

鈴鹿市観光振興方針（案）



鈴鹿モータースポーツフェスティバル

2020（令和2）年 3月

鈴 鹿 市





はじめに



2020（令和2）年3月

埼玉県市長 末松則子



『鈴鹿市観光振興方針』 目次

目次

序 章	これまでの本市の観光振興について……………	1
第 1 章	方針の取組概要と方向性	
	方針策定の目的 ……………	2
	方針の位置付け ……………	3
	方針の期間 ……………	3
	方針の見直し視点 ……………	3
	方針の柱 ……………	4
	方針の推進方法 ……………	5
第 2 章	方針の柱における観光の現状と課題	
	1 モータースポーツによる観光誘客 ……………	6
	2 インバウンドに向けた観光誘客 ……………	8
	3 広域観光による誘客 ……………	10
	4 新名神高速道路鈴鹿 PA パーキングエリア スマート IC インターチェンジ からの観光誘客 ……………	11
	5 産業観光による誘客 ……………	13
	6 スポーツツーリズムによる誘客 ……………	14
第 3 章	鈴鹿ブランディング戦略	
	目的達成のための「6 つの柱」の具体的な取組	
	1 モータースポーツによる観光誘客 ……………	15
	2 インバウンドに向けた観光誘客 ……………	19
	3 広域観光による誘客 ……………	21
	4 新名神高速道路鈴鹿 PA パーキングエリア スマート IC インターチェンジ からの観光誘客 ……………	23
	5 産業観光による誘客 ……………	25
	6 スポーツツーリズムによる誘客 ……………	27
	鈴鹿市観光まちづくり委員会……………	29



序章 これまでの本市の観光振興について

本市は、2016（平成28）年3月に策定した「鈴鹿市総合計画2023」の実現に向け、更にたくさんの来訪者をお迎えし、まちの魅力を体感していただけるよう基本的な考え方や取組を示したものと「鈴鹿市観光振興方針」（以下「本方針」という。）を策定し、総合的な観光振興を図ってきました。

本方針では「観光まちづくり」を基本方針に掲げ、主たる効果を「地域経済の活性化」、「地域の誇りと文化の再発見と創造」、「生活環境の改善と住民満足度の向上」となるよう、観光振興の方向性を「乗りものによる観光振興」、「地域文化による観光振興」、「自然資源による観光振興」としています。

また、観光振興を進めていく上での課題や問題点の解決のため、「イメージ戦略」、「観光情報の伝達」、「観光ルート・観光地区・観光イベントの設定」、「交通環境や観光施設などの整備」、「観光振興推進体制の確立」を観光振興戦略として取り組んできました。

鈴鹿市観光レクリエーション入込客数の推移（人）

	施設名	2016(平成28)年	2017(平成29)年	2018(平成30)年
伊勢の海 県立公園	鼓ヶ浦海水浴場	21,600	17,400	15,000
	千代崎海水浴場	21,200	19,700	19,200
公園区域外 の観光地	椿大神社	1,460,000	1,525,000	1,555,000
	鈴鹿サーキット	2,010,642	2,043,714	2,104,215
	青少年の森	316,338	292,102	280,795
	荒神山観音寺	5,300	11,800	11,800
	加佐登神社	50,450	50,700	51,100
	スポーツガーデン	501,209	469,549	569,902
	鈴鹿の森庭園	—	—	61,450
イベント等	市植木まつり	20,000	14,700	17,400
	すずかフェスティバル	112,000	110,000	100,000
	ハルーンフェスティバル	75,000	121,500	166,000
	鈴鹿さくらまつり	45,000	31,000	31,000
	鈴鹿シティマラソン	6,986	7,629	6,747
	椿縁結び市	5,000	8,000	10,000
	すずかほたるの里	23,000	28,000	30,000
	鈴鹿げんき花火大会	100,000	120,000	35,000
	計	4,773,725	4,870,794	5,064,609

総合計画 2023
成果指標(目標値)
2023 年 550 万人

※

※ 鈴鹿げんき花火大会は、2018（平成30）年以降、会場内観客数のカウントのみに変更。

「観光レクリエーション入込客数」基準

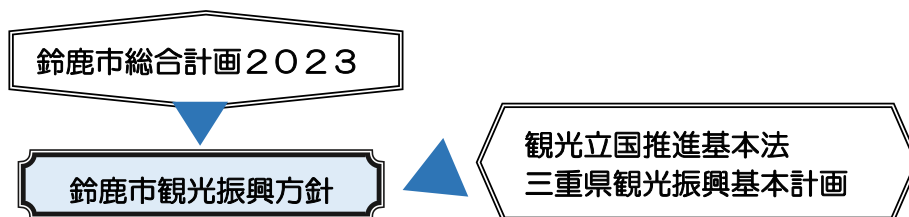
県内各市町で、年間の入込客数が5万人以上又は特定月（月間）の入込客数が5千人以上となる観光地点などを調査対象とする。（「全国観光統計基準」三重県基準）

方針の目的

本市の将来のまちづくりの方向性や、具体的な手法などを明らかにした『鈴鹿市総合計画2023』では、観光振興のめざすべき都市の状態を「地元のモノ・コトが情報発信され、人が訪れ、交流が進んでいること」とし、**2023（令和5）年の観光レクリエーション入込客数550万人**を達成することを成果指標としています。

総合計画の成果指標を達成するための具体的な取組を示した本方針では、今後の本市の新たな観光振興の重点的な取組のあり方を示すことを目的とし、市民には「住んでよし、訪れてよしのまちづくり」を、そして旅行者には「住むように旅することのできるまち・鈴鹿」を実現し、市民の住みやすさの向上を図りながら、その暮らしの一端を来訪者という市外の人に「開く」ことにより交流を深める取組について掲載してきました。

併せて、観光が21世紀における日本の重要な政策の柱と初めて位置付けられた本方針の趣旨を実現し、集客と交流人口の増加を図り、本市独自の戦略を樹立することを念頭に、これまでの成果を踏まえ、人口減少及び少子高齢化社会の到来やインバウンドの拡大など、社会経済情勢の変化に柔軟に対応するよう見直しを行い、本方針を改定します。



① 『観光立国推進基本法』基本理念

「地域における創意工夫を生かした主体的な取組を尊重しつつ、地域の住民が誇りと愛着を持つことのできる活力に満ちた地域社会の持続可能な発展を通じて国内外からの観光旅行を促進することが、将来にわたる豊かな国民生活の実現のために特に重要であるという認識の下に講ぜられなければならない。」

関係者の責務

- 1 国の責務…観光立国の実現に関する施策を総合的に策定、実施する。
- 2 地方公共団体の責務…地域の特性を生かした施策を策定し、実施。また、広域的な連携協力を図る。
- 3 住民の責務…観光立国の重要性を理解し、魅力ある観光地の形成への積極的な役割を担う。
- 4 観光事業者の責務…観光立国の実現に主体的に取り組むよう努める。

② インバウンド

訪日外国人旅行者のこと。対義語は日本人の海外旅行を意味する「アウトバウンド」。

方針の位置付け

本方針は、本市が取り組む観光振興に関する基本的考え方や具体的な取組を明らかにした計画であり、市の活性化、経済施策として重要な位置付けとして考えています。

本方針の策定に当たっては、以下の関係法規、関係計画、報告類との整合を図り参考にしながら策定しました。

- ・ 『観光立国推進基本法』 2007（平成 19）年 1 月施行
- ・ 『三重県観光振興基本計画』 2016（平成 28）年度～2019（令和元）年度
- ・ 中部運輸局企画観光部策定『昇龍道プロジェクト』 2011（平成 23）年度
- ・ 『鈴鹿市総合計画 2023』 2016（平成 28）年度～2023（令和 5）年度
- ・ 『鈴鹿市まち・ひと・しごと創生総合戦略』 2020（令和 2）年度～2023（令和 5）年度
- ・ 『鈴鹿市シティセールス戦略』 2018（平成 30）年度～2023（令和 5）年度



昇龍道

観光庁が認定している広域観光周遊ルート形成計画（7 か所）の 1 つで、中部北陸 9 県エリア（愛知県、静岡県、岐阜県、三重県、福井県、石川県、富山県、長野県、滋賀県）を南から北へ縦断する新しい旅の観光ルート。

方針の期間

『鈴鹿市総合計画 2023』との整合を図るため 2016（平成 28）年度から 2023（令和 5）年度までの 8 年間とします。

方針の見直し視点

誘客のための基本的な考え方や取組を示した本方針について、総合計画（後期基本計画）との整合を図るとともに、人口減少及び少子高齢化社会の到来やインバウンドの拡大などの社会経済情勢の変化に合わせ新たな視点を加えました。

