

観光地域づくり法人形成・確立計画

記入日: 令和6年7月16日

1. 観光地域づくり法人の組織

申請区分	広域連携DMO・地域連携DMO・ <u>地域DMO</u>	
観光地域づくり法人の名称	(一社)蒲郡市観光協会	
マネジメント・マーケティング対象とする区域	愛知県蒲郡市	
所在地	愛知県蒲郡市元町1-3 蒲郡市観光交流センター内	
設立時期	令和4年9月30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	13人【常勤7人(正職員5人・出向等2人)、非常勤6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) 杉山 和弘 (出身組織名) (株)明山荘	本協会の代表理事・会長 ホテル明山荘の代表取締役社長であり蒲郡商工会議所観光部会部会長でもある。また、蒲郡市観光ビジョン委員会副委員長でもある。 宿泊業を通して観光推進諸事業に尽力し、地域におけるパイプ、人脈をもっており、様々な取組で成果を挙げている。
組織責任者 (CEO:チーフ・エグゼクティブ・オフィサー) プロモーション責任者を兼務	(氏名) 森 隆 司「専従」 (出身組織名) 蒲郡市観光協会	本協会の専務理事 JTBにて商品造成、支店長を経て令和1年4月から(一社)西尾市観光協会専務理事に就任しDMOの推進、組織運営、旅行商品造成、プロモーション、マーケティング、インバウンド業務等に従事し、令和5年4月より現職。本組織の中核となり、官民連携で観光振興事業を推進している。
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) 旅行商品造成の責任者を兼務	(氏名) 高井 知明「専従」 (出身組織名) (株)JTB	本協会の常務理事 JTBにて商品造成、支店長を経て平成30年(一社)美しい伊豆創造センターに出向しCMOとしてDMOを推進し、令和3年4月より現職。本組織のマーケティング、観光コンテンツ・旅行商品の造成およびプロモーションを担い、この分野について高い知見と能力を持つ。

<p>財務責任者 (CFO:チーフ・ フィナンシャル・ オフィサー)</p>	<p>(氏名) 鹿野 公朗「専従」 蒲郡市観光協会</p>	<p>本協会の事務局長 平成27年12月から事務局長として財務全般を担っており、総務・経理に高い能力を持つ。 周辺市町との協議会において観光ルートやツアー・体験メニューの開発やイベント開催などの事業を推進する検知を有している。 その他スポーツツーリズムの推進や、市民からなる蒲郡シティセールス推進協議会の事務局を担い官民連携の観光推進を実施している。</p>
<p>連携する地方公共団体の担当部署名及び役割</p>	<p>蒲郡市 観光まちづくり課(ロケ地誘致、シティセールス、海外プロモーション 国内プロモーション、祭りイベントの開催、誘客) 産業政策課(産業の振興活性化、商店街の振興) 農水振興課(蒲郡みかん、蒲郡産の魚のブランド化推進、生産者との連携) 交通防犯課(地域公共交通の利用促進) 協働まちづくり課(国際交流協会の運営、市民団体の活動推進) 企画政策課(まち・ひと・しごと創成総合戦略・サーキュラーシティ推進) スポーツ振興課(トライアスロン、健康マラソン、ヨット競技の推進) みなとみらい課(クルーズ客船誘致・受入) 東港地区開発推進室(東港地区まちづくりビジョン) 愛知県(観光局)および愛知県観光協会ならびに愛知発酵食文化振興協議会 他市町との広域観光 GOGO三河湾協議会(下記市町・観光協会) (蒲郡市、西尾市、田原市、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との連携(下記市町・観光協会・商工会議所) (蒲郡市を含む東三河一体の市町の観光の推進、宣伝、誘客) MIKAWA de 遊び 100 実行委員会(下記市町・観光協会) (東三河+岡崎、西尾、南知多の市町の体験型観光の推進、宣伝、誘客)</p>	
<p>連携する事業者名及び役割</p>	<p><広域観光振興> 三河観光 GON (蒲郡市、岡崎市、西尾市、幸田町の商工会議所と観光協会と観光推進・宣伝) GOGO三河湾協議会・一社)ほの国東三河観光ビューロー・MIKAWA de 遊び 100 実行委員会は上述 <蒲郡市内の観光及び宿泊振興> 三谷温泉観光協会、蒲郡観光協会、形原観光協会、西浦観光協会 愛知県ホテル旅館生活衛生同業組合、三谷温泉旅館組合、蒲郡温泉旅館組合、形原温泉旅館組合、西浦温泉旅館組、ラグーナベイコート倶楽部 <商工業の振興> 蒲郡商工会議所、蒲郡信用金庫</p>	

	<p><地域資源の活用：物産商品開発、着地型旅行商品造成など> 蒲郡市農業協働組合、蒲郡漁業協同組合、愛知県飲食生活衛生同業組合蒲郡支部、(株)ラグーナテンボス、(株)蒲郡オレンジパーク、山本水産、(株)まんてん、蒲郡海鮮市場、JTB豊橋支店</p> <p><1次交通アクセス充実> 名古屋鉄道・JR東海</p> <p><2次交通アクセス充実> 名鉄東部交通、名鉄蒲郡タクシー、かねータクシー、蒲郡観光汽船、伊勢湾フェリー</p> <p><MICE誘致> 蒲郡市文化会館、愛知県ホテル旅館生活衛生同業組合、三谷温泉旅館組合、蒲郡温泉旅館組合、形原温泉旅館組合、西浦温泉旅館組、ラグーナベイコート倶楽部</p> <p><スポーツ関連> 蒲郡市グラウンドゴルフ協会、蒲郡商工会議所、西浦マリーナ、海陽ヨットハーバー、ボートレース蒲郡、スパ西浦モーターパーク、モンテカルロオートスポーツクラブ、三河大島売店組合</p>
<p>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</p>	<p><概要> 総会・理事会の下に業務執行機能として、役員会と委員会(観光資源の関係者、宿泊事業者、交通事業者、商工会議所、行政等が参画し、本法人が事務局を務める)を設置 委員会は未来戦略委員会とコンテンツ委員会からなり、未来戦略委員会が調査・分析および戦略を決定し、コンテンツ委員会が戦略等の合意形成および委員毎に戦術案・KPI案を策定し、未来戦略委員会に上程し決定する。役員会はそれを承認する。 決定事項に基づいてコンテンツ委員会の各組織及び事業者が実行に移し、成果と反省に基づき、次の打ち手を検討し未来戦略委員会で決定。役員会が承認する。 このPDCAサイクルを回していく。</p> <p><未来戦略委員会> 調査・分析、戦略協議および決定、戦術とKPIの承認 委員長：蒲郡市シティーセールス推進協議会(市・商工会議所・多様な事業者市民)、 コンテンツ委員長：蒲郡市ビジョン委員会(市・商工会議所・観光協会・市民団体等) 観光宿泊委員会(蒲郡市内宿泊事業者・観光事業者)、愛知県飲食生活衛生同業組合蒲郡支部、西浦リボン委員会(西浦地区商工業者等)、蒲郡市産業振興部 ※テーマ毎にメンバーを変更する。</p> <p><コンテンツ委員会> 地域関係者の合意形成、戦術およびKPIの立案 委員長：蒲郡市ビジョン委員会、宿泊観光委員会、蒲郡市農業協働組合、蒲郡漁業協同組合、愛知県飲食生活衛生同業組合蒲郡支部、(株)ラグーナテンボス 蒲郡商工会議所、名古屋鉄道、蒲郡市シティーセールス推進協議会 がまごおり市民まちづくりセンター(市民団体)、蒲郡商工会議所、蒲郡市信用金庫 蒲郡市各課、伊勢湾フェリー ※戦略毎にメンバーを交代する</p> <p><開催予定> 役員会 年4回 4月・8月・10月・1月 必要に応じて随時 未来戦略委員会 年4回 2月・6月・8月・12月 必要に応じて随時</p>

<p>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</p>	<p>コンテンツ委員会 年4回 3月・7月・9月・12月 必要に応じて随時</p> <ul style="list-style-type: none"> ・未来戦略委員会に属する「蒲郡市シティーセールス推進協議会」から市民で構成するシティーセールス各部会へ及びコンテンツ委員会に所属する各組合から組合員に及び「がまごおり市民まちづくりセンター」から所属する市民団体に、委員会趣旨を理解いただき連携を促す取り組みを実施する。 ・MIKAWA de 遊び 100 イベントに参加するプログラム主催者(蒲郡市民)との意見交換を実施し、その中で意識啓発のための講演等を実施する。また蒲郡市民が創造した体験プログラムをイベントとして実施する。 ※MIKAWA de 遊び 100 イベントはオンパク手法を取り入れています。 <p>一社)蒲郡市観光協会が事務局を務める蒲郡市観光ボランティアガイドの会についても上記同様の取り組みを実施する。</p> <p>一社)蒲郡市観光協会が事務局を務める市民からなる蒲郡観光交流おもてなしコンシェルジュについても上記同様の取り組みを実施する。</p>				
<p>法人のこれまでの活動実績</p>	<p><法人化前> 蒲郡市観光協会は令和4年9月30日に法人登記を済ませ、令和5年4月1日の任意団体蒲郡市観光協会解散総会をもって、一社)蒲郡市観光協会はスタートを切りました。 任意団体蒲郡市観光協会は、昭和31年4月にスタートし、平成20年に会長が民間人となりました。それまでの祭り等の地域イベント主催者としての機能から、魅力創造およびプロモーションの必要性が認識され、平成20年度から民間旅行会社から専門人材を招請し、拡大発展させてきました。 主な取り組みとして以下の活動を実施しました。</p> <p>【法人化前の活動の概要】</p> <table border="1" data-bbox="384 1205 1358 2016"> <thead> <tr> <th data-bbox="384 1205 568 1256">事業</th> <th data-bbox="568 1205 1358 1256">実施概要</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="384 1256 568 2016"> 情報発信・プロモーション </td> <td data-bbox="568 1256 1358 2016"> <ul style="list-style-type: none"> ・宿泊プランの創造とプロモーション 詳細は下記の魅力創造参照 ・クーポンブック「がまポン」の創造とプロモーション 詳細は下記の魅力創造参照 ・オンパク、着地型プログラム・食に関する魅力を創造しプロモーションを実施 詳細は下記の魅力創造参照 ・インバウンドプロモーション 平成22年度から中国本土団体旅行誘致を本格的に開始令和元年度が最高数値152,961に拡大した。 インバウンド委員会を設置しプロモーション施策を決定し岡崎・蒲郡インバウンド協議会、東海地区外国人誘致協議会や愛知県等と連動しプロモーションを実施し現在に至る ・団体誘致事業として教育旅行団体助成金を平成16年度から開始。MICE助成制度を平成22年度から現在まで実施。また、貸切バス助成などを随時実施し現在に至る </td> </tr> </tbody> </table>	事業	実施概要	情報発信・プロモーション	<ul style="list-style-type: none"> ・宿泊プランの創造とプロモーション 詳細は下記の魅力創造参照 ・クーポンブック「がまポン」の創造とプロモーション 詳細は下記の魅力創造参照 ・オンパク、着地型プログラム・食に関する魅力を創造しプロモーションを実施 詳細は下記の魅力創造参照 ・インバウンドプロモーション 平成22年度から中国本土団体旅行誘致を本格的に開始令和元年度が最高数値152,961に拡大した。 インバウンド委員会を設置しプロモーション施策を決定し岡崎・蒲郡インバウンド協議会、東海地区外国人誘致協議会や愛知県等と連動しプロモーションを実施し現在に至る ・団体誘致事業として教育旅行団体助成金を平成16年度から開始。MICE助成制度を平成22年度から現在まで実施。また、貸切バス助成などを随時実施し現在に至る
事業	実施概要				
情報発信・プロモーション	<ul style="list-style-type: none"> ・宿泊プランの創造とプロモーション 詳細は下記の魅力創造参照 ・クーポンブック「がまポン」の創造とプロモーション 詳細は下記の魅力創造参照 ・オンパク、着地型プログラム・食に関する魅力を創造しプロモーションを実施 詳細は下記の魅力創造参照 ・インバウンドプロモーション 平成22年度から中国本土団体旅行誘致を本格的に開始令和元年度が最高数値152,961に拡大した。 インバウンド委員会を設置しプロモーション施策を決定し岡崎・蒲郡インバウンド協議会、東海地区外国人誘致協議会や愛知県等と連動しプロモーションを実施し現在に至る ・団体誘致事業として教育旅行団体助成金を平成16年度から開始。MICE助成制度を平成22年度から現在まで実施。また、貸切バス助成などを随時実施し現在に至る 				

