



伊勢志摩観光振興プラン

《概要版》

【2019(平成31)年度版】

“観光立国” 伊勢志摩経済圏の活性化をめざして

2019(平成31)年3月



ISESHIMA
TOURISM&CONVENTION ORGANIZATION
公益社団法人 伊勢志摩観光コンベンション機構

1 本プランの理念・目的

“観光立圏”伊勢志摩経済圏の活性化

- 1 地域資源の発掘、磨き上げにより、伊勢志摩ブランドの強化
- 2 ターゲットを明確にした発信により、伊勢志摩ファンを獲得して次世代へ
- 3 誇り・愛着の醸成、安全・安心の実現により、地域全体でおもてなし
- 4 消費の拡大と循環により、持続可能な観光地づくりで地域経済活性化

2 計画期間及び数値目標

■計画期間 2019（平成 31）年度から平成 2023 年度までの 5 年間

■目標数値 “観光立圏”伊勢志摩経済圏の活性化に向け、以下の 8 つの数値目標を掲げ、取組を推進

①伊勢志摩地域内観光消費額の増加

目標： 2,261 億円（2017 年）→ 2,375 億円（2023 年）《5%増》

②延宿泊客数の増加

目標： 392 万人泊（2017 年）→ 412 万人泊（2023 年）《5%増》

③外国人延宿泊客数の増加

目標： 107,680 人泊（2017 年）→ 215,360 人泊（2023 年）《100%増》

④入込客延数の増加

目標： 約 2,853 万人（2017 年）→ 約 2,996 万人（2023 年）《5%増》

⑤総合満足度の向上

目標： 最高評価 5 の割合 36.8%（2017 年）→ 最高評価 5 の割合 40%（2023 年）

⑥また来たい度の上昇

目標： 最高評価 5 の割合 56.6%（2017 年）→ 最高評価 5 の割合 60%（2023 年）

⑦ホームページアクセス数の増加

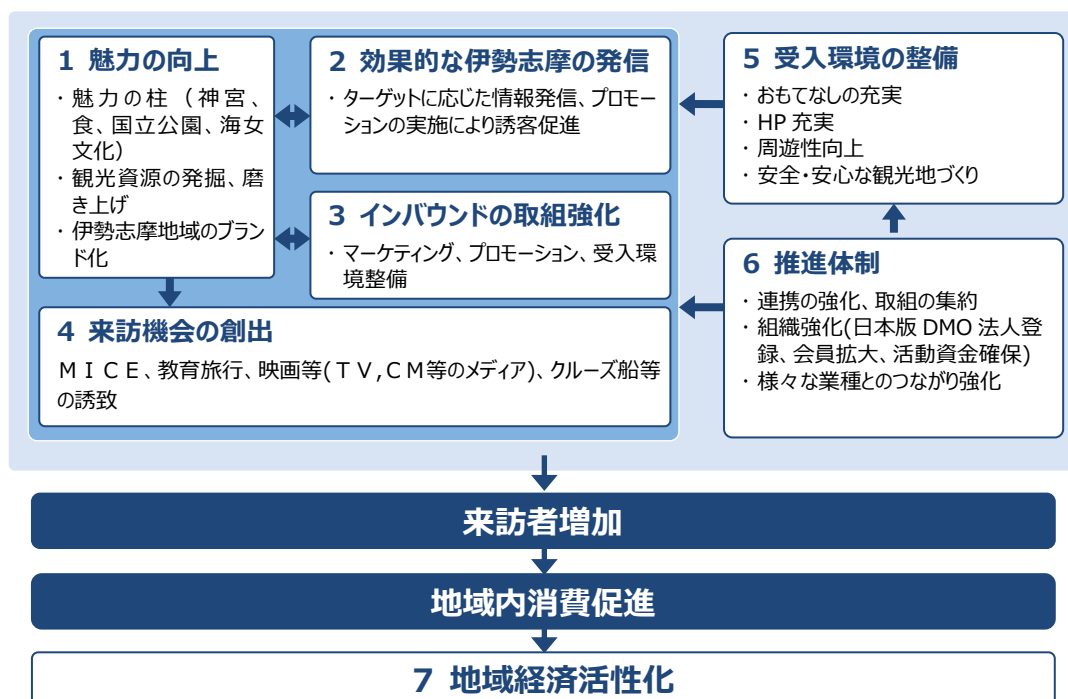
目標： 193 万セッション（2017 年）→ 250 万セッション（2023 年）

⑧会員数の増加

目標： 141 会員（2017 年）→ 282 会員（2023 年）《100%増》

3 基本戦略

（1）構成



(2) 基本戦略ごとの取組方針

基本戦略1: 魅力の向上

伊勢志摩地域には神宮、海女文化、豊富な食に加え、伊勢志摩国立公園に代表される多彩な自然に関する資源があり、これらの魅力向上を図っていくことが求められます。集客や交流に資する資源を発掘、磨き上げ、マーケットをにらんだイメージづくり、魅力づくりを進めます。