方針の内容については、「鈴鹿市観光まちづくり委員会」に意見を聴取しました。

新たに加えた視点

新たな拠点の活用	...	新たに完成した新名神高速道路鈴鹿PA商業施設「PIT SUZUKA」や台湾タロコパークを拠点とした効果的な情報発信
新たなコンテンツの創造	...	需要を捉えたマーケット・イン型による地域資源を活用した新商品の開発や販路開拓
周遊性・滞在性の向上	...	点在する地域資源の複合的な連携・活用、広域観光、周遊ルートづくり、体験型コンテンツの充実、インバウンドへの環境整備、キャッシュレス決済の導入促進
ウェブを活用した効果的なプロモーション	...	関係機関、観光施設などとの連携の下、ウェブを効果的に取り入れ、地域資源に触れる機会を生み出し、効果的かつ継続的な情報発信と、購買意欲やにぎわいの創出

方針の柱

本方針では、『鈴鹿市総合計画 2023』のめざすべき都市の状態を達成するため、次の「6つの柱」を定め、それぞれの分野での取組方針を示します。

鈴鹿市総合計画 2023

【基本構想 2016（平成 28）年度～2023（令和 5）年度】

めざすべき都市の状態

「地元のモノ・コトが情報発信され、人が訪れ、交流が進んでいること」

成果指標：観光レクリエーション入込客数

2014（平成 26）年 464 万人

現状値 2018（平成 30）年 506 万人

目標値 2023（令和 5）年 550 万人

【後期基本計画 2020（令和 2）年度～2023（令和 5）年度】

施策 2 2 1：地域資源の活用による集客・交流人口の増加

単位施策 221 1：地域資源の活用による稼ぐ力の醸成

単位施策 221 2：観光などによる集客・交流の促進

単位施策 221 3：モータースポーツの振興促進

鈴鹿市観光振興方針

- 1 モータースポーツによる観光誘客
- 2 インバウンドに向けた観光誘客
- 3 広域観光による誘客
- 4 パーキングエリア インターチェンジ 新名神高速道路鈴鹿 PA スマート IC からの観光誘客
- 5 産業観光による誘客
- 6 スポーツツーリズムによる誘客

市民による観光まちづくり活動

方針の推進方法

『鈴鹿市総合計画 2023』の成果指標の達成度のチェックを行うため、方針の柱の成果指標を、以下の6項目とし、計画、実行、検証、改善（PDCA）サイクルにより、各施策の進捗状況を点検するとともに改善作業を行います。

以下の成果指標は、方針での具体的な取組により、どのくらいの成果が出ているのかを検証するためのものと位置付けています。

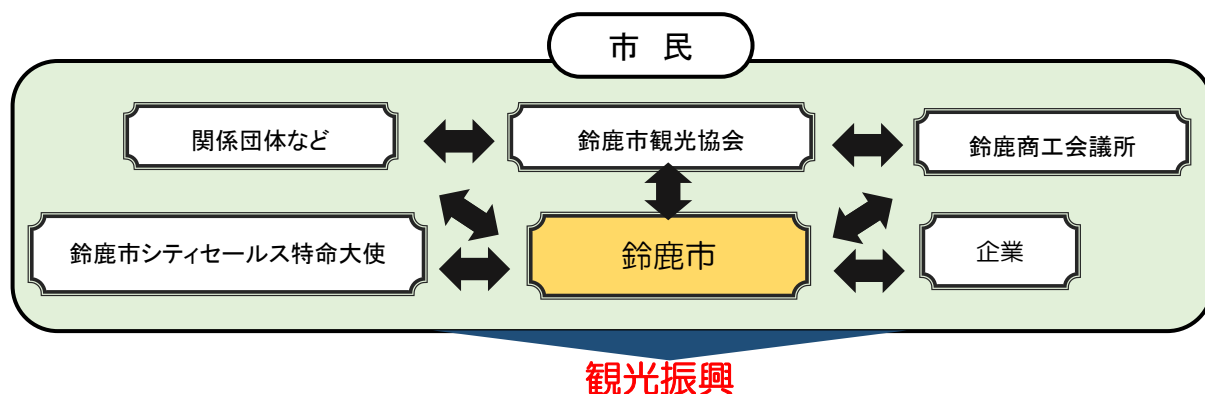
【成果指標一覧】

方針の柱	指標名	現状値 2018年度	目標値 2023年度	
	設定理由			
モータースポーツによる 観光誘客	F 1、8耐、モータースポーツファン感謝デーへの来場者数	326,000人	376,000人	
	モータースポーツに関心を持つ人の増加による集客・交流人口の拡大を図る			
インバウンドに向けた 観光誘客	Free WiFi-MIEの市内設置件数	101件	150件	
	Free Wi-Fiの設置により外国人観光客の増加を図る (Wi-Fiとは、無線LANアダプターのブランド名)			
広域観光による誘客	北伊勢広域観光推進協議会HPの閲覧数	3,221件/月	16,000件/月	※1
	北勢地域近隣市町を訪れる観光客を本市に誘致することを通じ、広域観光交流の推進を図る			
新名神高速道路鈴鹿PA スマートICからの観光誘客	スマートIC出口交通量	1,664台/日	1,800台/日	※2
	スマートICから降りる交通量の増加により入込客数の増加を図る			
産業観光による誘客	産業観光工場見学者数	51,463人	59,000人	
	見学者を受け入れている市内企業の見学者数の増加を図る			
スポーツツーリズムによる 誘客	スポーツ施設利用者数	907,432人	1,053,000人	
	スポーツ施設利用者数の増加によるスポーツツーリズムの推進を図る			

※1 現状値：2018（平成30）年8月～3月 累計25,774件/8ヶ月＝3,221件（月平均）
目標値：2019（平成31）年4月～8月の最高月の件数

※2 現状値：2019（平成31）年3月17日～5月までの日平均出口交通量1,664台

また、市民の自発的なイベントを支援するとともに、高い発信力を持つ鈴鹿市シティセールス特命大使や一般社団法人鈴鹿市観光協会（以下「観光協会」という。）などとの連携により、行政だけでなくオール鈴鹿で本方針に基づいた観光振興を進めます。



1 モータースポーツによる観光誘客

現 状

本市のモータースポーツの代表格は、鈴鹿サーキットで開催されるF1 日本グランプリ（以下「F1 日本 GP」という。）で、1987（昭和 62）年の第 1 回開催以来、2019（令和元）年で 31 回目の開催となりました。2019（令和元）年は台風第 19 号の影響により 1 日休園となりましたが、合計入場者数は 12 万 2,000 人で、ここ数年間続いてきた右肩下がりの状況から回復の兆しが見え、歓迎すべき状況となっています。

【参考資料：鈴鹿サーキット入込客数とF1 日本グランプリ・鈴鹿 8 時間耐久ロードレース観戦者、ファン感謝デー来場者数の推移】

開催年度	2012 （平成24） 年度	2013 （平成25） 年度	2014 （平成26） 年度	2015 （平成27） 年度	2016 （平成28） 年度	2017 （平成29） 年度	2018 （平成30） 年度
F1 日本グランプリ	208,000人	171,000人	150,000人	165,000人	145,000人	137,000人	165,000人
鈴鹿8時間耐久 ロードレース	105,000人	109,000人	111,000人	120,000人	124,000人	118,500人	111,000人
ファン感謝デー	57,000人	43,000人	38,000人	57,000人	58,500人	50,500人	50,000人
鈴鹿サーキット 入込客数（年）	1,986千人	1,969千人	1,973千人	2,076千人	2,010千人	2,043千人	2,104千人

“オンリー・ワン&ナンバー・ワン”と評価される本市のモータースポーツは、1962（昭和 37）年の鈴鹿サーキット開業以来、時間をかけて築き上げられてきたもので、市民の理解と支援の結晶と言えます。そして、2004（平成 16）年 12 月には全国でも唯一の「モータースポーツ都市宣言」を行い、国内外に向かって幅広く「モータースポーツの聖地・鈴鹿」を発信してきました。モータースポーツは、本市の他には例を見ない貴重な財産で、「モータースポーツ都市宣言」に盛り込まれた精神を大切にしていける必要があります。

