

戦略1-1:持続可能な観光地マネジメント

目標項目	R1 (コロナ前)	R4	R5	R6 (目標数値)	R7 (目標数値)	R8 (目標数値)	R5/R4	R5/R8
戦略目標 1-1 持続可能な観光地域づくりに取り組む地域数	—	累計1地域	累計1地域	累計1地域	累計3地域	累計5地域	(100%)	(20%)
戦略目標 1-1 先駆的DMOの認定数	—	0	0	0	0	1	(0%)	(0%)

重要達成要因(KSF)	R6の主な事業	現状の評価	R6アクションプランにおけるR7以降の主な取組の方向性
<ul style="list-style-type: none"> DMO等によるJSTS-Dの活用に対する理解促進 持続可能な観光地マネジメント体制の確立を目指す意欲のあるDMOへの支援強化 	<ul style="list-style-type: none"> ●拠点滞在型観光推進事業費〔11,565千円(一部):観光部〕 県内DMOのマネジメント層を対象に、「日本版持続可能な観光ガイドライン(JSTS-D)」の活用に対する理解を促進するための研修会を開催します。 ●全県DMO経営基盤強化事業費〔84,837千円(一部):観光部〕 全県DMOである(公社)三重県観光連盟が、観光地経営の司令塔として地域DMOへの支援業務を着実に実施するための基盤強化を図るとともに、観光庁の「持続可能な観光推進モデル事業」等の活用等により、地域DMOの持続可能な観光地マネジメント体制の確立に向けた支援を行います。 ●観光データ調査事業費〔10,494千円(一部):観光部〕 観光産業によって生まれる経済効果をさらに高めるため、域内調達率を調査し、現状を把握・分析します。 	<p>R6の目標値「累計1地域」については、現時点では順調に達成しているが、R8の目標値に対しては、継続して地域に働きかけていくことが必要。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・「全県DMOを担う三重県観光連盟のあり方検討会議」が行う「国内向けプロモーション業務」と「データマーケティング業務」の検討結果をふまえ、地域DMOの持続可能な観光地マネジメント体制の確立に向けた当連盟の支援機能を更に充実します。 ・持続可能な観光地マネジメント体制が整いつつある地域DMOが、将来的に先駆的DMOを目指せるための支援を検討します。

戦略1-2:観光の質の向上による高付加価値化

目標項目		R1 (コロナ前)	R4	R5	R6 (目標数値)	R7 (目標数値)	R8 (目標数値)	R5/R4	R5/R8
戦略目標 1-2	日本人宿泊者 観光消費単価	26,922 円	24,990 円	26,391 円	28,000 円	29,500 円	令和元年比 15%増 30,960円	105.6%	85.2%
戦略目標 1-2	外国人観光 消費単価	44,000 円	—	46,000 円	47,300 円	48,950 円	令和元年比 15%増 50,600円	—	90.9%

