

第2次鳥羽市観光基本計画 中期アクションプログラム

2019年度～2021年度(3カ年)

国際的な滞在拠点を目指した
鳥羽うみ文化の
継承と創造に向けて



2019年3月
三重県鳥羽市

はじめに

中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、前期アクションプログラムで取組んだ内容を各事業主体で振り返り、2019年度から2021年度までの3カ年で取組むアクションを整理したものです。

我が国では、2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会などの大きなイベントを控えるとともに、本格的な少子高齢化・人口減少を迎える中で、政府は観光施策が国の成長戦略と地方創生の大きな柱であるとの認識から、平成28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ました。

これらを実現するための恒久的な財源として2019年1月には新税「国際観光旅客税」が導入され、地域固有の文化・自然等を活用した観光資源の整備や情報入手の利便性向上等、観光基盤の拡充・強化が進められていくこととなります。

鳥羽市では、前期アクションプログラム策定後の3年間で、136の事業に取組んできた結果、2017年3月に「鳥羽・志摩の海女漁の技術」が国の重要無形民俗文化財の指定を受けました。現在はユネスコ無形文化遺産への登録を目指した取組を進めているほか、漁業と観光の連携事業における答志島トロさわら宣言によるブランド力の強化や観光業における雇用対策が注目を集めています。

また、2018年10月の過去最大級となる外国船籍の大型客船初寄港を契機に、大型客船の寄港機会が増え、多くの外国人観光客が訪れることで、地域経済に好影響がもたらされるよう、受入体制の強化等を図るために2019年1月に鳥羽港クルーズ船誘致受入協議会が設立されました。

「いかなる個人より全員のほうが賢い」「三人寄れば文殊の知恵」などの言葉であらわされるように、多様な取組からなる本プログラム策定にあたっては、管理会議委員をはじめとした各種検討会の皆様から沢山の想いを寄せていただきました。

訪れていただく方は勿論のこと、受入れる側の市民や事業所が地域に誇りや愛着を持ち続けられるような鳥羽市とは何かを一緒に語り合い、継続と見直しを続けてきたこのプロセス自体が鳥羽の魅力・地域力と言えるのではないのでしょうか。

2019年5月の改元を祝う気運上昇の中、2021年三重とこわか国体を控え一層の盛り上がり期待される中で、本アクションプログラムが行政・市民・事業所・各種関係団体が一体となって取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。

2019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 濱口 博也

第2次鳥羽市観光基本計画 中期アクションプログラム

<目次>

はじめに

1章 アクションプログラムの考え方・・・・・・・・・・・・・・ 1

1. アクションプログラムとは・・・・・・・・・・・・・・ 1
2. アクションプログラムの計画期間・・・・・・・・・・・・ 1
3. 『第2次鳥羽市観光基本計画』の概要・・・・・・・・・・・・ 2
4. 中期アクションプログラムの策定にあたって・・・・・・・・ 3
5. 中期アクションプログラムの策定プロセス・・・・・・・・ 6

2章 中期アクションプログラム・・・・・・・・・・・・・・ 8

1. 基本的な考え方・・・・・・・・・・・・・・ 8
2. 各戦略において重点的に取り組む事業・・・・・・・・・・・・ 10
 - 戦略① 「鳥羽うみ文化」の構築と創出・・・・・・・・・・・・ 10
 - 戦略② インバウンドの受入推進・・・・・・・・・・・・ 14
 - 戦略③ 漁業と観光の連携・・・・・・・・・・・・ 18
 - 戦略④ 「鳥羽うみアート」の推進・・・・・・・・・・・・ 22
 - 戦略⑤ 中心市街地の賑わい創出・・・・・・・・・・・・ 25
 - 戦略⑥ 新たな島旅の推進・・・・・・・・・・・・ 29
 - 戦略⑦ 宿泊施設の魅力アップと観光危機管理・・・・・・・・ 33
 - 戦略⑧ 推進体制の構築・・・・・・・・・・・・ 37
3. 中期アクションプログラム・事業一覧・・・・・・・・・・・・ 40

3章 計画及びアクションプログラムの管理及び評価方法・・・・・・・・ 56

1. アクションプログラム実施のサイクル・・・・・・・・・・・・ 56
2. アクションプログラムの管理・・・・・・・・・・・・ 58
3. アクションプログラムの評価・・・・・・・・・・・・ 58

(付)『第2次鳥羽市観光基本計画』における数値目標の見直し・・・・・・・・ 62

<参考資料>

数値目標（各指標の見直し）の考え方・・・・・・・・・・・・ 63

(注) 年号の変更が予定されていることから、本文中、年号標記と西暦標記が混在することがある。

1章 アクションプログラムの考え方

1. アクションプログラムとは

平成27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～平成37（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。

2. アクションプログラムの計画期間

アクションプログラムは、「平成28（2016）年度～平成37（2025）年度」を前期、中期、後期の3期間に分け、それぞれの期間が始まる前年度に策定します。

中期アクションプログラムの計画期間は、図表1-1に示すように、平成31年度から平成33年度までの3カ年となります。

図表1-1 第2次鳥羽市観光基本計画とアクションプログラム

平成26(2014)年度	第2次鳥羽市観光基本計画策定		
平成27(2015)年度	(前期アクションプログラム策定)		
平成28(2016)年度			伊勢志摩サミット
平成29(2017)年度		前期アクションプログラム (平成28年度～平成30年度)	
平成30(2018)年度	中期アクションプログラム策定		
平成31(2019)年度			
平成32(2020)年度		中期アクションプログラム (平成31年度～平成33年度)	オリンピック・パラリンピック 東京大会
平成33(2021)年度	(後期アクションプログラム策定)		第76回国民体育大会 「三重とこわか国体」
平成34(2022)年度			
平成35(2023)年度		後期アクションプログラム (平成34年度～平成37年度)	
平成36(2024)年度			
平成37(2025)年度			

3. 『第2次鳥羽市観光基本計画』の概要

『第2次鳥羽市観光基本計画』では、本市が目指す観光地の姿、本市の「個性」を明確化するため、「鳥羽らしさ」について、徹底的に議論を重ねました。

その中から、「鳥羽らしさ」とは、「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」、すなわち「鳥羽うみ文化」であることが共有化され、それを継承・創造していくことこそが、鳥羽市観光の目標であるとの認識に至りました。

その目標実現のために、図表1-2に示すように、8つの基本戦略、30の主要施策、さらに、重点的に取り組むべき6つのプロジェクトを設定しました。

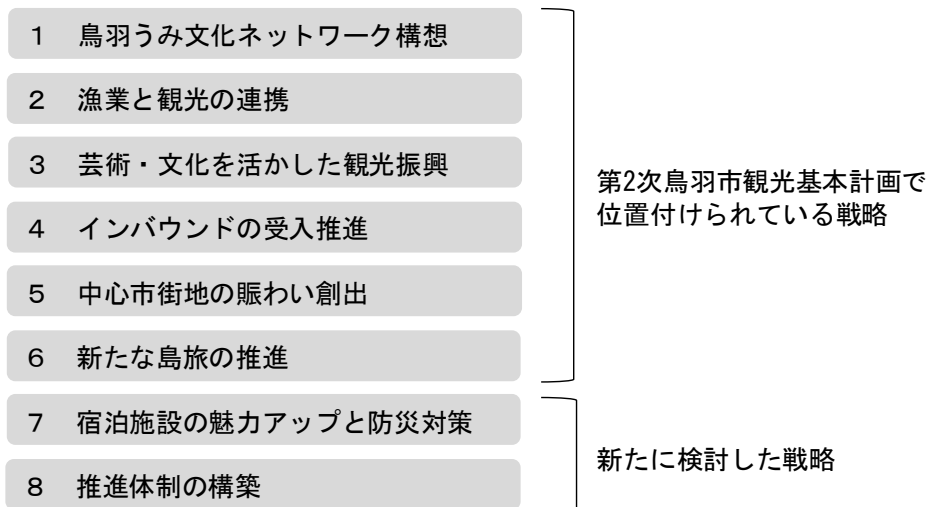
図表1-2 第2次鳥羽市観光基本計画の構造

目標像	基本戦略	主要施策	戦略プロジェクト
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	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	テーマ別戦略 戦略1 鳥羽うみ文化 ネットワーク構想
	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	戦略2 漁業と観光の連携
	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	戦略3 芸術を活かした 観光振興
	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	戦略4 インバウンド受入推進
	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	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 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	戦略6 新たな島旅の推進
観光基盤整備	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	
	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	

4. 中期アクションプログラムの策定にあたって

『第2次鳥羽市観光基本計画』では、【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】を目標とし、8つの基本戦略を設定しました。その中から重点的に取り組むべき6つの戦略プロジェクトを構築し、さらに2つのプロジェクトを加え、図表1-3に示すように、8つの戦略プロジェクトを前期アクションプログラムの計画期間に取り組んできました。

図表1-3 『前期アクションプログラム』で展開した8つの戦略プロジェクト



4-1 プロジェクトの位置づけと名称の変更

今回、中期アクションプログラムの策定にあたり、

- 「鳥羽うみ文化」は、鳥羽の観光魅力を総体として表現したものであるが、まだ認知度は低い段階にとどまっている
- 「漁業と観光の連携」は、比較的順調に推進されており、軌道に乗りつつあると判断できる
- 2020年の東京オリンピック・パラリンピックに向けて、インバウンドの受入れ体制の整備・充実を早急に推進する必要がある
- 中心市街地における空き家・空き店舗については、未だに増える傾向にあるが、カフェやレストランなどへの新たな活用も格段と進んでおり、鳥羽観光の新しい魅力となりつつある
- 文化・芸術については、市民レベルの取組を大切にしつつ、観光振興により結び付きやすい「アート」に集中した展開を図ることが望ましい

○離島観光の魅力に対する認識は高いものの、十分な誘客につながっておらず、あらたな島旅の推進が期待される

○地域経済を支える宿泊産業の重要性に鑑み、外客対応を含むさらなる魅力アップが期待されている

○市民も含めた官民一体の観光推進体制を構築していく必要がある

といった基本的な現状認識から、図表 1－4 に示すような 8 つの戦略プロジェクトへと名称とプライオリティの変更を行いました。具体的には、

- ・「鳥羽うみ文化ネットワーク構想」を「鳥羽うみ文化」の構築と創出へ名称変更
- ・「インバウンドの受入推進」を戦略 2 へと位置づけを変更
- ・「芸術・文化を活かした観光振興」を「鳥羽うみアート」の推進へと名称変更
- ・「宿泊施設の魅力アップと防災対策」を「宿泊施設の魅力アップと観光危機管理」へと名称変更

としました。

4-2 取組姿勢

今回の「中期アクションプログラム」の推進にあたって、念頭に置くべき外部環境、内部環境としては以下のような点が挙げられます。

2016 年 3 月に策定された『明日の日本を支える観光ビジョン』に基づき、観光庁では『第 3 次観光立国推進基本計画』の改定を行いました。2020 年の東京オリンピック・パラリンピックの開催に向けて訪日外国人旅客数 4,000 万人を目指すことが日本政府全体の目標となりました。また、27 年ぶりの新税となる「国際観光旅客税」が 2019 年 1 月から導入され、年間 500 億から 600 億円規模の観光振興のための安定的な財源が確保されることとなりました。さらに観光庁の 2019 年度予算は新財源を含めて約 740 億円と急激な伸びを示しています。

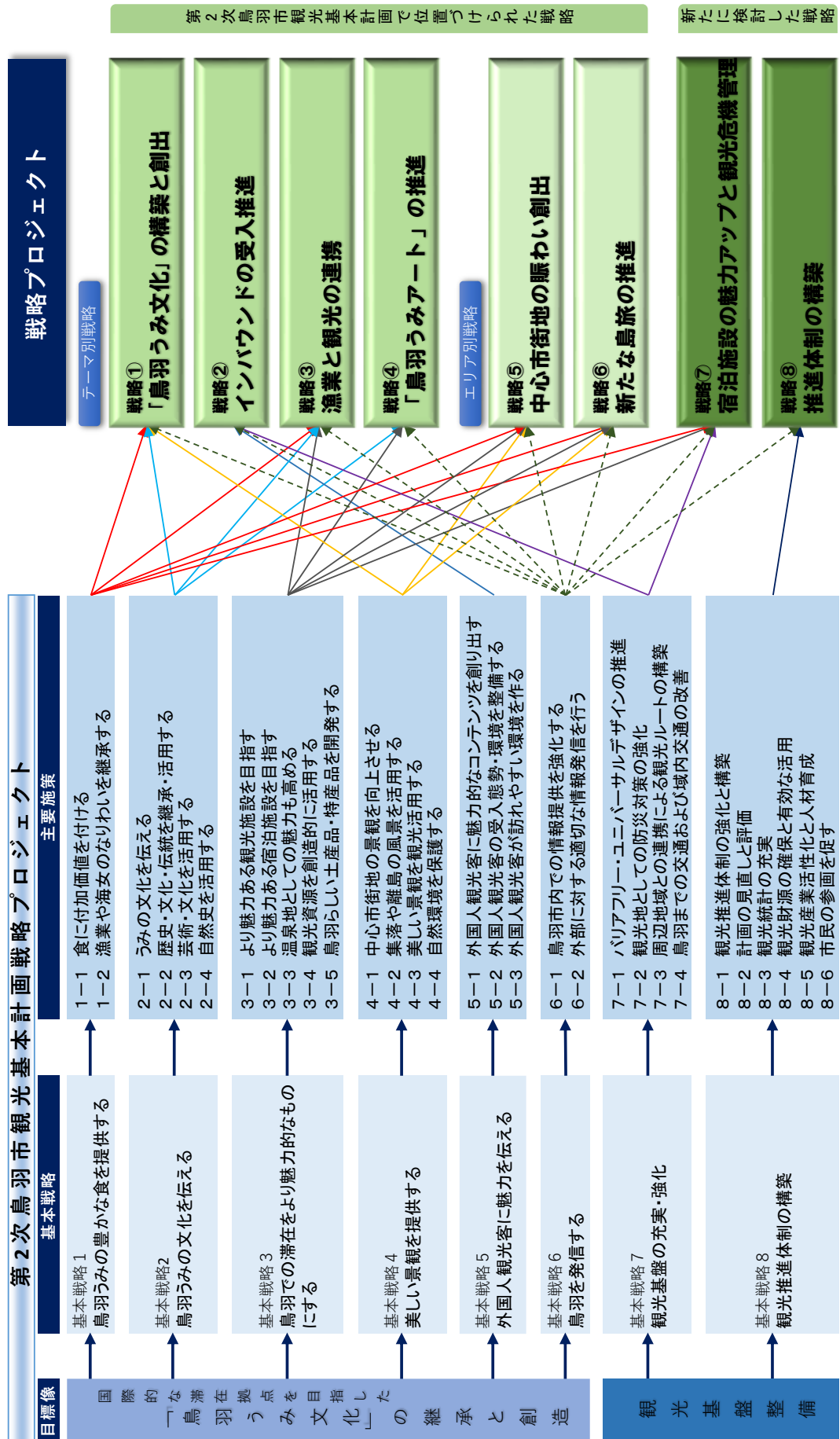
こうした日本政府の積極的な取組に対して、全国の地方自治体の観光予算は全般的に十分とは言えず、積極的かつ安定的な予算配分に対して逡巡している状況が散見されます。

鳥羽市においては、全国的にも注目される入湯税の基金化によって観光振興財源は一定程度確保されており、これを計画的かつ有効に活用することは、他の自治体と比較して優位な立場にあると言えます。

伊勢神宮に近接し、恵まれた立地にある鳥羽市の観光は、バブル崩壊以降必ずしも好調とは言い難い時代もありましたが、近年では、観光基本計画に基づいた官民一丸となった取組等により、ようやく設備投資も復活しつつあり、新しいことへのチャレンジや中心市街地の再生など観光まちづくりの動きも活発化してきています。

ここで改めて鳥羽市の魅力（鳥羽うみ文化）を再確認し、3 年間の前期アクションプログラムの実績を踏まえて、2019 年度から始まる本プログラムを着実に実施していくことが期待されます。

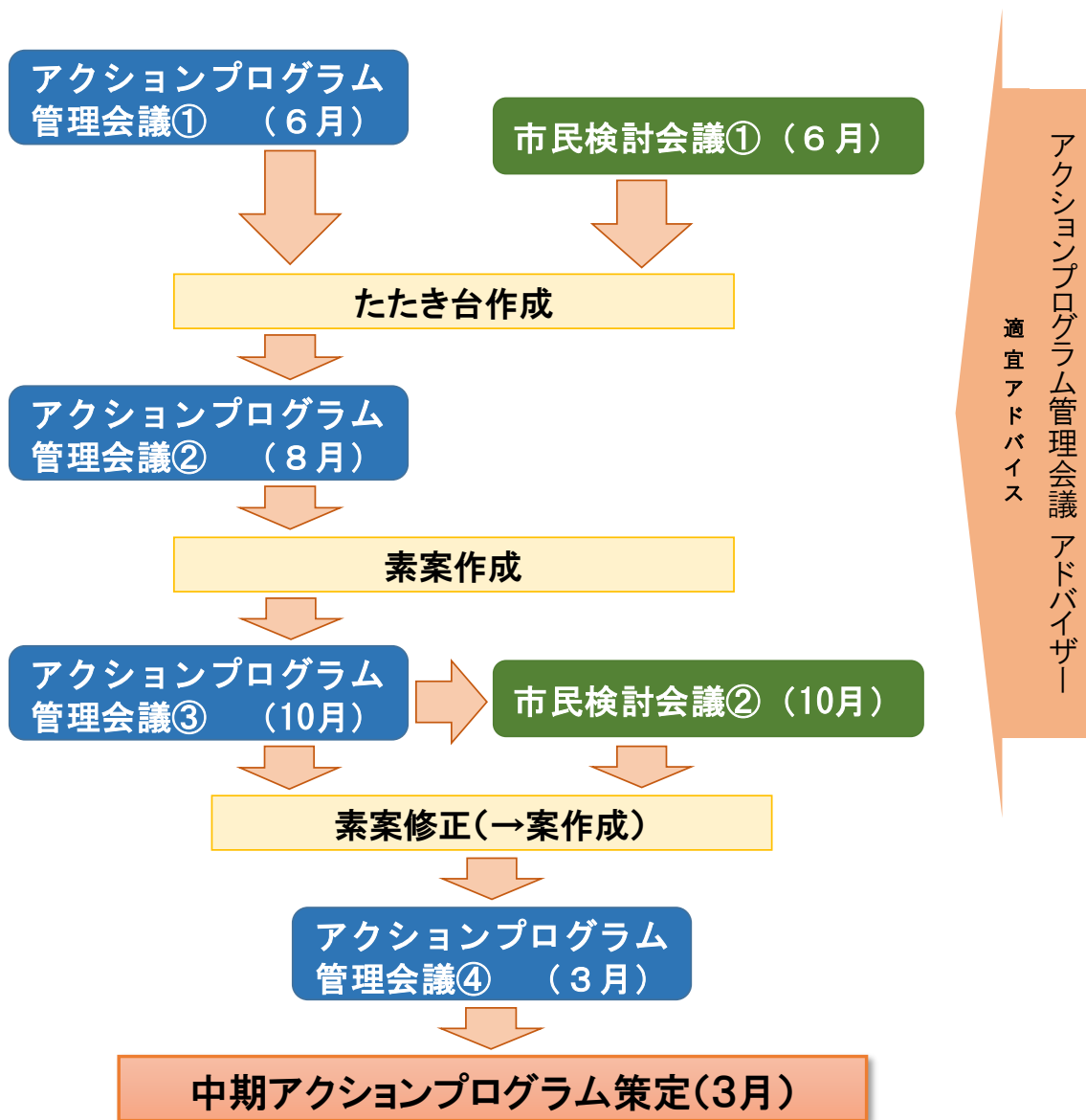
図表1-4 名称とプライオリティを変更した「中期アクションプログラムにおける8つの戦略プロジェクト」



