

伊勢市観光振興基本計画

「多様な主体を受け入れ、常若の精神とにぎわいにあふれるまち」を目指して

令和4年3月 策定

令和5年3月 改訂



はじめに



本市は、古くから「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観光都市であり、豊かな自然に恵まれた伝統と文化を継承し続けてきた歴史のあるまちです。また、神宮とともに歴史を刻んできた町並みや民俗行事、風習なども息づいているとともに、古くから観光客をおもてなしする宿泊や飲食サービスをはじめ、様々な業種が観光と関連し栄えてきました。

本市の観光振興基本計画の特徴として、第62回神宮式年遷宮が執り行われた2013年(平成25年)度に「次期式年遷宮の年における伊勢のありたい姿」を議論して定め、本計画に至るまで継承していることが挙げられます。

次期式年遷宮の年として位置付けた2033年(令和15年)という長期的な目標年次を意識しつつ、観光に求められる新たなニーズや価値観の多様化、変化に対応するために4年毎に計画の見直しを図り「4年後の伊勢のありたい姿」を共有しながら施策を進めています。

そのような計画策定の背景がある中、2020年(令和2年)、世界が新型コロナウイルス感染症拡大の猛威に直面し、日本国内においても緊急事態宣言の発出をはじめとして全国的な外出自粛の要請等もあり、観光客数が著しく減少するなど、地域経済は大きな影響を受けることになりました。産業活動が活発で活力と賑わいにあふれるまちとなるように、新しい価値観に即した取組を多様な立場の方々と連携しながら柔軟に進めてまいりたいと存じます。

結びに、本計画策定にあたりご協力いただきました伊勢市観光振興基本計画推進委員会の委員の皆様、伊勢市議会議員各位、策定に向けたワーキングやヒアリング、情報提供等にご協力いただきました皆様に、心より御礼申し上げます。

伊勢市長 鈴木 健一

目次

第 1 章 はじめに	1
1 計画策定の背景・目的.....	1
2 計画の期間.....	1
3 計画の位置づけ.....	2
第 2 章 社会動向・観光動向（伊勢市を取り巻く観光の現状）	4
1 観光を取り巻く社会動向.....	4
(1) 新型コロナウイルス感染症拡大がもたらした観光のトレンドの変化.....	3
(2) 今後の観光業の体質強化や観光地の再生に向けた取組.....	5
2 三重県の観光動向.....	6
第 3 章 伊勢市の観光の現状と課題	7
1 前計画の検証.....	7
(1) 7 つの目標指標に基づく検証 2020年度（令和 2 年度）.....	7
(2) 基本方針に基づく取組と検証 2020年度（令和 2 年度）.....	7
(3) 検証部会での内容 2020年度（令和 2 年度）.....	7
2 伊勢市の観光動向.....	8
(1) 観光動態調査.....	8
(2) GPS データによる観光動態調査.....	9
(3) ワーキンググループやヒアリングでの多様な意見の把握.....	10
第 4 章 伊勢市の観光が目指す姿	11
1 伊勢市の観光における大切にしたい考え.....	11
(1) 基本理念.....	11
(2) 伊勢市のありたい姿.....	13
2 計画の全体目標.....	14
第 5 章 伊勢市の観光施策	16
1 基本方針と具体的施策.....	16
第 6 章 計画の推進・実現に向けた推進体制	33
1 計画の進捗管理.....	33

第1章 はじめに

1 計画策定の背景・目的

伊勢市は、古くから「日本人の心のふるさと」と呼び親しまれてきた神宮や、数多くの魅力的な地域資源を有し、全国から多くの観光客を迎え入れてきた観光都市です。

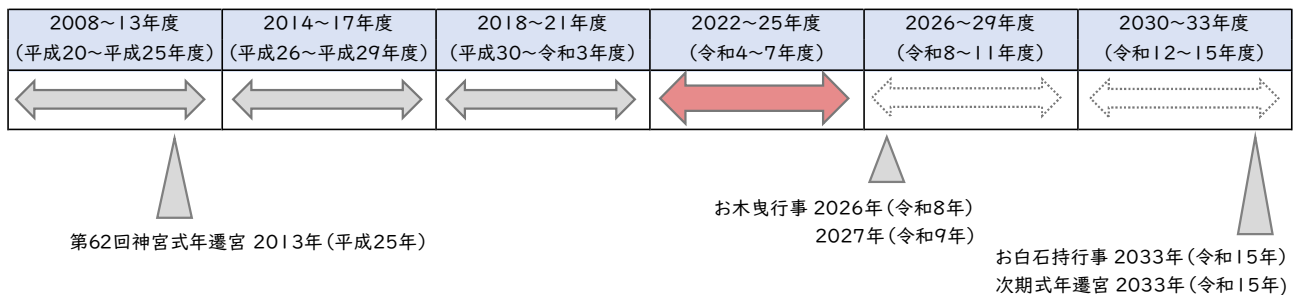
2013年(平成25年)には第62回神宮式年遷宮が執り行われ、その年の神宮参拝者数は記録が残る1895年(明治28年)以降最高の約1,420万人を記録しました。これら神宮への注目度の高まりによる観光客の増加を受け、2014年(平成26年)に4か年の計画を策定し、その後継計画として2018年(平成30年)には、観光客の満足度の向上と、継続的な誘客に向けた、前「伊勢市観光振興基本計画」を策定し、社会の動向にあわせて方向性を見直しを行いつつ、幅広い観光振興の取組を進めてきました。

しかし、2020年(令和2年)の新型コロナウイルス感染症拡大の影響による全国的な観光産業の大きな打撃や生活様式の変化などにより、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つつあります。また、本計画期間の最終年度となる2025年度(令和7年度)は、お木曳行事の直前となると想定されるため、次期式年遷宮に係る諸行事の開始を視野に入れつつ、4年間に取り組む方針をまとめ、社会動向やニーズに即した新たな「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 2018年(平成30年)3月改訂」を引き継ぎ、本計画の対象期間は、2022年度(令和4年度)から2025年度(令和7年度)までの4年間とします。

本計画の最終年度となる2025年度(令和7年度)が、次期式年遷宮諸行事開始の初年度であることもあり次期式年遷宮を見据えつつ、お木曳行事直前となる4年間の短期的な視点をもって計画の推進に取り組んでいきます。



※本計画内で記載している次期式年遷宮に向けた一連の行事開催年は前例を反映した予定です。社会情勢等により変動する場合があります。

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。



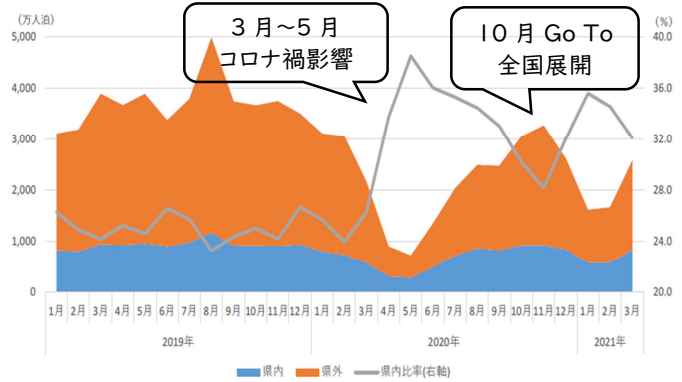
第2章 社会動向・観光動向（伊勢市を取り巻く観光の現状）

1 観光を取り巻く社会動向

(1) 新型コロナウイルス感染症拡大がもたらした観光のトレンドの変化

■近隣地域内での観光（マイクロツーリズム）の広がり

- 全国の月ごとの推移で見ると、2020年（令和2年）4月から5月にかけては、県内客、県外客が共に落ち込む中で県内比率が高まりをみせています。その後、県をまたぐ移動自粛要請の解除やGo Toトラベル事業等により宿泊者数が回復する中では県内比率は低下傾向をみせ、Go Toトラベル事業の一時停止後は、県内比率が再び上昇しました。

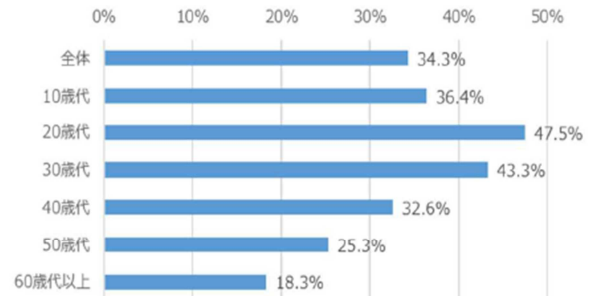


資料：観光庁「観光白書」

■ワーケーション等の取組による関係人口の拡大

- 観光庁では、テレワークが普及し、働き方が多様化していることも踏まえ、ワーケーション（※1）やプレジャー（※2）等の仕事と休暇を組み合わせた旅行を、働き方改革とも合致した「新たな旅のスタイル」と位置づけ、企業（送り手側）、地域（受け手側）等と連携しながら、より多くの旅行機会の創出と旅行需要の平準化に向けて普及を促進しています。
- ワケーションに関する調査によると、特に20歳代、30歳代の実施希望率が高い結果となっています。
- 地域にとっても、関係人口の拡大や企業との関係性の構築による地域の課題解決、遊休施設等の活用などのメリットが挙げられることから、ワーケーションやプレジャー等の普及は、企業、従業員、地域にとって「三方よし」の持続可能なモデル形成につながる事が期待されます。

年代別のワーケーションの実施希望



資料：内閣府「第2回新型コロナウイルス感染症の影響下における生活意識・行動の変化に関する調査」

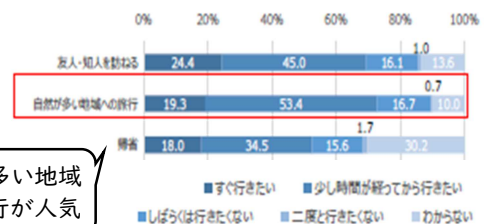
※1 ワケーション…ワーク（仕事）とバケーション（休暇）を組み合わせた造語。普段の職場とは異なる場所で余暇を楽しみつつ仕事を行うこと。

※2 プレジャー…ビジネスとレジャーを組み合わせた造語。出張等で滞在を延長するなどして余暇を楽しむこと。

■アウトドア等の自然体験へのニーズの高まり

- 新型コロナウイルス感染症拡大の影響で、不要不急の外出自粛が続き、緊急事態宣言以降、そのストレス発散ができる場として、そして密閉・密集・密接の3つの密を避ける「三密」の回避につながる場所として、自然が多い地域への訪問意向やアウトドア等の自然を生かしたコンテンツや過ごし方へのニーズが高まっています。

意識調査 渡航や外出自粛が緩和された場合どんな旅行にいつ頃行きたいか（単一回答）



自然が多い地域への旅行が人気

資料：JTB・JTB 総合研究所「新型コロナウイルス感染拡大による、暮らしや心の変化及び旅行再開に向けての意識調査 2020」（2020年5月）一部抜粋

(2) 今後の観光業の体質強化や観光地の再生に向けた取組

■持続可能な観光(サステナブルツーリズム)の推進

- 世界中の温室効果ガス排出量の約10分の1は、観光により発生しているとも言われています。2015年(平成27年)に国連でSDGs(※1)が採択されたことに続き、国連世界観光機関(UNWTO)が「観光と持続可能な開発目標」を発表したことによって、サステナブルツーリズム(※2)への関心が世界中で高まっています。また、サステナブルツーリズムの取組を進めることにより、地域住民と旅行者間でのトラブルや、ゴミや交通量の増加等に伴う環境負荷の増大といった課題の対応につながります。

※1 SDGs…Sustainable Development Goalsの略語。持続可能な開発目標を意味する。

※2 サステナブルツーリズム…訪問客、産業、環境、受け入れ地域の需要に適応しつつ、現在と未来の環境、社会文化、経済への影響に十分配慮した観光を意味する。

【参考】観光庁は、持続可能な観光地マネジメントや温室効果ガス排出量管理等の指標も含めた「日本版持続可能な観光ガイドライン(Japan Sustainable Tourism Standard for Destinations 略称、JSTS-D)」を開発している。JSTS-Dは国際基準であるGSTS-Dに準拠した指標として公認されている。



