

参 考 资 料

参考資料

○ 三重県観光審議会の審議状況

1 委員名簿 12名 (敬称略/50音順)

氏名	所属・役職名	備考
いしざか とくのり 石阪 督規	東京未来大学 モチベーション行動科学部 教授	会長
えざき きく 江崎 貴久	有限会社OZ 代表取締役 (エコツアー海島遊民くらぶ 代表)	
くもい けい 雲井 敬	公益社団法人三重県観光連盟 会長 (三重交通株式会社 代表取締役社長)	副会長
さわのぼり つぐひこ 沢登 次彦	株式会社リクルート じゃらんリサーチセンター センター長	
ちくさ きよみ 千種 清美	文筆家、皇學館大学非常勤講師 (地域誌「伊勢志摩」元編集長)	
なかむら なおみ 中村 直美	株式会社交通新聞社 第2出版事業部 事業部長 (三重県「みえの国観光大使」)	
はぎ みか 萩 美香	株式会社ケイダッシュステージ 女優 (三重県「みえの国観光大使」)	
はまだ のりやす 濱田 典保	株式会社赤福 会長	
はらだ りゅう しおり 原田 劉 静織	株式会社ランドリーム 代表 (インバウンドビジネスコンサルタント)	
ベルナール・デルマス	日本ミシュランタイヤ株式会社 代表取締役会長 (国土交通省観光庁「VISIT JAPAN 大使」)	
ほんぼ よしあき 本保 芳明	首都大学東京特任教授 (元観光庁長官)	
やまだ けいいちろう 山田 桂一郎	スイスツエルマット観光局 JTIC. SWISS 代表 (国土交通省観光庁「観光カリスマ」)	

2 審議状況

(1) 第7回審議会 平成27年 4月 21日

審議事項	三重県の観光の「めざすべき姿」の実現に向け、次期観光振興基本計画で取り組む方向性について
概要	<p>事務局から、三重県観光を取り巻く状況、三重県観光振興基本計画目標達成状況、次期観光振興基本計画策定等について、説明を行いました。</p> <p>委員から、</p> <ul style="list-style-type: none"> ・今までの観光振興基本計画の総括として、目標達成、未達成の要因をしっかりと把握し、そこから三重県の強み、弱み、今後の方向性を検討すべきである。 ・これまでの10年間は収穫の時期であったが、今後の10年はチャージの時期とし、種まきをしなければならない。中期的なビジョンを持って次の遷宮に備えるべきである。 ・インバウンドについては、地元ではこれまで訪日旅行者の取組をあまり行ってこなかったが、今後のインバウンドの取組は大事である。 ・MICE誘致については、伊勢志摩国立公園70周年と絡めて「環境と観光を考える世界大会」を伊勢志摩に誘致するなどメッセージが必要である。 ・三重県は地域によってキラーコンテンツが異なる。インバウンドについても国別ターゲットは出ているが、コンテンツ別があってもいいのではないか。

	<ul style="list-style-type: none"> ・トレンドの把握が一番早いのは現場であるので、現場の感覚を大切にしてほしい。しかし、そこには精度がないので、統計やアンケートで確認できれば計画策定にも役立つのではないか。 ・数より質を目指す方向を示すべきである。そのためにも観光消費額を上げることが大事である。 などの意見をいただきました。 これらの意見は、三重県観光振興基本計画（平成 28 年度～31 年度）に反映させていただきました。
--	--

(2) 第 8 回審議会 平成 27 年 9 月 14 日

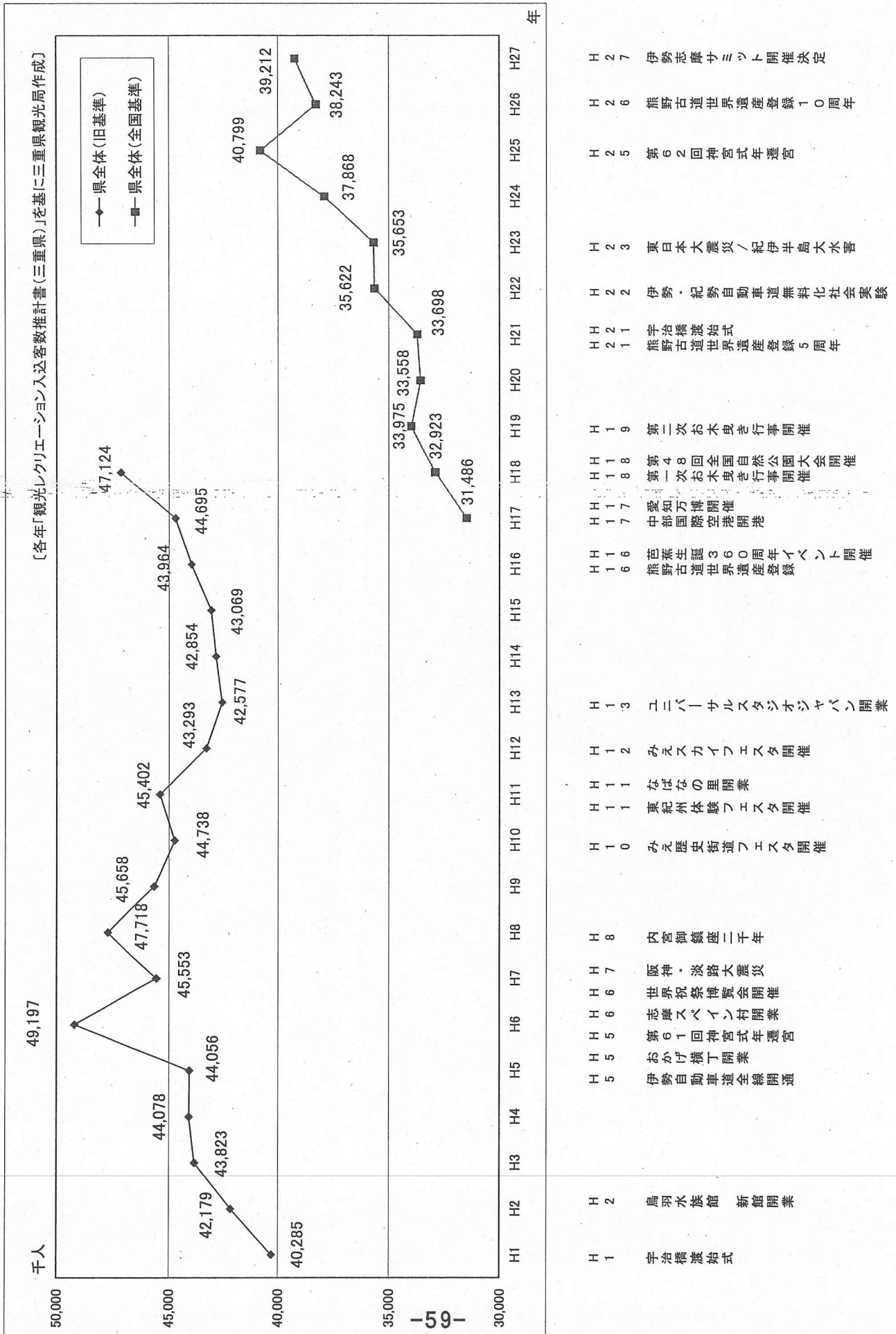
審議事項	三重県観光振興基本計画（中間案）について
概要	<p>事務局から、三重県観光振興基本計画（中間案）について、説明を行いました。</p> <p>委員から、</p> <ul style="list-style-type: none"> ・目標値については、積算根拠も大事だが、インパクトも大事。県民にもわかりやすい数値にした方がよい。 ・計画期間の次の 4 年間は、遷宮と遷宮の間の観光にとっての大変な時期になるが、伊勢志摩サミットの開催や伊勢志摩国立公園 70 周年、全国菓子大博覧会、インターハイもあり、期待が持てる 4 年間の計画としてほしい。観光の産業化を進めるには良い時期である。 ・期待しているのはインバウンドである。サミットを機会に外国人旅行者が増加することが予測されるが、予備知識のない外国人には、日本人と同じような情報発信では通じない。外国人に対して、三重県をどう紹介していくべきか考える必要がある。 ・観光の質や観光消費額を高めるには、産業間の連携、人材の育成、高付加価値商品をつくり、着地での情報発信が重要である。 ・観光消費額の向上には、「食」の魅力を活用することは不可欠である。そのためには、部局横断的な取組が必要である。 ・産業界全体で人材が不足している。そういった状況の中で、観光に携わる人の地位をどう向上させていくかを考える必要がある。伊勢志摩サミットのバリューを利用し、外国からの人材を確保するといったことも考えられる。 などの意見をいただきました。 これらの意見は、三重県観光振興基本計画（平成 28 年度～31 年度）に反映させていただきました。

(3) 第 9 回審議会 平成 27 年 11 月 22 日

審議事項	三重県観光振興基本計画（平成 28 年度～31 年度）最終案について
概要	<p>事務局から、三重県観光振興基本計画（平成 28 年度～31 年度）最終案について、説明を行いました。</p> <p>委員から、</p> <ul style="list-style-type: none"> ・基本計画（最終案）については、審議会やパブリックコメントの意見も反映されたものとなっている。 ・三重県の歴史・文化の魅力を広く発信するにあたり、三重県ゆかりの偉人に関し発信してはどうか。 などの意見をいただきました。 <p>また、計画推進にあたり</p> <ul style="list-style-type: none"> ・総合交通ビジョン、文化振興方針等とも連携し推進していく必要がある。 ・DMOについては、組織をつくるのが目的となつてはいけない。 などの意見をいただきました。

