

蒲郡市観光まちづくりビジョン



観光交流立市
がまごおり

2026年3月改訂版

蒲 郡 市

一般社団法人蒲郡市観光協会

目 次

| | | |
|-----|--|----|
| 1 | 蒲郡市観光まちづくりビジョン改訂の目的..... | 1 |
| 2 | 基本理念..... | 2 |
| 3 | 蒲郡市の観光をとりまく現状..... | 4 |
| 4 | 基本目標..... | 9 |
| 4-1 | ビジョン策定までの振り返り..... | 9 |
| 4-2 | 蒲郡市観光まちづくりビジョンの基本目標..... | 11 |
| 5 | 基本方針および施策の方向性..... | 12 |
| | 基本方針1：蒲郡市の観光まちづくりを担う人財づくり・体制づくり..... | 14 |
| | 基本方針2：蒲郡市の観光コンテンツの高付加価値化..... | 15 |
| | 基本方針3：観光まちづくり経営に資するマーケティング・プロモーションの強化..... | 16 |
| | 基本方針4：持続可能な観光まちづくりに向けた受入環境整備..... | 17 |
| 6 | 推進体制..... | 18 |
| 7 | アクションプラン..... | 19 |
| | 基本方針1：蒲郡市の観光まちづくりを担う人財づくり・体制づくり..... | 20 |
| | 基本方針2：蒲郡市の観光コンテンツの高付加価値化..... | 22 |
| | 基本方針3：観光まちづくり経営に資するマーケティング・プロモーションの強化..... | 27 |
| | 基本方針4：持続可能な観光まちづくりに向けた受入環境整備..... | 28 |
| 8 | 参考資料..... | 34 |
| | 【参考】 SDGs の推進..... | 58 |

1 蒲郡市観光まちづくりビジョン改訂の目的

蒲郡市観光ビジョンは2004年12月に策定され、その後2010年3月、2016年10月、2021年9月の改訂を経ています。

蒲郡市観光まちづくりビジョンは、基本理念である「市民の市民による市民のための観光交流都市育て」を継承し、魅力ある観光交流都市として、「住んでよいまち、訪ねてよいまち、帰りたくなるまち」になることを掲げ、市民、観光関連事業者、行政に加え、その他の事業者も含め、様々な主体が連携し、蒲郡市が「観光のまち」と認識すべく、様々な取組を実現してきました。

これまでの経緯を踏まえ、新たな5年間の観光まちづくりビジョンは、さらに一步踏み込んだステージを目標に据えます。

～多様な人の想いをかなえられる観光まちづくり～

地域の主体が自発的に活動を行うプロジェクトの一つである西浦 REBORN、美しい海辺等をインスタレーション¹と捉えてベンチを設置する蒲郡ベンチアートプロジェクト、ラリーイベントの定着化、蒲郡観光交流おもてなしコンシェルジュの部会発足等は、蒲郡市、蒲郡市観光まちづくりビジョン推進委員会、法人化された(一社)蒲郡市観光協会の支援のもと、様々な主体により多彩な取組が生まれ、発展してきました。

特に、蒲郡市観光まちづくりビジョン推進委員会では、「蒲郡は個人の幸福・ウェルビーイング²の意味付けができる場所」、「新たな自分らしい生き方を見つけ出すことができる場所」という考え方に沿って観光まちづくりを進めてきました。

新たに策定された観光まちづくりビジョンでは、この「蒲郡らしさ」を定着化させつつ、将来の担い手・子ども達のための観光まちづくりのグランドデザインを描くことを目的としています。

2 基本理念

蒲郡市観光まちづくりビジョンは、2004年12月に策定された蒲郡市観光ビジョンに掲げられた次の基本理念を継承しています。

今回の改訂においても、この基本理念を踏襲し、下記のとおり基本理念として掲げるものとします。

住んでよいまち、訪ねてよいまち、帰りたくなるまち

～市民の市民による市民のための「観光交流都市」育て～

観光新時代に対応できる魅力ある観光交流都市を市民の手で産み出し、
市民の手で育てる市民参加型の観光地づくり・観光地育て

これまでの蒲郡市観光ビジョンにおける「市民」は、蒲郡市の在住者だけでなく、蒲郡市在勤・在学・蒲郡市に関わる様々な事業者を対象としてきました。

2021年9月の改訂時には、観光の活性化にとどまらず、観光を通じて新たなまちづくりの方向性を示していくために、名称にその方向性を反映し「蒲郡市観光まちづくりビジョン」としました。

この蒲郡市観光まちづくりビジョンは、蒲郡市を訪れる旅行者も「一日生活者」としての“住民”と捉え、蒲郡市在住者や蒲郡市在勤・在学・蒲郡市に関わる事業者と同様に、二拠点で蒲郡市に住む、あるいは蒲郡市に来て体験・体感する事を生活の一部として、あらゆる人の心に蒲郡市を存在させていくものとします。

蒲郡市観光まちづくりビジョンにおける“住民”の定義



蒲郡市が「観光地」としてのしつらえになるような環境整備を進め、蒲郡市は観光地として、「まち全体が生み出す幸福感」を全ての関係者が享受できるようにしていくことが重要です。

新しい蒲郡市観光まちづくりビジョンでは、市民、若者、観光客、観光関連事業者、外部の人・事業者といった、あらゆる立場の人々が、自分が思い描くシナリオにもとづき、それを実現でき、自らの「幸せ」の意味づけができる受け皿としての観光まちづくりを形成します。

新しい蒲郡市観光まちづくりビジョンの考え方



これを推進していくためには、蒲郡市を「観光産業の活性化」と「まちづくり」の両方の側面から支援していく必要があります。

観光産業の活性化については、(一社)蒲郡市観光協会が主導となり、観光事業を磨き上げ、育成し、PRしていきます。

まちづくりについては、蒲郡市(行政)の関係者が、部署の垣根を越えた横断的な取組を行うことで、市民や観光客、事業者の満足度を高め、魅力高い観光まちづくりを実現することが可能です。

これらの取組が円滑に進むよう、関係者の方向性を合わせるため、ここに新たなビジョンを策定するものとします。

3 蒲郡市の観光をとりまく現状

■活かすべき蒲郡市の“強み”

○地域で活躍する人財が豊富

西浦 REBORN プロジェクト、ガマロケ！などの民間主導の取組が生まれ組織化され、地域の取組の根幹を担う存在になっています。これらの取組を支える人のエネルギーが、新たな取組に息吹をもたらすなど、相乗効果も生まれています。



三河湾を一望できる西浦園地

○良好なロケーション

蒲郡市には、海の景観、山の眺望といった良好な風景があり、それぞれが特有のコンテンツを有しています。この美しいロケーションに映像制作者の関心が集まり、多くの映画、ドラマ等の映像作品が制作されています。さらに、近年では、ベンチアートプロジェクトや名鉄西浦駅駅舎など、デザイン価値を融合したコンテンツがまちに彩りを与えています。

○豊富な宿泊キャパシティ

4つの温泉郷を有し、近隣他地域に比べ、宿泊施設・温泉が充実していることから、市内に限定せず、近隣地域の観光客の宿泊ニーズを高め、近隣地域の観光スポットとセットで訪れる蒲郡市への旅行者を増やすポテンシャルを持っています。

○蒲郡観光交流おもてなしコンシェルジュ・蒲郡市観光ボランティアガイド

蒲郡市観光まちづくりビジョンのアクションプランの一つであり、2008年度から認定が始まった「蒲郡観光交流おもてなしコンシェルジュ」、子ども版の「おもてなしキッズコンシェルジュ」には多くの方が認定されています。



蒲郡観光交流おもてなしコンシェルジュによる海岸清掃

蒲郡市観光ボランティアガイドは、2000年度に活動を始めた竹島を中心に案内を行っている団体で、25年以上の活動の中で30万人以上の方を案内しています。

○大規模イベントの開催

鉄道駅から徒歩圏に、大規模なイベント開催に適した利便性の高い空間（竹島ふ頭、竹島園地、俊成苑、ラグーナテンボス、ラグーナビーチ、ボートレース蒲郡等）を有しており、様々な種類のイベントを呼び込む可能性を持っています。

豊田自動織機海陽ヨットハーバーやバリアフリーポイント「マンボウ」を活用した国内外のセーリング競技大会（セーリングワールドカップ、全日本学生ヨット個人選手権大会等）の開催実績を有するだけでなく、定着化したラリー、全国各地から訪れる「森、道、市場」、2026年のアジア・アジアパラ競技大会、大規模なイベントの開催が続いています。また「MIKAWA de 遊び100」の様々なプログラムも相まって、これらの来訪客を宿泊に繋げることでより大きな経済効果を生み出す可能性を持っています。



俊成苑での大規模イベント

○良好なアクセス性

東名高速道路・音羽蒲郡ICに加え、国道23号名豊道路の全線開通等、道路ネットワークが充実しており、市内外の回遊性の高い観光のモデルルートが提案できます。

また、名古屋駅、豊橋駅（新幹線駅）や、大規模企業の集積する西三河エリアなどの拠点性の高いエリアからの良好な鉄道アクセスを活用して誘客する事が可能です。

さらに、海の玄関口として大型クルーズ客船寄港可能バスを有していることは県内屈指の強みであり、これを活用したクルーズ客船の誘致が可能です。



蒲郡港への大型クルーズ客船の寄港

○豊かな農産物や海産物

海・山の自然が豊かな蒲郡市では、温暖な気候を活かして栽培されるみかんをはじめとした農産物や三河湾で獲れる海産物など、観光振興に資する資源を有しています。

農作物の収穫体験や加工品の販売などを行う観光農園の推進や漁港周辺の未利用地等において、水産物を活用した海業を推進することで、蒲郡市ならではの産業と環境を活用した観光誘客事業のさらなる進展が期待されます。

○周辺市町との広域連携の可能性

三河湾の魅力をはじめ、周辺市町の資源を活用して集客力を高め、三河湾周辺における蒲郡市への滞在促進が可能です。

○気軽に立ち寄れる環境の活用(ワーケーション³・ブレジャー⁴の取り込み)

名古屋、西三河及び東三河には多くの企業があることから、ビジネスの前後にも気軽に立ち寄ることができる立地環境を有効に活用することが可能です。

新たな「働き方&休み方」として注目される「ワーケーション」や「ブレジャー」、「ラーケーション⁵」を実現する場として、ビジネスでの近隣地域への来訪を機会に、蒲郡市に気軽に立ち寄ってもらう等、新しいニーズの取り込みにも期待が高まります。

また、このような環境づくりは、二拠点居住や将来的な定住促進にも繋がっていく可能性を持っています。



ワーケーションの受け入れ

■克服すべき蒲郡市の“課題”

- △全国各地でオーバーツーリズムが顕在化している中、蒲郡市では休日や夏休み期間の賑わいが見られる一方、平日の繁閑差が顕著です。
- △大規模マーケットである名古屋から電車直通でアクセスできる駅がある強みを活かし切れていない状況です。
- △個人旅行が定着化し、さらに車を使わない旅行が増える中で、蒲郡市は公共交通機関を使って来訪する人が少ない（車への依存度が高い）状況です。観光スポットが散在する蒲郡市においては、公共交通機関の効果的な使い方のPRも必要となります。
- △「ラグーナテンボス」や「森、道、市場」、「竹島水族館」等、他地域が羨むコンテンツを有するも、それぞれが地理的・時間軸的に「点」に留まっています。「点」を「線」にし、「線」と「線」を結び「面」にすることが必要で、観光客がまちに訪れたいくなる（リピートしたくなる）ような「導線」を作ることが必要となります。
- △商工会議所を中心にナイトコンテンツの活性化を企図するも、特に平日夜の観光客の街中の賑わいが十分とは言えない状況です。
- △社会的にもインフラの老朽化が課題となる中、蒲郡市内の施設も老朽化し、安全面と“見た目”の満足度低減を防ぐため適切な対応が求められています。例えばトイレが整備されるほど旅の満足度が高まることから、観光地におけるトイレの更新の必要性が高まっています。
- △地域の人財、「蒲郡観光交流おもてなしコンシェルジュ」の新規担い手の発掘が十分とは言えない状況です。
- △人手不足、資材高騰に合わせた、生産性向上を図るDX（デジタルトランスフォーメーション⁶）導入等に向けた支援、補助が求められています。
- △2026年のアジア・アジアパラ競技大会を契機として多様な外国人が訪れる中、ハラール⁷、ベジタリアン、ビーガン⁸等の食のバリアフリーに対応した飲食店が少なく、旅行者の満足度の低迷、消費需要のとりこぼしが危惧されます。
- △長期的にみると、観光事業者の事業継続、祭り、イベントの持続性（運営に係る人員、資金、協賛企業等）が懸念され、持続可能な観光コンテンツの提供には潜在的な課題を有しています。

以上の内容を踏まえ、活用すべき強みと克服すべき課題を、市内外の状況を加味して蒲郡市の観光を取り巻く状況を整理すると次のように整理されます。

| 強み (Strength) | 弱み (Weeakness) |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> ・良好なロケーション ・大規模な周辺マーケット ・近隣にはないコンテンツの集積（旅館、ボートレース、テーマパーク等） ・宿泊キャパシティ ・大規模イベントが開催可能な利便性の高いスペース（竹島ふ頭、竹島園地、俊成苑、ラグーナテンボス、ラグーナビーチ、ボートレース蒲郡等） ・歴史ある蒲郡市観光ボランティアガイド ・1,600名を超える蒲郡観光交流おもてなしコンシェルジュ ・多彩な人財 ・良好な交通アクセス ・蒲郡市ならではの産業（みかん、海産物、繊維ロープ） ・ウェルビーイング、サーキュラーエコノミー⁹、ゼロカーボン¹⁰に関する専門部署を有する ・ペットツーリズム¹¹の展開 ・蒲郡市観光交流センター（ナビテラス）が蒲郡駅構内に存在し、市民・来訪者の交流の場を有する | <ul style="list-style-type: none"> ・ナイトタイムコンテンツの不足 ・散在する観光地間の回遊性 ・観光案内の多言語対応が不十分 ・観光客の滞在時間が短く、消費額が限定的 ・観光客の繁閑差が顕著 ・観光人材の不足 ・施設の老朽化 |
| 機会 (Opportunity) | 脅威 (Threat) |
| <ul style="list-style-type: none"> ・高付加価値型観光への関心の高まり ・我が国全体での外国人旅行者の急増 ・集客性の高い施設の立地（ジブリパーク、岡崎アウトレット等） ・「推し活」需要の高まり ・アジア・アジアパラ競技大会の開催及びレガシー活用 ・サステナブルツーリズム¹²や体験型観光への関心の高まり ・近隣旅行の定着化 ・ペットツーリズムの高まり ・ワーケーションの浸透・ラーケーションへの注目の高まり ・歴史・文化・芸術に触れる旅への関心の高まり ・観光DXの必要性の高まり ・合宿・教育旅行の誘致 ・MICE¹³政策の注目の高まり ・ビジネス客の観光周遊への導出の流れ（プレジャー） ・多様な宿泊施設のニーズの高まり ・アウトドアアクティビティへの関心の高まり ・地方誘客政策による補助金・支援制度の充実化 | <ul style="list-style-type: none"> ・近隣地域の競合 ・施設の老朽化 ・公共交通機関の維持 ・観光客の価値観の変化による従来型観光の低迷 ・人口減少に伴う観光人材の減少・流出 ・物価高騰による観光業のコスト上昇 ・気候変動による自然災害等のリスク（豪雨・猛暑等） |

これらの要素を有機的に結びつけ、強みを活かしたチャンスに備える、弱みを克服して脅威に対応する等の施策を検討しています。

4 基本目標

4-1 ビジョン策定までの振り返り

2021年9月に策定された前回ビジョンにおいては、「蒲郡市の住民の満足度の向上」、「まちづくりの進捗状況」、「観光産業の活性化」の3つの視点において、ビジョンの推進に向けたモニタリングを実施し、進捗を把握してきました。

ここに新たなビジョンの策定までの概ね5年間における進捗の状況を整理しました。

■蒲郡の住民の満足度の向上

| 指標 | 目標値 | 実績値 |
|--|-------------------|-------------------|
| <u>蒲郡市への愛着</u> ※市民意識調査「蒲郡市に愛着はありますか」に対して「とても愛着がある」「愛着がある」とした人の割合 | 85.0% (2025年度) | 76.5% (2024年度) |
| <u>蒲郡市への永住</u> ※市民意識調査「蒲郡市に住み続けたいと思いますか」に対して「ずっと住み続けたい」とした人の割合 | 60.0% (2025年度) | 53.6% (2024年度) |
| <u>「海とふれあうまちづくり」への満足度</u> ※市民意識調査「海とふれあうまちづくり」の満足度について、「満足」、「やや満足」とした人の割合 | 45.0% (2025年度) | 49.2% (2024年度) |
| <u>「観光の振興」への満足度</u> ※市民意識調査「観光の振興」の満足度について、「満足」、「やや満足」とした人の割合 | 25.0% (2025年度) | 25.8% (2024年度) |
| <u>「周辺市町村との連携」への満足度</u> ※市民意識調査「周辺市町村との連携」の満足度について、「満足」、「やや満足」とした人の割合 | 20.0% (2025年度) | 13.1% (2024年度) |

■まちづくりの進捗状況

| 指標 | 目標値 | 実績値 |
|---|------------------------|--------------------------|
| 転出入者数 ※蒲郡市の人口動態報告※1 | +612人 (2025年度) | +111人 (2023年度) |
| 蒲郡市の人口 ※蒲郡市統計(人口及び世帯数統計資料) 住民基本台帳人口 | 78,400人 (2025年度) | 76,889人 ※2025年11月1日現在 |
| 蒲郡観光交流おもてなしコンシェルジュの認定者数 ※蒲郡観光交流おもてなしコンシェルジュ検定の実績 | 50(人/年)増加 (2025年度) | 大人1,602人 キッズ68人 |
| 観光施設におけるバリアフリー対応した施設の割合 | 16件 (2025年度) | 24件 |
| 創業業者比率 ※経済センサスに基づくRESAS調べ(新規事業所を年平均にならした数/期首において既に存在していた事業所×100) | 4.0% (2025年度) | 計測なし |
| キャッシュレス店舗の割合 ※市内店舗で現金利用のみの店舗の割合 | 対前年5ポイント増加 (2025年度) | 計測なし |

※1：2年に一度データ集約を行っているため、最新のデータは2023年度となっている。

■観光産業の活性化

| 指標 | 目標値 | 実績値 |
|---|---|-----------------------------------|
| 市内に訪れた観光客数 ※蒲郡市統計 | 713万人 (2025年度) | 483万人 (2024年度) |
| 市内の宿泊者数 ※蒲郡市統計 | 84.2万人 (2025年度) | 50.9万人 (2024年度) |
| 体験プログラム参加者数及び満足度 ※MIKAWA de 遊び100参加者数及び利用者アンケートにおける満足度 | 参加者数 8,500人 (2025年度) 満足度 対前年5ポイント増加 | 14,412人 (2024年度) 満足度 99% |
| 平均客単価(景気動向指数)の増減傾向 ※観光協会が実施する施設向けアンケートにて実施(記載) | 対前年10ポイント増加 (2025年度) | 調査なし |

4-2 蒲郡市観光まちづくりビジョンの基本目標

蒲郡市観光まちづくりビジョンの対象期間は2026年度～2030年度までの5年間としています。

蒲郡市観光まちづくりビジョンに掲げられた各種取組の進捗を確認し、目標への道筋を毎年度モニタリングするとともに、取り組みの振り返りや、社会情勢の変化に応じた適切な方向性の修正を行う等、柔軟に対応していきます。

また、(一社)蒲郡市観光協会が地域DMO¹⁴に認定されたことを契機として、同会が掲げるKPI¹⁵とも連動させながら、進捗を管理していきます。

■進捗状況を把握するKPI

| 指標 | 基準値 (2024年) | 目標値 (2030年) |
|--|--------------------------------|---------------------------|
| 市内に訪れた観光客数 ※1 | 483万人 | 516万人 |
| 延べ宿泊者数 ※1 | 51万人 | 54万人 |
| 旅行消費額(総額) ※2 | 24,228百万円 | 28,700百万円 |
| 旅行消費額(一人当たり単価)(日帰り客) ※2 | 6,291円 | 7,500円 |
| 旅行消費額(一人当たり単価)(宿泊客) ※2 | 37,168円 | 44,000円 |
| 来訪者満足度 | 84.6% | 90% |
| リピーター率 | 91.6% | 92% |
| 住民満足度 ※4 | 25.8% | 37% |
| ナビテラス(蒲郡市観光交流センター)利用者数 ※1 | 32,188人 | 34,300人 |
| 蒲郡市観光ボランティアガイド養成講座への初参加者数(年間) | | |
| 蒲郡観光交流おもてなしコンシェルジュ・蒲郡観光キッズコンシェルジュの認定者数 | 大人1,602人 キッズ68人(2025年12月時点) | 大人50(人/年) キッズ10(人/年)増加 |
| 地域プロジェクトマネージャー養成課程修了者数 | 2人 | 6人 |
| 景観まちづくり参加の重要性に関する関心度 ※5 | — | 70.0% |
| 手助けやボランティアをしているまたはしたい人の割合 ※5 | — | 35.0% |

