

## 令和8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) 持続可能な観光地づくりに向けた受入環境の充実について . . . 1
- (2) 国内誘客の推進について . . . 5
- (3) インバウンド誘客の推進について . . . 6
- (4) 「みえインバウンド誘客計画（仮称）」の策定状況について . . . 8

#### (参考)

別冊1 本県のインバウンドの強みと弱み ～本県の課題をふまえて～  
(第2回みえインバウンド誘客計画検討有識者会議資料)

別冊2 重点市場について  
(第3回みえインバウンド誘客計画検討有識者会議資料)

令和8年3月12日

観 光 部

# (1) 持続可能な観光地づくりに向けた受入環境の充実について

旅行者の周遊・滞在を促進するため、三重ならではの観光資源を活かした地域の滞在型観光の取組を支援するとともに、三重県観光連盟の基盤強化を通じて地域DMO（観光地域づくり法人）のデータマーケティングや国内外向けプロモーション等の取組を支援。高付加価値旅行者等のニーズに対応した宿泊施設や観光施設の受入環境を充実させるとともに、上質な宿泊施設の誘致を実施。

## ① 三重自慢の観光資源を活用した滞在価値創出支援

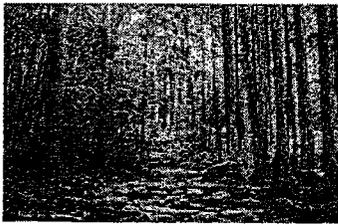
三重の自然、歴史・文化、食などの観光資源を活かした観光コンテンツの磨き上げや旅行商品の造成・販売に向け、DMO等8団体の取組を支援。（R6から2か年）

- 専門家による伴走支援、モニターツアーの実施
- Webページ作成、SNSを活用した情報発信
- 8団体が旅行商品造成、うち4団体が販売開始（その他調整中）

### 【支援した8団体】

- ・ 桑名エリアマネジメント「桑名茶の湯時巡り～歴史を映す茶のころ」<sup>とき</sup>
- ・ グリーンクリエイティブいなべ「里山から学び未来をつくるリーダー研修」
- ・ 四日市観光協会「名物案内人同行で安心『夜の呑み歩きツアー』」
- ・ 菟野町観光協会「KOMONO美巡旅 デトックスandチャージ」
- ・ DMOカメヤマモデル「ゆっくりお伊勢参り『伊勢別街道』」
- ・ 伊賀上野DMO「香りでほだき結でつなぐ大人女子旅」
- ・ 紀北町観光協会「初めての熊野古道と自然が育んだ伝統・美食に出会う旅」
- ・ ツーリズムみはま「熊野古道と里山の暮らしに出会う旅」

「初めての熊野古道と自然が育んだ伝統・美食に出会う旅」コース例（紀北町）



①熊野古道伊勢路「馬越峠」



②尾鷲ヒノキ職人に出会う



③四季活魚を堪能

## ② J R関西線の観光面での利用促進

JR西日本や沿線自治体・団体等で構成する「JR関西線観光推進連携協働会議」を立ち上げ、観光面での利用促進に係る取組を実施。

- 「JR関西線de旅して発見」イベントの開催（2/7）
  - ・ 沿線地域の観光資源の理解や新たな魅力の発見を目的
  - ・ トークセッション、謎解き周遊企画
  - ・ 参加者39名、「関西線の知らない魅力を知ることができた」等の声
- JR新大阪駅でのPR（8/31）
  - ・ 抽選会、地域産品販売等のブース設置
  - ・ 参加者405名

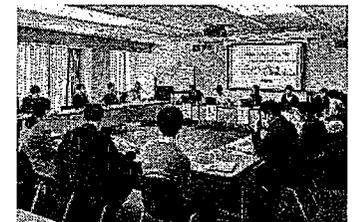


「JR関西線de旅して発見」イベント

## ③ 三重県観光連盟の基盤強化

全県DMOとしての役割を担うことができるよう、三重県観光連盟の基盤強化。

- インバウンド誘客
  - ・ 旅行博出展（台湾2回、タイ3回）、ファムトリップ、現地商談会開催
- 地域DMO等への支援
  - ・ データに基づく事業運営体制の構築及び人材育成のための全体研修会2回、個別支援15団体に実施
- データマーケティング
  - ・ 専門家を招いたデータ分析学習会を3回実施
- 国内向けプロモーション
  - ・ 東京・名古屋のカフェとタイアップし、観光連盟の会員による共同イベントを実施



