審議会等の会議結果報告

１．会　　議　　名	第 23 回　松阪市政推進会議
２．開 催 日 時	令和 3 年 12 月 17 日（金）午後 3 時 00 分～午後 5 時 00 分
３．開 催 場 所	松阪市役所　議会棟　第 3・4 委員会室
４．出 席 者 氏 名	出席委員：岡山慶子委員、門暉代司委員、酒井由美委員、辻岡宜子委員、西川明樹委員、西村訓弘委員、平岡直人委員、松浦信男委員、三井高輝委員、村林守委員 欠席委員：梅村光久委員、髙島信彦委員、米山哲司委員、渡邊幸香委員 事 務 局：竹上市長、山路副市長、永作副市長、岡本企画振興部長、藤木企画振興部経営企画担当参事兼課長、小川企画振興部経営企画課政策経営係長
５．公開及び非公開	公開
６．傍 聴 者 数	1 人（内、報道関係 1 社）
７．担　　当	松阪市企画振興部　経営企画課 TEL　0598－53－4319 FAX　0598－22－1377 e-mail　kei.div@city.matsusaka.mie.jp

・議事録は別紙のとおり

第２３回 松阪市政推進会議　議事録

１．日　時　　令和 3 年 12 月 17 日（金）　午後 3 時 00 分～午後 5 時 00 分
２．場　所　　松阪市役所　議会棟　第 3・4 委員会室
３．出席者　　岡山慶子委員、門暉代司委員、酒井由美委員、辻岡宜子委員、西川明樹委員、西村訓弘委員、平岡直人委員、松浦信男委員、三井高輝委員、村林守委員
※欠席者　　梅村光久委員、髙島信彦委員、米山哲司委員、渡邊幸香委員

〔事務局〕竹上市長、山路副市長、永作副市長、岡本企画振興部長、藤木企画振興部経営企画担当参事兼課長、小川企画振興部経営企画課政策経営係長

１　市長あいさつ

あらためまして皆さまこんにちは。年末お忙しい時期に市政推進会議にご参加いただきありがとうございます。コロナも今は少し落ち着いている。ただオミクロン株の動向がわからないので、今のうちに翌年度以降のことを考えていきたい。今週記者会見があり、今年の一字というのを書いた。「闘」という字。一年中コロナ対応で追われた年であったが「闘」という字には「コロナを乗り越える」という意味もある。いよいよ令和 4 年度に向けた予算を策定しつつある。年が明けると市長･副市長査定が始まる。特に来年度はキーワードが 2 つ。1 つは「地方創生」。来年度は 3 回目の接種が進みコロナがある程度落ち着く見込みと考えると、特に観光分野において日本全国で競争が起こる。もう 1 つは「カーボンニュートラル」。これは世の中全体の流れであり、2030 年の脱炭素 46%に向けた様々な取り組みが必要。公共施設で言えば太陽光パネルの設置や公用車の EV 化など。本日は社会的つながり創出事業の結果がまとまりましたのでそのご説明をさせていただくのと、来年に向けてどういう取り組みが人を呼び込めるのか、松阪の魅力とは何だろうといったことをご議論いただきたい。どうぞよろしくお願いします。

※松阪市政推進会議規則第 5 条により、会長が会議の進行を行う。

○　会議の公開・非公開の決定

会長）

あらためましてこんにちは。本日が通算 23 回目ということで、第 22 回の会議が 5 月であり、最近は画面越しにしかお目にかかれなかったりしていたので、こうして対面で会議ができるのは久しぶりと感じる。今日は「社会的つながり創出事業」のご報告もあるが、これもこの会議でのご提案が形となったもの。委員のご発言がいろんな形で市に取り入れ

ていただいているということは喜ばしいこと。それだけに我々もいろんな意見を出し良い会議としたい。本日もどうぞよろしくお願いします。
　まず、会議を始めます前に公開・非公開を決めたいと思います。本日の議題は「社会的つながり創出事業について」と「松阪の魅力は何だろう」ですが、前回と同様に公開ということでよろしいですか。

