

第3章

松阪市の観光振興ビジョン

1. コンセプトとビジョンの概要

1) 基本コンセプト

つながるまち、松阪

松阪に存在する数多くの観光資源が、その歴史・文化と“つながる”ことで魅力的な物語を語り始め、その豊かな自然や食と“つながる”ことで訪れた人の元気が創造される、そしてこれらの魅力が人に流れ“つながる”ことで新たな価値を創造し、広がっていく。

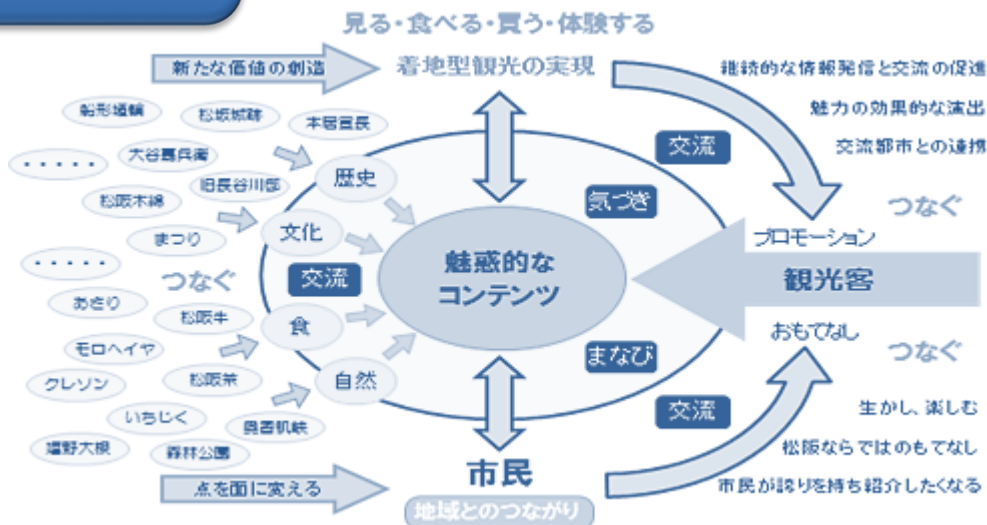
そんな“つながり”が、訪れる人の驚きや好奇心を刺激し、つい訪れたいくなる。そんな“松阪”を目指します。

観光行動を誘発する魅惑的コンテンツ

点在する観光要素を“つなぎ”魅惑的なエピソードやストーリーを整理・創造・発信する！

＝ コンテンツ機能強化

2) ビジョンの概要



3) 戦略展開と推進

生かし楽しむ具体的戦略の展開

昔と今をつなぐ

歴史・文化を生かした観光振興の推進

「松阪経営文化塾」を生かした観光の推進を重点戦略とし、あわせて「豪商のまち松阪」や「まちあるき」を楽しむ観光を推進します。

遊びと健康をつなぐ

自然・食を生かした観光振興の推進

「松阪の自然」や「松阪の食」を楽しむ観光を推進するとともに、これらをコンセプトとする各施設での「体験」を楽しむ観光を推進します。

交流と情報をつなぐ

交流の促進と効果的な情報発信による観光振興の推進

「松阪ブランド」の強化・活用とともに、街道や地域の歴史などを通じた交流を楽しむ観光を推進します。また、これとあわせて国内外に向けた多様な情報発信を推進します。

自発的かつ持続的に推進・発展する仕組みを構築

2. ビジョンの3本柱と戦略

1) “昔と今をつなぐ”観光振興ビジョン

基本戦略：歴史・文化を生かした観光振興の推進

歴史・文化を生かした観光を推進するには、とりわけ、まちなかに「点」として存在する個々の歴史的文化遺産につながりをつけて「線」へと展開し、周辺環境を併せて整備しながら「面」へ広げ、市民と行政が協働して城下町「松坂」のストーリーを描くまちづくりを進めることが重要です。

『松坂まちなか歴史的文化遺産保存・活用プラン提言書』では、“「遺す」から「活かす」遺産へ”を基本理念に、まちなかに残る貴重な歴史的文化遺産は保存と活用を図りながらまちづくりに活かしつつ次の世代に継承すべきものであり、そうしたまちづくりは、まちなみの景観保全や観光振興、さらには教育の資質向上に寄与するものであるとしています。

