

第2次亀山市観光振興ビジョン

令和4年6月

目次

第1章 ビジョン策定の趣旨 1

- 1 ビジョン策定の背景と趣旨 2
- 2 位置付けと計画期間 3
- 3 策定の方向性 3
- 4 策定方針 4

第2章 亀山市の観光を取り巻く現況 5

- 1 国の観光政策 6
- 2 三重県の観光政策 7
- 3 亀山市の観光に関する概況 8

第3章 観光振興に向けた基本的な考え方 19

- 1 観光振興の考え方 20
- 2 基本方針と重視すべき視点 21
- 3 まちづくり観光の展開 22
- 4 観光振興の基本戦略 25
- 5 観光におけるSDGsへの貢献 28

第4章 観光振興に向けた方策 31

- 1 施策の体系 32
- 2 観光振興のための施策 33

第5章 ビジョンの進行管理 45

- 1 ビジョンの進行管理 45

資料編 49

- 1 関宿来訪者アンケート 50
- 2 RESAS～地域経済分析システム～から見る亀山市の現状 55
- 3 亀山市観光協会ホームページ閲覧者調査 61
- 3 用語の説明 62

第 1 章

ビジョン策定の趣旨

1 策定の背景と目的

国では、「観光立国推進基本法」※（平成18年制定）が施行され、「観光立国推進基本計画」※（平成29年3月）を策定するとともに、「明日の日本を支える観光ビジョン」（平成28年3月策定）では、「観光は、真に我が国の成長戦略と地方創生の大きな柱である」との認識の下、観光先進国の実現に向けた取組を重要な政策の柱として位置付けています。

一方、亀山市は、旧東海道にある3つの宿場などの歴史的文化遺産や鈴鹿山系の豊かな自然などの地域資源に恵まれ、地域文化と定住環境が調和する持続的な観光を実現していくため、平成20年度に亀山市観光振興ビジョンを策定し、地域が主体となってあらゆる資源を活かし、交流と活力を生み出す「まちづくり観光」※の考え方を基本として様々な施策を展開してきました。

そのような中、まちづくり観光に携わる団体が増え、多様な主体により様々な取組が進められていますが、社会情勢の変化等の様々な要因により、これらをつなぎ合わせ、交流・集客を促進し、経済効果、資源保全など、地域のまちづくりにつなげる「まちづくり観光」の好循環の形成途上にあります。特に、令和元年度から世界中に広がった新型コロナウイルス感染症により、観光をはじめとする多くの産業が甚大な打撃を受けました。

このような中、第2次となる亀山市観光振興ビジョンでは、新たなニーズに適應するとともに、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します。



2 位置づけと計画期間

1. 計画の位置づけ

本観光振興ビジョンは、第2次亀山市総合計画（計画期間：平成29年度～令和7年度）の観光分野における基本方針及び「観光立国推進基本法」第4条に基づき、地方公共団体の区域特性を活かした施策として策定します。

2. 計画期間

本観光振興ビジョンの計画期間は、2022（令和4年）度から2026（令和8年）年度までの5年間とします。ただし、社会情勢の変化などを踏まえ計画期間中であっても必要に応じ見直しを行うものとします。

3 策定の方向性

平成19年度にスタートした第1次亀山市総合計画では、活力あるまちを実現する総合的なまちづくりとして観光振興に取り組むこととしました。具体的な方向性を、平成20年度に策定した前観光振興ビジョンにおいてとりまとめ、本市の観光の指針が「まちづくり観光の推進」と定義づけられました。平成24年度にスタートした第1次亀山市総合計画後期基本計画に、観光振興の基本施策として、まちづくり観光の推進が位置づけられ、平成29年度スタートの第2次亀山市総合計画前期基本計画においても、継続してまちづくり観光の推進を位置づけ、取り組んできました。

そのような中、市が行う様々な公共施設整備やサービスの充実による、暮らしやすくなるまちの魅力向上の取組のほか、関の山車会館の整備、亀山ブランドの認定、亀山市フィルムコミッション、亀山7座トレイル整備・活用推進事業を中心とするエコツーリズム*の開発、国の重要伝統的建造物群保存地区内での空き家を中心とした店舗出店、鈴鹿関跡国史跡指定、伊賀市・甲賀市との観光連携、外的要因では東京オリンピック・パラリンピック、新名神高速道路の県内開通など、観光振興に繋がる素材の兆しが出てきています。

一方で、社会を取り巻く情勢変化は大きく、特に今般の新型コロナウイルス感染症の感染拡大により観光分野への影響は著しく、観光地における危機管理体制の確保・充実の必要性についても改めて認識したところです。

このような中、まちづくり観光という理念は、長期的な視点でまちづくりを考え、様々な活動主体の連携と調和により形成されていくもので、ポストコロナという新しい時代に対応できる堅固な理念として、引き続き前観光振興ビジョンの基本理念である「まちづくり観光」を踏襲した持続可能な観光施策を着実に推進していく必要があります。

1. 策定方針

本観光振興ビジョンでは、前観光振興ビジョンで策定された「まちづくり観光」の推進を継承するとともに、SDGs^{*}の考え方に学び、「まちづくり観光」の持続可能な発展のため、重視する視点を次のように定めます。

□持続可能な観光

地域文化や定住環境と調和し、節度ある交流をつくりあげる。

□市民が育て、多様な交流が生まれる観光

市民による活発な活動が、市内外の人との多様な交流を創りあげる。

□新時代に対応した観光

ポストコロナを見据えた新しい時代に対応した観光振興を目指す。

2. 他計画との整合性

「第2次亀山市総合計画」、「第2期歴史的風致維持向上計画」^{*}などの他計画における目指す姿、成果指標等との整合を図ります。

第2章

亀山市の観光を取り巻く 現況

1 国の観光政策の動向

平成19年より施行された観光立国推進基本法に基づき、国では「明日の日本を支える観光ビジョン」（平成28年3月30日明日の日本を支える観光ビジョン構想会議決定）を踏まえ、観光は我が国の成長戦略の柱、地方創生への切り札であるという認識の下、拡大する世界の観光需要を取り込み、世界が訪れたいくなる「観光先進国・日本」への飛躍を図るため、3つの視点を柱とし、10の改革をとりまとめています。

【「観光先進国」への「3つの視点」と「10の改革」】

視点1 「観光資源の魅力を極め、地方創生の礎に」

- ・「魅力ある公的施設」を、ひろく国民、そして世界に開放
- ・「文化財」を、「保存優先」から観光客目線での「理解促進」、そして「活用」へ
- ・「国立公園」を、世界水準の「ナショナルパーク」へ
- ・おもな観光地で「景観計画」をつくり、美しい街並みへ

視点2 「観光産業を革新し、国際競争力を高め、我が国の基幹産業に」

- ・古い規制を見直し、生産性を大切にする観光産業へ
- ・あたらしい市場を開拓し、長期滞在と消費拡大を同時に実現
- ・疲弊した温泉街や地方都市を、未来発想の経営で再生・活性化

視点3 「すべての旅行者が、ストレスなく快適に満喫できる環境に」

- ・ソフトインフラを飛躍的に改善し、世界一快適な滞在を実現
- ・「地方創生回廊」を完備し、全国どこへでも快適な旅行を実現
- ・「働きかた」と「休みかた」を改革し、躍動感あふれる社会を実現

【新たな目標への挑戦】

	令和2年	令和12年
(1) 国内旅行消費額	21兆円	22兆円
(2) 訪日外国人旅行者数	4,000万人	6,000万人
(3) 訪日外国人旅行消費額	8兆円	15兆円
(4) 訪日外国人旅行者リピーター数	2,400万人	3,600万人
(5) 訪日外国人旅行者の地方における延べ宿泊者数	7,000万人泊	1億3,000万人泊

2 三重県の観光政策の動向

平成23年に策定した「みえの観光振興に関する条例」※に基づき、令和2年度を初年度とし、概ね10年を見据え目標年度を令和5年度とする三重県観光振興基本計画を策定され、2つの取組の方向性として目標や施策等が示され、これまでの成果を生かし、イベントに頼らず誘客できる三重のブランド向上による持続可能な観光の実現に向け取組が行われています。

【取組の方向性】

視点1 観光誘客の推進「世界の人びとを魅了する三重の観光」

近年、旅行者の多くはスマートフォン※を利用しており、デジタルマーケティング※の重要性が益々高まっています。多様なデータを収集・分析することで、旅行者の関心や嗜好にそった観光コンテンツやサービスの情報をタイムリーに提供するなど、戦略的な観光マーケティングの仕組みを確立し、DMO※や市町等と連携し、データ活用した県内各地域の効果的なプロモーションや地域の魅力づくりにつなげます。

視点2 観光産業の振興「TOKOWAKA～変革し続ける観光産業へ～」

観光産業に関わる人材の確保・育成が不可欠であり、観光産業を魅力的な産業とするために、関係団体と連携した観光産業の就業環境の改善や、観光産業を担う若年層を中心とした人材の確保・育成、企業支援等の観光産業の基盤づくりを進めることで変革し続ける観光産業の構築に取り組み、観光客満足度を高めていきます。

【計画を実現させる計画目標】

	平成30年度	令和5年度
(1) 観光消費額	5,338億円	6,000億円以上
(2) 観光客満足度	94.9%	95.0%以上
(3) 県内の延べ宿泊者数	890万人	950万人
(4) 県内の外国人延べ宿泊者数	34万人	68万人

3

亀山市の観光に関する概況

1. 第2次亀山市総合計画における位置づけ

亀山市では、第2次亀山市総合計画に基づき、市政のあらゆる分野を対象とした総合的かつ計画的なまちづくりを推進しています。

計 画 期 間	平成29年度～令和7年度			
将 来 都 市 像	歴史・ひと・自然が心地よい 緑の健都 かめやま			
まちづくりの基本的な考え方	市民と地域の持つ力を生かし、輝かせるまちづくりとして、『市民力・地域力が輝くまちづくり』を、まちづくりの基本方針として位置づけ。			
将来推計人口	令和7年度 50,126人 約20,369世帯			
都 市 空 間 形 成 方 針	<ol style="list-style-type: none"> 1. 住みやすさの向上に重点を置いた土地利用の推進 2. 地形や自然環境、交通網の充実など市の魅力の発揮 3. 災害に対する防災力と災害発生時の都市機能の維持・確保 4. 充実した交通網を活かした近隣市との広域連携の強化 			
施 策 の 大 綱	<ol style="list-style-type: none"> 1. 快適さを支える生活基盤の向上 2. 健康で生きがいを持てる暮らしの充実 3. 交通拠点を生かした都市活力の向上 4. 子育てと子どもの成長を支える環境の充実 5. 市民力・地域力の活性化 6. 行政経営 			
後 期 基 本 計 画 (R4～R7) 【基本施策】 『まちづくり観光の活性化』	目 指 す 姿	来訪者が、地域の魅力に共感し、活気にあふれた交流が行われています。		
	成 果 指 標	指 標	現 状 値	目 標 値
		観 光 入 込 客 数	183,001人 (令和2年度)	220,000人 (令和7年度)
		エコツーリズムのイベント参加者数	141人 (令和2年度)	270人 (令和7年度)
		亀山市観光協会HPアクセス数	181,722件 (令和2年度)	235,000人 (令和7年度)
		まちづくり観光に関わる団体数	84団体 (令和2年度末現在)	85団体 (令和7年度)
施 策 の 方 向 性	<ol style="list-style-type: none"> 1. 地域資源を生かした持続可能な観光施策の推進 2. 観光プロモーションの強化 3. まちづくり観光を支える人材と組織の育成・確保 4. 快適に滞在できる受け入れ環境の充実 			

