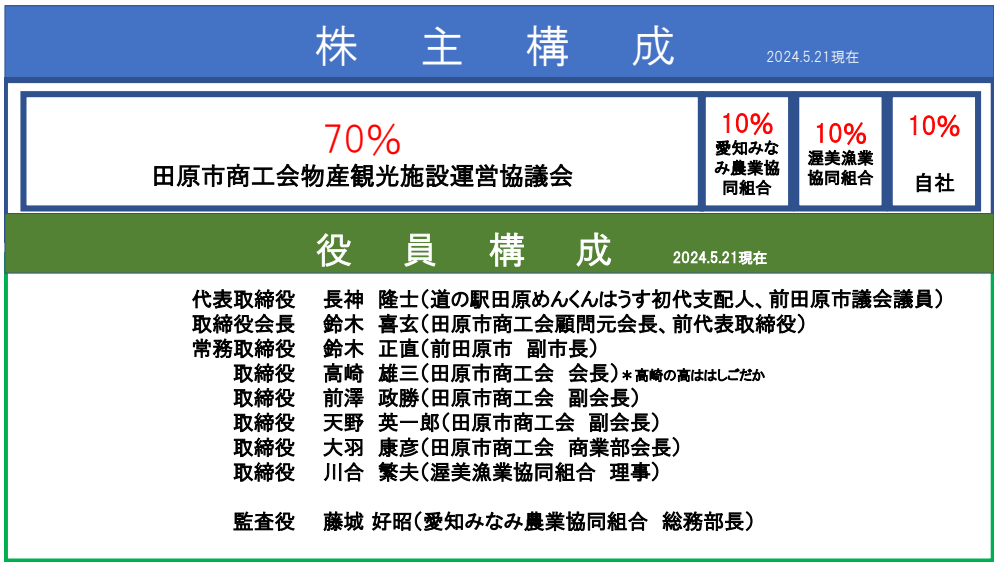
観光地域づくり法人形成･確立計画

記入日：令和 7 年 7 月 30 日

１．観光地域づくり法人の組織

申請区分 ※該当するものを〇で囲むこと	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。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経て、令和 7 年 5 月専務取締役に就任。
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） 冨田 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。令和 7 年 5 月より統括駅長を兼任。
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。	

様式１

	［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）
連携する事業者名及び役割	**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㈱、豊鉄観光バス㈱、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
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	（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。  （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。

様式１

＜田原市農泊推進協議会＞

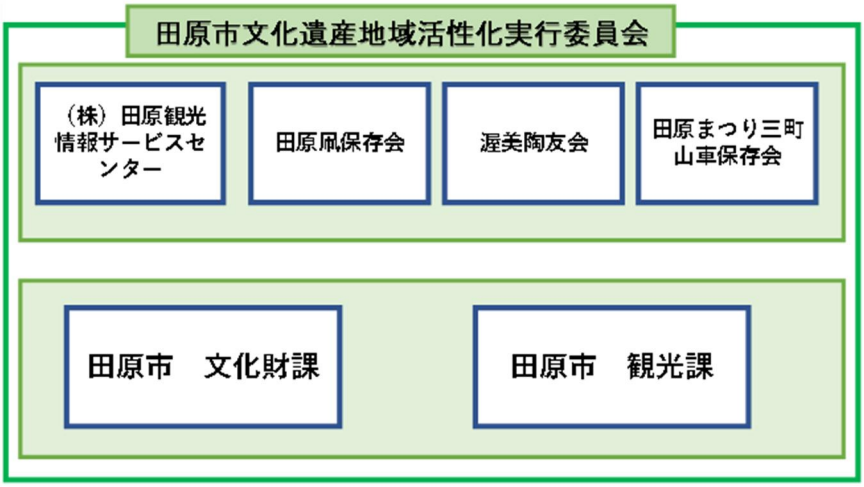
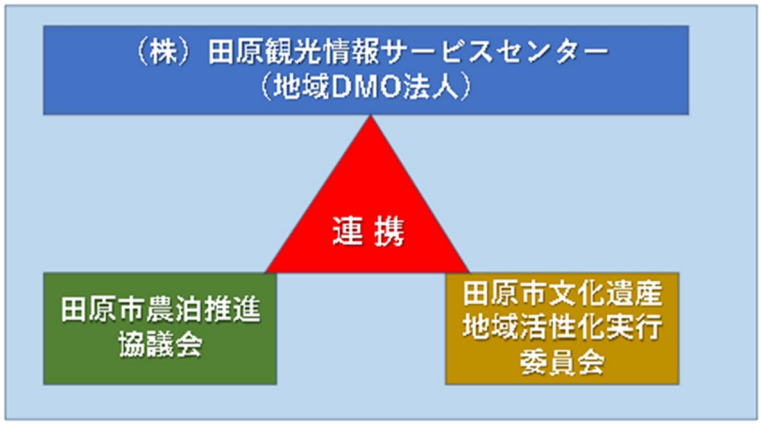
令和５（2023）年 3 月、当 DMO 法人ＣＭＯである長神利行を会長として設立。協議会の事務局は、㈱田原観光情報サービスセンターが担う。