○ 三重県観光の現状

1 観光レクリエーション入込客数の推移

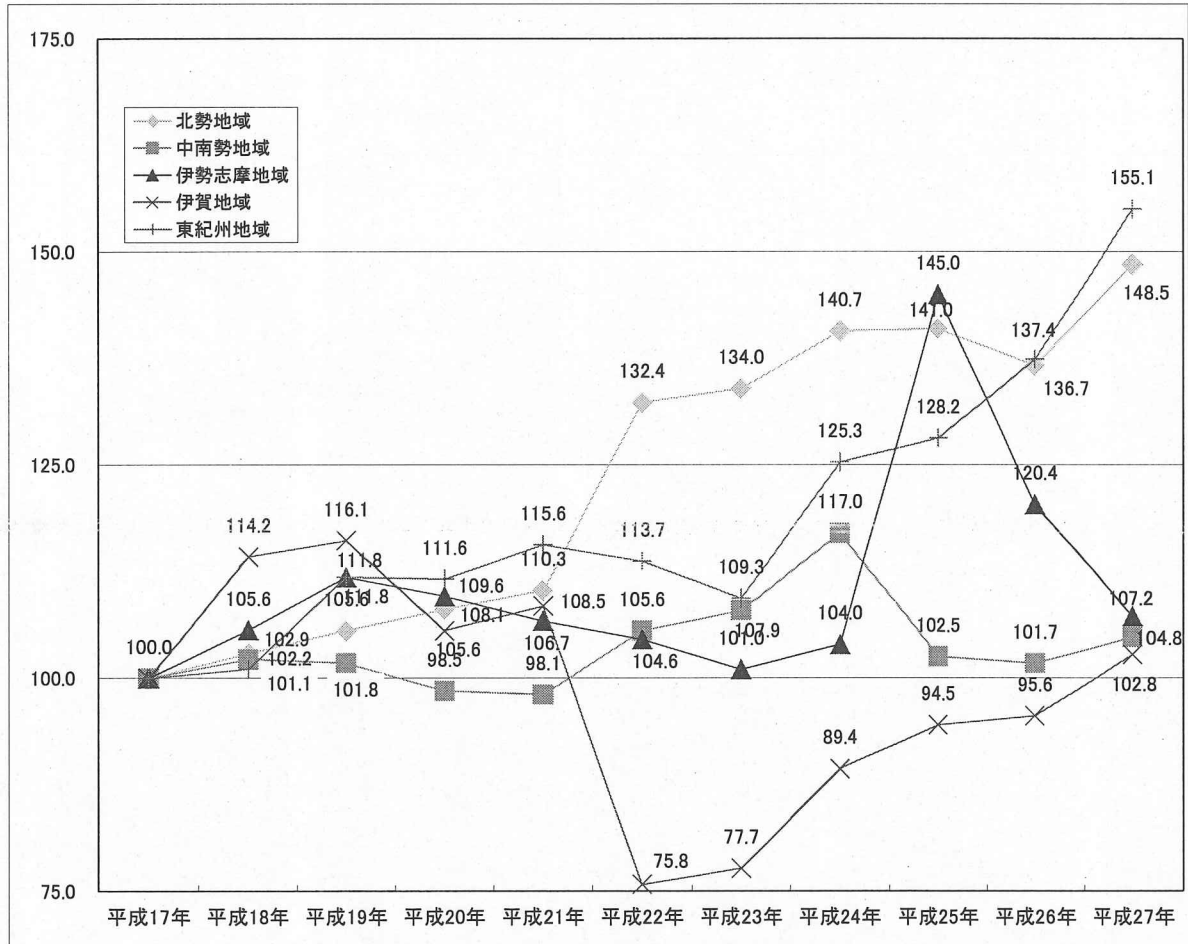


2 地域別観光入込客数の伸び率の推移

地域別に観光入込客数の推移を見ると、平成17年を100としたときの平成27年の指数は、東紀州地域が155.1で最も高くなっています。

伊賀地域では平成22年以降、東紀州地域では平成23年以降、入込客数が増加傾向にあります。

また、東紀州地域では、前年と比べて大きく増加しており、紀勢自動車道の紀北パーキングエリア始神テラスの開業が大きく寄与していると考えられます。



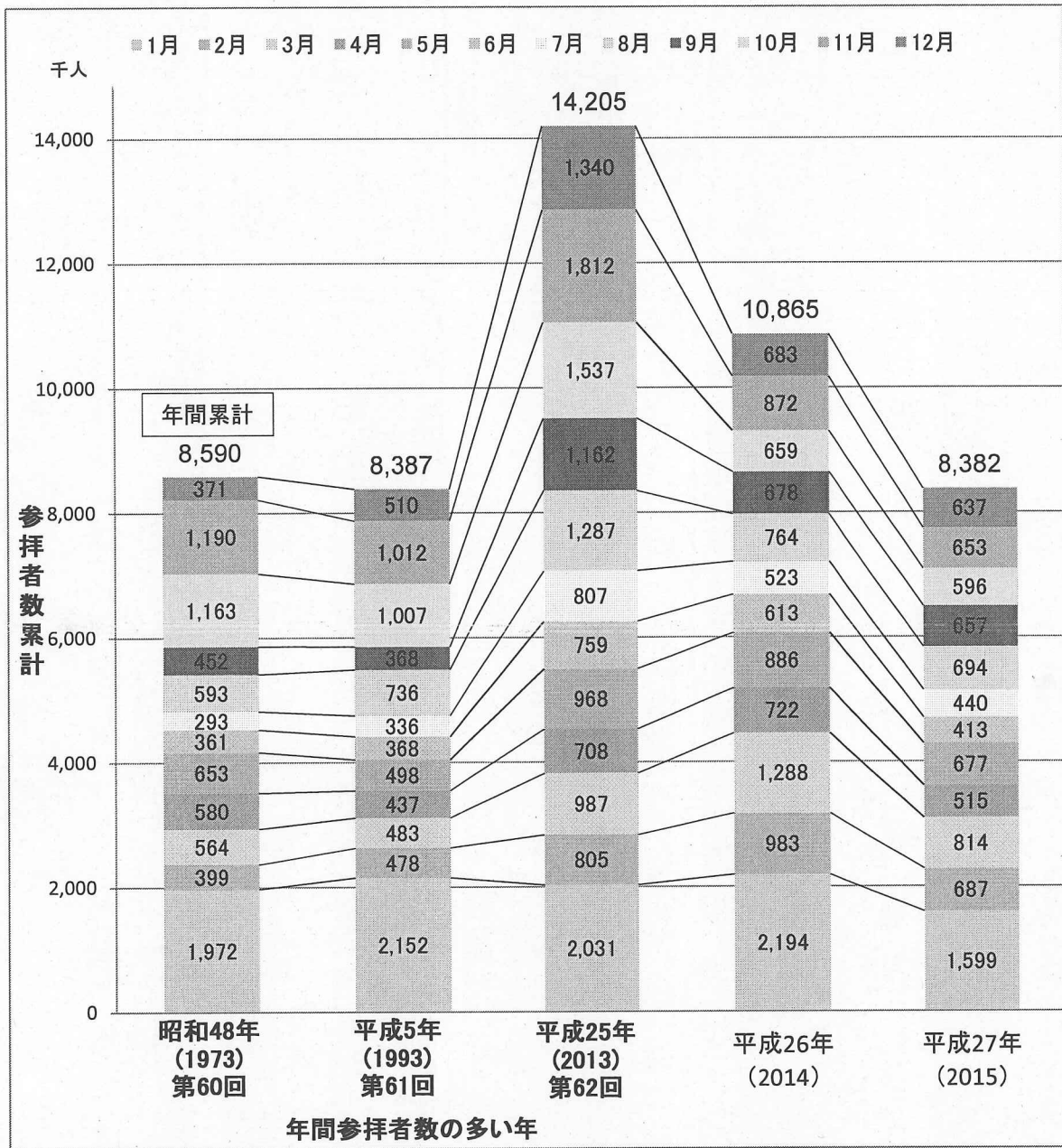
(千人)

	平成17年	平成18年	平成19年	平成20年	平成21年	平成22年	平成23年	平成24年	平成25年	平成26年	平成27年
北勢地域	12,250	12,605	12,935	13,238	13,511	16,215	16,414	17,236	17,271	16,742	18,195
中南勢地域	6,016	6,149	6,122	5,925	5,901	6,350	6,493	7,039	6,166	6,119	6,304
伊勢志摩地域	8,696	9,187	9,725	9,533	9,278	9,092	8,784	9,041	12,611	10,468	9,325
伊賀地域	3,111	3,554	3,613	3,285	3,374	2,358	2,417	2,781	2,940	2,973	3,197
東紀州地域	1,413	1,428	1,580	1,577	1,634	1,607	1,545	1,771	1,811	1,941	2,191

	平成17年	平成18年	平成19年	平成20年	平成21年	平成22年	平成23年	平成24年	平成25年	平成26年	平成27年
北勢地域	100.0	102.9	105.6	108.1	110.3	132.4	134.0	140.7	141.0	136.7	148.5
中南勢地域	100.0	102.2	101.8	98.5	98.1	105.6	107.9	117.0	102.5	101.7	104.8
伊勢志摩地域	100.0	105.6	111.8	109.6	106.7	104.6	101.0	104.0	145.0	120.4	107.2
伊賀地域	100.0	114.2	116.1	105.6	108.5	75.8	77.7	89.4	94.5	95.6	102.8
東紀州地域	100.0	101.1	111.6	115.6	113.7	109.3	125.3	128.2	137.4	137.4	155.1

※ 平成17年を100とした場合の指数

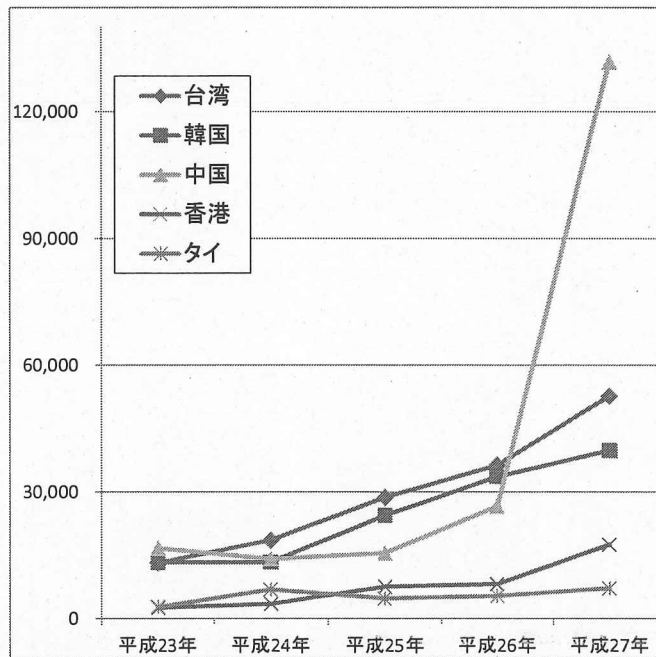
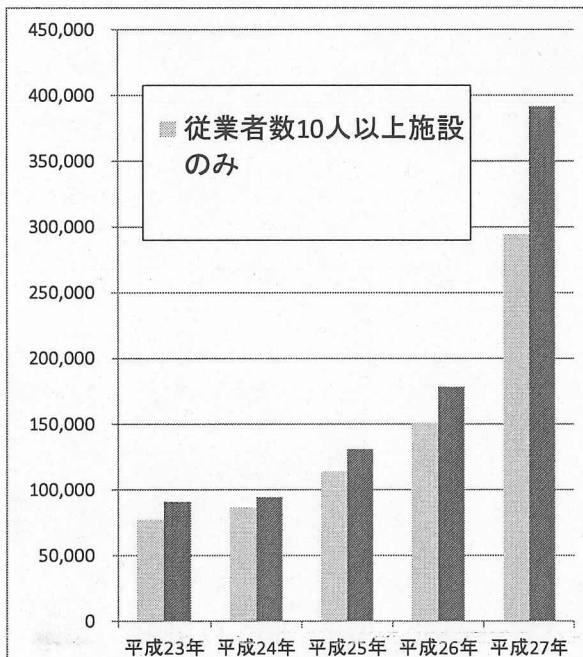
3 神宮参拝者数累計



	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	年間累計
昭和48年 (1973)	1,972	399	564	580	653	361	293	593	452	1,163	1,190	371	8,590
平成5年 (1993)	2,152	478	483	437	498	368	336	736	368	1,007	1,012	510	8,387
平成25年 (2013)	2,031	805	987	708	968	759	807	1,287	1,162	1,537	1,812	1,340	14,205
平成26年 (2014)	2,194	983	1,288	722	886	613	523	764	678	659	872	683	10,865
平成27年 (2015)	1,599	687	814	515	677	413	440	694	657	596	653	637	8,382

4 外国人宿泊者数

平成27年の外国人延べ宿泊者数は、391,740人（対前年比219.4%）でした。国別の内訳（従業者数10人以上の施設）は、1位が中国で131,780人（同495.6%）、2位が台湾で52,740人（同145.0%）、3位が韓国で39,820人（同118.3%）、4位が香港で17,510人（同212.8%）でした。特に、中国、香港、フランス（2,790人、同234.5%）、ベトナム（2,330人、同706.1%）が大幅に伸びました。



（単位：人）

27年順位	国・地域	平成23年	平成24年	平成25年	平成26年	平成27年	平成27年の対前年比較
1	中国	16,670	14,100	15,560	26,590	131,780	495.6%
2	台湾	13,200	18,630	28,740	36,360	52,740	145.0%
3	韓国	13,330	13,380	24,480	33,650	39,820	118.3%
4	香港	2,610	3,540	7,570	8,230	17,510	212.8%
5	タイ	2,780	6,910	4,790	5,400	7,200	133.3%
6	アメリカ	5,070	5,350	5,710	4,400	4,780	108.6%
7	フィリピン	—	—	1,570	3,820	4,560	119.4%
8	マレーシア	240	450	750	3,580	3,640	101.7%
9	シンガポール	760	650	680	2,100	2,810	133.8%
10	フランス	1,810	1,740	1,040	1,190	2,790	234.5%
その他	—	20,910	21,740	23,060	25,260	26,600	105.3%
合計 （国別合計・ 従業者数10人以上施設）	—	77,380	86,490	113,950	150,580	294,230	195.4%
従業者数9人以下施設	—	13,610	8,170	16,940	27,940	97,510	349.0%
合計 （従業者数9人以下 施設含む）	—	90,990	94,660	130,890	178,520	391,740	219.4%

