

参 考 资 料

参考資料

○ 三重県観光審議会の審議状況

1 委員名簿 ※12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	東京未来大学 モチベーション行動科学部 准教授	会長
えざき きく 江崎 貴久	有限会社OZ 代表取締役 (エコツアー海島遊民くらぶ 代表)	
こう い 孔 怡	株式会社天怡 代表取締役 (国土交通省観光庁「VISIT JAPAN 大使」)	
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	
ちくさ きよみ 千種 清美	フリーライター、皇學館大学非常勤講師 (地域誌「伊勢志摩」元編集長)	
なかむら なおみ 中村 直美	株式会社交通新聞社 広告事業部 部長 (三重県「みえの国観光大使」)	
はぎ みか 萩 美香	株式会社ケイダッシュステージ 女優 (三重県「みえの国観光大使」)	
はまだ のりやす 濱田 典保	株式会社赤福 代表取締役社長	
バルナール・デルマス	日本ミシュランタイヤ株式会社 代表取締役社長 (国土交通省観光庁「VISIT JAPAN 大使」)	
ほんぼ よしあき 本保 芳明	首都大学東京 都市環境科学研究科 観光科学域 教授 (元観光庁長官)	
もりぐち あきよし 森口 明好	公益社団法人三重県観光連盟 会長 (三重交通株式会社 代表取締役社長)	副会長
やまだ けいいちろう 山田 桂一郎	スイスツエルマツト観光局 J T I C . S W I S S 代表 (国土交通省観光庁「観光カリスマ」)	

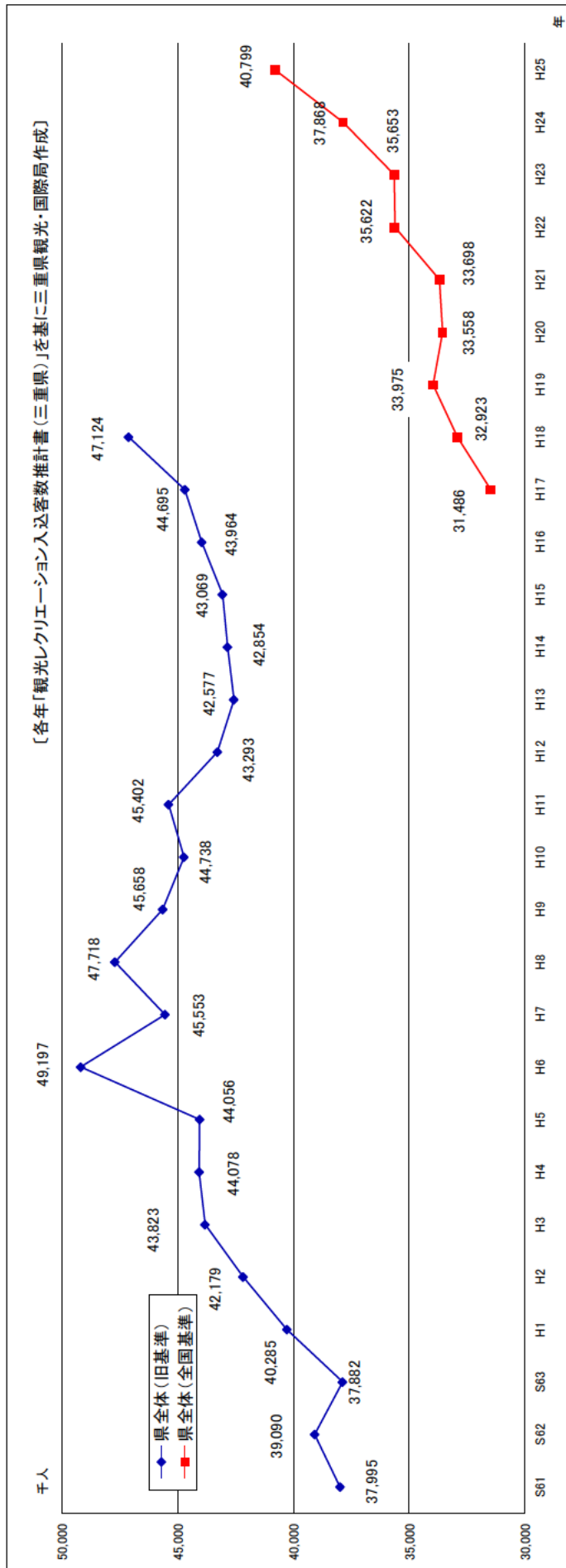
2 審議状況

(1) 第5回審議会 平成25年7月23日

審議事項	<p>① 三重県観光について</p> <p>② 伊勢神宮の状況について</p> <p>③ じゃらん宿泊旅行調査 2012 三重について</p>
概要	<p>○三重県観光振興基本計画の推進及び「三重県観光キャンペーン」の実施にあたり、「観光消費額」「リピーター・周遊対策」「観光客満足度」「インバウンド」などについて、委員から意見をいただいた。</p> <p>○主なものは、以下のとおり。今後、キャンペーン等に生かしていく。</p> <ul style="list-style-type: none"> 消費額は滞在時間と相関関係にあることから、滞在時間を伸ばすようなプログラムの提供を行っていくべきである。 ストーリー性を大事にした奥行きのある観光を提案するべきである。 森を使ったエコツアーなど、インパクトがある。 みえ旅パスポートは、ファンクラブ化するべきである。 高齢者を対象にしたバリアフリー観光が必要である。交通手段の利便性も重要である。 (インバウンドについて) 台湾は大事だと思うが、ヨーロッパを視野に入れるべきである。 遷宮は、地域が一致団結するチャンスである。

○ 三重県観光の現状

1 観光レクリエーション入込客数の推移



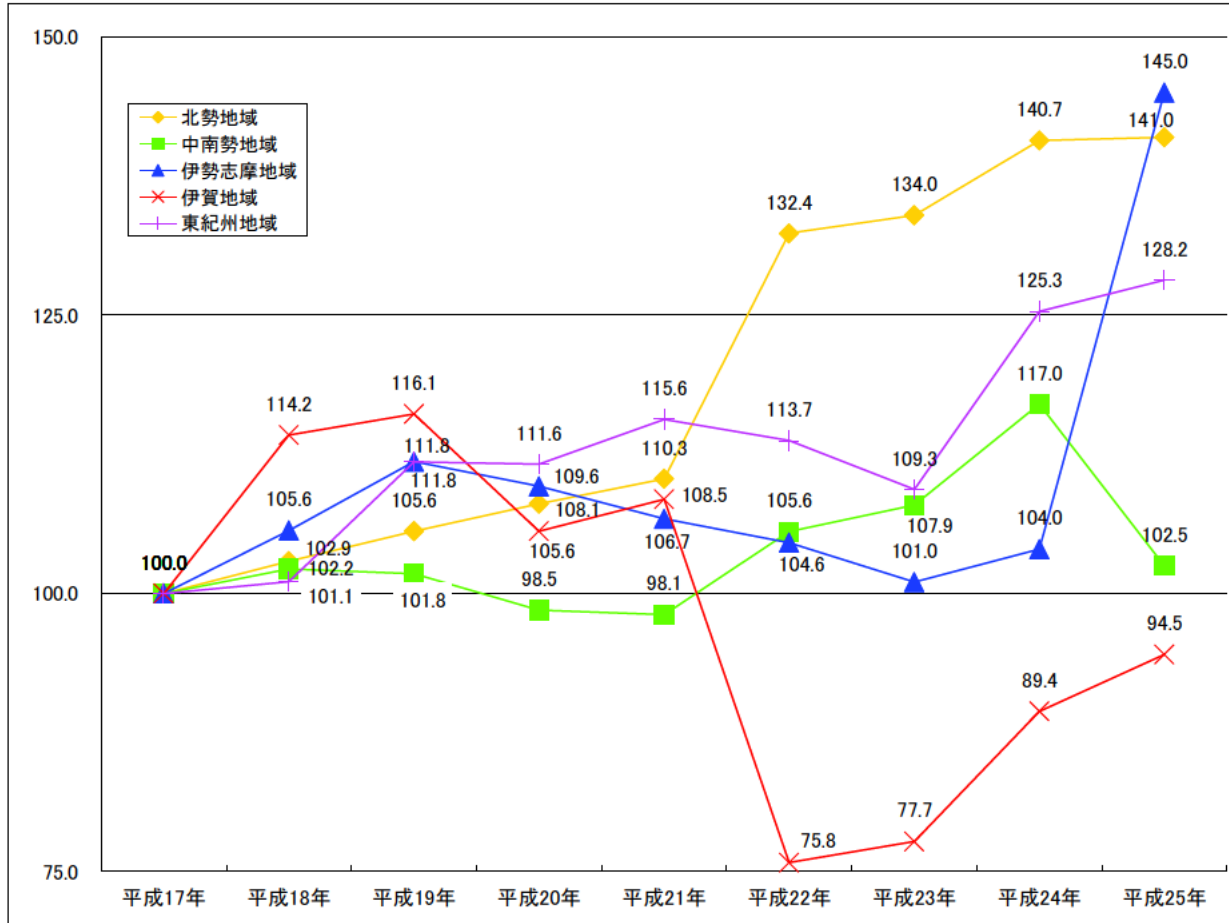
- H 2 5 第 6 2 回 神 宮 式 年 遷 宮
- H 2 3 東 日 本 大 震 災 / 紀 伊 半 島 大 水 害
- H 2 2 伊 勢 ・ 紀 勢 自 動 車 道 無 料 化 社 会 実 験
- H 2 1 宇 治 橋 渡 始 式
- H 2 1 熊 野 古 道 世 界 遺 産 登 録 5 周 年
- H 1 9 第 二 次 お 木 尻 行 事 開 催
- H 1 8 第 4 8 回 全 国 自 然 公 園 大 会 開 催
- H 1 8 第 一 次 お 木 尻 行 事 開 催
- H 1 7 愛 知 万 博 開 催
- H 1 7 中 部 国 際 空 港 開 港
- H 1 6 芭 蕉 生 誕 3 6 0 周 年 イ ベ ン ト 開 催
- H 1 6 熊 野 古 道 世 界 遺 産 登 録
- H 1 3 ユ ニ バ ー サ ル ス タ ジ オ シ ャ パ ン 開 業
- H 1 2 み え ス カ イ フ エ ス タ 開 催
- H 1 1 な ば な の 里 開 業
- H 1 1 東 紀 州 体 験 フ エ ス タ 開 催
- H 1 0 み え 歴 史 街 道 フ エ ス タ 開 催
- H 8 内 宮 御 鎮 座 二 千 年
- H 7 阪 神 ・ 淡 路 大 震 災
- H 6 7 世 界 祝 祭 博 覧 会 開 催
- H 6 6 志 摩 ス ペ イ ン 村 開 業
- H 5 6 第 6 1 回 神 宮 式 年 遷 宮
- H 5 5 お かげ 横 丁 開 業
- H 5 5 伊 勢 自 動 車 道 全 線 開 通
- H 2 鳥 羽 水 族 館 新 館 開 業
- H 1 宇 治 橋 渡 始 式

2 地域別観光入込客数の伸び率の推移

地域別に観光入込客数の推移を見ると、平成17年を100としたときの平成25年の指数は、伊勢志摩地域が145.0で最も高くなっています。

北勢地域では平成17年以降、伊賀地域では平成22年以降、東紀州地域では平成23年以降、入込客数が増加傾向にあります。

また、伊勢志摩地域でも、平成23年以降増加傾向にあり、平成25年は、前年と比べて特に大幅に増加しています。その理由としては、伊勢神宮で遷宮が行われたことによる効果が大いと考えられます。



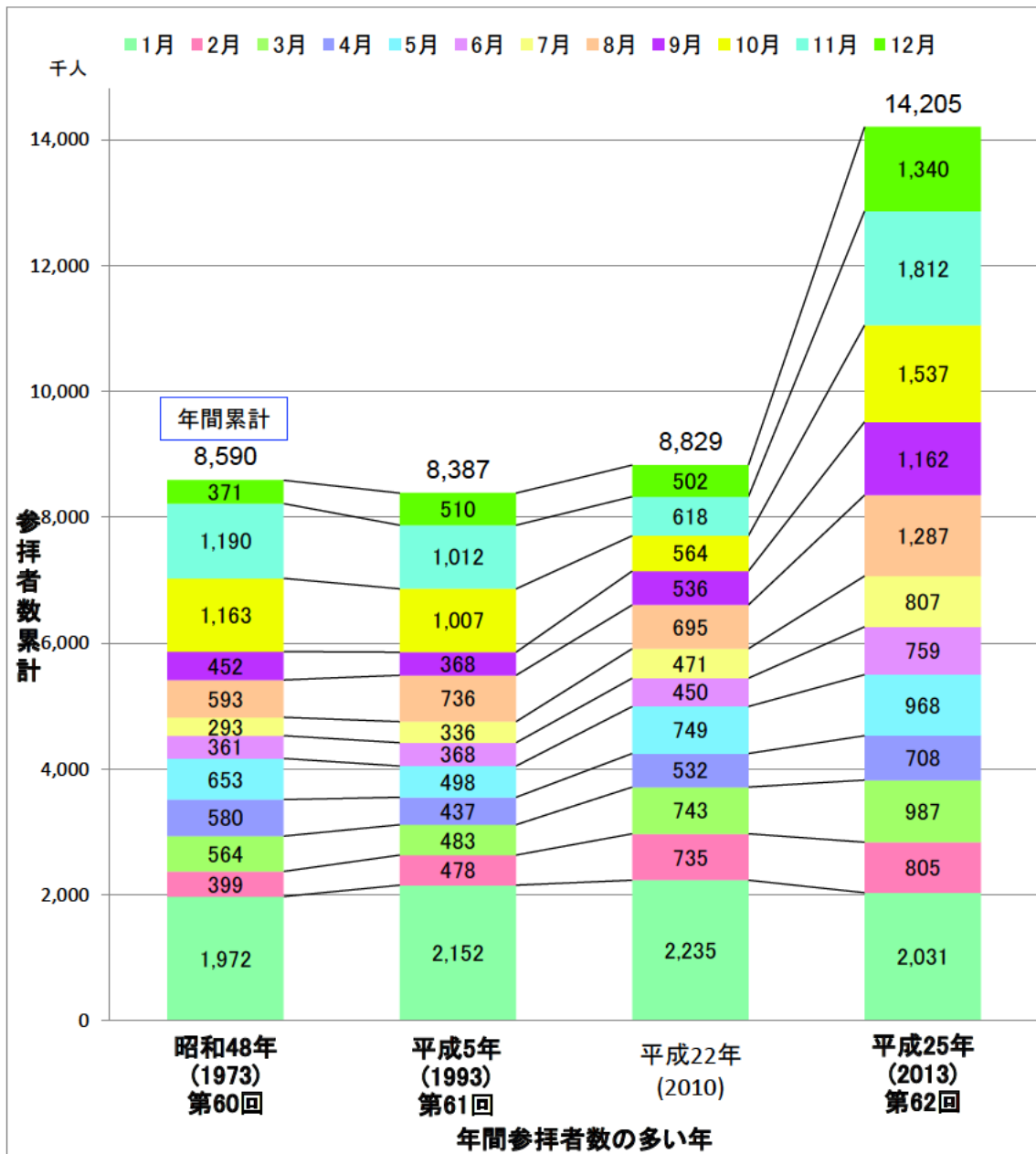
(千人)

