

スキルズツアープロジェクト

【現状と課題】

- 1 ツアー参加者がツアーに参加するだけで終わっている→施策①、施策②
- 2 市民にまだ根付いていないコンテンツである→施策③
- 3 情報発信力が弱い→施策④
- 4 広域的な取り組みを実施していない→施策⑤

【後期目標】

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
- ・クルーズ船運航前後の参加者の消費拡大を図る
- ・市内事業者との連携を図り、クルーズに関係する人数を増加させる

【期待される役割】

行政：臨海部企業等との調整、広域連携の強化
観光協会：クルーズ事業の実施、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、来訪者を取り込む方策検討、施策への協力
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
		R7	R8（予定）	
①参加者の受け入れ体制の充実	・ 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	・ 今後の方向性についての検討 ●クルーズ船運航1日2便を10回 ●工場夜景＆花火観賞クルーズの実施 ●クルーズ参加者へガイドブックの配布	・ 今後の方向性についての検討 ●クルーズ船運航1日2便を10回 ●夜景遊覧クルーズ 花火大会開催日限定コースの実施 ●クルーズ参加者へガイドブックの配布	行政 観光協会
②事業者との連携	・ 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）	・ 臨海部企業等との工場見学における連携 ●工場見学とセットにしたクルーズの実施 ●工場見学受入れ企業の開拓	・ 臨海部企業等との工場見学における連携 ●工場見学とセットにしたクルーズの実施 ●200m集合煙突ライトアップ実証実験 ●工場見学受入企業の開拓(R8 新規受入 カゴメ株式会社上野工場)	行政 観光協会 事業者
③シビックプライドの醸成	・ ポスターの配布（市民・市内事業者等） ・ 市民ガイドの育成・市民への周知	・ 市民へのポスターの配布 ●工場夜景ポスターの作成及び配布	・ 市民へのポスターの配布 ●工場夜景ポスターの作成及び配布 ・ 広報周知の強化 ●太田川駅前デジタルサイネージでの動画放映（市民への周知認知拡大）	行政 観光協会 事業者
④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	・ 他団体と連携した情報発信 ●テレビ愛知「工場へ行こう」とタイアップし、番組内告知・CM告知、VISIT 愛知県での募集 ●飛島村と共同でのクルーズPR ・ チラシの作成 ●工場夜景ポスター及びクルーズのチラシの作成 ・ 効果的な情報発信の検討、実施 ●SNS での情報発信	・ 他団体と連携した情報発信 ●テレビ愛知「工場へ行こう」とタイアップし、番組内告知・CM告知、VISIT 愛知県での募集 ●ちたまる Navi 掲載（知多半島への周知認知拡大） ●飛島村と共同でのクルーズPR ・ ポスター、チラシの作成、近鉄名古屋駅コンコースにポスター掲出 ●工場夜景ポスター及びクルーズのチラシ、ポスターの作成 ・ 効果的な情報発信の検討、実施 ●SNS での情報発信	行政 観光協会 事業者
⑤広域連携の強化	・ 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	・ 全国工場夜景都市協議会への参加及び連携 ●総会、サミットへの参加、各都市でのポスター等の掲示	・ 全国工場夜景都市協議会への参加及び連携 ●総会、サミットへの参加、各都市でのポスター等の掲示	行政 観光協会

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①
- 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②
- 3 市民に観光資源という意識がない→施策③
- 4 情報発信力が弱い→施策④
- 5 広域的な取り組みを実施していない→施策⑤

【後期目標】

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
		R7	R8（予定）	
①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	・ 観光資源の活用見直し ・ もみじまつりのライトアップコンテンツ充実（東浦竹灯籠の会の協力）	・ 観光資源の活用見直し ・ もみじまつりのライトアップコンテンツ充実（東浦竹灯籠の会・東海青年会議所の協力）	行政 観光協会
②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 ・ 中国語簡体字版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 ・ 英語版、中国語繁体字版・韓国語版の観光パンフレットの作成 ・ 景観等の整備	行政 観光協会
③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 ・ イベントに連動したワークショップの実施 紅型染めトートバッグ作り（沖縄フェスティバル） 竹灯籠づくり（もみじまつり） 桜とお花のレジンコースター作り（桜まつり） ・ 写真コンクールの開催	・ ユウナルステーションを活用した観光展の実施 ・ イベントに連動したワークショップの実施 オリジナルＴシャツ作り（沖縄フェスティバル） 桜の苔玉作り（桜まつり） ・ 写真コンクールの開催	行政 観光協会
④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の強化	・ SNS を活用した情報発信の強化 ・ 市内大学留学生への周知・認知拡大 ・ 愛知・名古屋 2026 大会文化プログラムを活用した情報発信	行政 観光協会
⑤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 ・ 大阪万博・ツーリズム EXPO（常滑で開催）での出展	・ 知多半島観光圏協議会での情報共有 ・ ツーリズム EXPO（東京で開催）での出展	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①
- 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②
- 3 広域的な取り組みを実施していない→施策③
- 4 情報発信力が弱い→施策④
- 5 事業者との連携が図られていない→施策⑤

