

令和5年第2回定例会
政策企画雇用経済観光常任委員会
所管事項説明資料

◎ 所管事項説明

- | | |
|--------------------------|-------|
| (1) 「令和5年版県政レポート(案)」について | ・・・1 |
| (2) 次期三重県観光振興基本計画の策定について | ・・・19 |
| (3) 県内DMOの機能強化について | ・・・27 |
| (4) 各種審議会等の審議状況の報告について | ・・・29 |

別冊1 次期三重県観光振興基本計画骨子案

別冊2 三重県観光関連データ集

令和5年6月21日

観光部

(1) 令和5年版県政レポート(案)について

(KPI(重要業績評価指標)の達成状況と評価の確定に伴う記載内容の一部修正)

令和5年版県政レポート(案)について、冊子配付後にKPI(重要業績評価指標)の達成状況と評価が確定したことから、記載内容を一部修正いたします。

※当資料では、「令和5年版県政レポート(案)」のページ番号を記載しています。

○施策5-1 持続可能な観光地づくり(113ページ)

「観光客満足度」、「リピート意向率」

<修正後>

KPIの項目					関連する基本事業	
令和3年度	4年度		5年度	8年度	4年度の 評価	
現状値	目標値 実績値	目標達成状況	目標値 実績値	目標値 実績値		
観光客満足度					①②③④	
—	95.0 %	99.4%	95.0 %	95.0 %	b	
93.5 %	94.4%		—	—		
リピート意向率					①②③④	
—	95.0 %	95.3%	95.0 %	95.0 %	b	
92.6 %	90.5%		—	—		

<修正前>

KPIの項目					関連する基本事業	
令和3年度	4年度		5年度	8年度	4年度の 評価	
現状値	目標値 実績値	目標達成状況	目標値 実績値	目標値 実績値		
観光客満足度					①②③④	
—	95.0 %	未確定	95.0 %	95.0 %	未確定	
93.5 %	集計中		—	—		
リピート意向率					①②③④	
—	95.0 %	未確定	95.0 %	95.0 %	未確定	
92.6 %	集計中		—	—		

※ KPIについては全て暦年(令和4年)の数値

○施策5-2 戦略的な観光誘客 (116 ページ)

「観光消費額」

<修正後>

KPIの項目				関連する基本事業	
令和3年度	4年度		5年度	8年度	4年度の 評価
現状値	目標値 実績値	目標達成状況	目標値 実績値	目標値 実績値	
観光消費額				①②③	
—	4,950 億円	86.2%	5,250 億円	6,500 億円	b
3,562 億円	4,269 億円		—	—	

<修正前>

KPIの項目				関連する基本事業	
令和3年度	4年度		5年度	8年度	4年度の 評価
現状値	目標値 実績値	目標達成状況	目標値 実績値	目標値 実績値	
観光消費額				①②③	
—	4,950 億円	未確定	5,250 億円	6,500 億円	未確定
3,562 億円	集計中		—	—	

※ KPIについては全て暦年(令和4年)の数値

(みえ元気プランで進める7つの挑戦について)

(2) 新型コロナウイルス感染症等への対応

新型コロナ対策では、病床の確保や宿泊療養施設の運営等といった医療提供体制の確保、検査体制の確保、ワクチン追加接種への支援により、変化する状況に的確に対応してきました。また、令和5年5月8日以降、季節性インフルエンザと同等の5類感染症に感染症法上の位置づけが変更されたことから、今後は、感染状況を注視しつつ、適切な経過措置を講じながら、患者が幅広い医療機関で受診できる医療提供体制に向け段階的に移行できるよう取り組んでいきます。

新たな感染症に備えるため、関係機関との連携体制の充実や、学校における感染防止対策等に取り組まれました。今後は、感染症法の改正をふまえた国の指針に基づき、「三重県感染症予防計画」の改定を進め、新たな感染症の発生やまん延時の医療提供体制の構築に取り組むほか、学校では、基本的な感染防止対策を行いながら、教育活動を実施していきます。

新型コロナの影響を受けた事業者に寄り添った支援では、県内旅行需要の喚起や中小企業・小規模企業の経営力の向上や資金繰りへの支援に取り組まれました。しかしながら、観光産業をはじめ新型コロナの影響で大きなダメージを受けた県内経済は未だ回復途上にあることから、旅行を取り巻く状況を注視しながら、閑散期などを対象に旅行需要喚起に向けた施策を適時実施するとともに、中小企業・小規模企業への伴走型支援に引き続き取り組まれます。

新型コロナの影響を受けた生活相談に係る支援では、三重県生活相談支援センターにおいて、状況に応じた相談支援を行うとともに、自殺対策の取組を進め、相談体制を強化しました。新型コロナの影響が長期に及ぶことも考えられることから、引き続き、相談支援や自殺対策の取組を進めます。

新たな感染症による社会・経済活動への影響に備えるため、中小企業・小規模企業の事業継続計画の策定支援に取り組んでいきます。

以下は、7つの挑戦に記載されている「取組方向」の項目ごとに、令和4年度の実績と令和5年度の課題と対応のうち、主なものを記載しています。

令和4年度の主な取組	令和5年度以降の課題と対応
◆新型コロナウイルス感染症対策	
・専門家の意見をふまえた感染症対策（関連施策：2-2）	
<ul style="list-style-type: none"> 新型コロナにかかる医療提供体制を確保するため、病床の確保や宿泊療養施設の運営に取り組むとともに、自宅療養者へのフォローアップ等にも対応しました。また、検査需要に対応するため、医療機関、民間検査機関などさまざまな関係機関と連携・協力し、検査体制を確保するとともに、ワクチンの追加接種を円滑に行うため、市町や関係団体の支援を行いました。さらに、高齢者等の重症化リスクの高い方を守ることに重点を置いた感染対策を行うとともに、患者の発生届の対象を限定し、感染拡大に対応するための医療機関等の負担軽減を図りました。（確保病床：617床、宿泊療養施設：5施設682室、診療・検査医療機関：695機関 ※いずれも最大値） 	<ul style="list-style-type: none"> 新型コロナについては、令和5年5月8日以降、季節性インフルエンザと同等の5類感染症に感染症法上の位置づけが変更されたことから、今後は、感染状況を注視しつつ、適切な経過措置を講じながら、患者が幅広い医療機関で受診できる医療提供体制に向け段階的に移行できるよう取り組んでいきます。