　　（異議なし）

会長）
　ありがとうございます。では、本日も公開で進めてまいります。

２　協議事項
　１）社会的つながり創出事業について

会長）
　では協議事項に入ります。「社会的つながり創出事業」について、まず事務局からご説明をお願いします。

　　（事務局より資料に基づき社会的つながり創出提案募集の経過と結果の説明）
　資料４　募集チラシ
　資料５　経過
　資料６　審査結果一覧

会長）
　ありがとうございます。

市長）
　委員の皆さまにもご参加をいただき、36 提案をいただいた。正直結構選考は大変で、一次審査で点数をつけ、二次審査も 10 提案について 2 時間ものご議論をいただいてアイディア賞として採用させていただいた。募集のポイントは個人提案には松阪肉をお送りするという点。提案を審査するのは楽しく、多くのご提案があったことを嬉しく思うのと、これから事業展開をする必要があるので、いろいろご協力をいただきたい。皆さまには感謝を申し上げます。

会長）
　委員の皆さまから何かありますか。

委員）
　社会的つながりがなぜ必要かということを前回にお話をした。幸福度調査の中ではGDPよりもどういうつながりを持っているか最も幸福度に影響している。提案は、松阪では社会的つながりというのはどういうのが良いだろうかと考えて例として出したものであった。内容的にはピンポイントのように見えるが、そこから出てくるたくさんの宝のようなつながりが広がる可能性があり、その人の人生の中で大きなポイントになるかと思うし、そういうようなものが創り出せればとも思う。あと、とても提案数が多くすばらしいと感じた。

委員）
　これまでいろんな審査をやってきたが難しかった。それぞれ面白いところがあった。どの市町でも世代間格差があり、あらゆるイベントは年配の方が増えてきている。それだと町のサステナブルというのは無いので、若い人に何か松阪とつながりを持ってもらおうというようなものが選ばれたのはすごく良かった。

委員）
　３６件楽しく拝見させていただいた。また点数をつけるのは難しかったと感じた。最近市の主催の環境問題の会議があり、その中である委員からSDGｓやカーボンニュートラルの市の取り組みはどうかという問いがあった。市の事務局は「窓口がありません」とのこと。提案の中にはSDGｓもあったが、こういう事業をうまく活用して市民啓発を進めていただくと良いのではと思う。

委員）
　提案について。松阪は魅力たくさんあるが、ポイントとして食べる、見つける、伝える、の３つを詰め込んだアイディアが良いのではないかと考えた。イチョウやモミジの葉っぱを箱に入れて季節感を出したり、今回は社会的つながり創出というキーワードなので、まず地元の商店街などのつながりを作ってみてはどうかとか、先ほども言われた若い世代の作ったものやクリエイティブなものを箱に詰めるなど様々な思いがから提案させていただいた。

会長）
　印象に残ったのは、意見をすぐにとりあげる市役所の力量と３６件もすぐに応募してくる市民の力量。松阪市は他にないすごい力を持っているなというのをすごく感じた。そういう意味で良い取り組みだったと思う。また、先ほども言われた地元のつながりという意味では市民同士が協力し合い、そことつながりを作れるような事業の組み立てをするとよ

