

## 審議会等の会議結果報告

1. 会 議 名	第1回観光振興ビジョン策定検討委員会
2. 開 催 日 時	平成29年7月7日（金） 午前10時～午前11時50分
3. 開 催 場 所	松阪市役所5階特別会議室
4. 出席者氏名	（委員）◎ 川口正人、○ 竹川博子、吉田悦之、竹川裕久、 下釜恭道、木村秀之（◎委員長 ○副委員長） （事務局） 村林篤、和氣清章、榊原典子、長野功（代理）、久世徹（代理） 近田弘之、田中新也、八橋友香
5. 公開及び非公開	公 開
6. 傍 聴 者 数	3人
7. 担 当	松阪市産業文化部観光交流課 TFL 0598-53-4196 FAX 0598-22-0003 e-mail kank.div@city.matsusaka.mie.jp

### 協議事項

1. 観光振興ビジョン策定について
2. 現行ビジョンの検証（成果と課題）について
3. その他

### 議事録

別紙

## 第1回松阪市観光振興ビジョン策定検討委員会 議事録

○日 時：平成29年7月7日（金） 午前10時00分～午前12時00分

○場 所：松阪市役所 5階特別会議室

○出席者：（外部委員）

竹川博子、川口正人、吉田悦之、竹川裕久、下釜恭道、木村秀之  
（庁内関係課長等）

村林篤、和氣清章、榊原典子、長野功（代理）、久世徹（代理）

○事務局：観光交流課 近田弘之、田中新也、八橋友香

～開 会～

事務局：本日はお忙しい中、ご出席賜りましてありがとうございます。  
ただいまから、松阪市観光振興ビジョン策定検討委員会を開催いたします。  
進行を務めさせていただきます、観光交流課の田中と申します。よろしくお願  
いいたします。  
お手元の事項書に基づき進めさせていただきます。それでは、事項書1.委嘱状の  
交付を行います。本日ご出席の委員のみなさまに松阪市長から委嘱状を交付いた  
しますので、順にその場でご起立をお願いいたします。

（1）委嘱状交付

（2）市長あいさつ

近畿日本鉄道さんが沿線で行う近鉄エリアキャンペーンのおかげで平成27年の入込客数が伸びました。平成28年も実施したが、若干落ちました。2年間続けて近鉄日本鉄道さんが近鉄沿線各駅で松阪ビジットキャンペーンをしてくれ、特に秋に、特に関西方面で、氏郷まつりなどのある10・11月に、毎週のように何らかのイベントがありました。おかげさまで27年度はそれなりに成果があり、氏郷まつりも空前の16万人の人出でした。今後はさらに進んだ観光政策が必要だと思います。インバウンドのようなもっとやるべきことがあるのではないだろうか、であるとか31年4月に私たちのまちで大きな施設である長谷川邸の一般公開を目前にしております。観光交流拠点も31年4月オープンということで控えています。ということは、今回観光の振興ビジョンにつきましては、特に31年から始まる長谷川邸の一般公開でどういう仕掛けができるのか、豪商のまちをキャッチフレーズにしたところを見出していきたい、さらにどういう発信ができるかなどをご議論頂きたい。皆さまのお力を借りながら、松阪市の牛だけでなく素晴らしい文化であるとか、観光施設があるといったことを十分発信していきたいと思いますのでご協力頂きますようお願いさせて頂き、委員の皆さまへの御礼といよいよスタートする会議の挨拶とさせていただきます。本当にありがとうございます。

～市長公務により退席、机配置換え～

### (3) 委員及び関係職員の自己紹介

事務局：次に委員及び出席職員の自己紹介をお願いいたします。配布しました名簿の順に所属とお名前をお願いいたします。

～各委員及び出席関係課長等、自己紹介～

### (4) 委員長並びに副委員長の選出

事務局：次に事項書3の委員長並びに副委員長の選出ですが、松阪市観光振興ビジョン策定検討委員会設置要綱第3条の3により、委員の互選により決定とありますが、いかがいたしましょうか。

委員：事務局一任したいと思います。

事務局：それでは事務局からお願いをさせて頂きたいと思います。委員長には川口正人様、副委員長に竹川博子様をお願いしたいと思います。よろしく申し上げます。要綱第5条により委員会の会議は委員長が議長となりますので、これより川口委員長に議長として会議の進行をお願いいたします。どうぞよろしくをお願いいたします。