■DX(デジタルトランスフォーメーション)の活用による観光の展開

- 新型コロナウイルス感染症拡大下において、対面や接触を避ける観点から、様々なサービスの非接触化が進展し、宿泊施設等においてもICTを活用したサービス価値の変容が進んでいます。また、近年、IoT技術が急速に発展し、AR(拡張現実 ※1)やVR(仮想現実 ※2)による仮想空間体験などの新たなデジタルコンテンツも生まれており、観光分野においてもこうした先進的な技術を取り込んでいくことが求められています。
- デジタル技術を活用した、これまでの概念に捉われない新たな観光コンテンツ・価値の創出や、魅力的な情報発信が期待され、事業者にとっても消費機会の拡大や消費単価の向上が期待されています。オンライン観光の普及によるリアルな観光への期待や観光体験・消費意欲の増進に対応しつつ、近い将来訪れるSociety5.0(※3)時代に向けてDX(デジタルトランスフォーメーション)の推進が求められています。

※1 AR(拡張現実)…現実の風景にコンピューターで生成した情報を重ね合わせることで、現実世界を拡張しようとする技術

※2 VR(仮想現実)…コンピューター上にCG等で人工的な環境を作り出し、あたかもそこにいるかのような感覚を体験できる技術

※3 Society5.0…仮想空間と現実空間を高度に融合させたシステムにより、経済発展と社会的課題の解決を両立する、人間中心の社会(Society)

■観光危機管理の推進

- 観光は危機・災害・風評被害等の影響を受けやすいことから、様々な危機をあらかじめ想定し、被害を最小限にする必要があります。減災対策や感染症などの危機発生時の対策等をあらかじめ計画・訓練し、危機発生時にはそれに基づく対応を的確に行うとともに、風評対策や観光産業の事業継続支援、早期復興等を各主体が連携して組織的に行うことが、持続可能な観光の振興に必要不可欠です。

<自然災害>

- ・台風、大雨、洪水、土砂崩れ
- ・雹害、竜巻 ・地震、津波
- ・干ばつ、異常高温、渇水、山火事
- ・大雪、異常低温、冷害、なだれ、地吹雪

<人的災害・危機>

- ・大火災、山火事
- ・大規模交通事故、列車事故
- ・伝染病、大規模食中毒
- ・化学物質による汚染、大気汚染
- ・テロ、凶悪犯罪、組織的犯罪 など

<二次的なダメージ>

- ・これらの災害・危機に伴う風評
- ・外国当局による渡航に関する勧告

2 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、2011年(平成23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してきました。観光入込客数は、2019年(令和元年)に過去最高の4,304万人を記録するとともに、観光消費額についても、神宮式年遷宮のあった2013年(平成25年)を超える過去最高の観光消費額となる5,564億円を令和元年に記録しています。

また、国内外からの三重県の注目度についても2016年(平成28年)開催の伊勢志摩サミットに引き続き、お伊勢さん菓子博(2017年:平成29年)、高校総体(2018年:平成30年)の開催等により飛躍的に向上しています。

そうした中、2020年(令和2年)3月には「三重県観光振興基本計画」を策定し、SDGsの考え方のもと、観光が持続可能な経済(雇用創出や観光収入の増大等)、社会(多様な文化の受入等)、環境(自然資源の持続可能な開発等)に貢献し、観光産業を持続的に成長させることを目指して、『観光誘客の推進「世界の人びとを魅了する三重の観光」』と『観光産業の振興「TOKOWAKA～変革し続ける観光産業へ～」』の2つの視点に基づき、これまでの成果を生かし、イベントに頼らずに誘客できるよう三重のブランド力を向上させ、持続可能な観光の実現に向けてオール三重での取組を推進しています。

《計画を実現させる施策体系》

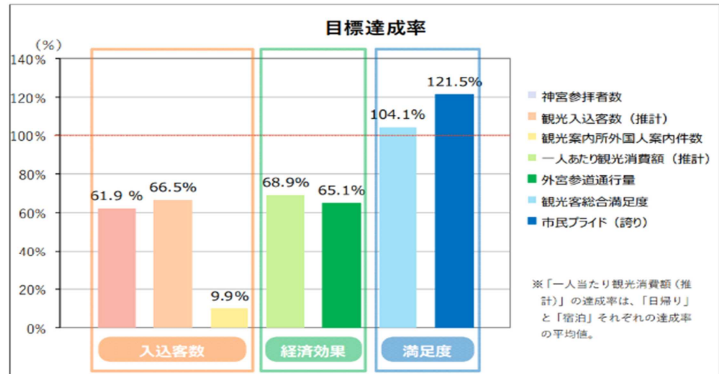
戦略	施策展開の柱	施策
観光客誘致の推進 「世界の人びとを魅了する三重の観光」	世界から選ばれる三重の観光のブランディング	体験型観光の創出・充実による滞在型リゾートの形成、客が客を呼ぶサイクルの構築に向けた三重の観光ブランディング展開
		伊勢志摩サミット開催地の知名度を生かしたMICE開催地としてのブランド価値向上
	一流の観光資源の磨き上げ・オンリーワンの観光の魅力づくり	日本の文化聖地という三重のイメージ、多様な自然環境、食等、三重ならではの一流の観光資源を生かした国内外からの誘客促進
		持続可能な自然資源の保全・活用
三重県の立地を生かした国内外からの誘致	リニア中央新幹線全線開業や大阪・関西万博等を見据えた首都圏、関西圏、中京圏からのインバウンドも含めた誘客推進	
	三重県の立地を生かした観光産業の投資促進、人材の呼び込み	
観光産業の振興 「TOKOWAKA～変革し続ける環境産業へ～」	旅行者目線に立った旅行環境の変革	AIやICTなどの新技術を生かした快適で利便性の高い受入環境の整備促進
		安全・安心に旅行できる環境の整備促進
	観光業を担う人材育成、若者定着	観光産業の働き方改革・起業・事業継承等の経営革新
		観光産業の持続的な発展を支え、観光産業を若者にとって魅力的な産業にするための人材の確保・育成
観光業に関わる組織改革・連携強化	オール三重で観光振興を進める、新たな推進体制の構築	
	農林水産業、製造業、サービス業等、多様な産業間連携強化、KUMINAOSHIによる新たな観光魅力創造	

第3章 伊勢市の観光の現状と課題

1 前計画の検証

(1) 7つの目標指標に基づく検証 2020年度(令和2年度)

- 前計画の評価については、定めた目標に対し、新型コロナウイルス感染症拡大の影響により「入込客数」や消費額等の「経済効果」については目標達成に至りませんでしたが、一方で観光客の満足度や市民プライドは目標を達成し、特に市民プライドについては大きく向上しています。



(2) 基本方針に基づく取組と検証 2020年度(令和2年度)

基本方針	状況	課題
1 「神宮を中心とした物語性」の発掘	△	コロナ禍を逆手に取る施策が必要。密にならない「神宮に繋がる観光資源」を中心に物語性を持った市内周遊を促進する等。
2 産業視点での観光の推進	△	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を進める必要がある。
3 ターゲット別PR戦略と検証可能な取り組み	△	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。
4 笑顔で迎える受入環境・受入基盤の整備	○	どのような時でも安心して快適に観光ができる受入環境・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。
5 「競争と協働」視点での連携の推進	△	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。
6 市民力の向上、人材育成及び活用推進	○	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組の充実が必要である。

(3) 検証部会での内容 2020年度(令和2年度)

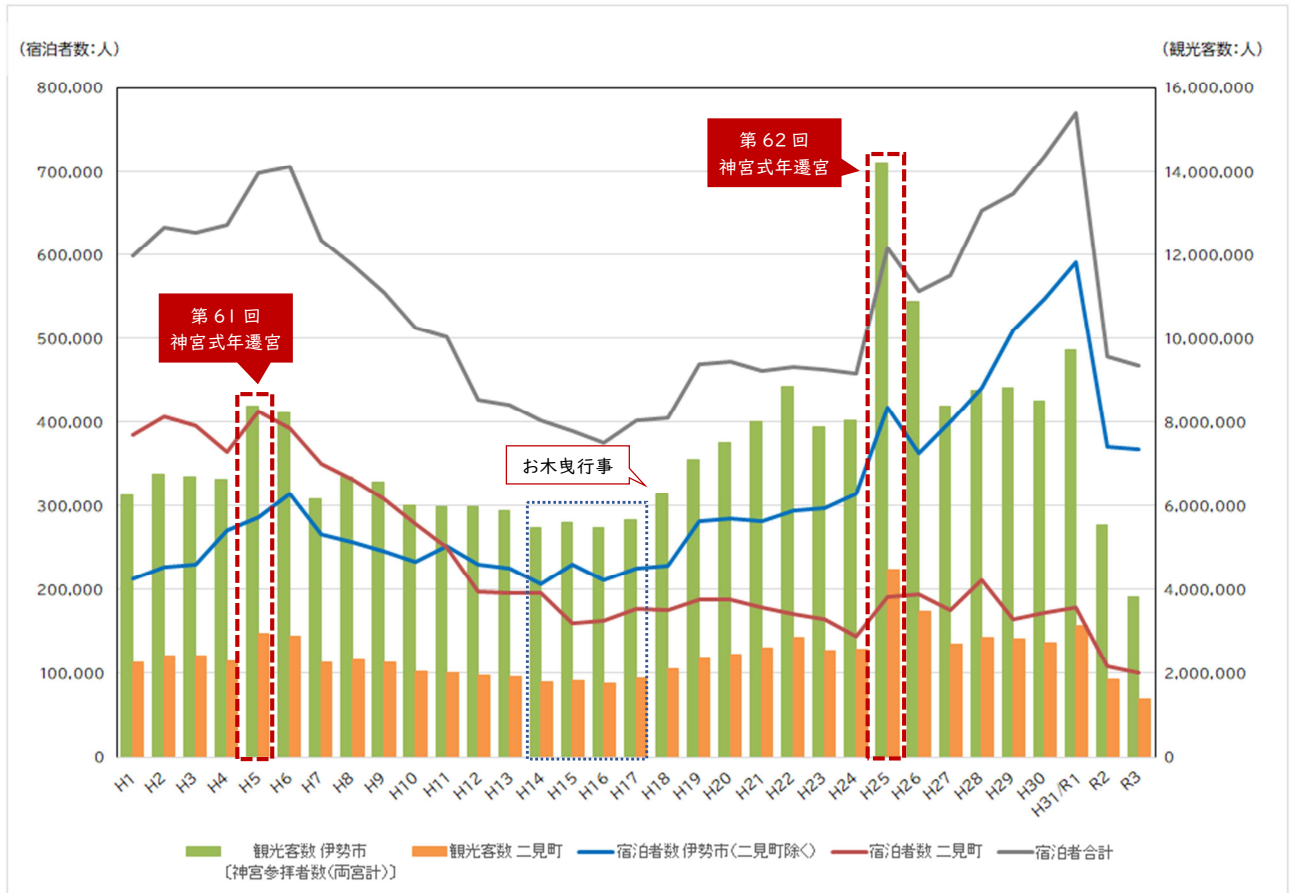
- 若者の来訪割合が多く、消費としては伸び悩むが、再訪を見込める層であり大事にしたい。
- 団体バスでの来訪が激減し、毎年訪れる団体旅行客の姿がほとんど見えなくなった。
- コロナの影響により、主な来訪客は、これまで以上に団体客から個人客へとシフトしている。
- コロナにより防災だけでなく「観光危機管理」の重要性がわかり、感染症対策をはじめとした安全・安心な観光地づくりと、その情報発信の充実や「見える化」が必要である。
- 新しい生活様式やSDGsなどの、ウィズコロナを踏まえた計画策定が必要である。

2 伊勢市の観光動向

(1) 観光動態調査

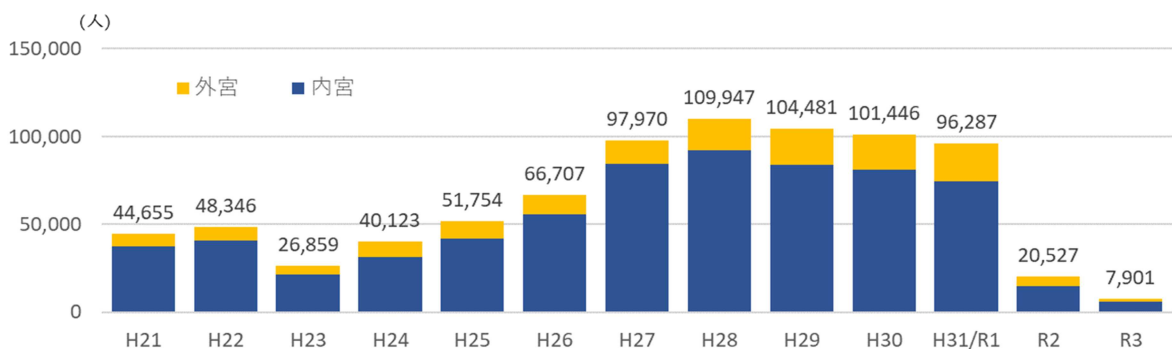
①観光客の推移

- 神宮参拝者数(内宮・外宮)を見ると、新型コロナウイルス感染症拡大以前は、順調に参拝者数を伸ばしていましたが、2020年(令和2年)に大きく減少しています。
- 第61回神宮式年遷宮後の参拝客数の推移を見ると、次の第62回神宮式年遷宮に係る諸行事が始まる前の数年間は、20年間周期の中でも最も少なくなる傾向にあります。