(1) 魅力の柱:「神宮」、「食」、「伊勢志摩国立公園」、「海女文化」

① 魅力の柱の設定

4本柱:「神宮」、「食」、「伊勢志摩国立公園」、「海女文化」

② 魅力の柱の生かし方

4本柱を中心に据えながら、それを彩る多彩な魅力（歴史・文化、温泉等）を連動させる形で誘客強化

(2) 観光地としての伊勢志摩ブランドの確立

① 地域資源の発掘・磨き上げ

- ・今ある資源の確認、埋もれている資源を発掘し、新しいコンテンツとして構築し、磨き上げ
- ・「新しい伊勢志摩」の魅力、宿泊してこそ味わえる朝から夜の幅広い時間軸における伊勢志摩の魅力を伝え、周遊・滞在の向上を促進

② 地域資源の組み合わせ、様々な業種・分野との連携

地域資源の組み合わせの工夫や、様々な業種・分野との連携により新たな価値を創造

基本戦略2: 効果的な伊勢志摩の発信

ターゲットに向けたパンフレットやホームページ等の情報発信ツールを効果的に組み合わせ、魅力の発信を展開します。

(1) 誘客ターゲットの考え方

① 立地面から見たターゲット

【第1ターゲット】中部圏・関西圏（季節の強み、食等を生かした取組）

【第2ターゲット】首都圏、大都市圏（トレンドに敏感で収入に余裕がある層に向けて、伊勢志摩の魅力を知ってもらうための取組を実施）

② 誘客市場面から見たターゲット

【第1ターゲット】旅の主導権をにぎる女性に関連する層（女性、ファミリー等）の誘客

【第2ターゲット】将来にわたる伊勢志摩ファンを獲得するため、若者の誘客（加えて、MICEや教育旅行、スポーツ等の誘致を強化し、訪れた人々をもてなし、魅力を伝え、新たなファンを獲得するきっかけとする。）

(2) ターゲットを明確にした発信

① 国内のエリアターゲットへの発信

【中部圏・関西圏へのプロモーション】

- ・将来の伊勢志摩ファンとなることが期待できる若者や女性の誘客を狙って、リピーター確保による底上げに加え、特に宿泊客数が低調な閑散期の対策を実施（伊勢志摩ならではの魅力やコンテンツの発信と併せて誘客につながる効果的な事業を展開）
- ・コンテンツとして、神宮や食を活用しながら、伊勢志摩における温泉のイメージ付け
- ・宿泊してこそ味わえる朝から夜の幅広い時間軸における魅力（早朝参拝、夜の食事等）の発信、周遊性向上により宿泊日数の増加を促進

【首都圏、その他の大都市圏へのプロモーション】

- ・タイミングやアクセス面を的確に捉えて、首都圏や大都市圏をエリアターゲットに設定し、伊勢志摩広域でのプロモーションを実施
- ・消費者の傾向を的確につかみ、アクティブで、トレンドに感度が高く、収入に余裕がある層（女性目線を意識）に向けて、まずは伊勢志摩の魅力を知ってもらい、効果的に訴求

- ・キラーコンテンツとしての神宮に頼るだけでなく、観光客が求める「新しい伊勢志摩」を明確に発信
- ・遠隔の大都市圏に対しては、神宮により伊勢志摩特有の魅力が高められ、誘客への重要な推進力となることが期待されることから、神宮文化の理解に重点をおき、各種媒体を通してわかりやすくストーリーを伝えながら、来訪への意欲を喚起
- ・伊勢志摩アンバサダーの発信力やネットワーク、三重の魅力を発信する首都圏営業拠点「三重テラス」等を活用

② マーケティング、事業の効果の検証

継続的に観光客の動向や傾向をつかみ、戦略の策定に活用し、各取組にあたってはターゲットを明確にして目標設定と効果検証を実施

(3) 年間を通した誘客

閑散期や平日の宿泊客や入込客の誘客、教育旅行の誘致やリピーター確保による底上げを図り、年間を通した高位での平準化を推進

基本戦略3:インバウンドの取組強化

海外誘客に向けた取組を強化していくには、ターゲット国ごとに観光客の状況を把握、分析したうえで、伊勢志摩地域が一体となったプロモーションを行うことが効率的です。当機構は、重要なパートナーとなる様々な地域の事業者や団体を会員として構成されており、会員と連携することにより、様々な業種を包括した取組を進めることが可能です。また、伊勢志摩鳥羽インバウンド協議会が築いてきたノウハウや様々なつながりを引き継ぎ、地域が一体となり取組を磨き込んでいきます。