5. 中期アクションプログラムの策定プロセス

中期アクションプログラムの策定にあたっては、図表1－5に示すように、アクションプログラムのマネジメント組織である「アクションプログラム管理会議」、並びに「市民検討会議」を設置（図表1－6）し、そこでの議論を踏まえて取りまとめを行いました。

図表1－5 中期アクションプログラムの策定プロセス（2018年度）



図表1-6 中期アクションプログラム策定会議メンバー

(順不同・敬称略)

【アクションプログラム管理会議】

団体名		氏名
鳥羽市観光協会	会長	吉川 勝也
鳥羽商工会議所	専務理事	清水 清嗣
鳥羽磯部漁業協同組合	常務理事	藤原 隆仁
鳥羽旅館組合連絡協議会	会長	吉田 一喜 (前任：寺田 順三郎)
鳥羽市	副市長	立花 充

【アクションプログラム管理会議アドバイザー】

団体名		氏名
跡見学園女子大学観光コミュニティ学部	教授	安島 博幸
立教大学観光学部	教授	羽生 冬佳

【市民検討会議】

団体名	氏名
鳥羽市観光協会	世古 晃文
鳥羽市観光協会	山崎 正文
鳥羽市温泉振興会	野村 潤
鳥羽市旅館組合連絡協議会	迫間 優子
鳥羽商工会議所	岩崎 織江
鳥羽リノベーション委員会	阿部 康之
鳥羽磯部漁業協同組合	森田 透
島の旅社推進協議会	濱口 浩代
NPO 法人伊勢志摩バリアフリースターセンター	中村 千枝

【事務局】

鳥羽市観光課	(課長) 濱口博也、高浪七重、小島政行(前任：中村晴恵)
公益財団法人日本交通公社	

2章 中期アクションプログラム

1. 基本的な考え方

取組む事業について、事業実施主体および実施時期を定めます。

1-1 実施主体の考え方

「みえの観光振興に関する条例」および「三重県観光振興計画」には観光振興に取り組む主体について次のように定めています。

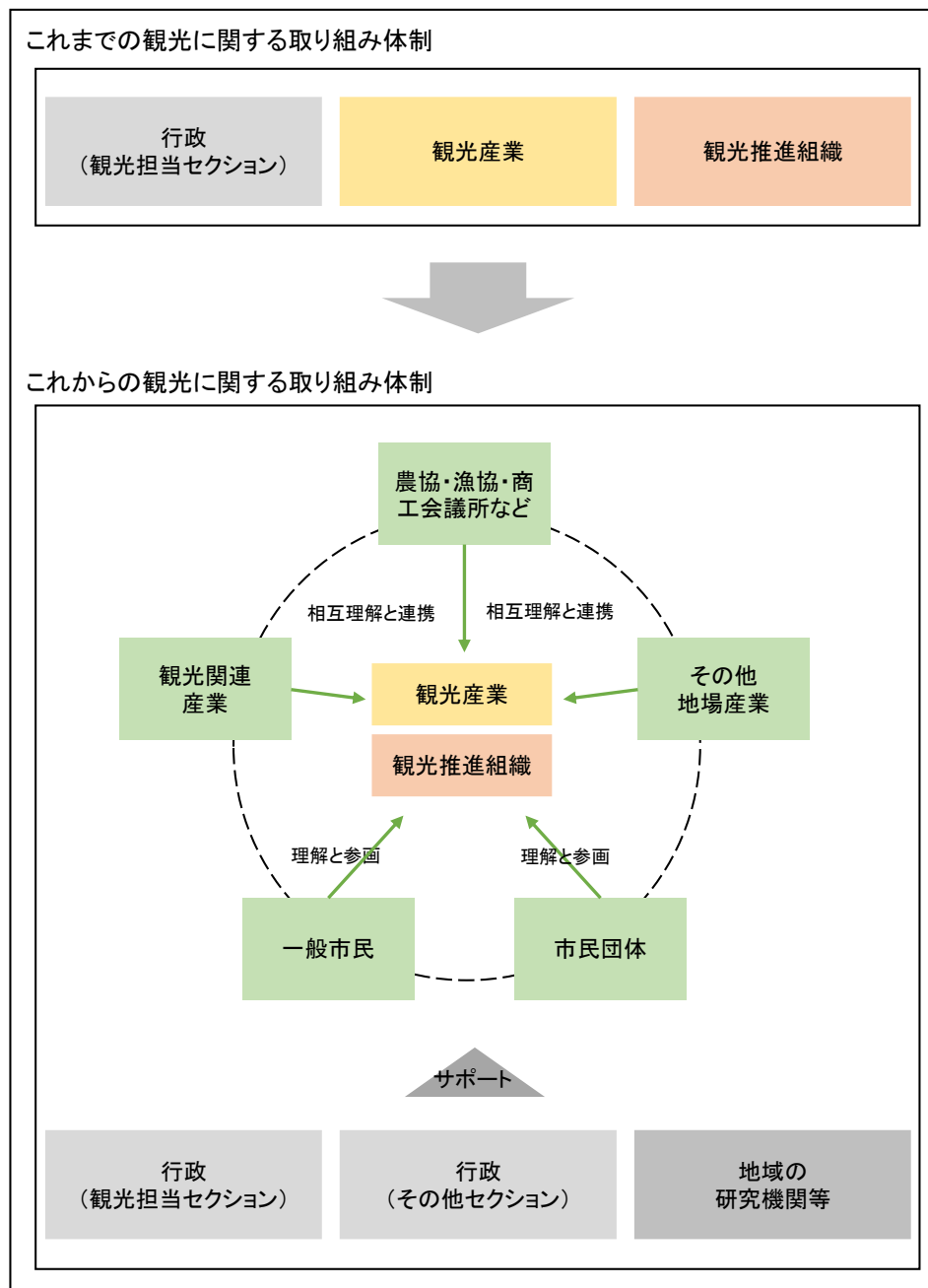
- ・観光振興の主役は、観光事業者、観光関連団体等の「民間」
- ・「行政」は、民間の主體的な努力が実を結ぶよう、その環境づくりや支援を行うことが大切
- ・その基本的なスタンスを踏まえつつ、市、市民、観光事業者、観光関連団体がそれぞれの役割を担いながら、連携・協力する必要がある

上の方針は、観光振興の主体は民間事業者であり、行政は民間事業者の活動を支援する立場であることを示しています。鳥羽市のアクションプログラムにおいても上記の考え方を原則として実施主体を検討します。しかし、事業の性格によって行政が主体的に実施すべきものなどもあるため、次の基準によって主体を検討することとします。

図表2-1 アクションプログラムにおける主体の考え方

① 民間主導の事業	
既に蓄積のある事業や主体が明確な事業については、初めから民間を中心に事業を実施し、行政はサポート役に徹する	
② 行政主導から民間主導へと移行する事業	
方向性を見定める段階からスタートする事業については、初期の段階では行政が主体的に民間と協働した体制を構築し、徐々に民間主導へと変えていく	
③ 行政主導の事業	
統計調査や入湯税等のあり方については、行政が主導で事業を実施し、民間事業者は調査への協力やアドバイザーとして関わる	

図表2-2 これからの観光に関する取組体制の望ましい姿



1-2 実施年度の考え方

中期アクションプログラムの計画期間である「平成31（2019）年度～平成33（2021）年度」のいつ実施するのかを定めます。前期アクションプログラムでは、実施主体が明確であったり、財源的に負担の少ない事業など、実施しやすい事業から実施してきた傾向があると評価されてきましたが、中期では、早急な解決が必要な課題や時間はかかってもやらなければならない事業などについては、優先順位を上げて実施していきます。

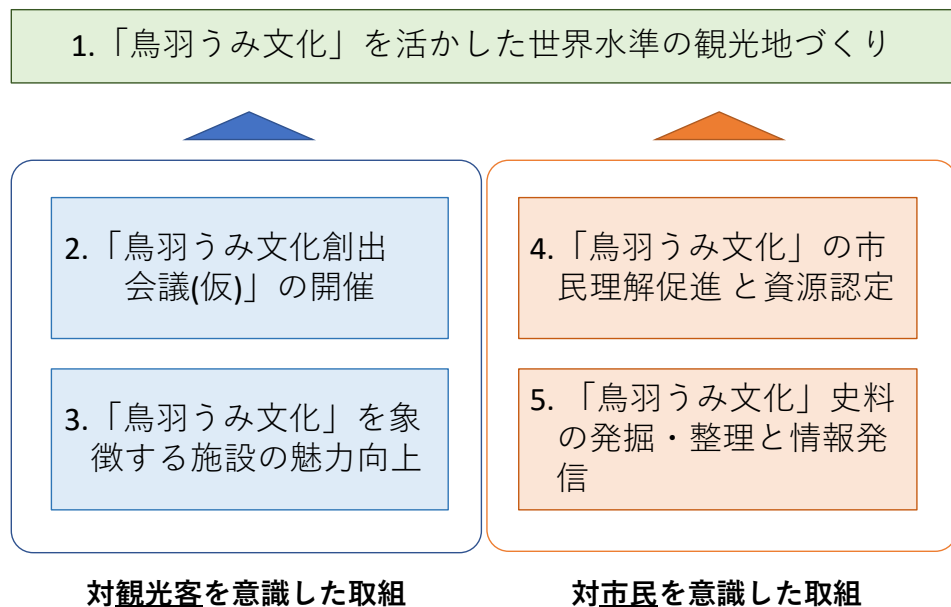
2. 各戦略において重点的に取組む事業

戦略① 「鳥羽うみ文化」の構築と創出

『第2次鳥羽市観光基本計画』において、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、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ました。

市民がこの「鳥羽うみ文化」の価値を共有・継承するための取組と、観光客に「鳥羽うみ文化」が伝わるようなプログラムや仕組みの構築により、鳥羽市が世界水準の観光地になるよう「鳥羽うみ文化」を構築・創出していきます。

プロジェクトの概念図－戦略①「鳥羽うみ文化」の構築と創出



第2次鳥羽市観光基本計画最終年度（平成37(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。
- * 観光客に訴求できる「鳥羽うみ文化」の特徴や性質が定まっており、それが伝わ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。
- * 「鳥羽うみ文化」が国際的に認知されていて、訴求力を持っている。

■：重点

プロジェクト1 「鳥羽うみ文化」を活かした世界水準※の観光地づくり

- ※：・『明日の日本を支える観光ビジョン―世界が訪れたい日本へ―』（平成28(2016)年度策定、以下『観光ビジョン』）において、国は「観光先進国」に向け、世界水準の国立公園（ナショナルパーク）整備や世界水準DMOの形成など「世界水準」という用語を使っている。
・昭和52(1977)年に鳥羽市は国際観光文化都市に指定され、国際化に取り組んできた実績があることから、「世界水準」という言葉を使うこととした。

■世界からお客様が訪れる観光地に相応しい景観づくり

- ・景観法に基づく「景観計画」を策定し、景観づくりに取り組む。
- ・景観の質的向上をバックアップする条例制定や景観づくり事業の実施を検討する。
- ・まずは、不快な景観を極力減らしていく（メガソーラー設置や斜面掘削の抑制、電柱の地中埋設、廃屋や不用な工作物・看板等の撤去または有効活用 等）ことから始めていく。

□「ナショナルパーク」としてのブランドを活かす

- ・『国立公園満喫プロジェクト・伊勢志摩国立公園ステップアッププロジェクト』に定められた事業を着実に推進する。
- ・「伊勢志摩・鳥羽国立公園」への名称変更を働きかける。

□世界水準の外資系ホテルの誘致検討

- ・鳥羽市の宿泊観光地としての質向上を図るために、海外から訪れた富裕層やエグゼクティブが宿泊するレベルの外資系ホテルの誘致を検討する。

□海女文化の「ユネスコ無形文化遺産」への登録に向けた取組

- ・海女文化のユネスコ無形文化遺産登録を目指し、継続的な発信と住民の機運醸成を図る。

□SDGsへの取組強化

- ・SDGs（エスディージーズ）とは、Sustainable Development Goalsの略称であり、国連による持続可能な開発のための17のグローバル目標と169のターゲット（達成基準）からなる開発目標である。
- ・17のうち、14番目の目標は、「海の豊かさを守ろう」であり、鳥羽市にとっても、今後、研究していくべきテーマである。ストローなどのプラスチックの利用を少なくするなど身近な取組から始めていく。
- ・歩きたばこ、ポイ捨て等のマナー改善を市民だけでなく、観光客へも働きかける。

□世界に向けた情報発信（広告宣伝戦略）の強化

- ・「鳥羽うみ文化」（鳥羽の魅力）を、国内のみならず、世界に向けて強力に発信して行く（「ヒトモノコト」の機動的発信 等）。
- ・費用対効果の高い発信方法を検討する。

□優れた観光ガイドの継続と育成

- ・エコツーリズムや離島、相差、あるいはシルバーガイドなど既存の観光ガイドに対する継続支援策を検討する。
- ・ボランティアガイドを含む観光ガイドの育成システムを構築するとともに、活用のための紹介システムづくりを推進する。「地域限定通訳案内士」の育成なども検討していく。

プロジェクト2 「鳥羽うみ文化創出会議(仮)」の開催

■「鳥羽うみ文化」を表現する公式ルールづくり

- ・既存の鳥羽観光に関わるキャッチフレーズやロゴ、デザイン等を整理し、「鳥羽うみ文化」に相応しいものを抽出する。それを基に、「鳥羽うみ文化」を表現する公式ルールを策定し、発信する。

□鳥羽観光の価値向上、魅力追求

- ・戦略①の監理を行う。
- ・「鳥羽うみ文化」の魅力をターゲット毎に訴求する方法を検討する。
- ・「鳥羽うみ文化」の魅力が伝わるような新たな楽しみ方を検討する。

□具体化に向けた実行部隊づくり

- ・「鳥羽うみ文化」の構築、創出から推進までの役割を担い、かつこれからの鳥羽観光を支える人材を選出する。
- ・当会議の役割・権限等を明確にする。

プロジェクト3 「鳥羽うみ文化」を象徴する施設の魅力向上

■各施設における「鳥羽うみ文化」伝達機能向上と、取組の情報発信

- ・鳥羽水族館やミキモト真珠島、鳥羽市立海の博物館（以下「主要3施設」）といった「鳥羽うみ文化」を伝達（表現）する施設において、「鳥羽うみ文化」をより理解できるような展示コーナーを設置したり、既存展示を改善したりする。そのような取組をパンフレットやWEB等により、積極的に発信していく。

□主要3施設及び周辺フィールドと連携したプログラムの造成と提供

- ・「鳥羽うみ文化」を体現できる主要3施設とその周辺のフィールドを活用し、ストーリーのある体験を提供するプログラムを構築する。例えば、船で移動しながら主要施設や漁村を巡るツアーなどが考えられる。
- ・主要3施設が連携したプログラムの開発と展開を図る。

□市内の主要な観光施設におけるバリアフリー化促進

- ・主要3施設だけでなく、市内の主要な観光施設について、誰もが楽しめるようなバリアフリー展示を推進する。また、そのようなバリアフリー展示を行っている施設の情報発信を推進していく。

プロジェクト4 「鳥羽うみ文化」の市民理解促進と資源認定

■地区毎の「鳥羽うみ文化」資源の整理と地区毎のパンフレット作成

- ・「鳥羽うみ文化」を市民や観光客に分かりやすく伝え、理解を深めるために、平成29年度に作成した石鏡地区のパンフレットと同様のパンフレットを、市内全ての地区においても早急に作成・配布する。

□「鳥羽うみ文化」資源の認定

- ・上記、全地区のパンフレット作成完了後、それらをまとめた鳥羽市全域の「鳥羽うみ文化」認定パンフレットを作成し、その情報を積極的に発信して行く。

□「鳥羽うみ文化講座(仮)」の開催

- ・「「鳥羽うみ文化」史料の発掘・整理と情報発信(プロジェクト5)」を基に、市民が「鳥羽うみ文化」に愛着を持てるよう、また地域に対する意識改革につながるようなプログラムを構築する。
- ・市民の関心に応じた段階的なプログラムを設定する。

□観光ボランティアガイド育成システムの構築

- ・「鳥羽うみ文化講座(仮)」の中で、「鳥羽うみ文化」に高い関心を持つ市民を、観光ボランティアガイドとして育成するプログラムを構築する。

プロジェクト5 「鳥羽うみ文化」史料の発掘・整理と情報発信

□史料のデジタルアーカイブ化の継続

- ・「鳥羽うみ文化」をより深く理解するための基礎資料として、前期から実施している、市民や組織等が所有する「鳥羽と海との関係性や歴史」を示す史料の発掘・収集を継続して行う。
- ・収集した史料は整理し、前期に構築したデジタルアーカイブとして保存、専用ホームページで随時発信していく。
- ・観光パンフレット等に用いるための素材のストック化を図る。

