観光地域づくり法人形成･確立計画

記入日：令和７年７月１４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	（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番３号　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６人（正職員４・出向等２人）、非常勤７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） ※必ず記入すること	（氏名） 杉山　和弘 （出身組織名） ㈱明山荘	本協会の代表理事・会長であり、三谷温泉ホテル明山荘の代表取締役社長。蒲郡市観光まちづくり推進ビジョン推進副委員長、蒲郡商工会議所観光部会長などの市内各種組織や（一社）ほの国東三河観光ビューロー理事など各種広域連携組織の役員も務め、蒲郡市内や近隣市町を含めた広域観光振興に永年尽力している。
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 ※必ず記入すること	（氏名） 高井　知明「専従」 （出身組織名） （一社）蒲郡市観光協会	当協会の専務理事 旅行会社ＪＴＢにて 38 年間勤務し、本年４月より観光協会職員として勤務。ＪＴＢ在籍時に旅行販売、商品造成に永年携わり、平成 30 年より（一社）美しい伊豆創造センター出向時にＣＭＯとしてＤＭＯ推進に従事。令和２年４月より当協会にて事業全般の企画・推進を担当するとともにマーケティング担当者としてデジタルマーケティングを通じた観光データ分析を行う。
財務責任者（ＣＦＯ：チーフ・フィナンシャル・オフィサー） ※必ず記入すること	（氏名） 鹿野　公朗「専従」 （出身組織名） （一社）蒲郡市観光協会	当協会の事務局長 平成 27 年より現職として本協会の財務全般を担当。法人化以降は観光まちづくりの仲間づくりとして新規会員の勧誘にも尽力している。また、前職（広告業）の経験を生かしたプロモーションやスポーツイベント等各種イベント企画運営にも高い知見を持ち、事務局業務を請け負っている。
各部門（例：プロモーション）の責任者（専門人材）	（氏名） 瀬川　功「専従」 （出身組織名） （株）ＪＴＢ	当協会の常務理事 本年４月より（株）ＪＴＢより当協会に出向。永年旅行商品造成に携わり、観光コンテンツ造成・プロモーションに高い知見を持つ。当協会にて各

様式１

※各部門責任者のうち専従の者については、氏名の右横に「専従」と記入すること		種誘客事業企画実施や三河全域の体験型観光推進事業「MIKAWA de 遊び 100」の担当を通じた観光まちづくり推進に尽力する。
連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	〇蒲郡市産業振興部 ・観光まちづくり課（観光振興事業全般、シティプロモーション、各種イベント開催、観光施設整備など） ・産業政策課（産業振興、ワーケーションを含む企業立地推進など） ・農林水産課（蒲郡みかん・深海魚を含む農林水産業振興と食のブランド化推進） 企画部 ・企画政策課（移住定住促進、サーキュラーエコノミー推進など） ・デジタル行政推進課（まちづくりＤＸ推進など） 市民生活部 ・交通防犯課（名鉄西尾・蒲郡線を含む公共交通利用促進事業） ・協働まちづくり課（国際交流協会運営、市民団体支援） 建設部 ・みなとみらい課（東港地区開発事業、クルーズ船誘致） 教育委員会 ・スポーツ推進課（スポーツイベント開催、スポーツツーリズム推進） ・学校教育課（地域文化財活用事業、地域食材による食育など） ・蒲郡市観光まちづくりビジョン推進委員会（蒲郡市観光まちづくりビジョンの策定・推進・進捗管理。当観光協会が事務局） ボートレース事業部（ボートレース蒲郡を通じたインバウンド誘致など） 他市町との広域観光連携 〇愛知県観光コンベンション局及び（一社）愛知県観光協会（全県での観光振興事業への参画、各種提供ソリューションツールの活用など） 〇（一社）東三河観光ビューロー（蒲郡市を含む東三河地区８市町村との連携事業） 〇ＧＯＧＯ三河湾協議会（蒲郡市、南知多町、西尾市、田原市の三河湾エリア４市町の広域観光推進） 〇「MIKAWA de 遊び 100」実行委員会（東三河８市町＋岡崎市・西尾市・南知多町の体験型観光推進）※事務局：（一社）蒲郡市観光協会	
連携する事業者名及び役割	・市内（各エリア）の観光振興、宿泊客誘致 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蒲郡支部、三谷温泉旅館組合、西浦温泉旅館組合、ラグーナベイコート倶楽部 ・商工業振興、（観光）消費促進 蒲郡商工会議所、蒲郡信用金庫 ・地域資源活用：地域産品開発・着地型プログラム開発・文化財活用など 蒲郡商工会議所、蒲郡市農業協同組合（ＪＡ蒲郡市）、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、蒲郡市博物館、㈱ラグーナテンボス、㈱蒲郡オレンジパーク、山本水産㈱、竹本油脂㈱、竹島水族館（竹島開発㈱）、㈱まんてん＋、蒲郡海鮮市場、ＪＴＢ豊橋支店など ・交通アクセス整備 【一次】東海旅客鉄道㈱（ＪＲ東海）、名古屋鉄道㈱、伊勢湾フェリー 【二次】名鉄バス、かねいちタクシー、豊鉄タクシー、蒲郡観光汽船	

	・ＭＩＣＥ誘致 市内宿泊施設宴会場・バンケット、海陽ヨットハーバー、ラグーナテンボス ボートレース蒲郡、蒲郡市民会館 ・スポーツツーリズム 海陽ヨットハーバー、西浦マリーナ、CHARICafePorter、蒲郡市グランド ゴルフ協会、蒲郡山歩会、ラリー三河湾実行委員会、スパ西浦モーター パーク、三河大島売店組合
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	＜概要＞ 社員総会・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。 また、蒲郡市が設置する「蒲郡市観光まちづくりビジョン推進委員会」の事務局を担い、蒲郡市総合計画の下位計画である「蒲郡市観光まちづくりビジョン」の策定・改訂・進捗度チェックに関わり、当協会の取り組みと連携した推進を図っている。 当協会の各組織・会議体については、下記の通りです。 ＜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 委員会メンバー ・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）の会長 ・コンテンツ委員長：蒲郡市観光まちづくりビジョン委員会（市・商工会議所・観光協会・市民団体等） ・観光宿泊委員長（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青年部長 ・西浦リボーン委員会（西浦地区商工業者等） ・蒲郡市産業振興部 ・その他事案に応じた組織・事業者 ＜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 委員会メンバー ・委員長：蒲郡市観光まちづくりビジョン委員会 ・宿泊観光委員会 ・蒲郡市農業協働組合、 ・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 ・その他事案に応じて蒲郡市漁業協同組合、蒲郡商工会議所、名古屋鉄道、かねー自動車、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）、蒲郡市信用金庫、蒲郡市各課

<table>
<tr><td></td><td>＜開催時期＞
・役員会　　年２回程度　重要案件、人事案件等
・未来戦略委員会　年１０回程度（毎月１回程度）　必要に応じて随時
・コンテンツ委員会（未来戦略委員会合同開催含む）</td></tr>
<tr><td>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</td><td>・「蒲郡観光おもてなしコンシェルジュ」活動（各種体験プログラム企画造成、観光ＰＲ支援、各種ボランティア活動（海水浴場クリーンアップなど）を通じた観光まちづくりへの参画
※「蒲郡観光おもてなしコンシェルジュ」：平成 20 年より実施の「蒲郡観光おもてなしコンシェルジュ検定」の合格者約 1,500 名（蒲郡市民以外含む）がコンシェルジュとして認定し、各種の観光地域づくりの取組に参画
・観光交流フェア（毎年３月）での各種シンポジウム、イベント開催を通じた観光地域づくりの取組紹介や参画促進
・文化財総合活用推進事業（人材育成・普及促進）を通じた地元小中学生参加による市内文化財の学習や普及促進活動を実施
・その他体験プログラム事業を通じた各種市民団体との連携</td></tr>
<tr><td>法人のこれまでの活動実績</td><td>【活動の概要】
＜法人化前＞
・観光事業者を中心とした組織で主として誘客につながる情報発信・ＰＲ、観光コンテンツ造成を中心とした活動
＜法人化後：令和５年度より＞
・観光まちづくり関連関係者を広く会員化し、「選ばれるまち蒲郡」を理念に観光まちづくり全般の取組に領域を広げて活動

