

1. 概要

- (1) 計画の位置づけ 「みえの観光振興に関する条例」に基づく「観光の振興に関する基本的な計画」
- (2) 計画期間 10年後を見据えつつ、令和6年度～令和8年度の3か年の計画とする（みえ元気プランにあわせる）。

2. 基本計画のコンセプト（P.2）

- ①10年後を見据え、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みます。
- ②次期式年遷宮の好機を活用し誘客を図るとともに、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みます。☑

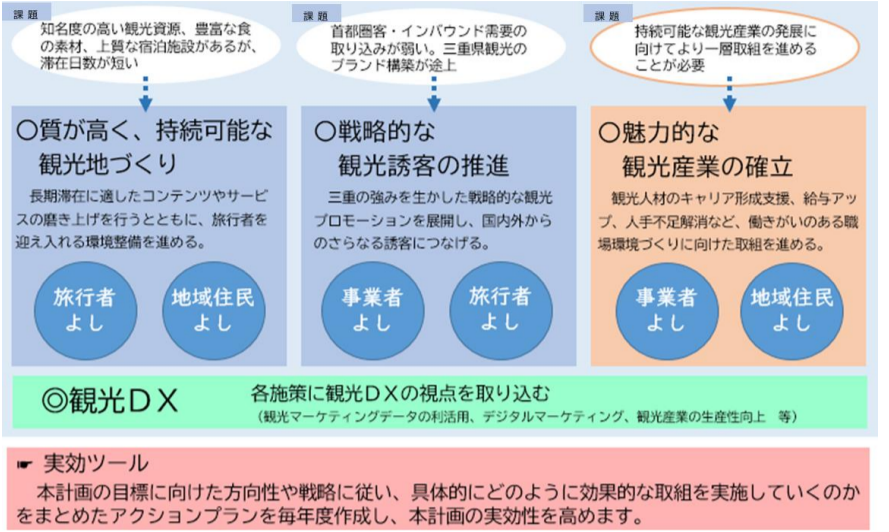
3. 10年後のめざす姿（P.3）

『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』
 国内外の旅行者がおすすみたい観光地になることで、観光産業が地域経済に貢献し、三重県全体の発展に寄与している

主目標：観光消費額 現状(R4) 4,269億円 → 目標年度(R8) 6,500億円
 <参考指標> 域内調達率

- ・旅行者よし：旅行者が来てよかったと感じ、家族や友人に勧めてきている
 副目標1：観光紹介意向率 現状(R4) 27.9% → 目標年度(R8) 40%
- ・事業者よし：観光産業に従事する方々がいきいきと働き、おもてなしをしている
 副目標2：観光従事者満足度 ※ 今後調査をして現状値を算出し、現状値から伸長する目標値を設定
- ・地域住民よし：県民が、地域における観光の効果を感じ、旅行者を歓迎している
 副目標3：観光に対する県民満足度 現状(R4) 68.1% → 目標年度(R8) 70%

