

令和7年定例会
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) 持続可能な観光地の実現に向けた受入環境の充実について . . . 1
- (2) 戦略的なインバウンド誘客の推進について . . . 4
- (3) 国内誘客の推進について . . . 7
- (4) 食料自給総合対策調査特別委員会の提言への対応について . . . 9

令和7年3月12日

観 光 部

(1) 持続可能な観光地の実現に向けた受入環境の充実について

国内外の旅行者が快適に滞在できる環境を整えるため、DMO等を中心とした宿泊・滞在環境の整備をはじめ、観光ガイド人材の育成、バリアフリー観光の推進、滞在型の観光コンテンツの磨き上げや提供・販売体制の構築支援のほか、市町・DMO等がデータに基づいた施策を実施できるよう統計データサイトを充実
令和7年度においても、国内外の旅行者から選ばれる三重県を目指し、持続可能な観光地づくりを推進

①先駆的で持続可能な観光地の構築を支援

菰野エリアと伊勢志摩エリアのDMOが策定した受入環境整備等の「事業計画」を認定し、エリア内を持続可能な観光地にしていくための宿泊・観光施設の高付加価値化改修や景観整備を面的に支援するとともに、地域が一体となって継続的にプロモーションを行っていくための取組を支援

● 菰野町観光協会（菰野町）

心とカラダが整うウェルネスツーリズム



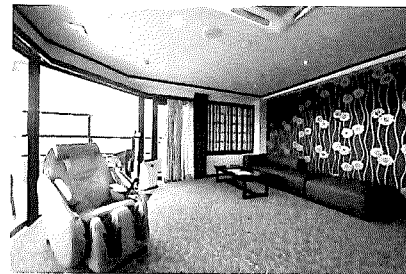
御在所岳山頂 散策路の改修

地域一体で「心とカラダが整うまち」として菰野町、湯の山温泉のブランドイメージ作成と滞在を楽しめるコンテンツ整備を行うとともに長期滞在・宿泊を促進させるための施設改修と景観整備を実施

- ・宿泊施設改修：6件、観光施設改修：8件（補助金計180,864千円）
- ・1泊2日の滞在・宿泊モデルルートを紹介するウェブページの制作
- ・観光協会デジタル観光マップへ改修施設を追加
- ・来訪者アンケート実施

● 伊勢志摩観光コンベンション機構（伊勢市、鳥羽市、志摩市、多気町）

伊勢志摩エリアでさらに一泊してもらうための滞在価値提供



「斎王の宮」3階の部屋を全てバリアフリー化改修

伊勢志摩、多気町の主要観光地周辺の宿泊施設を中心に、広域に広がる観光コンテンツを巡る拠点として魅力的な環境となるよう、施設改修を実施

- ・宿泊施設改修：4件、観光施設改修：2件（補助金計80,680千円）
- ・リニューアルした施設の特集ウェブページの制作
- ・ウェブページへの誘導を図るSNS広告
- ・エリア内の観光関連事業者を対象とした「もう1泊」を促進するセミナーの開催

②高付加価値旅行者に対応できる観光ガイド人材の育成

● 「三重県観光ガイド養成プログラム」全8回の講座を実施

〔カリキュラム〕

- ・ガイディング手法や旅程管理・危機管理について学ぶ座学・ワークショップ研修：3回
- ・全国トップガイドによるガイディング体験・意見交換会：1回
- ・フィールドワーク研修：伊勢志摩地域・伊賀地域・東紀州地域のうち2地域×2回=4回（参加者46名、うち修了認定者13名）



フィールドワーク研修

● 活躍機会の創出

- ・個別ガイドプロフィールの作成
- ・旅行会社や宿泊施設等とのマッチング会を開催

③バリアフリー観光の推進

● 「観光施設における心のバリアフリー認定」県内の状況

113件 ※R7.1月末時点 全国5位の認定数 (R6.1月末比+39件)

施設別 (宿泊施設：93件、飲食店：11件、

観光案内所：8件、博物館：1件)

