三重県観光振興基本計画年次報告書

（令和7年度施策実施状況）

令和8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。

〇条例（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8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7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 ……20
戦略1－4：旅行者を受け入れる基盤の整備……24
戦略2－1：戦略的な観光マーケティングの推進……29
戦略2－2：国内観光誘客の推進……31
戦略2－3：インバウンド誘客／MICE・産業観光の推進 ……35
戦略3－1：観光産業の生産性向上 ……39
戦略3－2：観光産業を支える人材の確保・育成・定着……41

5　推進体制の整備……44

参考資料……45
○ 三重県観光審議会の審議状況 ……46
○ みえの観光振興に関する条例 ……49

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旅行者のニーズに対応した受入環境の充実に取り組むことにより、観光客満足度およびリピート意向率は目標を達成しました。 一方、県内の平均宿泊日数は、令和6年度の実績値を下回っており、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7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、観光コンテンツの磨き上げや旅行商品の造成・販売など、地域DMO等の取組を支援しました（8団体）。また、ガストロノミーツーリズムを推進するため、福井県、京都府、兵庫県と連携し、「御食国（みけつくに）ブランド」を生かした海外旅行会社向けのプロモーションを実施しました（商談数： 35件）。

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支援等を着実に実施するための基盤強化を図りました。

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を支援しました（補助金交付件数：48件）。

・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・受入体制の強化に関係機関と連携して取り組みました（寄港回数：30 回）。また、上質な宿泊施設の新規立地に向け、開発事業者の視察に対応した誘致活動に取り組みました。

・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・観光施設に対してパーソナルバリアフリーの考え方に基づいた調査・アドバイスを実施するとともに、「観光施設における心のバリアフリー認定」に関する研修会の実施（2回）や申請サポートなど認定取得の促進に取り組みました（県内累計認定施設数：146 件）。また、バリアフリー対応の旅行商品の開発に向けて、旅行会社や交通事業者との連携強化等に取り組みました。

④　観光人材の育成

・魅力的な観光産業の確立のため、経営課題の解決に向けたコンサルティング等の実施を通じて、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（23者）したほか、県内観光産業の魅力について情報発信に取り組みました。

・高付加価値旅行者の多様なニーズに対応するため、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（全6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の実施など活躍機会の創出に取り組みました（受講者：31名、うち修了認定者：11名）。

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	7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	目標値 実績値	目標達成状況	目標値 実績値	
観光客満足度						①②③④	
―	95.0%	95.0%	95.0%	95.0%	101.2%	95.0%	a
93.5%	94.4%	95.7%	95.8%	96.1%		―	
県内の平均宿泊日数						①②③④	
―	1.19泊	1.23泊	1.26泊	1.30泊	92.3%	1.33泊	b
1.20泊	1.23泊	1.23泊	1.21泊	1.20泊		―	
リピート意向率						①②③④	
―	95.0%	95.0%	95.0%	95.0%	100.0%	95.0%	a
92.6%	93.2%	93.3%	95.1%	95.0%		―	

※　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8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、旅行者の滞在・周遊性を高める必要があります。そのため、お伊勢参りの歴史・文化をふまえた広域のブランディングやストーリー性のある周遊ルートの造成に取り組むとともに、ガストロノミーツーリズムを推進します。

②　DMO（観光地域づくり法人）等の支援

・全県DMOである（公社）三重県観光連盟は、観光地経営の司令塔としての役割を果たすことが求められています。そのため、引き続きインバウンド向けマーケティングや地域DMOへの支援等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

・国内外の旅行者が安心・安全かつ快適に滞在できるよう、受入環境のさらなる充実を図る必要があります。そのため、客室の和洋室化やトイレの洋式化、案内表示の多言語化、防災対応など、宿泊施設等の観光インフラの整備を支援します。また、旅行者が災害時においても適切に行動できるよう、多言語での啓発に取り組むとともに、宿泊施設や観光施設等を対象に、観光地において災害が発生した場合の適切な対応や災害への備えに関するセミナーを開催します。

・高付加価値旅行者向けの上質な宿泊施設の不足が課題となっています。そのため、「上質な『みえ旅』宿泊施設立地補助金」の制度を拡充するとともに、宿泊事業者や開発事業者の視察対応など、上質な宿泊施設の誘致活動に取り組みます。

・外国クルーズ船寄港による地域の観光消費拡大を図る必要があります。さらなる誘致に向け、関係機関と連携して、寄港地のPRや周遊促進、受入体制の強化に取り組みます。

・誰もが県内の観光を楽しむことができるよう、バリアフリー観光を推進する必要があります。そのため、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の考え方に基づく調査や「観光施設における心のバリアフリー認定」の取得促進、旅行会社や交通事業者と連携した旅行商品の造成に取り組みます。

④　観光人材の育成

・観光事業者が抱える生産性の低さや人材不足が課題となっています。そのため、個別コンサルティング等を通じて、生産性向上や人材確保の取組を引き続き支援するとともに、人手・人材不足等により生産性向上等に取り組む環境にない事業者を対象に、収益や経営に直結する業務に集中できる環境を整えることで、生産性向上等の取組が促進されるよう支援します。

・高付加価値旅行者の多様なニーズに対応できる観光ガイドの不足が課題となっています。そのため、質の高い観光ガイド人材の確保・育成に向けた実践的な講座を実施するとともに、旅行会社とのマッチングを行うなど活躍機会の創出に取り組みます。

（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	8年度
予算額等	964	917	1,270	1,233	1,353
概算人件費	98	71	109	109	－
（配置人員）	（11人）	（8 人）	（12 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総合評価

総合評価	評価の理由
B	首都圏等大都市圏からの誘客やインバウンド誘客の促進に向け、効果的に三重の魅力を発信し、本県の認知度向上に取り組んだ結果、観光消費額、県内の延べ宿泊者数および外国人延べ宿泊者数はいずれも増加したものの、目標をやや下回る結果となりました。 国内外からのさらなる誘客に向けて、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7年度の主な取組

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した。

・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した（開催回数：6回、延べ参加団体数：60者）。

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、メディアや旅行事業者等を対象とした観光情報説明会やSNS、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、本県の認知度向上に取り組みました（観光情報説明会（令和7年7月18日開催）：201名参加、交通広告：JR 東京駅、阪急大阪梅田駅の2か所）。

・大阪・関西万博を契機とした誘客促進に向け、交通事業者との連携による企画きっぷや万博と三重県をあわせて周遊できる旅行商品のプロモーション、万博来場者を本県への来訪につなげるための観光キャンペーンに取り組みました（観光キャンペーン申込者数（三重県来訪者数）：6,820 人）。

・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、県内市町や交通事業者等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：7,013 人）。

・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等を実施しました。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に取り組みました（体験コンテンツ利用者数：9,667 人、ドライブプラン利用件数：4,956 件）。

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客を促進するため、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した。また、引き続きフランスにレップ（営業代理人）を設置し、旅行会社との連携強化を通じて、福利厚生旅行の誘致に向けたプロモーションを実施しました。

・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と連携し、商談会への出展（5回）、韓国での現地セールス（1回）、旅行会社等による視察ツアーの実施（6回）など産業観光の推進に取り組みました（来県者数：4,326 人）。また、大学へのセールスや首都圏・関西圏へのレップの設置、商談会への参加、三重県海外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：9 件、令和 8 年度開催予定数 3 件（令和8年 3 月末時点））。

・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を活用した広告配信をはじめとする情報発信や、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した。

・効果的なインバウンド誘客の取組を進めるため、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した。

・観光誘客に重点的に取り組む市場において、本県の認知度や関心の向上を図るため、「Mie Inbound Ambassador（ミエ インバウンド アンバサダー）」制度を創設し、トップインフルエンサーの発信力を活用したプロモーションに取り組むとともに、タイと台湾において観光・食・物産が一体となったプロモーションに取り組みました。

・インバウンド誘客を強力に展開するため、「みえインバウンド誘客計画」の策定に向けた検討を進めました。

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	7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	目標値 実績値	目標達成状況	目標値 実績値	
観光消費額						①②③	
―	4, 950 億円	5, 250 億円	5, 560 億円	6, 000 億円	95. 0%	6, 500 億円	b
3, 562 億円	4, 269 億円	4, 882 億円	5, 236 億円	5, 697 億円		―	
県内の延べ宿泊者数						①②③	
―	766 万人	812 万人	860 万人	946 万人	99. 0%	1, 041 万人	b
518 万人	688 万人	734 万人	837 万人	937 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	42. 0 万人	90. 5%	45. 4 万人	b
1. 7 万人	4. 9 万人	20. 1 万人	24. 1 万人	38. 0 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8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

・国内外の旅行者の行動実態や県内宿泊施設の受入れ状況等を把握する必要があります。そのため、これらに関する調査を実施するとともに、データに基づいた次期三重県観光振興基本計画を策定します。

