

三重県観光振興基本計画年次報告書

(令和6年度施策実施状況)

令和7年10月

三 重 県

は　じ　め　に

本県では、「みえの観光振興に関する条例(平成二十三年十月二十日三重県条例第三十四号)」(以下、「条例」という。)第 21 条第1項に基づき、観光の振興に関する施策を総合的かつ計画的に推進するため、令和6年3月に「三重県観光振興基本計画(令和6年度～令和8年度)」(以下、「基本計画」という。)を策定しました。

この年次報告書は、基本計画で定めた施策の実施状況について、条例第 21 条第5項に基づき、毎年一回公表を行うものです。

○条例(抜粋)

第二十一条 知事は、観光の振興に関する施策を総合的かつ計画的に推進するため、観光の振興に関する基本的な計画(以下「基本計画」という。)を定めるものとする。

5 知事は、毎年一回、基本計画に基づく施策の実施状況について公表しなければならない。

目 次

1 令和7年版 県政レポート	1
2 三重県観光振興基本計画(令和6年度～8年度)の概要	7
3 三重県観光振興基本計画の目標項目・目標達成状況一覧	9
4 令和6年度 観光施策の取組状況等	13
戦略1－1:持続可能な観光地マネジメント	13
戦略1－2:観光の質の向上による高付加価値化	16
戦略1－3:三重の特色を生かした滞在型観光の推進	19
戦略1－4:旅行者を受け入れる基盤の整備	23
戦略2－1:戦略的な観光マーケティングの推進	28
戦略2－2:国内観光誘客の推進	30
戦略2－3:インバウンド誘客／MICE・産業観光の推進	33
戦略3－1:観光産業の生産性向上	36
戦略3－2:観光産業を支える人材の確保・育成・定着	38
5 推進体制の整備	41
参考資料	42
○ 三重県観光審議会の審議状況	43
○ みえの観光振興に関する条例	46

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	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、観光客満足度及びリピート意向率は目標を達成しています。 一方、県内の平均宿泊日数は、目標を下回っており、拠点滞在型観光のさらなる推進に向けて取組を強化する必要があります。

〔 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 拠点滞在型観光の推進

・歴史・文化や自然、食等の三重ならではの観光資源を生かした拠点滞在型観光の推進に向けて、地域DMO等を中心とした推進体制の構築や事業計画の策定、滞在モデルコースの造成、モニターツアーの実施等を支援しました(8団体)。また、ガストロノミーツーリズム*を推進するため、地域特有の食材、伝統、歴史・文化等によって育まれた食の魅力発信や関係者同士の交流機会の創出などに取り組みました。

・質が高く持続可能な観光地づくりに向けて、地域DMO等が中心となった受入環境整備等の計画を採択(2件)し、宿泊施設・観光施設の高付加価値化改修や地域一体となったプロモーションを支援しました(20事業者)。

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全県DMOとしてのあり方検討を実施し、データマーケティングや国内向けプロモーションについて、果たすべき役割を整理した中期事業計画が(公社)三重県観光連盟の理事会で採択されました。

・(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や地域DMO等への支援を着実に実施できるよう基盤強化を図りました。

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、ヘリコプターを活用した観光について、ヘリコプター事業者や観光協会、市町などで構成するヘリコプター活用促進地域協議会において検討を進め、ヘリコプターを活用したツアーの販路開拓支援を実施しました(3事業者・4件)。また、上質な宿泊施設の新規立地に向け、適地情報の集約やホテル事業者向けファムトリップ*(視察旅行)に取り組みました。

・外国クルーズ船の誘致に向け、関係機関と連携しながら、オプションツアーの提案やクルーズ

船の寄港に関する受入調整等に取り組みました(寄港回数:8回)。 ・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・アドバイスや、「観光施設における心のバリアフリー認定制度」に関する研修会(2回)、申請サポートなどの取得促進に取り組みました(県内の累計認定施設数113件)。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伊勢志摩バリアフリーツアーセンターのHPを改修するとともに、関係機関による意見交換会を実施するなど、旅行会社がバリアフリーに関する情報を活用し、旅行手配サービスを提供できる仕組づくりを行いました。
④ 観光人材の育成 ・魅力的な観光産業の確立のため、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(11事業者・13施設)を行うとともに、観光人材の確保に向けた就職説明会(2回)や求人情報サイトを活用した採用支援(13事業者)、観光産業の魅力発信に取り組みました。 ・高付加価値旅行者の多様なニーズに対応するため、「三重県観光ガイド養成プログラム」を実施(全8回)するとともに、プログラム修了認定者に対して旅行会社等とのマッチング会を実施するなど、観光ガイド人材の確保・育成に取り組みました(受講者46名、うち修了認定者14名(令和7年3月末時点))。

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	
観光客満足度						①②③④	
—	95.0%	95.0%	95.0%	100.8%	95.0%	95.0%	a
93.5%	94.4%	95.7%	95.8%		—	—	
県内の平均宿泊日数						①②③④	
—	1.19泊	1.23泊	1.26泊	96.0%	1.30泊	1.33泊	b
1.20泊	1.23泊	1.23泊	1.21泊		—	—	
リピート意向率						①②③④	
—	95.0%	95.0%	95.0%	100.1%	95.0%	95.0%	a
92.6%	93.2%	93.3%	95.1%		—	—	

※ 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 拠点滞在型観光の推進 ・歴史・文化や自然、食等の三重ならではの観光資源を生かした拠点滞在型観光をさらに推進するため、地域DMO等による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、プロモーション、地域ブランディングに向けた取組を支援します。また、ガストロノミーツーリズムの推進に向けて、意欲ある事業者や団体等と連携し、三重の食や食文化の魅力発信に取り組みます。

② DMO(観光地域づくり法人)等の支援

- ・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うことができるよう、インバウンド向けマーケティングや地域DMOへの支援のほか、データマーケティングや国内向けプロモーションを着実に実施するための基盤強化を図ります。

③ 受入れ環境の整備

- ・国内外の旅行者が快適に滞在できる環境を整えるため、宿泊施設の和洋室化やトイレの洋式化、バリアフリー化等の取組、熊野古道伊勢路沿線のトイレの環境整備を支援します。
- ・外国クルーズ船のさらなる誘致に向け、寄港地のPRや周遊促進、誘致・受入れ体制の強化に関係機関と連携して取り組みます。また、上質な宿泊施設の新規立地に向け、専門的な知見を有するアドバイザーを活用した誘致に取り組みます。
- ・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・観光施設に対するパーソナルバリアフリー基準による調査・アドバイスや「観光施設における心のバリアフリー認定」の取得促進、旅行会社や交通事業者との連携強化などに取り組みます。

④ 観光人材の育成

- ・魅力的な観光産業の確立のため、経営課題の解決に向けたセミナーやコンサルティングの実施を通じて、観光事業者の生産性向上や人材確保・育成・定着に向けた取組を支援するほか、県内観光産業の魅力について情報発信に取り組みます。
- ・旅行者が快適に県内を周遊できる環境を整えるため、観光ガイド人材の確保・育成に向けた養成プログラムを実施するほか、旅行会社や宿泊施設等とのマッチング会の実施など活躍機会の創出に取り組みます。

(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	7年度
予算額等	964	917	1,270	1,309
概算人件費	98	71	109	—
(配置人員)	(11人)	(8人)	(12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	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が、中部国際空港の復便の遅れや全国的に個人旅行化が進む中、本県は団体旅行の割合が高いこと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ムトリップの受入などに取り組めました。
- ・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めました。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の誘致に取り組めました(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めました。
- ・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めました。

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	97. 3%	946 万人	1, 041 万人	b
518 万人	688 万人	734 万人	837 万人		—	—	
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	62. 0%	42. 0 万人	45. 4 万人	d
1. 7 万人	4. 9 万人	20. 1 万人	24. 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めます。
- ・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。また、第63回神宮式年遷宮に向けたさまざまな行事が始まることから、部内の「式年遷宮を契機としたおもてなし推進チーム」や「式年遷宮に向けた庁内ワーキング」において、中長期的な取組を検討します。
- ・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。
- ・ゴールデン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）施策にかかったコスト （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	705	683
概算人件費	196	176	136	—
（配置人員）	（22 人）	（20 人）	（15 人）	—

10年後のめざす姿と目標

『旅行者よし、事業者よし、地域住民よしの持続可能な観光地』

国内外の旅行者がおすすしめしたい観光地になることで、観光産業が地域経済に貢献し、三重県全体の発展に寄与するとともに、住民が地域に対して愛着や誇りを持っている

旅行者よし

旅行者が来てよかったと感じ、家族や友人に勧めてくれている

副目標1：観光紹介意向率 45%

※三重県を訪れた旅行者が、家族や友人に三重県を紹介したいと思う割合

事業者よし

観光産業に従事する方々がいきいきと働き、おもてなしをしている

副目標2：観光従事者満足度 60%

※観光産業に従事する方々が現在の業務に満足している割合

地域住民よし

地域住民が、地域における観光の効果を感じ、旅行者を歓迎している

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 75%

※旅行者が増えることとプラスの効果があると感じる地域住民の割合

主目標：観光消費額（旅行者が観光地域内で消費した金額）

6,000億円～7,000億円

施策の柱

質が高く、持続可能な観光地づくり



長期滞在に適したコンテンツやサービスの磨き上げを行うとともに、旅行者を迎え入れる環境整備を進める。

旅行者よし
地域住民よし

戦略的な観光誘客の推進



三重の強みを生かした戦略的な観光プロモーションを展開し、国内外からの国内外的な誘客につなげる。

事業者よし
旅行者よし

魅力的な観光産業の確立



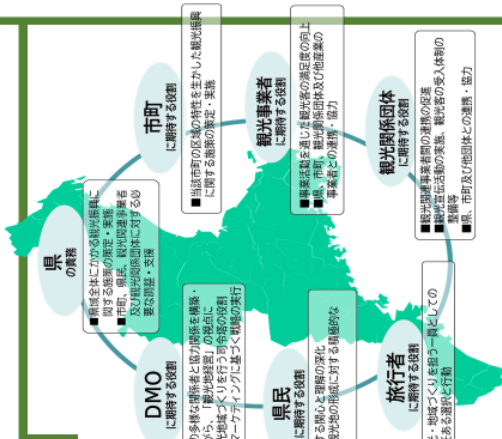
観光人材のキャリア形成支援、給与アップ、人手不足解消など、働きがいのある職場環境づくりに向けた取組を進める。

事業者よし
地域住民よし

計画の推進体制・役割分担

●観光振興の主役である観光事業者、観光関係団体等の「民間」の主体的な努力が実を結ぶよう、「行政（県、市町）」は、環境づくりや支援を行っていきます。

●県、市町、県民、DMO、観光事業者、観光関係団体、旅行者がそれぞれの役割を担いながら、連携・協力して本計画を推進していきます。



計画の基本的な考え方

●県では「みえの観光振興に関する条例」（平成23（2011）年10月公布・施行）に基づき、三重県観光振興基本計画を策定することとしています。

●今回、社会経済情勢の変化に対応しながら三重の観光を持続的に成長させるべく、新たに三重県観光振興基本計画を策定しました。

計画期間

●県の中期戦略計画である「みえ元気プラン」の計画期間（令和4年度～令和8年度）にあわせ、令和6（2024）年度を初年度とし、令和8（2026）年度を目標年とする3か年の計画です。

計画のコンセプト

- 10年後を見据え、三重の強みを生かした観光コンテンツを活用し、とりわけ首都圏や海外から県内各地へ着実に誘客するために重点的に取り組むべき内容を盛り込みます。
- 次期式年運営の好機を活用し誘客を図るとともに、次期式年運営で三重県を訪れた旅行者に、その後もリピーターとして来訪してもらえよう、取り組むべき内容を盛り込みます。

県における推進体制

- 本計画に基づく観光振興に関する施策を総合的かつ計画的に推進するため、庁内の関係部局等が緊密な連携と調整を進める体制として三重県観光誘客推進本部を運営します。
- 観光振興に関する重要な事項について審議を行うため、三重県観光審議会を運営します。

