

第二次鳥羽市観光基本計画 後期アクションプログラム

2022(令和4)年度～2025(令和7)年度

2022年3月
鳥羽市



はじめに

後期アクションプログラムは、「第2次鳥羽市観光基本計画」を着実に遂行するため、中期アクションプログラム（2019年度～2021年度）で取り組んだ内容を、各事業実施主体で振り返り、2022年度から2025年度までの4カ年で取り組むプロジェクトを整理したものです。

我が国では、2016年3月に「明日の日本を支える観光ビジョン」を策定し、2020年訪日外国人旅行者数4,000万人、2030年6,000万人等の新たな目標を掲げ、2019年には過去最高となる3,188万人を達成しました。また、国の成長戦略と地方創生の大きな柱である観光施策を実現するための財源として2019年1月には「国際観光旅客税」が導入され、観光庁予算は大幅に増加しています。

そうした矢先に新型コロナウイルスの世界的な大流行が起り、日本でも2020年1月には最初の感染者が確認されました。全世界で感染拡大防止のため人流抑制等の強い措置が取られ、観光地や観光産業は大きな打撃を受けました。2020年に予定されていた東京オリンピック・パラリンピック競技大会も延期となり、2021年8月にコロナ禍での開催となりました。

仕事はリモートワーク、学校はオンライン授業、飲食や観光は抑制、海外への渡航は制限、イベント等は軒並み中止になる等、人々の生活は一変しました。

鳥羽市では、中期アクションプログラム策定後、2019年5月に「海女（Ama）に出逢えるまち鳥羽・志摩～素潜り漁に生きる女性たち」が日本遺産に認定された他、2020年4月には、坂手島にあった鳥羽市水産研究所が本土側の小浜町に移転しました。さらに、志摩市にあった三重大学水産実験所も同研究所の隣地に移転しています。これら新設された研究所等に加え、鳥羽市には、鳥羽水族館やミキモト真珠島の真珠博物館、海の博物館、鳥羽商船高等専門学校、名古屋大学臨海実験所（菅島）等、海洋関係の博物館や教育機関、研究施設等が集積しています。

気候変動による自然災害の増加や、海洋環境の変化が深刻な状況ではありますが、2014年度に策定した「漁業と観光の連携促進計画」も7年が経過し、取り組みも着実に進んでいます。

内部環境、外部環境ともに大きな変化が訪れているこのタイミングにおいては、固定観念に捉われずにこれからの観光のあり方を考える必要があり、とともに、様々な関係主体がシームレスに連携しあうことが大きな力を発揮します。

本プログラムの策定にあたっては、管理会議、策定会議委員の皆様にも今後の鳥羽市のあり方についてたくさんの熱い想いを寄せていただきました。本アクションプログラムが市民・事業者・各種関係団体・行政が一体となって取り組むための灯台の灯としての役割を担うことを期待します。

2022年3月
アクションプログラム管理会議 鳥羽市副市長 立花 充
鳥羽市観光課長 高浪 七重

目次

はじめに

第1章. アクションプログラムの考え方

- 1. 第2次鳥羽市観光基本計画の期間 ……4
- 2. 第2次鳥羽市観光基本計画の概要 ……5
- 3. 後期アクションプログラムの策定プロセス ……6

第2章. 観光を取り巻く環境の変化と取り組みの検証

- 1. 内部環境・外部環境の変化 ……9
- 2. 中期アクションプログラムの検証 ……34

第3章. 後期アクションプログラム

- 1. 目標像の確認と後期の基本方針 ……39
- 2. 各戦略で取り組む事業(プロジェクト) ……43
 - 戦略1. 「鳥羽うみ文化」の具現化 ……44
 - 戦略2. インバウンドの受入推進と多様化する旅行者の受入環境整備 ……50
 - 戦略3. 漁観連携の次のステージの展開 ……56
 - 戦略4. 鳥羽の恵まれた自然を次世代に残すための取り組み推進 ……62
 - 戦略5. 世界に誇れる海洋地域にふさわしい景観整備 ……68
 - 戦略6. 鳥羽ならではの「島旅」と「学びの旅」の推進 ……73
 - 戦略7. 宿泊(観光)産業活性化(生産性向上と所得向上) ……79
 - 戦略8. 観光推進基盤の整備 ……85

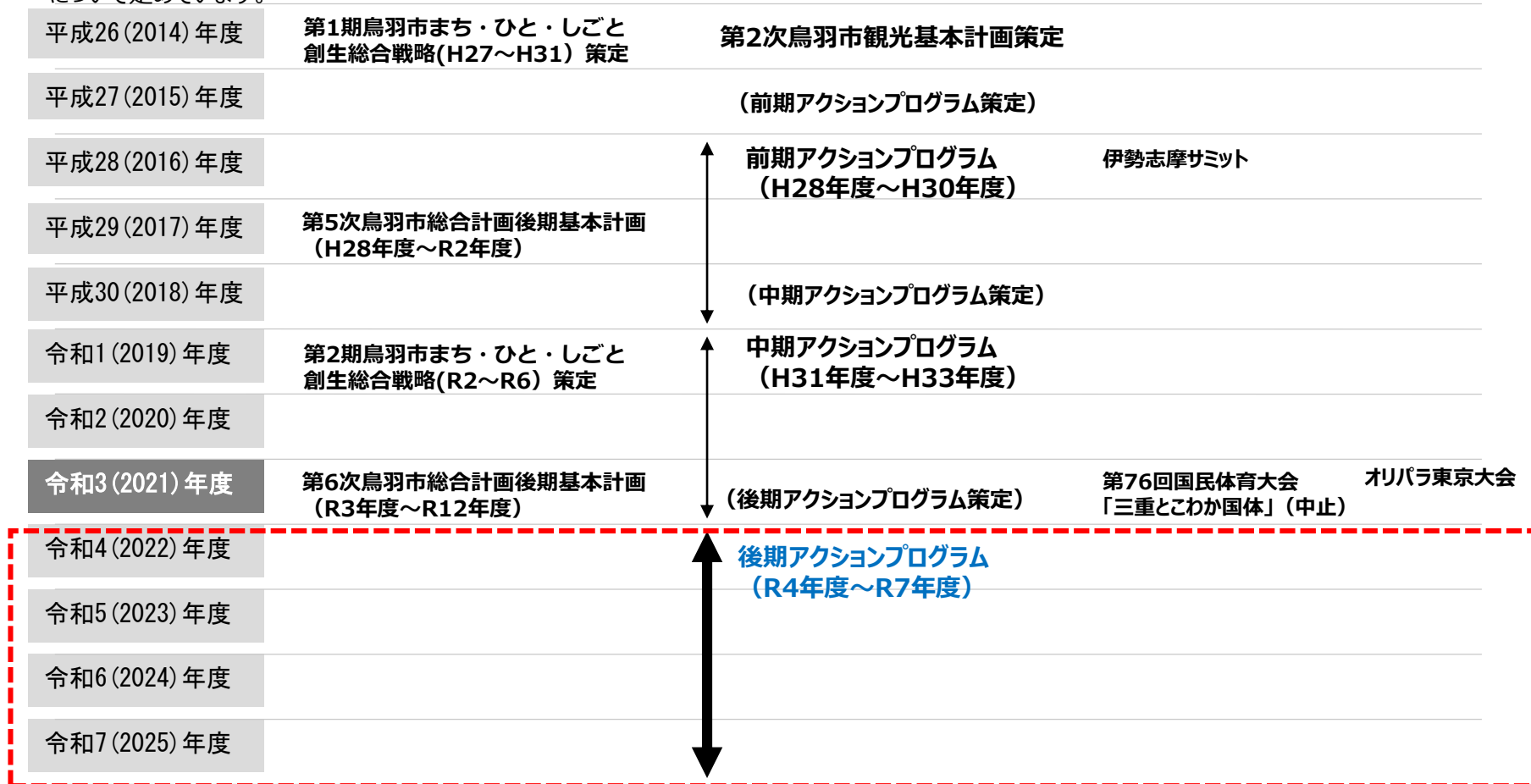
第4章. 計画及びアクションプログラムの管理及び評価方法

- 1. アクションプログラム実施のサイクル ……91
- 2. アクションプログラムの評価ステップ ……92
- 3. アクションプログラムの実施・管理・評価の流れ ……93
- 4. 後期アクションプログラムの実施主体の役割分担 ……94
- 5. 成果指標の考え方 ……95

第1章 アクションプログラムの考え方

1.第2次鳥羽市観光基本計画の期間

- ✓ アクションプログラムとは、2015年3月に策定した『第2次鳥羽市観光基本計画』（計画期間：平成28（2016）年度～令和7（2025）年度）を確実に実施し、目標を実現するために、必要な事業を選定した実施計画のことで、各事業の実施主体や実施時期、具体的な実施内容について定めています。



- 鳥羽市が目指す観光地の姿:「個性」の明確化→「鳥羽らしさ」とは？
- 鳥羽らしさ:「大小様々な島々を擁したり、内海と外洋が交じり合ったりすることで創出される独特で特長ある海そのものと、海を通じて生まれた歴史や生活文化、漁業文化の総体」→「鳥羽うみ文化」と名付ける
- 鳥羽の目標:「鳥羽うみ文化」の共有→継承・創造していくこと
- 目標実現のために8つの基本戦略と30の主要施策を提示。さらに6つの重点プロジェクトを設定

2.第2次鳥羽市観光基本計画の概要

- APでは、観光基本計画の8つの基本戦略の中から重点的に取り組むべき6つの重点プロジェクトを構築し、さらに2つのプロジェクトを追加。

第2次鳥羽市観光基本計画戦略プロジェクト

目標	基本戦略	主要施策
国際的な滞在拠点を目標とした「鳥羽うみ文化」の継承と創造	基本戦略1 鳥羽うみの豊かな食を提供する	1-1 食に付加価値を付ける 1-2 漁業や海女のなりわいを継承する
	基本戦略2 鳥羽うみの文化を伝える	2-1 うみの文化を伝える 2-2 歴史・文化・伝統を継承・活用する 2-3 芸術・文化を活用する 2-4 自然史を活用する
	基本戦略3 鳥羽での滞在をより魅力的なものにする	3-1 より魅力ある観光施設を目指す 3-2 より魅力ある宿泊施設を目指す 3-3 温泉地としての魅力も高める 3-4 観光資源を創造的に活用する 3-5 鳥羽らしい土産品・特産品を開発する
	基本戦略4 美しい景観を提供する	4-1 中心市街地の景観を向上させる 4-2 集落や離島の風景を活用する 4-3 美しい景観を観光活用する 4-4 自然環境を保護する
	基本戦略5 外国人観光客に魅力を伝える	5-1 外国人観光客に魅力的なコンテンツを創り出す 5-2 外国人観光客の受入態勢・環境を整備する 5-3 外国人観光客が訪れやすい環境を作る
	基本戦略6 鳥羽を発信する	6-1 鳥羽市内での情報提供を強化する 6-2 外部に対する適切な情報発信を行う
観光基盤整備	基本戦略7 観光基盤の充実・強化	7-1 バリアフリー・ユニバーサルデザインの推進 7-2 観光地としての防災対策の強化 7-3 周辺地域との連携による観光ルートの構築 7-4 鳥羽までの交通および域内交通の改善
	基本戦略8 観光推進体制の構築	8-1 観光推進体制の強化と構築 8-2 計画の見直しと評価 8-3 観光統計の充実 8-4 観光財源の確保と有効な活用 8-5 観光産業活性化と人材育成 8-6 市民の参画を促す

前期AP 戦略プロジェクト 2016-2018

テーマ別戦略

戦略①
鳥羽うみネットワーク
構想

戦略②
漁業と観光の連携

戦略③
芸術を活かした観光振興

戦略④
インバウンド受入推進

エリア別戦略

戦略⑤
中心市街地の賑わい・
魅力創出

戦略⑥
新たな島旅の推進

新たに検討したもの

戦略⑦
宿泊施設の魅力アップと
防災対策

戦略⑧
推進体制の構築

中期AP 戦略プロジェクト 2019-2021

テーマ別戦略

戦略①
「鳥羽うみ文化」の
構築と創出

戦略②
インバウンドの受入推進

戦略③
漁業と観光の連携

戦略④
「鳥羽うみアート」
の推進

エリア別戦略

戦略⑤
中心市街地の
賑わい創出

戦略⑥
新たな島旅の推進

新たに検討したもの

戦略⑦
宿泊施設の魅力アップと
観光危機管理

戦略⑧
推進体制の構築

後期AP 戦略プロジェクト 2022-2025

テーマ別戦略

戦略①
「鳥羽うみ文化」の具現化

戦略②
インバウンドの受入推進
と多様化する旅行者の
受入環境整備

戦略③
漁観連携の次のステージ
の展開

戦略④
鳥羽の恵まれた自然環境
を次世代に残すための
取り組み推進

戦略⑤
世界に誇れる海洋地域に
ふさわしい景観整備

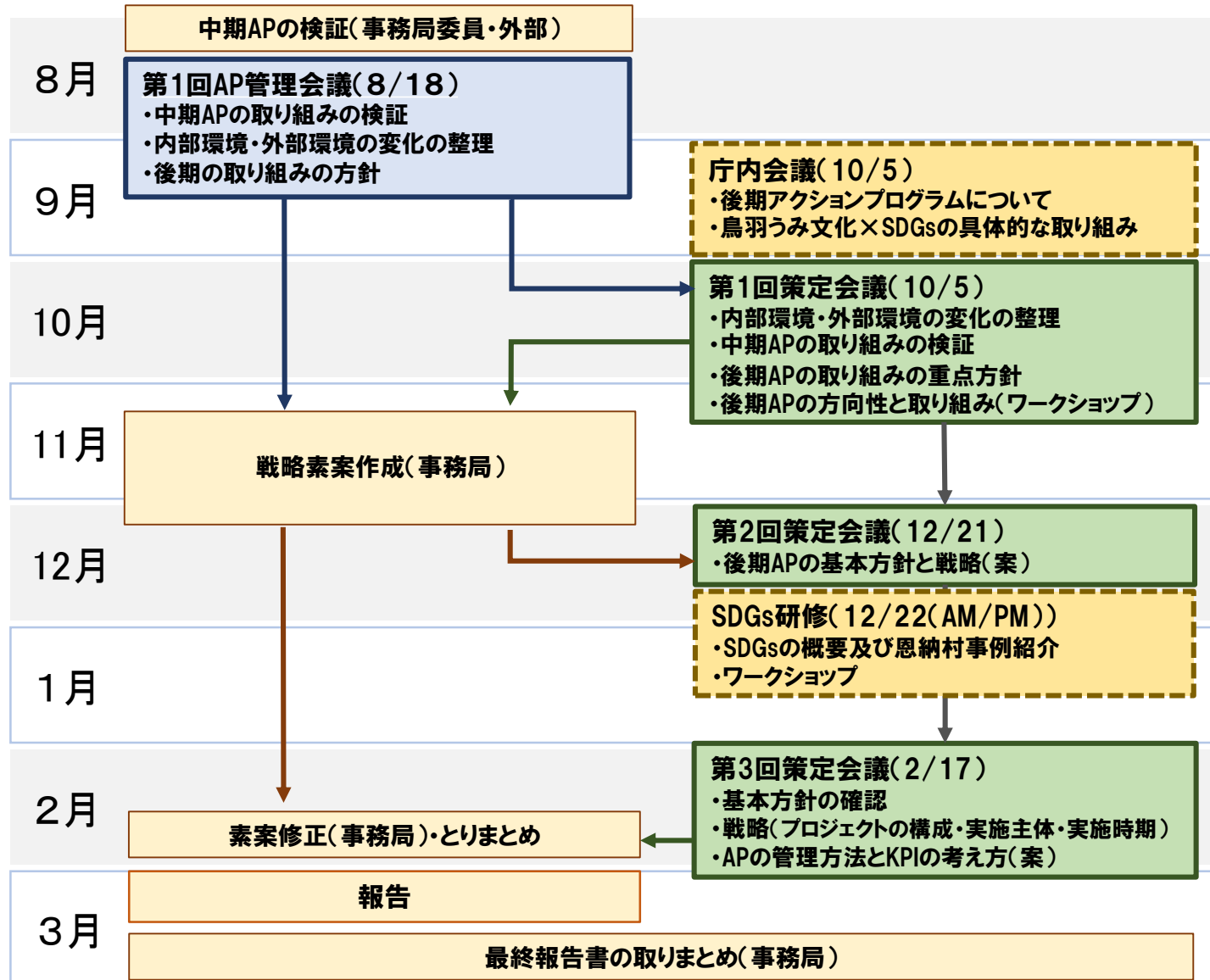
戦略⑥
鳥羽ならではの「島旅」
と「学びの旅」の推進

戦略⑦
宿泊（観光）産業活性化
（生産性向上と所得向上）

戦略⑧
観光推進基盤の整備

3. 後期アクションプログラムの策定プロセス

- AP管理会議はアクションプログラムの評価・検証を行うとともに、後期アクションプログラムの方針についてご意見をいただく。
- アクションプログラムの具体的な戦略や実施のための仕組みづくり等は策定会議で検討する。



3. 後期アクションプログラムの策定プロセス

計画の目標像:「国際的な滞在拠点を目指した」鳥羽うみ文化の継承と創造」

(1)中期の取り組みの評価

(2)内部環境・外部環境の変化の整理

(3)後期アクションプログラムに向けた整理

①プロジェクトの中でも特に評価が低かったものは優先的に実施。

戦略⑤中心市街地の賑わい創出

→「5-1推進主体の確立と賑わい創出計画の策定」「5-3「鳥羽港(佐田浜～鳥羽水族館)」エリアの賑わい創出」

戦略⑦宿泊施設の魅力アップと観光危機管理(ただし観光危機管理は評価が高かった)

→「7-2生産性向上と宿泊客データの把握」

戦略⑧推進体制の構築

→「8-3観光統計と観光マーケティングの充実」

※点数が2.2以下

②中期APで一定の評価を得たが、引き続き強力に推進すべきプロジェクトを改めて確認

戦略①-1「鳥羽うみ文化」を活かした世界水準の観光地づくり／戦略③漁業と観光の連携

戦略⑦-1 宿泊施設の魅力向上(居心地の良い宿づくり)

戦略⑦-3 人材の確保

戦略⑦-4 観光危機管理の推進

※点数が3以上で目標像との関連性が高い項目など

③総合計画において重点施策に位置付けられているもの。

→施策目標⑦海洋文化を守り活かす／施策目標⑨地域資源を活用した経済循環／施策目標⑩水産業を守り育てつなぐ

④内部・外部環境の変化等も鑑み、計画目標を実現する上で意識すべき視点を新たに追加。

→鳥羽市が大切にしたい価値観を理解・共感してくれる旅行者・関係人口を意識(ターゲット層の確認・教育旅行等)

→「循環」(特に経済・環境面において)を意識した取り組み強化

→DX対応(旅行者や住民の利便性の向上、観光産業や漁業などの生産性向上、CRM(顧客関係管理)等の面において活用)

→近年整備が進んだ研究施設の活用、連携(鳥羽市の特異性)

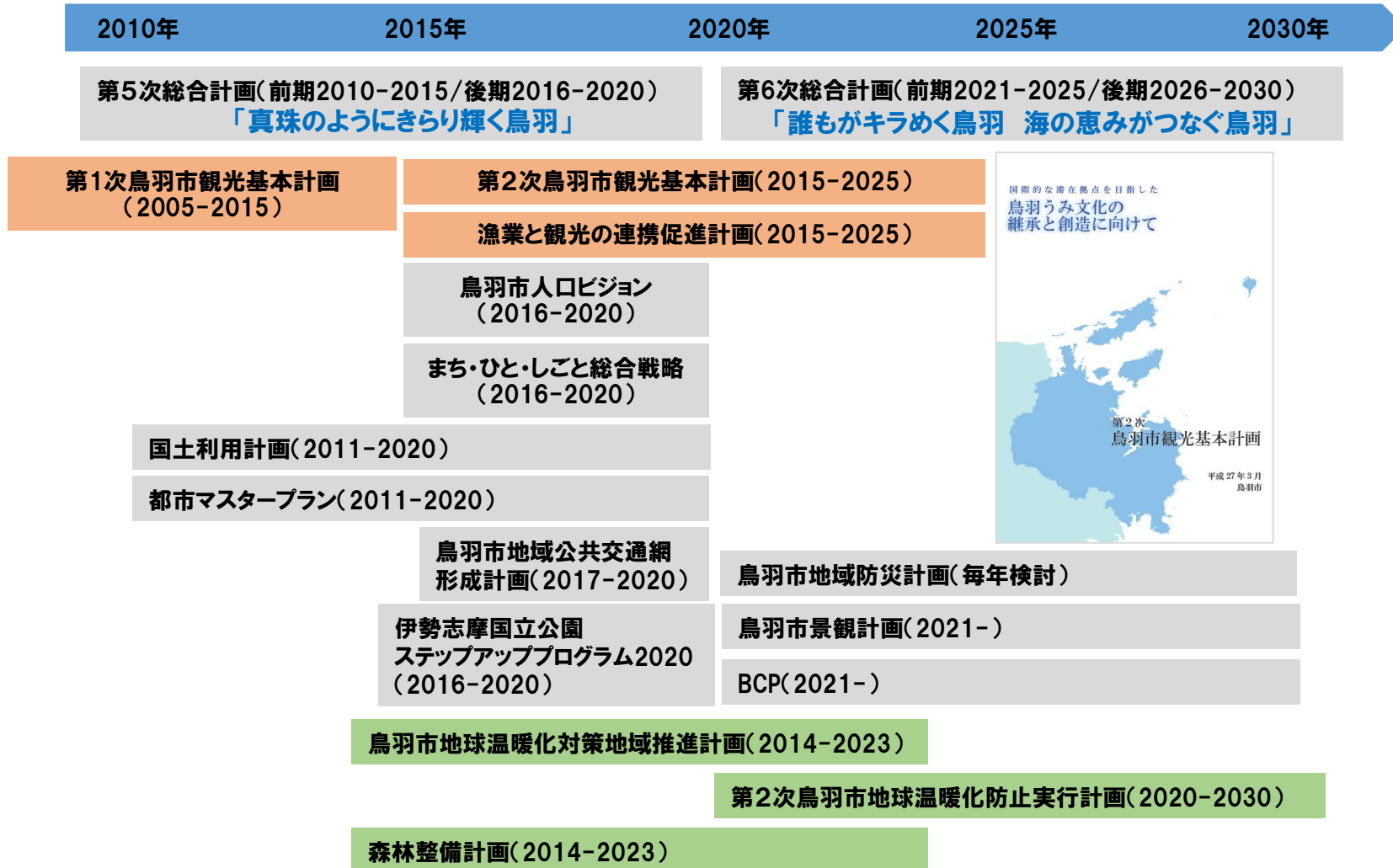
(4)施策の再整理(後期APの戦略の組み立て)

第2章 観光を取り巻く環境の変化と取り組みの検証

1. 内部環境・外部環境の変化

鳥羽市の関連計画

- ✓ 上位計画である総合計画は2021年度より第6次の期間となった。
- ✓ その他の関連計画は2020年度を区切りとしているものが多い。



1. 内部環境・外部環境の変化

水産・海洋関連の研究機関の集積

- ✓ 2020年4月に坂手島にあった鳥羽市水産研究所を小浜に移転新設。また、2021年4月には隣地に三重大学水産実験所が移転新設。また、2018年3月には海の博物館内に三重大学海女研究センターを設置。
- ✓ これらに加え、鳥羽水族館やミキモト真珠島の真珠博物館、海の博物館、鳥羽商船高等専門学校、名古屋大学臨海実験所（菅島）等、海洋関係の博物館や教育機関、研究施設等が集積していることから、鳥羽市では「海のシリコンバレー構想」を掲げている。



鳥羽市水産研究所(小浜)

<https://www.city.toba.mie.jp/suisan/suikenn.html>



三重大学水産実験所(小浜)

<https://www.bio.mie-u.ac.jp/academics/facilities/fsc/fisheries/>



名古屋大学臨海実験所(菅島)

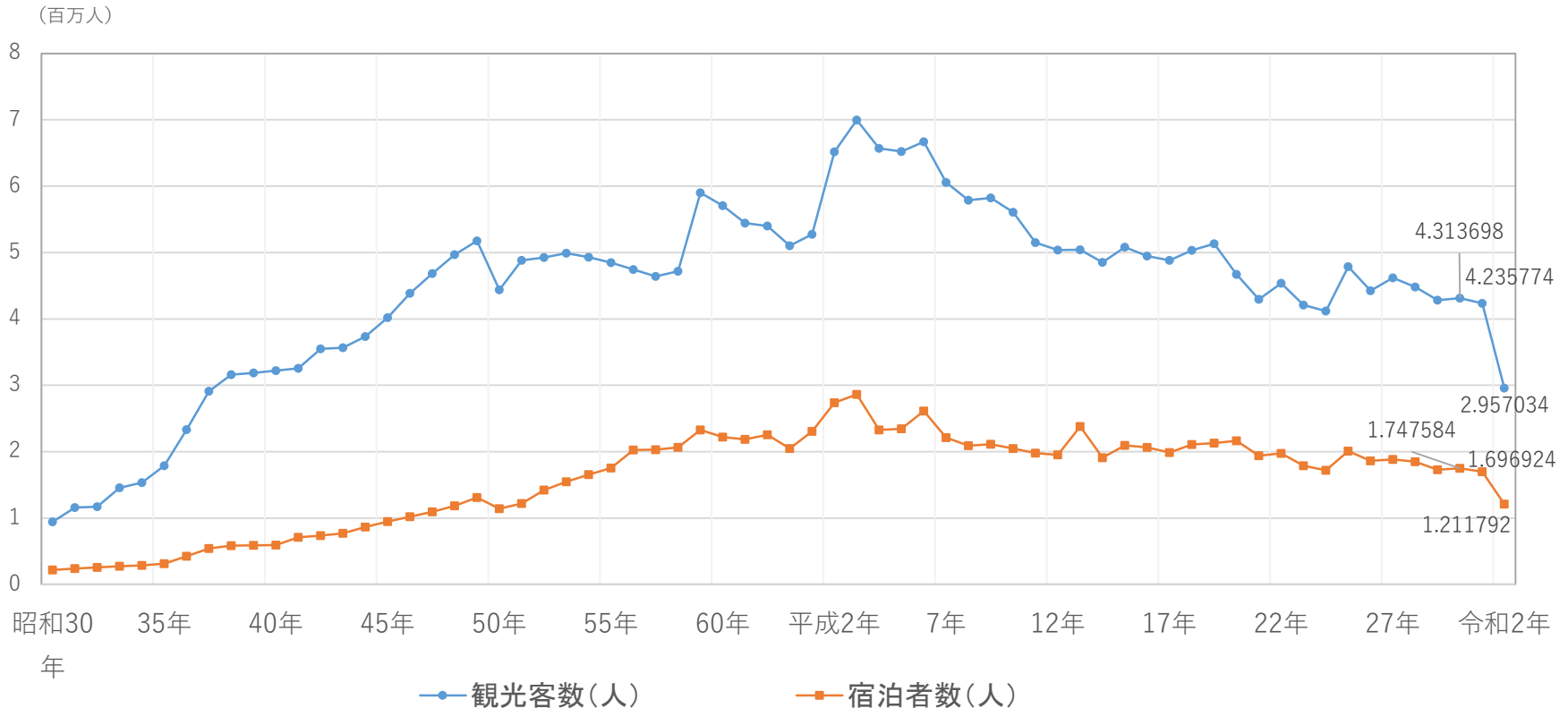
<https://www.bio.nagoya-u.ac.jp/~SugashimaMBL/>