「観光戦略会議」では、本提言書の基本理念をふまえ、現代に引き継がれたまちなかの歴史・文化は日本や地域を活性化させるための原動力であり、この貴重な財産を市民が再認識するとともに次世代に継承し、その魅力を全国に広く発信していくことが観光まちづくりを進める原点であり、これを具体的な行動として実践した「松坂経営文化セミナー」の活動こそが、本ビジョンに示した「つながるまち、松坂」を実現するものであることを導き出しました。

こうした実績をふまえ、『“昔と今をつなぐ”観光振興ビジョン』をビジョン構成の柱の一つとし、『歴史・文化を活かした観光振興の推進』を基本戦略に掲げました。そして、本ビジョンの原点でもある『「松坂経営文化セミナー」による観光の推進』を重点戦略として、また、『“豪商のまち松坂”を楽しむ観光環境の整備』を主要戦略としてそれぞれ位置づけ、松坂の偉人をテーマにした「松坂経営文化セミナー」や、実際に松坂に来ていただくためのツアーの造成などの取り組みを、継続して実施していきます。

具体的戦略1)

「松阪経営文化セミナー」による観光の推進(重点戦略)

【短期】

●松阪経営文化セミナーの開催

豪商にちなんだ「松阪経営文化セミナー」を歴史的なつながりのある東京日本橋で開催し、松阪にゆかりのある企業関係者などをターゲットに、「豪商のまち松阪」のストーリー性を発信していくことで、松阪を身近に感じていただき、来訪の動機付けにつなげていく。

あわせて、松阪経営文化セミナー等の開催により得たつながりから始まった、東京日本橋を会場としたイベント等への積極的な参加により、松阪と東京日本橋とのゆかりを周知することで、興味、好奇心を喚起していく。

また、東京以外の圏域においてもセミナーを開催し、本市の魅力を発信する。



松阪経営文化セミナー

●歴史・文化を体感できるツアーの継続

松阪経営文化セミナーで取り扱う歴史・文化的なストーリーの体感と食、自然景観といった本市の観光コンテンツを活用したツアー造成を、観光関係団体、事業者等と連携を図り実施していく。

平成 30 年に北海道の名付け親として有名な松阪の偉人「松浦武四郎」が、生誕 200 年を迎え、その誕生地が整備され一般公開が始まった。あわせて、ゆかりの地である北海道では「北海道 150 年事業」のキーパーソンとして「松浦武四郎」が取り上げられるなど、注目度が高まる中、「松浦武四郎」をコンテンツとして事業展開するとともに、北海道等と連携しながら全国に向け情報発信し、誘客に取り組む。

【長期】

松阪の多くの偉人、豊かな歴史などから観光資源を掘り起こし、新たなコンテンツとして加え、そのゆかりの地域に働きかけるなど、ターゲットを絞る中、ストーリーや背景などを加え、磨き上げた情報を発信することで、誘客につなげていく。

具体的戦略2)

“豪商のまち松阪”を楽しむ観光環境の整備(主要戦略)

【短期】

●観光交流拠点施設の整備と活用

観光交流拠点施設 完成イメージ



観光客の利便性や回遊性を高めるため、松阪の観光ガイドンスを一元的に行う観光交流拠点施設を整備し、まちなか観光の核をつくる。また、こどもたちの学習の場や伝統文化の継承など幅広い活用を推進する。

○施設のコンセプト

観光客は松阪の魅力を発見し、市民は松阪の誇りを再認識する施設

○施設の役割

1. まちなか観光の拠点として、即効性のある観光情報の提供により、まちなか回遊性を促進。
2. 松阪の歴史・文化とその重層性を紹介し、松阪への興味を喚起、市内回遊動機を創り出す。
3. 地域の文化交流拠点として、市民と松阪の歴史・文化をつなぎ、市民の手で松阪を観光文化圏に仕上げていく取り組みを推進。

○1階フロア

松阪のまちの接点として、観光情報発信機能を担う展示ゾーンと物販機能を担う松阪産品展示ゾーンによって構成します。松阪のまちの姿を自然と歴史文化を通じて表し、まち歩きへと誘う。