・地域におけるデータ分析・活用を支援する必要があります。そのため、「三重県観光統計データ」サイトにおいて、取得・収集した国内外の旅行者等の観光データを市町・DMO・観光協会が活用しやすい形で提供します。

② 観光プロモーションの強化

・大阪・関西万博で高まった三重県への関心を逃すことなく、さらなる認知度向上につなげる必要があります。そのため、首都圏等大都市圏において、SNS やテレビ等のメディアを通じた情報発信、観光情報説明会など、多様な手段を活用することにより、効果的に三重の魅力を発信します。また、第63回神宮式年遷宮を契機に三重県への関心を高めるため、お木曳行事を題材とした観光プロモーションに取り組みます。

・県内への来訪・宿泊・周遊を促進する必要があります。そのため、市町や観光事業者等と連携し、株式会社ポケモンとの包括連携協定を活用したプロモーションや高速道路を利用した周遊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 等に取り組みます。

③ インバウンドの誘客

・インバウンド誘客を強力に展開する必要があります。そのため、有識者の意見等をふまえ、「みえインバウンド誘客計画」を策定し、計画に基づいて各取組を進めます。

・本県の認知度が低いことが課題となっています。そのため、観光誘客に重点的に取り組む市場を中心に、観光・食・物産が一体となったプロモーション、インバウンドが関心を寄せる体験コンテンツ等を紹介する動画の作成やトップインフルエンサーの発信力を活用した情報発信等を展開します。

・ゴールデンルート及び関西圏からの誘客を図る必要があります。そのため、鉄道事業者と連携したプロモーションを実施するとともに、引き続き海外OTAを活用した情報発信等に取り組みます。

・高付加価値旅行者の誘客を図る必要があります。そのため、レップの設置・拡充やフランス企業の福利厚生旅行の誘致等に取り組みます。

・国際会議をはじめとする MICE や海外企業による研修・視察旅行の誘致を強化する必要があります。そのため、三重県海外 MICE 誘致促進補助金の活用した MICE の誘致や三重県産業観光推進協議会と連携した産業観光の推進に引き続き取り組みます。

（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	8年度
予算額等	18,449	4,418	705	645	678
概算人件費	196	176	136	136	－
（配置人員）	（22人）	（20人）	（15人）	（15人）	－

三重県観光振興基本計画（令和６年度～令和８年度）【概要版】～計画の方向性・推進体制～

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

➡ **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

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％

※旅行者が増えるとプラスの効果があると感じる地域住民の割合

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、国内外からのさらなる誘客につなげる。

（東紀州版）

事業者よし　旅行者よし

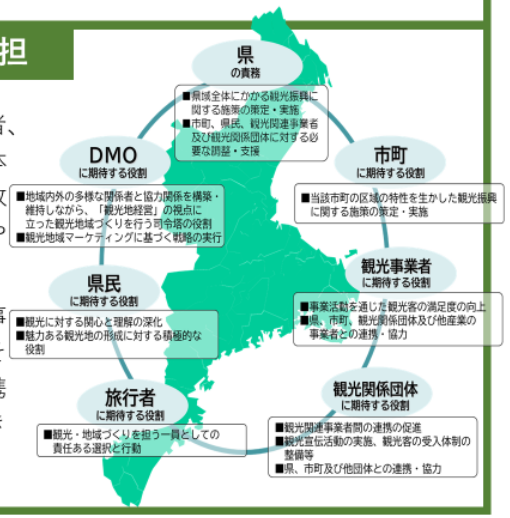
魅力的な観光産業の確立

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柔軟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。

■計画の進行管理

- どのように効果的な取組を実施していくのかをまとめたアクションプランを毎年度作成し、本計画の実効性を高めます。
- 各施策の進捗状況等を把握し、適切に進行管理を行うとともに、進捗状況の結果を三重県議会、三重県観光審議会に報告する等、幅広く公表します。
- 公表を通じていただく意見をもとに、今後の施策の進め方について必要な見直しを図るなど、評価・改善のサイクルを回していきます。

■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。
- 次期式年遷宮の好機を活用し誘客を図るとともに、次期式年遷宮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るよう、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	5,697億円	

副目標1(KGI):観光紹介意向率※1

	R4(現状値)	R5	R6	R7	R8
目標値	27.9% (78.7%)※2		36.5%	40.8%	45%
実績		30.6% (79.5%)※2	33.5% (83.5%)※2	37.2% (89.1%)※2	

※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。
※2:実績下段(　)内は「大変そう思う」「そう思う」「やや思う」の合計値。

副目標2(KGI):観光従事者満足度※1

	R5(現状値)	R6	R7	R8
目標値	52.6%	55%	57%	60%
実績		60.2%	64.4%	

※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	68.1%		71.5%	73.2%	75%
実績		59.6%	54.9%	60.8%	

※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　1地域	累計　3地域	累計　5地域
実績		累計　1地域	累計　3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	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	26，922円		28，000円※2	29，500円※2	30，960円※2
実績		26，391 円	29，538円	31，376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	44，000円		47,300 円※2	48,950 円※2	50,600 円※2
実績		46,000 円※4	63,000 円	51,000 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	1．18泊		1．26泊	1．30泊	1．33泊
実績		1．23泊	1．21泊	1．20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% (96.3%)※2		46.6%	48.3%	50%
実績		46.6% (96.9%)※2	48.6% (97.3%)※2	42.4% (97.5%)※2	

※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。
※2 実績下段（ ）内は「大変満足」「満足」「やや満足」の合計値。

戦略目標（KPI）：県外宿泊者5回以上リピーター率※3

	R4（現状値）	R5	R6	R7	R8
目標値	58.3% (86.0%)※4		61.7%	63.4%	65%
実績		58.4% (86.2%)※4	58.9% (85.9%)※4	54.9% (86.5%)※4	

※3 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。
※4 実績下段（ ）内は2回目以上のリピーター率の合計値。

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	2	

※ 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	8,988千人	

※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	40,949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		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	38万人	

※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	9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	累計 117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	累計 84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7年度 観光施策の取組状況等

施策の柱①　質が高く、持続可能な観光地づくり

戦略1－1：持続可能な観光地マネジメント

令和7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）」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できるよう、（公社）三重県観光連盟による地域DMO等が主体的に実施する国・県事業等へのコンサルティング支援を実施します。

【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7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費　（観光部　観光振興課）
・（一社）グリーンクリエイティブいなべ（GCI）および（一社）紀北町観光協会に対し、現地支援とオンラインの伴走支援を行いました。具体的には、対象2団体に対し、全5回（現地支援1回、オンライン4回）専門家を派遣し、JSTS－D認証取得に向けた自己診断と課題の確認や、観光地マネジメントに基づいた戦略や観光計画の策定、実行に向けたアクションプラン作成などの支援を行いました。なお、紀北町観光協会は令和8年3月31日時点でJSTS－D認証取得済です。（GCIも取得に向け取組継続中）

【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経営基盤強化事業費　（観光部　観光振興課）
・地域DMO等に対し、データの収集・分析といったデータマーケティング支援のほか、各地域DMO等が課題とする業務や事業等について、地域のニーズに基づいたオーダーメイド型の支援を実施しました。
・具体的には、セミナー等を4件、県外視察を2回実施したほか、地域データの分析・コンテンツ造成等に関わるマーケティングの支援件数は115件でした。また、（公社）三重県観光連盟においてシステム基盤を構築する旅行者アンケートを実施し、県内8団体の活用がありました。また、県と連携したデータ分析学習会を3回行いました。
・また、共同プロモーション事業として、カフェコラボメニューイベントを東京および名古屋でそれぞれ1週間、名古屋まつり出展を2日間行いました。

【三重の観光資源を守る取組の推進】
●自然に親しむ施設整備事業　（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、下記施設の改修等を行いました。
〇近畿自然歩道：伊勢市朝熊町地内（立水栓設置）、紀北町古里地内（トイレ浄化槽ポンプ、蓋改修等）
〇東海自然歩道：いなべ市大安町石榑南地内（吊橋改修）、菰野町千草地内（階段改修）、伊賀市高尾地内（階段改修）
〇七色峡園地：熊野市神上地内（橋梁改修）

〇青山高原園地：伊賀市勝地地内（休憩所（山頂小屋）新設）

●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。

〇近畿自然歩道、東海自然歩道、ふるさと公園、登茂山園地、大杉谷登山歩道

●伊勢志摩国立公園80周年記念事業（農林水産部　みどり共生推進課）

・伊勢志摩国立公園内の自然公園施設の修繕や改修を行いました。

〇登茂山園地：避難小屋（チムニーホール）屋根改修、防護柵修繕、博物展示施設屋根修繕

〇音無山園地：トイレ手洗い場修繕

●県内高校生等と連携した低利用食材の利用拡大推進事業

（農林水産部　フードイノベーション課）

・ジビエや藻場を食害する植食性魚類などの低利用食材の有効活用に向け、県内高等学校（鳥羽高校、志摩高校、名張高校）と食関連事業者が連携し、新商品開発（4種類）に取り組みました。