三重県観光振興基本計画（令和6年度～令和8年度）【概要版】～取組内容～

施策の柱		戦 略	取組内容	戦 略 目 標
知名度の高い観光資源、豊富な食の素材、上質な宿泊施設があるが、滞在日数が短い ↓ 施策の柱－1 質が高く、持続可能な観光地づくり 長期滞在に適したコンテンツやサービスの磨き上げを行うとともに、旅行者を迎え入れる環境整備を進める。 旅行者 よし 地域住民 よし	1－1	持続可能な観光地 マネジメント	(1) 持続可能な観光地づくりの推進 (2) DMOを中心とした持続可能な観光地マネジメントの確立 (3) 域内調達率の向上 (4) 観光に対する地域住民の満足度向上 (5) 三重の観光資源を守る取組の推進	・持続可能な観光地域づくりに取り組む 地域数：5地域 ※現状値(R4)：1地域 ・先駆的DMOの認定数：1 ※現状値(R4)：0
	1－2	観光の質の向上に よる高付加価値化	(1) 高付加価値旅行者から選ばれる観光基盤の充実 (2) 高付加価値旅行者の旅行体験の充実	・日本人宿泊者観光消費単価 ：令和元年比15%増 ※R1：26,922円 ・外国人観光消費単価 ：令和元年比15%増 ※R1：44,000円
	1－3	三重の特色を生かした滞在型観 光の推進	(1) 周遊促進に向けた滞在価値の創出および宿泊・滞在拠点の整備 (2) 「三重にしかない」食を生かしたツーリズムの推進 (3) 地域の自然や異文化を体験する旅行「アドベンチャートラベル」 の魅力活用	・平均宿泊日数：1.33泊 ※ 現状値(R4)：1.23泊
	1－4	旅行者を受け入れる基盤の整備	(1) 社会資本整備の促進・活用 (2) 旅行者のニーズに合わせた二次交通の充実 (3) 受入れ環境の充実 (4) 景観まちづくりの推進 (5) バリアフリー観光の推進 (6) 観光危機管理の推進	・宿泊者満足度：50% ※現状値(R4)：43.2% ・県外宿泊者5回以上リピーター率 ：65% ※現状値(R4)：58.3%
首都圏客・インバウンド需要の取り込みが 弱い。三重県観光のブランド構築が途上 ↓ 施策の柱－2 戦略的な観光誘客の推進 三重の強みを生かした戦略的な観光プロ モーションを展開し、国内外からのさら なる誘客につなげる。 事業者 よし 旅行者 よし	2－1	戦略的な観光マーケティングの 推進	(1) 観光マーケティングデータの収集・分析・提供 (2) DMO等によるデータに基づいたマーケティングの推進 (3) 三重の特色を生かした観光ブランディング	・観光地域マーケティング戦略を策定 したDMOの数：3 ※現状値(R4)：0
	2－2	国内観光誘客の推進	(1) 大都市圏向けプロモーションの推進 (2) 大規模イベントや周年事業を契機とした誘客の推進 (3) 観光情報発信の充実 (4) 次世代を見据えた誘客の推進	・日本人延べ宿泊者数：995万6千人 ※現状値(R4)：683万1千人 ・宿泊を伴う教育旅行で県外から訪れた 学生数：69,000人 ※現状値(R4)：68,895人
	2－3	インバウンド誘客／ MICE・産業観光の推進	(1) インバウンドプロモーションの推進 (2) 海外の高付加価値旅行者の誘客推進 (3) MICE誘致・産業観光の推進	・外国人延べ宿泊者数：45万4千人 ※現状値(R4)：4万9千人 ・国際会議開催件数：15件 ※現状値(R4)：5件
持続可能な観光産業の発展に向けてより一 層取組を進めることが必要 ↓ 施策の柱－3 魅力的な観光産業の確立 観光人材のキャリア形成支援、給与アッ プ、人手不足解消など、働きがいのある 職場環境づくりに向けた取組を進める。 事業者 よし 地域住民 よし	3－1	観光産業の生産性向上	(1) 観光事業者の経営力向上 (2) 観光産業における事業承継の促進 (3) ワンストップ相談窓口の検討	・生産性向上に取り組んだ事業者数 ：累計 40者 ※現状値(R4)：0
	3－2	観光産業を支える 人材の確保・育成・定着	(1) 働き方改革の推進 (2) 人材の確保・育成 (3) スキルアップ支援 (4) インバウンド対応人材の確保 (5) ワンストップ相談窓口の検討【再掲】	・待遇改善に取り組んだ事業者数 ：累計 40者 ※現状値(R4)：0

3 三重県観光振興基本計画の目標項目・目標達成状況一覧

主目標・副目標について

主目標(KGI):観光消費額				
	R1(基準値)	R6	R7	R8
目標値	5,564億円	5,130億円	5,560億円	6,000億円～ 7,000億円
実績		5,236億円		

副目標1(KGI):観光紹介意向率※1					
	R4(現状値)	R5	R6	R7	R8
目標値			36.5%	40.8%	45%
実績	27.9%	30.6%	33.5% (「大変そう思う」「そう思う」「やや思う」の合計は83.5%)		

※1:県「観光客実態調査」の「紹介意向」にて、「大変そう思う」と回答した人の割合。

副目標2(KGI):観光従事者満足度※1				
	R5(現状値)	R6	R7	R8
目標値		55%	57%	60%
実績	52.6%	60.2%		

※1:県内宿泊施設従業員を対象とした県独自アンケート調査にて、「大変満足」「やや満足」と回答した人の割合。

副目標3(KGI):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※2					
	R4(現状値)	R5	R6	R7	R8
目標値			71.5%	73.2%	75%
実績	68.1%	58.9%	54.9%		

※2:県「みえ県民1万人アンケート」にて、「観光客が増えると、どのような効果や影響があると思うか」に対し、「経済活性化や働く場の増加」「地域のにぎわいの向上」など、プラスの効果があると回答した割合。

戦略1－1:持続可能な観光地マネジメント

戦略目標 (KPI):持続可能な観光地域づくりに取り組む地域数※¹

	R5(現状値)	R6	R7	R8
目標値		累計 1地域	累計 3地域	累計 5地域
実績	累計 1地域	累計 1地域		

※1 「日本版持続可能な観光ガイドライン(JSTS-D)」に沿って持続可能な観光地域づくりに取り組む地域として観光庁の承諾を受けてロゴマークを取得した自治体やDMO等の団体数。

戦略目標 (KPI):先駆的 DMO の認定数※²

	R5(現状値)	R6	R7	R8
目標値		0	0	1
実績	0	0		

※2 持続可能で国際競争力の高い魅力ある観光地域づくりを行う「世界的なDMO」をめざすDMOに対し、観光庁が戦略的に支援を実施するために募集・選定したDMOの数。

戦略1－2:観光の質の向上による高付加価値化

戦略目標 (KPI):日本人宿泊者観光消費単価※¹

	R1(基準値)	R5	R6	R7	R8
目標値			28,000円※ ²	29,500円※ ²	30,960円※ ²
実績	26,922円	26,391円	29,538円		

※1 県内に宿泊した日本人旅行者が支出した観光消費単価。県「観光客実態調査」による。

※2 物価上昇率を除いて計算した場合。

戦略目標 (KPI):外国人観光消費単価※³

	R1(基準値)	R5	R6	R7	R8
目標値			47,300円※ ²	48,950円※ ²	50,600円※ ²
実績	44,000円	46,000円※ ⁴	63,000円		

※3 県内を訪問した外国人旅行者が支出した観光消費単価。観光庁「インバウンド消費動向調査」による。

※4 「インバウンド消費動向調査」は 2020 年 4-6 月期～2023 年 1-3 月期まで調査を中止していたため、集計対象期間は 2023 年 4-12 月期となり、暦年の傾向を反映したものではない。

戦略1－3:三重の特色を生かした滞在型観光の推進

戦略目標 (KPI):平均宿泊日数※

	R1(基準値)	R5	R6	R7	R8
目標値			1.26泊	1.30泊	1.33泊
実績	1.18泊	1.23泊	1.21泊		

※観光庁「宿泊旅行統計調査」の三重県における延べ宿泊者数を実宿泊者数で除して算出。

戦略1－4:旅行者を受け入れる基盤の整備

戦略目標 (KPI):宿泊者満足度※1

	R4(現状値)	R5	R6	R7	R8
目標値	43.2%		46.6%	48.3%	50%
実績			46.6%	48.6%	

※1 県内に宿泊した旅行者が三重県観光について「大変満足」と回答した割合。県「観光客実態調査」による。

戦略目標 (KPI):県外宿泊者5回以上リピーター率※2

	R4(現状値)	R5	R6	R7	R8
目標値	58.3%		61.7%	63.4%	65%
実績			58.4%	58.9%	

※2 県外からの宿泊者で、5回以上三重県に来訪していると回答した割合。県「観光客実態調査」による。

戦略2－1:戦略的な観光マーケティングの推進

戦略目標 (KPI):観光地域マーケティング戦略を策定した DMO の数※

	R5(現状値)	R6	R7	R8
目標値	0	1	2	3
実績		1		

※ 観光庁「観光地域づくり法人(DMO)による観光地域マーケティングガイドブック」に基づき観光地域マーケティング戦略を策定したDMOの数。

戦略2－2:国内観光誘客の推進

戦略目標 (KPI):日本人延べ宿泊者数※1

	R1(基準値)	R5	R6	R7	R8
目標値	8,211千人		8,211千人	9,040千人	9,956千人
実績			7,135千人	8,129千人	

※1 県内に宿泊した日本人旅行者の延べ人数。観光庁「宿泊旅行統計調査」による。

戦略目標 (KPI):宿泊を伴う教育旅行で県外から訪れた学生数※2

	R4(現状値)	R5	R6	R7	R8
目標値	68,895人		69,000人	69,000人	69,000人
実績			40,243人	38,459人	

※2 (公社)伊勢志摩観光コンベンション機構調査による。

戦略2-3:インバウンド誘客/MICE・産業観光の推進

戦略目標 (KPI):外国人延べ宿泊者数(暦年)^{※1}

	R1(基準値)	R5	R6	R7	R8
目標値	38万9千人	20万1千人	38万9千人	42万人	45万4千人
実績			24万1千人		

※1 県内に宿泊した外国人旅行者の延べ人数。観光庁「宿泊旅行統計調査」による。

戦略目標 (KPI):国際会議開催件数(暦年)^{※2}

	R4(現状値)	R5	R6	R7	R8
目標値	5件	9件	9件	12件	15件
実績			3件		

※2 JNTOが定める国際会議の選定基準を満たした会議件数。

戦略3-1:観光産業の生産性向上

戦略目標 (KPI):生産性向上^{※1}に取り組んだ事業者数^{※2}

	R5(現状値)	R6	R7	R8
目標値	0	累計 10者	累計 25者	累計 40者
実績		累計 64者		

※1 生産性向上:生産性を向上するためには大きく分けて、「付加価値の向上(提供するサービスの価値の増大:客単価の向上、ブランド力の強化等)」と、「効率の向上(時間や工程の短縮:サービス提供プロセスの改善等)」の2つの方向性がある。(出典:経済産業省「中小サービス事業者の生産性向上のためのガイドライン」)

※2 観光事業者を対象としたアンケートにおいて、生産性向上に取り組んだと回答した事業者数。

戦略3-2:観光産業を支える人材の確保・育成・定着

戦略目標 (KPI):待遇改善^{※1}に取り組んだ事業者数^{※2}

	R5	R6	R7	R8
目標値	0	累計 10者	累計 25者	累計 40者
実績		累計 46者		

※1 待遇改善:給与アップ、有給休暇取得率の向上、残業時間の減少 等

※2 観光事業者を対象としたアンケートにおいて、待遇改善に取り組んだと回答した事業者数。

4 令和6年度 観光施策の取組状況等

戦略1－1:持続可能な観光地マネジメント

令和6年度の主な取組の方向性

【持続可能な観光地づくりの推進】

- ・「日本版持続可能な観光ガイドライン(JSTS-D)」を活用し、持続可能な観光地づくりに取り組む意欲のあるDMO等の増加を図ります。

【DMOを中心とした持続可能な観光地マネジメントの確立】

- ・DMOが持続可能な観光地マネジメント体制を確立するうえでの課題を解決できるよう、国の支援の活用も含め、三重県観光連盟によるコンサルティング支援を実施します。

【域内調達率の向上】

- ・観光産業における域内調達率を調査します。

【三重の観光資源を守る取組の推進】

- ・自然環境や水産資源、文化財など、三重県の観光資源を守る取組を進めることで、持続的な観光を推進します。

令和6年度の主な事業の取組状況

【持続可能な観光地づくりの推進】

●拠点滞在型観光推進事業【観光部 観光振興課】

- ・「日本版持続可能な観光ガイドライン(JSTS-D)」の制度概要や持続可能な観光地構築取組をテーマとする研修会を2回(基礎編、実践編)開催し、7団体が参加しました。
- ・持続可能な観光地づくりの推進に向け、三重県観光連盟と連携して、令和5年度に作成した「三重の持続可能な観光地づくり」情報発信サイトの英語版ページを作成し、同年度に作成した4件の記事を英語に翻訳しました。また、熊野古道伊勢路、英虞湾に係る記事を日・英の2か国語で制作し、サイトで発信しました。加えて、WEBサイトへのアクセス向上に向けて、インフルエンサーが発信する短編動画やブログ、SNSを活用したサイトへの流入施策を講じることで、SEO対策を実施しました。

【DMOを中心とした持続可能な観光地マネジメントの確立】

●全県DMO経営基盤強化事業【観光部 観光振興課】

- ・三重県観光連盟と連携して全県DMOとしてのあり方検討を実施し、データマーケティングや国内向けプロモーションについて、三重県観光連盟が果たすべき役割を整理した中期事業計画が三重県観光連盟の理事会で採択されました。
- ・三重県観光連盟の基盤強化を図り、三重県観光連盟によるインバウンド向けマーケティングや地域DMO等への支援を実施しました。

【域内調達率の向上】

●観光データ調査事業【観光部 観光戦略課】

- ・県内観光産業における域内調達率を把握するため、観光関連事業者を対象に、各事業者が提供するサービスの代表的な費用項目の構成比率や調達する地域についてアンケート調査を行い、域内調達率を算出しました。

【三重の観光資源を守る取組の推進】

●自然に親しむ自然公園施設整備事業【農林水産部 みどり共生推進課】

- ・自然公園施設を安全・安心に利用していただくため、下記施設の修繕や改修を行いました。
○【近畿自然歩道】南伊勢町槌柄浦地内(手摺改修、東屋改修)、鳥羽市河内町地内(木橋改

修、標識改修、手摺改修)、御浜町神木地内(階段改修)、紀北町古里地内(落石防止網、手摺改修)

【東海自然歩道】菰野町杉谷(案内看板、ベンチ、転落防止柵設置)、亀山市関町坂下(土砂・流木撤去)

【鬼ヶ城周遊回線道路】熊野市木本町地内(手摺改修)

【室生赤目青山国定公園】名張市長坂町地内(手摺改修)

●自然公園利用促進事業【農林水産部 みどり共生推進課】

・自然公園施設を安全・安心に利用していただくため、下記施設の維持管理を行いました。

○近畿自然歩道、東海自然歩道、ふるさと公園、藤原岳坂本休憩所、登茂山園地、大杉谷登山歩道

●資源管理体制・機能強化総合対策事業【農林水産部 水産資源管理課】

・水産資源の維持および増大に向け、沿岸水産資源8魚種について、漁獲量やサイズ、出漁回数に基づく資源評価を行い、その評価結果を漁業者へフィードバックするとともに、漁業者が取り組む資源管理を支援しました。

●地域文化財総合活性化事業【教育委員会事務局 社会教育・文化財保護課】

・国・県指定の文化財45件の所有者・管理団体等に対して、補助を行うとともに、修復の手法等について技術支援を行い、文化財の継承に努めました。

●世界遺産熊野参詣道・無形文化遺産保存管理推進費【教育委員会事務局 社会教育・文化財保護課】

・世界遺産について、追加登録に向けた学術調査を大紀町・紀北町・尾鷲市の地域で実施し、報告書1冊を刊行しました。また、世界遺産講演会を大紀町および尾鷲市で開催し、合計90名の参加がありました。