○2階フロア

展示テーマをキーワードでひも解く展示ゾーンとして、街道展示と松阪ものがたり展示を行う、本施設における歴史文化展示機能を担うフロアです。

また、通常の展示活用のほか市民文化活動の促進・成果発信機能を高めるためにオープンスペース化することで特別展示やイベント等を開催することができるようになる。



●旧長谷川邸の活用



旧長谷川邸

国指定重要文化財である旧長谷川邸について、文化財としての価値を維持・保存しながら、松阪商人の生活を見せる場として整備し、公開日数の拡大を図る。またソフト事業として、魅力的な資料展示・講座の開催に加え、歴史を体感できる施設として、教育現場や様々な団体による活用を通じ、松阪商人の歴史や生活風習などの体験・発信を行う。

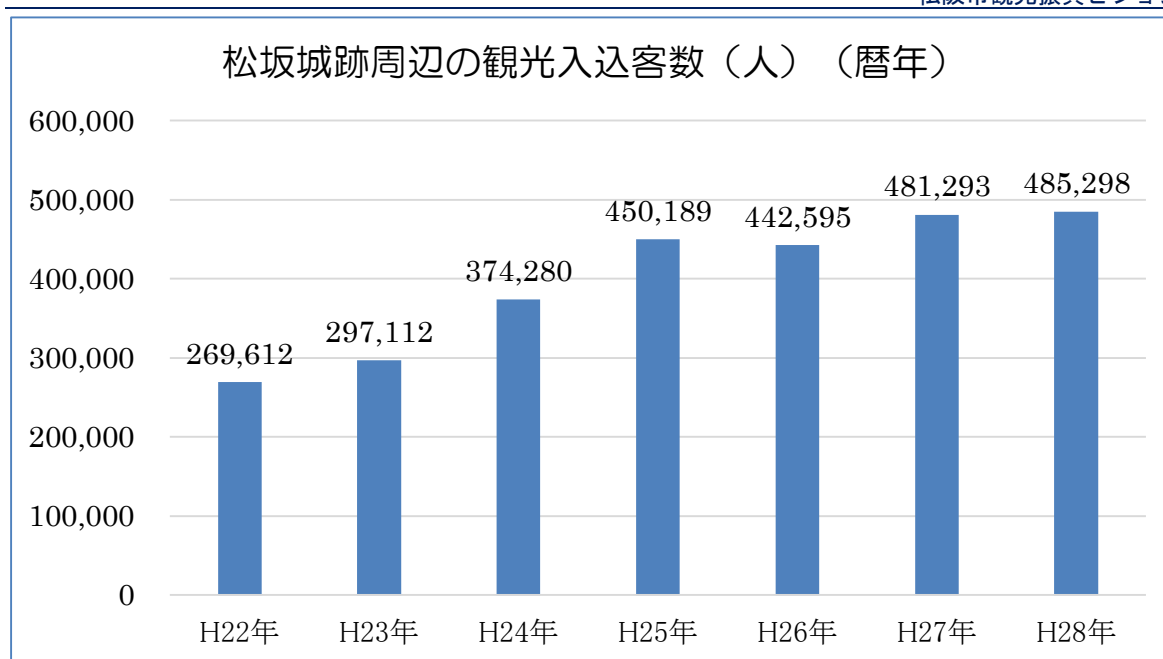
●松阪市立歴史民俗資料館の活用

戦国武将蒲生氏郷によって築かれた国指定史跡松坂城跡は、日本 100 名城、日本の歴史公園 100 選にも選ばれている。城の魅力や松阪市の歴史文化を学ぶ場として、松坂城跡にある松阪市立歴史民俗資料館の展示機能の充実を図る。

【長期】

松阪商人・射和商人など“豪商のまち松阪”を体感できる「豪商ツアー（仮称）」の商品造成に取り組む。

また、観光客の受入態勢整備の充実を図るため、駐車場に関しては、まちなかの有効な土地活用を調査・検討するとともに民間事業者とも連携し、その確保を進める。あわせて、車を利用した観光客のために松阪インターチェンジからまちなかの観光施設等への誘導看板を整備する。



松坂城跡周辺…歴史民俗資料館、本居宣長記念館、松坂城跡（松阪公園）、岡寺山継松寺、
松阪商人の館、御城番屋敷、原田二郎旧宅、旧長谷川邸、
松阪もめん手織りセンター、まつさか交流物産館

具体的戦略3)

“まち歩き”を楽しむ観光の推進

【短期】

●観光ルートの再整備とガイダンスの強化

新たに整備する観光交流拠点施設を発着点とした観光ルートを整備し、あわせて観光客の利便性や周遊性を向上させるため、案内看板、誘導看板などのハード整備を進める。

また、観光地としての魅力を高め、リピーターファンを増やすためにも、地域の奥深い情報や、訪れることで発見できる驚きを伝え、人との出会いが旅の楽しみになるよう、対面での観光ガイダンスの一層の強化を、関係機関・団体等との連携により取り組む。

