


施策コード	4-1
-------	-----

中心所管課	観光まちづくり課
関連所管課	

第4章	にぎわいと元気あふれるまちづくり -産業-							
基本施策名	1 観光							
総合計画の目標指標								
指標名	単位	策定時	実績値			目標値		SDGs独自指標
		R2	R3	R4	R7	R12		
市内に訪れた観光客数	万人	679.2	314.0	435.2	713	747		
体験プログラム参加者総数	人	7,660	3,326	4,505	8,500	9,400		

施策の内容(主な取組)		
単位施策名	実績・成果	今後の方向
1 観光資源の発掘・充実	体験プログラムである「MIKAWA de 遊び100」のプログラムを募集・取りまとめを行い、計56プログラムを実施した。	「MIKAWA de 遊び100」事業の継続とともに、宿泊施設と一次産業が連携し、高付加価値化した観光商品開発を行い、既存のコンテンツをブランディングすることで、新たな魅力創出を図る。
2 観光人材育成の充実	蒲郡観光交流おもてなしコンシェルジュ、蒲郡観光交流おもてなしキッズコンシェルジュの検定を実施した。関心のある層に受験を促し、計69名の合格者を出した。	引き続き受験を促すとともに、DXなどの時代の変化に対応できるよう、講座を行うなど、スキルの磨き上げを推進していく。また、多様なイベントや企画の場を紹介・案内することで、幅広い人とのつながりを創出し、新たな人材を育成する。
3 新たな客層に向けた誘致活動	タイ・台湾に対してオンライン説明会やSNS等での情報発信を実施し、訪日意欲の高い方や現地旅行会社に向け、認知を得ることができた。また、タイのFITフェアに参加し、直接現地にてPRを実施した。	アフターコロナでのインバウンド誘客に向け、引き続きタイ・台湾を中心としたアジア圏に対して情報発信を行う。合わせて、受入環境整備を促進する。
4 観光情報発信の充実	コンシェルジュ向けの配信に加えて、市外への発信に繋がる蒲郡市観光協会の公式インスタグラムの、フォロワー数を約3,000名獲得(現在9,300名)。	デジタルマーケティングによる活用で効率的な情報発信を図るとともに、シティセールスと連携して蒲郡の魅力を発信していく。

個別計画の目標指標								
計画名	改定・蒲郡市観光まちづくりビジョン				計画期間	令和3年度～令和7年度		
指標名	単位	策定時	実績値			目標値		
		R2	R3	R4	R5	R6	R7	R12
蒲郡市への愛着	%	79.4	-	77.7			85.0	87.0

主要事業の実績評価

施策番号	事業名	事業費(千円)		実績(R4年度)	今後の方向
		R4(決算額)	R5(予算額)		
		人工			
1	MIKAWA de 遊び100	500	500	体験プログラムの募集・取りまとめを行い、計56プログラムを実施	事業期間やプログラム数の拡充とともに、広域連携による企画開発による集客力UPを図っていく。
		0.1人工			
2	蒲郡観光交流おもてなしコンシェルジュ	1,715	1,726	検定を実施し、また受験を促し、新たに69名を認定	引き続き受験を促すとともに、コンシェルジュの活躍の場を検討
		0.1人工			
2	蒲郡市観光ボランティアガイド	100	100	竹島周辺を訪れた観光客に向けてガイドを実施	ガイドを続けるとともに、新しくボランティアガイドに加わる方を募集する
		0.1人工			
3	東海地区外国人誘客促進協議会	200	200	タイ、台湾、中国に向けてSNSやYouTube等を使った情報発信を実施	海外現地の展示会等で県内観光地のPRを実施
		0.1人工			
3	岡崎・蒲郡インバウンド推進協議会	1,464	2,100	タイ、台湾に対し、オンライン上でBtoB及びBtoC向け旅行説明会を実施	オンライン説明会や動画発信等でタイ、台湾のFITの誘客促進を実施
		0.2人工			
3	名鉄利用促進事業	8,874	4,000	名鉄が販売するでんしゃ旅を利用した宿泊者に対し、利用券を発行し、蒲郡市内への宿泊を促進した	事業継続、でんしゃ旅への参加事業者拡充及び利用促進案の検討
		0.1人工			
4	ロケ誘致	0	0	映画3本、ドラマ3本の撮影が実施された	継続して誘致を行うとともに、ロケ応援体制の周知及び充実化を図る
		2.0人工			
4	SNS活用	0	0	蒲郡市観光協会公式インスタグラムにて、地域の魅力発信	継続して、魅力を発信するとともに、更なるフォロワー数を獲得していく
		0.1人工			

総括評価	成果	HP掲載コンテンツの充実や製作業界へのロコミが広がり、優良なロケが安定的に誘致できている。これにより、蒲郡市の魅力発信とともに、市民が改めて魅力に気づききっかけとなり、シビックプライドの醸成へと繋がっている。また、SNSの積極的PRに努め、蒲郡市のシティセールスに関する公式LINEフォロワー数増加といった蒲郡のファン層の獲得が出来た。
	課題	今後は、統計データを活かした観光資源の磨き上げや知名度向上を図る情報発信を行い、新たな需要喚起の必要がある。
	今後の方向	観光資源の魅力を磨き上げるとともに、来訪者の属性分析及びトレンドのマイクロトレンド等への対応といった、データを活用した誘客戦略を行う。また、蒲郡の特色である、みかんや深海魚のブランディング、宿泊施設と一次産業が連携し、高付加価値化した観光商品開発を行う。