

鈴鹿市観光振興方針

(素 案)



白子駅西ロータリーモニュメント

鈴 鹿 市





はじめに

〔末松則子市長 あいさつ〕



『鈴鹿市観光振興方針』（素案） 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
◆	方針の位置づけ	3
◆	方針の期間	3
◆	方針の策定方法	3
◆	方針の柱	7
◆	方針の推進方法	8
第2章	方針の柱における観光の現状と課題	
◆	モータースポーツによる観光誘客	9
◆	インバウンド（訪日外国人旅行）による観光誘客	11
◆	広域観光による誘客	11
◆	パーキングエリア インターチェンジ （仮称）鈴鹿 PA スマート IC からの観光誘客	12
◆	産業観光による誘客	12
◆	スポーツツーリズムによる誘客	13
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	
◆	モータースポーツによる観光誘客	14
◆	インバウンド（訪日外国人旅行）による観光誘客	17
◆	広域観光による誘客	19
◆	パーキングエリア インターチェンジ （仮称）鈴鹿 PA スマート IC からの観光誘客	21
◆	産業観光による誘客	23
◆	スポーツツーリズムによる誘客	25
	懇話会名簿・ヒアリング団体	27



序章 これまでの本市の観光振興について

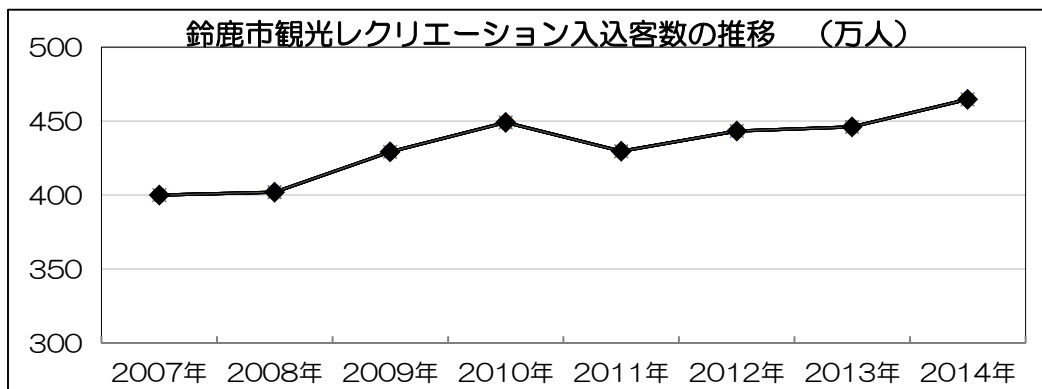
本市は 2006 年 3 月に策定した第 5 次総合計画「みんなで築く鈴鹿夢プラン」を実現するため、2007 年 3 月に『鈴鹿市観光振興基本計画』を策定し、計画期間を 2016 年 3 月までとして総合的な観光振興を図ってきました。

この計画では「観光まちづくり」を基本方針に掲げ、主たる効果が「地域経済の活性化」、「地域の誇りと文化の再発見」、「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」としました。

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、観光振興戦略として「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」を基に進めてきました。

鈴鹿市観光レクリエーション入込客数の推移（人）

		2007年	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
伊勢の海 県立公園	鼓ヶ浦海水浴場	33,778	35,672	28,908	27,000	26,000	28,000	30,000	16,000
	千代崎海水浴場	28,522	27,372	26,562	28,000	23,000	24,000	26,000	18,000
公園区域外 の観光地	椿大神社	1,296,000	1,310,000	1,309,000	1,403,000	1,410,650	1,425,000	1,455,000	1,450,000
	鈴鹿サーキット	2,088,100	2,043,000	1,979,700	2,012,051	1,840,479	1,985,527	1,968,964	1,973,052
	青少年の森	200,992	222,191	235,038	249,209	252,533	263,388	251,562	341,835
	荒神山観音寺	22,500	22,500	22,500	13,000	13,000	12,750	12,450	12,250
	加佐登神社	44,500	49,900	49,900	50,450	49,900	35,850	50,050	53,250
イベント等	スーパードレス	294,820	310,424	415,586	448,858	449,485	471,292	485,103	484,484
	市植木まつり	—	—	15,000	18,000	16,500	20,500	21,000	24,200
	すずかフェスティバル	—	—	90,000	120,000	110,000	100,000	100,000	100,000
	パルフェスティバル	—	—	120,000	121,000	80,000	39,000	35,000	70,000
	すずかほたるの里	—	—	—	—	25,000	28,000	25,000	24,000
	鈴鹿元氣はなび大会	—	—	—	—	—	—	—	80,000
	計	4,009,212	4,021,059	4,292,194	4,490,568	4,296,547	4,433,307	4,460,129	4,647,071



「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」）

◆ 方針策定の目的

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年度に観光レクリエーション入込客数550万人を達成するため、2007年3月に策定した『鈴鹿市観光振興基本計画』で得られた成果の拡大を目指しながら、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ました。

この方針では、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地域外の人に「開く」ことにより交流を深める取組でもあります。

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づけられた『観光立国推進基本法』の趣旨を実現し、集客・交流人口の増加を図るために本市独自の戦略を樹立するため、鈴鹿市観光振興方針を策定します。



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。

◆ 方針の位置づけ

本市の総合的な観光振興を図るため、『鈴鹿市総合計画 2023』に定められた観光振興の目指すべき姿に基づき、具体的な取組や考え方を定めました。

なお、観光振興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 年 1 月施行）
- ・ 『三重県観光振興基本計画（2012～2015 年度）』
- ・ 中部運輸局企画観光部策定「昇龍道プロジェクト」（2012 年）
- ・ 「新たな中・長期的計画策定のための市政アンケート調査」（2014 年 9 月）
- ・ 「鈴鹿市観光振興基本計画の改訂に向けた基礎調査（アンケート調査）」（2015 年 3 月）



