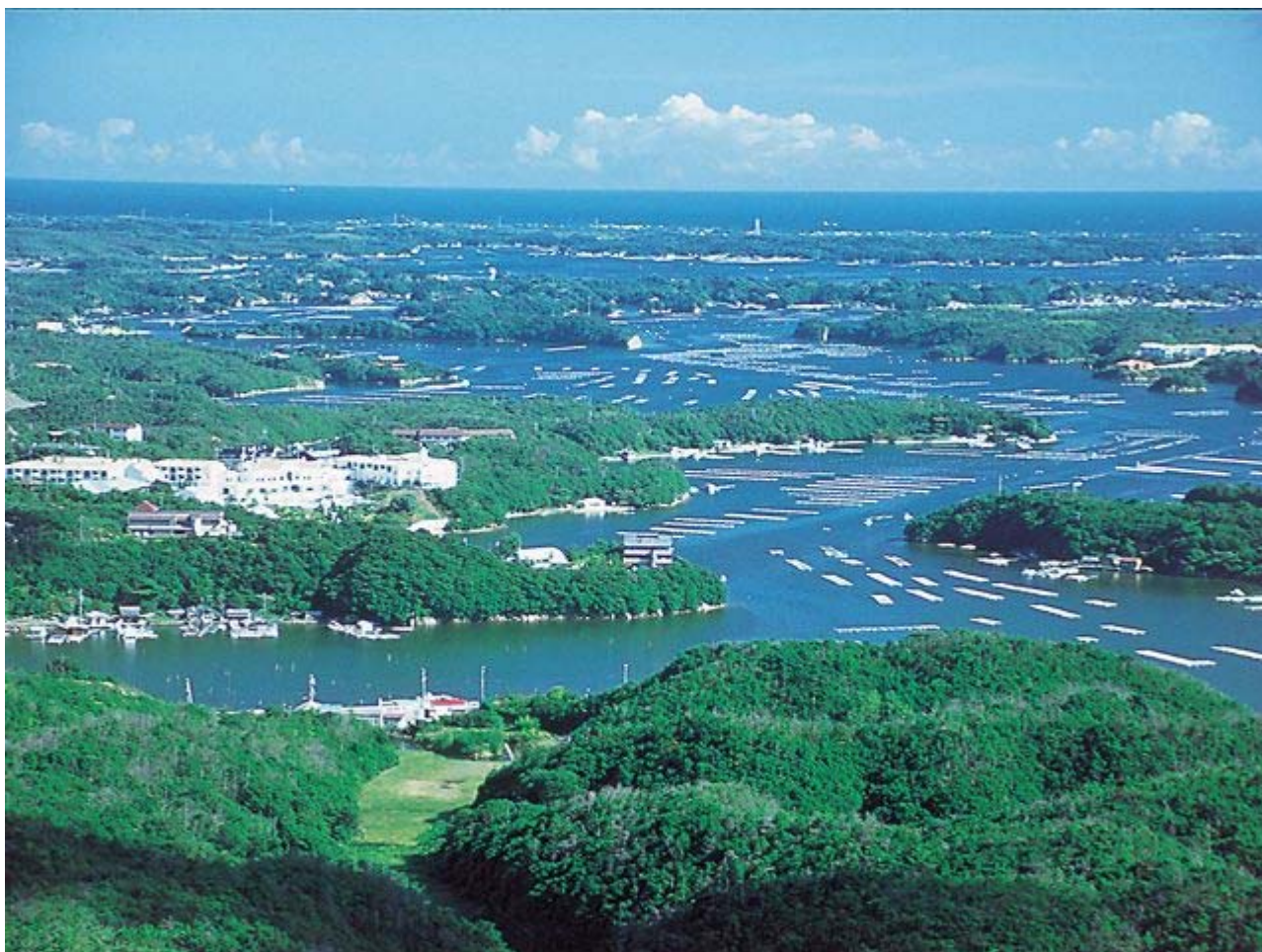


伊勢志摩観光振興プラン

観光客、伊勢志摩が明日に希望を持ち、
明日(未来)への夢と鋭気と旅立ちを誓う

「Re:明日(リアス)式伊勢志摩の創出」



平成19年9月

～ はじめに ～

伊勢志摩観光の現状と課題

平成 16 年 11 月に策定された『三重県観光振興プラン』において、伊勢志摩地域は、「歴史・文化と自然・風景に恵まれ、三重県観光全体のイメージを実質的にリードする観光地」として位置付けられています。