	平成17年	平成18年	平成19年	平成20年	平成21年	平成22年	平成23年	平成24年	平成25年
北勢地域	12,250	12,605	12,935	13,238	13,511	16,215	16,414	17,236	17,271
中南勢地域	6,016	6,149	6,122	5,925	5,901	6,350	6,493	7,039	6,166
伊勢志摩地域	8,696	9,187	9,725	9,533	9,278	9,092	8,784	9,041	12,611
伊賀地域	3,111	3,554	3,613	3,285	3,374	2,358	2,417	2,781	2,940
東紀州地域	1,413	1,428	1,580	1,577	1,634	1,607	1,545	1,771	1,811

	平成17年	平成18年	平成19年	平成20年	平成21年	平成22年	平成23年	平成24年	平成25年
北勢地域	100.0	102.9	105.6	108.1	110.3	132.4	134.0	140.7	141.0
中南勢地域	100.0	102.2	101.8	98.5	98.1	105.6	107.9	117.0	102.5
伊勢志摩地域	100.0	105.6	111.8	109.6	106.7	104.6	101.0	104.0	145.0
伊賀地域	100.0	114.2	116.1	105.6	108.5	75.8	77.7	89.4	94.5
東紀州地域	100.0	101.1	111.8	111.6	115.6	113.7	109.3	125.3	128.2

※ 平成17年を100とした場合の指数

3 神宮参拝者数累計

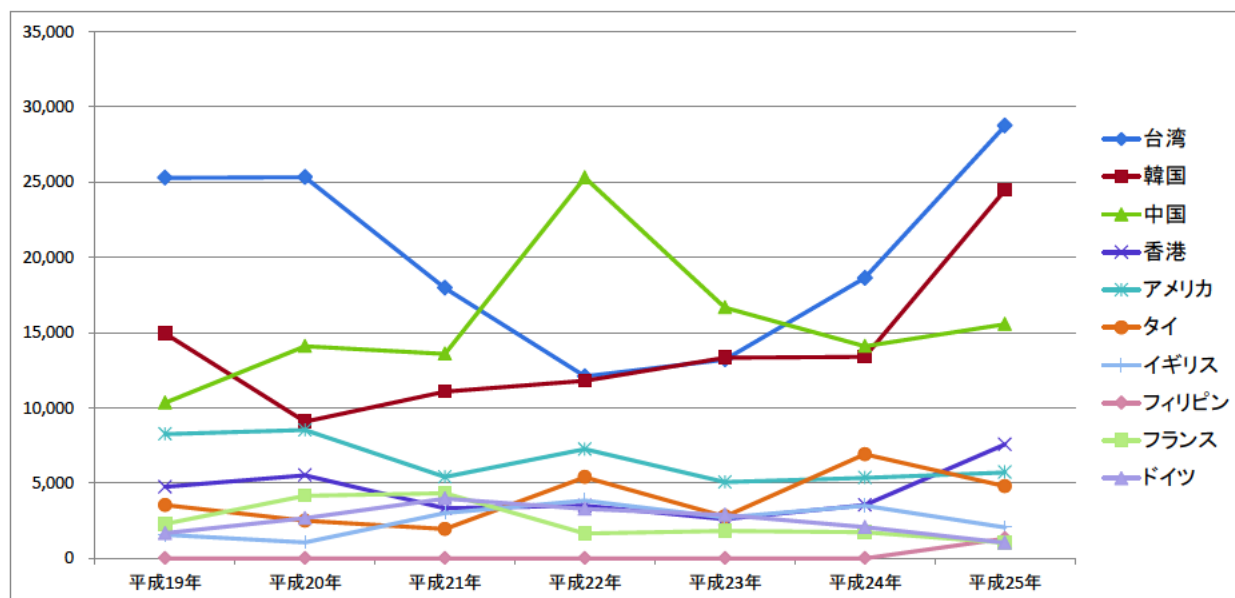
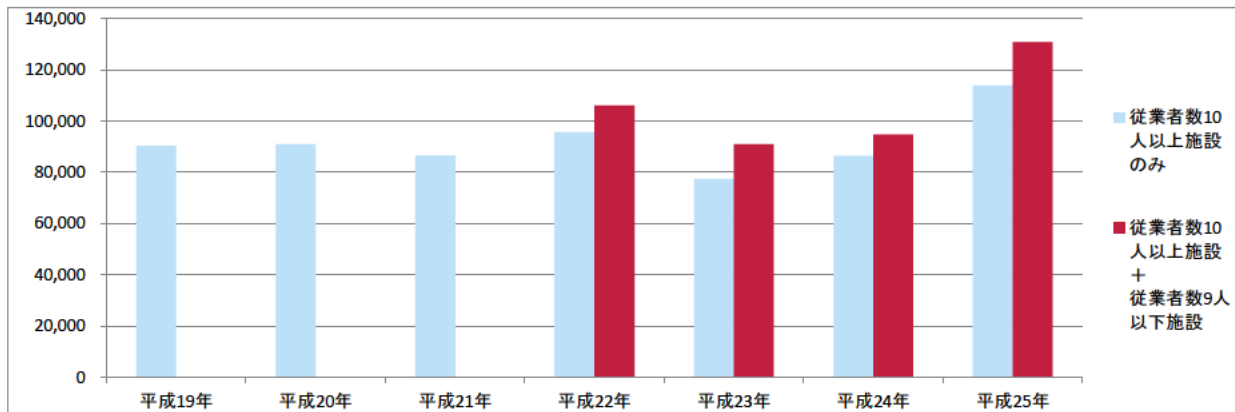


(千人)

	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	年間累計	1月～12月
昭和48年 (1973)	1,972	399	564	580	653	361	293	593	452	1,163	1,190	371	8,590	8,590
平成5年 (1993)	2,152	478	483	437	498	368	336	736	368	1,007	1,012	510	8,387	8,387
平成22年 (2010)	2,235	735	743	532	749	450	471	695	536	564	618	502	8,829	8,829
平成25年 (2013)	2,031	805	987	708	968	759	807	1,287	1,162	1,537	1,812	1,340	14,205	14,205

4 外国人宿泊者数

平成25年の外国人延べ宿泊者数は、130,890人（対前年比138.3%）でした。国別の内訳（従業者数10人以上の施設）は、1位が台湾で28,740人（同154.3%）、2位が韓国で24,480人（同183.0%）、3位が中国で15,560人（同110.4%）、4位が香港で7,570人（同213.8%）でした。特に、香港、韓国、マレーシア（750人、同166.7%）、台湾が大幅に伸びました。



（単位：人）

25年順位	国・地域	平成19年	平成20年	平成21年	平成22年	平成23年	平成24年	平成25年	平成25年の対前年比較
1	台湾	25,290	25,330	17,960	12,090	13,200	18,630	28,740	154.3%
2	韓国	14,950	9,070	11,080	11,800	13,330	13,380	24,480	183.0%
3	中国	10,340	14,100	13,590	25,300	16,670	14,100	15,560	110.4%
4	香港	4,740	5,520	3,330	3,500	2,610	3,540	7,570	213.8%
5	アメリカ	8,260	8,520	5,410	7,250	5,070	5,350	5,710	106.7%
6	タイ	3,530	2,500	1,940	5,390	2,780	6,910	4,790	69.3%
7	イギリス	1,560	1,050	3,010	3,840	2,720	3,500	2,050	58.6%
8	フィリピン	-	-	-	-	-	-	1,320	-
9	フランス	2,290	4,160	4,320	1,660	1,810	1,740	1,040	59.8%
10	ドイツ	1,670	2,660	3,970	3,280	2,890	2,070	1,030	49.8%
	その他	17,690	17,990	21,950	21,630	16,300	17,270	21,660	125.4%
	合計（国別合計・従業者数10人以上施設）	90,320	90,900	86,560	95,740	77,380	86,490	113,950	131.7%
	従業者数9人以下施設	-	-	-	10,260	13,610	8,170	16,940	207.3%
	合計（従業者数9人以下施設含む）	-	-	-	106,000	90,990	94,660	130,890	138.3%