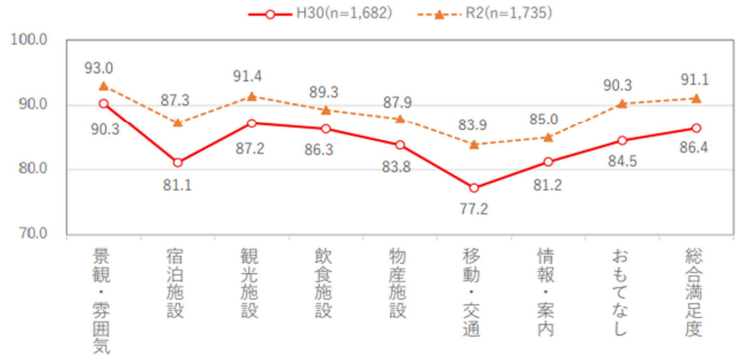
②神宮外国人参拝者数(資料提供:神宮司庁)

- 外国人の参拝者数については、2013年(平成25年)の神宮式年遷宮から増加し、その後横ばいであったものが、入国規制等に伴い、2020年(令和2年)から大幅に減少しています。
- 外国人については、入国規制が大きく影響してくることから、現時点においては、将来的な再生を見据えた取組が求められてきます。



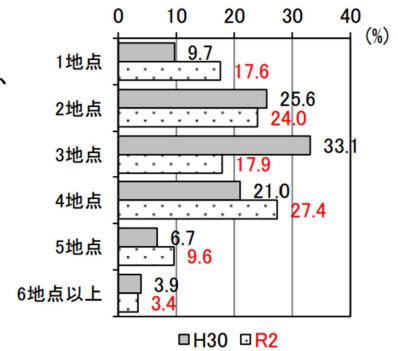
③伊勢市の観光満足度(出典:伊勢市観光客実態調査)

- 観光客の満足度については、どの項目もコロナ禍の影響を受ける前より上がっている結果となっています。
- 要因として、観光入込客数が減った影響で、密を回避しゆったりと過ごせるようになったことや、道路、駐車場の混雑が緩和されていたことなどが考えられます。



④観光地平均立ち寄り箇所数(出典:伊勢市観光客実態調査)

- 市内観光地平均立ち寄り箇所数について、「4地点」が最も多く27.4%、次いで「2地点」が24.0%、「3地点」が17.9%と続いており、平均訪問観光地点数は2.99地点で、平成30年の3.03地点より0.04地点減少しています。密を避けた分散化を進め、観光客の満足度を高めていくためにも、周遊を促進していくことが求められます。



(2) GPS データによる観光動態調査

GPS 位置情報データを活用し、継続して観光客数の実態を把握することで、計画年度を通じた進捗状況のモニタリングや誘客戦略の検討材料とします。

※本計画策定段階においては、今後のデジタル技術等を活用した調査手法の検討のため、一定の属性を有するGPSデータを用いた調査を実施。

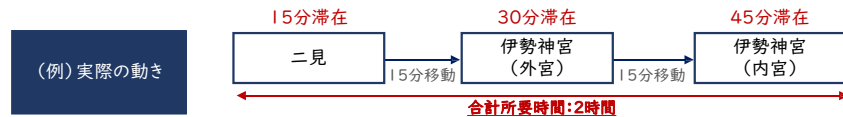
調査概要

○調査対象データ 特定アプリ利用者 数千万人のGPS位置情報データ
(株式会社ブログウォッチャー社保有データを活用)

○調査対象 伊勢市を訪れた観光客(伊勢市民は除く)

○調査属性 来訪者数/発地分析/周遊分析/性年代分析

○調査精度
(イメージ)



	携帯GPSデータ	基地局データ
位置情報の種類	高頻度、高精度GPSログ	低頻度、低精度基地局ログ
全体サンプル数	2,500万人	数千万人
メッシュサイズ	10m~250m(来訪判定は10m~)	250m~1km
施設来訪定義(イメージ)	 ■10mメッシュ(赤)	 ■基地局在圏エリア(オレンジ)
データ取得頻度	 最短数分間隔 二見に15分滞在 → 伊勢神宮(外宮)に30分滞在 → 伊勢神宮(内宮)に45分滞在 =行動の軌跡をより正しく把握することが可能	 1時間間隔 × 伊勢神宮(内宮)に人がいる ※通過か滞在かは不明

(3) ワーキンググループやヒアリングでの多様な意見の把握

本計画策定において、観光に携わる方のご意見をお聞きするために、ワーキンググループと個別ヒアリングを実施しました。

ワーキンググループでは、「SDGs」「観光危機管理」「デジタル化」等の新たな観光課題をテーマに、講師を招き勉強会を実施し、その後、参加者で意見交換を行いました。個別ヒアリングでは、前述の新たな観光課題に加え、伊勢市の観光振興につながる取組アイデア等について聞き取りしました。

		主な意見	
		ワーキンググループ	個別ヒアリング
SDGs		<ul style="list-style-type: none"> ● SDGs等を学べる場所として、伊勢市の観光資源を生かしていけたら、より選ばれる旅行場所になるのではないかな。 ● これまでの観光に関する活動を、SDGsの枠の中で整理してみると、強み弱みがわかるのではないかな。 	<ul style="list-style-type: none"> ● SDGsを学び・取り入れていく必要がある。 ● これからはSDGsに関心のある人が観光客として来訪するのに、このままでいいのかなと思う。 ● 伊勢市がSDGsの取組をどのようにしているのかがわからないので、市民に見える取組が必要。
観光危機管理		<ul style="list-style-type: none"> ● 災害だけでなく、コロナ等の感染症、テロなど様々な危機がある。柔軟な想定、広域な危機管理が必要である。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 異業種間での人材流動ができればいいのではと思う(観光⇄製造など)。 ● 防災の意識については、津波避難マップを作った当初は意識が高かったが、年々意識は薄れている状況。 ● おはらい町で観光客を巻き込んだ防災訓練を実施したが、参加は一部であり、巻き込むことが必要だが難しい状況。
デジタル化		<ul style="list-style-type: none"> ● 観光案内所の案内機能としての変化が求められている。DXの活用、非接触案内と対面案内との役割分担が必要である。 	<ul style="list-style-type: none"> ● デジタル化を進めていくにあたって人と人との触れ合いを大切にしてきた「伊勢の昔らしさ(おかげ参り)」とどう折り合いをつけていくべきか。また、参拝客にどう見せるか悩んでいる。
さらなる観光振興に向けて	関係機関・周辺地域との連携	<ul style="list-style-type: none"> ● 観光案内機能の選択と集中や、観光案内所の統廃合を含めた見直しが必要である。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 観光関係各者(市、観光協会、事業者など)で、伊勢の観光について議論できる場を設ける必要があるのでは。市の計画の方針や施策を推進する体制の構築が必要。 ● 協力する事業と競争して誘客をする事業の2面が必要。 ● 観光による経済効果を市内にもたすためには、宿泊の振興は欠かすことができない。
	市民の意識醸成	<ul style="list-style-type: none"> ● 地域が一丸となって、将来を担う次世代の育成に取り組んでいく必要がある。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 市民においても常若の精神に基づいた持続可能な観光地としてのまちづくりに対する理解と、お客さんをもてなすような意識を醸成することが必要。
	その他	<ul style="list-style-type: none"> ● 伊勢市に10回以上来ている観光客は非常に多い。そのような観光客の動きを明確にできないか。リピーター層を大切にできるための仕組みが必要である。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 滞在時間を長くすることが必要。 ● コロナ禍の状況において駐車場にすぐ停められたことが良かったという声も聞いた。観光客の増加は、時として必ずしも良いことであるとは言えない(オーバーツーリズムの視点)。 ● 国内外に向けて伊勢市の持つ魅力をうまく伝える必要があると思う。

第4章 伊勢市の観光が目指す姿

1 伊勢市の観光における大切にしたい考え

(1) 基本理念

伊勢市は、神宮式年遷宮が執り行われる20年の周期で道路等の都市機能が整えられ、その度に賑わいを生み出してきました。また、伊勢の自然を背景に、瑞々しい姿のまま受け継がれてきた神宮の姿と神宮を中心に育まれてきたまちの歴史と文化は、他所には無い唯一無二の財産となっています。文化を瑞々しく継承し続ける常若の精神は、2015年(平成27年)に国連で採択されたSDGsの考え方に通ずるものがあります。

観光目的地としても存在する神宮とともに、伊勢を愛し、誇りに思っただけで観光客をもてなしてきた住民の存在は、伊勢市の観光地としての発展と継続に大きく寄与しています。伊勢を思う気持ちや営みを次の世代にしっかりと受け継いでいくことが、人口減少社会のいま、非常に大切なことです。

そして、伊勢市を訪れて良かったと観光客に思ってもらえるためには、市民自身が住んで幸せだと感じる地域でなければなりません。したがって、伊勢市の「観光振興」は、伊勢市の「まちづくり」そのものでもあります。

伊勢市の良さを観光客に共感してもらうためには、様々な体験や市民とのコミュニケーションの機会も必要です。新型コロナウイルス感染症拡大をはじめとした観光を取り巻く社会動向の変化によって、観光に求められるものは大きく変化してきました。観光客一人ひとりの「旅」のスタイルにあわせて、安全・安心に、ゆったりと伊勢の良さを楽しみ、理解してもらいたいと考えます。

● 5つの基本理念

①日本を理解し、伊勢の“常若の精神”を理解してもらう

神宮は日本人の心のふるさとであり、日本のライフスタイル(生活文化)のシンボルです。それは、神宮がこれまで継承してきた“常若の精神”とともに、伊勢市の市民生活に今も息づいています。神宮を通して大切にしてきた循環型の文化を、伊勢市への観光を通じて、外国人を含む多様な人々に理解していただきたいと考えます。

②さまざまな人が安全に安心して楽しめるまち

訪れる人達が様々であるように、その目的や求める環境も様々です。参拝が目的の人、宿泊が目的の人、食事が目的の人などに加えて、安全・安心な旅を求める人も増えています。安全・安心に楽しめる環境を整え、もともとの目的ばかりでなく、旅先での偶然の発見も含め、その人ならではの旅を楽しんでいただきたいと考えます。

③訪れる人が満足のできるまち

神宮のみならず、まちの様々な場所を訪れていただき、満足を感じていただきたいと考えます。また、地域資源を磨き上げ、常に新しい一面を発信し続けることで、再び伊勢市を訪れたいと思っただけでなく、また訪れたいと考えます。

④住む人も満足ができるまち

伊勢市の観光は、神宮を中心とした文化に対する市民の思いや生活が魅力となっています。こうした魅力を感じて多くの人々に訪れていただくことは、伊勢市に住む市民にとっても誇りとなります。観光を通して訪れる人も住む人も双方が、心地よく過ごし満足できるまちにしていきたいと考えます。

⑤観光を通じて経済的効果を高める

多くの観光客を迎えることによって、様々な消費活動が生まれ、直接的な観光のサービス業だけでなく、農林水産業や製造業など市内の多様な産業に経済的な波及効果が期待されます。それによって、市内での雇用の確保・増大にもつなげられるような観光の振興を意識していきたいと考えます。

● 常若の精神とSDGs

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と、SDGs(持続可能な開発目標)達成に向けた思いを掛け合わせ、伊勢市の今後のありたい姿の実現を目指します。