		<ul style="list-style-type: none"> ・WebおよびSNSを活用した情報発信を平成 21 年度に設置したニューメディア対策室を中心に精力的に実施 令和2年にWebサイトのリニューアルを実施 ・平成 20 年度に民間旅行会社から専門人材出向者を受け入れた事を機に、宿泊増を目的にした旅行会社への営業や旅行会社パンフレットを活用した広告宣伝、FAMトリップ、連携商品の造成などを積極的に実施 ・観光物産展の実施 開設以来継続 	
	<p>受入環境の整備</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・観光ボランティアガイドの養成と紹介 平成 10 年度以降令和 4 年に至る毎年・通年実施 令和2年度から文化庁補助金で勉強会を開催 ・おもてなしコンシェルジュの養成 市民等からなる、来客をおもてなしたり情報発信をするおもてなしコンシェルジュを検定試験を経て養成 平成 20 年度以降令和 4 年に至る毎年実施 ・ホームページの改修 平成 21 年度 緊急雇用の交付金を活用しニューメディア対策室を立ち上げ、ホームページを全面改修 令和2年にWebサイトのリニューアルを実施 ・おもてなし研修・調理長研修 平成 22 年度から宿泊施設の接待さんに対しておもてなし研修を調理長に対しておもてなし料理の研修を実施 平成 31 年 3 月まで実施 コロナ禍で休止 ・観光地美化清掃事業の実施 蒲郡市の海岸一帯の清掃事業を昭和 55 年頃から実施。 現在はおもてなしコンシェルジュにより実施 ・環境にやさしいがまごおり温泉郷をめざしてCO2 の削減の取組として廃てんぶら油の回収を平成21年1月から実施し現在に至る。 ・平成25年4月からJR蒲郡駅構内に観光案内所兼市民との交流の場である観光交流センター「ナビテラス」を開設 ・2次交通の整備として平成25年度からレンタサイクル「ぐるちゃり」を開始し現在に至る。 	
	<p>観光資源の磨き上げ・魅力創造</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・宿泊プランの創造 平成 18 年以降令和 4 年に至る毎年・通年実施 宿泊施設＋立ち寄り施設を連携させた宿泊プランの創造および販売に係る広告宣伝 特に平成 22 年度からは OTA との連携を強化 	

- ・クーポンブック「がまポン」の創造
平成 15 年以降令和 4 年に至る毎年実施
飲食店・入場施設・お土産店を中心に市内の回遊を進める
仕掛けとしてクーポンブック「がまポン」を作成し配布
特に令和 4 年からデジタルがまポンを作成し属性データを
デジタルで収集し分析を開始
- ・オンパクの実施
平成 23 年以降令和 4 年に至る毎年 秋に実施
市内の魅力を増やし来客促進・宿泊増を目的にオンパク手
法を取り入れたオンパク in 蒲郡を実施。市民主催の体験
プログラムが創出され、現在は MIKAWA de 遊び 100 と名
前を変え、蒲郡市が中心に広域の市町が連携し実施
- ・着地型プログラムの造成
クルーズ船(ぐるりん船・三河湾クルーズ)の企画実施
がまウオークの企画実施
グランドゴルフ大会・ノルディックウォーキング大会の企
画実施
旅行会社連携ツアー等
- ・食に係る魅力創造
平成 21 年度～地元のブランド魚「アカザエビ」を活用
した新名物料理を開発。プリンセス御膳として観光協会会員
宿泊施設で販売を開始。以降宣伝と販売を継続
アカザエビせんべいの創造
平成 22 年度～みかわ牛を活用したみかわ牛宿泊プラン
およびがつつり鍋を展開。みかわ牛せんべいの創造
平成 28 年度～蒲郡で水揚げされる深海魚を使った魅力
創造を開始。まちじゅう食べる水族館・どうめーお魚総選
挙・深海魚まつり・お魚スタンプラリー・おさかな学校等
以降宣伝を継続

【定量的な評価】

ここでは令和 5 年度または現在のものを記します。※()は前年比

- ・蒲郡市観光利用者数:4,598,128 人(106.5%)
- ・蒲郡市宿泊者数 : 493,839 人(116.4%)
- ・外国人宿泊者数 : 1,240 人(568.8%)
- ・オンライン宿泊予約率(OTA 等の宿泊者数/全体の宿泊者数):58.2%
- ・デジタルがまポン登録者数:9,716 人(190.9%)
- ・MIKAWA de 遊び 100 プログラム数:90 プログラム(173.1%)
MIKAWA de 遊び 100 参加者数:7,916 人(179.2%)
- ・HP アクセス数:PV1,355,139(103.9%) UU487,446(110.9%)
- ・HP 英語版アクセス数:PV1,826(162.6%) UU1,414(162.5%)
- ・SNS フォロワー数:インスタグラム 14,447 人(148.6%)
フェイスブック 1,560 人(98.6%)、×(ツイッター)3,037 人(94.6%)
ライン 3,842 人(149.5%) (令和 6 年 3 月末)

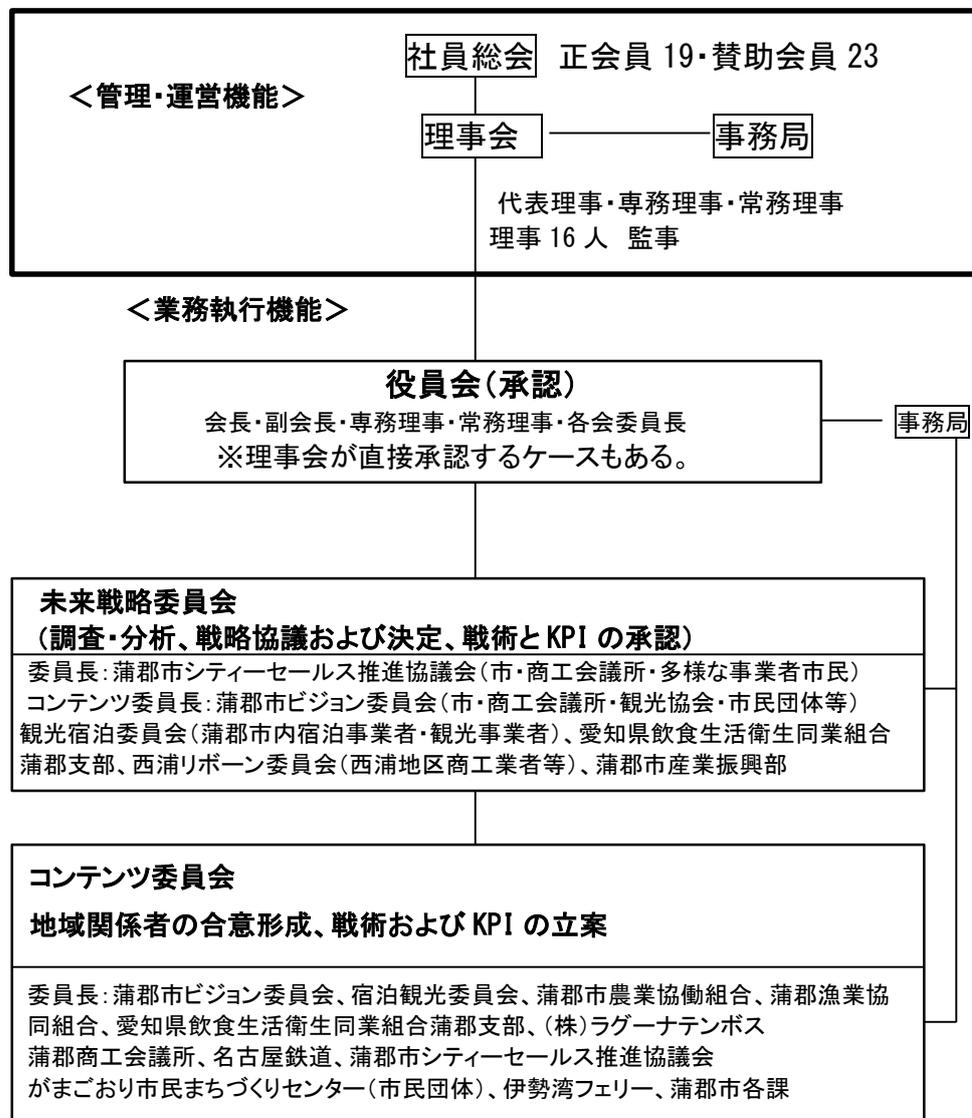
実施体制
 ※地域の関係者との連携体制及び地域における合意形成の仕組みが分かる図表等を必ず記入すること(別添可)。

【実施体制の概要】

(一社)蒲郡市観光協会が母体となり、業務執行機能として、役員会と委員会(観光資源の関係者、宿泊事業者、交通事業者、商工会議所、行政等が参画し、本法人が事務局を務める)を設置し運営
 委員会は未来戦略委員会とコンテンツ委員会からなり、未来戦略委員会が調査・分析および戦略を決定し、コンテンツ委員会が戦略等の合意形成および委員毎に戦術案・KPI 案を策定し、未来戦略委員会に上程し決定する。役員会はそれを承認する。決定事項に基づいてコンテンツ委員会の各組織及び事業者が実行に移し、成果と反省に基づき、次の打ち手を検討し未来戦略委員会決定。役員会が承認する。
 このPDCAサイクルを回していく。
 DMOを維持するには市のバックアップ体制が必要となり、市が策定する観光まちづくりビジョンと連動するために蒲郡市観光まちづくり課との調整会議を定期的(月1回)に開催する。

【実施体制図】

一社)蒲郡市観光協会組織図



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】

蒲都市は本州のほぼ中央部、太平洋岸の愛知県東南部に位置しています。南は渥美・知多の両半島に抱かれた三河湾に面し、残る三方は赤石山脈の山麓に囲まれた馬蹄形の盆地で、海岸線に沿って市街地が形成されています。

市の境界線をなす山々は約 400 メートルの高さがつらなり、乃木山から塩津・形原・西浦にかけて、片状閃雲花崗岩があらわれて、なだらかな赤肌がちの老年的地形をなしています。三河湾一円は国定公園に指定されており、湾内には大小幾多の島々が点在し温泉が湧し、海岸一帯は海水浴に適するなど、観光地として大変恵まれた地形となっています。

海から山にかけ変化に富んだ景勝は、万葉の歌人や近代の作家にも愛され、数多くの文人が好んで訪れました。市の面積は 56.89k m²で愛知県内の 54 市町村中 20 番目の広さです。

蒲都市の歴史は、8,500 年ほど前から人が住む温暖な気候と海の幸に恵まれた土地で、日本後記によれば 799 年頃から織物が行われ、昭和の時代に栄えた織物・繊維ロープ工業へと繋がっています。

現在でも繊維ロープ製造業界は日本有数の生産量を誇っています。

現在の市制は 1954 年にはじまり、2024 年に市制 70 周年を迎えます。

【観光客の実態等】

- ・観光客入込客数の令和5年の数値は 4,598,128 人で令和4年の 4,352,361 人より 245,767 人増となっているがコロナ禍前の令和元年 6,102,503 人よりはるかに下回っている。
最も多いお客様を集客している施設はラグーナテンボス次に宿泊施設となっている。
愛知万博が開催された平成 20 年(2008 年)の 7,730,086 人をピークに下降し 2016 年から3年間の平均は 6,528,916 人となっている。
- ・宿泊客数の令和5年の数値は 493,839 人で令和4年の 459,927 人より 33,912 人増となっており 1 年前より伸びが鈍化しているが、これは部屋稼働率を上げられないことにも起因している。そしてコロナ禍前の令和元年 802,925 人よりはるかに下回っている。
特に中国本土からの団体客の減少が著しい(外国人宿泊客は僅か 1,240 人である)。
愛知万博が開催された平成 17 年(2005 年)の 1,010,796 人をピークに下降していたが、中国人インバウンド団体客の誘客施策が功を奏した結果、令和元年度の数値となっている。
※令和元年の外国人来訪者は 183,694 人で、その 83%の 152,961 人が宿泊者であり、さらにその 95%が中国本土からのゴールドルートで来る団体宿泊客である。