1. 内部環境・外部環境の変化

鳥羽市 観光入込客数・宿泊者数の推移

- ✓ 入込客数・宿泊者数ともに、平成初期をピークに減少傾向にある。令和2年は特に新型コロナウイルス流行の影響を受けて大きく落ちこんだ。

観光入込客数・宿泊者数 推移



出典：令和2年鳥羽市観光統計資料

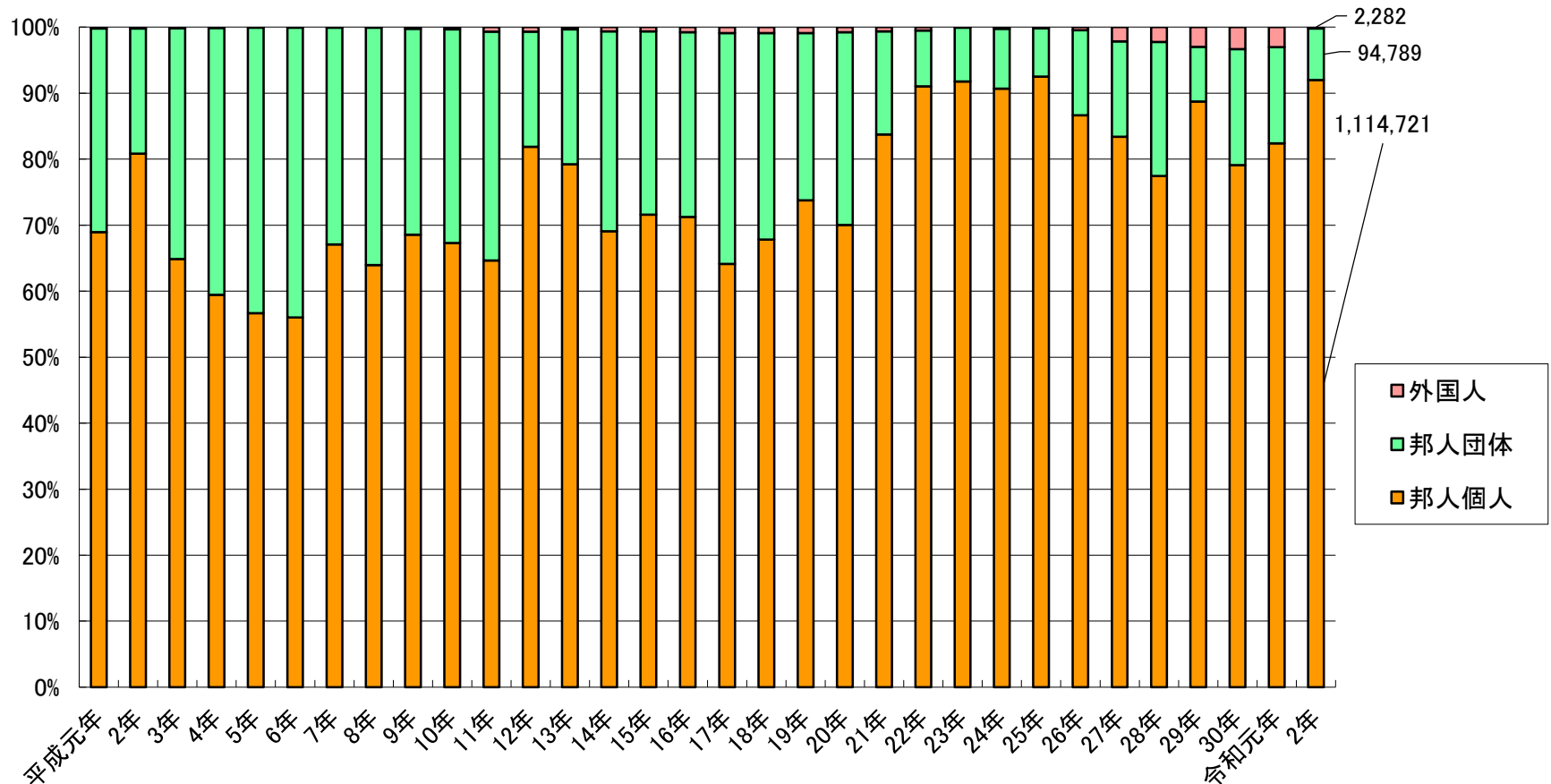
※平成20年より全国観光統計基準に完全移行。宿泊者数についても算定基礎を入湯客数に変更。

1. 内部環境・外部環境の変化

鳥羽市 年別宿泊者数 邦人/外国人割合

- ✓ 東日本大震災の影響を受けたH23年から数年を除き、外国人の割合は増加傾向にあったが、令和2年は新型コロナウイルス流行の影響で全体の0.2%と大きく落ち込んだ。
- ✓ 邦人に関しては、団体の割合が下がり個人の割合が高まっている。

年別宿泊者数 邦人/外国人割合

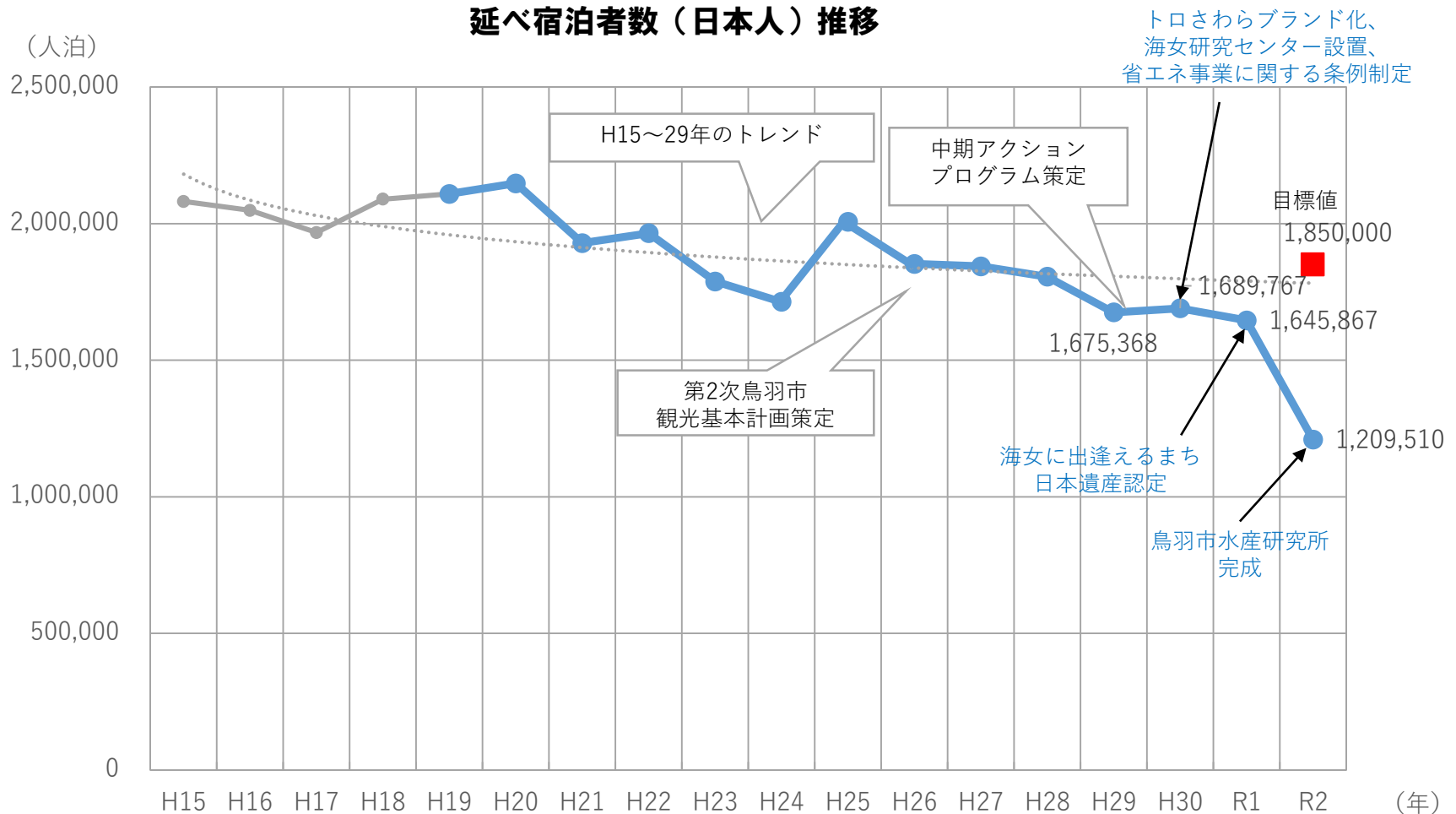


出典：令和2年鳥羽市観光統計資料

1. 内部環境・外部環境の変化

鳥羽市 延べ宿泊者数(日本人)の推移

- ✓ 延べ宿泊客数（日本人）の計画策定時の目標値は1,850,000人。
- ✓ 目標値には届かなかったものの、H30年、R1年の延べ宿泊者数（日本人）はH15～29年のトレンドに沿う形でほぼ横ばいで推移。
- ✓ R2年は1,209,510人（26.5%減）。新型コロナウイルス流行の影響で大きく落ち込んだ。



出典：令和2年鳥羽市観光統計資料

1. 内部環境・外部環境の変化

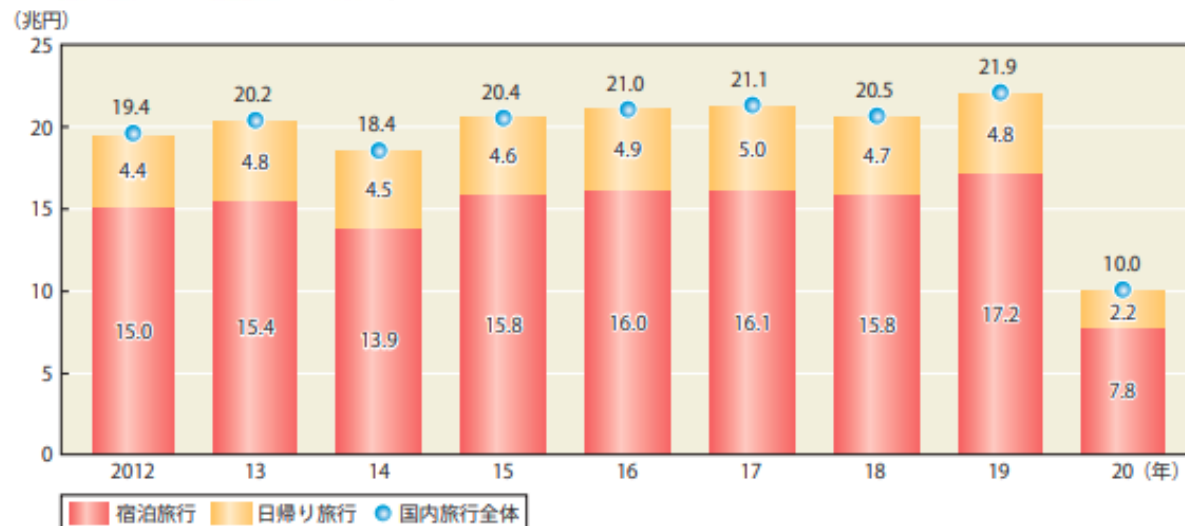
【参考】日本人国内旅行延べ人数、消費額の推移

- 2020年（令和2年）の日本人の国内宿泊旅行者数は延べ1億6,070万人（前年比48.4%減）、日帰り旅行者数は延べ1億3,271万人（前年比51.8%減）。
 - 2020年（令和2年）の日本人国内旅行消費額は10.0兆円（前年比54.5%減）。
- このうち宿泊旅行は7.8兆円（前年比54.7%減）、日帰り旅行は2.2兆円（前年比53.9%減）。

日本人国内宿泊旅行延べ人数、
国内日帰り旅行延べ人数の推移



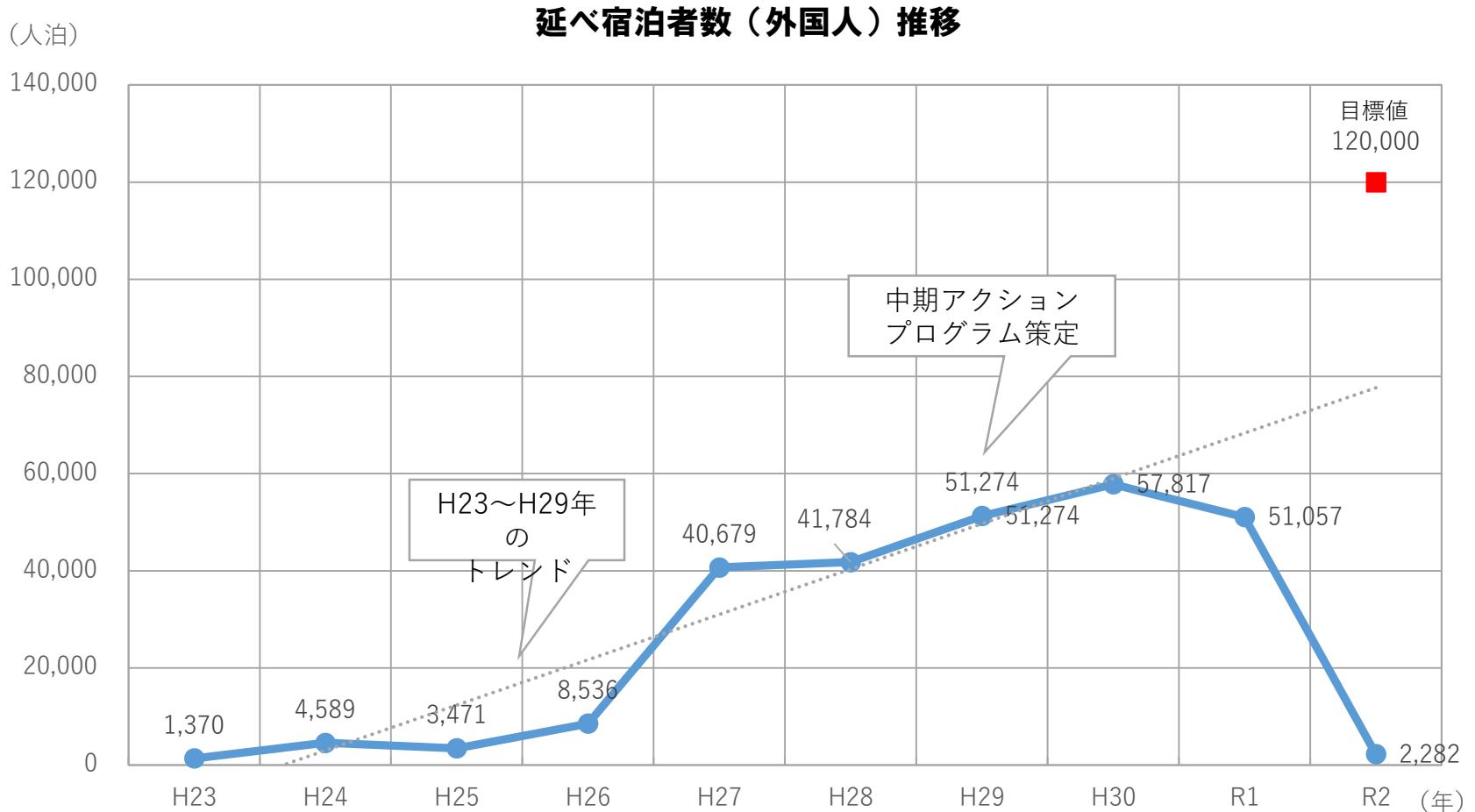
日本人国内旅行消費額の推移



1. 内部環境・外部環境の変化

鳥羽市 延べ宿泊者数(外国人)の推移

- ✓ 延べ宿泊客数（外国人）の目標は「明日の日本を支える観光ビジョン」に基づき120,000としていた。
- ✓ H30年の延べ宿泊者数（外国人）はH23～H29年のトレンドに沿った形となったが、R2年は新型コロナウイルス流行の影響を受け大きく落ち込んだ。（95.5%減）



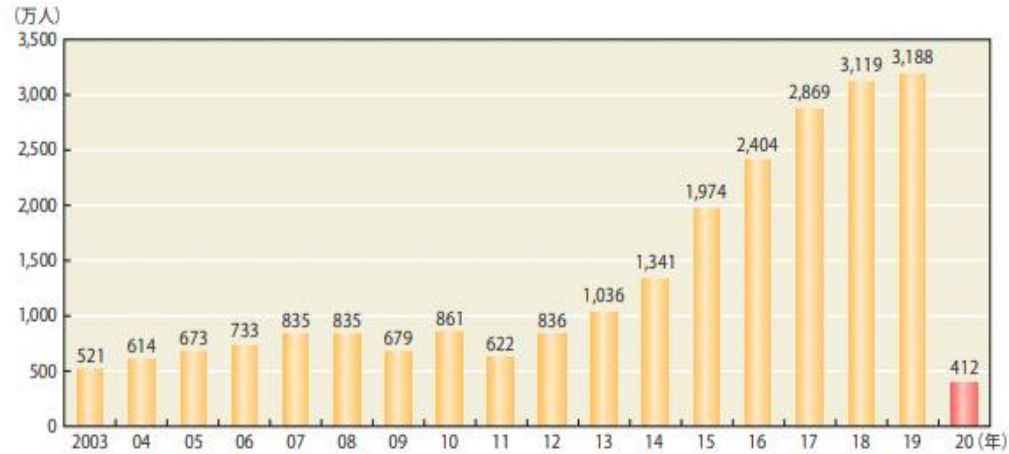
出典：令和2年鳥羽市観光統計資料

1. 内部環境・外部環境の変化

【参考】訪日外国人旅行者数の推移

- ✓ 2020年の訪日外国人旅行者数は412万人（前年比87.1%減）。
- ✓ 内訳は、アジア332万人（構成比80.6%）、東アジア260万人（同63.1%）、東南アジア69万人（同16.8%）、北米27万人（同6.6%）、欧米主要5箇国（英・仏・独・伊・西）15万人（同3.6%）。

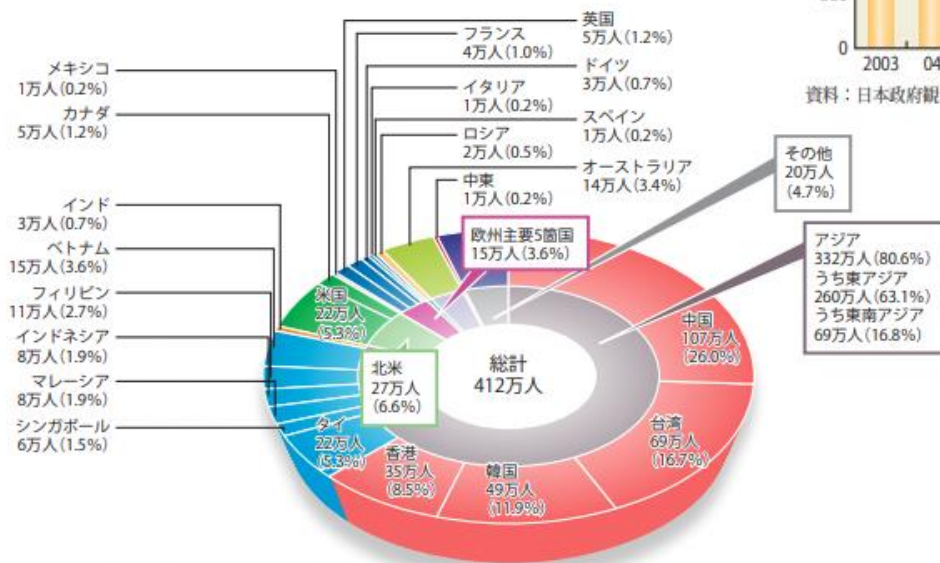
訪日外国人旅行者数の推移



資料：日本政府観光局資料に基づき観光庁作成

出典：令和3年版観光白書（観光庁,令和3年6月）

訪日外国人旅行者の内訳（2020年）



資料：日本政府観光局資料に基づき観光庁作成

注1：（ ）内は、訪日外国人旅行者数全体に対するシェア。

注2：「その他」には、アジア、欧州等各地域の国であっても記載のない国・地域が含まれる。

注3：数値は、それぞれ四捨五入によっているため、端数において合計とは合致しない場合がある。

出典：令和3年版観光白書（観光庁,令和3年6月）

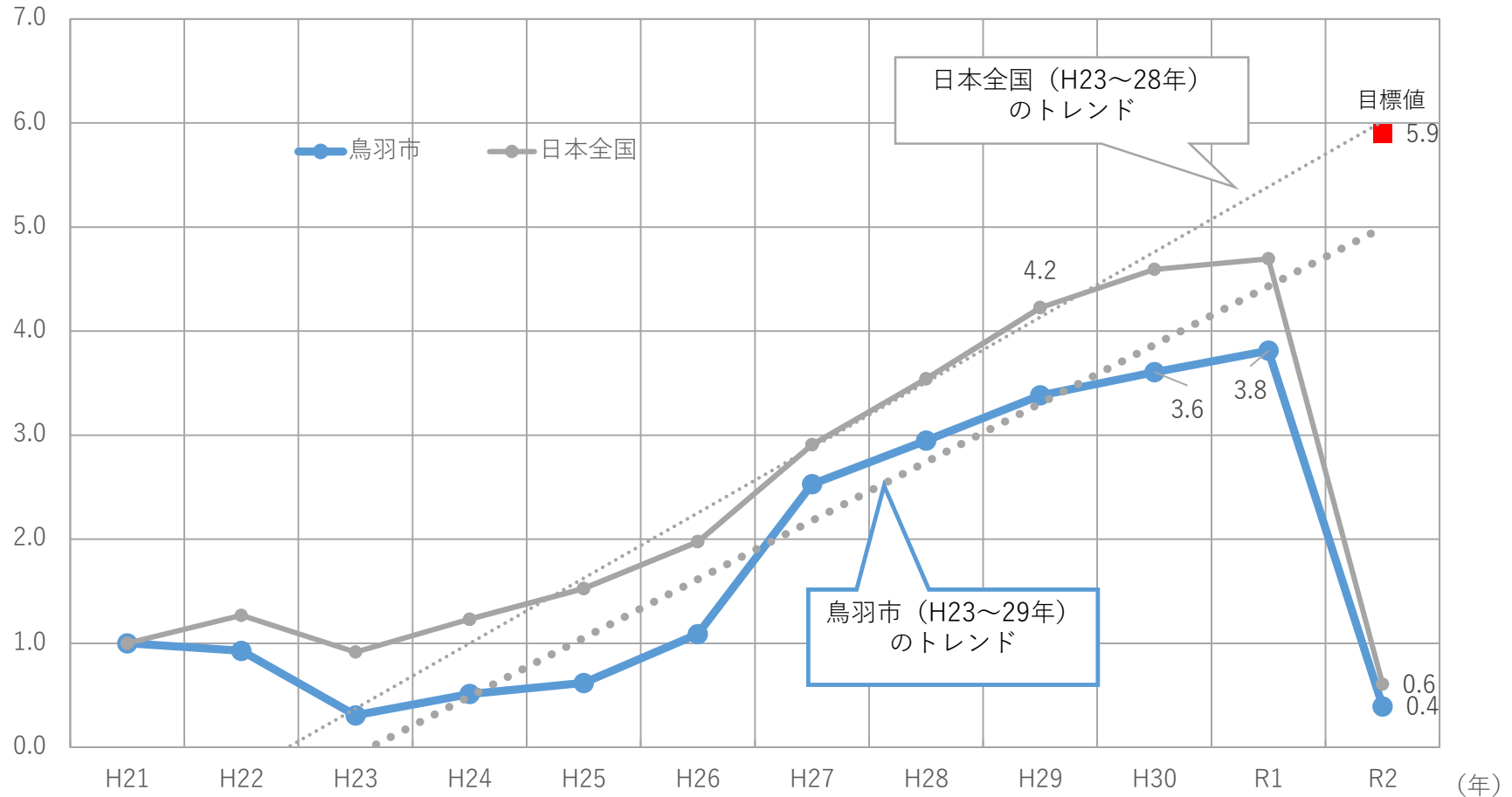
1. 内部環境・外部環境の変化

鳥羽市 外国人観光入込客数の伸び率の推移

- ✓ 外国人観光客入込数の目標は、「明日の日本を支える観光ビジョン」を基に、平成21年の外国人入込客数の約6倍（5.9倍）の190,000人としていた。
- ✓ 令和2年は新型コロナウイルス流行の影響を受け大きく落ち込み、平成23年並となった。

（H21を1としたときの倍率）

延べ宿泊者数（外国人）の伸び率の推移



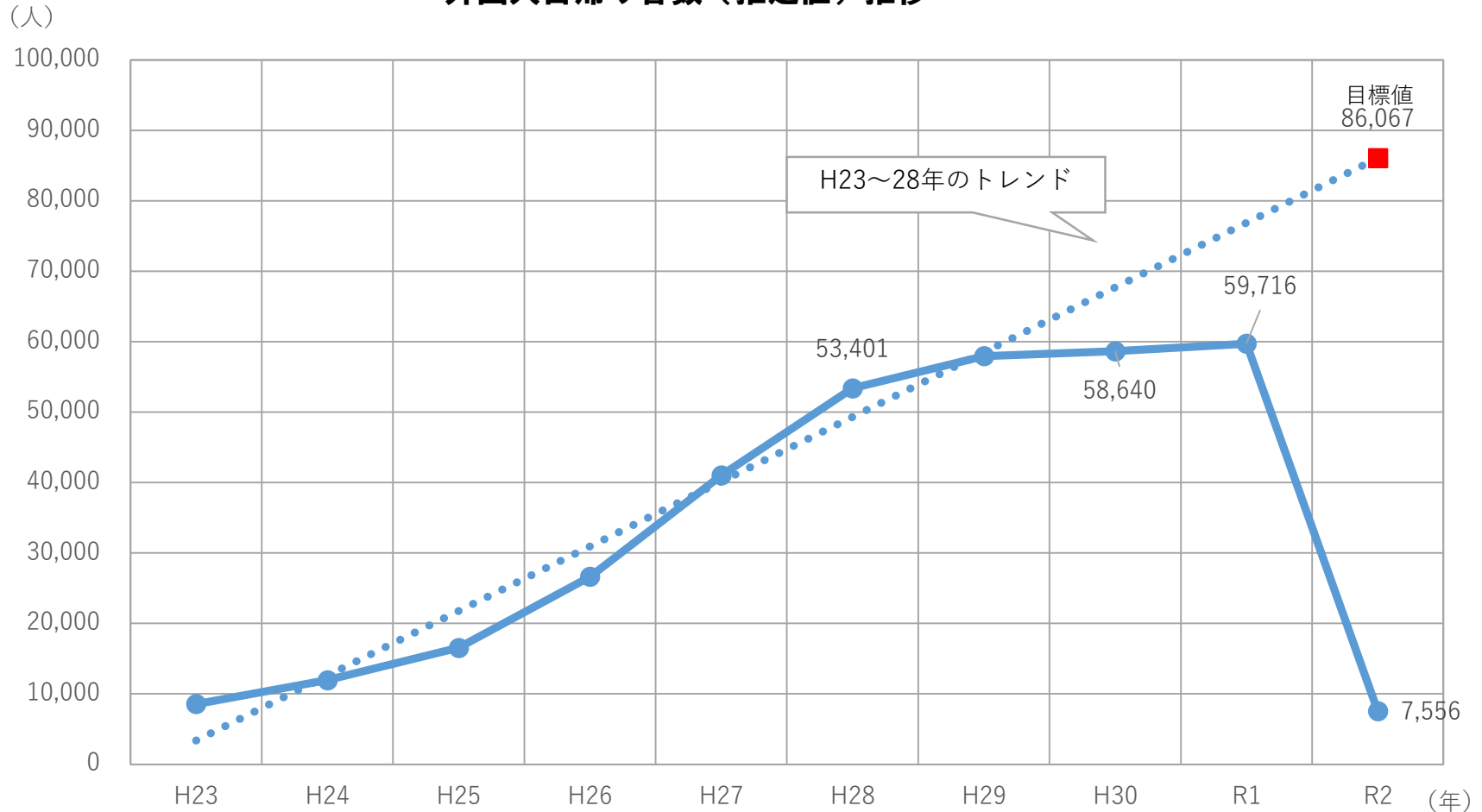
出展：令和2年鳥羽市観光統計資料

1. 内部環境・外部環境の変化

鳥羽市 外国人日帰り客数(推定値)

- ✓ 外国人日帰り客数（推定値）の目標は、H23～H28年のトレンドを基に86,067人としていた。
- ✓ H30年から伸び悩み、R2年には新型コロナウイルス流行の影響を受け大きく落ち込んだ。

外国人日帰り客数（推定値）推移



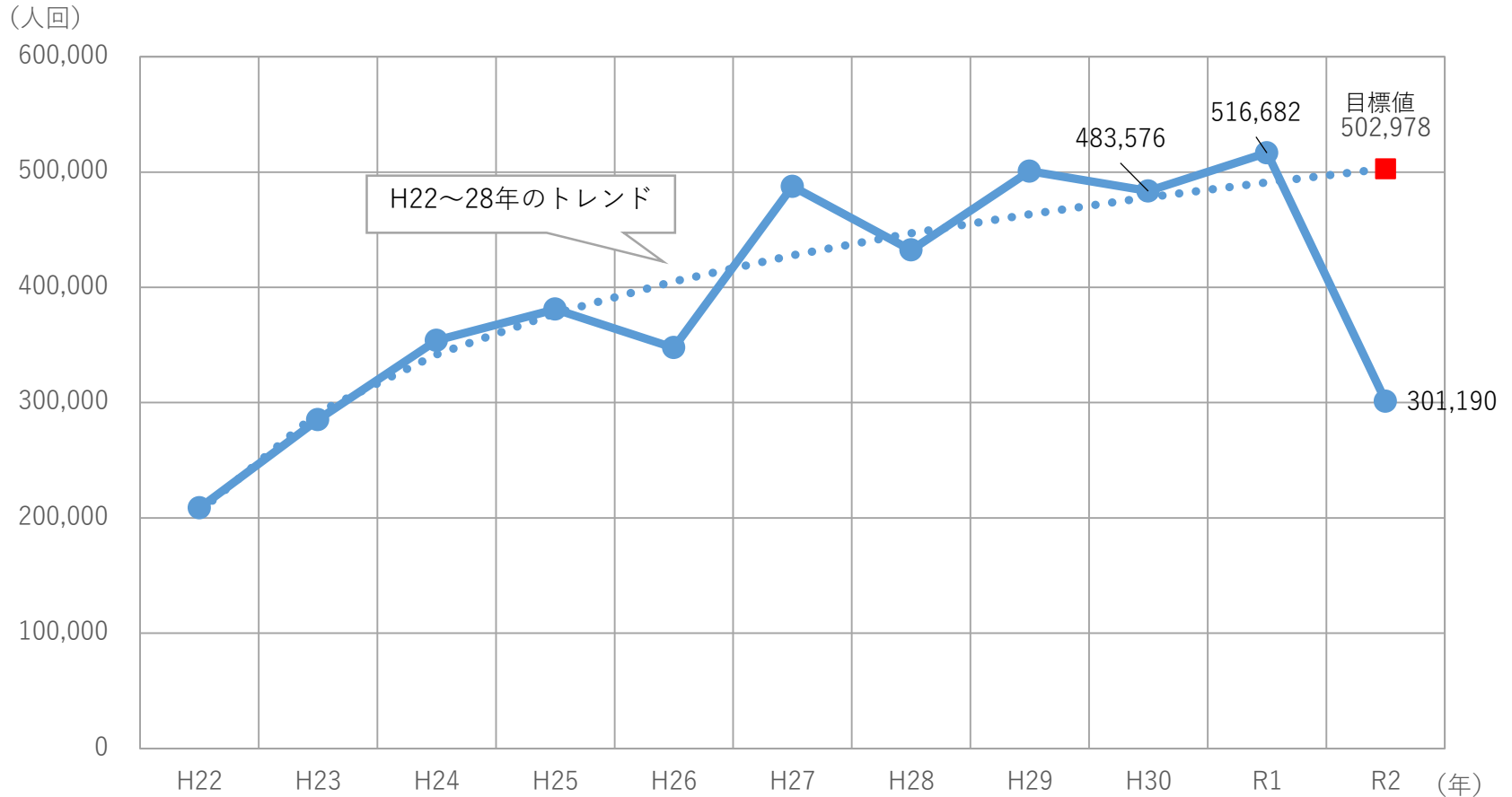
出典：令和2年鳥羽市観光統計資料

1. 内部環境・外部環境の変化

鳥羽市 日帰り入込客数(推定値・実数)