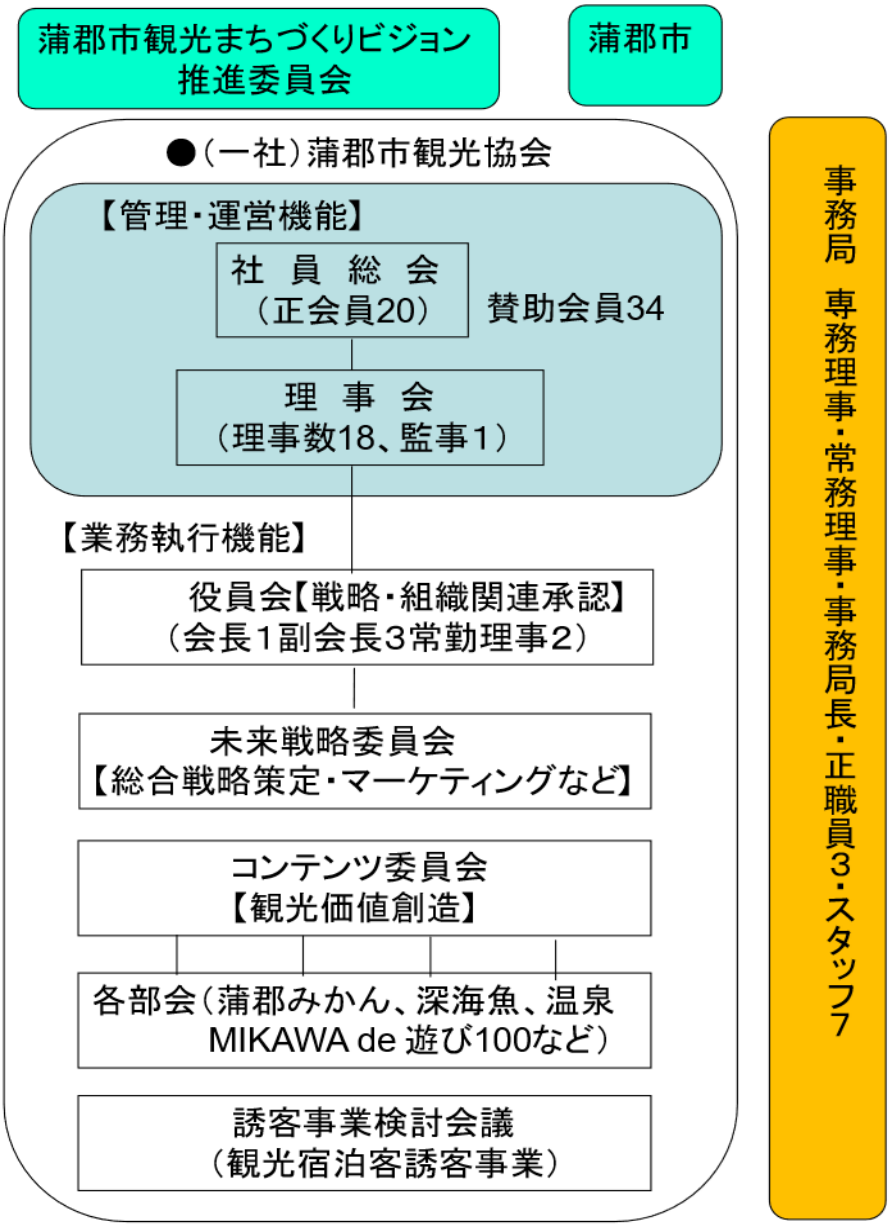
<table>
<tr><th>事業</th><th>実施概要</th></tr>
<tr><td>情報発信・プロモーション</td><td>●過去からの継続事業
・観光情報サイト「がまごおりナビ」運営
・ＳＮＳ公式アカウントによる旬の観光情報発信（Instagaram、X、tiktok、LINE）
・デジタルスタンプラリー汎用システムを利用した各種スタンプラリー実施（令和４年度～、16 種スタンプラリー実施）
・市内回遊・消費促進を目的とした特典ＢＯＯＫ「がまポン」発行　※令和４年度からデジタル版を導入し、利用者属性、利用履歴の取得・分析開始
・各種宿泊キャンペーンと連動したＯＴＡプロモーション
・その他各種観光物産展、観光商談会参加
●令和５年度
・まちじゅう食べる水族館ラッピング自販機設置（市内 15 ヶ所）
・蒲郡みかんまつり
蒲郡みかん各種や加工商品を一堂に集め、オリジナルデザートを含む試食会や蒲郡みかんシンポジウム、屋内みかん狩り体験などのキックオフイベントの後、市内蒲郡みかん関連商品取扱事業者を巡るスタンプラリー実施
・文化庁事業
市内小中学生による「上ノ郷城落城物語」舞台劇上演
●令和６年度
・がま氷博覧会（蒲郡の地域資源を活用したかき氷キャンペーン</td></tr>
</table>
</td></tr>
</table>

		・蒲郡みかんまつり 著名パティシエ辻口氏の講演＋シンポジウムのキックオフ後、体験プログラムも含めたスタンプラリー実施 ・tiktok「深海魚のうた」ダンスコンテスト
	受入環境の整備	●過去からの継続事業 ・観光ボランティアガイド育成事業 ・電動自転車「ぐるチャリ」レンタル事業 ・文化庁事業「地域文化財総合活用推進事業」 ボランティアガイド育成事業、市民・学生の文化財人材育成、普及啓発事業 ・市民公募、おもてなしコンシェルジュによる観光地クリーンアップ活動（海水浴場、竹島園地・西浦園地など） ・シティドレッシング事業 ＪＲ・名鉄蒲郡駅周辺、西浦エリアでのライトアップ ●令和５年度 ・愛知県「宿泊施設高付加価値化補助金」活用 ワーケーション推進に向けた温泉旅館リーシング客室整備（三谷温泉・西浦温泉：２施設８室） ●令和６年度 ・レンタカー業許可取得と「電動 tuktuk」有償レンタル実証実験 ・観光庁「観光地の再生・観光施設の高付加価値化」事業 宿泊・観光施設の改修、廃屋撤去 ・文化庁事業 英語ガイド育成事業、地域文化財リーダーズ研修（市内中学生） ・観光庁・環境省事業 竹島エリア多言語解説文作成及び看板設置 竹島エリア多言語マップ作成
	観光資源の磨き上げ	●過去からの継続事業 ・体験型観光推進の取組「MIKAWA de 遊び 100」（三河地区全域）の事務局運営及び体験プログラム企画 96 プログラム（令和 6 年度） ・「まちじゅう食べる水族館」の取組 愛知県内で唯一底引き網漁船４隻が在籍し、人気観光施設「竹島水族館」を有することから、「まちじゅうが水族館」をコンセプトに、深海魚を中心としたキャンペーンイベント等による普及促進活動や新規コンテンツ開発を実施 ●令和５年度 ・観光庁「観光コンテンツ造成支援事業」 まちじゅう食べる水族館をテーマとした蒲郡ファンコミュニティ創出と外国人コンシェルジュ創出事業 「SDGs 的お魚学校」の個人向け商品化 ・はじめてのボートレース体験 講師からボートレースの楽しみ方を学び、ボートレース場で蒲郡名物料理を楽しむ（団体向け・インバウンド FIT 向け）プログラム造成・多言語ツール作成 ●令和６年度 ・蒲郡みかんの果実を使った「蒲郡みかんドレッシング」

