

現行計画の振り返りについて

第1回 伊勢市観光振興基本計画推進委員会

令和7(2025)年7月31日

1 現行計画の振り返り

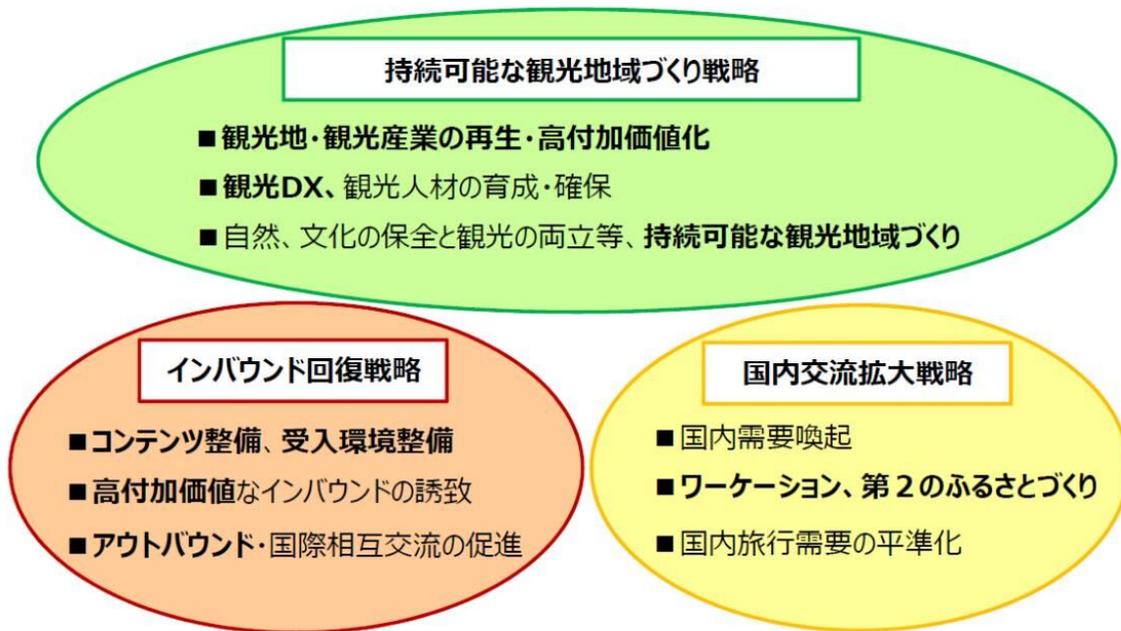
- 伊勢市観光振興基本計画の体系について、以下の通り整理した。
- 現行計画においては、**常若の精神を基盤とした持続可能な発展(SDGs)**を目指し、**安心安全な環境整備を通じて市民の満足と観光客の満足を同時に実現する**、包括的で持続可能な取り組み・計画として展開している。



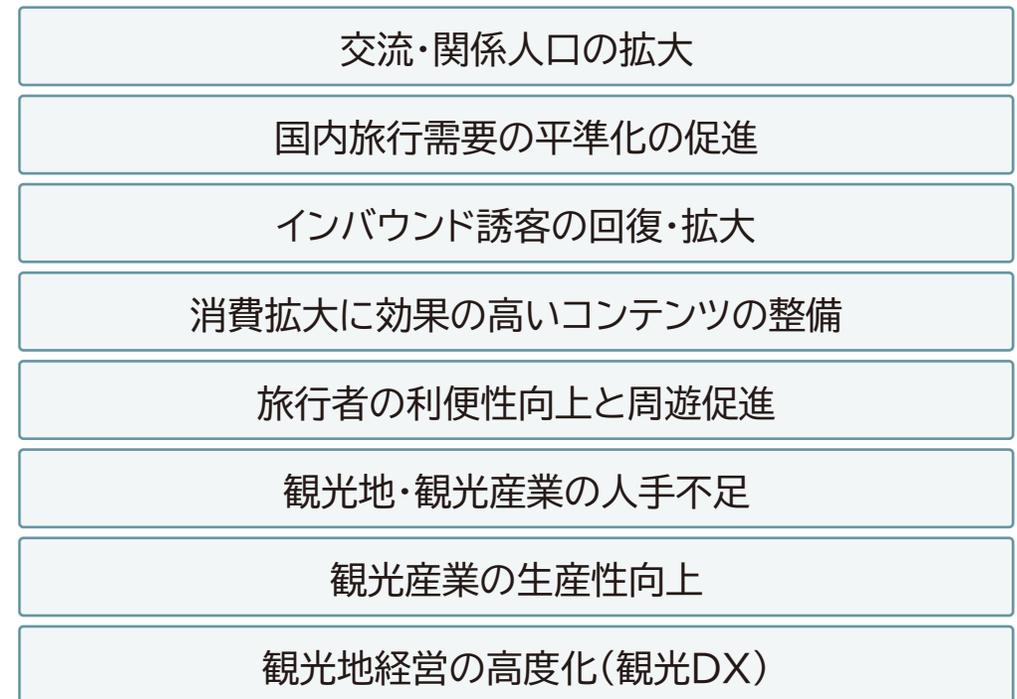
- 平成19(2007)年1月に施行された観光立国推進基本法の規定に基づき、観光立国の実現に関する基本的な計画として新たな「観光立国推進基本計画」が閣議決定された。(令和5(2023)年3月31日閣議決定)
- この基本計画においては、観光立国の持続可能な形での復活に向け、観光の質的向上を象徴する「持続可能な観光」「消費額拡大」「地方誘客促進」の3つをキーワードに、**持続可能な観光地域づくり、インバウンド回復、国内交流拡大の3つの戦略**に取り組むこととしている。

今後の観光政策の方向性

資料4 今後の観光政策の方向性



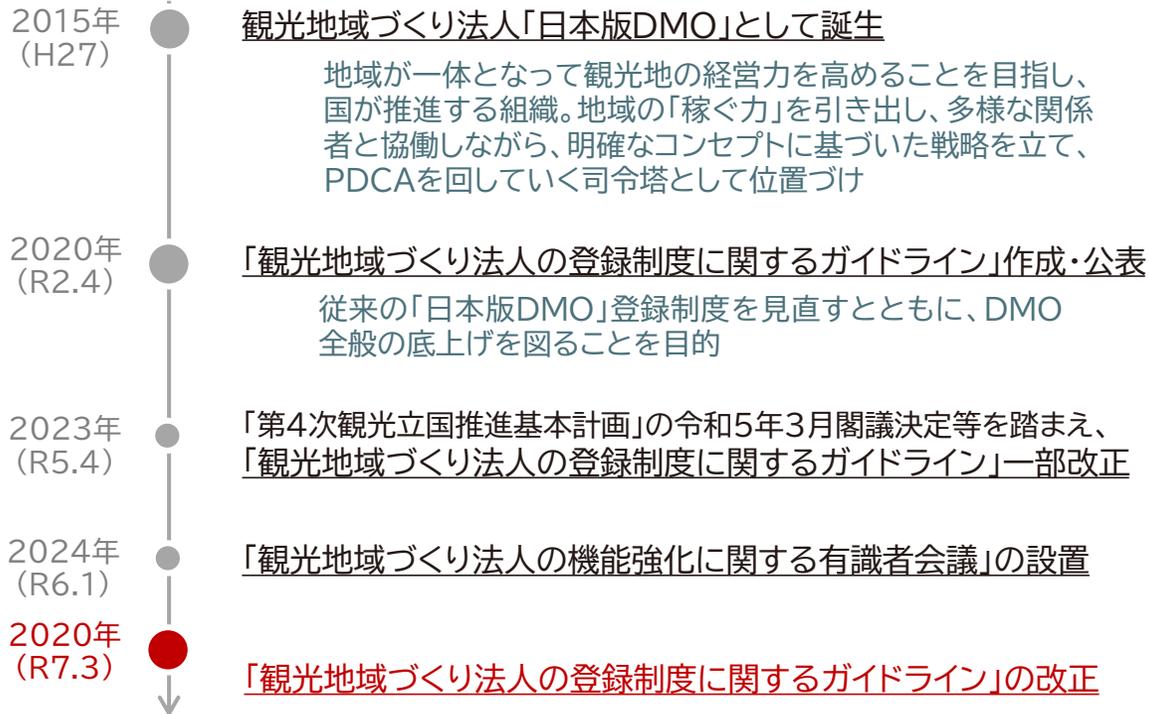
重要となるキーワード



2 全国的な方針

- 観光地域づくり法人(DMO)の登録制度開始から10年が経過し、市場環境等が大きく変化するなか、DMOの存在や地域から求められる役割も変化してきていることから、観光庁は「観光地域づくり法人の機能強化に関する有識者会議」での議論を受け、令和7(2025)年3月に「観光地域づくり法人の登録制度に関するガイドライン」の見直しを行った(令和7(2025)年10月施行予定)
- 新たなガイドラインのポイントは、「登録要件の見直しと更新要件の追加」、「審査レベルの向上」、「機能や役割を整理することによる異なる要件の導入」の3点。観光地域づくりの司令塔として、よりマネジメントの質を担保しその活動の質を向上を目指す。