昇龍道

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 年度から 2023 年度までの 8 年間とします。

◆ 方針の策定方法

2007 年 3 月策定の『鈴鹿市観光振興基本計画』での取組の継続性を重視し、同計画を策定した鈴鹿国際大学（現鈴鹿大学）に策定作業を委託しました。

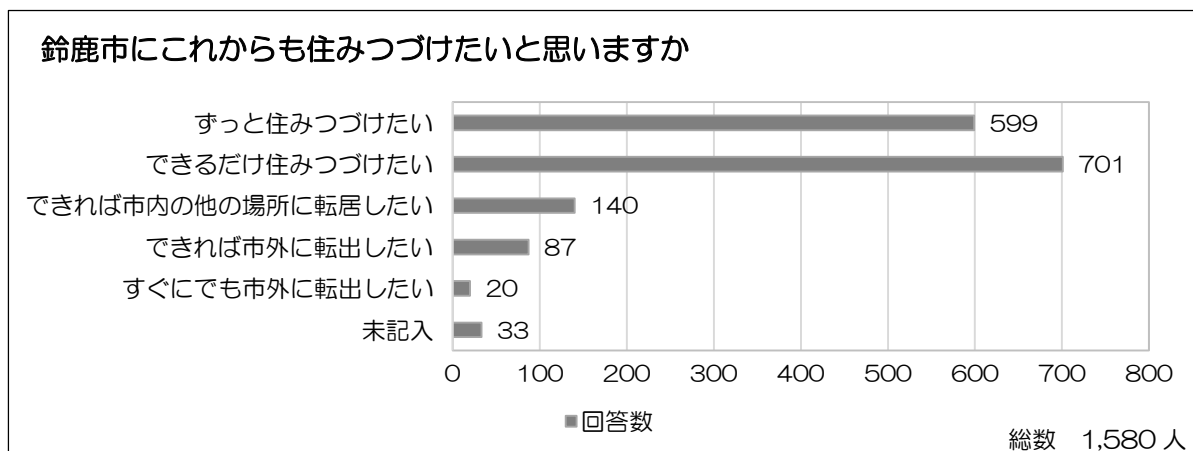
また、さまざまな形で観光に携わる方々に出席いただく「鈴鹿市観光振興方針策定懇話会」を設置し、同懇話会で出た意見を参考に鈴鹿大学と協議・検討して素案を作成しました。

なお、幅広く市民の意見やニーズを把握するため、2014 年度には鈴鹿国際大学（現鈴鹿大学）に委託して「鈴鹿市観光振興基本計画の改訂に向けた基礎調査（アンケート調査）」を実施しました。

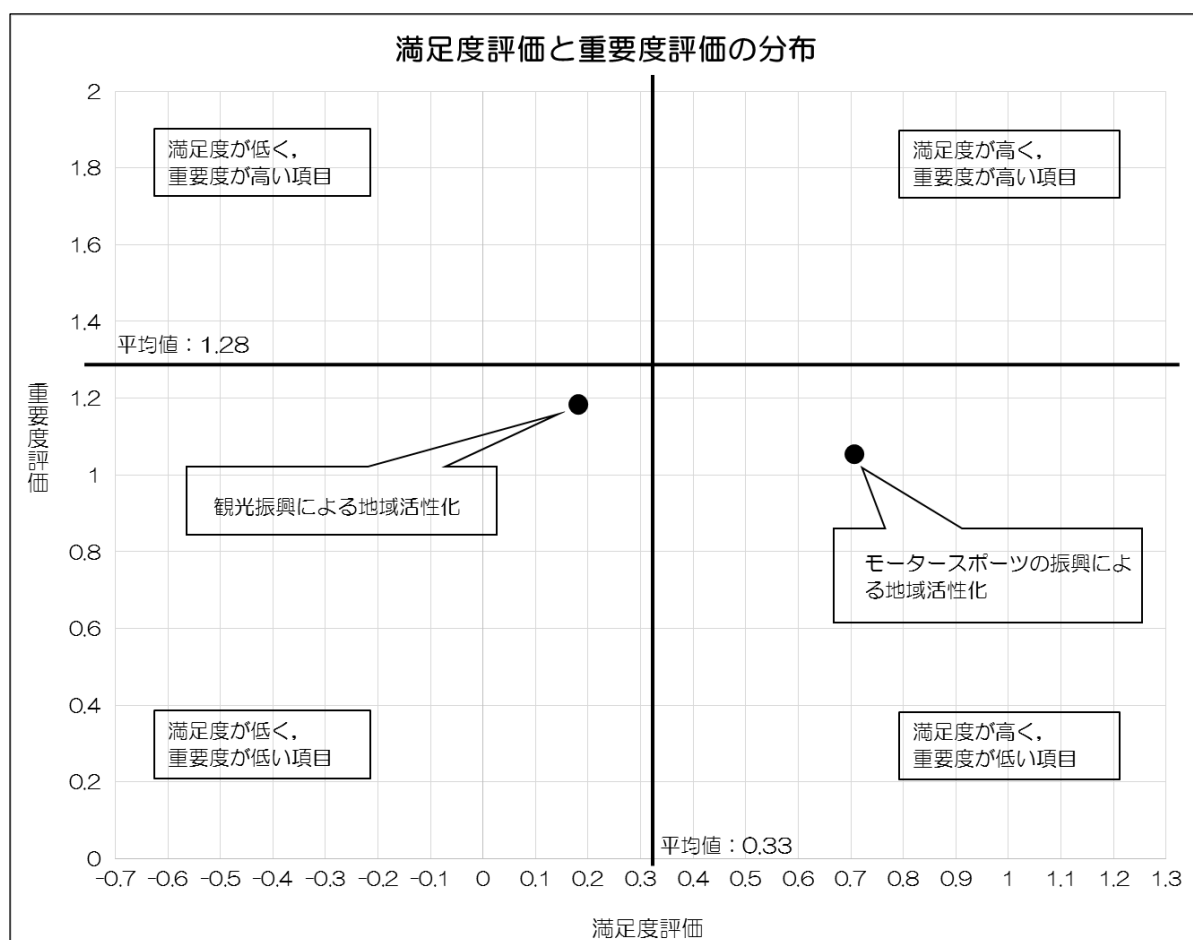
2015 年度には、ヒアリング対象組織・団体から聞き取りを行い、また、方針の素案に対するパブリックコメント（意見募集）を実施します。