・海女漁の技術について、南伊勢町町民文化会館にて「三重・石川・福井3県海女漁合同パネル展示」を開催し、746名の来館者がありました。また、全国海女文化保存・振興担当連絡会議を開催し、加盟9県で海女漁の保存・活用にかかる活動や課題の情報交換を行いました。

●発掘調査公開活用事業費【教育委員会事務局 社会教育・文化財保護課(埋蔵文化財センター)】

・埋蔵文化財センター嬉野分室などで、発掘調査成果や埋蔵文化財の普及・公開や活用のため、子ども主体の体験イベント「まいぶん祭」のほか、連続講座「公開考古学講座」、体験イベント「なんでも実験考古学」を実施しました。これらには、県外からの参加者も含め、計803名の参加がありました。

・発掘調査成果を広く公開するため、斎宮歴史博物館で埋蔵文化財展を開催し、1,164名の観覧者がありました。

・県内各地の団体等や学校からの依頼に応じて、出前講座や出前授業を行いました。出前講座は16件の依頼に対応し、計410名の参加がありました。出前授業は20件、計702名の参加がありました。特に高校では日本史探求授業の一環として、埋蔵文化財の特性を活かした出前授業を実施しています。

戦略目標（KPI）：持続可能な観光地域づくりに取り組む地域数※1

	R5(現状値)	R6	R7	R8
目標値		累計 1地域	累計 3地域	累計 5地域
実績	累計 1地域	累計 1地域		

※1 「日本版持続可能な観光ガイドライン(JSTS-D)」に沿って持続可能な観光地域づくりに取り組む地域として観光庁の承諾を受けてロゴマークを取得した自治体やDMO等の団体数。

戦略目標（KPI）：先駆的DMOの認定数※2

	R5(現状値)	R6	R7	R8
目標値		0	0	1
実績	0	0		

※2 持続可能で国際競争力の高い魅力ある観光地域づくりを行う「世界的なDMO」をめざすDMOに対し、観光庁が戦略的に支援を実施するために募集・選定したDMOの数。

令和6年度のKPIの達成状況及び評価

- ・JSTS-Dのロゴマーク取得や先駆的DMOの認定により、持続可能な観光地域づくりに取り組む新たな地域はありませんでしたが、引き続き、DMO等への意識啓発や理解促進を図る必要があります。
- ・持続可能な観光地域づくりに取り組む地域DMOを支援できるよう、三重県観光連盟の基盤強化が必要です。

今後の主な取組の方向性

【持続可能な観光地づくりの推進】

- ・「日本版持続可能な観光ガイドライン(JSTS-D)」への理解を促進し、持続可能な観光地づくりに取り組む意欲のあるDMO等の増加を図ります。

【DMOを中心とした持続可能な観光地マネジメントの確立】

- ・DMOが持続可能な観光地マネジメント体制を確立するうえでの課題を解決するために、地域DMO等が主体的に国・県事業等へ参画できるよう、三重県観光連盟によるコンサルティング支援を実施します。

戦略1－2:観光の質の向上による高付加価値化

令和6年度の主な取組の方向性

【高付加価値旅行者から選ばれる観光基盤の充実】

- ・地域が策定した事業計画(ビジョン、滞在価値、顧客ターゲットの明確化等)に基づき、宿泊施設や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。
- ・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、紀伊半島のブランド化などを通じた高付加価値旅行者の誘致に取り組みます。
- ・高付加価値旅行者のニーズをふまえた移動のシームレス化の対応として、ヘリコプター等の受入れ体制について検討します。
- ・三重が世界に誇る世界遺産等文化財や国立・国定公園等自然資源を活用し、周辺地域への上質な宿泊施設の誘致、体験コンテンツの造成やガイドの養成などに取り組むことで、高付加価値旅行者向け観光基盤を充実させます。

【高付加価値旅行者の旅行体験の充実】

- ・DMO等による三重県にしかない滞在価値の発掘・磨き上げと、体験コンテンツとしての商品化及び販売・提供体制の構築を支援します。
- ・旅程全体を案内できるスルーガイド及び特定の地域や観光資源の案内に特化したエリアガイドに求められる知識やスキル等の向上を支援します。

令和6年度の主な事業の取組状況

【高付加価値旅行者から選ばれる観光基盤の充実】

●拠点滞在型観光推進事業【観光部 観光振興課】

- ・質が高く持続可能な観光地づくりに向けて、地域DMO等が中心となった受入環境整備等の計画を採択(2件)し、宿泊施設・観光施設の高付加価値化改修や地域一体となったプロモーションを支援しました(20事業者)。

●Easy Access to 東紀州！プロジェクト推進事業【南部地域振興局 東紀州振興課】

- ・紀伊半島外国人観光客受入推進協議会に参画し、熊野古道伊勢路の来訪者が利用する拠点バス停等の多言語案内表示の整備等の取組を支援しました。
- ・また、東紀州地域観光DMO事業推進協議会(事務局：(一社)東紀州地域振興公社)に参画し、地域資源を生かした様々な体験コンテンツの磨き上げ、情報発信等の取組を支援しました。
- ・熊野古道伊勢路における二次交通の利便性向上のため、地元バス事業者等と連携し、二次交通の調査・実証事業を実施しました。

●高付加価値旅行者層誘致促進事業費【観光部 海外誘客課】

- ・海外レップを通して米、英、仏をはじめとする高付加価値旅行者層を顧客に持つ旅行会社等に対してセールスを行い、三重県の観光コンテンツのプロモーションを実施しました。具体的には、米65社、英61社、仏41社へセールスを行うとともに、各市場でファムトリップを各1回行いました。
- ・仏市場においては、仏企業の福利厚生旅行の誘致を目的として現地旅行会社と「仏企業福利厚生旅行の三重県送客に向けて協力するMOU」を締結するとともに、観光セミナーやファムトリップを実施しました。
- ・紀伊山地エリア連携事業では、英、仏、豪、米市場から延べ50名をファムトリップとして招請するとともに、4市場のメディアで計214件の露出を図り、認知度向上に努めました。

●観光客受入環境整備事業【観光部 観光振興課】

- ・宿泊施設の誘致に向け、南部地域13市町に対し、適地調査を実施し、23件の適地を土地リストとしてまとめ、20社程度の開発事業者へ提示しました。また、開発事業者5社に対し延べ6日のファムトリップを実施しました。

●観光客受入環境整備事業【観光部 観光振興課】

- ・ヘリコプター活用促進協議会を4回開催し、ヘリコプターを活用した旅行商品化について意見交換を行いました。
- ・ヘリコプターを活用した旅行商品の事業計画について、3事業者4件を選定し、現地視察等によるブラッシュアップを実施しました。
- ・販売タリフ、リーフレット等のセールスツールの作成や販路開拓先のリスト化を行うなど、今後の事業者による自走化を意識した販路開拓の支援を行いました。

●自然公園利用促進事業【農林水産部 みどり共生推進課】

- ・伊勢志摩国立公園内での質の高い自然体験活動を促進するため、伊勢志摩国立公園エコツーリズム推進協議会の「伊勢志摩国立公園自然体験活動促進計画」の策定を支援しました。
- ・案内機能、利用拠点における施設の充実をはかるため、下記施設の改修を行いました。
○【近畿自然歩道】朝熊山(誘導標識等改修)、中ノ磯展望台(手摺及び展望台東屋改修)

【高付加価値旅行者の旅行体験の充実】

●選ばれる東紀州地域を目指して、産業活性化支援事業【南部地域振興局 東紀州振興課】

- ・東紀州地域の5市町等により、平成28年度に設立した東紀州産業活性化事業推進協議会は、今年度は9事業者が加入し、計97事業者となりました。
- ・地域資源を活用した製品・サービスの高付加価値化や販売促進への支援、都市部での物産・観光のプロモーション等の取組を支援しました。この結果、商談会等における新たな成約件数は21件となったことで、累計実績は86件となり、目標(累計80件)を達成しました。

●みえの風土を活用した観光推進事業【観光部 観光振興課】

- ・高付加価値旅行者の多様なニーズに対応するため、「三重県観光ガイド養成プログラム」として、ガイドスキルや旅程管理、フィールドワーク研修など全8回の講座を実施し、14名の修了認定を行いました。
- ・プログラム修了認定者について、個々のガイドスキルや強み、ガイド可能なエリア等をまとめた個別ガイドプロフィールを作成し、三重県観光連盟サイト等で紹介しました。

●文化観光推進事業【環境生活部 文化振興課】

- ・斎宮歴史博物館開館35周年事業として特別展や企画展示を実施するとともに、企画展と開催時期を合わせたイベントやキャンペーン等の実施や史跡内の周遊を図るためのガイド育成などに取り組みました。
○博物館利用者数:59,008人(前年度比167%増)、発掘体験参加者数:62名、ガイド育成講座修了者:26名
- ・藤堂家と松尾芭蕉をテーマにした「伊賀・名張ルート」、伊勢からの巡礼旅をテーマにした「熊野古道ルート」のモニターツアーを実施するとともに、時機を捉えてSNSで情報発信を行いました。

戦略目標（KPI）：日本人宿泊者観光消費単価※1

	R1(基準値)	R5	R6	R7	R8
目標値			28,000円※2	29,500円※2	30,960円※2
実績	26,922円	26,391円	29,538円		

※1 県内に宿泊した日本人旅行者が支出した観光消費単価。県「観光客実態調査」による。

※2 物価上昇率を除いて計算した場合。

戦略目標（KPI）：外国人観光消費単価※3

	R1(基準値)	R5	R6	R7	R8
目標値			47,300円※2	48,950円※2	50,600円※2
実績	44,000円	46,000円※4	63,000円		

※3 県内を訪問した外国人旅行者が支出した観光消費単価。観光庁「インバウンド消費動向調査」による。

※4 「インバウンド消費動向調査」は 2020 年 4-6 月期～2023 年 1-3 月期まで調査を中止していたため、集計対象期間は 2023 年 4-12 月期となり、暦年の傾向を反映したものではない。

令和6年度のKPIの達成状況及び評価

- ・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です。

今後の主な取組の方向性

【高付加価値旅行者から選ばれる観光基盤の充実】

- ・「上質な『みえ旅』宿泊施設立地補助金」を活用した誘致活動を実施します。
- ・宿泊施設や観光施設の高付加価値化やユニバーサルツーリズムに資する改修及び熊野古道沿線のトイレの充実化等を支援します。
- ・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めます。また、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。

【高付加価値旅行者の旅行体験の充実】

- ・DMO等による三重ならではの体験コンテンツや滞在価値の磨き上げ及び提供・販売体制の構築を支援します。
- ・高付加価値旅行者に対応できるガイドを育成するため、ガイドに求められる知識やスキル、ホスピタリティ等に関する実践的な講座を実施します。

戦略1－3:三重の特色を生かした滞在型観光の推進

令和6年度の主な取組の方向性

【周遊促進に向けた滞在価値の創出および宿泊・滞在拠点の整備】

- ・〔再掲〕 DMO等による三重県にしかない滞在価値の発掘・磨き上げと、体験コンテンツとしての商品化及び販売・提供体制の構築を支援します。
- ・〔再掲〕 地域が策定した事業計画(ビジョン、滞在価値、顧客ターゲットの明確化等)に基づき、宿泊施設や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することで、旅行者の滞在・周遊を促進します。
- ・長期滞在による観光面での効果も期待できるワーケーションを推進します。

【「三重にしかない」食を生かしたツーリズムの推進】

- ・ガストロノミーに高い関心を持つ旅行者をターゲットに、三重でしか食べることができない料理や地酒が味わえ、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、発信します。
- ・首都圏等からトップシェフやガストロノミーの専門家等を講師に迎え、県内の食関連事業者を対象とした講座を開設することで、「三重にしかない」食を提供できる事業者を育成します。
- ・大都市圏のホテルで「三重県フェア」を開催することで、「みえの食」の利用拡大を図ります。

【地域の自然や異文化を体験する旅行「アドベンチャートラベル」の魅力活用】

- ・アドベンチャートラベルを好むインバウンドの誘客に向け、三重県におけるアドベンチャートラベルの可能性を調査します。

令和6年度の主な事業の取組状況

【周遊促進に向けた滞在価値の創出および宿泊・滞在拠点の整備】

●拠点滞在型観光推進事業【観光部 観光振興課】

- ・三重ならではの観光資源を生かした拠点滞在型観光の推進に向けて、地域DMO等を中心とした推進体制の構築や事業計画の策定、滞在モデルコースの造成、モニターツアーの実施等を支援しました(8団体)。

●東紀州地域振興推進事業【南部地域振興局 東紀州振興課】

- ・(一社)東紀州地域振興公社が、東紀州地域の観光振興、産業振興などの取組を総合的に推進する地域のコーディネーターとしての役割を果たすよう支援しました。

●〔再掲〕選ばれる東紀州地域を目指して産業活性化支援事業【南部地域振興局 東紀州振興課】

- ・東紀州地域の5市町等により、平成28年度に設立した東紀州産業活性化事業推進協議会は、今年度は9事業者が加入し、計97事業者となりました。
- ・地域資源を活用した製品・サービスの高付加価値化や販売促進への支援、都市部での物産・観光のプロモーション等の取組を支援しました。この結果、商談会等における新たな成約件数は21件となったことで、累計実績は86件となり、目標(累計80件)を達成しました。

●みえのさと体験推進事業【農林水産部 農山漁村づくり課】

- ・農山漁村ならではの「食」「泊」「体験」を楽しむ「農泊(農山漁村滞在型旅行)」を推進するため、大型集客施設等への来訪者を対象にした周遊プランを作成し、誘客と周遊化に取り組みました。