常若の精神

【常若の精神とは...】

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。



SDGsと観光

2015年に採択されたSDGsは、17の目標と各目標に紐づくターゲットからなり、2030年までの達成を目指している。特に経済成長と雇用に関する「目標8」、消費と生産に関する「目標12」、海洋資源に関する「目標14」の3つの目標には観光の役割が明記されたターゲットが記載されているが、国連世界観光機関(UNWTO)は、「すべての目標に対して、観光は直接的、または間接的に貢献する力があり、持続可能な開発目標の達成に向けて重要な役割を担っている」旨、宣言している。

「日本版持続可能な観光ガイドライン」より説明文抜粋



「日本版持続可能な観光ガイドライン(JSTS-D)」

本計画内では、2025年度(令和7年度)のありたい姿を実現するための基本方針ごとに、主に関連すると想定しているSDGsの目標を示しています。

(2) 伊勢市のありたい姿

伊勢市の観光振興にあたっては変わらず大切にしたい「基本理念」を踏まえつつ、次期式年遷宮の年における伊勢市のありたい姿について、前計画の考え方を継承します。

次期式年遷宮の年(2033年)における伊勢市のありたい姿

住む人と訪れる人がおかげさまの心を通じて交わるまち

とこわか

常若の精神を未来へ受け継ぎ、若々しく瑞々しいまち

みずみず

「次期式年遷宮の年(2033年:令和15年)における伊勢市のありたい姿」を実現するため、本計画の計画期間である「4年後(2025年度:令和7年度)のありたい姿」について、次のように定めます。

4年後(2025年度)の伊勢市のありたい姿

多様な主体を受け入れ、常若の精神とにぎわいにあふれるまち

2033年
(令和15年)

2029年度
(令和11年度)

2025年度
(令和7年度)

住む人と訪れる人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

多様な主体を受け入れ、
常若の精神とにぎわいにあふれるまち

2 計画の全体目標

計画を推進することで、次期式年遷宮の年（2033年：令和15年）における伊勢市のありたい姿の実現に向けて取り組む全体の達成状況を計る指標として、目標指標（KGI:Key Goal Indicator 重要目標達成指標）を設定します。

<KGI の設定の考え方>

本計画を推進することによって、新型コロナウイルス感染症拡大の影響から再生し、新たな伊勢市の観光の姿を構築し、『多様な主体を受け入れ、常若の精神とにぎわいにあふれるまち』を実現していきます。

そのため、本計画全体の目標指標として、以下の考え方で数値を掲げて、取組を推進していきます。

4年後（2025年度）の伊勢市のありたい姿

多様な主体を受け入れ、常若の精神とにぎわいにあふれるまち

<p>神宮参拝者数</p>	<ul style="list-style-type: none"> 伊勢市の入込客数を計る指標として、伊勢市の観光の代表的な存在であり、主たる目的地となる神宮（内宮・外宮）の参拝者数を前計画に引き続き、継続して採用します。 コロナ禍前の賑わいを再生していくためには、神宮参拝者数の回復が必要不可欠であることから、次期式年遷宮に向けた誘客を見据え、本計画を推進していきます。
<p>観光地平均立ち寄り箇所数（日帰り）</p>	<ul style="list-style-type: none"> 多様な主体の来訪促進や市内での周遊促進、満足度の向上を計る指標として、市内観光地の立ち寄り箇所数を採用します。 多様な目的を持った来訪者が様々な観光資源を訪れることにより来訪者の分散化・平準化が図られることで、密を避け、安全・安心が確保されるとともに、消費機会も増え、地域にとっても満足できる観光振興を推進することができます。
<p>市内宿泊者数</p>	<ul style="list-style-type: none"> 観光振興による経済効果を計る指標として、市内宿泊者数を採用します。 宿泊を伴う観光が増えることによって、観光地への立ち寄り地点も多くなり、市内での消費機会が増えます。観光によって他産業への経済波及効果も生まれ、伊勢市全域の産業振興を図ることができます。

上記の目標指標（KGI）の達成に向けて、計画期間の4年間で6つの基本方針に基づく取組を推進し、4年後（2025年度：令和7年度）の伊勢市のありたい姿を実現していきます。その取組の進捗状況を計る指標として、基本方針ごとにKPI（Key Performance Indicator：重要業績評価指数）を定めています。その他、基本方針の取組の成果を検証するための指標として、モニタリング指標を設定し、KPIとともに検証の際に活用していきます。

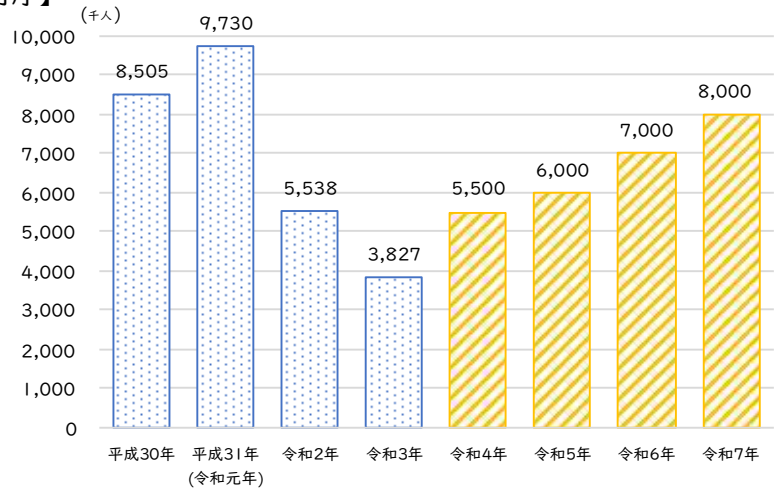
KPIやモニタリング指標は、新型コロナウイルス感染症拡大の影響による移動制限等の発生を考慮した指標ではありません。そのため、今後、感染症拡大などにより観光を取り巻く外部要因の状況が大きく変わる場合は、状況に応じて指標を変更することがあります。

【目標指標 (KGI)】

神宮参拝者数 【資料提供:神宮司庁】

伊勢市観光の代表的な存在であり、主たる目的地となる神宮(内宮・外宮)の参拝者数について、コロナ禍前の賑わいへ再生を目指します。

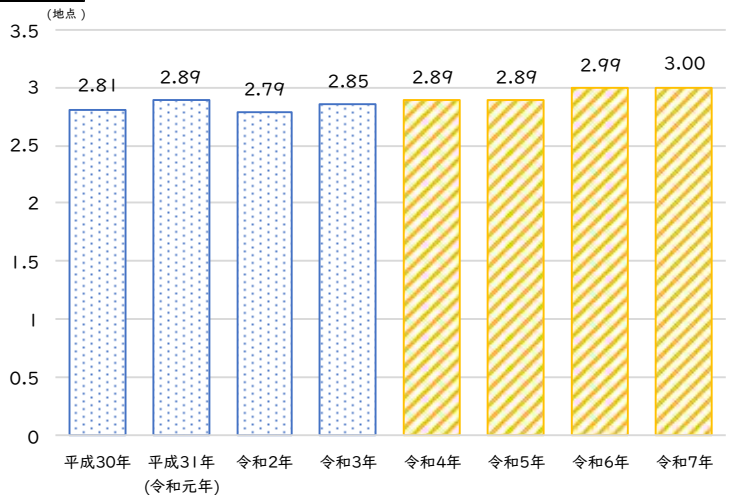
現状値 2021年(令和3年)
3,827,451(人)
目標値 2025年(令和7年)
8,000,000(人)



観光地平均立ち寄り箇所数(日帰り) 【出典:伊勢市観光客実態調査】

神宮参拝者に市内他地域への周遊を促し、観光地の分散化・混雑の平準化による安全・安心の確保と伊勢市全体への経済効果の波及を目指します。

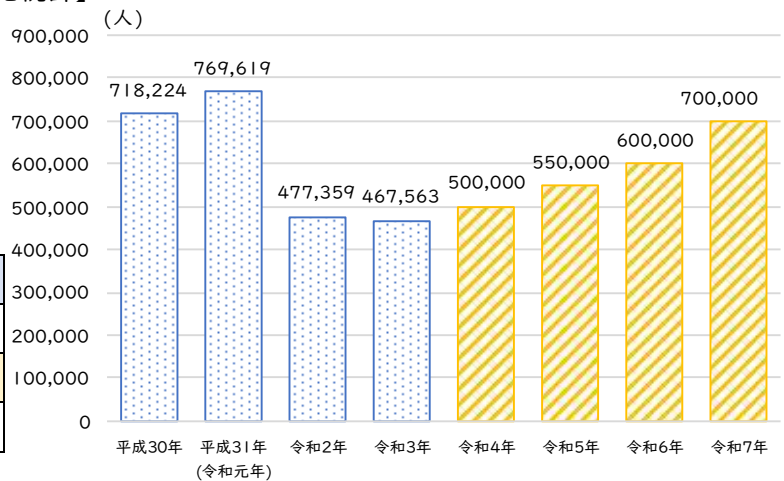
現状値 2021年(令和3年)
2.85(地点)
目標値 2025年(令和7年)
3.00(地点)



市内宿泊者数 【出典:伊勢市観光統計】

伊勢市内での宿泊者数を増加させることで、市内消費の拡大を図り、観光による地域経済への波及効果を一層高めていくことを目指します。

現状値 2021年(令和3年)
467,563(人)
目標値 2025年(令和7年)
700,000(人)



