

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 「令和 7 年版県政レポート（案）」について・・・・・・別途配布済
「令和 7 年版県政レポート（案）」について（変更分）・・・・・・ 1
- 2 インバウンド誘客に向けた戦略の策定について・・・・・・ 5

令和 7 年 6 月 18 日

観光部

1 「令和7年版県政レポート（案）」について（変更分）

（K P I（重要業績評価指標）の達成状況と評価の確定に伴う記載内容の一部変更）

令和7年版県政レポート（案）について、冊子配付後にK P I（重要業績評価指標）の達成状況と評価が確定したことから、記載内容を一部変更いたします。

※当資料では、「令和7年版県政レポート（案）」のページ番号を記載しています。

○施策5－2 戦略的な観光誘客（151 ページ）

「観光消費額」

<変更後>

2. KPI(重要業績評価指標)の状況							
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	6年度 の評価
現状値	目標値 実績値	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	
観光消費額							
—	4, 950 億円	5, 250 億円	5, 560 億円	94. 2%	6, 000 億円	6, 500 億円	b
3, 562 億円	4, 269 億円	4, 882 億円	5, 236 億円		—	—	

※ KPIについては全て暦年の数値

<変更前>

2. KPI(重要業績評価指標)の状況							
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	6年度 の評価
現状値	目標値 実績値	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	
観光消費額							
—	4, 950 億円	5, 250 億円	5, 560 億円	未確定	6, 000 億円	6, 500 億円	未確定
3, 562 億円	4, 269 億円	4, 882 億円	集計中		—	—	

※ KPIについては全て暦年の数値

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	首都圏等における戦略的なプロモーションの展開や大規模イベントを契機とした誘客、平日の需要喚起に向けた取組など、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目標を達成しました。 一方、県内の外国人延べ宿泊者数は、海外OTA*(オンライン旅行会社)を活用した情報発信やファムトリップ*(視察旅行)の受入れ、海外商談会への参加等を行いました。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。

[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6年度の主な取組

① 観光マーケティングの推進

・市町や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」の改修やデータの充実を図りました。

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、交通広告等の各種広告や情報発信に向けたメディアへの働きかけ等を行いました。(交通広告：JR東京駅、JR新宿駅、阪急梅田駅の3か所)

・熊野古道世界遺産登録20周年及び大阪・関西万博を契機とした県内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・販売等に取り組みました(【熊野古道】旅行商品の利用数：宿泊272人泊・日帰り145人、【大阪・関西万博】旅行商品等の造成数：企画きっぷ2件・旅行商品6件)。

・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、県内の鉄道やバス事業者と連携したスタンプラリー等の取組を実施しました(スタンプラリー賞品応募数：3,273件)。

・平日の観光需要喚起を図るため、交通事業者と連携した旅行商品の造成・販売(利用数：8,065人泊)や体験コンテンツの利用促進(利用数：17,088人)、高速道路を利用した周遊促進に向けたキャンペーン(利用数：5,904件)など、平日を対象に実施しました。また、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した。

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、まずは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、レップ*(営業代理人)や商談会等を活用した誘客に取り組みました。

- ・紀伊半島など広域でのインバウンド誘客に向けて、奈良県、和歌山県のモデル観光地の取組と連携し、海外の旅行会社やメディア向けに紀伊半島の魅力発信やファミトリップの受入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(15社増加)や商談会への出展(2回)、韓国での現地セールス、トライツアーの実施(4回)など産業観光の推進に取り組みました。また、大学との連携やレップの設置、商談会への参加、MICE*誘致促進補助金の活用により、国際会議をはじめとするMICEの誘致に取り組みました(開催件数3件、令和7年度開催予定9件(令和7年3月末時点))。
- ・インバウンドの三重県への周遊・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への来訪者やゴールデンルートを周遊する旅行者等に向けて、海外OTA(オンライン旅行会社)やEXPO2025関西観光推進協議会、JNTO(日本政府観光局)との連携等による情報発信などに取り組みました。
- ・アジア市場等からのインバウンドを誘致するため、(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の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した。