委員長：商工会議所では事務局席で、委員の席は慣れない光景と雰囲気ですが、皆さまにご協力頂き、会議の進行をスムーズにして進めていきたいと思います。それでは事項書の5番の方から進行させて頂きたいと思います。先日事務局からあらかじめ資料が送付されていると思いますが、まず、「松阪市観光振興ビジョンの策定について（概要）」を事務局から説明をお願いします。

事務局：私の方から簡単にご案内させて頂きたいと思います。現在の観光振興ビジョンというのは、先ほど市長のあいさつにもありましたように、26年10月に策定されたビジョンについては、それまで松阪市には、蒲生氏郷によって開かれた城下町があり、松阪商人のまちということで、本居宣長や三井高俊であるとか、たくさんの偉人を生み出したまちである。また、当時の面影、江戸時代以降の豪商の邸宅や武家屋敷も残っている。また、広い地域で見えていくと櫛田川、雲出川、台高山地のような自然に恵まれた環境で松阪茶というようなブランドもある。そういうような観光資源をもっておりながら、全体を捉えた観光が見い出せていないのではないか、そういうところから、24年の6月に市民、観光関連事業者、観光関係団体と行政が集まり2か年合計18回という熱心な議論の中で、26年10月観光振興ビジョンが策定された。その後、伊勢志摩サミットが開催され、昨年5月、お菓子博も開催された。三重県もかなり注目されるようになった。その頃は注目されていなかったインバウンド・個人旅行者も増えてきた。SNSという情報発信も増えてきて拡散での情報発信による効果が高まってきた。そういう中で、本ビジョンが総合計画との連動と位置付けされているが、新しい総合計画が28年度改訂され、それに伴い、今年度ビジョンも見直していきたいと

いうところです。ビジョンについては本年度中に策定をして30年度から32年度までの3か年、総合計画にあわせて策定をしていく形です。ただ、前回のビジョン策定から2年半と期間が短く、しっかり議論頂いたという中で、基本コンセプトや3本の柱は継承していきたい、そういう中で情勢、三重県への注目度の中で検証して、今後の展開を考えていければと思います。基本コンセプトは「つながるまち、松阪」ということで、歴史文化とつながる、自然と食とつながる、魅力が人に流れてつながる、そういうような新しいまちを創造して広がりをつくっていききたい、そして3本の柱ということで、歴史・文化を生かした観光振興の推進、自然・食を生かした観光振興の推進、交流の促進と効果的な情報発信による観光振興の推進については継承していく。また、スケジュールとしては、7月7日が検討委員会の第1回で、第1回から5回まで続け、議論して頂きながら来年3月に完成させて頂きたいと思います。以上が観光振興ビジョンについて事務局からの報告でした。

委員長：説明があったように26年10月にビジョンの策定ということで、前回メンバーだったのは、吉田、竹川、私の3名が中に入って、2年間いろいろとmonで決めたと思っています。スケジュールも説明頂きましたが、3つの柱は今後継承していくということですが、スケジュールについても今後5回実施し、実際には4回目には最終案の決定となっているので非常にスピーディーな流れになると思います。何か質問、ご意見はありませんか？次の事項6番がこれからmonでいくところですので、これまでのところは今後、適宜質問などして頂くとして次へ移ります。6番の現行ビジョンの検証ですが、こちら事前にも事務局から配って頂いているものです。これから検証していくことについて、先ほどお話しがあったように、3本の柱「昔と今をつなぐ」「遊びと健康をつなぐ」「交流と情報でつなぐ」については継承していくということなので、それぞれの柱ごとにご意見を頂きたい。それぞれ事務局が成果と議題をまとめてもらっているもので、まず「昔と今をつなぐ」から事務局にご説明頂きそれから皆さまにご意見を頂きたい。

事務局：現行ビジョンの3本柱と戦略を検証する、の1)“昔と今をつなぐ”観光振興ビジョンの取り組み①から説明させて頂きます。こちらのビジョンにもいろいろな具体的戦略が掲げてありますが、その中での主なものをこちらに抜粋してあります。これまで行ってきた取り組みに対する成果と課題を箇条書きで挙げさせて頂きました。まず取り組み①として、松阪経営文化セミナーの開催です。平成24年度に設置した観光戦略会議でも議題に出ましたが、松阪の魅力である歴史や文化、食や自然などをどのように発信するかについて、議論をして松阪経営文化セミナーを東京で開催するということが1つの柱となりました。平成25年度から28年度まで本市に縁のある企業が立ち並ぶ東京日本橋を会場に、本居宣長や松阪商人など本市の誇るべき魅力をテーマに開催しました。成果として、セミナー参加者延べ2,000名ほど。日本橋でつながりのできた企業や地域などが実際に松阪を訪れて頂きました。また、首都圏で集客力を持つ旅行会社など

