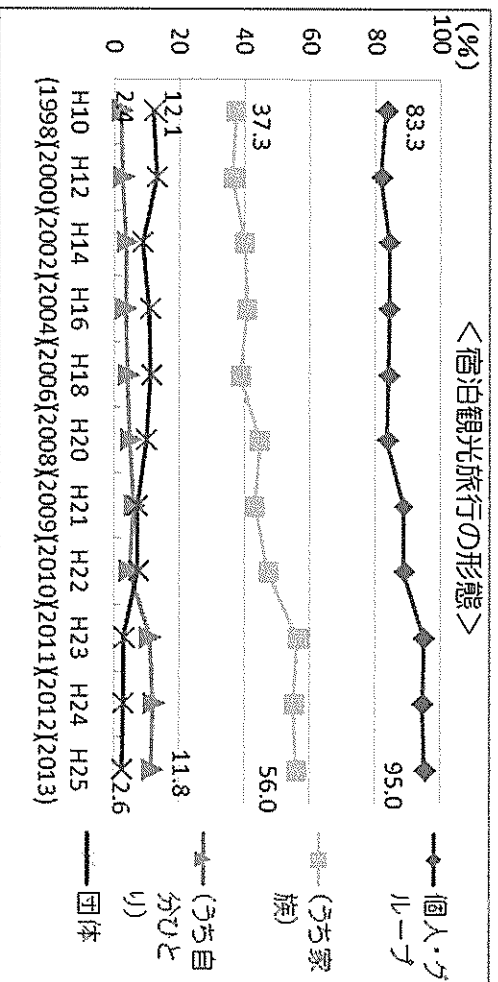


參考資料編

1 各種統計資料

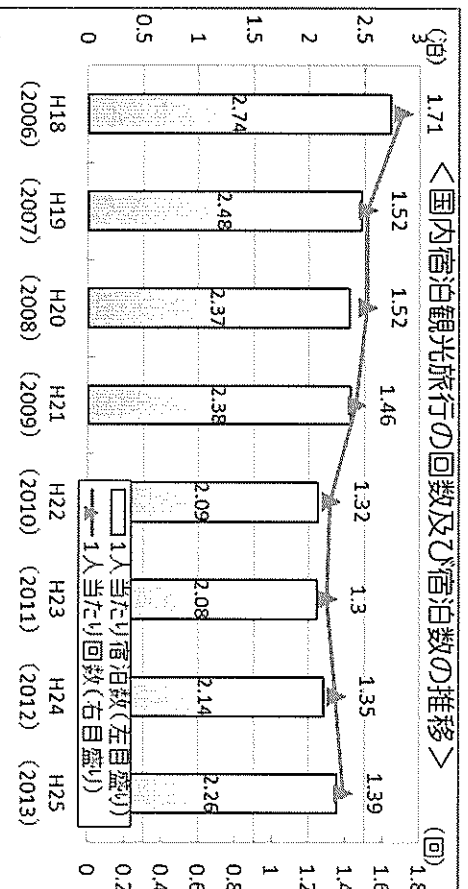
○旅行に関する国民の行動の変化

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います。平成25年では、家族・友人等の個人・グループ旅行が95%となっており、職場、地域等の団体旅行が2.6%とかつてと比べると大幅に減少しています。また、自分ひとりでの旅行が11.8%と年々伸びを見せています。



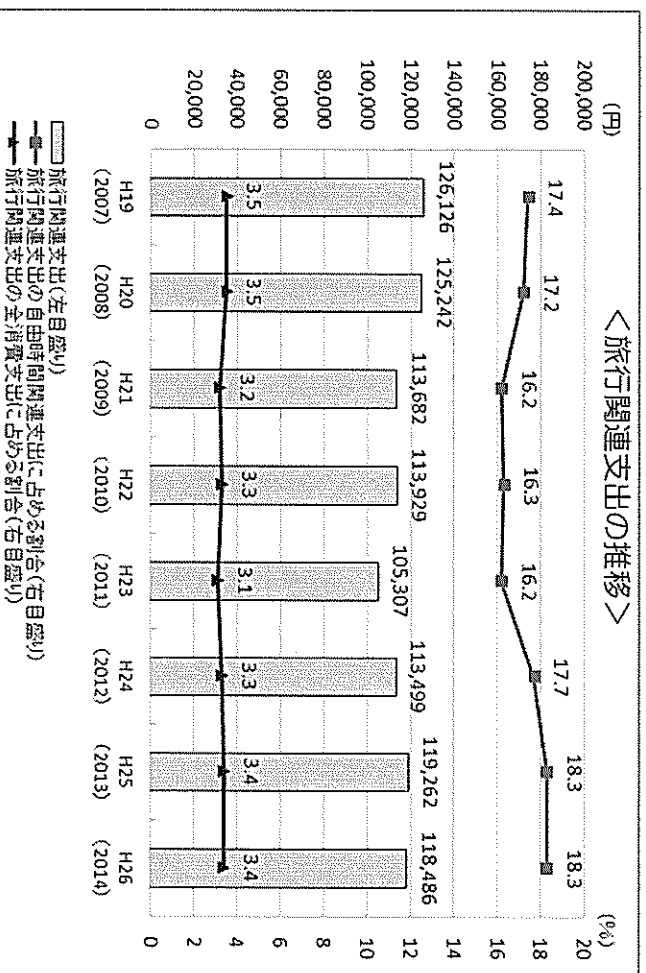
(資料：(公社) 日本観光振興協会 「平成26年度版観光の実態と志向」)

平成25年における国民1人当たりの国内宿泊観光旅行の回数は1.39回/年、また、宿泊数は2.26泊/年であり、平成23年より緩やかな回復傾向にあります。



(資料：観光庁 平成18～25年「旅行・観光消費動向調査」)

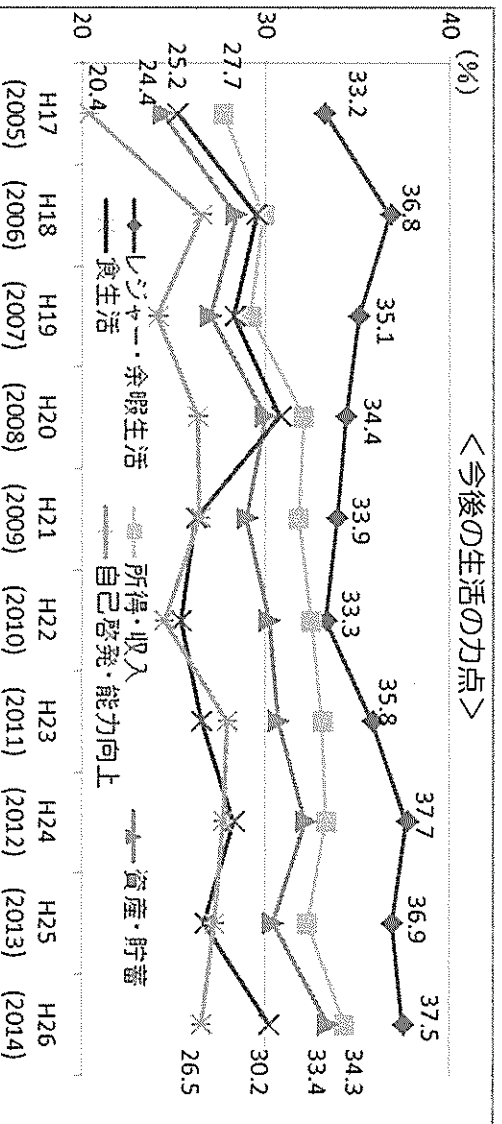
平成 23 年から 25 年までは、旅行関連支出額、旅行関連支出の自由時間関連支出に占める割合及び全消費支出に占める割合とも緩やかな上昇傾向にありましたが、平成 26 年度は旅行関連支出のみ微減となりました。



※自由時間関連支出とは、外食、テレビ・パソコン等の耐久財、読書の教養娯楽、スポーツ用品等に支出した金額。
 ※旅行関連支出とは、「宿泊費(宿泊料、パワック旅行)」、「交通費(鉄道運賃、航空運賃、有料道路料、他の交通)」、「旅行用かばん」に支出した金額。

(資料：総務省統計局「家計調査」(二人以上の世帯(豊林漁家世帯を除く))により観光庁作成)

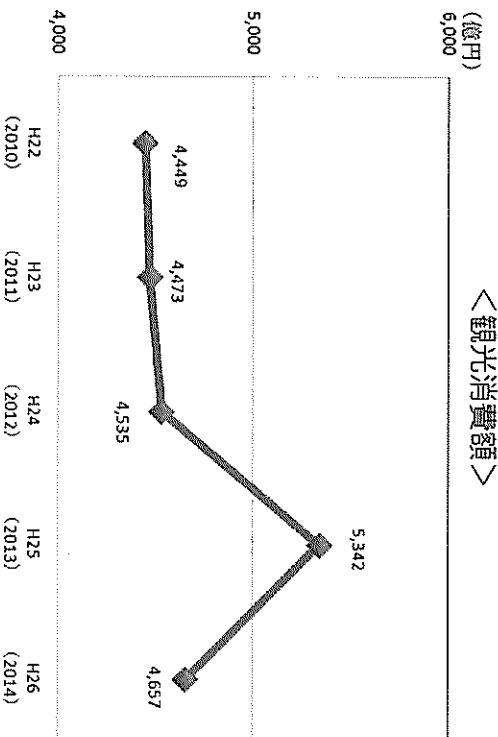
今後の生活で力点を置きたい分野は、「レジャー・余暇生活」を挙げる割合が 37.5%と高い割合となっています。このことからレジャーに対する潜在需要は依然として高いことがうかがえます。



