

三重県観光振興基本計画（令和6年度～令和8年度）に基づく
令和8年度アクションプラン

令和8年4月
三重県観光部

「アクションプラン」とは・・・

三重県観光振興基本計画の目標に向けた方向性や戦略に従い、具体的にどのように効果的な取組を実施していくのかをまとめたものです。
毎年度作成し、本計画の実効性を高めるツールとして活用します。

<アクションプランの構成>

主目標・副目標について

目標(KGI):〇〇〇(三重県観光振興基本計画で定めた主目標・副目標)

	R1(基準値)	R6	R7	R8
目標値	計画最終年度である令和8年度までの目標値を記載			
実績				

- 目標設定の考え方
- R8目標達成に向けた方向性

目標設定の考え方、目標達成に向けた方向性を記載しています。
※主目標・副目標においては、各戦略目標の達成状況によって達成状況が決まることから、ここでは達成状況及び評価は省略しています。

戦略〇－〇:〇〇〇(三重県観光振興基本計画における戦略番号と戦略名)

戦略目標(KPI):〇〇〇(三重県観光振興基本計画で戦略ごとに定めた目標)

	R5(現状値)	R6	R7	R8
目標値	計画最終年度である令和8年度までの目標値を記載			
実績				

令和7年度のKPIの達成状況及び評価

令和7年度のKPIの達成状況及び評価について記載しています。

令和8年度のKPI達成に向けた重要達成要因(KSF)

- KSF設定の考え方

<考察を踏まえたKSF>

上記を整理のうえ、設定したKSFを記載しています。

戦略目標(KPI)を達成するための重要な要因について、考察を踏まえた重要達成要因(KSF)を記載しています。

令和8年度の主な取組の方向性

【〇〇〇(取組内容名)】

令和8年度の具体的な取組内容を記載しています。

<令和8年度の主な事業>

- 〇〇〇事業(細事業名)〔〇〇千円(予算額):〇〇部(事業実施部局名)〕
事業内容を記載します。

(考察)

「令和8年度の主な取組の方向性」に沿う令和8年度の事業について、細事業名、予算額、事業実施部局名を記載し、事業内容が細事業の一部である場合は「(一部)」と記載しています。

- KPIに係る考察

目次

戦略		戦略目標(KGI・KPI)	頁
主目標		観光消費額	3
副目標1	旅行者よし	観光紹介意向率	3
副目標2	事業者よし	観光従事者満足度	4
副目標3	地域住民よし	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	4
施策の柱① 質が高く、持続可能な観光地づくり			
戦略1-1	持続的な観光地マネジメント	持続可能な観光地域づくりに取り組む地域数	5
		先駆的DMOの認定数	5
戦略1-2	観光の質の向上による高付加価値化	日本人宿泊者観光消費単価	7
		外国人観光消費単価	7
戦略1-3	三重の特色を生かした滞在型観光の推進	平均宿泊日数	11
戦略1-4	旅行者を受け入れる基盤の整備	宿泊者満足度	14
		県外宿泊者5回以上リピーター率	14
施策の柱② 戦略的な観光誘客の推進			
戦略2-1	戦略的な観光マーケティングの推進	観光地域マーケティング戦略を策定したDMOの数	18
戦略2-2	国内観光誘客の推進	日本人延べ宿泊者数	20
		宿泊を伴う教育旅行で県外から訪れた学生数	20
戦略2-3	インバウンド誘客／MICE・産業観光の推進	外国人延べ宿泊者数	24
		国際会議開催件数	24
施策の柱③ 魅力的な観光産業の確立			
戦略3-1	観光産業の生産性向上	生産性向上に取り組んだ事業者数	27
戦略3-2	観光産業を支える人材の確保・育成・定着	待遇改善に取り組んだ事業者数	29

主目標・副目標について

主目標(KGI):観光消費額

	R1(基準値)	R6	R7	R8
目標値	5,564億円	5,130億円	5,560億円	6,000億円～ 7,000億円
実績		5,236億円	※集計中	

●主目標の設定の考え方(令和6年度アクションプラン策定時)

- ・ R7に観光客数を過去最高に回復させ、R8に観光消費額の過去最高額(R1:5,564億円)に500億円を上乗せする6,000億円という目標を設定。
- ・ また、観光消費単価の15%増に取り組むこと、さらに昨今の物価上昇も見込み、1,000億円の上昇幅を設定。

●R8目標達成に向けた方向性

- ・ 観光消費額は、観光客数×消費単価で推計することから、観光客数と消費単価それぞれを増加させ、観光消費額の増をめざす。

(観光客数の増加)

- ・ 首都圏、関西圏等をターゲットとして、三重県への観光を誘引するために必要な情報発信を行うことにより、日本人来訪者を増加させる。
- ・ インバウンド誘客に向けて(公社)三重県観光連盟の体制強化と、(公社)三重県観光連盟が定めたインバウンド誘客のターゲット市場への取組の支援を行うとともに、「みえインバウンド誘客計画(仮称)」に基づく、広域プロモーションによる誘客推進、ゴールデンルートや関西圏を中心に旅行するインバウンドに対する情報発信、海外OTAを活用した県内宿泊施設の情報発信に取り組む、インバウンドを増加させる。

(一人あたり消費単価の増加)

- ・ 旅行者の「もう1泊、もう1食、もう1体験」を促進させるため、周遊促進に向けた滞在価値の創出および宿泊・滞在拠点の整備を推進し、地域での観光消費を促進させる。
- ・ 高付加価値旅行者のニーズに合わせ、宿泊施設の誘致や施設の改修、旅行体験の充実に取り組むことにより、高付加価値旅行者に選ばれる観光地づくりを促進する。
- ・ 三重県の強みが生かせる市場やテーマをターゲットとして、高付加価値旅行者の誘客や国際会議、インセンティブツアーの誘致に重点的に取り組む。

副目標1(KGI):観光紹介意向率^{※1}

	R4(現状値)	R5	R6	R7	R8
目標値	27.9%		36.5%	40.8%	45%
実績	(78.7%) ^{※2}	30.6% (79.5%) ^{※2}	33.5% (83.5%) ^{※2}	37.2% (89.1%) ^{※2}	

※1:県「観光客実態調査」の「紹介意向」にて、「大変そう思う」と回答した人の割合。

※2:実績下段()内は「大変そう思う」「そう思う」「やや思う」の合計値。

●副目標1の設定の考え方(令和6年度アクションプラン策定時)

- ・ コロナ前のR2(35.1%)を基準値として10ポイント増とし、R8に45%となる目標値を設定。

●R8目標達成に向けた方向性

- ・ 以下の方向性に基づき旅行者の満足度を高め、他者に勧めたくなる観光地をめざす。
- ・ 旅行者におけるサステナブルな旅行への関心が高まっている中、経済的な側面だけでなく、地域社会との共存や環境への配慮など、経済・社会・環境への影響を考慮する持続可能な観光地づくりを推進する。
- ・ 旅行者の滞在・周遊性を高めるため、歴史・文化、食、自然(癒し)等の三重ならではの観光資源を生かし、広域のプランディングやストーリー性のある周遊ルートの造成に取り組む、滞在型周遊観光を推進します。

副目標2(KGI):観光従事者満足度^{※1}

	R5(現状値)	R6	R7	R8
目標値	52.6%	55%	57%	60%
実績		60.2%	64.4%	

※1:県内宿泊施設従業員を対象とした県独自アンケート調査にて、「大変満足」「やや満足」と回答した人の割合。

●副目標2の設定の考え方(令和6年度アクションプラン策定時)

- ・ R5現状値(52.6%)から、半数以上が満足していることがわかる。
- ・ 一方で、民間の業種別全国調査(R4)における観光業の満足度は58%、また沖縄県で行われた同様の調査結果(R3)は57%で、三重県はやや下回っている。
- ・ 上記を踏まえ、R8に全国数値を超える60%を目標値に設定。

●R8目標達成に向けた方向性

- ・ 以下の方向性に基づき、従事者が働きやすい職場環境や給与水準の向上につながる事業を展開し、更なる従事者満足度の向上をめざす。
- ・ 業務の効率化や人材の確保・育成・定着に取り組むことにより、勤務日数や勤務時間等の勤務体系の改善につなげる。
- ・ 売上の向上や業務・投入資源の効率化及び最適化等、生産性向上に向けた取組を促進することにより、従業員の給与水準や事業者の利益向上につなげる。
- ・ 加えて、事業者が生産性向上の取組を推進できる環境を整えることで、県内観光事業者全体の生産性の底上げを図る。

副目標3(KGI):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^{※2}

	R4(現状値)	R5	R6	R7	R8
目標値	68.1%		71.5%	73.2%	75%
実績		58.9%	54.9%	※集計中	

※2:県「みえ県民1万人アンケート」にて、「観光客が増えると、どのような効果や影響があると思うか」に対し、「経済活性化や働く場の増加」「地域のにぎわいの向上」など、プラスの効果があると回答した割合。

●副目標3の設定の考え方(令和6年度アクションプラン策定時)

- ・ R4現状値(68.1%)から、約7割の県民の理解を得ていることがわかる。また現状において、観光振興と地域住民の生活に大きな問題がないことは評価できる。
- ・ 他府県の数値も考慮し、R4現状値(68.1%)から毎年約1.7ポイントずつ伸ばしていき、R8に75%となることをめざす。