※「従業者数9人以下施設」については、H22.4より推計を行っている。

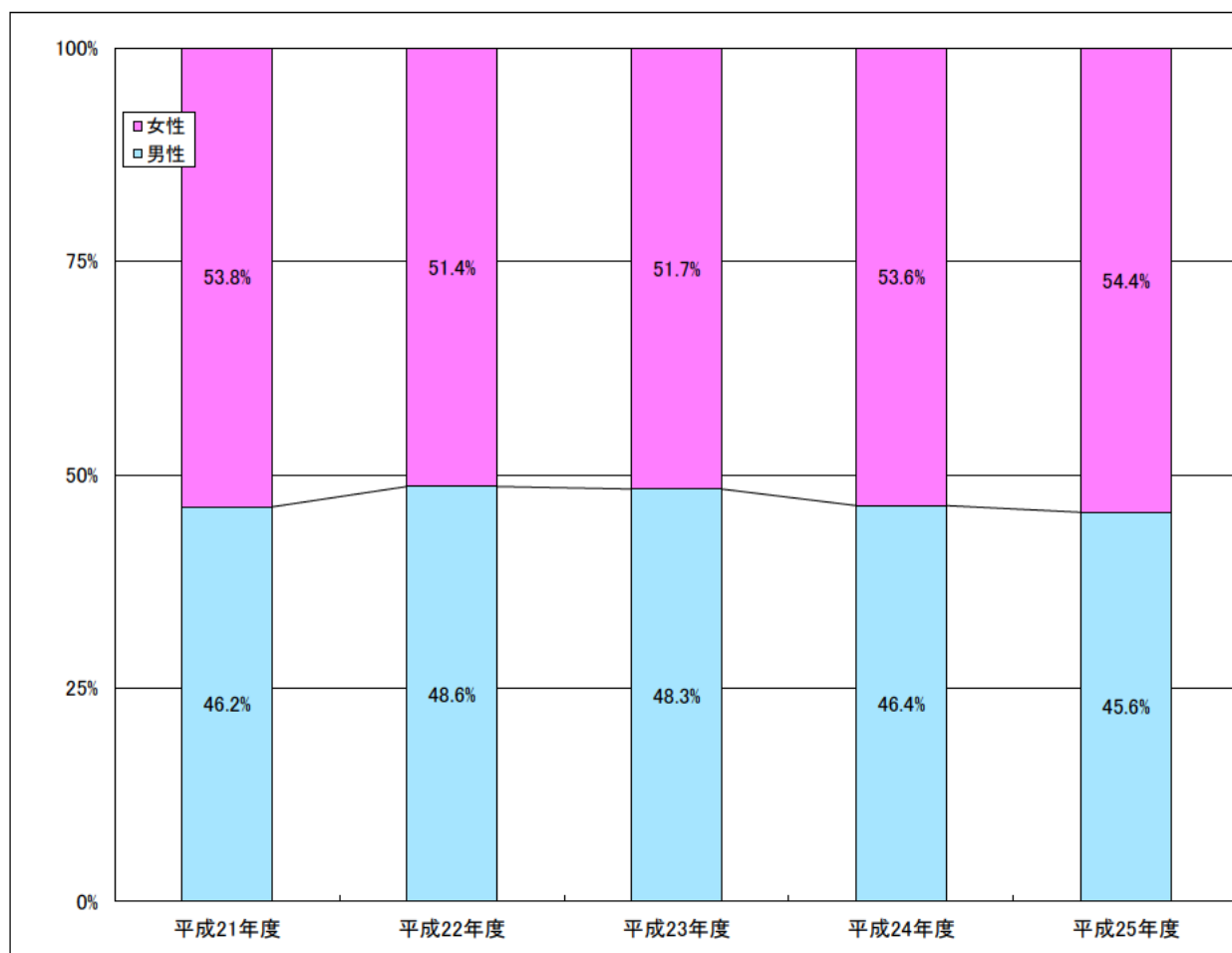
※「国別」の数値は、従業者10人以上施設のための推計値である。

※「フィリピン」については、H25.4より推計を行っている。

※「香港」については、中国とは別に集計されている。

5 男女構成割合

男女構成割合の推移を見ると、女性が半数強を占めています。

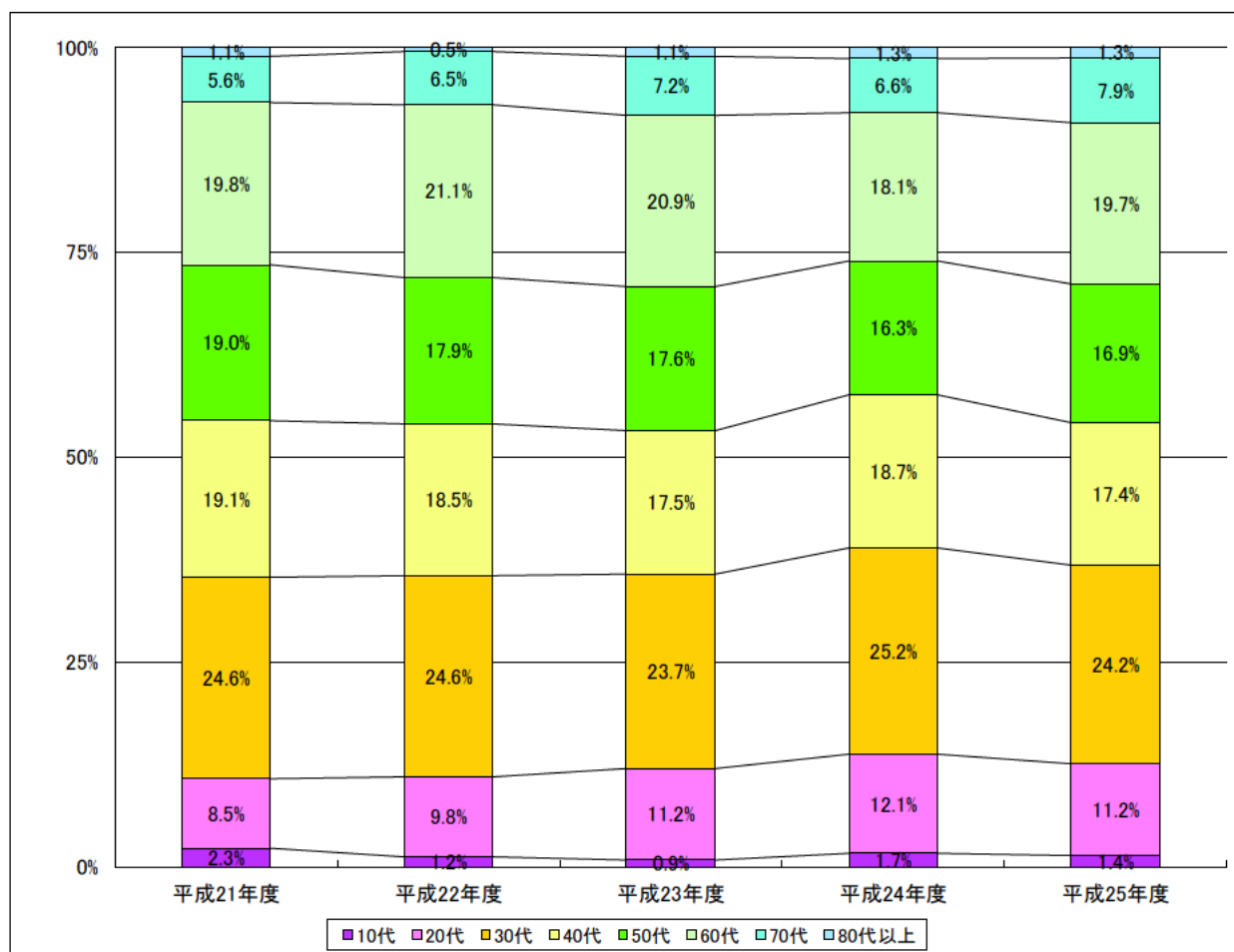


	平成21年度	平成22年度	平成23年度	平成24年度	平成25年度
男性	46.2%	48.6%	48.3%	46.4%	45.6%
女性	53.8%	51.4%	51.7%	53.6%	54.4%

6 年齢構成割合

年齢構成割合の推移を見ると、平成25年度は、50代以上の年齢層が増加し、40代以下の年齢層が減少しています。

平成25年度は、30代が24.2%と最も高く、次いで60代、40代、50代と続いています。

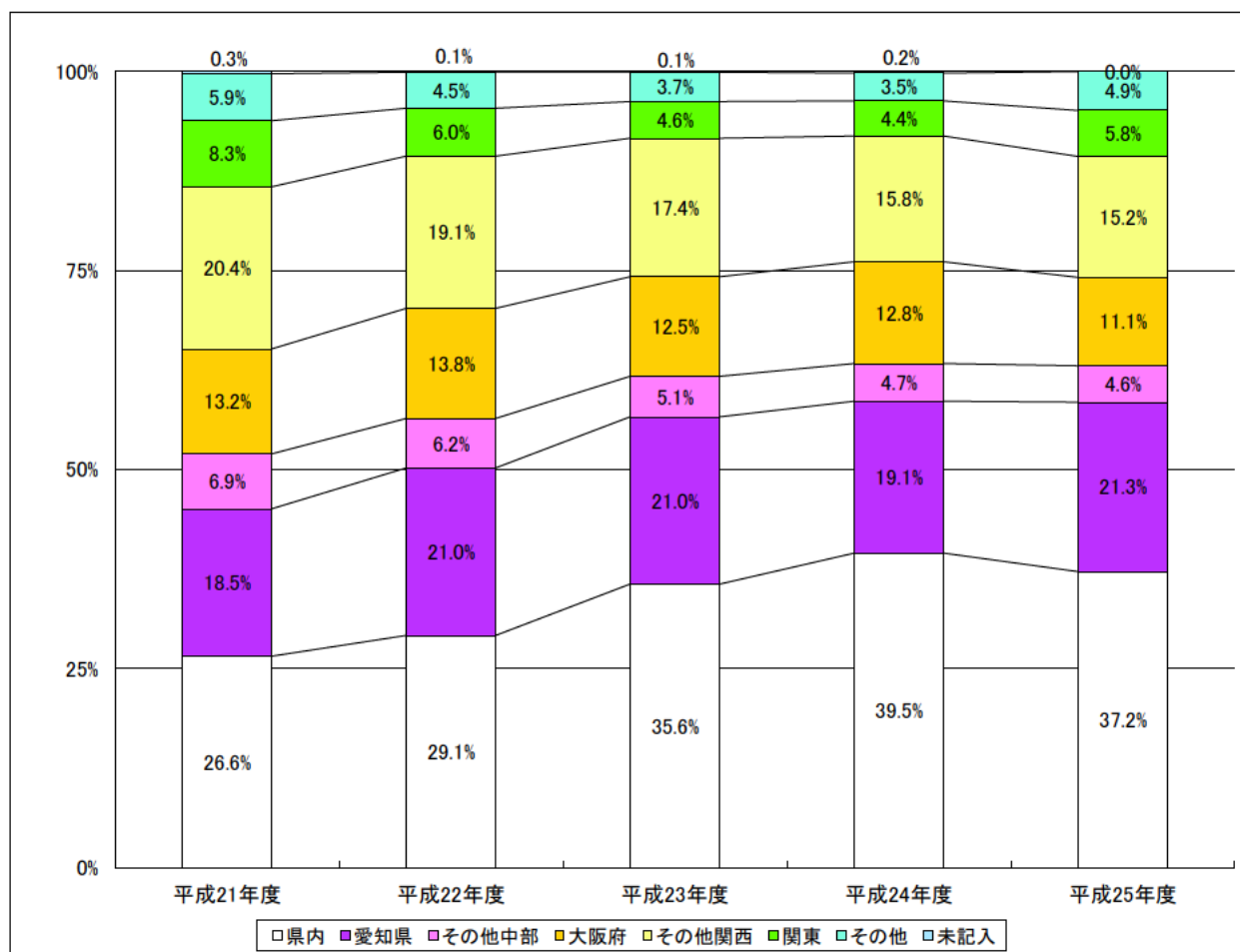


	平成21年度	平成22年度	平成23年度	平成24年度	平成25年度
10代	2.3%	1.2%	0.9%	1.7%	1.4%
20代	8.5%	9.8%	11.2%	12.1%	11.2%
30代	24.6%	24.6%	23.7%	25.2%	24.2%
40代	19.1%	18.5%	17.5%	18.7%	17.4%
50代	19.0%	17.9%	17.6%	16.3%	16.9%
60代	19.8%	21.1%	20.9%	18.1%	19.7%
70代	5.6%	6.5%	7.2%	6.6%	7.9%
80代以上	1.1%	0.5%	1.1%	1.3%	1.3%

7 居住地構成割合

居住地構成割合の推移を見ると、平成24年度まで増加傾向にあった「県内」が減少しています。これは、県外客の増加に伴い、相対的に県内客の割合が減少した可能性があります。また、「その他関西」が減少傾向にあるようです。関西圏と中部圏を比べると、以前は関西圏が勝っていましたが、近年では両者が拮抗しています。

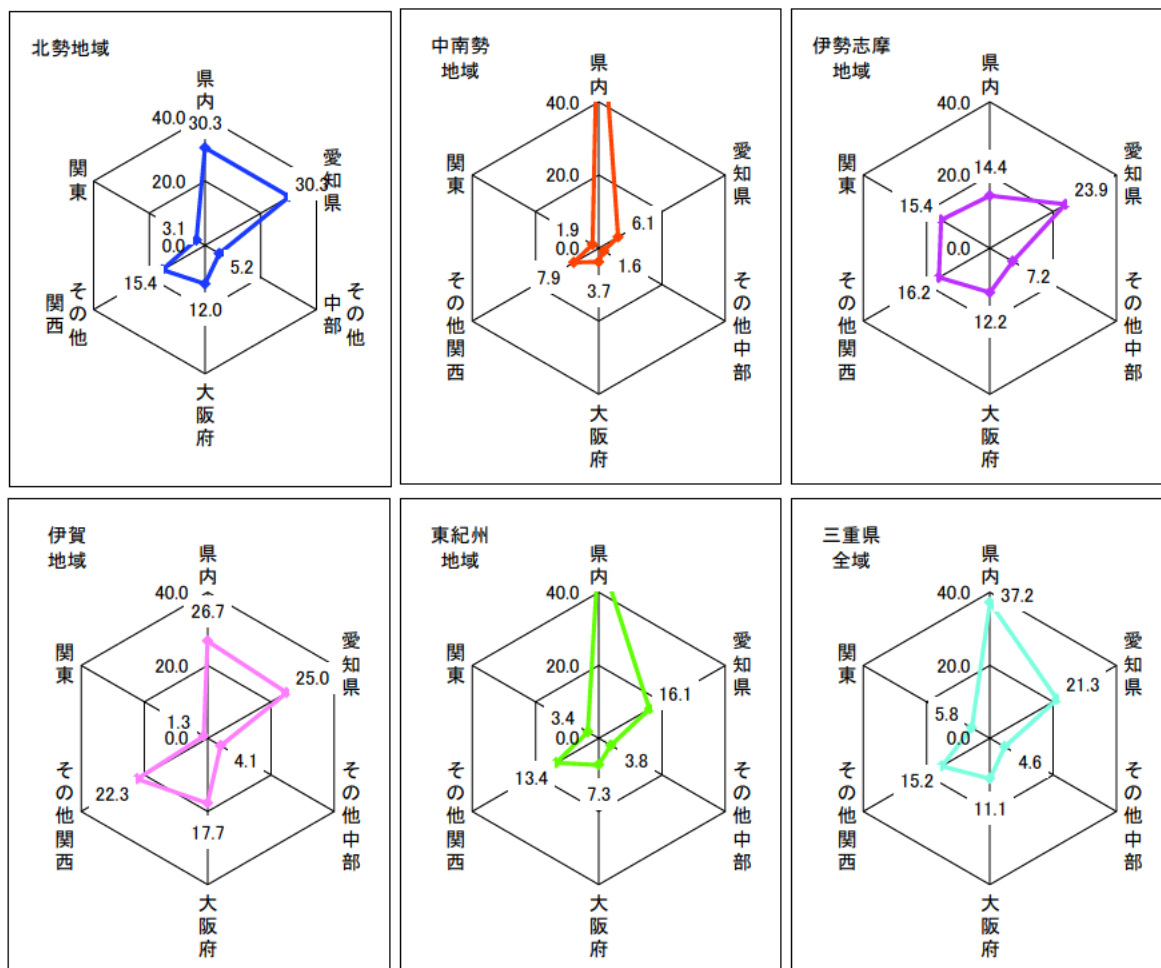
平成25年度は、「県内」が37.2%と最も高く、「愛知県」が21.3%、「大阪府」が11.1%となっています。また、「関東」及び「その他」が、それぞれ5.8%と4.9%となり、前年度よりも1.4ポイント増加しました。



	平成21年度	平成22年度	平成23年度	平成24年度	平成25年度
県内	26.6%	29.1%	35.6%	39.5%	37.2%
中部	25.4%	27.2%	26.1%	23.8%	25.9%
愛知県	18.5%	21.0%	21.0%	19.1%	21.3%
その他中部	6.9%	6.2%	5.1%	4.7%	4.6%
関西	33.6%	32.9%	29.9%	28.6%	26.3%
大阪府	13.2%	13.8%	12.5%	12.8%	11.1%
その他関西	20.4%	19.1%	17.4%	15.8%	15.2%
関東	8.3%	6.0%	4.6%	4.4%	5.8%
その他	5.9%	4.5%	3.7%	3.5%	4.9%
未記入	0.3%	0.1%	0.1%	0.2%	0.0%

7 -2 地域別居住地構成割合

居住地構成割合を地域別に見ると、「中南勢地域」及び「東紀州地域」は「県内」が高く、「北勢地域」は「愛知県」が高くなっています。また、「伊賀地域」は、関西圏と中部圏の両方からの集客があり、「伊勢志摩地域」は他地域に比べて県外客の割合が高く、「関東」など遠方からの集客力が高いことが特徴となっています。