重要達成要因(KSF)	R6の主な事業	現状の評価	R6アクションプランにおける R7以降の主な取組の方向性
<ul style="list-style-type: none"> ・高付加価値旅行者のニーズをふまえた商材・コンテンツの特定と磨き上げ ・旅行者の周遊を促進するための宿泊・滞在拠点の整備 ・高付加価値旅行者に選ばれる上質かつ地域のストーリーを感じられる宿泊施設の誘致 ・高付加価値旅行の手配に強みを持つ旅行会社との関係構築 ・三重県の強みである食や食文化を生かしたガストロノミーツーリズムの推進 ・高付加価値旅行者の多様なニーズに対応できるプロフェッショナルなガイド人材の確保・育成 	<ul style="list-style-type: none"> ●観光客受入環境整備事業費 〔9,989千円(一部):観光部〕 県内ホテル開発における誘致条件の整理と条件に合う適地の調査及び市町と連携したデベロッパーフームの実施や情報提供体制の強化を図ります。 ●拠点滞在型観光推進事業費 〔46,879千円(一部):観光部〕 観光地づくりに意欲的なDMO等が行う歴史・文化や自然など三重ならではの観光資源を生かした滞在型のコンテンツ開発及び販売・提供体制の構築を支援します。 ●拠点滞在型観光推進事業費 〔484,953千円(一部):観光部〕 観光地づくりに意欲的な地域が行う旅行者の宿泊・滞在拠点となる宿泊施設や観光案内の充実等に向けた取組を支援します。 ●高付加価値旅行者層誘致促進事業費〔57,788千円:観光部〕 海外から高付加価値旅行者層の誘致を進めるため、県が強みを有する市場に対し、新たに高付加価値旅行者層の誘致に特化した営業代理人(レップ)を配置し、旅行会社との継続的かつ強固な関係性を構築することで効果的なプロモーションに取り組みます。また、県内DMOや奈良県、和歌山県等と連携し、紀伊半島など広域での誘客に取り組みます。 ●みえガストロノミーツーリズム推進事業費 〔22,709千円(一部):観光部〕 地域特有の食材・習慣・伝統・歴史等によって育まれた食や食文化に触れるガストロノミーツーリズムを推進するため、地域の生産者、料理人、宿泊事業者など様々な関係者による食文化の発信や体験プログラムの提供、関係者同士の交流機会の創出などを支援します。 ●みえの風土を活用した観光推進事業費 〔11,399千円(一部):観光部〕 高付加価値旅行者の多様なニーズに対応できるプロフェッショナルなガイドを確保・育成するため、まずは、一定の外国語能力や三重の観光に関する質の高い知識を有する観光ガイドの養成プログラムの策定及び実践を行います。 	<p>「日本人宿泊者観光消費単価」、「外国人観光消費単価」のいずれについても、R8の数値目標の達成に向けて順調に進捗しており、今後も継続して取り組む。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・コアバリュー(滞在価値(ブランド)を牽引する世界的価値)となる可能性のある商材・コンテンツの更なる高付加価値化と地域ブランディング、販売・提供体制の強化を図ります。 ・事業者等の旅行商品化に向けた企画に基づき、観光施設の高付加価値化改修及び二次交通の充実等を支援します。 ・ガストロノミーコンテンツを専門家の目で発掘し、当該コンテンツの活用によって旅行者の滞在・消費につながるよう、食と旅行に係る関係者の交流機会を提供します。 ・上質な宿泊施設のワンストップ誘致推進体制を構築し、適切に運用します。 ・高付加価値旅行者を地域に送客する海外の旅行会社等とのネットワークの構築や、県内のガイド間の連携促進に向けた取組を強化します。

戦略1-3:三重の特色を生かした滞在型観光の推進

目標項目	R1 (コロナ前)	R4	R5	R6 (目標数値)	R7 (目標数値)	R8 (目標数値)	R5/R4	R5/R8
戦略目標 1-3 平均宿泊日数	1.18泊	1.23泊	1.23泊	1.26泊	1.30泊	1.33泊	100%	92.4%

重要達成要因(KSF)	R6の主な事業	現状の評価	R6アクションプランにおける R7以降の主な取組の方向性
<ul style="list-style-type: none"> 旅行者のニーズをふまえた商材・コンテンツの特定と磨き上げ 旅行者の周遊を促進するための宿泊・滞在拠点の整備 三重県の強みである食や食文化を生かしたガストロノミーツーリズムの推進 三重県のアクティビティ・自然・文化体験を生かしたアドベンチャートラベルの推進 	<ul style="list-style-type: none"> ●拠点滞在型観光推進事業費 〔46,879千円(一部):観光部〕(再掲) 観光地づくりに意欲的なDMO等が行う歴史・文化や自然など三重ならではの観光資源を生かした滞在型のコンテンツ開発及び販売・提供体制の構築を支援します。 ●拠点滞在型観光推進事業費 〔484,953千円(一部):観光部〕(再掲) 旅行者の周遊促進に向けて、観光地づくりに意欲的な地域が行う旅行者の宿泊・滞在拠点となる宿泊施設や観光案内の充実等に向けた取組を支援します。 ●みえガストロノミーツーリズム推進事業費 〔22,709千円(一部):観光部〕(再掲) 地域特有の食材・習慣・伝統・歴史等によって育まれた食や食文化に触れるガストロノミーツーリズムを推進するため、地域の生産者、料理人、宿泊事業者など様々な関係者による食文化の発信や体験プログラムの提供、関係者同士の交流機会の創出などを支援します。 ●みえの風土を活用した観光推進事業費 〔39,153千円(一部):観光部〕 本県の国立公園等の自然を生かしたアドベンチャートラベルの可能性(滞在価値、ガイド等)を調査するとともに、高付加価値旅行者の多様なニーズに対応できるプロフェッショナルなガイドを確保・育成するため、まずは、一定の外国語能力や三重の観光に関する質の高い知識を有する観光ガイドの養成プログラムの策定及び実践を行います。 	<p>平均宿泊日数は伸びているが、全国と比較して低位であるため、滞在型観光の更なる推進に向けて取組の強化が必要。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・DMO等による滞在型のコンテンツを活用したツアー商品化や地域ブランディング、販売・提供体制の構築を継続的に支援します。 ・事業者等の旅行商品化に向けた企画に基づき、観光施設の高付加価値化改修及び二次交通の充実等を支援します。 ・ガストロノミーに意欲的なシェフや宿泊事業者、農林水産事業者等の交流・連携機会を拡大するとともに、「みえガストロノミーツーリズム」を国内外に向けて発信します。 ・アドベンチャートラベルに適したアクティビティ・自然・文化体験の発掘・磨き上げや、アドベンチャートラベルの世界的な推進組織等との関係づくりを行います。

