

菰野町観光振興プラン

菰 野 町

(令和8年6月)

<目 次>

I	はじめに	1
II	観光振興プランの位置づけと計画期間	2
	1. プランの位置づけ	
	2. プランの計画期間	
	3. GSTC 及び JSTS-D の取り組みの推進	
	4. 推進体制と役割分担	
III	理念・目標	4
	1. 理念	
	2. 目標	
IV	観光を取り巻く観光と菰野町の現状分析	6
	1. 観光を取り巻く外部環境	
	2. 菰野町の観光の現状	
	3. 菰野町における観光の課題	
V	観光振興の取組方策	13
	目標 1. 菰野町ならではの観光価値の創造	
	目標 2. 観光の経済効果の拡大と地域産業との連携	
	目標 3. 持続可能な観光地経営と住民生活との調和	
	目標 4. 広域連携と情報発信による誘客の拡大	

I. はじめに

菰野町は、名古屋から約 40km に位置し、標高 1,000m を超える鈴鹿山脈の山並みとその眼下に広がる田園からなる自然豊かな町です。町域の約 4 割を鈴鹿国定公園が占め、主峰の御在所岳（標高 1,212m）をはじめ鎌ヶ岳、釈迦ヶ岳など 1,000m を超える山々が連なります。山上へはロープウェイが運行し、山麓には養老 2 年（718 年）に開湯したと伝わる湯の山温泉が 1300 年の歴史を刻んでいます。温泉地としての賑わいに加え、登山やキャンプを楽しむ多くの方々が訪れる地域です。

菰野町の魅力は自然だけにとどまりません。パラミタミュージアムや竹成五百羅漢、菰野藩主土方家ゆかりの史跡といった文化・歴史的資源、菰野ばんこに代表される萬古焼の窯元群、町名の由来となった真菰（マコモ）をはじめとする農産物、地酒、乳製品などの地場産品が、この町ならではの個性を形づくっています。

平成 30 年には湯の山かもしか大橋が架橋され、平成 31 年 3 月には新名神高速道路の菰野インターチェンジが供用を開始しました。こうした交通インフラの整備により、菰野町や湯の山温泉街へのアクセスは大きく向上しています。豊かな自然景観と地域資源を活かした観光産業は、菰野町の主要な産業です。

本プランは、観光振興を地方創生の要と位置づけ、地域づくりとまちづくりを一体としてとらえた上で、今後の観光振興の指針と取組の方向性を示すものです。観光は裾野の広い産業であり、農業をはじめとする他産業との連携が新たな雇用や地域経済の活性化を生み出します。菰野町の地域資源を最大限に活かし、関係者すべてが協働する体制のもと、町全体の活性化を図ることを目的に策定します。

II. 観光振興プランの位置づけと計画期間

1. プランの位置づけ

本プランは、観光振興施策を総合的に展開するための計画です。

指針としての性格を持ちつつ、第6次菰野町総合計画(計画期間:2021年度～2031年度)をはじめ国や三重県、北勢圏域の関連計画との整合性を図りながら、菰野町の観光振興を着実に進めるための基本コンセプトと施策の方向性を示す個別計画として位置づけます。

本プランに基づき、DMO(Destination Management Organization:観光地域づくり法人)である一般社団法人菰野町観光協会(以下、「町観光協会」という。)が、地域の観光資源を活用しながら多面的な調整と推進を行います。

なお、本プランは菰野町が観光政策の考え方や方向性を公益性・公平性に留意して示す観光振興計画です。一方、観光庁による観光地域づくり法人の登録制度に関するガイドラインでは、DMOの役割として「明確なコンセプトに基づいた観光地経営戦略の策定」が求められています。町観光協会は、本プランとの整合を図った上で、データによる環境分析に基づく「選択と集中」の考え方により、重点的に取り組むべき事項を整理し、関係者それぞれの役割と行動、そのタイムラインを明らかにする「観光地経営戦略」をDMO主体で策定します。策定にあたってはガイドラインの登録要件をすべて網羅し、この戦略を「菰野町観光アクションプラン」として関係者と広く共有することで、本プランの実効性を高めていきます。

