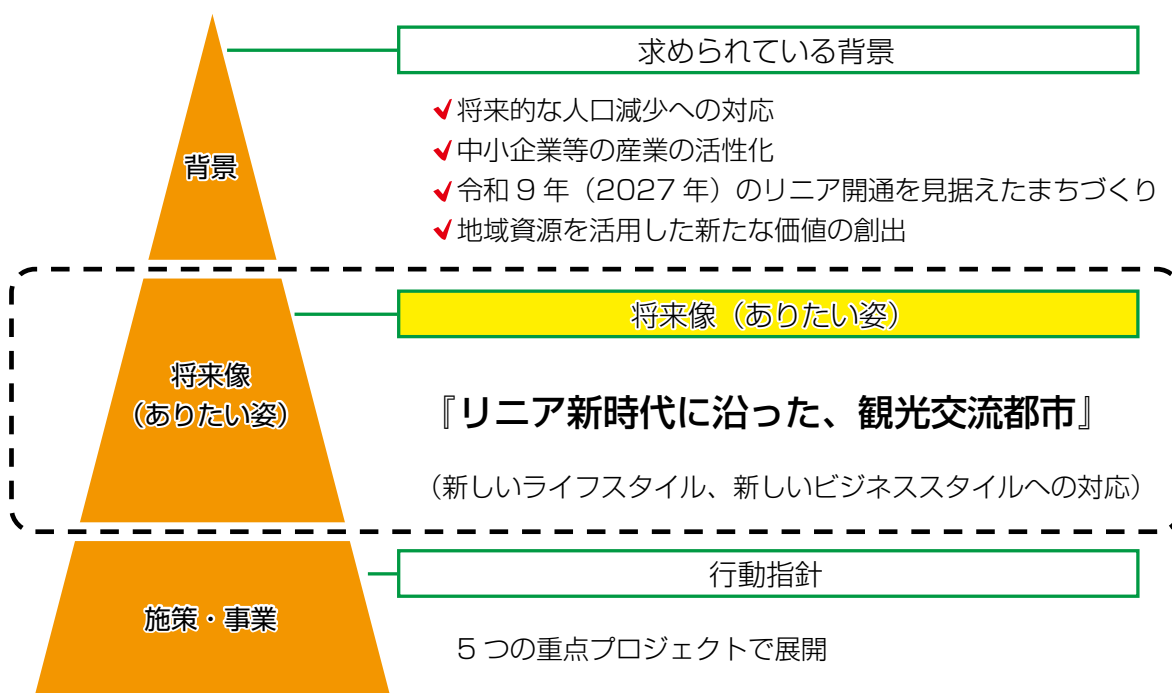
■経済視点

成果指標	現状値 2018年度		前期目標値 2023年度
観光消費額	6,344,665千円	➡	6,980,000千円
観光物産プラザの販売額	23,462千円	➡	26,000千円
魅力ある商店や企業が多いと感じている人の割合	42.9%	➡	44% (※総合計画の値を設定)

③ 将来像

(1) 観光都市としての将来像(ありたい姿)

本市が目指す観光都市としての将来像を次のように定めます。



(2)推進テーマ【前期】

観光交流分野の振興のスタートアップとなる、令和2年度(2020年度)から令和5年度(2023年度)までの前期4年間は、関係者間による価値観や情報の共有、連携体制の構築を図っていくため、次のように関係者テーマを定めます。

関係者テーマ

「^{じょ}恕の心」、おもてなしのはじまり

市発足以来、産業(鉄)のまちとして発展してきた東海市。将来に向かって産業振興にも貢献できる「観光」の視点を取り入れたまちづくりが始まりました。

観光に関わる私たちの耳にも「東海市の〇〇に行ってきた」の声や、SNS上で本市が話題となっている事を目にする機会が増え始めました。

観光に訪れた方に、「東海市と言えば〇〇がオススメ」と話題を提供する姿や、買い物での会話をサポートしている市民の姿が見られたり、観光向けの商品やお土産などが誕生したりしています。

