

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	<p>三重ならではの観光コンテンツの提供や受入れ環境の充実に取り組むことで、旅行者のニーズに対応した受入れ体制の充実が進んでおり、その結果、観光客満足度、県内の平均宿泊日数は目標を達成し、リピート意向率もおおむね目標を達成しています。</p> <p>一方、平均宿泊日数は、未だ全国に比べて低位であるため、拠点滞在型観光のさらなる推進に向けて取組を強化します。</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5年度の主な取組

① 拠点滞在型観光の推進

- ・三重ならではの伝統、歴史・文化、自然などの魅力が体験できるコンテンツを磨き上げ(35件)、SNS・動画等を活用した情報発信や、OTA*(Online Travel Agent)での販売、体験コンテンツを組み入れた宿泊旅行商品の販売(5本)を行いました。
- ・地域特有の食材・習慣・伝統・歴史等によって育まれた食に高い関心を持つ旅行者をターゲットとしたガストロノミーーツーリズム*を推進するため、県内5地域で、三重の食や食文化の魅力を生かしたコンテンツの造成を支援しました。
- ・旅行者の宿泊日数を延ばすため、複数の事業者の連携による2泊3日以上の中継モデルコースの構築に向けた施設改修や二次交通の充実などの取組を支援(3件)しました。

② DMO(観光地域づくり法人)等の支援

- ・(公社)三重県観光連盟と連携して実施した「全県DMOを担う三重県観光連盟のあり方検討会議」において、令和6年度以降、(公社)三重県観光連盟がインバウンド*向けマーケティング業務と地域DMO等への支援を新たな役割とする最終報告書を取りまとめ、最終報告書を踏まえた中期事業計画が(公社)三重県観光連盟の理事会で採択されました。
- ・県内のDMO等の運営責任者を対象に、持続可能な観光地経営やDMO運営にかかる研修会を実施(3回)するとともに、重点支援を行うDMO(4団体)に対して、戦略の再構築やマネジメント体制等にかかるコンサルティング支援を行いました。
- ・(公社)三重県観光連盟と連携して、地域DMO等(4団体)に対し、Googleビジネスプロフィールを活用した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。

③ 受入れ環境の整備

- ・高付加価値旅行者の移動手段としてヘリコプターを活用した旅行商品のビジネス性を検証するため、移動サービスの事業化可能性調査及びヘリコプターの実証運航ツアーを実施した結果、ヘリポートの適地、ヘリ運航に係る法規制、着陸場所から観光地までのアクセスやガイドの手配体制など、旅行商品として造成する上での検証結果や課題を得ることができました。
- ・高付加価値旅行者の受入れ対応が可能な宿泊施設の立地促進補助制度を活用し、上質な宿泊施設の誘致活動を行いました。また、南部地域の観光インフラを充実させるため、当補助制度を拡充しました。
- ・県内へ寄港する外国クルーズ船の受入れを地域の受入協議会と連携して実施(4回)するとともに、クルーズ船社に対して寄港地オプションツアーの造成に向けた提案や、新たなクルーズ船の寄港に関する受入調整等に取り組みました。
- ・バリアフリー観光を推進するため、伊勢志摩バリアフリーツアーセンターと連携し、10ヶ所の宿泊施設等を対象に、パーソナルバリアフリー基準による調査等を実施するとともに、国が進める「観光施設における心のバリアフリー認定」の取得促進に向けた研修会を3地域で開催しました(県内の累計認定施設数82施設)。

④ 観光人材の育成

- ・人手不足により季節的な観光需要に応えることができない体験コンテンツ事業者を支援するため、短期的・季節的な人手不足に対応できるマッチング機会の提供や離職を防ぐための定着支援研修(1回)などを行いました。
- ・高付加価値旅行者のニーズに対応できる全国通訳案内士・観光ガイドの実態把握調査を行うとともに、観光ガイド人材の育成に向けた課題を踏まえて人材育成の方向性を整理しました。
- ・宿泊事業者の人材確保に向け、人材を獲得するうえで必要となる労働条件や採用手法に関するセミナー(2回)及び宿泊事業者特化型の就職説明会(2回)を開催しました。

