

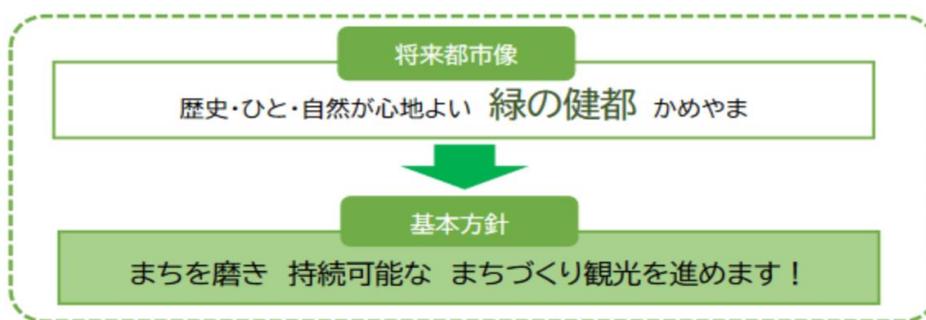
第2次亀山市観光振興ビジョンに関する実績等報告書(令和4年度)

(産業環境部 商工観光課)

■計画の基本情報

計画期間	R 4 ~ R 8 年度
位置付け	本ビジョンは、第2次亀山市総合計画後期基本計画の基本施策「まちづくり観光の活性化」及び観光立国推進基本法第4条に基づく、地方公共団体の区域特性を生かした施策として策定したものであり、本市の観光分野における基本計画として位置付けている。
目的・概要	本ビジョンは、新たなニーズに適応するとともに、改めて地域の資源を見つめなおして、本市の特徴を生かした観光振興の在り方について整理し、本市の将来像である「歴史・ひと・自然が心地よい 緑の健都 かめやま」の実現に向け、基本戦略に基づく総合的、計画的な観光振興方策を位置付けることを目的とする。

計画の骨格



■基本戦略1 観光資源のクオリティアップ

1-1	新たな観光資源の創出
施策1	地域資源の創出
1-2	エコツーリズムの創出
施策2	地域振興と地域活性化につながるエコツーリズムの創出
1-3	観光資源の磨き上げによる魅力度の向上
施策3	自然観光の磨き上げ
施策4	歴史観光の磨き上げ
施策5	産業観光の磨き上げ
施策6	広域観光の磨き上げ
施策7	観光施設の再整備と組織強化

■基本戦略2 情報発信のクオリティアップ

2-1	効果的な情報発信による知名度向上
施策8	効果的な情報発信と観光DXの推進
2-2	観光統計データ等の収集
施策9	観光統計データ等に基づく効果的なプロモーション展開

■基本戦略3 ポストコロナ時代における観光のクオリティアップ

3-1	質的な観光振興への取り組み
施策10	変化する世の中で選ばれ続けるための質的な観光振興
3-2	感染リスクの低減対策
施策11	旅行者と地域住民の感染リスク低減対策

■ 成果指標

成果指標名		単位	現状値 (R2)	実績値 (R4)	目標値
1	観光入込客数	人	183,001	207,428	235,000
2	エコツーリズムのイベント開催数	回	13	10	20
3	エコツーリズムのイベント参加人数	人	141	98	300
4	亀山市観光協会ホームページ訪問者数	人	181,722	224,617	250,000
5	関宿内店舗数	店舗	30	34	35
6	まちづくり観光に関わる団体数	団体	84	75	85

■ 計画の実績等

取組実績	<p>観光資源及び情報発信のクオリティアップとして、「アートが生まれる街、亀山」をコンセプトにインフルエンサーを活用し、雑誌への掲載、特設WEBサイトの新設、観光PRポスターの作成など、観光プロモーション事業をスタートさせた。また、亀山ブランド推進事業において、新たに8社17品目を認定し、百貨店や北伊勢広域推進協議会をはじめとした近隣自治体との連携によるPR販売を行った。さらに、百貨店と連携して特産品の発掘・磨き上げを行ったほか、三重茶農業協同組合と業務連携を締結して亀山茶ペットボトルを復活させるなど、市の魅力を積極的に発信した。</p> <p>また、ポストコロナを見据えたクオリティアップとして、亀山7座の整備とそれを活用した自然観光や鈴鹿川等源流の森林づくり協議会と連携した自然体験の実施、駅前を新スポットとしたPRなどを行った。</p>
成果	<p>情報発信としては、「観光三重」内の関連ウェブサイトへの訪問者数は26万人余りに留まったが、これまで個々に情報発信していた観光資源を、一つのコンセプトによってストーリー性を持たせて戦略的かつ効果的な発信を行う観光プロモーション事業を展開したことで、今後の効果が期待できる。また、亀山ブランド推進事業の3つの取組である「ブランド認定事業」「ステップアップ支援事業」「コミュニケーション戦略9」を展開することで、市の魅力ある特産物のPRを通じて、本市の魅力を市内外へ発信することができた。</p> <p>また、登山イベントや木工体験など、コロナ禍でニーズが高まった自然体験コンテンツには、たくさんの方が参加しており、自然観光を通じて本市の知名度の向上が図られたと同時に、ポストコロナに向けた亀山版グリーンツーリズムの実現にも繋がっていくと考えられる。</p>
総合計画推進への寄与度	<p>3. 交通拠点性を生かした都市活力の向上 (4)まちづくり観光の活性化</p> <p>コロナ禍により激減していた観光客であったが、ポストコロナに向け、観光プロモーションの展開や自然・歴史・文化を生かした着地型観光の推進、亀山ブランドによる積極的な特産物のPRなどにより、市の魅力の向上に努めたことで、観光入込客数は徐々に回復してきており、観光交流が再開している。</p>

反省点・課題	<p>市の魅力を伝えるだけでなく、本市への誘客に繋げるため、新たな観光資源の発掘や体験型観光コンテンツをつくり、それらを効果的に発信する必要がある。</p> <p>自然観光では、体験型アクティビティを取り入れた亀山版グリーンツーリズムの実現のため、様々なコンテンツを組み合わせる必要がある。</p>
--------	---

今後の方向性	<p>観光プロモーション事業を年度ごとのテーマに沿って推進し、新たに観光PR動画を作成するとともに、観光誘客につなげるための体験型コンテンツづくりも並行して行う。また、亀山ブランド推進事業や亀山7座トレイル整備・活性化推進事業、文化年事業などと連動させながら、まちづくり観光の推進を図っていく。</p>
--------	---