

令和7年度アクションプラン（案）の概要説明

○ アクションプランの位置づけ

三重県観光振興基本計画の実効性を高めるツールとして、令和6年度に引き続き作成・活用します。

○ アクションプランの構成

①主目標・副目標をKGIとし、「目標値・実績」、「令和7年度目標達成に向けた方向性」を設定

②①を達成するために3つの施策の柱を定め、施策の柱の具体的な戦略ごとに「目標値（KPI）・実績」、「令和6年度のKPIの達成状況及び評価」、「令和7年度のKPI達成に向けた重要達成要因（KSF）」、「令和7年度の取組の方向性」、「令和8年度の取組の方向性」を設定

※戦略目標であるKPIを達成することでKGIを達成する仕組み。

目標項目（KGI）	R6目標	R6実績	達成率
主目標 観光消費額	5,130億円	(集計中)	—

目標項目（KGI）	R6目標	R6実績	達成率
副目標1 観光紹介意向率	36.5%	33.5% ※速報値	91.8%
副目標2 観光従事者満足度	55%	60.2%	109.5%
副目標3 観光がプラスの効果をもたらすと捉えている地域住民の割合	71.5%	54.9%	76.8%

1 質が高く、持続可能な観光地づくり

戦略		R6 戦略目標 (KPI)	R6 実績 (達成率)	達成状況及び評価	令和7年度の主な取組の方向性
1 1	持続可能な観光地マネジメント	持続可能な観光地づくりに取り組む地域数：累計1地域	累計1地域 (100.0%)	・持続可能な観光地づくりに取り組む地域DMOを支援できるよう、引き続き（公社）三重県観光連盟の基盤強化が必要	・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の役割を担い、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実施
		先駆的DMOの認定数：0	0 (100.0%)		
1 2	観光の質の向上による高付加価値化	日本人宿泊者観光消費単価 ：28,000円	29,538円 (105.5%) ※速報値	・現状として目標値を上回っているものの、宿泊料等消費者物価指数の上昇や円安の影響等により嵩上げされている側面もあることから、引き続き、高付加価値旅行者の多様なニーズをふまえて観光基盤や旅行体験の充実を図ることが必要	・「上質な『みえ旅』宿泊施設立地補助金」を活用した宿泊施設の誘致活動の実施 ・高付加価値旅行者層のニーズに対応できる観光ガイド人材育成のための実践的講座の実施
		外国人観光消費単価 ：47,300円	63,000円 (133.2%)		
1 3	三重の特色を生かした滞在型観光の推進	平均宿泊日数 ：1.26泊	1.19泊 (94.4%) ※速報値	・現状値として目標値を下回っており、かつ、前年（1.23泊）よりも低下していることから、旅行者の周遊促進に向けた滞在価値の創出に向けた支援が必要	・拠点滞在型観光を推進するため、地域のDMO等による滞在価値向上に向けた取組や旅行商品の提供・販売体制の構築等を支援
1 4	旅行者を受け入れる基盤の整備	宿泊者満足度 ：46.6%	48.6% (104.3%) ※速報値	・リピート率が目標値を下回っている。「じゃらん観光国内宿泊旅行調査2024」では「現地へのアクセスが良かった」と回答した人の割合は47.4%と低く、全国平均との差が最も大きくなっている（▲6.2）ことから、二次交通の充実をはじめ、三重県を訪れる旅行者に快適に観光を楽しんでもらうための受入環境の充実や基盤の整備が必要	・宿泊施設の和洋室化やトイレの洋式化及び世界遺産熊野古道伊勢路沿線のトイレの環境整備の支援 ・第63回神宮式年遷宮に向けた機運醸成や受け入れ態勢を強化 ・伊勢志摩地域の市町・DMO・交通事業者等と連携して、観光型MaaSの運用支援
		県外宿泊者5回以上リピーター率 ：61.7%	58.9% (95.5%) ※速報値		



