

令和5年定例会
政策企画雇用経済観光常任委員会
所管事項説明資料

◎ 所管事項説明

- (1) 三重県観光振興基本計画（令和6年度～令和8年度）最終案について
・・・ 1
- (2) 三重県観光連盟のあり方検討について（全県DMOの機能強化）
・・・ 15
- (3) 各種審議会等の審議状況の報告について
・・・ 19

別冊1 三重県観光振興基本計画（令和6年度～令和8年度）最終案

別冊2 全県DMOを担う三重県観光連盟のあり方検討最終報告書

令和5年12月11日

観 光 部

(1) 三重県観光振興基本計画(令和6年度～令和8年度)最終案について

1 検討状況・経緯

平成23年10月に制定した「みえの観光振興に関する条例」に基づき、新たに「三重県観光振興基本計画(令和6年度～8年度)」を策定します。

策定にあたっては、持続可能な観光地づくりに取り組む重要性の高まりや、データに基づいた観光マーケティングの必要性、観光産業の生産性向上や人材確保・育成・定着など、三重県の観光の現状や課題を整理し、三重県議会、三重県観光審議会、観光関係団体、市町、DMO等からいただいたご意見や、三重県観光地域診断(D-NEXT)の結果、パブリックコメント等を踏まえ、検討を進めました。

(検討の経過)

- 5月30日 令和5年度第1回三重県観光審議会(骨子案)
- 6月21日 政策企画雇用経済観光常任委員会(骨子案)
- 6月27日～7月14日 三重県観光地域診断(D-NEXT)
- 9月19日 令和5年度第2回三重県観光審議会(中間案)
- 10月10日 政策企画雇用経済観光常任委員会(中間案)
- 10月11日～11月9日 パブリックコメント(中間案)
- 11月24日 令和5年度第3回三重県観光審議会(最終案)

2 中間案からの主な変更点

(1) 政策企画雇用経済観光常任委員会(令和5年10月10日開催)における主な意見の反映

- ・戦略1-3(2)「三重にしかない」食を生かしたツーリズムの推進 【P20】
→「②ガストロノミー人材の育成」の内容を修正し、戦略3-2(2)人材の確保・育成・定着(P41)に再掲。
- ・戦略2-2(1)大都市圏向けプロモーションの推進 【P29】
→「④映像コンテンツを活用した誘客の推進」を追加。

(2) 三重県観光審議会(令和5年9月19日、11月24日開催)における主な意見の反映

- ・10年後のめざす姿 【P3】
→めざす姿の背景となる三重県ならではの歴史に関するリード文を追記、三方よしの表現を修正。
- ・副目標1「観光紹介意向率」 【P3,4】
→目標数値を上方修正。

- ・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」【P3, 4】
→目標項目を修正及び目標数値を上方修正。
- ・戦略1-3 三重の特色を生かした滞在型観光の推進【P18, 20】
→アドベンチャートラベルにかかる現状と課題、取組の方向性及び取組内容を追記。
- ・計画を推進する仕組み【P43】
→基本的な役割分担を追記。

(3) パブリックコメントにおける主な意見の反映

令和5年10月11日から11月9日まで、三重県観光振興基本計画（令和6年度～8年度）中間案に対しパブリックコメントを行った結果、2件の意見をいただき、主な意見を最終案に反映しました。

- ・戦略1-3 (2)「三重にしかない」食を生かしたツーリズムの推進【P20】
→G I 三重の日本酒を活用したツーリズムの推進について追記。

(4) 観光事業者からの主な意見の反映

- ・戦略目標3-1及び3-2【P38, 42】
→戦略目標及び目標数値を修正。

(5) その他の変更事項

主目標である観光消費額については、コロナ禍前の過去最高額（令和元年：5,564億円）を令和6年に回復し、その後2か年かけて約1,000億円を上乗せする想定をしていましたが、令和5年上半期終了時点で観光客数の回復が後ろ倒しすることが見込まれるため、令和7年に観光客数を過去最高に回復させ、令和8年には過去最高額に500億円を上乗せする観光消費額6,000億円をめざします。

また、観光消費単価を15%増大させることに取り組み、さらに昨今の物価上昇も見込まれるため1,000億円の上昇幅を設定し、6,000億円～7,000億円としました。

