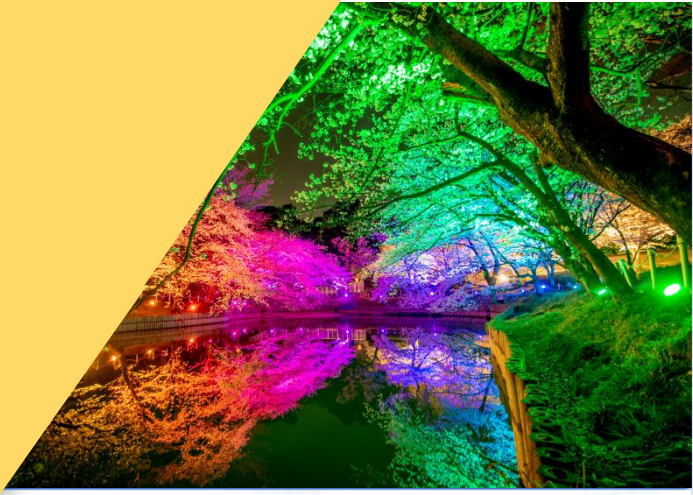


東海市観光ビジョン

～交通の利便性を生かした　観光交流の推進～

後期計画　令和6年度（2024年度）

▶令和9年度（2027年度）

愛知県　東海市

目　次

第1章 ビジョン策定の目的 1

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

第2章 観光交流の動向 4

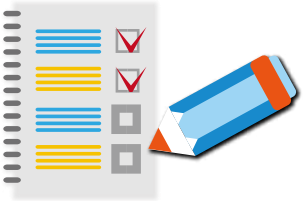
❶ 国における観光施策の現状
❷ 本市の観光交流の現状
❸ 観光交流の推進に向けた課題

第3章 基本目標と将来像 11

❶ 基本目標
❷ 成果指標
❸ 将来像

第4章 重点プロジェクト 15

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



第5章 ビジョン推進に向けて 25

❶ 多様な主体による観光施策の推進
❷ 推進体制
❸ 重点プログラムの進め方

資料編 27

●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

❶ 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、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おりましたが、新型コロナウイルス感染症の世界的な広がりにより、令和２年（２０２０年）に大幅な減少となりました。しかしながら、令和４年（２０２２年）１０月に国の水際対策が大幅に緩和されると回復傾向に転じ、令和５年（２０２３年）５月の水際対策の撤廃以降は急速に訪日外国人旅行者が増加していることから、再び目標の達成に向けて進展していくことが期待されます。

また、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、西知多道路の高規格化整備や中部国際空港の代替滑走路の整備に向けた動き、そして、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。

❷ 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、策定に至りました。

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）を開設**
関係者向け名古屋港ナイトクルーズ体験会を開催

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を強化
工場見学＆名古屋港「ナイトクルーズ」市民モニターツアーを開催
観光クルーズ船運航調査を委託

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）を開始**
東海市観光ビジョンを策定

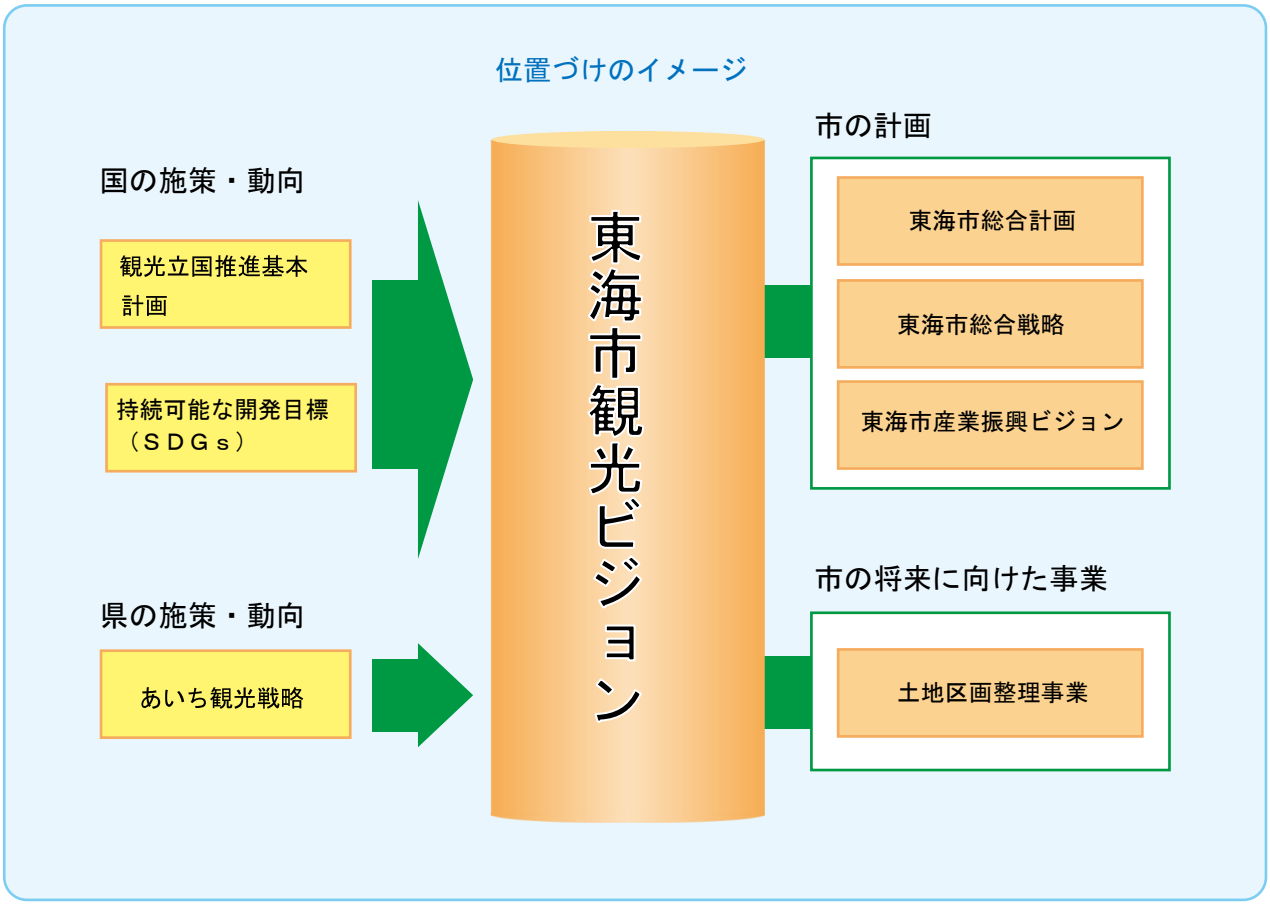
❸ 観光ビジョンの位置づけ・期間

（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した。

また、「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るとともに、観光立国推進基本計画や持続可能な開発目標（ＳＤＧｓ）など国や県の施策・動向とも整合を図っていきます。

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したものです。



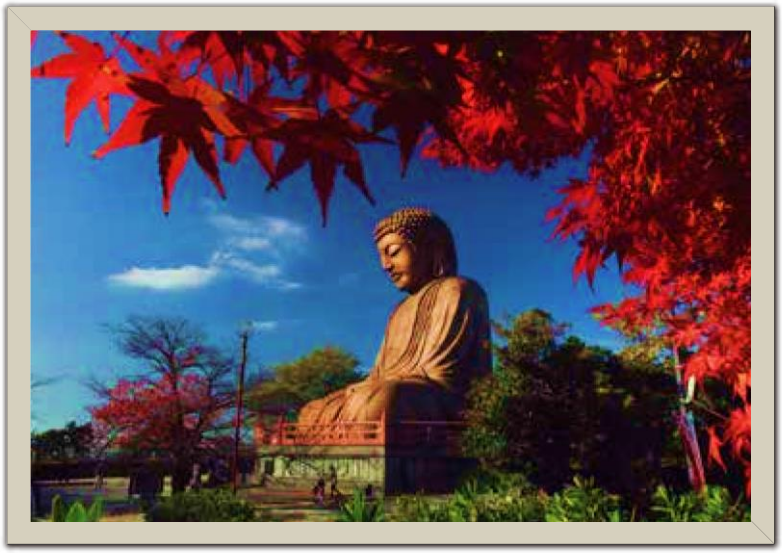
（２）観光ビジョンの期間

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、第７次東海市総合計画が開始する令和６年度（２０２４年度）から令和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			
東海市総合計画	第6次東海市総合計画				第7次東海市総合計画			
東海市総合戦略	第2次東海市総合戦略					次期東海市総合戦略		
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」

