

第2章 松阪市の観光の現状と課題

本章は、松阪市観光振興ビジョン策定に係る調査・分析業務の受託先である株式会社リクルートによる調査・分析結果に基づいています。調査・分析では、官公庁の公表している宿泊旅行統計調査（観光庁）、RESAS 地域経済分析システム（内閣府、経済産業省）に加えて、人流データ（おでかけウォッチャー）、クレジットカード消費データ（JCB 消費 NOW、三井住友カード）などを使用しています。データは実数ではなく、推計値となります。

【使用データについて】

- ・人流データ（おでかけウォッチャー）：スマートフォンの GPS 位置情報に基づく、観光客分析に特化した人流データ・モニタリングツール。140 種類以上のスマートフォンアプリを通じて、利用者から明示的な同意を得て取得した GPS 位置情報を利用。
- ・クレジットカード消費データ（JCB 消費 NOW 及び三井住友カード）：クレジットカードで実際に決済された情報を基に属性別（居住地・年代・性別等）の消費動向を把握することができる。

1. 松阪市への来訪者分析

松阪市への来訪者数は 2023（R5）年は年間約 385 万人（男性約 245 万人、女性約 140 万人）、2024（R6）年 1 月－9 月期で約 268 万人（男性約 170 万人、女性約 98 万人）となっており、世代比率は男性が約 6 割で女性が約 4 割、男性女性共に 30 代は 20 代より少なくなっています。2023（R5）年比較では男性女性共に 20 代が増加しています。

来訪者の発地のシェアは三重県内から 30%前後、愛知県から 20%、大阪府から 12%で、県内を除外して集計すると、県外からは「愛知県」「大阪府」の 2 府県で約 50%弱と来訪者の半数が 2 府県からの来訪者となっています。この愛知県・大阪府からの来訪者で約 5 割のシェアを占めている状況は県全体との比較でも一致しています。県全体に比べると「奈良県」のシェアが高くなり、「岐阜県」のシェアが下がっています。20 代男女が増加傾向なのは男女とも県全体と同じで、県全体では 60 代は増加していますが、