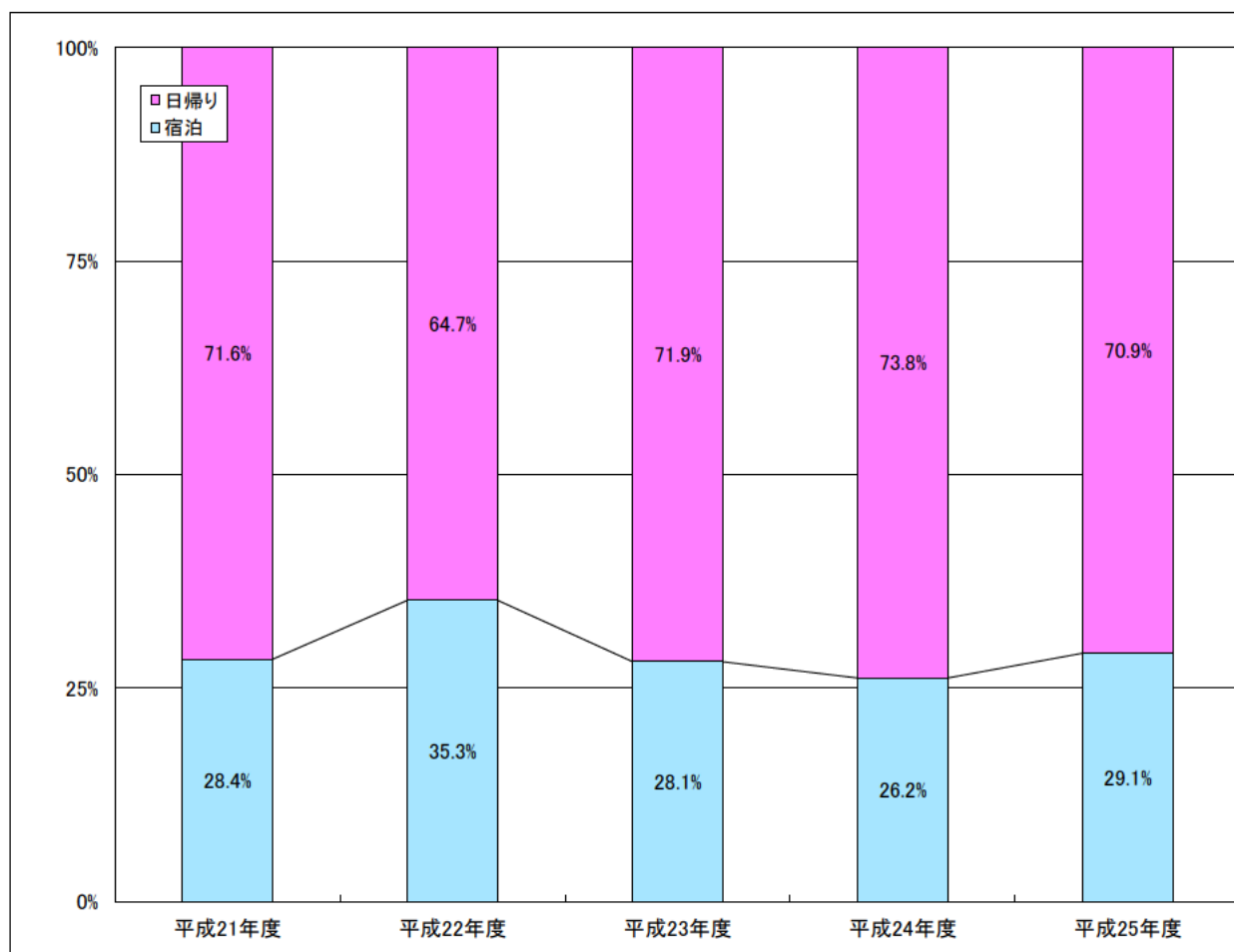
(%)

	北勢地域	中南勢地域	伊勢志摩地域	伊賀地域	東紀州地域	三重県全域
県内	30.3	77.6	14.4	26.7	51.3	37.2
愛知県	30.3	6.1	23.9	25.0	16.1	21.3
その他中部	5.2	1.6	7.2	4.1	3.8	4.6
大阪府	12.0	3.7	12.2	17.7	7.3	11.1
その他関西	15.4	7.9	16.2	22.3	13.4	15.2
関東	3.1	1.9	15.4	1.3	3.4	5.8

8 滞在種別構成割合（宿泊・日帰りの別）

滞在種別構成割合は、「宿泊」が3割前後で推移しています。

平成25年度は、「宿泊」が2.9ポイント上昇しています。一般的に、宿泊の割合が上昇すると、滞在時間が増加し、観光消費額も増額することが期待されます。

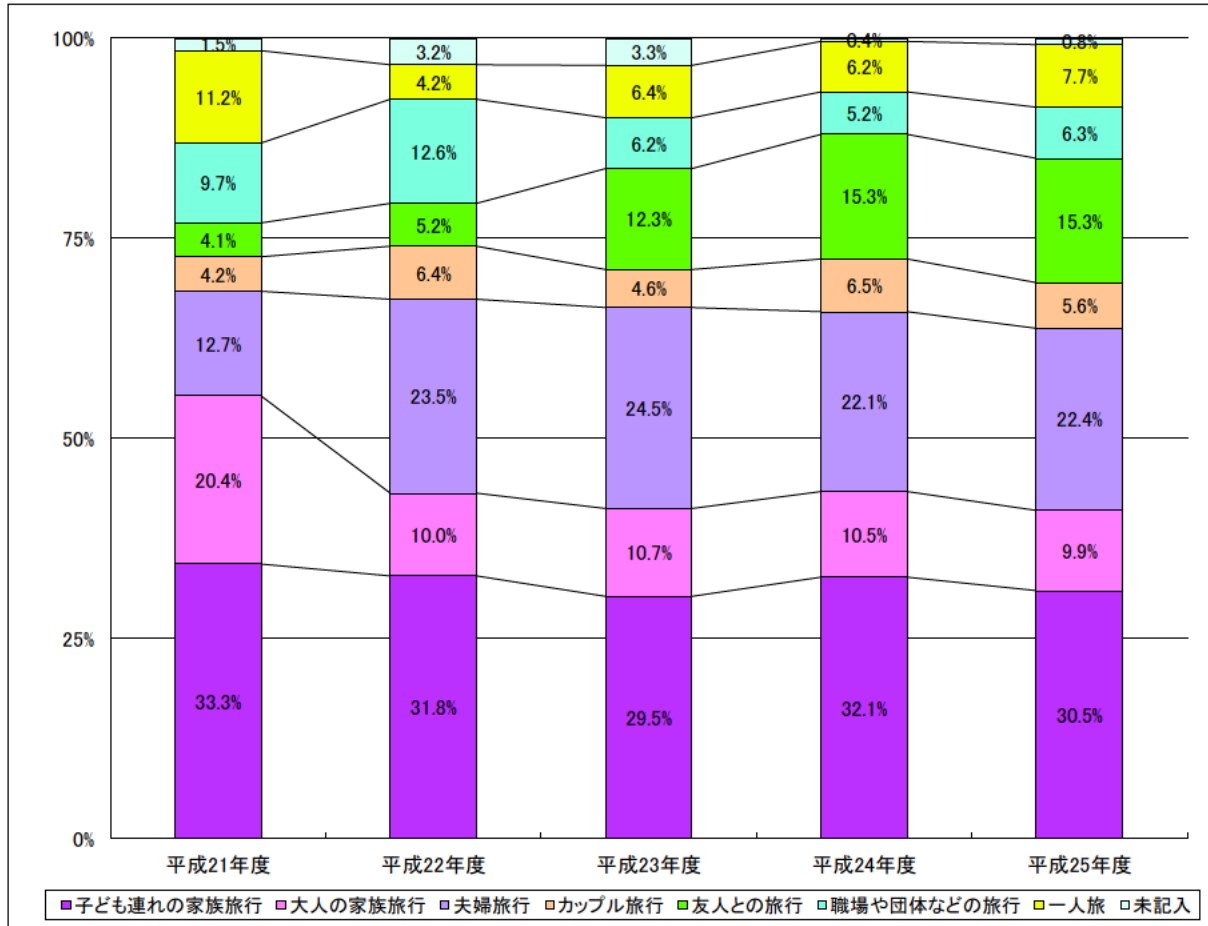


	平成21年度	平成22年度	平成23年度	平成24年度	平成25年度
宿泊	28.4%	35.3%	28.1%	28.1%	29.1%
日帰り	71.6%	64.7%	71.9%	73.8%	70.9%

9 同行者構成割合

同行者構成割合の推移を見ると、近年、「友人との旅行」と「一人旅」が増加傾向にあります。

平成25年度は、「子ども連れの家族旅行」が30.5%と最も高く、次いで「夫婦旅行」の22.4%となっています。

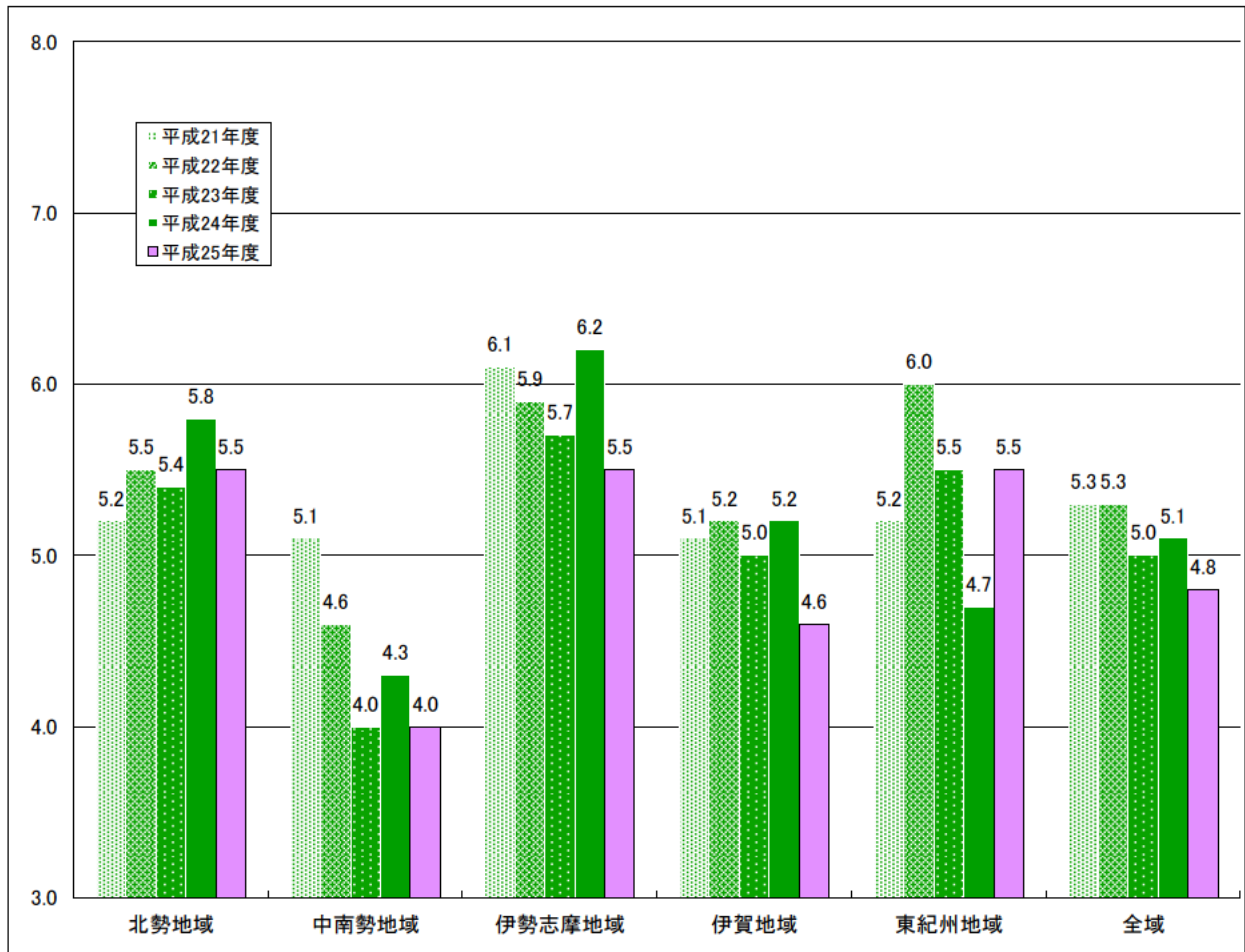


	平成21年度	平成22年度	平成23年度	平成24年度	平成25年度
子ども連れの家族旅行	33.3%	31.8%	29.5%	32.1%	30.5%
大人の家族旅行	20.4%	10.0%	10.7%	10.5%	9.9%
夫婦旅行	12.7%	23.5%	24.5%	22.1%	22.4%
カップル旅行	4.2%	6.4%	4.6%	6.5%	5.6%
友人との旅行	4.1%	5.2%	12.3%	15.3%	15.3%
職場や団体などの旅行	9.7%	12.6%	6.2%	5.2%	6.3%
一人旅	11.2%	4.2%	6.4%	6.2%	7.7%
その他	2.9%	3.1%	2.3%	1.6%	1.5%
未記入	1.5%	3.2%	3.3%	0.4%	0.8%

10 平均滞在時間（日帰り）

平均滞在時間の推移を見ると、平成24年度に増加した地域において、数値が減少しています。逆に、東紀州地域では、数値が上昇し、前々年の水準に戻りました。

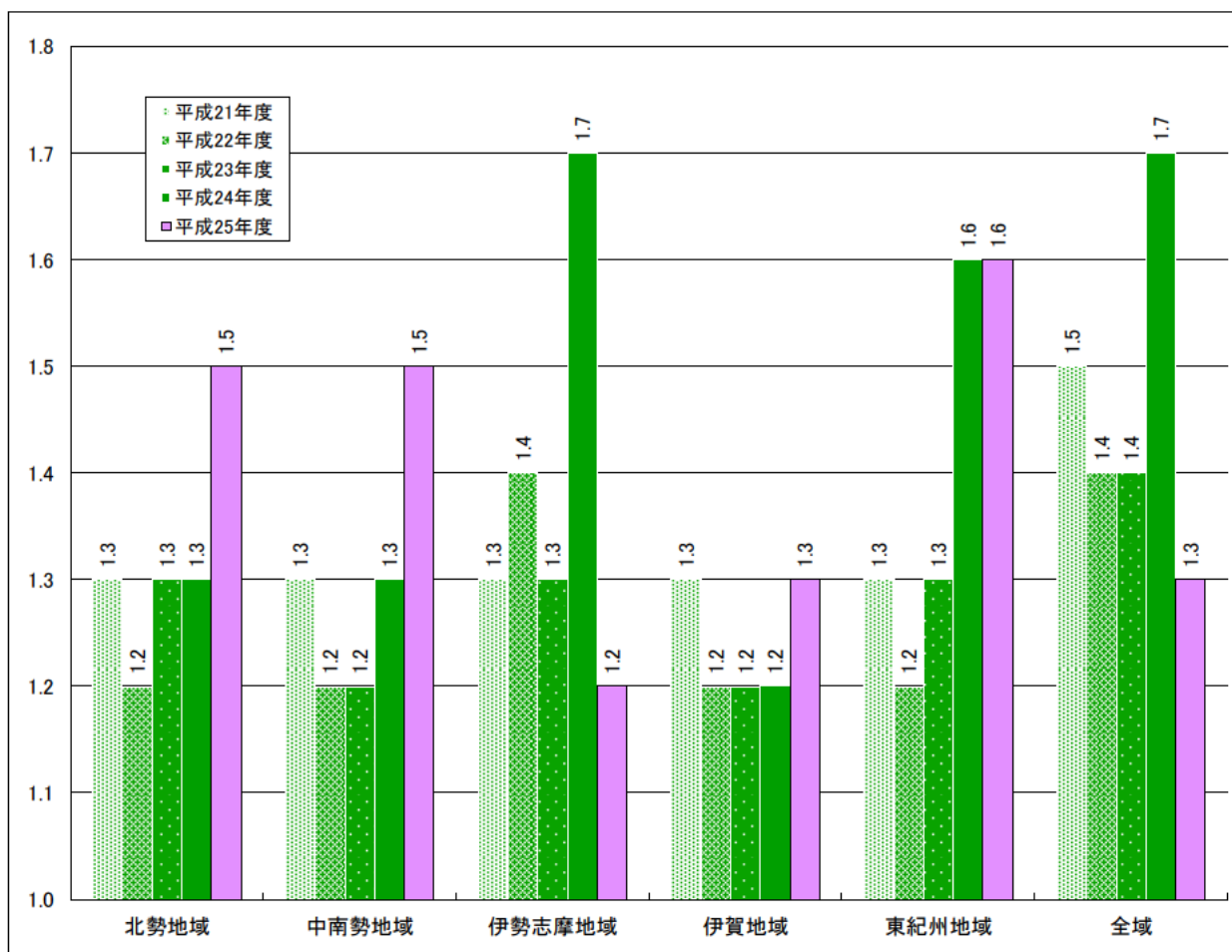
平成25年度は、全域の数値が4.8時間となり、前年度から0.3時間（18分）減少しました。