※1：観光庁「観光立国推進基本計画」において、地方部延べ宿泊者数を令和7年までに3.2億人泊にする【令和元年実績：3.0億人泊】としており、これを年平均に換算すると1.08%となり、このまま推移すると仮定する。

※2：観光庁「旅行・観光消費動向調査」において、2019年：21.9兆円、2024年：25.2兆円であり、年平均に換算すると2.85%であり、このまま推移すると仮定する。

※3：観光庁「インバウンド消費動向調査」において、1人あたりの消費額は、2019年：15.9万円、2024年：22.7万円であり、このまま推移すると仮定する。

※4：観光の振興に関する満足度は、令和2年度が18.2%、令和4年度が22.0%、令和6年度は25.8%と着実に増加しており、このまま増加傾向を維持していく。 <https://www.city.gamagori.lg.jp/uploaded/attachment/108038.pdf>

※5：第5次総合計画に準拠

5 基本方針および施策の方向性

蒲郡市観光まちづくりビジョンは、前述の蒲郡市の強みや課題を踏まえ、4つの基本方針とそれらを実現していくための施策を掲げ、各種取組を推進します。

基本方針1 蒲郡市の観光まちづくりを担う人財づくり・体制づくり

蒲郡市の観光まちづくりにおいて、最も大切にしたいのは「人」です。これまでの蒲郡市の観光まちづくりも、担い手となる人、応援する人に支えられてきました。

今後も、様々な立場から蒲郡市に関連する人を財産と捉え、継続的に取組に参加してもらえるような体制を整え、より一層の連携を強化し、体系的に推進できる体制を整えます。

| | | |
|--------|-----|------------------------------|
| 施策の方向性 | 1-1 | 市民の愛着心向上および参画の促進 |
| | 1-2 | 蒲郡市のまちづくりの担い手の発掘・育成・意識啓発及び継承 |
| | 1-3 | 広域的な連携体制の構築 |

基本方針2 蒲郡市の観光コンテンツの高付加価値化

蒲郡市には観光に活かせる様々な資源を有しています。

全国各地で観光振興の取組が進められる中で、他地域との差異化を図り、魅力を高める必要があります。特に蒲郡市のイメージでもある、みかんや海にまつわる“眺・味・遊・学”を唯一無二のものとして磨き上げ、地域が一体となり、蒲郡ブランドを確立する必要があります。

蒲郡市においては、単なる観光交流に留まらず、蒲郡市を訪れる人が“蒲郡市に滞在することの意味づけ”を思慮し、蒲郡市に来ることの必然性と、滞在することによる心身の癒やし、満足度が得られ、また来たいと思わせるような付加価値の高いサービスが提供していきます。

| | | |
|--------|-----|-------------------------|
| 施策の方向性 | 2-1 | 蒲郡市のブランドの確立・維持・活用 |
| | 2-2 | 市内滞在時間の拡大・観光消費額の向上 |
| | 2-3 | ビジネストリップの取込（MICE・プレジャー） |
| | 2-4 | 蒲郡市のまちづくりに必要な財源の確保 |

基本方針3

観光まちづくり経営に資する マーケティング・プロモーションの強化

(一社)蒲郡市観光協会が地域DMOに認定され、より一層、観光地経営の視点が重要になってきます。

観光を取り巻く状況を定量的・定性的に把握し、有益な取組を進めるための綿密なマーケティングに注力していきます。

また、蒲郡市のことをより広く周知していくために、対外的なプロモーションを推進するとともに、取組の担い手となる市民・関係者向けのインナープロモーションに注力します。

| | | |
|--------|-----|----------------|
| 施策の方向性 | 3-1 | 効果的なプロモーションの展開 |
| | 3-2 | 観光マーケティング体制の強化 |

基本方針4

持続可能な観光まちづくりに向けた受入環境整備

観光をとりまく社会状況が変化する中で、将来に向けて蒲郡市の観光まちづくりを推進するため、ハード・ソフトを含めた必要な受入環境を整えます。

| | | |
|--------|-----|---------------------|
| 施策の方向性 | 4-1 | 観光事業における効率化・生産性向上 |
| | 4-2 | 市内外の回遊性の向上 |
| | 4-3 | 官民が一体となった取組体制の構築 |
| | 4-4 | 多様な旅行者に対応した受入環境整備促進 |

基本方針1:蒲郡市の観光まちづくりを担う人財づくり・体制づくり

1-1 市民の愛着心向上および市民参画の促進

蒲郡市では、市民や関係者が地域に誇りと愛着を持てるような取組を進めています。また、来訪者に対しては「おもてなしの心」を大切にし、温かく迎える体制を整備します。さらに、市民団体やNPOとの連携を強化し、地域資源を活かした協働事業を推進することで、持続可能な観光まちづくりを目指しています。

主な
施策内容

- 市民・関係者の愛着促進
- 蒲郡市への来訪者へのおもてなし向上
- 市民・NPO等の市民団体の活動を活かした協働事業の推進

1-2 蒲郡市のまちづくりの担い手の発掘・育成・意識啓発及び継承

蒲郡市では、地域の未来を担う人財の発掘・育成・啓発に力を入れています。市民や若者がまちづくりに主体的に関わる機会を創出し、地域への関心と誇りを育てています。また、各種プロジェクトの継続的な推進に向けて、活動の担い手の世代間継承にも取り組み、持続可能な地域づくりを目指しています。

主な
施策内容

- 蒲郡市のまちづくりを支える担い手発掘・育成・啓発
- 蒲郡市で行われる各種プロジェクトの主体の継承

1-3 広域的な連携体制の構築

蒲郡市では、観光や地域活性化を広域的に進めるため、周辺市町村との連携を強化しています。特に、海・温泉・歴史・食など共通のテーマを軸にした広域連携を推進し、地域全体の魅力向上と相互送客を図っています。これにより、持続可能な観光圏の形成を目指しています。

主な
施策内容

- 周辺市町村との広域連携
- テーマを通じた広域連携の推進

基本方針2:蒲郡市の観光コンテンツの高付加価値化

2-1 蒲郡市のブランドの確立・維持・活用

蒲郡市では、地域にゆかりのある著名人やアート・クリエイターとの連携を通じて、まちの魅力を発信しています。また、4つの温泉郷の個性を活かした新たな楽しみ方の提案や、地元の特産品を活用した商品開発・プロモーションにも注力していきます。さらに、自然環境を活かしたスポーツツーリズムの展開により、多様な観光ニーズに応える取り組みを進めます。

| | |
|------------|--|
| 主な 施策内容 | <ul style="list-style-type: none">■蒲郡市にゆかりのある著名人の活用■アート・クリエイターの活用■温泉郷の新たな楽しみ方の提案■蒲郡市ならではの特産品の活用■スポーツツーリズムの展開 |
|------------|--|

2-2 市内滞在時間の拡大・観光消費額の向上

蒲郡市では、観光客の滞在時間を延ばし、地域内での消費を促進するための取組を進めています。特に、夜間の魅力的なコンテンツを充実させることで、ナイトタイムエコノミー¹⁶の活性化を図り、飲食・宿泊・体験型観光など多様な消費機会の創出を目指しています。

| | |
|------------|--|
| 主な 施策内容 | <ul style="list-style-type: none">■滞在促進・観光関連消費の拡大■ナイトタイムエコノミーの活発化 |
|------------|--|

2-3 ビジネストリップの取込(MICE・ブレッジャー)

蒲郡市では、ワーケーションやブレッジャー、MICE など多様化する働き方・旅のスタイルに対応した環境整備を進めています。海や山に囲まれた魅力的なロケーションを活かし、滞在型の新たな価値を創出します。また、観光と連動した事業者支援や起業支援を通じて、地域経済の活性化と持続可能な観光産業の形成を目指しています。

| | |
|------------|--|
| 主な 施策内容 | <ul style="list-style-type: none">■ワーケーション・ブレッジャー・MICE への対応■蒲郡市のロケーションの活用■事業者支援・起業支援との観光での結びつけ支援 |
|------------|--|

2-4 蒲郡市のまちづくりに必要な財源の確保

蒲郡市では、地域の魅力を深く体験できる着地型旅行商品の開発・強化に取り組んでいます。観光資源を活かした体験型プログラムの充実を図ることで、旅行者の満足度向上とリピーターの獲得を目指しています。また、観光を通じた収益事業の展開にも力を入れ、地域経済の活性化と持続可能な観光産業の確立を推進します。

| | |
|------------|--|
| 主な 施策内容 | <ul style="list-style-type: none">■着地型旅行商品の強化■収益事業の展開 |
|------------|--|

基本方針3:観光まちづくり経営に資する

マーケティング・プロモーションの強化

3-1 効果的なプロモーションの展開

蒲郡市では、観光を取り巻く環境や旅行者の価値観が変化する中で、新たな時代のニーズに柔軟に対応する取り組みを進めています。デジタル化の進展や多様なライフスタイルに対応した観光サービスの提供を通じて、より魅力的で持続可能な観光地づくりを目指しています。

| | |
|------------|-------------------|
| 主な 施策内容 | ■新たな時代のニーズに合わせた対応 |
|------------|-------------------|

3-2 観光マーケティング体制の強化

観光を取り巻く環境が急速に変化する中、蒲郡市ではマーケティング手法の見直しを進めています。デジタル技術の活用やデータに基づく分析を通じて、旅行者のニーズや行動傾向を的確に把握し、効果的な情報発信やプロモーション戦略の構築を図ることで、より魅力的な観光地づくりを目指しています。

| | |
|------------|----------------------|
| 主な 施策内容 | ■観光に関するマーケティング手法の見直し |
|------------|----------------------|

基本方針4:持続可能な観光まちづくりに向けた受入環境整備

4-1 観光事業における効率化・生産性向上

蒲郡市では、観光分野におけるDXを推進し、情報発信や予約・決済のオンライン化、データ活用によるサービス向上を図っています。また、平日の観光需要を喚起するため、ワーケーションや地域資源を活かした体験型プログラムの充実を通じて、繁閑の差を緩和し、年間を通じた安定的な観光振興を目指しています。

| | |
|------------|------------------------------|
| 主な 施策内容 | ■DX推進 ■繁閑の平準化につながる平日需要の取込 |
|------------|------------------------------|

4-2 市内外の回遊性の向上

蒲郡市では、観光振興において交通インフラの優位性を活かし、市内の移動手段の充実と周遊性の向上に取り組んでいます。特に、名鉄西尾・蒲郡線を活用した観光プログラムの創出を進め、地域資源を結ぶ新たな動線を形成しています。また、歩いて楽しめる「ウォーカブル¹⁷なまちづくり」を推進し、快適で魅力的な滞在環境の整備を目指しています。

| | |
|------------|--|
| 主な 施策内容 | ■インフラ・アドバンテージ ¹⁸ の活用 ■市内移動交通手段の拡充および周遊性拡大 ■名鉄西尾・蒲郡線を活用した観光プログラムの創出 ■ウォーカブルなまちづくり |
|------------|--|

4-3 官民が一体となった取組体制の構築

蒲郡市では、市民や関係者が連携して取り組む協働事業の展開を進めています。豊かな自然や海岸線などのロケーションを活かし、地域の賑わいを創出する事業者の誘致や支援を強化しています。また、観光と連動した起業支援や広大な空間の有効活用についても検討を進め、多様な主体が関わる持続可能なまちづくりを目指しています。

| | |
|------------|---|
| 主な 施策内容 | ■市民、関係者間による協働事業の展開 ■蒲郡市のロケーションの活用 ■蒲郡市の賑わいを創出する事業者の呼び込み・事業支援 ■事業者支援・起業支援との観光での結びつけ支援 ■蒲郡市の広大な空間の活用方法の検討 |
|------------|---|

4-4 多様な旅行者に対応した受入環境整備促進

蒲郡市では、誰もが安心して観光を楽しめるよう、ユニバーサルデザイン¹⁹の導入を進めています。高齢者や障がいのある方を含むすべての人に配慮した施設整備や案内表示の改善に取り組んでいます。また、訪日外国人旅行者の多様化に対応するため、多言語対応や文化的配慮を含む受入環境の整備を強化し、国際的な観光地としての魅力向上を図っています。

| | |
|------------|---|
| 主な 施策内容 | ■ユニバーサルデザインへの対応 ■訪日外国人の多様化に対応した受入環境の整備 |
|------------|---|

6 推進体制

蒲郡市観光まちづくりビジョンは、“市民の市民による市民のための”を掲げ、蒲郡市民だけでなく、蒲郡市の観光に携わる各種事業者が主体となり、推進が図られてきました。

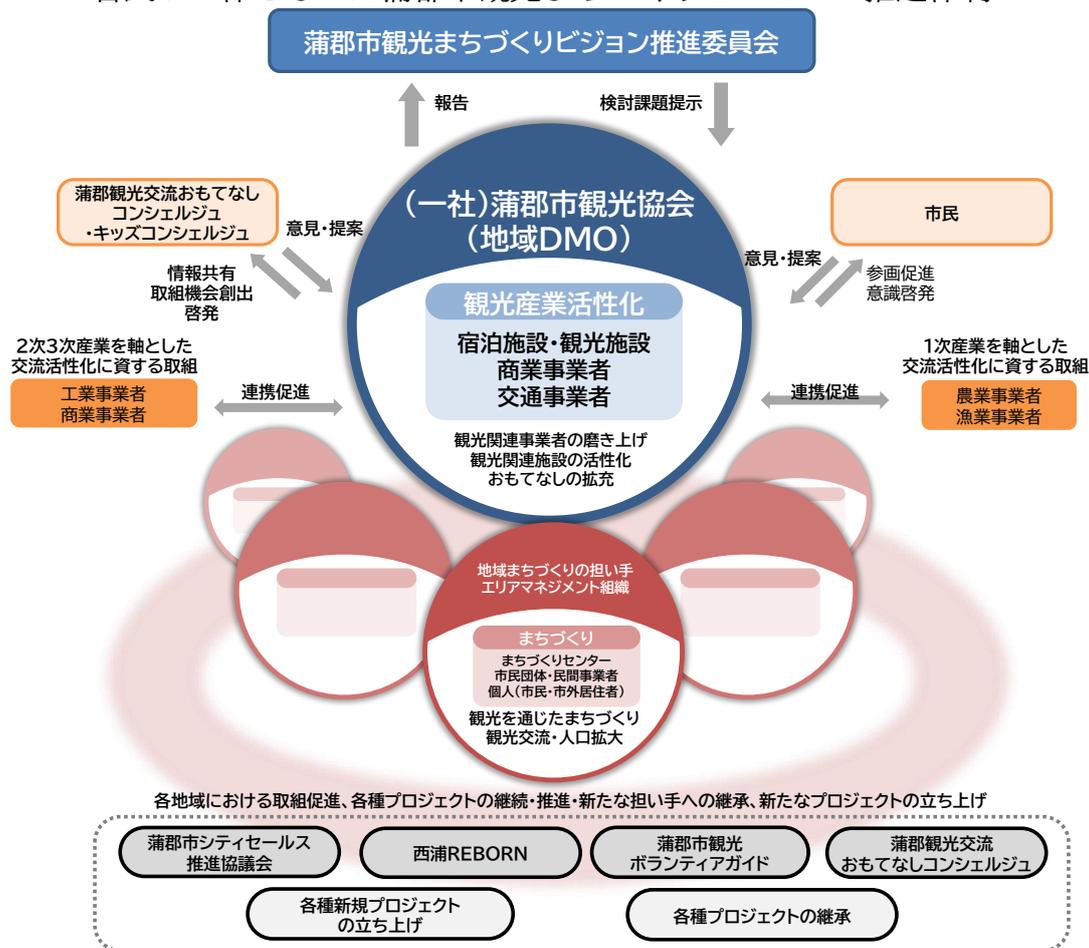
また、いわゆる従来の観光に留まらず、蒲郡市の新しい時代のグランドデザインを描くものとして、観光を「まちづくり」と「産業」の両面から捉え、それぞれ推進組織に役割を持たせて推進してきました。

これからの観光まちづくりは、市内の各地域で主体的に行われる、地域ならではの取組を推進し、活性化させていくことを念頭に置き、それらの取組が円滑に進むような体制を構築します。

将来は、エリアマネジメント組織として、それぞれが自立的かつ持続的な取組が進む蒲郡市、(一社)蒲郡市観光協会との連携を図ります。

また、蒲郡市観光まちづくりビジョンの推進には、様々なステークホルダーの関与が必要となるため、適宜情報共有や意見交換を行い、それぞれの取組が活性化していくような体制を構築します。

官民が一体となった蒲郡市観光まちづくりビジョンの推進体制



7 アクションプラン

基本方針および施策の方向性に基づき、様々な主体とともに5年間で実施していくアクションプランを整理します。

■ターゲット

以下に示す市民ならびに市民以外の多様なターゲットに対し、その嗜好性を見極めながら施策を展開していくものとします。

○市民

※住んでいる人が蒲郡市で楽しみ幸せになることが重要であり、またこれまで、“仕掛け人”側だった蒲郡人を“観光客”としても位置づけます（地元で遊ぶ）。

○市民以外の多様なターゲット層

市外居住者（近隣・遠方）／若年層・シニア層／外国人旅行者／家族／障がい者／宿泊者／ビジネス客（市内ならびに周辺市町への来訪ビジネス客）／企業研修所来訪者／スポーツ関係者／宗教信者／LGBTQ²⁰／ペット愛好家 等

■関係主体

○市民／蒲郡市観光ボランティアガイド／蒲郡観光交流おもてなしコンシェルジュ／蒲郡観光キッズコンシェルジュ

○工業事業者／商業事業者／農業事業者／漁業事業者

○観光関連事業者（宿泊施設、観光施設、飲食施設、商業施設、交通事業者）

○蒲郡市／蒲郡商工会議所／（一社）蒲郡市観光協会／市民まちづくりセンター／市民団体／蒲郡市シティセールス推進協議会 等

基本方針1:蒲郡市の観光まちづくりを担う人財づくり・体制づくり

1-1 市民の愛着心向上および市民参画の促進

■市民・関係者の愛着促進

蒲郡市では、観光まちづくりに関する取り組みを広く周知し、市民や事業者の理解と参加を促進しています。情報発信を強化し、観光施策や地域資源の活用事例をわかりやすく伝えることで、地域全体の協働を進めます。さらに、市民が主体的に関われる意見交換会やワークショップを開催し、まちづくりに対するアイデアや提案を共有します。このような取り組みにより、地域の魅力を高めるとともに、持続可能な観光まちづくりを実現します。

| | |
|-----|---|
| 取組例 | <ul style="list-style-type: none">・観光まちづくりに関する取組の周知促進・蒲郡市のまちづくりに関する市民の意見交換会、ワークショップの開催 等 |
|-----|---|

■蒲郡市への来訪者に対するおもてなし向上

蒲郡市では、観光交流を担う人材育成とおもてなし力の強化に取り組んでいます。観光交流おもてなしコンシェルジュの各部会の活動を拡大し、地域の魅力を発信する機会を増やします。さらに、蒲郡観光キッズコンシェルジュの登用機会を広げ、次世代の観光人材を育成します。プロ・マスターコンシェルジュ制度を構築し、専門性の高いサービスを提供できる体制を整えます。加えて、市民向けの観光教育を推進し、ホスピタリティ向上に向けた取り組みを支援することで、地域全体で質の高いおもてなしを実現します。

| | |
|-----|--|
| 取組例 | <ul style="list-style-type: none">・蒲郡観光交流おもてなしコンシェルジュの各部会の活動拡大・蒲郡観光キッズコンシェルジュの登用機会の拡大・プロ・マスターコンシェルジュ制度の構築・おもてなし・ホスピタリティ向上に向けた取組支援・蒲郡市民向けの観光教育の推進 等 |
|-----|--|

■市民・NPO 等の市民団体の活動を活かした協働事業の推進

蒲郡市では、観光イベントの実施にあたり、市民や市民団体によるボランティア参加を積極的に支援し、地域全体での一体感ある運営を目指しています。また、観光ボランティアガイドの活動支援や新たな担い手の発掘・育成にも力を入れ、地域資源の魅力を伝える人材の充実を図っています。さらに、各種プロジェクトに対しても市民や団体の協力を得ながら、共に観光まちづくりを推進する体制づくりを進めています。

| | |
|-----|--|
| 取組例 | <ul style="list-style-type: none">・集客イベントにおける市民・市民団体のボランティア参加の支援促進・観光ボランティアガイドへの活動支援ならびに担い手の発掘・育成・各種プロジェクトに対する市民・市民団体の協力支援 等 |
|-----|--|

