

## 第1章 計画の基本的な考え方

### 1 計画策定の趣旨

「みえの観光振興に関する条例」第21条の規定に基づき、観光振興に関する施策を総合的かつ計画的に推進するための基本的な計画として策定します。

### 2 計画の性格

本計画は、県が取り組む観光振興に関する施策等を明らかにした行政計画です。

また、本計画は、「みえ県民力ビジョン」における「協創」の考え方を踏まえ、市町、県民、観光事業者、観光関係団体等さまざまな主体の力を結集し、めざすべき三重県観光の将来の姿とその実現に向けた方向性を共有するための共通指針となるものです。

### 3 計画期間

概ね10年先を見据えつつ、平成24年度(2012年度)から平成27年度(2015年度)までの4年間とします。

## 第2章 三重県観光の現状と課題

### 1 観光を取り巻く環境

- 人口減少社会の本格化
- 旅行に関する国民の意識等の変化
- 東日本大震災による観光需要の減少
- 観光立国の推進

### 2 三重県観光の現状

- 入込客数等の推移
- 観光旅行者の動向
- 観光旅行者からの評価
- 三重県観光に対する期待
- 観光消費がもたらす経済効果

### 3 三重県観光振興プランの推進による 主な実績と今後の課題

平成16年(2004年)11月に策定した「三重県観光振興プラン」に基づき、平成22年度(2010年度)までの6年余の計画期間を通じて、3つの観光戦略を展開しました。

「観光レクリエーション入込客数」については目標を達成することができたものの、「観光客満足度」については未達成となり課題を残しました。

## 第3章 基本方針と目標

### 1 めざすべき姿

- 観光産業の持続的かつ健全な発展が図られていること
- 県、市町、県民、事業者、関係団体がそれぞれの役割を担いつつ連携が確保されていること
- 本県の観光資源が有する魅力を生かして県内外からの観光旅行が促進されていること
- 観光旅行者の満足度の向上が図られていること
- 本県の観光資源が有効に活用され、かつ、次の世代に継承が図られていること
- 地域の環境の保全と観光旅行を促進するための環境の整備との調和が図られていること

### 2 基本方針と施策体系

遷宮後も持続する三重県観光のさらなる発展に向けて、以下の基本方針のもと、各主体が力を合わせ、観光産業を地域に密着した産業として大きく育てる等、施策を展開します。

#### (基本方針)

- 国内外に対する観光宣伝活動の強化
- 魅力ある観光地の形成及び人材の育成
- 観光旅行を促進するための環境の整備

#### (施策体系(施策展開の柱))

- 式年遷宮の好機を生かした国内誘客戦略
- 三重県の特性を生かした海外誘客戦略
- 観光産業の高付加価値化戦略
- おもてなしの心を形にする  
観光の魅力づくり・人づくり戦略
- 利便性・快適性に優れた観光の基盤づくり戦略

### 3 計画目標

項目	項目の説明	現状値	目標値 (平成27年度)
観光消費額	観光旅行者が県内において支出した観光消費額(交通費、宿泊費、飲食費、買物費等) 【観光・交流室調べ】	4,449億円 (平成22年)	5,250億円
観光レクリエーション入込客数	県内の観光地を訪れた観光旅行者数を、全国観光統計基準に基づき集計した推計値 【観光・交流室「観光レクリエーション入込客推計調査」】	3,562万人 (平成22年)	4,000万人
観光旅行者満足度評点	県内の観光地を訪れた観光旅行者の満足度を100点満点に換算した数値 【観光・交流室「観光客実態調査」】	81.1点 (平成22年度)	100点
リピート意向率	本県を再び訪れたいと回答した観光旅行者の割合(7段階評価の上位2段階) 【観光・交流室「観光客実態調査」】	75.7% (平成22年度)	100%
県内の延べ宿泊者数	県内の宿泊施設における延べ宿泊者数 【観光庁「宿泊旅行統計調査」】	708万人 (平成22年)	800万人
県内の外国人延べ宿泊者数	県内の宿泊施設における延べ外国人宿泊者数 【観光庁「宿泊旅行統計調査」】	106,000人 (平成22年)	150,000人
観光における海外自治体等との連携事業数(累計)	海外の自治体等と連携し、観光旅行者の誘致に取り組んだ事業数 【観光・交流室調べ】	0件 (平成22年度)	10件

# 三重県観光振興基本計画(仮称) (中間案) の構成 (2/2)

## 第4章 三重県観光の持続的な発展に向けた施策の展開

### 1 式年遷宮の好機を生かした国内誘客

#### 施策展開の方向性

式年遷宮により全国からの注目が集まる絶好の機会を生かして、三重県の観光PRに取り組むほか、首都圏をはじめとする全国各地からの誘客を戦略的に進め、国内からの誘客の拡大をめざします。

- (1) 式年遷宮の好機を生かした観光PR・誘客のさらなる強化
- (2) 周遊性・滞在性の向上につながる誘客のしくみづくり
- (3) 体験型観光を通じた教育旅行の誘致

### 2 三重県の特性を生かした海外誘客

#### 施策展開の方向性

三重県が世界に誇る観光資源を活用した情報発信の強化、有望な市場に対するミッションの派遣等により、海外における三重県の認知度を高めるとともに、近隣府県さらには海外自治体等との連携も図り、海外からの誘客の拡大をめざします。

- (1) 海外の市場動向に応じたプロモーション及び誘客活動の展開
- (2) 国及び他府県との広域連携の推進
- (3) 外国人観光旅行者の受入体制の整備充実

### 3 観光産業の高付加価値化

#### 施策展開の方向性

観光産業を地域に密着した産業として持続的に発展させていくため、観光事業者の経営革新に向けた取組の促進、経営基盤を強化するための環境整備等を進めるとともに、観光産業と他分野の産業との組み合わせによる新たな価値の創出など、観光産業の振興を図ります。

- (1) 観光産業の育成・振興
- (2) 観光産業の複合化による新たなツーリズムへの対応
- (3) 観光産業の高度化につながる県産品の魅力づくり

### 4 おもてなしの心を形にする観光の魅力づくり・人づくり

#### 施策展開の方向性

地域における観光人材の育成、「おもてなし」の向上、郷土三重の良さや地域の魅力の再発見につながる取組の促進、さらには、世界遺産・熊野古道伊勢路の活用など地域が主体的に行う観光地づくりへの支援等を通じて、三重県の観光の魅力を高めます。

- (1) 観光地づくりを担う人材の育成 (おもてなしの向上)
- (2) 県民の観光行動の促進
- (3) 地域の持続的な観光地づくりへの支援  
【地域別観光振興の方向 (北勢・中南勢・伊勢志摩・伊賀・東紀州)】

### 5 利便性・快適性に優れた観光の基盤づくり

#### 施策展開の方向性

快適で美しい観光・交流空間づくり、観光旅行者の利便性の向上、観光旅行における安全の確保、観光振興に資する交通基盤の構築等、三重県への観光旅行を促進するための観光の基盤づくりを進めます。

- (1) 観光地の景観形成・快適な交流空間づくり
- (2) 人にやさしい観光地づくり
- (3) 観光旅行の安全・安心の確保
- (4) 観光振興に資する交通基盤等の構築

## 第5章 推進体制の整備

### 1 計画の推進体制

県、市町、県民、観光事業者、観光関係団体がそれぞれの役割を担いながら、協働して本計画を推進します。

### 2 観光統計の整備

観光統計の整備を、観光振興における重要なインフラ構築と位置づけ、市町、観光事業者及び観光関係団体との連携・協力を深め、旅行市場に関する情報・データの把握、観光旅行者の動向調査等、観光に関する情報の収集及び分析等を拡充させていきます。

### 3 計画の進行管理

本計画を着実に推進していくため、各施策の進捗状況等を把握し、適切に進行管理を行います。また、進捗状況の結果については、年次報告書としてまとめ、公表します。

**三重県観光振興基本計画(仮称)**  
**(中間案)**

**平成23年12月**  
**三 重 県**

# 目 次

<b>第1章 計画の基本的な考え方</b>	<b>1</b>
1 計画策定の趣旨	1
2 計画の性格	1
3 計画期間	2
<b>第2章 三重県観光の現状と課題</b>	<b>3</b>
1 観光を取り巻く環境	3
2 三重県観光の現状	7
3 三重県観光振興プランの推進による主な実績と今後の課題	20
<b>第3章 基本方針と目標</b>	<b>24</b>
1 めざすべき姿	24
2 基本方針と施策体系	24
3 計画目標	26
<b>第4章 三重県観光の持続的な発展に向けた施策の展開</b>	<b>28</b>
1 観光資源の魅力を生かした国内誘客	28
2 三重県を主要目的地とする海外誘客	30
3 観光産業の高付加価値化	32
4 おもてなしの心を形にする観光の魅力づくり・人づくり	34
5 利便性・快適性に優れた観光の基盤づくり	42
<b>第5章 推進体制の整備</b>	<b>45</b>
1 計画の推進体制	45
2 観光統計の整備	46
3 計画の進行管理	46

## 第1章 計画の基本的な考え方

### 1 計画策定の趣旨

三重県では、観光振興を県政の重要課題の一つと位置づけ、戦略的に観光に関する施策を展開するため、平成16年（2004年）11月に「三重県観光振興プラン」を策定するとともに、平成18年（2006年）4月に「観光局」を設置し組織体制を強化するなど、取組を進めてきました。

また、平成20年（2008年）9月には、「三重県観光振興プラン第2期戦略」への移行を図り、「三重県観光の新たなイメージづくりと情報発信・誘客戦略」、「多様な主体による観光の魅力づくり・人づくり戦略」、「観光客の快適性の向上に資する社会基盤整備戦略」の3つの戦略に基づき、施策を推進してきました。

これらの取組の結果、観光レクリエーション入込客数は堅調に伸び、平成17年（2005年）と比べ、平成22年（2010年）には県全体で13.1%（4,136千人）の増加となる等の成果がありました。

しかしながら、近年の観光を取り巻く環境は、観光旅行者のニーズの高度化や観光旅行の形態の多様化等、大きな変化を見せています。また、全国各地の観光地間競争の激化、長引く経済不況、さらには東日本大震災の発生とこれに続く原子力発電所事故を起因とした観光需要の減退等、一段と厳しさも増しています。

三重県が、魅力ある観光の目的地として、来訪する多くの人々を魅了し、これからも選ばれ続けるためには、観光産業を三重県経済を牽引する産業として大きく育て、「産業としての観光」を確立させていくとともに、観光振興と県民生活の向上が一体的に促進されることが重要です。

そこで、三重県の観光振興を担う各主体の役割を明らかにし、式年遷宮後も見据えた今後の方向性を定めていくため、「みえの観光振興に関する条例」（以下、「条例」という。）を平成23年（2011年）10月20日に公布・施行しました。

この計画は、条例第21条の規定に基づく基本計画として策定するものです。今後、三重県においては、本計画により観光振興に関する施策を総合的かつ計画的に推進していくこととします。

### 2 計画の性格

この計画は、県が取り組む観光振興に関する施策等を明らかにした行政計画です。

また、県が市町、県民、観光事業者、観光関係団体等さまざまな主体と協働して成果を生み出し、新しいものを創造していくという「協創」の考え方を踏

まえ、これらの各主体の力を結集し、めざすべき三重県観光の将来の姿とその実現に向けた方向性を共有するための共通指針となるものです。

### **3 計画期間**

この計画は、概ね10年先を見据えつつ、平成24年度（2012年度）を初年度とし、平成27年度（2015年度）を目標年とする4か年の計画とします。

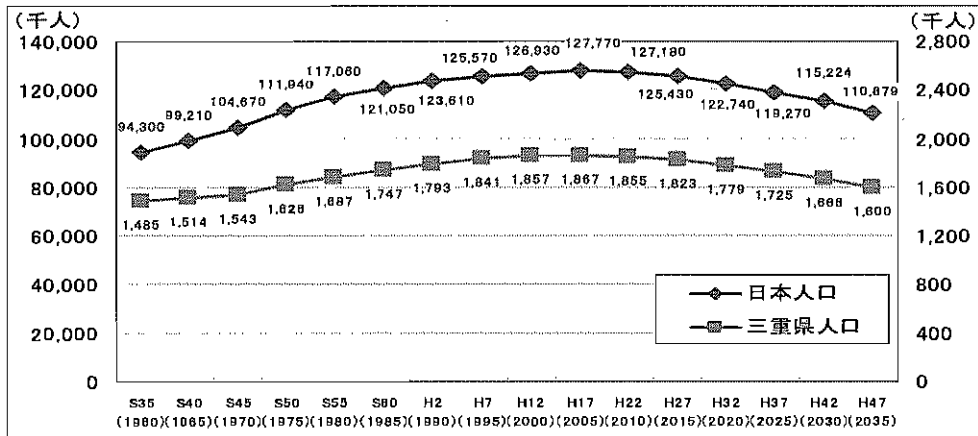
## 第2章 三重県観光の現状と課題

### 1 観光を取り巻く環境

#### ○人口減少社会の本格化

我が国の総人口は平成17年（2005年）をピークに、減少傾向にあります。国立社会保障・人口問題研究所が公表した将来の推計人口（平成18年12月推計）は、平成47年（2035年）に1億1,067万人になることが予測（出生・死亡率中位予想）されています。また、三重県の人口も、これまで順調に増加を続けてきましたが、総人口と同様にすでに減少局面に入っています。これらの人口動向を踏まえると、今後、海外も含めての観光・交流の促進を図ることが、地域経済の活性化において重要となります。

＜人口の推移＞

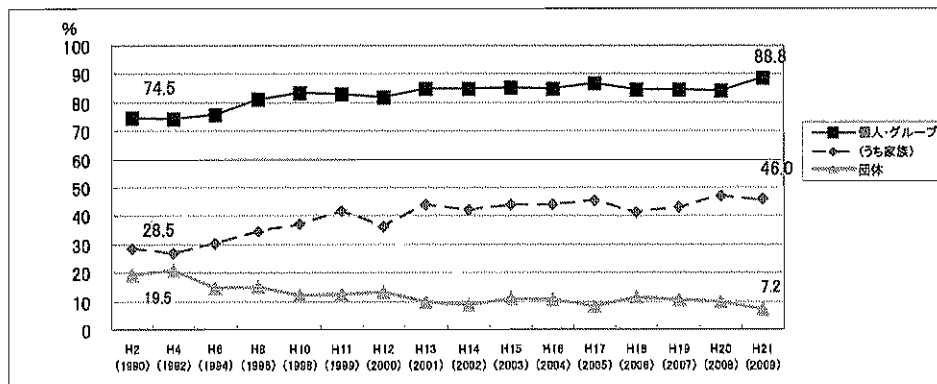


（資料：三重の統計、国立社会保障・人口問題研究所による将来人口予想に基づき、観光・交流室で作成）

#### ○旅行に関する国民の意識等の変化

宿泊観光旅行の形態は、団体旅行から個人・グループ旅行への移行が進んでおり、今後もその傾向は続くと考えられます。

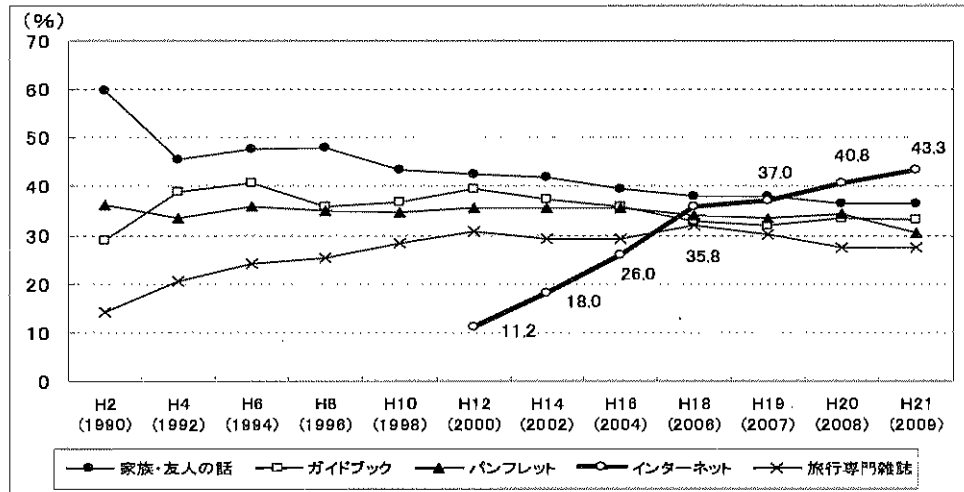
＜宿泊観光旅行の形態＞



（資料：（社）日本観光振興協会「平成22年度観光の実態と志向」）

情報通信基盤の高度化、関連技術等の発達により、現在、インターネット、携帯電話、CATV、CS デジタルテレビ放送等、多様な情報通信サービスが提供されています。このような機器やサービスの普及に伴い、インターネットによる観光情報、宿泊情報等の入手、予約等の利用が拡大しています。