	平成21年度	平成22年度	平成23年度	平成24年度	平成25年度
北勢地域	5.2	5.5	5.4	5.8	5.5
中南勢地域	5.1	4.6	4.0	4.3	4.0
伊勢志摩地域	6.1	5.9	5.7	6.2	5.5
伊賀地域	5.1	5.2	5.0	5.2	4.6
東紀州地域	5.2	6.0	5.5	4.7	5.5
全域	5.3	5.3	5.0	5.1	4.8

11 平均宿泊日数

平均宿泊日数の推移を見ると、北勢地域、中南勢地域及び伊賀地域で前年度より増加しているほか、東紀州地域は前年並み、伊勢志摩地域は前年度より減少という結果になりました。宿泊客の多い伊勢志摩地域の影響を受けて、全域でも減少しています。



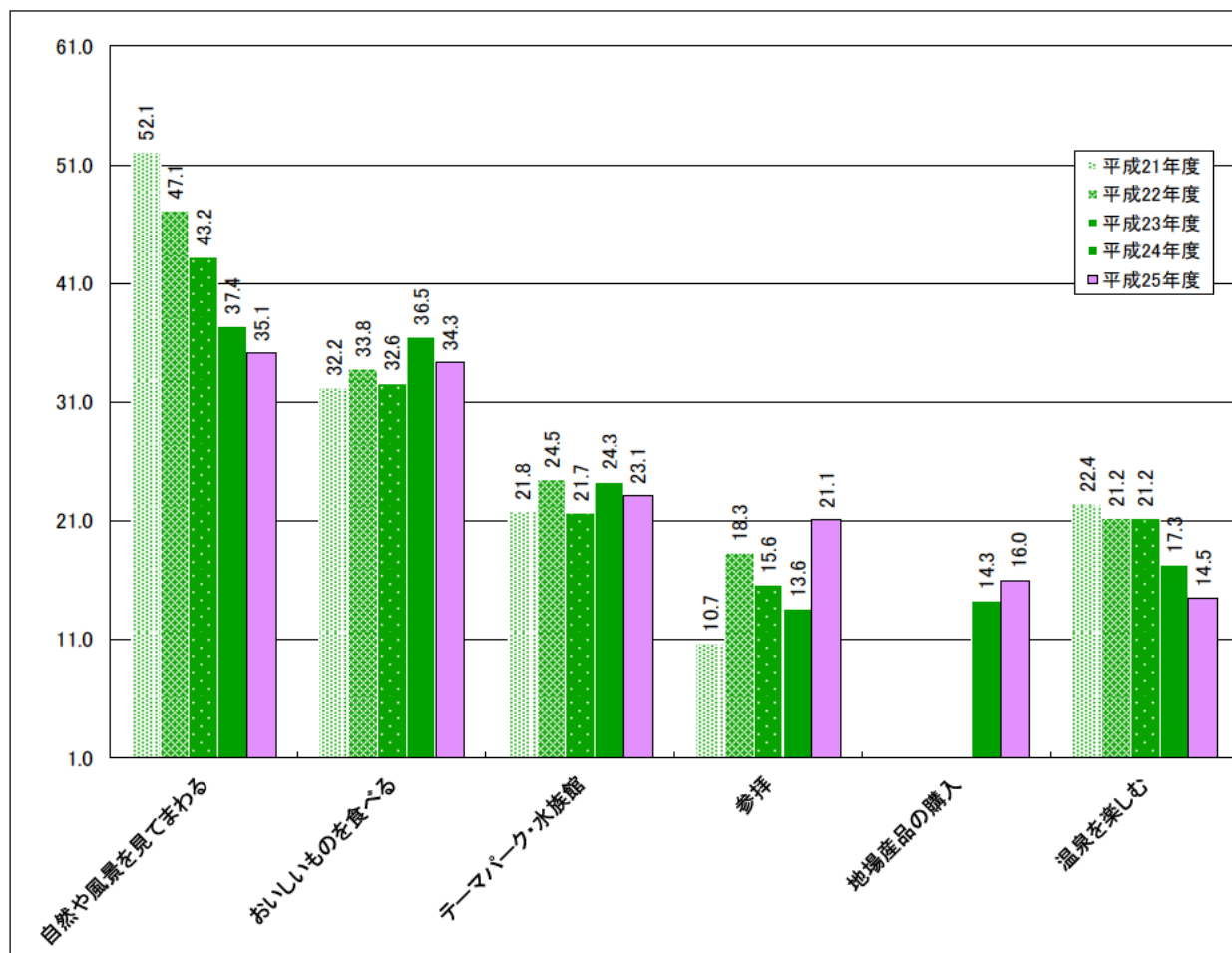
(日)

	平成21年度	平成22年度	平成23年度	平成24年度	平成25年度
北勢地域	1.3	1.2	1.3	1.3	1.5
中南勢地域	1.3	1.2	1.2	1.2	1.5
伊勢志摩地域	1.3	1.4	1.3	1.7	1.2
伊賀地域	1.3	1.2	1.2	1.2	1.3
東紀州地域	1.3	1.2	1.3	1.6	1.6
全域	1.5	1.4	1.4	1.7	1.3

12 旅行目的

旅行目的では、「自然や風景を見てまわる」と「おいしいものを食べる」が三重県における2大旅行目的となっています。

平成25年度は、伊勢神宮で遷宮が行われたこともあり、「参拝」が21.1%と、前年度から大きく増加しました。



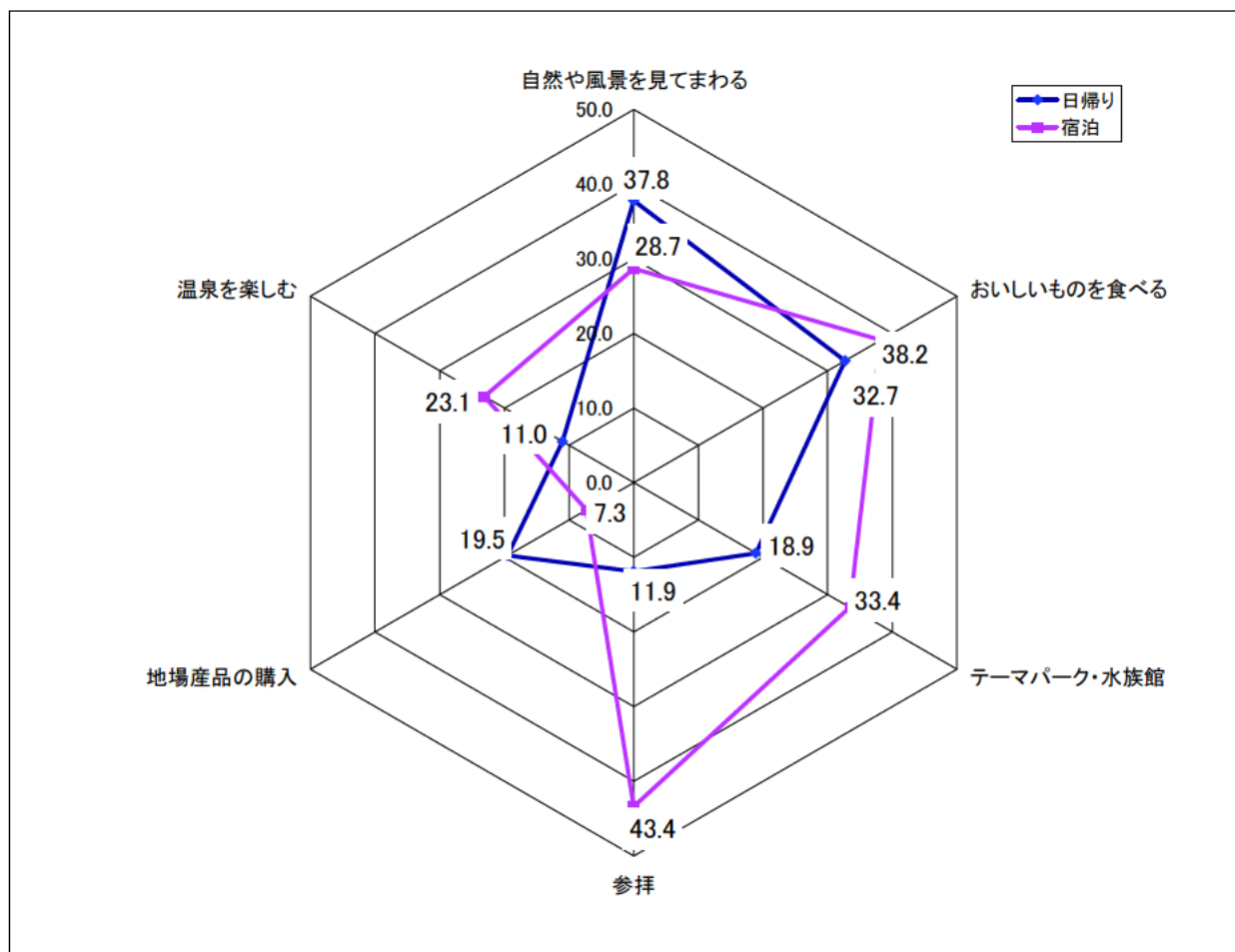
(%)

	平成21年度	平成22年度	平成23年度	平成24年度	平成25年度
自然や風景を見てまわる	52.1	47.1	43.2	37.4	35.1
おいしいものを食べる	32.2	33.8	32.6	36.5	34.3
テーマパーク・水族館	21.8	24.5	21.7	24.3	23.1
参拝	10.7	18.3	15.6	13.6	21.1
地場産品の購入				14.3	16.0
温泉を楽しむ	22.4	21.2	21.2	17.3	14.5

12 -2 滞在種別旅行目的

旅行目的を滞在種別に見ると、「宿泊」より「日帰り」で高くなっているのは、「自然や風景を見てまわる」と「地場製品の購入」になっています。「おいしいものを食べる」と「温泉を楽しむ」は「宿泊」に付随する目的であることが多いものと推測され、「テーマパーク・水族館」や「参拝」は、遠方からの集客力を有するために、宿泊を伴う場合が多いのではないかと推測されます。

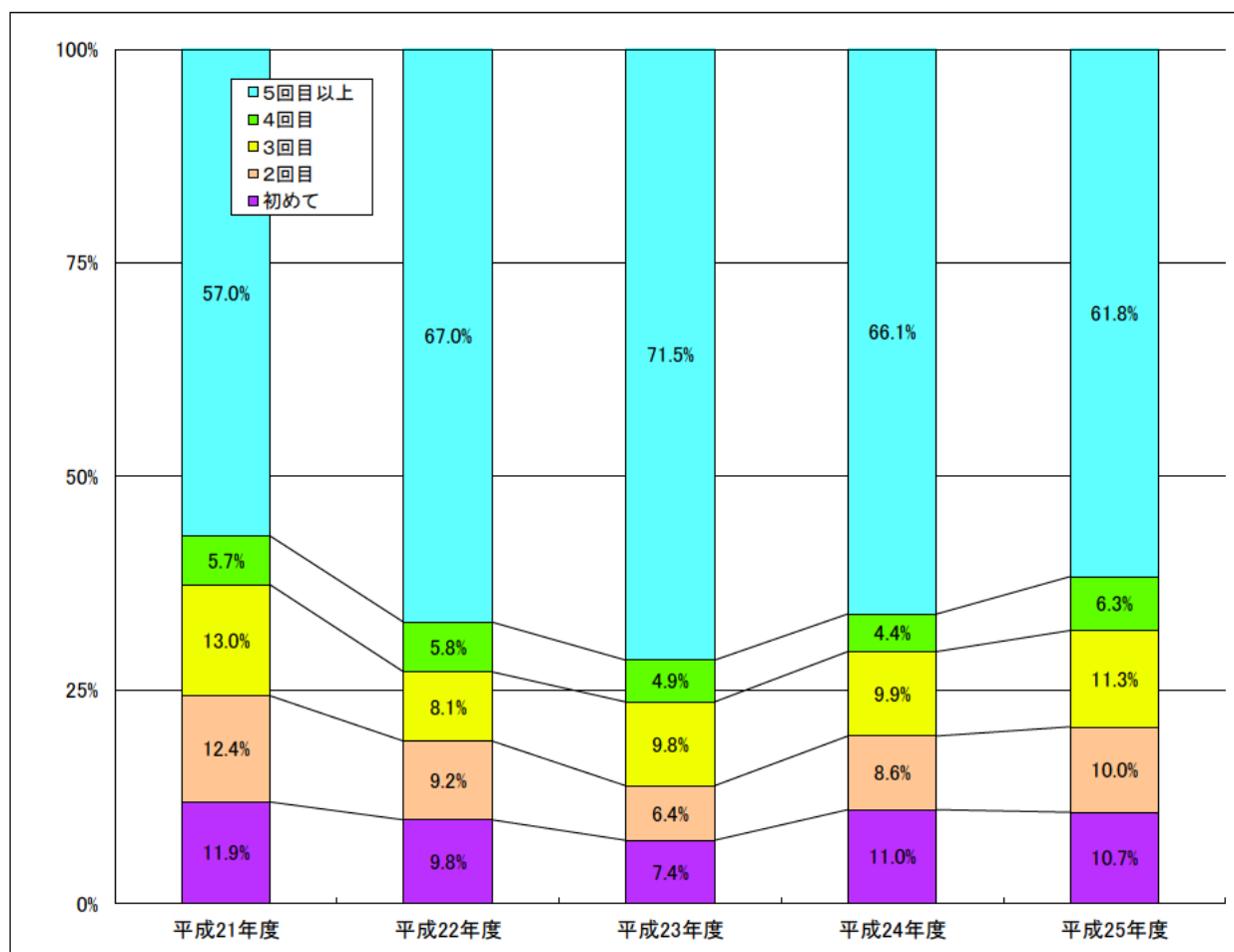
なお、「日帰り」の場合には、「温泉を楽しむ」や「参拝」を目的とすることが少なくなっています。