(資料：内閣府 平成 17～26 年「国民生活に関する世論調査」)

○県内の観光消費額の動向

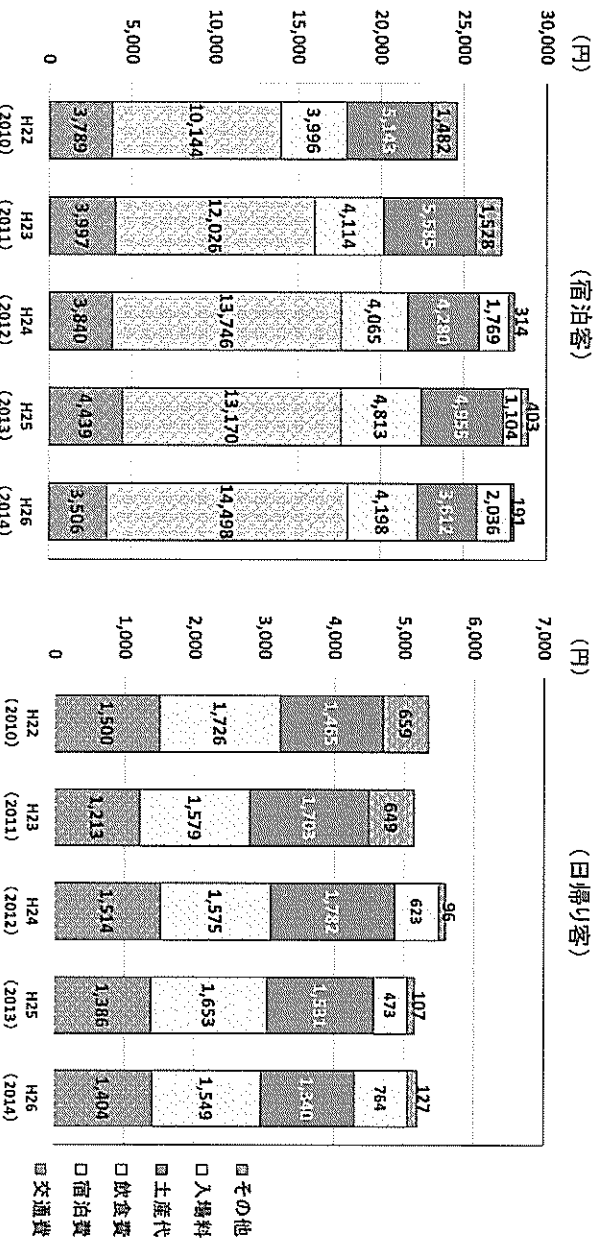
三重県への観光入込客が4,080万人を数えた平成25年には、三重県の観光消費額は5,342億円と過去最高となりましたが、三重県観光振興基本計画の目標値である5,680億円には届きませんでした。



資料：観光政策課 平成22～26年「観光レクリエーション入込客数推計書 観光客実態調査報告書」により作成。

なお、一人当たりの観光消費額は、横ばいから微減傾向にあり、魅力的な観光商品等による日帰りから宿泊への移行、食事や土産物の消費拡大が求められます。

＜一人当たりの観光消費額＞



(資料：観光政策課 平成22～26年度「観光客実態調査報告書」)

○観光消費がもたらす経済効果

平成 26 年の県内の観光消費額は 4,657 億円であり、その経済波及効果^{※1}は 6,497 億円、付加価値額^{※2}は 3,676 億円 (県内総生産の 5.0%)、雇用創出効果^{※3}は 62,131 人 (県内就業者数の 6.9%) と推計されます。

- ※ 1 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
- ※ 2 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 (GRP) に相当
- ※ 3 雇用創出効果＝経済波及効果の増加により必要となる雇用者数 (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。

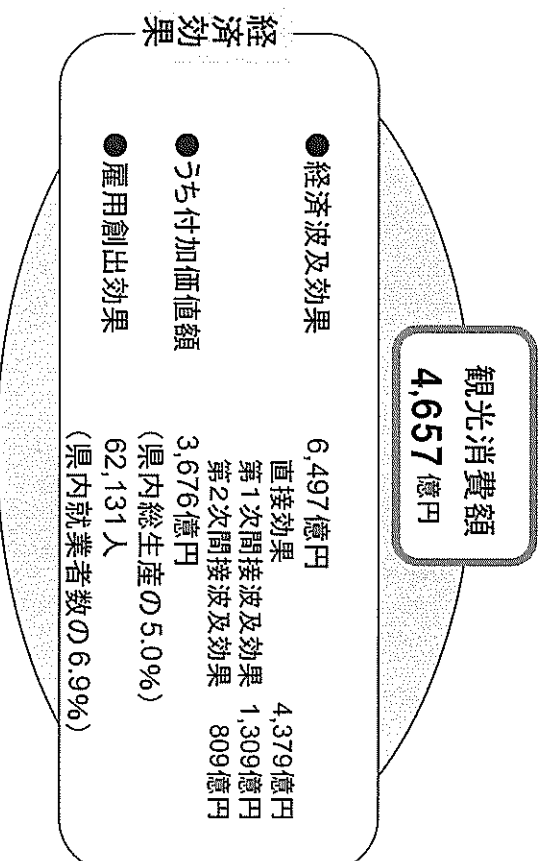
(第 1 次間接波及効果)

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)

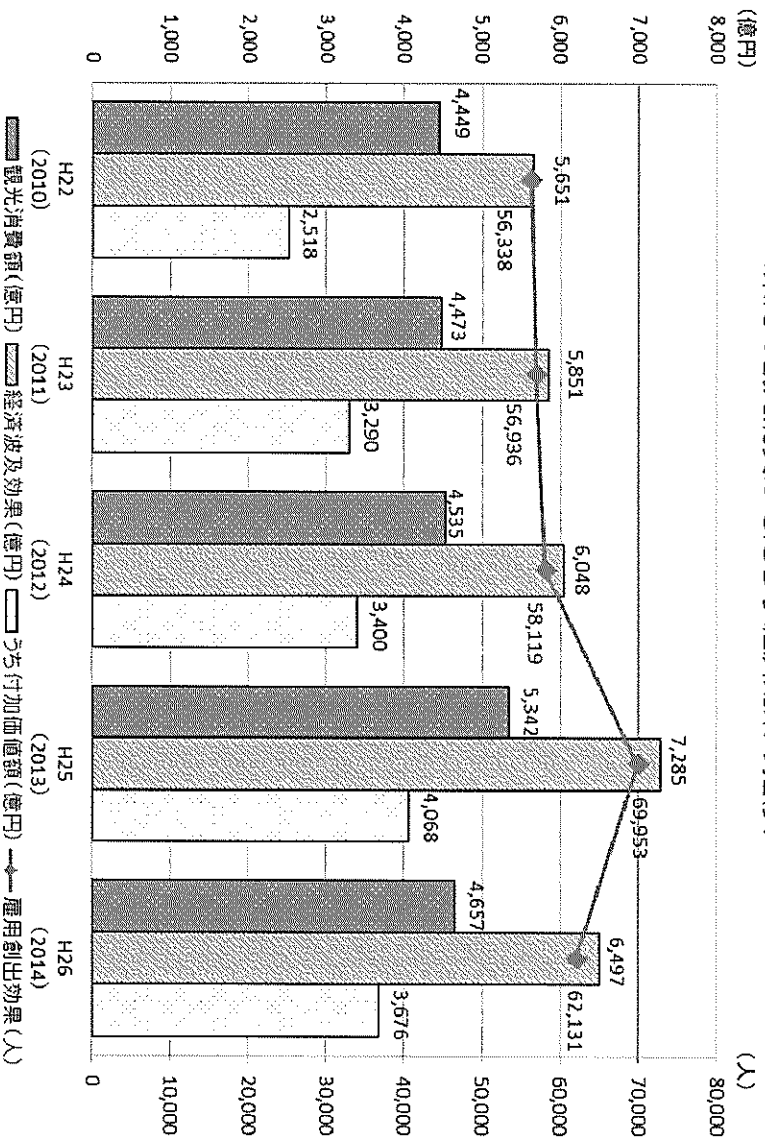
直接効果及び第 1 次間接波及効果により各産業の雇用者所得が誘発され、その一部が消費にまわることによって、さらに引き起こされた生産活動から新たにもたらされる生産・サービス等の増加額。

＜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」に基づく統計課算出資料、「平成 26 年観光レクリエーション入込客数推計書・観光客実態調査報告書」に基づき、統計課で作成

