

伊勢市観光振興基本計画

<概要版>

令和8年3月策定



伊勢市

Ise City

目次

第1章 はじめに.....	2
1 計画策定の背景・目的.....	2
2 計画の期間.....	3
3 計画の位置づけ.....	4
第2章 社会動向・観光動向（伊勢市を取り巻く観光の現状）.....	5
1 観光を取り巻く社会動向（国の動向）.....	5
2 三重県の観光動向.....	5
第3章 伊勢市の観光の現状と課題.....	7
21 伊勢市の観光動向.....	7
(1) 伊勢市における人口等の現状.....	7
(2) 伊勢市における観光の現状.....	8
第4章 伊勢市観光が目指す姿.....	13
1 伊勢市の観光における大切にしたい考え.....	13
(1) 基本理念.....	13
(2) 伊勢市のありたい姿.....	14
2 計画の全体目標（KGI 指標）.....	15
第5章 伊勢市の観光施策.....	17
1 基本方針と具体的事業着目点.....	17
基本方針① 神宮式年遷宮を契機とする「伊勢の物語性」の継承と展開.....	18
基本方針② データに基づくマーケティング視点による観光戦略.....	19
基本方針③ ターゲット別の施策・プロモーション展開.....	20
基本方針④ 安全・安心・快適な受入環境整備.....	21
基本方針⑤ 「共生と共創」による観光資源の磨き上げ.....	23
基本方針⑥ 市民・地域の「おかげさまの心」による迎え入れ.....	24
基本方針⑦ インバウンド誘致の拡大による経済的・社会的効果の創出.....	25
2 計画の推進体制.....	26
(1) 計画の進捗管理.....	26

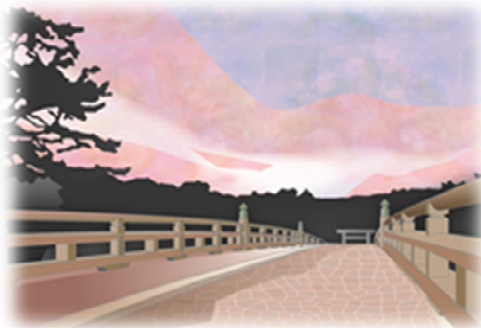
第 1 章 はじめに

1 計画策定の背景・目的

日本人の心のふるさとと呼び親しまれてきた神宮がご鎮座する本市は、これまで全国から多くの観光客を迎え入れてきました。平成 25（2013）年の第 62 回神宮式年遷宮では神宮参拝者数が過去最高を記録し、その後も継続的な観光振興に取り組んできました。しかし、令和 2（2020）年の新型コロナウイルス感染症拡大により観光を取り巻く状況は大きく変化し、観光のあり方も変化を迫られています。観光立国推進基本計画に示された持続可能な観光地域づくり、インバウンド回復、国内交流拡大といった国の方針を踏まえ、地域の実情に応じた観光振興を図ることが求められています。さらに、デジタル技術の活用、多様な観光ニーズへの対応、持続可能な観光の推進など、新たな課題への取り組みも必要となっています。

また、本計画の初年度となる令和 8（2026）年は、第 63 回神宮式年遷宮関連行事である民俗行事「お木曳行事」が始まる年です。本計画の計画期間である 4 年間では、令和 15（2033）年に行われる第 63 回神宮式年遷宮を見据えて、観光地としての受入体制の充実と機運醸成、旅客誘致を図ってまいります。お木曳行事による盛り上がりを見据えて、観光振興、観光誘客に関する好機と捉え、その盛り上がりを見据えて令和 10（2028）年以降も継続させるために重要な 4 年間となります。

このような背景から、観光に関する動向を踏まえ、式年遷宮を見据えた中長期的視点に立ち、4 年間に取り組む方針をまとめた新「伊勢市観光振興基本計画」を策定しました。



2 計画の期間

前「伊勢市観光振興基本計画 令和4（2022）年3月策定・令和5（2023）年3月改訂」を引き継ぎ、本計画の対象期間は、令和8（2026）年度から令和11（2029）年度までの4年間とします。



▲第62回神宮式年遷宮 平成25（2013）年

▲新型コロナウイルス感染症の拡大 令和2（2020）年

▲お木曳行事 令和8（2026）年

令和9（2027）年

▲第63回神宮式年遷宮 令和15（2033）年

▲お白石持行事 令和15（2033）年



(C) 伊勢御遷宮委員会

3 計画の位置づけ

本計画は伊勢市のまちづくりを進める上での最上位計画である「第3次伊勢市総合計画」で掲げた目標（目指す姿）の実現に向け、観光分野における施策及び事業の推進指針を示すものになります。

また、伊勢市の他分野の計画や他部局で実施する施策等における観光分野に係る部分は、本計画との整合を図るものとします。

本計画策定にあたり、市の上位計画及び関連計画、国や県の観光振興との関係を以下のように図示します。



第2章 社会動向・観光動向（伊勢市を取り巻く観光の現状）

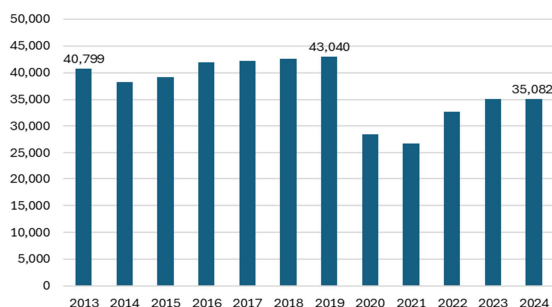
1 観光を取り巻く社会動向（国の動向）

平成19（2007）年1月に施行された観光立国推進基本法の規定に基づき、観光立国の実現に関する基本的な計画として令和5（2023）年に新たな「観光立国推進基本計画」が閣議決定されました（令和5（2023）年3月31日閣議決定）。この基本計画においては、観光立国の持続可能な形での復活に向け、観光の質的向上を象徴する「持続可能な観光」「消費額拡大」「地方誘客促進」の3つをキーワードに、持続可能な観光地域づくり、インバウンド回復、国内交流拡大の3つの戦略に取り組むこととしています。

2 三重県の観光動向

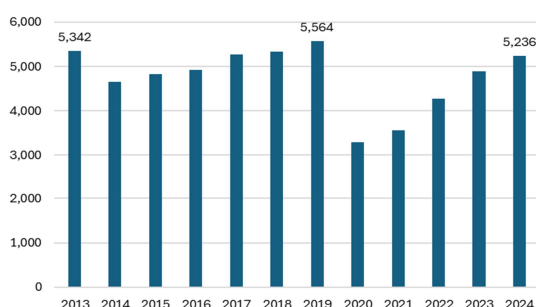
三重県では、観光産業を県内経済をけん引する産業の1つとして大きく育てていくため、平成23（2011）年に「みえの観光振興に関する条例」を制定し、観光振興に向けた取り組みを展開しています。三重県の観光入込客数及び観光消費額は、前回式年遷宮があった平成25（2013）年の翌年には一時的に落ち込みましたが、その後順調に回復し、令和元（2019）年にはそれぞれ過去最高を記録しました。その後、コロナ禍での入込客数と消費額の大幅な減少を経験したのちは回復傾向にあり、消費額においてはほぼコロナ前の水準まで回復しています。