歴史を遡ってみると、戦後には伊勢志摩国立公園の指定を受け、道路や鉄道の整備が進んだことにより、後背地である大阪・名古屋の両大都市圏からの移動が容易になり、観光旅行の大衆化に伴う修学旅行や新婚旅行、団体周遊旅行の一大観光地として高く評価されてきました。

当地域における過去の観光客数の推移を見ると、神宮式年遷宮をひとつのピークに概ね 20 年周期で増減を繰り返しています。前回の神宮式年遷宮時の平成 5 年には、伊勢志摩国立公園内への観光客数は年間 1,508 万人、そして、翌平成 6 年には、世界祝祭博（まつり博三重）の開催や大型テーマパークなどの開業が重なったことから、過去最高の 1,954 万人を数え、その年をピークに以降、バブル経済崩壊による不景気などの社会的要因もあり、観光客数は減少してきました。

しかし、第六十二回神宮式年遷宮（平成 25 年）の諸祭行事などが始まった平成 17 年から観光客数は増加に転じ、お木曳行事が始まった平成 18 年には、8 年ぶりに 1,100 万人台の大台に乗る 1,150 万人の観光客を迎えております。

現在は、平成 25 年の神宮式年遷宮に向けた諸行事が動き始めていますが、その一方で当地域が取り組むべき重要な課題は、「食」「自然」「神宮」「スポーツ・健康」「体験」など、旧来の伊勢志摩の魅力と現在の観光ニーズに合った新しい魅力の観光資源を連携させることにより、観光客が求めるおもてなしの確立とリピーターとして訪れていただく仕組みを確立することであると考えます。それによって、増加に転じた観光客数の底上げを図るとともに、伊勢志摩への観光入込の安定確保を目指していかなければなりません。

本プランは、『三重県観光振興プラン』で示された方向性を踏まえ、同時に三重県が平成 25 年の式年遷宮に合わせ平成 21 年から平成 26 年の 6 年間で計画している「美し国おこし・三重」イベントとの協調を図り、伊勢志摩管内の行政・観光協会・商工会議所・商工会・その他観光関連団体・事業者などがそれぞれの役割を担い、将来的な伊勢志摩観光を計画的に推進していく方針を明らかにするとともに、当地域の産業・経済力増大と持続可能な雇用創出、顧客満足度向上のための仕組みの構築及び（社）伊勢志摩観光コンベンション機構の組織強化を目的に策定するものです。

上記算出数は、「平成 18 年観光レクリエーション入込客数推計書（三重県）」（旧基準）による

～ 目的 ～

- 1 伊勢志摩への安定した観光客数の確保による産業・経済力増大と持続可能な雇用創出
- 2 観光客ニーズに合った仕組みづくりの構築による再訪率増加と顧客満足度向上
- 3 (社)伊勢志摩観光コンベンション機構の組織強化による効率的な各種事業の推進
- 4 多様な主体の参画による「住んでよし、訪れてよし」の満足度の高い地域づくりを実現し、持続可能な地域を目指します。