＜県内の観光消費がもたらす経済効果の推移＞

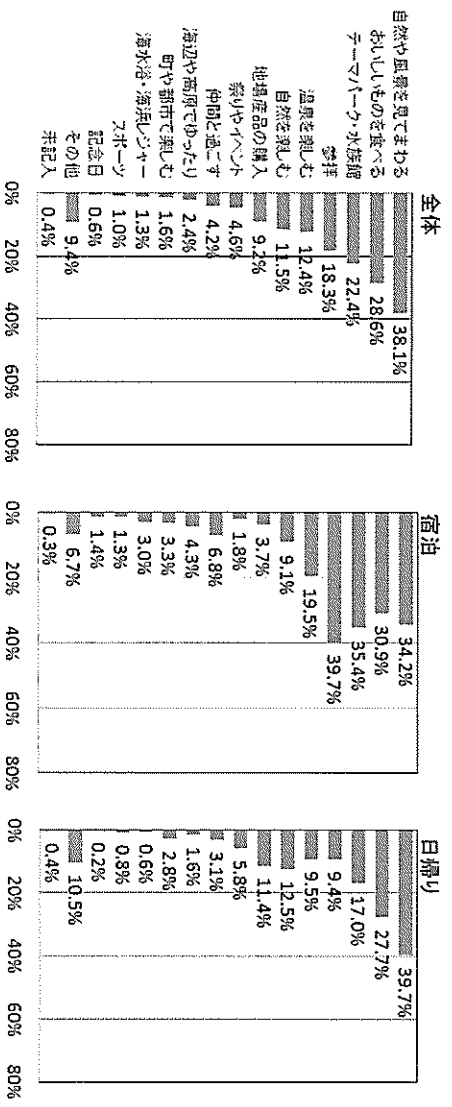


(資料：統計課作成)

○観光客の動向

三重県への主な来訪目的は、「自然や風景を見てまわる」、「おいしいものを食べる」、「テーマパーク・水族館」となっています。滞在種別で見ると、宿泊旅行者は「参拝」及び「テーマパーク・水族館」、「自然や風景を見てまわる」を目的とする割合が高いのが特徴です。

＜観光客の来訪目的＞



(資料：観光政策課「平成26年度観光客実態調査報告書」)

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から」、「そこならではの食、特産品に興味があったから」、「テレビや雑誌などで話題になっていたから」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。

＜宿泊旅行先を選んだ理由＞

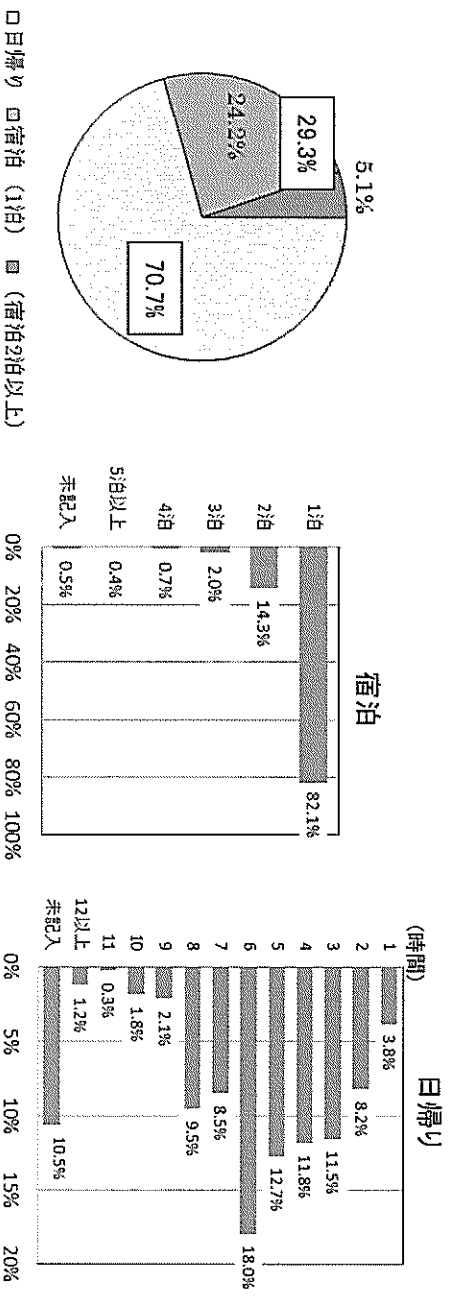
	ハード資源			ソフト資源			情報接点			(%)	
	特定の観光地・観光スポットに興味があったから	魅力的な温泉があったから	交通の便が良かったから	そこならではの食、特産品に興味があったから	特定のイベントやクイズに興味があったから	良い宿泊施設があったから	テレビや雑誌などで話題になっていたから	クチコミなどで評判が良かったから	家族や親戚、知人がいたから		家族や知人にすすめられた、誘われたから
三重県	73.6	27.8	35.7	46.8	26.6	44.7	25.7	21.1	12.0	28.6	22.7
全国平均	63.0	33.2	43.6	40.1	29.6	47.4	20.5	21.8	23.8	27.8	31.5

(資料：じゅらんりユーザーセンター「じゅらんり宿泊旅行調査 2015」)

三重県を訪れる観光客の滞在種別は、宿泊旅行者が 29.3%、日帰り旅行者が 70.7% 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 3～6 時間の滞在（平均滞在時間 5.2 時間）が多くなっています。

＜滞在種別・滞在日数（時間）＞



(資料：観光政策課「平成 26 年度観光客実態調査報告書」)

宿泊エリアに到着してから出発するまでに実施したことは「直売所や道の駅、お土産屋などで買い物をする」が57.3%と高く、全国平均を8.3ポイント上回っています。

一方、「夕食を食べる」は、全国平均を18.4ポイント下回るとともに、「エリアからの平均出発時間」についても、全国平均よりも25分早くなっています。

＜主な宿泊エリアでの追加消費行動※（複数回答）＞（％）

	直売所や道の駅、お土産屋などで買い物をする	朝食を食べる	昼食を食べる	喫茶・スイーツを食べる	夕食を食べる	バーなどでお酒を飲む	各種体験プログラムに参加	観光施設に行く、遊ぶ	スポーツ・アウトドアを楽しむ	健康・美容（立ち寄り温泉、エステ、サウナ等）	スポーツ観戦、コンサート、祭り	何も実施しなかった	エリアからの平均出発時刻
三重県	57.3	11.8	49.2	21.6	20.3	3.5	3.8	18.1	1.8	1.8	1.2	17.5	12:08
全国平均	49.0	20.4	52.1	24.2	38.7	7.0	5.1	16.2	4.5	6.0	5.3	15.7	12:38

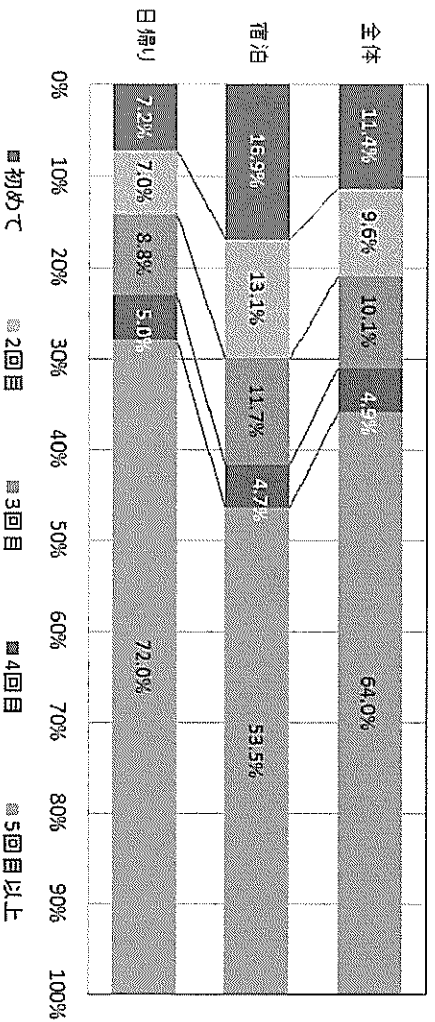
※追加消費行動・・・ 宿泊費、バック料金に含まれていない活動を主な宿泊エリアに着いてから出までに実施した割合

（資料：じゃらんリサーチセンター「じゃらん宿泊旅行調査 2015J」）

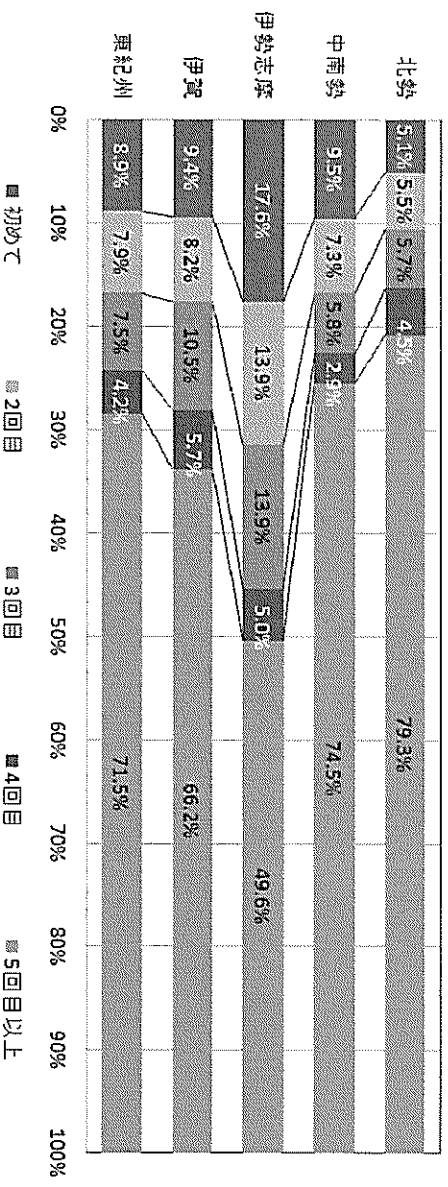
三重県への来訪回数は、「5回目以上」の来訪経験のあるリピーターが過半数を超えています。リピート率は、宿泊旅行者が83.1%、日帰り旅行者が92.8%を占め、特に日帰り旅行者では5回以上の来訪経験者が72.0%となっっています。