2. 前観光振興ビジョンの成果と評価

(1) 成果と課題のまとめ

前観光振興ビジョンでは、まちづくり観光実現のため、市民・団体・行政など多様な主体により施策を推進してきました。

【基本戦略別の主な成果と課題】

基本戦略1 まちづくり観光の好循環をつくる

地域資源の発掘・再発見と磨き上げ

- ・「亀山森林公園利活用計画」や「かめやま会故の森環境整備構想」に基づき、自然学習や体験学習の場として整備・活用し、様々な体験プログラムを提供した。
- ・登山道の維持管理を進める中、平成30年に「亀山7座トレイル」※ 登山道活用ネットワークの設立により亀山7座を新たな観光資源として発信した。
- ・市指定無形民俗文化財である加太地区における「かんこ踊り」が、三重県指定無形民俗文化財に指定された。
- ・文化芸術活動団体と連携した「亀山トリエンナーレ」や「亀山ミュージカル」、名誉市民や文化大使と連携した事業など、市内で様々な文化芸術活動が育まれてきた。
- ・令和元年度に、新たな観光スポットとして整備を進めてきた関の山車会館が竣工した。
- ・亀山市の特産品のPR等が進められ、令和3年度に「亀山ブランド」※の初認定を行い、新たな地域ブランドの効果的な情報発信を期待される。
- ・地域資源の活用・保全や地域の文化財の保全伝承には、後継者の育成や団体の支援が必要である。

地域の魅力を生かした交流プログラムの提供

- ・新たな自然環境の場として、鈴鹿峠自然の家に天文台「童夢」が設置され、地域団体との連携により体験・交流プログラムを提供した。
- ・里山公園や森林公園において自然の魅力を伝える体験学習の場を提供した。
- ・亀山市観光協会との連携により体験型モデルツアーを実施した。
- ・亀山市にはまだまだ知られていない歴史や自然など地域の魅力が多くあり、これらを繋ぎ合わせた新たな観光ルートや、農業体験など地域資源の魅力が発信できるグリーンツーリズム※の提供が必要である。
- ・増加する空き家を住宅、ギャラリー又は飲食店として有効活用を図るための取組支援を進める事が必要である。

まちづくり観光を支える人づくり・グループづくり

- ・ 亀山宿語り部の会及び関宿案内ボランティアの会との連携、更に支援を行ってきたが、担い手が不足している。
- ・ 中央公民館講座において、亀山宿語り部のボランティア養成講座を開講するなど、担い手不足の解消に努めている。
- ・ 持続的な観光を実現していくためには、対外的な情報発信はもとより、地域の観光的価値（＝文化的価値）をしっかりと理解し、これを地域や次の世代へと伝承していくことのできる人材の発掘が必要である。

基本戦略2 まちづくり観光の基礎をととのえる

訪問者を迎える受入環境づくり

- ・ 亀山市観光協会において、観光案内施設における観光客への情報提供のほか、ホームページやツイッターなどの活用により市の魅力を発信した。
- ・ 観光施設における観光PR看板の設置やPR映像放映のためのモニターを設置した。
- ・ 安定的で効果的な施設の運営管理ができるよう、道の駅関宿において指定管理者制度を導入した。
- ・ 観光案内看板や文化財案内看板など東海道一帯での整備を行う他、観光地の魅力等の情報提供を行うなどの環境整備が必要である。
- ・ 関宿への観光客増加やバス渋滞の解消に向けた観光駐車場の整備が必要。
- ・ 宿泊施設との連携や古民家を活用した民泊等の開業、新たなお土産（特産品）の発掘、空き家における飲食店開業への支援が必要である。

まちづくり観光のマネジメント

- ・ 「まちづくり観光」のコーディネータ機能を担う亀山市観光協会が一般社団法人化された。
- ・ 観光施策を推進するため、亀山商工会議所を中心に関係機関で構成される観光連携会議を設置した。
- ・ フィルムコミッション*設立に向けた検討を重ね、平成30年度に亀山版DMOの礎となる亀山フィルムコミッションが設立された。
- ・ 法人化された亀山市観光協会の機能強化に向けた取組が必要である。
- ・ 亀山市における観光動向を的確に把握するための仕組みづくりと、課題である亀山市の多彩な魅力を発信するプロモーション事業の強化が必要である。

(2) 数値目標達成率及び成果

	目標値	現状値 (令和元年実績)	達成率	備考
観光入込客数	38.0万人	22.0万人	58.0%	令和2年度 18.6万人
市民の現状評価	15.0%	11.5%	93.0%	R2調査
まちづくり観光 に関わる団体数	80団体	85団体	117.0%	R2 84団体

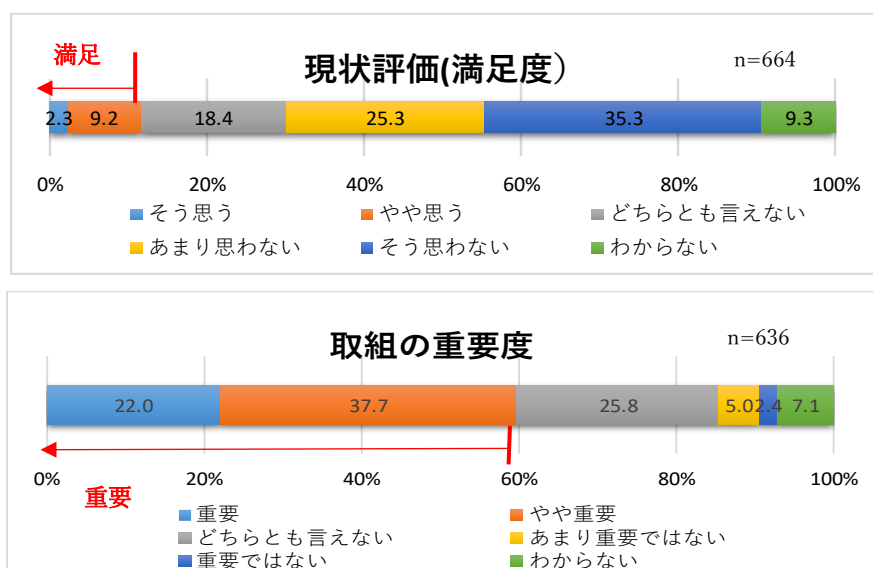
数値目標の成果としては、社会情勢、経済情勢等の要因により影響されることもあり、立ち寄り型観光施設※では微増傾向にあるものの、滞留型観光施設※は入込客数が大きく減少し、観光入込客数は目標値の達成には至っていない。また、市民の満足度調査において、「観光地としての魅力があり、観光施設が整っている」の設問に対しても、満足度は目標値には至っていない。

一方で、まちづくり観光に関わる市民団体数は増加傾向にあるものの、担い手不足や高齢化による活動自体の低迷下もある。

このようなことから、引き続き訪れたいくなるまちの魅力向上に向けた取組が必要である。

【市民アンケート調査】(R2年度後期基本計画策定時に実施)

「観光地としての魅力があり、観光施設が整っている」と考えている人の割合、また取組の重要度について調査の結果、満足度は1割強に留まり、重要と答えた人の割合は6割弱となっている。



(3) 民間事業者考察

観光客の誘客について、観光を商品とする民間事業者において、前観光振興ビジョン及び現地調査を踏まえ提案を求めました。

亀山市は豊富な大自然・歴史的な文化財はあるが、残念ながら点（個々の地域資源）になってしまっており、それらを周遊したくなる「ストーリー」が見えない現状である。観光資源は、個々に観せるだけではそれ以上魅力は深まらない。そこに人を惹きつける何らかの「ストーリーメイク」が必要である。

また、地域資源は磨くだけでは地域経済への貢献は大きくない。大事なのはそれを目的に訪れた人がまちを歩き、飲食をし、買い物をし、体験し、あるいは宿泊をする等、市内での滞在時間が増し、お金が落ちるしくみ（磨いてつなぐ）、受入体制づくりが重要であると考えます。これらのことから、以下のとおり課題を抽出した。

課題1 土産物と食事の魅力、新たな魅力的な店舗づくりについて

前観光振興ビジョン策定時に実施された「地域資源・観光資源における来訪者アンケート調査」によると、亀山市の観光についての評価は①観光資源の魅力や②町全体の清潔さ・美しさ等において「満足」・「やや満足」が70%以上に達するのに対し、「土産物と食事の魅力」については、30%強しか評価されていない。観光商品と言え、まずは「観光+買い物+食」であり、早急な対策が必要である。

課題2 旅行商品づくりについて

個人旅行者は、従来の観光地にはない「ユニークさ」「まちの生活感」を探访することに積極的であり、地域に根差した資源を活用したテーマ別の企画ツアーやまち歩き等の着地型体験商品づくりが重要なポイントである。

課題3 ターゲット設定と情報発信について

情報発信は、誰に対して・どのような手段で・どんな情報を・どんな表現で発信するかという事が重要であり、観光PRについては、ターゲットを明確にし、そこに「刺さる」発信方法・表現方法を一考する必要がある。

課題4 若年層の取組について

若者層やファミリーを取り込むことで、観光地の賑わいは一変するものである。この世代の行動分析では、旅行を楽しむ事とそれをSNS※へ投稿するという行為がイコールであり、逆説的事例も少なくない。これらをふまえ、SNSを活用したプロモーション施策は課題のひとつである。

課題5 亀山市の観光地としての商品価値について

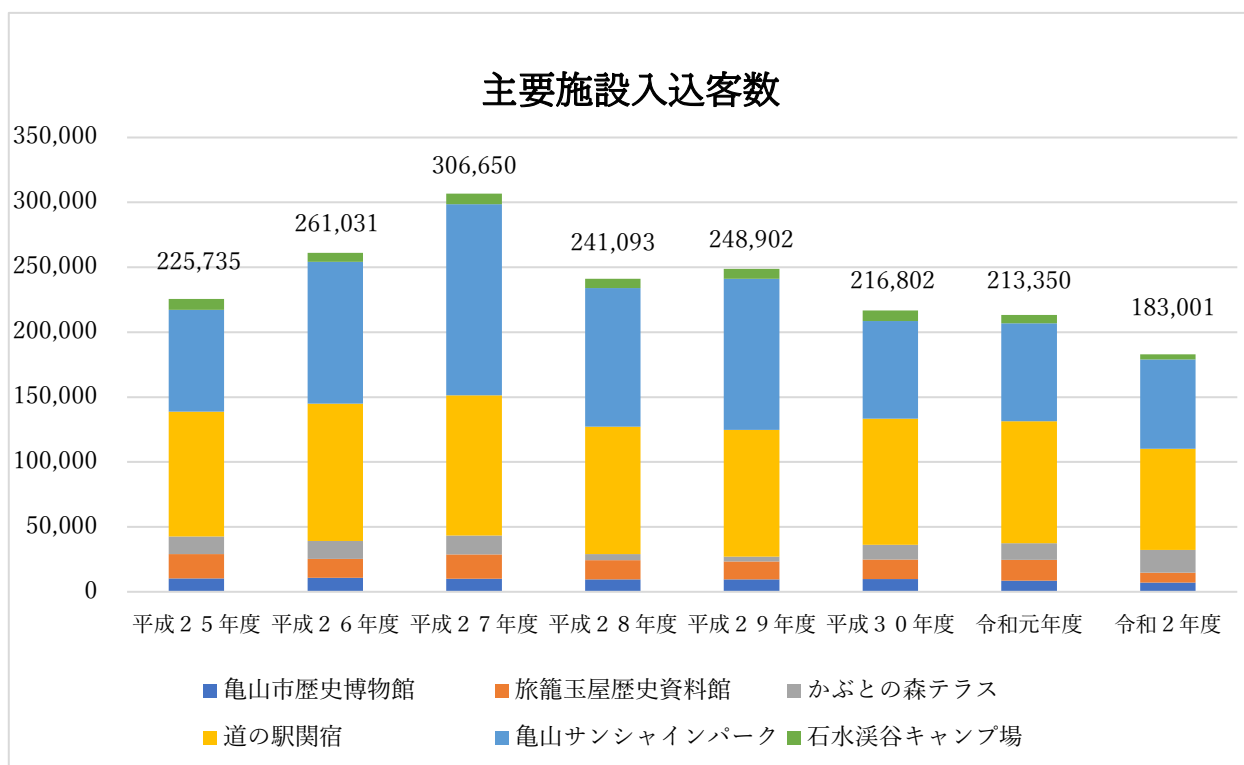
亀山市は交通の要衝として、東海道の宿場町を3つ有するまちであり、中でも「関宿」は旧東海道の中でもこれほど古い町並みが残る宿場町は他になく、歴史的にも文化的にも重要な遺産である。交通の要衝であるという事は、裏を返せば通過されてしまう惧れがあるため、「関宿」といった圧倒的な魅力を持つ観光地を上手く活用していく必要がある。