・開発された新商品について、県内一般消費者向けプロモーションイベント（2回）や、首都圏の食関連事業者を対象とした展示発表会を三重テラスで開催するとともに、高校生自らによる SNS を活用した情報発信に取り組みました。

●資源管理体制・機能強化総合対策事業（農林水産部　水産資源課）

・水産資源の維持および増大に向け、沿岸水産資源 10 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46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事業

（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尾鷲市から紀宝町の地域で実施し、報告書1冊を刊行しました。また、世界遺産講演会を多気町と紀北町で開催し、合計185名の参加がありました。

・海女漁の技術について、伊勢市の賓日館にて「三重・石川・福井3県海女漁合同パネル展示」を開催し、812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。

●未来へ伝えるみえのお祭りアーカイブ事業

（教育委員会事務局　社会教育・文化財保護課）

・「みえ祭探検隊」として小学生から高校生の子どもたちを募集し、祭りを実感できる体験イベントを伊勢市で実施しました。体験イベントでは、能や獅子舞など5つの団体が実演した後、各ブースに分かれて演舞や演奏などを子どもたち28名が体験しました。

・小学生から高校生までを対象に、これまで体験した祭りの魅力を伝える「祭り探検レポート」を募集し、優秀なレポートについて、県の特設サイト上のホームページ上で発信しました。

・このほか、継承が困難になりつつある民俗文化財について、記録保存・後継者育成、アーカイブを目的とした記録映像を1件作成するとともに、過去の映像記録についても、情報発信用に再編集した映像を10件作成しました。

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　1地域	累計　3地域	累計　5地域
実績		累計　1地域	累計　3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	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7年度の KPI の達成状況及び評価

・JSTS-Dの認証を得た地域数は目標を達成した。先駆的DMOの認定を含めて、DMO等への意識啓発や理解促進への支援を引き続き実施する必要がある。

・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、（公社）三重県観光連盟の基盤強化が必要である。

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】

・（公社）三重県観光連盟による、「日本版持続可能な観光ガイドライン（JSTS-D）」への理解促進や持続可能な観光地づくりに取り組む意欲のあるDMO等の増加に向けた支援を実施します。

【DMOを中心とした持続可能な観光地マネジメントの確立】

・地域DMO等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、（公社）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7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】
・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。
・「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。
・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。
・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。

令和7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】
●観光客受入環境整備事業費 （観光部 観光振興課）
・インバウンド、障がい者、高齢者、親子連れなど国内外の多様な旅行者が快適かつ便利に旅行できる環境を充実させるため、宿泊事業者・観光事業者が実施するインバウンド対応、バリアフリー・ストレスフリー対応等の施設整備に対し補助金を交付しました。
〇実績 補助件数：48 件 補助金総額：約 5 億円

・本県での宿泊施設立地に興味を示す開発事業者が抱える個別の開発課題に対し、専門的知見を有するアドバイザーの活用・相談が可能となるよう、アドバイザリー業務を委託して実施する予定でした。しかし、土地情報の専門家から金融情報の専門家まで幅広いネットワークを前提としたため、企画提案コンペへの参加者がおらず、事業を中止することとなりました。なお、開発事業者からの土地の境界情報や所有者情報などの相談については、本県として市町等と連携しながら対応しました。

●高付加価値旅行者層誘致促進事業費 （観光部 海外誘客課）
・欧州における高付加価値旅行者層を含むミドルエンド層に対して三重県のプロモーションを実施するため、フランスに現地レップを設置し、高付加価値旅行者層向けの商談会への出展のほか、三重県を含むツアーの造成に積極的な旅行会社を三重県に招請し、ファムトリップを行いました。（旅行会社セールス数：81社、ファムトリップ招請社数：14社（フランス以外の会社含む））
・フランス市場の新たな旅行者層の誘致として、旅先での消費額が大きいと言われる福利厚生旅行を対象とした観光セミナーとファムトリップを実施しました。（セミナー参加社：13社、ファムトリップ参加社：3社）
・紀伊半島エリアの広域連携事業における高付加価値旅行者層の誘致のための海外旅行

会社や海外メディアの招請、セールスツールの作成及び商談会への出展を通じた高付加価値旅行者の獲得に向けたプロモーション等に対して負担金による支援をしました。

●熊野古道活用促進事業 （地域連携・交通部　南部地域振興局　東紀州振興課）

・「熊野古道サポーターズクラブ」事務局を運営し、伊勢路ファンの募集、熊野古道の魅力発信、保全体験の参加機会の提供等を行いました。8つの峠で清掃ウォークを開催しました。また、熊野古道の保全について社会の関心を高めるため、令和7年 12 月に熊野古道一斉クリーンアップ作戦を開催し、協力団体、サポーターズクラブ会員など 132 名が参加しました。

・熊野古道を安心・安全に歩くため、峠道を中心に定期的なパトロールや、保全活動実施前に臨時のパトロールを実施しました。

・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、イベント出展等のプロモーションを行いました。

●Easy Access to 東紀州！プロジェクト推進事業

（地域連携・交通部　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実施しました。

・東紀州地域観光DMO事業推進協議会（事務局：一般社団法人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。

・3県が連携し、欧米豪の訪日旅行市場において訴求力のある有力メディアに、世界遺産「紀伊山地の霊場と参詣道」を紹介する記事を掲載し、情報発信を行いました。

・熊野古道伊勢路における二次交通の利便性向上のため、地元バス事業者及びタクシー事業者等と連携し、二次交通の調査・実証事業を実施しました。（熊野古道の来訪者数　令和7年度目標値：410 千人、実績値：341 千人）

●文化観光推進事業 （環境生活部　文化振興課）

・令和7年9月22日に大阪・関西万博で開催された「～三重のお祭り大集合～MIE フェスティバル in EXPO」に出展し、斎宮跡の認知度向上を図るとともに、東京都内で開催された PR イベント「美し国みえプレミアムフェスタ in 東京ミッドタウン」で、斎宮に関するクイズを中心にしたパネル展を実施し、斎宮への誘客を図りました。（SNSフォロワー増加数：438 名）

・整備計画策定に必要な情報収集のための発掘調査を実施するとともに、斎宮跡の発掘調査を体験コンテンツ化し、現場で体験できる体制を整えました。また、いつきのみや歴史体験館では、壺装束等を着用して史跡内を散策する新しい体験コンテンツを造成し、試行しました。（発掘調査面積：160 ㎡、発掘体験参加者数：1,445 名）

・鳥羽・伊勢志摩地域を中心とした海女の文化体験ルートおよび津地域を中心とした藤堂高虎の活躍等を追体験する文化体験ルートをそれぞれ造成し、SNSで情報発信しました。（SNS閲覧数：212,412 回）

●自然公園利用促進事業 （農林水産部　みどり共生推進課）

・伊勢志摩国立公園が指定された日（11 月 20 日）にあわせて、立教大学大学院観光学研究科の齋藤進駒氏を招き記念講演「観光地としての伊勢志摩国立公園～指定 80 周年によせて～」を開催しました。

・自然公園施設等を活用した自然観察ツアーや森林教育イベントを開催（30 回）し、県民のみなさんが森林とふれあい自然公園の魅力を体験する機会を提供しました。

〇伊勢志摩国立公園、吉野熊野国立公園、鈴鹿国定公園、室生赤目青山国定公園、県立自然公園、長距離自然歩道、森林公園

・SNS 等を活用し自然景観や歴史・文化等の魅力発信（100 回）に取り組みました。

●伊勢志摩国立公園80周年記念事業（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、地域の子どもたちを対象とした、里海里山体験フェスタ～ふれる・楽しむ・未来へつなぐ～を開催しました。

【高付加価値旅行者の旅行体験の充実】
●拠点滞在型観光推進事業費（観光部　観光振興課）
・三重ならではの滞在価値の創出に向け、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等8団体に対し、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）」のブラッシュアップ、チラシやHPなどPRツールの作成やモニターツアーの実施を支援し、5団体が商品化に至りました。

●観光客受入環境整備事業費（観光部　観光振興課）
・「三重県観光ガイド養成プログラム」として、全 6 回の講座を実施しました。また、プログラム修了者について、個々のガイドスキルや強み、ガイド可能なエリアなどについてまとめた個別ガイドプロフィールを作成し、（公社）三重県観光連盟サイト等で紹介しました。