2. KPI(重要業績評価指標)の状況

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	6年度の 評価
現状値	目標値 実績値	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	
観光消費額							①②③
—	4, 950 億円	5, 250 億円	5, 560 億円	94. 2%	6, 000 億円	6, 500 億円	b
3, 562 億円	4, 269 億円	4, 882 億円	5, 236 億円		—	—	
県内の延べ宿泊者数							①②③
—	766 万人	812 万人	860 万人	101. 0%	946 万人	1, 041 万人	a (見込)
518 万人	688 万人	734 万人	869 万人 (速報値)		—	—	
県内の外国人延べ宿泊者数							①②③
—	34. 6 万人	36. 7 万人	38. 9 万人	61. 7%	42. 0 万人	45. 4 万人	d (見込)
1. 7 万人	4. 9 万人	20. 1 万人	24. 0 万人 (速報値)		—	—	

※ 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7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

- ・データに基づいた観光マーケティングを推進するため、旅行者の属性や出発地、県内での立ち寄り場所等のデータ取得・収集や観光客実態調査、県内宿泊事業者に対するインバウンド受入状況調査等に取り組みます。
- ・地域におけるデータを分析・活用する能力向上を支援するため、市町・DMO・観光協会を対象に、データに基づいた観光マーケティングに関する研修を実施します。

② 観光プロモーションの強化

- ・首都圏等大都市圏からの誘客促進に向け、SNSや各種広告等さまざまな手段を組み合わせることにより、効果的に三重の魅力を発信し、本県の認知度向上を図ります。

- ・大阪・関西万博の開催を契機として、三重への観光誘客を推進するため、交通事業者等との連携による企画きっぷや県内の周遊促進に向けた旅行商品のプロモーション等に取り組みます。
- ・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、県内の交通事業者等と連携したスタンプラリーなどの取組を実施します。
- ・平日の観光需要喚起を図るため、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、平日を対象としたキャンペーンに取り組みます。また、県外からの教育旅行の誘致に向けた目的地としての魅力のPR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促進するため、奈良県、和歌山県等と連携し、紀伊半島のブランド化を図るとともに、商談会への参加や旅行会社、メディアを対象としたファムトリップの実施等に取り組みます。また、引き続きフランスにレップを設置し、旅行会社との連携強化を通じて、新たな旅行者層を対象とした誘客プロモーションを実施します。
- ・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、MICE誘致促進補助金の対象に海外企業の会議と報奨旅行を追加するとともに、レップの設置や商談会参加などを通じて、引き続きMICE誘致に取り組みます。
- ・ゴールドルート等を周遊する旅行者や大阪・関西万博への来訪者を県内に誘客するため、海外OTAや検索サイトを活用した広告配信をはじめとした情報発信や、県内の宿泊施設及び体験コンテンツの海外OTAへの登録・活用を促進するとともに、EXPO2025関西観光推進協議会と連携した取組等を実施します。また、中部圏の近隣自治体と連携した広域でのプロモーションに取り組みます。
- ・インバウンド誘客の取組は民間との連携が効果的であることから、官民連携組織である(公社)三重県観光連盟が取り組むインバウンド向けプロモーションを支援します。
- ・観光誘客に重点的に取り組む市場において、本県に対する認知度や関心の向上を図るため、観光・物産・食が一体となったプロモーションに取り組みます。また、より効果的なインバウンド誘客に向けた戦略の検討を進めます。

(参考)施策にかけたコスト (単位:百万円)

	令和4年度	5年度	6年度	7年度
予算額等	18,449	4,418	742	687
概算人件費	196	176	136	—
(配置人員)	(22 人)	(20 人)	(15 人)	—

2 インバウンド誘客に向けた戦略の策定について

(1) 策定の背景

本県における令和6(2024)年の延べ宿泊者数をコロナ禍前の令和元(2019)年と比較すると、日本人の宿泊者数は増加していますが、外国人の宿泊者数は全国と比べて回復が遅れています。

本県の国内旅行者は、令和15(2033)年に神宮式年遷宮を迎えるなど増加が期待される一方、人口減少が進む中、長期的には国内旅行市場は縮小することが想定されることから、インバウンドの増加に向けた取組に一層注力する必要があります。