DMO誕生からこれまでの大きな流れ



ガイドライン改正のポイント

登録要件を見直す背景・目的・ポイント



背景

- DMO制度設立以来約9年。登録DMO数は312
- オーバーツーリズムの未然防止・抑制をしつつ、地方への誘客を進める必要性が高い状況
- DMOは、観光地域づくりの司令塔として、これまで以上に役割を果たすべき役割が向上

目的

- 観光立国の実現に向け、DMOに求める機能や役割をより明確にすること
- DMOの取組や成果を適正に評価すること
- DMOの活動の質を向上させるとともに体制強化を図ること

ポイント

- ① 登録要件の見直し。更新要件の追加
- ② ヒアリング導入等審査期間の十分な確保による審査レベルの向上。併せて、候補DMOの廃止と留保DMOの導入
- ③ 機能の違いを整理することによる、異なる要件の導入

資料：第5回有識者会議資料「DMO登録要件の見直し」
観光庁観光地域づくり法人の登録

3 新計画策定において重要な視点

- 令和7(2025)年から、第63回神宮式年遷宮関連行事がはじまり、地域の機運の高まりや国内外の来訪者増が見込まれる一方で、近年は、有名観光地での観光公害等も大きな問題となっており、地域や住民を守る視点も求められている。
- 今後の持続可能な観光の推進に向けて、以下のような視点を念頭に置きつつ、新計画の策定が重要となる。

新計画策定において重要な視点

持続的な観光地経営等の
本物・本質志向の拡大



観光の価値を高める
旅行の推進



観光庁 高付加価値
旅行者の誘客に向
けて集中的な支援
等を行う「モデル観
光地11地域」として、
伊勢志摩及び周辺
エリアが選定。

デジタル技術の活用や
観光のICT化



【事例紹介】

▶京都市

データに基づく施策により、観光地の混雑緩和や周遊促進、宿泊施設の経営改善に寄与。

▶鶴巻温泉

元湯陣屋が開発したクラウド型宿泊施設管理システム(予約・顧客情報の一元管理、社内連絡・連携、経営指標の可視化など)により、経営再建を果たす。

観光を起点にまちのファン
(関係人口)を増やす



インバウンド誘客の
拡大



交通不便の改善・
交通手段拡充など、
住民と観光客の双方にとって
win-winな観光地経営



神宮式年遷宮関連行事
の開始



宿泊割合の向上



伊勢市の観光における現状

第1回 伊勢市観光振興基本計画推進委員会

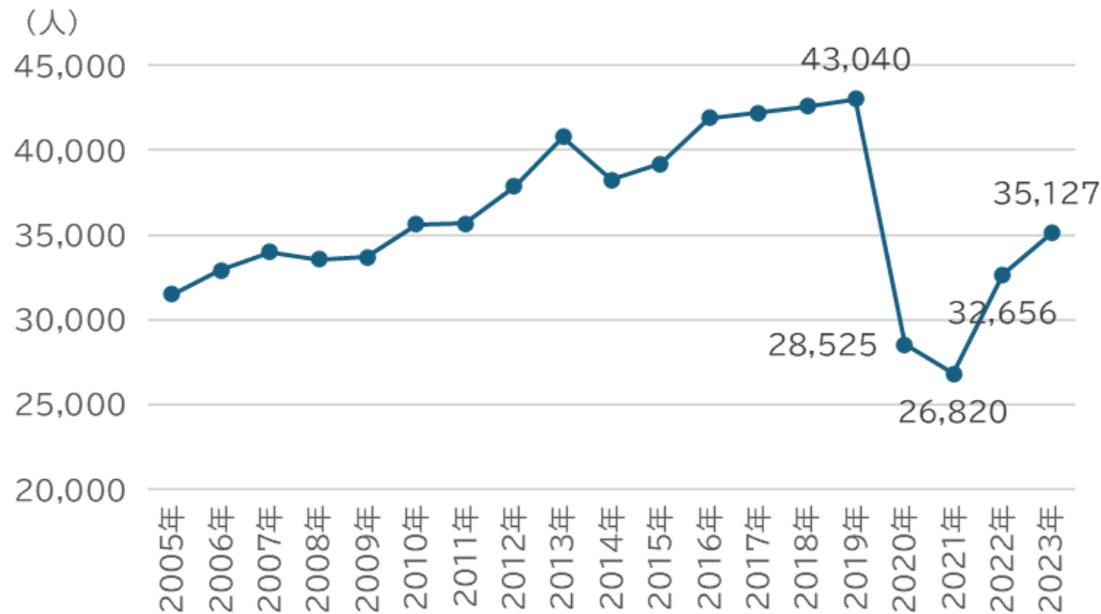
令和7(2025)年7月31日

1. 三重県の観光動向
2. 伊勢市における人口等の現状
3. 伊勢市における観光の現状
 - ① 観光客の推移
 - ② 神宮外国人参拝者数の推移
 - ③ 宿泊者数と日帰りの割合
 - ④ 宿泊者数の推移
 - ⑤ 月別神宮参拝者数
 - ⑥ 月別の宿泊者数
 - ⑦ 観光消費額
 - ⑧ 伊勢市への旅行目的
 - ⑨ 伊勢市への訪問回数
 - ⑩ 伊勢神宮に関する知識
 - ⑪ 伊勢市観光の満足度
 - ⑫ 市民アンケートからみえる現状
 - ⑬ 地域パワーインデックス
 - ⑭ 受入体制
4. 課題のまとめ

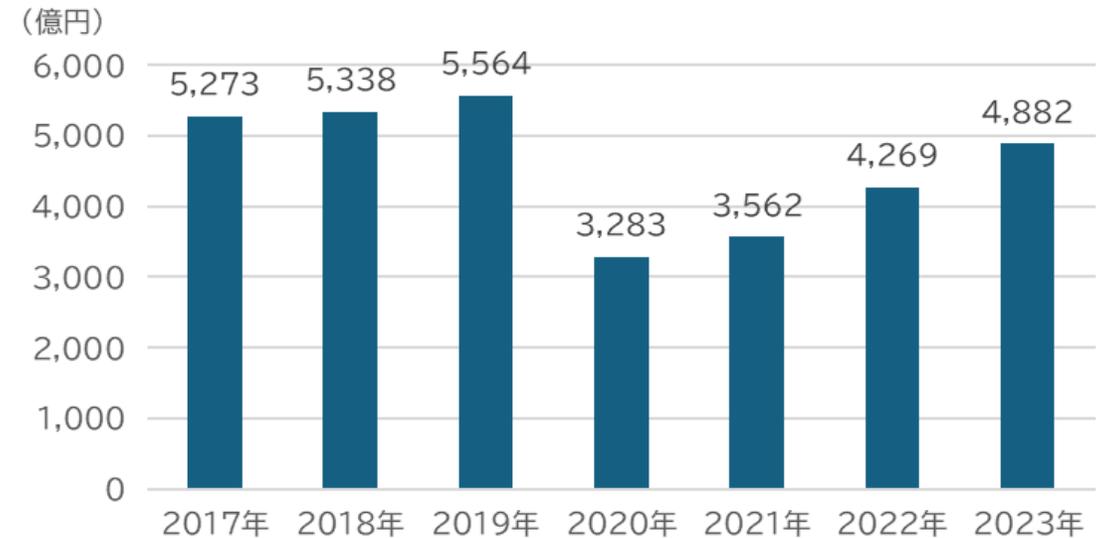
1 三重県の観光動向

- 三重県では観光産業を、県経済を牽引する産業の一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組を展開。
- **観光入込客数・観光消費額ともに、令和元(2019)年に過去最高を記録している。**