2. プランの計画期間

本プランの計画期間は令和8年度から令和13年度(2026年度～2031年度)の5年間で、平成21年から令和7年度までの17年間を対象とした前プランを引き継ぐものですが、観光を取り巻く情勢の変化に応じて適宜見直します。

3. GSTC 及び JSTS-D の取り組みの推進

本プランの推進にあたっては、グローバル・サステナブル・ツーリズム協議会（GSTC: Global Sustainable Tourism Council）の国際基準である GSTC-D（観光地向け持続可能な観光基準）と、観光庁がこれに準拠して策定した「日本版持続可能な観光ガイドライン（JSTS-D: Japan Sustainable Tourism Standard for Destinations）」の理念を踏まえ、持続可能な観光地域づくりを進めます。

JSTS-D は「マネジメント」「社会経済」「文化」「環境」の 4 分野、合計 47 の大項目・113 の小項目で構成されています。自然災害への危機管理、文化的建造物の維持管理、オーバーツーリズムへの対応など、日本の風土に即した内容を含んでおり、菰野町でもこのガイドラインを自己分析のツールとして活用し、現状と課題を客観的に把握した上で観光地マネジメントを進めます。

観光客と地域住民の双方に配慮した持続可能な観光地経営を実現し、経済・社会・文化・環境の各側面からバランスのとれた観光振興を通じて、菰野町の未来を見据えたまちづくりにつなげます。

4. 推進体制と役割分担

本プランの推進にあたっては、菰野町、町観光協会（DMO）、観光事業者が相互に連携して推進します。

菰野町は策定主体として、基本方針の決定、関係機関との調整、観光基盤の整備を担います。

町観光協会は DMO として観光地域づくりの中核を担い、観光資源の発掘・磨き上げ、情報発信、マーケティング、関係者間の調整を行います。あわせて、DMO 主体で観光地経営戦略を策定し、データに基づく成果指標の設定・管理を通じて戦略的な観光地経営を進めます。

観光事業者は、宿泊・飲食・交通等の各分野でサービスの品質向上と持続可能な事業運営に努め、地域一体の観光振興に協力します。

III. 理念・目標

1. 理念

観光の力で地域に経済的な豊かさをもたらし、住民の暮らしと誇りを育むとともに、先人が守り伝えてきた歴史文化と自然を次世代に引き継いでいくことを菰野町の観光振興の使命とします。豊かな水と澄んだ空気に象徴されるこの町の自然環境を最大の財産ととらえ、人にも環境にも優しい持続可能な観光地を目指します。

2. 目標

理念の実現に向け、4つの目標を掲げます。

旅行者のニーズは「量より質」「本物志向」「ウェルネス」「静けさの価値」へと明確に変化しています。菰野町の豊かな自然、1300年の温泉の歴史、マコモや萬古焼に象徴される地域固有の文化と産業は、こうした時代の求めに応える力を持った観光資源です。この資源を最大限に活かし、観光の稼ぐ力を高めながら、自然環境と住民の暮らしを守る観光地経営を実現します。

目標1: 菰野町ならではの価値を磨き、選ばれる観光地をつくる

旅行者が「量より質」を求め、本物志向が深まる時代において、菰野町にしかない資源を磨き上げ、来訪者の心に残る体験を届けることで、再び訪れたいと思われる観光地をつくりまします。湯の山温泉を核としたウェルネス・ブランドの確立、マコモ・萬古焼・地酒を活かしたガストロノミー・体験コンテンツの開発、鈴鹿山脈を舞台としたアドベンチャープログラムの充実を柱に、菰野町独自の観光価値を確立します。

目標2: 観光の経済効果を地域全体に広げる

来訪者一人あたりの消費額の向上、日帰りから宿泊への転換、オフシーズンの集客力強化を通じて、観光の質を高め、その恩恵を町全体に届けます。高付加価値な商品開発やワーケ

