

■鈴鹿市の観光を取り巻く現状と課題

- ・全国で言えることだが、新型コロナ感染拡大によって鈴鹿市の観光も大きな影響を受けている。なお、全国旅行支援が開始されてからは徐々に観光客が多くなってきた印象はある。
- ・全国旅行支援で配布されるクーポンの利用のため、観光協会へお土産を買いに来る旅行者が多い。商店街など市内で使用できる場所が少ないことが考えられる。
- ・新型コロナ第8波について、感染者数が増加傾向にあっても三重県や国が何らかの制限などを発出しなければ影響は少ないと考えられる。現時点でコロナ以前の状況に戻ることは考え難いため、コロナありきで様々なことを検討していく必要がある。

■鈴鹿市の観光を取り巻く環境の未来予想（2031年）

- ・全市を挙げて滞在・回遊に向けたモデルルートを確立し、SNSを活用したPRに取り組むことができれば、観光客数を増加させられる可能性がある。なお、市内は車がないと移動が難しいため、交通の便、アクセスの向上に向けた取り組みが求められる。
- ・リニア開通の効果については、亀山市に駅が設けられても魅力的な観光地や移動手段が確保されなければ、観光客を増加させることは難しいと考えられる。

■鈴鹿市観光の魅力・強み

- ・「モータースポーツ都市宣言」を市として掲げており、モータースポーツが一番の強みである。モータースポーツがあることは大きく、前面に出していくべきだと考える。
- ・鈴鹿市の協力を得てレーシングシミュレーターを観光協会内に導入。誓約書に住所を記入いただき利用してもらっているが、県外在住者が多い。人を呼び込むポテンシャルは十分にある。
- ・東海道を歩いて石薬師宿や庄野宿、寺社仏閣を回っている観光客もみられ、歴史的資源にも恵まれている。
- ・近年はスポーツも盛り上がっている。ラグビーの「三重ホンダヒート」やサッカーの「鈴鹿ポイントゲッターズ」などプロスポーツチームがいくつかある。シーズンが始まると市外、県外から一定数の人が訪れてくる。鈴鹿ポイントゲッターズに三浦知良選手が加入すると、それまで1試合350人程度の観戦客だったのが、現在では3,000~4,000人となっている。キングカズ効果もあり多くの人に注目してもらっている今、どれだけファンを増やし、そして定着させられるかが重要だ。また、観戦客に宿泊、滞在してもらえる工夫をSNSでの提案も含めて実施していく必要がある。

■鈴鹿市観光の課題・弱み

- ・モータースポーツが強みである一方で、現状は国際的なレースが行われても観戦することのみが目

的で、ディズニーリゾートのある千葉県浦安市のように、市内の観光につながっていない。そのため、市民や事業者にお金が還元されないどころか、渋滞により飲食店などに人が来なくなるというマイナスの影響があり、F1などの国際的なレースを良く思っていない市民や事業者がいるのも事実である。市民・事業者が関わりや稼ぎを実感する仕組みづくりに早急に取り組む必要があると考える。

- ・鈴鹿市が行政として、もっと鈴鹿サーキットを全面的に推しても良いのではないか。「モータースポーツ都市宣言」を掲げているにも関わらず、鈴鹿サーキットの最寄り駅である白子駅を降りてもモータースポーツの街であることが感じられないため、雰囲気作りに取り組む必要がある。ディズニーリゾートの最寄り駅である舞浜駅は、電車を降りるとディズニーリゾートを感じられるため、白子駅もそうならなければいけない。これまではF1グランプリが開催された際に、当協会は鈴鹿サーキット内で物販を行っていたが、今年は白子駅前で物販を行ったほかキッチンカーを呼び、駅前の賑わい創出に取り組んだ。
- ・鈴鹿市は食べ物、土産物が弱い。近隣の四日市市や津市は有名な食べ物があるが、鈴鹿市にはあまりなく、市内在住者も鈴鹿の食べ物を聞かれても答えられないのが現状。そのため、まずは地元で話題になるものが出てくると良い。清水清三郎商店の日本酒「作」は全国に広がった。同社の「鈴鹿川」は地元限定流通でもあり、関東に持っていくと物珍しさから大変興味を持たれる。今あるものでも見方を変えるとチャンスが生まれてくるため、様々な工夫をしていくべきである。
- ・日本茶の生産が盛んな三大産地に「静岡県」、「鹿児島県」、「三重県」が挙げられ、鈴鹿市の茶園面積は県内第1位を誇る。鈴鹿抹茶のお菓子などを販売しているが、知名度は低いのが現状である。
- ・お土産を開発してほしいと事業者頼むのは簡単であるが、観光客の増加や販路の確保をしないと売上が伸びず、生産者の負担となってしまうだけである。当協会では、イオンモール鈴鹿と協力して、イオンモール鈴鹿の地産地消売り場に当協会の会員の商品をおけるように販路拡大に取り組んでいる。まずは市内で売れるようなインナーセールスが絶対的に必要である。
- ・市内の食品事業者とラグビー「三重ホンダヒート」がコラボしたお土産の販売を開始したところ、観戦客に購入していただいている。商品を新たに開発することも重要であるが、今ある商品の販路を如何に作っていくかを考える必要がある。
- ・鈴鹿商工会議所が中心となって「鈴鹿ブランド」としてブランド認定を行っている。ブランド認定をするのは簡単であるが、売上増加につながる販路がないと結局誰も応募しなくなり失敗に終わるだろう。当協会では、新しく事業を始めた人や設立して間もない企業の販路開拓のきっかけとなる取り組みとしてマルシェなどを開催し、販売チャネルの提案を行っている。
- ・鈴鹿市は川遊びなどで来る人はいるが、キャンプ場等の宿泊施設の老朽化が進んでいる。コロナ禍で一大ブームとなっているグランピング施設を開設するにしても、鈴鹿は山の麓まで行く道が細いため交通アクセスの面から難しい。また、三重県最北の海水浴場もあるが、伊勢志摩の海があるのにわざわざ鈴鹿の海に来る人は少なく、現在はコロナの影響で海開き自体もしていない。
- ・観光地の分類としては、イベント型の観光地であるが、F1の時期など1日で年間の収益を稼げる訳ではない。恒常的にお金を生む仕組みが必要。
- ・鈴鹿市は食べ歩きができるような所もない。神戸に昔ながらの建物が並んだ道があったが、その建物を取り壊してしまっているため今から街歩き観光の仕組みをつくるのは難しい。
- ・伝統産業会館と文化施設の休館日が相違しており、統一してもらいたい。観光協会として、観光客への案内がしづらく、旅行者も回り難い。
- ・千代崎地区では釣りに来る人が増加しており自動車のナンバーを見ると愛知県からが多い。現状は釣り人たちの路上駐車に対する苦情が市へ多く寄せられているほか、市内には遊漁船もないため魚