戦略1-4:旅行者を受け入れる基盤の整備

目標項目	R1 (コロナ前)	R4	R5	R6 (目標数値)	R7 (目標数値)	R8 (目標数値)	R5/R4	R5/R8
戦略目標 1-4 宿泊者満足度	42.7%	43.2%	46.6%	46.6%	48.3%	50%	107.9%	93.2%
戦略目標 1-4 県外宿泊者5回 以上リピーター率	53.1%	58.3%	58.4%	61.7%	63.4%	65%	100.2%	89.8%

重要達成要因(KSF)	R6の主な事業	現状の評価	R6アクションプランにおける R7以降の主な取組の方向性
<ul style="list-style-type: none"> 旅行者のニーズをふまえた商材・コンテンツの特定と磨き上げ 旅行者の周遊を促進するための宿泊・滞在拠点の整備 三重県の強みである食や食文化を生かしたガストロノミーツーリズムの推進 高付加価値旅行者の多様なニーズに対応できるプロフェッショナルなガイド人材の確保・育成 大阪・関西万博や次期式年遷宮に向けた旅行者の移動手段の検索・予約・決済サービスの向上 高付加価値旅行者向けの新たな移動手段の活用促進 「パーソナルバリアフリー基準」に基づくバリアフリー観光の推進 	<ul style="list-style-type: none"> ●拠点滞在型観光推進事業費〔46,879千円(一部):観光部〕(再掲) 観光地づくりに意欲的なDMO等が行う歴史・文化や自然など三重ならではの観光資源を生かした滞在型のコンテンツ開発及び販売・提供体制の構築を支援します。 ●拠点滞在型観光推進事業費〔484,953千円(一部):観光部〕(再掲) 観光地づくりに意欲的な地域が行う旅行者の宿泊・滞在拠点となる宿泊施設や観光案内の充実等に向けた取組を支援します。 ●みえガストロノミーツーリズム推進事業費〔22,709千円(一部):観光部〕(再掲) 地域特有の食材・習慣・伝統・歴史等によって育まれた食や食文化に触れるガストロノミーツーリズムを推進するため、地域の生産者、料理人、宿泊事業者など様々な関係者による食文化の発信や体験プログラムの提供、関係者同士の交流機会の創出などを支援します。 ●みえの風土を活用した観光推進事業費〔11,399千円(一部):観光部〕(再掲) 高付加価値旅行者の多様なニーズに対応できるプロフェッショナルなガイドを確保・育成するため、高度な外国語能力や三重の観光に関する質の高い知識を有する全国通訳案内士等のスキル向上に向けた研修プログラムの策定及び実践を行います。 ●観光客受入環境整備事業費〔11,000千円(一部):観光部〕 「伊勢志摩観光型MaaS推進協議会」に参画し、観光型MaaSを運用します。 ●観光客受入環境整備事業費〔5,599千円(一部):観光部〕 ヘリコプターを利用する高付加価値旅行者の旅行ニーズ調査を実施し、その結果に基づくツアーコンテンツを造成するとともに、地域のランドオペレーティング機能を検証するモデルツアーを実施します。 ●観光客受入環境整備事業費〔12,499千円(一部):観光部〕 伊勢志摩バリアフリーセンターが蓄積してきた県内の宿泊施設や観光施設のバリアフリー情報を網羅した専用サイトの再構築及び旅行会社が情報を活用し、旅行手配サービスが提供できるような仕組みづくりを行います。 ●観光事業推進費〔354千円(一部):観光部〕 令和6年能登半島地震における観光関連の対応について課題や教訓を得るため現地調査を実施するとともに、観光防災にかかる研修会を開催します。 また、観光事業者における災害発生時の準備状況を把握するための実態調査(アンケート)を行い、現状や課題を把握します。 	<p>宿泊者満足度については現時点でR6の数値目標を達成しており、引き続き取組を進めることで、R8の数値目標も達成できる見込みである。 リピーター率は、R4より向上したものの、R8の数値目標達成に向けては、さらに取組を進める必要がある。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・DMO等による滞在型のコンテンツを活用したツアー商品化や地域ブランディング、販売・提供体制の構築を継続的に支援します。 ・事業者等の旅行商品化に向けた企画に基づき、観光施設の高付加価値化改修及び二次交通の充実等を支援します。 ・ガストロノミーに意欲的なシェフや宿泊事業者、農林水産事業者等の交流・連携機会を拡大するとともに、「みえガストロノミーツーリズム」を国内外に向けて発信します。 ・「伊勢志摩観光型MaaS推進協議会」として、大阪・関西万博の来場者への観光型MaaSの利用促進プロモーションを強化するとともに、利用者データを活用した観光CRMを検討します。 ・ヘリコプターを活用したツアーコンテンツの旅行商品化及び販路開拓プロモーションを実施します。 ・県内の宿泊施設や観光施設によるバリアフリー化の推進及びバリアフリー情報の効果的な発信を促進します。 ・高付加価値旅行者を地域に送客する海外の旅行会社等とのネットワークの構築や、県内のガイド間の連携促進に向けた取組を強化します。