【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】

＜観光施設・商業施設＞

観光資源名	活用方法
ラグーナテンボス (ラグナシア・フェスティバマーケット・変なホテル)	ラグナシア付き宿泊パック 昼食付き宿泊パック 蒲郡の食を使った料理の提供 イベントの実施、イベント会場 夜のプール・テーマパーク 冬のイルミネーション
ラグーナビーチ	イベント会場として利用 マリンスポーツ
蒲郡温泉郷 (三谷温泉・西浦温泉・蒲郡温泉・形原温泉)	宿泊・食事・日帰り入浴・イベント会場・会議室・式典・体験
海辺の学びの館 (海辺の文学記念館・竹島水族館・生命の海科学館・蒲郡市博物館)	見学 学びの体験プログラム イベントの実施
蒲郡オレンジパーク	昼食 狩りもの体験 土産物
土産物店 (蒲郡海鮮市場・一色屋えびせん工房・味のヤマスイ)	土産物 飲食に関する体験
魚市場(形原魚市場・西浦魚市場・三谷魚市場)	セリ市等の見学 漁業体験 魚の仕入れ
潮干狩場 (三谷温泉海岸・大島・水神・竹島海岸・春日浦海岸前ノ尻海岸・松島海岸)	潮干狩り 海の生き物に関する体験
海水浴場(三河大島海・西浦海水浴場)	マリンスポーツ
竹島ベイパーク	グラウンドゴルフ会場

	イベント会場
スパ西浦モーターパーク	イベント会場 車に関する体験
大塚地区宿泊施設 (ホテル AZ、ラグーナベイコート、オレンジペンションなど)	宿泊 情報発信地
海陽ヨットハーバー	ヨット体験 イベントの実施
ボートレース蒲郡	宿泊者のナイトライフ ボートレース見学
西浦マリーナ	ヨット等の乗船体験 CAFE 飲食 SAP 体験
安加比古窯	焼き物体験 茶道体験
映画ロケ地	ロケ地巡り
ユトリーナ蒲郡	日帰り入浴
<自然・景観>	
三河湾	映えスポットの紹介 海の体験
さがらの森 五井山・砥上山・遠望山 とよおか湖	森のイベント会場 ハイキング・森林浴・ハングライダー 映えスポット
ラバーズヒル	映えスポット・CAFÉ・
清田の大クス	天然記念物の PR
竹島・竹島園地	パワーポイント八百富神社御朱印巡り ボランティアガイド付き観光 イベント会場 憩いの場所 映えスポット (ベンチアート、ガマニ塩湖など) 天然記念物の PR
ブルーブリッジ	映えスポット
西浦園地 西浦シーサイドロード(ガマフォルニア) 三ヶ根スカイライン	映えスポット・イルミネーション 花見(さくら) アジサイ
西浦万葉の小径・西浦七福神 西浦橋田鼻遊歩道	ウォーキングロード 万葉歌、七福神、矢穴石の見学
冬のイルミネーション	冬の魅力として誘客

<祭り・イベント>	
蒲郡まつり	出店者の募集・受付 棧敷の販売 協賛の募集
つつじ祭り 形原あじさい祭り	入場チケット付き食事・宿泊プラン造成販売
三谷祭り くらふとフェア蒲郡 手筒花火	MIKAWA de 遊び 100 体験プラン
MIKAWA de 遊び 100	蒲郡の体験の創出
蒲郡オレンジトライアスロン エリカカップヨットレース	観戦プランの造成販売
深海魚まつり	海と深海魚のまち蒲郡の振興 町中で飲食や体験及びイベントの実施
蒲郡みかん祭り がま氷博覧会 ストロベリーロード莓一会	特産品を活用した魅力創造 市内飲食店等と連携した食事スイーツの創造 と誘客
三河湾ラリー	宿泊プランの仲介 誘客
<寺社仏閣・史跡・文化財>	
長存寺・天桂院・長泉寺・八百富神社・ 竹谷城跡・上ノ郷城跡・正行院・鶴殿長 照の墓・犬飼湊・拾石神社・形原城跡・ 名古屋城石垣採石跡地・名取山腰掛岩	徳川家康公ゆかりの地めぐり
無量寺(がん封じ寺)	がん封じ・法話・御朱印: 観光の寺で誘客
子安弘法大師・金剛寺	世界一の大きい弘法大師で誘客
<スポーツ>	
グラウンドゴルフ	大会の企画実施
海のスポーツ(ヨット・SUP・水上バイク)	体験プラン
ノルディックウォーキング	体験プラン
<特産品・蒲郡の食>	
蒲郡みかん、蒲郡ハウスみかん・いちご・つ まもの・胡麻油・金トビ麺・えびせんべい 三河木綿・繊維ロープ・ガマゴリうどん・深 海魚(メヒカリ・アカザエビ・タカアシガニ・ニギ ス・ノドグロ等) アサリ・トリガイ・シャコ	お土産の開発 料理の開発 宿泊プランの造成販売 食を活用した魅力創造(蒲郡みかん祭りや がま氷博覧会など)

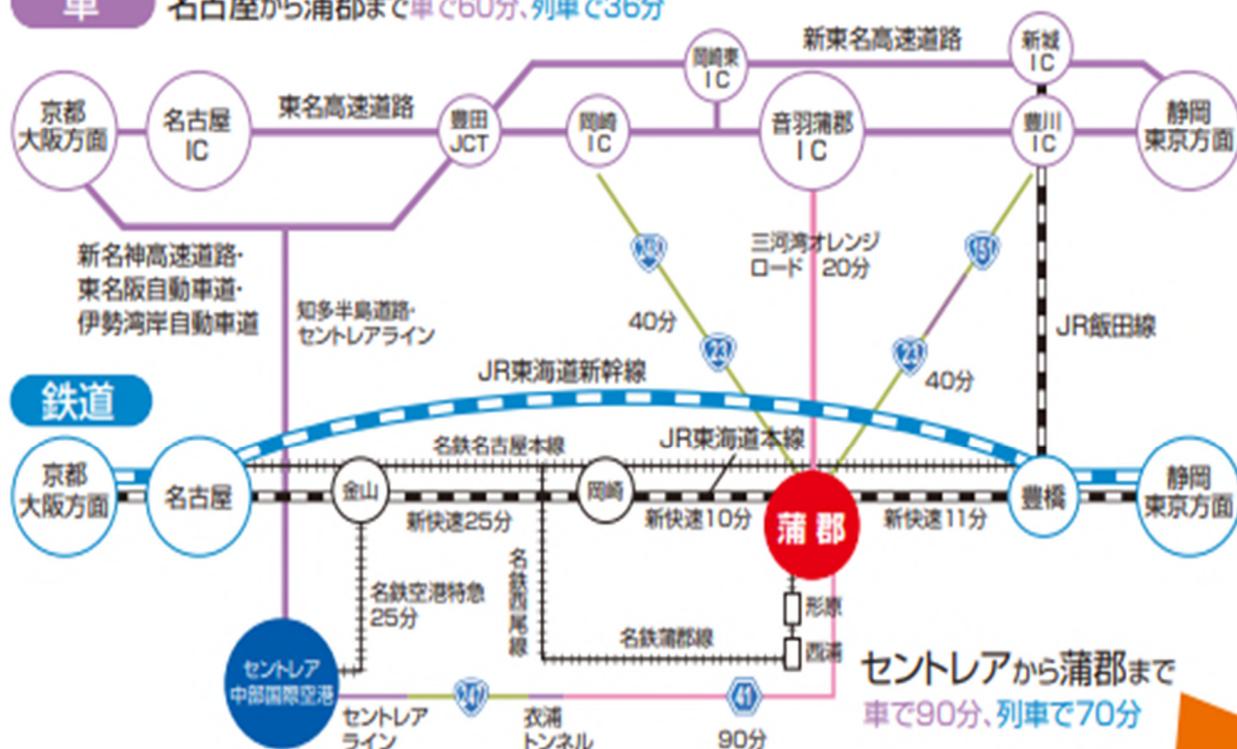
【宿泊施設:域内分布、施設数、収容力、施設規模等】						
地区名	施設名	収容人員(2021年4月9日現在)				
		個人	一般団体	小学生	中学生	高校生
三河三谷	松風園	400名	450名	可能 貸切要相談	可能 貸切要相談	可能 貸切要相談
三河三谷	平野屋	380名	400名	可能 200名以上貸切	可能 200名以上貸切	可能 200名以上貸切
三河三谷	三谷温泉ひがきホテル	240名	300名	可能 200名以上貸切	可能 200名以上貸切	可能 200名以上貸切
三河三谷	ホテル明山荘	450名	450名	可能 300名以上貸切	可能 300名以上貸切	可能 300名以上貸切
蒲郡	ホテル竹島	380名	449名	可能 80名まで 貸切不可	可能 80名まで 貸切不可	可能 80名まで 貸切不可
蒲郡	蒲郡クラシックホテル	54名		不可	不可	不可
蒲郡	蒲郡ホテル	211名		可能	可能	可能
西浦	旬景浪漫 銀波荘	275名	340名	可能	不可	不可
西浦	ホテルたつき	426名	450名	可能 300名以上貸切	可能 300名以上貸切	可能 300名以上貸切
西浦	ホテル東海園	550名	600名	可能 100名以上 250名以上貸切	可能 100名以上 250名以上貸切	可能 100名以上 250名以上貸切
西浦	天空海遊の宿 末広	350名		不可	不可	不可
西浦	和のリゾートはづ	250名	250名	不可	可能 200名迄	可能 200名迄
西浦	西浦グランドホテル吉慶	200名	250名	可能	可能	可能
西浦	姫宿 花かざし	60名	60名	不可	60名	60名

三河三谷	ホテル三河海陽閣	190 名		可能 100 名以上貸切	可能 100 名以上貸切	可能 100 名以上貸切	
海陽町	変なホテルラグーナテンポス	310 名		可能 150 名以上貸切	可能 150 名以上貸切	可能 150 名以上貸切	
額田郡 幸田町	天の丸	189 名		可能 100 名以上貸切	可能 100 名以上貸切	可能 100 名以上貸切	
形原	鈴岡	200 名		可能 150 名以上貸切	可能 150 名以上貸切	可能 150 名以上貸切	
大 塚	ホテル AZ 愛知蒲郡店	57 名					
大 塚	ラグーナベイコート倶楽部	386 名					
三河三谷	蒲郡リゾートマンション	18					
三河三谷	三長旅館	20					
形原	Tabist 形原リゾート蒲郡	58					
蒲郡	Tabist ビジネスホテル海岸荘	15					
蒲郡	ビジネスホテルなかむら	15					
蒲郡	パールホテル	47					
蒲郡	ビジネスホテル港	40					
蒲郡	ビジネスホテル王将	20					
蒲郡	AB ホテル蒲郡	130					
合 計		5,921 名	3,999 名				

【利便性:区域までの交通、域内交通】

蒲郡へのアクセス

車 名古屋から蒲郡まで車で60分、列車で36分



<蒲郡市公共交通ネットワーク>

蒲郡市内の公共交通について、鉄道は JR 東海道本線と 名鉄西尾・蒲郡線があり、JR は 4 力所、名鉄は 5 力所の駅があります。市内路線バスについては、蒲郡駅を中心に東西方向と市民病院を結ぶ名鉄バスの路線が運行されています。交通空白地域の解消のためのコミュニティバスが、形原地区・東部地区・西部地区・三谷地区・大塚地区の 5 路線で運行されています。

【外国人観光客への対応】

助成金 : インバウンド教育旅行助成金を平成17年度から開始

多言語パンフレット: 平成19年度に英語等の多言語海外パンフを作成。適宜改訂版を作成
平成22年度に中国本土の営業強化を目的に各宿泊施設の簡体字版パンフレットを作成

令和6年度に観光庁事業の多言語整備事業を竹島エリア中心に実施

多言語動画の作成: 平成22年度に中国本土の営業強化を目的に中国語DVDを作成。

外国人スタッフ : 平成22年度に中国本土の営業強化を目的に、各宿泊施設が中国人スタッフの採用が始まる。

平成29年度蒲郡市観光協会観光案内所に英語を話すスタッフを採用。

宿泊予約	平成31年度に、さらに1名追加 :平成26年度に海外OTAを招請し宿泊施設勉強会を開催し、海外OTAによる販売を開始
フリーwifi	:平成26年度から蒲郡市内各所に FreeSpot を設置
英語ガイドの育成	:令和6年度秋から英語ガイド育成研修を開始

