

第2章

観光振興に向けた取り組みと課題

1. 松阪市の観光の現状

1) 入込客数の状況と傾向

松阪市の観光集客の状況を「テーマ別入込客数」(図1)で見ると、全体数はやや増加傾向にあります。テーマ別では、松阪農業公園ベルファームなどの郊外の公園、道の駅飯高駅・茶倉駅などの物産・飲食・体験施設などの集客が大半を占めています。氏郷まつりなどのまつりやイベント、または歴史・文化施設を訪れる観光客が増加傾向にあります。

また、観光レクリエーション入込客数推計書(図2)では、各エリアにおける調査地点別の推移を示しています。

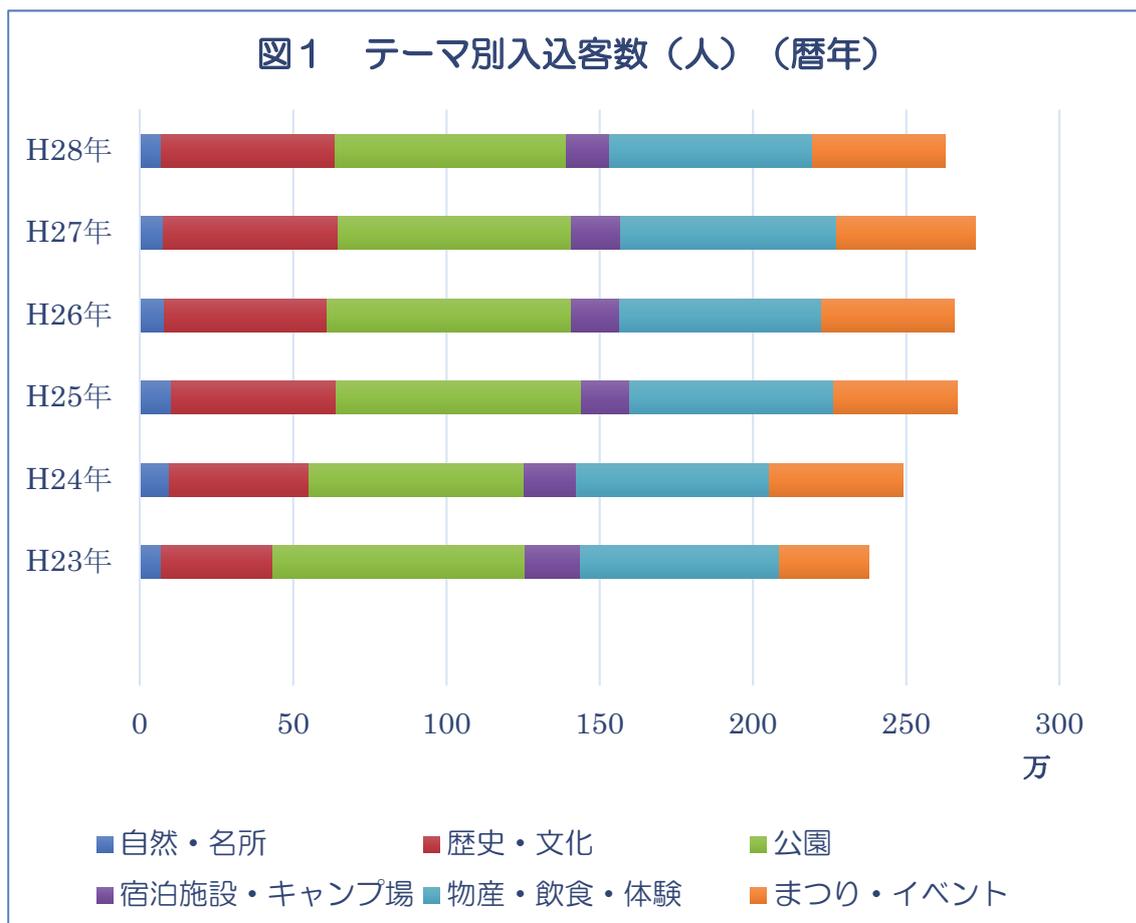


図2 観光レクリエーション入込客数推計書(人)(暦年)