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	26, 922円		28, 000円※2	29, 500円※2	30, 960円※2
実績		26, 391 円	29, 538円	31, 376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	44, 000円		47,300 円※2	48,950 円※2	50,600 円※2
実績		46,000 円※4	63,000 円	51,000 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7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、消費者物価指数の上昇や円安の影響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ある。

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、観光防災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客を推進するため、レップの設置・拡大やフランス企業の福利厚生旅行の誘致などに取り組みます。

【高付加価値旅行者の旅行体験の充実】
・旅行者の滞在・周遊性を高めるため、歴史・文化、食、自然（癒し）等の三重ならではの観光資源を生かし、広域のブランディングやストーリー性のある周遊ルートの造成に取り組むとともに、ガストロノミーツーリズムを推進します。
・高付加価値旅行者のニーズに対応できる観光ガイドの確保・育成に向けた実践的な講座や活躍機会創出に取り組みます。

戦略1－3：三重の特色を生かした滞在型観光の推進

令和7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】
・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】
・「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】
・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。【再掲】

【ガストロノミーツーリズムの推進】
・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。

令和7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】
●観光客受入環境整備事業費 （観光部　観光振興課）
・インバウンド、障がい者、高齢者、親子連れなど国内外の多様な旅行者が快適かつ便利に旅行できる環境を充実させるため、宿泊事業者・観光事業者が実施するインバウンド対応、バリアフリー・ストレスフリー対応等の施設整備に対し補助金を交付しました。【再掲】
・本県での宿泊施設立地に興味を示す開発事業者が抱える個別の開発課題に対し、専門的知見を有するアドバイザーの活用・相談が可能となるよう、アドバイザリー業務を委託して実施する予定でした。しかし、土地情報の専門家から金融情報の専門家まで幅広いネットワークを前提としたため、企画提案コンペへの参加者がおらず、事業を中止することとなりました。なお、開発事業者からの土地の境界情報や所有者情報などの相談については、本県として市町等と連携しながら対応しました。【再掲】

●拠点滞在型観光推進事業費 （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、R6年度に支援した8団体に対して、滞在型の旅行商品を持続的に提供・販売できる体制の構築や、地域ブランディングの推進を支援しました。【再掲】

●東紀州地域振興推進事業（地域連携・交通部　南部地域振興局　東紀州振興課）
・一般社団法人東紀州地域振興公社の事業費及び運営費を負担することにより、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。

●選ばれる東紀州地域を目指して産業活性化支援事業
（地域連携・交通部　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、令和7年度末時点では計 97 事業者となりました（1増1減のため昨年度と同じ）。
・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PR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 25 件で、累計では「目標 100 件」のところ「実績 111 件」となり、目標を達成しました。

●熊野古道活用促進事業 （地域連携・交通部　南部地域振興局　東紀州振興課）

・「熊野古道サポーターズクラブ」事務局を運営し、伊勢路ファンの募集、熊野古道の魅力発信、保全体験の参加機会の提供等を行いました。8つの峠で清掃ウォークを開催しました。また、熊野古道の保全について社会の関心を高めるため、令和7年 12 月に熊野古道一斉クリーンアップ作戦を開催し、協力団体、サポーターズクラブ会員など 132 名が参加しました。【再掲】
・熊野古道を安心・安全に歩くため、峠道を中心に定期的なパトロールや、保全活動実施前に臨時のパトロールを実施しました。【再掲】
・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、イベント出展等のプロモーションを行いました。【再掲】

●Easy Access to 東紀州！プロジェクト推進事業
（地域連携・交通部　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実施しました。【再掲】
・東紀州地域観光DMO事業推進協議会（事務局：一般社団法人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。【再掲】
・3県が連携し、欧米豪の訪日旅行市場において訴求力のある有力メディアに、世界遺産「紀伊山地の霊場と参詣道」を紹介する記事を掲載し、情報発信を行いました。【再掲】
・熊野古道伊勢路における二次交通の利便性向上のため、地元バス事業者及びタクシー事業者等と連携し、二次交通の調査・実証事業を実施しました。（熊野古道の来訪者数　令和7年度目標値：410 千人、実績値：341 千人）【再掲】

●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）
・農泊を通じた農山漁村地域への誘客促進に向け、企業の福利厚生や研修向けの体験プログラムを開発するため、農泊事業者等を対象とした研修会（1回）、モニターツアー（4企業が4コースに参加）および農泊推進関係者を対象としたフィードバック研修（1回）を実施しました。また、三重の豊かな自然や食の情報発信のため、自転車とトレッキングのイベントを開催しました。

●自然公園利用促進事業　（農林水産部　みどり共生推進課）
・ステップアッププログラム 2025 が R7 年度で終了することから、ステップアッププログラム 2030 の策定に取り組みました。
・快適な利用をはかるためトイレ浄化槽の修繕を行いました。
〇近畿自然歩道（御浜町）
・利用者の安全を確保するため、展望台休憩所の改修を行いました。
〇近畿自然歩道（志摩市）
・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。
・関係市町や「伊勢志摩国立公園エコツーリズム推進協議会」との連携のもと、インバウンド受け入れを見据えた「アクセシブル講習会」を実施するなど、多様な旅行者を温かく迎えるための受入体制強化と活動支援に努めました。

●伊勢志摩国立公園80周年記念事業　（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、地域の子どもたちを対象とした、里海里山体験フェスタ～ふれる・楽しむ・未来へつなぐ～を開催しました。【再掲】

●インフラツーリズム　（県土整備部　県土整備総務課）
・ナショナルサイクルルートに指定されている県管理道路等を経由し伊勢鳥羽志摩を周遊するサイクルイベントを開催することで、地域の歴史・絶景を体感していただくとともに、自転車活用の推進による脱炭素社会実現のための啓発を行いました。（参加人数：313

名）
・5店舗で提供されているダムカレーを食べることで収集するダムカレー提供開始1周年記念スタンプラリーを催しました。全制覇特典として限定ダムカードの配布や現場見学会へ招待することで、鳥羽河内ダムの認知度の更なる向上や地域活性化を図りました。（スタンプラリー達成者：44名（うち35名現場見学会参加）、ダムカレー約950食販売（期間中の5店舗合算数））

●太平洋岸自転車道の整備 （県土整備部 道路管理課）
・県道伊勢磯部線、県道鳥羽阿児線において撮影スポットの整備をおこないました。また、ホームページを作成し、公開しました。

【ガストロノミーツーリズムの推進】
●拠点滞在型観光推進事業費 （観光部 観光振興課）
・御食国事業実行委員会において、インバウンド向けツーリズム造成の取組として、福井～京都～三重・兵庫～京都間を結んだモニターツアーの実施および商談会（ILTM（カンヌ））や旅行博（LATAS（アメリカ））への出展等、国内外への「御食国」ブランドの認知拡大に向けたプロモーションの実施に必要な負担金を拠出し、取組を推進しました。

●大阪・関西万博の開催にあわせ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）
・関西圏を訪れる観光客等を対象とした飲食店等での三重県フェア（12 か所）を開催しました。
・MBS ラジオ「秋祭り 2025」において県産農林水産物等の販売及び PR を実施しました（参加事業者：3者）。

●県内の農林水産業活性化のための県産物紹介事業費
（農林水産部 フードイノベーション課）
・県内各地の直売所・観光売店等（19 か所）や県内外のイベント等（10 回）において、県内高校生と協力して県産農林水産物やその加工品を扱う期間限定の特設コーナーを設置し、県産農林水産物の PR を実施しました。あわせて、消費者へのアンケートを実施し、県産農林水産物の知名度について調査しました。

●航空業界と連携した「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）
・航空事業者と連携し、首都圏の飲食店において県産食材を活かした特別なディナーを提供するイベントや三重県フェアを開催するとともに、航空事業者が持つ広報媒体（機内誌・Youtube）において「みえの食」の魅力発信に取り組みました。
・航空事業者と連携したマルシェ「三重マルシェ in 大崎駅」を開催し、県産農林水産物等の販売及び PR を実施しました（参加事業者：8者）。

●食の高度人材育成交流事業 （雇用経済部 県産品振興課）
・美食による地域の魅力づくりのノウハウを学び、「食」を核とした本県の魅力向上につなげることを目的として、世界有数の美食の街であるスペインバスク州サン・セバスティアンで現地の料理人と県内料理人との交流を行いました。（3名参加）
・ガストロノミーに取り組む料理人（新潟県・三重県）を講師として招聘し、県産食材を使用した料理のデモンストレーションを実施するとともに、その県産食材の生産者による食材の紹介、スペイン料理人交流参加者による活動報告を行うことで、三重の魅力を表現できる料理人の育成に取り組みました。（34 名参加）

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		1.26泊	1.30泊	1.33泊
実績		1.23泊	1.21泊	1.20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7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。ターゲットを定め、旅行者の周遊促進に向けた滞在価値を創出することが必要である。