3. 主要観光施設入込客数

主要観光施設の入込客数をみると、下図のように推移しており、「道の駅関宿」、「亀山サンシャインパーク」が多くの入込客数を受け入れています。平成27年度をピークに減少傾向にある一方で、「かぶとの森テラス」はアウトドアブームから増加傾向にあります。

	平成25年度	平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度
亀山市歴史博物館	10,267	10,691	10,095	9,686	9,588	9,775	8,549	7,170
旅籠玉屋歴史資料館	18,918	14,735	18,696	14,686	13,838	15,211	16,050	7,668
かぶとの森テラス	13,495	13,801	14,485	4,801	3,631	11,094	12,903	17,435
道の駅関宿	96,016	105,658	108,159	97,926	97,817	97,241	93,983	77,829
亀山サンシャインパーク	78,497	109,293	147,198	106,808	116,327	75,089	75,335	68,993
石水渓谷キャンプ場	8,542	6,853	8,017	7,186	7,701	8,292	6,530	3,906
合計	225,735	261,031	306,650	241,093	248,902	216,702	213,350	183,001



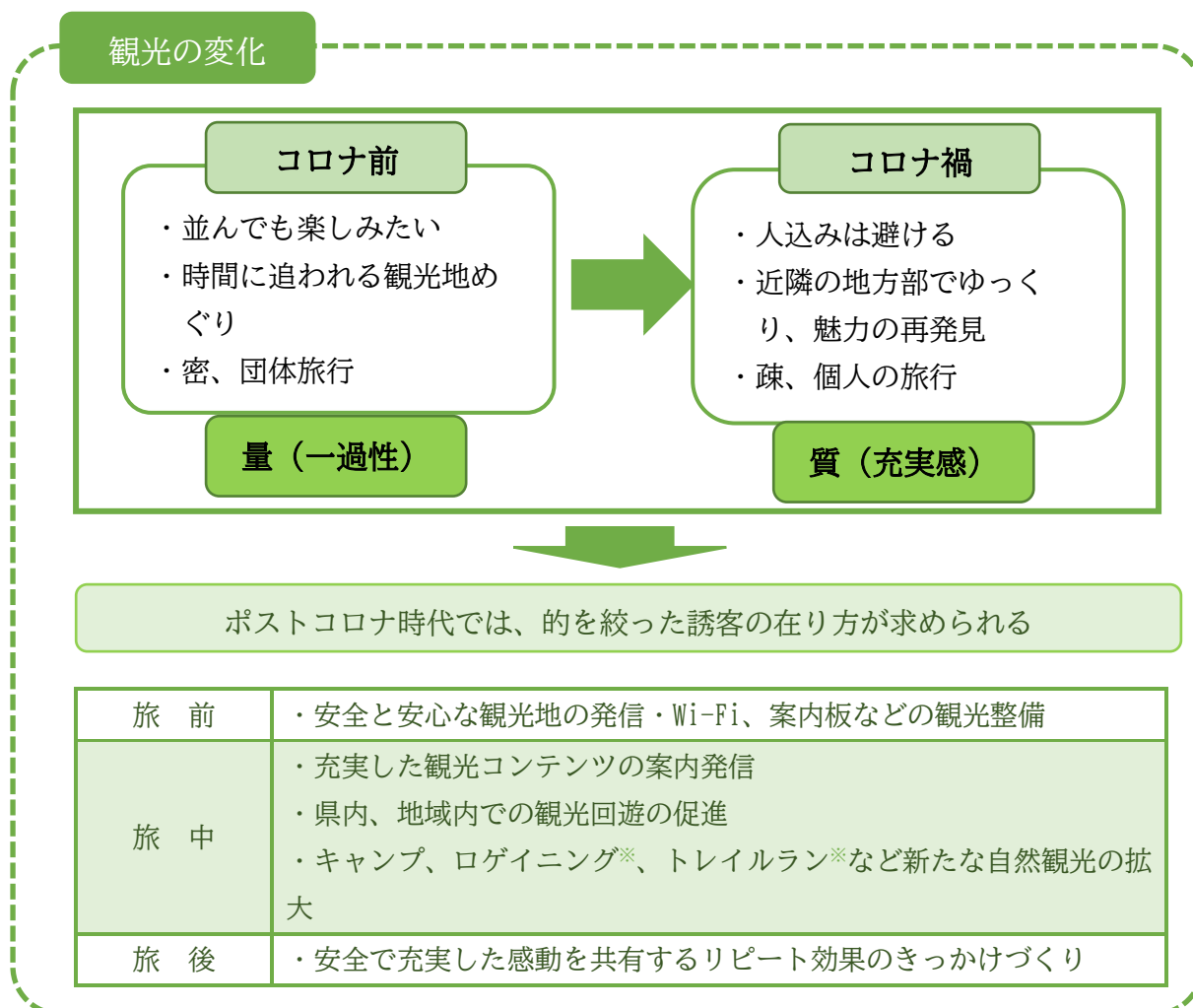
4. コロナ禍における観光

新型コロナウイルス感染症は、世界的な感染拡大により、特に観光分野を取り巻く情勢は著しく変化しました。

本市においても、観光客全体を見るとは大きく減少していますが、自然観光は顕著に増加傾向にあります。観光のスタイルにも大きな変化が表れてきており、コロナ禍の前では、団体旅行が主で、並んでも楽しみたい、時間に追われる観光地めぐりなど、量（一過性）のスタイルから、コロナ禍においては、個人旅行が主となり、人込みは避ける、近隣の地方部でゆっくりと、魅力を再発見するなど、質（充実感）を求める観光へと変化しています。このような現状を踏まえ、今後は、的を絞り新しい観光のスタイルに対応した観光施策の展開が必要となってきます。

	平成30年度	令和元年度	対前年度比	令和2年度	対前年度比
主要施設入込客数	216,702	213,350	△1.5%	183,001	△14.2%
内かぶとの森テラス	11,094	12,903	16.3%	17,435	35.1%

★収容施設の入込み客数は減少傾向にある中、自然観光である「かぶとの森テラス」では、顕著に増加している。



5. 亀山市の観光における特性・課題

(1) 観光地としてのイメージアップ

◆関東と関西の分岐点で交通の要衝ゆえに、立ち寄り方の観光主体

本市は、東名阪自動車道、新名神高速道路、近畿自動車道伊勢線、名阪国道、国道1号線などの主要幹線道路が行き交い、JR東海とJR西日本が分岐する広域交通の要衝です。そのため、自動車では、京都・名古屋から約1時間、大阪からは約1.5時間というアクセスの良い場所に位置しているものの、列車においては、運行本数が少ない路線となっている。

そのため、伊勢志摩方面を目的地とした場合、自動車では通過地点、列車においては、通過しない地点となり、本市を目的地とした観光ではなく、通過時に立ち寄る“ついで観光”^{*}となっている現状であり、着地型観光の推進を見据えた取組が必要である。

◆観光業を中心とした事業者が乏しい

本市には年間入込客数が10万人程度の施設が亀山サンシャインパークと道の駅関宿のみで、観光地として「関宿」を目的とし訪れる方も多くいるものの、食事処、買い物処等がまだまだ乏しく、観光客が訪れた際のおもてなしが十分できていないのが現状であり、訪れる観光客からは、観光資源とともに名物や特産品を食べられることへの期待の声が多く聞かれる。

(2) 恵まれた観光三大資源（自然・歴史・産業）

◆豊かな自然環境

本市は、亀山7座を代表とする鈴鹿山脈の山並みや森林、溪谷や河川などの自然資源に恵まれており、貴重な動植物についても生息が確認され、保護活動が実施されている。特に亀山7座トレイルを中心とした、自然資源を楽しむトレッキング客、ウォーキング客の増加、また、アウトドアブームによるキャンプ場利用者は増加傾向にある。このことからこの豊富な自然資源が持つポテンシャルを活かし、民間事業者との連携を図りつつ関宿等へと誘導する仕組みづくりが必要である。

◆豊富な歴史・文化

本市は、関宿が国の伝統的建造物群保存地区に選定されており、また、歴史的風致維持向上計画の認定を受けるなど、東海道などの街道が交差する「みち」が育んだ歴史文化遺産が高く評価され、今日まで引き継がれてきた。本市は、その経過を多くの遺産とともに映し出すまちとして、継続した維持保全が求められ、これら遺産の有効活用も含めた環境整備が必要である。

◆特色ある産業

中部・関西圏の中心に位置する地理的優位性や抜群の交通インフラといった強みを活かし、内陸工業都市として発展を遂げてきた本市は、ローソクに代表される地場産業に加え、液晶関連や自動車関連産業などの集積が図られ、ものづくりは市の産業の特徴となっている。一方で、農業も盛んで、亀山茶のほか、豊富な食材を取りそろえることができ、これらの資源を有効に活用し、企業や団体等と連携を図り、産業観光を展開する必要である。

(3) まちづくり観光の推進

◆発展途上にあるまちづくり観光

本市が目指す「まちづくり観光」は、地域と住民が主体となって三者（＝地域資源、定住環境、来訪者満足度）が調和する総合的なまちづくりを目指すものであるが、本市には隠れた「地域の宝物」があり、再発見・再認識する必要がある。また、関宿への来訪者満足度は高い評価を得ているものの、市民の観光地に対する満足度は目標値に至っていない。また、まちづくり観光に関わる市民団体における担い手不足や高齢化による活動自体の低迷下も課題となっているなど、本市のまちづくり観光は発展途上にあるといえる。

◆観光プロモーションの強化と効果的な情報発信

本市は、多様な観光に関する情報発信が十分でない側面があることから、市民の観光資源に対する誇りやおもてなし意識の醸成、行政及び関係団体等による積極的なプロモーション活動が求められる。また、本市の代表的観光地である関宿を中心に各観光資源をつないだストーリー性・テーマ性のある観光の構築と亀山市の特徴でもある住みやすさを阻害しないよう、定住者と来訪者が共に満足できる観光地としての「まちづくり観光」のあり方を模索することが望まれる。

◆まちづくり観光活性化へのマネジメント

まちづくり観光については、来訪者の増加と満足度の向上とともに、市民の定住満足度が高まり、新たな観光資源の磨き上げや交流が育まれるといった、まちづくり観光の目標である「まちづくり観光の好循環」の形成には長期的な視点にたち、これまでに築き上げたまちづくり観光を更に推進させるとともに活性化させる必要がある。このことから、亀山市観光協会が中心に多くの主体が参画し、亀山市版DMOの礎となる「亀山市フィルムコミッション」が設立されたことから、関係者が一体となった観光振興に取り組める体制の充実を図るとともに、まちづくり観光のコーディネート機能を果たす亀山市観光協会の機能強化に向けた取組が必要である。

