



第3章

未来像と基本戦略

1 松阪市が目指すべき未来像

旅先に選ばれ続ける観光地「松阪」

観光客の情報を分析・活用することで、効果的な観光プロモーションを展開し、旅行の目的地として選ばれ続けることで地域産業の活性化と持続的な成長につなげます。

2 3つの視点と基本戦略

(1) 旅ナカ環境の整備・充実

松阪を訪れた旅行者が安心して、松阪の歴史・文化に触れ、食を満喫し、自然を体験することができる環境を提供するため、受入態勢の整備や観光資源の磨き上げなどに取り組み、宿泊者数の増加や市内滞在時間の延伸を促進します。

【未来像の実現に向けた指標】 2023（R5）年（2019年対比）

- 観光施設（モニタリング10施設*）入込客数増減率（平均）：110%
- 主要宿泊施設宿泊者数増減率：105%
- 観光消費額（推計）増減率：110%

モニタリング10施設

入込客数の推移を測るために選定した観光施設。文化財施設やスポーツ施設、外施設など。6ページを参照。

(2) 旅マエと旅アトのマーケティング

松阪のことを知りたくなる、訪れたいくなるような旅行者目線の情報を、大都市圏でのプロモーションやWebで発信し、効果的に伝達します。また、訪れた後も、松阪の魅力を拡散してもらえるようにSNSを活用することや、お土産物やふるさと応援寄附金返礼品を通して、旅アトも松阪を楽しめるよう取り組みます。

【未来像の実現に向けた指標】 2023（R5）年（2019年対比）

■ Webサイト閲覧数（PV）*

2019（R1）年度 247,551件 ➡ 2023（R5）年度 500,000件

■ SNS（Instagram）アカウント「@visit_matsusaka」フォロワー数

2020（R2）年3月末 880人 ➡ 2024（R6）年3月末 8,000人

■ ふるさと応援寄附額

2019（R1）年度 11億7,100万円 ➡ 2023（R5）年度 20億円

Webサイト閲覧数（PV） Webサイト内のページが表示された回数。集客状況を示す指標のひとつ。

(3) 関係人口*の増加と市民の観光意識向上

松阪と多様な関わりを持ち、松阪への想いを持ってもらえる人を増やすことで、松阪の地域力向上に取り組んでいきます。また、市民一人ひとりが郷土への誇りを持ちながら観光を盛り上げていく環境づくりに取り組みます。

【未来像の実現に向けた指標】 2023（R5）年（2019年対比）

■ 市民意識調査の観光地意識

2018（H30）年度 27.6% ➡ 2023（R5）年度 32.6%

※質問内容：あなたは、松阪市を観光地だと思いますか。

関係人口 旅行者とも移住者とも違う、地域や地域の人々と多様に関わる地域外の人。