<p>・必要な感染症対策をふまえた教育活動の継続、学校行事等の円滑な実施 (関連施策:14-5)</p>	
<p>・学校における基本的な感染防止対策に取り組むとともに、消毒液等の保健衛生物品の配備や通学時のスクールバスの増便などに取り組みました。各教科の指導や学校行事については、それぞれの活動内容に応じた必要な対策を講じた上で実施しました。</p>	<p>・引き続き、効果的な換気など基本的な感染防止対策を行いながら、学校教育活動を実施していきます。</p>
<p>・外国人住民への情報提供と相談等の対応 (関連施策:12-3)</p>	
<p>・新型コロナに関する情報を、外国人住民へ的確に伝えていくため、県多言語情報提供ホームページ(MieInfo)により、7言語(ポルトガル語、スペイン語、フィリピン語、中国語、英語、ベトナム語、日本語)で、迅速に提供しました。</p>	<p>・新型コロナの感染拡大で再認識された、外国人住民への適切な情報提供の必要性をふまえ、県多言語情報提供ホームページ(MieInfo)により、必要な情報の提供を行います。</p>
<p>・外国人住民に関わる、新型コロナ等さまざまな相談を受け付ける「みえ外国人相談サポートセンター」(MieCo/みえこ)では、11言語(日本語、英語、フィリピン語、ポルトガル語、スペイン語、中国語、韓国語、ベトナム語、ネパール語、インドネシア語、タイ語)で相談に対応するとともに、必要となる情報を提供しました。加えて、外国人住民のニーズをふまえ、弁護士や臨床心理士等による専門相談を実施するなど、相談体制の充実を図りました。</p>	<p>・「みえ外国人相談サポートセンター」(MieCo/みえこ)において、相談にきめ細かく応じるため、対応言語の充実、関係機関との連携強化など、相談体制の更なる充実に取り組めます。</p>
<p>◆新たな感染症への備え</p>	
<p>・新たな感染症の発生に備えた体制整備 (関連施策:2-2) ・県民への正確な情報発信による感染予防・感染拡大防止 (関連施策:2-2)</p>	
<p>・感染症指定医療機関等の運営や設備整備への支援、備蓄している抗インフルエンザ薬等の管理を行いました。また、感染症発生時には、医療機関、消防、警察等の関係機関との連携が重要となることから、各保健所で感染症危機管理ネットワーク会議を開催し、連携体制の充実を図りました。</p> <p>・事業所や施設等における感染症発生時の拡大防止のため、高齢者や障がい者の入所施設等の職員を対象に新型コロナウイルス感染予防対策研修会を開催しました。(研修会の開催:4回、参加施設:767施設)</p>	<p>・発生すると社会的に影響の大きい感染症の発生に備え、感染症指定医療機関等の運営や設備整備への支援、備蓄している抗インフルエンザウイルス薬等の管理を行います。また、引き続き各保健所で感染症危機管理ネットワーク会議を開催するなど、関係機関との連携体制の充実を図ります。</p> <p>・高齢者や障がい者等の入所施設等では、感染症が発生した場合に感染拡大や重症化のリスクが高いため、引き続き、感染予防や感染拡大防止のための研修会を開催します。</p>

	<ul style="list-style-type: none"> ・感染症法の改正をふまえた国の「感染症の予防の総合的な推進を図るための基本的な指針」に基づき、「三重県感染症予防計画」の改定を進め、新たな感染症の発生やまん延時の医療提供体制の構築に取り組みます。 ・「感染症危機管理人材及び公衆衛生行政官の育成」「新興再興感染症発生時の行政機関との連携と政策提言」を設立目的とする三重大学感染症危機管理人材育成センター(令和5年4月開設)との連携により、医療計画・感染症予防計画等の策定や、感染症に精通した公衆衛生医師・保健師等医療職の確保・育成などに取り組みます。
<ul style="list-style-type: none"> ・感染症の予防や感染拡大防止については、その知識の普及啓発や流行状況に応じた情報発信が必要であることから、ホームページやポスター等にて県民等へ感染予防の普及啓発を行いました。 	<ul style="list-style-type: none"> ・引き続き、感染症の予防や感染拡大防止を図るため、県民等へ感染予防の普及啓発を行うとともに、感染症発生動向調査システム*等を活用した、感染症発生情報の収集・解析、関係機関や県民への情報提供に取り組みます。
<p>・教育活動を継続するための感染症対策（関連施策:14-5）</p>	
<p>【再掲】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・学校における基本的な感染防止対策に取り組むとともに、消毒液等の保健衛生物品の配備や通学時のスクールバスの増便などに取り組みました。各教科の指導や学校行事については、それぞれの活動内容に応じた必要な対策を講じた上で実施しました。 	<p>【再掲】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・引き続き、効果的な換気など基本的な感染防止対策を行いながら、学校教育活動を実施していきます。
<p>・外国人住民をサポートする主体間のネットワークづくり（関連施策:12-3）</p>	
<ul style="list-style-type: none"> ・令和4年11月から、外国人住民のサポートに役立つ情報を掲載するサイト「三重県日本語教育プラットフォーム」および日本語教育に携わる団体間の連携を促す「Mie にほんご LINE」の運用を開始し、市町や日本語教室、外国人を雇用する企業等との連携強化を図っています。 	<ul style="list-style-type: none"> ・「三重県日本語教育プラットフォーム」等の活用により、市町、国際交流協会、日本語教室、外国人を雇用する企業等との更なる連携強化に取り組みます。
<p>◆新型コロナウイルス感染症の影響を受けた事業者に寄り添った支援</p>	
<p>・事業活動の継続と雇用の維持・確保に向けた支援（関連施策:5-1、5-2、7-1、8-1）</p>	
<ul style="list-style-type: none"> ・<u>新型コロナの影響を受ける県内観光産業の早期回復に向け、令和4年4月から県民割「みえ得トラベルクーポン」を、10月からは全国旅行支援「おいでよ！みえ旅キャンペーン」を実施するなど、県内旅行需要の喚起に取り組みました（全国旅行支援利用者数:約205万人（令和5年4月28日現在））。</u> 	<ul style="list-style-type: none"> ・<u>新型コロナの影響で大きなダメージを受けた県内観光産業は未だ回復途上にあることから、旅行を取り巻く状況を注視しながら、閑散期などを対象に旅行需要喚起に向けた施策を適時実施していきます。</u>

<ul style="list-style-type: none"> ・ 中小企業・小規模企業が、新型コロナや原油価格・物価高騰による影響を乗り越え、経営力の向上につなげられるよう、「三重県版経営向上計画」を活用しつつ、商工団体等と連携し、伴走型で支援しました。 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 新型コロナや原油価格・物価高騰による影響が継続しているため、「三重県版経営向上計画」を活用しつつ、商工団体等と連携し、引き続き伴走型で支援していきます。
<ul style="list-style-type: none"> ・ 新型コロナや物価高騰の影響を受けた中小企業・小規模企業の資金繰りを支援するため、「セーフティネット資金・リフレッシュ資金」において、伴走支援型特別保証を活用したメニューの保証料を無料化するとともに、融資対象を拡大するなど制度拡充に取り組みました。 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 新型コロナや物価高騰の影響が継続しているため、「セーフティネット資金・リフレッシュ資金」において、引き続き、伴走支援型特別保証を活用したメニューの保証料無料化を実施し、中小企業・小規模企業の資金繰りを支援します。
<p align="center">・ 感染防止対策と両立した社会経済活動に対する支援（関連施策：5-1、5-2、5-3、7-1）</p>	
<ul style="list-style-type: none"> ・ <u>令和3年6月に創設した観光事業者版「みえ安心おもてなし施設認証制度」を引き続き運用し、旅行者が宿泊施設や観光施設等を安心して利用できる環境の整備を行いました(令和4年度末認証店舗数 1,448 店舗)。</u> 	<ul style="list-style-type: none"> ・ <u>新型コロナの感染症法上の位置づけが5月8日から5類感染症に移行したことを受け、観光事業者版「みえ安心おもてなし施設認証制度」についても、5月7日をもって終了しました。今後は、制度終了後の感染防止対策等に係る事業者等からの問い合わせに対して、国の方針等を踏まえながら丁寧に対応していきます。</u>
<ul style="list-style-type: none"> ・ ウイズコロナ・アフターコロナを見据え、中小企業・小規模企業の経営力の強化を推進するとともに、事業継続を支援するため、162者(172回)に対するアドバイザー派遣と、18回のセミナー開催を行いました。 	<ul style="list-style-type: none"> ・ アドバイザー派遣等は、コロナ禍における経営力強化のための緊急対応的な支援であるため、感染症法上の位置づけの変更もふまえ、令和4年度をもって終了しました。
<ul style="list-style-type: none"> ・ 新型コロナの感染拡大を防止しながら安心して飲食店を利用できるよう、令和3年5月に創設した第三者認証制度「みえ安心おもてなし施設認証制度」(あんしんみえリア)を引き続き運営し、感染拡大防止につなげました(令和4年度末認証店舗数 4,087 店舗)。 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 新型コロナの感染症法上の位置づけが5月8日から5類感染症に移行したことを受け、あんしんみえリアの制度についても5月7日までで終了しました。今後は、制度終了後の感染防止対策等に係る事業者等からの問い合わせに対して、国の方針等を踏まえながら丁寧に対応していきます。
<p align="center">・ 生活様式等の変化を的確に捉えた積極的に事業展開に対する支援 (関連施策：5-3、7-1、7-4、8-2)</p>	
<ul style="list-style-type: none"> ・ コロナ禍やエネルギー・原材料価格等高騰の影響を緩和し、乗り越えようとする中小企業・小規模企業の生産性向上や業態転換に向けた取組を支援するため、生産性向上・業態転換支援補助金を3回に渡って公募しました。 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 中小企業・小規模企業が、新型コロナや原油価格・物価高騰による影響を乗り越え、経営力の向上につなげられるよう、「三重県版経営向上計画」を活用しつつ、商工団体等と連携し、引き続き伴走型で支援していきます。