ーション需要の取り込みにより滞在日数の延長を図るとともに、農業・製造業・飲食業など町内の産業との連携を深め、観光の経済効果の裾野を広げます。

目標3:住民の暮らしと自然環境を守り、観光と地域が共生する

観光振興が自然環境を損ねたり、住民の暮らしを圧迫することがあってはなりません。JSTS-Dに基づくモニタリングと計画的なマネジメントによりオーバーツーリズムを未然に防ぎ、観光と地域の共生を実現します。住民自身がこの町の魅力を再認識し、来訪者を迎える誇りとおもてなしの意識を育てることで、「住んでよし、訪れてよし」の地域をつくります。

目標4:広域連携により、菰野町の魅力を広く届ける

菰野町単独では届かない旅行者層に対し、周辺市町や県域を超えた連携により、菰野町の魅力を広く発信します。鈴鹿山脈でつながるいなべ市、海と山のコントラストを持つ南伊勢町、北勢圏域全体との連携を深め、広域観光ルートの構築と共同プロモーションを通じて、国内外からの誘客を拡大します。

IV. 観光を取り巻く環境と菰野町の現状分析

1. 観光を取り巻く外部環境

(1) 国内観光市場の動向

令和7年の訪日外国人旅行者数は4,268万人(出典:日本政府観光局(JNTO)「訪日外客数」)に達し、日本の観光産業は力強い成長を続けています。国は令和5年3月に閣議決定した「観光立国推進基本計画」で、訪日外国人旅行消費額5兆円の早期達成と持続可能な観光地域づくりに取り組む地域数100地域を目標に掲げました。観光政策の軸は、量の拡大から質の向上へと明確に転換しています。

国内旅行においても、旅行者の志向は「見る観光」から「体験する観光」へと移行し、地域の暮らしや文化に触れる旅、自然の中で心身の健康を育む旅が選ばれるようになっていきます。この潮流は、豊かな自然と地域資源を持つ菰野町にとって追い風となるものです。

(2) 旅行者ニーズの変化

旅行者のニーズは大きく変化しています。この変化を菰野町の観光振興の方向性を定める基盤として位置づけ、各ニーズに対して菰野町が提供できる価値を以下に示します。

① 「量より質」への転換と高付加価値旅行の拡大

旅行者の志向は、多くの場所を巡る周遊型から、一つの場所でじっくり過ごす滞在型へと移行しています。地域の伝統文化に触れる体験、美食を味わうツアー、特別な空間での宿泊など、質と希少性を重視した旅行への支出が伸びています。菰野町の萬古焼の窯元体験、地酒の酒蔵巡り、湯の山温泉での上質な滞在は、こうした需要に応えうる素材として大きな可能性を秘めています。

② 体験・共感型ツーリズムと「本物志向」の深化

個人・少人数の旅行が定着し、旅行者はその土地でしか得られない本物の体験を求めるようになりました。表面的な観光ではなく、地域の暮らしや文化に深く触れ、自分の価値観と響き合う旅先が選ばれる時代です。菰野町には、マコモの収穫体験、僧兵鍋づくり、窯元での陶芸など、他では得られない体験の素材が豊富にあり、本物志向の観光商品として高い潜在力を持っています。

③ ウェルネスツーリズムの進化

心身の健康を目的とした旅は、温泉や森林浴といった従来型のリフレッシュを超え、より長く健康的な人生を追求する「没入型リトリート」へと深まっています。世界の旅行者の過半数が、健康増進のための休暇に投資する意欲を示しています。1300年の歴史を持つ湯の山温泉と鈴鹿山脈の自然を併せ持つ菰野町は、この分野で極めて恵まれた条件にあります。温泉×森林浴×登山を組み合わせたウェルネスプログラムの開発は、菰野町の観光振興における最も有望な方向性の一つです。