地域別では、北勢地域へのリピート率が94.9%と高く、5回以上の来訪経験者も79.3%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17.6%と高く、初めて三重県を訪れる観光客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（宿泊・日帰りの別リピート率）＞

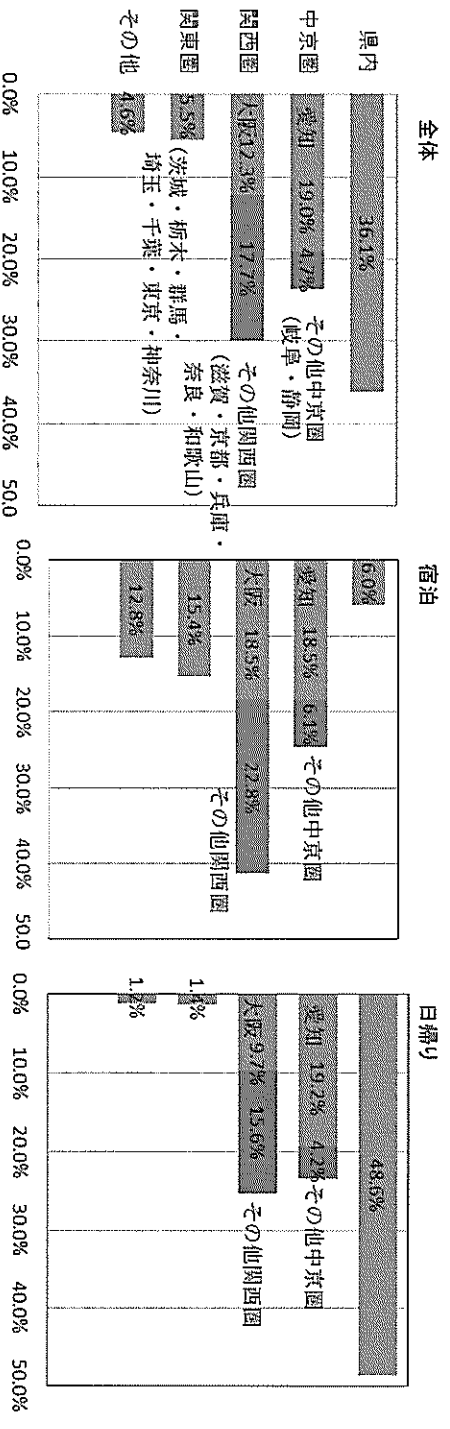


＜三重県への来訪回数（地域別リピート率）＞



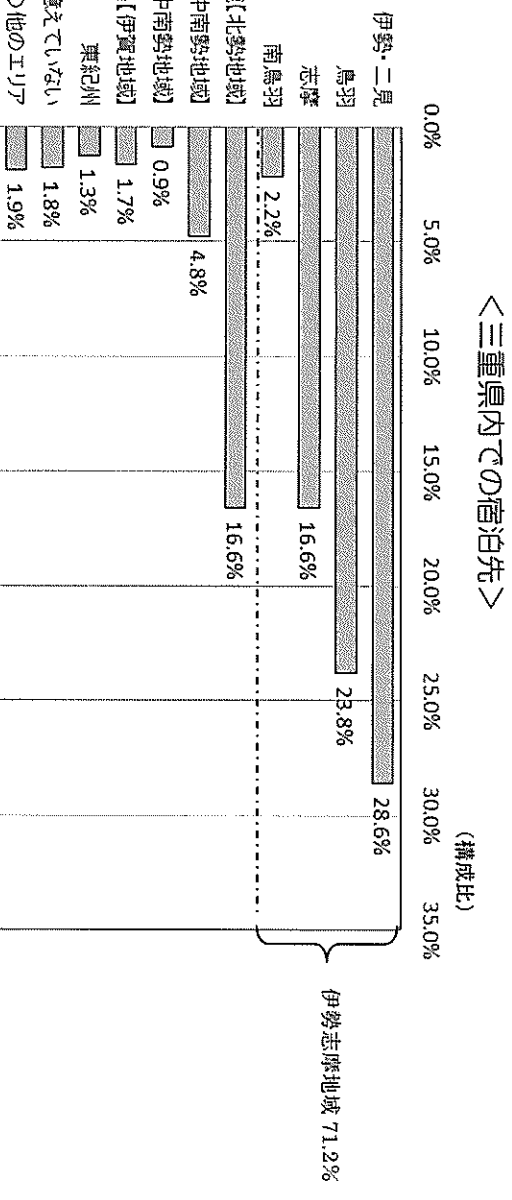
観光客の発地については、三重県が36.1%、中京圏で23.7%、関西圏で30.0%となっています。滞在種別で見ると、宿泊旅行者は関西圏からの来訪割合が41.3%と大きく、一方、日帰り旅行者は県内の占める割合が48.6%とほぼ半数を占めています。

＜観光客の発地別割合＞



(資料：観光政策課「平成26年度観光客実態調査報告書」)

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。



(資料：じゃらんリサーチセンター「じゃらん宿泊旅行調査 2015J」)

地域内での平均立ち寄り地点数は、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、中南勢を除く4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。

中南勢の宿泊旅行者の地点数が1を下回っている理由は、中南勢では宿泊だけ行い、他地域で観光地に立ち寄ったなどが考えられます。

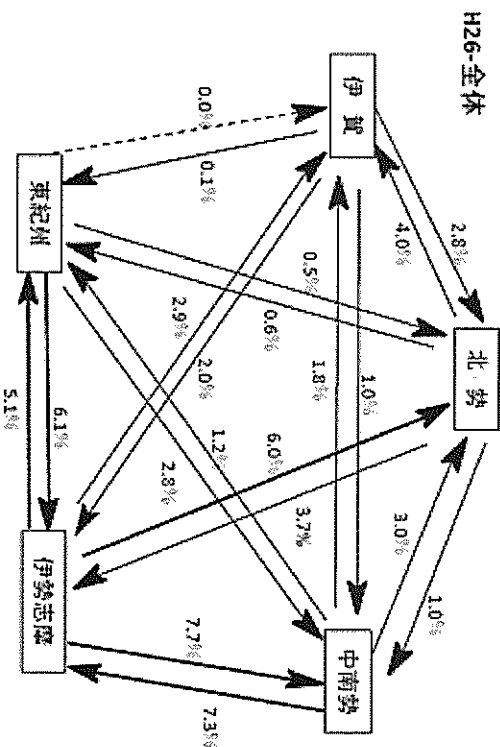
＜地域内での平均立ち寄り地点数＞

	北勢	中南勢	伊勢志摩	伊賀	東紀州
全体	1.13 地点	1.14 地点	2.78 地点	1.35 地点	1.99 地点
宿泊	1.21 地点	0.83 地点	3.24 地点	1.72 地点	2.30 地点
日帰り	1.10 地点	1.18 地点	2.08 地点	1.30 地点	1.92 地点

(資料：観光政策課「平成26年度観光客実態調査報告書」)

地域間の移動は、伊勢志摩地域以外の地域から伊勢志摩地域、また、伊勢志摩地域から北勢、中南勢、東紀州地域への立ち寄り率が高くなっており、伊勢志摩地域を拠点として、県内での周遊が進んでいると考えられます。

<地域間の立寄り率>



(資料：観光政策課「平成26年度観光実態調査報告書」)

訪日外国人旅行者の日本国内での支出額は、日本人の宿泊旅行者の約2.6倍、日帰り旅行者の約8.2倍となっています。また、団体ツアー参加者や個人旅行パッケージ利用者に比べ、個人手配者の支出額が高いことから、個人の外国人旅行者（FIT）の誘客による経済波及効果は非常に高いことがうかがえます。

<平成26年訪日外国人旅行者1人1回当たりの日本国内での旅行支出額>

	円/人回
訪日外国人平均(全国籍・地域)	124,612
団体ツアー参加者※1	80,781
個人旅行パッケージ利用者※2	87,883
個人手配者※3	146,241

※1 旅行会社等が企画した団体ツアーに参加した人

※2 往復航空(船舶)券と宿泊等がセットになった個人旅行向けパッケージ商品を利用した人

※3 往復航空(船舶)券や宿泊等を個別に手配した人

(資料：観光庁「平成26年訪日外国人消費動向調査」)

