

# 三重県観光振興基本計画

(平成28年度～31年度)

平成28年3月

三 重 県



## はじめに

観光関連産業は、その経済効果が、宿泊業や飲食業、運輸業といった分野だけでなく、製造業、農林水産業など幅広い分野に波及する裾野の広い産業であり、地域経済の活性化に大きな期待が寄せられています。

観光振興の取組を着実に進め、観光関連産業を本県経済を牽引する産業の一つとして大きく育てていくため、平成 23 年 10 月に制定の「みえの観光振興に関する条例」に基づき、平成 24 年 3 月に「三重県観光振興基本計画（平成 24 年度～27 年度）」を策定しました。

この計画には、平成 25 年の第 62 回神宮式年遷宮など全国からの注目が本県に集まるビッグチャンスを見逃すことなく最大限に生かしていくんだという熱い思いを込めました。

平成 25 年からの「三重県観光キャンペーン～実はそれ、ぜんぶ三重なんです！～」の展開は、県内外での宣伝広告効果や県内周遊等による経済波及効果を生み、平成 27 年の延べ宿泊者数が約 981 万人と過去最高を記録するなど大きな花を咲かせました。「インバウンド」についても、平成 27 年下半期の三重県外国人延べ宿泊数の伸び率が全国 1 位となり、「バリアフリー観光」については、日本一のバリアフリー観光県宣言を行い、地域におけるバリアフリー観光のコンシェルジュ機能充実を図るなど、もうすぐ美しい花を咲かせつつあります。また、これらの花は次世代に続く新しい種になる大きな可能性を秘めています。

そして、三重県誕生から 140 年の節目である平成 28 年には「伊勢志摩サミット」が開催されます。

今回策定する三重県観光振興基本計画（平成 28 年度～31 年度）では、これまでの成果を生かすとともに、千載一遇の機会である伊勢志摩サミットの資産を大きく育て、観光で地域の稼ぐ力を伸ばす、さらなる観光の産業化に皆さんと取り組んでいきたいと考えています。

最後になりましたが、本計画の策定にあたり、熱心にご審議いただきました「三重県観光審議会」の委員の皆さま方をはじめ、貴重なご意見やご教示をいただきました関係者の方々に、心より感謝申し上げます。

平成 28 年 3 月

三重県知事 鈴木 英敬



# 目 次

<u>第1章 計画の基本的な考え方</u>	1
1 計画策定の趣旨	1
2 計画の性格	1
3 計画期間	1
<u>第2章 三重県観光の現状と課題</u>	2
1 三重県における「今までの4年間、これからの4年間」	2
2 観光振興を取り巻く環境変化	3
3 三重県観光振興基本計画目標項目別達成状況（～平成26年度）	5
4 総括	5
5 三重の強みを生かし、課題を克服する取組	8
6 県民・事業者・留学生の声	11
<u>第3章 施策体系と目標</u>	12
1 施策体系	12
2 計画目標	13
<u>第4章 三重県観光の持続的な発展に向けた施策の展開</u>	15
1 観光の産業化のさらなる推進戦略	15
2 伊勢志摩サミット開催等の好機を生かした誘客戦略	19
3 利便性・快適性に優れた人にやさしい観光の基盤づくり戦略	24
<u>第5章 推進体制の整備</u>	28
1 計画の推進体制	28
2 観光統計の整備	29
3 計画の進行管理	29
<u>(参考資料編)</u>	30
1 各種統計資料	30
2 用語の説明	45
3 みえの観光振興に関する条例	53

## 第1章 計画の基本的な考え方

### 1 計画策定の趣旨

三重県が魅力ある観光地として選ばれ、観光産業を三重県経済をけん引する産業のひとつとして大きく育てていくため、三重県では観光振興を担う様々な主体の役割、観光の振興に関する基本的施策等を定めた「みえの観光振興に関する条例」を平成23年10月に公布・施行し、併せてその基本計画である「三重県観光振興基本計画」を平成24年3月に策定しました。

この計画は、「式年遷宮の好機を生かした国内誘客」、「三重県の特性を生かした海外誘客」、「観光産業の高付加価値化」等を施策展開の柱とし、同計画の下、平成25年度から27年度にわたる「三重県観光キャンペーン～実はそれ、ぜんぶ三重なんです！～<sup>注1</sup>」や重点国・地域を明確化した戦略的な海外誘客に取り組んできたところです。

この結果、第62回神宮式年遷宮<sup>注2</sup>が行われた平成25年の観光入込客数が過去最高の4,080万人と目標を達成し、観光消費額も一定の伸びを見せましたが、その後に観光入込客数や観光消費額の減少が懸念されるとともに、さらには人口減少・少子高齢化社会の到来やインバウンド<sup>注3</sup>の拡大、交通網の整備等、社会経済情勢が大きく変化する状況において、将来を見据えた観光振興のあり方を方向づけることが求められています。

このため、平成24年度から27年度までの4年間を計画期間とする三重県観光振興基本計画の残された課題や社会経済情勢の変化を踏まえ、三重県観光を持続的に発展させるべく、みえの観光振興に関する条例第21条に基づき新たに三重県観光振興基本計画を策定します。

### 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、本計画は、県、市町のほか、県民、観光関連事業者、観光関係団体等それぞれが「公」を担う主体として、「協創」の考え方を踏まえ、行動することで、「協働」による成果を生み出し、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28年度を初年度とし、平成31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

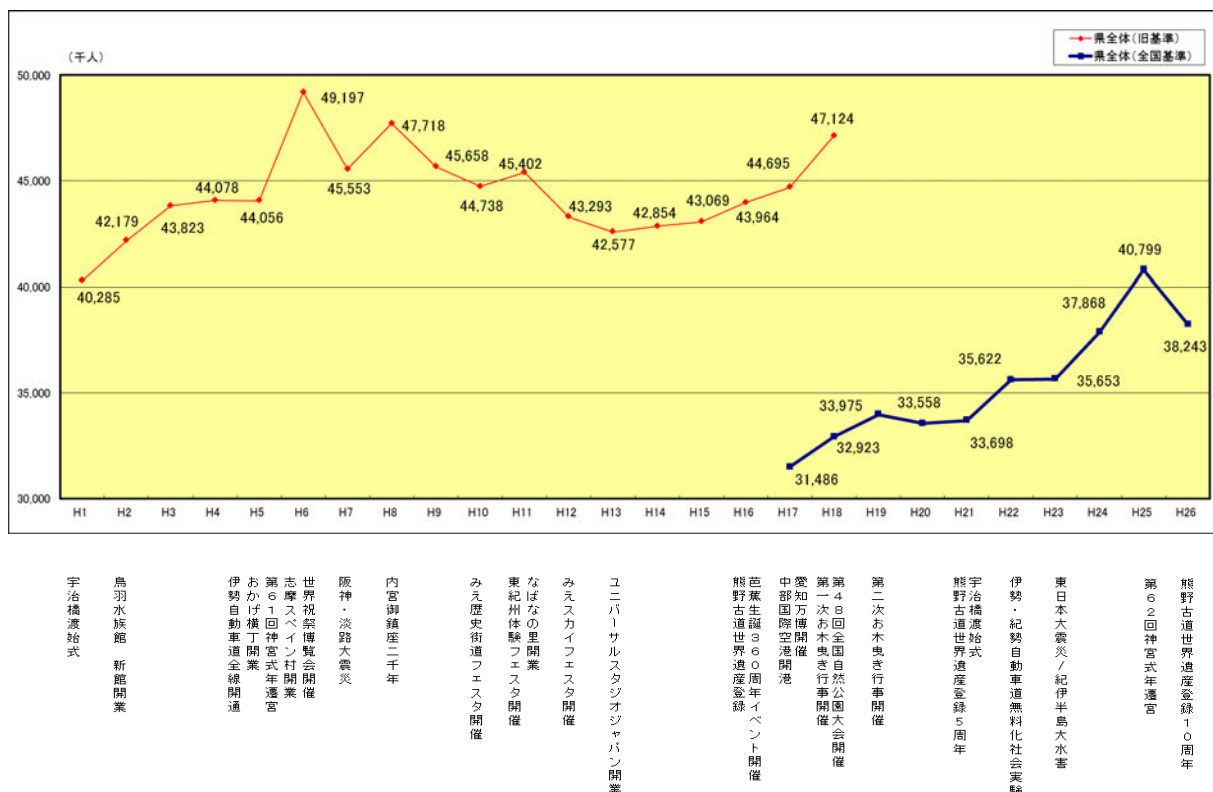
### 1 三重県における「今までの4年間、これからの4年間」

平成24年度から27年度までの4年間は三重県の観光にとって大きな転機となりました。

平成25年は第62回神宮式年遷宮が行われ、多くのマスコミに注目された結果、神宮参拝者数は史上最多の約1,420万人を数えました。同年4月には官民が一体となった三重県観光キャンペーンがスタートし、多くの方に県内全域を旅することを楽しんでいただいています。また、9月には東京日本橋に首都圏営業拠点「三重テラス<sup>注4</sup>」が開設され、僅か1年9か月あまりで100万人の来場者を迎えました。このような複合的な要因の下、三重県全体の観光入込客数が平成25年には史上最高の4,079万9千人となりました。

平成26年に入り、熊野古道世界遺産登録10周年記念事業の実施により、対前年比7%増の194万人を超える方が東紀州地域を訪れましたが、三重県全体の観光入込客数は3,824万3千人、対前年比6.3%減と減少傾向にあり、平成27年以降もこのような状況が続くことが懸念されます。

<観光レクリエーション入込客数（実数）の推移>



(資料：観光政策課「平成26年観光レクリエーション入込客数推計書」)

しかし、平成 28 年の主要国首脳会議開催が伊勢志摩に決定し、三重県が脚光を浴びる千載一遇の機会が訪れるとともに、同年の伊勢志摩国立公園指定 70 周年記念事業<sup>注 5</sup>では、伊勢志摩の自然資源、文化資源を生かしたエコツーリズム<sup>注 6</sup>の魅力が国内外へ発信され、平成 29 年の第 27 回全国菓子大博覧会・三重<sup>注 7</sup>では 60 万人を超える来場者が見込まれます。また、平成 30 年の全国高校総体（インターハイ）では、選手、指導者、観客等で約 30 万人の参加が見込まれるなど、三重県への誘客の大きなチャンスが再び訪れます。

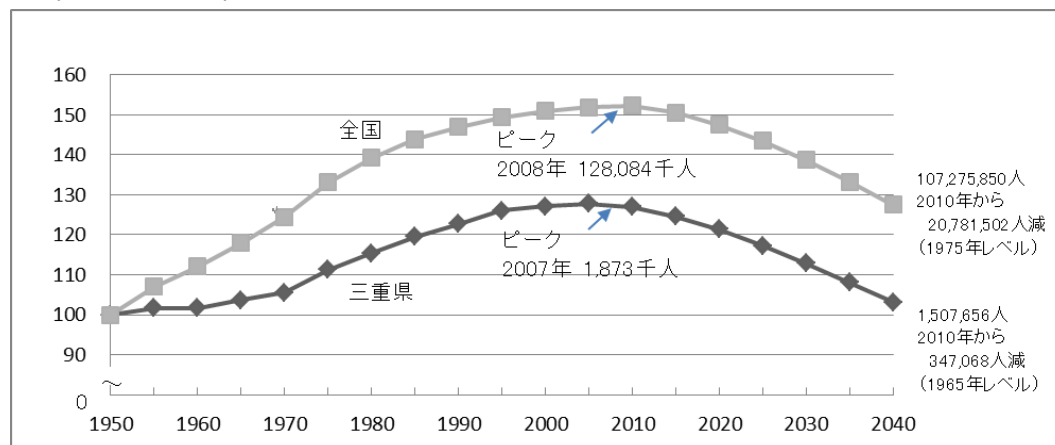
## 2 観光振興を取り巻く環境変化

高速交通網の進展による日帰り旅行エリアの拡大、国内の地域間競争の激化、インターネット・SNS<sup>注 8</sup>の普及に伴う環境変化が生じ、団体旅行から個人旅行への旅行形態の変化等に伴う観光客の多様化するニーズへの対応が求められています。

