

松阪市 観光振興ビジョン

2018年度(平成30年度)～2020年度(平成32年度)



松阪市

目 次

第1章 観光振興ビジョンの策定について	1
1. 策定の背景と目的	1
2. 位置づけと計画期間	2
1) 位置づけ	2
2) ビジョンの計画期間	2
第2章 観光振興に向けた取り組みと課題	3
1. 松阪市の観光の現状	3
1) 入込客数の状況と傾向	3
2. これまでの取り組み	5
1) 松阪市の取り組み経過	5
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	6
3. 松阪市の観光の課題	7
1) 観光資源の活用における課題	7
2) 観光環境における課題	9
3) 観光情報の発信における課題	10
4) 交流の活性化における課題	12
5) 経済効果における課題	13
第3章 松阪市の観光振興ビジョン	14
1. コンセプトとビジョンの概要	14
1) 基本コンセプト	14
2) ビジョンの概要	14
3) 戦略展開と推進	14
2. ビジョンの3本柱と戦略	15
1) “昔と今をつなぐ”観光振興ビジョン	15
2) “遊びと健康をつなぐ”観光振興ビジョン	21
3) “交流と情報をつなぐ”観光振興ビジョン	26
第4章 使命と役割	32

第1章

観光振興ビジョンの策定について

1. 策定の背景と目的

松阪市は、三重県のほぼ中央に位置し、東は伊勢湾、西は高見山地まで広大な地域を持つまちです。

戦国武将・蒲生氏郷によって開かれた城下町を中心に、江戸時代には参宮街道沿いの宿場町として、また、松阪商人の町として栄え、鈴の音と山桜を愛した国学者・本居宣長をはじめ、日本一の大商人と称された三井高利ら、多くの偉人を生み出したことでも知られており、勇壮な石垣が残る松坂城跡、豪商の邸宅、武家屋敷などが、当時を忍ばせています。南部を流れる櫛田川流域には、射和商人の邸宅などの町並みが残り、中山間地域では豊かな自然景観はもとより、その恵まれた自然環境を活かしたレジャー施設や宿泊施設が多く存在しています。さらに、東部一帯の平野部では、参宮街道がにぎわった当時の面影を残す格子戸の町並みや、北海道の名付け親とされる松浦武四郎の誕生地や記念館があります。

また、豊かな地形と温暖な気候を活かして「松阪牛」や「松阪茶」などのブランド品をはじめ、数多くの特産品を生んでいます。

松阪市では、これらの重厚な歴史・文化や美しい自然など、豊富な観光資源をもとに観光振興を図り、地域の活性化につなげていくことを目的に、平成 26 年 10 月に、観光振興政策の基本方針等を明らかにする「松阪市観光振興ビジョン(以下、本ビジョン)」を策定しました。

しかしながら、近年、伊勢志摩サミットの開催等により、今まで以上に三重県全体に注目が高まる中で、インバウンド(=訪日外国人旅行者)の増加や旅行ニーズの多様化、あるいは、スマートフォンなどの普及に伴うソーシャルメディア(SNS他)利用の増加など、観光を取り巻く環境は大きく変化しています。