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		6年度	7年度	8年度	5年度 の評価
現状値	目標値 実績値	目標値 実績値	目標達成 状況	目標値 実績値	目標値 実績値	目標値 実績値	
観光客満足度						①②③④	
—	95.0%	95.0%	100.7%	95.0%	—	95.0%	a
93.5%	94.4%	95.7%		—	—	—	
県内の平均宿泊日数						①②③④	
—	1.19泊	1.23泊	100%	1.26泊	—	1.33泊	a
1.20泊	1.23泊	1.23泊		—	—	—	
リピート意向率						①②③④	
—	95.0%	95.0%	98.2%	95.0%	—	95.0%	b
92.6%	93.2%	93.3%		—	—	—	

※ KPIについては全て暦年の数値

3. 今後の課題と対応

基本事業名

・令和6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、伝統、祭り、歴史・文化、自然など三重ならではの観光資源を生かしたコンテンツの発掘・磨き上げや販売提供体制の構築、地域ブランディングに取り組む意欲のある地域DMO等を支援します。また、地域特有の食材・習慣・伝統・歴史等によって育まれた食に高い関心を持つ旅行者を対象に、三重の食や食文化の魅力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に取り組み、ガストロノミーツーリズムを推進します。

・質が高く持続可能な観光地づくりに向け、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、二次交通の充実等に向けた取組を支援します。

② DMO(観光地域づくり法人)等の支援

・全県DMOとして観光地経営の司令塔としての役割を果たせるよう、(公社)三重県観光連盟の基盤強化を図り、インバウンド向けプロモーション機能や地域DMO等への支援機能の拡充に取り組みます。

③ 受入れ環境の整備

・高付加価値旅行者の受入れ環境の整備に向け、引き続きヘリコプターを活用した取組を進めるとともに、上質な宿泊施設の新規立地に向けた誘致に取り組みます。

・外国クルーズ船のさらなる誘致に向け、寄港地での周遊と消費につながる魅力づくりなど、関係機関と連携しながら受入れ体制の充実に取り組みます。

・誰もが三重の観光を楽しむことができるバリアフリー観光を推進するため、伊勢志摩バリアフリーツアーセンターと連携し、宿泊施設等に対するパーソナルバリアフリー基準による調査や「観光施設における心のバリアフリー認定」の取得促進などに取り組みます。また、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整備を行うとともに、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仕組づくりを行います。

④ 観光人材の育成

・観光産業における人材不足を解消するため、観光事業者を対象に生産性向上に向けたコンサルティングを行うとともに、観光人材の確保に向けた就職説明会やマッチングサイトを活用した採用支援、観光産業の魅力発信に取り組みます。

・旅行者が安心かつ快適に県内を周遊できる環境を整えるため、観光ガイド人材の育成に向けた課題や取組の方向性を踏まえ、体験コンテンツ事業者のガイドスキルの向上や、高付加価値旅行者層のニーズに対応できるプロフェッショナルガイドの確保・育成に取り組みます。

(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	6年度
予算額等	964	917	1,487
概算人件費	98	71	—
(配置人員)	(11人)	(8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プロモーションの展開や平日の需要喚起対策の実施など、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った結果、県内の延べ宿泊者数は前年から増加したものの目標を下回りました。</p> <p>県内の外国人延べ宿泊者数は海外商談会への参加やSNSなどオンラインを活用した海外への情報発信を実施しましたが、中部国際空港の復便の遅れなどの影響により目標を下回りました。</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5年度の主な取組

