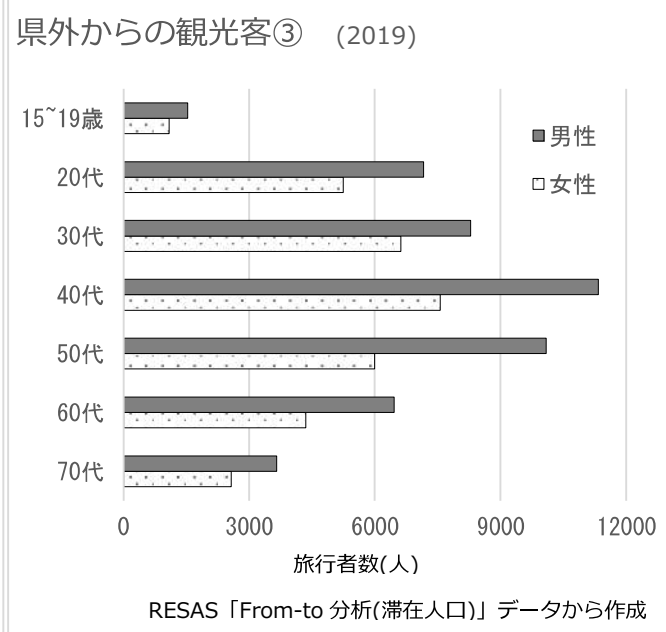
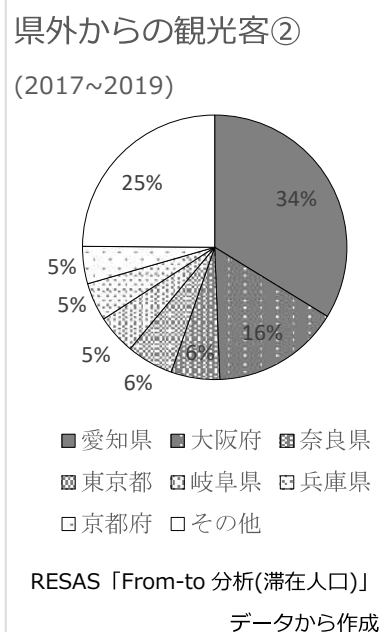
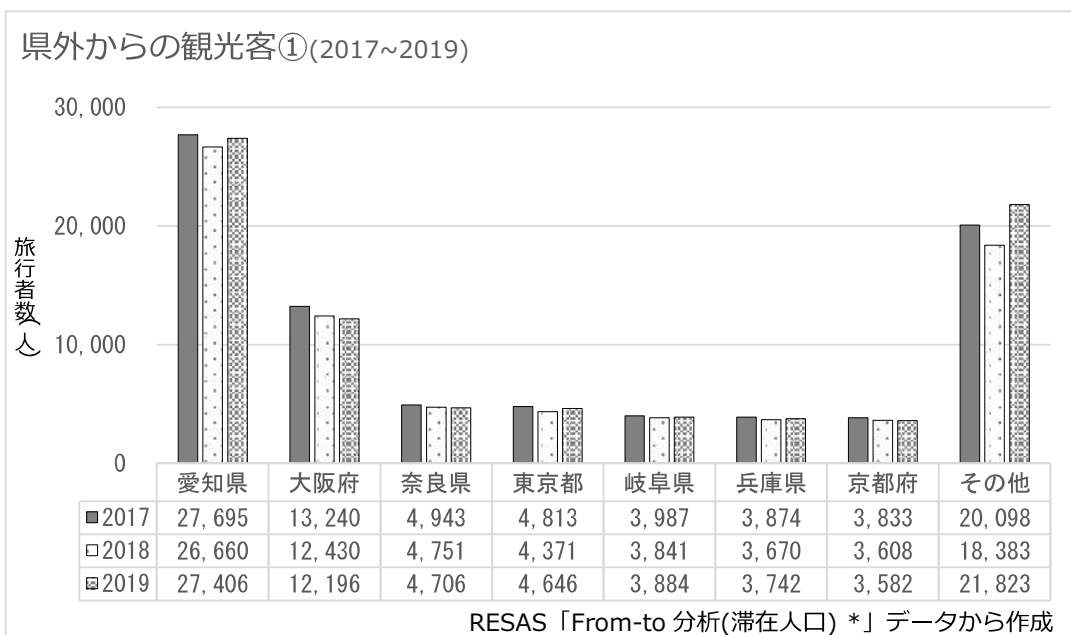