三重県の観光入込客数（千人）



資料：三重県観光レクリエーション入込客数推計書

三重県の観光消費額（億円）

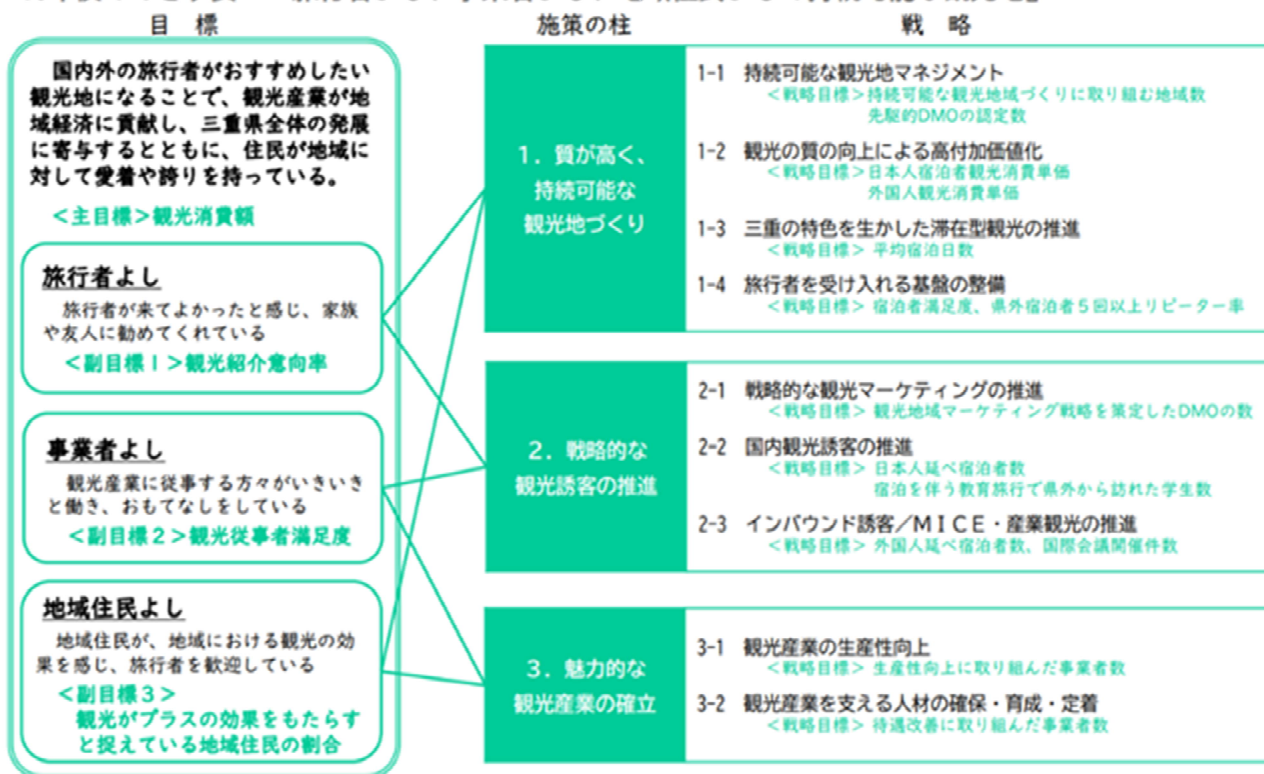


資料：三重県観光客実態調査



こうした中、令和6（2024）年3月には『三重県観光振興基本計画』を策定し、「質が高く、持続可能な観光地づくり」、「戦略的な観光誘客の推進」、「魅力的な観光産業の確立」の3つの柱と、それらを支える観光DXの推進を掲げています。こうした方向性のもとに、国内外の旅行者がおすすしたい観光地になることで、観光産業が地域経済に貢献し、三重県全体の発展に寄与するとともに、住民が地域に対して愛着や誇りを持つことを目標に、10年後のめざす姿である「旅行者よし、事業者よし、地域住民よしの持続可能な観光地」の実現に向けた取り組みを進めています。

10年後のめざす姿：『旅行者よし、事業者よし、地域住民よしの持続可能な観光地』



資料：三重県観光振興基本計画



第3章 伊勢市の観光の現状と課題

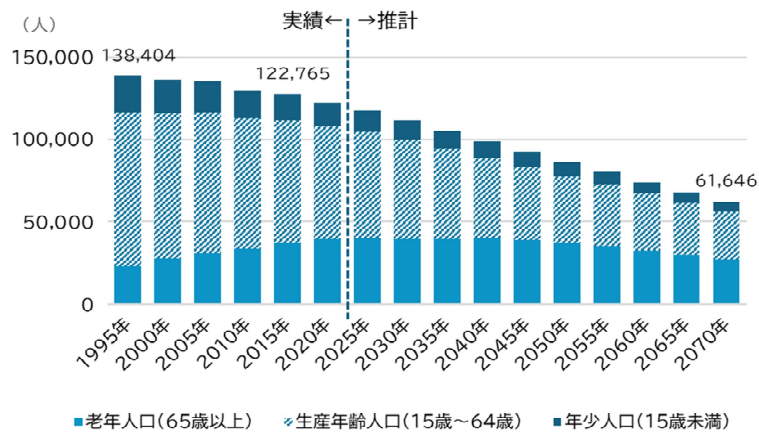
1 伊勢市の観光動向

(1) 伊勢市における人口等の現状

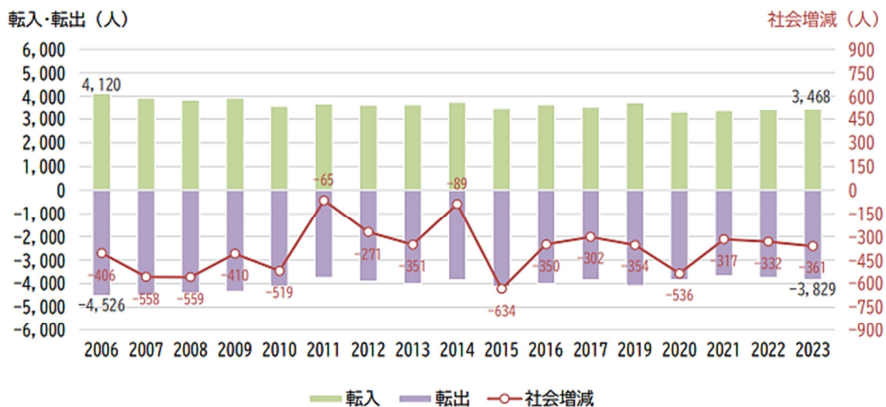
本市の総人口は減少し続けることが見込まれ、令和 52（2070）年の生産年齢人口は令和 2（2020）年から約 60%減の見込みです。昭和 60（1985）年の総人口に占める生産年齢人口の割合は 67.3%でしたが、令和 2（2020）年には 56.1%と 11.2pt 減少しています。年少人口は 20.7%から 11.7%と 9pt 減少、老年人口は 12.0%から 22.2%と 10.2pt 増加しており、少子高齢化の傾向が著しく進行しています。

社会増減をみると、平成 18（2006）年以降すべての年で転出超過となっていますが、前回第 62 回神宮式年遷宮（平成 25（2013）年）を含む前後の 4 年間は、社会増減が抑制されています。

生産年齢人口の減少により、労働力・量の低下、経済活動や市場規模の縮小が懸念されています。そのような状況下で、宿泊業や飲食業だけでなく農業や漁業、運送業など幅広い裾野を持ち、地域への経済的なインパクトが大きい観光業への注目が集まっています。中長期的な視点から今後の伊勢市を支えるために、観光で稼ぐことができる体制や、宿泊税等の新たな財源の検討が必要となっています。



■ 老年人口(65歳以上) ■ 生産年齢人口(15歳～64歳) ■ 年少人口(15歳未満)
 ※総務省「国勢調査」(2015、2020)
 推計方法：国勢調査結果からコーホート要因法により、男女別・年齢5歳階級別人口に基づき5年ごとの人口を算出
 資料：伊勢市地域の未来予測



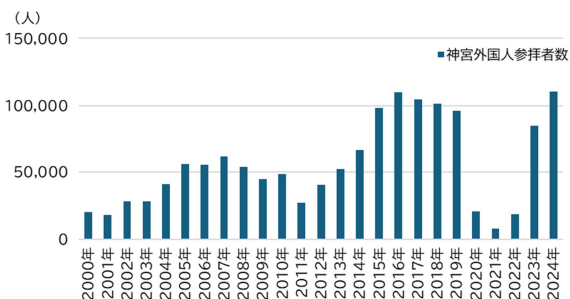
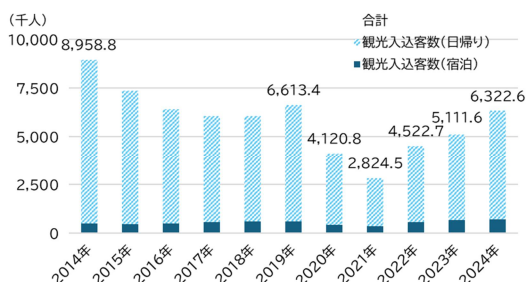
■ 転入 ■ 転出 ○ 社会増減
 ※表記年の期間は前年 10 月 1 日～9 月 30 日
 資料：伊勢市人口ビジョン令和 7 年版（三重県統計書）

(2) 伊勢市における観光の現状

① 観光客数と神宮外国人参拝者数の推移

本市の令和6（2024）年の観光入込客数は632.3万人と、コロナ禍前の令和元（2019）年比で95.6%まで回復しています。神宮の外国人参拝者はコロナ禍に大きく減少しましたが、令和6（2024）年には11.0万人の過去最高参拝者数を記録するなど、本市においても訪日外国人旅行（インバウンド）が拡大していることがうかがえます。伊勢市においては、ご遷宮に合わせた20年周期での観光客増減があり、平準化対策も今後必要となります。

コロナ禍を乗り越えた本市の観光は、国内外からの来訪者増加という新たな局面を迎えており、この機会を生かした持続可能で質の高い観光地づくりに向けた取り組みが必要となっています。



※観光入込客数（宿泊）・・・宿泊施設利用者延べ数と平均宿泊数より算出
 観光入込客数（日帰り）・・・観光地点立ち寄り延べ数と観光入込客数（宿泊）、市内宿泊客観光地点平均立ち寄り箇所数、日帰り客観光地点平均立ち寄り箇所数より算出
 資料：伊勢市観光客実態調査

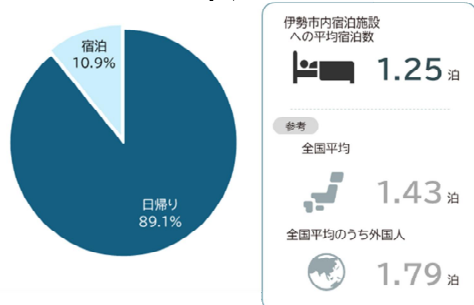
資料：伊勢市観光統計

② 宿泊客/日帰り客の割合と宿泊者数の推移

本市の宿泊客・日帰り客の状況については、日帰り客が全体の約9割を占め、宿泊客が約1割しかおらず、宿泊者数の増加が課題と考えられます。宿泊者数の推移をみると、令和元（2019）年にかけて増加、その後コロナ禍で減少していましたが、令和4（2022）年以降は回復傾向にあり、令和6（2024）年には86万人を超え、過去最高の宿泊者数となっています。