モータースポーツ都市宣言 2004（平成 16）年 12 月 24 日 告示第 180 号

私たちの住むまち鈴鹿は、国内はもとより、広く世界の人々に、モータースポーツのまちとして知られています。

私たち鈴鹿市民は、四季折々の美しい自然や、長い歳月をかけて培った伝統文化とともに、躍動感あふれるモータースポーツを愛することによって、生き生きとした夢や未来を語ることのできるまちをつくるため、次の目標をかかげ、ここに鈴鹿市を「モータースポーツ都市」とすることを宣言します。

- 1 モータースポーツを通じて、鈴鹿市民であることに誇りを持ち、活気と希望に満ちた、光り輝くまちをつくります。
- 1 モータースポーツを通じて、国際人としての自覚を持ち、国際社会の平和と友好に貢献します。
- 1 モータースポーツを通じて、自らの道を創造的に切り開くことのできる子どもたちを育てます。
- 1 モータースポーツを通じて、国内外から訪れる人々をおもてなしの心でお迎えし、友情とふれあいの輪を世界に広がります。
- 1 モータースポーツを通じて、住む人にも、訪れる人にも快適で美しい街並みをつくり、事故のない安心で安全なまちをつくります。

2018（平成 30）年から「鈴鹿 10 時間耐久レース（以下「SUZUKA 10^{テンエイチ}H」という。）」が始動しました。新たな夏の 4 輪の祭典として定着し、本市の貴重な地域資源として発展していくことが期待されています。

2019（令和元）年 8 月の SUZUKA 10H 前日 には、「鈴鹿モータースポーツフェスティバル」を開催し、国内最大級の公道パレードが実現しました。



鈴鹿モータースポーツフェスティバル

海外においては、台湾・高雄市に、鈴鹿サーキットとの技術提携とライセンス契約の下で、ミニ・サーキットを核としたアミューズメント施設「SUZUKA CIRCUIT PARK」と当施設が併設される大型商業施設「大魯閣草衙道／Taroko Park Kaohsiung」（以下「タロコパーク」という。）が 2016（平成 28）年 5 月に開業されました。高雄市・タロコパークを訪れた観光客や多くの台湾モータースポーツファンを本市へ誘致する絶好の機会と言えます。

大魯閣株式会社は台湾・高雄市において、ショッピングモールとアミューズメントエリアを併設した複合商業施設を建設し、鈴鹿サーキット国際レーシングコースのレイアウトをイメージしたカートコースや、モビリティランドが監修した遊園地が併設されています。

課 題

本市は、“F1 のまち鈴鹿”として国内外に、その名を知られるようになりました。

しかし、F1 日本 GP 以外のモータースポーツについての認知度は低く、市民においても、F1 日本 GP や鈴鹿 8 時間耐久ロードレース（以下「鈴鹿 8 耐」という。）以外について関心が低いことから、いかにして市内外に鈴鹿のモータースポーツの情報を発信し、その認知度を向上させ、集客と交流人口の増加につなげるかが課題となっています。

2 インバウンドに向けた観光誘客

現 状

日本ではアウトバウンドに比べ、インバウンド旅行者数が著しく少なかったことから、2003（平成 15）年に政府は「外国人旅行者訪日促進戦略」を掲げ、「訪日旅行促進事業（Visit Japan）」を展開し、以降積極的にインバウンド振興に取り組んできました。

その結果、訪日外国人旅行客数は6年連続で過去最高を更新し、2018（平成 30）年には、初めて3,000万人を突破して3,119万人となりました。また、訪日外国人旅行者の消費額についても、訪日外国人旅行客数の増加に比例して右肩上がりで推移し、2017（平成 29）年には4兆円を突破しました。

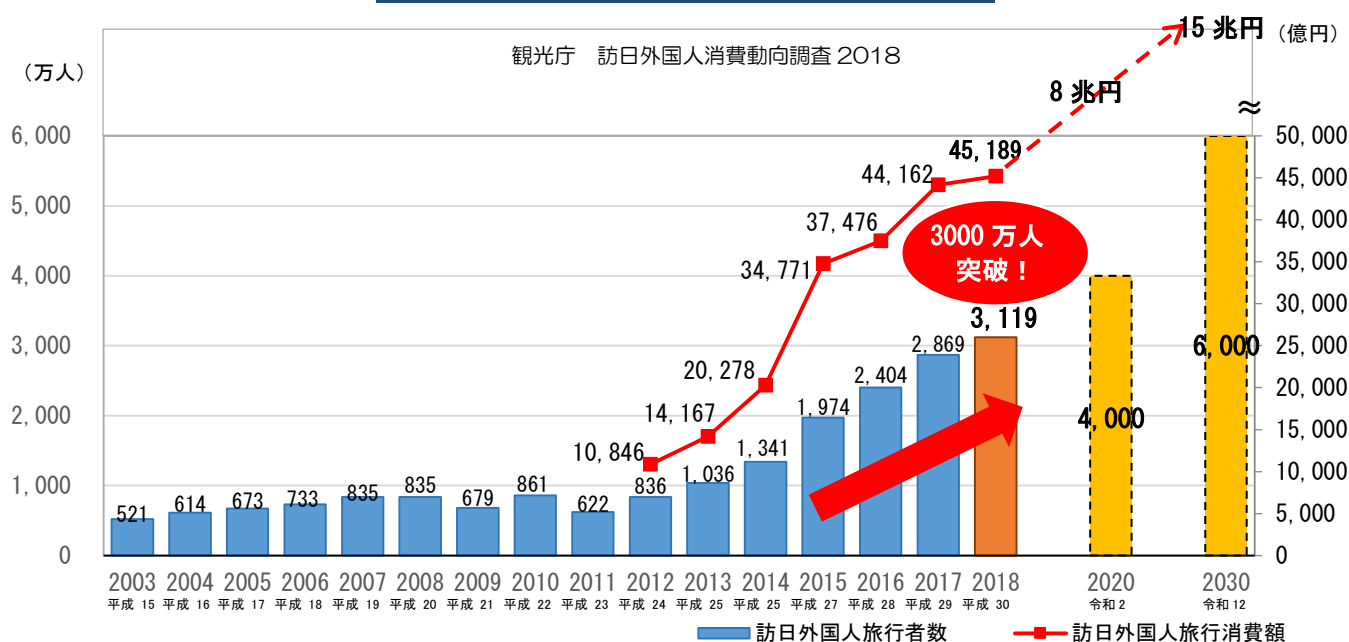
近年、人口減少、少子超高齢化社会が到来する中、2020（令和 2）年には訪日外国人の宿泊者数が日本人の宿泊者数を上回ることが見込まれており、外国人旅行客の誘客は我が国の成長戦略の大きな柱に位置付けられています。

観光庁では今後の目標として、2020（令和 2）年訪日外国人旅行者数4,000万人、旅行消費額8兆円、2030（令和 12）年訪日外国人旅行者数6,000万人、旅行消費額15兆円と掲げており、「観光先進国」の実現を図るため、国と地域、官民一体となった取組が進められています。

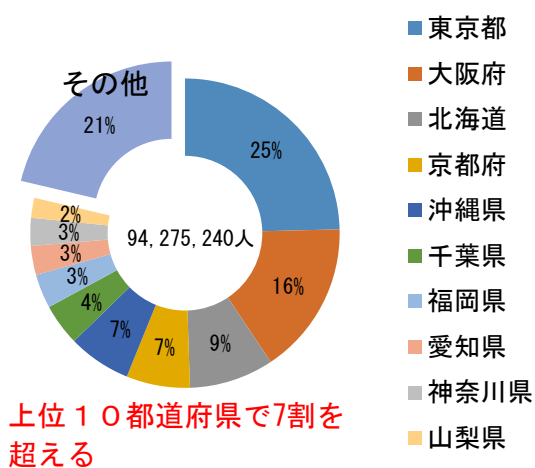
また、2019（令和元）年に外国人旅行者向け消費税免税制度を拡充するための臨時免税店制度が新たに創設されたほか、財政面では2018（平成 30）年に国際観光旅客税法が新たに制定され、年間500億円の規模で国家予算に計上されるなど、積極的な観光施策が推進されています。

しかし、訪日外国人の延べ宿泊者数は一部の都道府県に集中しており、東京都、大阪府など上位10都道府県が外国人宿泊客の7割以上を占めています。観光庁による2018（平成 30）年「宿泊旅行統計調査」を見ると三重県への宿泊者数のうち外国人宿泊者数は約4%（全国平均17%）と非常に低く、本市においても、外国人宿泊客が増加したという実感は得られていない状況です。