## 第2章

### 松阪市の観光の現状と課題

#### 1 RESAS\*からみる現状と課題

##### (1) 旅行者の現状について



県外からの旅行者は愛知県と大阪府で全体の約半数を占めています。

東京都からの来訪も見受けられますが、片道 2 時間程度の日帰り可能な近畿・東海圏からの旅行者が多い結果となっています。年代別にみると 40 代が最も多く、次いで 50 代、30 代が多い結果となりました。また、すべての年代において女性よりも男性の割合が多い傾向がみられます。

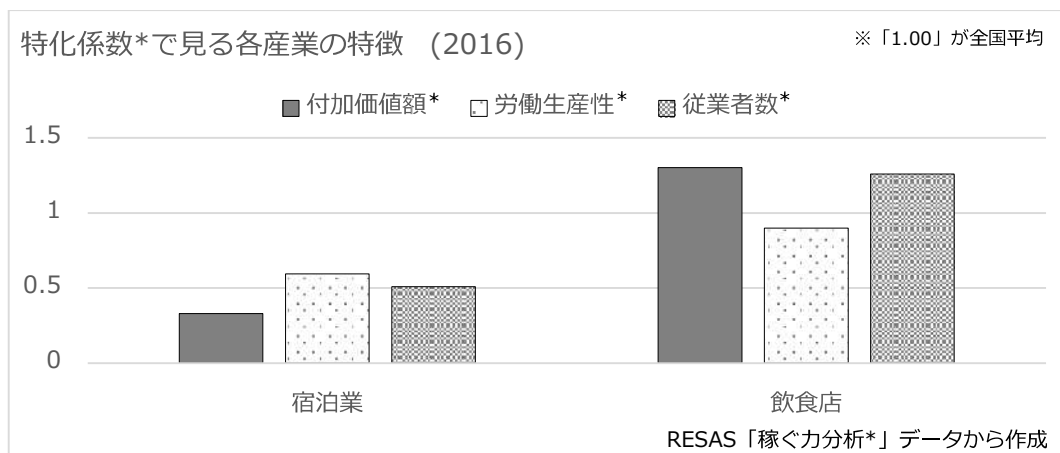
RESAS (Regional Economy Society Analyzing System)

経済産業省と内閣官房 (まち・ひと・しごと創生本部事務局) が提供する地域経済分析システム。地域経済に関する官民のデータを地図やグラフなどでわかりやすく「見える化」している。

From-to 分析 (滞在人口)

平日、休日別に、どの地域から来る人が多く滞在 (短期的な人口移動) をしているかを把握。また、都道府県内/外の滞在人口の地域別構成割合やランキングを確認できる分析。

## (2) 旅行者を受け入れるベース産業について



### 宿泊業について

全ての指標が全国平均である 1.00 を下回っており、「稼ぐ力」が弱い産業であることがわかります。仕事での利用が中心で客単価が低いことが一因であると考えられます。