▶ 主なアンケート結果の抜粋

「新たな中・長期的計画策定のための市政アンケート調査」（2014年9月鈴鹿市）より



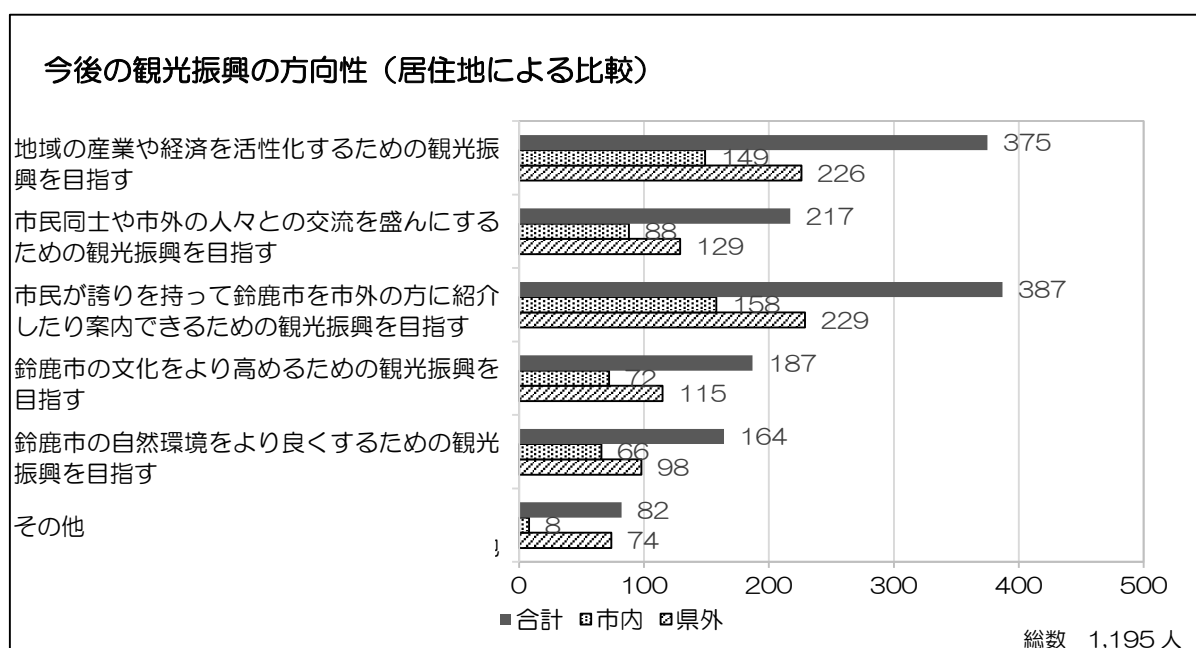
鈴鹿市にこれからも住みつづけたいと思いますかとの質問の結果、「ずっと住みつづけたい」（599人）および「できるだけ住みつづけたい」（701人）と回答した市民の合計が、全体の82.3%となっており、「住んでよし、訪れてよしのまちづくり」の実現に必要な「住みやすさ・定住意向」について高い数値が出ています。



本市のまちづくりに対して、「現在の満足度と今後の重要度について」の質問の結果、「モータースポーツの振興による地域活性化」は、「満足度が高く、重要度が低い」となっており、また、「観光振興による地域活性化」については、「満足度が低く、重要度が低い」となっています。

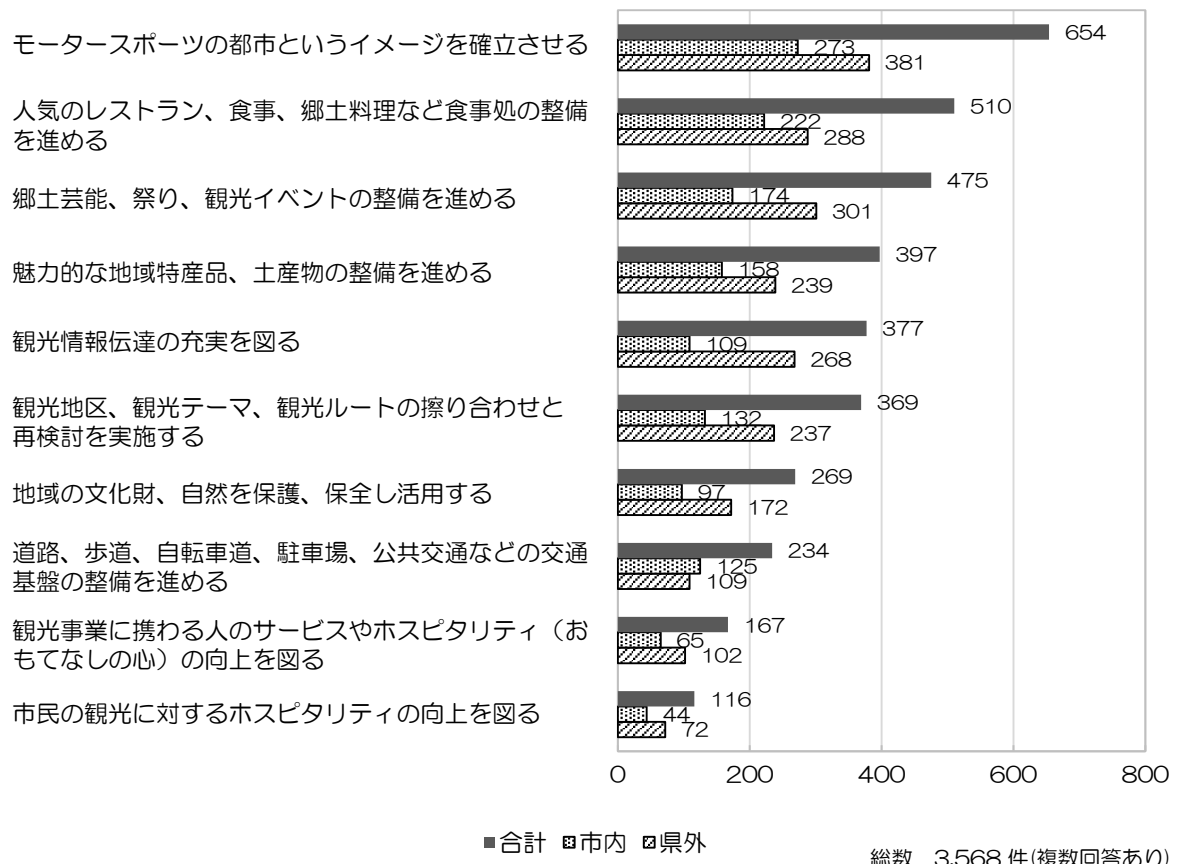
市民の意識は、モータースポーツの振興による地域活性化については満足をしているが、今後の重要度では、モータースポーツと観光振興は重要ではないと感じているとの結果が出ています。

