

平成25年度 事業計画

1 環境認識及び基本方針

(1) 伊勢志摩地域としての方向性

長引くデフレ不況と毎年のように発生する新型インフルや大地震等の天変地異、必ずしも長期滞在型旅行の喚起に至らなかった政府の高速無料化実験等、全国の観光地を取巻く状況はこうした外部環境に左右され、非常に厳しい状況にさらされてきました。

政権交代により、デフレ克服への期待感とその兆しが垣間見えてきたとはいえ、企業収益の大部分が内部留保に蓄積され、所得に還元されるまでにはなお時間がかかることが予想されます。

また、円安政策による原油価格の高値安定が当地域の地場産業である漁業・水産業の生産コストを押し上げ、旅館・ホテル業や飲食業等の仕入れ原価への影響等も考え合わせると、観光産業を取巻く環境は予断を許さない状況が続くものと考えられます。

こうした不透明な現状の中、旅行需要を求める各観光地の競争は更に厳しさを増し、観光地間あるいは観光事業者間の淘汰の時代を迎えていると認識する必要があると思われま

す。伊勢志摩地域は其中で、旅行者に支持される観光地、期待され、期待通りのものを提供し、その期待を裏切らない品質と魅力を持続的に維持していく観光地を創造していくことが求められています。

伊勢神宮は世界に認められるブランドとしてその存在感はゆるぎなく、日本のみならず世界の他の観光地がどうしても手に入れることのできない財産（たから）です。伊勢神宮とその歴史・文化、日本の旅の原点（おかげ参り）が、この伊勢志摩に在ることの素晴らしき感じ、そのたもとで観光産業を営めることに感謝したいと思えます。

しかし、過去の歴史を振り返ると、当地域への来訪客数曲線は20年毎の遷宮年をピークに非常に極端で大きな落差のある放物線を描いてきました。また、1年単位のシーズンナリティーで見ても初参りの正月、ゴールデンウィーク、夏季、シルバーウィーク等に集中型の曲線を描きオン・オフの落差が顕著となっています。

持続的な観光地として、また持続的で健全な観光産業の在り方として必要なことは、この落差の大きい曲線を可能な限り小さな落差、ソフトランディング出来る放物線にしていくことに他なりません。

伊勢志摩地域が、期待され、期待通りの、期待を裏切らない価値を提供する観光地として支持され、多くの観光事業者が生き残っていくには、伊勢神宮を核としたブランド観光地であることに加え、さらに鳥羽や志摩や南伊勢の持つポテンシャルの高い観光資源と魅力をブラッシュアップし、ストーリーを顕在化させ、本来の価値の提供を図り、伊勢神宮プラスアルファのブランディングに取り組んでいく必要があります。

(2) マーケット指標から見る今後の課題と目標

参考資料の主な旅行マーケット指標を見ると、今や観光産業は日本を代表する産業と位置づけられ、成長戦略の柱となりつつあることが分かります。

指標からの分析には限界がありますが、少なくとも全体のパイが減少傾向にある中で、特に当地域の主要マーケットである関西エリアについては、そのシェア減少傾向は大きな課題であり、

伊勢志摩の安定的な集客を図るためには、少なくとも関西マーケットのシェア40%台の維持が必要と考えられます。中部及び県内シェアが増加傾向にあることは好ましいことではありますが、果たして宿泊需要増につながっているかは疑問であり、中部及び県内の宿泊需要の促進についても対策が必要と考えられます。

また、今後の伊勢志摩を取巻く国内観光マーケットを展望していくと、国内各地でも大型の観光関連プロジェクトが予定されており、従来のマーケットが遷宮後大きく変化していく可能性があります。

関西のシェア回復並びに、メインマーケットである関西・中部エリアの持続的・安定的な客数確保に取組み、同時に三重県営業本部と連動した首都圏及び遠隔地マーケットへの効果的な事業を集中と選択で展開していくことが求められます。

本年度は遷御の年にあたり、全国的な注目と関心が高まっています、20年に1度の年を最大の機会と捉え、本年度の集客効果を最大限に高め、同時に遷宮後のリピート環境を整えることを目標とし、三重県が実施する「三重県観光キャンペーン」3ヵ年計画（平成25年度～27年度）との連携を図りながら、訪れるお客様に伊勢志摩の奥深い魅力を伝え、伊勢志摩の様々な旅の横顔をデザインし、次の20年につなぐ架け橋としての事業展開を図っていきます。