が本市の魅力に興味を持って頂き、伊勢志摩や伊勢神宮などと併せた松阪市へのツアーやイベントが徐々に造成されつつあります。セミナーの開催で構築されたつながりで、イベントへの参加機会の増加や、パンフレットの送付依頼件数や問合せも増えています。ということで、これは首都圏での情報発信のひとつのツールとして成果があったものだと思っております。課題ですが、セミナーで築き上げてきたつながりを強化し、観光客誘致につなげるため、継続して情報発信を推進していく必要があります。

2つ目に、セミナーのテーマとしている本居宣長や松阪商人だけでなく松浦武四郎をはじめとする松阪の偉人、歴史など新しいコンテンツを加えて誘客につなげていく必要があると思います。3つ目ですが、セミナーで発信してきた本市の魅力について、東京日本橋に限らず、中京圏・関西圏も含め発信していく必要があります。セミナー開催後、5年目を迎えます。テーマや開催方法などをここで検討していく機会ではないでしょうか。取り組み①の説明でした。取り組み②としまして、観光交流拠点施設の整備です。観光客の利便性を高め、松阪の観光を促進していくため、松阪市の総合計画や本ビジョンの位置づけに基づいて、松阪市の観光交流拠点施設の基本計画の策定、建築と展示設計を進めて参りました。成果として、26年度に策定した本ビジョンにおいて計画検討を示していた、松阪もめん手織りセンターの機能移転、跡地活用については、豪商のまち松阪の中心市街地土地利用計画において観光交流拠点の建設として位置付け、整備を開始したところです。課題ですが、魚町地内に建設する観光交流拠点施設の整備により、観光客の滞在時間の拡大を図るため、本ビジョンにおける戦略として明確にする必要があると思います。点在する観光資源をつなぎ、まちなかの回遊性を促進するため、効果的な情報発信を行う必要があります。4つ目に情報発信を含めて、適切な施設運営にあたって文化課や観光協会などと十分な連携が必要となっておりますが、現在は充分でないかなというところがあると思います。

取り組みの③でございます。観光パンフレットによるまち歩きの推進を図って参りました。まち歩きを楽しむ観光の推進にあたっては観光協会をはじめ、観光事業者などと連携し作成する観光パンフレットにより、周遊散策するルートを造成、提案するとともに市民自らが本市の魅力を発信するために催すイベントなどと連携を図る中で、魅力あるまち歩きの推進を図りました。成果としては、観光協会をはじめ、地域観光事業者との連携による着地側での取り組みや、魅力ある情報発信により一定の成果があったと思います。2つ目として、民間事業者が実施しています「松阪もめでまち歩き」がございます。実際に松阪に観光に来て頂いた方に簡易に着用ができる松阪もめんを着て頂き、街中を歩いて頂くという企画で、これの利用者が目を見張るようになっています。3つ目は、松阪駅舎内で特産品を販売する松阪交流物産館の売り上げですが、増加傾向を維持しております。

4つ目の商店街関係者等との連携を図り、豪商のまち店舗改装費補助金による松阪商人をイメージさせる店舗改修を推進したところ、松阪らしい景観形成を図るこ

とができました。平成 26 年度から 28 年度で 21 件の実績がございました。

最後ですが、松阪商工会議所が中心となり、松阪駅から徒歩圏内で利用できる愛宕町界隈の飲食店ガイドマップを作製し、観光客をはじめ、観光事業者への情報発信に取り組みました。課題としては、まち歩きを楽しむ観光ルートを推進するため、観光客のニーズを把握し、ニーズに応じた取り組みを進めていく必要があります。滞在時間の拡大を図る工夫が必要であります。以上が、1 本目の“昔と今をつなぐ”観光振興ビジョンの取り組みと成果・課題でございます。

委員長：柱のうちの 1 つを説明して頂きました。松阪もめでまち歩きなどの実績は当日資料として付けてもらっています。

事務局：4 枚目についているグラフが松阪もめでまち歩きの地域別利用状況です。これを見ると確実に右肩上がりになっており、この中での注目したいのは、全体の数字のグレーの部分が一番多いですが、これは関東地域です。上の都道府県別のグラフは東京などが非常に多いです。これも経営文化セミナーなど、東京での情報発信の結果がこちらに出ているのではないかと考えております。

委員長：ここからはみなさんに忌憚なく、どんどん意見を言って頂きたい。データについての質問でも結構です。

事務局：あくまでこれらは行政サイドから見た成果と課題ですので、違う視点から見たらもっとこういう課題があるとか、成果としてこういうところも見れるのではないかな、などご意見頂いたものを次回に整理したい。