戦略2-1:戦略的な観光マーケティングの推進

目標項目	R1 (コロナ前)	R4	R5	R6 (目標数値)	R7 (目標数値)	R8 (目標数値)	R5/R4	R5/R8
戦略目標 2-1 観光地域マーケティング戦略を策定したDMOの数	—	0	0	1	2	3	(0%)	(0%)

重要達成要因(KSF)	R6の主な事業	現状の評価	R6アクションプランにおけるR7以降の主な取組の方向性
<p>・観光地域マーケティング戦略の策定・見直しに意欲的なDMOへの支援強化</p> <p>・市町、DMO、観光事業者等による観光マーケティングの実践及びデータ分析ノウハウの蓄積</p>	<p>●全県DMO経営基盤強化事業費 〔84,837千円(一部):観光部〕(再掲) 全県DMOである(公社)三重県観光連盟が、観光地経営の司令塔として地域DMOへの支援業務を着実に実施するための基盤強化を図るとともに、地域DMOの観光地域マーケティング戦略の策定・見直しやデータマーケティングの実践を支援します。</p> <p>●戦略的な観光マーケティング推進事業費 〔82,576千円:観光部〕 データ分析に基づく観光マーケティングを推進するため、「みえ旅おもてなしプラットフォーム」の利便性の向上や市町・DMO等を対象としたセミナー開催によるデータ分析スキルの向上等に取り組みます。</p> <p>●拠点滞在型観光推進事業費 〔46,879千円(一部):観光部〕(再掲) 観光地づくりに意欲的なDMO等が行う歴史・文化や自然など三重ならではの観光資源を生かした滞在型のコンテンツ開発及び販売・提供体制の構築を支援します。</p> <p>●観光戦略費 〔5,187千円(一部):観光部〕 有識者からご意見をいただき、「三重県プロモーション推進方針」をふまえた観光ブランディングについて検討を進めます。</p>	<p>地域DMOでデータマーケティングに実践的に取り組む機運が整っておらず、各DMOの体制の強化が必要。</p>	<p>・「全県DMOを担う三重県観光連盟のあり方検討会議」が行う「国内向けプロモーション業務」と「データマーケティング業務」の検討結果をふまえ、地域DMOの持続可能な観光地マネジメント体制の確立に向けて連盟の支援機能を更に充実します。</p>