三重県観光レクリエーション入込客数の推移



観光消費額の推移



1 三重県の観光動向

- 三重県の観光消費額は、**県内総生産の6.3%**を占め、**観光の位置づけが高い県**である。
- 「令和5年三重県観光指針」によると、以下の5つの課題を認識しており、課題解決に向け**「高付加価値化」への取り組み**や、戦略的に推進するための**「デジタルマーケティング」**を掲げている。

三重県観光における主な課題

宿泊客の滞在日数が短く、
多くの顧客が土日みの宿泊にとどまる

滞在日数が長く、かつ、消費単価の大きな
首都圏客の割合が少ない

他の地域と比較してインバウンド需要を
取り込めていない

MICE開催地としてのブランド構築が途上

各地域において観光地経営の司令塔となりうる
DMOの不在

三重県観光の課題解決に向けた方向性

観光部のみならず、各部局の施策の連携

高付加価値インバウンド層や首都圏個人客等、
**比較的消費単価の高い顧客層に重点を置いた
施策を推進**

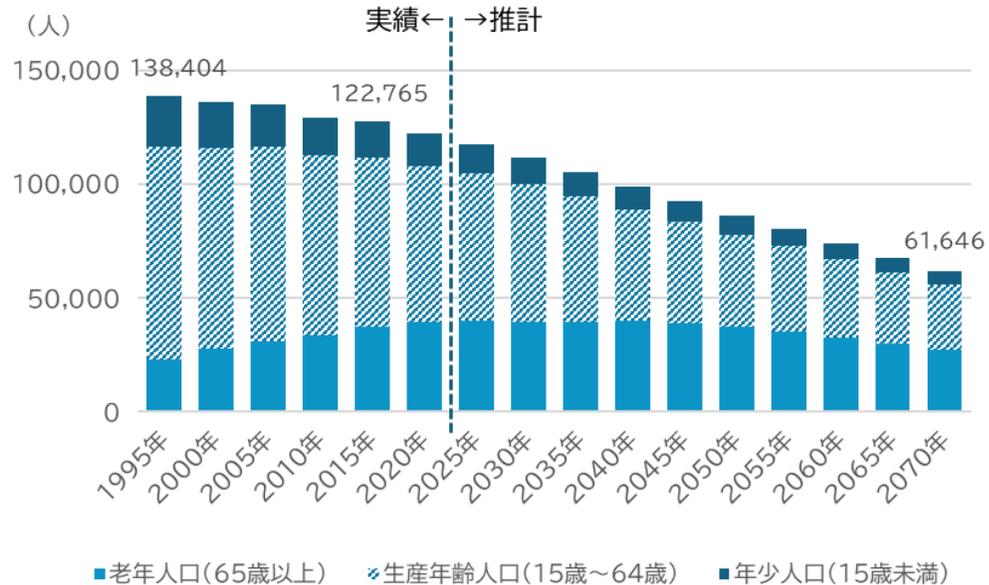
デジタルマーケティングにより
ターゲット層をより明確にし、次世代の顧客層も
取り込んでいけるよう、戦略的に取り組む

2 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。昭和60(1985)年の生産年齢人口は67.3%あったが、令和2(2020)年には56.1%と11.2pt減少。年少人口は20.7%から9pt減少、老年人口は12.0%から20.2pt増加しており、少子高齢化の傾向が著しく進行。
- 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。前回神宮式年遷宮(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る。

➡ 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る。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る。

年齢3区分別の人口推計

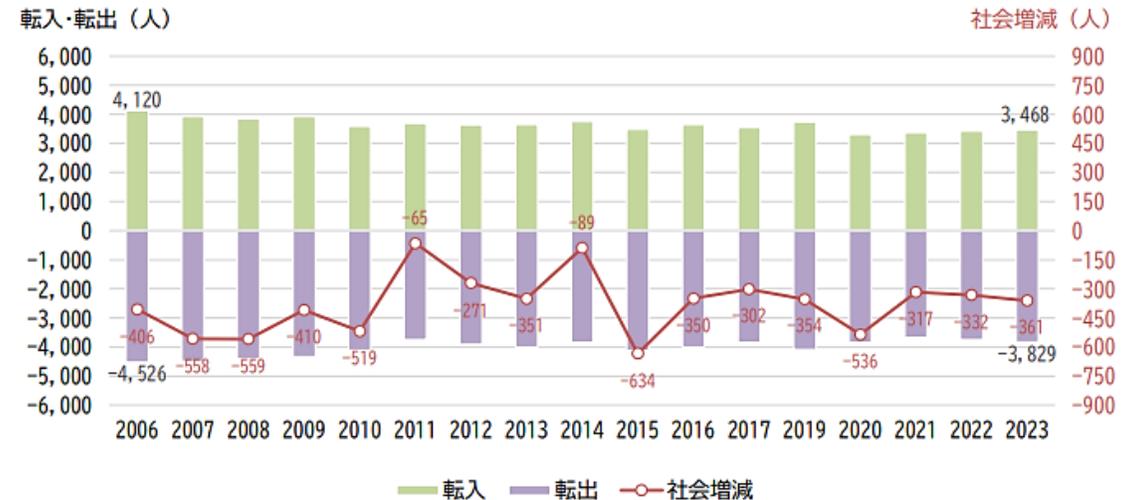


※総務省「国勢調査」(2015、2020)

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く5年ごとの人口を算出

資料:伊勢市地域の未来予測

社会増減の推移



※表記年の期間は前年10月1日～9月30日

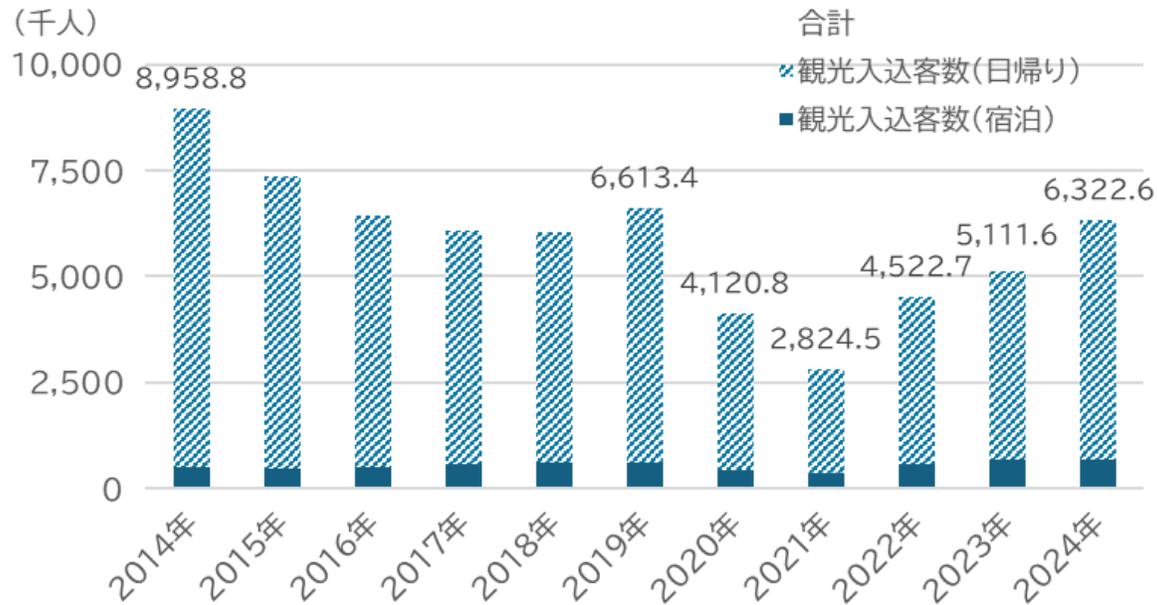
資料:伊勢市人口ビジョン令和7年版(三重県統計書)