## 飲食店について

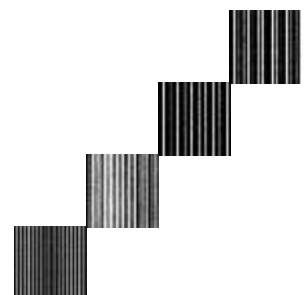
付加価値額、労働生産性が全国平均を上回っており、雇用を生み出し「稼ぐ力」のある産業であることが分かります。「松阪牛」の知名度からグルメが観光需要のひとつとなっていることが影響していると思われます。

|             |   |
|-------------|---|
| 特化係数        | 地域内のある産業が、全国の同産業と比較してどれだけ特化しているかを示す指標。1.00 が全国平均となる。  |
| 付加価値額       | 企業が事業活動によって生み出した価値。   |
| 労働生産性       | 労働者 1 人あたりが生み出す成果。  |
| 従業者数        | 賃金、給与を支給されて業務に従事している人の数。  |
| 特化係数（付加価値額） | 地域内のある産業がどれだけ稼いでいるかを示す指標。   |
| 特化係数（労働生産性） | 地域内のある産業がどれだけ効率的な生産を行なっているかを示す指標。   |
| 特化係数（従業者数）  | 地域内のある産業がどれだけ多くの労働力を確保しているかを示す指標。   |
| 稼ぐ力分析       | 地域の産業がどれだけ稼いでいるか（付加価値額）、どれだけ効率的な生産を行っているか（労働生産性）、どれだけ多くの労働力を確保しているか（従業者数）を、全国と比較しながら特化係数を使って把握する分析。 |

## 課題

本市の観光は日帰り型が中心であり、宿泊を伴う遠方からの旅行者の割合は少なくなっています。日帰り旅行者に対しては、滞在時間の延長やリピーター獲得といった市内での消費額を高めるような施策の検討が課題となります。

また、宿泊業の「稼ぐ力」を高めるためには、遠方からの旅行者を呼び込むこと、近隣からの旅行者を宿泊に結び付けることの2点が課題となります。



## 2 豪商のまち松阪キャンペーンからみる現状と課題

10月～11月の観光メインシーズンを中心に、近鉄エリアキャンペーンから蓄積された誘客のノウハウを活用し、民間事業者などと連携し「豪商のまち松阪キャンペーン」を実施してきました。

秋の注目イベントの紹介をはじめ、魅力（歴史、文化、自然、食など）の磨き上げや、キャンペーン限定のイベントなどを企画し、集中的にPRすることで、効果的な誘客促進につながっています。

今後も市内業者や観光施設と連携し、イベントの企画やまち歩きを促進することで、消費の活性化に繋げ、地域経済の活性化を図ることが求められています。

【キャンペーン期間の関連施設入込客数（10月～11月）】 (単位:人)

| H28    | H29    | H30    | R1      |
|--------|--------|--------|---------|
| 91,056 | 78,971 | 77,068 | 106,979 |

※中心市街地の主な観光・文化財施設の入込客数

## 3 旅行口コミサイトからみる現状

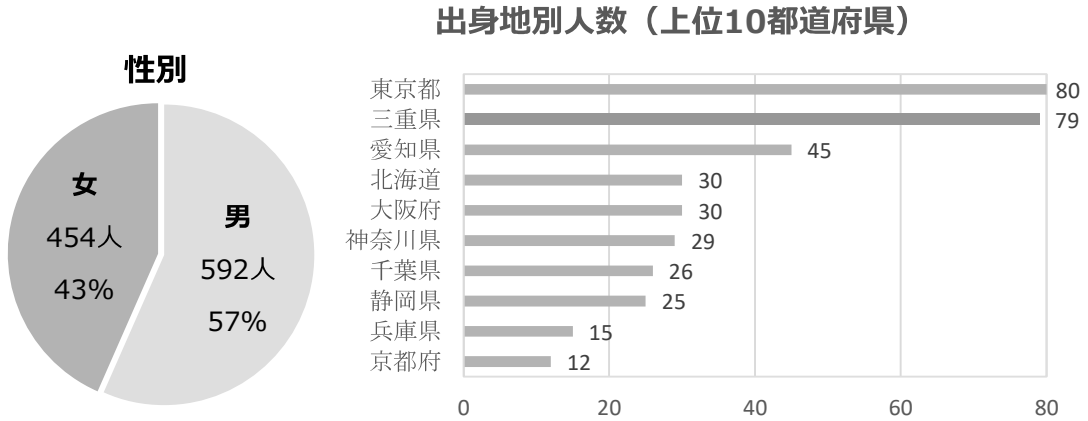
市内の主な観光スポット・施設について、旅行口コミサイト（3社）の情報を集計しました。旅行口コミサイトには、旅行者の声が直接投稿されています。満足度なども5段階評価で示されていることから、本市の観光の現状を知るうえで参考にすることができます。