さらに、観光客の趣味や興味など、個人の目的に対応し、より満足度の高いまちなか観光の機会を提供するため、ICT（情報通信技術）を活用した情報端末である※まち歩きアレンジメントサービスを導入するなど“まち歩き”の環境整備を進める。

※ まち歩きアレンジメントサービス

観光交流拠点施設に設置する情報検索端末。様々な観点から松阪の観光情報を知ることができる。画面上をタップするとその詳細情報が表示され、“マイまつさかマップ”として印刷し提供することができる。

● “まち歩き” の楽しみ方の提案

松阪経営文化セミナー、近鉄エリアキャンペーンなどから蓄積された誘客のノウハウを活用し、民間事業者等との連携による「豪商のまち松阪プロモーション事業」等を展開し、着地型観光の取り組みや情報発信を行う。例えば、「松阪木綿でまち歩き」など、“まち歩き” に楽しみを付加したコンテンツの情報発信を継続・強化するとともに、これらと連動する松阪肉や銘菓を味わいながら周遊・散策するルートを提案し、時間や目的に応じたマップ等の作成や、旅行商品化を進める。



観光PRパンフレット

● 鈴の音バスの活用

まちなかの歴史・文化施設や商店街と周辺の要所を結ぶ鈴の音バスと観光ルートを連動させ、観光客の利便性を向上させるとともに、観光事業者と連携して、スタンプラリー付乗車券などの特典を付加した周遊サービスを検討する。

【長期】

観光ルートの整備により滞在性・周遊性を高める取り組みをさらに魅力的なものとするため、飲食・物販店との連携や特典付きの商店街ツアーなど、まちなかの歴史・文化施設と商店街の共同事業を検討していく。

さらに、宿泊型観光を推進するため、まちなかの夜を満喫できるよう、愛宕町・五十鈴町・湊町の飲食店への誘客を働きかけるパンフレットの作成や携帯端末での店舗情報の発信の仕組みなどを関係事業者とともに構築していく。

また、歩いて楽しいまちなかを創造していくために、松阪木綿や豪商などを題材に、松阪らしい景観を造成するため、地域住民や商店街関係者等と連携する。

2) “遊びと健康をつなぐ” 観光振興ビジョン

基本戦略：自然・食を生かした観光振興の推進

松阪市は、大小の山岳を有し、これらを支流とする清流が広大な海へと流れ出す壮大で豊かな自然と、この恵みによって育まれてきた地域の特色ある美味で多彩な食材や伝統料理が豊富にあり、さらには、これらを伝承してきた地域の知恵や匠の技が今なお引き継がれています。また、こうした自然や食を活かした体験

施設、公園、キャンプ場、宿泊施設、ゴルフ場などのアウトドアが楽しめる施設も多くあります。

これらの観光要素を“つなぎ”、地域の観光振興を効果的に推進していくには、それぞれの地域がもつ特色ある観光資源の魅力を余すことなく発信し、融合させ、地域づくりの施策や市民の活動と連動した観光まちづくりに取り組む必要があります。

こうした考え方にに基づき、自然や食といった観光資源を癒しや余暇の充実といった遊び感覚で捉え、これを心や身体の健康に結びつけることをテーマに『“遊びと健康をつなぐ”観光振興ビジョン』をビジョン構成の柱の一つとし、『自然・食を生かした観光振興の推進』を基本戦略に掲げました。そして、『“自然”を楽しむ観光の推進』を主要戦略として位置づけ、松阪の山、川、海の魅力をアピールするパンフレットの作成や、ツアー企画等に取り組みます。

具体的戦略1)

“自然”を楽しむ観光の推進(主要戦略)

【短期】

高見山・樹氷



●松阪の自然を楽しむための情報発信と環境整備

登山・トレッキング等のニーズに対応するため、山岳会が主体となり作成した山のガイドブックを活用し、登山者が立ち寄る観光施設等（道の駅飯高駅・松阪市観光情報センターなど）に置く。

あわせて、受入態勢の充実にあたっては、特に登山者からニーズが高い宮の谷溪谷をはじめ、各登山道への案内看板などの設置や、安全性と利便性の向上を図るため、山岳会等の協力を得ながら、現況調査を開始し、再整備を進めていく。