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】

・旅行者の滞在・周遊性を高めるため、歴史・文化、食、自然（癒し）等の三重ならではの観光資源を生かし、広域のブランディングやストーリー性のある周遊ルートの造成に取り組むとともに、ガストロノミーツーリズムを推進します。【再掲】

【宿泊・滞在拠点の整備】

・「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、観光防災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】

戦略1－4：旅行者を受け入れる基盤の整備

令和7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の運用を支援します。

【受入れ環境の充実】
・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】

【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。
・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。【再掲】

【観光危機管理の推進】
・旅行者の安全を確保し、安心で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。

令和7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）
・高規格道路及び直轄国道について、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。引き続き、要望活動を実施していきます。

●国補道路改築費 国道 306 号（鈴鹿亀山道路）道路改良事業他 13 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 368 号（伊賀名張拡幅）他 4 路線を供用開始しました。

●「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）
・令和6年度に公表したプラン中間報告の取組を充実させるとともに、品川－大阪間の全線開業を見据えた取組について検討し、パブリックコメントをふまえ、県内全市町、交通

事業者、有識者等で構成される「みえリニア戦略プラン（仮称）検討委員会」において、プラン最終報告（案）を取りまとめました。

●リニア三重県駅とつながる道路ネットワーク検討 （県土整備部 道路企画課）
・三重県駅の位置の具体化に向け、道路ネットワークの強化に向けた検討を実施しました。

【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費 （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いせしませんぐう旅実行委員会・伊勢志摩観光型MaaS協議会に参加し、遷宮へ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）
・交通空白地等の解消に向け、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や公共ライドシェア等導入支援チームによる支援に加え、公共ライドシェア等の新たな移動手段の確保に取り組む市町に対して 26 件の財政支援を行いました。
・また、運転士不足に対応するため、東京や大阪、名古屋でのバス運転士専門の就職フェアへバス事業者と出展するとともに、バス・タクシーの二種免許取得費用等への財政支援を行いました。

●Easy Access to 東紀州！プロジェクト推進事業
（地域連携・交通部 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実施しました。【再掲】
・東紀州地域観光DMO事業推進協議会（事務局：一般社団法人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。【再掲】
・3県が連携し、欧米豪の訪日旅行市場において訴求力のある有力メディアに、世界遺産「紀伊山地の霊場と参詣道」を紹介する記事を掲載し、情報発信を行いました。【再掲】
・熊野古道伊勢路における二次交通の利便性向上のため、地元バス事業者及びタクシー事業者等と連携し、二次交通の調査・実証事業を実施しました。（熊野古道の来訪者数 令和7年度目標値：410 千人、実績値：341 千人）【再掲】

●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）
・県内での将来的な商用運航を目指す事業者を集めた「みえ空モビリティ地域実装研究会」において、民間事業者との更なる連携・検討を行うとともに、県内企業の参入機会や雇用機会の創出などについての参入可能性の調査を実施しました。また、県民への認知度向上に向けて、令和8年2月14日（土）及び15日（日）の2日間において、近鉄鵜方駅前の伊勢志摩ぷらっと HOME で、空飛ぶクルマの機体の模型やフライトシミュレーター等の体験型コンテンツ、パネル展示等を行いました。（2日間の来場者数は計 205 名）

【受入れ環境の充実】
●観光客受入環境整備事業費 （観光部 観光振興課）
・インバウンド、障がい者、高齢者、親子連れなど国内外の多様な旅行者が快適かつ便利に旅行できる環境を充実させるため、宿泊事業者・観光事業者が実施するインバウンド対応、バリアフリー・ストレスフリー対応等の施設整備に対し補助金を交付しました。
〇実績 補助件数：48 件 補助金総額：約 5 億円【再掲】

●熊野古道活用促進事業 （地域連携・交通部 南部地域振興局 東紀州振興課）
・「熊野古道サポーターズクラブ」事務局を運営し、伊勢路ファンの募集、熊野古道の魅力発信、保全体験の参加機会の提供等を行いました。8つの峠で清掃ウォークを開催しました。また、熊野古道の保全について社会の関心を高めるため、令和7年 12 月に熊野古道一斉クリーンアップ作戦を開催し、協力団体、サポーターズクラブ会員など 132 名が参

加しました。【再掲】
・熊野古道を安心・安全に歩くため、峠道を中心に定期的なパトロールや、保全活動実施前に臨時のパトロールを実施しました。【再掲】
・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、イベント出展等のプロモーションを行いました。【再掲】

●道路標識の整備 （県土整備部 道路管理課）
・道路標識を新たに設置する場合は、英字併記に取り組んでいます。

●交通安全施設の整備 （県警本部 交通規制課）
・令和7年度の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 729 箇所、752 枚を更新・整備しました。

●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体制や準備等について学ぶ機会を提供しました（医療関係者77名参加）。
・2つの医療機関に、9月から翌年3月までポルトガル語およびベトナム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。
・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。
・令和 5 年度に県営北勢中央公園、令和 6 年度にダイセーフォレストパーク（鈴鹿青少年の森）及び熊野灘臨海公園、そして令和 7 年度にダイセーフォレストパーク（鈴鹿青少年の森）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。

【バリアフリー観光の推進】
●観光客受入環境整備事業費 （観光部 観光振興課）
・観光施設等のバリアフリー対応調査とアドバイスを 8 施設で実施し、伊勢志摩バリアフリーツアーセンターのWebサイトで発信するとともに、「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ための取組として、研修会を県内 3 地域（鳥羽市、いなべ市、松阪市）で実施し、県内の認定施設数は 146 件（宿泊施設:117 件、飲食店:17 件、観光案内所:9 件、博物館:3 件）となりました。
・また、旅行会社を対象として、バリアフリー旅行商品造成に向けた視察ツアーを県内 2 地域（伊勢志摩、東紀州）で実施しました。
・その他、近鉄、JR東海、三重交通、伊勢國際観光などに対してバリアフリーに関する課題ヒアリングを実施しました。
・「三重県観光ガイド養成プログラム」として、全 6 回の講座を実施しました。また、プログ

ラム修了者について、個々のガイドスキルや強み、ガイド可能なエリアなどについてまとめた個別ガイドプロフィールを作成し、（公社）三重県観光連盟サイト等で紹介しました。【再掲】

【観光危機管理の推進】

●観光戦略費 （観光部 観光戦略課）

・旅行者への周知を図るため、防災対策部と連携し、防災アプリの啓発カードを県内観光施設や宿泊施設等に配付しました。また、市町、観光関連団体、観光事業者等を対象に、災害発生時に観光地で求められる対応や外国人旅行者を含む旅行者への情報伝達の方法について、県内外の地域の具体的な事例や観光庁の取組を交えて紹介する観光防災セミナーを開催しました。（52 名参加）

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% (96.3%)※2		46.6%	48.3%	50%
実績		46.6% (96.9%)※2	48.6% (97.3%)※2	42.4% (97.5%)※2	

※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。

※2 実績下段（ ）内は「大変満足」「満足」「やや満足」の合計値。

戦略目標（KPI）：県外宿泊者5回以上リピーター率※3

	R4（現状値）	R5	R6	R7	R8
目標値	58.3% (86.0%)※4		61.7%	63.4%	65%
実績		58.4% (86.2%)※4	58.9% (85.9%)※4	54.9% (86.5%)※4	

※3 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。

※4 実績下段（ ）内は2回目以上のリピーター率の合計値。

令和7年度の KPI の達成状況及び評価

・宿泊者満足度の「大変満足」の割合については、目標及び前年を下回ったが、「大変満足」・「満足」・「やや満足」の合計は前年を上回る97.5%（前年差+0.2%）だった。

・県外宿泊者5回以上リピーター率についても、目標及び前年を下回ったが、2回目以上のリピーター率の合計は前年を上回る86.5%（前年差+0.6%）だった。

・宿泊者満足度の「大変満足」の割合を向上させることにより、リピーターが増加すると考えられることから、旅行客のさまざまなニーズに応えていくことが必要である。

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】

・観光誘客には地域の実情に応じた移動手段の確保が重要であることから、観光需要をふまえた公共ライドシェアの活用など、新たな移動サービスの導入を進める市町等の取組を支援します。

【受入れ環境の充実】

・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、観光防災に資する改修

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】

・高付加価値旅行者のニーズに対応できる観光ガイドの確保・育成に向けた実践的な講座や活躍機会創出に取り組みます。【再掲】

【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うほか、バリアフリー観光に資する旅行商品の造成を支援します。

【観光危機管理の推進】

・旅行者の安全を確保し、安心で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。

施策の柱② 戦略的な観光誘客の推進

戦略2－1：戦略的な観光マーケティングの推進

令和7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】

・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引き続き取り組みます。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（公社）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。