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。

田原市農泊推進協議会の役員、参加団体は下図の通り。

様式１

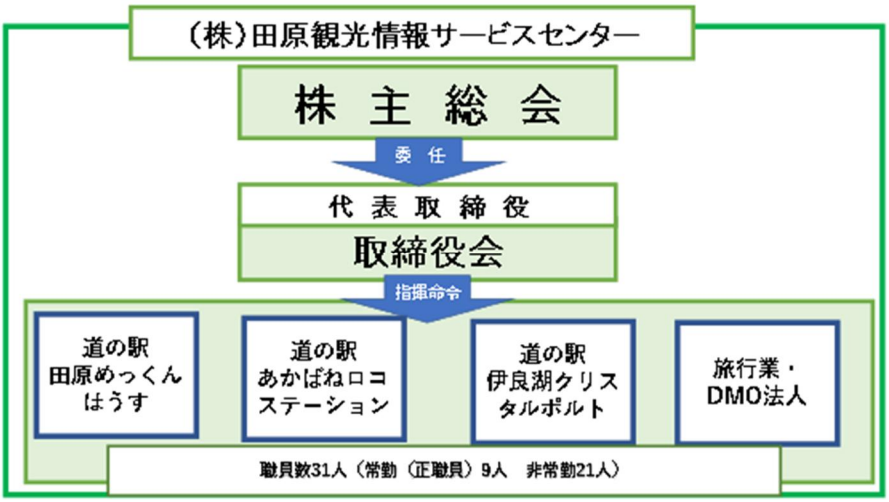
	＜田原市文化遺産地域活性化実行委員会＞ 令和４（2022）年 3 月、当 DMO 法人ＣＭＯである長神利行を会長として設立。協議会の事務局は、㈱田原観光情報サービスセンターが担う。 田原市の文化財の活用を通じて文化財の保護と地域活性化を果たすのが目的。総会を含め、年に３回程度の会議を開催し、持続可能な連携を図っている。 田原市文化遺産地域活性化実行委員会の参加団体は下図の通り。  地域 DMO 法人である（株）田原観光情報サービスセンターを核として、田原市農泊推進協議会と田原市文化遺産地域活性化実行委員会のトライアングル体制で官民･産業間･地域間との持続可能な連携を図るための合意形成を図っている。  ■田原市との調整会議 ＤＭＯを維持発展させるため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に開催している。
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	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」として清水慎一氏（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

様式１

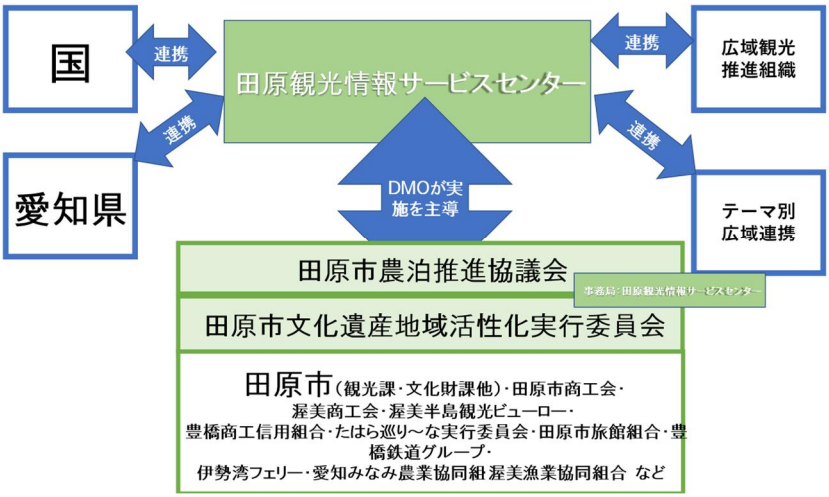
	に対する観光地域づくりに関する意識啓発・参画促進に取組んでいる。　尚、令和６年度以降は、（株）田原観光情報サービスセンターが、田原市から田原市観光まちづくり実践塾の運営を受託実施している。
法人のこれまでの活動実績	**【活動の概要】** （株）田原観光情報サービスセンターは、平成３年８月に、田原市商工会物産観光施設運営協議会、田原町農協（現愛知みなみ農業協同組合）、渥美漁業協同組合の三者が出資して資本金１，０００万円で設立された。設立の目的は「観光情報サービスセンター」として平成３年から建設を開始し、平成４（1992）年４月にオープンした現在の道の駅田原めっくんはうすの運営を田原町（現田原市）から委託を受けて運営することだった。 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。 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。 「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。 道の駅あかばねロコステーション 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１１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 ■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。 「花ｘミツバチｘ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。 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 ■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。 「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。 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. 凧の学校はやぶさ運営事業 4. 田原凧・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 ■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。 ■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。 「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。