【後期目標】

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
		R7	R8（予定）	
①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（有料観覧席の設置） ・もみじまつり（ライトアップエリアの拡充） 竹灯籠エリア開始 ・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（有料観覧席及び有料駐車場（新規）の設置） ・もみじまつり（ライトアップエリアの見直し）カラー竹灯籠開始 ・観光イルミネーションの魅力向上化	行政 観光協会
②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
③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及び連携事業の検討	・知多半島観光圏協議会での情報共有及び連携事業の検討	行政 観光協会
④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の強化 ・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の強化 ・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
⑤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 ・メーリングリストの活用	・宿泊事業者や飲食店等との連携の検討 ・メーリングリストの活用	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①
- 2 民間事業者と連携した取り組みが少ない→施策②
- 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③
- 4 情報発信力が弱い→施策④

【後期目標】

- ・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
		R7	R8（予定）	
①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して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 ・既存イベントのブラッシュアップや新規イベントの検討	・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・大道芸イベント等のイベント開催 ・既存イベントのブラッシュアップや新規イベントの検討	行政 事業者
②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 ・上記イベント開催時に適宜連携	・まちづくり公募イベントの実施 ・上記イベント開催時に適宜連携	事業者
③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
④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の強化及び SNS 登録者（フォロワー）の増加促進	・SNS を活用した情報発信の強化及び SNS 登録者（フォロワー）の増加促進	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①
- 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②
- 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③
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③
- 4 特産品を活かした商品、お土産品などが少ない→施策④
- 5 情報発信力が弱い→施策⑤
- 6 市民への周知があまりされていない→施策⑥

【後期目標】

東海市観光ビジョン 重点プロジェクト推進計画

- ・「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
- ・収穫体験ができる農園等との連携を推進する

【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
		R7	R8（予定）	
①農業センター等の整備	・ 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 ・ 受電設備の更新 ・ 「トライアル・サウンディング」の実施	・ 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 ・ 「トライアル・サウンディング」の実施	行政 市民 事業者
②農作物の産地強化 ブランド化の推進	・ 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、かんきつ夕焼け姫みかんなど）	・ かんきつ「夕焼け姫」の栽培調査研究 観光物産プラザ・市内事業者での販売	・ かんきつ「夕焼け姫」の栽培調査研究 観光物産プラザ・市内事業者での販売	行政 事業者
③農業体験等観光コンテンツ の開発	・ 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） ・ 収穫体験に向けたかんきつ夕焼け姫みかん、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、みかん、玉ねぎなど）	・ トマト展示温室の活用 ・ 農業収穫体験の研究 （ミニトマト、みかん、玉ねぎなど）	行政 市民 事業者
④地産地消の推進	・ 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 ・ 生産者と連携し、かんきつ「夕焼け姫」を用いた新商品の検討 ・ 市内協力者と連携し、養液・炭酸ガス栽培で収穫したトマトを活用したコラボ商品の開発	・ 市内農産物を生かしたマルシェ開催 ・ 生産者と連携し、かんきつ「夕焼け姫」を用いた新商品の検討 ・ 市内協力者と連携し、養液・炭酸ガス栽培で収穫したトマトを活用したコラボ商品の開発	行政 市民 事業者
⑤情報発信の強化	・ マーケティング調査等を活用した SNS での効果的な情報発信 ・ 市外での出張 PR（ホテル等）	・ とまとキッチンカーを活用した PR ・ イベント時の夕焼け姫 PR	・ とまとキッチンカーを活用した PR ・ イベント時の夕焼け姫 PR	行政 市民 事業者
⑥シビックプライドの醸成	・ 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 ・ 親子農業体験・子ども野菜教室の開催 ・ 夕焼け姫収穫ボランティアの募集	・ 各種事業への参加及び情報発信等 ・ 親子農業体験・子ども野菜教室の開催 ・ 夕焼け姫収穫ボランティアの募集	行政 市民 事業者