また、人口減少・少子高齢化による国内需要の減少といった喫緊の課題に直面しています。

<人口の推移>

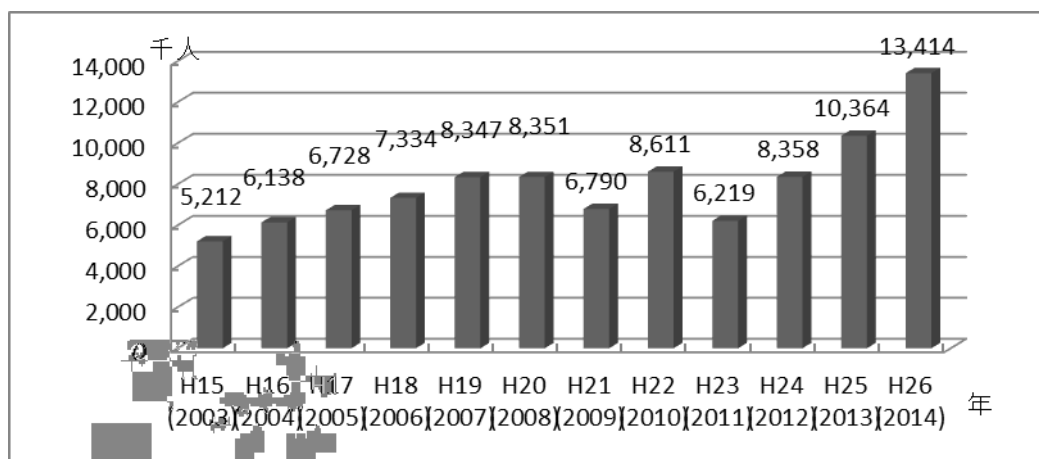
指数（1950年 = 100）



（資料：三重県人口ビジョン）

一方、訪日外国人旅行者は、円安、ビザ緩和、増加したLCC<sup>注 9</sup>（ローコストキャリア）により順調に増加し、個人の外国人旅行者（FIT）の比率が全訪日外国人旅行者の約 2/3 にまで高まっています。

### < 訪日外国人旅行者数の推移 >



(資料：日本政府観光局(JNTO) 注<sup>10</sup>資料に基づき、観光政策課で作成)

平成 27 年 6 月に決定した「観光立国実現に向けたアクション・プログラム 2015」に基づき国では、

インバウンド新時代に向けた戦略的取組

観光旅行消費の一層の拡大、幅広い産業の観光関連産業としての取り込み、観光産業の強化

地方創生に資する観光地域づくり、国内観光の振興

先手を打っての「攻め」の受入環境整備

外国人ビジネス客等の積極的な取り込み、質の高い観光交流

「リオデジャネイロ大会後」、「2020 年オリンピック・パラリンピック」及び「その後」を見据えた観光振興の加速

の柱を立て、施策を進めていくこととしており、三重県もベクトルを合わせた効果的な展開が求められています。

また、「まち・ひと・しごと創生総合戦略」の考え方や取組方向も踏まえ、国内外からの観光客の流れを戦略的に創出し、「しごと」が「ひと」を呼び、「ひと」が「しごと」を呼び込む好循環を確立させ、「まち」に活力を取り戻す取組を促進するなど、観光による地方創生の実現をめざす必要があります。



### 3 三重県観光振興基本計画目標項目別達成状況（～平成26年度）

平成23年度に策定した三重県観光振興基本計画目標項目の達成状況は次表のとおりとなっています。

目標項目 【年/年度】	平成22年度 実績値	平成27年度 目標値	実績値			
			23	24	25	26
(1) 観光消費額【年】	4,449億円	5,680億円	4,473 億円	4,535 億円	5,342 億円	4,657 億円
(2) 観光レクリエーション入込客数【年】	3,562万人	4,000万人	3,565 万人	3,787 万人	4,080 万人	3,824 万人
(3) 観光客満足度評価点 ※【年度】	81.1点	100点	82.5点	81.8点	82.7点	83.2点
(4) リピート意向率 【年度】	75.7%	100%	77.8%	83.9%	84.5%	83.1%
(5) 県内の延べ宿泊者数 【年】	708万人	800万人	756 万人	833 万人	969 万人	879 万人
(6) 県内の外国人延べ宿泊者数【年】	106,000人	150,000人	90,990 人	94,660 人	130,890 人	178,520 人
(7) 観光における海外自治体等との連携事業数（累計）【年度】	0件	10件	—	3件	10件	14件

※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=3点、不満=2点、大変不満=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の。

## 4 総括

### (1) 主な取組について

平成25年度から27年度の三重県観光の大きな取組として、三重県観光キャンペーンを展開しています。

キャンペーンでは、県全域のオフィシャルガイドブック、県内5地域（北勢、中南勢、伊勢志摩、伊賀、東紀州）の魅力、周遊ルート等を紹介したエリアパンフレットを発行するとともに、雑誌、テレビ、新聞等を活用して三重県観光キャンペーンの取組内容を広く情報発信しました。また、中部国際空港の出発・到着ロビー等で三重を代表する観光資源である「忍者」、「海女」、「F1」、「熊野古道」等のディスプレイ展示を行い、近畿日本鉄道とは京都駅等、JR東海とは東京駅で共同PRを実施するなど「戦略的なプロモーションによる観光地としての魅力向上」に取り組みました。

また、何度でも三重に訪れ、周遊するきっかけとなる「みえ旅パスポート<sup>注11</sup>」を発給することで「みえのファンづくり」を行うとともに、50万部を超える発給となったみえ旅パスポートから得られる観光客の発地・周遊にかかる情報等を生かした「マーケティング戦略の検討につながる顧客データの蓄積」を行いました。

企業等との連携として、自治体としては初めてカラオケ大手と連携し、全国のカラオケ店舗内でのコラボキャンペーン実施や、県内老舗和菓子屋とのコラボ商品の開発、中日本高速道路と連携した料金の割引企画「実はそれ、ぜんぶ三重なんです！ドライブプラン」等、多くの「観光関連産業の活性化につながる好事例」が生まれました。

さらに、観光客へ旅の情報を提供し、県内各地への周遊性・滞在性を促進する「みえ旅案内所」の設置とともに、みえ旅パスポートの提示により割引やプレゼント等各種サービスを提供する「みえ旅おもてなし施設」として宿泊施設、飲食施設等に協力していただくなど「観光客へのおもてなしの向上につながるネットワークの構築」を行いました。

バリアフリー観光については、平成25年6月、知事が「日本一のバリアフリー観光県」推進宣言を行いました。障がい者、高齢者等、移動に困難を伴う方に行きたいところに行き、楽しみたいことを実現いただけるよう、県内のバリアフリー観光情報を紹介したガイドブック「みえバリ」を作成し、これを活用して受入側の情報提供機能や相談機能を高め、地域におけるバリアフリー観光のコンシェルジュ機能の充実を図っています。

前計画期間中の平成24年4月には観光部門の大幅な組織改編・強化を行い、海外誘客等を推進する組織を新設し、積極的に施策展開をしました。平成25年9月には「みえ国際展開に関する基本方針」を定め、この方針に基づき、台湾、タイ、マレーシア、香港、フランスへの重点的なセールスを行いました。また、中部北陸9県で構成する「昇龍道プロジェクト<sup>注12</sup>」として、国土交通大臣により認定された広域観光周遊ルート形成計画「昇龍道」を活用し、連携して取り組みました。さらに、「忍者」、「海女」等外国人が注目する本県が世界に誇るクールジャパン資源で三重県への関心を集め、SNSを活用したタイムリーな情報発信等を実施するとともに、新たな補助制度を創設し、無料公衆無線LAN（フリーWi-Fi）<sup>注13</sup>の充実や消費税免税店の拡大など受入環境の整備促進を行いました。

## (2) 取組の成果と課題

海外誘客の取組については、まだ緒に就いたばかりですが、確実な手応えを感じています。

訪日外国人旅行者は順調に推移し、平成 26 年には外国人旅行者延べ宿泊者数は 17 万 9 千人（対前年比 36%増）となり、平成 27 年の目標値である「県内の外国人延べ宿泊者数 15 万人」を前倒しで達成しました。さらに、平成 27 年 7 月、8 月、11 月には、外国人延べ宿泊者数の伸び率が、対前年同月比で全国 1 位になるなど、前計画時に蒔いた種が、確実に花開きつつあります。

一方、目標項目「観光消費額」の伸び悩みが大きな課題となっています。

観光消費額は観光入込客数と一人当たりの観光消費額の乗数で算出されます。観光入込客数については、平成 25 年には目標達成しましたが、同年の観光消費額は目標未達成になっており、これは一人当たりの観光消費額単価が想定値を下回ったことが原因です。

観光消費額単価を引き上げる為には、三重県内に観光客を留める周遊性・滞在性の向上、顧客を引き付ける多様なサービス、商品の創出につながる観光関連産業の発展が不可欠ですが、数値目標の達成率から見ると、観光消費額の増加につながる「観光の産業化」の未達成が最も大きな原因と考えられます。

また、目標を達成したインバウンドの取組についても、宿泊者数に占める外国人比率が他の都道府県に比べ低いことや、クレジットカード使用可能店舗が少ない等の決済環境の改善、消費単価の高い富裕層や個人の外国人旅行者（FIT）への対策の強化など取り組むべき課題も残されています。

このことから、観光の産業化を進め、三重の観光の「質」を高める取組を推進することが最重要と考えられます。

## 5 三重の強みを生かし、課題を克服する取組

### (1) 三重県観光キャンペーンの成果、好調なインバウンドを生かすチャンス到来

三重県観光キャンペーンの成果である仕組みや体制整備等を生かし、新たな展開につなげるとともに、好調なインバウンドのさらなる増加に向け、次の取組を推進します。

#### 三重ファンの新規開拓・再来訪促進

三重の魅力を深く理解していただき、多くの観光客が継続的に訪れていただける持続可能な観光地をめざしていくため、三重県観光キャンペーンの成果である「みえ旅パスポート」のデータを活用するなど、「三重県観光の共感者（三重ファン、リピーター）」の新規開拓・再来訪促進に努めます。

また、20代、30代の若年層をターゲットにした「みえ旅パスポート」スマートフォンアプリの構築、体験型旅行商品の販路拡大等に取り組みます。

さらに、首都圏、中京圏はもとより、定番の観光地としての認知度が高く、宿泊につながりやすい関西圏への重点的なプロモーションにも取り組みます。

#### 三重が誇る観光資源の活用

「忍者」、「海女」等を活用し、県内全域の観光振興を図るため、関係自治体と連携した取組（日本忍者協議会<sup>注14</sup>等）を進めることで、国内外での発信力を強化し、本物を求める観光客の増加につなげ、本県での滞在、関連商品販売等による消費拡大により経済効果の創出をめざします。

#### 他の産業政策との連携

本県の強みである「食」や「食文化」等の魅力を生かした取組を進めるとともに、国内外からの誘客促進による消費拡大、観光関連産業の活性化につながる新商品の開発等を図ることで、宿泊業をはじめ、飲食業や物販業など裾野の広い観光関連産業における雇用創出をめざします。また、三重県観光キャンペーンにおける「みえ旅パスポート」を「食」等のテーマに絞り込んだ新たなスマートフォンアプリの構築や、パスポートから得られるデータの活用によりサービス産業を支援するなど、他の産業政策と連携した実効性の高い取組を推進します。

#### 外国人旅行者のさらなる誘客

好調なインバウンドについて、さらなる誘客を推進するため、現在行っている東アジア・東南アジア諸国を中心とした重点国・地域に対して引き続き誘客

活動を行います。さらに、欧米市場、富裕層、海外MICE<sup>注15</sup>をターゲットにした誘客に取り組むとともに、比率が高まっている個人の外国人旅行者（FIT）の取り込みも図り、訪日外国人旅行者の倍増をめざします。

## （２）三重の観光の「質」を高める取組の推進

三重県が魅力ある観光の目的地として、これからも選ばれ続けるとともに、旅行者の周遊性・滞在性を高めることで、観光消費額単価を増加させるためには、観光関連産業を三重県経済を牽引する産業の一つとしてマネジメント（PDCA<sup>注16</sup>サイクル）により大きく育てることが必要不可欠です。このため、次の取組を推進していきます。

### 「観光の産業化」のさらなる推進

観光関連産業は、宿泊、観光施設、交通等の各事業者に留まらず、飲食や物販等の周辺産業や農林水産業等を含めた裾野の広い産業であるといえます。

顧客満足度の高いサービスを提供できる観光関連産業の育成、観光の多様性に着目した地域資源の掘り起こしによる周遊性・滞在性の向上、地域が一体感を持って観光地づくりを行うための「ブランドづくり」、「地域ストーリーづくり」等を進めます。

