

(6) 課題のまとめ

これまでの調査をもとに、本市をめぐる内部環境でのプラス要因（強み）とマイナス要因（弱み）、および外部環境でのプラス要因（機械）とマイナス要因（脅威）を、以下のフレームワークに従って分類しました。

| | |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>【強み】</p> <ul style="list-style-type: none"> 伊勢神宮の存在、伊勢神宮に付随する歴史・文化 <ul style="list-style-type: none"> 内宮外宮を中心に年間数百万人が訪れる、日本屈指の観光地。 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）より増。 通年で安定したインバウンドの来訪がある。 伊勢のおもてなし文化 <ul style="list-style-type: none"> 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 <ul style="list-style-type: none"> 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。 物語性でつながることのできる地域 <ul style="list-style-type: none"> 神宮を中心に古くから受け継がれてきた本市独自の精神性をもとにしたストーリー構築ができる。 継続的なリピーターの獲得に成功 <ul style="list-style-type: none"> 本市を訪れる観光客の大部分がリピーター。10 回以上本市を訪れる人も多い。 | <p>【弱み】</p> <ul style="list-style-type: none"> 宿泊施設の課題と滞在時間の少なさ <ul style="list-style-type: none"> 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おり、夜の賑わいが少ない 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に遅れ。 交通の利便性 <ul style="list-style-type: none"> 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。 内宮、外宮、二見以外への周遊が少ない 情報発信力の不足 <ul style="list-style-type: none"> 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 <ul style="list-style-type: none"> 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 |
| <p>【機会】</p> <ul style="list-style-type: none"> 第 63 回神宮式年遷宮関連行事に向けた盛り上がり <ul style="list-style-type: none"> 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 <ul style="list-style-type: none"> 訪日インバウンドの急増により、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 認定観光案内所がコリー 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 <ul style="list-style-type: none"> 伊勢志摩、熊野、関西等との連携で、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。 | <p>【脅威】</p> <ul style="list-style-type: none"> 人口減少と高齢化 <ul style="list-style-type: none"> 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。 自然災害・感染症・経済のリスク <ul style="list-style-type: none"> 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。 物価・人件費などの高騰による経営環境の悪化 競合地域との比較 <ul style="list-style-type: none"> 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。 持続可能な観光への対応 <ul style="list-style-type: none"> 観光客のマナーをめぐる地域住民との軋轢の懸念 観光振興への地域住民の理解・連携が不足している |

上記の分類をもとに、今後の本市が採用すべき戦略は、以下の通りです。

| | |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>【強み×機会 攻めの戦略】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 神宮式年遷宮を契機とした誘客 ・ 地域の物語性とおもてなし文化を生かし、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） ・ 伊勢神宮や観光施設などの資源を生かし、インバウンド向け体験型観光を強化 | <p>【弱み×機会 改善・改革戦略】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 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・観光ウェブサイト・AI チャット）によりインバウンドへの訴求力を向上し、市内周遊を促進 ・ 交通案内・バリアフリー対応を進め、観光満足度を底上げ |
| <p>【強み×脅威 防衛戦略】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 伊勢神宮のブランド力を生かし、競合地域との差別化 ・ 地元の物語性と文化を生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） | <p>【弱み×脅威 回避戦略】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 観光人材の育成・確保を急務としつつ、観光産業の持続的な発展に向けた、観光振興に対する地域住民の理解促進や、学校教育での郷土愛の醸成などの長期的な取り組み ・ 季節波動への対応として、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 |