(4) 情勢変化に伴う新しい時代への対応

◆情勢変化に伴う観光施策

これまでの国の観光施策は、インバウンド対応を主とした施策であり、年間4,000万人という訪日外国人旅行者を目標値として掲げていた。しかしながら、新型コロナウイルス感染症の世界的な感染拡大により、観光分野を取り巻く情勢は著しく変化し、これまで体験したことのない状況に直面し、先の見えない状況にある。現在、国においては、インバウンドにウエイトを置きすぎず、観光事業者の暮らしを最低限国内観光で守れるような新たな計画の必要性が議論されるとともに、インバウンドを取り込むことは否定せず、インバウンドに頼った観光立国は事実と異なるとした上で、質的な変化を求めていかなければならないことを大きな課題としている。

◆ポストコロナを見据えた観光施策への取組

観光施策の変化に伴う、個人が従来とは違う地方部へ、自らが魅力ある行先を選択し旅行するという特別な体験を得るスタイルは、これまで以上に贅沢なことになると思われる。「他には無いそこだけの何か」や「そこに行かなければ体験できない何か」、「私たちだけが参加できる何か」など、訪日外国人旅行者に留まらず、国内旅行者にも『より特別感』のある観光ニーズへと変化が広がるものと考えられる。その意味で歴史・文化資産や自然資産などが蓄積された亀山市には潜在的に大きな可能性がある。

この先、こうした市場ニーズに臨機応変に対応しながら、亀山版ツーリズムに取り組むことが重要であると考えられる。そのためには、亀山市の歴史や文化、自然、ひとなどの地域資源を最大限に活かし、ポストコロナを見据え、関係団体が連携を密に図りながら独自価値を高め、「量的な観光」ではなく、地域の経済効果と持続可能な観光を両立させた「質的な観光振興」と安心して観光ができるよう「旅行者と地域住民の感染リスク低減対策」に取り組む必要があり、その仕組みづくりが急務となっている。

第 3 章

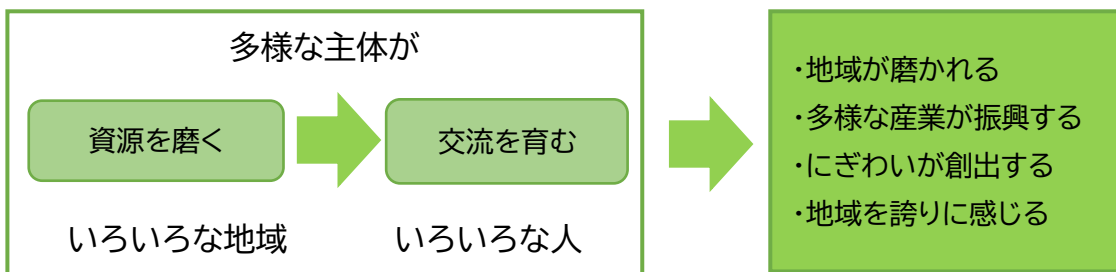
観光振興に向けた 基本的な考え方

1 観光振興の考え方

亀山市の観光は、前観光振興ビジョン及び第2次亀山市総合計画前期基本計画の基本施策である、『まちづくり観光』の考え方を継承します。

『まちづくり観光』とは、地域の住民が主体となって地域資源、定住環境、来訪者満足度の3つの要素を調和させる“総合的なまちづくり”としての取組を意味するもので、その取組の結果が観光振興につながっていくという考え方であり、引き続き取り組んでいきます。

～地域資源を活かし、交流を通じて魅力的な亀山市を創造していくこと～



“人も地域も元気なまち”

観光 = まちを光らせること
まちを磨いた結果として、人が集まり、経済が生まれる

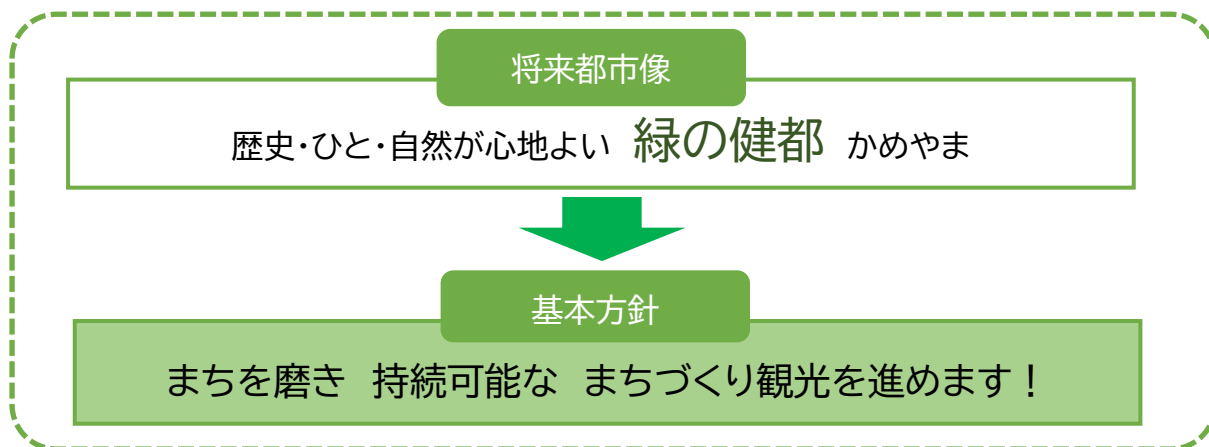


2 基本方針と重視すべき視点

1. 基本方針

亀山市では、第2次亀山市総合計画において、将来都市像を「歴史・ひと・自然が心地よい 緑の健都 かめやま」と定め、前期基本計画の基本施策において、「まちづくり観光」の実現を目指しています。

本観光振興ビジョンでは、この将来都市像を目標としつつ、基本施策である『まちづくり観光』の考え方を基本に施策・事業に取り組みます。



2. 重視すべき視点

『まちを磨き 持続可能な まちづくり観光を進めます！』、この基本方針のもと、亀山市の観光振興を推進するにあたって、重視すべき視点を次のように整理します。

【視点1】持続可能な観光をめざす

地域文化・歴史文化・自然環境・定住環境が調和し、節度ある交流が展開され、結果として地域経済が育まれるようなまちをめざす。

【視点2】市民が育て、多様な交流が生まれる観光をめざす

地域内外の人が、魅力ある“人”や“暮らし”を体感し、「ここに住んでみたい」と思うことのできる、多様な交流にあふれる「つながりと交流のあるまち」をめざします。

【視点3】新時代に対応した観光をめざす

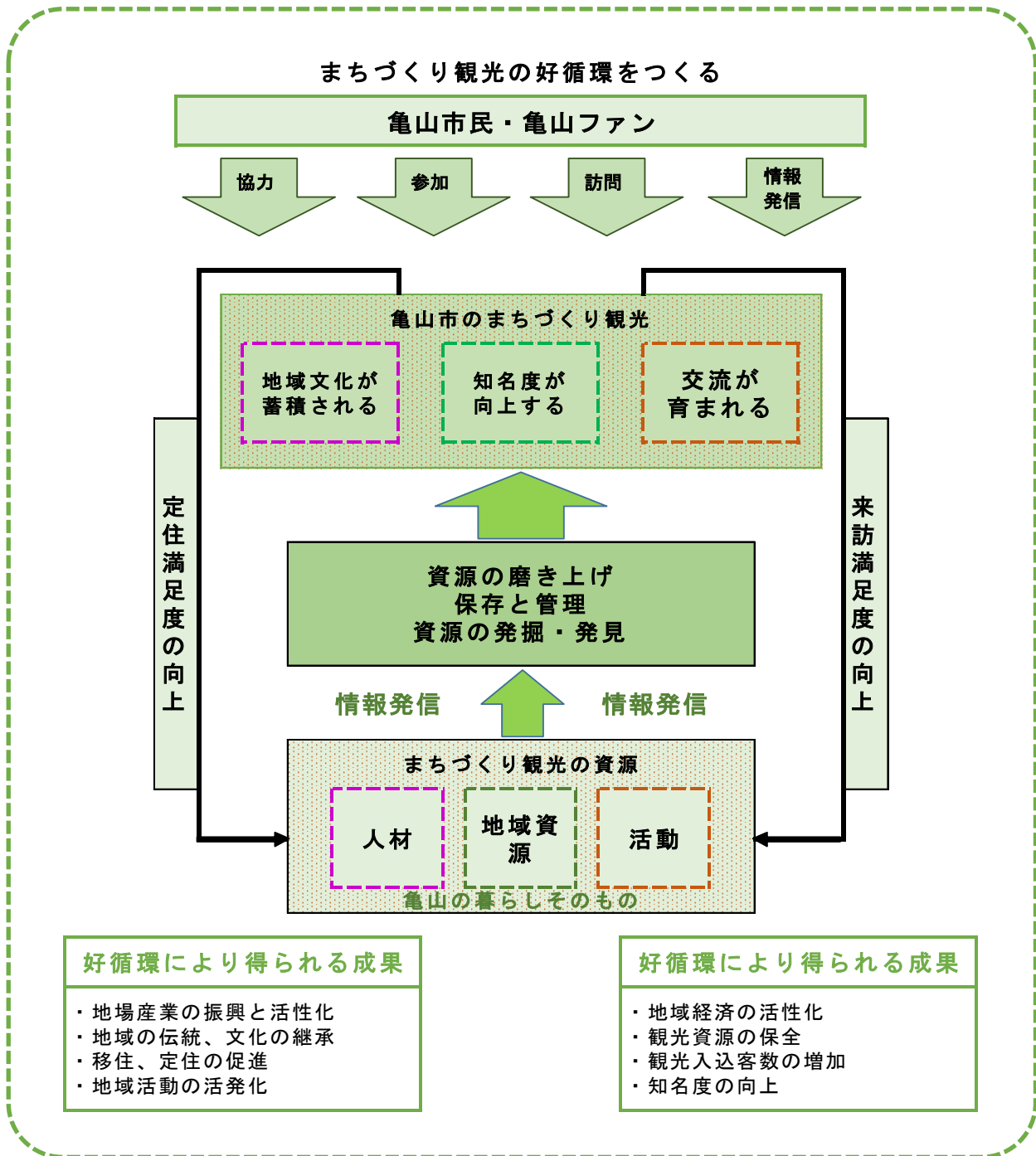
ポストコロナ時代に欠かせない観光DX^{*}の導入を進めるとともに、地域の経済効果と持続可能な観光を両立させた「質的な観光振興」をめざします。

3 まちづくり観光の展開

1. まちづくり観光の目標

地域資源（人材、地域資源、活動）に磨きをかけ、交流が生まれ、地域文化が蓄積され、そしてそれぞれから情報が発信されていくような『まちづくり観光』を推進します。

これにより、亀山市を訪れる来訪者の満足度と地域に暮らす人々の地域への愛着と誇りが高まると同時に、それぞれが情報発信することで知名度向上にもつながり、その結果から再び新たな地域資源の磨き上げ、新たな交流が育まれるといったような『まちづくり観光の好循環』を創りあげていくことを目標とします。



2. 数値目標

地域・各種団体・事業者・行政が協働しながら「まちづくり観光」を推進することにより、来訪満足度と定住満足度を同時に高めていくことをめざします。

観光事業については、急激な社会情勢の変化などの影響を受けることが想定されますが、着実な『まちづくり観光』の推進のため、次のとおり目標値を設定します。

◆来訪満足度の向上を評価するための目標数値

目標値1	現状値 (令和2年度)	目標値 (令和8年度)	摘要
観光入込客数 (a+b)	183,001人	235,000人	
立ち寄り型観光施設 (a)	146,822人	185,000人	・道の駅関宿 ・亀山サンシャインパーク
滞留型観光施設 (b)	36,179人	50,000人	・亀山歴史博物館 ・旅籠玉屋歴史資料館 ・石水溪キャンプ場 ・かぶとの森テラス ・観音山 (関ロッジ)