県内観光産業の持続的な発展に向けて、インバウンド誘客を強力に展開するために、インバウンド誘客に向けた戦略を策定します。

(2) インバウンドの現状

別紙参照

(3) 戦略の構成案

戦略の策定にあたっては、以下の構成で検討を進めます。

- ① 策定の目的
- ② 全国のインバウンドの現状と市場別の特徴
- ③ 本県のインバウンドの現状と課題
- ④ 取組の方向性、具体的な施策
- ⑤ 進捗管理

(4) 戦略の期間

集中的に取組を展開することを念頭に、令和8年度から3か年を想定しています。

(5) 今後のスケジュール

常任委員会に案をお示ししながら、今年度内を目途に策定作業を進めていきます。

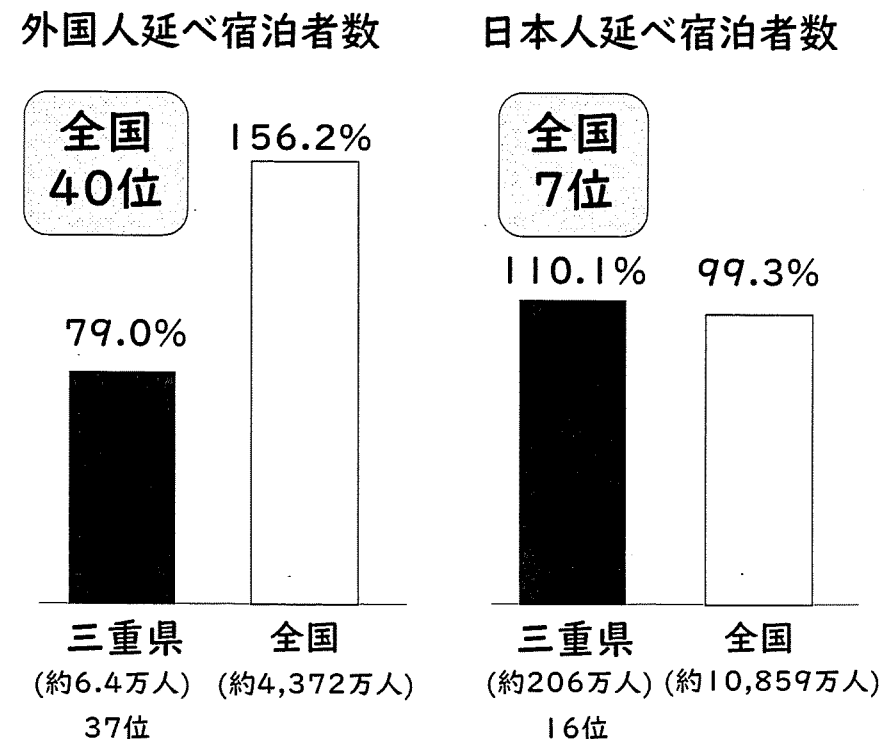
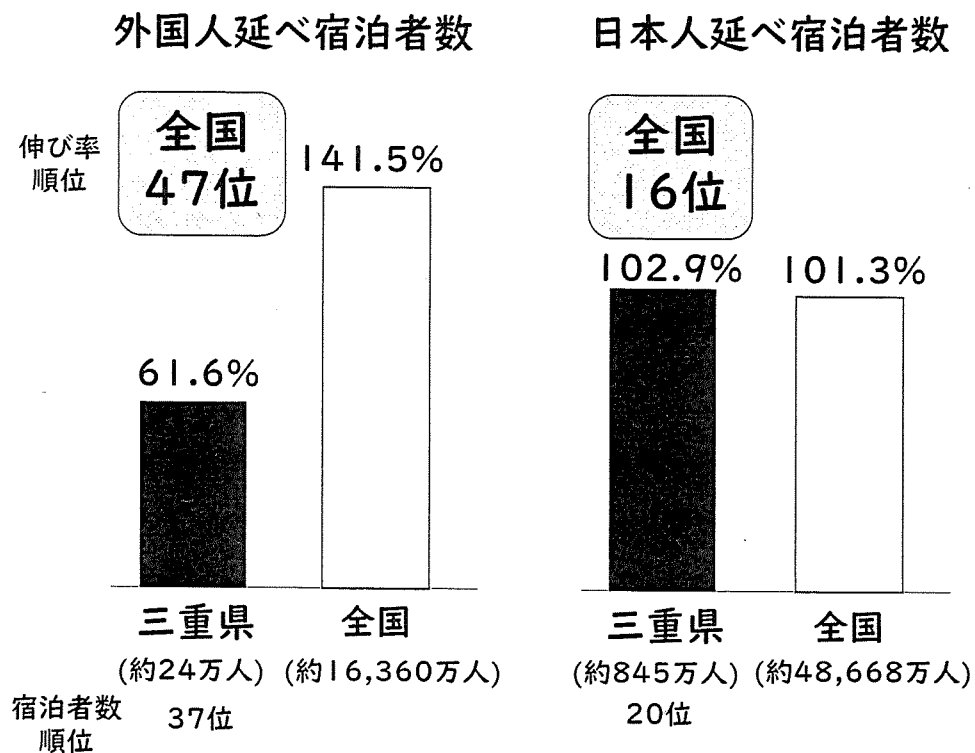
策定にあたっては、データや他県の先進事例の分析に加え、三重県観光審議会委員等の有識者や県内のDMO(観光地域づくり法人)、(公社)三重県観光連盟インバウンド委員会に加入する事業者等へのヒアリングを丁寧に行っていきます。