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
旅行消費額	来訪者の消費活動の動向を分析し、消費単価向上に繋げるため。	アンケート調査を自主事業として実施。ほの国東三河観光ビューローの力を借りて実施
延べ宿泊者数 (含む外国人宿泊者数)	宿泊者数の推移を把握するため。	蒲郡市が宿泊施設にアンケートを実施。
観光利用者数	観光施設利用者の推移を把握するため。	蒲郡市が観光施設にアンケートを実施。
来訪者満足度	来訪者の満足(不満足)に繋がっている要因を分析し、戦略立案に繋げるため。	アンケート調査を自主事業として実施。ほの国東三河観光ビューローの力を借りて実施
リピーター率	リピーター顧客の動向を把握し、戦略立案に繋げるため。	アンケート調査を自主事業として実施。ほの国東三河観光ビューローの力を借りて実施
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。	HP維持管理会社に確認
オンライン宿泊予約率	OTA比率の把握、宿泊を伸ばすための戦略立案に繋げるため。	アンケート調査を自主事業として実施。
デジタルがまポン登録者数	来訪者の属性等のデータを把握するため	維持管理会社に確認
・MIKAWA de 遊び 100 プログラム数・参加者数	DMO のミッションの達成度を把握するため。	アンケート調査を自主事業として実施。

4. 戦略

(1) 地域における観光を取り巻く背景

蒲郡市では、人口減少が進んでおり(令和4年 79,346人、令和5年 78,720人、令和6年 77,769人)、高齢化率がアップしている。就業者数の最も多い農林水産業においても高齢化等の影響で就業者や事業所が減少傾向にある。商業についても商店数・従業員数・年間販売額が減少しこの傾向は歯止めが係らない現状である。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、観光資源を活用した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、消費額の増大につなげることとしている。

(2) 地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	強み(Strengths) <ul style="list-style-type: none"> ・海(三河湾)と山に囲まれた、4つの温泉を擁するロケーション ・利便性のある交通アクセス ・複合リゾート施設ラグーナテンボスの集客力 ・豊富な資源(海の幸、眺望、マリンスポーツ、深海魚水族館(竹島水族館)、天然記念物の竹島、蒲郡みかん等)を有する。 ・三河湾ラリー等の豊富なイベント 	弱み(Weaknesses) <ul style="list-style-type: none"> ・滞在を延ばす(宿泊させる)ための魅力が不十分及び来客に繋がる魅力が不十分 ・周遊のためのPRとデータの活用が不十分 ・蒲郡ブランドの確立が不十分 ・観光まちづくりの体制が弱い
外部環境	機会(Opportunity) <ul style="list-style-type: none"> ・コロナ明けのゴールデンルート上の集客 ・幹線道路(国道23号線)の開通 ・アウトドア、体験型コンテンツの需要増 ・モノ消費からコト消費への転換により、「名物を食べる」、「海での癒し」などの体験を目的とした旅行ニーズの高まり ・ライフスタイルの変化に伴い、多様な働き方の浸透 ・マイクロツーリズムの需要増 ・近隣市町の大きなマーケット(約200万人) 愛知県内人口:748万人 ・ジブリパークの開園 	脅威(Threat) <ul style="list-style-type: none"> ・旅行トレンドの変化(団体から個人へ) ・ニーズとウオントの多様化 ・情報の多様化 ・DXの進歩による旅行ニーズの減少 ・旅行者および従業員の高齢化 ・人口減少 ・海に面した近隣観光地の競争の激化

地域の強味：4つの温泉郷



市内には4か所の温泉があり、それぞれの温泉は泉質・効能が異なる。いずれの温泉からも波穏やかな三河湾の景色を臨むことができる。4つの温泉郷は東端から西端まで車で30分程度で移動が可能。

蒲郡を形成する4つの温泉郷



- 市内には4か所の温泉があり、それぞれの温泉は泉質・効能が異なる。
- いずれの温泉からも波穏やかな三河湾の景色を臨むことができる。
- 4つの温泉郷は、東端から西端まで車で30分程度で移動が可能

蒲郡を形成する4エリア

多様なレジャーを楽しめるエリア（三谷温泉）



施設『ラグーナテンボス』、ヨットハーバー・潮干狩りスポットがある多様なレジャー拠点。日帰りでも宿泊でも楽しめる万能なエリア。

景観・歴史・生活が織りなす、お客様を歓迎するエリア（蒲郡温泉）



蒲郡駅が位置する。蒲郡のシンボル、竹島があり、文化施設や飲食店が集まる。歴史と現代の生活が混在する情緒溢れるエリア。

海の幸お任せエリア（形原温泉）



5万株のあじさいが織りなす、あじさいの里。あじさいと蟹を同時に楽しめる。漁港で水揚げされた新鮮な海産物を扱う店が人気の海の幸ならお任せのエリア。

マリンレジャーエリア（西浦温泉）



西浦半島の先端に位置し、三河湾の海の全景が一望できる。海水浴に加え、様々なマリンスポーツや海釣りのメッカとしても知られる。海浴いを活かした、おしゃれなカフェもあるエリア。

地域の強味：利便性のある交通アクセス



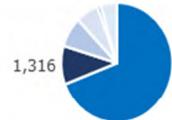
蒲郡市は、三河湾の美しい海に面した「海のまち」。また県内の深海魚水揚げ量の内、9割が蒲郡であることから「深海魚のまち」でもある。蒲郡駅までは、名古屋から電車で40分、東京・大阪から2時間と大都市からのアクセスが良好。

蒲郡市の 地理的な 位置づけ

- 蒲郡市は、愛知県の南部に位置付けており、三河湾の美しい海に面した「海のまち」
- 県内の9割以上の深海魚が蒲郡で水揚げされている「深海魚のまち」でもある
※湾内、渥美外海、深海の3つの海があることが起因



平成30年東三河地区の海面漁獲量12,654トン
沖合引き網の主な漁獲は深海魚
年間1,316トンが水揚げされ、9割以上が蒲郡市



- 探貝探藻
- 沖合引き網
- 小型引き網
- 船引き網
- 小型定置網
- その他

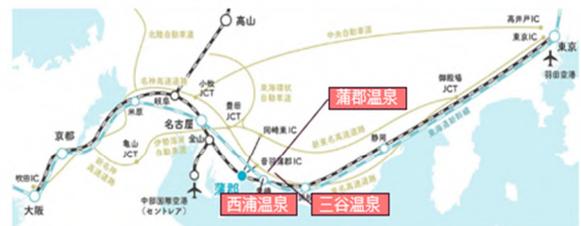
蒲郡市まで のアクセス



- 名古屋：約40分
- 大阪：約90分
- 東京：約120分



- 名古屋：約30分
- 大阪：約180分
- 東京：約240分



東京からお越しの方		新大阪 歌田	
JR東海道新幹線 ひびのり (約1時間20分)	JR東海道新幹線 のぞみ (約1時間45分)	JR東海道新幹線 のぞみ (約2時間)	北神高速道路 (約40分)
東名高速道路 (約1時間30分)	東名高速道路 (約1時間30分)	東名高速道路 (約1時間30分)	東名高速道路 (約40分)
名高自動車道 (約10分)	東名高速道路 (約40分)	東名高速道路 (約40分)	東名高速道路 (約40分)
名高自動車道 (約20分)	東名高速道路 (約40分)	東名高速道路 (約40分)	東名高速道路 (約40分)
名高自動車道 (約20分)	東名高速道路 (約40分)	東名高速道路 (約40分)	東名高速道路 (約40分)

地域の強味：ラグーナテンボスの集客力

「遊ぶ、食べる、買う、泊まる」が揃ったテーマパークであり、複合型施設ならではの総合力により、コロナ感染拡大前では年間約290万人が安定して来訪。愛知県内施設別年間来場者数7位であり、蒲郡市最大の誘客コンテンツ。

「遊ぶ、食べる、買う、泊まる」が揃ったテーマパーク



- ・ 海のテーマパーク・ライト系アトラクション
- ・ 日本最大の波プール・ナイトプール（夏）
- ・ アニメキャラコラボ・花火・イルミネーションなどのイベント

遊

ラグナシア

複合型施設の総合力による高い集客力

食・買

フェスティバルマーケット

- ・ 海の幸を楽しむ市場・BBQなどの飲食施設
- ・ グッズ・お土産の店舗

泊

変なホテル ラグーナテンボス

- ・ 世界初のロボットが動くホテルとして、ギネス認定されたホテル

施設別観光入込客数推移

単位:千人



愛知県内施設別年間来場者数 (2018年)

No	市町村	観光資源名	来場者数
1	常滑市	中部国際空港来場者	12,784,000
2	刈谷市	刈谷ハイウェイオアシス	8,484,000
3	名古屋市長	熱田神宮	7,106,742
4	岡崎市	NEOPASA岡崎	6,011,815
5	豊川市長	豊川稲荷	5,113,350
6	名古屋市長	ナゴヤドーム	4,382,529
7	蒲郡市長	ラグーナテンボス	2,647,069

- ・ 「遊ぶ、食べる、買う、泊まる」が揃ったテーマパークであり、複合型施設ならではの総合力により、コロナ感染拡大前では年間約290万人が安定して来訪。
- ・ 愛知県内施設別年間来場者数7位であり、蒲郡市最大の誘客コンテンツ。

地域の強味：海山の豊富な資源

蒲郡市には、「眺・遊・味・学」における海山の資源が豊富に存在する

眺



温泉から眺める海と初日の出 (ホテル未広)



温泉から眺める桜と海

- ・ 温泉施設から海が眺めることができ、温泉に浸かりながら朝日と夕日を見ることができるのが、蒲郡の立地ならではの絶景
- ・ 春には、海と桜の両方を楽しむこともできる

遊



SUP・カヤック



クルージング



県内唯一の無人島「三河大島」



7つの鷺干狩りスポット

- ・ SUP・シーカヤック・クルージング等のアクティビティ等各種マリンスポーツが楽しめる
- ・ 県内唯一の無人島である「三河大島」で海水浴で楽しめる
- ・ 蒲郡市内には7つの鷺干狩りスポットがある

味



獲れたてならではのヒカリのお刺身



伊勢エビに並ぶ、高級エビアカザエビ



ブランドとして認知されている蒲郡みかん

- ・ 県内唯一の「沖合底引き網漁船」を有しているため、県内9割以上の深海魚を蒲郡で水揚げされている。
- ・ 深海魚のお寿司は鮮度が重要であり、蒲郡でしか食べられない珍味
- ・ 認知度が高い蒲郡みかんは、スイーツや料理にも活用できる。

学



深海魚展示数日本一の竹島水族館



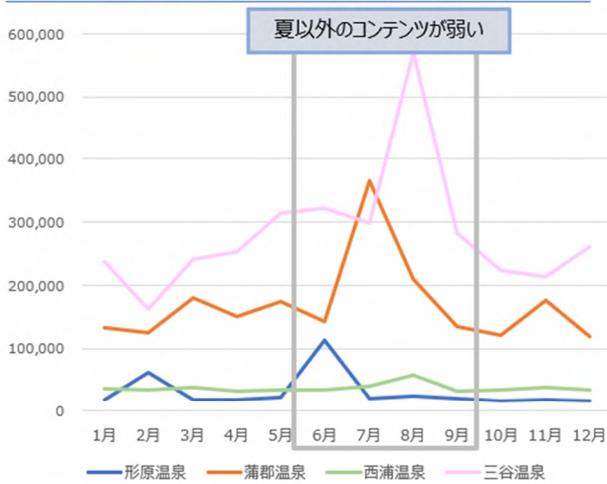
蒲郡海鮮市場で世界最大タカアジニ

- ・ 蒲郡の随所で、海を学ぶスポットを整備
 - 竹島水族館： 深海魚の展示日本一
 - 生命の海科学館： 海の歴史
 - 蒲郡海鮮市場： 魚を学ぶ講座（獲る・さばく・食べる）世界最大タカアジニゆでたて体験

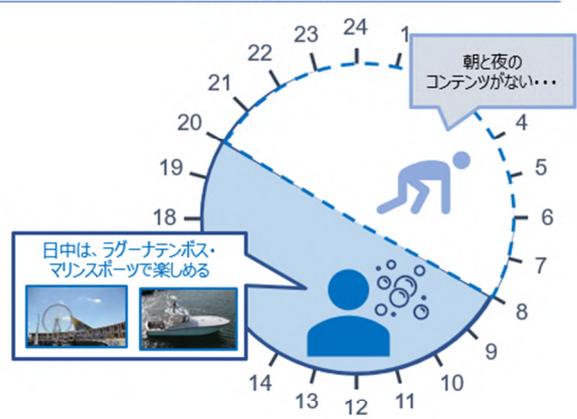
地域の弱み：滞在を延ばす（宿泊させる）ための魅力が不十分及び来客に繋がる魅力が不十分