●R8目標達成に向けた方向性

- ・ 観光による地域住民へのプラスの効果伸ばしマイナスの影響を減少させるための施策や、地域住民の理解促進を目的とした情報発信を実施することにより、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を増やすことをめざす。

(プラスの効果の増大)

- ・ 旅行者の増、地域での観光消費の増により観光消費額が増加することで、経済の活性化や働く場の増加、地域のにぎわいを向上させる。
- ・ 持続可能な観光地づくりに取り組むDMO等の増加を図ることにより、自然や景観が損なわれず、文化資源や自然資源の保存・継承が促進され、地域住民が誇りの持てる地域づくりを推進する。

(マイナスの影響の減少)

- ・ 道路の整備、二次交通の充実への支援に取り組むことにより、旅行者のアクセス環境が向上し、地域住民の交通への悪影響を減少させる。
- ・ オーバーツーリズムの未然防止を念頭に置いたうえで各種事業を実施することにより、地域住民の生活環境を保ち、地域住民の生活へのマイナスの影響を減少させる。

施策の柱① 質が高く、持続可能な観光地づくり

戦略1-1: 持続可能な観光地マネジメント

戦略目標 (KPI): 持続可能な観光地域づくりに取り組む地域数^{※1}

	R5(現状値)	R6	R7	R8
目標値	累計 1地域	累計 1地域	累計 3地域	累計 5地域
実績		累計 1地域	累計 3地域	

※1 「日本版持続可能な観光ガイドライン(JSTS-D)」に沿って持続可能な観光地域づくりに取り組む地域として観光庁の承諾を受けてロゴマークを取得した自治体やDMO等の団体数。

戦略目標 (KPI): 先駆的DMOの認定数^{※2}

	R5(現状値)	R6	R7	R8
目標値	0	0	0	1
実績		0	0	

※2 持続可能で国際競争力の高い魅力ある観光地域づくりを行う「世界的なDMO」をめざすDMOに対し、観光庁が戦略的に支援を実施するために募集・選定したDMOの数。

令和7年度の KPI の達成状況及び評価

- ・JSTS-Dの認証を得た地域数は目標を達成した。先駆的DMOの認定を含めて、DMO等への意識啓発や理解促進への支援を引き続き実施する必要がある。
- ・持続可能な観光地域づくりに取り組む地域DMOを支援できるよう、(公社)三重県観光連盟の基盤強化が必要である。

令和8年度の KPI 達成に向けた重要達成要因 (KSF)

●KSF 設定の考え方

- ・ 持続可能な観光地マネジメント体制の確立を目指す意欲のあるDMOを対象とした、人材育成やタスク整理の実践に向けた支援や、JSTS-Dの活用に対する理解の促進。
- ・ 地域DMOに対し、データの収集・分析、戦略の策定・見直し、滞在コンテンツの充実、受入環境整備、旅行商品流通環境整備、情報発信など、持続可能な観光地マネジメントに必要な取組をコンサルティング支援。

<考察を踏まえたKSF>

- 持続可能な観光地づくりの推進
- DMOを中心とした持続可能な観光地マネジメントの確立

令和8年度の主な取組の方向性

【持続可能な観光地づくりの推進】

○(公社)三重県観光連盟による、「日本版持続可能な観光ガイドライン(JSTS-D)」への理解促進や持続可能な観光地づくりに取り組む意欲のあるDMO等の増加に向けた支援を実施します。

【DMOを中心とした持続可能な観光地マネジメントの確立】

○地域DMO等が持続可能な観光地マネジメント体制を確立するうえでの課題を解決できるよう、(公社)三重県観光連盟によるコンサルティング支援を実施します。

<令和8年度の主な事業>

●全県DMO経営基盤強化事業費〔32,000千円(一部):観光部〕

全県DMOである(公社)三重県観光連盟が、観光地経営の司令塔として地域DMOへの支援業務を着実に実施するための基盤強化を図るとともに、地域DMOの持続可能な観光地マネジメント体制の確立に向けた支援を行います。

(参考)

●KPIに係る考察(令和6年度アクションプラン策定時)

【KPI設定の考え方】

- ・観光立国推進基本計画では、R7(2025年)までに、持続可能な観光地域づくりに取り組む地域数100地域(うち国際認証・表彰地域50地域)、世界的なDMOの候補となる「先駆的DMO」10法人を目標に掲げていることをふまえ、三重県ではそれぞれ5地域、1法人をKPIとして設定した。

【国の方針】

- ・観光庁と国連世界観光機構(UNWTO)は、地域づくりの主体である地方公共団体やDMOが、多面的な現状把握の結果に基づき持続可能な観光地マネジメントを行えるよう、「日本版持続可能な観光ガイドライン」(JSTS-D)を開発・公表。

【三重県の現状】

- ・13のDMO(候補法人3を含む)が存在するが、持続可能な観光地マネジメントを実行できる人材や財源が不足。
- ・R5年度に実施した「先駆的な観光地域づくり法人創出のための育成支援事業」で、観光地マネジメント体制の確立を目指す意欲のあるDMO(4法人)に対し、人材育成や財源確保等の課題を解決するための伴走支援を実施したところ、明確なコンセプトに基づく戦略の再構築に着手できたのは2法人に止まっており、まずは各DMOの戦略の見直しを支援していくことが必要。

戦略1-2:観光の質の向上による高付加価値化

戦略目標 (KPI):日本人宿泊者観光消費単価^{※1}

	R1(基準値)	R5	R6	R7	R8
目標値	26,922円		28,000円 ^{※2}	29,500円 ^{※2}	30,960円 ^{※2}
実績		26,391円	29,538円	31,376円	

※1 県内に宿泊した日本人旅行者が支出した観光消費単価。県「観光客実態調査」による。

※2 物価上昇率を除いて計算した場合。

戦略目標 (KPI):外国人観光消費単価^{※3}

	R1(基準値)	R5	R6	R7	R8
目標値	44,000円		47,300円 ^{※2}	48,950円 ^{※2}	50,600円 ^{※2}
実績		46,000円 ^{※4}	63,000円	51,000円	

※3 県内を訪問した外国人旅行者が支出した観光消費単価。観光庁「インバウンド消費動向調査」による。

※4 「インバウンド消費動向調査」は 2020年4-6月期～2023年1-3月期まで調査を中止していたため、集計対象期間は 2023年4-12月期となり、暦年の傾向を反映したものではない。

令和7年度の KPI の達成状況及び評価

- ・現状として目標値を上回っているものの、消費者物価指数の上昇や円安の影響により嵩上げされている側面もあることから、引き続き、高付加価値旅行者の多様なニーズをふまえて観光基盤や旅行体験の充実を図ることが必要である。

令和8年度の KPI 達成に向けた重要達成要因 (KSF)

●KSF 設定の考え方

- ・高付加価値インバウンドから選ばれる観光地をめざし、全国と比べて差別化できるコアバリューを創造し、エリアブランディングを推進。「ウリ」、「ヤド」、「ヒト」、「コネ」の4分野で総合的な施策を講じる。
- ・旅行者の「もう1泊、もう1食、もう1体験」を実現し、滞在中の観光消費(宿泊費、飲食代、入場料、交通費など)を増加。特に「食」については三重県の強みを生かした施策を強化。
- ・既存の宿泊施設、飲食店、体験提供施設、ガイド等のサービスの付加価値を高め、これらを組み合わせた周遊・滞在パッケージの創出により消費単価を上げる施策を実施。

<考察を踏まえた KSF>

- 高付加価値旅行者から選ばれる観光基盤の充実
- 高付加価値旅行者の旅行体験の充実

令和8年度の主な取組の方向性

【高付加価値旅行者から選ばれる観光基盤の充実】

- 「上質な『みえ旅』宿泊施設立地補助金」を活用した誘致活動を実施します。
- 宿泊施設や観光施設の高付加価値化やユニバーサルツーリズム、観光防災に資する改修及び熊野古道沿線のトイレの充実化等を支援します。
- 海外からの高付加価値旅行者の誘客を推進するため、レップの設置・拡大やフランス企業の福利厚生旅行の誘致などに取り組みます。

【高付加価値旅行者の旅行体験の充実】

- 旅行者の滞在・周遊性を高めるため、歴史・文化、食、自然(癒し)等の三重ならではの観光資源を生かし、広域のブランディングやストーリー性のある周遊ルートの造成に取り組むとともに、ガストロノミーツーリズムを推進します。
- 高付加価値旅行者のニーズに対応できる観光ガイドの確保・育成に向けた実践的な講座や活躍機会創出に取り組みます。