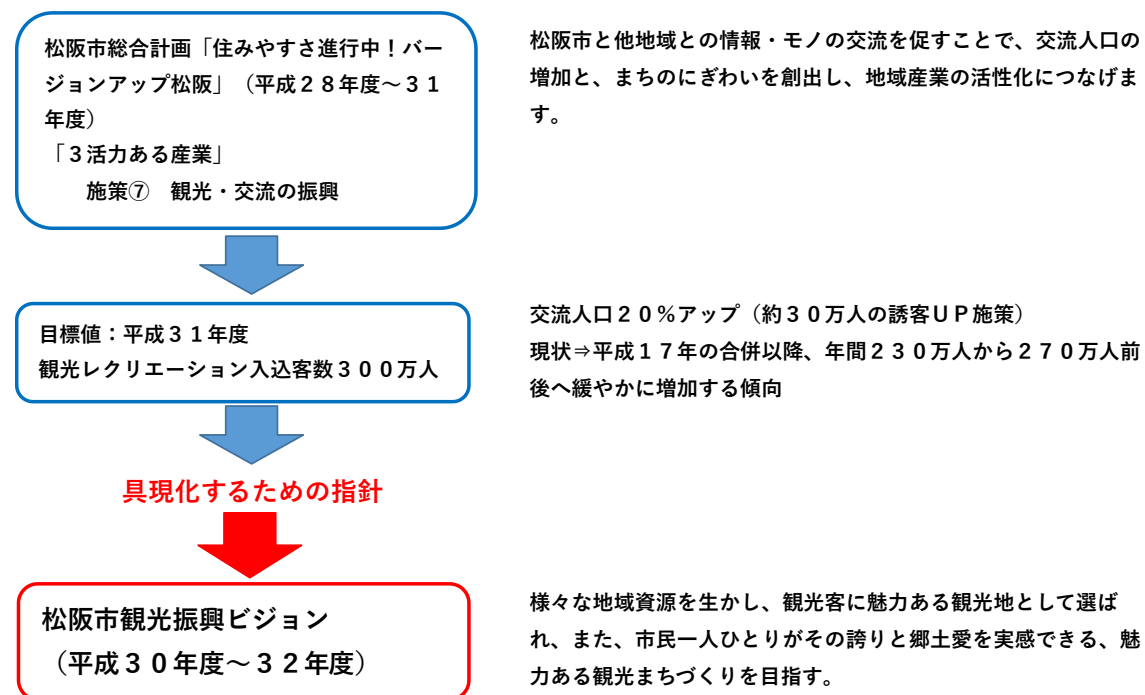
このことから、本ビジョンは、上位計画である「松阪市総合計画」の見直し(平成 28 年度)にあわせ、社会経済情勢や本市の状況などの変化を踏まえ、改定(平成 30 年 3 月)したものであり、数ある観光地から松阪市が選ばれ、また、市民一人ひとりが松阪の魅力を再発見し、その誇りと郷土愛を実感できる観光まちづくりを目指すための指針としていくものです。

2. 位置づけと計画期間

1) 位置づけ

本ビジョンの策定は、松阪市総合計画「住みやすさ進行中！バージョンアップ松阪」の単位政策「3活力ある産業」の施策「⑦観光・交流の振興」に位置づけます。

また、総合計画における目標値を平成31年度の観光レクリエーション入込客数300万人としており、本ビジョンはこれを具現化するための指針とするものであることから同様の目標値とします。



2) ビジョンの計画期間

本ビジョンの計画期間は、平成30年度から2020年度（平成32年度）までの3ヶ年とし、2020年度（平成32年度）において次期ビジョンの検討と策定作業に入ります。なお、本ビジョンは計画期間においても情勢に応じて随時見直しを行うものとします。