また、櫛田川流域などにあるキャンプ場や体験施設などを連動させ、川遊びスポットとして整理するとともに、流域をサイクリングやロードバイクのスポットとして認知されるよう情報を発信する。

さらに、海水浴やマリンレジャーにも適している、遠浅で広大な干潟を持つ海の活用については、潮干狩りスポットとして、あるいは海の生き物、植物や鳥類の観察の場としてなど、季節に応じたタイムリーな情報発信の体制を関係団体と連携し整備する。

【長期】

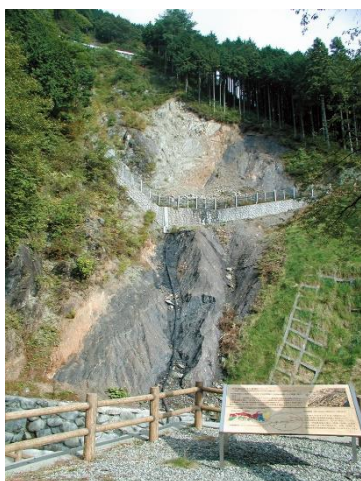
自然環境については、季節に左右される観光資源であることから、山・川・海の観光資源をつなぐことで、観光の目的の複合化や、来訪シーズンの長期化を図る。また、「月出の中央構造線」や日本棚田百選にも選ばれた「深野だんだん田」など、自然景観を体感できるツアー造成の取り組みを行う。また、豊かな自然とアクティビティを楽しむことができる環境整備のため、地域や関係団体等と連携を図り、イベント等の開催に応じたタイムリーな情報発信の体制をつくる。

また、自然の恵みとも言える地元食材（クレソン、猪肉、鹿肉、鮎、あまご、貝類、海苔など）をそれぞれの自然環境の中で、味わうことができる受入態勢を、事業関係者や地域とともに整備する。

自然と密接に関係する資源の中で、比較的、季節に左右されないゴルフ場などの余暇施設については、市観光協会、及び一部の市内ゴルフ場が加入する「みえゴルフツーリズム推進協会」と連携して取り組むとともに他の観光資源と連動させた国内外に向けての誘客活動を支援する。

さらに、今後スポーツの分野でも、国体など、盛り上がり期待される有望なスポーツイベントが計画されており、これらは観光資源としてのポテンシャルも兼ね備えているものと言えます。

こうした魅力を、松阪市ブランド大使をはじめとする著名人を活用し、継続的に情報発信していく。



月出の中央構造線



深野だんだん田

具体的戦略2)

“食”を楽しむ観光の推進

【短期】

● “食” のニーズに応じた情報発信

松阪の代名詞とも言える「松阪牛」については、観光事業者との連携により、観光客の予算やニーズにあわせた情報提供を行えるよう地域別、価格別での店舗情報の提供や、ウェブサイト・SNSの活用などにより「松阪牛」の本場・産地としての優位性を発信していく。

● “食” のニーズ開拓

B-1 グランプリへの出展実績のある「松阪鶏焼き肉」や「松阪茶」、「松阪海苔」、「松阪豚」などの魅力ある食材について、ブランド制度の整備とともに、来訪の動機付けとして、これらの食材を活用したイベント等を実施する。

【長期】

山や海など豊かな自然の中で育まれる食材は、未だ、その魅力の全てが伝えきれていないものが多く存在することから、“食” のまちをアピールするため、生産者や食品製造事業者と連携し、産業観光へ取り組む体制を整備していく。また、松阪海苔のオーナー制度のように、消費者と生産地をつなげる取り組みを進め、これらと連動したツアー等の企画を検討していく。

具体的戦略3)

“体験”を楽しむ観光の推進

【短期】

● “体験”型施設の多様な活用

飯南・飯高地域にある体験型の施設については、「飯南・飯高地域観光施設あり方検討委員会」の協議結果における施設活用の方向性をふまえ、自然体験や食と組み合わせた旅行商品の造成や、地域住民のコミュニティー活動の拠点としての活用も図るなかで、地域間連携による活用方法を検討する。

● 各種団体と連携した施設活用

宿泊機能を有するリバーサイド茶倉やつつじの里荒滝等の施設については、大学・高校などの各種クラブ活動の合宿先としての誘致をはじめ、市民団体や市観光協会、観光事業者等と連携し、登山やウォーキングなどのツアーを企画する。



