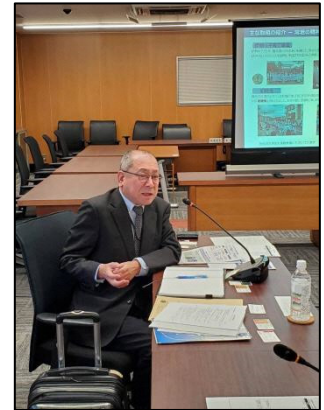


会 派 名 報告者氏名	民社友愛 佐藤和典、相澤宗一
種 別	■調査研究（■行政視察） □研修会 □要請・陳情 □各種会議
用 務	観光戦略全般について
日 時	令和7年1月29日（水）10:00～11:30
場 所	伊勢市役所
調査項目等	・伊勢市観光振興基本計画の概要 ・観光における広域連携について
概 要	【社団法人 伊勢志摩観光コンベンション機構の概要】 ○組織概要 ・伊勢志摩地区（伊勢市、鳥羽市、志摩市、南伊勢町、玉城町、度会町）、地元民間企業等が中心となって設立 ○主な事業内容 ・観光情報の発信事業 ・観光客等誘致促進及び受入れ体制の整備に関する事業 ・フィルムコミッション事業 ・観光産業・観光文化の振興と人材の育成に関する事業 【伊勢市の観光政策について】 ○伊勢市について ・市の概要と主な観光資源 ○伊勢市の観光の状況 ・観光動向の特徴（式年遷宮とまちづくり） ・観光客の推移と強み・特徴 ○伊勢市の取り組み ・伊勢市のありたい姿 ・景観を重視したまちづくり
所 感 等	【佐藤和典】 伊勢市は名古屋駅から遠い。行程表では理解していたが、ここまで交通が不便（私の実感として）だとは思わなかった。2年前の議員向けセミナーで学習したが、『観光とは憧れである。困難を全て乗り越えるほど行きたいと思えること、思わせることが大事であり、役所の誘致活動、セールス活動など「どうぞうちの街に来てください」ではだめである。』とその時の所感に記した。まさしく、伊勢市はその通りのまちであり、伊勢神宮と言う絶対的な武器を持っている。柏崎市には「柏崎刈羽原子力発電所」があり、当時は世界一の発電量と言うエネルギー供給基地としてのシンボルがあった。その他にも市内には有名な企業等もあり、食品、自然などを融合させた「柏崎市への憧れ」を発掘していきたい。 【相澤宗一】 観光の広域連携を先駆けた「伊勢志摩観光」の拠点である伊勢市を訪問した。その広域連携では①観光客の目線からすれば行政枠は関係なく、自分のまち以外の内容も含めたアピールが魅力を増すことになる。②自分のまちが潤ってほしいと思う気持ちが前に出すぎると結果として利益につながらない、とあった。 観光資源が散在する柏崎市に当てはめてみると、それぞれが持つ自慢分野をお互い様にアピールし合い、まずは柏崎に目を向けさせ、市内への訪問者の増をめざす。その先は仲良く競うといった大きな視点が観光の底上げになると感じた。 また、訪問者が毎年800万人を超える人気スポット「伊勢神宮」には物語がある。その地を訪れるにあたり、1回きりで終わらせない、もう一度来てみたいと思わせるストーリー性を生み出すことも重要なポイントである。



種 別	■ 調査研究（■ 行政視察） □ 研修会 □ 要請・陳情 □ 各種会議
用 務	稲沢市シティプロモーションについて
日 時	令和 7 年 1 月 30 日（木） 10:00～11:30
場 所	稲沢市
調査項目等	・ 稲沢市のアピール戦略について ・ シティプロモーション特設サイトの運営について
概 要	【稲沢市シティプロモーションの概要】 ○これまでの歩み ・ 稲沢市シティプロモーション戦略の策定 ・ シティプロモーション課の設立 ○稲沢市の魅力 ・ 名古屋駅から電車で約 10 分 ・ 名古屋から 10 分でありながら自然に触れられる ○プロモーションサイトの開設 ・ 稲沢市にゆかりのある方から魅力を語ってもらう ・ 飲食店を漫画で紹介「もぐもぐいなざわ」 ○230 万人都市「名古屋」をターゲット ・ 名古屋駅デジタルサイネージを活用した PR ・ 名古屋所属バレーボールチームとのタイアップ ○移住定住リーフレットの作成 ・ 子育て支援の取組やスポットなどを紹介 ○稲沢市の魅力を伝える ・ YouTube に PR 動画を配信 ・ ヤバいなざわイラストコンテストの実施
所 感 等	【佐藤和典】 稲沢市は市制 65 周年を機に「ヤバい、稲沢」＝『ヤバいなざわ』をキャッチコピーに掲げて、市の魅力を発信している。その具体的なポイントとして、3 点が挙げられているが、柏崎市と対比しながら考えていきたい。まず、稲沢市の最初の「ヤバい」ポイントは、約 10 分で名古屋の中心部まで行けるという名古屋駅までの近さにある。柏崎市は陸の孤島としての対策を考えるのではなく、逆に長岡市や上越市を利用するという逆転の発想で考えていきたい。二つ目の「充実した子育て環境」は柏崎市も遜色ない。逆に強みである。三つ目の「自然・ショッピング・スポーツなどの暮らしが楽しすぎてヤバい」では「ショッピングを楽しむ」ことが出来ないことが、柏崎市の魅力の無さに繋がっている。無いものねだりではなく、私も逆転の発想で「柏崎市のあるべき姿」を追求していきたい。 【相澤宗一】 観光産業の活性化を図るためにはシティプロモーションへの取り組みが重要と捉え、稲沢市を訪問した。 視察準備においてまず一番最初に目に飛び込んできたのは「ヤバいなざわ」という文字。行政がここまでの言葉を使用してもいいものかと、軽いカルチャーショックを受けた。でもこれくらい弾ける感覚がなければ、多種多様な情報が蔓延する世界では引っかけられないのだろうと考える。これを提案した職員とそれを採用した幹部の皆さんの勇気に敬意を表したい。 そして広告には費用が嵩むことから、できるだけそれを抑える工夫がなされていた。スマホ等の位置情報からユーザーを絞り込んだマーケティングの展開や、企業や官公庁、自治体などが作成したプレスリリース系を配信するサービスの活用等の紹介もいただいたため、これらを研究したい。