また、県内観光関連事業者が有するポテンシャルを生かし、稼ぐ力を引き出す取組を推進します。さらに、多様な事業者と連携した地域製品の積極的活用など「みえ食の産業振興ビジョン<sup>注17</sup>」関連の施策と連携し、地域経済の活性化や雇用の創出につながるよう、生産性の向上や人材、設備、サービス等への積極的な投資等、地域内の連携を深める好循環を築いていきます。

### 「マーケティング」、「マネジメント」を重視した取組の展開

三重県観光キャンペーンの取組により得たデータ等によるマーケティングに基づく戦略策定、地域の観光資源とのマッチングによる、ターゲットに確実に訴求する地域のストーリーづくりを展開します。

すべての事業において、可能な限り数値化による「成果の見える化」を図るとともに、「観光の産業化」の視点から取組の成果や課題を整理します。

また、それらを関係者にフィードバックし、改善につなげていくプロセスを構築するなど、「マネジメント（PDCAサイクル）」等による「観光地経営の視点」に立った取組を展開します。

### 「日本版DMO<sup>注18</sup>」創設に向けた基盤づくり

ビッグデータ<sup>注19</sup>等を活用したマーケティングに基づく戦略策定、様々な地

域資源を組み合わせた観光地のブランドづくり、ウェブ・SNS等を活用したプロモーション等の取組を進めるに当たり、地域が主体となってマネジメントを行う観光地域づくりの中心となる組織・機能として「日本版DMO」の創設を支援するという国の方向性が示されました。

このため、(公社)伊勢志摩観光コンベンション機構<sup>注20</sup>、(公社)三重県観光連盟<sup>注21</sup>等と連携し、「日本版DMO」構築に向けた基盤づくりに取り組みます。

### **観光の産業化を支える人材の育成・確保**

国際観光地にふさわしい「おもてなし」を実現できるよう、地域の歴史・文化はもちろん、観光客の多様なニーズに応えられる人材の育成・確保が必要です。

併せて、将来的に、マーケティング、マネジメントを重視した観光地経営を進めることができる専門的人材の育成・確保を視野に入れ検討を進める必要があります。

### **「地域の受入体制の充実・強化」を重視した取組への転換**

これまで重点的に取り組んできた「観光客を呼び込む」事業展開に加えて、年齢や障がいの有無、国籍等に関わらず、誰でも観光を楽しむことができるよう、地域の受入体制の充実・強化を図る取組にも注力し、観光地の「質」の向上を図っていきます。

また、さらなる外国人旅行者受入体制の整備促進(消費税免税店開設準備、外国語表記等改善、無料公衆無線LAN整備等)を進め、外国人旅行者にやさしい旅行環境の整備をめざします。

## 6 県民・事業者・留学生の声

「みんなでこれからの観光を考えよう」の名称でアンケート等を実施し、県民、事業者、留学生等の方から「三重の観光」について、次のようなご意見をいただきました。

県民の方からは、観光消費額の拡大を図るためには、より県内での周遊性・滞在性を高める必要があり、「お得な周遊券や連泊する観光客に割引する」、「行楽地で宿や（お酒を出す）飲食店と連携し、18時以降の夜の誘客イベントの充実」を図るべきとのご意見をいただいたほか、おもてなしの向上を図るため、「過ごしやすさをアピールするためのバリアフリー情報の提供、休憩スペースの設置」、「県民が伊勢神宮や県内の歴史、風物、自然について勉強して説明できるようにする」等のご提案もいただきました。

また、事業者の方からも、滞在性を高めるために「三重県の食（夕食）の紹介」、利便性を高めるため「観光地でのクレジットカード利用店舗の増」、「バリアフリー観光の推進」を図るべきとのご提案のほか、観光関連産業を支える人づくりとして「観光以外の異業種とのさらなる連携。企画、造成、実施等をハンドリングする人材の育成」、「女性の活躍」に力を入れていくべきとのご意見とともに、観光関連産業を持続的に発展させていくために「観光地としてマネジメント」をするべきとの声をいただきました。

留学生等との意見交換では、食、観光施設、人、土産品については概ね好意的な意見を多くいただきましたが、交通アクセスについては、「バスの利用が難しい」、「交通系ICカード入手が困難（母国では空港、コンビニでも売っている）」、ホテル等宿泊施設の利用では「値段が分かりにくい」、「インターネットで予約できず、電話での予約に苦労した」、無料公衆無線LANについては、「ホテル以外、つながるところが少ない」、「フリーWi-Fiを使いやすくしてほしい」等、外国人旅行者受入体制の課題が示されました。

観光に対する声は多岐にわたり、多くの方が「誇りに思う故郷」、「愛すべき三重」の観光振興について真剣に考えていただきました。

### 第3章 施策体系と目標

#### 1 施策体系

三重の強みを伸ばし、課題を克服するための施策体系は、以下のとおりとし、平成28年度から31年度まで事業を展開していきます。

(戦略)	(施策の柱)	(施策)
観光の産業化のさらなる推進戦略	観光関連産業を支える支援体制	観光関連産業の強化・創出
		持続的な観光地づくりの支援 ～日本版DMO導入の検討～
	多様な産業との連携強化	観光関連産業の複合化による新たなツーリズムへの対応
		「食」をはじめとした地域資源の磨き上げ
観光関連産業を担う人材の育成・確保	観光関連産業を担う人材の育成・確保	
伊勢志摩サミット開催等の好機を生かした誘客戦略	何度でも訪れたい観光地づくりをめざした国内誘客	周遊性・滞在性の向上につながる誘客の仕組みづくり
		何度でも訪れたい観光地づくりをめざした観光プロモーション
		学生・若者をターゲットにした誘客促進
	インバウンド倍増に向けた海外誘客	対象国・地域の実情に応じたプロモーション及び誘客活動の展開
		国及び他府県との広域連携の推進
	三重の特性と好機を生かしたMICE誘致	三重県版MICE戦略の策定
好機を生かしたMICE誘致		
利便性・快適性に優れた人にやさしい観光の基盤づくり戦略	利便性・快適性に優れた観光の基盤づくり	観光地の景観形成・快適な交流空間づくり
		観光振興に資する交通基盤等の構築
	人にやさしい三重の観光地づくり	外国人旅行者の受入体制のさらなる整備充実
		日本一のバリアフリー観光の促進
		旅行者の安全・安心の確保



## 2 計画目標

本計画における数値目標を次の5項目と定め、多面的な視点から施策の達成を確認します。

目標項目	現状値	目標値 (平成31年度)
(1) 観光消費額 (観光入込客数×一人当たりの観光消費額)	4,657億円 (平成26年)	5,000億円以上 (平成31年)
(2) 観光客満足度 (「大変満足」と回答された割合)	20.5% (平成26年度)	25.5% (平成31年度)
(3) 県内の延べ宿泊者数	879万人 (平成26年)	1,000万人 (平成31年)
(4) 県内の外国人延べ宿泊者数	178,520人 (平成26年)	450,000人 (平成31年)
(5) 国際会議の開催件数(累計)	2件 (平成26年)	20件 (平成28～31年累計)

### 【目標項目の説明／目標値設定の考え方】

#### (1) 観光消費額

観光客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、入場料、土産代等)

【観光政策課調べ】

観光レクリエーション入込客数は、第62回神宮式年遷宮終了による反動及び人口減少・少子高齢化による国内観光市場の縮小のため、今後減少が懸念されますが、観光客の周遊性・滞在性を高める取組及び外国人旅行者の来県促進等により、平成31年には5,000億円以上の観光消費額をめざします。

#### (2) 観光客満足度

県内の観光地を訪れた観光客の満足度調査で「大変満足」と回答した割合

【観光政策課「三重県観光客実態調査」】

観光の魅力づくり、基盤づくり等の総合的な取組を通じて、平成26年度の総合満足度「大変満足」20.5%を、平成31年度には25.5%まで引き上げることをめざします。

( 3 ) 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は今後減少が懸念されますが、観光客の周遊性・滞在性を高めることでの日帰りから宿泊への移行や、外国人旅行者の増加等により、1,000 万人の延べ宿泊者数をめざします。

( 4 ) 県内の外国人延べ宿泊者数

県内の宿泊施設における外国人延べ宿泊者数

【観光庁「宿泊旅行統計調査」】

好調な外国人延べ宿泊者数の増加をさらに加速させ、現状値から倍増を上回る 450,000 人の外国人延べ宿泊者数をめざします。

( 5 ) 県内の国際会議の開催件数

県内で開催された国際会議の開催件数

【日本政府観光局「JNTO 国際会議統計」】

伊勢志摩サミット開催の好機を生かして国際会議を誘致し、平成 31 年までに 20 件（累計）の開催件数をめざします。

## 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 観光の産業化のさらなる推進戦略

#### (1) 観光関連産業を支える支援体制

##### 施策展開の方向性

観光関連産業を三重県経済を牽引する産業の一つとして大きく育て、「産業としての観光」を確立させるため、観光関連事業者の経営革新に向けた取組の促進、環境整備等を進めるなど「稼ぐ力」を強化し、観光のさらなる産業化を図ります。

##### ① 観光関連産業の強化・創出

観光関連産業を強化・創出し、持続的な発展を図るため、支援体制を充実します。

- 市町、観光関連事業者、観光関係団体等、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、マーケティングに必要な客観的なデータを提供します。
- 県内の市町等と協働し、地域の観光資源を消費者ニーズに合わせて磨き上げ、着地型旅行商品等として流通促進等を図ります。
- 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・小規模企業に対し、関係団体と連携した総合的な支援を行います。
- 雇用や地域経済への波及効果の高い施設（ホテル・旅館等）の誘致に取り組むほか、集客交流関連産業等における投資を促進します。
- 観光やまちづくり等の地域課題の解決を図るため、地域資源を活用した新たな創業につながる経済活動の取組を支援します。
- 経済環境等の変化に応じて、観光関連事業者を含む中小企業・小規模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。
- 観光客にウェブ・SNSを活用した観光施設等への口コミ投稿を促し、リピーターの確保及びおもてなしの向上につなげていきます。

## ② 持続的な観光地づくりの支援～日本版DMO導入の検討～

「観光地経営」の視点で持続的な観光地づくりを行うための支援体制を充実します。

- 日本版DMOについて、(公社)伊勢志摩観光コンベンション機構、(公社)三重県観光連盟等と連携して地域への導入を検討します。
- 三重県観光キャンペーンを展開するに当たり構築した仕組みや体制等を、新たな展開につなげます。
- 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。
- 「鈴鹿F1日本グランプリ地域活性化協議会<sup>注22)</sup>」等、地域が主体となった取組に参画することにより、地域における観光の魅力づくりを支援します。
- 平成31年7月の熊野古道世界遺産登録15周年も視野に入れ、奈良県、和歌山県及び、関係市町等との連携により、その保全とさらなる活用に向けた取組を進めます。

## (2) 多様な産業との連携強化

### 施策展開の方向性

農林水産業をはじめ、製造業、サービス産業等、多様な産業の連携を深め、各事業者のポテンシャルを生かした「稼ぐ力」を引き出す取組を促進します。

### ① 観光関連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、観光関連産業と他分野の産業との組合せによる新たなツーリズムの取組を支援・促進します。

- 遊び・体験予約サイト等を活用し、県内各地で造成された体験メニュー等着地型旅行商品の流通を支援し、県内での周遊性・滞在性を高めます。
- 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、農林水産物等、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<sup>注23</sup>やブルー・ツーリズム<sup>注24</sup>、エコツーリズム等の推進により、都市と農山漁村の交流・共生を促進します。