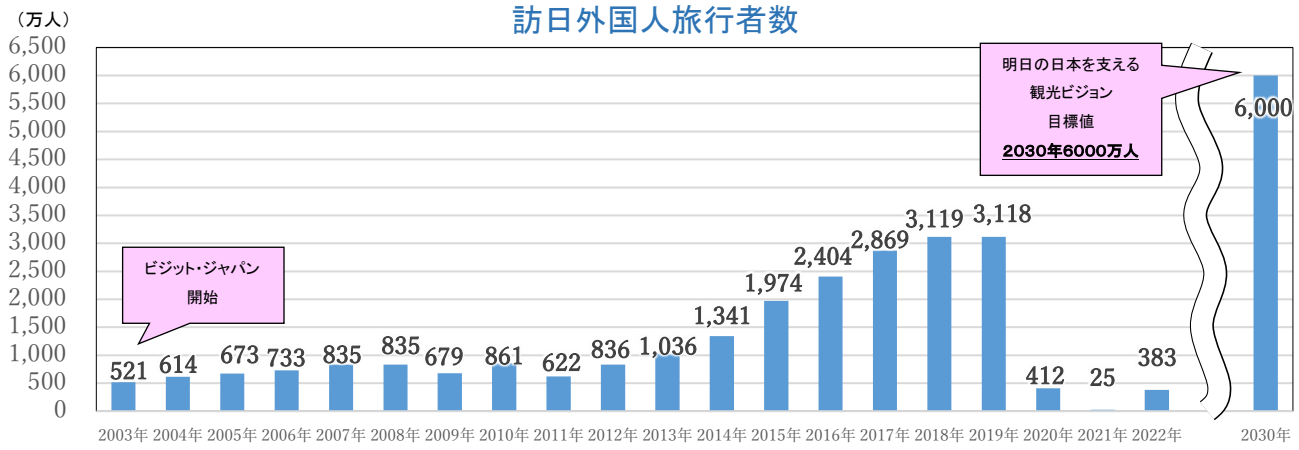
第2章 観光交流の動向

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により、令和元年（２０１９年）に訪日外国人旅行者数が３，１８８万人に達しました。しかし、新型コロナウイルス感染症の世界的流行により令和２年（２０２０年）以降大幅に減少しましたが、令和４年（２０２２年）１０月頃から回復傾向に転じております。現在は、令和７年（２０２５年）までに令和元年（２０１９年）水準を超えることを目標に取組が進められています。

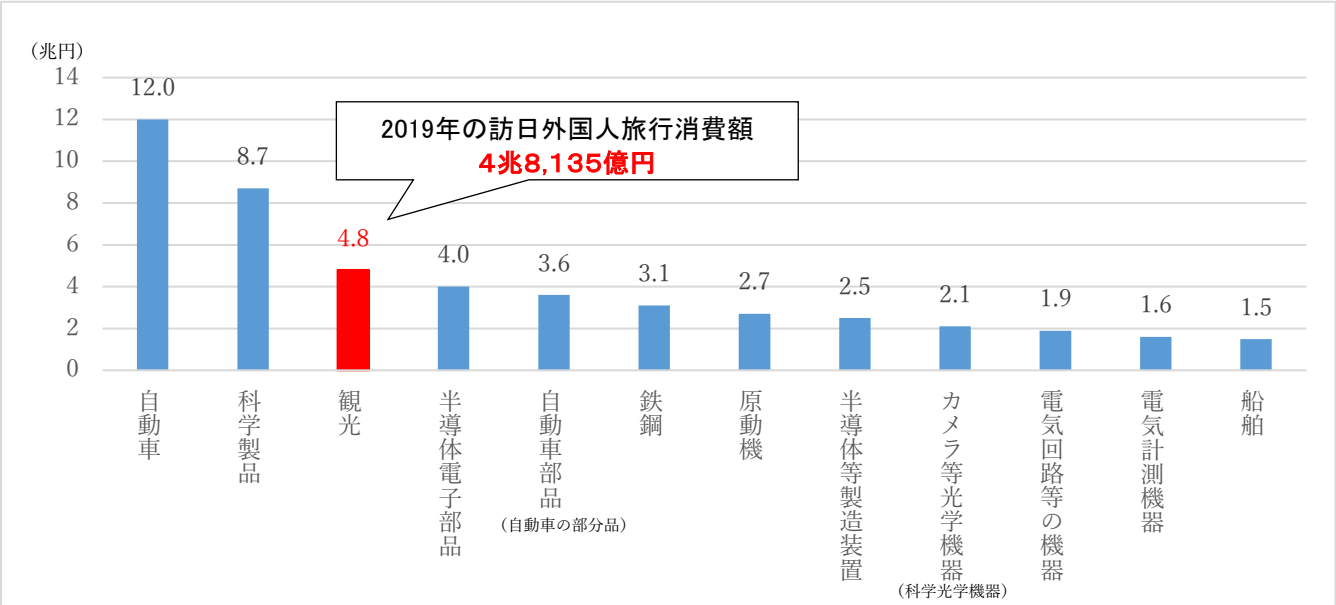
また、訪日外国人旅行消費額は、令和元年（２０１９年）に４．８兆円となり、製品別輸出額との比較では、自動車１２．０兆円、化学製品８．７兆円に次ぐ分野となっています。新型コロナウイルス感染症の影響により令和４年（２０２２年）には０．９兆円に減少しましたが、国の目標として５兆円の早期達成が示されております。