～ 計画期間及び数値目標 ～

- 1 本計画期間は、平成 20 年度から平成 25 年度までの 6 年間とします。
(3 年毎に進捗状況を評価し、社会情勢、市場調査などに基づいて計画を見直します。)
- 2 第六十二回神宮式年遷宮(平成 25 年)に向け伊勢志摩地域全体の魅力を高めることにより、入込客の減少が予想される遷宮後も持続可能な観光地づくりに努め、平成 26 年以降の年間入込客数については、現在の 919 万人〔旧基準：1150 万人〕から 5%増の 965 万人〔旧基準：1208 万人〕の水準を上回る又は維持することを目指します。
但し、平成 25 年(遷宮年)の年間入込客数については 1195 万人〔旧基準：1500 万人〕を目標とします。
- 3 「平成 18 年観光レクリエーション入込客数推計書(三重県)」に基づく観光消費額(観光客 1 名平均単価宿泊客 39,596 円、日帰り客 11,507 円)を、遷宮後の平成 26 年に、それぞれ 41,576 円(5%増)、12,082 円(5%増)に増加させます。
- 4 現在の来訪満足度の各項目(景観雰囲気、食事買い物、店員対応、観光施策、宿泊施設)を全て 90 点以上、再来訪意向も 100%を目指します。

遷宮年はあくまで特別な年であり、そこを数値目標とすることは持続可能な観光地づくりにはそぐわないため、あくまで平常年(平成 26 年以降)を目標とします。

計画は年度、数値目標は暦年を示す

～ 基本戦略 ～

- | | |
|------|---------------------|
| 戦略 1 | 賑わいのあるまちづくり |
| 戦略 2 | 多様なニーズに対応した観光ルートの創出 |
| 戦略 3 | 伊勢志摩に宿泊・滞在する魅力の強化 |
| 戦略 4 | 来訪者が快適に周遊できる観光基盤の整備 |
| 戦略 5 | 環境に配慮した観光地づくり |
| 戦略 6 | 効果的な情報発信 |
| 戦略 7 | 国際観光の推進 |
| 戦略 8 | 市場調査に基づく観光戦略の推進 |
| 戦略 9 | 組織体制の強化と人材育成 |

戦略1 賑わいのあるまちづくり

伊勢志摩の魅力を来訪者のみならず、観光従事者を含む地域住民全体が認識することで、おもてなしと知識の向上を図り、“伊勢志摩の魅力とは何か”を問い続けることで遊び心と楽しさあふれる魅力ある観光地づくりに取り組み、観光客がまちなかを行き交う賑わいのあるまちを創出します。

また、各地域、団体の取り組みを、食、自然、神宮（遷宮、文化・歴史）、スポーツ・健康、体験、その他の6分野に分類し、それぞれの役割を明確化しながら、全体の強味と弱味を分析し、あらゆる人々が満足できるようにターゲット別の事業展開を図ります。

<取組方針>

- ・遷宮を契機とした地域内連携の向上と神宮を核にした賑わいづくり
- ・食の魅力の開発（食の地域ブランドづくり）
- ・伊勢志摩地域特有の産業を活かした魅力づくり
- ・まち歩き観光の魅力向上

<具体的な取り組み内容>

「神宮」をテーマにした魅力づくり

神宮にまつわる歴史・文化・食・生活等の物語性を活用しながら、各観光事業者の得意分野を提示・提案することで、遷宮に焦点を合わせた継続性のある話題作りと素材の収集、編集、発信を行い魅力向上に努めます。

また、遷宮後も継続してその魅力を活用していくものとします。

伊勢志摩「食の虎の巻」作成と誘客の仕掛けづくり

「伊勢志摩＝豊かな食」のイメージは一般化しているものの他の著名観光地と差別化するまでの食の魅力についてはまだ不十分な面があります。

観光従事者をはじめとする住民の多くが、隠れた食、マイナーな食、本物の食、お持ち帰り可能な食等を理解し周知・認知することで、より正確な食情報の共有と開発、発信に繋げ、伊勢志摩の食の調理方法などの演出を研究・提示します。

