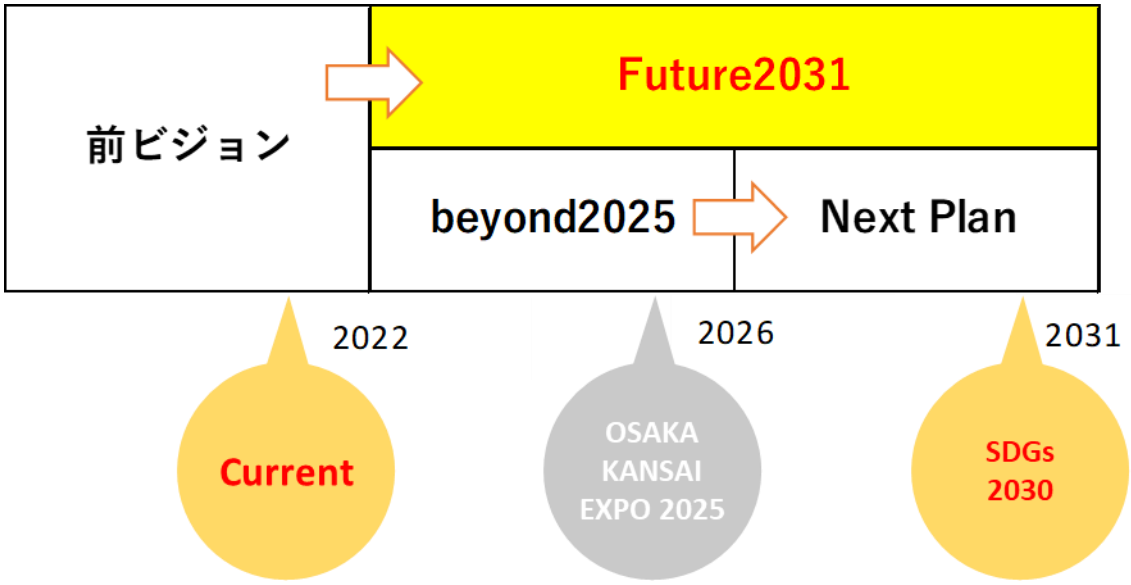
2.伊賀市における観光振興の将来像～Future2031～

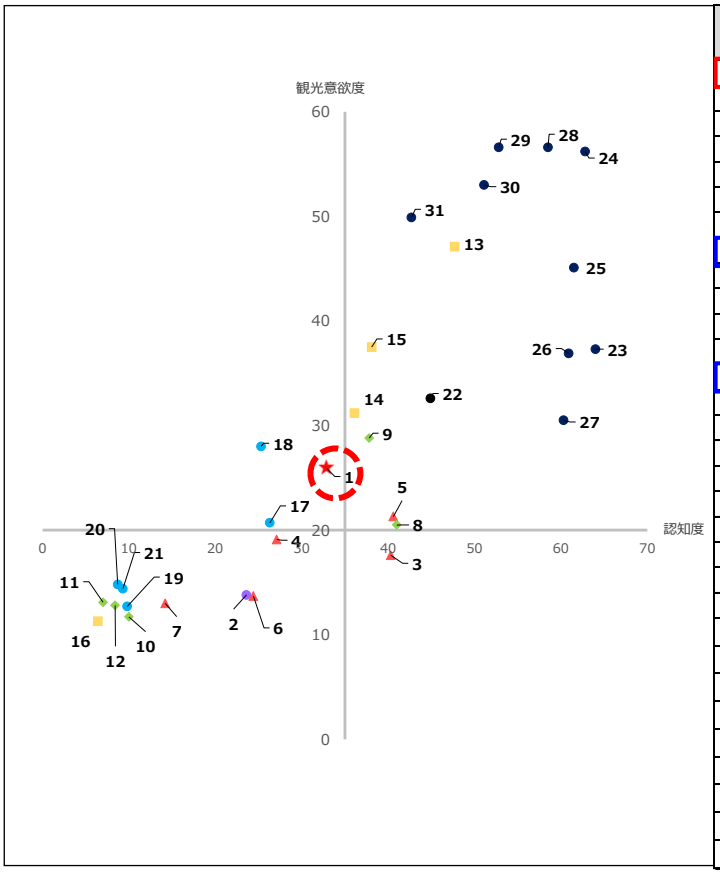


2.1. 伊賀市観光の現状と将来展望

2.1.1. 伊賀市観光のポジショニング（客観的評価）

- 観光まちづくりの成果＝地域の立ち位置を図る指標の一つに「地域ブランド調査」があり、その中で示される指標のうち、「認知度※1」と「観光意欲度※2」は相関関係にあると考えられます。
- 伊賀市及び三重県内自治体（調査対象のみ）並びにランキング※3上位の観光地の「認知度」及び「観光意欲度」の相関図を示します。

※1認知度…「どの程度知っているか」を5段階評価
※2観光意欲度…「観光や旅に行きたい」を4段階評価
※3ランキング…全国1,000の市区町村を対象（都道府県は47）



番号	都市名	エリア	認知度		観光意欲度	
			順位(位)	スコア	順位(位)	スコア
1	伊賀市	伊賀	220	32.9	172	25.9
2	名張市	伊賀	417	23.6	694	13.8
3	四日市市	北勢	112	40.3	420	17.6
4	桑名市	北勢	333	27.1	354	19.1
5	鈴鹿市	北勢	104	40.6	279	21.3
6	亀山市	北勢	400	24.4	702	13.7
7	いなべ市	北勢	723	14.2	765	13.0
8	津市	中南勢	97	41.0	301	20.5
9	松阪市	中南勢	146	37.8	124	28.8
10	多気町	中南勢	876	10.0	886	11.7
11	大台町	中南勢	976	7.0	754	13.1
12	大紀町	中南勢	935	8.4	785	12.8
13	伊勢市	伊勢志摩	34	47.7	10	47.1
14	鳥羽市	伊勢志摩	176	36.1	87	31.2
15	志摩市	伊勢志摩	142	38.1	32	37.5
16	度会町	伊勢志摩	989	6.4	914	11.3
17	尾鷲市	東紀州	354	26.3	293	20.7
18	熊野市	東紀州	377	25.3	136	28.0
19	紀北町	東紀州	888	9.8	801	12.7
20	御浜町	東紀州	925	8.7	601	14.8
21	紀宝町	東紀州	908	9.3	637	14.4
22	三重県		26/47	44.9	23/47	32.6
23	名古屋市		1	64.0	34	37.3
24	京都市		2	62.8	3	56.2
25	神戸市		3	61.5	13	45.1
26	大阪市		4	60.9	39	36.9
27	新宿区		5	60.3	100	30.5
28	札幌市		7	58.5	1	56.6
29	函館市		12	52.8	1	56.6
30	小樽市		16	51.1	4	53.0
31	富良野市		78	42.7	5	49.9

（出典：株式会社ブランド総合研究所「第15回地域ブランド調査2020」）

図 2-1　地域の認知度と観光意欲度

客観的な観光意欲度（期待）は比較的高く、観光市であるイメージを持たれている。

- 全国都道府県のうち、三重県は認知度26位、観光意欲度23位と中位にある。また、県内自治体をみると、全国1,000市町村のうち、県内で最も高い伊勢市が、認知度34位・観光意欲度10位、次いで津市が認知度97位（観光意欲度301位）となっています。
- 伊賀市は認知度220位・観光意欲度172位、他市も2項目ともに100位以内には入っていないが、

観光意欲度は100位台と比較的高くなっています。

- 観光まちづくりの目標設定において、定性的な目標と共に、「地域ブランド調査」の指標をはじめ、戦略の目標値を全国レベルで俯瞰し、観光まちづくり戦略に関わる人々が共有できる客観的かつ継続してＰＤＣＡサイクルを回せる指標を設定する必要があります。

2.1.2. 伊賀市の観光産業の現状

(1) 観光産業の定義

- 日本の産業分類には「観光産業」は存在しないため、観光を「産業」捉える際、国の調査では次のように定義しています。

観光産業とは

・ 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（IRTS 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，ビヤホール、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、一般貸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

※産業大分類とは日本の公的統計に用いられる「日本標準産業分類（平成26年4月1日施行）」で定められた４段階の産業区分のうち、最も大きな分類のもの

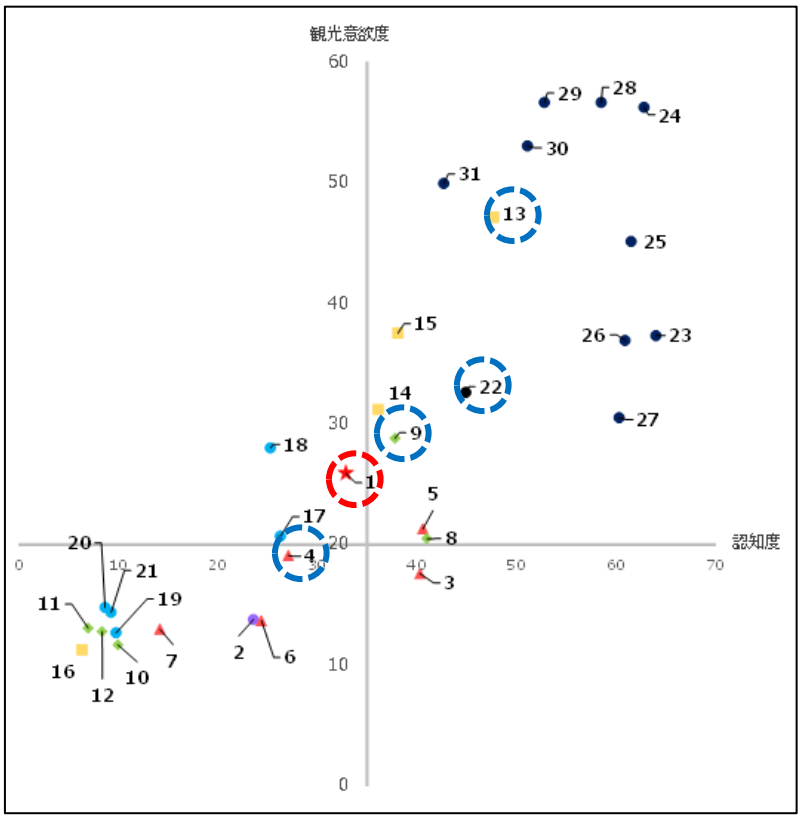
（出典：観光庁「観光地域経済調査（平成24年）」）

図2-2観光産業の定義

(2) 自治体間比較

- 伊賀市の観光産業の状況について、2.1.1.客観的評価において、当市に近い評価がなされ

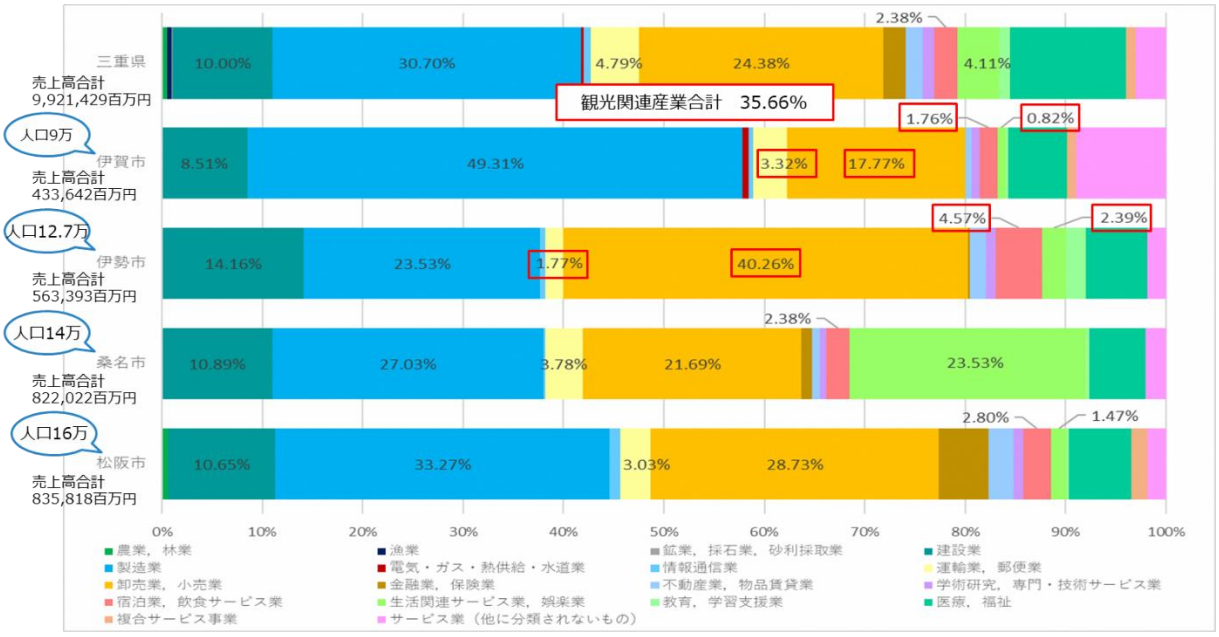
ている県内の他自治体と比較します。



比較自治体
4：桑名市
9：松阪市
13：伊勢市
22：三重県

1） 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ます。
- 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。

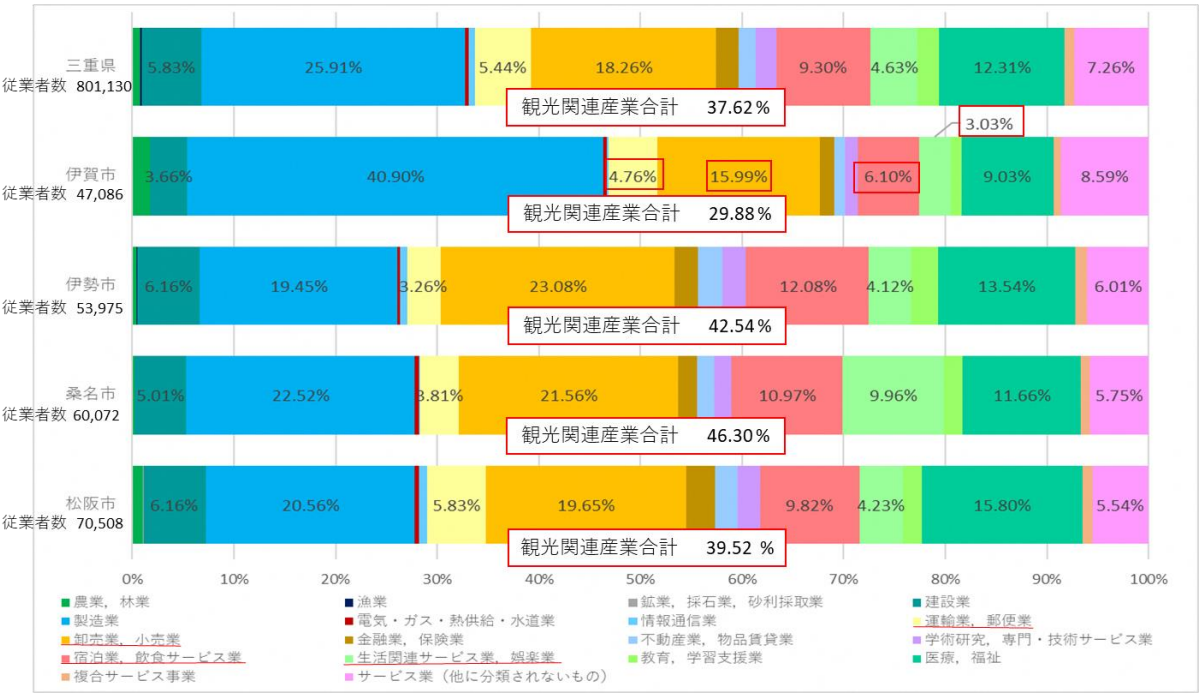


（出典：経済産業省「2016年経済センサス活動調査」）

図2-3産業大分類別に見た売上高割合

2) 産業大分類別に見た従業員数割合

- 「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ます。
- 売上高比較同様、製造業の割合が高く、全従業者数の４割超となっています。