○周遊プラン造成のためのモニターツアー：29プラン、参加者334名、造成した周遊プラン：11プラン

●農泊の推進・レベルアップ事業【農林水産部 農山漁村づくり課】

・「リフレッシュプログラム」の開発支援を行い、プログラムを試行するモニターツアーを実施しました。

○リフレッシュプログラム作成のためのセミナー：2回、モニターツアー参加者：合計34名（2企業・2大学、3地域）

・マイクロインフルエンサーを活用したプロモーション活動として、SNSに投稿(5本)し、情報発信に取り組みました。

●〔再掲〕自然公園利用促進事業【農林水産部 みどり共生推進課】

・伊勢志摩国立公園内での質の高い自然体験活動を促進するため、伊勢志摩国立公園エコツーリズム推進協議会の「伊勢志摩国立公園自然体験活動促進計画」の策定を支援しました。

・案内機能、利用拠点における施設の充実をはかるため、下記施設の改修を行いました。

○【近畿自然歩道】朝熊山(誘導標識等改修)、中ノ磯展望台(手摺及び展望台東屋改修)

●インフラツーリズム【県土整備部 県土整備総務課】

・君ヶ野ダムにおいて、ダム本体や周囲の木々をライトアップし、地域観光の促進やインフラ施設の理解促進に努めました。

○来場者数：3日間で415名

・建設中の鳥羽河内ダムをモチーフとしたカレーの販売を地域店舗で販売していただき、ダムの役割周知や地域振興を図りました。

○ダムカレー提供店舗の公募、ダムカレー版の限定カードを実施店舗へ配布、ダムカレー広報活動

・国道167号(磯部バイパス)において、伊勢・志摩連絡道路建設促進同盟会と連携し開通記念のイベントを実施することにより、公共事業への理解促進、地域振興を図りました。

○トンネル内のライトアップ、事業概要動画の投影

●〔再掲〕拠点滞在型観光推進事業【観光部 観光振興課】

・質が高く持続可能な観光地づくりに向けて、地域DMO等が中心となった受入環境整備等の計画を採択(2件)し、宿泊施設・観光施設の高付加価値化改修や地域一体となったプロモーションを支援しました(20事業者)。

●ワーケーション利用促進事業【雇用経済部 県産品振興課】

・首都圏において、企業等を対象にワーケーションや観光・移住をテーマとするイベントを開催し、三重県をフィールドとするワーケーションプログラムの紹介や、観光・移住の魅力発信を行いました。

・三重県ワーケーションポータルサイト「とこワク」を活用し情報発信を行います。

【「三重にしかない」食を生かしたツーリズムの推進】

●みえガストロノミーツーリズム推進事業【観光部 観光振興課】

・シェフ、有識者等へのヒアリングにより、コンテンツを5件選定し、専門家を派遣し磨き上げに取り組みました。コンテンツに係るタリフを作成のうえ、事業者のビジネスチャンスを広げるための商談会(2/26 VISON)を開催するとともに、旅行会社・メディアが参加した視察ツアー(2件)を実施し、うち1件が宿泊プランの造成につながりました。

・「みえガストロノミーツーリズム」の認知度の向上を目的に「ツーリズムEXPOジャパン」への出展を支援(3者)するとともに、メディア、WEBサイト、SNS、インフルエンサーを活用した情報発信に取り組みました。

●未利用食材を活用した「みえの食」魅力発信事業費【農林水産部 フードイノベーション課】

・県内の漁業協同組合、食品製造事業者等で構成するワーキンググループ(8回)を開催しました。

・首都圏の大型商業施設(二子玉川ライズ)や食品見本市(シーフードショー大阪)におけるプ

ローション活動、県内小学校等での食育(6件)、企業等社員食堂(住友電装、百五銀行、県庁食堂)での啓発活動など行いました。

- ・規格外農産物の学校給食等での有効活用に向け、県内産の規格外農産物を使用した1次加工品のサンプル(かぼちゃ・さつまいも)を作成するとともに、作成したサンプルについて、学校給食関係者への意見聴取等を実施しました。

●食の高度人材育成交流事業【雇用経済部 県産品振興課】

- ・ガストロノミー人材育成事業では、ガストロノミーについての知識や最新のトレンド、先進組、インバウンド対応、県産食材や風土、郷土料理を紹介する座学講座を実施しました。また、三重県・東京都・新潟県のシェフを講師に迎え、三重県食材を利用した料理デモンストレーション、講師によるトークセッションや意見交換会を実施しました。
- ・スペイン料理人交流事業では、世界有数の美食の街(スペイン・バスク州サン・セバスティアン)の3つ星レストラン「Arzak」のトップシェフを招へいし、三重県日本調理技能士会、県立相可高等学校、三重調理専門学校を対象に調理講座や意見交換を行いました。

●大阪・関西万博を見据えた農林水産物販売チャンネル拡大推進事業【農林水産部 フードイノベーション課】

- ・関西圏等の大都市圏のホテル・レストランと連携し県産農林水産物、加工品を使用した三重県フェア(7か所)を開催しました。
- ・三重県ならびに県産農林水産物の魅力発信を行いました。また、航空事業者と連携したマルシェ「三重マルシェ in 東京大崎駅」を開催しました。
- ・ホテルオークラ京都において老舗料亭や有名ホテルの総料理長など、食関連業界に影響力が強いトップ人材と連携し、県産農林水産物の魅力発信イベントを開催(102人参加)しました。

【地域の自然や異文化を体験する旅行「アドベンチャートラベル」の魅力活用】

●みえの風土を活用した観光推進事業【観光部 観光振興課】

- ・三重県ならではのアドベンチャートラベルの可能性調査を実施するとともに、三重県にふさわしいアドベンチャーツーリズムの重点分野3つを選定し、電子版のコンセプトリーフレットを制作しました。
- ・3月に、アドベンチャートラベル分野で活躍する著名パネリストを迎え、「三重県アドベンチャーツーリズム勉強会」を実施し、体験事業者など26名が参加しました。

●自然公園利用促進事業【農林水産部 みどり共生推進課】

- ・伊勢志摩国立公園エコツーリズム推進協議会と連携し、国立公園における感動体験アドベンチャートラベル創出事業に取り組みました。
- ・高齢者や障がい者もチャレンジできるバリアフリーアドベンチャートラベルプログラムの提供にむけた事業展開を支援しました。

○鯛の絶景ツアー、海女アドベンチャー、フィッシングカヤックツアー、ジュースづくり、わかめ収穫体験

戦略目標（KPI）：平均宿泊日数※

	R1(基準値)	R5	R6	R7	R8
目標値	1.18泊	1.23泊	1.26泊	1.30泊	1.33泊
実績			1.21泊		

※観光庁「宿泊旅行統計調査」の三重県における延べ宿泊者数を実宿泊者数で除して算出。

令和6年度のKPIの達成状況及び評価

- ・現状値として目標値を下回っており、かつ、前年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です。

今後の主な取組の方向性

【周遊促進に向けた滞在価値の創出および宿泊・滞在拠点の整備】

- ・〔再掲〕「上質な『みえ旅』宿泊施設立地補助金」を活用した誘致活動を実施します。
- ・〔再掲〕 宿泊施設や観光施設の高付加価値化やユニバーサルツーリズムに資する改修及び熊野古道沿線のトイレの充実化等を支援します。
- ・〔再掲〕 DMO等による三重ならではの体験コンテンツや滞在価値の磨き上げ及び提供・販売体制の構築を支援します。

【「三重にしかない」食を生かしたツーリズムの推進】

- ・ガストロノミーに高い関心を持つ旅行者をターゲットに、三重でしか食べることができない料理や地酒が味わえ、その地域の食文化を知り、学び、体験できる滞在価値の魅力を発信します。

戦略1－4:旅行者を受け入れる基盤の整備

令和6年度の主な取組の方向性

【社会資本整備の促進・活用】

- ・直轄国道や県管理道路の整備を推進することで道路ネットワークの形成を図るとともに、関係団体と連携し、旅行者の県内周遊および観光地での消費の促進につながる取組を展開します。
- ・リニア開業時の県内広域交通網の確保および充実に向けた取組を推進します。

【旅行者のニーズに合わせた二次交通の充実】

- ・伊勢志摩地域の市町、DMO、観光協会、観光事業者、交通事業者等と連携して観光型MaaSを運用します。
- ・バスやタクシーが充実していない観光地における移動手段の確保について、市町の取組を支援します。
- ・ヘリコプターを活用した高付加価値旅行者向けのツアーコンテンツ及び地域のオペレーション体制を検証するとともに、市町と連携してヘリポートの適地を検討します。
- ・新たなテクノロジーである空飛ぶクルマについて、安全性を確保したうえでの活用に向けた検討を進めます。

【受入れ環境の充実】

- ・観光施設や道路等の多言語案内の充実に向け、関係機関と連携しながら対応を進めます。
- ・〔再掲〕 旅程全体を案内できるスルーガイド及び特定の地域や観光資源の案内に特化したエリアガイドに求められる知識やスキル等の向上を支援します。
- ・医療機関における多言語対応等の充実に向けて取り組むとともに、医療機関のリストを情報提供することで外国人旅行者が安心して観光できる環境づくりに取り組みます。

【景観まちづくりの推進】

- ・市町による主体的な景観づくりを促進するため、景観アドバイザーの市町への派遣等支援を行うとともに、屋外広告物設置の規制や、観光地周辺の無電柱化・木製ガードレールの整備を推進します。
- ・花とみどりの名所を活用した活動や、SNS等で名所に関する情報発信に取り組みます。

【バリアフリー観光の推進】

- ・県内の宿泊施設や観光施設のバリアフリー推進及びバリアフリー情報の効果的な発信を行います。

【観光危機管理の推進】

- ・観光防災の推進に取り組む事業者等を支援します。

令和6年度の主な事業の取組状況

【社会資本整備の促進・活用】

●国等への要望【県土整備部 道路企画課】

- ・新宮紀宝道路(紀宝IC～新宮北IC)2.4kmが12/7に開通し、国道1号北勢バイパス(市道日永八郷線～国道477号バイパス)4.1kmが3/16に開通、東海環状自動車道(いなべIC～大安IC)6.5kmが3/29に開通しました。
- ・高規格道路及び直轄国道における、開通見通しの公表や事業中区間の早期整備について、関係市町や地域住民、地元民間企業等と一体となって国等に要望しました。

●国補道路改築費 国道421号(大安ICアクセス道路)他19路線【県土整備部 道路建設課】

・高速道路および国管理の国道を補完する災害に強い県道路ネットワークの整備や、観光復興に向けたアクセス道路の整備を推進し、国道421号(大安ICアクセス道路)他4路線を供用開始しました。

●太平洋岸自転車道の整備【県土整備部 道路管理課】

・国道260号、県道鳥羽阿児線において通行空間整備に向けた設計をおこない、撮影スポットの整備及びホームページの作成に着手しました。

●「みえリニア戦略プラン(仮称)」策定事業【地域連携・交通部 広域交通・リニア推進課】

・市町、経済団体、交通事業者、有識者等で構成する「みえリニア戦略プラン(仮称)検討委員会」を立ち上げるとともに、地域に応じた具体的な施策や事業を検討するための部会を設置し議論を行うなど、「みえリニア戦略プラン(仮称)」の策定に取り組み、3月に中間報告をとりまとめました。

【旅行者のニーズに合わせた二次交通の充実】

●観光客受入環境整備事業【観光部 観光振興課】

・伊勢志摩観光コンベンション機構が実施する伊勢志摩観光型 MaaS 検討会に参加し、遷宮に向けた受入環境整備の推進について地域と連携して取り組みました。

●地域における移動手段の確保に向けた総合対策事業【地域連携・交通部 交通政策課】

・国(中部運輸局)とともに市町を直接訪問する合同施策検討会(5市町)の開催や、住民の移動手段確保のため多様な取組を進める市町への財政支援など、市町が実施する地域内交通ネットワークの構築・強化に向けた取組を支援しました。

○志摩市(7/22～9/16、利用件数:154件)および伊勢市(12/5～3/1、利用件数:384件)の日本版ライドシェア実証事業

・大都市圏でのバス運転士就職イベントへ出展するとともに、二種免許取得費用への支援を行うなど、交通事業者の運転士確保の取組を支援しました。

●〔再掲〕Easy Access to 東紀州！プロジェクト推進事業【南部地域振興局 東紀州振興課】

・紀伊半島外国人観光客受入推進協議会に参画し、熊野古道伊勢路の来訪者が利用する拠点バス停等の多言語案内表示の整備等の取組を支援しました。

・また、東紀州地域観光DMO事業推進協議会(事務局:(一社)東紀州地域振興公社)に参画し、地域資源を生かした様々な体験コンテンツの磨き上げ、情報発信等の取組を支援しました。

・熊野古道伊勢路における二次交通の利便性向上のため、地元バス事業者等と連携し、二次交通の調査・実証事業を実施しました。

●〔再掲〕観光客受入環境整備事業【観光部 観光振興課】

・ヘリコプター活用促進協議会を4回開催し、ヘリコプターを活用した旅行商品化について意見交換を行いました。

・ヘリコプターを活用した旅行商品の事業計画について、3事業者4件を選定し、現地視察等によるブラッシュアップを実施しました。

・販売タリフ、リーフレット等のセールスツールの作成や販路開拓先のリスト化を行うなど、今後の事業者による自走化を意識した販路開拓の支援を行いました。

●空の移動革命促進事業【雇用経済部 産業イノベーション推進課】

・「みえ空モビリティ地域実装研究会」では、三重県における空飛ぶクルマの活用について、様々な事業者が各分野でのビジネスプランや知見を持ち寄り、三重県での将来的な商用運航に向けた検討を行いました(27者が参画)。