3 伊勢市における観光の現状 ①観光客の推移／②神宮外国人参拝者数の推移

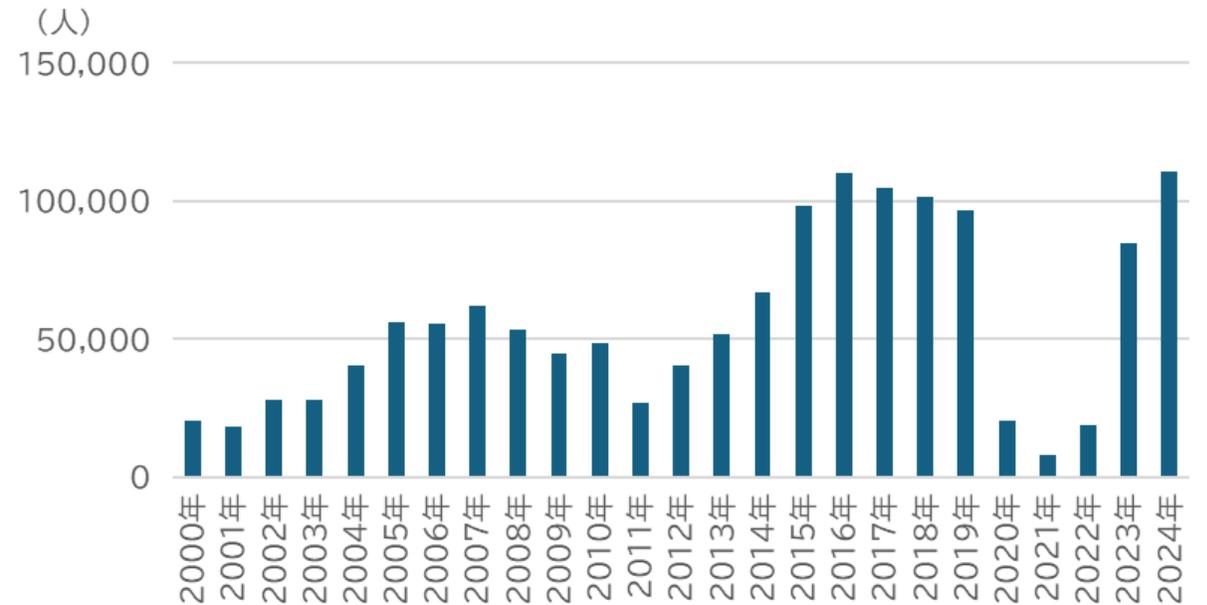
- 本市の令和6(2024)年の観光入込客数は633.2万人と、コロナ禍前の令和元(2019)年比で95.6%まで回復。
- 外国人参拝者はコロナ禍に大きく減少したが、令和6(2024)年には11万人の過去最高参拝者数と、インバウンドの拡大がうかがえる。

➡ 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、この機会を活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る。

① 観光客の推移



② 神宮外国人参拝者数の推移



※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

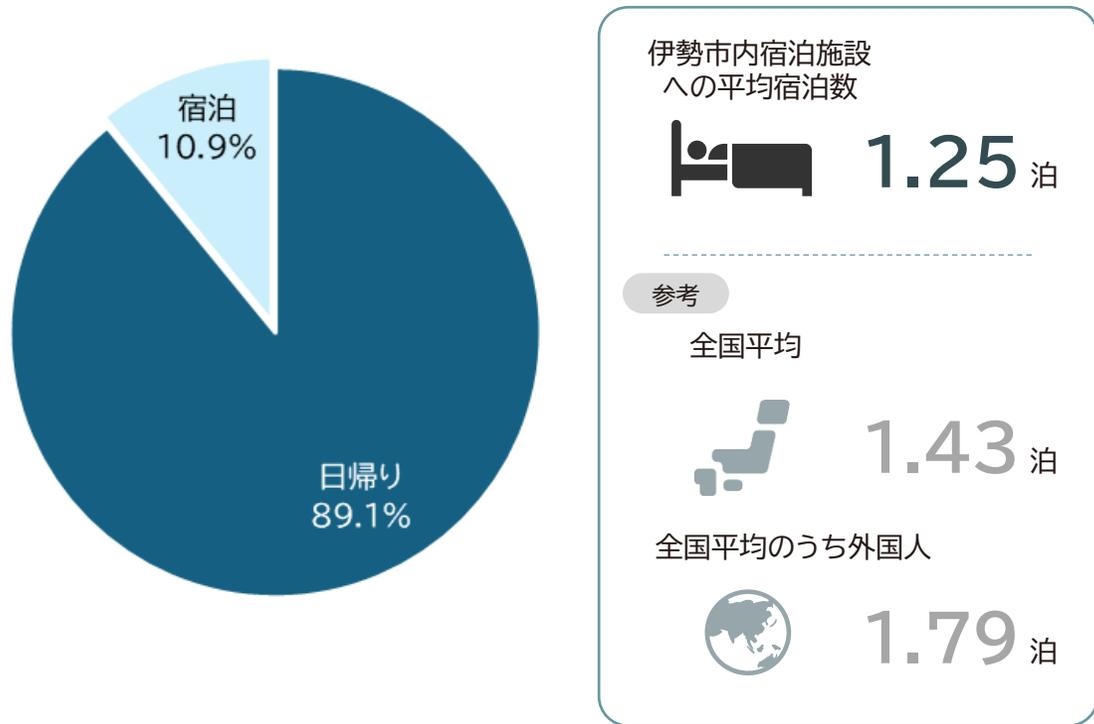
資料:伊勢市観光統計

3 伊勢市における観光の現状 ③宿泊者と日帰りの割合／④宿泊者数の推移

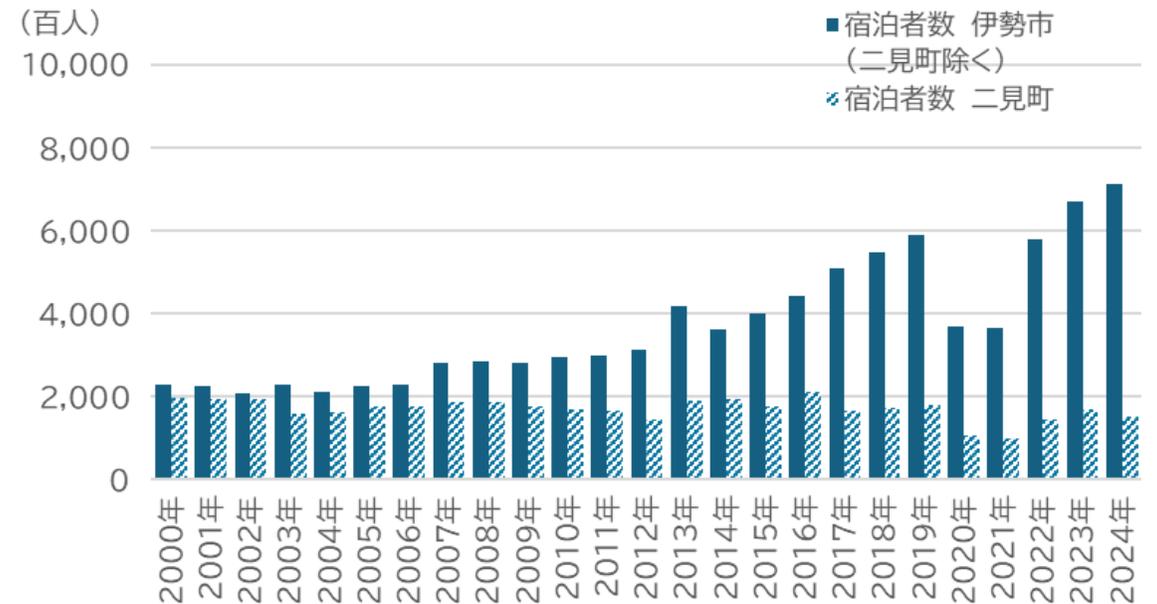
- 本市の日帰り・宿泊の状況については、**日帰り客が全体の約9割を占め、宿泊客が1割と、宿泊の増加が課題**と考えられる。
- 宿泊者数の推移をみると、令和元(2019)年にかけて増加、その後コロナ禍で減少していたが、令和4(2022)年以降は回復傾向にあり、令和6(2024)年には70万人を超え、過去最高の宿泊者数となっている。

➡ **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、滞在時間の延長と宿泊割合向上に向けた取り組みが必要である。**