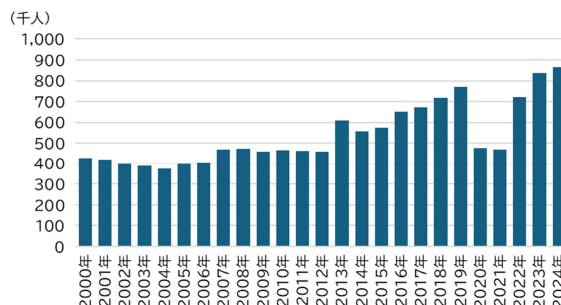
宿泊者数の増加傾向は見られるものの、依然として日帰り客中心の観光構造であるため、滞在時間の延伸と宿泊割合向上に向けた取り組みが必要です。

宿泊者と日帰りの割合（令和6（2024））



資料：伊勢市観光客実態調査（令和6年）

宿泊者数の推移

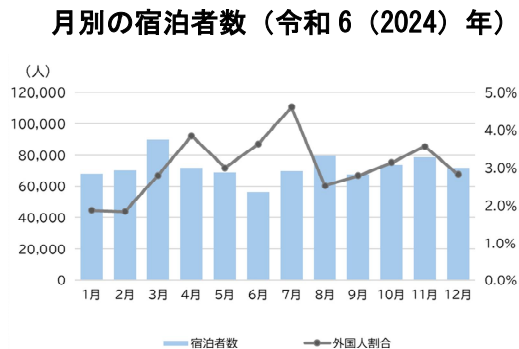
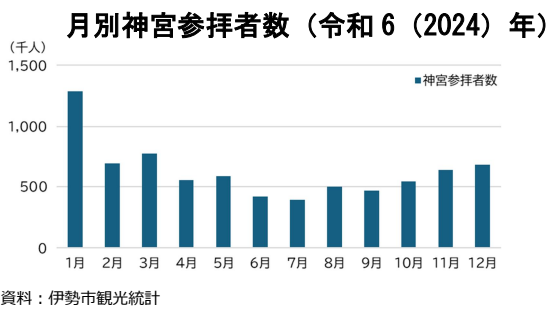


資料：伊勢市観光統計

③月別の神宮参拝者数と宿泊者数

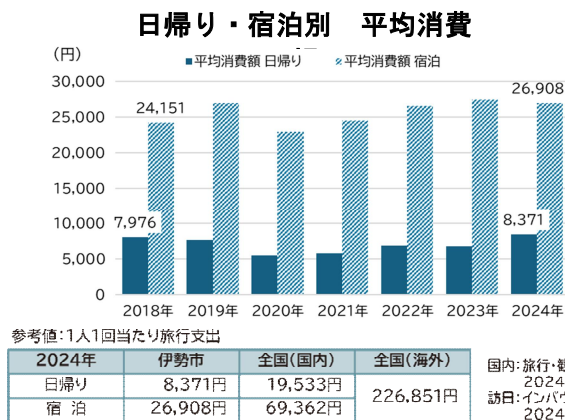
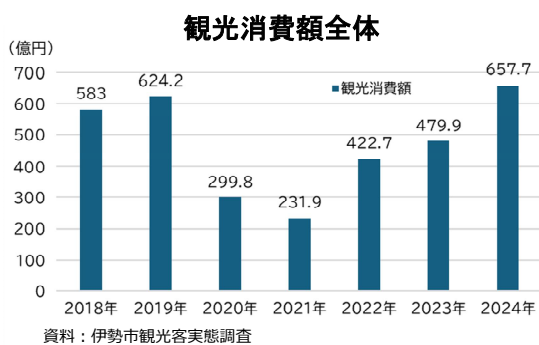
令和6（2024）年の月別神宮参拝者数は、1月が最も多く、6～9月の夏季期間はやや低い状況となっています。令和6（2024）年の月別宿泊者数は、夏季・冬季等の長期休暇等にピークがみられる全国的な傾向とは異なり、3月がやや多く、6月が全体と比べてやや少なくなっているものの、それ以外は概ね6万人前後で推移しており季節による変動は小さくなっています。外国人割合は7月が最も多くなっていますが、それでも全体の5%未満と低く、日本人を含む宿泊者全体の傾向とは異なる推移となっています。

本市における季節別の観光客数の動向としては、初参りによる1月の集中と夏季の落ち込みという季節変動がある一方で、宿泊需要は比較的安定しています。この特性を生かしつつインバウンドの誘致拡大等、観光客数の平準化に向けた取り組みを検討する必要があります。



④観光消費額

本市の観光消費額は、令和6（2024）年は657.7億円であり、コロナ禍以降増加傾向となっています。伊勢市内における観光客1人当たりの観光消費総額は、日帰り客が8,371円、市内宿泊客が26,908円で、いずれもコロナ禍以降増加傾向にあります。観光消費額の着実な回復と1人当たりの消費額の増加傾向は前向きな動きであるものの、全国水準との格差が依然として大きいのが現状です。その要因としては、伊勢市内には特別な体験ができるコンテンツや観光客向けに夕食を提供する飲食店が少ないことや、神宮やその周辺以外に立ち寄れるコンテンツが少ないこと、近隣市町と比べて高単価な宿泊施設が少ないことが考えられます。今後は観光地としての付加価値向上や消費促進の強化が課題です。

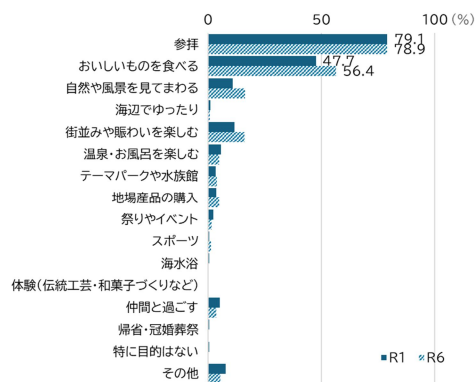


⑤ 旅行目的、訪問回数、伊勢神宮に関する知識

本市来訪者の旅行目的は、令和元（2019）年・令和6（2024）年ともに「参拝」が約8割で最も多く、次いで「おいしいものを食べる」が4割半ば～5割半ばと、アンケートからも神宮が本市の主要な観光資源であることがうかがえます。訪問回数をみると、リピーターが全体の7割以上を占め、特に10回以上伊勢市を訪れたことがある人が全体の4分の1を占めるなど、リピーターの割合が多いことが特徴です。神宮に関する知識については、インバウンドを対象に訪問前に事前知識の有無を尋ねたところ、事前知識がある方は概ね半数程度でした。一方で、訪問後に「何らかのインプットがあった」とする割合は1割半ばに留まります。

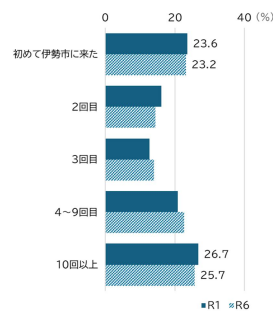
本市は参拝と食を中心とした明確な旅行目的とリピーター率の高さという強みを持つ一方、神宮への知識に触れる機会がないまま伊勢を離れるインバウンドが多いといった課題もあります。神宮をはじめとする本市の伝統・文化の魅力をより深く理解していただくための情報発信や、それを担うガイドの育成が必要です。

伊勢市への旅行目的

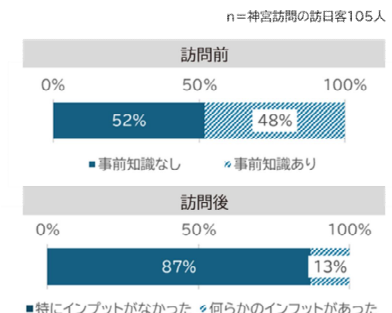


資料：伊勢市観光客実態調査

伊勢市への訪問回数
(令和6(2024)年)



伊勢神宮に関する知識
(令和6(2024)年)

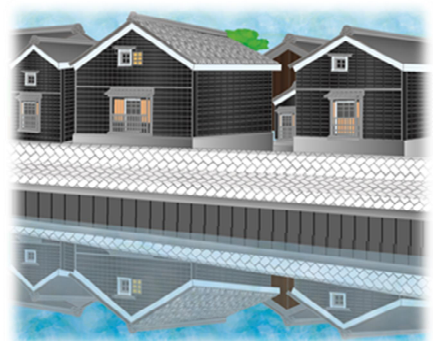


資料：伊勢志摩及び周辺地域マスタープラン

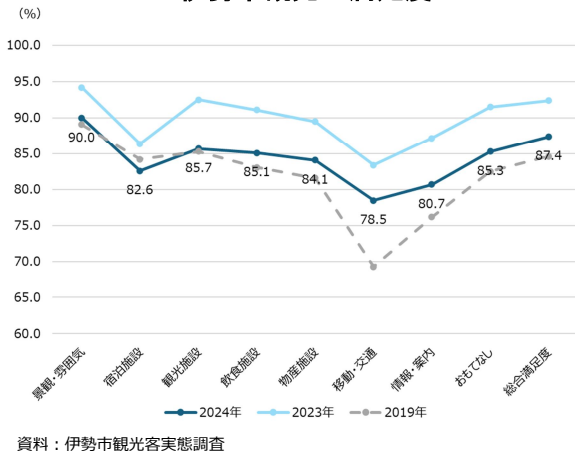
⑥ 伊勢市の観光満足度、市民アンケートからみえる現状

本市の観光満足度は、令和6（2024）年には景観・雰囲気約9割、観光施設・飲食施設・おもてなしで8割半ばの方が満足していると回答しており、本市を訪れる観光客の満足度が高いことがうかがえます。年度により数値に違いはあるものの、コロナ禍以降これらの項目における観光満足度が高い傾向が続いています。一方で、市民アンケートからみえる現状については、「伊勢市が国内外に誇れるまちか」、「観光による地域恩恵があると思うか」という質問に「思う」と回答した人の割合はそれぞれ3割半ば～4割程度と、今後の拡大が期待されます。