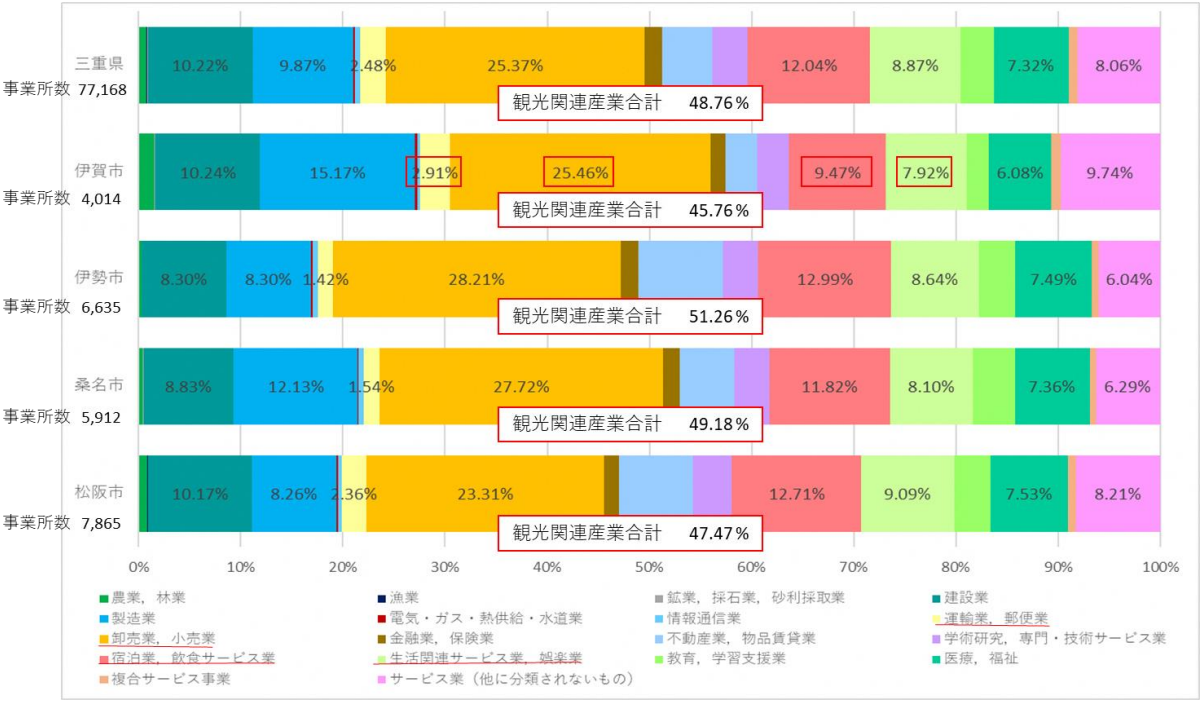


（出典：経済産業省「2016年経済センサス活動調査」）

図2-4　産業大分類別に見た従業員数割合

3) 産業大分類別に見た事業者数割合

- 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くなっています。
- 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ります。



（出典：経済産業省「2016年経済センサス活動調査」）

図 2-5　産業大分類別に見た事業者数割合

(3) まとめ

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）事業者数割合

- 「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。

経済軸でみると伊賀市では、観光関連産業の寄与率は高くない

※あくまで産業大分類で見たときの仮説であり、実態を個別に精査した結論

2.1.3. 伊賀市観光の可能性（ポテンシャル）

- 立地としては、大阪、京都、名古屋といった大都市の中間地点に位置し、これら都市部からの交通手段として、鉄道や高速道路が整備されており、約1時間30分～2時間程度で到着することが可能である。また、訪日外国人観光客対応として、中部国際空港や関西空港からのアクセスも良好であるといえます。
- 伊賀市には、伊賀流忍者をはじめ、俳聖松尾芭蕉、横光利一など多数の文化人、伊賀焼、伊賀組紐などの伝統工芸品、伊賀米、伊賀牛などの農林産物、城下町や田園の景観など個性的で魅力的な資源が数多くあります。
- 当市は、総面積が558平方キロと広大で、田畑山林の面積割合が80%を超えています※。今後、ＳＤＧｓの浸透や旅行客の価値観の多様化が進むにつれ、山林や自然をフィールドとした旅行の形態がより一層注目される可能性も考えられ、これらが当市の強みとなる可能性があります。

2.1.4. 観光に対する市民意識

- 2020（令和２）年度伊賀市まちづくりアンケート調査（市民意識調査）の結果によると、市が取り組む観光に対する満足度は53.0%、参画度は57.5%となっており、両項目とも全47施策の平均値を僅かながら上回っています。
- また、自由記述における観光に関する記述も多く（約20%）、市が観光に取り組むことに対し否定的な意見よりも肯定的な意見が多いことから、市民の観光に対する意識や期待は高いと言えます。

満足度	回答数	比率
1 満足	79	9.3%
2 やや満足	369	43.7%
3 やや不満	275	32.5%
4 不満	117	13.8%
5 無回答	5	0.6%
N値	845	100.0%

市民満足度

（市は）観光客を呼び込み、もてなしているか

参画度	回答数	比率
1 あてはまる	119	14.1%
2 少しあてはまる	367	43.4%
3 あまりあてはまらない	267	31.6%
4 あてはまらない	90	10.7%
5 無回答	2	0.2%
N値	845	100.0%

市民参画度

（自身は）観光客に対して、おもてなしの心で接しているか

2.2. 伊賀市観光が目指す姿と実現のしくみ

2.2.1. 目指す姿（10年後どうありたいか）

(1) 観光振興ビジョン検討委員会での検討

➢ 複数回にわたる検討委員会において各委員から得た「10年後『こうありたい』と考える伊賀市の未来像」の意見を以下に示します。

観光振興ビジョン検討委員会における各回の検討テーマ

開催回	検討テーマと検討項目
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） ● 自由討議（伊賀市の 10 年後の未来を想像しよう）
第２回	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」 ● メナード青山リゾートと伊賀市民との関係について（柳生委員） ● 観光振興による地域活性化とファンづくりについて（榊委員）
第３回	テーマ「持続可能な地域づくり、旅住包摂の考え方について」 ● 歴史的資源を活用した観光まちづくり（西川委員） ● 持続可能な地域づくり、旅住包摂について（三橋委員）
第４回	テーマ「私の考える“未来”と“観光”」 ● 各委員からの10分間プレゼンテーション
第５回	テーマ「私の考える“未来”と“観光”」 ● 各委員からの10分間プレゼンテーション

検討委員会における各委員からの発言要旨の抜粋（資料は 4.2.4.参照）

① <u>視点、評価点、背景</u>

- ➢ この先、地域は人口減少を前提として、市民がどうすれば豊かに過ごすことができるかを考えなければならない。
- ➢ 何のために観光に取り組み、誰が何をするのか・しているのかを、市民全体が理解することが重要。
- ➢ SDGsや持続可能な社会のあり方の観点から、十年先を見据えることが必要。
- ➢ 観光地としての収益の増加が必要。
- ➢ 直接観光産業に携わっている方と携わっていない方との考え方の違いが大きい。
- ➢ 伊賀の街を十分に楽しむことができているか？という視点で、地域全体がより付加価値の高いサービスの提供を目指す必要。

- 地元の人が楽しめる、持続的な観光振興を目指すべき。
- 良いものを良いと評価し、体現し発信する。地域の他者を巻き込んでいくリーダーが必要。
- 元来、住民は地域との共生を前提とした生活の中で豊かさを享受してきたが、戦後の経済成長のうねりの中で経済的豊かさを追求するようになった。その結果、多くの人が地域を離れて過ごすようになり、「仕事と稼ぎが分離」された。伊賀地域は、従前から持続可能な社会が継続しており、住民の自治によって外交・戦争・災害等にも対応してきた歴史がある。「忍術」をツールとして、現代にあった形で「持続可能で、災害等にもしなやかに強いコミュニティ」を実現することが可能。
- 行政による PR だけでは硬さが目立つ。本当に伝えたいことが伝えられていない。
- 外国人や若者にしっかりと認知・共感してもらえるような情報発信が必要。そのためには活用するツールやコンテンツの選択は重要。
- 市民や事業者に伊賀市の観光が面白く変わっていること、ビジネスとしてチャンスがあることを理解してもらう必要。そのためには、大きなイベントが効果的
- 「一緒にやりましょう」「手伝って下さい」が観光産業の第一歩

② <u>10年度にあるべき（あってほしい）姿</u>

- 市民が伊賀の今を知り、発信していける地域。
- 国内をはじめ海外からの観光客が普通に伊賀市を訪れ地域の方々と触れ合える。
- 「伊賀市に行ってみたい」、「また行きたい」、「伊賀市に住みたい」と思ってもらえる。
- 地元の人も「まちぶら」が楽しめる魅力ある地域。
- 事業者が一つの事業（稼ぎ）ではなく、地域住民に向けたサービスも含め複数の生業がある形。（観光タクシー＋コミュニティバス＋通学バスなど）
- 多くの子どもたちが能動的に地域を発信できる若者に育っている。
- 「ミニ東京」を目指すのではなく、地域（伊賀）にしかない資源を活用して、ある程度”尖った”まちにしていく必要があると考えている。
- 国内をはじめ海外からの観光客が普通に伊賀市を訪れ地域の方々と触れ合える。
- 観光を通じて空家問題を解消したい。壊して立て直すことより、面白いもの（コスト掛けず、感動を生む）に作り替えていくことが大切。
- 国内外問わず、伊賀の観光/文化資源を活用して、まずは短期での観光を楽しんでいただく。その後「第2のふるさと」化させて、将来的な移住に繋げられるような「全国から選ぶ理由がある」まち。
- 情報発信都市（地元民・観光客の両方）
- 市民に優しく、居住したくなる観光都市
- 旅中で迷わない、ストレスのない観光

③ <u>そのために必要な取組</u>

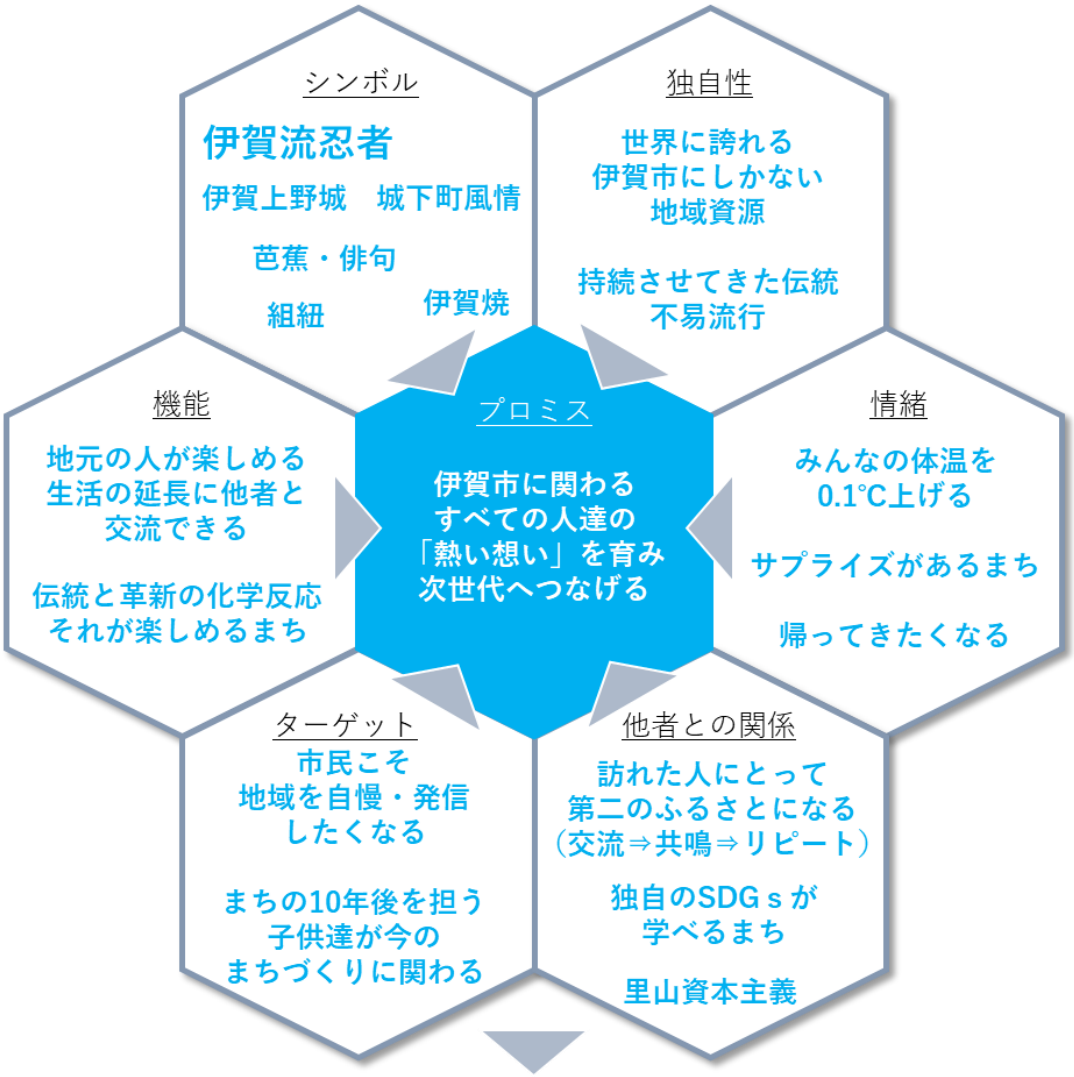
- “伊賀の良い場所・良いもの”に地元の方々が興味を持っていること、そして、知らない人にその良さ・魅力を伝えていけること。
- 1 年を通したイベント開催の在り方（定期的な開催）や特にオフシーズンの取組の充実。
- 伝統産業は一旦失われると取り戻すことが難しい。伊賀の伝統産業を未来の産業へとつなげるために、生産量を上げるための商品開発と消費量を拡大するための