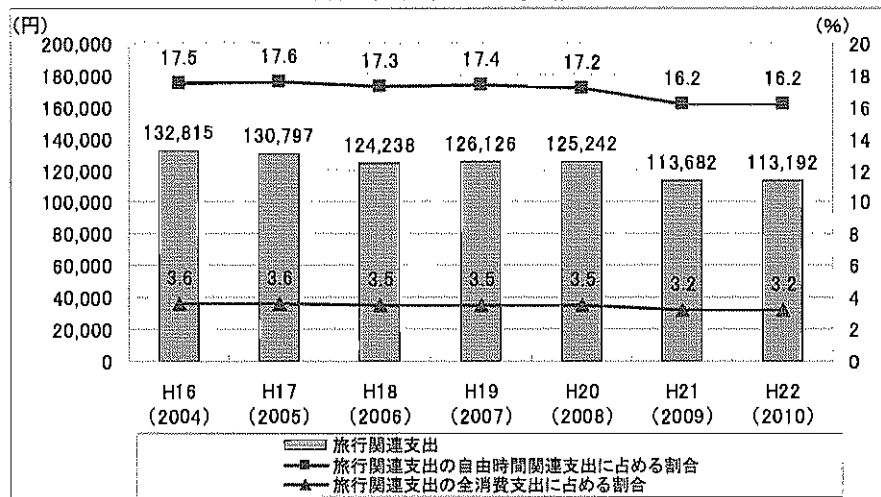
＜参考にする情報媒体＞



(資料：(社)日本観光振興協会「平成22年度観光の実態と志向」)

宿泊費、交通費等の旅行関連支出の推移を見ると、支出額、全消費支出に占める割合及び自由時間関連支出(外食、耐久財、教養娯楽等に支出した金額)に占める割合とも減少傾向にあります。

＜旅行関連支出の推移＞

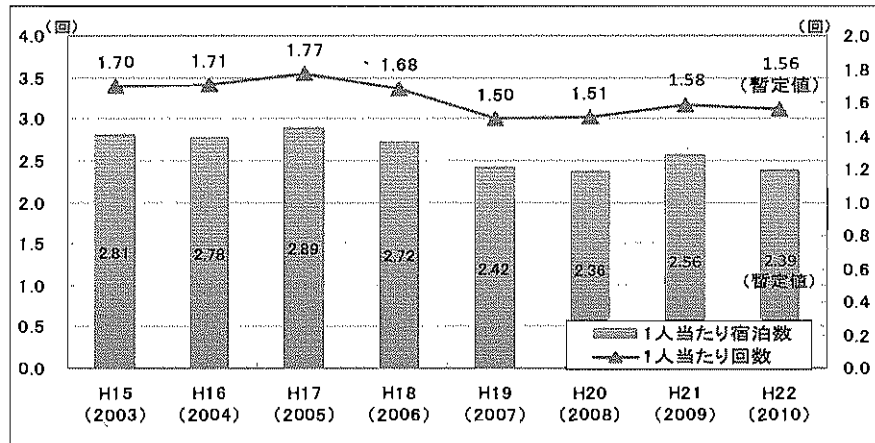


(資料：観光庁「平成23年版観光白書」)

平成22年度(2010年度)における国民一人あたりの国内宿泊観光旅行の回数は1.56回/年、また、宿泊数は2.39泊/年と推計され、平成17年度(2005年度)をピークに減少傾向にあります。



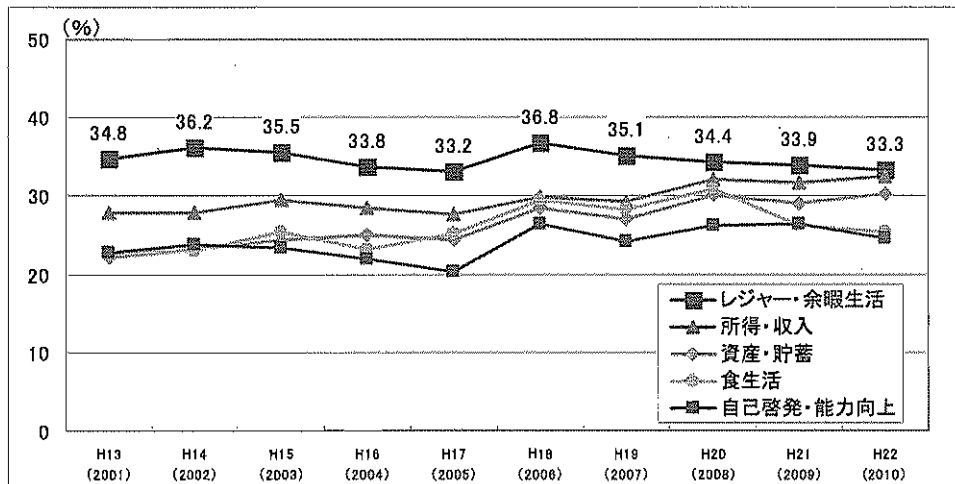
＜国内宿泊観光旅行の回数及び宿泊数の推移＞



(資料：観光庁「平成23年版観光白書」)

今後の生活で重点をおきたい分野は、「レジャー・余暇生活」を挙げる割合が33.3%と最も高くなっています。近年は減少傾向にあるものの、レジャーに対する潜在需要は依然として高いことがうかがえます。

＜今後の生活の力点＞



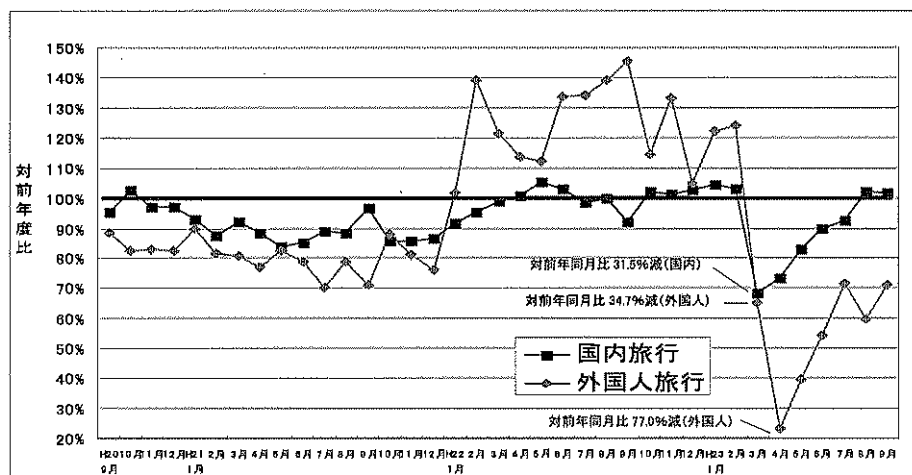
(資料：内閣府「平成13～22年国民生活に関する世論調査」)

○東日本大震災による観光需要の減少

観光庁が、毎月公表している「主要旅行業者（58社）の旅行取扱状況速報」によれば、東日本大震災の影響により、平成23年（2011年）3月の国内旅行の取扱高は対前年同月比で31.5%減少、外国人旅行は34.7%減少しました。

国内旅行は、ほぼ前年並みに回復してきているものの、外国人旅行については、依然として原子力発電所事故の影響が大きく、4月には対前年同月比で77.0%減少となるなど、回復が遅れ、厳しい状況が続いています。

＜主要旅行業者の取扱額の対前年同月比の推移＞



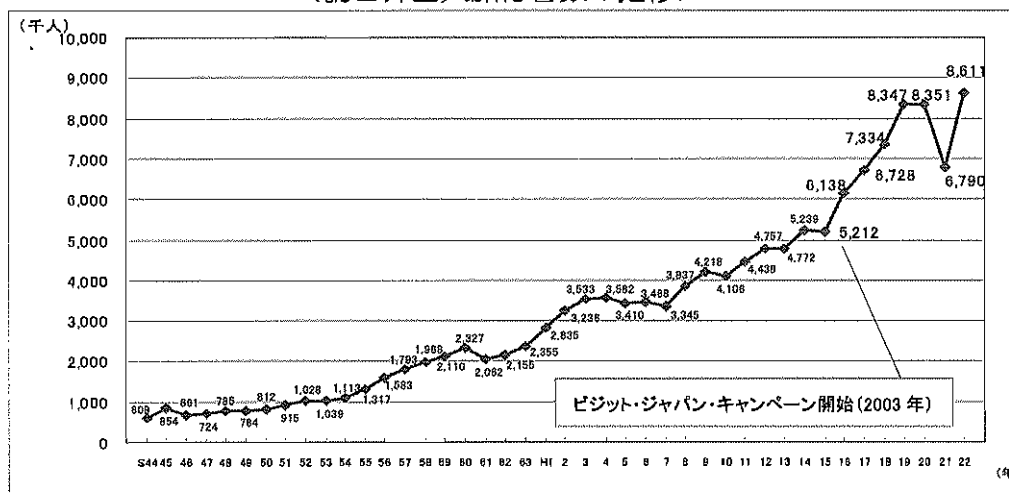
(資料：観光庁「主要旅行業者旅行取扱状況」資料に基づき、観光・交流室で作成)

### ○観光立国の推進

21世紀の我が国経済社会の発展のためには観光立国の実現が極めて重要との認識のもと、観光立国推進基本法の制定（平成18年12月成立）、観光立国推進基本計画の策定（平成19年6月閣議決定）、観光庁の発足（平成20年10月）等、観光立国を推進する体制整備が行われてきています。

また、元気な日本を復活させるための戦略を描いた「新成長戦略」（平成22年6月閣議決定）において、我が国の持続的な成長を牽引する7つの成長分野の一つとして観光立国が掲げられ、訪日外国人を平成32年初めまでに2,500万人、将来的に3,000万人とすること等が、国家戦略プロジェクトとして進められています。

＜訪日外国人旅行者数の推移＞



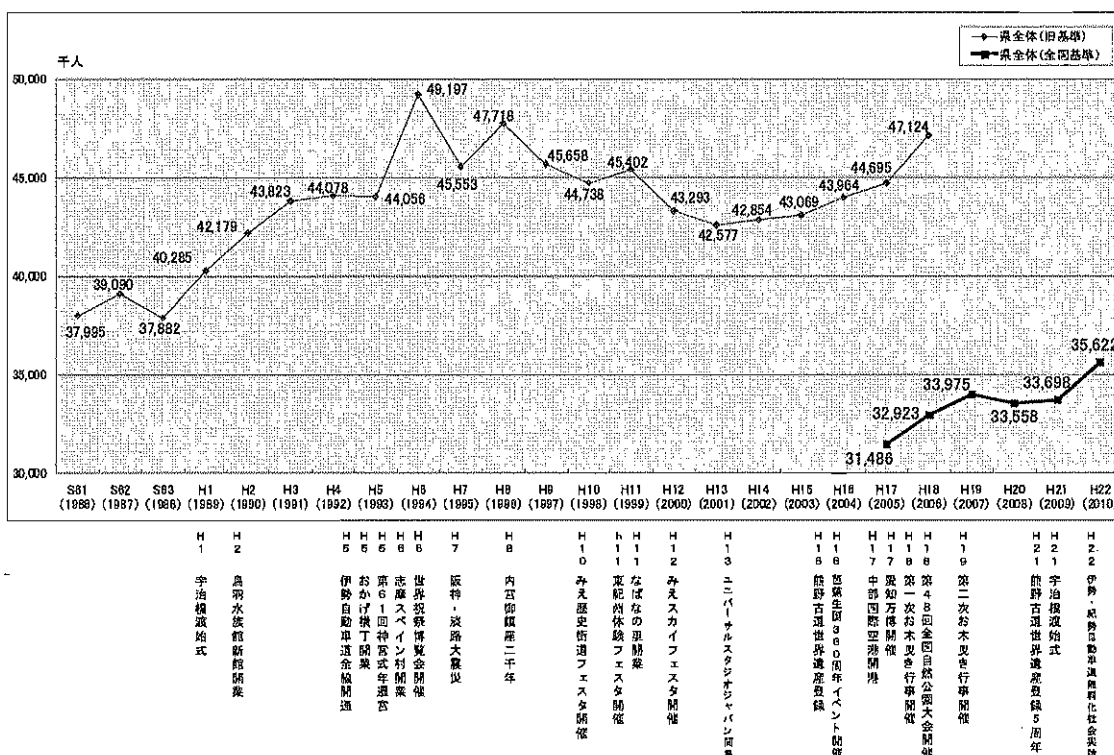
(資料：法務省及び日本政府観光局 (JNTO) 資料に基づき、観光・交流室で作成)

## 2 三重県観光の現状

### ○入込客数等の推移

三重県では、平成 17 年（2005 年）より、(社)日本観光協会（現在は、(社)日本観光振興協会）による「全国観光統計基準」に基づき、観光レクリエーション入込客数を推計しています。旧基準を採用していた平成 13 年（2001 年）以降、入込客数は増加傾向にあります。

＜観光レクリエーション入込客数推計（実数）（県全体）＞



（資料：観光・交流室「平成 22 年観光レクリエーション入込客数推計書」）

＜観光レクリエーション入込客数推計（実数）（地域別）＞

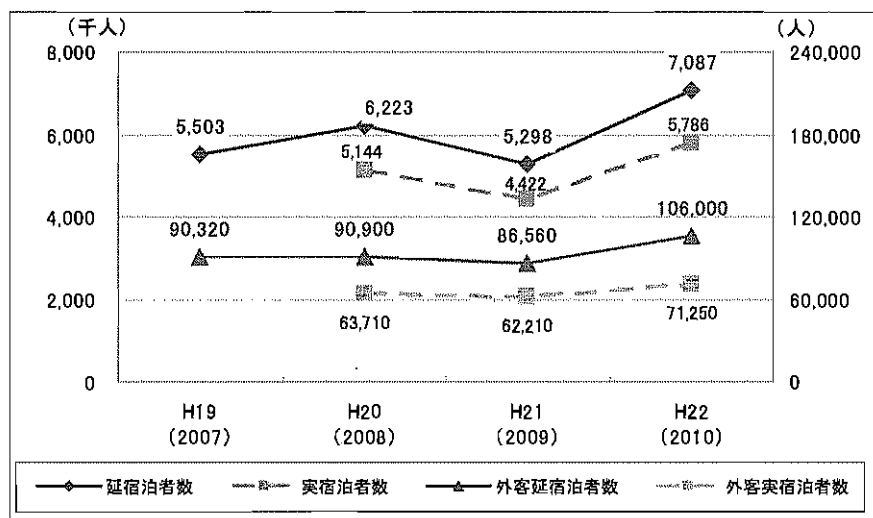
（単位：千人）

年	H17 (2005)	H18 (2006)	H19 (2007)	H20 (2008)	H21 (2009)	H22 (2010)
北勢地域	12,250	12,605	12,935	13,238	13,511	16,215
中南勢地域	6,016	6,149	6,122	5,925	5,901	6,350
伊勢志摩地域	8,696	9,187	9,725	9,533	9,278	9,092
伊賀地域	3,111	3,554	3,613	3,285	3,374	2,358
東紀州地域	1,413	1,428	1,580	1,577	1,634	1,607
合計	31,486	32,923	33,975	33,558	33,698	35,622

（資料：観光・交流室「平成 22 年観光レクリエーション入込客数推計書」）

県内の宿泊施設における平成22年(2010年)の延宿泊者数(観光・ビジネスを含む)は7,087千人と推計されます。また、同年の外国人延宿泊者数は101,960人と推計されます。