＜参考 平成26年日本人旅行者の1人1回当たり旅行単価＞
円/人回

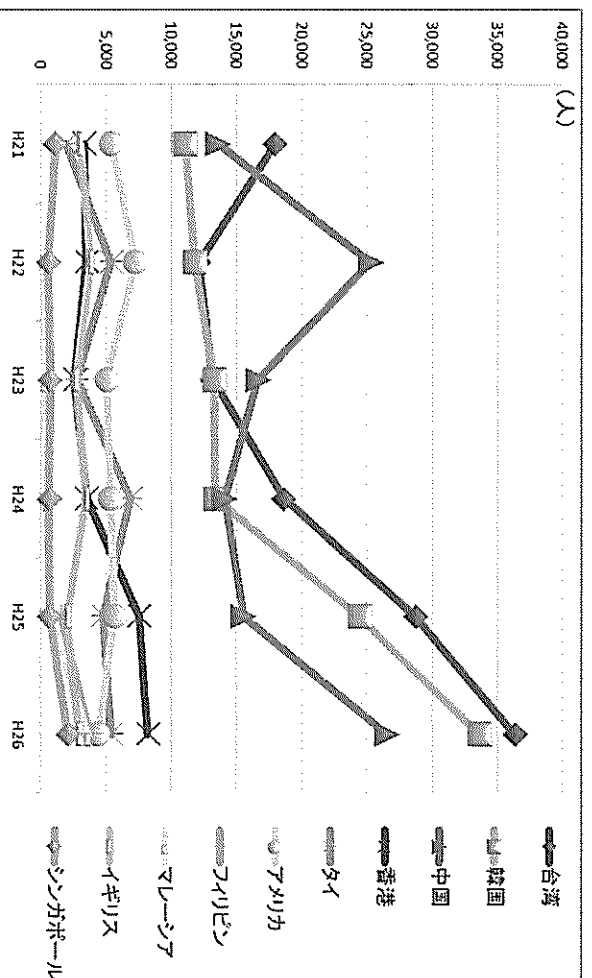
	平成26年
宿泊旅行	47,125
観光・レクリエーション	53,328
帰省・知人訪問等	37,405
出張・業務	44,124
日帰り	15,232
観光・レクリエーション	15,469
帰省・知人訪問等	14,438
出張・業務	15,123

(資料：観光庁「平成26年旅行・観光消費動向調査」)

三重県を訪れた外国人旅行者の国・地域内訳については、台湾、韓国、中国、香港、タイの順となっております。東アジアが中心となっております。

＜外国人旅行者の国・地域内訳（上位10国）＞

※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 平成21～26年「宿泊旅行統計調査」)

＜延べ宿泊者数全体に占める外国人延べ宿泊者数の割合＞

三重県における県内の延べ宿泊者数のうち、外国人延べ宿泊者の割合は、平成25年の1.4%から2.0%に増加しましたが、中部運輸局管内（5.6%）や全国（9.5%）より低い数値となっています。

単位：万人泊

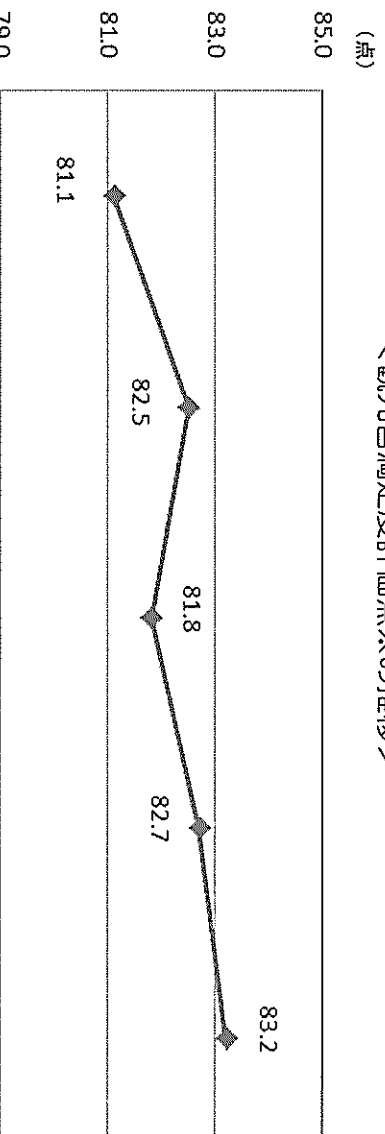
県別	全宿泊者数		外国人宿泊者数		外国人比率	
	平成25年	平成26年	平成25年	平成26年	平成25年	平成26年
福井県	325	379	3	3	0.9%	0.8%
岐阜県	604	610	42	60	6.9%	9.7%
静岡県	2,092	2,102	56	79	2.7%	3.7%
愛知県	1,465	1,540	115	149	7.8%	9.7%
三重県	969	879	13	18	1.4%	2.0%
中部運輸局管内計	5,456	5,510	229	308	4.2%	5.6%
全国	46,589	47,350	3,350	4,483	7.2%	9.5%

（資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」）

○観光客からの評価

観光客の満足度は、平成24年度以降、上昇傾向にあり、平成26年度は、前年度と比較して0.5ポイント上昇しました。

＜観光客満足度評価点※の推移＞



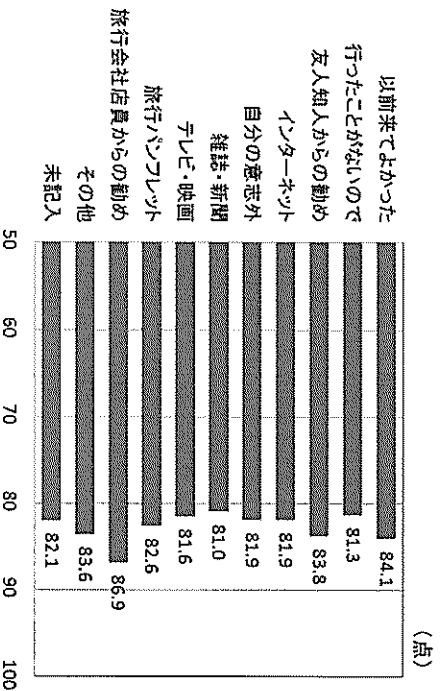
※大変満足＝7点、満足＝6点、やや満足＝5点、どちらでもない＝4点、やや不満足＝3点、不満足＝2点、大変不満足＝1点としてその平均値を算出して、100点満点に換算したものです。

（資料：観光政策課 平成22～26年度「観光客実態調査報告書」）

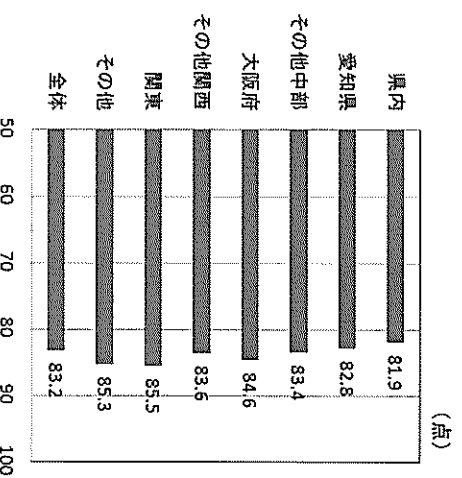
三重県を選んだ理由別の満足度は、「旅行会社店員からの勧め」と「以前の来訪」をきっかけとして来訪した観光客の満足度が高く、これらの理由で来訪する観光客の増加が、満足度の上昇につながると考えられます。

また、発地別の満足度は、関東からの観光客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発地とする観光客の満足度は、平均点(83.2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：観光政策課「平成26年度観光客実態調査報告書」)

個別満足度は、全体では「景観・雰囲気」、地域では、伊勢志摩地域の「観光施設」、「飲食施設」、「物産施設」等の項目が高い評価を得ました。一方、全体的に「情報・案内」の満足度は低位に留まりました。

＜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	86.4	86.0	82.5	87.6	86.4	89.9
宿泊施設	81.7	84.3	76.9	82.0	80.7	76.4
観光施設	81.4	80.8	76.4	85.2	84.0	77.7
飲食施設	79.7	75.6	77.5	83.6	81.3	77.1
物産施設	78.8	72.4	79.5	82.2	79.0	77.4
地域住民のおもてなし	80.3	77.6	77.8	82.4	80.4	83.0
情報・案内	76.6	77.3	72.5	79.2	77.2	74.1

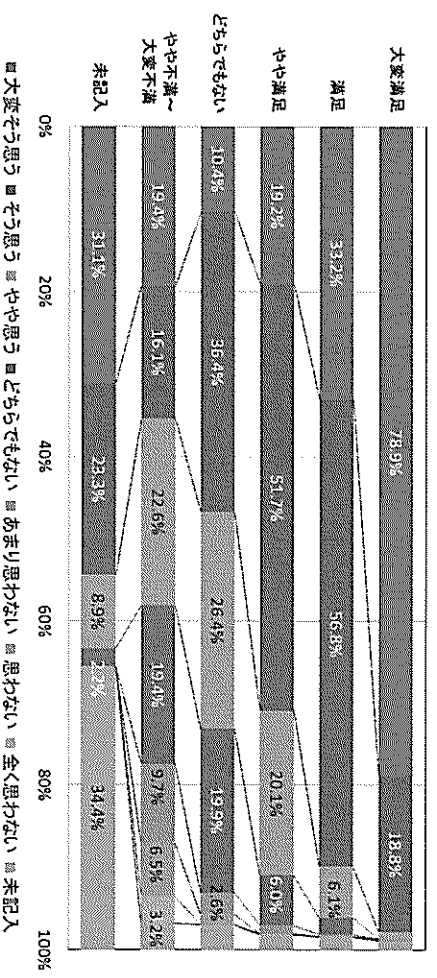
※薄い着色は各個別満足度における最高得点、濃い着色(白字)は最低得点

(資料：観光政策課「平成26年度観光客実態調査報告書」)