2 伊勢志摩地域の経済が活性化することを目的として行う観光振興事業【「公益

目的事業 1】

(1) 観光情報の発信事業

伊勢志摩地域への効果的な誘客のため、行政区域の枠を超えた広域でのスケールメリットをいかした効果的な情報発信を図るため、以下の事業に取り組みます。

ア TV番組による情報発信

三重テレビ放送「ええじゃないか。」の制作に協力し、地域資源の紹介、旬の観光情報等を発信することで、全国（三重テレビ放送の他7局で放送、全国世帯の約47%の約2,692万世帯をカバー）からの誘客促進を図ります。

平成25年度はフィルムコミッション事業で伊勢志摩ロケ地巡り編（2回）を加え、15回の放送を予定しています。

《各市町分（13回）：3市1町 特別負担事業》

イ パンフレットによる情報発信

観光圏整備事業（平成20年度）で作成した多国語（英語版）ガイドブックを一部修正のうえ増刷し、観光情報の発信に活用します。また、イベント等での大量配布用のダイジェスト版を作成します。

ウ インターネットによる情報発信

平成23年度にリニューアルしたインターネットホームページのコンテンツを当機構の会員自ら入力することによる情報の提供と合わせることにより、より一層の充実を図り、地域内の周遊促進につながる「旅前情報・着地情報」の発信を行います。また、ツイッターやSNSなどのコミュニケーションツールにも引き続き取り組むことで、「伊勢志摩に行きたい」と感じさせる情報発信の強化を行います。

エ 各種広告宣伝・協賛

パブリシティ効果を図るため、旅行雑誌、業界紙、新聞等へ広告協賛し、伊勢志摩地域全体のPRを実施します。

オ その他

事務局では電話やEメール等による一般消費者からの観光情報等の問い合わせに対応するとともに、求めに応じてパンフレット等各種資料を無料で送付します。

(2) 観光客及びコンベンションの誘致促進及び受入体制の整備に関する事業

伊勢志摩地域全体への観光入込客の増大を図るため、地域で一体となって観光客やコンベンション等の誘致を行います。具体的には以下の事業に取り組みます。

ア みえ・美し国エクスプレス運行支援

三重県観光振興プランに基づく中京圏からの誘客促進を図るため、「みえ・美し国エクスプレス」バスの運行を支援します。また平成25度より更なる乗車人数の増を目指した取組みをすすめ、サンセット予算を導入することで段階的な予算削減を行います。

イ 展示会等への出展

大都市圏並びに各地の集客施設等で開催される各種イベント等に積極的にPRブースを出展し、発地側の消費者に伊勢志摩の魅力を直接伝え、当地域への誘客促進を図ります。

また、今年度もセントレア催事場にて観光展を実施する他、包括提携を締結しているイオ

ン株式会社の関西圏及び関東圏の大型店舗にて当地域の知名度の向上と直接的な送客を目指した活動を展開します。

ウ コンベンション開催の誘致活動及び開催支援

伊勢志摩地域での各種コンベンション開催を目的として、関係先への誘致活動を実施します。

特に今年度からは、ポスト遷宮対策として平成33年の三重国体の開催等を見据え、伊勢志摩地域のフィールドや環境を活かし、スポーツをコンテンツにした各種大会や合宿誘致の取り組み強化を図り、スポーツツーリズムの確立・推進を目指していきます。

また、コンベンション開催支援要綱に基づき、コンベンション開催にかかる助成金支給及びサービス支援を実施します。

エ 外客誘致の推進

三重県や中部広域観光推進協議会等と連携しながら、伊勢志摩地域の観光資源を活用し、海外旅行会社等への提案を行います。

また、外客の誘致にあたっては伊勢志摩単独ではなく更に広域での連携が求められることから、「伊勢志摩地域・鳥羽市外国人観光客誘致促進協議会」、「三遠南信・伊勢志摩広域観光交流連携協議会」、「三重県外国人観光客誘致促進協議会」に参画し、誘致活動を実施します。

オ 美し国伊勢志摩観光活性化対策事業

観光圏整備事業の個別事業実施計画に基づき、伊勢志摩地域内での観光客受入体制整備における取組み成果を実際の誘客につなげるため、「旅行市場での流通ルート」を確保します。また、商品化後は発地での認知度向上を図って誘客を促進する取組みを行います。