が流出していくというマイナス面ばかりで、市内でお金が生まれていない。釣り人にPRをしている訳でもないのに市内へ来てくれていることをプラスに生かすための検討・取り組みが必要である。

■「ブレッジャー」などのビジネス交流を生かすことについて

- ・鈴鹿市はビジネスで訪れる人が多いため、数時間から1日、レンタカーを使ってなど様々な条件の観光コースを提案すべきである。ただし、市内を巡るのに公共交通機関を使ってというのは難しい。

■インバウンド増加のためのアピールについて

- ・鈴鹿サーキットで3年振りにF1日本GPが開催されたが、まだ政府による水際対策が緩和されていなかったため海外メディアの方が中心で外国人旅行者は少なかった。現状、国際レース以外にインバウンドを期待できるものは少ないのではないかと。
- ・インバウンドに対する取組について、三重県には専門の課があるが鈴鹿市にはない。市としても県にどうすれば良いか頼るなど、協力を要請することも必要。
- ・白子駅前フリーWi-Fiが使用できない時点でインバウンドに対応できていないと言える。
- ・F1開催を通じて多くの外国人が来ているが、多言語対応で困ったことはない。なお、多言語対応をしているからといってインバウンドが増えるとは考え難い。まずは魅力を創出する必要。

■近隣市町と連携した広域観光の現状と課題、推進のために必要な取組

- ・北勢地域の様々な観光コースを提案するなど、周遊観光の推進に向けた取り組みを検討していく必要がある。行政としては、北勢地域の10市町が運営する「北伊勢広域観光推進協議会」の活動があるが、観光協会同士の連携はみられない。北勢地域全体として入込客数を増やしていこうという動きがあれば、当協会も積極的に協力したい。

■歴史的資源、自然資源を活用したリピーターの獲得に必要な取組

- ・車がないと行けない所ばかりなので、やはり観光コースのようなものが必要である。各資源を回れるようなルートを上手く作る、道程の提案など、来てもらいやすいような取組が必要である。

■効果的な情報発信について必要な取組、連携など

- ・10年程前までは観光マップのチラシを毎年2万枚程度増刷していたが、ここ数年はしていない。観光客の情報の取得方法もインターネットやSNSへ移りつつあり、情報を入手する側の手段がデジタルに変わってきた。そのため、SNSの取組は絶対外せないものである。
- ・当協会ではインスタグラム、ツイッター、フェイスブックを用いて情報発信を行っている。アクティブな更新をしなければいけないと思っているため、インスタグラムは毎日更新している。注目度を上げるのに、フォトコンテストやプレゼントキャンペーンなども行って来た。各SNSでユーザ

一が全く異なるため、ただ発信すれば良いということではない。閲覧者を分析し、ターゲットに合った情報を届けなければならない。ターゲットを絞って有料広告を打つなど、SNSにお金をかけることも必要である。

■行政へ期待すること

- ・2020年3月に策定された「鈴鹿市観光振興方針」にインバウンドに関することは記載してあるため、それを実行に移してほしい。計画を立てるだけでなくその後が大事で、実際どのように活動して如何に実行していくのが重要。
- ・行政と観光協会は今も協力しているが、産業の分野では役所が異端となってほしい。役所的な考えでなく、事業者側や民間側に立って、役所の中でも積極的な意見を発言するような形で進めていってもらいたい。
- ・官民連携も必要だろう。観光に付随するお土産、食においても、観光協会や行政だけでできることは限られている。市内事業者と一緒に実施していかなければならない。当協会と企業との連携はあるため、役割分担して一体として取り組んでいきたい。

■観光協会（鈴鹿市の観光）が目指す姿・展望（2031年）

- ・観光協会の定款に記載の事業の目的に従い、観光事業の振興や地方文化、産業経済の発展に資することであれば何でもやっていきたい。
- ・来年、再来年においてもコロナの感染やその影響はまだ残っていることが考えられる。計画がいきなり崩れるなどのアクシデントに対して、柔軟に対応できるようにしていかないと生き残っていけない。コロナ禍で如何にやっていくかを考えることが重要である。

■目指す姿を実現するために観光協会が取り組むべきこと

- ・様々な変化に柔軟に対応できるよう事業者との連携を深めていかないと対応が難しく、観光協会だけではできない。例えば、飲食のイベントを計画していた時に、店内の飲食はできないが、キッチンカーであれば開催できるということがあり、事業者の協力を得て対応できた。普段から事業者との付き合いを深め、アンテナを張って柔軟に対応できるようにしておくことが必要ではないか。