り効果があがる。例えばフォトスポットの取り組みでは、写真屋さんや貸衣装屋さん結婚式場などが協力し合うなど、つなげるような仕組みをつくると良いと思う。

２）松阪の魅力は何だろう

会長）
　では次の協議事項に入ります。「松阪の魅力は何だろう」について、事務局からご説明をお願いします。

（事務局より資料の説明）
資料１　国勢調査確定値
資料２　住民自治協議会別人口
資料３　松阪市のランキング

市長）
　全国の市町村別ランキングは結構いろいろある。やや食べ物関係が多いという印象だが、松阪は「食のまち」であり、特に松阪肉、松阪牛はいわゆるキラーコンテンツと言える。まずはこのブランドをきちんと守っていくことは本当に大事と思う。また、市が力を入れている子育てランキングは、それなりに上位にあがっており嬉しく思っている。あと文化施設、日本の 100 名城や棚田 100 選に松坂城や深野のだんだん田が選ばれている。総じて言うと食と文化と思っているが、売り出し方を考える必要だと思う。
　最近感じたこととして、２，３日前に近くの観光バス駐車場にミステリーツアーの観光バスが停車していた。バスガイドさんに聞いたら「鶏焼肉」「城」「長谷川邸」などをまわり、松阪肉を食べていただいていた。ミステリーツアーだったということに驚いた、観光会社もいろいろ考えていただいている。先日もとあるバス会社の訪問があり、公民連携窓口の共創デスクで松阪市の散策ツアーのいくつかパターンを作ってバスツアーを作りたいとのこと。それで市の地域ブランド課、文化課、観光交流課といった部署が協力して、食べ歩きや、文化施設をまわるルート等を一緒に作っていくという話があった。
　これからは行政だけではなかなか伝わらず、やはり民間の力を借りなくては人に来ていただくことはできないと感じる。「松阪の魅力は何だろう」というのは「皆さま方に来てもらうにはどうしたらよいか」と言うことかと思う。令和 4 年は全国的にこうした地方創生や観光といった言葉が飛び交うと感じている。人の流れを掴んでいきたい。三重県は伊勢神宮という多くの人が来られる場所があるが、行きや帰りに寄ってもらうのではなく、松阪をめざしてもらうにはどうしたら良いかを考えていくべきと思っている。

委員）

松阪市民は松阪のことを観光地と思っているのか。

市長）
「自分たちのまちを観光地だと思いますか？」と聞いた調査があります。直近の調査だと約３分の１の方が観光地だと思っている。5 年前から比べると 10%ほど上がっている。

委員）
食べ物なども良いが、もう少し根本的なもので“このまち良いじゃない”というのも必要。それは人の幸せとは何かということにも繋がる。よその尺度に振り回されないで自分のまちの尺度で考えたら良いのでは。その“魅力”というのがコロナで大きく変化したと思う。松阪は自然や人間や命などについて魅力があるまちと感じている。

市長）
町への肯定感についての調査は継続して行っている。自分の町が好きだという市民の割合は比較的高いが圧倒的に高いわけではない。中には都会へのあこがれなどもある。ある程度増減はしているが、比較的増加傾向にはあると思います。

委員）
多気町は伊勢と松阪と等距離で両方のまちを意識する。多気町は松阪市経済圏だが、歴史や文化や食など程よさが良いのではないか。伊勢は神宮の影響力が大きすぎるように思う。例えばアフターコロナで観光客が多く、交通が全然動かないといった状況についてはあまりよく思っていない人もいる。松阪は伊勢ほどではないが城もあり商人文化があるなどバランスが良い。伊賀市が「いがぶら」というプロジェクトをしている。市内の業者のミニイベントを作るもの。行政主導ではなく民間発で“１日組みひも体験”などいろんなコンテンツを作って 2 か月間ほどの間にミニツアーみたいなものを実行委員会取りまとめて行う。2 か月の活動が終わったあともそこへお客さんが来る。これからの観光はなんらかの体験をすべきではないかと思う。３大まつりのような大きなものではなく、一緒にパンを作ったりお茶を点てるなど日常をちょっとかえるような小さな体験。これはもともと湯布院が温泉ぶらり旅というものをはじめて、その考え方で伊賀ぶらり旅というものをした。実は多気でもやろうかと思案中。なぜかというとヴィソンがあるから。しかし多気も観光のまちではないのでヴィソンに行って帰るだけの方が圧倒的に多い。そこにプラスアルファしようということ。そこにはなんらかの文化体験が必要で、ひとつふるさと納税で自転車のツアープラスすきやきというのをやっている。すき焼きの具を自転車で買い集め最後にレストランに行って自分ですきやきをつくる。自転車乗り捨て OK。これは結構人気だったりする。
来年三井高利生誕４００年。多気町商工会で三井家の歴史を勉強しているが人気が出て会員がどんどん増えるほど。高利の母の家があるので高利を抱く母子像も着々と進んでい