カ 誘客促進活動事業

会員及び関係機関と協働で誘客促進を図るため、各種誘致活動を実施します。

(3) 伊勢志摩フィルムコミッション事業

映画、TV、CM等の撮影を誘致及び支援することにより、地域の魅力の発信及び再発見による観光入込客の増加に繋がります。

ア 撮影誘致支援活動

制作側からの要望や問い合わせへ迅速に対応し、伊勢志摩地域及び県内での撮影に関する情報提供の他、シナハン、ロケハン、ロケ等への支援を行い、撮影の誘致に努めます。また、県内の他FCとも連携し、円滑な撮影支援を行います。

平成25年度は9月にJFC（ジャパン・フィルムコミッション）の総会が伊勢市の賓日館で開催されることが決定しており、開催支援を行うとともに、参加者に伊勢志摩のロケ地のPRを行います。

イ 活動広報

伊勢志摩フィルムコミッションの活動の制作会社及び地元での認知度向上と、エキストラやサポートスタッフの登録者数を増加させることを目的として、映像関連イベントに協働・参画します。また今年度は誘客を目的に、三重テレビ放送「ええじゃないか」で伊勢志摩ロケ地巡り編（2回分）を製作し、当地域で撮影された映画のロケ地を全国に情報発信を行います。

ウ フィルムコミッション事業推進委員会との連携

伊勢志摩地域でのフィルムコミッション事業の円滑な実施を支援するために地域の官民で組織されている伊勢志摩フィルムコミッション事業推進委員会との連携に努め、体制強化と機能性の充実を図ります。

(4) 観光情報の調査研究及び観光客の満足度の向上に関する事業

観光客へのおもてなしを向上させ、伊勢志摩地域で市町の枠・官民の垣根を越えて域内の調整、連携及び観光客の実態把握を行います。

ア おもてなし向上事業

「伊勢志摩おもてなし向上委員会」は昨年度末に解散しましたが、その委員会で構築された情報ネットワークを残し、来訪者からの苦情等への対応を継続して行います。なお、当機構に寄せられた苦情等の情報は、事業者の種別を問わずにその共有化を行い、再発防止を図るとともに更なるサービスの質の向上を目指します。

イ 観光客の実態調査

伊勢志摩地域を訪れる観光客の動向と実態を調査するため、会員の協力を得て域内観光地で観光客へのアンケート調査を実施します。調査結果は今後の広域観光施策の基礎資料とするとともに、機構のホームページでも公開します。

(5) 観光産業及び観光文化の振興と人材の育成に関する事業

伊勢志摩の各地域が一体となった集客交流が円滑に進む体制の整備を通じて地域の観光産業の振興を図ります。また、地域の観光事業者及び観光客へのおもてなしに関心を持つ一般の方などを対象に、研修やセミナーを実施することで、人材の育成を図ります。

ア 美し国伊勢志摩受入態勢整備事業

ユネスコの世界無形文化遺産登録を目指す日本の「和食」。この動きと連動した和食検定のセミナー及び団体受検を継続開催することにより、和食の伝統文化・歴史について学ぶと同時に、素材として提供する伊勢志摩地域の食材及び食の歴史・文化等の知識を深め、サービスの最前線に従事する方々の伊勢志摩ならではのおもてなしやサービスに活用、地域全体のホスピタリティを向上していく事業を展開します。

イ 着地型ニューツーリズムネットワーク構築サポート事業

2年間取組んできた観光圏整備事業のプラットフォーム支援事業を総括し、今年度からは行政主導ではなく民間ベースを基本としたビジネスモデルを目標として、着地型ニューツーリズムのネットワークを構築していく事業をサポートしていきます。この事業サポートにより実質的な観光事業者同士の交流を図り、ビジネスとして「伊勢志摩地域が潤う」仕組みの構築を目指します。

(6) 観光振興プラン策定事業

平成19年9月に策定された「伊勢志摩観光振興プラン」については、平成20年度から平成25年度までの6年間を対象期間としており、平成24年3月には基礎数値及びプラン内容の一部を見直した改定版を策定しています。

この振興プランが満了となる第62回式年遷宮後の観光振興をどのように進めるか検討を行い、平成26年度以降の新たな「伊勢志摩観光振興プラン」を策定します。

(7) 緊急雇用創出事業

地域限定となっている着地型旅行商品の発信・販売を発地側の旅行エージェントに拡大させ、同時にマスコミへの発信、セールスキャラバンや観光展イベント等での対面PRを実施