- ✓ 日帰り入込客数（推定値）の目標は、H22～H28年のトレンドを基に502,978人回としていた。
- ✓ R1年度までは目標達成が見込める程度で推移していたが、R2年は新型コロナウイルス流行の影響を受け大きく落ち込んだ。

日帰り入込客数（推定値・実数）推移



出典：令和2年鳥羽市観光統計資料/鳥羽市観光課

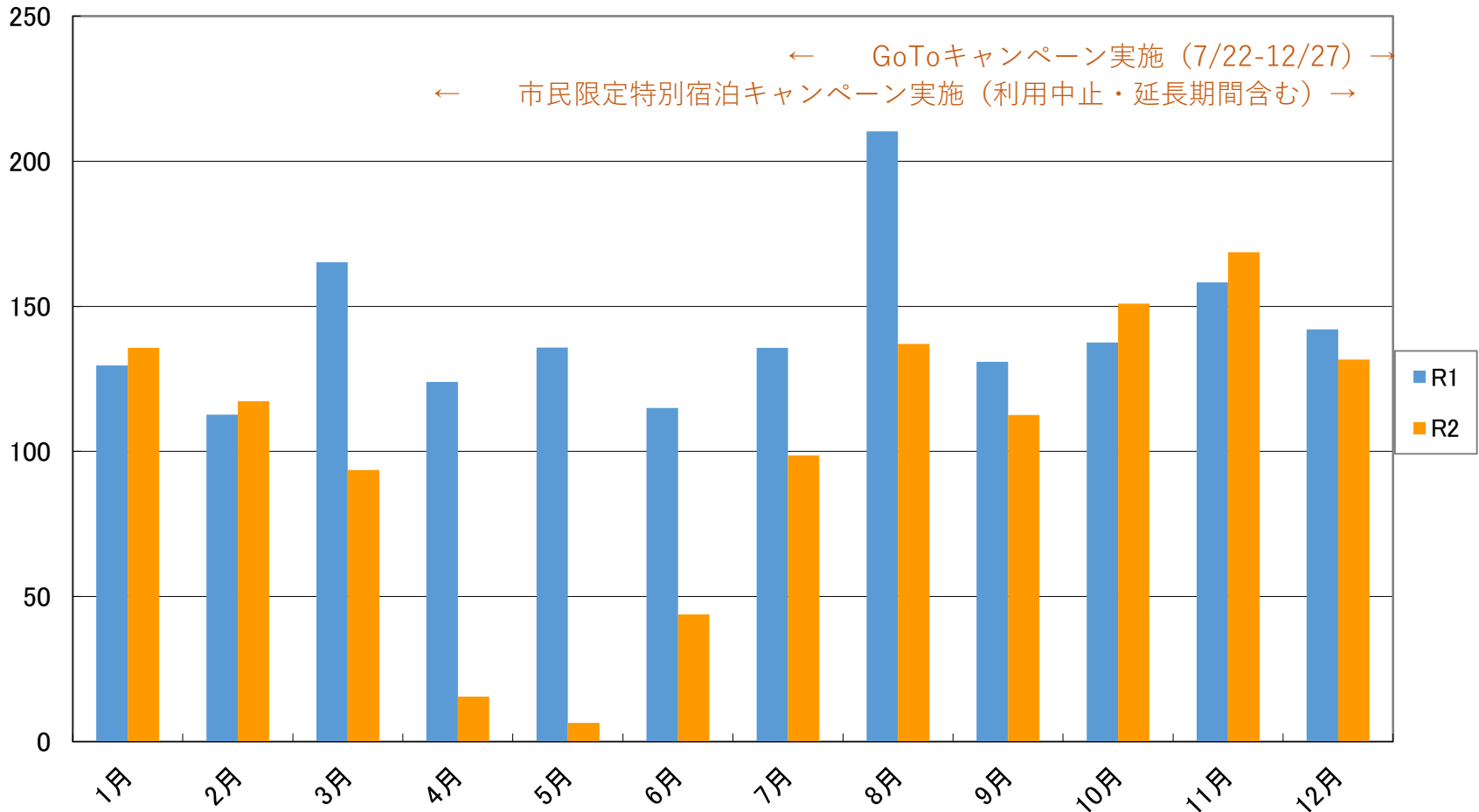
1. 内部環境・外部環境の変化

鳥羽市 月別宿泊者数

- ✓ 新型コロナウイルス流行に伴う緊急事態宣言の影響を受け、4月、5月は大きく落ち込んだが、その後は回復傾向が見られた。特に10月、11月は前年比プラスとなった。

(単位:千人)

月別宿泊者数(令和1年・令和2年)



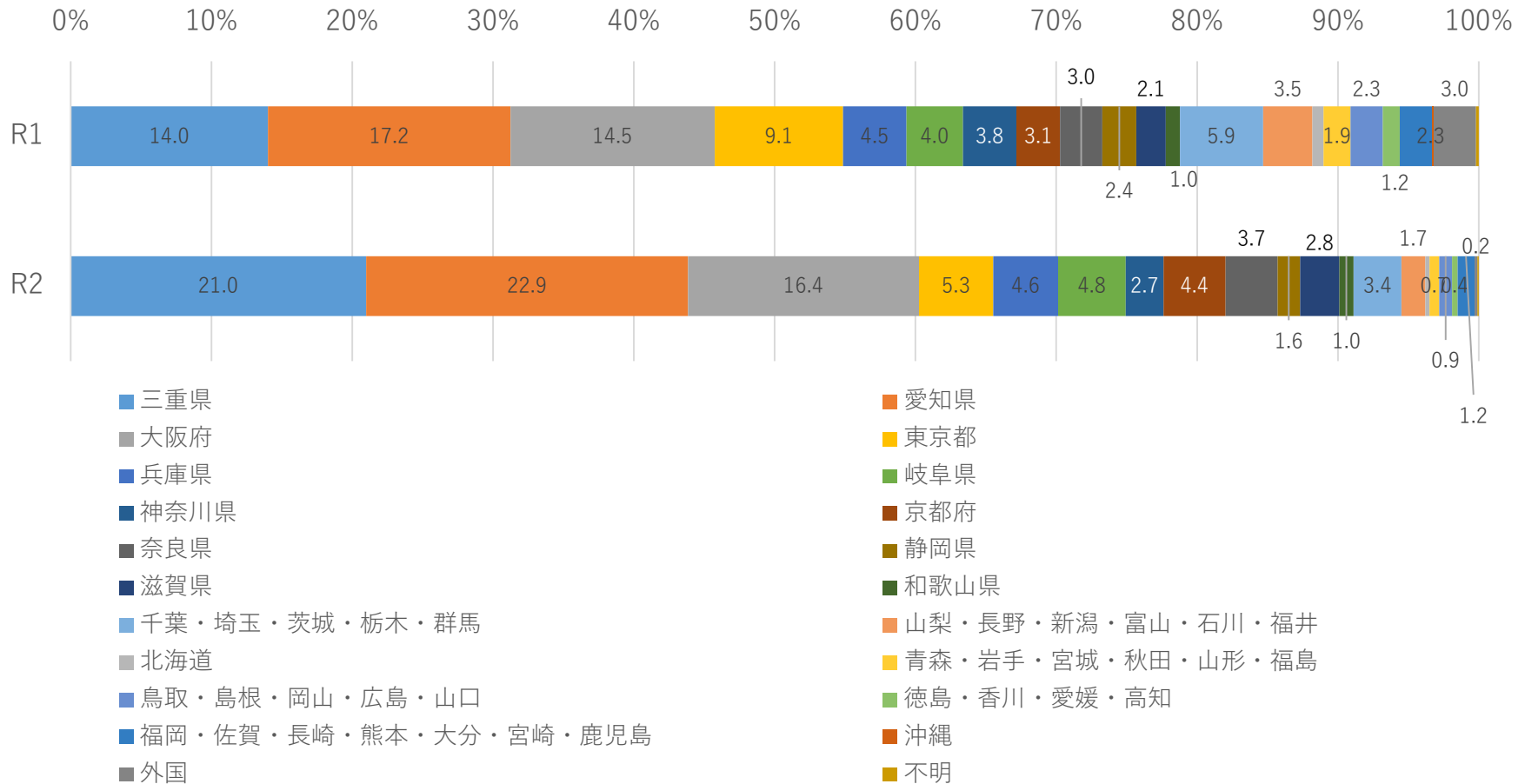
※その他、鳥羽市での県民宿泊促進「GoTo待てない！キャンペーン」や三重県による「みえ旅プレミアム旅行券」など実施

1. 内部環境・外部環境の変化

鳥羽市 宿泊客の居住地

✓ R2年は三重県、愛知県、大阪府など、県内・近距離からの来訪比率が高まった。

宿泊者の居住地

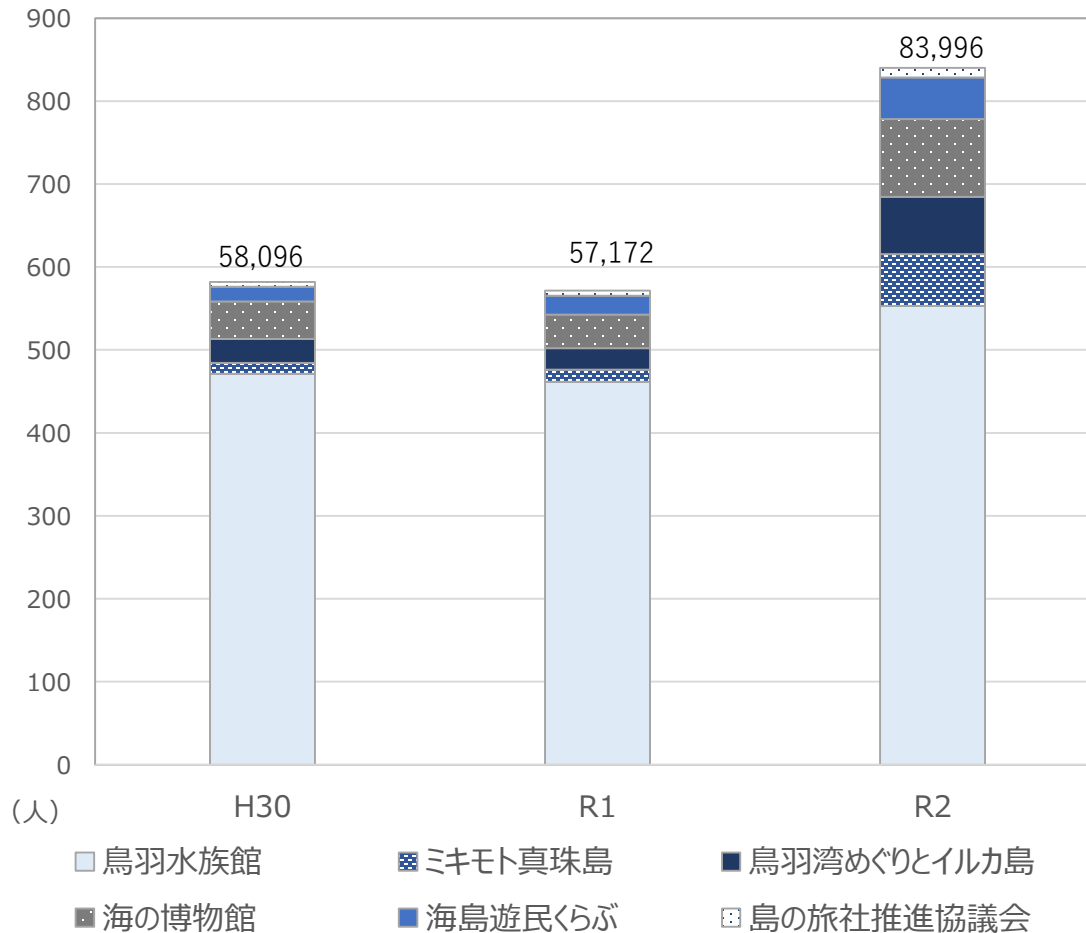


1. 内部環境・外部環境の変化

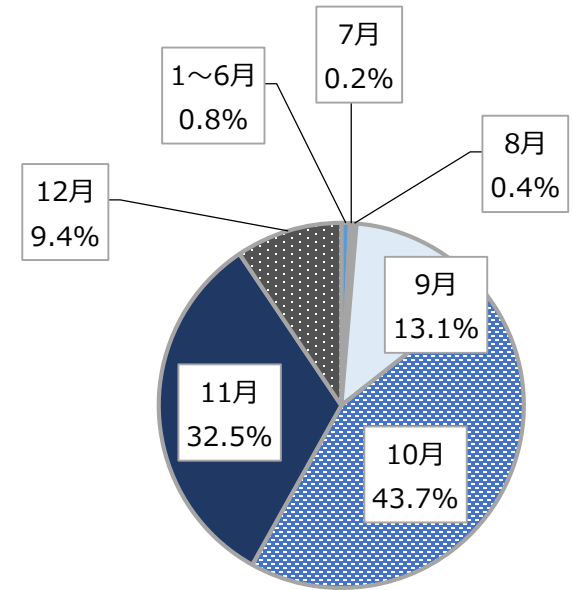
鳥羽市 学生団体年別/月別入込客数

- ✓ R2年は学生団体の入込み客数が大きく増加し、83,996人（前年比146.9%）となった。
- ✓ 月別の入込み客数を見ると、ほとんどの学生団体が9～11月に訪れている。

学生団体 年別入込客数



学生団体 月別入込客数 (R2)

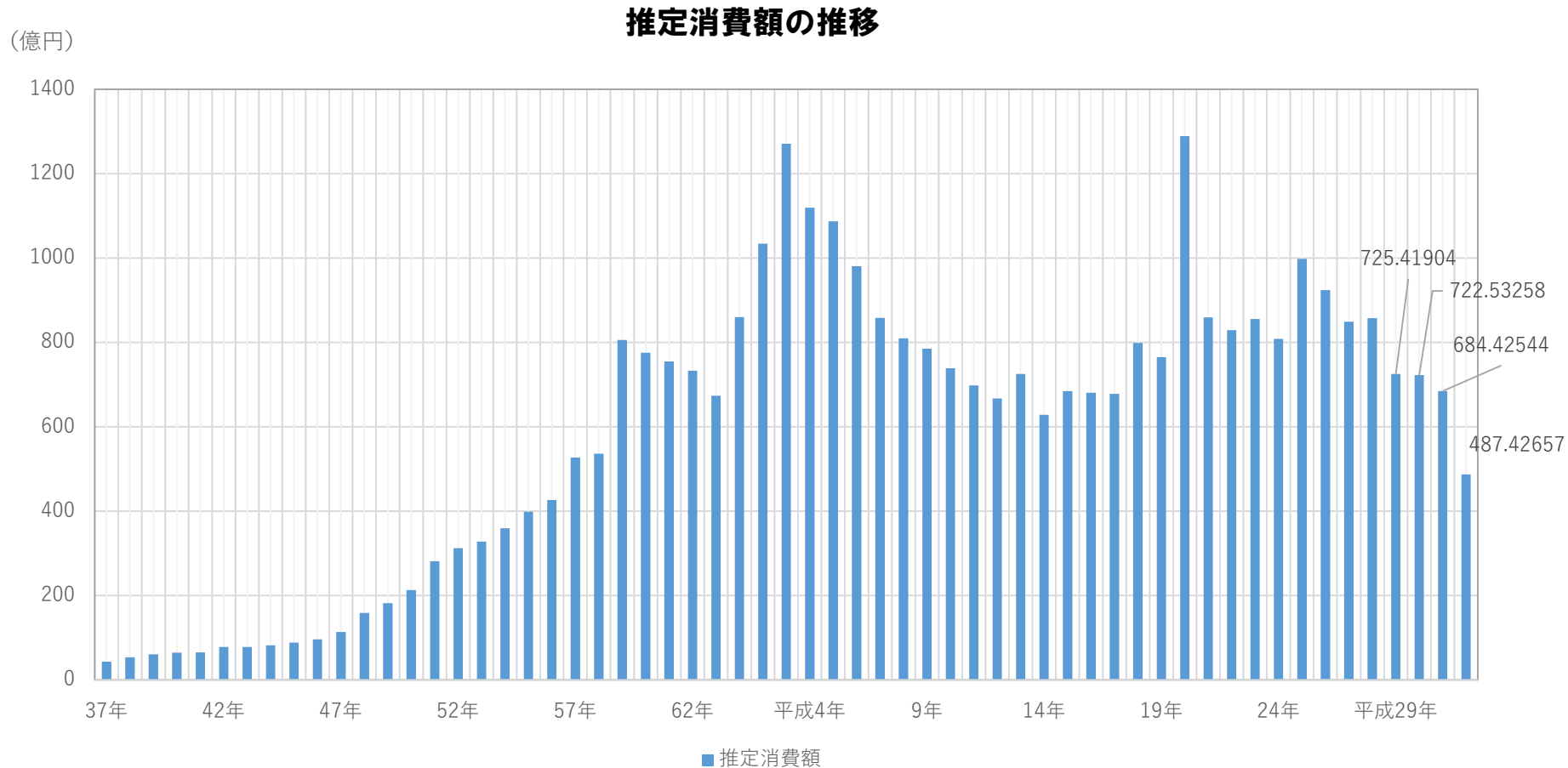


出典：令和2年鳥羽市観光統計資料

1. 内部環境・外部環境の変化

鳥羽市 推定消費額の推移

✓ 平成29年頃から減少傾向が続き、令和2年には大きく減少して487.4億円となった。



✓ 鳥羽市の宿泊施設数合計は144軒、宿泊収容人員数合計は14,560人である。

地区別宿泊施設収容力（令和2年）

出典：令和2年鳥羽市観光統計資料
地図：三重県鳥羽市市勢要覧2014

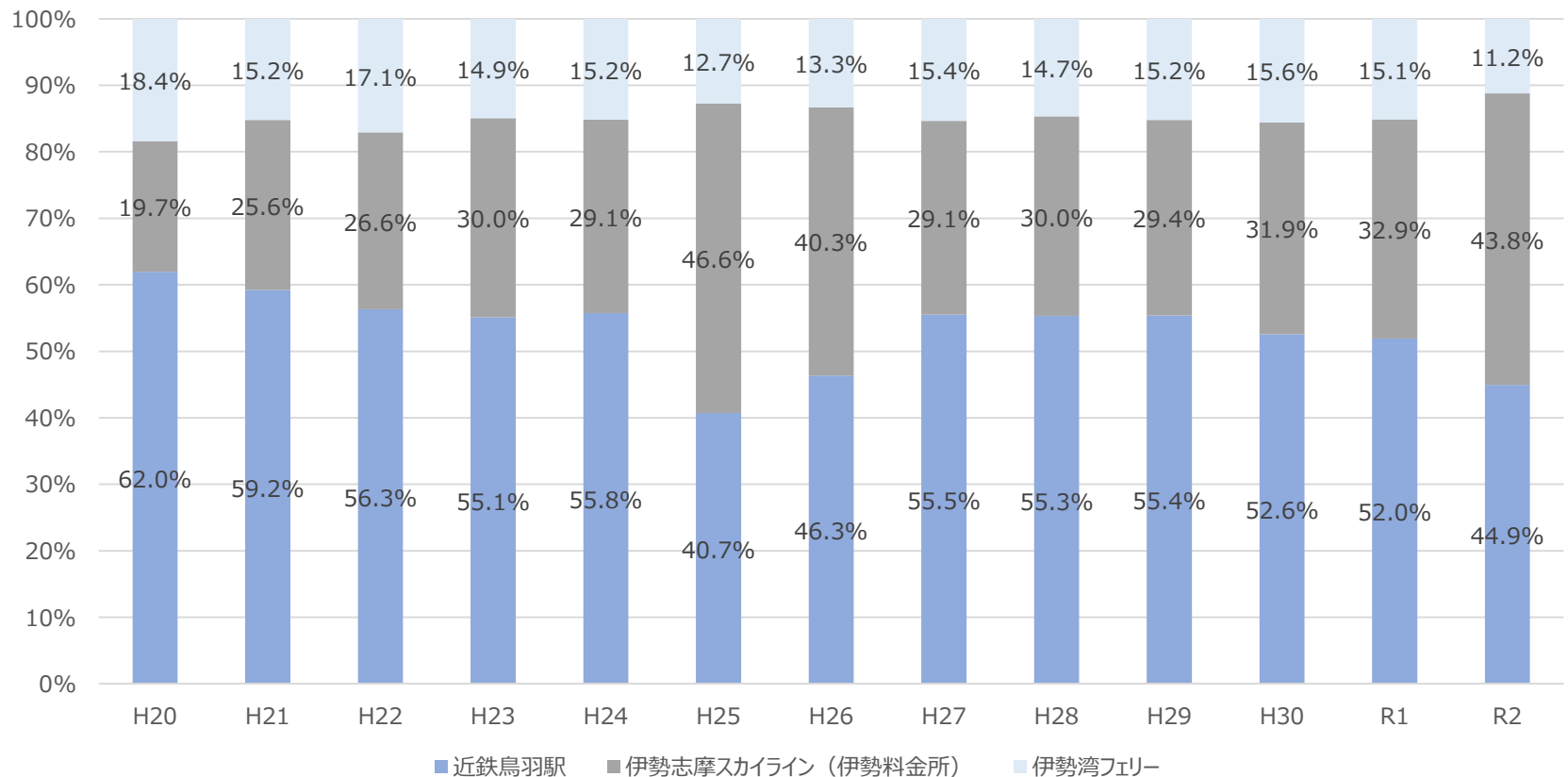


1. 内部環境・外部環境の変化

鳥羽市 年別交通機関利用割合

- ✓ 伊勢湾フェリーの利用割合は一定の水準で推移している。
- ✓ 伊勢志摩スカイライン（伊勢料金所）の利用者割合はH27年以降3割程度で推移していたが、R2年は新型コロナウイルス流行の影響を受けて増加した。反対に5割強で推移していた近鉄鳥羽駅の利用者割合は44.9%に低下。

年別交通機関利用割合

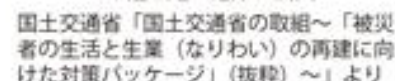


※JR鳥羽駅の利用者数は発表のない年が複数存在するため除外した。

出典：令和2年鳥羽市観光統計資料/鳥羽市観光課

- ✓ 日本では洪水や土砂災害を引き起こす大雨や短時間強雨の回数が増加。それに伴い土砂災害の発生回数も近年増加傾向にある。鳥羽市では毎年の台風に加え、東海トラフ巨大地震などへの対策も必須である。
- ✓ 新型コロナウイルスのような感染症も含め、観光を取り巻く多様なリスクへの対応は必要不可欠である。

2000年	2001年	2002年	2003年	2004年	2005年	2006年	2007年	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年
-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------

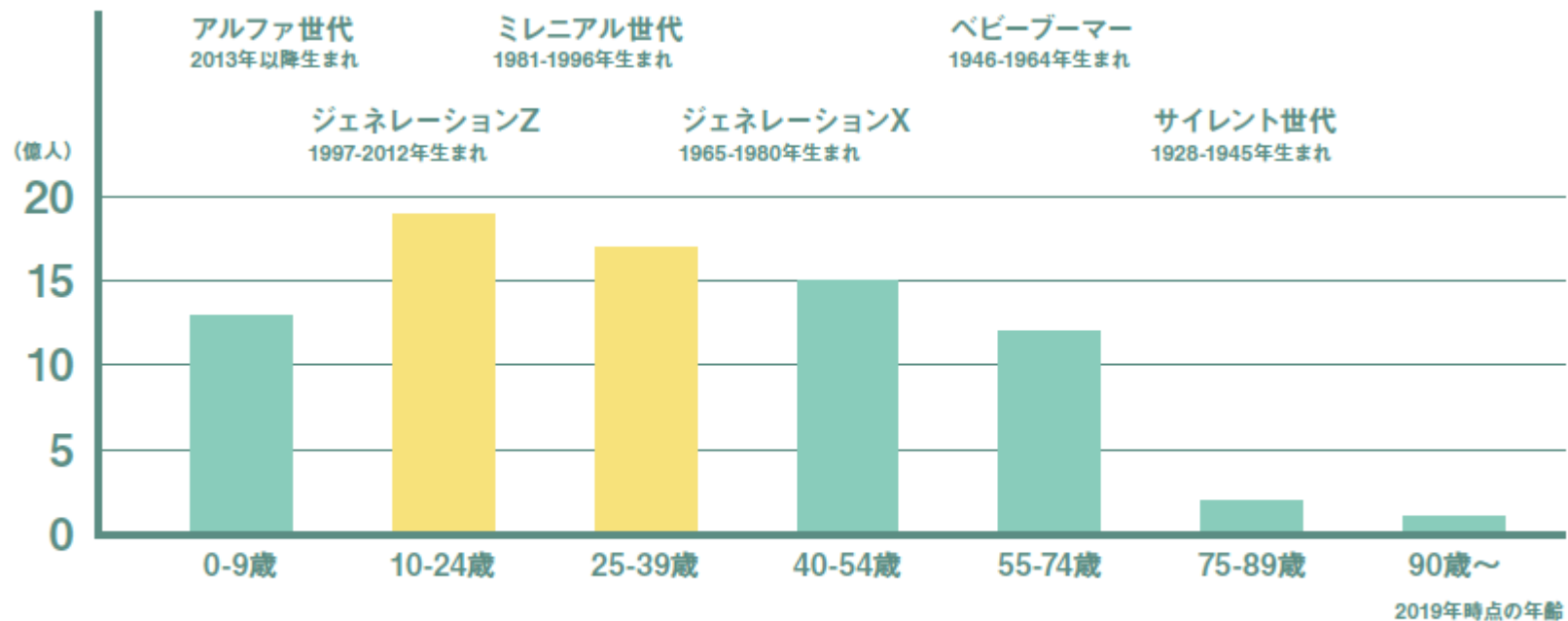


26

1. 内部環境・外部環境の変化

マーケットの変化(旅行者層の世代交代)

- ✓ 計画当初よりインバウンドの増加が著しく、客層（国籍、所得）が多様化。
- ✓ ジェネレーションZ（1997～2012年生まれ）やミレニアル世代（1981～1996年生まれ）等のデジタルネイティブ世代が旅行者の中心へ。今後の旅行を牽引する若者の旅行スタイルや価値観の変化。関係人口等にも注目。



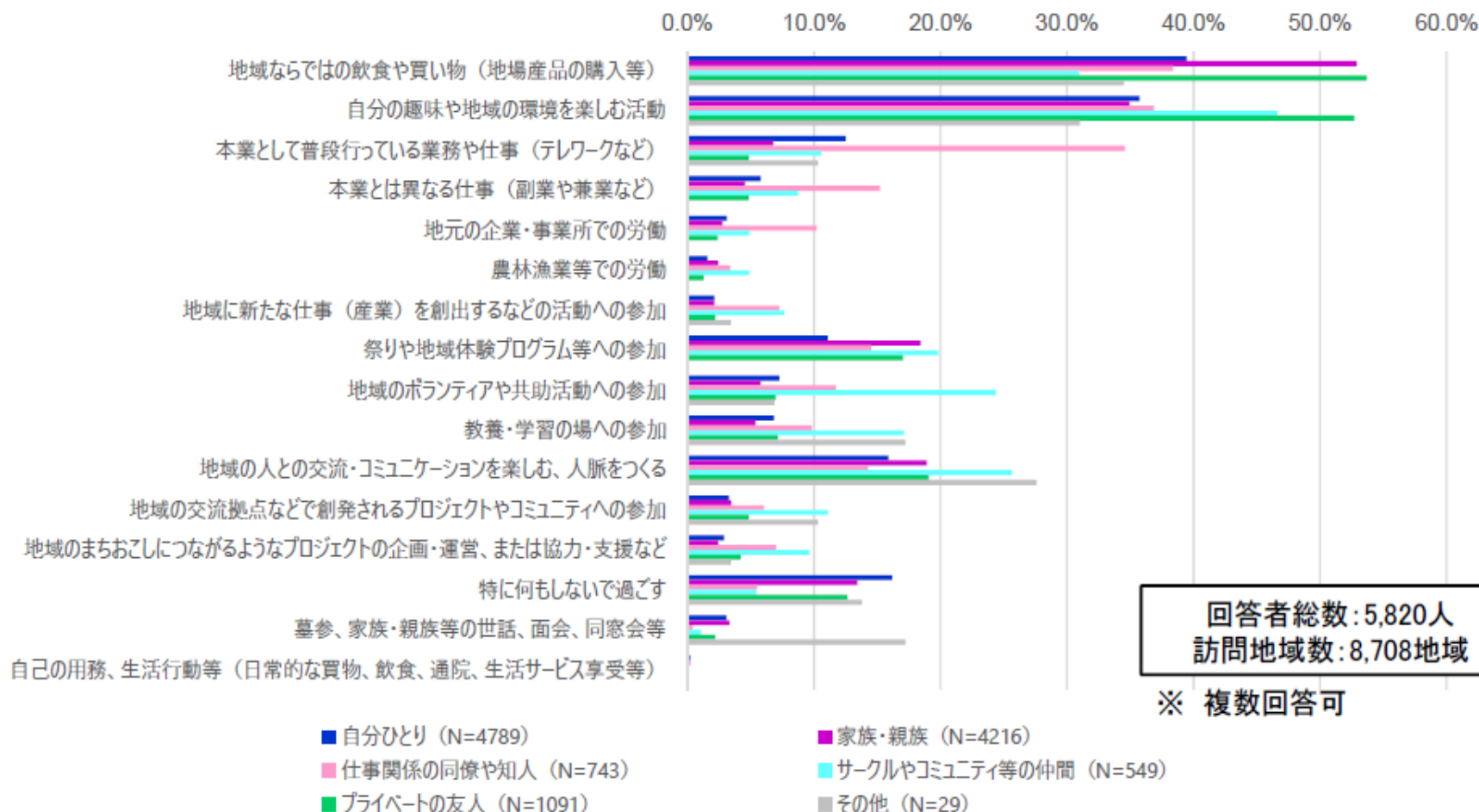
※1: 各世代については様々な定義があるが、ここでは米国のPew Research Centerの定義
 (https://www.pewresearch.org/fact-tank/2019/01/17/where-millennials-end-and-generation-z-begins/) をベースに、
 ジェネレーションZ以降の世代をアルファ世代としている。
 データ出所: United Nations [World Population Prospects 2019] をもとに作成