インバウンドの現状(①延べ宿泊者数 コロナ禍前との比較(伸び率))

○コロナ禍前の2019年と比較し、本県の日本人延べ宿泊者数は全国に比べ回復しているが、外国人延べ宿泊者数の回復は遅れている。

2024年(1月~12月)【速報値】
2019年(1月~12月)比

2025年1~3月【速報値】
2019年1~3月比



【データ】観光庁「宿泊旅行統計調査」より

インバウンドの現状(②延べ宿泊者数 前年との比較(伸び率))

○前年と比較すると、本県の日本人延べ宿泊者数は全国を上回っており、外国人延べ宿泊者数の伸び率も1-3月は全国を上回っている。

2024年(1月~12月)【速報値】
2023年(1月~12月)比

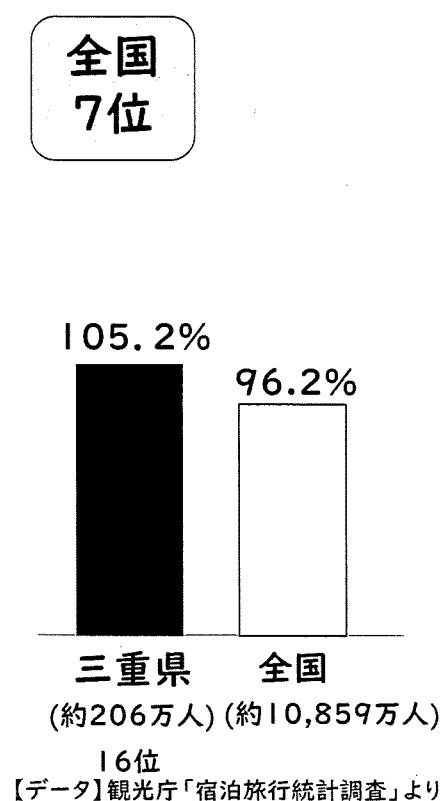
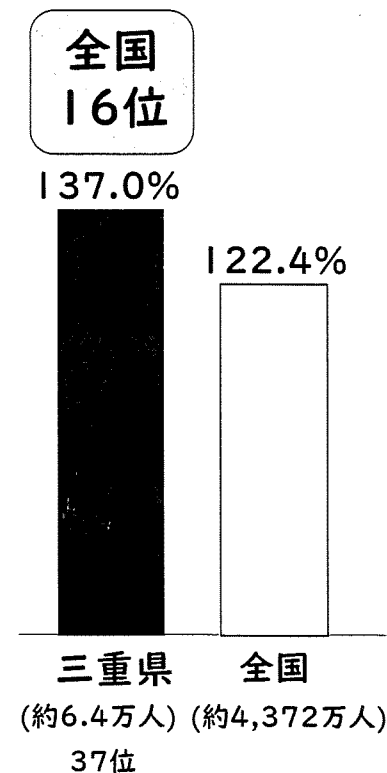
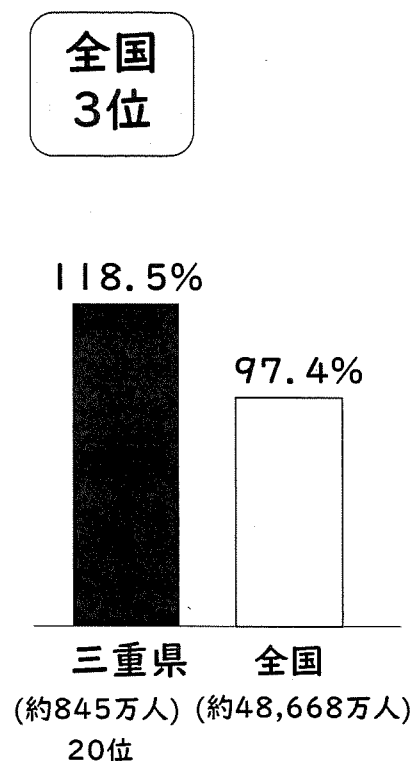
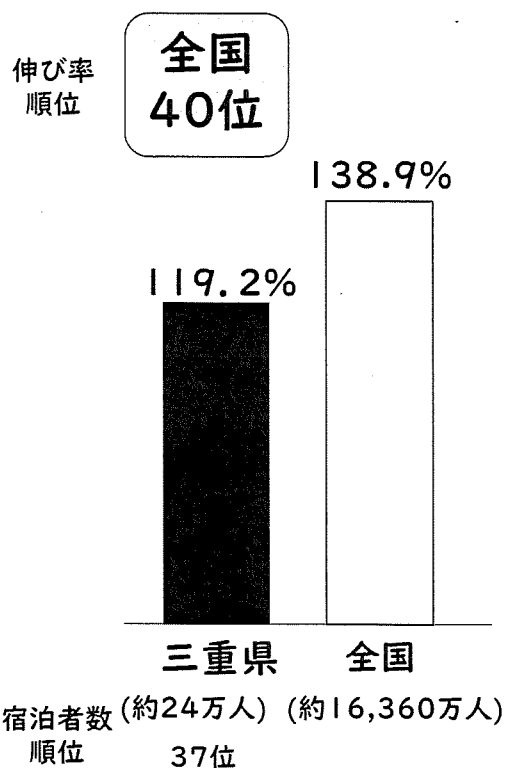
2025年1~3月【速報値】
2024年1~3月比