る。松阪でも何かしら小さな体験とメモリアルなものを、またなぜ商売と文化が栄えたか、商いと文化が両立している程よさのまちとしてアフターコロナで発信すると良いと思う。マラソンもあるし売り出す良いタイミングではないか。三井家は調べると面白い。もっと知るべきではないかと思う。

委員）
　観光で言うと、先ほど伊勢神宮があるがそれとは別で松阪に来てほしいという話があったが、何もしなくても伊勢神宮には多くの観光客が来る。ならば伊勢と志摩と松阪で２泊３日という形で松阪の魅力が出せれば、伊勢神宮を利用するのもありかと思う。私は体験型が必要と思う。蒲生氏郷や本居宣長などと、グルメ、自然、文化を体験できるいろんなコンテンツを民間中心につくる仕組みを行政ができれば良いと思う。

委員）
　母子像の話。三井高利の母の家のとなりの土地を持ち主が無償で提供してくれた。丹生の地域を挙げて実行委員会を立ち上げるなど協力してくれた。ご本家の松阪も盛り上がってくれるとより良いと思う。

委員）
　観光や体験の話で。旧長谷川、旧小津、原田の住宅をお預かりして管理運営させていただいている。先ほどミステリーツアーの話があった。２年前まではだいたいお城に来て宣長記念館、老人会の団体などガイドさんが旗を持ち案内されることが多かった。しかし最近コロナでがらっと変わり県外のバスが減った。最近はミステリーツアーのように目的地をはっきり言われないものなど。学校の社会見学も５人くらいのグループで自由に回る。そんな中観光客相手の窓口の人にとんでもない質問がある。まったく松阪のパンフレットに載っていないようなものを聞かれる。おそらくネットで調べて来られるのだが、例えば市民病院の前の「開運地蔵」の場所や、幸小学校の前の「堀面地蔵」の場所、城でも「ハート型の石」の場所など。
　昨年多かったのは子供たちが社会見学、修学旅行で体験をするもの。長谷川邸でお茶と藍染めを始めたが好評。やはり体験観光は大事と思う。それを情報発信が大事と思う。

委員）
　松阪の魅力は確かに重要だが多くの自治体は同じようなことを考えている。コロナでどう変わったかということを考えてみると、ワーケーションという言葉が結構出てきており、土日の観光から日常の観光にオーバーラップしてきている。松阪の平日の魅力は何かと考えてみると、先日火曜日にまちを歩いてみたが、商店街や見るポイントがあり歩きやすいと感じる。自分も月に一週間宇都宮市にも行く機会があるが、働き方がだいぶ変わってきている。なぜ平日が魅力的かというとコロナや時代の変化で平日に違う場所に長期に

いける人がかなり増えてくる可能性があるから。そういう人たちを寄せられる魅力に価値が出てくるかもしれない。先ほど言われた松阪が程よいというのは平日の魅力としては良いのではないか。夜も歩きやすく割と店もある。長期滞在してリフレッシュではなくリセットする魅力。また先ほどの話のように、松阪には三井家の教えがあり、歴史を語ってくれる人などがおり、知的好奇心について時間をかけながら満たしてくれるような深みのある町。お寺などもあるし、そういうのを先ほど言われたようにちゃんとマッピングしておいたら、年に１ヶ月とか来ても味がある町となる。

世の中が大きく変わって、尺度が変わって、どこも PR 合戦となるが、魅力の押し方が昔の観光のそれではなく、新しい魅力の押し方という見方をすると松阪の見え方はだいぶ違ってくる。すると松阪牛が普通に食べられる町というのは結構面白いと思う。

あとエクスプローラーという言葉がある。人生 100 年時代になり寿命が延びただけでなく社会が変化するため、一つのキャリアだけというわけにいかない。そうしたときに人生の半ばで 5 年くらい「探索」として一度自分探しをすることがあたりまえになる可能性がある。欧米の人はそれがかなりできており、このライフステージを「エクスプローラー」という。つまり探索。そういう時期が人生のステージの中に必ず起こるだろうということが世界的なトレンドとして言われている。

