

# 蒲郡市観光ビジョン

市民の市民による市民のための  
「観光交流都市」育て

2004年12月

蒲郡市

蒲郡市観光協会

# 蒲郡市観光ビジョン 目次

はじめに	新しい観光都市は地域の総合力	1
------	----------------	---

## 第1章 蒲郡市観光ビジョン

・ 蒲郡市観光ビジョン策定の目的	3
・ 蒲郡市観光ビジョンの基本目標	4
・ 蒲郡市観光ビジョンが目指す基本的方向性	5
・ 蒲郡市観光ビジョン推進体制	6
・ 蒲郡市観光ビジョン推進事業	7
(1) 主要事業	7
(2) 各事業アクションプラン(短期計画)	9

## 第2章 蒲郡市観光ビジョン検討経過

・ 蒲郡市観光ビジョン策定体制	12
・ 蒲郡市観光ビジョン策定スケジュール	13
・ 問題点・課題を踏まえたビジョンの方向性	14
(1) モノ	14
「海」に関すること	
「温泉」・「宿」に関すること	
「観光資源」に関すること	
(2) コト	16
「観光都市づくり」に関すること	
「観光地の魅力(ソフト)」に関すること	
「交通アクセス・移動手段」に関すること	
「情報提供・PR」に関すること	
(3) ヒト	18
「市民・観光事業者」に関すること	
「連携」に関すること	

## 資料編

1. 蒲郡市の観光利用者数・宿泊客数推移	19
2. 観光蒲郡の歩み	38
3. 蒲郡の観光資源に関するアンケート結果	42

はじめに

## 新しい観光都市は地域の総合力

蒲郡市の観光交流立市宣言とまちそだてに向けて

蒲郡市観光ビジョン委員会委員長  
愛知学泉大学教授 内田州昭

### 1. 大きな時代の移ろいの中で

新しい世紀が始まって、昨日と今日、今日と明日は大して変わりはないような気がする。しかし、3年、5年、10年単位で過去を振り返り、今の生活を見つめてみると、確実に時代が動いていることに気がつくはずである。

さまざまな産業も20年、30年という年月の中で確実に盛衰が見られ、新しいうねりの中で衰微してゆく産業、生まれ変わる産業があるのは戦後50有余年を思い返してみるだけでも明らかであろう。

市民の生活も同じように時代の移ろいの中で、外国からの影響や流行により新しい生活様式が誕生し、大きな変化を遂げてきた。マイカーの普及、航空機や新幹線の飛躍的な発展、物流システムの革新、情報通信の進化、労働時間の短縮、長寿社会の進展…。10年くらいを単位で私たちが過去を振り返り、今ある生活を見つめてみたとき、世の移ろいを確実に感じるができるのである。

都市も産業も生活も大きな変革期・21世紀の幕開けの時期に立っているといえよう。

### 2. 新しい観光の時代（観光から観光交流へ）

日本の社会は明治以降、富国強兵、殖産興業が大きな柱になって突き進んできた。そして、第2次世界大戦後は高度経済成長に向って、農業社会から工業社会への大きな変革が推し進められ、公害のような負の遺産をも引きずりながら、とにもかくにも世界の先進国入りをしたのであった。しかし、そこには国の大きな指導の元、企業は生産優先（これを動脈的政策と言おう）の姿勢を強化し、国民、市民の暮らしの向上といった観点はないがしろにされてきたとあってよい。教育は過当競争を強いられ、それは動脈中心の考え方に組み入れられていったのである。一方で、娯楽、レクリエーション、レジャー、観光といった分野（あえてこれを静脈的と言おう）は必要悪のような目でみられ、社会的地位を得るにはいたらなかったのも事実である。だが、高度経済成長を成し遂げたわが国にあって、重視されるようになって来たのが、労働時間の短縮、心身のゆとりのある生活であった。その中にこそ人間的な潤いややすらぎ、創造的な志、人々との交流といった生きがいにつながる生活文化 美しく生きるとは何かを問い続けること が着目され、人々は非日常空間、非日常時間を求め、未知なる国々、地域に旅立ち始めたのである。ある人はこれを人流時代と呼び、また新しい観光交流の時代と呼ぶようになったのである。

見方を変えれば、私たちの命が動脈と静脈の循環によって成り立っているように、世界もまた動脈、静脈の循環によって動いているのである。循環というキーワードが環境問題、エネルギー問題、都市と農山村の過密・過疎の問題等と深く関連していることを地球規模

で認識せざるを得ない時代が来ているのである。

観光交流はまさにそれらの問題を解く鍵を宿した分野と考えることができる。これまでの観光と観光産業は今や古いしみをめぐり落とし21世紀のリーディング産業のひとつになるろうとしている。これは世界的傾向であり、日本においても、政府が観光立国を目指すことを表明したのは偶然ではないと見るべきであろう。

### 3．蒲郡市の観光展望

かつて三河湾は美しい白砂青松の海岸を持つ景勝の地であった。風景のみならず歴史や文化的遺産にも彩られ、東海地方を代表する観光地として注目されてきた。昭和33年に三河湾国定公園に指定されたのもそれを物語っている。しかしその白砂青松は今やその面影すらない。動脈を重視した産業志向は静脈部分を切り捨て、経済的メリットのみを信奉し、海を埋め立て、砂浜をコンクリートで覆い、無残にも薄汚れた海を残したのである。

しかし、私たち蒲郡の市民は21世紀を誇り高く生きるために、この地域の風土を再発見し、先人たちが営々と築いてきたさまざまな産業（ハウスみかんに代表される農業、海の幸を水揚げしていた漁業および加工業、この地域を代表する繊維産業など）、そして観光や文化を「光」と見立て、先人に感謝するとともに、それらの光を単に一産業や文化と観るのではなく、生産現場から遠ざかってしまった都市の人々や、生産現場を知らない子どもや来訪者たちに、自分たちの生産現場やそれを背景とした文化を誇りをもって示すことが求められている。さらに、消費者の声を直接、素直に聞くという姿勢も必要と思われる。消費者たちに生産者や生産の場をより広く深く理解してもらおうチャンスと捉えるべきであろう。消費者のみならず、身近な子どもたちにも自分たちの仕事を誇り高く語るべきであろうと思われる。