< 令和8年度の主な事業 >

- 観光客受入環境整備事業費〔1,579千円(一部):観光部〕
上質な宿泊施設の新規立地に向け、補助制度を拡充するとともに、宿泊事業者や開発事業者の視察対応など、誘致活動に取り組みます。
- 観光客受入環境整備事業費〔599,280千円(一部):観光部 ※2月補正予算含みベース〕
国内外の旅行者が安心・安全かつ快適に観光を楽しめる環境の充実のため、客室の和洋室化やトイレの洋式化、案内表示の多言語化、災害対策など、宿泊施設等の観光インフラの整備を支援します。
- 高付加価値旅行者層誘致促進事業費
〔170,180千円:観光部 ※2月補正予算含みベース〕
海外からの高付加価値旅行者の誘客を推進するため、レップの設置・拡大やフランス企業の福利厚生旅行の誘致のほか、奈良県・和歌山県等と連携した広域でのプロモーションに取り組みます。
- 拠点滞在型観光推進事業費〔23,866千円(一部):観光部〕
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、伊勢西国三十三所観音巡礼、庭園等の観光資源を組み合わせた周遊ルートの造成に取り組みます。
- 拠点滞在型観光推進事業費〔22,807千円(一部):観光部〕
三重ならではの食と歴史・文化、自然(癒し)を絡めたストーリー性のある高付加価値商品の造成に取り組み、ガストロノミーツーリズムを推進します。
- 観光客受入環境整備事業費〔8,580千円(一部):観光部〕
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の確保・育成に向けた実践的な講座を実施するとともに、旅行会社等とのマッチングを行うなど、活躍機会の創出に取り組みます。
- 熊野古道活用促進事業費
〔44,483千円(一部):地域連携・交通部南部地域振興局 ※2月補正予算含みベース〕
熊野古道伊勢路の案内標識の整備等を行う市町に対する支援や、次世代を担う子どもたちを対象とした保全体験・学習機会の提供、保全活動のための新たな財源確保策の検討を行います。また、クマの出没に対し注意喚起を図るなど安全対策に取り組みつつ、熊野古道伊勢路へのさらなる誘客に向けて、効果的な情報発信やプロモーション等を実施します。
- 伊勢志摩国立公園 80 周年記念事業〔25,800千円(一部):農林水産部〕
令和8年に迎える伊勢志摩国立公園指定80周年に合わせて、ツアー参加者や国内外からの来訪者が、安全で快適に自然公園を利用できるよう、施設の修繕等整備に取り組みます。

- 海女漁業・真珠養殖業魅力発信事業〔5,420千円：農林水産部〕
海女漁業と真珠養殖業の価値を国内外においてさらに高めることを目的に、世界農業遺産登録に向けた機運醸成のため日本農業遺産10周年記念イベントに合わせたキックオフイベントを実施します。
- 熊野古道伊勢路の魅力発信・誘客促進事業
〔15,483千円：地域連携・交通部南部地域振興局〕
熊野古道伊勢路の来訪とあわせて地域の観光施設等への誘客を進めるため、市町、観光協会等と連携した旅行商品の造成等を実施します。また、第63回神宮式年遷宮や、令和16年の熊野古道世界遺産登録30周年も見据え、伊勢路の魅力発信の強化に取り組みます。
- 東紀州地域集客交流推進事業〔163,297千円：地域連携・交通部南部地域振興局〕
熊野古道センターにおいて、熊野古道をはじめとした東紀州地域の歴史・文化、自然等を地域内外に発信するとともに、集客交流を促進します。また、同センターの常設展示室のリニューアルに向けたコンテンツ制作を実施します。
- Easy Access to 東紀州！プロジェクト推進事業費
〔25,607千円(一部)：地域連携・交通部南部地域振興局〕
熊野古道への外国人旅行者を含む誘客促進、東紀州地域の資源を生かした体験型コンテンツの磨き上げ等に取り組みます。
- 文化観光推進事業〔228,501千円：環境生活部〕
齋宮を核とした文化観光を推進し、齋宮跡のにぎわいを創出するため、発掘体験や、齋宮歴史博物館の展示リニューアルに向けた展示製作、博物館と史跡をつなぎ周遊性を高めるための区画道路の復元に向けた史跡齋宮跡整備基本計画の策定に取り組みます。

(参考)

●KPIに係る考察(令和6年度アクションプラン策定時)

【KPI設定の考え方】

- ・国内旅行者数が減少する中、主目標である観光消費額を達成するため、日本人、外国人ともに令和元年の消費単価から15%増加した金額をKPIとして設定した。

【観光消費単価の分解】

- ・観光消費単価のR1(基準値)は、下表のとおり。R8目標値を達成するためには、付加価値を高めることによる単価向上や、上質な宿泊施設の誘致及び既存宿泊施設の高付加価値改修の支援などにより宿泊費の増加をめざす必要がある。

	交通費	宿泊費	土産代	飲食費	入場料	その他	合計
			買い物		娯楽サービス	団体バック参加	
日本人宿泊者 観光消費単価	2,929	11,985	4,521	4,989	2,009	489	26,922
外国人 観光消費単価	1,000	10,000	16,000	11,000	1,000	5,000	44,000

【旅行者の追加消費行動】

- ・宿泊地での追加消費行動について、「じゃらん宿泊旅行統計調査2023」の全国平均と三重県の比較によると、①現地で夕食を食べる(全国43.8%→三重28.0%)、②現地で朝食を食べる(24.4%→15.0%)、③現地のバーなどでお酒を飲む(7.5%→3.1%)、とのデータがある一方、三重県の宿泊者の満足度で1位の項目は、「地元ならではのおいしい食べ物が多かった」が72%で全国平均を上回っていることから、「食」に関する追加消費行動を伸ばせる可能性がある。

【訪日外国人旅行者の傾向】

- ・観光庁がまとめた「訪日外国人の消費動向(2022年年次報告書)」によると、訪問目的で「日本食を食べること」は、訪日前に期待(78.3%)、日本滞在中にした(98.4%)、次回日本を訪れたときにしたい(72.2%)で最も高い。
- ・高付加価値旅行者は、単純に高額消費をするのではなく、日本固有の文化、食、自然を楽しむことは大前提としつつ、旅を通じた自己の学びや変革、旅行先の環境改善や、社会・文化の発展への寄与などを求める傾向がある。

【国の方針】

- ・観光立国推進基本計画では、R7(2025年)までに達成する目標として、①訪日外国人旅行消費額5兆円の早期達成、②訪日外国人旅行消費額単価20万円、③訪日外国人旅行者一人当たり地方部宿泊数2泊、が掲げられている。

戦略1-3:三重の特色を生かした滞在型観光の推進

戦略目標 (KPI):平均宿泊日数※

	R1(基準値)	R5	R6	R7	R8
目標値	1.18泊	/	1.26泊	1.30泊	1.33泊
実績		1.23泊	1.21泊	1.20泊 ※速報値	/

※観光庁「宿泊旅行統計調査」の三重県における延べ宿泊者数を実宿泊者数で除して算出。

令和7年度の KPI の達成状況及び評価

・現状値として目標値を下回っており、かつ、前年よりも低下している。ターゲットを定め、旅行者の周遊促進に向けた滞在価値を創出することが必要である。

令和8年度の KPI 達成に向けた重要達成要因 (KSF)

●KSF 設定の考え方

- ・ 三重県における魅力的な滞在コンテンツを創出するとともに、平均宿泊日数が高い関東圏の宿泊者向けに2泊3日の滞在パッケージを季節ごとに商品化し、継続的に販売していく。
- ・ 旅行者の連泊を増やすため、「もう1泊、もう1食、もう1体験」を促進する受入環境を整備するとともに、県内宿泊施設が連泊の宿泊プランを企画・販売できるよう、宿泊関連団体と検討を行う。

<考察を踏まえた KSF>

- 周遊促進に向けた滞在価値の創出
- 宿泊・滞在拠点の整備

令和8年度の主な取組の方向性

【周遊促進に向けた滞在価値の創出】

- 旅行者の滞在・周遊性を高めるため、歴史・文化、食、自然(癒し)等の三重ならではの観光資源を生かし、広域のブランディングやストーリー性のある周遊ルートの造成に取り組むとともに、ガストロノミーツーリズムを推進します。【再掲】

【宿泊・滞在拠点の整備】

- 「上質な『みえ旅』宿泊施設立地補助金」を活用した誘致活動を実施します。【再掲】
- 宿泊施設や観光施設の高付加価値化やユニバーサルツーリズム、観光防災に資する改修及び熊野古道沿線のトイレの充実化等を支援します。【再掲】

<令和8年度の主な事業>

●観光客受入環境整備事業費 [1,579千円(一部):観光部](再掲)

上質な宿泊施設の新規立地に向け、補助制度を拡充するとともに、宿泊事業者や開発事業者の視察対応など、誘致活動に取り組みます。

●観光客受入環境整備事業費

[599,280千円(一部):観光部 ※2月補正予算含みベース](再掲)

国内外の旅行者が安心・安全かつ快適に観光を楽しめる環境の充実のため、客室の和洋室化やトイレの洋式化、案内表示の多言語化、災害対策など、宿泊施設等の観光インフラの整備を支援します。

●拠点滞在型観光推進事業費 [23,866千円(一部):観光部](再掲)

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、伊勢西国三十三所観音巡礼、庭園等の観光資源を組み合わせた周遊ルートの造成に取り組みます。

●拠点滞在型観光推進事業費 [22,807千円(一部):観光部](再掲)

三重ならではの食と歴史・文化、自然(癒し)を絡めたストーリー性のある高付加価値商品の造成に取り組み、ガストロノミーツーリズムを推進します。

●拠点滞在型観光推進事業費 [4,994千円(一部):観光部 ※2月補正予算含みベース]

JR関西線12駅の沿線自治体や企業等で構成する「JR関西線観光推進連携協議会」において、沿線の魅力的な観光資源の発掘・磨き上げを実施します。

●県内周遊促進事業費 [63,538千円:観光部]

県内への誘客・周遊促進に向け、株式会社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プロモーションを実施します。また、宿泊事業者等と連携し、高速道路を利用した周遊キャンペーンを実施するとともに、県外からの教育旅行の誘致に向けた目的地としての魅力のPR等に取り組みます。

●熊野古道活用促進事業費

[44,483千円(一部):地域連携・交通部南部地域振興局 ※2月補正予算含みベース](再掲)