- 伊勢志摩国立公園指定 70 周年を契機に、伊勢志摩地域の魅力を発信し新たな交流機会の増大を図ります。
- アウトドアスポーツに関係する民間企業等と連携し、新たな「自然体験プログラム」の開発や実践を促進するとともに、三重の自然の魅力を県内外に発信します。
- NPO法人伊勢志摩バリアフリーツアーセンター<sup>注25</sup>によって開発された「パーソナルバリアフリー基準<sup>注26</sup>」を採用し、関係団体等と協働しながらバリアフリー観光を推進します。
- 最先端ものづくり産業、地域の伝統産業・地場産業等と連携し、産業観光の促進を図ります。
- 予防・健康管理等のヘルスケア産業と、食・農、観光等の地域資源と組み合わせたヘルスツーリズム<sup>注27</sup>の取組を促進します。
- 旅先で観光とともにスポーツを楽しむ、あるいはスポーツ大会への参加とともに旅を楽しむなど、スポーツを通じた新たな魅力の創出、スポーツを核とした交流機会の増大を図ります。
- 三重県ゆかりの偉人や街道をはじめとした三重の歴史・文化の魅力を広く情報発信するとともに、体験できる機会を充実するなど、歴史・文化を切り口にした交流を促進します。

## ② 「食」をはじめとした地域資源の磨き上げ

三重県の強みである「食」や「食文化」等の魅力を生かした取組を進め、誘客促進による消費・販路の拡大、観光関連産業における雇用創出をめざします。

- 「三重県営業本部<sup>注28</sup>」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。
- 「みえ旅パスポート」をベースに「食」と観光等に関連した新たな事業を展開し、データの収集・分析を実施することで、新たな顧客の確保、新サービス開発等、効果的な誘客促進やサービス産業の高付加価値化を促進します。
- 農林水産資源を活用し、産学官連携により新商品等を生み出していく、「みえフードイノベーション<sup>注29</sup>」を推進します。
- 優れた県産品を三重ブランドとして認定し、新たな三重ブランド育成のため、事業者に対し支援を行います。

- 県内で生産される農林水産物について、「みえ地物一番の日キャンペーン<sup>注 30</sup>」に協賛する食品産業事業者等との連携により、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<sup>注 31</sup>」、「みえ農商工連携推進ファンド<sup>注 32</sup>」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、ブランド化を進めます。
- 第 27 回全国菓子大博覧会・三重実行委員会に参画し、三重県の食の魅力向上を図ります。

### (3) 観光関連産業を担う人材の育成・確保

#### 施策展開の方向性

観光地域振興の核として活躍する専門的人材の育成等を推進し、おもてなしや労働生産性の向上を通じて観光客の満足度の向上を図ります。

#### ① 観光関連産業を担う人材の育成・確保

観光関連産業の持続的な発展を支えるため、観光客の多様なニーズに応えられる人材育成・確保を促進します。

- 飲食業、宿泊業等のサービス産業に従事する人材のマーケティングスキルやおもてなし経営手法の体系的な習得を支援します。
- 観光案内所職員をはじめ、観光関連事業者等を対象にセミナー等の学びの場を設け、「おもてなし意識」を持った来訪者への対応を行うとともに、案内機能の充実等を図ります。
- 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<sup>注 33</sup>」の活動等を支援し、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。
- 地域の自然体験活動等をコーディネートできる人材の育成・確保を促進します。
- 「三重の文化（郷土の文化編）<sup>注 34</sup>」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。
- 高等教育機関と連携し、マネジメントができる観光の専門人材の育成を検討します。

- 県内高等学校での職業教育等を通じて、観光関連産業で活躍できる人材の育成を推進します。
- 若年就労支援の拠点である「おしごと広場みえ<sup>注35</sup>」において、観光関連産業へ就職を希望する人材に対して、適切な情報を提供します。
- ええとこやんか三重移住相談センター<sup>注36</sup>等で開催するU・Iターン<sup>注37</sup>就職セミナーを活用して、移住希望者と観光関連事業者とのマッチングを支援します。
- 一定期間地域に居住して地域ブランドや地場製品の開発・販売・PR等の活動に取り組む「地域おこし協力隊<sup>注38</sup>」の募集に当たり、県内市町合同説明会を開催するなど隊員の採用に向けた支援を行います。

## 2 伊勢志摩サミット開催等の好機を生かした誘客戦略

### (1) 何度でも訪れたい観光地づくりをめざした国内誘客

#### 施策展開の方向性

「神宮の文化」、「熊野古道伊勢路」、「忍者」、「海女」等、三重県が誇る資源を生かして、観光地づくりに取り組むほか、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 周遊性・滞在性の向上につながる誘客の仕組みづくり

三重県観光キャンペーンで培った三重県全域の案内・おもてなし機能を発展させるとともに、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。

- 三重県観光キャンペーンで設置した「みえ旅案内所」、「みえ旅おもてなし施設」、「みえ旅パスポート」を進化させ、県内での周遊性・滞在性を高める新たな展開を進めます。
- 市町等が参画する「三重の観光営業拠点運営協議会<sup>注39</sup>」を通じて、地域が主体となって企画した体験メニュー等着地型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。
- 「北伊勢広域観光推進協議会<sup>注40</sup>」、「伊賀流忍者観光推進協議会<sup>注41</sup>」、「(公社)伊勢志摩観光コンベンション機構」、「東紀州地域振興公社<sup>注42</sup>」等、各地域における広域連携の取組を支援します。
- 南部地域の魅力ある自然、歴史・文化、食等を積極的に情報発信し、県内外との交流を促進するなど、複数の市町が連携した南部地域活性化に向け

た取組に対し、三重県南部地域活性化基金等を活用し支援します。

- 地域が実施する夜間のイベントなど周遊性・滞在性を高める取組を促進します。
- 「吉野・高野・熊野の国<sup>注43</sup>」、「東大和西三重観光連盟<sup>注44</sup>」等の他府県等との広域連携の取組を進めます。

## ② 何度でも訪れたい観光地づくりをめざした観光プロモーション

ターゲットを絞った効果的な観光プロモーションを通じ、何度でも訪れたいくなる色あせない観光地づくりをめざします。

- 「忍者」、「海女」等を活用した観光振興を図るため、関係自治体と連携した取組（日本忍者協議会等）で、発信力を強化し、本物を求める観光客の増加をめざします。
- 「みえ旅パスポート」のデータ等を活用し、「三重県観光の共感者（三重ファン、リピーター）」の新規開拓、再来訪促進をめざします。
- 関西圏での観光プロモーションの強化を図るとともに、首都圏営業拠点「三重テラス」を活用し、関西圏、首都圏から本県への誘客を促進します。
- 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、ターゲットを絞っ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。
- （公社）三重県観光連盟等と連携して、旬の情報等を発信することにより、本県への来訪の動機づけを行い誘客促進を図ります。
- 県内のフィルムコミッション<sup>注45</sup>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、三重県への誘客を図ります。
- 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に取り組みます。

## ③ 学生・若者をターゲットにした誘客促進

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はじめ、ICT<sup>注46</sup>を活用した若者をターゲットにした誘客の取組を進めます。

- 「伊勢志摩学生団体誘致委員会<sup>注47</sup>」と連携し、首都圏の中学校を対象に修学旅行の誘致活動を実施するとともに、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に、海や山での体験、工場見学といった様々な体験メニューを紹介し、教育旅行の目的地としての三重県をPRします。
- 三重県観光キャンペーンで生まれた「みえ旅パスポート」を20代、30代の若年層をターゲットにしたスマートフォンアプリに進化させます。

## (2) インバウンド倍増に向けた海外誘客

### 施策展開の方向性

東アジア・東南アジア諸国を中心とした重点国・地域へのプロモーションに加え、欧米市場、富裕層をターゲットに誘客に取り組むとともに、比率が高まっている個人の外国人旅行者（FIT）の取り込みも図り、海外からの誘客の倍増をめざします。

#### ① 対象国・地域の実情に応じたプロモーション及び誘客活動の展開

対象国・地域の実情に応じた各種プロモーションを展開します。「忍者」、「海女」等の本県が世界に誇るクールジャパン資源を誘客の核として活用しながら、トップセールスの実施、各市場に適した情報発信等を通じて、海外における本県の認知度を高めます。

- 伊勢志摩サミット開催の好機を生かし、欧米市場、富裕層をターゲットにした誘客プロモーションを新たに実施します。
- 県内に多くのゴルフ場が立地する特性を生かし、富裕層の中でも連泊が期待でき県内消費額も大きい海外ゴルフ客をターゲットにゴルフツーリズムの誘致に取り組みます。
- 世界最大の旅行口コミサイト「トリップアドバイザー<sup>注48</sup>」と連携し、個人の外国人旅行者（FIT）の誘客を図ります。
- 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<sup>注49</sup>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。
- 「忍者」、「海女」、「真珠」等、本県が世界に誇るクールジャパン資源を活用し、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。
- 海外のメディア、旅行関係者等による県内視察・取材の招聘・受入に積極的に取り組むほか、SNS等を活用して、本県の魅力を直接、海外に伝え

ます。

- 海外での三重県フェアの開催等、三重県の認知度向上をめざした情報発信等の取組を進めることで県産品のブランド力向上や海外からの観光客・ビジネス客の増加につなげます。
- 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。
- 中国河南省、台湾新北市・高雄市等との観光交流の拡大を推進します。
- 県、市町、観光関連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<sup>注50</sup>」を核として、海外からの誘客促進に取り組みます。
- 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、中部及び関西の両圏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。
- 昇龍道プロジェクトの取組を通じて、スケールメリットを生かした誘客活動を展開します。
- 中部及び関西の両圏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、他府県等と連携して開発します。
- 中部国際空港において、関係自治体、団体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、外国人旅行者に対する情報提供を行います。

### (3) 三重の特性と好機を生かしたMICE誘致

#### 施策展開の方向性

伊勢志摩サミット開催を千載一遇の機会として、三重県に適したMICE戦略を策定するとともに、国内外に向けたMICE誘致を行うことで、三重県のMICE開催地としての確立を図ります。

#### ① 三重県版MICE戦略の策定

関係団体と協働して三重県に適したMICE開催モデルの分析、整理、MICE戦略の策定を行います。

○MICE誘致担当を設置し、関係団体と協働して情報の収集を行い今後の戦略を検討します。

#### ② 好機を生かしたMICE誘致

伊勢志摩サミット開催等の好機を生かし、国内外に向けたMICE誘致を促進します。

- 伊勢志摩サミット開催を最大限に活用し、三重県へのMICE誘致を図ります。
- MICE旅行博に出展するなど、三重のMICE開催地としての情報発信を行います。
- 第27回全国菓子大博覧会・三重実行委員会に参画し、三重県の食の産業振興を促進するとともに、大型イベント誘致のノウハウを取得します。
- オリンピック、パラリンピック等のキャンプ地誘致や、スポーツを通じた観光振興の取組を促進します。
- (公社)伊勢志摩観光コンベンション機構等が推進するMICEの積極誘致を支援します。

### 3 利便性・快適性に優れた人にやさしい観光の基盤づくり戦略

#### (1) 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、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への支援のほか、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<sup>注 51</sup>」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・工作物等の規制誘導を図ります。
- 適正な屋外広告物の表示・設置のための取組を進め、良好な景観の形成、風致の維持を進めます。
- 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に向けた取組を進めます。
- 「日本風景街道『伊勢熊野みち』推進協議会<sup>注 52</sup>」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、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 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<sup>注53</sup>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、近畿自動車道紀勢線等の高規格幹線道路や、北勢バイパス、中勢バイパス等の直轄国道の整備を促進するとともに、そのアクセス道路等となる県管理道路の整備を推進することで、県内外との交流や連携を広げる道路ネットワークの形成を図ります。
- 平成 29 年 4 月 1 日から伊勢二見鳥羽ラインを無料化するとともに県営サンアリーナ前の仮設インターを常時開放し、伊勢志摩地域への誘客促進につなげます。
- 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。
- 周遊バス、レンタカー、観光タクシー、海上交通等が組み込まれた旅行商品造成を通じて、主要駅等と観光地を結ぶ二次交通の充実を促進します。
- 伊勢神宮内宮周辺で年末年始やゴールデンウィーク、シルバー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<sup>注54</sup>」が行うパーク&バスライドの取組を支援します。
- 県内の主要な観光地で、地域や企業等の様々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」の情報発信を進めます。また、電気自動車で安心して観光できる環境づくりを進めるため、充電インフラの整備を促進します。

## (2) 人にやさしい三重の観光地づくり

### 施策展開の方向性

高齢者や障がい者が快適に利用できるバリアフリーや訪日外国人旅行者対応の取組を促進させることで質の向上を図り、旅行者にやさしい観光地をめざします。

#### ① 外国人旅行者の受入体制のさらなる整備充実

外国語ホームページ、無料公衆無線LAN、消費税免税店の充実のほか、県内の主要な観光地における多言語表記等、外国人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、個人の外国人旅行者（FIT）の比率の高まりとともに必要性が高まっている外国人旅行者向け体験型・交流型プログラムの開発・提供を支援し、三重ならではの体験によりリピーターの確保につなげます。