迎える主人と訪ねる観光客がその出会いの喜びを分かち合える新しい観光交流こそ蒲郡市民が目指す明日のこの都市の姿のように思われる。多彩な産業によって支えられてきた蒲郡市であってみればこそ、各産業が新しく融合し、そのエネルギーと長年培ってきた知恵と工夫とその生産品を産業観光として前面に出していくこと、市民一人ひとりがエンターテイナー（人々を喜び迎え、おもてなしのできる人）となって、遠来の来訪者と語り合い、情報を交換するのも新しい観光都市の育て方のひとつであろう。

### 4．観光は都市の総合力である

これからの観光はその都市の総合力である。ヒト、モノ、コトのバランスが居心地のよい空間を作り出す。政治、経済、都市計画、教育、健康、福祉等従来のさまざまな分野が観光（光を示す、観せる）という切り口を持つことにより、新しい価値観に彩られた事業が展開できるに違いない。お客のためを第一にするのではなく、市民の住みやすい、そして人々も訪ねたくなる、さらには出身者たちが帰りたくなる都市の構築（まちを磨き、育てる）を目指すべきであろう。都市は将来にわたり子どもたちが生きいきと育っていく舞台と考えるならこのことは明らかである。また、市民一人ひとりがよき旅人となってわが町を外から見直してみるのも大切なことと考えられる。

市制50周年を期し、市民がわが町を誇りを持って語れるようにするためにも、「観光交流立市」を宣言し、「市民の、市民による、市民のため」の観光都市の実現を祈念したい。

## 第1章 蒲郡市観光ビジョン

### ・蒲郡市観光ビジョン策定の目的

蒲郡市観光ビジョン策定にあたっては、以下の目的をもとに実施した。

蒲郡市は、古くから東海地方を代表する海辺の観光都市として栄え、「観光」が主力産業として地域経済をもリードしてきました。しかし残念ながら、長引く景気の低迷に加え、国民の価値観の変容・多様化など、観光産業を取り巻く環境が大きく変化するとともに市内観光施設の老朽化も進み、「ラグーナ蒲郡」オープンの波及効果があるものの全体的には新しい時代に対応できず大変厳しい状況下にあります。しかも、観光活性化を具体化する統一的方向性が見えておりません。

さらには、主力地場産業である繊維産業の低迷など、地域経済を取り巻く環境は極めて厳しい状況下であり、その中で観光産業の再生が期待されているところであります。

観光産業の再生では、当然のごとく新しい時代、新しい価値観に対応できる観光地づくりが求められます。そこでは、地場産業との連携、市民との連携など、所謂地域づくりの観点からの取り組みも不可欠であります。

そこで、観光産業の再生のみならず、観光都市として市民や地域が一体となった協働型の観光都市づくり・観光都市育てを実現するために本ビジョンを策定いたします。

5年後、10年後を睨んだ新しい観光蒲郡の将来ビジョンを策定するものでありますが、策定にあたっては観光業界は勿論のこと、加えて市民、地場産業界、行政が一体となって取り組むことを望むものであります。

蒲郡へお越しいただいた方に、気持ち良く帰っていただくことを目標に！！

#### 〔ビジョン策定における基本検討項目〕

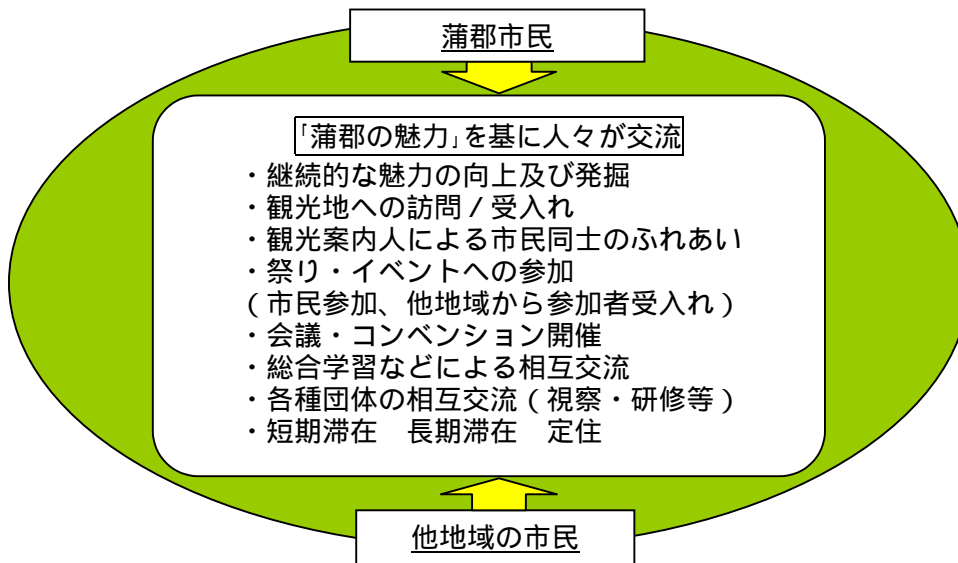
- 幅広い意見の集約
- 市民、地場産業との連携
- 資源の再生・利活用
- 実効性のある等身大のプラン
- 事業の効果的実施