・補助事業は、志摩市内でのパーティポートの候補地抽出・選定や設置にかかる課題等についての検討と、低高度飛行での安全監視システム検証の2件を採択しました。

・次世代エアモビリティ展では県内商業施設(12月鈴鹿市、1月東員町)で行い、空飛ぶクルマや物流ドローンなどの理解の促進やプロモーションに取り組みました。

【受入れ環境の充実】

●道路標識の整備【県土整備部 道路管理課】

- ・国道167号など新たに設置した道路標識の英字併記をおこないました。

●交通安全施設の整備【県警本部 交通規制課】

- ・交通安全施設の整備事業において、英語(STOP)併記の一時停止標識に、県下で483箇所、511枚を更新・整備しました。

●熊野古道活用促進事業【南部地域振興局 東紀州振興課】

- ・熊野古道伊勢路沿線のトイレの現況調査や調査結果の見える化等に取り組むなど、誘客促進のための環境整備に取り組みました。

●熊野古道伊勢路受入環境整備事業【南部地域振興局 東紀州振興課】

- ・「伊勢路アルベルグ協議会」宿泊施設の案内機能等の充実を図るため、伊勢路沿線の宿泊施設情報や、熊野古道のモデルコース等を一元的に案内する、英語と日本語に対応したWEBサイトを構築しました。
- ・令和5年度に引き続き「熊野古道伊勢路 案内等表記ガイドライン」に沿って案内標識を新設・更新する市町を支援しました。
- ・世界遺産登録20周年にあたり、伊勢路沿線の県管理道路の区間において、訪れた人々が安心・安全、かつ快適に伊勢路を楽しめる景観整備等を実施しました。

●〔再掲〕みえの風土を活用した観光推進事業【観光部 観光振興課】

- ・高付加価値旅行者の多様なニーズに対応するため、「三重県観光ガイド養成プログラム」として、ガイドスキルや旅程管理、フィールドワーク研修など全8回の講座を実施し、14名の修了認定を行いました。
- ・プログラム修了認定者について、個々のガイドスキルや強み、ガイド可能なエリア等をまとめた個別ガイドプロフィールを作成し、三重県観光連盟サイト等で紹介しました。

●外国人受入れ環境整備等推進事業【医療保健部 医療政策課】

- ・外国人患者対応セミナーを開催し、医療機関に医療通訳者を配置する必要性及び患者対応時に必要な配慮等について学ぶ機会を提供しました(医療関係者30名参加)。
- ・2つの医療機関に、7月から1月までポルトガル語の医療通訳者をモデル的に配置しました。また、医療機関に対して通訳の雇用及び配置についての情報提供を行いました。
- ・外国人患者に適切な入院治療・療養が提供される環境を確保するため、外国人患者を受け入れる医療機関の情報を取りまとめているリストを更新し、厚生労働省及び日本政府観光局(JNTO)のホームページにおいて公開しました。

【景観まちづくりの推進】

●観光地としての景観形成促進【県土整備部 都市政策課】

- ・県民や事業者、市町とともに、地域の個性を生かした魅力ある景観づくりを展開していくため、市町の景観づくりの取組を支援しました。
- ・違反広告物防止と広告物の適切な点検・管理を促すため、9月に市町や業界団体等との合同パトロールを実施しました。また、屋外広告物条例の普及啓発のため、関係団体を通じて条例説明を行いました。
- ・安全で快適な魅力ある道づくりや良好な都市景観の形成を目標に、伊勢市内等で電線共同溝の整備を進めました。

●県産木材利用の推進【県土整備部 道路管理課】

- ・丸山千枚田を通る県道熊野矢ノ川線や風光明媚な国道311号などで木製ガードレールの整備を行いました。

●花とみどりの名所の活用や情報発信【県土整備部 都市政策課】

- ・令和5年度に県営北勢中央公園において植樹した桜の維持管理を指定管理者と連携して適切に行いました。
- ・道路、河川、公園等の県民が利用できる公共スペースにおける花とみどりの名所につい

て、各課や各事務所から提供された情報をもとに、SNS等で情報発信しました。

- ・花とみどりの名所に関連する県内の観光スポットなどについて、季刊紙「観光三重」や観光三重のホームページ等で情報発信しました。

●花とみどりの名所の活用や情報発信【農林水産部 農林水産総務課】

- ・県ホームページの「花とみどりの情報」において、県や市町、事業者等が実施するイベントや花育体験教室など「花とみどりの活用に関する取組」を情報発信(20回)しました。
 - ・花とみどりの活用に関する各種イベント(5回)において、県ホームページの「花とみどりの情報」の周知を図りました。
- 鈴鹿市植木まつり(花とみどりの記念イベント)、みえ森林フェスタ、三重県植木まつり(街路樹の日記念イベント)、みえ花フェスタ、みえのつどい

【バリアフリー観光の推進】

●観光客受入環境整備事業【観光部 観光振興課】

- ・観光施設等のバリアフリー調査とアドバイスを8施設で実施するとともに、「観光施設における心のバリアフリー認定制度」の認定施設数を増加させることを目的とし、研修会を2回実施し、計78名が参加しました。加えて、研修会参加事業者を含む計15事業者に対して、申請に関する個別のアドバイスを実施し、認定制度の申請につなげました。
- ・伊勢志摩バリアフリーツアーセンターのホームページについて、スマートフォン対応や検索機能の充実化、多言語対応を行いました。
- ・県内旅行会社との意見交換会のほか、「ツーリズムEXPOジャパン」に出展し、情報発信を行いました。

【観光危機管理の推進】

●観光事業推進費【観光部 観光戦略課】

- ・観光旅行者の安全・安心を確保するための取組として、志摩市国府海岸における避難訓練(7月)に参加し情報収集を実施しました。
- ・11月に運用を開始した三重県公式防災アプリ「みえ防災ナビ」について、宿泊事業者等に周知したほか、三重県観光連盟を通じて観光客にもプロモーションしました。
- ・市町職員や観光事業者等を対象に、観光防災に関するセミナーを実施しました(3/17、23名参加)。セミナーでは専門家から観光地における防災危機管理に関する講演のほか、2月に実施した能登半島地震の現地調査(輪島市、七尾市等)の内容を報告しました。

戦略目標（KPI）：宿泊者満足度※1

	R4(現状値)	R5	R6	R7	R8
目標値	43.2%	46.6%	46.6%	48.3%	50%
実績			48.6%		

※1 県内に宿泊した旅行者が三重県観光について「大変満足」と回答した割合。県「観光客実態調査」による。

戦略目標（KPI）：県外宿泊者5回以上リピーター率※2

	R4(現状値)	R5	R6	R7	R8
目標値	58.3%	58.4%	61.7%	63.4%	65%
実績			58.9%		

※2 県外からの宿泊者で、5回以上三重県に訪れていると回答した割合。県「観光客実態調査」による。

令和6年度のKPIの達成状況及び評価

・リピーター率が目標値を下回っています。「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が低く、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です。

今後の主な取組の方向性

【旅行者のニーズに合わせた二次交通の充実】

- ・伊勢志摩地域の市町、DMO、観光協会、観光事業者、交通事業者等と連携して観光型MaaSの運用を支援します。

【受入れ環境の充実】

- ・〔再掲〕 宿泊施設や観光施設の高付加価値化やユニバーサルツーリズムに資する改修及び熊野古道沿線のトイレの充実化等を支援します。

【バリアフリー観光の推進】

- ・県内の宿泊施設や観光施設において、「観光地における心のバリアフリー認定」の取得促進を含む、バリアフリー推進及びバリアフリー情報の効果的な発信を行います。
- ・〔再掲〕 高付加価値旅行者に対応できるガイドを育成するため、ガイドに求められる知識やスキル、ホスピタリティ等に関する実践的な講座を実施します。

【観光危機管理の推進】

- ・旅行者の安全を確保し、安心して快適な県内の観光旅行を提供するため、観光防災の取組を推進します。

戦略2-1:戦略的な観光マーケティングの推進

令和6年度の主な取組の方向性

【観光マーケティングデータの収集・分析・提供】

- ・県内の観光マーケティングデータを一元的に収集・分析できる仕組みである「みえ旅おもてなしプラットフォーム」の活用を促進し、データの見える化と関係者への提供に取り組めます。

【DMO等によるデータに基づいたマーケティングの推進】

- ・全県DMOである三重県観光連盟により、観光地域マーケティング戦略を策定するうえでの課題解決に向けたコンサルティングや、Googleが提供する情報管理ツールを活用した情報発信及びデータ分析手法に関する支援を行います。

【三重の特色を生かした観光ブランディング】

- ・他県と差別化できるよう焦点を絞った観光ブランディングについて検討を進めます。

令和6年度の主な事業の取組状況

【観光マーケティングデータの収集・分析・提供】

●戦略的な観光マーケティング推進事業【観光部 観光戦略課】

- ・みえ旅おもてなしプラットフォーム事業等の収集データを活用したプロモーションを行うとともに、プロモーションによって収集した旅行者データに対して情報発信を行いました。
- ・市町・DMO・観光協会のEBPM推進のための統計情報基盤の確立を目的として、WEBサイト「三重県観光統計データ」について、サイトの改修やデータの充実を行い基盤強化を行うとともに、データ利活用研修を実施しました。

【DMO等によるデータに基づいたマーケティングの推進】

●〔再掲〕全県DMO経営基盤強化事業【観光部 観光振興課】

- ・三重県観光連盟と連携して全県DMOとしてのあり方検討を実施し、データマーケティングや国内向けプロモーションについて、三重県観光連盟が果たすべき役割を整理した中期事業計画が三重県観光連盟の理事会で採択されました。
- ・三重県観光連盟の基盤強化を図り、三重県観光連盟によるインバウンド向けマーケティングや地域DMO等への支援を実施しました。

【三重の特色を生かした観光ブランディング】

●観光戦略費【観光部 観光戦略課】

- ・本県の観光振興に関する戦略や重要事項についてご審議いただくため、有識者らで構成する三重県観光審議会を7/9に開催し、三重県のインバウンドの現状及び三重県観光振興基本計画(令和6年度～令和8年度)に基づく令和7年度アクションプラン(案)の策定に向けて審議いただきました。
- ・本県の観光振興に関する施策の具体的な展開(戦術)について、有識者から実践的かつ経験に基づいたアドバイスを受ける目的で、新たに三重県観光行政アドバイザーを設置し、インバウンドのターゲット国設定や方針策定に向けてアドバイスをいただきました。

戦略目標（KPI）：観光地域マーケティング戦略を策定したDMOの数※

	R5(現状値)	R6	R7	R8
目標値		1	2	3
実績	0	1		

※ 観光庁「観光地域づくり法人(DMO)による観光地域マーケティングガイドブック」に基づき観光地域マーケティング戦略を策定したDMOの数。

令和6年度のKPIの達成状況及び評価

- ・観光地域マーケティングの実践に向けて、市町、DMO、観光事業者等においてデータ分析ができるようなノウハウを蓄積させていくことが必要です。
- ・現状として目標を達成しています。令和7年度目標達成に向け、三重県観光連盟が地域DMOの戦略策定や見直しについてコンサルティングできるよう、三重県観光連盟が地域DMOへのコンサルティング支援に取り組むことが必要です。

今後の主な取組の方向性

【観光マーケティングデータの収集・分析・提供】

- ・観光統計データ基盤の確立を目的として構築したWEBサイト「三重県観光統計データ」におけるデータの充実に取り組みます。さらに、市町・DMO・観光協会を対象に、観光統計やデータマーケティングの研修を実施し、データリテラシーを高め、観光施策のEBPMを推進していきます。

【DMO等におけるデータに基づいたマーケティングの支援】

- ・全県DMOである三重県観光連盟により、観光地域マーケティング戦略を策定するうえでの課題解決に向けたコンサルティングによる支援や、自社サイトや自社SNS等を活用した情報発信及びデータ分析手法に関する支援を行います。

戦略2-2:国内観光誘客の推進

令和6年度の主な取組の方向性

【大都市圏向けプロモーションの推進】

- ・魅力的な観光コンテンツや交通手段・宿泊施設等、三重県への観光を誘引するために必要な情報発信を実施します。また、三重県内周遊のモデルケースとなる旅行商品を造成・販売します。

【周年事業や大規模イベントを契機とした誘客の推進】

- ・熊野古道世界遺産登録20周年や大阪・関西万博の開催(令和7年)といったチャンスを生かした情報発信等に取り組み、本県への誘客を推進します。

【次世代を見据えた誘客の推進】

- ・閑散期や平日の需要喚起を図るとともに、将来のファン獲得に向け県外からの教育旅行の誘致を強化します。

令和6年度の主な事業の取組状況

【大都市圏向けプロモーションの推進】

●みえ観光の産業化推進事業費【観光部 観光誘客推進課】

- ・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:企画さっふ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)。

●三重県全体の認知度向上【政策企画部 企画課】

- ・「美し国みえ」を掲げた統一感のある情報発信により、中長期的な視点で「三重県」という地域そのものの魅力や価値を広く浸透させ、「三重県」全体の認知度を高める効果的なプロモーションを推進するため、そのシンボルとなるロゴマークを制作するとともに、「美し国みえ」のコンセプトや「三重県といえば美し国みえ」というイメージを多くの方へ訴求するメッセージ等を掲載するウェブサイトを開設しました。また、開設したウェブサイトへ誘導するために、SNS・インターネット等を活用したデジタル広告を配信しました。

●効果的なプロモーションの推進【政策企画部 企画課】

- ・本県のプロモーションを戦略的に進めていくにあたり、SNSを活用した効果的な情報発信を推進するため、県職員及び市町職員等を対象に、SNSを活用した情報発信の重要性やSNSのメディアごとの特徴とその選び方、更新の習慣化やフォロワーの増やし方等を学ぶ研修会を開催し、外部の専門人材のノウハウを取り入れながら、効果的・効率的なプロモーションの実施を支援しました。
○開催日:10/23、参加者:52名(内訳:県職員37名、市町職員11名、市町観光協会・商工団体4名)

●部局連携の推進【政策企画部 企画課】

- ・国内最大の市場である首都圏で三重の総合的な魅力を一体的にプロモーションし、三重の認知度向上を図るため、首都圏の大規模集客施設において、複数部局が連携してプロモ-

ションイベントを開催しました。観光、移住相談といった行政ブースの出展や、民間事業者による真珠、日本酒等の県産品の販売、県内高校ダンス部のパフォーマンスや忍術の実演といったステージショーにより、首都圏で三重の魅力を効果的に発信しました。

○イベント名:マルっと三重フェス、開催日:11/23,24、場所:二子玉川ライズ ガレリア (東京都世田谷区)

