

第2回 (仮称) 伊賀市観光振興ビジョン策定検討委員会
事項書

日時：令和3年7月27日(火) 14:00～

場所：ゆめぼりすセンター2階 大会議室

1. 開会
2. 第1回ディスカッションのまとめ
3. 委員プレゼンテーション及びディスカッション①
メナード青山リゾート 柳生 厚義 委員
4. 委員プレゼンテーション及びディスカッション②
いがグリオ実行委員会 榎 太基 委員
5. 数字で見る伊賀市と観光産業
6. その他

(仮称) 伊賀市観光振興ビジョン策定検討委員会 委員

#	枠	名前	ふりがな	所属	第2回委員会	業種名	備考
1	1号 観光協会	木根 英男	きね ひでお	株式会社きねや	欠席	飲食店	
2	1号 観光協会	浅野 正嗣	あさの まさし	伊賀の京丸屋	出席	小売業	
3	1号 商工会議所	山口 真由子	やまぐち まゆこ	ダーコラボラトリ	出席	専門・技術 サービス業	
4	1号 商工会議所	長島 祥行	ながしま よしゆき	株式会社ミヤマトータルイノベーション	出席	生活関連 サービス業	
5	1号 商工会	柳生 厚義	やぎゆう あつよし	メナード青山リゾート	出席	宿泊業	
6	1号 商工会	松田 美紀	まつだ みき	初恵美容室	出席	生活関連 サービス業	
7	2号	三橋 源一	みつはし げんいち	共衛	出席	宿泊業	三重大学大学院 人文社会科学 研究科 地域文化論専攻 忍者・忍術学修士号
8	2号	榊 太基	さかき たいき	いが☆グリオ実行委員会	出席	その他	シティプロモーション活動
9	3号	池澤 良武	いけざわ よしたけ	銭湯 池澤湯	欠席	生活関連 サービス業	公募
10	3号	中川 智仁	なかがわ ともひと		欠席		公募
11	4号	神田 昌典	かんだ まさのり	株式会社三重旅行サービス	出席	生活関連 サービス業	
12	4号	西川 裕介	にしかわ ひろすけ	株式会社NOTE 株式会社NOTE伊賀上野	出席	宿泊業	NIPPONIA伊賀上野
13	4号	佐野 裕子	さの ゆうこ	日本航空株式会社	〇L	航空運輸業	忍びの里伊賀創生プロ ジェクト会議
14	4号	勝原 みどり	かつはら みどり	北伊勢上野信用金庫	出席	金融業	

(事務局)

	所属	役職	氏名	第2回委員会	備考
1	伊賀市産業振興部 観光戦略課	課長	川部 千佳	出席	
2	伊賀市産業振興部 観光戦略課	誘客推進係長	辻本 康文	出席	
3	伊賀市産業振興部 観光戦略課	誘客推進係	猪口 陽平	出席	
4	株式会社イマイシス		多久和 敦志	〇L	地域活性化起業人
5	株式会社キカクラブ		児島 永作	欠席	地域力創造アドバイザー

第 1 回（仮称）伊賀市観光振興ビジョン策定検討委員会 議事要旨

■日 時：令和 3 年 7 月 2 日（金）9:00～12:00

■場 所：市役所本庁 501 会議室

■出席者：※敬称略、OL：オンライン対応

〔委員〕 木根 英男、浅野 正嗣、山口 真由子、長島 祥行、柳生 厚義、松田 美紀、
三橋 源一、榎 太基 (OL)、池澤 良武、中川 智仁 (OL)、神田 昌典、西川 祐介 (OL)、
佐野 裕子 (OL)、勝原 みどり / オブザーバー 日本航空 鈴木氏 (OL)

〔事務局〕 伊賀市産業振興部 東 弘久、堀 久仁寿、〃 観光戦略課 川部 千佳、辻本 康文、
猪口 陽平、(株)イマイシス 多久和 敦志、(株)テイコク 南 雅

■議 事：

1. 挨拶
2. 委員の委嘱、自己紹介
3. 委員長及び副委員長の選任
委員長：神田 昌典氏、副委員長：勝原 みどり氏 を選任
4. (仮称) 伊賀市観光振興ビジョンについて (諮問)
5. 協議事項
 - ① (仮称) 伊賀市観光振興ビジョン策定方針 (案) について …承認
 - ② 本委員会の進め方について ……承認
 - ③ 伊賀市の観光に係るデータについて
— 休憩 —
 - ④ 観光振興ビジョンの策定にあたって (課題) ……意見なし
 - ⑤ ディスカッション ……要旨は下記参照
6. その他 … 次回日程は、調整後に事務局から案内