調査地点	エリア (旧市町名)	区分	H23年	H24年	H25年	H26年	H27年	H28年
中部台運動公園	松阪	公園	228,984	124,578	238,207	228,095	171,097	165,704
松阪農業公園ベルファーム	松阪	公園	593,633	576,603	561,232	566,695	589,030	589,705
伊勢山上	松阪	自然・名所	961	1,858	2,421	1,680	2,123	2,459
松名瀬海水浴場	松阪	自然・名所	28,800	40,240	30,340	19,480	21,340	17,160
うきさとむら	松阪	自然・名所		8,469	16,565	4,260	4,236	3,778
森林公園	松阪	宿泊施設・キャンプ場	110,049	105,399	93,398	97,624	100,785	96,727
みえこどもの城	松阪	物産・飲食・体験	223,120	214,513	228,800	222,143	251,886	221,532
阿坂城跡	松阪	歴史・文化	1,690					
大石不動院	松阪	歴史・文化	16,174	28,155	35,506	30,921	27,193	27,833
大河内城跡	松阪	歴史・文化	755					
松阪市文化財センター	松阪	歴史・文化	43,721	46,408	43,770	47,969	54,656	50,221
小津安二郎青春館	松阪	歴史・文化	1,745	932	1,681	1,278	1,538	1,601
宇気郷まつり	松阪	まつり・イベント	1,500					
松阪牛まつり(松阪肉牛共進会)	松阪	まつり・イベント		50,000	35,000	70,000	35,000	20,000
元気まつさか産業ビジョンピック	松阪	まつり・イベント			7,000			
松阪祇園まつり	松阪	まつり・イベント	120,000	120,000	120,000	115,000	170,000	150,000
氏郷まつり	松阪	まつり・イベント	150,000	130,000	130,000	135,000	140,000	160,000
初午大祭	松阪	まつり・イベント		75,000	58,000	57,000	57,000	48,000
宣長まつり	松阪	まつり・イベント		10,000	500	3,700		7,500
鈴の音市	松阪	まつり・イベント		27,000	27,000	28,000	28,000	29,000
歴史民俗資料館	松阪	歴史・文化	14,492	14,704	16,840	17,399	17,129	22,177
本居宣長記念館	松阪	歴史・文化	20,584	23,388	25,444	23,679	22,341	19,023
松坂城跡(松坂公園)	松阪	歴史・文化	58,306	104,104	140,248	138,674	149,195	158,232
岡寺山継松寺	松阪	歴史・文化	131,519	141,400	160,700	158,290	166,470	160,000
松阪商人の館	松阪	歴史・文化	14,126	14,776	17,358	15,904	17,179	16,373
御城番屋敷	松阪	歴史・文化	30,212	30,505	37,162	34,093	40,832	40,160
原田二郎旧宅	松阪	歴史・文化		3,809	7,118	7,244	7,564	6,260
旧長谷川邸	松阪	歴史・文化			269	4,603	12,260	13,776
松阪もめん手織りセンター	松阪	歴史・文化		13,436	14,452	14,265	18,363	18,247
まつさか交流物産館	松阪	物産・飲食・体験	27,873	28,158	30,598	28,444	29,960	31,050
嬉野町おおきん祭り	嬉野	まつり・イベント	18,000	18,000	19,000	20,000	16,000	13,000
嬉野考古館	嬉野	歴史・文化	3,392	3,130	3,040	3,030	3,310	1,990
みくもの七夕笹かざり	三雲	まつり・イベント		6,300	6,300	3,500	3,900	5,200
松浦武四郎記念館	三雲	歴史・文化	10,045	10,252	10,265	10,381	10,239	11,022
リバーサイド茶倉	飯南	宿泊施設・キャンプ場	7,529	6,672	7,087	5,802	8,698	5,488
道の駅「茶倉駅」	飯南	物産・飲食・体験	42,182	42,263	43,627	39,648	37,941	38,670
台高山脈	飯高	自然・名所	13,080	16,160	19,200	19,560	16,400	15,650
蓮峡谷	飯高	自然・名所	5,310	6,420	8,310	9,090	8,550	8,250
三峰山	飯高	自然・名所	10,380	12,860	16,150	15,470	14,700	13,800
波瀬植物園	飯高	自然・名所	3,142	2,720	3,641	3,325	3,045	2,710
つつじの里荒滝	飯高	宿泊施設・キャンプ場	1,971	2,094	1,951	2,300	2,275	2,385
林間キャンプ場	飯高	宿泊施設・キャンプ場	1,590	1,838	1,689			
山林舎	飯高	宿泊施設・キャンプ場	5,479	4,821	4,566	3,884	3,511	3,802
松阪わんわんパラダイス 森のホテルスメール	飯高	宿泊施設・キャンプ場						29,518
香肌峡温泉ホテル「スメール」	飯高	宿泊施設・キャンプ場	52,805	49,928	49,453	49,565	46,844	1,874
道の駅「飯高駅」	飯高	物産・飲食・体験	349,930	337,572	351,575	359,987	375,198	364,563
グリーンライフやまびこ	飯高	物産・飲食・体験	8,863	7,368	9,808	8,908	10,343	1,543
波瀬駅	飯高	物産・飲食・体験						3,521
口窄泰運寺	飯高	歴史・文化	7,090	8,050	8,640	8,930	8,360	8,050
荒滝不動尊	飯高	歴史・文化	11,430	13,120	15,280	15,470	13,370	13,150
櫛田川流域	全域	自然・名所	6,590	6,040	6,610	6,740	6,110	5,400
合計			2,377,052	2,489,043	2,665,801	2,657,030	2,723,971	2,626,104