地域別 (北勢：29件、中南勢：14件、

伊勢志摩：61件、伊賀：4件、

東紀州：5件)

● バリアフリー研修会

12/18紀北町、1/21津市、2/19鳥羽市

● 情報発信の強化

伊勢志摩バリアフリーツアーセンターのHPを改修し、カテゴリ別に地域の情報を検索しやすくするなど情報発信を強化

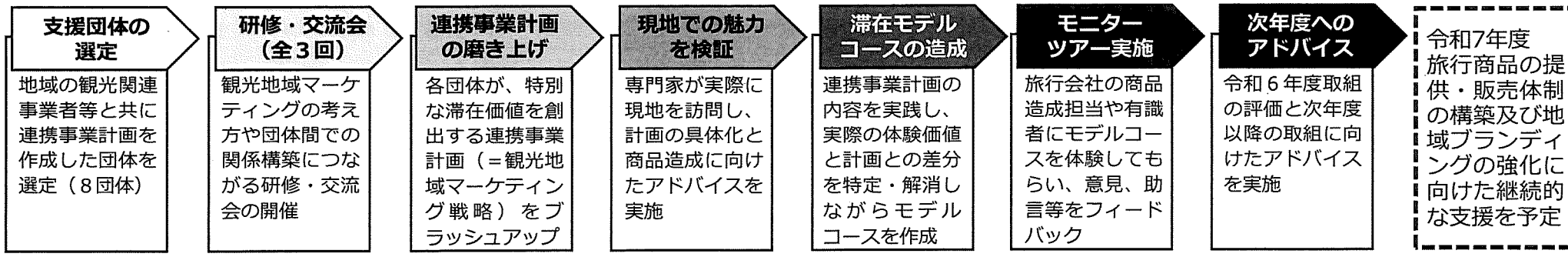


研修会でのバリアフリー体験

(1) 持続可能な観光地の実現に向けた受入環境の充実について

④ 三重自慢の観光資源を活用した滞在価値の創出

三重ならではの滞在価値創出に向け、観光コンテンツの磨き上げや、提供・販売体制の構築及び地域ブランディングに取り組む意欲のあるDMO、観光協会、エリアマネジメント団体等に対し、専門家による伴走支援を行い、「連携事業計画（＝観光地域マーケティング戦略）」の策定・具体化や事業化可能性調査、滞在モデルコースの造成、次年度に向けたアドバイスなどを実施



【選定8団体と提供する滞在価値】

桑名エリアマネジメント	<ul style="list-style-type: none"> ●“みなと文化”の町・桑名 刀剣、伝統工芸（漆器）、伝統文化（茶道）に興味をもつ欧米豪のアップーミドル層をターゲットに、水路・海路・街道の3つが交わる交通要衝地としての歴史を体感できる滞在を提供 		DMO カメラマモデル	<ul style="list-style-type: none"> ●伊勢別街道エリアに立ち寄り「ゆっくりお伊勢参り」 お伊勢参り客をターゲットに、関宿と国宝専修寺をつなぐ伊勢別街道沿いで栄えた産業や食文化を体感できる滞在を提供 	
グリーンクリエイティブいなべ	<ul style="list-style-type: none"> ●いなべ、暮らしを旅する 名古屋に住みスローライフに憧れるアップーミドル層をターゲットに、いなべの自然や人とのつながりを感じ、心の豊かさ、ゆっくりとした時間を取り戻せる滞在を提供 		伊賀上野DMO	<ul style="list-style-type: none"> ●“忍者だけじゃない”伊賀の魅力と奥深さを“香り・匂い”で感じ、想像する旅 食と健康に興味がある30～50代女性のグループをターゲットに、訪れる場所ごとに香り・匂いを感じ、旅の記憶として刻まれる滞在を提供 	
四日市観光協会	<ul style="list-style-type: none"> ●ナイトタイムエコノミー 中京圏・関西圏の20～50代の女性をターゲットに、地元精通したガイドが工場夜景と駅前アーケード街の飲食店を案内し、旅行者が安心して楽しめる滞在を提供 		紀北町観光協会	<ul style="list-style-type: none"> ●熊野古道の旅人を迎えてきた町のおもてなし 40～60代の旅好きグループをターゲットに、馬越峠と、この町で味わえる旬の魚料理や紀州備長炭の炭火焼き料理など、この町で紡がれてきた歴史とおもてなしを体感できる滞在を提供 	
菰野町観光協会	<ul style="list-style-type: none"> ●心とカラダが整うまち 中京圏の20～30代の働き盛りの社会人をターゲットに、療養の地・湯の山温泉で「カラダを動かす、栄養を蓄える、心とカラダを休める、心を満たす」滞在を提供 		ツーリズムみはま	<ul style="list-style-type: none"> ●熊野古道を歩きリトリートする旅 30～60代の自然や歴史・文化への関心が高い人をターゲットに、太平洋や丸山千枚田の眺望、熊野信仰と文化に触れ、住民との交流により、心とカラダをリトリートできる滞在を提供 	