目標値2	現状値 (令和2年度)	目標値 (令和8年度)	摘要
エコツアーリズムのイベント開催数	13回	20回	・亀山7座トレイルイベント ・いこかトレイルイベント
エコツアーリズムのイベント参加人数	141人	300人	

目標値3	現状値 (令和2年度)	目標値 (令和8年度)	摘要
亀山市観光協会ホームページ訪問者数	181,722人	250,000人	PC、携帯電話、関宿Wi-Fiからの訪問者数の総数

- ・来訪満足度の質と量をバランス良く高めていくことを目標とし、観光入込客数とエコツアーリズムのイベント参加人数、亀山市観光協会ホームページ訪問者数の3つの目標値を設定した。
- ・観光入込客数については、内訳を立ち寄り型観光施設利用者と滞留型観光施設利用者に区分している。着実な『まちづくり観光』の推進による、直接的な入込客数の増加分を滞留型観光施設の増加として見込むこととし、5万人を目標値として設定している。
- ・これら滞留型観光施設の利用者が増加すれば、間接的に立ち寄り型の観光施設利用者は増加するものと考えられ、5年間で概ね25%の増加を目標値として設定している。

◆定住満足度を評価するための目標数値

目標値 1	現状値 (令和 2 年度)	目標値 (令和 8 年度)	摘 要
関宿内店舗数	30 店舗	35 店舗	東海道関宿に展開する一般利用可能な店舗数

目標値 2	現状値 (令和 2 年度)	目標値 (令和 8 年度)	摘 要
まちづくり観光に関わる 団体数	84 団体	85 団体	地域資源の保全、活用、交流といった活動を展開する、まちづくり観光に関わる団体数

- ・定住満足度を図る指標としては、亀山市の地域文化や地域資源に魅力を感じて活動されている、まちづくり観光に関わる「関宿内の店舗数」、「まちづくり観光に関わる団体数」の2つの目標値を設定した。
- ・関宿内の店舗数については、市の観光地の現状を顕著に判断できる地域であり、店舗事業者の高齢化や担い手不足等の問題もあるものの、有効な空き家活用対策も含め年間1店舗増加の5年間で5店舗増加を見込み目標値を設定している。
- ・まちづくり観光に関わる団体数については、近年の急激な高齢化や担い手不足等による解散が相次いでいる状況も考慮し、85団体の現状維持による目標値を設定しています。



4 観光振興の基本戦略

第2次亀山市観光振興ビジョンの基本方針『まちを磨き、持続可能な、まちづくり観光を進めます！』を実現するため、以下の方向性に基づく3つの基本戦略を定めます。

基本戦略1 観光資源のクオリティアップ

当市は、豊かな自然と豊富な歴史文化に生まれ、交通の要衝を活かした特色ある産業に恵まれたまちであり、豊富な観光資源^{*}を有しています。これらの観光資源はもとより、本資源を活かした観光事業を展開する団体等のブラッシュアップやこれまでクローズアップされなかった新たな観光資源の創出、点在する観光資源のつなぎ合わせ等を行うことで、観光資源のクオリティアップを図ります。

また、「亀山7座トレイル」を中心とした亀山市の豊かな自然環境を活用したエコツーリズムの充実を図ることで、更なる魅力度の向上につなげます。

1-1 新たな観光資源の創出

当市は、主要幹線道路が行き交い、広域交通の要衝で、特に自動車では、アクセスの良い場所に位置している。このため、自然・歴史・産業を中心に多様で優れた観光素材を有するまちとして、近隣都市圏からの観光客が増加傾向にある。これらの多様で優れた地域資源に脚光をあてるべく「まちづくり観光」の考え方を基本に、それぞれの地域や団体が取り組む新たな地域資源の創出やクローズアップを促す。

1-2 エコツーリズムの創出

当市の豊かな自然環境を観光資源として、特に「亀山7座トレイル」においては、トレッキングのほか、登山道整備や地域文化の学習と、多彩なメニューでエコツーリズムの推進を図っている。これらの事業展開を中心として、市の豊富な歴史文化資源などを観光の対象としながら、環境保全と持続可能性を考慮したうえで、地域振興と活性化につながる様々なエコツーリズムの創出に努める。

1-3 観光資源の磨き上げによる魅力度向上

既存の観光資源に加え、それらを活かした活動を展開する団体等との協働、更には近隣市町等との広域観光の推進を含め、学習や交流を繰り返しながら、質の高い観光資源へと磨き上げる活動を促進する。

特にこの観光分野は、文化財の保護・活用、文化芸術の振興、農林業・商工業の振興など他の分野とも関わりが深いことから、それぞれとも連携を図り、着実な事業推進を図り、地域資源の磨き上げによる魅力度向上に努める。

基本戦略2 情報発信のクオリティアップ

これまで、当市の観光情報発信は、イベント時のパンフレット配布など一時的な情報発信のみのものが多く、より多くの人々の目に触れるまでには至っていません。現代における情報入手方法は、パンフレットや市広報紙、新聞、雑誌などの紙媒体によるもののほか、テレビやラジオ、インターネットやSNSといったような音や映像を含んだ情報など、多彩なツールによります。これらの各種媒体を有効に活用できるよう、情報発信のクオリティアップを図ります。

また、新型コロナウイルス感染拡大に伴い、観光業におけるDXの導入が注目され、様々なICT*技術の導入は、ポストコロナの時代に欠かせない環境整備であると、その活用について検討を進めます。

2-1 効果的な情報発信による知名度の向上

前観光振興ビジョンにおいては、あまり重要視されなかった情報発信分野だが、昨今では、スマートフォンなどの急速な普及により、場所や時間も問わず情報の入手や発信を行うことが可能な時代となり、現代人が1日に得る情報量は、江戸時代の人の1年分とも言われ、膨大な情報量となっている。その膨大な情報から、的確な情報を発信・入手することが重要視されている。

このことを踏まえ、これまでの情報発信方法の見直しを含めた検討や学習を行い、単発的で一方的な情報発信とならないよう、受入側と来訪者の相互が情報発信を行い、知名度向上につながるよう、情報発信ツールの積極的活用を促進するとともに、ICT技術の活用により新たな時代に対応できる観光DXの推進を図る。

2-2 観光統計データの収集

昨今では、膨大な情報を手にすることが可能となり、必要な情報だけを入力するためあらゆる手法で、求める情報に近い事柄だけを抽出することが可能となっている。このことから、年代、性別、居住地、行動履歴等をデータとして確保し分析したうえで、より効率的・効果的にプロモーションを展開することが可能となる。

これまでは、あまり重要視されていなかった情報収集であるが、今後の観光事業展開を行う上でも重要なキーワードとなるため、あらゆる媒体を活用したデータ収集と分析を行い、的確で効率・効果的な観光プロモーションの展開を図る。

これまで体験したことの無いコロナ禍において、旅行するという体験はこれまで以上に贅沢なことになると思われ、『より特別感』のある観光ニーズへと変化が広がるものと考えられます。その意味で歴史・文化資産や自然資産などが蓄積された亀山市には大きな可能性があるため、これらの亀山版ツーリズムに取り組むことが重要であると考えられます。そのためには、亀山市の歴史や文化、自然、ひとなどの地域資源のクオリティアップを図りながら独自価値を高め、ポストコロナを見据え、地域の経済効果と持続可能な観光を両立させた「質的な観光振興」と「旅行者と地域住民の感染リスク低減対策」に取り組みます。

3-1 質的な観光振興の取り組み

これまでの均一的な観光振興を実施するのではなく、新型コロナウイルス感染症による体験をふまえ、量的観光（例えば大型バス等による団体観光）から質的観光（例えばマイカー等による個人観光）への変化に対応した「ブランディング観光」※に資する観光振興の推進を図る。具体的には、個人旅行をターゲットとした『より特別感ある』体験型等の観光を推進することによる滞在時間の延長と、これまで亀山市の弱点でもあった食と買い物による地域経済への貢献を図る。また、多様な地域観光資源の保全と継続した地域コミュニティの発展のため、これらを保存・継承する団体、個人等を支援し、観光資源のクオリティアップを図る。

3-2 旅行者と地域住民の感染リスク低減対策

旅行者や地域住民、事業者等が感染リスクを低減させるため、事業者等に対して業種ごとに作成された新型コロナウイルス感染症予防ガイドラインに沿った対策の徹底を促すとともに、旅行者に対して感染症予防に係る周知の徹底を図る。また、各種イベント等の開催や地域住民が直接関わる事業等の実施においても、三重県の示すガイドラインに従いながら、感染リスクを最小限に抑える感染防止策を組み込んだ、ニューノーマルな観光を提供する。

5 観光におけるSDGsへの貢献

1. SDGsとは

「SDGsとは、「Sustainable Development Goals（持続可能な開発目標）」の略称であり、2015年9月に国連で開かれたサミットの中で世界のリーダーによって決められた、国際社会共通の目標。このサミットでは、2015年から2030年までの長期的な開発の指針として、「持続可能な開発のための2030アジェンダ（取り組むべき検討課題）が採択され、「持続可能な開発目標」として、17のゴールと169のターゲットが掲げられています。

2. 観光におけるSDGs

先進国や発展途上国を問わず持続可能な開発を目指すSDGsですが、地方には少子高齢化や人口減少、それらによる経済規模の縮小など、様々な課題があります。地域の人々が安心して生活できるまちづくりが、地域の観光にも必要です。

このことから本観光振興ビジョンはSDGsの考え方に学び、まちづくり観光の持続可能な発展を目指します。

3. 地域の魅力を活かした観光でSDGsに貢献

誰しも旅先での記憶に残る情景を持っています。旅先で食べたい美味しい郷土料理や綺麗な景色があり、「また行きたい」、「この場所を今後も守ってほしい」といった感情を持っています。本来あるべき観光は、自然、まちなみ、食、文化、そして町の景色や音、地域の文化や伝統などを大切にし、それを後世に伝え、地域への愛着と誇りを持ったまちの人々といった地域の資源が一体となった旅先の記憶となります。

亀山市の「まちづくり観光」では、これらの観光資源の持続的開発によって、地域が活性化するよう、まちづくり観光がSDGsの考え方と足並みを合わせ、様々な観光プログラムを提供することによりSDGsに貢献します。



4. ビジョンにおけるSDGsの取組み

本観光振興ビジョンでは、基本方針である「まちを磨き 持続可能な まちづくり観光を進めます！」と定め、この方針のもと、本市の観光を推進するにあたって、重視すべき視点の一つとして、「持続可能な観光をめざす」としており、本観光振興ビジョンにおいて、SDGsの17ゴールのうち、特に以下の6つのゴールを意識して取り組みます。