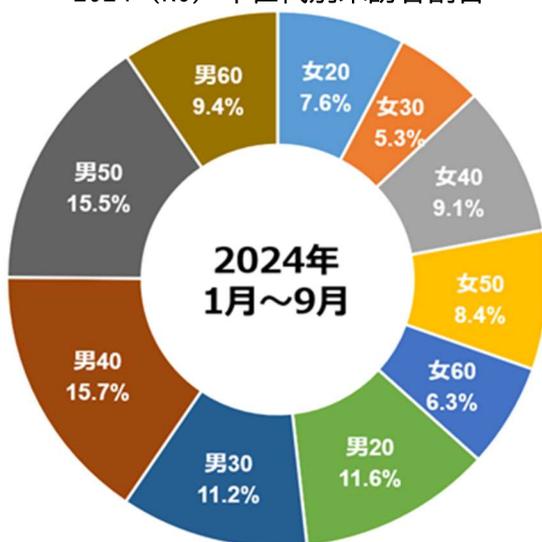
松阪市は減少しています。

→ 特定の地域からの来訪者が多い等の特徴があることから、属性に応じた情報発信や事業の展開が課題となります。

松阪市への発地別来訪者数比較（2022（R4）年～2024（R6）年）



2024（R6）年世代別来訪者割合



2023（R5）年世代別来訪者割合

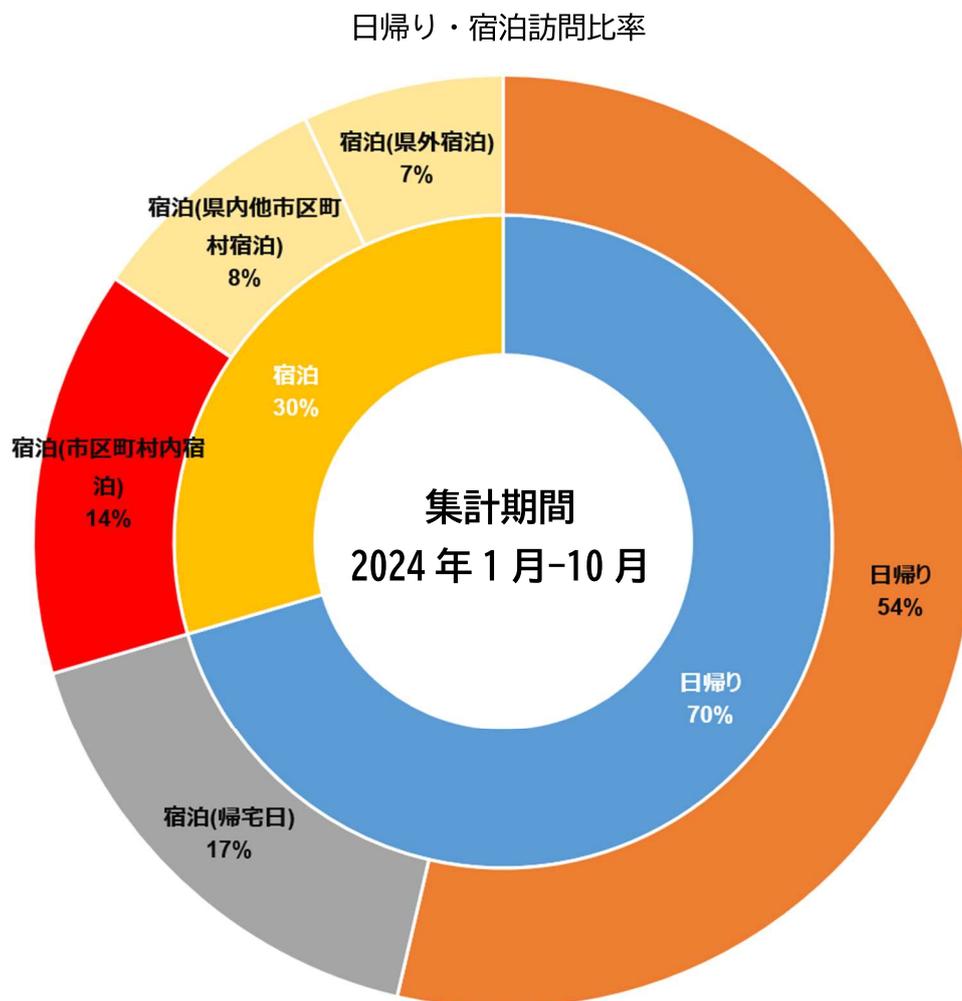


※データ：おでかけウォッチャー

2. 松阪市への来訪者の訪問スタイル

松阪市への来訪者は日帰りでの来訪が半数以上を占め、市内に宿泊する人は約 14% 程度となっています。宿泊帰宅日（他のエリアで宿泊して帰りに立ち寄る人等）の来訪は、宿泊者より多い約 17%で、県内で最も観光客の多い「伊勢鳥羽志摩エリア」から帰宅時に立ち寄ってもらう傾向が強いことがわかります。

→ 市内に観光に訪れる来訪者のうち、宿泊客をいかに増やしていくかが課題となります。また、松阪市は伊勢志摩エリアに訪れる方のほとんどが行き来することになります。大阪府や愛知県といった地域だけでなく、伊勢志摩エリアでの効果的な情報発信をいかに効果的に行うかが課題となります。



データ：おでかけウォッチャー

3. 松阪市での訪問先

県外からの来訪者に限定すると松阪における奈良・大阪方面からの玄関口となる「道の駅 飯高駅」が県内含め1位となっています。また、特徴的なのが、一升びん、和田金、牛銀、ドリームオーシャンなどの松阪牛を前面に打ち出した飲食店はどの店舗も県外来訪者の比率が6割を超えていて、2024（R6）年1月－8月期の松阪市への県外来訪者240万人の5%程度が来訪している計算になります。

→ 来訪者の立ち寄るスポットを把握し、行政機関、関係団体、市内関係事業者の連携のもとで、効果的な情報発信につなげていく必要があります。

松阪市への来訪者の訪問スポット分析 集計期間 2023（R5）年/2024（R6）年1月-8月

	来訪地	県外		全体	県内	
		県外来訪者	来訪者比率		県民来訪者	来訪者比率
1	道の駅 飯高駅	95,950	47.0%	204,291	108,341	53.0%
2	松阪農業公園ベルファーム	50,991	47.9%	106,421	55,430	52.1%
3	回転焼肉 一升びん 宮町店	41,790	89.5%	46,672	4,882	10.5%
4	ドリームオーシャン	35,095	62.8%	55,875	20,780	37.2%
5	松坂城跡	32,261	71.9%	44,855	12,594	28.1%
6	ココパリゾートクラブ三重フェニックスゴルフコース	19,354	56.5%	34,278	14,924	43.5%
7	和田金	16,487	86.8%	19,000	2,513	13.2%
8	道の駅茶倉駅	14,454	60.9%	23,717	9,263	39.1%
9	牛銀	12,374	69.5%	17,795	5,421	30.5%
10	本居宣長記念館	9,383	80.8%	11,609	2,226	19.2%
11	前島食堂	7,738	59.3%	13,056	5,318	40.7%
12	まつさか交流物産館	7,362	48.5%	15,179	7,817	51.5%
13	伊勢志摩みやげセンター王将 松阪店	5,996	100.0%	5,996	0	0.0%
14	御城番屋敷	5,232	73.8%	7,092	1,860	26.2%
15	サンパークレーン	4,977	48.0%	10,379	5,402	52.0%

データ：おでかけウォッチャー

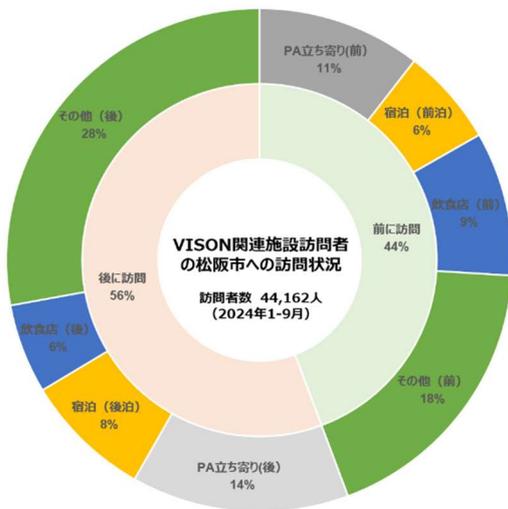
4. 周辺スポット訪問者の来訪

・VISON（多気町）からの来訪

2024（R6）年1月～9月期のVISON（ホテルヴィソン含む）の来訪者数は約74万人で、そのうち松阪市の施設への周遊者は4.4万人となっています。約5.9%の訪問者が松阪市内の施設を訪問していることとなります。

VISON 訪問の前後の宿泊拠点としての来訪 月平均0.7千人

VISON 訪問前後に「松阪牛」を取り扱う店舗に来訪 月平均0.7千人



	全訪問者	PA	宿泊	飲食店	その他
前に訪問	19,570	4,627	2,757	4,089	8,097
後に訪問	24,592	6,138	3,603	2,538	12,313