■観光ビジョンの策定にあたって / 多久和氏

- ・伊賀市に縁のある松尾芭蕉が言う「不易流行」が本ビジョンの基本的な考え方に相応しい。
- ・伊賀市の市場ポテンシャルについて、20～70 歳代の男女に実施した調査から全国の人口 3 万人以上の 1,000 自治体における相対的位置づけをみると、以下の通り。

総合魅力度：155 位（① 認知度：220 位、② 情報接触度：231 位、③ 観光意欲度：
172 位、④ 居留意欲度：257 位、⑤ 産品購入意欲度：291 位、⑥ 食品想起率：415
位、⑦ 食品以外想起率：128 位）

以上より、伊賀市は「市場が求めるイメージづけが弱い」、地域イメージに対する食の想起は影響が大きい中、「食品以外の順位は比較的高いので、食品想起率を高めれば、総合的な優位性が高まる」など、「来訪先を選ぶ際、伊賀市を選択肢に入れる伸び代は

有りそう」、観光客へのアンケート調査からも、「食事場所が少ない」「土産を買える場所が少ない」「移動手段や案内が不十分」「夜に行ける施設がみつからない」等の意見もみられ、今後は、観光スポットを点から線へ拡充し、魅力的なモデルコースや一泊二日の滞在プランを描けることが重要となる。いわゆる「個別スポット堪能型」を目指し、伊賀市に「着いた時点でテンションが上がる」、「ワクワクの連続」、「気分のモチベーションをつなげる」ことが重要であり、観光客目線で理想の「滞在イメージ」、「思い出のコト・サイクル」をシェアできることが求められる。

〔初回ディスカッションのテーマ〕

- ・「未来志向」：ダレ得、誰の何の幸せを大事にするか。
- ・「必然性」：なぜ、伊賀市がそれを目指すのか？伊賀市で成立するストーリーを共有する。
- ・「何を」：具現化のために何をするか。社会・ユーザーのニーズから考える。
上記を踏まえ、10年後の伊賀の未来について考えてみる。

■ディスカッション（委員の発言要旨）

神田委員長：将来の伊賀について、「こうあったらよい」、観光からまちづくりまで、夢を伺いたい。

木根委員：サービス業を未来志向で捉えると、社会がどうあればよいかを考えること、共感トレンドとして、観光をテーマに自分たちがどうありたいかとともに、周りがどうあって欲しいと思っているか、その上で伊賀がどうなるか、子どもたちが育つ地域社会でどのような価値観で育っていくかといったことを考えた。ちょっとした思い遣りが観光まちづくりの原点かとも思える。外から来る人にどういう意識を持つかをまず大切に、次に街歩きについては観光客とともに地元の人々が生活を楽しめることも重要な視点であると思う。

浅野委員：3年前に関東から移住してくる前、観光客の一人として伊賀に来た際は市内の観光は1時間で終わり、土産も見つからず赤福を買った記憶がある。外国人観光客が忍者を楽しみにしつつ、土産に失望していたことも印象的で、インバウンド需要が戻るまで耐えるのではなく、京都のように、日本人が行きたくなるまちを目指すべきと考えている。移住してきて感じるのは市民が観光まちづくりを求めるのか、ターゲットは地元客も含むのかはシビアな問題である。複雑な取り組みの中で、自身の課題でもある土産物の盛り上げに取り組んでいきたい。

山口委員：私は、上野の街中で生まれ育ったが、かつては多様な店があることで生活が成立していた。今は郊外の大型ショッピングセンターを週末に訪れ、街中で買い物をするのもほとんどない。かつてのような街になったらよいと思っていて、そのために空き家等を活かさないかと考えている。

長島委員：私は、「こうあって欲しい」という将来像を描けていない。市民としては、郊

外で住んでいると伊賀が目指すべきは観光地よりも「ほどよい住み易さがあるまち」という思いが強い。市民がどう考えているかも今後の課題であり、業務としてこれまでは「市民を外へ」という意識が強く、「外から伊賀へ」の意識は低かった。最近では着地型観光を考える中で、インバウンドの動きをみると、伊賀市は忍者屋敷や伊賀上野城を主として、京都から宿泊地である名古屋への立ち寄り地である。実際歩いてみると移動距離が長く、その経路に楽しめるものがないので1日楽しめない。バス会社の視点で言うと、大型の駐車場が中心にあり、人を集めて土産屋を配置、少し歩けば楽しめる場所があればよい。普通の観光地として集客を高め、その上で特色が出せればよいのではないか。

松田委員 : 上野市街が観光地として考えやすく、日常でも域外から来訪した観光客から案内を求められることが多い。域外から来た方に対する案内を増やしたほうが良い。これに旧伊賀町の神社・仏閣等への立ち寄りが増えれば、旧上野市内以外にも観光地ができるのではないか。