1-2 蒲郡市のまちづくりの担い手の発掘・育成・意識啓発及び継承

■蒲郡市のまちづくりを支える担い手発掘・育成・啓発

蒲郡市では、観光やまちづくりに関わる事業者に対して、地域の将来像や観光の役割に対する理解を深めるための意識啓発を進めています。あわせて、地域内外の多様な関係者と新たな担い手との交流を促進し、知見や経験の共有を通じて、持続可能なまちづくりの基盤づくりを図っています。このような取り組みにより、地域全体での連携と協働を強化し、より魅力ある蒲郡市の実現を目指しています。

| | |
|-----|---|
| 取組例 | ・蒲郡市のまちづくりに関連する事業者への意識啓発 ・蒲郡市の様々な関係者と新たな担い手との交流の促進 等 |
|-----|---|

1-3 広域的な連携体制の構築

■周辺市町村との広域連携

蒲郡市では、周辺市町村との連携を強化し、地域全体の魅力を高めるための広域的なイベント展開を進めています。具体的には、近隣自治体で開催されるイベントと連動したタイアップイベントを企画・実施し、相互送客や地域間交流の促進を図っています。また、広域エリアでの連携イベントを通じて、観光資源の相互活用や広域的な観光圏の形成を目指し、持続可能な観光振興に取り組んでいます。

| | |
|-----|---|
| 取組例 | ・周辺市町村のイベントとのタイアップイベントの開催 ・広域エリアでの連携イベントの実施 ・広域連携組織における国内外からの誘客促進 等 |
|-----|---|

■テーマを通じた広域連携の推進

蒲郡市では、「MIKAWA de 遊び100」をはじめとする体験型観光コンテンツの充実を図り、滞在時間の延長と観光消費の拡大を目指しています。三河湾の豊かな自然環境を活かし、サイクリングやウォーキング、マリンレジャーと組み合わせた滞在型プログラムの提案を進めています。また、観光航路の整備や広域連携による海上交通の活用を視野に入れ、三河湾全体を舞台とした新たな観光の魅力創出に取り組んでいます。

| | |
|-----|---|
| 取組例 | ・「MIKAWA de 遊び100」、体験型観光コンテンツの拡充ならびに滞在時間の拡大・消費拡大の促進間の拡大・消費拡大の促進 ・三河湾を活かしたイベント、サイクリング、ウォーキングのプログラム提案 ・三河湾でのマリンレジャーとセットにした蒲郡市への滞在促進 ・海上交通を活用した観光地の連携強化の検討 ・新たな交通ネットワークの拡充に向けた取組推進 等 |
|-----|---|

基本方針2:蒲郡市の観光コンテンツの高付加価値化

2-1 蒲郡市のブランドの確立・維持・活用

■蒲郡市ならではの特産品の活用

蒲郡市では、ご当地グルメの開発を支援し、地域ならではの食の魅力を高めています。みかんや海産物など地元食材を活用した名物料理や土産物の開発を進め、流通促進によって観光客への提供機会を広げます。また、観光農園や海業支援施設の整備と活用を強化し、収穫体験や漁業体験、食育イベントを通じて、訪れる人に地域の食文化を体験してもらいます。これらの取り組みにより、食を軸とした観光の魅力を向上させ、地域経済の活性化と観光客の満足度向上を実現します。さらに、地元企業と連携し、再生医療のまちづくりを進めている蒲郡市民病院を中心に、医療ツーリズムの促進を行っていきます。

| | |
|-----|---|
| 取組例 | <ul style="list-style-type: none">・ご当地グルメの開発支援・みかん、海産物等の地元食材を使った名物の開発（土産物等）及び流通促進・観光農園や海業支援施設の整備・活用・医療ツーリズムの促進 等 |
|-----|---|

■温泉郷の新たな楽しみ方の提案

蒲郡市では、海の景観を活かした観光コンテンツの開発を推進し、マリナクティビティや絶景スポットを活用した体験型プログラムを充実させています。さらに、旅館の従業員による観光スポットや地域コンテンツの紹介を強化し、宿泊と観光を一体化した魅力的なプランを創出します。日帰り旅行者向けに利用しやすい飲食店の整備も進め、滞在満足度を向上させます。加えて、観光施設の景観整備により、海を望む憩いの場を提供し、地域全体の回遊性と滞在価値を高める取り組みを展開します。

| | |
|-----|--|
| 取組例 | <ul style="list-style-type: none">・海の景観を活かしたコンテンツの活用・旅館の従業員による蒲郡市の観光スポット、観光コンテンツの紹介・蒲郡市の観光コンテンツと連携した宿泊プログラムづくり・日帰り旅行者が利用できる飲食店の整備・西浦テラスの整備 等 |
|-----|--|

■蒲郡市にゆかりのある著名人や多様な人財の活用

蒲郡市は観光大使や著名人を活用し、イベント参加や SNS 発信、特産品 P R を通じて観光振興とブランド力を強化しています。若年層や広域からの集客を促進し、市民の誇りを高める取り組みを推進します。さらに、アートやクリエイター事業を支援し、作品制作や展示、体験型プログラムの展開を通じて、地域文化の発信力を高め、観光客に新たな価値を提供するとともに、市民参加型で持続可能な観光まちづくりを目指します。

取組例

- ・観光大使、蒲郡市にゆかりのある著名人の積極的な活用
- ・アート・クリエイターの事業実施支援 等

■スポーツツーリズムの展開

蒲郡市では、海や空を活かしたスポーツ観光を推進します。セーリング、SUP、カヤック、釣りなどのマリンスポーツや、パラセーリングなどのスカイスポーツを充実させます。さらに、ラリー三河湾やパワステがまごおりなどのモータースポーツを継続的に支援し、国際ヨットレースの誘致に力を入れます。スポーツイベントの開催やスポンサーシップ、ボランティア活動を促進し、事業者への出店支援やインストラクター育成を進めます。新たなスポーツアクティビティ導入に向けた参画を後押しし、地域の魅力を高めます。

取組例

- ・マリンスポーツ（セーリング、SUP、カヤック、釣り）、スカイスポーツ（パラセーリング）の推進
- ・モータースポーツの推進（ラリー三河湾、パワステがまごおり）
- ・ノルディックウォーキングの継続的な取組
- ・スポーツイベントの開催、支援（スポンサーシップ、ボランティア）
- ・国際ヨットレースの開催実績を活かした大会の誘致
- ・スポーツ関連事業者への支援（出店・進出支援、インストラクター等の人材育成支援）
- ・新たなスポーツアクティビティの導入に向けた事業者の参画支援等

2-2 市内滞在時間の拡大・観光消費額の向上

■滞在促進・観光関連消費の拡大

蒲郡市では、地域資源を活かした新たな消費と滞在促進を進めています。「MIKAWA de 遊び100」のプラットフォームを活用し、観光客に多様な体験を提供します。また遊休施設やスペースの有効活用を支援し、地域の魅力を高めます。さらに、ご当地グルメや産学官連携による新商品を開発し、消費拡大を図ります。宿泊業やスポーツ関連事業者など民間事業者の参入や誘致を促進し、市内の滞在促進を実現します。

| | |
|-----|--|
| 取組例 | <ul style="list-style-type: none">・「MIKAWA de 遊び100」のプラットフォームの活用・遊休施設・スペースの活用支援・ご当地グルメや、産学官コラボ商品による新たな消費の取り込み方策検討・民間事業者の参入支援、誘致（宿泊業、スポーツ関連事業者等） 等 |
|-----|--|

■ナイトタイムエコノミーの活発化

蒲郡市では、夜間の観光需要を高めるため、観光施設でのナイトタイムイベント開催を支援し、魅力的な夜の過ごし方を提供しています。飲食店の夜間営業に対する支援を行い、観光客が安心して楽しめる環境を整えます。さらに、市全体でナイトタイムエンターテインメントを拡充し、音楽やライトアップなど多彩なコンテンツを展開します。

| | |
|-----|---|
| 取組例 | <ul style="list-style-type: none">・観光施設等のナイトタイムイベントの開催支援・飲食店等への夜間営業に対する支援・市域を上げたナイトタイムエンターテインメントの拡充 等 |
|-----|---|

2-3 ビジネストリップの取込(MICE・ブレジャー)

■ワーケーション・ブレジャー・MICE への対応

蒲郡市では、ビジネス客の需要取込のため、ワーケーション受け入れのための企業・個人への戦略的PRを強化しています。また、テクニカルビジット²¹の受入を促進し、産業視察や交流の機会を広げます。

さらに、ビジネス客に対してアフタービジネス観光である「ブレジャー」を促進するためのコンテンツの提案を行います。

MICE への対応として、市内ホールを活用したコンベンションやインセンティブツアー²²を誘致し、ユニークベニュー²³の発掘と活用を進めます。

| | |
|-----|--|
| 取組例 | <ul style="list-style-type: none">・ワーケーション受け入れに向けた戦略的なPR（企業、個人）・テクニカルビジットの受入促進・蒲郡市にビジネスで訪れる方に対する、アフタービジネスの観光滞在に向けた企業向けの啓発促進（ブレジャー促進事業）・MICE への対応として、市内のホールを活用したコンベンションの対応や、市内企業へのテクニカルビジット（産業視察）などのインセンティブツアー（報奨旅行）の取り込み・MICE におけるユニークベニューの発掘・活用 等 |
|-----|--|

2-4 蒲郡市のまちづくりに必要な財源の確保

■着地型旅行商品の強化

蒲郡市では、観光体験の多様化と収益性向上を目指し、「MIKAWA de 遊び 100」の新たな活用方策を検討していきます。

オンライン予約や情報発信を強化し、利便性を高めることで利用促進を図ります。さらに、地域の事業者や団体が創意工夫を凝らした新しい体験プログラムを造成し、観光客に魅力的な選択肢を提供します。

| | |
|-----|---|
| 取組例 | ・「MIKAWA de 遊び 100」のプラットフォームの新たな活用方策の検討及び収益性の確保 ・蒲郡市の様々な主体の創意工夫による新たな体験プログラムの造成等 |
|-----|---|

■収益事業の展開

蒲郡市では、観光産業の持続的な発展を支えるため、市外からの投資を呼び込む仕組みを強化しています。また、事業者が蒲郡市で円滑に事業を遂行できるよう、行政によるサポート体制を整えます。さらに、観光活性化ファンドの構築を検討し、地域資源を活かした新規事業や施設整備への投資を促進します。

加えて、宿泊税の導入に向けた検討を進め、観光振興に必要な財源を確保します。これらの取り組みにより、観光基盤を強化し、地域経済の活性化を実現します。

| | |
|-----|---|
| 取組例 | ・市外からの投資を呼び込むための、蒲郡市での事業遂行に対するサポートの実施 ・観光活性化ファンドの構築に向けた検討 ・宿泊税の導入に向けた検討 等 |
|-----|---|

基本方針3:観光まちづくり経営に資する マーケティング・プロモーションの強化

3-1 効果的なプロモーションの展開

■新たな時代のニーズに合わせた対応

蒲郡市では、富裕層向けの観光コンテンツを効果的に発信し、専門エージェントとのネットワークを構築して誘客を強化しています。高付加価値な体験や宿泊プランを提案し、質の高いサービスを提供することで、プレミアム市場の需要を取り込みます。さらに、豊田・岡崎など西三河、豊橋・豊川など東三河、浜松など西遠州、名古屋といった近隣地域に向けて集中的なプロモーションを展開し、広域からの来訪を促進します。これらの取り組みにより、地域のブランド力を高め、観光消費の拡大を実現します。

| | |
|-----|---|
| 取組例 | <ul style="list-style-type: none">・ 富裕層向けのコンテンツの情報発信・エージェントとのネットワーク構築・ 近隣地域への集中的なプロモーション展開（豊田・岡崎等の西三河、豊橋・豊川等の東三河、浜松等の西遠州、名古屋）等 |
|-----|---|

3-2 観光マーケティング体制の強化観光消費額の向上

■観光に関するマーケティング手法の見直し

蒲郡市では、観光分野におけるDXを推進し、デジタルデータを活用した高度なマーケティング手法の構築を目指しています。

具体的にはデジタルマーケティングの専門人材を登用・育成し、分析力と発信力を強化します。さらに、観光施設との連携を深め、データ共有の仕組みを整備することで、地域全体の戦略を最適化します。

加えて、観光事業経営における外国人材の登用を支援し、国際的な視点を取り入れたサービス向上を図ります。

| | |
|-----|---|
| 取組例 | <ul style="list-style-type: none">・ DXに伴うデジタルデータを活用したマーケティング手法の構築・ デジタルマーケティングの専門人材の登用・育成・ 各施設との連携調整によるデータの共有化の仕組みの構築・ 観光事業経営における外国人材の登用支援 等 |
|-----|---|

基本方針4:持続可能な観光まちづくりに向けた受入環境整備

4-1 観光事業における効率化・生産性向上

■DX対応

蒲州市では、観光事業者の競争力を高めるため、DX導入を支援し、業務効率化や顧客体験の向上を図っています。予約管理やキャッシュレス決済などのデジタル化を促進し、利便性を高めます。さらに、AIやICT²⁴など先進技術の導入を検討し、観光サービスの質を向上させます。

加えて、デジタルマーケティングの導入を支援し、データ分析に基づく効果的なプロモーションを実現します。

| | |
|-----|--|
| 取組例 | ・観光事業者向けのDX導入支援 ・先進技術の導入検討ならびにデジタルマーケティング導入支援 等 |
|-----|--|

■繁閑の平準化につながる平日需要の取込

蒲州市では、繁閑の平準化を図るため、平日需要の取り込みに向けた施策を展開し、企業研修やグループ旅行など新たな需要を創出しています。ラケーションに合わせたモデルプランを提案するとともに、土日祝日を組み合わせた長期滞在を促進します。

さらに、閑散期におけるインバウンド誘致を強化し、海外市場へのプロモーションや旅行会社との連携を進めます。これらの取り組みにより、年間を通じた観光需要の安定化と地域経済の活性化を実現します。

| | |
|-----|---|
| 取組例 | ・ラケーションに合わせたモデルプランの構築 ・閑散期におけるインバウンド誘致促進 等 |
|-----|---|

4-2 市内外の回遊性の向上

■インフラ・アドバンテージの活用

蒲郡市では、海の魅力を活かした観光施策を強化しています。クルーズ客船の誘致と周遊促進を支援し、三河湾を楽しむ新たな旅行スタイルを提案します。また、海上交通を活用した他市町の観光地との連携強化を検討します。さらに、海岸線に沿った遊歩道やサイクリングロードを整備し、自然を満喫できる環境を整えます。加えて、三河湾周遊に関する新技術の導入を後押しし、ドローンや空飛ぶ車など先進的な移動手段の活用を検討します。

| | |
|-----|--|
| 取組例 | <ul style="list-style-type: none">・クルーズ客船の誘致・周遊促進支援・海上交通を活用した観光地の連携強化の検討 ※再掲・海岸線での遊歩道・サイクリングロードの整備・三河湾周遊に係る新たな技術の導入に向けた導入支援（ドローン、空飛ぶ車等） 等 |
|-----|--|

■市内移動交通手段の拡充および周遊性拡大

蒲郡市では、地域公共交通計画と連携し、観光客の移動を支える二次交通の拡充を進めます。路線バスを活用した周遊モデルコースを検討し、観光スポット間のアクセスを向上させます。さらに、自由な時間帯で移動できる観光タクシーの活用を促進し、柔軟な観光スタイルを提供します。加えて、レンタサイクルの利便性を高めるため、ステーション整備や乗り捨て対応を進めます。また、環境負荷の低い電動モビリティ²⁵（電動トゥクトゥク等）のシェアリングサービス²⁶についても、実証実験を行うなど、導入の検討をしています。

| | |
|-----|--|
| 取組例 | <ul style="list-style-type: none">・蒲郡市地域公共交通計画と連携した二次交通の拡充・路線バスを活用した周遊モデルコースの検討・自由な時間帯の周遊を促す観光タクシーの活用・レンタサイクル等の利便性向上（レンタサイクルステーション整備、乗り捨て対応等）・電動モビリティの導入検討 等 |
|-----|--|

■名鉄西尾・蒲郡線を活用した観光プログラムの創出

蒲郡市では、名鉄西尾・蒲郡線沿線の魅力を活かした観光振興を進めます。沿線で開催されるイベントへの支援を強化し、地域資源を活用した取り組みを連携して実施します。鉄道利用を促進するため、イベントと交通を組み合わせたモデルプランを検討し、沿線全体の回遊性を高めます。さらに、沿線地域との協働を深め、観光客にとって魅力的な体験を提供することで、公共交通の利用促進と地域経済の活性化を実現します。

| | |
|-----|---|
| 取組例 | <ul style="list-style-type: none">・名鉄西尾・蒲郡線沿線イベントへの支援ならびに連携した取組の実施等 |
|-----|---|

■ウォーカブルなまちづくり

蒲郡市では、海辺の魅力を活かした、歩きながら楽しめる快適な空間を創出しています。

主要箇所への案内サインの設置と連続化を進め、観光客が快適に移動できる環境を整えます。また、市内の案内サインのデザインを統一するため、ガイドラインを策定し、わかりやすい情報提供を実現します。これらの取り組みにより、景観と利便性を両立させ、地域全体の回遊性を高めることで、観光満足度の向上とまちの魅力発信を強化します。

| | |
|-----|--|
| 取組例 | <ul style="list-style-type: none">・海辺の賑わいづくり・市内の案内サインデザインの統一化（ガイドラインの策定）・市内主要箇所への案内サインの設置ならびに連続化 等 |
|-----|--|

4-3 官民が一体となった取り組み体制の構築

■市民、関係者間による協働事業の展開

蒲郡市では、将来のまちづくりを議論する場を創設し、市民、団体、行政など多様な主体が意見を共有できる環境を整えます。さらに、地域の創意工夫を活かした新たな賑わい事業や収益事業の創出を促進します。

地域づくりの取組は将来のエリアマネジメントを見据えた支援を行い、持続可能な地域運営を支援します。

加えて、「みらいキャンパス」や「道の駅」等、交流拠点整備プロジェクトと連携し、観光と地域活性化を結びつける仕組みを強化します。

| | |
|-----|--|
| 取組例 | <ul style="list-style-type: none">・市民、市民団体、行政などあらゆる主体が集い、将来の蒲郡市のまちづくりについて語る場の創設・様々な主体による新たな賑わい事業・収益事業の創出・展開・エリアマネジメントに関する各種取組支援（西浦 REBORN 等）・「みらいキャンパス」における連携事業の検討・「道の駅」での観光案内など地域活性化施策の検討 等 |
|-----|--|

■蒲郡のロケーションの活用

蒲郡市では、海を活かした観光の魅力を高めるため、セーリングや SUP、トライアスロンといった従来のものに加え、ドローン大会など海辺でのアクティビティやイベントの実施を支援します。

良好なロケーションを活用した西浦テラスの整備や、農業体験や漁業体験を通じて、地域ならではの体験価値を提供します。

加えてロケ誘致やロケツーリズム²⁷を推進するなど、蒲郡市ならではのロケーションを活用し、蒲郡市の滞在価値を向上させます。

| | |
|-----|---|
| 取組例 | <ul style="list-style-type: none">・海アクティビティ、イベント実施支援（セーリング、トライアスロン、SUP、パワーボート、ドローン大会等）・西浦テラスの整備 ※再掲・ボートレース蒲郡のボートパークの活用・農業体験・漁業体験の活性化促進・ロケ誘致およびロケツーリズムの推進・西浦シーサイドロード沿いの活用・海岸沿いの風景を活用した休憩スポット、飲食施設の整備支援 等 |
|-----|---|

■蒲郡市の賑わいを創出する事業者の呼び込み・事業支援

蒲郡市では、スポーツとアウトドアを活かした観光の魅力を高めるため、マリンスポーツやサイクリング、山登り、サーキット走行などスポーツツーリズムの活用を促進します。さらに、大規模イベントや音楽フェス、アートイベントの誘致を支援し、地域に新たな賑わいを創出します。

加えて、キャンプやグランピング²⁸などアウトドアアクティビティの場を整備し、自然を楽しむ体験を充実させます。これらの取り組みにより、幅広い層に対応した観光コンテンツを提供し、滞在価値と地域経済の活性化を実現します。

| | |
|-----|--|
| 取組例 | <ul style="list-style-type: none">・スポーツツーリズムの場としての活用促進（マリンスポーツ、サイクリング、山登り、サーキット走行等）・大規模イベント、音楽フェス、アートイベントの取り込み支援・アウトドアアクティビティ（キャンプ、グランピング）の場としての活用促進 等 |
|-----|--|