	前の発地		後の発地	
1	嬉野パーキングエリア（下り線）	4,627	嬉野パーキングエリア（上り線）	6,138
2	道の駅 飯高駅	2,817	松阪駅	4,363
3	ドリームオーシャン	1,872	道の駅 飯高駅	3,506
4	松阪農業公園ベルファーム	1,131	松阪農業公園ベルファーム	1,523
5	松阪わんわんパラダイス森のホテルスメール	1,111	回転焼肉 一升びん 宮町店	1,210
6	松阪駅	1,054	松阪わんわんパラダイス森のホテルスメール	844
7	牛銀	680	松阪温泉熊野の郷	813
8	和田金	662	ホテルルートイン松阪駅東	652
9	エースイン・松阪	604	ドリームオーシャン	555
10	前島食堂	537	和田金	542
11	道の駅茶倉駅	482	松阪シティホテル	292
12	ホテルルートイン松阪駅東	416	エバーグレイズ香肌峡	262
13	松阪温泉熊野の郷	389	道の駅茶倉駅	248
14	松阪シティホテル	359	前島食堂	231
15	松坂城跡	344	スーパーホテル松阪	266
16	回転焼肉 一升びん 宮町店	338	エースイン・松阪	212
17	東横INN伊勢松阪駅前	317	伊勢志摩みやげセンター 王将 松阪店	210
18	伊勢中川駅	237	中部台運動公園	169
19	エバーグレイズ香肌峡	227	伊勢中川駅	151
20	サンパークレーン	222	まつさか交流物産館	146
	その他	1,144	その他	1,138

データ：おでかけウォッチャー

・伊勢神宮（伊勢市）からの来訪

2024（R6）年1月－9月期の伊勢神宮（内宮・外宮・おはらい町、おかげ横丁含む）の来訪者数は約660万人で、そのうち松阪市の施設への周遊者は17.7万人となっています。約2.7%の訪問者が松阪市内の施設を訪問していることとなります。

伊勢訪問前後の宿泊拠点としての来訪 月平均3.5千人

伊勢訪問前後に「松阪牛」を取り扱う店舗に来訪 月平均2.6千人

また、松阪市内の飲食店への来訪は伊勢訪問後の方が多い傾向にあります。



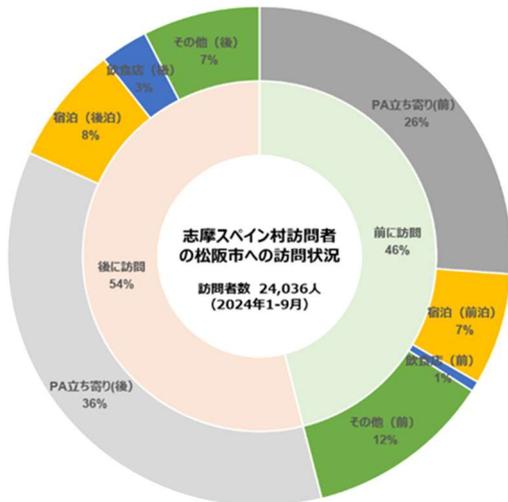
	全訪問者	PA	宿泊	飲食店
前に訪問	83,230	35,050	18,690	9,709
後に訪問	93,785	42,893	13,047	15,035

	前の発地		後の発地	
1	嬉野パーキングエリア（下り線）	35,050	嬉野パーキングエリア（上り線）	42,679
2	松阪駅	8,901	松阪駅	5,674
3	ドリームオーシャン	5,075	道の駅茶倉駅	5,274
4	ホテルルートイン松阪駅東	4,743	ドリームオーシャン	4,201
5	伊勢中川駅	3,735	回転焼肉 一升びん 宮町店	3,470
6	道の駅 飯高駅	3,167	和田金	3,466
7	東横INN伊勢松阪駅前	2,993	松阪温泉熊野の郷	3,043
8	フレックスホテル松阪	2,427	伊勢中川駅	3,004
9	和田金	2,205	ホテルルートイン松阪駅東	2,991
10	エースイン・松阪	2,087	牛銀	2,854
11	ホテルAU松阪	1,854	東横INN伊勢松阪駅前	2,643
12	スーパーホテル松阪	1,689	フレックスホテル松阪	1,492
13	松阪農業公園ベルファーム	1,444	松阪農業公園ベルファーム	1,295
14	回転焼肉 一升びん 宮町店	1,037	スーパーホテル松阪	1,234
15	松阪シティホテル	996	ホテルAU松阪	1,151
16	牛銀	878	松坂城跡	1,101
17	松坂城跡	807	エースイン・松阪	1,070
18	松阪わんわんパラダイス森のホテルスメール	706	前島食堂	1,044
19	道の駅茶倉駅	698	ビジネスホテルマルヤマ	740
20	ビジネスホテルマルヤマ	636	松阪わんわんパラダイス森のホテルスメール	629
	その他	2,102	その他	4,730

データ：おでかけウォッチャー

・志摩スペイン村（志摩市）からの来訪

2023（R5）年/2024（R6）年の1月～9月の期間で志摩スペイン村の来訪者数は37万人から60万人に増加しています。これはV-tuberのイベントによる影響と想定され、特に20代の増加が著しい状況です。県内や近隣県だけでなく首都圏のほか、全国からの来訪が増えていることに伴い宿泊客も増加しています。その影響もあり、松阪市内に宿泊して移動する訪問者も約2,700人から6,700人に大きく増加しています。