柳生委員 : 私の居住地は名張市であるが、伊賀市は観光地としてポテンシャルは高いと思う。米や酒、牛等の全国でも胸を張れる資源もある。こうした中で、市民がこれ以上の観光発展を望むのか、観光関連事業者が本気で一致団結して観光振興に取り組めるかが課題である。キャパオーバーといった影響も懸念される場所である。伊賀市内ではビジネスホテルが台頭しており、リゾートホテルや観光旅館というコンテンツが弱く、観光客から観光のまちと捉えられづらいところもある。市民が観光地への変化を望んでいるかも含め方向性を定めていく必要がある。

三橋委員 : 私が郊外の阿山に住んでいる視点でみると、忍者は自存自衛ということで、観光はいらないというのが正直な話であるが、祭りや行事等の応援を頂けると助かるという意識。住んでよいまちは、過去から学べることも多く、近年のSDGsは持続可能な社会がある伊賀において、今後、田舎に住みたいと考える人向けに自然に囲まれた強いコミュニティを学ぶ場所としてPRできそうな気がする。10年後は忍者の活動をしている人たちも70歳代を超え、農作業の担い手でも世代交代が求められる。特に、現在の80歳代後半の農の技や良さを経験している人々がいなくなる前に、継承することが重要と考えている。こうした田舎暮らしの知恵は、災害時の生き残り方、備蓄や断食等の先人の生き方をこれからの暮らしに活かせる、こうしたことが伊賀ではできる。世界的な異常気象の中、災害産業においても日本はトップクラスとなっていくので、そのうちのサバイバル術とも位置付けられる忍術は、観光と暮らしを繋ぐ、重要なキーワードと感じている。

池澤委員 : 私はサラリーマンを辞めて10年が経過する。10年前の伊賀に対するイメージは、忍者を素材としてもっと観光振興ができると思っていた。中之立町通りは

忍者フェスタ等で非常に集客があった。(中之立町通りは)自分たちで仕掛け、15年掛けて盛り上がりを見せていた。多くの人が伊賀を訪れる中で、食事する場がないとの意見を聞いて、うどん屋を始めた。まだまだ、やり方次第で人を集められると思っている。まずは、食べ物の魅力を高めること、この他にも現在はできていないが授乳スペースの整備ニーズにも応えてきた。また、次世代の人材育成も、私の娘が忍者の殺陣教室を始めるなど頑張っている。店には英語圏のインバウンドも訪れていたが、携帯端末での英会話ソフト対応など、普段からできることに取り組んでいる。何より、面白いこと、面白い人と評価されることが大事である。伊賀市が観光まちづくりを進める際、ライバル市を見つける事、例えば、甲賀市や奈良市等の忍者のまちと比較して優位性を保つことが重要であり、場合によっては、こうした自治体と協働することも必要と考えている。私は、忍者や松尾芭蕉の勉強会も行っているが、市民が気軽にこうした勉強会に参加できるようになることが重要であると思う。

中川委員 : 私は、伊賀上野城の周りを忍者通りとし、歩行者天国にすればよいと思う。忍者に拘らず、時代の一貫性を保つ中で甲冑や着物等を活用すればよいのではないか。こうした取り組みに地元の白鳳高校生など、10代の若者による魅力あるコンテンツづくり、若者を中心とした観光客自身によるSNS発信にも期待したい。さらには、伊賀上野城に定点カメラを設置し人の動きを配信、出店を促してはどうか。旧上野市庁舎跡の図書館利用においては、立地環境の良さも活かし、観光客の立ち寄り拠点とすることも有効と考える。

西川委員 : 先ほど紹介された「不易流行」は、私の事業も併せて伊賀にマッチしており、伊賀の良さを伝えられそうである。日常業務の中で感じることは、観光業と非観光業の関係者間の分断が大きいことである。住民は人が外から来ることに否定的な感じもするし、来街者が移住・定住者につながっていく点からも住民の幸せを考える上でも、住民の観光客受け入れに関する啓発活動は重要と感じている。今後、観光まちづくりを進めるにあたり、尖ったビジョンが重要となるが、伊賀を一言で言い表せ、共有できるコンセプトが必要となろう。

佐野委員 : インバウンド対応について検討する場合、誰の、何のための幸せかを考えるには、住民を抜きには考えられない。忍者や歴史・文化を住民が誇りに思うことはあるので、観光目的として位置付けられるとよいのではないか。人口減少や後継者不足の中、10年後のあるべき姿において、移住者の増加は必要であり、修学旅行生等にも影響すると考えられるコンテンツを創り、磨くことが重要ではないか。子どもたちがリピートする意識を持つことで、家族との再訪につながるなどして、伊賀のファンが増えれば観光まちづくりの土台ができるのではないかと考えている。

鈴木 obs : 持続的な観光振興には、根本に地元の人が楽しめることが重要となる。いきな

りは難しいが、徐々に地元の人たちを巻き込めると他所からの人を呼び込めるのではないか。伊賀に観光に来て滞り時間が短いことが指摘されることから、宿泊施設の問題や夜・朝の楽しみ方等の改善も課題となる。こうした取り組みによって地域の経済効果向上にもつながるのではないか。