(1) 誘客ターゲットの考え方

魅力の4本柱（神宮、食、伊勢志摩国立公園、海女文化）を生かし、メインターゲットである欧米豪に向けて発信することに加え、有望な国、市場を選び誘客を強化

① コンテンツ

「神宮」「食」「伊勢志摩国立公園」「海女文化」

② ターゲット

欧米豪 ※確実に誘客を狙うためアジア圏もターゲットの一つとして設定

(2) マーケティング

伊勢志摩地域への外国人観光客に係るデータや傾向を戦略的かつ継続的に把握

(3) プロモーション

伊勢志摩をメインターゲットである欧米豪に発信、関係者と連携しスケールメリットを生かしたプロモーションを実施

① 伊勢志摩の魅力の発信

- ・伊勢志摩の魅力をメインターゲットである欧米豪に発信し、まずは認知度を高めることをめざし、伊勢志摩の魅力を生かした動画を活用することで露出を展開
- ・訪日してから行先を決める層の誘客については、空港や駅等の交通結節点におけるプロモーションを実施し、訪日外国人向けの発信拠点等を活用して、ゴールデンルートからの誘客を促進

② 鉄道と連携した周遊企画、ゴルフツーリズム、商談会、ファムトリップ

(4) 受入環境の整備

① 地域の受入支援

外国人観光客の受入に意欲的な事業者に対して、セミナーやアドバイス等を行うことにより、受入に関する知識や売込手法の習得、エージェントとのネットワーク構築を促進し、地域の人材の育成や受入気運を醸成

② ホームページの充実

多言語版ホームページの充実（観光施設、宿泊施設、アクセス、二次交通等に関する情報）

(5)伊勢志摩国立公園のナショナルパーク化に向けた展開

①情報発信の強化

外国人観光客の利用増進を図るため、伊勢志摩国立公園の魅力を発信

②観光コンテンツとしての魅力の向上

外国人観光客を魅了するようさらに磨き上げ、ストーリー性を持った体験を提供

③人材育成

地域住民が国立公園に住むことに意義を感じ、誇りや愛着や誇りを醸成する取組を推進

基本戦略4 来訪機会の創出

観光以外の目的での伊勢志摩地域への来訪者、特に今後リピーターとなりうる若い世代に対して、来訪をきっかけに伊勢志摩ファンになってもらうという方策も有効です。MICE、映画撮影、教育旅行、イベント等を誘致し、施設への集客を維持するとともに、さまざまな機会を通じて訪れる人々を増やし、観光行動へと導く取組を推進します。

(1)MICEの誘致

伊勢志摩サミット開催地としてのブランドや受入体制を生かし、伊勢志摩リゾートMICE推進協議会のもと当地域が一体となってMICE誘致を強化

(2)フィルムコミッションの推進

映画、TV、CM等の各種映像を通し、伊勢志摩地域の魅力を発信することで、この地域の魅力の再発見、知名度や地域イメージの向上を図るため積極的な撮影の誘致を実施

(3)教育旅行の誘致

平日の安定的な宿泊施設の稼働と集客を維持できる教育旅行・学生団体旅行の誘致を行うため、伊勢志摩学生団体誘致委員会による取組を実施

(4)クルーズ船の誘致

消費拡大やリピーター獲得のきっかけとして、おもてなしや伊勢志摩の発信、寄港地として選ばれるための誘致を実施

基本戦略5 受入環境の整備

観光客が必要な知識を事前に入手でき、迷うことなく快適に目的地を訪れ、伊勢志摩での滞在をゆっくりと十分に楽しんでもらえるよう、受入環境を整備します。

(1)受入環境、おもてなしの充実

①人材育成

- ・接遇対応法等の習得に加え、地域への誇りや愛着、おもてなしの心を育むセミナーを実施
- ・地域住民に魅力ある観光地であること、国立公園であることの認識、意識向上を図り、個々による魅力の発信（口コミ等）を促進

②決済環境の整備

- ・観光客の利便性を向上させるため、決済環境の改善を検討
- ・現行の「伊勢志摩WAON」カードとの連携は継続し、利用促進

(2)快適に周遊できる環境づくり

①二次交通情報の充実等

- ・二次交通に関する情報（乗り継ぎの組合せ、タクシーの情報等）を発信し、利用を促進
- ・公共交通機関の利用を促しつつも、二次交通の便が良くないスポットに関しては、各取組において企画（1日乗り放題等）を組み込むなど、レンタカーの利用を促進

②情報提供の強化

旅行形態の個人化と多目的化、スマートフォン等の利用者増に対応した情報提供

(3)安全・安心な観光地づくり

①バリアフリー対応

バリアフリー観光の推進に対する意識向上をもたらし、各取組でのバリアフリー対応充実

②災害対応

- ・災害時の安全確保のため観光従事者の意識向上を実現
- ・災害時に観光客が速やかに行動、また、安心して来訪できるように、平常時からホームページにおいて情報（避難場所、道路等）を発信することで観光地伊勢志摩における安全・安心を実現（また、観光危機管理の基本的な対応等を定める「伊勢志摩版 観光危機管理計画（仮）」を策定することも見据え、地域内の観光に係る各危機管理計画等の現状把握、分析等を実施）