＜県内の宿泊旅行者の推移(国内外)＞



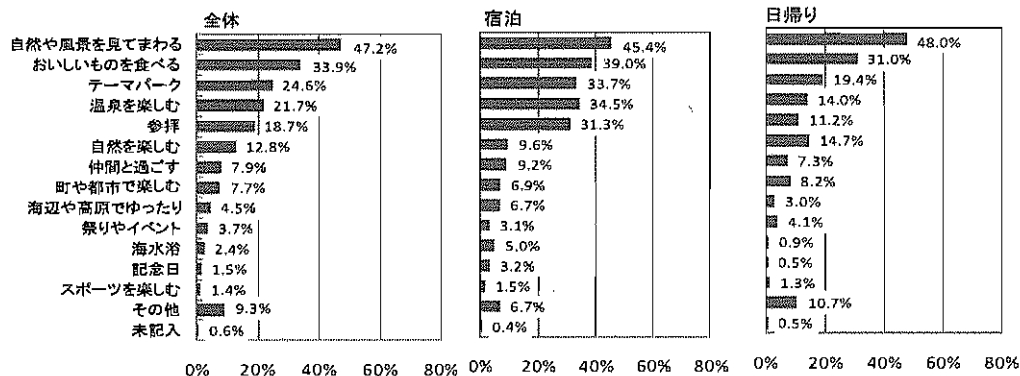
※平成21年調査までは、従業員10人以上の宿泊施設が調査対象であったが、平成22年第2四半期調査以降、全ての宿泊施設が調査対象となった。よって、平成21年と平成22年の数値は単純比較はできない。

(資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」)

## ○観光旅行者の動向

主な来訪目的は、「自然・風景」、「食」、「テーマパーク」、「温泉」となっています。滞在種別でみると、宿泊旅行者は「温泉」及び「参拝」、日帰り旅行者は「自然・風景」を目的とする割合が高いのが特徴です。

＜観光旅行者の来訪目的＞



(資料：観光・交流室「平成22年度観光客実態調査」)

三重県への宿泊旅行を選んだ理由は、「特定の観光地・観光スポットに興味があった」、「そこならではの食、特産品に興味があった」との回答が、それぞれ全国平均を大きく上回っており主な選択要因となっています。

＜旅行先を選んだ理由＞

単位 (%)

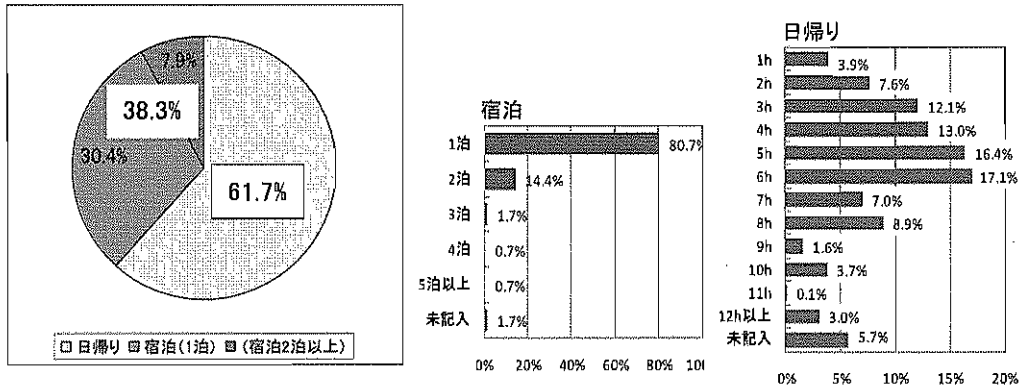
	ハード資源			ソフト資源			情報接点				
	特定の観光地・観光スポットに興味があったから	魅力的な温泉があったから	交通の便が良かったから	そこならではの食、特産品に興味があったから	特定のイベントやアクティビティに興味があったから	良い宿・ホテルがあったから	テレビや雑誌などで話題になっていたから	口コミなどで評判が良かったから	家族や親戚、知人がいたから	家族や知人に勧められた、誘われたから	なじみがあったから
三重県	74.5	25.7	41.9	46.9	20.2	49.9	16.9	24.0	14.2	25.3	29.2
全国平均	64.9	33.9	45.0	39.4	27.4	49.0	18.1	21.2	23.8	27.2	33.8

(資料：じゃらんリサーチセンター「じゃらん宿泊旅行調査2011」)

三重県を訪れる観光旅行者の滞在種別は、宿泊旅行者が38.3%、日帰り旅行者が61.7%となっています。

宿泊旅行者の約8割が1泊(平均宿泊数1.2泊)であり、日帰り旅行者では5～6時間の滞在(平均滞在時間5.3時間)が多くなっています。

<滞在種別・滞在日数（時間）>



(資料：観光・交流室「平成22年度観光客実態調査」)

宿泊施設をチェックアウトした後、当該宿泊エリアを出るまでに実施したことは、「観光施設に行く、遊ぶ」が43.1%と高く、全国平均を10.1ポイント上回っています。

一方、「各種体験プログラムに参加」は、全国平均を0.8ポイント下回るとともに、エリアからの平均退出時間についても、全国平均よりも21分早くなっています。

<チェックアウトの後、エリアを出るまでに実施したこと(複数回答)> 選択肢の単位(%)

	朝食を食べる	喫茶・スイーツを食べる	昼食を食べる	各種体験プログラムに参加	直売所などで買い物をする	観光施設に行く、遊ぶ	立ち寄り温泉に入る	夕食を食べる	バーなどでお酒を飲む	その他	何も実施しなかった	エリアからの平均退出時間
三重県	14.3	9.5	36.3	1.2	36.8	43.1	3.4	11.0	0.7	5.6	18.9	12:10
全国平均	14.7	9.3	35.1	2.0	37.1	33.0	3.3	10.3	0.8	7.4	21.6	12:31

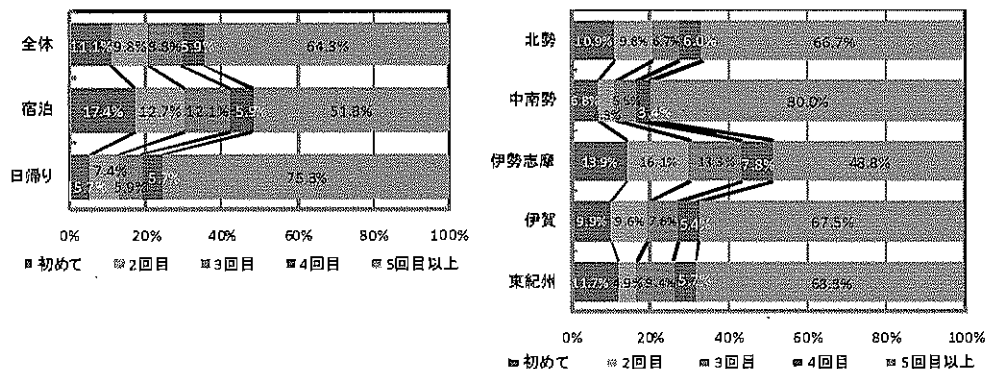
(資料：じゃらんリサーチセンター「じゃらん宿泊旅行調査2011」)

三重県への来訪回数は、「5回以上」の来訪経験のあるリピーターが過半数を超えています。リピート率は、宿泊旅行者が82.6%、日帰り旅行者が94.3%を占め、特に日帰り旅行者では5回以上の来訪経験者が75.3%となっています。

地域別では、中南勢地域へのリピート率が93.2%と高く、5回以上の来訪経験者も80.0%を占め、県内5地域の中で最も高くなっています。また、伊

勢志摩地域は、初来訪者の占める割合が13.9%と高く、初めて三重県を訪れる観光旅行者の主たる目的地となっていることがうかがえます。

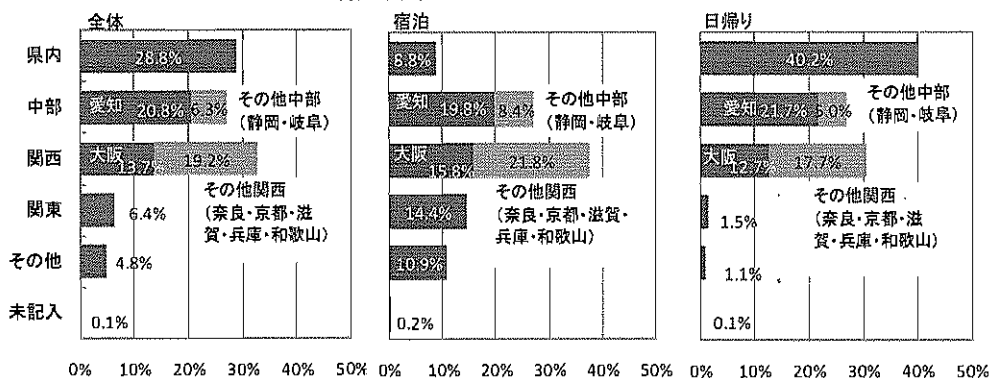
＜三重県への来訪回数（リピート率）＞



(資料：観光・交流室「平成22年度観光客実態調査」)

観光旅行者の発地については、三重県、愛知県、大阪府からの来訪が6割強を占めており、県内が全体の3割弱、愛知県からの来訪が2割強、大阪府からの来訪が1割強となっています。滞在種別でみると、宿泊旅行者は大阪府を含めた関西圏からの来訪割合（4割弱）が大きく、一方、日帰り旅行者は県内の占める割合（4割強）が大きくなっています。

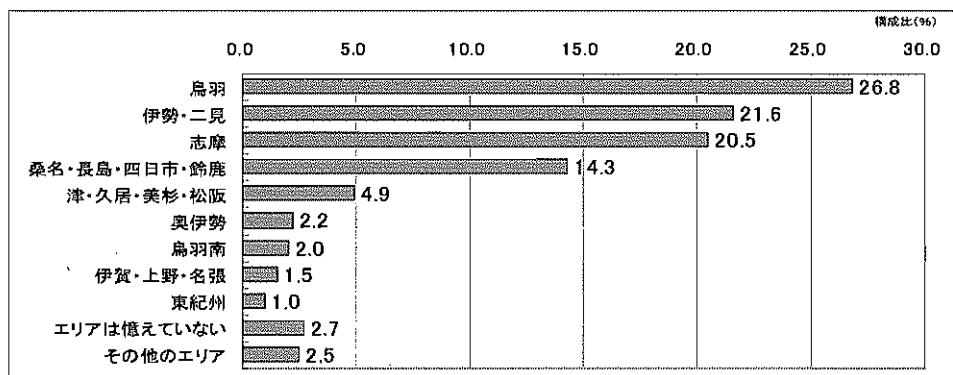
＜観光旅行者の発地別割合＞



(資料：観光・交流室「平成22年度観光客実態調査」)

三重県内での宿泊先は、伊勢志摩地域が県全体の7割強を占めており、次いで、北勢地域、中南勢地域、伊賀地域、東紀州地域の順となっています。

＜三重県内での宿泊先＞



(資料：じゃらんリサーチセンター「じゃらん宿泊旅行調査 2011」)

地域内での平均立寄り地点数は、伊勢志摩地域と東紀州地域における地点数が多く、地域内での周遊が進んでいます。

なお、滞在種別では、全ての地域において、宿泊旅行者の地点数が、日帰り旅行者の地点数を上回っており、周遊観光の促進には、宿泊を伴う旅行が有効であることがうかがえます。

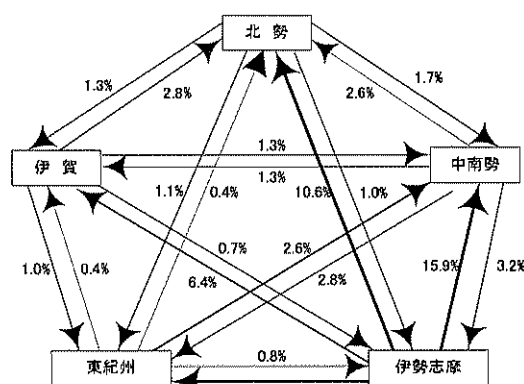
＜地域内での平均立寄り地点数＞

	北勢	中南勢	伊勢志摩	伊賀	東紀州
全体	1.18 地点	1.31 地点	3.12 地点	1.47 地点	2.34 地点
宿泊	1.28 地点	1.44 地点	3.57 地点	1.72 地点	2.57 地点
日帰り	1.14 地点	1.28 地点	2.31 地点	1.39 地点	2.17 地点

(資料：観光・交流室「平成 22 年度観光客実態調査」)

地域間の移動は、伊勢志摩地域から他地域への立寄り率が高く、同地域を宿泊の拠点として、他地域に周遊しているものと考えられます。

＜地域間の立寄り率＞

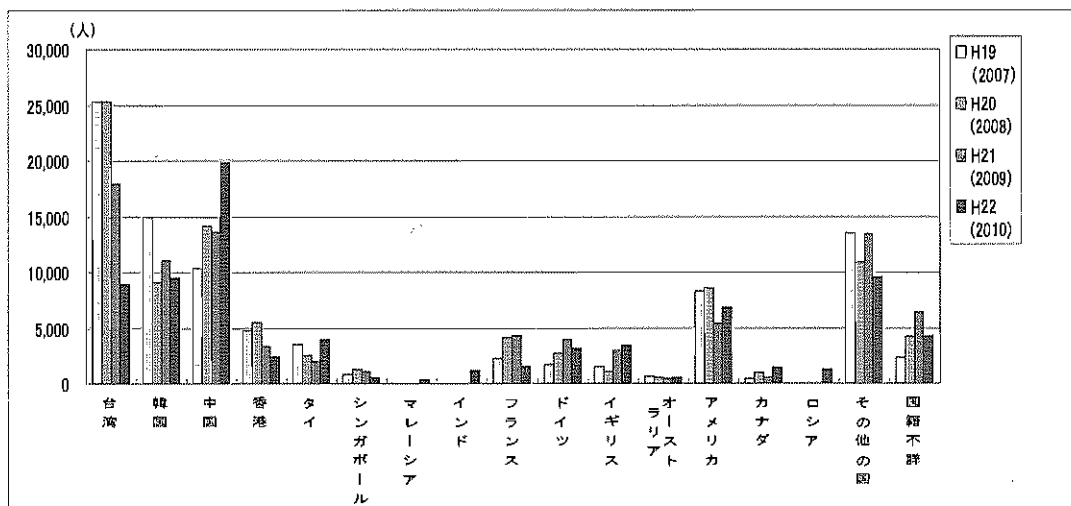


(資料：観光・交流室「平成 22 年度観光客実態調査」)



三重県を訪れた外国人観光旅行者の国籍内訳については、東アジア地域を中心として、欧州等、国の訪日旅行促進事業（ビジット・ジャパン事業）の対象 15 市場に広がっています。近年、中国からの来訪が増加傾向にあります。

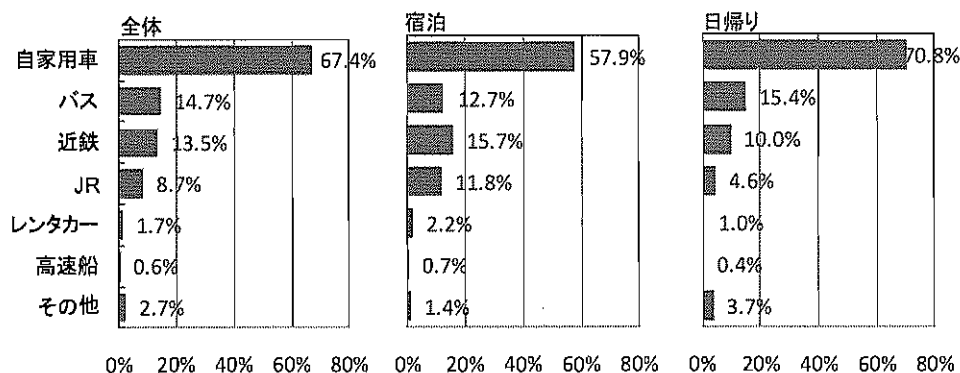
＜外国人観光旅行者の国籍内訳＞ ※従業員 10 人以上の宿泊施設における延べ宿泊者数



(資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」)