コロナが収束に向かう、その時の観光の受け方として松阪の魅力は何かと言うと、滞在型旅行の時に平日が面白いまちというのを作っていくというのも面白いのではないか。

委員）

今のお話しを受けて。どんな人に来てもらいたいかが大切。社会の情勢が変わっており、例えばコロナで会社勤めがしんどくなり起業したい女性がいたり、パラレルワーク、副業される方も増えた。平日時間のある方が増えてきている。すると平日動ける方がどう動いているかというのが非常に興味のあるところ。松阪に来てもらいたい方や起業されたい方をターゲットにするなら、例えばその方々をペルソナ（最も象徴的なユーザーモデル）にして松阪で楽しんで、移住していただき、ここで事業を起こそうという流れも良いかと思う。非日常体験と観光を導入として移住をしてもらえないか。目線を変えて、例えばドローンと地方創生を結び付け、ドローンで上から見下ろした映像はそのまちのディテールや空気感も伝わる。それをユーチューブで配信することで、飯高のおだやかさなどを伝えた映像を見られた方が興味を持って松阪に来られたりする。少し目線を変えてみるのも面白いと思った。最初に来年は観光とカーボンニュートラルと言われたが、例えば非日常体験としてキャンピングカーで移住体験とかトライアルステイなど、ヴィソンでもパーソナルモビリティがあるが、トゥクトゥクのように観光客で足の不自由な方でも移動しやすいサービスなど、モビリティ基金などを利用して導入するのも良いのではないか。

委員）

何もかも多様化していてひとつの切り口では済まない。体験型もどういうものを望むのか。アクティビティ的なものか文化的なものか。探索型にしてももっと細分化すべきと思う。先ほどのお話でお地蔵さんめぐりなどありましたが、実際松阪に住んでいる人でも知らない、それを県外の人が知ってそこを巡ろうとする。するとその道のエキスパートの方に、専門家ならではの広がりを持ったものが必要。入口は細分化して狭いがその先は奥が深く広い世界。そういったものを三重県の南部の窓口である松阪で用意して、例えば“ここから熊野までつながっているよ”といったことであれば中南勢全体を巻き込める。細分化によりいろんな歩き方、引き寄せ方があるのではないかと思う。

委員）

松阪市はグルメ認知度高いのが特徴。食は若い人に限らず年配の方も興味があり、そうした体験は記憶に残り忘れられないもの。例えば松阪木綿の機織り体験も、松阪木綿に触れたときに思い出し、時間が経っていても“またやってみたいな”と思ったりする。そういう体験をするツアーやグルメ体験など、いろんなコースを作って選択肢として発信をしていく。それをユーチューブなど目に付く形で発信するのが集客の第一と思う。興味のあるものが何か一つあれば選択していただける。先ほど言われた平日なら宿泊や利用料も安く、年配の方や学生もパソコン一つあればどこにいても参加ができるので、平日を希望して松阪に来られる人も以前に比べたら増えるのではないかと思う。

委員）

皆さんの意見をお聞きして、委員の方は様々な文化をすでにご存じの方が多く、松阪の魅力について次々と出てくる。そういうのをお聞きすると松阪は魅力のある街だと、あまり知らない私も再認識させていただくが、詳しくない人もむしろたくさん居ますから、松阪の歴史文化についての知識の底上げや再認識を一般の市民にしてもらうのはどうか。松阪に来られた観光客がまちを歩く人に聞いてもすぐ答えられるように。松阪人の常識みたいなものを一般の市民に広げていくことで、観光で来られた方に簡単にご案内ができたりする市民が増えれば増えるほど“来てよかったな”と思ってもらえるまちになるのではないか。