訪日外国人旅行者数



出典：日本政府観光局（JNTO）
出典：国土交通省

訪日外国人旅行消費額の製品別輸出額（2019 年）

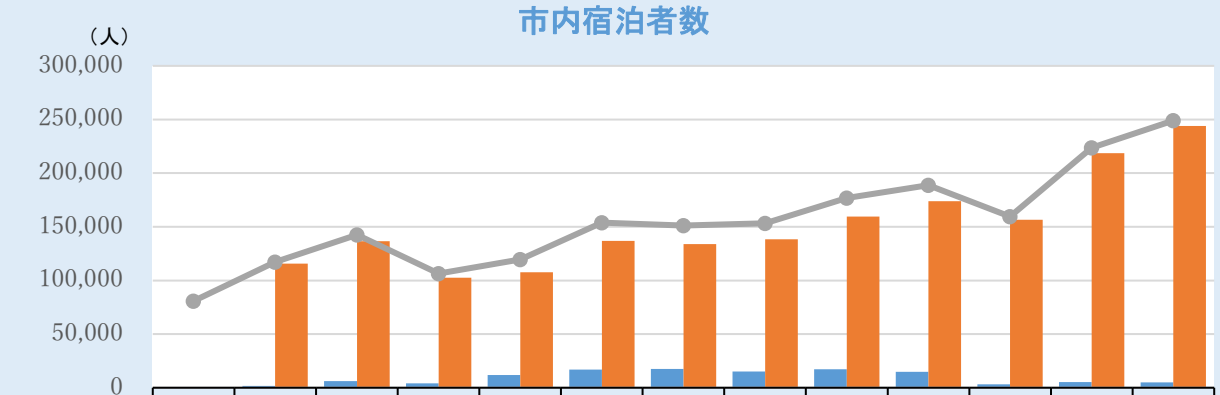


資料：財務省「貿易統計」、観光庁「訪日外国人消費動向調査」に基づき観光庁作成
※カッコ内に記載の品名は、貿易統計における品名を示す。

❷ 本市の観光交流の現状

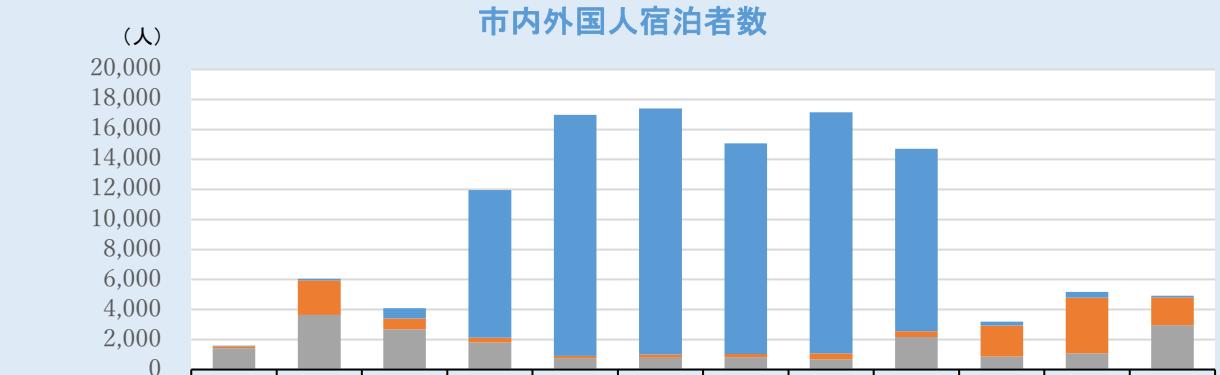
（１）市内宿泊者数

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、同年度から令和４年度（２０２２年度）までの１３年間で１６８，２００人増加し、約３倍となっています。



	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
外国人数		1,562	6,043	4,095	11,968	16,975	17,401	15,080	17,152	14,715	3,192	5,176	4,926
日本人数		115,629	136,594	102,470	107,622	136,958	133,919	138,252	159,662	173,984	156,488	218,517	244,099
全体数	80,825	117,191	142,637	106,565	119,590	153,933	151,320	153,332	176,814	188,699	159,680	223,693	249,025

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りましたが、新型コロナウイルス感染症の影響により令和２年度（２０２０年度）から大幅に減少しています。宿泊者の国籍別としては中国が多い傾向が続いていましたが、コロナ禍以降はフィリピンが大幅に増加しています。



	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
中国	29	97	682	9,836	16,056	16,412	14,038	16,073	12,156	260	386	105
フィリピン	122	2,315	740	327	160	199	209	409	386	2,071	3,709	1,873
その他	1,431	3,631	2,673	1,805	759	790	833	670	2,173	861	1,081	2,948

（資料）東海市総合計画　成果指標

（２）外国人住民人口

外国人住民人口は、平成２５年（２０１３年）から令和４年（２０２２年）までの１０年間で９２３人増加して約１．７倍となり、総人口に対する割合も増加傾向で、令和４年（２０２２年）末では１．９７％となっています。

国籍別外国人住民人口

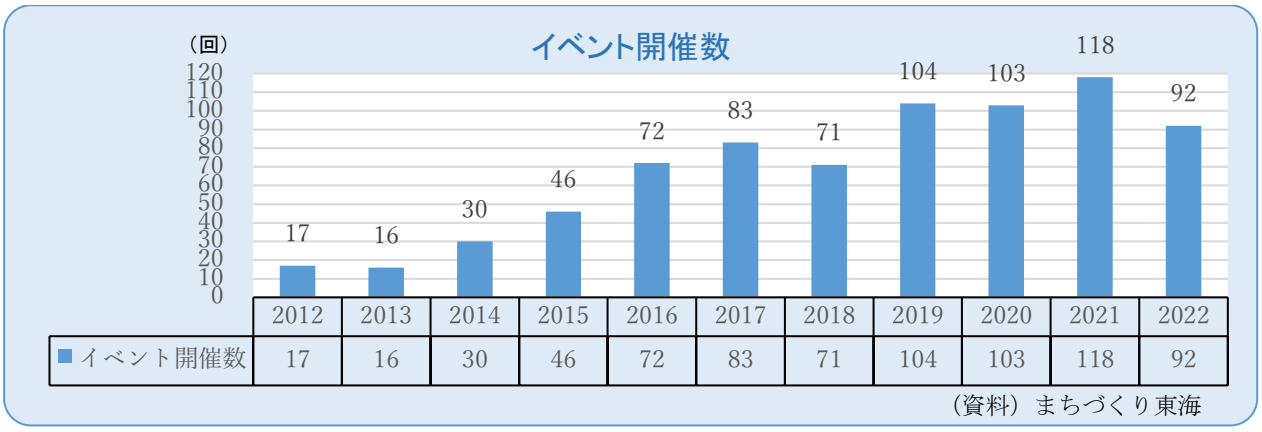
（人）

年	総数	総人口割合	男	女	ベトナム	朝鮮及び韓国	フィリピン	中国	ブラジル	タイ	米国	その他
2013	1,310	1.20%	551	759	75	451	222	282	116	30	9	125
2014	1,371	1.20%	590	781	111	443	229	281	103	47	8	149
2015	1,425	1.30%	639	786	151	436	238	283	99	34	6	178
2016	1,546	1.40%	720	826	210	432	256	313	115	44	7	169
2017	1,693	1.50%	807	886	319	427	282	307	109	76	6	167
2018	1,959	1.70%	958	1,001	428	425	300	341	148	101	7	209
2019	2,155	1.87%	1,112	1,043	586	412	300	349	158	109	6	235
2020	2,113	1.84%	1,105	1,008	635	391	292	324	147	89	6	229
2021	2,085	1.83%	1,057	1,028	658	372	289	295	141	96	9	225
2022	2,233	1.97%	1,130	1,103	727	356	299	284	138	100	6	323

（資料）東海市　統計人口

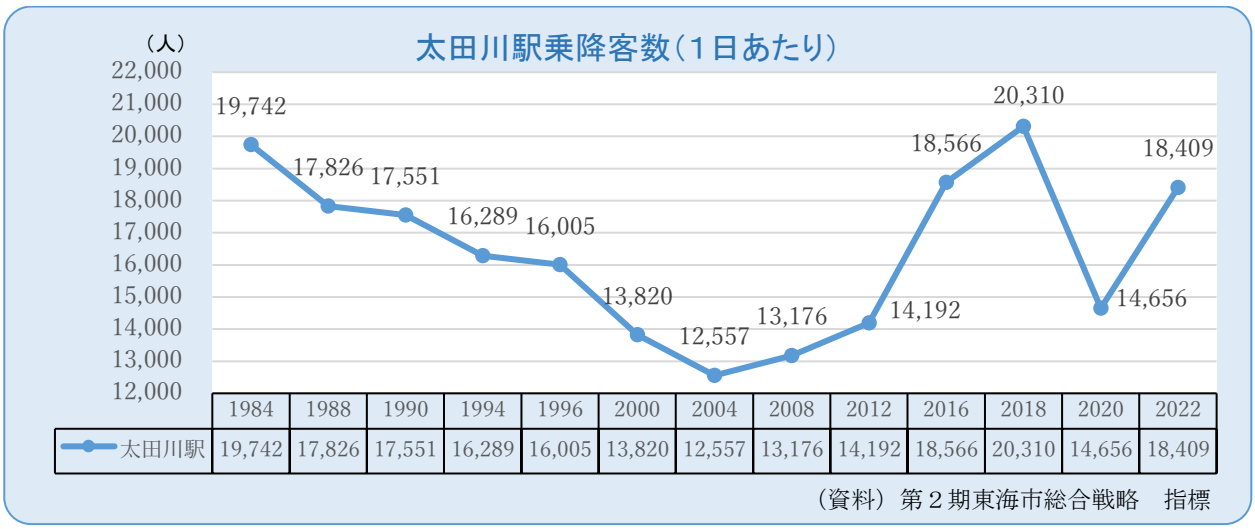
（３）中心市街地のにぎわい

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、増加傾向で推移しており、交流人口の拡大につながっています。