海を中心とした構成であるため夏に観光客が集中している。また、「朝、夜」のコンテンツが少ないことから、日帰りが中心。「ラグーナテンボス」、「マリンスポーツ」を目的とした来訪が多く、日帰観光客が多いと推察
 通年を通して誘客できる「夏以外」のコンテンツと宿泊につなげる「朝、夜」のコンテンツの造成が課題

エリア別・施設別・月別来訪者推移（2019年）



蒲郡での滞在時間



- 海を中心とした構成であるため夏に観光客が集中している。また、「朝、夜」のコンテンツが少ないことから、日帰りが中心。
- 「ラグーナテンボス」、「マリンスポーツ」を目的とした来訪が多く、日帰観光客が多いと推察
- 通年を通して誘客できる「夏以外」のコンテンツと宿泊につなげる「朝、夜」のコンテンツの造成が課題

★ラグーナテンボス以外の魅力が不足

地域の弱み：周遊のためのPRとデータの活用が不十分

これまで何を「ウリ」すべきか明確になっておらず、観光客としてもラグーナテンボス/竹島水族館以外の施設で「知らない」が50%と認知度が低い。市内利用のクーポンの発行/コンテンツの発信を試みるが、紙媒体での発信のため、参加者は限定的。有効なデータも取得できていない。

これまでの経緯

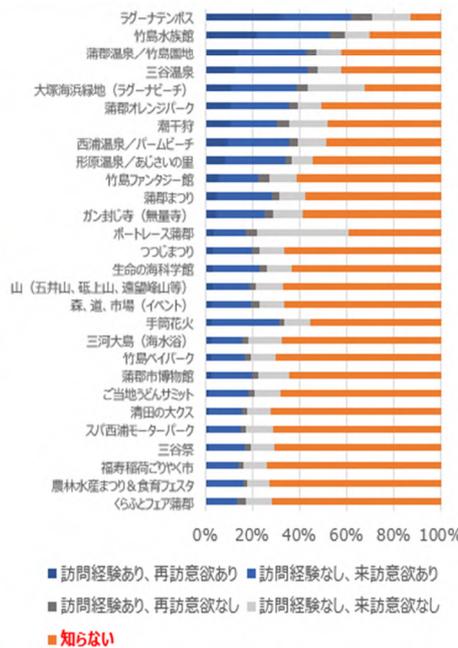
様々な資源が豊富にあるが故、何が「ウリ」か知られていない

①様々な資源が豊富にあるが、蒲郡市全体として何を「ウリ」とするか明確になっていない

②4つのエリアでイベントを造成するが、継続できておらず、何が「名物」かイメージの定着に繋がっていない

各施設の「来訪経験・来訪意向・認知」のアンケート

ラグーナテンボス/竹島水族館以外の施設について、50%以上が「知らない」状態



現状の取り組み

情報発信に取り組むが、効果が限定的

【がまボン】

- 日帰りを含む来訪客向け特典ブック「がまボン」を発行し、15万部発行。

【MIKAWA de 遊び100】

- また「MIKAWA de 遊び100」というオンパケプログラムを秋期間のみ実施。紙クーポンの配布であったため、参加者は50歳以上の近隣居住者と限定的。

▶いずれも紙媒体での利用のため、有効なデータを取得できていない。

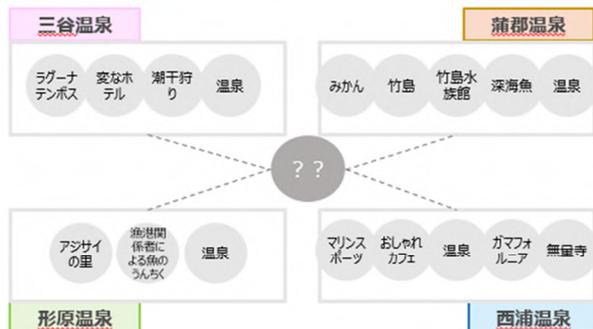
地域の弱み：蒲郡ブランドの確立が不十分／イベントの継続性欠如



市全体として何を“ウリ”とすべきか明確になっていないため、蒲郡のブランドが確立されていない
各エリアが誘客のためにイベントを造成するが、継続的に開催できておらず、固定化されたコンテンツになっていない。

①蒲郡市全体として何を“ウリ”とするか明確になっていない

蒲郡市は、豊富な資源に恵まれた町であるがゆえに、蒲郡市として、何を“ウリ”とするか明確になっていない



4つの温泉郷を繋ぐ、ウリは何？蒲郡全体のブランドは何？

②各エリアでイベントを造成するも、継続性に欠ける

各エリアが誘客のためにイベントを造成するが単発で終わることが多く、継続できていない

<継続実施の価値があるイベント候補>

スカイランタン体験

- 西浦温泉エリア／蒲郡温泉エリア（竹島）／三谷温泉エリア（ラグーナテンボス）でスカイランタン体験を実施。
- 多くの観光客に好評をいただいたが、現在は西浦温泉エリアのみ9月、12月に開催。

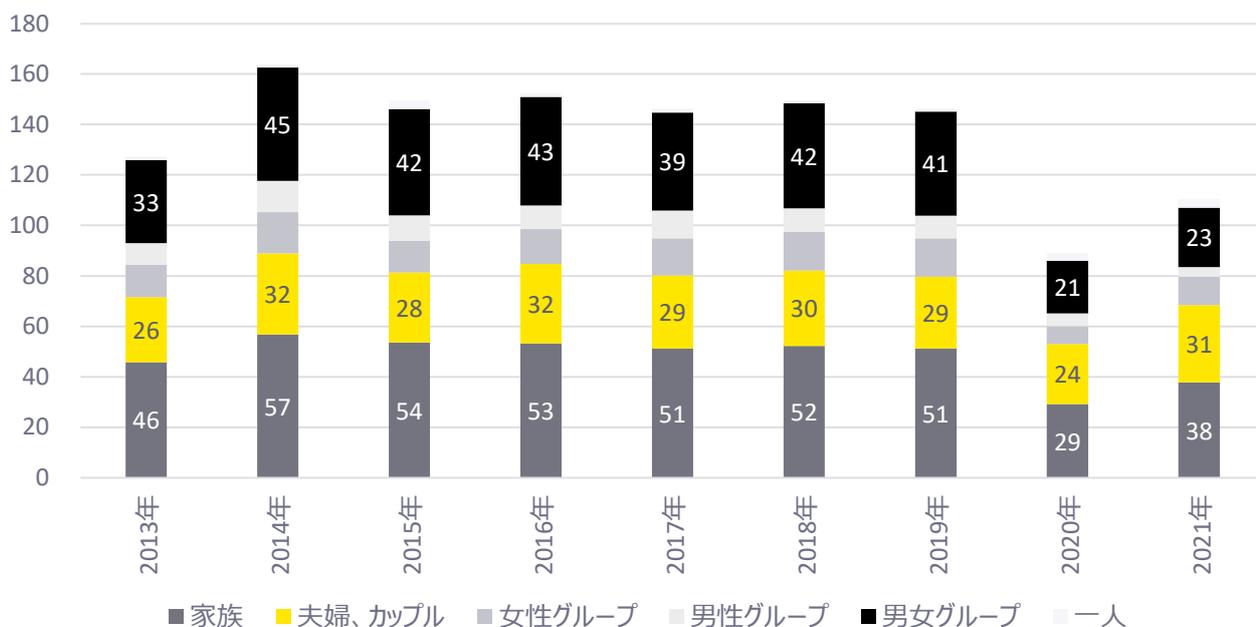
地引網魚体験

- 西浦温泉エリアでは、地引網魚体験を朝のコンテンツとして提供していたが、対応いただける漁業関係者の減少により、体験コンテンツの開催ができなくなった。

顧客の現状分析①（国内）

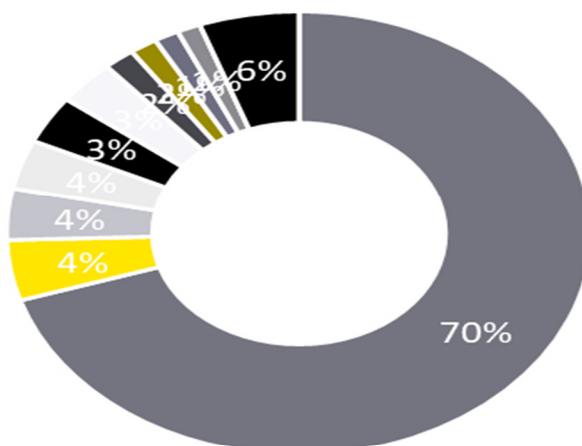
参加形態別の宿泊者数では、ファミリー層が一番多く、次いで夫婦・カップル、男女グループの3つで8割を占めている。都道府県別では、県内が70%をしてめており、次いで東京都、岐阜県、大阪府、神奈川県と近隣県以外からの来訪もあり、首都圏からの新規顧客の獲得の可能性はある。

<参加形態別の宿泊者数の推移>



※参加形態別では、ファミリー層が平均して約50万人と一番多く、次いで夫婦、カップル、男女グループが多い。

<都道府県別の延べ宿泊者割合（2021年）>



- 愛知県
- 東京都
- 岐阜県
- 大阪府
- 神奈川県
- 静岡県
- 埼玉県
- 兵庫県
- 京都府
- 千葉県
- その他

※愛知県が70%を占めており、次いで東京都、岐阜県、大阪府、神奈川県と並んでおり、近隣県以外からの来訪がされている

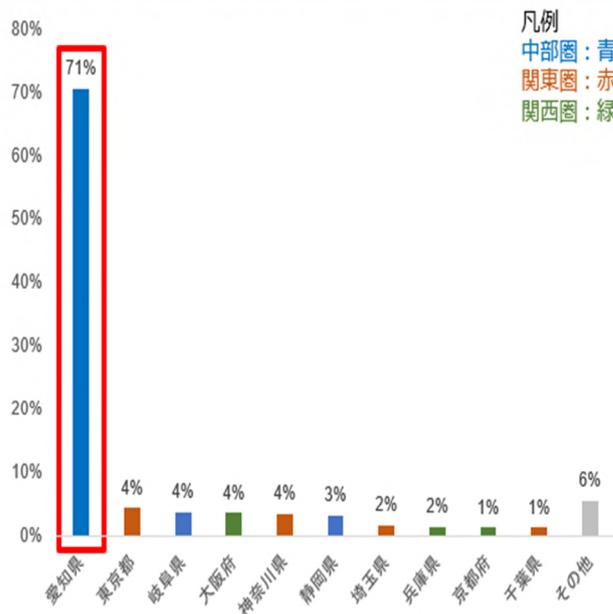
顧客の現状分析② 2022年度の宿泊者をピックアップ

「中年・家族」「老年・夫婦」が最大の来訪であり、前者はラグーナテンボス／後者は温泉を目的に来訪されているものと思料。居住地としては愛知県が70%と圧倒的であり、愛知県民が家族／夫婦と訪れる身近なレジャー・温泉スポットであることが伺える。

年齢層別・参加形態別宿泊者数（2022年）

年齢層	合計	家族 小人含む	夫婦 カップル	女性G	男性G	男女G (13才以上)	一人
未成年	2,823	0	566	995	879	383	0
若年層	174,004	90,013	43,974	11,913	4,038	21,967	2,099
中年層	356,789	135,691	57,216	33,156	9,341	115,675	5,710
老年層	424,636	90,851	143,578	43,234	14,086	129,195	3,692
合計	958,252	316,555	245,334	89,258	28,344	267,220	11,501

宿泊者 居住地別比率（2022年）



凡例
 中部圏：青
 関東圏：赤
 関西圏：緑

顧客分析③

インバウンドは年々増加し2019年にピークとなっている。この90%が中国本土からのゴールデンルートの団体客である。月別のピークは2～4月から初夏に移行している。

【地域別】外国人観光利用者数（2010～2020年）

(人)