- 外国人旅行者の利便性向上のため、無料公衆無線LANの設置を促進します。
- 外国人旅行者向け消費税免税店の拡大を図るとともに、クレジットカード、電子マネーの使用可能店舗の拡大等、決済環境の整備を促進します。
- 県内の主要な観光地、交通結節点での多言語表記、ピクトグラム<sup>注55</sup>表示等、案内表示の充実を促進します。
- 外国人旅行者の移動にかかる利便性向上を図るため、公共交通機関の利用にかかる情報を提供します。
- ムスリム<sup>注56</sup>対応等、外国人旅行者受入研修会の開催等を通じて、受入対応力の向上を図ります。
- 通訳案内士<sup>注57</sup>の業務の適正な実施を確保し、外国人旅行者に対する接遇の向上を図ります。
- 外国人旅行者向け体験型・交流型プログラムの開発・提供を促進します。

#### ② 日本一のバリアフリー観光の促進

バリアフリー化に向けた観光関連事業者の取組を支援するとともに、ユニバーサルデザインの観光地づくりを促進します。

- NPO法人伊勢志摩バリアフリースターセンターによって開発された「パーソナルバリアフリー基準」を採用し、関係団体等と協働しながらバリアフリー観光を推進します。（再掲）

- 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。
- 市町や関係機関等との連携・協力のもと、ユニバーサルデザインに配慮された施設整備を促進します。

### ③ 旅行者の安全・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。
- 不特定多数が利用する大規模建築物の耐震化を促進します。
- 旅館、ホテル、飲食店等の食品関係施設の監視指導、食品の検査、食品表示の適合性確認等を実施するとともに、食品事業者の自主管理を促進します。
- 安心して観光地を周遊することができるよう、旅先での医療機関の情報提供等を行うことで、安全・安心な観光地づくりを支援します。
- 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進めます。
- 旅行業の適正な運営を図ることにより、旅行業務に関する取引の公正の維持、旅行の安全の確保等により旅行者の利益を守ります。
- 「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。

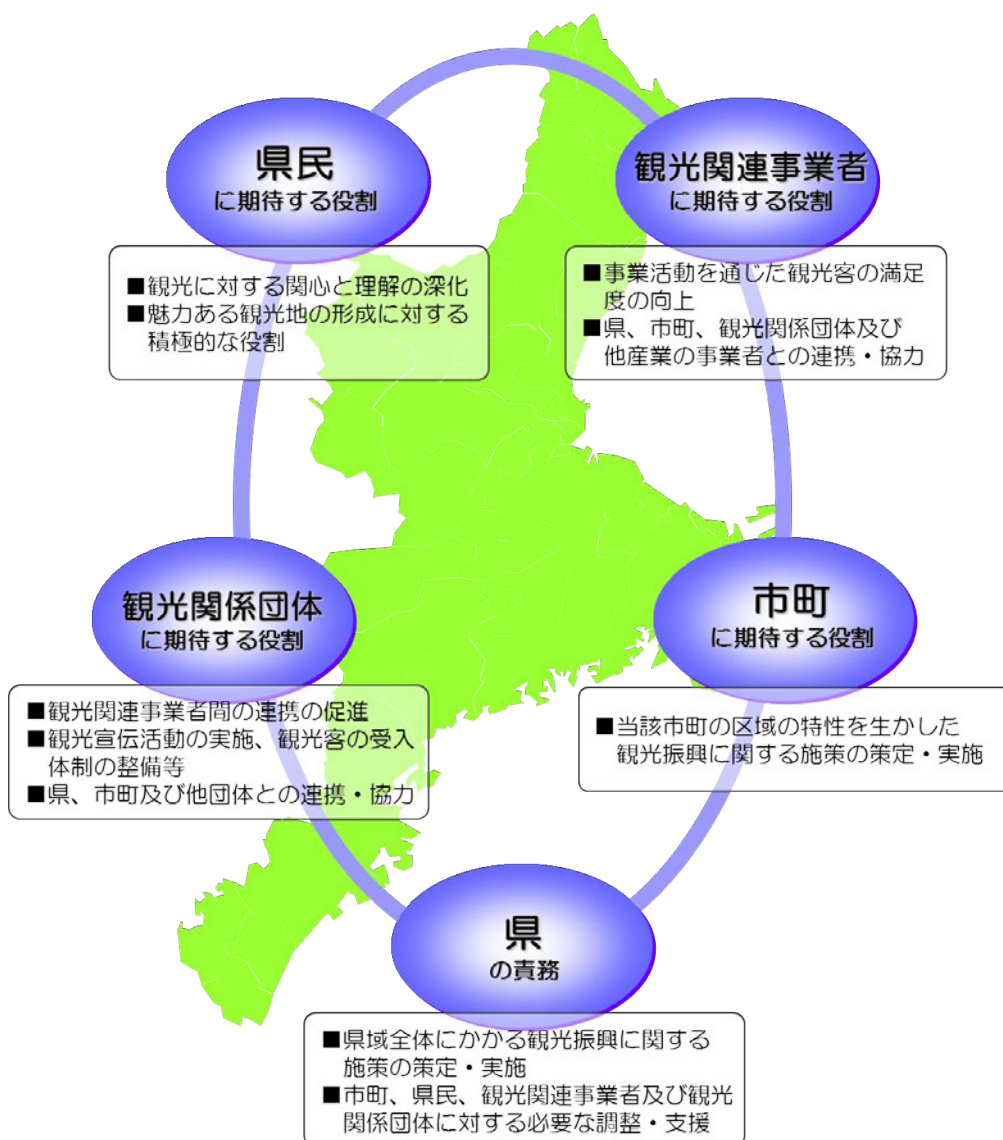
## 第5章 推進体制の整備

### 1 計画の推進体制

観光振興の主役は、観光関連事業者、観光関係団体等の「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、観光関連事業者、観光関係団体がそれぞれの役割を担いながら、連携・協力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振興に関する施策を総合的かつ計画的に推進するため、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、観光振興に関する重要な事項について審議を行うため、みえの観光振興に関する条例第 25 条の規定に基づき設置した三重県観光審議会を運営します。

## 2 観光統計の整備

県は、平成 17 年より、観光入込統計の再編、観光客の満足度等を把握する観光客実態調査の実施等、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、急速に高まる中、観光振興に関する施策を立案するための基礎となる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（公社）三重県観光連盟との連携強化を図るなど、市町、観光関連事業者、観光関係団体等との連携・協力を深め、旅行市場に関する情報・データの把握、国内外の観光客の動向調査等、観光に関する情報の収集及び分析等を拡充させていただきます。

また、これらの成果の公表を通じて、市町をはじめ観光関連産業に携わる様々な主体との情報共有を進め、マーケティングに基づく戦略策定に役立てていただくよう、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、みえの観光振興に関する条例第 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、PDCAサイクルによる評価・改善を行っていきます。

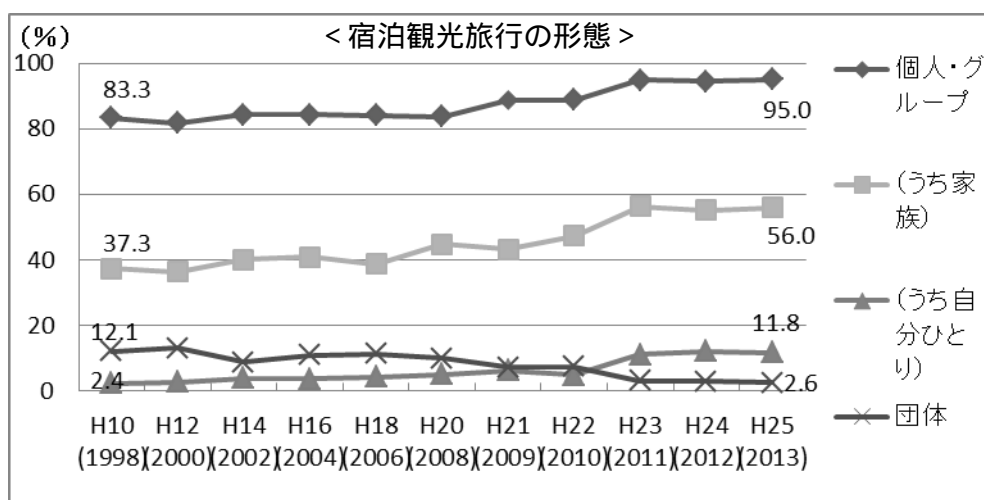


# 參考資料編

## 1 各種統計資料

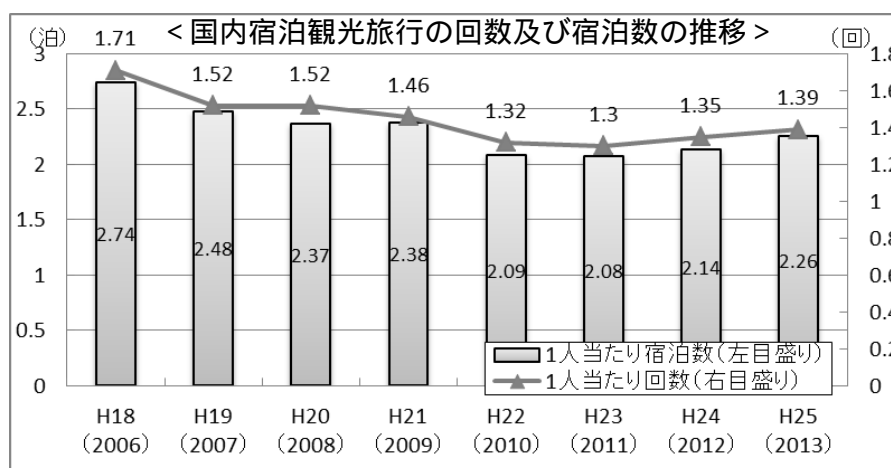
### 旅行に関する国民の行動の変化

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。



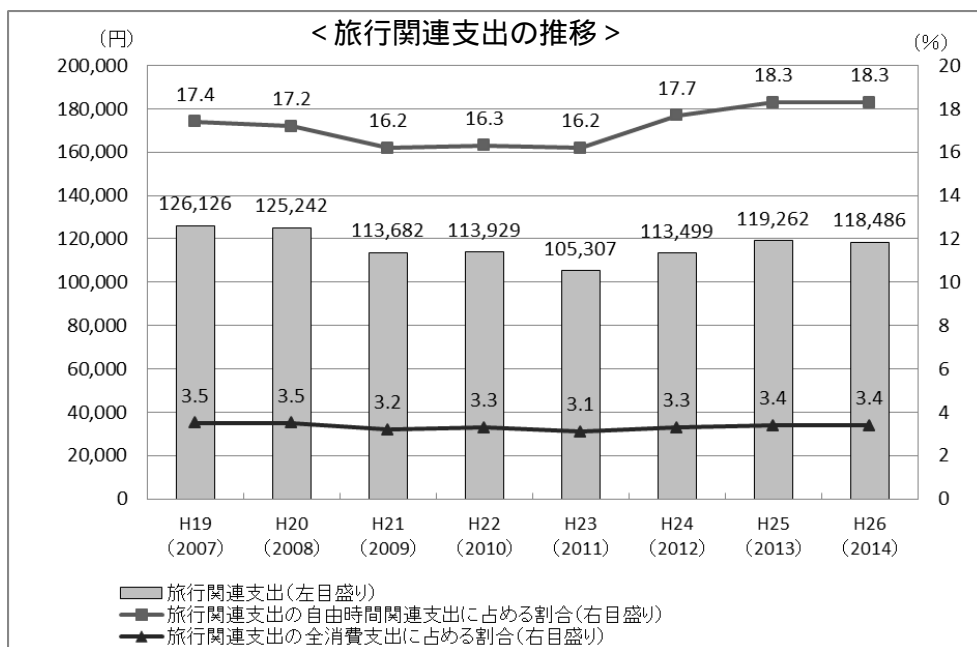
(資料：(公社)日本観光振興協会「平成 26 年度版観光の実態と志向」)

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」)