	日帰り	宿泊	計
自然や風景を見てまわる	37.8	28.7	35.1
おいしいものを食べる	32.7	38.2	34.3
テーマパーク・水族館	18.9	33.4	23.1
参拝	11.9	43.4	21.1
地場製品の購入	19.5	7.3	16
温泉を楽しむ	11	23.1	14.5

13 来訪回数

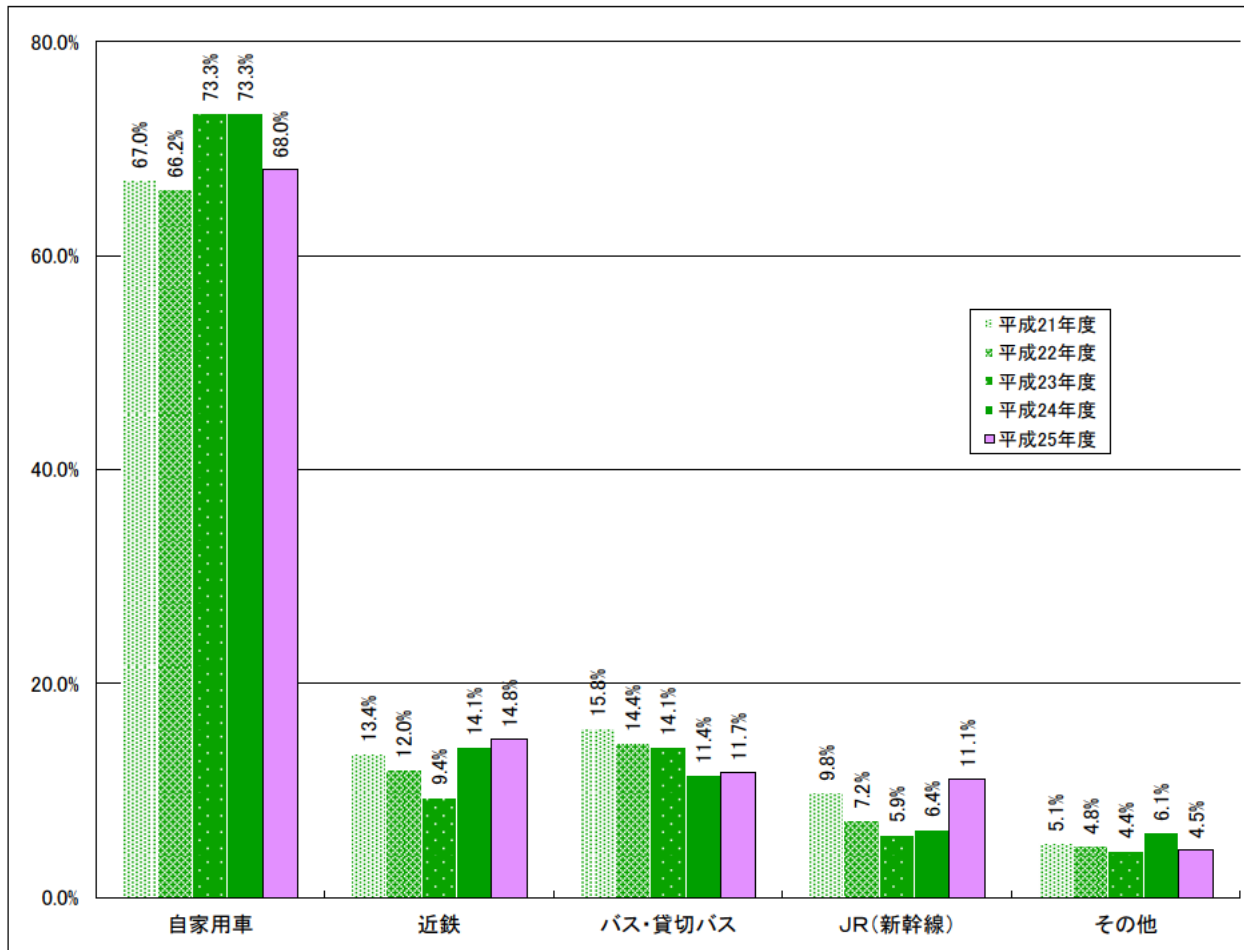
来訪回数は、2年連続で、「5回目以上」のハードリピーターが減少し、4回目以下の割合が増加しています。その理由としては、遷宮効果で、これまで関心の低かった方の来訪が増加している可能性があります。



	平成21年度	平成22年度	平成23年度	平成24年度	平成25年度
初めて	11.9%	9.8%	7.4%	11.0%	10.7%
2回目	12.4%	9.2%	6.4%	6.4%	10.0%
3回目	13.0%	8.1%	9.8%	9.9%	11.3%
4回目	5.7%	5.8%	4.9%	4.4%	6.3%
5回目以上	57.0%	67.0%	71.5%	66.1%	61.8%

14 交通手段（三重県まで）

三重県までの交通手段は、圧倒的に「自家用車」の割合が高くなっています。また、平成24年度以降、「近鉄」の割合が増加傾向にあります。その一因として、観光特急「しまかぜ」の運行が好調であることなどが考えられます。



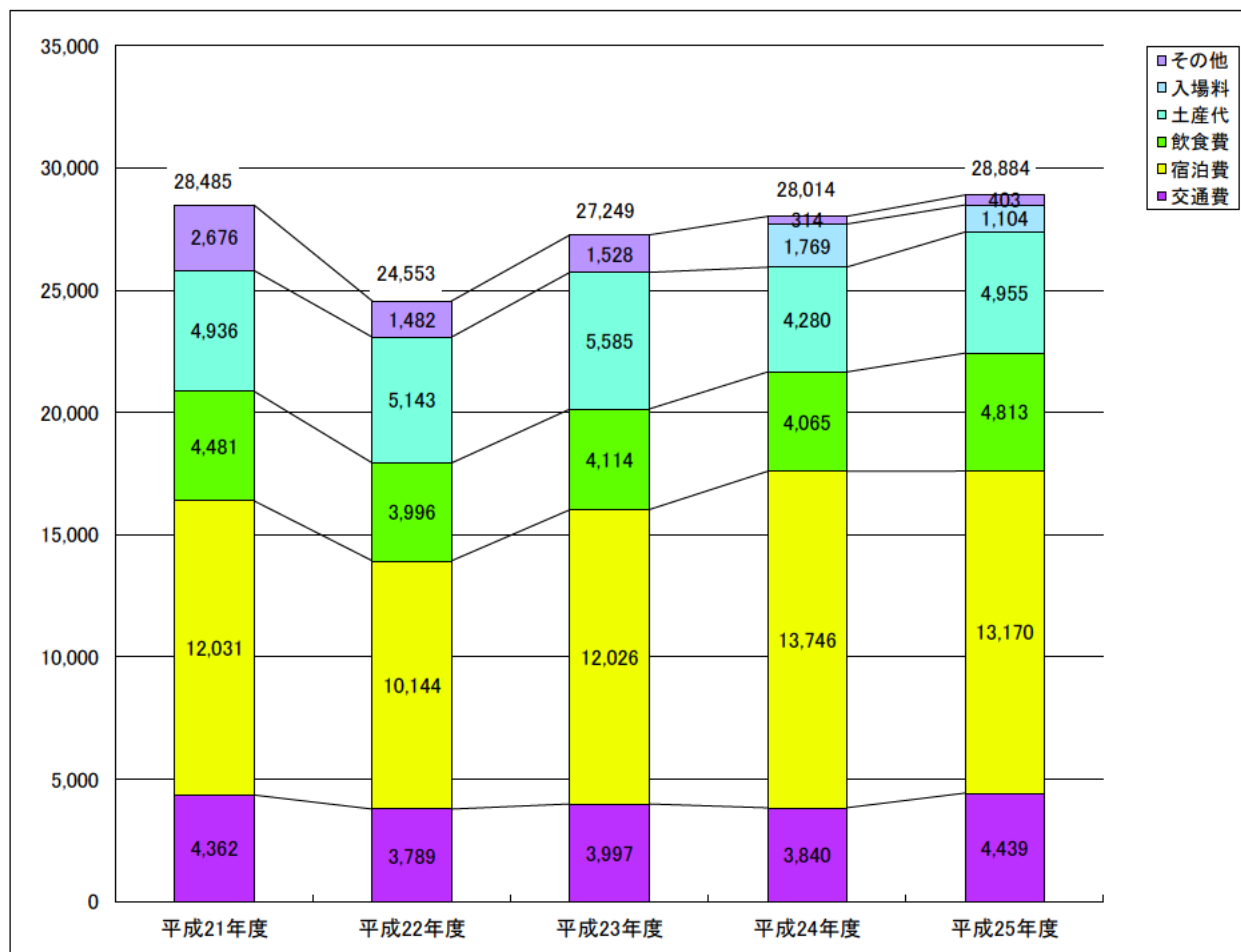
	平成21年度	平成22年度	平成23年度	平成24年度	平成25年度
自家用車	67.0%	66.2%	73.3%	73.3%	68.0%
近鉄	13.4%	12.0%	9.4%	14.1%	14.8%
バス・貸切バス	15.8%	14.4%	14.1%	11.4%	11.7%
JR(新幹線)	9.8%	7.2%	5.9%	6.4%	11.1%
その他	5.1%	4.8%	4.4%	6.1%	4.5%

※ 平成25年度から新幹線の選択肢を追加

15 一人あたり観光消費額（宿泊）

宿泊旅行者一人あたりの観光消費額は、平成23年度以降、上昇傾向となっています。

平成25年度は、交通費、飲食費、土産代の増加をはじめ、総額で28,884円となり、前年度の28,014円から、870円の増加となっています。



(円)

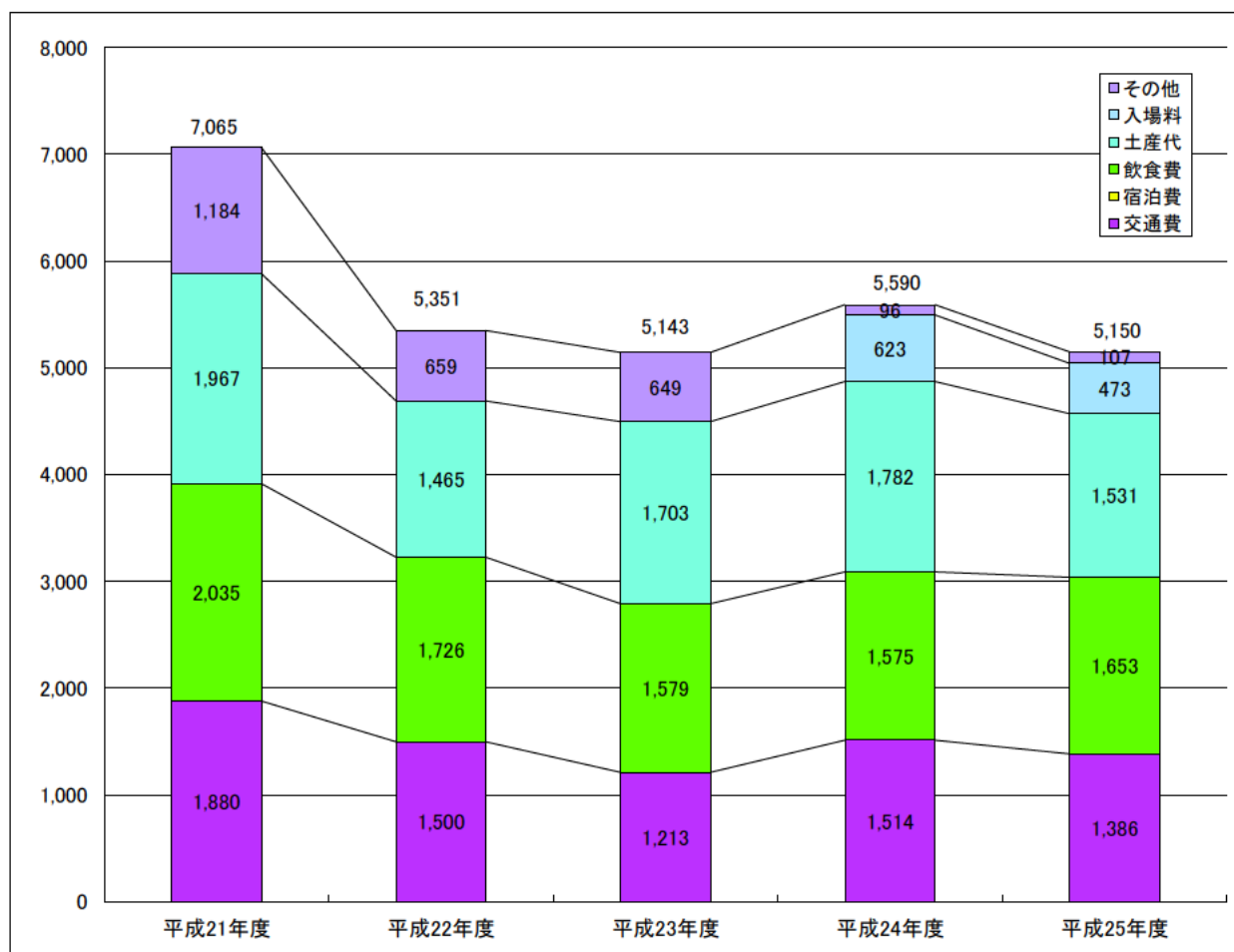
	平成21年度	平成22年度	平成23年度	平成24年度	平成25年度
交通費	4,362	3,789	3,997	3,840	4,439
宿泊費	12,031	10,144	12,026	13,746	13,170
飲食費	4,481	3,996	4,114	4,065	4,813
土産代	4,936	5,143	5,585	4,280	4,955
入場料				1,769	1,104
その他	2,676	1,482	1,528	314	403
総額	28,485	24,553	27,249	28,014	28,884