「鈴鹿市観光振興基本計画の改訂に向けた基礎調査（アンケート調査）」（2015 年 3 月鈴鹿市）より



本市の観光振興のためには、どのような方向を目指すのが好ましいと思うのかについての質問の結果、全体で「市民が誇りを持って鈴鹿市を市外の方に紹介したり案内できるための観光振興を目指す」と答えた人が 387 人で一番多く、次いで「地域の産業や経済を活性化するための観光振興を目指す」375 人、「市民同士や市外の人々との交流を盛んにするための観光振興を目指す」217 人の順になっており、市民の住みやすさの向上を図りながら、その地域を活性化し交流を深めることが望ましいとの方向性が出ています。

観光まちづくりを進める中で、重点を置くべきもの

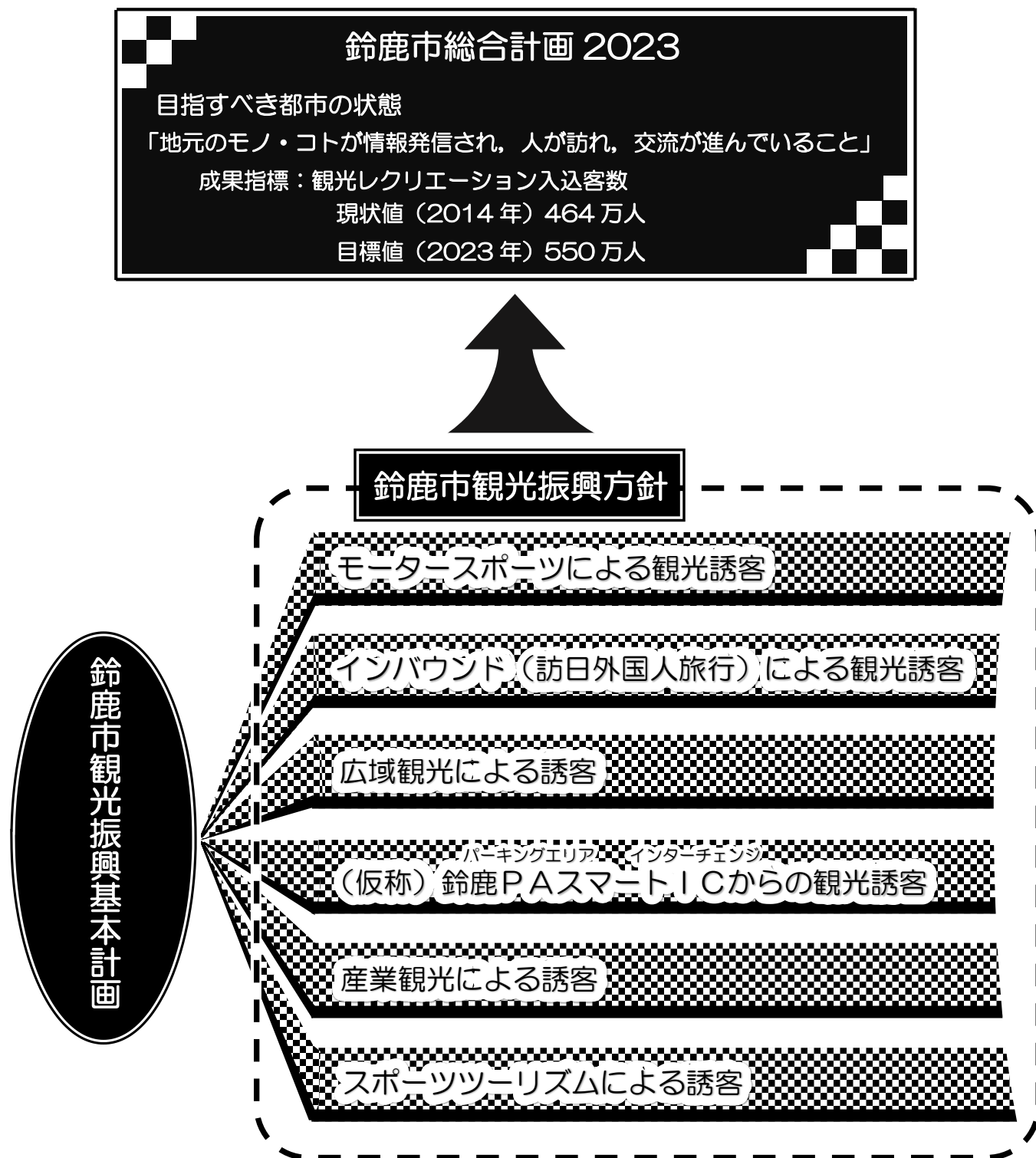


本市の観光まちづくりを進める中で、何を重点的に整備したら良いかとの質問の結果、全体で「モータースポーツの都市というイメージを確立させる」と答えた人が 654 人で一番多く、次いで「人気のレストラン、食事、郷土料理など食事処の整備を進める」510 人、「郷土芸能、祭り、観光イベントの整備を進める」475 人の順になっています。

この結果から、今後、本市の観光まちづくりに求められているのは、“モータースポーツのまち”のイメージ向上と食や市内各地域の文化に関する整備を推進することが求められています。

◆ 方針の柱

『鈴鹿市観光振興方針』では、『鈴鹿市総合計画 2023』の目指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。



◆方針の推進方法

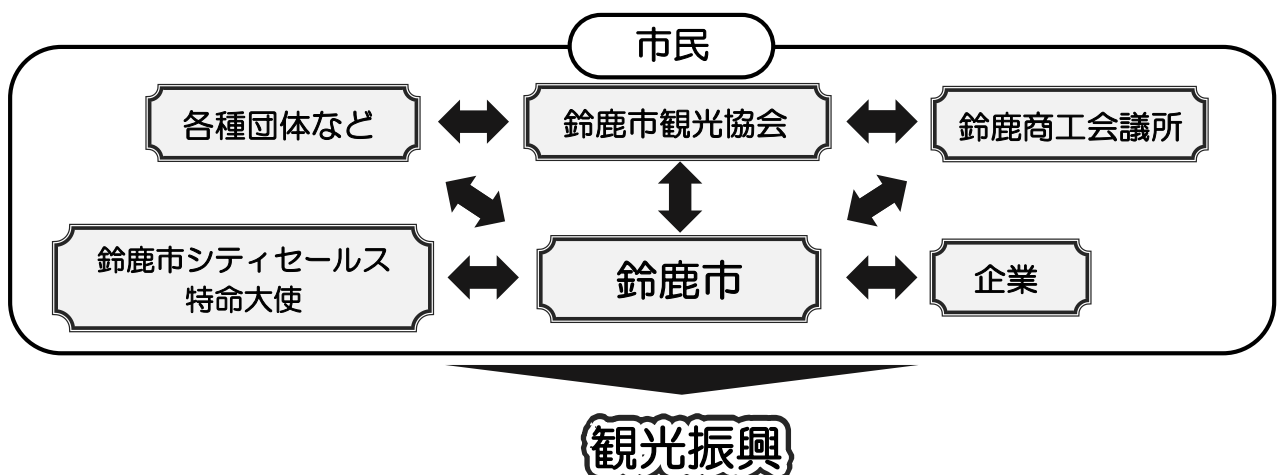
『鈴鹿市総合計画 2023』の成果指標の達成度のチェックを行うため、方針の柱の成果指標を、以下の6項目とし、計画、実行、検証、改善（PDCA）サイクルにより、各施策の進捗状況を点検するとともに改善作業を行います。