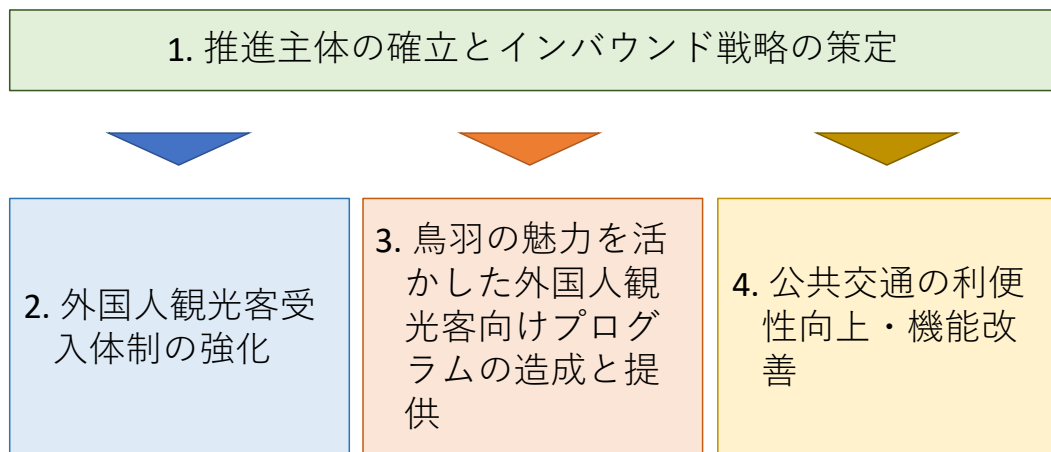
戦略② インバウンドの受入推進

国のインバウンド受入推進もあり、今後も訪日外国人は増加すると考えられます。また、中期アクションプログラムの策定期間中である平成32(2020)年度は、オリンピック・パラリンピック東京大会の開催があり、海外に鳥羽市をPRする絶好の機会です。

『第2次鳥羽市観光基本計画』では、訪日外国人観光客数（宿泊者数および入り込み客数）を数値目標として定め、積極的な訪日外国人観光客誘致を目指しています。

中期アクションプログラムにおいては、前期とは訪日外国人観光客誘致のための推進組織の環境が変化したために、まずは鳥羽市におけるインバウンド受入のための戦略を策定し、伊勢志摩地域における鳥羽市の位置づけを明確にしなければなりません。その戦略に沿って、受入意体制強化やプログラムの造成・提供、公共交通の利用しやすさの改善等のプロジェクトを展開していきます。

プロジェクトの概念図－戦略②インバウンドの受入推進



第2次鳥羽市観光基本計画最終年度（平成37(2025)年度）における 戦略②の目指す到達点

- *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（食や海女文化、伊勢神宮との関係性など）。
- *外国人観光客数の目標数値が達成されている。

■：重点

プロジェクト1 推進主体の確立とインバウンド戦略の策定

■インバウンド受入推進主体の明確化

- ・伊勢鳥羽志摩地域のインバウンド対応について、（公社）伊勢志摩観光コンベンション機構（以下、「コンベンション機構」）が広域のインバウンドの受入とプロモーションを担う中で、鳥羽市内の行政を含む各組織の役割と機能を明確にし、鳥羽市、商工会議所、観光協会による3者協議の場の設置と3者による受入態勢強化を図る。

■「鳥羽市インバウンド戦略」づくり

- ・外国人観光客の誘致と受入を強化していくために、動向調査や鳥羽市の観光資源・立地条件などを踏まえ、インバウンド戦略を策定する。
- ・鳥羽市が活かしていくべき強み、ターゲットとする客層、プロモーションの方針、外国人への対応策などを定める。

■外国人観光客の動向・統計整備と充実

- ・鳥羽市を訪れている外国人観光客の現状を把握するために、実態調査を実施する。
- ・動きの早い訪日外国人市場の動向や、国や周辺市町村の訪日外国人に対する政策等を常にチェックし、変化が生じた時に迅速に臨機応変な対応が取れる体制を整える。
- ・外国人観光客の動向・統計データを適切かつ継続して取得するために、収集すべきデータの見直し、収集方法・作業の役割分担・データ管理の検討を行う。
- ・得られた統計データは、分かり易く情報発信していく。

プロジェクト2 外国人観光客受入体制の強化

■クルーズ船への対応

- ・「鳥羽港クルーズ船誘致受入協議会」（以下、「クルーズ船協議会」）を中心として、メガヨットの誘致を含めクルーズ船への対応力強化を図る。ただし、費用対効果を明確に意識していく必要がある。
- ・入国管理機能はじめ、入港時の受入対応強化を図る（入港の事前情報の発信強化、鳥羽港周辺のWi-Fi対応、等）。
- ・外人向け着地型の観光情報アプリを整備する。
- ・鳥羽市内で消費拡大策（港での臨時店舗、ツアーの造成、下船したくなる鳥羽ならではの特典づくり等）を検討する。
- ・不定期に来訪するクルーズ船からの上陸客の交通手段を、一般観光客や市民に不便をかけずに、適切に対応できるような体制を構築する。

■ユニバーサルデザイン整備

- ・外国人のみならず、誰でもあらゆる人のための基本的な受入整備(ユニバーサルデザイン)を行う。(具体例:Wi-Fiの導入、バリアフリー、飲食店の多言語対応、食の案内等)
- ・鳥羽市のPR活動や外国人観光客受入のサポート役として、行政や観光関連団体に外国人が勤務できる環境を整える。

□観光関連事業者の異文化理解と意識改革

- ・外国人観光客の受け入れや対応をしやすいように、外国人観光客を誘致する意義や外国人観光客の特徴などをわかりやすく整理し、観光関連事業者に周知する。
- ・外国人観光客受入に際して、観光事業者が困ったことや不明な点を相談する窓口を設ける。

□買い物環境の利便性向上

- ・キャッシュレス化の推進や免税店舗の拡大等を推進する。

□情報の多言語化

- ・外国人観光客向けホームページやパンフレット、案内板等の見直し、再整備する。
- ・多言語表記の基準となるマニュアルを作成し、配布・発信する。

□「おもてなし」の向上

- ・外国人観光客おもてなしのための講習会の実施や外国人観光客とのコミュニケーションに役立つ指さし会話集の作成・頒布などを行う。

プロジェクト3 鳥羽の魅力を活かした外国人観光客向けプログラムの造成と提供
--

■鳥羽の魅力を活かしたインバウンド向け宿泊商品づくり

- ・食、景観、温泉等鳥羽の魅力を活かした宿泊商品を造成する。

□既存外国人観光客向けプログラムの一元化

- ・既存の外国人観光客向け着地型プログラムを収集整理し、外国人観光客向けホームページで発信する。予約システム構築も検討する。

□海女文化を活用したプログラムの検討と造成

- ・海女文化の魅力が外国人観光客に伝わるようなプログラムを構築します。
- ・平成32(2020)年度に開催されるオリンピック・パラリンピックに合わせて、鳥羽の海女文化を始めとする魅力を海外に発信する。

□周辺地域と連携したプログラムの造成・提供、観光ルートの設定

- ・鳥羽市周辺に点在する観光資源を結んだ広域的な観光ルートを構築し、その宿泊地として鳥羽市を位置づける（ルート例：関西国際空港→紀伊半島南部（「世界遺産・紀伊山地の霊場と参詣道」等）→鳥羽市宿泊→伊勢神宮→中部国際空港）。
- ・周辺地域と連携したテーマ性のあるプログラムを造成する。（例：伊勢神宮との歴史的な繋がりを外国人観光客に分かり易く伝え、伊勢神宮からの誘客を図る）

プロジェクト4 公共交通の利便性向上・機能改善

□アクセス改善の働きかけ

- ・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を民間事業者に働きかける。

□2次交通の改善

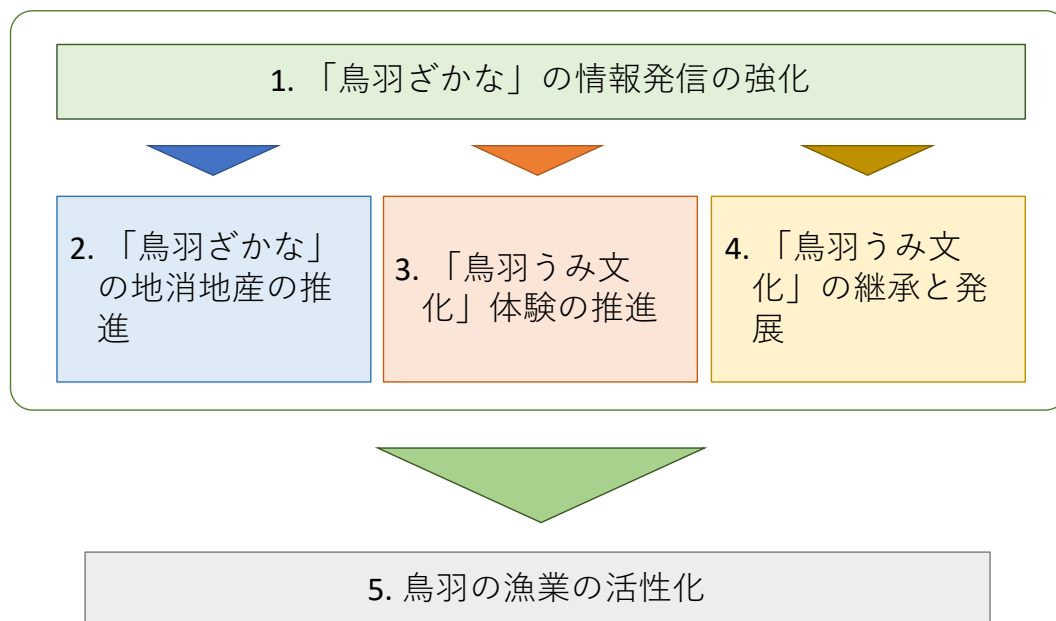
- ・外国人観光客にとっても利用しやすいように、鳥羽市内のバスや定期船などの2次交通の環境を整える。
- ・公共交通の利便性を高める（離島住民のカーシェアリング、簡便な配車システムの社会実験等）。
- ・水上交通の可能性を検討する。
- ・バス停名・駅名の表示の記号化を検討する（例：M78）。

戦略③ 漁業と観光の連携

鳥羽観光の最大の魅力“美味しい魚が食べられる”ことは、鳥羽の漁業と漁業者の存在抜きにしては成り立ちません。そこで、平成26年度に、その魅力を生かした施策を官民一体となって展開し、漁業者と観光事業者の両者が抱える課題の解決と活性化に繋げていくために『鳥羽市・漁業と観光の連携促進計画』（以下、『漁観連携計画』）を策定しました。

中期アクションプログラムにおいても、引き続き『漁観連携計画』に基づき、漁業と観光の活性化のために、鳥羽ざかなの情報発信と地消地産、「鳥羽うみ文化」の体験と継承・発展に関するプロジェクトに取組み、さらに漁業の活性化策を推進していきます。

プロジェクトの概念図－戦略③漁業と観光の連携



第2次鳥羽市観光基本計画最終年度（平成37(2025)年度）における 戦略③の目指す到達点

《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。》
そのために、観光と漁業が連携して、以下の3つを実施する。

- * 鳥羽で獲れた旬の“海の幸”のさらなる消費拡大を図る。
- * 鳥羽の“海の恵み”をアピールし、ブランド力を高める。
- * 鳥羽の海が育てた「鳥羽うみ文化」を大切に継承し、未来に向けて発展させる。

■：重点

プロジェクト1 「鳥羽ざかな」の情報発信の強化

■「鳥羽ざかな」のブランド力の向上

- ・「答志島トロさわら」の海外展開を含めた更なるブランド化を図る（情報発信、販売網の確立(B to B)等）。
- ・既存の「祝い魚」「HOSU」「海の七草」のそれぞれのプロジェクトのブラッシュアップを行い、ブランド力を強化する。
- ・通年提供できるノリやワカメなどの養殖物のブランド化を検討する。
- ・ブランド力強化の一環として「原産地証明(Certificate of Origin)」の制度を研究していく。
- ・「食の世界基準」（MSC※1／ASC※2）導入を検討する。

※1： Marine Stewardship Council（海洋管理協議会）。「MSC 認証制度」（海のエコラベル）とは、豊かな海を守るために、持続可能で水産資源や海洋環境に配慮した漁業を認証する制度。

※2： Aquaculture Stewardship Council（水産養殖管理協議会）。「ASC 認証制度」は、養殖版海のエコラベル。

□「鳥羽ざかな」のPR促進

- ・観光客に鳥羽ざかなの素晴らしさ、美味しさを周知するために、積極的な情報発信を行う。（例：『鳥羽の恵みを召し上げ！』（平成27年度、農水商工課作成）を活用したデモンストレーション、SNSによる漁師や漁師飯等の発信、「鳥羽ざかな」グッズ（お魚カード、クリアファイル、紙袋等）の販売 等）

□「漁業と観光の連携促進協議会」・同 運営委員会の継続開催

- ・「鳥羽市・漁業と観光の連携促進協議会・運営委員会」（『漁観連携計画』）を推進する組織として平成27年度に設立。事務局：観光協会）を継続して開催し、計画に基づく事業の進捗管理、評価、見直しを行う。
- ・魚介類の域内調達率調査（平成27年度実施）の結果をもとに、鳥羽市における地産地産推進に対する課題の克服のために必要な事業を検討し、実施していく。
- ・『漁観連携計画』の周知を図る（漁業者へのヒアリング、新聞等への記事掲載 等）。

プロジェクト2 「鳥羽ざかな」の地産地産の推進

■「海藻文化革命」の推進

- ・「鳥羽の海藻」をブランド化し、世界への発信を推進する。

□「鳥羽ざかな」を活かした宿泊商品の造成と販売

- ・前期から実施している鳥羽ざかなにこだわった旅館の「朝食プロジェクト」を拡大する（例：全市の宿泊施設で朝食には大きめにカットした鳥羽のノリを出す 等）。
- ・例：「期間限定・旬の鳥羽ざかなを食す」宿泊プランを造成・販売する。

□鳥羽でしか味わえない「魚食」の普及推進

- ・魚食リーダー（平成 27 年度県事業）による観光事業者との研究会や市民向け講習会等を開催する（例：新規魚食メニュー開発研究会、簡単・美味しい魚講習会 等）。
- ・小中学校で、鳥羽ざかなや魚介類の様々な知識を学習する機会を設ける（未利用魚の給食メニュー、鳥羽ざかなの学習、家庭科で魚の捌き方 等）
- ・例：マルシェで魚が購入できる商品券を市民向け特典として配布する。

□旬の「鳥羽ざかな」を鳥羽で食べられる仕組みづくり

- ・例：「マルシェチャレンジ」の活用、漁業者が出向かなくてもマルシェに出品できるシステム作り（例：離島の加工品を定期船で運ぶ、漁村を巡って加工品を集める 等）。

□未利用魚の活用

- ・例：食べ方のレシピを付けた一次処理済み「地魚パック」の通信販売、未利用魚の 6 次産業化(缶詰や真空パックなど常温のお土産等) 支援 等。

□一次加工場の整備推進

- ・鳥羽で獲れた魚介類を旅館に計画的かつ安定的に供給するために、旅館で使いやすいように下処理した魚介類を提供するシステムを構築する。
- ・まずは事業検討会議(仮)を設け、域内調達率調査結果を元に、一次加工場整備の方向性を検討、整備スケジュールを立てる。

プロジェクト3 「鳥羽うみ文化」体験の推進

■「鳥羽うみ文化」教育旅行用プログラムの造成、誘致、受入体制構築

- ・鳥羽市立海の博物館や鳥羽市水産研究所等、海に関わる調査・研究機関等を活用し、鳥羽うみ文化を教育旅行のプログラムとして構築し提供する。
- ・教育旅行の誘致・受入対応を行う体制を整え、鳥羽うみ文化を活かした教育旅行用プログラムを造成する。

□「鳥羽うみ文化」体験プログラムの造成と提供

- ・鳥羽市の歴史や踏まえた体験プログラムや、漁業や鳥羽うみを体験するプログラムを造成し、「ワンストップ窓口」により販売する。

□「鳥羽ざかな」のオーナー制度の導入検討

- ・漁業者の支援と漁業体験プログラムを組み合わせたシステムを構築する（例：クラウドファンディング※を活用した筏オーナー制度 等）。

※インターネットを通じて不特定多数の人から資金の出資や協力を募ること

プロジェクト4 「鳥羽うみ文化」の継承と発展

■「海女さん応援基金」の発展

- ・前期から実施している「海女さん応援基金」のシステムと内容を発展させる（基金の率アップ、女さん応援や海の環境保護、水産資源保護 等）

□海女文化研究と観光客や市民への成果発信

- ・海女と海女文化を継承していくために、学術的な視点から研究し、学問（アカデミック化）として充実させる。大学等の協力のもと、観光客や市民向け海女学講座を開講する。

□海女文化を活用した観光商品の拡充

- ・海女文化活用の可能性を検討し、体験プログラムを造成・販売する。

□「鳥羽うみ文化」主要3施設と漁業との連携による観光商品の可能性検討

- ・「鳥羽うみ文化」主要3施設と海女と連携した観光商品造成の可能性を検討する。

□海女サミットの運営

- ・国内外の海女との交流等を実施するなど、海女漁業の振興と海女文化の保存継承に向け、毎年開催される「海女サミット」の運営を継続する。

プロジェクト5 鳥羽の漁業の活性化

■アワビの増殖・中間育成の推進

- ・アワビの種苗放流の継続、放流後の歩留まりアップ策等、アワビの生存率向上に取り組む。

■鳥羽市水産研究所の活用

- ・移転する鳥羽市水産研究所で行う研究の中で、特に藻場の再生等によって「海藻文化革命」に寄与していく。
- ・鳥羽市水産研究所を水産振興の拠点と位置付け、藻類の研究や種苗生産を主としながら、多分野連携による水産振興施策を展開していくために活用していく。

□漁業従事者の育成

- ・漁業の担い手となる人材を確保する施策を早急に検討する（PR動画作成 等）。
- ・地域おこし協力隊・集落支援員を活用して、鳥羽の漁師や海女の後継者を育成する。