三重県までの来訪に利用した交通手段は、自家用車比率が最も高く 67.4% となっています。滞在種別でみると、宿泊旅行者は鉄道の利用率が高く、日帰り旅行者は自家用車及びバスの利用率が高くなっています。

＜三重県までの交通手段（複数回答）＞

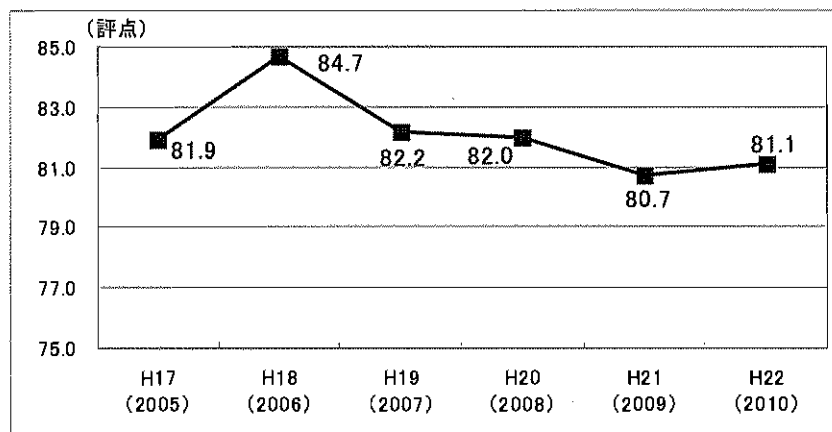


(資料：観光・交流室「平成 22 年度観光客実態調査」)

## ○観光旅行者からの評価

観光旅行者の満足度は、平成18年度（2006年度）以降、低下傾向にありましたが、平成22年度（2010年度）は、前年と比較して0.4ポイント改善しました。

＜観光旅行者の満足度の推移＞

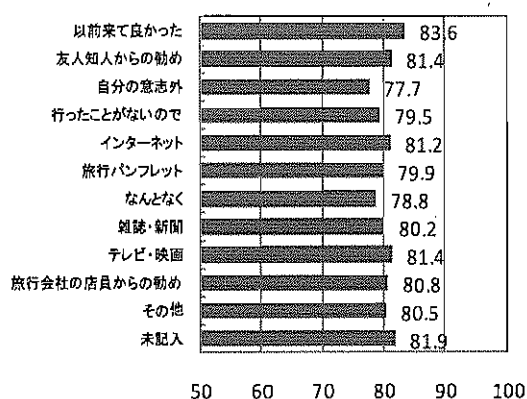


(資料：観光・交流室「平成17～22年度観光客実態調査」)

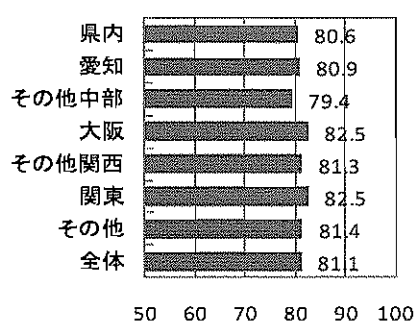
三重県を選んだ理由別の満足度は、「以前の来訪」と「口コミ」をきっかけとして来訪した観光旅行者の満足度が高く、リピーター及び口コミにより来訪者を増加させることが、満足度の向上につながると考えられます。

また、発地別の満足度は、首都圏（関東）からの観光旅行者の満足度が高い一方で、近距離圏である県内及び愛知県を含む中京圏（中部）を発地とする観光旅行者の満足度は、平均点（81.1点）を下回る結果となりました。

＜三重県を選んだ理由別の満足度＞



＜発地別の満足度＞



(資料：観光・交流室「平成22年度観光客実態調査」)

個別満足度は、「自然の景観・雰囲気」、「宿泊施設の食事」、「まちなみの景観・雰囲気」、「観光施設・体験の内容」等の項目が、高い評価を得ました。

一方、「費用負担」、「情報・案内」、「地域住民のおもてなし」の満足度は低位に留まりました。

なお、地域別では、伊賀地域の満足度が全般的に高くなっています。

＜地域別の個別満足度＞

		全体	北勢	中南勢	伊勢志摩	伊賀	東紀州
景観・雰囲気	自然の景観・雰囲気	88.2	87.0	87.2	88.4	88.9	89.2
	まちなみの景観・雰囲気	84.2	84.1	83.4	86.1	84.4	82.1
宿泊施設	部屋や施設の質	82.8	83.3	79.0	82.2	84.6	83.4
	食事の質	84.3	83.9	80.8	84.7	85.9	84.6
	従業員のおもてなし	83.6	83.3	80.0	84.1	84.6	83.9
観光施設	施設・体験の内容	84.2	84.8	93.0	84.4	86.3	84.7
	従業員のおもてなし	83.7	83.5	82.7	84.0	86.0	81.7
飲食施設	食事の内容	82.4	79.2	83.9	82.2	84.1	83.4
	従業員のおもてなし	81.8	79.5	83.0	81.7	83.8	81.6
物販施設	土産・商品の内容	80.9	78.1	81.1	82.0	81.7	81.3
	従業員のおもてなし	80.8	76.4	81.3	81.4	82.6	80.3
その他	地域住民のおもてなし	79.3	80.6	77.5	78.8	79.5	80.3
	情報・案内	78.9	80.4	76.9	78.4	79.6	78.8
	費用負担	77.3	78.2	76.3	76.7	78.0	76.9

※濃い青色(白字)は各個別満足度における最高得点、薄い青色は最低得点

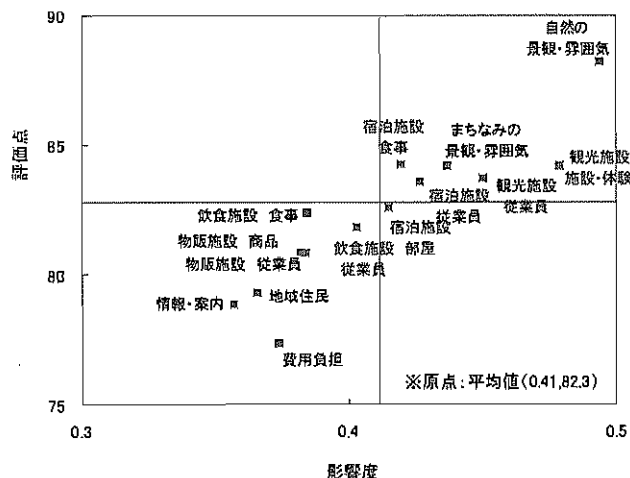
(資料：観光・交流室「平成22年度観光客実態調査」)

個別満足度が観光旅行者の総合的な満足度に与える影響をみると、「自然の景観・雰囲気」の満足度が大きく影響することが確認できます。

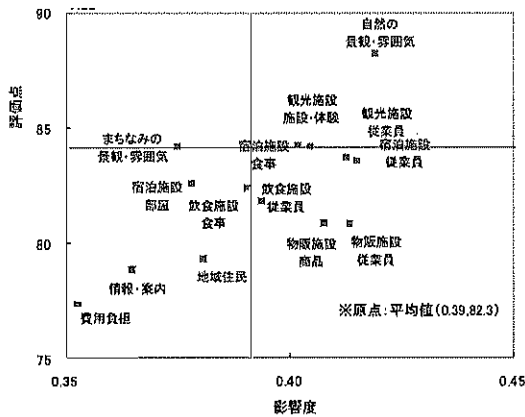
また、再来訪意向及び口コミ意向に与える影響をみると、再来訪意向については、「自然の景観・雰囲気」、「宿泊施設の従業員」、「観光施設の従業員」の影響が大きくなっています。なお、「物産施設の従業員」は、一定の影響度があるものの、満足度が低位に留まっています。

一方、口コミ意向については、「観光施設の従業員」の影響が大きくなっています。なお、「物販施設の商品」の満足度が低位に留まっています。

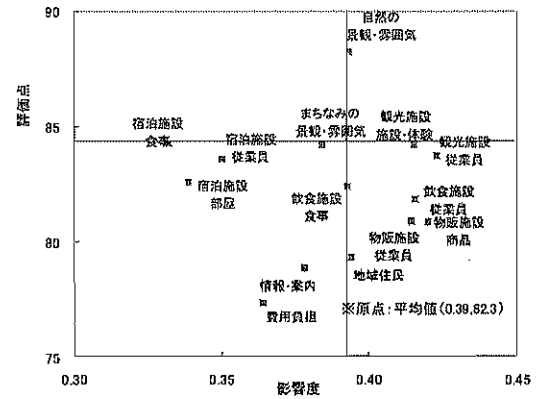
＜観光旅行者の満足度への影響度＞



＜再来訪意向への影響度＞



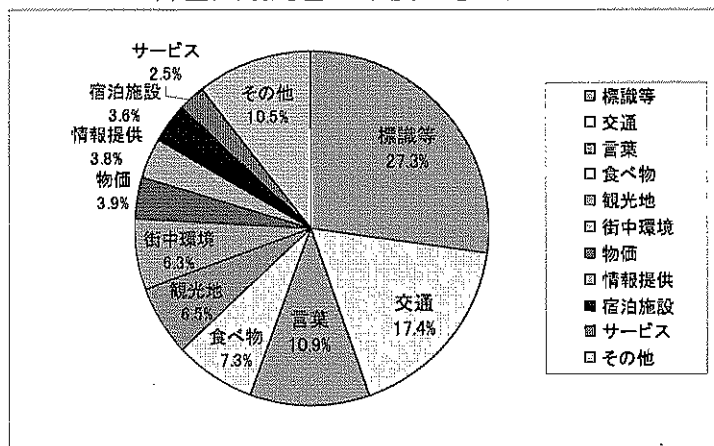
＜口コミ意向への影響度＞



(資料：観光・交流室「平成22年度観光客実態調査」)

三重県を訪れた外国人観光旅行者に対して、不便に感じたことについて尋ねたところ、「各言語の標識がない」、「標識が分かりにくい」といった「標識等」の不便に関する声が最も多く、次いで、「交通」、「言葉」が上位に挙がっています。

＜外国人観光客が不便に感じたこと＞

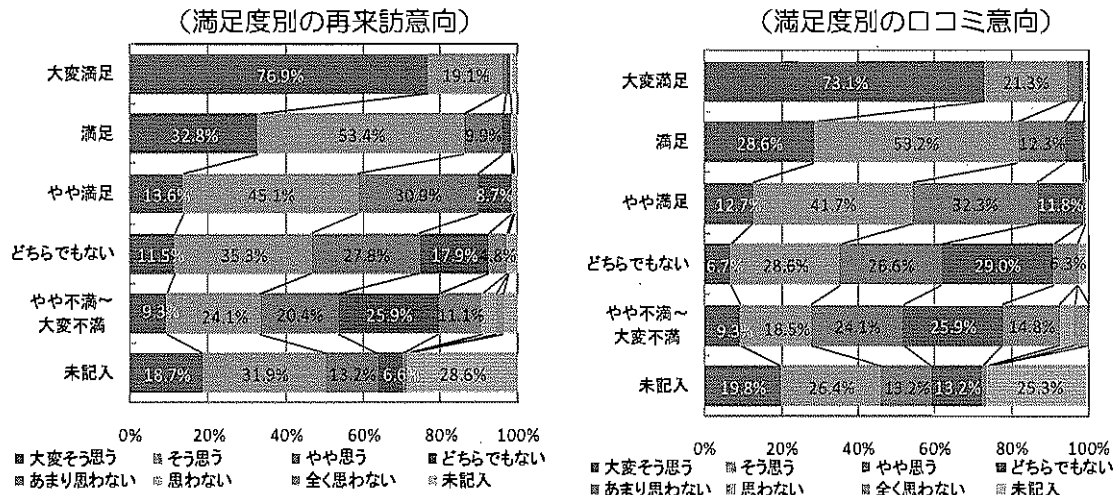


(資料：観光・交流室「外国人観光客実態調査(春期・夏期・秋期・冬期)」)

観光客満足度別に再来訪意向をみると、満足度が「やや満足」では、再来訪意向「大変そう思う」が13.6%であるのに対し、「満足」だと32.8%、さらに「大変満足」であると76.9%と著しく向上し、観光旅行者の満足度の向上とリピーターの創出は、正比例の相関関係にあります。

同様に、口コミ意向についても、満足度が「やや満足」では、口コミ意向「大変そう思う」が12.7%であるのに対し、「満足」だと28.6%、さらに「大変満足」であると73.1%と向上するなど、満足度の向上が、口コミの広がりにつながる事が確認できています。

### ＜観光旅行者の再来訪意向及び口コミ意向＞



※不満層（「やや不満」「不満」「大変不満」）は該当数が少ないため、一つの項目に統合して表記している。

（資料：観光・交流室「平成22年度観光客実態調査」）

### ○三重県観光に対する期待

県民、観光事業者、観光関係団体を対象としたアンケート調査により、県に期待する取組を尋ねたところ、県民からは、主に地域の資源の活用に対する期待が多く寄せられ、観光事業者及び観光関係団体からは、さらなる観光PRに対する期待が多く寄せられました。

#### ＜県に期待する観光振興の取組（上位5位）＞

##### 【県民】 ※複数回答

- 第1位 三重県産の食材を生かした食の魅力づくり 14.9%
- 第2位 県産品のブランド力を生かした土産や特産品づくり 12.3%
- 第3位 地域の観光資源を生かした観光地づくり 11.7%
- 第4位 ホームページやパンフレットを活用した観光情報の発信 10.8%
- 第5位 キャンペーンやイベントによる新たなイメージづくり 10.2%

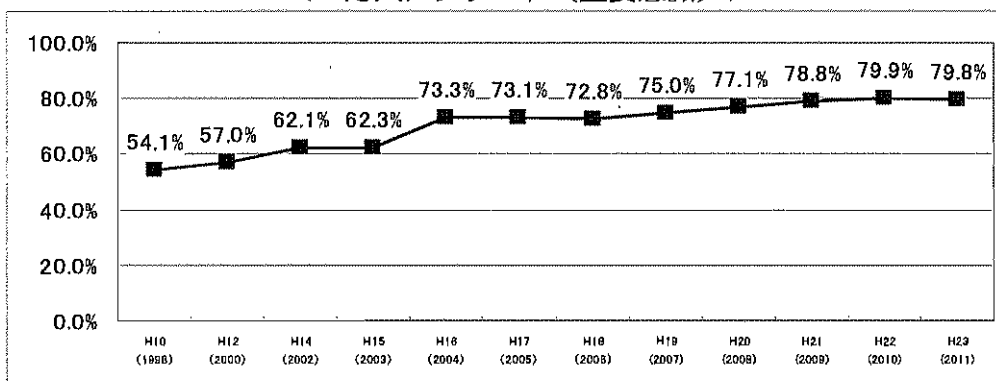
##### 【観光事業者・観光関係団体】 ※複数回答

- 第1位 ホームページやパンフレットを活用した観光情報の発信 13.1%
- 第2位 キャンペーンやイベントによる新たなイメージづくり 10.5%
- 第3位 道路や町並みの整備、景観づくりなどの基盤整備 9.3%
- 第4位 県産品のブランド力を生かした土産や特産品づくり 8.6%
- 第4位 三重県産の食材を生かした食の魅力づくり 8.6%

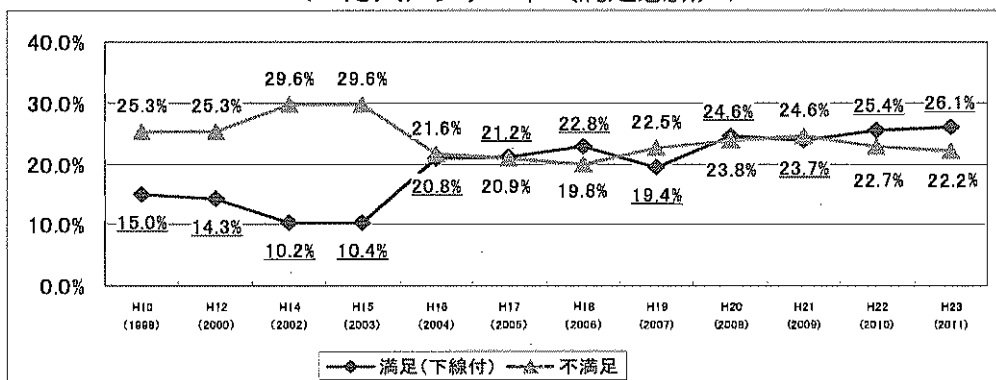
（資料：観光・交流室「平成22年度三重県の観光戦略の策定に係る基礎調査報告書」）