例えば、これらを網羅した「食の虎の巻」を作成し、同冊子を活用した宿泊プランの提供、伊勢うどんや名物餅めぐり、神宮に献上された食材、海女小屋、牡蠣加工工場めぐりなどテーマを特化したマップ製作などにより、誘客の仕掛けづくりを行うことで魅力向上を図ります。

特に、朝廷に食材を献上した「御食つ国」の歴史、そのイメージを前面に出すことで伊勢志摩の食の魅力を発信します。

「真珠」をはじめとした産業の活用

真珠の物語、歴史、高貴さを切り口とし、既成概念にとらわれることなく産業観光としての活用を図ります。

例えば、既存の真珠婚式などの行事と他地域の魅力を関連づけることで夫婦愛の象徴としての伊勢志摩の演出を行うほか、養殖現場から加工現場をひとつのストーリーとして見せる体験プログラムなど、養殖真珠の生産地“英虞湾”や“ミキモト”を切り口にした産業観光の魅力づくりを行います。

また、「水産（漁港、魚市場）」、「水産加工」なども当地域固有の産業観光資源として活用します。

まち歩きの魅力向上

伊勢志摩の暮らし、方言、文化そのものを資源として“あなたの知らない伊勢志摩のまち歩き”を集約し提示することで、まち歩きの魅力向上に活用します。

現状では、観光客向けではない個店レベルにおいても特色ある魅力（歴史、商品、商法、仕入れ等）を見出し、個店の協力により観光客向けの紹介をします。

また、まち歩きガイドの育成、強化、連携を図り、多様なニーズに合わせた

活用を図るとともに、伊勢志摩地域のまち歩き観光スポットの情報を集約し、市民団体や地域住民の協力により、容易に利用しやすい窓口機能を整備します。

先進事例等の研究

全国の先進地の事例を研究し、観光戦略の推進に活かします。

戦略2 多様なニーズに対応した観光コースの創出

伊勢志摩の和文化（原風景）を基調とした景観を、来訪者と地域住民が共に楽しめる仕組みを構築し、伊勢志摩の象徴である“食と自然と神宮（遷宮）”を基調に、環境に配慮した清潔感のある景観演出と情報発信を行います。

また、自動車、鉄道などの車窓から景色を楽しむ仕掛け（＝シーニックバイウェイ構想）を展開するほか、サイクリング、ウォーキングが、快適に伊勢志摩巡りができるような仕組みを構築するとともに、観光道路の有効活用、空路、海路といった様々なアクセスを活用した誘客を積極的に行い多様な観光コースを創出します。

<取組方針>

- ・山と海岸線（リアス式海岸）に象徴される伊勢志摩の風景を満喫できる観光コースの提案
- ・「+」の感動が味わえる“こだわり”コースの創出
- ・シーニックバイウェイ構想の具現化
- ・サイクリングとウォーキング観光者向けのお得な周遊ルート及び方法の提案

<具体的な取り組み内容>

目的別周遊コースプラン（モデルプラン）の作成と情報発信

所要時間別、テーマ別、利用交通別の「伊勢志摩旅のモデルプラン」を作成し、情報発信します。プランには近代建築、町並み、離島、海、森、水、灯台、花、橋などを取り入れながら“伊勢志摩の魅力とは何か”を提示します。

1日、2日の周遊コースのほか、半日、3時間の短時間観光（＝ショートトリップ）など、様々なコースを創出します。特に、コースについては、ネーミングが重要になることから、コース内容とともにネーミングの工夫（イメージコピー）を図ります。

地域資源の整理と商品化

伊勢志摩の各地の“朝”と“夕暮れ”と“夜”の魅力（空と海と月と太陽の織りなす魅力）や、季節毎の花の魅力など、現在、伊勢志摩の魅力でありながら十分に活用されていない素材を整理し、ショートトリップなど商品化に繋がります。

[活用素材例]