- ・主目標 観光消費額
→「6,000億円～7,000億円」に修正。

(6) 参考資料の追加

参考資料として、用語説明、みえの観光振興に関する条例を追加。

3 今後の進め方

令和6年三重県議会定例会2月定例会に議案として提出予定。

三重県観光振興基本計画（令和6年度～令和8年度）案に対する意見の概要

1. 政策企画雇用経済観光常任委員会（10月10日）における意見の反映

【第1章 計画の方向性】

4. 10年後のめざす姿と目標 【P3】
意見
「経済・社会・環境」への影響を考慮した取組を進めていくとのことだが、計画の内容が「経済」に寄っていると感じるため、地域住民が自らの地域に誇りを持てるような形にするのはどうか。
対応
「10年後のめざす姿」を以下のとおり修正します。 ・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

【第2章 計画の施策展開】

戦略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 【P19】
意見
観光資源の磨き上げに関して、祭りや歴史・文化などの地域資源についてはマイナーなものも含めて光を当てるべきではないか。
対応
「①三重自慢の観光資源を活用した滞在価値の創出」について、以下のとおり修正します。 ・多様化する旅行者ニーズをふまえ、 <u>自然、歴史・文化、地域の祭りなど三重の特徴的な観光資源</u> を活用した滞在型の観光コンテンツの発掘・磨き上げや、交通アクセス等も含めたシームレスな販売提供体制の構築および地域ブランディングに取り組む、意欲ある事業者や地域DMO等を支援します。

戦略1-3 三重の特色を生かした滞在型観光の推進 (2) 「三重にしかない」食を生かしたツーリズムの推進 【P20】
意見
・現在世界的な和食ブームの影響により、料理人の海外志向が高まっているという話を聞くが、料理人の県内の定着に関する取組が必要ではないか。 ・調理師の人材確保が難しくなっている現状に対して、対応が必要ではないか。
対応
「②県内料理人のネットワークおよび人材育成」を以下のとおり修正するとともに、「戦略3-2：観光産業を支える人材の確保・育成・定着」「(2) 人材の確保・育成」(P41)に追記します。 ・②ガストロノミー人材の育成

・都市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、県内の料理人を含む食関連事業者等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。また、スペイン サン・セバスティアンのトップシェフ等との交流を行うことで、県内料理人や料理人をめざす若者の調理技術の向上、地域の魅力づくりのノウハウの習得をめざします。

戦略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 【P29】
意見
県として、ロケ地情報の発信等に取り組んでいただきたい。
対応
「(1) 大都市圏向けプロモーションの推進」について以下のとおり追記します。 ・④映像コンテンツを活用した誘客の推進 ・県内で撮影された映像コンテンツ（映画やドラマ等）を活用し、ロケ地情報や周囲の観光地情報を発信することで、県内への誘客および周遊促進を図ります。

戦略3-1：観光産業の生産性向上 (1) 観光産業事業者の経営力向上 【P38】
意見
計画の方向性について、各施策に観光DXの視点を取り入れるとしているが、「施策の柱-3：魅力的な観光産業の確立」の戦略にDXに関する取組について言及すべきではないか。
対応
「戦略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」に記載している「②経営のDX化の推進」を、「戦略3-1：観光産業の生産性向上」「(1) 観光産業事業者の経営力向上」にも追記します。

戦略3-2：観光産業を支える人材の確保・育成・定着 (2) 人材の確保・育成 【P41】
意見
県内の教育機関と連携した人材育成事業も取り組むべきではないか。
対応
「①担い手の確保に向けた取組の推進」について以下のとおり追記します。 ・観光産業の担い手を確保するため、高校生や大学生、専門学校生（観光・調理等）を対象とした観光産業の就業体験の受入れを促進し、若者の観光産業への興味関心を高め、県内観光産業への就職を促進するほか、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。

2. 三重県観光審議会（9月19日、11月24日）における意見の反映

【第1章 計画の方向性】

4. 10年後のめざす姿と目標 【P3】
意見
「三方よし」は近江商人由来の言葉であり、三重県の計画では言葉を変えた方がよいのではないか。
対応
「10年後のめざす姿」を以下のとおり修正のうえ、リード文を追記します。 (リード文) ・伊勢神宮参拝の「お伊勢参り」を導いた「御師（おんし）」は旅行代理店の先駆けとされています。御師が各地に出向き伊勢神宮のありがたさを説くことでお伊勢参りが流行し、多くの庶民が伊勢への旅を楽しむにつれ、三重の街道筋（地域）は発展してきた歴史があります。 （10年後のめざす姿） ・「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」