<ul style="list-style-type: none"> 事業者の利便性に資するため、新型コロナの感染防止対策として急速に普及したオンラインの技術を活用し、商談会のうち計3回(県直営1回、委託事業2回)をオンライン形式(対面との併用を含む)で実施しました。また、Web上のバーチャル空間で、県内企業18社が出展する「ものづくり企業バーチャル展示会」を開催しました。 	<ul style="list-style-type: none"> 令和4年度以降、対面での展示会や商談会の機会が増えてきていますが、移動時間等の制約を受けない利便性から、オンラインの利用を希望される場合も少なくないため、引き続き、事業者の希望に応じ、オンラインを活用した商談機会も提供していきます。
<ul style="list-style-type: none"> 海外との往來の制限が解除され、海外ビジネスの本格的な再開が見込まれることから、海外企業との商談会等の取組を支援する制度を設け、県内中小企業等の海外展開を支援しました。 	<ul style="list-style-type: none"> 海外ビジネスの再開が本格化される中、海外市場の獲得など企業の海外展開は喫緊の課題となっており、引き続き、県内中小企業等の海外展開を支援します。
<ul style="list-style-type: none"> 時間や場所にとらわれない働き方の実現に有効なテレワークを促進するため、経営者や人事総務担当者等を対象に、労務管理やシステム導入等に関するセミナーや情報通信事業者との交流会を実施するとともに、テレワーク導入に関する相談窓口を設置しました。 	<ul style="list-style-type: none"> テレワークを導入している県内事業所の割合は23.7%(令和4年度三重県事業所労働条件等実態調査)と、全国と比べて進んでいない状況にあるため、今後は、さらに県内企業への働きかけや導入支援を行い、県全体へのテレワークの浸透を図ります。
<p>◆新型コロナウイルス感染症の影響を受けた生活相談に係る支援</p>	
<ul style="list-style-type: none"> 相談者一人ひとりの状況に応じた相談支援(住居、生活資金、食料支援等) (関連施策:13-1) 外国人からの生活相談対応(関連施策:12-3) 	
<ul style="list-style-type: none"> 新型コロナに加え、食材や燃料等の価格高騰の影響が重なり、三重県生活相談支援センターに対し、生活に困窮する人からの相談が多数寄せられていることから、相談者一人ひとりの状況に応じた相談支援(住居確保給付金など利用可能な支援サービスの実施、生活福祉資金特例貸付の申請援助等)を行いました。 	<ul style="list-style-type: none"> コロナ禍等で生活に困窮する人に対して、引き続き相談者一人ひとりの状況に応じた相談支援を行うとともに、相談者の状況に応じ、就労、健康、生活面等の自立に向けた支援に取り組めます。

<p>【再掲】</p> <ul style="list-style-type: none"> 外国人住民に関わる、新型コロナ等さまざまな相談を受け付ける「みえ外国人相談サポートセンター」(MieCo/みえこ)では、11言語(日本語、英語、フィリピン語、ポルトガル語、スペイン語、中国語、韓国語、ベトナム語、ネパール語、インドネシア語、タイ語)で相談に対応するとともに、必要となる情報を提供しました。加えて、外国人住民のニーズをふまえ、弁護士や臨床心理士等による専門相談を実施するなど、相談体制の充実を図りました。 	<p>【再掲】</p> <ul style="list-style-type: none"> 「みえ外国人相談サポートセンター」(MieCo/みえこ)において、相談にきめ細かく応じるため、対応言語の充実、関係機関との連携強化など、相談体制の更なる充実に取り組みます。
<p>・自殺に対する相談体制の確保 (関連施策:13-1)</p>	
<ul style="list-style-type: none"> 「誰も自殺に追い込まれることのない社会の実現」をめざし、自殺対策を総合的かつ計画的に推進することを目的に、「第4次三重県自殺対策行動計画」を策定しました。また、新型コロナの影響を背景としたこころの悩みに寄り添い、自殺予防を図るため、相談体制を強化しました。 	<ul style="list-style-type: none"> 「第4次三重県自殺対策行動計画」に基づき、関係機関・団体、市町等と連携し、計画的に取組を推進します。また、新型コロナの影響をふまえ拡充した電話相談体制やSNSでの相談を引き続き実施します。
<p>◆新たな感染症による社会・経済活動への影響の対応</p>	
<p>・新たな感染症に直面した際の備え (関連施策:13-1)</p>	
<p>・中小・小規模企業における事業継続に向けた対応強化 (関連施策:7-1)</p>	
<ul style="list-style-type: none"> 「誰も自殺に追い込まれることのない社会の実現」をめざし、自殺対策を総合的かつ計画的に推進することを目的に、「第4次三重県自殺対策行動計画」を策定しました。 	<ul style="list-style-type: none"> 「第4次三重県自殺対策行動計画」に基づき、関係機関・団体、市町等と連携し、計画的に取組を推進します。
<ul style="list-style-type: none"> 商工会・商工会議所や市町と連携して、感染症対策も含め、中小企業・小規模企業の事業継続計画(BCP*)策定を支援しました。 	<ul style="list-style-type: none"> これまでに取り組んできた事業継続計画(BCP)策定支援の事例やノウハウを商工会議所・商工会の経営指導員等と共有することで、引き続き、商工会議所・商工会と連携して中小企業・小規模企業の事業継続計画(BCP)策定を支援します。

(3) 三重の魅力を生かした観光振興

戦略的な観光誘客の推進では、観光プロモーションとして、首都圏・関西圏における交通広告の掲出や、みえ応援ポケモン「ミジュマル」を活用したデジタルスタンプラリーなどに取り組みました。インバウンド誘客については、SNS等を活用したデジタルプロモーションの強化に加えて、海外商談会への参加等、現地プロモーションにも取り組んだほか、MICE誘致ではオンライン参加の併用などを進めることで、コロナ禍においても県内での国際会議の開催に向けて取り組みました。さらに、観光DXを推進する中で、「三重県観光マーケティングプラットフォーム」に蓄積した旅行者データは6万人超、プラットフォームに参画している観光関連施設数は400施設以上となりました。