④ アドベンチャーツーリズムの拡大

登山、トレッキング、キャンプ、サイクリングなどのアウトドア・アクティビティを主目的とする旅行者は、世代を問わず増加を続けています。自然の中での挑戦や達成感を求める旅行者にとって、御在所岳をはじめとする鈴鹿山脈の山々、溪谷、キャンプ場は魅力的な舞台です。安全管理体制の充実を前提に、多様なアクティビティを開発し受入体制を整えることが、この需要を取り込む鍵となります。

⑤ サステナブル・ツーリズムへの関心

環境への配慮や地域社会への貢献は、一部の旅行者だけの関心事ではなくなりました。旅行先を選ぶ際の主要な判断基準になりつつあり、観光地の評価も入込客数だけでなく住民の幸福度や環境の持続可能性で測られる時代です。菰野町がJSTS-Dに基づく観光地マネジメントに取り組むことは、こうした旅行者層の獲得に直結するとともに、地域の自然と住民の暮らしを長期にわたって守る基盤にもなります。

⑥ ガストロノミーツーリズム(食の観光)

地域固有の食文化や食材そのものを目的とした旅行が拡大しています。町名の由来となったマコモとその加工品、鈴鹿山脈の清流から生まれた地酒、地元食材を活かした料理は、菰野町でしか味わえない食の体験であり、誘客の有力なコンテンツとなり得ます。

⑦ ワークেশョンの浸透

仕事と休暇を組み合わせたワークেশョンは、一過性のブームではなく、働き方の一つの様式として社会に根づいています。名古屋から約1時間の近接性と温泉・自然環境を兼ね備えた菰野町には、すでに一定のワークেশョン利用者が訪れています。この需要をさらに取り込むことは、滞在日数の延長と平日需要の拡大につながる可能性を持っています。

⑧ 地方分散とセカンドシティ観光

東京・京都・大阪といった定番の観光地を離れ、地方の町を訪れる旅行者が国内外で増加しています。手つかずの自然や、まだ広く知られていない土地の文化を求める動きは加速しており、大都市に近接しながら豊かな自然と独自の文化を持つ菰野町は、この潮流の中で選ばれる条件が整いつつあります。

⑨ 「静けさ」と夜の自然体験への関心

近年の旅行トレンドは刺激よりも静寂を求め、映える写真よりも心に残る瞬間を求める旅行者が増えています。光害のない環境での星空観察や、夜の自然の中で過ごす体験への関心も高まっており、鈴鹿山脈の山間部に位置する菰野町は、都市部では得られない静寂と暗い夜空を持つ稀有な場所です。

2. 菰野町の観光の現状

(1) 観光入込客数の推移と分析

菰野町の観光入込客数は、伊勢神宮式年遷宮のあった平成 25 年に日帰り・宿泊合わせて約 300 万人を記録しました。その後は減少が続き、湯の山温泉が開湯 1300 年を迎えた平成 30 年には約 250 万人となっています。令和 2 年以降は感染症の影響で大きく落ち込み、回復傾向にあるもののピーク時の水準には至っていません。

菰野町が目指すべきは、単なる入込客数の回復ではありません。来訪者一人あたりの消費額の向上、滞在時間の延長、日帰り客から宿泊客への転換、オフシーズンの集客力の強化を通じて、観光の質を高め、地域経済への波及効果を拡大していくことが本プランの基本的な考え方です。

(2) 観光資源の全体像

菰野町の観光資源は、自然、歴史・文化、食・産業の 3 つの領域にわたります。

自然資源としては、鈴鹿国定公園に属する御在所岳、鎌ヶ岳、釈迦ヶ岳をはじめとする山々、三滝川・朝明川がつくる溪谷、四季の移ろいが映す景観があります。花崗岩が隆起してできた山岳地は多様な動植物の生息地でもあり、温泉保養地やキャンプ場には毎年多くの来訪者が足を運んでいます。

歴史・文化資源としては、菰野藩主土方家ゆかりの見性寺と藩主墓地、竹成五百羅漢、尾高観音といった史跡・寺社、パラミタミュージアムなどの文化施設、地域に伝わる民話や文人たちの足跡があります。僧兵と僧兵鍋の文化も菰野町ならではの歴史的魅力です。