① 観光マーケティングの推進

・観光DX*の推進に向け、「みえ旅おもてなしプラットフォーム」を運用するとともに、「みえ旅おもてなしポイントプログラム」を引き続き実施し、蓄積した旅行者データは7万人超となりました。また、観光データを分析できるサイト「三重県観光統計データ」を公開しました。

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、首都圏等大都市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・販売支援等により、全国からの誘客に取り組みました。(交通広告:JR東京駅、新宿駅、東京メトロ大手町駅、日本橋駅、阪急大阪梅田駅の5駅・9か所、交通事業者と連携する旅行商品の利用者数:30,545人)

・県内への誘客及び周遊を促進するため、株式会社ポケモンとの包括連携協定を活用し、令和4年度から実施しているデジタルスタンプラリーを拡大実施する(参加者数:4,708人)とともに、県内鉄道事業者全8社と連携したスタンプラリーを実施(応募者数:1,169人)しました。

・新型コロナにより大きな打撃を受けた観光産業の早期回復に向け、全国旅行支援を令和4年度に引き続き7月21日まで実施しました(利用者数:約240万人)。

加えて、例年需要の落ち込みがあるシーズンへの対策として、令和5年12月11日から令和6年3月10日まで、平日の宿泊者を対象としたクーポン配布事業「平日ゆったりみえ旅キャンペーン」を実施し、旅行需要の喚起及び平準化を図りました(利用者数:約10万人)。

・県外からの教育旅行の来訪促進のため、目的地としての魅力のPRに向け取り組むとともに、県内学校の宿泊を伴う教育旅行への支援を行いました(支援実績:158校、7,998人)。

・県内の地域の歴史や文化を継承する伝統的で特徴的な「祭り」の価値や魅力を知っていただくとともに、県内への誘客を図る観光資源としての活用可能性の検証に向け、祭りの魅力を活用した旅行商品の造成・販売にモデル的に取り組みました。(旅行商品造成件数:7件、利用者数:111人)

③ インバウンド*の誘客

- ・海外から高付加価値旅行者を誘致するため、海外の旅行会社の招請(県単独で招請したものととして2回)や、商談会への出展(2回)、新市場調査に取り組みました。観光庁により選定された「地方における高付加価値なインバウンド観光地づくり」のモデル観光地への支援については、県内DMOと連携し、マスタープランの策定に向けて必要な助言を行うとともに、奈良県・和歌山県と連携した旅行会社等の招請(2回)などに取り組みました。
- ・三重県産業観光推進協議会と連携し、説明会開催(4回)による受入企業の拡大(10社増加)や商談会への出展(6回)、多言語Webサイトの構築など産業観光の推進に取り組むとともに、大学との連携やMICE*誘致促進補助金を活用し、国際会議をはじめとするMICEの誘致に取り組みました。(国際会議等の開催支援件数9件)
- ・大阪・関西万博等への訪問を予定する外国人旅行者を対象に、三重県を含む関西各地域への周遊を促すため、関西観光本部を中心に、関西の官民が連携して取り組む万博プラス関西観光推進事業に参画し、各府県の魅力的な体験コンテンツを取りまとめた冊子に三重県のコンテンツを掲載し(34件)、そのうち海女文化や真珠取り出し体験など6件のコンテンツがOTA*により販売が開始されたほか、海外の旅行会社を対象としたファミトリップ*の実施や、関西観光本部のホームページに「万博プラス関西観光」特設ページを開設するなどオンラインを活用した情報発信等のプロモーションに取り組みました。
- ・本格的に回復する外国人旅行者を確実に取り込んでいくため、台湾、タイおよびフランス(欧州)に設置した営業代理人(レップ*)による現地旅行会社へのセールスに加えて、海外商談会への参加(6回)、海外旅行博でのPR(6回)、メディア・旅行会社のファミトリップ(15回)などのプロモーションに取り組んだほか、1月の知事タイミッションでは、タイ旅行業協会と、タイから三重県への旅行者増加を目的とした覚書を締結しました。また、三重県の認知度向上を図るため、県の外国語ウェブサイトやSNS、日本政府観光局(JNTO)の公式ウェブサイトへの記事掲載(3本)など、オンラインを活用した海外への情報発信に取り組みました。