・また、大規模集客施設におけるプロモーションイベントに加えて、その周辺および沿線の商業施設等において、県産食材の販売を行うことで、本県への興味喚起を図りました。

●首都圏営業拠点推進事業【雇用経済部 県産品振興課】

・首都圏営業拠点「三重テラス」は、9月で開設11周年を迎えました。累計約598万人(3月末現在)にご来館いただくなど、多くの方々に三重の魅力を感じていただけました。

・令和5年度から開始した「三重テラス第3ステージ運営方針」に基づき、三重の魅力発信の拠点機能のさらなる強化や、関係者が「つながる」ことをめざし、物販・飲食業務の運営やコミュニティ形成に取り組みました(三重ファンコミュニティが実施したイベント・プロジェクト数22件)。

●関西圏営業基盤構築事業【政策企画部 関西事務所】

・在阪マスメディアやSNS等を活用した三重の情報発信(375件)を行いながら、有名百貨店での観光プロモーション、鉄道グループや商店街と連携した三重県フェア(観光物産展)の実施などにより、三重の魅力発信に取り組みました。

・また、関西圏の旅行会社に対し、三重県の観光事業者と連携して商談会(2回)やエージェントキャラバンでの訪問(5者)などの活動を実施しました。

【周年事業や大規模イベントを契機とした誘客の推進】

●みえ観光の産業化推進事業費【観光部 観光誘客推進課】

・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)。

●熊野古道世界遺産登録20周年事業【南部地域振興局 東紀州振興課】

・熊野古道世界遺産登録20周年を記念し、スペイン・バスク自治州から関係者を招いた国際シンポジウムを開催しました。

・熊野古道世界遺産登録20周年を県内外に広くアピールするため、ポスター、パンフレット等の配布や、イベントカレンダーの制作等により、事業の周知を図りました。

・3県が連携し、20周年を契機とした機運醸成を図るため、首都圏において、メディア関係者、旅行事業者等を対象として、『世界遺産「紀伊山地の霊場と参詣道」記念トークショー』を開催したほか、プロモーション動画を制作するなど、誘客促進に取り組みました。

・熊野古道伊勢路ルートが搭載された山歩きアプリを活用し、20周年を記念したデジタルバッジキャンペーンを実施し、伊勢路への誘客促進を図りました。

●熊野古道活用促進事業【南部地域振興局 東紀州振興課】

・世界遺産登録20周年記念事業として、伊勢神宮から熊野速玉大社までの約170kmの道のりを14日間に分けて歩く「熊野古道伊勢路踏破ウォーク」を実施(のべ参加者数:1,341名(令和6年2月～令和7年12月))しました。

・熊野古道伊勢路の認知度向上と誘客促進を図るため、三重テラスにおけるセミナー・写真展の開催や、首都圏でのイベント出展等を行いました。

●大阪・関西万博を契機とした関西圏プロモーション強化事業【雇用経済部 県産品振興課】

・大阪・関西万博の開幕に向け、関西パビリオン三重県ブースにおいて、三重県の魅力を十分に伝えることができるよう出展市町の決定や、県内5地域の魅力を体験できる展示の製作を行い設置しました。

・10月に阪急大阪梅田駅及び新大阪駅において、期間限定情報発信拠点「三重テラスin大阪」を設置し、県産品販売や食体験、観光プロモーション等を実施するとともに、来場者にア

ンケートやヒアリングを行うことで、効果的なプロモーション手法の検証を行いました。

【次世代を見据えた誘客の推進】

●観光需要平準化促進事業費【観光部 観光誘客推進課】

- ・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)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プロモーションするなど誘致に取り組みました。合わせて、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)を、平日を対象に実施しました。

戦略目標 (KPI): 日本人延べ宿泊者数※1

	R1(基準値)	R5	R6	R7	R8
目標値	8,211千人		8,211千人	9,040千人	9,956千人
実績		7,135千人	8,129千人		

※1 県内に宿泊した日本人旅行者の延べ人数。観光庁「宿泊旅行統計調査」による。

戦略目標 (KPI): 宿泊を伴う教育旅行で県外から訪れた学生数※2

	R4(現状値)	R5	R6	R7	R8
目標値	68,895人		69,000人	69,000人	69,000人
実績		40,243人	38,459人		

※2 (公社)伊勢志摩観光コンベンション機構調査による。

令和6年度のKPIの達成状況及び評価

- ・日本人延べ宿泊者数は、前年の実績は上回っているものの、令和6年の目標値には達していないため、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に、より一層取り組んでいく必要があります。
- ・宿泊を伴う教育旅行で県外から訪れた学生数は、調査中ではあるものの、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、目標値を下回りました。県外からの教育旅行誘致に向け、魅力あるプログラムの造成に加え、関西圏の小中学校、首都圏の高校などターゲットを明確にしたうえで発信していく必要があります。

今後の主な取組の方向性

【大都市圏向けプロモーションの推進】

- ・首都圏を中心とした大都市圏からの誘客を図るため、SNSやテレビ等の多様な媒体を活用することにより、効果的に本県の魅力発信を行うなど、引き続き本県の強みを生かし、認知度向上につながる観光プロモーションを展開します。

【大規模イベント等を契機とした誘客の推進】

- ・大阪・関西万博を契機とし、企画きつぷ等のプロモーションや観光キャンペーンを実施するなど、本県への誘客促進に取り組みます。

【次世代を見据えた誘客の推進】

- ・閑散期や平日の需要喚起を図るとともに、将来のファン獲得に向け、関西圏の小中学校、首都圏の高校などをターゲットとし、県外からの教育旅行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

令和6年度の主な取組の方向性

【インバウンドプロモーションの推進】

- ・海外における三重県の認知度向上や外国人旅行者の県内誘致に係る取組を強化するため、官民一体となったプロモーションに取り組みます。
- ・三重県観光連盟のインバウンド誘客にかかる組織体制や事業者との連携を強化し、宿泊者数の増加が見込めるアジア市場については、三重県観光連盟において試行的に台湾及びタイ市場を重点ターゲットとする方針を定めたことから、三重県観光連盟の取組を支援するとともに、その他の市場について、有益性や有望性について検討を進めます。また、関西観光本部、奈良県・和歌山県等との連携により、関西地域や紀伊半島などの単位での広域プロモーションによる誘客を推進します。
- ・インバウンドの宿泊予約に強みを持つOTAサイトを活用し、成田・羽田と関西国際空港を利用するゴールデンルート旅行者や関西・中部の三重県周辺都市への宿泊を検討している旅行者に対する情報発信に取り組むとともに、県内宿泊施設の海外OTAへの登録・利用を促進します。

【海外の高付加価値旅行者の誘客推進】

- ・〔再掲〕 従来の取組に加え、海外からの高付加価値旅行者層誘致にかかる新市場調査の結果をふまえ、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、紀伊半島のブランド化などを通じた高付加価値旅行者の誘致に取り組めます。

【MICE誘致・産業観光の推進】

- ・三重県の強みが生き、「歴史・文化」、「環境・海洋」、「食」、「産業」、「医療」といった地域の発展に資するテーマのMICE誘致を進めるため、国際会議主催者等との関係構築を進めるとともに、受入環境等に関する調査にも取り組みます。
- ・三重県産業観光推進協議会と連携して、海外からの企業関係者の誘客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に取り組むとともに、産業観光コンテンツを活用した高付加価値旅行の誘致にも取り組みます。

令和6年度の主な事業の取組状況

【インバウンドプロモーションの推進】

●海外プロモーション推進事業費【観光部 海外誘客課】

- ・JNTOや近隣府県、広域DMO、県内観光事業者等と連携し、本県の認知度を高め、外国人旅行者の誘致を図るため、海外の旅行博覧会出展、商談会の開催、メディアや旅行会社県内への招請等に取り組みました。

●全県DMO経営基盤強化事業費【観光部 観光振興課】

- ・これまで三重県が担ってきた、インバウンド向けマーケティングを着実に実施できるよう、新たに県から三重県観光連盟に職員を派遣するとともに、海外向け情報発信事業や販路開拓事業などの実施に必要な負担金を拠出し基盤強化を図りました。

●プラス三重旅促進事業費【観光部 海外誘客課】

- ・海外OTA(オンライン旅行会社)であるAgoda内に三重県特設ページを開設し、三重県観光にかかる10記事を掲載。Agodaにてゴールデンルートを検索したユーザーに対し、ターゲティング広告を実施したほか、県内宿泊事業者に向けた登録説明会を実施しました。
- ・JTBと協力し、F1観戦チケット付商品(VISON宿泊+送迎付)を造成販売しました(販売実

績は144名(チケットのみ66名含む))。

- ・EXPO2025関西観光推進協議会(事務局:関西観光本部)が実施する万博を契機とした観光プロモーションに参画したほか、JNTO Japan Monthly WEB Magazineへの三重県記事掲載を行いました。

【海外の高付加価値旅行者の誘客推進】

●〔再掲〕高付加価値旅行者層誘致促進事業費【観光部 海外誘客課】

- ・海外レップを通して米、英、仏をはじめとする高付加価値旅行者層を顧客に持つ旅行会社等に対してセールスを行い、三重県の観光コンテンツのプロモーションを実施しました。具体的には、米65社、英61社、仏41社へセールスを行うとともに、各市場でファムトリップを各1回行いました。
- ・仏市場においては、仏企業の福利厚生旅行の誘致を目的として現地旅行会社と「仏企業福利厚生旅行の三重県送客に向けて協力するMOU」を締結するとともに、観光セミナーやファムトリップを実施しました。
- ・紀伊山地エリアとの連携事業では、英、仏、豪、米市場から延べ50名をファムトリップとして招請するとともに、4市場のメディアで計214件の露出を図り、認知度向上に努めました。

【MICE誘致・産業観光の推進】

●海外MICE誘致促進事業費【観光部 海外誘客課】

- ・首都圏にレップ(営業代理人)を設置するとともに、首都圏在住のMICE開催関係者を対象としたセミナーの開催や商談会への参加等に取り組んだ結果、令和7年度に開催予定の学会が9件内定し、そのうち5件について開催計画の事前認定を行いました。
- ・県内で開催された国際学会等の開催にあたり、補助金交付等の支援を行いました(※交付件数2件、合計1,107,000円)。
- ・今後のMICE誘致戦略および官民が連携してMICE誘致に取り組むための効果的な推進体制の方策等についての調査と、今後本県に新たな大型コンベンション施設の整備を行う必要性および整備可能性について明らかにするため、県内外のコンベンション施設の調査やMICE市場動向等に関する調査等を行いました。

●産業観光推進事業費【観光部 海外誘客課】

- ・三重県産業観光推進協議会と連携し、海外企業の経営者層が研修目的で来日するツアーの誘致に向けて、エージェントを対象としたトライツアーの実施、国内外の商談会への参加、ホームページやSNSによる情報発信等を行ったところ、実施件数411件、のべ8,250人の誘客に繋がりました。
- ・受入企業の開拓について、県内4か所(四日市、伊賀、伊勢、津)において説明会の実施や、企業訪問を実施したところ、新たに19社が協議会に加盟し、全体で48社となりました。

戦略目標 (KPI):外国人延べ宿泊者数(暦年)^{※1}

	R1(基準値)	R5	R6	R7	R8
目標値	38万9千人		38万9千人	42万人	45万4千人
実績		20万1千人	24万1千人		

※1 県内に宿泊した外国人旅行者の延べ人数。観光庁「宿泊旅行統計調査」による。

戦略目標（KPI）：国際会議開催件数（暦年）※2

	R4(現状値)	R5	R6	R7	R8
目標値	5件		9件	12件	15件
実績		9件	3件		

※2 JNTOが定める国際会議の選定基準を満たした会議件数。

令和6年度のKPIの達成状況及び評価

- ・外国人延べ宿泊者数については、241,130人であり、前年と比べると19.9%増ではあるものの、令和元年との比較では、回復率は62.0%に留まっています。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必要があります。
- ・国際会議誘致については、今年度の開催結果は3件でしたが、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7年3月末時点ですでに9件の開催見込みが立っています。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に取り組んでいく必要があります。

今後の主な取組の方向性

【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、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)や検索サイトを活用するほか、関西観光本部や日本政府観光局(JNTO)等と連携し、情報発信に取り組みます。
- ・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。
- ・観光誘客における本県の強み・弱みや、これまで蓄積したインバウンドに関するデータ等を分析し、重点的に取り組むべき市場や効果的なプロモーション手法、受入環境整備の方策などについて戦略を策定します。
- ・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三重県観光連盟が取り組むアジア市場のインバウンド向けプロモーションを支援します。

【海外の高付加価値旅行者の誘客推進】

- ・〔再掲〕 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、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。

【MICE誘致・産業観光の推進】

- ・海外からの企業の報奨旅行・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によるプロモーション等の活動を支援します。また、レップの設置や商談会参加に加え、補助金の対象を企業による会議やインセンティブ旅行まで拡充し、さらなるMICE誘致に取り組めます。

戦略3-1:観光産業の生産性向上

令和6年度の主な取組の方向性

【観光事業者の経営力向上】

- ・観光産業が抱える構造的課題(生産性の低さ、人手不足、家業的な経営形態等)への解決に向け、観光事業者の実態(売上、利益、経営状態、雇用状況等)を調査・分析し、観光事業者の経営課題を把握します。
- ・生産性向上の成功事例を創出するためのモデル事業を実施して横展開を図ることで、観光事業者が生産性向上に取り組むきっかけをつくります。

【観光産業における事業継承の促進】

- ・三重県事業継承・引継ぎ支援センター等の関係機関等と連携のうえ、円滑な事業継承を促進します。

令和6年度の主な事業の取組状況

【観光事業者の経営力向上】

●観光産業生産性向上推進事業【観光部 観光戦略課】

- ・観光事業者の実態を把握するため、人手不足感や雇用の課題、インバウンドの受入意向、就業体験の受入意向、危機管理に関する意識調査等について、アンケート調査を実施し、課題を分析しました。
- ・観光産業の生産性向上を図るため、観光事業や経営分野に精通した専門家を観光事業者(11事業者、13施設)に派遣し個別コンサルティングを行い、生産性向上の取組導入(計16事例)を支援しました。