戦略2-2:国内観光誘客の推進

目標項目	R1 (コロナ前)	R4	R5	R6 (目標数値)	R7 (目標数値)	R8 (目標数値)	R5/R4	R5/R8
戦略目標 2-2 日本人 延べ宿泊者数	821万1千人	683万1千人	713万5千人	821万1千人	904万人	995万6千人	104.4%	71.7%
戦略目標 2-2 宿泊を伴う教育旅行で 県外から訪れた学生数	34,740人	68,895人	41,871人	69,000人	69,000人	69,000人	60.8%	60.7%

重要達成要因(KSF)	R6の主な事業	現状の評価	R6アクションプランにおける R7以降の主な取組の方向性
<ul style="list-style-type: none"> ・首都圏等大都市圏に向けた認知向上のため、三重の強みを活かし、他府県との差別化を図ることができ、観光コンテンツを活用したプロモーションの強化 ・比較的消費単価の高い顧客層をターゲットとしたダイレクトマーケティング等の実施 ・大規模イベントの開催等を契機とし、交通事業者等と連携した旅行商品の造成・販売等の実施 ・個人旅行需要の高まりに対応するため、高速道路利用による周遊促進策や交通事業者等と連携した個人向け旅行商品の造成・販売の実施 ・関西圏・中京圏から来訪するリピーター層の定着及び新たな顧客層の獲得に向けた民間事業者等との連携による誘客・周遊促進策の実施 ・県外(従来の近県に加え、特に首都圏など)からの教育旅行の誘致に向けた、旅行会社等に対するセールス活動の促進 ・ターゲットとなる消費単価の高い顧客層に向けた観光の質の向上については、戦略1-2による上質な宿泊施設や観光地の整備、ガイドの充実などを促進 ・地域の消費額を増やすための宿泊日数の増加や周遊促進については、戦略1-3による滞在型観光を推進 ・増加した旅行者の受入については、戦略1-4による二次交通や案内、バリアフリー、防災対応等の充実を促進 ・人材不足への対応については、戦略3-1による生産性向上や戦略3-2による人材の確保・育成・定着を促進 	<ul style="list-style-type: none"> ●みえ観光の産業化推進事業費 〔293,340千円:観光部〕 熊野古道世界遺産登録20周年や大阪・関西万博に伴うイベント等と連動し、県内各地域の強みを生かした首都圏等大都市圏へのプロモーションなど、県内への誘客や周遊促進に向けた取組を実施します。 ○大都市圏プロモーション 【SNS、WEB広告、「観光三重」サイトを活用した情報発信】 【交通広告の掲出】 【ツーリズムEXPO2024への出展】 【テレビを活用した情報発信】 【露出増加を図る取組】 サッカー看板(R6.6/6・WC二次予選)など ○熊野古道世界遺産登録20周年や大阪・関西万博を契機とした誘客促進に向け、交通事業者等と連携し、旅行商品等の造成・販売、プロモーションを実施 ●観光需要平準化促進事業費 〔173,216千円:観光部〕 閑散期や平日の利用促進キャンペーン、県外からの教育旅行の誘致促進など新たな顧客層の獲得につながる取組を行うことで、県内観光消費の促進や需要の平準化を図ります。 ○ドライブプラン 利用期間:R6.6/21~R7.2/15 ○遊び体験割引 利用期間:R6.6/3~R7.2/28 ○旅行商品造成(交通事業者活用) 随時販売中(利用期間R6.6~R7.2/28) ○県外からの教育旅行の誘致 令和5年度に制作したサイトを活用し発信 	<p>「日本人延べ宿泊者数」は、R4実績と比較すると増加しているものの、コロナ前と比較した回復率は全国と比較して低位である。</p> <p>「宿泊を伴う教育旅行で県外から訪れた学生数」は、コロナ前の数値を大きく上回るものの、R4の実績値と比較すると、かなり減少した。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・令和6年度に造成した旅行商品のブラッシュアップと市場ニーズに対応した観光コンテンツの更なる拡充を図るとともに、より多くの消費者にリーチする情報発信に取り組みます。 ・令和6年度に実施する平準化に向けた取組の効果や観光地を取り巻く状況を注視しながら、閑散期や平日の需要促進を図るとともに、ターゲットを明確にした県外からの教育旅行の誘致に取り組みます。