本市は観光満足度の高さという強みを持つ一方で、市民の観光に対する誇りや恩恵実感が十分でない現状を踏まえ、市民と観光客双方が満足できる持続可能な観光地づくりに向けた取り組みの検討が求められています。

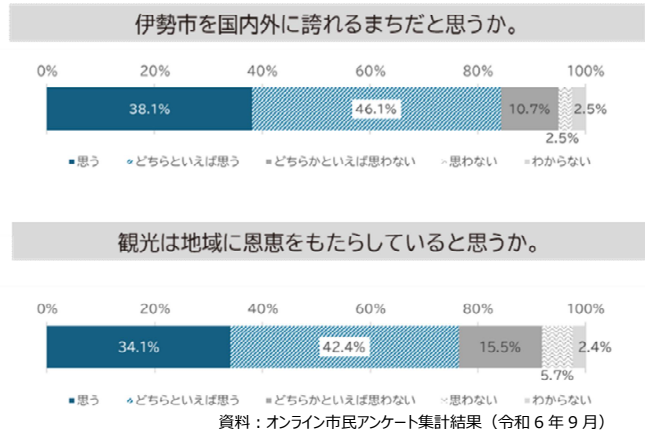


伊勢市観光の満足度



市民アンケートからみえる現状（令和6（2024）年）

n=市民在住の方1,238人



⑦地域パワーインデックスによる分析

全国的にみた本市の強みや旅行者からの評価を明らかにするために、JTB オリジナルデータ「JTB 地域パワーインデックス」により、伊勢神宮（伊勢市）を訪れた観光客の声を分析しました。JTB 地域パワーインデックスは、全国 240 の観光地（都市を含む）を対象に、対象地居住者（都道府県民）が持つ地域自慢などのデータ、旅行者の認知率・イメージ・訪問意向・訪問経験、来訪者の満足度・再訪意向・推奨意向をもとに集計・分析を行った、JTB のオリジナルデータです。

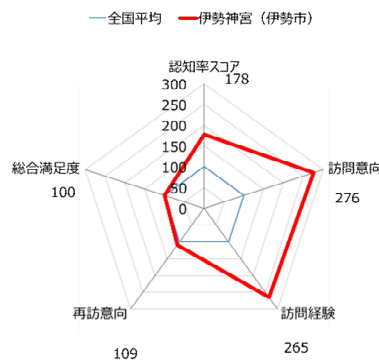
その結果、総合スコアでは認知率・訪問意向・訪問経験の項目が全国平均と比べて突出して高くなっていました。一方で、再来訪意向、総合満足度は相対的に低く見えますが、いずれも全国平均と同レベルで低いスコアではありません。訪問者特性による比較をみると、地域イメージでは「おいしい料理・食材がある」「魅力的な飲食街・歓楽街がある」「この地域でしか味わえない食べ物・飲み物がある」といった“飲食”に関する選択肢で、本市への訪問経験がある方が、訪問経験がない方に比べて高く評価した回答が多くなっています。同様に景観等に関する項目についても、訪問経験がある方が高く評価していることがわかりました。

本市は認知率、訪問意向、訪問経験の総合スコアが全国平均を大きく上回る高評価を得ている一方で、飲食等に関する地域イメージが訪問経験の有無により大きく異なることから、本市の食文化等の魅力をより広く発信し、未訪問者にもその価値を伝える情報発信の強化が求められています。

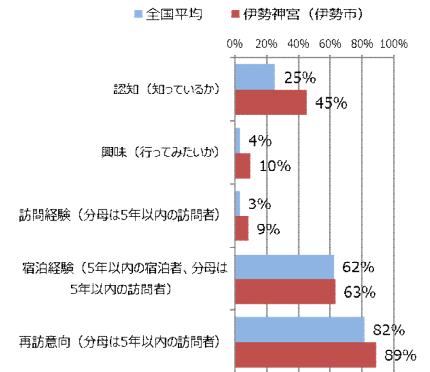
地域パワーインデックスの概要

	居住者調査	一般調査 (居住者以外で国内旅行意向がある人)	訪問者調査 (過去3年以内に該当地域に訪問経験がある人)
対象者 (1調査あたり)		国内在住の20～69歳の男女 20,688人×2回	国内在住の20～69歳の男女 5,150人×2回
主な調査項目	・ 住んでいる都道府県の誇れること自慢できること	・ 認知率 ・ 観光地としてのイメージ ・ 訪問意向 ・ 訪問経験	・ 満足度 ・ 再訪意向 ・ 推奨意向
調査手法	インターネットによるアンケート調査		

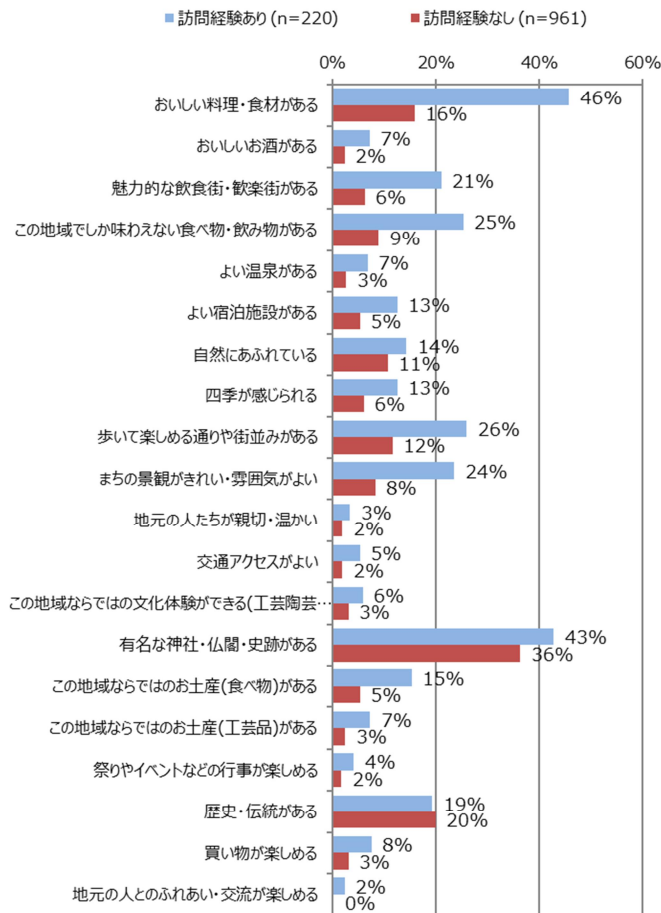
総合スコア



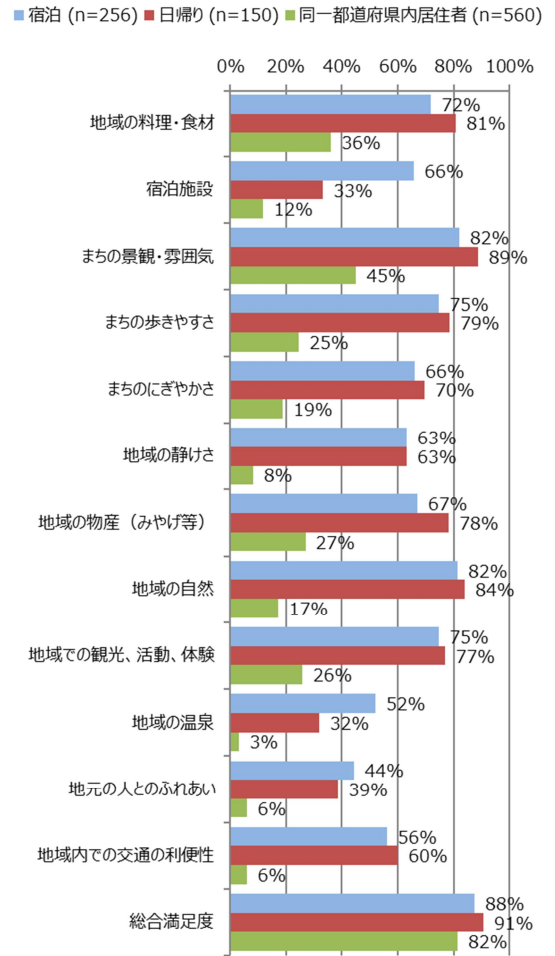
地域への関心・経験



イメージ



満足度 (訪問者別)



第4章 伊勢市観光が目指す姿

1 伊勢市の観光における大切にしたい考え

(1) 基本理念

日本人の心のふるさとと呼び親しまれてきた神宮がご鎮座する本市は、豊かな自然に恵まれ、伝統と文化を継承し続けてきた歴史あるまちです。この地で育まれてきた、常に若々しく新しくあることを意味する「常若の精神¹」は、持続可能な社会の実現を目指すSDGsの考え方にも通じるものであり、伊勢市の観光振興において最も大切にすべき価値観の一つです。