委員）

その話で。伊勢なら伊勢検定がある。松阪検定を作って等級づけとかしてはどうか。一級の人はアンバサダーで何らかのサービスを受けられるとか。そういう松阪検定人を増やしていくと松阪愛がどんどん高まりそう。

市長）

皆さんの発言をお聞きしながら、１つ思ったのは、平日に来られる人がだんだん増えているのは確かだと思う。また人が強烈に感じるのは自身の体験で、これは魅力あるものに

なると思う。以前に不思議だと思ったことがある。経済産業省でリーサスというビッグデータを取り扱うシステムがあるが、そこで「あなたのまち診断」ができる。松阪市の診断を 2～3 年前のコロナ前にお願いしたことがある。その時にほぼ人口が同程度のまちとの比較をした。結果として圧倒的に松阪が弱いのは観光だと出た。市の GDP に占める割合で他の町に劣っているのは観光だと。ところが資料のとおり食の町、松阪牛など全国だれでも知っているようなブランドがある。それにもかかわらずなぜわがまちはこんなに観光が弱いのか。不思議に感じており、どこに答えがあるのかと考えている。例えば近隣に大観光地がありその影響を大きく受けているのだろうというのと、もう一つ松阪市民は自分たちのまちが観光のまちだとほとんど認識していない。初回調査の時約 4 分の 1 で、ようやく 3 分の 1 になってきたが。それで市長になってから観光にはそれなりに力を入れているつもり。例えば長谷川治郎兵衛家や小津清左衛門家、観光交流センターなどまで一緒に指定管理として受けているところは珍しい。観光交流センターでは行先を選んでもらえるとか、行程を組んでもらえるとかの取り組みをする中で、市民の皆さんに多少なりとも観光のまちであることを認識していただきつつあるのではないかと思う。ただ皆さんの意識が大きく変わるなかでどう対応していくか、日本全国が同じテーマで動き出す 1 年になるので、どこで差異を出していくかが悩ましいところ。

話をお聴きするなかで、地図にあらゆるデータを落とすのは大事と感じた。例えば障がいのある方の使える多目的トイレが一目でわかるようにすれば安心して来ていただける。もう一つは、もっと細かい情報を地図に落とすのは面白い、今の地蔵の話などはなるほどと思う。もう一つは民間の事業者と協力しないとうまくいかないと思う。行政だとコストがかかってあまり良くないものになる。提案型で受け付けるのも一つの手かと思う。最近公民連携にかなり取り組んでいる。松阪市から手を挙げて募集したのは 1 回だけだが観光について民間の知恵を入れるのは大事。

委員）

観光、GOTO トラベルは決してプラスだけでないと思っている。その土地に行くと自分がどう変われるのかなど、ただ見て帰ってくるだけでなくもう少し内容の伴ったものが必要とみんなが気づき始めているのではないか。健康を支えると言うのもとても重要と思う。例えば「がんになってもずっと居られる」「障がいがあってもずっと働き続けられる」など、あのまちに行くとこんなに命が感じられるみたいなものがあると良い。片側で観光というのもあるが、あそこに行くと自分の命に触れるようなものがあるというのも良いのでは。少し先取りかもしれないが、そういう広い意味での観光というのも大事ではないか。

委員）

個人的な趣味はまちなみ散策で全国いろいろ行く。国から選定された保存地区が 126 ある。宿場町や港町、農山村、案外城下町は少ない。角館や松江などはあるが、武士と商人が揃っているまちがまずない。松阪は長谷川邸や小津邸があるので豪商のまちのキャッチ

フレーズで PR しているが、それ以外に何があるかというと街並みとしては残っておらずそこが少し寂しいと思う。それに反して殿町の御城番屋敷から八千代の前の通りは古い建物はずいぶん減ったが生垣がずっと廻っている。いろんなところに行ってもあれだけの生け垣が廻ったまちまずない。角館は大きな木や屋敷がたくさんあり、広い通りがあり古い家はあまりないが通りに面した生け垣と一部塀がある屋敷が魅力で行かれる。殿町の生け垣はそれに匹敵する魅力がると思う。それをうまく活用できないか。最近は空き家も増え壊される家が増えてきたが、逆に作り出すことが大事かと思う。レトロ調な家を新築で建てられるのに積極的に働きかけをしていくのも大事かと思う。景観としてみる場合は連続していることで満足感が違う。例えば川越や犬山は新しい街を創り出している。犬山は古い家はほとんどないが、街並みに合わせたレトロ調の家を並べている。あれは公社が買いあげて建てながら貸していると思う。歴史的景観を創り出すということも大事と思う。