5. 計画の目標項目・目標数値 【P4】
意見
「副目標3：観光に対する県民満足度」は、みえ県民1万人アンケートにおける「観光客が増えるとどのような効果や影響があったと思うか」という設問の回答結果で測ることとしているが、効果があったと答えた割合を満足と捉えるのは違うのではないか。
対応
副目標3を以下のとおり修正します。 ・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
意見
「副目標1：観光紹介意向率」及び「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」について、目標数値が低いのではないか。
対応
副目標1及び3の目標数値を以下のとおり修正します。 ・副目標1：観光紹介意向率 (R8) <u>45%</u> ・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 (R8) <u>75%</u>

【第2章 計画の施策展開】

戦略目標1-1：持続可能な観光地域づくりに取り組む地域数 【P13】
意見
・国において、持続可能な観光地域づくりに取り組んでいくというメッセージを強く打ち出しているため、目標数値を5地域にしてはどうか。

<ul style="list-style-type: none"> ・三重県の必死さが伝わってこない。3地域は必達目標とすべき。
<p>対 応</p>
<p>戦略目標1-1の目標数値を以下のとおり修正します。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・戦略目標1-1：持続可能な観光地域づくりに取り組む地域数 (R8) <u>5地域</u>

<p>戦略1-3：三重の特色を生かした滞在型観光の推進 【P18, 20】</p>
<p>意 見</p>
<p>市場が広がっているアドベンチャートラベルは、三重県に適しているので、取り組んでもよいのではないか。</p>
<p>対 応</p>
<p>戦略1-3の現状と課題、取組の方向性及び取組内容について、以下のとおり追記及び修正します。</p> <p><現状と課題></p> <ul style="list-style-type: none"> ・<u>○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」</u> ・<u>環境保護の観点や自然志向などの様々な理由で、持続可能な観光をめざす旅行者の傾向が強まり、「アクティビティ・自然・文化体験の3要素のうち、2つ以上で構成される旅行」と定義される「アドベンチャートラベル(ツーリズム)」の人气が高まっています。</u> ・<u>アドベンチャートラベル旅行者は、教育水準が高く、消費単価の高い顧客層の割合が多く、アウトドアギア(用具、装備)にもこだわるなど観光消費額も大きい傾向となり、また平均で14日間と長期の滞在を好むことから、地域への経済効果が大きい点が特徴です。</u> ・<u>また、環境や地域住民の生活、経済を大切にし、既に地域に存在している観光資源を活用して楽しむ観光形態であり、地域に根差した事業者の強みが発揮されます。</u> ・<u>→三重県にはアドベンチャートラベルの対象となり得る自然・文化資源が数多くあり、国立・国定公園などの自然や、熊野古道伊勢路、異文化体験など各地域の文化を、三重のアドベンチャートラベルの魅力として活用していく必要があります。</u> <p><取組の方向性></p> <ul style="list-style-type: none"> ・滞在日数を伸ばしていくため、県内周遊を促進するとともに、三重の強みである食のコンテンツ化や、<u>三重県に数多く存在するアドベンチャートラベルに適した資源の磨き上げなど、ストーリー性のある滞在価値の創出に向けた支援に取り組ま</u>す。 <p><取組内容></p> <ul style="list-style-type: none"> ・(3) <u>地域の自然や異文化体験をする旅行「アドベンチャートラベル」の魅力活用</u> ・<u>①アドベンチャートラベルの魅力活用</u> ・<u>国立・国定公園などの自然や、熊野古道伊勢路、異文化体験といった各地域の文化など、三重県に数多くあるアドベンチャートラベルとしての観光資源を、コンテンツ化支援とプロモーションでの活用の両面から推進していきます。</u>

<p>戦略1-4：旅行者を受け入れる基盤の整備 (5) バリアフリー観光の推進 【P24】</p>
<p>意見</p>
<p>二次交通に関するバリアフリーについて検討すべき。</p>
<p>対応</p>
<p>「(5) バリアフリー観光の推進」を以下の通り修正します。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・あらゆる人びとの旅の実現をめざす「パーソナルバリアフリー基準」、バリアフリーに関するソフト面の対応や情報発信に積極的に取り組んでいる観光施設を認定する「観光施設における心のバリアフリー認定制度」の活用を推進します。また、駅のバリアフリー化やノンステップバス、ユニバーサルデザインタクシー(UDタクシー)の導入の促進を図るなど、三重県版バリアフリー観光を三重県全域に浸透させ、年齢や障がいの有無、日本語の理解度に関わらず、安心して訪問できる魅力ある観光地づくりを推進します。