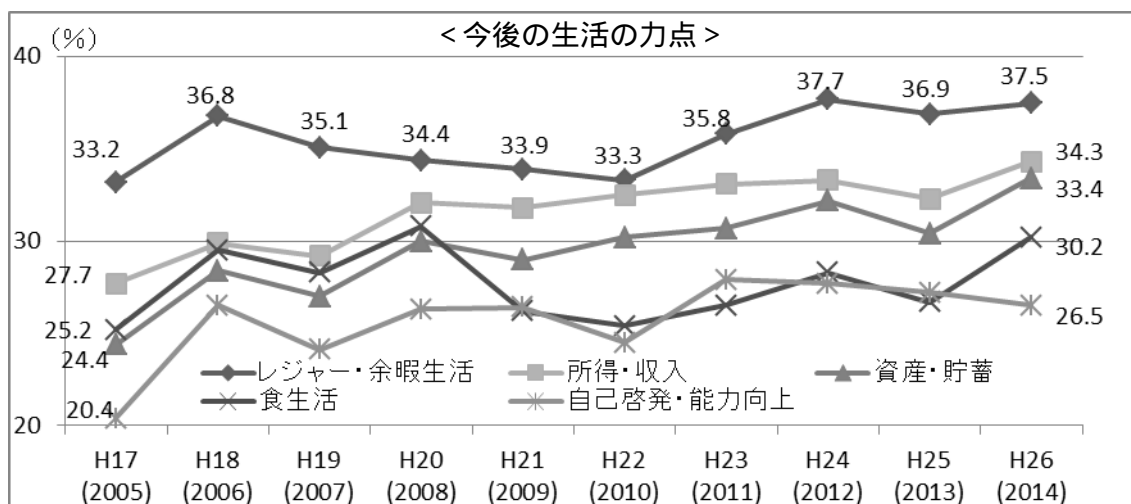
平成 23 年から 25 年までは、旅行関連支出額、旅行関連支出の自由時間関連支出に占める割合及び全消費支出に占める割合とも緩やかな上昇傾向にありましたが、平成 26 年度は旅行関連支出のみ微減となりました。



自由時間関連支出とは、外食、テレビ・パソコン等の耐久財、読書等の教養娯楽、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(農林漁家世帯を除く))により観光庁作成)

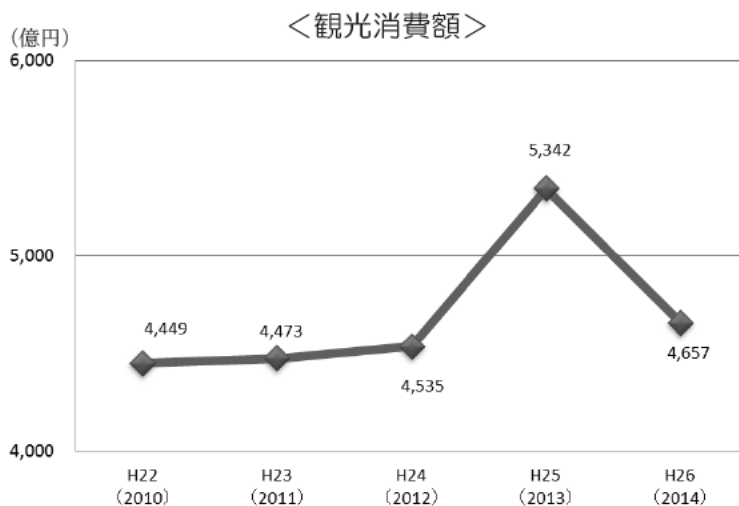
今後の生活で力点を置きたい分野は、「レジャー・余暇生活」を挙げる割合が 37.5%と高い割合となっています。このことからレジャーに対する潜在需要は依然として高いことがうかがえます。



(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

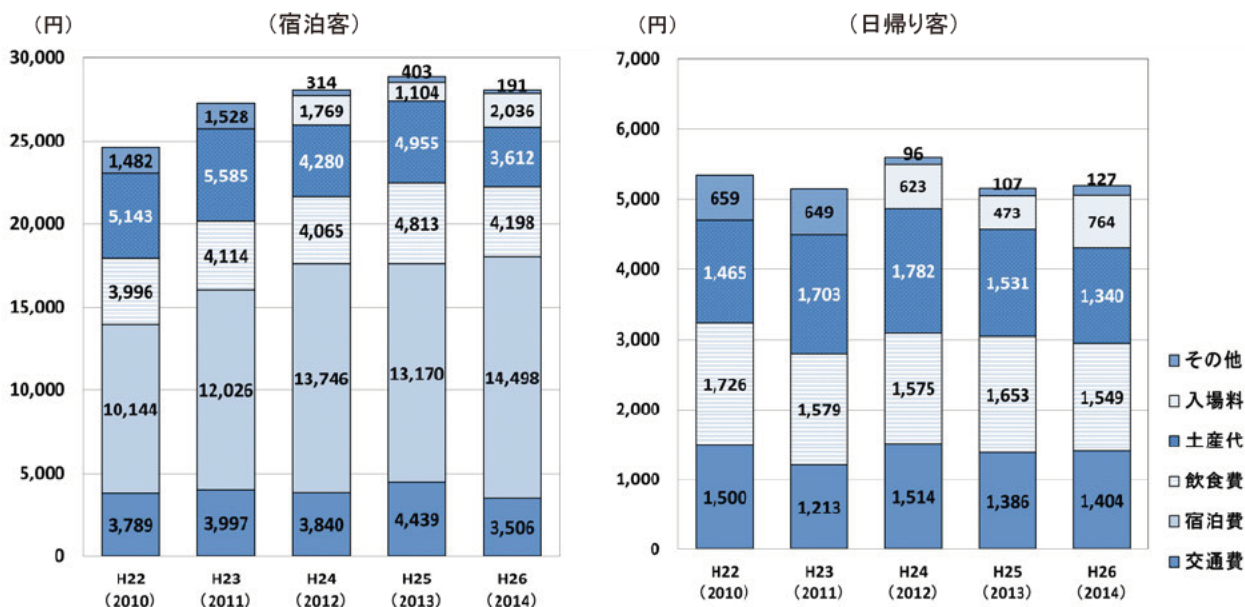
三重県への観光入込客が4,080万人を数えた平成25年には、三重県の観光消費額は5,342億円と過去最高となりましたが、三重県観光振興基本計画の目標値である5,680億円には届きませんでした。



〔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<sup>※1</sup>は 6,497 億円、付加価値額<sup>※2</sup>は 3,676 億円（県内総生産の 5.0%）、雇用創出効果<sup>※3</sup>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。

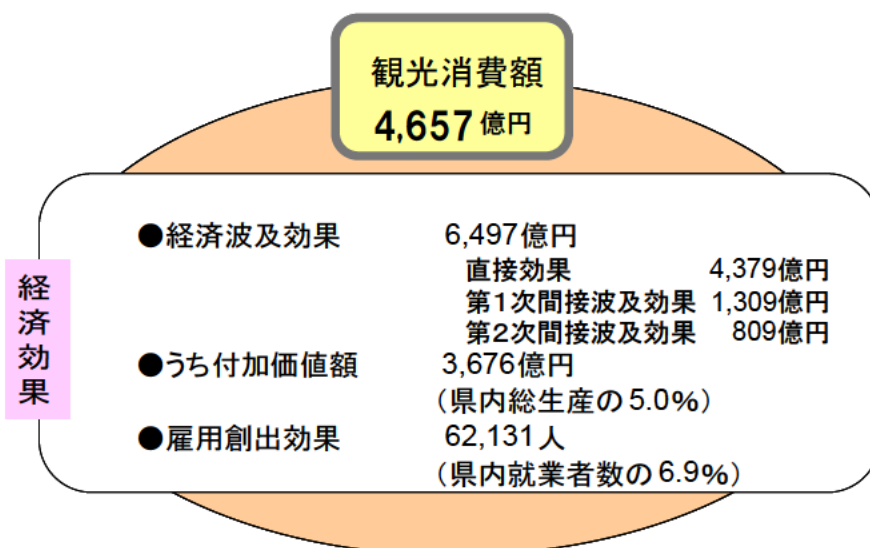
（第 1 次間接波及効果）

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）

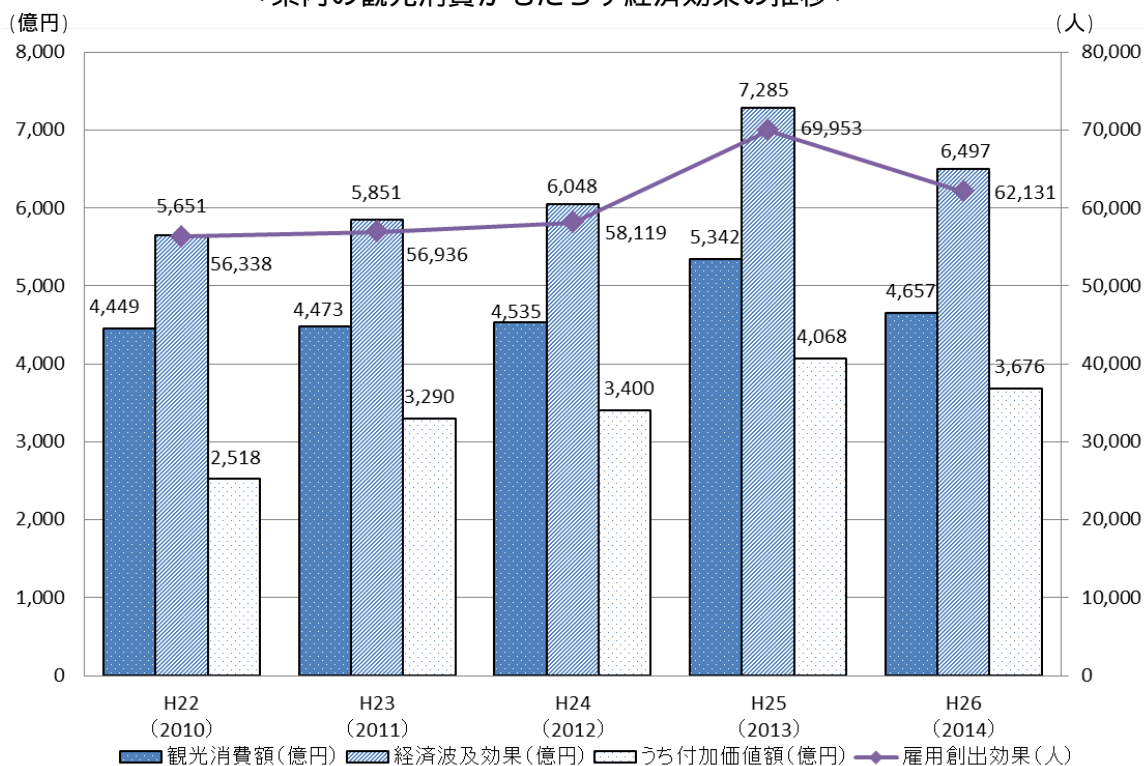
直接効果及び第 1 次間接波及効果により各産業の雇用者所得が誘発され、その一部が消費にまわることによって、さらに引き起こされた生産活動から新たにもたらされる生産・サービス等の増加額。

＜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 年三重県産業関連表」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 >

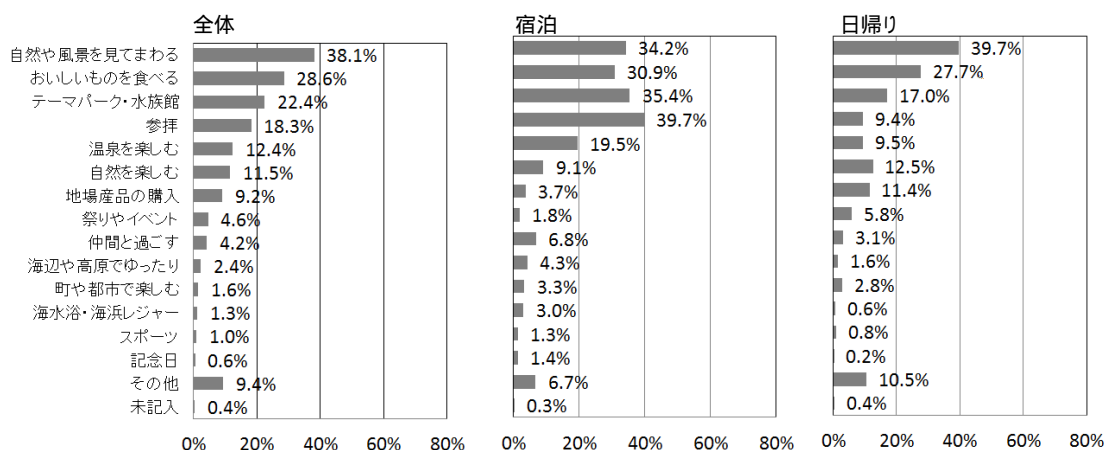


(資料：統計課作成)