市長）
　たしかにそうだと感じている。ただどのようなやり方で保存するのかがテーマ。保存には結構お金がかかる。今までは補助金も出していたがそれでも追いつかない。もう少し何か考えていかなければと思う。確かに創り出すのも大事かもしれない。

委員）
　古い家に住みながらの保存は負担がある。建て替えの時にレトロ調の家に建て替えることをすすめられてはどうか。

委員）
　先ほど民間を使って何かした方がという話があったが、民間の若手などがする時にトライアルをできる環境を整えると良いと思う。挑戦するときに躊躇する部分について行政がうまいこと補助するなど。商店街シャッター閉まっているところを借り上げるなどしたうえで貸し出せると挑戦しやすい。

会長）
　議論を聞いていて特に印象に残っているのが、松阪の人も松阪をさらに知らなければいけないのではないかという話と、時代が変わっているなかで松阪の魅力をもう少し深掘りする必要があるのではないかというところ。組み合わせると今回のテーマ「松阪の魅力はなんだろう」というのを体系的に掘り出して言葉にしなければいけないのではないか。いろんな魅力を感じている人もいるし、あまり知らない人もいる。「松阪ってなに」と聞かれたときに言葉に表す、しかも今の時代は深いものが求められている。ここで結論を出すのは難しいが、何らかの形で松阪の魅力は何だろうというのを事業として取り組むということがもしかすると必要なのかと思う。

委員）
　ドローンの話も良かった。松阪に住んでいる人たちが感じている松阪の良さがにじみでるようなものが分かるように伝えるのがよい。松阪は平たんというイメージで歩きやすい。少し歩くと歴史や文化と触れられるというディープな日常を感じられる。こういう日々の松阪体験ができ、さらに安心して病院にかかれるとか。先ほど自分を考えるというエクスプローラーの話をしたが、トライアルができて自分を変えることができるまち。それを温かく許してくれるまち。松阪の日常を知ってもらって、こんどゆっくり松阪に行こうかなと思ってもらう。松阪肉は伊勢市でも食べている人が多い。土日で争うのではなく、平日で勝負。松阪肉の流儀のような全く違う感じで見せていくと良いと思う。松阪は日常に魅力があるというのをビジュアルで淡々と感じられるような、アーカイブや映画みたいに淡々と HP で流すなどするだけでも。伊勢や津とも違うという感じ。

会長）
　松阪の外からくるとそれは感じる。するとその歩きやすいまちというのが“その土地に行くと自分がどうなるのか”という答えの１つになるかもしれない。江戸時代からのまちなみが残っているのは自然に歩いていてもほかのまちと違うところを感じられる。そういった魅力あるまち。日常だからなかなか気づかないが、それを市民の皆さんにも伝えていく。

委員）
　ラオスはニューヨークタイムスで一番行きたい国とされていた。理由は「何もないから」。松阪駅前に何もないことについて“もっとなにかしたら”と思っていたが、何もないことってすごく良いことと最近思った。何もないとはいっても何かはあると思う。自然と何もなくなってしまったことについて市民が寂しい思いをしているならそれは変えなくてはいけないと思うが、何もないことについてそんなに引け目を感じることはないと思う。何もないからあるものがあるという、そういう気づきみたいなのを持っている人がおられるのではないか。そういうのを言語化できたら良いと思う。