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。

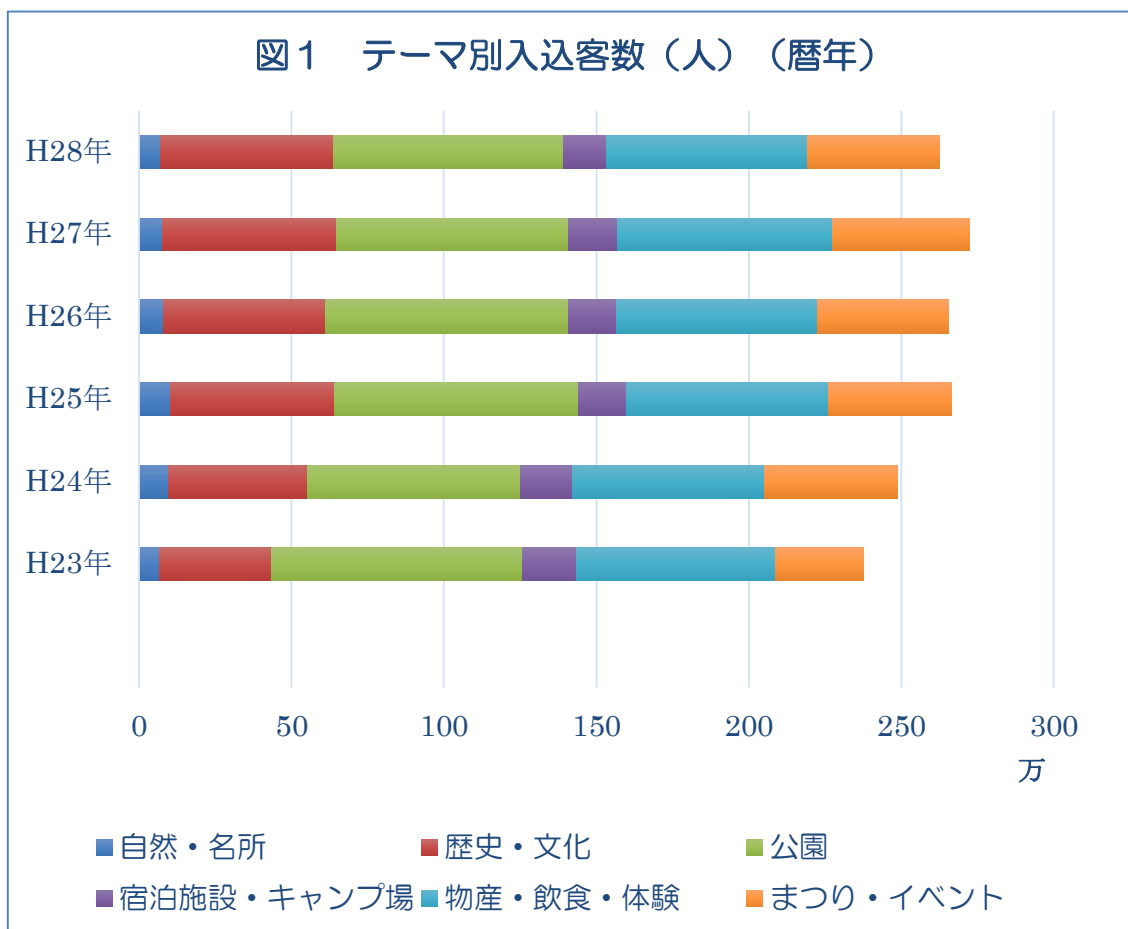


図2 観光レクリエーション入込客数推計書(人)(暦年)

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 : 「松阪市観光振興アクションプラン」策定
- 平成 18年 : 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 : 「松阪まちなか再生プラン」策定
- 平成 22年 : 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 : 松坂城跡が国史跡に指定
- 平成 23年 : 「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 : 「松阪市観光戦略会議」設置
- 平成 24年 : 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 : 旧長谷川邸が市に寄贈、市史跡に指定
- 平成 25年 : 「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 : 「“豪商のまち松阪” 生き生きプラン」策定
- 平成 26年 : 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 : 旧長谷川邸が国の重要文化財(建造物)に指定される
- 平成 28年

- 2017年 : 「豪商のまち松阪」中心市街地土地利用計画策定
- 平成 29年 : 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」