データ分析学習会

# (1) 持続可能な観光地づくりに向けた受入環境の充実について

## 【インバウンドを含む誰もが快適に過ごせる受入環境の充実】

### ④インバウンド誘客等ユニバーサルツーリズム推進補助金

インバウンドや高齢者、障がい者など、誰もが快適に観光を楽しめるよう、受入環境の整備を支援。

- 補助対象者：宿泊施設、観光施設、土産物店、観光案内所
- 採択：50件 補助金総額：約5.2億円
- 地域別件数：北勢11、伊賀1、中勢5、伊勢志摩26、東紀州7

#### ①インバウンド対応（大規模整備）

- ・8件、約3.1億円
- ・客室の和洋室化、サウナ設置、展望テラスの整備 等



客室の和洋室化

#### ②インバウンド対応（小規模整備）

- ・16件、約1.4億円
- ・案内看板の設置、トイレの洋式化、キャッシュレス化 等



トイレの洋式化

#### ③バリアフリー・ストレスフリー対応

- ・26件、約0.7億円
- ・多目的トイレ整備、スロープ設置、授乳室の設置 等



授乳室の設置

### ⑤バリアフリー観光の推進

バリアフリー観光の推進のため、研修会の開催や情報発信の充実、旅行会社等との連携促進。

- 「観光施設における心のバリアフリー認定」  
144件（R8.1月末時点）※全国6位の認定数  
施設別（宿泊施設：116件、飲食店：17件、観光案内所：8件、博物館：3件）  
地域別（北勢：34件、中勢：21件、伊勢志摩：76件、伊賀：5件、東紀州：8件）
- バリアフリー研修会 9/30松阪市 12/16いなべ市 2/5鳥羽市
- 旅行会社向け視察ツアー 12/17伊勢志摩 2/17東紀州
- 施設調査、情報発信 全8施設（宿泊施設、観光施設等）

## 【高付加価値旅行者に対応した受入環境の整備】

### ⑥上質な宿泊施設の誘致活動を展開

- 小規模ホテルを含む上質な宿泊施設の立地を促進するため、「上質な『みえ旅』宿泊施設立地補助金」の制度拡充。※R8.4.1施行
- スモールラグジュアリーや歴史的建造物を活用したホテルが人気
- 現行制度では、10室未満の小規模ホテルは対象外

#### 現行

##### <要件>

- 部屋数 10室以上（南部5室以上）
- 投資額 5億円（南部3億円）
- 部屋の広さ（50㎡以上必要）  
5室以上（南部2室以上）
- 地域産品を活用した飲食施設を有すること

##### <補助内容>

- 補助率 10%（南部15%）  
※DMOと連携した場合 20%（南部25%）
- 補助上限額 5億円

#### 改正

##### <要件>

- 部屋数 5室以上
- 投資額 3億円（5室以上10室未満）  
5億円（10室以上）
- 部屋の広さ（50㎡以上必要）  
2室以上（5室以上10室未満）  
5室以上（10室以上）
- 地域ならではの食体験の提供体制を整えること

##### <補助内容>

変更なし

### ⑦高付加価値旅行者に対応できる観光ガイド人材の育成

高付加価値旅行者のニーズに対応できる観光ガイド人材を育成するため、研修会を実施するとともに、ガイドの活躍機会を提供。

- 「観光ガイド養成プログラム」（全6回）実施  
・参加者31名、うち修了認定者11名（R6～累計25名）
- ガイディング手法や旅程管理・危機管理の知識
- 伊勢志摩、伊賀、東紀州地域で実践研修
- 活躍機会の創出  
・ガイドのプロフィール作成、Webサイト掲載
- 旅行会社、宿泊施設等とのマッチング会（2/17）