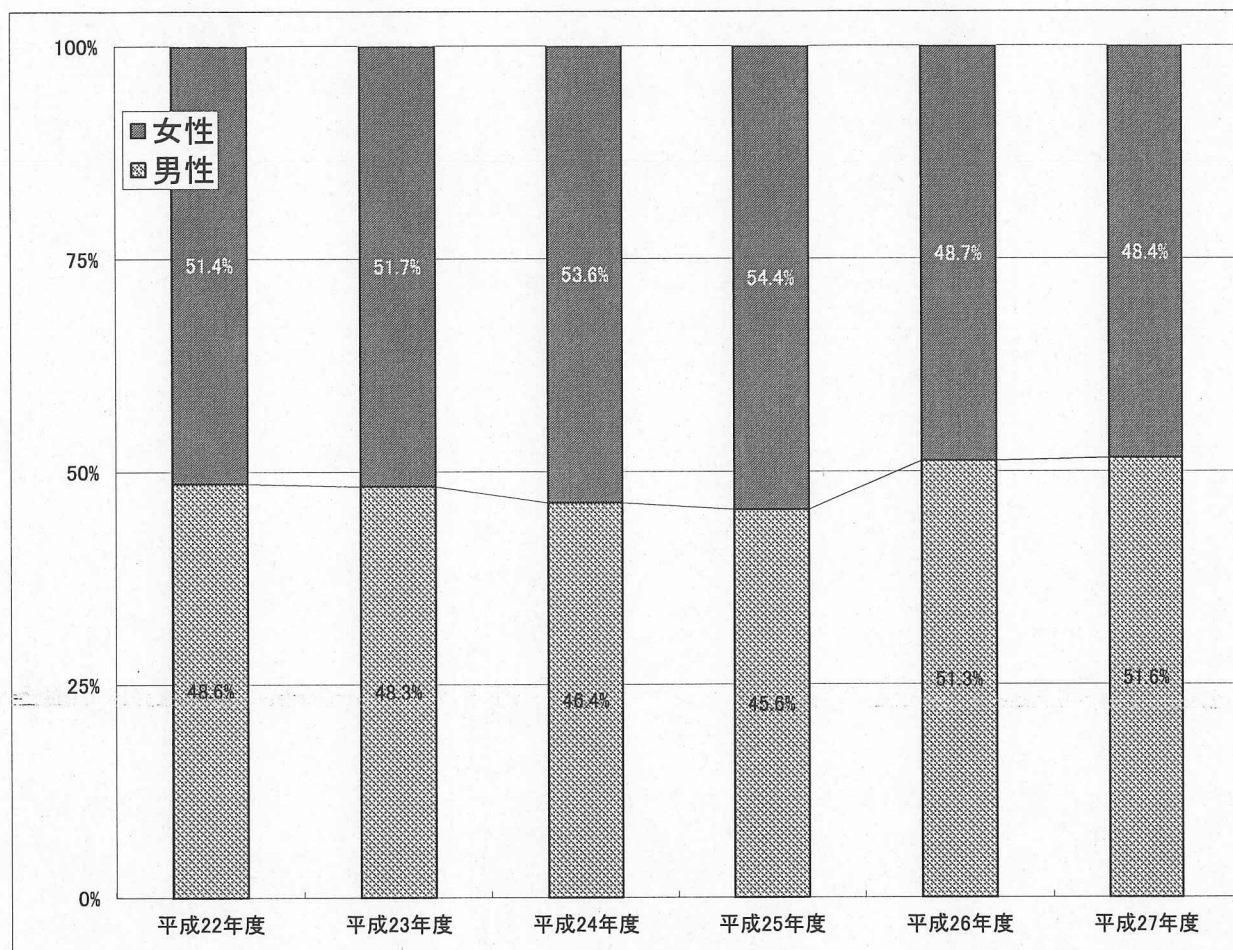
※「国別」の数値は、従業者10人以上施設のみの推計値である。

※「フィリピン」については、H25.4より推計を行っている。

※「香港」については、中国とは別に集計されている。

5 男女構成割合

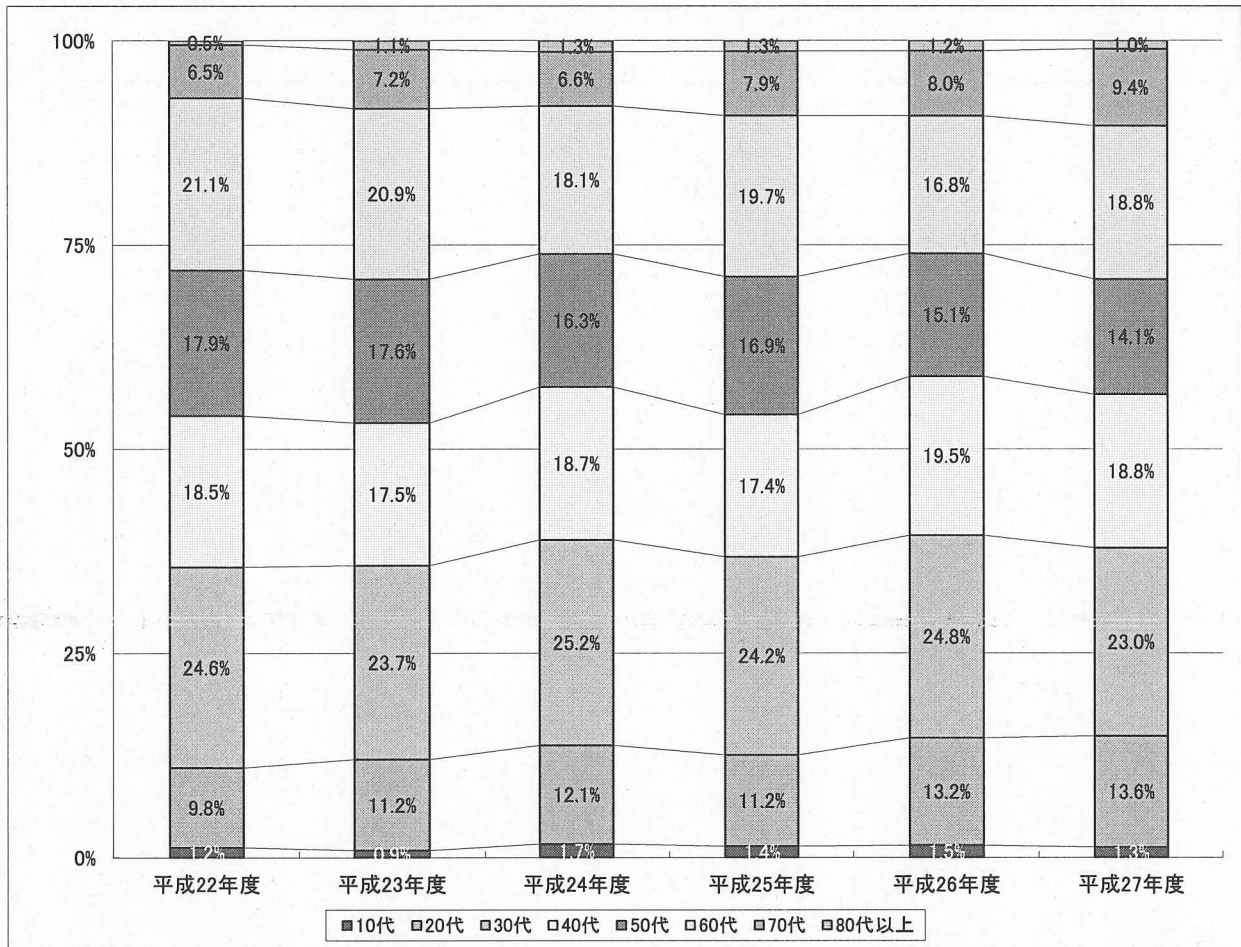
男女構成割合の推移を見ると、平成26年度より男性が半数強を占めています。



	平成22年度	平成23年度	平成24年度	平成25年度	平成26年度	平成27年度
男性	48.6%	48.3%	46.4%	45.6%	51.3%	51.6%
女性	51.4%	51.7%	53.6%	54.4%	48.7%	48.4%

6 年齢構成割合

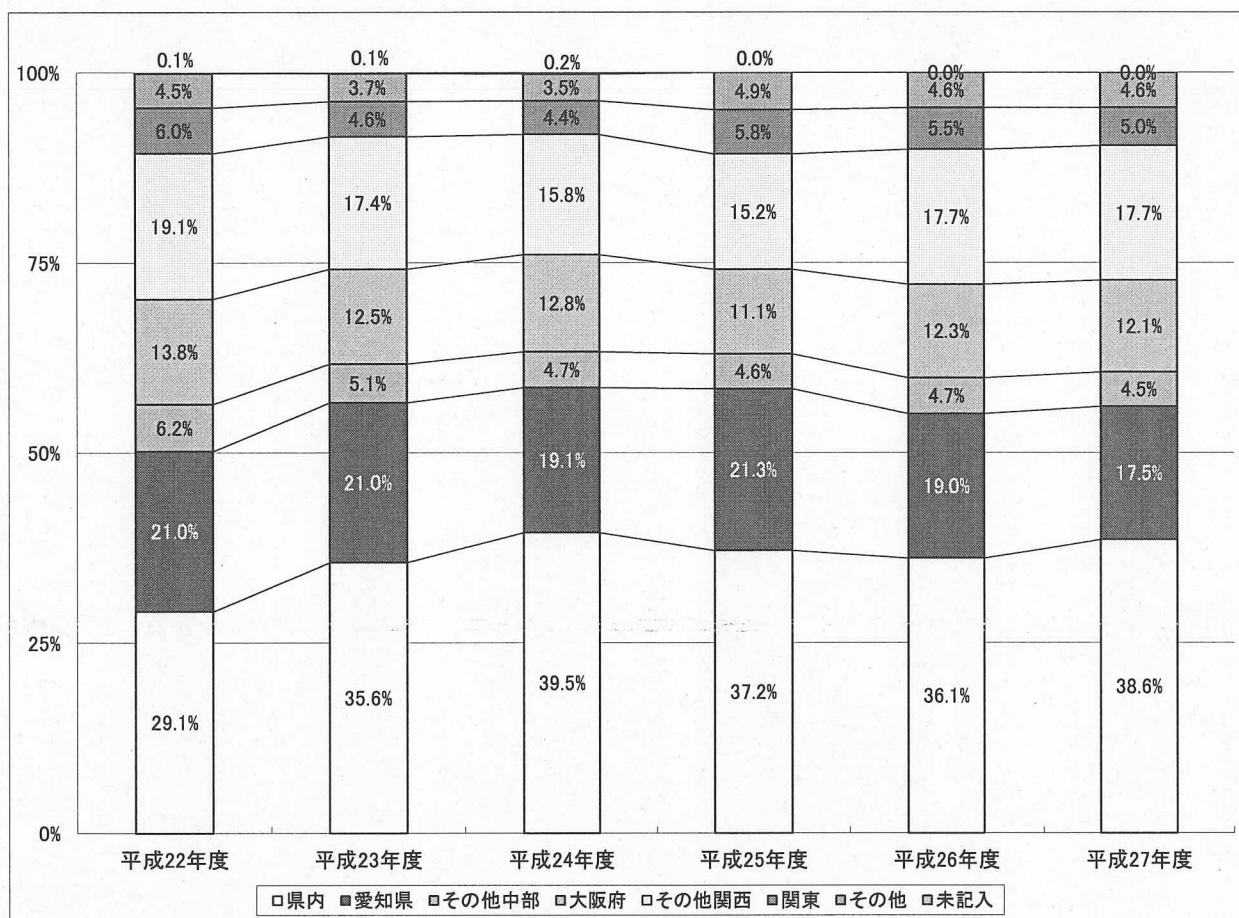
年齢構成割合の推移を見ると、平成27年度は、30代、40代、50代の年齢層が減少し、主に60代、70代の年齢層が増加しています。



	平成22年度	平成23年度	平成24年度	平成25年度	平成26年度	平成27年度
10代	1.2%	0.9%	1.7%	1.4%	1.5%	1.3%
20代	9.8%	11.2%	12.1%	11.2%	13.2%	13.6%
30代	24.6%	23.7%	25.2%	24.2%	24.8%	23.0%
40代	18.5%	17.5%	18.7%	17.4%	19.5%	18.8%
50代	17.9%	17.6%	16.3%	16.9%	15.1%	14.1%
60代	21.1%	20.9%	18.1%	19.7%	16.8%	18.8%
70代	6.5%	7.2%	6.6%	7.9%	8.0%	9.4%
80代以上	0.5%	1.1%	1.3%	1.3%	1.2%	1.0%

7 居住地構成割合

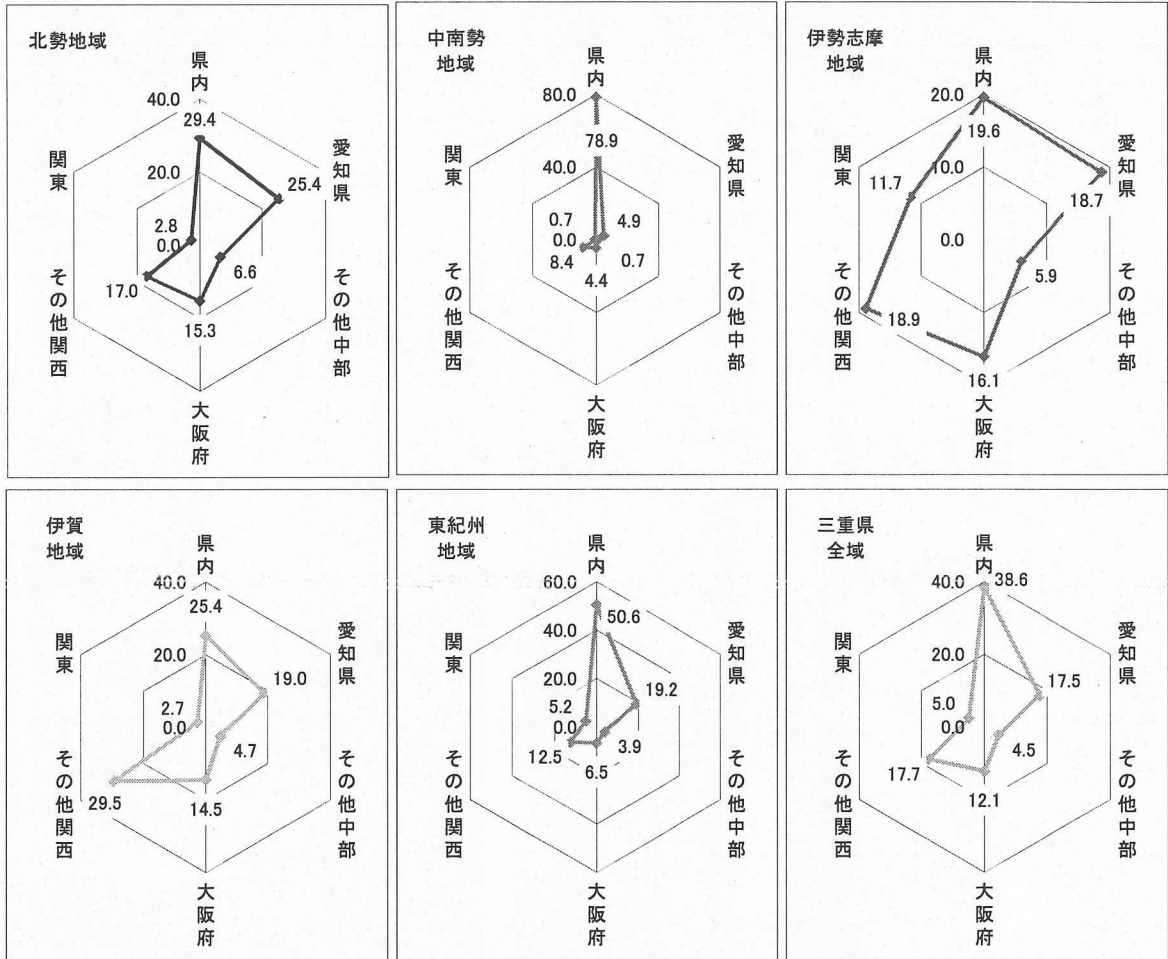
居住地構成割合の推移を見ると、「県内」が38.6%と最も高く、「愛知県」が17.5%、「大阪府」が12.1%となっています。また、「その他関西」が17.7%となり、約3割が関西地域からの誘客となっています。



	平成22年度	平成23年度	平成24年度	平成25年度	平成26年度	平成27年度
県内	29.1%	35.6%	39.5%	37.2%	36.1%	38.6%
中部	27.2%	26.1%	23.8%	25.9%	23.7%	22.0%
愛知県	21.0%	21.0%	19.1%	21.3%	19.0%	17.5%
その他中部	6.2%	5.1%	4.7%	4.6%	4.7%	4.5%
関西	32.9%	29.9%	28.6%	26.3%	30.0%	29.8%
大阪府	13.8%	12.5%	12.8%	11.1%	12.3%	12.1%
その他関西	19.1%	17.4%	15.8%	15.2%	17.7%	17.7%
関東	6.0%	4.6%	4.4%	5.8%	5.5%	5.0%
その他	4.5%	3.7%	3.5%	4.9%	4.6%	4.6%
未記入	0.1%	0.1%	0.2%	0.0%	0.0%	0.0%

7 -2 地域別居住地構成割合

居住地構成割合を地域別に見ると、「中南勢地域」及び「東紀州地域」は「県内」が高く、「北勢地域」は「愛知県」が高くなっています。また、「伊賀地域」は、関西圏と中部圏の両方からの集客があり、「伊勢志摩地域」は他地域に比べて県外客の割合が高く、「関東」など遠方からの集客力が高いことが特徴となっています。