<施策の柱>



4. 基本計画の施策展開（案）

施策の柱	戦略	取組内容
1 質が高く、持続可能な観光地づくり	1-1 持続可能な観光地マネジメント	(1) 持続可能な観光地づくりの推進 ①「日本版 持続可能な観光ガイドライン」の活用促進
		(2) DMOを中心とした持続可能な観光地マネジメントの確立 ① 持続可能な観光地づくりの体制整備支援 ② 観光地経営人材の育成
		(3) 域内調達率の向上 ① 域内調達率の向上
		(4) 観光に対する地域住民の満足度向上 ① 旅行者の責任ある行動の推進 ② 地域住民の満足度向上 ③ 観光に対する県民の理解の促進
		(5) 三重の観光資源を守る取組の推進 ① 自然環境の保全 ② 水産資源の維持・増大 ③ 文化財の保存・活用・継承 ④ 観光関連事業者による環境保全活動の推進
	1-2 観光の質の向上による高付加価値化	(1) 高付加価値旅行者から選ばれる観光基盤の充実 ① 上質な観光地づくりに向けた基盤整備 ② 上質な宿泊施設の誘致 ③ 海外の高付加価値旅行エージェントとのコネクション形成 ④ さまざまな交通手段の活用検討 ⑤ 世界遺産等文化資源や国立・国定公園等自然資源の活用
		(2) 高付加価値旅行者の旅行体験の充実 ① 上質な体験コンテンツの充実 ② プロフェッショナルガイドの確保・育成
	1-3 三重の特色を生かした滞在型観光の推進	(1) 周遊促進に向けた滞在価値の創出および宿泊・滞在拠点の整備 ① 三重自慢の観光資源を活用した滞在価値の創出 ② 周遊に必要な宿泊・滞在拠点の整備 ③ ワークেশンの推進
		(2) 「三重にしかない」食を生かしたツーリズムの推進 ① ガストロノミーツーリズムの推進 ② 県内料理人のネットワーク強化および人材育成 ③ 大都市圏における県産食材の魅力発信
	1-4 旅行者を受け入れる基盤の整備	(1) 社会資本整備の促進・活用 ① 道路の整備促進 ② リニア開業時の県内広域交通網の確保・充実に向けた取組の推進
		(2) 旅行者のニーズに合わせた二次交通の充実 ① 旅行者向け移動手段の検索・予約・決済サービス(観光Ma a S)の利便性向上に向けた検討 ② バス・タクシーの確保・充実 ③ さまざまな交通手段の活用検討【再掲】 ④ 空の移動革命の促進
		(3) 受入環境の充実 ① 多言語案内の充実 ② 外国人旅行者向け観光案内所の充実 ③ プロフェッショナルガイドの確保・育成【再掲】 ④ 医療機関における多言語対応の充実
(4) 景観まちづくりの推進 ① 観光地としての景観形成促進 ② 花とみどりの名所の活用や情報発信		
(5) バリアフリー観光の推進 ① バリアフリー観光の推進		
(6) 観光危機管理の推進 ① B C Pの策定促進 ② 観光防災マニュアルの作成		
2 戦略的な観光誘客の推進	2-1 戦略的な観光マーケティングの推進	(1) 観光マーケティングデータの収集・分析・提供 ① 観光マーケティングデータの収集・分析・提供
		(2) DMO等によるデータに基づいたマーケティングの推進 ① DMOによる観光地域マーケティングに基づく戦略の実行支援 ② 旅行者のロイヤリティ（旅行先への愛着）の向上支援 ③ 観光関連事業者におけるマーケティング支援 ④ 観光地経営人材の育成【再掲】
	2-2 国内観光誘客の推進	(1) 大都市圏向けプロモーションの推進 ① 首都圏向けプロモーション ② 関西圏・中京圏からの誘客活動 ③ 地域ブランドイメージを打ち出したプロモーション
		(2) 大規模イベントや周年事業を契機とした誘客の推進 ① 大規模イベントや周年事業を契機とした誘客の推進
		(3) 観光情報発信の充実 ① 旅ナカでの観光情報の充実 ② One to Oneマーケティングの展開
		(4) 次世代を見据えた誘客の推進 ① 若年層を意識したプロモーション ② 教育旅行の誘致促進
	2-3 インバウンド誘客/MICE・産業観光の推進	(1) インバウンドプロモーションの推進 ① 官民連携によるプロモーションの推進 ② 広域連携プロモーションの展開 ③ ゴールドルート旅行者へのプロモーションの強化 ④ 大規模イベントの機会を捉えたプロモーションの強化
		(2) 海外の高付加価値旅行者の誘客促進 ① 海外の高付加価値旅行者に対するプロモーションの推進 ② 上質な体験コンテンツの充実【再掲】 ③ プロフェッショナルガイドの確保・育成【再掲】
		(3) MICE誘致・産業観光の推進 ① MICE誘致の推進 ② MICE誘致推進体制の強化 ③ 産業観光の推進
3 魅力的な観光産業の確立	3-1 観光産業の生産性向上	(1) 観光産業事業者の経営力向上 ① 経営課題の発掘と解決への着手
		(2) 観光産業における事業承継の推進 ① 円滑な事業承継の支援
		(3) ワンストップ相談窓口の検討 ① 相談窓口機能の強化
	3-2 観光産業を支える人材の確保・育成	(1) 働き方改革の推進 ① 新たな働き方の導入 ② 経営のDX化の推進
		(2) 若手・中堅人材の確保 ① 担い手確保に向けた取組の促進 ② 観光人材のマッチング支援 ③ 観光産業の魅力発信
	(3) スキルアップ支援 ① ニーズに応じたスキルアップの支援	
	(4) インバウンド対応人材の確保 ① インバウンド対応人材の確保に向けた取組の促進	
	(5) ワンストップ相談窓口の検討【再掲】 ① 相談窓口機能の強化【再掲】	