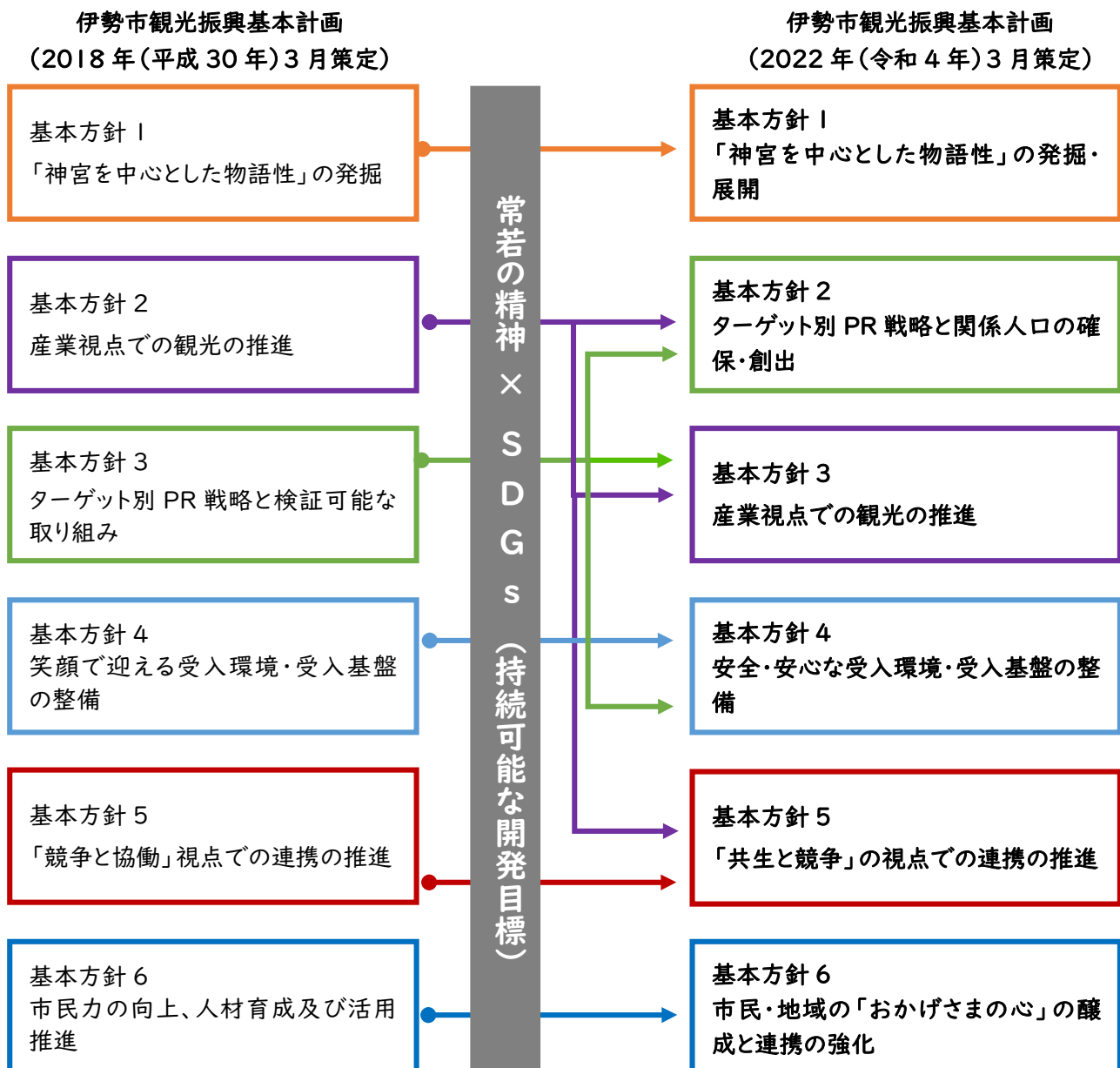
第5章 伊勢市の観光施策

1 基本方針と具体的施策

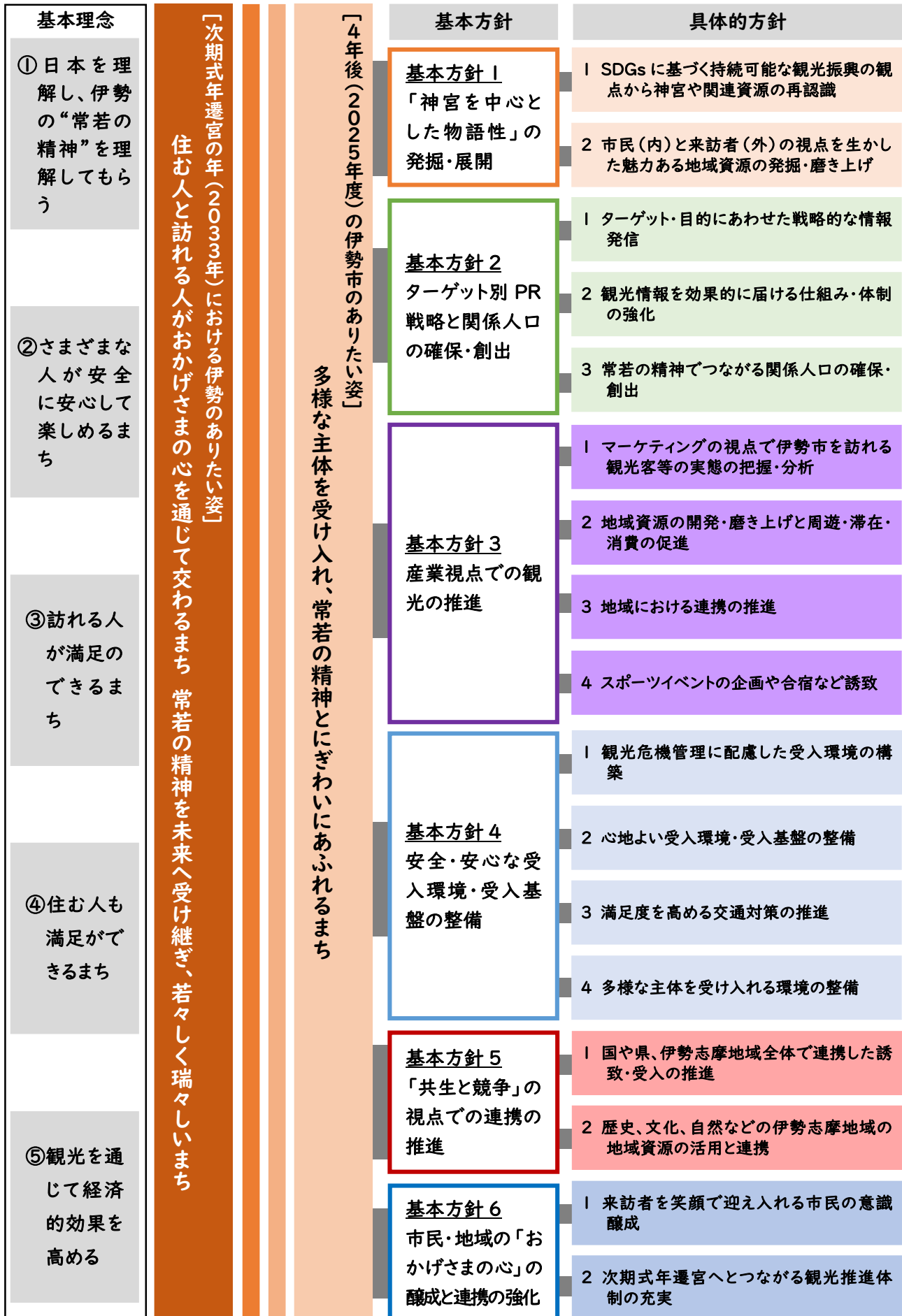
「次期式年遷宮の年(2033年:令和15年)における伊勢市のありたい姿」を目指し、本計画の計画期間である「4年後(2025年度:令和7年度)のありたい姿」を実現するため、以下の6つの基本方針を定めます。

今般の新型コロナウイルス感染症拡大によって大きな影響を受け、観光のあり方も大きく変化してきたことから、本計画の推進により「『神宮を中心とした物語性』を**発掘・展開**」し、その精神や魅力を国内外の様々な方々にターゲットを定めて戦略的にキャンペーンなどを通じて「PR」します。そして、「産業視点での観光の推進」により、市内産業の振興を図ります。また、訪れた人たちを「安全・安心に受け入れる環境」を整え、訪れる人も住んでいる人も双方が心地よく過ごし、満足できるまちづくりを進めます。そして、広域連携により「共生」を図りつつ、地域内観光地として選ばれるよう「競争」し、観光地としての魅力を高めるとともに効果的な誘客につなげていきます。これらの一連の取組を実現するため「市民・地域の「おかげさまの心」の醸成と連携の強化」を行っていきます。

2018年(平成30年)3月「伊勢市観光振興基本計画」の策定後、国内外の観光の実態が急速に変化してきたことから、様々な動向を踏まえ、基本方針の組み換えを以下のように行っています。



[計画の体系図]





伊勢市は、古(いにしえ)から神宮がご鎮座するまちとして、世界に誇れる歴史・文化などの資源を数多く有することはもちろん、神宮が古くから培ってきた日本人の心の原点とも言える精神性や、その伊勢市で暮らす市民の営み・心持ちもあわせて、伊勢ならではの魅力として今も多くの人達を惹きつけています。

近年においては、SDGsといった、神宮が培ってきた精神性と類似する考え方が世界中の人々にとっての行動指針になるなど、歴史・文化だけではなく、心持ちの面も伊勢市の誇れる魅力資源となっている一方で、そのような魅力を市民が気づいていない、そして市外の人に十分に知られていないとも言えます。

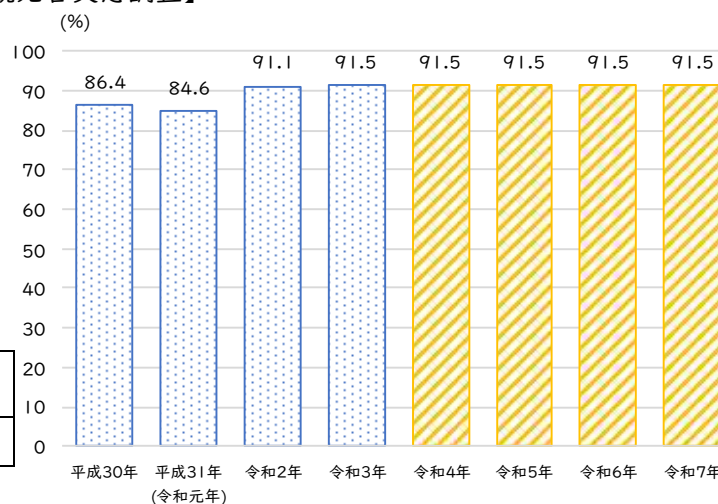
神宮を中心とし、伊勢市全体に広がる観光資源や精神性の魅力を再度地域の人々、そして伊勢市を愛する市外の人々も巻き込んで掘り起こし・磨き上げPRすることで、新たな交流を生み出します。

【方針における目標指標】

観光客総合満足度 【出典：伊勢市観光客実態調査】

コロナ禍の状況で過去最高の数値(91.5%)となりました。神宮を中心とし、伊勢市全体に広がる観光資源や精神性の魅力を観光客に伝え、コロナ禍前の賑わいへ再生した際も、この満足度を維持し続けることを目指します。

現状値 2021 年 (令和 3 年)	目標値 2025 年 (令和 7 年)
91.5%	91.5%



【その他のモニタリング指標】※

せんぐう館入館者数 【資料提供：神宮司庁】

現状値 2021 年(令和 3 年) 40,657 人

市民の満足度(市民プライド・誇り) 【出典：伊勢市市民アンケート調査】

現状値 2021 年度(令和 3 年度) 66.3%

※ モニタリング指標とは…基本方針の取組の成果を多角的な視点で検証するため設定し、基本方針における目標指標(KPI)とともに活用していく指標です。KPIが何らかの理由で継続的に測定・評価できなくなった場合には、モニタリング指標の中から検証部会(第6章参照)で協議し、代替のKPIとして目標を設定し、活用します。

具体的方針1

SDGsに基づく持続可能な観光振興の観点から神宮や関連資源の再認識

神宮の歴史文化や価値、魅力をより深く知ってもらうために、SDGsの考え方にも通ずる“常若の精神”を伊勢市全体に波及・浸透させるとともに、来訪する観光客にも理解・共感してもらえるよう取り組みます。

【4年間で取り組むこと】

◆神宮の持つ物語性・精神性や価値の再認識と共有

様々な立場の人が神宮の歴史文化や価値・魅力を学び再認識できる機会を設け、他の地域資源も含めた「神宮を中心とした物語性」を整理・発信することで、価値や魅力を市民や来訪者などと共有します。

【取組例】

- ・常若の精神を学ぶ資料等の作成・充実
- ・常若の精神を学び体感できるサステナブルな旅行を受け入れるための情報の整理・提供

◆神宮関連施設等の文化施設認知度向上に向けた魅力向上への取組と利用促進

歴史文化の価値や魅力を学ぶことのできる施設の利用促進や地域資源の情報を整理し積極的に発信することで、認知度の向上を図り、来訪を促進します。

【取組例】

- ・お木曳行事などの伊勢市が承継してきた民俗行事としての歴史文化を学ぶ機会の創出や地域資源の物語性を生かした情報発信

具体的方針2

市民（内）と来訪者（外）の視点を生かした魅力ある地域資源の発掘・磨き上げ

SDGsの考え方に基づく持続可能な観光地づくりの視点や、市内外の多様な人々の視点を積極的に取り入れて、伊勢市内に潜在する魅力ある地域資源の発掘・磨き上げを行います。

【4年間で取り組むこと】

◆自然、景観、歴史・生活文化、食、芸術性などの様々な地域資源をまち全体で発掘・磨き上げ

市内外の人々の視点を通じて伊勢市の様々な地域資源を磨き上げ、まち全体の魅力向上に取り組みます。特に市外からの視点を通じて新たな伊勢市の魅力を掘り起こすことで、伊勢市観光の魅力の底上げや新たなコンテンツの創出につなげます。

【取組例】

- ・食の地域資源を活用した地産地消や農業体験等の一次産業と連携した体験型観光コンテンツの造成
- ・クリエイターズ・ワーケーション等を通して構築した人とのつながりを生かした観光事業の展開

◆SDGsの視点による持続可能な観光地としての魅力や付加価値の向上

SDGsの考え方に基づく持続可能な観光地づくりの視点から、常若の精神につながる地域資源の磨き上げを行い、持続可能な観光地としての魅力や付加価値の向上を図ります。

【取組例】

- ・SDGs等の将来を見据えた観光地としてのブランド力向上に資する取組の推進
- ・観光地のフードロス抑制や循環する社会実現に向けた取組の推進
- ・観光客へのフードロス削減やごみ減量化に向けた啓発
- ・神宮式年遷宮に関係する伊勢市特有の歴史文化を承継する観光地としての魅力向上の推進



伊勢市の魅力をたくさんの人に知っていただき、来訪を促すためには、明確なターゲットを定め、それらの人々の心に響く PR を仕掛けていくことが重要になります。コロナ禍においても、アフターコロナを見据え、継続的に情報を発信し、伊勢市への来訪意欲を高めていくことが重要となります。