③ 宿泊者と日帰りの割合 (令和6(2024)年)



④ 宿泊者数の推移



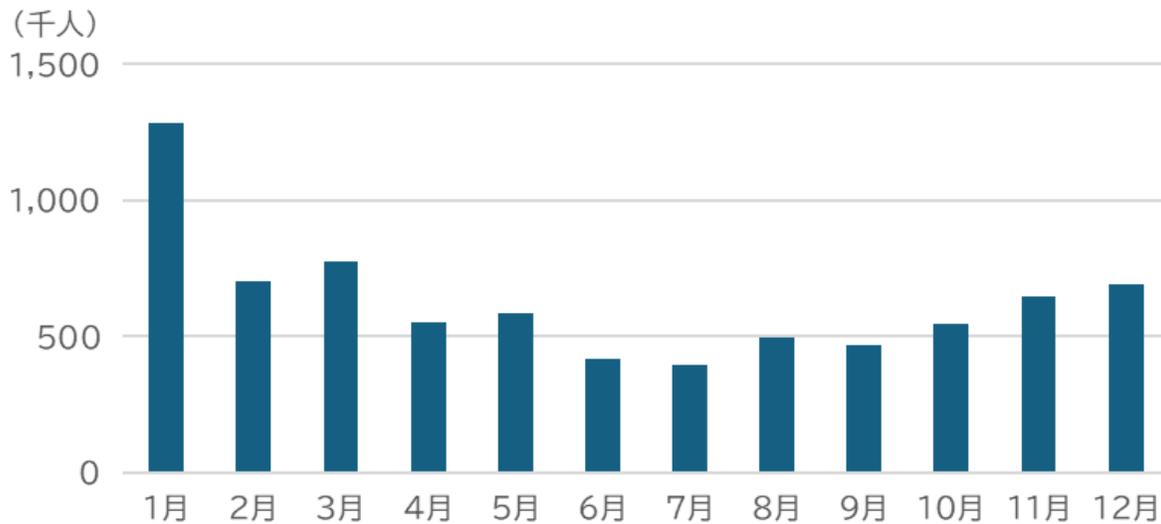
資料:伊勢市観光統計

3 伊勢市における観光の現状 ⑤月別神宮参拝者数／⑥月別の宿泊者数

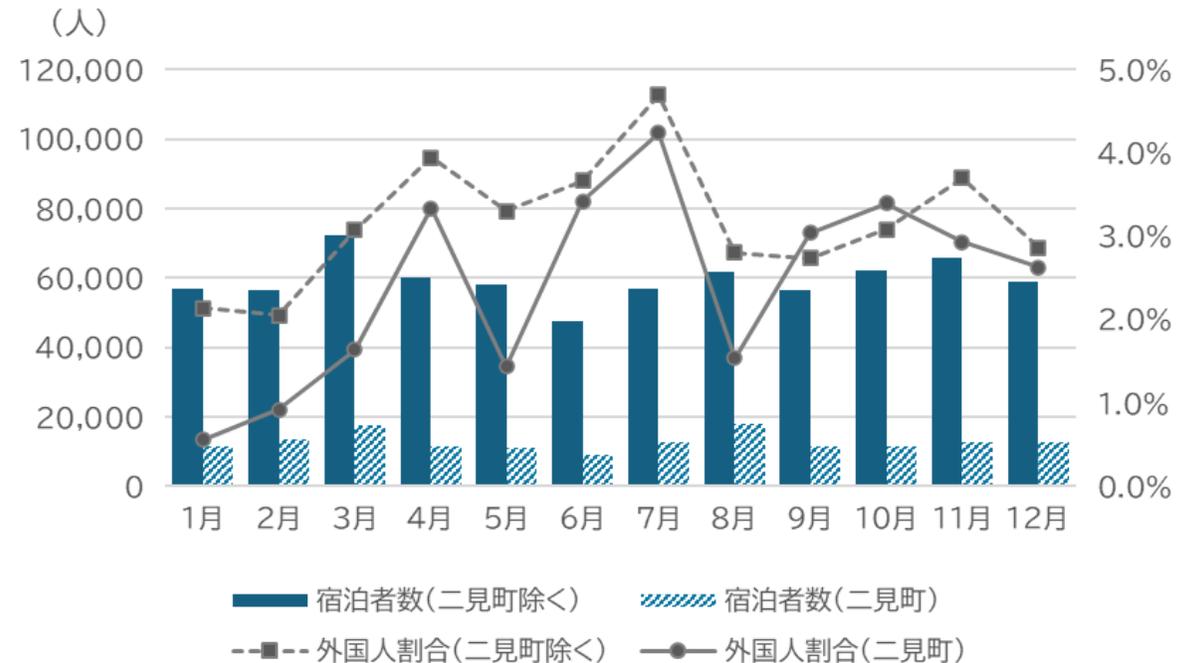
- 令和6(2024)年の月別神宮参拝者数については、1月が最も多く、6～9月の夏季期間はやや低い状況。
- 令和6(2024)年の月別宿泊者数については、全国的な傾向にある夏季・冬季等の長期休暇等にピークがみられる推移と異なり、3月がやや多く、6月が全体と比べてやや少ないが、それ以外は概ね6万人前後で推移しており高低差は小さい。
- 外国人割合は7月が最も多いが5%未満と低く、宿泊者全体と異なる推移となっている。

➡ 正月参拝による1月の集中と夏季の落ち込みという神宮特有の季節変動がある一方で、宿泊需要は比較的安定している。この特性を活かしつつ外国人観光客の誘致拡大を検討する必要がある。

⑤ 月別神宮参拝者数 (令和6(2024)年)



⑥ 月別の宿泊者数 (令和6(2024)年)



資料:伊勢市観光統計

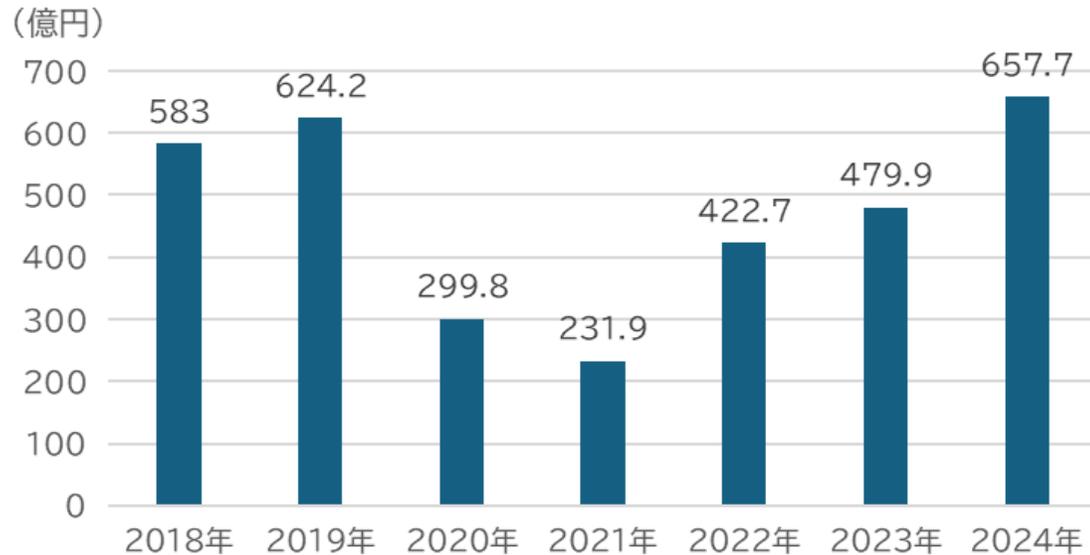
3 伊勢市における観光の現状 ⑦観光消費額

- 本市の消費額全体について、令和6(2024)年現在は約658億円と増加傾向となっている。
- 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。いずれも近年増加傾向。

