

**伊勢観光振興基本計画推進委員会**  
**令和2年度 第1回検証会議 議事録要旨**

日 時：令和3年3月25日（木）16:00～17:30

場 所：伊勢役所本庁舎 東館 4-3 会議室

出席者：【委員】山本部長、三浦、中村（基）、竹内、音羽、前田、高橋 [敬称略]  
【事務局】須崎、小林、富岡、畑、東、柘植

**1. あいさつ（山本部長）**

現計画は来年度で終わるため、来年度は新計画の策定の年である。

新型コロナウイルス感染症の感染拡大で、これまでとは全く違う視点で新しいものを作っていかなければいけないので、来年度に向けて検証結果を残していきたい。

今回検証内容で市民プライドがこのご時世に改善されたことは一つの希望である。

また、先日「愛着のある街ランキング」で、伊勢市が第3位となった。市の取組が実った結果であり、観光にも続いていく内容である。

**2. 出席報告**

委員8名のうち出席者7名で、過半数が出席していることから、「伊勢観光振興基本計画推進委員会規則」第4条第2項の規定により、本会議が有効に成立していることを確認。

**3. 議事**

**① 伊勢観光振興基本計画の検証について**

- 資料①・②・③に沿って、事務局から説明。説明後、事務局より資料①に一部修正箇所があるため、そちらを追加で修正する旨の報告。また、部会長からも一部修正の指示があったため、下記のとおり反映させることとした後、全員一致で承認。

**【修正箇所】**

- (1) 1頁目グラフ内凡例及び本文2行目

誤 観光客入込客数（推計）      正 観光入込客数（推計）

- (2) 1頁目グラフ内観光客総合満足度目標達成率及び本文12行目

誤 121.0%      正 121.5%

- (3) 2頁目参考グラフ凡例

誤 緑グラフ：H5～H12 青グラフ：H25～R2

正 緑グラフ：H25～R2 青グラフ：H5～H12

(4) 6 頁目グラフ内

修正前 H31 実績値    修正後 R1 実績値

**② 意見交換**

- 意見交換内容については、別紙のとおり。

**③ その他**

- 事務局より来年度が委員改選である旨を報告。その後、須崎産業観光部長から終わりの挨拶をし、終了となった。

## 検証結果に対する意見交換内容

- 政府がコロナ対策についてハッキリしていない。対策しながら経済を回していくしかないのは間違いないが、「正しく恐れて」やっていく必要がある。何か希望が見えるようにしていきたいが、地域で何か方針を出せないか。実際おはらい町を見ているとお客さんはたくさん来ているが、来ている層が若く、お金を使って行かない。神宮駐車場を見ても観光バスはまだまだ来ていない。今後どのようにうまくやっていけばよいか、国や県から何か示してもらいたい。
- 事務局の説明ではリピーターが来ているとの調査結果が出ていると言われたが、現場の感覚としては全くその感覚はなく、新しい客層が増えたイメージである。今後はこれまで来ていただいていた方が戻ってきてもらえるようにしていきたいが、実際のところは消費が落ち込んでおり厳しい。今回の調査結果で「移動・交通」の満足度が上がっているが、それは現場のキャバと需要が一致した結果。「外宮・内宮」へ行かずに、「おはらい町・おかげ横丁」にだけ来る若い子が増えたのも実感しているが、今後再訪してくれる層なので大事にしていきたい。また来ることを遠慮している方にも、情報発信していく必要がある。
- 神社関係の団体が全く来なくなった。神楽殿も 120 人が限度にしており、域内案内も行ってない。神社会全体が疲弊しており、霊友会や解脱会などの毎年来ている大きな宗教団体も来れない。そういった方がバスで来ていたが、来れなくなっている上に、これまでは年始に政治家の後援会などもあったのが全く開催できていない。来るのは個人と新規の若年層が中心で、これでは消費が増えない。
- どれくらいになったら通常に戻せるという見込みが立てられない。
- 若年層が自粛の反動で発散し始めるのが怖い。
- おはらい町がまさにその状態になっている。
- 報道ではあと 2 年はこの状況が続くと言われているが、ワクチンは出来てきても、治療薬がまだまだの状態。これだけ若年層が動くなら、先に若年層にワクチンを打った方がよかったかもしれない。
- 新しい生活様式や SDGs など、ウィズコロナを踏まえた計画を策定していく必要がある。
- 検証結果としては、コロナの影響を考えれば仕方ないこと。現場の状況としては、元々昨年 11 月時点では GoTo 効果で前年の半分程度まで戻っており、年始の予約状況も悪くなかったが、その後の自粛により全てキャンセルになった。団体で来