委員長：もっと成果があった、など言って頂きたいですが、実際に経営文化セミナーに関わっている吉田館長どうでしょうか？

委員：経営文化セミナーに関わって一番思ったのは、私はセミナーや講演などはいろいろやっているが、関東圏の方はレスポンスがとにかく早いです。ぜひ来て下さいねという話をしたら、1 か月、2 か月の間に週末になるとセミナーの参加者が試しにやって来た、と言って来られる。1 泊で帰られたりもするが、レスポンスが良いのです。どこまで継続するかということになると繰り返しやっていかなければならないと思いますが、見ている限りある程度、首都圏の大事なところとのネットワークができたのではないかと思います。単に観光だけでなく、松阪市のこれからの将来的なことを考えたとき、この人脈などは単刀直入にいうと、竹川さんの方でも尽力頂いているが、やはり射和・中万出身の方々との強いネットワークができたと思います。関東のお客様に来てもらうのは観光ですが、それだけではなく将来の財産になったのではないのでしょうか。セミナーに参加していて自分たちを持ち上げてもしようがないですが、問題もあり、誘客だけに留まらないことがあると思います。もう 1 つ問題なのは、東京からツアーで松阪にくるのは、かなりハードルが高い。ツアーを企画して松阪に送り込むには交通費などの問題があり、個人は来るが団体はかなり難しい面があると思います。首都圏での PR は効果的ではありますが、団体客については難しいと痛感しました。セミナーについては松阪の商人については江戸だけでなく東北の方にも広がっており、

山形・秋田の方では自分たちの先祖の土地が松阪であることに非常にプライドを持っている人が多いと聞いています。ピンポイントでどこかの町ですることによって、ひょっとしたら団体客で伊勢神宮と併せて来るのでは？それはセミナーという形ではなく、新しい形ですが、団体客を誘致するためには地方都市でのセミナーとは違う働きかけも有効ではないでしょうか。それは東京でセミナーを開催しながら思いました。東北方面で松阪商人について詳しく調べている方もいるので、連携して、松阪商工会議所などとも連携していければ、そんなことも期待しております。

委員長：ネットワークについては商工会議所もいろいろとあるのでやっていきたい。近鉄さんはどうでしょうか？

委員：セミナーについては、首都圏での認知を高めるには旅行会社との連携を強める。伊勢神宮・伊勢志摩と松阪を含めるツアーはかなり実績があった。会報誌として旅の友というものがあり、ツアーに参加した方が会員となり、テーマにそって読み物があり、首都圏だけでも100万部ほどの部数がある。クラツーだと山のぼり、歴史という趣味嗜好を把握し、それにあわせてDMを送るなど細かく対応をしているので活用されては？ 各社宣伝媒体を持っているのでより連携を深めて首都圏での発信をしていくのが良いのではと思います。

委員長：ネクスコさんはいかがでしょう？

委員：道路の関係では、松阪に来られる方は車と鉄道どれくらいの割合でしょうか？

委員：自動車が7割です。

委員：どこの地域から来ているのか調べて、サービスエリアなどで観光PRするのは効果的です。自社で時間をかければ調べられます。地域の観光PRとしてドライブプランを作っていますが、観光施設の入場券やお食事券をセットしたものをやり始めています。もし効果があるなら、松阪市内もお買い物券やお食事券とセットにしたドライブプランも提案していきたいと思っております。

委員長：データなどを活用することも重要です。パンフなどについても話しがありましたが、協会の方ではいかがでしょうか？

委員：松阪市への入込客数は車が圧倒的だということがあるので、車の方たちへの情報提供が大事です。観光交流拠点ができたら駐車場に近い施設になるので工夫をして対応したいと思います。松阪に向かう途中のサービスエリアなどで松阪の情報発信も工夫していきたいです。セミナーについては、後の議題にもありますが、都市間の交流もそうですが、情報発信力の強い方とのつながりができ、その人たちがプラスの方向の連鎖が広がりつつあるので、一筋の光明が見えてきたのでは。受け入れ側の体制として、満足して帰ってもらえているのかという不安な点もある。