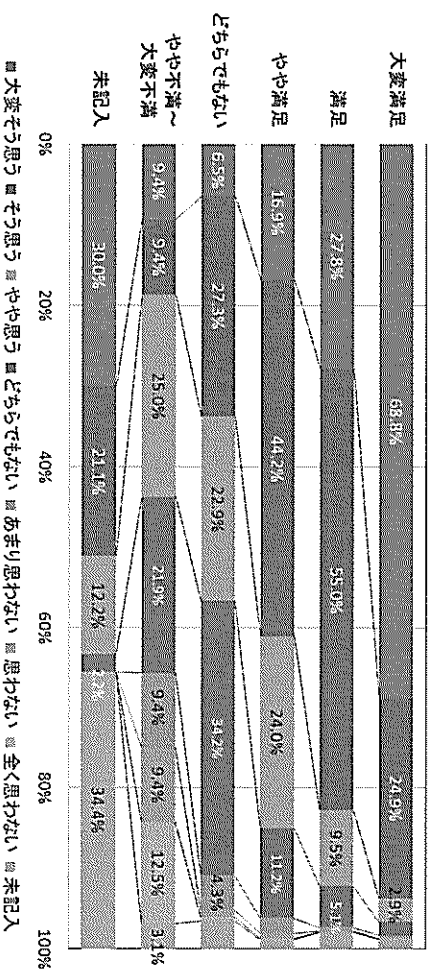
満足度別に再来訪意向をみると、満足度が「やや満足」では、再来訪意向「大変そう思う」が19.2%であるのに対し、「満足」だと33.2%、さらに「大変満足」であると78.9%と著しく向上し、観光客の満足度の向上が、リピーターの創出につながっているとと言えます。

同様に、紹介意向についても、満足度が「やや満足」では、紹介意向「大変そう思う」が16.9%であるのに対し、「満足」だと27.8%、さらに「大変満足」であると68.8%と向上するなど、満足度の向上が、知人への紹介にもつながっていることが分かります。

＜満足度別の再来訪意向＞



＜満足度別の紹介意向＞



(資料：観光政策課「平成26年度観光客実態調査報告書」)

○三重県観光に対する期待

県民、観光関連事業者、観光関係団体を対象としたアンケート調査により、県に期待する観光振興の取組を尋ねたところ、県民からは、三重県の食の魅力がづくり、観光情報の発信、キャンペーン等によるイメージづくりに対する期待が多く寄せられ、観光関連事業者及び観光関係団体からは、観光地づくり、観光商品づくりに対する期待が寄せられました。

＜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	13.7%	
第2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	12.6%	
第3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	11.5%	
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	10.8%	
第5位	地域の観光資源を生かした観光地づくり	10.5%	

【観光関連事業者・観光関係団体】	※複数回答		
第1位	地域の観光資源を生かした観光地づくり	11.0%	
第1位	県内を周遊したり、長期に滞在する観光商品づくり	11.0%	
第3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	10.7%	
第3位	道路やまちなみの整備、景観づくりなどの基盤整備	10.7%	
第5位	海外からの外国人観光客の誘致	10.4%	

（資料：観光政策課「平成27年度みんなでこれからの観光を考えよう県民・事業者WEB意識調査」）

2 用語の説明

注1) 三重県観光キャンペーン～実はそれ、ぜんぶ三重なんです！～

平成 25 年の第 62 回神宮式年遷宮、平成 26 年の熊野古道世界遺産登録 10 周年という三重県への誘客の好機を生かして、県民の皆さんや市町、事業者等と一体となって、平成 25 年 4 月から 3 年間にわたり展開するキャンペーン。三重の観光の「予感（旅への期待感）」を醸成し、観光客の方々の周遊性・滞在性を向上させ、魅力的な三重の旅を「体感（滞在中の体験）」いただき満足度を高め、再び三重を訪れたいという「実感（あとから湧き上がる感動）」につなげていくことを目的とする。

それにより、三重の魅力を深く理解していただく「三重県観光の共感者（三重ファン、リピーター）」を増加させ、神宮式年遷宮後も多くの観光客が継続的に訪れていただける魅力あふれた観光地の構築をめざすもの。

注2) 式年遷宮

遷宮とは、神社の正殿（しょうでん）を造営・修理する際や、正殿を新たに建てた場合に、御神体を遷すこと。式年とは定められた年という意味で、伊勢神宮では 20 年に一度行われる。

注3) インバウンド

外国人旅行者のこと。または、その誘致のこと。

注4) 三重テラス

「食」、「観光」、「歴史」、「文化」、「産業」等、三重の魅力の情報発信、三重ゆかりの店舗や企業等との連携等、様々な人々との交流や感動との出会い、新しいアイデアの創出等につながる営業活動を総合的に進め、県内への観光誘客や県産品の販路拡大につなげていくための、三重県の首都圏営業拠点。「ショップ」、「レストラン」、「多目的ホール」などの機能を備え、平成 25 年 9 月 28 日、東京日本橋にオープン。

注5) 伊勢志摩国立公園指定 70 周年記念事業

平成 28 年に国立公園指定 70 周年を迎える伊勢志摩国立公園の記念事業。外国人旅行者の誘致に向けた取組の強化、若者をターゲットにした次世代の育成事業、エコツアーなどを開催するなど、様々な事業を展開する。

注6) エコツーリズム

地域ぐるみで、自然観察や歴史・文化等、地域固有の魅力を観光客に伝えることにより、その価値や大切さが理解され、保全につながっていくことをめざしていく仕組みのこと。

注7) 第27回全国菓子大博覧会・三重

お菓子の歴史と文化を後世に伝えるときに、菓子業界、関連産業の振興と開催地域の活性化に役立てるため、平成29年4月21日～5月14日に伊勢市の三重県営サンアリーナ及びその周辺で開催される大型イベント。

注8) SNS

インターネットを使った人とのつながりやコミュニケーション形成を支援するサービス。代表的なサービスとして Facebook (フェイスブック) や Twitter (ツイッター) などがある。SNSは Social Networking Service の略語。

注9) LCC (ローコストキャリア)

効率的な運営によって低料金の運行サービスを提供する航空会社。LCCは Low Cost Carrier の略語。

注10) 日本政府観光局 (JNTO)

正式名称は、独立行政法人国際観光振興機構。海外における宣伝、外国人旅行者に対する案内や来訪促進に必要な業務等、国際観光の振興を図ることを目的とした法人。

注11) みえ旅パスポート

三重県観光キャンペーンの展開に当たり、観光客の周遊性・滞在性を高めるためにみえ旅案内所で発給する、スタンプラリー機能、スティーブアップ機能 (フリーストーンマジからセカンドストーンマジ、プレミアムストーンマジとストーンマジアップ)、クーポン機能を併せ持つパスポート。

注12) 昇龍道プロジェクト

日本有数の観光資源を有する中部北陸9県 (愛知、静岡、岐阜、三重、福井、石川、富山、長野、滋賀) が官民一体となって外国人旅行者誘致を推進するプロジェクト。「昇龍道」のネーミングは能登半島を龍の頭に、三重県を龍の尾に見立てて龍の体が中部北陸9県をくまなくカバーしながら天に昇っていくイメージに重ね合わせたもの。

注 13) 無料公衆無線LAN (フリーWiFi)

無料で利用できる無線でデータの送受信を行う構内通信網 (LAN: Local Area Network)、また、WiFiは、この規格の一つ。WiFiは Wireless Fidelity の略語。

注 14) 日本忍者協議会

忍者に関する情報発信を行い国内外からの観光客を呼び込む目的で、平成 27 年 10 月に忍者に関連する全国の自治体等が連携し設立した組織。

注 15) MICE

企業等の会議 (Meeting)、企業等の行う報奨・研修旅行 (インセンティブ旅行) (Incentive Travel)、国際機関・団体、学会等が行う国際会議 (Convention)、展示会・見本市、イベント (Exhibition/Event) の頭文字のことであり、多くの集客交流が見込まれるビジネスイベントなどの総称。

注 16) PDCA

事業活動における生産管理や品質管理等の管理業務を円滑に進める手法の一つ。Plan (計画) → Do (実行) → Check (評価) → Act (改善) の 4 段階を繰り返すことによって、業務を継続的に改善する。

注 17) みえ食の産業振興ビジョン

今後 5 年間の三重県の食の産業振興の方向性を定めた計画。平成 27 年 7 月策定。

注 18) DMO

観光地のブランドづくり、情報発信・プロモーション、マーケティング、戦略策定等を担う観光地づくりの推進主体。DMOは Destination Management/Marketing Organization の略語。

注 19) ビッグデータ

情報通信技術の進展により生成・収集・蓄積が可能・容易になる多種多量なデータ。

注 20) (公社) 伊勢志摩観光コンベンション機構

伊勢志摩地域の観光振興、コンベンション誘致、ファイルコミッション活動等、広域観光戦略を推進するため、同地域の市町、観光関連事業者、観光関係

団体等により組織された団体。

注 21) (公社) 三重県観光連盟

三重県内における観光事業の健全な発達と振興並びに地域の活性化を図り、観光情報の収集発信、観光客の誘致拡大を目的とした広報宣伝等を行うため県内の市町・観光協会、事業者等により組織された団体。

注 22) 鈴鹿 F 1 日本グランプリ地域活性化協議会

鈴鹿 F 1 日本グランプリの開催に伴い、周辺環境整備と受入体制の向上等にかかる連絡調整等、観光資源を活用したおもてなし向上と地域活性化を図ることを目的として、国、県、関係市町、企業等により組織された団体。