勝原副委員長：地域には、観光と居住の両方の側面が重要である。ここで育った人が自慢できること、空き家の多さは寂しいし、人通りが多いまちを望みたい。伊賀には城があることが観光まちづくりのポイントの一つである。良いところを発信し、先ほど紹介いただいた地域ランキングも個人的には思った以上の感じであり、今後の伸び代も期待できよう。住むのも来てもらうのもよい所として、伊賀市のポテンシャルは高い。良い所の移動を工夫し、子ども連れにも満足してもらえるよう、ワクワクが続けられることが重要と考える。

神田委員長：私は上野の丸の内に住んでいた時から伊賀に親しんでいる。子どものころは当時のジャスコやニチイへ行くことが楽しみであり、ほかにも天神さんを歩くだけでワクワクした思い出がある。社会に出てからは、海外赴任も経験し、7年前に帰国したが、まちによって歴史・文化の発想が異なることを実感した。自然環境を嫌い、歩くことを厭う人もいる。観光を気嫌いする人は世界中のどこにでもいる。ハワイもコロナ禍において観光ニーズが好転する中、住民の中には観光客がいらぬと言う人もいる。観光地として成り立っているか、住民の意識も含めて判断する必要がある。住民が住み易く、観光客をウエルカムとするには、住民の意識改革が必要となる。観光を生業とする人達がいる中で、伊賀で生活が成立した時代からITの進展で消費環境も変わっている。コロナ禍で観光業が低迷する中、どうすればよいかを真剣に見直す時期を迎えていると認識している。伊賀の小学生は、教育旅行で京都・奈良、三重県内ではスペイン村に出向いていたが、私は、事業の中で教科書では学べないことを地域の人から学ぶことを提案している。人と接する部分がリピーターを生み出す重要な要因となっている。伊賀の観光は、街中が中心であったが、これからは、地域の人たちが伊賀を知り、学ぶことが観光につながるのではないかと考えている。今後の観光まちづくりは、生活の中で地域の人と交流すること、そこから移住・定住にもつながる視点に基づき、地域産業の担い手がワンチームとして安定することが最も重要と考えている。5年、10年後を見直すために課題解決を進め、観光について地域の人たちに知っていただくことが大切と思っている。今回は、一回目であるが、今後は皆さんの意見を伺いつつ、ビジョン案を取りまとめていきたい。

事務局：観光まちづくりは、多様な見方が求められる。地域の持続可能性を高める一つの視点として活用していく中で「旅住包摂」は一つのキーワードと考えている。今回は、月1回の開催を目途に定例会議を予定することが難しいようであれ

ば、事務局でその都度、会議日程を調整し案内していきたい。

神田委員長：今回は、初めて会った方々もおられたが、今後は、伊賀の観光振興について楽しく意見交換し、今後につなげていきたい。本日は、ありがとうございました。

以上

第 1 回テーマ「不易流行」

- 地域ブランド力調査の結果にみる、現在の伊賀市の相対的な位置
- 地域に根付く資源（普遍的価値）と市場原理（相対的価値）

委員の視点

- 市民（地域住民）が観光に何を・どこまで期待するのか・しているのか
- 市民意識としての分断・境界線
 - 地域間（中心市街地－旧町村部）
 - 政策間（観光の町－住みやすい町）
 - 市民間（観光発展－現状維持）
 - 事業者間（観光発展－現状維持）
 - コンテンツ間（忍者－忍者以外）
- 時代の変化への期待と実感
 - 人口減少への対応（関係人口・移住者）
 - 事業承継
- 伊賀のアイデンティティの再評価、再発見

まとめ

- 地域間競争において、選ばれる自治体になるためには、地域資源の磨き上げと市場へのアプローチ（不易流行の考え方）が重要
- 取組検討段階（どの地域資源を・どうやって）において、地域ブランド力調査などの相対的スコアを一つの指標とすることが効果的
- ただし、具体的な取組検討に入る前に、市民（地域住民・若者・事業者）との「何を・どの程度・どうしたいか」「こうあってほしい」といった、基本的な方針に関する全体的な対話・合意形成が必要
- 地域全体の対話・合意形成を促進させるためには、市民が自ら伊賀のアイデンティティを再評価、再発見する必要がある。

第2回のテーマ

観光に対する市民の意識、シビックプライドの醸成

ねらい

ビジョン策定にあたり、このまま観光を「邁進する」という方向性で本当に良いのか。市民が観光に求める期待値には疑問が残る。一方で、社会情勢や価値観の変化、それらに伴う地域の世代交代や事業承継の促進により、伊賀市が新しい時代において選ばれる観光地になりうる可能性に着目すると、それに多くの市民がまだ気づいていないだけかもしれない。