神宮のご来光、夫婦岩（二見）の日の出、パールロード（鳥羽）からの日の出

大湊（伊勢）を望む夕日、パールロード（鳥羽）からの夕日、ともやま公園（志摩）からの夕日、南海展望公園（南伊勢）からの夕日

夫婦岩（二見）の月の出、パールロード（鳥羽）からの「ムーンリバー」、鳥羽・志摩の夜光虫と海ホタル、南伊勢のホタル

伊勢のさくら、しょうぶ、あじさい、コスモス、梅、菊

鳥羽のしゃくなげ、アヤメ、しょうぶ、ジングウツツジ、紅ツゲ、はまなでしこ

志摩のゆり、コスモス、れんげ、ひまわり、ルピナス、はまゆう、菜の花
南伊勢のはまぼう、はまじんちょう

“寄り道”の発見と演出

上記同様、地元の隠れた魅力に光を当て、離島やみなとまちの“道”の楽しみ方を演出します。

先行事例研究と情報発信手法の検討

埋もれた地域資源の活用の成功例などの研究を進めるほか、各種観光ホームページの統合など、上記で整理された情報発信の効果的な手法を検討します。

戦略3 伊勢志摩に宿泊・滞在する魅力の強化

三重県最大の宿泊施設集積地である当地域が、他地域と差別化して生き残るために、「宿泊・滞在する魅力」の強化と創造、そして確実にマーケットに届く情報発信を行います。

<取組方針>

- ・今の観光客が求める宿泊施設へ向けた経営者、従事者の意識改革
- ・滞在時間を延ばすための宿泊拠点を中心とした、まち歩き、自然体験観光、産業観光、歴史・文化交流旅行や健康増進旅行をはじめとする新たな旅行形態(ニューツーリズム)及び教育旅行の推進と着地型旅行の開発(離島を含めた周辺地域での日帰り観光の検討)
- ・宿泊利用が前提となる、早朝および夜間における魅力情報の提供と観光商品開発
- ・宿泊施設における魅力づくりと宿泊日数増加に向けた取組

<具体的な取り組み内容>

おもてなしに関する外部・内部評価の構築

マナー対応の粗悪な観光従事者の質の向上を目的に、外部・内部両面からの評価システムを導入します。

厳選された“この宿の一品”の提供

たこの天ぷら、鯛のあらめ巻等、高価でなくてもその宿ならではの食の魅力を掘り起こし、PRし差別化を図ります。
また、宿泊施設における、地産地消を前提とした、朝食の充実を図ります。

温泉宿泊地としてのイメージづくり

すべてが温泉を持つ宿ばかりではないものの、情報発信の工夫により「温泉地」としてのイメージアップを図ります。

癒しの観光地としてのイメージづくり

タラソテラピーのアジア初進出の地が伊勢志摩であり、宿泊施設にも本格的エステサロン等リラクゼーションシステムを併設している所も多いことから、情報発信の工夫により「癒しの観光地」としてのイメージアップを図ります。

スポーツ集客等、集大会の誘致(コンベンションの誘致)と受入強化および改善

施設情報等受入体制の整備・充実と的確な情報発信と県内外に対しての積極的かつ効果的な宣伝活動を実施・支援します。

一年を通じた各種観光商品の開発・販売促進

地域素材を出し合い、早朝及び夜間ツアーなど宿泊者向けの目的別ショートトリップを提案し、情報発信するとともに、宿泊施設に対して観光商品としての有効活用を働きかけます。