	宿泊市区町村	2024年 宿泊者数	シェア	2023年 宿泊者数	増加数	増加率
1	三重県志摩市	153,430	60.2%	73,876	79,554	207.7%
2	三重県鳥羽市	35,881	14.1%	22,889	12,992	156.8%
3	三重県伊勢市	18,113	7.1%	9,594	8,519	188.8%
4	三重県松阪市	6,712	2.6%	2,717	3,995	247.0%
5	三重県津市	4,165	1.6%	2,037	2,128	204.5%
6	名古屋市中村区	2,943	1.2%	873	2,070	337.1%
7	名古屋市中区	1,806	0.7%	1,306	500	138.3%
8	三重県四日市市	1,791	0.7%	972	819	184.3%
9	三重県鈴鹿市	1,378	0.5%	856	522	161.0%
10	三重県名張市	899	0.4%	275	624	326.9%

	前の発地		後の発地	
1	嬉野パーキングエリア（下り線）	6,284	嬉野パーキングエリア（上り線）	8,592
2	松阪駅	1,538	伊勢中川駅	648
3	伊勢中川駅	754	松阪駅	607
4	道の駅 飯高駅	504	エースイン・松阪	532
5	エースイン・松阪	441	回転焼肉 一升びん 宮町店	435
6	ホテルルートイン松阪駅東	280	松阪温泉熊野の郷	398
7	フレックスホテル松阪	239	ホテルルートイン松阪駅東	368
8	東横 I N N 伊勢松阪駅前	208	ホテル ザ・グランコート松阪	254
9	スーパーホテル松阪	188	ビジネスホテルマルヤマ	157
10	鯛屋旅館	141	ドリームオーシャン	153
11	ビジネス旅館 満喜	91	フレックスホテル松阪	149
12	道の駅茶倉駅	85	和田金	147
13	ドリームオーシャン	83	東横 I N N 伊勢松阪駅前	133
14	ホテル A U 松阪	79	松阪シティホテル	115
15	和田金	76	前島食堂	86
16	ビジネスホテルマルヤマ	75	スーパーホテル松阪	80
17			道の駅 飯高駅	66
18			たつみ別館	50

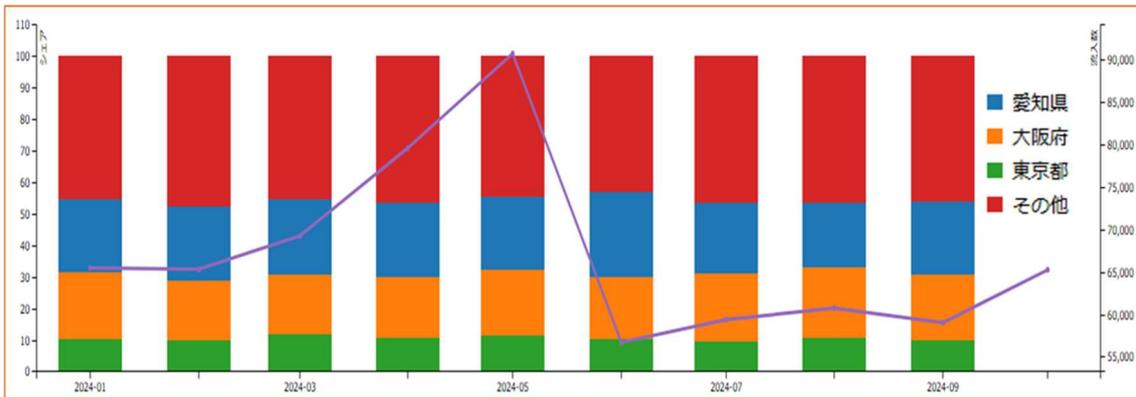
データ：おでかけウォッチャー

→ さらなる松阪への観光客を増やしていくためには、県内の主要な大規模観光施設と連携した情報発信や嬉野 PA 等、交通施設での観光 PR 等を検討していく必要があります。

5. 来訪者の松阪市内での消費分析（クレジットカード消費分析）

・松阪市内での消費上位3都府県の発地

松阪市内での消費割合の上位3都府県は、愛知県（来訪者割合30%、消費割合23%）、大阪府（来訪者割合18%、消費割合20%）、東京都（来訪者割合4%、消費割合10%）で、上位3都府県だけで来訪者の消費の50%を占めています。

