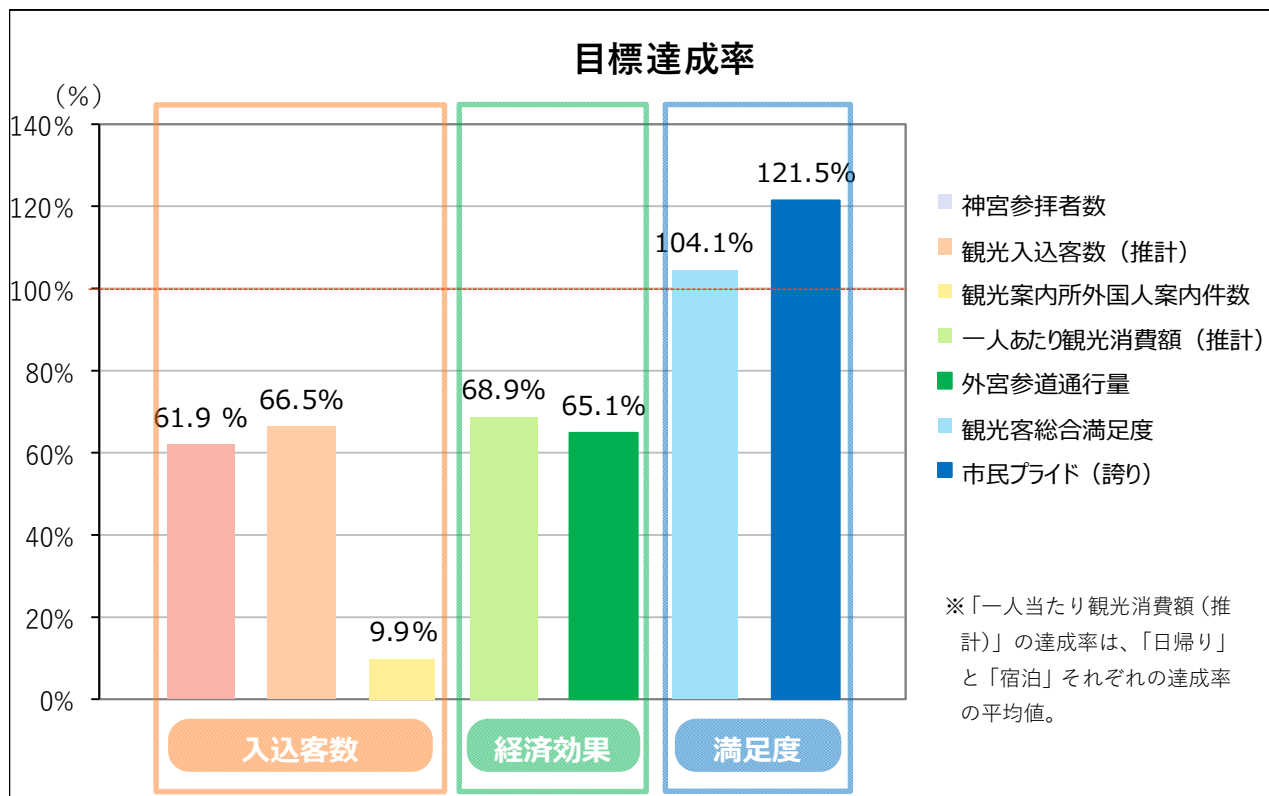


伊勢市観光振興基本計画 令和2年度検証結果

● 7つの目標指標に基づく検証

〈全体〉



指標ごとの達成率を見ると、「観光客総合満足度」、「市民プライド (誇り)」の2指標は目標を達成したが、「神宮参拝者数」「観光入込客数 (推計)」「観光案内所外国人案内件数」、「一人あたり観光消費額 (推計)」、「外宮参道通行量」の5指標は目標未達。

『入込客数』については、3指標全てで目標未達。

要因としては、新型コロナウイルス感染症の感染拡大による外出自粛によるものであり、「神宮参拝者数」が達成率61.9%、「観光入込客数 (推計)」が同66.5%、「観光案内所外国人案内件数」が9.9%と、全指標で前年より大きく減少。

『経済効果』についても、「一人あたり観光消費額 (推計)」が68.9%、「外宮参道通行量」が65.1%と2項目ともに目標を達成できなかった。

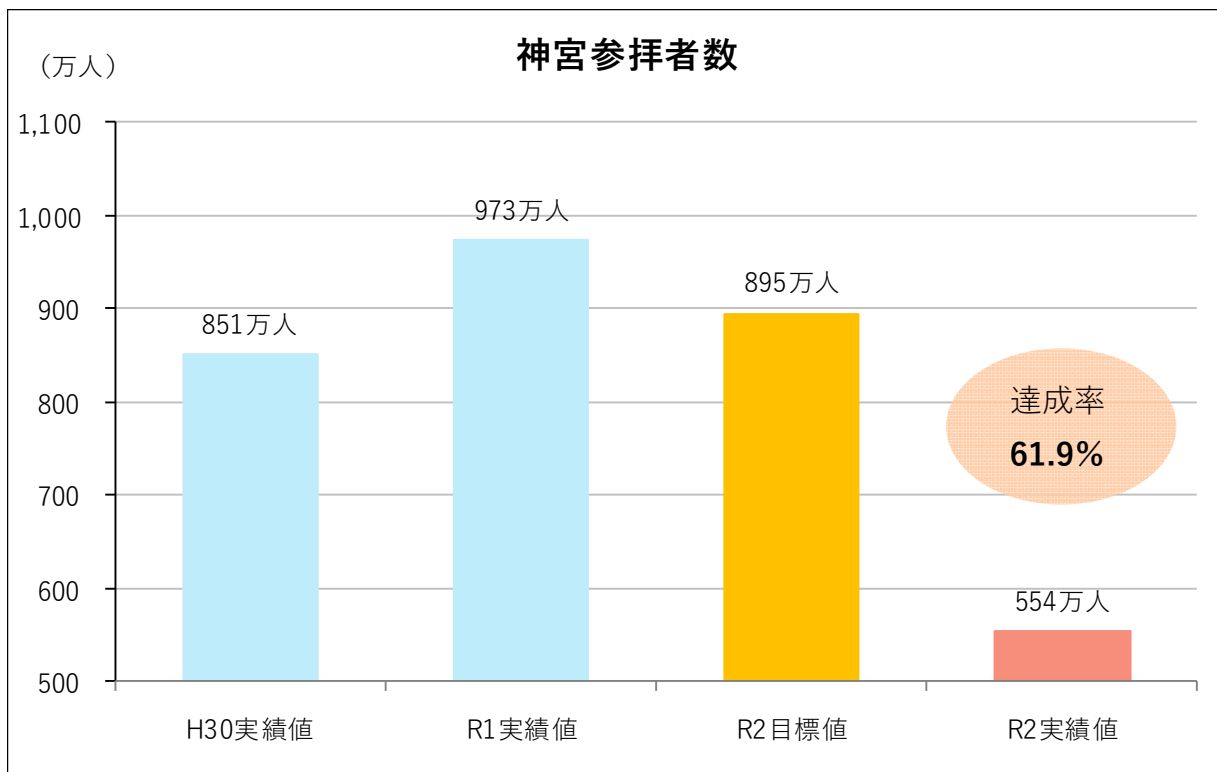
『満足度』については、「観光客総合満足度」「市民プライド (誇り)」ともに目標を達成し、「観光客総合満足度」の達成率は104.1%で、個別に見ても全項目で過去2年より向上した。また、「市民プライド (誇り)」も121.5%の達成率と、非常に好調な結果となった。