食・産業資源としては、真菰(マコモ)とその加工品、菰野ばんこに代表される萬古焼の窯元群、鈴鹿山脈の清流で醸される地酒、乳製品などの地場産品があります。道の駅菰野ふるさと館がこれらの発信拠点として機能しています。

こうした資源は多彩ですが、個々に点在しているため、来訪者が「菰野町」という一つの観光地としてのまとまりを感じにくい面があります。資源を有機的に結びつけ、周遊ルートや統一ブランドとして打ち出していくことが重点課題です。

(3) 温泉地としての湯の山の沿革と展望

山間の溪谷に位置する湯の山温泉は、四季折々に表情を変える自然の美しさを間近で感じられることが最大の魅力です。昭和 34 年の御在所ロープウェイの開通は、標高 1,200m の世界を誰もが訪れることを可能にした画期的な出来事でした。

昭和 50 年代には旅館が 30 軒を超え、収容人員は 2,500 人に達していましたが、現在はホテル・旅館が約半数に減少し、収容人数も約 1,700 人となっています。一方で、新たな滞在・宿泊拠点も生まれ、ウェルネス志向の旅行者の増加は湯の山温泉に新たな成長の機会をもたらしています。

開湯 1300 年の歴史と文化、伝統と風土を活かし、湯治文化の継承と現代的な再解釈を進めるとともに、湯の山かもしか大橋で結ばれた周辺地域との連携により「湯の山温泉郷」として面的な広がりを持つ観光地経営への転換が求められています。

(4) 交通アクセスと広域的位置づけ

名古屋市から高速道路や鉄道で約 1 時間、大阪市や京都市など関西圏の各都市にもアクセスしやすい立地にあります。新名神高速道路の菰野インターチェンジや東海環状自動車道の整備により、東海・近畿・北陸の広い都市圏からの来訪が可能となり、菰野町の商圈は大きく広がりました。

長年の宣伝・広報活動により、名古屋圏と関西圏では「関西の奥座敷」としての認知が定着しています。登山やロッククライミングの愛好者を中心としたリピーター層も厚く、これは菰野町の確かな強みです。一方、これらの圏域以外の国内旅行者や訪日外国人に対する認知度の向上は今後の課題です。

(5) 観光産業の担い手の多様化

かつて観光の担い手は、宿泊・飲食・土産物・交通の事業者や公的機関が中心でした。近年は農業者、小売業者、製造業者、NPO など異なる分野からの参入が進み、民泊やグランピングなど個人による参入も広がっています。

菰野町においても、多様な担い手が連携して観光の価値を高めていく体制の構築が重要となります。

3. 菰野町における観光の課題

外部環境の変化と菰野町の現状から、本プランが取り組む5つの課題を以下に定めます。なお、各課題はJSTS-Dが定める「マネジメント」「社会経済」「文化」「環境」の4分野と密接に関わるものであり、VI章の進捗管理においてもこの4分野の枠組みに沿って評価を行います。

(1) 観光の収益性の確保

菰野町には訪れる人を魅了する自然景観が数多くあり、その魅力に惹かれて繰り返し足を運ぶリピーターも少なくありません。しかしながら、来訪者の消費が観光事業者の収益に十分つながっていない現実があります。日帰り客の比率が高く、一人あたりの消費額も限定的です。自然環境を核としつつ、滞在型観光への転換と高付加価値な商品開発を通じて、観光が地域経済を潤す仕組みを構築していきます。

(2) 受入環境の整備

来訪者が快適に過ごせる環境がまだ十分に整っていません。Wi-Fiやキャッシュレス決済、多言語案内といったデジタル基盤は、現代の旅行者にとって訪問先を選ぶ際の前提条件であり、その整備の遅れは利便性だけでなく観光地としての競争力そのものに影響します。食事や休憩の場の不足も滞在時間が伸びない一因です。また、一部地域に見られる廃屋の放置は景観を損ね、来訪者にも住民にも好ましくない状況です。景観整備とデジタル基盤の整備を一体的に進め、現代の旅行者が求める水準の受入環境を実現していきます。