1. 内部環境・外部環境の変化

来訪目的の多様化

- ・ 多様な目的で地域に通ってくれる関係人口（≒ロイヤルティの高い客層）との関係性をどう考えていくか
- ・ 近隣からの来訪や鳥羽市への愛着が強い層とどのような関係性を築いていくかが重要

関係人口との関係性



出典：「地域との関わりについてのアンケート」関係人口の実態把握補足資料、国土交通省、2019

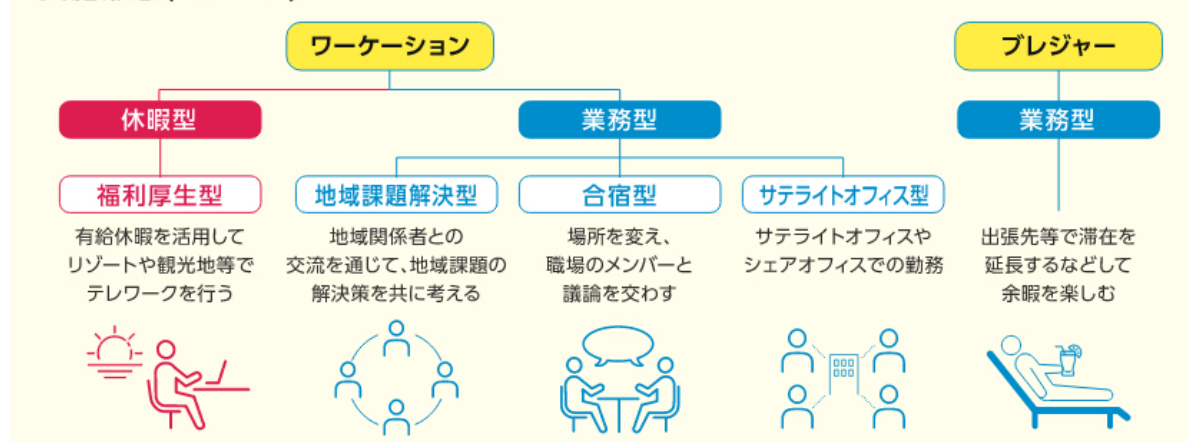
<https://www.mlit.go.jp/report/press/content/001329452.pdf>

1. 内部環境・外部環境の変化

テレワーク、ワーケーションなどへの注目

- ・ テレワークの普及に伴い、ワーケーションへの注目度が高まっている。
- ・ 2019年11月には長野県及び和歌山県が全国の自治体に参加を呼びかけ、ワーケーションの普及促進を目的としてワーケーション自治体協議会が設立された。2020年12月現在158自治体に参加しており、鳥羽市も2021年1月に参加。

実施形態(イメージ)



主体別の導入メリット

企業側のメリット

- ・ 有給休暇の取得促進
- ・ 帰属意識の向上
- ・ 人材流出の抑止と人材の確保
- ・ イノベーションの創出
- ・ CSR、SDGsの取り組みによる企業価値の向上
- ・ 地域との関係性構築によるBCP対策
- ・ 地方創生への寄与

利用者のメリット

- ・ 長期休暇が取得しやすくなる
- ・ 働き方の選択肢の増加
- ・ ストレス軽減やリフレッシュ効果
- ・ モチベーションの向上
- ・ 業務効率の向上
- ・ リモートワークの促進
- ・ 新たな出会いやアイデアの創出

行政・地域のメリット

- ・ 平日の旅行需要の創出
- ・ 交流人口および関係人口の増加
- ・ 関連事業の活性化、雇用創出
- ・ 企業との関係性構築
- ・ 遊休施設等の有効活用

関連事業者のメリット

- ・ 事業拡大および雇用創出
- ・ 受入地域(行政)との関係性向上
- ・ 自社のソリューション開発



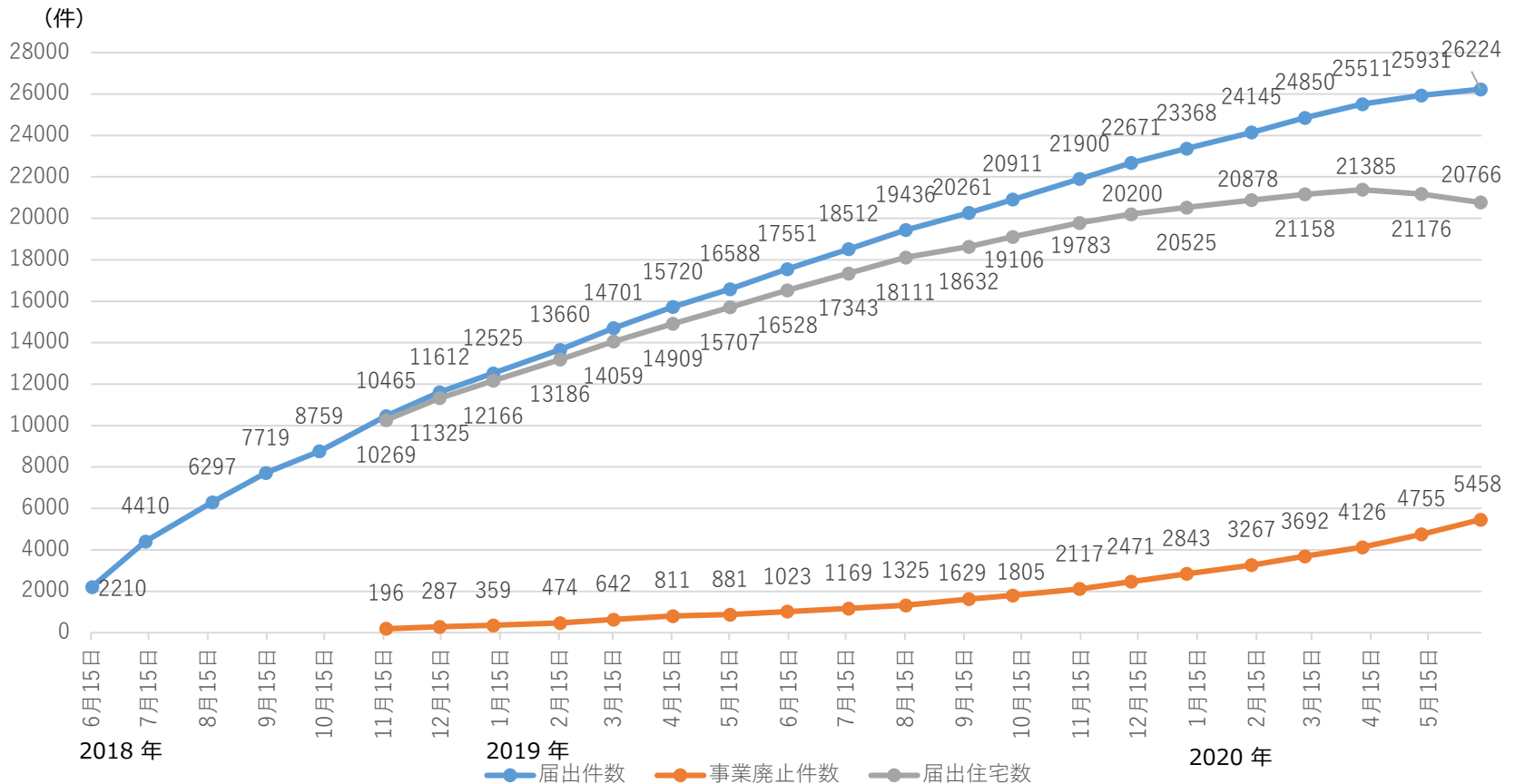
「新たな旅のスタイル」
ワーケーション & プレジャー
パンフレット
https://www.mlit.go.jp/kankoch/o/workation-bleisure/img/wb_pamphlet_tourist-spot.pdf

1. 内部環境・外部環境の変化

多様な宿泊施設形態の増加

- ✓ 住宅宿泊事業の届出件数は法施行（2018年6月）後も着実に増加し、2020年5月時点での全国の届出件数は25,931件、法施行日の約11.7倍となっている。
- ✓ Airbnb、ADdRESS（日本各地で運営する家に定額で住める）、HafH（世界36の国と地域、512都市にある宿泊先に、毎月定額で泊まれる）など多様な宿泊サービスも増加。

民泊（住宅宿泊事業）届出件数推移



出典：観光庁プレスリリース 届出件数等の推移
<https://www.mlit.go.jp/kankocho/content/001348393.pdf>

1. 内部環境・外部環境の変化

インバウンドの訪日旅行への期待

- ✓ 「DBJ・JTBF アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査」によると、観光・旅行したい国・地域として、日本の認識は一層上昇しており、アジアではトップを維持しつつ割合は上昇。欧米豪では前回 2 位からトップになった。（以下の表は全体の上位20位までを表示）

次に観光旅行したい国・地域

(回答は5つまで、%)

順位	回答者→ サンプル数	全体	アジア全体									欧米豪全体				
			韓国	中国	台湾	香港	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア		アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス	
		5,692	3,839	487	493	461	459	471	487	477	504	1,853	448	462	479	464
1	日本	57	67	35	72	75	83	77	65	64	68	36	31	39	36	40
2	韓国	32	42	-	35	33	41	48	43	45	49	13	12	14	13	12
3	オーストラリア	27	26	27	17	18	25	18	38	36	28	29	30	-	30	28
4	ニュージーランド	24	25	24	25	22	14	21	35	38	19	22	22	-	26	18
5	タイ	23	26	14	31	21	36	-	33	-	22	20	17	19	20	22
6	台湾	21	30	21	14	-	56	25	49	35	10	7	8	8	5	5
7	シンガポール	21	25	19	28	15	17	29	-	-	40	14	13	21	14	9
8	スイス	19	19	24	17	20	13	24	17	22	17	18	19	17	-	-
9	アメリカ	19	13	17	10	20	10	8	12	10	14	36	-	27	40	40
10	イギリス	17	15	16	11	15	17	17	12	14	17	24	24	23	-	-
11	香港	16	17	17	-	9	-	24	19	18	17	13	13	14	17	10
12	カナダ	15	10	21	10	13	8	7	9	4	6	31	-	29	30	34
13	中国本土	14	18	9	-	16	-	31	18	25	9	7	8	7	6	7
14	ハワイ	13	12	32	20	9	4	12	6	8	7	16	-	19	18	11
15	フランス	13	12	15	16	14	6	11	7	9	14	18	20	16	-	-
16	イタリア	13	10	12	13	10	7	8	5	11	14	23	27	20	-	-
17	マレーシア	11	14	5	16	11	12	-	-	-	24	8	6	9	10	7
18	ベトナム	11	11	18	7	7	9	11	15	16	5	12	7	12	13	14
19	ドイツ	11	9	11	13	13	9	8	6	7	9	16	20	12	-	-
20	スペイン	9	8	18	9	9	5	2	4	8	6	13	15	11	-	-

1. 内部環境・外部環境の変化

- ✓ 伊勢志摩／伊賀の認知度は7%であった。（アジア全体では10%、欧米豪全体では1%）
- ✓ 中部で体験したいことについては「自然や風景の見物」「伝統的な日本料理」「自然や資源を損なうことのないように配慮されている観光地・観光ツアー」の順に高い。（富士山、飛騨／高山、名古屋、伊勢志摩／伊賀を選択した対象者の回答。以下の表は全体の上位20位までを表示）

中部で体験したいこと

(回答はあてはまるもの全て、%)

順位	回答者→	全体 サンプル数	アジア全体										欧米豪全体				
			韓国	中国	台湾	香港	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア	アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス			
		2,349	1,805	131	267	239	221	275	219	232	221	544	128	137	156	123	
1	自然や風景の見物	47	46	37	43	48	47	40	54	47	48	49	48	47	51	50	
2	伝統的・日本料理	43	43	35	39	48	49	35	52	45	39	44	51	44	36	48	
3	自然や資源を損なうことのないよう配慮されている観光地・観光ツアー	36	36	31	27	33	35	36	38	45	43	37	38	36	35	38	
4	現地の人が普段利用しているカジュアルな食事	35	37	30	28	41	43	33	43	42	33	31	35	30	30	30	
5	有名な史跡や歴史的な建築物の見物（説明の充実度含む）	35	34	20	31	38	38	35	37	34	34	39	45	35	37	42	
6	世界遺産の見物（説明の充実度含む）	35	34	24	29	34	39	33	33	39	41	36	40	26	37	43	
7	日本庭園の見物（説明の充実度含む）	33	32	15	27	31	35	28	34	39	39	38	34	37	37	42	
8	桜の観賞	33	32	24	30	26	38	33	28	37	38	34	37	34	29	40	
9	温泉への入浴	32	34	24	30	29	38	30	39	38	39	25	21	28	21	32	
10	日本文化の体験（茶道、華道、着物試着など）	31	30	19	24	28	29	28	32	39	38	35	41	32	33	36	
11	紅葉の観賞	30	31	21	21	21	41	34	29	40	38	28	28	27	26	31	
12	食品や飲料のショッピング	28	30	16	25	36	41	23	32	36	27	21	21	23	19	21	
13	雪景色観賞	28	28	27	19	13	22	29	28	38	47	29	31	24	26	34	
14	日本の酒（日本酒・焼酎）	28	29	25	28	32	31	30	28	27	28	24	20	25	26	25	
15	伝統工芸品の工房見学・体験	27	27	18	23	24	27	25	30	33	31	26	27	19	25	34	
16	伝統工芸品の制作や購入	26	27	24	17	29	27	28	24	37	31	24	22	21	19	34	
17	繁華街の街歩き	26	26	13	25	22	28	22	33	38	21	28	30	32	24	27	
18	伝統芸能鑑賞（歌舞伎や能）	26	26	17	27	25	22	30	26	28	27	24	24	22	20	31	

出典：DBJ・JTBF アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査（第2回新型コロナ影響度 特別調査）（日本政策投資銀行・（公財）日本交通公社、2021年5月）

https://www.jtb.or.jp/wp-content/uploads/2021/05/report-DBJ-JTBF-asiaeuro-survey-2021-covid19-2_.pdf

1. 内部環境・外部環境の変化

観光を取り巻く多様な変化

(1) 災害や気候変動、感染症等の多様なリスクの増加

- ✓ 年々、甚大な被害をもたらす自然災害（豪雨、台風、地震）が増加。
- ✓ 新型コロナウイルスの発生もあり、観光を取り巻く多様なリスク対策が今後の必要不可欠な要素となりつつある。

→今後、リスクマネジメントは必須に。

→リスク発生時の対応について、多様な主体や機関と連携体制を築いておくことが重要に。

(2) ライフスタイルや働き方の変化

- ✓ コロナの後押しもあり、テレワークの増加など働き方の多様化。ワーケーションなどへの注目も集まる。
- ✓ 定額制の宿泊・居住サービスや民泊等の新たな宿泊形態や、物やサービスを共有するシェアリングエコノミーの考え方も普及している。

→リゾートとしてはいかに心地よく、長く滞在したいと思える空間を作っていくことが重要

→住民に必要な地域の機能（医療、買い物、図書館等）が観光客にとっても重要な機能に

(3) 旅行者（国内・インバウンド）の多様化

- ✓ 計画当初よりインバウンドの増加が著しく、客層（国籍、所得）が多様化。また、インバウンドのみならず、宗教上の戒律がある方、障がいのある方、LGBTQ（性的マイノリティ）などへの理解を深めていくことも重要に。
- ✓ ジェネレーションZ（1997年～2012年生まれ）やミレニアル世代（1981～1996年生まれ）等のデジタルネイティブ世代が旅行者の中心へ。今後の旅行を牽引する若者の旅行スタイルや価値観の変化。関係人口等にも注目。

→今後の客層の変化を見越して鳥羽市としてどのような観光・旅行を提供していくのか

→インバウンドと国内客双方にとって居心地の良い空間を作っていくために必要なことは何か。

(4) 「環境」、「持続可能」に対する関心のさらなる高まり

- ✓ 気候変動やSDGs等に対する世界各地での取り組みの活発化
- ✓ 若い世代にとっては当たり前の感覚に。地域にとっても今後は必要不可欠な要素になりうる。
- ✓ 環境のみならず、人が住み続けていくためには産業としての持続可能性も重要。

→持続可能な観光地経営のため、鳥羽市として取り組むべきことをトータルに提示

(5) デジタルトランスフォーメーション(DX)

- ✓ ICT、IoT技術の向上、5Gの登場などにより、近年急速にDXが進んでいる。特にコロナが後押し。
- ✓ 民間のノウハウも活用することで自治体間競争も激化

→生産性向上や利用者の利便性向上の点からも積極的な展開が求められる。さらなる企業との連携も視野に入れて、計画的に導入。

2.中期アクションプログラムの検証

＜前期APの評価の流れ＞

- ・評価を実施したのは2019年5月（前期AP期間終了後）
- ・戦略ごとに「3年後の姿」と「評価軸」を併記し、それに対して定性評価（コメント）と達成度（%）を行政が記入。
- ・そのコメントと達成度をみてAP管理会議の委員の皆様コメントと評価（5段階）を入れていただいた。
- ・各委員の評価点の平均点を最終評価点とした。

＜2019年度第1回AP管理会議で出された、評価に関する主なご意見＞

- ・行政評価と民間評価にズレ（成果に対する認識の違い）が生じた部分もあった。
- ・委員によっても認識が違う。それを平均点としてまとめてしまってよいものか。
- ・委員が持っている情報や立場によって評価に差が出る。
- ・外部評価も必要ではないか。
- ・行政評価と民間評価の評価が正反対の場合、どう判断すればよいのか。
- ・評価が中期AP策定後になってしまったことで、評価をどう中期APに活かすかが難しくなっている。



＜中期APの評価にあたって＞

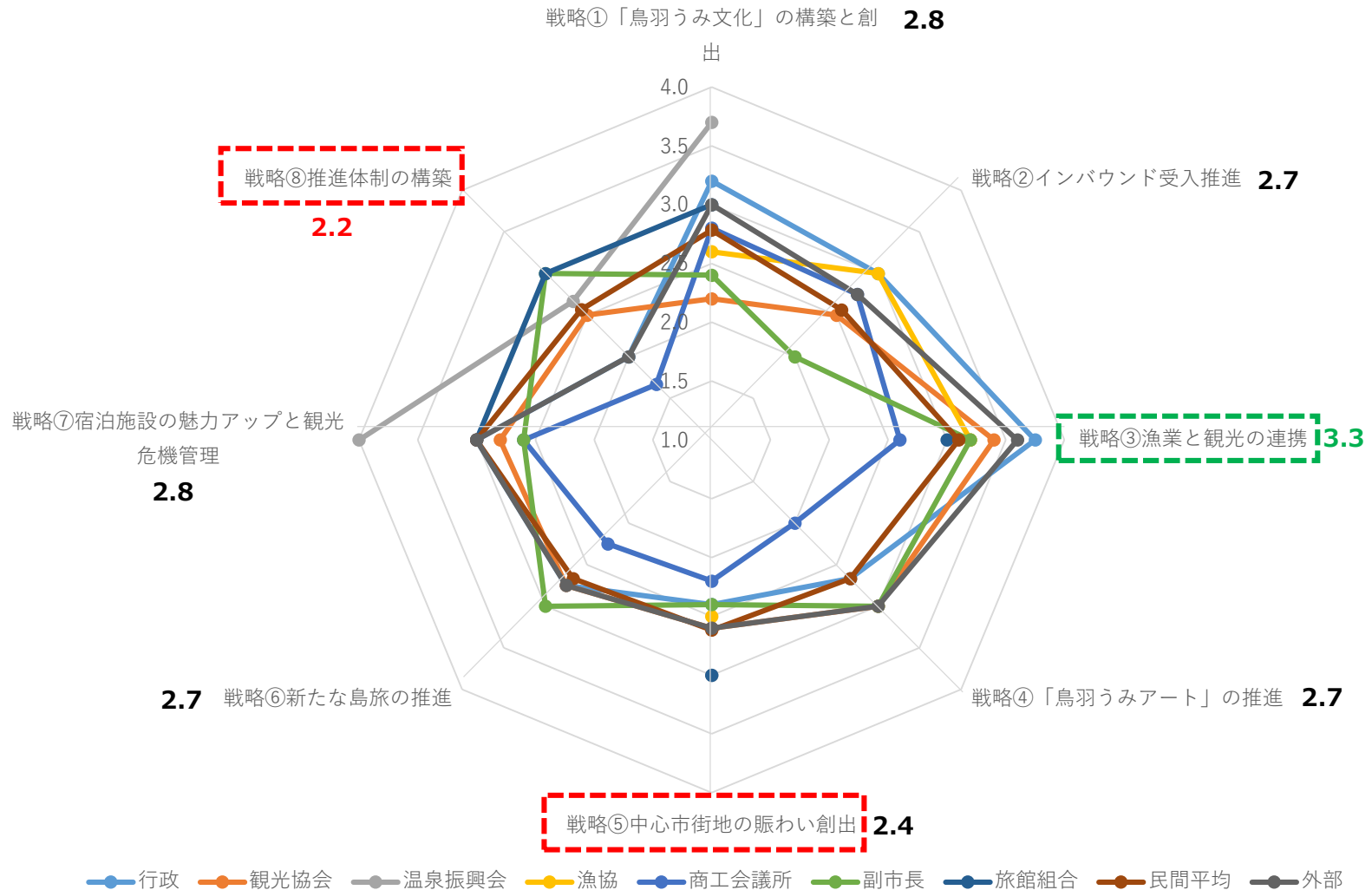
- ・ 前回は前期AP終了後（中期AP 1 年目）に評価を実施し、中期APの策定に反映できなかったため、今回は中期AP最終年度に実施。それをふまえて中期AP最終年度に取り組みを強化したり、後期APの策定に反映させることができる。（今年度実施予定の事業も記入していただく）
- ・ 前回は行政のコメント（行政が記入した所感）に対して民間委員が評価する形となった。前期APの際の評価軸（「3年後の姿」と「評価軸」）は重要ではあるが、まずはシンプルに実施した事業があって、それをふまえて「目標像（中期APでは3年後の姿の記述はない）」と「評価軸」と照らし合わせるべきではないか。また、前回はその判断根拠ともなる実施事業が見えづらかったので評価しづらかったのではないか。
- ・ APは鳥羽市の観光に関わる全ての主体のものなので、行政のみではなく、観光協会や商工会議所など、主要な主体の取り組みも記入した上で総合的に評価していただくべきではないか。
- ・ 行政による達成度の%と民間による5段階評価が異なるため、認識のズレを比較するにしてもしづらかったのではないか。行政も5段階評価でいいのではないか。
- ・ 前回委員から提案があった外部評価の項目を追加した。

2.中期アクションプログラムの検証

中期APの評価(概要版)

- ✓ 比較的全般的に取り組みを実施している。特に評価が高かったのは「戦略③漁業と観光の連携」や「戦略⑦-1観光危機管理」「戦略⑦-2人材の確保」。特に評価が低かったのは「戦略⑤中心市街地の賑わい創出」や「戦略⑦-2生産性向上と宿泊客データの把握」、「戦略⑧推進体制の構築」など。全体の平均点は2.7点。グラフ中の点数は行政、委員、外部の平均点。「戦略①鳥羽うみ文化」の構築と創出」「戦略⑦宿泊施設の魅力アップと観光危機管理」などは評価のバラつきが大きい。

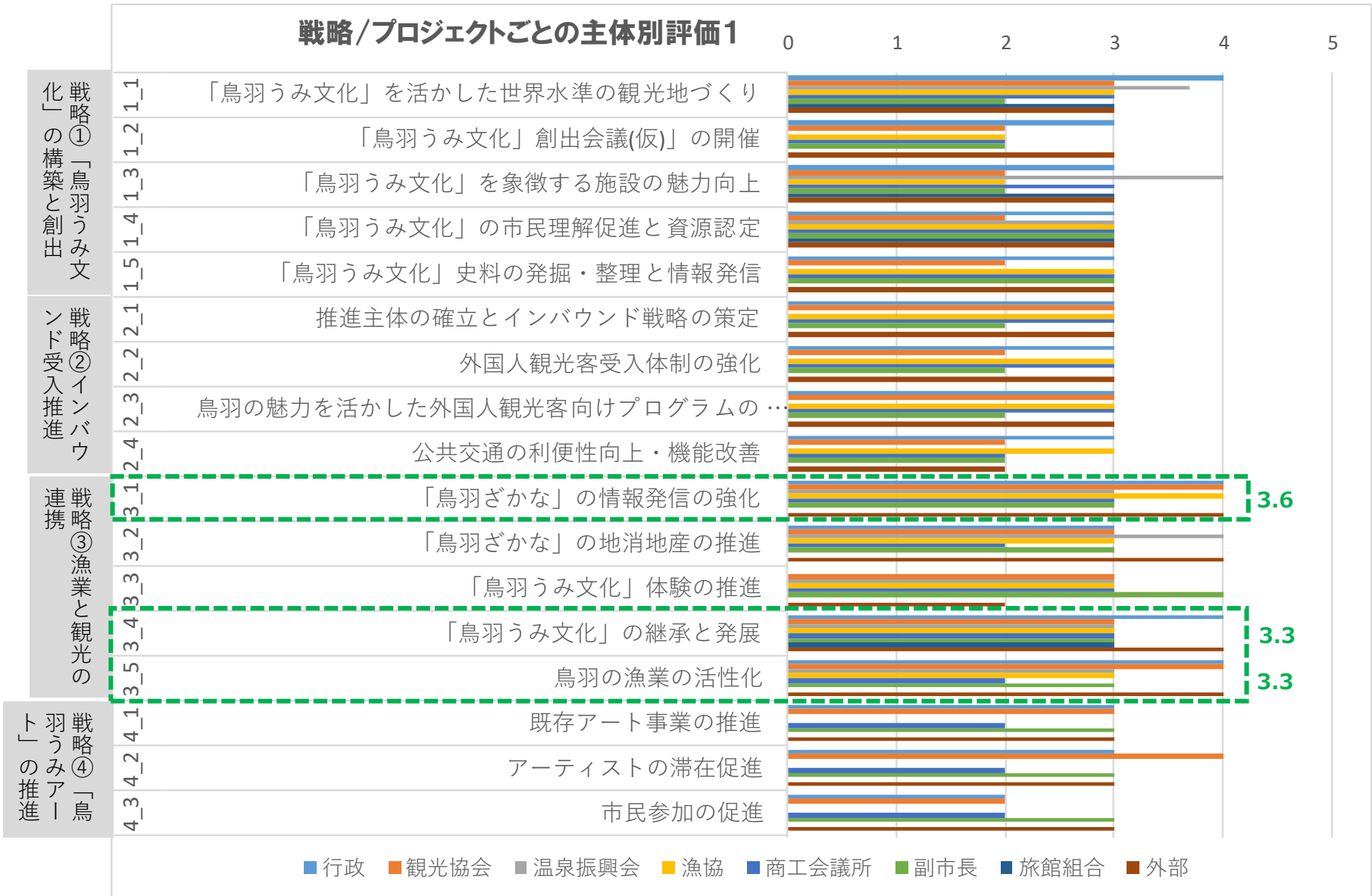
戦略ごとの主体別評価



2.中期アクションプログラムの検証

✓ 緑字点線箇所は評価が高かったプロジェクト(3.2以上(平均点2.7から0.5ポイント上回っているもの))

✓ 赤字点線箇所は評価が低かったプロジェクト(2.2以下(平均点2.7から0.5ポイント下回っているもの))