（資料）まちづくり東海

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人となりました。しかし、新型コロナウイルス感染症の影響により、令和２年度（２０２０年度）は大幅に減少しました。



（資料）第２期東海市総合戦略　指標

（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。

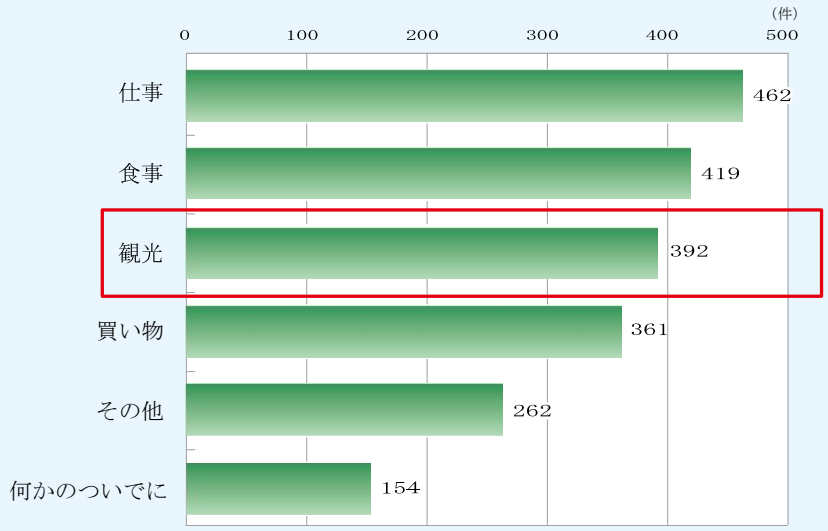
市民の視点では、本市の観光への取組は「認知されている」と「少しは認知されている」を合わせて６７．６％と半数以上が観光への取組に対して認知されています。

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」についで第３位となっています。

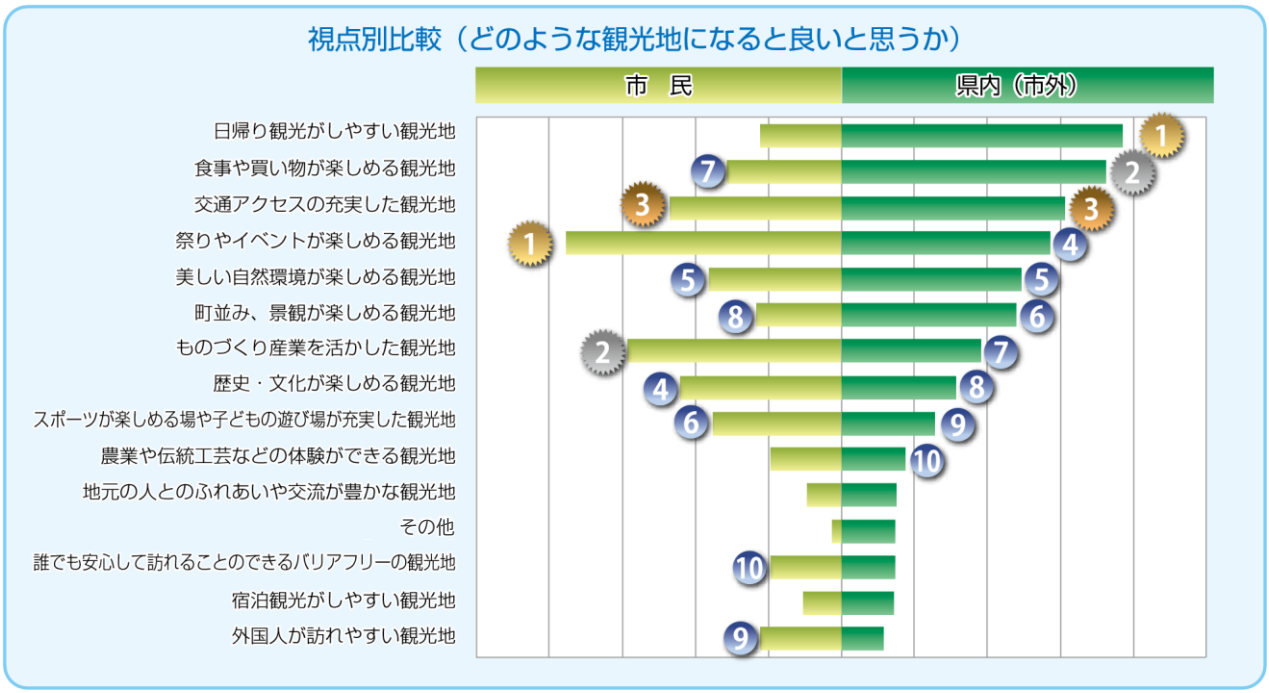
市民の視点（本市の観光への取組の認知度）

	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	０．０％	１	１．３％

市外の視点（東海市を訪れた目的）



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「ものづくり産業を生かした観光地」が上位であり、目線の違いが明らかになりました。



さらに、ＷＥＢやＳＮＳなどを活用して、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。

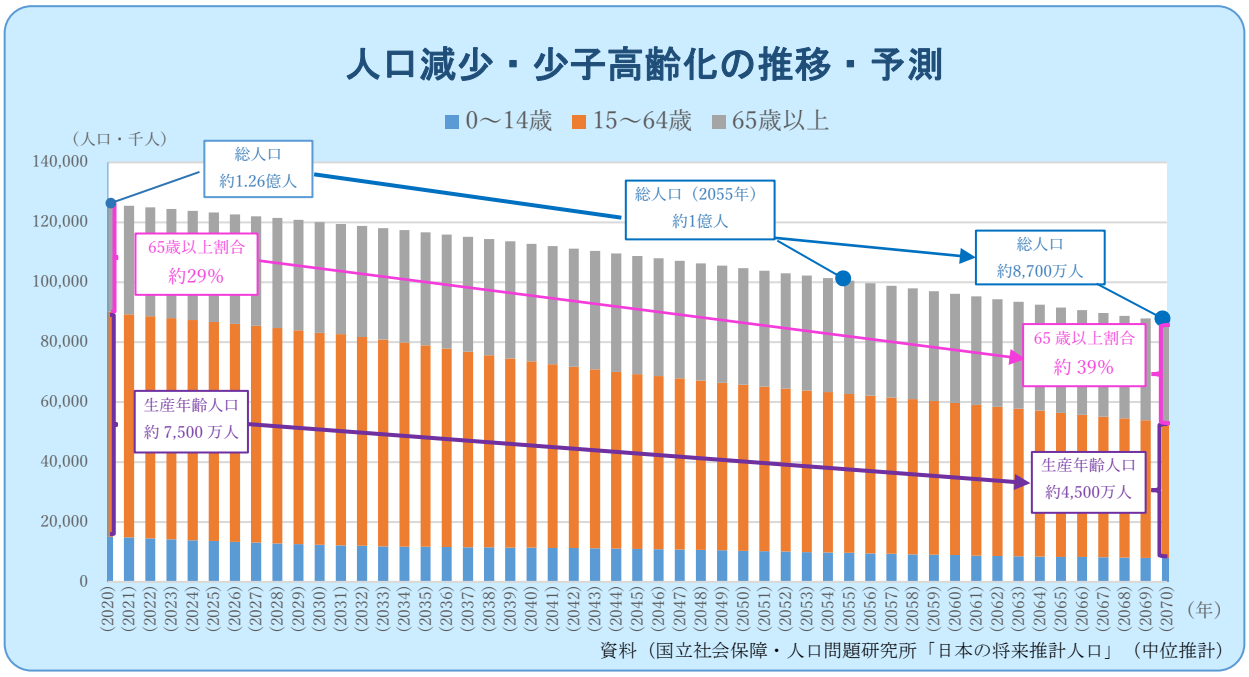
このことから、全国や世界から本市の観光に関して、興味がほとんど示されていないことが分かります。