日本のインバウンド概況（全国の訪日外国人旅行客数）



訪日外国人延べ宿泊者数



観光庁 宿泊旅行統計調査 2018

都道府県別 延べ宿泊者数 多い順

東京都	66,109,060
大阪府	39,897,970
北海道	35,308,590
沖縄県	26,790,920
千葉県	25,586,050
神奈川県	23,021,940
静岡県	21,861,980
京都府	20,450,740
長野県	18,324,790
愛知県	17,009,840
福岡県	16,731,560
兵庫県	13,392,000
福島県	11,396,360
宮城県	10,405,390
広島県	9,899,270
新潟県	9,770,880
栃木県	9,469,560
石川県	9,130,810
三重県	8,900,660

19位

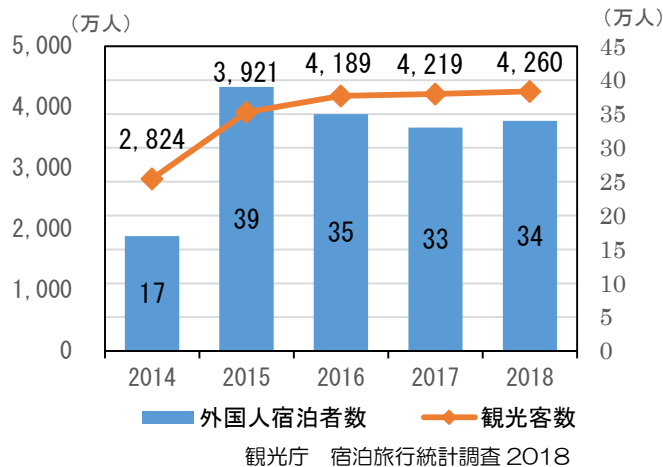
都道府県別 外国人延べ宿泊者数 多い順

東京都	23,194,530
大阪府	15,124,140
北海道	8,335,030
京都府	6,267,750
沖縄県	6,201,270
千葉県	4,115,770
福岡県	3,366,510
愛知県	2,850,230
神奈川県	2,753,800
山梨県	1,961,210
静岡県	1,793,750
長野県	1,527,160
岐阜県	1,484,320
大分県	1,442,210
兵庫県	1,259,930
広島県	1,237,170
熊本県	1,013,020
石川県	973,950
長崎県	860,090
鹿児島県	830,540
和歌山県	584,350
香川県	546,100
岡山県	469,460
奈良県	438,670
滋賀県	412,510
新潟県	404,890
宮城県	402,110
佐賀県	391,900
青森県	349,050
三重県	340,580

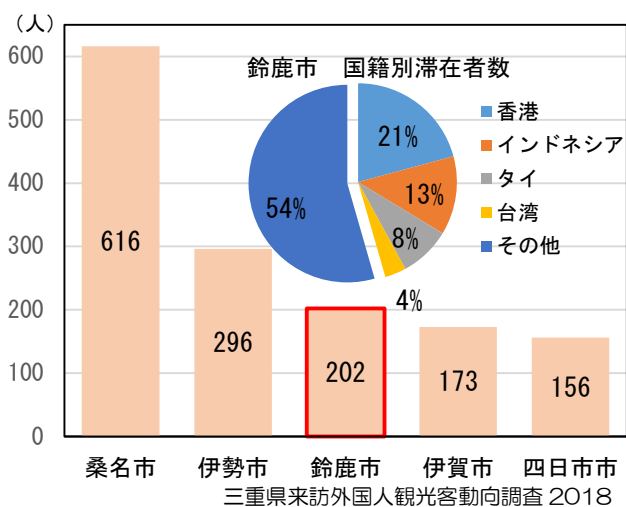
30位

観光庁 宿泊旅行統計調査 2018

三重県の観光客数と外国人宿泊者数



三重県市町 国籍別滞在者数 (上位5市町)



「訪日旅行促進事業(Visit Japan)」

外国人旅行者の訪日を飛躍的に拡大させることを目的に、国土交通省が中心となり、国と地方公共団体、民間が共同で取り組んでいるキャンペーンの総称。

課題

東京オリンピック・パラリンピック開催で高まる日本への注目や、四日市港などへの外国船籍クルーズ客船の寄港の機会を最大限活用し、インバウンド需要の高まりに合わせた魅力ある新たなコンテンツの開発や情報発信手法の検討が求められています。併せて、インバウンドによる経済効果を本市に波及させるために、環境整備や個人旅行者への対応の充実も課題となっています。

3 広域観光による誘客

現 状

これまで、県内の市町は、自治体単位での観光政策に力を入れてきましたが、来訪者の観光ルートは市域をまたぐことも増えてきています。特に、県外からの来訪者や外国人観光客は、より広域的なルートを辿ることから、これらの需要に対応するためにも市域を超えた広域観光の推進は不可欠となっています。

現在、広域観光の推進体制としては、三重県北勢地域の5市5町（鈴鹿市、いなべ市、桑名市、四日市市、亀山市、東員町、木曽岬町、菰野町、朝日町、川越町）で立ち上げた「北伊勢広域観光推進協議会」があります。この協議会では、北勢地域の市町別・ジャンル別の観光情報を提供するホームページ「ふらっと北伊勢」での情報発信やイベントでの観光PR、教育旅行の誘致に取り組んでいます。

さらに官民37団体で構成される「鈴鹿F1日本グランプリ地域活性化協議会」においても、三重県と4市1町（桑名市、四日市市、亀山市、津市、菰野町）と連携し、モータースポーツのイベントから周辺市町への観光誘客を図っています。



「北伊勢広域観光推進協議会」HP



「鈴鹿F1日本グランプリ地域活性化協議会」ツイッター



「鈴鹿F1日本グランプリ地域活性化協議会」HP

課 題

単独の市町だけでなく北勢地域で連携して誘客につなげていくよう「北伊勢広域観光推進協議会」を中心にイベントでの観光PRや教育旅行の誘致に取り組んでいます。しかし、いかにして継続的な誘客につなげていくかが課題となっています。

また、周遊性・滞在性を向上させ地域資源の魅力を体感させる工夫が必要であり、関東・関西からの誘客を図るため、周辺市町や観光資源の豊富な伊勢志摩地域などとの連携や、商工会議所、観光協会など農工商を含めた産業間の広域連携を積極的に図る必要があります。

4 新名神高速道路鈴鹿 PA スマート IC からの観光誘客

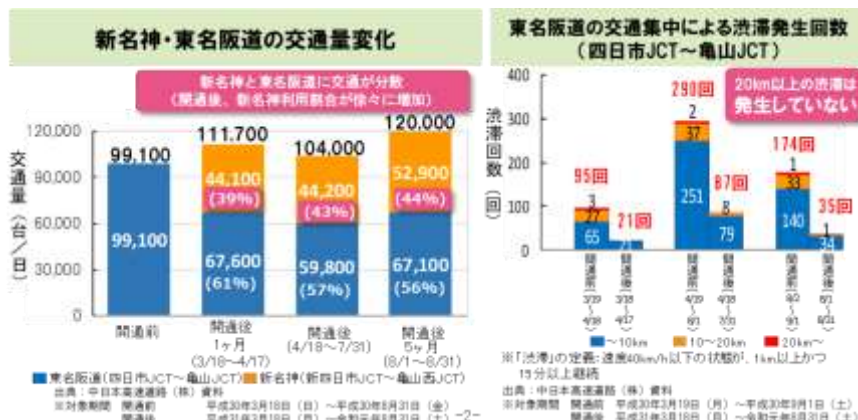
現 状

2019（平成 31）年 3 月に新名神高速道路，スマート IC が開通し，中部圏と近畿圏をつなぐ大動脈が完成したことから，高速道路網の利便性が格段に向上し，遠方から来訪しやすい環境が整ったことで，西部地域をはじめとする周辺地域の活性化が期待されています。

西部地域周辺は，市の特産品である，かぶせ茶の生産や，サツキやツツジなど植木栽培が盛んで，歴史的資源では，椿大神社や桃林寺，レクリエーション施設では，ゴルフ場（市内 4 か所），自然資源では，入道ヶ岳，小岐須溪谷，東海自然歩道などが挙げられます。また，毎年 12 月頃開催される「椿縁結び市」をはじめ，様々な体験ツアーや交流イベントも企画されています。

また，鈴鹿 PA には商業施設「PIT SUZUKA」が併設されており，施設内には地域の特産品や銘菓などが販売されているほか，地域連携コーナーでは，F1 日本 GP マシンや鈴鹿 8 耐マシン，伊勢型紙，鈴鹿墨の展示を行い，多くの来訪者に鈴鹿の魅力を感じていただく機会を提供しています。