※ 平成20年度から平成21年度にかけて調査方法を見直し

16 一人あたり観光消費額（日帰り）

日帰り旅行者一人あたりの観光消費額は、前年度より減少しました。

平成25年度は、交通費や土産代などが減少したことで、総額が5,150円となり、前年度の5,590円から440円の減少となっています。

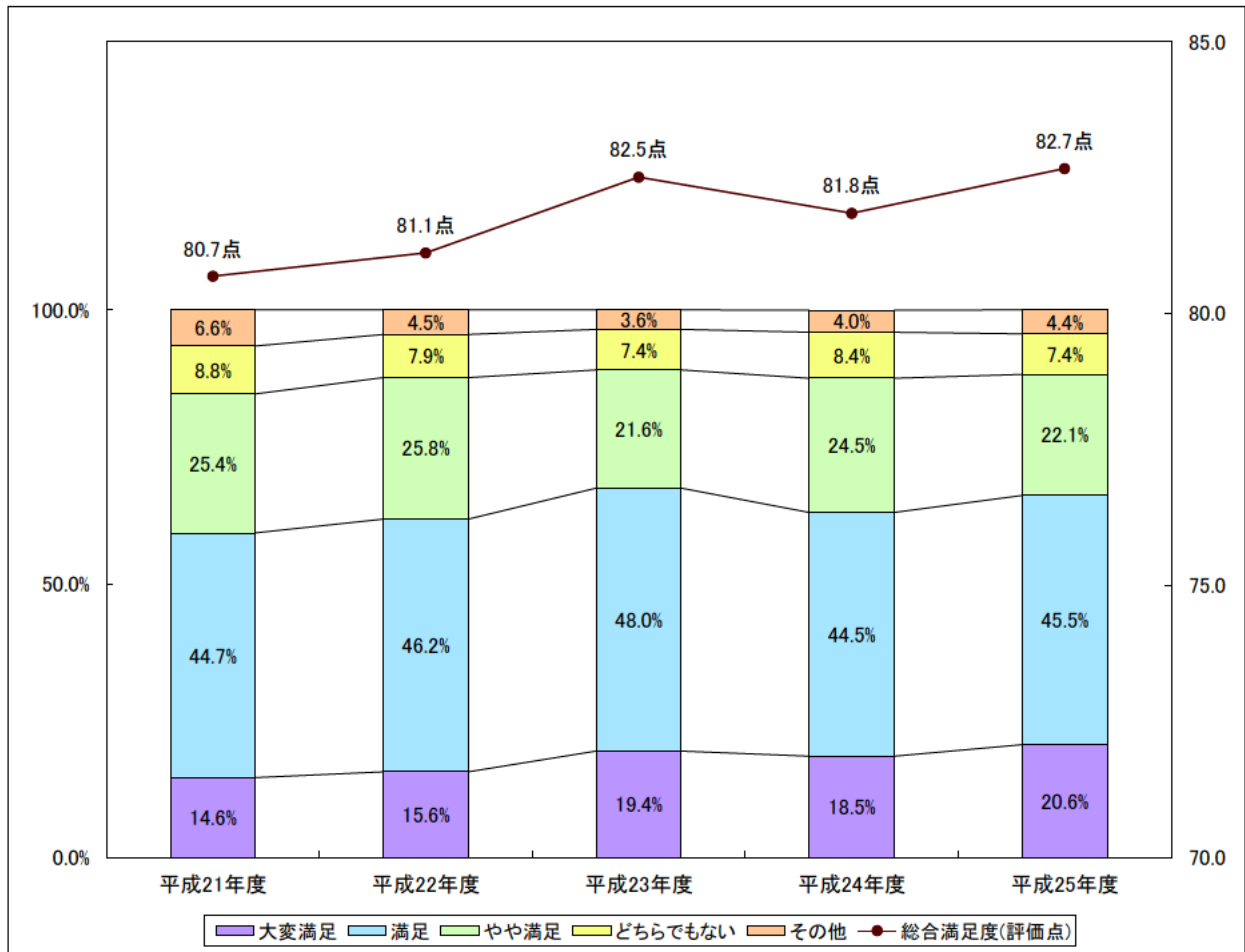


(円)

	平成21年度	平成22年度	平成23年度	平成24年度	平成25年度
交通費	1,880	1,500	1,213	1,514	1,386
宿泊費	/	/	/	/	/
飲食費	2,035	1,726	1,579	1,575	1,653
土産代	1,967	1,465	1,703	1,782	1,531
入場料	/	/	/	623	473
その他	1,184	659	649	96	107
総額	7,065	5,351	5,143	5,590	5,150

17 総合満足度

総合満足度(評価点)は、おおむね80点超で推移しており、平成25年度は82.7点となりました。平成24年度は平成23年度から減少したものの、平成25年度は持ち直しており、着実に向上しているのではないかと考えます。



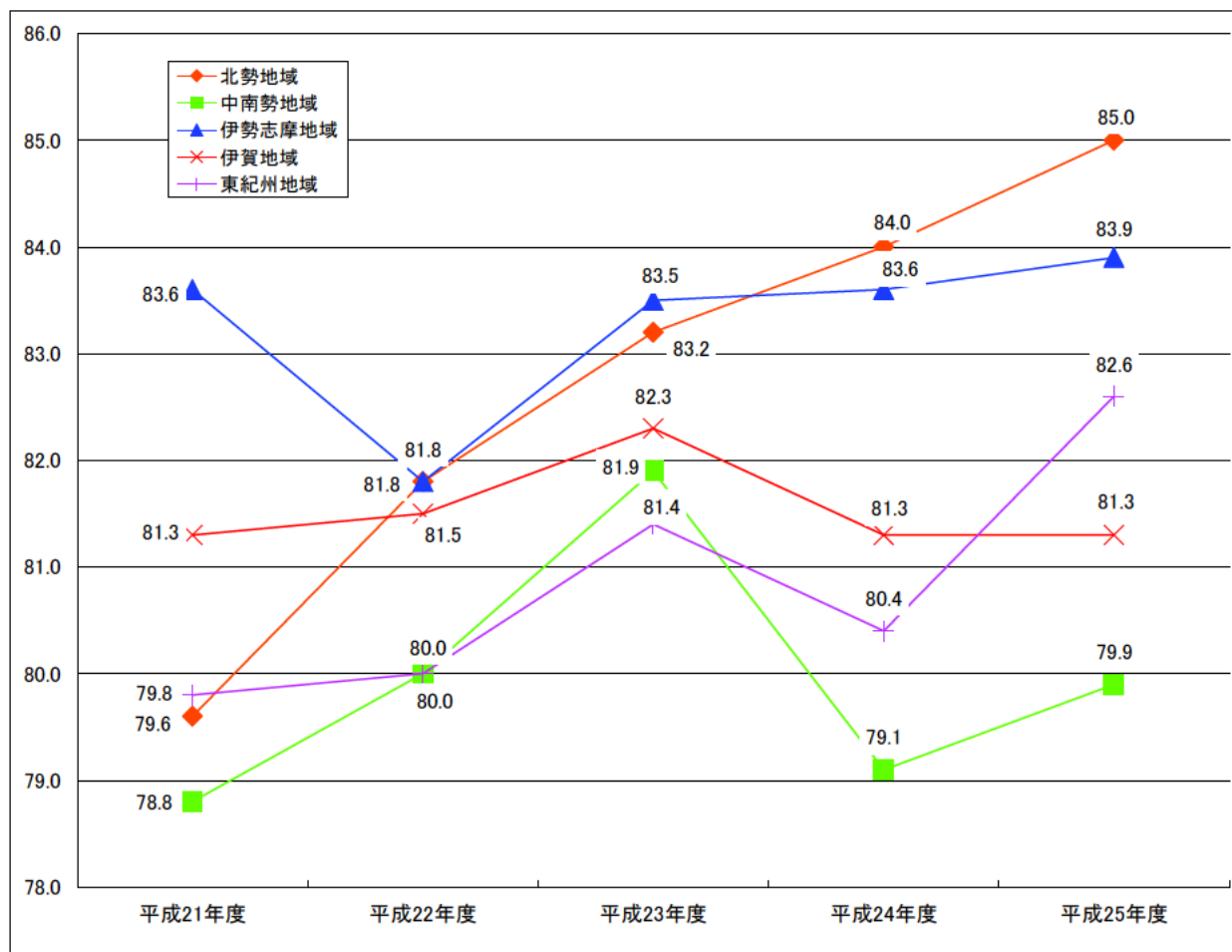
	平成21年度	平成22年度	平成23年度	平成24年度	平成25年度
大変満足	14.6%	15.6%	19.4%	18.5%	20.6%
満足	44.7%	46.2%	48.0%	44.5%	45.5%
やや満足	25.4%	25.8%	21.6%	24.5%	22.1%
どちらでもない	8.8%	7.9%	7.4%	8.4%	7.4%
やや不満	1.1%	1.4%	1.1%	0.9%	1.2%
不満	0.1%	0.2%	0.3%	0.2%	0.2%
大変不満	0.2%	0.1%	0.1%	0.0%	0.0%
未記入	5.1%	2.8%	2.1%	2.9%	3.0%
総合満足度(評価点)	80.7点	81.1点	82.5点	81.8点	82.7点

※ 総合満足度(評価点)とは、大変満足=7点、満足=6点、やや満足=5点、どちらでもない=4点、やや不満=3点、不満=2点、大変不満=1点としてその平均点を算出して、100点満点に換算したものの。回答者の平均点をYとし、100点に換算した点数をXとすると、 $X=100Y/7$ となる。

17 -2 地域別総合満足度(評価点)

地域別に総合満足度(評価点)を見ると、平成22年度以降は、「北勢地域」と「伊勢志摩地域」が高水準にあります。

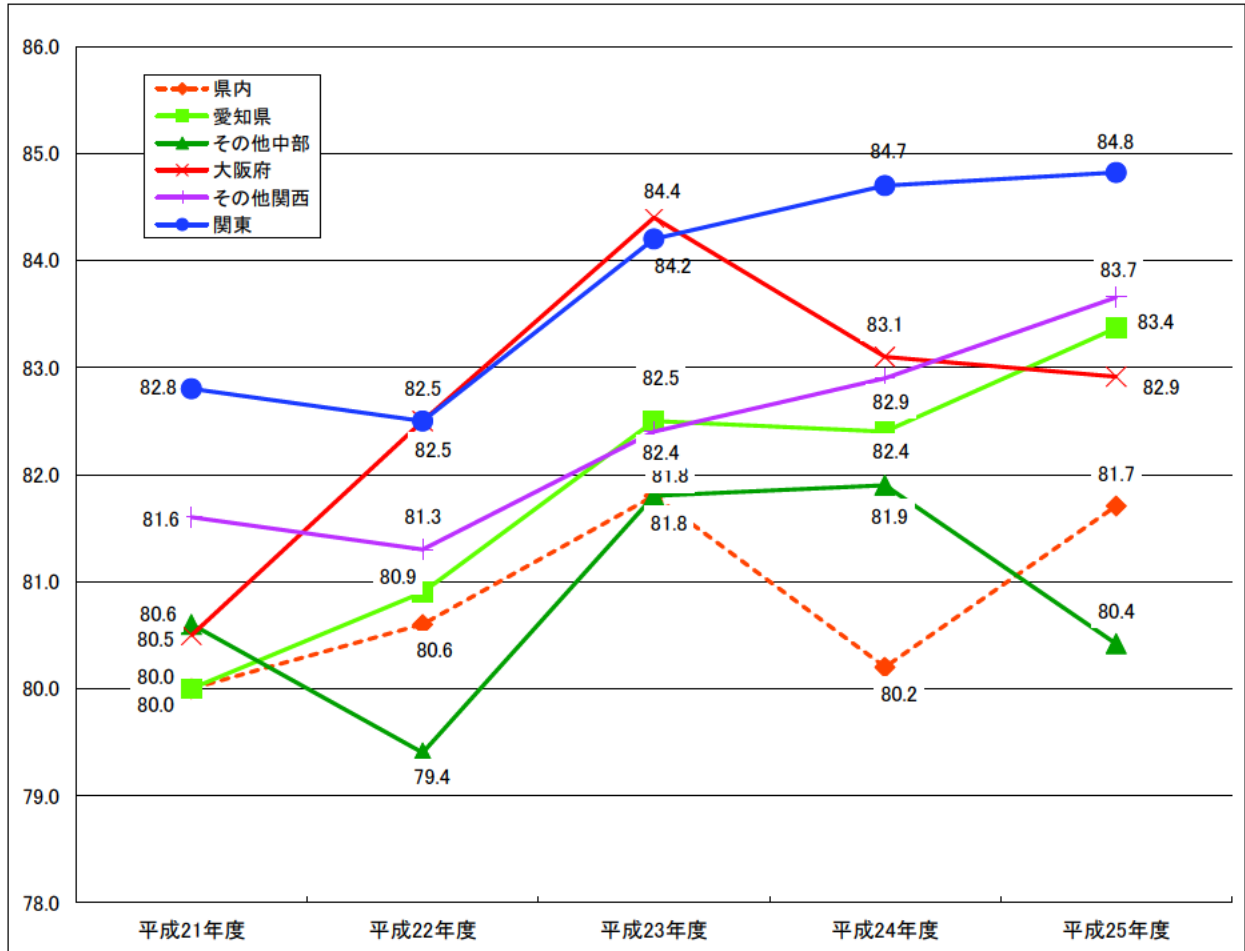
平成25年度は、伊賀地域が前年と同じであったほか、その他の地域では前年度より向上しました。