# 市民の市民による市民のための 「観光交流都市」育て

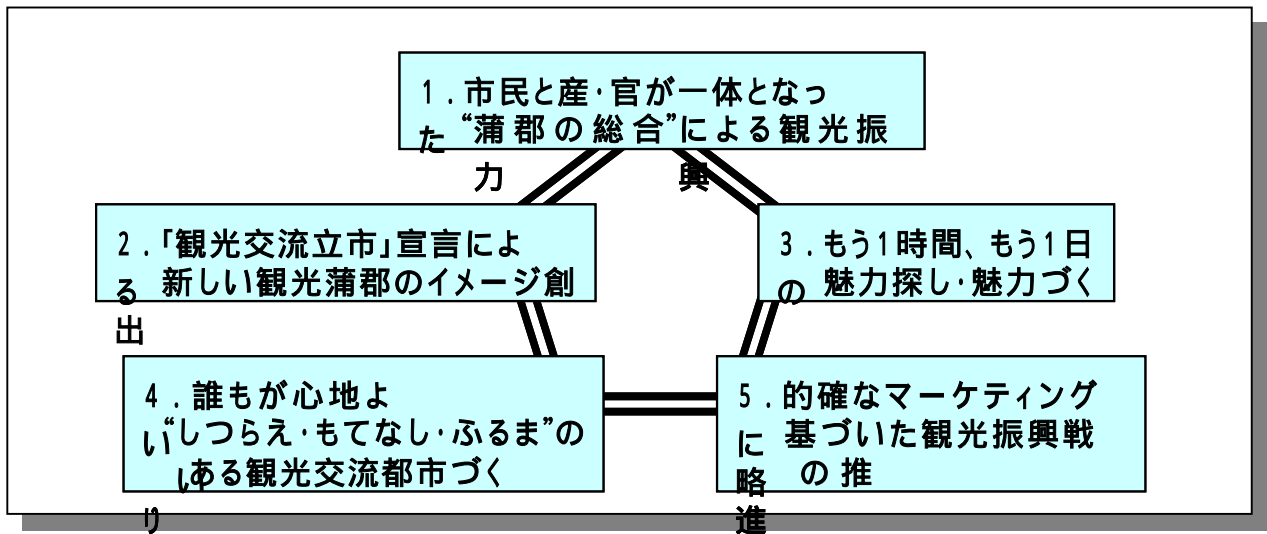
観光新時代に対応できる魅力ある観光交流都市（住んでよいまち、  
訪ねてよいまち、帰りたくなるまち）を市民の手で産み出し、  
市民の手で育てる市民参加型の観光地づくり・観光地育て

【注・・・ここでの市民は、蒲郡在住の市民だけでなく、訪問者、就業者等も含む一般市民(civil)及び  
市民団体を指します】

## 《観光交流都市イメージ》



## ・蒲郡市観光ビジョンが目指す基本的方向性



### 1. 市民と産・官が一体となった“蒲郡の総合力”による観光振興

蒲郡市のまち育てのなかでの観光の位置付けを明確にし、市民及び市民団体を主役に、従来の概念で捉えられる観光産業のみならず、農業、漁業、工業、商業など各種産業、行政、議会等が一体となった総合的な取組みを推進。

蒲郡の多様性を活かした“蒲郡の総合力”による観光振興を目指す。

### 2. 「観光交流立市」宣言による新しい“観光蒲郡”のイメージ創出

総合産業としての観光が蒲郡の活性化を生み出す「観光交流立市」を宣言。

旧来のイメージを一掃する新たな“観光蒲郡”のイメージ創出。

新たな魅力創出に総力で取組み、新しい“観光蒲郡”の情報発信を目指す。

[ “観光蒲郡”とは、観光都市・蒲郡をイメージさせるものとする ]