行政の各分野に対する県民の重要意識、満足意識等を把握し、県政運営に活用することを目的に、県が実施した一万人アンケートによると、観光分野の取組については、重要意識は概ね増加傾向にあります。また、満足意識についても同様の傾向にあるとともに、不満意識については、ほぼ横ばいで推移しながらも平成23年度(2011年度)は前年と比較して0.5ポイント改善しました。

＜一万人アンケート（重要意識）＞



＜一万人アンケート（満足意識）＞



平成15年度までの表現	三重県を訪れる人が増加するような観光施設や地域づくり
平成16年度以降の表現	地域の名勝や特産品などの観光資源に魅力を感じてたくさんの人が三重県を訪れること

(資料：政策部企画室「平成10～23年度一万人アンケート報告書」)

## ○観光消費がもたらす経済効果

平成 22 年（2010 年）の県内の観光消費額は 4,449 億円であり、その経済波及効果は 4,942 億円、付加価値額は 2,985 億円（県内総生産の 4.1%）、雇用誘発効果は 52,127 人（県内就業者数の 5.6%）と推計されます。

※経済波及効果＝直接効果＋第 1 次間接波及効果＋第 2 次間接波及効果

（直接効果）

観光消費額（宿泊施設、飲食店及び土産物店等に支払われる消費額）のうち、県外へ漏れる需要を除いた県内の生産活動に直接影響を及ぼす額（県内需要増加額）。観光消費額に県内自給率を乗じて求める。

（第 1 次間接波及効果）

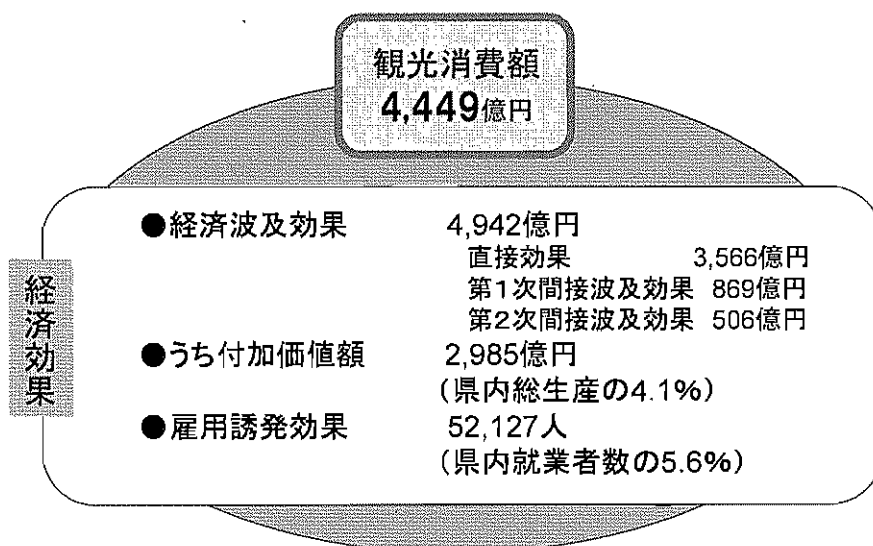
宿泊業や観光施設、飲食業を営業するため、食材や雑貨等の原材料が新たに調達され、これらの原材料を生産する産業は、さらに新たな原材料を必要とする。こうした次々に発生する原材料を供給するための生産活動からもたらされる生産・サービス等の増加額。

（第 2 次間接波及効果）

直接効果及び第 1 次間接波及効果により各産業の雇用者所得が誘発され、その一部が消費にまわることによって、さらに引き起こされた生産活動から新たにもたらされる生産・サービス等の増加額。

※付加価値額＝生産活動によって新たに生み出された価値。県民経済計算の県内総生産（GDP）に相当

＜県内の観光消費がもたらす経済波及効果の推計＞



〔資料：「平成 17 年三重県産業連関表」に基づく政策部統計室算出資料、「平成 22 年観光レクリエーション入込客数推計書及び平成 22 年度観光客実態調査」に基づき、観光・交流室で作成〕

### 3 三重県観光振興プランの推進による主な実績と今後の課題

#### (1) 三重県観光振興プランの推進

三重県では、平成16年(2004年)11月に、おおむね10年先を見据えた三重県観光がめざすべき姿とその実現に向けた道筋を示すものとして、「三重県観光振興プラン」を策定しました。このプランでは、計画期間を3期に分けて戦略展開を図りました。

なお、計画期間中に、条例の制定及び本計画の策定を行うこととなった経緯を踏まえ、第3期への移行は行わず、今後は、本計画に基づき、観光振興に関する施策を総合的かつ計画的に推進することとします。

(第1期) 平成16年11月～平成19年度

(第2期) 平成20年度～平成22年度

(第3期) 平成23年度～平成25年度

#### (2) プランに基づく主な取組

第1期及び第2期の6年余の計画期間を通じて、以下の観光戦略を展開しました。

<戦略1> 三重県観光の新たなイメージづくりと情報発信・誘客戦略

【具体的施策】

- ① 三重県観光の新たなイメージの構築
- ② 核となる観光地における基本的な戦略展開
- ③ 効果的な観光情報コンテンツの整備と段階別情報発信、メディアミックスの推進
- ④ エリア別・特定目的別情報発信・誘客戦略
- ⑤ 流通拡大のためのしくみの充実

従来「三重県観光＝自然・風景」のイメージに多様性を持たせていくため、「歴史・文化」、「食」の魅力等、新たなイメージを伸ばす取組を進めました。

首都圏、関西圏、中京圏、遠隔地、県内及び海外のエリア別に、テレビ、雑誌、ホームページ等を活用した消費者向けの情報発信を行ったほか、交流会、プレスツアー等を活用したメディア、旅行関係者等との連携強化にも取り組みました。

また、地域のさまざまな資源を活用し、「旬や本物にこだわった魅力ある旅行商品」として企画・開発するとともに、旅行会社等への提案を通じて、旅行市場における「三重県商品」の流通量の拡大と質の向上にも取り組みました。



## <戦略2>多様な主体による観光の魅力づくり・人づくり戦略

### 【具体的施策】

- ①もてなしの心を形にする観光の魅力づくり・人づくり
- ②歴史・文化資産を生かした魅力づくり
- ③グリーン・ツーリズムの推進
- ④エコツーリズムの推進
- ⑤産業政策を通じた新たな観光資源の創造
- ⑥県産品の魅力づくり
- ⑦広域連携の推進

観光の専門家（三重の観光プロデューサー）の視点とノウハウを生かして、県内の各地域において、観光資源の発掘、磨き上げ、商品化の取組に対する支援を展開しました。また、その一連のプロセスを通じて、地域における観光人材の育成についても取り組みました。

観光旅行者のニーズの多様化等に対応するため、グリーン・ツーリズム、エコツーリズム、ヘルスツーリズム等、ニューツーリズムへの対応を進めました。

また、「みえ地物一番」の取組等地産地消運動の推進や、「三重ブランド」の取組を生かしたイベント情報の発信、旅行商品の造成、県産品の魅力づくりの取組等を、観光分野においても進めました。

## <戦略3>観光客の快適性の向上に資する社会基盤整備戦略

### 【具体的施策】

- ①快適な美しい観光交流空間づくり
- ②「わかりやすく、やさしい観光地」の整備
- ③交通アクセスの充実

市町やその地に住む県民が主体となる景観まちづくりの取組に対する支援のほか、河川、海岸における水辺空間の創出、屋外広告物沿道景観地区の指定等、良好で快適な景観を形成するための取組を実施しました。

交通拠点（鉄道駅等）のバリアフリー化を促進するなど、観光旅行者の移動の円滑化を図りました。また、外国語ホームページの多言語化（15言語）等、外国人観光旅行者の利便性の向上にも取り組みました。

さらに、式年遷宮に向けて、高速道路をはじめ県内の幹線道路網の整備の促進を図りました。

### (3) 評価と課題

目標項目	目標値 (平成19年→平成22年)	実績値
観光レクリエーション入込客数	3,397万人 → 3,400万人	3,562万人
観光客満足度	63.1% → 75.0%以上	61.8%

※三重県観光振興プランにおける目標項目は、第2期から設定

3つの観光戦略に基づく取組を進めた結果、「観光レクリエーション入込客数」については、目標を達成することができました。

しかし、「観光客満足度」については、目標設定の基準年（平成19年）の数値から、さらに1.3ポイント下回る実績値となるなど、目標を達成することができませんでした。

このことについて、個別項目の満足度をみると、「自然の景観・雰囲気」、「宿泊施設の食事」、「まちなみの景観・雰囲気」、「観光施設・体験の内容」等の項目が、高い評価となった一方、「費用負担」、「情報・案内」、「地域住民のおもてなし」については、低位に留まりました。（P14～P15参照）

なお、観光客満足度の向上とリピート意向及び口コミの波及は、正比例の相関関係にあることが、これまでの調査により明らかになっています。（P16～P17参照）

観光旅行者の満足度を段階的に高めていくことが、誘客の相乗効果を高めることにつながります。

以上の目標達成状況を踏まえ、本計画に引き継ぐべき課題や方向性を、これまで推進してきた戦略別に整理しました。

#### (戦略1：三重県観光の新たなイメージづくりと情報発信・誘客戦略)

- 式年遷宮がもつ情報発信力と集客力を活用し、全国から本県に注目が集まる絶好の機会を最大限に生かしていくことが必要です。特に、首都圏をはじめ大都市圏に対する観光PRのさらなる強化が必要です。
- 式年遷宮後も見据えて、県内での周遊性・滞在性を高めるしくみづくりを進めていく必要があります。
- 国内観光市場の縮小傾向を踏まえ、海外からの誘客に力を入れていくことが必要です。特に、本県の特性を生かした誘客活動の展開を通じて、海外における本県の認知度を向上させることが必要です。
- また、ビジット・ジャパン事業の進展等、国や他府県等との連携による海外誘客の取組では、中部及び関西の両国際空港を利用できる本県の地

理的特性を生かした広域観光ルートの設定、本県のPR機会の拡大など、スケールメリットを生かしていくことが必要です。

(戦略2：多様な主体による観光の魅力づくり・人づくり戦略)

- 県民の主体的な参画も得ながら、地域の「おもてなし」の向上に取り組むことにより、観光旅行者の満足度を高めつつ、リピーターの創出や口コミによる来訪を促進する必要があります。
- 地域が観光の魅力づくりに主体的に取り組んでいけるよう、意欲ある人材の育成や、そのネットワーク化を促進していくことが必要です。
- 熊野古道伊勢路をはじめ地域固有の資源の活用をさらに進めるとともに、地域自らが情報発信機能を高め、その魅力を広く伝えていくことができるよう、環境整備を進めていくことが必要です。
- 「食」をはじめとする県産品と観光情報を効果的に組み合わせ、付加価値の高い情報として国内外に発信するなど、県産品の魅力のPRと、その認知度の向上に取り組んでいく必要があります。

(戦略3：観光客の快適性の向上に資する社会基盤整備戦略)

- 観光地の景観や空間がもたらす雰囲気、味わい、賑わい等、観光の魅力創出を図るため、市町等さまざまな主体が行う景観形成にかかる取組等の促進を図っていくことが必要です。
- 多言語表記、案内表示の設置等、外国人観光旅行者の受入体制の整備・充実をはじめ、すべての観光旅行者の利便性と快適性を高めていくことが必要です。
- 東日本大震災の発生を受け、観光地における防災対策など、観光旅行の安全・安心に向けた取組を進めていく必要があります。
- 高速道路網の整備等、広域的な交通ネットワークの整備を引き続き進めていく必要があります。また、円滑な周遊環境が整っていない地域においては、二次交通の整備促進など、現地との調整を行っていく必要があります。

観光を取り巻く環境は、年々厳しさを増しています。こうした状況において、遷宮後も持続する三重県観光のさらなる発展を図るためには、上記の課題等を踏まえつつ、観光に関する施策（P28～P44）を総合的かつ計画的に推進していくことが必要です。

### 第3章 基本方針と目標

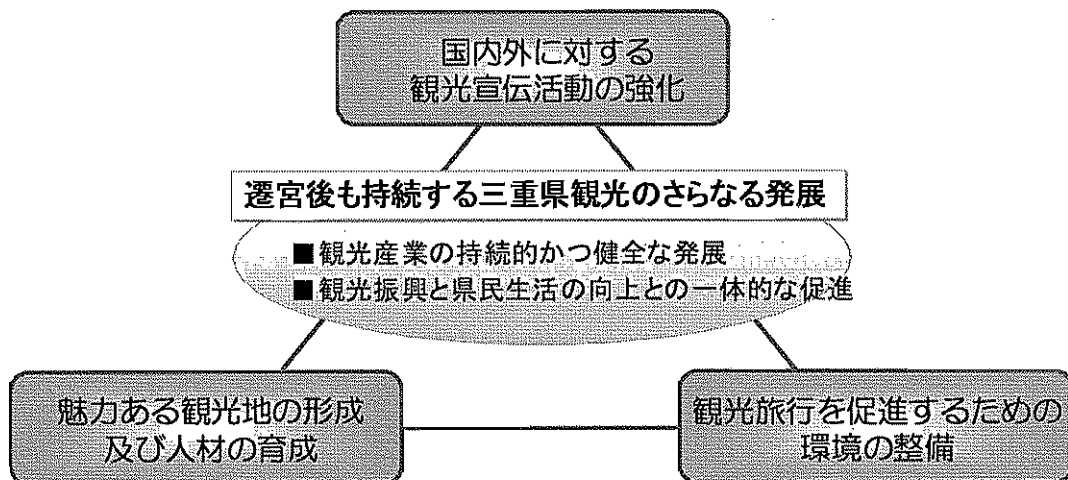
#### 1 めざすべき姿

概ね10年先に、以下に示した6つのあるべき姿が実現できている状態をめざします。

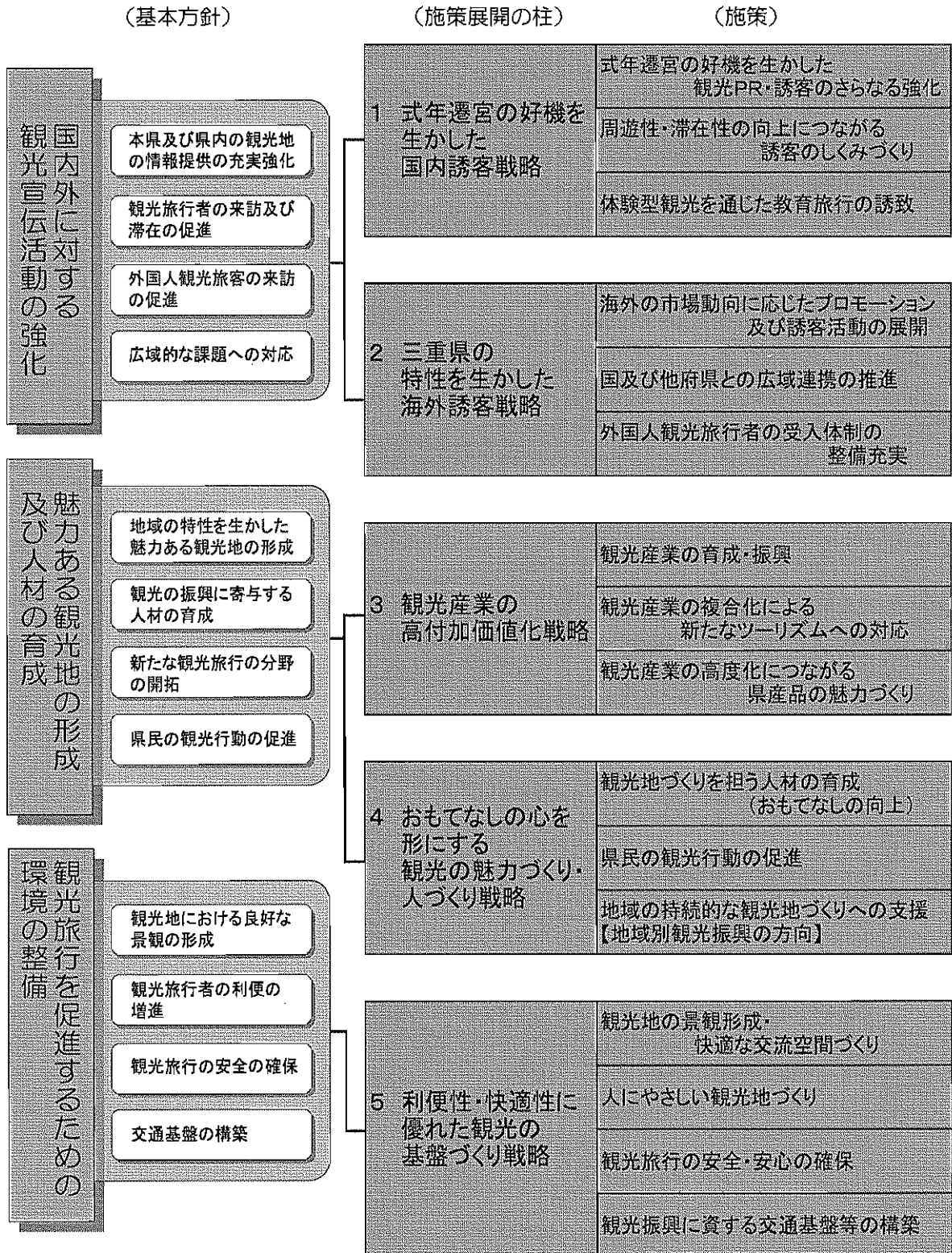
- 観光産業の持続的かつ健全な発展が図られていること
- 県、市町、県民、観光事業者、観光関係団体がそれぞれの役割を担いつつ連携が確保されていること
- 本県の観光資源が有する魅力を生かして県内外からの観光旅行が促進されていること
- 観光旅行者の満足度の向上が図られていること
- 本県の観光資源が有効に活用され、かつ、次の世代に継承が図られていること
- 地域の環境の保全と観光旅行を促進するための環境の整備との調和が図られていること

