

インバウンド誘客

令和8年度当初予算額：13.9億円【前年度比：107.4%増】※事業費ベース 令和7年度2月補正含み

参考3

本県のインバウンド誘客に係る現状と課題

- ①外国人延べ宿泊者数のコロナ禍前からの回復率はやや改善（2025年1-10月：299,410人（全国32位）、回復率 2019/2025同期比：91.5%（全国42位））
- ②宿泊施設などの受入体制（観光インフラ）の整備が不十分（利用が多いシティ・ビジネスホテルに対し旅館構成比が高い（全国：28.8% 三重県：38.2%）（2023年12月末時点））
- ③関空や成田・羽田から入国し、ゴールデンルートを周遊する旅行者の取り込みが不十分（中部国際空港の利用割合：全国：3.4% 三重県：64.6%（2024年））
- ④海外での認知度（観光地、本県へのアクセス）が低い（インバウンドを対象にした都道府県別の認知度：28.4%（全国45位 ※同率最下位））

出典：観光庁「宿泊旅行統計調査」、「インバウンド消費動向調査」、JTB「訪日重点15カ国調査2019」

1.インバウンド誘客に向けた計画策定

○「みえインバウンド誘客計画（仮称）」の策定

▶本県の強み・弱み等を基にマーケット分析を行い、有識者の意見もふまえ、
インバウンド誘客に向けた取組の方向性や具体的な施策の整理

2.データマーケティングの充実

- アンケート調査及び人流データにより取得・収集したインバウンドの属性や県内の周遊状況等のデータに基づき、インバウンドの動態を分析

3.インバウンドの受入環境の充実

- インバウンドが安心・安全かつ快適に滞在できる環境整備のため、宿泊施設の和洋室化やトイレの洋式化、案内表示の多言語化、災害対策の整備等を支援

- 小規模ホテルを含めた高付加価値旅行者向けの上質な宿泊施設の誘致を推進

- 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人材の育成、活躍機会の創出

- 新お伊勢参りの歴史・文化をふまえた広域のブランディングや歴史街道等の観光資源を組み合わせた周遊ルートの造成等による滞在型周遊観光の推進

- 新食に関するコンテンツの磨き上げや魅力発信によるガストロノミーツーリズムの推進

- 新インバウンドに安心・安全な観光地として選ばれるため、観光防災にかかる啓発の多言語化や、インバウンドへの適切な対応等に関する事業者向けのセミナーを実施

- 外国クルーズ船の誘致・受入体制の強化

- JR関西線沿線市町等と連携し、関西方面からの誘客促進に向けた観光資源の発掘・磨き上げ

- （公社）三重県観光連盟がインバウンド向けプロモーションを着実に実施できるよう基盤強化

- 農泊コンテンツの創出等を通じたインバウンド受入の拡大



宿泊施設の改修例

4.インバウンド誘客に向けたプロモーション

- 新高付加価値旅行者の誘致拡大に向け、レップの設置・拡充や観光セミナーの開催、ファムトリップなどを実施

- フランス企業等の福利厚生旅行誘致の取組強化

- 新ゴールデンルート及び関西圏を周遊するインバウンドを取り込むため、鉄道事業者と連携し、観光地とアクセス情報をセットにしたプロモーションを実施

- 海外OTAを活用した情報発信及び県内事業者の登録支援

- インバウンドが関心を寄せる体験コンテンツ等の動画による情報発信

- トップインフルエンサーの発信力を活用した情報発信

- 観光・食・物産が一体となったプロモーションを実施

- 国内ランドオペレーター等を対象にセミナー、ファムトリップ等を実施

- F1日本グランプリで来日するインバウンドの県内宿泊と周遊促進に向けた情報発信

- 観光庁のモデル観光地に選定されている伊勢志摩地域や紀伊半島地域における奈良県・和歌山県等と連携したファムトリップや商談会

- JNTO（日本政府観光局）及び全国知事会と連携した三重県の魅力や観光情報の発信



Mie Inbound Ambassador 2025
委嘱式の様子

5. MICE誘致・産業観光の推進

- レップによるセールスや商談会への出展、ファムトリップ、補助金の活用等による国際会議などのMICE誘致

- 三重県産業観光推進協議会と連携した産業観光のプロモーションや視察受入企業の裾野拡大の促進

- 海外セールスのフォローアップを通じた報奨旅行・研修旅行の誘致