リバーサイド茶倉



つつじの里荒滝

【長期】

各施設の共通パスポートの発行などによる連携事業や、サポーター制度の導入など、施設の利用者が施設とともに発展していく仕組みづくりを検討していく。

また、特に外国人観光客に人気のある、農業・林業体験など、本市の産業を観光化したプログラムを、地域事業者などと連携し、開発していく。

3)“交流と情報でつなぐ”観光振興ビジョン

基本戦略：交流の促進と効果的な情報発信による観光振興の推進

松阪市の特産品は、松阪牛や松阪茶のほか、嬉野大根、クレソン、あさり、海苔などがよく知られており、伝統工芸品では、松阪木綿、松阪萬古焼、猿はじきなどが有名です。こうした地域の宝物を発掘・育成し、「地域ブランド」として磨きをかけ、これらを活かして地域の活性化につなげていくことも重要です。また、観光は総合産業といわれるなかで、地域ブランドの活用は地域の産業を活かす絶好の機会であり、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。この特性を活かした観光まちづくりを進め、地域への様々な波及効果を高めていく必要があります。

また、インバウンド戦略としては、海外に訴求力を持つ世界ブランド「松阪牛」の本場・産地としての優位性を活かすとともに他の魅力ある特産品を合わせて情報発信することで、食を求めて来日する外国人観光客に向け、豊かな食を有する地域として認知されるよう取り組む必要があります。

さらに、効果的な情報発信を行うためには、ゆかりのある地域や交流都市など、他の地域と連携し、地域ブランドの情報発信を行うことで、相乗効果や波及効果を高めていく必要があります。

このように、地域ブランドや様々な情報を核とした地域間交流は観光まちづくりを進める上で極めて重要であり、『“交流と情報でつなぐ”観光振興ビジョン』をビジョン構成の柱の一つとし、『交流の促進と効果的な情報発信による観光振興の推進』を基本戦略に掲げました。そして、『“地域ブランド”を生かした観光の推進』を主要戦略として位置づけ、「松阪ブランド」の確立に向けた取り組みや、官民を通じた地域間の連携・交流に取り組みます。

松阪牛



具体的戦略1)

“地域ブランド”を生かした観光の推進(主要戦略)

【短期】

●松阪ブランドの確立

松阪地域の優れた特産品を全国に広めるため、認証制度を展開するなど「松阪ブランド」の確立に向けた戦略を進める。

●松阪木綿の振興

松阪商人の繁栄のもととなった松阪木綿を伝統的な工芸品として定着させるため、豪商が辿った歴史背景の紹介をはじめ、機織りや着付け体験などを通じた観光戦略を展開する。



松阪木綿

●ふるさと応援寄附金への活用

地域ブランド力強化のため、「駅鈴で結ぶ松阪市・浜田市 観光・文化交流協定」の締結のもと交流を進める島根県浜田市と連携し、ふるさと応援寄附金の返礼品として両市の誇る特産品セットを全国に紹介する。

【長期】

世界のブランド松阪牛をはじめ、松阪茶や松阪赤菜などの優れた産物を全国に広め、特に大消費地である首都圏を中心にPR活動を展開していく。

また、松阪木綿は、綿の栽培を地域で進め、松阪産松阪木綿の製造を進めるなど、地域の伝統工芸品としての市民の認識を高める取り組みを強化する。

また、関係団体と連携してイベント等を開催し、市民の参画を推進していく。



松阪茶



松阪赤菜

具体的戦略2)

“地域の交流”を楽しむ観光の推進

【短期】

●交流都市等との相互交流の促進

蒲生氏郷ゆかりの「氏郷まつり」、「日野まつり」、「会津まつり」を通じての交流や、本居宣長の駄鈴の縁から始まり平成28年4月に「駄鈴で結ぶ松阪市・浜田市 観光・文化交流協定」を締結した島根県浜田市との交流、さらに平成30年2月に生誕200年を迎えた郷土の偉人「松浦武四郎」のゆかりの地である北海道の各地域との交流、松阪の豪商ゆかりの地である東京日本橋との交流をさらに深めることで、相互の交流人口の増加を図る。

あわせて、中国無錫市濱湖区やベトナム国ホイアン市など国外との交流に関しても、行政庁同士の連携を密にしながら、民間レベルでの交流を支援する。

●近隣市町との交流

「松阪・明和・多気・大台圏域観光連携事業推進協議会」や、南三重10市町の自治体、関係機関、企業等で構成する「南三重活性化協議会」など近隣市町との交流・連携により、テーマ別の観光ルートの設定や、効果的な観光PRにより、知名度を高め、交流人口の増加に取り組む。