注 23) グリーン・ツーリズム

緑豊かな農山漁村地域において、その自然、文化、人々との交流を楽しむ滞在型の余暇活動の総称。

注 24) ブルー・ツーリズム

島や沿海部の漁村に滞在し、魅力的で充実したマリンスポーツの体験を通じて、心と体をリフレッシュさせる余暇活動の総称。

注 25) NPO法人伊勢志摩バリアフリーツアーセンター

障がい者に、行ける場所を紹介するのではなく「したい」旅行をサポートするために、観光施設等のバリアフリー情報の提供や施設改修のアドバイスを行っているNPO法人。

注 26) パーソナルバリアフリー基準

バリアの基準は段の高さや施設の有無ではなく、障がいの種類や程度により一人ひとり異なるという考え方。

注 27) ヘルスツーリズム

病気やけがの予防・療養のほか、美容・痩身、ストレス解消、体力増強等、健康の維持・増進を目的とした旅行等の活動の総称。

注 28) 三重県営業本部

県産品等の認知度向上と販売促進等に取り組むために設置した、知事を本部長とする組織。

注 29) みえフードイノベーション

農林水産資源を活用し、生産者や食品産業事業者、ものづくり企業等の多様な業種や、大学、研究機関、市町、県等の産学官の様々な主体の知恵や技術を結集し融合することで、地域が抱える課題を解決し、新たな商品やサービスを革新的に生み出す仕組みのこと。

注 30) みえ地物一番の日キャンペーン

地産地消運動の一環として、県産食材に触れ、親しむことで、その背景にある自然、文化、農林漁業の営みなどについて、見つめ直していただく機会を増やすための三重県独自のキャンペーン。

注 31) みえ地域コミュニティ応援ファンド

県内各地域において、地域課題を解決するビジネスや地域の資源を活用するビジネスを創出していくために必要な初期段階の必要経費に対して資金面から支援する制度。

注 32) みえ農商工連携推進ファンド

農林漁業者と中小企業者の連携を強化し、お互いの経営資源を活用した取組を支援するため、農商工等連携体による新商品・新サービスの開発や販路開拓、大学・公設試験研究機関等と連携した研究開発に対して資金面から支援する制度。

注 33) おもてなし三重観光ボランティアガイド協議会

観光ボランティアガイド相互の連絡協調と発展を図り、おもてなしの心で本県の観光振興に寄与することを目的として、県内のボランティアガイド団体により組織された団体。

注 34) 三重の文化（郷土の文化編）

三重県の恵まれた自然、歴史、産業、文化、芸術等、郷土三重の良さが実感できる中学生用学習教材。

注 35) おしごと広場みえ

若者の就職、転職等に関する職業相談、就職活動に必要なセミナーや合同企業説明会を実施する施設。

注 36) ええとこやんか三重移住相談センター

首都圏における移住促進の取組を強化するため、東京都に開設した移住相談のワンストップ窓口。

注 37) U・Iターン

「Uターン」は、一度生まれ育った場所以外で就学、勤務した後に、再び出身地に戻って働くことを指し、「Iターン」は、生まれ育った場所で就学、勤務した後、出身地以外の場所に移住して働くこと。

注 38) 地域おこし協力隊

都市地域から過疎地域等の条件不利地域に住民票を移動し、生活の拠点を移した者から、地方公共団体が「地域おこし協力隊員」として委嘱。隊員は、一定期間、地域に居住して、地域ブランドや地場産品の開発・販売・PR等の地域おこしの支援や、農林水産業への従事、住民の生活支援等の「地域協力活動」を行いつながら、その地域への定住・定着を図る取組。

注 39) 三重の観光営業拠点運営協議会

旅行商品の流通促進、観光と物産の情報発信等、市場や消費者に向けての継続的な事業展開を通じて、観光客の来訪機会や周遊性・滞在性の向上、県内の一層の誘客や県内での消費拡大等を目的として、県、市町、関係団体により組織された団体。

注 40) 北伊勢広域観光推進協議会

北勢地域の広域観光による情報発信等を目的として、同地域の市町（朝日町、いなべ市、亀山市、川越町、木曾岬町、桑名市、菰野町、鈴鹿市、東員町、四日市市）により組織された団体。

注 41) 伊賀流忍者観光推進協議会

伊賀流忍者を活用した観光誘客を目的として、伊賀地域の市、観光協会等により組織された団体。

注 42) 東紀州地域振興公社

東紀州地域の観光振興、産業振興、まちづくりの推進を目的として、県と同地域の市町により組織された団体。

注 43) 吉野・高野^{ヒコノ}・熊野の国

三重、奈良、和歌山の3県が世界遺産「紀伊山地の霊場と参詣道」を中心とした紀伊地域の観光振興と地域活性化を図るため、世界遺産等を活用した事業に共同で取り組む広域連携のシンボルとして建国。

注 44) 東大和西三重観光連盟

奈良県・三重県2県6市村(宇陀市、曾爾村、御杖村、名張市、伊賀市、津市)の広域観光による情報発信等を目的として組織された団体。

注 45) フォイルムコミッション

映画、テレビ、CMなどのロケーション撮影を誘致したり、実際のロケをスムーズに進めるための機関。「FC」と略される。

注 46) ICT

情報通信に関する技術の総称。ICTは Information and Communication Technology の略語。

注 47) 伊勢志摩学生団体誘致委員会

伊勢志摩地域への修学旅行誘致に取り組むため、関係市町、観光関連事業者、観光関係団体等により組織された団体。

注 48) トリップアドバイザー

旅行者から口コミや、旅に関する様々な情報を掲載した世界最大級の旅行サイト。

注 49) ミッション

県、市町、観光関連事業者、観光関係団体等が連携して、海外への訪問団を結成し、現地の政府関係者、旅行会社、航空会社等に対して、直接、本県の観光PRを行い、誘客につなげていく活動。

注 50) 三重県外国人観光客誘致促進協議会

外国人観光旅行者を本県に誘致するため、県、関係市町、観光関連事業者、観光関係団体等により組織された団体。

注 51) 三重県景観計画

三重県が景観行政を担う主体(景観行政団体)として、美しい景観づくりを

県内全域で展開していくため、広域的な行政主体の立場から、長期的、総合的視野に立った景観づくりの目標や基本方針を示した計画。平成19年12月策定。

注 52) 日本風景街道「伊勢熊野みち」推進協議会

熊野古道伊勢路を軸とする東紀州を中心とした地域において、街道を生かしたまちづくり等に取り組むことを目的として、国、県、関係市町、地域の住民団体等により組織された団体。

注 53) 二次交通

鉄道駅や空港等の交通拠点と目的の観光地を結ぶアクセス交通。自動車で移動しない観光客にとっては、路線バスをはじめ、観光地までのシャトルバスや乗合タクシーの運行等、交通の便の整備が旅行先を選ぶ重要な要素となっている。

注 54) 伊勢地域観光交通対策協議会

伊勢神宮周辺の交通渋滞を緩和することを目的として、国、県、地元市、地域の住民団体、交通事業者等により組織された団体。

注 55) ピクトグラム

絵文字、絵言葉のこと。図記号 (graphic symbol) の一種である。表現対象である事物や情報から視覚イメージを抽出、抽象化し、文字以外のシンプルな記号によって表したものの。

注 56) ムスリム

イスラム教徒のこと。

注 57) 通訳案内士

観光客に対して外国語通訳及び観光案内を行って報酬を得ることができると資格。観光庁が実施する試験に合格し、通訳案内士として登録した者のみが行事できる。

3 みえの観光振興に関する条例

平成23年10月20日
三重県条例第34号

目次

前文

- 第1章 総則 (第1条—第3条)
 - 第2章 観光の振興に関する役割等 (第4条—第8条)
 - 第3章 観光の振興に関する基本的施策
 - 第1節 国内外に対する観光宣伝活動の強化 (第9条—第12条)
 - 第2節 魅力ある観光地の形成及び人材の育成 (第13条—第16条)
 - 第3節 観光旅行を促進するための環境の整備 (第17条—第20条)
 - 第4章 観光の振興に関する施策の推進 (第21条—第24条)
 - 第5章 三重県観光審議会 (第25条—第31条)
- 附則

古くからお伊勢参りは「日本人の旅の原点」ともいわれ、全国各地の人々が強く思いを寄せる憧れの旅として、多くの人々を惹き付けてきた。私たちの郷土三重県は、そのような旅人たちを温かく迎え、もてなしの心を今に伝えてきた地である。また、伊勢国、志摩国、伊賀国及び熊野川以東の紀伊国と呼ばれた地域で構成される本県では、縦横に発達した街道交通の要衝の地として県内各地が賑わい、人、情報、文化等の交流の場が形成されてきた。

観光振興の取組は、その地に住む人々が先人から受け継いだ自然、歴史、文化等を大切に守りながら、自らの地域の個性を磨き上げ、かつ、地域の存在価値を確立させる過程を通じ、郷土に対する誇りを持ち、愛着を感じることできる社会の実現に貢献するものである。また、観光産業は多様な分野における特色ある事業活動によって構成されることから、地域経済の活性化、地域における雇用の創出等本県経済のあらゆる領域において、その発展に寄与することが期待されている。

しかしながら、近年の観光をめぐる情勢は、観光客の需要の高度化、観光旅行の形態の多様化等著しく変化するとともに、全国各地の観光地間競争は激しさを増している。県内の観光地が訪れる人々を魅了し、かつ、これからも選ばれるためには、観光の振興に関する取組と県民生活の向上に寄与する取組が一体的に促進されるとともに、観光産業を本県の経済を牽引する産業の一つとして、その持続的かつ健全な発展に取り組んでいくことが必要である。

このような考え方に立って、県、市町、県民、観光事業者及び観光関係団体が協働して、観光産業を地域に密着した産業として大きく育て、本県の観光の振興に取り組むことにより、個性豊かで活力に満ちた地域社会の実現を図るため、この条例を制定する。