委員長：受入体制はしっかりしなければいけないということですね。

委員：セミナー終了後、その方たちに定期的な情報発信は続けているんですか？

事務局：翌年のセミナー開催の案内はさせて頂いており、セミナーに来て頂いたときには

観光パンフレットをお渡しています。

委員：セミナーは平成26年からで、この結果をみると、八幡屋さんの資料ですからわからないですが、28年度はサミットも菓子博がありましたので、情報発信の成果なのか、それ以外の成果なのか、月別の分析などしなければそれに合わせた情報発信をしないと、それで終わってしまうのではないかと思います。発信と受入の体制が重要です。市民全体のおもてなしの心については前回もありましたが、何をすべきかという細かなところをもう少し考えていかなければならないと思います。前の時に鈴の音バスを使ってという話がありました。場所は離れているので、切符を発行して行き来するなど、駐車場の問題もあるし、そういうところを合わせて息の長いものにはならないのかなと思います。

委員長：データがいろいろ出てますが、松阪もめでまち歩きもそうですが、いろんな事業もあるので、観光客がどういう要因で来ているのか検証も必要。道路の関係もあるので。マップ関係のところでは愛宕町のガイドマップが出てきましたが、観光客より地元の方が利用されていて、好評で3年くらい利用しています。次号発行の予定はないですが。

委員：ウェブに移して新しい情報を発信していくのがやりやすいのでは？

委員：前回宿泊施設でアンケートを取るという意見があったんです。例えばハガキ1枚くらいのアンケート用紙をおいて、松阪にいらっしゃった方がどんなきっかけでいらっしゃったのか、セミナーなのか、そういうのをやると、

事務局：宿泊施設のアンケートについては知らないのですが、去年近鉄さんにもご厄介になった豪商のまちプロモーションで、スタンプラリーをして商品をもって頂く時にきっかけやどこから来たのかなどのアンケートを取りました。およそ1,000人でした。今後は各施設でも考えたいと思います。次に活かす数字が必要なのかと思います。

委員：みどころマップをやっていますが、アンケート結果を記念館もいただいているのですが、コメントがいい意見、対応が悪かったといった正直な意見が書いてあるため、記念館では回覧しています。観光関係者には共有すべきではないでしょうか。かなり辛口の意見が書いてあるので。あれは、うまく使うべきだと思います。

事務局：施設の方から情報を頂き、フィードバックしていくべきです。観光交流課としては、施設と連携しながらアンケートなどを取っていきたい。

委員：新しいものを用意していくのも大事ですが、既にあるものを使ってほしい。私はスマホをやらないですが、この間報道にもありましたが、山に登る人たちは地図を買わない。紙媒体を出している出版社は方針を切り替えなければならないそうです。情報化社会になっているので方法を変えていかなければならない。今はお金を出せばかなり細かい情報も手に入るのでものによってはそういうものも使っていくことが必要では？

委員長：商工会議所も伊勢市と連携して「かざすシティー」をやっているが、情報更新ができていない。

委員：松阪市には、情報発信のためのものは何かあるんです？

事務局：「ぎゅっとうと松阪」と、観光協会の方でタイムリーな情報をあげてもらっている。あとはホームページになります。

委員長：ホームページも中身・レイアウトを変えて前よりかなり情報発信もしています。

“昔と今をつなぐ”観光振興ビジョンは、地方都市への発信、情報発信の変化、SNSを使ったものなどの取り組みの変更などあるが、またご意見をお願いします。次の2本目の“遊びと健康をつなぐ”観光振興ビジョンということで事務局にご説明頂きます。

事務局：2ページ下段、2本目の柱として“遊びと健康をつなぐ”観光振興ビジョンの取り組みの1つ目ですが、松阪飯高の山という紙媒体の作成でございます。先ほどの吉田館長のご意見とは逆行するかたちとなりますが、紙媒体のガイドマップを作成しましたという成果です。市内山岳会の皆さまが主体となりガイドマップを作りました。受け入れ態勢の充実を図ることができたと思っております。飯高駅などをはじめ市内各所に設置し、活用して頂いています。登山者から案内看板の設置希望が多い宮ノ谷溪谷については、案内看板の設置や登山者の安全を確保するため、29年度から現況調査を行っております。調査にあたっては、行政・市内山岳会など地域全体で受入態勢を作っています。課題としては、利便性・安全性が分でない。2つ目としては川・海を楽しむためにはリアルタイムな情報発信が必要。3つ目に、自然景観については、ニーズが高く重要な誘客コンテンツであるところから、情報発信の方法やツアー企画など提案を売り込んでいく必要があります。取り組みの5とありますが、柱の2段目です。松阪肉ガイドマップの作成しました。観光の目的の上位である「おいしいものを食べる」「食」を楽しむ観光の振興の推進にあたり、「松阪牛」「松阪肉」の本場産地としての優位性である松阪肉を求めて来訪している方がたくさんいらっしゃいます。というところで松阪肉のガイドブックを作成したのですが、新たなご当地グルメとしても松阪鶏焼き肉などをクローズアップする団体を中心にB1グランプリにも出店し、情報発信を行っております。成果としまして、「松阪で牛肉をおいしく食べる！うまい店ガイド」を作成しました。2つ目に、「松阪鶏焼き肉」のB1グランプリ出店により入賞を果たすなど効果的な発信につながった。課題としては、特に本場・産地として優位性をもつ松阪肉は、ツアー企画造成や観光事業者への提案などさらなる連携を進める必要があります。他の観光資源や特産品（海苔、お茶、鶏焼き肉など）と相乗効果を図りながら地域全体の活性化につなげていく必要があると思っております。取り組み6として、飯高総合案内施設の開設です。体験施設というのは主に飯南・飯高地域、松阪における奈良県境までの山間部に集中しており、それぞれの施設で民間委託を活用した指定管理制度により運営しております。成果として、①温泉施設を保有するホテルスメールについては、平成27年度から全国で経営展開する民間事業者によりペットと泊まれる宿泊施設として運営が開始されています。また、引き続き宿泊、体験施設としての運営だけでなく、地域の自然