られる方や後援会の中心は高齢者であり、ツアーで来る方も同様である。それらがGoToがなくなり一気にいなくなった。3月までの間、団体予約はほとんどない。代わりに第3波で延期になっていた修学旅行が近隣県や県内から入ってきており、これまで高校はほとんど来ていなかったが、高校も来ている。著名な名称の企業・団体は毎年年間事業計画に旅行が入っていたが、大きなクラスターが発生してしまうと企業・団体のイメージも悪化してしまうため、令和3年には計画がない。緊急事態宣言が解除されてやっとツアー会社も動き始めたが、7月・8月は団体がほとんどなので、旅行は下半期にどうなるか。今、旅行会社が何をやってたかというところ、リストラと支店の統廃合。今後は団体旅行がすぐには需要が戻らないので、その前提で計画を立てる。今は修学旅行の取り合いになっており、あとは自治体予算を取りに行っているのが現状。

- こちらは修学旅行に関しては全く問合せはない。そのまま参拝していただく。
- 自分たちが思う以上に高齢者は怖がっている印象。
- この検証結果の数字を見ると、各事業者がいかに大変かがよく分かる。会議所がどこまで観光に協力出来ているか考えるところ。国の補助金の申請も、去年はたくさんあったが、今年は非常に少なく、40件程度にとどまっている。県や市の分も含めて、もっと情報を集めてPRしていかなければならないと考えている。まだまだ厳しい状況は続いていくので、支援を続けていく。
- 田舎の方が危機感が低く、何軒ものカラオケスナックを連続して渡り歩く人も多く、クラスターも発生している。コロナが収束しても数年は元に戻らないと言われていたため、クラスターを出す前に廃業する人も出てきている。ワクチンの効果が見えてこない、まだまだ厳しい。とにかく田舎の高齢者は危機感が無さ過ぎる割に、近所で出ると、「風でウイルスが飛散してくるから近寄るな」などの風評被害が過ぎるのが気になる。

#### 計画を策定していくにあたっての意見

- 新計画を策定するにあたっては、外的要因が大きすぎて、数字が決められない。今後は感染症対策をしているかどうかは最低レベルの条件となってくるので、それをいかに整備していくかである。感染者が多く出ていると、それだけでイメージダウンになってしまうので、周りから見てしっかり対策していると見てもらえるようにしていく。
- 山梨は感染症対策をしているかどうかを見回りをして、成功した。

- 山梨は早々にマニュアルを出したのがよかった。
- 今回のことでまさに観光危機管理が観光資源になることが明らかになった。お客さんは誰が掛かっているか分からないので、街を守るためにはスタッフ側でどうやって対策するかが重要である。子供が掛かってしまうと、その親も仕事に来れなくなってしまいます。この頃若年層が増えてきていて、歓声があがることもある。これから社会に出ていく子たちが卒業旅行などで来ている場合もあり、その気持ちを大切にしたいので、より一層受入側で力を入れていく必要がある。この1年間皆さん大変であった分、特に商売人は少しでも動きが出始めると、すぐに色気を出すので、今こそしっかりと対策すべきと伝えていく必要がある。
- 伊勢はそれが出来る土壌があると思っている。去年のゴールデンウィークは外宮参道・おはらい町ともに自粛し、90%以上の減少率を記録している。また、神宮の御膝元で感染者を出せないという意識もある。
- 「らくらく伊勢もうで」などを SNS でもっと若い人にも伝えていく必要がある。彼らの口コミでの拡散量は目を見張るものがあるので、そこで安心な街・店であることや、ここのお店は何人入れるかなどの情報を発信していくとよい。
- 混雑状況の予測事業についてはどうなっているか。
- まだ事業が走り始めたばかりであり、予測の精度が低く、まだ外に出せる状態のものではない。リアルタイムでの情報は出しているが、それと同時に現在データを蓄積しており、AIにも学習をさせている状況。
- 感染症対策の「見える化」をしていく必要がある。
- この町はきんちんとやっていると受け取ってもらえるようにしていく必要がある。「伊勢志摩スタンダード」をやったが、その結果がどうなったか全く外に出てきていない。お客さんからはどうなったのか分からず、お店にステッカーが貼ってあるだけになっているので、そこを検証して、「見える化」していく。
- 店先の消毒液は非常によく減っていくので、ニーズはあるということではないか。
- 報道などでうまく伝えてもらえればいいが、TV局もスポンサーが付かず来ない。ある地元TV局の番組も終了する予定。
- 取材も電話ばかりで、「来てください」とは言い辛い。
- 前回の遷宮の際はメディアの力が凄かった。11月頃まではTV取材があったが、年末からの今の状況で今年のゴールデンウィークがどうなるかが分からない。一昨

年は過去最高のゴールデンウィークであったが、去年は逆に過去最低であった。

- インバウンドは弱い部分だが、今はそれどころではない。これまで外国人観光客数を目標に入れていたが、これをどうするかも考える必要がある。
- 外国人観光客が来れていない今こそ、情報発信をちゃんとして行く必要がある。

(以上)