委員）
　松阪では何年か前に検定の話も出ている。ガイドボランティアさんは団体さんを案内してまわられるが、私はもっと松阪のうんちくを蓄えた有料のガイドさんを育成されたらどうか。有料のガイドさんがひっぱりだこのところもある。ガイドといってもかなりの勉強会をやりながら、資格がいるので一生懸命勉強もしてみえる。そんなどこを案内しても語っていただけるようなエキスパートを育成が大事。ガイドさんはガイドさんで大事だが、これからは個人や小グループでまわられることが増えてくるので、そうした人材が必要。それにはマニュアルが必要とも思う。検定をすると一生懸命勉強されるが、ただ単に知識を詰め込むだけでなく、知ったことを回りの方に語っていただくことで知識が広がる。

委員）
　我々の世代は生まれたところに興味がでるが、若い時はあまり興味がない。でも東京に居る子どもは、結構松阪弁は良いと今思っている。同じ三重県出身の子が何人か居て「三重弁抜けやんよなぁ」とか言ったりするが、その中でも松阪弁はやわらかいね、とか向こうに行くと気づく子どもたちもいる。にもかかわらずそういう子たちが友達に対して、松阪ってどんなところという説明ができない。そういう松阪の授業があっても良い。若い人が“自分は松阪人だ”とつながりを持てる一つのポイントにもなるのでは。

委員）
　今の大河ドラマはほぼ三井家の話のようなもの。検定はマニアックなやつでぜひやっていただければ。

会長）
　参考に、鳥羽は島っ子ガイドというのをやっている。菅島の小学生が菅島について学習をして島に来た人の案内を子どもがするというもの。すると先ほども言われた自然と自分の島に愛着を持つようになる。子どもが案内してくれるのでお客さんも喜ぶ。今は鳥羽のほかの学校にも広がっているものがある。

委員）
　子どものお話しが出たので。松阪は某老舗のお菓子やさんで織田信長の召し上がったお菓子があるというのを始めて知って驚いた。例えばそういう経緯の地域の銘菓を学校で試食する時間があるなど、どういう文化が背景にあるのかなど軽やかに学べるようにしたほうが、自然に体に入ってくるのでは。地域だけでなくほかの小学校に出前授業をするなどで松阪を知ってもらえるし PR にもなる。

市長）
　松阪検定のマニュアル本つくって欲しいと思う。以前に京都に行ったとき青銅会館という青銅器博物館へ行った。時間が空いたため行ったので初めは興味なかったが、ガイドさんが面白く、最後には青銅器の鐘が鳴らしたいと言った。それくらいガイドの力はすごい。松阪にも当てはまると考えており、今長谷川邸に行くと江戸時代の金持ちはどう過ごしていたのかみたいな話をしてくれる。単に見るだけでは楽しくないが、ちゃんとしたガイドさんが蔵などについて説明してくれると楽しく見られる。これは入館料払っているものだが、まちあるきの際に松阪をガイドしてくれる人がいればすごく楽しいだろうなと改めて思う。特にいろんなまちの観光施設に行ったときによく感じるのが、良い循環をしているところは若いガイドさんがたくさんいる。それはボランティアではなく収入がきちんと得られるもの。ただそれには育成にお金がかかる。人がたくさん来る良い循環になれば

成り立っていく。今日ヒントをいただいたのは「マニュアル本」を作ってみたらということ。マニュアル本や育成については行政が協力したらできるのではないか。検定はその先に結びつく。教科書作りみたいのがいるのではないかと感じた。

会長）
　あと何かありますか。

委員）
　魅力という部分に SDGｓは必要なのでしょうか。

市長）
　SDGｓは避けては通れないものでそれを無視していろんな事業展開は難しい、カーボンニュートラルも取り組まなければ取り残される。前提としてそれはある。社会的つながりで SDGｓを取り上げているのもそういう意味合いもある。

会長）
　ほかに何かないですか、では終わらせていただきます。事務局のほうに進行をお返しします。ありがとうございます。

事務局）
　ありがとうございました。では以上をもちまして、第 23 回松阪市政推進会議を終了させていただきます。どうもありがとうございました。

　≪午後 5 時 00 分終了≫