(1) 持続可能な観光地の実現に向けた受入環境の充実について

⑤ ガストロノミーツーリズムの推進

令和5年度に引き続き、ガストロノミーに高い関心を持つ旅行者を誘客するため、そこでしか食べられない料理が味わえ、その地域の食文化を知り、学び、体験できる滞在価値を創出し「みえガストロノミーツーリズム」として発信
 令和6年度は、特に料理人や食の関係者など「人と人とのつながり」を重視した事業を展開

県内ガストロノミーコンテンツの抽出	<ul style="list-style-type: none"> ● 県内外のシェフや有識者、県内旅館組合・観光協会へのヒアリング
コンテンツのブラッシュアップ 【専門家による伴走支援】	<ul style="list-style-type: none"> ● 「地域の風土に根差した料理のストーリー」を旅行者に伝わるように言語化 ● 地産地消の観点で、ツーリズム化に向けたコンテンツの組み合わせ ● 地域一体のブランディング (5地域)
旅行商品化に向けたテストマーケティングと情報発信	<ul style="list-style-type: none"> ● ツーリズムEXPOジャパンへのテストマーケティング出展 (R6.9.26-29 @東京ビッグサイト、3地域が出展) ● 旅行商品タリフ (価格や提供時期などを示したシート) の作成 ● 商談会 (R7.2.26 @VISON、67者参加) ● ファムトリップを2地域で実施 (R7.2.27) ● 専用WEBサイトやインフルエンサー (EXILEの橋ケンチ氏) を活用した情報発信

地域	取組概要
四日市	市内6つの酒蔵やお茶、器としての四日市萬古焼など「水」との関わりやストーリーを組み込んだ滞在商品の造成
伊賀/名張	伊賀ブランドの伊賀牛、伊賀米、伊賀酒と、それらを提供する赤目温泉対泉閣、伊賀市内の古民家を組み合わせた滞在商品の造成
志摩	モアレリゾート (ばさら邸) を核に、地域の職人や生産者、海女小屋施設と連携した1泊2日の滞在商品の造成
伊勢志摩	「エバーグリーン (※)」に参加するシェフのお店を旅の目的地となるレストランとし宿泊施設と組み合わせた滞在商品の造成 (※) 美食都市・伊勢志摩を目指して集まったシェフ・料理人の団体
熊野	県内外の食通が絶賛する「食堂あお」と熊野の食材「美熊野牛」、地域の漁師体験を組み合わせた滞在商品の造成



