

東三河振興ビジョン

【主要プロジェクト推進プラン】

～ 広域観光の推進 ～

東三河ビジョン協議会
平成 25 年 3 月

目次

I 「主要プロジェクト推進プラン」の策定方針	1
1 テーマの設定	1
2 位置づけ	1
3 策定主体	1
4 計画期間	1
II 東三河観光の現状と課題	2
1 観光統計から見た東三河観光	2
2 現状と課題	6
III 基本の方針と取組体系及び目標	8
1 基本の方針と取組体系（3つの方針と11の主な取組）	8
2 目標	9
IV 主な取組内容	10
1 広域観光エリアとしての魅力の向上	10
（1）多様な地域資源の磨き上げ	10
（2）広域観光エリアとしての周遊性の強化	16
（3）地域ブランドを構築し、広域観光エリアとしての一体感を醸成	18
2 広域観光エリアとしての魅力の発信	20
（1）地域一体となったプロモーションの展開	20
（2）多様な情報発信媒体の活用促進	22
（3）イベント・コンベンションの誘致促進	24
（4）圏域を越えた広域連携の促進	26
（5）海外からの誘客強化	28
3 広域観光を推進する人・環境・基盤づくり	30
（1）観光を支える人材の育成	30
（2）美しい景観づくりの推進	31
（3）広域観光を支える観光基盤・施設の整備推進	32
V 推進体制等について	35
1 推進体制	35
2 推進プランの進捗状況の把握及び見直し	35
VI 平成24年度先導事業 東三河魅力満載めぐり事業	37
【参考】「将来ビジョン」と「推進プラン」の関係	39
【参考資料】東三河の観光資源一覧	40
【参考資料】平成25年度東三河主要観光行事一覧表	44

I 「主要プロジェクト推進プラン」の策定方針

1 テーマの設定

「主要プロジェクト推進プラン」（以下「推進プラン」という。）は、「将来ビジョン」に位置づけた施策を具体化し、着実に推進するため策定するもので、今回は、「将来ビジョン」における重点的施策の方向性のうち「東三河の魅力の創造・発信」を基軸とした「広域観光の推進」をテーマに設定した。

2 位置づけ

県、市町村、観光関係団体、民間事業者、NPO等が、共通目標のもと連携・協働して展開する実施計画

3 策定主体

東三河ビジョン協議会（県、東三河の8市町村、経済団体、大学等で構成）

4 計画期間

平成25年度から平成27年度までの3年間

Ⅱ 東三河観光の現状と課題

1 観光統計から見た東三河観光

(1) 観光客入込数の推移

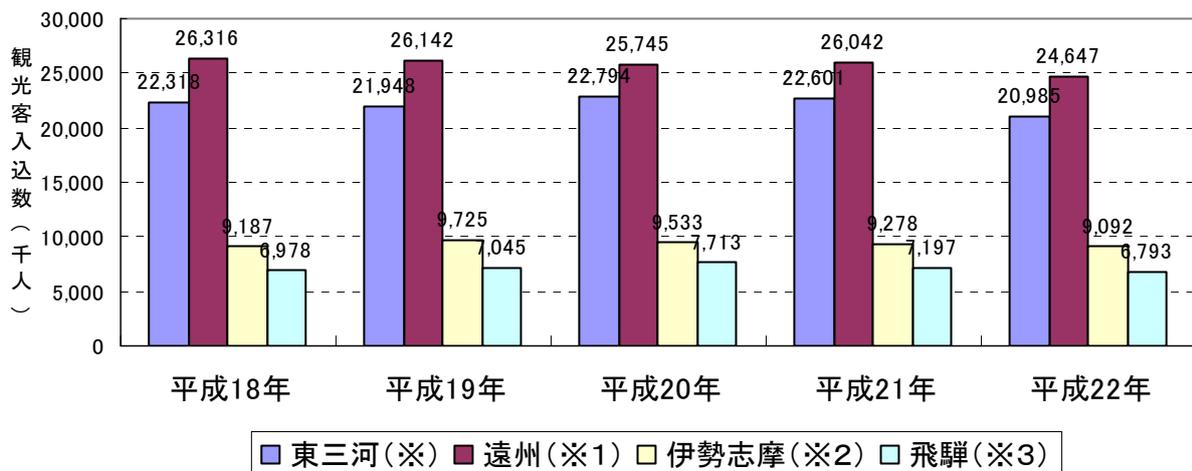
〈図1・2〉

○ 東三河地域の観光客入込数は、平成21年まで、概ね2,200万人程度で推移しており、伊勢志摩地域や飛騨地域と比較すると概ね2～3倍の入込数となっている。平成22年の減少は、本県が採用する観光統計基準の変更が主原因と推察されるが、遠州、伊勢志摩、飛騨地域など県外の他地域においても減少傾向にあること及び県内シェアが15%程度と同水準で推移していることから、東三河地域の観光客入込数も減少傾向にあると思われる。

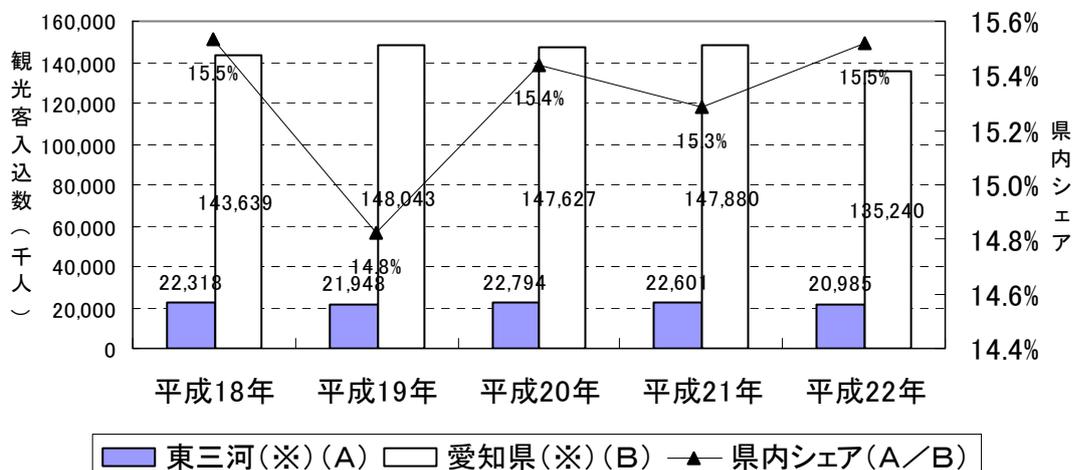
〈表1〉

○ 東三河は、年間342万人が訪れる豊川稲荷、294万人のラグーナ蒲郡に加え、お祭りや動植物公園、温泉、伊良湖、茶臼山高原など多様な観光レクリエーション資源・施設がある。

〈図1〉東三河地域の観光客入込数（県外他地域との比較）



〈図2〉東三河地域の観光客入込数（県全体との比較及び県内シェア）



※ 愛知県内のデータは、「愛知県観光レクリエーション利用者統計」による。平成 22 年から全国共通基準「観光入込客統計」へ変更したことにより、平成 21 年以前のデータと一概には比較できない。〔主な基準変更点〕 H21 以前 行催事 1 千人以上、その他年間 1 万人以上（調査対象 718 地点）→ H22 前年の入込客数が年間 1 万人以上、若しくは前年の特定月の入込客数が 5 千人以上（調査対象 642 地点）

※1 静岡県「静岡県観光交流の動向」から浜松市、湖西市、磐田市、袋井市、森町を合計し集計。

※2 三重県「観光レクリエーション入込客数推計書」による。伊勢志摩地域：伊勢市、鳥羽市、志摩市、南伊勢町、度会町、玉城町

※3 岐阜県「岐阜県観光レクリエーション動態調査結果」による。飛騨地域：高山市、飛騨市、下呂市、白川村

〈表1〉東三河地域における主な観光レクリエーション資源・施設

市町村	観光レクリエーション資源・施設名	H22利用者数 (千人)
豊橋市	豊橋総合動植物公園	683
豊橋市	豊橋まつり	540
豊橋市	豊橋市美術博物館	216
豊橋市	豊橋公園	200
豊橋市	花しょうぶまつり(賀茂しょうぶ園)	195
豊橋市	豊橋祇園祭(吉田神社)	100
豊川市	豊川稲荷	2,370
豊川市	豊川稲荷初詣	1,050
豊川市	砥鹿神社	403
豊川市	赤塚山公園(ぎょぎょランド)	352
豊川市	本宮の湯	258
豊川市	東三河ふるさと公園	227
豊川市	豊川市民まつり	210
蒲郡市	ラグーナ蒲郡	2,936
蒲郡市	蒲郡オレンジパーク	669
蒲郡市	蒲郡まつり	450
蒲郡市	ガン封じ寺無量寺	428
蒲郡市	竹島園地	391
蒲郡市	三谷温泉	364
蒲郡市	蒲郡温泉	306
蒲郡市	西浦温泉	299
新城市	愛知県民の森	563
新城市	鳳来寺山	259
新城市	鳳来ゆ〜ゆ〜ありいな	167
新城市	東海自然歩道	153
新城市	つくで手作り村	134
新城市	新城さくらまつり	111
田原市	伊良湖クリスタルポルト	622
田原市	めっくんはうす	556
田原市	サンテパークたはら	450
田原市	あかばねロコステーション	397
田原市	菜の花まつり	110
設楽町	面ノ木園地	208
設楽町	アグリステーションなぐら	63
設楽町	田峰観音	34
東栄町	チェンソーアート競技大会	12
東栄町	東栄フェスティバル	10
豊根村	茶臼山高原	236
豊根村	芝桜まつり	307
豊根村	兎鹿嶋温泉	102