2019（令和元）年 6 月には「PIT SUZUKA」において，モータースポーツをはじめとする鈴鹿の魅力を発信するイベント「夏は鈴鹿へ！2019」を開催し，鈴鹿の夏の風物詩である鈴鹿 8 耐や SUZUKA 10H の観戦にも来訪してもらうよう PR を行いました。





鈴鹿 PA 「PIT SUZUKA」



「夏は鈴鹿へ！2019」

課 題

鈴鹿 PA スマート IC の完成によって、今後は西部地域をはじめとする周辺地域の観光による地域活性化を図る必要があります。いかにして鈴鹿 PA スマート IC を基点とした本市への観光客を増加させるかが課題となっています。



椿大神社



鈴鹿茶摘み体験

5 産業観光による誘客

現 状

産業の現場や技術を一般に公開し、訪問者の「知る」、「学ぶ」、「体験する」という知的欲求を満足させることのできる「産業観光」という新しいタイプの観光が脚光を浴びています。

本市においては、自動車産業や製造業など、既に産業観光のための施設が整備されており、雇用の面でも高い貢献度を誇っています。

さらに、伊勢型紙や鈴鹿墨といった伝統産業に触れることができる伝統産業会館や伊勢型紙資料館なども産業観光の受入先となっています。

また、製造業や伝統産業だけでなく第一次産業も盛んです。

このような本市特有の地域資源を生かして、消費者のニーズに即した新しい魅力を創出していくことが重要であると考え、2018（平成30）年12月に、三十三フィナンシャルグループと吉本興業株式会社との間で、魅力の創造と発信を目的として包括連携協定を締結し、民間事業者及び地域金融機関と行政が一体となって取り組む体制を構築しました。



「三重県鈴鹿市 × 三十三フィナンシャルグループ × 吉本興業株式会社」包括連携協定調印式

課 題

観光振興の視点は、「いかに市外から訪れる観光客からの収入を得るか」が重要であるため、観光客の人数を増やし、地域経済の活性化に向けて観光客により多く消費いただけるような仕組みづくりが必要となります。

そのためには、市内での周遊性・滞在性を向上させ、地域資源の魅力を体感させる取組が求められていることから、各ターゲットに訴求するマーケット・イン型による新商品の開発や販路開拓のほか、最新の技術を活用して、ウェブでの取組を融合させた効果的なプロモーションが求められています。

また、本市においては、既に産業観光のために整備されている施設があることから、新たな産業観光となり得る素材の発掘と整備の作業が課題となっています。

併せて、モータースポーツをはじめとする観光コンテンツや、海、山、農林水産物のほか、伝統産業である伊勢型紙や鈴鹿墨など本市の地域資源を活用した「名産品」と称される“モノ”や“体験型コンテンツ”の充実が課題となっています。



「マーケット・イン」

事業者が消費者のニーズに合わせて、商品やサービスの企画開発のほか生産や販売を行うこと。対義語は、「プロダクト・アウト」であり、事業者が開発・生産した製品やサービスを販売促進の強化によって消費者へ売り込む技術先行型の取組。

6 スポーツツーリズムによる誘客

現 状

本市では、トップレベルの国内リーグで活躍するハンドボールやラグビーのチーム、日本フットボールリーグ（JFL）に昇格を果たしたサッカーのチームがあり、更には、豊かな自然環境や美しい四季を利用したゴルフ、サイクリング、海水浴や登山などに加え、全国各地の魅力的な都市・地域で開催されている市民マラソンなどの「する」スポーツが存在しています。本市は、江島総合スポーツ公園周辺施設や三重交通 G スポーツの杜鈴鹿（三重県営スポーツガーデン）などの公設のスポーツ施設に加え、「伊勢の海県立自然公園」の鼓ケ浦・千代崎海水浴場や「鈴鹿国定公園」の鈴鹿山脈などを有しており、多彩なスポーツ環境に恵まれています。

2021（令和 3）年の第 76 回国民体育大会（以下「三重とこわか国体」という。）第 21 回全国障害者スポーツ大会（以下「三重とこわか大会」という。）の開催に向け、鈴鹿 8 耐、トライアル、モトクロスのマシンに国体ステッカーを貼付するなど、モータースポーツのまちを PR しながら、おもてなしなどにより、誘客につなげるよう取り組んでいます。

課 題

本市においては、2021（令和 3）年の「三重とこわか国体・三重とこわか大会」をはじめ、2020（令和 2）年に開催される東京オリンピック・パラリンピック競技大会に関連する集客が見込まれているほか、既に 22 回の実績を誇り 2019（令和元）年には **〇〇〇〇人** が参加した「鈴鹿シティマラソン」など定着した集客力のあるスポーツイベントがあることから、これらの関係者をいかに集客と交流人口の増加に結び付けるのかという課題があります。

今後は、地域を挙げてスポーツイベントを誘致・支援する「支えるスポーツ」の充実を図り、いかに周辺の観光旅行を推進・活性化させるかという視点も求められています。



鈴鹿シティマラソン（鈴鹿サーキット）



国体ステッカー
（鈴鹿 8 耐マシン）



「スポーツツーリズム」「支えるスポーツ」

「観るスポーツ」、 「するスポーツ」、 地域を挙げてスポーツイベントを誘致・支援する「支えるスポーツ」の3つを柱とするスポーツ資源を活用して周辺の観光旅行を推進・活性化させるのがスポーツツーリズム。

1 モータースポーツによる観光誘客

地域資源であるモータースポーツ振興の促進を図るとともに、市内外に“モータースポーツのまち”として情報発信をすることにより、集客と交流人口の増加を図ります。

- ・ 鈴鹿のモータースポーツに関する情報の市内外への発信
- ・ モータースポーツ普及啓発に努める団体への支援
- ・ F1 日本グランプリなどビッグイベント開催時の受入態勢の強化
- ・ 市民がモータースポーツに触れる機会の提供

モータースポーツとは、人間の筋肉以外の機械的なモーターやエンジンなどの原動機を使用して稼働する乗り物を用いて行われる競技・スポーツで、競技ランクや競技種別ごとに定められたルールや規制・規則に従い、速さや正確性を競う競技をいいます。

広義にはモーターボートや飛行機など、いわゆる「車両」以外の乗り物を用いて行われるものを含めてモータースポーツと称していますが、実際には、陸上を走る四輪自動車やオートバイなどの車両を使用したものが一般的で「自動車競技」や「オートバイ競技」を指します。

具体的な取組項目と将来構想

- ・ 鈴鹿のモータースポーツに関する情報の市内外への発信

鈴鹿サーキットを拠点とした本市のモータースポーツは、観光誘客の素材としては十分な魅力とポテンシャルを備えています。しかし、現状の情報発信媒体を活用したモータースポーツファンへの発信だけでは、情報の発信に限界があり、モータースポーツファン以外への情報提供が重要となります。

このことから、「広報すずか」などの行政が持つ情報発信媒体により、市民にモータースポーツに関する情報を発信するとともに、市外に対しては公益社団法人三重県観光連盟（以下「観光連盟」という。）や観光協会といった高い情報発信力を持つ機関と連携することで、これまでと違った層にも情報を届けます。さらに、ツイッターやフェイスブックといったソーシャルネットワーキングサービス（以下「SNS」という。）などのウェブを活用し、効果的な展開を図ります。

また、本市の東の玄関口となる近鉄白子駅西口広場に、2013（平成 25）年 12 月にチェッカーフラッグをあしらったモニュメントを設置し、その後 2014（平成 26）年から 2018（平成 30）年までの F1 日本 GP で表彰台に上ったドライバーの手形や、歴代の優勝者名を刻んだ碑と、地元高校生のデザインによるモニュメントが鈴鹿商工会議所により設置されたほか、同年には白子駅西口階段壁面において、モータースポーツをイメージしたグラフィックや、F1 日本 GP や鈴鹿 8 耐の写真を活用した PR ギャラリーを設置するなど、今後も“モータースポーツのまち鈴鹿”の新たな「ランドマーク」となるよう、情報発信をします。



F1 日本グランプリ優勝者の碑と手形
(白子駅西口広場)



階段壁面 PR ギャラリー
(白子駅西口)

2019（平成 31）年 3 月にオープンした新名神高速道路鈴鹿 PA の商業施設「PIT SUZUKA」の地域連携コーナーにおいても、モータースポーツの振興のために、引き続き F1 日本 GP や鈴鹿 8 耐などのマシン展示を行っていきます。