「恕」とは、相手の立場や信条を察する気持ちや思いやりのことです。
相手の身になって考える優しさや思いやりは、交流を進める上での「おもてなしの心」であり、この心を大切にされた細井平洲先生の教えを観光交流分野でもつないでいきます。

また、本市が観光交流分野の振興をスタートしたことを対外的に分かりやすく伝えていくため、発信テーマについても次のように定めます。



発信テーマ

発進！『ものづくり体感ツアー』

市内では、ホテル建設が盛んになり、太田川駅前やホテル周辺では県内外からだけでなく、海外からの観光客が目立つようになってきました。

桜まつりやイルミネーションなどのイベントも、音と光の演出による観光客を意識した内容となっていますが、何と言っても工場見学ツアーが人気です。

友人に誘われて工場見学や夜景スポットに行ったところ、「知らなかった魅力やモノづくりのストーリーに感動した」との声が聞かれたり、駅前で出会った観光客同士が工場夜景の話で盛り上がっている姿を見かけるようになってきました。

東海市の良いところを再発見した市民や観光客からの声が、共感の輪を広げ、口コミとなり始めています。

なお、後期の推進テーマについては、中間年となる令和5年度(2023年度)に見直しを行い設定していきます。

(3)エリア別構想

令和9年(2027年)の観光都市としての将来像を実現する上での今後の可能性を示します。



第4章 重点プロジェクト

1 地域資源とキーワード

(1) 地域資源の評価

日本には美しく魅力的な資源が数多く存在しており、公益財団法人日本交通公社が取りまとめている「観光資源台帳」によると、わが国を代表する資源で世界に誇示しうるものが55件、国を代表する資源が396件、都道府県や市町村を代表する資源が2,335件、合計2,786件が選定されています。

S：特A級資源	わが国を代表する資源であり、世界に誇示しうるもの。日本人の誇り、日本のアイデンティティを強く示すもの。人生のうちで一度は訪れたいもの。
A：A級資源	特A級に準じ、わが国を代表する資源であり、日本人の誇り、日本のアイデンティティを示すもの。人生のうちで一度は訪れたいもの。
B：特別地域 観光資源	その都道府県や市町村を代表する資源であり、その土地のアイデンティティを示すもの。その土地を訪れた際にはぜひ立ち寄りたいもの。また、その土地に住んでいる方であれば一度は訪れたいもの。

観光資源台帳：観光資源ランクの定義

そうした中、本市の観光振興を進めていく上では、本市らしく、ポテンシャルの高い資源を
まずは重点的かつ優先的に磨き上げ、他の地域資源へ波及させ、本市の観光全体を牽引し底上げ
を図ることが重要です。

(2) 本市の地域資源の認知度

第2章2の(4)「観光に対するアンケート」から本市の観光資源になり得るものを調査した結果、市民の視点では、「祭りやイベント」が57%、「四季を感じられる公園・緑地」が48%、「産業活動の活発さ」が42%と上位に挙げられました。