今後も、大阪・関西万博や次期式年遷宮といった誘客に向けた絶好の好機をとらえ、首都圏等への戦略的な観光プロモーションを実施するほか、インバウンドでは、高付加価値旅行者層誘致に加え、国際会議等 MICE の誘致や産業観光の推進に関係団体と連携して取り組みます。また、旅行者データのさらなる蓄積と活用を進めることで、旅行者データに基づく観光マーケティングを推進します。さらに、三重の魅力発信に向け、市町や事業者等と連携して、情報発信・県産品の販路拡大・観光誘客の促進を柱とした一体的なプロモーション活動を展開していきます。

質の高い観光地づくりでは、長期滞在に適した観光地とするため、「三重ならではの」の体験コンテンツの創出と磨き上げや、旅行商品化に取り組みました。全国でも低位の宿泊日数を改善するため、宿泊施設と観光施設が連携した周遊ルートの整備など、長期滞在に適したコンテンツやサービスの磨き上げの取組を強化します。

また、熊野古道伊勢路における「案内等表記ガイドライン」の策定や、拠点バス停等の案内表示の多言語化に取り組み、受入れ環境を整備しました。今後も、熊野古道伊勢路の魅力のさらなる向上と来訪意欲の喚起に向けて取り組みます。

さらに、需要が高まっている高付加価値旅行者層の滞在型観光の実現に向けた基盤整備の支援や、上質な宿泊施設の新規立地にかかる補助制度を活用した誘致活動を積極的に行います。

以下は、7つの挑戦に記載されている「取組方向」の項目ごとに、令和4年度の取組と令和5年度の課題と対応のうち、主なものを記載しています。

令和4年度の主な取組	令和5年度以降の課題と対応
◆戦略的な観光誘客の推進	
・旅行者データに基づく観光マーケティングの推進（関連施策:5-2）	
<ul style="list-style-type: none"> 観光DXの推進に向け、「三重県観光マーケティングプラットフォーム」の運用を開始するとともに、旅行者のロイヤリティを高める仕組みとして「みえ旅おもてなしポイントプログラム」を11月にスタートしました。蓄積した旅行者データは6万人超となり、プラットフォームに参画している観光関連施設数は400施設以上となりました。 	<ul style="list-style-type: none"> 「三重県観光マーケティングプラットフォーム」を活用することにより旅行者データを蓄積し、旅行者一人ひとりのニーズに合わせたマーケティングに取り組みます。あわせて、「みえ旅おもてなしポイントプログラム」の運用を通じて、旅行者のロイヤリティを高める取組を進めるなど、データ分析に基づく観光マーケティングを推進していきます。

・戦略的な観光プロモーションの強化（関連施策:5-2、5-3、9-4）	
<ul style="list-style-type: none"> ・ 首都圏・関西圏における交通広告の掲出(交通広告:JR新宿駅など7件)や、みえ応援ポケモン「ミジュマル」を活用したデジタルスタンプラリー「ミジュマルと、はじマル。みえ旅スタンプラリー」を実施しました(デジタルスタンプラリー参加者数:8,150人)。 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 特に多くの人を訪れることが期待される大阪・関西万博や次期式年遷宮を絶好の好機ととらえ、令和5年度に配置予定の専門人材の助言を得ながら、首都圏等の主要駅での交通広告の掲載などによる戦略的なプロモーションを実施し、三重の観光の魅力発信に取り組みます。 ・ みえ応援ポケモン「ミジュマル」と連携したさまざまな企画を実施し、県内への誘客や周遊を促進していきます。
<ul style="list-style-type: none"> ・ 海外レップによる現地旅行会社へのセールスやSNS等を活用したデジタルプロモーションの強化に加えて、令和4年10月の個人旅行(FIT)の再開に伴い、インパウンドの早期回復を図るため、県内事業者等と連携し、海外旅行会社へのセールス、海外商談会への参加(5回)、セミナーの開催(6回)、旅行博への出展(8回)等の現地プロモーションに取り組みました。 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 訪日旅行再開を受け、商談会等を通じ誘客を促進するとともに、アフターコロナにおける旅行ニーズの変化をふまえ、関係団体と連携して高付加価値旅行者層誘致等に取り組むことで、訪日外国人による観光消費額の増加を図ります。 ・ 訪日旅行先としての認知度向上を図るため、専門人材からの助言を活用し、効果的な事業の実施やプロモーション方針の見直しに取り組みます。
<ul style="list-style-type: none"> ・ MICE(国際会議)誘致では、現地参加と合わせてオンライン参加の併用などを進めることで、コロナ禍においても県内での国際会議の開催に向けて取り組みました。(国際会議等の開催支援件数:6件) 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 国際会議等 MICE の誘致や産業観光の推進に関係団体と連携して取り組みます。
<ul style="list-style-type: none"> ・ 市町や商工団体、観光協会等と連携して三重の魅力の効果的な発信を促進するため、地域庁舎(5地域)を会場とする地域別懇談会を3回開催しました。 ・ また、包括連携協定を締結した企業等との連携により、国内外の大型商業施設において、「食」、「観光」、「物産」などの三重の魅力を総合的に発信する三重県フェアを開催しました(三重、北海道、埼玉、福岡、千葉、愛知、京都で実施、のべ109事業者出展)。 ・ さらに、「三重のお宝マーケット」を活用した県産品購入促進キャンペーンやメディアと連携した情報発信等を実施し、県産品の流通促進に取り組みました。 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 三重県の認知度を高め、本県への誘客や県産品の販路拡大等につなげていくためには、大阪・関西万博などのビッグイベントをチャンスと捉え、戦略的かつ効果的なプロモーション活動を展開する必要があることから、市町、県内事業者、関係機関等と連携し、魅力的な情報発信、県産品の販路拡大、観光誘客の促進を柱とした一体的なプロモーション活動を、首都圏、関西圏、中部圏および海外において展開します。 ・ また、包括協定を締結した企業等と連携した三重県フェアに加え、集客力のある施設や交通拠点において、三重の魅力発信に取り組みます。

<ul style="list-style-type: none"> 熊野古道伊勢路のブランディングを図るため、「歩き旅」を推進しており、インフルエンサーを起用した伊勢路踏破を推奨する動画を公開するとともに、トークショーを開催しました(再生回数3.5万回、トークショー参加者(オンライン含む)191名)。また、大阪市、名古屋市でセミナーを開催しました(1,024名参加(オンライン含む))。 	<ul style="list-style-type: none"> 熊野古道世界遺産登録20周年に向けて「歩き旅」を推進するため、統一感のある案内標識の整備を支援するとともに、山歩きアプリを活用するなど、外国人を含めたすべての人々が安全・安心に楽しめる環境を整備します。また、奈良県、和歌山県と連携したプロモーションや「歩き旅」を推奨する熊野古道セミナーを開催します。
<p>◆質の高い観光地づくり</p>	
<p>・長期滞在に適したコンテンツやサービスの磨き上げ (関連施策:5-1、6-4、9-4)</p>	
<ul style="list-style-type: none"> DMO、観光協会及び観光関連事業者が主体となり、専門家による伴走支援を受けながら「三重ならではの」体験コンテンツの創出と磨き上げを計46件行うとともに、当該コンテンツを活用し、大手旅行会社による2泊3日以上旅行商品の販売や、「拠点滞在型観光×三重」のブランディングプロモーションを行いました。 	<ul style="list-style-type: none"> 拠点滞在型観光のさらなる推進に向けて、他県と差別化できる体験コンテンツの整備に取り組むほか、三重の「食」や「食文化」に触れながら長期滞在できるガストロノミーツーリズムの推進やインバウンド向けSIT(Special Interest Tour)商品の造成を行うとともに、宿泊施設や観光施設等の連携による周遊ルートの形成など、長期滞在に適した観光地づくりを促進します。
<ul style="list-style-type: none"> 都市と農山漁村の交流を促進するため、各種イベントでの情報発信、大型集客施設と連携した周遊化推進に向けたセミナーの開催、農林漁業体験民宿へのオンライン予約活用支援等に取り組みました。 	<ul style="list-style-type: none"> 都市と農山漁村の交流を促進するため、大型集客施設と連携した農泊地域の周遊プランの造成およびモニターツアーを行うとともに、インバウンドをターゲットとした受入態勢の整備、自然を生かした周遊ルートの認知度向上に取り組めます。
<ul style="list-style-type: none"> 伊勢路沿道の宿泊施設等へのインバウンド対応能力向上研修などを通じて外国人の受入に必要な知識の習得を進めました。また、県と一般社団法人東紀州地域振興公社が連携し、歩く旅人に対するサービスの質的向上を目的とした歩き旅向け宿泊施設のネットワーク「伊勢路アルベルゲ協議会」を発足させました。 	<ul style="list-style-type: none"> 伊勢路沿道のインバウンドの受入の仕組みを構築するため、宿泊施設等が外国人の受入ノウハウを学ぶワークショップを開催し、案内機能を強化するとともに、SNSを活用して外国人目線での地元密着記事の発信などに取り組めます。
<p>・旅行者にやさしい受入れ環境の整備 (関連施策:5-1、9-4)</p>	
<ul style="list-style-type: none"> 高付加価値旅行者層のニーズに応えられる上質な宿泊施設の立地を促進するための補助制度を創設しました。 	<ul style="list-style-type: none"> インバウンドを含む高付加価値旅行者層の滞在型観光の実現に向け、2泊3日以上での周遊ルート形成に必要な基盤整備(宿泊施設改修、観光施設改修、二次交通ルートの充実)を支援するとともに、上質な宿泊施設の新規立地にかかる補助制度を活用した誘致活動を積極的に行います。

