

令和7年12月25日(木)
第2回みえインバウンド誘客計画検討有識者会議

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～

三重県観光部

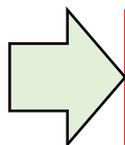
三重県の観光産業で認識される5つの課題（テーマ）

「ゲート・流動・周遊」「認知」「受入環境（宿泊施設、交通アクセス、ガイド）」「対象市場」「取組の継続性」という観点から、課題（テーマ）を整理

<p>ゲート 流動・周遊（1）</p>	<p>中部国際空港から入国する旅行者だけではなく、ゴールデンルート を周遊する旅行者など、関空や成田・羽田から入国する旅行者の取 込みが不十分</p>	
<p>認知（2）</p>	<p>海外での認知度（観光地、本県へのアクセス）が低い</p>	
<p>受入環境 （3）</p>	<p>宿泊施設 ①</p> <p>交通 アクセス②</p> <p>ガイド③</p>	<p>宿泊施設や二次交通などの受入体制（観光インフラ）の整備が 不十分</p>
<p>対象市場（4）</p>	<p>対象とする国・地域ごとに戦術が定まっていない</p>	
<p>取組の継続性（5）</p>	<p>取組を継続することが必要</p>	

課題(1) 中部国際空港から入国する旅行者だけではなく、ゴールデンルート^①を周遊する旅行者など、関空や成田・羽田から入国する旅行者の取り込みが不十分

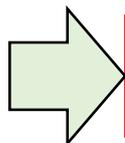
強み	弱み
<ul style="list-style-type: none"> ○ 関西国際空港・羽田空港・成田国際空港など他空港における航空便の復便・増便によって、複数ゲートからの誘客が可能である ○ 名古屋・大阪双方から2時間圏という立地の強みが、周遊ルート形成において他県より優位に働く ○ 近隣の中部国際空港・関西国際空港からのアクセスが容易である 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 本県訪問者の利用空港が中部国際空港に偏っており、他空港利用の旅行者を取り込めていない ○ 中部国際空港の国際線の復便が遅れている ○ 中部国際空港の就航都市数や便数、外国人入国者数は、関西国際空港・羽田空港・成田国際空港と比較して少ない ○ 旅行者への周遊ルートの提示・誘導が弱く、周遊行動を促す仕掛けが不十分 ○ 旅行会社に対する周遊ルート商品の造成の働きかけが不十分



- 本県は中部国際空港への依存度が高い
- 中部国際空港は他の国際空港と比較し、便数が少ない

課題(2) 海外での認知度(観光地、本県へのアクセス)が低い

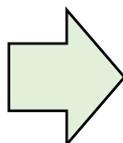
強み	弱み
<ul style="list-style-type: none"> ○ 訪日旅行において、「都市部から地方」のトレンドが追い風となり、地方部にある県の認知を高めるチャンスが拡大している ○ 欧米豪市場の旅行者等、ストーリー性のある文化体験に関心が高い層に対して本県の資源は相性が良い ○ 本県には訴求力のある観光資源が複数あり、個別のコンテンツでは一定の認知を獲得しているものもある 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 京都・奈良・高山・金沢などと比較すると本県の認知度は低く、旅行先として選ばれにくい ○ アクセス(東京・名古屋・大阪からの移動方法)が海外旅行者にとって分かりにくく、認知形成の妨げとなっている ○ 三重県を訪れる訪日外国人旅行者が少ないため、SNSや口コミなど、旅行者自身が発信している情報が少ない



○本県は、訪日外国人旅行者による口コミの投稿が少なく、十分な認知を獲得できていない
 ○本県としての認知度は低いものの、個別のコンテンツによっては一定の認知を獲得している

課題(3) ① 宿泊施設や二次交通などの受入体制(観光インフラ)の整備が不十分

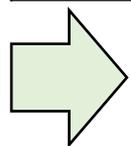
強み	弱み
<ul style="list-style-type: none"> ○ 国・県・市町の支援策(補助金や専門家派遣など)のメニューを活用できる環境が整っている ○ 各種デジタルツール等、インバウンド受入に活用可能な手段が豊富にそろっている ○ 本県には伊勢志摩・東紀州など、長年にわたり国内旅行者を受け入れてきた観光地があり、宿泊・受入の基本的な運営ノウハウが地域に蓄積している 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 国内旅行者が一定数存在するため、インバウンド投資の必要性が低く認識されがちで対応が進まない事業者もある ○ インバウンド対応(多言語・決済等)が充分でない宿泊施設もあり、対応のレベルにばらつきがある ○ 本県はエリアによって宿泊可能室数が少なく、時期によっては受入不足(機会損失)が生じる可能性がある