実践研修 於：伊賀市

【三重自慢の観光資源を活用した滞在価値創出支援 8団体の旅行商品】

★は販売中

団体名	商品概要	
桑名エリアマネジメント	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 桑名茶の湯時（とき）巡り～歴史を映す茶のころ ★</li> <li>・ 欧米豪アッパーミドル層をターゲット</li> <li>・ 桑名に根付いた「茶の湯」を通して、伝統工芸（漆器、陶器）、伝統文化（茶道）、刀剣等の歴史・文化を体感</li> </ul>	 <p>漆工芸の体験</p>
グリーンクリエイティブいなべ	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 里山から学び未来をつくるリーダー研修 ★</li> <li>・ 東海地方の企業をターゲット</li> <li>・ 自然や人とのつながりを感じながら、地域課題を捉え、社会的価値を創出する次世代リーダー養成を目的とした企業研修</li> </ul>	 <p>青川峡キャンプパーク</p>
四日市観光協会	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 名物案内人同行で安心「夜の呑み歩きツアー」</li> <li>・ 四日市の宿泊者をターゲット</li> <li>・ 地元に精通するガイドが駅前アーケード街の飲食店を案内し、夜の散策やグルメなど四日市の魅力を発見</li> </ul>	 <p>名物案内人と飲食店巡り</p>
菰野町観光協会	<ul style="list-style-type: none"> <li>● KOMONO美巡旅 デトックスandチャージ</li> <li>・ 中京圏、関西圏の20～30代女性をターゲット</li> <li>・ 療養の地で「カラダを動かす、栄養を蓄える、心とカラダを休める、心を満たす」を体現し、健康増進</li> </ul>	 <p>マコモ蒸し体験</p>
DMOカメヤマモデル	<ul style="list-style-type: none"> <li>● ゆっくりお伊勢参り「伊勢別街道」 ★</li> <li>・ 関西中部エリアからの旅行者をターゲット</li> <li>・ 関宿と高田本山専修寺をつなぐ伊勢別街道沿いで栄えた産業や歴史・文化に触れる体験プラン</li> </ul>	 <p>和装で巡る寺内町</p>
伊賀上野DMO	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 香りでほだき結でつなく大人女子旅 ★</li> <li>・ 40～60代女性グループをターゲット</li> <li>・ 忍者の精神性を感じながら、伊賀組紐を使った香り袋づくりなどの体験を通じて、自分自身と向き合う時間を大切に、歴史・文化の奥行きを体感</li> </ul>	 <p>組紐を使った香り袋づくり体験</p>
紀北町観光協会	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 初めての熊野古道と自然が育んだ伝統・美食に出会う旅</li> <li>・ 40～60代の小グループをターゲット</li> <li>・ 熊野古道伊勢路「馬越峠」を有するこの町で、魚づくしの料理とおもてなし、伝統を守る職人との出会いを通して、伝統文化と美食を体験</li> </ul>	 <p>紀州備長炭の窯を訪問</p>
ツーリズムみはま	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 熊野古道と里山の暮らしに出会う旅</li> <li>・ 欧米豪アッパーミドル層をターゲット</li> <li>・ 熊野古道の散策や丸山千枚田の眺望、住民との交流による里山の暮らし体験を通じて、心とカラダをリトリート</li> </ul>	 <p>丸山千枚田</p>

# (1) 持続可能な観光地づくりに向けた受入環境の充実について

宿泊業をはじめとする観光事業者における生産性向上、人材確保・育成・定着の取組の支援や観光産業の魅力を発信。旅行者の安全・安心を確保するため、観光事業者等への啓発等、観光防災の取組を推進。市町・DMO・観光協会におけるデータに基づいた施策立案の推進を支援するための観光マーケティングの推進。

## ⑧ 観光産業の生産性向上、人材確保・育成・定着に向けた取組

### 【生産性向上支援】

- 伴走型の個別コンサルティングによる支援(8事業者)  
(取組例) 顧客管理データの分析による利用状況の把握及び宿泊プランの見直し
- ワークショップを開催し、SNSでの情報発信強化や業務マニュアル作成をテーマに、すぐに実践できる取組を学ぶ機会を提供(9事業者)

### 【人材確保等支援】

- 伴走型の個別コンサルティングによる支援(6事業者)  
(取組例) 人事評価制度の導入、内定から入社までの受入体制の構築



観光事業者向けワークショップ

### 【取組の横展開】

- 県内の観光産業全体で生産性向上や人材確保に取り組む機運の醸成を図るため、事例集の作成や成果報告会(3月10日)を開催

### 【観光産業の魅力発信】

- 観光産業の魅力を発信するサイト「みえ観光みらいNAVI」において、従業員のインタビュー記事や観光事業者の生産性向上・観光防災等の取組を紹介



「みえ観光みらいNAVI」トップページ

## ⑨ 観光防災の推進

### 【観光防災セミナー】(2月18日、52名参加)

- 「実例から学ぶ観光防災セミナー ～観光地で災害が起こったら? 現場で求められる旅行者対応と情報提供～」  
〔対象〕市町、観光事業者等  
〔内容〕災害発生時に観光地で求められる対応や、外国人旅行者を含む旅行者への情報伝達の方法について、県内外の地域の具体的な事例や観光庁の取組を交えて紹介