■事業者支援・起業支援との観光での結びつけ支援

蒲郡市は観光・飲食などサービス産業の起業を後押しする体制を構築しています。地域資源を活かした新しいビジネスモデルの創出を促し、創業希望者に対して相談窓口や専門家によるアドバイスを提供します。

さらに、補助金や国の支援制度の情報を発信し、資金調達や事業計画策定を支援します。加えて、市内事業者とのネットワークづくりやイベント出店機会の提供を通じて、起業後の定着もサポートします。このような取り組みにより、観光と食の魅力を高め、地域経済の活性化を図ります。

| | |
|-----|--|
| 取組例 | <ul style="list-style-type: none">・観光・飲食等のサービス産業の起業を支える体制構築・STATION Ai を活用した観光イノベーション創出支援 等 |
|-----|--|

■蒲郡市の広大な空間の活用方法の検討

蒲郡市は観光資源を活かしたイベント誘致と地域活性化を進めます。大塚海浜緑地では音楽フェスやマラソン大会、ファンラン²⁹など多様な催しが開催されており、さらに、竹島ふ頭を活用した屋外型イベントの開催を促進します。また、みなとオアシスや竹島ベイパークではレクリエーション機会を広げ、市民利用を増やします。加えて、山地部でのイベント利用を拡大し、東港やみらいキャンパスなどの大規模事業と連携します。

海陽町エリアの整備も進め、海と山の魅力を活かした観光拠点づくりを推進します。

| | |
|-----|--|
| 取組例 | <ul style="list-style-type: none">・大塚海浜緑地の活用（音楽フェス、マラソン大会、ファンラン等）・屋外型イベントの開催促進（竹島ふ頭の活用）・みなとオアシス、竹島ベイパーク等でのレクリエーション機会の拡大、市民利用の拡大・山地部におけるイベント利用の拡大・東港、みらいキャンパス等の大規模事業との連携・海陽町エリアの整備促進 等 |
|-----|--|

4-4 多様な旅行者に対応した受入環境整備促進

■ユニバーサルデザインへの対応

蒲郡市は観光まちづくりビジョン改訂において、誰もが安心して楽しめる環境づくりを進めます。市内観光地や公共空間のバリアフリー化を推進し、大規模イベント時には対応マニュアルを整備します。新たな宿泊ニーズに応えるため、宿泊施設のリノベーション³⁰支援や国の制度紹介を行います。主要集客施設や交流スペースには多目的トイレを設置し、観光スポットの公衆トイレのホスピタリティ向上にも取り組みます。これらの施策を通じて、幅広い利用者に快適な観光体験を提供します。

| | |
|-----|--|
| 取組例 | <ul style="list-style-type: none">・市内観光地および公共空間のバリアフリー対応・大規模イベント時のバリアフリー対応マニュアルの整備・新たな宿泊ニーズに対応した宿泊施設のリノベーション支援（補助金、国の支援制度の紹介）・主要集客施設、交流スペースにおける様々な人が使える多目的トイレの設置・観光スポットにおける公衆トイレのホスピタリティ向上支援 等 |
|-----|--|

■訪日外国人の多様化に対応した受入環境の整備

蒲郡市は、外国語での情報発信を強化し、市内案内表記を多言語化しています。アジア・アジアパラ競技大会のレガシーを活用し、ボランティアを観光イベントに登用します。

加えて、交通事業者向けに外国人対応マニュアルを作成するとともに、宗教や食の多様なニーズに応える飲食サービスを支援します。

欧米豪市場へのプロモーションを展開し、無料Wi-Fiスポットを拡充します。

| | |
|-----|---|
| 取組例 | <ul style="list-style-type: none">・外国語での情報発信の拡大・アジア・アジアパラ競技大会開催レガシーの活用（ボランティアの観光イベント登用等）・交通事業者向け外国人対応マニュアルの作成・イスラーム・ユダヤ等の宗教、ベジタリアン・ビーガン等の食の主義に対応した飲食サービスへの支援・欧米豪マーケットに向けたプロモーションの展開・市内案内表記の多言語対応・無料Wi-Fiスポットの拡充 等 |
|-----|---|

8 参考資料

8-1 関係者ヒアリング結果

■関係者ヒアリング結果

蒲郡市観光まちづくりビジョンの改訂にあたり、観光関連事業者に対するヒアリングを行い、その結果を整理した。(2025年10月～11月実施)

宿泊施設5件(旅館、ホテル、ゲストハウス)、物販施設2件、観光施設2件、
その他4件 ※2025/10/22時点

■ビジョンのあり方

- ・総合計画の議論を踏まえると、観光のサステナビリティを意識すべき。地域の文化、生活を発信し、付加価値を高めていくことが必要である。
- ・現行のビジョンは2004年の策定当時のものがベースになっている。20年以上前のものが継承されているため、将来の観光振興に向けた準備のため、予算を確保し、次回は単なる改訂ではなく、全面的な変更が必要。新しいビジョンをつくるプロジェクトチームを組成して進める必要がある。
- ・観光まちづくりビジョンも30年先を見据えていく必要がある。
- ・2004年に策定された蒲郡市観光ビジョンの基本理念(観光従事者でもなく、お客様でもない市民を巻き込むということ)は他の地域にはない先進的な理念だったと言える。
- ・観光交流立市として宣言したにも関わらず、蒲郡市にインバウンドがほとんど来ていない。
- ・これからの観光まちづくりビジョンは、もっと人を巻き込むことに力を入れて欲しい。子ども達は、「地域学校協働活動」の一環で、地域住民と連携した取組をしている。こうした取組を通じて、地元のことを知り、魅力を知ってもらおう地道な活動をしていく事は大切である。

■担い手

- ・人手不足の時代において、持続可能性を確保するためには、外国人の登用が必要。コアなポジション(マネージャー候補)に据えるべきである。観光政策を考える上で、外国人目線で活躍の場は多い。
- ・若手のベンチャー同士の異業種交流ができる街であってほしい。また、事業者・団体間の「人的統合」ができれば、スキルアップ、コーディネート機能が高まる事に加え、各分野の離職率の歯止めに繋がる。

■周知・認知度の向上

- ・イベントは市民に知ってもらい、共感してもらい、まちづくりに参画いただいた方が仲間を募っていただくということに繋がっていかねばやっていないのと同じである。広報は未来への投資と行って行う。

- ・「蒲郡」「竹島」などのキーワードがもっとメジャーになって、日本中からお客さんが来てもらえるようになればよい。
- ・「おもてなしコンシェルジュ」のウェブサイトは更新が必要。
- ・施設間で相互に紹介し合う仕組みが必要である。
- ・市民がまだ十分に蒲郡市の魅力を知らない。市民に知ってもらい、足を運んでもらうことが必要。
- ・蒲郡の魚はDHA値が高く、学力向上にも繋がる等、科学的な根拠とともに食をPRする事ができる。
- ・蒲郡の海+コーヒー等、SNS等で戦略的な発信をする事も効果的。
- ・動画配信によりインバウンドに訴求していく。
- ・蒲郡市の各地域の事を、市民が相互に知る機会があるとよい。現状、海側で山側の事を知れる機会が少なく、逆も然りである。
- ・形原の小島喜八氏、神ノ郷の鶴殿氏等、地域ごとに偉人や歴史上の人物がおり、それらを知ることで、伝える、繋げることに繋がる。

■受入環境整備

【インバウンド】

- ・インバウンド対応として、何をしたいのかわからない施設が多い。現時点で英語対応できる施設・スタッフが少ない。
- ・インバウンド誘致のためには、二次交通の整備がされていることが必要。

【富裕層】

- ・富裕層向けにヘリポートの整備、富裕層向けのサービスが必要である。

【MICE】

- ・MICEに関しては、地域全体でセールスしていく必要があるため、地域で協力、協業していかなければならない。

【スポーツツーリズム】

- ・セーリングの街として、ヨットの楽しみ方を伝える必要がある。
- ・手軽にヨット体験ができるとよい。

【イベント】

- ・森、道、市場は活況を呈している。大規模で人気のイベントの誘致は必要。

【二次交通】

- ・施設によって団体客、個人客の誘致のニーズが異なり、二次交通の対策も異なる。

【ユニバーサルツーリズム³¹】

- ・観光に環境的視点、福祉の視点が必要。バリアフリー施設は大切な「社会資本」として、市の支援がなされるべきである。

【ロケツーリズム】

- ・蒲郡市のロケ地をもっと生かしていくべきではないか。

【ナイトタイムエコノミー】

- ・夜の楽しみ方を増やすことにより、宿泊しようという発想になるのではないか。(例：ごりやくナイト、夜市など)

【登山道の活用】

- ・山登りルートを整備すれば、春・秋の旅行者の増加にも繋げられるのではないか。

【体験プログラム】

- ・ロープを使った体験は今までにない宣伝要因になるのではないか。海外にはない体験ができる。外国の人は特に体験を重要視するため、効果的ではないか。常時体験できるとよい。
- ・蒲郡の「海」を活かすべきである。海を見ながらの食事は、海のない街に暮らす人々にとっては想像以上に魅力である。
- ・潮干狩りに来る客層も変わってきた。テント、服装がオシャレになり、アサリを採ることから潮干狩りという体験・時間そのものを楽しむ事にシフトしている。

【ワーケーション（ビジネスニーズ）】

- ・ワーケーション、企業合宿、チームビルドが流行っており、専門事業者からは焚火の可否の間合せもある。焚火、波の音、ビーチヨガ、SUPで蒲郡市ならではの空間が提供できる。

【移住・定住】

- ・子育て世代、家屋購入検討者に対して、蒲郡市を訴求できる。新しい人が住み始め、町並みがオシャレになれば、客層も変化していく可能性はある。

【持続可能性への対応】

- ・宿泊税を徴収して、建物改装の補助金に充当している自治体があるため、蒲郡市も検討の余地あり。
- ・DX化が遅れているため、対応が必要。
- ・「お役に立ちます観光」を進めたい。ゴミを捨てない・マナーを守るという観点より、環境保全・生物多様性に寄与するという視点が欲しい。

■おもてなし・サービス

- ・ホテルの従業員のファンになってもらえるような接客をしていくことが重要。
- ・旅館・飲食店でテイクアウトメニューを増やして、海岸沿いで食べてもらう仕掛けを全面的に行っていきたい。
- ・英語で蒲郡市を案内できるようになるとよい。英語が話せる人が、フレーズを練習して、案内できるようになるとよい。

■マーケティングの視点

- ・宿泊者の属性に変化が起きている。求められるものも当然変わるため、従来の土産物ではなく、高級志向の逸品の取り扱う意識変化が必要。
- ・客層に変化があり。ボートレースでは、レーサーのファンの来場（推し活）も目立つようになってきた。
- ・旧来の「誰でもたくさん来てもらう」形から、ターゲットを絞ることにシフトしていくことが重要である。観光を盛り上げていくために、インバウンドに重きを置いていく必要がある。

■各種組織体制

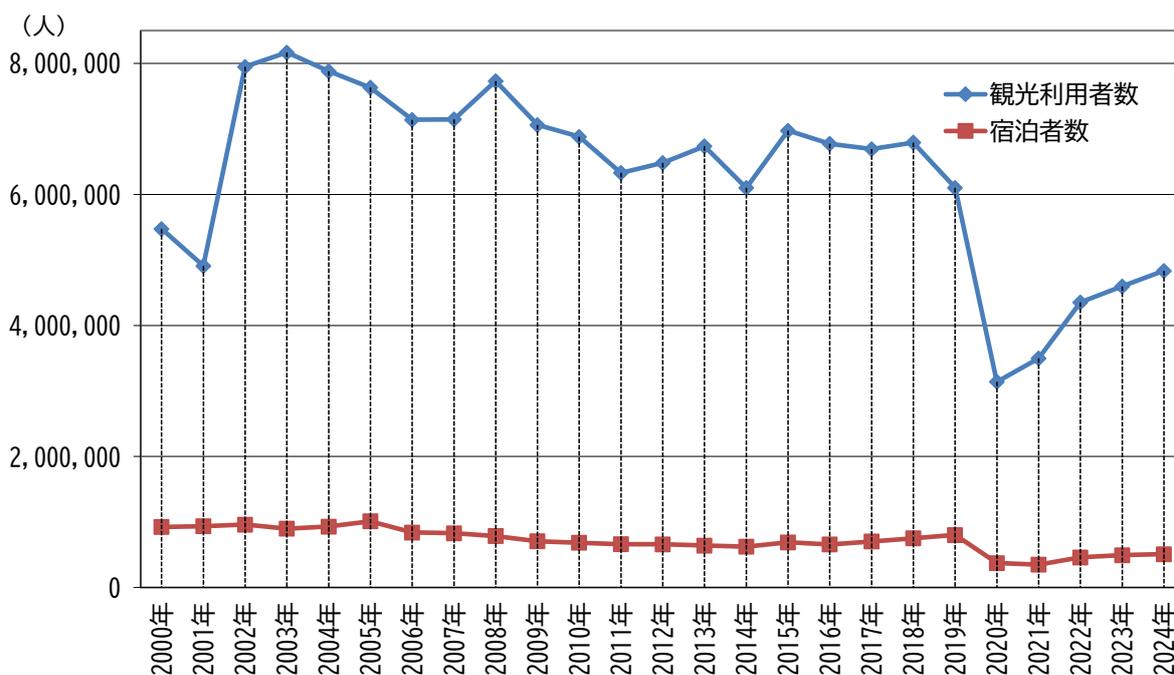
- ・「観光まちづくりビジョン委員会」、「観光協会」、「おもてなしコンシェルジュ」の目的・役割、再定義・再構築が必要である。
- ・「シティドレッシング」事業は目的を再認識しつつ、東港プロジェクトやイネーブリングシティ³²事業との連携も有効。
- ・観光まちづくりビジョン推進委員会は、組織再編を行う。
- ・観光協会、シティセールス推進協議会、ベンチアート事業、移住定住促進事業、イネーブリングシティ事業、国際交流協会、東港開発事業等々、市民を巻き込んだ団体を包括し情報の共有を図る。場合によっては連携して事業を進める。(郷土愛を育むためには教育関係の参画もあり)。
- ・4地区観光協会の統合も視野に入れていく必要がある。
- ・蒲郡市を盛り上げたいと考える地元の人同士が関われるよう、市が支援してほしい。
- ・やる気があっても財源が乏しい場合があり、市の補助金が求められる。
- ・新たな世代が、蒲郡市の観光のために動きたいと思うようになった時のために、環境づくりをしていかなければならない。観光協会のプラットフォーム化が必要であり、事業者が観光について、協会に相談などができるようにしなければならない。

8-2 統計調査

1) 観光利用者数と宿泊者数の推移(蒲郡市全体・地区別)

2000年以降の観光利用者数は、2003年の817万人をピークに減少傾向にあり、新型コロナウイルス感染症の影響を経て、2020年以降は増加傾向にある。ただし、従前の水準には回復していない。

宿泊者数は2024年で約51万人であり、観光利用者数の約1割を占めている。



| | 2000年 | 2001年 | 2002年 | 2003年 | 2004年 | 2005年 | 2006年 | 2007年 | 2008年 |
|------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| 観光利用者数 (人) | 5,473,133 | 4,909,368 | 7,948,981 | 8,167,512 | 7,881,630 | 7,630,636 | 7,140,172 | 7,146,079 | 7,730,086 |
| 宿泊者数 (人) | 925,056 | 935,517 | 960,331 | 898,365 | 929,796 | 1,010,796 | 840,174 | 828,406 | 784,796 |
| 観光利用者数に対する宿泊者数割合 | 16.9% | 19.1% | 12.1% | 11.0% | 11.8% | 13.2% | 11.8% | 11.6% | 10.2% |

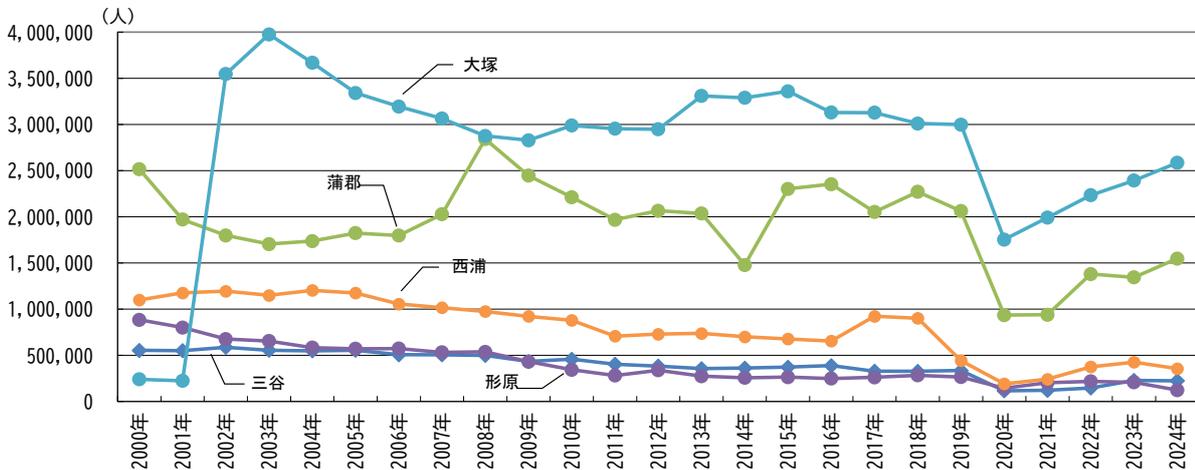
| | 2009年 | 2010年 | 2011年 | 2012年 | 2013年 | 2014年 | 2015年 | 2016年 | 2017年 |
|------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| 観光利用者数 (人) | 7,060,684 | 6,879,781 | 6,330,261 | 6,482,330 | 6,734,868 | 6,100,186 | 6,975,192 | 6,773,555 | 6,691,835 |
| 宿泊者数 (人) | 706,496 | 683,768 | 661,144 | 658,723 | 640,207 | 624,232 | 688,843 | 658,142 | 702,163 |
| 観光利用者数に対する宿泊者数割合 | 10.0% | 9.9% | 10.4% | 10.2% | 9.5% | 10.2% | 9.9% | 9.7% | 10.5% |

| | 2018年 | 2019年 | 2020年 | 2021年 | 2022年 | 2023年 | 2024年 |
|------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| 観光利用者数 (人) | 6,792,409 | 6,102,503 | 3,140,239 | 3,496,867 | 4,352,361 | 4,598,128 | 4,834,391 |
| 宿泊者数 (人) | 752,024 | 802,925 | 372,975 | 349,929 | 459,927 | 493,839 | 509,334 |
| 観光利用者数に対する宿泊者数割合 | 11.1% | 13.2% | 11.9% | 10.0% | 10.6% | 10.7% | 10.5% |

2)観光利用者数と宿泊者数の推移(地区別)

■観光利用者数

新型コロナウイルス感染症の影響を受けた 2020 年以降では、大塚地区、蒲郡地区は回復傾向にあるものの、西浦地区、形原地区、三谷地区は横ばいとなっている。



(人)

| 観光地区 | 2000年 | 2001年 | 2002年 | 2003年 | 2004年 | 2005年 | 2006年 | 2007年 | 2008年 |
|----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| 三谷 | 553,385 | 550,927 | 586,816 | 554,458 | 547,945 | 554,956 | 506,213 | 505,631 | 499,743 |
| 蒲郡(竹島地区) | 2,515,726 | 1,971,034 | 1,798,522 | 1,704,011 | 1,737,040 | 1,823,747 | 1,796,872 | 2,028,138 | 2,841,789 |
| 形原 | 883,711 | 800,897 | 676,241 | 654,803 | 583,246 | 570,732 | 572,865 | 532,036 | 537,661 |
| 西浦 | 1,099,082 | 1,176,068 | 1,194,633 | 1,149,445 | 1,203,222 | 1,174,636 | 1,055,074 | 1,016,168 | 974,807 |
| 大塚 | 240,730 | 223,882 | 3,546,379 | 3,975,266 | 3,668,427 | 3,341,111 | 3,194,432 | 3,064,106 | 2,876,086 |
| 合計 | 7,630,636 | 7,140,172 | 7,146,079 | 7,730,086 | 7,060,684 | 7,630,636 | 7,140,172 | 7,146,079 | 7,730,086 |