商談会



EXILEの橋ケンチ氏による県内ガストロノミーの発信

⑥ 「三重県観光統計データ」サイトの充実

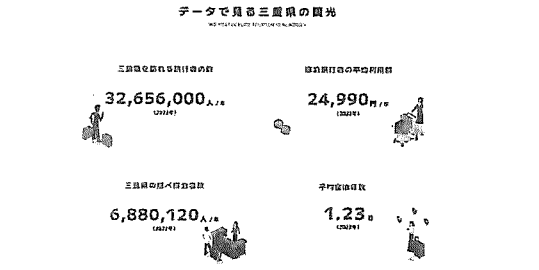
プロモーションのターゲット選定といったデータに基づく施策の実施に活用できるよう、三重県に関する様々な観光統計データを視覚化したWebサイト「三重県観光統計データ」を公開
 データ項目の更新・追加などサイトの充実を図り、市町・DMO等を含め、活用を推進

【現在公開しているデータ】

- 観光レクリエーション入込客数推計書
- 宿泊旅行統計調査 等

【令和6年度追加データ】

- インバウンド消費動向調査データ
- 長期休暇の観光入込客数データ 等



「三重県観光統計データ」サイト (イメージ)

(2) 戦略的なインバウンド誘客の推進について

①インバウンドプロモーションの推進

大阪・関西万博やF1日本グランプリなど、海外から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、海外OTA（オンライン旅行会社）を活用するほか、関西観光本部や日本政府観光局（JNTO）等と連携し、情報発信。令和7年度は海外OTAに加え、検索サイトを活用した情報発信も実施。

1. ゴールデンルート等からの誘客

- インバウンドの宿泊予約に強みを持つ海外OTAと連携し、三重県特設ページを開設し、三重県の観光記事を10本掲載し、SNS広告を配信しました。また、海外OTAの利用を促進するため、7月に県内宿泊施設向けに海外OTA登録説明会（60名が参加）を開催。こうした取組により当該海外OTAを通じた宿泊予約件数が前年比54.8%増加。
- 広告配信先：台湾、香港、アメリカ、イギリス、フランス、オーストラリア

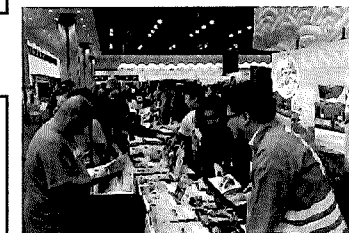


Discover Mie, Journey into Myth

海外OTAサイト

2. 大阪・関西万博を契機とした誘客

- 関西観光本部が中心となり、関西の自治体や民間企業等が連携して設立された「EXPO2025関西観光推進協議会」に参画し、コンテンツ造成や情報発信を実施。
- 令和6年12月に、近鉄、伊勢志摩観光コンベンション機構と連携して関西国際空港においてブースを出展。
- 令和7年2月に、アメリカ・ロサンゼルスで開催された旅行博「LATAS」に同協議会と共同して三重県も出展し、観光PRを実施。



旅行博「LATAS」
出展の様子

3. F1を契機とした誘客

- 2025F1日本グランプリを目的に来訪する外国人旅行者に対し、三重県への周遊・宿泊を促進するため、ホンダモビリティランド、旅行会社と県が連携した結果、観戦チケットと県内への宿泊、宿泊施設から鈴鹿サーキットへのアクセスをセットにした旅行商品が造成・販売。

4. 三重県観光連盟・日本政府観光局（JNTO）等との連携

- 三重県観光連盟が事業者と連携して実施する、タイ旅行業協会とのMOUに基づくタイ旅行会社のファムトリップ（9月に6社、3月に10社が来県）、台湾の現地商談会やタイ国際旅行フェアへの出展、台湾とタイへの営業代理人（レップ）の設置など、アジア市場からの誘客やSNS等オンラインを活用した情報発信を支援。
- JNTOと連携し、現地での商談会への参加や関係者のファムトリップ招請を通じた台湾からの教育旅行の誘致、米国のインフルエンサーの招請、ウェブサイト「Monthly Web Magazine」での三重県周遊に関する記事の配信などを実施。