様式１

		「蒲郡みかんコーヒー」商品開発及び販売 ・市内小学生と共同で考案した深海魚「メヒカリ魚醤」を使った「がまごおりポテトチップ・メヒカリパン☆チ味」の商品開発と販売 ・未利用魚を活用した出汁スープレシピ開発
	【定量的な評価】 ・がまごおりナビ　ＰＶ：1,624 千　ＵＵ：604 千 ・ＳＮＳ：Instagaram：15 千、X：4 千、LINE5.6 千、tiktok375 千閲覧（令和６年度実績） ・デジタルがまポン　登録者：13,600 名　令和 6 年度利用回数：3,500 回 ・デジタルスタンプラリー参加者：16 種実施のべ（３ヶ年）約 5,000 名	
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）蒲郡市観光協会組織体制図及び連携	

様式１



会長（代表理事）：ホテル明山荘代表取締役・三谷温泉観光協会長
副会長：蒲郡商工会議所顧問・蒲郡市観光まちづくりビジョン推進委員長
副会長：蒲郡信用金庫常務理事
副会長：蒲郡市産業振興部長
理事：蒲郡観光協会長、形原観光協会長、西浦観光協会長、愛知県旅館ホテル生活衛生同業組合蒲郡支部長、愛知県飲食生活衛生同業組合蒲郡支部長、蒲郡漁業協同組合長、蒲郡市農業協同組合、未来戦略委員長・蒲郡市シティセールス推進協議会長、コンテンツ委員長、宿泊観光委員長、かねー自動車
（事務局：専務理事・常務理事）

様式１

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】

蒲郡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、片状関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 ㎡で愛知県内の 54 市町村中 20 番目の広さです。

蒲郡市の歴史は、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 周年を迎えました。

【観光客の実態等】

※設定区域における観光客入込客数、延べ宿泊者数、消費額等を踏まえて記入すること。

・観光客入込客数の令和６年の数値は 4,834,391 人で前年比 105.1%であるが、コロナ禍前の令和元年比は 79.2%とまだコロナ禍前の水準には戻っていない。

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。

・延べ宿泊者数の令和６年の数値は 509,334 人で前年比 101.9%、コロナ禍前の令和元年比 63.4%と復活基調ではあるが宿泊施設数の減少幅よりも落ち込みが大きい。団体旅館の廃業・休館や中国団体インバウンドの激減も一因である。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デン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】
※観光資源の活用方法についても記入すること。

＜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
ラグーナビーチ	イベント会場として利用
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 飲食に関係する体験
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 臨時有料駐車場
スパ西浦モーターパーク	イベント会場 車に関する体験
温泉喫茶「sinonome」	足湯カフェ　蒲郡みかんスイーツ

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 イベントの実施
西浦マリーナ	ヨット等の乗船体験 CAFE 飲食 SUP 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、ガマ二塩湖など） 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 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	ウオーキングロード 万葉歌、七福神、矢穴石の見学
冬のイルミネーション	全国2位のラグーナイルミネーション 西浦園地のライトアップ

＜祭り・イベント＞

蒲郡まつり	出店者の募集・受付

	桟敷の販売 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
ラリー三河湾	グッズ付き食事・宿泊プラン造成販売
がま氷博覧会 蒲郡みかん祭り	市内飲食事業者連携事業 デジタルスタンプラリーを受け皿とした各種コンテンツ（体験プログラム含む）をめぐる観光協会主催周遊促進イベント

＜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 ・鵜殿長照の墓 ・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
蒲郡クラシックホテル	国の登録有形文化財

＜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
ノルディックウオーキング	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

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

様式１

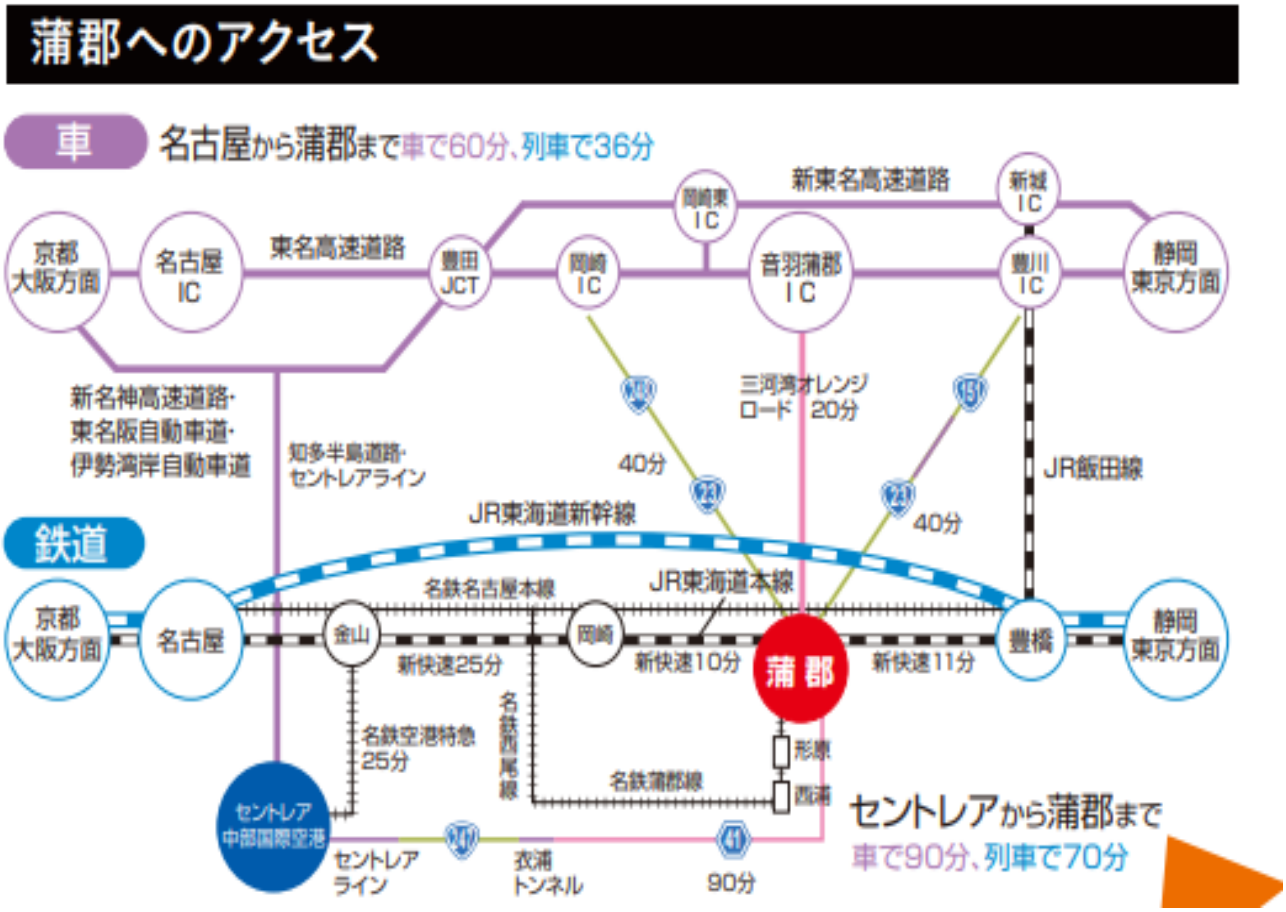
地区名	施設名	収容人員(2021 年 4 月 9 日現在)				
		個人	一般団体	小学生	中学生	高校生
三河三谷	松風園（休館中）	400 名	450 名	可能 貸切要相談	可能 貸切要相談	可能 貸切要相談
三河三谷	平野屋	380 名	400 名	可能 200 名以上貸切	可能 200 名以上貸切	可能 200 名以上貸切
三河三谷	三谷温泉ひがきホテル	240 名	300 名	可能 200 名以上貸切	可能 200 名以上貸切	可能 200 名以上貸切
三河三谷	ホテル明山荘	450 名	450 名	可能 300 名以上貸切	可能 300 名以上貸切	可能 300 名以上貸切
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

様式１

海陽町	変なホテルラグーナテンボス	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	蒲郡ｵﾚﾝｼﾞﾍﾟﾝｼｮﾝ	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	ﾋﾞｼﾞﾈｽﾎﾃﾙなかむら	15				
蒲郡	パールホテル	47				
蒲郡	ﾋﾞｼﾞﾈｽﾎﾃﾙ港	40				
蒲郡	ﾋﾞｼﾞﾈｽﾎﾃﾙ王将	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】