本計画では、以下の5つの基本理念を掲げ、伊勢市の観光振興を推進します。

① 常若の精神の継承と発信

神宮が20年に一度の式年遷宮を通じて古くから培ってきた「常若の精神」は循環型の文化として伊勢市の市民生活に息づいています。「常若の精神」は、単に伝統を守るだけでなく、常に新しく若々しくあることを願い、古いものや伝統を大切にしながらも、未来へとつなげていく、SDGsの考え方にも通じる普遍的な価値を持っています。その精神を市民一人ひとりが大切に、将来の世代に継承し、国内外に発信していきます。

② 地域一体となった観光地経営

観光振興は、特定の事業者や行政機関のみが担うものではなく、地域全体の未来を形作る「まちづくり」そのものです。伊勢市が持続的に発展する観光地であるためには、市民、観光事業者、行政、各種団体など、多様な主体が共通の目標を掲げ、一体となって観光地を「経営」していく視点が不可欠です。地域に暮らす人々が「自分たちのまち」を誇りに思い、来訪者をもてなす心を育むとともに、観光が地域経済に貢献し、住民の生活の質向上につながるような仕組みを構築し、地域全体で観光振興に取り組むことで、伊勢市の持続可能な発展を追求します。

③ 観光消費額の増加と地域経済の活性化

観光は本市の経済をけん引する重要な産業の1つであり、観光振興は地域全体の活性化にも直結します。観光消費額の増加は、宿泊業や飲食業、小売業などの観光産業に直結する産業だけでなく、農業、漁業、製造業、運送業など幅広い産業に波及効果をもたらします。観光客の滞在時間延伸や周遊促進を通じて消費額の増加を図り、観光産業だけでなく、関連するあらゆる産業の活性化と雇用創出に貢献します。

④ 住む人も訪れる人も安全・安心・快適に過ごせるまち

伊勢市が国内外から選ばれ続ける観光地であるためには、住民と来訪者双方にとって、安全で安心、そして快適に過ごせる環境を整備することが不可欠です。また、高齢者や障がい者、外国人など、多様な背景を持つ人々が安心して快適に移動し、観光を楽しめるよう、バリアフリー環境の整備や多言語対応などを推進します。多様なニーズに対応できるユニバーサルな環境整備や、災害・感染症などあらゆる危機に対応できる体制を構築し、市民と観光客双方にとって安全・安心・快適なまちを実現します。

¹ 伊勢の地で20年に一度繰り返される遷宮は、古（いにしえ）と今と未来がつながる神宮の行事です。そこには、古いものや伝統を大切にしながら、常に若々しく生き、その精神を子孫へ伝えたいと願う人々の思いが重なっています。

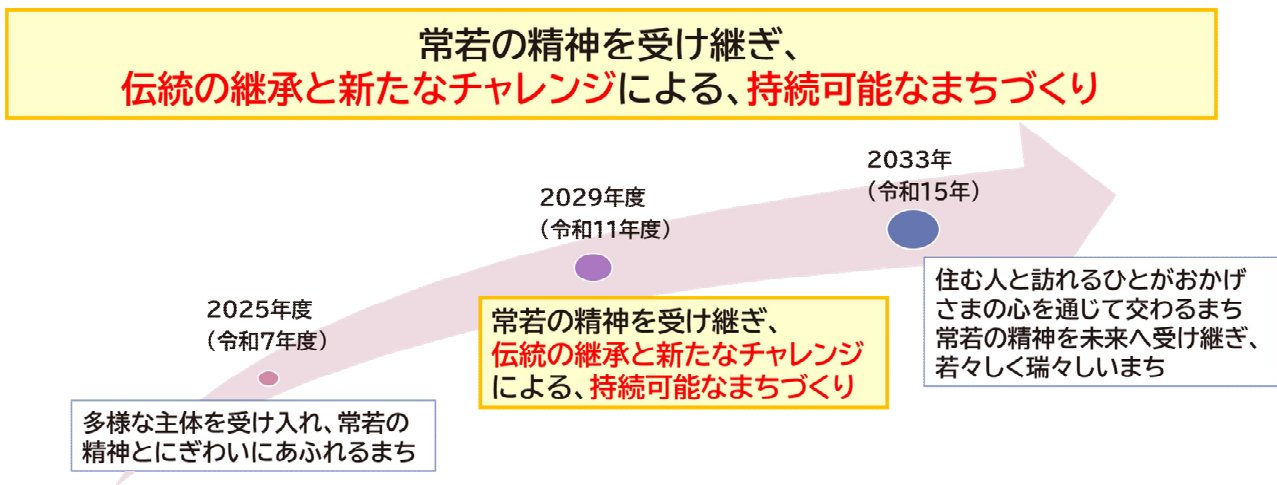
⑤ 観光の価値を高め、何度も訪れたいくなるまち

本市は、神宮をはじめとする豊かな歴史、文化、自然といった地域資源に恵まれています。これらの既存の魅力を深く掘り起こし、磨き上げるだけでなく、常に新しい価値を創造し、何度も足を運びたいくなるようなまちを目指して、本市やその周辺の多様な地域資源を活用した魅力的なコンテンツ開発を促進します。伊勢市ならではの地域資源を磨き上げ、新たな魅力や体験価値を創出することで、観光客に「また訪れたい」と感じてもらえるまちを目指します。

(2) 伊勢市のありたい姿

本計画では、第63回神宮式年遷宮の年である令和15（2033）年度の伊勢市が目指すべき「ありたい姿」を、「住む人と訪れるひとがおかげさまの心を通じて交わるまち 常若の精神を未来へ受け継ぎ、若々しく瑞々しいまち」と定めます。この長期目標の実現に向け、本計画の最終年度である令和11（2029）年度には、「常若の精神を受け継ぎ、伝統の継承と新たなチャレンジによる、持続可能なまちづくり」を目指します。

このありたい姿には、神宮を中心に発展してきた本市が、これまで大切にしてきた精神性を受け継ぎつつも、大きく変化する世の中にあわせて変化を恐れずにチャレンジすることで、将来にわたって市民や観光客の期待やニーズに応え続けるまちでありたいとの願いを込めています。



(C) 伊勢御遷宮委員会

2 計画の全体目標 (KGI 指標)

令和 11 (2029) 年度の「ありたい姿」の実現に向け、本計画の進捗状況を測るための主要な目標指標 (KGI : Key Goal Indicator) を以下の通り設定します。

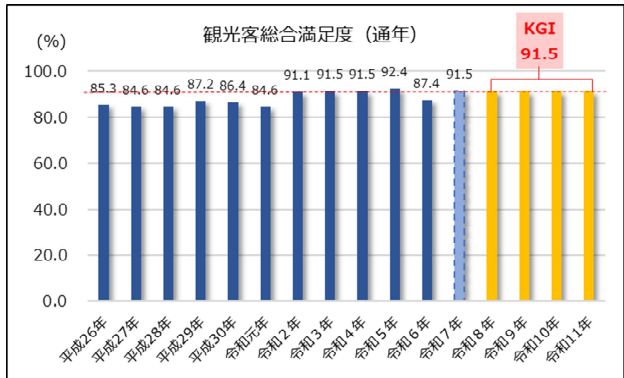
(1) 観光客総合満足度

現状値 令和 7 (2025) 年 ※暫定	目標値 令和 11 (2029) 年
91.5%	91.5%

目標：地域一体的な取り組みによって、高水準の観光客満足度 (91.5%) を維持する (※前計画の目標水準を維持)

DATA：伊勢市観光客実態調査

選定理由：伊勢市が持続可能なまちとなる上で、「地域一体となった観光地経営」を推進し、伊勢市全体で観光客に満足いただくことが重要であるため、観光客総合満足度を採用します。コロナ禍以降、伊勢市の観光客満足度は高い水準で推移しているため、伊勢の文化や景観、食など、いつ来ても発見がある町として、高い水準の満足度を維持することを目指します。



※令和7年は、計画値もしくはトレンドから推計される暫定値を表示している

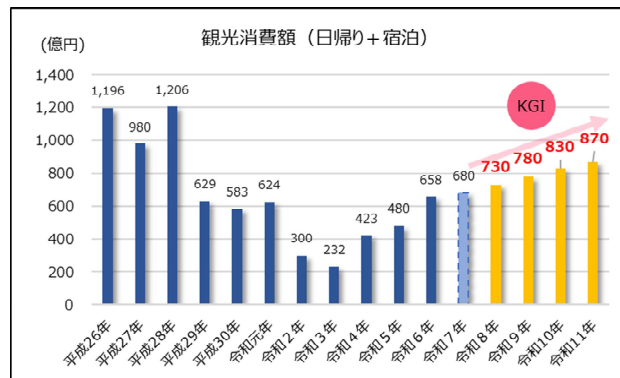
(2) 観光消費額

現状値 令和 7 (2025) 年 ※暫定	目標値 令和 11 (2029) 年
680 億円	870 億円

目標：誘客×単価アップによって、令和 11 年 (2029) までに、190 億円の増加を目指す

DATA：伊勢市観光客実態調査

選定理由：観光はすそ野が広い産業であり、観光客が増え市内での消費額も増えることで、市内の幅広い産業に好影響をもたらします。市内の産業への影響の大きさを端的に表す指標として観光消費額を採用します。国内来訪者の観光消費額を高め、将来的にはインバウンドにも波及させていくことを目指します。