	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「凧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.田原凧・祝い舞うプロジェクト 6.子ども凧まつり開催事業 7.渥美窯展示会・講演会 ■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。 以下の 7 つの事業を実施。 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　″ ■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 ■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。 ■令和 6 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。 ・渥美半島おもてなしガイド養成事業） ・渥美窯から学ぶ作陶プロジェクト渥美窯講習会事業 ・凧の学校はやぶさ 夏休み凧の教室開催事業　８日間 ・渥美半島文化遺産スタンプラリー ・田原凧保存会公式 HP の維持管理 ・田原市民まつりへの出展 ・田原まつり会館の周知も目的とした田原凧の普及イベントの開催 ・子ども凧まつり開催事業 ・田原凧の絵本製作事業 ・田原まつりへの地域外からの参加を検証するモニターツアーの実施。日帰りツアーを２回。 ・「からくり山車三台」総合活用推進計画策定、 ・旅行業者用田原まつり活用マニュアル策定、田原祭り紹介リーフレット制作、外部参加者用法被の制作 ■令和　6 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 ・訪日外国人を対象とした農泊モニターツアーの実施 ・農泊用 WEB サイトの多言語化 ・インバウンド用 PR 配信映像作成 ・魚貝の押し寿司の PR 活動（試食販売会の実施） ・農泊商品の販売促進・PR ・魚貝の押し寿司のブラッシュアップ事業　訪日外国人にも魅力あるものとする

	ためのパッケージの作成など （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。 【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。令和６年度に地域ＤＭＯ法人㈱田原観光情報サービスセンターにおける安定的な財源確保のための計画を策定。安定的な財源確保のための計画を第一義としながらも、財源確保・開発のために実施する事業として 5 事業＊を明示。今後は、明確はこのコンセプトに沿いながら、必要なデータの取得・データ解析を優先的に実施する。
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】** 

【実施連携図】
地域の主なステークホルダーのほぼすべてとつながっている。



２．観光地域づくり法人がマネジメント・マーケティングする区域

【区域の範囲が分かる図表を挿入】

【区域設定の考え方】
平成１７年１０月に旧田原市が渥美町を編入し、現在の田原市となり、以降一自治体として歩んできている。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 5～8km 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（Wikipedia より）。以上から地理的にも海に囲まれており独立性が高く、観光まちづくり法人の区域としてふさわしいと考える。
令和 4 年 4 月には、伊良湖温泉が開湯し、自然、食、花、果物狩り、地域文化、スポーツなど田原市の観光資源の魅力が加わり、年々観光の魅力は充実している。

【観光客の実態等】
田原市の観光入込客数は、コロナ前までは概ね年間約 300 万人前後で推移していたが、コロナの影響を受け、令和２年から令和４年の 3 年間は 200 万人強に減少していた。令和６年も約２４７万人となり回復基調にはあるが、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 万人が近年のピークで、コロナ前では約 28 万人 前後、コロナ禍

においは、20 万人を切るなど、長期間下火傾向にあったが、令和５年は 25.7 万人、令和６年は 33.1 万人となった。
　訪日外国人は、令和元年には、5,587 人あった外国人宿泊人数が令和６年でも 1,379 人となっており、外国人宿泊者数を増やす施策をとる必要がある。

　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。

旅程	域内／域外宿泊	構成比
日帰り	*****	63.0%
1泊	域内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%
	2泊宿泊地不明	****
3泊以上	*****	5.1%