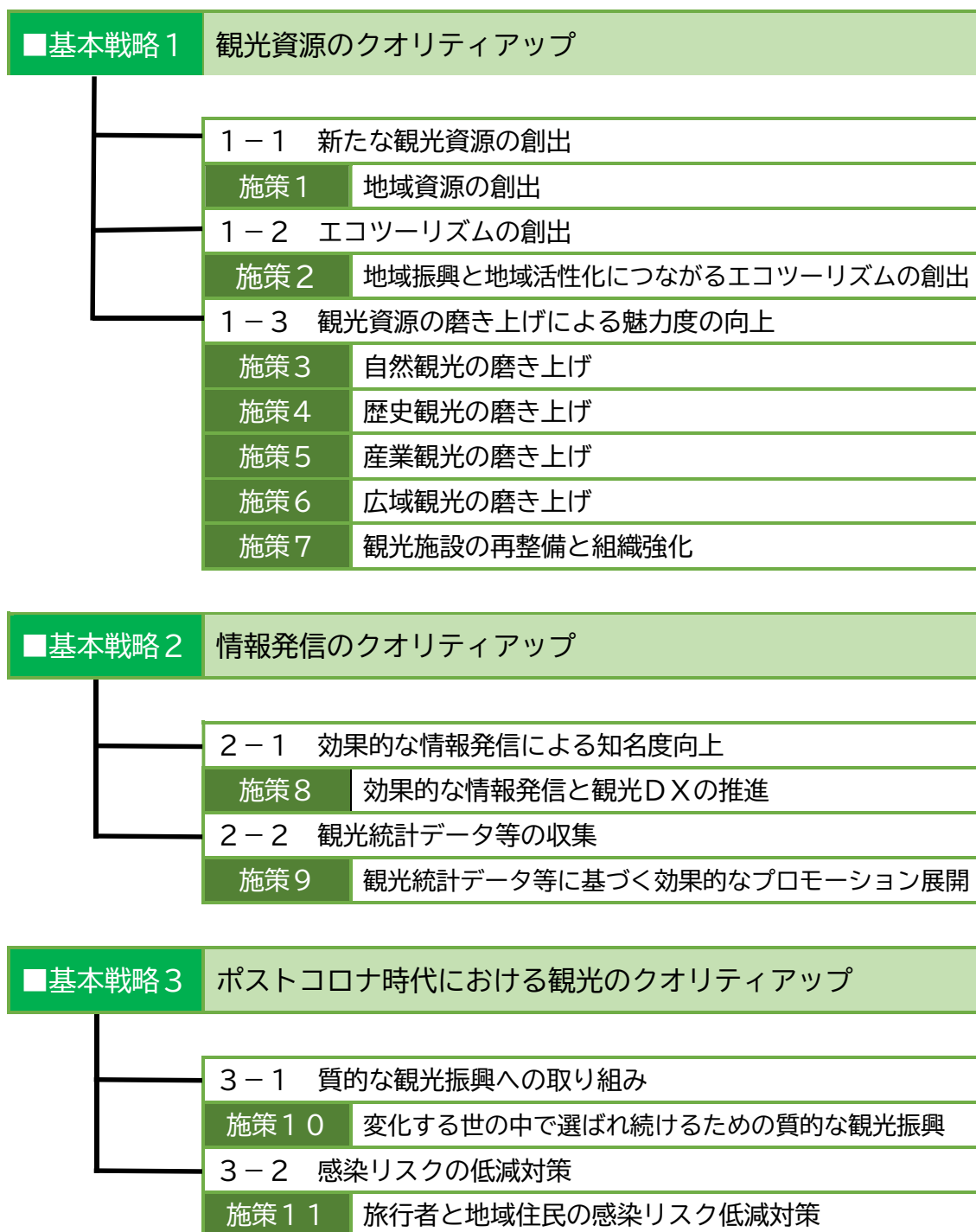
第 4 章

観光振興に向けた方策

1 施策の体系

本章では、第3章で整理した「観光振興の基本戦略」に沿って、本観光振興ビジョン実現に向けた積極的に取り組むべき施策を整理します。

これらの施策は、多様な地域資源を磨き活用し、発信していくものであり、それぞれの事業の実施は多様な主体により推進いたします。



■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

考え方

自然・歴史・産業を中心に多様で優れた観光素材を有する当市は、近隣都市圏からの観光客が多く、これらの素材を活かした活動を展開する団体も各種存在します。これらの素晴らしい観光素材にスポットを当て、新たな観光資源として脚光を浴びることができるよう、地域はもとより各関係者からの理解と協力を得ながら地域資源の創出に取り組む。

また、近年、増加傾向にある個人観光客の着地型観光の誘客を図るため、文化芸術など幅広い観光素材を地域資源に掘り起こす作業と同時に、これらの資源を有効に活用した魅力的な体験プログラムの開発などを多角的に創出する。

具体的な取り組み事業の方向性

- 関宿祇園夏まつりや東海道関宿街道まつり等の既存事業を地域資源として捉え、市民や関係団体と協働することでブラッシュアップ（魅力を高め）を図り、地域内外からの誘客に努める。
- 市内には、まだまだ知られていない地域資源が多くあり、その時々地域資源や人材に注視し、地域の魅力再発見に努め、情報発信に努める。
- 「みつまたを愛する会」や「六〇会」等の地域観光資源に携わる団体の更なる活性化のための仕組みづくりに取り組むとともに、きめ細やかな情報発信に努める。
- 文化芸術等の多様な資源を観光素材として体感・体験できるプログラムを提供するため、亀山市観光協会等と連携し、新たな観光資源として活用する。

施策2

地域振興と活性化につながるエコツーリズムの創出

考え方

豊かな自然環境を活用した誘客活動を継続的に取り組む。特に「亀山7座トレイル」においては、石水溪亀山市観光協会が石水溪周辺の登山道維持管理活動を行っていたが、高齢化等により活動人員が減少し、活動存続自体が危ぶまれる状況となっていた。このことから、亀山市協働事業提案制度を活用し、登山道活用ネットワークとしても登山道整備活動やトレッキングなどの事業を展開して誘客活動を行っている。

これら団体の継続した支援はもちろん、様々な団体が実施する歴史文化体験や自然環境体験などの体験学習プログラム、サイクリング、ウォーキングなどのエコツーリズムの抽出と創出、さらには既存観光とのマッチングも含めた多様なエコツーリズム観光プログラムの提供を行う。

具体的な取り組み事業の方向

- 「亀山7座トレイル」登山道活用ネットワークの活動支援を軸に、トレッキングやサイクリング、ウォーキング等、多様なアクティビティを融合した取組みを進め、本市のエコツーリズムを確立する。
- 民間事業者や団体等連携のもと、地域資源を活用した歴史文化体験・自然体験のモデルツアーの開催等、体験型観光プログラムによりエコツーリズムの振興を図る。
- エコツーリズムの振興により、新たな観光客層の誘客を進め、既存観光地とのマッチングを図るプログラムの提供を進める。



施策3

自然観光の磨き上げ

考え方

本市には、鈴鹿山系が育む豊かな自然環境に恵まれている。

その豊かな自然環境を観光資源とし、森林・河川・里山・農地などの環境・景観を維持・保全する活動に継続的に取り組む。そのための情報整理と情報発信、イベント開催等それぞれの地域や関係団体が主体的に取り組む活動に対する支援を積極的に行い、資源の磨き上げを図る。

また、「みつまた」、「花しょうぶ」に代表される亀山の四季を彩る花や植物に携わる団体等との連携を図り、観光スポットとして磨き上げる。

具体的な取り組み事業の方向

- 亀山7座をはじめとする豊かな自然環境の中で進める亀山7座トレイル整備・活用推進事業により新たな観光資源の磨き上げに努める。
- 鈴鹿川等源流の森林（もり）づくり協議会との連携による自然環境の保全を図り、環境学習の推進に取り組む。
- 市内キャンプ場などのアウトドア関連事業者、また地域との連携を促進し、恵まれた自然環境を生かしたエコツーリズムの推進による市の知名度向上に努める。
- 関三山（観音山、羽黒山、筆捨山）の活性化を地域団体等と協働して取り組み、亀山7座トレイルからの連続性を確保し、新たな訪問客層を関宿に誘導する。
- 亀山の四季を彩る花や植物を保存・活用する団体や亀山市観光協会等と連携し新たな観光スポットとして磨き上げ、SNS等を活用した積極的なプロモーション活動を展開する。
- 東海自然歩道の環境整備やパトロールを行い、気軽に楽しめる自然歩道ルートとして保全する。
- 観音山公園、亀山公園、森林公園等、身近にある自然・体験学習の場として活用を図り、様々な体験プログラムを提供する。

施策4

歴史観光の磨き上げ

考え方

亀山市には、国の重要伝統的建造物群保存地区に選定されている関宿や三重県下に唯一現存する城郭建造物である旧亀山城多門櫓などの歴史文化遺産が数多くある。これらは、現存する地域の中で大切に受け継がれてきた貴重な「資産」であり、継続した保存・整備活動を推進する。また、様々な歴史文化遺産をつなぎ合わせたストーリー性ある歴史観光となるよう、市民・民間事業者とともに後世に伝えていく活動を展開する。このため、歴史文化財に関する調査ならびに保存・整備事業を着実に推進するとともに、地域のまちづくりに寄与する施設の有効活用と情報発信で市の知名度向上を図る。

また、亀山市には、志賀直哉や江戸川乱歩等の著名な小説家との関わりも多く、新たに「文学で巡る亀山」観光を提案する。

具体的な取り組み事業の方向

- 国の重要伝統的建造物群保存地区に選定されている「関宿」において、修理・修景事業を推し、更なる歴史観光資源の磨き上げに取り組む。
- 文化財施設の有効活用について検討を行い、文化財を活用した観光誘客を進める。
- 国の史跡に指定された「鈴鹿関跡」については、更なる範囲の拡大に向けた調査事業を進めるとともに、新たな観光資源としての発信に取り組む。
- 市内の歴史資源と本市に関わる著名な小説家などが関わる地域をつなぎ合わせたストーリー性のある観光を提案する。
- 市内に数多く残る戦時下に建設された建造物や戦争の状況を物語る遺構について、観光資源として磨き上げに取り組む。
- 地域固有の民俗芸能や伝統芸能の保存伝承のため支援を行うとともに、次世代へ継承する担い手の育成に努める。
- 亀山宿語り部の会及び関宿案内ボランティアの会との連携及び支援を行うとともに、担い手の育成に努める。

施策5

産業観光の磨き上げ

考え方

亀山市は、豊かな自然と良質な水、豊かな地質に育まれたお茶の産地であるとともに、交通の要衝という利点を活かした内陸工業都市として、幅広いものづくりの素材がある。これらを含めた特色ある亀山市の産業のブランド価値を高め、人的資源の創出や新たな産業開発を推進する。また、亀山ブランドの認定に積極的に取り組み、効果的な情報発信で市の知名度向上を図る。

具体的な取り組み事業の方向

- お土産や飲食などの物産の振興につなげるため、亀山ブランドの認定を行うとともに効果的な情報発信に取り組む。
- 市の特産品であるお茶などを素材とした亀山ならではの食文化を楽しめる新たなフードツーリズム※の提案と情報発信に取り組む。
- JR加太駅舎を地域のにぎわい交流・情報発信の場として活用し、加太地域に現存する鉄道遺産群とともに観光資源として磨き上げに取り組む。
- 「ふるさと納税」において、本市の知名度向上と地域経済の活性化を図るため、寄附者の方へお礼の品として市内事業者等が取り扱う魅力ある特産品等を、亀山ブランドと連携して提供する。
- ビジネスホテル等の宿泊施設との連携を促進し、来訪者にとって魅力向上につながる観光宿泊プランなどの企画提案を行う。
- 東町商店街を中心に進められているアートによる街づくりを支援する。
- 関宿内の空き家を、ギャラリー、飲食店、民泊等に有効活用が図られるよう支援を行う。

施策6

広域観光の磨き上げ

考え方

亀山市は、東海道の三宿（亀山宿、関宿、坂下宿）を有し、古くから交通の要衝として栄えてきた。この利点を活かし、近隣市町はもちろんのこと、隣接する滋賀県との連携など、広域連携を含めた観光の振興を図る。また、宿場町や四季の花、豊かな自然活用等、観光資源の有効活用を官民が連携して推進するための体制強化を図り、効果的な情報発信により市の知名度向上につなげる。