【成果指標一覧】

方針の柱の成果指標一覧	指標名	現状値	目標値	伸び率
	設定理由			
モータースポーツによる観光誘客	F1日本グランプリ市民応援席観戦者数	800人	1,000人	125%
	モータースポーツに関心をも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 （訪日外国人旅行）による観光誘客	市内消費税免税店の店舗数	28店舗	118店舗	424%
	受入体制の整備により外国人観光客の増加を図る			
広域観光による誘客	北伊勢広域観光推進協議会との共同 企画での観光入込客数	1,113人	1,302人	117%
	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			
（仮称）鈴鹿PAスマートICからの 観光誘客	（仮称）鈴鹿PAスマートIC出口交通量	— 台	— 台	— %
	（仮称）鈴鹿PA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	50,315人	58,868人	117%
	市内でもっとも見学者を受け入れている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	スポーツ施設別利用者数	899,385人	1,052,280人	117%
	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			

（現状値：2014年の数値／目標値：2023年の数値）

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。



第2章 方針の柱における観光の現状と課題

◆ 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 日本グランプリで、1987 年の第 1 回開催以来、2015 年で 27 回目の開催となりました。2015 年の 3 日間合計入場者数は 16 万 5,000 人と、最高記録となった 2006 年の 36 万 1,000 人に比べれば劣るものの、前年の 15 万人を 9.2%増となり、ここ数年間続いた右肩下がりの状況から回復のきざしが見え、歓迎すべき状況となっています。

【参考資料：最近 5 年間の鈴鹿サーキット入込客数と F1・8 耐観戦者数の推移】

開催年度	鈴鹿サーキット入込客数	F1 日本グランプリ		鈴鹿8時間耐久ロードレース	
		3日間の入込客数	決勝日の入込客数	3日間の入込客数	決勝日の入込客数
2015年	—	165,000人	81,000人	112,000人	68,000人
2014年	1,973千人	150,000人	72,000人	102,000人	62,000人
2013年	1,969千人	171,000人	86,000人	100,000人	61,000人
2012年	1,986千人	208,000人	103,000人	96,000人	57,000人
2011年	1,840千人	199,000人	102,000人	97,000人	55,500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 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 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 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で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げます。
- 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。

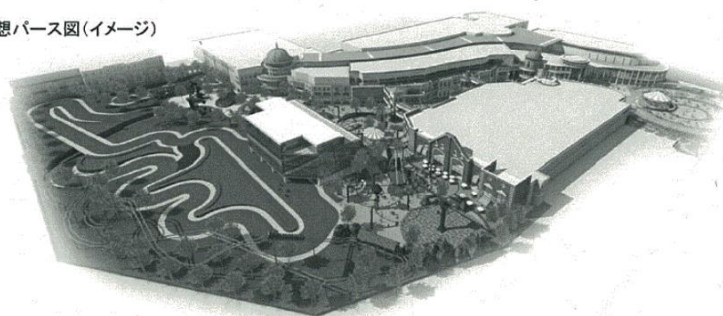
また、台湾 2 番目の都市・高雄市に、鈴鹿サーキットとの技術提携とライセンス契約のもとでミニ・サーキットを核とした「大魯閣草衙道／Taroko Park・鈴鹿サーキットパーク」（以下、タロコパーク）が開業される予定となっています。この施設は台湾スポーツ・アミューズメントの大手タロコグループにより手掛けられているものですが、そのプロモーション活動が浸透したことにより、台湾では「タロコパーク」の知名度とともに、「日本の鈴鹿」の知名度も上がってきています。

これは、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計画しており、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レンタルカートコースや、モビリティランドのオリジナルの遊戯機種を導入予定です。

施設名：TAROKO MALL 草衙道（CAOYADAO）

完成予想パース図（イメージ）



施設名：TAROKO MALL 草衙道（CAOYADAO）

総面積：86,000平方メートル

施設内容：4つのエリアから構成。

・屋外型ショッピングエリア ・3階建て商業棟（屋内ショッピングエリア）

・SUZUKA CIRCUIT PARK ・屋内アミューズメント（温浴施設・シネマコンプレックス・スポーツジム他）

資料提供：株式会社モビリティランド 鈴鹿サーキット

課題

本市は、“F 1 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、F 1 日本グランプリ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、F 1 日本グランプリや鈴鹿 8 時間耐久ロードレース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・交流人口の増加につなげるのかが課題となっています。

◆ インバウンド（訪日外国人旅行）による観光誘客

■ 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年に政府は「外国人旅行者訪日促進戦略」を掲げ、現在「訪日旅行促進事業(Visit Japan)」に取り組んでいます。

その結果、昨今の円安為替相場、ビザ取得要件の緩和、特にアジア地域における富裕層の増大、LCC（格安航空会社）の就航、外国人旅行者向け消費税免税制度改正などの追い風を受け2014年には過去最高記録となる1,341万人の外国人が訪日しました。

しかし、訪日外国人の訪問先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8割以上を占めています。観光庁による2015年「訪日外国人消費動向調査7-9月期」を見ると三重県への訪日外国人の訪問率は0.6%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。

■ 課題

インバウンドによる経済効果をいかに本市にまで波及させるかとともに、インバウンド受け入れ先としては、語学力を持つ人材や宿泊施設の不足など、受け入れ態勢の不備も課題となっています。



「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。

◆ 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に行政区分はあまり関係がなくなってきました。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各市町の行政区分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4市5町（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）と本市で立ち上げた「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での情報発信や「花と食の回廊スタンプラリー」の実施などの広域観光に取り組んでいます。