様式１



＜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 カ所、 名鉄は 5 カ所の駅があります。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・西浦地区の６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・マップ：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年度に環境省補助金による竹島エリアの多言語マップを作成
・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。
・多言語看板：令和６年度に竹島周辺エリアにて観光庁事業による多言語解説文を作成し、環境省補助金により多言語看板設置
・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。現在は技能実習生を中心にネパール・ミャンマー出身の従業員が１０名以上在籍
　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。
　平成３１年度に、さらに１名追加
・宿泊予約：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

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。	蒲郡市観光統計＋自主アンケート調査（日帰り・宿泊旅行単価等）
延べ宿泊者数	宿泊者数の推移を把握するため。	蒲郡市観光統計
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。	自主アンケート調査
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。	自主アンケート調査
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。	サイト運営委託会社からの報告
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。	蒲郡市実施「蒲郡市民意識調査」（隔年実施）より

４．戦略

（１）地域における観光を取り巻く背景

※地域経済、社会等の状況を踏まえた観光地域づくりの背景
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。当協会のおいては、蒲郡市の移住定住促進事業を受託し、観光客にも市民にも選ばれる観光まちづくりの推進を図っていく。
　地域における観光推進計画については、蒲郡市総合計画の下位計画として位置づけられている「蒲郡市観光まちづくりビジョン」を策定しているが、令和７年度が現ビジョン５年目となり、コロナ禍を経た新しい計画（ＫＰＩ含む）を策定する年度となっている。

（２）地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	強み（Strengths） ・地域一体となった海の資源の価値提供 まちじゅう食べる水族館、料理長調理長研修 ・海の豊富な資源を有する 眺望、海の幸、マリンスポーツ、深海魚水族館等 ・海を渡っていける竹島や市場での店員による食育レクチャー等の歴史・文化とのふれあい体験	弱み（Weaknesses） ・蒲郡ブランドの確立が不十分／イベントの継続性欠如 ・宿泊させるためのコンテンツが不十分 “団体旅行向け”に観光サービスに特化し、“個人旅行”（若年層）の集客が弱い ・「町全体」を楽しむための二次交通が整備されていない ・デジタル施策を展開しているものの、データの一元管理が出来ておらず周遊のためのPR とデータ利活用が不十分

様式１

	・東端から西端まで 30 分の範囲内で、海と山に囲まれた４つの異なる温泉が楽しめるロケーション ・集客力の高い複合リゾート「ラグーナテンボス」 ・ラリー三河湾等の多数のイベント	
外部環境	機会（Opportunity） ・近隣市町の大きなマーケット（尾張・西三河・浜松周辺）800 万人以上 ・コロナ収束による人流の活発化・旅行需要の高まり（国内外） ・ＪＲ・名鉄の鉄道及び東名高速道路、国道 23 号線バイパスなどの蒲郡までのアクセス ※国道 23 号バイパス「名豊道路」の全線開通 ・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 ・SNS 情報等を基に旅行先を決める旅行者層の増加	脅威（Threat） ・団体旅行から個人旅行等、旅行トレンドの急速な変化 ・ニーズとウォンツの多様化 ・少子高齢化や人口減少（特に西浦）による観光関連事業者の高齢化・人手不足・後継者不足が進む恐れ ・海に面した近隣観光地との競争激化

地域の強み（四つの温泉郷）

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。あじさいと蛍を同時に楽しめる。
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。
海沿いを活かした、おしゃれなカフェもあるエリア。

様式１

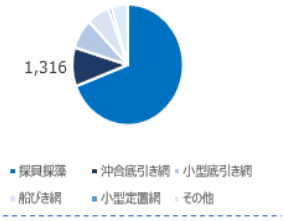
地域の強味：利便性のある（一次）交通アクセス

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
沖合底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**



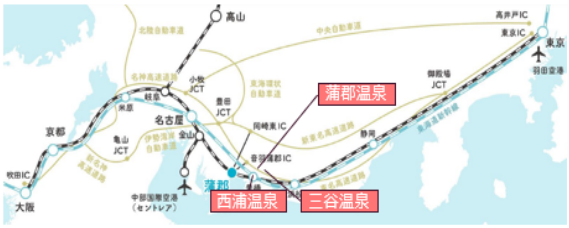
蒲郡市までのアクセス

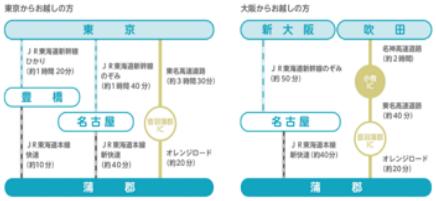
電車
（JR東海道本線）

- 名古屋：約40分
- 大阪：約90分
- 東京：約120分

車
（東名高速道）

- 名古屋：約30分
- 大阪：約180分
- 東京：約240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・ライド系アトラクション
- 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

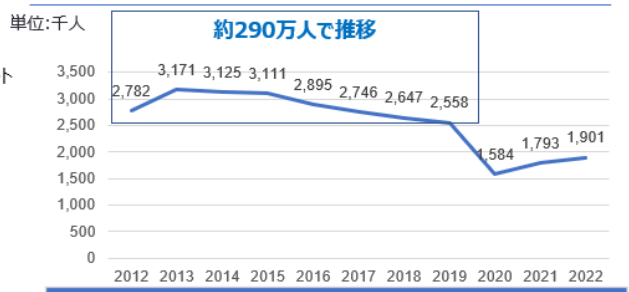
食・買
フェスティバルマーケット

- 海の幸を楽しめる市場・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

世界発のロボットが働くホテルとして、ギネス認定されたホテル

施設別観光入込客数推移



愛知県内施設別年間来場者数（2018年）

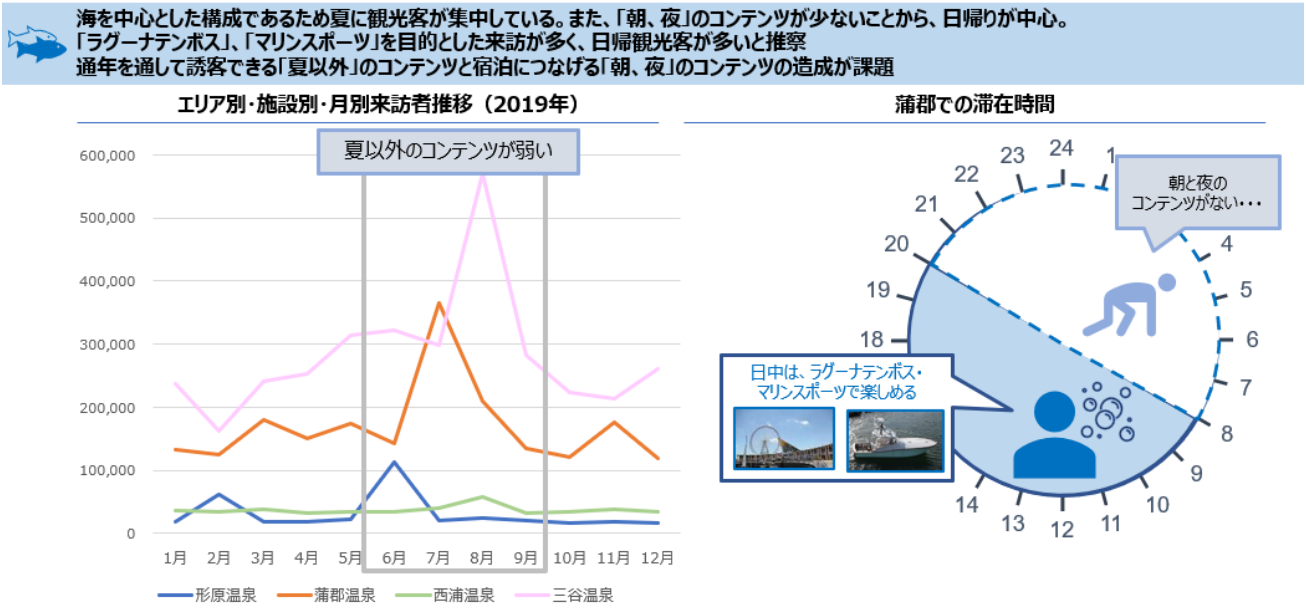
No	市町村	観光資源名	来場者数
1	常滑市	中部国際空港来場者	12,784,000
2	刈谷市	刈谷ハイウェイオアシス	8,484,000
3	名古屋市	熱田神宮	7,106,742
4	岡崎市	NEOPASA岡崎	6,011,815
5	豊川市	豊川稲荷	5,113,350
6	名古屋市	ナゴヤドーム	4,382,529
7	蒲郡市	ラグーナテンボス	2,647,069