熊野古道伊勢路の案内標識の整備等を行う市町に対する支援や、次世代を担う子どもたちを対象とした保全体験・学習機会の提供、保全活動のための新たな財源確保策の検討を行います。また、クマの出没に対し注意喚起を図るなど安全対策に取り組みつつ、熊野古道伊勢路へのさらなる誘客に向けて、効果的な情報発信やプロモーション等を実施します。

●熊野古道伊勢路の魅力発信・誘客促進事業

[15,483千円:地域連携・交通部南部地域振興局](再掲)

熊野古道伊勢路の来訪とあわせて地域の観光施設等への誘客を進めるため、市町、観光協会等と連携した旅行商品の造成等を実施します。また、第63回神宮式年遷宮や、令和16年の熊野古道世界遺産登録30周年も見据え、伊勢路の魅力発信の強化に取り組みます。

●東紀州地域集客交流推進事業 [163,297千円:地域連携・交通部南部地域振興局](再掲)

熊野古道センターにおいて、熊野古道をはじめとした東紀州地域の歴史・文化、自然等を地域内外に発信するとともに、集客交流を促進します。また、同センターの常設展示室のリニューアルに向けたコンテンツ制作を実施します。

●Easy Access to 東紀州! プロジェクト推進事業費

[25,607千円(一部):地域連携・交通部南部地域振興局](再掲)

熊野古道への外国人旅行者を含む誘客促進、東紀州地域の資源を生かした体験型コンテンツの磨き上げ等に取り組みます。

●農泊の推進・レベルアップ事業費 [7,262千円:農林水産部]

急速な人口減少や所得確保が難しい農山漁村地域において、農泊の持つストレス軽減や幸福度向上などの癒し効果を活用し、企業等に福利厚生や研修の場としての利用を図ることや、スポーツイベントの実施等の情報発信に取り組みすることで、農山漁村地域への誘客促進や農山漁村地域における所得拡大と雇用の確保に繋がります。

(参考)

●KPIに係る考察(令和6年度アクションプラン策定時)

【KPI設定の考え方】

- ・ 過去10年間の全国における平均宿泊日数の平均値である1.33泊をKPIとして設定した。
- ・ コロナ前のR1における平均宿泊日数の内訳は、日本人宿泊者1.17泊、外国人宿泊者1.27泊であり、R8の日本人宿泊者を1.31泊、外国人宿泊者を1.82泊とすることで、目標値1.33泊の達成をめざす。なお、平均宿泊日数が高い首都圏プロモーションに注力することで、日本人宿泊者の平均宿泊日数は0.02泊増(1.17泊→1.19泊)となる見込みであることを見まえると、かなり意欲的な目標値としている。

【関東圏からの宿泊者対策】

- ・ R1日本人宿泊者の発地別の平均宿泊日数は、関東圏が1.52泊で最も長い。一般的に発地からの移動距離が長いほど宿泊日数が増えるため、関東圏の宿泊者に対して連泊を促す施策が必要。

日本人宿泊者の発地(エリア)別平均宿泊日数・延べ宿泊者数(R1 推計)

発地	平均宿泊日数(日)	延べ宿泊者数(人)	発地割合
三重県	1.04	522,006	6.4%
中京圏	1.08	2,474,797	30.1%
関西圏	1.12	3,063,295	37.3%
関東圏	1.52	1,353,091	16.5%
その他	1.36	797,751	9.7%
平均・合計	1.17	8,210,940	

【周遊促進の仕組みづくり】

- ・ R5年度に実施した「地域の観光資源を生かした周遊基盤整備補助金」で、2泊3日以上での周遊モデルルートを選定し、ルート内の宿泊施設や観光施設の高付加価値化改修及び二次交通の充実に向けた取組を支援した。旅行者のニーズに沿った県内周遊を促すためには、市町やDMO等が策定する事業計画に基づき、旅行商品としての販売・提供体制の構築を進めつつ、旅行者の滞在・周遊のための拠点整備を支援する施策が必要。

【連泊で地域消費を促す仕組み】

- ・ 連泊して地域の消費額を増やす仕組みとして、例えば、星野リゾートでは、連泊の宿泊予約をする際に、2泊目の食事アレンジとして、地域内の飲食店や体験事業者などからも選べるような予約サイトを構築している。3連泊であれば、1泊目の夕食は館内で、2泊目の午前中は地域のアクティビティに参加し、夕食は地域の居酒屋で、3泊目は食事なし、といったプランが旅マエで決められる。

【重点市場国別の平均泊数】

- ・ 訪日外国人消費動向調査2023年(速報)によると、三重県の重点市場国別の平均泊数(カッコ内はR1(2019)年比)は、台湾5.8泊(+0.6泊)、タイ6.5泊(+0.8泊)、香港6.5泊(+0.9泊)、シンガポール9.1泊(+1.1泊)、フランス15.9泊(+1.4泊)となっており、コロナ禍前よりも泊数が増加している。

【国の方針】

- ・ 観光立国推進基本計画では、R7(2025年)までに達成する目標として、①訪日外国人旅行消費額5兆円の早期達成、②訪日外国人旅行消費額単価20万円、③訪日外国人旅行者一人当たり地方部宿泊数2泊、が掲げられている。

戦略1-4:旅行者を受け入れる基盤の整備

戦略目標 (KPI):宿泊者満足度^{※1}

	R4(現状値)	R5	R6	R7	R8
目標値	43.2%		46.6%	48.3%	50%
実績	(96.3%) ^{※2}	46.6% (96.9%) ^{※2}	48.6% (97.3%) ^{※2}	42.4% (97.5%) ^{※2}	

※1 県内に宿泊した旅行者が三重県観光について「大変満足」と回答した割合。県「観光客実態調査」による。

※2 実績下段()内は「大変満足」「満足」「やや満足」の合計値。

戦略目標 (KPI):県外宿泊者5回以上リピーター率^{※3}

	R4(現状値)	R5	R6	R7	R8
目標値	58.3%		61.7%	63.4%	65%
実績	(86.0%) ^{※4}	58.4% (86.2%) ^{※4}	58.9% (85.9%) ^{※4}	54.9% (86.5%) ^{※4}	

※3 県外からの宿泊者で、5回以上三重県に来訪していると回答した割合。県「観光客実態調査」による。

※4 実績下段()内は2回目以上のリピーター率の合計値。

令和7年度の KPI の達成状況及び評価

- ・宿泊者満足度の「大変満足」の割合については、目標及び前年を下回ったが、「大変満足」・「満足」・「やや満足」の合計は前年を上回る97.5%(前年差+0.2%)。
- ・県外宿泊者5回以上リピーター率についても、目標及び前年を下回ったが、2回目以上のリピーター率の合計は前年を上回る86.5%(前年差+0.6%)だった。
- ・宿泊者満足度の「大変満足」の割合を向上させることにより、リピーターが増加すると考えられることから、旅行者のさまざまなニーズに応じていくことが必要。

令和8年度の KPI 達成に向けた重要達成要因 (KSF)

●KSF 設定の考え方

- ・旅行者のニーズに合わせた移動手段の提供。
- ・あらゆる人が本県の旅を安全・安心に楽しめるような受入環境の充実。
- ・高付加価値インバウンドの多様なニーズに対応できるガイドの確保・育成。
- ・旅ナカでの情報提供の強化。

<考察を踏まえた KSF>

- 旅行者のニーズに合わせた二次交通の充実
- 受入れ環境の充実
- バリアフリー観光の推進
- 観光危機管理の推進

令和8年度の主な取組の方向性

【旅行者のニーズに合わせた二次交通の充実】

○観光誘客には地域の実情に応じた移動手段の確保が重要であることから、観光需要をふまえた公共ライドシェアの活用など、新たな移動サービスの導入を進める市町等の取組を支援します。

【受入れ環境の充実】

○宿泊施設や観光施設の高付加価値化やユニバーサルツーリズム、観光防災に資する改修及び熊野古道沿線のトイレの充実化等を支援します。【再掲】

○高付加価値旅行者のニーズに対応できる観光ガイドの確保・育成に向けた実践的な講座や活躍機会創出に取り組みます。【再掲】

【バリアフリー観光の推進】

○県内の宿泊施設や観光施設において、「観光地における心のバリアフリー認定」の取得促進を含む、バリアフリー推進及びバリアフリー情報の効果的な発信を行うほか、バリアフリー観光に資する旅行商品の造成を支援します。

【観光危機管理の推進】

○旅行者の安全を確保し、安心して快適な県内の観光旅行を提供するため、観光防災の取組を推進します。

<令和8年度の主な事業>

●観光客受入環境整備事業費

[599,280千円(一部):観光部 ※2月補正予算含みベース](再掲)

国内外の旅行者が安心・安全かつ快適に観光を楽しめる環境の充実のため、客室の和洋室化やトイレの洋式化、案内表示の多言語化、災害対策など、宿泊施設等の観光インフラの整備を支援します。

●観光客受入環境整備事業費 [7,000千円(一部):観光部]

伊勢志摩バリアフリーツアーセンターと連携し、宿泊施設・観光施設に対するバリアフリー基準による調査や「観光施設における心のバリアフリー認定」の取得促進、旅行会社や交通事業者と連携した旅行商品の造成に取り組みます。

●観光客受入環境整備事業費 [8,580千円(一部):観光部](再掲)