PIT SUZUKA 地域連携コーナー

・モータースポーツ普及啓発に努める団体への支援

モータースポーツ都市宣言の理念を具現化するため、モータースポーツの普及啓発に努めている「NPO 法人鈴鹿モータースポーツ友の会」のような団体を支援することにより、市民レベルでのモータースポーツ振興を後押しする必要があります。

特に、NPO 法人鈴鹿モータースポーツ友の会が進めている「鈴鹿市民オフィシャル制度」は、市民の中にモータースポーツ支援意識を醸成するとともに、レース開催時の支援スタッフを養成することもできることから、その意義は大きいと言えます。

そのほかにも、鈴鹿大学では、授業科目として「鈴鹿学」「モータースポーツマネジメント/モータースポーツ論」を実施し、「鈴鹿市のモータースポーツ政策」などをテーマに講義を行うことで、学生へのモータースポーツの普及啓発に努めており、引き続き関係団体の活動を支援していきます。



NPO 法人 鈴鹿モータースポーツ友の会
ロゴマーク



NPO 法人 鈴鹿モータースポーツ友の会
体験イベント

・F1 日本グランプリなどビッグイベント開催時の受入態勢の強化

官民 37 団体で構成される「鈴鹿 F1 日本グランプリ地域活性化協議会」の活動では、交通対策などの「環境整備」や、歓迎ムードを醸成する「おもてなし」の取組などが高く評価されています。F1 日本 GP については、同協議会をベースに取組を進め、改善を繰り返し、受入態勢を強化することにより、リピーターの増加を図ります。

また、今後、モータースポーツ振興を図っていくことにより、F1 日本 GP 以外のレースにおいて、これまで以上に多くの観光客が本市を訪れることとなった場合でも同協議会の取組を通じたノウハウの蓄積を生かした「環境整備」や「おもてなし」の向上を図ります。



F1 日本グランプリ（鈴鹿サーキット提供）



鈴鹿 8 時間耐久ロードレース
（鈴鹿サーキット提供）



鈴鹿 10 時間耐久レース
（鈴鹿サーキット提供）

・市民がモータースポーツに触れる機会の提供

普段、モータースポーツに触れる機会が少ない市民にも興味を持ってもらえるように、サーキットの外で市民がモータースポーツに触れることができる機会を提供し、興味や関心を抱く層を増やす取組を進めます。それにより新たなファン層を獲得し、その市民が鈴鹿のモータースポーツを PR することによって、本市への誘客を図り、集客と交流人口の増加につなげます。

特に将来を担う若年層に働きかけるため、モータースポーツ関係者による学校訪問や F1 日本 GP の際のジュニアピットウォークなどの取組を今まで以上に充実させることが重要となってきます。

さらに、F1 日本 GP の際に、鈴鹿サーキットとの共催で設置した「鈴鹿市民応援席」や鈴鹿 8 耐に先立ち実施した「Honda 鈴鹿レーシングチームによる学校訪問」などは、大いに評価されていることから、市民がサーキットに行くきっかけとなるような事業についても引き続き取り組みます。

2019（令和元）年には、オフロードレース普及のため、鈴鹿と・き・め・きモータースポーツ大使であるモトクロスライダーの小島庸平選手による小学校出前授業を実施しました。

モータースポーツ都市宣言 10 周年を迎えた 2014（平成 26）年からは、市民を対象として「初心者のためのモータースポーツおもしろ体験・講座」を通年で開講し、座学やファクトリー見学など、初心者でもモータースポーツに親しみを持てる機会を提供しています。

また、2019（令和元）年には、モータースポーツ都市宣言 15 周年を迎え、F1 日本 GP 地元前夜祭などを盛り上げていく上で、市内ショッピングセンターにおいて F1 マシンの展示を行いました。



ジュニアピットウォーク
（鈴鹿サーキット）



市民応援席ビッグフラッグ
（鈴鹿サーキット）



Honda 鈴鹿レーシングチームによる
学校訪問（市内小学校）



初心者のためのモータースポーツ
おもしろ体験・講座



市内ショッピングセンターでの
F1 マシン展示

2 インバウンドに向けた観光誘客

今後、人口減少に伴う経済規模の縮小が予想されることから、海外からの観光誘客により市内消費額を伸ばし、地域経済の活性化につなげます。

- ・ 国外への本市の観光情報発信力の強化
- ・ 外国人観光客の受入態勢の整備
- ・ モータースポーツを切り口とした海外の都市との連携
- ・ 市内在住外国人との連携による海外からの誘客促進
- ・ 外国人観光客をターゲットにした観光コンテンツの整備

三重県では、伊勢志摩サミット開催の好機を生かすべく戦略的なインバウンド誘客を進めるとともに、国際会議などの MICE 誘致や、三重県来訪の新たな接点としてクルーズ客船誘致に取り組むほか、Wi-Fi 環境の充実など外国人観光客の受入れに向けた整備を進めています。



MICE

企業などの会議（Meeting）、企業などの行う報奨・研修旅行（Incentive Travel）、国際機関・団体、学会などが行う国際会議（Convention）、イベント（Exhibition/Event）の頭文字のことであり、多くの集客交流が見込まれるビジネスイベントなどの総称。

具体的な取組項目と将来構想

・ 国外への本市の観光情報発信力の強化

インバウンド需要に対して、日本の魅力ひいては本市の魅力を効果的に情報発信するために、閲覧数が国内上位である観光連盟のホームページへの積極的な掲載など、ウェブを最大限活用していきます。

また、三重県クルーズ振興連携協議会との連携の下、四日市港などへの外国船籍クルーズ客船が寄港する機会を捉えた観光 PR や、留学生を多数受け入れている鈴鹿大学と連携し、アジアの高校の修学旅行をターゲットとした情報発信に努めます。

・ 外国人観光客の受入態勢の整備

三重県の海外誘客部門や観光連盟、観光協会などと連携し、外国語表記の案内板の設置や、観光客の決済の利便性を高め、消費額の増加につながるよう、キャッシュレス化の取組など外国人観光客の受入態勢を整えます。また、市街地店舗において免税店に関心を持つ事業主と連携して、免税制度の普及に努めます。

併せて、主要スポットでの Wi-Fi 環境の整備や外国語対応の充実など、外国人観光客の情報収集手段を補完するために必要な方策を検討します。

受入態勢を整備することで、観光客の満足度を高め、リピーター確保や新規来訪者の獲得につなげていきます。

・モータースポーツを切り口とした海外の都市との連携

タロコパークが建設された台湾・高雄市や、モータースポーツを通じた友好都市であるル・マン市のほか、鈴鹿サーキットが2017（平成29）年に友好協定を締結したベルギーのスパ・フランコルシャンなど、市内のレーシングチームが参戦しているヨーロッパやアジアの都市との交流に努め、モータースポーツを通じて交流のある海外の都市をインバウンド誘致のターゲットとして連携を図ります。

・市内在住外国人との連携による海外からの誘客促進

本市は、多くの外国人市民が在住していることから、海外に住む親族や友人などによる外国人市民の訪問を促進するための有効な手段を検討します。

・外国人観光客をターゲットにした観光コンテンツの整備

本市は、国際的に有名な鈴鹿サーキットやパワースポットとして認知度の高い椿大神社に代表される神社仏閣などのほか、海や山といった豊かな自然にも恵まれており、外国人の興味を引く可能性のある観光資源を多数有しています。

また、伊勢型紙や鈴鹿墨といった伝統産業のほか、お茶などの特産品にも恵まれています。特に伝統産業会館や伊勢型紙資料館での体験を通じ、外国人観光客に伝統産業をPRすることが誘客につながると考えています。

これらの「鈴鹿ならでは」の地域資源を生かし、外国人観光客の趣向を踏まえた効果的な情報発信、体験型商品をはじめとする観光コンテンツの整備、各観光コンテンツをたどるストーリー性を有した周遊ルートの構築などの取組を通じて、市内滞在時間を延ばすよう宿泊施設や観光施設と連携し外国人観光客の滞在性・周遊性の向上を図ります。



伊勢型紙



鈴鹿墨

3 広域観光による誘客

周辺の市町と連携し、テーマ性を持った一連の魅力ある観光地をネットワーク化し、集客と交流人口の増加を図ります。

- ・各市町による広域連携体制の整備と継続的な推進
- ・新たな観光資源の発掘
- ・広域観光周遊ルートの形成
- ・高速道路を生かした広域観光の推進
- ・各市町と連携した情報発信