販売促進の両面が必要。そのためには全国規模の企業とのコラボレーションなども考えられる。

- 伊賀でしか体験できないことが出来る場所づくり。
- 伊賀との繋がりを個人的に感じられる場所づくり。
- イベントを一つの核として、地域住民のまちづくりや、特産品の販売、住民のレクリエーションなど様々な要素を組み合わせることが重要。忍者トレイルランニングレースは一つのモデルとして可能性がある。
- 観光と教育の連携・一体化。
- 地域の中心となる民間事業者の発掘・育成。
- 地元企業が挑戦するプロジェクトへの投資。

(2) 目指す姿のイメージ

➢ 観光振興ビジョン検討委員会における、各委員の意見や会議での検討を踏まえた「10 年後『こうありたい』と考える伊賀市の未来像」のイメージは以下のとおりです。



＜目指すべき姿であり、意識変容のトリガーにもなるステートメント＞

伊賀市として、地域住民として、観光事業者として、人口減少を大前提にこのまちに関わる人達のWell-beingをどのように実現していくか。それは関わる一人ひとり「さすが、伊賀」と思える熱い想いを発芽または評価させ、まちづくりや交流人口の拡大に自身で考え取り組んでいくことが必要。伊賀市観光振興における持続可能性とはこの熱量を持続させていくこと、つまり熱量人口の拡大こそがこれから目指すべき観光の本質である。

2.2.2. 必要な視点と要素

(1) 不易流行

- 不易流行とは、「いつまでも変化しない本質的なものを忘れない中にも、新しく変化を重ねているものをも取り入れていくこと。また、新味を求めて変化を重ねていく流行性こそが不易の本質であること。」を意味する。伊賀市で生まれた俳聖松尾芭蕉の蕉風俳諧の理念の一つです。
- 目指す姿の実現のためには、歴史文化を正しく理解した上で、「保存と活用のバランス」に留意することが大切です。

(2) 旅住包摂

- 観光に取り組む基本的な目的を、住民生活の豊かさ向上（Well-Being）とする
- 市民や観光事業者のモチベーションこそが、伊賀の観光をよりよくするものと考える
-

(3) 情報の共有

- 情報インフラの整備（市民向け、観光客むけの両方）
- 事業者間の情報共有
-

2.2.3. 目指す姿のテーマと実現に向けたアプローチ

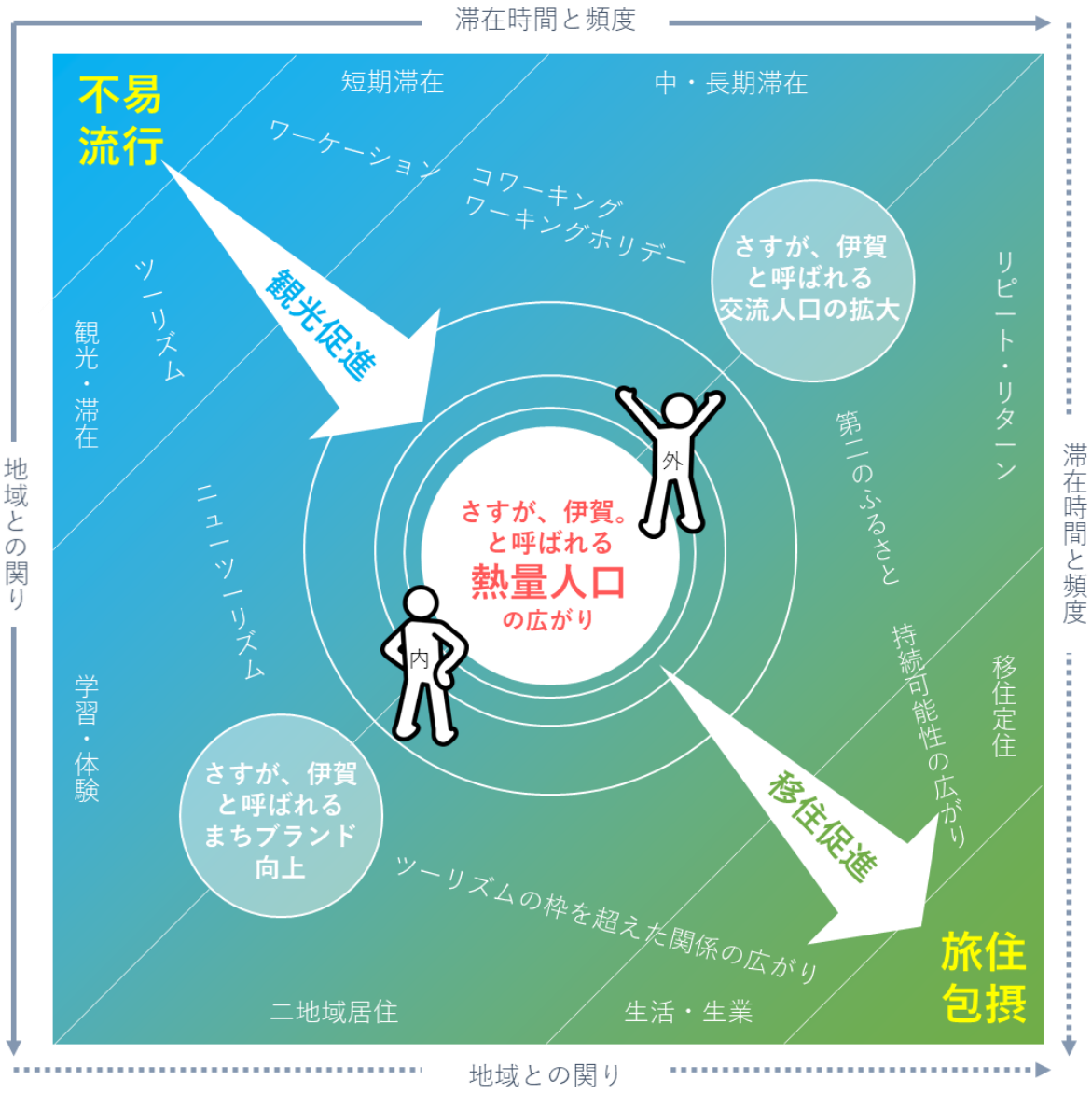
(1) Future2031の取組テーマ

伊賀市における10年後の将来ビジョンのテーマを以下のとおり設定します。

不易流行の視点で育む

地域住民による豊かな暮らし（Well-being）の体現を通じた

旅住包摂の観光まちづくり



(2)　実現に向けたアプローチ

➢ 「熱量人口」の広がりを実現するために必要なプロセスは以下のとおりです。

① 地域住民、地域事業者による地域が受け継いた身近にある地域資源への理解
② 地域資源を生かした豊かな生活の体現【個の活動】
③ 【個の活動】の発展と拡張
(ア)経済活動化（活動の持続性）
(イ)域外との交流（個人の満足度向上、関係人口の増加）

➢ 上記の仕組みが機能した結果として、「地域の魅力度の向上」と「移住定住の増・事業承継の促進」が実現されると考えられます。

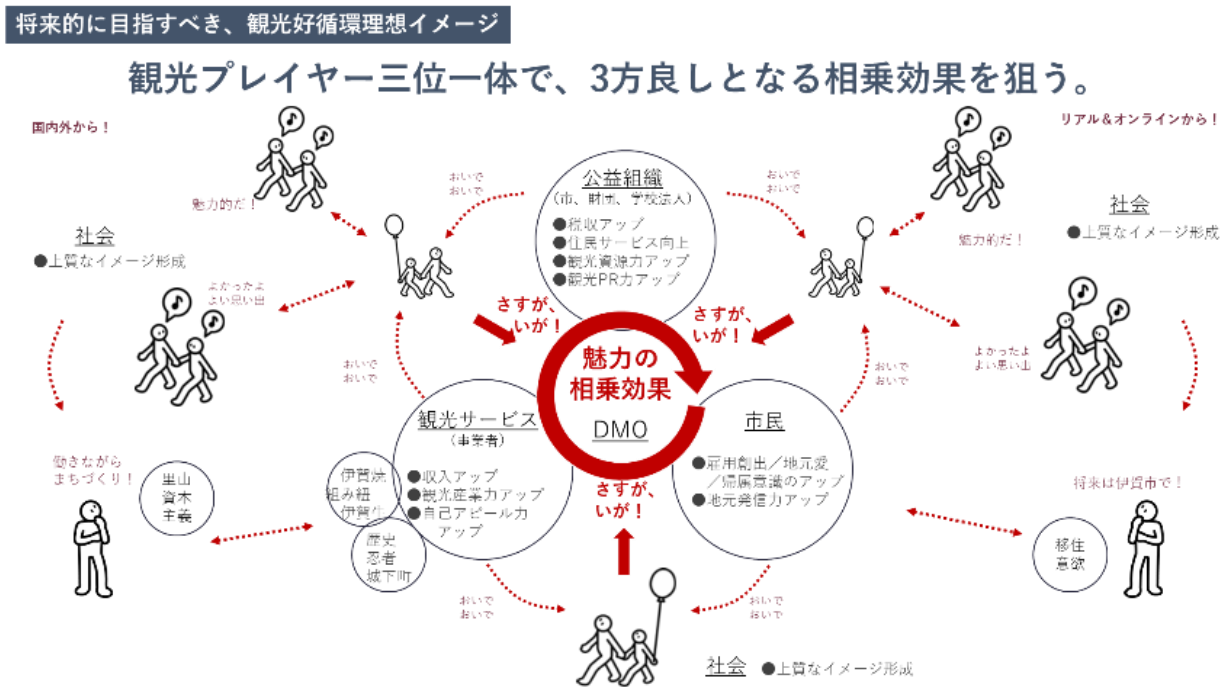


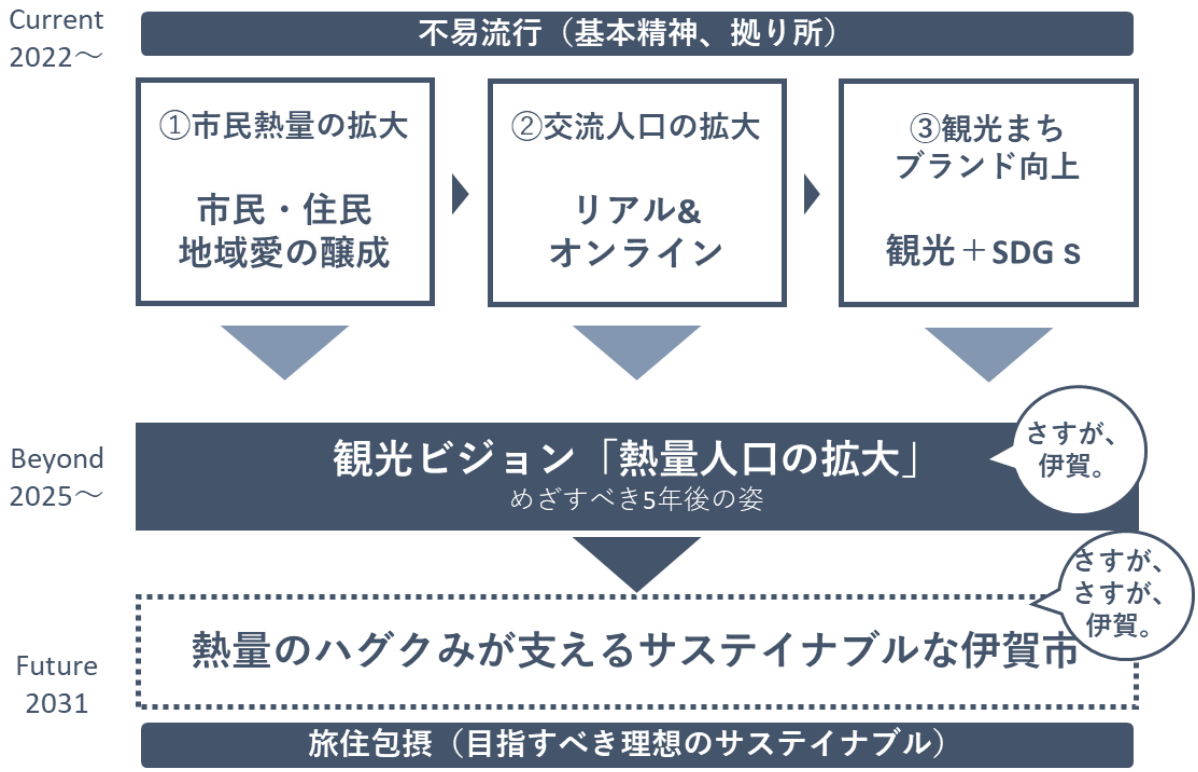
図 2-6　将来的に目指すべき、観光好循環理想イメージ

2.2.4. 取組方針（テーマ）

①市民熱量の拡大
→市民の地域愛の醸成：市民全体での観光への理解

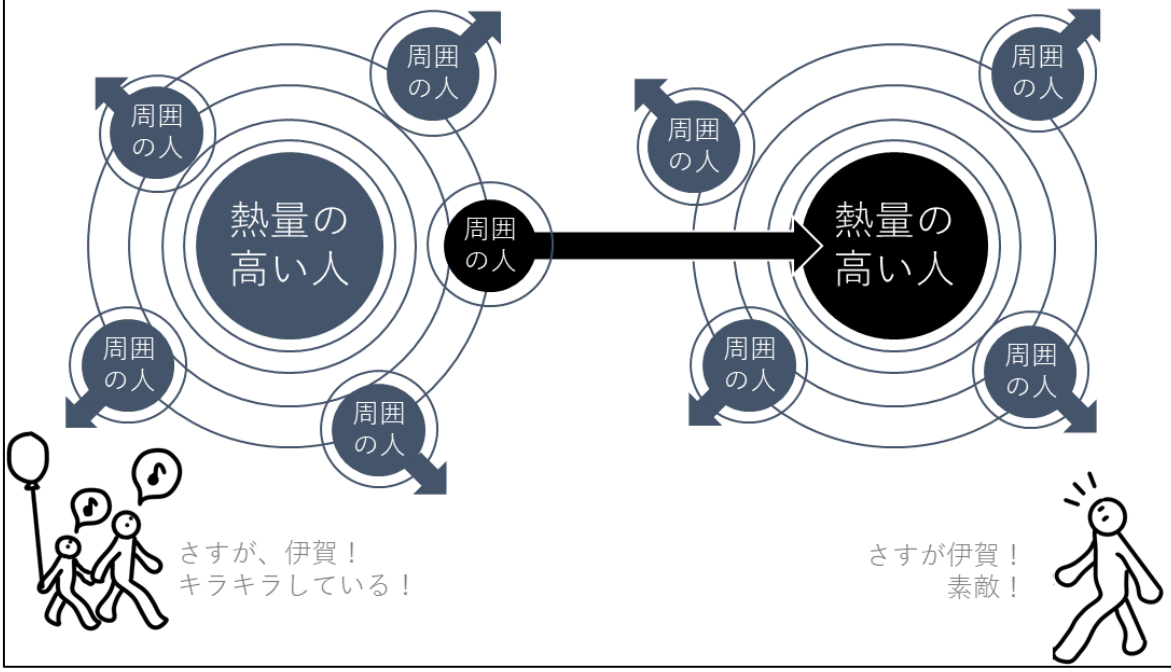
②交流人口の拡大
→ヒトモノカネ情報の交流：伊賀流ニューツーリズム、
リアル＆オンライン