* 「平成22年 愛知県観光レクリエーション利用者統計」から抜粋

東三河169地点中の40地点 / 県全体642地点

(2) 宿泊者数の推移及び外国人宿泊者について

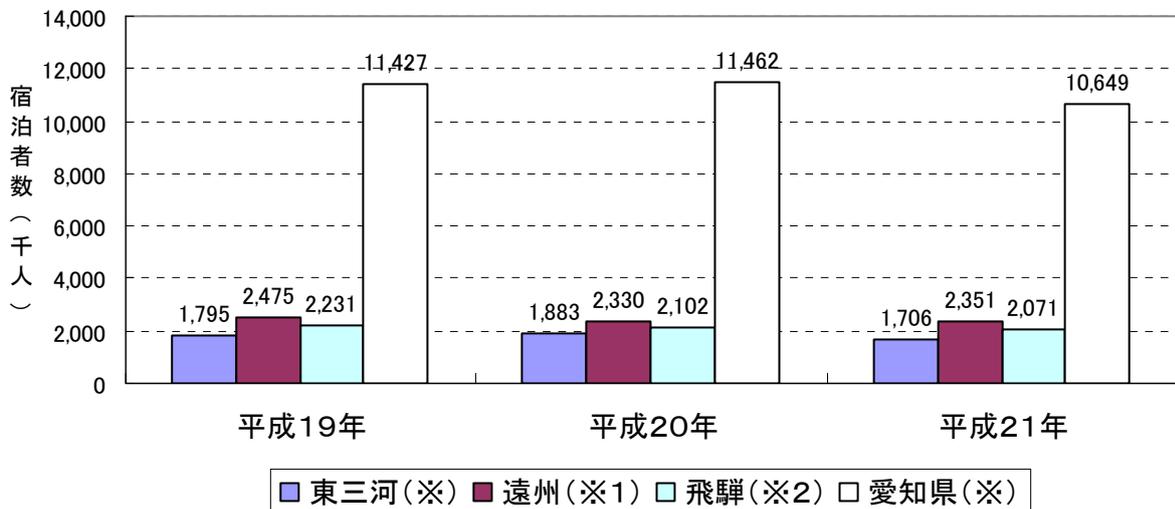
〈図3・4〉

- 東三河地域の宿泊者数は、地域別で抽出可能な平成21年までの統計で、年間170～180万人程度、県内シェア16%程度である。
- また、全宿泊者の県内シェアに比較して、中国人宿泊者の県内シェアが高いことに特徴があるが、増加している中国人宿泊者を十分には取り込めていない。

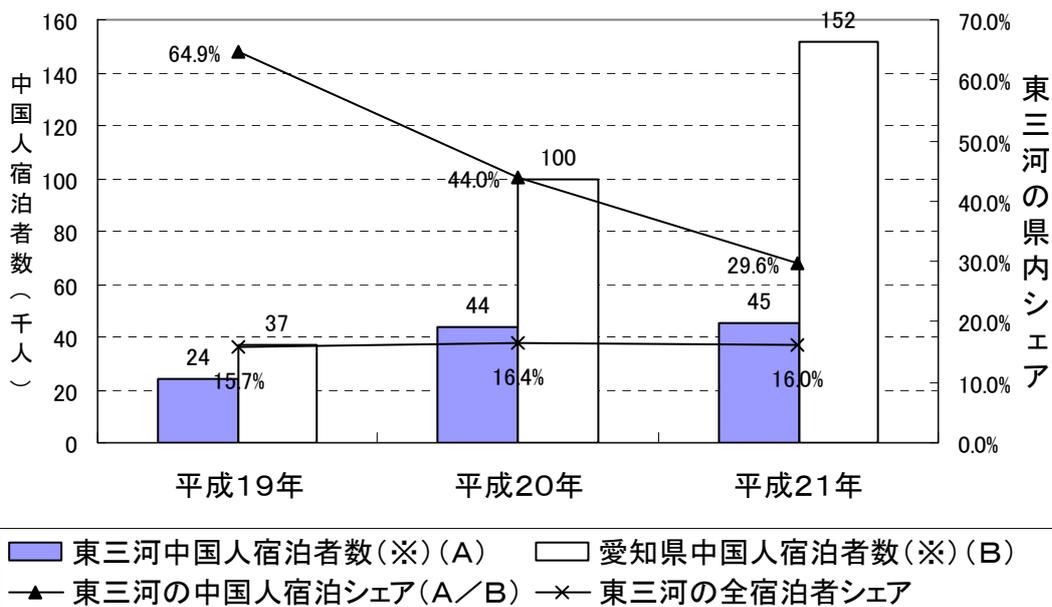
〈図5〉

- 東日本大震災及び福島第一原発の事故の影響があったと推察される平成23年を除いて、中国人宿泊者の伸び率は、全宿泊者及び外国人宿泊者の伸び率以上となっている。

〈図3〉東三河の宿泊者数(県外他地域及び県全体との比較)



〈図4〉東三河の宿泊者数(中国人宿泊者数の県全体との比較及び県内シェア)



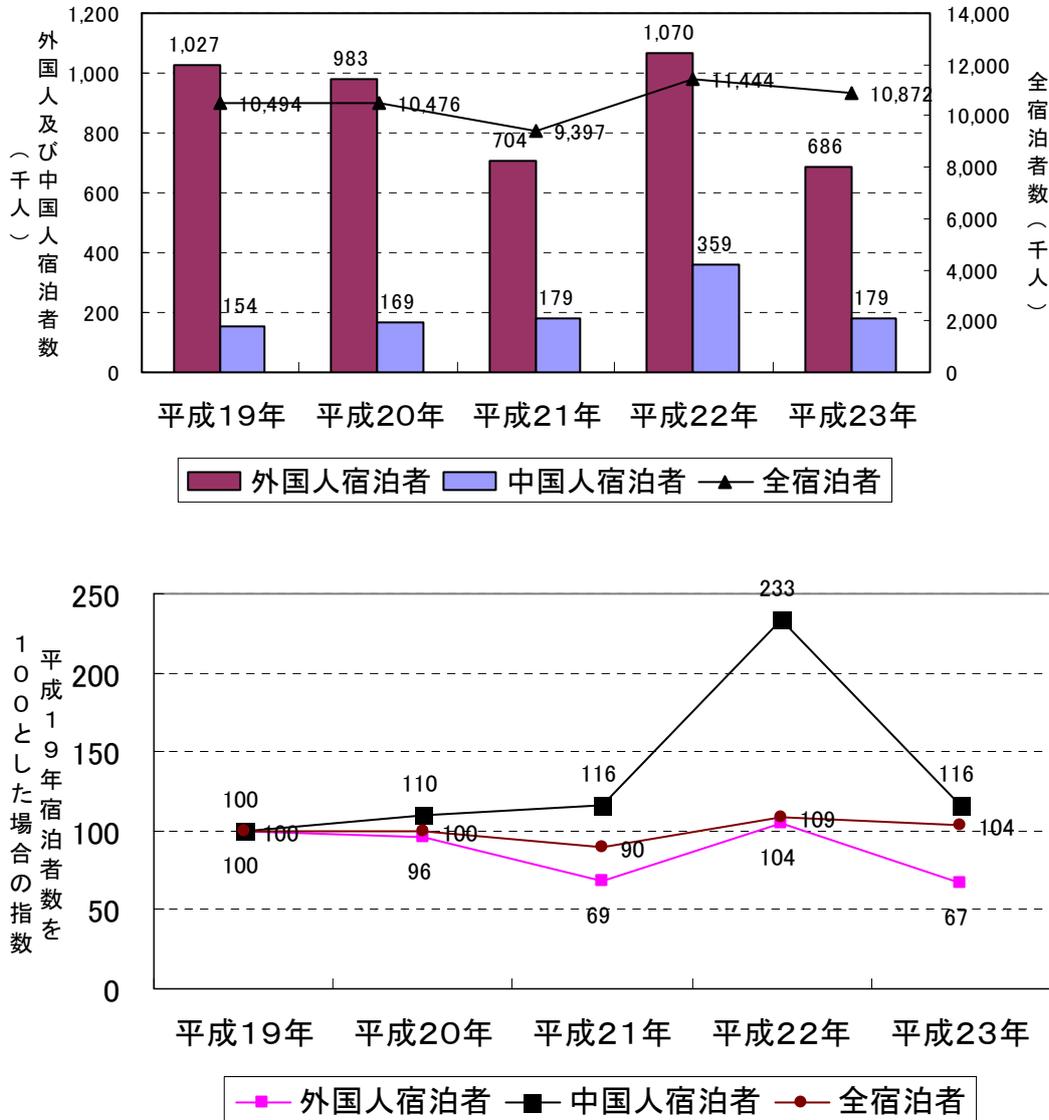
※ 「愛知県観光レクリエーション利用者統計」による。市町村報告施設(H21 755 施設)の宿泊者数。名古屋市は国別集計を行っていないため、県全体の国別内訳に反映していない。平成22年以降、県統計としては調査を実施していないが、平成24年以降、東三

河 8 市町村において独自に統計調査を行う予定。

※ 1 静岡県「静岡県観光交流の動向」から浜松市、湖西市、磐田市、袋井市、森町を抽出し集計。

※ 2 岐阜県「岐阜県観光レクリエーション動態調査結果」による。飛騨地域：高山市、飛騨市、下呂市、白川村

〈図5〉愛知県における外国人宿泊者数及び中国人宿泊者数の推移(※)