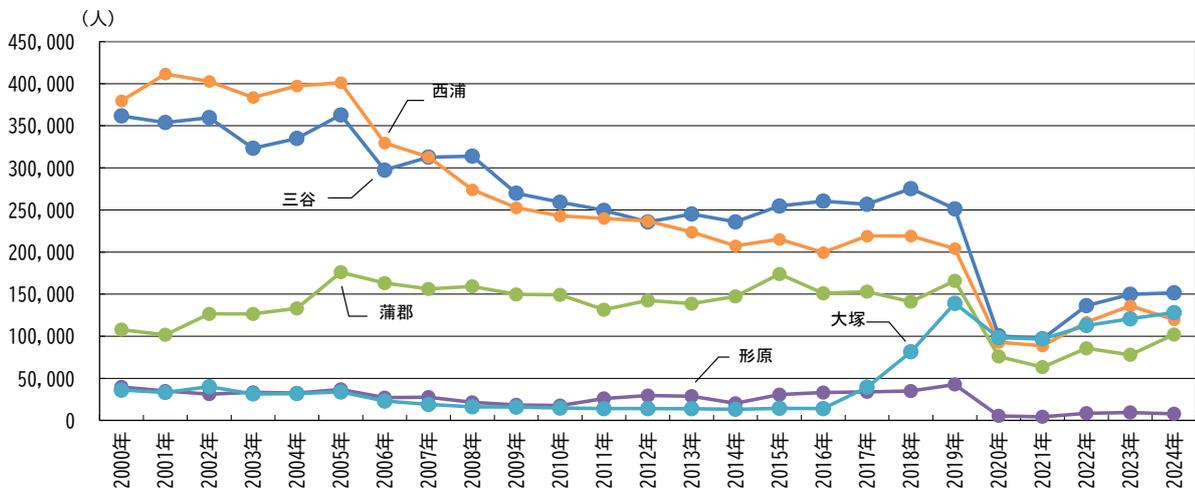
| 観光地区 | 2009年 | 2010年 | 2011年 | 2012年 | 2013年 | 2014年 | 2015年 | 2016年 | 2017年 |
|----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| 三谷 | 432,916 | 457,403 | 403,915 | 382,665 | 355,949 | 362,149 | 372,208 | 387,894 | 327,738 |
| 蒲郡(竹島地区) | 2,446,460 | 2,211,494 | 1,967,253 | 2,065,266 | 2,035,700 | 1,477,432 | 2,302,240 | 2,353,487 | 2,051,945 |
| 形原 | 431,288 | 343,067 | 281,034 | 338,584 | 274,354 | 256,964 | 264,214 | 248,224 | 261,690 |
| 西浦 | 921,327 | 878,577 | 707,261 | 729,040 | 736,677 | 700,334 | 677,088 | 654,460 | 922,767 |
| 大塚 | 2,828,693 | 2,989,240 | 2,954,148 | 2,947,875 | 3,309,088 | 3,289,007 | 3,359,442 | 3,129,490 | 3,127,695 |
| 合計 | 7,060,684 | 6,879,781 | 6,330,261 | 6,482,330 | 6,734,868 | 6,100,186 | 6,975,192 | 6,773,555 | 6,691,835 |

(人)

| 観光地区 | 2018年 | 2019年 | 2020年 | 2021年 | 2022年 | 2023年 | 2024年 |
|----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| 三谷 | 327,477 | 335,261 | 116,159 | 121,397 | 145,916 | 227,893 | 224,143 |
| 蒲郡(竹島地区) | 2,270,500 | 2,062,548 | 935,160 | 939,365 | 1,379,991 | 1,344,059 | 1,547,181 |
| 形原 | 282,653 | 264,293 | 144,221 | 203,698 | 217,714 | 207,612 | 122,688 |
| 西浦 | 901,877 | 442,657 | 191,469 | 241,096 | 374,902 | 425,898 | 355,739 |
| 大塚 | 3,009,902 | 2,997,744 | 1,753,230 | 1,991,311 | 2,233,838 | 2,392,666 | 2,584,640 |
| 合計 | 6,792,409 | 6,102,503 | 3,140,239 | 3,496,867 | 4,352,361 | 4,598,128 | 4,834,391 |

■ 宿泊者数

新型コロナウイルス感染症の影響を受けた 2020 年以降では、従前の水準までの回復には至っていない。形原地区においては施設数の減少も相まって、横ばいとなっている。



(人)

| 宿泊地区 | 2000年 | 2001年 | 2002年 | 2003年 | 2004年 | 2005年 | 2006年 | 2007年 | 2008年 |
|-----------|---------|-----------|---------|---------|---------|---------|-----------|---------|---------|
| 三谷 | 361,703 | 353,909 | 359,657 | 323,355 | 335,007 | 362,975 | 297,381 | 312,753 | 313,956 |
| 蒲郡 (竹島地区) | 107,809 | 101,767 | 126,483 | 126,523 | 133,003 | 175,993 | 163,129 | 156,174 | 159,197 |
| 形原 | 39,786 | 34,959 | 31,257 | 33,319 | 32,442 | 36,860 | 27,089 | 27,638 | 21,435 |
| 西浦 | 379,698 | 411,611 | 402,848 | 383,765 | 397,433 | 401,223 | 329,586 | 312,851 | 274,043 |
| 大塚 | 36,060 | 33,271 | 40,086 | 31,403 | 31,911 | 33,745 | 22,989 | 18,990 | 16,165 |
| 合計 | 929,796 | 1,010,796 | 840,174 | 828,406 | 784,796 | 929,796 | 1,010,796 | 840,174 | 828,406 |

(人)

| 宿泊地区 | 2009年 | 2010年 | 2011年 | 2012年 | 2013年 | 2014年 | 2015年 | 2016年 | 2017年 |
|-----------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| 三谷 | 269,928 | 259,230 | 249,547 | 235,819 | 245,142 | 235,830 | 254,747 | 260,478 | 256,808 |
| 蒲郡 (竹島地区) | 149,685 | 149,183 | 131,518 | 142,447 | 138,704 | 147,298 | 173,871 | 151,024 | 152,880 |
| 形原 | 18,422 | 17,658 | 25,995 | 29,573 | 28,693 | 20,379 | 30,665 | 33,088 | 33,864 |
| 西浦 | 252,665 | 242,930 | 240,047 | 236,790 | 223,754 | 207,504 | 215,238 | 199,462 | 219,061 |
| 大塚 | 15,796 | 14,767 | 14,037 | 14,094 | 13,914 | 13,221 | 14,322 | 14,090 | 39,550 |
| 合計 | 784,796 | 683,768 | 661,144 | 658,723 | 640,207 | 624,232 | 688,843 | 658,142 | 702,163 |

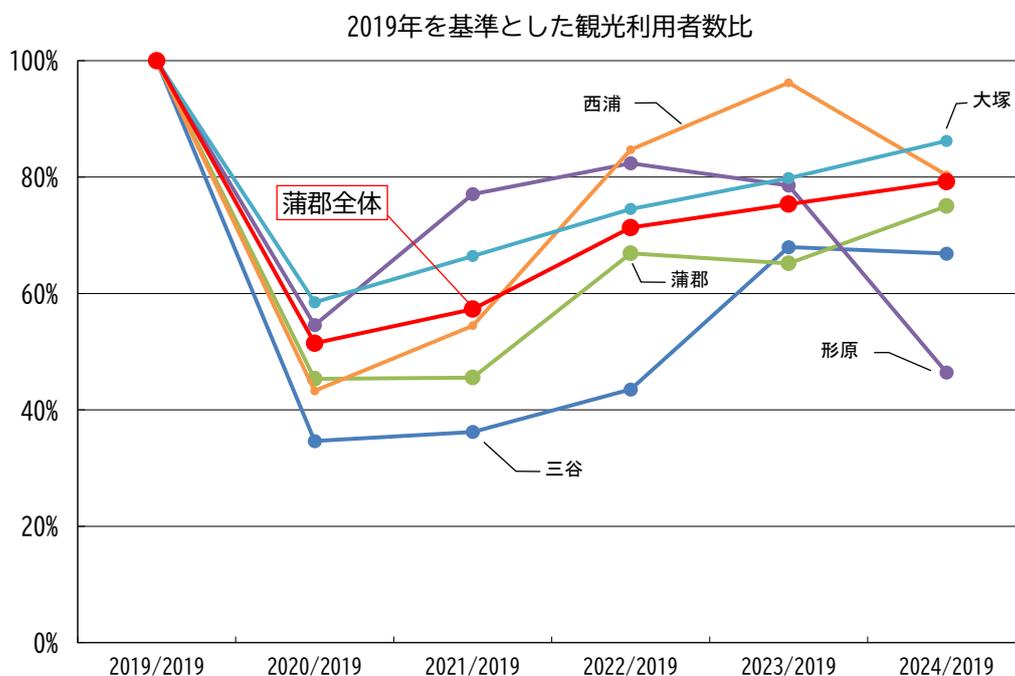
(人)

| 宿泊地区 | 2018年 | 2019年 | 2020年 | 2021年 | 2022年 | 2023年 | 2024年 |
|-----------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| 三谷 | 275,364 | 251,389 | 100,565 | 97,020 | 136,322 | 149,739 | 151,588 |
| 蒲郡 (竹島地区) | 141,051 | 165,772 | 75,851 | 63,312 | 85,689 | 77,922 | 102,044 |
| 形原 | 34,866 | 42,628 | 5,394 | 4,263 | 8,560 | 9,477 | 7,856 |
| 西浦 | 219,203 | 204,066 | 92,823 | 88,573 | 116,639 | 136,057 | 119,691 |
| 大塚 | 81,540 | 139,070 | 98,342 | 96,761 | 112,717 | 120,644 | 128,155 |
| 合計 | 752,024 | 802,925 | 372,975 | 349,929 | 459,927 | 493,839 | 509,334 |

3)2019 年を基準とした観光利用者数比と宿泊者数比

■観光利用者数比

新型コロナウイルス感染症の影響を受ける前の 2019 年の値と比べると、いずれの地域も 2019 年の水準には回復していない。

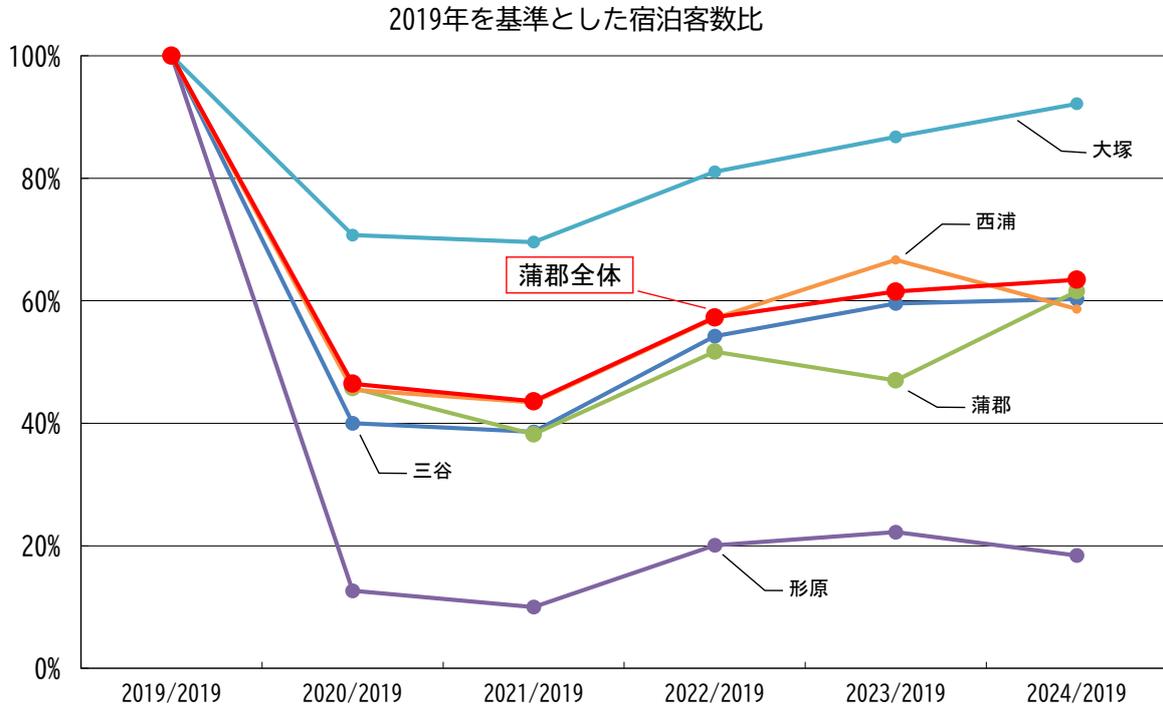


2019年を基準とした観光利用者数比較

| 地区 | 2019/2019 | 2020/2019 | 2021/2019 | 2022/2019 | 2023/2019 | 2024/2019 |
|------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| 三谷 | 100.0% | 34.6% | 36.2% | 43.5% | 68.0% | 66.9% |
| 蒲郡 | 100.0% | 45.3% | 45.5% | 66.9% | 65.2% | 75.0% |
| 形原 | 100.0% | 54.6% | 77.1% | 82.4% | 78.6% | 46.4% |
| 西浦 | 100.0% | 43.3% | 54.5% | 84.7% | 96.2% | 80.4% |
| 大塚 | 100.0% | 58.5% | 66.4% | 74.5% | 79.8% | 86.2% |
| 蒲郡全体 | 100.0% | 51.5% | 57.3% | 71.3% | 75.3% | 79.2% |

■ 宿泊者数比

新型コロナウイルス感染症の影響を受ける前の 2019 年の値と比べると、いずれの地域も 2019 年の水準には回復していない。



2019年を基準とした宿泊客数比較

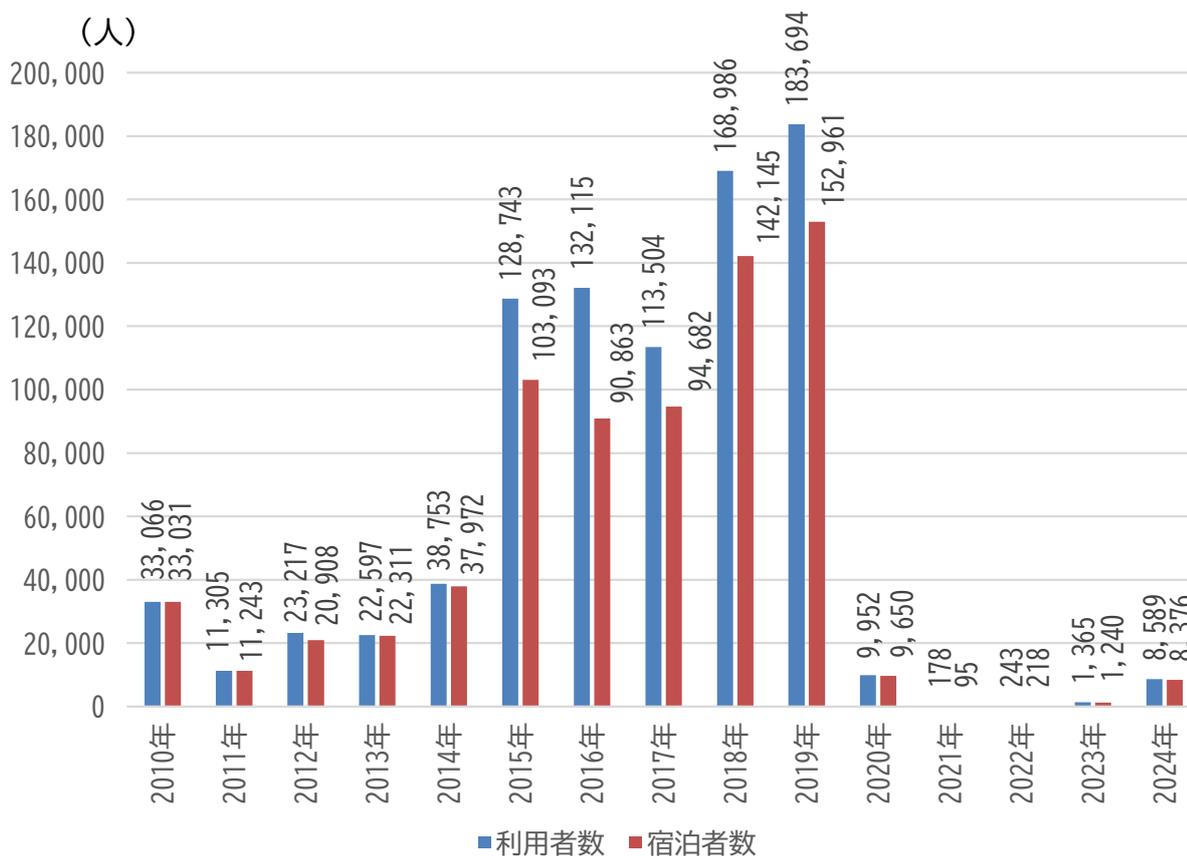
| 宿泊 | 2019/2019 | 2020/2019 | 2021/2019 | 2022/2019 | 2023/2019 | 2024/2019 |
|------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| 三谷 | 100.0% | 40.0% | 38.6% | 54.2% | 59.6% | 60.3% |
| 蒲郡 | 100.0% | 45.8% | 38.2% | 51.7% | 47.0% | 61.6% |
| 形原 | 100.0% | 12.7% | 10.0% | 20.1% | 22.2% | 18.4% |
| 西浦 | 100.0% | 45.5% | 43.4% | 57.2% | 66.7% | 58.7% |
| 大塚 | 100.0% | 70.7% | 69.6% | 81.1% | 86.8% | 92.2% |
| 蒲郡全体 | 100.0% | 46.5% | 43.6% | 57.3% | 61.5% | 63.4% |

4)外国人利用者数動向

■外国人利用者数および宿泊者数の推移

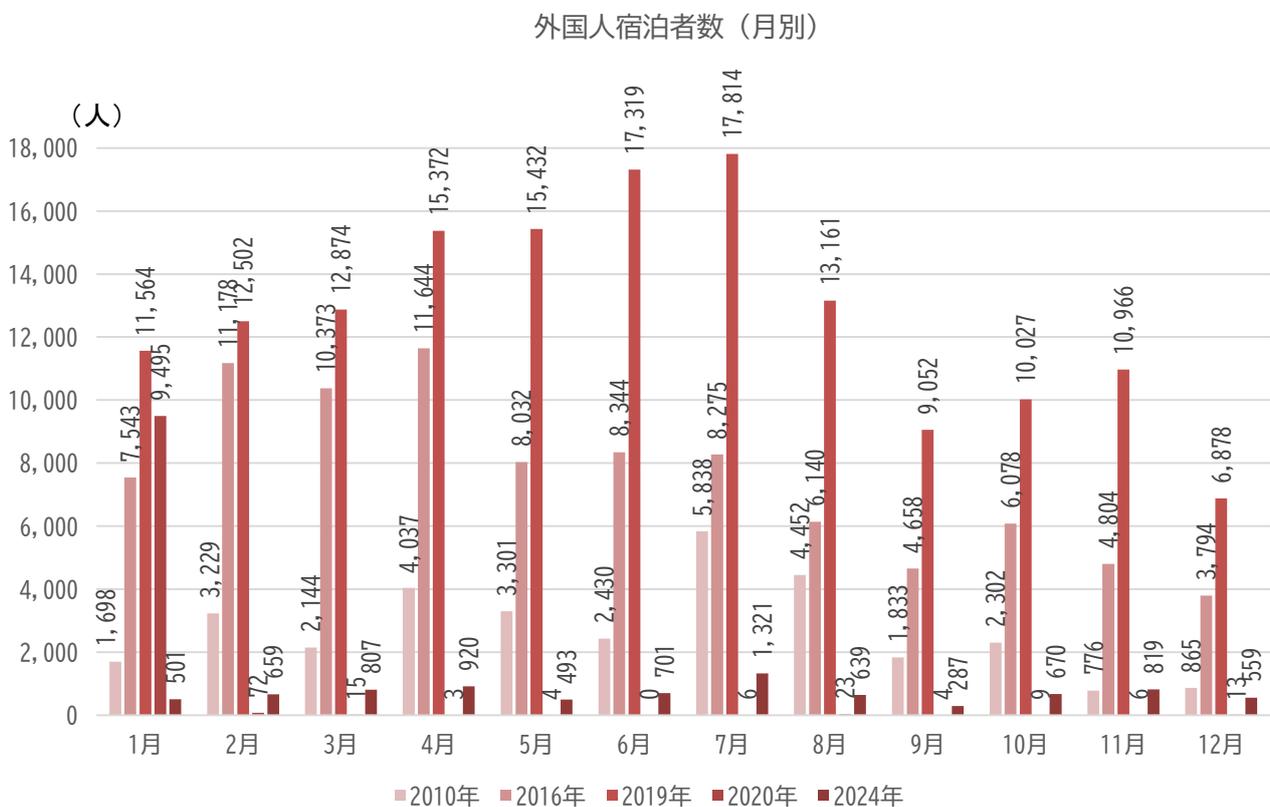
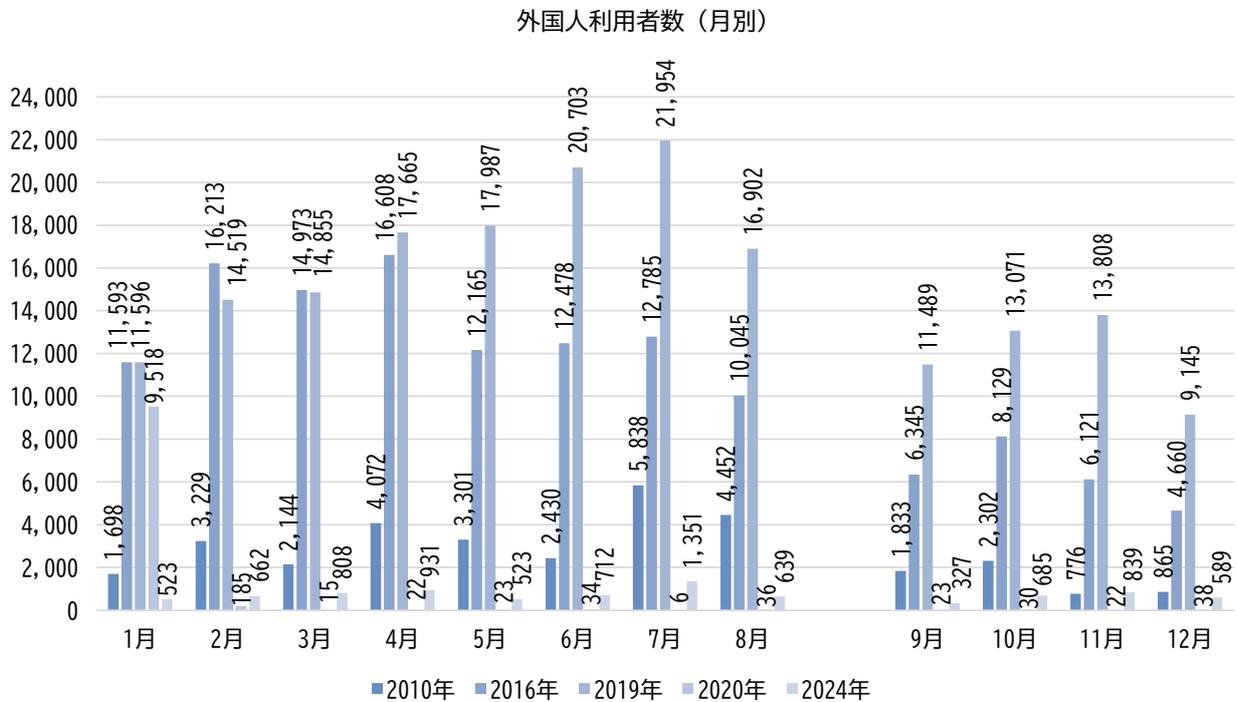
外国人観光利用者数・宿泊者数の推移を見ると、観光利用者及び宿泊者数ともに2015年以降急増するも、新型コロナウイルス感染症を契機に急減し、2024年においても2019年の1割未満であり、回復が遅れている。