③まちブランド向上
→ＳＤＧｓも取り入れたこれらの観光まちブランド開発



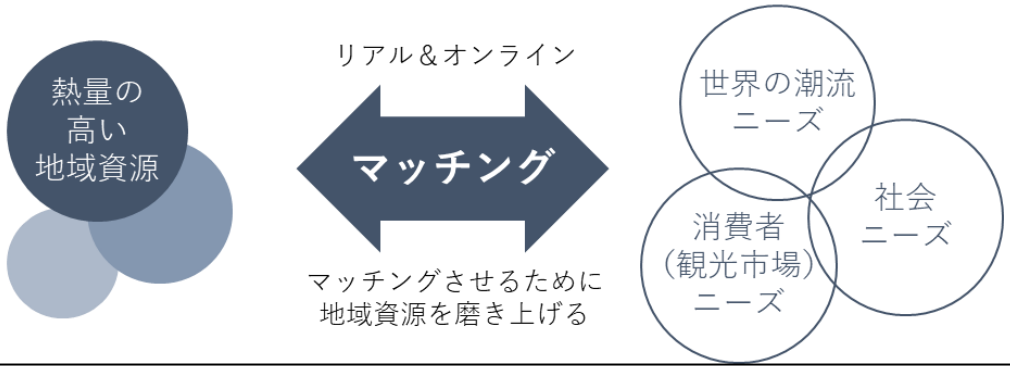
① 市民熱量を上げるための考え方

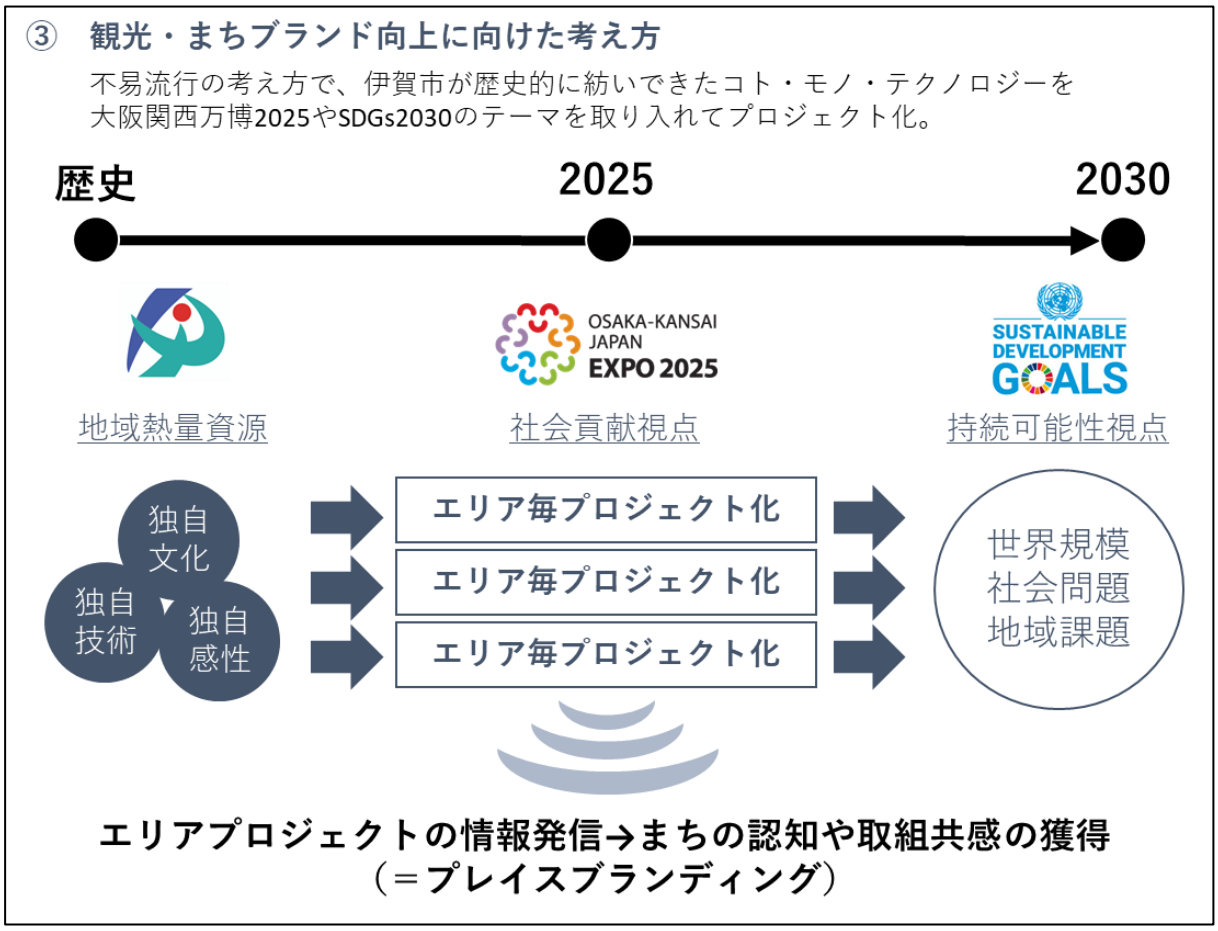
熱量高い人から周囲を巻き込み広がるコミュニティをデザイン（熱量の高い人が活躍できる場や環境を用意）していく。その時他者からの評価が個々の熱量をあげる燃料にもなる。



② 交流人口を拡大に向けた考え方

伊賀市で温まった地域資源（地域の熱量資源）を世の中のニーズとマッチングさせることが熱量をベースとした交流人口拡大に向けた基本の考え方となる。





2.2.5. 具体的な取組テーマ

① 熱量高い人から気持ちが繋がっていくコミュニティデザイン

インナーブランディング／市民啓蒙プロジェクト

② 観光資源の磨き上げと事業者（の熱量UP）キャスト化

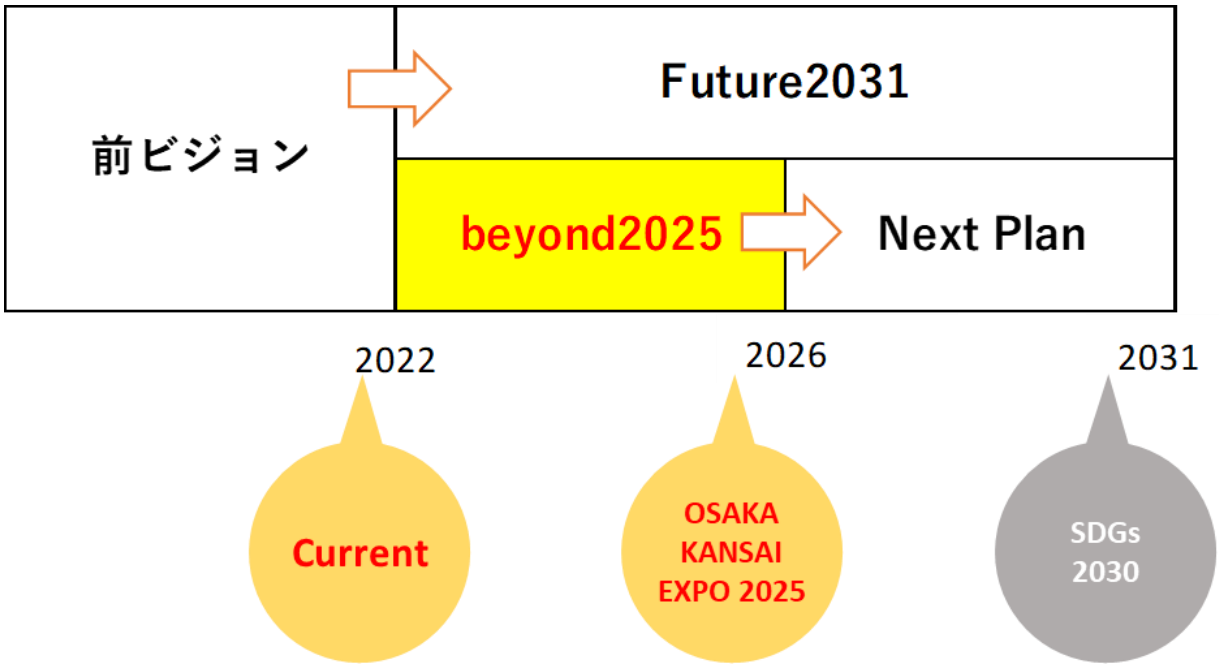
交流拡大を目指す統合的プラットフォーム、情報発信の仕組みづくり

③ 地域資源や地域文化を地球のために役立てるSDGｓプロジェクトづくり

SDGｓプロジェクトも含めた地域熱量を核としたブランディング

これらを　『３　アクションプラン～Beyond2025～』　で実施していく

3. アクションプラン～beyond2025～

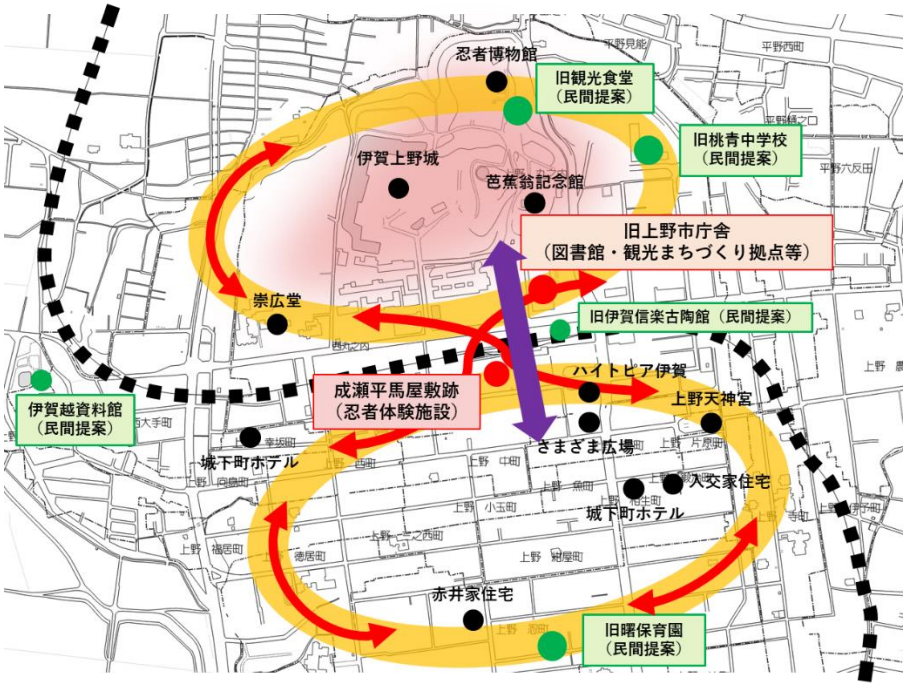


3.1. マイルストンとしての2025年の位置づけ

3.1.1. 大阪関西万博

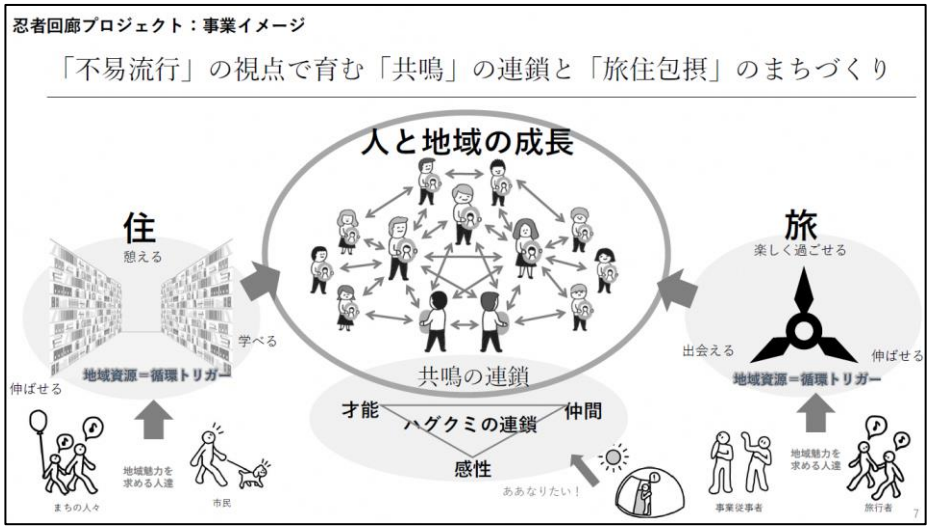
3.1.2. にぎわい忍者回廊整備（忍者体験施設等整備）事業

➢ 市は、「東京上野恩賜公園と文化施設群」や「京都の南禅寺界隈の近代庭園群」などと同様に、日本の２０世紀遺産２０選に選ばれた伊賀上野城下町の文化的景観の保存や、中心市街地のにぎわい創出、アフターコロナ時代における観光戦略などを目的として、上野公園から城下町エリア（忍者体験施設周辺）を結ぶ導線を「にぎわい忍者回廊」と位置づけ、市街地における公有財産の有効活用を、ＰＦＩ（Private Finance Initiative）手法を用いたエリアマネジメントの視点で検討し、施設単体ではなく面で包括的に取り組んでいます。



【エリアマネジメントの効果】
▼市街地を面的に捉え、拠点を整備（●特定事業/●附帯事業）
▼伊賀鉄道以北と以南に拠点を設けることで、人の流れを創出
▼ＰＦＩ関連施設や既存の観光資源等を活用し、回遊（＝回廊）を創出
▼民間事業者（特別目的会社）が一体的、長期的に運営することで、質の高い公共サービスを安定的に提供