広域観光は、狭い地域だけで取り組む観光振興では観光誘客数増加にも限界があるとの考えから、複数の地域をまたがって広域に観光誘客を目指すことで、『観光立国推進基本法』の中に「地方公共団体の責務」として、広域的な連携が求められています。

「複数の都道府県にまたがって、テーマ性を持った一連の魅力ある観光地を、交通アクセスも含めてネットワーク（骨太な「観光動線」）の形成を促進し、海外へ積極的に発信する」として、観光庁は、「広域観光周遊ルート形成計画」を認定しています。県内に関連するルートでは、中部（東海・北陸・信州）広域観光推進協議会が申請した「昇龍道」ルートが認定されています。

具体的な取組項目と将来構想

- ・各市町による広域連携体制の整備と継続的な推進

既存の連携体制を活性化させるために、連携の内容を再検討します。これまでは県の観光キャンペーンを通じた情報発信（例えばYouTubeを活用した観光プロモーションビデオなど）を中心に取り組んできましたが、今後は広域観光の継続的な推進に向けた方針を検討し、各市町による広域連携の体制を整え、教育旅行の誘致など継続的な推進を図ります。

また、商工会議所や観光協会においても、各組織の魅力的な事業の増加が見込めるため、広域連携体制を整えることを促します。



YouTube

Google 社が運営する、動画共有ポータルサイト。

- ・新たな観光資源の発掘

近年は、これまでのような物見遊山的な観光ではなく、テーマ型・体験型・交流型の観光に変化してきています。例えば「街道観光」として、旧伊勢街道を活用したテーマ型のイベントを企画したり、「産業観光」として、地域の最先端の技術や伝統工芸の職人の技を見学したりするツアーを企画するなどの新たな観光資源の発掘に努めます。

・広域観光周遊ルートの形成

新たな観光資源の発掘により、来訪者の観光ルートは、市域をまたぐことも増えてきていることから、周辺市町を含めた観光資源の中から共通のテーマもしくはストーリーを導き出し、広域的に発信していくことが求められています。例えば、テーマの中から教育プログラムを開発し、修学旅行や研修旅行の誘致につなげていくことなども重要となります。

そのため、目的に応じた複数の広域観光周遊ルートについて、周辺市町と協議しながら形成を図ります。

また、ルートの設定に当たっては、公共交通機関によるアクセスが不便な地域もあるため公共交通機関の有無、自動車、オートバイ、自転車、徒歩など移動手段別のルートを形成します。

・高速道路を生かした広域観光の推進

新名神高速道路の開通により、西の玄関口として高速道路を利用した本市への観光客の増加が見込まれることから、高速道路 IC を中心とした広域観光を推進します。特に周辺市町だけでなく、これまで距離的に連携することが難しかった地域も含めた広域観光の可能性を検討します。また、周辺市町の高速道路 IC 周辺などの宿泊施設の情報を提供することにより、市内の宿泊施設不足の解消に努めます。

・各市町と連携した情報発信

広域観光周遊ルートを形成し発信していくためには、各市町が情報を共有し、一元的に行っていかなければなりません。そのため、鈴鹿バルーンフェスティバルのように広域的な誘客効果が期待できる観光資源の情報発信を周辺市町と連携するとともに、北勢地域もしくは本市周辺地域の観光資源の魅力を集約した情報発信の方法について関係市町と協議します。

鈴鹿バルーンフェスティバルは 2021（令和 3）年には 30 回目の記念大会を迎えるため、より多くの人に熱気球の魅力に触れてもらえるよう各市町と連携し情報発信を強化しながら、イベントを盛り上げていきます。

さらに、本市の観光資源を代表するモータースポーツについても各市町と連携して情報発信の促進を図ります。



鈴鹿バルーンフェスティバル



バルーンイリュージョン

4 新名神高速道路鈴鹿 PA スマート IC からの観光誘客

2019（平成 31）年 3 月完成した新名神高速道路鈴鹿 PA スマート IC を活用した新たな観光誘客のルートを形成します。

- ・スマート IC 周辺の観光施設との連携
- ・スマート IC 周辺地域を中心とした市内観光周遊ルートの形成
- ・スマート IC 周辺地域の住民組織・団体との連携強化
- ・スマート IC を玄関口とした広域観光周遊ルートの形成

スマート IC は、高速道路の本線やパーキングエリアなどから乗り降りができるように設置されるインターチェンジで、通行可能な車両（料金の支払い方法）を ETC 搭載車両に限定しています。利用車両が限定されているため、簡易な料金所の設定で済み、料金徴収員が不要であることから、従来の IC に比べて低コストで導入できるなどのメリットがあります。

2019（平成 31）年 3 月に完成した新名神高速道路鈴鹿 PA スマート IC により、周辺地域の暮らしの向上や、アクセス向上による地域産業の発展や観光振興、迂回路の確保による物流の安定化など、多面的な効果が期待されています。

具体的な取組項目と将来構想

・スマート IC 周辺の観光施設との連携

スマート IC が設置されることによって、工業団地の造成とそれに伴う企業誘致による土地の有効活用など、地域経済の活性化が期待できます。このチャンスを生かし、既存の観光施設との連携を図ることにより、市外からの集客と交流人口を増加させ、新たな魅力の創出に努めます。

また、鈴鹿 PA の商業施設「PIT SUZUKA」内の地域連携コーナーにおいて、引き続きモータースポーツや伝統産業の展示を行うなど本市への観光誘客を図ります。



新名神高速道路鈴鹿 PA 「PIT SUZUKA」地域連携コーナー

・スマート IC 周辺地域を中心とした市内観光周遊ルートの形成

スマート IC 周辺には椿大神社をはじめ、ゴルフ場、キャンプ場、鈴鹿山溪、東海自然歩道などが主要な観光資源として挙げられており、市外・県外からの利用者が多いことから、スマート IC の開設により、移動時間の短縮による利便性が向上しました。

このことから、既存の鈴鹿 IC 周辺の観光資源やスマート IC 周辺地域の観光資源を活用し、アクセス向上をセールスポイントに加えた市内観光周遊ルートを形成します。

・スマート IC 周辺地域の住民組織・団体との連携強化

観光資源をより魅力的なものにしていくためには、地域の住民組織・団体との連携が欠かせません。そのため、スマート IC 周辺地域の住民組織・団体と情報を共有し、連携を強化していくことによって新しいイベントの企画や観光資源の掘り起こしにつなげます。

特に、農業を中心とした体験、飲食、物販を通じての都市と農村部の交流の促進によって、地元農業の活性化を図ります。

・スマート IC を玄関口とした広域観光周遊ルートの形成

スマート IC を活用して、隣接する菟野町、四日市市及び亀山市と連携することにより、新たな広域観光周遊ルートの形成に努めます。



「活力ある都市づくり図」 鈴鹿市都市マスタープラン 2016（平成28）年4月運用（抜粋）

5 産業観光による誘客

本市には、自動車産業や製造業など、産業観光としての施設が整備されていることからこれらの施設の更なる活用と、それに続く第二、第三グループについて掘り起こし、魅力の向上に取り組むとともに、地域資源の活用による稼ぐ力の醸成につなげます。

- ・地元企業との連携体制の整備
- ・テーマ型観光による地域産業の六次産業化
- ・ウェブを効果的に取り入れたビジネスモデルの形成
- ・地域事業者による PR 力の向上
- ・外国人をターゲットとする観光ルートの形成

「産業観光」とは、2007（平成 19）年 6 月に閣議決定された『観光立国推進基本計画』に新たに盛り込まれた概念で、第一次産業や、歴史的・文化的に価値のある産業文化財（工場遺跡や古い機械器具など）、稼働中の生産現場（工場や工房など）、そこでの生産物（工業製品や工芸品、民芸品など）、更には最先端の技術を備えた工場などを対象とし、学びや体験を通して、モノづくりの心や地域の歴史に触れる観光活動を指します。

具体的な取組項目と将来構想

・地元企業との連携体制の整備

本市には、大企業などが整備した産業観光としての施設や工場などがあります。

併せて、市内には様々な規模の工場を有する企業が多数存在することから、今後は、鈴鹿ならではの小規模工場や工房など、産業観光の新たな資源としての発掘に取り組みます。

また、既存の産業観光としての施設の磨き上げや新たな施設の掘り起こしが急務となっている状況を踏まえ、地元企業と行政、観光事業者、市民が連携し、新しい視点の産業観光の受入態勢を整備するとともに、観光客の受入れについても連携して取り組みます。