(3) 連携と協働による魅力の創出

来訪者を町全体で気持ちよく迎え、おもてなしの意識が自然に伝わるような環境づくりが欠かせません。町内の事業者同士、異分野・異業種、周辺市町との連携はまだ発展途上であり、互いの強みを持ち寄って新たな観光コンテンツを生み出す協働の仕組みを築いていきます。

(4) 観光人材の確保と育成

観光産業の持続的な発展は、それを支える人材なくして実現できません。少子高齢化の進行により、宿泊業・飲食業を中心に人材不足は深刻さを増しています。次世代の担い手の育成、多様な働き方への対応、ホスピタリティ向上のための研修の充実に加え、JSTS-D等の国際基準を理解し観光地経営を担える人材を育てていきます。

(5) 持続可能な観光地経営の実現

観光の振興と自然環境の保全、住民の暮らしの質の維持は、いずれも犠牲にできないものです。入込客の増加に伴うオーバーツーリズムの兆候、自然への過度な負荷、住民生活との摩擦を未然に防ぐため、JSTS-Dに基づくモニタリングと計画的なマネジメントにより、観光と地域の共生を実現します。

V. 観光振興の取組方策

Ⅲ章の4つの目標を実現するため、施策の方向性と重点的な取組の考え方を以下に示します。

各施策の具体的な実行計画(重点プロジェクト、推進主体、実施時期、成果指標等)は、Ⅱ章に定めるとおり町観光協会がDMOとして策定する「菰野町観光アクションプラン」(観光地経営戦略)において別途定め、本プランとの整合を図りながら機動的に推進します。

目標1 菰野町ならではの観光価値の創造

(1) 湯の山温泉を核としたウェルネス・ブランドの確立

菰野町最大の資源である湯の山温泉と鈴鹿山脈の自然を一体的に活用し、「心身を整える場所」としてのブランドを確立します。温泉×森林浴×トレッキングを掛け合わせたウェルネスプログラムの開発、1300年の湯治文化を現代に再解釈した没入型リトリートの滞在プランの造成を進めます。湯の山かもしか大橋で結ばれた周辺地域との連携により、「湯の山温泉郷」として面的な広がりを持つ観光地経営への転換を図ります。

(2) 地域固有の資源を活かした体験コンテンツの開発

菰野町でしか得られない体験を商品として磨き上げます。萬古焼の窯元での陶芸体験、マコモの収穫体験、僧兵鍋づくりといった体験プログラムの商品化を進めるとともに、地酒の酒蔵巡りや地元食材を活かした料理体験などガストロノミーツーリズムのコンテンツを充実させます。見性寺、竹成五百羅漢、文人の足跡といった歴史・文化資源については、一つの物語として紡ぎ来訪者に語り伝えるストーリーツーリズムの構築にも取り組みます。

(3) アドベンチャーツーリズムの推進

御在所岳をはじめとする鈴鹿山脈の山々、溪谷、キャンプ場を舞台に、登山、トレッキング、サイクリングなどのアクティビティを開発します。安全管理体制の充実を前提に、初心者から上級者まで対応できるプログラムを整備するとともに、鈴鹿山脈の山間部が持つ静寂と暗い夜空を活かした星空観察や夜間の自然体験プログラムの開発にも取り組みます。

(4) 観光ブランドの統合と周遊促進

菰野町の自然・温泉・文化・食を統合する観光ブランドを構築し、分散する資源を一つの観光地としてのまとまりをもって発信します。観光資源を有機的に結びつけた周遊ルートを設定し、来訪者が菰野町の多彩な魅力を一体的に体験できる仕組みを整えます。

目標2 観光の経済効果の拡大と地域産業との連携

(1) 高付加価値な観光商品と滞在型観光の推進

伝統文化体験、美食、上質な宿泊を組み合わせた高付加価値な観光商品を開発します。ワーケーションプランの充実により平日需要の創出と滞在日数の延長を図るとともに、季節ごとのイベント企画によりオフシーズンの集客力を強化し、通年的な誘客を目指します。