<p>戦略2-3：インバウンド誘客/MICE・産業観光の推進 (3) MICE 誘致・産業観光の推進 【P34】</p>
<p>意見</p>
<ul style="list-style-type: none"> ・MICEの成果を積極的に情報発信していくべきであり、その内容を計画に追記してはどうか。 ・インセンティブ旅行のポテンシャルが三重県は大変高い地域なので、高付加価値旅行者の誘致と一体的に取り組んでも良いのではないか。
<p>対応</p>
<p>「①MICE 誘致の推進」及び「③産業観光の推進」について、以下のとおり修正及び追記します。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・G7伊勢志摩サミットおよびG7三重・伊勢志摩交通大臣会合などの開催実績を積極的にPRするとともに、そのブランド力、伊勢神宮などの歴史文化、伊勢志摩国立公園などの美しい自然環境や豊富な食材、製造業を始めとする多様な産業集積、地元大学との連携協定といった強みを生かし、「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を中心に誘致に取り組みます。 ・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を目的に、三重県産業観光推進協議会によるプロモーションや視察受入れ企業の裾野拡大などの活動と組織強化への支援を行います。また、海外企業による報奨旅行・研修視察の誘致に向け、旅行会社へのセールス等、高付加価値旅行者に対する誘客活動とも連動して取り組みます。

<p>戦略3-1：観光産業の生産性向上 (1) 観光産業事業者の経営力向上 【P38】</p>
<p>意見</p>
<p>生産性を向上させるためには付加価値を上げることが重要で、企業の利益を上</p>

<p>げ、人件費に反映させなければならない。経営効率を良くし、DXや人件費の抑制ばかりに力を入れてはいけないのではないか。</p>
<p>対 応</p>
<p>「(1) 観光産業事業者の経営力向上」、「②経営のDX化の推進」を以下のとおり修正します(「戦略3-2: 観光産業を支える人材の確保・育成」「(1) 働き方改革の推進」「②経営のDX化の推進」(P41)も同様に修正)。</p> <p>・サービスの質の向上、業務や労務環境の改善・効率化など、生産性向上を目的としたDX化の推進を支援する仕組みづくりに取り組みます。</p>

<p>戦略3-2: 観光産業を支える人材の確保・育成・定着 【P39-42】</p>
<p>意 見</p>
<p>「戦略3-2: 観光産業を支える人材の確保・育成」について、「定着」も入れた方がよいのではないか。</p>
<p>対 応</p>
<p>戦略3-2及び「(1) 働き方改革の推進」「①働きやすい職場環境の推進」を以下のとおり修正します。</p> <p>・戦略3-2: 観光産業を支える人材の確保・育成・定着</p> <p>・多様な働き方の推進、福利厚生等の充実など、観光従事者が働きやすい職場環境を整え、従事者の定着を図るために、観光事業者がどのような取組をすべきかについて、セミナーの開催や事業者へのアドバイザー派遣の活用を促進し、観光事業者を支援します。</p>

<p>戦略目標3-2: 待遇改善に取り組んだ事業者数 【P42】</p>
<p>意 見</p>
<p>「戦略目標3-2: 就職説明会参加事業者数」が「働き方改革に取り組んだ事業者数」に修正されているが、人材の確保・育成・定着の一番の課題は待遇改善である。働き方改革は待遇改善の要素の一つであり、他にも給与水準アップや、人事制度の整備もある。戦略目標は、待遇改善に取り組んだ事業者数を目標にしてはどうか。</p>
<p>対 応</p>
<p>戦略目標3-2を以下のとおり修正します。</p> <p>・戦略目標3-2: 待遇改善に取り組んだ事業者数(年度)</p>

【第3章 計画を推進する仕組み】

<p>1 計画の推進体制</p> <p>2 基本的な役割分担 【P43】</p>
<p>意 見</p>
<p>めざす姿の「旅行者よし、事業者よし、地域住民よし」の3者が重要なので、「第3章 計画を推進する仕組み」に旅行者の役割も追記してはどうか。</p>