達成率は全体的に厳しい結果となり、未達成となった5項目の達成度は過去最低となった。これらの結果をもたらした要因の大部分は、新型コロナウイルス感染症の感染拡大によるものと考えられることから、今後はウィズコロナに対応し、アフターコロナを見据えた誘客施策・受入環境整備を行い、消費喚起につながる施策を進めていく必要がある。

〈1. 神宮参拝者数〉



- ・目標値 895 万人に対して、実績値 554 万人で達成率は 61.9%。前年比約 419 万人の減。
- ・月毎では、1 月は前年を上回ったが、それ以外の月は全て減少。

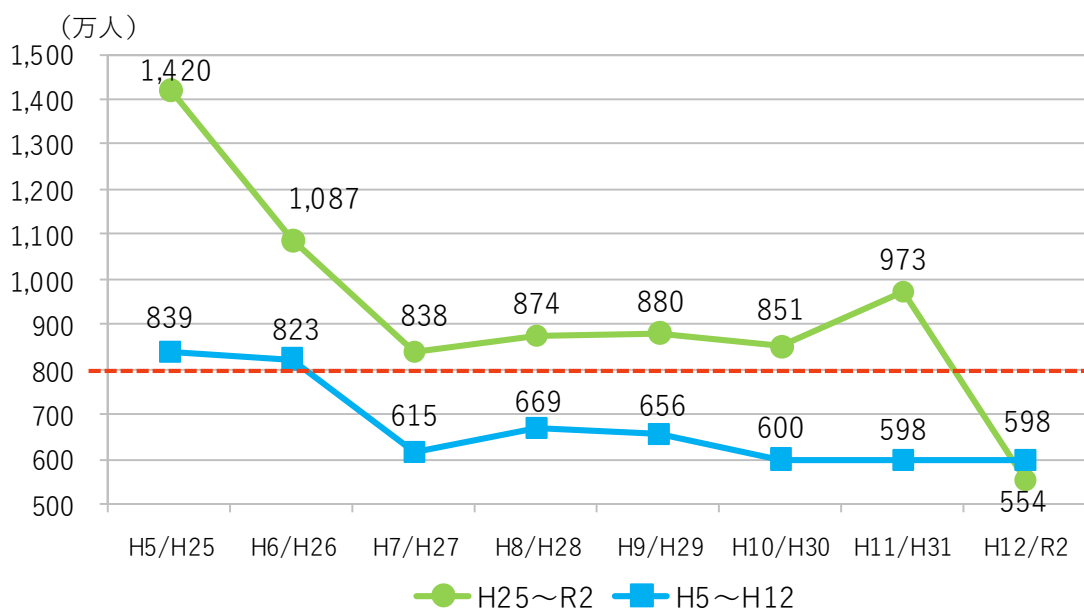


【検証】 新型コロナウイルス感染症の感染拡大による外出自粛要請や緊急事態宣言などによる影響が大きく、一時は前年同月比で 10%を下回る月もあったが、GoTo キャンペーンの効果もあって、一時は同比 80%ほどまで回復し、通年では 55%程度となった。達成率は、61.9%と目標未達成となった。

参考

神宮参拝者数 (伊勢市観光統計)