#### 2 基本方針と施策体系

条例の規定に基づき、以下の基本方針のもと、各主体が力を合わせ、観光産業を地域に密着した産業として大きく育てる等、施策を展開していきます。



## ＜施策の体系＞



### 3 計画目標

めざすべき姿の実現に向け、本計画における数値目標を次の7項目と定め、多面的な視点から施策の達成度を確認します。

目標項目	現状値	目標値 (平成27年度)
(1) 観光消費額	4,449億円 (平成22年)	5,250億円
(2) 観光レクリエーション入込客数	3,562万人 (平成22年)	4,000万人
(3) 観光旅行者満足度評点	81.1点 (平成22年度)	100点
(4) リピート意向率	75.7% (平成22年度)	100%
(5) 県内の延べ宿泊者数	708万人 (平成22年)	800万人
(6) 県内の外国人延べ宿泊者数	106,000人 (平成22年)	150,000人
(7) 観光における海外自治体等との 連携事業数(累計)	0件 (平成22年度)	10件

#### 【目標項目の説明/目標値設定の考え方】

##### (1) 観光消費額

観光旅行者が県内において支出した観光消費額(交通費、宿泊費、飲食費、買物費等) 【観光・交流室調べ】

観光レクリエーション入込客数の目標設定(伸び率)に加え、観光旅行者一人ひとりの観光消費額を5%増加させることにより、県全体の観光消費額を、現状値から801億円増(18.0%増)となる5,250億円とすることをめざします。

##### (2) 観光レクリエーション入込客数

1年間に観光レクリエーション等の目的で県内の観光地を訪れた人数について全国観光統計基準に基づき集計した推計値

【観光・交流室「観光レクリエーション入込客数推計書」】

式年遷宮の翌年である平成26年(2014年)に、現状値から12.3%増となる4,000万人の入込客数をめざすとともに、翌27年(2015年)

も同入込を維持することをめざします。

(3) 観光旅行者満足度評点

県内の観光地を訪れた観光旅行者の満足度を 100 点満点に換算した数値  
【観光・交流室「観光客実態調査」】

観光の魅力づくり・人づくり、観光の基盤づくり等の総合的な取組を通じて、すべての観光旅行者に満足していただいている状態(100点)をめざします。

(4) リピート意向率

本県を再び訪れたいと回答した観光旅行者の割合(7段階評価の上位2段階)  
【観光・交流室「観光客実態調査」】

観光の魅力づくり・人づくり、観光の基盤づくり等の総合的な取組を通じて、すべての観光旅行者が三重ファンとなり、再び本県を訪れたいと感じていただくこと(100%)をめざします。

(5) 県内の延べ宿泊者数

県内の宿泊施設における延べ宿泊者数  
【観光庁「宿泊旅行統計調査」】

観光レクリエーション入込客数の目標設定(伸び率)を参考として、現状値から92万人増(13.0%増)となる800万人の宿泊者数とすることをめざします。

(6) 県内の外国人延べ宿泊者数

県内の宿泊施設における延べ外国人宿泊者数

【観光庁「宿泊旅行統計調査」】

今後の回復を見込み、現状値から41.5%増となる150,000人の宿泊者数とすることをめざします。

(7) 観光における海外自治体等との連携事業数(累計)

海外の自治体等と連携し、観光旅行者の誘致に取り組んだ事業数

【観光・交流室調べ】

海外の自治体等と連携し、三重県の知名度を向上させ、本県への誘客につなげていくため、新たに10件の連携事業を創出することをめざします。

## 第4章 三重県観光の持続的な発展に向けた施策の展開

### 1 式年遷宮の好機を生かした国内誘客

#### 施策展開の方向性

式年遷宮により全国からの注目が集まる絶好の機会を生かして、三重県の観光PRに取り組むほか、首都圏をはじめとする全国各地からの誘客を戦略的に進め、国内からの誘客の拡大をめざします。

#### (1) 式年遷宮の好機を生かした観光PR・誘客のさらなる強化

式年遷宮の好機を生かし、首都圏をはじめとする大都市圏等において、三重県の観光魅力を積極的にPRするとともに、本県への誘客に向けた取組の強化を図ります。

- 式年遷宮を本県への誘客を図る絶好の機会と捉え、市町、県民、観光事業者、観光関係団体のほか、県ゆかりの企業等と協働して、観光キャンペーンを展開します。
- 現在、設置に向けた検討を進めている営業拠点での観光PR等、「三重県営業本部」による取組を通じて、国内における情報発信を強化します。
- 首都圏、関西圏、中京圏等の大都市圏において、メディアを活用した情報発信に取り組むほか、旅行会社等関係者に対する説明会を通じた働きかけ等により、本県への誘客を促進します。
- (社)三重県観光連盟等と連携して、本県への来訪の動機づけを行う観光情報の発信に取り組めます。
- 県内のフィルムコミッションとの連携を図りながら、本県を舞台とした映画、テレビ番組等とタイアップした観光情報の発信を行います。
- 三重県ゆかりの著名人等の協力を得て、本県の観光魅力のPRに取り組めます。

#### (2) 周遊性・滞在性の向上につながる誘客のしくみづくり

各地域が主体となり企画した旅行商品等の流通拡大を促進します。また、県内各地域の広域的な連携を促進するなど、県内での周遊性・滞在性を高めます。



- 市町等が参画する「三重の観光営業拠点運営協議会」を通じて、地域が主体となって企画した旅行商品の流通を支援することにより、県内での周遊性・滞在性を高めます。
- 観光地が連携して2泊3日以上滞在が可能な観光圏の形成をめざした伊勢志摩及び東紀州の両地域における観光圏整備事業を促進します。
- 「吉野・高野・熊野の国」をテーマとする各種イベントの開催、「中部広域観光推進協議会」による広域観光ルートの設定をはじめ、他県等との広域連携の取組を進めます。
- 「北伊勢広域観光推進協議会」、「(社)伊勢志摩観光コンベンション機構」、「東紀州観光まちづくり公社」等、県内各地域における広域連携の取組を支援します。

### (3) 体験型観光を通じた教育旅行の誘致

中長期的な視点に立った三重ファンの確保に向け、首都圏等からの修学旅行誘致、県内及び近隣府県からの社会見学等教育旅行の誘致を進めます。

- 「伊勢志摩学生団体誘致委員会」と協働し、首都圏の中学校を訪問するとともに、体験学習発表会を開催する等、首都圏からの修学旅行の誘致活動を進めます。また、阪神なんば線や新名神高速道路の開通に伴い、本県へのアクセスが向上した関西圏西部の小中学校を訪問し、同地域からの誘致にも取り組みます。
- 県内及び近隣府県の小中学校担当者等を対象として、海や山での体験、工場見学といったさまざまな体験メニューを掲載した「三重県体験学習ガイドブック」等を活用して、教育旅行の目的地としての本県をPRします。

## 2 三重県の特性を生かした海外誘客

### 施策展開の方向性

三重県が世界に誇る観光資源を活用した情報発信の強化、有望な市場に対するミッションの派遣等により、海外における三重県の認知度を高めるとともに、近隣府県さらには海外自治体等との連携も図り、海外からの誘客の拡大をめざします。

### (1) 海外の市場動向に応じたプロモーション及び誘客活動の展開

東アジアをはじめとする主要対象国・地域に対して、各種プロモーションを展開します。特に、トップセールスの実施等を通じて、海外における本県の認知度を高めるとともに、本県が世界に誇る観光資源を誘客の核として活用しながら、海外誘客の取組を進めます。

- 中国河南省との「観光・交流の推進に関する協定書（2011年8月）」に基づき、観光・交流の拡大を推進します。
- トップセールスをはじめ、現地関係者・キーパーソンに直接働きかけるミッション派遣等を、海外の有望市場を対象として実施することにより、本県の認知度を向上させます。
- 伊勢神宮、真珠、忍者、松阪牛など、本県が世界に誇る観光資源を活用し、海外に対して本県を強く印象づけるブランドイメージを形成するとともに、強力に発信していきます。
- 海外の旅行関係者、メディア等による県内視察・取材の招聘に積極的に取り組むほか、当該メディアやインターネット等を活用して、本県の魅力を直接、海外に伝えます。また、三重県出身者や県内在住の外国人留学生等の人材を活用した情報発信にも取り組みます。
- 国・地域別のマーケティングを通じて、県内各地の温泉と伊勢海老等のグルメを組み合わせたコース、アウトレットモール、おかげ横丁等でのショッピングや食べ歩きを中心としたコース、熊野古道伊勢路をはじめ歴史的・文化的景観、建造物等を巡るコースなど、三重県らしさを前面に押し出した具体的なモデルコースを設定し、海外の旅行会社に対して提案する等の働きかけを行います。
- 世界各地に展開している日本政府観光局（JNTO）の現地事務所、駐日外国公館等との協力関係を深め、誘客につなげるための情報交換、海外に向けた情報発信に取り組みます。

## (2) 国及び他府県との広域連携の推進

国のビジット・ジャパン事業の活用等により、国及び日本政府観光局（JNTO）との連携強化を図ります。また、中部及び関西の両地域の結節点に位置する本県の地理的特性も生かし、他府県との広域連携による観光PR等に取り組みます。

- 国のビジット・ジャパン事業の活用等、国及び日本政府観光局（JNTO）と連携した各種プロモーションに取り組みます。
- 「中部広域観光推進協議会」、「東海地区外国人観光客誘致促進協議会」、「関西広域連合」等の広域団体との連携により、ミッション派遣や海外観光展をはじめとするプロモーションの実施等、スケールメリットを生かした誘客活動を展開します。
- 中部及び関西の両地域の結節点に位置する地理的特性等を生かした広域観光ルートを、近隣府県との協働により開発します。
- 中部及び関西国際空港において、関係府県等と共同して観光案内所を運営することにより、案内業務のほか外国語パンフレットの掲出等、外国人観光旅行者に対する情報提供を行います。

## (3) 外国人観光旅行者の受入体制の整備充実

外国語ホームページ、パンフレットの充実のほか、県内の主な観光地における多言語表記等、外国人観光旅行者にとって分かりやすい案内表示の整備を促進します。また、市町、観光事業者及び観光関係団体との連携・協力により受入体制づくりも進めます。

- 外国語パンフレット、外国語ホームページの充実を図ります。特に、ホームページにおいては、外国人観光旅行者が県内で移動・滞在する際に、役立つ情報の提供（交通アクセスや観光案内所等）に取り組みます。
- 県内の主要な観光地、交通結節点での多言語表記に加え、ピクトグラム（絵文字）による案内表示の設置を促進します。
- 県、市町、観光事業者等が参画する「三重県外国人観光客誘致促進協議会」を核として、海外の旅行関係者、メディア等による県内視察・取材の受入に取り組みます。
- 外客受入研修会の開催等を通じて、外国人観光旅行者の受入対応力の向上を図ります。

### 3 観光産業の高付加価値化

#### 施策展開の方向性

観光産業を地域に密着した産業として持続的に発展させていくため、観光事業者の経営革新に向けた取組の促進、経営基盤を強化するための環境整備等を進めるとともに、観光産業と他分野の産業との組み合わせによる新たな価値の創出など、観光産業の振興を図ります。

#### (1) 観光産業の育成・振興

観光産業の持続的な発展を図るため、観光事業者の経営基盤の強化、新たな観光産業の創出・育成のための支援体制の充実等、必要な環境整備を進めます。

- 観光分野における新事業の創出や既存事業の高度化、観光分野への新たな進出等に取り組む中小企業に対し、関係団体と連携した総合的な支援を行います。
- 経済環境等の変化に応じて、観光事業者を含む中小企業の資金調達の円滑化の支援を行うことにより、経営基盤の強化を図ります。
- 観光やまちづくり等の地域課題の解決を図るため、地域の資源を活用したコミュニティビジネスによる持続可能な経済活動の取組を支援します。
- 市町、観光事業者、観光関係団体等の関係者の協力を得ながら、観光に関する統計調査や動向調査を継続的に実施します。また、それらの結果については、関係者との共有に努め、地域における観光の魅力づくり・人づくりのほか、観光事業者による「おもてなし」の向上等サービス改善に向けた活用へとつなげていきます。

#### (2) 観光産業の複合化による新たなツーリズムへの対応

従来の見る観光から、学び、交流し、体験するといった目的の多様化に加え、地域文化、環境、健康等の重視といった価値観の多様化等、新たな観光需要に応えるため、観光産業と他分野の産業との組み合わせによる新たなツーリズムの取組を支援・促進します。

- 本県の農山漁村の魅力を大都市圏等に向け広く情報発信するとともに、自

然、文化、農水産物等、農山漁村地域の豊かな地域資源を生かしたグリーン・ツーリズムの推進により、都市と農山漁村の交流・共生を促進します。

- 環境と観光をつなげるエコツーリズムの普及促進を図るため、さまざまな主体との連携・協力により、同ツーリズムに取り組む団体が活動しやすい環境整備を行う等、持続可能な観光地づくりを進めます。
- 最先端ものづくり産業、地域の伝統産業・地場産業等の生産現場の見学や生産体験等、産業観光の促進を通じて、地域における新たな観光資源の創出を支援します。
- 病気やけがの治療・予防のほか、温泉浴による療養、森林浴によるリラックス効果、薬膳等の食による体質改善、ウォーキング等の運動による体力増強等、心と体の健康増進・回復を目的としたヘルスツーリズムの取組を促進します。

### (3) 観光産業の高度化につながる県産品の魅力づくり

県内産の魅力ある農林水産物またはその加工品等のPRを通じて、本県の知名度の向上を図ります。また、県産品の高付加価値化に対する取組への支援や、「みえフード・イノベーション（仮称）」の創設をとおした新たな商品やサービスの開発等を通じて、観光産業の高度化につながる県産品の魅力づくりに取り組みます。