○ 人手不足に加え、インバウンド対応が充分でない観光施設もあり、受入体制の強化が必要

課題(3) ② 宿泊施設や二次交通などの受入体制(観光インフラ)の整備が不十分

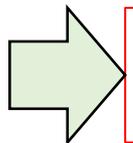
強み	弱み
<ul style="list-style-type: none"> ○ MaaS・オンデマンド交通・デジタルチケットなど、交通DXの導入により、弱点である二次交通の課題を改善できる可能性がある ○ 大阪・名古屋圏から近く、鉄道・高速道路などの基盤は一定整備されているため、主要都市からのアクセスは比較的容易である 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 交通事業者の人手不足・運転手不足が顕在化している ○ 二次交通の選択肢が限られ、滞在中の体験密度(訪問できるスポット数・多様性)が低くなりがちである ○ 多言語対応の交通案内や標識・運行情報が不足しており、初めて訪れる旅行者にとってハードルが高い ○ セントレアから伊勢志摩へのアクセスは物理的に遠いという声がある ○ 名古屋駅で新幹線から近鉄に乗り換える際、分かりにくく、また下りは階段しかなく、スーツケースを持った移動が困難。



○一次交通は「乗り換えの不便さ」、二次交通は「選択肢の少なさ」が指摘されている

課題(3) ③ 宿泊施設や二次交通などの受入体制(観光インフラ)の整備が不十分

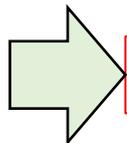
強み	弱み
<ul style="list-style-type: none"> ○ 国の補助制度が充実しており、体系的なガイド育成を進めるチャンスがある ○ 音声ガイドやAI翻訳の進展により、多言語化の難易度が下がり、ガイド育成の効率化が進めやすい ○ 三重県は歴史的・文化的価値の高い資源が多く、「語る素材」が豊富である ○ 地元住民や観光協会など、地域をよく知る潜在的ガイド人材が一定数存在する 	<ul style="list-style-type: none"> ○ ガイド業務は収入・雇用が不安定になりがちで人材が定着しにくく、中長期的に人材不足に繋がる可能性がある ○ ガイドによって知識量・説明力・ホスピタリティに差があり、体験の質が一定せず、満足度のばらつきにつながりやすい ○ 訪日客のニーズが専門化・高度化しており、ガイドの質の差がそのまま旅行者満足度に直結する



○簡易な接客などの外国語対応は一定できているが、歴史・文化など、観光資源の価値を伝達するストーリーテラーが不足している

課題(4) 対象とする国・地域ごとに戦術が定まっていない

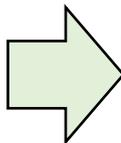
強み	弱み
<ul style="list-style-type: none"> ○ 周遊データや関連統計の提供も進み、国・地域別の行動データの取得が容易になり、ターゲット選定の精度を高めやすい ○ 本県には自然・歴史・食・アクティビティなど、多様な市場に対応できる幅広い観光資源が揃っており、国・地域ごとのニーズに合わせた訴求がしやすい ○ 一部の事業者や地域では、特定市場に対する成功事例やノウハウが蓄積しつつある 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 市場別戦略が曖昧なままだと、県内のリソースが分散し、効果が出にくい ○ 行政・支援機関・事業者の時間軸(短期/長期)や視野が揃わず、県全体の戦術統一が難しい ○ 組織ごとにターゲット国・属性がバラバラで、県全体としての「集中と選択」が効きにくく、施策が分散しやすい ○ ターゲットが曖昧なため、商品造成・情報発信・誘客営業の方向性が揃わず、成果につながりにくい



○県内DMO、県内事業者のターゲット国やターゲット属性は様々である

課題(5) 取組を継続することが必要

強み	弱み
<ul style="list-style-type: none"> ○ データ共有基盤・分析環境の整備により、継続施策の検証・改善が行いやすくなっている ○ 三重県観光連盟(全県DMO)や伊勢志摩観光コンベンション機構(地域連携DMO)など、多層的な観光組織が存在し、県全体の推進体制の土台がすでにある 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 年度予算や組織再編の影響により、施策の中断・縮小が起こる構造的なリスクがある ○ 行政機関の人事異動や、出向者中心で運営されるDMOの体制により、組織の中にノウハウが蓄積しにくい ○ 事業者・DMO・行政の役割分担が曖昧で、継続した取組を支えるための推進主体が不明確になりやすい



○過去の施策の継続性、一貫性を不十分とする声もある