外国人利用者数・宿泊者数の推移（年別）



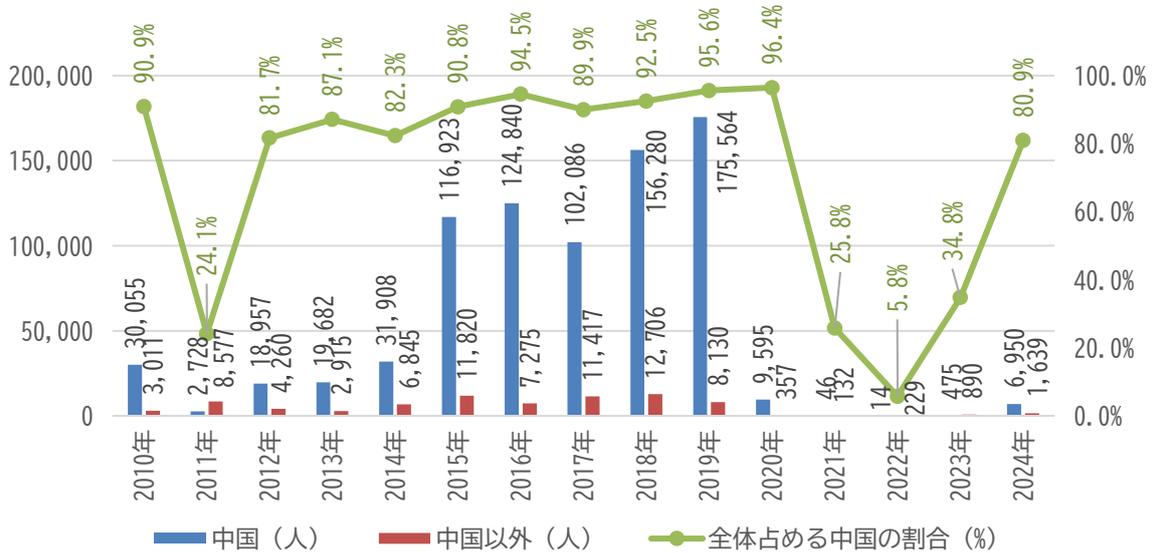
■外国人観光利用者数・宿泊者数の月別の変化

外国人観光利用者数および外国人宿泊者数を月別にみると、2019年の数値では7月が多いものの、各月に分散していることがわかる。



■外国人観光利用者数に占める中国人の割合

外国人観光利用者数に占める中国人の割合は、東日本大震災の影響を受けた2011年、新型コロナウイルス感染症を除けば、約8割～9割を占め、非常に高い値で推移している。



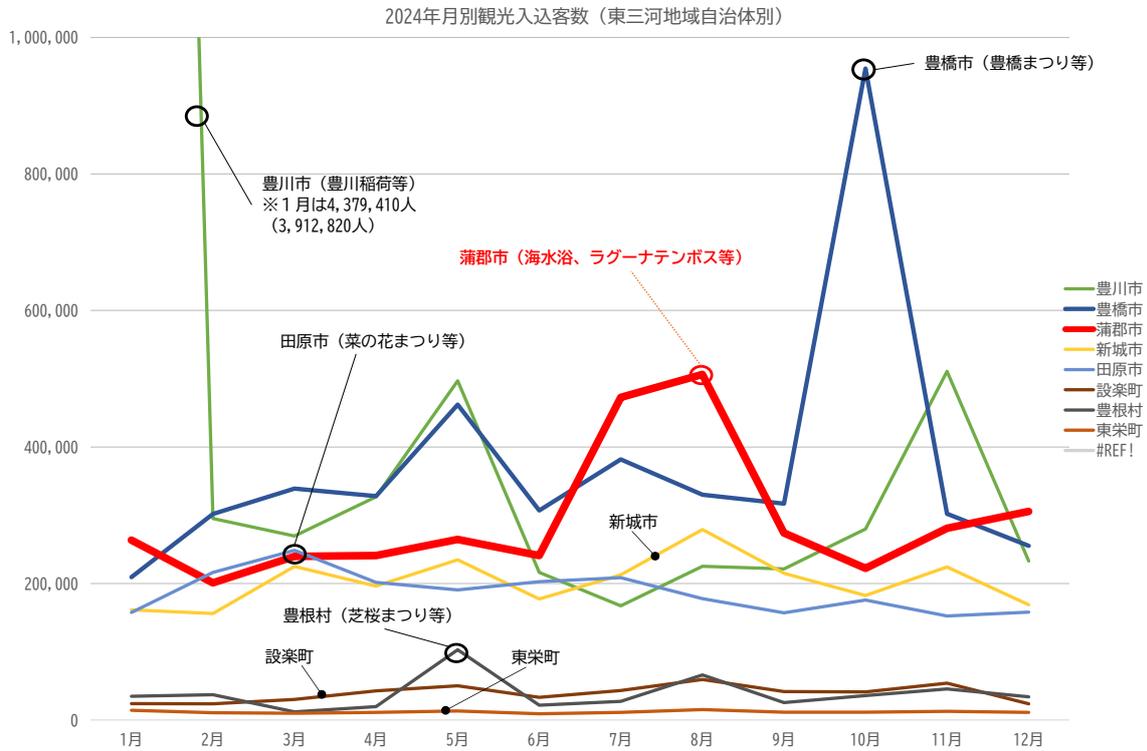
中国人の月別宿泊者数をみると、6月、7月が比較的高い値を示し、8月にピークとなる全体の値とはピークがずれ、平準化に寄与している。

月別宿泊者数 (2010・2016・2019・2020年・2024年)

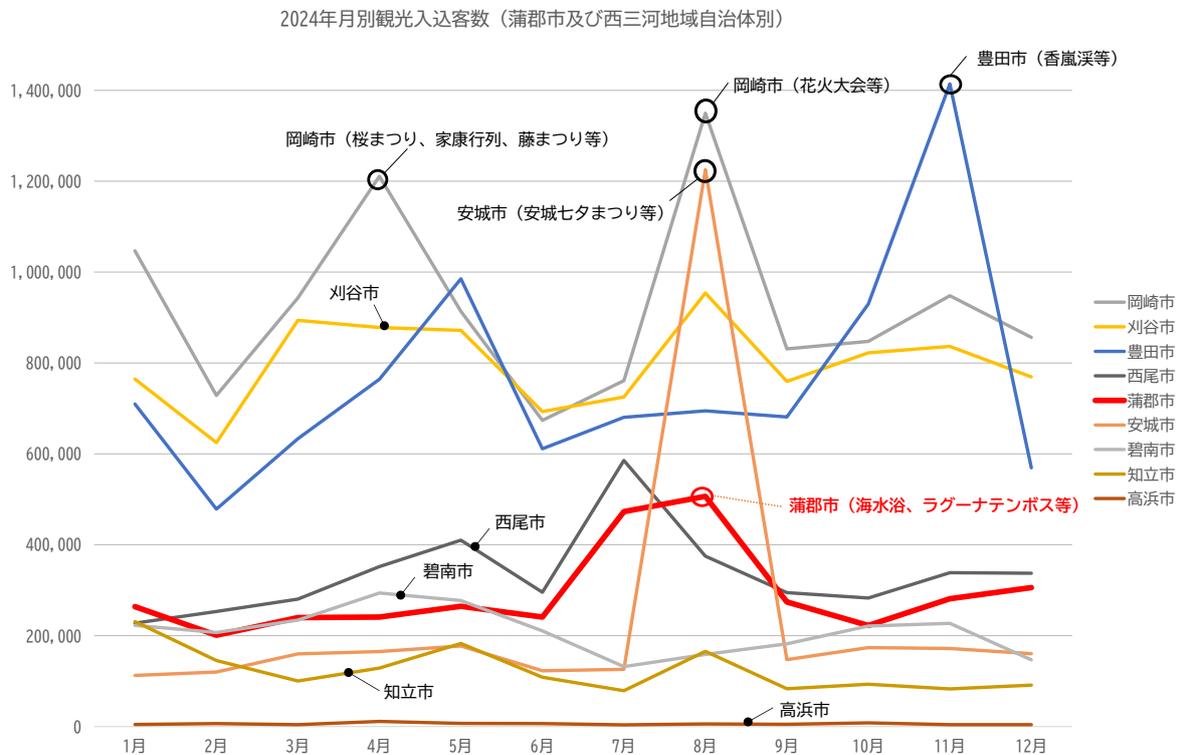


5) 月別の市町村の観光利用客数の動向

■ 蒲郡市を含む東三河



■ 蒲郡市および西三河



出典: 愛知県「観光レクリエーション利用者統計」(2024年)

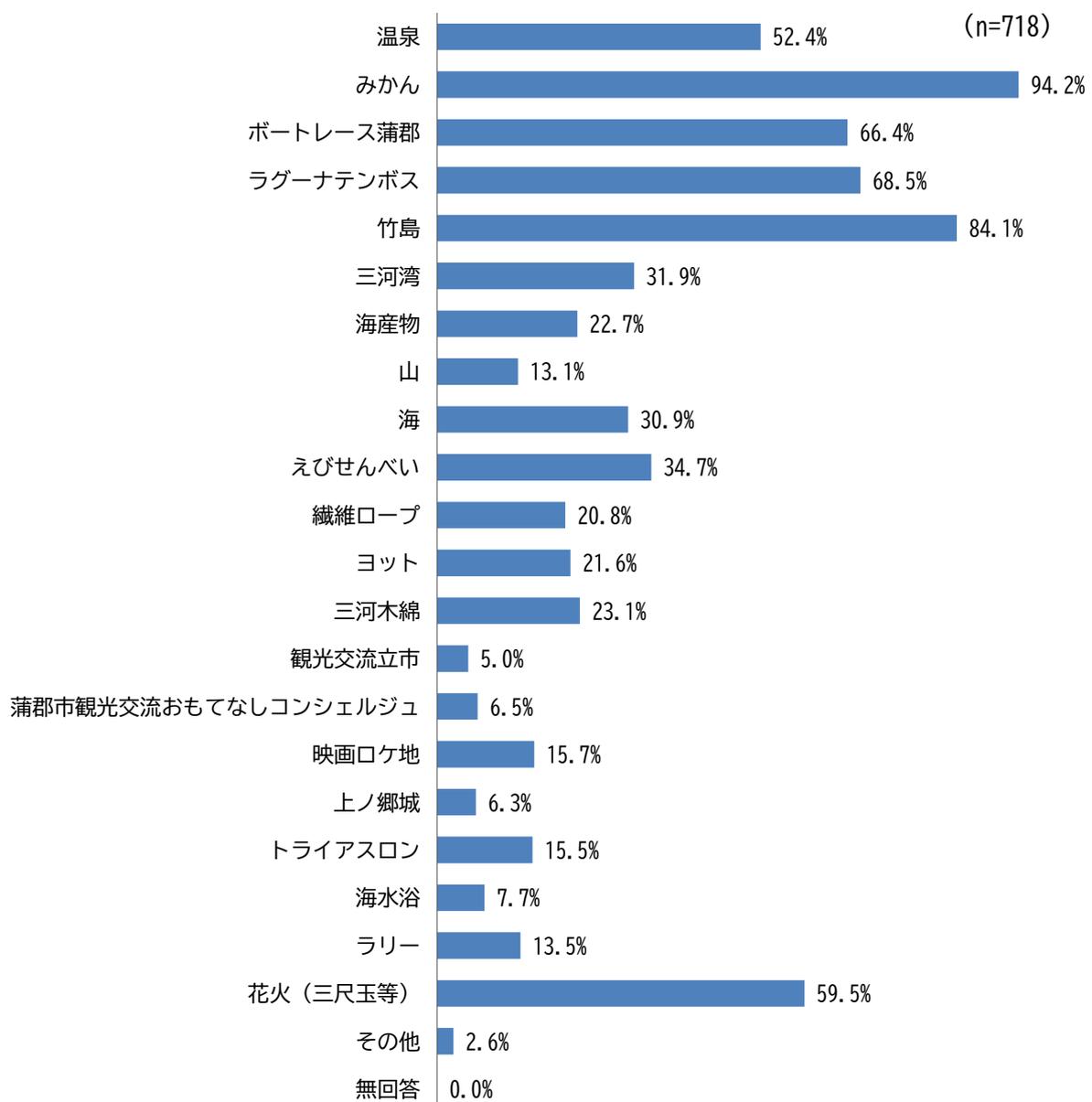
8-3 関係者意識調査

■調査概要

- 調査手法:
蒲郡市の公式 LINE を用いてアンケート発出
- 回収数:718 名
- 調査時期:2025 年 10 月 22 日~11 月 5 日
- 調査対象:蒲郡市の公式 LINE 登録者

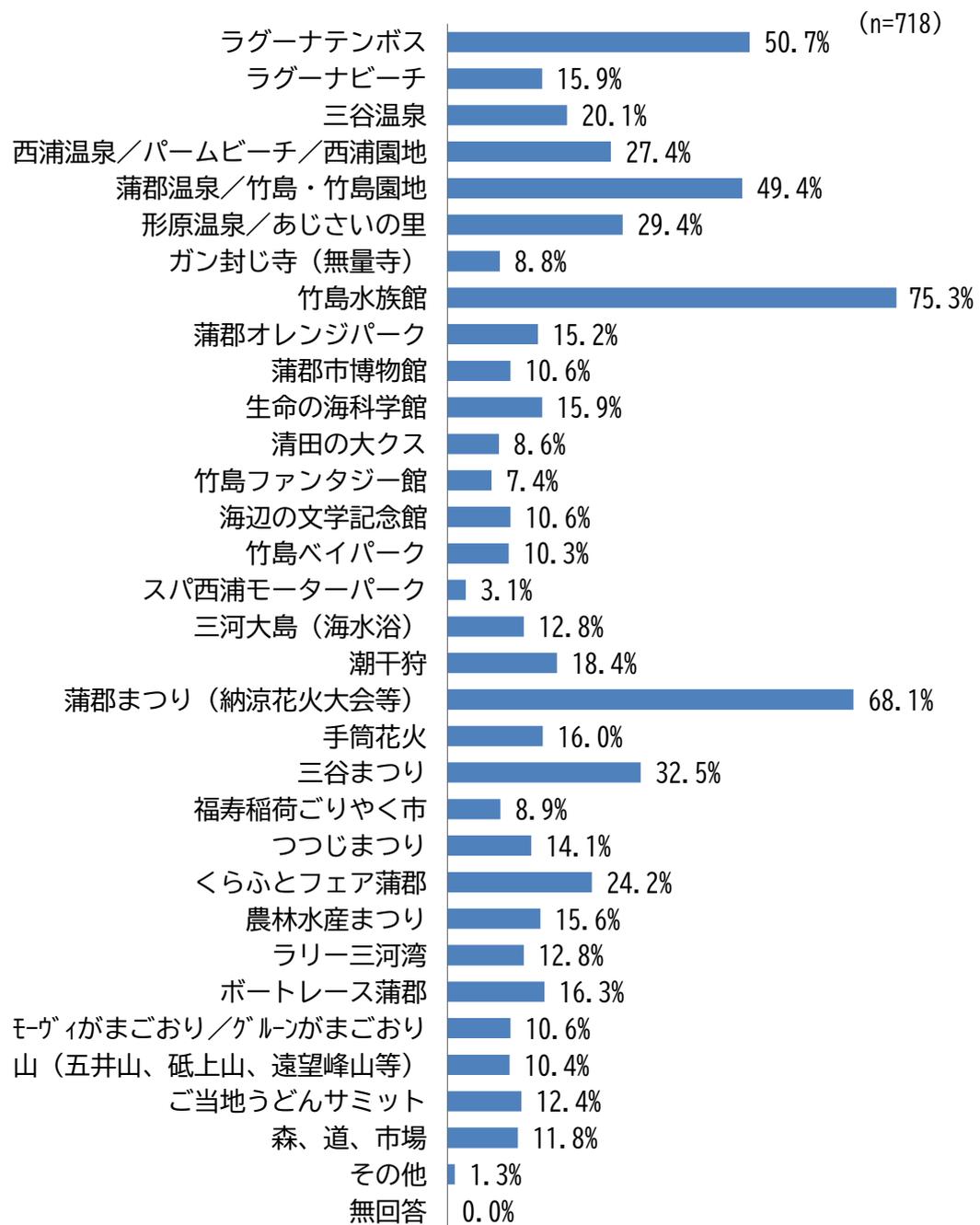
1)蒲郡市のイメージ(複数回答可)

蒲郡市のイメージは、「みかん」が最も高く 94.2%を示し、次いで「竹島」(84.1%)、ラグーナテンボス(68.5%)、ボートレース蒲郡(66.4%)、と続く。