○田原市への訪問は日帰りが多く（63.0%）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。

○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）。

宿泊地

順位	市町村	構成比
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%

域内宿泊構成比	51.8%
域外宿泊構成比	48.2%

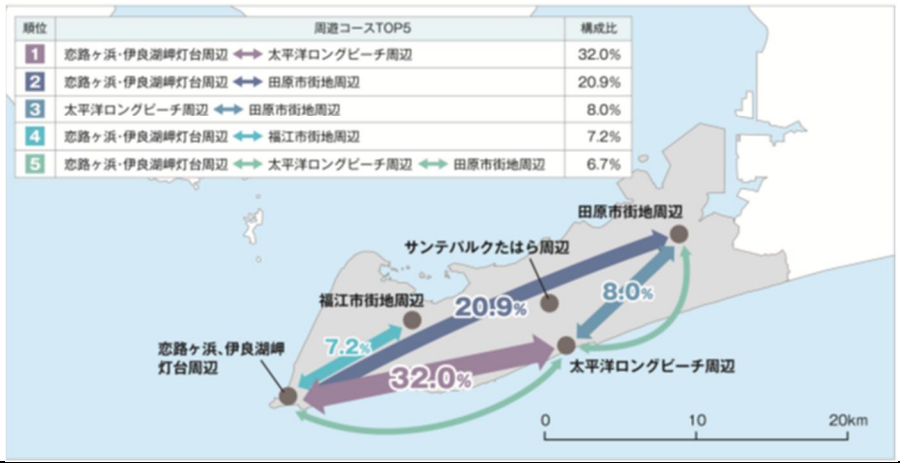
○回遊率の低さ（訪問か所の少なさ）も田原市内に宿泊しない理由の一つになると考えらる。1 回の来訪で複数の地点を回遊してもらう工夫が必要。また、田原市内に宿泊される人は 10～49 歳の女性が多いため、この年齢層へのアプローチが重要になる。

年度別宿泊者数（単位：人）

年度	入込客数
平成23	324,121
平成24	285,785
平成25	290,147
平成26	286,519

田原市来訪者の周遊の状況

順位	周遊コースTOP5	構成比
1	恋路ヶ浜・伊良湖岬灯台周辺 ⇔ 太平洋ロングビーチ周辺	32.0%
2	恋路ヶ浜・伊良湖岬灯台周辺 ⇔ 田原市街地周辺	20.9%
3	太平洋ロングビーチ周辺 ⇔ 田原市街地周辺	8.0%
4	恋路ヶ浜・伊良湖岬灯台周辺 ⇔ 福江市街地周辺	7.2%
5	恋路ヶ浜・伊良湖岬灯台周辺 ⇔ 太平洋ロングビーチ周辺 ⇔ 田原市街地周辺	6.7%



＊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無かったが、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。

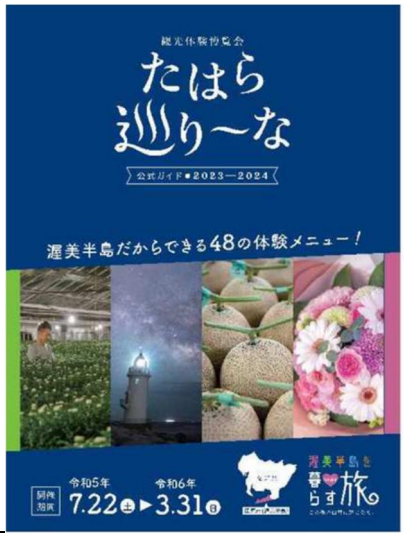
【観光資源：観光施設、商業施設、自然、文化、スポーツ、イベント等】
　田原市は渥美半島の大部分を占める自治体である。渥美半島は東西 50km・南北５−８km と東西に長く、標高 200-300m の山地塊、洪積台地、沖積低地からなる。全体的に洪積台地である太平洋側が高く、三河湾に向かって徐々に低くなる。渥美半島の南西端には伊良湖岬がある。このような特徴的な地理環境から近隣地域にはない景観を有し多くの観光客を呼び寄せている。
また、渥美半島の南西は伊良湖水道を挟んで志摩半島がある。古くから伊勢神宮とのつながりが深い地域でもあり、歴史・文化にその影響がみられる。

＊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	**自然**	**文化･名物　祭事･催事**
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 渡辺崋山幽居跡 **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	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	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、トルコぎきょう、ポインセチア、きぬあかり、さつま芋

＊愛知県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２０ｋｍ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などはなく、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）** ・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）** ・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）** ・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）（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	**脅威（Threat）** ・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 ・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）

	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	

（３）ターゲット

〇第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

〇選定の理由
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	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%

〇取組方針
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。

〇第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

〇選定の理由
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
〇取組方針
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。

〇第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

〇選定の理由
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。
〇取組方針
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。

〇第４ターゲット層
台湾からの訪日旅行者

〇選定の理由
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、地域の日常の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。
＜関係する主な調査＞
観光庁「訪日外国人消費動向調査」等
〇取組方針
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で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。