③ 観光交流の推進に向けた課題

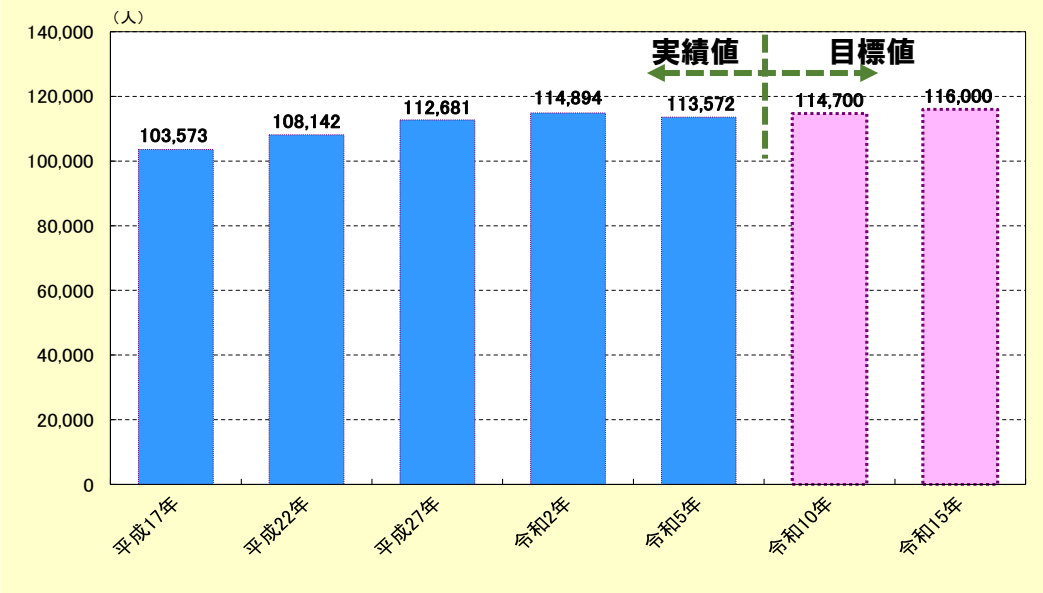
（１）将来的な人口減少

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５年（２０２３年）９月１日現在１億２，４４５万人となっています。

今後も、人口減少が進み、令和３８年（２０５６年）には１億人を割って、９，９５３万人となり、令和５２年（２０７０年）には８，７００万人となると推計されています。



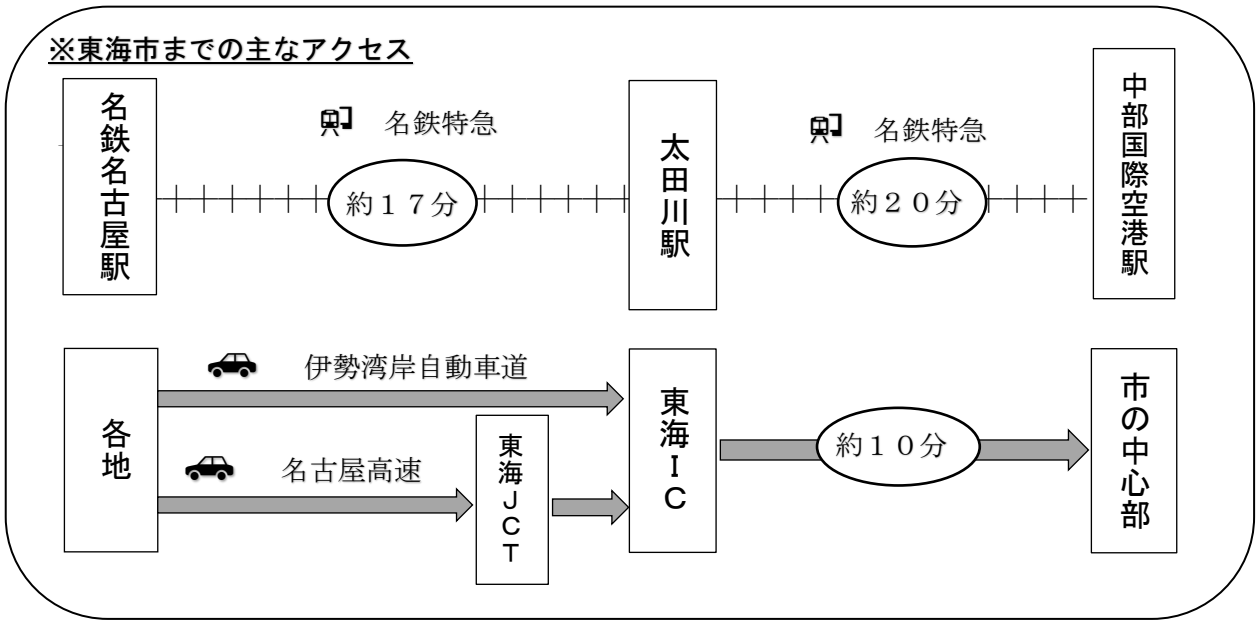
一方、本市では第７次東海市総合計画において令和１５年（２０３３年）の目標人口を１１６，０００人としており、人口増加がしばらく継続するとしているものの、日本全体では人口減少が進んでいるため、今後のまちの活力の維持・向上のためには、各種施策の展開により人口減少を食い止める手立てや、定住人口に代わる交流人口及び関係人口の増加を図っていく必要があります。



資料：第７次東海市総合計画

（２）交通利便性の活用

本市は、公共交通機関で名鉄名古屋駅から約１７分、中部国際空港駅から約２０分の位置にあるとともに、伊勢湾岸自動車道の東海インターチェンジもあり、様々な交通手段で訪れやすい場所に位置しています。また、リニア中央新幹線の東京・名古屋間の開通、西知多道路の高規格化整備や中部国際空港の二本目滑走路の整備などにより、更なる交通利便性の向上が見込まれるため、目的地として選ばれるだけでなく、ホテルが立地している強みを生かして周辺地域を訪れる際の拠点となるなど、本市の立地特性を最大限に生かせるよう観光振興を進めていく必要があります。



※リニア中央新幹線の開通

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・人材等を呼び込みながら、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。

名古屋からの片道４時間到達圏（鉄道利用）

出典：国土交通省

（３）地域資源の発信

これまで、様々な情報発信や市内外のプロモーションを展開してきましたが、第２章２の⑷「観光に対するアンケート」の結果から、「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。

また、本市の主要な観光資源は、桜まつりや花火大会などの年に１度の開催や季節的な制限があるものが中心であることから、今後は、本市の地域資源をブラッシュアップし、恒常的に「見る・遊ぶ・体験する」ことができるコンテンツを加え、効果的に情報発信することで、多くの方に「東海市と言えば〇〇」と連想されるなど、ワクワク感のある観光資源が広く認知されることが必要となっています。