「観光レクリエーション入込客数推計書」は、全国観光統計基準に基づき、レクリエーション等の目的で、観光地点に入り込んだ者の数を、三重県が毎年取りまとめているものです。松阪市では入込客数推計を、平成24年から全国観光統計基準に基づくように改め、調査地点を追加した上で集計しています。

※空欄は、施設の休業やイベント不開催などにより、調査地点から除外した施設等です。

2. これまでの取り組み

1) 松阪市の取り組み経過

平成 17 年 1 月 1 日に 1 市 4 町が合併し、新しい松阪市が誕生したことを契機に、市域全体における多様な資源を活用した観光プロモーションを目的として、平成 18 年 3 月に「観光振興アクションプラン」を策定しました。

しかし、本プランは総合計画から見た位置づけが明確でなく、具体的な目標値が設定されなかったことに加え、課題が明確にされていなかったことから、平成 24 年 6 月に、全国から選任した観光まちづくりの有識者 3 名をはじめ、市内の観光関連団体や事業者、商業者、市民活動団体、市で構成する「松阪市観光戦略会議（以下、「戦略会議」）を設置することで議論を進めました。

そして、数ある観光地から松阪市が選ばれ、また、市民一人ひとりがまちの魅力を再発見し、その誇りと郷土愛を実感できる観光まちづくりを目指すための指針として平成 26 年 10 月に策定されたのが『松阪市観光振興ビジョン』です。

- 2006年 平成 18年 : 「松阪市観光振興アクションプラン」策定
基本戦略:「誇り」「装い」「味わい」「誘い」をもって市中心部の誘客を強化し郊外へ波及させる
- 2010年 平成 22年 : 「松阪まちなか再生プラン」策定
基本理念:「食」を感じよう!「歴史」を温めよう!!そして、「人の心」をつなげよう!!!
- 2011年 平成 23年 : 松坂城跡が国史跡に指定
「松阪まちなか歴史的文化遺産保存・活用プラン提言書」が市に提出される
旧長谷川邸の寄贈の有無を含めたまちなかの歴史的文化遺産等の保存活用についての提言
- 2012年 平成 24年 : 「松阪市観光戦略会議」設置
松阪の魅力をゆかりのある東京日本橋から発信する「松阪経営文化塾」等を企画
- 2013年 平成 25年 : 旧長谷川邸が市に寄贈、市史跡に指定
「松阪経営文化塾」の実践
「まなび」「新しい価値の創造」「交流の活性化」を三本柱に、「松阪経営文化セミナー」の開催や松阪木綿キャラバン隊によるPR活動など、具体的事業を実践
- 2014年 平成 26年 : 「“豪商のまち松阪”生き生きプラン」策定
コンセプト:まちの魅力を活かし、住み心地のよい元気なまちなかにする!
: 「観光交流拠点施設等整備事業に係る基本構想調査・基本計画策定業務の推進
「観光交流拠点施設の整備」、「旧長谷川邸の保存・活用」、「松阪もめん手織りセンターの機能移転・跡地活用」、「松阪市立歴史民俗資料館の活用」、「ウォーキングルートの整備」の調査・プランニング
: 「松阪市観光振興ビジョン」策定
様々な地域資源を生かし、観光客に魅力ある観光地として選ばれ、また、市民一人ひとりがその誇りと郷土愛を実感できる、魅力ある観光まちづくりを目指す
- 2016年 平成 28年 : 旧長谷川邸が国の重要文化財(建造物)に指定される
- 2017年 平成 29年 : 「豪商のまち松阪」中心市街地土地利用計画策定
市民にとって住みやすい、誇りをもつことができ、来訪者にとっても魅力あるまちを実現
「“豪商のまち松阪”生き生きプラン 2」策定
コンセプト:まちの魅力を活かし、住み心地のよい元気なまちなかにする!