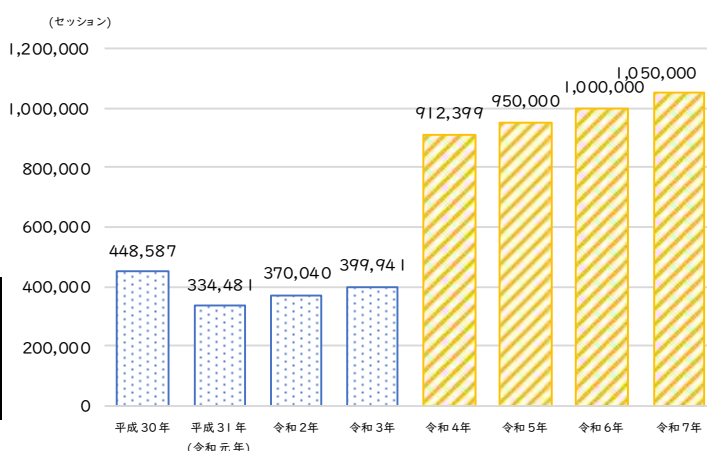
また、情報発信や来訪をきっかけに、伊勢市の持つ歴史文化や物語性の魅力に共感していただき、もっと伊勢に関わりたいという人を増やし、単なる観光を越え、更に強くこの伊勢の地域とつながりを持つ「関係人口」の創出があわせて必要となっています。

【方針における目標指標】

伊勢市観光協会ホームページのセッション数 【資料提供：公益社団法人伊勢市観光協会】

正確な観光情報を発信する伊勢市観光協会ホームページのセッション数増加により、神宮をはじめとした伊勢市の魅力を多くの人に知っていただき、来訪の意欲を高めることを目指します。

現状値 2021 年 (令和 3 年)	目標値 2025 年 (令和 7 年)
399,941 セッション	1,050,000 セッション



【その他のモニタリング指標】

ターゲットエリアからの来訪割合 【出典：伊勢市観光客実態調査】

現状値 2021 年(令和 3 年)

愛知県 24.9%：三重県 15.5%：大阪府 14.8%：東京都 8.0%：兵庫県 5.4%：京都府 4.3% ほか

ふるさと応援寄附金の件数 【出典：伊勢市企画調整課】

現状値 2020 年度(令和 2 年度) 6,225 件

ISE ONE セッション数 【出典：伊勢市商工労政課】

令和5年 3月リリース

具体的方針1 ターゲット・目的にあわせた戦略的な情報発信

アフターコロナを見据え、伊勢市の観光のあり方と情報発信の方法を見直し、多様化する旅行目的や観光ニーズなどを的確に捉えた戦略的な情報発信を展開します。

【4年間で取り組むこと】

◆明確なターゲットに向けた誘客PR・キャンペーンの実施

誘客するターゲットの属性などを明確にし、ターゲットに響く効果的な情報発信・誘客PRをするとともに、効果測定を行います。

アフターコロナを見据えたインバウンドの誘客に向けて、伊勢市の魅力や価値への訴求力の高い欧米圏を中心に、デジタル・マーケティングの視点も取り入れた戦略的な情報発信・誘客PRを展開します。アジア圏など欧米圏以外の国や地域に向けては、伊勢志摩地域など広域の連携で誘客に取り組みます。

【取組例】

・感染拡大等の社会情勢に対応した地域別ターゲット誘客PR

◆伊勢市の魅力や価値を理解してもらうための情報発信

永きに渡り続いてきた「常若の精神」が受け継がれている伊勢市のまちづくりや、その物語性や精神性、歴史文化の魅力や価値を国内外に向けて広く情報発信します。

【取組例】

・お木曳行事やお白石持ち行事など神宮式年遷宮に関する伊勢市特有の歴史文化の魅力を生かす大規模キャンペーンの実施
・多様なメディアや外部人材を活用した話題性のある情報発信

具体的方針2 観光情報を効果的に届ける仕組み・体制の強化

行政だけでなく、関係機関・団体などとの連携や役割分担も見据えつつ、伊勢市の観光情報を効果的に届ける仕組みや体制を強化します。

【4年間で取り組むこと】

◆効率的な発信を行うための観光情報媒体の整理・強化

伊勢市を訪れている来訪者に向けて、必要な情報が適時適切に届くよう、観光情報媒体を整理・強化し、効率的な情報発信に努めます。

【取組例】

・旅行中に必要な情報の整理と案内方法の再検討

◆観光案内所等での効果的な情報発信

来訪者との直接的な接点となる観光案内所をはじめとする窓口サービスの質の向上や情報発信力の強化に努めるとともに、店舗や宿泊施設などとも連携し地域での情報発信の充実を支援します。

【取組例】

・関係機関と連携したおもてなしのスキルアップ・レベルアップの研修の実施

コロナ禍において伊勢市への来訪が困難となってしまった人の再来訪につながる関係づくりを強化するとともに、国内外に多く潜在する、伊勢市を愛するファン、常若の精神に関心を持ってくれる関係人口の確保・創出・拡大・定着を図ります。

【4年間で取り組むこと】

◆伊勢市のファンやリピーターとのつながりの構築・深化

「お伊勢参り」を習慣とするリピーター、常若の精神に関心や共感を持つ伊勢ファンなどへの情報発信や継続的なつながりを醸成する機会を充実し、関係人口を確保・創出します。また、こうした関係人口が伊勢市の魅力を幅広く情報発信してくれるような機会・きっかけづくりなどにも努めます。

【取組例】

- ・シティプロモーションと連携した観光情報の発信
- ・伊勢市のファンとつながり続けるための、データの蓄積と利活用を見据えた連携

◆学習型旅行の受入対応の支援

伊勢市の歴史文化や神宮に継承されてきた常若の精神とそれらに関連するSDGsの取組等を活用し、伊勢市ならではの体験学習コンテンツを造成し、学びを中心とした旅行の誘致や受入強化を図ります。

【取組例】

- ・団体旅行の中でSDGsを学ぶことのできるコンテンツの造成及び支援
- ・伊勢市特有の歴史や生活文化を学ぶ旅行商品の造成

◆デジタル技術等を活用した新たな需要の喚起

ICTやデジタル技術の進歩によって高度化・多様化する情報発信手段を効果的に活用することで、これまで伊勢市からの情報が届きにくかった層などの新たな需要を喚起し、関係人口や来訪者の増加につなげていきます。

【取組例】

- ・AR(拡張現実)、VR(仮想現実)などの社会情勢にあわせて必要となる効果的なデジタル技術の活用
の研究や情報発信



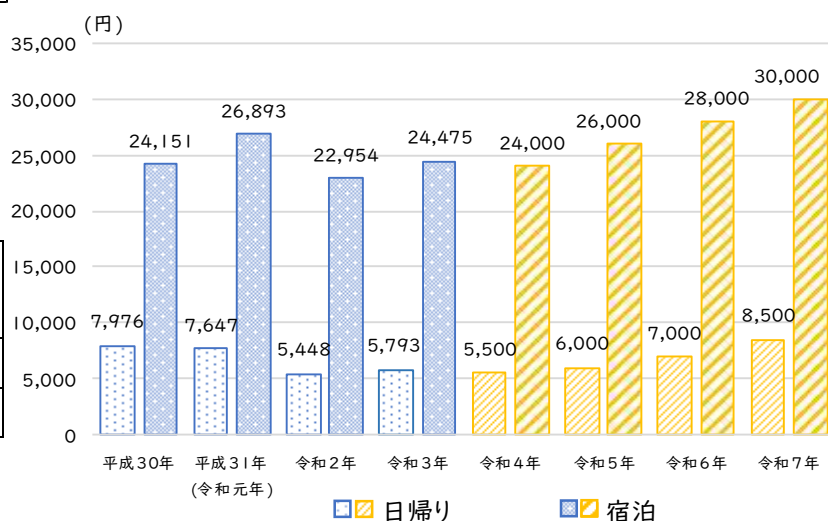
観光とは、人生の楽しみであると同時に、観光地に住む人々の暮らしを豊かにする重要な要因の一つです。地域の人々を豊かにするには、産業としての視点をもって、消費を生み出し、地域に継続して効果を波及させることが重要です。そのために、マーケティング調査や、調査に基づく戦略の構築・実行、消費を促進するための観光資源へのストーリー性が求められます。

【方針における目標指標】

一人当たりの観光消費額 【出典：伊勢市観光客実態調査】

市内の滞在時間の延伸や周遊を促進させ、地域経済の活性化を図るため、観光客一人ひとりの観光消費額の増加を目指します。

	現状値 2021年 (令和3年)	目標値 2025年 (令和7年)
日帰り	5,793円	8,500円
宿泊	24,475円	30,000円



【その他のモニタリング指標】

宿泊、日帰りの割合 【出典：伊勢市観光客実態調査】

現状値 2021年(令和3年) 宿泊 12.8%:日帰り 87.2%

観光入込客数(推計) 【出典：伊勢市観光客実態調査】

現状値 2021年(令和3年) 282.4万人

内宮・外宮・二見に訪れる観光客の割合

【資料提供：神宮司庁(神宮参拝者数)、二見興玉神社(二見興玉神社参拝者数)】

現状値 2021年(令和3年) 内宮 52%:外宮 24%:二見 24%

具体的方針1 マーケティングの視点で伊勢市を訪れる観光客等の実態の把握・分析

観光実態調査を継続的に実施し、観光動向等の実態把握を行うとともに、デジタル技術等を活用した調査方法やマーケティングの手法を研究するなど、より効果的な観光実態の把握・分析と、その分析に基づいた観光マーケティングを行います。

【4年間で取り組むこと】

◆伊勢市を訪れる観光客の実態の把握・分析

観光施設・エリアごとの入込客数や消費動向などの観光実態を把握し、それに基づく分析を実施します。

【取組例】

- ・新たな手法による観光実態調査の研究

◆デジタル技術等を活用した調査手法の研究と実施

デジタル技術等を活用したより効果的な手法について研究します。GPSなどのビッグデータを活用した観光客の流動分析など、デジタル技術等を効果的に活用したマーケティングを行い、誘客戦略の検討・実施を行います。

【取組例】

- ・GPSなどビッグデータ活用による有効な調査方法の検討・実施
- ・観光消費単価増加に向けたデジタル技術を活用した観光消費動向の調査・分析

具体的方針2 地域資源の開発・磨き上げと周遊・滞在・消費の促進

観光客の満足度や市内での宿泊や滞在時間延伸、観光消費額拡大のため、既存の地域資源・観光コンテンツの魅力向上を図るとともに、新たな地域資源の開発、観光コンテンツの造成を進めます。

【4年間で取り組むこと】

◆宿泊や周遊の促進による滞在時間の延伸と観光消費の拡大

内宮エリアへの来訪者が他エリアにも周遊することや、市内宿泊により滞在時間が延伸することは、観光消費拡大につながります。そのためにも、観光価値を高める体験プログラムや季節・時間帯別コンテンツの創出、宿泊施設の高付加価値化などの新たな魅力創出に向けた取組を支援します。

【取組例】

- ・外宮エリアや二見エリアでの地域性や歴史文化を生かした魅力ある体験型コンテンツの造成
- ・市内での宿泊客の増加につながる滞在型観光の取組の推進や団体旅行受入のための支援

◆地域資源を活用した滞在消費ストーリー・体験メニューの開発

これまでの「外宮から内宮へ」などの取組に加えて、SDGsなどに関連する市内コンテンツ・スポットなどをストーリー化してつなぐことや、新たな価値を生む周遊プランの創出に取り組めます。

【取組例】

- ・五感で楽しむ観光コンテンツの創出
- ・神宮ご鎮座のまちとしての物語性や地域性等を生かした市内周遊性向上に向けた取組への支援

具体的方針3 地域における連携の推進

個店やスポット、エリアごとの振興だけでなく、伊勢市全体で連携した周遊の促進と来訪満足度の向上に取り組めます。

【4年間で取り組むこと】

◆地域が一体となった来訪者の満足度の向上及び消費を広げる取組

個別の特徴や持ち味を生かしつつ、観光客の満足度の向上に向けて共に取り組む多様な関係者が連携・交流できる環境を創出します。

【取組例】

- ・観光課題を共に学び、地域への誇りと愛着を醸成する交流の場の創出
- ・DMO等の観光振興団体を中心とした観光経営の視点に立った観光地域づくりの推進

◆地域産業と連携した特産品等の販路拡大や観光コンテンツ造成の支援

観光に直接関連する事業者だけではなく、農業や漁業、製造業など様々な産業と連携した観光振興を推進し、異業種連携による特産品開発や販路拡大、観光コンテンツの創出・磨き上げを支援します。