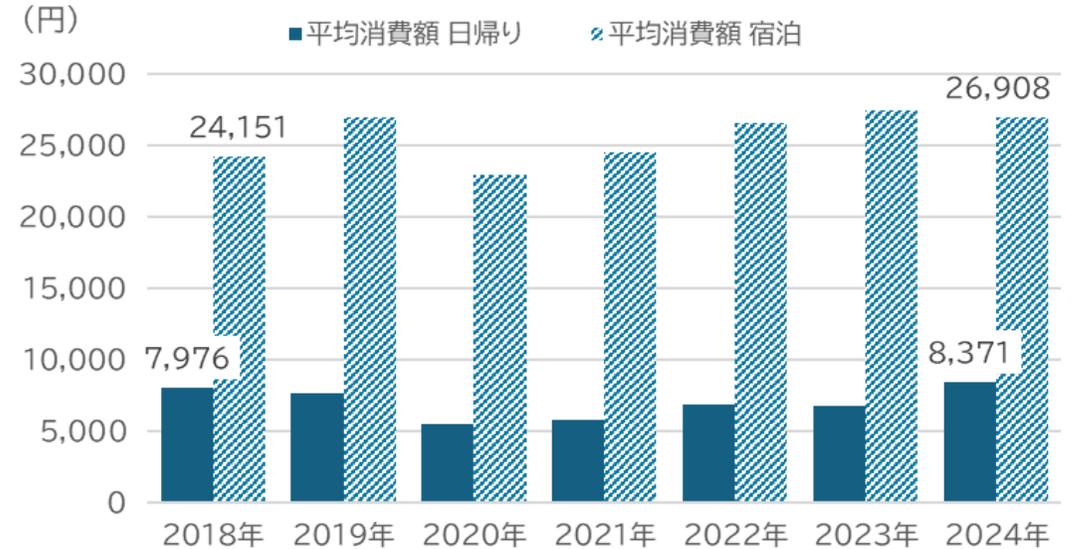
➡ 観光消費額の着実な回復と1人当たり消費額の増加傾向は前向きな動きであるものの、全国水準との格差が依然として大きく、観光地としての付加価値向上や消費促進の強化が課題である。

⑦ 観光消費額

観光消費額全体



日帰り・宿泊別 平均消費額



参考値: 1人1回当たり旅行支出

| | 2024年 | 伊勢市 | 全国(国内) | 全国(海外) |
|-----|-------|---------|---------|----------|
| 日帰り | | 8,371円 | 19,533円 | 226,851円 |
| 宿泊 | | 26,908円 | 69,362円 | |

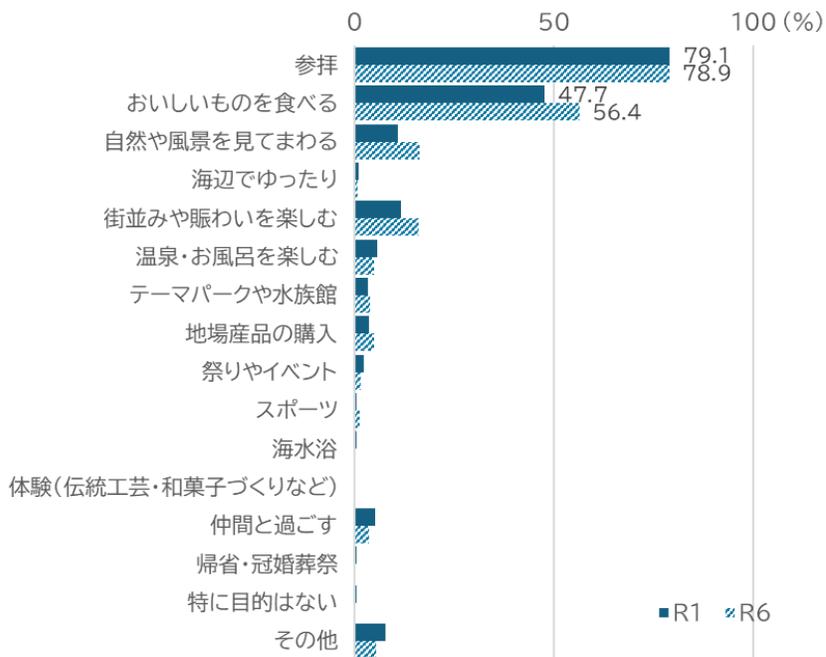
国内: 旅行・観光消費動向調査
2024年 年間値(確報)
訪日: インバウンド消費動向調査
2024年 暦年調査結果

3 伊勢市における観光の現状 ⑧旅行目的／⑨訪問回数／⑩伊勢神宮に関する知識

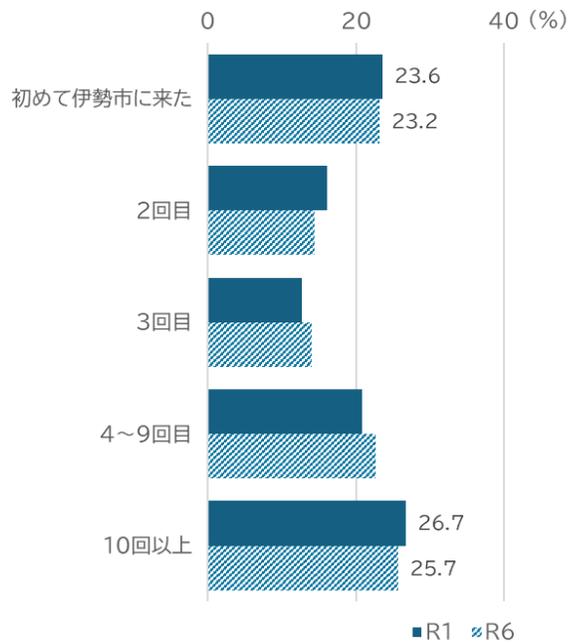
- 本市来訪者の旅行目的については、令和元(2019)年・令和6(2024)年ともに「参拝」が約8割で最も多く、次いで「おいしいものを食べる」が4割半ば～5割半ばと、アンケートからも伊勢神宮が本市の主要な観光資源であることがうかがえる。
- 訪問回数をみると、リピーターの割合が多いことが特徴。
- 伊勢神宮に関する知識について、訪問前における事前知識の有無は概ね半数。一方で、訪問後に「何らかのインプットがあった」とする割合は1割半ばに留まる。

➡ 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、神宮への事前知識が不足している訪日来訪者が多い。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もらうための情報発信が必要。

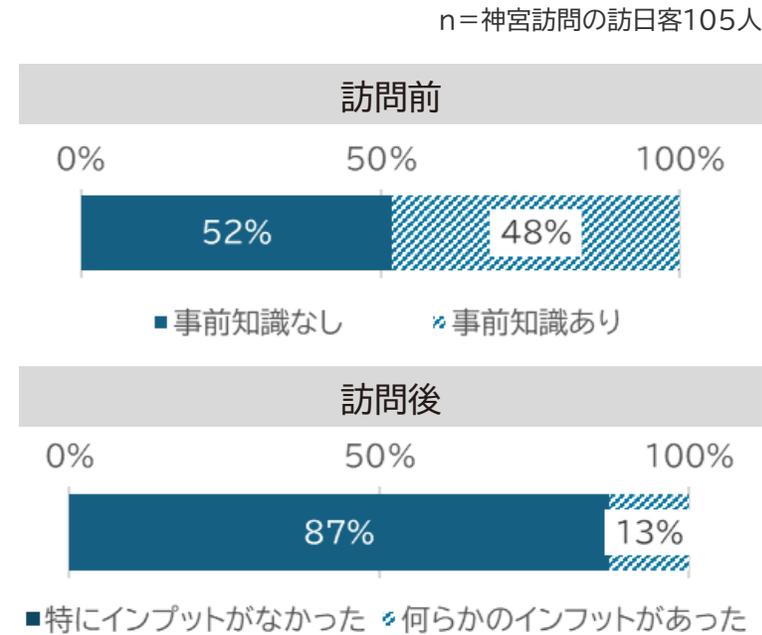
⑧ 伊勢市への旅行目的 (令和6(2024)年)



⑨ 伊勢市への訪問回数 (令和6(2024)年)



⑩ 伊勢神宮に関する知識 (令和6(2024)年)