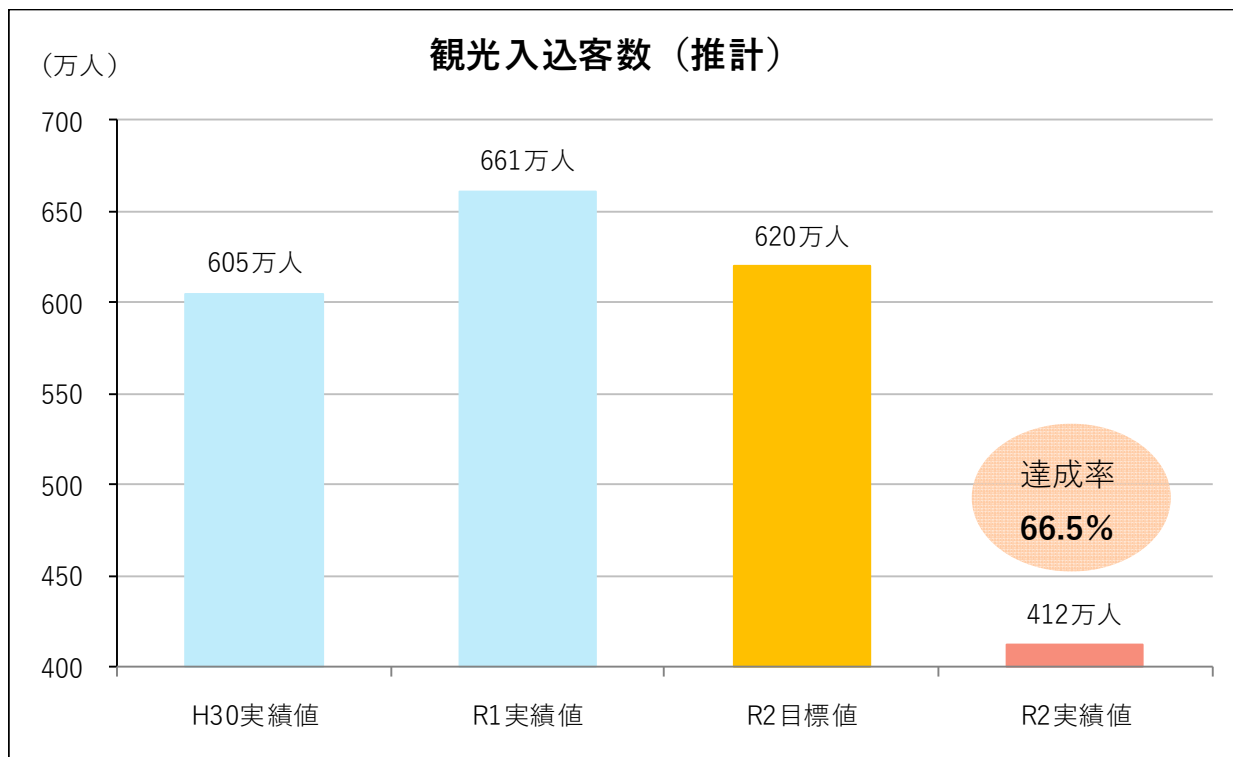
※ H5~H12 と H25~R2 の比較



〈2. 観光入込客数（推計）〉



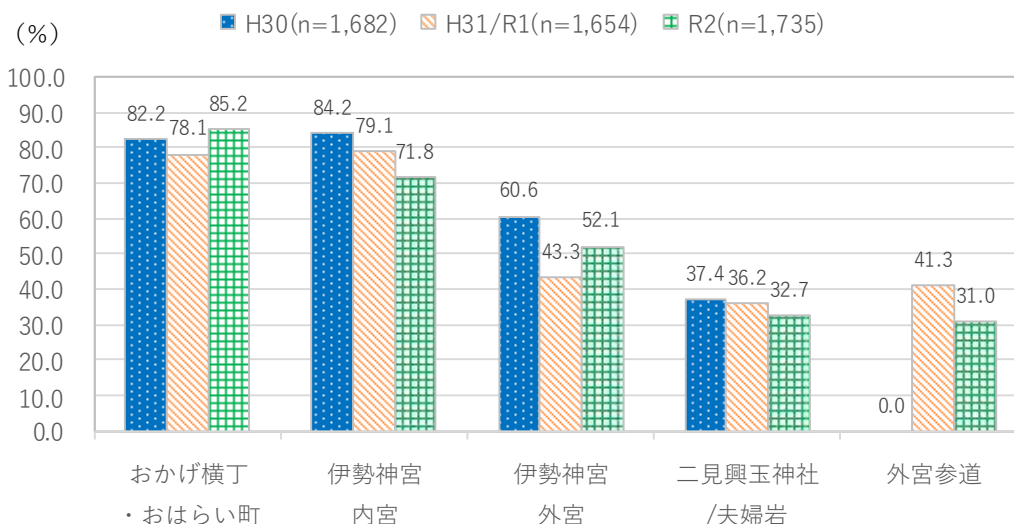
・目標値 620 万人に対して、推計値 412 万人で達成率は 66.5%。前年比 249 万人の減。



【検証】「神宮参拝者数」同様に新型コロナウイルス感染症による影響が大きく、観光入込客数（推計）も大幅に減少した。立ち寄り地点上位 5 地点については、「おかげ横丁・おはらい町」のみ平成 30 年及び平成 31 年/令和元年より増加したが、その他の地点は「外宮」のみ平成 31 年/令和元年を上回ったものの、全体的には軒並み低下し、特にこれまで主要な訪問地であった「内宮」「二見興玉神社/夫婦岩」が大きく減少する結果となった。感染リスクを避けるために周遊を控えた結果が表れたものと推測される。