併せて、市民向けのイベントや市内小中学校での講座の展開など市民向けプロモーションも展開することで、魅力に磨きをかけるとともに、市民における認知度向上と地域への誇りや愛着の醸成に取り組み、市民による SNS などを使った情報発信の促進に取り組みます。

・テーマ型観光による地域産業の六次産業化

本市は、第一次産業から第三次産業までがバランスよく構成された産業構造となっていることから、テーマを決めた産業観光の形成が可能となっています。そこで、ICT など最新の技術を取り入れながら、それぞれの産業が、互いの強みを生かし連携を行い、付加価値を高めていく六次産業化を目指します。



ICT

Information and Communication Technology（情報通信技術）の略であり、通信技術を活用したコミュニケーションを指します。

・ウェブを効果的に取り入れたビジネスモデルの形成

将来の顧客づくりに結び付けるため修学旅行や社会見学といった教育旅行の誘致にも努め、産業観光を継続的に受け入れられるように、受け入れ側にもメリットのあるビジネスモデルの形成に努めます。

特に、近年では、“学ぶ観光”に対する関心も高く、モノづくりをPRする意味でも、企業の工場をはじめ、伝統産業の職人技を見学する伝統産業会館や伊勢型紙資料館などの施設を開放する機会を増やすことで認知度向上に努めるとともに、修学旅行や研修旅行に向けて、各種施設とのタイアップの下、「体験する旅」、「学ぶ旅」の開発に取り組みます。

これらの観光コンテンツの創造に当たっては、ウェブを効果的に取り入れることで、ターゲットとなる本市に関心のある、又は、関心がありそうな層の把握や分析に取り組むほか、旅行前後にウェブ上で地域資源に触れる機会を創造することによる購買意欲やにぎわいの創出や、マーケット・イン型の商品開発や販路開拓など稼ぐ力の醸成に取り組めます。

さらに、鈴鹿の原材料を使用した飲食品で、商工会議所及び観光協会によって認定されている「鈴鹿ブランド」を産業観光のための地域資源として活用します。

併せて、将来的に「鈴鹿ブランド」の一つとして認定されるような「名産品」と称される“モノ”の開発のほか、「鈴鹿ならではの」「体験型コンテンツ」の充実に向けて、座学と実践の両面から一体的に学ぶ「すずか新商品創造プロジェクト」を展開します。

i 鈴鹿ブランド

鈴鹿で作られた商品の中で、素材の持ち味や、鈴鹿に伝わる伝統・味や製法など「鈴鹿らしい」と評価された商品（鈴鹿の逸品）に与えられる称号。「観光・集客特別委員会の鈴鹿ブランド認定委員会」で審議され、鈴鹿商工会議所と（一社）鈴鹿市観光協会が認定推奨する。（出典：鈴鹿商工会議所ホームページ（<http://www.scci.or.jp/>））

・地域事業者によるPR力の向上

観光客の満足度向上と地域事業者の稼ぐ力の醸成に向けては、名産品と称される“モノ”の良さや、“体験型コンテンツ”のストーリーをはじめ、「鈴鹿ならではの」観光コンテンツの価値を的確に伝えるなど、観光の「質」を高める必要があります。

そのため、地域事業者の観光客や観光営業力やプレゼンテーション能力といったPR力の向上に取り組めます。

・外国人をターゲットとする観光ルートの形成

観光事業者との協働により、日本人観光客や学生、生徒、児童だけでなく、インバウンドにもその枠を広げることも視野に入れた付加価値の高い、産業観光のパッケージ商品となる観光ルートを形成します。



伝統産業会館



伊勢型紙資料館

6 スポーツツーリズムによる誘客

本市では、2021（令和3）年の「三重とこわか国体・三重とこわか大会」など集客力のある様々なスポーツイベントが開催されるほか、2020（令和2）年に開催される「東京オリンピック・パラリンピック競技大会」などに関連した集客が見込めることから、その機会を観光誘客につなげます。

- ・スポーツ関係団体との連携体制の整備
- ・集客力の高いスポーツイベントの支援
- ・スポーツイベント来場者への情報発信
- ・スポーツイベント来場者をターゲットとした観光ルートの形成
- ・支えるスポーツの普及

スポーツを通じた地域観光振興と、観光を通じたスポーツ振興を双方向で目指すのがスポーツツーリズム（スポーツ観光）です。

スポーツツーリズムは、日本の持つ自然の多様性や環境を活用し、スポーツという新たなモチベーションを持ったインバウンドを取り込んでいくだけでなく、国内観光旅行における需要の喚起と、旅行消費の拡大、雇用の創出にも寄与するものです。

具体的な取組項目と将来構想

・スポーツ関係団体との連携体制の整備

集客力が高いスポーツイベントでの観光PRなどの情報発信は、効果が期待できるため、スポーツ関係団体との連携体制を整備し、スポーツイベントからの誘客を図ります。

また、スポーツ合宿参加者に対しても、リピーターとして本市を訪れていただけるようスポーツ団体と連携しながら情報発信に努めます。

・集客力の高いスポーツイベントの支援

本市で2021（令和3）年に開催される「三重とこわか国体・三重とこわか大会」などの大きなスポーツイベントは、交流人口の増加につながることから、これに続くスポーツイベントや夏休み・冬休みに行われる高校生や大学生の合宿などが誘致できるよう観光的な側面から継続的な情報発信に努めます。

また、2020（令和2）年の東京オリンピック・パラリンピック競技大会などの事前キャンプにおけるホストタウンを活用した海外選手との交流により、高い誘客効果とシティセールス効果が期待できることから、スポーツ関係団体と連携し、その活動を支援します。



ホストタウン

日本の自治体と、2020（令和2）年東京オリンピック・パラリンピック競技大会に参加する国・地域の住民等がスポーツ、文化、経済などを通じて交流し、地域の活性化等に活かしていくもの。

・スポーツイベント来場者への情報発信

スポーツイベントでの本市滞在中あるいは行き帰りの移動過程で、本市観光地に立ち寄りきっかけづくりの構築のため、観光PRなどの情報発信をします。

スポーツイベント会場での情報発信に加え、スポーツ関係団体の協力を得て、事前に情報発信をすることができれば、より高い効果が期待できるため、具体的な手法を検討します。

・スポーツイベント来場者をターゲットとした観光ルートの形成

スポーツイベント来場者の目的はスポーツイベントそのものであるため、一般の観光客とは違って短時間で手軽に楽しめる観光ルートの形成が必要です。また、スポーツイベントの会場や来場者の移動手段などの特色に合わせたルートが提案できるよう、多様な観光ルートの形成に努めます。

・支えるスポーツの普及

プロリーグなど地域のハイレベルな「観るスポーツ」、世代を超えて人気を集める「するスポーツ」、地域を挙げてスポーツイベントを誘致・支援する「支えるスポーツ」。この3つを柱とするスポーツ資源を活用して周辺の観光旅行を推進・活性化させるのがスポーツツーリズムです。今後、スポーツを「観る」「する」人々と、「支える」市民との交流においてもスポーツツーリズムを振興します。



三重交通Gスポーツの杜鈴鹿
(三重県営スポーツガーデン)



AGF 鈴鹿陸上競技場
(石垣池公園陸上競技場)



石垣池公園野球場

〔鈴鹿市観光まちづくり委員会〕

2019 年 9 月 19 日 方針案の意見聴取

2020 年 月 日 方針最終案の意見聴取

鈴鹿市観光まちづくり委員会 委員名簿

名前	所属	役職
富本 真理子	鈴鹿大学 国際人間科学部 国際学科 観光ビジネス領域	教授
豊田 栄美子	Agri ロマン鈴鹿	代表
柴田 友美	NPO法人鈴鹿モータースポーツ友の会	理事
横田 美喜子	語らい館よこた	代表
岡本 礼子	白子まちかど博物館運営委員会	副代表
森田 英治	株式会社 鈴鹿みどりの大地	取締役
永井 崇郁	三重県観光局魅力創造課	班長代理
内藤 俊樹	鈴鹿商工会議所	専務理事
谷口 雅子	鈴鹿市文化財課文化財グループ	グループリーダー



鈴鹿市都市イメージキャッチコピー

鈴鹿市観光振興方針

2020（令和2）年3月

発行：鈴鹿市

〒513-8701 鈴鹿市神戸一丁目18番18号
TEL：059-382-9020 FAX：059-382-0304
（産業振興部 地域資源活用課）