### 3. もう1時間、もう1日の魅力探し・魅力づくり

海、温泉だけではない新しい魅力を探し、もう1時間、もう1日滞在してもらえる蒲郡の魅力創出を目指す。

### 4. 誰もが心地よい“しつらえ・もてなし・ふるまい”のある

#### 観光交流都市づくり

訪れた人誰もが心地よいしつらえ(施設、アクセス、各種インフラ)もてなし(お迎えの心)ふるまい(お迎えしてからの楽しみの与え方)のある観光交流都市づくりを目指す。

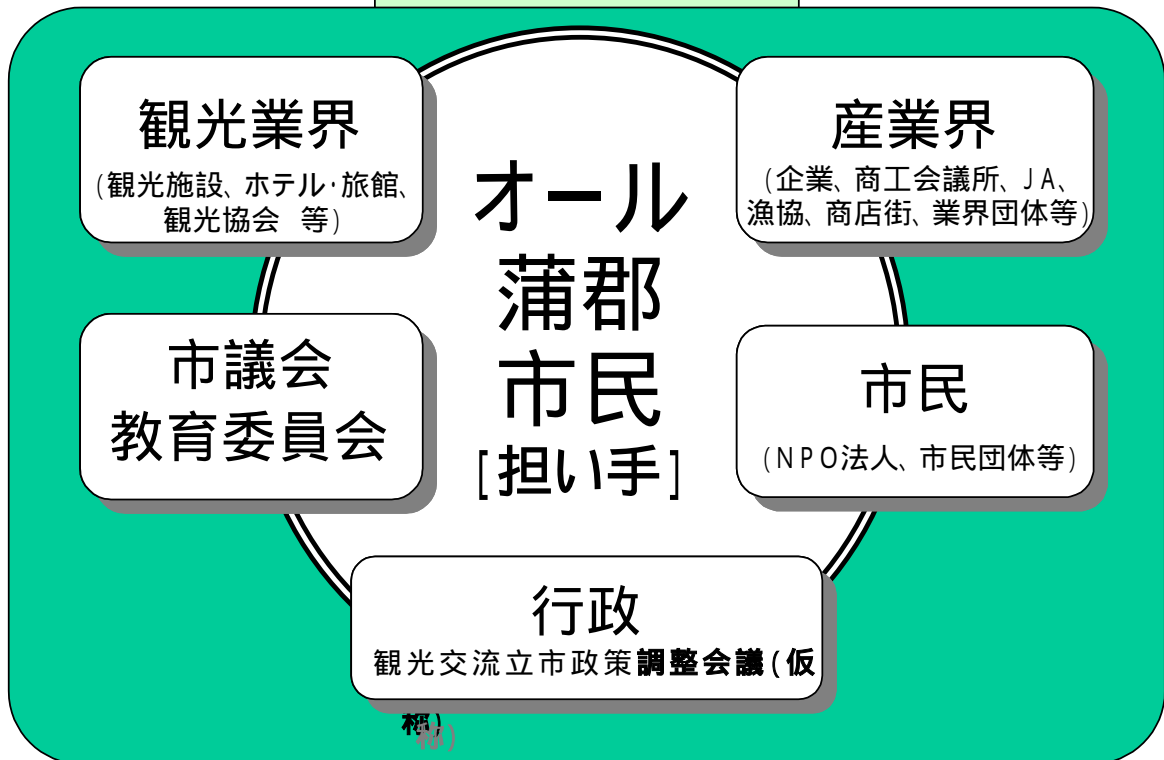
### 5. 的確なマーケティングに基づいた観光振興戦略の推進

蒲郡の観光の実態を常に把握し、観光の流れ、ニーズに的確に対応できるマーケティングを実施したうえでの有効な観光振興戦略の検討及び広域的観光拠点の推進を目指す。

・蒲郡市観光ビジョン推進体制

市民の市民による市民のための  
「観光交流都市」

蒲郡の総合力により実






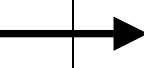







**観光ビジョン推進委員**  
[事務局:蒲郡市観光協会]  
(企画、実行計画、進捗確認、評価)

蒲郡市観光ビジョン推進の担い手は市民です。  
従来の「観光都市・蒲郡」を支えて来た観光業界のみならず、各種産業界、市議会・教育委員会、行政、市民団体を含めた“オール蒲郡市民”による蒲郡の総合力で、新たな「観光交流都市」を育てて参ります。この推進母体として、「蒲郡市観光ビジョン推進委員会」を設置します。また、行政において「観光交流立市政策調整会議(仮称)」を設立するなど、各分野における推進組織の設置を促進します。

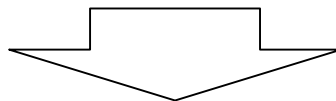
## . 蒲郡市観光ビジョン推進事業

### (1) 主要事業

#### 第1ステージ [ 課題・問題点克服 ]

主要事業 【事業名の後の 数字は、基本方向性の 蒲郡の総合力、イメージ創出、魅力づくり、心地よい観光交流都市、マーケティングを指す】	実施時期		
	短期	中期	長期
<b>1. 蒲郡市民への観光交流魅力発信事業・・・【 〃、〃、〃 】</b> ・蒲郡の観光を「誇り」として認識してもらうための、蒲郡市民への市民開放デーの設置や、観光交流の魅力の情報発信			
<b>2. オール蒲郡による観光交流魅力創造事業・・・【 〃、〃、〃 】</b> ・まちの総合力（多産業のミックス）を活かした様々な地域資源の見直しと埋もれた観光交流資源の発掘による新たな魅力づくり ・観光振興に資する各種活動・各種団体への支援（企画提案型とし、優秀作を事業支援） （例：地域資源を活かした特産品づくり、広域交流市民参加イベント開催、食をテーマにした飲食店の一斉イベント等） ・市民・産業・官など組織間の連携支援			
<b>3. 「観光交流立市・蒲郡市」宣言による新たな観光イメージ創出・PR事業・・・【 〃、〃、〃 】</b> ・新たなキャッチフレーズ・ロゴ・キャラクター等の検討による観光蒲郡のイメージ刷新 ・マスメディア、市民・訪問者、著名人、蒲郡競艇等を活用した戦略的な情報発信PR手法の構築 ・PR企画立案、継続的なPR、ネットワークづくりのための専門職員の採用			
<b>4. マーケティング活動に資する各種マーケティング調査事業・・・【 〃、〃、〃 】</b> ・各観光資源・宿泊施設へのアンケートによる来訪者実態調査 ・観光産業が地域に与える経済波及効果 ・来訪者、バスガイド、旅行添乗員等へのアンケートによる行動調査、満足度調査			
<b>5. 有望マーケットへの誘客推進事業及び広域連携推進事業・・・【 〃、〃、〃 】</b> ・愛・地球博来訪者、セントレア利用者の誘客戦略策定 ・海なし県、団塊世代、中高年女性層、名古屋・若者層、高速道路整備により広がる日帰り圏など有望マーケットへの誘客 ・マーケットを睨んだ広域連携による効果的連携推進事業			
<b>6. 誰もが心地よい快適な観光交流都市育て事業・・・【 〃、〃、〃 】</b> ・お迎えする市民、観光事業従業者のおもてなし意識向上に向けた啓発活動の実施 ・お迎えできるしつらえ（施設、アクセス、インフラ）の点検（サービス、ハード（バリアフリー等）、デザイン等）			

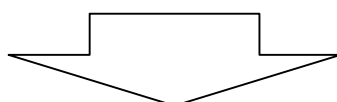
短期 = 1年(2004～2005年度)、中期 = 3年(2006～2008年度)、長期 = 5年以上(2009年度以降)



## 第2ステージ [維持・継続]

主要事業 【事業名の後の 数字は、基本方向性の 蒲郡の総合力、 イメージ創出、 魅力づくり、 心地よい観光交流都市、 マーケティングを指す】	実施時期		
	短期	中期	長期
1. 蒲郡市民への観光交流魅力発信事業(継続)・・・【 〃、〃、〃 】 ・蒲郡の観光を「誇り」として認識してもらうための、蒲郡市民への市民開放デーの設置や、観光交流の魅力の情報発信		実施	→
2. オール蒲郡による観光交流魅力創造事業(継続)・・・【 〃、〃 】 ・観光資源発掘・活用事業の継続と魅力情報発信の実施 ・観光振興に資する各種活動・各種団体への支援継続		→	
3. 「観光交流立市・蒲郡市」を活用したPR展開事業(継続)・・・【 〃 】 ・マスコミ・マスメディア、市民・訪問者、著名人、蒲郡競艇等を活用した戦略的な情報発信の継続			→
4. マーケティング活動に資する各種マーケティングデータ調査事業(継続)・・・【 〃 】 ・各観光資源・宿泊施設へのアンケートによる来訪者実態調査 ・来訪者、バスガイド、旅行添乗員等へのアンケート調査			→
5. 誰もが心地よい快適な観光交流都市育て事業(継続)・・・【 〃、〃 】 ・市民、観光事業従業者のおもてなし意識向上啓発活動の継続 ・しつらえ(施設、アクセス、インフラ)の向上策検討【駅前広場、パイパス、水族館、東港等】		→	
6. 有望マーケットへの誘客推進事業及び広域連携推進事業・・・【 〃 】 ・有望マーケットへの誘客推進事業の継続 ・マーケットを睨んだ広域連携による効果的連携推進事業			→
7. 市民参加型観光協会設立推進事業・・・【 〃 】 ・市民参加型観光協会「蒲郡市民観光交流協会」(仮称)の設立検討		→	

