

これまでの取組実績と今後の課題

(三重県観光振興プランによる3つの戦略展開)

<戦略1> 三重県観光の新たなイメージづくりと情報発信・誘客

首都圏、遠隔地の都市圏において、従来の「三重=自然」のイメージに加え、多様な「食」や「歴史・文化」等の新たな観光イメージを発信し、定着が図られてきている。
観光販売システムと三重の観光プロデューサーを活用した商品造成から販売促進にいたる流通のしくみを構築し、旅行会社への企画販売が可能になったことで、取扱いが増加してきている。

<戦略2> 多様な主体による観光の魅力づくり・人づくり

三重の観光プロデューサーと「魅力ある観光地づくりグレードアップ支援事業」を活用した地域への支援により、観光まちづくりの気運が醸成され、主体的な取組が展開されてきている。
観光商品づくりのプロセスを通じた人材の育成や観光振興に取り組む組織の立ち上げが進んできている。
グリーンツーリズムの受入体制整備やヘルスツーリズムの産官学連携への支援等により、ニューツーリズムの取組が進んできている。

<戦略3> 観光客の快適性の向上に資する社会基盤整備

観光地の景観形成や交流空間の創出、鉄道駅のバリアフリー化等のUDのまちづくりの推進により、快適で安全・安全な観光地づくりが進んできている。
熊野古道シャトルバスの共同運行による東紀州地域の交通アクセス等、観光地の利便性が向上してきている。



国内外からの観光客誘致に係る観光地間競争の激化

(今後、取り組むべき課題)

<国内誘客>

「旬」や「限定」などの魅力による近隣地域(中京圏、関西圏、県内)におけるリピーターの創出・確保
「遷宮」の情報発信力を生かした首都圏、遠隔地からの宿泊観光の促進

<海外誘客>

訪日旅行(商品)における三重県の主要目的地化
個人観光客の誘客に向けた情報発信

<魅力づくり・人づくり>

テーマやストーリーによる滞在型・周遊型の魅力づくり
観光振興を担う人材の育成(おもてなしの向上)

<観光の基盤づくり>

観光地の景観形成による魅力の増進
快適(安全・安心)で利便性に優れた受入体制の充実

めざすべき姿

地域の観光資源を生かした観光の魅力づくりが、多様な主体や産業の連携のもとに取り組み、観光による自立的で持続的な地域活性化が進められている。

三重県を訪れる観光客が、自然、歴史、伝統、文化、産業、人の魅力を存分に体験し、観光の価値を見いだすことで再訪が促されている。

*「観光の価値」…魅力や楽しみの享受、快適な空間や時間の保有、学習欲求の充足、発見や体験による自己の成長(自己実現)、思い出づくり etc

基本的な方針(視点・施策)

(施策に取り組む上での視点)

地域の観光資源の活用…地域特性、「本物」「旬」、多様な産業の連携…着地型観光、物産顧客視点のおもてなし…満足度、リピーター「地域が主役」の観光振興…地域づくり、役割分担

(条例の「施策の基本方針」に基づき重点的に取り組む施策)

[情報発信及び誘客のしくみづくり]

< 式年遷宮の好機を生かした情報発信・誘客 >

エリアごとの旅行形態(宿泊・日帰り)や顧客層の旅行需要(目的・嗜好)に応じた観光情報の発信
リピーターを重視した情報発信・流通のしくみづくり

< 三重県のブランドイメージの構築による外国人観光客の誘客 >

東アジア、欧州等の国別の市場動向に応じたプロモーションの強化
個人観光客にも対応する商品造成と受入体制の整備

[観光の魅力づくり及び人づくり]

< 多様な主体の連携による観光の魅力づくり・人づくり >

広域連携や産業間連携による多様な魅力の創出・増進
観光事業者や観光まちづくりに取り組む多様な主体によるおもてなしの向上

[観光の基盤づくり]

< 利便性・快適性を高める観光の基盤づくり >

街道や町並み等の景観まちづくりの促進
二次交通の充実や、案内機能の整備等

策定の趣旨・計画期間

(策定の趣旨)

三重県観光振興条例(仮称)の基本理念にのっとり、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の基本的な計画を策定する。

【観光振興の基本理念】

県民が郷土への誇りと愛着を持つことができる地域社会の実現 ……「社会的効果」
観光産業を三重県経済の発展に重要な役割を担う産業とする ……「経済的効果」

県内外への情報発信による観光客の来訪の促進
観光旅行者の多様な需要に応える観光地づくり
環境・景観の保全と安心で快適な観光への配慮

(計画期間)

遷宮後を見据え、10年の期間を検討
概ね5年を目途に見直しを行う。

(推進体制)

観光振興を担う各主体の連携体制と役割の明確化
(県、市町、県民等、観光事業者、観光関係団体)

今後のスケジュール

(平成23年度)

4月 これまでの「取組の実績と今後の課題」のとりまとめ
6月 「中間案」の作成(目標・施策体系)
7~8月 中間案に対するパブリックコメント募集
9月 パブリックコメントの概要報告
11月 「最終案」の作成
12~1月 実施