※令和7年は、計画値もしくはトレンドから推計される暫定値を表示している

(3) 市内宿泊者数

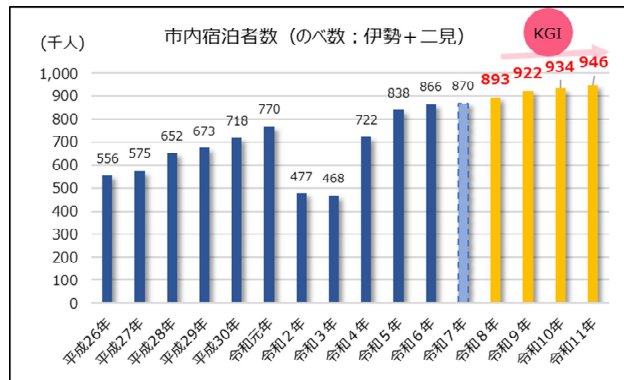
現状値 令和 7 (2025) 年 ※暫定	目標値 令和 11 (2029) 年
870 千人	946 千人

目標：「お木曳」の話題性と好調なインバウンドを背景に、宿泊客を獲得。年間延べ 946 千人を目指す

DATA：伊勢市観光統計

選定理由：前項の観光消費額の増加に向けては、観光客数を増やすことと 1 人あたりの観光消費額を増やすことの 2 通りのアプローチが考えられます。オーバーツーリズム等の問題に配慮し、持続可能な観光地域づくりをして

いくうえで、後者の 1 人あたりの観光消費額の増加が望ましいです。そこで一般に日帰り客よりも消費単価が高い市内宿泊客の増加に向けた指標として、市内宿泊者数を継続して採用します。宿泊者数を把握する際は、インバウンドの宿泊者数も併せて把握します。宿泊が増え立ち寄りスポットが多くなることで、市内の産業振興だけでなく、まちのにぎわい創出にもつなげていきます。



※令和7年は、計画値もしくはトレンドから推計される暫定値を表示している



第5章 伊勢市の観光施策

1 基本方針と具体的事業着目点

本計画で定める令和11（2029）年度の「ありたい姿」を実現するため、以下の7つの基本方針に基づき、具体的な施策を展開します。

基本理念	ありたい姿	基本方針・具体的方針・KPI
<p>①常若の精神の継承と理解・発信</p> <p>②地域一体となった観光地経営</p> <p>③観光消費額の増加と地域経済の活性化</p> <p>④住む人も訪れる人も安全・安心・快適に過ごせるまち</p> <p>⑤観光の価値を高め、何度も訪れたくなるまち</p>	<p>【次期式年遷宮（2033年）におけるありたい姿】 住む人と訪れるひとがおかげさまの心を通じて交わるまち 常若の精神を未来へ受け継ぎ、若々しく瑞々しいまち</p> <p>【4年後（2029年）におけるありたい姿】 常若の精神を受け継ぎ、 伝統の継承と新たなチャレンジによる、持続可能なまちづくり</p>	<p>①神宮式年遷宮を契機とする「伊勢の物語性」の継承と展開 具体的方針1「地域資源の活用」 具体的方針2「魅力発信に向けた体制づくり」</p> <p>②データに基づくマーケティング視点による観光戦略 具体的方針1「来訪者の実態把握・分析」 具体的方針2「顧客の獲得のための分析と展開」</p> <p>③ターゲット別の施策・プロモーション展開 具体的方針1「ターゲット別戦略」 具体的方針2「情報発信手段の整備」</p> <p>④安全・安心・快適な受入環境整備 具体的方針1「観光危機管理への対応」 具体的方針2「交通利便性の向上」 具体的方針3「多様な主体の受け入れ」</p> <p>⑤「共生と共創」による観光資源の磨き上げ 具体的方針1「伊勢市域による価値創出」 具体的方針2「伊勢志摩地域連携による価値創出」 具体的方針3「広域連携による価値創出」</p> <p>⑥市民・地域の「おかげさまの心」による迎え入れ 具体的方針1「市民参加型のおもてなし」 具体的方針2「持続可能な観光地域づくり」</p> <p>⑦インバウンド誘致の拡大による経済的・社会的効果の創出 具体的方針1「重点市場の設定」 具体的方針2「日本文化を体験できる地としてのブランド確立」 具体的方針3「インバウンド宿泊者数増加に向けた施策の展開」</p>



基本方針①神宮式年遷宮を契機とする「伊勢の物語性」の継承と展開

神宮式年遷宮を契機とし、伊勢市が持つ「伊勢の物語性」を継承し、さらに発展させることで、伊勢市ならではの魅力を国内外に発信します。

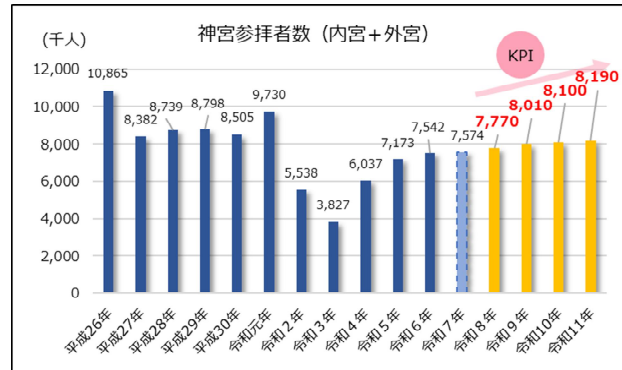
方針における目標指標

KPI①-1 神宮参拝者数

現状値 令和 7 (2025) 年※暫定	7,574 千人
目標値 令和 11 (2029) 年	8,190 千人

目標：令和 15 年 (2033) の式年遷宮にむけて日本文化と伝統が継承される「常世の波の寄せる国」伊勢の世界観と価値観を広く発信する

DATA：伊勢市観光統計



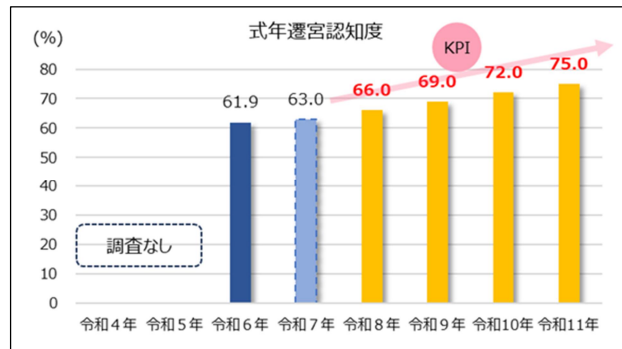
※令和7年は、計画値もしくはトレンドから推計される暫定値を表示している

KPI①-2 神宮式年遷宮の認知度

現状値 令和 7 (2025) 年※暫定	63.0%
目標値 令和 11 (2029) 年	75.0%

目標：式年遷宮に向けて、さまざまなメッセージを発信。伊勢ブランドの向上を図る

DATA：伊勢市観光客実態調査



※令和7年は、計画値もしくはトレンドから推計される暫定値を表示している

具体的方針 1「地域資源の活用」

事業着目点

(1) 遷宮とまちづくり

伊勢のまちに根付く遷宮と関連した文化や景観を地域資源として捉え、その価値を伝承・承継します。

(2) 文化観光の推進

伊勢の豊かな文化資源を生かした観光を推進します。

(3) 民俗伝統行事の推進

地域に伝わる民俗行事や伝統行事を観光資源として活用し、継承・発展させます。

具体的方針 2「魅力発信に向けた体制づくり」

事業着目点

(1) ガイドの育成

伊勢に伝わってきた歴史・文化・価値観などを深く理解し、その魅力を伝えることができる人材を育成し、国内外を問わず、観光客のニーズに応じた情報提供体制づくりを推進します。

基本方針②データに基づくマーケティング視点による観光戦略

データに基づいたマーケティング視点を取り入れ、ターゲットを明確にしたPRを展開し、「交流人口²」と「関係人口³」の創出・拡大を目指します。

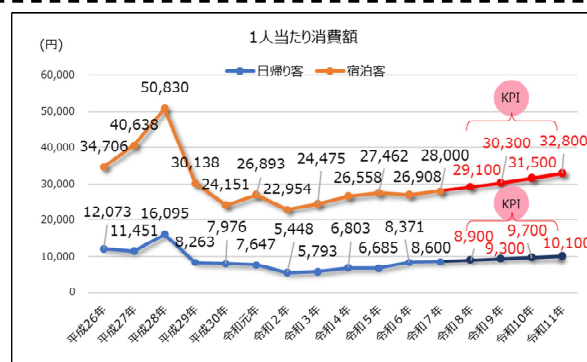
方針における目標指標

KPI② 一人当たり観光消費額

現状値 令和7（2025）年※暫定	日帰り：8,600円 宿泊：28,000円
目標値 令和11（2029）年	日帰り：10,100円 宿泊：32,800円

目標：来訪者データの収集と分析に基づいた戦略的マーケティングの展開によって、消費単価年率+4%年率を目指す

DATA：伊勢市観光客実態調査



※令和7年は、計画値もしくはトレンドから推計される暫定値を表示している

具体的方針 1「来訪者の実態把握・分析」

事業着目点

- 来訪者の属性、宿泊者数、観光消費額、満足度などの継続的なデータ収集
継続的なデータ収集により、現状と課題を把握し、分析と効果検証を行うことでその後の施策に反映していきます。
- 来訪者の属性や嗜好に合わせたサービス
個々の観光客の特性に合わせたきめ細かなサービス提供を目指します。
- 施策効果の適宜・適切な評価と見直し
実施した施策の効果を客観的に評価し、改善に繋がります。市場や社会の変化に対応し、柔軟な事業展開を推進します。