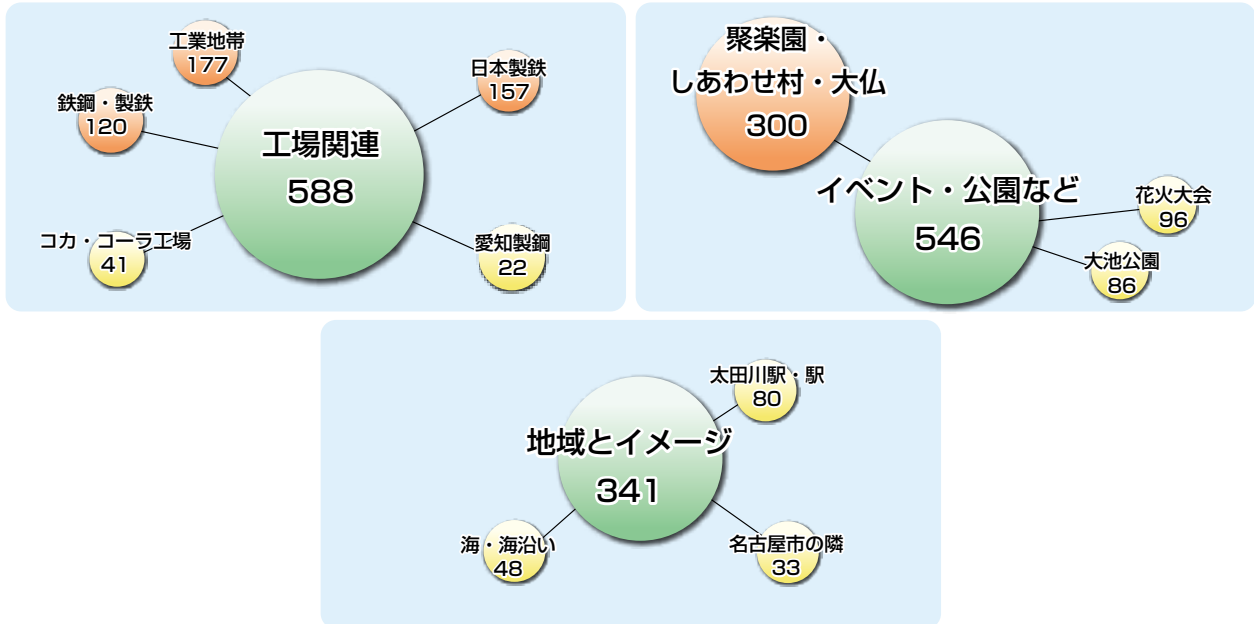
東海市の観光資源になり得ると思うもの、魅力と思うもの

項目	観光資源になり得ると思うもの		魅力と思うもの	
	回答数	回答率	回答数	回答数
祭りやイベント	51	57%	50	56%
四季を感じられる公園・緑地	43	48%	65	72%
産業活動の活発さ	38	42%	48	53%
歴史と伝統	32	36%	40	44%
文化活動や文化的な香り	17	19%	14	16%
道路や交通機関の便利さ	15	17%	37	41%
観光地や施設	12	13%	13	14%

また、市外の視点では、東海市と聞いて思い浮かぶコトやモノの単独項目としては、「聚楽園・しあわせ村・大仏」が300件、次いで「工場地帯」が177件、「新日鐵（現日本製鉄）」が157件でした。

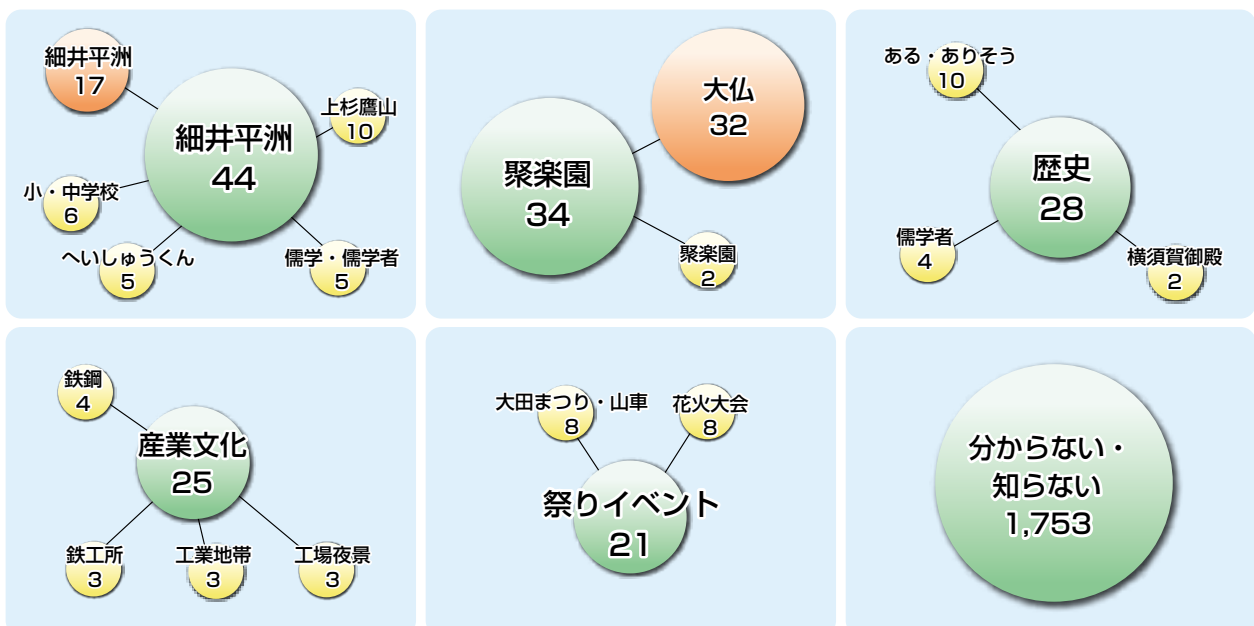
これらをカテゴリに区分すると「工場関連」「イベント・公園」「地域とイメージ」の3つが上位に挙げられました。