まちづくり応援大使

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した。

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。

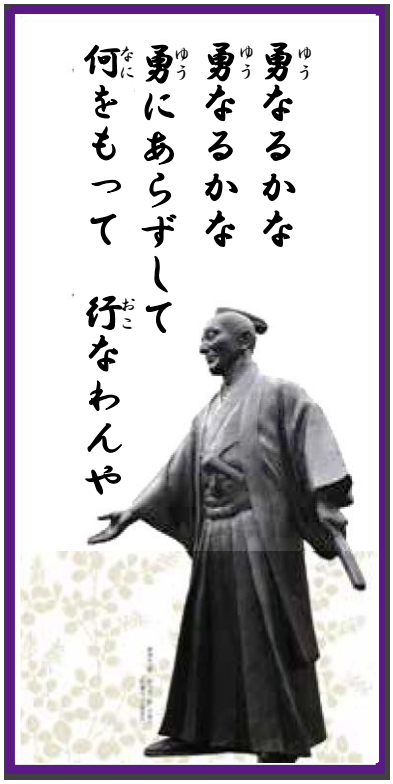
一方で、交流人口の動向が地域社会・経済にもたらす影響や効果は幅広い分野に及んでいます。本市を取り巻く社会・経済環境が変化する中、広域交通ネットワークの結節点である利便性を生かしながら、交流人口の拡大に積極的に取り組んでいくことで、本市の活力向上と地域経済の成長の新たな柱として観光交流分野の振興を進めていきます。

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

～交通の利便性を生かした　観光交流の推進～

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、後期の目標値は、原則、現状値を１０％増加させることとします。

■交流視点

成果指標	前期目標値 2023 年度	現状値		後期目標値 2027 年度
観光地点等入込客数	552,000 人	535,773 人 （2019 年度）※１	→	613,000 人※２
市内宿泊施設の宿泊者数	194,000 人	249,025 人 （2022 年度）	→	274,000 人
１日当たりの鉄道駅乗降客数	59,000 人	54,712 人 （2019 年度）※１	→	60,000 人

※１：新型コロナウイルス感染症の影響により直近の数値が低いため、前期計画期間中の最大値を現状値とする。

※２：（現状値＋（令和４年度もみじまつり＋令和４年度ユウナルステーションへの来客数））×1.1

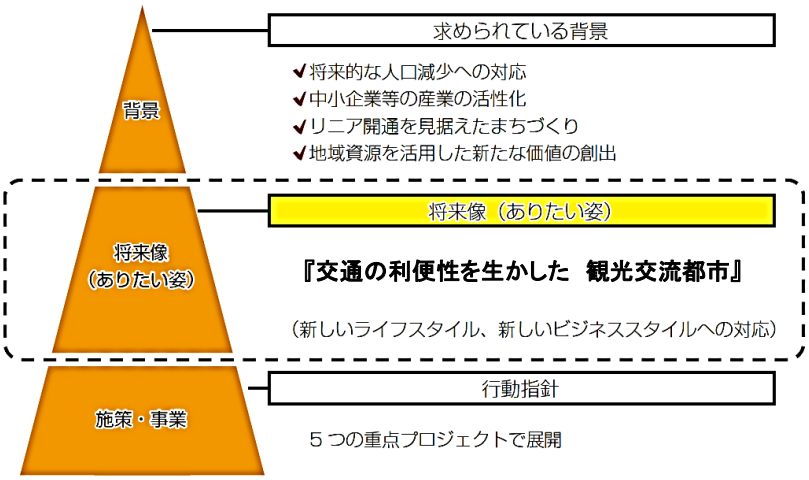
■経済視点

成果指標	前期目標値 2023 年度	現状値		後期目標値 2027 年度
観光消費額	6,980,000 千円	7,881,802 千円 （2022 年）	→	8,670,000 千円
観光物産プラザの販売額	26,000 千円	25,695 千円 （2022 年度）	→	28,200 千円
魅力ある商店や企業が多いと感じている人の割合	44%	44.4% （2022 年度）		
商工業、観光分野でにぎわいが創出されていると思う人の割合		43.7% （2022 年度）	→	47.8% （※総合計画の値を参考に設定）

③ 将来像

（１）観光交流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【後期】

将来像である「交通の利便性を生かした　観光交流都市」を目指し、観光交流の振興を推し進めていくため、後期４年間も、「関係者」と「発信」をテーマとして定めます。

関係者テーマ　「恕（じょ）の心」、おもてなしの広がり

行政・事業者・市民等の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り、おもてなしの心を広げていく。

＜ありたい姿＞

「観光」の視点をもち、まちの活力（産業振興）につながる取組が進められている。

関係者間での連携が広がり、情報の共有が図られている。

観光情報が多様なツールにより、分かりやすく提供されている。

訪れた外国人に、買い物や道案内などサポートしている姿が見られる。

「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でもつないでいきます

発信テーマ　オンリーワンの強みを生かしたプロモーション

差別化を図ることができる独自性のある観光コンテンツを発信していく。

＜ありたい姿＞

高付加価値化された観光コンテンツが、多くのメディアやSNSで取り上げられている。

市民や観光客が、市内の魅力を発信している。

市外でも工場見学や工場夜景などの話題で盛り上がっている。

太田川駅前やホテル周辺では県内外からだけでなく、海外からの観光客を見かける。

（３）エリア別構想

後期４年間も、観光都市としての将来像を実現する上でのエリアを以下の４つに定めます。

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た「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２，３２９件、合計２，７８０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⑷「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。