プレゼンター

① 柳生 厚義 委員（メナード青山リゾート）

市外観光客を対象とした観光事業を展開する事業者にとって、「市民」がどのように見えているか。市民とどのようにコミュニケーションを取っているか。どのような関係性の構築を期待しているか。

② 榊 太基 委員（いがグリオ実行委員会）

市民（特に子供）を対象としたキャラクター活動を長年続けている方にとって、市民とのコミュニケーションの重要性、課題感などをどう捉えているか。市民のアイデンティティや観光の捉え方の肌感覚はどうか。

メナード青山リゾートと伊賀市（伊賀市民）との関係について

2021年7月27日

メナード青山リゾート 柳生

・メナード青山リゾート

創業 1977年4月 現在44年目

運営 日本メナード化粧品（愛知県）

事業 宿泊、飲食、ゴルフ、創作体験、スポーツ、温泉、エステティック

・弊社の立地 <伊賀市最南「霧生」 伊賀市と津市の境>

関西、東海の中間に位置 標高600m 「関西の軽井沢」

車で 大阪から 約2時間 愛知から 約2時間

上野市駅から 約50分

・地域別宿泊割合（2020年度）

関西 55% 東海（三重含む） 40% 他 5%

・伊賀地域の方 利用人数（2020年度）

2020年度 宿泊 約300名 日帰り 約1,000名

・利用の目的

非日常 <都会の喧騒から離れた大自然>

エステティック <日本メナード化粧品>、ゴルフ

総合リゾート <宿泊、温泉、体験、プール、スポーツ施設などの複合施設は希少>

観光 <伊賀、伊勢神宮>

・弊社と伊賀市民 現在の関係性（地域活性化の取り組み）

地元からの従業員採用 <地元高校、シルバー人材センター、地元の方々> 約60名

地産地消の推進 <食材（お米、お酒、お肉）、お土産>

地域イベントの企画・開催 <霧生地区、矢持地区、伊賀鉄道様、上野ガス様など>

地域ブランドの促進 <伊賀ブランド、観光地各所、飲食施設、企業様>

施設のご利用 <宿泊、日帰り（ランチ、温泉、ハーブガーデン）>

数字で見る伊賀市と観光産業

伊賀市 産業振興部 観光戦略課

観光を「産業」捉えるときの国の考え

日本の産業分類には「観光産業」は存在しないため、国の調査では次のように定義

観光産業とは

平成24(2012)年観光庁「観光地域経済調査」より

- 観光産業とは、UNWTO(世界観光機関)が「観光統計に関する国際勧告2008(IRTSS 2008; International Recommendations for Tourism Statistics 2008)」において観光客に対して直接商品の販売又はサービスを提供する産業と規定されており、それに掲げられる通りに分類を行っている。なお、本調査では、このうち幹線輸送については除いている。

観光産業業種分類	調査対象分類
宿泊サービス	旅館、ホテル、簡易宿所、会社・団体の宿泊所、他に分類されない宿泊業
飲食サービス	食堂、レストラン(専門料理店を除く)、そば・うどん店、すし店、酒場、ピヤホール、バー、キャバレー、ナイトクラブ、喫茶店、日本料理店、中華料理店、焼肉店、その他の専門料理店、ハンバーガー店、お好み焼・焼きそば・たこ焼店、他に分類されないその他の飲食店、持ち帰り飲食サービス業、配達飲食サービス業
旅客輸送サービス	鉄道業(貨物を除く)、一般乗合旅客自動車運送業、一般乗用旅客自動車運送業、一般貨切旅客自動車運送業、その他の道路旅客運送業、外航海運業(貨物を除く)、沿海海運業(貨物を除く)、内陸水運業(貨物を除く)、航空運送業(貨物を除く)、駐車場業
輸送設備レンタルサービス	自動車賃貸業
旅行代理店その他の予約サービス	旅行業
文化サービス	興行場(別掲を除く)、興行団、博物館、美術館、動物園、植物園、水族館、神道系宗教、仏教系宗教、キリスト教系宗教、その他の宗教
スポーツ・娯楽サービス	スポーツ・娯楽用品賃貸業、その他の公衆浴場業、競輪・競馬等の競走場、競技団、体育館、ゴルフ場、テニス場、公園、遊園地
小売	百貨店、総合スーパー、その他の各種商品小売業(従業者が常時50人未満のもの)、呉服・服地・寝具小売業、男子服小売業、婦人・子供服小売業、靴・履物小売業、その他の織物・衣服・身の回り品小売業、各種食料品小売業、野菜・果実小売業、食肉小売業、鮮魚小売業、酒小売業、菓子・パン小売業、料理品小売業、他に分類されない飲食料品小売業、燃料小売業