東海市と聞いて思う浮かぶ「コト」や「モノ」



他にも、本市に歴史や文化で魅力を感じているものとしては、「細井平洲」「聚楽園」「大仏」「歴史」「産業文化」などの分類順に挙げられているものの、「分からない・知らない」が1,753件と圧倒的多数でした。

東海市の歴史や文化で魅力を感じているもの



(3)本市のキーワード

本市の地域資源のうち、認知度やポテンシャルが高く、観光資源台帳の「B:特別地域観光資源」に準ずるものの代表としては、「工場」が突出しており、次いで「聚楽園・大仏」「イベント・公園」などのキーワードを挙げることができます。

工場

聚楽園・大仏

イベント・公園

■キーワード①

工場

本市は、愛知県の主要な工業地域である名古屋南部臨海工業地帯の一角を形成し、臨海部には、日本製鉄(株)名古屋製鉄所を始めとする企業が立地する、中部圏最大の鉄鋼基地となっています。

その歴史は古く、昭和33年(1958年)に「東海製鉄所」を中京地区に誘致することが決まり、すでに名古屋港管理組合によって埋め立てが開始されていた旧上野町・横須賀町の地先に製鉄所の建設が決まりました。こうして、海が埋め立てられて製鉄所ができ、鉄鋼のまちとして大きく成長してきました。

現在、この臨海部企業と連携して、海から工場夜景を鑑賞する夜景クルーズの社会実験を実施しており、市民を始め広く注目を集める観光資源としての活用が見込まれます。



■キーワード②

聚楽園・大仏

「聚楽園」という名は、事業家の山田才吉翁が大正4年(1915年)に建築した、料理旅館「聚楽園」の名残とされ、その由来は、才吉が最も敬愛する豊臣秀吉が晩年に建立した「聚楽第(京都市)」から命名したものとされています。

当時は、伊勢湾を一望できる料理旅館を中心に海水浴やテニス、玉突(ビリヤード)などの施設が整備され、開業早々から名古屋地方の新しい観光地として大いに人気を呼んでいました。[書籍:「不屈の男 名古屋財界の怪物 山田才吉」より]

「聚楽園大仏」も山田才吉翁により昭和2年(1927年)に昭和天皇のご成婚を記念して開眼供養が行われました。この大仏は、鉄筋コンクリート製で、座身長は18.79mあり、奈良や鎌倉の大仏より高く日本最大級です。



■キーワード③ イベント・公園

本市の中心市街地である太田川駅前には、県内でも珍しい「駅直結型のイベント広場」が東西に配置されています。イベント広場では、週末に家族や友人と楽しめるステージ&飲食などのイベントが、市や民間事業者等により数多く開催されており、市内外からの認知度が高まっています。