短期 = 1年(2004～2005年度)、中期 = 3年(2006～2008年度)、長期 = 5年以上(2009年度以降)



## 第3ステージ [発展・展開]

主要事業 【事業名の後の 数字は、基本方向性の 蒲郡の総合力、 イメージ創出、 魅力づくり、 心地よい観光都市、 マーケティングを指す】	実施時期		
	短期	中期	長期
1. オール蒲郡による観光交流魅力創造事業(継続事業)・・・【 〃、〃、〃 】 ・蒲郡の魅力+周辺地域の魅力の連携による広域連携事業の推進・展開			→
2. 誰もが心地よい快適な観光交流都市育て改善事業・・・【 〃、〃 】 ・しつらえ(施設、アクセス、インフラ)の改善実施			→
3. 市民参加型観光協会からビューロー機能への展開・・・【 〃 】 ・市民参加型観光協会から観光客誘致活動、手配も実施するビューロー(誘客、手配等の実施)機能への展開			→

短期 = 1年(2004～2005年度)、中期 = 3年(2006～2008年度)、長期 = 5年以上(2009年度以降)

## (2) 各事業アクションプラン(短期計画)

### 1. 蒲郡市民への観光交流魅力発信事業

……【主な担い手：市民、観光業界、教育委員会、蒲郡市】

蒲郡市民観光交流週間、観光の日の設定

・蒲郡の観光を「誇り」として認識してもらうための、蒲郡市民への市民開放デーの設置。

(市民温泉開放デーの設置[特別料金、無料等]、主な観光施設の市民開放デーの設置、  
新入学小学生、小学校・中学卒業、新成人、還暦等のタイミングで対象者の限定も含め、市民開放デー、女性デー等を検討)

広報・CATV等を活用した情報発信継続事業

### 2. オール蒲郡による観光交流魅力創造事業

温泉活用による魅力創造事業……【主な担い手：観光業界、蒲郡市】

・観光蒲郡を牽引してきた温泉の活用を再度見直し、新たな魅力を創造。

新たな蒲郡市観光交流資源発掘事業

……【主な担い手：市民、観光業界、産業界、教育委員会、蒲郡市】

・市職員・教職員アンケート結果をもとにした観光資源の見直し、優先順位をつけてテーマ別に整理した資源の情報発信(健康、祈り、癒し、食、体験、学習、ウォーキング、スポーツ、産業観光等)

・産業観光施設(協力企業)の洗い出し……[商工会議所との連携]

・ボランティアガイド、市民サークル等との協働による新たな観光マップ作成

蒲郡の観光ストーリーづくり……【主な担い手：観光業界、蒲郡市】

・の素材を活かしながら、テーマ・コンセプト別の観光ストーリーを検討  
(朝日、夕日、文学、常磐館、歴史等、蒲郡を中心に広域他地域との組合せも視野)

市民参加による蒲郡市観光交流振興支援プロジェクト

……【主な担い手：市民、観光業界、産業界】

・蒲郡市観光交流振興に資する市民・民間を中心とした各種活動・各種団体、また市民・民間等の連携事業等への支援を実施

(企画提案型とし、優秀作に対し資金援助やPR等の事業支援)

例：地域資源を活かした特産品づくり、広域交流市民参加イベント開催、食をテーマにした飲食店の一斉イベント等)

### 3. 「観光交流立市・蒲郡市」宣言による新たな観光イメージ創出・PR事業

#### 新たな観光蒲郡のイメージ創出事業

- ……【主な担い手：市民、観光業界、蒲郡市】
- ・新キャッチフレーズの市民公募（市民啓発の一環）
- ・「観光交流立市・蒲郡市」の統一ロゴ・キャラクターの検討
- 「観光交流立市・蒲郡市」PR事業
- ……【主な担い手：市民、観光業界、産業界、教育委員会、蒲郡市】
- ・ において作成した新たなロゴ・キャラクター等を活用したPRツールの作成
- ・「市民観光交流大使」への名刺作成支援（もしくは名刺添付用シールの作成）  
市民観光交流大使＝蒲郡市観光をPRしてもらえる全ての市民を対象とする
- ・宿泊・観光施設作成パンフへのロゴ・キャラクター使用の呼びかけ
- ・通信販売、他地域への市場流通（みかん等）などにおける「観光蒲郡」PR協力事業  
通信販売への観光パンフレットの同封、梱包段ボールへのデザイン化
- ・絵手紙、インターネットを活用した情報発信
- ・宿泊客による絵葉書発信事業
- ・新大学生に対する情報発信（パンフレットの配布等）
- ・マスメディアへの継続的情報発信事業  
マスメディアリストを整理し、毎月（臨時号もあり）情報発信
- 専属職員の採用……【主な担い手：蒲郡市・蒲郡市観光協会】  
PR企画立案、継続的なPR、ネットワークづくりのための専門職員の採用
- 観光専門部局設置の検討……【主な担い手：蒲郡市】  
観光交流立市としてふさわしい専門部局の設置を検討