離島観光の振興

離島ならではの本土には無い“宿泊・滞在する魅力”を「食」「生活文化」「自然」「歴史」を通じて、一番贅沢な時間の過ごし方、楽しみ方を提案し発信します。

自然体験観光の振興

伊勢志摩の自然を活かした体験プログラム(釣り、磯観察、干物づくり、シ

ーカヤック、貝殻アートづくり等)の整備・充実を図ります。

教育旅行の推進

「伊勢志摩学生団体誘致委員会」を中心に、戦略的・積極的な誘致活動と受け入れ態勢の強化を図ります。

旅行者ニーズの多様化に対応した多様な宿泊サービスの提供

宿泊ニーズを踏まえ、宿泊施設に対し、温泉や泊食分離(市内グルメマップの配布等)など多様なサービスの提供を働きかけます。

宿泊日数増加に向けた取組

一宿泊施設での連泊のみならず、500軒以上を有する宿泊施設の多様性を活かし、施設同士が横に連携した移動型連泊プランの企画提案を推進します。

魅力的な二次交通や時間消費型滞在プラン等付加価値の高い商品を造成し、連泊の促進を図ります。

先進事例等の研究

全国の先進地の事例を研究し、観光戦略の推進に活かします。

戦略4 来訪者が快適に周遊できる観光基盤の整備

旅行機会と旅行形態の変化に対応し、永きに渡り伊勢志摩を愛し、愛されるような観光地を目指して基盤整備に取り組みます。

<取組方針>

- ・あらゆる人にやさしい観光地づくり
- ・安心安全の住んで良し、訪れて良しの基盤整備
- ・魅力的な景観づくりと保全

<具体的な取り組み内容>

「伊勢志摩周遊虎の巻」の作成

公共交通機関の乗り継ぎの組み合わせを分かりやすく情報提供し、二次交通の活用を促進します。

また、宿泊施設において、周辺観光地や公共交通機関情報、季節の見所などを宿泊客に提供する仕組みづくりをサポートします。

バリアフリー観光の推進

誰もが訪れやすい観光地を目指し、NPO法人伊勢志摩バリアフリースターセンターと協働してバリアフリー観光を推進します。

また、地域全体でのバリアフリー情報を提供します。

観光地の防災対策

耐震はもとより、観光客の災害時の安全確保を徹底します。危機管理マニュアルの作成等を働きかけ、観光従事者の意識向上を図り、地域全体として防災意識を高めます。

景観に関する啓発

美しく、誇りが持てるまちをめざし、地域住民に対し、景観に関する啓発に努めます。

案内看板の整備

多言語での案内を必要最小限に行い、分かりやすい案内看板の整備に努めます。

ウォーキングコースやサイクリングコースの提案と整備

健康志向・自然志向に対応して、ウォーキングコースやサイクリングコースを提案するとともに、そのコース整備に努めます。

伊勢志摩地域内交通体系の整備促進

観光客が快適に伊勢志摩を訪れ周遊できるように、インフラ整備（道路拡幅、駐車場整備、二次交通体系の整備等）を含め、観光地としてふさわしい交通体系を検討し、その整備促進に努めます。

内宮周辺および伊勢道路における観光客による交通渋滞を緩和させるため、バス専用レーンの確保充実やパーク＆バスライド・レール＆バス等の公共交通機関利用促進策の導入やインフラ整備（道路拡幅、迂回路の整備、駐車場の整備、情報案内板の整備等）などソフト・ハード両面における具体的な取組を検討し、その整備促進に努めます。

先進事例の研究

先進事例を研究し、上記プランの参考とします。

戦略5 環境に配慮した観光地づくり

宿泊施設、観光施設において既に導入されている環境保護活動を調査研究すると共に、各事業所単位で実施できることやイベントにおけるエコ推進活動への協力など、美化活動の推進、環境に対する取り組みを推進します。