景観、特産品を活かしたイベント等を開催することで観光振興面だけでなく地域コミュニティの場としての活用も図っています。課題としては、各施設はメディアや雑誌などを通じた情報発信を継続して行うことで、観光まちづくりを進め、地域の活性化につなげていく必要があると思います。以上です。

委員長：柱の2本目、“遊びと健康をつなぐ”は自然・食を生かした観光振興の推進というところにありますが、そちらも成果と課題をご説明頂きました。ご意見、ご質問ありませんか？

委員：ガイドマップはホームページにアップされているのでしょうか？

事務局：置いてありますが、していません。

委員：是非されるといいですね。ホームページでダウンロードできたり、ホームページの中でも見れるようにする、今の方はそういうツールを持ち歩かないです。うちの近所に鳥一があるが、土日はツーリングの方でいっぱい。成果が出ているのでは？ もうひとつ、前に視察に行った際、課題だったのはキャンプ場のシャワーとトイレの問題、あれは解決されましたか？

委員長：あれは茶倉だったような。

事務局：キャンプ場は現在閉鎖中。民間に公募したが現在動きが止まっている状態です。

委員長：以前いろいろ行ったが、飯南・飯高方面について追加で示すところはないか？

事務局：施設は老朽化しているのは事実。すぐに直すことはできないが、ある程度、改善策を考えながら、将来を展望した施策をしなければと検討している。

委員：学校もトイレを直す方向なので、そういうところを改善しないと観光客は集まらない。

委員：以前、サービスエリアはトイレがきれいじゃなかったが、西日本に比べると中日本は先にトイレをきれいにしました。お客様はトイレがきれいな方へ行きます。まちなかもきれいなトイレのマップを作るなどしては？ 改装するときれいな方へお客様が行く傾向にある。

委員：今までは高速乗っても下りるまで我慢していたが、今は進んで行きます。

委員：飯高の小津安二郎記念館は、道の駅へ持ってくることはできないのか？温泉に入るツーリズムの方でいっぱいだが、ツアーで166号線を通る人が入りやすいところに持ってくる、あるいは看板を目立つところに移すとかいう工夫ができないか？

事務局：小津先生があそこで教えていたという地元の想いがあります。確かにどこかに動かす、誘導は必要だと思いますが、あそこで教えていたから川の写真があり映画のロケーションでもよく似た光景が使われていることは大事にしなければ。

委員：誘導は大事。どうしても案内所では商人の館、お城などへ誘導しますが、小津さんの方は反対方向になるので誘導しづらいんです。それが見たいという目的の方にはこっちですよと言えますが、松阪で漠然と2時間見たいという人がいらっしやるとどうしてもお城の方を案内してしまい、もったいない。