対 応
<p>「1 計画の推進体制」及び「2 基本的な役割分担」に、以下のとおり「旅行者」を追記します。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・観光振興の主役は、観光事業者、観光関係団体等の「民間」であり、「行政（県、市町）」は、民間の主体的な努力が実を結ぶよう、その環境づくりや支援を行うことが大切です。その基本的なスタンスをふまえつつ、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ます。 ・旅行者に期待する役割：観光を担う一員としての責任ある行動

3. パブリックコメントにおける意見の反映

(1) 意見公募期間

令和5年10月11日～令和5年11月9日

(2) 周知方法

- ・県政記者クラブ・第二県政記者クラブへの資料提供
- ・三重県ホームページへの掲載及び庁舎での配布
- ・観光事業者が集まる会議等において周知

(3) いただいた意見の件数

項目別延べ意見数（2件）

項 目	意見数
① 戦略1-3 三重の特色を生かした滞在型観光の推進	1
② その他	1
合 計	2

(4) 計画案へ反映した意見

【第2章 計画の施策展開】

<p>戦略1-3：三重の特色を生かした滞在型観光の推進 (2)「三重にしかない」食を生かしたツーリズムの推進 【P20】</p>
<p>意 見</p>
<p>ガストロノミーツーリズムには、日本酒を代表する県内酒造へのツーリズムも含まれていると考えるため、「GI 三重」に代表される県産の日本酒を三重の食とともに楽しむツアーに関する内容の追記を求める。</p>
<p>対 応</p>
<p>「①ガストロノミーツーリズムの推進」について以下のとおり修正及び追記します。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・三重県の食や食文化の強みを生かし、ガストロノミーに高い関心を持つ旅行者を

新たに誘客していくため、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、体験できる潜在価値を創出し、発信することで、ガストロノミーツーリズムを推進します。日本酒の地理的表示「G I」指定を受けているG I三重の日本酒が作られた酒蔵の散策や、これらの日本酒に合った料理、器、お土産等を組み合わせたツーリズムを推進し、インバウンドを含む消費単価の高い顧客層へ広く発信します。

(5) その他の意見

意見の概要
・大阪・関西万博（令和7年）の開催、リニア中央新幹線の開通、IR 開業はない。熊野古道伊勢路の世界遺産登録 20 周年事業もしなくてよい。

4. 観光事業者からいただいた意見の反映

【第2章 計画の施策展開】

戦略目標 3-1：生産性向上に取り組んだ事業者数 【P38】
戦略目標 3-2：待遇改善に取り組んだ事業者数 【P42】
意見
「戦略目標 3-1：ワークショップ参加事業者数」及び「戦略目標 3-2：就職説明会参加事業者数」について、戦略目標として、アウトプットの目標項目はふさわしくないのではないか。
対応
戦略目標 3-1 及び 3-2 を以下のとおり修正します。 ・戦略目標 3-1：生産性向上に取り組んだ事業者数（年度）（R8）累計40者 ・戦略目標 3-2：待遇改善に取り組んだ事業者数（年度）（R8）累計40者

戦略 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 【P41】
意見
従業員の住居確保に苦勞しており、県に支援いただきたい。
対応
「①新たな働き方の導入」について以下のとおり修正及び追記します。 ・①働きやすい職場環境の推進 ・多様な働き方の推進、福利厚生等の充実など、観光従事者が働きやすい職場環境を整え、従事者の定着を図るために、観光事業者がどのような取組をすべきかについて、セミナーの開催や事業者へのアドバイザー派遣の活用を促進し、観光事業者を支援します。

5. その他の変更事項

【第1章 計画の方向性】

5. 計画の目標項目・目標数値 【P4】
変更理由
<p>(主目標：観光消費額)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・目標数値については、コロナ禍前の過去最高額（令和元年：5,564億円）を令和6年に回復し、その後2か年かけて約1,000億円を上乗せする想定をしていたが、令和5年上半期終了時点で観光客数の回復が後ろ倒しすることが見込まれるため、令和7年に観光客数を過去最高に回復させ、令和8年には過去最高額に500億円を上乗せする観光消費額6,000億円をめざす。 ・また、観光消費単価を15%増大させることに取り組み、さらに昨今の物価上昇も見込まれるため1,000億円の増幅を設定し、6,000億円～7,000億円とした。
変更内容
<p>主目標を以下のとおり修正します。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・主目標1：観光消費額 (R8) <u>6,000億円～7,000億円</u>

