

伊勢志摩及び周辺地域マスタープラン(概要)

策定主体 伊勢志摩高付加価値インバウンド観光地づくり推進協議会
 <事務局> 公益社団法人伊勢志摩観光コンベンション機構

マスタープランの意義・役割		伊勢志摩の観光事業における持続可能な高付加価値観光戦略。 伊勢志摩の唯一無二の価値を明確にし、目指すゴールを地元住民・事業者等が理解・共感し、地域全体が一丸となって持続可能な地域づくりに取り組むために、地域として表明する観光戦略のグランドデザイン。
<地域の将来像> 成果目標(①地域全体・②観光産業)		<地域経済の好循環や価値の承継を確立させ、地域住民と来訪者等が共鳴する持続可能な地域> ①【KGI】経済波及効果、伊勢志摩の価値の承継 / 【KPI】域内調達率、平均所得、住民・事業者満足度 ②【KPI】観光消費額(入込客延数×消費単価)、観光客総合満足度・認知度・理解度・また来たい度 → 令和10年度観光消費額目標値3,213億円(訪日外国人観光客 消費単価:100,000円/人)
地域のディスティネーションブランディング	地域の滞在価値	伊勢神宮や海・山に囲まれた国立公園、そこに共存する人々、その承継の営み
	コアゾーン	伊勢市・鳥羽市・志摩市・南伊勢町・度会町・玉城町・大紀町・明和町
	戦略素材	① 伊勢神宮を巡るプログラム ② 伊勢志摩国立公園で受け継がれてきた自然とそれを楽しむ体験 ③ 上質な宿泊施設とそのストーリー及び体験 ④ 地域文化が有する価値への理解・共感を生む体験プログラム
	ターゲット (具体的な顧客イメージ)	特別な体験を優先し社会的な課題に配慮したストーリーを意識するModern Luxury層・ 3回以上来日経験のある日本好きのインバウンド観光客・地方部に2泊3日滞在し、約30～50万円消費 <重点国:アメリカ・イギリス・フランス・台湾・香港・シンガポール・タイ>