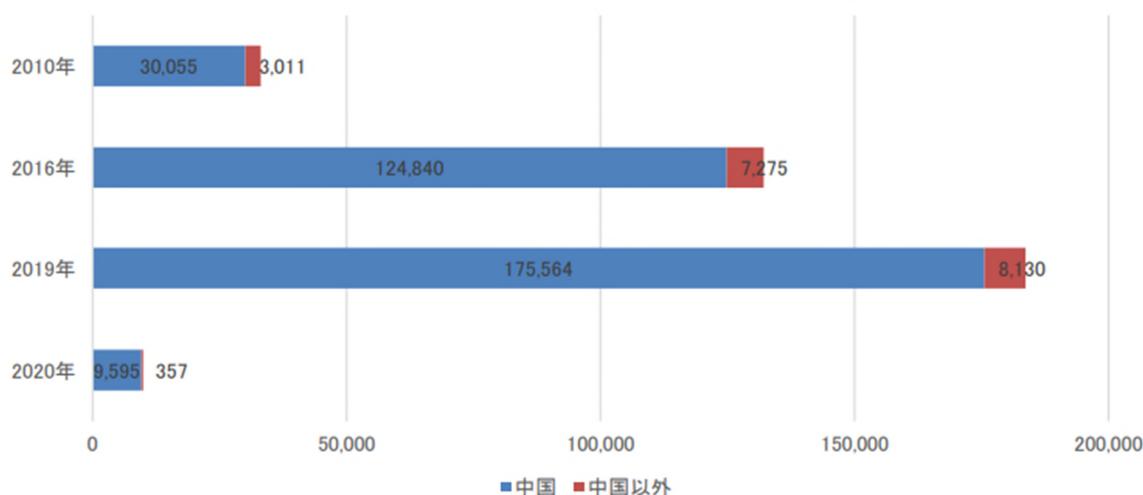
	アジア	北米	中南米	ヨーロッパ	オセアニア	アフリカ	国籍不明	計
2010年	32,747	125	10	36	10	0	138	33,066
2011年	3,313	104	32	36	2	1	7,817	11,305
2012年	22,706	135	13	133	5	0	225	23,217
2013年	20,631	86	4	285	17	0	1,574	22,597
2014年	37,858	126	4	218	47	2	498	38,753
2015年	126,541	155	327	254	79	137	1,250	128,743
2016年	130,890	217	274	219	90	58	367	132,115
2017年	110,270	277	206	383	417	155	1,796	113,504
2018年	163,085	145	257	97	31	29	5,342	168,986
2019年	182,335	267	76	96	46	35	839	183,694
2020年	9,734	14	38	26	2	0	138	9,952

【地域別】外国人宿泊者数（2010～2020年）

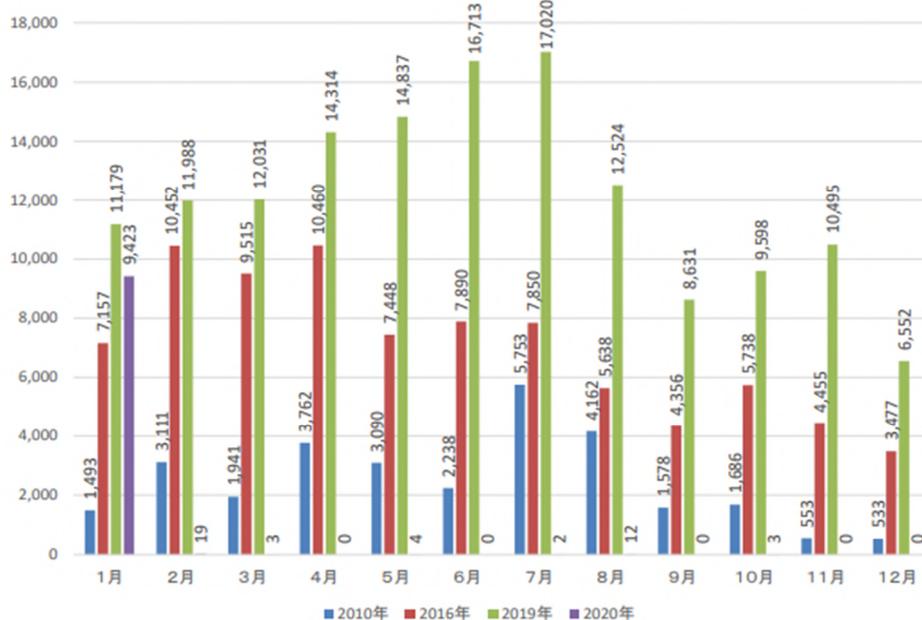
(人)

	アジア	北米	中南米	ヨーロッパ	オセアニア	アフリカ	国籍不明	計
2010年	32,712	125	10	36	10	0	138	33,031
2011年	3,286	88	32	35	1	1	7,800	11,243
2012年	20,540	133	10	131	0	0	94	20,908
2013年	20,594	71	2	277	6	0	1,361	22,311
2014年	37,647	88	0	200	1	0	36	37,972
2015年	102,278	118	53	199	48	119	278	103,093
2016年	90,133	162	57	186	73	58	194	90,863
2017年	92,125	225	57	328	381	128	1,438	94,682
2018年	136,856	121	55	69	27	28	4,989	142,145
2019年	152,475	240	72	80	39	31	24	152,961
2020年	9,587	10	8	20	2	0	23	9,650

【外国人観光利用者数に占める中国人の割合（2010年、2016年、2019年、2020年）】



【月別 中国人宿泊者数 (2010年、2016年、2019年、2020年)】



(3) ターゲット

○第1ターゲット層

現状来訪が多い愛知県内および浜松からの中年ファミリー・老年夫婦

○選定の理由

愛知県は約748万人の人口を擁し大きな商圏である。国道23号線が開通すると静岡県浜松市(人口約80万人)からのアクセスが容易になる(令和6年度内に開通)。

上記の強味および顧客分析から言える現状多数を占めている顧客層を固める事が重要であるため第1ターゲットとする。

○取組方針

・中年ファミリー

この年齢層は子育て世代で 未就学児～中学生の子供が多い事を考え、これらファミリー層を狙えるコンテンツである「ラグーナテンボス」「竹島水族館」「生命の海科学館」「MIKAWAde 遊び 100」等の子どもの成長、家族の歩みに合わせた豊富な観光を生かし、周遊を促し、長期滞在につなげる。

・老年夫婦

老年層では、夫婦の宿泊が一番多い。彼らは温泉エリアへの認知度も高く、温泉を目的とした宿泊がされていると推測される。今後も維持すべきセグメントとして、宿泊プランの充実やOTAと組んだ施策を展開する。また宿泊施設の高付加価値化により、再訪を促す。

・これらの層に強力に訴求する蒲郡ブランドのコンテンツを磨き上げる。

蒲郡みかんを活用した蒲郡市全体の事業者と連携した食のイベント(蒲郡みかん祭り)の開催
夏の蒲郡の魅力として蒲郡らしさをアピールする氷った甘味のイベント(がま氷博覧会)の開催
冬の特産品の苺を活用したストロベリーロード苺一会ドライブスタンプラリーの開催

○ターゲット層

関東圏若年層(20～30代)夫婦・カップル

○選定の理由

顧客分析②③から、愛知県の次は東京都や神奈川県がきている。

蒲郡市の資源は、マリンスポーツやきれいな海岸線などがあり、アクティブな若年層に受け入れられるものと思料。(SNSによるおしゃれなカフェやマリンスポーツの発信により、来訪意欲が掻き立てることができる)

若年層においてはファミリーの来訪が最も多いが、よりフットワークを軽く来訪頂ける夫婦・カップル層を狙う
また、人口の多い関東圏を狙うことで、新たな市場開拓を目指す。

○取組方針

この層で特徴的な旅に求めるものである SNS によるおしゃれなカフェやマリンスポーツの発信により、来訪意欲が掻き立てることができるものと考え以下を取り組む。

- ①・西浦・大塚: SUP 体験・ウエイクボードなどのマリンスポーツを安全で手軽に体験し、爽快感と開放感を味わう。・竹島・八百富神社: パワースポットで神秘的な雰囲気味わう。
上記を味わうことができる魅力とプログラムを創造または磨き上げて発信及び販売する。
- ②ガマニ塩湖など映える写真や動画の発信: 特別な撮影テクニックが無くても、リフレクション画像の効果で、映え写真を撮影できるガマニ塩湖や特別な景觀(夕陽・朝日など)とそこに有る映える施設を主にインスタグラムで発信していく。
- ③蒲郡の特産物である「みかん」「いちご」を活かしたもののキャンペーンを展開する。
キャンペーンには、特に映える写真を期待できるスイーツやカフェを活用する。
第一ターゲットの取組に記載した蒲郡みかん・がま氷・イチゴのイベントの開催
- ④三河湾ラリーおよび周辺イベントを活用した誘客

○ターゲット層

訪日外国人

団体: 中国本土 FIT: リピーターが多いアジア圏諸国(台湾・中国・タイ)

○選定の理由

顧客分析③からも言える通り中国人団体客が圧倒的である。

これはゴールデンルート上に位置しているという理由で大阪インの2泊目、東京インの2および3泊目で選ばれており、ゴールデンルートを辿る団体客には適地と言える。このことから、宿泊施設には懇意にする中国ランドオペレーターや旅行会社も多く営業しやすい点にある。

次に、団体から FIT 移行が顕著であり、訪問地はローカルに移行することから個人客は訪日リピーターが多いエリアであり、中部国際空港の発着便が多い諸国を狙う。

特にこれまで隣市の岡崎と協議会を組んでプロモーションを実施している台湾とタイおよび中国人団体客を送客いただいている旅行会社から発生する FIT 客を狙う。

○取組方針

- ①中国人団体客には、今までに蒲郡の利用の多いランドオペレーターや旅行会社への営業を宿泊施設と一緒に実施していく。また宿泊だけでなく、蒲郡市内の周遊を提案する(中国人が好む蒲郡オレンジパークなどのコンテンツを活用する)。
- ②台湾およびタイには、今まで通り岡崎市と一緒にプロモーションを実施する。
 - ・OTAの力を借りて、体験プログラム等の造成販売にチャレンジする。
 - ・現地旅行会社の力を借りた宣伝やツアー販売を仕掛ける。
 また、宿泊観光委員会指導で関連事業と連携した商品造成や宣伝を実施する。
中国人団体客を送客いただいている旅行会社やランドオペレーターに FIT 客の営業を実施する。
この国の方々が好む魅力を創造し宣伝する。
- ③ターゲット国の嗜好に合わせた魅力創造の実施
- ④受入環境整備として WEB サイトの多言語化(英語・中国語・タイ語)および英語ガイドや中国語ガイドによる観光地案内プログラムの創造
令和6年度から、英語ガイド育成のための研修会を実施
観光庁の多言語整備事業(竹島エリアの文化財など)を開始

(4) 観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	<p>選ばれるまち「蒲郡」になるための地域づくりを実施</p> <ul style="list-style-type: none"> ・蒲郡ならではの資源を活用し“眺・味・遊・学”を唯一無二に磨き上げまたは創造し、蒲郡ブランドを確立する。
②コンセプトの考え方	<p>蒲郡市は、「行くなら蒲郡」と選ばれる魅力に溢れるまちを目指します。</p> <p>そのためのミッションの一番目として、強味である豊富な「蒲郡ならではの」資源を活かし、様々なニーズに応える魅力を創造・発見しブランド化します。</p> <p>そして、同じ方向にすすめるよう蒲郡市内のベクトルを合わせます。</p> <p>蒲郡市の観光の課題は、強味である「・海(三河湾)と山に囲まれた4つの温泉を擁するロケーション・利便性のある交通アクセス・複合リゾート施設ラグーナテンボスの集客力・豊富な資源(海の幸、眺望、マリンスポーツ、深海魚水族館、天然記念物の竹島、蒲郡みかん等)を有すること」。これら4つの強味に依存し、旺盛であった団体需要を取り込んだことで成果を上げ、その成功体験に執着し続けた結果、次の弱みを持つようになりました。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・滞在を延ばす(宿泊させる)ための魅力が不十分及び来客に繋がる魅力が不十分 ・周遊のためのPRとデータの活用が不十分 ・蒲郡ブランドの確立が不十分 <p>蒲郡市が観光の町として選ばれるためには、これらを解決していかなばなりません。</p> <p>そのために、蒲郡ならではの資源であり、近隣市町には無く差別化が可能で蒲郡市内が共通して認識する誇れるものである「海の資源(深海魚・海のある風景・海のスポーツ・海をテーマにした水族館等の施設)」と「山の資源(蒲郡みかん)」を活用しブランディングを実施します。</p>