<ul style="list-style-type: none"> ・「熊野古道アクションプログラム3追記編」をふまえ、熊野古道協働会議において、熊野古道伊勢路の保全体制のあり方などを議論し、今後の工程表を作成しました。また、伊勢路全域における案内看板の統一的なルール化に向けて「案内等表記ガイドライン」を策定しました。 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 歩く旅人を受け入れるため、熊野古道伊勢路を良好な状態で未来に継承していく体制を構築する必要があります。このため、団体の状況に応じ、可能な手法を選択し組み合わせた保全体制が確保できるよう、令和5年度も熊野古道協働会議において、工程表に沿って、より具体的な検討を行います。
<ul style="list-style-type: none"> ・ 紀伊半島外国人観光客受入推進協議会において和歌山県等と連携し、熊野古道伊勢路の来訪者が利用する拠点バス停等の多言語案内表示の整備に取り組みました。 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 熊野古道伊勢路を訪れる外国人旅行者の利便性を向上させるため、引き続き、多言語案内表示の整備に取り組みます。

施策5-1 持続可能な観光地づくり

(主担当部局：観光部)

施策の目標

(めざす姿)

魅力ある地域資源を生かした観光コンテンツの提供や、質の高い宿泊施設等の受入れ環境整備など、旅行者のニーズに対応した受入れ体制が整備されることで、三重県を訪れた人びとが観光を満喫でき、観光客の満足度が向上するとともに、平均宿泊日数が増加しています。

また、地域住民をはじめ、地域全体で旅行者の受入れ機運を高め、三重県の持続可能な観光が推進されることで、三重県を訪れた旅行者がより深く観光コンテンツを体験でき、長期滞在が増加するなど、三重県の「拠点滞在型観光」のイメージが定着しています。

めざす姿の実現に向けた施策の総合評価

総合評価	評価の理由
B	拠点滞在型観光の推進や受入れ環境の整備に取り組むことで、旅行者のニーズに対応した受入れ体制の整備が進んでおり、その結果、観光客満足度、県内の平均宿泊日数、リピート意向率において、おおむね目標も達成しています。 また、拠点滞在型観光のプロモーションを行うなど、三重県の「拠点滞在型観光」のイメージ定着に向けた取組も始まっています。

[A 順調 B おおむね順調 C やや遅れている D 遅れている]

1. 基本事業の取組状況

基本事業名

・令和4年度の主な取組

① 拠点滞在型観光の推進

- ・DMO、観光協会及び観光関連事業者が主体となり、専門家による伴走支援を受けながら「三重ならではの」体験コンテンツの創出と磨き上げを46件行いました。
- ・上記の体験コンテンツを活用し、大手旅行会社による2泊3日以上旅行商品の販売や、「拠点滞在型観光×三重」のプロモーション(WEB・SNS・動画・雑誌等を活用した情報発信、OTA(Online Travel Agent)での販売、体験コンテンツガイドブックの配布、関西圏の旅行イベントにおける旅行会社との商談等)を行いました。

② DMO(観光地域づくり法人)等の支援

- ・全県DMOである(公社)三重県観光連盟と連携し、地域DMO2団体へ専門家を派遣することで、デジタルマーケティングの導入とデータ分析・活用を支援しました。
- ・(公社)三重県観光連盟の公式サイト「観光三重」が、「2022年観光関連サイト推計閲覧者数ランキング」スマホ部門で全国1位、PC部門で全国2位を獲得し、全県DMOとして国内向けWEBプロモーション基盤の確立が図られました。
- ・三重県観光・地域経済活性化協議会として、伊勢志摩地域における「観光遺産産業化ファンド」を活用した観光地活性化プロジェクトを推進し、地域のDMCに対する投資が2件実現しました。

③ 受入れ環境の整備

- ・伊勢市における観光MaaSを活用した地域周遊促進モデルの実証事業を通して、地域DMOが今後の観光地域づくり戦略に生かすための観光客周遊動向や地域の消費状況に関するデータを収集・分析しました。
- ・高付加価値旅行者層のニーズに応えられる上質な宿泊施設の立地を促進するための補助制度を創設しました。
- ・令和5年3月、国土交通省が国際クルーズ船の国内受入れ再開を表明して以降、県内最初の外国客船が鳥羽港に寄港し、鳥羽市、観光協会、商工会議所、伊勢志摩観光コンベンション機構、三重県クルーズ振興連携協議会等で構成する「鳥羽港クルーズ船誘致受入協議会」として 1,500人を超える乗船客の受入対応を行いました。
- ・バリアフリー観光の推進について、伊勢志摩バリアフリーツアーセンターと連携し、パーソナルバリアフリー基準による調査等を県内3施設で実施するとともに、国が進める「観光施設における心のバリアフリー認定」の促進に向けて、県内3か所で研修会(31事業者参加)を開催するなど、県内事業者に対し認定申請に向けたアドバイスを実施したところ、令和5年3月31日時点で、県内の累計認定施設は26施設になりました。
- ・令和3年6月に創設した観光事業者版「みえ安心おもてなし施設認証制度」を引き続き運用し、旅行者が宿泊施設や観光施設等を安心して利用できる環境の整備を行いました(令和4年度末認証店舗数1,448店舗)。

④ 観光人材の育成

- ・「三重ならではの」体験コンテンツの創出と磨き上げを行った事業者を対象に「ガイドスキル向上研修」を実施しました(5エリア×3回;延べ136名参加)。
- ・令和4年8月、「質の高い観光地づくり」に向けて有識者から提言を得るためのシンポジウムを開催し、県内のDMO、市町、観光協会、観光関連事業者等に参加いただきました。