●観光産業生産性向上推進事業【観光部 観光戦略課】

- ・取組内容をまとめた事例集を作成し、成果報告会を開催(3/13、27名参加)することで、取組の横展開を図り、県内観光事業者全体の生産性の底上げを推進するとともに、生産性向上に対する機運醸成を行いました。

【観光産業における事業継承の促進】

●事業承継支援総合対策事業【雇用経済部 中小企業・サービス産業振興課】

- ・県、商工団体、金融機関、土業等専門家等が連携して平成29年8月に組成した三重県事業承継ネットワークの事務局を担う三重県産業支援センターに対して、同ネットワークの運営に係る補助金を交付し、三重県における事業承継支援体制を整備し、中小企業・小規模企業の早期かつ計画的な事業承継準備を促進した結果、818件の事業承継計画の策定、3,701件の事業承継診断を支援しました。
- ・令和2年度に創設した、事業承継を予定している事業者で一定の要件を満たす場合は経営者保証を付さずに借り入れでき、借換えにも対応した三重県中小企業融資制度「事業承継フォロー資金」について、新規融資10件、4億7,504万円が利用されました。

戦略目標（KPI）：生産性向上※1に取り組んだ事業者数※2

	R5(現状値)	R6	R7	R8
目標値		累計 10者	累計 25者	累計 40者
実績	0	累計 64者		

※1 生産性向上：生産性を向上するためには大きく分けて、「付加価値の向上（提供するサービスの価値の増大：客単価の向上、ブランド力の強化等）」と、「効率の向上（時間や工程の短縮：サービス提供プロセスの改善等）」の2つの方向性がある。（出典：経済産業省「中小サービス事業者の生産性向上のためのガイドライン」）

※2 観光事業者を対象としたアンケートにおいて、生産性向上に取り組んだと回答した事業者数。

令和6年度のKPIの達成状況及び評価

- ・観光事業者を対象としてアンケート調査を行ったところ113者から回答があり、うち64者（約6割）が令和6年度に事業効率の向上による生産性向上に取り組んでおり、目標を達成している状況です。
- ・また、令和6年度事業において、観光産業の生産性向上に向け、11事業者13施設に専門家を派遣し個別コンサルティングを行い生産性向上の取組導入を支援し、その取組内容をまとめた事例集の作成や報告会を実施し、横展開を図っています。
- ・現状として目標値を上回ったものの、上記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、来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必要があります。

今後の主な取組の方向性

【観光事業者の経営力向上】

- ・令和6年度に引き続き、生産性向上の事例を創出するモデル事業を実施し、横展開を図ることで、観光事業者が生産性向上に取り組むきっかけをつくり、県内観光産業全体の生産性の向上をめざします。

戦略3-2:観光産業を支える人材の確保・育成・定着

令和6年度の主な取組の方向性

【働き方改革の推進】

- ・観光従事者の定着を図るため、セミナーの開催や事業者へのアドバイザー派遣の活用促進等を通じて事業者を支援します。

【人材の確保・育成】

- ・観光産業の担い手を確保するため、学生を対象とした観光産業の就業体験の受け入れを促進するとともに、県内教育機関等と連携した観光人材の確保を推進します。
- ・〔再掲〕 首都圏等からトップシェフやガストロノミーの専門家等を講師に迎え、県内の食関連事業者を対象とした講座を開設することで、「三重にしかない」食を提供できる事業者を育成します。
- ・観光事業者特化型の就職説明会の開催、マッチングサイトと連携した人材紹介等に取り組み、観光人材の確保を支援します。
- ・三重県の観光業界で働きたいと感じる、三重県ならではの観光産業の様々な魅力を発信し、観光業界のイメージアップを図ります。

【インバウンド対応人材の確保】

- ・語学力の高い学生を対象とした観光産業の就業体験の受け入れを進め、県内観光産業への就職を進めるとともに、特定技能外国人材等の受け入れを希望する事業者を支援します。
- ・外国人材の雇用に関するセミナーや相談会を開催し、円滑な外国人材の雇用促進に取り組みます。

令和6年度の主な事業の取組状況

【働き方改革の推進】

●〔再掲〕 観光産業生産性向上推進事業【観光部 観光戦略課】

- ・観光事業者の実態を把握するため、人手不足感や雇用の課題、インバウンドの受入意向、就業体験の受入意向、危機管理に関する意識調査等について、アンケート調査を実施し、課題を分析しました。
- ・観光産業の生産性向上を図るため、観光事業や経営分野に精通した専門家を観光事業者(11事業者、13施設)に派遣し個別コンサルティングを行い、生産性向上の取組導入(計16事例)を支援しました。
- ・取組内容をまとめた事例集を作成し、成果報告会を開催(3/13、27名参加)することで、取組の横展開を図り、県内観光事業者全体の生産性の底上げを推進するとともに、生産性向上に対する機運醸成を行いました。

●働き方改革総合推進事業【雇用経済部 雇用対策課】

- ・「みえの働き方改革推進企業」登録・表彰制度において169社を登録、そのうち特に優れた取組を実施している企業6社を表彰するとともに、その取組を県内企業に紹介しました。また、登録した中小企業・小規模事業者33社に対し、取組の後押しとして「働き方改革推進奨励金」を支給しました。
- ・休みやすい職場づくりの促進を図るため、セミナーを実施しました(22名参加)。また、「休みやすい職場づくりアドバイザー」を派遣し、企業の課題に応じた取組支援を行うとともに(4社)、派遣企業での取組成果について共有会を開催することで県内企業への横展開を行いました(94名参加)。

●若者・子育て世代の県内就労総合対策事業【雇用経済部 雇用対策課】

- ・働き方改革の取組を推進するため、若者をはじめとした多様な人材から選ばれるためのセミナーを実施しました(全3回、計192名参加)。また、「働き方改革アドバイザー」を派遣し、

企業の課題に応じた取組支援を行いながら取組過程について情報発信する(12社)とともに、派遣企業での取組成果について共有会を開催することで県内企業への横展開を行いました(94名参加)。さらに、テレワークをはじめとする働き方改革に関する相談窓口を開設し、相談対応を行いました(相談件数54件)。

【人材の確保・育成】

●若者の地元就職促進・定着支援事業【雇用経済部 雇用対策課】

・県内企業との交流体験・長期インターンシップにおいて、観光関連企業も受入先の一つとして選定し、オンライン形式等で実施(延べ182名参加)するとともに、SNS等を利用して受入れ先企業の情報を発信するなど、県内企業の認知度向上を図りました。

●食の高度人材育成交流事業【雇用経済部 県産品振興課】

・ガストロノミーについての知識や最新のトレンド、先駆取組、インバウンド対応、県産食材や風土、郷土料理を紹介する座学講座を実施しました。また、三重県・東京都・新潟県のシェフを講師に迎え、三重県食材を利用した料理デモンストレーション、講師によるトークセッションや意見交換会を実施しました。

●観光産業人材確保・育成事業【観光部 観光戦略課】

・観光産業に必要な人材像や求職者の求めるニーズ、採用活動を効果的に行うためのノウハウに関するセミナーを開催しました(全2回、のべ34事業者参加)。
・観光産業で求められるスキルや人材、新しい働き方について学ぶセミナーを開催しました(全3回、のべ49名参加)。
・観光事業者に特化した就職説明会を名古屋(会場とオンラインのハイブリッド形式)、大阪で開催しました(名古屋2/8:10事業者出展、来場者17名(会場10名、オンライン7名)、大阪2/22:11事業者出展、来場者17名)。
・求人情報サイトを活用し、効果的な求人情報の掲載や適切な人材の紹介等により事業者(13者)の採用活動を支援しました。

●就業マッチングシステム運営事業【雇用経済部 雇用対策課】

・県内企業の求人情報を掲載する『『みえ』の仕事マッチングサイト』において、観光関連の企業の情報等を掲載し、認知度向上を図りました。

●観光産業魅力発信事業【観光部 観光戦略課】

・転職希望者や、将来の担い手となる次世代の若者に向けて観光産業の魅力を発信するポータルサイト「みえ観光人材みらいNAVI」を新設しました。
・サイト内では、県が実施するセミナーや就職説明会の案内や、県内観光事業者の求人情報を掲載した他、実際に県内の観光業界で働く方のインタビュー記事・動画(23事業者68名、記事46件・動画22件)を作成・掲載し、観光産業の魅力を発信しました。

【インバウンド対応人材の確保】

●外国人材雇用・就労支援事業【雇用経済部 障がい者雇用・就労促進課】

・就職を希望する外国人(留学生を含む)が県内で就職できるよう、就業上のルールやマナー等を学ぶ就職準備セミナーや県内企業への就業体験等を実施しました。

○就職準備セミナー:参加者53名、就業体験:参加者53名、企業見学会:参加者13名

戦略目標（KPI）：待遇改善※1に取り組んだ事業者数※2

	R5	R6	R7	R8
目標値		累計 10 者	累計 25 者	累計 40 者
実績	0	累計 46 者		

※1 待遇改善：給与アップ、有給休暇取得率の向上、残業時間の減少 等

※2 観光事業者を対象としたアンケートにおいて、待遇改善に取り組んだと回答した事業者数。

令和6年度のKPIの達成状況及び評価

- ・観光事業者を対象としてアンケート調査を行ったところ、113者から回答があり、うち46者（約4割）が令和6年度に待遇改善に取り組んでおり、目標を達成している状況です。
- ・現状として目標値を上回ったものの、上記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必要があります。

今後の主な取組の方向性

【人材の確保・育成】

- ・生産性向上と人材確保の事業をパッケージ化して実施し事業者の経営力向上を支援するとともに、これらの事業を一体的に発信することで、観光産業の魅力向上を図ります。

5 推進体制の整備

(1) 計画の推進体制

本計画の推進にあたっては、市町や観光事業者等との役割分担を踏まえつつ、連携・協力しながら取り組んでいます。

令和6年度は、平成28年3月に設立した官民一体の組織「みえ観光の産業化推進委員会」において、「観光の産業化」の推進、受入体制のさらなる充実・強化、マーケティングに基づくプロモーション等を展開し、また、全県DMOである(公社)三重県観光連盟において、マーケティングデータの分析・提供、広域プロモーションなどの地域の稼ぐ力を引き出すための取組を展開することで、三重県観光の質を高め、観光の産業化を推進し、観光消費額の増加につなげる取組を進めました。

また、多様な団体が参画する(公社)三重県観光連盟、(公社)伊勢志摩観光コンベンション機構、(一社)東紀州地域振興公社等とも、継続的に連携・協力しながら取組を進めました。

さらに、三重県観光審議会において、「三重県観光振興基本計画(令和6年度～令和8年度)に基づく令和7年度アクションプラン」及び「宿泊税の検討」について審議いただきました。

(2) 観光統計の整備

令和6年度は、観光レクリエーション入込客数推計及び三重県観光客実態調査を行い、三重県を訪れる観光客の実態等の把握に取り組み、多くの方が容易に観光統計のデータを入手できるよう、統計情報をホームページに掲載しました。

また、令和5年度から公開している、観光データを分析できるサイト「三重県観光統計データ」について、令和6年度は掲載データの拡充を行いました。

(3) 計画の進行管理

令和5年度の実施状況について、年次報告書を取りまとめ、三重県議会への報告や三重県観光審議会における審議などを通じて、今後の観光施策の方向性を確認しました。

また、本計画に基づき、令和6年度はどのように効果的な観光施策を行っていくのかをまとめたアクションプランを策定し、単年度中においてもPDCAサイクルを回すことで計画の適切な進行管理に努めました。

参 考 資 料

○ 三重県観光審議会の審議状況

1 委員名簿

13名（敬称略／50音順）

氏 名	所 属 ・ 役 職 名	備 考
いしざか とくのり 石坂 督規	埼玉大学 教授	会長
えざき きく 江崎 貴久	有限会社オズ 代表取締役	
かわさき えつこ 川崎 悦子	日本政府観光局 MICE プロモーション部長	令和6年6月30日 辞任
さとう たつお 佐藤 達夫	株式会社地域経済活性化支援機構(REVIC) マネージング・ディレクター	
さわのぼり つぐひこ 沢登 次彦	株式会社リクルート じゃらんリサーチセンター センター長	
たけや けんいち 竹谷 賢一	公益社団法人三重県観光連盟 会長	副会長
ちくさ きよみ 千種 清美	皇學館大学文学部非常勤講師	
なかむら なおみ 中村 直美	株式会社交通新聞社 常務取締役 コミュニケーションデザイン事業部長	
はぎ みか 萩 美香	みえの国観光大使	
はまだ のりやす 濱田 典保	公益社団法人伊勢市観光協会 会長	
はらだ しおり 原田 静織	TOUCH GROUP 株式会社 代表取締役	
ほんぼ よしあき 本保 芳明	国連世界観光機関(UNWTO)駐日事務所 代表	
やまだ けいいちろう 山田 桂一郎	JTIC.SWISS 代表(スイスツエルマツト観光局)	

2 審議状況

1 審議会等の名称	令和6年度 第1回三重県観光審議会
2 開催年月日	令和6年7月9日(火)
3 委員	【会長】埼玉大学 教授 石阪督規 ほか6名出席 計7名
4 諮問事項	三重県観光振興基本計画(令和6年度から令和8年度)に基づく令和7年度アクションプラン(案)の策定に向けた検討についての審議、新たな財源となる宿泊税の検討についての審議等
5 審議概要	委員からの主なご意見は、以下のとおりです。 <外国人延べ宿泊者数に関すること> ・伊勢神宮だけではなく、外国人に三重県の何を PR していくのがよいのか考えないといけない。 ・インバウンドは、ターゲットによって全然変わってくるので、ターゲットをしっかりと定めていく必要がある。超富裕層を狙っていくのもありではないか。 ・中部国際空港における国際便の戻りが遅いのが原因ではないか。中部国際空港等と組んで何ができるのかが重要。 ・9年後、遷宮に向けてはインバウンドにも参加してほしいと思っている。遷宮を海外の人にぜひ PR してほしい。 ・今年5月にゴルフ目的のインバウンドがタイから100人来た。来年度はさらに増える見込みである。 <日本人延べ宿泊者数に関すること> ・来年からいよいよ遷宮に向けての山口祭が行われる。来年には万博もあることから遷宮に向けた PR をスタートしていったほしい。 ・友人が、「テレビで VISON が紹介されているのを見ていきたくなった」、「ドラマの撮影地に行きたい」と言っていた。SNS もいいが、テレビをもっと活用してもいいのでは。 ・修学旅行で一度訪れた人が、また来たくなるような、面白い・新しいことをしっかり見える化して伝えることが重要。 ・誘客については、各地域が同じ課題に直面している。コンテンツ造成、宿泊施設の改修、ナイトタイムコンテンツの開発、メディアの活用が重要。 <新たな財源となる宿泊税の検討に関すること> ・県が徴収する場合、宿泊者が多い地域と宿泊者が少ない地域の差が大きいことが想定される。他県では県の導入に対し反対の声も出ており、市町の理解を得るためには、使途用途を明確にし、丁寧に説明することが必要と考える。 ・県として市町が宿泊税を導入する際にその支援をする役割を担うのも一つである。 ・何のために税をとるのか、目的、使途の整理が大事。市が徴収する方が賛同を得られやすいかもしれない。 ・伊勢・鳥羽・志摩では3市が先行して検討している。 ・県税として徴収する場合、宿泊した地域に還元されなければ反発