- 三重県営業本部において、食を目的とする観光につながるよう、三重ブランドなどの県産品の魅力をPRします。
- 県産品が広く認知され、競争力を強化できるよう、産学官ネットワーク等による「みえフード・イノベーション（仮称）」の創設をとおして、健康など多様なニーズに対応する商品開発や三重ブランドをはじめとする県産品の知名度の向上に取り組みます。
- 県内で生産される農林水産物について、「みえ地物一番」に登録する食品関連事業者との連携により、旬、産地、レシピ等の地産地消にかかる情報を広く提供し、本県ならではの食の魅力づくりを支援します。
- 地域の資源を活用した新たなビジネスの創出に向け、「みえ地域コミュニティ応援ファンド」、「みえ農商工連携推進ファンド」等を活用して新商品、新サービスの開発や販路開拓を促進します。
- 地域の風土や文化と密接に結びついている伝統産業や地場産業の活性化を図るため、知恵を生かした製品や技術の高度化、高付加価値化によるブランド化を進めます。

#### 4 おもてなしの心を形にする観光の魅力づくり・人づくり

##### 施策展開の方向性

地域における観光人材の育成、「おもてなし」の向上、郷土三重の良さや地域の魅力の再発見につながる取組の促進、さらには、世界遺産・熊野古道伊勢路の活用など地域が主体的に行う観光地づくりへの支援等を通じて、三重県の観光の魅力を高めます。

##### (1) 観光地づくりを担う人材の育成（「おもてなし」の向上）

市町、県民、観光事業者、観光関係団体との協働により、地域の資源や特性を生かした魅力ある観光地の形成に取り組む過程を通じて、地域の「おもてなし」向上や観光人材の育成を図ります。

- 観光事業者をはじめ、県民の主体的な参画も得ながら、地域全体で「おもてなし」向上に取り組み、観光旅行者の満足度を高め、リピーターの確保につなげていきます。
- 観光事業者等を対象とした塾を開校し、経営者や有識者を招いた実践講座やフィールドワーク等を通じ、地域の核となる観光キーパーソンを育成します。
- 県内のボランティアガイド団体で構成される「おもてなし三重観光ボランティアガイド協議会」の活動を支援し、おもてなしの心あふれるガイドの育成、技術向上、ネットワーク化を促進します。
- 市町、県民、観光事業者、観光関係団体等、観光振興に取り組むさまざまな主体を対象とした、講演会、研修会、シンポジウム等の開催を通じて、知識の習得、専門性の向上等に取り組みます。また、その際には、男女共同参画等の視点も踏まえ、性別にかかわらず、地域で活躍することのできる観光人材の育成を図っていきます。
- 「<sup>うま</sup>美し国おこし・三重」の取組により、地域づくりのキーパーソンとなる人材の育成を図るほか、専門家派遣や交流会の開催等を通じて、主体的に地域をよりよくしようとする団体である「パートナーグループ」の活動を支援するための環境を整備します。
- 熊野古道伊勢路の価値や魅力を多くの観光旅行者に伝えるため、「東紀州観光まちづくり公社」が主催する養成講座等を通じて、熊野古道語り部の育成や技術力の向上に取り組みます。

- 宮川流域エコミュージアムにおける宮川流域案内人の育成、資質向上に向けた支援を行います。
- 農林漁業体験等さまざまな体験活動の指導者研修等の開催により、県内各地のグリーン・ツーリズムの取組を支援します。

## (2) 県民の観光行動の促進

県内のさまざまな観光資源に関する知識の普及、理解の増進等の取組を通じて、県民の郷土に対する誇りと愛着の醸成を図ります。また、これらの醸成をきっかけとして、県内での観光行動の活性化を促進します。

- 県内の公共施設、駅、大型商業施設、コンビニエンスストア等、多くの県民が利用する施設において、季刊紙「観光三重」等観光パンフレットの掲出を通じて、「旬」の観光情報を提供します。
- 「三重県教育ビジョン」に基づき、「三重の文化（郷土の文化編）」等の教材を活用しながら、郷土を愛する心や地域に貢献する意欲を育む郷土教育を推進します。
- 県民が、地域の文化財の価値に気づき、大切に守り伝え、積極的に活用できる環境づくりを進めるとともに、歴史的・文化的資産を生かした人づくりや地域づくりの取組を支援します。

## (3) 地域の持続的な観光地づくりへの支援

地域が主体的に行う資源の発掘・創出・活用の取組を、地域の実情に応じて支援するとともに、広域的な観点から地域間の連携強化を図る等、さまざまな主体による観光地づくりの取組を促進します。

- 観光事業者、観光関係団体等との連携により、観光旅行者の周遊性・滞在性を高める取組を進めます。
- 「鈴鹿F1日本グランプリ地域活性化協議会」等、地域が主体となった取組への参画を通じて、地域における観光の魅力づくりを支援します。
- 「美し国おこし・三重」の取組等を通じて、地域が主体的に取り組む地域づくりの活動を支援し、地域の魅力や価値を高めます。
- 平成26年（2014年）7月の熊野古道世界遺産登録10周年も視野に入れ、和歌山県、奈良県及び関係市町等との協働により、その保存とさらなる活

用に向けた取組を進めます。

○県内の主要な観光地で、地域や企業などのさまざまな主体が共に取り組む「電気自動車（EV）等で観光できる環境づくり」と「EV等を地域で使う環境づくり」を通じて、「環境に配慮したクリーンな観光地」の見える化を進めます。

○市町や地域の広域団体が、当該地域の観光振興の指針となる計画（観光振興計画等）を策定し、地域のコーディネーターとなって戦略的に観光振興を進めることができるよう、必要な情報、ノウハウの提供等による支援を行います。

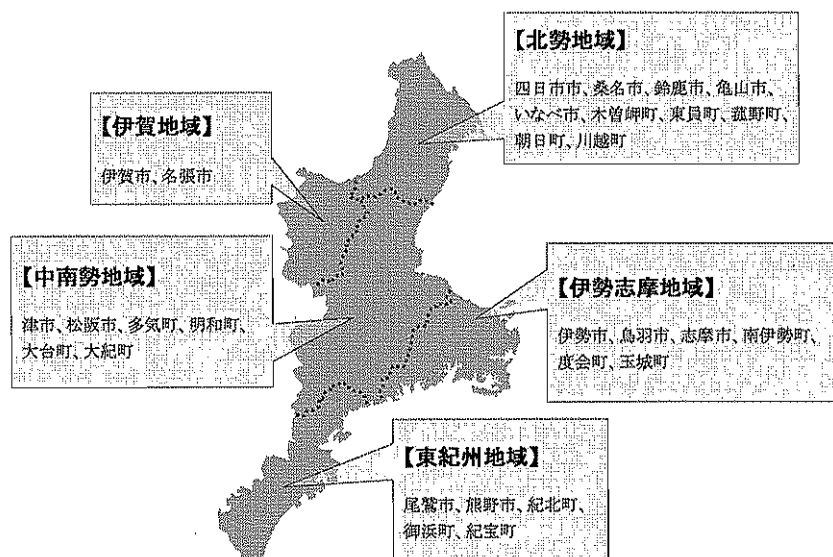
### 【地域別観光振興の方向】

三重県では、平成17年（2005年）の観光レクリエーション入込客数の推計以降、県内を「北勢」、「中南勢」、「伊勢志摩」、「伊賀」及び「東紀州」の5地域に分けて、観光旅行者の入込動向等の調査を行ってきました。

これらの地域は、豊かで美しい自然景観のほか、それぞれの地域に根ざした歴史・風土、伝統・文化等、多様で深く味わうことができる誇るべき資源にあふれています。そのため、三重県の観光振興は、これら5つの全ての地域において展開されることが重要です。

近年、県内の市町では、観光振興計画の策定による戦略的な施策の推進、観光振興に関する専門部署の設置など、観光振興への取組を強化する動きが顕著なものとなっています。また、各地においても、「地域の魅力の再発見」に向けた取組が盛んに行われています。

こうした地域における主体的な取組を尊重するとともに、地域ごとに特色のある魅力をさらに高め、打ち出していくため、地域のさまざまな主体とともに進める観光振興の方向性を提案します。





## (北勢地域の観光振興の方向性)

### <地域の特性>

中京圏に隣接した立地の良さを生かし、同圏域からの観光入込の割合が多い地域です。

また、都市部（臨海部）における大型集客施設（テーマパーク）、千年以上の歴史を持つ温泉、東海道や城下町として育まれたまちの文化、自然公園や農業公園等を中心とした花の名所、世界に誇るモータースポーツなど、さまざまな魅力を提供することができる地域でもあります。

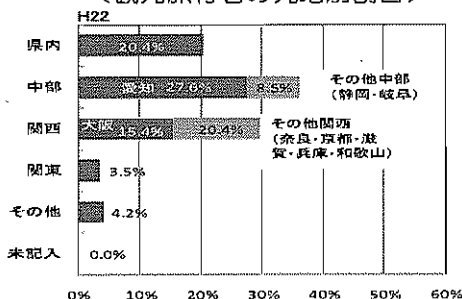
さらに、近年では、とんてき、みそ焼きうどん等のご当地グルメのほか、臨海工業地帯の夜景を新たな観光資源として発掘するなど、旅の楽しみ方の選択肢が増えています。

### <現状と課題> ※観光旅行者の発地と満足度

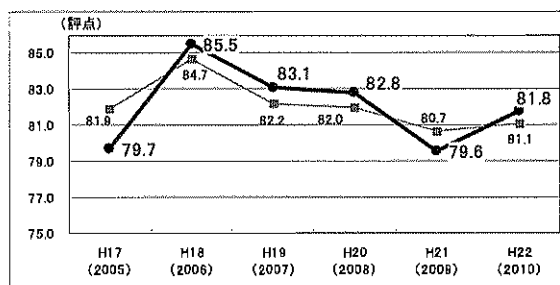
発地構成は、愛知県からの来訪比率が最も高くなっています。

平成 22 年度の満足度は、前年と比較して 2.2 ポイント改善するとともに、県平均（81.1 点）も上回りました。

<観光旅行者の発地別割合>



<観光旅行者の満足度の推移>



### <今後の方向性>

- 北勢地域が有する全国的に見ても価値の高い資源に一層の磨きをかけるとともに、これまで隠れていた資源を新たに掘り起こし、地域全体で複数の魅力を打ち出していきます。
- 花、祭り、イベント等、季節の魅力を継続的に発信するなど、いつ来てもさまざまな楽しみ方ができる地域、何度でも訪れたい地域をめざすことにより、中京圏を中心とした近隣地域からのリピーターの創出を図ります。
- 北勢地域を横断する東海道のかつての賑わいを感じるまち歩き観光の推進など、テーマ性やストーリー性のある観光ルートづくりを進めます。

## (中南勢地域の観光振興の方向性)

### <地域の特性>

県中央に位置し、観光入込に占める県内比率が高い地域であるとともに、中部国際空港からの海上アクセスを利用した県全体の玄関口としての役割も有しています。

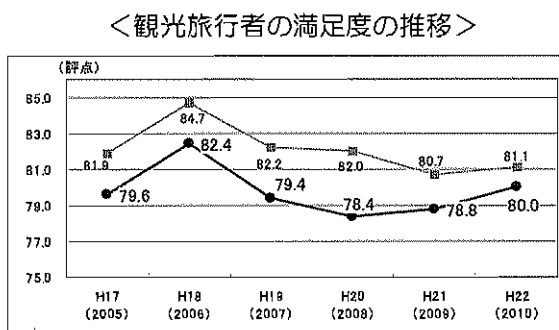
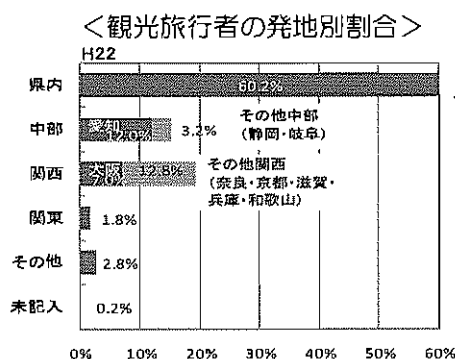
歴史情緒を満喫できるまちなか、川の魅力を五感で感じることでできる清流、泉質に優れた温泉、森林浴等の健康志向に応えるハイキングコースなど、都市部から山間部に至るまで域内各地に観光資源が点在しているのが特徴です。

また、世界的なブランドである松阪牛のほか、鰻、餃子、ホルモン等のご当地グルメも人気が高いほか、近年では、高校生が運営するレストランに大きな注目が集まるなど、「食」に関する訴求力を高めている地域です。

### <現状と課題> ※観光旅行者の発地と満足度

他の地域と比較して県内比率が高く、約6割を占めています。

観光旅行者の満足度は、県平均を下回る推移となっているものの、近年、改善傾向を見せています。



### <今後の方向性>

- 観光入込に占める県内比率が高いことから、県民に身近な観光地としての魅力をさらに向上させるとともに、比較的小規模な観光地点が地域内に点在している特性も踏まえ、域内での周遊性を高めていきます。
- 城下に色濃く残る歴史を辿るまちなみ散策に加え、川での自然体験、中山間部でのハイキングなど都市部では味わえない体験プログラムの提供等を通じて、まちとむらの楽しみ方を提案していきます。
- 一流の「食」や「温泉」等の魅力を生かし、神宮への参拝者の立寄り観光の目的地としての認知度を高めるなど、誘客につながる取組を進めます。

## (伊勢志摩地域の観光振興の方向性)

### <地域の特性>

「一生に一度は訪れたい地」として、「伊勢志摩」ブランドは全国的にも認識されており、長年、そしてこれからも三重県観光の大きな柱となる地域です。また、県内各地域の中でも首都圏からの観光入込の割合が多い地域です。

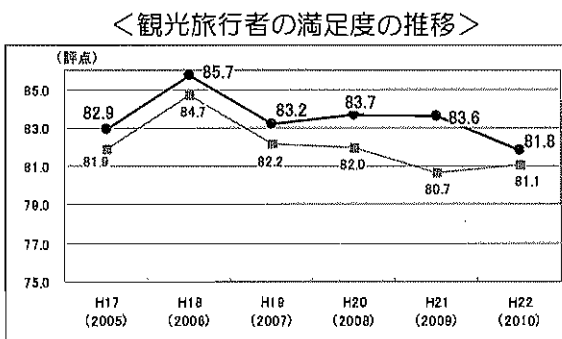
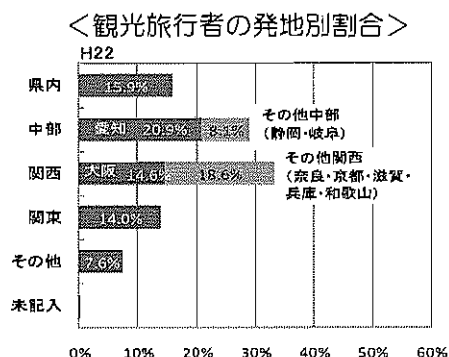
神宮を中心として長年にわたり培われてきた歴史・文化、リアス式海岸がつくりだす風光明媚な自然景観、古来「御食国」とも呼ばれたことみけつくにに代表される優れた食文化など、一級の観光資源を豊富に揃えています。

また、県内随一の宿泊収容力を備え、長期滞在につながる新たな魅力づくりが各地で取り組まれているほか、国際観光地として外国人観光旅行者の誘致にも力を入れている地域です。

### <現状と課題> ※観光旅行者の発地と満足度

他の地域と比較して、県外の観光旅行者の割合が多く、特に首都圏（関東）からの来訪比率は14.0%を占めています。

観光旅行者の満足度は、県平均を上回る推移となっているものの、近年、低下傾向が見られます。



### <今後の方向性>

- 伊勢志摩地域は、日本を代表する観光地として、あらゆる面から県内の観光地を牽引する役割が期待されています。「何回来ても新しい発見、出会い、感動がある」など、さまざまな魅力をより深く体感していただけるよう、日帰りから1泊へ、さらに2泊以上の滞在型の観光地づくりを進めます。
- 式年遷宮に向けて、また遷宮後の持続的な発展も見据え、地域全体で「おもてなし」の充実・向上に取り組めます。
- かねてより外国人観光旅行者の誘致に取り組んできた経験と知見を生かし、また、最新の情報・交流技術（ICT）も活用しながら、さらなる誘客に取り組むとともに、国際的に通用する観光地としての地位を築いていきます。