<取組方針>

- ・環境に配慮した観光の促進

<具体的な取り組み内容>

環境観光への取り組み

遷宮に見られる資源の再利用精神に学ぶ伊勢志摩版環境観光への取り組みをします。

エコ啓発イベントの包括的な情報発信

サーファー等による一斉清掃、流木アート等伊勢志摩地域で行われているエコ啓発イベントの取りまとめを行い、包括して情報発信し積極的な参加を促します。

宿泊施設における環境活動に関する研究と改善

例えば、アメニティグッズの取扱など、宿泊施設における環境活動について研究し、できることからの実践への働きかけに努めます。

公共交通機関の利用促進

地元観光事業者から公共交通機関利用客へのサービスを付帯させることにより、その利用促進を図り、環境に配慮した観光を促進します。

（事例：パーク＆バスライド、パーク＆レール、レール＆バス等の仕組みづくり）

先進事例等の研究

全国の先進地の事例を研究し、観光戦略の推進に活かします。

戦略6 効果的な情報発信

様々なターゲットに対応するため、伊勢志摩地域を網羅した情報発信ツールとして有効活用できる手法の充実（情報受発信の一元化）を図ると同時に、市場・ターゲット別の情報発信手法を研究し、費用対効果の高い情報の受発信ができるシステムを構築することで、“伊勢志摩”

の地域イメージを更に強固なものとし、効果的に情報発信します。

<取組方針>

- ・“伊勢志摩”のイメージをさらに強固なものにするための包括的な情報発信の内容及び手法の整備・充実と活用
- ・地域別（関西圏、中部圏、関東圏、国内遠方、海外）の誘客活動、及び主たる市場からの誘客促進のための情報発信
- ・来訪者にとって分かりやすく、使いやすい情報提供ツールの整備と活用

<具体的な取り組み内容>

情報受発信の一元化

情報受発信機能の一元化に向けた取組を進めるとともに、それぞれが持っている情報発信媒体やネットワークを相互に利活用し、情報発信の連携強化を進めます。

来訪者にとって分かりやすく、使いやすい情報ツールとするため、パンフレット規格の統一あるいは伊勢志摩情報を集約した案内誌の作成を行います。

エリア別（関西圏、中部圏、関東圏、遠隔地）誘客の展開

「遷宮」を契機とした新たな市場開拓を含め、エリア別（関西圏、中部圏、関東圏、遠隔地）誘客を展開します。

また、主要マーケットである関西圏、中部圏においては、尾張、三河、大阪、京都、北陸など、さらに細分化した誘客展開を実施することで、リピーターづくりを徹底します。

伊勢志摩を訪れる主たる市場、特に日帰りおよび1泊圏市場への情報発信

インターネット、雑誌、マスメディア等多様な情報ツールを活用し、愛知、大阪、県内市場等、主たる市場へのより一層の情報発信を行うことで誘客強化を図ります。

また、交通網発達による中京圏および関西圏の顧客離れを防ぐことを重要課題とします。

マスコミ、公共交通機関、旅行会社等との連携強化

マスメディアを通じた広報活動の促進及び発信ネットワークの構築のため、マスコミ等との連携強化に努めます。

伊勢志摩フィルムコミッションを活用した情報発信

伊勢志摩フィルムコミッションの成果を活かし、映像化されたロケーションはもちろんのこと、ロケ地としてふさわしい地域としての情報発信に努めます。

大都市圏における情報発信戦略の調査検討

首都圏他、大都市マーケットにおける情報発信基地としてのアンテナショップ等の有効性や採算性等について調査検討をします。

近隣観光地と連携した誘客の実施

松阪・津、東紀州地域、知多・渥美・三河地域、西遠州地域、などの近隣観光地との広域連携による誘客活動を強化し、相乗効果を追求するとともに地域間交流を促進します。

その他、中部国際空港との航路を利用した誘客、伊勢志摩管内の集客施設におけるPR活動など、様々な誘客手法を検討します。

先進事例等の研究

全国の先進地の事例を研究し、観光戦略の推進に活かします。

戦略7 国際観光の推進

伊勢志摩のもつ個性的な魅力は海外でも十分に通用するものです。それらを発信することにより、外国人観光客を誘客し、住民との交流促進につなげることで、国際観光地にふさわしい地域に創り上げていきます。

<取組方針>

- ・伊勢志摩の魅力発信による外国人観光客の誘客
- ・訪れた外国人観光客が安心して快適に滞在・周遊できる受け入れ態勢の整備

<具体的な取り組み内容>

海外にも通用する観光資源の情報発信

伊勢志摩地域のもつ観光資源から、個性的で外国人が関心を示すようなものを選び出し、外国語版のホームページ制作やパンフレット作成により情報発信ツールを整えるとともに、県等の関係機関とも連携のうえ情報発信していきます。