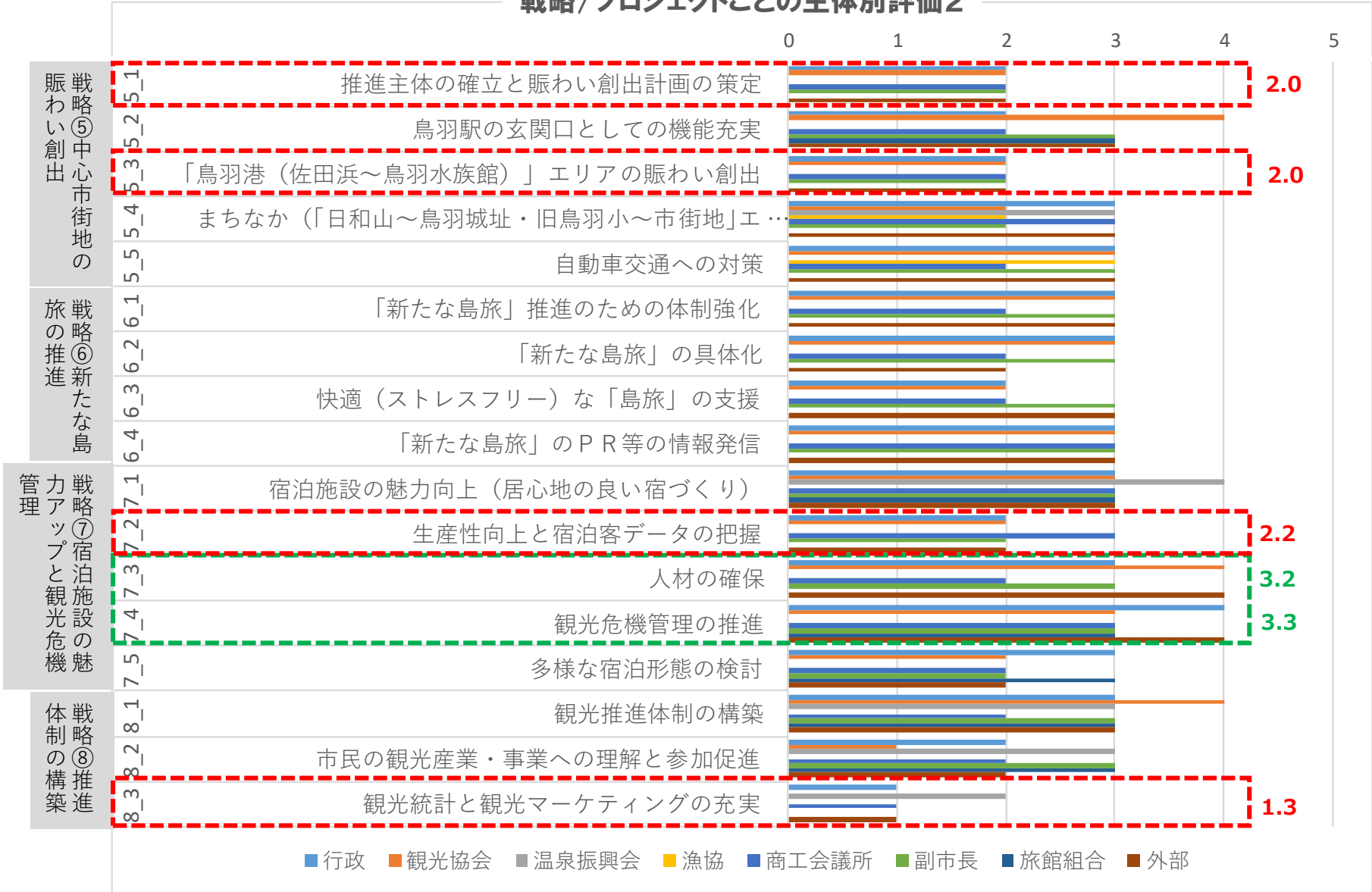


2.中期アクションプログラムの検証

✓ 緑字点線箇所は評価が高かったプロジェクト(3.3以上)

✓ 赤字点線箇所は評価が低かったプロジェクト(2.2以下)

戦略/プロジェクトごとの主体別評価2



第3章 後期アクションプログラム

3-1. 目標像の確認と後期の基本方針

- ✓ これまで、各期の基本方針は示してこなかったが、後期の考え方や目標をわかりやすくするため基本方針を設定。後期は観光基本計画の総仕上げとなる4年間になるとともに、観光を取り巻く環境や旅行者などの変化に対し、鳥羽ならではの強みを発揮して対応していくことが求められる。
- ✓ こうした考え方のもと、4つの基本方針と8つの戦略を掲げる。

第二次鳥羽市観光基本計画

【目標像】国際的な滞在拠点を目指した「鳥羽うみ文化」の継承と創造

基本方針① 社会、経済、環境における域内循環の促進

- 社会の循環（コミュニティや教育、健康等）、経済の循環（域内調達率の向上、経済波及効果を域内にとどめる）、環境の循環（自然資源、再生可能エネルギー等）といった3つの分野における循環を意識しながら持続可能な観光地づくりを進めていくものとする。
- 経済の域内循環については、域内調達率や経済波及効果を見える化し、広く共有しつつ、目標数値を設定して高めていくことも効果的であるといえる。

基本方針② 鳥羽の恵みの原点である自然環境に配慮した、持続可能で付加価値の高い観光地づくり

- 鳥羽の風景、食、文化の豊かさは海を代表する「自然」があつてこそであり、自然なくして鳥羽の観光は実現しない。特に海洋環境の変化は、水産物の漁獲量・質にも影響を与えており、磯焼けの拡大も懸念される。環境対策は喫緊の課題となっている。
- まずは、鳥羽市民や鳥羽市で働く事業者1人ひとりが現状を認識し、自然環境に配慮した暮らしや生業を心がける。
- 特に多くのゴミなどが出る観光産業もイノベーションを図り、環境負荷低減の取り組みを進めるとともに、世界的な環境意識の高まりの潮流をふまえつつ、環境対策が付加価値となるような、経済対策と連携させていく視点も必要となる。

基本方針③ 多様な分野の連携による、世界に誇れる「鳥羽うみ」の実現（水産×海洋×観光×研究×環境×学び）

- 近年、鳥羽市では鳥羽うみ文化や漁観連携など、海をいかした観光振興をおこなっているが、海辺の景観づくりや港としての機能向上など、海に囲まれていることの魅力をさらに活かすことが課題となっている。さらに鳥羽市では「海のシリコンバレー構想」を掲げているが、近年集積している海洋関連の研究機関や企業等との連携により、多様な付加価値を高め、世界でも類を見ない海洋地域を目指す。

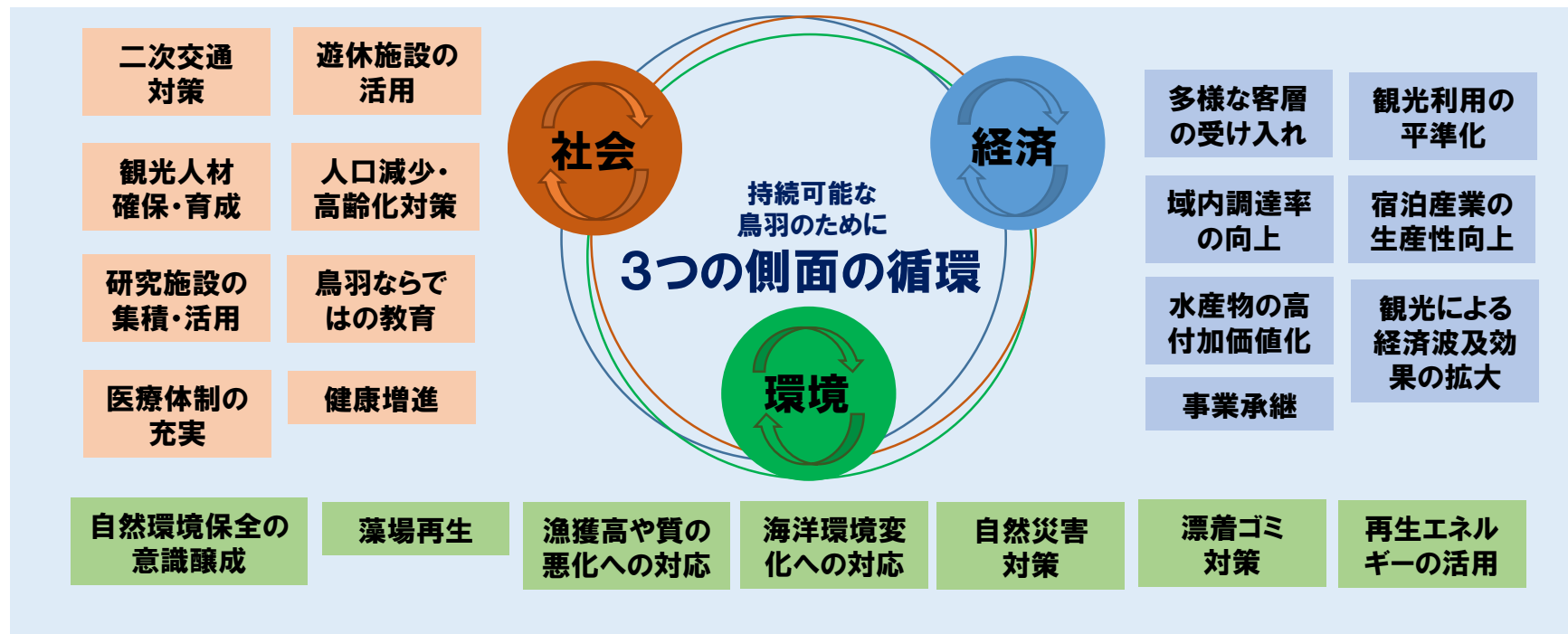
基本方針④ 観光を取り巻く多様な変化への対応

- 特に近年は温暖化や、それに伴う自然災害の増加、新型コロナウイルスの感染拡大など、リスクは多様化している。また、旅行者層の世代交代や多様化（インバウンドの多国籍化、宗教上の戒律がある方、障害のある方、LGBTQ（性的マイノリティ））、デジタル化の促進、ライフスタイルや働き方の変化などによって、観光を取り巻く状況や価値観が大きく変化している。次世代に承継したい、持続可能な観光産業としていくためにも、伝統を大切にしつつ、こうした時代の変化にどう対応していくかを検討していく必要がある。

3-1. 目標像の確認と後期の基本方針

後期APの基本方針の考え方

- ✓ 鳥羽市で生まれた経済効果をいかに域外に流出させずに域内にとどめるかが重要となる。そのためにも域内で生産されたものを購入し、域内の人材を雇用するといった域内調達率の向上等を意識する。こうした循環は、経済にとどまらず、社会や環境においても意識する必要がある。
- ✓ また、今後は観光に加え、環境、教育、文化、移住政策などとの連携が重要になり、境目がなくなると考えられる。



理念に賛同する旅行者・消費者・移住者が集まる



- ✓ 鳥羽市として考えるビジョンや理念を内外に示すことで、理念に賛同する旅行者や応援団（直接来なくても産品を購入する等で応援してくれる人や企業）、移住者等が集まる。
 - ✓ 自分のことだけではなく、鳥羽のこと、鳥羽の海のこと大事にしてくれる層（＝エシカル層※）に積極的に来てもらいたい。
 - ✓ そのためには、住民や事業者自身もビジョンを意識した行動をとっていく必要がある。
- ※エシカルとは直訳すると「倫理的な」という意味で、「人や地球環境、社会、地域に配慮した考え方や行動」をさします

図表 3-3 鳥羽らしさのまとめ

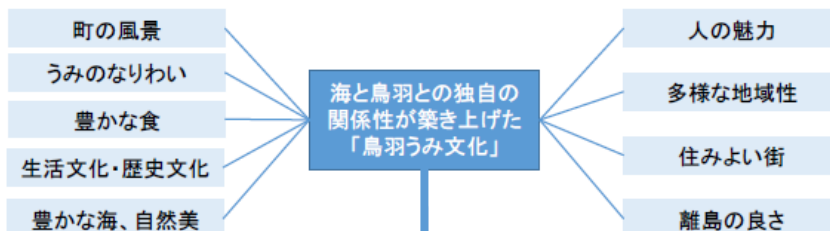


3-1. 目標像の確認と後期の基本方針

目標の実現に向けた取り組み状況と後期に向けたポイント

◆鳥羽市らしさとは？

報告書第3章



目標像の構成要素

これまで築き上げてきた「鳥羽うみ文化」が将来にわたって継承されると同時に、新たな「風」を入れることでより創造性豊かなものとなる観光地であること

市民や観光客が市内で「鳥羽うみ文化」を感じられるような観光地であること

鳥羽の魅力である「食」とそれを支える漁業のなりわいが将来にわたって維持される観光地であること

観光客が宿泊したくなる滞在型の観光地であること

国内だけでなく海外の観光客も魅力を感じる国際的な観光地であること

観光産業が持続的であり、観光を支える次世代の育成にも積極的な観光地であること

鳥羽観光を支える推進体制がしっかりとおり、関係者それぞれが役割と責任を担う体制が整っている観光地であること

目標の実現に向けた取り組み状況と後期に向けたポイント

関係する戦略

・外部の民間企業との連携協定や大学等との連携は新たな風を入れることになる。また、市内にある海洋関係の研究施設と、具体的にどういった連携ができるかがポイントとなる。

1,8

・鳥羽うみ文化の要素自体は掘り起こされてきたが、それらを体感できる仕組みを構築することがポイント。また、食材が豊富であるがゆえに日常的な食材の魅力にも目を向けることが必要。

1,3,6

・旬を意識した食の提供、フードロスの削減、域内調達率の向上
・豊かな漁場が続くための環境対策、資源の付加価値向上

3,4

・単に施設の紹介ではなく、過ごし方の提案、経験価値の創造が必要。
・体験が求められている一方で、何もなくてもそこにいたいと思える居心地の良い空間や景観があるか。

1,5,6

・どのような観光地が心地よく国際的な観光地なのかをより具体的にイメージする必要がある。また、多様化する旅行者層の価値観などにも注目。

2

・子供のうちから、鳥羽うみ文化や鳥羽の観光業と関われる、学べる仕組み（鳥羽ならではの教育）があるか。
・観光産業が固定観念にとらわれずにイノベーションを図るとともに、働きやすく、働きがいがあり、きちんとした収入が得られることを目指す。
・多様なリスクの影響を受けやすいため、レジリエンス力（しなやかさ）を強化。

6,7,8

・役割分担の確認と連携体制（ネットワーク）の強化
・鳥羽のお客さんをみんなでもてなす意識醸成

8

3-2. 各戦略で取り組む事業(プロジェクト)

戦略1 「鳥羽うみ文化」の具現化

- プロジェクト1 「鳥羽うみ文化」に関する取り組みの総括と戦略検討
- プロジェクト2 鳥羽うみ文化に関する観光施設・研究施設のネットワーク強化
- プロジェクト3 鳥羽うみ文化を体験できるプログラムや滞在スタイルの提案
- プロジェクト4 アートで見せる・楽しむ鳥羽うみ文化
- プロジェクト5 鳥羽うみ文化関連史料のアーカイブ整理とさらなる活用

戦略2 インバウンドの受入推進と多様化する旅行者の受入環境整備

- プロジェクト1 環境対策と利便性を意識した二次交通の整備
- プロジェクト2 多様な旅行者を意識した受け入れ環境の整備
- プロジェクト3 戦略的かつ機動的な情報発信・宣伝の実施
- プロジェクト4 広域観光の推進

戦略3 漁観連携の次のステージの展開

- プロジェクト1 漁観連携計画の改訂
- プロジェクト2 水産物のブランド化、商品開発
- プロジェクト3 旬や暦・ストーリーを意識した食材や食の提供
- プロジェクト4 多様なツールを活用した鳥羽産品の販売強化
- プロジェクト5 域内調達率の把握と向上
- プロジェクト6 鳥羽の漁業（海女と漁師）と文化の継承

戦略4 鳥羽の恵まれた自然を次世代に残すための取り組み推進

- プロジェクト1 業界を挙げた気候変動への対応
- プロジェクト2 研究機関との連携による根拠に基づいた環境対策の実施
- プロジェクト3 地消地産の促進とフードロス・フードウェイストの削減
- プロジェクト4 市民も観光客も環境対策に関われる仕組みづくり

戦略5 世界に誇れる海洋地域にふさわしい景観整備

- プロジェクト1 鳥羽駅周辺の景観整備と機能の充実
- プロジェクト2 港の機能向上と空間の魅力づくり
- プロジェクト3 交通結節点としての整備（バス乗り場、駐車場等）
- プロジェクト4 まちなか（「日和山～鳥羽城址・旧鳥羽小～市街地」エリア）の賑わい創出
- プロジェクト5 鳥羽市にふさわしい景観づくり
- プロジェクト6 鳥羽の景観を楽しむ視点場づくりと発信

戦略6 鳥羽ならではの「島旅」と「学びの旅」の推進

- プロジェクト1 学びの旅のコーディネーターとガイドの育成
- プロジェクト2 鳥羽ならではの多様な教育旅行の受け入れ強化
- プロジェクト3 環境に配慮した海のアクティビティづくり
- プロジェクト4 島旅の魅力づくりと情報発信の強化
- プロジェクト5 海洋関連学会の誘致

戦略7 宿泊（観光）産業活性化（生産性向上と所得向上）

- プロジェクト1 宿の生産性向上と魅力づくり
- プロジェクト2 雇用対策と人材バンク、人材育成
- プロジェクト3 環境負荷低減の宿づくり
- プロジェクト4 多様な利用形態を見越した受け入れ環境整備
- プロジェクト5 鳥羽温泉郷の魅力づくり

戦略8 観光推進基盤の整備

- プロジェクト1 観光推進組織の体制強化
- プロジェクト2 観光統計・宿泊統計の見直しと活用
- プロジェクト3 観光財源の見直しと確保
- プロジェクト4 大学との連携による取り組み強化
- プロジェクト5 観光事業者と住民向けの情報発信
- プロジェクト6 観光危機管理の強化とレジリエンス（しなやか）な地域づくり

テーマ別の取り組み

観光産業の強化を図る取り組み

効果的な観光振興を進めるための基盤づくりに関する取り組み

戦略1 概要

戦略1 「鳥羽うみ文化」の具現化

- ✓ 本計画では、海そのものと、海を通じて生まれた歴史や生活文化、漁業文化の総体、すなわち「鳥羽うみ文化」が鳥羽らしさの核であることが確認され、前期・中期を通じて様々な取り組みをおこなってきた。後期は「鳥羽うみ文化」に関する取り組みを総括するとともに、鳥羽市のアイデンティティともいえる「鳥羽うみ文化」をより具現化していくことが求められる。
- ✓ 例えば、近年充実している水産関係の研究施設や海に関する観光施設など、それぞれの役割や特徴をふまえた上でネットワークの強化を図り、それぞれの役割を果たしていくことが重要である。
- ✓ また、本計画において進めてきたアートの取り組みについても、鳥羽うみ文化との関連性を意識する等、鳥羽らしいアートの視点を大切にして引き続き取り組みを進める。さらに、鳥羽うみ関連史料のアーカイブをより積極的に活用する方策を検討する。

第2 次鳥羽市観光基本計画最終年度（令和7(2025)年度）における戦略①の目指す到達点

- * 「鳥羽うみ文化」の特徴が市民に理解されており、保全・継承されている。
- * 「鳥羽うみ文化」を構成する一つひとつの資源や要素に誇りをもち、大切にしている
- * 「鳥羽うみ文化」を感じられるようなプログラムや仕組みが構築されている。
- * 海女や漁業に加えて新たな利用を含む、「鳥羽うみ」を使った様々な楽しみ方が提供されている。

【プロジェクトのフロー】

鳥羽うみ文化の整理と域内ネットワーク構築

プロジェクト1 「鳥羽うみ文化」に関する取り組みの総括と戦略検討

プロジェクト2

鳥羽うみ文化に関する観光施設・研究施設のネットワーク強化

プロジェクト5

鳥羽うみ文化関連史料のアーカイブ整理とさらなる活用

鳥羽うみ文化の表現

プロジェクト3 鳥羽うみ文化を体験できる滞在スタイルの提案

プロジェクト4 アートで見せる・楽しむ鳥羽うみ文化

戦略1

【参考】「鳥羽うみ文化」とは

- ✓「鳥羽うみ文化」については、この言葉自体を外に向けて発信していくものでなく、地域の中で事業者や住民が鳥羽の魅力を認識する言葉として確認された。

●「鳥羽うみ文化」とは

鳥羽は、鳥羽の**海**とその**海**を通じて生まれた歴史と文化から成り立っています

海との独自の関係性から長い時をかけて築き上げられた鳥羽の魅力・特徴＝鳥羽らしさの核を「**鳥羽うみ文化**」と名付けました

●「鳥羽うみ文化」の見える化

「鳥羽うみ文化」は**6つの要素**から構成される総体としての文化と考えます



※一つの資源が複数の要素と重複してもかまいません

これらはお互いに関係し合い、補完し合う関係にあります

海女との繋がり深い風習や祝祭などを含みます。海の博物館の展示も海女文化を示す重要な財産です。



海女文化



漁業文化

漁港や漁業の風景、一本釣りなどの漁法、漁船や養殖技術なども含まれます。

ホテル・旅館の一流料理人の料理から郷土料理まで、豊かな海が育んだ旬の食があります。



食文化



生活文化

各地区には、独自の歴史や風習が根付いており、町並みや生活風景などもそれぞれの魅力に溢れています。

神話の時代、伝統的な祝祭、鳥羽城・九鬼嘉隆、そして真珠養殖も鳥羽の海によって作られた歴史です。



歴史文化



自然風景

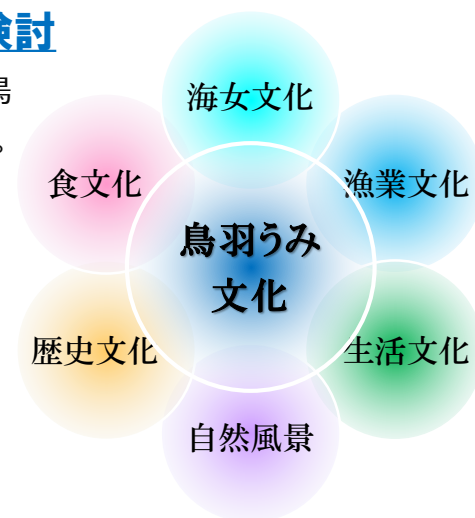
伊勢志摩国立公園に指定されたリアス式海岸や多島海の美しい景観を望めます。鳥羽水族館の展示も含みます。

戦略1 プロジェクト詳細

戦略1 「鳥羽うみ文化」の具現化

プロジェクト1 「鳥羽うみ文化」に関する取り組みの総括と戦略検討

「漁業と観光の連携促進事業」や「鳥羽うみアートプロジェクト」「海藻文化革命」など、「鳥羽うみ文化」に関連する取り組みは、多様な主体によって色々と進められてきたところである。一方で、「鳥羽うみ文化」という言葉が市民はもとより関係者にも十分に理解されているとはいえない面がある。多くの取り組みの芽が出ている現状を整理し、来訪者にも豊かな「鳥羽うみ文化」を感じられる仕組みや機会を提供していくとともに、鳥羽市のアイデンティティとしての鳥羽うみ文化を継承していく方策を検討する。



<取り組み例>

- ・鳥羽うみ文化を感じられる取り組みの集約と発信
- ・観光協会のWebサイト等に鳥羽観光の理念を掲示
- ・鳥羽うみ文化に関連する印刷物をweb上で公開
- ・「広報とば」等による市民向けのインナーキャンペーンの実施

プロジェクト2 鳥羽うみ文化に関する観光施設・研究施設のネットワーク強化

「鳥羽水族館」「ミキモト真珠島」「海の博物館」など、鳥羽を代表する観光施設の連携方策の検討はこれまでもおこなわれてきたが、2020年4月に移転リニューアルした鳥羽市水産研究所や三重大学水産実験所（小浜）、名古屋大学臨海実験所（菅島）などの研究施設も含めたネットワーク強化についても検討をおこなう。

<取り組み例>

- ・研究公募や研究費の助成等による共同研究の促進
- ・鳥羽うみ文化に関する観光施設・研究施設の共同企画展の開催
- ・消耗品や備品の共同購入の実施
- ・3館共通券の販売



<http://www.toba.gr.jp/spot/312/>

戦略1 プロジェクト詳細

戦略1 「鳥羽うみ文化」の具現化

プロジェクト3 鳥羽うみ文化を体験できるプログラムや滞在スタイルの提案

一般的に移住政策と観光政策が別々に行われていることが多いが、移住のきっかけや入口は観光であることが多い。特に「鳥羽うみ文化」は海と関わる市民の生活そのものでもあり、それが憧れになる。移住政策とも積極的に連携し、海とともにあるライフスタイルそのものを積極的に発信する他、住民との交流やお試し暮らしができる滞在スタイルや、海との関わりが体験できる鳥羽ならではのプログラムの提案と仕組みづくりを行う。



https://www.kankomie.or.jp/activity/detail_1924.html

<取り組み例>

- ・鳥羽での憧れの暮らしや人を発信（移住政策との連携）
- ・ワーケーションや湯治、お試し暮らしなど長期滞在できるプログラムの造成
- ・鳥羽うみ文化を味わえる体験プログラムの造成
- ・鳥羽の海沿いウォーキング等の健康プログラムの提案

プロジェクト4 アートで見せる・楽しむ鳥羽うみ文化

これまで市内の各地区や各施設でアーティストや学生が参画したアートプロジェクトなどが開催され、鳥羽の資源に新たな魅力が吹き込まれてきたところである。これらの取り組みは空き家の整備や移住促進、景観の魅力づくり、学生などの若い力を呼び込むこと等、二次的な効果にもつながっている。特に鳥羽うみ文化と連動したこれらの取り組みを支援するとともに、市民や来訪者が楽しめる仕組みづくりを進める。

<取り組み例>

- ・年間を通したアート巡回展の開催
- ・市民や来訪者も参加できる体験型鳥羽うみアートイベントの開催
- ・鳥羽うみアートプロジェクト冊子の活用（販売等）



戦略1 プロジェクト詳細

戦略1 「鳥羽うみ文化」の具現化

プロジェクト5 鳥羽うみ文化関連史料のアーカイブ整理とさらなる活用

鳥羽市では、鳥羽の自然景観・名所旧跡、過去の情景、伝統芸能などの写真・映像を収集した「鳥羽デジタルアーカイブ」を公開したほか、三重大学でも海女関係の資料のアーカイブ化とデータベース化を進め、公開している。両者のデータベースの有機的な連携をはじめ、活用方法の検討や継続的な資料の収集とアーカイブの更新などを行う。

<取り組み例>

- ・三重大学や教育委員会等との連携によるアーカイブ運用・活用の検討
- ・教育旅行プログラムや観光施設、市内小中学校等での活用
- ・継続的な資料収集と情報の更新
- ・鳥羽うみ文化ライブラリー(市内図書館にて海洋、食、漁業等に関する資料を充実、鳥羽うみに関する書籍等を市内各地区の滞在拠点に設置)の設置



<https://toba-archive.jp/>

戦略1 実施時期と実施主体

プロジェクト名	22年度	23年度	24年度	25年度
1 「鳥羽うみ文化」に関する取り組みの総括と戦略検討	●			
2 鳥羽うみ文化に関する観光施設・研究施設のネットワーク強化	●	●		
3 鳥羽うみ文化を体験できるプログラムや滞在スタイルの提案	●	●		
4 アートで見せる・楽しむ鳥羽うみ文化	●	●	●	●
5 鳥羽うみ文化関連史料のアーカイブ整理とさらなる活用	●	●	●	●

●：主導的に実施（●がついていないプロジェクトは行政が主導）

○：連携して実施・関与

プロジェクト名	鳥羽市	民間事業者	観光協会	商工会議所	旅館組合	温泉振興会	伊勢志摩※1	漁業協同組合	農業協同組合	漁観連携※2	島の旅社	大学研究※3	交通事業者	バリフリ※4	国・県	市民	その他
1 「鳥羽うみ文化」に関する取り組みの総括と戦略検討	観光	●	●														
2 鳥羽うみ文化に関する観光施設・研究施設のネットワーク強化	観光、教育	●	○									○					
3 鳥羽うみ文化を体験できるプログラムや滞在スタイルの提案	観光、企画	●	○	○							○						島むすび会議
4 アートで見せる・楽しむ鳥羽うみ文化	観光、教育			○								○				○	アート会議
5 鳥羽うみ文化関連史料のアーカイブ整理とさらなる活用	観光、教育											○				○	

※1：伊勢志摩観光コンベンション機構 ※2：漁観連携促進協議会 ※3：大学・市内外の研究機関 ※4：伊勢志摩バリアフリーツアーセンター

戦略2 概要

戦略2 インバウンドの受入推進と多様化する旅行者の受入環境整備

- ✓ 鳥羽市でも特に2015年以降、インバウンドの増加がみられていたが、2020年以降は新型コロナウイルスの世界的な感染拡大を受け、国境を超えた移動の制限が続いている。一方で、インバウンドの受け入れについては観光関連組織の役割分担や受け入れ方針に向けた検討が進んでいるところである。アフターコロナに備えて、改めてインバウンドの受け入れ方針を関係者で共有し、受け入れ環境整備を図る。
- ✓ また、国内客も含め、今後は旅行者層の世代交代や嗜好性の多様化（LGBTQ、バリアフリー、ヴィーガン、ハラル等）が進む。外国人に限らず、多様な旅行者を受け入れる体制を、ハード・ソフト両面から整備する必要がある。
- ✓ これまでも積極的な広報活動を行ってきた鳥羽市であるが、こうした来訪者層の変化やツール特性をふまえた上で、戦略的・機動的な情報発信や広報を行う。

第2次鳥羽市観光基本計画最終年度（令和7(2025)年度）における戦略②の目指す到達点

- * 国内外の多様な旅行者に対する理解が事業者や市民の間で深まり、それを実現するための工夫が生まれている。
- * 鳥羽市が伊勢神宮などを訪れる訪日外国人観光客の滞在拠点となっている。
- * 鳥羽市を含む広域観光ルートが確立している。
- * 外国人観光客向けに提供できるプログラムが充実している
- * ターゲットへの情報発信が効率的に行われている。