(2) 地域産業との連携と経済循環の強化

農業、製造業、飲食業など町内の事業者と連携し、地域内の経済循環を強化するパッケージツアーや共同商品を開発します。マコモをはじめとする地元製品のブランド化を進め、観光と農林水産業・伝統工芸の相乗効果を生み出すとともに、事業者が分野を超えて交流し情報を共有できる場を設けます。

(3) 受入環境の整備

Wi-Fi 環境の整備、キャッシュレス決済への対応、多言語案内の充実など、現代の旅行者が訪問先に求める水準のデジタル基盤を整えます。公共交通の利便性向上や駐車場・案内表示の充実により来訪者の移動環境を改善するとともに、景観を損ねている廃屋への対策を含め、観光拠点を中心とした環境整備を進めます。

(4) データに基づくマーケティングの推進

町観光協会が来訪者データ(属性、消費行動、満足度等)の収集・分析体制を構築し、ターゲット層を明確にしたプロモーション戦略を策定・実行します。SNS やデジタル媒体を活用した情報発信とコンテンツ制作により、国内外のターゲット層に菰野町の魅力を届けます。

目標3 持続可能な観光地経営と住民生活との調和

(1) JSTS-Dに基づく観光地マネジメント

JSTS-D のアセスメントレポートを定期的に作成し、マネジメント・社会経済・文化・環境の4分野で取組状況を客観的に評価・改善します。環境負荷の低減と地域資源の保全を施策の前提に据え、自然環境のモニタリングと文化財の保存を強化するとともに、エコツーリズムの推進を通じて地域資源の持続的な活用を担保します。

(2) オーバーツーリズム対策と住民生活との調和

観光入込客数と住民生活への影響を定期的にモニタリングし、適切な受入管理を行います。交通対策や駐車場整備により繁忙期における住民生活への負担を軽減するとともに、交通事業者との連携により観光客と住民双方の利便性を高めます。

(3) 住民の参画とおもてなし力の向上

住民、NPO、事業者が参加する協議の場を設け、観光振興のビジョンを共有し、住民の意見やアイデアを施策に反映します。住民がガイドや体験プログラムの担い手として参加できるツアーやイベントを企画し、来訪者との交流を通じて地域の誇りとおもてなしの意識を育みます。事業者・住民の情報発信能力やホスピタリティの向上に資する研修も実施します。

(4) 観光人材の確保と育成

多様な働き方の推進や労働環境の改善により観光産業への人材参入を促すとともに、GSTC/JSTS-Dに関する学習機会を設け、観光地経営を担える人材を育成します。若い世代や移住者が観光産業に参画しやすい環境の整備にも取り組みます。

(5) インバウンド観光の促進

地方分散とセカンドシティ観光の潮流を活かし、ゴールデンルート以外の訪問先を求める訪日外国人旅行者への情報発信を強化します。外国人向けの体験プログラムやツアーの開発を進めるとともに、海外都市との友好関係の構築や教育・文化・スポーツ分野での国際交流を推進し、誘客を図ります。

目標4 広域連携と情報発信による誘客の拡大

(1) 地域間連携の推進・強化

北伊勢広域観光推進協議会、三重県、三重県観光連盟との連携を深め、広域的な情報発信と誘客を推進します。南伊勢町との連携協力協定に基づく海と山を組み合わせた観光商品の共同開発、いなべ市との定住自立圏形成協定に基づく鈴鹿山脈一帯の広域観光ルートの構築をそれぞれ進めます。

(2) 広域観光ルートと共同プロモーション

各自治体の特色ある資源をつなぐ広域観光ルートを企画・設定し、共同パンフレットの制作や情報交換を通じて広域的な発信力を高めます。

(3) 共同イベントと交流促進

複数地域の観光資源を活かした共同イベントやキャンペーンにより広域的な誘客を図ります。体験ツアーの共同開発や地域間の事業者交流を推進し、広域観光圏としての一体感の醸成に努めます。