具体的な取り組み事業の方向

- 近隣市町、広域連携市町とイベント開催時の出展や情報交換等の交流により、本市の知名度向上に努める。
- 伊賀市・甲賀市と積極的な交流を図り、広域観光の創出とプロモーション活動を展開する。
- 歴史資源である日本武尊・白鳥伝説にゆかりのある大阪府羽曳野市及び奈良県御所市との都市間交流を進める。
- 県内外のフィルムコミッションと情報共有を図りながら、亀山市観光協会と連携のもと撮影等の誘致を行うことで、映画ロケ地の聖地めぐり等の広域的な観光誘致を図る。
- 亀山商工会議所、亀山市観光協会や観光事業者等で構成される観光事業会議を組織し、事業者間の情報共有を密に図り、連携して効果的な観光プロモーションを進める。
- 広域DMOの三重県観光連盟との連携を強化し、より発信力の高い効果的なプロモーションを進める。
- 宿場御朱印や花めぐりスタンプラリー等、県内亀山市観光協会と連携した回遊型観光の誘導を図る。
- 小中学校、高等学校の修学旅行等の学習旅行を旅行会社等と広域的に連携し、関宿をはじめ、歴史資源が多く残る本市への誘致活動に取り組む。

施策7

観光施設の再整備と組織強化

考え方

亀山市には東海道を中心に、古くから歴史上重要な役割を担ってきた歴史文化遺産が数多くあり、これらを貴重な観光資源として周遊を図るための観光施設も市内に数多くある。これらの資産を効率よく散策いただくため、民間事業者との連携を図りながら、既存観光施設の整備や見直しを行うとともに、施設等への誘導・案内表示の充実に努める。

また、亀山版DMOの礎となる亀山市フィルムコミッションの活動を支援し組織強化を図るなど、まちづくり観光のコーディネート機能を果たす亀山市観光協会の機能強化に向けた取組を支援する。

具体的な取り組み事業の方向

- 歴史的建造物等に施設案内看板設置の際、QRコード※などを活用し、見ている風景に情報を効果的に付加するとともに、多言語対応をするなどICTを活用した情報発信を行う。
- 東海道の良好な町並みの形成や来訪者の回遊性の向上と利便性向上のため、公衆トイレの整備を推進する。
- 地域住民の住環境、来訪者の安全性の向上と回遊性を考慮し、観光駐車場の配置検討と整備を進める。
- 観光案内標識の更新に取り組み、訪れた観光客がストレスフリーにて観光を楽しめるように努める。
- 亀山市観光協会と連携を図りながら、関宿散策案内施設などの既存施設を有効に活用した観光案内業務を推進する。
- SL蒸気機関車、ブルートレイン等の有効活用について、SL保存会等と連携を図りながら検討を進める。
- 亀山市フィルムコミッションの活動を支援し、亀山版DMOの確立を進めるとともに、亀山市観光協会のコーディネート機能を強化する。
- 関宿にぎわいづくり基金の有効活用を図るため、基金の具体的な活用の方法について検討を進める。

施策8

効果的な情報発信と観光DXの推進

考え方

現代における情報収集は、インターネットを介して行われることが主流であり、旅先などの観光情報等についても、パンフレットやチラシの情報収集から、インターネットやSNSを介しての情報収集へと変化してきている。このため、来訪したい場所や食べたい物、買いたい物、泊まりたい場所等、いかに多くの人々の目に届ける事ができるかが重要視されている。このことから、テレビ番組などのマスメディアに多く取り上げられる事や、話題性ある情報と共に亀山市の特徴である歴史・文化・芸術など観光コンテンツを効率的かつ効果的に提供できるよう、インターネットやSNSにおけるきめ細やかな情報発信するなど、旅先の候補地となれるような各種情報発信ツールの活用を図る。

一方で、新型コロナウイルス感染症拡大により、観光業におけるDX導入の意義は大きく変化し、ポストコロナ時代において欠かせない環境整備としてICTを活用した観光DXの推進に努める。

具体的な取り組み事業の方向

- 亀山市の特徴である歴史・文化・芸術など観光コンテンツを効率的かつ効果的に情報発信するために、市独自のテーマを戦略的かつ意図的に創造する。
- 市及び亀山市観光協会のホームページ内の観光情報内容の充実と、ICTを活用したきめ細やかな情報発信に努める。
- 三重県観光連盟や北伊勢広域観光推進協議会と連携した情報発信事業に取り組む。
- 観光事業に携わる民間事業者や団体、個人へ積極的なSNS活用の促進を図る。また、日進月歩の情報コミュニケーション技術やサービスの動向に注視し、様々な活用方法を提案する。
- 関宿等の観光地においてQRコードやAR^{*}技術などの活用を進める。
- 地図情報システム^{*}、FixMyStreet^{*}等を活用した双方向情報提供サービスの活用を図る。

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の展開

考え方

より効果的・効率的な情報発信を行うために、アンケート調査の実施やホームページ閲覧者などより、発地や目的地、年齢等の様々な情報データを収集し、来訪者の動向・志向を分析したうえで、明確なターゲットの設定に取り組み、設定したターゲットへ必要な情報提供が行うなど、観光DXの導入も視野に入れ、観光プロモーション展開に取り組む。

具体的な取り組み事業の方向

- 亀山市観光協会ホームページ等の閲覧者や主要観光施設の観光入込客数のデータ収集・分析に努め、収集した各種観光統計データをフィードバックし、各種ホームページやSNSを有効に活用した効果的なWEB情報発信に努める。
- 道の駅関宿や観光駐車場において、随時アンケート調査を実施し、施設利用者へのサービス向上と来訪者満足度の向上に努める。
- 各種観光統計データから年齢・発地・趣味趣向・動向等を詳細に分析し、亀山市へ誘客する明確なターゲット設定を図り、観光プロモーションの展開に繋げる。



施策10

変化する世の中で選ばれるための質的な観光振興

考え方

これまでの均一的な観光振興を実施するのではなく、質的な観光（例えばマイカー一等による個人観光）への変化に対応した「ブランディング観光」に資する観光振興のため、個人旅行をターゲットとした『より特別感ある』体験型の観光を提供できるよう、関係団体と連携を図りながら、多様な地域観光資源等のブラッシュアップを図る。また、これらにより来訪者の滞在時間延長による地域経済への貢献にも取り組む。

具体的な取り組み事業の方向

- 多用な地域観光資源をブラッシュアップするため、各種観光資源の整理と、これらに関わる団体等への情報提供や発信方法の支援を行うなど観光プロモーション活動を展開する。
- 亀山市観光協会や亀山商工会議所等の観光に携わる団体、民間事業者と連携を図りながら、多様な観光資源や亀山ブランドをはじめとする特産品の発信に取り組む。
- ポストコロナ下でも底堅い自然観光を拡大し、県内及び地域内観光をターゲットに、各種団体や民間事業者等と連携を図りながら、本市の豊かな自然や豊富な産業、歴史・文化等を活用し、間伐体験や農業体験等の様々な体験型観光の創出に取り組む。
- 亀山7座トレイルを軸に、ロゲイニング、トレイルランなどスポーツツーリズム^{*}の観点を取り入れた新たな付加価値の創出に努める。
- 屋外活動の拠点となるキャンプ場の充実などエコツーリズムの基盤整備に努める。

施策11

旅行者と地域住民の感染リスク低減対策

考え方

観光に携わる事業者等に対して、業種ごとに作成された新型コロナウイルス感染症予防ガイドラインに沿った対策の徹底を促すとともに、旅行者に対して感染症予防に係る周知の徹底を図る。また、各種イベント開催等の地域住民が直接関わる事業等の実施においても、三重県の示すガイドラインに従いながら、感染リスクを最小限に抑える感染防止策を組み込んだ、ニューノーマル[※]な安心・安全が見える事業の実施に努める。

具体的な取り組み事業の方向

- 亀山市観光協会や亀山商工会議所などの観光に関わる団体と連携を図り、新型コロナウイルス感染症予防業種別ガイドラインに沿った対策を徹底するための情報発信に努める。
- 旅行者に対しては、「新しい旅のエチケット」[※]「新しい旅のルール」を周知し、自らの感染予防に対する意識向上と情報提供に努める。
- 各種イベント等の開催については、三重県の示す「新型コロナウイルス感染拡大防止に向けた三重県指針」に従い、実施における感染リスクを最小限に抑えるための措置を講ずるよう徹底した周知を行う。
- 厚生労働省等が公式提供する、新型コロナウイルス陽性登録した人との接触をお知らせするスマートフォン向けアプリ等（接触確認アプリ「COCOA」[※]、三重県「安心みえるLINE」[※]）の普及啓発に努める。



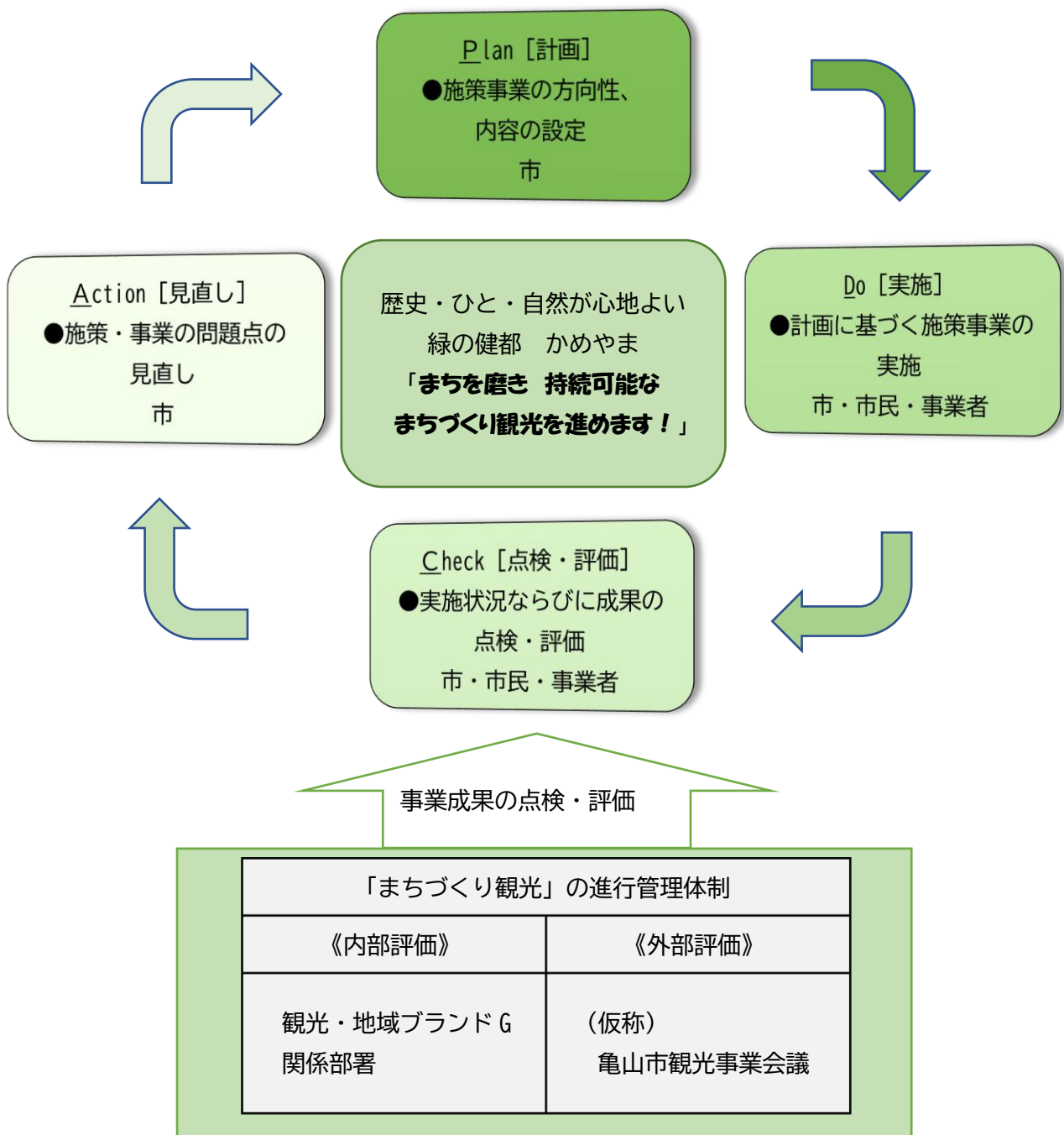
第 5 章

ビジョンの進行管理

1 ビジョンの進行管理

本計画に示された施策を着実に推進していくため、市、市民、事業者、関係団体・機関等の協働による計画の適正かつ効率的な進行管理を行います。また、毎年度、関係各課の取組状況を把握するとともに、（仮称）亀山市観光事業会議に、計画の進捗状況を報告し、検証を行います。