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の確保・育成に向けた実践的な講座を実施するとともに、旅行会社等とのマッチングを行うなど、活躍機会の創出に取り組みます。

●全県DMO経営基盤強化事業費 [194,558千円(一部):観光部]

全県 DMO である(公社)三重県観光連盟が観光地経営の司令塔としての役割を担うため、「観光三重」による情報発信等国内外向けプロモーション等を着実に実施できるよう基盤強化を図ります。

●安心・安全な観光地づくり事業 [5,000千円:観光部]

旅行者に安心・安全な観光地として選ばれるため、インバウンド向けに災害時の対応や情報収集の方法等を啓発するとともに、観光事業者を対象に、災害時のインバウンドへの適切な対応や災害への備え等に関するセミナーを実施します。

●地域における移動手段の確保に向けた総合対策事業費

[226,330千円:地域連携・交通部 2月補正予算含みベース]

地域の実情に応じた移動手段の確保に向け、公共ライドシェアなど新たな移動サービスの導入を進める市町等の取組を支援します。特に、既存の交通事業者と共存可能な公共ライドシェアモデルの構築に向け、市町とともに実証に取り組みます。また、公共交通の乗降データや人流データなどのモビリティデータを活用した地域交通の課題解決に取り組むとともに、市町職員を対象に“交通のプロ”を育成するため、実践的な講座を開設します。さらに、運転士不足に対応するため、女性や若者向けのバス運転士体験会を開催するとともに、二種免許取得費用の支援や誰もが働きやすい職場環境の整備に取り組む交通事業者を支援します。

●Easy Access to 東紀州！プロジェクト推進事業費

[25,607千円(一部):地域連携・交通部]

熊野古道への来訪時における二次交通の利便性向上に取り組みます。

●熊野古道活用促進事業費

[44,483千円(一部):地域連携・交通部南部地域振興局 ※2月補正予算含みベース](再掲)

熊野古道伊勢路の案内標識の整備等を行う市町に対する支援や、次世代を担う子どもたちを対象とした保全体験・学習機会の提供、保全活動のための新たな財源確保策の検討を行います。また、クマの出没に対し注意喚起を図るなど安全対策に取り組みつつ、熊野古道伊勢路へのさらなる誘客に向けて、効果的な情報発信やプロモーション等を実施します。

(参考)

●KPIに係る考察(令和6年度アクションプラン策定時)

【KPI 設定の考え方】

- ・ 宿泊者満足度については、H25の20.9%から上昇傾向にあり、過去最高となったR4の43.2%からさらに高めていきたいことから50%をKPIとして設定した。
- ・ 県外宿泊者5回以上リピーター率については、H25の49.1%から、H30の64.4%までは毎年増加していたものの、コロナ禍のR2～4は58～59%で推移していたことをふまえ、65%をKPIとして設定した。

【宿泊者の満足度】

- ・ 宿泊者の満足度は、旅行前の期待と実際の経験との差に基づく評価である。なお、高付加価値旅行者については、施設のロケーション、従業員のパフォーマンス、客室のクオリティの3要素とともに、旅行者の旅行経験を演出する通訳ガイドの役割も重要とされている。

【年代別の宿泊者満足度】

- ・ R1の宿泊者満足度(「大変満足」と回答した割合)を年代別に見ると、10～20代が50.4%と最も高く、年代が上がるにつれて満足度が低下する傾向が見られる。これは年代が高くなるほど、求める期待値が高いこと、期待値を超える経験が感じられにくくなっていることに起因するものと考えられる。

R 1 年代別	北勢	中南勢	伊勢志摩	伊賀	東紀州	県全体
10～20代	38.5%	38.5%	48.6%	54.5%	75.0%	50.4%
30～40代	64.3%	39.5%	39.7%	42.1%	34.1%	44.4%
50～60代	49.0%	32.3%	42.1%	28.9%	30.2%	39.1%
70代以上	40.0%	28.6%	23.1%	35.7%	44.4%	32.4%
全体	56.0%	36.2%	41.0%	38.8%	39.3%	42.7%

【三重県への宿泊旅行目的】

- ・ 三重県に宿泊する旅行者の目的は、①おいしいものを食べる(47.1%)、②テーマパーク・水族館(41.4%)、③自然や風景を見てまわる(33.8%)、④買い物(22.8%)、⑤のんびり過ごす(22.0%)であり、本県の「食」に期待する宿泊旅行者が多い。

【リピート意向について】

- ・ じゃらんリサーチセンターの「旅行検討・実施プロセスにおける情報接触調査」によると、旅を終えた旅行者に強いリピート意向を抱かせるためには、単に「満足」というだけでなく、「非常に満足」という印象を残すことが有効(「非常に満足」だった人のリピート意向率は63.4%で、「満足」だった人は28.3%)。
- ・ 「非常に満足」な旅には想定外の体験が多い。「非常に満足」だった人と「満足」だった人の体験率の差が大きい項目は、①出発前に予定していなかったレジャー・観光スポット・食事処・お店などで想定外の良い体験をすることができた(満足47.1%→非常に満足68.3%)、②その土地・その季節でしか味わえないような旬な体験をすることができた(49.3%→70.5%)、③すきま時間を有効活用できた(55.1%→74.3%)、④地元の人とのふれあいを楽しめた(24.9%→41.0%)、⑤出発前から予定していたレジャー・観光スポット・食事処・お店などで想定外の良い体験をすることができた(58.1%→73.8%)となっている。
- ・ 7割の旅行者が着地でも情報収集して予定を追加・変更するため、旅ナカでの情報提供の場所、タイミングが重要。

施策の柱② 戦略的な観光誘客の推進

戦略2-1:戦略的な観光マーケティングの推進

戦略目標 (KPI):観光地域マーケティング戦略を策定したDMOの数※

	R5(現状値)	R6	R7	R8
目標値		1	2	3
実績	0	1	2	

※ 観光庁「観光地域づくり法人(DMO)による観光地域マーケティングガイドブック」に基づき観光地域マーケティング戦略を策定したDMOの数。

令和7年度の KPI の達成状況及び評価

- ・現状として目標を達成している。引き続き、地域DMOの戦略策定や見直しについてコンサルティング支援に取り組むことが必要である。
- ・観光地域マーケティングの実践に向けて、市町、DMO、観光事業者等においてデータ分析ができるようなノウハウを蓄積させていくことが必要である。

令和8年度の KPI 達成に向けた重要達成要因 (KSF)

●KSF 設定の考え方

- ・地域DMOへの支援として、観光庁が求める観光地域マーケティング戦略の水準を満たす戦略の策定や見直しについて、(公社)三重県観光連盟によるコンサルティング支援を実施。
- ・観光地マーケティングを実践するため、DMOはもとより、市町や観光事業者においてデータ分析ができるようになることが必要。

<考察を踏まえた KSF>

- 観光マーケティングデータの収集・分析・提供
- DMO等におけるデータに基づいたマーケティングの支援

令和8年度の主な取組の方向性

【観光マーケティングデータの収集・分析・提供】

○引き続き、観光統計データ基盤の確立を目的として構築した Web サイト「三重県観光統計データ」におけるデータの充実に取り組みます。

【DMO等におけるデータに基づいたマーケティングの支援】

○全県DMOである(公社)三重県観光連盟により、観光地域マーケティング戦略を策定するうえでの課題解決に向けたコンサルティングによる支援や、自社サイトや自社SNS等を活用した情報発信及びデータ分析手法に関する支援を行います。

<令和8年度の主な事業>

- 観光データ調査事業費 [4,600千円(一部):観光部]
地域におけるデータ分析・活用を支援するため、取得・収集した観光データを「三重県観光統計データ」サイトにおいて提供します。

●全県DMO経営基盤強化事業費〔32,000千円(一部):観光部〕(再掲)

全県DMOである(公社)三重県観光連盟が、観光地経営の司令塔として地域DMOへの支援業務を着実に実施するための基盤強化を図るとともに、地域DMOの持続可能な観光地マネジメント体制の確立に向けた支援を行います。

(参考)

●KPIに係る考察(令和6年度アクションプラン策定時)

【KPI設定の考え方】

- ・観光地域マーケティングは、地域を初めて訪れる人やリピーター、地域のファンを増やし、地域の経済効果や住民満足度を向上させる好循環を構築するための仕組みづくりであり、DMOが主体となって戦略を策定することが重要であることから、策定するDMOが毎年一つずつ増やしていくことを目標とし、KPIを3に設定した。

【国の方針】

- ・観光庁は、DMOが観光地域マーケティングを主体的に担えるよう、「観光地域づくり法人(DMO)による観光地域マーケティングガイドブック」を策定・公表。

【三重県の現状】

- ・13のDMO(候補法人3を含む)が存在するが、自治体の観光計画や客観的データに基づく観光地域マーケティング戦略を策定しているDMOは不存在。
- ・(公社)三重県観光連盟は、全県DMOを担う(公社)三重県観光連盟のあり方検討をふまえ、R6年度から3か年の事業計画を策定し、STP分析の手法を生かした事業の企画立案を

戦略2-2:国内観光誘客の推進

戦略目標 (KPI):日本人延べ宿泊者数※1

	R1(基準値)	R5	R6	R7	R8
目標値		/	8,211千人	9,040千人	9,956千人
実績	8,211千人	7,135千人	8,129千人	8,957千人 ※速報値	/