また、伊勢志摩地域を中心とした「伊勢志摩コンベンション」と連携して、広域的な観光PR事業を行う。

●歴史街道と町並みの活用

和歌山街道、初瀬街道、伊勢街道などの街道めぐりマップを作成し、街道沿いの主要施設やまちかど博物館などを紹介する。あわせて、市場庄・六軒地域や射和・中万地域の古い町並みを紹介するパンフレットや散策マップを作成する。



射和・中万の町並み



格子戸の町並み（市場庄）

【長期】

偉人顕彰に関しては、関係団体等と連携し、小説化や映像化を図り、観光地としての魅力の増進や誘客につなげる。

具体的戦略3)

“多様な情報発信”を楽しむ観光の推進

【短期】

●観光客による情報発信

スマートフォンなどの保有率が高まる中で、SNSや口コミサイトなど、観光客の体験情報などを活用し、親しみやすい情報発信や観光客のニーズを創出するためのプロモーションを展開する。

●ICT（情報通信技術）を活用した情報発信

※ARなどの観光アプリを活用し、観光客の滞在時間の拡大による観光産業の活性化を図るとともに、松坂城跡周辺を中心とするまち歩きについては、観光交流拠点施設を中心に、より効果的な情報発信を行う。

※AR…拡張現実→実際の景色、地形、感覚などにコンピューターを使ってさらに情報を加える技術

●三重県の首都圏営業拠点等を活用した情報発信

市、観光協会、観光関係事業者等が連携し、三重テラスをはじめとした関東圏におけるイベント等を継続して開催し、効果的な情報発信を行う。

●市民に向けた情報発信

市民が松阪のまちの魅力をもっと知り、誇りを持てるための事業メニューを作成し、市民自身が観光情報の発信源となれるような取り組みを行う。

●外国人観光客誘致に向けた情報発信

外国人観光客の誘致ため、誘客に関する情報の収集を行い、外国人観光客のニーズに応じた観光情報の発信を行うとともに、市観光協会をはじめ、観光事業者等と連携した受入態勢の強化に取り組む。