参考

立ち寄った観光地〔上位 5 位〕（伊勢市観光客実態調査【H30、R1 との比較】）

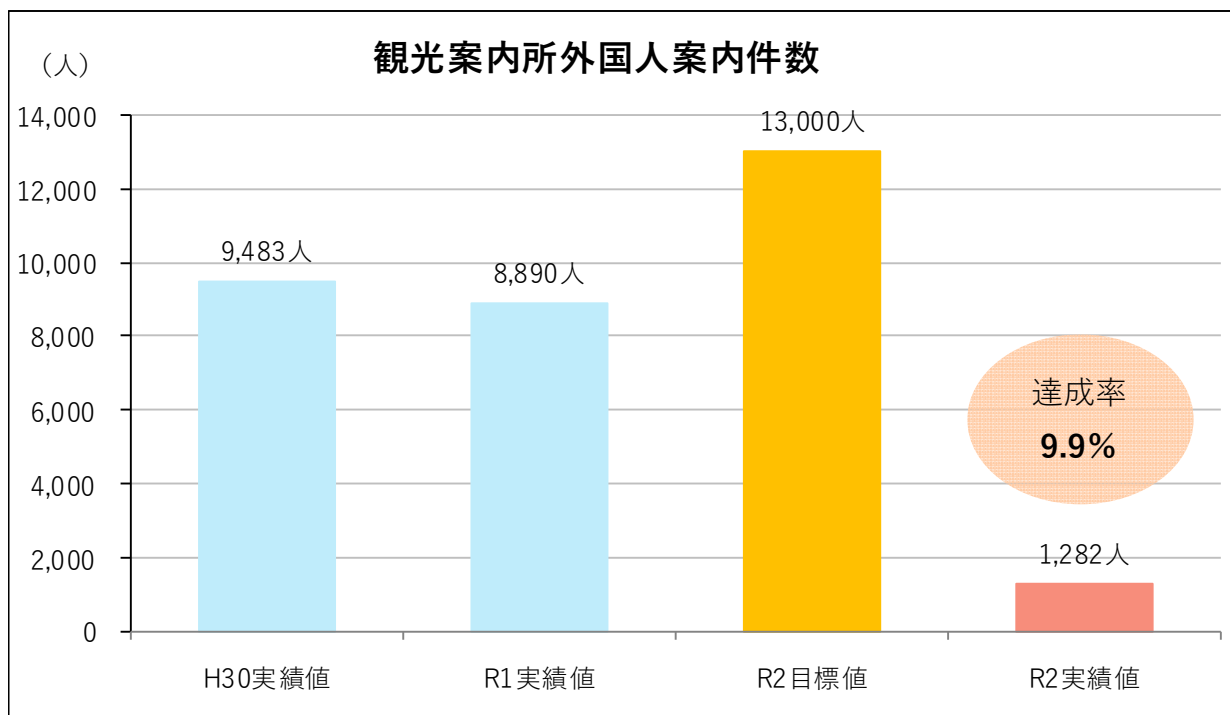


※「外宮参道」は、R1 に新規追加

〈3. 観光案内所外国人案内件数〉

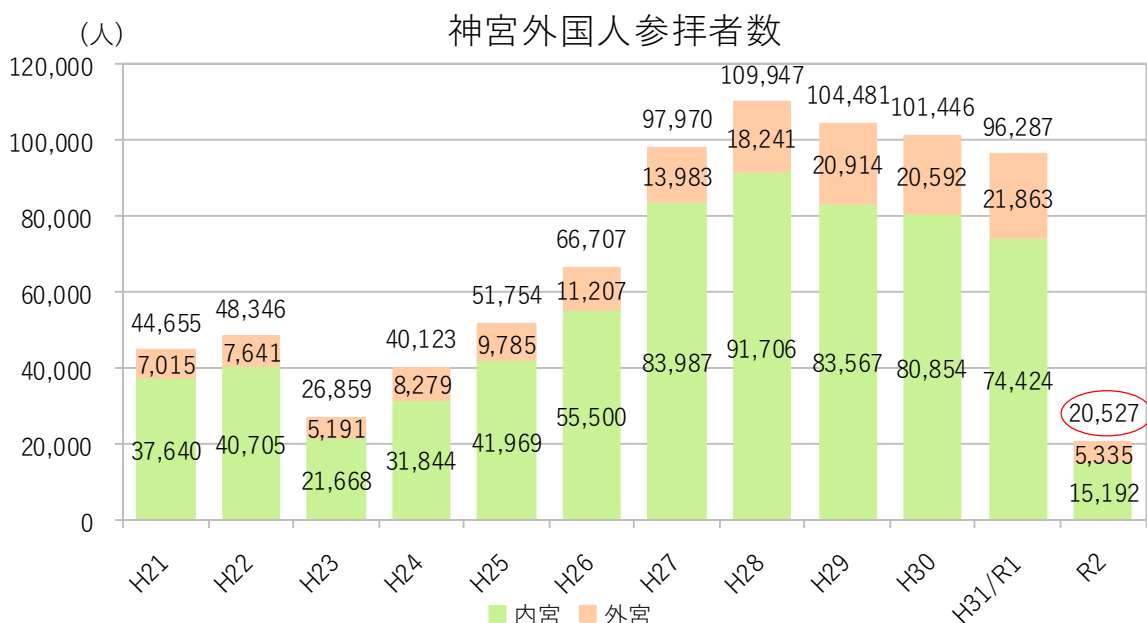


・目標値 13,000 人に対して、案内件数 1,282 人で、達成率は 9.9%。前年比 7,608 人減。



【検証】新型コロナウイルス感染症の世界規模での感染拡大を受け、各地で渡航制限が実施される中、訪日外客数は、約 410 万人（前年比 87.1%減）にとどまった。神宮を訪れる外国人参拝者数も平成 23 年以來 9 年ぶりに 20,000 人台となり、前年比 21.3%まで減少。観光案内所外国人案内件数も 1,282 人となり、前年比 14.4%まで減少した。ここまで減少した要因として、このような状況下で訪れた外国人の多くは、国内在住あるいは長期滞在中の外国人であったことが考えられる。

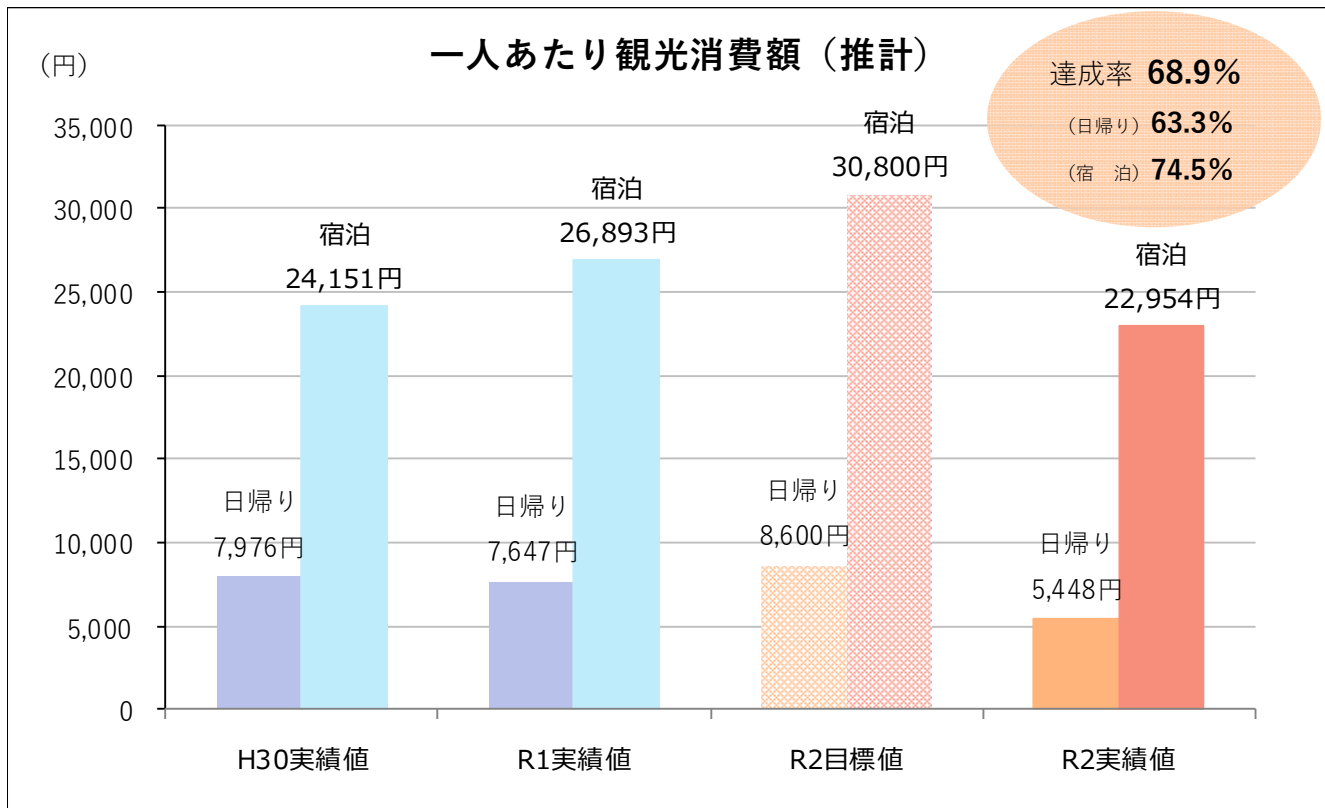
参考 神宮外国人参拝者数 (伊勢市観光統計)



〈4. 一人あたり観光消費額（推計）〉

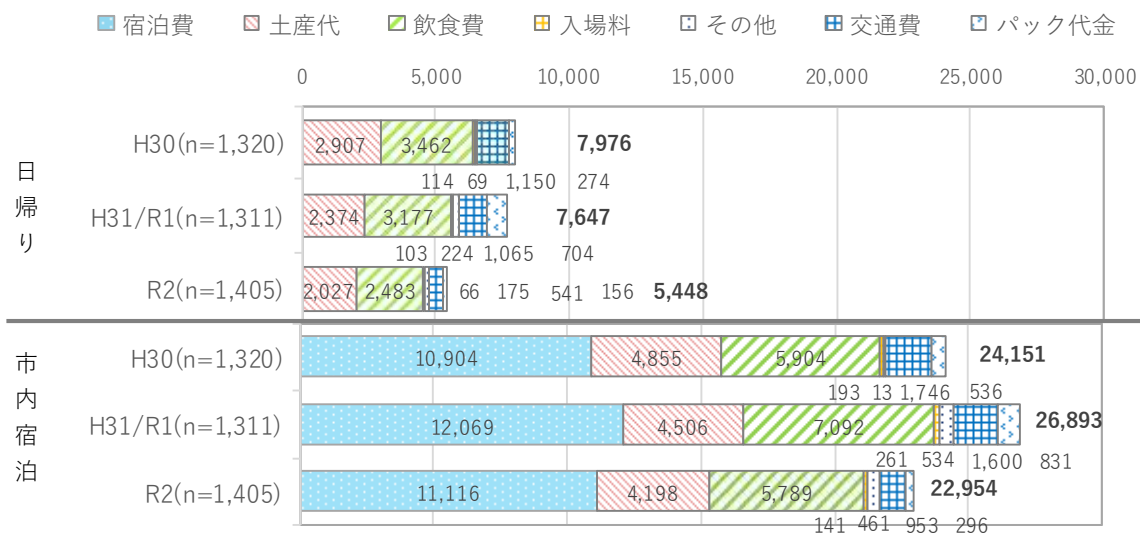


・目標値 日帰り 8,600 円、宿泊 30,800 円に対して、推計値 日帰り 5,448 円、宿泊 22,954 円で、達成率 日帰り 63.3%、宿泊 74.5%、平均 68.9%。