(2) 戦略的なインバウンド誘客の推進について

②高付加価値旅行者層の誘致

米英仏の市場を対象に、高付加価値旅行者層を誘致するため、三重県単独事業に加えて、奈良県、和歌山県と連携し、旅行会社やメディアの招請、商談会参加による旅行商品造成に向けた取組を実施。その中でアメリカのニュース専門チャンネルCNNが三重県を含む紀伊半島の観光地を紹介するなど、メディアへの露出を実現。令和7年度も広域での連携やレップの活用等により高付加価値旅行者層の誘致を実施。

1. ファムトリップの実施

- | | | |
|---------------|--------------|----------|
| ①旅行会社招請 (6月) | 【奈良・和歌山との連携】 | : イギリス2名 |
| ②メディア招請 (9月) | 【奈良・和歌山との連携】 | : アメリカ2名 |
| ③メディア招請 (10月) | 【奈良・和歌山との連携】 | : フランス4名 |
| ④旅行会社招請 (11月) | 【奈良・和歌山との連携】 | : フランス4名 |
| ⑤旅行会社招請 (11月) | 【欧州レップ事業】 | : フランス4名 |
| ⑥旅行会社招請 (1月) | 【高付加価値レップ事業】 | : イギリス4名 |
| ⑦旅行会社招請 (2月) | 【高付加価値レップ事業】 | : アメリカ4名 |

2. メディア掲載・ツアー造成等実績

- 【メディア掲載等】
- ①Conde Nast Traveller(イギリスの有力な旅行雑誌)への掲載
 - ②CNN (アメリカのテレビ局) での紹介
【三重県を含むツアー造成等に至った会社数】
イギリス1社、アメリカ4社、フランス3社

3. 高付加価値旅行者層を顧客とする旅行会社が参加する商談会への参加

- | | | |
|------------------------------------|---------|--------|
| ①ILTMカンヌ2024商談会 (12月2日～5日) | 於: フランス | 37社と商談 |
| ②Connections Luxury商談会 (9月22日～24日) | 於: イギリス | 20社と商談 |
| ③Virtual Roadshows商談会 (11月11日～14日) | 於: アメリカ | 30社と商談 |



ILTMカンヌでの商談

4. 「地方における高付加価値なインバウンド観光地づくり」モデル観光地の取組

- ①伊勢志摩及び周辺地域エリア
 - ・インバウンドを対象にしたヒアリング調査や、情報発信の強化、体験プログラムの造成を実施。
 - ・推進体制を構築するため、高付加価値インバウンド観光地づくり協議会を発足。
 - ・機運醸成を図るため、ワークショップやシンポジウムを開催。
- ②紀伊山地及び周辺地域エリアとの連携【奈良・和歌山との連携】
 - ・旅行会社、メディアを対象にしたファムトリップを実施するなどコネクションづくりを実施。
 - ・Web等のセールスツールを整備し、セールス活動を実施。
 - ・宿泊施設、交通手段、ガイドを手配するDMCの機能を持つ地域経営主体の体制構築について検討。

(2) 戦略的なインバウンド誘客の推進について

③MICE誘致・産業観光の推進

セミナーの開催、商談会への参加、首都圏レップの活用や学会関係者等への訪問等を通じて、MICE誘致に向けた取組を実施。また、海外からの企業の報奨・研修旅行の増加につなげるため、三重県産業観光推進協議会と連携したプロモーション等を実施。

令和7年度はMICE誘致補助金の対象拡大等により企業のミーティング、報奨・研修旅行誘致の取組を強化。

1. 国際会議の誘致促進

- セミナー 首都圏におけるMICE誘致の取組として三重テラスで開催 日時：令和6年11月21日 参加：46名
- 商談会 IMEXフランクフルト2024(令和6年5月14日～16日 於：ドイツ) 18社と商談
Japan MICE EXPO 2024 (令和6年10月17日～18日 於：大阪) 38社と商談
国際MICEエキスポ (令和7年2月13日 於：東京) 7社と商談
- 首都圏レップの活用 学会関係者や企業等131者を訪問しMICE開催関係者リストを作成