令和7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】

●観光データ調査事業費 （観光部 観光戦略課）

・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した。

・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した（開催回数：6回、延べ参加団体数：60者）。

【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経営基盤強化事業費 （観光部 観光振興課）

・地域DMO等に対し、データの収集・分析といったデータマーケティング支援のほか、各地域DMO等が課題とする業務や事業等について、地域のニーズに基づいたオーダーメイド型の支援を実施しました。【再掲】

・具体的には、セミナー等を4件、県外視察を2回実施したほか、地域データの分析・コンテンツ造成等に関わるマーケティングの支援件数は115件でした。また、（公社）三重県観光連盟においてシステム基盤を構築する旅行者アンケートを実施し、県内8団体の活用がありました。また、県と連携したデータ分析学習会を3回行いました。【再掲】

・また、共同プロモーション事業として、カフェコラボメニューイベントを東京および名古屋でそれぞれ1週間、名古屋まつり出展を2日間行いました。【再掲】

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	2	

※ 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7年度の KPI の達成状況及び評価

・現状として目標を達成している。引き続き、地域DMOの戦略策定や見直しについてコンサルティング支援に取り組むことが必要である。

・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ある。

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】

・引き続き、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。

【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（公社）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7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】
・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・関西万博の開催を契機とし、企画きっぷ等のプロモーション等により、万博とあわせた本県来訪を促すなど、誘客に向け取り組みます。

【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。

令和7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】
●大都市圏プロモーション事業費 （観光部 観光誘客推進課）
・首都圏等大都市圏からの誘客促進に向け、メディアや旅行事業者等を対象とした観光情報説明会やSNS、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、本県の認知度向上に取り組みました。（観光情報説明会（令和7年7月18日開催）：201名参加、交通広告：JR 東京駅、阪急大阪梅田駅の2か所）

●プロモーション推進事業 （政策企画部 国際戦略・プロモーション推進課）
・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、都内の大規模集客施設において、複数部局が連携し、県産品の販売促進、観光誘客、移住促進等にかかるプロモーションイベントを実施しました。（開催日：令和8年2月 28 日、3月1日、場所：東京ミッドタウン（東京都港区））
・「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ため、ロゴマークやブランドブック、Webページでの情報発信やデジタル広告配信を実施しました。
・市場規模の大きい大都市圏（首都圏と関西圏）をターゲットに、東海道新幹線の車内メディアを活用したプロモーションに取り組みました。（グリーン車搭載誌（3カ月分）にロゴマークや観光資源等の情報を掲載）
・県単独ではプロモーションに関するノウハウが不足する中、プロモーションツールの磨き上げやプロモーションイベントの効率的・効果的な実施、事業の効果検証等を行うため、外部専門人材にアドバイザーの委嘱を行いました。（4件の相談を実施）

・SNS等を活用したプロモーションを戦略的に行う人材を育成するため、研修会を開催しました。（開催日：1月 29 日、参加者：69 名（県職員 41 名、市町職員 21 名、市町観光協会・商工団体7名））

●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、令和7年9月で開設12周年を迎えました。累計約655 万人（令和8年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

じていただくことができました。
・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・プロジェクト件数 57 件：令和8年3月末現在）

●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（307 件）を行うとともに、有名百貨店での観光PR、鉄道事業者、商店街と連携した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、大阪・関西万博を契機とした情報発信として冊子「美し国、三重の旅」を作成・配布しました。
・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（4回）やエージェントキャラバンでの訪問（12 者）などの活動を実施しました。

【大規模イベント等を契機とした誘客の推進】
●観光誘客促進事業費 （観光部 観光誘客推進課）
・大阪・関西万博を契機とした誘客促進に向け、交通事業者との連携による企画きっぷや万博と三重県をあわせて周遊できる旅行商品のプロモーション、万博来場者を本県への来訪につなげるための観光キャンペーンに取り組みました。（観光キャンペーン申込者数（三重県来訪者数）：6,820 人）
・映画等ロケ地を活用した誘客を促進していくため、制作会社からのロケ地に関する相談に対して、県内各地域のフィルムコミッションと連携し、ロケ地情報の発信に取り組みました。

●熊野古道活用促進事業 （地域連携・交通部 南部地域振興局 東紀州振興課）
・「熊野古道サポーターズクラブ」事務局を運営し、伊勢路ファンの募集、熊野古道の魅力発信、保全体験の参加機会の提供等を行いました。8つの峠で清掃ウォークを開催しました。また、熊野古道の保全について社会の関心を高めるため、令和7年 12 月に熊野古道一斉クリーンアップ作戦を開催し、協力団体、サポーターズクラブ会員など 132 名が参加しました。【再掲】
・熊野古道を安心・安全に歩くため、峠道を中心に定期的なパトロールや、保全活動実施前に臨時のパトロールを実施しました。【再掲】
・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、イベント出展等のプロモーションを行いました。【再掲】

●伊勢志摩国立公園80周年記念事業 （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、地域の子どもたちを対象とした、里海里山体験フェスタ～ふれる・楽しむ・未来へつなぐ～を開催しました。【再掲】

●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 大阪・関西万博PT）
・関西パビリオンへ三重県ブースを出展し、三重県の魅力を体感・体験できる常設展示を設置するとともに、期間限定で6つの特集テーマにあわせた特別展示、各市町の魅力を発信する「市町デー」を実施することで、三重県の魅力を発信しました。（来場者数 632,334 人）
・三重県ブースに隣接する関西パビリオン多目的エリアにおいて、「美し国彩り三重バザール」を開催し、県内各地の食文化体験や県産品販売、観光 PR 等のイベントを実施しました。（来場者数 68,239 人）
・万博会場内の EXPO アリーナ「Matsuri」において、「～三重のおまつり大集合！～MIE フェスティバル inEXPO」を開催し、県を代表する 10 の祭りの実演・展示を行うとともに、市町や関係団体、県内事業者がブースを出展して三重県の魅力を PR しました。（来

場者数 13,418 人）
・大阪・関西万博を契機に国内外の旅行者や関西圏居住者が大阪に集まる好機を捉え、大阪府内に期間限定の情報発信拠点「三重テラス in 大阪」を設置し、三重県全体の認知度向上や県産品の販路拡大、観光誘客につなげる集中的なプロモーションを行いました。（10 か所、延べ 89 日間）

【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、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等を平日を対象に実施しました。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に取り組みました。（体験コンテンツ利用者数：9,667 人、ドライブプラン利用件数：4,956 件）

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	8, 988千人	

※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	40, 949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7年度の KPI の達成状況及び評価

・日本人延べ宿泊者数については、目標をわずかに下回ったが、宿泊日数の長い首都圏からの宿泊者割合は前年と比較して増加している。引き続き、首都圏や関西圏等大都市圏への三重県の魅力発信や、第63回式年遷宮に伴うお木曳行事等大規模イベントの契機を生かしたプロモーションに一層取り組んでいく必要がある。
・宿泊を伴う教育旅行で県外から訪れた学生数については、少子化による生徒数減少や、コロナ禍で増えた愛知県など近隣県の学校の大幅な実績減等の影響により、目標値を下回った。県外からの教育旅行誘致に向け、引き続き学校のニーズに沿って、目的地としての魅力を効果的に発信していく必要がある。

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】
・首都圏や関西圏等大都市圏からの誘客促進に向け、SNSやテレビ等のメディアを通じた情報発信、観光情報説明会など、多様な手段を活用することにより、効果的に三重の魅力を発信します。

【大規模イベント等を契機とした誘客の推進】
・第63回式年遷宮を契機に三重県への関心を高めるため、お木曳行事を題材とした観光

プロモーションに取り組みます。

【次世代を見据えた誘客の推進】
・平日の観光需要喚起や県内への再訪が見込める将来のリピーター獲得につなげるため、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等に取り組みます。

戦略2－3:インバウンド誘客／MICE・産業観光の推進

令和7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】

・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。

・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・食・物産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。

【海外の高付加価値旅行者の誘客推進】

・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。【再掲】

【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誘致に取り組みます。

令和7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】

●全県DMO経営基盤強化事業費 （観光部 観光振興課）

・インバウンド誘致に意欲的な事業者や地域DMO、市町等で構成する「インバウンド委員会」を運営し、台湾・タイの重点市場に加え、香港・シンガポールを対象として、現地レップ（営業代理人）の活用や商談会への出展、海外メディアやインフルエンサーを活用した情報発信等などに取り組みました。

・具体的には、BtoB向けプロモーションとして、台湾レップ設置により、現地旅行会社35社へのセールスやセミナー等の開催、旅行博3回出展を行い、またタイレップ設置により現地旅行会社40社へのセールスやファムトリップ等の実施、旅行博に3回出展を行いました。また、BtoC向けプロモーションとして、インフルエンサー12組を活用した情報発信、JNTO や海外有力メディアを活用した記事掲載を行いました。