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」、日帰り旅行者は「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＞

(%)

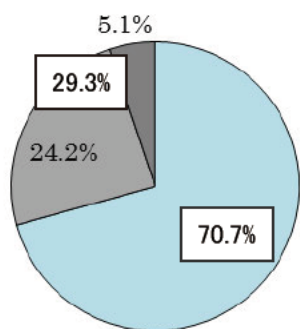
	ハード資源			ソフト資源			情報接点				
	特定の観光地・観光スポットに興味があったから	魅力的な温泉があったから	交通の便が良かったから	そこならではの食、特産品に興味があったから	特定のイベントやアクティビティに興味があったから	良い宿・ホテルがあったから	テレビや雑誌などで話題になっていたから	クチコミなどで評判が良かったから	家族や親戚、知人がいたから	家族や知人にすすめられた、誘われたから	なじみがあったから
三重県	<b>73.6</b>	27.8	35.7	<b>46.8</b>	26.6	44.7	<b>25.7</b>	21.1	12.0	28.6	22.7
全国平均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

(資料：じゃらんリサーチセンター「じゃらん宿泊旅行調査 2015」)

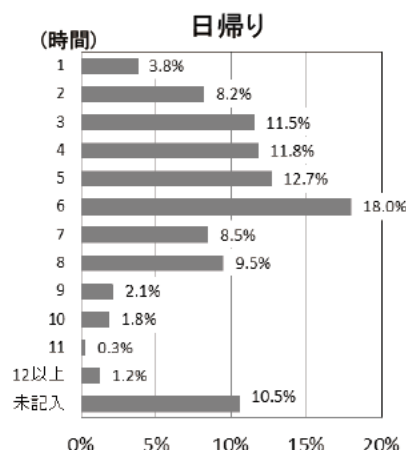
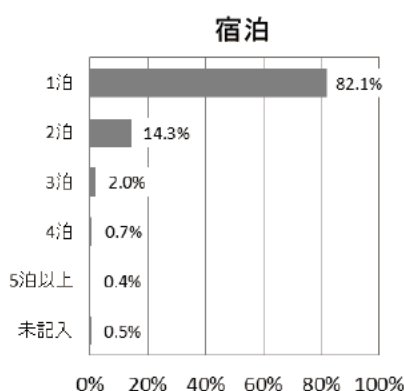
三重県を訪れる観光客の滞在種別は、宿泊旅行者が 29.3%、日帰り旅行者が 70.7%となっています。

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）＞



■日帰り ■宿泊 (1泊) ■(宿泊2泊以上)



(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、マッサージ）	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	12:33

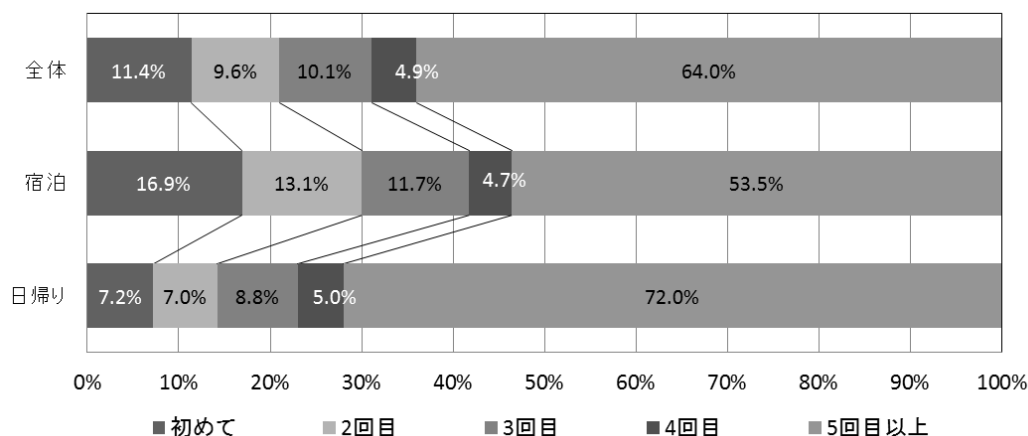
追加消費行動・・・ 宿泊費、パック料金に含まれていない活動を主な宿泊エリアに着いてから出るまでに実施した割合

（資料：じゃらんリサーチセンター「じゃらん宿泊旅行調査2015」）

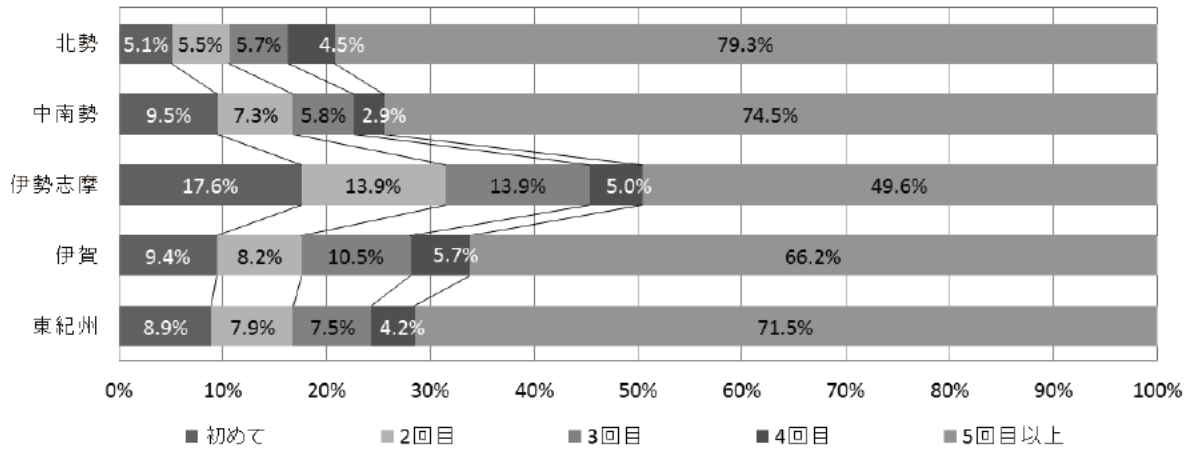
三重県への来訪回数は、「5回目以上」の来訪経験のあるリピーターが過半数を超えています。リピート率は、宿泊旅行者が83.1%、日帰り旅行者が92.8%を占め、特に日帰り旅行者では5回以上の来訪経験者が72.0%となっています。

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）>

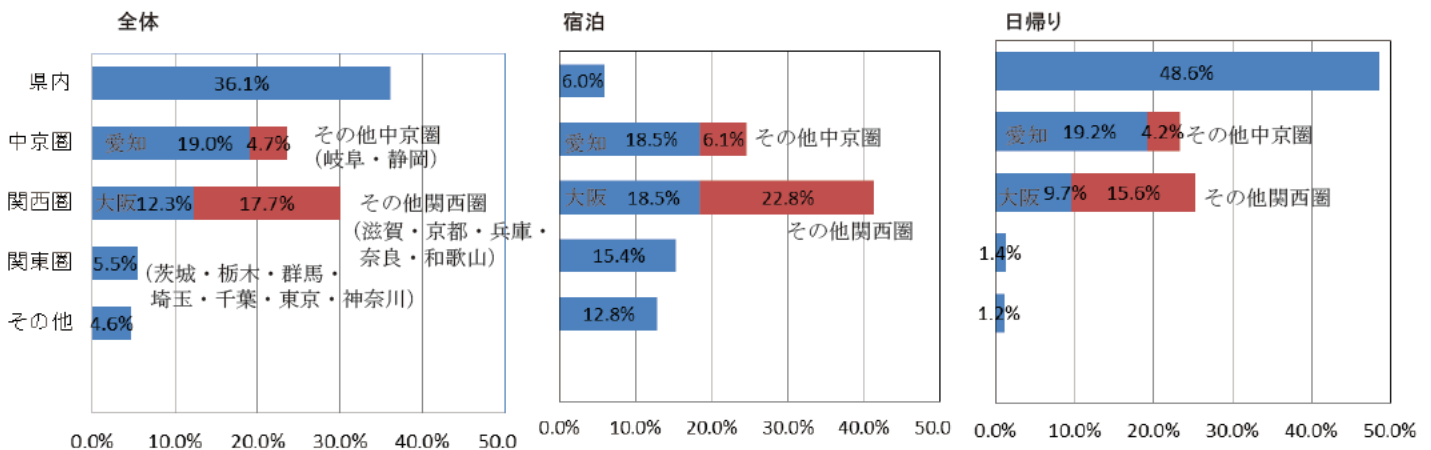


＜三重県への来訪回数（地域別リピート率）＞



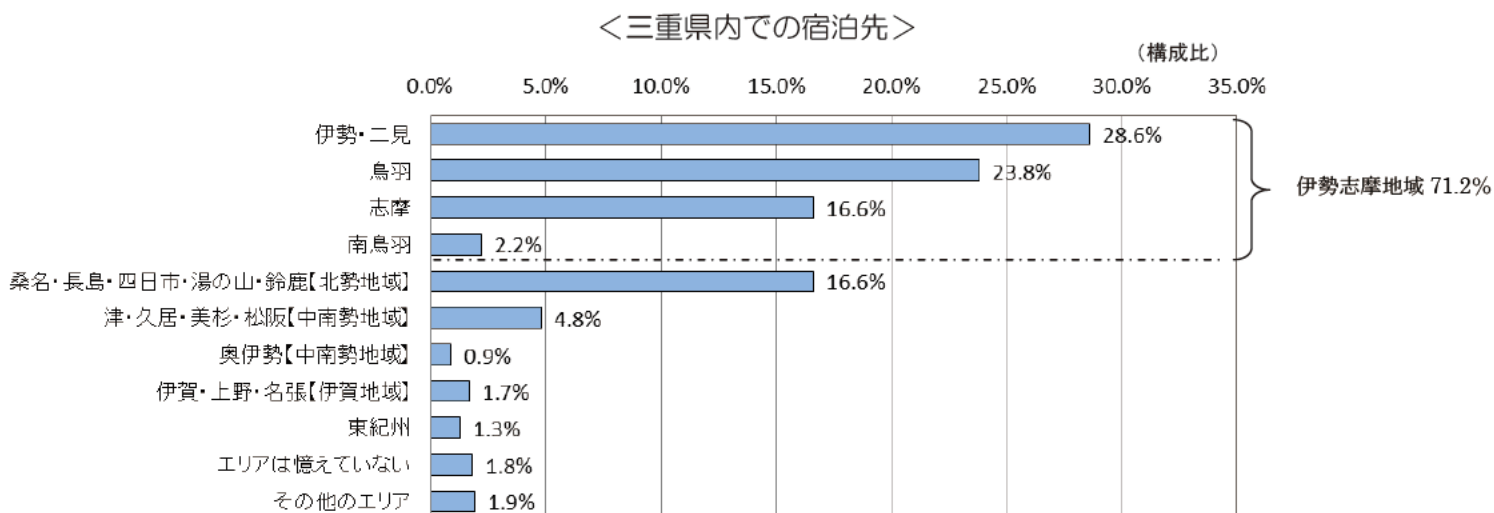
観光客の発地については、三重県が 36.1%、中京圏で 23.7%、関西圏で 30.0%となっています。滞在種別でみると、宿泊旅行者は関西圏からの来訪割合が 41.3%と大きく、一方、日帰り旅行者は県内の占める割合が 48.6%とほぼ半数を占めています。

＜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 2015」)

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、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寄ったなどが考えられます。