2. 産業観光の推進

- 産業観光ツアーを手配するエージェントを招請した視察旅行の実施や商談会への参加。
令和6年4月から令和7年2月にかけて、約4,300名が来県。
- 産業観光の受入企業を増やすため、企業訪問を実施するとともに、県内4か所で産業観光の説明会(42社参加)を開催。新たに15社が協議会に入会(会員数45社)。
- 三重県インセンティブツアー&産業観光セミナーの開催。
日時：令和6年8月30日 於：韓国 参加：14社



MICEの商談会の様子

④知事の海外ミッション

知事がフランス、ベトナム、タイを訪問し、インバウンド誘客に向けたプロモーションや旅行会社との意見交換等を実施。

○フランス(令和6年10月)

駐仏日本国大使公邸での全国知事会観光プロモーション、フランスから三重県への送客推進に向けた旅行会社とのMOU締結、三重県観光セミナーの開催のほか、現地旅行会社を訪問。

○ベトナム(令和7年1月)

訪日旅行を扱う現地の大手旅行会社を訪問し、意見交換を実施。

○タイ(令和7年1月)

タイ旅行業協会との意見交換のほか、同協会主催のタイ国際旅行フェアを訪問。



タイ国際旅行フェア

(3) 国内誘客の推進について

首都圏等の大都市圏からの誘客を図るため、SNSやテレビ等の多様な手段を活用した認知度向上を促す観光プロモーションを展開するとともに、大規模イベントを契機とした誘客促進、需要の平準化に向けた取組などを実施。
令和7年度も引き続き、大都市圏向けプロモーションや県内周遊促進、需要の平準化等に取り組み、誘客を促進。

① 大都市圏等プロモーションの実施

大都市圏からの誘客を図るため、交通広告の掲出やSNSでの発信など、認知向上を促す観光プロモーションを展開

<効果的な露出・認知向上>

- SNS等を活用した情報発信
 - ・佐々木蔵之介（動画視聴数86万回（2/28現在））
【テーマ】神宮に学ぶ未来の生き方（二見興玉神社、伊勢神宮、おかげ横丁、朝熊山金剛證寺等）
 - ・Maibaru Travel（動画視聴数21万回（2/28現在））
【テーマ】大人の三重旅（伊勢神宮、地中海村等）
 - ・魚屋の森さん（動画視聴数13.5万回（2/28現在））
【テーマ】海女さん密着（海女体験、さとうみ庵等）
 - ・LTブログ（動画視聴数16.9万回（2/28現在））
【テーマ】日本文化体験、食べ歩き（伊賀上野城、田楽座 わかや、NIPPONIA HOTEL等）
- 交通広告等の掲出（JR東京駅、JR新宿駅）
- テレビを活用した発信

三重テレビ旅番組「新・ええじゃないか〜いい旅 いい発見〜」(関東・関西などの計10局で29回放送)等において観光地を紹介



神宮に学ぶ未来の生き方
(佐々木蔵之介)