### 4. マーケティング活動に資する各種マーケティング調査事業

- 蒲郡市観光交流事業実態調査……【主な担い手：観光業界、蒲郡市】  
宿泊事業実態調査 / 観光事業実態調査 / 運輸関連業者実態調査
- 来訪者実態・意向調査……【主な担い手：観光業界、蒲郡市】  
宿泊者実態調査 / 観光施設利用者実態・意向調査 / 団体バス行動調査
- 旅行エージェント意向調査……【主な担い手：観光業界、蒲郡市】
- 蒲郡市観光が与える経済波及効果試算……【主な担い手：観光業界、蒲郡市】

## 5. 有望マーケットへの誘客推進事業及び広域連携推進事業

国の補助事業等を活用した広域連携事業……【主な担い手：蒲郡市】

- ・観光モデル事業等における民間事業活動への支援

愛・地球博来訪者、セントレア利用者の誘客戦略等策定

上記4のマーケット調査の結果を受けての新たなキャンペーン事業展開

……【主な担い手：観光業界、蒲郡市】

海なし県、団塊世代、中高年女性層、名古屋・若者層、高速道路整備により広がる日帰り圏など有望マーケットへの誘客

効果的な広域連携事業の推進・見直し……【主な担い手：蒲郡市】

## 6. 誰もが心地よい快適な観光交流都市育て事業

市民あいさつ運動の展開……【主な担い手：市民、観光事業者、産業界、蒲郡市】

- ・観光交流立市として、観光事業者のみならず、来訪者への挨拶運動の展開

観光事業者おもてなし向上事業……【主な担い手：蒲郡市・蒲郡市観光協会】

- ・おもてなし実践講座の開催
- ・おもてなしハンドブックの作成・配布

お迎えできるしつらえ検証……【主な担い手：蒲郡市】

- ・まずは現状を把握し、早期改善点の見直しや、中長期的に見たサービス、ハード（バリアフリー等）、デザイン等の検討

「蒲郡市観光交流大学」の開催による人材育成事業……【主な担い手：観光業界】

- ・観光交流に関する講座を開催し、蒲郡市観光交流都市育てのリーダーを育成

## 第2章 蒲郡市観光ビジョン検討経過

### ・蒲郡市観光ビジョン策定体制

蒲郡市観光ビジョンは、観光交流の担い手となる市民、観光業界、産業界の委員により構成される策定委員会及び策定作業を推進する運営委員会を設け、蒲郡市・蒲郡市観光協会が事務局となり策定を実施した。

蒲郡市観光ビジョン委員会 委員名簿

順不同

	氏名	所属名	職名	備考
1	内田 州昭	愛知学泉大学	委員長	運営委員兼任
2	平野 智庸	平野屋	副委員長	運営委員兼任
3	岡田 安生	蒲郡海洋開発株式会社	副委員長	運営委員兼任
4	杉山 和弘	ホテル明山荘		
5	石川 智広	松風園		
6	竹内 廣行	ホテル竹島		04年3月まで市川行雄委員
7	夏目 勝美	蒲郡プリンスホテル		
8	山田 金弥	山田館		
9	征矢野信次	ホテルたつき		
10	大浦 宗久	旬景浪漫 銀波荘	運営委員	
11	伊藤 英史	富士見荘		
12	石井 秀則	喜久屋製菓		
13	小林 房子	ブティック コバヤシ	運営委員	
14	小田 倍也	蒲郡市農業協同組合		04年3月まで安井正芳委員
15	小林 俊雄	三谷漁業協同組合		
16	鈴木 敏泰	S D K 織物企画		
17	本多 宏亘	蒲郡オレンジパーク	運営委員	
18	中神 敬	日本料理 美波		
19	金子 哲三	N P O 法人 市民クラブ		
20	竹内 康子	環境クラブ		
21	小池 高弘	小池商事株式会社	運営委員	
22	加藤 貢	蒲郡商工会議所		
23	宇野 道也	蒲郡市産業環境部	運営委員	
事務局	田中 三文	U F J 総合研究所		
	岩室 秀典	U F J 総合研究所		
	壁谷 仁輔	企画調整課		
	西野 博志	蒲郡市観光協会		
	小林 憲三	商工観光課		
	荒島 祐子	商工観光課		
	榎本 敏彦	商工観光課		
	星野 琢万	商工観光課		

## ・蒲郡市観光ビジョン策定スケジュール

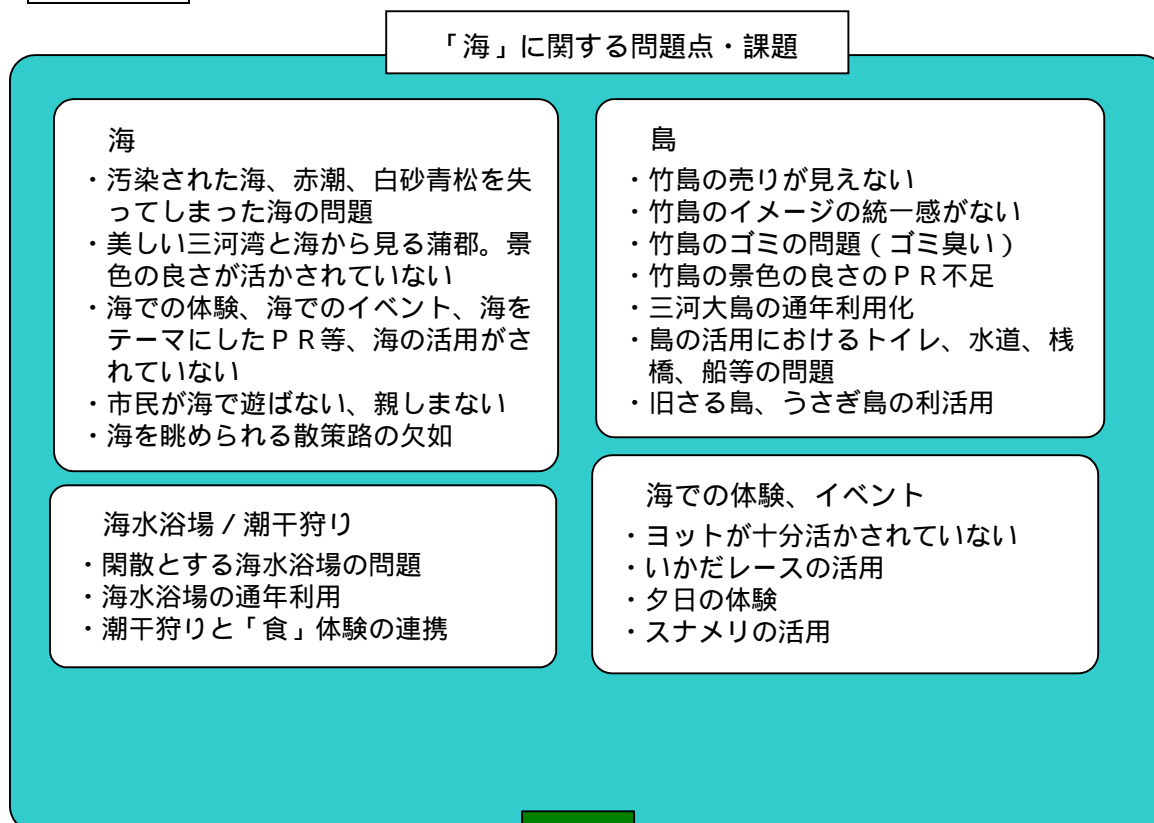
蒲郡市観光ビジョンは、2003年10月から2004年12月までの1年3ヶ月にわたって検討が重ねられた。