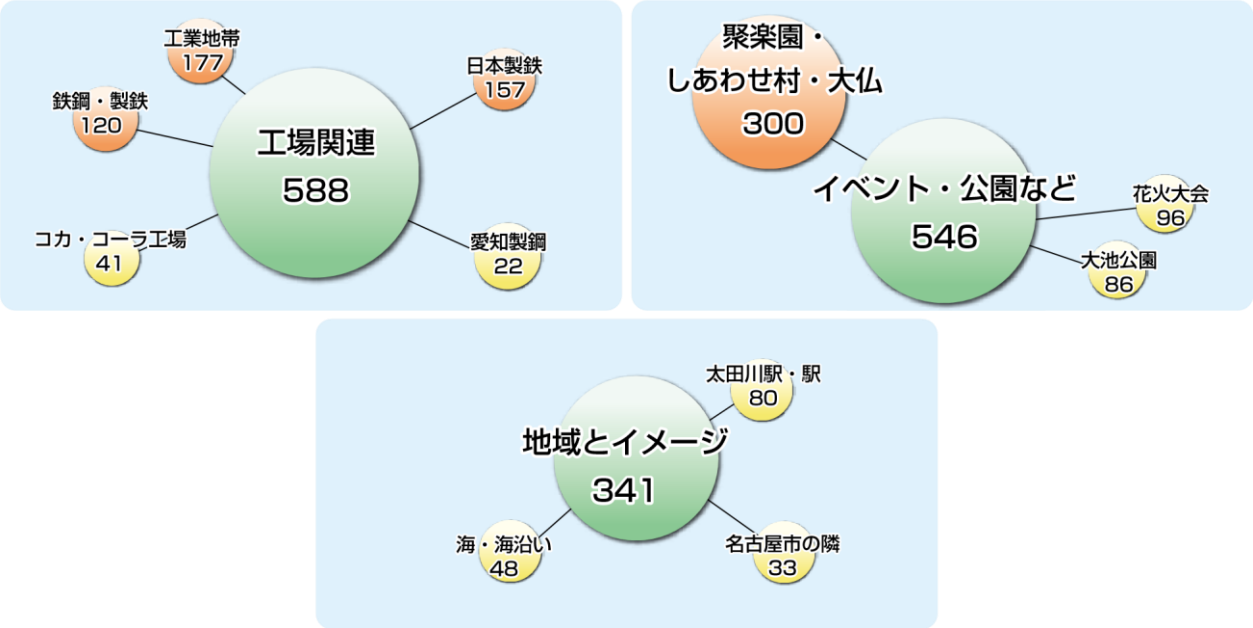
東海市の観光資源になり得ると思うもの、魅力と思うもの

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。

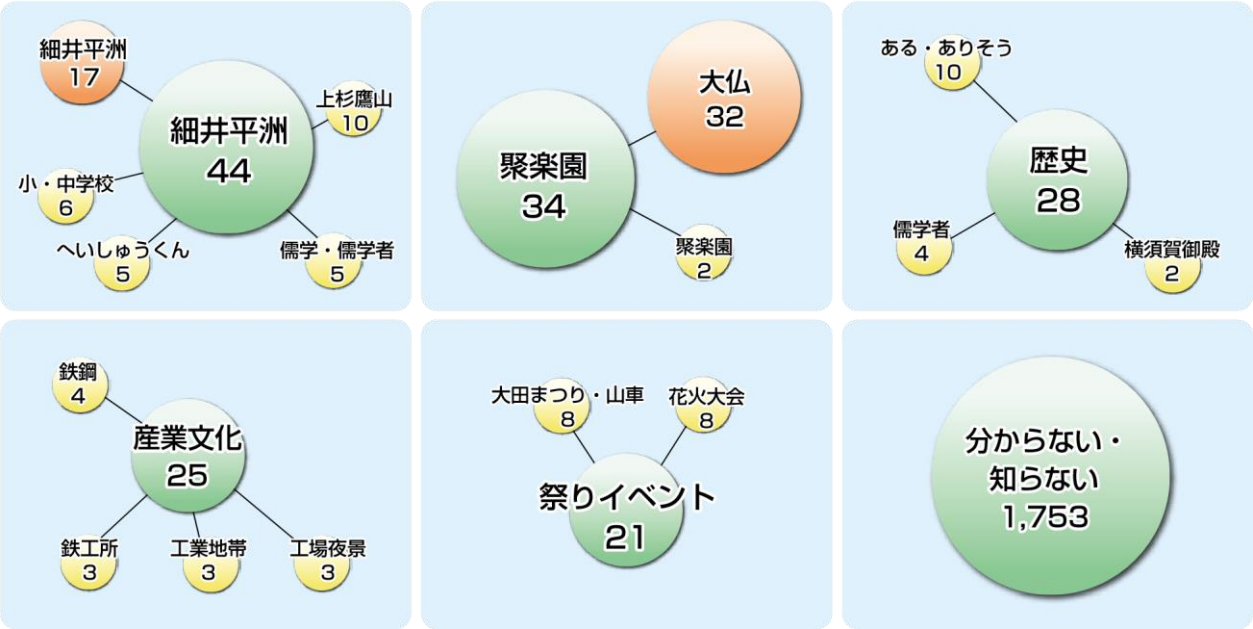
これらをカテゴリに区分すると「工場関連」「イベント・公園」「地域とイメージ」の３つが上位に挙げられました。

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㈱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」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）」から命名され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。なお、令和３年（２０２１年）に文化財建造物として指定されました。

■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きています。

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」

❷ 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」と思っていただける環境を整える。

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

「小さな情報でも発信する」意識を持ち、積極的な情報発信に取り組む。

❸ 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、５つの重点プロジェクトとして取り組んでいきます。

なお、前期４年では、工場夜景クルーズの社会実験を通して、需要の把握や「東海市の工場夜景」の認知度向上を図ることができ、四季イベントでは、「ひかり」の活用やキッチンカー等の設置によ

り、集客向上を図るとともに、新たな取り組みとして聚楽園大仏のライトアップを実施しました。中心市街地では、民間事業者等によるにぎわい創出が進み、農業観光では、新たな収穫体験農園の新規オープンや農作物のブランド化が進められました。

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、個性のある観光資源です。
工場見学・工場夜景が、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なるよう推進していきます。

主な取組内容

●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（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）
●外国人受入環境の整備（多言語案内、通訳、やさしい日本語）

工場見学

工場夜景

令和5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を選択し、ブラッシュアップをしていきます。

主な取組内容

- ●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、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」「ウィ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。
これらのイベントで「ひかり」を活用して魅力を高めるなど、イベントの集客拡大に向けた事業を推進していきます。

主な取組内容

●イベントの質の向上（空間演出、エンターテイメント化）
●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、通訳、やさしい日本語）

桜まつり×七色照明・音楽

花火大会

もみじまつり×ライトアップ

ウィ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

太田川駅西地区を含めた中心市街地において、これまで整備してきた太田川駅前イベント広場や芸術劇場などを活用し、公共と民間事業者等が連携を図るなど、観光客の取り込みにむけた事業を推進していきます。

主な取組内容

●イベントの質の向上（ニーズの把握、新規イベント）
●情報発信の強化（ＳＮＳ活用）
●民間事業者等との連携（飲食店、ホテル、大学）

沖縄フェスティバル(駅西：大屋根広場)

パンマルシェ（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を進めます。

主な取組内容

●特産品の活用（ブランド化、商品の開発）
●受入環境の整備（農業センター、クラインガルテン、収穫体験農園）

いちご狩り(いちご農家)

ファーマーズマルシェ(農業センター)

農業センター×トマト栽培

商品の開発・販売

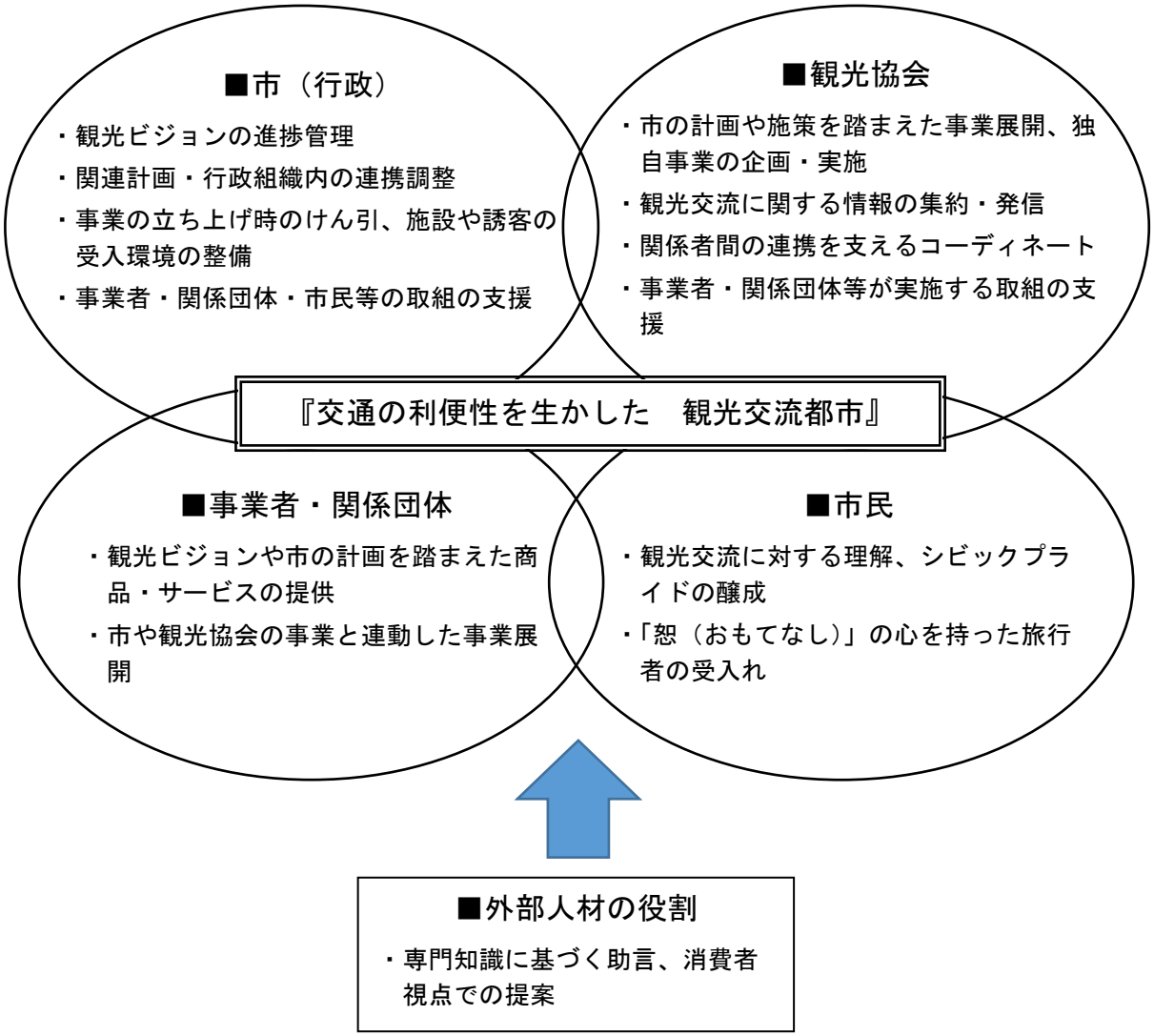
ミカン狩り

第5章 ビジョン推進に向けて

❶ 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「交通の利便性を生かした　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。