□森林を含めた「鳥羽うみ」の生態系の改善

- ・市内の環境林や生産林の管理、手入れを強化し、鳥羽うみの環境改善していく。

□「鳥羽ざかな」の資源育成と管理

- ・魚介類の種苗の放流を継続して実施する。
- ・近年横行している「密漁」に対し、関係する組織と共同して対策を検討する。

□大学等と連携した漁業における課題の解決

- ・「鳥羽ざかな」の認知度アップや売り上げアップのための具体的な取組を、大学や高専等と共同し、学生のアイデアも取り入れた事業を推進する。

□ICT（Information and Communication Technology）を活用した漁業の活性化

- ・例：鳥羽の漁業とインターネットゲームを組合せ、観光客や市民のみならず誰もが「鳥羽ざかな」を知り、興味を持てるようなアプリを開発する。

□漁業の産業としての強化

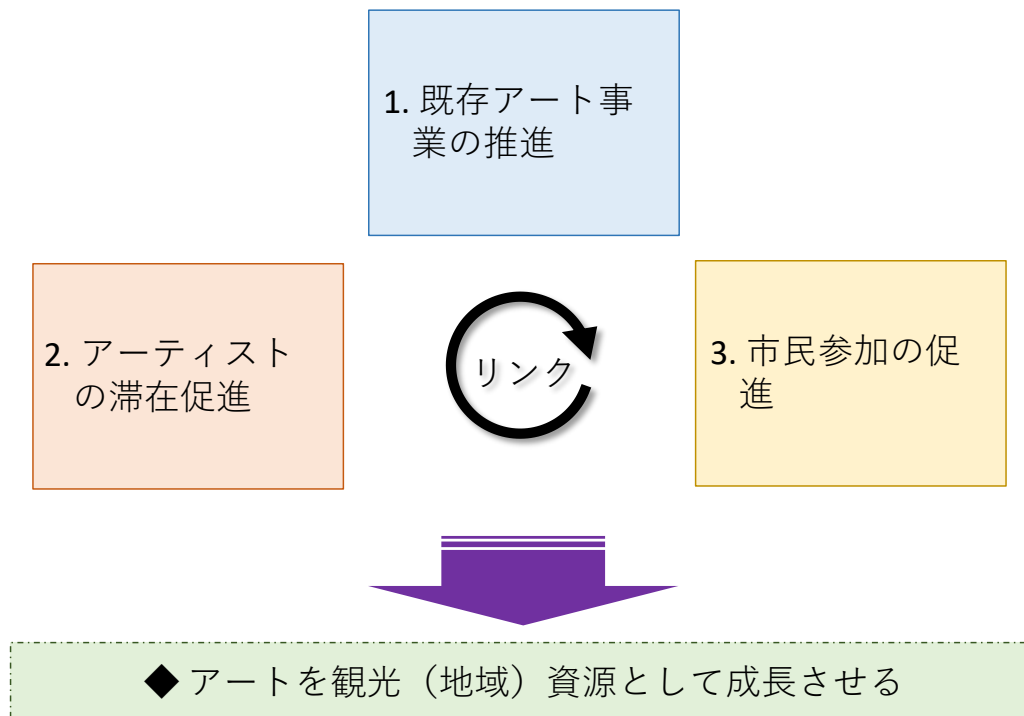
- ・消費者に生産者の顔が見える漁業を推進する（消費者が鳥羽ざかなを安心安全に食べられる「トレサビリティ」を取り入れる等）。

戦略④ 「鳥羽うみアート」の推進

これまでも、鳥羽市ではアートを活かしたイベントや祝祭などの伝統芸能、市民団体による演劇会など、歴史文化から芸術文化、現代芸術に至るまで様々な取組が行われています。

既存の取組のブラッシュアップと並行して、新たな芸術・文化を取り入れることも必要です。そのためには、芸術家の滞在を促進し、市民が芸術家と一緒にアートを作り上げるなどの交流の機会を創出することによって、市民のアートに対する意識を高めていきます。後期には、アートが来訪目的になるような「本格的なアート」が観光資源となるよう、中期ではその基礎固めとなる取組を行っていきます。

プロジェクトの概念図－戦略④「鳥羽うみアート」の推進



第2次鳥羽市観光基本計画最終年度（平成37(2025)年度）における **戦略④の目指す到達点**

- * 芸術（アートイベントを含む）が鳥羽市の魅力の1つとなっていて観光客がそれを目的に訪れるようになっている。
- * 芸術家が市内に居住し、市民や観光客と芸術家との交流の場が創出されている。
- * 市民の芸術に対する親しみが生まれていて、芸術的センスが磨かれている。

■：重点

プロジェクト1 既存アート事業の推進

■「鳥羽うみアート会議(仮)」の開催

- ・現在活動している団体等をメンバーによる「鳥羽うみアート会議(仮)」を立ち上げる。
- ・アートを観光資源の1つに高めていくために、鳥羽市のアート関連事業（イベント等）の現状把握と課題を整理した上で、後期アクションプログラムで取組む予定の来訪目的になる「本格的なアート」に向け、その方向性等を議論・検討する。

□「鳥羽うみアートプロジェクト」の情報発信強化

- ・市民や観光客の認知度を高めるため、前期アクションプログラムにおいて、既存アート事業の情報を一元化し発信するために整備した、インターネットサイト「鳥羽うみアートプロジェクト」による情報発信（実施結果）を継続する。
- ・さらに、そのサイトにおいて、それら既存アート事業の事前開催案内情報も発信して行く。

□既存の取組の発掘と情報発信

- ・鳥羽市のアート関連事業（イベント等）の現状把握と課題を引き続き整理する。

プロジェクト2 アーティストの滞在促進

■滞在促進の仕組みづくり

- ・鳥羽市の風景や文化などに興味を持ち、鳥羽市に定住しながら創作活動を行う意思のあるアーティストに対し、鳥羽市への移住を促進するために必要な支援を検討する。
- ・既存のアート事業に関心のあるアーティストを発掘・募集し、その事業に参画してもらうための支援を行う。
- ・美術系大学と積極的に連携しながら、滞在拠点として、空き家を活用した創作活動の場やアーティスト・イン・レジデンス整備を推進する。

□文化活動拠点づくり

- ・招聘したアーティストや市民のアート活動の拠点として、旧鳥羽小学校等の活用を検討する。

□市民との交流促進

- ・市民がよりアートに親しみを持てるよう、招聘したアーティストによる市内の幼稚園・保育所～高校生に対する派遣授業の機会や、市民向け講習会・ミニ発表会等の場を設ける。

プロジェクト3 市民参加の促進

■「実験アートイベント」の開催

- ・既存の取組の課題を踏まえ、センスアップや質の向上、また新規客層の開拓にも繋がるような実験的なアートイベントを開催する。（例：旅するマーケット 等）

□市民参加のアート事業への支援

- ・アートを施す団体等の活動に対する補助金など、アートを活かした取組を実施している組織・団体に対する支援を行う。

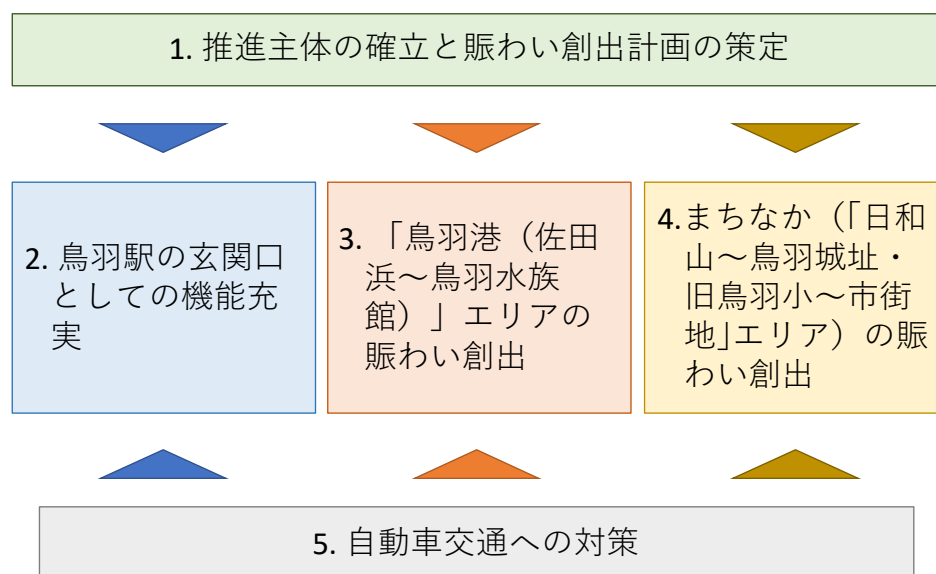
□市民や観光客が参加しやすいアートのワークショップ等の実施

- ・市民や観光客がアートをより理解や興味関心を持てるよう、現在実施されているアート事業において、誰でも参加しやすい企画（ワークショップ等）を検討し、実施する。
- ・城山公園の「ハートTOBA」整備のように、SNSで発信したくなる事業や、気楽に参加できるイベントなどを積極的に展開していく。

戦略⑤ 中心市街地の賑わい創出

多様な観光資源や観光施設が集積する鳥羽駅を中心とする周辺空間を、鳥羽らしさが感じられる空間へと整備していくために、まず、前期アクションプログラム期間に進まなかったこのエリア全体の「賑わい創出計画」策定に取り組むとともに、鳥羽駅の機能充実、まちなか（市街地）と鳥羽港周辺の賑わい創出のためのプロジェクトに取り組んでいきます。

プロジェクトの概念図ー戦略⑤中心市街地の賑わい創出



第2次鳥羽市観光基本計画最終年度（平成37(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

- ・まちなかの空き家を再生した市民や観光客が利用できるような店舗（飲食・物販）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空間や役割を持っている。

*＜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。
- ・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。

■：重点

プロジェクト1 推進主体の確立と賑わい創出計画の策定

■過去の計画を踏まえた、新たな賑わい創出計画の策定

- ・経済産業省事業調査等、これまで策定された中心市街地に関する計画を踏まえ、中心市街地の民間事業者とともに中心市街地の賑わい創出の方針を決定し、計画を策定する。
- ・計画策定の際には、スケジュール、主体、財源等についてもしっかりと織り込む。

□地域のまちづくりを推進する主体の育成

- ・都市再生推進法人等、鳥羽駅周辺（中心市街地）のまちづくりを主体的に推進する組織の立ち上げを検討する。

プロジェクト2 鳥羽駅の玄関口としての機能充実

■避難対策を含めたバリアフリー化の促進

- ・鳥羽駅のまちなか側への出入り口のバリアフリー化を促進する（エレベーターや斜路の設置）。
- ・観光客、特にインバウンドがストレスなく鉄道利用ができるよう、鉄道会社に働きかける。

□ウェルカム（わくわく）感の演出

- ・鉄道で訪れた観光客にとって、鳥羽の第1印象となる鳥羽駅は、玄関口として相応しいワクワクする質の高い空間となるよう、鉄道会社に働きかける。

□観光客・駅利用客のためのサービス充実

- ・駅構内の案内・誘導サインやマップ、玄関口に相応しい観光案内機能の充実を図る。
- ・鳥羽駅にて観光客に提供すべきサービス（観光案内、飲食・休憩、A T M等）の充実を図る。
- ・観光案内所のサービス内容を拡大する（例：着地型旅行商品の販売、宿泊施設への手荷物運搬サービスの案内 等）。
- ・禁煙・分煙対策を強化する。

□2次交通の利便性向上

- ・駅構内に、公共バスや定期船等の発着状況の案内を表示するなど、2次交通の利用促進策を検討する。
- ・宿泊施設の送迎バスの共同化を検討する（シェアリングエコノミーの導入）。

プロジェクト3 「鳥羽港（佐田浜～鳥羽水族館）」エリアの賑わい創出

■鳥羽駅から鳥羽港に至る「ウェルカムゾーン」の演出と賑わい創出

- ・鳥羽駅から、マルシェ～マリンターミナルに至る空間を「ウェルカムゾーン」と位置づけ、市民だけでなく観光客も楽しく移動・散策できるような空間づくりを推進する。
- ・鳥羽駅前から鳥羽港に至るエリアの一体的な再開発の検討を始める。

□国立公園のゲートウェイ機能の強化

- ・鳥羽マリンターミナルは公園部分（かもめの広場）も含めて、交通拠点の機能のみならず、観光対象としても積極的に活用する（ビューポイント、カフェ、コンサート、イベント等）。
- ・鳥羽マリンターミナルの離島への玄関口としての役割として、離島の観光情報案内や手荷物輸送サービスなどの機能を強化する。
- ・伊勢志摩国立公園の情報発信機能（ビジターセンター機能）については、その有用性に鑑み、引き続き維持する方向で関係各方面との調整を図る。

□車による来訪者への観光情報サービス拠点づくり

- ・鳥羽に車で訪れる観光客向けの観光情報サービス拠点を当エリアに整備することを検討する。

□鳥羽マルシェの活用促進

- ・品揃え、メニューのバリエーションの拡大等、マルシェの魅力アップを図る。（例：漁業者や農業者が開発した鳥羽の食材を使った新商品を試験的に販売する「マルシェチャレンジコーナー」）
- ・鳥羽マルシェ内に、自動車で訪問する観光客への観光情報サービス拠点機能の導入を検討する。
- ・繁忙期に自動車で鳥羽マルシェを訪れる観光客用の駐車場の改善策（的確な案内や量の確保等）を検討する。

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

■鳥羽駅や鳥羽水族館からまちなかへの誘導策

- ・鳥羽駅や鳥羽水族館方向からまちなかへ誘導するためのサイン整備や散策ルートの設定などを行う。
- ・まちなかへ誘導し、街歩きを楽しむためのプログラム作成し、街歩きイベントの開催等で情報発信する(例: 食べ歩き、海女バル、歴史文化探訪等)。
- ・現在、低利用地となっている鳥羽一丁目付近の再開発を推進する。

□アートや歴史資源による活性化

- ・鳥羽城址及び旧鳥羽小学校を歴史とアートの拠点として整備することを検討する。

□日和山の活用

- ・歴史的価値も高く、鳥羽駅にも近い日和山を、ビューポイント、避難場所として維持、活用していく。
- ・駅とまちなかを繋ぐ魅力ポイントの一つとして、駅→日和山→まちなかへの散策路づくりを検討していく。

□空き家・空き店舗対策

- ・鳥羽市全域の空き家の実態調査を行い、空き家の現状と課題を整理する。
- ・調査結果を踏まえて、空き家の撤去と跡地活用の検討も含めた空き家の再生や活用に関する計画を策定する。(例: アーティスト・イン・レジデンス)
- ・平成28年度に構築した空き家バンク(空き家入居希望者と所有者をマッチングさせる機能)等、市による空き家活用支援・定住促進事業を継続する。
- ・空き家となった歴史的建造物の保存と活用を検討する。

プロジェクト5 自動車交通への対策

□繁忙期の交通渋滞対策

- ・観光繁忙期に起こる交通渋滞等の対応策を継続して行っていく。

□駐車場不足対策

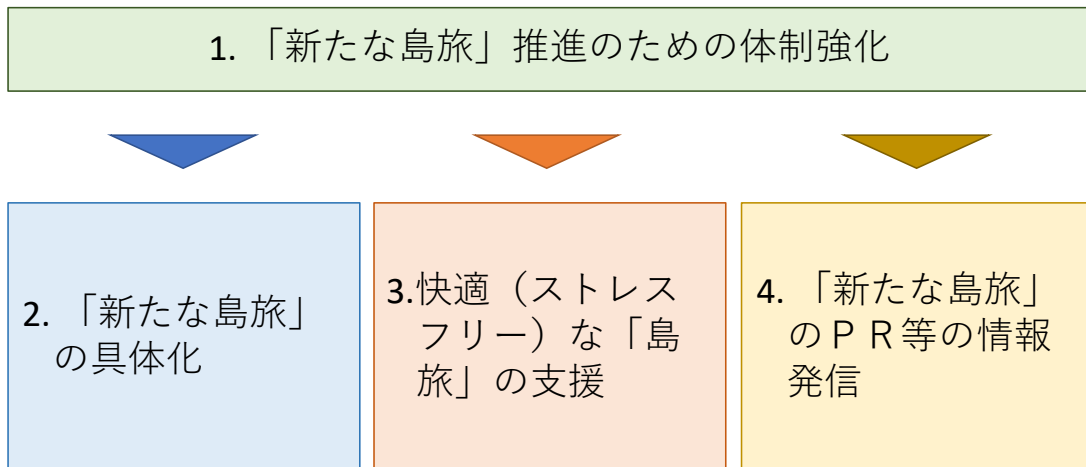
- ・観光繁忙期における市街地の駐車場不足への対応策(既存駐車場の有効(合理的)活用、駐車場マップの作成等)を検討する。

戦略⑥ 新たな島旅の推進

鳥羽の有人離島は、それぞれ個性豊かな魅力を兼ね備えています。離島の観光を推進するために、「船に乗って離島を訪れる」価値のある滞在方法を観光客に提供するための取組を行います。

具体的には、現在島毎に行っている取組を連携・強化し、島毎の特徴を際立たせた島旅の造成や訪れやすい環境整備、さらに島旅と離島についての詳細な情報発信を行っていきます。

プロジェクトの概念図－戦略⑥新たな島旅の推進



第2次鳥羽市観光基本計画最終年度（平成37(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。

■：重点

プロジェクト1 「新たな島旅」推進のための体制強化

■「島旅」の体制強化

- ・「新たな島旅」を実施する組織の検討を行う。
- ・検討結果は、島むすび会議や各離島の旅館組合をはじめ、離島及び市内の観光推進組織等で共有する。

□各組織の役割明確化

- ・離島観光の推進のために、各組織（「島むすび会議」、各離島旅館組合、商工会議所、市、観光協会、民間事業者等）の役割を明確にする。

□人材の確保、育成

- ・島っ子ガイドを小学校教育の一環として実施し、4離島全体で取り組む。
- ・それぞれの離島において市民が歴史文化や風習などを学ぶことができるプログラムを構築し、ガイドボランティア（島民ガイド）として活躍できる人材を育成する。

プロジェクト2 「新たな島旅」の具体化

■新たな需要の拡大

- ・これまで対象とできていなかった客層の、新たなテーマによる誘致を検討する。（例：学校や企業の合宿・研修等）

□既存の「島旅」の課題整理

- ・既存「島旅」の情報を収集整理し、課題を整理抽出する。
- ・現在離島を訪れている観光客の客層や訪問理由、行っている活動などを把握するために、「離島訪問者の動向調査」を実施する。

□島別の「新たな島旅」の検討

- ・『島遺産100選』を振り返り、離島の魅力を再認識した上で、その魅力が観光客に伝わるような方法を検討する。
- ・観光客に訴求できるような、新たな魅力となる4島共通のテーマを具体的に検討する。（例：島ランチ・島アート・島スポーツ・島ウォーク・島暮らし体験 等）
- ・昼間の島民利用が少ない時間帯の便を利用した離島周遊ツアーの構築を検討する。

□新たな魅せ方の検討

- ・島民協力の元、観光客が島民と交流できるプログラム（島ぐらし体験など）の造成を検討し、実験的に観光客に提供する。
- ・客船・クルーズ船の新たなオプションツアーを検討する。（例：グランピングで島ランチ 等）
- ・漁船を活用したプログラムの開発と充実を図る。

プロジェクト3 快適（ストレスフリー）な「島旅」の支援

■離島へのアクセス向上

- ・観光客が離島を訪問しやすいよう、期間限定（観光のトップシーズンのみ等）で定期船の時刻表改正の可能性を検討する。
- ・市営定期船に係るパンフレットの多言語対応を図る。
- ・海上タクシーの普及や、遊漁船の活用など新たな水上交通の導入の可能性を検討する。
- ・定期船そのものの魅力向上策を検討する。