2. KPI(重要業績評価指標)の達成状況と評価

KPIの項目					関連する基本事業	
令和3年度	4年度		5年度	8年度		
現状値	目標値 実績値	目標達成状況	目標値 実績値	目標値 実績値	4年度の 評価	
観光客満足度					①②③④	
—	95.0 %	99.4%	95.0 %	95.0 %	b	
93.5 %	94.4%		—	—		
県内の平均宿泊日数					①②③④	
—	1.19泊	103%	1.23泊	1.33泊	a	
1.20泊	1.23泊 (速報値)		—	—		
リピート意向率					①②③④	
—	95.0 %	95.3%	95.0 %	95.0 %	b	
92.6 %	90.5%		—	—		

※ KPIについては全て暦年(令和4年)の数値

3. 今後の課題と対応

基本事業名

・令和5年度以降に残された課題と対応

① 拠点滞在型観光の推進

・本県の平均宿泊日数は全国に比べて低位(令和3年 1.20泊/全国平均 1.33泊)であることが課題であるため、拠点滞在型観光のさらなる推進に向けて、他県と差別化できる体験コンテンツの整備に取り組むほか、宿泊施設や観光施設等の連携による周遊ルートの形成など、長期滞在に適した観光地づくりを促進します。

② DMO(観光地域づくり法人)等の支援

・県内の自立意欲のあるDMOが、明確なコンセプトに基づく観光地づくりの実現にかかる戦略(改善計画)を策定し、着実に実行できるよう、コンサルティング支援やDMO運営に携わる責任者向けの研修会を実施します。また、(公社)三重県観光連盟の全県DMOとしての役割・機能強化に向けた検討を進めます。

③ 受入れ環境の整備

・長期滞在による観光消費の増加に向け、三重にしかない食や食文化を生かしたガストロノミーリズムの推進、インバウンド向けSIT(Special Interest Tour)商品の造成、高付加価値旅行者層向けの二次交通としてヘリを活用した実証事業の実施、熊野古道伊勢路沿いの宿泊施設のインフォメーション機能の強化等に取り組みます。

・インバウンドを含む高付加価値旅行者層の滞在型観光の実現に向け、2泊3日以上 of 広域での周遊ルート形成に必要な基盤整備(宿泊施設改修、観光施設改修、二次交通ルートの充実)を支援するとともに、上質な宿泊施設の新規立地にかかる補助制度を活用した誘致活動を積極的に行います。

・クルーズ船の受入れに向けた寄港地の魅力づくりに向け、関係機関と密な情報交換を行うとともに受入れ態勢の充実に取り組みます。

・バリアフリー観光については、今後も引き続き、伊勢志摩バリアフリーツアーセンター等と連携し、国が進める「観光施設における心のバリアフリー認定」の促進などを通じて、誰もが三重の観光を楽しむことができる環境を整備していきます。

④ 観光人材の育成

・旅行者が三重県の滞在に満足し、リピーターになってもらえるよう、高付加価値コンテンツに対応できるプロガイドの活用促進を図るとともに、体験コンテンツを提供する事業者の人材不足に対応するため、県内外の若者等とのマッチングの場を提供します。

(参考)施策にかかったコスト (単位:百万円)

	令和4年度	5年度
予算額等	1,042	1,598
概算人件費	98	—
(配置人員)	(11人)	—

施策5-2 戦略的な観光誘客

(主担当部局：観光部)

施策の目標

(めざす姿)

国内外の多くの旅行者が観光の目的地として三重県を選び、県内の観光消費額が増加しています。また、旅行者データや観光統計に基づく観光マーケティング・マネジメントを行い、旅行ニーズに合わせた戦略的な観光プロモーションを展開することで、三重県ファンが増加するとともに、国内外から三重県への来訪や宿泊が増加しています。

めざす姿の実現に向けた施策の総合評価

総合評価	評価の理由
C	<p>首都圏等における戦略的な観光プロモーションの展開や「みえ旅おもてなしポイントプログラム」の実施など、多くの旅行者に観光の目的地として三重県を選んでもらうための取組を行うとともに、クーポン事業等の県内旅行需要の喚起に取り組んだ結果、三重県への来訪や宿泊の増加につながりました。</p> <p>一方で、県内の外国人延べ宿泊者数については、海外商談会への参加など誘客に向けたプロモーションを実施しましたが、新型コロナに伴う水際対策の緩和が令和4年10月となった影響により目標を大きく下回りました。</p>

[A 順調 B おおむね順調 C やや遅れている D 遅れている]

1. 基本事業の取組状況

基本事業名

・令和4年度の実施取組

① 観光マーケティングの推進

・観光DXの推進に向け、「三重県観光マーケティングプラットフォーム」の運用を開始するとともに、旅行者のロイヤリティを高める仕組みとして「みえ旅おもてなしポイントプログラム」を令和4年11月にスタートしました。蓄積した旅行者データは6万人超となり、プラットフォームに参画している観光関連施設数は400施設以上となりました。

② 観光プロモーションの強化

・美しい自然や豊かな食、歴史や文化など、三重ならではの魅力的な観光資源を活用し、首都圏・関西圏における交通広告の掲出や、県内旅行事業者が交通事業者と連携して実施する県内への旅行商品の造成・販売支援等、全国からの誘客に取り組みました(交通広告:JR新宿駅など7件、交通事業者と連携する旅行商品の利用者数:19,727人)。

・みえ応援ポケモン「ミジュマル」を活用したデジタルスタンプラリー「ミジュマルと、はじマル。みえ旅スタンプラリー」を実施するなど、株式会社ポケモンとの包括連携協定を活用した誘客に取り組みました(デジタルスタンプラリー参加者数:8,150人)。

・新型コロナの影響を受ける県内観光産業の早期回復に向け、令和4年4月から県民割「みえ得トラベルクーポン」を、令和4年10月からは全国旅行支援「おいでよ！みえ旅キャンペーン」を実施するなど、県内旅行需要の喚起に取り組みました(全国旅行支援利用者数:約205万人(令和5年4月28日現在))。

③ インバウンドの誘客

- ・海外レップによる現地旅行会社へのセールスやSNS等を活用したデジタルプロモーションの強化に加えて、令和4年10月の個人旅行(FIT)の再開に伴い、インバウンドの早期回復を図るため、県内事業者等と連携し、海外旅行会社へのセールス、海外商談会への参加(5回)、セミナーの開催(6回)、旅行博への出展(8回)等の現地プロモーションに取り組みました。
- ・訪日旅行先としての三重県の認知度向上と誘客の増加を図るため、日本政府観光局(JNTO)と連携し、JNTOのウェブサイトでの分析や観光魅力評価の結果を活用し、JNTOの公式ウェブサイト内に三重県専用ページを設置し、外国人目線による記事や写真を4言語で発信しました。
- ・海外から高付加価値旅行者を誘致し、旅行消費額の増加を図るため、県内の観光資源を生かし、高付加価値旅行者のニーズを満たすコンテンツを整備(13件)するとともに、高付加価値旅行商談会への参加や旅行会社招請等のプロモーションに取り組みました。
- ・MICE*誘致では、現地参加と合わせてオンライン参加の併用などを進めることで、コロナ禍においても県内での国際会議の開催に向けて取り組みました(国際会議等の開催支援件数:6件)。

2. KPI(重要業績評価指標)の達成状況と評価

KPIの項目				関連する基本事業	
令和3年度	4年度		5年度	8年度	4年度の 評価
現状値	目標値 実績値	目標達成状況	目標値 実績値	目標値 実績値	
観光消費額				①②③	
—	4,950億円	86.2%	5,250億円	6,500億円	b
3,562億円	4,269億円		—	—	
県内の延べ宿泊者数				①②③	
—	766万人	90.7%	812万人	1,041万人	b
518万人	695万人 (速報値)		—	—	
県内の外国人延べ宿泊者数				①②③	
—	34.6万人	14.5%	36.7万人	45.4万人	d
1.7万人	5.0万人 (速報値)		—	—	