具体的方針 2「顧客の獲得のための分析と展開」

事業着目点

- ターゲット市場のニーズ調査・分析
ターゲットニーズを把握し、それに応じた事業を展開します。
- データに基づく事業展開
収集したデータを活用し、効果的な事業展開を行います。
- ロイヤルカスタマー⁴（優良顧客）のデータ収集
伊勢市を繰り返し訪れる優良顧客の情報を収集・分析し、関係性を強化します。

² その地域に訪れる人々のことで、その地域に住んでいる人（定住人口又は居住人口）に対する概念です。通勤・通学、買い物、習い事、観光、レジャーなど、特に内容を問わずさまざまな目的で訪れる人のことを指します。

³ その土地に住んでいる、または移住した「定住人口」でも、観光などで訪れた「交流人口」でもない、居住地と離れた地域を行き来して、地域活動への参加やふるさと納税による地域づくりへの貢献など、地域の人々と多様に関わる人々のことを指します。一般に交流人口よりも関係人口の方が、その地域とより密接なつながりを持つとされます。

⁴ 企業の商品・サービスやその企業自体への信頼や愛着が深い顧客のことを指します。ここでは本市に愛着を持ち、観光で本市を定期的に何度も訪れている旅行者のこととします。

基本方針③ターゲット別の施策・プロモーション展開

ターゲットを明確にしたうえで、それぞれのターゲットにあわせた施策・プロモーションを展開することで、地域全体の活性化と、持続的な発展を目指します。

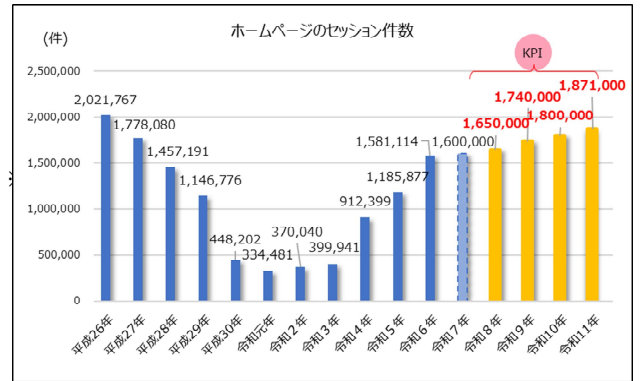
方針における目標指標

KPI③ 伊勢市観光協会ホームページアクセス数

現状値 令和 7 (2025) 年※暫定	160.0 万件
目標値 令和 11 (2029) 年	187.1 万件

目標：観光協会ホームページからの情報発信の量・質を引き続き高めることによって、+3%～+5%の増加を目指す

DATA：伊勢市観光統計



※令和7年は、計画値もしくはトレンドから推計される暫定値を表示している

具体的方針 1「ターゲット別戦略」

事業着目点

(1) 効果的な観光情報発信と提供

リピーター、初来訪者、ロイヤルカスタマー、地域、年代、利用交通、人数、旅行者構成など、ターゲットに合わせた情報発信を行います。

(2) 来訪時期・時間・場所の平準化

季節や曜日に関わらず観光客が訪れるよう、観光の分散化を図ります。

(3) 各種集大会の誘致やイベントの開催

MICE⁵やスポーツ・文化合宿、各種イベントの誘致・開催による需要を創出します。

(4) 各種メディアを活用した情報発信

SNSなどのデジタルメディアや伝統メディアなど、多様な媒体を効果的に活用した情報発信を行います。

具体的方針 2「情報発信手段の整備」

事業着目点

(1) デジタル技術の活用による来訪者満足度の向上

デジタル技術を活用し、観光客への情報提供やサービスを推進します。

(2) 多様な情報媒体の活用

紙媒体、ウェブサイト、アプリなど、多様な情報媒体を活用し、情報アクセスの利便性を高めます。

⁵ Meeting（会議・研修・セミナー）、Incentive（報償・招待旅行）、Convention/Conference（大会・学会・国際会議）、Event（イベント）/Exhibition（展示会）の頭文字をとった造語です。一般の観光旅行に比べ、参加者が多く消費額も大きいことから、インバウンド振興の一環として、各地で誘致活動が盛んに行われています。

基本方針④安全・安心・快適な受入環境整備

観光客が安心して伊勢市を訪れ、安全、快適に過ごすことができるよう、受入環境と基盤整備を推進します。

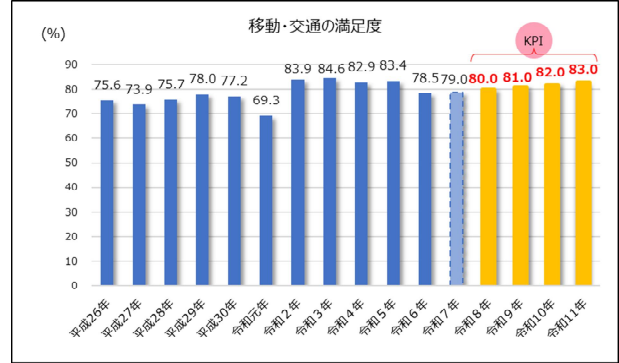
方針における目標指標

KPI④-1 移動・交通の満足度

現状値 令和7（2025）年※暫定	79.0%
目標値 令和11（2029）年	83.0%

目標：公共交通機関の利便性向上、二次交通の整備、交通情報の発信強化等により、旅行者の満足度向上を図る

DATA：伊勢市観光客実態調査



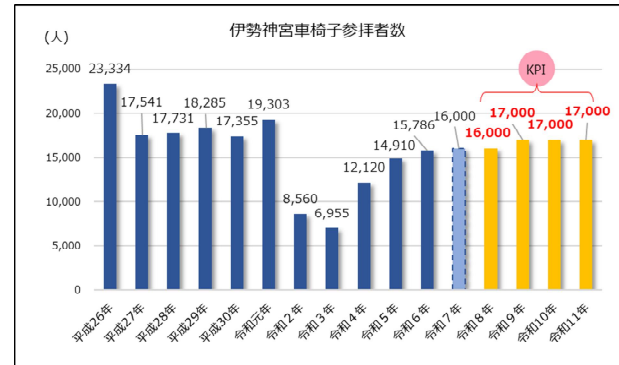
※令和7年は、計画値もしくはトレンドから推計される暫定値を表示している

KPI④-2 伊勢神宮車椅子利用参拝者数

現状値 令和7（2025）年※暫定	16,000人
目標値 令和11（2029）年	17,000人

目標：バリアフリー化や情報提供の充実によって多様な旅行者、参拝者に安全・安心な旅を提供する

DATA：伊勢市観光統計



※令和7年は、計画値もしくはトレンドから推計される暫定値を表示している

具体的方針 1「観光危機管理への対応」

事業着目点

(1) 自然災害への対応

自然災害発生時の情報提供や、来訪者の安全確保と避難・滞在支援の整備を行います。

(2) 感染症等への対応

観光地における熱中症や感染症等の対策に取り組みます。

(3) 風評被害等への対応

デマや風評被害への対策、正しい情報発信、観光地における受け入れ対応などを適切に行います。

具体的方針 2「交通利便性の向上」

事業着目点

(1) 交通利便性の向上

公共交通機関の路線、数、接続などの改善や、ライドシェア⁶、自動運転⁷といった新たな移動手段の導入により利便性を高めます。また、レンタサイクル拠点の拡充やサイクルートの整備などのサイクルーツリズムを推進します。

(2) デジタル技術を活用した交通情報の発信

リアルタイムの交通情報や混雑状況をデジタルで提供し、スムーズな移動を支援します。

(3) 主要駅や周辺駅の利便性向上

駅の施設改善や案内体制、駅周辺の整備により利用者の利便性を高め、周遊・回遊向上を進めます。

(4) 主要道路、遊歩道などの整備

観光地のアクセス道路や歩行者空間、街路の整備を進めます。

(5) 公共サイン計画に基づく誘導案内整備

統一されたデザインと多言語対応の誘導案内など、分かりやすい情報提供を行います。

具体的方針 3「多様な主体の受け入れ」

事業着目点

(1) ユニバーサルーツリズムの促進

高齢者、障がい者、乳幼児連れなど、誰もが旅行を楽しむことができるよう、バリアフリー対応や情報提供を推進します。

(2) インバウンドの受入環境整備

多言語対応、決済環境の整備、食文化への対応など、インバウンドが快適に過ごせる環境整備を推進します。

(3) 観光マナー等の向上

観光客に対して、騒音やごみ、喫煙、私有地への立ち入りなどのマナー意識啓発に取り組みます。

(4) 観光案内所の機能強化

観光案内所の機能強化やデジタル化を進め、質の高い情報提供とサービスを提供します。

(5) 新たなニーズ、価値への対応

多様化する旅行ニーズに対応したサービスや受入環境整備を推進します。

⁶ 一般のドライバーが自家用車等を用いて、乗客を目的地まで有償で運ぶサービスです。特に「日本版ライドシェア」では、タクシー事業者等の管理のもと、地域の自家用車・一般ドライバーが有償で運送サービスを提供し、地域交通の「担い手」「移動の足」不足を解消することが期待され、本市でも令和6（2024）年度から実証実験を行っています。

⁷ 人に代わりシステムが、運転に関わる認知、予測、判断、操作の一部またはすべてを代行して行い、車両を自動で走らせることです。本市ではバスの運転士不足への対応として、特定条件下での完全自動運転を実現する「レベル4」による大型バスでの有償運行を実現すべく、令和6（2024）年度から自動運転バスの実証実験に取り組んでいます。