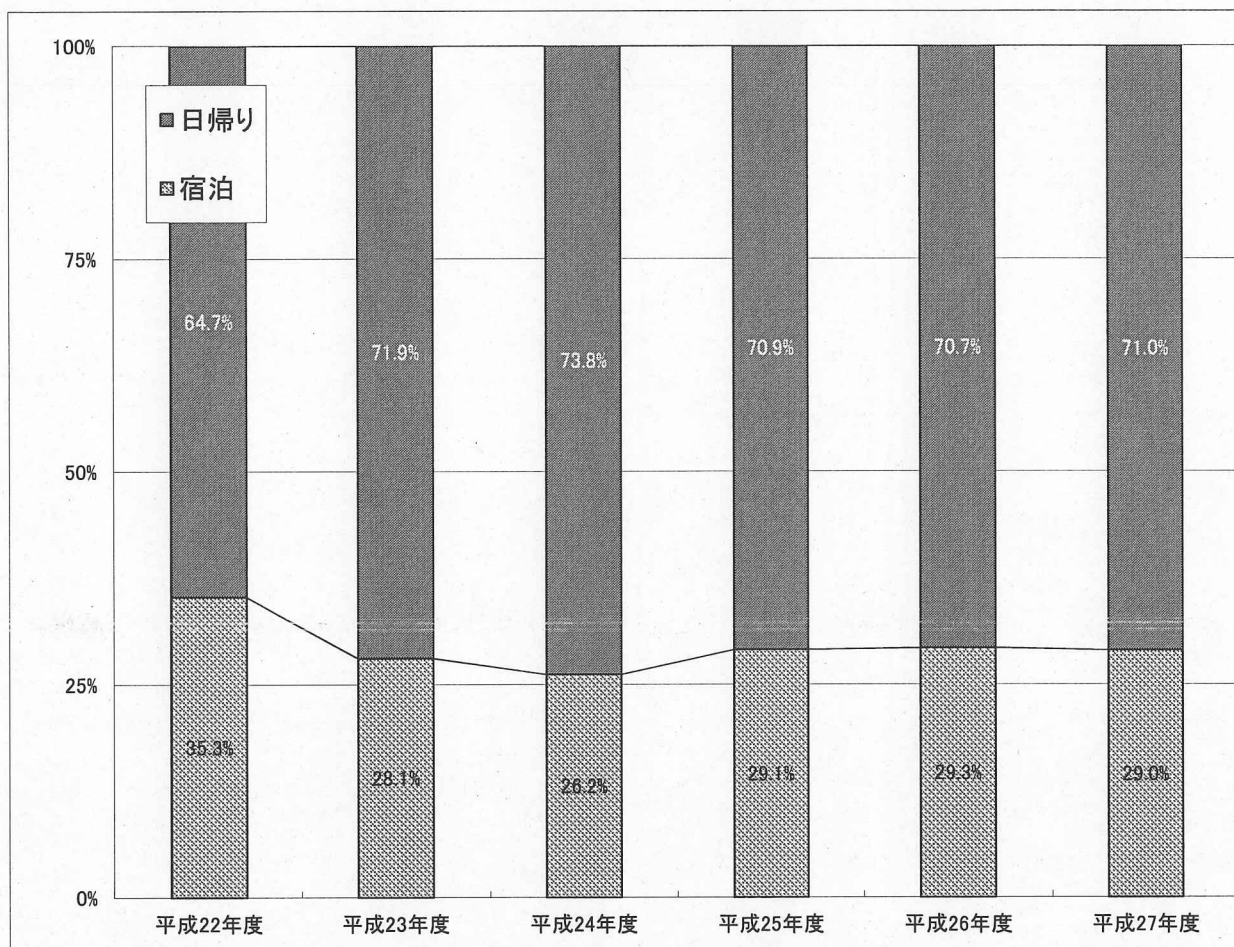
(%)

	北勢地域	中南勢地域	伊勢志摩地域	伊賀地域	東紀州地域	三重県全域
県内	29.4	78.9	19.6	25.4	50.6	38.6
愛知県	25.4	4.9	18.7	19.0	19.2	17.5
その他中部	6.6	0.7	5.9	4.7	3.9	4.5
大阪府	15.3	4.4	16.1	14.5	6.5	12.1
その他関西	17.0	8.4	18.9	29.5	12.5	17.7
関東	2.8	0.7	11.7	2.7	5.2	5.0

8 滞在種別構成割合（宿泊・日帰りの別）

滞在種別構成割合は、「宿泊」が3割前後で推移しています。

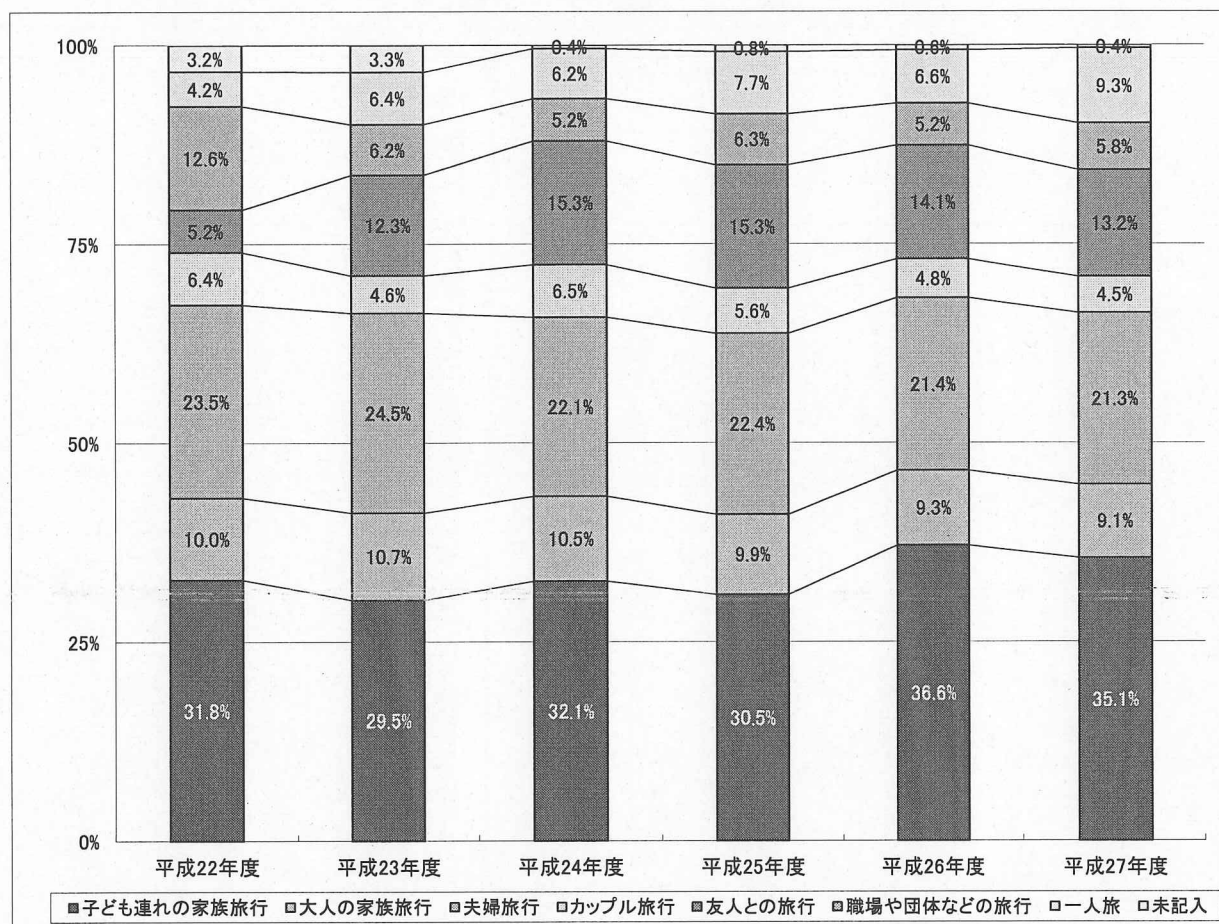
平成27年度は、「宿泊」が0.3ポイント下降しています。一般的に、宿泊の割合が上昇すると、滞在時間が増加し、観光消費額も増額することが期待されます。



	平成22年度	平成23年度	平成24年度	平成25年度	平成26年度	平成27年度
宿泊	35.3%	28.1%	26.2%	29.1%	29.3%	29.0%
日帰り	64.7%	71.9%	73.8%	70.9%	70.7%	71.0%

9 同行者構成割合

同行者構成割合の推移を見ると、平成27年度は、「子ども連れの家族旅行」が35.1%と最も高く、次いで「夫婦旅行」の21.3%となっています。

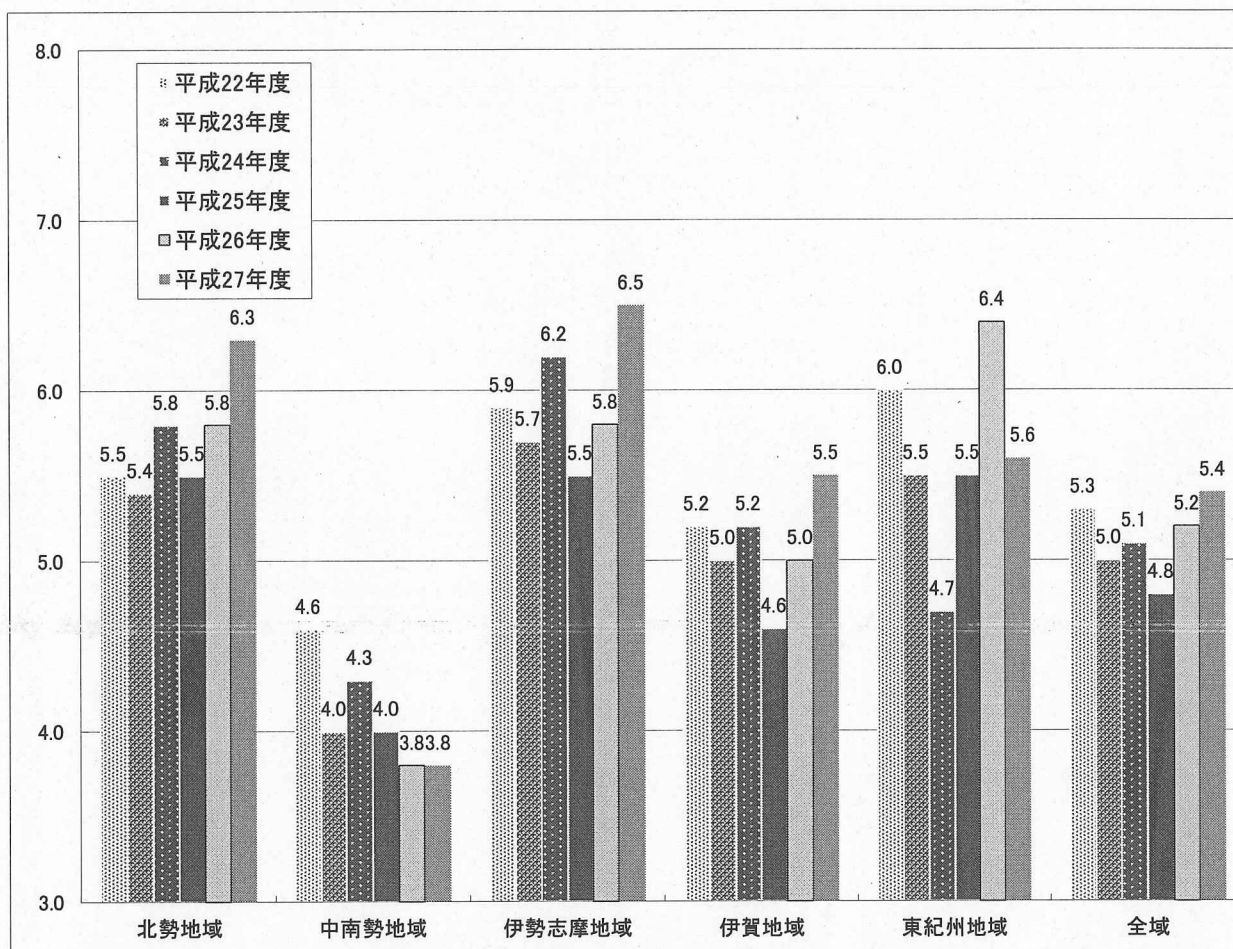


	平成22年度	平成23年度	平成24年度	平成25年度	平成26年度	平成27年度
子ども連れの家族旅行	31.8%	29.5%	32.1%	30.5%	36.6%	35.1%
大人の家族旅行	10.0%	10.7%	10.5%	9.9%	9.3%	9.1%
夫婦旅行	23.5%	24.5%	22.1%	22.4%	21.4%	21.3%
カップル旅行	6.4%	4.6%	6.5%	5.6%	4.8%	4.5%
友人との旅行	5.2%	12.3%	15.3%	15.3%	14.1%	13.2%
職場や団体などの旅行	12.6%	6.2%	5.2%	6.3%	5.2%	5.8%
一人旅	4.2%	6.4%	6.2%	7.7%	6.6%	9.3%
その他	3.1%	2.3%	1.6%	1.5%	1.4%	1.3%
未記入	3.2%	3.3%	0.4%	0.8%	0.6%	0.4%