□離島の滞在・滞留拠点の整備・改善

- ・宿泊施設の施設レベル向上のための支援制度導入を検討する。
- ・離島に訪れた観光客が休憩したり、観光情報が得られる場所を整備する。（具体例：定期船待合室に、4離島の観光案内機能をもたせる。）
- ・集落内にベンチや休憩場所等のインフラ整備を行う。

□島民のおもてなし向上

- ・島民の観光客や観光事業に対する理解向上と、観光客を温かく迎え入れる機運を高めるために、おもてなし講習を実施する。
- ・島むすび会議や「新たな島旅」の検討などの議論結果を島民と共有するために、情報を随時発信する。

□離島のサイン整備

- ・景観の質的向上をバックアップする条例策定や事業の実施を検討する。

プロジェクト4 「新たな島旅」のPR等の情報発信

■「島旅」情報の一元化

- ・プロジェクト2で整理した「島旅」の情報を一括して、ホームページやパンフレットで発信する。また、観光協会で整備したネット上の「着地型旅行商品のワンストップ窓口」も活用する。
- ・離島の魅力を紹介するパンフレット等を見直し、デザインやコンテンツの刷新を行う。
- ・「島旅」推進の関係者間での情報共有を密に行う。
- ・SNSを活用し、リアルタイムの情報発信を積極的に行う。

□積極的なプロモーション

- ・島好き層に魅力を訴求するため、「アイランダー」や「島づくりキャラバン」等、展示会やイベントへ出展する。
- ・新たな需要拡大のために、企業や学校へ働きかける。
- ・島好き対象のウェブサイトの立ち上げや離島関連雑誌への広告掲載を検討する。

□本土側でのPR促進

- ・本土側において離島訪問促進のためのプロモーションを行う。具体的には、宿泊施設や店舗における離島パフレットの配布や観光情報の案内等を行う。

□離島で受けられるサービス情報の発信

- ・観光客が離島で受けられるサービスを島ごとに整理し、ウェブサイト等で発信する。
- ・島を訪れる観光客の荷物を預かり島へ届けるサービスの案内が観光客に事前に伝わるよう、ホームページや観光案内所等での周知を強化する。また、そのサービスをより利用しやすいような改善策を検討する。

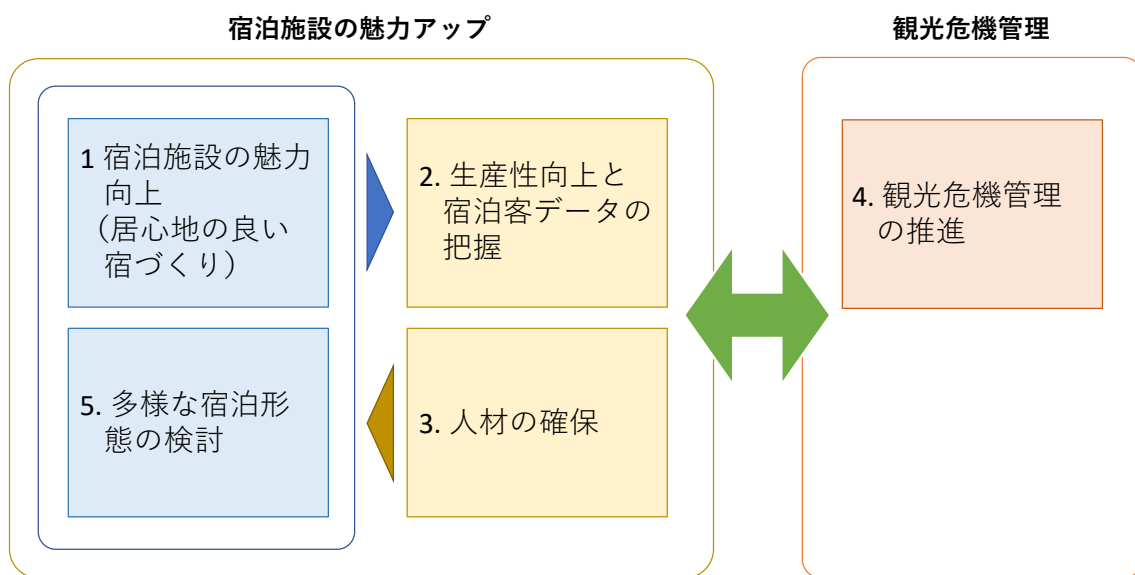
戦略⑦ 宿泊施設の魅力アップと観光危機管理

鳥羽市には大小様々な規模、ホテル・旅館から民宿までの多様な宿泊施設が、中心市街地や離島、集落などに点在しているのが特徴です。

日本人旅行市場が長期的な減少という将来の市場動向を踏まえると、これからの宿泊産業発展のためには、外国人や長期滞在者、リピーターの増加を目指す必要があります。具体的には、外客受入環境整備の推進とともに、宿泊施設そのものの魅力アップや多様な選択肢を提供すること、またそのためにはニーズの把握すること、生産性の向上を目指すこと、さらに働く人にとっても魅力ある職場となる必要があります。

また、観光客が安心安全に宿泊できるよう、地震・津波や暴風雨対策をはじめとする観光危機管理に対する対応も引き続き強化していきます。

プロジェクトの概念図ー戦略⑦宿泊施設の魅力アップと観光危機管理



第2次鳥羽市観光基本計画最終年度（平成37(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。
- *防災対策がしっかりと成され、観光客に対して安心・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。
- *防災対策が継続して実施されていて、事業者の防災意識が高まっている。

■：重点

プロジェクト1 宿泊施設の魅力向上（居心地の良い宿づくり）

■外客受入環境整備の推進

- ・すでに戦略2「インバウンドの受入推進」で整理したように、宿泊施設内の多言語対応、キャッシュレス化の推進、旅館文化（利用の仕方を含む）の多言語による解説、ホームページ等による多言語情報発信など外国人の受入環境の向上に取り組む。

■鳥羽温泉郷のPRと魅力発信

- ・鳥羽温泉の特徴（海の眺望が素晴らしい等）を観光客に分かりやすく伝える方法を検討し、鳥羽温泉の魅力を観光客に訴求する。
- ・宿泊施設内の浴場の快適さ向上と日帰り入浴への対応等を推進する。
- ・「温泉」の魅力をさらにアピールするため、入湯税の有効活用を検討する。

■朝食プロジェクトの推進

- ・離島で実施している「朝食プロジェクト」を継続的に実施し、本土側へも拡大する。
- ・全宿泊施設で朝食には「鳥羽のノリ」を出し、「どこに泊まっても朝食が美味しい鳥羽」を目指す。

□「一宿逸ウリ」を持つ。

- ・各宿泊施設において、特にアピールしたい特徴を鳥羽市観光に関するホームページ等でPRする。

□期間限定！旬の「鳥羽ざかな」を食べるプランの造成

- ・鳥羽産の農産物や水産物を宿泊施設で積極的に用いるための方策を検討し、旬の「鳥羽ざかな」を確実に提供できるよう取組を進める。

□施設の改善・バリアフリー化、経営等に対する支援制度

- ・宿泊施設のバリアフリー化を推進するために、改修費用の一部を補助する制度を設けるとともに、経営の改善等のための支援制度を導入する。

□「マイホーム鳥羽」活動の宿泊施設での実施

- ・美しい鳥羽を目指し、鳥羽市各地で実施している「マイホーム鳥羽」の取組を宿泊施設でも実施する。

□ニーズに合った宿泊形態への対応

- ・1泊2食から泊食分離、1室複数名利用からシングルユースへと、観光客のニーズに対応したフレキシブルな宿泊形態を導入する。

プロジェクト2 生産性向上と宿泊客データの把握

■生産性向上の取組

- ・中小の宿泊業者に対する経営診断を引き続き実施し、将来の経営方針のコンサルティングを行う。

■実態調査（満足度調査）の定期的な実施

- ・宿泊施設の協力の元、定期的に宿泊客の満足度調査を実施し、観光客のニーズや傾向を把握する。

□宿泊客データの収集

- ・宿泊施設ごとに宿泊客数、発地、泊数等、宿泊客の基礎的なデータを毎日集計し、その施設のマーケティングデータとして活用するとともに、定期的に市(観光協会)に報告するシステムを構築する。

□ウェブを活用した調査方法の導入

- ・満足度調査及び宿泊客データの集計の煩雑な作業を軽減し、かつ速やかに結果の把握するために、イントラネットやDMOネットの活用を検討する。

□協力施設へのフィードバック

- ・宿泊客データの収集に協力する宿泊施設にメリットがあるように、それらの施設に鳥羽市における宿泊客の動向分析の結果を随時提供していくシステムを構築する。

プロジェクト3 人材の確保

■人材確保

- ・「とばびと活躍プロジェクト」において、宿泊産業の人材確保策を推進する。
- ・鳥羽市の宿泊産業で働くことの魅力や意義を発進する。
- ・宿泊産業に対する誇りを醸成できるよう、また同時に、鳥羽市への愛着を高まるような施策を検討する。
- ・昨今の人手不足に対応するため、外国人の受入れを検討する。新しい在留資格である「特定技能」が新設され、14業種の中に「宿泊業」が位置づけられたことから、本制度の活用について早急に検討を進めていく。

□人材育成

- ・宿泊産業における人材のあり方を検討する。
- ・マネジメントを含む、従業員のスキルアッププログラムの実施に対して支援を行う。

□就労環境の改善

- ・鳥羽市の宿泊産業における就労環境の共通した課題を整理し、環境改善策を検討する。
- ・託児所等、子育てしながら宿泊産業に従事できる環境整備策を検討する。

- ・ 中小宿泊施設対象に、宿泊産業従事者向けの共同寮整備の可能性を検討する。
- ・ 単身者用寮から家族向け住宅への転居の支援策を検討する。

□インターンシップの受入促進

- ・ 宿泊産業の魅力について若者が学ぶ機会を増やすために、周辺を含めた高校、観光系の専門学校や大学から宿泊業へのインターンやサマージョブを積極的に受け入れる施策（インターン生向けの研修プログラム、受入窓口機能 等）を推進する。
- ・ 鳥羽市で育ち、鳥羽市に就労した子供たちの調査・分析を行い、定着率向上策を検討する。

□小中高校における実践的教育の実施

- ・ 小中高校の授業の一環として、宿泊産業の社会科見学や旅館体験等を行い、宿泊産業に対する興味関心を高める。

プロジェクト4 観光危機管理の推進

■実施している対策の整理とその情報発信

- ・ 避難訓練など、観光地としての防災対策を継続して実施する。
- ・ 災害時に各施設の被害状況等を一元的に集約し、観光客や市民に周知するシステム、さらに三重県にその情報を提供するシステムの精度向上策を検討する。

□三重県避難対策マニュアルに沿った各施設のマニュアル作成

- ・ 三重県避難対策マニュアルに沿った各施設のマニュアルを積極的に作成する。
- ・ 鳥羽市全体（一部周辺地域も含む）の避難対策マニュアルの作成を検討する。

□事業継続計画（BCP）の策定

- ・ 災害時に早期復旧を図るための方法を検討した計画（BCP：事業継続計画）を早期に作成する。

プロジェクト5 多様な宿泊形態の検討

□新しい宿泊形態の検討

- ・ 新たな客層誘致のため、既存の宿泊施設と極力競合しないエリアにおいて、滞在型のアート体験や本格的な漁業体験が可能となる民泊（住宅宿泊事業法に基づく）や簡易宿所の導入を検討する。
- ・ 小規模宿泊施設に対する支援制度の研究に着手する。

戦略⑧ 推進体制の構築

第2次鳥羽市観光基本計画及びアクションプログラムを推進するためには、（１）観光推進組織の体制、（２）市民の理解と参加、（３）観光統計データの管理 に適切に取り組む必要があります。

第2次鳥羽市観光基本計画最終年度（平成37(2025)年度）における 戦略⑧の目指す姿

- *観光振興をする上で、各主体の役割が明確になっていて、しかるべき組織がしかるべき役割を担っている。また、行政は民間事業者を支援する役割となっている。
- *入湯税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。
- *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。

■：重点

プロジェクト1 観光推進体制の構築

■「アクションプログラム管理会議」継続開催

- ・『第2次鳥羽市観光基本計画』及びアクションプログラムの事業評価を実施するために、前期アクションプログラムで立ち上げた「アクションプログラム管理会議」を中期においても継続する。
- ・観光関連事業・他課や別組織の進捗状況収集を行うとともに、その情報発信を行う。
- ・『第2次鳥羽市観光基本計画』及びアクションプログラムで明記された各事業が実施されているかどうかを管理し、各事業及び各戦略の成果を評価する。
- ・「後期アクションプログラム」の策定に際には、アドバイスをを行う。

□安定財源の確保

- ・入湯税の7割を鳥羽市観光振興基金にて積み立て、安定的な財源の確保を目指している。今後も観光振興のために、さらに効果的な活用を目指す。
- ・ふるさと納税を継続して実施する。内容については見直しを行い、ふるさと納税をして下さった方が鳥羽市に訪訪していただけるよう、一層の工夫を行う。
- ・京都市などが導入を決め全国で動きが活発となっている宿泊税をはじめとした新たな安定財源（他に協力金、入湯税の税率見直し、B I D^{※1}／T I D^{※2}等）の可能性について検討を行う。

※1：BID（Business Improvement District）とは、特定の地区を限定して不動産所有者等に負担金を求め、その資金をエリアマネジメント活動を実施する団体等に配分するしくみ。

※2：TID（Tourism Improvement District）とは、観光産業改善地区のことで、宿泊客の宿泊料金に一定料率を課すことで調達した資金を地域のDMO等の活動に充てるしくみ。

- ・観光ベンチャーなどの起業を支援するための「観光ファンド」などの制度などについて検討していく。

□ 日本版DMO（地域DMO）への正式登録

- ・日本版DMO候補法人から早期登録を目指す。
- ・そのための「形成・確立計画」策定に必要となるKPIの設定、マーケティング専門人材の確保、安定財源の確保等、必要5条件を早期に確定する。

□ 既存の観光関連組織の役割と機能の整理

- ・観光推進組織については、現状でも様々な主体が観光地鳥羽の魅力づくりに取組んでいるが、役割の重複や抜け落ちが見受けられるので、観光関連組織が連携しながら『第2次鳥羽市観光基本計画』に則って事業を推進していく体制構築が必要である。
- ・そのためには、既存組織の役割を見直し、重複や抜け落ちのある箇所についての役割分担を明確にする。また、必要に応じて新組織の設立も検討する。

プロジェクト2 市民の観光産業・事業への理解と参加促進

■ 観光財源としての「入湯税」の使途の明確化

- ・入湯税の使途をさらに市民や観光客に伝わるようインフォグラフィック（infographics^{※3}）などを活用し、分かり易い情報発信によって「見える化」を図る。

※3：情報、データ、知識を分かり易く図表などによって視覚的に表現したもの。視覚言語と言われることもある。

□ 観光による経済効果の「見える化」

- ・市民の観光への理解を一層得るために、鳥羽市における観光産業の重要性（意義や貢献度）などを明らかにし、観光事業の成果の「見える化」（情報発信）を推進する。
- ・若者や高齢者などが観光事業に「参加」できる場を提供し、観光への理解を深める。
- ・第2次鳥羽市観光基本計画及びアクションプログラムに基づく事業の実施によって得られた成果を市民に広報誌等により情報公開し、周知を促進する。

□ トークン・エコノミーの研究

- ・現在の貨幣に代わる「代替通貨」としてのトークンの概念はまだ普及はしていないが、そのメリット、デメリットについては、将来の観光地における決済手段として研究を進めていく。

プロジェクト3 観光統計と観光マーケティングの充実

■「観光統計強化システム(仮)」の構築

- ・観光統計データの取り方やデータの課題を整理する。
- ・行政や民間が観光振興に利用しやすい観光統計のあり方（IT化、イントラネットの活用等）を検討する。
- ・サンプルの安定化（母数の確定）を図る。
- ・隣接市町村や競合観光地の観光統計データの収集・分析に努め、その動向を把握する。

□協力施設の負担軽減とメリットが得られる仕組みづくり

- ・観光振興組織の日本版DMO登録に伴い利用できる「DMOネット」を活用する。

□デジタルマーケティングの推進

- ・日本政府観光局(JNTO)などが活用を進めているビッグデータ等を活用したデジタルマーケティングを推進していく。

□経済波及調査の実施

- ・鳥羽市の観光産業が地域にどの程度の経済的な影響を及ぼしているのかを把握するため、定期的に観光による経済効果を算出する（観光動向調査を含む）。次回は、平成33(2021)年度に実施する。

3. 中期アクションプログラム・事業一覧

戦略①「鳥羽うみ文化」の構築と創出

実施年度 平成(西暦)年度				プロジェクト名	プロジェクトの概要 ■重点
31 (2019)	32 (2020)	33 (2021)	後期:34~ (2022~)		
●	●	●	●	1 「鳥羽うみ文化」を活かした世界水準の観光地づくり	■世界からお客様が訪れる観光地に相応しい景観づくり □「ナショナルパーク」としてのブランドを活かす □世界水準の外資系ホテルの誘致検討 □海女文化の「ユネスコ無形文化遺産」への登録に向けた取組 □SOGsへの取組強化 □世界に向けた情報発信(広告宣伝戦略)の強化 □優れた観光ガイドの継続と育成
●	●			2 「鳥羽うみ文化創出会議(仮)」の開催	■「鳥羽うみ文化」を表現する公式ルールづくり □鳥羽観光の価値向上、魅力追求 □具体化に向けた実行部隊づくり
●	●	●		3 「鳥羽うみ文化」を象徴する施設の魅力向上	■各施設における「鳥羽うみ文化」伝達機能向上と、取組の情報発信 □主要3施設及び周辺フィールドと連携したプログラムの造成と提供 □市内の主要な観光施設におけるバリアフリー化促進
●	●	●		4 「鳥羽うみ文化」の市民理解促進と資源認定	■地区毎の「鳥羽うみ文化」資源の整理と地区毎のパンフレット作成 □「鳥羽うみ文化」資源の認定 □「鳥羽うみ文化講座(仮)」の開催 □観光ボランティアガイド育成システムの構築
●	●	●	●	5 「鳥羽うみ文化」史料の発掘・整理と情報発信	□史料のデジタルアーカイブ化の継続

主な推進主体																									
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	コンベンション機構	漁協・漁業者	農協・農業者	観光連携協議会	食リダー	島むすび会議	島の旅社	アート会議	観光交通対策協議会	社会福祉協議会	大学等	鉄道会社	国	三重県
観光課	農水商工課	建設課	教育委員会	定期船課	環境課	企画財政課																			
●	○	●	○		○			○	○																
●			○				○	○					○												
●			○				●	○	○																
○			●					●																	
●			●																						