さらに官民37団体が構成される「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。

■ 課題

北勢地域では、単独の市町だけで観光旅行を完結させられるほどの観光資源に恵まれた自治体が少ないことから、前述の「北伊勢広域観光推進協議会」を中心に広域観光に取り組んでいますが、現状では単発のイベントに終わってしまっている傾向が見受けられます。

また、各市町のみならず、商工会議所、観光協会、農工商を含めた産業間の広域連携のあり方も検討していく必要があります。

パーキングエリア

インターチェンジ

◆ (仮称) 鈴鹿 PA スマート IC からの観光誘客

■ 現状

(仮称) 鈴鹿 PA スマート IC は、2018 年度に供用開始予定の新名神高速道路に設置され、これらの利活用による椿地区をはじめとする周辺地域の活性化が期待されています。

椿地区周辺は、市の特産品である、かぶせ茶の生産や、花卉（サツキやツツジなど）の栽培が盛んで、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 箇所）、小岐須溪谷、東海自然歩道、入道ヶ岳などが挙げられます。また、毎年 12 月頃に開催される「椿縁結び市」をはじめ、さまざまな体験ツアーや交流イベントも企画されています。

一方、産業政策の観点からも魅力ある地域であることから、現在、周辺地域とコンサルタント会社、本市の 3 者で土地利用方法、整備手法、面積規模などを検討しています。

■ 課題

(仮称) 鈴鹿 PA スマート IC の供用開始によって、今後は椿地区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性があります。いかにして(仮称) 鈴鹿 PA スマート IC を基点とした本市への観光誘客を増やすかが課題となっています。



椿大神社



鈴鹿茶摘み体験

◆ 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。

また、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け入れ先となっています。

■ 課題

観光振興の視点は、いかに「地域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、観光客により多くのお金を使ってもらえるような仕組みづくりが必要となります。

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える素材の発掘と整備の作業が課題となっています。

あわせて、伝統産業会館や伊勢型紙資料館などを活用し、いかにして集客・交流人口の増加を図るのかという点も重要な課題となっています。

◆ スポーツツーリズムによる誘客

■ 現状

日本には、プロ野球、Jリーグ、ラグビー、プロゴルフ、大相撲、柔道、体操、公営競技などの国際的に高い評価を受け、既に日本独自の文化となった「観る（観戦）」スポーツが存在し、さらには豊かな自然環境や美しい四季を利用したスキー、ゴルフ、サイクリング、海水浴、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。

■ 課題

本市においては、2018年のインターハイや2021年の国民体育大会をはじめ、2020年に開催される東京オリンピック・パラリンピックに関連する集客が見込まれているほか、既に17回の実績を誇り2015年には7,020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・交流人口の増加に結びつけるのかという課題があります。



鈴鹿シティマラソン（鈴鹿サーキット）

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・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市内外への情報発信
- ▶ 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け入れ態勢の強化
- ▶ 市民がモータースポーツに触れる機会の提供

定義

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レギュレーションに従い、速さ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モーターサイクル（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市内外への情報発信

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や（一社）鈴鹿市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により、これまでと違った層にも情報を届けます。

また、本市の東の玄関口となる近鉄白子駅西ロータリーに、2013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、2015年9月には2014年F1日本グランプリで表彰台に上った3人のドライバーの手形や、これまで鈴鹿で開催されたF1日本グランプリ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、“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、多くのモータースポーツファンへ情報発信をします。

さらに、鈴鹿サーキットと協働し、タロコパークおよびそのネットワークを活かして情報を発信することにより、台湾からの観光誘客につなげます。



F1 日本グランプリ優勝者の碑と手形
(近鉄白子駅西口)



地元高校生デザインのモニュメント
(近鉄白子駅西口)

▶ 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「特定非営利活動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「支えるスポーツツーリズム」として「学生課外活動団体・モータースポーツマネジメント部」を立ち上げ活動を展開するなど、新たな取組も見られることから、それらの団体と連携し支援することによりモータースポーツの普及啓発を進めます。



特定非営利活動法人 鈴鹿モータースポーツ友の会
ロゴマーク

▶ F1 日本グランプリなどビッグイベント開催時の受け入れ態勢の強化

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」の取組は交通対策などの「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日本グランプリについては、同協議会をベースに取組を進め、改善を繰り返し、受け入れ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日本グランプリ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活かした「環境整備」や「おもてなし」の向上をより進めます。



F1 日本グランプリ
(鈴鹿サーキット)



鈴鹿 8 時間耐久ロードレース
(鈴鹿サーキット)

▶ 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・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日本グランプリ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日本グランプリの際に、鈴鹿サーキットとの共催で設置した「鈴鹿市民応援席」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。



Honda 鈴鹿レーシングチーム
による学校訪問 (市内小学校)



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)

インバウンド（訪日外国人旅行）による観光誘客

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
- ▶ 外国人観光客の受け入れ態勢の整備
- ▶ 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ルートの形成

■ 定義

インバウンド（inbound）とは、外から入ってくる旅行の意で、外国から日本を訪れる訪日外国人旅行を指します。逆にアウトバウンド（outbound）は日本人の外国への旅行＝海外旅行を意味します。

■ 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

本市に定住して母国への情報発信に興味、関心がある外国人市民と連携・協働し、それぞれの母国への情報発信（翻訳・出版、SNS 発信）を通して、集客・交流人口の増加を図ります。

そのため、留学生を多数受け入れている鈴鹿大学や外国人市民と関わりの深い公益財団法人鈴鹿国際交流協会と連携を強化し、一層の情報発信に努めます。

▶ 外国人観光客の受け入れ態勢の整備

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るとともに、三重県の海外誘客部門や（公財）鈴鹿国際交流協会などと連携し、外国人スタッフの雇用を促します。あわせて、Wi-Fi 環境の整備や外国語表記の案内板の設置など、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。

▶ モータースポーツを切り口とした海外の都市との連携

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。タロコパークが建設される台湾・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、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ます。