また、本市には、73の都市公園があり、桜まつりや花火大会などの恒例のイベント開催のほか、遠足などで遠方からお越しいただける大型の公園や自然環境を生かしたクロスカントリーコースのある加木屋緑地など、特徴のある公園等が多数あり、市民の健康づくりや憩いの場としても親しまれています。



加木屋緑地「クロスカントリーコース」



聚楽園公園「嚶鳴庵」

② 観光振興の視点(戦略)

観光振興を効果的に展開していくため、前述のキーワードについて、次の視点で戦略的かつ積極的に地域資源を活用した事業展開を図っていくこととします。

戦略1

地域資源のブラッシュアップ

本市らしく、そしてわくわく感のある地域を代表する「本市の観光資源とは何か」を見極め、重点的に磨き上げる。

戦略2

受入れ環境の整備

「恕(おもてなし)の心」を持ち、「訪れてみたい。また来たい」と思っただけの環境を整える。

戦略3

市民・企業の参画

「市民が誇りに思える」「事業所が参加したくなる」取組を進める。

戦略4

広域連携の推進

本市の認知度が低い県外や海外においては、「昇龍道」、「愛知県」及び「知多半島」など広域の枠組みでのプロモーションに取り組む。

戦略5

情報発信・広報

「ちょっとした活動でも発信する」の視点を持ち、積極的な情報発信に取り組む。

③ 重点プロジェクト

本市は、観光振興の取組では、後発となっていることから、観光資源としての認知度やポテンシャルが高く、地域特性があり他地域と差別化を図ることのできる項目を、前期期間における5つの重点プロジェクトとして取り組んでいきます。

① スキルズツアー

プロジェクト

方針

「鉄のまち東海市」のものづくりは、他の地域と差別化でき、かつ、個性ある観光資源です。

工場見学・工場夜景を、ものづくり体験(スキルズツアー)として市を代表する観光資源として推進していきます。

取組内容(案)

- 民間事業者との連携(旅行事業者、工場見学ができる事業者)
- 市民の関心度の向上(市民限定クルーズ、ポスター作成)
- 情報発信の強化(SNS活用、広域連携事業でのPR)
- 乗船場所の整備(栈橋・駐車場・夜間照明整備)
- 外国人受入環境の整備(多言語案内板、通訳、やさしい日本語)



台湾人の工場見学ツアー



横須賀ふ頭の現状



民間事業者のクルーズ船



令和元年度のツアーチラシ

② 観光資源のブラッシュアップ

プロジェクト

方針

「聚楽園大仏」「嚶鳴庵」「山車」「細井平洲」「公園」「ホテル」などは、すべてが観光資源となり得ます。
この中から、市民に親しまれ、かつ、**観光資源として魅力が高いもの**の**選択とブラッシュアップ方法**を決め推進していきます。

取組内容(案)

- 観光資源の再発掘・磨き上げ(資源調査、ブランド化)
- 受入れ体制の整備(案内板、案内ガイド)
- 情報発信の強化(SNS活用、インフルエンサー)
- 外国人受入環境の整備(多言語案内板、通訳、やさしい日本語)



桜まつり (大池公園)



嚶鳴庵(和菓子の実演)



聚楽園大仏



細井平洲先生



山車の勢揃い (市制50周年イベント)

③ 四季イベント

プロジェクト

方針

「桜まつり」「花火大会」「もみじまつり」「ウインターイルミネーション」は、本市の四季を代表する観光イベントです。
現在実施している、「**ひかりプロジェクト**」と連携して魅力を高め、**イベントの集客拡大**に向けた事業を推進していきます。

取組内容(案)

- イベントの質の向上(空間演出、エンターテインメント化)
- 情報発信の強化(SNS 活用、Web チャンネル開設)
- 外国人受入環境の整備(多言語案内板、通訳、やさしい日本語)