【取組例】

- ・ECサイトやアンテナショップの展開による特産品等の販路拡大
- ・第一次産業などと連携した地域内消費型観光コンテンツの創出

具体的方針4 スポーツイベントの企画や合宿などの誘致

伊勢市の魅力の周知、新たな交流を生み出すきっかけや伊勢市への再来訪の動機づけとなり、団体旅行の受入拡大にもつながる、スポーツイベントの企画や大規模なスポーツ合宿・集大会等の誘致を推進します。イベント等は既存概念に捉われることなく、伊勢市の独自性を発揮しつつ、地域への経済効果も考慮して取り組みます。

【4年間で取り組むこと】

◆新たな交流や誘客のきっかけとなるスポーツイベントの企画・合宿等の誘致

伊勢市の施設や地域資源を有効に活用し、観光面でも新たな交流や誘客につなげていくことが期待される、スポーツイベントの企画や大規模なスポーツ合宿・集大会等の誘致を推進します。

【取組例】

- ・「野口みずき杯中日三重お伊勢さんマラソン」の開催
- ・スポーツ合宿や集大会の誘致

◆伊勢市の独自性を発信するイベントの企画、伝統行事の継承・磨き上げ

これまで受け継がれてきた伝統行事や文化的イベントなどを継承するとともに、新たな魅力や付加価値の付与などにより磨き上げ、観光面での新たな交流促進や誘客につなげていきます。

【取組例】

- ・伝統文化の継承及び観光による交流促進を図る花火大会の開催
- ・お木曳行事実施に向けた文化継承のための支援
- ・お木曳行事実施に向けた取組の機運を高め、交流の機会を生むイベントの実施

基本方針 4

安全・安心な受入環境・受入基盤の整備



伊勢市には神宮をはじめとした多種多様な資源があり、特に歴史文化を感じる観光におけるポテンシャルには特筆すべきものがありますが、一方で、観光ニーズは多様性を極め、日々、求められる条件は変わりつつあります。近年においては、新型コロナウイルス感染症や自然災害などへの備えや、多様性に対応した受入環境なども求められています。

これらのニーズへの対応のためには、最新のデジタル技術の活用や、多様な主体による受入環境の構築に取り組み、伊勢のまちを形作る歴史文化とのバランスを取りつつ、訪れる人も住む人も双方が満足できる受入基盤の構築が必要です。

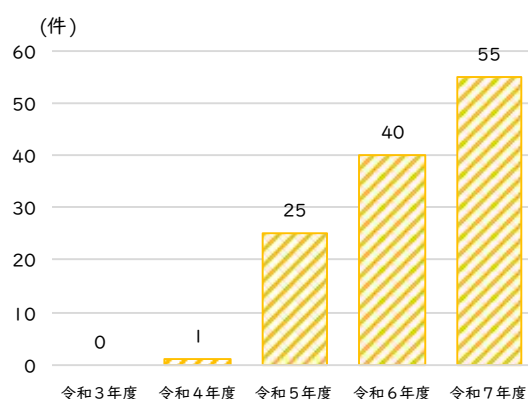
【方針における目標指標】

市内観光施設の心のバリアフリー認定制度登録施設数

観光客にとっても市民にとっても安全・安心な受入環境を作り上げるため、市内観光施設の心のバリアフリー認定制度の登録件数の向上を目指します

現状値 2021 年度 (令和 3 年度)	目標値 2025 年 (令和 7 年度)
0 件	55 件

【資料提供：観光庁】



【その他のモニタリング指標】

伊勢バリアフリーホームページのセッション数

【資料提供：伊勢志摩バリアフリーツアーセンター】

現状値 2020 年度(令和 2 年度) 3,798 セッション

観光施設における防災訓練の実施回数 【資料提供：観光統計協力施設に聞き取り】

令和5年度から新たに聞き取り

具体的方針1 観光危機管理に配慮した受入環境の構築

従来の自然災害等への対策に加えて、感染症による地域経済への影響なども含めて、観光危機管理に配慮した受入環境を整え、安全・安心で持続可能な観光を支える環境整備を推進します。

【4年間で取り組むこと】

◆安全・安心を担う観光危機管理の推進

伊勢市の主要な観光エリアなどを対象に観光危機管理に取り組むための意識醸成を行い、行政と地域の役割分担を明確にし、緊急時に市民と来訪者の双方の安全を守ることができ観光地づくりに取り組みます。

【取組例】

・意識醸成のためのワークショップや取組を進めるための防災訓練等の実施

◆観光客の平準化・分散化の推進

新型コロナウイルス感染症拡大防止への対応のための人の密集回避や、観光客満足度の低下につながるオーバーツーリズム対策、渋滞解消などのためにもデジタル技術を活用した混雑状況の発信などにより、時期、時間、場所など観光客の来訪の平準化・分散化を行います。

【取組例】

・混雑のピークを平準化するための情報発信やキャンペーン実施

具体的方針2 心地よい受入環境・受入基盤の整備

伊勢市を形作る歴史・生活文化とのバランスを考慮し、良好な景観形成を推進するとともに新しい生活様式に対応した安全・安心に滞在できる受入環境の取組を推進します。

【4年間で取り組むこと】

◆美しいまちなみ・景観を生かしたまちづくりの支援

来訪者が伊勢市特有の歴史や生活文化を感じることができる美しいまちなみ・景観を生かした取組を支援します。

【取組例】

・内宮、外宮、二見、河崎地域などで取り組む景観を生かした取組の推進

◆新しい生活様式に対応した快適な滞在環境の整備

コロナ禍で浸透した「新しい生活様式」を、おもてなしの一環として継続・拡充し、快適に、かつ安全・安心に滞在できる環境を整備します。

【取組例】

・「みえ安心おもてなし認証制度」の普及啓発や、「伊勢志摩スタンダード」等の伊勢志摩地域で取り組む企業の安全・安心への取組支援

◆来訪者の多様なニーズにあわせた案内機能の検討と観光案内所の機能整理

観光DXを推進し、来訪者の需要変化や多様なニーズにあわせた高付加価値な観光案内サービスの提供を行います。

【取組例】

・デジタル技術を活用した観光案内所機能の見直し

具体的方針 3 満足度を高める交通対策の推進

伊勢市内の移動手段、周遊手段の確保と利便性の向上に向けて、公共交通の利用促進を図り、渋滞緩和等の交通対策を推進します。また、デジタル技術等を活用した交通情報提供や将来的な MaaS(※)の実現に向けて、地域活性化を目指すモビリティサービスの継続的な検討を行います。

※MaaS(マース)…Mobility as a Service の略。あらゆる交通機関を対象として、情報通信技術を活用して結びつけ、人々が効率よく、便利に使えるシステムのこと。

【4年間で取り組むこと】

◆満足度向上につながる交通対策の推進

主要な観光エリアをつなぐ公共交通のダイヤや本数、ルートの改善・確保、並びに自転車等の2次交通の有効活用など、利用者の満足度を満たし、周遊の利便性の高い交通手段を検討します。

【取組例】

- ・レンタサイクル(シティサイクル及びE-Bike等)の利便性向上による周遊の促進
- ・新しいモビリティの積極導入

◆正確で便利な交通情報の発信

デジタル技術等の活用により、公共交通のキャッシュレス化を推進するとともに、運行状況や混雑状況をリアルタイムで把握できる仕組みの構築や、将来的な伊勢市 MaaS の実現に向けた継続的な検討に取り組めます。

【取組例】

- ・地域モビリティ推進のための関係機関との連携

具体的方針 4 多様な主体を受け入れる環境の整備

国籍や生活文化の違い、障がいの有無などに関わらず、快適に心地よく伊勢市を来訪していただける環境を整備します。

【4年間で取り組むこと】

◆バリアフリー観光の満足度を高める環境整備

主要な観光施設・エリアにおけるバリアフリー化を図り、障がいの有無に関わらず安心して来訪できる環境づくりを継続して推進します。伊勢市バリアフリーマスタープランに即した環境整備に加えて、市民団体が先進的に行っている活動等の情報発信を拡充し、市内外に対し、伊勢市のバリアフリー観光の認知度向上を図ります。

【取組例】

- ・観光事業者への「ミライロID」等の先進事例やデジタル技術を活用した取組の推進及び普及啓発
- ・「伊勢おもてなしヘルパー」の取組の継続的な情報発信や拡充
- ・バリアフリー観光の満足度向上に向けた先進的な活動等の推進・支援

◆外国人観光客の満足度を高める受入環境・体制の整備

観光施設等の外国語対応の拡充や、伊勢市の歴史文化やそのストーリーなどの外国語対応を進め、歴史文化、精神性を深く・正確に理解できる環境を整え、来訪者の満足度を高めます。

【取組例】

- ・案内板やマップ等の多言語化を含む多言語対応のおもてなし



観光誘客や観光コンテンツの開発においても、伊勢市単独ではなく、周辺自治体と連携し、お互いの魅力を掛け合わせることで、多様なニーズに応じた選ばれる観光地域としてより効果的な情報発信が可能になります。

また、このコロナ禍による観光客の減少を伊勢市の観光を見つめ直す機会と捉え、ウィズコロナ・アフターコロナにおいても、周辺地域との「共生」だけではなく、時にはライバルとして「競争」し、互いが切磋琢磨することによって、双方の持つ地域資源やコンテンツの魅力を高め、更なる発展を目指します。

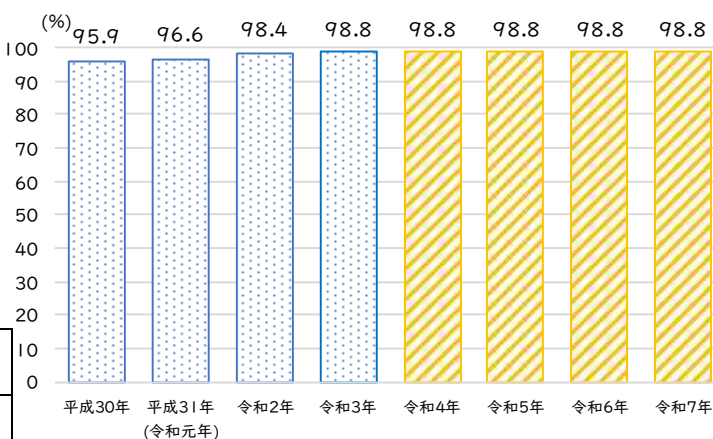
【方針における目標指標】

再訪意向率 【出典：伊勢市観光客実態調査】

伊勢市及び周辺地域が、観光客に繰り返し選ばれる観光地となること、そしてその中心が伊勢となることを目指し、「再訪意向率」を目標と定め、伊勢市の再訪意向率を伊勢志摩地域全体の再訪意向率以上となる状態を維持し続けることを目指します。

現状値 2021年 (令和3年)	目標値 2025年 (令和7年)
98.8%	98.8%

伊勢志摩地域全体の再訪意向率の水準以上を維持する



【その他のモニタリング指標】

三重県全体の観光客満足度 【資料提供：三重県観光客実態調査】

現状値 2020年(令和2年) 94.4%

伊勢志摩地域全体の入込客数 【資料提供：三重県観光レクリエーション入込客数推計書】

現状値 2020年(令和2年) 7,144,000人

伊勢志摩地域の宿泊者数 【資料提供：伊勢市、鳥羽市、志摩市のホームページ公表値】

現状値 2020年(令和2年) 2,638,950人
(伊勢市:477,359人、鳥羽市:1,211,792人、志摩市:949,799人)

伊勢志摩地域全体の再訪意向率 【資料提供：三重県観光客実態調査】

現状値 2020年(令和2年) 95.6%

具体的方針1 国や県、伊勢志摩地域全体で連携した誘致・受入の推進

共生の視点から、県および伊勢志摩周辺地域と連携し、歴史文化や食、レジャー、バリアフリー観光など、地域一体で魅力を伝える情報発信や旅行商品の造成を行い、地域全体での誘客促進を図ります。加えて、競争の視点から、選ばれる観光地として切磋琢磨し自らの地域資源の磨き上げを図ることで、地域全体での魅力向上につなげます。

【4年間で取り組むこと】

◆地域全体で連携した誘致・誘客の推進

教育旅行やコンベンションなどの様々な場面において、三重県や伊勢志摩地域全体で連携・協力してコンテンツ造成や誘致活動、誘客PRに取り組みます。

【取組例】

- ・伊勢志摩広域での学生団体誘致活動や連携した誘客活動の支援
- ・神宮式年遷宮に関係する広域連携での旅行商品の造成や誘客活動の実施

具体的方針2 歴史、文化、自然などの伊勢志摩地域の地域資源の活用と連携

コロナ禍により、自然体験・アウトドアのニーズが高まる中、伊勢志摩地域への来訪者のニーズも変化していることを踏まえて、伊勢市が有する神宮の精神性や物語性、歴史文化などの魅力に加え、鳥羽・志摩などの自然を生かしたコンテンツを組み合わせ、伊勢志摩地域の観光の魅力としてPRし誘客に取り組みます。

