

1 審議会等の名称	令和5年度 第4回三重県観光審議会
2 開催年月日	令和6年3月21日(木)
3 委員	【会長】埼玉大学 教授 石阪督規 ほか8名出席 計9名
4 諮問事項	三重県観光振興基本計画(令和6年度～令和8年度) 令和6年度アクションプランに関する審議
5 審議概要	<p>委員からの主なご意見は、以下のとおりです。</p> <p>&lt;令和6年度アクションプラン全般&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・三重県全体で目標を達成するという意思統一が大切。</li> <li>・県の計画やアクションプランについて、今後市町との共有や意見交換を行うなど、連携して取り組んでいただきたい。</li> <li>・県、市町、(公社)三重県観光連盟、地域DMO等、それぞれの役割や責任を明確化し、漏れやダブリなく実行して欲しい。</li> <li>・戦略目標(KPI)の進捗を中間時点で把握できるよう、モニタリングの仕組みを確立すること。また、目標値の見直しが必要かどうか、毎年検討するべき。</li> <li>・観光分野は行政の中でも少し特殊な分野であり、三重県庁の職員の人材育成も非常に重要。</li> </ul> <p>&lt;目標項目&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・三重県独自の切り口のデータを取ってみるのも良いのではないか。</li> <li>・現状把握のためのデータの精度がまだまだ。県は基礎データを取ることに注力すべき。今の指標をさらに因数分解することで、新たな三重県らしい指標を立てられるのではないか。</li> </ul> <p>&lt;戦略1-2:観光の質の向上による高付加価値化&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・三重県には伊勢神宮をはじめ、熊野古道、高田本山専修寺など、日本人の精神文化の拠点となる場所が多々あり、文化と観光の連携によって、高付加価値を生み出す様々な新しいコンテンツが生み出せるのではないか。</li> <li>・ガイドの人材育成が非常に重要であり、歴史や地域の背景を語るガイドが必要。</li> </ul> <p>&lt;戦略2-3:インバウンド誘客/MICE・観光産業の推進&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・高付加価値旅行者層は、自分だけが体験できるという付加価値を重視しているため、旅行者が何を求めているのかしっかりとヒアリングし、それに合わせたプランづくりをすることが重要。</li> <li>・セールスレップ(営業代理人)を置き旅行会社と連携を強めることは重要。ポテンシャルのある旅行会社があれば視察に来てもらい、視察結果をフィードバックしてもらい、そのフィード</li> </ul>

バックを宿泊施設や観光施設に共有し課題点をブラッシュアップしていけば、効果的な磨き上げになる。

#### <（公社）三重県観光連盟>

- ・ 地域DMOはいくつか先駆的DMOに選ばれてきているが、地域連携DMOはまだ事例が無い。そのような中、三重県観光連盟あり方検討会を経て、（公社）三重県観光連盟が地域全体のマネジメント、マーケティングをしていくという体制を整えたこと、特に、役割と機能を明確化し、独自性が担保されているところは素晴らしい。問題は人材と財源であり、そこを今後どう担保していくかが課題。
- ・ 令和6年度から（公社）三重県観光連盟がインバウンドプロモーションを実施していく。ターゲットは台湾とタイを基軸とするが、インバウンド委員会を立ち上げ、会員の意見を集約し、機動的に対応していく。

#### <インバウンド誘客のターゲット市場設定に向けた考え方>

- ・ 全体として、三重県は多くの外国人旅行者が来て困るほどの状況ではなく、量も質もまだまだ欲しい状況。その中で、ボリュームゾーン、高付加価値旅行者層とセグメントを立てること、今までの経緯も踏まえボリュームゾーンのターゲットとして台湾・タイを重点市場とすることは良いと思う。
- ・ ターゲットとする高付加価値旅行者層について、目先はアジア、中長期的な観点から欧米豪にトライする、という整理も必要ではないか。