10 平均滞在時間（日帰り）

平均滞在時間の推移を見ると、平成27年度は、伊勢志摩地域が6.5時間となり、前年度よりも0.7時間（42分）増加しました。

全域の数値は5.4時間となり、前年度から0.2時間（12分）増加しました。

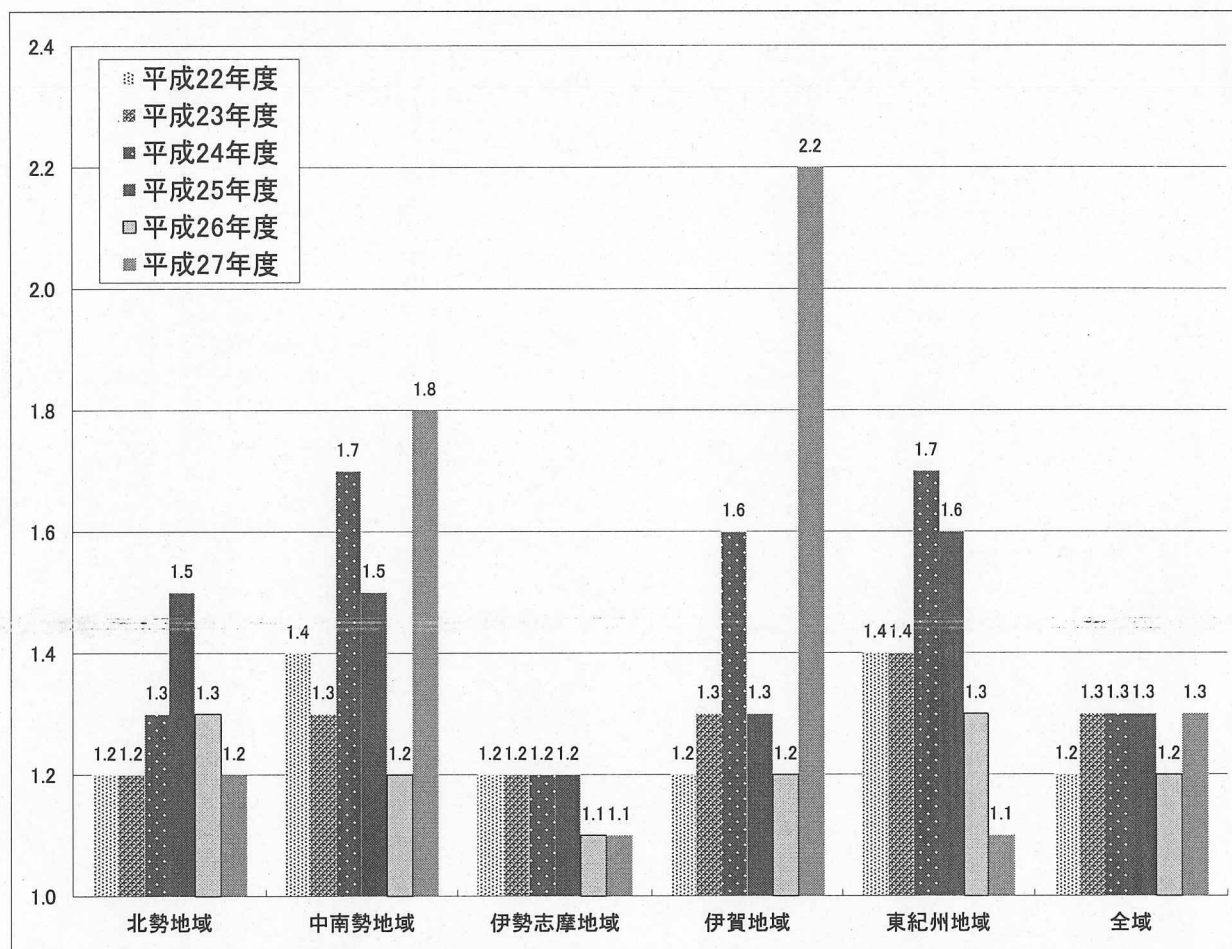


（時間）

	平成22年度	平成23年度	平成24年度	平成25年度	平成26年度	平成27年度
北勢地域	5.5	5.4	5.8	5.5	5.8	6.3
中南勢地域	4.6	4.0	4.3	4.0	3.8	3.8
伊勢志摩地域	5.9	5.7	6.2	5.5	5.8	6.5
伊賀地域	5.2	5.0	5.2	4.6	5.0	5.5
東紀州地域	6.0	5.5	4.7	5.5	6.4	5.6
全域	5.3	5.0	5.1	4.8	5.2	5.4

11 平均宿泊日数

平均宿泊日数の推移を見ると、伊賀、中南勢で上昇し、全域でも0.1ポイント上昇しました。

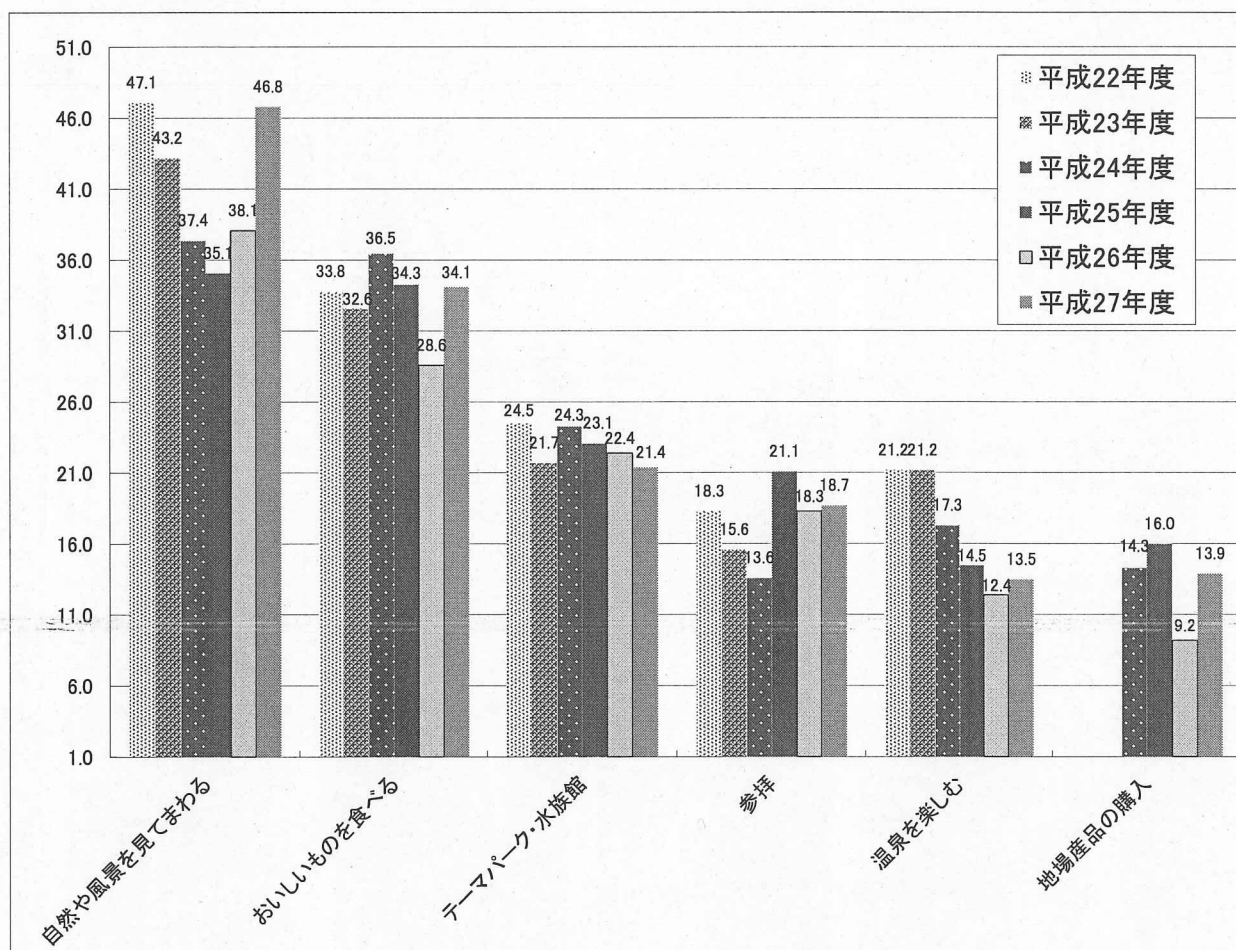


(日)

	平成22年度	平成23年度	平成24年度	平成25年度	平成26年度	平成27年度
北勢地域	1.2	1.2	1.3	1.5	1.3	1.2
中南勢地域	1.4	1.3	1.7	1.5	1.2	1.8
伊勢志摩地域	1.2	1.2	1.2	1.2	1.1	1.1
伊賀地域	1.2	1.3	1.6	1.3	1.2	2.2
東紀州地域	1.4	1.4	1.7	1.6	1.3	1.1
全域	1.2	1.3	1.3	1.3	1.2	1.3

12 旅行目的

旅行目的では、「自然や風景を見てまわる」が46.8%、次いで「おいしいものを食べる」が34.1%となりました。

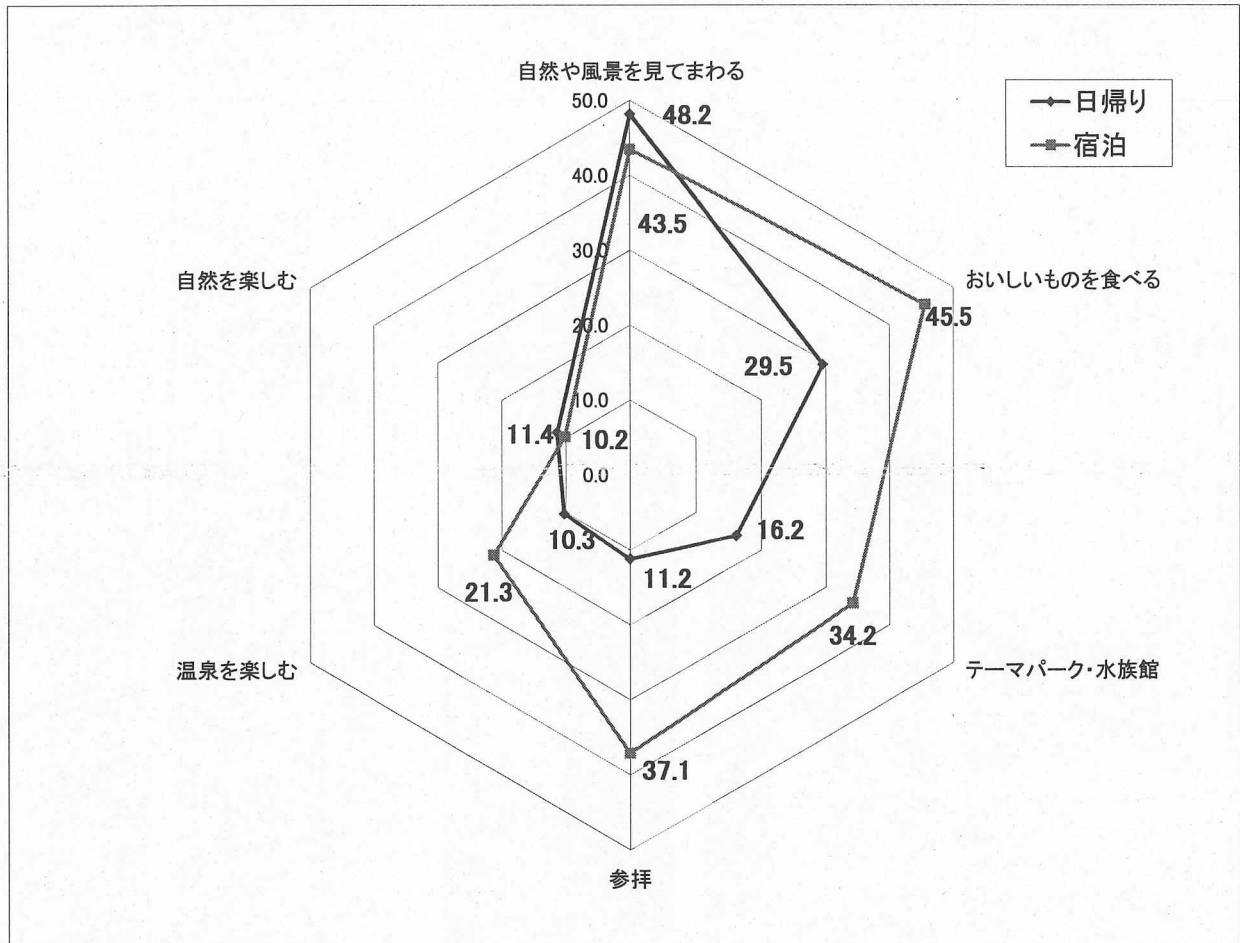


	(%)					
	平成22年度	平成23年度	平成24年度	平成25年度	平成26年度	平成27年度
自然や風景を見てまわる	47.1	43.2	37.4	35.1	38.1	46.8
おいしいものを食べる	33.8	32.6	36.5	34.3	28.6	34.1
テーマパーク・水族館	24.5	21.7	24.3	23.1	22.4	21.4
参拝	18.3	15.6	13.6	21.1	18.3	18.7
温泉を楽しむ	21.2	21.2	17.3	14.5	12.4	13.5
地場産品の購入			14.3	16.0	9.2	13.9

12 -2 滞在種別旅行目的

旅行目的を滞在種別に見ると、「宿泊」より「日帰り」で高くなっているのは、「自然や風景を見てまわる」と「自然を楽しむ」になっています。「おいしいものを食べる」と「温泉を楽しむ」は「宿泊」に付随する目的であることが多いものと推測され、「テーマパーク・水族館」や「参拝」は、遠方からの集客力を有するために、宿泊を伴う場合が多いのではないかと推測されます。

なお、「日帰り」の場合には、「温泉を楽しむ」や「参拝」を目的とすることが少なくなっています。

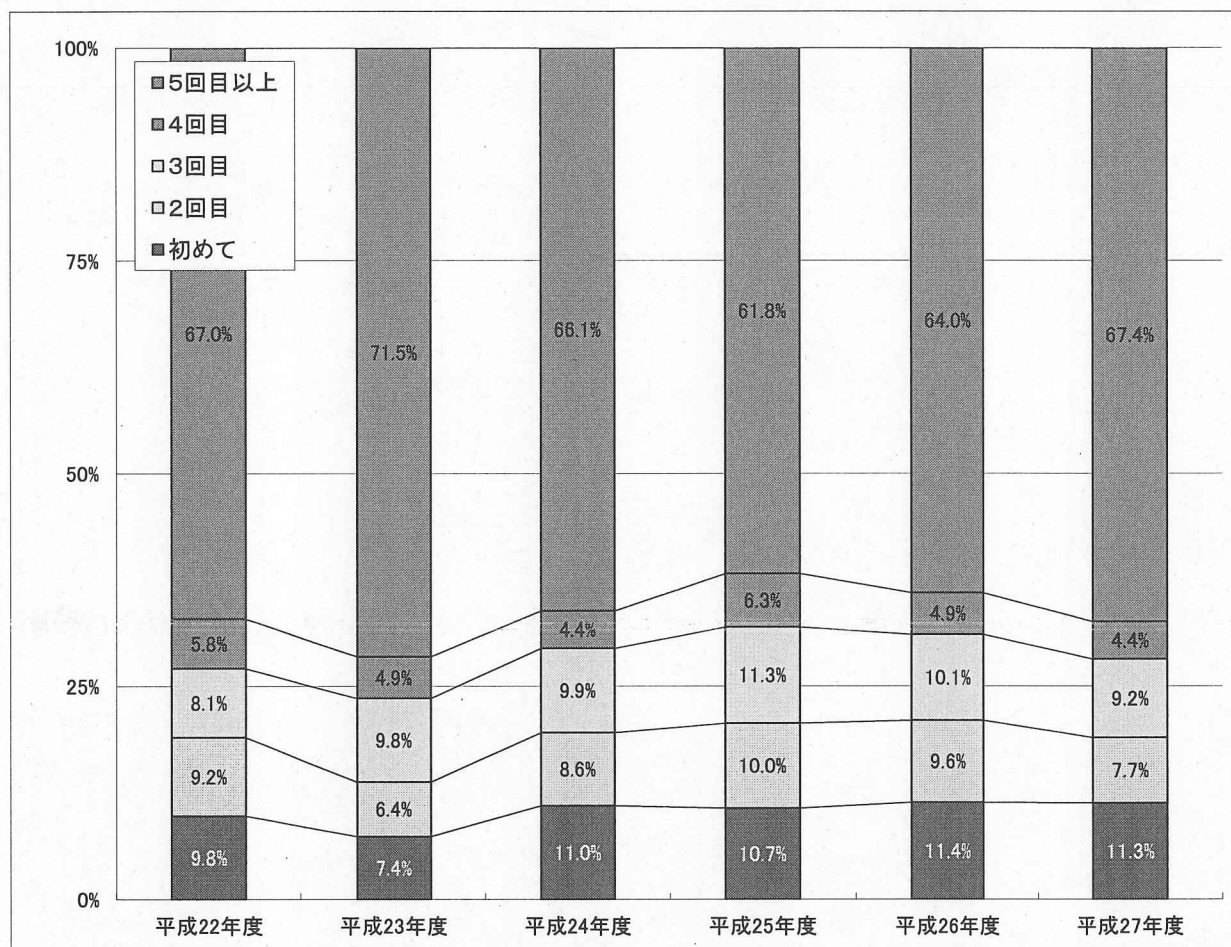


(%)