※観光庁「宿泊旅行統計調査」による。従業者数10人以上のホテル、旅館及び簡易宿泊所の全施設。

(3) 観光ボランティアガイド数

- 東三河地域の観光ボランティアガイド数は155人(H24.6月末現在)※
愛知県全体の観光ボランティアガイド数2,615人※は、平成19年以降全国1位であるが、東三河地域が県内人口の1割程度を占めることからすると、この地域の観光ボランティアガイド数は少ない状況と言える。

※観光ボランティアガイド組織に属する観光ボランティアガイド数(愛知県観光協会提供資料)

2 現状と課題

東三河の地域特性や社会・経済環境の変化などを踏まえた当地域の主な課題は、以下のとおりである。

(地域特性)

- 東三河地域は、風光明媚な三河湾沿岸の温泉、テーマパーク、豊富な食材、渥美半島周辺の景観、菜の花、ウミガメなどの貴重な生物資源、三河山間部の茶臼山、鳳来寺山などの山々を始め、森林、渓谷、清流などの変化に富んだ優れた自然、伝統芸能、三河平野部の神社・仏閣、旧東海道の面影を残す宿場町、特色あるお祭りなど多様な観光資源（P40～43 参考資料「東三河の観光資源一覧」参照）に恵まれているにもかかわらず、全国や海外における観光地としての認知度は高くない。

(プロモーションの強化)

- 山里で暮らしながら地域の魅力をフェイスブック等で発信する「あいちの山里で暮らそう 80日間チャレンジ（活動名称：ルーガ・リーモ）」や、奥三河の観光資源を外部の視点も交えて検討していく「奥三河プロモーションボード」など、平成24年度に着手した事業の成果を活かしながら、東三河のプロモーションを強化していく必要がある。
- 平成25年秋に豊川市で開催される「ご当地グルメでまちおこしの祭典（B-1 グランプリ）」は、県内外から数十万人の来訪者が見込まれる大規模イベントであり、東三河全体のファンづくりやリピーターづくりなど、将来につなげていくプロモーション強化の絶好の機会となっている。
- 新東名高速道路や三遠南信自動車道の整備により、自動車を利用した観光客の増加が見込まれる中、より広域的なプロモーションの展開が求められている。

(海外からの誘客強化)

- 国内の生産年齢人口の減少に伴い国内需要が縮小していく一方、日本を含む北東アジアのインバウンド市場は、世界で最も大きな増加が予想されている。
- 東三河地域は、東京から京都・大阪を結ぶゴールデンルート上に位置しており、このルートを移動する外国人観光客が宿泊しているが、当地域を周遊する外国人は少なく、ポテンシャルを活かしきれていない。このため、多言語による案内などの受入体制整備や、より広域的に連携した取り組みによる誘客が必要となっている。

(観光スタイルの変化等への対応)

- 観光スタイルが、「見る観光」から「参加・体験型観光」「テーマ性を志向する観光」へ、「団体旅行型」から「個人旅行型」へと変化している中、この変化に対応した着地型の観光商品の開発・提案、観光人材の育成、プロモーション活動が求められている。
- ブロードバンドやスマートフォンの普及、SNSの利用拡大などに伴い、観光情報を求める媒体が変化しており、その対応が急務となっている。

(国内市場の変化への対応)

- 国内の生産年齢人口が減少していく一方で、団塊の世代が退職期を迎えたことにより60歳以上のシニア層が拡大している。この層では、近年の健康増進志向を背景とした消費行動の活発化が見られ、こうしたアクティブシニア層の需要を取り込んでいく必要がある。

Ⅲ 基本の方針と取組体系及び目標

1 基本の方針と取組体系（3つの方針と11の主な取組）

（基本の方針）

- 広域観光エリアとしての魅力の向上を図るため、東三河の多様な地域資源をさらに磨き上げるとともに、広域観光エリアとしての周遊性を強化していく。また、地域ブランドを構築し、広域観光エリアとしての一体感を醸成していく。
- 広域観光エリアとしての魅力を発信するため、地域一体となったプロモーションを展開するとともに、多様な情報発信媒体の活用促進、イベント・コンベンションの誘致促進、圏域を越えた広域連携を促進していく。また、海外からの誘客強化にも取り組んでいく。
- 広域観光を推進するため、観光を支える人材を育成するとともに、地域が主体となった美しい景観づくりや観光基盤・施設の整備を推進していく。

こうした総合的な広域観光の取り組みを通じて、宿泊業、旅行業、交通運輸業だけでなく、農林水産業、商工業などを含めた観光関連産業全体を底上げしていくことで、東三河地域の振興を図っていく。

（取組体系）

- このような基本の方針のもと、東三河の広域観光を推進する取り組みを次のとおり整理した。

〔3つの方針と11の主な取組〕

1 広域観光エリアとしての魅力の向上

- （1）多様な地域資源の磨き上げ
- （2）広域観光エリアとしての周遊性の強化
- （3）地域ブランドを構築し、広域観光エリアとしての一体感を醸成

2 広域観光エリアとしての魅力の発信

- （1）地域一体となったプロモーションの展開
- （2）多様な情報発信媒体の活用促進
- （3）イベント・コンベンションの誘致促進
- （4）圏域を越えた広域連携の促進
- （5）海外からの誘客強化

3 広域観光を推進する人・環境・基盤づくり

- （1）観光を支える人材の育成
- （2）美しい景観づくりの推進
- （3）広域観光を支える観光基盤・施設の整備推進

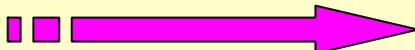
2 目標

前記した基本の方針のもと着実に取り組みを展開し、観光交流人口の拡大と住民参加の観光地づくりを進めるため、次の3つの数値目標を設定する。

目標1 観光客入込数の増加

観光交流人口の拡大を図るため、東三河地域の「観光客入込数」を指標として、現状から約100万人の増加を目指す。

【観光客入込数】

<現状> (H22)	約100万人 (約5%) 増加	<目標> (H27)
20,985千人		22,000千人

目標2 宿泊者数の増加

観光交流人口の拡大を図るため、東三河地域の「宿泊者数」を指標として、現状から約30万人の増加を目指す。

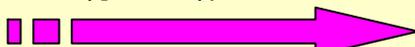
【宿泊者数】

<現状> (H21)	約30万人 (約17%) 増加	<目標> (H27)
1,706千人		2,000千人

目標3 観光ボランティアガイド数の増加

地域住民自らが、観光客の満足度を高める観光地づくりに参画していく気運を醸成していくため、東三河地域の「観光ボランティアガイド数」を指標として、現状から約16%の増加を目指す。

【観光ボランティアガイド数】

<現状> (H24.6)	約16%増加	<目標> (H28.1)
155人		180人

IV 主な取組内容

1 広域観光エリアとしての魅力の向上

(1) 多様な地域資源の磨き上げ

多様化した観光客のニーズを外部の視点も交えながら的確に捉え、地域が自ら創意工夫し地域資源を磨き上げることで、住民が誇りに思える観光資源にまで高めていく。また、地域資源の磨き上げにあたっては、マーケティングや年齢、性別、志向、アクセス方法、滞在時間などを考慮したモニター企画の実施など、効果的な展開を図っていく。

特に、「食」、「花」、「炎」を3つの重点資源とし、各々の資源を核とした「体験」についても充実強化していく。

(地域資源を活かした着地型観光商品の開発)

- 豊富な食材、伝統文化、豊かな自然環境、歴史など東三河ならではの地域資源を掘り起こし、ご当地グルメ観光、参加・体験型観光、テーマ性を志向する観光など観光客のニーズを的確に捉えながら、地域の創意工夫によって観光資源にまで磨き上げ、観光客にとって魅力的な着地型の観光商品づくりを進めていく。

(「食」：ご当地グルメ観光の推進)

- 東三河地域には、豊橋カレーうどんや豊川いなり寿司、蒲郡メヒカリ・アカザエビ、奥三河戦国ぐるめ街道、渥美半島どんぶり街道、貝づくし渥美、奥三河バーガー、五平餅など、地域の食材を活かしたご当地グルメが多数存在している。
こうしたご当地グルメと周辺の観光スポットを結合させたご当地グルメ観光を推進することにより、地域の魅力の向上や滞在時間の拡大を図っていく。

(「食」：農林水産業の6次産業化等による魅力ある特産品の開発など)

- 全国屈指の産出額を誇る農業始め東三河地域の第1次産業の特性を最大限に活かし、農林水産物の加工・販売、産地直売所や直営レストランの開設など6次産業化等を促進することにより、観光客にとって魅力ある特産品の開発や観光地づくりを進めていく。

(「花」：四季の花の魅力を活かした観光地づくり)

- 東三河地域は、茶臼山高原の芝桜、賀茂しょうぶ園の花しょうぶ、鳳来寺山の紅葉、渥美半島の菜の花などの魅力的な花が四季を通じて彩り、花の町を目指す設楽町では、設楽花の山公園の整備を進めている。また、本県の花き生産は、全国一を誇りその生産は東三河を中心に盛んに行われており、花の国とも言える地域である。こうした花の魅力を活かした観光地づくりを進めていく。

（「炎」：手筒花火を始めとする炎の魅力を核とした観光地づくり）

- 東三河地域は、豊橋祇園祭、豊川手筒まつり、炎の祭典などで競演され、舞い上がる迫力ある火の粉が魅力的な手筒花火や、長篠の戦いの戦死者を弔うために始まったとされる火おんどり、鎌倉・室町時代から続く神事芸能である花祭りが開催されるなど、炎の魅力にあふれた地域であり、こうした炎の魅力を核とした観光地づくりを進めていく。

（「体験」：「地域まるごと体験観光」の推進）

- 春・秋開催の「オンパク in 蒲郡」などに代表される参加・体験型観光プログラムの開発を東三河全域に拡大し、東三河を多様な体験メニューが楽しめる「地域まるごと体験観光」の拠点としていく。