し、流通販売チャネルの拡大を目指すことを目的に、緊急雇用基金事業による人材を雇用します。

(8) 伊勢志摩キャンペーン事業（特別会計事業）

平成24年度に実施した「伊勢志摩キャンペーン 美し国、まいろう。伊勢・鳥羽・志摩」のオープン懸賞プレゼント企画を実施し、更なる伊勢志摩ファンの獲得に努めます。

(9) せんぐう旅博事業（特別会計事業）

「参宮、20年の感謝、そして新たなる20年への誓い。」の思いを込めて、「せんぐう旅博～日本人の旅 伊勢志摩～」を7月～3月の9ヶ月間に伊勢志摩キャンペーンの拡大版として実施します。このキャンペーンでは遷宮で増加する参宮客に、神宮だけでなく伊勢・鳥羽・志摩・南伊勢・度会・玉城へも来訪していただき、伊勢志摩エリアでの域内回遊、宿泊を促進させる旅行商品の造成、魅力的なイベントを多数実施します。同時に「三重県観光キャンペーン」との相互連携を図り、高い相乗効果を発揮していきます。

(10) 伊勢志摩学生団体誘致事業（特別会計事業）

学習テーマを「～自然・歴史・文化から学ぶ～ 美し国・環境学習」とし、機構内に設けた「伊勢志摩学生団体誘致委員会」の委員（伊勢志摩地域の観光及び宿泊施設等）が、伊勢志摩への教育旅行の提案や体験プログラムづくり等に取り組み、教育旅行の差別化を図ります。また、全国の学校や教育委員会、教育旅行取扱旅行会社等を対象として情報の発信及び誘致活動を実施します。さらに、地域内の観光事業者等を対象に研修会を実施し、伊勢志摩地域における学生団体の受け入れ体制向上を図ります。

3 管理部門

(1) 組織体制の強化

ア 事務局体制

伊勢志摩広域観光戦略推進の中核組織としての役割を担うため、円滑な組織運営及び事業推進を図ります。また、遷宮後次の20年間までの持続的な観光地づくりの中で、益々増える諸課題に対し対応できる組織としての確立を目指していきます。

■事務局職員（15名）の内訳

伊勢市からの派遣職員	2名
鳥羽市からの派遣職員	2名
志摩市からの派遣職員	2名
南伊勢町からの派遣職員	1名
三重県職員（観光誘客課 伊勢市駐在）	1名
三重交通(株)からの派遣職員	1名
近畿日本ツーリスト(株)からの派遣職員	1名
臨時職員	3名
緊急雇用創出事業での雇用者	2名

イ 専務理事の配置

専務理事配置に関する平成24年度の検討委員会の議論を踏まえ、公募による専務理事の配置を当面の間延期します。

ウ 会員の拡大

継続的に伊勢志摩広域観光振興を図るため、会員相互及び事務局で新規会員の確保に努め、機構の安定的な組織運営及び事業規模の拡大に努めます。

エ 活動状況の広報

当機構の活動が地域内のみならず会員にも十分に周知されていない現状を改善するため、活動状況等を掲載した広報誌を年2回発行します。この広報誌は会員の他、関係団体等にも配布するとともに、新規会員勧誘時の資料等としても活用します。

<参考資料>

○国内旅行旅行消費額の現状（出展：平成22年度観光庁及び三重県観光局・統計局）
国

- ①日本の旅行消費額：23.8兆円 ※対名目GDP比4.9%
 - 国内宿泊旅行：16.1兆円（67.5%）
 - 国内日帰旅行：5.1兆円（21.4%）
 - 訪日外国人旅行：1.3兆円（5.4%）
 - 日本人海外旅行：1.3兆円（5.4%）
- ②生産波及効果：49.4兆円
- ③雇用誘発効果：424万人

三重県

- ①三重県内旅行消費額 4,448.5億円 ※対名目県GDP比5.9%
 - 北勢：1,456.9億円（32.8%）
 - 中南勢：484.1億円（10.9%）
 - 伊勢志摩：2,094.7億円（47.1%）
 - 伊賀：187.4億円（4.1%）
 - 東紀州：225.4億円（5.1%）