事務局：めずらし峠などはお客様が最近増えてきました。その付加価値として。

委員：水屋神社の裏などの清流を見て頂くなど、もっと行ってほしい。

委員：堀坂にしろ、伊勢三山とよばれる山など、たくさんあります。

委員：道の駅までは多くの方がきているので、そこから自転車に乗り換えてもらうなど、試してみてもいい？

事務局：宮前の住民協議会の元気応援事業でやり始めたと聞いています。

委員：伝わっていないですね。伊勢奥津は20台くらい電動アクセスがあると聞いています。

委員長：前回の時も嬉野・三雲にも、天白遺跡などいろいろありましたね。どういうふう  
に情報発信していくかが課題ですね。

事務局：近鉄あみまクラブさんは、たいてい高岡駅で降りて、歩いて中原まで行かれる。  
そこから松阪駅まで7kmくらいですが、とても多くの方が来て頂いています。

委員：会員制にしてまして、会員は100万人くらいいて、地図を渡して自由に行っても  
らったりしています。また、集合型・イベント型で一日500人くらい集まります。  
ツアー会社がハイキングを熱心にやっているのので、今後ご紹介頂いたような飯高  
の山など素材を教えて頂ければ紹介したいです。ネックになるのが駅からの二次  
交通で、常に問題となってきます。路線バスを使ったり、駅から駅をつなぐなど  
コースを組む必要があります。

委員長：ガイドブックについては牛、鶏焼き肉も元々有名でしたが、松阪豚も最近新しく  
出てきました。時間のこともあるので、柱の3本目をお願いします。

事務局：下釜委員が、あと5分ほどで次の業務に移られるということですので、3ペー  
ジ目に今後のスケジュールが載っております。8月・10月の委員会の日程を決め  
て頂けるとありがたいです。

～日程調整後以下のとおり決定～

第2回検討委員会 8月23日（水） 10時～

第3回検討委員会 10月25日（水） 15時～

～下釜委員退席～

委員長：それでは柱の3本目、“交流と情報でつなぐ”観光振興ビジョンについて事務局か  
らご説明をお願いします。

事務局：時間の関係ではしよった説明になるかもしれませんが、4ページ下段、“交流と情  
報でつなぐ”観光振興ビジョンです。取り組みの7とありますが、地域ブランド  
を生かした観光推進です。「松阪牛」や「松阪肉」「海苔」や「松阪茶」などのブ  
ランドを育み「松阪市原産地呼称管理制度」の活用によるブランドの向上や他の  
地域ブランドとの連携による効果的な情報発信を図ったところです。

成果のまる1つ目、「松阪ブランド」を確立するため、先ほどの管理制度を利用し、  
松阪赤菜を認定し、県内をはじめ東京などのイベントでも販売することで、ブラ

ンド力の向上を図りました。「松阪市原産地呼称管理制度」の説明書きがあります。本市の農産物や農産物加工品などの栽培地、栽培方法、味、外観などを基準に基づいた官能審査を経て、公的な部門が認定することで消費者に安心と信頼を与える制度です。まる2つ目です。「駅鈴で結ぶ松阪市・浜田市 観光・文化交流協定」を元に、島根県浜田市と連携し、効果的な情報発信を行いました。まるの3つ目です。㈱ブランド総合研究所が毎年調査を行う「地域ブランド調査」において、松阪市は前年度の103位から68位に大きく飛躍したところです。課題としては、各関係団体と連携し、ブランド力向上に向けた取り組みを進め、観光客誘致や地域産業の活性化につなげていく必要が更にあります。取り組みの8です。友好都市との交流です。こちらは成果の方に移りますと、本居宣長の駅鈴の縁から始まった先ほどの浜田市との交流に関して、伝統芸能の石見神楽の公演や交流会を実施することで相互交流を深めました。まる2つ目、「松阪市・ホイアン市観光交流協定」を締結するベトナム国ホイアン市との交流では、松阪もめん協議会関係者などがベトナム国を訪問するなど、十分な効果があったと思われます。課題としては、本市と交流のある都市間において、相互の観光イベントやまつり、行政だけでなく、民間レベルの交流についても支援することで、観光交流人口の促進を図り、地域の活性化につなげていく必要があります。取り組み9、多様な情報発信です。三重県の首都圏営業拠点「三重テラス」を活用した情報発信については、経営文化セミナーをはじめ、全国に向けた効果的な情報発信につながりました。まるの3つ目、外国人観光客の誘致については、観光客も含めたネットワークやSNS、インバウンドに取り組む関係団体等と連携した情報発信により、国内だけでなく海外メディアの取材などが増加しております。まる4つ目、市民自らが実施する「松阪もめんフェスティバル」において、松阪もめんをはじめとした地域の魅力について意見交換を行うことで、次世代を担う学生に興味や関心を抱いてもらう取り組み（人材育成）を進めることができました。課題としては、行政だけでなく、メディアや関係団体等と連携することで、効果的な情報発信につなげていく必要があり、海外への情報発信についても、外国人観光客も含めた様々なネットワークやSNS、海外メディア取材等への対応を通じた取り組みが必要です。