海外メディアや海外旅行者等へのプロモーション活動の推進

「伊勢志摩地域・鳥羽市外国人観光客誘致促進協議会」の活動促進や「三重県外国人誘致促進協議会」「中部広域観光推進協議会」等の関係機関との連携を図り、有望な海外市場をターゲットにして海外メディアや海外旅行者等への観光情報の提供や旅行商品造成の働きかけなどのプロモーション活動を展開していきます。

中部国際空港から伊勢への海上アクセスが新規就航（予定）することから、海外メディアや海外旅行者等に対し、アクセスの利便性の向上をPRするとともに、中部国際空港を利用した旅行商品造成への働きかけなどを行います。

安心して快適に滞在・周遊できる受け入れ態勢の整備

外国人観光客を受け入れ可能な宿泊施設や観光施設の拡大に向けた取組を推進するとともに、外国語表示を含めた案内看板の整備や観光案内所の充実等により滞在環境の向上に努めます。

伊勢志摩の魅力を満喫できる観光ルートの開発や外国語に堪能な観光ガイドの養成等により周遊しやすい条件整備に努めます。

戦略8 市場調査に基づく観光戦略の策定

旅行ニーズの多様化に見られるように、近年の旅行形態は急速に変化を見せています。このことから、各観光関係団体による大規模なアンケート調査を実施することにより、伊勢志摩地域を訪れる観光客のニーズの多様化を的確に把握し、具体的に分析・活用することで当地域に相応しく、且つ全国的にも特化された魅力を抽出することで、他地域との差別化を図ります。

<取組方針>

- ・顧客満足度調査の実施結果を基にした改善項目の検討
- ・各種統計データに基づく合理的な観光戦略の推進

<具体的な取り組み内容>

市場調査の実施・分析と事業、方向性の見直し

伊勢志摩管内において、旅行動向・滞在時間・旅行形態・満足度等の項目について調査し、結果分析を行います。

その分析結果に加え、全国規模の市場調査結果に基づき、各主体が取り組む

事業等を見直し、合理化を図ります。

先進事例等の研究

全国の先進地の事例を研究し、観光戦略の推進に活かします。

戦略9 組織体制の強化と人材育成

当地域で唯一の広域観光振興団体である（社）伊勢志摩観光コンベンション機構の組織強化を図り、伊勢志摩観光の振興を担う当機構の役割を果たします。

また、将来の伊勢志摩観光の発展を睨み、観光専攻大学を始めとする大学・大学院等との連携を図るとともに、おもてなしを重視したふるさと観光教育を取り入れることで次世代の人材育成を行います。

<取組方針>

- ・（社）伊勢志摩観光コンベンション機構の組織強化
- ・大学、大学院等との連携や観光教育の導入による次世代の人材育成
- ・各方針を効果的に実施するための、先進地事例等の研究

<具体的な取り組み内容>

（社）伊勢志摩観光コンベンション機構の組織強化

派遣職員の増員や専門職員の採用・育成をはじめ、“人材・モノ・財源”を集約し、伊勢志摩地域の広域観光の振興を十分に担うために必要な機能の確保・強化を図ります。

事務所については、情報提供・案内窓口等の機能効果を重視し、適切な場所への設置を検討します。

第三種旅行者として着地型旅行商品を開発・販売できる組織体制を目指します。

大学、大学院等との連携や観光教育の導入による次世代の人材育成

観光専攻大学をはじめとする大学、大学院等との連携を図るとともに、管内の幼稚園、小中学校、高校等でふるさと観光教育を取り入れることにより、次世代の人材育成を行います。

先進事例等の研究

全国の先進地の事例を研究し、観光戦略の推進に活かします。