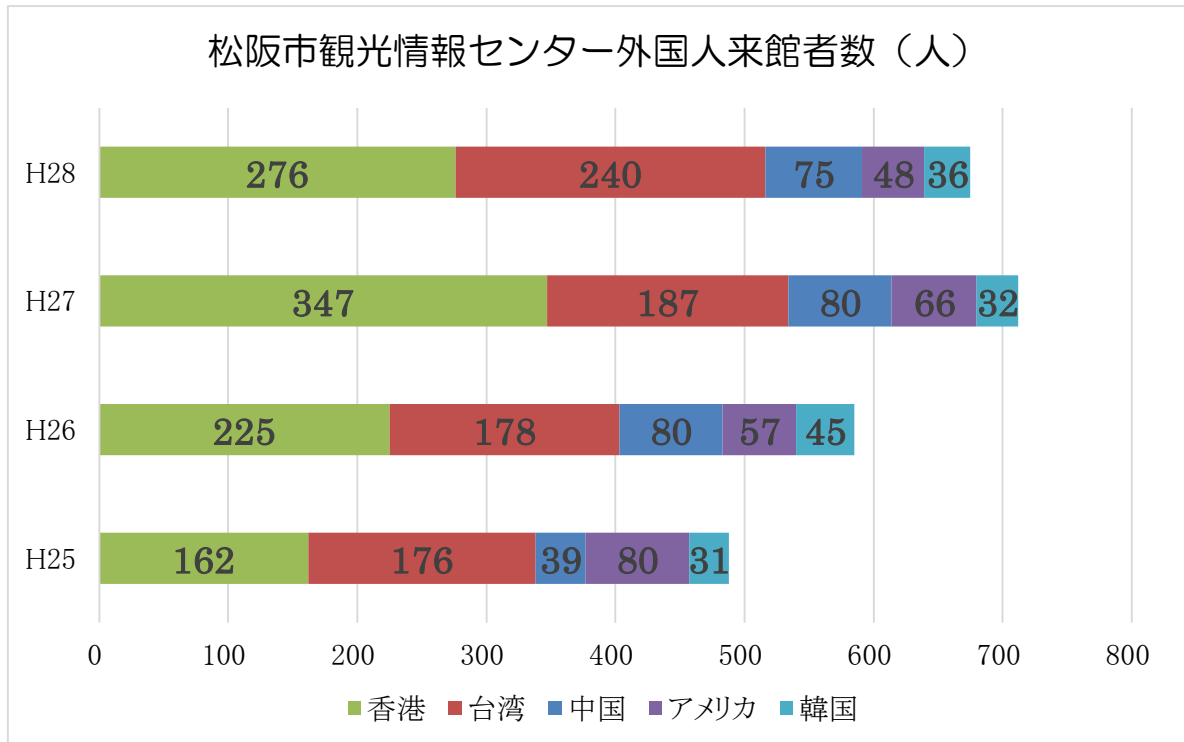
インバウンド英語セミナー

●学習を通じた情報発信

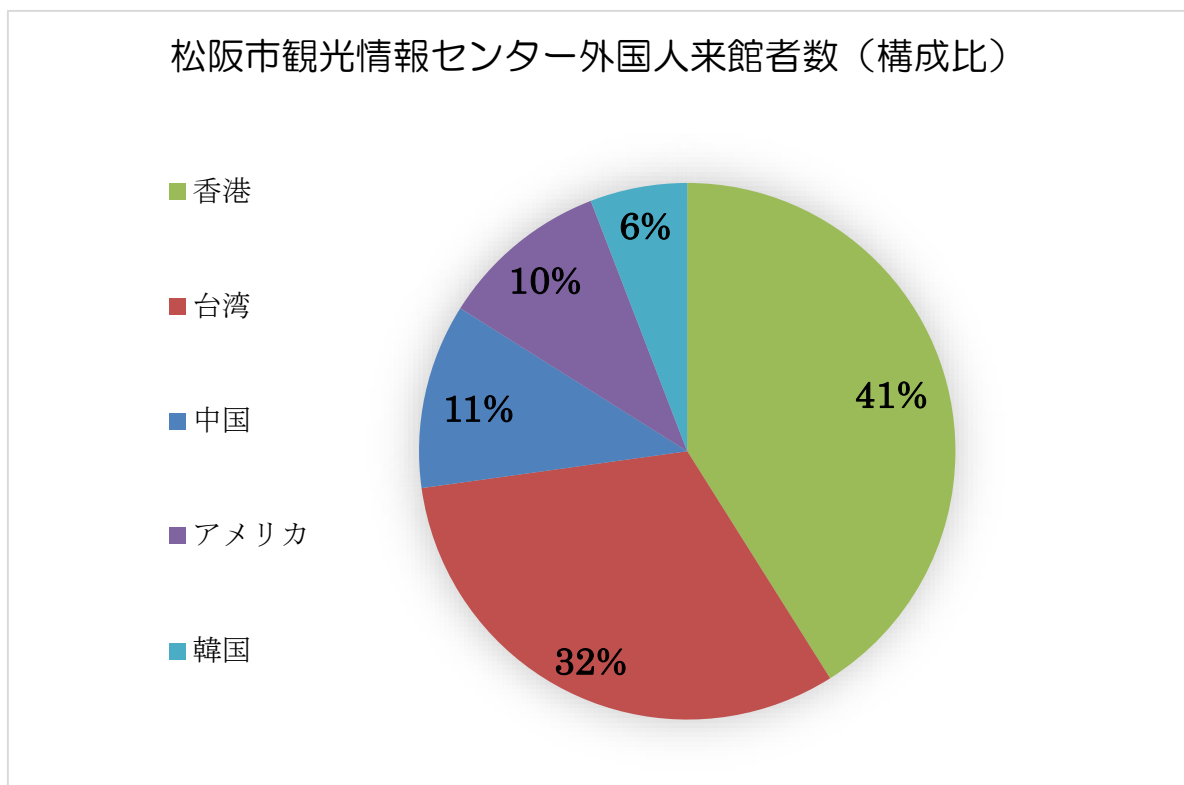
学生を対象に、それぞれの年代に応じ、松阪の観光資源や歴史・文化などについて学び、発信してもらう仕組みづくりを行う。

【長期】

観光客が利用しやすい無料W i - F i などのインターネット環境整備を検討していく。また、外国人観光客の多種多様な文化・習慣等を理解し、ストレスフリーな受入態勢の整備・充実を図る。



資料：松阪市観光協会



資料：松阪市観光協会