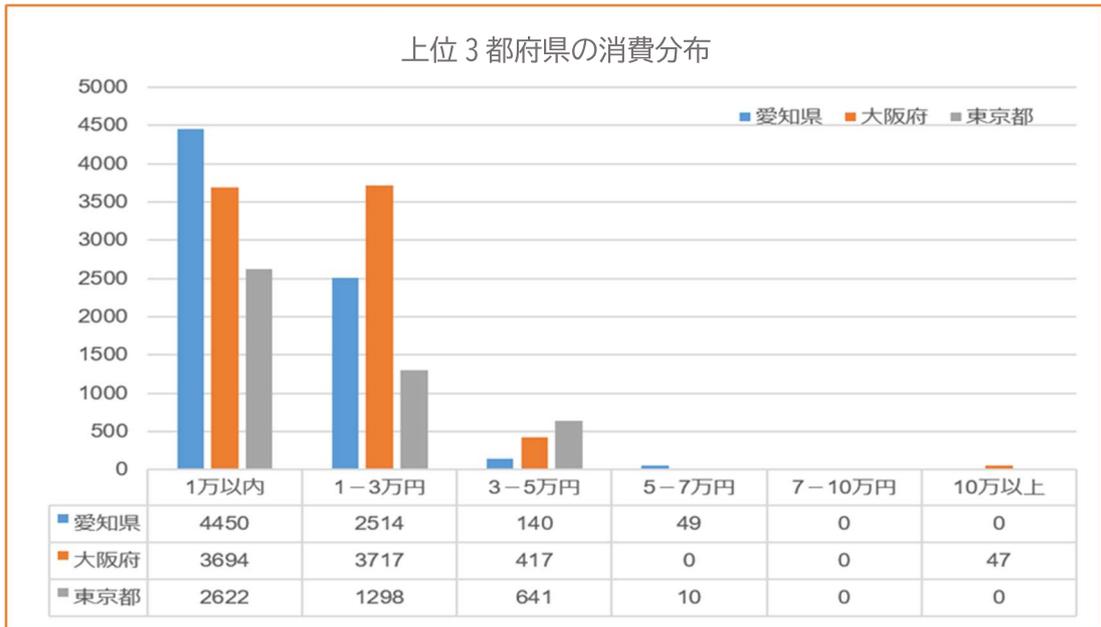


	愛知県		大阪府		東京都		その他	
2024__1	23.1%	¥16,539	21.4%	¥25,492	10.2%	¥21,239	45.3%	¥21,037
2024__2	23.5%	¥15,097	19.1%	¥20,778	9.8%	¥20,169	47.6%	¥19,443
2024__3	23.8%	¥17,664	19.0%	¥21,445	11.8%	¥25,371	45.4%	¥20,444
2024__4	23.3%	¥16,713	19.5%	¥21,643	10.6%	¥22,408	46.6%	¥20,189
2024__5	23.0%	¥15,390	21.1%	¥21,388	11.3%	¥22,085	44.6%	¥18,421
2024__6	26.9%	¥14,698	19.8%	¥18,597	10.2%	¥21,295	43.1%	¥16,495
2024__7	22.6%	¥15,538	21.5%	¥21,570	9.5%	¥20,592	46.4%	¥19,395
2024__8	20.4%	¥16,660	22.1%	¥24,263	10.8%	¥21,425	46.7%	¥21,135
2024__9	23.4%	¥15,393	20.9%	¥19,169	9.7%	¥19,058	46.0%	¥18,168
平均	23.3%	¥15,966	20.5%	¥21,594	10.4%	¥21,516	45.7%	¥19,414

データ：クレジットカード消費データ

・上位3都府県の消費の分布（1人あたり）

愛知県・大阪府は7割程度が3万円以内の消費額であり、東京都は愛知県・大阪府と比べると消費額が多い傾向にあります。近隣からの来訪は、来訪頻度が多い反面、一回の訪問時の消費額が少なく、遠方からの来訪は、来訪頻度が少ない反面、一回の訪問時の消費額が多いということになります。



		1万円以内	1-3万円	3-5万円	5-7万円	7-10万円	10万以上	不明
愛知県	9305	47.8%	27.0%	1.5%	0.5%	0.0%	0.0%	23.1%
大阪府	11009	33.6%	33.8%	3.8%	0.0%	0.0%	0.4%	28.5%
東京都	5618	46.7%	23.1%	11.4%	0.2%	0.0%	0.0%	18.6%

データ：クレジットカード消費データ

・消費の内訳

上位3都府県における消費の内容としては、約5割が宿泊費（月平均37,485円）となっています。続いてゴルフ、映画、カラオケ等のレジャー（月平均16,087円）で、次に飲食・買い物（月平均12,780円）による決済となっています。

2024年	ホテル・旅館 (オンライン含む)		レジャー (ゴルフ、映画、 カラオケ等)		飲食店・レストラン・ ショッピング		その他	
1月	54.7%	¥42,199	21.5%	¥16,402	3.5%	¥6,518	20.3%	¥8,155
2月	52.7%	¥33,823	23.7%	¥14,130	4.1%	¥9,618	19.5%	¥7,175
3月	50.1%	¥36,057	27.9%	¥15,297	3.2%	¥6,457	18.8%	¥8,868
4月	48.1%	¥35,952	29.4%	¥15,828	4.1%	¥11,125	18.4%	¥7,511
5月	47.6%	¥36,650	30.9%	¥15,240	3.7%	¥6,483	17.8%	¥7,212
6月	27.0%	¥39,407	8.9%	¥29,123	41.4%	¥53,419	23.0%	¥12,785
7月	55.0%	¥35,911	23.8%	¥13,225	4.6%	¥7,084	16.2%	¥7,052
8月	61.0%	¥44,582	19.3%	¥12,468	47.0%	¥7,289	15.0%	¥6,616
9月	50.9%	¥32,784	28.6%	¥13,074	4.9%	¥7,026	15.6%	¥7,047
平均	49.7%	¥37,485	23.8%	¥16,087	12.9%	¥12,780	18.3%	¥8,047

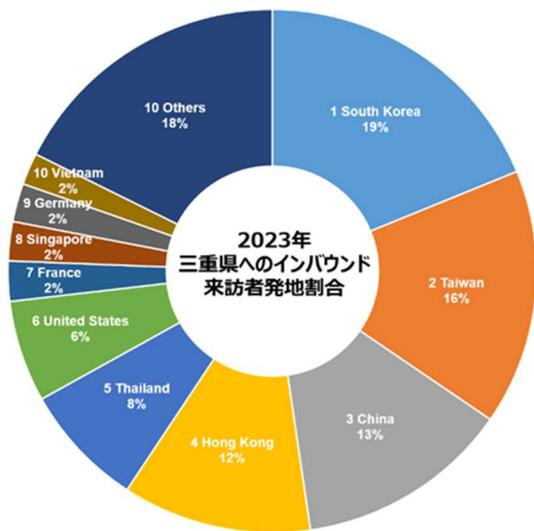
データ：クレジットカード消費データ

→ 東海地区の消費額約4万円に比べると、三重県の消費額は約5万円と多いものの、全国の消費額約6万円に比べると少ない状況です。特に人気のあるお肉を中心とした「食」を中心に、いかに市内における消費額を増やせるかが課題となります。