※1 県内に宿泊した日本人旅行者の延べ人数。観光庁「宿泊旅行統計調査」による。

戦略目標 (KPI):宿泊を伴う教育旅行で県外から訪れた学生数※2

	R4(現状値)	R5	R6	R7	R8
目標値		/	69,000人	69,000人	69,000人
実績	68,895人	40,243人	38,459人	※集計中	/

※2 (公社)伊勢志摩観光コンベンション機構調査による。

令和7年度の KPI の達成状況及び評価

- ・日本人延べ宿泊者数については、目標をわずかに下回ったが、宿泊日数の長い首都圏からの宿泊者割合は前年と比較して増加している。引き続き、首都圏や関西圏等大都市圏への三重県の魅力発信や、第63回式年遷宮に伴うお木曳行事等大規模イベントの契機を生かしたプロモーションに一層取り組んでいく必要がある。
- ・宿泊を伴う教育旅行で県外から訪れた学生数については、調査中ではあるものの、少子化による生徒数減少や、コロナ禍で増えた愛知県など近隣県の学校の大幅な実績減等の影響により、目標値を下回る見込み。県外からの教育旅行誘致に向け、引き続き学校のニーズに沿って、目的地としての魅力を効果的に発信していく必要がある。

令和8年度の KPI 達成に向けた重要達成要因 (KSF)

●KSF設定の考え方:日本人延べ宿泊者数

- ・首都圏からの来訪者は宿泊日数が長く、観光消費額も高額となる傾向がある。また、大阪・関西万博を契機に三重県への関心が高まっている中、首都圏や関西圏等大都市圏において、引き続き効果的に三重の魅力発信していく必要がある。
- ・第63回式年遷宮に向けたお木曳行事等といった大規模イベントを契機に三重県への関心を高め、県内への誘客につなげていくことが必要である。
- ・延べ宿泊者数の増加に対応するためには、宿泊施設の安定的な稼働に向け、需要の平準化や人材不足に対応することが必要である。

●KSF設定の考え方:宿泊を伴う教育旅行で県外から訪れた学生数

- ・近年、物価高やオーバーツーリズム等の要因で新たな行き先を検討する学校が増加傾向である。目的地として三重県が選ばれるため、自然、文化、歴史といった当県の強みを生かした教育旅行向けの施設やプログラムを効果的に情報発信するなどの誘致活動に、引き続き関係団体と連携して取り組む必要がある。

<考察を踏まえた KSF>

- 大都市圏向けプロモーションの推進
- 大規模イベント等を契機とした誘客の推進
- 次世代を見据えた誘客の推進

令和8年度の主な取組の方向性

【大都市圏向けプロモーションの推進】

○首都圏や関西圏等大都市圏からの誘客促進に向け、SNSやテレビ等のメディアを通じた情報発信、観光情報説明会など、多様な手段を活用することにより、効果的に三重の魅力を発信します。

【大規模イベント等を契機とした誘客の推進】

○第63回式年遷宮を契機に三重県への関心を高めるため、お木曳行事を題材とした観光プロモーションに取り組みます。

【次世代を見据えた誘客の推進】

○平日の観光需要喚起や県内への再訪が見込める将来のリピーター獲得につなげるため、県外からの教育旅行の誘致に向けた目的地としての魅力のPR等に取り組みます。

<令和8年度の主な事業>

●大都市圏プロモーション事業費〔137,402千円：観光部〕

首都圏や関西圏等大都市圏からの誘客促進に向け、SNSやテレビ等のメディアを通じた情報発信、観光情報説明会など、多様な手段を活用することにより、効果的に三重の魅力を発信します。また、第63回式年遷宮を契機に三重県への関心を高めるため、お木曳行事を題材とした観光プロモーションに取り組みます。

●県内周遊促進事業費〔63,538千円：観光部〕(再掲)

県内への誘客・周遊促進に向け、株式会社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プロモーションを実施します。また、宿泊事業者等と連携し、高速道路を利用した周遊キャンペーンを実施するとともに、県外からの教育旅行の誘致に向けた目的地としての魅力のPR等に取り組みます。

●プロモーション推進事業費〔43,095千円：政策企画部〕

「三重県プロモーション推進方針」に基づいて、三重の強みや良さを生かし「選ばれる三重・多くの人々をひきつける三重」を実現していくため、本県の豊かな地域資源を活用し、三重の魅力を効果的に発信するとともに、「三重県」全体の認知度を高める効果的なプロモーションに取り組みます。また、首都圏の大規模集客施設において、県産品の販売促進、観光誘客、移住促進等、複数部局が連携したプロモーションイベントを実施します。

●関西圏営業基盤構築事業費〔1,180千円(一部)：政策企画部〕

本県への観光誘客のため、関西圏で情報発信等に取り組みます。

●熊野古道活用促進事業費

〔44,483千円(一部)：地域連携・交通部南部地域振興局 ※2月補正予算含みベース〕(再掲)

熊野古道伊勢路の案内標識の整備等を行う市町に対する支援や、次世代を担う子どもたちを対象とした保全体験・学習機会の提供、保全活動のための新たな財源確保策の検討を行います。また、クマの出没に対し注意喚起を図るなど安全対策に取り組みつつ、熊野古道伊勢路へのさらなる誘客に向けて、効果的な情報発信やプロモーション等を実施します。

●熊野古道伊勢路の魅力発信・誘客促進事業

〔15,483千円：地域連携・交通部南部地域振興局〕(再掲)

熊野古道伊勢路の来訪とあわせて地域の観光施設等への誘客を進めるため、市町、観光協会等と連携した旅行商品の造成等を実施します。また、第63回神宮式年遷宮や、令和16年の熊野古道世界遺産登録30周年も見据え、伊勢路の魅力発信の強化に取り組みます。

- 東紀州地域集客交流推進事業〔163,297千円：地域連携・交通部南部地域振興局〕(再掲)
熊野古道センターにおいて、熊野古道をはじめとした東紀州地域の歴史・文化、自然等を地域内外に発信するとともに、集客交流を促進します。また、同センターの常設展示室のリニューアルに向けたコンテンツ制作を実施します。
- 首都圏営業拠点推進事業費〔122,758千円：雇用経済部〕
首都圏営業拠点「三重テラス」第3ステージにおいて、三重の魅力発信の拠点機能を活用するとともに、首都圏と三重県の様々な関係者が「つながる」取組を促進します。また、第3ステージ終了後の方向性を検討するため、運営に係る総括評価を行います。
- 伊勢志摩国立公園80周年記念事業費〔9,400千円(一部)：農林水産部〕
11月に国立公園指定80周年を迎える伊勢志摩国立公園のかけがえのない魅力を後世に伝えるため、環境省、関係団体、関係市町と連携しながらエコツアーや記念式典等の記念事業に取り組みます。

(参考)

●KPIに係る考察(日本人延べ宿泊者数)(令和6年度アクションプラン策定時)

【KPI設定の考え方】

- ・日本人延べ宿泊者数のR8目標値9,956千人は、式年遷宮が行われたH25の過去最高値である9,556千人の4.2%増というチャレンジングな目標として設定している。H25以降減少傾向にある延べ宿泊者を回復させ、さらに伸長させるため、人口等が集中する関東圏に向けては、比較的消費単価の高い顧客層を主な対象とし、延べ宿泊者の絶対数が多い関西圏・中部圏に向けては、リピーター層の定着に加えて新たな顧客層の開拓を図るなど、三重の強みを活かした戦略的なプロモーションに取り組むことで目標達成をめざす。

【関東圏からの誘客】

- ・関東地方は、日本の総人口の約34%(総務省統計局人口推計結果2022年10月1日現在)、GDPの約39%{内閣府県民経済計算 各都道府県・政令指定都市の公表状況(2023年9月25日時点)}が集中している。
- ・表1のとおり、発地(エリア)別の観光消費単価及び平均宿泊日数は、いずれも関東圏の数値が最も高く、関東圏からの誘客を強化することが必要である。

【関西圏・中京圏からの誘客】

- ・表1のとおり、延べ宿泊者数の発地(エリア)別割合が大きいのは関西圏と中京圏であり、両圏合計で7割弱を占めることから、リピーター層の定着化を図るとともに新たな顧客層を開拓することが必要である。

表1 日本人宿泊者の発地(エリア)別消費単価・平均宿泊日数・延べ宿泊者数(R1推計)

発地	消費単価(円)	平均宿泊日数(日)	延べ宿泊者数(人)	発地割合
三重県	17,136	1.04	522,006	6.4%
中京圏	24,857	1.08	2,474,797	30.1%
関西圏	27,063	1.12	3,063,295	37.3%
関東圏	33,916	1.52	1,353,091	16.5%
その他	32,065	1.36	797,751	9.7%
平均・合計	26,922	1.17	8,210,940	

【交通機関(三重県へのアクセス手段)】

- ・自家用車の利用割合は増加傾向、バス・貸切バスの利用割合は減少傾向にある。

交通機関(三重県まで) 暦年比較

種類\暦年	H25	R1	R4
自家用車	80.5%	79.5%	84.3%
レンタカー	1.5%	1.2%	1.3%
近鉄	6.9%	8.4%	8.3%
JR	5.1%	2.5%	2.1%
バス・貸切バス	8.4%	5.1%	3.1%

●KPIに係る考察(宿泊を伴う教育旅行で県外から訪れた学生数)(令和6年度アクションプラン策定時)