基本戦略6 推進体制

組織体制を整備するとともに、関係者と連携し、伊勢志摩広域で一体となった取組を進める仕組を構築します。事業の質、専門性や継続性の向上、組織体制の強化を図りながら、地域の舵取り役としての役割を果たすため、日本版DMO法人登録に向けた取組を進めます。

(1)連携の強化と取組の集約

- ・プランを実現するために、地域の連携を進め、集約できる取組を整理
- ・派遣職員の増員も視野に入れて、取組や予算を集約

(2)組織強化

①体制の充実

- ・観光地域づくりの舵取り役として、会員等の関係者と協働し、変化する市場に対応しながら、明確なコンセプトに基づく戦略を策定し、着実に実行
- ・活動資金を確保するため、行政、各団体からの負担金、会員からの会費に加え、事業の委託費や国からの支援等を獲得
- ・新たな財源確保（ホームページ関係（予約サイト充実、有料広告等）等）の取組

②会員拡大

- ・当機構が取組を進めていくうえでパートナーとなる事業者等に向けて会員への参画を促進
- ・会員になることのインセンティブの充実を図り発信

(3)企業・団体・個人とのマッチング機会の設定

- ・様々な業種と連携し、当機構会員間の情報交換、マッチングの機会を創出
- ・地域の事業者にとって有益な情報を入手し、会員に提供

基本戦略7 地域経済活性化

伊勢志摩での周遊性・滞在性向上がもたらす観光消費額の増加、地域内での消費循環の促進が地域経済活性化につながり、雇用機会の創出も含めた持続可能な観光地域づくりを実現するとともに、各取組を実施します。また、各取組が地域経済に寄与しているかを可能な限り把握し、施策の立案につなげていきます。

(1)地域内消費の拡大

- ・各取組の充実により地域内消費を促進
- ・各取組において、域内消費額が大きい層をターゲットに設定、長期滞在がのぞめる層の誘客をはかる等による、周遊性・滞在性の向上につなげる視点の所持
- ・「食」の発信や活用により地元食材の消費を促進

(2)地域内消費額の把握

- ・各取組が地域経済活性化にもたらす効果測定のため、旅行者アンケートや事業者への調査等により地域内消費額等を把握

4 進行管理

プランの実行、評価、改善については、PDCAサイクルに沿った進行管理を伊勢志摩観光企画委員会において実施

5 プラン実現に向けたロードマップ（行程表）

	2019(平成 31)年度	2020 年度	2021 年度	2022 年度	2023 年度
基本戦略 1 魅力の向上	資源の発掘・磨き上げ				
基本戦略 2 効果的な伊勢志摩の発信	マーケティング、ターゲットの設定、効果の検証				
	宿泊強化対策（ターゲット：中部圏・関西圏対象）				
	大都市圏へのプロモーション（2019年度までの3カ年事業）	新しい事業展開を検討			
基本戦略 3 インバウンドの取組強化	メインターゲット：欧米豪				
	2021 年度～ターゲット国を設定予定				
	※マーケティングは継続				
	プロモーション、受入環境整備				
	多言語版HP充実				
基本戦略 4 来訪機会の創出	MICE・合宿、映画、教育旅行、クルーズ船等の誘致				
	フィルムコミッションHP改修	誘致強化			
	MICE 支援の広域での集約化(助成金等)				
基本戦略 5 受入環境の整備	人材育成（おもてなしセミナー等）				
	観光客が必要な情報提供（二次交通等）				
	安全・安心				
基本戦略 6 推進体制	プランの実施期間（2019～2023 年度）				
	次期プラン検討				
	組織強化（体制充実、会員拡大）				
	日本版 DMO 本登録に向けた取組	本登録			
	取組の磨き上げ				
	収入確保（予約サイト充実、有料広告等）				
基本戦略 7 地域経済活性化	消費拡大の取組の検討				
伊勢志摩地域 主要イベント等	→	伊勢志摩国立公園 ステップアッププログラム 2020 最終年			
県内 主要イベント等		アクアイグニス多気オープン	三重とこわか国体 三重とこわか大会		
国内 主要イベント等	改元、ラグビーWC	オリンピック・パラリンピック	ワールドマスターズゲームズ 2021		

公益社団法人 伊勢志摩観光コンベンション機構

住所 〒519-0609 三重県伊勢市二見町茶屋 111-1
伊勢市二見生涯学習センター1 階

電話番号 0596-44-0800 FAX 番号 0596-42-2929