・また、インバウンド事業をより強力に推進し県内誘客を促進するため、（公社）三重県観光連盟インバウンドチームの職員を3名増員し7名体制としました。

●プラス三重旅促進事業費 （観光部 海外誘客課）

・ゴールデンルートや関西圏からの誘客を促進するため、OTAを活用し、ゴールデンルート

や関西圏の旅行を計画する個人旅行者（FIT）層に対して、広告配信を行いました。（広告のインプレッション数：33，856，935回）
・大阪・関西万博に来訪する外国人観光客を主なターゲットとして、大阪・関西万博会場及び関西国際空港において三重県への観光誘客プロモーションを行い、三重県への誘客を図りました。（開催期間：計12日間、アンケート回収数外国人：423人、日本人：1，197人）
・EXPO2025関西観光推進協議会に参画し、大阪・関西万博の開催期間中における情報発信等のプロモーションや三重県商品造成による三重県への周遊促進を行いました。（商品造成数：19商品）
・中央日本総合観光機構と連携したプロモーションとしてビジネスパーソントリップの誘客を目的とした招請事業を実施しました。

●海外誘客推進プロジェクト事業費　（観光部　海外誘客課）
・観光誘客に重点的に取り組む国において、（公社）三重県観光連盟が行う旅行会社を対象としたセミナー・商談会、ファムトリップ、インフルエンサーの招請によるプロモーション等を支援し、本県の知名度向上およびツアー造成を促進しました。（セミナー・商談会参加社数：69社、インフルエンサー招請数：13組）
・タイ及び台湾で現地飲食店と連携して観光・食・物産が一体となったプロモーションを実施しました。（アンケートで三重県に関心を持ったと回答した割合：タイ93％、台湾91．4％）
・タイのトップインフルエンサーによる情報発信を実施し、レンタカーで関西国際空港-中部国際空港のルートで三重県内を周遊するプランを PR しました。（動画視聴回数：約94万回）

【海外の高付加価値旅行者の誘客推進】
●高付加価値旅行者層誘致促進事業費　（観光部　海外誘客課）
・欧州における高付加価値旅行者層を含むミドルエンド層に対して三重県のプロモーションを実施するため、フランスに現地レップを設置し、高付加価値旅行者層向けの商談会への出展のほか、三重県を含むツアーの造成に積極的な旅行会社を三重県に招請し、ファムトリップを行いました。（旅行会社セールス数：81社、ファムトリップ招請社数：14社（フランス以外の会社含む））【再掲】
・フランス市場の新たな旅行者層の誘致として、旅先での消費額が大きいと言われる福利厚生旅行を対象とした観光セミナーとファムトリップを実施しました。（セミナー参加社：13社、ファムトリップ参加社：3社）【再掲】
・紀伊半島エリアの広域連携事業における高付加価値旅行者層の誘致のための海外旅行会社や海外メディアの招請、セールスツールの作成及び商談会への出展を通じた高付加価値旅行者の獲得に向けたプロモーション等に対して負担金による支援をしました。【再掲】

●Easy Access to 東紀州！プロジェクト推進事業
（地域連携・交通部　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実施しました。【再掲】
・東紀州地域観光DMO事業推進協議会（事務局：一般社団法人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。【再掲】
・3県が連携し、欧米豪の訪日旅行市場において訴求力のある有力メディアに、世界遺産「紀伊山地の霊場と参詣道」を紹介する記事を掲載し、情報発信を行いました。【再掲】
・熊野古道伊勢路における二次交通の利便性向上のため、地元バス事業者及びタクシー事業者等と連携し、二次交通の調査・実証事業を実施しました。（熊野古道の来訪者数　令

和7年度目標値:410 千人、実績値:341 千人)【再掲】

●伊勢茶ブランド展開戦略構築事業 (農林水産部 農産園芸課)

・伊勢茶のブランド力向上、消費拡大を図るため、マーケット調査をはじめとする各種調査に基づいた「観光客を伊勢茶産地に誘客する戦略」を策定しました。次年度以降戦略に沿った体験プログラム等の整備を進めていきます。また、観光部の台湾での三重県プロモーションにおいて、伊勢茶試飲会(台北、高雄)を実施しました。関西茶品評会での入賞に向け、出品茶製造に必要な資材の支援や、栽培加工技術の支援を行いました。

●農山漁村インバウンド受入加速化事業 (農林水産部 農山漁村づくり課)

・農山漁村地域における訪日外国人旅行者の受入拡大のため、マーケティング調査の実施、調査結果に基づく農泊事業者等を対象にした体験プログラムの開発のための研修(1回)およびモニターツアー(3コース、10 事業者がプログラム提供、15 名参加)を実施しました。また、農泊推進関係者を対象にフィードバック研修を行い、訪日外国人旅行者の満足度の高い体験プログラムを造成しました。

【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)

・首都圏と関西圏で営業活動を行うレップを設置し、MICE開催にかかる情報収集やセールス活動を行いました。また、MICE誘致にかかる商談会に参加し、バイヤー等との商談により誘致に取り組みました。(令和7年度国際会議に該当する学会開催数:9件)

・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:計9件)

・首都圏と関西圏の MICE 主催者等関係者を対象に、東京と大阪でセミナーを開催し、三重県での MICE 開催の魅力を PR しました。(参加者数:計71人)

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	38万人	

※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	9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7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、目標を下回ったものの、前年と比べると57.7%増加しており、令和元年との比較でも回復率97.8%と、おおよそコロナ禍前の水準まで回復した。オーバーツーリズムの未然防止を念頭に置きつつ、策定中の「みえインバウンド誘客計画(仮称)」に基づき、効果的なプロモーションに取り組んでいく必要がある。

・国際会議開催件数については、目標を下回った。令和7年度からMICE補助金の対象を国際会議に加え、企業による会議やインセンティブ旅行まで拡充したため、大学との連携やレップ

等のセールスの機会を活用しながら、今後も引き続き国際会議や企業の報奨旅行・研修旅行等の誘致に取り組んでいく必要がある。

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】

・全国的にインバウンドが増加する中、インバウンド誘客を強力に展開するため、データに基づき本県の強み・弱み等を分析し、有識者等の意見もふまえ「みえインバウンド誘客計画（仮称）」を策定します。

・本県の認知度向上を図るため、インバウンドが関心を寄せる体験コンテンツ等の紹介動画の作成やトップインフルエンサーを活用した情報発信や観光・食・物産が一体となったプロモーションなどを実施します。

・ゴールデンルートからの誘客を図るため、鉄道事業者と連携した観光地とアクセス情報をセットにしたプロモーションや海外OTAを活用した情報発信に取り組みます。

・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】

・海外からの高付加価値旅行者の誘客を推進するため、レップの設置・拡大やフランス企業の福利厚生旅行の誘致などに取り組みます。【再掲】

【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、三重県海外MICE誘致促進補助金の活用や関係機関との連携により、さらなるMICE誘致に取り組みます。

施策の柱③　魅力的な観光産業の確立

戦略3－1：観光産業の生産性向上

令和7年度の主な取組の方向性

【観光事業者の経営力向上】
・R6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。

【観光産業における事業承継の促進】
・三重県事業承継・引継ぎ支援センター等の関係機関等と連携のうえ、円滑な事業承継を促進します。

令和7年度の主な事業の取組状況

【観光事業者の経営力向上】
●観光産業支援事業費　（観光部　観光戦略課）
・観光産業の生産性向上に向け、伴走型個別コンサルティングによる支援を8事業者（うち3者は令和6年度からの継続）に対して実施するとともに、ワークショップの開催を通して9事業者に対して生産性向上の取組導入を支援しました。また、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、横展開を図りました。

【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、士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、408 件の事業承継計画の策定、3,353 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 25 件、10 億 2,668 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	0	累計　10者	累計　25者	累計　40者
実績		累計　64者	累計　117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7年度の KPI の達成状況及び評価

・観光事業者を対象としたアンケート調査の結果、生産性向上に取り組んだ事業者数は、令和6年度から53者増加し、累計117者となり、目標を達成している状況。
・令和7年度事業において、観光産業の生産性向上に向け、伴走型個別コンサルティングによる支援を8事業者（うち3者は令和6年度からの継続）に対して実施するとともに、ワークショップの開催を通して9事業者に対して生産性向上の取組導入を支援した。また、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、横展開を図っている。
・現状として、事業規模や人手・人材不足を理由に、そもそも生産性向上に取り組める環境にない事業者もあることから、観光事業者が自ら取組を促進できるよう支援する必要がある。

今後の主な取組の方向性

【観光事業者の経営力向上の推進】
・R7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。
・人手・人材不足等により生産性向上に取り組む環境にない観光事業者を対象に、採用・経理・労務などの業務の外注化を支援し、収益や経営に直結する業務に集中できる環境を整えることで、生産性向上の取組を促進します。