口コミの投稿数：（総数）1,580件

データ収集期間：2015（H27）年12月～2020（R2）7月

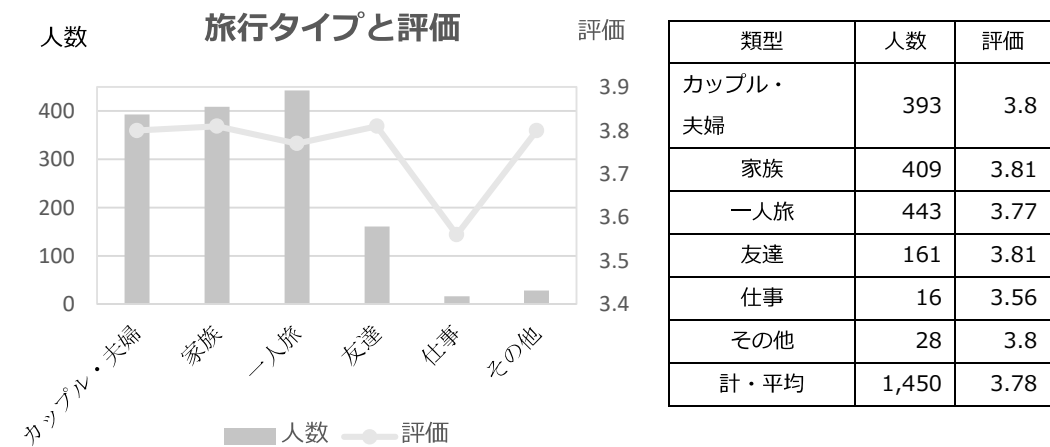
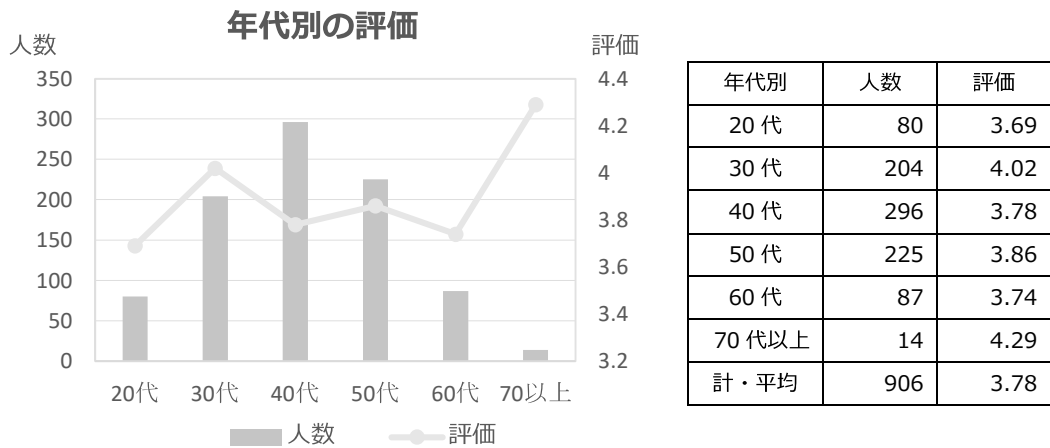
※口コミ投稿の項目はサイトで異なります。そのため項目別の合計は、投稿総数とは一致しません。