	日帰り	宿泊	全体
自然や風景を見てまわる	48.2	43.5	46.8
おいしいものを食べる	29.5	45.5	34.1
テーマパーク・水族館	16.2	34.2	21.4
参拝	11.2	37.1	18.7
温泉を楽しむ	10.3	21.3	13.5
自然を楽しむ	11.4	10.2	11.1

13 来訪回数

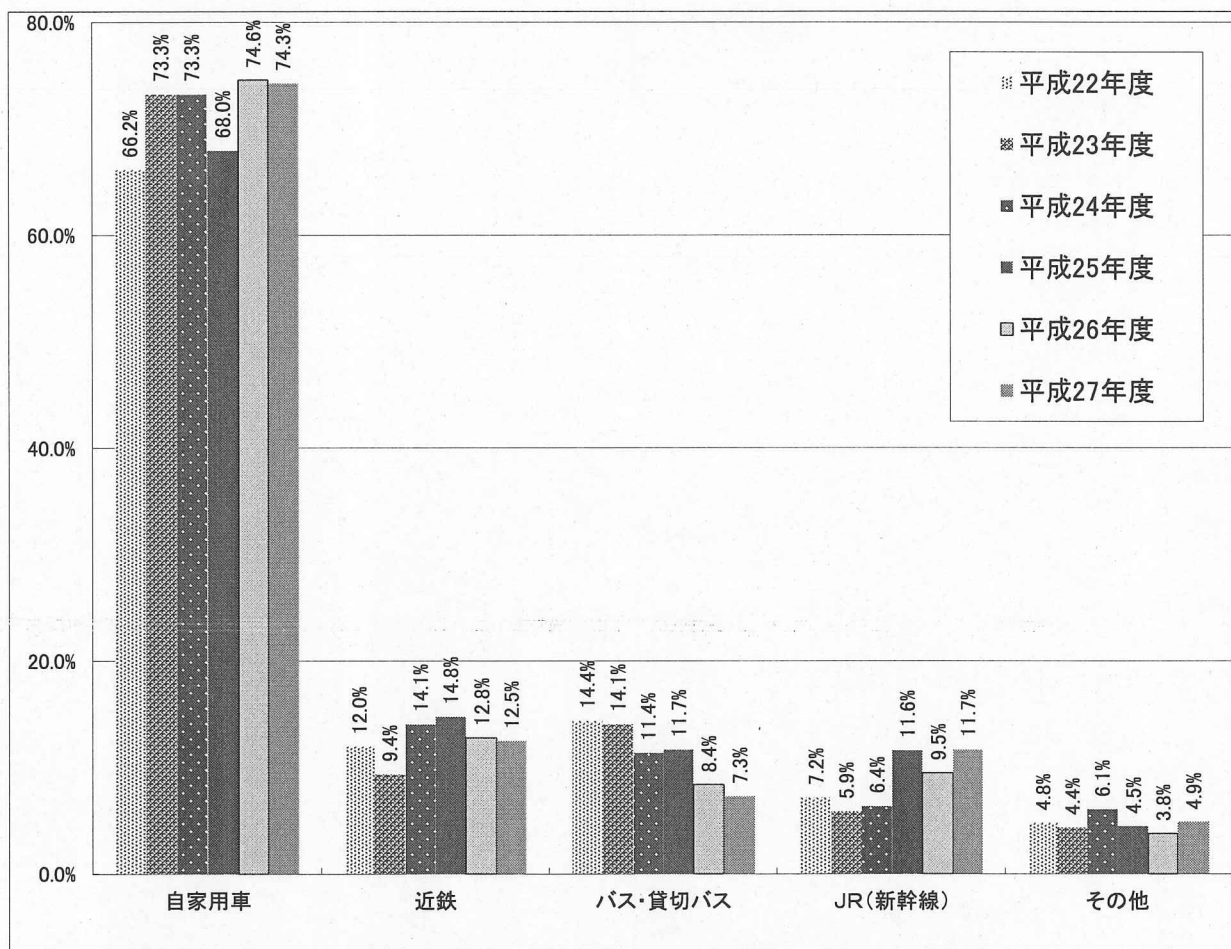
来訪回数は、「5回目以上」のハードリピーターが64.0%から67.4%に増加しました。



	平成22年度	平成23年度	平成24年度	平成25年度	平成26年度	平成27年度
初めて	9.8%	7.4%	11.0%	10.7%	11.4%	11.3%
2回目	9.2%	6.4%	8.6%	10.0%	9.6%	7.7%
3回目	8.1%	9.8%	9.9%	11.3%	10.1%	9.2%
4回目	5.8%	4.9%	4.4%	6.3%	4.9%	4.4%
5回目以上	67.0%	71.5%	66.1%	61.8%	64.0%	67.4%

14 交通手段（三重県まで）

三重県までの交通手段は、圧倒的に「自家用車」の割合が高くなっています。また、「JR（新幹線）」が、前年度よりも上昇し、式年遷宮の平成25年を上回りました。

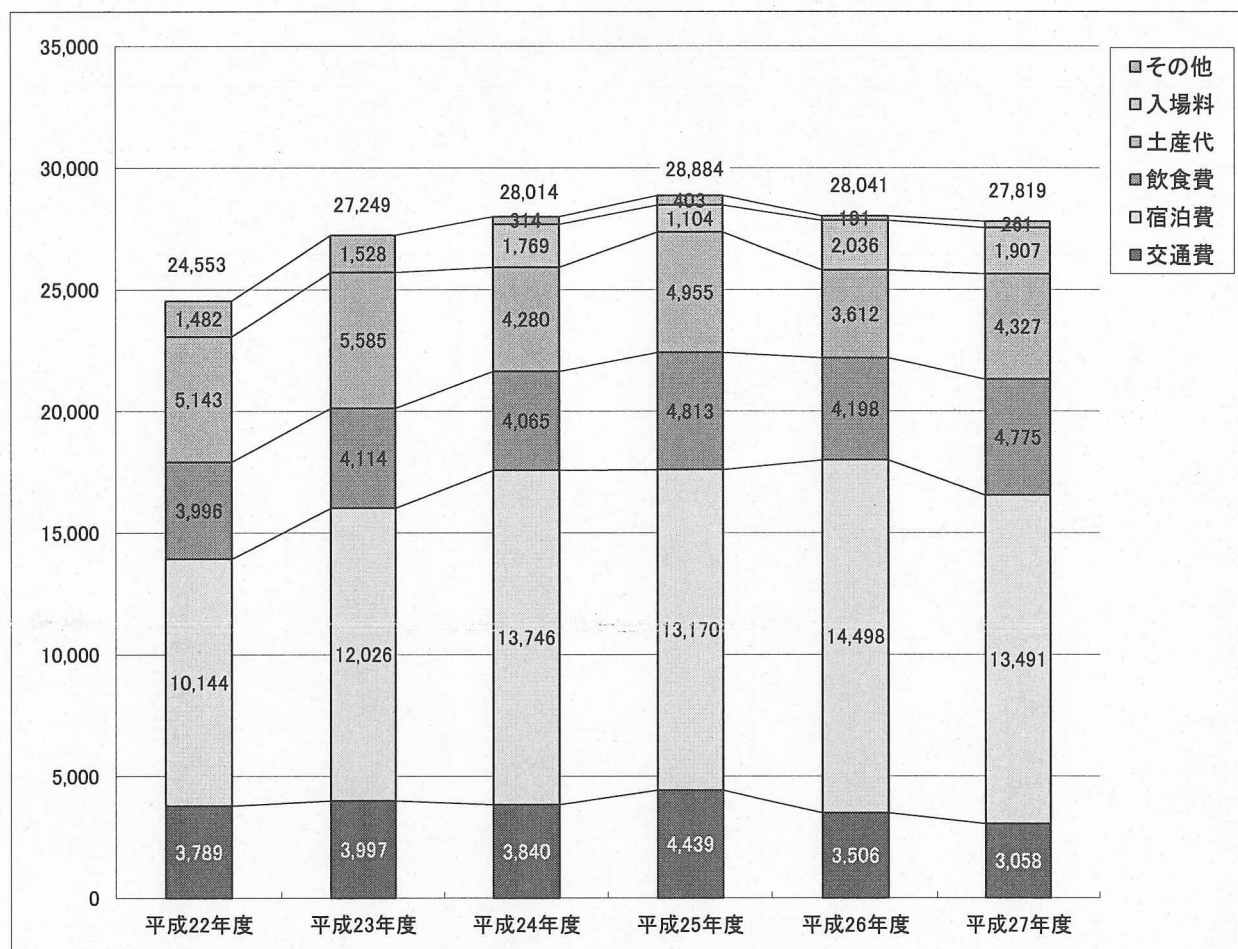


	平成22年度	平成23年度	平成24年度	平成25年度	平成26年度	平成27年度
自家用車	66.2%	73.3%	73.3%	68.0%	74.6%	74.3%
近鉄	12.0%	9.4%	14.1%	14.8%	12.8%	12.5%
バス・貸切バス	14.4%	14.1%	11.4%	11.7%	8.4%	7.3%
JR（新幹線を含む）	7.2%	5.9%	6.4%	11.6%	9.5%	11.7%
その他	4.8%	4.4%	6.1%	4.5%	3.8%	4.9%

※ 平成25年度から選択肢に“新幹線”を追加

15 一人あたり観光消費額（宿泊）

平成27年度の宿泊旅行者一人あたりの観光消費額は、「飲食費」以外が減少したため、総額が前年度の28,041円から27,819円と、222円の減少となっています。

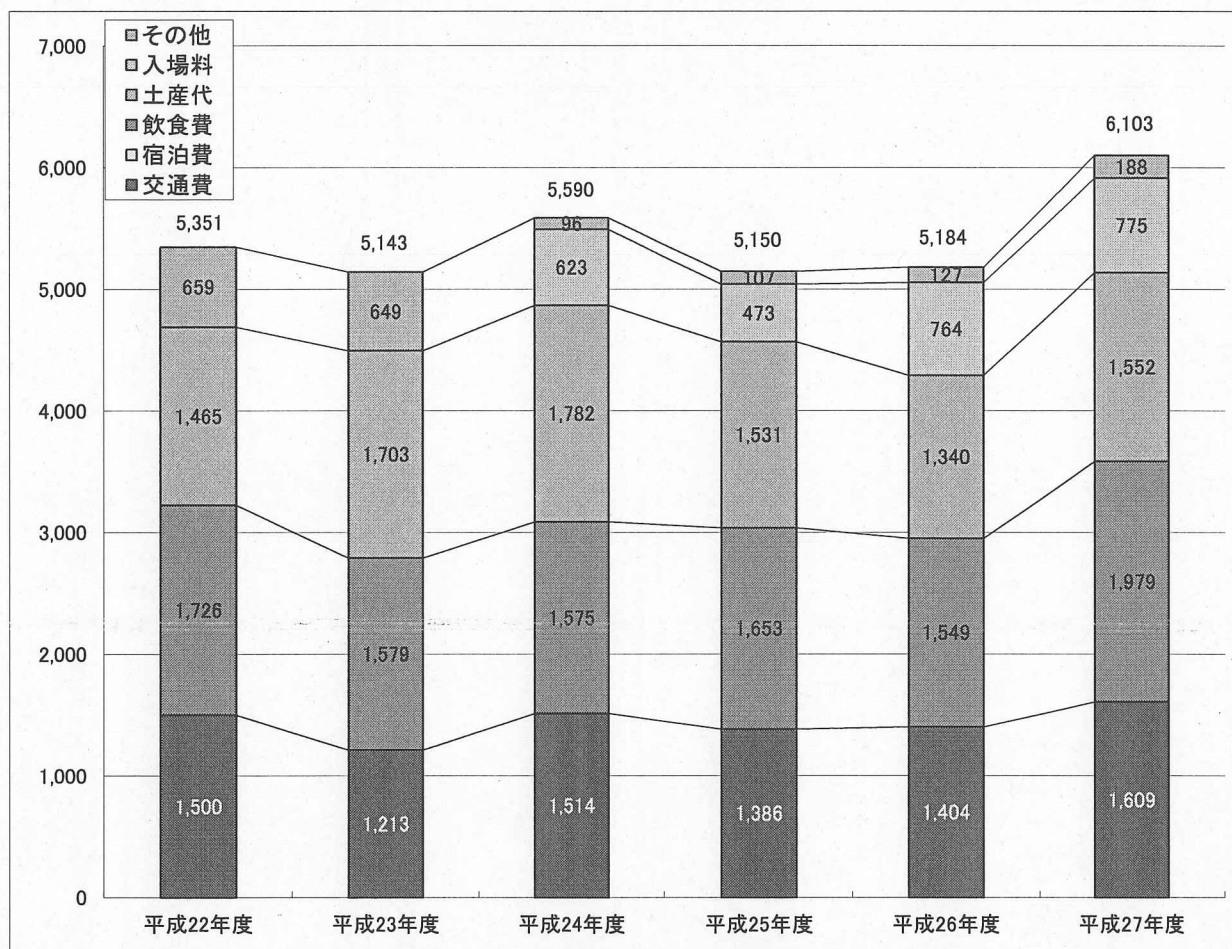


(円)