【プロジェクトのフロー】

滞在しやすい環境整備

プロジェクト1
環境対策と利便性を意識した二次交通の整備

プロジェクト2
多様な旅行者を意識した受け入れ環境の整備

戦略的な情報発信

プロジェクト3 戦略的かつ機動的な情報発信・宣伝の実施

プロジェクト4 広域観光の推進

戦略2 プロジェクト詳細

戦略2 インバウンドの受入推進と多様化する旅行者の受入環境整備

プロジェクト1 環境対策と利便性を意識した二次交通の整備

南鳥羽や離島等へのアクセスについては以前から指摘されていた。今後、高齢化が進み、観光客のみならず住民の足としての二次交通の必要性も高まる一方、新型コロナウイルスの拡大により自家用車での移動が増え、二次交通の存続が大きな課題となっている。令和3年度には交通系ICカードがかもめバスで利用可能になったほか、令和2年12月14日～令和3年3月13日にかけては相模地区ではAI共同バス運行の実証実験が行われた。今後も多様な主体にとって使いやすい二次交通の実現を目指す。また、二次交通の検討にあたっては環境対策やバリアフリーの視点を持つことが求められる。

<取り組み例>

- ・宿の共同運行バスの検討(車椅子対応のリフト付き車両の導入検討)
- ・AI活用等の工夫による効率的で利便性の高いバス運行
- ・環境にやさしい移動手段の検討(グリーンスローモビリティ等)
- ・レンタサイクル等の貸し出し
- ・中部国際空港・関西国際空港から鳥羽市までのアクセス改善
- ・海上タクシー等の可能性の検討



<https://osatsu.org/miej2020/>

https://www.osatsu.org/img/model/AI%20bus%20guide_1214.pdf

戦略2 プロジェクト詳細

戦略2 インバウンドの受入推進と多様化する旅行者の受入環境整備

プロジェクト2 多様な旅行者を意識した受け入れ環境の整備

近年多様性を重視する傾向が強まっており、LGBTQ、バリアフリー、ヴィーガン、ハラル等の言葉をよく耳にするようになった。これまで鳥羽では外国人や障害者のための環境整備は積極的に進めてきたが、観光客の幅を広げるため、また世界に誇れる地域を目指す鳥羽として、さらに多様な旅行者が心地よく過ごせる滞在環境をハード・ソフトの両面で整備していく。

また、前期・中期アクションプログラムにおいてはインバウンド受入を積極的に進めることを掲げており、その結果一定の成果が見られ、クルーズ船の寄港も多く見られた。一方で、観光関連組織の役割分担や受け入れ環境整備の不足等が以前より課題として挙がっている。アフターコロナに備えて、インバウンド受入の方針を検討し直すこと、それぞれの主体の役割を再整理して効率的に戦略を進める体制を築くことが求められる。その上で、一人ひとりの消費単価を上げる工夫、外国人の需要を踏まえつつ鳥羽の魅力を伝えるコンテンツ作成等、具体的な施策の推進にあたる。



<https://www.mlit.go.jp/common/001226562.pdf>

<取り組み例>

- ・インバウンドの受け入れや誘致にかかる主体の役割分担の確認
- ・クルーズ客向けの取り組み推進(キャッシュレス対応の推進、プログラムの実施等)
- ・多様な旅行者の相談を受け入れられるワンストップ窓口の設置
- ・多様な食生活に関する事業者の理解度向上
- ・心のバリアフリー認定制度の認定施設増加等を通じた、多様な旅行者を受け入れる観光地であることの見える化

戦略2 プロジェクト詳細

戦略2 インバウンドの受入推進と多様化する旅行者の受入環境整備

プロジェクト3 戦略的かつ機動的な情報発信・宣伝の実施

旅行者が必要とする情報を必要なタイミングで提供していくことが重要となる。タビマエ、タビナカ、タビアトのタイミングを意識するとともに、発信内容（来訪者が求める情報が提供できているか）や発信主体（複数の主体が発信して来訪者は混乱しないか）、発信ツール（紙、Web、SNS等）等の見直しを行い、役割分担の元で戦略的な情報発信を行う。

また、理想的な地域は受け入れ側と来訪者の双方で創り上げていくものである。「鳥羽うみ文化」を守りながら、環境に配慮した地域づくりを進める鳥羽市としては、同じように環境や社会、地域経済などに配慮した生活や消費行動を心掛けているエシカルな客層を積極的に受け入れていくこと等が考えられる。さらに、来訪者の情報を取得しつつ、来訪者に有益な情報やサービスを提供するCRM（顧客関係管理：Customer Relationship Management）のあり方についても検討する。

これまでに、Wi-fi整備をはじめとして様々な方面からネットワーク環境の整備が進められてきた。外国人やデジタルネイティブ世代に対応するため、またワーケーション等新たな過ごし方に対応するためにも、ネットワーク環境の整備はさらなる推進が求められている。



<取り組み例>

- ・ターゲット層の確認と研究
- ・Wi-fi等、ネットワーク環境整備のさらなる推進
- ・CRM(顧客関係管理:Customer Relationship Management)のあり方の検討
- ・タビマエ、タビナカ、タビアトなどのタイミングをふまえた情報発信内容の検討
- ・来訪者のニーズが高い「食」の情報の充実
- ・統計データやマーケティングデータ等の活用による効果的な情報発信

戦略2 プロジェクト詳細

戦略2 インバウンドの受入推進と多様化する旅行者の受入環境整備

プロジェクト4 広域観光の推進

来訪者にとっては行政域の意識は低く、特に伊勢市、鳥羽市、志摩市は伊勢志摩エリアとして認識されている。着地側の都合ではなく、来訪者の立場に立った受け入れ環境の整備をおこなう必要がある。

また、隣接市町村のみならず、つながりのある遠方の市町村（例：伊勢湾フェリーで行き来のできる愛知県田原市やセントレアのある愛知県常滑市等）などと連携して広域観光を推進する。また、伊勢志摩エリア内の各エリアの案内やコーディネート組織も求められている。



<http://www.toba.gr.jp/spot/875/>

<取り組み例>

- ・伊勢志摩エリア内を周遊しやすい仕組みづくり(二次交通等)
- ・伊勢志摩国立公園としての魅力づくり
- ・伊勢志摩観光コンベンション機構におけるコーディネート機能の検討
- ・伊勢志摩エリア全体でのデジタル化推進

戦略2 実施時期と実施主体

プロジェクト名	22年度	23年度	24年度	25年度
1 環境対策と利便性を意識した二次交通の整備	●	●	●	●
2 多様な旅行者を意識した受け入れ環境の整備	●	●	●	
3 戦略的かつ機動的な情報発信・宣伝の実施	●	●	●	●
4 広域観光の推進		●	●	●

●：主導的に実施（●がついていないプロジェクトは行政が主導） ○：連携して実施・関与

プロジェクト名	鳥羽市	民間事業者	観光協会	商工会議所	旅館組合	温泉振興会	伊勢志摩※1	漁業協同組合	農業協同組合	漁観連携※2	島の旅社	大学研究※3	交通事業者	バリフリ※4	国・県	市民	その他
1 環境対策と利便性を意識した二次交通の整備	企画、観光、建設、定期船、環境	○											○		○		交通対策協議会、クルーズ協議会
2 多様な旅行者を意識した受け入れ環境の整備	観光	○	○	○			○							○			クルーズ協議会
3 戦略的かつ機動的な情報発信・宣伝の実施	観光	○	●	○													鳥羽市広告宣伝戦略委員会
4 広域観光の推進	観光、	○	○	○			●							○	○		クルーズ協議会

※1：伊勢志摩観光コンベンション機構 ※2：漁観連携促進協議会 ※3：大学・市内外の研究機関 ※4：伊勢志摩バリアフリーツアーセンター

戦略3 概要

戦略3 漁観連携の次のステージの展開

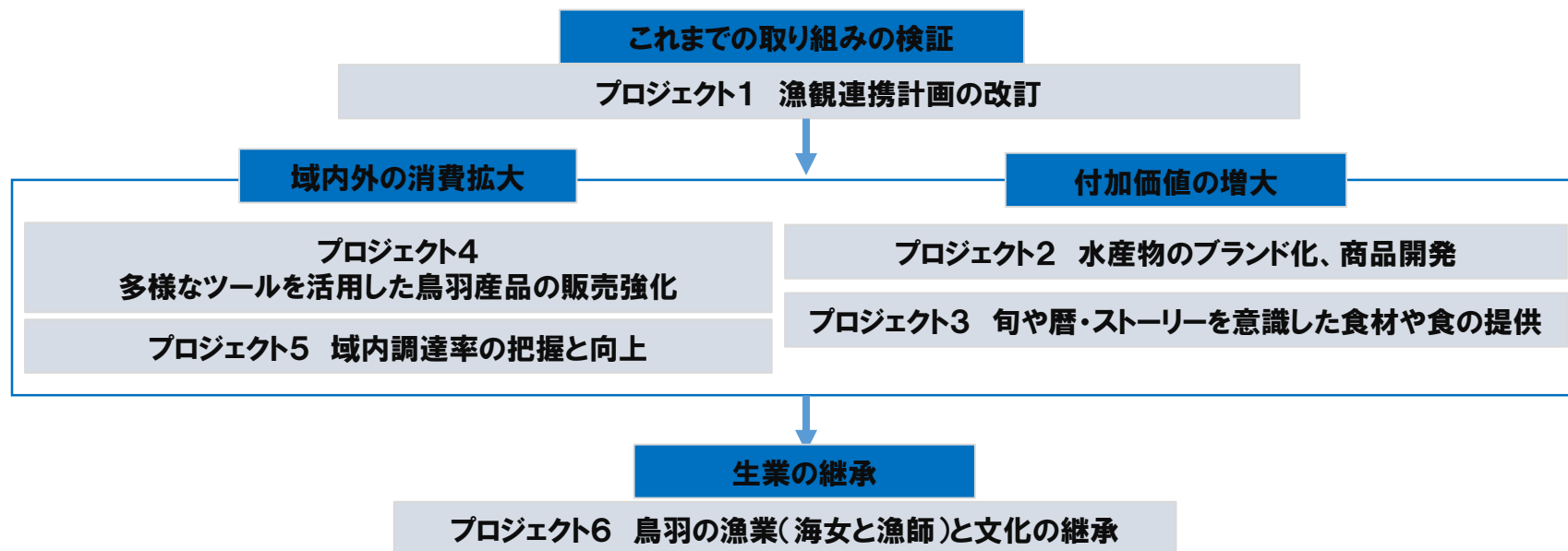
- ✓ 2014年に策定された「鳥羽市・漁業と観光の連携促進計画」（以下、漁観連携計画）に基づき、積極的な取り組みが行われ、一定の成果を挙げているところである。一方で計画策定から7年が経過し、その間に観光や漁業を取り巻く環境は大きく変わっている。改めて漁観連携計画の検証と改訂をおこない、次のステージの展開について検討をおこなう必要がある。
- ✓ 特に、基本方針に基づき、経済と環境の域内循環を意識し、海の環境保全をおこないつつ、水産物の付加価値を高めた販売や提供、域内の事業者や住民がより域内のものを買いやすくするための仕組みづくりをおこなう。

第2 次鳥羽市観光基本計画最終年度（令和7(2025)年度）における戦略③の目指す到達点

漁業と観光の連携促進事業は、「鳥羽の漁業と漁村、漁業者が観光と連携することによって付加価値を高め、鳥羽ブランドの一翼を担います。そして漁獲高・漁獲量ともに増加し、再び活力を取り戻す。」ことを2025年度の目標像として掲げている。

- * 鳥羽で獲れた旬の“海の幸”の市内外でのさらなる消費拡大を図る。
- * 鳥羽の“海の恵み”の「旬」や「ストーリー」を付加して発信・提供することで、ブランド力を高める。
- * 漁業の収益向上と環境保全を両立する。

【プロジェクトのフロー】



【参考】漁業と観光の連携促進計画

- ✓ 各地区の漁業従事者や観光事業者等へのヒアリングを元に、2014年度に鳥羽市観光協会、鳥羽磯部漁業協同組合、鳥羽市が一体となって「漁業と観光の連携促進計画」を策定した。

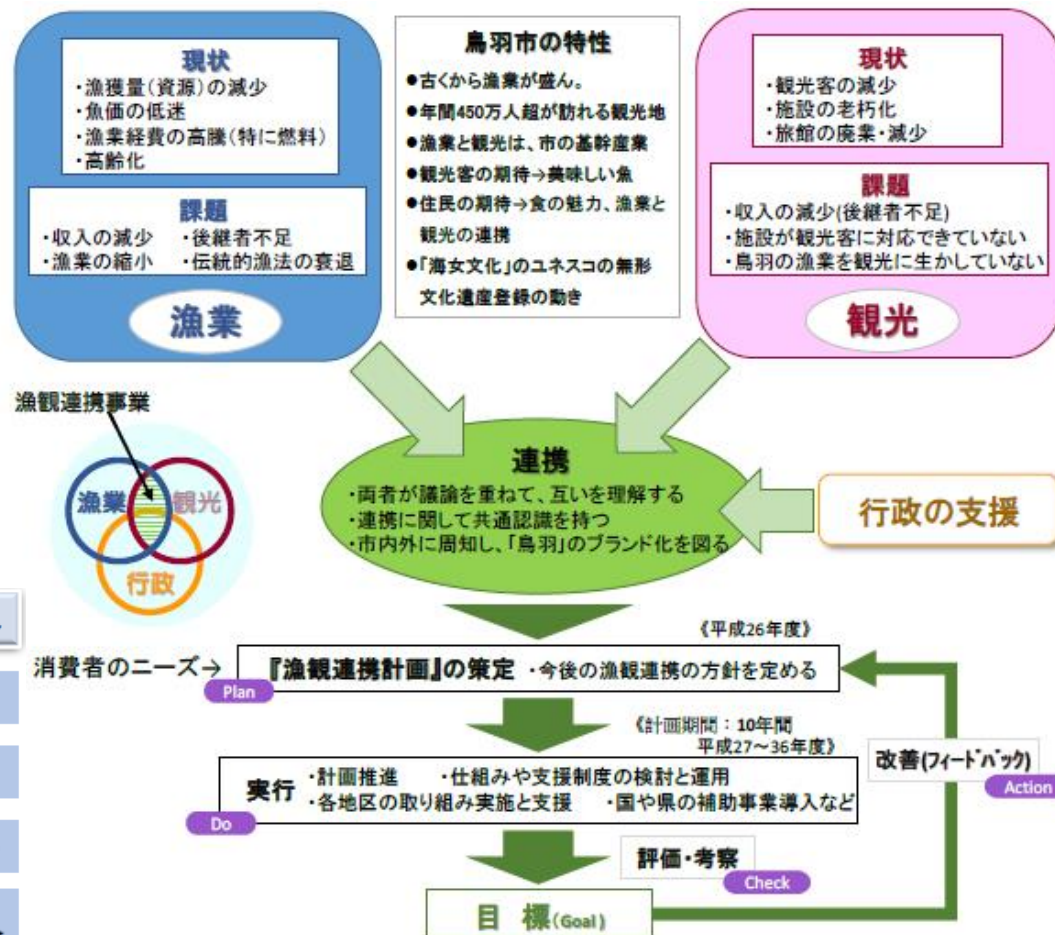


図 漁業と観光の連携促進計画の考え方

図 漁業と観光の連携促進計画 5つの戦略

戦略3 プロジェクト詳細

戦略3 漁観連携の次のステージの展開

プロジェクト1 漁観連携計画の改訂

計画に基づき、積極的な取り組みのもと、一定の成果を挙げているところである。計画以前からの取り組みも含めると、改めて鳥羽の海と食の重層的な関係（鳥羽うみ文化）が見てとれ、いかにこれらを深く理解してお客様に発信できているかが問われるところとなっている。一方で、計画策定から7年が経過し、その間に観光や漁業を取り巻く環境は大きく変わっている。気候変動等による海洋環境の変化は計画策定時よりも大きく実感しているところでもある。改めて漁観連携計画の検証と改訂をおこない、次のステージの展開について検討をおこなう。

<取り組み例>

- ・漁観連携計画の検証・改訂と目標達成に向けたアクションの検討

プロジェクト2 水産物のブランド化、商品開発

「答志島トロさわら」に代表されるように、鳥羽市ならではの素材の付加価値を高め、科学的根拠を元にブランド化が進んだ点は大きな成果であるといえる。この他にも、葉体冷凍という独自の技術でひと手間かけている黒ノリなど、質が高いものの価値が十分に発信・評価されていないものが多く存在する。そのため、引き続き、ブランド化に向けた取り組みを進めつつ、流通に乗らない規格外のものなどを活用した加工品の開発なども検討する。

また、2018年6月に食品衛生法の一部を改正する法律が公布され、2021年6月1日から、原則全ての食品等事業者がHACCP（危害要因分析重要管理点）に沿った衛生管理を行うこととなった。鳥羽市の水産物の衛生管理の徹底により、安心・安全についても意識して提供し、その取り組みをきちんと発信していくこととする。

<取り組み例>

- ・トロさわらのブラッシュアップ（域内流通分の確保、ロゴマークの活用、付加価値向上）
- ・科学的根拠に基づく水産物のブランド化と域内流通分の確保
- ・流通の過程にのせられない規格外の産物や未利用魚を活用した商品開発
- ・HACCPに基づく衛生管理の実施と情報発信
- ・鳥羽マルシェ等と連携したオリジナル商品の開発
- ・生産者の顔の見える化
- ・水産物を使った健康食品や美容製品の開発



戦略3 プロジェクト詳細

戦略3 漁観連携の次のステージの展開

プロジェクト3 旬や暦・ストーリーを意識した食材や食の提供

季節ごとに食材の旬があるものの、それが十分に発信されているとはいえず、「食」を楽しみにきていただく仕掛けについては多くの課題がある。伊勢海老や答志島トロさわらのみではなく、漁の「解禁」や、その年に初めて獲れる「初物」など旬を最大限に発信し、リピーターの獲得を目指す。また、年中行事や人生儀礼に欠かせない食を結び付けた「節目旅行」や伊勢神宮とのつながりなど、鳥羽ならではの食の付加価値を高めて差別化をおこなう。

また、とれる水産物の種類が多いという鳥羽の特徴を活かし、メインとなる食材やそれらをさらに美味しくする食材の組み合わせによる料理のさらなる魅力向上を図る。

<取り組み例>

- ・漁協と連携した漁の「解禁」や「初物」情報の発信と味わえる施設の紹介
- ・人生儀礼を鳥羽で祝う「節目旅行」の造成
- ・恵方巻、海の七草粥(国崎)など歳時記と連携させた鳥羽の食の魅力づくり
- ・朝食の魅力づくりプロジェクト(継続)
- ・鳥羽調理士会や漁協との連携強化
- ・「海藻」で切り開く鳥羽の新たな滞在魅力創出プロジェクトの継続



<http://www.toba.gr.jp/seaweed/>

プロジェクト4 多様なツールを活用した鳥羽産品の販売強化

鳥羽の「食」は実際に鳥羽に訪れていただき、海に囲まれた環境の中で味わうことに魅力があるものの、新型コロナウイルス禍ではそれが叶わない場面も多く見られた。ECサイト等によるオンライン販売をおこなうことで、日常でも鳥羽の質の高い水産物を味わっていただくことが可能となる。それにより漁家の収入増加につながるとともに、鳥羽の多様なファンづくりにもつながる。

<取り組み例>

- ・水産物のオンライン販売の実施
- ・ふるさと納税返礼品の魅力づくり
- ・鳥羽産品の販路開拓

戦略3 プロジェクト詳細

戦略3 漁観連携の次のステージの展開

プロジェクト5 域内調達率の把握と向上

鳥羽市の基幹産業である漁業と観光が、より食材や人材などの域内調達を意識することで域内での経済波及効果を高めることができる。こうした効果を定期的に見える化し、達成度を検証していくためにも、域内調達率を把握する調査を定期的実施する。また、域内調達率を高めるためにも、漁観連携計画でも掲げられていた一次加工施設の整備を目指す他、市民や事業者が地元の水産物や商品を購入しやすくなる仕組みづくりをおこなう。

<取り組み例>

- ・域内調達率調査の実施
- ・一次加工施設の整備
- ・共同購入による地元食材の活用促進
- ・市内店舗や飲食店への積極的な卸しや市民が購入しやすくなるキャンペーンの実施
(右はコロナ禍で実施した「とば魚ToEatキャンペーン」)

プロジェクト6 鳥羽の漁業(海女と漁師)と文化の継承

「海女(AMA)に出逢えるまち鳥羽・志摩 ～素潜り漁に生きる女性たち」が、2019年5月20日に日本遺産に認定された。引き続き、生業としての海女や漁師の承継を支援する取り組みが必要であるとともに、文化を尊重しながら、その価値を多くの方に発信していく必要がある。

<取り組み例>

- ・海女トーク等による海女文化を知る機会の設置(実施中)
- ・海女さん応援基金構築事業(実施中)の枠組みの再検討と継続
- ・移住政策等と連携した漁師さん、海女さん従事希望者の受け入れ
- ・気候変動をふまえた今後の漁業のあり方の検討



<http://www.toba-onsen.com/cgi-bin/adm-bin/info/imgbbs.cgi?no=141>



<https://www.city.toba.mie.jp/shakai/ama/nihonnisan.html>

戦略3 実施時期と実施主体

プロジェクト名	22年度	23年度	24年度	25年度
1 漁観連携計画の改訂	●			
2 水産物のブランド化、商品開発	●	●	●	●
3 旬や暦・ストーリーを意識した食材や食の提供	●	●	●	●
4 多様なツールを活用した鳥羽産品の販売強化	●	●	●	●
5 域内調達率の把握と向上	●	●	●	●
6 鳥羽の漁業（海女と漁師）と文化の継承	●	●	●	●

●：主導的に実施（●がついていないプロジェクトは行政が主導） ○：連携して実施・関与

プロジェクト名	鳥羽市	民間事業者	観光協会	商工会議所	旅館組合	温泉振興会	伊勢志摩※1	漁業協同組合	農業協同組合	漁観連携※2	島の旅社	大学研究※3	交通事業者	バリフリ※4	国・県	市民	その他
1 漁観連携計画の改訂	観光、農水		●					●		○							
2 水産物のブランド化、商品開発	農水、観光	○	○	○				●		○							
3 旬や暦・ストーリーを意識した食材や食の提供	観光、農水	●	○		○	○		○	○	○							魚食リーダー
4 多様なツールを活用した鳥羽産品の販売強化	農水、観光	○	○	○				●	○								
5 域内調達率の把握と向上	観光、農水	○	○		○	○		○	○	○						○	魚食リーダー
6 鳥羽の漁業（海女と漁師）と文化の継承	農水、教育、観光	○	○	○				●									

※1：伊勢志摩観光コンベンション機構

※2：漁観連携促進協議会

※3：大学・市内外の研究機関

※4：伊勢志摩バリアフリーツアーセンター

戦略4 概要

戦略4 鳥羽の恵まれた自然を次世代に残すための取り組み推進

- ✓ 鳥羽の風景、食、文化の豊かさは海を代表する「自然」があつてこそであり、自然なくして鳥羽の観光は実現しない。特に気候変動による海洋環境の変化は、磯焼けや水産物の漁獲量や質にも影響を与えており、環境対策は喫緊の課題となっている。
- ✓ 近年、SDGs（持続可能な開発目標（Sustainable Development Goalsの略））の動きが活発化しているが、環境に配慮した取り組みをおこなっているかどうか目的地選択にも影響を及ぼすことが想定される。
- ✓ 観光事業者、漁業者、住民などが日常生活において環境を意識するだけでなく、研究機関が数多く立地している特性を活かして科学的根拠に基づいた対策を行い、さらには観光客も巻き込むことで鳥羽市が環境対策の先進事例となるような取り組みを目指す。

第2次鳥羽市観光基本計画最終年度（令和7(2025)年度）における戦略④の目指す到達点

- * 鳥羽で環境保全に取り組むことの重要性を様々な主体が理解して行動している。
- * 鳥羽の観光や漁業に関わる様々な主体が、連携して自然環境保全につながる取り組みを行っている。
- * 市民や観光客等、観光関連事業者以外も自然環境保全を意識し、参画できる環境・仕組みが構築されている。
- * 鳥羽は環境保全意識の高い観光地であると外部から認識され、エシカルな来訪者も訪れている。

【プロジェクトのフロー】

観光分野からの環境対策の全体方針提示

プロジェクト1 業界を挙げた気候変動への対応



多様な主体との連携による環境対策

プロジェクト2
研究機関との連携による
根拠に基づいた環境対策の実施

プロジェクト3
地消地産の促進と
フードロス・フードウェイストの削減

プロジェクト4
市民も観光客も環境対策に
関われる仕組みづくり

戦略4 プロジェクト詳細

戦略4 鳥羽の恵まれた自然を次世代に残すための取り組み推進

プロジェクト1 業界を挙げた気候変動への対応

2015年にパリ協定が採択され、世界レベルで気候変動問題に向けた取り組みが行われている。日本も2019年に「パリ協定に基づく成長戦略としての長期戦略」を策定し、「脱炭素社会」と「環境と成長の好循環」を実現することを掲げている。

海と共に生きる鳥羽市は、海洋環境の変化を肌で感じる機会が多く、実際に水産物の漁獲量や質の変化を実感している声を多く聞きます。特に、鳥羽市の基幹産業であると共に、環境へのインパクトも大きい観光産業や水産業については、業界を挙げて効果的な対策を講じていくことが必要であり、そのためにも正しい理解と戦略の検討から進めていきます。



https://adaptation-platform.nies.go.jp/climate_change_adapt/index.html

<取り組み例>

- ・ 気候変動対策に対する正しい理解の促進(最新情報の提供、勉強会の開催等)
- ・ 断熱効果の高い素材を活用した建物へのリニューアル
- ・ 宿泊施設等事業者から排出される生ごみの堆肥化やバイオマスエネルギーとしての活用(鳥羽リサイクルパークとの連携)
- ・ 送迎バスやかもめバス等の電気自動車の導入検討
- ・ 観光客に対する公共交通機関利用の啓発
- ・ 漁観連携としてのプロジェクトの位置づけ

鳥羽市地球温暖化対策地域推進計画

～低炭素社会への歩みを進め、地球環境をまもろう～



「鳥羽市立中学校」

平成26年10月

戦略4 プロジェクト詳細

戦略4 鳥羽の恵まれた自然を次世代に残すための取り組み推進

プロジェクト2 研究機関との連携による根拠に基づいた環境対策の実施

近年、海洋環境の変化により水産物の量や質に変化が生じており、長年鳥羽でとれてきた水産物が数年後にはとれなくなる可能性も否定できない。鳥羽には複数の海洋関係の研究機関が集積しているが、将来にわたり鳥羽の海の恵みを楽しむためにも、各施設と協力してモニタリングや環境対策を推進していくこと、また研究機関を軸に多様な主体を環境対策に巻き込んでいくことが求められる。

<取り組み例>

- ・「日本版持続可能な観光ガイドライン(JSTS-D)」の認証獲得に向けた検討
- ・環境対策の取り組みを市民向けに情報発信
- ・ないものを無理に提供せず、あるものを自信をもって提供する取り組みの推進
- ・漁業従事者と研究機関との協働によるモニタリング
- ・養殖技術に関する研究の推進
- ・藻場再生の取り組みの継続
- ・密漁の取り締まり強化



<https://www.city.toba.mie.jp/suisan/suikenn.html>



<https://www.mlit.go.jp/kankocho/content/001350848.pdf>

戦略4 プロジェクト詳細

戦略4 鳥羽の恵まれた自然を次世代に残すための取り組み推進

プロジェクト3 地消地産※の促進とフードロス・フードウェイストの削減

環境の変化により、獲れる水産物の量や質に変化が生じてきている。また、鳥羽で獲れた水産物を目的に鳥羽を訪れる人も多いことや、地元のものを購入することで経済効果を市内にとどめるため、地元産の食材をできるだけ地元で食べられる仕組みを作る。

また、獲れた水産物は無駄にすることなく提供するとともに、提供後も食べ残し等がないようにすることが望ましい。日本では「食品ロス」とひとくりに呼ばれていることが多いが、世界ではサプライチェーンの前半（消費前）に発生するものを「フードロス」、サプライチェーンの後半（未消費もしくは消費後）に発生するものを「フードウェイスト」と分けて議論されている。全ての人に量の多い食事を提供しておもてなしを表す文化から、相手に合わせて適度な量を提供する考え方を浸透させていく。また、「旬」を大切にしたい素材の提供も重要となる。

※地消地産は地域で消費するニーズがあるものを地域で産出するという意味

<取り組み例>

- ・飲食店や宿泊施設向けのフードロス・フードウェイストの削減に向けた勉強会の開催
- ・食材の流通や廃棄に関する調査の実施
- ・美味しいものを少しずつ！量が少なめの宿泊プランの提供
- ・「旬」を楽しむ水産物のPR
- ・フードロス・フードウェイストを削減した事業者の認定制度
- ・エネルギーの地消地産

戦略4 プロジェクト詳細

戦略4 鳥羽の恵まれた自然を次世代に残すための取り組み推進

プロジェクト4 市民も観光客も環境対策に関われる仕組みづくり

鳥羽の海の環境を守るためには、事業者のみならず市民、来訪者など地域に関わる全ての人の協力が不可欠である。地域全体での取り組みがあつてこそ環境保全が実現するとともに、それらを学ぶことを目的とした教育旅行、エシカル層等の誘致にもつながる。

一方で、環境保全の取り組みは具体的なアクションが見えづらいことが多く、堅苦しくなってしまう側面もある。アクティビティ等と連動させて、楽しみながら環境保全をおこなえるプログラムや、宿泊費の数%が環境保全活動に活用される仕組みづくりなど、様々な形で誰もが鳥羽の環境保全に関われる仕組みを作る。