➢ 当該事業では、伊賀市に求められる地域活性化の戦略は、中心市街地のにぎわい創出とアフターコロナ時代の観光まちづくりであるとの考えの下、これからの時代のにぎわい創出には、ヒト（市民×まちの人々×事業従事者×観光客）の気持ちの共鳴が中心となり、人や地域の成長を育むことで、様々な地域課題の解決につなげることをテーマとしています。市は、当該事業を、本ビジョンの考え方を取り入れるモデル事業として取り組んでいきます。



（出典：にぎわい忍者回廊プロジェクト事業コンセプトブック）

図 3-1　モデル事業のイメージ図

- 旧上野市庁舎改修整備事業では、「先人の知恵から未来の夢まで」をコンセプトとした新しい図書館を核とした複合施設の整備運営を進めており、その施設において、市及び観光地域づくり法人（DMO）を中心とした観光まちづくりに関するヒト・モノ・カネ・情報といった資源を集約させる機能を備えた拠点として、ＳＰＣを含む観光ステークホルダー（DMC）による情報共有や事業者との商談、メディア向け情報発信などの活動を行うことができるスペースを整備することを予定しています。

（出典：にぎわい忍者回廊プロジェクト事業コンセプトブック）

図 3-2　旧上野市庁舎改修整備事業　コンセプトイメージ図

（出典：にぎわい忍者回廊プロジェクト事業コンセプトブック）

図 3-3　上野市庁舎改修整備事業　観光まちづくり拠点コンセプトイメージ図

3.2. 優先的に取り組むべきテーマと方向性

3.2.1. 取組テーマ

(1) 市民熱量の拡大　～関わる人の数×それぞれの思いの量～

1) 熱量の高い人から気持ちが繋がっていくコミュニティデザイン
2) インナーブランディング／市民啓蒙プロジェクト

現在作成中

(2) 交流・関係人口の拡大　～世界中のファンづくり～

1) 観光資源の磨き上げと事業者（の熱量 UP）キャスト化
2) 交流拡大を目指す統合的プラットフォーム、情報発信の仕組みづくり

現在作成中

(3) 観光・まちブランド向上　～魅力度の向上とイメージづくり～

1) 地域資源や地域文化を地球のために役立てるＳＤＧｓプロジェクトづくり
2) ＳＤＧｓプロジェクトも含めた地域熱量を核としたプレイス・ブランディング

- 「プレイス・ブランディング」とは、地域創生のための新しい概念であり、「地域」視点ではなく、柔軟な単位で場所を設定する「プレイス（場所）」視点で、民間企業、行政、市民が一体となって、持続的に「プレイス」をブランディングしていくという考え方です。
- ある場所について、目的地、地名、テーマ性のような意味づけ（センス・オブ・プレイス）をすることで、様々な主体が関わり合い、多様なコンテンツが生まれ、またさらにそこから新たなコンテンツが生み出され、主体が加わっていく「交わりの舞台」として、その場所の魅力度が向上を図ります。

3.2.2. 取組の視点

(1) 多様性・包摂性

現在作成中

(2) データに基づく取組とマーケティングミックス

- 観光情報の収集・発信手段として重要性が増しているデジタルマーケティングの根幹を担うのがデータであり、データの活用は観光分野において新たな観光の魅力創造や需要の掘り起こしにつながります。また、データの活用は、タビマエの情報収集から、タビナカの満足度

向上、タビアトのＳＮＳでの共有まで、旅行に関わる行動を包括的にとらえたマーケティングを展開できます。

- 「マーケティングミックス」は、マーケティングの中で、フレームワークやツールを組み合わせて具体的にどのような戦略をとるか、何を実行すべきかを示す「実行戦略」です。マーケティングのフレームワーク、ツールとして、消費者側の視点である４C＜CustomerValue（価値）、Cost（コスト）、Convenience（利便性）、Communication（コミュニケーション）＞と企業側の視点である４P＜Product（製品）、Price（価格）、Place（流通）、Promotion（宣伝）＞があり、それぞれの要素が対応する2つの観点を軸とした上でマーケティング戦略を練っていくことが重要です。

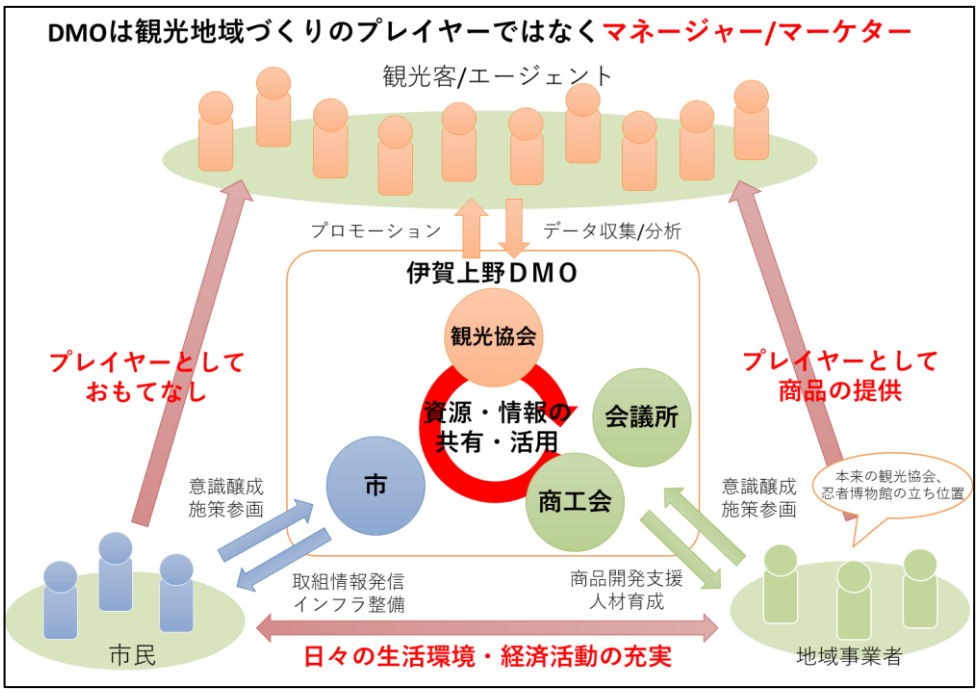
3.3. 伊賀上野ＤＭＯの役割

3.3.1. 伊賀上野ＤＭＯの位置づけ

(1) 体制

- 一般社団法人伊賀上野観光協会DMO（以下、伊賀上野DMO）は、2017（平成29）年12月に、観光庁の「日本版DMO候補法人」に登録され、その後、2020（令和２）３月に「観光地域づくり法人（地域DMO）」の認定を受けました。
- 伊賀上野DMOは、伊賀市における観光まちづくりのマネジメントを担う機関として、登録法人である一般社団法人伊賀上野観光協会に加え、伊賀上野商工会議所、伊賀市商工会及び伊賀市の４者による連携体制で取組を進めています。

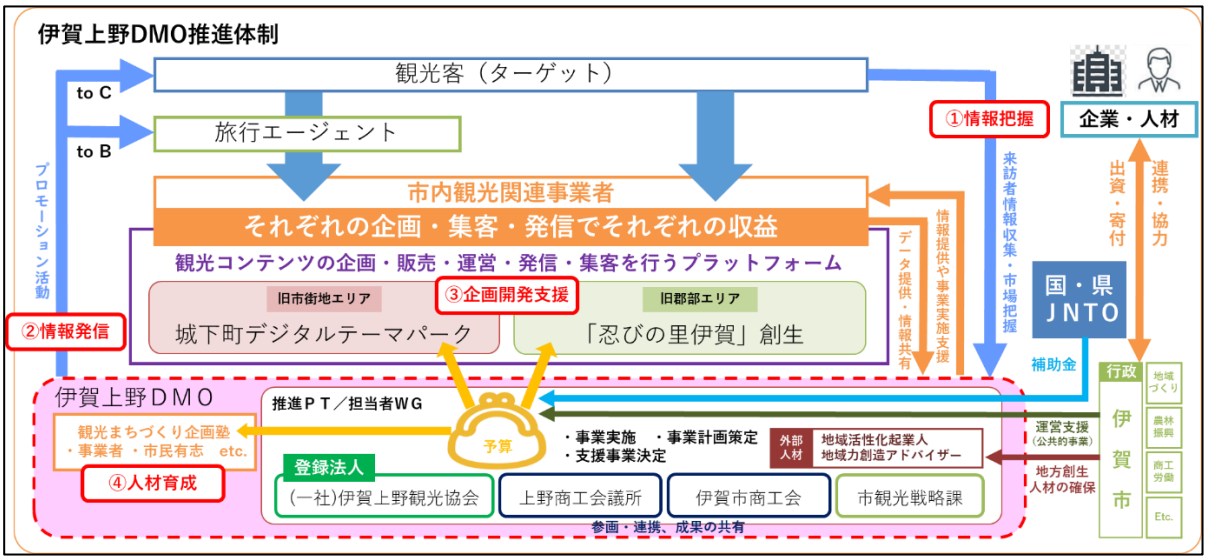
(2) 位置づけ

- 

3.3.2. 伊賀上野ＤＭＯの具体的な取組

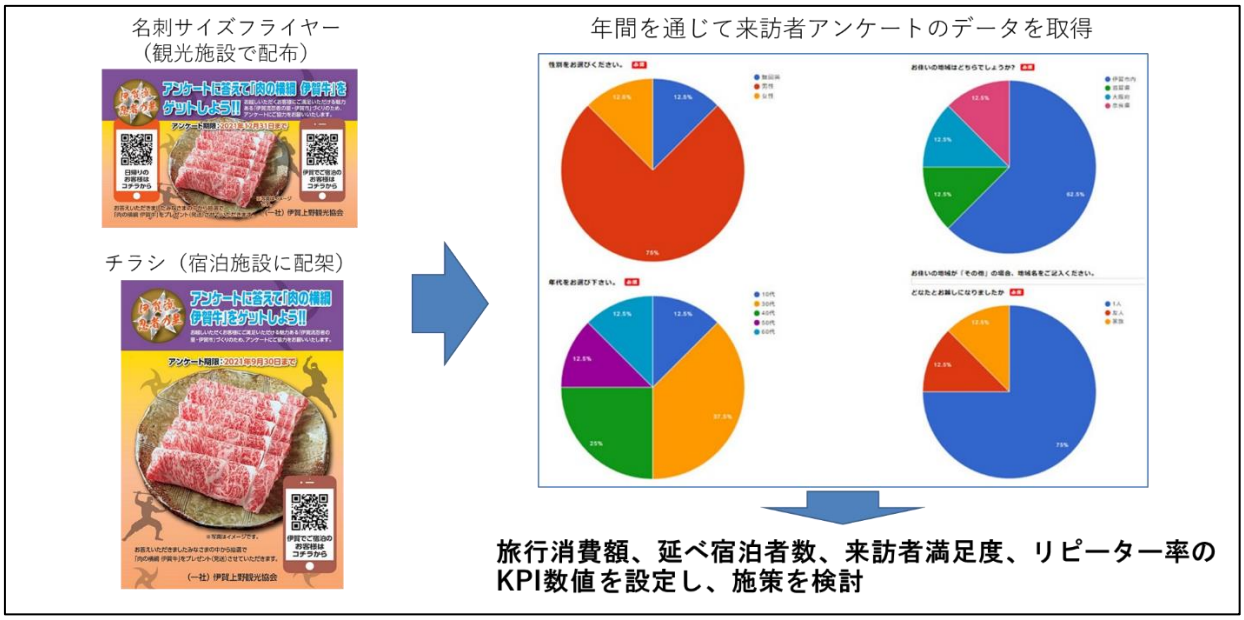
(1)　伊賀上野DMOに期待する役割

1）情報の把握
2）情報発信
3）企画・開発支援
4）人材育成



(2)　伊賀上野DMOの具体的な取組

1）来訪者アンケート【情報把握】



2) リピーターにつなげるための情報発信【情報発信】

観光パンフレット本冊

3) 春・夏型の観光地から通年化へ【企画開発支援】

➢まちなか忍者道場の通年化を図るため、忍者道場関連施設を整備。

➢令和３年２月２２日（忍者の日）周辺に「IGA NINJA WEEK 2021」を開催。

4） 施設をつなぐ導線の仕掛け【企画開発支援】

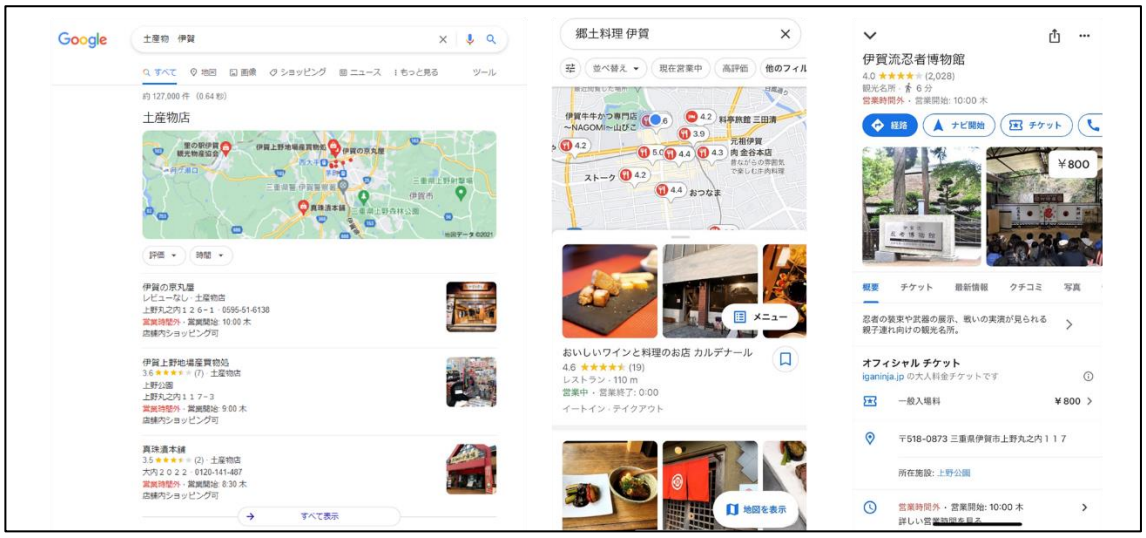
デジタル化した古地図（享保年間）

デジタル古地図、バーチャル地図と謎解きコンテンツを搭載

謎解きラリー体験の様子

5） 市民との協働による土産物・体験型プログラムの新規造成【人材育成】

6） デジタルマーケティングの導入



7） 地域プレイヤーの育成支援【企画開発支援】

8） 国等の補助事業の積極活用

3.4. Beyond2025プロジェクト

3.4.1. 関係人口と共にデザインする持続可能な伊賀市づくりプロジェクト（仮）

(1) 取組の方向性・テーマ

1) 学びを通じた地域創生人材の育成

- 多文化共生や地域創生人材の育成などを通じた地域力の向上 。
- 松尾芭蕉の心を知り・学び・伝えるプロジェクトなどによるシビックプライド醸成と「ゆかりのある人」がふるさと伊賀を大切に思う人づくりを実施。