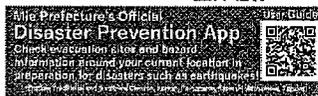
### 【県公式防災アプリ「みえ防災ナビ」啓発】

- 旅行者への周知を図るため、防災対策部と連携し、防災アプリの啓発カードを作成。県内観光施設や宿泊施設等に配布

スマートフォン向け 三重県公式防災アプリ

みえ防災ナビ

いざという時、避難に必要なたらば、このアプリで最新の避難情報や防災情報を届けます!



防災アプリ啓発カード

## ⑩ 観光マーケティングの推進

- 取得・収集した観光統計データを「三重県観光統計データ」サイトにて提供するとともに、データの利活用に向けた研修(全6回開催。参加者：19団体、延べ78人)をあわせて実施することにより、市町・DMO・観光協会におけるデータに基づいた施策立案の推進を支援



「三重県観光統計データ」サイト

### 【公開データ例】

- 観光レクリエーション入込客数推計
- 観光施設入込客数(月次)
- 観光事業者従業員満足度など

## (2) 国内誘客の推進について

大都市圏からの誘客を図るため、多様な手段を活用した認知度向上を促す観光プロモーションを展開するとともに、大阪・関西万博を契機とした誘客促進、平日の観光需要喚起に向けた取組などを実施。

### ① 大都市圏プロモーションの実施

首都圏等大都市圏からの誘客促進に向け、メディアや旅行事業者等を対象とした観光情報説明会やSNS、各種広告等さまざまな手段を組み合わせることで、効果的に三重の魅力を発信

#### ○観光情報説明会（みえ旅レセプション2025）開催

(R7.7/18)

首都圏のメディアや旅行事業者等202名が参加

・テレビ2件、ラジオ1件、新聞17件、WEB記事423件



みえ旅レセプション2025

#### ○「三重おこないナビゲーター2025」の委嘱

漫才コンビ「バッテリーズ」の寺家氏を委嘱し、観光PRイベント等への出演や自身の活動の中で開設したYouTubeチャンネル「三重おこない百景」により三重の魅力を積極的に発信

#### ○首都圏メディアへのキャラバン、モニターツアーの実施

テレビ関係者約100名に継続的にアプローチ

・全国放送のテレビ7番組、雑誌・WEB記事14件、YouTube動画3本



おこないナビゲーター委嘱

### ② 大阪・関西万博を契機とした誘客促進

大阪・関西万博を契機とした誘客促進に向け、交通事業者との連携による企画きつばや万博と三重県をあわせて周遊できる旅行商品のプロモーション、万博来場者を本県への来訪につなげるための観光キャンペーンを実施

#### ○三重へおこない！キャンペーン

万博三重県ブースの展示を通じてさまざまな三重の魅力に触れていただいた県外在住の方々に、実際に三重を訪れ、リアルな三重の魅力を体感していただくための観光キャンペーン

・期間：R7.7/19～R8.2/28

・来訪者数：6,820名

・宿泊を伴う来訪者：53.0%

・県内来訪エリア：伊勢志摩（47.4%）

伊賀（20.8%）

北勢（20.0%）



キャンペーンチラシ



ブース内でのキャンペーン案内

### ③ みえ応援ポケモン「ミジュマル」を活用した県内の周遊促進

県内への誘客や周遊を促進するため、(株)ポケモンとの包括連携協定を活用し、県内市町や交通事業者等と連携したスタンプラリーや、ミジュマルライナー運行開始1周年を記念したキャンペーンを実施

#### ○みえのポケふた&のりものスタンプラリー

県内2か所の「ミジュマル公園」（鈴鹿・鳥羽）や、全29市町に設置された「ポケふた」とミジュマルがデザインされた公共交通機関を巡るスタンプラリーを実施

・実施期間：R7.8/1～9/30、10/11～R8.1/12  
・参加者数（賞品応募数）：7,013件



スタンプラリー

#### ○ミジュマルライナー運行開始1周年キャンペーン

ミジュマルライナー運行開始1周年（R8.2/27）を記念したキャンペーンを、近畿日本鉄道（株）と共催で実施

・キッズ車掌体験イベント  
・Xでの「おもいで投稿キャンペーン」等



ミジュマルライナー

©Pokémon. ©Nintendo/Creatures Inc./GAME FREAK inc.