Wi-Fi

無線 LAN アダプターのブランド名。米国の業界団体、Wi-Fi アライアンスが機器間の相互接続性を認定したことを示す。

▶▶ 市内在住外国人との連携による海外からの誘客促進

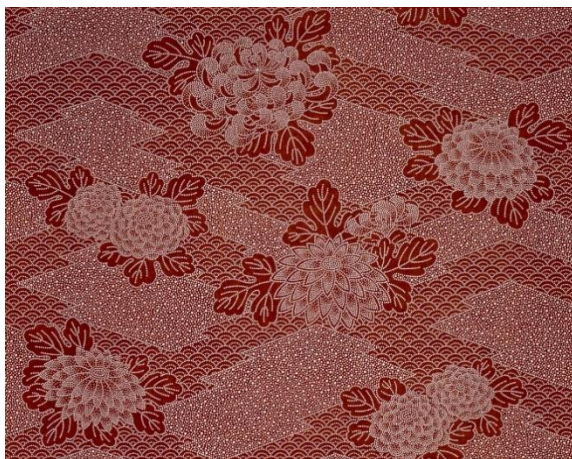
本市は、多くの外国人市民を有していることから、海外からの外国人市民への親族や友人訪問を促進するための有効な手段を検討します。あわせて、多文化共生という本市の特色について観光資源化を進めます。

▶▶ 外国人観光客をターゲットにした観光ルートの形成

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社寺仏閣などのほか、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・鈴鹿墨といった伝統産業や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することが誘客に繋がると考えています。

そして、これらの資源を活かしつつ、周辺の市町の宿泊施設などと連携した外国人観光客向けの観光ルートの形成を図ります。



伊勢型紙



鈴鹿墨

広域観光による誘客

周辺の市町と連携し、テーマ性・ストーリー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・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
- ▶▶ ストーリー性を持った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

■ 定義

広域観光は、狭い地域だけで取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。

観光庁は「複数の都道府県にまたがって、テーマ性、ストーリー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、「広域観光周遊ルート」の導入を支援しています。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、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、広域化することで会員数、会費収入向上が期待でき、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。



You Tube

Google 社が運営する、動画共有ポータルサイト。名前の由来は、You「あなた」Tube「テレビ」。

▶▶ 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。

▶▶ ストーリー性を持った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に行政区分は関係なくなってきたことから、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、ルートの設定にあたっては、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、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、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を玄関口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に解消に努めます。

▶▶ 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。

また、本市の観光資源を代表するモータースポーツを県内市町と連携して促進を図ります。



鈴鹿バルーンフェスティバル



バルーンイリュージョン

（仮称）鈴鹿PAスマートICからの観光誘客

2018年度の供用開始が予定されている新名神高速道路（仮称）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
- ▶ 既存の資源を活用し「点」から「面」へとつなげるための広域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

■ 定義

スマートインターチェンジは、高速道路の本線やサービスエリア、パーキングエリア、バスストップ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、料金徴収員が不要なため、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。

2018年度の供用開始が予定されている新名神高速道路（仮称）鈴鹿PAスマートICの設置は、周辺地域のくらしの向上や、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が併設されることによって、企業もしくは工業団地の誘致による土地の有効活用や地元特産物のブランド化の可能性など、地域経済の活性化が期待できます。このチャンスを活かし、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・交流人口を増加させ、新たな魅力の創出に努めます。

▶▶ 既存の資源を活用し「点」から「面」へとつなげるための広域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、東海自然歩道などが主要な観光資源として挙げられますが、これらの施設はいずれも、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の向上が期待されます。

このことから、スマートIC周辺地域を中心とした既存の観光資源をブラッシュアップし、アクセス向上をセールスポイントに加えた広域観光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

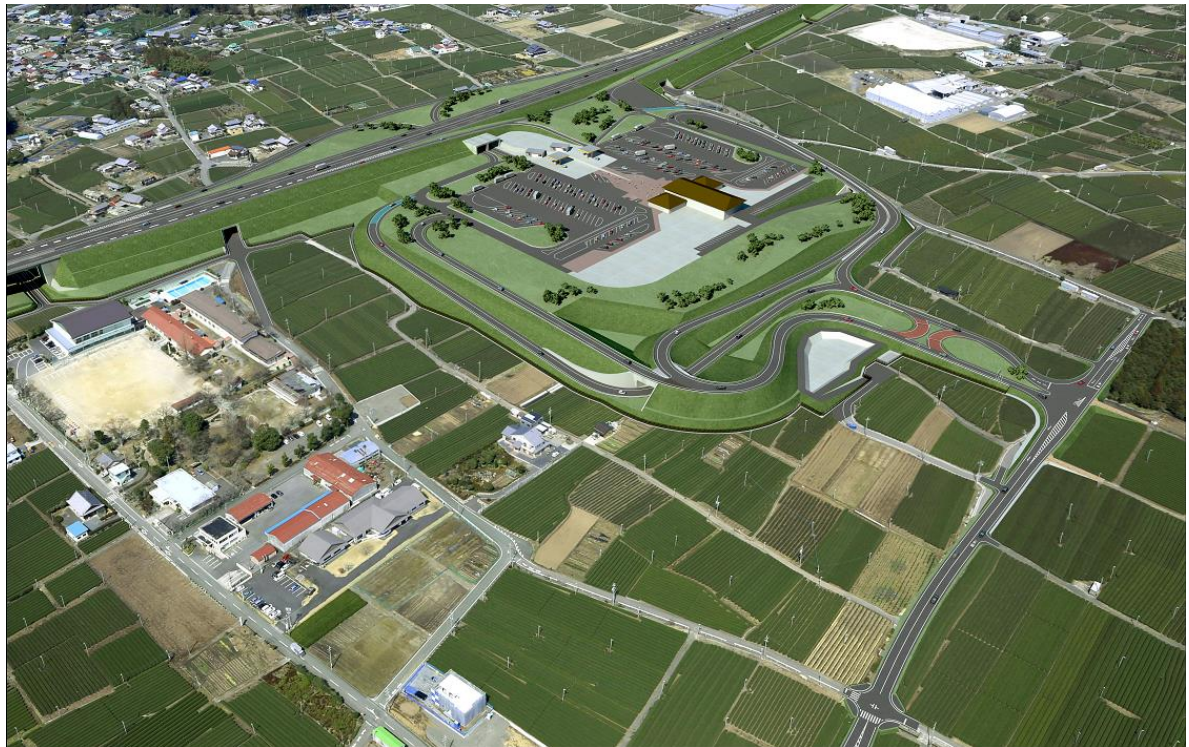
観光資源をより魅力的なものにしていくためには、地域の住民組織・団体との連携が欠かせません。そのため、スマート IC 周辺地域の住民組織・団体と情報を共有し、連携を強化していくことによって新しいイベントの企画や観光資源の掘り起こしにつなげます。