2) シティプロモーション

- 移住に関心のある人や仕事による市内滞在者などへのアプローチ、伊賀市に関心を持つ企業への新たなスタイルでの立地誘致活動を行います。
- ＳＮＳ等を活用した戦略的なアプローチと関係人口創出のかたちを構築する。また、地域資源を活用した商品開発を目的とする起業支援など新たな制度設計にも着手する。

(2) 取組の概要

現在作成中

3.4.2. 城下町テーマパークプロジェクト（仮）

(1) 事業の方向性・テーマ

1) 中心市街地のにぎわい創出

- 伊賀上野城、伊賀流忍者博物館からの回遊性向上
- にぎわい忍者回廊整備（忍者体験施設等整備）PFI 事業を契機とした新たなコンテンツの企画開発

2) リアルとデジタルの融合

- リアルな街歩きにデジタル体験を融合させ体験付加価値化

3) 城下町風情を活かした風景デザイン

- 城下町テーマパークとしての世界感を演出・統一し、街歩きそのものの楽しさを創出

(2) 事業の概要

1) オリジナル地図アプリを活用した新しい体験コンテンツの開発
2) まちなか忍者体験（忍者道場）
3)

3.4.3. 本物の学び・体験　伊賀創生プロジェクト（仮）

(1) 事業の方向性・テーマ

1) 伊賀市内各地域に紐づく地域資源×関わる人×持続可能性

- 各地域ごとに SDGs や社会貢献の考え方を取り入れたアクティビティを開発。
  （忍者、自然、伝統、体験、学び、社会課題への取組、などを切り口）
  健康・温泉・体験・自然・郡部・SDG s

2) 各アクティビティの熱量を情報発信

- コミュニティをベースとして参加人口を内外で増やしていき、その関係性や熱量を情報発信していくことで、プレイス・ブランディングにつなげていく

(2) 事業の概要

1) 忍者トレイルランニングレース

2） 教育旅行 3.0 プログラム

琵琶湖は伊賀で生まれた（伊賀焼発祥のルーツと大地の地殻変動を学ぶ）

山と人の関係を考える（未来の山づくり）

水蜘蛛は本当に浮くのか（三重大学の先生が解説する忍術書と物理の関係）

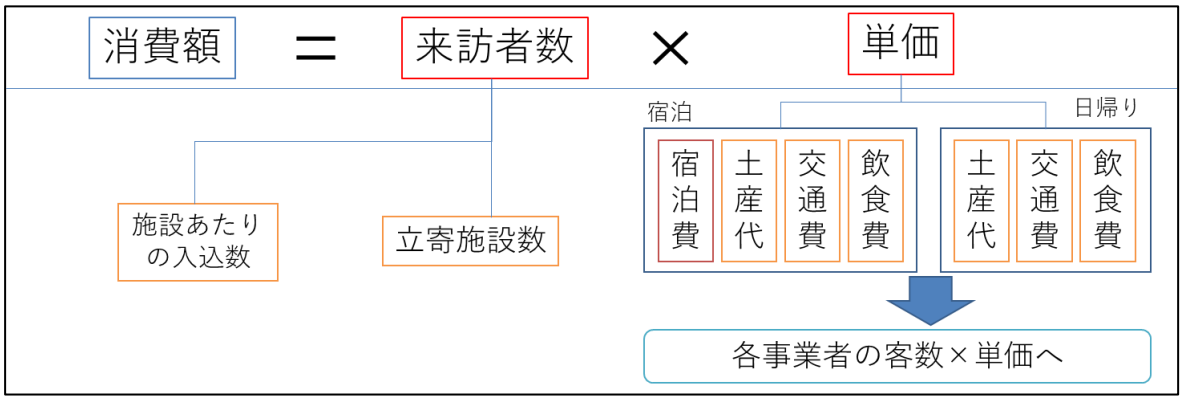
江戸時代の古地図と現代地図を使ったロゲイニング（歴史探索とチームビルディング）

教科書に載っていない学び(イメージ)

3.5. 目標指標（ＫＧＩ）

3.5.1. 観光消費額

(1) 指標の考え方



○例えば…

		客数		単価	売上高
①日帰り国内旅行客	・・・	4,000人	×	5,000円	すべて同じ
② 宿泊国内旅行客	・・・	1,000人	×	20,000円	＝２千万円
③訪日外国人旅行客	・・・	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？
それともももっと別の目的に観光資源を活用していく？

8

(2) 現状（基準値）

①日帰り

来訪の多い、大阪府、愛知県の一人あたりの支出がそれぞれ 3,446 円、3,412 円とほぼ平均の水準である。また、ご当地の伊賀市内、三重県はそれぞれ 3,036 円、2,944 円と平均よりも 336 円、528 円低くなっている。一方で、近接の奈良県、滋賀県では平均よりも 500 円以上高くなっている。

②宿泊

来訪の多い、大阪府の一人当たりの支出は 13,159 円と平均よりも 1,400 円高くなっている。ご当地の伊賀市内、三重県はそれぞれ 11,525 円、11,424 円と平均よりも 1,227 円、1,328 円それぞれ低くなっており、日帰りと同じ傾向にある。

日帰りで平均よりも大幅に高かった奈良県は、宿泊でも 17,624 円と平均よりも 4,512 円高くなっている。

表 3-1 発地別の一人当たりの支出額（日帰り）

	回答者(組)数	来訪人数	1組当たりの人数	支出金額	一人当たりの支出額
大阪府	146	527	3.6	1,816,019	3,446
愛知県	135	478	3.5	1,631,001	3,412
三重県	97	317	3.3	933,300	2,944
伊賀市内	74	254	3.4	771,101	3,036
兵庫県	57	201	3.5	706,401	3,514
京都府	51	227	4.5	683,400	3,011
奈良県	50	201	4.0	789,002	3,925
東京都	32	100	3.1	397,212	3,972
岐阜県	31	96	3.1	368,500	3,389
神奈川県	23	73	3.2	257,000	3,521
滋賀県	19	60	3.6	266,100	4,435
和歌山県	17	72	4.2	281,500	3,910
静岡県	15	59	3.9	218,500	3,703
名張市内	14	47	3.4	149,100	3,172
埼玉県	14	51	3.6	238,600	4,678
福岡県	10	28	2.8	80,350	2,870
その他	89	308	3.4	1,179,822	3,831
合計	874	3099	3.54	10,760,914	3,474

（出典：2020年度DMO分析報告伊賀市観光マーケティング分析）

表 3-2 発地別の一人当たりの支出額（宿泊）

	回答者(組)数	来訪人数	1組当たりの人数	支出金額	一人当たりの支出額
大阪府	152	479	3.2	6,303,078	13,159
愛知県	124	348	2.8	4,176,983	12,003
兵庫県	73	201	2.8	2,351,324	11,698
伊賀市内	69	227	3.3	2,616,250	11,525
東京都	59	180	3.1	2,537,000	14,094
神奈川県	47	112	2.4	1,339,510	11,960
三重県	43	134	3.1	1,530,518	11,422
京都府	39	120	3.1	1,905,000	15,875
奈良県	34	89	2.6	1,536,498	17,264
静岡県	31	111	3.6	1,270,004	11,441
滋賀県	26	65	2.5	709,710	10,919
埼玉県	25	67	2.7	857,000	12,791
千葉県	20	48	2.4	642,000	13,375
岐阜県	18	44	2.4	491,000	11,159
茨城県	11	24	1.8	293,000	12,208
富山県	8	24	3.0	266,000	11,083
その他	79	197	2.5	2,686,110	13,635
合計	858	2470	2.88	31,510,989	12,757

（出典：2020年度DMO分析報告伊賀市観光マーケティング分析）

(3) KPI・KGI

要検討

3.5.2. 延べ宿泊者数

(1) 指標の考え方

現在作成中

(2) 現状（基準値）

※現状までのデータ現在作成中

(3) KPI・KGI

要検討

3.5.3. 来訪者満足度

(1) 指標の考え方

現在作成中

(2) 現状（基準値）

- 「総合満足度」は、日帰りで74.3%、宿泊で83.7%と高くなっている。
- 「景観・雰囲気」に対する満足度が最も高く、里山、忍者・城下町等の町の雰囲気が評価されている。
- 日帰りでの「お土産・買い物」に対する満足度が最も低く、購入しない人や、買うものがないと感じている人がいる。限られた時間で満足してもらう必要がある。

表3-3評価項目別の来訪者満足度

評価項目	日帰り			宿泊		
	満足回答	満足比率	評価	満足回答	満足比率	評価
景観･雰囲気	670	76.7%	B	695	81.0%	A
食事	494	56.5%	D	602	70.2%	B
お土産･買物	425	48.6%	E	556	64.8%	C
地域内移動	538	61.6%	C	570	66.4%	C
地域内の情報発信	515	58.9%	D	580	67.6%	C
総合	649	74.3%	B	718	83.7%	A
回答者数	874			858		

① 満足回答は｛大変満足」「満足」の2つの合計で「やや満足」は含まず
② 評価 … A:80%以上、B:70%以上、C:60%以上、D:50%以上、E:50%以下

（出典：2020年度DMO分析報告伊賀市観光マーケティング分析）

(3) KPI・KGI

要検討

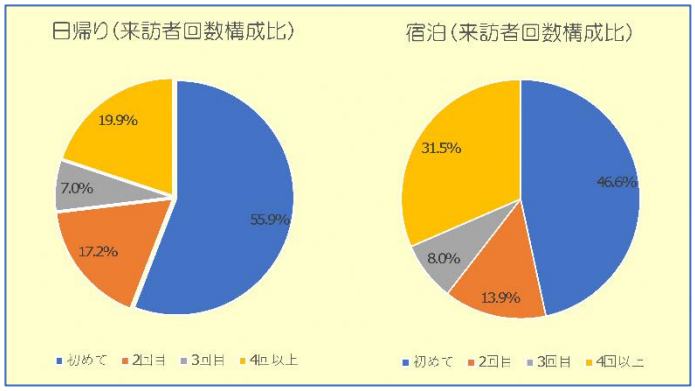
3.5.4. リピーター率

(1) 指標の考え方

現在作成中

(2) 現状（基準値）

「4 回目以上」のリピーター率が日帰りは 19.9%、宿泊は 31.5%となった。「初めて」の日帰りは 55.9%、宿泊は 46.6%であり、初来訪者の割合が高い。



（出典：2020年度DMO分析報告伊賀市観光マーケティング分析）

図3-1来訪者回数構成比

(3) KPI・KGI

要検討

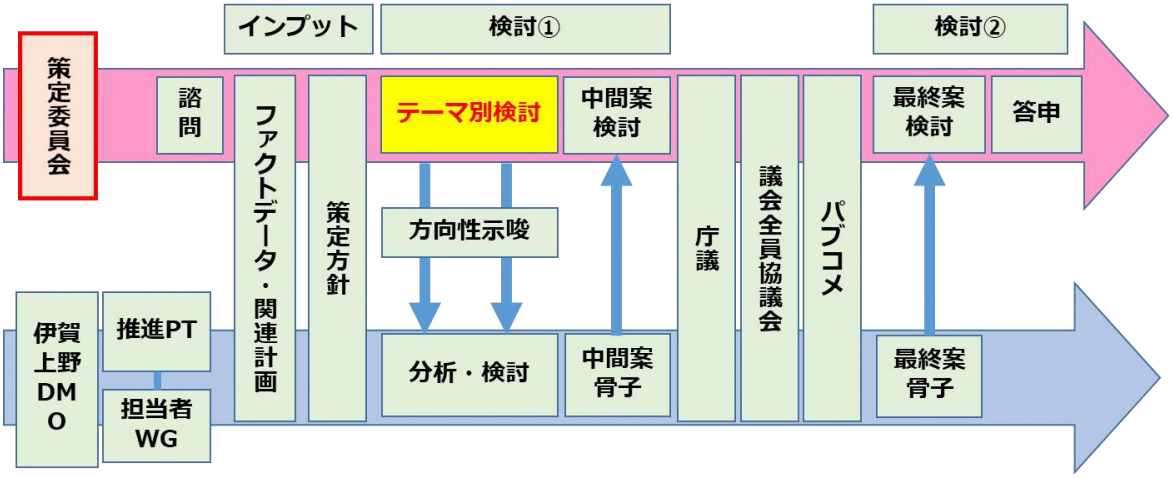
4. 参考資料

4.1. 検討体制

4.1.1. 観光振興ビジョン策定検討委員会の進め方

(仮称)観光振興ビジョンの骨子は、伊賀上野ＤＭＯの推進プロジェクトチームが作成

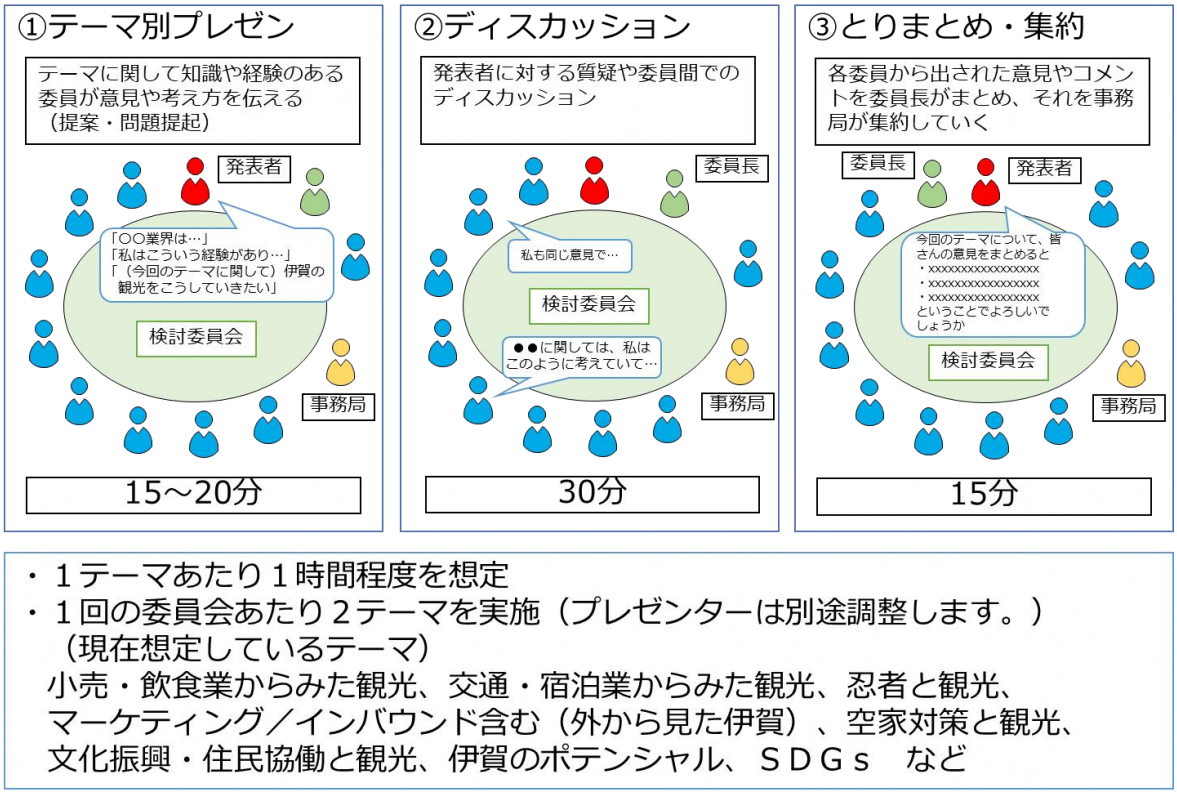
策定にあたっての方向性の示唆、中間案ならびに最終案に関する検討を委員会で実施



①伊賀上野ＤＭＯの骨子作成に対し、委員会では個別のテーマについて議論し、
　ビジョンに盛り込むべき方向性等を順次、示唆していく。
②委員会から示唆された方向性に基づき、伊賀上のＤＭＯにて中間案を作成。
③中間案の内容について委員会で検討を行い、市議会・パブリックコメント等を実施。
④パブコメ後の案について委員会で検討を行い、伊賀市に答申。

