

『歴史・文化』資源を活用する多層で多様な桑名ブランド戦略

ターゲットを複層化したブランディング

■ 桑名ブランディングは観光マーケティング

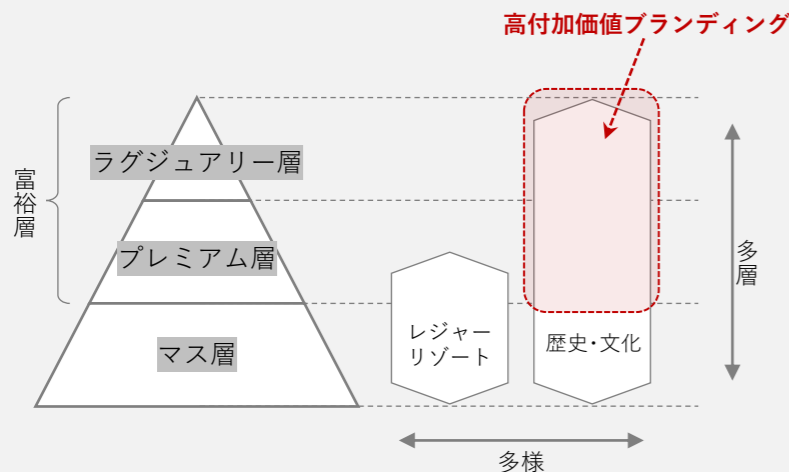
- ✓ 桑名の「本物力」を用いて市外県外からの訪問客を開拓し観光振興によるまちづくりを推進する。

■ 「歴史・文化」は高付加価値な観光資源

- ✓ ブランディングを推進するならば富裕層マーケットの取り込みは欠かせない戦略。
- ✓ 富裕層は、歴史・文化・アートに強い関心を持ち造詣が深い層。
- ✓ 「歴史・文化」資源は国内外を問わず富裕層の観光活動として一定の支持を得ている。

■ 「レジャー・リゾート」と「歴史・文化」が強い街

- ✓ 「歴史・文化」資源を深掘りし磨きあげて国内外の富裕層マーケットを開拓する。
- ✓ 既に強い武器である「レジャー・リゾート」と、高付加価値な「歴史・文化」で多様で多層な観光目的地になれる。



桑名市総合計画

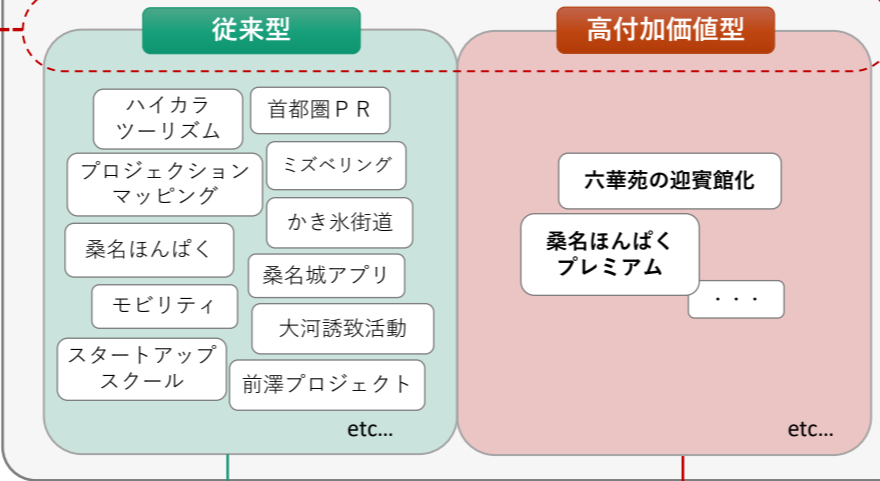
- 桑名には、歴史的な伝統文化・匠の技による工芸品・農水産物・観光名所・レジャー施設など、世界に誇れる価値の高い「本物」がある。
- 『「本物力」「桑名力」を「まちづくり」においても活かし、...』
- 7つのビジョン⇒『桑名をまちごと「ブランド」に』
- 11の重点プロジェクト⇒『観光業と他産業の融和により新たに稼げる仕組みを地方創生で、...』

桑名市ブランド推進委員会

情報を集約しPDCAサイクルをまわすプラットフォーム

《桑名ブランドビジョン2040》

「個々の施策や資源を俯瞰してまとめあげ次世代へつなぐ」
ターゲット層、有効な施策や手法、実施主体やタイミングなど要件が異なる複数の施策が有機的に結びついて価値が最大化



桑名市役所

ブランド推進課・観光課

都市再生推進法人

桑名エリアマネジメント

市関係部局

ブランド推進課
観光課
商工課
都市整備課
Maas推進室
etc...

団体

観光協会
商工会議所
河川事務所
商連
石取保存会
東部商研
歴史案内人
文化協会
etc...

機関

かわまちづくり
かき氷街道
etc...

法人

ナガシマリゾート
柿安
フナツヤ
諸戸グループ
春日神社
JTB
ポニーキャニオン
その他市内外企業
etc...

地域

自治会
住民
コミュニティ
etc...

桑名エリアマネジメント株式会社

高付加価値型の戦略イメージ

『美し国のおもてなし・桑名』構想

◆ 桑名エリアマネジメントの戦略

- 住吉地区及び七里の渡し周辺を「歴史・文化ゾーン」と捉え「国内外からの誘客」を推進する中長期戦略。
- 桑名の歴史的背景や文化的思想から「迎賓＝おもてなし」を基本コンセプトとし六華苑の迎賓館化を推進する。
- 桑名の歴史や文化を深掘りした高付加価値コンテンツ群の造成を推進する。

◆ 桑名エリアマネジメントの役割

- 諸施策の立案・提言・支援・実現など、中長期戦略の推進役となる業務。

◆ 桑名エリアマネジメントの自主事業

- 六華苑の迎賓館化
 - 飲食を伴う利用環境の整備と機会の提供
 - 竣工110周年記念行事として検証イベントの開催
- 桑名ほんぱくの運営
 - 高付加価値「桑名ほんぱくプレミアム」の造成
- 公共空間の利活用の推進
 - 旧東海道筋の“映える”演出と道路空間の利活用
 - 目的・賑わい・消費の仕組みを作り“ヒト”を集める
- 商業店舗の出店支援
 - 道路空間を活用した“機会”の提供
- 広域連携による誘客促進
 - 現代版お伊勢参りのコンセプトで他地域と連携

◆ 組織の構成

- 組織の理念のもとに、行政や企業及び団体からの人材の拠出や個人の参画などによる有機的なプロジェクト推進体制を構築する。