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		6年度	7年度	8年度	5年度 の評価	
現状値	目標値 実績値	目標値 実績値	目標達成 状況	目標値 実績値	目標値 実績値	目標値 実績値		
観光消費額							①②③	
—	4,950億円	5,250億円	93.0%	5,560億円	—	6,500億円	b	
3,562億円	4,269億円	4,882億円		—	—	—		
県内の延べ宿泊者数							①②③	
—	766万人	812万人	90.4%	860万人	—	1,041万人	b	
518万人	688万人	734万人		—	—	—		
県内の外国人延べ宿泊者数							①②③	
—	34.6万人	36.7万人	54.8%	38.9万人	—	45.4万人	d	
1.7万人	4.9万人	20.1万人		—	—	—		

※ KPIについては全て暦年の数値

3. 今後の課題と対応

基本事業名

・令和6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

・市町・DMO・観光関連団体等におけるデータ分析に基づく観光マーケティングの取組を支援するため、令和5年度に公開したサイト「三重県観光統計データ」の充実やデータを利活用できる人材育成のためのセミナーを開催します。

② 観光プロモーションの強化

・首都圏からの来訪者数や観光消費額の増加を図るため、首都圏等大都市圏の比較的消費単価の高い顧客層を対象に、事業者と連携した各種広告や商業施設等でのイベントの開催及び旅行商品の造成・販売等に取り組みます。

・熊野古道世界遺産登録20周年を契機として三重への観光誘客を推進するため、交通事業者と連携した旅行商品の造成・販売に取り組むとともに、様々なメディアを活用した観光プロモーションに取り組みます。

・開幕を一年後に控え、注目が高まる大阪・関西万博に来訪する旅行者が三重県に来訪・周遊できるよう、旅行商品の造成・販売等に取り組みます。

・県内への誘客や周遊を促進するため、株式会社ポケモンとの包括連携協定を活用し、県内の事業者等と連携した県内での周遊を促進するスタンプラリーなどの取組を実施します。

・閑散期や平日の需要喚起を図るため、平日を対象とした体験コンテンツの利用促進や高速道路を利用した周遊促進に向けたキャンペーンなど県内への周遊促進に向けた施策を実施します。

・県内への再訪が見込める将来のファン獲得につなげるため、県外からの教育旅行の来訪促進に向け、目的地としての魅力をPRするなど誘致に取り組みます。

③ インバウンドの誘客

・海外からの高付加価値旅行者の誘致を進めるため、令和5年度に実施した市場調査の結果を踏まえ、まずは三重県の観光資源が強みを持ち、経済波及効果が大きいと期待される市場(米・英・仏)を対象に、営業代理人(レップ)や商談会等を活用した誘客に取り組みます。また、県内DMOや奈良県、和歌山県と連携しながら、紀伊半島など広域での誘客に取り組みます。

・海外からの企業の報奨旅行・研修視察旅行の増加につなげるため、三重県産業観光推進協議会によるプロモーション等の活動を支援します。また、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誘致に取り組みます。

・外国人旅行者の三重県への周遊・宿泊を促進するため、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、東京一大阪間や関西圏を中心にゴールドルート周遊する外国人旅行者等に向けて関西観光本部や日本政府観光局(JNTO)とも連携し、情報発信などに取り組みます。

・アジア市場等からの外国人旅行者を誘致するため、全県DMOである(公社)三重県観光連盟と連携し、SNS等オンラインを活用した情報発信や海外旅行会社へのセールスなど、プロモーションの強化に取り組みます。

(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	6年度
予算額等	18,449	4,418	761
概算人件費	196	176	—
(配置人員)	(22人)	(20人)	—