戦略3－2：観光産業を支える人材の確保・育成・定着

令和7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】
・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。

【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7年度の主な事業の取組状況

【働き方改革の推進】
●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 185 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 50 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。
・誰もが個別の事情に応じて柔軟に働き続けられる職場づくりにつなげるため、短時間正社員制度等の導入を検討する企業（3社）にアドバイザーを派遣しモデル事例を創出するとともに、派遣企業の取組を共有するフォーラムを開催することで県内企業への横展開を行いました。

●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 2 回、計 120 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（9 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（71 名参加）。さらに、働き方改革全般に関する相談対応を行いました（相談件数 63 件）。

【人材の確保・育成】
●観光産業支援事業費 （観光部 観光戦略課）
・人材の確保・育成・定着に向け、伴走型の個別コンサルティングによる支援を6事業者に対して実施するとともに、人材確保等の取組導入を支援しました。また、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、横展開を図りました。

●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）
・県内企業を対象に、採用力向上セミナーや連続勉強会、インターンシップ等推進セミナー、個別相談会、専門家派遣を行いました。また、若年求職者向けインターンシップ等実施事業を行い、延べ 172 名の学生等が参加しました。

・転職希望者等を対象としたセミナーと交流会を開催し、セミナーには延べ 53 名、交流会には延べ 31 名の参加がありました。

●食の高度人材育成交流事業 （雇用経済部 県産品振興課）
・美食による地域の魅力づくりのノウハウを学び、「食」を核とした本県の魅力向上につなげることを目的として、世界有数の美食の街であるスペインバスク州サン・セバスティアンで現地の料理人と県内料理人との交流を行いました。（3名参加）【再掲】
・ガストロノミーに取り組む料理人（新潟県・三重県）を講師として招聘し、県産食材を使用した料理のデモンストレーションを実施するとともに、その県産食材の生産者による食材の紹介、スペイン料理人交流参加者による活動報告を行うことで、三重の魅力を表現できる料理人の育成に取り組みました。（34 名参加）【再掲】

●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。

【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 70 名、就業体験：参加者 67 名、企業見学会：参加者 30 名）
・また、外国人材の採用意向のある企業を対象としたセミナー及び個別相談会を行いました。（開催回数；5回、延べ参加者数：159 社）
・就職を希望する外国人（留学生を含む）の県内就職を促進するため、オンライン合同企業説明会等を開催しました。（開催回数：2回、延べ参加者数：企業 20 社、外国人 147 名）
・県内企業における外国人雇用に関するニーズ等を把握するとともに、外国人を雇用している県内企業の情報や取組の好事例を収集するため調査を実施しました。

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	累計 84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7年度の KPI の達成状況及び評価

・観光事業者を対象としたアンケート調査の結果、生産性向上に取り組んだ事業者数は、令和6年度から38者増加し、累計84者となり、目標を達成している状況。
・令和7年度事業において、人材の確保・育成・定着に向け、伴走型の個別コンサルティングによる支援を6事業者に対して実施するとともに、人材確保等の取組導入を支援するとともに、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、横展開を図っている。
・現状として、事業規模や人手・人材不足を理由に、そもそも人材確保等に取り組める環境にない事業者もあることから、観光事業者が自ら取組を促進できるよう支援する必要がある。

今後の主な取組の方向性

【人材の確保・育成・定着の支援】
・R7年度に引き続き、人材確保・育成・定着に関する取組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、観光事業者が人材確保等に取り組むきっかけをつくり、県内観光産業全体で人材確保・定着・育成の取組を促進します。
・人手・人材不足等により待遇改善等の人材確保・育成・定着への取組を進められていない事業者を対象に、採用・経理・労務などの業務の外注化を支援し、収益や経営に直結する業務に集中できる環境を整えることで、人材確保・育成・定着の取組を促進します。

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7年度は、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、「インバウンド戦略策定」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8年度アクションプラン」について審議いただきました。

（2） 観光統計の整備

令和7年度は、観光レクリエーション入込客数推計、三重県観光客実態調査、インバウンド実態調査を行い、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7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6年度の取組状況について、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7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
石阪（いしざか） 督規（とくのり）	埼玉大学 教授	会長
伊与田（いよだ） 美歴（みゆき）	独立行政法人国際観光振興機構 理事	R7.6.24 就任
江﨑（えざき） 貴久（きく）	有限会社オズ 代表取締役	
佐藤（さとう） 達夫（たつお）	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	
沢登（さわのぼり） 次彦（つぐひこ）	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	
竹谷（たけや） 賢一（けんいち）	公益社団法人三重県観光連盟 会長	副会長
千種（ちくさ） 清美（きよみ）	皇學館大学文学部非常勤講師	
中村（なかむら） 直美（なおみ）	株式会社交通新聞社 常務取締役	
萩（はぎ） 美香（みか）	みえの国観光大使	
濱田（はまだ） 典保（のりやす）	株式会社赤福 顧問	
原田（はらだ） 静織（しおり）	TOUCH GROUP 株式会社 代表取締役	
本保（ほんぽ） 芳明（よしあき）	一般財団法人アジア太平洋観光交流センター（APTEC） 理事長	
山田（やまだ） 桂一郎（けいいちろう）	JTIC.SWISS 代表（スイスツェルマット観光局）	

※所属・役職名は R8.3.31 時点。

２ 審議状況

1 審議会等の名称	令和7年度 第1回三重県観光審議会
2 開催年月日	令和7年7月1日（火）
3 委員	【会長】埼玉大学 教授 石阪督規 ほか11名出席 計12名
4 諮問事項	インバウンド戦略策定に向けた審議、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8年度アクションプラン（案）の策定に向けた令和6年度の取組の振り返りと今後の取組方針に係る審議等
5 審議概要	委員からの主なご意見は、以下のとおりです。 ＜インバウンド戦略策定に関すること＞ ・季節ごとに三重のどの観光コンテンツがどの国に対して効果的か分析したうえで、複数のターゲット国を選定し、ポートフォリオを組む必要があると思われる。 ・インバウンド数を増やすためには、他の地域にはない独自の観光コンテンツを造成する必要がある。 ・令和6年度に三重県観光連盟の会員で構成するインバウンド委員会を立ち上げたが、計 88 者の団体に集まっていただき、インバウンドへの関心の強さを感じる。 ・遷宮行事が始まった伊勢だけではなく、三重県内の周遊型のコンテンツもあわせてプロモーションすることで、県下全域での長期滞在につなげていくことが大切だと思う。 ・香港、台湾及び欧米諸国から誘客するためには、魅力的な観光コンテンツを作り、コンテンツの内容をしっかり届ける必要がある一方で、中国や東南アジア諸国から誘客するためには、SNS やインフルエンサーを活用したプロモーションが有効である。 ・令和元年比で復便が遅れている中部国際空港を強化する方法を検討する必要がある一方で、関西国際空港をはじめ、ほかの空港をゲートウェイ化できるかもポイントである。 ・インバウンドや関西国際空港近隣のホテルのコンシェルジュに三重県の観光コンテンツやアクセス方法を周知する必要がある。 ・高付加価値旅行者層を誘客するには、旅行会社との人間関係の構築が必要だと思う。 ＜令和8年度アクションプランに関すること（外国人延べ宿泊者数及び平均宿泊日数の増加に向けた取組）＞ ・ストーリー性のある 2 泊 3 日のモデルコースを作り、しっかりプロモーションしていくことと、それによってどれくらい関心が寄せられて、どれくらい実際に来県した人がいるのか、数字を確認しながらコースの磨き上げや旅行会社と連携する等発展した取組を考えていく必要がある。 ・早朝や夜の時間帯に楽しむ観光コンテンツを造成するべき。 ・大阪・関西万博から三重県は距離があるので、大阪・関西万博に行ったついでに三重県に泊まってもらうことは難しいと感じる。 ・観光庁の補助金利用について、県からサポートしてはどうか。

	・受け入れ側のおもてなしの姿勢がないと宿泊者の心証が悪くなりおすすめもしたくなくなるので注意が必要だと思う。 ＜その他＞ ・次期観光振興基本計画の目標を考え始めていく時期だが、観光消費額を主目標にしていると実際県内にどれだけお金が落ちているかわからないので、経済波及効果を主目標に据えることを検討する必要がある。 ・目標は一律に設定するのではなく、地域の特性を踏まえて地域ごとに設定することで、目標を達成するための地域ごとに取り組むべき課題が見えてくると思う。 ・現行の計画では目標とする KPI が多すぎるのではないか。

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（ひ）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（いせのくに）、志摩国（しまのくに）、伊賀国（いがのくに）及び熊野川以東の紀伊国（きいのくに）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（にぎ）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、愛着を感じることの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に努めるものとする。

（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に努めるものとする。

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