<取り組み例>

- ・漂着ゴミを拾いながら海を学ぶツアーの拡大(実施中)
- ・市内の小中学生の環境保全活動の促進
- ・エコツーリズムのプログラム造成
- ・鳥羽の海を守る基金の設立(寄付の受け入れや宿泊プランの造成)



<https://www.city.toba.mie.jp/hozen/seisou.html>

戦略4 実施時期と実施主体

プロジェクト名	22年度	23年度	24年度	25年度
1 業界を挙げた気候変動への対応	●	●		
2 研究機関との連携による根拠に基づいた環境対策の実施	●	●	●	●
3 地消地産の促進とフードロス・フードウェイストの削減	●	●	●	●
4 市民も観光客も環境対策に関われる仕組みづくり	●	●		

●：主導的に実施（●がついていないプロジェクトは行政が主導）

○：連携して実施・関与

プロジェクト名	鳥羽市	民間事業者	観光協会	商工会議所	旅館組合	温泉振興会	伊勢志摩※1	漁業協同組合	農業協同組合	漁観連携※2	島の旅社	大学研究※3	交通事業者	バリフリ※4	国・県	市民	その他
1 業界を挙げた気候変動への対応	環境、観光	●	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	
2 研究機関との連携による根拠に基づいた環境対策の実施	環境、農水、観光	○	○	○	○	○		○	○			○					
3 地消地産の促進とフードロス・フードウェイストの削減	観光、農水、環境	●	○		○	○		○	○							○	魚食リーダー
4 市民も観光客も環境対策に関われる仕組みづくり	観光、環境、教育	○	○								○					○	

※1：伊勢志摩観光コンベンション機構 ※2：漁観連携促進協議会 ※3：大学・市内外の研究機関 ※4：伊勢志摩バリアフリーツアーセンター

戦略5 概要

戦略5 世界に誇れる海洋地域にふさわしい景観整備

- ✓ 中期から引き続き、「鳥羽うみ文化」をコアとして、世界から来訪者や研究者が訪れるのにふさわしい地域を目指す。その上でも美しい海の風景に合った街並みや景観を長期的視点で整備を行っていくことは重要な課題となる。
- ✓ 何もしなくてもそこにいたくなる居場所、入ってみたいくなる路地裏、わくわくするような賑わい空間など、誰もが気持ちよく感じられるまちの雰囲気づくりをおこなう。また、特に鳥羽駅周辺は市の玄関口であるとともに、南鳥羽や離島へ向かう交通の結節点となる。わかりやすさと利便性を備えた整備をすることで市内の回遊率を高めることにもつながる。

第2 次鳥羽市観光基本計画最終年度（令和7(2025)年度）における戦略⑤の目指す到達点

* <まちなか> そぞろ歩きを楽しめるまちなかへと再生する

- ・市民や観光客が利用できるような店舗（空き家を再生した飲食・物販店等）が複数営業しており、まちあるきの拠点となっている。
- ・旧鳥羽小学校・鳥羽城趾などが、市民や観光客が利用しやすいように再生・整備されている。

* <駅> 玄関口に相応しい機能を持たせる

- ・駅が観光客を迎え入れる玄関口としての役割やワクワク感のある雰囲気を持っている。

* <港> 市民や観光客が憩うエリアへと変化させる

- ・駅から港周辺の空間が有効に利用されているとともに海を感じられる景観となっている。
- ・港が海から来訪する玄関口となっている。
- ・鳥羽マルシェやカモメの散歩道などで賑わいを呼ぶ仕掛けが実施されている。

【プロジェクトのフロー】

鳥羽駅周辺(玄関口)

プロジェクト1 鳥羽駅周辺の景観整備と機能の充実

プロジェクト2 港の機能向上と空間の魅力づくり

プロジェクト3 交通結節点としての整備(バス乗り場、駐車場等)

プロジェクト4 まちなか(「日和山～鳥羽城址・旧鳥羽小～市街地」エリア)の賑わい創出

鳥羽市全体

プロジェクト5 鳥羽市にふさわしい景観づくり

プロジェクト6 鳥羽の景観を楽しむ視点場づくりと発信

戦略5 プロジェクト詳細

戦略5 世界に誇れる海洋地域にふさわしい景観整備

プロジェクト1 鳥羽駅周辺の景観整備と機能の充実

鳥羽駅周辺は鳥羽市の玄関口であるとともに、他地区への交通結節点、滞在拠点ともなる。玄関口の景観や機能は地域の印象を大きく左右するため、海との連続性を意識した景観整備や歩きやすい街並み整備、玄関口としての機能向上に向けた取り組みを行う。

<取り組み例>

- ・景観に配慮した建物の修景
- ・避難対策を含めたバリアフリー化の促進(継続)
- ・南鳥羽、離島を含めた観光案内情報の充実(継続)
- ・「鳥羽市景観計画」(令和3年4月策定)に基づく市街地の整備



近鉄・JR 鳥羽駅

<http://www.toba.gr.jp/>

プロジェクト2 港の機能向上と空間の魅力づくり

漁業だけではない「海」や「港」の魅力を感じられる空間づくりをおこなう。鳥羽駅と佐田浜はわずかな距離ではあるが、より行き来しやすくする仕組みや景観整備が必要となる。また、離島住民以外の利用者也想定し、港（佐田浜）自体やマリナーミナルが目的となるような魅力づくりや雰囲気づくりをおこなう。

<取り組み例>

- ・海の駅としての機能の検討
- ・マリナーミナルの魅力づくり(海が見える景観を活かしたコワーキングスペースの設置、イベント活用等)
- ・伊勢志摩国立公園の情報発信(ビジターセンターのマリナーミナル内への移転済)
- ・マリナーミナル～鳥羽マルシェ～かもめの散歩道の連続性のある魅力づくり
- ・佐田浜エリアの再開発



<https://www.city.toba.mie.jp/>

戦略5 プロジェクト詳細

戦略5 世界に誇れる海洋地域にふさわしい景観整備

プロジェクト3 交通結節点としての整備(バス乗り場、駐車場等)

電車、バス、タクシー、定期船、フェリーなど多様な二次交通をわかりやすく利用するための案内の充実を行うとともに、待合スペースの快適性や空間デザインの向上を図る。さらに、スムーズな乗降を実現するために、キャッシュレスで決済できる仕組みの導入検討をおこなう。また、空き駐車場がタイムリーにスマートフォン等で把握できる仕組みを導入する。



<https://www.isewanferry.co.jp/>

<取り組み例>

- ・快適性・デザイン性の高い待合スペースの整備
- ・キャッシュレス(電子マネー等)で乗車・乗船、利用できる仕組みの導入
- ・伊勢志摩エリア版ナビタイムの導入検討(わかりづらい二次交通も含めて乗換案内をしてくれるアプリ)
- ・駐車場の混雑度や空き状況の発信
- ・鳥羽マルシェにおける、車で訪れる観光客向けの観光案内の実施

プロジェクト4 まちなか(「日和山～鳥羽城址・旧鳥羽小～市街地」エリア)の賑わい創出

空き店舗や空き家の活用が進んでいるなかまの取り組みなどを引き続き支援するとともに、鳥羽駅との連結や点を面に広げる取り組みをおこなう。また、四季折々の風景が楽しめる日和山や城山公園、旧鳥羽小学校の整備も引き続き進める。

<取り組み例>

- ・鳥羽城址及び旧鳥羽小学校の活用(アーティストインレジデンスの実施等)
- ・空き家・空き店舗整備・活用の支援(新店舗誘致、撤去費用支援等)
- ・日和山、城山公園の季節ごとの植物の植樹
- ・レンタサイクルの普及



https://www.kankomie.or.jp/spot/detail_23730.html

戦略5 プロジェクト詳細

戦略5 世界に誇れる海洋地域にふさわしい景観整備

プロジェクト5 鳥羽市にふさわしい景観づくり

鳥羽市では、市の景観特性を活かした「鳥羽市」らしい景観づくりを進めていくため、2020年5月から景観法に基づく「景観行政団体」となった。一部失われた景観を観光活性化との調和を図りながら、長い年月をかけて取り戻し、“みなとまち”としてのブランドイメージを強化することを目的とし、2020年度には「鳥羽市景観計画」を策定した。

地域外からの民間企業が参入したいと思える地域づくりを行いながらも、無秩序な開発などをコントロールするとともに、市民も含めた景観意識の向上と、「鳥羽市景観計画」に基づき住民・行政・民間企業が一体となった景観整備を進める。

<取り組み例>

- ・市内外事業者や市民の景観意識の向上
- ・景観を阻害しない看板や観光案内サインの整備
- ・危険性の高い建造物の立て替えや撤去の支援

プロジェクト6 鳥羽の景観を楽しむ視点場づくりと発信

鳥羽市では、外洋、内湾、対岸にある離島の風景など、海を取り巻く多様な景色を楽しむことが特徴であるが、それらをゆっくりと楽しめる空間や、景色を見るための場所である「視点場」の整備をおこなう。また、時間や季節によって異なる表情をみせる風景を積極的に発信することで、来訪意向を高める。

<取り組み例>

- ・プロの写真家による鳥羽を代表する自然景観の発信(鳥羽うみアートと連携)
- ・視点場の整備と発信
- ・季節、時間帯(早朝、夕暮れ時)別の景観の魅力を掘り起こし



<https://www.city.toba.mie.jp/machi/keikankeikaku/tobashikeikankeikaku.html>



<https://www.city.toba.mie.jp/machi/keikankeikaku/documents/honpen-3.pdf>

戦略5 実施時期と実施主体

プロジェクト名	22年度	23年度	24年度	25年度
1 鳥羽駅周辺の景観整備と機能の充実	●	●	●	●
2 港の機能向上と空間の魅力づくり	●	●	●	●
3 交通結節点としての整備（バス乗り場、駐車場等）	●	●	●	●
4 まちなか（「日和山～鳥羽城址・旧鳥羽小～市街地」エリア）の賑わい創出	●	●	●	●
5 鳥羽市にふさわしい景観づくり	●	●	●	●
6 鳥羽の景観を楽しむ視点場づくりと発信	●	●	●	

●：主導的に実施（●がついていないプロジェクトは行政が主導）

○：連携して実施・関与

プロジェクト名	鳥羽市	民間事業者	観光協会	商工会議所	旅館組合	温泉振興会	伊勢志摩※1	漁業協同組合	農業協同組合	漁観連携※2	島の旅社	大学研究※3	交通事業者	バリフリ※4	国・県	市民	その他
1 鳥羽駅周辺の景観整備と機能の充実	建設、観光	○	○	○									○	○			
2 港の機能向上と空間の魅力づくり	建設、農水、観光	○						○	○					○			クルーズ協議会
3 交通結節点としての整備（バス乗り場、駐車場等）	定期船、建設、観光	○	○										●	○			
4 まちなか（「日和山～鳥羽城址・旧鳥羽小～市街地」エリア）の賑わい創出	建設、教育、観光	○		○												○	
5 鳥羽市にふさわしい景観づくり	建設、観光	○														○	
6 鳥羽の景観を楽しむ視点場づくりと発信	建設、観光	○														○	

※1：伊勢志摩観光コンベンション機構 ※2：漁観連携促進協議会 ※3：大学・市内外の研究機関 ※4：伊勢志摩バリアフリーツアーセンター

戦略6 概要

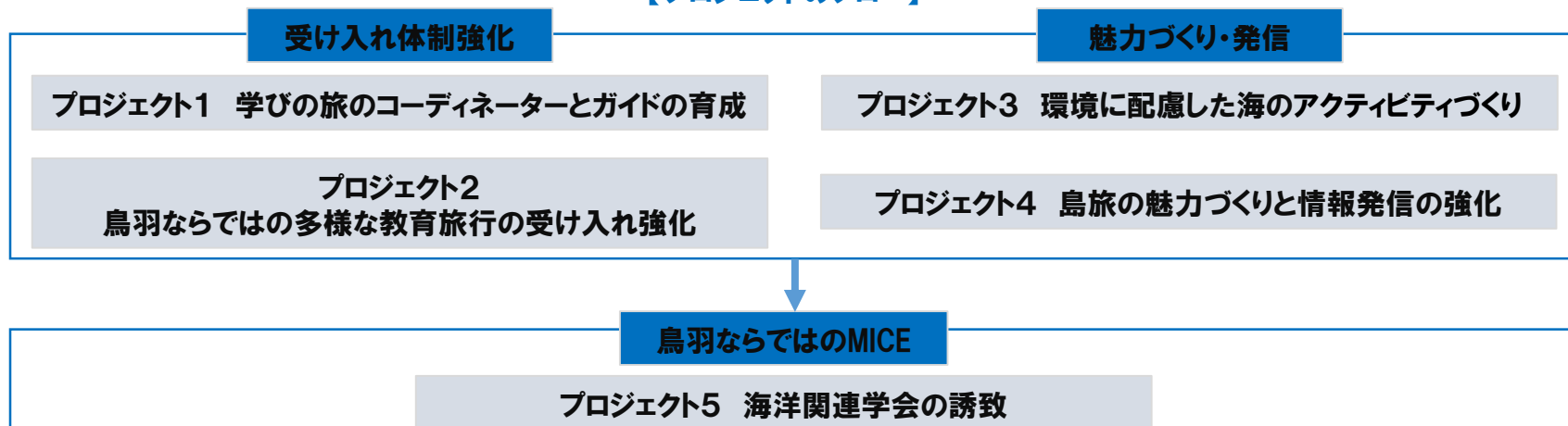
戦略6 鳥羽ならではの「島旅」と「学びの旅」の推進

- ✓ 鳥羽には海や水産物、豊かな自然、4つの個性豊かな離島、そこに付随する歴史や文化等、魅力的な地域資源が数多く存在する。また、海にまつわる研究・展示を行う研究施設や観光施設などが集積していることは、類を見ない大きな特徴である。
- ✓ このような地域特性や地域資源を活用した「学びの旅」や「鳥羽の離島をめぐる旅（島旅）」といった鳥羽ならではのテーマ性を持った旅のスタイルを確立していくためにも、各エリアで活躍している魅力的な人たちの顔が見える化や、的確な情報発信とニーズにあわせたコーディネート機能（窓口）の強化が必要である。
- ✓ また、世界から海洋に関する研究者が集まるような地域を目指し、海洋関連学会の誘致や、行政域に捉われず、伊勢志摩全体での域内連携の強化も推進する。

第2 次鳥羽市観光基本計画最終年度（令和7(2025)年度）における戦略⑥の目指す到達点

- * 4つの離島それぞれが独自の強みを活かして観光客に魅力を提供している。
- * 観光客が離島を訪れやすい環境になっている。
- * 鳥羽の離島が離島観光地として国内外に認知されている。
- * 鳥羽の地域特性や地域資源を活かした多様なプログラムが展開され、ニーズや客層に応じて効果的に提供できている。
- * 研究機関や企業との連携による「学び」の要素が生まれ、観光や教育旅行に加え、視察、MICEなど来訪目的が多様化している。
- * 「学びの旅」を提供する地元の方、ガイド、インタープリターの顔が見える状態になっている。

【プロジェクトのフロー】



※MICEとは、会議（Meeting）、報奨・研修旅行（Incentive Travel）、国際会議（Convention）、展示会・見本市、イベント（Exhibition/Event）の総称

戦略6 プロジェクト詳細

戦略6 鳥羽ならではの「島旅」と「学びの旅」の推進

プロジェクト1 学びの旅のコーディネーターとガイドの育成

離島を含め、市内には様々な「学び」につながるプログラムが存在するものの、それぞれの団体が個別に実施しており、興味に合わせた行き先や行程を提案するコーディネーターの必要性が以前から指摘されている。

また、各地区には来訪者へ伝えることに長けているガイドも多く存在するが、1人ひとりの顔が見える形で発信するとともに、有償でガイドしていただく仕組みを構築することで、質も高まり、ファンやリピーターを増やすことにもつながる。

鳥羽の最大の魅力は地元の個性的な「人（住民）」であるが、そういった地元の方々の魅力や話を引き出す「インタープリター」の育成を行っていくとともに、菅島で実施されている「島っ子ガイド」の拡大など、地元の子供たちがガイドをする機会を増やす。

さらに、鳥羽の特徴は、子供たちを対象とした教育旅行だけでなく、大人が学べる要素も多いという点である。海、食、環境、歴史文化など、大人の好奇心をくすぐる気軽な体験の仕組みを検討していく。



<https://sugashima.net/blog/2020-island-kids-guide/>

<取り組み例>

- ・教育旅行や学びの旅をプロデュースする「コーディネーター」の任用
（地域おこし協力隊等の効果的な活用）
- ・ガイド、インタープリターの定期的な講習会の開催
- ・ガイド、インタープリターの組織設立（有償ガイドの紹介と発信）
- ・観光協会内の体験プログラム予約システムのさらなる発信
- ・「島っ子ガイド」の拡大
- ・気軽に参加できる学びの体験の提案

戦略6 プロジェクト詳細

戦略6 鳥羽ならではの「島旅」と「学びの旅」の推進

プロジェクト2 鳥羽ならではの多様な教育旅行の受け入れ強化 (海洋・環境・漁業・観光に重点を置いた鳥羽ならではの鳥羽うみ文化教育の構築)

コロナ禍に入って需要は急激に増えたが、今後の継続的な教育旅行誘致につなげるため、受入体制を強化する必要がある。

特に、伊勢志摩エリアでは、伊勢志摩学生団体誘致委員会などが中心となって教育旅行の情報発信やプロモーションをおこなっているものの、近年増加している研究機関との連携や活用などは今後の課題となっている。また、プロジェクト1で挙げたコーディネーターを育成することで、鳥羽市の特徴をふまえたきめ細かなサポートを各学校におこなっていくことでリピーターの確保につながる。プログラムについては、現在市内で検討している鳥羽ならではの海洋教育のプログラムも来訪者向けに提供する他、STEAM教育をはじめとした近年の教育方針の変化等をふまえたプログラムの開発、鳥羽ならではのものとして観光産業や漁業の現場を体験できるプログラムの開発等をおこなう。

また、市内でもエリアによって体験できることが異なるため、エリアごとの特性を活かした教育旅行のプログラムを構築するとともに、ターゲットを見据えて的確に発信していく。



<https://www.shima-tabi.net/experience.html>

<取り組み例>

- ・研究機関と連携したプログラムづくり
- ・鳥羽市の観光産業、漁業と連携したプログラムづくり
- ・教育旅行コーディネーターの育成
- ・鳥羽の海洋教育の確立と来訪者へのアレンジ
- ・離島におけるオンライン医療システムの定着

戦略6 プロジェクト詳細

戦略6 鳥羽ならではの「島旅」と「学びの旅」の推進

プロジェクト3 環境に配慮した海のアクティビティづくり

鳥羽の海は「水産」としての側面が強く、「観光」の側面が弱いという指摘もある。海に囲まれた環境をより活かし、自然環境や漁業になるべく負担のかからないアクティビティ等の提案を行う。シーカヤックやSUP、シュノーケリングのように実際に海に入るアクティビティもあるが、砂浜など海の近い場所でのウォーキングやサイクリングなども鳥羽の海の魅力を感じられるアクティビティとなる。地区によって海的环境も異なるため、地区の特性に合ったアクティビティを検討する。

<取り組み例>

- ・海を楽しめるアクティビティの多様化(離島ならではのアクティビティの充実)
- ・鳥羽の自然・文化・生業について伝えることができる海のアクティビティの造成
- ・海との戯れマップの作成(砂浜など海に降りられる場所の情報発信)

プロジェクト4 島旅の魅力づくりと情報発信の強化

「島旅」の推進は前期・中期アクションプログラムにおいても取り組んでおり、ガイドプログラムの増設、パンフレットの作成や外部向けPR等を積極的に推進してきた。一方で、離島の存在が十分に認知されていない、各島のストーリーや過ごし方がうまく伝わっていない等、課題も残っている。引き続き、島旅の魅力づくりを進めながら、離島ならではの食の魅力や、来島につなげることを意識した情報発信を行う必要がある。

<取り組み例>

- ・立寄先としての離島の情報発信
(行き先、宿泊地の一つとして離島を認識してもらう。発地・着地を意識した情報発信)
- ・離島アクセスの向上
(鉄道等の結節を考慮した定期船ダイヤの改正、海上タクシーの普及等)
- ・離島に来なければ食べられない「食」の魅力づくりと発信
- ・離島での過ごし方や楽しみ方のさらなる発信やストーリー性を意識したプログラムの組み立て
- ・教育旅行の受け入れ強化



<https://www.shima-tabi.net/experience.html>

戦略6 プロジェクト詳細

戦略6 鳥羽ならではの「島旅」と「学びの旅」の推進

プロジェクト5 海洋関連学会の誘致

鳥羽は海洋関連の研究施設が集積しているとともに、様々な規模の宿泊施設がある。その特性を活かして国内外の学会誘致を検討する。それによって、研究者や専門家とのネットワークが拡大するとともに、鳥羽市が海洋関連において特徴的・先進的なフィールドとして認知されることにつながる。団体客の集客が今後難しくなる中で、鳥羽ならではのMICEとして位置付けることができれば、特にオフシーズンの団体の需要が生まれる。

<取り組み例>

- ・海に関する学会(水産、環境、生物、食、栄養、美容、教育、観光等)の誘致
- ・研究フィールドとしての学生や研究者の受け入れ
- ・外部の研究機関や企業との連携

戦略6 実施時期と実施主体

プロジェクト名	22年度	23年度	24年度	25年度
1 学びの旅のコーディネーターとガイドの育成	●	●	●	
2 鳥羽ならではの多様な教育旅行の受け入れ強化	●	●		
3 環境に配慮した海のアクティビティづくり		●	●	
4 島旅の魅力づくりと情報発信の強化	●	●	●	
5 海洋関連学会の誘致		●	●	

●：主導的に実施（●がついていないプロジェクトは行政が主導）

○：連携して実施・関与

プロジェクト名	鳥羽市	民間事業者	観光協会	商工会議所	旅館組合	温泉振興会	伊勢志摩※1	漁業協同組合	農業協同組合	漁観連携※2	島の旅社	大学研究※3	交通事業者	バリフリ※4	国・県	市民	その他
1 学びの旅のコーディネーターとガイドの育成	観光	○	●	○				○			○			○			
2 鳥羽ならではの多様な教育旅行の受け入れ強化	観光		●				○				○	○		○			島むすび会議
3 環境に配慮した海のアクティビティづくり	観光	●									○			○			島むすび会議
4 島旅の魅力づくりと情報発信の強化	観光、定期船、企画			○	○						●		○				島むすび会議
5 海洋関連学会の誘致	観光、教育、企画、農水	○	○		○	○						●					

※1：伊勢志摩観光コンベンション機構

※2：漁観連携促進協議会

※3：大学・市内外の研究機関

※4：伊勢志摩バリアフリーツアーセンター

戦略7 概要

戦略7 宿泊(観光)産業活性化(生産性向上と所得向上)

- ✓ 伊勢志摩地域の宿泊拠点でもある鳥羽市においては、宿泊産業を中心とした観光産業の活性化をさらに図っていくことが必要になる。観光を取り巻く変化に対応し、宿泊施設の経営力や生産性を高めつつ、鳥羽市ならではの経験価値を提供できる宿づくりが必要となる。
- ✓ また、環境対策を先進的に取り組む観光地として環境負荷低減の宿づくりや、特にオフシーズンにおける地元や周辺地域からの利用促進等により、稼働率の向上や地元住民との関係性の向上を目指す。また、コロナ後に必ず戻るインバウンドの受け入れについても準備しておく必要がある。

第2 次鳥羽市観光基本計画最終年度（令和7(2025)年度）における戦略⑦の目指す到達点

- * それぞれの宿泊施設が個性を活かしており、それが対外的に発信されている。
- * 宿泊施設における雇用問題に取組み、宿泊業が若者や女性にとって働きやすい環境が整った魅力的な職業になっている。
- * 観光産業や観光関連組織の現場で人材が確保できており、業界全体で人材を育てる仕組みができています。
- * 適正な収入が得られる、持続可能な職業となっている。
- * 時代のニーズに合った宿泊サービスが提供できている。

【プロジェクトのフロー】

宿泊施設の経営力の向上とイノベーション

プロジェクト1 宿の生産性向上と魅力づくり

プロジェクト2 雇用対策と人材バンク、人材育成

プロジェクト3 環境負荷低減の宿づくり

プロジェクト4 多様な利用形態を見越した受け入れ環境整備



温泉地としての面的な付加価値の向上

プロジェクト5 鳥羽温泉郷の魅力づくり

戦略7 プロジェクト詳細

戦略7 宿泊(観光)産業活性化(生産性向上と所得向上)

プロジェクト1 宿の生産性向上と魅力づくり

宿泊産業は生産性が高いとはいえない業種ではあるが、近年はDX（デジタルトランスフォーメーション）の進化等により、設備の機能向上やバックヤードの見直し、地域内の複数の施設との連携等により業務の効率化が図られている。また、休館日を設けることでメリハリのある働き方が実現し、それによってスタッフの働きやすさや満足度の向上も図られる。こうした宿の働き方改革や業務効率の見直しを図ることで生産性を高める。

また、宿のあり方も転換期にあると言える。老朽化が進む宿の適切なメンテナンスやリニューアルを促進する仕組みづくりや、個性のある魅力的な宿づくりも重要な課題である。

<取り組み例>

- ・顧客管理のシステム化(PMS:Property Management System)の導入
- ・備品や地元水産物等の共同購入や共同送迎の実施
- ・生産性向上や新たなニーズ対応に向けた取り組みの勉強会の開催

プロジェクト2 雇用対策と人材バンク、人材育成

特に近年はコロナ禍で繁忙期と閑散期の差が大きくなっていることから、人材確保が難しくなっている。地域内で人材を共有できる人材バンクの構築を検討する。また、観光産業や宿泊産業が魅力ある仕事として認識してもらい、離職率を下げることを狙いとして、地域全体で観光産業従事者を確保する取り組みや人材育成の仕組みづくり等も進める。

<取り組み例>

- ・人材バンクの構築
- ・とばびと活躍プロジェクトの継続実施
- ・接客等の知識やスキル、経営力を高めるための勉強会や講座の開催
- ・鳥羽市全体での採用活動や入社式の開催
- ・働きながら滞在できる仕組みづくり

戦略7 プロジェクト詳細

戦略7 宿泊(観光)産業活性化(生産性向上と所得向上)

プロジェクト3 環境負荷低減の宿づくり

鳥羽の魅力は海をはじめとした自然環境があつてこそのものである。また、世界的にも自然環境に対する意識が高まっており、今後は自然環境に配慮した取り組みができているかどうかの滞在先を決める大きな要素になりうる。この認識を宿泊(観光)産業従事者も改めて認識するとともに、大人数を受け入れることで環境負荷をかけてしまいがちな宿泊産業としての特性をふまえ、できることから取り組んでいく。

<取り組み例>

- ・フードロス・フードウェイスト、プラスチック製品の削減
- ・CO2削減の宿づくり(省エネの機器導入、電気自動車の導入等)
- ・藻場再生支援宿泊プランの販売
- ・環境負荷低減に取り組む宿のプロモーション強化と認証制度の導入

戦略7 プロジェクト詳細

戦略7 宿泊(観光)産業活性化(生産性向上と所得向上)

プロジェクト4 多様な利用形態を見越した受け入れ環境整備

今後、客層の世代交代が進むとともに、観光のみならず来訪者の目的は多様化してくると思われる。コロナ禍で需要が高まった市民のリフレッシュ利用（ステイケーション）や県内客の利用促進を図ることで、平日やオフシーズンを含めた利用の平準化が期待できる。また、今後必ず戻ってくるインバウンドの受け入れ体制の整備を引き続き進めるとともに、働き方改革や移住政策等をふまえた1人利用や長期滞在等の多様な滞在を見越した受け入れを行う。

また、コロナ禍では教育旅行の受け入れが増加し、新たな可能性が見いだせているところでもある。特に宿泊容量の大きい施設は、安心・安全に教育旅行を受け入れていくための環境整備なども考えられる。



<https://anchorajito.com/ajito/>

<取り組み例>

- ・市民や県内客向けの宿泊キャンペーンの継続(ウィークデーやオフシーズンの利用促進)
- ・宿泊施設の多様な利用形態の提案
- ・飲食店や他の宿泊施設と連携した機能の役割分担(夕食の提供が難しい場合は宿泊のみの受け入れ)
- ・インバウンドの受け入れ環境の整備(キャッシュレス化の推進)
- ・お試し暮らし、ワーケーション、学生の研究や研修など中長期での滞在の受け入れ
- ・1人1室利用の積極的な受け入れ
- ・Wi-fi環境の整備
- ・教育旅行の受け入れ環境整備
- ・観光庁「観光施設における心のバリアフリー認定制度」の認定推進
- ・LGBTQ、バリアフリー、ヴィーガン、ハラル等を理解する勉強会の開催

戦略7 プロジェクト詳細

戦略7 宿泊(観光)産業活性化(生産性向上と所得向上)

プロジェクト5 鳥羽温泉郷の魅力づくり

鳥羽市では温泉を提供している施設が約50軒あり、鳥羽市温泉振興会により入湯税を活用した魅力づくりがおこなわれている。

自家源泉、運び湯など様々な泉質が楽しめる鳥羽温泉郷としての魅力を発信するとともに、同じ温泉郷のお客様としておもてなしの意識を持ち、相互の温泉を利用できる仕組み等を検討する。

さらに、地域と来訪者を結ぶ存在である宿泊施設について、特に期待の高い「食」の付加価値の向上などを図る。

<取り組み例>

- ・施設ごとの泉質の違いや日帰り入浴施設の発信
- ・温泉の相互利用の促進(翌日、別の宿泊施設の温泉を利用可能とすることで滞在時間の延長を図る)
- ・宿泊施設ならではの鳥羽の料理の質と付加価値の向上
- ・鳥羽の食にまつわるストーリーを発信できる食のソムリエの認定
- ・旬や歳時記を意識した鳥羽の食の付加価値の向上(プロモーション)