【第2章 計画の施策展開】

<p>戦略2-1：戦略的な観光マーケティングの推進</p> <p>(3) 三重の特色を生かした観光ブランディング 【P27】</p>
変更理由
<p>三重県への観光誘客をさらに推進するため、他府県と差別化でき、焦点を絞った観光ブランディングの推進を検討していく必要がある。</p>
変更内容
<p>戦略2-1に「(3) 三重の特色を生かした観光ブランディング」を以下のとおり追記します。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・<u>現在検討中である本県のプロモーション推進の方針をふまえ、三重県への観光誘客を推進するため、他県と差別化できる総花的でない焦点を絞った観光ブランディングについて、今後検討を進めます。</u>

令和5年度第3回三重県観光審議会の概要

令和5年11月24日（金）に開催しました第3回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）最終案について審議いただきました。主な意見は以下のとおりです。

<計画全般>

- ・今後アクションプランで毎年度しっかりPDCAをまわしていくことが重要。
- ・今回の計画をマネジメントできる体制、検証していく仕組みが必要。
- ・計画の内容が盛りだくさんなので、実施にあたっては、ある程度優先順位をつける必要がある。

<目標項目・目標数値>

- ・参考指標の域内調達率について、現状把握がなければ目標数値も定められない。アクションプランを毎年度作成するというものもあるので、マネジメントするためにも、予算措置のうえ、域内調達率をしっかりと調査して数値を把握しなければ次の施策につながらない。
- ・「副目標3：観光に対する県民満足度」は、みえ県民1万人アンケートにおける「観光客が増えるとどのような効果や影響があったと思うか」という設問の回答結果で測ることとしているが、効果があったと答えた割合を満足度と捉えるのは違うのではないか。
- ・国において、持続可能な観光地域づくりに取り組んでいくというメッセージを強く打ち出しているため、目標数値を5地域に上方修正してはどうか。
- ・三重県の必死さが伝わってこない。3地域は必達目標とすべき。
- ・人材の確保・育成・定着の一番の課題は待遇改善である。働き方改革は待遇改善の要素の一つであり、他にも給与水準アップや、人事制度の整備もある。戦略目標は、待遇改善に取り組んだ事業者数を目標にしてはどうか。

<施策の柱1：質が高く、持続可能な観光地づくり>

- ・観光客がたくさん来てくれる、知ってくれる、見に来てくれることを嬉しいと感じる、そういう気持ちを子どもの頃から醸成していくことが大切。
- ・観光産業の影響や効果を県民がどこまで理解しているか、ということが重要。オーバーツーリズム等の観光のマイナス面もあるが、経済面等のプラスの効果もあるということを県民に理解してもらわなければならない。観光施策に取り組むことにより、地元民の地元に対する愛着度が高くなる、そういった取組も検討していただきたい。
- ・主要観光地における二次交通の在り方をもう少し深掘りしてほしい。
- ・二次交通に関するバリアフリーについて検討すべき。

<施策の柱2：戦略的な観光誘客の推進>

- ・ MICE は平日の利用が多いため、オフシーズンの MICE 誘致も効果的ではないか。
- ・ MICE のニーズを受け止め、関係者をつなぐ機能が必要であり、MICE のワンストップ相談窓口の設置を検討すべき。

<施策の柱3：魅力的な観光産業の確立>

- ・ 生産性を向上させるためには付加価値を上げることが重要で、企業の利益を上げ、人件費に反映させなければならぬ。経営効率を良くする DX や人件費の抑制ばかりに力を入れてはいけぬのではないか。
- ・ 「戦略3-2：観光産業を支える人材の確保・育成」について、「定着」も入れた方がよいのではないか。
- ・ 南部の人口流出の最大の要因は、若い人がその地域の仕事に定着しないこと。観光産業としての付加価値を上げ、そこで働く意味や意義を理解することが重要である。これに関しては、子どもの頃から意識づけする等の地道な取組が必要。

<計画の推進体制>

- ・ めざす姿の「旅行者よし、事業者よし、地域住民よし」の3者が重要なので、「第3章 計画を推進する仕組み」に旅行者を追記してはどうか。

(2) 三重県観光連盟のあり方検討について(全県DMOの機能強化)