産業大分類※上で、上記の業種が含まれる①運輸業・郵便業、②卸売業・小売業、③宿泊業・飲食サービス業、④生活関連サービス業・娯楽業を「観光関連産業」と捉える

伊賀市全体における観光関連産業の立ち位置①（売上高割合）

産業大分類別に見た売上高割合



- ・伊賀市の「観光関連産業」の売上高割合は県全体の割合を下回っている。
- ・運輸業、郵便業を除く3分類の売上高割合はそれぞれ伊勢市の半分以下となっている。

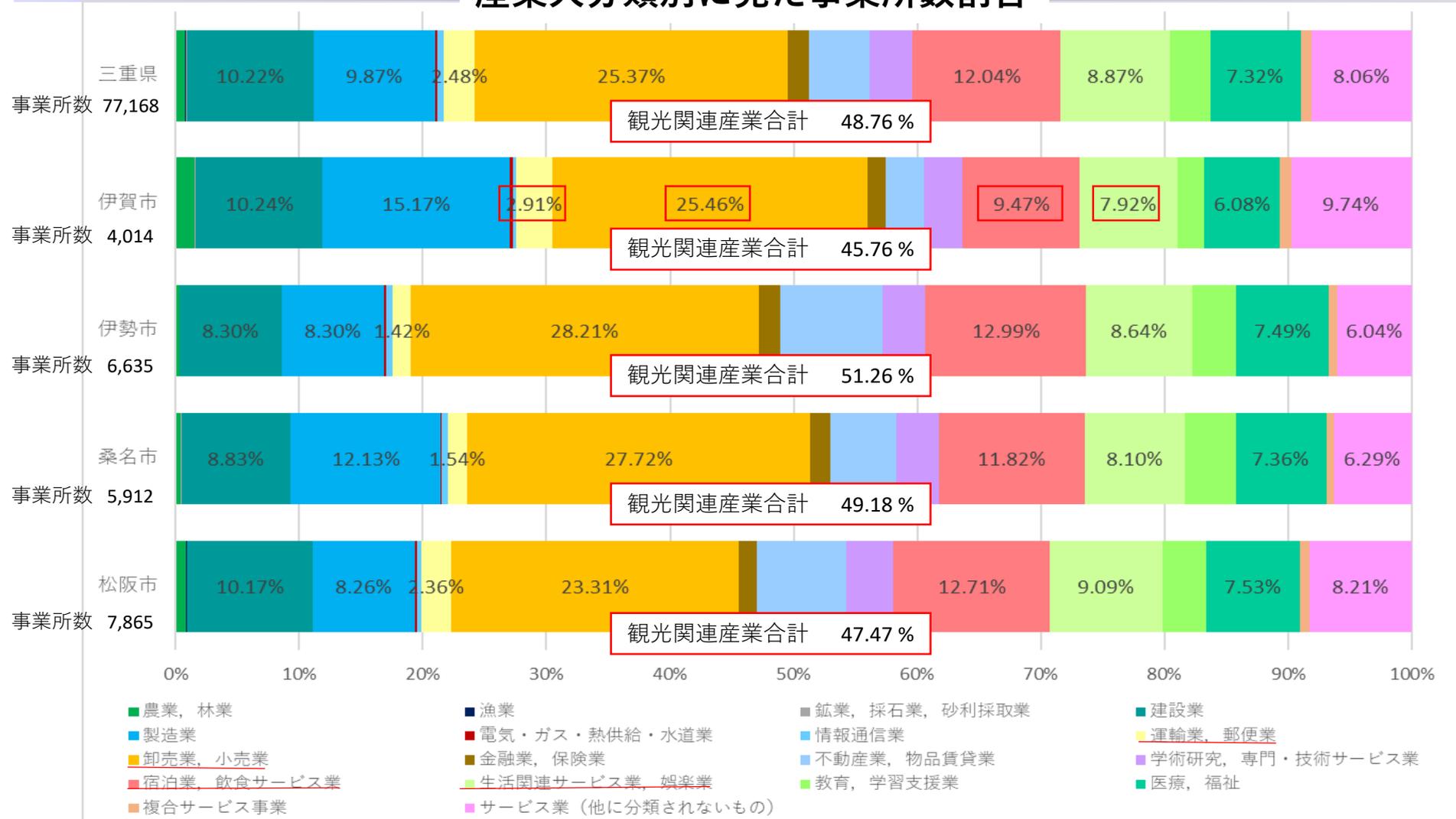
産業大分類別に見た従業者数割合



- ・「観光関連産業」としたすべての業種で比較した他の自治体以下の割合となっている。
- ・①売上高比較同様、製造業の割合が高く、全従業者数の4割超となっている。