図 4-1　検討委員会の進め方

4.1.2. テーマ別検討の進め方



・１テーマあたり１時間程度を想定
・１回の委員会あたり２テーマを実施（プレゼンターは別途調整します。）
（現在想定しているテーマ）
小売・飲食業からみた観光、交通・宿泊業からみた観光、忍者と観光、
マーケティング／インバウンド含む（外から見た伊賀）、空家対策と観光、
文化振興・住民協働と観光、伊賀のポテンシャル、ＳＤＧｓ　など

図 4-2　テーマ別検討の進め方

4.2. 検討経過

4.2.1. 観光振興ビジョン策定検討委員会

(1) 委員名簿

表 4-1　委員名簿

■委員

	氏名	枠	所属・役職等	業種名	備考
1	木根　英男	1号 観光協会	株式会社きねや	飲食店	
2	淺野　正嗣	1号 観光協会	伊賀の京丸屋	小売業	
3	山口　真由子	1号 商工会議所	ダーコラボラトリ	専門・技術サービス業	
4	長島　祥行	1号 商工会議所	株式会社ミヤマトータルイノベーション	生活関連サービス業	
5	柳生　厚義	1号 商工会	メナード青山リゾート	宿泊業	
6	松田　美紀	1号 商工会	初恵美容室	生活関連サービス業	
7	三橋　源一	2号	共衛	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	榊　太基	2号	いが☆グリオ実行委員会	その他	シティプロモーション活動
9	池澤　良武	3号	銭湯　池澤湯	生活関連サービス業	公募
10	中川　智仁	3号	大学生	ー	公募
11	神田　昌典	4号	株式会社三重旅行サービス	生活関連サービス業	
12	西川　裕介	4号	株式会社 NOTE 株式会社 NOTE 伊賀上野	宿泊業	NIPPONIA 伊賀上野
13	佐野　裕子	4号	日本航空株式会社	航空運輸業	忍びの里伊賀創生プロジェクト会議
14	勝原　みどり	4号	北伊勢上野信用金庫	金融業	

■事務局

	氏名	所属	役職	備考
1	東　弘久	伊賀市産業振興部	部長	
2	堀　久仁寿	伊賀市産業振興部	次長	
3	川部　千佳	伊賀市産業振興部　観光戦略課	課長	
4	辻本　康文	伊賀市産業振興部　観光戦略課	誘客推進係長	
5	猪口　陽平	伊賀市産業振興部　観光戦略課	誘客推進係	
6	多久和　敦志	地域活性化起業人		

7	児島　永作	地域力創造アドバイザー		

(2) 開催概要

表 4-2　開催概要

	日時	場所
第１回	令和３年７月２日（金）9:00～	伊賀市役所５階　５０１会議室
第２回	令和３年７月27日（火）14:00～	ゆめぽりすセンター２階 大会議室
第３回	令和３年８月24日（火）14:00～	ゆめテクノ伊賀　テクノホール
第４回	令和３年10月７日（木）9:00～	ゆめテクノ伊賀　テクノホール
第５回	令和３年11月９日（火）9:00～	伊賀市役所４階　庁議室
第6回	令和３年12月22日（水）9:30～	ハイトピア伊賀３階　ホール
第7回	令和4年xx月xx日（x）x:00～	xxxxxxxxx
第8回	令和4年xx月xx日（x）x:00～	xxxxxxxxx

4.2.2. 伊賀上野ＤＭＯ

(1) 体制

3)　伊賀上野DMO推進プロジェクトチーム

No.	役職	氏名	構成団体	所属・役職
1	議長	稲垣　八尺	（一社）伊賀上野観光協会	専務理事
2		中浦　順一郎	（一社）伊賀上野観光協会	事務局長
3	副議長	東　弘久	伊賀市	産業振興部長
4		堀　久仁寿	伊賀市	産業振興部次長
5		尾登　誠	上野商工会議所	専務理事
6		森岡　俊博	上野商工会議所	まちづくり課長
7		峰　八重子	伊賀市商工会	事務局長
8		中尾　ゆみ	伊賀市商工会	経営支援課長
	事務局	（一社）伊賀上野観光協会		

4)　伊賀上野DMO担当者ワーキンググループ

No.	役　　職	氏　　名	構成団体	所属・役職
1	サブリーダー	安田　聡志	（一社）伊賀上野観光協会	事務局　企画課長

2		岡本　恭輔	（一社）伊賀上野観光協会	伊賀流忍者博物館長補佐兼企画係長
3	リーダー	川部　千佳	伊賀市	産業振興部　観光戦略課長
4		辻本　康文	伊賀市	産業振興部　観光戦略課係長
5		猪口　陽平	伊賀市	産業振興部　観光戦略課
6		菊田　翔	伊賀市	産業振興部　観光戦略課
7		堀　一貴	上野商工会議所	相談・支援課　係長
8		岩野　和磨	上野商工会議所	まちづくり課
9		竹内　博史	伊賀市商工会	経営指導員
10		池田　憲彦	伊賀市商工会	経営支援員
	事務局	伊賀市　産業振興部　観光戦略課		

(2) 検討過程

	日時	会議
第１回	令和３年７月9日（金）15:00～	担当者ワーキンググループ
第２回	令和３年７月 30 日（金）15:00～	担当者ワーキンググループ
第３回	令和３年８月 13 日（金）15:00～	担当者ワーキンググループ
第４回	令和３年８月 27 日（金）15:00～	担当者ワーキンググループ
第５回	令和３年９月 10 日（金）15:00～	担当者ワーキンググループ
第6回	令和３年９月 24 日（金）15:00～	プロジェクトチーム／担当者ワーキンググループ
第7回	令和3年 10 月 22 日（金）15:00～	担当者ワーキンググループ
第8回	令和3年 11 月 12 日（金）15:00～	担当者ワーキンググループ
第9回	令和3年 11 月 26 日（金）15:00～	担当者ワーキンググループ
第 10 回	令和3年 12 月 10 日（金）15:00～	担当者ワーキンググループ
第 11 回	令和3年 12 月 22 日（金）15:00～	プロジェクトチーム／担当者ワーキンググループ

4.2.3. 検討スケジュール

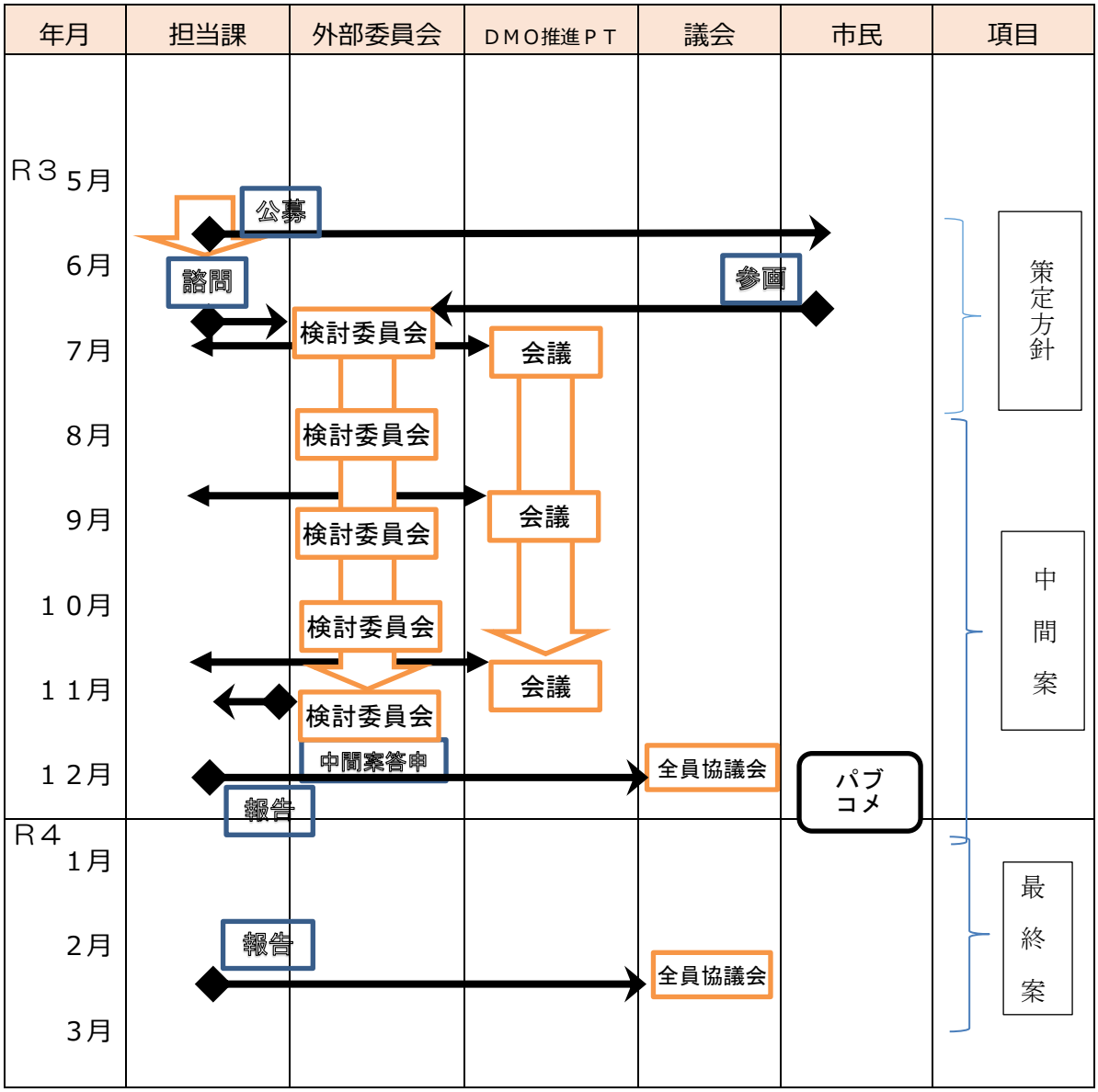


表 4-3　検討スケジュール

4.2.4. 委員提出資料（抜粋）

2020(R2)年度伊賀市まちづくりアンケート自由記述（問5関係）
「忍者」「観光」を含む記述（全３８３件のうち７３件）

1	●旧の町には趣の残っているところもあるが、建物に統一感がない。観光地化するなら上野城周辺だけでもそれっぽくならないのか。
2	・忍者をたくさん出しているけれど、他のこともPRできることがたくさんあると思います。
3	・転入してきて、市庁舎を見てびっくりしました。とてもきれいな建物で駐輪場などにも少々の雨は濡れないような造り。伊賀忍者のイメージにもピッタリ！ただ駐車場が勤務されている方でいっぱいの様でした。もし災害等の拠点になった時はスペースがないかな？とは思いました。
4	また、県外から遊びに来てくれる友人達からも、観光地とは思えない程の交通手段(観光地を巡る巡回バスや、駅に、レンタサイクル等が無い等)、忍者押しの割に、何を押しているのか影がうすくて解りづらい、、徹底せいが無い、お土産品が少ない、駅前に総合商業施設、通しで、また、夜遅くまで食べられる食事所、コンビニが無い、忍者体験出来る場が無い等、指摘されますし、自分も感じて居ます。移住者推進をしている割には、未だ、周辺住民の方々の受け入れ体制が、ウェルカム感が無く、お付き合い出来るチャンスが無いのが残念です。
5	お城もあり、城下町もあるのに観光客が少ないと思う。もっと盛り上げてほしい。
6	お分かりだと思いますが、脱忍者化こそ最たるべきです。忍者に頼っているかぎり成長は望めません。限りがあるのはお分かりですよね？上野城等に自生するキノコや伊賀牛丼ぶり博、名古屋と大阪の中間地点であるりっちゃん条件事など、観光資源や立地条件下でのアドバンスをもっと手厚くしましょう。いつまでも忍者に頼ってるようでは市は終わります。少なくとも忍者は忘れた方が今後の為です。
7	コロナ禍で、給食費を一定期間無償、図書カード配布など、子育て世代のことを考えていただきありがとうございます。大変ありがたいです。観光について、伊賀市は観光に力を入れていますが、旧上野市内だけが観光地になってるような気がします。忍者もいいですが、伊賀町や阿山町、島ヶ原、大山田、青山の旧市町村でももっと盛り上がってほしいと思います。スタンプラリーなどもあっていいかと思います。あと、図書館ですが新設するときに、自習室を広く、飲食スペースを別に設けてほしいです。菰野町図書館が理想です。
8	せっかく素晴らしい文化や歴史があるので伊賀に他の地域から観光にきてもらえるよう、もっと観光に力をいれてほしいです。
9	ハイトピア横に建てたトイレの件ですが、入口が分かりにくく、中に入ると圧迫感がありました。外観も忍者の町とは不似合いだと思います。実用的なトイレでよかったのではないでしょうか。お金を大事に使って欲しいです。
10	観光で乳児連れの人もいると思うので休日もハイトピア内の授乳スペースを開放したり、使っていない部屋を臨時の授乳スペースにするなど早急に対応して欲しい。
11	オリンピックの為の観光のためだとは思いますが、ハイトピアのトイレなど、市民に理解できない事の方が目立っているような気がしています。
12	もう少し、忍者や、芭蕉さんのアピールの仕方を考えて、伊賀の活性化を望みます。
13	もっと観光業に注力できたら良いと感じる。
14	理由としては、上野城や忍者など観光資源は豊富にあるが、シャッター通りが多いと感じるからだ。コロナ禍で観光は厳しい状況が続いているが、このようなアンケートを実施する等で観光を盛り上げる案を募れたら良くなると私は思う。
15	観光客向けの伊賀名産品の販売、観光案内所、体験コーナーなど、一括で済む場所(道の駅のようなもの)
16	伊賀市にはたくさん有名なものがあるのに、せっかく観光客が来ても、上野城付近や旧市役所付近に、食べ物屋さんが少なすぎる。伊勢のおかげ横丁みたいなところを作れば、もっと観光客も増えると思う。
17	伊賀市に関しては観光資源があってコロナさえ無ければ、とっても良い観光地。
18	伊賀市の街をもっと賑わいのあるまち、だんだん廃れている。忍者?をもっと宣伝し、映画館などがあった方が良い
19	忍者ばかりに頼った観光をするのではなく、交通の便をしっかり充実させて、伊賀市のどこでもいける、行動しやすい、子育て世代に優しい、高齢者は年金だけでも安心して暮らせるといった、まずは伊賀市民がここに住んで良かったと感じられる市政を目指してほしいです。
20	観光ばかりを推奨したところで、潤うのは観光業をしている市内局番人たちだけ。伊賀市は大きくなっているので、本当に全体を見てほしい。一部の人だけが恩恵を受けるようなものはいらない。
21	観光に関しては、忍者を売りにしている割に街づくりも施設もイマイチだなと感じています。観光業を活性化させたいのであれば、忍者色を強めて中心部を統一させたり、観光客が行きたい、帰ってからお勧めしたい、伊賀市民として自慢できるような取り組みやイベントが必要と感じています。(私が地元の友人に是非おいで！とお勧めできる場所は現状ありません)
22	伊賀市は忍者押しが強いように感じます。忍者以外何かないのか？と他府県の方によく質問されます。忍者ばかりでは伊賀市に行ってみよう！とはならないのではないでしょうか？もっと、若い方から年配の方まで来ていただけるような取り組みはないのでしょうか？
23	やはり、観光が発展する地域は街に魅力があります。例えば岐阜県高山市や愛知県犬山市など　同じような地方の田舎と言えるような地域でも全国から沢山の観光客が来てくれます。伊賀市の古い街並みを歩く事があるのですが、どうしてもただ建物が古い。という印象でどちらかというと古びた錆びれた、、、、という印象が強いです。恐らく歴史的な趣のある建物とただ薄汚れた汚い建物が混在しているせいでしょうか…お世辞にもオシャレな街並みとは言えないですね。もっと、新しい風を入れたらどうでしょうか？忍者に固執した、でも中途半端な忍者感…という感じがします。