- ・宿泊を伴う教育旅行で県外から訪れた学生数(伊勢志摩地域分)については、コロナ前(R1年度34,740人)と比べ、近県からの来訪が増加したR4年度の水準(68,895人)を維持できるよう69,000人を目標として設定している。
- ・平日に実施されることが多い教育旅行の誘致促進は、将来のファン獲得に加えて、宿泊施設の安定的な稼働に向けた需要の平準化にもつながる取組である。

戦略2-3:インバウンド誘客/MICE・産業観光の推進

戦略目標 (KPI):外国人延べ宿泊者数(暦年)^{※1}

	R1(基準値)	R5	R6	R7	R8
目標値	38万9千人		38万9千人	42万人	45万4千人
実績		20万1千人	24万1千人	37万2千人 ※速報値	

※1 県内に宿泊した外国人旅行者の延べ人数。観光庁「宿泊旅行統計調査」による。

戦略目標 (KPI):国際会議開催件数(暦年)^{※2}

	R4(現状値)	R5	R6	R7	R8
目標値	5件		9件	12件	15件
実績		9件	3件	9件	

※2 JNTOが定める国際会議の選定基準を満たした会議件数。

令和7年度の KPI の達成状況及び評価

- 外国人延べ宿泊者数については、目標を下回ったものの、前年と比べると54.3%増加しており、令和元年との比較でも回復率95.7%と、おおよそコロナ禍前の水準まで回復した。オーバーツーリズムの未然防止を念頭に置きつつ、策定中の「みえインバウンド誘客計画(仮称)」に基づき、効果的なプロモーションに取り組んでいく必要がある。
- 国際会議開催件数については、目標を下回った。令和7年度からMICE補助金の対象を国際会議に加え、企業による会議やインセンティブ旅行まで拡充したため、大学との連携やレップ等のセールスの機会を活用しながら、今後も引き続き国際会議や企業の報奨旅行・研修旅行等の誘致に取り組んでいく必要がある。

令和8年度の KPI 達成に向けた重要達成要因 (KSF)

●KSF設定の考え方

- 外国人延べ宿泊者数の目標達成にはアジア市場の取り込みが必要であるが、その中でも、政治的リスクが低く、訪日リピート率が高い(地方部への訪問率が高い)市場に絞って誘客に取り組むことが効果的。
- ゴールデンルートからの日帰りでの立ち寄りを、宿泊に転換させる施策が必要。そのためには、滞在時間を延ばすためのコンテンツ作りとその情報発信が重要だが、それに加え外国人旅行者の受け入れに積極的な宿泊事業者を増やし、様々な旅行者のニーズに対応できるようにすることも重要。
- 1人あたりの消費額の増加を図るためには、日帰り客への宿泊促進に加え、インセンティブツアーや高所得者層などによる高付加価値旅行の増加が必要であり、高付加価値旅行の計画・予約・遂行のプロセスに対応した働きかけが効果的。
- 国内で開催される国際会議の増加に合わせて、県内での開催件数を伸ばしていくためには、県内主催者(大学関係者等)による開催促進に加えて、県外の国際会議主催者やコーディネーターに対しても、三重県の実績や強みを持つテーマ等に関する周知を行い、県内での会議開催を意識付けることが必要。

<考察を踏まえた KSF>

- インバウンドプロモーションの推進
- 海外の高付加価値旅行者の誘客推進
- MICE誘致・産業観光の推進

令和8年度の主な取組の方向性

【インバウンドプロモーションの推進】

- 全国的にインバウンドが増加する中、インバウンド誘客を強力に展開するため、データに基づき本県の強み・弱み等を分析し、有識者等の意見もふまえ「みえインバウンド誘客計画(仮称)」を策定します。
- 本県の認知度向上を図るため、インバウンドが関心を寄せる体験コンテンツ等の紹介動画の作成やトップインフルエンサーを活用した情報発信や観光・食・物産が一体となったプロモーションなどを実施します。
- ゴールデンルートからの誘客を図るため、鉄道事業者と連携した観光地とアクセス情報をセットにしたプロモーションや海外OTAを活用した情報発信に取り組みます。
- インバウンド誘客の取組は民間との連携が効果的であることから、官民連携組織である(公社)三重県観光連盟が取り組むアジア市場のインバウンド向けプロモーションを支援します。

【海外の高付加価値旅行者の誘客推進】

- 海外からの高付加価値旅行者の誘客を推進するため、レップの設置・拡大やフランス企業の福利厚生旅行の誘致などに取り組みます。【再掲】

【MICE誘致・産業観光の推進】

- 海外からの企業の報奨旅行・研修旅行の増加につなげるため、三重県産業観光推進協議会によるプロモーション等の活動を支援します。また、レップの設置や商談会参加に加え、三重県海外MICE誘致促進補助金の活用や関係機関との連携により、さらなるMICE誘致に取り組みます。

<令和8年度の主な事業>

●海外誘客推進プロジェクト事業費〔101,174千円:観光部〕

全国的にインバウンドが増加する中、インバウンド誘客を強力に展開するため、データに基づいた「みえインバウンド誘客計画(仮称)」の策定に取り組みます。また、本県の認知度向上を図るため、動画やトップインフルエンサーの発信力を活用した情報発信や観光・食・物産が一体となったプロモーションを実施します。

●プラス三重旅促進事業費〔40,000千円:観光部〕

ゴールデンルートからの誘客を図るため、鉄道事業者と連携した観光地とアクセス情報をセットにしたプロモーションや海外OTAを活用した情報発信に取り組みます。

●全県DMO経営基盤強化事業費〔145,777千円(一部):観光部〕

(公社)三重県観光連盟の中期事業計画に定めた地域(東南アジア、台湾、香港)からの誘客を促進するため、体制の整備及びプロモーションを行います。

●高付加価値旅行者層誘致促進事業費

〔170,180千円:観光部 ※2月補正予算含みベース〕(再掲)

海外からの高付加価値旅行者の誘客を推進するため、レップの設置・拡大やフランス企業の福利厚生旅行の誘致のほか、奈良県・和歌山県等と連携した広域でのプロモーションに取り組みます。

- 海外MICE誘致促進事業費〔28,814千円:観光部〕
県内経済への波及効果の高い国際会議をはじめとしたMICEや海外企業による報奨旅行・研修旅行の誘致に取り組みます。
- Easy Access to 東紀州！プロジェクト推進事業費
〔25,607千円(一部):地域連携・交通部南部地域振興局〕(再掲)
熊野古道への外国人旅行者を含む誘客促進、東紀州地域の資源を生かした体験型コンテンツの磨き上げ等に取り組みます。
- 伊勢茶ブランド展開戦略構築事業費〔3,893千円:農林水産部〕
伊勢茶のブランド力強化を図るため、インバウンドを含めた観光客を伊勢茶産地に呼び込むための体験コンテンツを整備するとともに、関西茶業振興大会三重県大会を通じた伊勢茶の魅力の発信に取り組みます。
- 農山漁村インバウンド受入加速化事業費〔5,600千円:農林水産部〕
美しい自然や歴史文化、美食に彩られた三重県ならではの「美し国みえ」のイメージを体現する農泊コンテンツの創出等により、三重県の農山漁村地域におけるインバウンド受入体制を強化することで、農山漁村への訪日外国人旅行者の受入拡大と滞在消費の拡大を図り、その結果として地域経済の潤いと活力創出につなげます。
- 海女漁業・真珠養殖業魅力発信事業〔5,420千円:農林水産部〕(再掲)
海女漁業と真珠養殖業の価値を国内外においてさらに高めることを目的に、世界農業遺産登録に向けた機運醸成のため日本農業遺産10周年記念イベントに合わせたキックオフイベントを実施します。

(参考)

●KPIに係る考察(令和6年度アクションプラン策定時)

【KPI設定の考え方】

- ・外国人延べ宿泊者数については、コロナ後の全国的なトレンドを踏まえ、R1比116.7%増の45万4千人をKPIとして設定した。
- ・国際会議開催件数については、H29からR1の平均値が12.3件であり、R7にコロナ前の数値を回復し、R8に向けて25%増やす想定で、15件をKPIとして設定した。

【外国人旅行者にかかる三重県の現状】

- ・R5の外国人延べ宿泊者数はR1比で50%と、回復が遅れている。原因はR1時点での中国人宿泊者比率の高さと中部国際空港利用者比率の高さで、中国人旅行者の減少と中部国際空港の復便の遅れが大きく影響した。また、東京、京都、大阪といったゴールデンルート上の都市への外国人旅行者の集中が顕著となっており、地方部における回復は全体的に遅れている。
- ・三重県への来訪者数と宿泊者数の関係を見ると、三重県は外国人旅行者の昼間人口と夜間人口の差が大きく、県外の周辺都市に宿泊し、日帰りで来訪する比率が高いことが推定されている。日帰りで立ち寄りを宿泊につなげることで宿泊者数を伸ばし、延べ宿泊者数および消費額増加を図る余地がある。

【主目標(観光消費額)との関係性】

国の観光立国推進基本計画では、訪日外国人旅行者一人あたり地方部宿泊数を、R7までに2泊にする(R1実績:1.4泊)としており、県の目標は人数の伸びよりも質(高付加価値化)を重視している。また、外国人延べ宿泊者数を45万4千人として、R8の観光消費額の目標を達成するには、外国人一人あたり消費額は44,000円から、50,600円に伸ばす想定としている。

【MICEにかかると国の方針】

- ・国は観光立国推進基本計画において、R7までに展示会・見本市への外国人参加者数をR1比2割増加すること(国際会議開催件数についてはアジア主要国でのシェア3割以上)を目標としており、地方の不利を克服して国全体の伸びに追随することが必要。