6. インバウンド分析

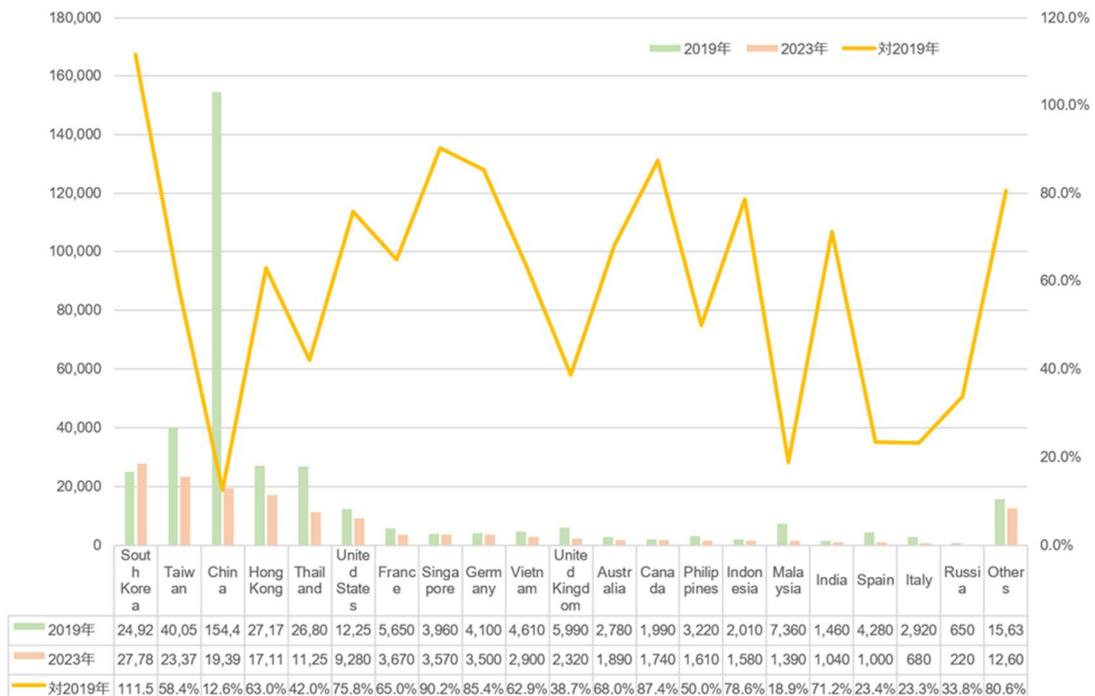
松阪市内における直近 1 年間のインバウンドの宿泊者数は 466 人となっています。2023 (R5) 年の三重県へのインバウンド来訪客は、2019 (R1) 年比で 46%減少となっており、その要因の大部分は中国人観光客の減少となっています。2019 (R1) 年を上回ったのは韓国からの来訪客のみで、まだまだ回復は途上にある状況です。

→ 市内には海外の観光客からみても魅力的な観光資源がたくさんあり、インバウンドを受入れる余地まだまだあります。受け入れ側の体制を構築して情報発信を積極的に行う等の誘客体制を強化していく必要があります。



Country/Area	2019年	2023年	対2019年
1 South Korea	24,920	27,780	111.5%
2 Taiwan	40,050	23,370	58.4%
3 China	154,490	19,390	12.6%
4 Hong Kong	27,170	17,110	63.0%
5 Thailand	26,800	11,250	42.0%
6 United States	12,250	9,280	75.8%
7 France	5,650	3,670	65.0%
8 Singapore	3,960	3,570	90.2%
9 Germany	4,100	3,500	85.4%
10 Vietnam	4,610	2,900	62.9%
11 United Kingdom	5,990	2,320	38.7%
12 Australia	2,780	1,890	68.0%
13 Canada	1,990	1,740	87.4%
14 Philippines	3,220	1,610	50.0%
15 Indonesia	2,010	1,580	78.6%
16 Malaysia	7,360	1,390	18.9%
17 India	1,460	1,040	71.2%
18 Spain	4,280	1,000	23.4%
19 Italy	2,920	680	23.3%
20 Russia	650	220	33.8%
21 Others	15,630	12,600	80.6%
Overall	352,750	162,090	46.0%

三重県発地別インバウンド来訪者



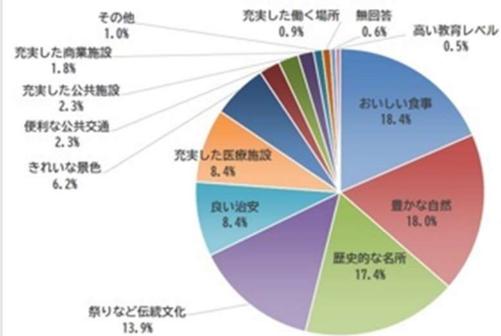
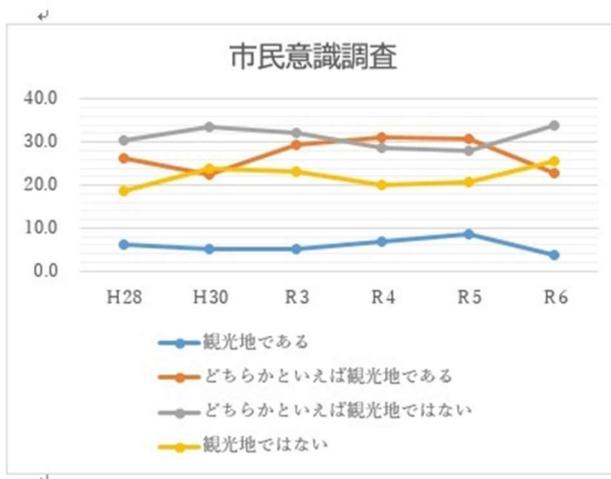
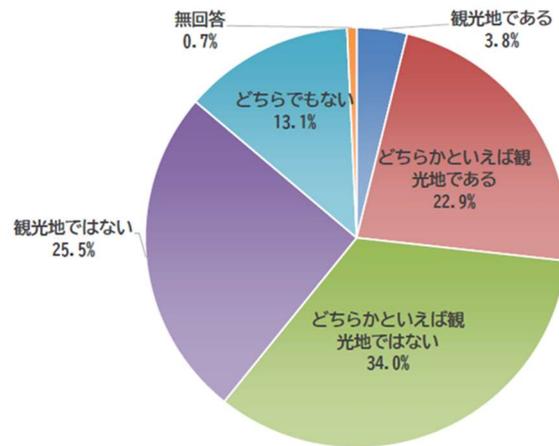
データ：RESAS 地域経済分析システム