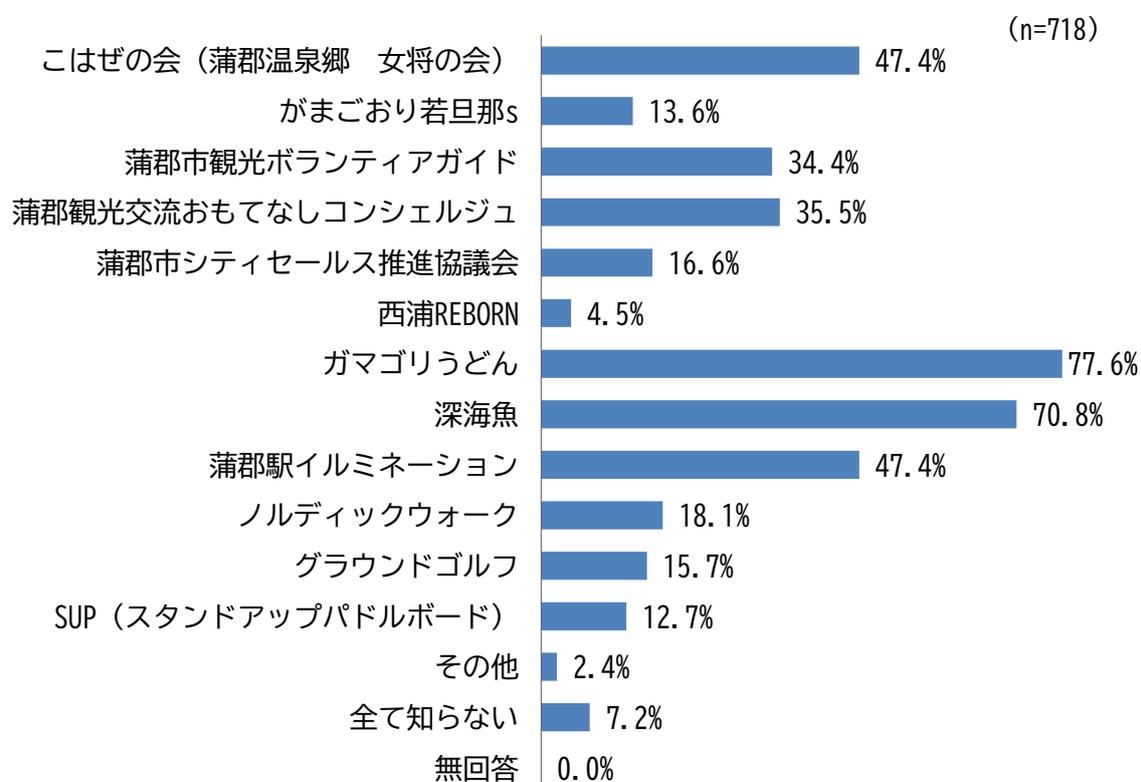
2)お薦めしたいもの(複数回答可能)

「竹島水族館」が75.3%で最も高く、次いで「蒲郡まつり(納涼花火大会等)」(68.1%)、「ラグーナテンボス」(50.7%)、「蒲郡温泉/竹島・竹島園地」(49.4%)と続く。



3) 蒲江市に関連するあるいは馴染みの深い団体・もの・コトで知っていること(複数回答)

ガマゴリうどんが最も高く 77.6%を示し、次いで深海魚(70.8%)、こはぜの会(蒲郡温泉郷 女将の会)(47.4%)、蒲郡駅イルミネーション(47.4%)、蒲郡観光交流おもてなしコンシェルジュ(35.5%)と続く。



8-4 インターネットアンケート調査

■調査概要

○調査手法:

「株式会社マクロミル」のインターネットアンケートサービスを使用し、インターネットアンケートモニターが回答

○回収数:1,050名

○調査時期:2025年10月

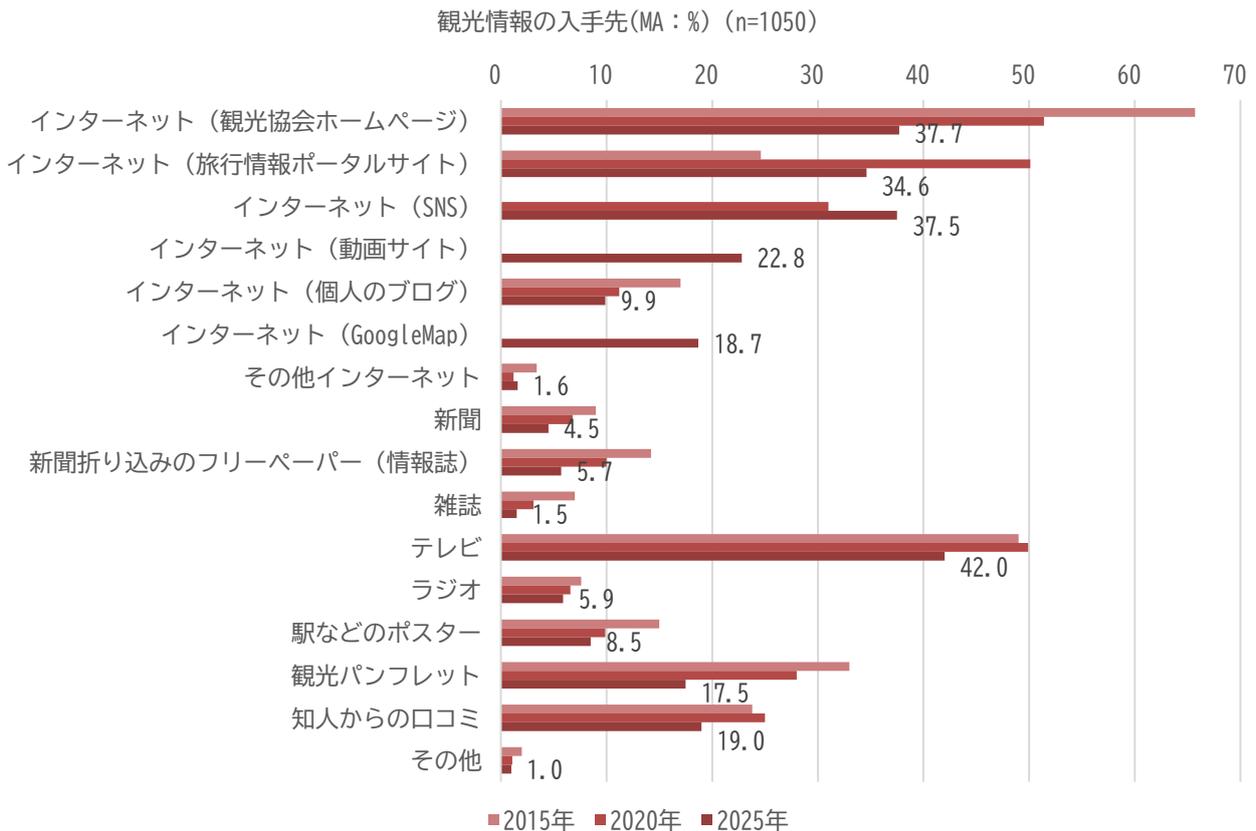
○調査対象:以下の居住エリア在住の15歳以上男女

愛知県(蒲郡市在住者除く)(310票)、岐阜県(210票)、三重県(210票)、
静岡県(西部)(160票)、長野県(南信)(160票)

※2015年、2020年に同様にインターネットアンケートモニター調査を行っており、その数値を比較している。

1)観光やイベントの情報の入手先(複数回答可)

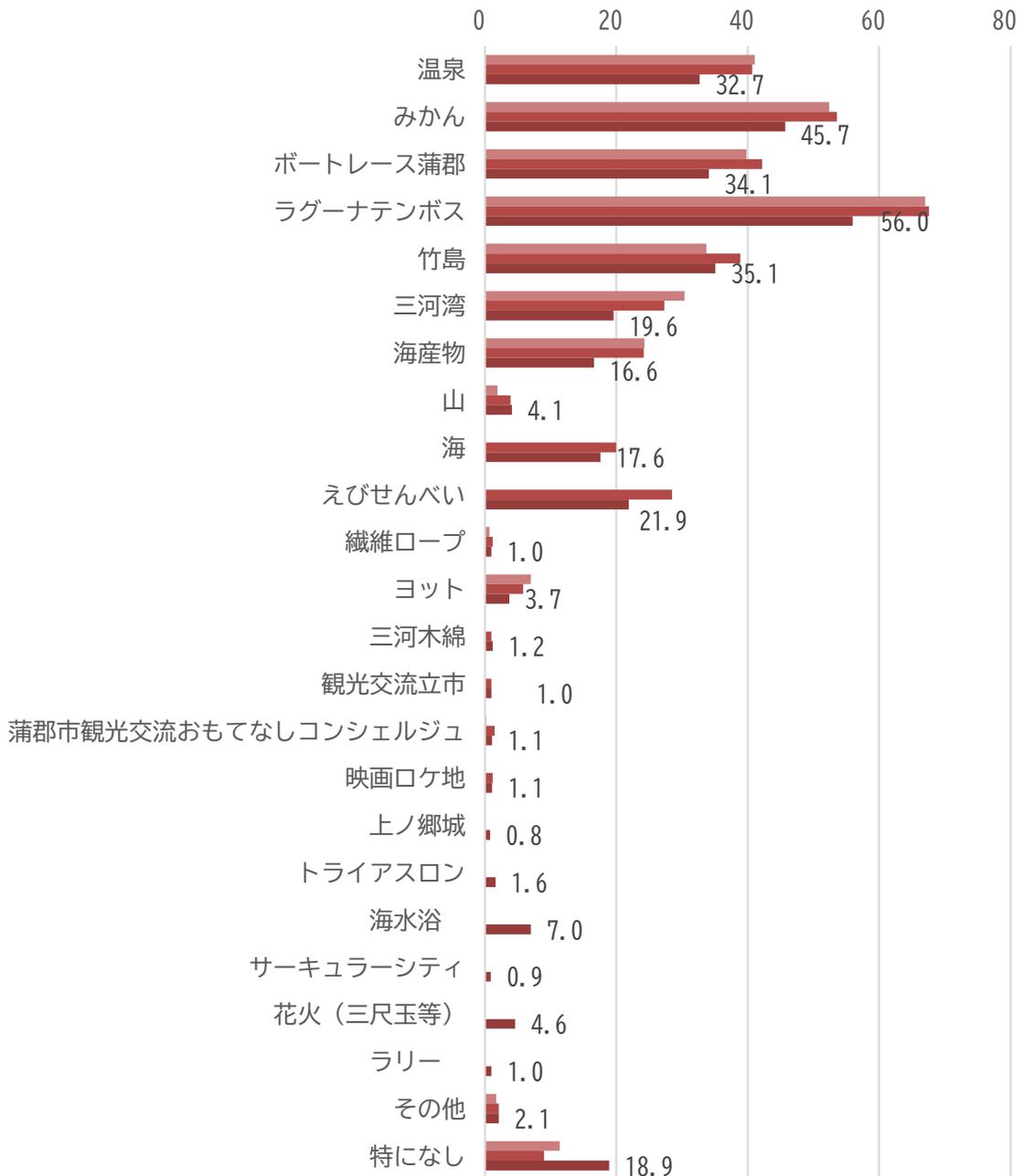
2025年の値ではインターネット(観光協会ホームページ)の値が減少する一方で、インターネット(SNS)の値が高まっている。引き続き、テレビでの情報入手の値も高い。



2) 蒲郡市のイメージ(複数回答可)

2025年の値ではラグーナテンボス、みかん、竹島、ボートレース蒲郡、温泉の値が高い。ラグーナテンボスやボートレース蒲郡等はテレビCMや駅等でのポスターでの露出も多く、対外的な情報発信機会の多いコンテンツの値が高い傾向がある。

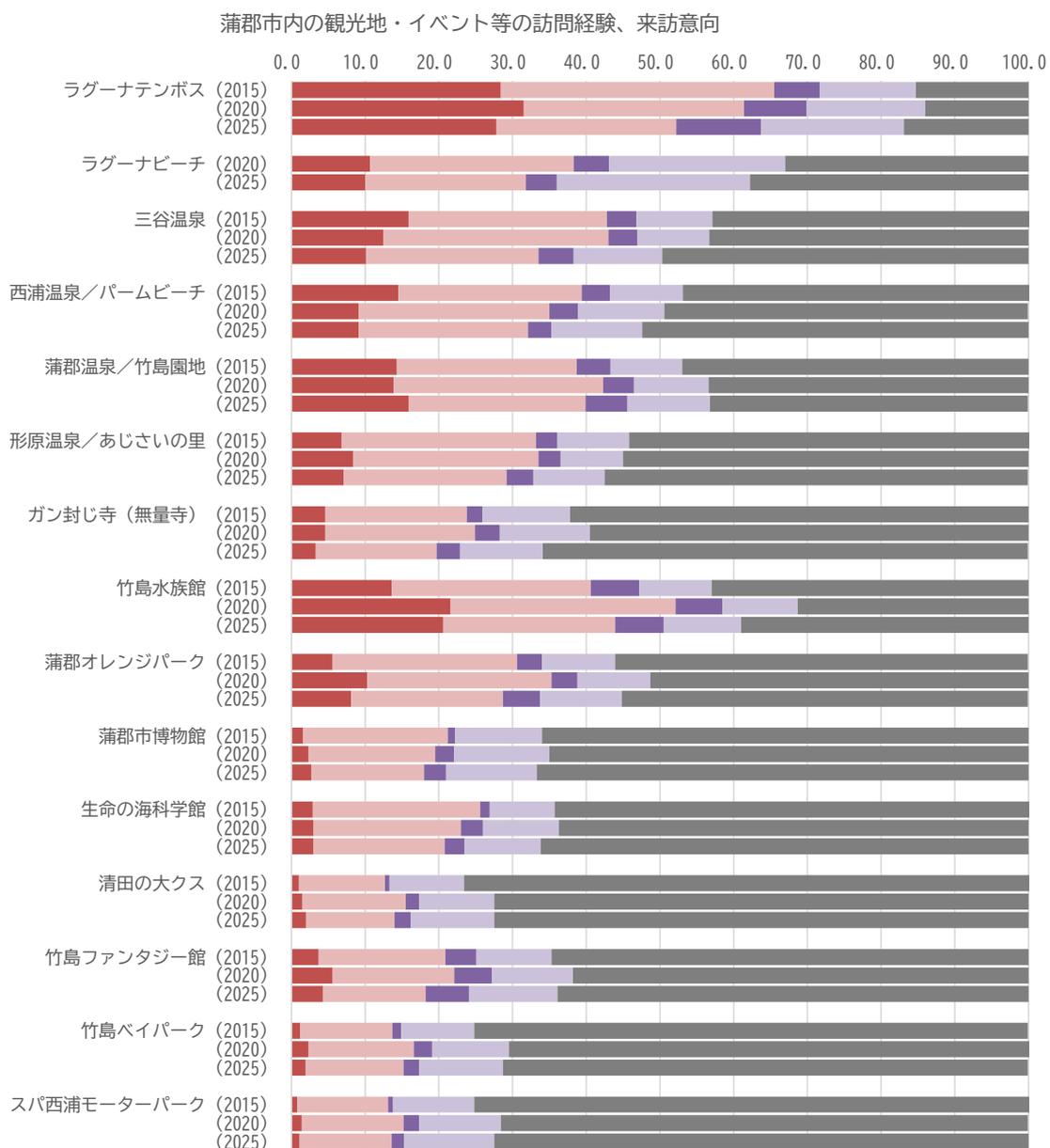
蒲郡市のイメージ(MA：%) (n=1050)

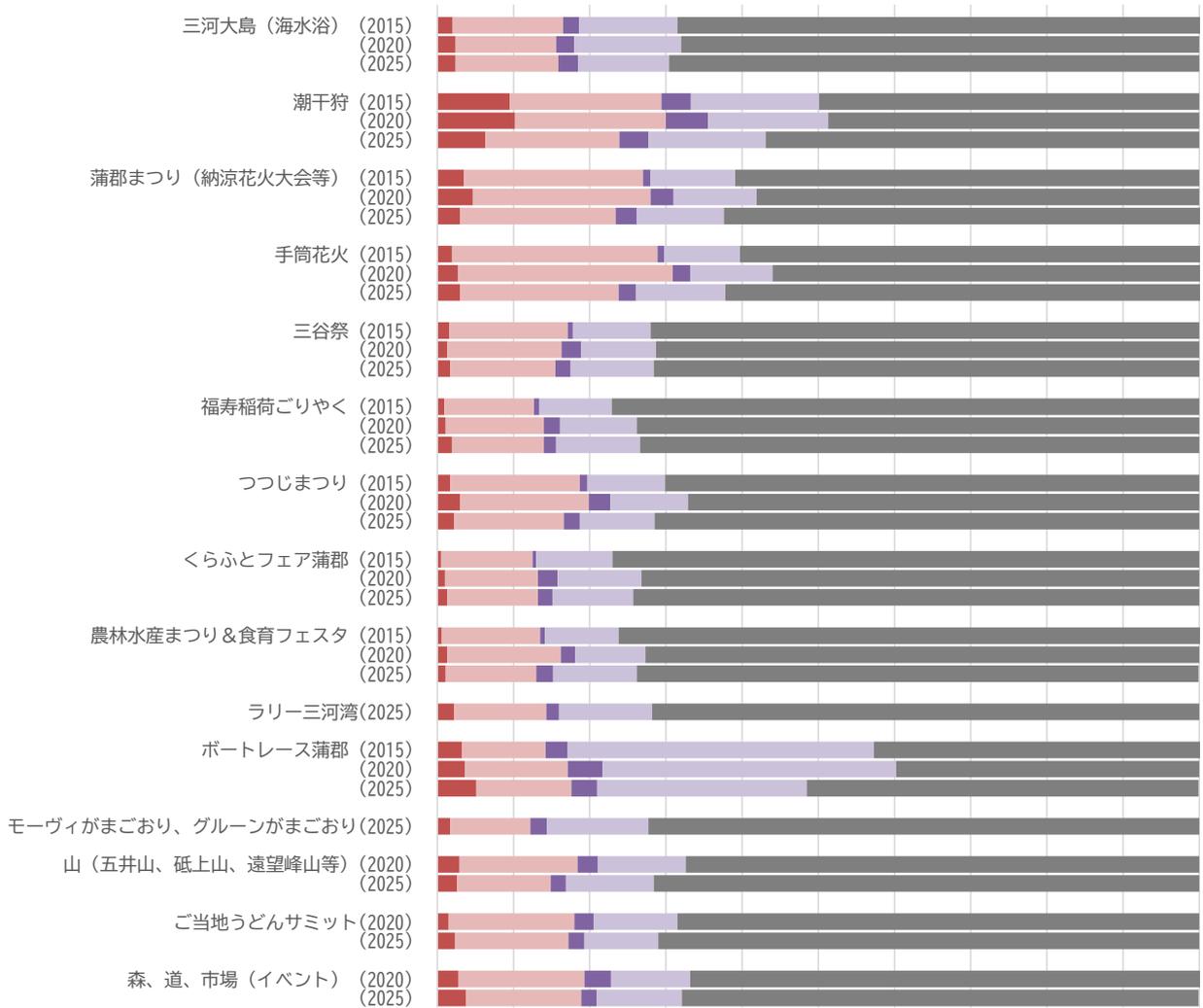


■ 2015年 ■ 2020年 ■ 2025年

3) 蒲郡市内の観光地・イベント等の訪問経験、来訪意向

2025 年の値では「訪問経験があり、また行きたい」、「訪問経験がなく、行ってみたい」を合わせた値は、ラグーナテンボスが高く、次いで竹島水族館、蒲郡温泉／竹島園地が続く。