（「体験」：豊かな自然環境を活かしたエコツーリズム、森林観光、グリーンツーリズム及びベイツーリズムの推進）

- 山間地域から半島、三河湾に至る恵まれた自然環境の保全や再生、生物多様性への理解促進を図りながらエコツーリズム、森林観光、グリーンツーリズム及びベイツーリズムのプログラム開発を行うとともに、伊良湖休暇村公園施設における、全国初となる、再生した砂丘とオアシス「花咲く砂丘の園（デューンガーデン）」（仮称）の整備を始めとした自然公園や、豊かな自然を有する都市公園、水辺等において、人と自然が触れあう場の充実を図っていく。

（文化芸術による地域の魅力づくりの推進）

- 東三河地域には、ユネスコ無形文化遺産保護条約の「代表一覧表」への登録を目指している「花祭」や国指定重要無形民俗文化財の「三河の田楽」、「豊橋神明社の鬼祭」等の民俗芸能、数多くの国・県指定の文化財、「祇園祭」「三谷祭」「チェーンソーアート競技大会」等の特徴的なお祭りなど地域独特の個性的文化資源がある。こうした地域の重要な文化資源を着実に保存・継承していきながら魅力を磨き上げ、他の観光資源と結合させて着地型の観光商品としていくなど、観光資源としての価値を高めていく。
- 平成25年4月には、舞台芸術を核とした東三河地域の新たな芸術文化の創造拠点として、穂の国とよはし芸術劇場「プラット」が豊橋駅に直結した場所に開館する。また、現代芸術を基軸とした国際芸術祭「あいちトリエンナーレ2013」が、名古屋・岡崎を主会場として、平成25年8月から10月まで開催される。こうした文化芸術に対する気運の高まりを活かしながら、文化芸術による創造的な地域の魅力づくりを進めていく。
- 都市空間、温泉街、公園、廃校や市町村合併等により使用しなくなった遊休財産などを、アーティストの制作場所や展示場所として活用していくなど、地域の文化的魅力の向上策を検討していく。

(山城、史跡めぐりなど愛好家の視点を重視した観光の推進)

- 本県の特徴的な観光となっている武将観光については、東三河で埋もれた史跡や伝承を掘り起こし、魅力あるルート設定や案内を行うなど愛好家の来訪を促す環境整備を行っていく。

(スポーツ大会の連携強化)

- 東三河地域には、年間を通じて、「トライアスロン蒲郡大会」や「ツール・ド・新城」「世界プロサーフィン大会」「豊川シティマラソン」「とよね・みどり湖ハーフマラソン」「豊橋みなとシティマラソン」「新城マラソン」「三河湾健康マラソン大会」、「穂の国・豊橋ハーフマラソン」など、数多くのスポーツ大会が開催されており、こうした数あるスポーツ大会を東三河のスポーツ大会としてパッケージ化し、プロモーションの相乗効果の発揮とリピーターの確保を図っていく。

(新たな観光スタイルの創出に向けた取組の推進)

- ものづくり産業の集積を活かした産業観光を推進するとともに、豊橋市及び輸入自動車企業が提案し、政府が前向きに検討している三河港の「国際輸入自動車特区」の特例措置を活用し、自動車購入者をターゲットとする付加価値の高い新たな観光スタイルのあり方を検討していく。
- 渥美半島や三河湾、奥三河の山々などの豊かな自然環境に加え、風光明媚な温泉地、豊富な食材など東三河の強みを活かしながら、温泉湯治や転地療養等の健康関連の取組推進に向けた検討を進めていく。

[3 箇年工程表]

前記した取り組みの考え方のもと、現時点で想定される3箇年の具体的な実施計画を、中心となる主体を明記しつつ、下表のとおり工程表としてとりまとめた。

*なお、各主体の取り組みのうち、行政と緊密に連携し推進していくものを（ ）内に表示した。

取組内容	主な取組主体	実施年度		
		H 2 5	H 2 6	H 2 7
(地域資源を活かした着地型観光商品の開発) 地域資源を活かしたツアー造成やイベントの開催	観光関係団体（県・市町村と連携・推進）、民間事業者			
		地域資源を活かした着地型旅行商品の開発		
(「食」：ご当地グルメ観光の推進) ご当地グルメのスタンプラリー開催や食べ歩きを紹介などを通じた東三河を周遊させる取組の実施	観光関係団体（県・市町村と連携・推進）、経済関係団体、民間事業者			
		豊橋カレーうどん（豊橋観光コンベンション協会）、奥三河戦国ぐるめ街道（鳳来商工会等）、渥美半島どんぶり街道（渥美半島観光ビューロー）等のスタンプラリー開催		

取組内容	主な取組主体	実施年度		
		H 2 5	H 2 6	H 2 7
<p>（「食」：農林水産業の6次産業化等による魅力ある特産品の開発など） 地域が連携した新たな特産品や観光資源の開発</p>	<p>経済関係団体、民間事業者、観光関係団体、農業関係団体、市町村</p>			
		奥三河STT48プロジェクトの推進（北設4商工会）等		
<p>食農産業クラスター推進協議会を核とした特産品等の開発</p>	<p>（株）サイエンスクリエイト（市町村と連携・推進）</p>			
<p>産地直売所等の農林水産物の販路拡大機会の提供</p>	<p>経済関係団体、市町村、農業関係団体、民間事業者</p>			
		のんほいロット新城軽トラ市の定期的開催（新城市商工会）、まちなかマルシェの定期的開催（豊橋市）等		
<p>農林漁業者と商工業者の出会いの場である「農商工連携ビジネスフェア」の開催による新商品開発や販路拡大機会の提供</p>	<p>県</p>			
		年1回開催		
<p>県産農林水産物を主原料とする加工食品コンテスト「愛知のふるさと食品コンテスト」の開催による新商品開発や販路拡大機会の提供</p>	<p>県</p>			
		年1回開催		
<p>品質や活動に特徴のある県農林水産物や農林漁業者の取組を掘り起こし、その魅力を有識者により磨き上げ消費者にPR</p>	<p>県</p>			
<p>（「花」：四季の花の魅力を活かした観光の推進） 花の魅力を核にした周遊コースの紹介やイベントの開催</p>	<p>観光関係団体、市町村、県、民間事業者</p>			
		茶臼山高原芝桜まつり、賀茂しょうぶ園花しょうぶまつり、形原あじさいまつり、鳳来寺山もみじまつり、渥美半島菜の花まつり等の開催		

取組内容	主な取組主体	実施年度		
		H 2 5	H 2 6	H 2 7
<p>（「炎」：手筒花火を始めとする炎の魅力为核心とした観光地づくり）</p> <p>炎の魅力を核にしたイベントの開催</p>	観光関係団体、市町村、民間事業者			
		豊橋祇園祭、豊川手筒まつり、炎の祭典、火おんどり、花祭り等の開催		
<p>（「体験」：地域まるごと体験観光の推進）</p> <p>地域資源を活かした体験型観光プログラムの開発や周遊ツアーの推進</p>	観光関係団体（県・市町村と連携・推進）、民間事業者			
		体験型プログラムの開発、周遊ツアーの推進		
		オンパク in 蒲郡の開催（蒲郡市観光協会）、たあ〜んと体感奥三河（奥三河観光協議会）等		
<p>（「体験」：豊かな自然環境を活かしたエコツーリズム、森林観光、グリーンツーリズム及びペイツーリズムの推進）</p> <p>伊良湖休暇村公園施設に、全国初となる、再生した砂丘とオアシス「花咲く砂丘の園（デューンガーデン）」（仮称）を整備</p>	県			
		一部供用開始		
都市公園、水辺等人と自然がふれあう場の充実	県、市町村			
生物多様性を学ぶ体験型セミナーの開催	県			
「あいちの都市・農村交流ガイド」により、地域資源と、地域資源を巡るモデルルートを紹介	県			
水産物等に関する体験型の出前授業の実施	県			
県民の森での各種イベント等の開催	（公財）愛知公園協会（県と連携・推進）			

取組内容	主な取組主体	実施年度		
		H 2 5	H 2 6	H 2 7
<p>(文化芸術による地域の魅力づくりの推進)</p> <p>文化芸術を基軸としたイベント開催</p>	<p>住民・地域団体・NPO・文化芸術団体 (県・市町村と連携・推進)</p>			
		花祭、チェンソーアート競技大会、奥三河アートフェスタ等の開催		
<p>文化芸術による創造的な地域の魅力づくり</p>	<p>文化芸術団体・NPO・経済関係団体 (県・市町村と連携・推進)、市町村</p>			
		検討及び段階的实施		
<p>遊休財産などを活用した地域の文化的魅力の向上策の検討</p>	<p>市町村</p>			
		検討及び段階的实施		
<p>(山城、史跡めぐりなど愛好家の視点を重視した観光の推進)</p> <p>埋もれた史跡や伝承を掘り起こし、魅力あるルートの設定</p>	<p>市町村、観光関係団体、経済関係団体、県</p>			
<p>山城、史跡の案内表示を行うなど愛好家の来訪を促す環境整備</p>	<p>市町村、観光関係団体、経済関係団体</p>			
<p>(スポーツ大会の連携強化)</p> <p>スポーツ大会のパッケージ化及びプロモーションの相乗効果を狙った連携した取り組みの実施</p>	<p>市町村、主催団体</p>			
		H24 検討 H25 試行実施	H26 以降本格実施	
<p>(新たな観光スタイルの創出に向けた取組の推進)</p> <p>三河港へ来訪する自動車購入者をターゲットとする付加価値の高い観光スタイルのあり方の検討</p>	<p>経済関係団体、観光関係団体、市町村、県</p>			
		検討委員会の設置		
<p>健康関連の取組推進に向けた検討</p>	<p>経済関係団体、観光関係団体、医療関係団体、市町村、県</p>			
		検討委員会の設置		