❷ 推進体制

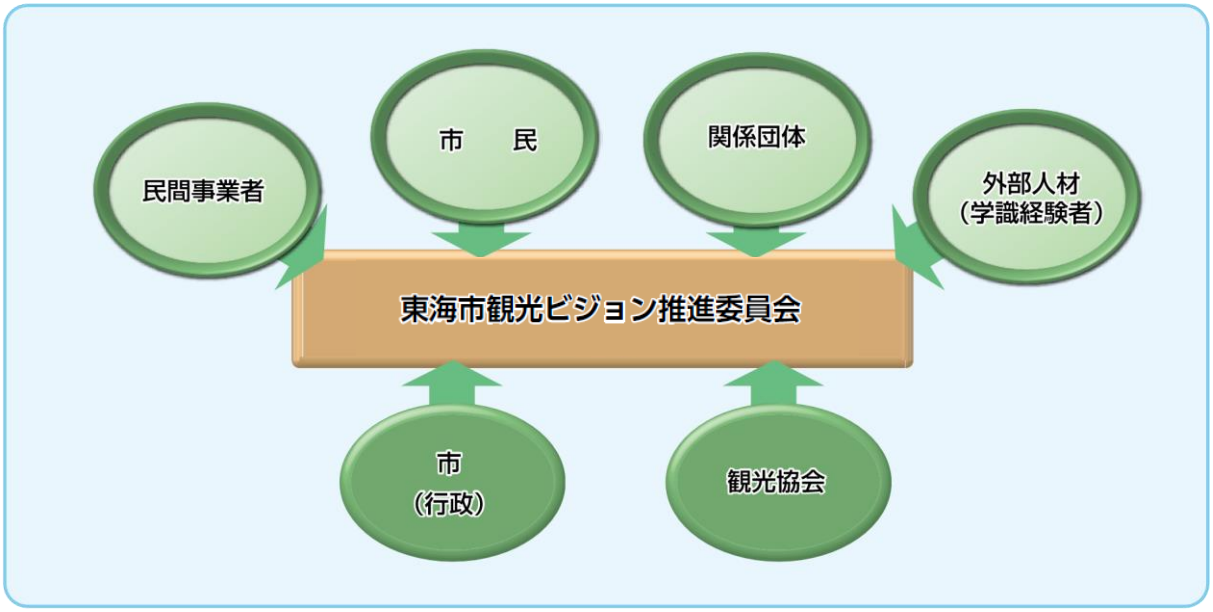
（１）行政内部の連携

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

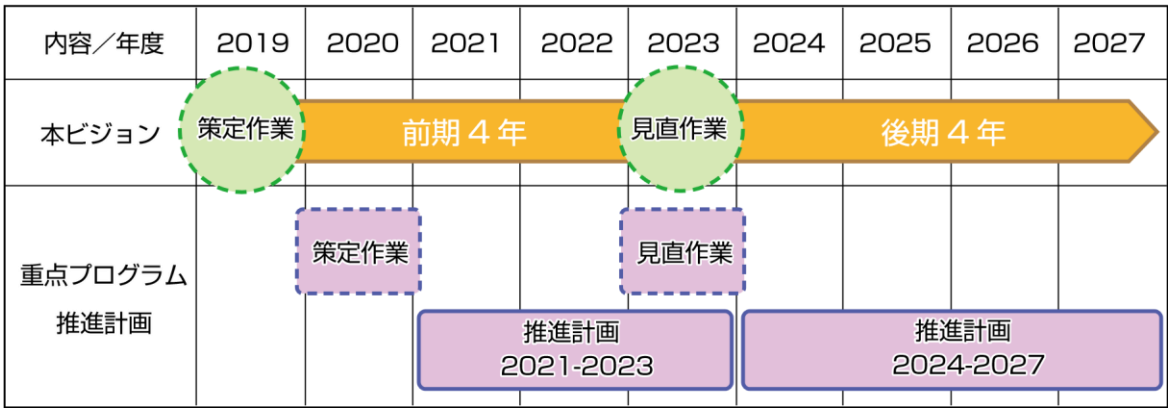
市（行政）に加え、観光に関係する主体や外部の視点を持つ学識経験者等が一体となり、本ビジョンを効果的に推進するため「東海市観光ビジョン推進委員会」を設置しています。

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での協議を行い、本ビジョンで示している主な取組内容を具体化した「重点プログラム推進計画」を策定し、推進しています。



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、東海フラワーショウ、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）、※もみじまつり、※ユウナルステーションへの来客数（4～3 月） ※後期計画から追加 ［第７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、ＡＢホテル東海太田川、ルートイングランティア東海の９施設。新設・増設の場合は追加していく。） ［第７次東海市総合計画 成果指標］
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７次東海市総合計画 成果指標］

■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）
商工業、観光分野でにぎわいが創出されていると思う人の割合	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７次東海市総合計画 まちづくり指標］

【東海市観光ビジョン推進委員会設置要綱】

（目的）

第１条　東海市観光ビジョン（以下「観光ビジョン」という。）の総合的な推進を図るため、東海市観光ビジョン推進委員会（以下「委員会」という。）を設置する。

（所掌事務）

第２条　委員会の所掌事務は、次のとおりとする。

⑴　観光ビジョンの進捗状況の確認及び成果の検証に関すること。

⑵　観光ビジョンの推進に向けた助言に関すること。

⑶　観光ビジョン重点プログラム推進計画の策定に関すること。

⑷　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　委員会は、委員１０人以内で組織する。

２　委員は、次に掲げる者のうちから市長が委嘱する。

⑴　観光業及び観光事業に関わる者

⑵　企業・事業所を代表する者

⑶　学識経験を有する者

（委員の任期）

第４条　委員の任期は、２年とする。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。

【東海市観光ビジョン推進委員会名簿】

委員

	所属団体等	役職等	氏名	備考
◎	日本福祉大学	経済学部教授	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
	㈱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	築波　敬子	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	久野　兼幸	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㈱名古屋製鉄所	総務部部長代理	今井　篤	企業・事業所を代表する者
	東海商工会議所	飲食業部会部会長	高橋　寿征	企業・事業所を代表する者
	サニー農園	代　表	西本　賢史	企業・事業所を代表する者

◎委員長、○副委員長

関係者

所属団体等	氏名
愛知県観光コンベンション局 観光振興課　課長補佐	渡邉　亨介

事務局

所属団体等	役職	氏名
商工労政課　観光戦略室	課長兼室長	池田　富士子
〃	統括主任	下村　和哉
〃	主　事	小野　僚也
〃	主　事	北山　璃奈
東海市観光協会	事務局長	野口　剛規

東海市観光ビジョン

～交通の利便性を生かした　観光交流の推進～

後期計画　令和6年度（2024年度）▶ 令和9年度（2027年度）

令和6年（2024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