【検証】 入込客数同様に、感染リスクを避けるために、周遊する観光客が減り、それに伴い市内消費額が落ち込んだものと推測される。さらに、GoTo キャンペーン開始までは、特に「観光旅行=感染リスクを拡げる行為」という見方も強かったことから、土産の購入を控える、飲食店で食事をせずに自家用車内で食事を取るといった消費行動の変化があったことも影響したと考えられる。

参考 市内平均消費額（伊勢市観光客実態調査【H30、R1との比較】）

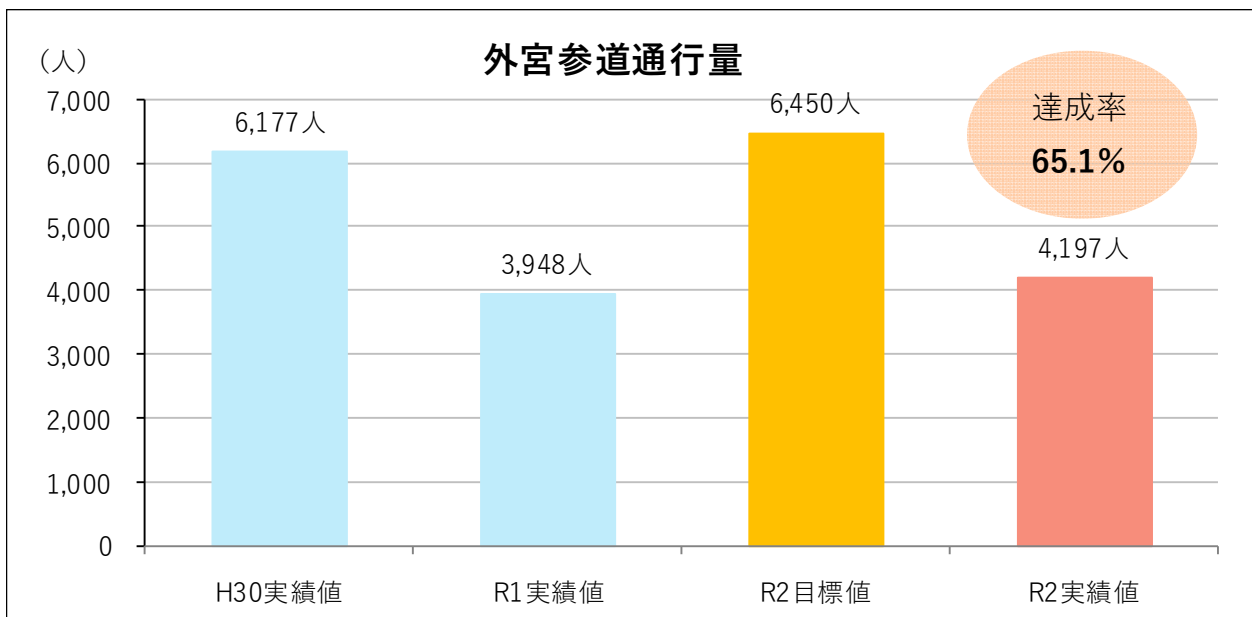


※バック代金（市内分）は、バック代金（市外分含む）の20%としています。

〈5. 外宮参道通行量〉



・ 目標値 6,450 人に対して実績値 4,197 人で、達成率は 65.1%。前年比 249 人増。



【検証】 前年比では増加となったが、これは毎年 3 月上旬に調査を実施していることから、昨年（令和元年）調査実施日も既に新型コロナウイルス感染症の感染拡大の影響が出始めていたことによるものである。目標未達成ではあるものの、外出自粛が続くなか、全調査地点中、前年よりも通行量が増加したのは「外宮参道」の調査地点のみであることは、観光客の往来が回復しつつあることの証左と考えられる。

参考

歩行者通行量（商店街歩行者通行量調査）

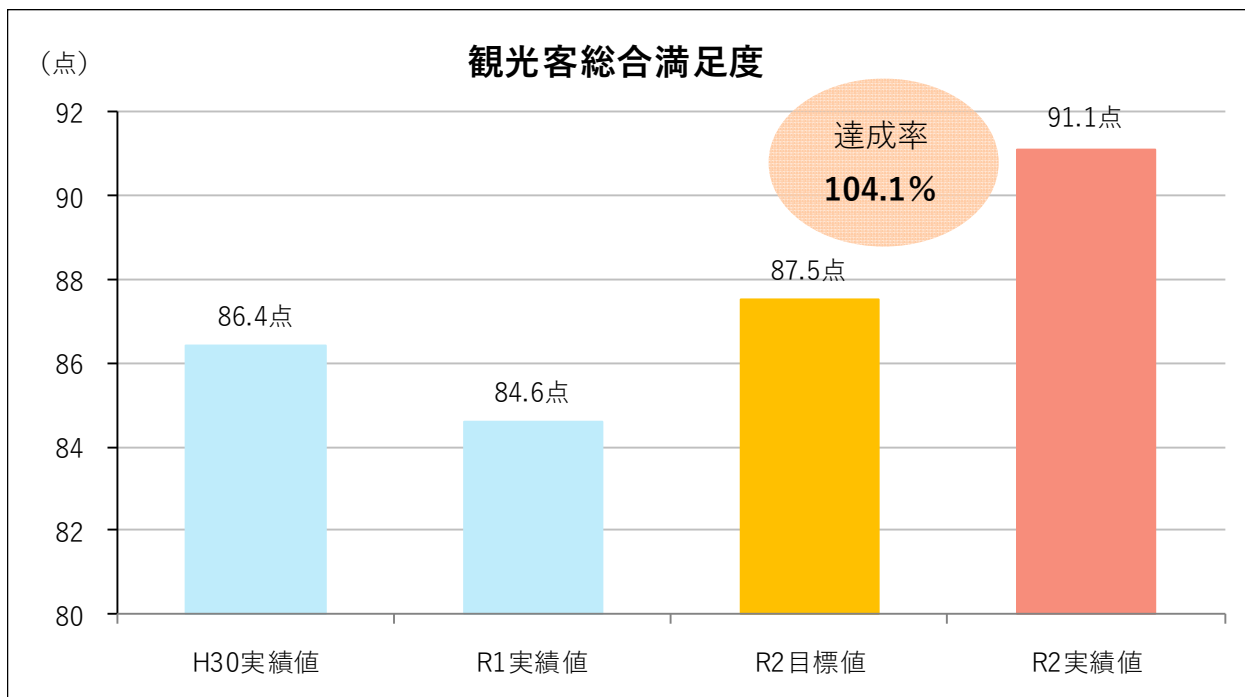
令和元年度調査日：令和 2 年 3 月 7 日（土） 午前 9 時～午後 6 時
 令和 2 年度調査日：令和 3 年 3 月 14 日（日） 午前 9 時～午後 6 時