※ KPIについては全て暦年(令和4年)の数値

3. 今後の課題と対応

基本事業名

・令和5年度以降に残された課題と対応

① 観光マーケティングの推進

・三重県観光マーケティングプラットフォームを活用することにより旅行者データを蓄積し、旅行者一人ひとりのニーズに合わせたマーケティングに取り組みます。あわせて、みえ旅おもてなしポイントプログラムの運用を通じて、旅行者のロイヤリティを高める取組を進めるなど、データ分析に基づく観光マーケティングを推進していきます。

② 観光プロモーションの強化

- ・特に多くの人々が訪れることが期待される大阪・関西万博や次期式年遷宮を絶好の好機ととらえ、令和5年度に配置予定の専門人材の助言を得ながら、首都圏等の主要駅での交通広告の掲載などによる戦略的なプロモーションを実施し、三重の観光の魅力発信に取り組みます。
- ・みえ応援ポケモン「ミジュマル」と連携したさまざまな企画を実施し、県内への誘客や周遊を促進していきます。
- ・新型コロナの影響で大きなダメージを受けた県内観光産業は未だ回復途上にあることから、旅行を取り巻く状況を注視しながら、閑散期などを対象に旅行需要喚起に向けた施策を適時実施していきます。

③ インバウンドの誘客

- ・訪日旅行再開を受け、商談会等を通じ誘客を促進するとともに、アフターコロナにおける旅行ニーズの変化をふまえ、関係団体と連携して高付加価値旅行者層誘致等に取り組むことで、訪日外国人による観光消費額の増加を図ります。
- ・訪日旅行先としての認知度向上を図るため、専門人材からの助言を活用し、効果的な事業の実施やプロモーション方針の見直しに取り組みます。
- ・国際会議等 MICE の誘致や産業観光の推進に関係団体と連携して取り組みます。

(参考) 施策にかけたコスト (単位: 百万円)

	令和4年度	5年度
予算額等	17,418	6,229
概算人件費	196	—
(配置人員)	(22人)	—

(2) 次期三重県観光振興基本計画の策定について

1. 次期基本計画策定のコンセプト

(1) 10年後を見据え、今後3年間で重点的に取り組む内容

- ① 長期的には、次期式年遷宮で三重県を訪れた観光客に、その後もリピーターとして来訪してもらえるよう、取り組むべき内容を盛り込む。
- ② 当面は、三重の強みを生かした観光コンテンツを活用し、とりわけ首都圏や海外から県内各地へ着実に誘客するために重点的に取り組むべき内容を盛り込む。

(2) 10年後のめざす姿のイメージ

『 三方よし（旅行者よし、事業者よし、地域住民よし）の持続可能な観光地 』

(3) 次期基本計画の目標イメージ

○三重県の経済発展に観光産業が大きく寄与し、人口減少にともなう地域消費の減少をカバーしている

- ・旅行者よし：観光客が来てよかったと感じ、家族や友人に勧めてくれている
- ・事業者よし：観光産業の利益が増え、従事者がいきいきと働き、おもてなしをしている
- ・地域住民よし：県民が、地域における観光の効果を感じ、観光客を歓迎している

(2) 次期三重県観光振興基本計画の策定について

2. 次期基本計画の骨子案 ～施策の柱～

知名度の高い観光資源、豊富な食の素材、上質な宿泊施設があるが、滞在日数が短い

○質が高く、持続可能な観光地づくり

長期滞在に適したコンテンツやサービスの磨き上げを行うとともに、旅行者を迎え入れる環境整備を進める

旅行者
よし

地域住民
よし

首都圏客・インバウンド需要の取り込みが弱い。三重県観光のブランド構築が途上

○戦略的な観光誘客の推進

三重の強みを生かした戦略的な観光プロモーションを展開し、国内外からのさらなる誘客につなげる

事業者
よし

旅行者
よし

持続可能な観光産業の発展に向けてより一層取組を進めることが必要

○魅力的な観光産業の確立

観光人材のキャリア形成支援、給与アップ、人手不足解消など、働きがいのある職場環境づくりに向けた取組を進めることで、観光産業の持続可能性を高める

事業者
よし

地域住民
よし

◎観光DX

各施策に観光DXの視点を取り込む

(観光CRM、デジタルマーケティング、観光産業の生産性向上 等)

▣ 効果検証

ロードマップを作成し、PDCAを回して進捗管理を行う
(毎年度、アクションプランを作成)

令和5年度第1回三重県観光審議会の概要

令和5年5月30日に開催しました第1回三重県観光審議会において、次期三重県観光振興基本計画策定に向けて、本計画の骨子案について審議いただきました。

主な意見は以下のとおりです。

<計画策定のコンセプト>

- ・10年後を見据えて3年間の計画とするのはすごく良い。
- ・現状分析の前段階として現状把握をしっかりするべき。
- ・民間事業者も、お客様のトレンドや反応に基づき将来を描き計画を立てており、そこを行政は拾い上げる必要があるのではないかと。
- ・県のできることに限りがあり、いかに民間、市町と連携し、県の思いを県のリーダーシップに基づき実現するかの仕組みづくりが重要である。

<10年後のめざす姿・目標>

- ・目標について、最初はありたいイメージを抽象的に記載すればよいが、最終的に数字、データ、指標で示し、責任をもって達成する必要がある。
- ・県の経済政策として、域内調達率をどのように上げ、波及効果を高めていくかをKGI（最上位の目標達成指標）とした方がよい。

<持続可能な観光>

- ・持続可能な観光は、観光施策の基本、出発点である。観光が持続可能性を有することで、資源も維持され、従業員も働け、企業も儲かり、地域も儲かる。
- ・成果を数値化することが必要だが、持続可能な計画をつくる基本として、住民を含む関係者が納得する数字になっているかどうか重要である。
- ・観光の持続可能性については、日本版持続可能な観光ガイドラインを活用する等、具体的な指標でチェックすることを推奨する。
- ・強みとして豊かな資源と書いているが、現場では水産資源が獲れなくなっており、10年後も安定供給できるものなのか疑問。

<三重県観光の強み・弱みについて>

- ・強み弱みの分析が県や審議会委員の目線であり、観光客目線でない。
- ・ターゲットを明確化し、その人から見た強み弱みは何かを整理すべき。

＜質が高く、持続可能な観光地づくり＞

- ・観光面ではキラコンテンツと言える伊勢神宮の最大限の活用を。
- ・住民が大切にしているコンテンツを起点に考えるのはどうか。住民目線で考えると、住民が一番見てほしいものを見に来る観光客に対し、住民はおもてなしをしたくなり、「住民よし」から「旅行者よし」につながる。
- ・「もう一つのお伊勢参り」と呼ばれる伊勢西国三十三所観音巡礼も、日本の豊かな文化を発信する新しいコンテンツとなり得るのではないか。
- ・伊勢志摩・吉野熊野国立公園の観光資源としての活用も必要ではないか。
- ・旅行スタイルや滞在の仕方により滞在日数を増やすことも重要であり、一か所で長く滞在してもらう仕組みづくりも必要である。
- ・子連れの場合周遊は難しく、一か所で完結する旅の方が好まれるため、その中でどう消費額を増やす取組を行うかに着目するのも良い。
- ・国が提案する周遊ルートづくりは、滞在日数が延びたという現実的なマーケット結果は出ておらず、連泊促進という観点では懐疑的と考える。
- ・二次交通、観光インフラの整備も大切である。