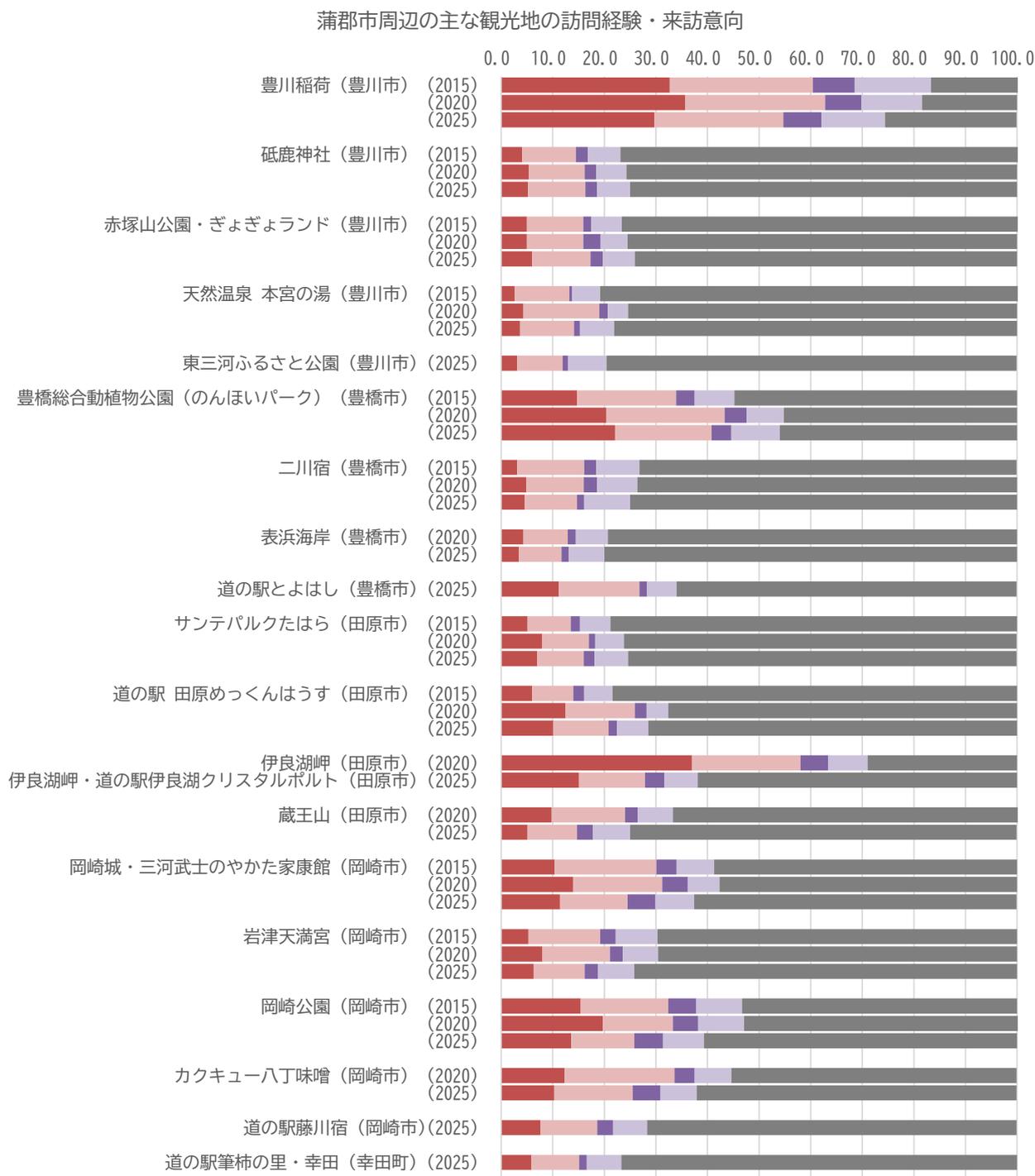


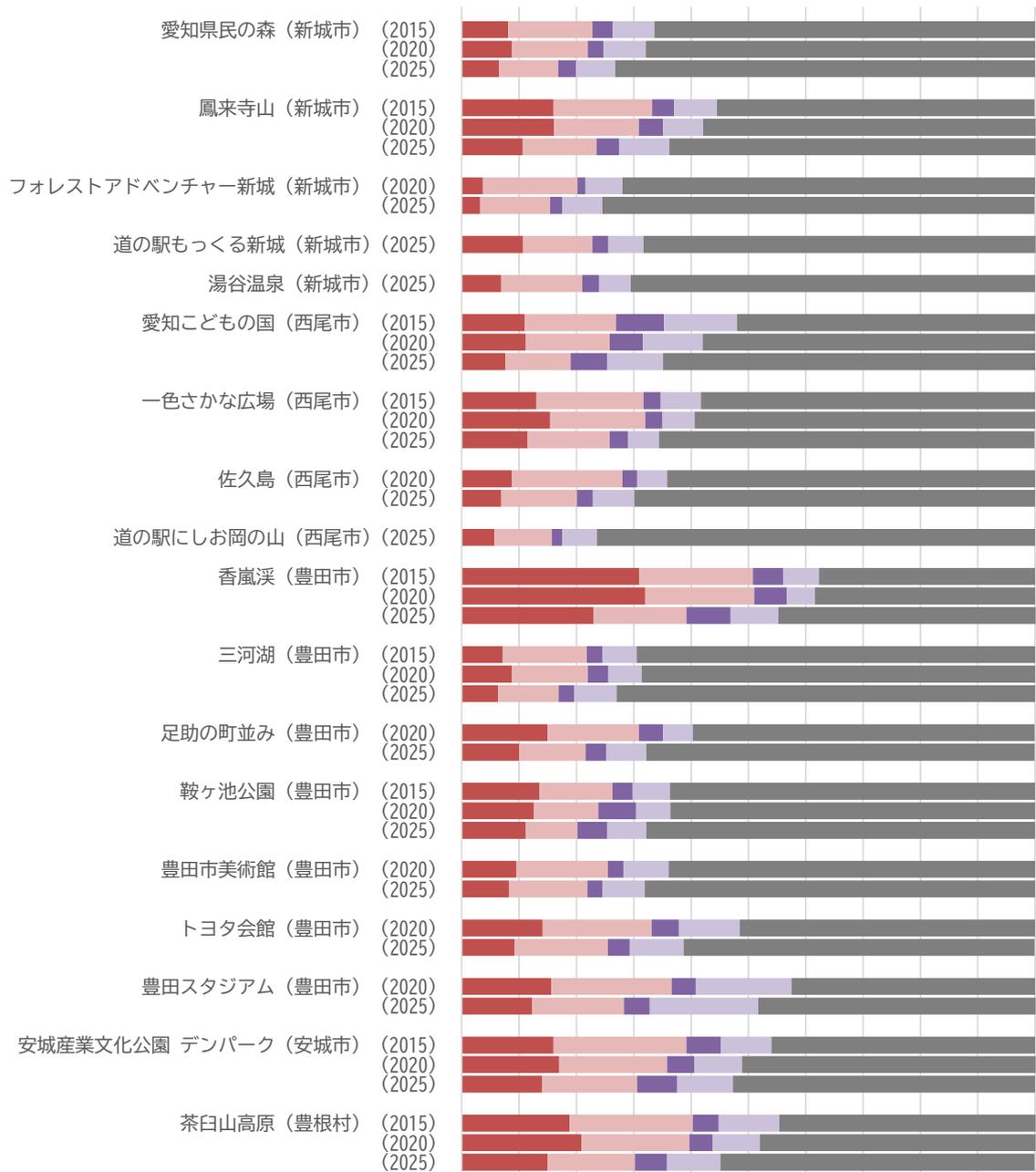


- 訪問経験があり、また行きたい
- 訪問経験がなく、行ってみたい
- 訪問経験があるが、もう行かない
- 訪問経験がないが、行きたいと思わない
- 知らない

4) 蒲郡市周辺の主な観光地に関する訪問経験、来訪意向

2025年の値では、「また行きたい」、「行ってみたい」を合わせた値は、豊川稲荷(豊川市)、次いで豊橋総合動植物公園(のんほいパーク)(豊橋市)、香嵐渓(豊田市)と続く。

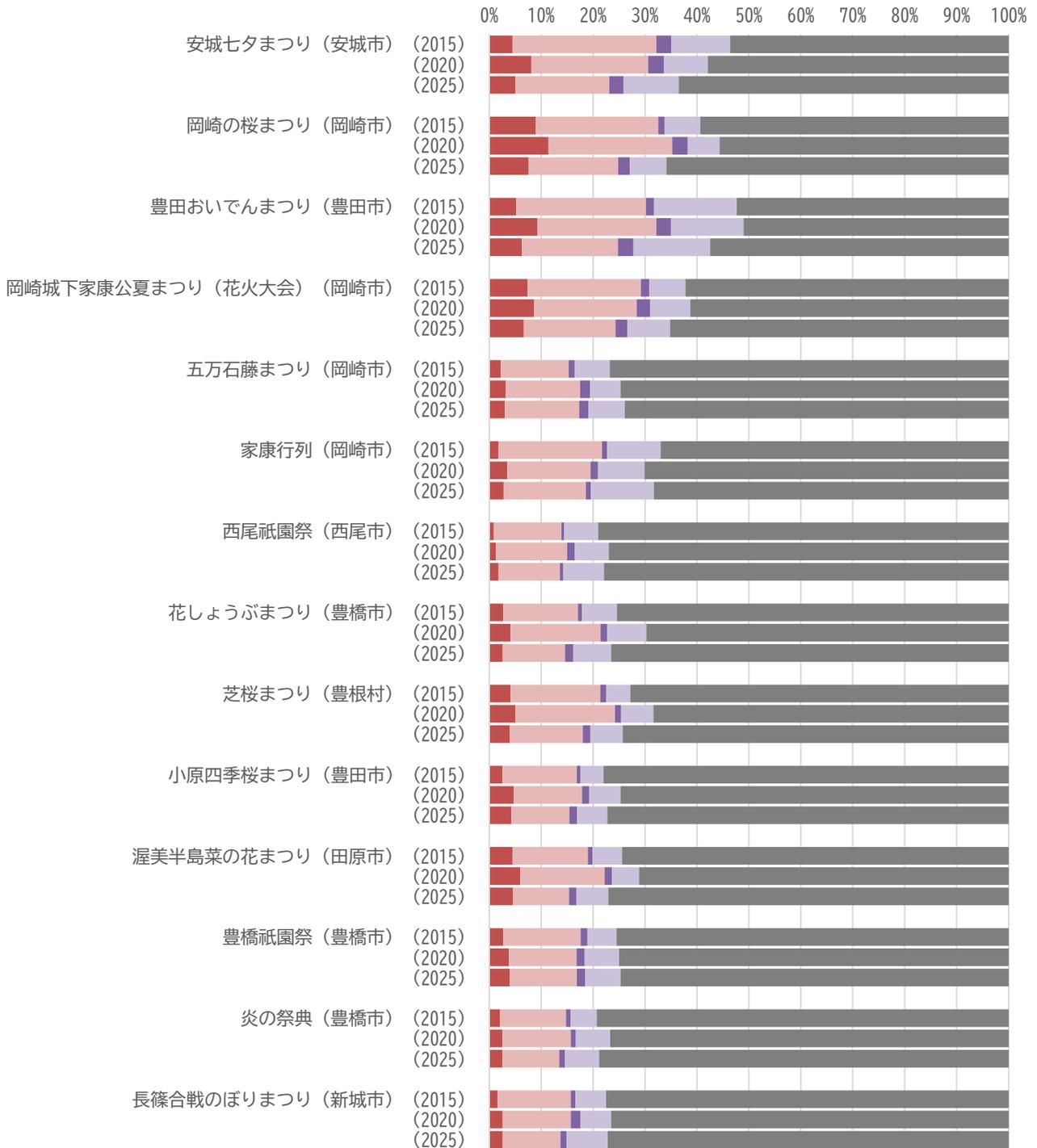




■ また行きたい ■ 行ってみたい ■ もう行かない ■ 行きたいと思わない ■ 知らない

5) 蒲郡市周辺の主なイベント・祭事に関する訪問経験、来訪意向

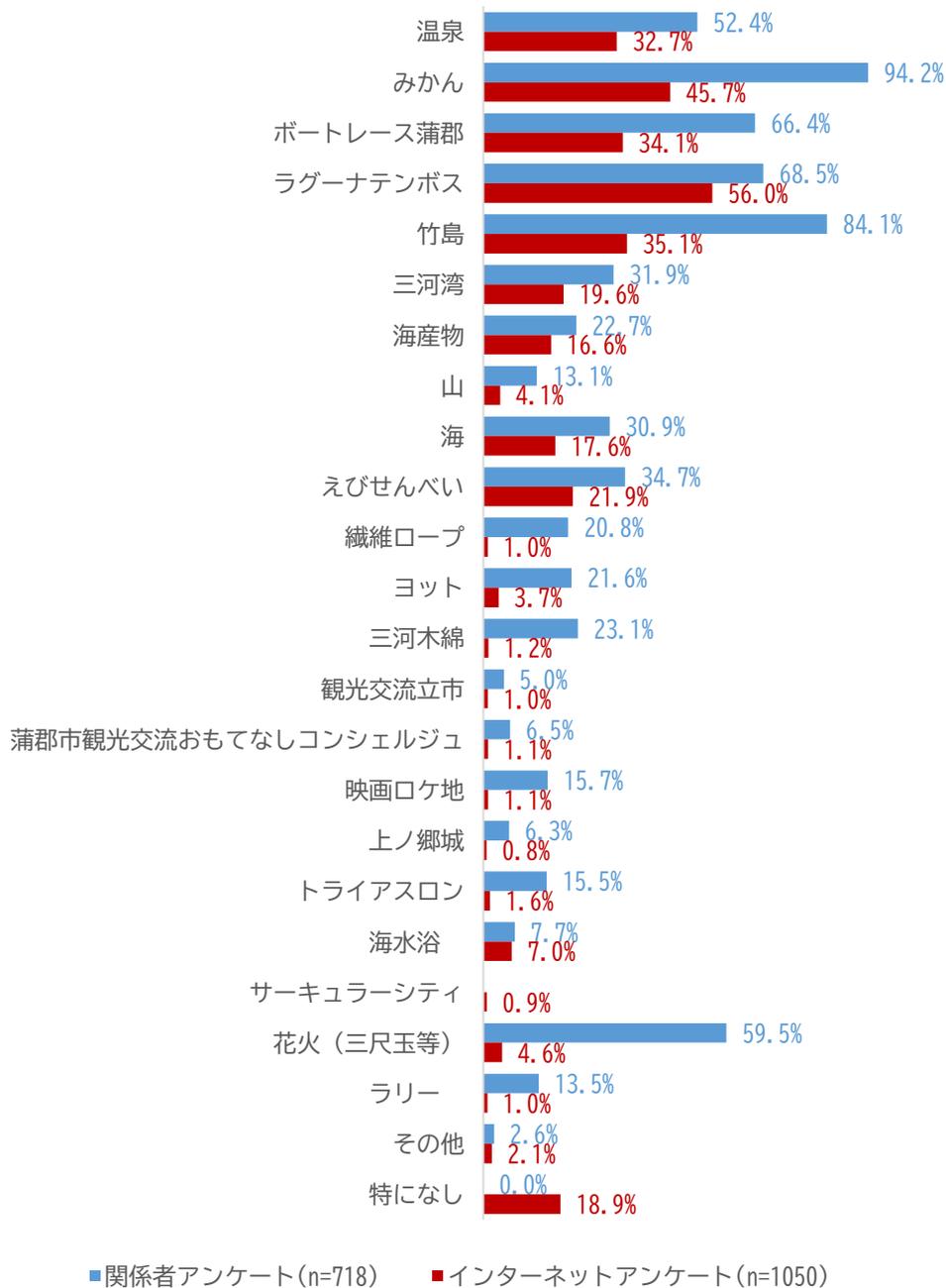
2025 年の値では、「また行きたい」、「行ってみたい」を合わせた値は、岡崎の桜まつり(岡崎市)、次いで豊田おいでんまつり(豊田市)、岡崎城下家康公夏まつり(岡崎市)と続く。



■ また行きたい ■ 行ってみたい ■ もう行かない ■ 行きたいと思わない ■ 知らない

【参考】 蒲郡市のイメージ(関係者意向調査、インターネットアンケートの比較)

蒲郡市のイメージについて、関係者意向調査、インターネットアンケートで比較すると、「みかん」や「竹島」が高い関係者に対して、市外居住者を対象としているインターネットアンケート調査では「ラグーナテンボス」が最も高い値を示す等、イメージの乖離が見られる。特に、花火(三尺玉等)は、関係者意識調査では5番目の値を示すが、インターネットアンケートでは4.6%に留まる。インターネットアンケートでは「特になし」も18.9%が示された。



【参考】SDGsの推進

蒲郡市では、「蒲郡市 SDGs推進方針」を令和3年6月に改定し、SDGsの達成に向けた取組の推進を図っており、蒲郡市観光まちづくりビジョンもその一環として位置づけます。



観光分野では、デジタルマーケティング人材の育成や事業者の啓蒙等を通じて「ゴール4:質の高い教育をみんなに」、蒲郡観光のブランド化や受入環境整備等による、持続可能な観光業の促進を行うことで「ゴール8:働きがいも経済成長も」、海資源を活用した観光まちづくりによって「ゴール11:住み続けられるまちづくりを」、持続可能な地域づくりに関する数値目標を掲げながら観光まちづくりビジョンの推進を行っていくことで「ゴール12:つくる責任つかう責任」、官民が一体となった取り組み体制の構築・市民参画の促進等によって「ゴール17:パートナーシップで目標を達成しよう」に貢献します。

蒲郡市観光まちづくりビジョンで貢献するSDGsのゴール



(画像出所)国際連合広報センター

語句解説

- 1 インスタレーション:空間全体を一つの作品として構成し、鑑賞者がその中で「体験」することを目的とした現代美術の表現手法。
- 2 ウェルビーイング:肉体的にも、精神的にも、そして社会的にも、すべてが満たされた状態のこと。
- 3 ワークेशन:Work と Vacation をかけあわせた造語。休暇中に仕事を挟み込む、あるいは仕事中にレジャーを楽しむもの。
- 4 ブレジャー:Business と Leisure をかけあわせた造語。ビジネスの前後に休暇をあてがうもので、移動時間や移動費用を浮かせられる効果あり。
- 5 ラーケーション:Learning と Vacation をかけあわせた造語。学びを目的として休暇を楽しむこと。
- 6 デジタルトランスフォーメーション:ICT の浸透により、人々の生活をあらゆる面でより良い方向に変化させていくこと。
- 7 ハラルル:イスラム教の教義に基づき、使用又は摂取が許可されたもの。特に食に関しては、豚及び豚由来成分やアルコール等を含まず、イスラム法に則った方法で調理された食品を指す。
- 8 ビーガン:動物の生命や福祉への配慮、環境保全、健康等の観点から、動物由来の原材料や製品の使用を可能な限り避ける生活様式のこと。
- 9 サーキュラーエコノミー:資源を採掘して生産、消費、廃棄するという従来のリニア・エコノミー(直線型経済)や、廃棄物をどう有効活用するかというリサイクリング・エコノミーとは異なり、そもそも廃棄物がでない仕組みをつくる経済モデルの総称。
- 10 ゼロカーボン:温室効果ガス排出量を実質ゼロにする取組。
- 11 ペットツーリズム:ペットと一緒に楽しめる観光で、宿泊施設や飲食店、体験プログラムなどでペット対応サービスを充実させることで、ペットの旅行需要を取り込むもの。
- 12 サステナブルツーリズム:環境や地域社会に配慮した持続可能な観光の総称で、自然保護、文化継承、地域経済への貢献を重視し、長期的な観光振興を目指すもの。
- 13 MICE:企業等の会議(Meeting)、企業等の行う報奨・研修旅行(Incentive Tour)、国際機関・団体、学会等が行う国際会議(Convention)、展示会・見本市、イベント(Exhibition/Event)の頭文字を使った造語で、これらのビジネスイベントの総称。
- 14 DMO:Destination Management/Marketing Organization の略称で、官民の連携による観光地域づくりを推進する法人を指し、観光庁が登録する DMO の候補となり得る法人を指す。
- 15 KPI: Key Performance Indicator の略称で、目標に対して、どの程度達成できているかを数値で評価するための指標。
- 16 ナイトタイムエコノミー:夜間時間帯の経済活動(消費行動)のこと。
- 17 ウォーカブル:Walk と Able をかけあわせた造語。「歩きやすい」「歩きたくなる」ような居心地の良い空間やまちづくりのこと。
- 18 インフラ・アドバンテージ:道路、鉄道、港湾等の社会インフラが整備されているによる優位性。
- 19 ユニバーサルデザイン:体の不自由な人が使いやすいデザインは誰にも使いやすいとの発想に立ち、年齢や性別、障がいの有無などに関係なく、誰にも使いやすい配慮がなされたデザインのこと。
- 20 LGBTQ:Lesbian(レズビアン)、Gay(ゲイ)、Bisexual(バイセクシュアル)、Transgender(トランスジェンダー)、Queer/Questioning(クィア/クエスチョニング)の頭文字を取った言葉で、性自認の多

様性を表す総称。

- 21 テクニカルビジット:企業や工場に訪問して行う産業視察等の総称。
- 22 インセンティブツアー:MICE のI(Incentive Tour)に該当する企業等の行う報奨・研修旅行を指す。
- 23 ユニークベニュー:歴史的建造物、文化施設や公的空間等で、会議・レセプションを開催することで特別感や地域特性を演出できる場所・空間を指す。
- 24 ICT:Information and Communication Technology の略称で、情報や通信に関する技術の総称。
- 25 電動モビリティ:電動モーターで動く小型の移動手段。
- 26 シェアリングサービス:モノ、空間、スキル、時間などを共有・貸し借りする経済活動やサービスのこと。
- 27 ロケツーリズム:映画やドラマ等のロケ地を巡る旅。
- 28 グランピング:Glamorous と Camping をかけあわせた造語。テント設営やバーベキュー道具を準備しなくても気軽にキャンプを楽しめる体験のこと。
- 29 ファンラン:走る事に、食、音楽、写真等の別の体験を加えて楽しむランニングプログラム。
- 30 リノベーション:中古住宅を現代のライフスタイルに合った住まいに改修すること。
- 31 ユニバーサルツーリズム:国籍、年齢、障がい等の有無にかかわらず、誰もが気兼ねなく全ての人が安心、快適にできる旅行。
- 32 イネーブリングシティ:市内にある様々な幸福や健康を高めるための要素を具現化・実装した、暮らすだけで自ずとウェルビーイングを実感するまち。