桜まつり×七色照明・音楽



花火大会×レーザー・音楽



もみじまつり×ライトアップ



ウインターイルミネーション

④ 中心市街地

プロジェクト

方針

本市の一大事業として中心市街地の整備事業が完了を迎えます。
整備してきた**太田川駅前イベント広場**や**芸術劇場**などでの**公共の取組と、飲食店やホテルなどの民間の取組を連携**させ、観光客の取り込みに向けた事業を推進していきます。

取組内容(案)

- イベントの質の向上(ニーズ調査、新規イベント)
- 情報発信の強化(SNS活用)
- 受入環境の整備(周辺事業所(飲食店・ホテル)連携)



沖縄フェスティバル(駅西：大屋根広場)



アルトゥエン(駅東：どんでん広場)



観光物産プラザ



謎解きイベント×周辺店舗

⑤ 農業観光

プロジェクト

方針

「洋ラン」「ふき」「たまねぎ」「みかん」などの本市の特産品を生かした取組を推進していきます。また、農業センターやクラインガルテンなどの施設を活用した「観たり・食べたり・買ったり」できる体験型の取組の検討を進めます。

取組内容(案)

- 特産品の活用(ブランド化、お土産づくり)
- 受入環境の整備(農業センター、クラインガルテン)



いちご狩り (いちご農家)



農業センター×トマト栽培



夕焼け姫



みかん狩り (クラインガルテン)

第5章 ビジョン推進に向けて

1 多様な主体による観光施策の推進

本ビジョンのありたい姿「リニア新時代に沿った、観光交流都市」を実現していくためには、本市のまちづくりの基本理念である「協働と共創」による取組が不可欠です。

そこで、ビジョン推進に当たって、各主体に期待される役割を次に示します。

■市(行政)の役割

- ・観光ビジョンの進捗管理
- ・関連計画・行政組織内の連携調整
- ・事業の立ち上げ時のけん引、施設や誘客の受入環境の整備
- ・事業者・関係団体・市民等の取組の支援
- ・国・県・他市町村と連携した広域観光の展開、情報発信

■観光協会の役割

- ・市の計画や施策を踏まえた事業展開、独自事業の企画・実施
- ・観光交流に関する情報の集約・発信
- ・関係者間の連携を支えるコーディネート
- ・事業者・関係団体等が実施する取組の支援