### ④ 平日の観光需要喚起

平日の観光需要喚起を図るため、体験コンテンツの利用促進や高速道路を利用した周遊促進に向け、キャンペーン等を実施

#### ○三重のあそび体験利用促進事業

平日利用を対象にした県内体験コンテンツの利用料金割引キャンペーンを実施

・利用者数：9,667人



SUP体験

#### ○みえ周遊ドライブプラン事業

NEXCO中日本と連携し、高速道路の乗り放題と県内観光施設等での買い物券をお得に購入できるキャンペーンを実施

・利用件数：4,956件

#### ○教育旅行誘致促進事業

ポータルサイトの充実、旅行会社・学校へのセールス等、目的地としての魅力を発信

### (3) インバウンド誘客の推進について

インバウンド誘客を強かに展開するため、「みえインバウンド誘客計画（仮称）」の策定を進めるとともに、海外OTA（オンライン旅行会社）やインフルエンサーの発信力を活用した情報発信を実施。

重点的に取り組む市場において観光・物産・食が一体となったプロモーションを実施。

高付加価値旅行者の誘客に取り組むとともに、DMO（観光地域づくり法人）等、地域が主体となって進める高付加価値な観光地づくりの取組を支援。

G7開催実績、豊かな自然・文化、産業集積など三重県の強みを生かした国際会議や企業が実施する会議、報奨・研修旅行といったMICE誘致と産業観光を推進。

#### ① インバウンドプロモーションの推進

##### I 「みえインバウンド誘客計画（仮称）」の策定

インバウンドのさらなる誘客に向けて、みえインバウンド誘客計画検討有識者会議を開催し、先進地のヒアリングやデータ分析を踏まえて、本県の強みと弱みや重点市場の考え方などについて整理し、計画の策定を進めました。

##### II ゴールデンルート等からの誘客

ゴールデンルートを周遊する旅行者等の県内への周遊・宿泊を促進するため、海外OTAを活用した情報発信に取り組みました。

##### III 観光・物産・食が一体となったプロモーションやインフルエンサーを活用した情報発信

インバウンド誘客に重点的に取り組む市場において、観光・物産・食が一体となったプロモーションを実施しました。また、「Mie Inbound Ambassador（ミエインバウンドアンバサダー）」制度を創設して、タイで著名なインフルエンサーであるオーパルさんを第1号に委嘱し、SNSや動画による情報発信を行いました。公開された動画は100万回近く再生され、本県の知名度向上に大きく貢献しました。

##### IV 大阪・関西万博を契機とした誘客

「EXPO2025関西観光推進協議会」に参画し、万博会場や関西国際空港でのPRブースの出展により、外国人旅行者に対して県内の観光情報の発信に取り組みました。

##### V F1を契機とした誘客

F1日本グランプリを目的に来訪する外国人旅行者に対し、三重県への周遊・宿泊を促進するため、旅行会社等と連携した旅行商品の造成や情報発信等に取り組みました。

##### VI 三重県観光連盟・日本政府観光局（JNTO）等との連携

商談会・旅行博への参加、レップ（営業代理人）の設置によるアジア市場からの誘客、SNS等オンラインを活用した情報発信等、三重県観光連盟が実施する事業を支援したほか、JNTOと連携した情報発信等に取り組みました。



みえインバウンド誘客計画  
検討有識者会議の様子



タイの著名なインフルエンサー  
オーパルさんによる県内取材の様子  
於：鳥羽市

## (3) インバウンド誘客の推進について

### ② 海外の高付加価値旅行者の誘客促進

#### I 高付加価値旅行者の誘客

三重県の観光資源が強みを持ち、経済波及効果が大きいと期待される欧米を中心とした市場の旅行会社を対象にファムトリップ（視察旅行）を実施するとともに、フランスにレップ（営業代理人）を設置し、旅行会社へのセールスや商談会、旅行博への出展等を活用した誘客に取り組みました。

また、フランスからの福利厚生旅行の誘致に取り組んだ結果、三重県での宿泊者が600人泊増加するなどの成果がみられました。

#### II 地域が取り組むインバウンド誘致への支援

観光庁による「地方における高付加価値なインバウンド観光地づくり」のモデル観光地に選定されている伊勢志摩地域を中心とした取組を支援するとともに、同じくモデル観光地に選定されている奈良県・和歌山県とも連携を図り、広域でのプロモーション等に取り組みました。