＜戦略的な観光誘客の推進＞

- ・式年遷宮の観光面への恩恵を最大限活用し、県内自治体がマーケティングに基づいたプロモーションを実施してはどうか。
- ・富裕層に振り切った誘客策も良いのでは。例えば、世界一のシェフをホテルに招聘し、三重の食材でオリジナルメニューを開発、1泊数十万で販売すれば、大きな経済効果とロコミ等での波及効果が期待できる。
- ・観光消費額を増やすには、入込客数と平均滞在日数の両方を増やさなければならないと考える。入込客数増のためには、三重県の立地条件を活かし中部・関西圏からいかに集客するかが重要。平均滞在日数増のためには、滞在日数が長い首都圏からの誘客も有効である。
- ・三重県は広く、地域で特色が違うことから、地域の特色を生かしつつ、地域間で潰しあわないポジショニングマーケティングが重要である。
- ・今後の観光誘客に向けては、今は、Y世代、Z世代やインバウンドの潜在的なニーズを理解する必要がある。
- ・ロイヤリティを高める（三重県に愛着を持ってもらう）展開が必要である。
- ・ロコミやSNSの力で情報が拡散されており、このつながりも大切である。

＜魅力的な観光産業の確立＞

- ・サービス業の人材流出が進む中、優秀な観光人材が地域に根付くには、給与アップ、待遇改善、サービス業の魅力発信等が必要であり、それを計画の一本の柱とすることは大事だと思う。

- ・従業員の満足度の要素の1つは所得。所得上昇が産業の評価を上げ、地域の若者にとって観光業が憧れとなり、持続性が担保されるのではないか。
- ・観光産業の人材不足は今後相当厳しい状況となる。地域の若い人材に県内の観光業に就職してもらうため、中学生への教育から考える必要があるのでは。また、外国人材の獲得を考えるなら、現在の観光産業の所得では獲得が困難なため、県で特別な優遇策などを用意する必要があるのではないか。

<MICE 誘致>

- ・三重県でどんなテーマの会議を開催したら地域の発展につながるのかという観点から会議ターゲットの明確化が必要。海洋、水産、ユニバーサルツーリズムと言った地域の強みを中心に会議を開催すればどうか。
- ・MICE 開催時には、経済効果の面から滞在日数や宿泊人数を拡大する視点が必要。県内各地で分散して分科会を開催するなど波及効果を意識した仕掛けを。
- ・MICE の開催をきっかけとした来訪者のリピーター化など、MICE をチャンスとしてインバウンド増加につなげる取組が必要である。

三重県観光審議会 委員名簿

参考

【敬称略/50音順】

	氏名	所属・役職名	備考
1	石坂 督規	埼玉大学 基盤教育研究センター 教授	
2	江崎 貴久	有限会社オズ 代表取締役	
3	川崎 悦子	日本政府観光局 MICEプロモーション部長	
4	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	
5	竹谷 賢一	公益社団法人三重県観光連盟 会長	
6	千種 清美	皇學館大学文学部非常勤講師 文筆家	
7	中村 直美	株式会社交通新聞社 常務取締役 コミュニケーションデザイン事業部長	
8	西村 寛子	株式会社地域経済活性化支援機構	
9	萩 美香	女優	
10	濱田 典保	株式会社赤福 顧問	
11	原田 静織	株式会社ランドリーム 代表取締役	
12	本保 芳明	国連世界観光機関駐日事務所 代表	
13	山田 桂一郎	JTIC.SWISS 代表 (スイスツエルマツ観光局)	

(3) 県内DMOの機能強化について

観光地域づくり法人（DMO）は、地域内外の多様な関係者と協力関係を構築・維持しながら、「観光地経営」の視点に立った観光地域づくりの司令塔となることが求められており、県内観光振興においても県内DMOの機能強化が重要。今年度は地域DMOに対する育成支援、全県DMOのあり方検討という二つの取組で県内DMOの機能強化を図っていく。

① 先駆的な観光地域づくり法人創出のための育成支援事業

- 地域DMO等に対してDMOの役割の重要性の認識を深めてもらうための研修会を実施
- 戦略の策定・実行における課題解決のためのハンズオン支援
- 戦略に基づくマーケティングやプロモーション等の実行支援

● DMOの役割の重要性の認識を深めてもらう

(1) 研修会の開催

- ・観光地経営をテーマとした研修会を開催
- ・各DMO等によるワークショップ

①対象者：登録DMO、DMO登録に意欲のある団体、地方自治体 等
②テーマ：観光地経営（DMOの役割、現状分析等）

(2) ハンズオン支援

- ・アドバイザー派遣によるハンズオン支援を実施
- ⇒観光地経営力の向上に向けた課題解決等を支援
- データマーケティング、プロモーション 等

①支援団体：3団体程度（登録DMO、DMO登録に意欲のある団体）
②支援方法：コンサルタント派遣（1団体5回程度）
③支援内容：人材育成支援、現状分析支援、戦略策定支援



● 戦略に基づく実行支援

(3) 観光地域づくり

- ・(2)ハンズオン支援を通して策定した戦略実行を後押し

①支援団体：(2)ハンズオン支援を受けた団体
②支援方法：団体の戦略に応じて以下の支援メニューについて活用可能
③支援金額：計1,500万円 ※500万円(税込)/1団体

支援メニュー（想定）	支援内容（想定）
受入環境整備	・専門家の派遣 ・多言語情報発信(翻訳)
旅行商品流通環境整備	・旅行関係商談会出展
情報発信・プロモーション	・WEB、SNSによるプロモーション ・観光イベントへの出展
マーケティング支援	・地域の既存データの整理、分析

② 全県DMOを担う三重県観光連盟のあり方検討

- 全県DMOとして目指すべき姿を整理するため、三重県観光連盟が連盟のあり方を検討する会議を設置
- 連盟の方向性・事業計画の確定（今年度末）に向けて、市町、DMO、事業者等との協議を進める

<現状>

- ①国内向けWEBプロモーション基盤の確立
- ・公式サイト「観光三重」が、「2022年都道府県観光公式サイト推計閲覧者数ランキング」スマホ部門で全国1位、PC部門で全国2位
(R3：スマホ213万件、PC148万件)
- ②独自の財源確保
- ・県内市町、観光関連事業者からのWEBプロモーション事業の受託 (R3:52件)
- ③県民参加型の情報発信
- ・みえ旅アンバサダー、みえ旅YouTube隊による発信

<課題>

- ①中長期的な観光地づくり戦略に基づくマネジメントの欠如
- ②データマーケティングが不十分
- ③インバウンド向けプロモーションが不十分
- ④会員との合意形成、連携、支援機能の不足
- ⑤DMO運営にかかる専門人材の育成・確保
- ⑥安定的・継続的な財源の確保

<論点(想定)>

- ①組織体制の拡充、観光人材の育成
- ②メリットに応じた負担のあり方
- ③収益事業の拡大
(地域DMO等への支援の収益化 等)
- ④改革ロードマップの提示
(自走化への取組、プロパー人材育成 等)



(4) 各種審議会等の審議状況の報告について

(令和5年2月15日～令和5年5月31日)

(観光部)

1 審議会等の名称	令和5年度第1回三重県観光審議会
2 開催年月日	令和5年5月30日(火)
3 委員	【会長】埼玉大学 教授 石坂督規 ほか8名出席 計9名
4 諮問事項	次期三重県観光振興基本計画骨子案に関する審議
5 調査審議結果	次期三重県観光振興基本計画策定に向けて、本計画の骨子案について審議いただきました。
6 備考	