

東三河地域における観光

公益社団法人東三河地域研究センター 研究員 阪下 裕秋

1. はじめに

東三河地域は、豊かな自然環境、歴史文化、食文化が融合しており、観光地としてのポテンシャルが高い地域である。本レポートは、東三河地域における観光の現状を把握し、また観光振興のために行われている代表的な取り組みを紹介する。

2. 東三河における観光の現状

以下では、東三河地域の観光の現状を把握するため、地域別及び観光資源別の観光レクリエーション利用者数、愛知県の宿泊者数を報告する。

① 地域別観光レクリエーション利用者数

2023年の愛知県における観光レクリエーションの利用者数は13,693万人であり、前年比で1,900万人増加し、増加率は16.1%であった（図1）。

新型コロナウイルス感染症の5類移行や感染防止策の徹底により、観光を安心して楽しめる環境が整備されたことが、観光客の回復につながっていると考えられる。

しかし、コロナ禍前の2019年と比較すると86.0%の水準にとどまっており、十分に回復しきれてはいないと言えるであろう。

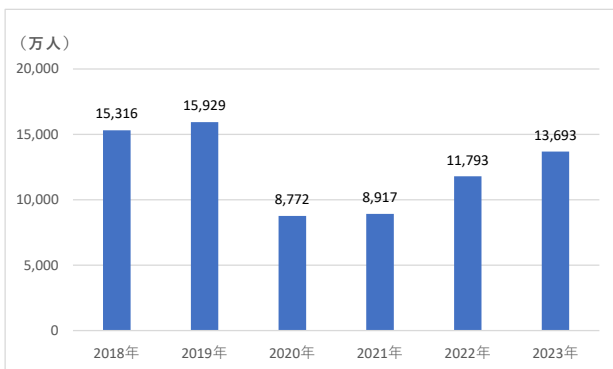


図1 愛知県の観光レクリエーション利用者数推移
出典：観光レクリエーション統計

一方、2023年の東三河地域の観光レクリエーションの利用者数は3,016万人であり、前年比で133万人増加し、増加率は4.6%であった（図2）。

県全体の前年比増加率（16.1%）と比べると、東三河の増加幅は少ないが、コロナ禍前の2019年比では87.1%であり、県全体と比較するとコロナ禍の影響がやや少なかったことがうかがえる。

東三河地域の中では、豊橋・三河湾地域は前年比増加率5.3%であったのに対して、新城・設楽地域は前年比0.7%の減少となった。

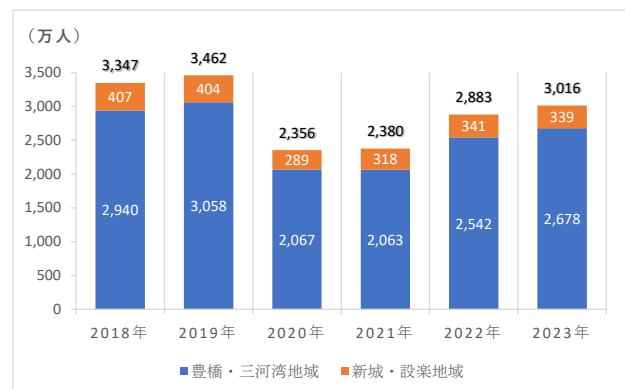


図2 東三河の観光レクリエーション利用者数推移
出典：観光レクリエーション統計

② 観光資源別利用者数

東三河地域において、利用者数の多い観光資源を把握するため、上位10位以内を抽出し、表1にまとめた。

表1 東三河地域における利用者数上位の観光資源
(2023年)

順位	市町村名	観光資源名	利用者人数	前年比 (%)
1位	豊川市	豊川稲荷	5,132,085	104.1%
2位	豊橋市	道の駅とよはし	2,213,229	99.0%
3位	豊橋市	豊橋総合動植物公園	961,313	84.1%
4位	新城市	もつくる新城	957,140	81.3%
5位	田原市	田原めつくんはうす	862,312	104.6%
6位	豊橋市	豊橋まつり	610,000	101.7%
7位	豊川市	赤塚山公園	533,719	118.5%
8位	豊川市	砥鹿神社	434,330	103.5%
9位	豊川市	本宮の湯	332,637	189.5%
10位	新城市	愛知県民の森	325,197	135.8%

出典：観光レクリエーション統計

2023年における利用者数の最も多い観光資源は「豊川稲荷」であり、利用者数は前年比+4.1%で、513万人であった。

また、上位 5 位以内には、「道の駅とよはし」、「もっくる新城」、「めっくんはうす」といった道の駅が 3 つを占めており、利用者数が多いことがわかる。

上位 10 位以内の中で、特に増加率の高い観光資源は、「本宮の湯」であり、増加率は 89.5%であった。

③ 愛知県の宿泊者数

観光振興において、地域の宿泊者数を増やすことは重要である。宿泊しその地域に滞在する時間が長くなることで、地域の文化や観光資源をより深く体験してもらう機会も増え、地域への愛着やリピーターの増加にもつながる。