- **「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。

様式１

地域の強味：海山の豊富な資源

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

様式１

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

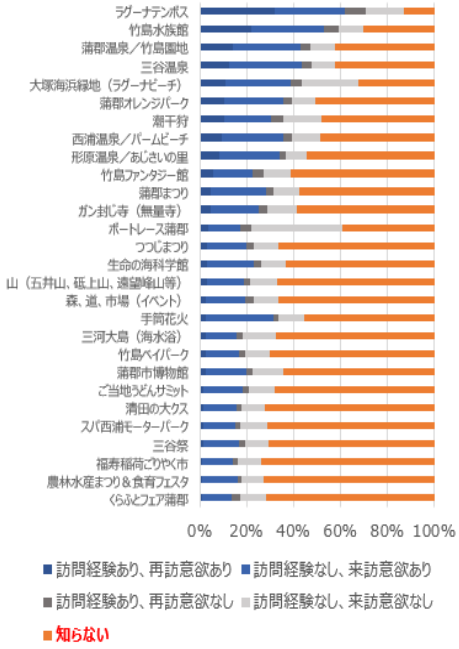
様々な資源が豊富にあるが故、何が“ウリ”か知られていない

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

【がまポン】

- 日帰りを含む来訪客向け特典ブック「がまポン」を発行し、15万部発行。

【MIKAWA de 遊び100】

- また「MIKAWA de 遊び100」というオンパク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。

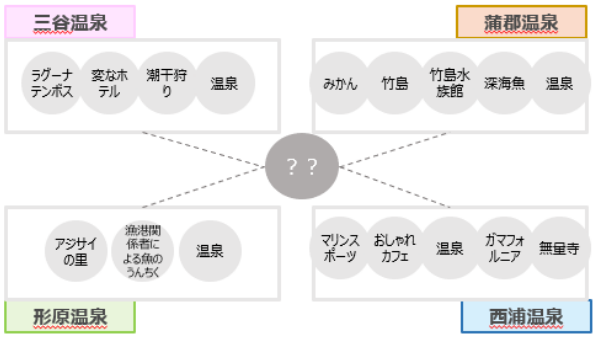
▶いずれも紙媒体での利用のため、有効なデータを取得できていない。

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

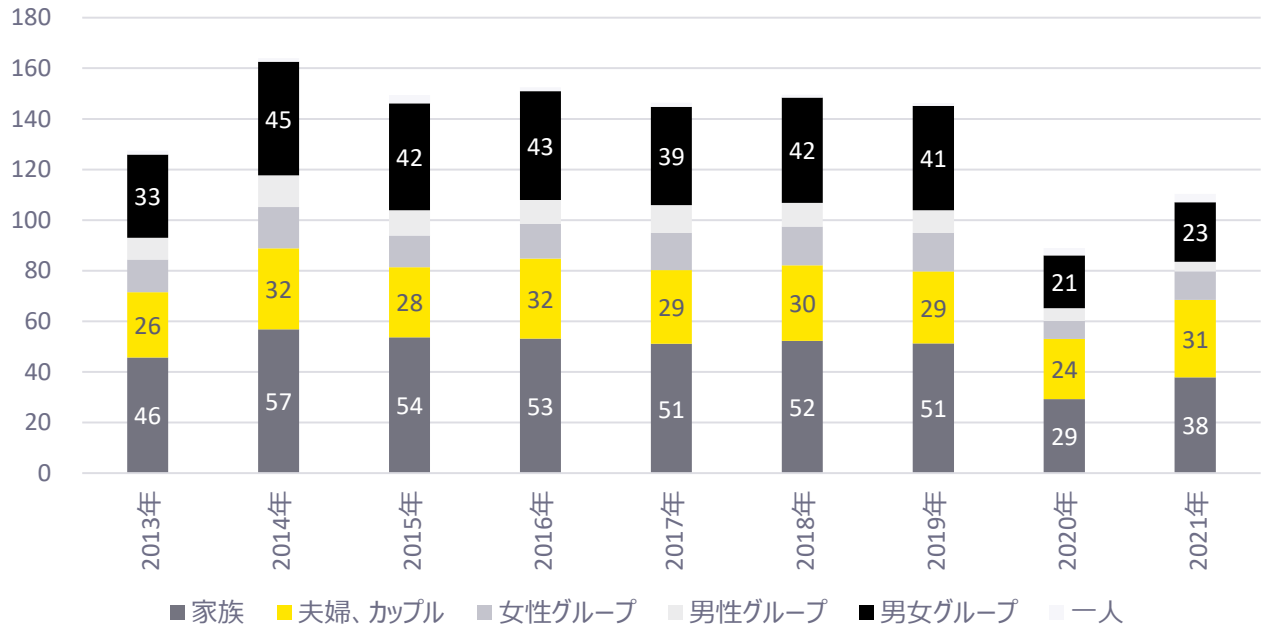
- 西浦温泉エリアでは、地引網魚体験を朝のコンテンツとして提供していたが、対応いただける漁業関係者の減少により、体験コンテンツの開催ができなくなった。