委員長：柱の3本目は、26年度以降、いろいろ友好都市であったりと、多くの取り組みがあったとご説明頂きましたが、何か意見は？インバウンドについて出てますが協会の方では？

委員：先日、ベトナムの旅行社が10社ほど来て頂き、団長が経済新聞を発行している方で、みんな東京や大阪しか行ったことがなかったのですが、今回松阪・伊勢・伊賀を周られ、こんなスピリチュアルな経験をしたのは初めて、こんな美味しいものがあるとは知らなかった、これから一生懸命情報発信していきたいという感想でした。我々の情報発信が不十分であることと、情報発信を的確にすればインバウンドの取り組みについては可能性があると感じました。三重テラス、日本橋

における情報発信については、前回の公会堂の際の司会をしてくれた女流作家の河治さんは、武四郎の小説を書いているが非常に松阪に惚れ込んで頂き、講演会には松阪もめんの着物を着てくれて、いろんなメディアに文章を書いてもらいますが、半分北海道に住んでいるので北海道の新聞などにいろんな文章を書いています。前回の勝海舟の玄孫の高山さんは、あちこちで講演をされますが、松阪もめんを着て、パンフレットも配ってくれます。いろんな情報発信力のある人と非常に有機的につながりが始まりつつある。来週、海の日に、もう16回目ですが「勝海舟フォーラム」があるが、パネラーとして参加します。墨田区からは、勝さんを育てたのが松阪商人という認識から、今後、松阪と色々なコラボレーションをしていきたいという申し出があります。今年1月に行ったのですが、小津安二郎さんの関係で、江東区さんからもありがたいことに、いろんなイベントでのコラボをしたいと言われています。そういう芽が出つつある状況で、どう大事に育てていくか、の第一歩だと思う。今後の展開には前向きに取り組みたいです。

委員：今回委員のお話があって、インバウンドはどうなのか、と思いローマ字で松阪を検索すると大阪の焼肉屋が最初に出てくる、松阪が最初に出るようにしなければと思います。

委員：昨年12月に観光協会の方で、YouTubeの動画をつくり、半年間で150~160万回くらい見られていて、wagyuで検索すると一番上に出てくるようになりました。今までは神戸、が出てきましたがJapan, wagyuで検索すると一番頭に出てくるようになりました。これで良かったなで終わるわけにはいけないので、テクニカルなことも含めて工夫していかなければいけないと思います。

委員長：情報発信については、29年以降、今後どのように活用していくかが課題だと思いますが、商工会議所も全国の方対象に開業したい方を対象に、開業塾をやっているが、有機的に活用していかなければいけないと思っています。3つ目の柱について、また1本目からについて聞いておきたいことなどがあれば？

委員：観光交流拠点はいつできますか？

事務局：31年4月以降というかたちでやっています。

委員長：観光交流拠点や中心市街地土地利用計画の件も連動しているということですね。あとはよろしいでしょうか。事項の方は終了しましたので、いろいろ頂いた意見を元に事務局でまとめて頂くという流れになります。ビジョンを改めて見て何か意見があれば事務局の方へ。

事務局：今回は8月23日と決まりましたので、事務局の方でまとめさせていただきます。それまでに何かあれば事務局へ。今回は、現状と課題を整理したあとで、今日いろんな意見を頂いていると思いますが、今後それについてどういう形で進めていけば良いかの方向性についても踏み込んでいきたいと考えております。ご意見についてはできれば早めに、今月中くらいに頂ければ意見も反映させていきたいと思っております。こんな数字がある、などということをお話していただければ次回参考にさせていただきます。

て頂きたいと思います。

委員長：確認ですが、今度8月は今回の現状・課題の整理、対応方針の検討とあり、10月は新ビジョンの修正と素案の検討とあります。

事務局：整理をして、新しいビジョンをつくって行って、こういう内容も盛り込んでいったらどうでしょうか、というくらいの話だと思います。次回のときに、ある程度の方向性を大枠として出して、その意見を照らしながら意見をまとめ、10月のときにご議論頂いたものは素案というきちんとした文章にならないにしても柱としてきちんと整理した形になろうかと思っています。

委員長：あくまで3本の柱は継承していき、中の細かい部分の修正ということです。

事務局：こういう取り組みがさらに必要だとか、今やっていることでこれはこういうところを変えた方がいいのではないかなど、など具体的な話により近いのかなと思います。

事務局：今日は長時間にわたりご議論頂きありがとうございました。2回目・3回目の日程も決めて頂きました。ビジョンの見直し、修正をして頂きまして新しいビジョンを作成して頂きたいということで、今日はどうもありがとうございました。

～閉会～