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。	<p>総会・理事会の下に業務執行機能として、役員会と委員会(観光資源の関係者、宿泊事業者、交通事業者、商工会議所、行政等が参画し、本法人が事務局を務める)を設置。</p> <p>委員会は未来戦略委員会とコンテンツ委員会からなり、未来戦略委員会が調査・分析および戦略を決定し、コンテンツ委員会が戦略等の合意形成および委員毎に戦術案・KPI 案を策定し、未来戦略委員会に上程し決定する。役員会はそれを承認する。</p> <p>決定事項に基づいてコンテンツ委員会の各組織及び事業者が実行に移し、成果と反省に基づき、次の打ち手を検討し未来戦略委員会で決定。役員会が承認する。</p> <p>このPDCAサイクルを回していく。</p> <p><開催予定></p> <p>役員会 年4回 4月・8月・10月・1月 必要に応じて随時 地域ブランド委員会 年4回 2月・6月・8月・12月 必要に応じて随時 コンテンツ委員会 年4回 3月・7月・9月・12月 必要に応じて随時</p> <p>組織運営機能である総会と理事会については、総会は年に1回(5～6月)理事会は年に4回実施するが、必要に応じて随時開催する。</p>
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	<p>来訪者アンケートや各種データ等を活用した観光 DX を進め、実態とニーズを把握し、サービスの資質向上に反映する。改善が必要なものは、委員会に属する組織で対応策を検討後、委員会メンバーで対応策を決定し皆で共有し実践する。また、サービス品質向上のための研修会等を開催し、基礎サービスレベルの維持と向上を目指す。</p> <p>お客様と観光施設の接点にいるボランティアガイド等からお客様の声をヒアリングし各委員会および関係者にフィードバックし、同上の対応を実施する。</p>
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	<p>観光客への一元的な情報発信として、蒲郡市観光協会のホームページや SNS を活用する。</p> <p>お客様からの言葉・関連事業者からの言葉の一元的な集約窓口として機能させ関係者にフィードバックする。</p> <p>委員会に属さない観光関連団体や事業者、行政等が独自で行っているプロモーションをつなげ相乗効果を創出するための取組をする。</p>

※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				41,311	49,509	51,984
	実績			27,737			
●一人当たりの 旅行消費額 (円)	目標	()	()	()	日帰り客 3,527円	日帰り客 3,703円	日帰り客 3,888円
		()	()	()	宿泊客 29,663円	宿泊客 31,146円	宿泊客 32,703円
	実績	()	()	日帰り客 3,359円			
		()	()	宿泊客 28,250円			
●延べ宿泊者数 (千人)	目標	()	()	562,048 (1,061)	702,024 (80,521)	842,000 (159,980)	842,000 (159,980)
	実績	349,929 (95)	459,927 (218)	493,839 (1,240)			
●来訪者満足度 (%)	目標	()	()	()	90 ()	90 ()	90
	実績	()	()	87 ()	()	()	()
●リピーター率 (%)	目標	()	()	()	89 ()	89 ()	89
	実績	()	()	89 ()	()	()	()

※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値 ※延べ宿泊者数以外は2023年度から実施

※消費額、来訪者満足度、リピーター率については訪日外国人旅行者のデータは取られていない。

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】

※KPIとして設定する項目や年次及び目標数値に関して、その検討のプロセスや考え方を項目ごとに出来る限り具体的に記入すること。

【設定にあたっての考え方】

●旅行消費額

令和5年度は、ほの国東三河観光ビューローに協力いただきラグーナテンボスと竹島で実施した来訪者への聞き取り調査220人をベースにする。

※計算根拠は以下の通りとします。

・220人の聞き取り調査をベースにして、日帰り客と宿泊客の一人値の消費額を計算する。

(宿泊者消費額×宿泊客数)+(日帰り者消費額×(観光利用者数(宿泊者数を除く))=総消費額とする
28,250円×493,839人+3,359円×4,104,289人=27,737,258,501円

※令和6年度以降の目標設定については未来戦略委員会 7/19に開催し決定した。

毎年5%アップの1人当たりの消費額と延べ宿泊者数と観光利用者数の目標人数をベースに計算することとする。

※対象に外国人は含まれなかったためデータはありません。

今後は、宿泊者と日帰り客に分けて定点を決めてグーグル等のWEBアンケートを実施します。

定点については温泉の4エリアの観光スポットで設定し、アンケート母数400人を想定しています。

●延べ宿泊者数

蒲郡市が実施する観光レクリエーション統計調査を用いて測定

蒲郡市観光まちづくりビジョンで定めた2025年度目標数842,000人

2026年度は上記の2025年度の目標数と同数とおきます。

次の改定年は2026年度9月の予定

2023年度の延べ宿泊者数の動向は4~5月が2019年度比平均60%。6月は87%と回復傾向にあるが先行予約の状況についても宿泊施設へのヒアリングによると2019年度比で70%程度である。

今年度の着地については、今後回復傾向にあると判断したうえで2019年度比70%の数字とする。

この70%の数字は562,048人である。2024年度は842,000人と562,048人の中間数値を置くことにする。

外国人延べ宿泊者については、全体の90%を超えるお客様が中国本土からの団体客で占められてきた。これまでの実態および団体旅行が解禁されていない中国の現状を考え、2023年度の4月~6月累計の336人・2019年度の同期間2,258人の15%であるので、2019年度の中国人以外の宿泊者数7079人の15%の1,061で2023年度は見込み2025年度は842,000人の19%(2019年度と同じ構成比)とします。2024年度はその中間の数値を置きます。

●来訪者満足度

令和5年度は、ほの国東三河観光ビューローに協力いただきラグーナテンボスと竹島で実施した来訪者への聞き取り調査220人をベースにする。

※令和6年度以降の目標設定については未来戦略委員会 7/19に開催し決定した。

2023年度のアンケートによる満足度(やや満足以上)が87と非常に高い数値を示しているため、一旦は90という数値とし、今後のアンケートデータの推移で再検討することとする。

今後は、宿泊者と日帰り客に分けて定点を決めてグーグル等のWEBアンケートを実施します。

定点については温泉の4エリアの観光スポットで設定し、アンケート母数400人を想定しています。

●リピーター率

令和5年度は、ほの国東三河観光ビューローに協力いただきラグーナテンボスと竹島で実施した来訪者への聞き取り調査220人をベースにする。

89%という高いリピーター率を示した。2023年の4,598,128人の観光利用者数は前年比106.5%である。目標数は蒲郡市観光まちづくりビジョンで2025年度まで決められた数になっている、実際には現実的ではない。であっても、大きな新規客を増やさない限りは目標には近づかないと言えるのでリピーター率は下がる傾向にならないといけない。2023年度と同率において、今後のアンケートデータの推移で再検討することとする。

今後は、宿泊者と日帰り客に分けて定点を決めてグーグル等のWEBアンケートを実施します。
 定点については温泉の4エリアの観光スポットで設定し、アンケート母数400人を想定しています。

(2)その他の目標

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
●観光利用者数 (数)	目標	()	()	5,861,626 (1,220)	6,510,813 (106,950)	7,130,000 (213,900)	7,130,000 (213,900)
	実績	3,496,867 (178)	4,352,361 (243)	4,598,128 (1,365)			
●MIKAWA de 遊 び100 参加者 数 (数)	目標	()	()	5,800 (0)	7,150 (0)	8,500 (0)	8,500 (0)
	実績	3,326 (0)	4,417 (0)	7,916 (0)			
● MIKAWA de 遊 び100 プログ ラム数 (数)	目標	()	()	68 (0)	84 (0)	100 (0)	100 (0)
	実績	55 (0)	52 (0)	90 (0)			
●一社)蒲郡市観 光協会ホーム ページユニーク ユーザー数 (数)	目標	()	()	556,854 (2,101)	618,527 (3,903)	677,350 (7,807)	677,350 (7,807)
	実績	322,670 (947)	439,662 (870)	487,446 (1,414)			
	目標	()	()	()	()	()	
	実績	()	()				

※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値
 ※各指標項目の単位を記入すること。

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】

※KPIとして設定する項目や年次及び目標数値に関して、その検討のプロセスや考え方を項目ごとに出来る限り具体的に記入すること。

【設定にあたっての考え方】

●観光利用者数

蒲郡市が実施する観光レクリエーション統計調査を用いて測定
 蒲郡市観光まちづくりビジョンで定めた2025年度目標数7,130,000人
 2026年度は上記の2025年度の目標数と同数とおきます。
 次の改定年は2026年度9月の予定

2023年度の観光利用者数は、コロナが5類へと移行し行動制限もない現状下で7/6のNHKニュースで
 大手旅行会社が国内の旅行者数はコロナ禍前の人数に戻ると予測したと報道がありました。このトレンドは

当地においても変わらないと予測すれば、宿泊客は前述したように戻りが遅いと思われませんが、日帰り客についてはこの予測通りと仮定すると全体数は下記の計算に基づいた 5,861,626 人とします。

2024 年度については 2025 年度の目標数値の中間に置くことにします。

外国人観光客は 2023 年度の宿泊者数で予測した中国人の戻りが無い前提の予測数から割り出しました。2024 年度については 2025 年度の目標数値の中間に置くことにします。

※2019 年度宿泊者数 802,925 人 日帰り客 6,102,503 人－802,925 人＝5,299,578 人

2019 年度と変わらない日帰り客数＋2023 年度宿泊客目標 562,048＝5,861,626 人

※外国人客数は 2019 年度の中国人以外の宿泊者数の 1.15 倍でしたので同比率とすると 1,061 人×1.15＝1,220 人

●MIKAWA de 遊び 100 参加者数

MIKAWA de 遊び 100 プログラム数

蒲郡市観光まちづくりビジョンで定めた 2025 年度目標数 8,500 人

2026 年度は上記の 2025 年度の目標数と同数とおきます。

次の改定年は 2026 年度 9 月の予定

ミッションである「選ばれるまちになるために、多様な観光価値を創出」において、様々なニーズに応える魅力を創造・発見しブランド化を進めて参りますが、特に団体から個人客に物消費からコト消費に観光トレンドが変化する中で、かねてから実施している MIKAWA de 遊び 100」の指標は適していると判断できます。

目標数値については、2022 年度に対して 2023 年度は 30%アップを目指し、2024 年度については 2025 年度の目標数値の中間におくことにします。

●一社)蒲郡市観光協会ホームページユニークユーザー数

一元的な情報発信の軸であり、ミッションの一つである観光価値の発信の軸でもあるホームページは訪れる予定の旅行者や旅中の旅行者の動向を知る指標にもなります。

ホームページの情報提供という基本的な機能の充実はさることながら、創造発見された魅力の発信や商品の販売などにも力を注ぐことが重要だと考えています。

目標数値の考え方は観光利用者の数に対するユニークユーザー数の割合が 2020 年度と 2021 年度は 9.2%。2022 年度は 10.1%であったことから 3 年度平均 9.5%とし 2023 年度～2025 年度の観光利用者数目標の 9.5%を目標におきます。

2026 年度については、2025 年度の観光利用者数と総数を目標にしているため、UU 数についても 2025 年度と同数とします。

外国人ユニークユーザーについては、多言語化が図られていない状況下で、世界の個人客で多数者の言語をなす英語ページを数値と置きたいと考えます。目標数値は外国人利用者数に対する比率としたいところですが、2020 年度からはコロナ禍で論理的な数値は割り出せないため 2018 年度の 3.5%(5,867UU/168,986 人)、2019 年度の 3.8%(6,952UU/183,694 人)の平均値 3.65%に利用客目標値をかけたものとしします。

ただし、2023 年度は 2020 年度と同数とします。

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)
2022 (R4) 年度 (※法人化 前)	一般会計 110,975,061 円	【会費収入】 6,860,000 円 【補助金】 84,889,586 円 (5,575,000 円：文化庁) (6,000,000 円：観光庁) (73,314,586 円：蒲郡市)
		【負担金】 5,755,200 円 (440,000 円：4 地区観光協会) (75,200 円：各宿泊施設) (5,240,000 円：蒲郡市)
		【受託事業】 200,000 円：ホテル旅館同業組合 【協力費】 172,860 円：ホテル旅館協力費・三 河大島海水浴場協力費
		【販売手数料】 8,100 円：駅前駐車場 【駐車場収入】 4,709,500 円：潮干狩り駐車場 【協賛金】 1,320,000 円：がまポン・宿泊プラン 【雑収入】 262,875 円：コンシェルジェ検定料等 【繰越金】 6,796,940 円
	特別会計 5,374,122 円	蒲郡市観光交流センターナビテラス 【受託事業】 5,000,000 円：蒲郡市 【繰越金】 273,000 円 【販売手数料】 101,099 円：お土産手数料 【雑収入】 23 円：利息
	特別会計 11,092,000 円	名鉄利用促進事業 【補助金】 8,873,600 円：蒲郡市 【負担金】 2,218,400 円：各宿泊施設
	特別会計 398,113 円	グラウンドゴルフ事業 【参加費】 0 円：コロナ禍で中止 【繰越金】 398,111 円 【雑収入】 2 円：利息
2023 (R5) 年度	151,235,385 円	【会費収入】 6,926,600 円 【補助金】 113,003,600 円 (8,330,000 円：文化庁) (5,000,000 円：観光庁) (99,673,600 円：蒲郡市) 【負担金】 7,504,549 円 (709,000 円：4 地区観光協会)