○目標（出展：観光庁、三重県観光局、伊勢志摩観光振興プラン）
国（平成28年度までに）

- ①国内旅行消費額：30兆円
- ②訪日外国人旅行者数：1,800万人
- ③年間平均宿泊数：2.5泊（平成22年2.1泊）

三重県（平成27年度までに）

- ①観光消費額：5,250億円（H22年4,449億円）
- ②観光入込客数：4,000万人（H22年3,562万人）
- ③旅行者満足度：100点（H22年81.1点）
- ④リピート意向率：100%（H22年75.7%）
- ⑤延宿泊者数：800万人（H22年708万人）
- ⑥外国人延宿泊者数：15万人（H22年10.6万人）

伊勢志摩

- ①平成25年入込客数：1,195万人 ※平成25年単年目標
- ②観光入込客数（実数）：965万人（H22年909万人） ※平成26年以降
- ③観光消費額：32,180円（H22年の5%UP） ※平成26年以降
- ④日帰消費額：9,155円（H22年の5%UP） ※平成26年以降
- ⑤来訪満足度：90点以上（各項目：13項目）
- ⑥再来訪意向：100%（H22年92.2%）

○伊勢志摩地域の過去5年間の入込客数（実数）出展：三重県観光局

	H19	H20	H21	H22	H23
入込客数	9,725,000	9,533,000	9,278,000	9,092,000	8,784,000
宿泊客数	3,928,590	3,975,800	3,696,335	3,700,284	3,474,302
伊勢神宮	7,086,912	7,505,408	7,986,285	8,828,851	7,885,784

○宿泊施設収容力

H22年：467軒 38,200人

H23年：434軒 36,579人

○発地別マーケット

	H19	H20	H21	H22	H23
県内	6.3%	7.7%	11.8%	15.9%	18.7%
中部	22.6%	27.8%	28.4%	29.0%	30.1%
関西	46.1%	39.9%	36.2%	33.1%	32.1%
関東	13.1%	15.4%	16.1%	14.0%	9.5%
その他	9.9%	9.2%	7.5%	8.0%	8.3%

○消費額

		利用総額	交通費	宿泊費	飲食費	買物費	その他
宿泊	22	30,648	4,753	11,739	4,511	7,451	2,194
	23	35,646	5,134	14,543	5,211	8,644	2,114
日帰り	22	8,719	2,426	—	2,551	2,442	1,300
	23	9,010	2,160	—	2,254	3,628	968

○今後の20年間を取巻く環境要因（短期：H25～27年 中期：H28～31年 長期：H32～45年）

※斜字は取組みの方向性によりプラス・マイナス両面の影響となることが予想される。

	プラス材料	マイナス材料
短期	<ul style="list-style-type: none"> ・H25年第62回式年遷宮（10月～3月新旧正宮参拝可能） ・「せんぐう旅博」の展開（7月～3月） ・三重県キャンペーン（主催：三重県）の開催（H24年10月キックオフ、H25年～27年の3ヵ年） ・近鉄新型観光特急運行開始（H25年3月末） ・第2伊勢道路開通（H25年9月末予定） ・合歡の郷リニューアル（H25年4月） ・志摩スペイン村リニューアル（H25年3月） ・日台観光サミット三重県開催（H25年5月） ・H26年志摩スペイン村20周年 ・熊野古道世界遺産登録10周年（H26年） 	<ul style="list-style-type: none"> ・島根県出雲大社遷宮（H25年5月） ・富士山世界遺産登録（H25年8月予定） ・JTB日本の旬（富士伊豆箱根）キャンペーン実施（H25） ・全国菓子博覧会広島大会開催（H25年5月80万人規模） ・JR西日本・全社の広島DCキャンペーン（H25年）予定 ・H25年ディズニー30周年 ※スカイツリー&東京下町観光&ディズニー効果の継続 ・北陸新幹線長野・金沢間開業（H26年末予定） ・紀勢道・紀勢～紀伊長島間開通（H24年度中予定） ・熊野古道世界遺産登録10周年（H26年） ・LCCの就航加速（現在セントレアは1社のみ）
中期	<ul style="list-style-type: none"> ・伊勢志摩キャンペーンの継続（要検討） ・伊勢志摩国立公園指定70周年（H28年） ・ラグビーワールドカップ2019開催（H31年） 	
長期	<ul style="list-style-type: none"> ・三重県インターハイ開催（H30年予定） ・三重県国体開催（H33年予定） 	<ul style="list-style-type: none"> ・紀勢道新直轄（紀伊長島～尾鷲北）無料区間の開通 ・三重県インターハイ（H30年）国体開催（H33年予定）