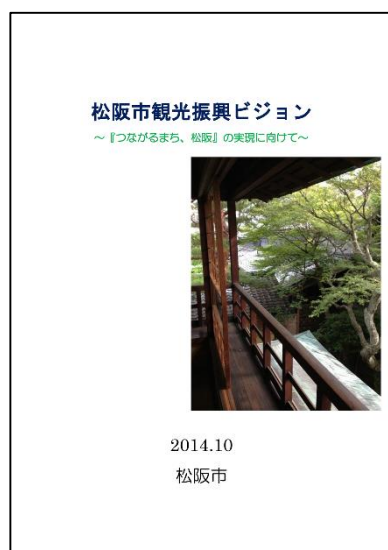
をビジョンの基本戦略(3本柱)として、具体的戦略を展開しています。

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

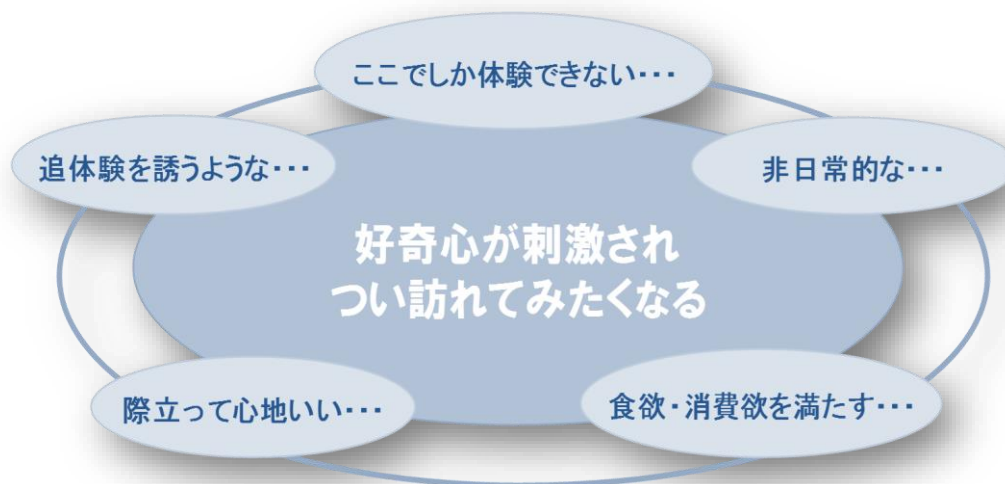
3. 松阪市の観光の課題

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 P R 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。

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。

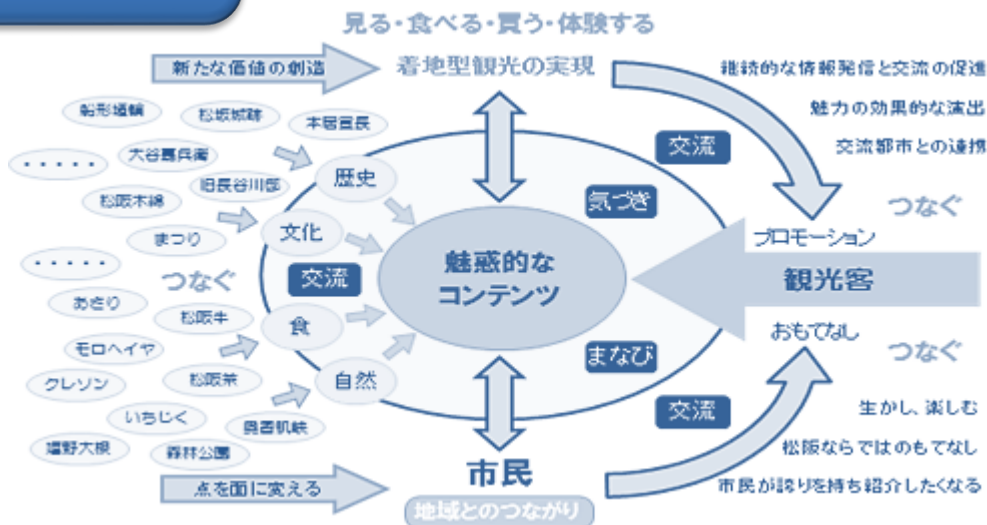
そんな“つながり”が、訪れる人の驚きや好奇心を刺激し、つい訪れたいくなる。そんな“松阪”を目指します。