7. 市民意識調査

松阪市を観光地と考える市民の割合は、2021 (R3) 年度は 34.4%、2022 (R4) 年度は 38.1%、2023 (R5) 年度は 39.3%と上昇傾向にありましたが、2024 (R6) 年度の速報値では 26.7%でした。

◆観光施策について

【問30 松阪市を観光地だと思いますか】



【参照】松阪市のどのようなところに愛着・誇り(シビックプライド)を持っていますか。

調査の数値からは観光地としての意識は減少傾向にあるものの、松阪市民の地元の誇れることは「食」「自然」「歴史」が上位を占めており、特に女性の方が観光地としての意識が高い傾向にあります。また、世代により観光地としての意識に開きがあります。ただ、全世代が松阪市のことを尋ねられた場合に何を紹介しますかの設問に対して「松阪牛」と回答しており、「食」のまち、「お肉」のまちとしての意識は高いと言えます。

また、2023（R5）年度の市民意識調査によると、観光客にPRすべきと考えることは「歴史・文化の街としてPR」が47.9%で最も高く、次いで「食のまちとしてPR（松阪牛）」が43.3%、「食のまちとしてPR（松阪牛以外）」が28.6%となっています。松阪牛を含めた「食のまちとしてPR」は合計70%を超えており、食でのPRは重要と考える市民が多いと言えます。

→ 「食」「自然」「歴史」等の観光資源に誇りを持っている市民の方は多いことから、いかに観光地であるという認識をもっていただき、市内での機運醸成につなげていくかが課題となります。

8. 観光ニーズ調査

「松阪市の観光資源に関する意識調査」

（調査概要）

- ◆実査期間：2024年11月28日（木）～2024年12月2日（月）
- ◆対象者インターネットリサーチ「マクロミル」のモニタ会員：本アンケート対象者660名
 - ※「マクロミル」のモニタ会員10,000名を対象として、スクリーニング調査を実施
- ◆各表における割合について小数点以下第2位を四捨五入して整理している為、割合の和と各表の数値が異なる場合があります。
- ◆調査機関：株式会社リクルート

直近で「三重県松阪市」を旅行・レジャーで訪れた時に来訪したスポットについて、来訪者の約半数が「松坂城跡」を訪問しています。宿泊費は1～2万円、飲食費は5千～1万円が最多となっており、体験コンテンツの消費は少ない傾向となりました。

情報入手の手段としては、「検索サイトの検索結果」が一番多かったものの、「知人・友人」「家族・親戚」からを合算すると「口コミ」が最も多くなります。

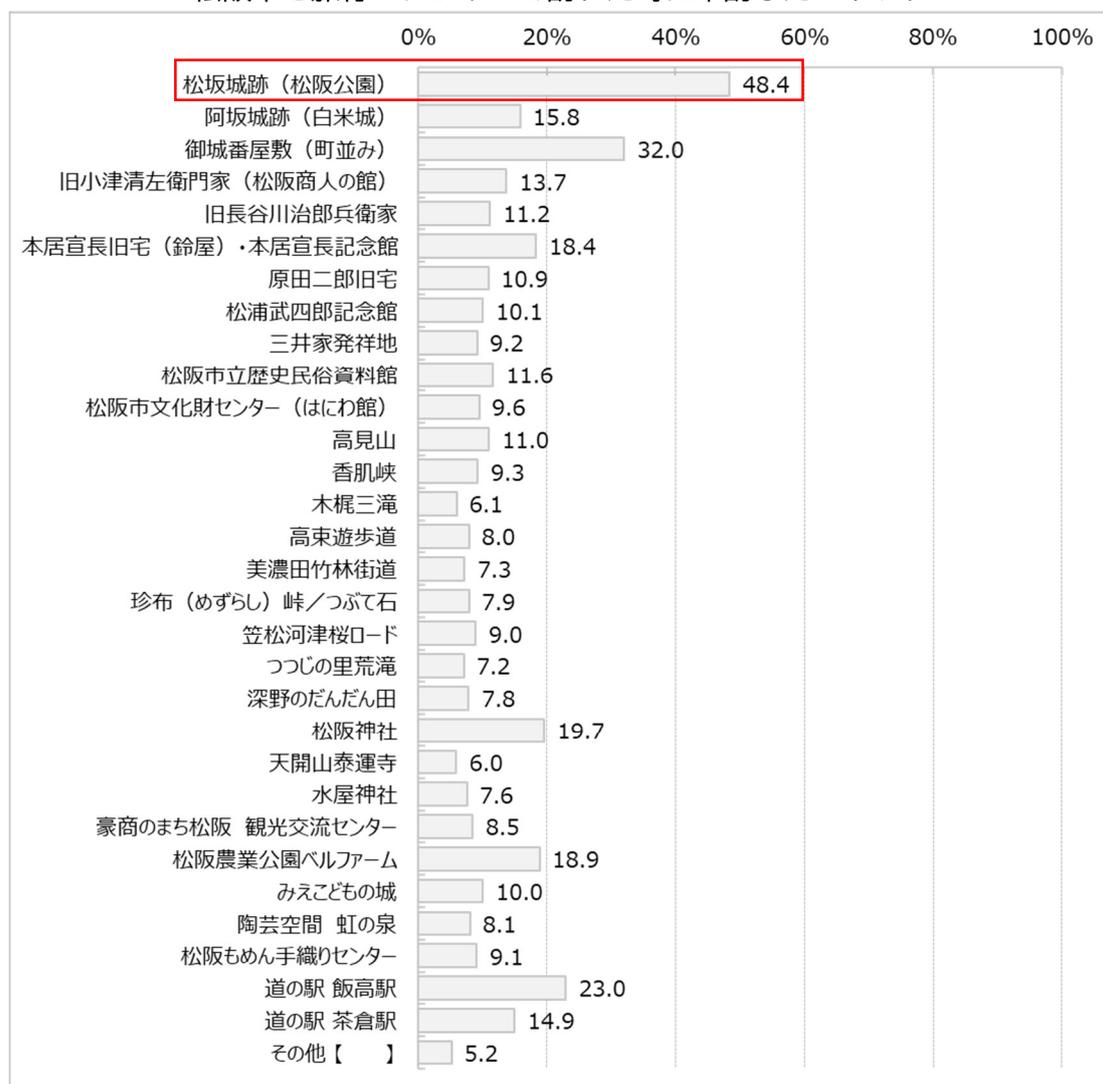
市内における認知度の高いコンテンツは1位 松阪牛、2位 鶏焼き肉、3位 松坂城跡、4位 野面積み、5位 道の駅「飯高駅」となりました。また、興味関心度の高いコンテンツ、及び、来訪意欲の高いコンテンツはいずれも1位 松阪牛、2位 鶏焼き肉、