(2) 広域観光エリアとしての周遊性の強化

磨き上げた個々の地域資源を核として、東三河全域での周遊性を強化していく。

(ウォーキングやサイクリング等の健康志向を東三河全体で受けとめる仕掛けづくり)

- 昨今、ウォーキングやハイキングを楽しむ者が「アクティブシニア層」を中心に多数存在し、鉄道会社等が行うウォーキングイベントも活況を呈している。また、健康や環境などの側面からサイクリングも人気が高まっており、「ツール・ド・新城」や渥美線のサイクルトレインなどが行われている東三河地域は、サイクリストにとって注目すべき地域となっている。このため、東三河全域の地域資源を巡るウォーキングや、ハイキング、ノルディックウォーキング、サイクリングコースを設定・充実し、東三河への継続した来訪を促していく。

(鉄道網を活用した周遊促進)

- 車窓から見える溪流や峡谷などの美しい景観、秘境駅で注目を集めている飯田線やサイクルトレインなど先進的な取組を行っている渥美線、沿線に温泉などの観光資源が豊富な西尾・蒲郡線、企画電車を走らせている豊橋の路面電車など、特色ある鉄道網を活かしツアー造成を行うなど、鉄道を利用し東三河を巡る周遊促進を図っていく。

(ドライブ客の周遊促進)

- 新東名高速道路や三遠南信自動車道の整備により、自動車を利用した観光客の増加が見込まれるため、道の駅や集客施設、高速道路のサービスエリアやパーキングエリア等において、東三河の観光スポット案内や電気自動車用の充電インフラ等の利便施設を充実強化するなど、ドライブ客が東三河を周遊する促進策を図っていく。

(大規模集客施設を拠点とした周遊促進)

- ラグーナ蒲郡、豊橋総合動植物園、茶臼山高原など、この地域を代表する大規模集客施設を拠点とした周遊コースの設定や、当施設におけるその他の観光スポット案内の充実を図ることで、東三河地域内での周遊を促進していく。

(スポーツ大会の育成と来訪者の周遊を促進させる仕組みづくり)

- 近年、観客が増加しつつある「新城ラリー」や「世界プロサーフィン大会」など本格的なスポーツ大会を育成し、大会と合わせた特産品販売や観光情報の発信を図るなど、スポーツ・ツーリズムの視点からも大会の来訪者・参加者の周遊を促す仕組みを検討していく。

〔3箇年工程表〕

取組内容	主な取組主体	実施年度		
		H 2 5	H 2 6	H 2 7
<p>(ウォーキングやハイキング、サイクリングなど健康志向を東三河全体で受けとめる仕掛けづくり)</p> <p>東三河の魅力を満載したウォーキングやハイキング、サイクリングコースの設定・充実</p> <p style="border: 1px dashed black; padding: 2px;">H24 県先導事業関連</p>	観光関係団体、県、市町村			
ハイキング大会の開催	観光関係団体(市町村と連携・推進)			
		年4回開催		
<p>(鉄道網を活用した周遊促進)</p> <p>特色ある鉄道網を活かしたツアー造成などの周遊促進策の実施</p>	観光関係団体(市町村と連携・推進)、民間事業者、名鉄西尾・蒲郡線活性化協議会			
<p>(ドライブ客の周遊促進)</p> <p>道の駅や大規模集客施設、高速道路のサービスエリアやパーキングエリア等における東三河の観光スポット案内等の充実</p>	観光関係団体、民間事業者			
<p>(大規模集客施設を拠点とした周遊促進)</p> <p>大規模集客施設を拠点とした周遊コースの設定及び観光スポットの案内充実化</p>	民間事業者、市町村、観光関係団体			
<p>(スポーツ大会の育成と来訪者の周遊を促進させる仕組みづくり)</p> <p>本格的スポーツ大会の育成及び大会と合わせた特産品販売や観光情報の発信等を通じた大会の来訪者・参加者の周遊を促す仕組みの検討</p>	県	検討	検討内容の具体化	

(3) 地域ブランドを構築し、広域観光エリアとしての一体感を醸成

東三河の地域資源を磨き上げながら、観光地ブランドや特産品ブランドなどの「地域ブランド※」を構築していき、付加価値向上とともに、ブランドの力で広域観光エリアとしての一体感を醸成していく。

※「地域ブランド」には明確な定義はないが、買いたい価値（特産品ブランド）、行きたい価値（観光地ブランド）、住みたい価値（暮らしブランド）の3つに大別されると言われている。また、経済産業省によると、「地域ブランド」とは、「地域発の商品・サービスのブランド化と、地域イメージのブランド化を結び付け、好循環を生み出し、地域外の資金・人材を呼び込むという持続的な地域経済の活性化を図ること」としている。

（「ほの国」ブランドの構築）

- 豊川の流域、三河湾の海、奥三河の山々などの豊かな恵みを受け、心安らぐほっとできる地域である「ほの国」を「食」、「花」、「炎」の3つの重点資源を磨き上げながら、観光地ブランドとして構築していく。

（特産品のブランド認証及び特産品のブランド力を観光へと誘導させる仕組みづくり）

- 東三河の選りすぐりの特産品（土産物）を地域ブランドとして認証し、特産品のブランド力を向上させていくとともに、ブランド力のある特産品の販売を通して、東三河の観光情報を発信するなど特産品の力で東三河の魅力を高め、東三河の観光へと誘導していく仕組みづくりを検討していく。

（奥三河での地域ブランドの構築）

- 山里の魅力や地域資源を都会のセンスで見つめ直し、都市部へPRしていくという、「あいちの山里で暮らそう80日間チャレンジ」事業の活動理念（「ルーガ・リーモ」）を継承・推進し、奥三河の地域ブランドとしてつくり上げていく。

〔3箇年工程表〕

取組内容	主な取組主体	実施年度		
		H25	H26	H27
（「ほの国」ブランドの構築） 推進体制の整備及びブランドづくりに向けた検討	観光関係団体、経済関係団体、農業関係団体、市町村、県	検討	ブランドづくりの具体化	
（特産品のブランド認証及び特産品のブランド力を観光へと誘導させる仕組みづくり） 地域ブランドの認証制度構築に向けた検討	経済関係団体、農業関係団体、観光関係団体、市町村	豊根産、準豊根産のブランド認定（豊根村観光協会）、お土産品推奨品選定（蒲都市観光協会）等		

取組内容	主な取組主体	実施年度		
		H 2 5	H 2 6	H 2 7
ブランド力のある特産品の販売を通じた観光情報の発信	経済関係団体、農業関係団体、観光関係団体、市町村			
(奥三河での地域ブランドの構築) 推進体制の整備及びブランドづくりに向けた検討	観光関係団体、経済関係団体、農業関係団体、市町村、県	検討	ブランドづくりの具体化	

2 広域観光エリアとしての魅力の発信

(1) 地域一体となったプロモーションの展開

磨き上げた東三河の魅力を効果的に発信していくため、地域が一体となったプロモーション活動を展開していく。

(地域一体となった観光プロモーションの展開)

- 地域内外からの一層の誘客を図るため、各主体ごとに行っている観光展や物産展、各種スポーツ大会、イベント、お祭りなどのプロモーション活動を一体となって展開していく。また、パンフレットやチラシなどのプロモーションツールのロゴや体裁を共通化していくことなども検討していく。

(特産品を通じた東三河の魅力発信)

- 名古屋市内での県内産品の展示即売所や、首都圏など大都市圏等で開催する観光展・物産展において、東三河特産品を販売するとともに、特産品のパッケージなどに東三河の魅力を盛り込んでいくなど、特産品の魅力を通じて東三河の魅力を高めていく。
- 恒常的に特産品を販売できるアンテナショップ設置の検討を行っていく。

(地域のネットワークを活かした情報発信力の強化)

- 観光関係団体や、経済関係団体、農業関係団体などのネットワーク機能を活かして、東三河全域の観光情報を発信していく。

(ご当地キャラクターを活用した東三河の魅力発信)

- 東三河地域には魅力的なマスコットキャラクターが存しており、近年ではご当地アイドルや萌えキャラ、ご当地武将隊なども人気を博している。こうしたご当地キャラクターの魅力を相互に活用したプロモーション活動を展開していく。

〔3箇年工程表〕

取組内容	主な取組主体	実施年度		
		H25	H26	H27
(地域一体となった観光プロモーションの展開) パンフレットやチラシなどの各種プロモーションツールの体裁の共通化検討	市町村、観光関係団体			
		検討	ツール更新に合わせて段階的に共通化	
地域が連携・協力し、一体となったプロモーション活動を展開	市町村、観光関係団体(県・市町村と連携・推進)、民間事業者			
		各種大会・イベントの広報掲載協力 旅行会社・マスコミ・雑誌社等の招聘、観光展等の出展(東三河広域観光協議会)		

取組内容	主な取組主体	実施年度		
		H 2 5	H 2 6	H 2 7
（特産品を通じた東三河の魅力発信） 名古屋市市内での県内産品の販売促進	民間事業者、観光関係団体			
		→		
大都市圏での観光展・物産展の開催	観光関係団体（県・市町村と連携・推進）、市町村			
		→		
		首都圏での物産展販売促進キャンペーンの実施、首都圏等での豊橋産農産物のPR（豊橋市）等		
大都市圏のアンテナショップ設置の検討	市町村			
		→		
（地域のネットワークを活かした情報発信力の強化） 関係機関相互の連携・協力による観光情報の充実・発信及び共同プロモーションの実施	観光関係団体、農業関係団体、民間事業者、市町村			
		→		
（ご当地キャラクターを活用した東三河の魅力発信） ご当地キャラクターの魅力を相互に活用するプロモーション活動の展開	市町村、観光関係団体、経済関係団体、民間事業者、NPO			
		→		