表 2 では、2023 年の愛知県における宿泊者数をまとめた。なお、宿泊数は市町村別でのデータは提供されていないため、愛知県全体での数値から、東三河地域の動向を考察するものとする。

表 2 愛知県における延べ宿泊者数

単位：万人泊	全体	日本人	外国人
2023年	1,885	1,684	200
(2019年比)	-2.5%	+7.3%	-44.7%
(前年比)	+19.3%	+8.9%	+486.6%

出典：観光庁「宿泊旅行統計調査」

表 2 を見ると、2023 年の愛知県における延べ宿泊者の総数は 1,885 万人であり、前年比 19.3%の増加であった。

内訳を見ると、日本人の延べ宿泊者数は 1,684 万人であり、前年比及びコロナ禍前の 2019 年比ともに増加していた。

一方、外国人の延べ宿泊者数は 200 万人であり、前年比では 486.6%の増加であったが、コロナ禍前の 2019 年比では-44.7%であり、コロナ禍前と比較するとおよそ半数程度しか回復していないということがわかった。

以上のことから、愛知県全体として、日本人の宿泊者数は増加しているものの、外国人宿泊者数の回復には依然として課題が残っている。これは東三河においても共通する課題であると推察でき、特にインバウンド観光のさらなる回復を目指した施策が求められるであろう。

3. 観光振興の取り組みと戦略

東三河地域においては、観光客の獲得に向けた様々な取り組みが行われている。以下にいくつかの事例を紹介する。

① 道の駅の取り組み

道の駅は、東三河地域において重要な観光施設であり、利用客を呼び込むために様々な仕掛けを行っている。

例えば、「道の駅とよはし」では、新鮮な野菜や海産物を使った料理が楽しめるほか、ネクストクルーザーガイドツアーなどのアクティビティ体験を提供する取り組みや、地域産品等を紹介するイベントが定期的開催されている。



写真1 ネクストクルーザーガイドツアーの様子

「道の駅とよはし」HP（最終閲覧日：2024 年 11 月 15 日）
<https://michinoeki-toyohashi.jp/activity>

こうした取り組みは、地域の生産者とのつながりを深めるだけでなく、観光客に新たな魅力を提供する役割を果たしている。

図 3 では、愛知県にある道の駅を示しており、凡例における円の大きさは 2023 年の利用者数、（％）は前年比を表している。

これを見ると、愛知県全体で 18 か所の道の駅が存在する中で、東三河地域にはその半数以上にあたる 11 か所が位置しているとわかる。

上述で紹介した「道の駅とよはし」の他にも、「もっくる新城」、「田原めっくんはうす」は、愛知県全体で見ても利用者数が多く、中でも「道の駅とよはし」は愛知県全体の道の駅の中でも利用者が 1 位であることがわかる。

このように東三河地域は道の駅が重要な観光

資源の一部になっており、東三河地域の観光振興においても重要な役割を担っていると考えられる。

東三河地域にある道の駅では、訪れる観光客に地域の特産品や食文化を楽しんでもらえるような工夫がされており、リピーターの獲得に向けた取り組みが進められている。

また、道の駅独自の取り組みだけではなく、地域全体で道の駅の利用者を増やすための動きも見られる。

例えば、後段で詳細を述べるほの国東三河観光ビューローでは、2023 年から、春と秋の年 2 回にかけて道の駅スタンプラリーを実施している。

道の駅スタンプラリーをやることで、東三河を周遊してもらい、各地で食事や買い物などの消費を行ってもらうための仕掛けである。

道の駅が多いという特徴はもちろんのこと、東三河周辺地域はいわゆる車社会でドライブ観光が多いという特徴を捉えた企画であると言えるであろう。



写真 2 道の駅&ドライブスポット 秋のスタンプラリー
「(一社) ほの国東三河観光ビューロー」HP (最終閲覧日: 2024 年 11 月 15 日)