戦略② インバウンド受入推進

実施年度 平成(西暦)年度				プロジェクト名	プロジェクトの概要 ■重点
31 (2019)	32 (2020)	33 (2021)	後期:34～ (2022～)		
●	●	●		1 推進主体の確立とインバウンド戦略の策定	■インバウンド受入推進主体の明確化 ■「鳥羽市インバウンド戦略」づくり ■外国人観光客の動向・統計整備と充実
●	●	●		2 外国人観光客受入体制の強化	■クルーズ船への対応 ■ユニバーサルデザイン整備 □観光関連事業者の異文化理解と意識改革 □買い物環境の利便性向上 □情報の多言語化 □「おもてなし」の向上
●	●	●		3 鳥羽の魅力を活かした外国人観光客向けプログラムの造成と提供	■鳥羽の魅力を活かしたインバウンド向け宿泊商品づくり □既存外国人観光客向けプログラムの一元化 □海女文化を活用したプログラムの検討と造成 □周辺地域と連携したプログラムの造成・提供、観光ルートの設定
●	●	●	●	4 公共交通の利便性向上・機能改善	□アクセス改善の働きかけ □2次交通の改善

主な推進主体																										
鳥羽市							民 間 事 業 者	観 光 協 会	商 工 議 所	旅 館 組 合	温 泉 振 興 会	コン ベン ション 機 構	伊 勢 志 摩 BFT C	クル ーズ 船 協 議 会	漁 連 協 議 会	観 食 リ ダー	島 む す び 議	島の 旅社	アート 会議	観 光 交 通 対 策 協 議 会	社 会 福 祉 協 議 会	大 学 等	鉄 道 社 会	国	三 重 県	
観 光 課	農 水 商 工 課	建 設 課	教 育 委 員 会	定 期 船 課	環 境 課	企 画 財 政 課																				
●							○	●	●			○												○	○	
●							○	●	●	○		○	○	●												
○							○	●	●	○		○														
●				●			○	○	○	○		○														

戦略③ 漁業と観光の連携

実施年度 平成(西暦)年度				プロジェクト名	プロジェクトの概要 ■重点
31 (2019)	32 (2020)	33 (2021)	後期:34～ (2022～)		
●	●	●	●	1 「鳥羽ざかな」の情報発信の強化	■「鳥羽ざかな」のブランド力の向上 ☐ 「鳥羽ざかな」のPR促進 ☐ 「漁業と観光の連携促進協議会」・同運営委員会の継続開催
●	●	●	●	2 「鳥羽ざかな」の地消地産の推進	■「海藻文化革命」の推進 ☐ 「鳥羽ざかな」を活かした宿泊商品の造成と販売 ☐ 鳥羽でしか味わえない「魚食」の普及推進 ☐ 旬の「鳥羽ざかな」を鳥羽で食べられる仕組みづくり ☐ 未利用魚の活用 ☐ 一次加工場の整備推進
●	●	●	●	3 「鳥羽うみ文化」体験の推進	■「鳥羽うみ文化」教育旅行用プログラムの造成、誘致、受入体制構築 ☐ 「鳥羽うみ文化」体験プログラムの造成と提供 ☐ 「鳥羽ざかな」のオーナー制度の導入検討
●	●	●	●	4 「鳥羽うみ文化」の継承と発展	■「海女さん応援基金」の発展 ☐ 海女文化研究と観光客や市民への成果発信 ☐ 海女文化を活用した観光商品の拡充 ☐ 「鳥羽うみ文化」主要3施設と漁業との連携による観光商品の可能性検討 ☐ 海女サミットの運営
●	●	●	●	5 鳥羽の漁業の活性化	■アワビの増殖・中間育成の推進 ■鳥羽市水産研究所の活用 ☐ 漁業従事者の育成 ☐ 森林を含めた「鳥羽うみ」の生態系の改善 ☐ 「鳥羽ざかな」の資源育成と管理 ☐ 大学等と連携した漁業における課題の解決 ☐ ICTを活用した漁業の活性化 ☐ 漁業の産業としての強化

主な推進主体																			
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	コンベンション機構	漁協・漁業者	農協・農業者	漁観連携協議会	食リダー	島むすび会	島の旅社	アート会議
観光課	農水商工課	建設課	教育委員会	定期船課	環境課	企画財政課													
●	●							●		○			●		●				
●	●	○	○	○	○	○		●					●	○	●	○			
○	●						○	●					●		●		○		
○	●		○					●	○				●		●				
○	●							●	○				●		●				○

戦略④「鳥羽うみアート」の推進

実施年度 平成(西暦)年度				プロジェクト名	プロジェクトの概要 ■重点
31 (2019)	32 (2020)	33 (2021)	後期:34～ (2022～)		
●	●	●	●	1 既存アート事業の推進	■「鳥羽うみアート会議(仮)」の開催 □「鳥羽うみアートプロジェクト」の情報発信強化 □既存の取組の発掘と情報発信
●	●	●	●	2 アーティストの滞在促進	■滞在促進の仕組みづくり □文化活動拠点づくり □市民との交流促進
●	●	●		3 市民参加の促進	■「実験アートイベント」の開催 □市民参加のアート事業への支援 □市民や観光客が参加しやすいアートのワークショップ等の実施

主な推進主体																									
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	コンベンション機構	漁協・漁業者	農協・農業者	観光連携協議会	食リダー	島むすび会	島の旅社	アート会議	観光交通対策協議会	社会福祉協議会	大学等	鉄道会社	国	三重県
観光課	農水商工課	建設課	教育委員会	定期船課	環境課	企画財政課																			
●								●	○										●						
●		○	○					●	●										○						
●			○					○	○										○						

戦略⑤ 中心市街地の賑わい創出

実施年度 平成(西暦)年度				プロジェクト名	プロジェクトの概要 ■重点
31 (2019)	32 (2020)	33 (2021)	後期:34～ (2022～)		
●	●	●	●	1 推進主体の確立と賑わい創出計画の策定	■過去の計画を踏まえた、新たな賑わい創出計画の策定 □地域のまちづくりを推進する主体の育成
●	●	●	●	2 鳥羽駅の玄関口としての機能充実	■避難対策を含めたバリアフリー化の促進 □ウェルカム(わくわく)感の演出 □観光客・駅利用客のためのサービス充実 □2次交通の利便性向上
●	●	●	●	3 「鳥羽港(佐田浜～鳥羽水族館)」エリアの賑わい創出	■鳥羽駅から鳥羽港に至る「ウェルカムゾーン」の演出と賑わい創出 □国立公園のゲートウェイ機能の強化 □車による来訪者への観光情報サービス拠点づくり □鳥羽マルシェの活用促進
●	●	●	●	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	■鳥羽駅や鳥羽水族館からまちなかへの誘導策 □アートや歴史資源による活性化 □日和山の活用 □空き家・空き店舗対策
●	●	●	●	5 自動車交通への対策	□繁忙期の交通渋滞対策 □駐車場不足対策

主な推進主体																									
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	コンベンション機構	漁協・漁業者	農協・農業者	観光連携協議会	食リダー	島むすび会	島の旅社	アート会議	観光交通対策協議会	社会福祉協議会	大学等	鉄道会社	国	三重県
観光課	農水商工課	建設課	教育委員会	定期船課	防災危機管理	企画財政課																			
○		●							○															○	
●				○	○			○	○														○		
●	○	●					○						○	○										○	○
●		○	○			○	○		○																
●		○					○	○												○					

戦略⑥ 新たな島旅の推進

実施年度 平成(西暦)年度				プロジェクト名	プロジェクトの概要 ■重点
31 (2019)	32 (2020)	33 (2021)	後期:34～ (2022～)		
●	●	●	●	1 「新たな島旅」推進のための体制強化	■「島旅」の体制強化 □各組織の役割明確化 □人材の確保、育成
●	●	●		2 「新たな島旅」の具体化	■新たな需要の拡大 □既存の「島旅」の課題整理 □島別の「新たな島旅」の検討 □新たな魅せ方の検討
●	●	●		3 快適(ストレスフリー)な「島旅」の支援	■離島へのアクセス向上 □離島の滞在・滞留拠点の整備・改善 □島民のおもてなし向上 □離島のサイン整備
●	●	●	●	4 「新たな島旅」のPR等の情報発信	■「島旅」情報の一元化 □積極的なプロモーション □本土側でのPR促進 □離島で受けられるサービス情報の発信

主な推進主体																									
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	コンベンション機構	漁協・漁業者	農協・農業者	観光連携協議会	食リダー	島むすび会議	島の旅社	アート会議	観光交通対策協議会	社会福祉協議会	大学等	鉄道会社	国	三重県
観光課	農工商課	建設課	教育委員会	定期船課	環境課	企画財政課																			
●				○			○	●	○	○								○	○						
●				○			○	●	○	○			○					●	○						
●				●			○	●	○	○								○	○						
●				○			○	●	○									○	○						

戦略⑦ 宿泊施設の魅力アップと危機管理

実施年度 平成(西暦)年度				プロジェクト名	プロジェクトの概要 ■重点
31 (2019)	32 (2020)	33 (2021)	後期:34～ (2022～)		
●	●	●	●	1 宿泊施設の魅力向上(居心地の良い宿づくり)	■外客受入環境整備の推進 ■鳥羽温泉郷のPRと魅力発信 ■朝食プロジェクトの推進 □「一宿逸ウリ」を持つ。 □期間限定！旬の「鳥羽ざかな」を食べるプランの造成 □施設の改善・バリアフリー化、経営等に対する支援制度 □「マイホーム鳥羽」活動の宿泊施設での実施 □ニーズに合った宿泊形態への対応
●	●	●	●	2 生産性向上と宿泊客データの把握	■生産性向上の取組 ■実態調査(満足度調査)の定期的な実施 □宿泊客データの収集 □ウェブを活用した調査方法の導入 □協力施設へのフィードバック
●	●	●	●	3 人材の確保	■人材確保 □人材育成 □就労環境の改善 □インターンシップの受入促進 □小中高校における実践的教育の実施
●	●	●	●	4 観光危機管理の推進	■実施している対策の整理とその情報発信 □三重県避難対策マニュアルに沿った各施設のマニュアル作成 □事業継続計画(BCP)の策定
●	●	●	●	5 多様な宿泊形態の検討	□新しい宿泊形態の検討

主な推進主体																										
鳥羽市							民 間 事 業 者	観 光 協 会	商 工 議 所	旅 館 組 合	温 泉 振 興 会	コ ン ベン ション 機 構	漁 協・ 漁 業 者	農 協・ 農 業 者	漁 観 連 携 協 議 会	食 リ ー ダ ー	島 む す び 議 会	島 の 旅 社	ア ー ト 会 議	観 光 交 通 対 策 協 議 会	社 会 福 祉 協 議 会	大 学 等	鉄 道 会 社	国	三 重 県	
観 光 課	水 商 工 課	建 設 課	教 育 委 員 会	定 期 船 課	環 境 課	企 画 財 政 課																				
●							○	○	○	●	○															
●	○							●	○	○																
●	○	○	○	○	○	●	○	○	○	○											○					
●	○	○	○	○	○	○	○	○		○																
●		○					○		○																	

戦略⑧ 推進体制の構築

実施年度 平成(西暦)年度				プロジェクト名	プロジェクトの概要 ■重点
31 (2019)	32 (2020)	33 (2021)	後期:34～ (2022～)		
●	●	●	●	1 観光推進体制の構築	■「アクションプログラム管理会議」継続開催 □安定財源の確保 □日本版DMO(地域DMO)への正式登録 □既存の観光関連組織の役割と機能の整理
●	●	●	●	2 市民の観光産業・事業への理解と参加促進	■観光事業財源としての「入湯税」の使途の明確化 □観光による経済効果の「見える化」 □トークン・エコノミーの研究
●	●	●	●	3 観光統計と観光マーケティングの充実	■「観光統計強化システム(仮)」の構築 □協力施設の負担軽減とメリットが得られる仕組みづくり □デジタルマーケティングの推進 □経済波及調査の実施

主な推進主体																			
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	コンベンション機構	漁協・漁業者	農協・農業者	観光連携協議会	食リダー	島むすび会議	島の旅社
観光課	農水商工課	建設課	教育委員会	定期船課	環境課	企画財政課													
●						○			●	○									
●												○							
●									●										

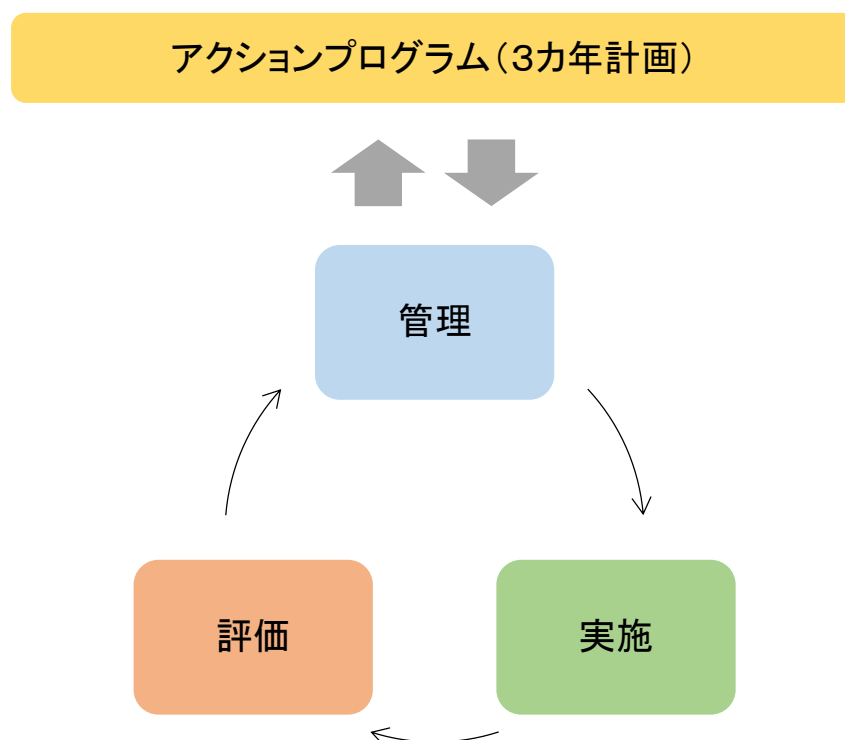
3章 計画及びアクションプログラムの管理

及び評価方法

1. アクションプログラム実施のサイクル

アクションプログラムに記載された事業を実施するにあたっては、次のサイクルを踏まえる必要があります。

図表3-1 アクションプログラムの実施サイクル



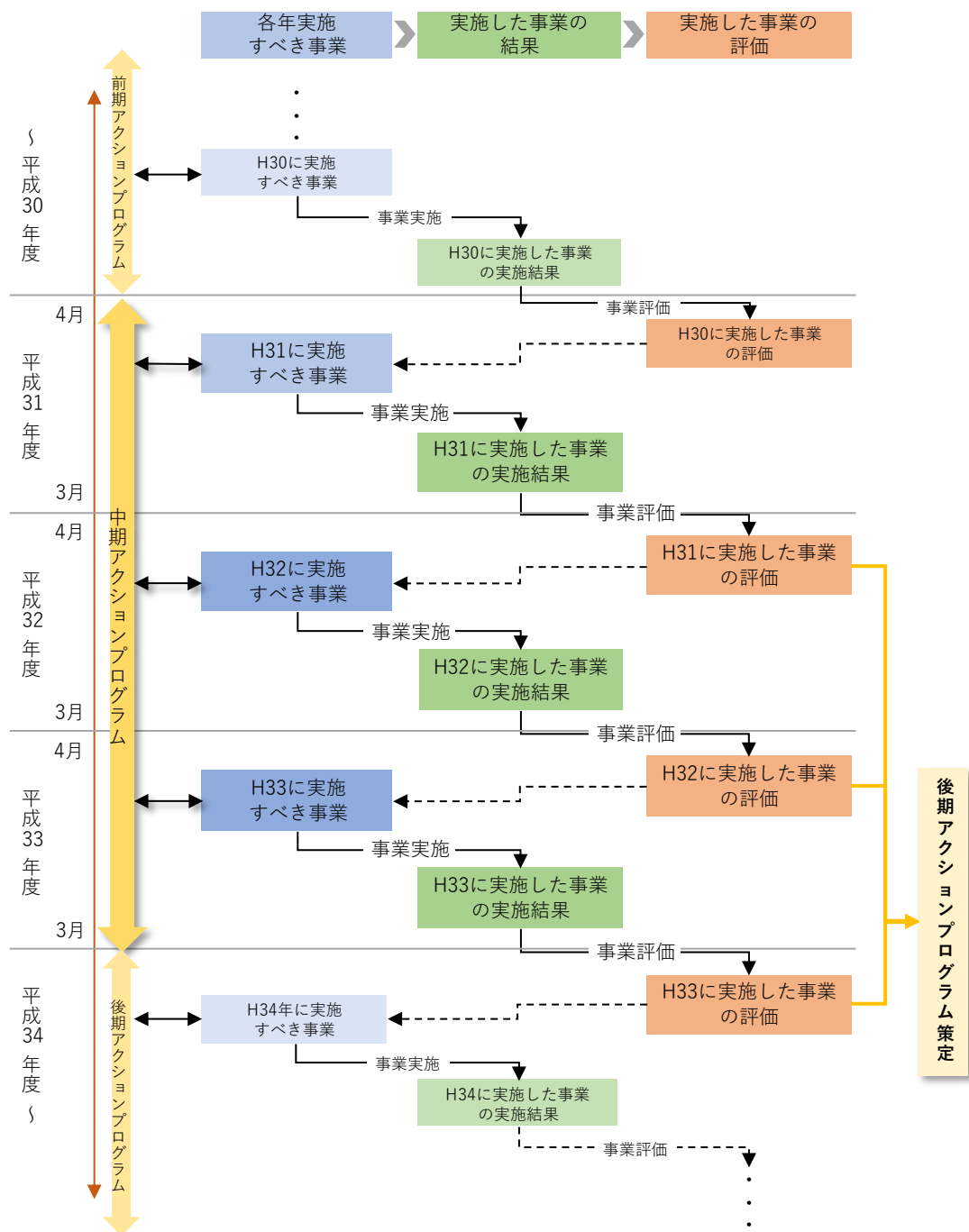
「管理」とは、アクションプログラムに記載された事業を着実に実施しているかどうかを確認することを指します。

「実施」とは、アクションプログラムに記載された事業を、その目的通りに実施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を指します。

「管理」→「実施」→「評価」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は着実に遂行されることになります。