2) 本ビジョン 平成 30 年度～2020 年度(平成 32 年度)の策定について

平成 26 年 10 月に策定した「松阪市観光振興ビジョン」(以下、旧ビジョン)は、点在する観光要素を“つなぎ”、魅力的なエピソードやストーリーを整理・創造・発信するため、

- *昔と今をつなぐ 「歴史・文化を生かした観光振興の推進」
- *遊びと健康をつなぐ 「自然・食を生かした観光振興の推進」
- *交流と情報でつなぐ 「交流の促進と効果的な情報発信による観光振興の推進」

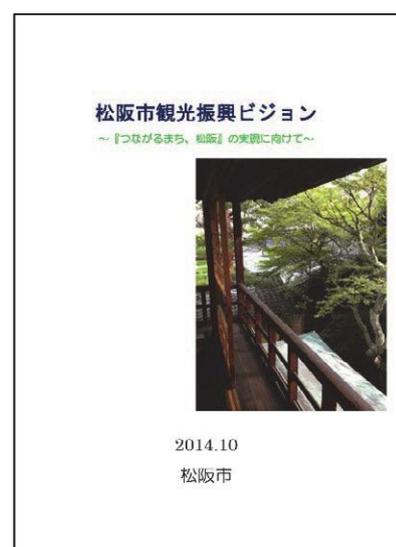
をビジョンの基本戦略(3本柱)として、具体的戦略を展開しています。

今回のビジョンの改定は、上位計画である「松阪市総合計画」の見直し(平成 28 年度)にあわせ、社会経済情勢や本市の状況などの変化、さらには、旧ビジョンで示した戦略の検証も踏まえ、改定したものです。

なお、改定にあたっては、旧ビジョンにおいて戦略会議を中心に市民とともに導き出してきた課題、及び基本戦略を基軸として、元戦略会議委員をメンバーに含めた「松阪市観光振興ビジョン策定検討委員会(以下、策定委員会)」を設置し、進めてきた具体的戦略について、検証、評価することで、見直しを行いました。



策定委員会の様子



旧松阪市観光振興ビジョン

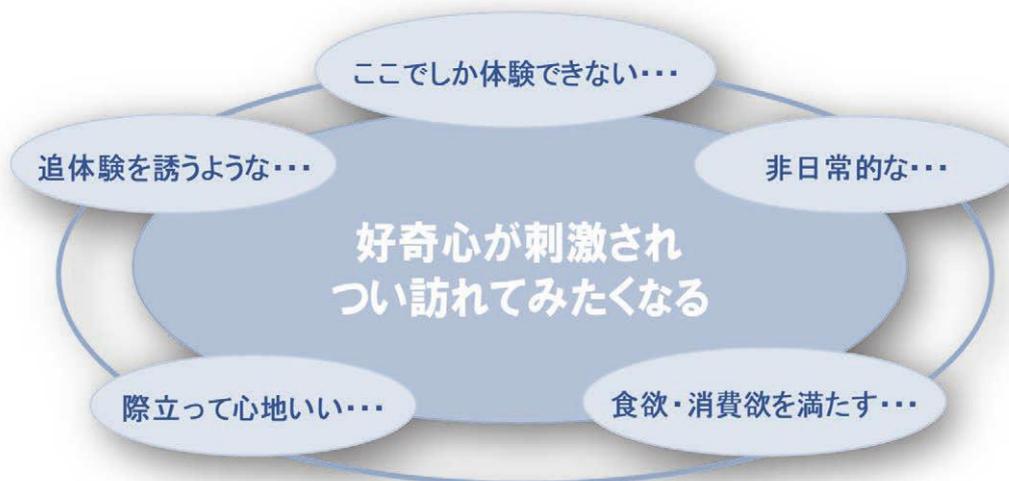
3. 松阪市の観光の課題

1) 観光資源の活用における課題

～ 観光行動を誘発するコンテンツ機能の強化 ～

松阪は、重厚な歴史・文化や美しい自然など豊富な観光資源を有し、これらを求めて年間 250 万人以上の観光客が訪れています。しかし、その反面、観光客から見た松阪は、「松阪牛」のイメージが極めて強いことから、これらの観光資源に十分にスポットが当たっているとは言えない状況にあります。