<https://www.honokuni.or.jp/event/000837.html>

道の駅の役割は単なる休憩スポットに留まらず、地域活性化や観光振興の中心的な施設としての意義が高まっている。

今後も道の駅の取り組みを通じて、東三河地域の観光振興が進むことが期待される。

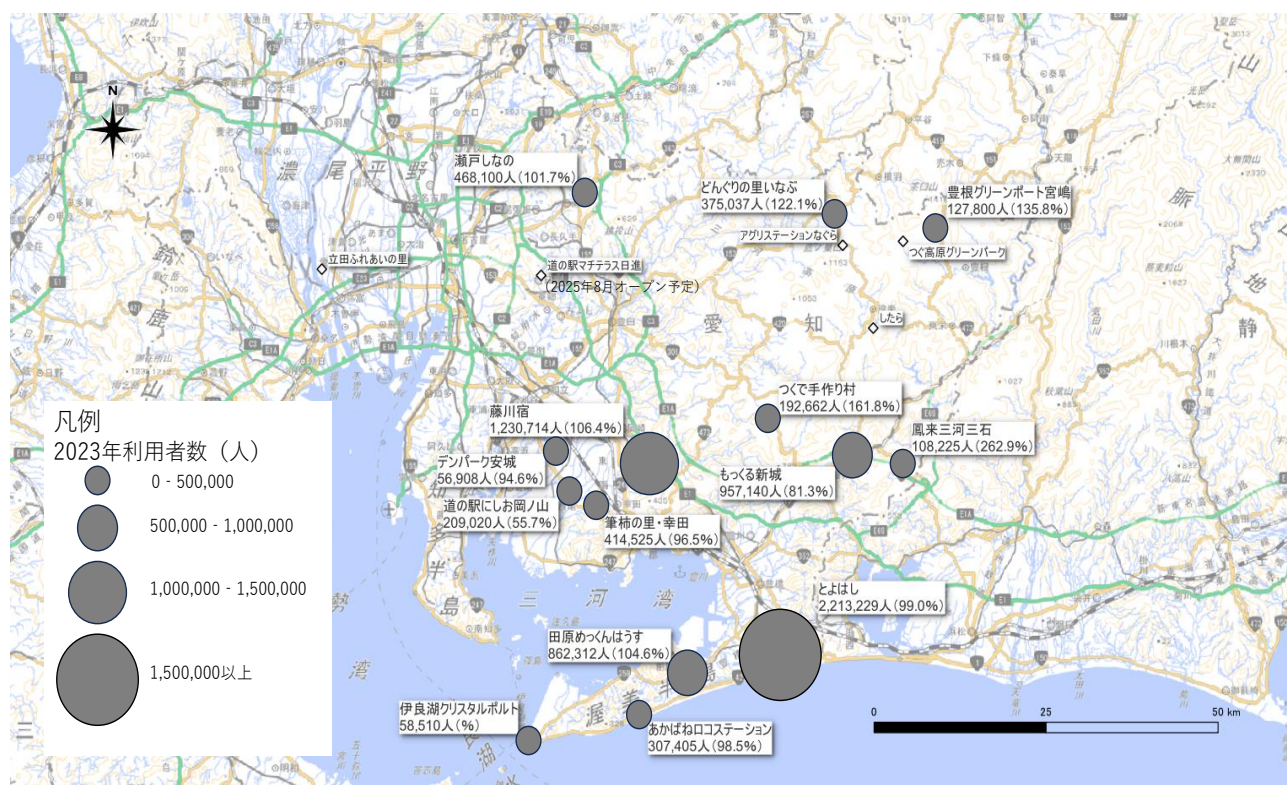


図 3 愛知県の道の駅一覧

注記: 凡例における円や (%) の表示がない箇所は利用者数非公開の箇所もしくは工事中等の理由により 2023 年の利用者がいない箇所

② 温泉施設の取り組み

東三河地域には、日帰り温泉を考慮すると、8つの市町村すべてに温泉施設が整っている。豊橋市以外は全て湧き出る温泉があり、また海の温泉や山の温泉があるというのも東三河の強みである。

2023年の利用者数では、「本宮の湯」が東三河地域の観光レクリエーション利用者数の上位10位以内にランクインするなど、温泉施設は総じて増加傾向にある。

表3では、2023年の温泉・健康施設利用者数の上位5位までをまとめた。

表3 東三河における利用者数上位の温泉・健康施設
(2023年)

順位	市町村名	観光資源名	利用者人数	前年比(%)
1位	豊川市	本宮の湯	332,637	189.5%
2位	蒲郡市	三谷温泉	183,607	218.9%
3位	蒲郡市	西浦温泉	151,798	109.5%
4位	蒲郡市	蒲郡温泉	144,868	92.3%
5位	東栄町	とうえい温泉花まつりの湯	131,326	104.6%