商店街名	調査地点		R2年度 (晴)	R1年度 (晴)	R2対R1年度		H30年度 (晴)	R2対H30年度	
					増減(人)	増減率(%)		増減(人)	増減率(%)
伊勢明倫	西	計	150	263	△ 113	△ 42.97	295	△ 145	△ 10.85
	観光文化会館前	計	235	309	△ 74	△ 23.95	364	△ 129	△ 15.11
外宮参道	シャレオサエキ前	計	4,197	3,948	249	6.31	6,177	△ 1,980	△ 36.09
	神泉東側	計	3,662	3,425	237	6.92	6,632	△ 2,970	△ 48.36
	伊勢市駅前	計	566	561	5	0.89	1,076	△ 510	△ 47.86
伊勢市駅前	再開発ビル前	計	615	642	△ 27	△ 4.21	799	△ 184	△ 19.65
	再開発ビル前鉄道側	計	698	835	△ 137	△ 16.41	1,081	△ 383	△ 22.76
伊勢銀座新道	東	計	512	542	△ 30	△ 5.54	619	△ 107	△ 12.44
	中央	計	424	513	△ 89	△ 17.35	564	△ 140	△ 9.04
	西	計	351	400	△ 49	△ 12.25	449	△ 98	△ 10.91
さくら通り	二富士前	計	46	67	△ 21	△ 31.34	263	△ 217	△ 74.52
栄町	中央	計	80	141	△ 61	△ 43.26	147	△ 67	△ 4.08
伊勢高柳	東	計	453	506	△ 53	△ 10.47	527	△ 74	△ 3.98
	中央	計	541	595	△ 54	△ 9.08	657	△ 116	△ 9.44
浦之橋	東	計	627	937	△ 310	△ 33.08	1,496	△ 869	△ 37.37
	西	計	308	534	△ 226	△ 42.32	523	△ 215	2.10
筋向橋	旧渡辺石油前	計	288	480	△ 192	△ 40.00	607	△ 319	△ 20.92
二俣通り	旧出崎屋前	計	242	419	△ 177	△ 42.24	377	△ 135	11.14
	伊勢市駅前（北口）	計	433						
	河崎南側	計	284						
	計		14,712	15,117	△ 405	△ 2.68	22,653	△ 7,941	△ 33.27

〈6. 観光客総合満足度〉

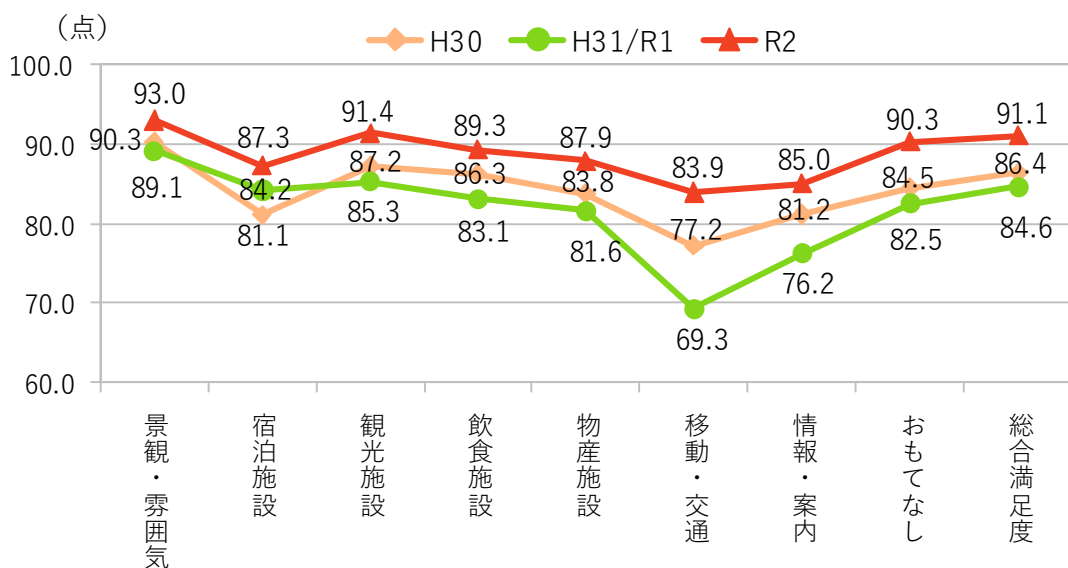


・目標値 87.5 点に対して調査結果 91.1 点で達成率は 104.1%。前年比 6.5 点アップ。



【検証】平成 29 年以降、下降傾向が続いていたが 90 点を超える良好な結果となった。新型コロナウイルス感染症の影響で普段以上にリピーター割合が上がり、もともと伊勢によいイメージを持っていた方が多く訪れたことが一因と推測される。項目別に見ると、全ての項目で平成 30 年度、平成 31 年度/令和元年度よりも点数を上げており、特に「移動・交通」は、最も上がり幅が大きくなった。その理由としては、自家用車・バイクで訪れる割合は増えたものの来訪者数全体が減った結果、内宮周辺地域の道路・駐車場の混雑が緩和されたことが考えられる。