図表3-2 中期アクションプログラムの実施サイクル



2. アクションプログラムの管理

鳥羽市観光課が毎年実施する事業のリストを作成します。事業を検討する際、アクションプログラムに記載された事業との齟齬がないことや事業の漏れがないことを確認します。また、事業リストが完成した段階で、外部有識者に助言を求めることとし、アクションプログラムで明記された事業が適切に実施されるようにします。

3. アクションプログラムの評価

3-1 評価対象

アクションプログラムの評価対象は2つあります。一つ目は、アクションプログラムに記載された各事業を予定通り実施できたかどうか、二つ目は各戦略の目標が達成できたかどうかです。

図表 3-3 アクションプログラムの評価対象

アクションプログラムの評価対象		概要
評価対象 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？
評価対象 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？

① 個別事業の達成度評価

個別事業の達成度評価は、実施主体が事業成果を鳥羽市観光課に報告し、それを元に鳥羽市観光課が実施します。

② 個別戦略の達成度評価

戦略の達成度を評価するために評価組織として「第2次鳥羽市観光基本計画アクションプログラム管理会議」（以下「AP会議」）を設置します。評価組織は鳥羽市役所や鳥羽市観光協会、民間事業者等に加えて外部有識者や市民代表も加わり、多様な観点から戦略の達成度を評価できるような仕組みを確立します。

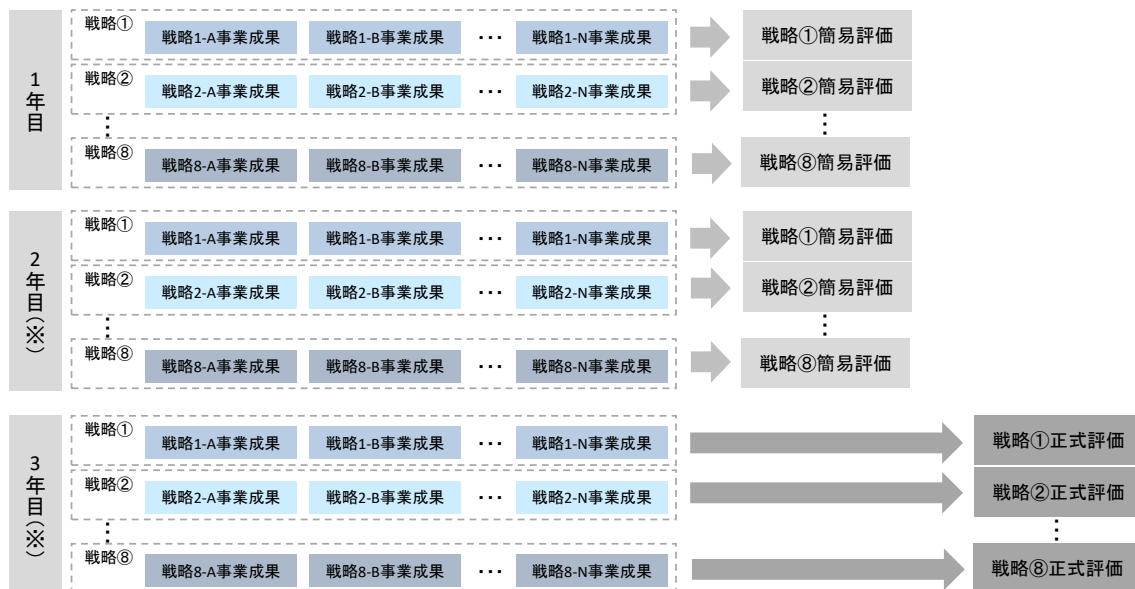
3-2 評価方法

個別戦略の達成度を測る指標は、必ずしも数値化（定量化）できるものばかりではなく、定性的な評価を重視する必要があります。そこで各AP会議委員には、戦略の達成度について、点数化による評価とともに、自由回答形式の評価を求めることとします。

鳥羽市観光課は、各評価委員が平等に評価できるよう、評価に必要な資料やデータを提供します。

個別戦略の達成度評価は、各アクションプログラムの計画年次終了時に実施することとし、単年度の評価については簡易的なものとします。

図表3-4 アクションプログラムの評価年次



※後期アクションプログラムは4カ年計画のため、2年目と3年目は簡易評価とし、4年目に正式評価を行うものとする。

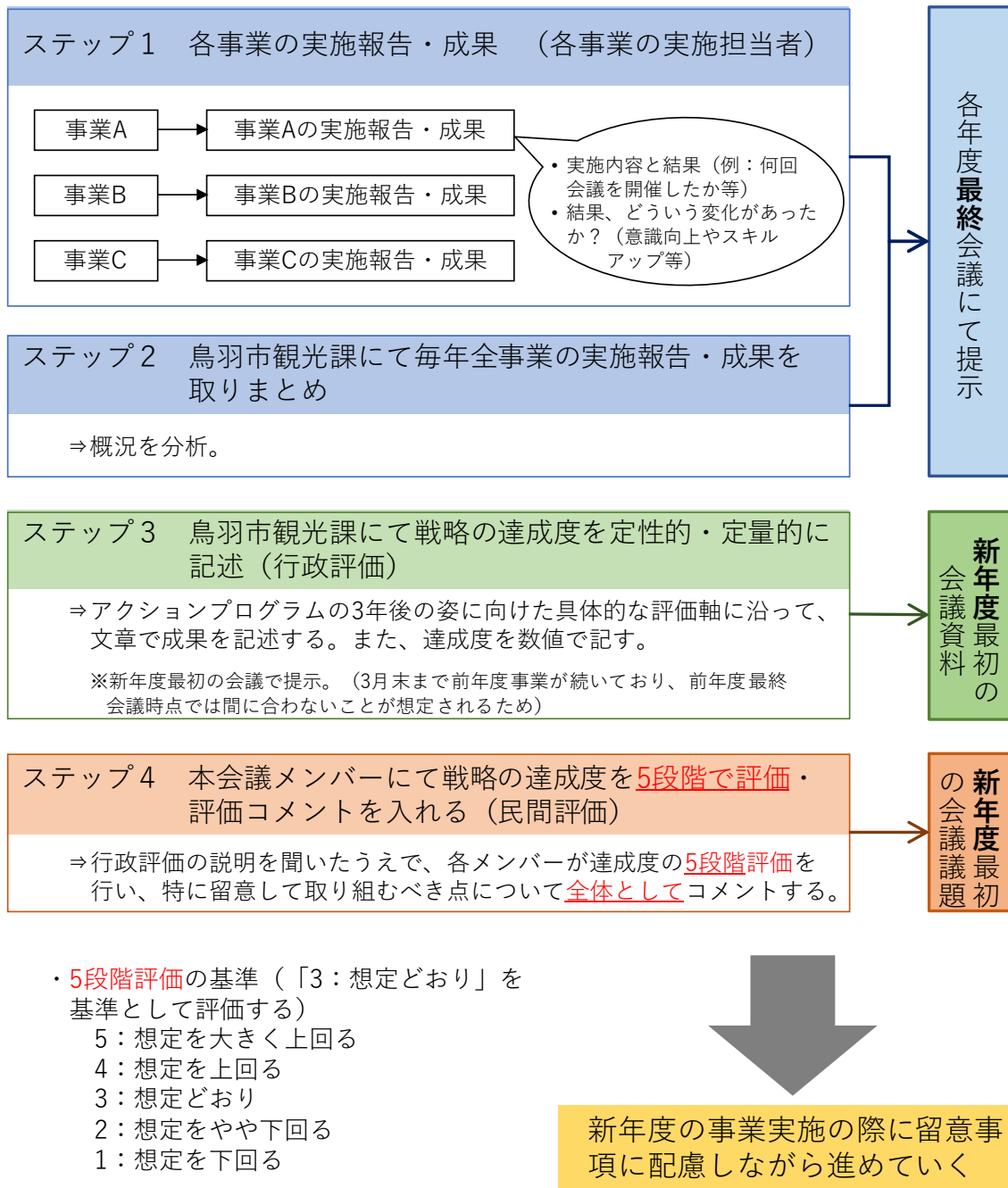
3-3 前期アクションプログラムからの戦略評価方法の変更点

1年目である平成28年度の評価を平成29年度第1回AP会議において行った際に、委員より民間評価の実施方法に対して「達成度を数値化することが難しい」、「評価方法の改善を求める」等の意見が挙げられたため、評価方法の見直しを行いました。

その結果、2年目（平成29年度）からは、戦略の達成度評価を5段階で評価し、評価コメントで留意点等を補うこととしました（図表3-5）。

図表 3-5 2 年目（平成 29 年度）からの評価方法

※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



図表3-6 アクションプログラム評価シート(民間評価用)

評価者名																					
戦略名		評価軸(3年後の姿)					評価点					コメント									
戦略① 鳥羽うみ文化ネットワーク構想	1	「鳥羽うみ文化とは何か」について分かりやすく観光客や市民が理解できるようその特徴が整理されている					想定を大きく上回る	想定を上回る	想定通り	想定をやや下回る	想定を下回る										
	2	「鳥羽うみ文化」を用いた新たな体験プログラムのあり方が検討され、実験的に観光客に提供している					5	4	3	2	1										
戦略② 漁業と観光の連携	1	鳥羽ざかなの特徴が整理され、様々な媒体で発信している					想定を大きく上回る	想定を上回る	想定通り	想定をやや下回る	想定を下回る										
	2	宿泊施設などで鳥羽ざかなを食べられるようになっている					5	4	3	2	1										
	3	鳥羽ざかなの価値を様々な方法で観光客に訴求している					想定を大きく上回る	想定を上回る	想定通り	想定をやや下回る	想定を下回る										
	4	海女の後継者の増加に向けた土台づくりを整えている					5	4	3	2	1										
	5	一次加工場の実現に向けた準備が進められ、中期アクションプログラム以降の取り組み方が見えている					想定を大きく上回る	想定を上回る	想定通り	想定をやや下回る	想定を下回る										
戦略③ 芸術・文化を活かした観光振興	1	鳥羽市に相応しい芸術・文化を活かした観光振興のあり方が検討され、中期アクションプログラムへの展開が見えている					想定を大きく上回る	想定を上回る	想定通り	想定をやや下回る	想定を下回る										
	2	既存の取り組みに対して市民や観光客の参加しやすい環境が整っている					5	4	3	2	1										
	3	市民とアーティストとが交流する機会が創出されている					想定を大きく上回る	想定を上回る	想定通り	想定をやや下回る	想定を下回る										
戦略④ インバウンドの受入推進	1	外国人観光客の拡大を目指すための方法やターゲット、戦略が定まっている					想定を大きく上回る	想定を上回る	想定通り	想定をやや下回る	想定を下回る										
	2	外国人観光客の受入推進を担う組織が明確になっている					5	4	3	2	1										
	3	鳥羽市が外国人観光客の拡大を目指すことに対する市民の理解が深まっている					想定を大きく上回る	想定を上回る	想定通り	想定をやや下回る	想定を下回る										
	4	外国人観光客に訴求する鳥羽の魅力が特定されていて、実際に外国人観光客が楽しめるプログラムが整っている					5	4	3	2	1										
	5	観光事業者が外国人観光客を受け入れるにあたっての障壁が軽減されている					想定を大きく上回る	想定を上回る	想定通り	想定をやや下回る	想定を下回る										
	6	外国人観光客が快適に滞在できるような環境整備がなされている					5	4	3	2	1										
	7	外国人観光客数が現在よりも拡大していて、平成32年の目標数値の達成見込みが立っている					想定を大きく上回る	想定を上回る	想定通り	想定をやや下回る	想定を下回る										
戦略⑤ 中心市街地の賑わい創出	1	まちなかの賑わい方針が策定されていて中期アクションプログラムや後期アクションプログラムで取り組むべきことが明確になっている					想定を大きく上回る	想定を上回る	想定通り	想定をやや下回る	想定を下回る										
	2	歴史観光や食べ歩き観光などのまちなかの楽しみ方が観光客に提供されている					5	4	3	2	1										
	3	まちなかの空き家が再生されており市民や観光客が利用している					想定を大きく上回る	想定を上回る	想定通り	想定をやや下回る	想定を下回る										
	4	駅における新たな観光サービスの提供が開始されており、観光客も利用している					5	4	3	2	1										
	5	鳥羽マルシェやカモメの散歩道でイベントなどが開催されており観光客の滞留空間となっている					想定を大きく上回る	想定を上回る	想定通り	想定をやや下回る	想定を下回る										
戦略⑥ 新たな島旅の推進	1	島旅を推進していくために活用できる島の魅力が特定され、実験的に観光客に提供している					想定を大きく上回る	想定を上回る	想定通り	想定をやや下回る	想定を下回る										
	2	島民の観光に対する理解が深まっており島の観光振興を担う人材がいる					5	4	3	2	1										
	3	観光客が離島を訪れやすい環境が整備されている					想定を大きく上回る	想定を上回る	想定通り	想定をやや下回る	想定を下回る										
戦略⑦ 宿泊施設の魅力アップと防災対策	1	宿泊施設における雇用問題に取り組み、若者や女性などが働きやすい環境を整えてきている					想定を大きく上回る	想定を上回る	想定通り	想定をやや下回る	想定を下回る										
	2	防災対策が継続して実施されていて、事業者の防災意識が高まっている					5	4	3	2	1										
戦略⑧ 推進体制の構築	1	観光振興を推進する上で必要な組織が機能している					想定を大きく上回る	想定を上回る	想定通り	想定をやや下回る	想定を下回る										
	2	入湯税が適切に用いられており、それが事業者や市民、観光客にも「見える化」されている					5	4	3	2	1										
	3	観光事業の重要性や前期アクションプログラムの成果を市民に伝達している					想定を大きく上回る	想定を上回る	想定通り	想定をやや下回る	想定を下回る										
	4	民間事業者の協力のもと、観光振興やマーケティングに必要な観光統計を取得できる体制が整っている					5	4	3	2	1										

（付）『第２次鳥羽市観光振興基本計画』における数値目標の見直し

『第２次鳥羽市観光基本計画』（平成 27 年 3 月策定）では、計画期間の中間年である平成 32 年までに達成するための成果指標を設定しましたが、一部、既に目標値を達成した指標や、計画策定時には現状値が把握できず目標値設定ができませんでした。その後現状値把握ができた指標もあります。

そのため、当該指標について、新たに数値目標の見直し（あるいは新規設定）を行い、平成 29 年度に「新たな目標値」※を設定しました。

※各指標見直しの詳細な考え方については、＜参考資料＞を参照のこと。

図表 3－7 数値目標の見直しと「新たな目標値」

指標		計画策定時 H26(2014)	目標値 H32(2020) ＜平成26年度設定＞	現状値 H29(2017)	新たな目標値 H32(2020) ＜平成29年度設定＞	備考
延べ宿泊者数 (人泊)／比率(%)	日本人	171 万人泊 ／99.7% (※1)	185 万人泊 ／98.0%	167.5 万人泊 ／97.0% (※4)	185 万人泊 ／94.0%	据え置き
	外国人	4,600 人泊 ／0.3% (※1)	38,000 人泊 ／2.0%	51,274 人泊 ／3.0% (※4)	120,000 人泊 ／6.0%	上方修正
	合計	172 万人泊	189 万人泊	172.7 万人泊	197 万人泊	上方修正
外国人入込客数（人）		32,000 人 (※2)	96,000 人	109,233 人 (※4)	192,000 人	上方修正
観光客満足度（「大変満足」の比率%）		12.5% (※3)	25.0%	11.0% (※5)	25.0%	据え置き
観光消費額（億円）		数値なし	要設定	658 億円 (※5)	716 億円	新規設定
経済波及効果（億円）		数値なし	要設定	891 億円 (※5)	966 億円	新規設定
資料		(※1) 平成 24 年鳥羽市観光統計資料 (※2) 平成 21 年鳥羽市観光統計資料 (※3) 平成 26 年鳥羽市観光動態調査 (※4) 平成 29 年鳥羽市観光統計資料 (※5) 平成 27 年鳥羽市観光経済波及効果調査				

※網掛けは特に目標値の再設定が必要な項目

＜参考資料＞

数値目標（各指標の見直し）の考え方

1）主な数値目標の上位計画との比較（参考）

		平成26年 2014	平成27年 2015	平成28年 2016	平成31年 2019	平成32年 2020	倍率・ 伸び率等
外国人延べ 宿泊者数	鳥羽市			41,784人泊	→	120,000人泊 (案)	3倍弱
	(国)		2,514万人泊		→	7,000万人泊	3倍弱
	(三重県)	17.9万人		→	45万人		約2.5倍
	(伊勢志摩地 域)		6.9万人 ※現状値		→	10万人	約1.5倍
外国人入込 客数	鳥羽市			95,000人	→	192,000人 (案)	約2倍
	(国)		1,974万人		→	4,000万人	約2倍
観光消費額	鳥羽市		658億円		→	716億円 (案)	+8.8%
	(国)	約20兆円 (直近5年間の平均値)			→	21兆円	+5%
	(三重県)	4,657億円		→	5,000億円以上		+7.4%以上

注1) 国の現状値、数値目標は「明日の日本を支える観光ビジョン」より

注2) 三重県の現状値、数値目標は「三重県観光振興基本計画」より

注3) 伊勢志摩地域の現状値は観光庁「宿泊旅行統計調査」、数値目標は伊勢志摩鳥羽インバウンド協議会の設定目標

2）各指標の見直しの考え方

4つの指標（①延べ宿泊客数、②外国人入込客数、③観光客満足度、④経済波及効果）の「見直しの考え方」について以下に示す。

①延べ宿泊客数

a) 日本人

＜計画策定時の考え方＞

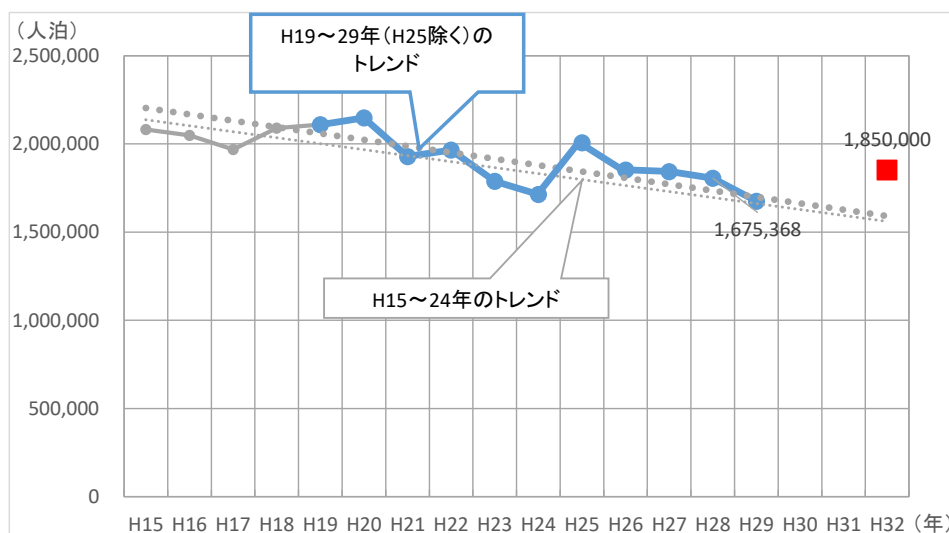
- ・平成15年以降の鳥羽市の延べ宿泊者数の推移をみると、平成32年には約150万人泊（※）にまで落ち込むことが予想される。