外国人延べ宿泊者数

日本人延べ宿泊者数

外国人延べ宿泊者数

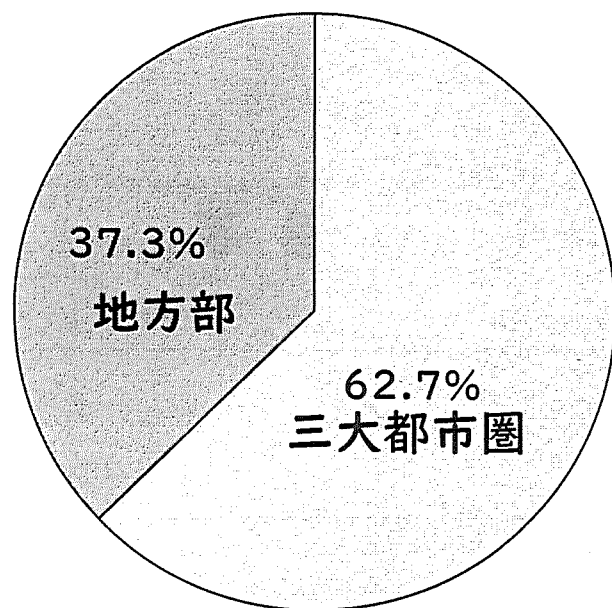
日本人延べ宿泊者数



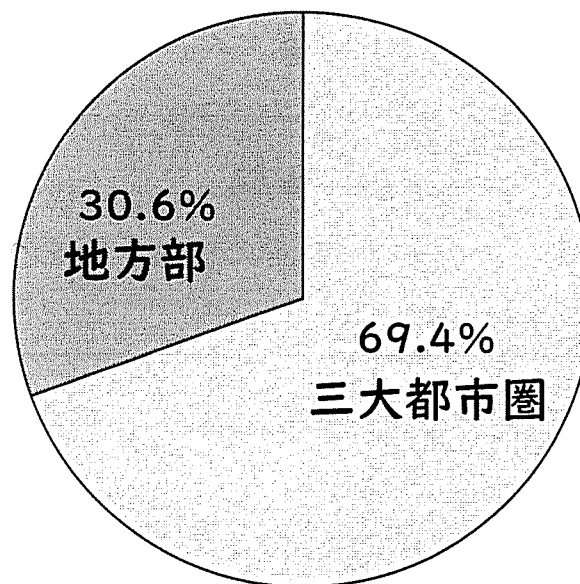
インバウンドの現状(③エリア別の宿泊割合)

○外国人延べ宿泊者数は現在、三大都市圏に集中しているが、地方への訪問意向は強い。

外国人延べ宿泊者数
(2019年)



外国人延べ宿泊者数
(2024年)



【データ】観光庁「宿泊旅行統計調査」より

国・地域別
地方訪問意向率

国・地域名	訪問希望率
台湾	92.9%
タイ	89.9%
香港	87.6%
アメリカ	66.5%
フランス	59.5%

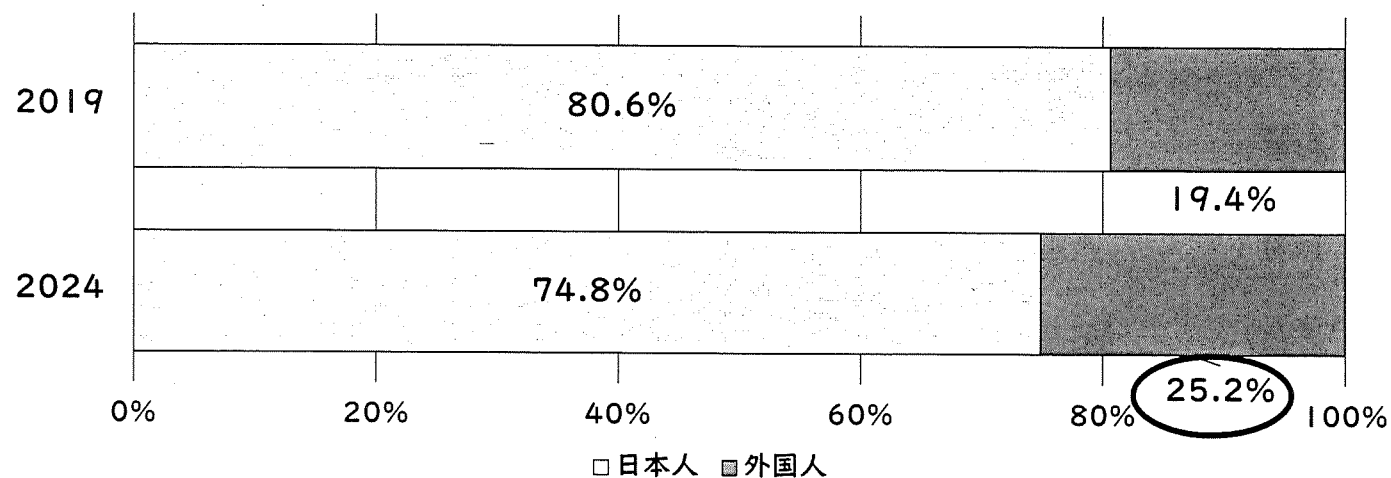
【データ】
JNTO「VJ重点市場基礎調査」(2023年)