<旅行検討者・旅行会社への訴求>

- ツーリズムEXPOジャパン2024(9月・東京)・三重県ブースへの出展者：19者 ※総来場者数：182,934人

<特にターゲットを絞った取組>

- 首都圏の消費単価の高い顧客層を対象とする取組（誘客イベント(1月)：200名、三重県体験ツアー(2月)：21名）

② 大規模イベントを契機とした誘客促進

<熊野古道世界遺産登録20周年を契機とした誘客促進>

東紀州地域の祭り・イベントと歩き旅など、魅力ある観光コンテンツを組み合わせた旅行商品の造成・販売、プロモーションを実施し、誘客を促進

○令和6年度実績 利用者数：宿泊272人泊・日帰り145人（2/28現在）

<大阪・関西万博を契機とした注目度向上及び誘客促進>

万博来訪者をターゲットとし、交通事業者等との連携による企画きっぷ・旅行商品のプロモーションを開始

○造成件数：企画きっぷ1件、旅行商品6件



ヤーヤ祭り



花の窟のお綱かけ神事

(3) 国内誘客の推進について

③ 観光需要平準化の促進

観光需要の平準化に向け、平日（繁忙期を除く）を対象とした利用促進キャンペーンなどを実施

<三重のおそび体験利用促進事業>

県内体験施設、体験プログラムの利用促進のため、体験料金割引キャンペーンを実施 ※人気メニュー：カヤック体験、SUP体験
真珠取り出し体験、いちご狩り体験

○令和6年度実績 利用者数：14,961人（1/31現在）

<旅行商品造成事業>

観光・宿泊施設や交通機関等の利用促進のため、県内周遊ツアー（宿泊）を造成・販売

○令和6年度実績 利用者数：5,176人泊（1/31現在）

<教育旅行誘致促進事業>

体験・学習プログラムやポータルサイトの充実により、県外からの教育旅行の誘致促進に向け情報発信

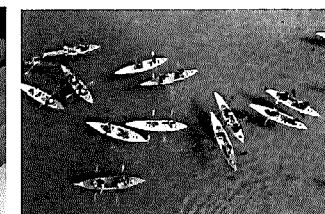
<みえ周遊ドライブプラン事業>

県内への誘客、周遊や観光地での消費促進のため、NEXCO中日本と連携し、高速道路定額割引と、500以上のお土産物店などで利用できるお得な商品券をセットで販売

○令和6年度実績 利用件数：5,348件（1/31現在）



真珠取り出し体験



カヤック体験

④ みえ応援ポケモンを活用した県内の周遊促進

株式会社ポケモンと連携し、みえ応援ポケモン「ミジュマル」を活用した「ミジュマルと旅する みえのバス&鉄道スタンプラリー」や近鉄特急のラッピングを実施し、県内観光地の周遊、誘客を促進

<スタンプラリー>

県内25箇所の駅等にスタンプを設置し、集めたスタンプ数に応じたプレゼントが当たる企画を実施

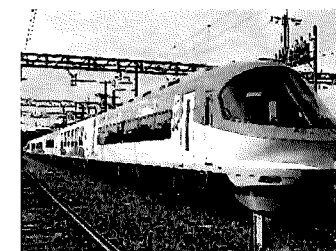
【シーズン1】10/25～12/20

【シーズン2】12/21～2/28

○令和6年度（シーズン1）実績 応募者数：1,497人

<ミジュマルライナー>

運行開始2月27日～（運行区間：大阪難波駅・京都駅・近鉄名古屋駅から賢島駅）



ミジュマルライナー



スタンプラリー

(4)食料自給総合対策調査特別委員会の提言への対応について

1 概要

令和6年3月22日に食料自給総合対策調査特別委員会から、「1 食料の安定供給と食料自給力の向上」、「2 地産地消の取組・地場製品の充実・食育の推進」、「3 農林水産業の後継者・担い手の確保」の3本を柱とする提言をいただきました。

このうち、当部関係の提言にかかる令和6年度の主な取組状況と令和7年度の取組方向をご報告します。

2 提言内容及び令和6年度の主な取組状況等

(1) 提言

2 地産地消の取組・地場製品の充実・食育の推進

「ガストロノミーツーリズムの推進に際しては、本県ならではの食文化が楽しめるよう、地域の地場製品の開発やプロモーション等に取り組み、地域そのものの魅力を高める支援を検討すること」

(2) 令和6年度の主な取組状況と令和7年度の取組方向

- ・本県ならではの食や食文化に係る観光資源の旅行商品化に向け、専門家による伴走支援を行ったほか、旅行会社、宿泊施設、飲食店等が集まる商談会を開催することにより、ガストロノミーツーリズムの推進に意欲的な事業者間のネットワーク構築に取り組みました。
- ・引き続き、三重の風土に根差した料理や商品の開発を促進するとともに、国内外での商談会や観光イベント等の機会を捉え、「みえガストロノミーツーリズム」を積極的に発信していきます。