今ある観光資源をただ単に見せるのではなく、それぞれの観光要素を整理して、その中から魅力的なエピソードやストーリーを抽出し、集積、活用することで、観光客の驚きや好奇心を刺激し、観光行動を誘発させる機能を付加させていくことが必要です。



地域別に見ると、松坂城跡を中心とするまちなかには歴史的文化遺産が多く残り、山間部には豊かな自然に彩られた素晴らしい景観が溢れ、海岸部には広大な干潟に多種多様な動植物が生息しています。そして、「松阪牛」だけでなく、恵まれた松阪の環境や伝統が育んだ様々な松阪を特徴付ける産物が、地域の特色を備え存在しています。

このうち、まちなかにおいては、江戸時代に繁栄を極め、日本一の大商人として名を馳せた三井グループの祖・三井高利（三井家発祥地）をはじめ、小津家（松阪商人の館）、長谷川家（旧長谷川邸）などの豪商の史跡が数多く残っています。

平成 29 年 5 月に策定した※「豪商のまち松阪」中心市街地土地利用計画では、このような歴史・文化施設や歴史的なまちなみの保全と整備を図り、賑わいに満ちた活気のあるまちづくりを進めることを示しています。

また、平成 31 年には、まちなかに点在する松阪の魅力（歴史・文化等）が一覧できる「観光交流拠点施設」のオープンを予定しています。

このような中、「豪商のまち松阪」を象徴する歴史・文化施設や観光資源をつなぎ、市民、観光客の驚きやときめき、探究心に直接働きかけるような具体的な活用計画を、行政はもとより市民、関係団体、事業者が協働し、民間のノウハウを活用しながらストーリーを創り上げ、観光PRや誘客活動を展開していくことが求められています。

一方、郊外においては、三雲地域では、歴史・文化が色濃く残る伊勢街道沿いの格子戸の町並み（市場庄町）をはじめ、北海道の名付け親とされる松浦武四郎（誕生地・記念館）、日本を代表する伊勢湾最大の干潟である、五主から松名瀬にかけての干潟では一年を通して様々な動植物を観察することができ、今後その価値を高める必要があります。そして、嬉野地域では、平野部から中山間地域の地形を生かした地域特産品等（嬉野大根等の農産物）の生産や、縄文時代の国史跡天白遺跡や古墳、重要文化財鴟尾等、各時代の文化的資源が今なお多く残っています。また、観光振興の主役である地域や、ゴルフ場をはじめとする観光関連事業者等の民間の主体的な取り組みが実を結ぶよう、既存施設と連携してその推進体制等を整えていくことが重要です。

また、飯南・飯高地域には、恵まれた自然環境等、それぞれの地域の特性を活かしたレジャー施設・宿泊施設（道の駅飯高駅、道の駅茶倉、リバーサイド茶倉、スメールほか）が多く存在しており、観光誘客面はもとより、市民の保健休養や地域のコミュニティー活動の拠点という側面も含め、その特色を最大限に活かせるよう多面的な活用について、地域住民と官民が連携して取り組み、地域の魅力を発揮していくことが重要です。

※「豪商のまち松阪」中心市街地土地利用計画

松阪駅を中心とした中心市街地において「市民にとって住みよい、誇りをもつことができ、来訪者にとっても魅力あるまち」を実現するため、主に公共施設の配置を中心に作成した土地利用計画。

2) 観光環境における課題

～ 観光客をもてなす環境整備の充実 ～

松阪は名古屋・大阪・京都といった大都市圏から、交通の利便性が高いものの、観光客の動向は、依然として伊勢・志摩・鳥羽地域への立ち寄り、休憩地点として利用される通過型観光にあり、市内での滞在性や周遊性を向上させることが極めて重要な課題となっています。