24	伊賀市は保育所が多い割に０歳～２歳枠の待機児童がまだあり、そこへ入れなかった子供が途中から入園出来るのかは狭き門。さらに幼稚園は極端に数が少ない。おまけに幼稚園で送迎バス付のある園は伊賀市内に１つのみで自宅前での送迎でなく、自宅近隣のどこかにまとめて送迎させるシステム。隣の名張市も幼稚園に送迎バスがあり、自宅前まで送迎するのがほとんどなのに、なぜ伊賀はこんなにも無いのか？園の経営状況や地域的に保護者の車の保有率が高いのもわかるが、全ての保護者が運転免許を持っている訳ではない。利用者が少ないコミュニティバスや他のバス会社と協力し、園近くにバス停を新たに整備し、登園や降園時間帯にバスの本数を増やすなど、送迎バスが実現しないのであれば、市からの提言や助言を数少ない幼稚園にして欲しいと思う。また、交通の便でもバスの本数が異常に少ない。どちらかというと伊賀市も若年層よりお年寄りの数が多く、運転免許を返納する者が増えていく今後、公共交通機関を利用してもらえるようにコロナ禍の今だからこそ、観光で来る方はほとんどいないので、観光事業ばかりにお金を掛けず、他の政策に市民の税金と労力を掛けて頂きたい。
25	伊賀市住民は忍者のごとく閉鎖的であると思います。いろんなことを率先してやると出る釘は打たれるような気がしています。
26	伊賀上野に観光客をと、古民家ホテル、レストラン等がオープンしたと広報で知りました。
27	駅や店舗がある中心地の歩道を整備すると歩く人が増え、健康面に寄与し、公共交通機関も使われ、また、観光客も安心して歩く事ができると思います。
28	観光には地面に行き先を示すフリーダムトレイルなどを取り入れると行き先が分かりやすいのではないかと思います。
29	観光、観光って言うけど上野公園のあの汚い手洗では情けない。ただのパフォーマンスだけでは人は寄って来ない。万事があれではリピーターは来ませんよ！
30	観光で発展を遂げようとしたと感じるが、新型コロナ感染拡大により、観光業が安定しない事が露呈した。今後は、何年後かに訪れると言われている食糧危機も視野に入れて、第1次産業の安定化を今以上に図って行く必要があると感じる。忍者はそのおまけとして活用出来るとも考える。田舎ならではの発展振興策を期待してます。
31	観光に農業を活用
32	観光に力を入れすぎの様に思います。観光は受身になり、他力本願となると収益も見込まれません。何年計画的な事項を考案し、グローバル1を目指すぐらいの特産を作るプランに賛同していきます。
33	観光に力を入れるにしても、街全体が寂し過ぎる…街全体とか言ってるが一部だけ。何の改革もできないと思う。
34	観光に力を入れるのは良いですが、基本的な生活を守るための福祉施策を充実させてください。
35	観光を進めるのは良いが、旧市役所の使い方に問題あり。古い物を残すのは良いけど、県外等から来た人は廃墟と聞かれる。嫌だよね。早く壊して、新しく小さめの物産館等を作る等、常に忍者が居て、楽しませられる施設が望ましい！
36	観光活性化、子育て支援(保育者、教育者改善含め)、介護支援(介護者支援含め)、地域の魅力の発信
37	観光客が楽しめる工夫があるといい
38	観光客向けにトイレ作ったりして､観光客に力を入れるのでしたら､茅町駅近くの松本零士先生考案のオブジェが錆びと枯れ草だらけなのを､どうにかしてほしい。
39	観光地としての活性化を望む
40	観光地としての取り組みを、もっと他の観光地を参考にして取り入れ欲しいです。特に感じるのが、観光客へのグルメスポットが少ないと思います。市役所跡をその場所として開発するなど、魅力的で観光客が再訪したいと思える工夫が必要と思います。
41	観光地としてみると他の地域に比べて、中心地に観光客が楽しめる施設が少なく見て楽しめる様なお店も少ない。お城を中心地に考えて周りにもっと観光客が楽しめる様な産業体験施設だったり、食事処やお土産処が増えるといいのかなとは思います。
42	住むにあたっては住みやすくて良い所だとは思いますので、観光で訪れた人達にも伊賀市の良さや魅力が伝わるといいなと思います。
43	丸之内の旧市庁舎を活用すると聞きましたが、そうする以上は更地にして新しい建物を作るよりも費用対効果（効果は市役所や一部の保存主導者の算定でなく、訪れる観光客の視点で第三者が算定する必要があります）が高いものにしなければ意味がありません。耐震化工事などで大幅に事業費が増嵩し、新築よりも費用対効果が低くなるのであれば、強硬に保存を求めてきた一部の建築士などにその部分の財政的負担を求めるべきであると考えます。
44	市バスの忍者デザインは非常に奇妙で遠目では忍者とわかりずらいので忍者と一眼でわかるデザインとしてほしい。
45	忍者市駅はどこか分からないのでアピールにならないため伊賀忍者市駅としてほしい。
46	旧伊賀町や阿山町の方にももっと目をむけた町づくりしないから若い人は都会へ出ていき過疎になるばかりである。観光客の事ばかり考えて上野市内ばかりを開発発展してるとこの先住民人口が減るばかりである?柘植町の若い人の流出が多いのは働く企業などの件もあるが若者に聞くと柘植町に何も魅力がないと言っているのが現実でどこが魅力がないのか尋ねると、今まで柘植町にあった祭りごと行事がなくなり、又、公共の建物も耐震不足との理由で閉鎖閉館してしまい何も楽しみがなくなり休日余暇を過ごせない。若い者も地元アイテムがあるのをわかってほしい。としょんぼり話す言葉が非情に寂しかったです。都会に出てしまったら故郷がなくなると寂しい顔が忘れられません。市長や議員さんは過疎の若者の声を聞いてやってほしいです。
47	現在、上野公園玄関口の駐車場で管理の仕事をされていただいております。公園内にある忍者、城、芭蕉などの観光スポットに県外からも多くの客が来られます。まさにここは伊賀市にとって中心となる重要な観光拠点です。仕事をしていて感じることですが、ここ数年観光地としての変化がないように思えます。おもてなしの心を持って接することは大切ですが、お客の立場になって新たに何が必要か考えていく時期かと思います。
48	公式YouTubeチャンネルがありますが、忍者市チャンネルでは伊賀市のものであるということが直感的にはつながりにくいと思います。
49	広島からの移住者です。知人もいない縁もゆかりもない土地への移住でした。自然豊かな土地で、地域の方々からは良くしてもらっています。空気、水も美味しいです。伊賀市で良いところと思うことは、文化的な施策が多くあり、何度か参加してます。都市では住民の人数が多く、市の施策は縁遠いものでしたが、こちらでは身近なものとなりました。残念に思うのは地域の河川に土砂が堆積し、木やススキなどが自生している所が散見されることです。　行政が土砂を除いた後は地域住民で環境を維持するような仕組みを作るのは難しいのでしょうか。もっと川では泳ぐ魚が見え、ホタルやトンボが飛びかう姿を見たいものです。岡山県の井原市に単身赴任していた時、市街地は、地元の企業に美化の協力依頼があり、毎月１回美化活動の日を定めて取り組んでいました。　観光客もある上野地区でもこのような取組みはいかがでしょうか。街の美化につながるとともに、意識の高まりにつながるのでは。

50	作ったばかりの交番を壊したり、巨額のトイレを作ったり、訳がわからない無駄使い。観光PRしてる割に観光施設が少なくショボすぎる。市街地ですら、商業施設は閉店時間も早く何もなくて右往左往する観光客が気の毒。忍者祭りの内容は子供騙しにもほどがある。ユネスコ登録した祭りの内情と言うか、氏子制度が強要されるのは転入者には理解しがたい。いがぶらとか立派なパンフレットとか作ってPRしている様々なイベントも、宣伝の割に中身が薄い。誰を対象に考えてるのか、パンフ含め宣伝費が勿体無いと感じる。
51	子育て世代になります。市内全体を見た時に空き家が多く感じ、対策はしてると聞いた事はありますが、まだ実感できなく、空き家の土地を活用した公園整備や宅地の開拓など観光、子育てに力を入れてほしいです。
52	市街の活性化、観光客の誘致、道路整備高速への利便性、関西線の電化、複線化
53	市政は、同和差別とか、外国人との交流よりも、観光よりも、従来地域の、若年層が少なくなっている問題の最優先で解決策を出さないといけないと思います。今の地域は、既に高齢者だけになり地域役員が何度も回ってきてすごく忙しい。もっと、新興住宅に建てたりするよりも、まずは数少ない郡部の子たちに二世帯住宅などの世帯に留まってもらうように、行政は支援すべきだと思う。行政が二世帯支援を何も今までしてこなかったから、地域の付き合いの負担を嫌って市内の別の団地へ出て行ってしまっている。きちんと地域の問題が解決できるように補助金などで解決策を出さないと集落は消滅しますよ。これは、行政の怠慢です。交流促進して、住民側で防災、防犯、スポーツで健康促進など全て会議、訓練、体育大会、文化祭など練習がありすごく時間がとられます。負担を押し付けたら駄目だと思います。
54	市長のワンマンをいさめ、もっと市民の意見を聞くべき、無駄なトイレを作り、たいして増えていない観光客の為と称して伝統ある上野天神秋季大祭を勝手に土日に変えるなどのワンマンぶりが目に余る。伝統を守れと言うアンケートの主旨に反しているのではないか恥を知れ。
55	ハイトピア横のトイレを使ってる人見たことがない。せめて、トイレでは、なく、観光案内所を作ればよかったのでは。
56	もう少し、お城や古い町並みを生かして観光が栄えるといいと思います。
57	観光客にもいいと思うけどなぁ。もくもく商品販売とか、お酒、かたやき・・・いろいろあるのにもったいない。
58	忍者関係もいろいろできるのになぁ。
59	商店街が閉まっているお店が多いので活気が必要だと感じました。せっかくの銀座通りや商店街があるので食べ歩きのようにグルメやスイーツ、インスタ映えのもの等増やしたら観光客や地元の若い人も増えると思う、今は他府県にスイーツを求めて出かけてしまいます。
60	旧市庁舎の維持費もかかるでしょうから、市民の憩いの場もしくは観光客が和めるイベント施設などに早々に改装して、
61	早く元の市役所の利用を活用すること。観光者に立ち入れる施設を早く作りましょう。
62	中心市街地活性化については早急に進めてもらいたいが、忍者体験施設の予定地を成瀬平馬家跡地に選定した時点で成功するとはとても思えない。旧市役所もいつまで放置しておくのか？
63	忍者というコンテンツを持っているにもかかわらず、甲賀に完全に負けている。
64	観光コンテンツのポテンシャルを生かせていないのは伊賀市の産業の多角化を阻んでいると思います。
65	農業、工業、観光業の複合とICTの活用が不景気や時代の変化に耐えられる地域の形と思っています。
66	忍者に固執し過ぎである。観光客招致は交通面、観光資源、宿泊施設、近隣の観光地からも考えて、これ以上投資しても無駄だと思います。それよりも人口増に向けた施策が大切！若者が多く安定的に住めるような街づくり、就職口としての企業の育成が必要だと思います。長い目で見て街が活性化する働きかけが急務です。
67	忍者都市宣言？されているようですね。
68	私的にはもっと徹底して町ごと忍者色を押し出してもいいかと思います。『市役所職員』『観光案内所職員』『観光客と接する機会のある人たち』など、みんな忍者衣装を制服にするとか…
69	観光の取り組みを、外部に任せてはダメなのか？何か取り組んでるのかわからないが、伊賀市民にも見えないような取り組みはやめたほうがいい。結果が見えてる。
70	文化、スポーツなどで市外からの観光客が増えれば楽しい街になりそうですね。
71	無駄な費用はおさえてほしい忍者の町なので忍者推しをもっとしたほうがいい
72	歴史のある街であり、いい点も多数あるが三重県内のほかの地域から遠いと思われているため県内からの観光が少ない印象がある。
73	新型コロナの影響で県外への旅行や飲食を控えようとする風潮もあるので伊賀鉄道などと連携し県内向けの日帰り観光へのアピールをするのはいかがでしょうか。（歴史ある街という点や三重北部から電車での観光という点では伊勢が競合してしまいますが）