		<p>(1,618,950 円：各宿泊施設) (5,176,599 円：蒲郡市)</p> <p>【受託事業】 9,151,085 円 (200,000 円：ホテル旅館同業組合) (5,000,000 円：蒲郡市ナビテラス運営) (3,951,085 円：蒲郡市)</p> <p>【事業収入】 5,425,094 円 (92,044 円：ナビテラス売上金) (532,000 円：ぐるちゃりレンタル料) (2,914,050 円：潮干狩り駐車料) (547,000 円：グランドゴルフ参加料) (80,000 円：大島海水浴場協力費) (1,260,000 円：がまポン協賛金) (0 円：宿泊キャンペーン協賛金) ※宿泊キャンペーンは実施せず</p> <p>【雑収入】 659,820 円：駅前駐車場 体験プログラム参加料等</p> <p>【譲渡金】 8,564,637 円</p>
2024(R6) 年度	103,207,697 円	<p>【会費収入】 7,176,600 円 【補助金】 48,400,000 円：蒲郡市 【負担金】 15,306,000 円 (1,800,000 円：4 地区観光協会) (2,100,000 円：各宿泊施設) (11,326,000 円：蒲郡市) (80,000 円：三河大島売店組合)</p> <p>【受託事業】 15,153,000 円 (200,000 円：ホテル旅館同業組合) (5,000,000 円：蒲郡市ナビテラス運営) (100,000 円：蒲郡まつり関連事業) (7,853,000 円：観光魅力創出事業) (2,000,000 円：スポーツ推進事業)</p> <p>【事業収入】 6,130,000 円 (100,000 円：ナビテラス売上金) (600,000 円：ぐるちゃりレンタル料) (2,800,000 円：潮干狩り駐車料) (1,000,000 円：グランドゴルフ参加料) (400,000 円：蒲郡まつり出展料) (1,230,000 円：がまポン協賛金) (0 円：宿泊キャンペーン協賛金) ※実施予定なし (0 円：蒲郡まつり売上) ※上記蒲郡まつり出展料に振替</p> <p>【雑収入】 100,000 円：駅前駐車場 【繰越金】 10,942,097 円</p>

2025(R7) 年度	93,510,000 円	<p>【会費収入】 7,400,000 円</p> <p>【補助金】 48,400,000 円：蒲郡市</p> <p>【負担金】 14,580,000 円 (1,800,000 円：4 地区観光協会) (2,100,000 円：各宿泊施設) (10,600,000 円：蒲郡市) (80,000 円：三河大島売店組合)</p> <p>【受託事業】 7,300,000 円 (200,000 円：ホテル旅館同業組合) (5,000,000 円：蒲郡市ナビテラス運営) (100,000 円：蒲郡まつり関連事業) (2,000,000 円：スポーツ推進事業)</p> <p>【事業収入】 8,730,000 円 (100,000 円：ナビテラス売上金) (600,000 円：ぐるちゃりレンタル料) (2,800,000 円：潮干狩り等駐車料) (1,000,000 円：グラウンドゴルフ参加料) (2,000,000 円：蒲郡まつり関連) (1,230,000 円：がまポン協賛金) (1,000,000 円：新規自主事業売上)</p> <p>【雑収入】 100,000 円：駅前駐車場</p> <p>【繰越金】 7,000,000 円</p>
2026(R8) 年度	94,710,000 円	<p>会費収入 7,600,000 円</p> <p>【補助金】 48,400,000 円：蒲郡市</p> <p>【負担金】 14,580,000 円 (1,800,000 円：4 地区観光協会) (2,100,000 円：各宿泊施設) (10,600,000 円：蒲郡市) (80,000 円：三河大島売店組合)</p> <p>【受託事業】 7,300,000 円 (200,000 円：ホテル旅館同業組合) (5,000,000 円：蒲郡市ナビテラス運営) (100,000 円：蒲郡まつり関連事業) (2,000,000 円：スポーツ推進事業)</p> <p>【事業収入】 9,730,000 円 (100,000 円：ナビテラス売上金) (600,000 円：ぐるちゃりレンタル料) (2,800,000 円：潮干狩り等駐車料) (1,000,000 円：グラウンドゴルフ参加料) (2,000,000 円：蒲郡まつり関連) (1,230,000 円：がまポン協賛金) (2,000,000 円：新規自主事業売上)</p> <p>【雑収入】 100,000 円：駅前駐車場</p> <p>【繰越金】 7,000,000 円</p>

(2) 支出

年(年度)	総支出	内訳(具体的に記入すること)
2022(R4) 年度	104,024,276 円	【管理費】 28,010,779 円 【負担金】 930,000 円 【事業費】 75,083,497 円 (586,365 円:海水浴場事業) (74,410 円:表彰事業) (6,723,854 円:国内広告宣伝事業) (57,739,401 円:販売促進事業) (99,920 円:観光ボランティアガイド運営) (4,548,371 円:駐車場管理) (4,311,176 円:観光ビジョン事業) (1,000,000 円:MIKAWAde 遊び 100 事業) ※事業費内にインバウンド関連は0円 【予備費】 0 円
	繰越金 6,950,785 円	
	特別会計 4,989,209 円 繰越金 384,913 円	蒲郡市観光交流センターナビテラス 【人件費】 4,889,816 円 【施設修繕費】 8,030 円 【消耗品費】 21,893 円 【利用促進費】 7,070 円
	特別会計 11,092,000 円	名鉄利用促進事業 【事業費】 11,092,000 円
	特別会計 0 円	グラウンドゴルフ事業 コロナ禍のため中止につき事業費、予備費ともに0円
2023(R5) 年度	140,293,288 円	【管理費】 39,865,476 円 【負担金】 2,260,000 円 【事業費】 98,096,812 円 (1,418,000 円:助成金事業) (3,334,522 円:委託事業) (79,630,000 円:補助金事業) (2,795,668 円:自主事業) (10,918,622 円:誘客事業) 【租税公課費】 71,000 円 【予備費】 0 円
2024(R6) 年度	103,207,697 円	【管理費】 31,820,000 円 【負担金】 2,689,000 円 【事業費】 63,491,000 円 (4,700,000 円:助成金事業) (12,475,000 円:委託事業)

		(20,600,000 円:補助金事業) (726,000 円:負担金事業) (11,990,000 円:収益事業) (7,500,000 円:観光誘客事業) (3,000,000 円:観光まちづくり事業費) (2,500,000 円:情報発信事業費) 【租税公課費】 1,500,000 円(消費税・法人税) 【予備費】 3,707,697 円
2025(R7) 年度	93,510,000 円	【管理費】 31,900,000 円 【負担金】 2,689,000 円 【事業費】 55,475,000 円 (4,700,000 円:助成金事業) (4,475,000 円:委託事業) (20,600,000 円:補助金事業) (0 円:負担金事業) (12,700,000 円:収益事業) (7,500,000 円:観光誘客事業) (3,000,000 円:観光まちづくり事業費) (2,500,000 円:情報発信事業費) 【租税公課費】 1,500,000 円(消費税・法人税) 【予備費】 1,946,000 円
2026(R8) 年度	94,710,000 円	【管理費】 32,000,000 円 【負担金】 2,689,000 円 【事業費】 56,475,000 円 (4,700,000 円:助成金事業) (4,475,000 円:委託事業) (20,600,000 円:補助金事業) (0 円:負担金事業) (13,700,000 円:収益事業) (7,500,000 円:観光誘客事業) (3,000,000 円:観光まちづくり事業費) (2,500,000 円:情報発信事業費) 【租税公課費】 1,500,000 円(消費税・法人税) 【予備費】 2,046,000 円

(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

- ・市の補助金の確保
- ・収益事業（自主事業）の拡大
着地型商品の造成販売と拡充。
タイムリーな商品作りと販売。
受託事業の推進
- ・観光協会会員増強
- ・国や県からの補助金の獲得

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

蒲郡市が観光地として選ばれるためには、観光地域づくりが重要であると考えております。その司令塔を担う観光地域づくり法人が重要であり、蒲郡市全体の観光振興を担い、観光関連事業者が会員として組織化されている一社)蒲郡市観光協会がその役割を課せられた団体であります。

そのため、蒲郡市は、蒲郡市観光協会に対し、任意団体から法人化への移行を促すとともに、蒲郡市観光まちづくりビジョンに沿って、ともに歩んで参りました。よって、蒲郡市は、蒲郡市における地域DMOとして一社)蒲郡市観光協会とともに申請します。

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)

重複しない

10. 記入担当者連絡先

担当者氏名	森 隆司
担当部署名(役職)	専務理事
郵便番号	443-0043
所在地	愛知県蒲郡市元町 1-3 ナビテラス内
電話番号(直通)	0533-68-2526
FAX番号	0533-68-3871
E-mail	kankou-1@sk.aitai.ne.jp

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 蒲郡市
担当者氏名	鈴木隆夫
担当部署名(役職)	産業振興部光まちづくり課 課長補佐
郵便番号	443-8601
所在地	愛知県蒲郡市旭町 17 番 1 号
電話番号(直通)	0533-66-1120
FAX番号	0533-66-1188
E-mail	kanko@city.gamagori.lg.jp

都道府県・市町村名	
担当者氏名	
担当部署名(役職)	
郵便番号	
所在地	
電話番号(直通)	
FAX番号	
E-mail	

記入日: 令和6年7月25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 蒲郡市

【設立時期】 令和4年9月30日

【設立経緯】 区域の観光協会がDMOに移行

【代表者】 代表理事:杉山 和弘

【組織責任者(CEO)・プロモーション責任者】 専務理事 森 隆司

【マーケティング責任者(CMO)】 常務理事 高井 知明

【財務責任者(CFO)】 事務局長 鹿野 公朗

【職員数】 13人(常勤7人(正職員5人・出向等2人)、非常勤6人)

【主な収入】

会費収入 6.9百万円、補助金 113.0百万円(R5年度決算)

【総支出】 総支出140百万円

主なもの 事業費98百万円、一般管理費 40百万円(R5年度決算)

【連携する主な事業者】

区域の主な宿泊観光事業者、蒲郡市農業協働組合、蒲郡漁業協同組合、愛知県飲食生活衛生同業組合蒲郡支部、蒲郡信用金庫蒲郡商工会議所、水産加工業者、名古屋鉄道など

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	()	()	()	41,311	49,509	51,984
	実績	()	()	27,737	—	—	—
延べ宿泊者数 (千人)	目標	()	()	562,048 (1,061)	702,024 (80,521)	842,000 (159,980)	842,000 (159,980)
	実績	34,929 (95)	459,927 (218)	493,839 (1,240)	—	—	—
来訪者満足度 (%)	目標	()	()	()	90	90	90
	実績	()	()	87	—	—	—
リピーター率 (%)	目標	()	()	()	89	89	89
	実績	()	()	89	—	—	—

戦略

【主なターゲット】

県内および浜松からの中年ファミリー・老年夫婦

【ターゲットの誘客に向けた取組方針】

・中年ファミリー:「ラグーナテンボス」等の子どもの成長、家族の歩みに合わせた豊富な観光を生かし、周遊を促し、長期滞在につなげる。

・老年夫婦:宿泊プランの充実やOTAと組んだ施策を展開。施設の高付加価値化で再訪促進

【観光地域づくりのコンセプト】

選ばれるまちになるため、蒲郡ならではの資源を活用し“眺・味・遊・学”を唯一無二に磨き上げまたは創造し、蒲郡ブランドを確立する。

具体的な取組

【観光資源の磨き上げ】

- ・宿泊プランの創造
- ・オンパクの実施(現:遊び100)
- ・着地型プログラムの造成
SUPイベント・謎解き・グラウンドゴルフ
- ・食に係る魅力創造
地産品の活用
(蒲郡みかん、深海魚、かき氷等)

【受入環境整備】

- ・ボランティアガイド・おもてなし
コンシェルジェの育成
- ・英語ガイド研修の実施

【情報発信・プロモーション】

- ・創造した宿泊プランの告知宣伝
- ・クーポン観光ブック「がまポン」の
創造と告知宣伝
- ・団体誘致事業としての助成金
教育旅行、MICE
- ・インバウンド誘致と宣伝
- ・WebサイトとSNSの活用

【その他】

- ・潮干狩り駐車場の管理
- ・三河大島海水浴場の管理
- ・ラグーナテンボス連携事業



海の見える温泉



ラグーナテンボス