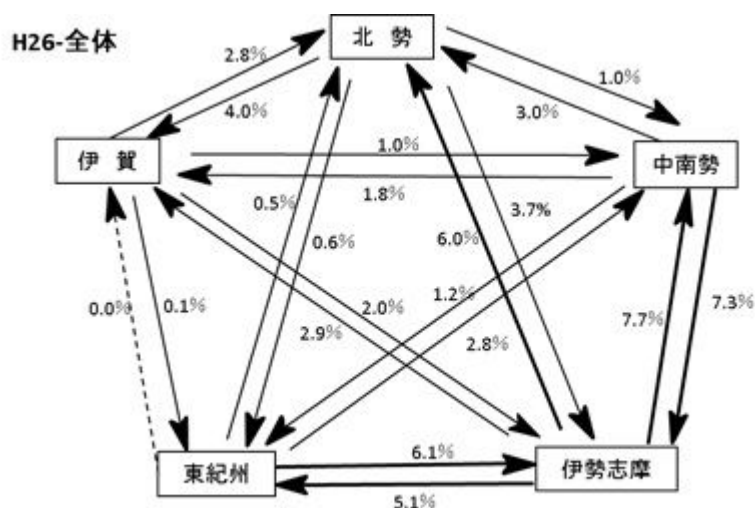
＜地域内での平均立寄り地点数＞

	北勢	中南勢	伊勢志摩	伊賀	東紀州
全体	1.13 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 年度観光客実態調査報告書」)

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

	日本国内での旅行中支出額
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

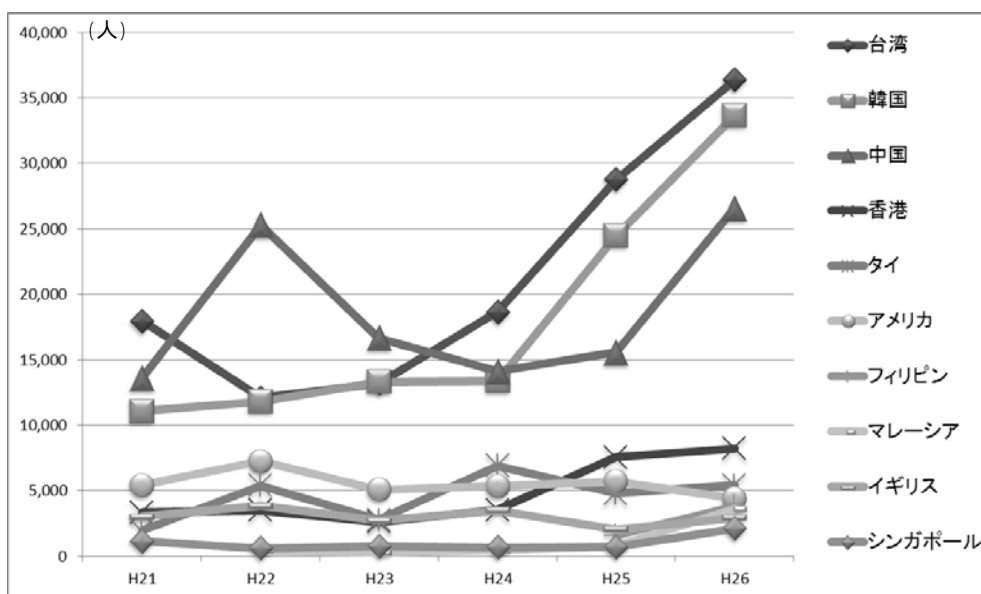
		平成26年
国内旅行	宿泊旅行	47,125
	観光・レクリエーション	53,328
	帰省・知人訪問等	37,405
	出張・業務	44,124
	日帰り	15,232
	観光・レクリエーション	15,469
	帰省・知人訪問等	14,438
	出張・業務	15,123

(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、東アジアが中心となっています。

<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、外国人延べ宿泊数の割合は、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

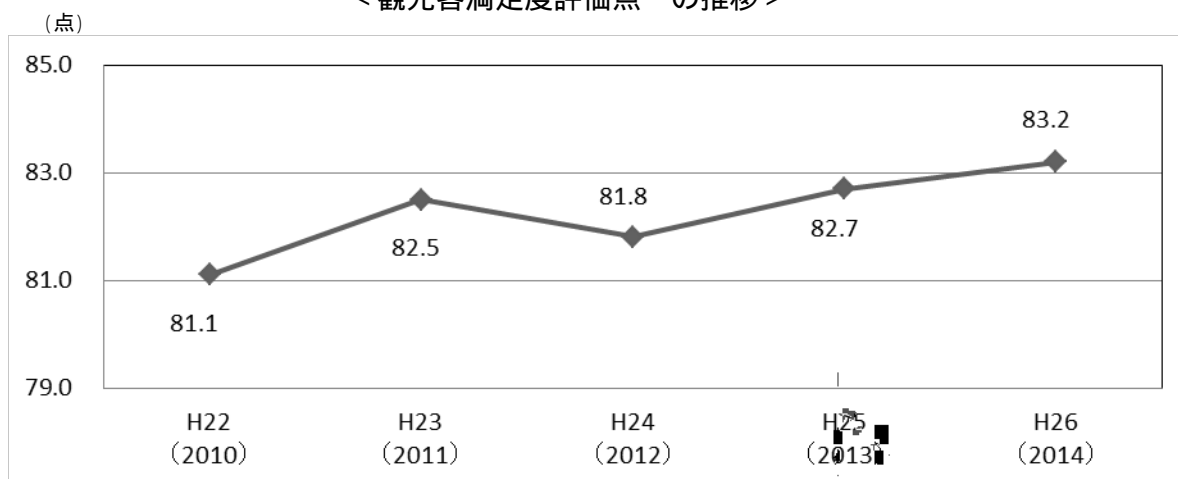
県別	全宿泊者数		外国人宿泊者数		外国人比率	
	平成25年	平成26年	平成25年	平成26年	平成25年	平成26年
福井県	325	379	3	3	0.9%	0.8%
岐阜県	604	610	42	60	6.9%	9.7%
静岡県	2,092	2,102	56	79	2.7%	3.7%
愛知県	1,465	1,540	115	149	7.8%	9.7%
<b>三重県</b>	<b>969</b>	<b>879</b>	<b>13</b>	<b>18</b>	<b>1.4%</b>	<b>2.0%</b>
中部運輸局管内計	5,456	5,510	229	308	4.2%	5.6%
全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



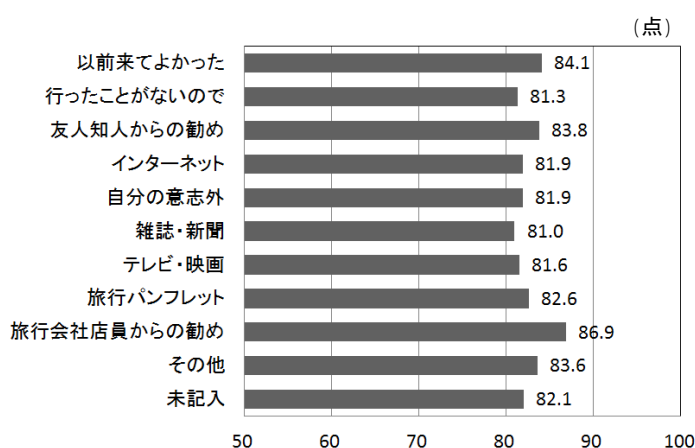
大変満足=7点、満足=6点、やや満足=5点、どちらでもない=4点、やや不満=3点、不満=2点、大変不満=1点としてその平均値を算出して、100点満点に換算したもの。

(資料：観光政策課 平成22～26年度「観光客実態調査報告書」)

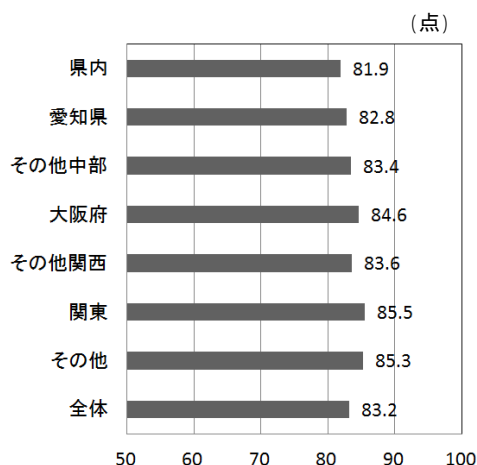
三重県を選んだ理由別の満足度は、「旅行会社社員からの勧め」と「以前の来訪」をきっかけとして来訪した観光客の満足度が高く、これらの理由で来訪する観光客の増加が、満足度の上昇につながると考えられます。

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	75.9	82.0	80.7	76.4
観光施設	81.4	80.8	75.4	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

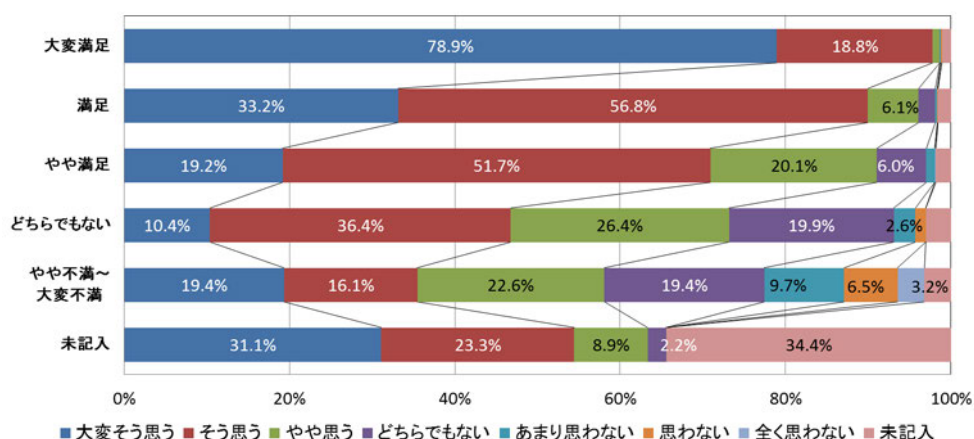
(資料：観光政策課「平成 26 年度観光客実態調査報告書」)



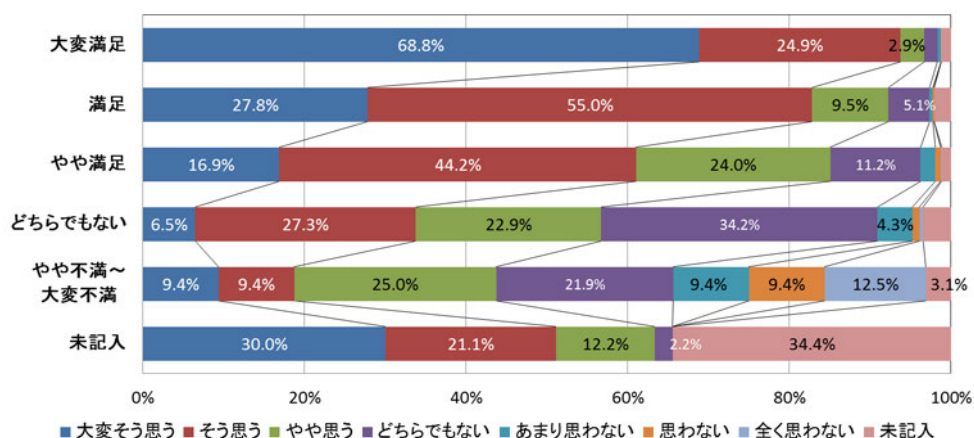
満足度別に再来訪意向をみると、満足度が「やや満足」では、再来訪意向「大変そう思う」が19.2%であるのに対し、「満足」だと33.2%、さらに「大変満足」であると78.9%と著しく向上し、観光客の満足度の向上が、リピーターの創出につながっているとと言えます。

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<sup>しょうてん</sup>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ともに、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ティ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、ステージアップ機能 (ファーストステージからセカンドステージ、プレミアムステージへとステージアップ)、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Wi-Fi)

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、Wi-Fi は、この規格の一つ。Wi-Fi 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、フィルム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ライフの体験を通じて、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、県内へ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、木曽岬町、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・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、曽爾村、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) フィルムコミッション

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図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従事できる。

### 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、文化的所産、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な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の防止、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ない。

#### **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ない。

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、議長の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。







三重県観光振興基本計画(平成 28 年度～31 年度)

平成 28 年3月

三重県雇用経済部観光局観光政策課

三重県津市広明町13番地

Tel:059-224-2077 Fax:059-224-2482

E-mail:kanko@pref.mie.jp

三重県ホームページ <http://www.pref.mie.lg.jp/>

三重県観光ホームページ「かんこうみえ」 <http://www.kankomie.or.jp/>