

(別紙) 第3回推進会議の意見

| 計画の基本方針 | 計画の具体的方針 | Aグループ | Bグループ | |
|---|---|--|---|---|
| <p>1. 【観光・交流】を 生み出す・広げる</p> <p>新たな地域資源の発掘、開発・磨き上げ</p> | <p>(1) 観光面での神宮や関連資源を改めて見つめ直し、新たな交流につなげる</p> | <p>① 観光面での神宮の持つ価値を整理し、次の遷宮に向けて新たな交流につなげる</p> <p>② 神宮関連施設の利活用を推進する</p> | <ul style="list-style-type: none"> ● 神宮のすごさは、山と森の水の循環にある。そういったところに共感が得られる。 ● 別宮の認知度は思ったよりある方だが、伸びしろはまだある。興味ある人への働きかけを行った方が効果は高いのではないかと。 ● 「検定お伊勢さん」は人気であり、検定を受けた市民が観光客と交流して神宮の持つ価値を伝えることが可能。 ● 遷宮の8年前から「山口祭」が行われることから、伊勢の地元の人々が原動力になって遷宮を盛り上げているということを情報発信できるとよい。 | <ul style="list-style-type: none"> ● もっと神宮の魅力を伝えるべきだ。毎年神宮に参拝に行くような雰囲気づくりが必要。日本人が神宮に感謝することを意識する取組が大切。 ● 以前に125社巡りがブームになったこともあるが、今はそうではない。最近の朱印ブームに繋げる等の工夫が必要だ。 ● 神宮には様々な資源があり、神話、歴史、建築等、多様な切り口で見ることが出来るが、それらをまとめて紹介しているものがないため、埋もれている状態。 ● 外宮から内宮への参拝ルートは浸透したが、二見で禊をしてから参拝するルートはまだ浸透していない。 ● 今の観光客は事前情報を調べて観光する。こうした事前情報として、御塩殿や宮川等の様々な資源を民間と連携しながら発信する必要がある。 |
| | <p>(2) 市民(内)と観光客(外)の視点を活かして、魅力ある地域資源を発掘する</p> | <p>① ターゲット属性、目的に応じたニーズを深く調査・分析する</p> <p>② 自然、歴史文化、地域産業、生活文化、食など様々な地域資源をまち全体で発掘する</p> | <ul style="list-style-type: none"> ● 大学生に着目してはどうか。研修などで来れば、3泊4日など滞在日数も長くなり、市全域でも取り組める。また若い学生は情報発信してくれるという利点もある。 ● いかにも長く滞在してくれるかというプランを考えたい。そして、旅行会社がプランを作りやすいようにしてあげることが必要。 ● 二見では空き宿・店舗が大きな課題。しかし、民間では難しいので、DMO(伊勢まちづくり会社)の役割に期待したい。 | <ul style="list-style-type: none"> ● これまでの遷宮と、前回(第62回)遷宮では参拝客の増加傾向が異なる。前は準備を開始した平成17・18年頃から右肩上がりに増加しており、一般客にも遷宮のイメージが浸透していることがうかがえる。こうした一般客を、今後もリピートさせる必要がある。 ● 神宮の参拝者数は、外宮と内宮を合算したものであり、重複している人がいる。情報の取扱いに注意が必要だ。 |
| | <p>(3) 伊勢の新たなブランド醸成を目指して、地域資源を開発する・磨き上げる</p> | <p>① 滞在・消費を生み出す「食」資源の開発・展開</p> | <ul style="list-style-type: none"> ● 桑名ほんばく(本物力博覧会)は人気で、伊勢でも同じような方式の体験プログラムの提供はできると思う。 ● 暮らしの姿(知恵やモノ等)を見せたい。まちかど博物館は、そのようなコンセプトで作った経緯もあり、うまく活用したい。 ● お伊勢参りの時に伊勢を案内した時のルートを現代の人が辿るなども面白い。 ● 日帰りする人も、少し立ち寄れる楽しみ方を紹介することが必要。 | <ul style="list-style-type: none"> ● 以前に「外宮前食堂」という、外宮参道22店舗を紹介した無料の小冊子を作成し、1ヶ月半でなくなった。伊勢に来る観光客の8割がリピーターだが、次に伊勢に来る時の参考情報として重宝されたことが要因。 ● 伊勢の郷土料理は、伊勢うどんや手こね寿司等、数が少ないため、伊勢ならではの食材(イチゴ等)を使った料理を出していく必要がある。特にストーリーを掲載することが大切だ。 ● 飲食店の看板にはメニューだけでなく、食材についても記載すると観光客が集まる。その土地ならではの地産地消の情報と合わせて、旬の食材を発信することが必要。 |