■事業者・関係団体の役割

- ・観光ビジョンや市の計画を踏まえた商品・サービスの提供
- ・市や観光協会の事業と連動した事業展開

■市民の役割

- ・観光交流に対する理解、シビックプライドの醸成
- ・「恕(おもてなし)」の心を持った旅行者の受入れ

■外部人材の役割

- ・専門知識に基づく助言、消費者視点での提案

2 推進体制

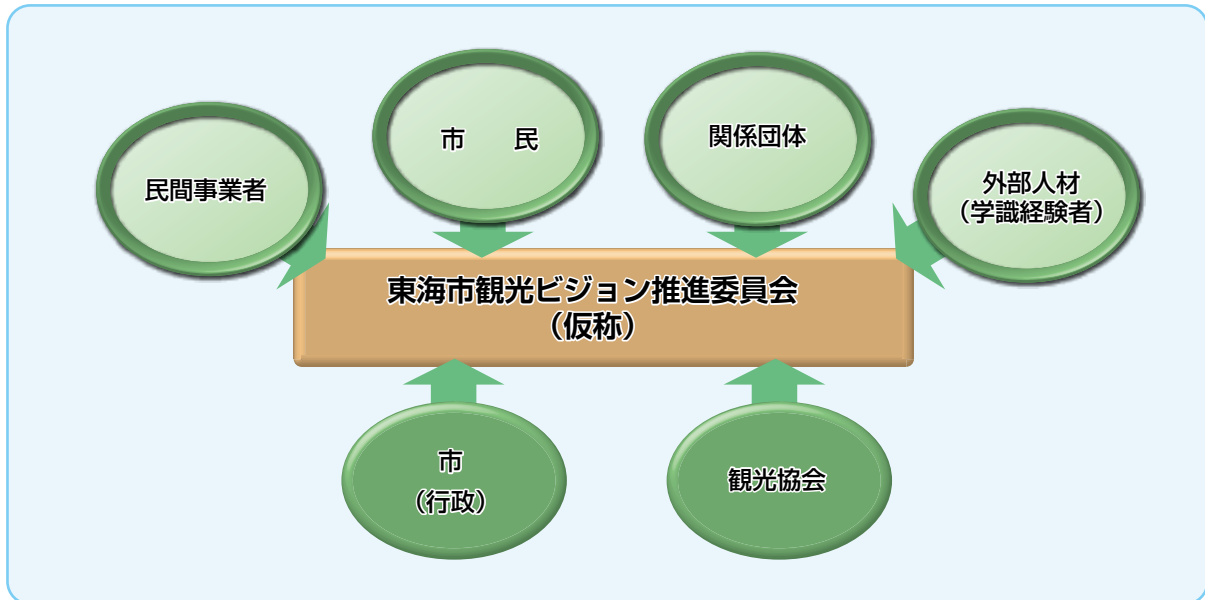
(1) 行政内部の連携

本ビジョンに示している5つの重点プロジェクトの推進やエリア別構想の検討に当たっては、都市計画や福祉、交通、農業、教育などの多様な分野との調整・協議が必要なため、関係部署との連携を強化するとともに、必要に応じて会議体を設置していきます。

(2)東海市観光ビジョン推進委員会(仮称)の設置

市(行政)に加え、観光に関係する主体や外部の視点を持つ学識経験者等が一体となり、本ビジョンを効果的に推進するため「東海市観光ビジョン推進委員会(仮称)」を設置します。

なお、こうした推進体制を整えるものの、本市においては、観光事業の関係者が少なく、観光産業としての取組に未熟な面も多いことから、当面の間は、市(行政)と東海市観光協会が中心的な役割を担い、観光交流分野の振興に取り組んでいきます。



③ 重点プログラムの進め方

第4章で示した5つの重点プロジェクトの推進に当たっては、東海市観光ビジョン推進委員会(仮称)での協議を行い、本ビジョンで示している取組内容(案)を具体化した「重点プログラム推進計画」を策定していきます。

内容/年度	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	
本ビジョン	策定作業	前期 4年				見直作業	後期 4年			
重点プログラム 推進計画		策定作業			見直作業					
			推進計画 2021-2023			推進計画 2024-2027				

資料編

【成果指標の算出基準】

■交流視点

成果指標	算出方法
観光地点等入込客数	桜まつり、東海まつり花火大会、東海秋まつり、東海フラワーショー、観光物産プラザ、クラインガルテン、平洲記念館、しあわせ村(嚶鳴庵)への来客数(4~3月) [第6次東海市総合計画 成果指標]
市内宿泊施設の宿泊者数	市内ホテル等での1年間の宿泊者数(4~3月)(名和プラザホテル、東海シティホテル、東海センターホテル、葵ホテル、ザ・カトーホテル、マーレホテル東海、市立勤労センター、A Bホテル東海太田川の8施設。新設・増設の場合は追加していく。)
1日当たりの鉄道駅乗降客数	市内各駅での乗降客数一日平均の合計数(4~3月)(名和駅・聚楽園駅・新日鉄前駅・太田川駅・尾張横須賀駅・高横須賀駅・南加木屋駅・八幡新田駅)[名古屋鉄道株式会社作成資料] [第2期東海市総合戦略 指標]

■経済視点

成果指標	算出方法
観光消費額	愛知県が実施している観光入込客統計の観光消費額を基に、市内観光地点入込客数及び宿泊者(日本人・外国人)に応じ、案分して得た額(1~12月)
観光物産プラザの販売額	東海市観光物産プラザ(物販コーナー・観光交流コーナー)での1年間の販売額(4~3月)
魅力ある商店や企業が多いと感じている人の割合	市民アンケートで「そう思う」「どちらかといえばそう思う」と回答した人の数/アンケート回答総数×100 [第6次東海市総合計画 まちづくり指標]