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、隣接する四日市市およ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。また、広域観光周遊ルートをはじめとする本市の観光情報を PR するため、(仮称) 鈴鹿 PA 内での情報発信スペースを確保に努め、スマート IC からの観光誘客を図ります。

(仮称) 鈴鹿PAスマートIC完成イメージ図



資料提供：中日本高速道路株式会社

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2グループについて、掘り起こします。

- ▶ 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6次産業化
- ▶ ビジネスモデルの形成
- ▶ 外国人誘客をターゲットとする観光ルートの形成

■ 定義

「産業観光」とは、2007年6月29日に閣議決定された『観光立国推進基本計画』に新たに盛り込まれた概念で、「ニューツーリズム」の一翼を担うものとして期待を集めています。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）、さらには最先端の技術を備えた工場などを対象とした観光で、学びや体験を通してモノづくりの心や地域の歴史にふれる観光活動をいいます。

■ 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、既に産業観光としての施設が整備されている工場などがありますが、これらは企業が独自に整備したものであり、その受け入れも独自に行っている状況です。また、ものづくり産業が盛んであることから、市内には様々な規模の工場を有する企業が多数存在し、産業観光としての施設になりうる工場などもあると思われますが、現実的には整備が進まない状況となっています。

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、地元企業と行政や観光事業者が連携し、産業観光の受け入れ態勢を整備するとともに、観光客の受け入れについても連携して取り組みます。

▶ テーマ型観光による地域産業の6次産業化

本市は、1次産業から3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、それぞれの産業が、互いの強みを活かし連携を行い、付加価値を高めていく6次産業化を目指し、「産業観光の着地型旅行商品」の創出・販売に取り組みます。

▶▶ 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を形成に努めます。

また、本市の伝統産業である伊勢型紙と鈴鹿墨のファンを創出するため、伝統産業会館や伊勢型紙資料館などの既存の施設を活用した産業観光のモデルを作ります。

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や伝統工芸品の職人技を見学する施設を開放する機会を増やし、認知度向上に努め、本市としても、修学旅行や研修旅行に各種施設とタイアップして、「体験する旅」、「学ぶ旅」を地域との連携を図ります。

さらに、鈴鹿の原材料を使用した飲食品で、鈴鹿商工会議所および（一社）鈴鹿市観光協会によって認定されている「鈴鹿ブランド」や市内飲食店による「ご当地グルメ」も産業観光のための地域資源として活用します。

i 鈴鹿ブランド

鈴鹿で作られた商品は全てが『鈴鹿ブランド』であるが、その中でも特に鈴鹿のイメージが商品に反映され、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）に与えられる称号が『鈴鹿ブランド』である。鈴鹿市の観光振興を目的として、学識経験者や地元の観光関係者で構成される「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名産品です。

（出典：鈴鹿商工会議所ホームページ）

▶▶ 外国人誘客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、訪日外国人観光客にもその枠を広げることも視野に入れた高付加価値をもつ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。



鈴鹿市伝統産業会館



伊勢型紙資料館

スポーツツーリズムによる誘客

本市では、2018年のインターハイや2021年の国民体育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年に開催される東京オリンピック・パラリンピック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

■ 定義

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めざ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訪日外国人旅行者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。その効果を実現させるため、プロスポーツの観戦者やスポーツイベントの参加者と開催地周辺の観光を融合させ、集客・交流人口の増加や、地域経済への波及効果などを目指す一連の取組をスポーツツーリズムと称しています。

■ 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

集客力が高いイベントでの観光PRなどの情報発信は高い効果が期待できるため、特定非営利活動法人鈴鹿市体育協会などの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

本市で開催される国民体育大会やインターハイなどの大きなスポーツイベントは、それ自体に高い誘客効果があり、市外・県外からの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・冬休み期間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、東京オリンピック・パラリンピックなどの大きなスポーツイベントに関連するキャンプ・合宿を本市で受け入れることにより、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。

▶▶ スポーツイベント来場者への情報発信

現在は、スポーツイベント来場者に対する観光情報の発信は、ほとんど行われていませんが、スポーツイベント来場者に対し、観光 PR などの情報発信をすることにより、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っていただくきっかけとします。

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、その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。



三重交通グループスポーツの杜鈴鹿
(三重県営スポーツガーデン)

〔鈴鹿市観光振興方針策定懇話会〕

2015 年 11 月 19 日 第 1 回策定懇話会（方針素案の概要の意見聴取）

2016 年 3 月 15 日（予定）第 2 回策定懇話会（方針最終案の意見聴取）

団体名 等	役職	出席者
学校法人 享栄学園 鈴鹿大学	学長	市野 聖治
鈴鹿商工会議所	観光誘客特別委員会副委員長	儀賀 美智子
鈴鹿工業クラブ	会長	酒井 幸司
特定非営利活動法人 鈴鹿モータースポーツ友の会	理事	柴田 友美
鈴鹿市旅館業組合	組合長	小林 雄治
鈴鹿市商業団体連合会	会長	岩谷 戸公夫
株式会社モビリティランド 鈴鹿サーキット	事業推進室 室長	岡野 和彦
椿大神社	責任役員	山本 行子
一般社団法人 鈴鹿市観光協会	専務理事	西山 哲也
株式会社 観光販売システムズ	取締役部長	西野 彰二
株式会社 ジェイワン トラベル	代表取締役	矢田 純一
株式会社ケーブルネット鈴鹿		近藤 梢
特定非営利活動法人 鈴鹿市体育協会	事務局長	前川 廣之
三重県雇用経済部 観光局 観光誘客課	観光情報発信班 班長	寺 和奈
鈴鹿市	副市長	宮崎 守

〔ヒアリング実施組織・団体〕

- ◆観光まちづくり委員会
- ◆鈴鹿商工会議所・観光誘客特別委員会
- ◆鈴鹿市物産協会
- ◆白子まちかど博物館運営委員会
- ◆伊勢形紙協同組合
- ◆特定非営利活動法人 鈴鹿市体育協会
- ◆鈴鹿市文化課、スポーツ課、農林水産課、産業政策課

〔策定業務：鈴鹿大学〕

鈴鹿大学 副学長・教授	高嶋 重次
鈴鹿大学 国際人間科学部国際学科 観光ビジネス領域・講師	村瀬 慶紀
鈴鹿大学 国際人間科学部国際学科 観光ビジネス領域・講師	郭 育仁



鈴鹿市観光振興方針

2016 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 商業観光課）





鈴鹿市都市イメージキャッチコピー