| 計画の基本方針 | 計画の具体的方針 | | Aグループ | Bグループ |
|--|-----------------------------|--|--|---|
| | | ②交流を広げる場やイベントの企画、伝統行事の継承・磨き上げ | | |
| | | ③自然、景観、歴史文化、伝統技能など各地区特性を活用した観光資源の磨き上げ・活用 | | |
| 2. 【観光・交流】 の負をなくす 笑顔で迎える 受入基盤・環境の整備 | (1) まち全体で受け入れるための環境・施設を整備する | ①伊勢らしい景観、街並みの整備 | <ul style="list-style-type: none"> ● 街並みの整備は重要であるが、一気にではできないので徐々に取り組んでいくことが大事。景観計画で景観重要建造物の指定をし、点在しているものを残す。それによってストーリーが感じられるようになり、まち歩きの魅力のポイントにもなってくる。 ● 建物には人が住んでいる場合が多く、代替わりをする世帯も増えてきている。その際に、残していこうという考えを代々伝えていくことが重要。「負を無くす」だけではなく「良いものを残す」という考え方も重視したい。 | |
| | | ②先進的なバリアフリー観光の取り組み推進 | | |
| | | ③安心・安全を担う防災対策の推進 | | |
| | (2) 地域を超えた連携により交通基盤を見直す | ①抜本的な交通基盤整備を検討するための地域・組織を横断した体制の活用 | <ul style="list-style-type: none"> ● JR二見浦駅とバス乗り場との距離がありすぎ、バス停の場所もわかりづらい。 ● 「300mの法則」というのがあり、300mごとにベンチを置くなど休ませることが必要らしい。 ● ジャニーズなどのイベントがあると大勢の人がバス乗り場で困っている。イベント時のバス対応について、バス会社に逆提案してもいいのではないか。 ● CAN ばすで竇日館から内宮までは10分であるが、竇日館から外宮までは50分かかかる。二見→外宮→内宮という順序から考えると交通体系もストーリーを意識してほしい。 | |
| | | ②環境に配慮した交通対策の推進 | <ul style="list-style-type: none"> ● パーク&バスライドを平日でもできるようになるといいのではないか。 ● レンタサイクルをもっと利用しやすくしたい。 | |
| | | ③正確な交通情報の発信と拠点の整備 | <ul style="list-style-type: none"> ● 「らくらく伊勢もうで」では、ウェブカメラでリアルタイムの渋滞状況がわかり便利である。うまく活用してほしい。 ● 今の若者は運転しない人が多くなっており、また飲酒をしたいので観光地はバスで回りたいというニーズも増えている。様々な情報がバラバラに提供されているので、わかりやすい案内が必要。 | <ul style="list-style-type: none"> ● 伊勢市駅～内宮間では、4人ならバスよりもタクシーのほうが安い。また、バスによって通行ルートが異なる。このような交通情報が観光客に伝わっていない。 ● 観光地までの「距離」と「時間」は必ず質問される。限られた時間で効率よく観光したい客が多い。 |
| | | (3) 世界に本物の伊勢を感じてもらうための | ①国や三重県と連携した取り組みの推進 | |

| 計画の基本方針 | 計画の具体的方針 | Aグループ | Bグループ | | |
|---------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|---|--|---|
| | 外国人受入環境を整備する | ②満足度を高める受入環境・体制の整備 | <ul style="list-style-type: none"> ● 歴史よりも、今の伊勢市民の生活文化と神宮の関係性を外国人に紹介したい。 ● 神宮のものでも、見せられないものがあるということを理解してもらうことが必要。シークレットの部分はあってもよい。一方、暮らしのことなど、神宮以外のものを見せられるように工夫することが大事である。 | <ul style="list-style-type: none"> ● 伊勢市駅前に手荷物預かり所が出来たのは良いが、最もニーズがあるのは外宮前であり、再検討して欲しい。 ● バス停の場所が分かりづらい。 ● バス停にベンチがない。(占有許可の問題はあるが)ベンチを置くことでバス待ち客の満足度も上がる。 ● 飲食店等での英語メニューの常備等、最低限の対策には取り組んだほうが良い。 ● 多言語化等の行き過ぎは駄目。ある観光地はハングル表示だらけになり、期待していたイメージと異なっていた。また、アジアからの観光客には(片言の)日本語で話せる人もいる。 | |