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！

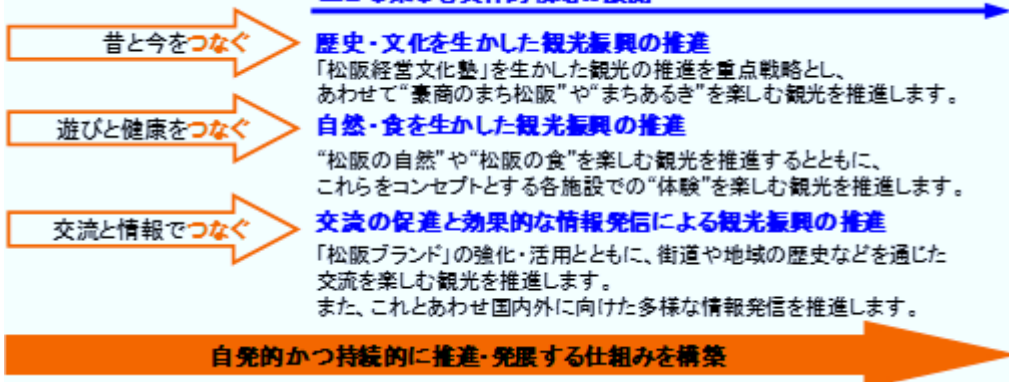
＝ コンテンツ機能強化

2) ビジョンの概要



3) 戦略展開と推進

生かす楽しむ具体的戦略の展開



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する。



●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。

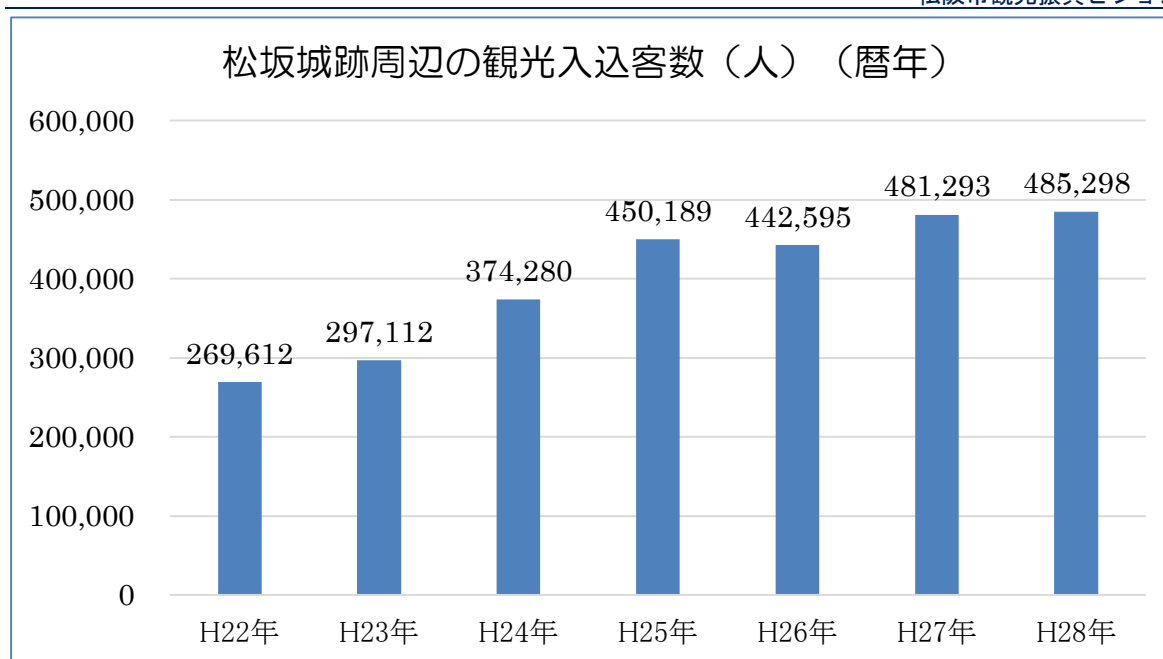
●松阪市立歴史民俗資料館の活用

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ドンスの強化

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、対面での観光ガイド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】

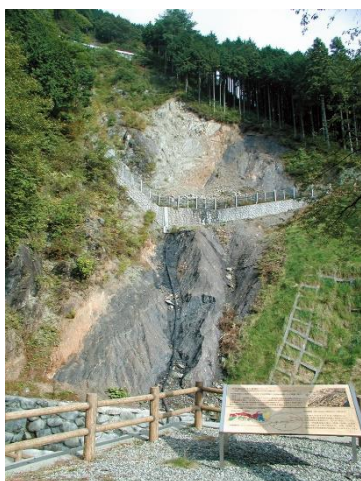
自然環境については、季節に左右される観光資源であることから、山・川・海の観光資源をつなぐことで、観光の目的の複合化や、来訪シーズンの長期化を図る。また、「月出の中央構造線」や日本棚田百選にも選ばれた「深野だんだん田」など、自然景観を体感できるツアー造成の取り組みを行う。また、豊かな自然とアクティビティを楽しむことができる環境整備のため、地域や関係団体等と連携を図り、イベント等の開催に応じたタイムリーな情報発信の体制をつくる。

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・交流に取り組めます。

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」を通じた交流や、本居宣長の駅鈴の縁から始まり平成28年4月に「駅鈴で結ぶ松阪市・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。