〇第５ターゲット層
団体バスツアー利用客

〇選定の理由
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。
＜関係する主な調査＞
旅行業者ヒアリング調査から

・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。

〇取組方針
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、その利便性を高める努力を常に続ける

様式１

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　〇田原市来訪者の全体傾向の把握　〇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	基本理念：地域を誇り人が輝く 観光によるまちづくり 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
②コンセプトの考え方	「**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。 「**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。

	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げます。 ※（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。 ＊　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。

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。	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。 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。 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。
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	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。
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	（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。

※各取組について、出来る限り具体的に記入すること。

６．ＫＰＩ（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ＫＰＩ

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
●旅行消費額（百万円）	目標	－	－	19,637	26,053	26,815	29,949
		（－）	（－）	（196）	（260）	（268）	（299）
	実績	－	17,884	19,261	24,703		
		（－）	（－）	（－）	（－）		
●延べ宿泊者数（千人）	目標	－	－	400	420	441	463
		（－）	（－）	（6）	（7）	（8）	（10）
	実績	181	241	257	331		
		（0.017）	（0.012）	（1.247）	（1.379）		
●来訪者満足度（％）	目標	－	－	100	100	100	100
		（－）	（－）	（－）	（－）	（－）	（－）
	実績	－	99.2	89.0	94.0		
		（－）	（－）	（－）	（－）		
●リピーター率（％）	目標	－	－	80	80	80	80
		（－）	（－）	（－）	（－）	（－）	（－）
	実績	－	76.8	72.8	74.0		
		（－）	（－）	（－）	（－）		

※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値（尚、コロナ禍以降外国人旅行者が少なく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）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と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。

・・・

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たっても、（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ＫＰＩの項目設定をした。①３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。

・・・

様式１

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）**	**（円）** **542,594,648**	（円） 【収益事業１道の駅の運営】516,025060 【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）**	**（円）** **602,019,923**	**（円）** 【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）**	**（円）** **600,833,774**	**（円）** 【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 **（実績）**	**（円）** 565,417,231	**（円）** 【収益事業１道の駅の運営】527,649,291 【収益事業２旅行業】1,885,170 【国からの補助金】23,131,052 【都道府県からの補助金】0 【市町村からの補助金】200,000 【公物管理受託】　12,551,718
2025（Ｒ７） 年度 **（見込み）**	**（円）** **802,473,000**	**（円）** 【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）	**（円）** **834,572,000**	**（円）** 【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 （実績）	（円） **559,737,749**	（円） 【売上原価】382,376,958 【一般管理費】176,360,791 【情報発信・プロモーション】 国内：1,000,000　海外：0
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。

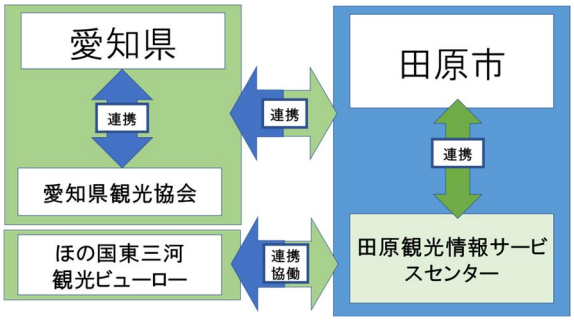
８．観光地域づくり法人形成・確立に対する関係都道府県・市町村の意見

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㈱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によって効率的・効果的な活動の遂行ができる。

様式１

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	折戸　裕美
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

（登録）【地域DMO】株式会社田原観光情報サービスセンター

様式２

記入日：　令和7年7月30日

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】（R6年度）
　収益事業（道の駅売上）：5億2,764万円、
　収益事業（旅行業）：1,885万円、国からの補助金：2,313万円
【総支出】（R6年度）
　売上原価：3億8,237万円、一般管理費：1億7,636万円、
　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）

※（　）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	－（－）	－（－）	19,637（196）	26,053（260）	26,815（268）	28,339（283）
	実績	－（－）	17,784（－）	19,261（－）	24,783（－）	―	―
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）	331（1.389）	―	―
来訪者満足度（%）	目標	－（－）	－（－）	100（－）	100（－）	100（－）	100（－）
	実績	－（－）	99.2（－）	89.0（－）	94.0（－）	―	―
リピーター率（%）	目標	－（－）	－（－）	80（－）	80（－）	80（－）	80（－）
	実績	－（－）	76.8（－）	72.8（－）	74.0（－）	―	―

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した地域内連携強化
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