## (伊賀地域の観光振興の方向性)

### <地域特性>

古くから「伊賀国」と呼ばれ、周囲を山に囲まれた盆地にて独自の歴史・文化を形成してきた地域です。地理的には、関西圏と中京圏の結節点に位置し、県内各地域の中でも、関西圏からの観光入込の割合が多いのが特徴です。

城下町、街道の旧宿場町における古いまちなみや町家、溪谷につらなる滝をはじめとする自然景勝地等が、同地域における中心的な観光資源として、かねてより地域の魅力を高めてきました。

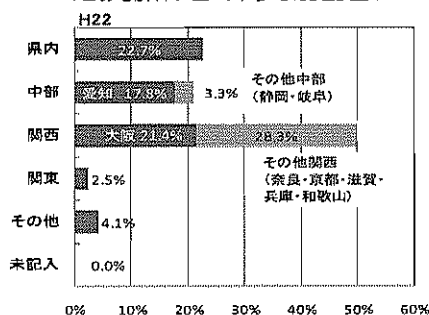
また、海外に対しても強いアピール力をもつ忍者の活用のほか、伊賀牛、さらには同肉を用いた牛汁の提供等、「伊賀国」こだわりの魅力づくりが進められています。

### <現状と課題> ※観光旅行者の発地と満足度

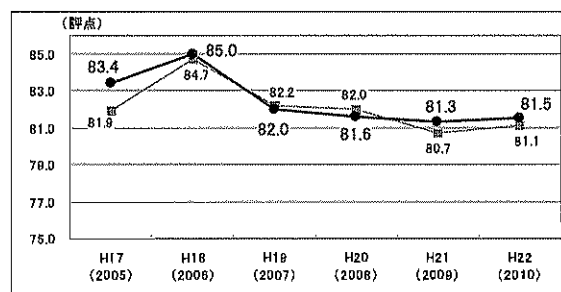
他の地域と比較して、関西圏からの来訪比率が突出して高く、約5割を占めています。

観光旅行者の満足度は、県平均とほぼ同じ推移をたどっています。平成22年度の満足度は、前年と比較して0.2ポイント改善しました。

<観光旅行者の発地別割合>



<観光旅行者の満足度の推移>



### <今後の方向性>

- 都市住民を対象とした農山村の活用、四季を通じた自然の魅力のPRなど、生活圏としての関わりが強い関西圏からのさらなる来訪促進とリピーターの創出を図るとともに、中京圏からの誘客にも力を入れていきます。
- 近接する東大和地域（奈良県）をはじめ近隣地域との連携促進により、広域として多様な資源を揃え、総合的な魅力をアピールするなど、スケールメリットを生かしながら伊賀地域を一体的に売り出していきます。
- 伊賀地域の歴史・文化は、海外から見ても魅力的なものが多く、とりわけ、忍者がもつ高い訴求力を最大限に活用して、外国人観光旅行者の誘客に取り組めます。

## (東紀州地域の観光振興の方向性)

### <地域の特性>

平成16年(2004年)7月の「紀伊山地の霊場と参詣道」の世界遺産登録を契機として、全国から注目を集めており、特に中京圏からの観光入込の割合が多い地域です。

熊野古道伊勢路に加え、当該地域における農山漁村の生活文化(暮らし、言葉、風俗・風習、祭、食、産業等)は、特に都市部の人々にとっては、新鮮な驚きのある観光資源となっています。

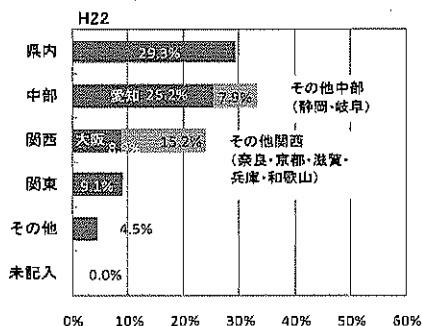
また、熊野古道センター及び紀南中核的交流施設等を核として、交流イベントの開催や地域資源を活用した体験メニューの充実など、集客交流の機能強化が図られています。

### <現状と課題> ※観光旅行者の発地と満足度

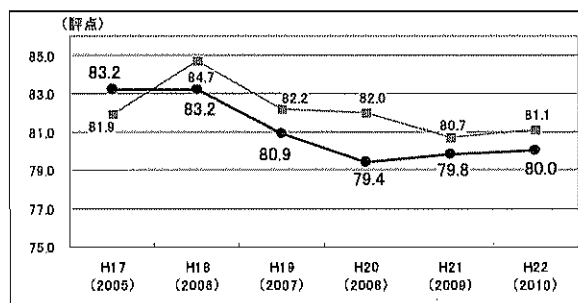
発地構成は、県内比率が高いほか、愛知県からの来訪比率も25.2%と高くなっています。

観光旅行者の満足度は、県平均を下回る推移となっているものの、近年、改善傾向を見せています。

<観光旅行者の発地別割合>



<観光旅行者の満足度の推移>



### <今後の方向性>

- 紀伊半島大水害に伴う東紀州地域の被害について、観光面からの復旧・復興に取り組みます。
- 平成25年度(2013年度)に予定されている紀勢自動車の延伸及び尾鷲熊野道路の全線開通、さらには、平成26年(2014)の熊野古道世界遺産登録10周年等を、絶好の機会と捉え、情報発信を強化するとともに、より遠方からの誘客を図っていきます。
- 熊野古道伊勢路のほか、その地で暮らす人々の生活文化等も観光資源として活用しながら、本物に触れるこだわりの旅を提供することにより、滞在型・体験型観光の定着を図ります。

## 5 利便性・快適性に優れた観光の基盤づくり

### 施策展開の方向性

快適で美しい観光・交流空間づくり、観光旅行者の利便性の向上、観光旅行における安全の確保、観光振興に資する交通基盤の構築等、三重県への観光旅行を促進するための観光の基盤づくりを進めます。

### (1) 観光地の景観形成・快適な交流空間づくり

豊かな自然、歴史と文化が醸し出すまちなみの修景、中山間地域における美しい農山漁村風景等、良好な景観づくりの取組に対する支援のほか、河川や海浜等の水辺空間、公園等のゆとりのある空間の創出等、快適で魅力的な交流空間づくりを促進します。

- 市町や県民等による主体的な景観づくりを進めるため、景観づくりに関する情報提供や知識の普及、専門家派遣等を行うとともに、「三重県景観計画」に基づく届出制度の運用等を通じて、景観に配慮した建築物の建築等の促進を図ります。
- 都市環境を保全し、その機能を高めるため、街路の整備や電線類の地中化を進めます。
- 「日本風景街道『伊勢熊野みち』推進協議会」が策定した活動計画をもとに、熊野古道を軸とする東紀州を中心とした地域において、関係市町や団体が連携を図りながら、地域の資源を活用したまちづくり、快適で美しい観光・交流空間づくりを進めます。
- 河川が本来有している多様性に富んだ自然環境と河川景観を保全・整備するとともに、また、海浜を保全・復元することにより、潤いのある水辺空間の創出を進めます。
- 国立公園、国定公園、県立自然公園において豊かな自然とのふれあいを図るため、公園や自然遊歩道等の施設整備、安全確保のための維持管理を行います。

### (2) 人にやさしい観光地づくり

公共的施設のバリアフリー化に向けた観光事業者の取組を支援する等、ユニバーサルデザインの観光地づくりを促進します。また、観光案内の充実等、観光旅行者の利便性と快適性の向上を図ります。

- 市町等との協働により、ユニバーサルデザインに配慮した計画的な取組や施設整備を推進します。
- 各事業者や関係団体等の理解・協力を得ながら、交通機関、観光施設、宿泊施設等におけるバリアフリー化を促進します。
- 熊野古道の沿線地域において、まちなか案内所を設置するとともに、サイン整備を進める等、古道を歩く観光旅行者の利便性の向上を図ります。
- 県内の主要な観光地、交通結節点での多言語表記に加え、ピクトグラム（絵文字）による案内表示の設置を促進します。（再掲）

### （３）観光旅行の安全・安心の確保

観光地における防災対策、観光旅行における事故の発生防止、事故・災害等の発生状況に関する情報の提供等、安全・安心な観光地づくりを促進します。

- 地震、津波、集中豪雨等による自然災害の情報やテロ等の有事関連情報の迅速な収集と伝達体制づくりを促進します。
- 地域との連携による避難訓練等を支援し、的確な避難誘導が行える体制づくりを促進します。
- 食品関連事業者に対して、HACCPの考え方に基づく、食品の製造・加工工程への自主衛生管理システムの導入を促進します。
- 食品表示に関して、食品関連事業者に対して監視及び指導を行うとともに、普及・啓発を図ります。
- 県管理の道路・河川・海岸等の施設について、安全・安心の確保に向けて計画的な維持管理を実施します。
- 「三重県暴力団排除条例」に基づく普及・啓発を進め、飲食店及び旅館事業者等からの暴力団排除に取り組みます。

### （４）観光振興に資する交通基盤等の構築

県内外における観光・交流や連携をさらに広がりのあるものとするため、県内の幹線道路網の形成を促進します。また、中部及び関西国際空港等の利用促進等に向けた取組のほか、観光地における二次交通対策、渋滞対策等の取組を進めます。

- 新名神高速道路、東海環状自動車道、紀勢自動車道、熊野尾鷲道路等の高

規格幹線道路、北勢バイパス、中勢バイパス等の直轄国道の整備の促進等、交流や連携を広げる道路ネットワークの形成を推進します。

- 関係団体と連携し、中部及び関西国際空港の利用促進や国際拠点空港としての機能充実、中部国際空港への海上アクセスの利用促進、リニア中央新幹線の早期全線整備や県内駅設置、鳥羽伊良湖航路の維持、広域的な鉄道路線の利便性向上等に向けた取組を進めます。
- 名古屋駅と熊野古道の各峠を結ぶシャトルバスを関係市町と共同運行し、観光旅行者に対して安定的な動線を提供します。また、周遊バス、レンタカー、観光タクシー等が組み込まれた旅行商品等を通じて、二次交通対策の充実を図ります。
- 伊勢神宮内宮周辺で年末年始やゴールデンウィーク時に発生する渋滞の解消に向け、「伊勢地域観光交通対策協議会」が行うパーク&バスライドの取組を支援します。



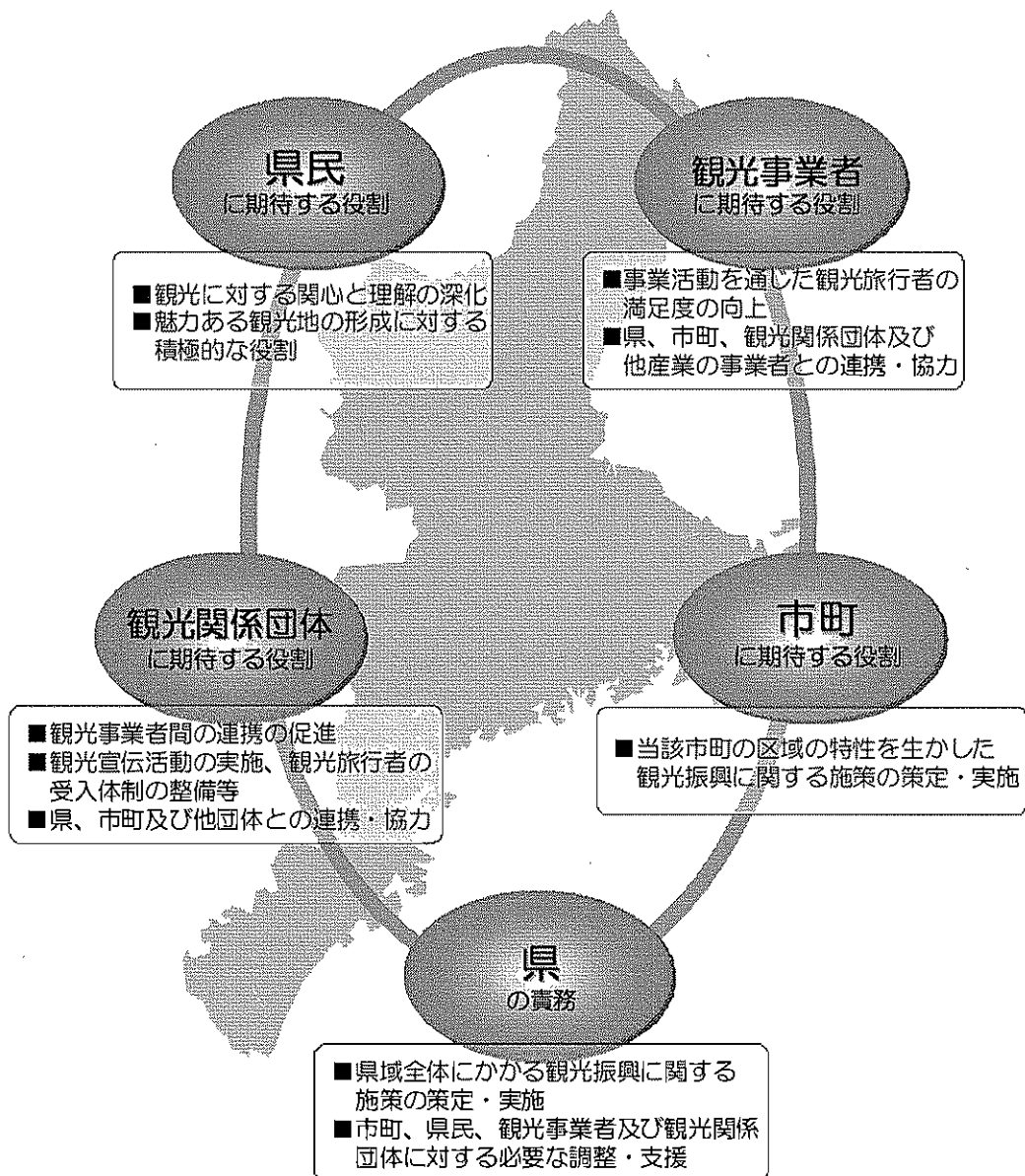
## 第5章 推進体制の整備

### 1 計画の推進体制

観光振興の主役は、観光事業者、観光関係団体といった「民間」であり、「行政（県、市町）」は、民間の主体的な努力が実を結ぶよう、その環境づくりや支援を行うことが大切です。

その基本的なスタンスを踏まえつつ、県、市町、県民、観光事業者、観光関係団体がそれぞれの役割を担いながら、協働して本計画を推進します。

#### (1) 基本的な役割分担



## **(2) 県における推進体制**

本計画に基づく観光に関する施策を効果的に推進するため、庁内の関係部局等との緊密な連携と調整を進める体制を整備します。

また、条例第 25 条の規定に基づき、学識経験者等から構成される「三重県観光審議会」を設置し、観光振興に関する重要な事項について調査審議を行います。

## **2 観光統計の整備**

三重県は、平成 17 年（2005 年）より、県全体の観光入込統計の再編、観光旅行者の満足度等を把握する観光客実態調査の実施など、観光統計の整備に取り組んできました。

観光振興が地域経済の活性化に与える影響の大きさに対する認識が、近年、急速に高まるなか、観光に関する施策を立案するための基礎となるべき観光統計についても、その充実に向けた必要性が増しています。

観光統計の整備を、観光振興における重要なインフラ構築と位置づけるとともに、県内全域にわたる最新の観光情報を継続的に収集・把握している（社）三重県観光連盟との連携強化を図るなど、条例制定を契機として、これまで以上に、市町、観光事業者、観光関係団体等との協力関係を深め、旅行市場に関する情報・データの把握、観光旅行者の動向調査等、観光に関する情報の収集及び分析等を拡充させていきます。

また、これらの成果の公表を通じて、市町をはじめ観光産業に携わる各主体との情報共有を進め、観光統計の利活用の促進を図ります。

## **3 計画の進行管理**

本計画を着実に推進していくため、各施策の進捗状況等を把握し、適切に進行管理を行います。また、進捗状況の結果については、毎年度公表します。

具体的には、本計画に掲げた施策の実施状況等を、毎年、年次報告書としてまとめ、条例第 21 条第 5 項の規定に基づき、三重県議会、三重県観光審議会に報告する等、幅広く公表します。また、公表を通じていただく意見をもとに、今後の施策の進め方について必要な見直しを図るなど、評価・改善のサイクルを回していきます。