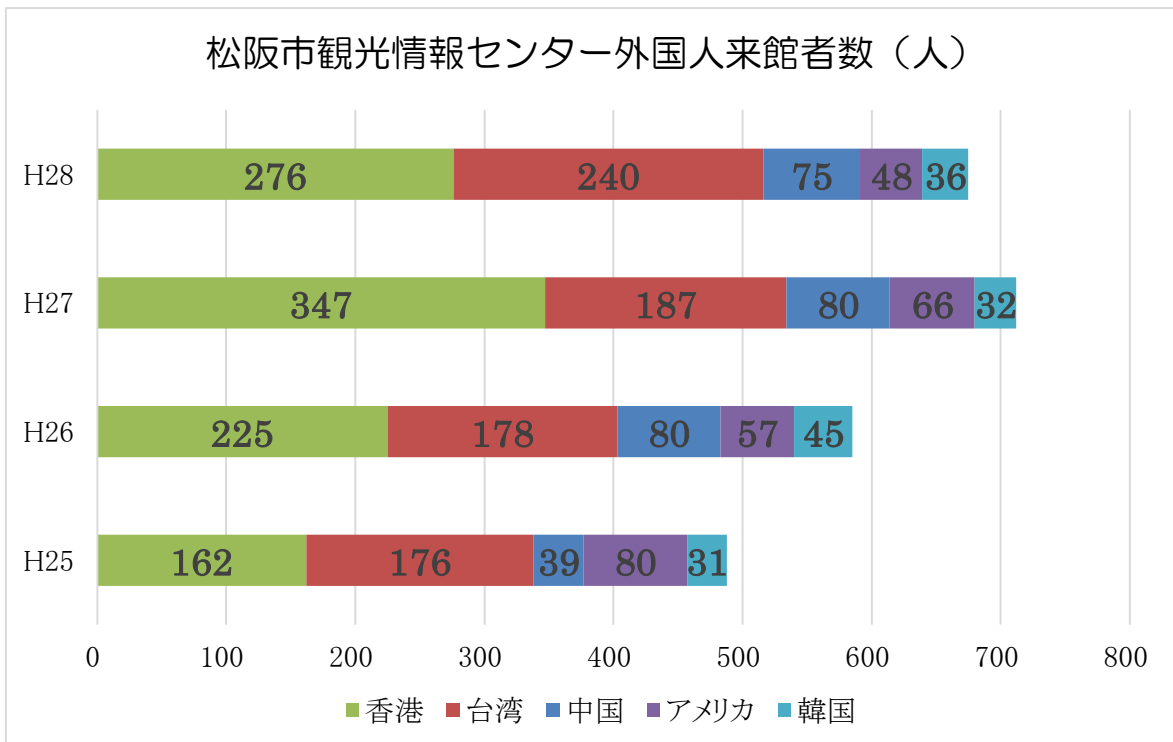
インバウンド英語セミナー

●学習を通じた情報発信

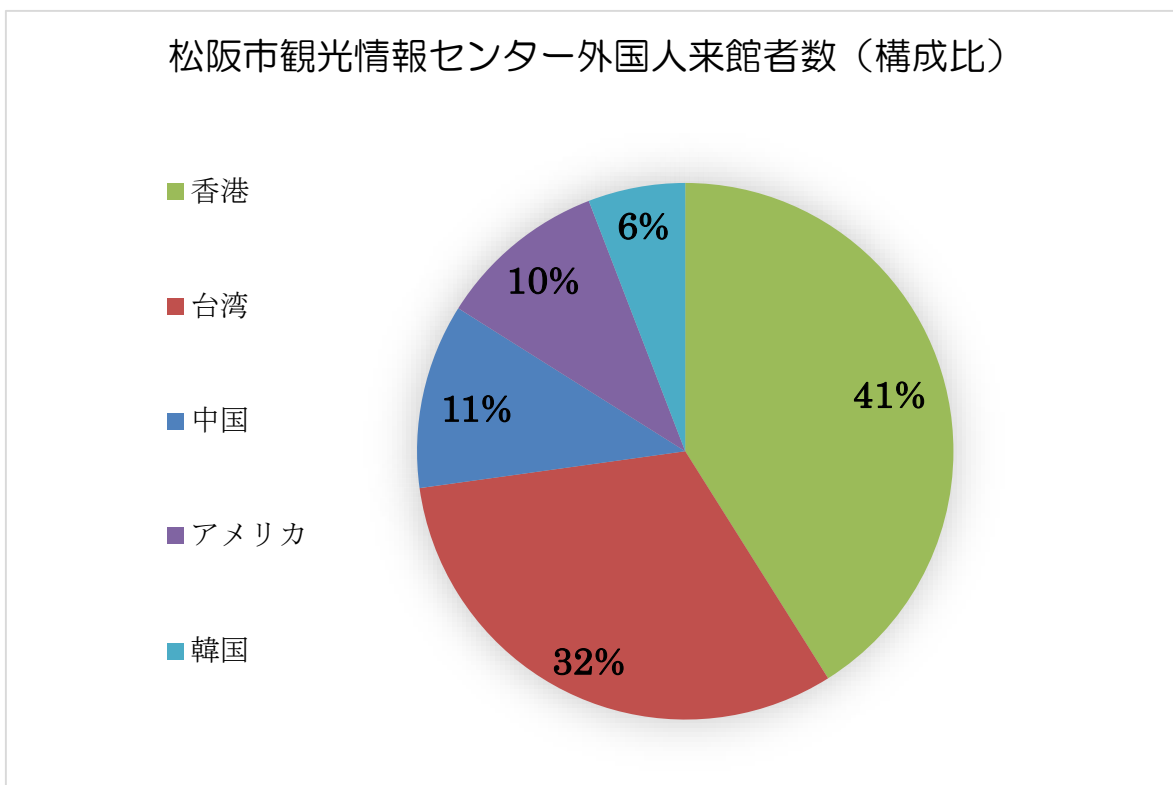
学生を対象に、それぞれの年代に応じ、松阪の観光資源や歴史・文化などについて学び、発信してもらう仕組みづくりを行う。