特に、鉄道の玄関口である松阪駅には『松阪市観光情報センター』と『まつさか交流物産館』という情報発信や物産販売の拠点があるものの、歴史・文化遺産が多く集積する本町・魚町・殿町エリアには、自家用車や大型バスで来訪される観光客に対して一元的な観光情報の発信や、土産物を提供できる環境が整っていない状況にあります。

このような現状をふまえ、まちなかの魅力（歴史、文化の見どころ、お店情報等）を一覧できる環境を整えるため、現在、観光交流拠点施設の整備を進めています。

今後は、同施設を核として点在する観光要素をつなげ、旅館・ホテル等と連携し、宿泊客の受入態勢整備と、大型バスの駐車場など大勢の観光客を迎え入れる態勢を整備していくことで、滞在性・周遊性を向上させ、立ち寄り型の観光から日帰り型の観光へ、そして宿泊型の観光へと観光客の動向をシフトさせていく必要があります。



松阪市観光情報センター



まつさか交流物産館

また、松阪観光の魅力はまちなかだけでなく、農業公園ベルファームや道の駅飯高駅といった施設の集客が高い状況からもうかがえるように、それぞれの地域が歴史・自然・食といった魅力ある観光要素を有しています。これらをテーマや目的により結ぶことで、まちなかから徐々に郊外へと誘導し、滞在性や周遊性を向上させることで、経済的な面でも地域への波及効果をもたらすようつなげていく必要があります。

そのためには、市の交通政策として中心部と各地域との間、また各地域間の交通アクセスを向上させるとともに、既存の交通を利用した観光ルートの提案などが必要であり、あわせて観光案内等の看板に関しても、全ての人にやさしいユニバーサルデザインや多言語対応なども意識して、統一性を持った整備を進めていかなければなりません。また、市民全体で観光客を受け入れるおもてなしの心を醸成するために、市民が誇りを持つ、また興味を持てるようなメニューも、考えていく必要があります。

さらに、増加する外国人観光客の受入態勢の整備として、基本的には共通言語（英語）に対応した観光案内や誘導看板の設置、外国人観光客を積極的に受け入れる宿泊施設や飲食店の確保などに、官民が連携して取り組む必要があります。また、外国人観光客のニーズに対応した観光パンフレットの制作や、インターネットを活用した情報発信なども連動していく必要があります。

3) 観光情報の発信における課題

～ 観光客のニーズに応じた情報発信と 新たなニーズを開拓するための情報発信の強化 ～

松阪には「松阪牛」をはじめ、歴史・文化が薫る“ホンモノ”が今もなお存在していますが、観光地として選ばれ続けるには、“松阪にはホンモノがある”といったメッセージの発信だけでは困難です。

現在のパンフレットやホームページ等で発信している観光情報は、見る人の利便性を追求するためにカテゴリごとに区分され、一元的に羅列される傾向にありますが、観光客の「驚き」や「ときめき」、「探究心」に対して働きかけるには、それだけでは十分とは言えません。

特に、観光情報に対する観光客の志向・ニーズは変化してきており、かつての

記事情報から、近年は実用的な情報や写真・動画が好まれるようになっていきます。また、情報を受信する側がある程度の知識を有していると、その観光地のある程度の中身が類推できることから「驚き」がなく、観光動機につながらないことも考えられます。観光客にとっての「驚き」とは、写真や動画に加え、松阪の深い魅力、たとえば歴史・文化的な背景やストーリーなどを知ることであるため、こういったことから、テーマやストーリー性を前面に、より深い情報を打ち出すことで、魅力ある観光地として選んでもらえるきっかけにもなります。

こうした視点に立ち、観光客の志向・ニーズに応じた情報発信を随時研究しながら魅力ある情報の発信に努める必要があります。

また、松阪市は、国内外を問わず、歴史的なつながり、共通した資源や経済面でのつながりなど、様々なご縁や交流でつながっている他の自治体や観光団体が多くあります。

こういった地域については、交流の中で共通の観光資源のストーリーやテーマに関するつながりがすでに存在することから、それぞれの地域に応じた観光情報を発信することで、双方の地域の誘客効果へと相乗させ、交流人口を増加させていくことが大切です。