様式１

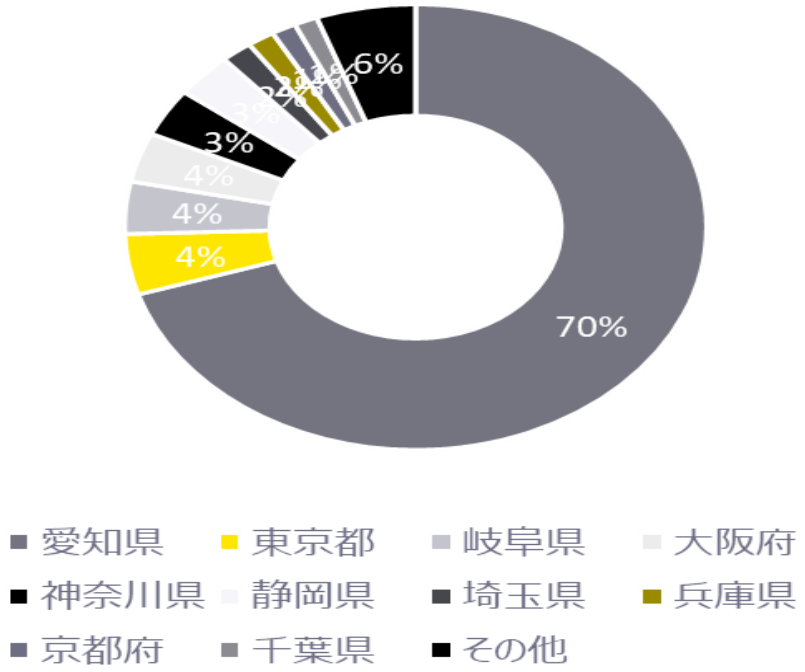
顧客の現状分析①（国内）

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がある。

＜参加形態別の宿泊者数の推移＞



＜都道府県別の延べ宿泊者割合（2021 年）＞



※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

様式１

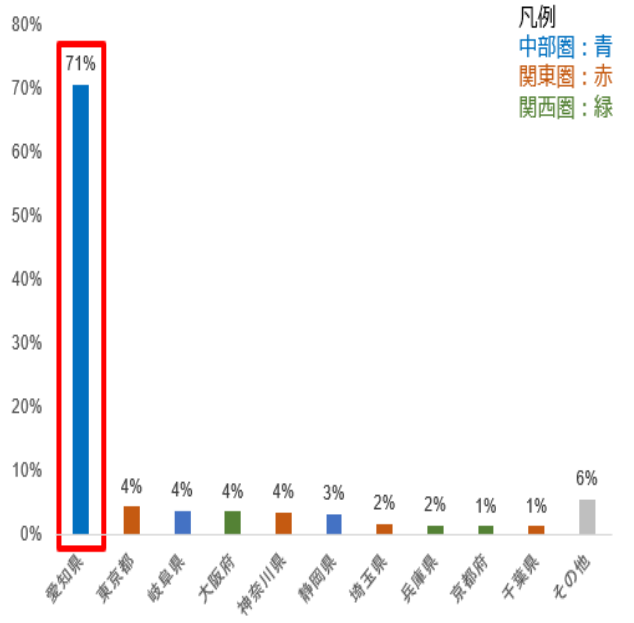
顧客の現状分析②　2022 年度の宿泊者をピックアップ

「中年・家族」「老年・夫婦」が最多の来訪であり、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）



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。

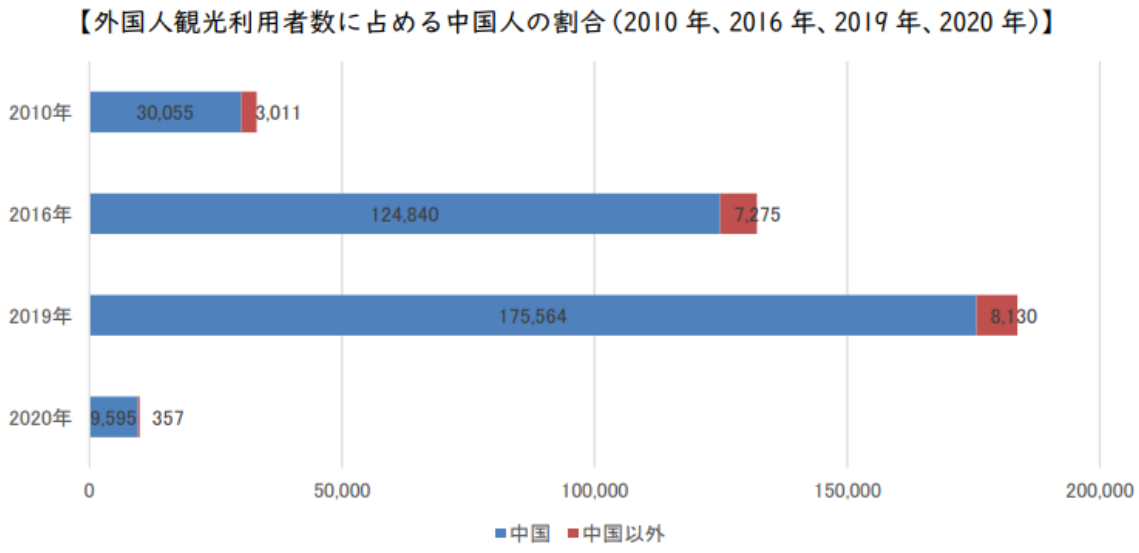
【地域別】外国人観光利用者数（2010～2020 年）　（人）

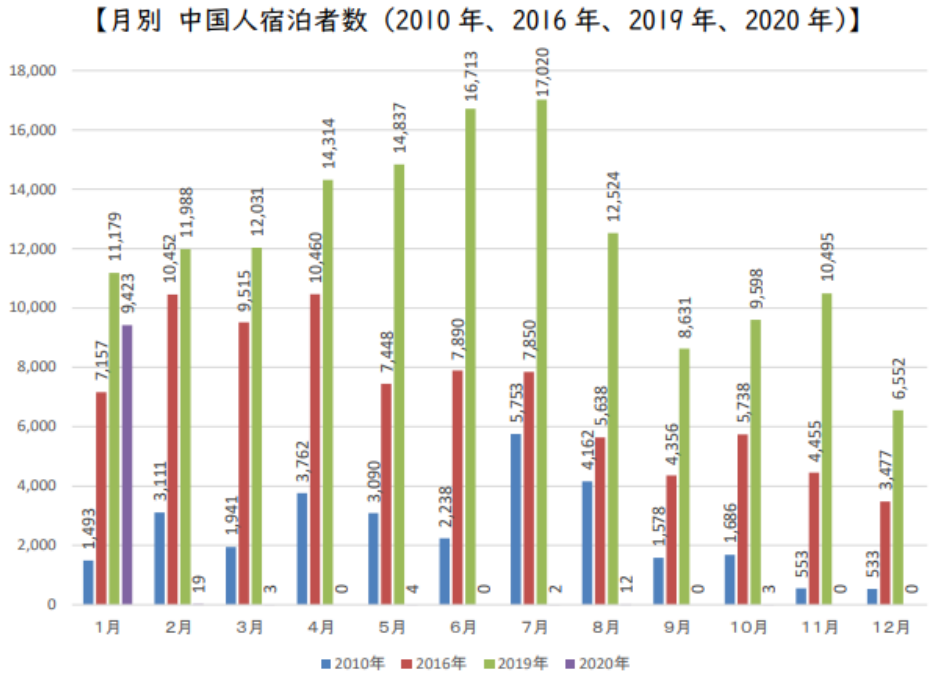
	アジア	北米	中南米	ヨーロッパ	オセアニア	アフリカ	国籍不明	計
2010 年	32,747	125	10	36	10	0	138	33,066
2011 年	3,313	104	32	36	2	1	7,817	11,305
2012 年	22,706	135	13	133	5	0	225	23,217
2013 年	20,631	86	4	285	17	0	1,574	22,597
2014 年	37,858	126	4	218	47	2	498	38,753
2015 年	126,541	155	327	254	79	137	1,250	128,743
2016 年	130,890	217	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

様式１





※上記に加え、ＰＥＳＴ分析等の他のマーケティング分析手法を用いて分析を行っている場合は、その内容を記入（様式自由）。

（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。また国道23号線が開通した静岡県浜松市（人口約80万人）からのアクセスが容易になった。 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。

様式１

〇取組方針
・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。

〇ターゲット層
関東圏若年層（20～30 代）夫婦・カップル

〇選定の理由
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。

〇取組方針
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を味わう。
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観（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。

〇ターゲット層
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）

〇選定の理由
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。

〇取組方針
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。宿泊客数は多いもののゴールデンルート上のツアーの滞在時間を延ばすことは困難だと思われるため、認知度向上を目的とした誘致活動を行う。
②台湾およびタイには、FIT客をターゲットとしたコンテンツ開発とプロモーションを行い、一部認知度向上のための団体ツアー誘致も検討する。最終的には海外OTAでも流通を目指していく。

③2025年度開催予定のアジア競技大会・パラリンピック大会に向けて、コンテンツ開発・プロモーション・受入環境整備を行う。 ④インバウンド向けコンテンツを有する岡崎市（岡崎城など）・西尾市（抹茶）と広域協議会を組成し、広域での誘致活動を進める（令和8年度） ⑤国際会議やビジネス滞在の多い名古屋からのエクスカーション需要の発掘 あじさい祭り等各種イベントの英語でのSNS発信

（４）観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	選ばれるまち「蒲郡」になるための地域づくりを実施 ・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	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。 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。 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。 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。・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 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ねばなりません。 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。

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。	※戦略の共有方法について記入すること ●理事会　年６回程度（隔月） 事業計画・予算案協議、同進捗状況確認（半期）、新規会員承認 重要推進事項協議、各委員会協議内容報告 ●役員会（会長・副会長）　年２回程度 予算要望、協会役員人事案協議 ●委員会 ・未来戦略委員会（市役所含む観光まちづくり関係者＋観光事業者） 年１０回程度開催