【東海市観光ビジョン策定委員会設置要綱】

(目的)

第1条 東海市観光ビジョンを策定するに当たり、協議及び検討を行うことを目的に東海市観光ビジョン策定委員会(以下「委員会」という。)を設置する。

(所掌事務)

第2条 委員会は次の事項を業務とする。

- (1) 市観光の現状と課題の分析に関すること。
- (2) 将来における市観光の目指すべき方向性に関すること。
- (3) 観光振興を図る効果的な施策に関すること。
- (4) その他、市長が必要と認める事項に関すること。

(組織)

第3条 委員会の委員は、10人以内をもって組織する。

2 委員会の委員は、次に掲げる者のうちから市長が委嘱する。

- (1) 観光業及び観光事業に関わる者
- (2) 企業・事業所を代表する者
- (3) 学識経験を有する者

(委員の任期)

第4条 委員の任期は、令和2年3月31日までとする。ただし、委員が欠けた場合における補欠の委員の任期は、前任者の残任期間とする。

(委員長及び副委員長)

第5条 委員会に委員長及び副委員長1人を置き、委員の互選により定める。

2 委員長は、会務を総理する。

3 副委員長は、委員長を補佐し、委員長に事故があるとき、又は委員長が欠けたときは、その職務を代理する。

(会議)

第6条 委員会は、委員長が招集する。

2 委員長は、必要があると認めるときは、関係者を会議に出席させ、その意見又は説明を聞くことができる。

(庶務)

第7条 委員会の庶務は、環境経済部商工労政課観光戦略室において処理する。

(雑則)

第8条 この要綱に定めるもののほか、委員会の運営に関し必要な事項は、市長が別に定める。

附 則

この要綱は、令和元年7月3日から施行する。

【東海市観光ビジョン策定委員会名簿】

委員

	所属団体等	役職等	氏名	備考
	(株)旅行プラザ	代表取締役	佐野 安信	観光業及び観光事業に関わる者
	東海市国際交流協会	会長	石田 隆城	観光業及び観光事業に関わる者
	東海シティホテル	支配人	中野 佳彦	観光業及び観光事業に関わる者
	東海市山車まつり保存協議会	会長	清 信裕	観光業及び観光事業に関わる者
	東海市ふるさと大使	イルミネーションデザイナー	芦木 浩隆	観光業及び観光事業に関わる者
	日本製鉄(株)名古屋製鉄所	総務部 上席主幹	小俣 哲雄	企業・事業所を代表する者
	東海商工会議所	飲食業部会 副会長	高橋 寿征	企業・事業所を代表する者
	西本ファーム	代表	西本 賢史	企業・事業所を代表する者
◎	日本福祉大学	経済学部准教授	遠藤 秀紀	学識経験を有する者
○	星城大学	経営学部准教授	伊藤 春子	学識経験を有する者

◎委員長、○副委員長

関係者

所属団体等	氏名
東海市まちづくりアドバイザー (名古屋外国語大学 准教授)	横山 陽二
愛知県観光コンベンション局 観光振興課 主査	渡邊 亨介
(株)JTB 総合研究所コンサルティング事業部 地域戦略部長 主席研究員	河野 まゆ子
(株)KADOKAWA 東海ウォーカー副編集長	嶋村 光世

事務局

所属団体等	役職	氏名
商工労政課 観光戦略室	室長	永井 伸明
〃	主幹兼統括主任	天木 大祐
〃	主事	山田 恭輔
東海市観光協会	顧問	近藤 福一
〃	事務局長	各務 和彦



東海市観光ビジョン

～令和9年(2027年)のリニアインパクトを生かしたまちづくり～

令和2年(2020年)3月

発行：東海市

編集：環境経済部 商工労政課 観光戦略室

〒476-8601 愛知県東海市中央町一丁目1番地

電話：052-603-2211、0562-33-1111

E-mail：shoukou@city.tokai.lg.jp