三大都市圏 東京都、神奈川県、千葉県、埼玉県、愛知県、大阪府、京都府、兵庫県
地方部 三大都市圏以外

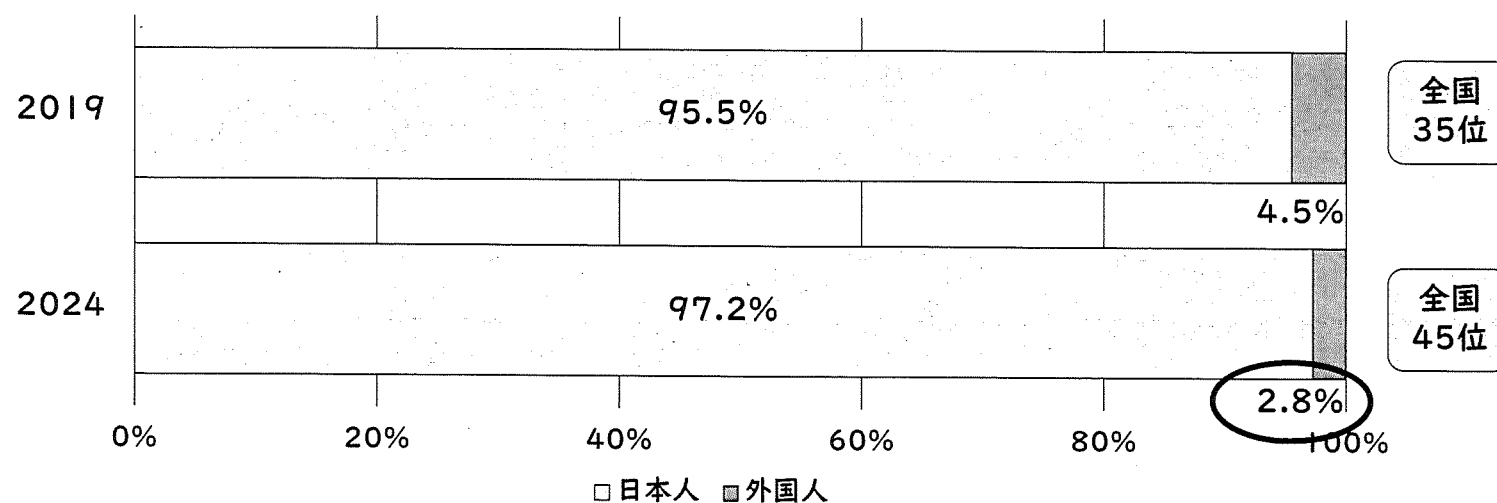
インバウンドの現状 (④延べ宿泊者数における日本人と外国人比率)

○全国では延べ宿泊者数に占める外国人の比率が高まっており、25%を占めているが、本県では2.8%にとどまっている。

全 国



三重県



【データ】観光庁「宿泊旅行統計調査」より

インバウンドの現状(⑤旅行手配方法)

- 全国では個人手配の割合が高まっており8割を超えている。
- 本県においても個人手配の割合は高まっているが、団体の割合が全国よりも高く、約30%を占める。

単位：％

		全国			三重県		
		2019年 (A)	2024年 (B)	差 (C)=B-A	2019年 (D)	2024年 (E)	差 (F)=E-D
旅行手配 方法	個人手配	72.6	83.1	+10.5	58.2	67.3	+9.1
	団体	20.2	13.1	▲7.1	37.7	29.6	▲8.1

※個人パッケージ等、その他の手配方法は除く。

【データ】
観光庁「インバウンド消費動向調査2019年、2024年」【観光・レジャー目的】
全国は参考4、三重県は参考12より転記。

インバウンドの現状(⑥空港別の利用割合)

- 全国では、成田国際空港、羽田空港、関西国際空港で70%を超える一方、中部国際空港は3.4%と少ない。
- 本県は中部国際空港が約65%となっている。

日本入国時の利用空港(2024年)

単位:%

	成田国際空港	東京国際空港 (羽田空港)	関西国際空港	中部国際空港
全国	29.3	15.6	29.0	3.4
	73.9			
三重県	7.1	8.9	18.7	64.6
	34.7			
(参考) 岐阜県	17.6	17.1	12.5	47.5
	47.2			

【データ】

観光庁「インバウンド消費動向調査2024年【一般客(観光・レジャー目的)】
全国は参考4、三重県・岐阜県は参考12より転記。