伊賀市全体における観光関連産業の立ち位置③（事業所数割合）

産業大分類別に見た事業所数割合



・全体の割合は比較した他の自治体より低いですが、①売上高・②従業者数と比べ差は小さい。
 ・全自治体で製造業の割合が減少、製造業事業所は大規模な売上・雇用があることが分かる。

①売上高割合

- ・「観光関連産業」の売上高割合は比較した他の自治体の中で最も低い。
- ・製造業の割合が市全体の半分以上を占め、観光関連産業を合算しても製造業の半分に満たない。

②従業員割合

- ・「観光関連産業」の従業者割合は比較した他の自治体の中で最も低い。
- ・市内の全従業者数の4割超が製造業従事者。

③事業所数割合

- ・「観光関連産業」の事業所数割合は比較した他の自治体の中で最も低い。
- ・観光関連事業者は全国的に小規模事業者が多いが、伊賀市においてはそれが顕著。

まとめ

観光を産業と捉えた場合、

伊賀市は観光市とは言えない？

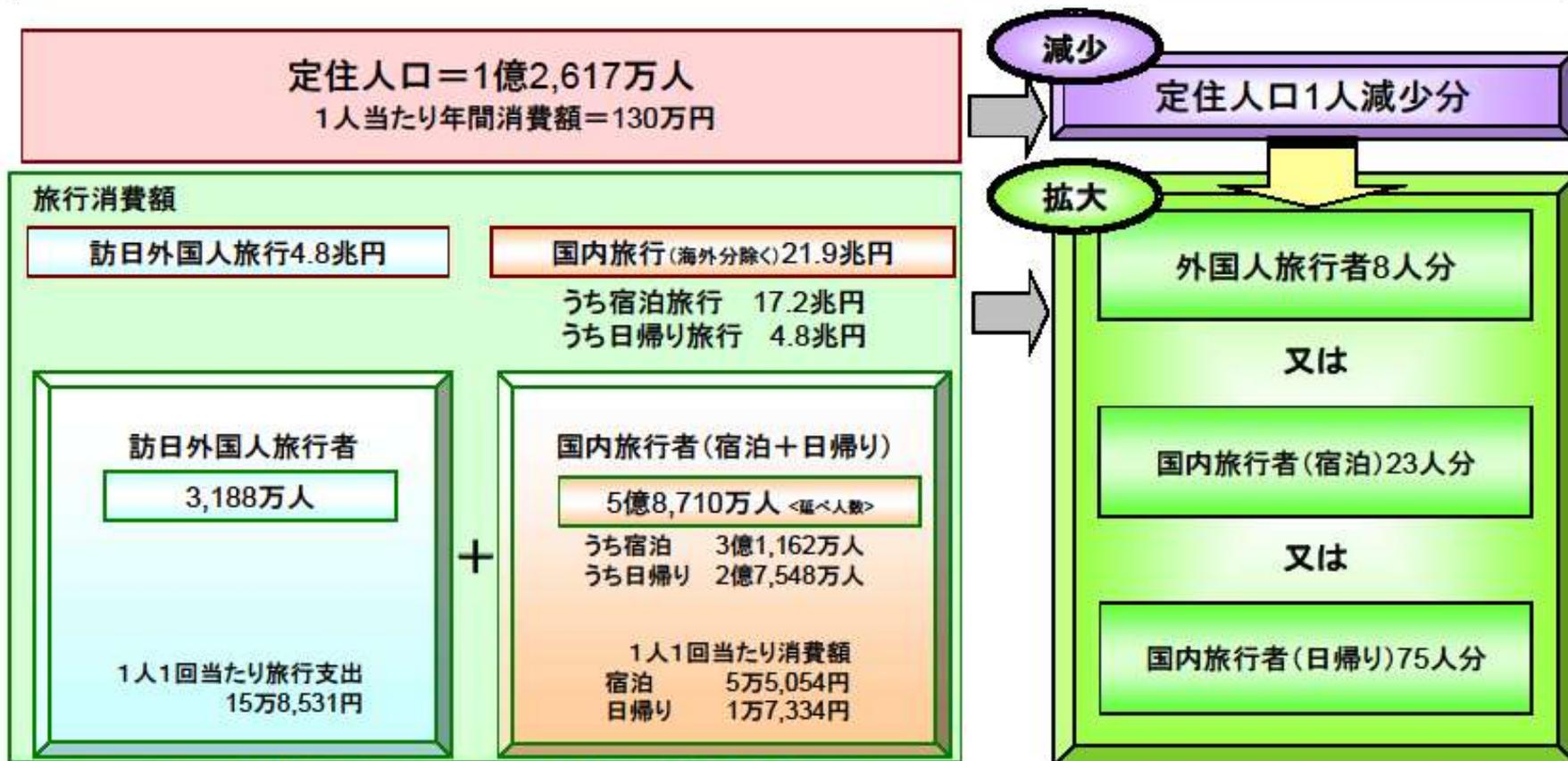
市内の産業のうち観光に関連する産業は売上、雇用のどちらの面でも弱く、伊賀市全体として「観光都市」としての成長しているとは言えない。