3位 香肌峡、4位 笠松河津桜ロード、5位 道の駅「飯高駅」となり、この調査からも、松阪市を代表する観光資源は「松阪牛」「鶏焼き肉」であり、「香肌峡」「松坂城跡」といった観光資源にもニーズがあることがわかります。

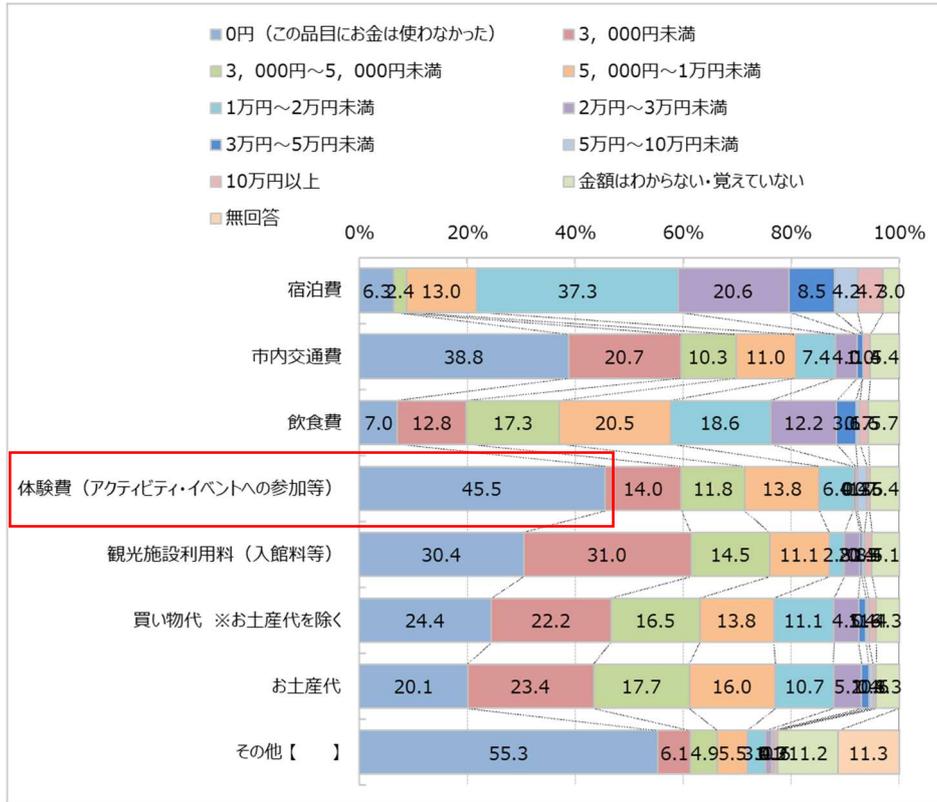
→ 市内で体験コンテンツに参加いただくことは、より深く地域の魅力を知っていた
 だき、市内滞在時間の延伸、消費額の増加につながります。既存の体験型観光プ
 ログラムを魅力的に発信、また、新たなプログラムの発掘・造成をしていくことが課
 題となります。

→ 認知度も興味関心度も非常に高い「松阪牛」「松阪鶏焼き肉」に加えて、「香肌峡」
 「松坂城跡」のような自然、歴史・文化の魅力についても有効に活用して松阪への
 誘客につなげていく必要があります。

松阪市を旅行・レジャーで訪れた時に来訪したスポット



松阪市を旅行・レジャーで訪れた時に松阪市で使った金額



松阪市を旅行・レジャーで訪れた時に「旅行前」と「旅行後」に参考にした情報