施策の柱③ 魅力的な観光産業の確立

戦略3-1:観光産業の生産性向上

戦略目標 (KPI):生産性向上※1 に取り組んだ事業者数※2

	R5(現状値)	R6	R7	R8
目標値	0	累計 10者	累計 25者	累計 40者
実績		累計 64者	累計 117者	

※1 生産性向上:生産性を向上するためには大きく分けて、「付加価値の向上(提供するサービスの価値の増大:客単価の向上、ブランド力の強化等)」と、「効率の向上(時間や工程の短縮:サービス提供プロセスの改善等)」の2つの方向性がある。(出典:経済産業省「中小サービス事業者の生産性向上のためのガイドライン」)

※2 観光事業者を対象としたアンケートにおいて、生産性向上に取り組んだと回答した事業者数。

令和7年度の KPI の達成状況及び評価

- ・観光事業者を対象としたアンケート調査の結果、生産性向上に取り組んだ事業者数は、令和6年度から53者増加し、累計117者となり、目標を達成している状況。
- ・令和7年度事業において、観光産業の生産性向上に向け、伴走型個別コンサルティングによる支援を8事業者(うち3者は令和6年度からの継続)に対して実施するとともに、ワークショップの開催を通して9事業者に対して生産性向上の取組導入を支援した。また、その取組内容をまとめた事例集の作成や報告会を実施し、横展開を図っている。
- ・現状として、事業規模や人手・人材不足を理由に、そもそも生産性向上に取り組める環境にない事業者もあることから、観光事業者が自ら取組を促進できるよう支援する必要がある。

令和8年度の KPI 達成に向けた重要達成要因 (KSF)

●KSF 設定の考え方

- ・生産性向上に対する経営者層の意識が重要であるため、生産性向上や待遇改善に関するセミナーを開催し気づきの場を提供することで、観光事業者が生産性向上に取り組む機運を醸成する。
- ・生産性向上への取組には、さまざまなアプローチがあることを知ってもらうため、身近な成功事例をつくり横展開することで、生産性向上に取り組む事業者を増やし、県内観光産業全体の生産性の向上につなげる。
- ・事業規模や人手・人材不足を理由に、そもそも生産性向上に取り組むことが難しい事業者もいることから、観光事業者が自ら生産性向上の取組を促進できる環境を整えることが必要。

<考察を踏まえた KSF>

- 観光事業者の経営力向上の推進

令和8年度の主な取組の方向性

【観光事業者の経営力向上の推進】

○R6、7年度に引き続き、生産性向上の事例を創出するモデル事業を実施し、横展開を図ることで、観光事業者が生産性向上に取り組むきっかけをつくり、県内観光産業全体の生産性の向上をめざします。

○人手・人材不足等により生産性向上に取り組む環境にない観光事業者を対象に、採用・経理・労務などの業務の外注化を支援し、収益や経営に直結する業務に集中できる環境を整えることで、生産性向上の取組を促進します。

<令和8年度の主な事業>

●観光産業支援事業費〔41,956千円：観光部〕

観光事業者が抱える生産性の低さや人材不足の課題解決に向け、個別コンサルティングやワークショップを通じて生産性向上や人材確保の取組を支援します。また、人手・人材不足等により生産性向上等に取り組む環境にない事業者を対象に、採用・経理・労務などの業務の外注化(アウトソーシング)を支援し、収益や経営に直結する業務に集中できる環境を整えることで、生産性向上等の取組を促進します。

(参考)

●KPIに係る考察(令和6年度アクションプラン策定時)

【KPI設定の考え方】

- ・観光事業者に特化した生産性向上に関する施策を初めて実施することから、まずは県が実施するモデル事業等に参加する事業者や、県が設置する観光事業者の生産性向上や待遇改善に関する検討会に参加した事業者が生産性向上に取り組み、それらの事例を県が徐々に横展開を図ることを想定し、目標値を設定。

【観光産業の現状】

- ・観光産業の中核をなす宿泊業においては、生産性の低さや旧来型の事業モデルの依存といった構造的な課題を抱えており、①投資停滞、②施設の老朽化・サービス低下、③客単価の低水準化、④更なる施設の老朽化・サービス低下、という負のスパイラルに陥っていると言われている。
- ・負のスパイラルを断ち切るためには、観光産業の生産性を向上し、必要な投資を行えるようにしていく必要があるが、全国のデータでは、他産業と比較すると宿泊産業の生産性は最も低い状況となっている。なお、県内の観光産業における生産性の現状や、生産性向上に向けた取組状況についての定量的なデータは存在しない。

戦略3－2：観光産業を支える人材の確保・育成・定着

戦略目標（KPI）：待遇改善※1に取り組んだ事業者数※2

	R5	R6	R7	R8
目標値	0	累計 10 者	累計 25 者	累計 40 者
実績		累計 46 者	累計 84 者	

※1 待遇改善：給与アップ、有給休暇取得率の向上、残業時間の減少 等

※2 観光事業者を対象としたアンケートにおいて、待遇改善に取り組んだと回答した事業者数。

令和7年度の KPI の達成状況及び評価

- ・観光事業者を対象としたアンケート調査の結果、生産性向上に取り組んだ事業者数は、令和6年度から38者増加し、累計84者となり、目標を達成している状況。
- ・令和7年度事業において、人材の確保・育成・定着に向け、伴走型の個別コンサルティングによる支援を6事業者に対して実施するとともに、人材確保等の取組導入を支援するとともに、その取組内容をまとめた事例集の作成や報告会を実施し、横展開を図っている。
- ・現状として、事業規模や人手・人材不足を理由に、そもそも人材確保等に取り組める環境がない事業者もあることから、観光事業者が自ら取組を促進できるよう支援する必要がある。

令和8年度の KPI 達成に向けた重要達成要因（KSF）

●KSF 設定の考え方

- ・観光従事者満足度への影響が大きい勤務体系や給与水準といった待遇改善について、経営者層が取り組まなければならないという意識を持つことが重要であるため、待遇改善につながるセミナーを開催することで気づきの場を提供し、観光事業者の取組への機運を醸成する。
- ・人材確保・育成・定着の取組について、身近な成功事例をつくり横展開することで、人材確保等に取り組む事業者を増やし、県内観光産業全体で人材確保・育成・定着の取組促進につなげる。
- ・事業規模や人手・人材不足を理由に、そもそも人材の確保・育成・定着に取り組むことが難しい事業者もいることから、観光事業者が自ら人材確保等の取組を促進できる環境を整えることが必要。

<考察を踏まえた KSF>

- 観光事業者の人材確保・育成・定着の支援

令和8年度の実践取組の方向性

【人材の確保・育成・定着の支援】

- R7年度に引き続き、人材確保・育成・定着に関する取組事例を創出するモデル事業を実施し、横展開を図ることで、観光事業者が人材確保等に取り組むきっかけをつくり、県内観光産業全体で人材確保・定着・育成の取組を促進します。
- 人手・人材不足等により待遇改善等の人材確保・育成・定着への取組を進められていない事業者を対象に、採用・経理・労務などの業務の外注化を支援し、収益や経営に直結する業務に集中できる環境を整えることで、人材確保・育成・定着の取組を促進します。

<令和8年度の主な事業>

●観光産業支援事業費〔41,956千円:観光部〕(再掲)

観光事業者が抱える生産性の低さや人材不足の課題解決に向け、個別コンサルティングやワークショップを通じて生産性向上や人材確保の取組を支援します。また、人手・人材不足等により生産性向上等に取り組む環境にない事業者を対象に、採用・経理・労務などの業務の外注化(アウトソーシング)を支援し、収益や経営に直結する業務に集中できる環境を整えることで、生産性向上等の取組を促進します。

(参考)

●KPI 設定に係る考察(令和6年度アクションプラン策定時)

【KPI 設定の考え方】

- ・観光事業者に特化したこのような取組を初めて実施することから、まずは県が設置する観光事業者の待遇改善や生産性向上に関する検討会に参加した事業者が待遇改善に取り組み、それらの事例を県が徐々に横展開を図ることを想定し、累計40者と設定した。

【観光従事者満足度アンケート】

- ・計画の副目標である「観光従事者満足度」の現状値(R5)は、52.6%。沖縄県で行われた同様の調査結果(R3)は57.0%であり、やや下回っている。
- ・観光従事者満足度アンケートを分析したところ、満足度に最も影響を与えているのは「勤務体系(勤務日、勤務時間帯、勤務頻度)」であり、他の要因としては、「仕事に対するやりがい」、「給与水準」、「業務内容」、「人事評価制度」の順で影響を与えていることが分かった。
- ・副目標「観光従事者満足度」のR8目標値である60%を達成するためには、勤務体系の改善をめざし、生産性向上や、人材確保により従業員一人あたりの負担軽減に取り組むとともに、待遇改善(給与アップ、業務内容の見直し、適切な人事評価等)に取り組む事業者を増やす必要がある。

【三重県における生産年齢人口・宿泊業の年収】

- ・三重県における生産年齢人口(15歳～64歳)は、R2(2020年)の約103万人から、R22(2040年)には約79万人まで減少すると見込まれていること、三重県における宿泊業の年収(R4:335万円)は産業別で最下位であることなどをふまえると、今後、観光産業を支える人材を確保することはますます困難になっていくことが予想される。