【長期】

観光客が利用しやすい無料Wi-Fi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

第4章

使命と役割

少子高齢化が、ますます進む中、地域の住民が健康でゆとりある生活を営み、力を合わせて活力ある社会を実現することが望まれます。そのためには、松阪市と他地域との人・情報・モノの交流を促すことで交流人口を増やし、人が常に行き交う活力のあるまちづくりを実現していかなければなりません。その実現には、行政だけでなく、各種団体や事業者、市民がそれぞれの使命と担うべき役割を自覚し、人が行き交うまち、居心地の良いまち、そして何度も訪れたいまちを目指していくことが重要です。

これらの取り組みを進める上で、行政は観光分野だけでなく、都市政策や交通政策、農林水産業や商工業、教育、文化など、多岐にわたる施策・事業を連携して推進していく必要があります。一方、観光に関わる事業者や団体もまた、松阪市が有する重厚な歴史や文化、豊かな自然や特色に満ちた食や特産物など、地域の資源を最大限に活用しながら、その魅力を引き出す取り組みを継続していく必要があります。

また、観光まちづくりの目指す姿を実現するためには、官民が連携して取り組むことが不可欠です。特に、近年はインバウンドなども含め、個人旅行者の比率が増すなどにより、観光ニーズは多様化しています。多様化に対応するためには、事業者や団体、さらには歴史・文化などを、多岐にわたる観光資源として捉えたうえで活用し、観光を総合的にプロデュースする仕組みが必要となります。

このような中、観光振興におけるさまざまな事業を実施しながら、観光に関わる事業者や団体の取りまとめ役ともいえる「観光協会」は、その機能強化が必要とされており、行政との連携はもとより、事業者や団体とも緊密に連携しながら、総合的な取り組みを進めていくことが求められています。

また、行政をはじめ観光協会や観光に関わる事業者や団体は、市民の「郷土松阪への愛」や、「来訪者をもてなす心」を醸成するために、積極的な取り組みを行い、市民の理解と協力を得れるよう働きかける必要があります。

観光のまちづくりを推進していくためには、行政だけでなく、各種団体や事業者をはじめ、市民一人ひとりが郷土に誇りと愛着を持ち、観光情報の発信者として活躍するとともに、おもてなしの心を添えて、松阪を訪れる全ての人をやさしく、温かく迎え入れ、誰もが心地よく過ごせるまちを目指していかなければなりません。





松阪市観光振興ビジョン

発 行 平成 30 年 3 月
問い合わせ先 松阪市産業文化部 観光交流課
住 所 〒515-8515 三重県松阪市殿町 1340 番地 1
電 話 0598-53-4406 ファックス 0598-22-0003
E メール kank.div@city.matsusaka.mie.jp