日程	委員会	運営委員会
2003年10月	<b>委員会設立</b>	<b>運営委員会設立</b>
11月		問題点及び課題の抽出(素案づくり)
12月	現地視察及び問題点及び課題の整理	
2004年1月		問題点及び課題を踏まえた方向性の検討
2月	問題点及び課題を踏まえた方向性の決定	
3月		将来ビジョン及び基本方針の検討(素案づくり)
4月	将来ビジョン及び基本方針の決定	市職員・教職員への「市民の誇り」アンケート実施
5月		将来ビジョン及び基本方針を実現するための主要事業の検討(素案づくり)
6月	将来ビジョン及び基本方針を実現するための主要事業の検討	
7月		将来ビジョン及び基本方針を実現するための主要事業の検討(最終案づくり) 主要事業を具体化させるための実施主体、実施予定年次等アクションプログラムの検討(素案づくり)
8月	将来ビジョン及び基本方針を実現するための主要事業の決定 主要事業を具体化させるための実施主体、実施予定年次等アクションプログラムの検討	
9月		主要事業を具体化させるための実施主体、実施予定年次等アクションプログラムの検討(最終案づくり) 将来ビジョン及び基本方針をイメージさせるスローガンの検討(素案づくり) 蒲郡市観光ビジョンのフォローアップ体制の検討(素案づくり)
10月	主要事業を具体化させるための実施主体、実施予定年次等アクションプログラムの決定 将来ビジョン及び基本方針をイメージさせるスローガンの決定 蒲郡市観光ビジョンのフォローアップ体制の決定	
12月		蒲郡市観光ビジョン最終案の確認 蒲郡市観光ビジョン推進委員会の発足
2005年1月以降	蒲郡市観光ビジョン説明会及びフォーラムの開催(予定) 市民・マスコミへの公表	

## ・問題点・課題を踏まえたビジョンの方向性

ビジョン策定にあたっては、まず観光要素の柱である「モノ」「コト」「ヒト」における問題点・課題を整理したうえで、ビジョンの方向性を示し、具体的なビジョンづくりを進めた。

### (1)モノ



### 「海」に関するビジョンの方向性

きれいな海の再現・復活による「海のまち・蒲郡」のイメージ向上  
景観の良さを活かした「眺める海」の活用

陸側から見る海、海側から見る蒲郡の両面からの活用方策の検討  
海辺の散策路の整備

「使う海」の活性化

各地単体での仕掛けではなく、蒲郡の海全体を活かした面的な展開  
「食」「文化」「体験」など様々な要素を組み合わせた魅力創出  
わが国を代表するヨットのメッカとしての展開

「温泉」「宿」に関する問題点・課題

温泉

- ・各温泉施設の個性化・多様化
- ・宿泊客以外に閉鎖的  
(市民への開放、公衆温泉浴場がない)
- ・各温泉地間の連携不足
- ・湯めぐりの魅力不足
- ・新しい源泉掘削

宿

- ・温泉地での散策できる町・施設不足
- ・泊食分離などニーズに応じた対応
- ・旅館・ホテルの老朽化
- ・新しいタイプの宿の不足
- ・外国人客への対応/バリアフリー

「温泉」「宿」に関するビジョンの方向性

既存マーケットから新たなマーケットへのアプローチ(マーケット戦略)  
あらゆる客層(外国人、高齢者等含む)それぞれの目的、ライフスタイルなど  
観光客のニーズにあわせた温泉、宿の展開(施設、サービス両面における多様化)  
散策できる温泉街の整備

「観光資源」に関する問題点・課題

既存観光資源の活用・活性化

- ・水族館等、既存施設の老朽化(リニューアル対応の遅れ)
- ・各地区の園地の個性化
- ・観光資源としての競艇の活用
- ・山の活用、遠望山、相楽の活用
- ・清田の大クスの活用、公園化
- ・既存観光資源の体験型観光への展開