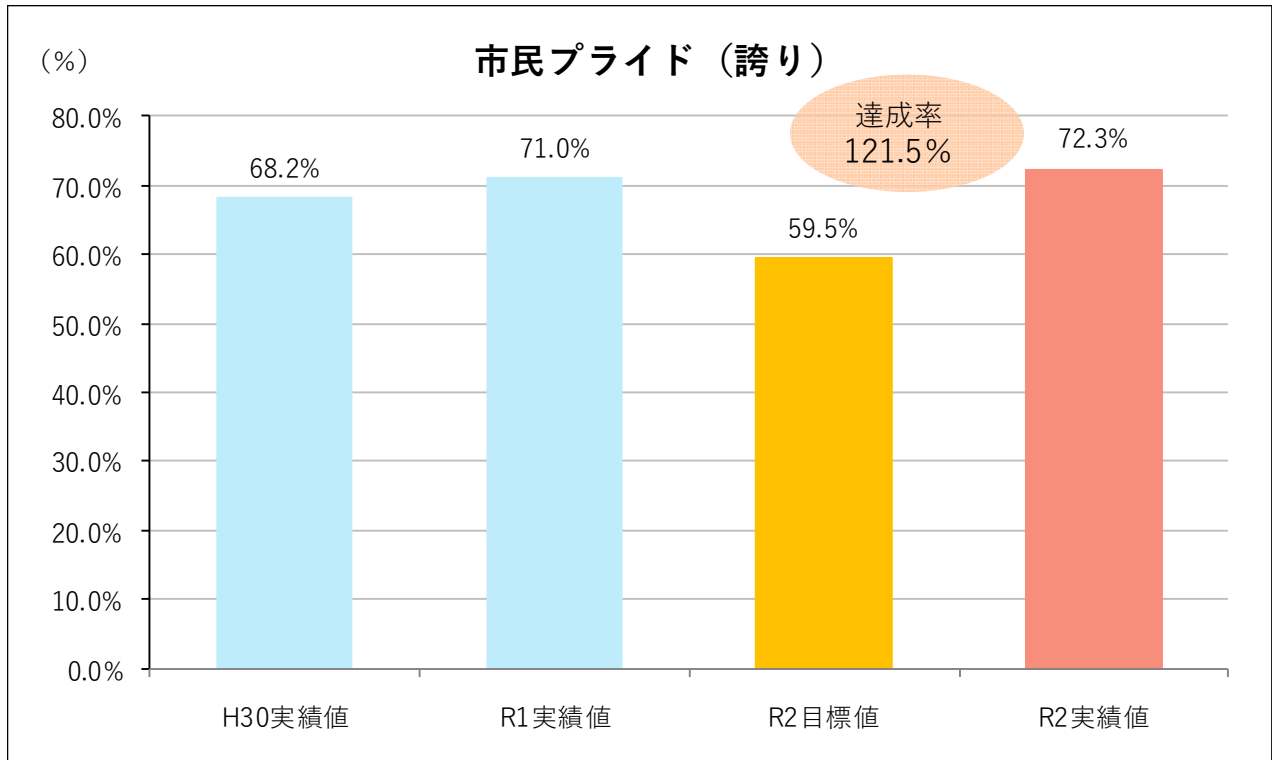
参考 満足度の平均点 (伊勢市観光客実態調査)



〈7. 市民プライド（誇り）〉



・目標値 59.5%に対して調査結果 72.3%、達成率は 121.5%。前年比 1.5%アップ。

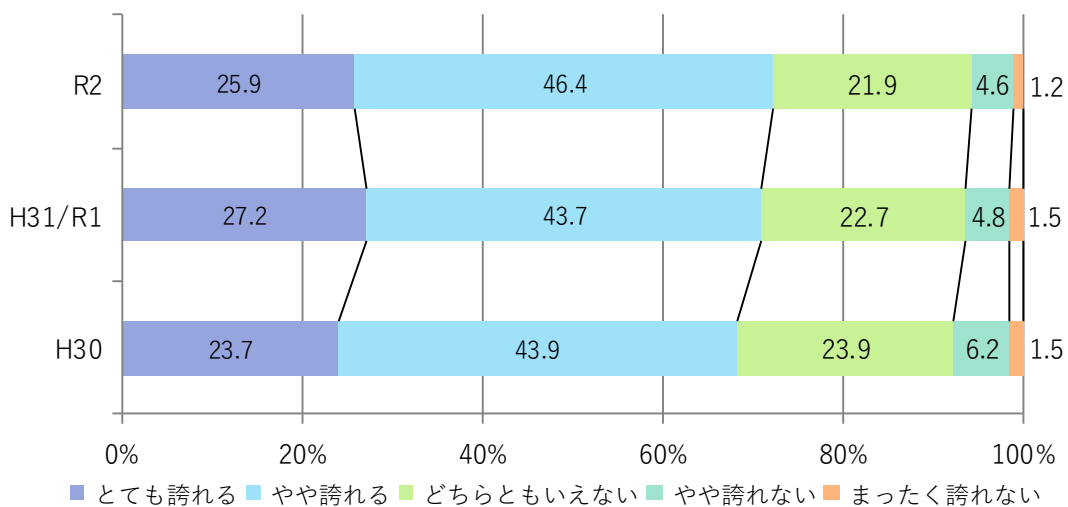


【検証】「とても誇れる」が 25.9%、「やや誇れる」が 46.4%であり、目標を達成した。一方で、前年と比べると、「とても誇れる」の割合が 1.3%の減少となったため、改善していくことが重要である。

参考

「伊勢市を国内外に誇れるまちだと思いますか」（伊勢市市民アンケート）

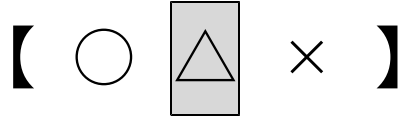
（無回答等を除いた割合 単位：%）



※少数第2位を四捨五入しているため、構成比の合計が 100%とならない場合があります。

●基本方針に基づく取組みと検証

基本方針1 「神宮を中心とした物語性」の発掘



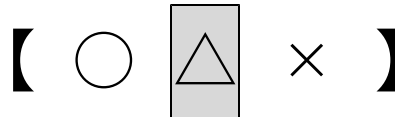
豊かな自然に囲まれた伊勢は、いにしえから神宮がご鎮座するまちとして、江戸時代に流行した「お伊勢参り」に代表されるように、世界に誇れる歴史・文化などの資源を数多く有し、そこで暮らす市民の営みもあわせて、伊勢ならではの魅力として今も多くの人達をひきつけています。

しかし、地域の日常生活や文化の中にも、私たち自身がその魅力に気づいていないものもたくさんあるでしょう。そういった潜在的な観光資源も神宮へとつながっているはずで、これらを地域と一緒に掘り起こし、洗練していくことで、このまちと訪れる人との新たな交流を生み出します。

- JR東海との協働で観光キャンペーンを展開するなかで、東京駅などの主要駅構内等のデジタルサイン等を活用した展開による旅行商品への誘導及び情報発信を行った。(下半期実施)
- 世界的なグラフィックデザイナー「原研哉」さんを起用して作成した観光ポスター等を、鉄道会社や空港などで展開した。(下半期実施)
- 「伊勢の御師フォーラム 2021 実行委員会」に参画し、令和2年度の懸賞論文募集の実施と、御師制度廃止150年の節目となる令和3年のシンポジウム開催に向けた調整を行った。

★課題★ コロナ禍を逆手に取って、人があまり訪れていない密にならない神宮に繋がる観光資源を中心とした物語性を持った市内周遊促進する。

基本方針2 産業視点での観光の推進



観光には、様々な側面があります。中でも、地方創生の流れの中、最も注目されているものが産業視点での観光です。ただ人が来訪するだけでは産業にはつながりません。観光により消費を生み出し、地域に効果を波及させることを意識する必要があります。

- 新型コロナウイルス感染症の感染拡大による観光客の減少により、経済的に打撃を受けた飲食店・宿泊施設を支援することを目的としたクラウドファンディングを活用した支援事業を観光協会と協働で実施した。
- 「ウィズコロナ」「アフターコロナ」時代に向け、市内主要観光地の混雑状況がWeb上で把握できるよう、市内7か所に定点カメラを、2施設にIoTボタンを設置し、リアルタイム混雑状況配信サイト「空きです、伊勢♪」で配信を開始した。
- 宿泊施設・飲食店・土産物店等が、GoToトラベル事業に参画しようとしているが、登録申請が複雑で登録件数が伸びないため、申請業務支援を実施。
- 協会と共同運営している観光情報の公式ホームページにショッピングサイト機能を追加。
- 協会協働事業として、外宮・河崎・二見エリア周辺のランチを中心としたグルメガイド「伊勢ランチガイド」を作成した。

