

平成13年度 施策別 取組 方向

部局名：農林水産商工部、環境部

施策番号	施 策 名		
423	集客交流産業（ビジターズ・インダストリー）の振興		
<p>【2010年度の目標】 三重県を訪れる人びと（ビジターズ）の立場に立った個性的な観光、リゾート地域の整備や地域の特性を生かした地域づくりが進められ、国内外との交流が盛んに行われるとともに、集客交流を支える新しい産業（ビジターズ・インダストリー）が活発に展開しています。</p>			
項 目	基準年度の状況	1999年度実績	2001年度の目標 (2010年度の目標)
観光情報などの提供拠点数	72か所	96か所	90か所(100か所)
ふるさと三重の語り部登録者数	108人	351人	350人(300人)
三重観光大使の任命者数	-	33人	100人(200人)
大規模会議誘致件数(年間)	89件(1997年度)	91件	120件(150件)
国際観光テーマルートの設定	-	2コース	2コース(同上)
体験型観光施設数	39か所	60か所	58か所(100か所)
観光レクリエーション 入込客数(総数)	(1995年度) 4,555万人	(1999年度) 4,540万人	5,000万人(5,900万人)
海外からの観光入込客数 (年間)	(1995年度) 4万3千人	-	6万人(20万人)

1 平成11年度 of 取組

(1)平成11年度 of 取組概要とその成果

三重県への集客交流拡大のため、官民一体で構成された観光みえ推進協議会を中心に、「能動的参加型体験を関西地方に売りこもう」を基本テーマとして効果的な観光キャンペーンを実施するとともに、観光情報の発信機能の充実などに取組んできました。

また、来訪者が心地よくサービスの提供が受けられるよう、もてなしの心の増進に取組むとともに、広域観光の推進のため、近隣府県との連携などを実施してきました。

(2)平成11年度 of 取組に対する問題点

伊勢志摩の平成11年の観光入り込み客数は、10,813千人とピークの平成6年(19,537千人)と比較して45%の大幅な減少をしているとともに、併せて観光消費額も減少し、危機的な状況にあります。この改善には、本県から中距離にある関西圏からの誘客が急務となっています。

さらに、2001年ユニバーサルスタジオジャパン、東京ディズニーシーの開業、2005年には愛知万博の開催と観光地間競争は熾烈になり、三重県観光を取り巻く環境が

非常に厳しい状況になることが予想されます。

観光地において勝ち組、負け組が明らかになりつつあり、早急な魅力ある地域づくりと的確な情報発信が求められています。

2 平成12年度 of 取組と成果見込み

競争力の強化を図るためのひとつとして、中立な第三者による宿泊施設等の特色を調査し、ガイドブックを作成する新・宿泊情報提供推進事業を実施し、ユーザーに対しニーズに応じた宿泊施設等の選択可能な情報提供を行うとともに、施設サービスの向上と事業者の意識改革を図ります。

三重県の認知度を高めるため、複合的なメディアを有効に活用したキャンペーンを官民一体となって展開するとともに、観光情報のデータベース化及び顧客台帳を整備することによりニーズの把握等情報収集とあわせて県内に対して情報を提供します。

平成12年3月に策定された2005年愛知万博戦略プランの実現に向けて関係各部署との調整及びアクションプランを作成します。

国際的イベントである「みえスカイフェスタ2000」を開催し、その成果を地域づくりや地元イベント開催等につなげ、地域の活性化を図ります。

3 平成13年度以降に向けての取組方向

(農林水産商工部)

ビクターズ・インダストリーの推進に関して県が行うべき施策は、「競争力強化」と「内外への情報発信」の2つの大きな柱とし、2005年愛知万博戦略プランを踏まえた施策展開を行います。

今後特に、交流を盛んにするため個性的で魅力的な地域づくりを支援するとともに、もてなしの心の醸成を促すこととします。

また、来訪者の立場に立った、きめ細かな観光情報の提供や地域の物産資源を活かした情報発信力を強化するとともに、広域連携も踏まえて国内外の観光情報発信を推進します。

一方、官民協働による総合的な観光キャンペーンについては、民間のノウハウを導入し、観光みえ推進協議会等のあり方を検討しつつより効率的な実施に努めます。

(環境部)

自然とのふれあいや自然を理解するため、地域の意向を反映した各種自然公園施設の整備を進めます。