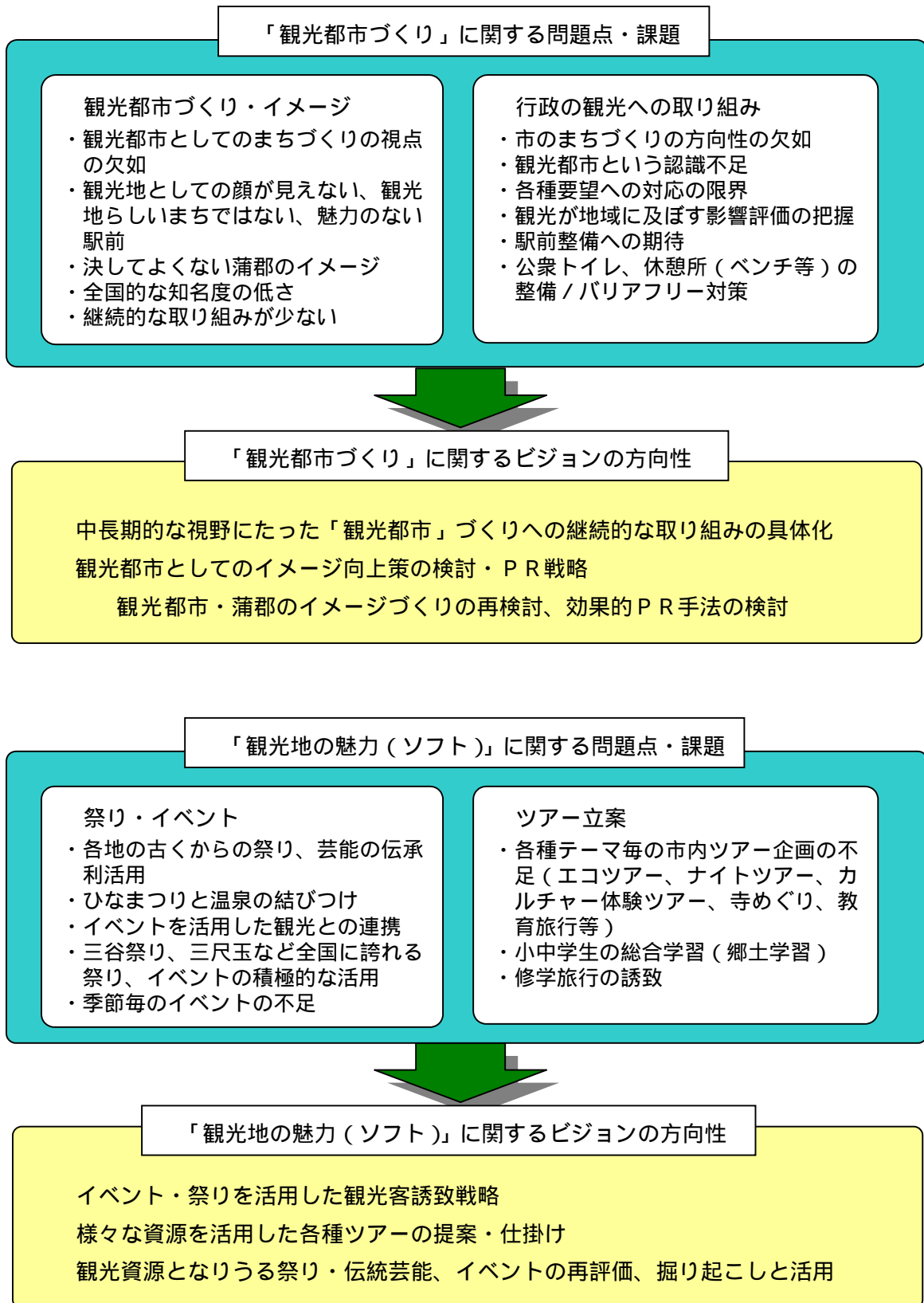
埋もれた資源/不足する資源

- ・まち歩きの魅力の欠如
- ・海辺の散策路の不足
- ・山から見る夜景
- ・お寺が多いまち(安楽寺、天桂院、長存寺等歴史的建物、資源の活用)
- ・地元特産品の活用
- ・食の魅力の欠如/宝の持ち腐れ

「観光資源」に関するビジョンの方向性

市民が自分たちのまちの「光」(魅力)を知ることへの働きかけ・活動  
新たな魅力として付加できる埋もれた資源の活用とまち全体の魅力向上  
地場産業の産業観光化と地元特産品の再評価・観光資源としての利用方策検討  
体験型観光資源の充実と仕掛け  
リピート客を獲得できる魅力づくり

(2) コト



「交通アクセス・移動手段」に関する問題点・課題

交通アクセス・交通拠点

- ・車道と歩道の区別がなく危険
- ・蒲郡駅及び駅前が観光地らしくない
- ・駅に土産物屋がない
- ・三河大塚駅舎の改築への期待
- ・道路整備の立ち後れ / 渋滞対策
- ・23号バイパスの早期完成
- ・オレンジロードの無料化
- ・三河湾スカイラインの活用

移動手段

- ・市内回遊手段 / 拠点間移動手段（2次交通）の欠如
- ・最大の集客施設ラグーナの最寄り駅に快速が停まらない
- ・海上ルートの構築 / 船の利用
- ・観光タクシー（ボランティアガイドドライバー）の必要性
- ・タクシー運転手による観光案内

看板・標識

- ・景観を乱す看板の乱立
- ・市内案内標識の不統一
- ・分かりやすい標識の徹底



「交通アクセス・移動手段」に関するビジョンの方向性

- 観光客が快適に気軽に市内回遊できる移動手段・アクセス整備
- 観光地の顔となる駅舎の再整備
- 海のある観光地としての海上交通の活用
- 景観を損なわない市内案内看板の再整理

「情報提供・PR」に関する問題点・課題

情報提供

- ・リアルタイムでの観光情報提供
- ・まちかど案内所の設置
- ・市内マップの魅力不足
- ・マップデザインの再検討

PR

- ・「蒲郡」のメディアへの露出不足
- ・蒲郡全体でのPR戦略の欠如
- ・観光宣伝の効果の集約
- ・確実・効果的なキャンペーン



「情報提供・PR」に関するビジョンの方向性

- 観光客にとって効率的に情報獲得ができる情報提供方策の検討
- 蒲郡を売り出すPR戦略の検討とマーケットを確実にとらえたキャンペーン手法の再構築

(3) ヒト