(2) 多様な情報発信媒体の活用促進

磨き上げた東三河の魅力を効果的に発信していくため、ターゲット層に応じて使い分けを行うなど、多様な情報発信媒体を活用していく。

(効果的なメディア戦略の推進)

- 都会的なセンスと山里の原風景の融合から生まれるイノベーションを地域のブランド化に活かす「ルーガ・リーモ」(「あいちの山里で暮らそう80日間チャレンジ」)など、メディアの関心を惹きつける取り組みを推進し、東三河の観光プロモーションにつなげていく。

(ICTを活用した情報発信力の強化)

- 観光情報の発信には、パンフレットなどの紙媒体の手段のほかに、ホームページやフェイスブック、ツイッターなどのSNSによる手段も普及しつつある。最近では、スマートフォンやタブレット端末の普及も進み、楽しみながら地域の情報を取得することができるAR(拡張現実)機能を用いた手段もある。特に、情報の拡散力が高いSNSや先導的なスマートフォンアプリによる情報発信を展開していく。
- インターネット放送局とも連携しながら動画のポータルサイトを構築していくなど、動画による情報発信を展開していく。
- 東三河の選りすぐりの特産品を販売するインターネット販売の検討を行っていく。

(ロケ誘致による東三河の魅力発信)

- 東三河には多様な風景が集約されており、東名・新東名高速道路、新幹線等により首都圏からのアクセスにも恵まれていることから、映画・ドラマ等のロケ地として適した条件が揃っている。出演者等の宿泊による直接的な経済効果だけでなく、ロケ地巡りといった観光も期待できることから、ロケを積極的に誘致し、作品の舞台となった地域の魅力をその作品や付随するプロモーション活動に合わせて情報発信していくことで、潜在的な観光客に訴求していく。

[3 箇年工程表]

取組内容	主な取組主体	実施年度		
		H25	H26	H27
(効果的なメディア戦略の推進) メディアの関心を惹きつける地域資源を活かした取り組みの検討	県、市町村、観光関係団体、民間事業者			
「ルーガ・リーモ・プロジェクト」の成果を活かした取組の推進によるメディアの関心喚起	民間事業者、県			

取組内容	主な取組主体	実施年度		
		H 2 5	H 2 6	H 2 7
<p>(I C Tを活用した情報発信力の強化)</p> <p>ホームページ、SNS、スマートフォンアプリ等 I C Tによる情報発信の展開</p> <p>H24 県先導事業関連</p>	<p>県、市町村、観光関係団体、経済関係団体、民間事業者</p>			
		H25以降 対象範囲の拡大		
<p>動画による情報発信</p>	<p>県、市町村、観光関係団体、民間事業者</p>			
		H25以降 対象範囲の拡大		
<p>(特産品のインターネット販売の促進)</p> <p>東三河の選りすぐりの特産品をインターネットで販売</p>	<p>観光関係団体(市町村と連携・推進)</p>			
		豊橋お土産・特産品ショップ「ええじゃないか通販」の販売品目の拡大		
<p>(ロケ誘致による東三河の魅力発信)</p> <p>「愛知県ロケ地情報データベース」による情報発信</p>	<p>県</p>			
<p>「ほの国東三河ロケ応援団」等による誘致促進や、作品の舞台となった地域の魅力を作品や付随するプロモーション活動に合わせて情報発信</p>	<p>観光関係団体(市町村と連携・推進)、民間事業者</p>			

(3) イベント・コンベンションの誘致促進

イベント・コンベンションの誘致促進を図り、開催効果を観光プロモーションへ最大限に活かしていく。

(「ご当地グルメでまちおこしの祭典 (B-1 グランプリ)」の来訪者を東三河地域内で滞在・周遊させる仕組みづくり)

- 平成25年秋、豊川市で開催される「ご当地グルメでまちおこしの祭典 (B-1 グランプリ)」は、県内外から数十万人の来訪者が見込まれる大規模イベントである。これを東三河の広域観光プロモーションのチャンスと捉え、東三河のご当地グルメやお祭り、イベント等の観光情報を発信し、当イベントを核とした観光モデルコースを開発することにより、当イベントの来訪者・参加者を東三河地域内で滞在・周遊させる仕組みをつくっていく。

(技能五輪全国大会を活用した誘客)

- 技能五輪全国大会の豊橋会場（電工、建築大工、造園、とび）において、全国から集まる選手や関係者に地域を挙げたおもてなしや特色のある併催行事を行い、東三河地域への来訪者増を目指すとともに、全国へ向け、東三河地域の魅力の発信に取り組んでいく。

(イベント・コンベンションの誘致促進)

- 知名度・イメージの向上、交流人口の拡大及びこれに伴う経済活動機会の増大など地域の活性化を促すイベント・コンベンションの誘致を促進していく。
- イベント・コンベンションの開催効果を活かすためには、開催後に東三河の地域内を周遊してもらうこととリピーターとなってもらうことが重要である。このため、開催前や開催時に観光情報を提供するほか、開催後においても観光情報を継続して発信できるメールやSNSへの登録を促すなどの仕組みづくりを行っていく。

[3 箇年工程表]

取組内容	主な取組主体	実施年度		
		H25	H26	H27
(「ご当地グルメでまちおこしの祭典 (B-1 グランプリ)」の来訪者を東三河地域内で滞在・周遊させる仕組みづくり) ご当地グルメでまちおこしの祭典 (B-1 グランプリ) 豊川大会の開催	地域団体 (県・市町村と連携・推進)	→		

取組内容	主な取組主体	実施年度		
		H 2 5	H 2 6	H 2 7
ご当地グルメでまちおこしの祭典会場周辺での東三河の観光情報発信	観光関係団体（県・市町村と連携・推進）、市町村	→		
ご当地グルメでまちおこしの祭典を核とした観光モデルコースの開発	観光関係団体（県・市町村と連携・推進）、民間事業者	→	→	→
ご当地グルメでまちおこしの祭典の来訪者・参加者を東三河地域内で滞在・周遊させる取組の検討・実施	観光関係団体（県・市町村と連携・推進）	→	→	→
（技能五輪全国大会を活用した誘客） 技能五輪全国大会の開催	推進協議会（県、豊橋市、競技関係団体）	→	→ 開催	
		開催準備		
（イベント・コンベンションの誘致促進） イベント・コンベンションの誘致促進に向けた支援サービスの実施及び東三河地域の観光情報の提供	観光関係団体（市町村と連携・推進）			→
				会場選択、会議運営等に対する支援サービス（豊橋観光コンベンション協会）
イベント・コンベンション開催時の観光情報の提供やエキスカージョン実施への協力	観光関係団体（市町村と連携・推進）	→	→	→
イベント・コンベンション開催後においても、観光情報を継続して発信する仕組みづくりの検討	観光関係団体（市町村と連携・推進）	→	→	→

(4) 圏域を越えた広域連携の促進

県内他地域はもとより、遠州、南信州、さらには、国内でも有数の観光地である伊勢志摩など隣接地域と連携した広域観光商品づくりを進めていく。

(県内他地域、遠州、南信州、伊勢志摩等隣接地域との連携促進)

- 東三河の隣接地域には、伊勢志摩や南信州など国内でも有数の観光地があり、隣接地域の来訪者を東三河の観光へと取り込んでいく視点も必要である。加えて、観光客の満足度をより向上させていくため、志向や移動手段など観光客の視点にたち、街道やジオパーク※などの新しい視点も考慮に入れながら、テーマやストーリー性を重視した圏域を越えた広域観光商品づくりを進めていく。

※ジオパーク：科学的に見て特別に重要で貴重な、あるいは美しい地質遺産を複数含む一種の自然公園。

- 本県の特徴的な観光となっている武将観光や三河湾観光に取り組む西三河など隣接圏域とも連携し、戦国時代の各武将の全体像を捉えやすくするなど、実施効果を高める取り組みを促進していく。

(式年遷宮に合わせた伊勢志摩地域との連携促進)

- 平成25年は伊勢神宮において、20年に一度の式年遷宮が行われる年である。このため、伊勢志摩地域との連携を促進しながら、伊勢神宮への参拝者を東三河で周遊・宿泊させる仕組みづくりや鳥羽伊良湖航路の利用を促す取り組みを行うなど誘客強化を図っていく。

[3箇年工程表]

取組内容	主な取組主体	実施年度		
		H25	H26	H27
(県内他地域、伊勢志摩、遠州、南信州等隣接地域との連携促進) 圏域を越えた広域観光商品づくり	観光関係団体(市町村と連携・推進)、 民間事業者			
武将観光や三河湾観光に取り組む 西三河など隣接圏域との連携促進	観光関係団体(市町村と連携・推進)、 民間事業者			
三遠南信・伊勢志摩広域観光交流連携協議会での外国人観光客誘致に向けたプロモーション活動の展開	観光関係団体(市町村と連携・推進)			

取組内容	主な取組主体	実施年度		
		H 2 5	H 2 6	H 2 7
<p>(式年遷宮に合わせた伊勢志摩地域との連携促進)</p> <p>伊勢神宮への参拝者を東三河で周遊・宿泊させる仕組みづくり</p>	観光関係団体(市町村と連携・推進)	→	→	→
鳥羽伊良湖航路を利用した観光商品づくりや船旅の魅力の情報発信	鳥羽伊良湖航路活性化協議会、観光関係団体(市町村と連携・推進)、民間事業者	→	→	→