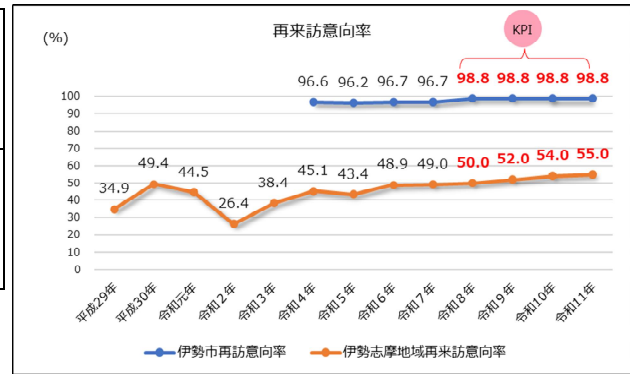
基本方針⑤「共生と共創」による観光資源の磨き上げ

伊勢市単独だけではなく、伊勢志摩地域全体、さらには広域での連携を強化し、地域資源の相互補完と新たな価値創出を図ります。

方針における目標指標

KPI⑤ 伊勢市再訪意向率・伊勢志摩地域再訪意向率

現状値 令和 7 (2025) 年※暫定	伊勢市 : 96.7% 伊勢志摩地域 : 49.0%
目標値⁸ 令和 11 (2029) 年	伊勢市 : 98.8% 伊勢志摩地域 : 55.0%



※令和7年は、計画値もしくはトレンドから推計される暫定値を表示している

目標：伊勢市再訪意向率は、現行計画の目標水準（98.8%）を継続。三重県による伊勢志摩地域の再来訪意向率は、着実なアップを目指す

DATA：伊勢市観光客実態調査、三重県観光客実態調査

具体的方針 1「伊勢市域による価値創出」

事業着目点

(1) 地域ならではの資源活用と相互補完・連携

歴史、文化、自然、食など、伊勢市内の多様な地域資源の再発見や地域間連携により、多様化するニーズなど新たな伊勢の魅力開発につなげます。

(2) 神宮以外の観光魅力向上

遷宮に向けた盛り上がりや柱にしつつも、神宮や遷宮以外の隠れた魅力や、新たなサービスを発掘・展開します。

具体的方針 2「伊勢志摩地域連携による価値創出」

(1) 地域資源活用と相互補完・連携

歴史、文化、自然、食など、伊勢志摩地域の多様な地域資源を連携させ、地域全体での魅力向上を図ります。

(2) 神宮や遷宮と地域のかかわり

神宮や遷宮を共通点としたプロモーションや受入環境整備、機運醸成を図ります。

具体的方針 3「広域連携による価値創出」

事業着目点

(1) 歴史的つながりによる相互補完

伊勢市と歴史的に関係の深い地域との連携による、広域での周遊観光に取り組みます。

(2) 事業目的の同一性による相互補完

共通の目的を持つ自治体や団体と連携し、共同観光プロモーションなどを行います。

⁸伊勢市の数値は7つの選択肢のうち再訪の意向を示した項目をすべて含めた割合。三重県の数値は7つの選択肢のうち「大変そう思う」の項目のみを回答した割合。

基本方針⑥市民・地域の「おかげさまの心」による迎え入れ

伊勢市に古くから根付く神宮への感謝から生まれる心が来訪者に伝わる「おかげさまの心」を次世代へ継承し、市民が主体的に観光振興に参加する体制を強化します。

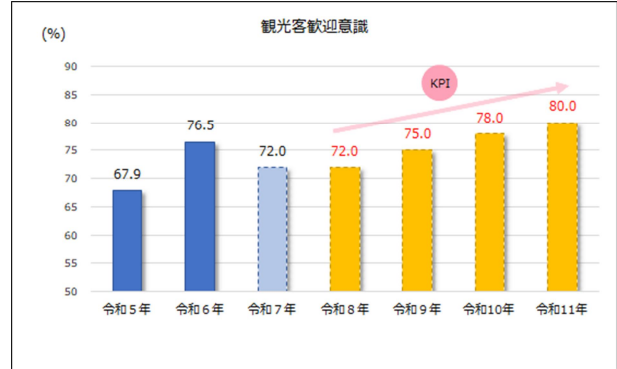
方針における目標指標

KPI⑥ 観光客に対する市民の「歓迎意識度」

現状値 令和 7 (2025) 年※暫定	72.0%
目標値 令和 11 (2029) 年	80.0%

目標：観光に対する地域の理解を広げ、恩恵を感じている割合 80%を目指す

DATA：オンライン市民アンケート



※令和7年は、計画値もしくはトレンドから推計される暫定値を表示している

具体的方針 1「市民参加型のおもてなし」

事業着目点

(1) 来訪者への温かい迎え入れ文化の醸成

観光交流が地域経済の発展に繋がっていることを知り、市民一人ひとりが観光客を温かく迎え入れる意識を高めます。

(2) 市民の地域への愛着醸成

各地から伊勢市に多くの旅行者が訪れることを市民が誇りに思い、一層の地域振興へとつなげます。

具体的方針 2「持続可能な観光地域づくり」

事業着目点

(1) 市民・来訪者の双方が満足する地域づくり

観光客の満足度向上だけでなく、市民の生活環境との調和を図り、双方にとって良い地域づくりを進めます。

(2) 観光産業の人材確保・育成

観光産業を担う人材の確保と、質の高いサービスを提供できる人材の育成を支援します。

(3) 文化、観光関連施設などの保全、整備

伊勢市の文化財や観光施設を適切に保全・整備します。

(4) DMO の組織強化

地域 DMO（観光地域づくり法人）の組織体制を支援し、観光振興の中核的な役割を担えるようにします。

(5) 財源の獲得

ふるさと納税などの促進や宿泊税導入の検討など、観光振興に活用できる安定的な財源の確保に努めます。

基本方針⑦インバウンド誘致の拡大による経済的・社会的効果の創出

国際的な視点を取り入れ、インバウンド誘致を推進することで、伊勢市の経済的・社会的な効果拡大を目指します。

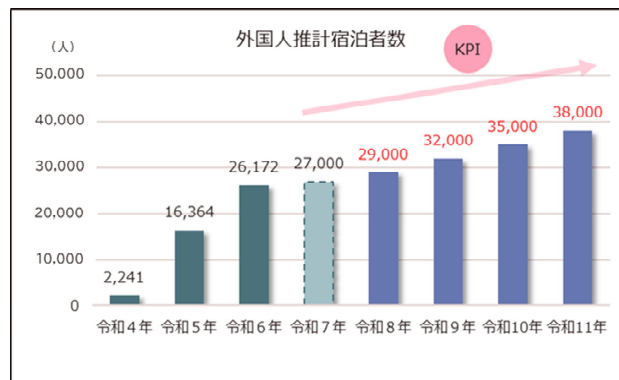
方針における目標指標

KPI⑦ 外国人推計宿泊者数（延べ宿泊者数）

現状値 令和7（2025）年※暫定	27,000人
目標値 令和11（2029）年	38,000人

目標：重点市場でのプロモーション展開、コンテンツ開発などによって、7%～10%水準までの増加を目指す

DATA：外国人推計宿泊者数



※令和7年は、計画値もしくはトレンドから推計される暫定値を表示している

具体的方針 1「重点市場の設定」

事業着目点

(1) 重点市場の訪日動向などを踏まえた企画立案

特定の国や地域の訪日観光客の動向を分析し、日本文化や伊勢に対して関心が高く、知的好奇心を持っている人をターゲットにした企画を推進します。

(2) 現地観光関連事業者・団体と連携した誘客の推進

海外の旅行会社やメディアなどと連携し、日本文化への知的好奇心を有する人に届く情報を発信します。

具体的方針 2「日本文化を体験できる地としてのブランド確立」

事業着目点

(1) 上質な体験商品の開発

訪日観光客のニーズに応じた、伊勢ならではの上質な体験型観光商品を開発・展開します。

(2) 伊勢の文化への理解を促進するプロモーション

プロモーション活動において、現地の事業者と協力し、効果的な情報発信を行います。また、文化理解に関するプロモーションにも取り組みます。

具体的方針 3「インバウンド宿泊者数増加に向けた施策の展開」

事業着目点

(1) ナイトコンテンツ・早朝コンテンツの充実

夜間や早朝に楽しむことができるコンテンツを開発するなど、滞在時間の延伸と宿泊を促進します。

(2) 季節や曜日を問わない来訪の促進

特定の時期や曜日に集中しないよう、年間を通して訪日観光客が訪れるプロモーションを展開します。

(3) 宿泊施設・飲食店などのインバウンド対応力の強化

訪日観光客のニーズに対応した利便性や快適性を向上する取り組み支援を推進します。

2 計画の推進体制

(1) 計画の進捗管理

伊勢市観光振興基本計画推進委員会内に検証部会を設置し、各基本方針の取り組み状況や目標達成状況などについて評価・検証します。検証部会では、本計画で設定した全体目標（KGI）と目標指標（KPI）の達成に向け、別に定める多角的なモニタリング指標を用いながら、社会情勢等の変化を踏まえた効果的な事業展開や改善検討を行います。令和11（2029）年度に本計画の見直しを行い、令和12（2030）年度以降の計画を策定するなど、次の展開を検討していきます。