	全体戦略策定、マーケティング、他団体・広域連携、広報、教育（人材育成）、市民アピール、観光価値創造（コンテンツ委員会）を月毎のテーマにて協議 「蒲郡市観光まちづくりビジョン推進委員会」への上程事項 ・コンテンツ委員会　（メンバー：同上、協議内容に応じて他メンバーも招集）基本的に未来戦略委員会と併催 まちのブランド化事業、コンテンツ開発 ・宿泊観光委員会（宿泊・観光施設事業者、商工会議所、市役所）毎月開催 国内・海外誘客事業協議、宿泊データ収集・分析、誘客事業費管理 その他、蒲郡市が設置する「蒲郡市観光まちづくりビジョン推進委員会」（メンバー：観光協会副会長が委員長を務め、観光協会長及び観光協会メンバーが委員）が年１０回程度開催され、市全体のグランドデザインに関連する事項や予算要望を行う。
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	・観光特典 BOOK「がまポン」のデジタル版「デジタルがまポン」にコミュニケーション機能を実装し、来訪者の満足度調査を実施。（令和 7 年度より） ・観光協会が事務局運営する「蒲郡観光おもてなしコンシェルジュ」（現在登録者数約 1,600 名・観光事業者含む）を中心とした定期的なヒアリングの実施と必要に応じた未来戦略委員会の人材育成事業の提案
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	・情報掲載の受け皿として観光情報サイト「がまごおりナビ」の情報更新 ・発信したい情報の種類やターゲットに対応したＳＮＳ公式アカウントによる投稿（Instagaram, Ｘ, tiktok など） ・「がまごおりナビ」、ＳＮＳは市や関連団体主催イベント情報等を広く集約し、発信を行う。 ・オンラインメディア向け「ＰＲ　ＴＩＭＥＳ」等の活用 ・蒲郡市、蒲郡商工会議所と連携した定例記者会見、プレスリリース

※各取組について、出来る限り具体的に記入すること。

様式１

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		2022（Ｒ４）年度	2023（Ｒ５）年度	2024（Ｒ６）年度	2025（Ｒ７）年度	2026（Ｒ８）年度	2027（Ｒ９）年度
●旅行消費額（百万円）	目標				Ｒ７年度設定	Ｒ７年度設定	Ｒ７年度設定
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績			24,228			
		（ ）	（ ）	（ ）			
●延べ宿泊者数（人）	目標				842,000		
		（ ）	（ ）	（ ）	Ｒ７年度改訂	（ ）	（ ）
	実績	459,927	493,839	509,334			
		(218)	（ ）	(8,376)			
●来訪者満足度（％）	目標				Ｒ７年度設定	Ｒ７年度設定	Ｒ７年度設定
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績			84.6			
		（ ）	（ ）	（ ）			
●リピーター率（％）	目標				Ｒ７年度設定	Ｒ７年度設定	Ｒ７年度設定
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績			91.6			
		（ ）	（ ）	（ ）			

※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値

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】
※昨年度報告の「ほのくに東三河観光ビューロー」調査データの転用については、データ数僅少及び継続入手の保証がないことから自主調査が可能な下記アンケートデータに変更することとする。
・基礎数値：既存の統計データである蒲郡市観光統計のデータベース（観光入り込み客数、延べ宿泊者数）
・アンケートデータ：特典 BOOK「がまポン」のデジタル版利用者（来訪者）に旅行消費額算出に必要なデータ（日帰り・宿泊旅行の別、消費単価、立ち寄り件数、泊数）及び満足度、来訪回数をアンケート調査（回答総数約 1,600 通）
・過去に設定した各目標値については、コロナ禍を経た現状との乖離が大きいため、令和７年度に改訂予定の「蒲郡市観光まちづくりビジョン」において、再設定する予定。

●旅行消費額

・旅行消費額算出方法
実宿者数＝延べ宿泊者数÷平均宿泊日数　実観光入込客数＝観光入込客数÷平均立寄件数
実宿泊者数×宿泊旅行単価＋（実観光入込客数―実宿泊者数）×日帰り旅行単価
・目標設定：ベンチマークとなる指標を定めた上で５ヶ年分設定予定
●延べ宿泊者数
・コロナ前の 2019 年に 802,925 千人、過去には 2006 年に 1,010,796 千人であったが、コロナ禍を経て、大型施設３館の廃業・休館（三谷１館、形原１館、西浦１館）による稼働客室数の減少や団体から個人への旅行形態の変化による客室稼働人員の減少などを踏まえて５ヶ年分設定予定
●来訪者満足度
※来訪者に関する満足度調査が未実施の場合、「観光地の満足度調査」（https://warp.ndl.go.jp/info:ndljp/pid/11657316/www.mlit.go.jp/kankocho/shisaku/kankochi/manzokudochousa.html）を参照して実施し、例えば、毎年○%増などの目標を設定して記入すること。
・来訪者アンケート（デジタルがまポン利用者）における５段階満足度（大変満足、やや満足、普通、やや不満、不満）において大変満足＋やや満足の回答数割合
・他地域での事例を参考に 5 ヶ年での増加率を設定予定
●リピーター率
・来訪者アンケート（デジタルがまポン利用者）における 2 回目以降の来訪者数の割合
・一定の新規来訪者数も必要なことから来訪者総数増を前提に現状維持を目標に 5 ヶ年で設定予定

（２）その他の目標

指標項目		2022（Ｒ４）年度	2023（Ｒ５）年度	2024（Ｒ６）年度	2025（Ｒ７）年度	2026（Ｒ８）年度	2027（Ｒ９）年度
●住民満足度（%）	目標				25.0		
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	22.0	―	25.8			
		（ ）	（ ）	（ ）			
●オンライン宿泊販売率（%）	目標		50%	55%	60%	65%	
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	66%	58.2%	59.8%			
		（ ）	（ ）	（ ）			
●観光入り込み客数（人）	目標				7,130,000 Ｒ７年度改訂		
		（ ）	（ ）	（ ）		（ ）	（ ）
	実績	4,352,361	4,598,127	4,834,391			
		（ ）	（ ）	（ ）			
	目標						
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績						
		（ ）	（ ）	（ ）			
	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】
●住民満足度
・蒲郡市が隔年実施する市民意識調査の「暮らしの満足度と今後のまちづくりの重要度」における現状の満足度について＞「産業部門」＞「観光の振興」項目の満足度
満足 5.0%＋やや満足 20.8%の合計値。
※他産業（農林水産業、工業及び企業誘致、商業・サービス業）よりは満足度が高い。

●オンライン宿泊販売率
・主要宿泊施設１３施設の予約手段調査（毎月実施）のＯＴＡ・自社ＨＰ宿泊者数／全体宿泊者数
過去から近隣市製造業の団体宿泊需要の受け皿となっており、個人宿泊に対するアプローチが希薄でオンライン宿泊率が 2019 年 30.7%と他観光地と比較して、かなり低い状況であった。
コロナ禍時期に急速にオンライン販売に傾注し、一時的に大幅に向上したものの、コロナ明け後は依然低い状況にあり、ＢtoＢによる集客からエリアの魅力（の発信）によって選択される観光地への転換度を測る指標の一つとしたい。

●観光入り込み客数
・蒲郡市観光統計調査より
旅行消費額算出の基礎データであり、統計調査スポット・イベント毎での来訪者数を把握。携帯電話位置情報による来訪者属性分析と掛け合わせることによって、結果に対する検証および今後に向けての対策検討を実施する。

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	**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

様式１

	特別会計 5,374,122 円 特別会計 11,092,000 円 特別会計 398,113 円	【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 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 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 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） 【負担金】 7,504,549 円 【受託事業】 9,151,085 円 【事業収入】 5,425,094 円 【雑収入】 659,820 円 【譲渡金】 8,564,637 円
2024（Ｒ６） 年度	106,974,331（円）	【会費収入】 7,192,903 円 【補助金】 46,035,200 円 （12,096,000 円　文化庁） 【負担金】 12,012,190 円 【委託金】 19,319,885 円 【事業収入】 10,815,139 円 【雑収入】 656,917 円 【繰越金】 10,942,097 円
2025（Ｒ７） 年度	110,457,683（円）	【会費】 7,160,000 円 【補助金】 48,400,000 円 【負担金】 14,080,000 円 【委託金】 24,015,000 円 【自主事業】 6,258,000 円 【雑収入】 100,000 円 【繰越金】 10,444,683 円
2026（Ｒ８） 年度	110,000,000（円）	【会費】 7,200,000 円 【補助金】 43,700,000 円 【負担金】 14,000,000 円 【委託金】 28,000,000 円 【自主事業】 7,000,000 円 【雑収入】 100,000 円 【繰越金】 10,000,000 円
2027（Ｒ９） 年度	110,000,000（円）	【会費】 7,200,000 円 【補助金】 43,700,000 円 【負担金】 14,000,000 円