では観光政策を推進する目的は？産業振興？それ以外？

(参考) 各地がこぞって観光に取り組むのはなぜか？

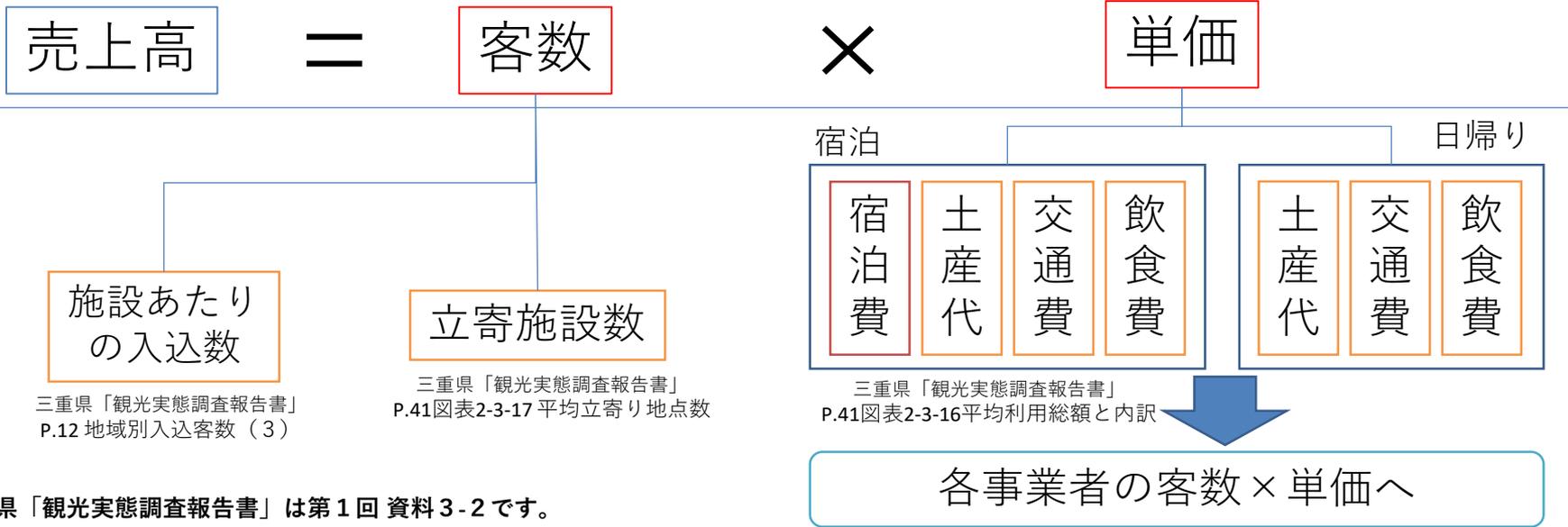
観光交流人口増大の経済効果(2019年)

○定住人口1人当たりの年間消費額(130万円)は、旅行者の消費に換算すると外国人旅行者8人分、国内旅行者(宿泊)23人分、国内旅行者(日帰り)75人分にあたる。



定住人口は2019年10月1日現在人口推計(総務省)、定住人口1人当たり年間消費額は2019年家計調査(総務省)による。
旅行消費額の訪日外国人旅行は訪日外国人消費動向調査(2019年)より算出、国内旅行は旅行・観光消費動向調査(2019年)より算出。
訪日外国人旅行者は日本政府観光局(2019年)発表数値、国内旅行者は旅行・観光消費動向調査(2019年)より算出。
訪日外国人旅行者1人1回当たり消費額は訪日外国人消費動向調査(2019年)、国内旅行者(宿泊/日帰り)1人1回当たり消費額は旅行・観光消費動向調査(2019年)より算出。
定住人口1人減少分に相当する旅行者人数は、定住人口1人当たり年間消費額を訪日外国人旅行者又は国内旅行者1人1回当たり消費額で除したもの。(※観光庁資料)

観光都市として成長するには（産業として）何が必要か？



※三重県「観光実態調査報告書」は第1回 資料3-2です。

○例えば...

	客数	単価	売上高
① 日帰り国内旅行者	4,000人	5,000円	すべて同じ = 2千万円
② 宿泊国内旅行者	1,000人	20,000円	
③ 訪日外国人旅行者	200人	100,000円	
④ 修学旅行の学生	20,000人	1,000円	

伊賀市の「観光」は何を目指していくべきか...

集客に力を入れて入込客数、立ち寄り施設数を増やしていく？

高付加価値な観光商品・観光サービスを多く提供して単価を上げていく？

それとももっと別の目的に観光資源を活用していく？