また、情報発信については、国内のみでなく国外も意識していかなければなりません。

伊勢志摩サミットが開催され、今まで以上に三重県全体への注目が高まっていること、さらには2020年（平成32年）のオリンピック、パラリンピックの東京開催も近づき、外国人観光客の増加が見込まれる中、外国人観光客のニーズを継続的に研究し、効果的な情報発信の方法や着地型観光など、外国人観光客が能動的に楽しめるコンテンツやプログラムを充実させていく必要があります。

4) 交流の活性化における課題

～ 交流都市との連携による交流人口の増加促進 ～

松阪市には、歴史的・文化的なつながりのある都市や地域が数多くあります。蒲生氏郷ゆかりの滋賀県日野町、福島県会津若松市や、松浦武四郎ゆかりの北海道の各都市・地域、本居宣長ゆかりの島根県浜田市、静岡県浜松市のほか、和歌山街道でつながる奈良県五條市、吉野町、東吉野村などです。

さらに海外では角屋七郎兵衛ゆかりのベトナム国ホイアン市があります。

また、中国無錫市濱湖区とは、平成20年10月に友好都市提携を締結し、交流事業を展開しています。

これらの都市間との交流に関しては、前述のとおり、交流のきっかけとなる資源が既に存在することから、その観光資源のストーリーやテーマについては双方が理解を深めやすいという利点があります。

こういった利点を最大限活用し、それぞれの地域の魅力を共有し、情報を近隣にも拡散させていくことで、双方の交流人口の増加とそれぞれの地域の観光振興につなげていくように、密接な関係を築き上げていくことが必要となります。

また、交流の効果を高めていくためには、行政体のみならず観光協会、観光施設、宿泊施設、交通機関等が連携して観光客の誘致に取り組む必要があり、これらが相互に情報を共有し補完・連携できる体制を構築することで、相乗効果を生み出していくことが重要となってきます。

特に、松阪市の立地特性として、以南に位置する伊勢・志摩・鳥羽といった大型観光地へ向かう要地であり、「松阪・多気・明和・大台圏域観光連携事業推進協議会」や、熊野・尾鷲といった南三重の地域との「南三重活性化協議会」が組織されており、近隣とのつながりを相互に有効活用していくためにも、これらの地域と補完・連携しあいながら、多様化する観光客のニーズを捉えた観光PRなどを行うとともに、広域観光ルートの開発などに関しても、協働して取り組んでいく必要があります。

さらには、松阪商人が結んだ縁も、松阪の魅力である歴史・文化を発信する松阪経営文化セミナー等の開催により、新たな展開を迎えています。こういった背景のもと、東京日本橋には、松阪商人の末裔ともいえる関連企業が数多く存在しており、企業と行政という新たな連携のあり方も模索しながら交流を促進していく必要があります。

5) 経済効果における課題

～ 観光客の消費行動を促す仕組みの構築 ～

観光による消費は地域への経済効果を生み出します。そのためには、楽しんでいただきながら消費が促されるような商品や環境等の魅力づくりが必要です。

特に、松阪における観光客の動向に関しては、依然として伊勢・志摩・鳥羽地域への立ち寄り地点として利用される傾向にあるなかで、市内での観光ルートの整備・発信により滞在性や周遊性を向上させるとともに、ストーリーや目的を明確にした観光商品の販売や、時間別に設定した観光ルートの造成など、時間消費に対応できる魅力づくりを進めていかなければなりません。

観光は総合産業ともいわれ、地域の産業を活かす絶好の機会であり、また、魅力があれば少量生産であっても活かせるという特性があります。こうしたなか、地域ブランドによる活性化の推進は大変重要であり、松阪らしい土産・物産品の開発・販売や、特色ある農産物・海産物等の食材を用いた食事の提供など、様々な分野での取り組みを進めていくことで、観光による地域への経済面での波及効果を高めていくことが重要です。

また、松阪の特性として、まちなかには地元産品を満喫できる飲食店が数多くあり、駅付近の便利な場所にも、自然豊かな郊外にも宿泊施設があります。こうした特性を活かし、宿泊利用に結びつけるための魅力づくりと情報発信が必要です。

なによりも、こういった観光客の消費行動に関しては、受け皿となる観光事業者との連動した事業の展開が重要となります。観光客の滞在性・周遊性を高めるために、民間事業者や地域住民の観光客を「もてなす」意識を醸成し、官民が一体となって取り組みを進めていくことが重要です。