★課題★ ウィズコロナ・アフターコロナ時代を生き残るための情報発信や観光消費額の回復に向けた各種取組みを進める必要がある。

基本方針3 ターゲット別PR戦略と検証可能な取り組み【 ○ △ × 】

伊勢の魅力をたくさんの人に知っていただき、観光誘客を促すためには、明確なターゲットを定め、それらに対してタイムリーに、かつ的確なPRを仕掛けていくことが重要になります。やみくもな情報発信では、認知はされても誘客に至らず、また来訪いただいても求めていたものと異なっているために満足度が低く、結果としてリピートされないなど、成果につながらない取り組みとなってしまいます。ターゲット設定と合わせ、具体的な目標を立て、結果をしっかりと検証し、改善を重ねていくことも重要です。

- 協会協働事業として、類似するパンフレット「二見浦」「二見まちあるきマップ」を統合し、「二見まち歩きまっぷ」を作成した。
- 「よりみちノート」を活用し、地元目線ならではの情報や、伊勢を訪れたからこそ分かる情報をSNSで発信。全国展開の情報誌及びWebでも発信。
- 観光客実態調査、外国人観光客実態調査等を実施し、伊勢市内の主な観光地を訪れた観光客の実態等を捉えた。「伊勢市観光振興基本計画推進委員会・検証部会」を開催し、伊勢市観光振興基本計画の検証を行った。

★課題★ コロナ禍でも伊勢を好きで訪れてくれた多くのリピーターの方に感謝しつつ、その方々に続く新規来訪者・リピーターを獲得できるように、適時・適切な情報発信を行う。

基本方針4 笑顔で迎える受入環境・受入基盤の整備【 ○ △ × 】

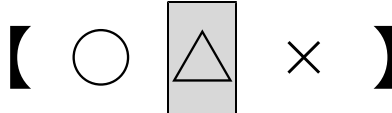
素晴らしい資源があり、誘客に成功したとしても、滞在環境により不快な思いをした方は、リピーターになっていただけません。また、先進的なトイレが誘客要因になるなど、観光ニーズは多様性を極め、時代に応じたアップデートが求められています。観光に携わる事業者や市民のホスピタリティはもちろんのこと、「負のイメージ」を持たれないよう、来訪者に良い「思い出」を残し、再び訪れていただけるよう努力が必要となります。

外国人の受け入れ体制も含め、障がい者や高齢者など様々な来訪者を「笑顔で迎え入れ、笑顔でお帰りいただく」ため、まちとして観光客を受け入れる基盤作りを推進します。

- 近鉄五十鈴川駅前商業施設にE-BIKEレンタサイクル拠点を整備（協会協働事業）
年始の混雑時期の分散化を図る「平日伊勢まいり」キャンペーンの実施（協会協働事業）
- 夫婦岩・二見興玉神社周辺の滞在環境向上のため、二見浦海岸公衆トイレを改修し、洋式化・清潔機能向上・多目的トイレ機能拡充などを行った。
- 観光協会と連携し、感染症対策として消毒液スタンドを配布し、事業者店頭等に設置した。また、熱中症対策としてミスト噴霧器を駅前に設置した。
- “新しい旅のエチケット”を守って、旅行者の皆様も、地域も、みんなが安心して旅が出来るよう、伊勢志摩地域が一体となった感染拡大防止対策として、「伊勢志摩スタンダード」を実施。オリジナル除菌スプレー「旅するスプレー」をLINE公式アカウントを友達追加していただいた方に配付したほか、当該LINEアカウントを通じて、伊勢志摩の旬の観光情報を発信。

★課題★ どのような時でも安心して快適に観光が出来る受入環境・受入基盤の整備を進め、ウィズコロナ・アフターコロナ時代でも選ばれる観光地づくりを進めていく。

基本方針5 「競争と協働」視点での連携の推進



「伊勢志摩」と呼ばれるように、伊勢市は昔から鳥羽・志摩エリアとは切っても切れない関係にあります。また近年は、伊勢市が中心市となり、近隣市町同士がそれぞれの有する都市機能や地域資源を有効に活用しあいながら相互に連携し、圏域全体で様々な課題に対応していく定住自立圏構想も推進しています。観光誘客活動においても、伊勢市単独で行うのではなく、鳥羽、志摩など周囲の地域とも連携することで、お互いの観光資源を有効活用することができ、より多くの集客が可能になります。周辺地域との協力で、ライバルとして競い合いながらも互いにメリットのある関係を築き、共にさらなる発展を目指していきます。

- 明和町と共同で、つながりのある歴史・文化などの観光資源を活用した広域観光パンフレットを作成。
- エコツーリズム推進協議会に参画。
- 「自転車を活用したまちづくりを推進する全国市町村の会」に参画。
- 「いやしの、伊勢志摩へ」をコンセプトに、鉄道会社と連携して、中京・関西・首都圏を対象にポスター掲示を実施。また、GOTO トラベル地域共通クーポンを伊勢志摩地域内で使い切ってもらえるよう、特設サイトの開設・Web 広告・ミニガイドブック制作をし、ガイドブックは旅行会社約 140 店舗の店頭にて配布した。

★課題★ 目的や有効性を十分に検討し、双方有益となるような事業を精査して進めていく。

基本方針6 市民力の向上、人材育成及び活用推進



観光客にとって、歴史・文化や食だけでなく、その地で出会う地元の「人」との触れ合いが、その旅をよりよいものにします。このため、魅力ある観光地として伊勢市が持続的に発展していくためには、人づくりが不可欠となります。

市民が伊勢について学び、知ることで、伊勢市に住むことの誇りや地域愛が醸成され、そして、意識することなく「おかげさま」の心が自然とにじみ出るとともに、伝統文化を引き継いでいく。そのような高い「市民力」を持つ人材の育成及び活用を支援します。

- 伊勢市が共生社会ホストタウンとしてラオスパラ陸上チームのパラリンピック事前合宿を受け入れることをきっかけに、小学生・大学生など多様な世代・立場の方々の参画により、新しいバリアフリーマップの作成、視覚障がい者向け遠隔音声案内ツールの実証実験などを行った。
- 小学生高学年を対象に、楽しみながら観光案内などを体験しつつ伊勢の歴史文化や観光に触れる場を設け、次世代の担い手の育成を図った。皇學館大学生、市民ボランティア、協会等が事業参画した。
- SNS を活用した情報発信手法を地域内の事業者に学んでいただくため、専門家を招いて「ゼロから始める SNS セミナー」を実施した。

★課題★ コロナ禍においても、未来の観光都市 伊勢を支える人材育成を進めるためのさらなる取り組みの充実が必要である。