福利厚生旅行の誘客に係るフランスの旅行会社とのMOU改定締結式

### ③ MICE誘致・産業観光の推進

#### I MICEの誘致促進

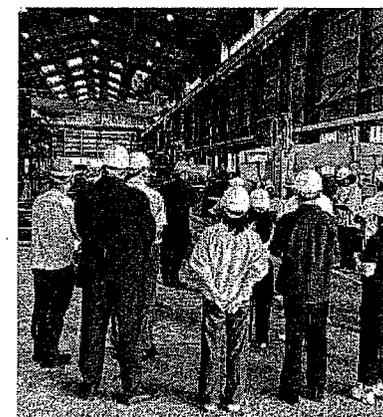
三重県の強みを生かした国際会議や、企業が実施するミーティング、報奨・研修旅行といったMICEの誘致を進めるため、レップ（営業代理人）を活用した首都圏と関西圏における営業活動やモデルコースの造成、補助制度の対象拡充を行いました。

また、三重大学等の教員へのセールスを行い、県内での学会開催を働きかけました。さらに、首都圏及び関西圏でのMICE誘致セミナー開催や商談会に参加しました。

#### II 産業観光の推進

産業観光ツアーを手配するエージェントを招請したファムトリップ（視察旅行）の実施や商談会へ参加するなど誘客に取り組んだ結果、令和7年4月から令和8年2月にかけて、約3,900名が来県しました。

また、産業観光の受入企業を増やすため企業訪問を実施するとともに、さらなる誘客を促進するため、韓国において「三重県インセンティブツアー&産業観光セミナー」を開催しました。



産業観光  
(橋梁部品製造工場の視察)  
於：松阪市

#### (4) 「みえインバウンド誘客計画（仮称）」の策定状況について

県内観光産業の持続的な発展に向けて、インバウンド誘客を強力に展開するため、みえインバウンド誘客計画検討有識者会議の議論をふまえながら「みえインバウンド誘客計画（仮称）」の策定を進めています。

##### 1 第2回みえインバウンド誘客計画検討有識者会議

(1) 日時：令和7年12月25日（木）

(2) 議題：高山市の取組紹介（高山市より説明）

伊勢志摩の取組紹介（伊勢志摩観光コンベンション機構より説明）

本県のインバウンドの強みと弱み

意見交換

(3) 主な意見

- ・広域での誘客が効果的で、アジア市場は近隣県、欧米市場はさらに広域での地域連携など、市場により戦略を変えることが重要である。
- ・三重県へ電車で向かう際、名古屋駅での乗換方法がわかりにくいという声がある。
- ・三重県はアクセスの認知度が低く、ゴールデンルートから南下してすぐに三重県へ行けることがあまり知られていない。三重県を含む新しい周遊ルートに魅力的な名前を付けてプロモーションするのも一案である。
- ・DMO（観光地域づくり法人）の機能強化や、DMOと行政との役割分担の明確化が重要であり、行政とDMOが緊密に連携する必要がある。
- ・対象市場を選定する際はマーケティングの観点も踏まえるべきである。
- ・行政だけでなく、事業者自身でも地域を盛り上げる必要がある。
- ・取組を継続するためには、安定的な財源確保の検討も必要である。

##### 2 第3回みえインバウンド誘客計画検討有識者会議

(1) 日時：令和8年2月16日（月）

(2) 議題：本県の重点市場について

石川県の取組紹介（石川県より説明）

広島県の取組紹介（広島県観光連盟より説明）

意見交換

### (3) 主な意見

- ・アジア市場、欧米市場、成長市場と分けて重点市場を導く考え方について異論はない。
- ・重点市場に選定されない市場においてもリソースの範囲内で継続的な誘客取組を行う方針となっている点が良い。
- ・三重県に来ていただいた後の出口を考えることも重要。
- ・ゴールドルートからの南回りのルートをPRしていくことが重要。
- ・旅館は和食の提供が基本となるので、中小規模の旅館では洋食の提供が難しい面がある。ベジタリアンやハラール対応等の食事制限への対応について事業者自身が学ぶ必要がある。
- ・県やDMOについて、どのような体制を作り、人材を育成していくのか議論を深めていくことが重要。

### 3 今後のスケジュール

令和8年度中の「みえインバウンド誘客計画（仮称）」の策定に向けて、有識者会議における検討内容を常任委員会に随時お示ししながら、策定作業を進めてまいります。