(5) 海外からの誘客強化

成長著しい東アジアを中心とした海外からの誘客を受入体制の整備を図りながら、強化していく。

(中部広域観光推進協議会等と連携した誘客)

- 観光交流人口の拡大を図る上では、成長著しい東アジア、特に個人ビザの一部解禁等により旅行者が急増している中国からの誘客を強化することが不可欠である。また、中部運輸局が主導する「昇龍道プロジェクト」とも連携を図りながら、「中部広域観光推進協議会」や「東海地区外国人観光客誘致促進協議会」等を通じた海外プロモーションや招せい事業など広域連携の取り組みを進めていくとともに、ランドオペレーター※に対して、当地域を周遊・滞在するツアー造成を働きかけるなど、誘客を強化していく。

※ランドオペレーター：主に、海外旅行で観光案内やホテル、レストランや現地の交通手段などの手配をする仕事、または専門に行う会社のことをいう。現地手配会社とも呼ばれる。

(海外からの誘客強化に向けた受入環境づくり)

- 海外からの誘客強化に向けて、県内観光事業者との連携を図り、ホームページや観光地、交通結節点等における観光情報の多言語表示、カード決済機能の拡充を図るなど、外国人の視点に立った観光情報の発信や受入環境を充実強化していく。

〔3箇年工程表〕

取組内容	主な取組主体	実施年度		
		H 2 5	H 2 6	H 2 7
(中部広域観光推進協議会等と連携した誘客) 「昇龍道プロジェクト」との連携推進	県、市町村、観光関係団体、民間事業者			→
「中部広域観光推進協議会」や「東海地区外国人観光客誘致促進協議会」での海外プロモーションや招せい事業等への参加	県、市町村、観光関係団体、民間事業者			→
三遠南信・伊勢志摩広域観光交流連携協議会での外国人観光客誘致に向けたプロモーション活動の展開(再掲)	観光関係団体(市町村と連携・推進)			→
ランドオペレーターに対する当地域を周遊・滞在するツアー造成の働きかけ	観光関係団体(市町村と連携・推進)			→

取組内容	主な取組主体	実施年度		
		H 2 5	H 2 6	H 2 7
(海外からの誘客強化に向けた受入環境づくり) 県内観光事業者との連携による観光情報の多言語表示、カード決済機能の拡充など受入体制充実に向けた検討	県、市町村、観光関係団体、民間事業者			

3 広域観光を推進する人・環境・基盤づくり

(1) 観光を支える人材の育成

観光先進地域にも学びながら、観光人材を育成していく。

(観光先進地域と連携した人材の育成)

- 観光の担い手となる人材を、観光先進地域や専門家などから学び育成し、人脈づくりも行いながら、観光先進地域との広域観光の協力体制を構築していく。

(ボランティアガイド等地域の観光人材の育成)

- 観光客の満足度を高めるためには、地域で出会った人の親切心や心のこもった対応など“人”を介したおもてなしが重要である。このため、観光地でのおもてなしを担う宿泊や観光施設、飲食店の従業員はもとより、ボランティアガイド等に対しても研修等を通じて質的向上を図るとともに、地域のおもてなし機運を醸成していく。

〔3箇年工程表〕

取組内容	主な取組主体	実施年度		
		H 2 5	H 2 6	H 2 7
(観光先進地域と連携した人材の育成) 観光先進地域や専門家などから学ぶ講座の開催	観光関係団体（県・市町村と連携推進）			
		→		
観光先進地域との協力体制の構築	観光関係団体（市町村と連携推進）			
		→		
(ボランティアガイド等地域の観光人材の育成) 研修会等を通じたボランティアガイド等の観光人材の育成	県、市町村、観光関係団体			
		→		
地域住民を含めた地域全体でおもてなしを実現するための検定試験の実施	蒲郡市観光ビジョン推進委員会、観光関係団体（市町村と連携・推進）			
		→		
		「蒲郡観光交流おもてなしコンシェルジュ」検定試験の実施（蒲郡市観光ビジョン推進委員会）等		
		実施市町村の拡大		

(2) 美しい景観づくりの推進

観光地として相応しい美しい景観づくりを地域が主体となって進めていく。

(地域が主体となった景観づくりの推進)

- 美しい海岸線や山並みなどに代表される雄大な自然景観や農業景観、宿場町などの面影が残る歴史的景観、三河港の臨海工業地域に見られるダイナミックな産業景観は、自らが暮らす大切な生活環境であるとともに、地域の魅力を引き立てる大切な観光資源となっている。また、「530（ゴミゼロ）運動」の発祥地である豊橋市を有する東三河は、地域の住民が主体的に地域づくりに参加する土壌があり、こうした住民の地域づくりへの参画意欲を活かし、住民、NPO、市町村等の地域が主体となって、道路、街路樹等の環境美化や屋外広告物の適正化を行うなど観光地として相応しい美しい景観づくりに努めていく。

〔3箇年工程表〕

取組内容	主な取組主体	実施年度		
		H25	H26	H27
(地域が主体となった景観づくりの推進) 道路、街路樹等の環境美化	県、市町村、地域団体、NPO、住民			
		→		
屋外広告物の適正化	県、市町村			
		<div style="border: 1px dashed black; padding: 2px;"> 現況調査及び 重点箇所 の検 討 </div>	<div style="border: 1px dashed black; padding: 2px;"> 重点箇所での行政指導等 </div>	

(3) 広域観光を支える観光基盤・施設の整備推進

広域での周遊に欠かせない案内施設や道路、公共交通などの交通インフラなど観光基盤・施設の整備を推進していく。

(案内施設の充実強化)

- 観光地としてのホスピタリティを向上し、観光客の満足度を上げて行くためには、初めて現地へ訪れる観光客の視点に立った親切・丁寧な案内看板や案内所など案内施設の充実は欠かせない。特に、個人の着地型観光が拡大している変化にも対応しながら、東三河一体の周遊性を高めていくためには、交通結節点における案内施設の設置や案内看板の体裁共通化を検討していくなど、量的・質的にも案内施設を充実強化していく。

(東三河南北軸等ネットワークの強化)

- 東三河地域では、新東名高速道路や三遠南信自動車道などの高規格幹線道路や名豊道路などの地域高規格道路の整備が進みつつあるが、東三河を広域観光エリアとして周遊性を高めていくためには、エリア内を快適・便利に移動できる道路インフラをネットワーク化することが重要である。このため、新東名高速道路や三遠南信自動車道、名豊道路の早期供用を図り、浜松三ヶ日・豊橋道路の早期実現に向け、その具体化を図るよう、国に働きかけるとともに、山間地域から渥美半島に至る東三河地域が一体となるための東三河縦貫道路（国道151号、257号、259号等）や北設井桁幹線道路（国道420号、473号等）の整備を進めネットワーク機能を強化していく。

(二次交通の充実強化)

- 個人旅行が拡大していく傾向にある中で、東三河を広域観光エリアとして周遊性を高めていくためには、バス、タクシーなど二次交通の充実を図り、観光地間の移動手段を確保していく必要がある。このため、地域特性や季節のニーズに応じて、交通結節点における観光周遊バス、定額タクシー、レンタサイクルなど二次交通の充実強化に向けた検討を行っていく。

(海上輸送の確保)

- 東三河地域と伊勢志摩地域を結ぶ「鳥羽伊良湖航路」は、両地域の観光や交流の基盤となっており、同航路を利用した観光商品づくりや船旅の魅力を情報発信していくなど利用促進を図りながら、広域観光の基盤として維持していく。

〔3箇年工程表〕

取組内容	主な取組主体	実施年度		
		H 2 5	H 2 6	H 2 7
(案内施設の充実強化) 案内看板・案内所等の案内施設の充実	市町村、観光関係団体、民間事業者			→
		H25.3 蒲郡観光交流センター「ナビテラス」オープン		
			新城「道の駅：奥三河情報ハブ・ステーション」の整備 (H26 供用)	
案内看板の体裁共通化の検討	市町村、観光関係団体			→
		検討	共通看板への更新・新設等	
(東三河南北軸等ネットワークの強化) 新東名高速道路の早期供用に向けた国及び関係機関への働きかけ	県、市町村、経済関係団体			→
			新東名 (豊田東～浜松いなさJCT間) 供用開始	
三遠南信自動車道の早期供用に向けた国への働きかけ	県、市町村、経済関係団体			→
名豊道路の早期供用に向けた国への働きかけ	県、市町村、経済関係団体			→
浜松三ヶ日・豊橋道路の早期実現に向けた国への働きかけ	県、市町村、経済関係団体			→
東三河縦貫道路の整備促進	県			→
北設井桁幹線道路の整備促進	県			→

取組内容	主な取組主体	実施年度		
		H 2 5	H 2 6	H 2 7
(二次交通の充実強化) 二次交通の充実強化に向けた検討	県、市町村、観光関係団体、民間事業者	<div style="border: 1px dashed black; padding: 2px; display: inline-block;">検討</div>		
(海上輸送の確保) 鳥羽伊良湖航路を利用した観光商品づくりや船旅の魅力の情報発信 (再掲)	鳥羽伊良湖航路活性化協議会、観光関係団体(市町村と連携・推進)、民間事業者			

V 推進体制等について

1 推進体制

3箇年工程表で明記した県、市町村、観光関係団体、民間事業者、NPO等の各主体がそれぞれの取り組みを着実に推進していく。

あわせて、東三河全域の観光振興を推進する官民共同組織である「愛知県東三河広域観光協議会※」が核となり、県、単独自治体としての市町村と連携・協力しながら、推進プラン全般の先導的役割を発揮し各取り組み間相互の調整を図ることで、取り組み効果を高めるとともに、実効性を確保していく。