出典：観光レクリエーション統計

1位にランクインしている「本宮の湯」は、登山の名所で知られる「本宮山」の麓にある日帰り天然温泉である。

2023年にはリニューアルオープンし、地域初となるフィンランド式のロウリュウサウナを導入。

これにより、若者層の来訪が増加し、多様な年齢層が楽しめる施設として再評価されている。

また、露天風呂の充実やキッズコーナーの設置により、家族連れにも対応した設備が整備された。



写真3 本宮の湯 ロウリュウサウナ

「CITY AND PEOPLE」HP（最終閲覧日：2024年11月15日）<https://toyokawa.life/feature/1567.html>

これらの取り組みにより、地元からだけでなく、遠方から訪れる観光客の数も増え、幅広い世代が

訪れる魅力的な温泉施設へと成長している。

2023年における温泉施設利用者数の前年比増加率が1位である三谷温泉においても様々な取組が行われている。

三谷温泉は、歴史と泉質の良さで知られており、近隣の海岸や観光スポットといった地域資源と相乗効果を生むポテンシャルがある。

2023年には、三谷温泉アートプロジェクトとして、現代アートの芸術祭「ととのう温泉美術館」を開催した。歴史ある郷愁を誘う温泉旅館で、現代アートを鑑賞することで、サウナと水風呂の温冷交代浴のような「ととのう」体験を提供することを謳った。

その他にも、映画の上映会や音楽の講演など様々なイベントを実施しており、観光客誘致に一定の効果をもたらしている。

以上より、東三河地域の温泉施設においては、従来の温泉のみを売りにするのではなく、海外式のサウナやイベントとのコラボレーション等により、利用者に新たな体験を提供するような動きがあり、多様な世代の集客を目指す取り組みが進展している。

今後も、各温泉施設の個性を活かしつつ、幅広い世代に対応した施策を実施し、PRすることで、温泉施設が東三河の強みとして持続的に発展していくことができるであろう。

③ 観光情報発信に関する取り組み

近年は様々な主体から、SNSや専用ウェブサイトを通じて、地域の観光資源やイベント情報を国内外の観光客に向けて効果的に発信する取り組みが行われている。このような取り組みにより、従来の観光パンフレットや現地の情報掲示だけでは届かなかった層にも、アプローチが可能となっている。

東三河の観光情報発信に関する取り組みについて、ここでは上述の道の駅の取り組みの際にも紹介したほの国東三河観光ビューローを例として紹介する。

ほの国東三河観光ビューローは、2024年9月に

DMO（観光地域づくり法人）として観光庁に登録を受けた法人である。

DMO とは、地域の多様な関係者を巻き込みつつ、科学的アプローチを取り入れた観光地域づくりの司令塔となる法人のことを言い、同観光ビューローは東三河の8市町村をマネジメント・マーケティング対象とした地域連携 DMO として登録されている。

同観光ビューローの観光情報発信の取り組みとしてInstagramの活用が挙げられる。

投稿は1年間 365 日毎日行われており、美しい自然景観や、城・寺社などの歴史文化、温泉、食等のタイムリーな情報を発信することで、地域の魅力を伝え、観光客の誘致に繋がっている。



写真4 「(一社)ほの国東三河観光ビューロー」Instagramの様子

「(一社)ほの国東三河観光ビューロー」Instagram公式アカウント（最終閲覧日：2024年11月15日）

<https://www.instagram.com/honokunikanko/>

同観光ビューローにおいては他にも、東三河地域の観光パンフレットを日本語に加えて、英語や中国語バージョンでも作成し、インバウンド需要の取り込みにも注力している。

4. まとめ

本レポートでは、東三河における観光の現状と観光利用者増加のための取組について紹介した。

東三河地域は、自然環境や文化を背景に観光地として高い潜在力を有する地域である。しかし、観光客数はコロナ禍前と比較して依然として回復途上にあり、特にインバウンド観光の回復に向けた施策が求められる状況である。

観光振興では、道の駅を中心として、地域の特産品や食文化を楽しんでもらえるような取り組みや、スタンプラリーなどの取り組みで地域内観光を促進している。

温泉施設では、新たな設備導入やイベントを実施し、若年層から家族連れまで幅広い世代を取り込む戦略が進んでいる。

さらに、SNS やウェブサイトを通じた観光情報発信も進んでおり、地域の観光資源の認知度を高めようという動きも活発化している。

本レポートで取り上げた事例や取り組みは、東三河の観光活性化に向けた基盤を築くものであると考えられる。

今後のさらなる発展のためには、個々の取り組みや PR だけでなく、地域全体としての広域連携が不可欠であろう。

DMO を核として地域間の情報共有や戦略の統一を図り、地域全体のプロモーション強化や、地域の特色を活かした着地型旅行商品の造成・販売を強化することが重要である。

そのためには、海外含む旅行会社への提案・アプローチ強化だけでなく、DMO が旅行業務のライセンスを取得し、直接旅行商品を販売することも視野に入れるべきである。

これらの取り組みを進めることで、東三河の観光は一層の発展を遂げ、地域全体の経済活性化にもつながるであろう。

最後に、本レポートの作成に際し、ご協力いただいた皆様に深く感謝申し上げます。特に、一般社団法人ほの国東三河観光ビューローのマーケティングディレクター田中氏には、詳細にわたり多大なるご指導とご協力を賜りましたことを、心より御礼申し上げます。