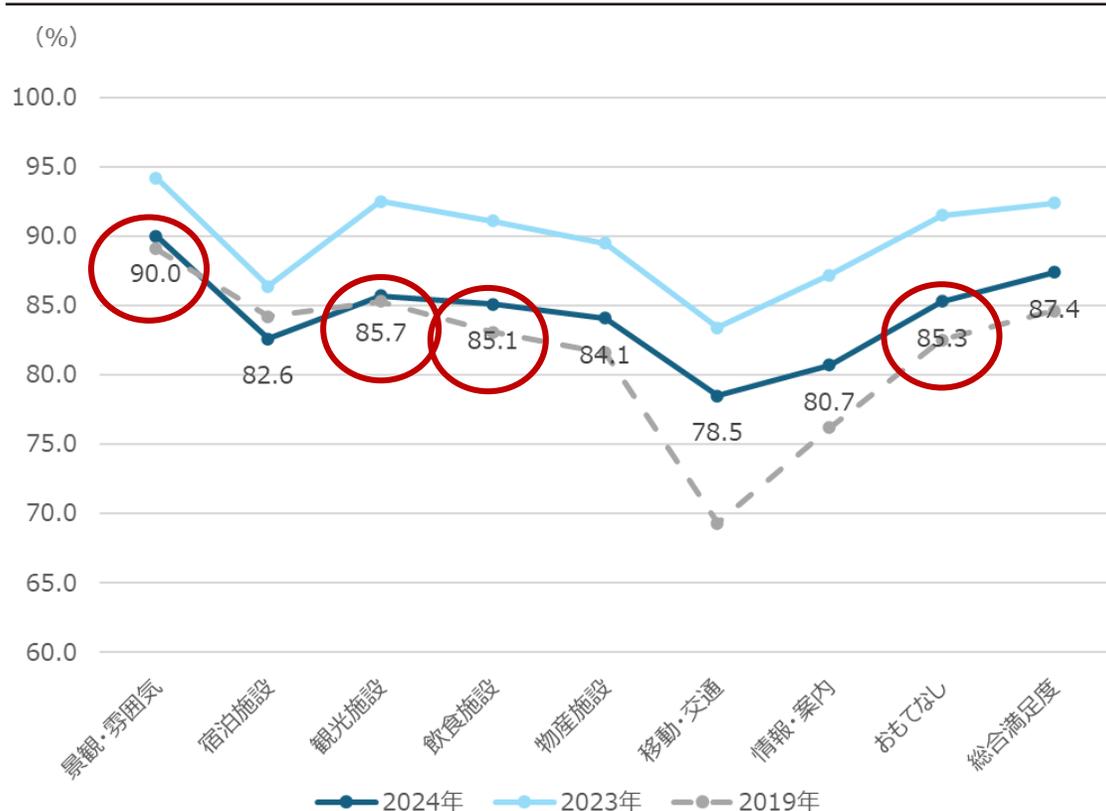
資料:伊勢志摩及び周辺地域マスタープラン

3 伊勢市における観光の現状 ①伊勢市観光の満足度／②市民アンケートからみえる現状

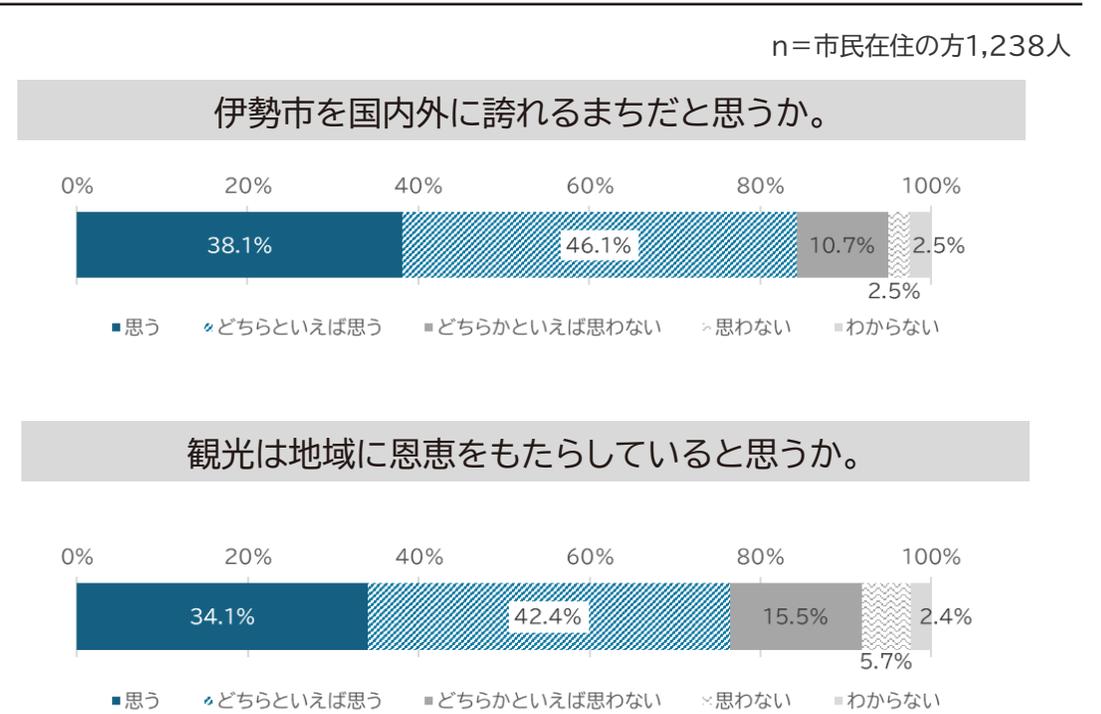
- 本市の観光満足度について、令和6(2024)年には景観・雰囲気で約9割、観光施設・飲食施設・おもてなしで8割半ばと高くなっている。
- 市民アンケートからみえる現状について、伊勢市が国内外に誇れるまちか、観光による地域恩恵があると思うかについては、それぞれ3割半ば～4割程度と、今後の拡大が期待される。

➡ 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る。

① 伊勢市観光の満足度



② 市民アンケートからみえる現状 (令和6(2024)年9月)



資料: オンライン市民アンケート集計結果(令和6年9月)

3 伊勢市における観光の現状 ⑬地域パワーインデックス

- 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する。
- 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。

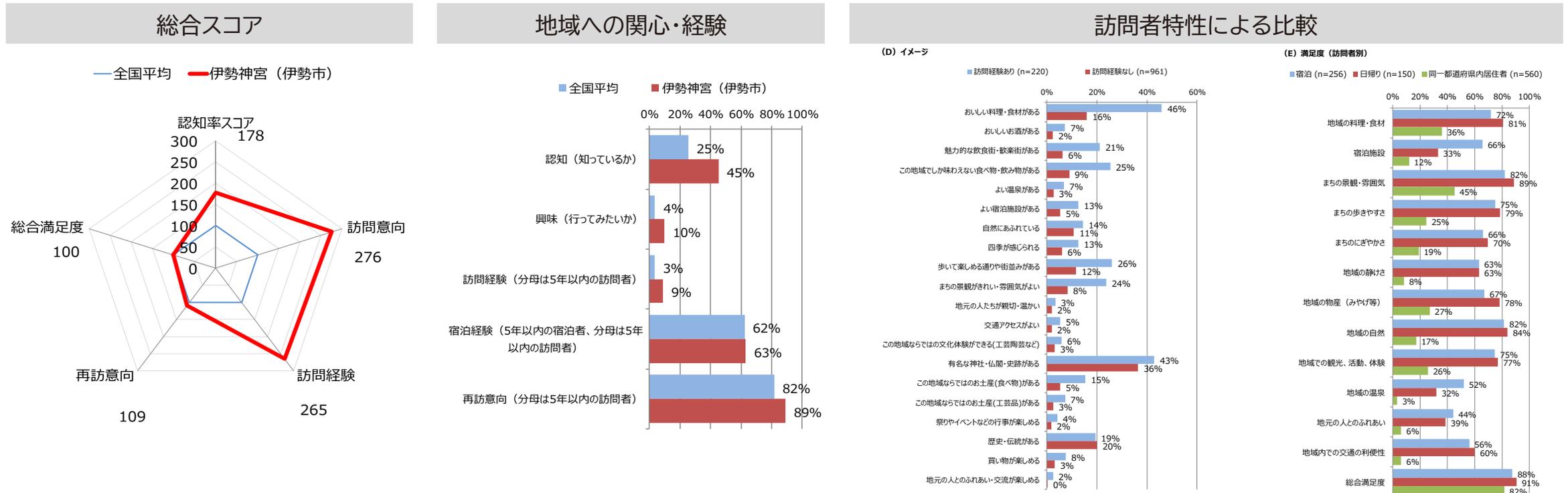
JTB地域パワーインデックスの概要

| | 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才の男女 20,688人×2回 | | 国内在住の20~69才の男女 5,150人×2回 |
| 主な調査項目 | <ul style="list-style-type: none"> 住んでいる都道府県の誇れること自慢できること | <ul style="list-style-type: none"> 認知率 観光地としてのイメージ 訪問意向 訪問経験 | <ul style="list-style-type: none"> 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 | | |