	も出てくるのではないか。 ・宿泊事業者が徴収する手間も考慮すべき。地元にとりだけ還元できるのか、納得できる丁寧な説明をお願いしたい。 ・市町と県の双方が徴収することが合理的でないということではない。県で徴収した場合、宿泊客が少ない地域にも還元されバランスが取れるという考え方もある。 ・観光客による外部不経済の事実も考慮すると、旅行者に受益があれば一定の税負担を求めることはある。受益と負担の関係を明確にすべき。 ・課税客体から離れるほどわかりにくくなるので、近接性の観点からも市町レベルでの徴収が基本。
--	---

参考資料

○ みえの観光振興に関する条例

平成23年10月20日
三重県条例第34号

目次

前文

第1章 総則（第1条―第3条）

第2章 観光の振興に関する役割等（第4条―第8条）

第3章 観光の振興に関する基本的施策

第1節 国内外に対する観光宣伝活動の強化（第9条―第12条）

第2節 魅力ある観光地の形成及び人材の育成（第13条―第16条）

第3節 観光旅行を促進するための環境の整備（第17条―第20条）

第4章 観光の振興に関する施策の推進（第21条―第24条）

第5章 三重県観光審議会（第25条―第31条）

附則

古くからお伊勢参りは「日本人の旅の原点」ともいわれ、全国各地の人々が強く思いを寄せる憧れの旅として、多くの人々を惹き付けてきた。私たちの郷土三重県は、そのような旅人たちを温かく迎え、もてなしの心を今に伝えてきた地である。また、伊勢国、志摩国、伊賀国及び熊野川以東の紀伊国と呼ばれた地域で構成される本県では、縦横に発達した街道交通の要衝の地として県内各地が賑わい、人、情報、文化等の交流の場が形成されてきた。

観光振興の取組は、その地に住む人々が先人から受け継いだ自然、歴史、文化等を大切に守りながら、自らの地域の個性を磨き上げ、かつ、地域の存在価値を確立させる過程を通じ、郷土に対する誇りを持ち、愛着を感じることでできる社会の実現に貢献するものである。また、観光産業は多様な分野における特色ある事業活動によって構成されることから、地域経済の活性化、地域における雇用の創出等本県経済のあらゆる領域において、その発展に寄与することが期待されている。

しかしながら、近年の観光をめぐる情勢は、観光旅行者の需要の高度化、観光旅行の形態の多様化等著しく変化するとともに、全国各地の観光地間競争は激しさを増している。県内の観光地が訪れる人々を魅了し、かつ、これからも選ばれるためには、観光の振興に関する取組と県民生活の向上に寄与する取組が一体的に促進されるとともに、観光産業を本県の経済を牽引する産業の一つとして、その持続的かつ健全な発展に取り組んでいくことが必要である。

このような考え方に立って、県、市町、県民、観光事業者及び観光関係団体が協働して、観光産業を地域に密着した産業として大きく育て、本県の観光の振興に取り組むことにより、個性豊かで活力に満ちた地域社会の実現を図るため、この条例を制定する。

第1章 総則

(目的)

第1条 この条例は、本県の観光の振興に関し、基本理念を定め、及び県の責務、市町の役割等を明らかにするとともに、観光の振興に関する施策の基本となる事項を定めることにより、観光の振興に関する施策を総合的かつ計画的に推進し、もって県民生活の向上及び本県の経済の発展に寄与することを目的とする。

(定義)

第2条 この条例において、次の各号に掲げる用語の意義は、当該各号に定めるところによる。

- (1) 観光資源 優れた自然の風景地、歴史的風土、文化的所産、豊かな食文化、多様な分野における産業、観光の振興に寄与する専門的知識及び技能を有する人材その他の観光の対象となる資源をいう。
- (2) 観光事業者 観光に関する事業を営む者をいう。
- (3) 観光関係団体 観光事業者で組織される団体その他の観光に関する事業を行う団体をいう。
- (4) 県民等 県民、観光事業者及び観光関係団体をいう。
- (5) 観光行動 県内の観光地を訪れる観光旅行を行うことをいう。
- (6) 誘客活動 観光旅行者の来訪意欲の増進を図り、県内の観光地に誘致することをいう。

(基本理念)

第3条 本県の観光の振興は、次に掲げる事項を基本として行われなければならない。

- (1) 観光産業の持続的かつ健全な発展が図られること。
- (2) 県、市町及び県民等がそれぞれの役割を担いつつ連携が確保されること。
- (3) 本県の観光資源が有する魅力を生かして県内外からの観光旅行が促進されること。
- (4) 観光旅行者の満足度の向上が図られること。
- (5) 本県の観光資源が有効に活用され、かつ、次の世代に継承が図られること。
- (6) 地域の環境の保全と観光旅行を促進するための環境の整備との調和が図られること。

第2章 観光の振興に関する役割等

(県の責務)

第4条 県は、前条に定める基本理念（以下「基本理念」という。）にのっとり、県域全体に係る観光の振興に関する施策を総合的かつ計画的に策定し、及び実施する責務を有する。

2 県は、市町及び県民等が相互に連携して観光の振興に関する取組を行うことができるよう必要な調整及び支援を行うものとする。

(市町の役割)

第5条 市町は、基本理念にのっとり、当該市町の区域の特性を生かした観光の振興に関する施策を策定し、及び実施するよう努めるものとする。

(県民の役割)

第6条 県民は、基本理念にのっとり、観光に対する関心及び理解を深め、魅力ある観光地の形成に積極的な役割を果たすよう努めるものとする。

(観光事業者の役割)

第7条 観光事業者は、基本理念にのっとり、その事業活動を行うに当たっては、観光旅行者の満足度の向上に努めるものとする。

2 観光事業者は、県、市町、観光関係団体及び地域における他の産業の事業者との連携協力を努めるものとする。

(観光関係団体の役割)

第8条 観光関係団体は、基本理念にのっとり、観光事業者間の連携の促進を図りつつ、観光宣伝活動の実施、観光旅行者の受入体制の整備その他の観光の振興に関する取組に努めるものとする。

2 観光関係団体は、前項の取組を行うに当たっては、県、市町その他の団体との連携協力を努めるものとする。

第3章 観光の振興に関する基本的施策

第1節 国内外に対する観光宣伝活動の強化

(本県及び県内の観光地の情報提供の充実強化)

第9条 県は、本県及び県内の観光地の情報提供の充実強化を図るため、印刷物、情報通信技術その他の媒体を活用し、観光宣伝活動の促進等に必要な施策を講ずるよう努めなければならない。

(観光旅行者の来訪及び滞在の促進)

第10条 県は、国内の観光旅行者の来訪及び滞在の促進を図るため、観光旅行者の需要の高度化に対応した旅行商品の開発その他の誘客活動の実施等に必要な施策を講ずるよう努めなければならない。

(外国人観光旅客の来訪の促進)

第11条 県は、外国人観光旅客の来訪の促進を図るため、本県の観光資源を活用した海外における誘客活動の実施、外国人観光旅客の受入体制の整備等に必要な施策を講ずるよう努めなければならない。

(広域的な課題への対応)

第12条 県は、県の区域又は市町の区域を越えた広域的な課題への対応を図るため、観光地間の連携及び交流の促進等に必要な施策を講ずるよう努めなければならない。

第2節 魅力ある観光地の形成及び人材の育成

(地域の特性を生かした魅力ある観光地の形成)

第13条 県は、地域の特性を生かした魅力ある観光地の形成を図るため、観光資源の発掘若しくは創出又は活用等に必要な施策を講ずるよう努めなければならない。

(観光の振興に寄与する人材の育成)

第14条 県は、観光の振興に寄与する人材の育成を図るため、観光事業に従事する者及び観光の振興に意欲を有する者の知識及び能力の向上等に必要な施策を講ずるよう努めなければならない。

(新たな観光旅行の分野の開拓)

第15条 県は、新たな観光旅行の分野の開拓を図るため、自然体験活動、農林漁業に関する体験活動等を目的とする観光旅行その他の多様な観光旅行の形態の普及等に必要な施策を講ずるよう努めなければならない。

(県民の観光行動の促進)

第16条 県は、県民の観光行動の促進を図るため、本県の観光資源に関する知識の普及、理解の増進その他の郷土に対する誇りと愛着の醸成等に必要な施策を講ずるよう努めなければならない。

第3節 観光旅行を促進するための環境の整備

(観光地における良好な景観の形成)

第17条 県は、観光地における良好な景観の形成を図るため、市町が行う景観づくりの取組に対する支援等に必要な施策を講ずるよう努めなければならない。

(観光旅行者の利便の増進)

第18条 県は、観光旅行者の利便の増進を図るため、高齢者、障がい者、外国人等を始めとする全ての観光旅行者が安全かつ快適に利用できる旅行関連施設及び公共施設の整備の促進並びにこれらの利便性の向上等に必要な施策を講ずるよう努めなければならない。

(観光旅行の安全の確保)

第19条 県は、観光旅行の安全の確保を図るため、観光地における防災対策、観光旅行における事故の発生の防止、観光地における事故、災害等の発生の状況に関する情報の提供等に必要な施策を講ずるよう努めなければならない。

(交通基盤の構築)

第20条 県は、観光の振興に資する交通基盤の構築を図るため、交通施設の整備の促進、観光旅行者の移動の円滑化等に必要な施策を講ずるよう努めなければならない。

第4章 観光の振興に関する施策の推進

(基本計画)

第21条 知事は、観光の振興に関する施策を総合的かつ計画的に推進するため、観光の振興に関する基本的な計画（以下「基本計画」という。）を定めるものとする。

2 基本計画は、次に掲げる事項について定めるものとする。

(1) 観光の振興に関する基本的な方針

(2) 観光の振興に関する主要な目標

(3) 観光の振興に関し、県が総合的かつ計画的に講ずべき施策

(4) 前3号に掲げるもののほか、観光の振興に関する施策を総合的かつ計画的に推進するために必要な事項

3 知事は、基本計画を定めようとするときは、あらかじめ第25条の三重県観光審議会に意見を求めるとともに、広く県民等から意見を聴き、議会の議決を経なければならない。

4 知事は、基本計画を定めたときは、遅滞なく、これを公表しなければならない。

5 知事は、毎年1回、基本計画に基づく施策の実施状況について公表しなければならない。

6 第3項及び第4項の規定は、基本計画の基本的な方針及び主要な目標の変更について準用する。

(観光に関する統計の整備等)

第22条 県は、市町、観光事業者及び観光関係団体と連携して、観光に関する情報の収集、動向の調査及び分析等を行い、並びに観光に関する統計の整備を図るとともに、それらの成果を公表するものとする。

(推進体制の整備)

第23条 県は、市町及び県民等と円滑な連携及び協働を図り、観光の振興に関する施策を推進するために必要な体制を整備するものとする。

(財政上の措置)

第24条 県は、観光の振興に関する施策を実施するため、必要な財政上の措置を講ずるよう努めるものとする。

第5章 三重県観光審議会

(設置)

第25条 本県の観光の振興に関する重要な事項について、知事の諮問に応じ調査審議するため、知事の附属機関として、三重県観光審議会（以下「審議会」という。）を設置する。

(組織)

第26条 審議会は、委員20人以内で組織する。

2 前項の場合において、男女いずれかの委員の割合は10分の4を下回らないものとする。ただし、知事がやむを得ない事情があると認めた場合は、この限りでない。

(委員)

第27条 委員は、学識経験を有する者その他知事が適当と認める者のうちから、知事が任命する。

2 委員の任期は、2年とする。ただし、補欠の委員の任期は、前任者の残任期間とする。

3 委員は、再任されることができる。

(会長及び副会長)

第28条 審議会に会長及び副会長各1人を置く。

2 会長及び副会長は、委員の互選により定める。

3 会長は、会務を総理し、審議会を代表する。

4 副会長は、会長を補佐し、会長に事故があるときはその職務を代理し、会長が欠けたときはその職務を行う。

(会議)

第29条 審議会の会議は、会長が招集し、会長が議長となる。

2 審議会の会議は、委員の過半数が出席しなければ開くことができない。

3 審議会の会議の議事は、出席委員の過半数で決し、可否同数のときは、議長の決するところによる。

(庶務)

第30条 審議会の庶務は、観光部において処理する。

(委任)

第31条 この条例に定めるもののほか、審議会の運営に関し必要な事項は、会長が審議会に諮って定める。

附 則

1 この条例は、公布の日から施行する。

2 三重県観光事業推進審議会設置条例（昭和34年三重県条例第25号）は、廃止する。

附 則（平成24年3月27日三重県条例第6号抄）

(施行期日)

1 この条例は、平成24年4月1日から施行する。

附 則（令和5年3月20日三重県条例第5号抄）

(施行期日)

1 この条例は、令和5年4月1日から施行する。

編集・発行 三重県観光部観光戦略課

三重県津市広明町13番地

Tel (059)224-3115

Fax (059)224-2801

E-mail kankost@pref.mie.lg.jp