	平成22年度	平成23年度	平成24年度	平成25年度	平成26年度	平成27年度
交通費	3,789	3,997	3,840	4,439	3,506	3,058
宿泊費	10,144	12,026	13,746	13,170	14,498	13,491
飲食費	3,996	4,114	4,065	4,813	4,198	4,775
土産代	5,143	5,585	4,280	4,955	3,612	4,327
入場料	-	-	1,769	1,104	2,036	1,907
その他	1,482	1,528	314	403	191	261
総額	24,553	27,249	28,014	28,884	28,041	27,819

16 一人あたり観光消費額（日帰り）

平成27年度の日帰り旅行者一人あたりの観光消費額は、全項目で上昇したため、総額が前年度の5,184円から6,103円と約17.7%上昇しました。

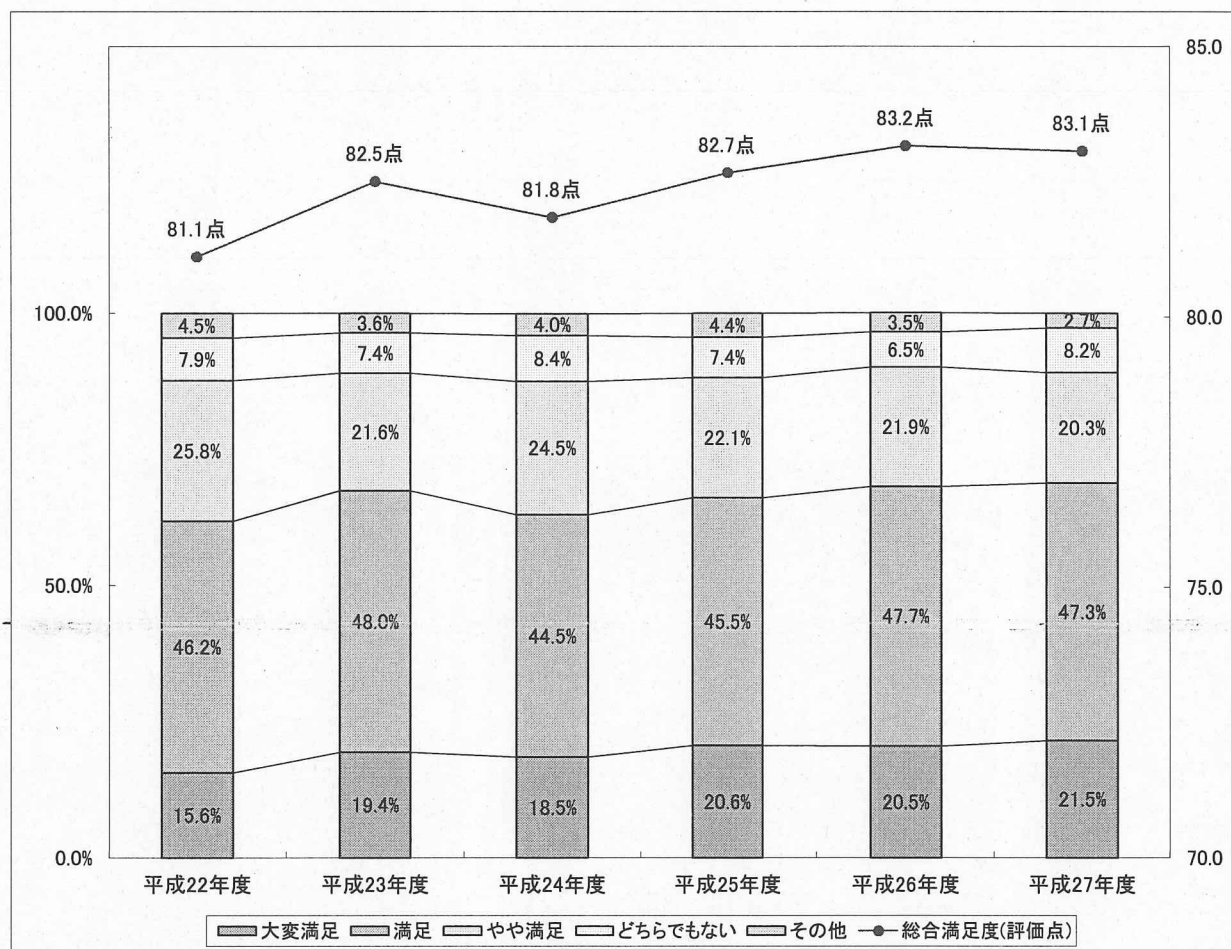


(円)

	平成22年度	平成23年度	平成24年度	平成25年度	平成26年度	平成27年度
交通費	1,500	1,213	1,514	1,386	1,404	1,609
宿泊費						
飲食費	1,726	1,579	1,575	1,653	1,549	1,979
土産代	1,465	1,703	1,782	1,531	1,340	1,552
入場料			623	473	764	775
その他	659	649	96	107	127	188
総額	5,351	5,143	5,590	5,150	5,184	6,103

17 総合満足度

総合満足度(評価点)は、おおむね80点超で推移しており、平成27年度は83.1点となりました。平成27年度は「大変満足」が1ポイント上昇したものの、「満足」、「やや満足」が減少したため、平成26年度より0.1ポイント減少しました。



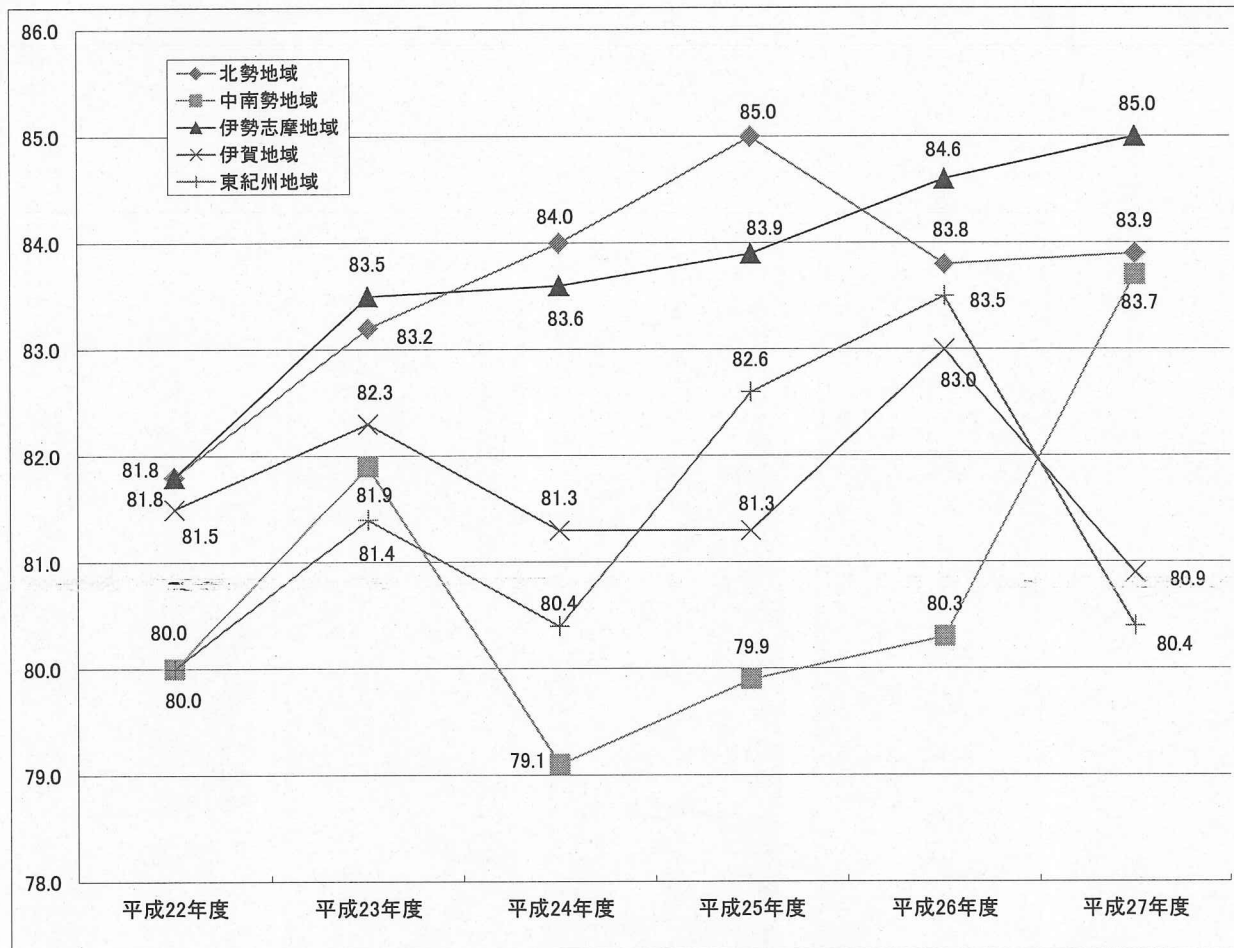
	平成22年度	平成23年度	平成24年度	平成25年度	平成26年度	平成27年度
大変満足	15.6%	19.4%	18.5%	20.6%	20.5%	21.5%
満足	46.2%	48.0%	44.5%	45.5%	47.7%	47.3%
やや満足	25.8%	21.6%	24.5%	22.1%	21.9%	20.3%
どちらでもない	7.9%	7.4%	8.4%	7.4%	6.5%	8.2%
やや不満	1.4%	1.1%	0.9%	1.2%	0.7%	0.6%
不満	0.2%	0.3%	0.2%	0.2%	0.1%	0.3%
大変不満	0.1%	0.1%	0.0%	0.0%	0.1%	0.0%
未記入	2.8%	2.1%	2.9%	3.0%	2.6%	1.8%
総合満足度(評価点)	81.1点	82.5点	81.8点	82.7点	83.2点	83.1点

※ 総合満足度(評価点)とは、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点としてその平均点を算出して、100点満点に換算したものの。回答者の平均点をYとし、100点に換算した点数をXとすると、 $X=100Y/7$ となる。

17 -2 地域別総合満足度(評価点)

地域別に総合満足度(評価点)を見ると、平成22年度以降は「伊勢志摩地域」と「北勢地域」が高水準で推移しています。

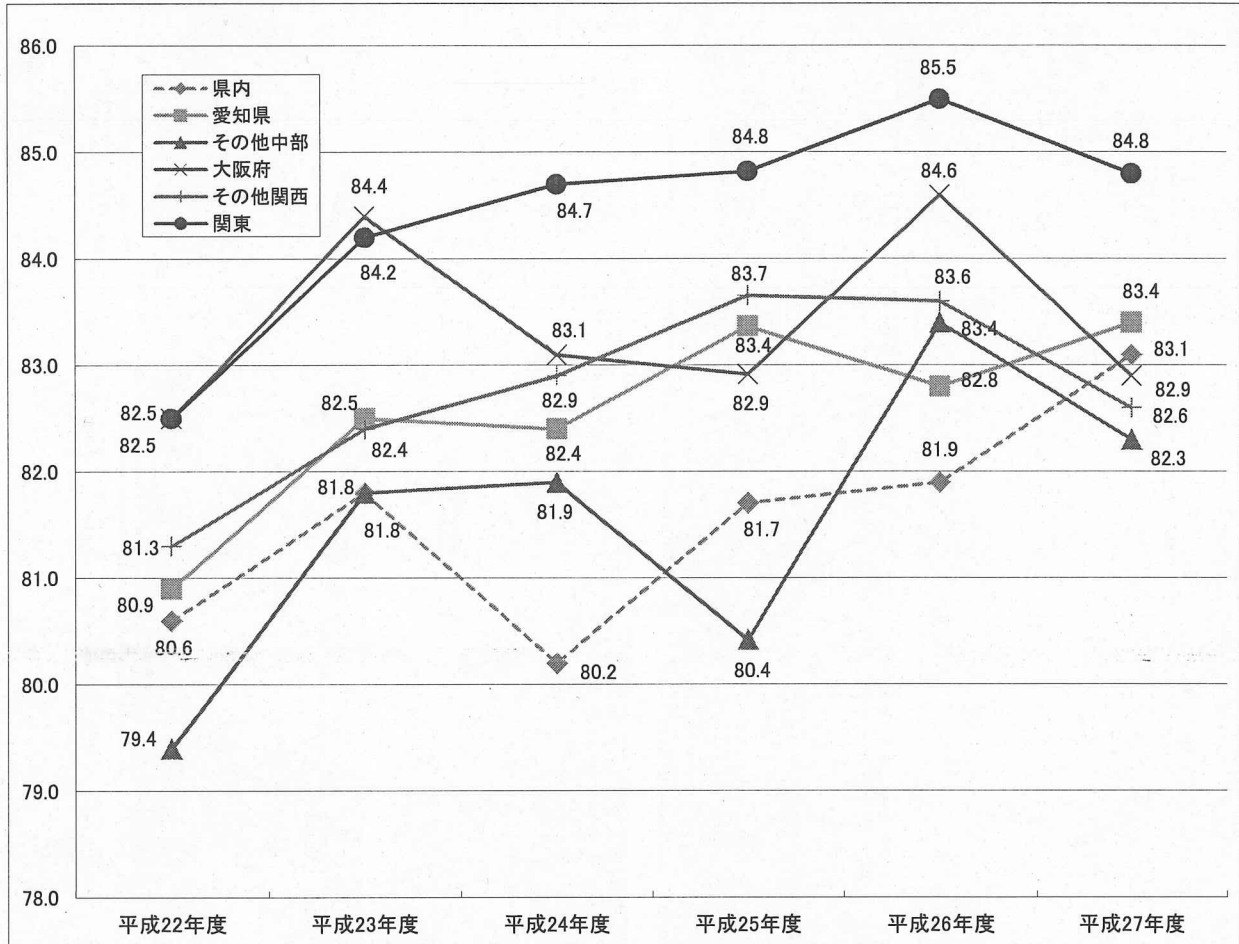
平成27年度は、「中南勢地域」が前年度より大きく上昇しましたが、「伊賀地域」と「東紀州地域」が減少しました。