3 伊勢市における観光の現状 ⑬地域パワーインデックス

- JTB地域パワーインデックスによる伊勢神宮(伊勢市)の地域評価について、総合スコアでは**認知率・訪問意向・訪問経験**の項目が全国と比べて非常に高くなっている。
 - 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、**[訪問経験あり]**が**[訪問経験なし]**に比べてポジティブな回答が多くなっている。
- ➡ 全国平均を大きく上回る高評価を得ている一方で、飲食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る。

⑬ 地域パワーインデックス



3 伊勢市における観光の現状 ⑭受入体制

- 本市の観光受入体制について、宿泊施設は、二見エリアと伊勢エリアで2分され、総収容人数は5,449人。鳥羽・志摩等の近隣の観光地と比べて収容キャパが少ないことや、ラグジュアリーホテルが少ないなどが課題としてあげられる。
- 近年は、伊勢市駅観光案内所におけるJNTO認定観光案内所カテゴリーⅡの取得をはじめ、多言語対応やAIチャットボットの導入など、リアルとオンラインの両方でインバウンドの対応強化・拡充に取り組んでいる。

➡ インバウンド対応においてリアルとオンライン両面での受入環境整備が進む一方で、宿泊施設の収容力とラグジュアリー施設の充実など、観光需要の拡大に対応した宿泊インフラの充実が急務となっている。

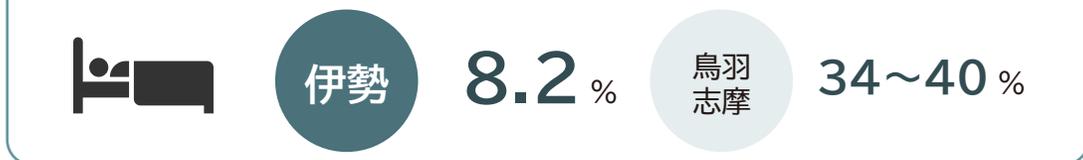
⑭ 受入体制

宿泊施設について



➡ 鳥羽・志摩の半分にも満たないため、**キャパシティーの増加が課題**

観光客数に対する宿泊者数の割合



➡ 伊勢市内には富裕層が好むランクのホテルがほとんどないため**ホテルランクのバラエティー強化も課題**



- 伊勢市駅観光案内所は JNTO認定観光案内所のカテゴリーⅡを取得し、外国人への対応とおもてなしを対面案内で行う
- 市内4か所に設置した遠隔案内機を通じて各エリアでの英語対応が可能となったため、英語対応案内は強化。
- 観光ホームページは、令和3(2021)年4月に改修し、日本語ページの情報ボリュームを確保。コストパフォーマンスを向上させるため、多言語自動翻訳を導入。機械翻訳の誤訳対応として、変更のあまりない部分については、令和3(2021)年度に翻訳チェックを行い、アフターコロナのインバウンド対応に向け準備を行った。
- 英語 AI チャットボットを令和3(2021)年度整備し、世界中からの対応可能。

4 課題のまとめ (SWOT分析)



- 伊勢市の現状について、以下の通りSWOT分析にて整理を行った。

【強み】

- 伊勢神宮の存在、伊勢神宮に付随する歴史・文化
 - 内宮外宮を中心に年間数百万人が訪れる、日本屈指の地。
 - 令和6(2024)年には外国人参拝者数が110,439人と、コロナ前(令和元(2019)年)よりも増。
- 伊勢のおもてなし文化
 - 観光客の満足度は非常に高く、再訪意向も強い。
 - 特に「景観・雰囲気」「おもてなし」「飲食施設」に高評価が集まっている。
- 多様な観光地と名産品
 - おかげ横丁、夫婦岩、伊勢河崎商人館など、歴史・文化・自然が融合した観光地が点在。
- 物語性でつなぐことのできる地域
- 継続的なリピーターの獲得に成功

【弱み】

- 宿泊施設の課題と滞在時間の少なさ
 - 宿泊施設が近隣市町に比べて少なく、宿泊者は鳥羽市や志摩市に流れている。
 - 市内宿泊者の平均宿泊数は1.25泊と短く、滞在型観光への課題あり。
 - ラグジュアリー施設やインバウンド対応施設が不足。
- 交通の利便性
 - 移動交通と情報案内の満足度が低い。近年は改善傾向。
 - バリアフリー対応や案内板の充実も求められている。
- 情報発信力の不足
 - 訪日外国人向けの情報発信に課題が残る。インバウンドにおける認知度が低い。
- 季節波動
 - 年末年始等特定の時期に観光客が集中し、駐車場の不足や交通渋滞などが生じている。
- 観光消費額が全国平均を下回る
- 観光人材が不足

【機会】

- 第63回神宮式年遷宮関連行事に向けた盛り上がり
 - 令和15(2033)年に式年遷宮を控えており、観光客数の増加が見込まれる。
- インバウンド観光の拡大
 - 訪日外国人観光客の急増により、外国人向けの体験型観光やガイドツアーの需要が高まっている。
 - 駅観光案内でJNTO認定観光案内所が「ゴリ-Ⅱ取得、市内4か所に遠隔案内機設置など、英語対応を強化中。
- 地域連携による広域観光
 - 伊勢志摩地域などとの連携で、周遊型観光の促進が可能。
- 観光庁 高付加価値旅行者の誘客に向けて集中的な支援等を行う「モデル観光地11地域」として、伊勢志摩及び周辺エリアが選定。

【脅威】

- 自然災害・感染症のリスク
 - 地震や台風などの災害リスクが観光業に大きな影響を与える可能性。
- 競合地域との比較
 - 京都・奈良など、歴史文化を持つ地域との競争が激化。特にインバウンド客の奪い合いが予想される。
- 人口減少と高齢化
 - 国内観光需要の減少が長期的な課題。
 - 若年層の旅行スタイルの変化に対応する必要あり。
 - 今後、さらに観光産業を支える人材の不足が顕著となり、安定的な経営が困難に。

4 課題のまとめ (クロスSWOT~課題)

ク
ロ
ス
S
W
O
T

【強み×機会 攻めの戦略】

- 伊勢神宮やおかげ横丁などの観光資源を活かし、インバウンド向け体験型観光を強化
- 地域の物語性とおもてなし文化を活かし、広域連携による滞在型観光を促進 (伊勢志摩地域等との連携)
- 遷宮を契機とした誘客

【強み×脅威 防衛戦略】

- 伊勢神宮のブランド力を活かし、競合地域との差別化
- 地元の物語性と文化を活かした持続可能な観光モデルの構築
- 地域住民との協働による災害時対応力の強化(観光と防災の融合)

【弱み×機会 改善・改革戦略】

- 宿泊施設の不足を補うため、観光客の多様なニーズへの対応や多様な施設の誘致・整備
- 情報発信力の強化(SNS・観光HP・AIチャット)により外国人観光客への訴求力を向上
- 交通案内・バリアフリー対応を進め、観光満足度を底上げ

【弱み×脅威 回避戦略】

- 観光人材の育成・確保を急務とし、地域内雇用の創出や観光教育の導入
- 季節変動への対応として、閑散期のイベントやキャンペーンの企画
- 高齢化に対応したユニバーサルツーリズムの推進
- 新たな財源の検討

Point 1

地域イメージが浸透し入込増・再訪増。
今後訪日にも期待高



地域ブランドをさらに磨き上げ、新旧ファンの維持・獲得

Point 2

宿泊少と参拝観光の消費低。単価上昇
が地域活力アップのキー



本物本質が体験できる高付加価値なコンテンツ
造成・提供

Point 3

エリアの観光機運が高まるなか、課題
を再認識・対応し受入拡大



受け入れ体制整備による安心・安全な観光地運営

課
題
の
ま
と
め



感動のそばに、いつも。