		【委託金】　28,000,000 円 【自主事業】　7,000,000 円 【雑収入】　100,000 円 【繰越金】　10,000,000 円

（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 特別会計 4,989,209 円 特別会計 11,092,000 円 特別会計　0 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 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 名鉄利用促進事業 【事業費】　11,092,000 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】（助成金事業）　1,418,000 円 （委託事業）　3,334,522 円 （補助金事業）　79,630,000 円 （国等補助金事業　14,330,000 円） （自主事業）　2,795,668 円 （誘客事業）　10,918,622 円 【租税公課費】　71,000 円
2024（Ｒ６） 年度	96,529,648（円）	【管理費】　36,595,172 円 【負担金】　2,641,801 円 【事業費】（補助金事業）　17,260,800 円 （負担金事業）　593,890 円 （助成金事業）　1,529,500 円 （委託事業費）　15,736,755 円 （自主事業費）　22,050,753 円 （観光誘客事業費）　5,181,862 円

		（観光まちづくり事業費）　3,502,515 円 （情報発信事業）　1,818,000 円 【租税公課費】　618,600 円
2025（Ｒ７） 年度	110,457,683（円）	【管理費】36,970,000 【負担金】2,189,000 円 【事業費】（補助金事業）19,500,000 円 （助成金事業）4,700,000 円 （委託事業）21,175,000 円 （自主事業）7,690,000 円 （誘客事業）6,300,000 円 （観光まちづくり事業）3,000,000 円 （情報発信事業）2,000,000 円 【租税公課費】　1,700,000 円 【予備費】5,233,683 円
2026（Ｒ８） 年度	110,000,000（円）	【管理費】37,500,000 円 【負担金】2,200,000 円 【事業費】（補助金事業）15,000,000 円 （助成金事業）4,700,000 円 （委託事業）25,000,000 円 （自主事業）7,000,000 円 （観光まちづくり事業）4,000,000 円 （情報発信事業）2,000,000 円 【租税公課費】2,600,000 円 【予備費】　10,000,000 円
2027（Ｒ９） 年度	110,000,000（円）	【管理費】37,500,000 円 【負担金】2,200,000 円 【事業費】（補助金事業）15,000,000 円 （助成金事業）4,700,000 円 （委託事業）25,000,000 円 （自主事業）7,000,000 円 （観光まちづくり事業）4,000,000 円 （情報発信事業）2,000,000 円 【租税公課費】2,600,000 円 【予備費】　10,000,000 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

区域を構成する地方公共団体における宿泊税の導入、着地型旅行商品の造成･販売等の取組･方針を記載

基本的な方針：誘客事業のみを行っていた任意団体からの譲渡剰余金を運転資金として、収益事業で得た収益を拡大する事業領域に再投資する。

①受託事業拡大
・観光まちづくり課関連事業の補助金事業から委託事業への転換、所管イベントの委託事業化
・観光に親和性の高い他課事業の受託拡大　名鉄電車利用促進、移住定住促進、地域産品ブランド化など
②自主事業拡大
・市有地を活用したイベント時の臨時有料駐車場
・電動自転車レンタル売上拡大、新しい電動モビリティの導入とレンタル（レンタカー業登録済）
・汎用デジタルスタンプラリーシステムを活用した事業提案

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

一般社団法人蒲郡市観光協会は、国の天然記念物である竹島をはじめとした三河湾、４つの温泉郷、特色ある農水産物といった本市固有の観光資源を活かし、さまざまな観光事業やＰＲ活動に努めております。また、外客誘致事業など積極的な活動を展開しており、本市の観光事業の司令塔として大きく貢献しています。

今後も、蒲郡市観光まちづくりビジョンに沿って、地域の各種関係事業者と連携を図り、官民一体となって更なる観光振興を推進するため、蒲郡市は、一般社団法人蒲郡市観光協会を本市における地域ＤＭＯとして登録したいので同法人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	高井　知明
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
電話番号（直通）	0533-68-2526
ＦＡＸ番号	0533-68-3871
Ｅ－ｍａｉｌ	kankou－s@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	山田　浩隆
担当部署名（役職）	産業振興部観光まちづくり課　課長

様式１

郵便番号	443-0043
所在地	愛知県蒲郡市旭町 17-1
電話番号（直通）	0533-66-1120
ＦＡＸ番号	0533-66-1188
Ｅ－ｍａｉｌ	yamada-hirotaka@city.gamagori.lg.jp

（登録）【地域DMO】一般社団法人　蒲郡市観光協会

様式2

記入日：　令和7年7月14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5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
【マーケティング責任者（CMO）】 専務理事　高井　知明
【財務責任者（CFO）】 事務局長　鹿野　公朗
【プロモーション責任者】 常務理事　瀬川　功
【職員数】 13人（常勤6人（正職員4人・出向等2人）、非常勤7人）
【主な収入】
補助金等　57,000千円　会費　7,200千円　事業収入　30,000千円
（R6年度決算）
【総支出】
一般管理費　37,000千円　事業費　67,700千円（R6年度決算）
【連携する主な事業者】
主要宿泊観光事業者、JA蒲郡市、蒲郡漁業協同組合、愛知県飲食生活衛生同業組合、蒲郡信用金庫、蒲郡商工会議所、かね一自動車水産加工業者など

KPI（実績・目標）

※（　）内は外国人に関するもの。

項目		2022（R4）年度	2023（R5）年度	2024（R6）年度	2025（R7）年度	2026（R8）年度	2027（R9）年度
旅行消費額（百万円）	目標	（　）	（　）	（　）	R7年度設定	R7年度設定	R7年度設定
	実績	（　）	（　）	24,228（　）	—	—	—
延べ宿泊者数（人）	目標	（　）	（　）	（　）	842,000改訂予定	R7年度設定	R7年度設定
	実績	459,927（218）	493,839（　）	509,334（8,326）	—	—	—
来訪者満足度（%）	目標	（　）	（　）	（　）	R7年度設定	R7年度設定	R7年度設定
	実績	（　）	（　）	84.6（　）	—	—	—
リピーター率（%）	目標	（　）	（　）	（　）	R7年度設定	R7年度設定	R7年度設定
	実績	（　）	（　）	91.6（　）	—	—	—

※目標値は令和7年度に改訂予定の「蒲郡市観光まちづくりビジョン」において、再設定する予定

戦略

【主なターゲット】
愛知県内及び静岡県西部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】
・「ラグーナテンボス」等のこどもの成長、家族の歩みに合わせた豊富な観光資源を生かし、周遊・滞在時間増を図る。
・宿泊プランの充実やOTA連携施策を展開し、宿泊施設を含む地域一体の高付加価値化による再訪促進を図る。
【観光地域づくりのコンセプト】
「選ばれるまち　蒲郡」に向けて、地域全体でベクトルを合わせて観光地のブランド化を図る。

具体的な取組

【観光資源の磨き上げ】
・観光コンテンツ＋宿泊プラン造成
・「MIKAWA de 遊び100」事業による体験型観光推進
・「蒲郡みかん」「深海魚」をテーマにしたイベント・体験プログラム・商品開発
【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ュ育成
・多言語受入環境整備
（サイン・マップ・ガイドなど）
【情報発信・プロモーション】
・観光特典BOOK「がまポン」発行とデジタル版によるCRM
・各種SNSによる旬の観光情報発信
・各種商談会・出向宣伝、助成金を活用したBtoBプロモーション
・デジタルスタンプラリーシステムを活用した回遊促進・プロモーション
【その他】
・多客期における臨時駐車場運営
・三河大島海水浴場運営
・電動自転車レンタル事業

がまポン

ボランティアガイド