第1章 総則

(目的)

第1条 この条例は、本県の観光の振興に関し、基本理念を定め、及び県の責務、市町の役割等を明らかにするとともに、観光の振興に関する施策の基本となる事項を定めることにより、観光の振興に関する施策を総合的かつ計画的に推進し、もって県民生活の向上及び本県の経済の発展に寄与することを目的とする。

(定義)

第2条 この条例において、次の各号に掲げる用語の意義は、当該各号に定めるところによる。

- (1) 観光資源 優れた自然の風景地、歴史的風土、文化的遺産、豊かな食文化、多様な分野における産業、観光の振興に寄与する専門的知識及び技能を有する人材その他の観光の対象となる資源をいう。
- (2) 観光事業者 観光に関する事業を営む者をいう。
- (3) 観光関係団体 観光事業者で組織される団体その他の観光に関する事業を行う団体をいう。
- (4) 県民等 県民、観光事業者及び観光関係団体をいう。
- (5) 観光行動 県内の観光地を訪れる観光旅行を行うことをいう。
- (6) 誘客活動 観光客の来訪意欲の増進を図り、県内の観光地に誘致することをいう。

(基本理念)

第3条 本県の観光の振興は、次に掲げる事項を基本として行われなければならない。

- (1) 観光産業の持続的かつ健全な発展が図られること。
- (2) 県、市町及び県民等がそれぞれの役割を担いつつ連携が確保されること。
- (3) 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ること。
- (4) 観光客の満足度の向上が図られること。
- (5) 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ること。
- (6) 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ること。

第2章 観光の振興に関する役割等 (県の責務)

第4条 県は、前条に定める基本理念（以下「基本理念」という。）にのっとり、県域全体に係る観光の振興に関する施策を総合的かつ計画的に策定し、及び実施する責務を有する。

2 県は、市町及び県民等が相互に連携して観光の振興に関する取組を行うことができるよう必要な調整及び支援を行うものとする。

（市町の役割）

第5条 市町は、基本理念にのっとり、当該市町の区域の特性を生かした観光の振興に関する施策を策定し、及び実施するよう努めるものとする。

（県民の役割）

第6条 県民は、基本理念にのっとり、観光に対する関心及び理解を深め、魅力ある観光地の形成に積極的な役割を果たすよう努めるものとする。

（観光事業者の役割）

第7条 観光事業者は、基本理念にのっとり、その事業活動を行うに当たっては、観光旅行者の満足度の向上に努めるものとする。

2 観光事業者は、県、市町、観光関係団体及び地域における他の産業の事業者との連携協力を努めるものとする。

（観光関係団体の役割）

第8条 観光関係団体は、基本理念にのっとり、観光事業者間の連携の促進を図りつつ、観光宣伝活動の実施、観光旅行者の受入体制の整備その他の観光の振興に関する取組に努めるものとする。

2 観光関係団体は、前項の取組を行うに当たっては、県、市町その他の団体との連携協力を努めるものとする。

第3章 観光の振興に関する基本的施策

第1節 国内外に対する観光宣伝活動の強化

（本県及び県内の観光地の情報提供の充実強化）

第9条 県は、本県及び県内の観光地の情報提供の充実強化を図るため、印刷物、情報通信技術その他の媒体を活用し、観光宣伝活動の促進等に必要な施策を講ずるよう努めなければならない。

（観光旅行者の来訪及び滞在の促進）

第10条 県は、国内の観光旅行者の来訪及び滞在の促進を図るため、観光旅行者の需要の高度化に対応した旅行商品の開発その他の誘客活動の実施等に必要施策を講ずるよう努めなければならない。

（外国人観光旅客の来訪の促進）

第11条 県は、外国人観光旅客の来訪の促進を図るため、本県の観光資源を活用した海外における誘客活動の実施、外国人観光旅客の受入体制の整備等に

必要な施策を講ずるよう努めなければならない。

(広域的な課題への対応)

第12条 県は、県の区域又は市町の区域を越えた広域的な課題への対応を図るため、観光地間の連携及び交流の促進等に必要な施策を講ずるよう努めなければならない。

第2節 魅力ある観光地の形成及び人材の育成

(地域の特性を生かした魅力ある観光地の形成)

第13条 県は、地域の特性を生かした魅力ある観光地の形成を図るため、観光資源の発掘若しくは創出又は活用等に必要な施策を講ずるよう努めなければならない。

(観光の振興に寄与する人材の育成)

第14条 県は、観光の振興に寄与する人材の育成を図るため、観光事業に従事する者及び観光の振興に意欲を有する者の知識及び能力の向上等に必要な施策を講ずるよう努めなければならない。

(新たな観光旅行の分野の開拓)

第15条 県は、新たな観光旅行の分野の開拓を図るため、自然体験活動、農林漁業に関する体験活動等を目的とする観光旅行その他の多様な観光旅行の形態の普及等に必要な施策を講ずるよう努めなければならない。

(県民の観光行動の促進)

第16条 県は、県民の観光行動の促進を図るため、本県の観光資源に関する知識の普及、理解の増進その他の郷土に対する誇りと愛着の醸成等に必要な施策を講ずるよう努めなければならない。

第3節 観光旅行を促進するための環境の整備

(観光地における良好な景観の形成)

第17条 県は、観光地における良好な景観の形成を図るため、市町が行う景観づくりの取組に対する支援等に必要な施策を講ずるよう努めなければならない。

(観光旅行者の利便の増進)

第18条 県は、観光旅行者の利便の増進を図るため、高齢者、障がい者、外国人等を始めとする全ての観光旅行者が安全かつ快適に利用できる旅行関連施設及び公共施設の整備の促進並びにこれらの利便性の向上等に必要な施策を講ずるよう努めなければならない。

(観光旅行の安全の確保)

第19条 県は、観光旅行の安全の確保を図るため、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、観光地における事故、災害等の発生の状況に関する情報の提供等に必要な施策を講ずるよう努めなければならない。

(交通基盤の構築)

第20条 県は、観光の振興に資する交通基盤の構築を図るため、交通施設の整備の促進、観光旅行者の移動の円滑化等に必要な施策を講ずるよう努めなければならぬ。

第4章 観光の振興に関する施策の推進

(基本計画)

第21条 知事は、観光の振興に関する施策を総合的かつ計画的に推進するため、観光の振興に関する基本的な計画（以下「基本計画」という。）を定めるものとする。

2 基本計画は、次に掲げる事項について定めるものとする。

- (1) 観光の振興に関する基本的な方針
- (2) 観光の振興に関する主要な目標
- (3) 観光の振興に関し、県が総合的かつ計画的に講ずべき施策
- (4) 前3号に掲げるもののほか、観光の振興に関する施策を総合的かつ計画的に推進するために必要な事項

3 知事は、基本計画を定めようとするときは、あらかじめ第25条の三重県観光審議会に意見を求めるとともに、広く県民等から意見を聴き、議会の議決を経なければならぬ。

4 知事は、基本計画を定めたときは、遅滞なく、これを公表しなければならない。

5 知事は、毎年1回、基本計画に基づく施策の実施状況について公表しなければならない。

6 第3項及び第4項の規定は、基本計画の基本的な方針及び主要な目標の変更について準用する。

(観光に関する統計の整備等)

第22条 県は、市町、観光事業者及び観光関係団体と連携して、観光に関する情報の収集、動向の調査及び分析等を行い、並びに観光に関する統計の整備を図るとともに、それらの成果を公表するものとする。

(推進体制の整備)

第23条 県は、市町及び県民等と円滑な連携及び協働を図り、観光の振興に関する施策を推進するために必要な体制を整備するものとする。

(財政上の措置)

第24条 県は、観光の振興に関する施策を実施するため、必要な財政上の措置を講ずるよう努めるものとする。

第5章 三重県観光審議会

(設置)

第25条 本県の観光の振興に関する重要な事項について、知事の諮問に応じ調査審議するため、知事の附属機関として、三重県観光審議会（以下「審議会」という。）を設置する。

(組織)

第26条 審議会は、委員20人以内で組織する。

2 前項の場合において、男女いずれかの委員の割合は10分の4を下回らないものとする。ただし、知事がやむを得ない事情があると認めた場合は、この限りでない。

(委員)

第27条 委員は、学識経験を有する者その他知事が適当と認める者のうちから、知事が任命する。

2 委員の任期は、2年とする。ただし、補欠の委員の任期は、前任者の残任期間とする。

3 委員は、再任されることができる。

(会長及び副会長)

第28条 審議会に会長及び副会長各1人を置く。

2 会長及び副会長は、委員の互選により定める。

3 会長は、会務を総理し、審議会を代表する。

4 副会長は、会長を補佐し、会長に事故があるときはその職務を代理し、会長が欠けたときはその職務を行う。

(会議)

第29条 審議会の会議は、会長が招集し、会長が議長となる。

2 審議会の会議は、委員の過半数が出席しなければ開くことができない。

3 審議会の会議の議事は、出席委員の過半数で決し、可否同数のときは、議長が決するところによる。

(庶務)

第30条 審議会の庶務は、雇用経済部において処理する。

(委任)

第31条 この条例に定めるもののほか、審議会の運営に関し必要な事項は、会長が審議会に諮って定める。

附 則

1 この条例は、公布の日から施行する。

2 三重県観光事業推進審議会設置条例（昭和34年三重県条例第25号）は、廃止する。