←戦略1-3 “魚まち”の生節加工工場の見学（紀北町・左）
伊賀くみひもでの香袋作り体験（伊賀市・右）

戦略1-4 宿泊施設の和洋室化による高付加価値化改修→



2 戦略的な観光誘客の推進

戦略		R6 戦略目標 (KPI)	R6 実績 (達成率)	達成状況及び評価	令和7年度の主な取組の方向性
2 1 1	戦略的な観光マーケティングの推進	観光地域マーケティング戦略を策定したDMOの数：1	1 (100.0%)	・現状として目標を達成している。引き続き、全県DMOである（公社）三重県観光連盟が地域DMOに対してコンサルティング支援を行うことが必要	<ul style="list-style-type: none"> 全県DMOである（公社）三重県観光連盟が地域DMOの観光地域マーケティング戦略の策定・見直しについてのコンサルティング支援を実施 観光統計やデータマーケティング研修の実施により、県内のデータリテラシーを高め、観光施策のEBPMを推進
2 1 2	国内観光誘客の推進	日本人延べ宿泊者数：821万1千人	845万3千人 (102.9%) ※速報値	<ul style="list-style-type: none"> 日本人延べ宿泊者数は目標を達成している状況ではあるが、R7、R8の目標値（904万人、995万6千人）には達していないので、引き続き、首都圏等大都市圏向けプロモーションや大規模イベントの機会を生かした誘客の取組が必要 宿泊を伴う教育旅行で県外から訪れた学生数は、生徒数減少に加え、コロナ禍で増えた県内学校や近隣の中部圏の実績減により、目標値を下回る見込みのため、県外からの教育旅行誘致に向けて、関西圏・首都圏の学校などターゲットを明確にした発信が必要 	<ul style="list-style-type: none"> 大阪・関西万博を契機に、交通事業者と連携した企画きっぷと旅行商品の販売促進に向けたプロモーションの実施 首都圏を中心とした大都市圏の旅行者層の誘客に向けた、SNSやテレビ等の多様な媒体を活用したプロモーションの展開 株式会社ポケモンと連携した県内への観光誘客及び周遊促進の実施 県外からの教育旅行の誘致に向けた、旅行会社へのセールスやポータルサイトを活用した情報発信の実施
		宿泊を伴う教育旅行で県外から訪れた学生数：69,000人	(集計中)		
2 1 3	インバウンド誘客/MICE・産業観光の推進	外国人延べ宿泊者数：38万9千人	24万人 (61.6%) ※速報値	<ul style="list-style-type: none"> 外国人延べ宿泊者数について令和元年との比較では、回復率は61.6%に留まっているため、全国的に増加しているインバウンドを本県に取り込んでいくことが必要 国際会議誘致については、今年度の開催結果は3件だったが、補助金の運用見直し等の取組により令和7年に開催予定の学会については令和6年12月末時点ですでに8件の開催見込み。これら会議の円滑な開催に向けた支援を行いつつ、大学との連携やレップ等を活用しながら、今後も引き続き国際会議等の誘致の取組が必要 	<ul style="list-style-type: none"> ゴールデンルートや近隣県へ旅行を計画している旅行者に向けた海外OTAや検索サイトによる広告配信の実施 観光誘客に重点的に取り組む市場における観光・物産・食が一体となったプロモーションの実施 奈良県・和歌山県と連携し紀伊半島として広域での高付加価値旅行者を誘致 より効果的なインバウンド誘客に向けた戦略の策定
		国際会議開催件数：9件	3件 (33.3%)		

3 魅力的な観光産業の確立

戦略		R 6 戦略目標 (KPI)	R 6 実績 (達成率)	達成状況及び評価	令和7年度の主な取組の方向性
3 1	観光産業の生産性向上	生産性向上に取り組んだ事業者数：累計10者	累計64者 (640.0%)	・現状として目標値を上回ったものの、アンケート調査において生産性向上に取り組んでいない事業者は49者で、R7年度取組の意向を示している事業者は約4割にとどまっているため、意識向上に向け機運を醸成していくことが必要	<ul style="list-style-type: none"> ・観光産業における人材不足等の課題解決に向け、事業者向けのセミナーや個別コンサルティングの実施により、観光事業者の生産性向上・人材確保に向けた取組への一体的な支援 ・観光産業の魅力向上に向けた県内観光事業者の先進的な取組等の発信
3 2	観光産業を支える人材の確保・育成・定着	待遇改善に取り組んだ事業者数：累計10者	累計46者 (460.0%)	・現状として目標値を上回ったものの、アンケート調査において待遇改善に取り組んでいる事業者は約4割にとどまっており、意識向上に向け機運を醸成していくことが必要	



↑戦略2-3
伝統工芸品（伊勢木綿）工場の視察



↑戦略2-3
フランスでのトップセールス



↑戦略2-3
海外の旅行会社による県内視察



↑戦略3-1、3-2
観光事業者向けセミナーの実施