	平成21年度	平成22年度	平成23年度	平成24年度	平成25年度
北勢地域	79.6点	81.8点	83.2点	84.0点	85.0点
中南勢地域	78.8点	80.0点	81.9点	79.1点	79.9点
伊勢志摩地域	83.6点	81.8点	83.5点	83.6点	83.9点
伊賀地域	81.3点	81.5点	82.3点	81.3点	81.3点
東紀州地域	79.8点	80.0点	81.4点	80.4点	82.6点

17-3 居住地別総合満足度(評価点)

居住地別に総合満足度(評価点)を見ると、「関東」の方の満足度は安定的に高水準にあります。平成25年度は、「県内」の方の満足度が改善しています。



	平成21年度	平成22年度	平成23年度	平成24年度	平成25年度
県内	80.0点	80.6点	81.8点	80.2点	81.7点
愛知県	80.0点	80.9点	82.5点	82.4点	83.4点
その他中部	80.6点	79.4点	81.8点	81.9点	80.4点
大阪府	80.5点	82.5点	84.4点	83.1点	82.9点
その他関西	81.6点	81.3点	82.4点	82.9点	83.7点
関東	82.8点	82.5点	84.2点	84.7点	84.8点

18 地域別の状況

	北勢地域	中南勢地域	伊勢志摩地域	伊賀地域	東紀州地域
滞在種別	「宿泊」 23.7% 「日帰り」 76.3%	「宿泊」 8.2% 「日帰り」 91.8%	「宿泊」 63.3% 「日帰り」 36.7%	「宿泊」 13.0% 「日帰り」 87.0%	「宿泊」 29.5% 「日帰り」 70.5%
居住地 (上位3件)	「県内」 30.3% 「愛知県」 30.3% 「その他関西」 15.4%	「県内」 77.6% 「その他関西」 7.9% 「愛知県」 6.1%	「愛知県」 23.9% 「その他関西」 16.2% 「関東」 15.4% ※ 遠方からの集客が特徴	「県内」 26.7% 「愛知県」 25.0% 「その他関西」 22.3% ※ 関西と中部の両方面からの集客が特徴	「県内」 51.3% 「愛知県」 16.1% 「その他関西」 13.4%
同行者 (最多項目)	「子ども連れの家族旅行」 42.7%	「夫婦旅行」 32.8%	「子ども連れの家族旅行」 26.5%	「子ども連れの家族旅行」 33.6%	「夫婦旅行」 28.4% ※ 「一人旅」 14.6%が特徴的
主な旅行目的	「自然や風景」 40.0% 「テーマパーク等」 38.2%	「地場産品の購入」 46.1% 「おいしいもの」 37.6%	「参拝」 64.7% 「おいしいもの」 46.9% 「テーマパーク等」 31.4%	「自然や風景」 53.1% 「おいしいもの」 35.3%	「おいしいもの」 51.7% 「自然や風景」 44.1%
三重県内の 交通手段 (自家用車)	84.0%	92.7%	53.8% ※ 「バス・貸切バス」 26.8%、 「近鉄」 24.1%が特徴的	78.4%	89.6%
平均利用総額 (宿泊客)	18,581円	22,257円	35,831円	19,262円	22,936円
平均利用総額 (日帰り客)	4,772円	3,250円	10,022円	4,933円	5,249円
総合満足度 (評価点)	85.0点	79.9点	83.9点	81.3点	82.6点

※ 「テーマパーク等」 = 「テーマパーク・水族館」、「おいしいもの」 = 「おいしいものを食べる」、「自然や風景」 = 「自然や風景を見てまわる」

参考資料

○ 用語の説明

<あ行>

伊勢志摩学生団体 誘致委員会	伊勢志摩地域への修学旅行誘致に取り組むため、関係市町、観光事業者、観光関係団体等により組織された団体。
(公社)伊勢志摩観光 コンベンション機構	伊勢志摩地域の観光振興、コンベンション誘致、フィルムコミッション活動等、広域観光戦略を推進するため、同地域の市町、観光事業者、観光関係団体等により組織された団体。
伊勢地域 観光交通対策協議会	伊勢神宮周辺の交通渋滞を緩和することを目的として、国、県、地元市、地域の住民団体、交通事業者等により組織された団体。
医療観光	居住国とは異なる国や地域を訪ねて医療サービス（診断や治療など）を受けること。
美し国おこし・三重	地域のさまざまな主体が、地域の特色ある自然や歴史・文化などを活用して自発的に取り組む地域づくりを基本に、平成 21（2009）年から平成 26（2014）年までの 6 年間にわたって、多彩な催しを展開することにより、地域の魅力や価値を向上させ、発信するとともに、集客交流の拡大を図り、自立・持続可能で元気な地域づくりへとつなげていく取組。
エコツーリズム	地域ぐるみで、自然観察や歴史・文化など、地域固有の魅力を観光旅行者に伝えることにより、その価値や大切さが理解され、保全につながっていくことをめざしていくしくみのこと。
おもてなし三重 観光ボランティアガイド 協議会	観光ボランティアガイド相互の連絡協調と発展を図り、おもてなしの心で本県の観光振興に寄与することを目的として、県内のボランティアガイド団体により組織された団体。

<か行>

北伊勢広域観光 推進協議会	北勢地域の広域観光による情報発信等を目的として、同地域の市町により組織された団体。
グリーン・ツーリズム	緑豊かな農山漁村地域において、その自然、文化、人々との交流を楽しむ滞在型の余暇活動。
コミュニティビジネス	住民が主体となり、地域が抱える課題をビジネスの手法により解決し、またコミュニティの再生を通じて、その活動の利益を地域に還元する事業。

<さ行>

産業観光	歴史的・文化的価値のある工場やその遺構、機械器具、最先端の技術を備えた工場等を対象とした観光で、学びや体験を伴うもの。
式年遷宮	遷宮とは、神社の正殿を造営・修理する際や、正殿を新たに建てた場合に、御神体を遷すこと。式年とは定められた年という意味で、伊勢神宮では 20 年に一度行われる。
スケールメリット	規模を大きくすることにより得られる効果のこと。

**鈴鹿 F1 日本グランプリ
地域活性化協議会**

鈴鹿 F1 日本グランプリの開催に伴い、周辺環境整備と受入体制の向上等にかかる連絡調整など、観光資源を活用したおもてなし向上と地域活性化を図ることを目的として、国、県、関係市町、企業等により組織された団体。

〈た行〉

**中部広域観光推進
協議会**

中部地方の広域観光の推進を目的として、中部 9 県と 3 政令市、観光事業者、観光関係団体等により組織された団体。

**東海地区外国人観光
客誘致促進協議会**

「外国人観光旅客の来訪地域の多様化の促進による国際観光の振興に関する法律」に基づく「東海地区外客来訪促進計画」を推進するため、岐阜県、静岡県、愛知県、三重県及び関係市町村により組織された団体。

〈な行〉

二次交通

鉄道駅や空港等の交通拠点と目的の観光地を結ぶアクセス交通。自動車で移動しない観光旅行者にとっては、路線バスをはじめ、観光地までのシャトルバスや乗り合いタクシーの運行など、交通の便の整備が旅行先を選ぶ重要な要素となっている。

**日本政府観光局
(J N T O)**

正式名称は、独立行政法人国際観光振興機構。海外における宣伝、外国人観光旅行者に対する案内や来訪促進に必要な業務など、国際観光の振興を図ることを目的とした法人。

**日本風景街道
「伊勢熊野みち」
推進協議会**

熊野古道伊勢路を軸とする東紀州を中心とした地域において、街道を生かしたまちづくり等に取り組むことを目的として、国、県、関係市町、地域の住民団体等により組織された団体。

ニューツーリズム

テーマ性が強く、人や自然とのふれあいなど体験的要素を取り入れた新たな旅行形態。地域の特性を生かすことが必要で、地域活性化につながる新しい旅行のしくみ全体とも言える。

〈は行〉

HACCP (ハザップ)

製造工程の各段階で発生する可能性のある危害を予測・分析し、衛生管理上重要なポイント（加熱工程等）を定め、これを連続的に監視することにより製品の安全を確保する衛生管理手法。

東紀州地域振興公社

東紀州地域の観光振興、産業振興等を目的として、県と同地域の市町により組織された団体。旧名は、東紀州観光まちづくり公社。

フィルムコミッション

映画、テレビ、CMなどのロケーション撮影を誘致したり、実際のロケをスムーズに進めるための機関。「FC」と略される。

プレスツアー

メディア関係者を観光地等に招き、その魅力のPR等を通じてメディアへの掲載、放映等につなげていくこと。

ヘルスツーリズム

病気やけがの治療・療養のほか、美容・痩身、ストレス解消、体力増強など健康増進を目的とした旅行。

〈ま行〉

- 三重県営業本部** 県産品等の認知度向上と販売促進等に取り組むために設置した、知事を本部長とする組織。
- 三重県外国人観光客誘致促進協議会** 外国人観光旅行者を本県に誘致するため、県、関係市町、観光事業者、観光関係団体等により組織された団体。
- 三重県観光キャンペーン** 平成25年の神宮式年遷宮、平成26年の熊野古道世界遺産登録10周年という三重県への誘客の好機を生かして、県民の皆さんや市町、事業者等と一体となって、平成25年4月から3年間に亘り展開するキャンペーン。三重の観光の「予感（旅への期待感）」を醸成し、観光客の方々の周遊性・滞在性を向上させ、魅力的な三重の旅を「体感（滞在中の体験）」いただき満足度を高め、再び三重を訪れたいという「実感（あとから湧き上がる感動）」につなげていくことを目的とする。
それにより、三重の魅力を深く理解していただく「三重県観光の共感者（三重ファン、リピーター）」を増加させ、神宮式年遷宮後も多くの観光客が継続的に訪れていただける魅力あふれた観光地の構築を目指すもの。
- 三重県観光キャンペーン地域部会** 三重県観光キャンペーンの展開にあたり、各地域の新たな魅力の掘り起こしや特色を生かした企画を実施していくため、県内5地域に設置する組織。各対象地域内に所在する行政機関、観光関係団体等をもって構成する。
- みえ旅案内所** 三重県観光キャンペーンにおいて、観光客の県内各地への周遊・滞在の促進、並びにおもてなしの向上を図るため、県内各市町観光案内所、道の駅や協力施設と連携して設置する、観光情報提供やみえ旅パスポート発給・押印等を行う案内所。
- みえ旅おもてなし施設** 三重県観光キャンペーンにおいて、みえ旅パスポートの提示により、割引やプレゼント等の各種サービスを提供することで、観光客をもてなす施設。観光施設、飲食施設、宿泊施設等様々な施設の協力により設置。
- みえ旅パスポート** 三重県観光キャンペーンの展開にあたり、観光客の周遊性・滞在性を高めるためにみえ旅案内所で発給する、スタンプラリー機能、ステージアップ機能（ファーストステージからセカンドステージ、プレミアムステージへとステージアップ）、クーポン機能を併せ持つパスポート。
- 三重テラス** 「食」や「観光」、「歴史」、「文化」、「産業」など三重の魅力の情報発信、三重ゆかりの店舗や企業等との連携など、さまざまな人々との交流や感動との出会い、新しいアイデアの創出などにつながる営業活動を総合的に進め、県内への観光誘客や県産品の販路拡大につなげていくための、三重県の首都圏営業拠点。「ショップ」「レストラン」「多目的ホール」などの機能を備え、平成25年9月28日、東京日本橋にオープン。
- 三重の観光営業拠点運営協議会** 旅行商品の流通促進、観光と物産の情報発信等、市場や消費者に向けての継続的な事業展開を通じて、観光旅行者の来訪機会や周遊性・滞在性の向上、県内への一層の誘客や県内での消費拡大等を目的として、県、市町、関係団体により組織された団体。

みえフードイノベーション	農林水産資源を活用し、生産者や食品産業事業者、ものづくり企業等の多様な業種や、大学、研究機関、市町、県などの産学官のさまざまな主体の知恵や技術を結集し融合することで、地域が抱える課題を解決し、新たな商品やサービスを革新的に生み出すしくみのこと。
みえ地域コミュニティ 応援ファンド	県内各地域において、地域課題を解決するビジネスや地域の資源を活用するビジネスを創出していくために必要な、初期段階の必要経費に対して資金面から支援する制度。
みえ農商工連携 推進ファンド	農林漁業者と中小企業者の連携を強化し、お互いの経営資源を活用した取組を支援するため、農商工等連携体による新商品・新サービスの開発や販路開拓、大学・公設試験研究機関等と連携した研究開発に対して資金面から支援する制度。
ミッション	県、市町、観光事業者、観光関係団体等が連携して、海外への訪問団を結成し、現地の政府関係者、旅行会社、航空会社等に対して、直接、本県の観光PRを行い、誘客につなげていく活動。
宮川流域エコミュージアム	宮川流域全体を博物館と捉え、地域の環境をそれらが本来ある場所で保全するとともに、住民自らが魅力的な地域づくりを行うことで、地域経済の活性化や地域振興を図るもの。
メディアミックス	メディアとは、媒体、手段。特に、新聞、雑誌、テレビ、ラジオ等の媒体をいう。メディアミックスとは、広告の目的・対象によって広告の手段を選択し、複数の媒体を連動させて効果を引き出す広告手法をいう。

<や行>

吉野・高野 ・熊野の国	三重、奈良、和歌山の3県が世界遺産「紀伊山地の霊場と参詣道」を中心とした紀伊地域の観光振興と地域活性化を図るため、世界遺産等を活用した事業に共同で取り組む広域連携のシンボルとして建国。
------------------------	--

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、雇用経済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。



—— 三重県観光キャンペーン ——
2013.4～2016.3

編集・発行 三重県雇用経済部観光・国際局観光政策課
三重県津市広明町13番地
Tel (059)224-2077
Fax (059)224-2482
E-Mail kanko@pref.mie.jp