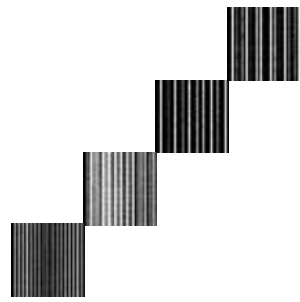
(1) 投稿者の内訳



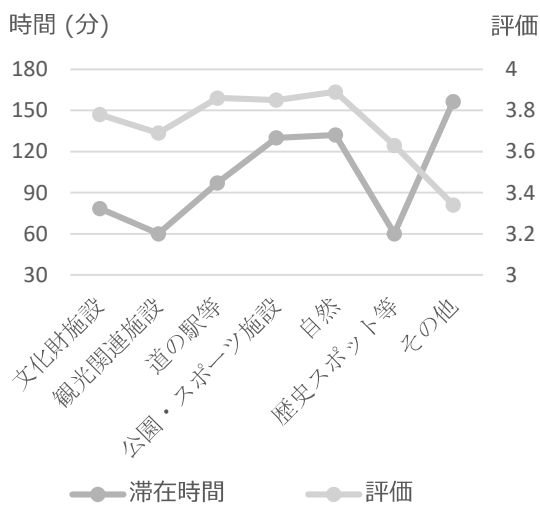
(2) 年代別・旅行タイプ別、スポット類型別の評価点等

【評価点の分類】 5：大変満足 4：満足 3：普通 2：やや不満 1：不満





### 観光スポット別の滞在時間と評価



| 類型        | 人数    | 滞在時間   | 評価   |
|-----------|-------|--------|------|
| 文化財施設     | 814   | 78.51  | 3.78 |
| 観光関連施設    | 131   | 60     | 3.69 |
| 道の駅等      | 296   | 97.2   | 3.86 |
| 公園・スポーツ施設 | 125   | 130    | 3.85 |
| 自然        | 97    | 132    | 3.89 |
| 歴史スポット等   | 70    | 60     | 3.63 |
| その他       | 47    | 156.43 | 3.34 |
| 計・平均      | 1,580 | 91.05  | 3.78 |

### 旅行口コミサイトから読み取れる傾向

- ・ 年代、旅行タイプの別を問わず、概ね平均以上の評価がされています。
- ・ 口コミは、東京都の人が多く投稿しています。RESAS による東京都の旅行者数（4番目）と比較すると、松阪観光への関心の高さが読み取れます。
- ・ サンプル数の少ない 70 代以上を除くと、30 代の評価点が一番高いです。観光スポット別の内数評価点として 30 代では「文化財施設：4.16、自然：4.15」が高くなっています。
- ・ 観光スポット別では、評価点の高い順に「自然」、「道の駅等」、「公園・スポーツ施設」となっていますが、差異は小さいです。
- ・ 滞在時間は、観光スポット施設の性格上、「自然」、「公園・スポーツ施設」、「道の駅等」が長くなっています。

## 4 観光統計の整備とデジタルマーケティングの推進

効果的に施策を展開するためには、客観的なデータの収集・分析が不可欠です。そのために、入込客数調査、宿泊者数調査の拡充や Web アンケートによる情報収集など、観光統計の整備が必要となります。

また、観光情報の収集・発信の手段として、多くの旅行者がスマートフォンを利用するようになり、デジタルマーケティングの重要性が増しています。RESAS によるオープンデータ\*の分析に加え、観光統計やビッグデータ\*などの収集・分析を通じて効果的な情報発信などについて研究し、デジタルマーケティングを推進していくことが求められています。

|         |  |
|---------|--|
| オープンデータ | 国、地方公共団体及び事業者が保有する官民データのうち、国民誰もがインターネットなどを通じて容易に利用（加工、編集、再配布等）できるよう公開されたデータ。 |
| ビッグデータ  | 大規模・多種・複数情報源由来のデータ群。   |