1 趣旨

コロナ後のインバウンド回復や旅行者ニーズの多様化等が進むなか、三重県が「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」を実現するためには、観光地づくりの司令塔となるDMO(観光地域づくり法人)の果たす役割が重要です。

このため、三重県観光連盟では、「全県DMOを担う三重県観光連盟のあり方検討会議」(事務局:三重県観光連盟及び三重県観光部)を設置し、観光連盟の会員とともに、全県DMOの目指すべき姿や果たすべき役割等について検討を行っています。

2 三重県観光連盟の現状と課題

三重県観光連盟(以下「観光連盟」という。)は、国内向けウェブプロモーションで強みを発揮する一方、観光地づくり戦略やマーケティングの実行、DMO人材や安定的な財源の確保などの面で課題を抱えています。

【現状】

①国内向けウェブプロモーション基盤の確立

公式サイト「観光三重」は、「2022年観光関連サイト推計閲覧者数ランキング」スマホ部門で全国1位、PC部門で全国2位を獲得

②独自の財源確保

県内の市町、観光関連事業者からウェブプロモーション事業を受託

③県民参加型の情報発信

「みえ旅アンバサダー」(約50名)が県内観光地の取材レポートを発信

【課題】

①中長期的な観光地づくり戦略の欠如

②データマーケティングが不十分

③インバウンド向けプロモーションが不十分

④会員との合意形成、連携・支援機能が不十分

⑤DMO運営にかかる専門人材の育成・確保

⑥安定的・継続的な財源の確保

3 「全県DMOを担う三重県観光連盟のあり方検討会議」の設置

本年6月、観光連盟が「全県DMOを担う三重県観光連盟のあり方検討会議(以下「検討会議」という。)」を設置し、7月から9月にかけて会議を3回開催するとともに、会員等へのアンケートを実施しました。

【設置目的】

観光連盟が全県DMOの役割を担うために目指すべき姿を整理し、そのために必要な組織、人員、事業規模等の三重県観光連盟のあり方、及び三重県、市町、民間団体等の参画・関与のあり方等について検討する。

【経緯】

6月 三重県観光連盟理事会

⇒検討会議の設置を決定

7月 第1回検討会議

⇒観光連盟の現状と課題、県内のDMOのニーズ、他県の先行事例を共有

8月 会員等に対するアンケート（※）

（※）観光連盟に対する会員等のニーズ、会員等が実施する業務について集約

○「全県DMOとして観光連盟が機能強化を図る必要があるか」の問いに、98%が「必要である」と回答（n=54）

○「観光連盟の機能強化が必要な業務」に対する上位の回答

・インバウンド向け情報発信 35件（65%）

・県全域にわたるマーケティングデータの蓄積と提供 35件（65%）

・地域資源を活用した魅力づくりや商品開発 34件（63%）

第2回検討会議

⇒県、観光連盟、市町、DMOが行う業務の「モレ・ダブリ」を確認

観光連盟が目指すべき姿、役割・機能の検討

9月 第3回検討会議

⇒県、観光連盟、市町、DMO、民間の役割分担を整理

観光連盟が担うべき機能等をまとめた最終報告書（案）の協議

10月 三重県観光連盟理事会

⇒最終報告書（案）の承認

【会議の参加者】※観光連盟の理事ほか、参加を希望する会員等

○市町（16市町）

桑名市、四日市市、鈴鹿市、亀山市、津市、松阪市、鳥羽市、志摩市、伊賀市、名張市、熊野市、菰野町、多気町、大紀町、南伊勢町、紀北町

○DMO、観光協会（9団体）

伊勢志摩観光コンベンション機構、東紀州地域振興公社、菰野町観光協会、津市観光協会、大紀町観光協会、松阪市観光協会、伊勢市観光協会、伊賀上野観光協会、多気町観光協会

○観光施設、宿泊施設、交通事業者等（24社）

近鉄レジャーサービス、鳥羽水族館、ホンダモビリティランド、御木本真珠島、志摩スペイン村、メナード青山リゾート、三重県旅館ホテル生活衛生同業組合、三重交通、近畿日本鉄道、JR東海、伊勢湾フェリー、三重県旅行業協会など