| | | ③ターゲットを絞った海外への魅力的な地域情報発信の推進 | <ul style="list-style-type: none"> ● どのような外国人に来てもらうのがふさわしいか、外国人に対してもターゲット設定が重要。 ● ユーチューブでの情報発信において、さらに多言語対応してはどうか。 ● スマートフォンの対応は必要である。 | | |
| | | ④世界とのつながりを育てる国際交流の推進 | | <ul style="list-style-type: none"> ● 日本人観光客、外国人観光客ともに地域の行事に参加したい。参加できるよう工夫はできないか。 | |
| 3. 【観光・交流】を地域一体で推進する行政・事業者を越えた地域連携の推進 | (1)観光協会・商工団体などの組織との連携 | ①組織の役割を明確にし、「選択と集中」させる観光交流事業の取り組み連携 | | <ul style="list-style-type: none"> ● 事業者や神宮は各自でイベントをしているが、お互いに情報を共有していない。自分で情報を取りに行かなければ収集できない状態。もっと情報を集約しやすい仕組みの構築が期待される。 | |
| | | ②来訪者の受け入れ窓口・サービスのワンストップ提供体制の整備支援 | <ul style="list-style-type: none"> ● 受入に関する連携はもっと強化する必要がある。 | | |
| | | ③観光分野で事業者、市民活動組織などとの連携推進の支援 | <ul style="list-style-type: none"> ● DMOが組織間の連携に取り組む必要がある。 ● 観光に対して地域が理解していくことが重要であり、地域コミュニティ組織との連携を進めていく必要がある。 ● 今後は少子高齢化が進み、人手不足も懸念される中で、市民も観光振興に参画し、オール伊勢で取り組む必要がある。 ● 神宮と市との連携も必要である。 | <ul style="list-style-type: none"> ● この4年間で伊勢まちづくり株式会社が設立され、DMO機能も有するようになった。事業者間の取りまとめや商品開発はまち会社の役割であり、行政と連携しながら取り組みたい。 ● 皇學館大学、商工会議所、市の産学官連携が進んでいる。特に皇學館大学は地域連携に熱心になったが、学生は3年間で入れ替わる等、大学ならではの難しさもある。 ● 神宮との連携が進んでおり、今後も展開すべきだ。 | |
| | (2)地域事業者の連携による夕方以降や朝の滞在・消費促進の取り組み支援 | ①宿泊施設の受け入れ、満足度を高める取り組み | | | <ul style="list-style-type: none"> ● 旅館・ホテルの「おもてなし／おかげさまの心」を向上させる必要がある。講習会だけでは少ない。 |
| | | ②外宮周辺などの飲食店・店舗事業者の滞在・消費を広げる取り組み・支援 | <ul style="list-style-type: none"> ● 泊食分離が進む中で二見では夕食の受け皿がないことから、今後は外宮周辺だけでなく二見でも飲食店の誘致が必要。 | | |
| | | ③地域の観光関連事業者の横断連携による滞在・消費のストーリー開発 | <ul style="list-style-type: none"> ● 外宮と内宮を1日でまわるのは時間的に無理があり、2日に分けて提案することにより、滞在時間も延びる。 | | |
| | (3)地域産業と連携した観光交流メニューの開発・支援 | ①地域産業と連携した地域体験型メニューの開発 | | | |
| | | ②地域産業と連携した特産品等の開発、販路拡大の支援 | <ul style="list-style-type: none"> ● 例えば、かつて二見では「貝めし」が名物であった。ここでは、こういうものが食べられるというプランを作っていくことが必要。 | | |
| | | ③地域内消費を高める事業者取り組みの推進 | | | |