<http://www.toba-onsen.com/index.html>

戦略7 実施時期と実施主体

プロジェクト名	22年度	23年度	24年度	25年度
1 宿の生産性向上と魅力づくり	●	●	●	
2 雇用対策と人材バンク、人材育成	●	●	●	●
3 環境負荷低減の宿づくり	●	●	●	
4 多様な利用形態を見越した受け入れ環境整備	●	●	●	
5 鳥羽温泉郷の魅力づくり	●	●	●	●

●：主導的に実施（●がついていないプロジェクトは行政が主導） ○：連携して実施・関与

プロジェクト名	鳥羽市	民間事業者	観光協会	商工会議所	旅館組合	温泉振興会	伊勢志摩※1	漁業協同組合	農業協同組合	漁観連携※2	島の旅社	大学研究※3	交通事業者	バリフリ※4	国・県	市民	その他
1 宿の生産性向上と魅力づくり	観光、農水	●	○	●	○	○											
2 雇用対策と人材バンク、人材育成	企画、観光、農水	○	●	○	○	○											社協
3 環境負荷低減の宿づくり	観光、環境	●			○	○											
4 多様な利用形態を見越した受け入れ環境整備	観光	●	○		○	○								○			
5 鳥羽温泉郷の魅力づくり	観光、農水		○			●		○		○							

※1：伊勢志摩観光コンベンション機構 ※2：漁観連携促進協議会 ※3：大学・市内外の研究機関 ※4：伊勢志摩バリアフリーツアーセンター

戦略8 概要

戦略8 観光推進基盤の整備

- ✓ 本計画の内容を確実に実施していくためにも、統計・人材・権限・財源等に関する継続的な基盤整備が求められる。
- ✓ 中期で十分な取り組みを行うことが難しかった観光統計の充実については、引き続きその見直しや充実を図るとともに、さらなる分析の実施や関係者へのスピーディーな共有等、効果的に活用をおこなっていく。
- ✓ 中期アクションプログラムで一定以上の取り組みが行えたと評価された観光危機管理については、近年の自然災害の頻発や新型コロナウイルスのような感染症などをふまえ、より対策と準備を強化していく。また、近年は様々な危機を变化のチャンスと捉え、しなやかに対応できるレジリエントな観光地づくりも注目されている。常時から関係者の信頼関係を構築しておくことが重要となる。

第2次鳥羽市観光基本計画最終年度（令和7(2025)年度）における戦略⑧の目指す到達点

- * 観光振興やマーケティングに必要な観光統計が整っている。
- * 観光振興をする上で、各主体の役割が明確になっているとともに、相互に連携が図れており、信頼関係が構築できている。
- * 入湯税による観光振興基金が計画的に使われていることに加え、それが一般市民や観光客に対して「見える化」されている。
- * 観光産業の重要性が市民に理解されており、成果を共有できる方法が整っている。
- * 防災対策がしっかりとされ、来訪者や住民に対して安心・安全を提供しているとともに、宿泊施設が地域の防災拠点となっている。
- * 観光を取り巻く多様なリスクの想定ができており、リスク発生後の早期復帰に関するシミュレーションができています。

【プロジェクトのフロー】

体制・仕組みの見直し・強化

プロジェクト1 観光推進組織の体制強化

プロジェクト2 観光統計・宿泊統計の見直しと活用

プロジェクト3 観光財源の見直しと確保

地域内外の信頼関係の構築

プロジェクト4 大学との連携による取り組み強化

プロジェクト5 観光事業者と住民向けの情報発信

プロジェクト6 観光危機管理の強化とレジリエンス(しなやか)な地域づくり

戦略8 プロジェクト詳細

戦略8 観光推進基盤の整備

プロジェクト1 観光推進組織の体制強化

平成31年に相模海女文化運営協議会、令和元年に鳥羽市観光協会が登録観光地域づくり法人（地域DMO）として正式登録された。一方で、求められる役割は多く、改めてDMO以外の各組織や行政との役割分担の確認や、事業内容の確認・見直しなども課題となる。

<取り組み例>

- ・鳥羽市観光協会の事業内容・事業計画の見直しと収益構造の見直し
- ・観光関連組織の観光戦略会議の定期的な開催

プロジェクト2 観光統計・宿泊統計の見直しと活用

入力する側（宿泊施設・観光客等）や収集する側（行政・DMO等）の負担にならないデータのとり方や、観光政策を実施・検証する上で必要な項目（特に成果指標となるもの）等をふまえ、観光統計や必要な調査のあり方を検討する。また役割分担の上で、マーケティングなども実施するとともに、来訪者の情報を取得しつつ、来訪者に有益な情報やサービスを提供するCRM（顧客関係管理：Customer Relationship Management）についても検討する。収集したデータに加えてビッグデータ等も使用することでより精度の高いデジタルマーケティングを推進する。

<取り組み例>

- ・現在実施している観光統計調査の見直しと必要な項目の整理
- ・使途に合ったビッグデータの活用やデジタルマーケティングの実施
- ・観光による経済波及効果調査の実施
- ・周辺エリアも含めた実態分析

令和2年 鳥羽市観光統計資料 （令和2年1月1日～12月31日）



【鳥羽市水産研究所】令和2年3月27日完成
産卵期発生時の採卵、研究機関などとの共同研究、海洋環境保全に関する調査、漁業者に向けた研修会の実施などを進め、本市の水産振興拠点としての役割を担っていきます。



【鳥羽市民体育館（サブアリーナ）】令和2年12月12日完成
スポーツだけでなく、文化・芸術の発表の場としても活用できる多目的施設。観客席の機能を備えたサブアリーナは、令和3年9月に開催予定の三重とこしら祭りでフェスティバル開催の会場となります。

三重県鳥羽市観光課

<https://www.city.toba.mie.jp/kikaku/toukei/13kankou/documents/r2.pdf>

戦略8 プロジェクト詳細

戦略8 観光推進基盤の整備

プロジェクト3 観光財源の見直しと確保

鳥羽市では、入湯税の7割を鳥羽市観光振興基金にて積み立てており、今回のコロナ禍ではその施策が大きな効果を発揮した。導入から一定の期間が経過し、改めて使途の明確化が求められているほか、将来的には、宿泊税等、より徴収範囲が広く、高い税収が見込める新たな財源の導入、入湯税の税率見直し、環境関連の協力金等の検討を行う。それにより、ハードを含め、さらに鳥羽市の観光を協力で推進できる財源の確保を目指す。

<取り組み例>

- ・入湯税の使途(結果・計画)を市民や観光客向けにわかりやすく発信
- ・宿泊税をはじめとする安定的な観光財源のあり方の検討、入湯税の税率見直し等に関連する勉強会
- ・ふるさと納税のさらなる魅力づくり(来訪してもらえる仕組みづくり、商品開発との連動など)と税収の観光政策への活用

プロジェクト4 大学との連携による取り組み強化

観光に関する様々な施策を行う上では、効果的に外部の専門家等のネットワークを構築しておくことは大きな強みとなる。特に大学との連携体制を構築しておくことで、専門的知見の提供が期待されるとともに、学生も積極的に受け入れることで、マンパワーとしても期待できるとともに、卒業後も長く鳥羽に関わっていただける可能性がある。一方で、特定の地域や人に負担をかけないことや、マナーを守っていただくことなど、持続可能な関係構築のために留意することも重要となる。

<取り組み例>

- ・大学との連携協定の締結(共同研究・共同調査の実施、出張講座等の人材育成支援)
- ・ゼミ旅行や研修等の受け入れ(地域に入る際のマナーの伝達)
- ・セミナーハウスとしての宿泊施設の活用

戦略8 プロジェクト詳細

戦略8 観光推進基盤の整備

プロジェクト5 観光事業者と住民向けの情報発信

観光事業者に観光政策の取り組みや来訪者の実態など経営に活かせる情報を発信することで、経営力の向上やビジョンの共有等による着実な計画の実行につながる。また同時に住民向けにも取り組みの状況や観光による経済波及効果などを周知することによって、観光産業への理解促進や参画を図る。

<取り組み例>

- ・第2次鳥羽市観光基本計画やアクションプログラムの進捗状況や成果の発信
- ・住民も鳥羽市の魅力を楽しめる仕組みの検討(市民向け宿泊キャンペーン等)



<http://www.toba.gr.jp/news/8163/>

プロジェクト6 観光危機管理の強化とレジリエンス(しなやか)な地域づくり

自然災害のみならず、感染症の拡大や経済危機など、観光を取り巻くリスクは多様化している。中期アクションプログラムの期間中は、定期的な防災訓練の実施や、日本観光振興協会と日本商工会議所が共同で設立した観光危機管理・事業継続力強化研究会のモデル地区に選ばれる等、地域全体の意識を高める動きがあった。各企業のBCP（Business Continuity Plan：事業継続計画）作成を促進する他、鳥羽市全体としてのDCM（Destination Continuity Management：地域継続マネジメント）についても検討する。また、度重なるリスクに柔軟に対応していくために常時より関係者との連絡体制と信頼関係を構築しておくことが重要となる。

<取り組み例>

- ・BCPの作成に関する勉強会
- ・DCMの作成・周知

戦略8 実施時期と実施主体

プロジェクト名	22年度	23年度	24年度	25年度
1 観光推進組織の体制強化	●	●		
2 観光統計・宿泊統計の見直しと活用	●	●		
3 観光財源の見直しと確保	●	●	●	
4 大学との連携による取り組み強化	●	●	●	●
5 観光事業者と住民向けの情報発信	●	●	●	●
6 観光危機管理の強化とレジリエンス（しなやか）な地域づくり	●	●	●	

●：主導的に実施（●がついていないプロジェクトは行政が主導）

○：連携して実施・関与

プロジェクト名	鳥羽市	民間事業者	観光協会	商工会議所	旅館組合	温泉振興会	伊勢志摩※1	漁業協同組合	農業協同組合	漁観連携※2	島の旅社	大学研究※3	交通事業者	バリフリ※4	国・県	市民	その他
1 観光推進組織の体制強化	観光		●	●		●											
2 観光統計・宿泊統計の見直しと活用	観光	○	●	○		○	○										
3 観光財源の見直しと確保	税務、企画、観光	○	○		○	○									○		
4 大学との連携による取り組み強化	観光、農水、教育、企画											○					
5 観光事業者と住民向けの情報発信	観光		○	○	○	○		○			○	○		○			アート会議
6 観光危機管理の強化とレジリエンス（しなやか）な地域づくり	観光、農水、建設、教育、定期船、環境、企画、総務	○	○	○	○	○					○		○		○		

※1：伊勢志摩観光コンベンション機構 ※2：漁観連携促進協議会 ※3：大学・市内外の研究機関 ※4：伊勢志摩バリアフリーツアーセンター

第4章 計画及びアクションプログラムの管理及び評価方法

1. アクションプログラム実施のサイクル

後期アクションプログラムの実施にあたっては、以下のサイクルを意識して進めていきます。

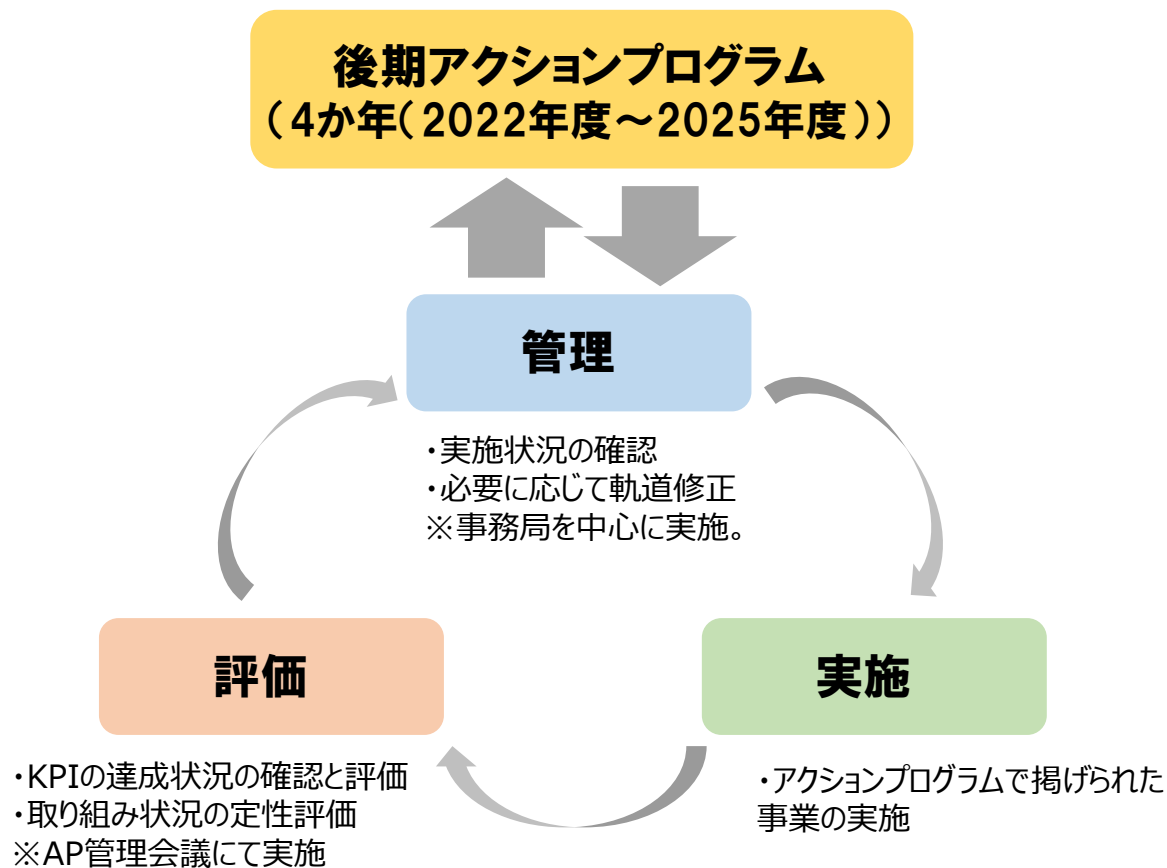
「実施」とは、アクションプログラムに記載された事業を実施することを指します。

「管理」とはアクションプログラムに記載された事業が実施されているかどうかを確認することを指します。

「評価」とは、実施した事業の成果を評価することになります。

このサイクルを繰り返すことによってアクションプログラムが着実に遂行されることになります。

なお、本アクションプログラムは鳥羽市の観光に関わる全ての人のものであるため、管理、実施、評価のプロセスにおいても各組織が協力しあって実施することとします。

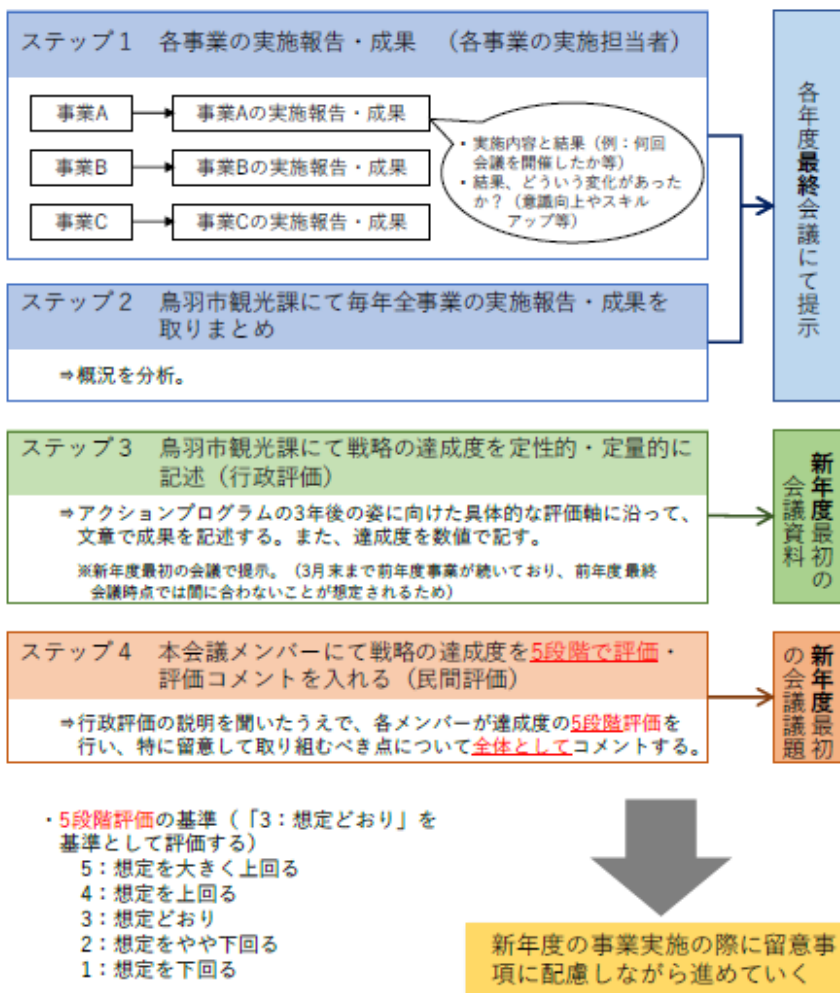


2. アクションプログラムの評価ステップ

図 中期アクションプログラムで示した評価方法

アクションプログラムの評価対象	概要
1 個別事業の達成度評価	各事業を予定通りに実施できたかどうか
2 個別戦略の達成度評価	各戦略の目標を達成できたかどうか

※ステップ1～3は、1年目（平成28年度）の評価方法を踏襲している



中期アクションプログラムでは、策定後の2017年度から以下のステップで評価を行うこととしていました。

- ステップ1：各事業の実施報告・成果
- ステップ2：観光課にて毎年全事業の実施報告・成果を取りまとめ
- ステップ3：観光課にて戦略の達成度を定性的・定量的に記述（行政評価）
- ステップ4：会議メンバーにて戦略の達成度を5段階の評価と評価コメントを実施（民間評価）

一方で、毎年上記のステップを実施することは負担が大きく、また、1年単位では達成度の評価が難しいことから、後期アクションプログラムでは持続可能な評価方法案を示すこととします。

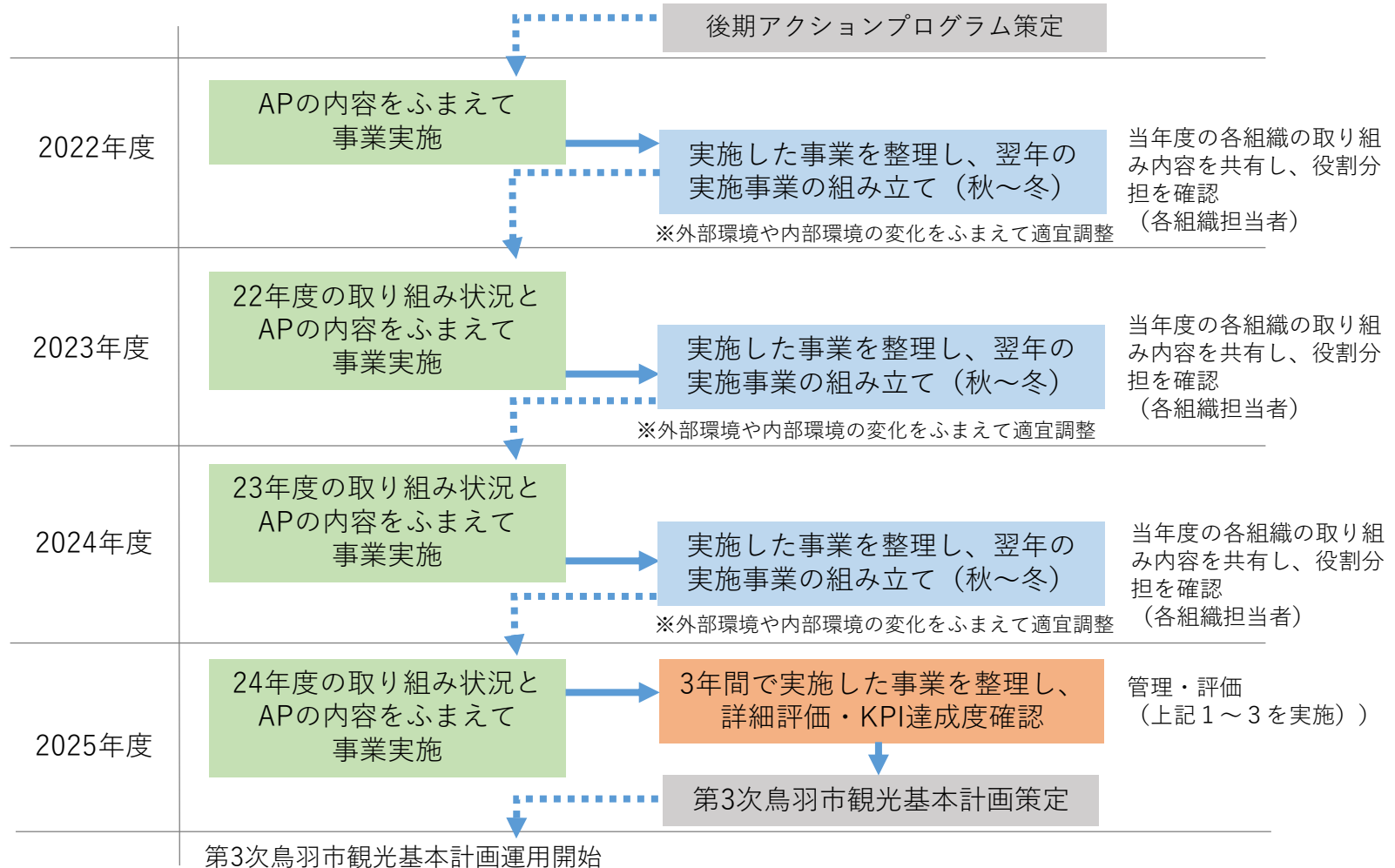
なお、中期アクションプログラムの評価（p34～p37参照）については、以下のステップで実施しました。

- ステップ1：中期アクションプログラム期間中に各主体が実施した取り組みや成果をプロジェクト別に記入
- ステップ2：取り組み結果をふまえ、行政（観光課）、民間（各委員）、外部（有識者等）それぞれでプロジェクトごとに評価点とコメントを記入
- ステップ3：1枚のシートに集約し、アクションプログラム管理会議で共有・議論

※2021年8月に実施

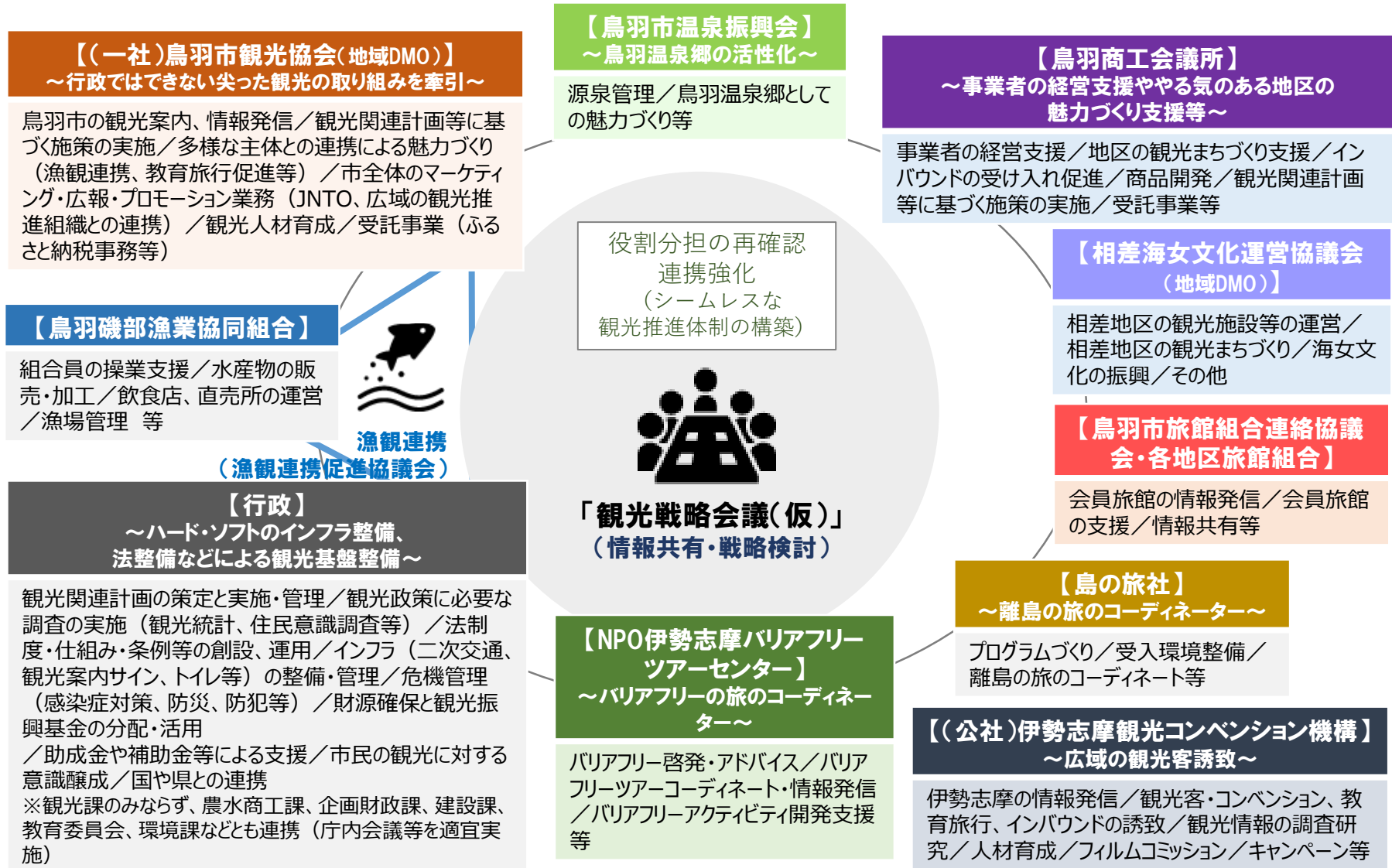
3. 後期アクションプログラムの実施・管理・評価の流れ

後期アクションプログラムの管理・評価対象	概要	実施時期	実施者
1 各プロジェクトの進捗度の管理	各プロジェクトを予定通りに実施できたかどうかを確認し共有	毎年（年度末）	策定会議メンバー
2 個別戦略の達成度（到達点）評価	各戦略の目指す到達点を達成できたかどうか （各主体が実施したプロジェクトと到達点を総合的に勘案して評価）	2025年度もしくは 2026年度	行政、民間、外部
3 KPI（成果指標）	数値目標を達成できたかどうか	2025年度もしくは 2026年度	行政



4. 後期アクションプログラムの実施主体の役割分担

- ✓ ここ数年で観光を取り巻く環境は大きく変わり、消費者や旅行者の価値観も変わりつつあります。また、気候変動等の影響により海洋環境の変化が漁業にも大きな影響を与えています。こうした中では改めて観光関連主体の役割分担を確認するとともに、横のつながりを強化することが重要です。



5. 成果指標の考え方

- ✓ 中期アクションプログラムでは、KPIに延べ宿泊者数、外国人入込客数、観光客満足度、観光消費額、経済波及効果を掲げてきましたが、来訪者の人数だけではなく、目指す目標像や基本方針に近づけているかを検証する項目の検討も必要です。その意味では、観光の担い手である観光産業従事者や市民の意識等も定期的に把握する必要があります。特に観光を取り巻く環境や価値観が大きく変化している中においては、KPIの項目とともに観光統計のあり方や調査項目等についても改めて検討していく必要があります。

※2020年は新型コロナウイルス禍であるため2019年を現状値として採用

指標	基本方針該当番号／調査対象	計画策定時 (2014年)	2017年に設定した2020年の目標値	現状値 (2019年時点) ※市民意識調査のみ2020年度時点	目標値(案) (2025(R7)年度)
延べ宿泊者数		172万泊	197万人泊	169万人泊	197万人泊 (第六次鳥羽市総合計画前期基本計画)
一日本人(人泊)／比率(%)		171万人 (99.7%)	185万人泊 (94.0%)	164万人泊 (97.0%)	185万人泊 (94.0%)
一外国人(人泊)／比率(%)	④	4,600人泊 (0.3%)	120,000人泊 (6.0%)	51,057人泊 (3.0%)	120,000人泊 (6.0%)
外国人入込客数(人)	④	32,000人	192,000人	59,716人	192,000人 (第六次鳥羽市総合計画前期基本計画)
観光消費額 ※中期AP策定時に新規追加	①／来訪者	数値なし	716億円	684億円 ※H30の単価で算出	716億円
経済波及効果 ※中期AP策定時に新規追加	①／来訪者	数値なし	966億円		966億円
観光客満足度	④／来訪者	12.5%	25.0%	数値なし	25.0%
仕事の満足度	③／従事者	数値なし	—	数値なし	データ取得後に設定
仕事の承継意向	③／従事者	数値なし	—	数値なし	データ取得後に設定
市民の定住意向 ※市民意識調査	①／住民	52.8% (「ずっと住んでいたい」)	—	56.2% (「ずっと住んでいたい」)	60%
市民のおもてなしの意識 ※市民意識調査	③／住民	4.16 (おもてなしの心を育み、鳥羽の魅力を発信する)	—	4.20 (おもてなしの心を育み、鳥羽の魅力を発信する)	全体の平均点以上
市民の自然環境への意識 ※市民意識調査	②／住民	4.47 (伊勢湾の豊かな海洋資源を守る)	—	4.51 (伊勢湾の豊かな海洋資源を守る)	4.60