【4年間で取り組むこと】

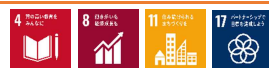
◆「ナショナルパーク」(※) としての特徴を生かした事業の推進

伊勢市のほか、鳥羽市、志摩市、南伊勢町にかけて広がる伊勢志摩国立公園のエリアでは、豊かな自然環境を生かし、各地域の生活、歴史、文化、風習などに深く触れることができるナショナルパークツーリズムを推進します。

【取組例】

- ・朝熊山や二見地域へ通ずる近畿自然歩道を生かした地域資源の掘り起こしや、伊勢志摩国立公園の魅力の発信
- ・自然体験ニーズの高まりを捉えた誘客促進

※ ナショナルパーク… 政府は国立公園に関して、世界水準の「ナショナルパーク」としてブランド化を図り、訪日外国人の国立公園利用者数の増加を目標に掲げています。そのような状況の中で環境省は「国立公園満喫プロジェクト」を展開しており、全国の国立公園の中で先導的・集中的な取組を実施する国立公園の一つとして、伊勢志摩国立公園が選定されています。



観光客にとっては、旅先で出会う様々な地域の人々などとの触れ合いも観光の醍醐味です。近年、インターネットや SNS により簡単に観光地の情報を得られるようになった社会の中、旅先での人々との交流や、その地域の人々の暮らしぶりに対する注目度が改めて高くなっています。また、満足いただく交流を行うためには、観光客を受け入れる市民側の共感を得る必要があります。

市民がこれまで多くの観光客を迎え入れ、繁栄してきた伊勢市の観光文化について学ぶ機会を設けることで、「おかげさまの心」(※)をもって観光客を迎え入れることへの誇りを醸成することが大切です。そのうえで、地域が一体となって観光客を迎え入れる観光地として発展し続けることを目指します。

※ おかげさまの心…市民の神宮への感謝から生まれる心の意味として使っています。その心がにじみ出て、訪れた方々に伝わり、「おもてなしの心」として感じられる姿を目指します。

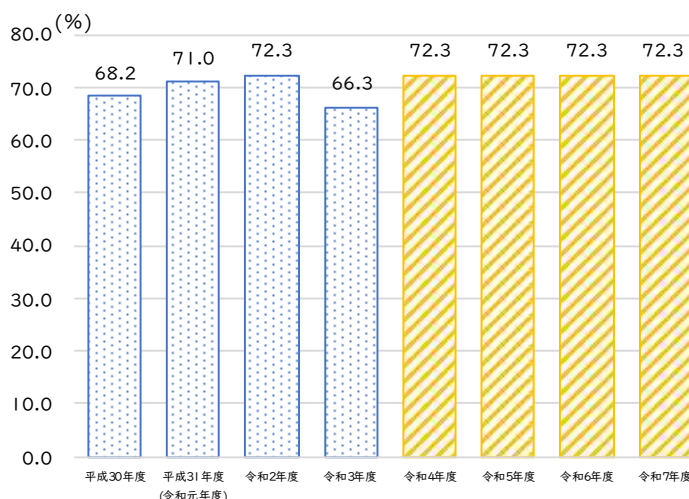
【方針における目標指標】

市民の満足度(市民プライド・誇り)

【出典:伊勢市市民アンケート調査】

市民満足度は令和2年度に過去最高の数値となりましたが、令和3年度においては6%の落ち込みが見られます。まちの観光地としての価値や魅力の高まりが一層認知されることで、観光客を受け入れる市民の満足度(プライド)も高まるため、目標指標においては、過去最高となった令和2年度の以上の水準を目指します。

現状値 2021年度 (令和3年度)	目標値 2025年度 (令和7年度)
66.3%	72.3%



【その他のモニタリング指標】

検定お伊勢さん合格者数の延べ人数

【資料提供:伊勢商工会議所】

現状値 2020年度(令和2年度) 2,608人

「伊勢っ子」事業参加者延べ人数

【出典:伊勢市観光振興課】

現状値 2021年度(令和3年度) 124人

「伊勢たびナビの会」開催会議等参加者延べ人数(年間)

【資料提供:伊勢たびナビの会】

現状値 2021年(令和3年) 15人

具体的方針1 来訪者を笑顔で迎え入れる市民の意識醸成

伊勢市の観光を形作る歴史文化や伝統・精神性を市民に愛されるものとして後世に引き継ぐとともに、伊勢市に住む人も訪れる人も双方が満足できる観光まちづくりを進めていくため、観光に対する市民の理解・協力を深め、来訪者を笑顔で迎え入れる市民の意識醸成を図ります。

【4年間で取り組むこと】

◆中長期的な視点による観光まちづくりの担い手の育成

市民が伊勢市に住むことの誇りや地域愛を深め、「おかげさまの心」で来訪者におもてなしができるように、観光まちづくりを推進していく担い手となり得る人材の育成と活用を支援します。

将来の伊勢市の観光を担う子どもや若い世代が、伊勢の歴史文化や伝統などを学び、理解を深めることができる機会を確保します。

【取組例】

- ・主要な観光地における住民(地元事業者)主体の観光まちづくりの支援
- ・「伊勢っ子」育て事業のPR

具体的方針2 次期式年遷宮へとつながる観光推進体制の充実

次期式年遷宮に向けて2025年度(令和7年度)から様々な行事が行われることにより伊勢市に新たな人の流れを生み出す動きが生じることを見据えて、市民・地域の意識や結束力を高めていくとともに、行政をはじめ各種関連団体・関係機関、事業者等が一体となって次期式年遷宮に向けた機運醸成や観光推進体制の充実を図ります。

【4年間で取り組むこと】

◆次期式年遷宮を見据えた市民力・地域力の向上

2025年度(令和7年度)から動き出す次期式年遷宮につながる取組を見据えて、市民・地域の力を結集し、地域の伝統や人材力を確実に継承していくとともに、多くの来訪者を笑顔であたたかく迎え入れられるまちとしていくために、市民力・地域力の一層の向上を支援します。

【取組例】

- ・地元団体の伝統文化継承への支援
- ・市民のおもてなしの心の醸成の支援

◆関係機関と連携した取組の推進

観光協会や商工会議所をはじめ伊勢市の観光に関わる関連団体・関係機関、事業者などとの連携と適切な役割分担に基づき、次期式年遷宮に向けた伊勢市全体の機運の醸成や各種取組を円滑にかつ効果的に実施していく上での観光推進体制や受入態勢の充実を図ります。

観光受入態勢としては、事業者や観光案内人・ガイドなどについて、来訪者の期待に応えられる人材の育成及びスキルアップなどを支援します。

【取組例】

- ・「伊勢たびナビの会」の活動支援
- ・観光客をもてなしてきた文化を次世代へ継承し、発展させる取組の支援
- ・多様な主体が主役となる受入態勢の充実

第 6 章 計画の推進・実現に向けた推進体制

1 計画の進捗管理

前項の指標に基づき、時期を定め、繰り返し検証を行います。PDCA サイクルのもとで、計画を実行し、それを進捗評価・改善、そして必要に応じて計画を見直すプロセスで運用していきます。

本計画策定段階では、新型コロナウイルス感染症の収束の目途が立っていないことから、計画の見直しの必要性についても継続的に検討します。

その体制として、観光関連事業者等への聞き取りを継続的に実施するとともに、伊勢市観光振興基本計画推進委員会内に設置した検証部会を毎年 1 回以上開催し、取組結果や目標値に対する達成の度合いなどについて検証を行います。

本計画で設定した各種目標指標の達成に向け、検証部会では社会情勢等の変化をモニタリング指標を用いて多角的な視点で検証します。また、数字に表れない観光実態の把握のためにも、観光事業者や観光客を受け入れる市民等の関係者との意見交換の場を設けるなど、効果的な事業の展開や改善に向けた取組を進めます。

2025 年度（令和 7 年度）に本計画の見直しを実施し、次期計画を策定し、次期式年遷宮の年（2033 年：令和 15 年）における伊勢市のありたい姿の実現を推進していきます。

卷末資料

■伊勢市観光振興基本計画推進委員会 委員名簿

(敬称略)

委員名	所属・役職	備考
板井 正斉	皇學館大学 教授	委員長
山本 武士	外宮参道発展会 会長	副委員長
中本 龍二	伊勢商工会議所 事務局長	
久村 裕一	伊勢まちづくり株式会社 ゼネラルマネージャー	
松井 柁佐美	伊勢小俣町商工会 事務局長	
村田 久実	公益社団法人伊勢市観光協会 理事	
音羽 悟	神宮司庁 広報室広報課長	
中村 洋	公益社団法人伊勢志摩観光コンベンション機構 事務局長	
水谷 賢	三重交通株式会社 伊勢営業所長	
酒井 信也	近畿日本鉄道株式会社 企画統括部 営業企画部	～第2回推進委員会
桑田 知恵子	近畿日本鉄道株式会社 企画統括部 営業企画部	第3回推進委員会～
星川 幸範	東海旅客鉄道株式会社 伊勢市駅長	
小崎 琢也	一般社団法人三重県タクシー協会 伊勢志摩支部長	
岡田 麻沙	伊勢旅館組合 理事	
濱千代 裕章	二見町旅館組合 組合長	
前田 世利子	伊勢おはらい町会議 会長	
奥野 雅則	特定非営利活動法人二見浦・賓日館の会 会長	
高橋 徹	特定非営利活動法人伊勢河崎まちづくり衆 理事長	

(令和4年3月時点)

■伊勢市観光振興基本計画推進委員会会議等実施記録

日程	会議名等	主な内容
2021年(令和3年) 8月4日(水)	伊勢市観光振興基本計画 推進委員会 令和3年度第1回会議	<ul style="list-style-type: none"> ●現行計画検証結果及び新計画策定に向けた現状報告 ●策定にむけた方向性 ●策定の進め方・スケジュールについて
2021年(令和3年) 10月8日(金)	第1回ワーキンググループ	<ul style="list-style-type: none"> ●「持続可能な観光地づくり」講師講演 講師:和歌山大学観光学部 教授 加藤久美氏 ●「観光危機管理」講師講演 講師:株式会社サンダーバード 代表取締役 翁長由佳氏 ●参加者からの意見聞き取り
2021年(令和3年) 10月20日(水)	第2回ワーキンググループ	<ul style="list-style-type: none"> ●観光分野における新しいテーマについての意見交換
2021年(令和3年) 10月26日、27日	個別ヒアリング調査	<ul style="list-style-type: none"> ●伊勢市の観光に携わる方や事業者への、個別聞き取り調査の実施
2021年(令和3年) 11月22日(月)	伊勢市観光振興基本計画 推進委員会 令和3年度第2回会議	<ul style="list-style-type: none"> ●策定スケジュール変更について ●現状及びワーキンググループ・個別ヒアリングの開催・実施報告 ●素案についての意見交換
2021年(令和3年) 12月1日、2日	個別ヒアリング調査	<ul style="list-style-type: none"> ●伊勢市の観光に携わる方や事業者への、個別聞き取り調査の実施
2021年(令和3年) 12月9日～	クリエイターズ・ワーケーション 促進事業参加者への ヒアリング	<ul style="list-style-type: none"> ●伊勢市クリエイターズ・ワーケーション促進事業に参加したクリエイターへの個別聞き取り調査の実施
2021年(令和3年) 12月20日(月)	伊勢市観光振興基本計画 推進委員会 令和3年度第3回会議	<ul style="list-style-type: none"> ●素案に対する意見交換
2022年(令和4年) 1月18日～2月18日	パブリックコメント	
2022年(令和4年) 3月1日(火)	伊勢市観光振興基本計画 推進委員会 (意見交換会)	<ul style="list-style-type: none"> ●パブリックコメント等の意見に対する計画案への修正についての意見交換
2022年(令和4年) 3月24日(木)	伊勢市観光振興基本計画 推進委員会 令和3年度第5回会議	<ul style="list-style-type: none"> ●計画の策定について ●令和3年度事業検証 ●令和4年度以降の検証体制について