※平成25年は式年遷宮の影響が大きいため、平成15年から平成24年までの推移を元に推計。

- ・宿泊者数の増加を図り、1日の人員あたりの稼働率を平成24年に比べ10%上昇させることで、延べ宿泊者数の落ち込みを抑制する。
- ・数値目標としては、平成32年までに185万人泊とすることを目標とする。

＜見直しの考え方＞

- ・平成29年度の実績は167.5万人泊となっている。
- ・計画策定時と同様に、直近10年間（式年遷宮の影響が大きい平成25年を除く平成19年度から29年度）の推移をもとにトレンドを見ると、平成25年度以降にそれまでよりも若干の底上げが見られるものの、全体としてはほぼ変わらない。
- ・このため、引き続き計画推進によって押し上げを図ることを前提に、数値目標としては計画策定時の185万人泊を維持する。



資料）鳥羽市「平成29年観光統計資料」より JTBF 作成

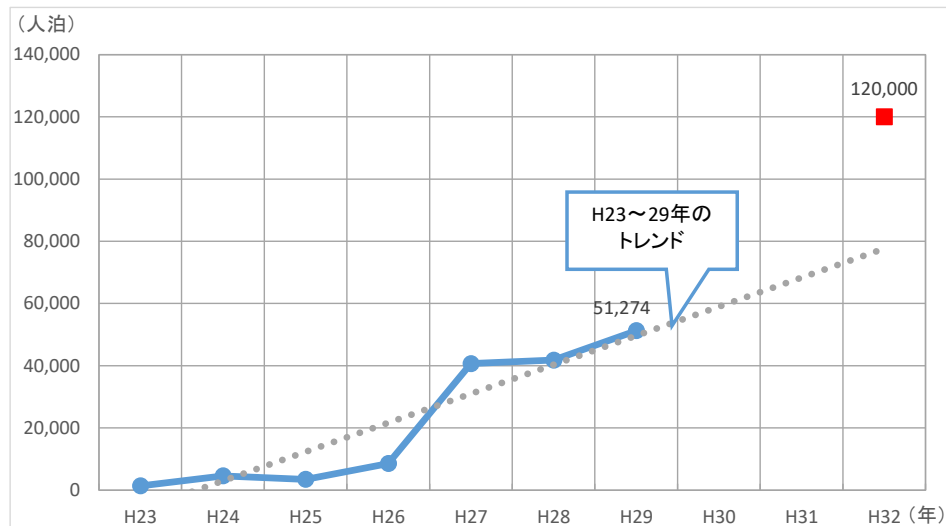
b) 外国人

＜計画策定時の考え方＞

- ・三重県観光振興基本計画（平成24年3月策定、計画年度：平成24～27年度）では、平成27年度までに県内の延べ宿泊者数を、日本人延べ宿泊者数が785万人（構成比約98%）、外国人延べ宿泊者数が15万人（構成比約2%）の計800万人とする目標を定めている。
- ・この計画に準じて、平成32年までに外国人の延べ宿泊者数の構成比を2%とすることを目標とする。
- ・数値目標としては、日本人宿泊者数の目標値（185万人泊）より計算される38,000人泊を目指す。
- ・日本人および外国人の延べ宿泊者数を合わせた延べ宿泊者数としては、平成32年までに189万人泊を目指す。

＜見直しの考え方＞

- ・平成29年の実績は51,274人泊、延べ宿泊者数に占める割合で3.0%となり、いずれも数値目標を達成している。
- ・国においては、平成28年3月に「明日の日本を支える観光ビジョン」が策定されており、平成32年までに地方部での外国人延べ宿泊者数を平成32年までに7,000万人泊とする目標を定めている。この値は平成27年の2,514万人泊に対して約3倍（2.8倍）に相当する。
- ・この目標に準じて、平成32年までに外国人の延べ宿泊者数を現在の約3倍とすることを新たな目標とする。
- ・数値目標としては、平成28年の外国人延べ宿泊者数41,784人泊の約3倍である、120,000人泊を目指す。



資料）鳥羽市「平成29年観光統計資料」より JTBF 作成

- ・上記により、日本人および外国人の延べ宿泊者数を合わせた延べ宿泊者数として目指す数値目標は、平成32年までに197万人泊となる。

（参考）三重県の計画フレームに準じた考え方との比較

- ・三重県においては、平成28年3月に平成28～31年度を計画年度とする新たな観光振興基本計画が策定され、平成31年までに県内の延べ宿泊者数を、日本人延べ宿泊者数が955万人（構成比約95.5%）、外国人延べ宿泊者数が45万人（構成比4.5%）の計1,000万人とする目標を定めている。
- ・第2次鳥羽市観光基本計画策定時の考え方と同様に、仮に三重県の計画に準じて、平成32年までに外国人の延べ宿泊者数の構成比を4.5%とすることを目標として数値目標を算出すると、日本人宿泊者数の目標値（185万人泊）より計算される87,000人泊となる。

- ・ただし、今回の数値目標見直しに当たっては、それよりもさらに高い水準を戦略的に設定することとする。

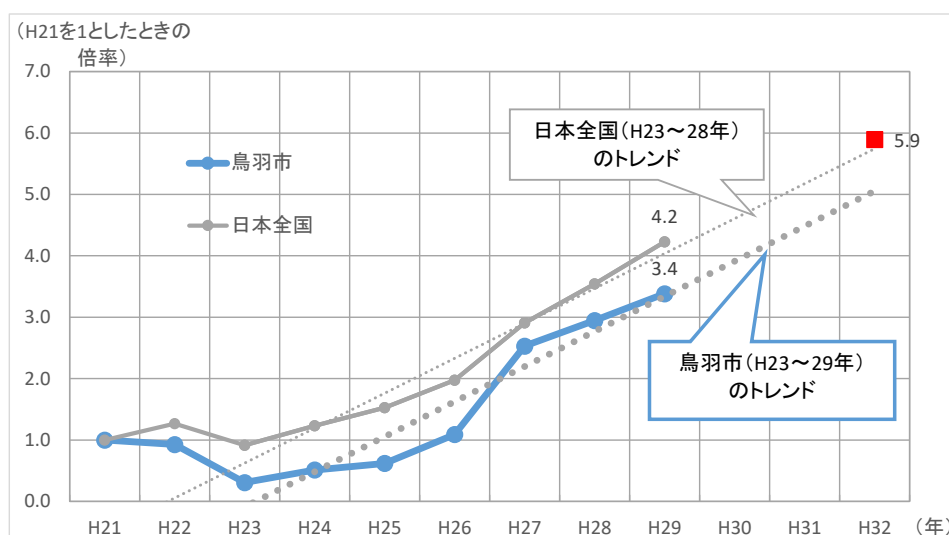
②外国人入込客数

<計画策定時の考え方>

- ・国は平成 32 年に 2,000 万人の訪日外国人観光客数を目指しており（平成 26 年 1 月の第 3 回観光立国推進閣僚会議において安倍総理が発言）、その値は平成 21 年の 679 万人に対して約 3 倍に相当する。
- ・鳥羽市では、平成 21 年の外国人入込客数 32,298 人を基準とし、平成 32 年にその約 3 倍である 96,000 人を目指す。

<見直しの考え方>

- ・平成 29 年度の実績は 109,233 人、平成 21 年と比較した倍率は 3.4 となり、数値目標を達成している。
- ・国においては、平成 28 年 3 月に「明日の日本を支える観光ビジョン」が策定されており、平成 32 年までに訪日外国人観光客数を 4,000 万人とする目標を定めている。この値は平成 21 年の訪日外国人観光客数 679 万人に対して約 6 倍（5.9 倍）、平成 27 年の 1,974 万人に対して約 2 倍に相当する。
- ・この目標に準じて、平成 21 年の外国人入込客数を基準とし、平成 32 年にその約 6 倍（5.9 倍）である 192,000 人を目指す。（これは平成 28 年の外国人入込客数 95,000 人の約 2 倍に相当する）



資料）鳥羽市「平成 29 年観光統計資料」、日本政府観光局資料より JTBF 作成

③観光客満足度

＜計画策定時の考え方＞

- ・観光立国推進基本計画では、平成28年までに観光地域の旅行者の総合満足度について、「大変満足」と回答する割合を25%程度にすることを目標に定めている。
- ・この目標を踏まえ、「大変満足」の比率を平成32年までに25%にすることを目指す。

＜見直しの考え方＞

- ・平成28年度の実績は11%となっている。
- ・上記数値はインターネットアンケートによって得られたものである一方で、計画策定時に現状値とした数値は鳥羽市内で留め置きもしくは対面の聞き取りアンケートによって得られたものであり、調査方法が異なるため単純な比較はできないものの、計画策定時の数値目標に対して未達のため、引き続き25%で目標を維持し、取組を進める。

④観光消費額

＜考え方＞

- ・平成28年度に「鳥羽市観光経済波及効果調査」が実施され、その中で国内観光客による鳥羽市内での観光消費額が658億円と推計されている。
- ・上記の観光消費額の算出は下記の方法によっている。

$$\begin{aligned} \text{観光消費額} = & \text{(a) 実宿泊者数} \times \text{(b) 消費単価 (宿泊客)} \\ & + \text{(c) 日帰り実入り込み客数} \times \text{(d) 消費単価 (日帰り客)} \end{aligned}$$

- ・上記(a)～(d)の各項目について平成32年時点での目標値を設定し、平成32年時点の観光消費額の数値目標を算出する。

(a)実宿泊者数

- ・「延べ宿泊者数÷平均宿泊日数」で算出する。

$$\text{延べ宿泊者数} \div \text{平均宿泊日数} = 189 \text{ 万人泊} \div 1.2 \text{ 日} = 161.4 \text{ 万人}$$

※平均宿泊日数は平成28年度数値で設定（出所「鳥羽市観光経済波及効果調査 報告書」）。

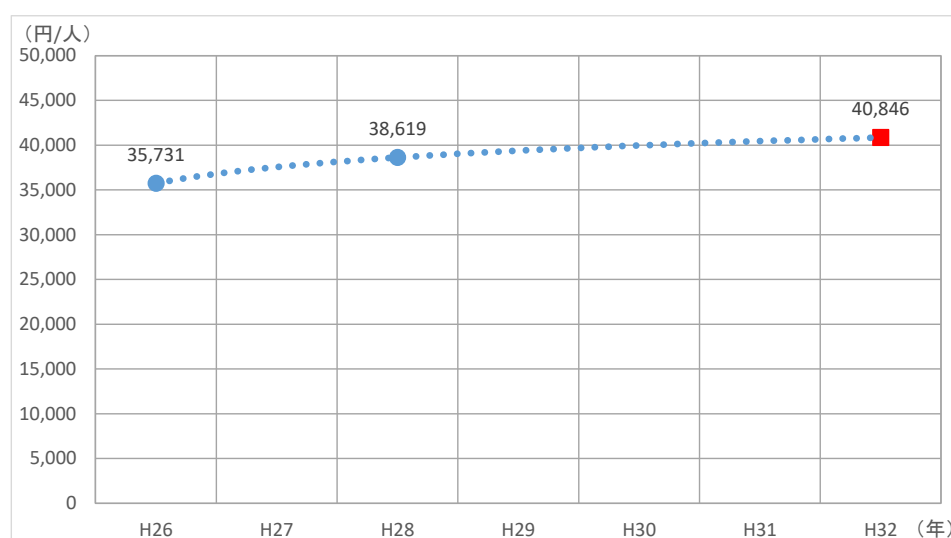
(b)消費単価（宿泊客）

- ・平成28年度の宿泊客の消費単価は38,619円/人となっている（出所「鳥羽市観光経済波及効果調査 報告書」）。

※平均宿泊日数1.2日（泊）より、1人1泊あたりの金額に換算すると32,183円/人泊となる。

- ・この数値は三重県、全国と比較しても高い水準となっているが、今後、消費単価向上の施策を講じることでさらに向上することを想定する。

- ・平成 26 年度に行われた調査では、宿泊客の消費単価は 35,731 円/人となっている（出所「平成 26 年度観光動向調査報告書」）。平成 26 年度、平成 28 年度の調査はそれぞれ調査手法が異なるため単純な比較はできないが、便宜的に両者の数値をもとに、対数近似により平成 32 年度における宿泊客の消費単価の目標値を算出すると、40,846 円/人となる。



資料) 鳥羽市「平成 26 年度観光動向調査 報告書」「鳥羽市観光経済波及効果調査 報告書」
より JTBF 作成

(c) 日帰り実入り込み客数

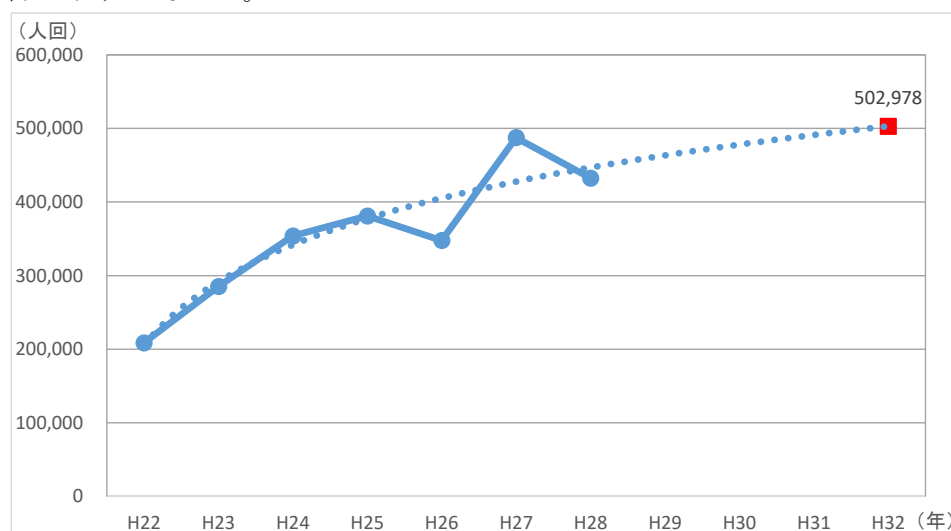
- ・「日帰り入り込み客数÷日帰り客の平均立ち寄り箇所数」で算出する。
- ・上記のうち、日帰り入り込み客数は下記のように算出した。

$$\begin{aligned}
 \text{日帰り入り込み客数} &= \text{入り込み客数} - \text{延べ宿泊者数} - \text{宿泊者による延べ施設訪問者数} \\
 &= \text{入り込み客数} - \text{延べ宿泊者数} - (\text{実宿泊者数} \times \text{宿泊者の平均立ち寄り箇所数}) \\
 &= \text{入り込み客数} - \text{延べ宿泊客数} - ((\text{延べ宿泊客数} \div \text{平均宿泊日数}) \\
 &\quad \times \text{宿泊者の平均立ち寄り箇所数})
 \end{aligned}$$

- ・上記をもとに、平成 22 年度から平成 28 年度において、平均宿泊日数を 1.2 日、宿泊者の平均立ち寄り箇所数を 1.43 箇所を設定し（いずれも平成 28 年度数値。出所は「鳥羽市観光経済波及効果調査 報告書」）、各年度の日帰り入り込み客数の推計値を算出した。

年度	入り込み客数 A	延べ宿泊者数 B	実宿泊者数 C =B÷1.2日	宿泊者による延べ施設訪問者数 D =C×1.43箇所	日帰り入り込み客数 E =A-B-D
H22	4,538,003	1,975,363	1,646,136	2,353,974	208,665
H23	4,207,570	1,789,634	1,491,362	2,132,647	285,289
H24	4,120,230	1,718,443	1,432,036	2,047,811	353,976
H25	4,786,004	2,009,880	1,674,900	2,395,107	381,017
H26	4,426,539	1,861,065	1,550,888	2,217,769	347,705
H27	4,617,471	1,884,352	1,570,293	2,245,519	487,600
H28	4,481,154	1,847,338	1,539,448	2,201,411	432,405

- 算出した平成22年度から平成28年度における日帰り入り込み客数の推計値の推移をもとに、対数近似により平成32年度における日帰り入り込み客数の目標値を算出すると、約50万人となった。



- 算出した平成32年度における日帰り入り込み客数の目標値を、日帰り客の平均立ち寄り箇所数0.9箇所（出所「鳥羽市観光経済波及効果調査 報告書」）で除す事により、日帰り実入り込み人数を約56万人と推計した。

(d) 消費単価（日帰り客）

- 平成28年度の日帰り客の消費単価は9,562円/人となっている（出所「鳥羽市観光経済波及効果調査 報告書」）。
- この数値は三重県、全国と比較しても高い水準となっているが、今後、消費単価向上の施策を講じることでさらに向上することを想定する。
- 平成28年度の消費単価に、(b)で算出した宿泊客の消費単価の伸び率（5.6%）を乗じ、平成32年度における日帰り客の消費単価を10,113円/人と設定する。

- (a)～(d)で得られる数値より、平成 32 年度の観光消費額の推計値は約 716 億円となり、これをもって数値目標とする。

⑤経済波及効果

<考え方>

- 平成 28 年度に「鳥羽市観光経済波及効果調査」が実施され、その中で国内観光客による鳥羽市内での観光消費に伴う経済波及効果が 891 億円と推計されている。
- 経済波及効果を観光消費額で除すことによって算出される乗数は 1.35 となる。この値は産業間の取引における域内調達率や市内での消費性向を高める事によって高めることができる。鳥羽市においては漁業と観光の連携に関する取組が進められており、平成 32 年度時点でこの値が向上することも十分想定されるが、取組の効果が地域の産業構造の変化として現れるには一定の時間がかかり、また現時点では具体的な乗数の向上幅を見通すことが難しいため、数値目標の設定に当たっては、乗数は平成 28 年度と同等水準の 1.35 を見込む。
- すなわち、平成 32 年度における観光消費にともなう経済波及効果の数値目標は観光消費額の数値目標である 716 億円に乗数 1.35 を乗じた 966 億円となる。

第2次鳥羽市観光基本計画 中期アクションプログラム
2019年3月

発行者 鳥羽市
〒517-0011 三重県鳥羽市鳥羽三丁目1番1号
TEL 0599-25-1155（観光課）

編集 鳥羽市観光課

調査委託機関 公益財団法人日本交通公社