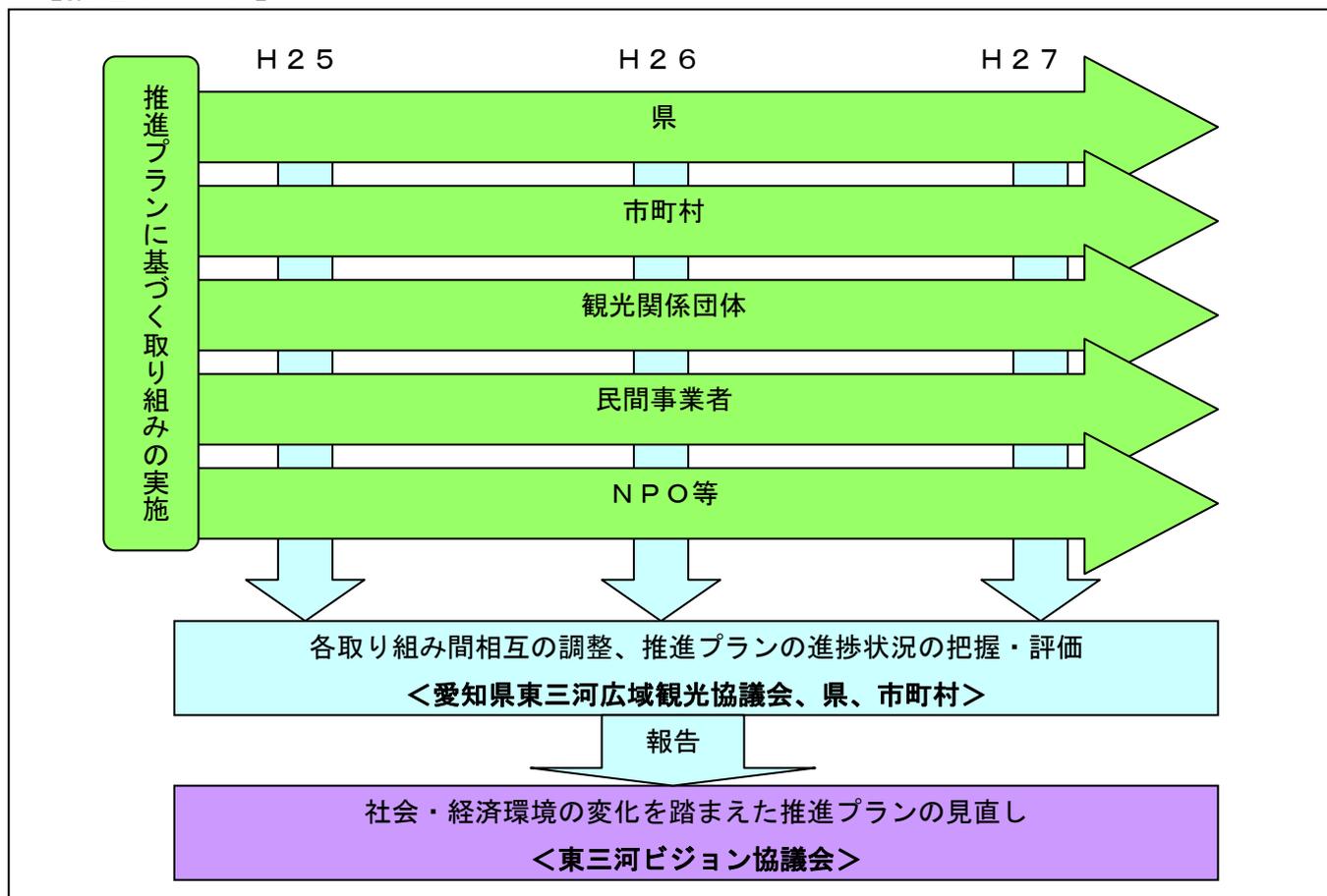
※愛知県東三河の各市町村の行政、観光関係団体、商工会議所・商工会等が連携して、各地域が保有する観光資源・地域資源を活用し、観光誘致を図ることを目的として平成10年4月に設立された団体

2 推進プランの進捗状況の把握及び見直し

「愛知県東三河広域観光協議会」、県、市町村が連携・協力しながら、毎年度、推進プランに基づいて実施する取り組みの進捗状況の把握及び評価を実施し、東三河ビジョン協議会へ報告していく。

東三河ビジョン協議会においては、社会・経済環境の変化を踏まえて随時ローリングを行うなど、推進プランを柔軟に見直していく。

【推進イメージ】



<取り組みの実施にあたっての各主体の役割について>

観光振興は、事業者やNPO等の民間が主役であり、県や市町村、観光関係団体は、以下の基本的な考え方のもと、民間の主体的な取り組みが結実するような環境づくりや支援を行っていく。

(県) 推進プランに関わる各主体の取り組みの総合調整・支援、広域的な観光振興施策の推進、都道府県レベルでの広域連携の推進等

(市町村) 地域の取り組みの調整・支援、地域での観光振興施策の推進、市町村域を越えた連携の推進等

(観光関係団体) 行政や民間等各主体と連携した観光振興事業の実施、観光商品づくりの開発・支援等

VI 平成24年度先導事業 東三河魅力満載めぐり事業

ウォーキングやサイクリングなどの健康志向やスマートフォンの普及など観光情報を求める媒体の変化を捉えて、東三河への継続した来訪と周遊を促す仕組みを構築することを目的に、以下の2つの県事業を実施した。

1 東三河の観光案内冊子「ほの国とっておき探訪」の発行

愛知県東三河広域観光協議会と連携して、自然、文化、歴史、グルメなど「ほの国」の魅力的な観光スポットや、おすすめウォーキング・サイクリングコース、モデルコースを紹介する東三河の観光案内冊子「ほの国とっておき探訪」を発行した。

○全体コンセプト 「ほっと」できる「ほの国」をテーマにしたストーリー

○掲載カテゴリー

- | | |
|------------------------------|----------------------|
| ・「ほの国を育んだ 自然 を満喫する。」 | 茶臼山高原始め 22 スポット |
| ・「ほの国を護る 神社・仏閣 を訪ねる。」 | 豊川稲荷始め 12 スポット |
| ・「ほの国に伝わる 祭り・芸能 を観る。」 | 花祭始め 10 資源 |
| ・「ほの国が歩んだ 歴史 をたどる。」 | 吉田城址始め 14 スポット |
| ・「ほの国で 遊ぶ・体験 する。」 | ラグーナ 蒲郡始め 35 スポット・資源 |
| ・「ほの国の 味・特産品 を堪能する。」 | 五平餅始め 31 資源 |
| ・「ほの国の 温泉 でほっと安らぐ。」 | 三谷温泉始め 6 スポット |
| ・「ほの国の魅力 を歩いて体感 する。」 | 茶臼山高原周遊コース始め 6 コース |
| ・「ほの国の沿岸を 自転車 でめぐる。」 | 渥美半島及び蒲郡エリアで 9 コース |
| ・「ほの国の魅力 をコース でたどる。」 | 奥三河の自然満喫コース始め 9 コース |

○主な配布場所等

- ・愛知県観光協会・東三河の各観光協会、各県民生活プラザ、東三河8市町村等
- ・県内外での各種イベントでの配付、東三河県庁のポータルサイト「穂っとネット東三河」からダウンロード



2 東三河観光スマートフォンアプリ「ほの国東三河 AR王国」の制作

東三河の魅力的な観光スポットや特産品等を、楽しみながら周遊できる仕組みを構築するため、「ほの国っておき探訪」に掲載したものを中心に選定した各観光スポットやコース等の紹介機能に加え、動画、デジタルスタンプラリー、AR※技術を取り入れたスマートフォンアプリ「ほの国東三河 AR王国」を制作した。

※現実風景に情報を重ねて表示する技術(拡張現実)のこと。ス GPS 機能で緯度経度を把握して情報(エアタグ等)を重ねるタイプや、画像認識技術を使って情報(3D・動画等)を重ねるタイプ等がある。

○全体コンセプト

「AR×東三河 点をつなぎ円へ！ 各点をARがつなくことで東三河が一大テーマパークへ」

○主な機能

・「ARアプリ ほの国東三河観光案内」

「ほの国っておき探訪」に掲載したものを中心に選定した各観光スポットやコース等の紹介機能に加えて、道案内も行うナビゲーション機能

・「東三河観光ARアプリ ほの国*hana*旅」

「花男子」とコラボし、「花男子」がお勧めする花に関連するスポット（施設、体験農園、フラワーショップ等）を紹介、また、特定のスポットを回った場合には、花男子キャラクターから特典（ウェルカムブーケ、花フレーム等）を進呈し、SNSへの投稿も可能とするデジタルスタンプラリー機能を付加

・「東三河観光ARアプリ ほの国テーマパーク」

東三河の特定の観光スポットを撮影すると、ご当地キャラクターが飛び出したり、動画が流れるエンターテインメント機能

・「AR スマホでほの国ご当地グルメ in 東三河」

豊橋カレーうどん、豊川いなり寿司、アカザエビ・メヒカリ、渥美半島どんぶり街道、戦国グルメ街道など、ご当地グルメを扱う店舗の紹介機能

・「AR東三河 “とびだす” ポスターほの国」

愛知県東三河観光協議会等が、ポスターやリーフレット等で使用しているロゴマーク「ほの国」をマーカーとし、これをスマホで撮影すると、東三河の観光情報がスライド動画として再生されるPR 機能

○リリース開始

平成 25 年 4 月下旬頃を予定（アンドロイド携帯及び iPhone 対応）

アプリのトップページ画像等を掲載

【参考】「将来ビジョン」と「推進プラン」の関係