○有識者（3名）

東京女子大学 教授 矢ヶ崎 紀子 氏 ※座長

JTIC. SWISS 代表 山田 桂一郎 氏 ※三重県観光審議会委員

じゃらんリサーチセンター センター長 沢登 次彦 氏 ※三重県観光審議会委員

4 最終報告書の概要

検討会議では、令和6年度から観光連盟が新たに実施する業務として、地域のニーズが高く、地域が実施する業務との重複が少ない「インバウンド向けプロモーション」及び「地域DMO等への支援業務」とし、その他は来年度に継続検討することで合意形成されました。

また、最終報告書(案)として、①全県の観光地づくりにおける各主体の役割分担、②観光連盟が担うべき4つの機能、などを整理し、観光連盟の理事会(10月4日)で承認されました。

①全県の観光地づくりにおける各主体の役割分担

項目	全県		地域	
	県	連盟	地域DMO・市町	民間
観光地づくり	基本的な戦略・行政展開方針、統計データ	行政の方針と連携した官民一体となった計画策定・実行	地域ごとの戦略策定	—
プロモーション	地域間交流 新規市場調査等	広域的なエリアプロモーション	地域ごとのエリアプロモーション	—
販路開拓・営業活動		商流開拓・関係構築 ランオベ機能	セールス・ファム対応	
プロダクト開発	—	ニーズの情報提供	観光資源の開拓	プロダクト開発
受入環境整備	ソフト・ハード整備	情報提供	ソフト・ハード整備	

②観光連盟が担うべき4つの機能

ア. インバウンド向けプロモーション

令和6年度から新たに4名体制のインバウンドチームを設置するとともに、インバウンド誘客に関心が高い会員が加入できる「インバウンド会員」(別途会費を徴収)を新設し、当該会員と連携して下記の取組を実施。

- ・インバウンド向けプロモーション基盤の整備及び運営
(多言語ウェブサイトの構築、「Welcome to Mie 委員会」事務局に関する業務)
- ・SNS・動画を活用したブランディング・情報発信
- ・海外旅行博、商談会等への出展、台湾・タイ等での現地レップ設置のマネジメント(まずは東南アジア、台湾等の成熟市場に限定)
- ・海外誘客アドバイザー(外国人専門人材)の設置

イ. 国内向けプロモーション

引き続き、県、市町、観光協会、地域DMOとの業務のすみ分け等について関係者間で検討し、令和7年度から事業推進体制の強化を目指す。

ウ. データマーケティング

引き続き、市町、観光協会、地域DMO、観光事業者等が必要とするデータについて関係者間で検討し、令和7年度を目途に一定の方向性の結論を得る。

エ. 地域DMO等への支援業務

令和6年度からプロパー職員を1名増員して体制を強化(3名→4名)し、下記の取組を実施。また、観光連盟が担うべきデータマーケティング機能の検討をふまえ、令和7年度以降、さらなる体制強化を目指す。

- ・地域DMO等へのワンストップ支援業務に係る基盤整備及び運営
(プロパー人材による観光地経営、データマーケティングに係る個別相談対応)
- ・地域DMO等への観光地経営に係る研修会・コンサルティング支援
- ・Google ビジネスプロフィール等を活用したデジタルマーケティング支援

5 今後の対応方針

検討会議の最終報告書に基づき、観光連盟が観光地づくりの司令塔として役割を円滑に果たせるよう、まず、新たにインバウンド向けプロモーション業務を推進する体制を整備するとともに、地域DMOへの支援業務を着実に実施できるよう基盤強化を図ります。

また、観光連盟においては、令和6年度から新たに担う機能の具体化に向け、中長期の事業計画の策定と、市町に対し観光連盟への職員派遣の依頼を行うとともに、引き続き検討会議を開催し、「国内向けプロモーション」と「データマーケティングの機能強化」について検討します。

(3) 各種審議会等の審議状況の報告について

(令和5年9月19日～令和5年11月21日)

(観光部)

1 審議会等の名称	令和5年度第2回三重県観光審議会
2 開催年月日	令和5年9月19日(火)
3 委員	【会長】埼玉大学 教授 石坂督規 ほか8名出席 計9名
4 諮問事項	三重県観光振興基本計画(令和6年度～令和8年度)中間案に関する審議
5 調査審議結果	次期三重県観光振興基本計画策定に向けて、本計画の中間案について審議いただきました。
6 備考	