	平成22年度	平成23年度	平成24年度	平成25年度	平成26年度	平成27年度
北勢地域	81.8点	83.2点	84.0点	85.0点	83.8点	83.9点
中南勢地域	80.0点	81.9点	79.1点	79.9点	80.3点	83.7点
伊勢志摩地域	81.8点	83.5点	83.6点	83.9点	84.6点	85.0点
伊賀地域	81.5点	82.3点	81.3点	81.3点	83.0点	80.9点
東紀州地域	80.0点	81.4点	80.4点	82.6点	83.5点	80.4点

17-3 居住地別総合満足度(評価点)

居住地別に総合満足度(評価点)を見ると、「関東」の方の満足度は安定的に高水準にあります。平成27年度は、「愛知県」の方の満足度が改善しているほか、「県内」の方の満足度が向上しました。



	平成22年度	平成23年度	平成24年度	平成25年度	平成26年度	平成27年度
県内	80.6点	81.8点	80.2点	81.7点	81.9点	83.1点
愛知県	80.9点	82.5点	82.4点	83.4点	82.8点	83.4点
その他中部	79.4点	81.8点	81.9点	80.4点	83.4点	82.3点
大阪府	82.5点	84.4点	83.1点	82.9点	84.6点	82.9点
その他関西	81.3点	82.4点	82.9点	83.7点	83.6点	82.6点
関東	82.5点	84.2点	84.7点	84.8点	85.5点	84.8点

18 地域別の状況

	北勢地域	中南勢地域	伊勢志摩地域	伊賀地域	東紀州地域
滞在種別	「宿泊」 23.1% 「日帰り」 76.9%	「宿泊」 6.9% 「日帰り」 93.1%	「宿泊」 63.7% 「日帰り」 36.3%	「宿泊」 15.3% 「日帰り」 84.7%	「宿泊」 23.9% 「日帰り」 76.1%
居住地 (上位3件)	「県内」 29.4% 「愛知県」 25.4% 「その他関西」 17.0%	「県内」 78.9% 「その他関西」 8.4% 「愛知県」 4.9% ※ 「県内」からの集客が突出	「県内」 19.6% 「その他関西」 18.9% 「愛知県」 18.7%	「その他関西」 29.5% 「県内」 25.4% 「愛知県」 19.0% ※ 「関西」からの集客が特徴	「県内」 50.6% 「愛知県」 19.2% 「その他関西」 12.5%
同行者 (最多項目)	「子ども連れの家族旅行」 50.1%	「夫婦旅行」 32.40% ※ 「一人旅」 17.2%が特徴的	「子ども連れの家族旅行」 35.2%	「子ども連れの家族旅行」 42.8%	「夫婦旅行」 26.9% ※ 「一人旅」 11.4%が特徴的
主な旅行目的	「自然や風景」 46.5% 「テーマパーク等」 43.0%	「地場産品の購入」 42.6% 「自然や風景」 31.9% 「おいしいもの」 31.2%	「参拝」 60.1% 「おいしいもの」 48.5% 「テーマパーク等」 32.5%	「自然や風景」 75.9% 「おいしいもの」 36.9%	「自然や風景」 58.6% 「おいしいもの」 40.9%
三重県内の 交通手段 (自家用車)	83.0%	94.6%	64.0% ※ 「近鉄」 23.3%、「バス・貸切バス」 16.4%が特徴的	85.2%	83.8%
平均利用総額 (宿泊客)	19,113円	18,362円	34,280円	19,514円	19,372円
平均利用総額 (日帰り客)	5,868円	4,689円	8,508円	6,462円	6,262円
総合満足度 (評価点)	83.9点	83.7点	85.0点	80.9点	80.4点

※ 「テーマパーク等」 = 「テーマパーク・水族館」、「おいしいもの」 = 「おいしいものを食べる」、「自然や風景」 = 「自然や風景を見てまわる」

参考資料

○ 用語の説明

<あ行>

ICT	情報通信に関する技術の総称。ICTは Information and Communication Technology の略語。
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。
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、観光事業者、観光関係団体等により組織された団体。
(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、観光事業者、観光関係団体等により組織された団体。
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。
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。
医療観光	居住国とは異なる国や地域を訪ねて医療サービス（診断や治療など）を受けること。
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。
美し国おこし・三重	地域のさまざまな主体が、地域の特色ある自然や歴史・文化などを活用して自発的に取り組む地域づくりを基本に、平成21（2009）年から平成26（2014）年までの6年間にわたって、多彩な催しを展開することにより、地域の魅力や価値を向上させ、発信するとともに、集客交流の拡大を図り、自立・持続可能で元気な地域づくりへとつなげていく取組。
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。
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。
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。
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を行っているNPO法人。
LCC	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。

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。

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。

<か行>

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。

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。

コミュニティビジネス 住民が主体となり、地域が抱える課題をビジネスの手法により解決し、またコミュニティの再生を通じて、その活動の利益を地域に還元する事業。

<さ行>

産業観光 歴史的・文化的価値のある工場やその遺構、機械器具、最先端の技術を備えた工場等を対象とした観光で、学びや体験を伴うもの。

式年遷宮 遷宮とは、神社の正殿を造営・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。

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。

スケールメリット 規模を大きくすることにより得られる効果のこと。

鈴鹿F1日本グランプリ地域活性化協議会 鈴鹿F1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。

<た行>

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。

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製品の開発・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。
中部広域観光推進協議会	中部地方の広域観光の推進を目的として、中部9県と3政令市、観光事業者、観光関係団体等により組織された団体。
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。
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。
東海地区外国人観光客誘致促進協議会	「外国人観光旅客の来訪地域の多様化の促進による国際観光の振興に関する法律」に基づく「東海地区外客来訪促進計画」を推進するため、岐阜県、静岡県、愛知県、三重県及び関係市町村により組織された団体。
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。
<な行>	
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旅行者にとっては、路線バスをはじめ、観光地までのシャトルバスや乗り合いタクシーの運行など、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。
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。
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。
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。
ニューツーリズム	テーマ性が強く、人や自然とのふれあいなど体験的要素を取り入れた新たな旅行形態。地域の特性を生かすことが必要で、地域活性化につながる新しい旅行のしくみ全体とも言える。

<は行>

- HACCP (ハサップ)** 製造工程の各段階で発生する可能性のある危害を予測・分析し、衛生管理上重要なポイント(加熱工程等)を定め、これを連続的に監視することにより製品の安全を確保する衛生管理手法。
- 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。
- 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。
- 東大和西三重観光連盟** 奈良県・三重県2県6市村(宇陀(うだ)市、曾爾(そに)村、御杖(みつえ)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。
- 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。
- 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。
- 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。
- 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。
- 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。
- プレスツアー** メディア関係者を観光地等に招き、その魅力のPR等を通じてメディアへの掲載、放映等につなげていくこと。
- 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。

<ま行>

- MICE (マイス)** 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。
- 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。
- 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、観光事業者、観光関係団体等により組織された団体。

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。

三重県観光キャンペーン地域部会

三重県観光キャンペーンの展開にあたり、各地域の新たな魅力の掘り起こしや特色を生かした企画を実施していくため、県内 5 地域に設置する組織。各対象地域内に所在する行政機関、観光関係団体等をもって構成する。

(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。

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。

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。

みえ旅案内所

三重県観光キャンペーンにおいて、観光客の県内各地への周遊・滞在の促進、並びにおもてなしの向上を図るため、県内各市町観光案内所、道の駅や協力施設と連携して設置する、観光情報提供やみえ旅パスポート発給・押印等を行う案内所。

みえ旅おもてなし施設

三重県観光キャンペーンにおいて、みえ旅パスポートの提示により、割引やプレゼント等の各種サービスを提供することで、観光客をもてなす施設。観光施設、飲食施設、宿泊施設等様々な施設の協力により設置。

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。

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。

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、観光旅行者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。
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。
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。
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。
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。
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。
ミッション	県、市町、観光事業者、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。
宮川流域エコミュー ジアム	宮川流域全体を博物館と捉え、地域の環境をそれらが本来ある場所で保全するとともに、住民自らが魅力的な地域づくりを行うことで、地域経済の活性化や地域振興を図るもの。
ムスリム	イスラム教徒のこと。
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。
メディアミックス	メディアとは、媒体、手段。特に、新聞、雑誌、テレビ、ラジオ等の媒体をいう。メディアミックスとは、広告の目的・対象によって広告の手段を選択し、複数の媒体を連動させて効果を引き出す広告手法をいう。

<や行>

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。

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。

参考資料

○ 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、観光旅行者の需要の高度化、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 観光旅行者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) 観光旅行者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）の概要

第1章 計画の基本的な考え方

1 計画策定の趣旨

社会経済情勢の変化等を踏まえ、「三重県観光振興基本計画」の新計画を「みえの観光振興に関する条例」第21条の規定に基づき策定します。

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あり、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28年度（2016年度）から平成31年度（2019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 三重の今までの4年間、これからの4年間

第62回式年運営では最多の1,420万人の参拝者数を数え、地域の取組や三重県観光キャンペーン等の複合的な要因のもと、平成25年には史上最高の4,079万9千人の入込数となりました。その後、入込者は減少傾向になっていますが、サミットの開催等を契機に新たな誘客のチャンスが訪れると考えられます。

2 観光振興を取り巻く環境変化

国内の地域間競争、インターネット、SNSの普及、人口減少に伴う国内需要の減少等の環境変化が生じ、団体旅行から個人旅行への旅行形態の変化等の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。

3 主な取組

三重県観光キャンペーンによるシステム構築・データの蓄積、ガリアフリー観光、インバウンドへの対応等に取り組みました。

4 課題

道半ばである「観光の産業化」と、それに起因するインバウンドの受入体制の未熟等が考えられます。

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年度までの事業を展開していきます。

（戦略）

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

多様な産業との連携強化

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
インバウンド倍増に向けた海外誘客

三重の特性と好機を生かしたMICE誘致

利便性・快適性に優れた人によ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
人によさしい三重の観光地づくり

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。

項目	項目の説明	現状値	目標値
観光消費額 （入込客数×一人当たりの観光消費額）	観光消費額は、観光客の消費行動（宿泊、食料、交通、娯楽、土産、小売）を指す。	4,657億円 [平成28年]	5,000億円以上 [平成31年]
観光客満足度	県内の観光客に対する満足度の調査結果を指す。	20.5% [平成28年]	25.5% [平成31年]
県内の延べ宿泊者数	県内の宿泊施設に宿泊した観光客の延べ数を指す。	879万人 [平成28年]	1,000万人 [平成31年]
県内の外国人延べ宿泊者数	県内の宿泊施設に宿泊した外国人観光客の延べ数を指す。	178,520人 [平成28年]	450,000人 [平成31年]
国際会議の開催件数（累計）	県内で開催された国際会議の開催件数を指す。	2件 [平成28年]	20件 [平成28～31年（累計）]

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
- ② 持続的な観光地づくりの支援～日本版DMO導入の検討～

(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
- ② 「食」をはじめとした地域資源の磨き上げ

(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人材の育成等を推進し、おどろなしや労働生産性の向上を通し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

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
- ② 観光振興に資する交通基盤等の構築

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
- 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
- ③ 学生・若者をターゲットにした誘客促進

(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みとともに、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
- ② 国及び他府県との広域連携の推進

(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
- ② 好機を生かしたMICE誘致

(2) 人にやさしい三重の観光地づくり

施策展開の方向性

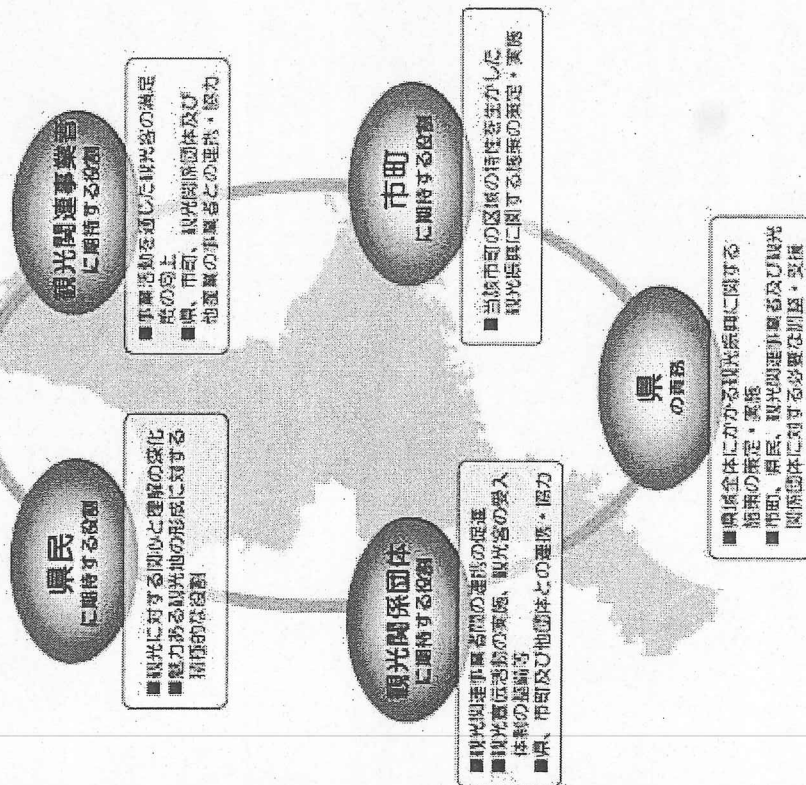
高齢者や障がい者が快適に利用できるバリアフリーや訪日外国人旅行者対応の取組を促進させることで質の向上を図り、旅行者にやさしい観光地をめざします。

- ① 外国人旅行者の受入体制のさらなる整備充実
- ② 日本一のバリアフリー観光の促進
- ③ 旅行者の安全・安心の確保

第5章 推進体制の整備

1 計画の推進体制

県、市町、県民、観光関連事業者、観光関係団体がそれぞれ役割を担いながら、連携・協力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、観光関連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、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。