戦略2-3:インバウンド誘客/MICE・産業観光の推進

目標項目	R1 (コロナ前)	R4	R5	R6 (目標数値)	R7 (目標数値)	R8 (目標数値)	R5/R4	R5/R8
戦略目標 2-3 外国人延べ宿泊者数	38万9千人	4万9千人	20万1千人	38万9千人	42万人	45万4千人	412.5%	44.3%
戦略目標 2-3 国際会議開催件数	13件	5件	8件	9件	12件	15件	160%	53.3%

重要達成要因(KSF)	R6の主な事業	現状の評価	R6アクションプランにおける R7以降の主な取組の方向性
<ul style="list-style-type: none"> ・インバウンド受入れに積極的に取り組む宿泊事業者の増 ・高付加価値旅行の手配に強みを持つ旅行会社との関係構築 ・国際会議主催者やコーディネーターとの関係構築 ・戦略1-2によるインバウンド向けのコンテンツ充実、宿泊施設・滞在拠点の整備や誘致、ガイド人材の育成 	<ul style="list-style-type: none"> ●全県DMO経営基盤強化事業費〔63,583千円(一部):観光部〕 全県DMOとして観光地経営の司令塔としての役割が求められている(公社)三重県観光連盟に対し、全県DMOが担うべき役割を円滑に実施できるよう、インバウンド向けプロモーション機能の拡充を図ります。 ●プラス三重旅促進事業費〔50,033千円:観光部〕 大阪・関西万博やF1日本グランプリなど、海外からも注目される大規模イベントを目的に来訪する外国人旅行者や、東京一大阪間や関西圏を中心にゴールデンルートを周遊する外国人旅行者の三重県への周遊・宿泊を促進するため、関西観光本部や日本政府観光局(JNTO)とも連携し、情報発信や旅行商品の造成等に取り組めます。 ●高付加価値旅行者層誘致促進事業費〔57,788千円:観光部〕(再掲) 海外から高付加価値旅行者層の誘致を進めるため、県が強みを有する市場に対し、新たに高付加価値旅行者層の誘致に特化した営業代理人(レップ)を配置し、旅行会社との継続的かつ強固な関係性を構築することで効果的なプロモーションに取り組めます。また、県内DMOや奈良県、和歌山県等と連携し、紀伊半島など広域での誘客に取り組めます。 ●海外MICE誘致促進事業費〔37,421千円:観光部〕 G7伊勢志摩サミットやG7三重・伊勢志摩交通大臣会合の開催地としてのブランド力や美しい自然、歴史・文化、多様な産業の集積といった強みを生かし、営業代理人(レップ)の設置や商談会参加などを通じてMICE誘致に取り組めます。また、MICEの市場動向や必要な受入環境等についての調査を行います。 ●産業観光推進事業費〔13,569千円:観光部〕 海外からの企業の報奨旅行・研修旅行の誘致促進と県内での滞在長期化、産業観光の先進地としてのブランド化を目的に、三重県産業観光推進協議会と連携して、プロモーションや視察受入企業の裾野拡大、海外の商談会への参加などの活動に取り組めます。 	<p>「外国人延べ宿泊者数」はR4年実績と比較すると大幅な回復である一方、近隣他県に比べるとコロナ前(R1)と比較した回復率はかなり低位にとどまっている。</p> <p>国際会議の開催件数については、R8の数値目標である15件達成には、継続した取組が必要である。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・引き続き、(公社)三重県観光連盟はじめ日本政府観光局(JNTO)、広域連携DMO、近隣自治体、観光事業者等、関係者と連携した誘客プロモーションに取り組めます。 ・県内事業者による海外OTA(宿泊及び体験コンテンツ販売)の活用促進と、OTA検索データ等を活用した情報発信の強化に取り組めます。 ・F1日本グランプリ、大阪・関西万博(R7)、愛知・名古屋アジア競技大会(R8)、ワールドマスターズゲームズ関西(R9)などの機会をとらえた、県内への周遊促進に取り組めます。 ・高付加価値旅行者層の誘致に特化した営業代理人(レップ)を継続して配置するとともに、高付加価値旅行者層の需要を効果的に取り込むため、奈良県・和歌山県等と連携した紀伊半島など広域でのプロモーションに取り組むための体制強化にも取り組めます。 ・行政、MICEを受け入れるコンベンション施設や宿泊施設、エクスカーションの候補となる観光施設の事業者等で構成するMICE誘致推進体制の整備を進めます。 ・引き続き、三重県産業観光推進協議会との連携による誘客促進と同協議会の組織強化への支援に取り組めます。

戦略3-1:観光産業の生産性向上

目標項目	R1 (コロナ前)	R4	R5	R6 (目標数値)	R7 (目標数値)	R8 (目標数値)	R5/R4	R5/R8
戦略目標 3-1 生産性向上に取り組んだ事業者数	—	—	—	累計10者	累計25者	累計40者	—	—

重要達成要因(KSF)	R6の主な事業	現状の評価	R6アクションプランにおけるR7以降の主な取組の方向性
<ul style="list-style-type: none"> ・観光事業者の実態を調査し、生産性向上の取組を導入する上でのボトルネックの把握 ・生産性向上に取り組む意識を持つ経営者を増加させるための検討会の実施 ・観光産業における生産性向上の身近な成功事例を横展開 	<p>●観光産業生産性向上推進事業費〔34,227千円:観光部〕</p> <p>観光産業が抱える生産性の低さや人材不足等の課題解決に向け、観光事業者の実態の把握に取り組めます。また、生産性向上に向けたコンサルティングを行い、経営力の向上や働きやすい職場づくりを支援し、県内観光事業者のモデルとなる事例を創出します。</p> <p>さらに、県内観光事業者の生産性底上げをめざし、観光事業者の生産性向上や待遇改善に関する検討会を実施し、モデル事例の横展開を図ります。</p> <p>6月6日から7月4日まで本事業への参加事業者の募集を行ったところ(最大10件)。</p>	<p>R6の累計10者の目標に対し、今年度実施している観光産業生産性向上推進事業では、既に10者以上から参加意向があり、R6の目標は達成見込みであるが、今後も生産性向上が図られるよう、引き続き取組を進める必要がある。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・モデル事業として生産性向上に取り組んだ事業者の事例をふまえ、他の事業者に対し、生産性向上に資する取組の導入を促進します。 ・実態調査により把握した観光産業事業者の課題に対し、令和6年度の取組もふまえて、事業継承やワンストップ相談窓口等を含め、課題解決に向けたアプローチを検討します。

戦略3-2:観光産業を支える人材の確保・育成・定着

目標項目	R1 (コロナ前)	R4	R5	R6 (目標数値)	R7 (目標数値)	R8 (目標数値)	R5/R4	R5/R8
戦略目標 3-2 待遇改善に取り 組んだ事業者数	—	—	—	累計10者	累計25者	累計40者	—	—

重要達成要因(KSF)	R6の主な事業	現状の評価	R6アクションプランにおける R7以降の主な取組の方向性
<ul style="list-style-type: none"> ・勤務体系の改善策の一つとして、観光人材マッチング支援などの人材確保策の実施 ・SNS等を活用した観光産業の魅力発信 ・待遇改善に取り組む意識を持つ経営者を増加させるための検討会の実施 	<ul style="list-style-type: none"> ●観光産業人材確保・育成事業費 〔32,304千円:観光部〕 観光事業者に特化した就職説明会の開催や、マッチングサイトを活用したプッシュ型採用支援等により、観光人材の確保を支援します。 ●観光産業魅力発信事業費 〔5,476千円:観光部〕 観光業界で働く従業員目線の働きがいや、観光産業の地域への貢献等、SNSを活用して観光産業の様々な魅力を発信し、観光産業のイメージアップを図ることにより、将来的な担い手確保につなげます。 	<p>観光産業における待遇改善は、人材の確保・育成・定着に向けて取組を進めることにより「待遇改善に取り組んだ事業者数」の増加に繋げていく。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・令和6年度の事業結果をふまえ、引き続き観光産業の人材確保に取り組むとともに、観光従事者の待遇改善に向けて具体的な取組が進むよう、観光事業者を支援していきます。