検証を行うにあたっては、PDCAサイクル（計画、実行、評価、改善）という視点で、施策内容について評価し、進捗を管理します。必要に応じて、取組の改善や見直しを行うことで、より効果的に施策を進めます。



1. 計画の点検と評価

本計画に掲げる施策の進捗状況については、まず、庁内において点検を実施します。継続的な改善を図るために、庁内で毎年度実施している事業の進行管理の中で、施策の達成状況、成果の評価を行います。

その結果について、外部機関である（仮称）亀山市観光事業会議における点検を加え、評価を行うこととします。

2. 点検・評価結果の公表

「計画の点検と評価」の結果については、市ホームページ等で公表します。

3. 施策の見直し

「計画の点検と評価」の結果を踏まえて、施策・事業の見直しを行います。



資料編

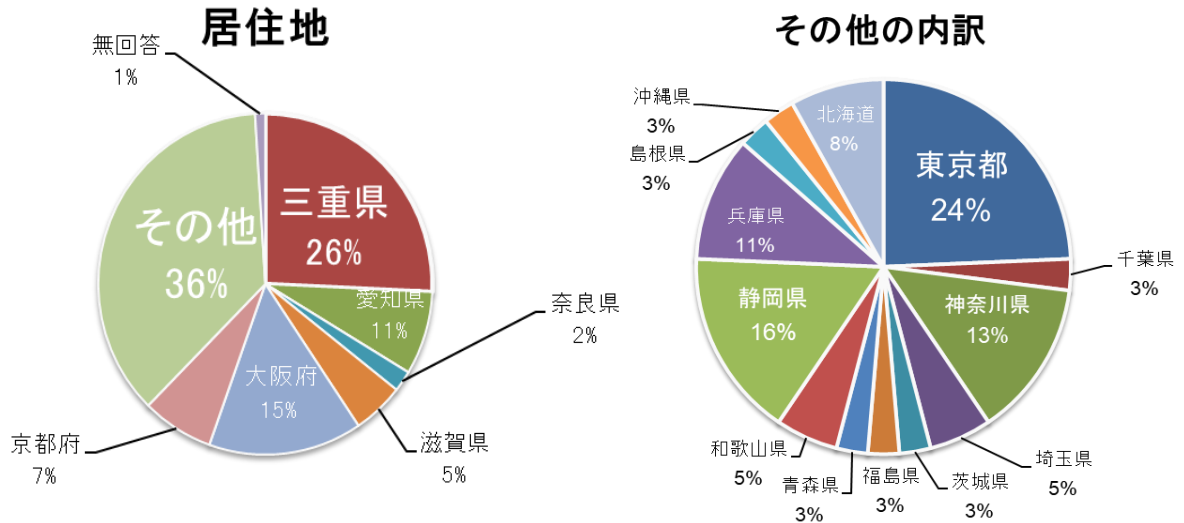
1 関宿来訪者アンケート

1. アンケート調査概要

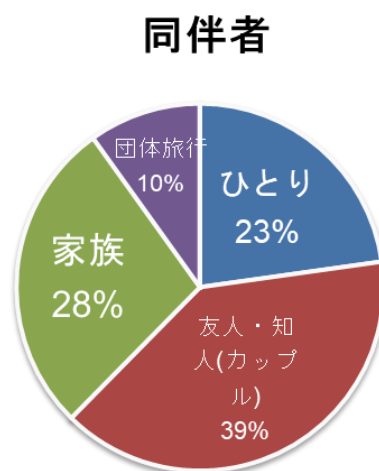
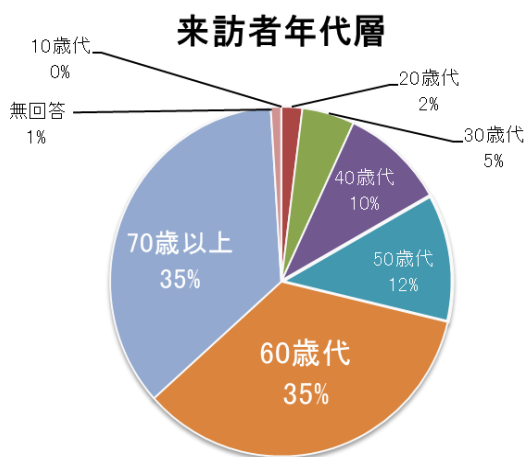
調査の趣旨	関宿を訪れる方々の属性や観光の行動実態、評価やニーズなどを把握
調査期間	2018年4月～2019年3月
調査場所	JR関駅前、関宿観光駐車場
調査件数	101名
調査項目	① 性別・年代 ② 居住地 ③ 来訪回数 ④ 交通手段 ⑤ 来訪きっかけ ⑥ 同伴者 ⑦ 宿泊の有無 ⑧ ニーズ ⑨ 評価 ⑩ 意見など

2. アンケート調査の結果（抜粋）

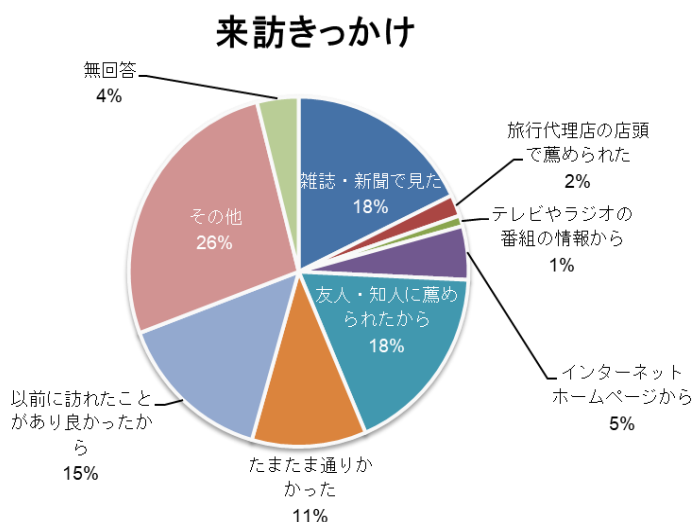
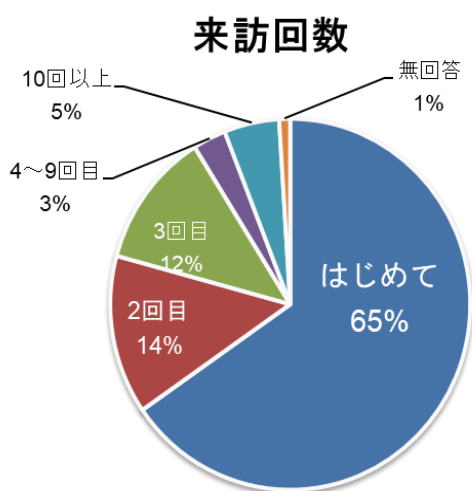
①本市（関宿）を訪れる来訪者の居住地は、「三重県内」（26%）、「大阪府」（15%）、「愛知県」（8%）、「京都府」（7%）等近隣県からの来訪者が多い。



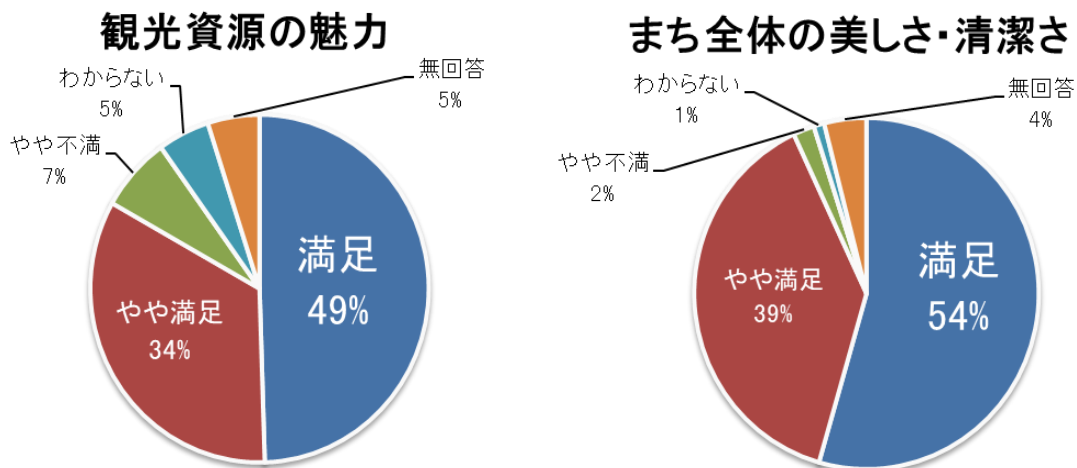
②本市「関宿」を訪れる来訪者の年代は、「70歳以上」(36%)が最も多く、次いで「60代」(35%)、「50代」(12%)であり、同伴者については、「友人・知人(カップル)」(40%)が最も多く、次いで「家族」(28%)、「ひとり」(23%)であった。



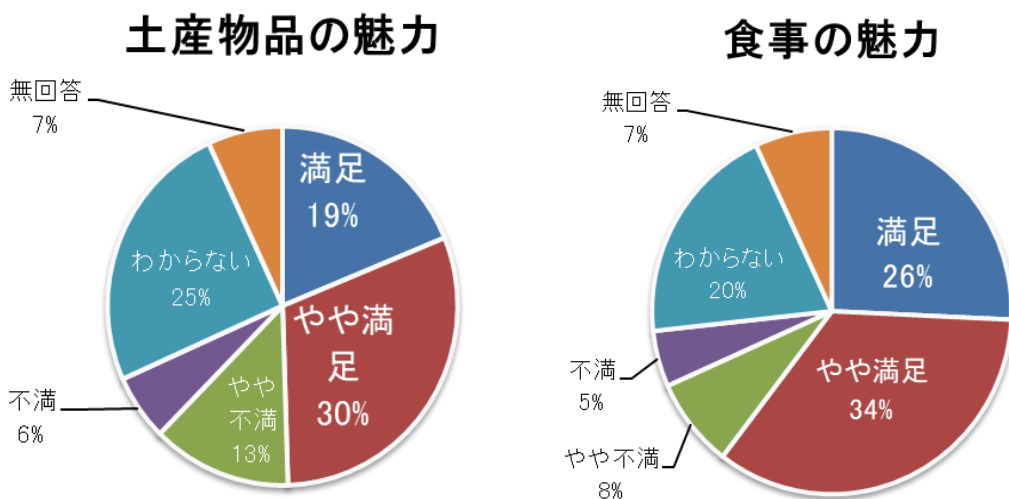
③本市（関宿）への訪問回数は、「はじめて」(65%)が最も多く、次いで「2回目」(14%)、「3回目」(12%)であり、来訪きっかけについては、「その他」(26%)が最も多く、「新聞・雑誌」(18%)、「知人・友人の薦め」(18%)であり、ホームページ等からの訪問は5%であった。また、再来訪者数は15%に留まっている。



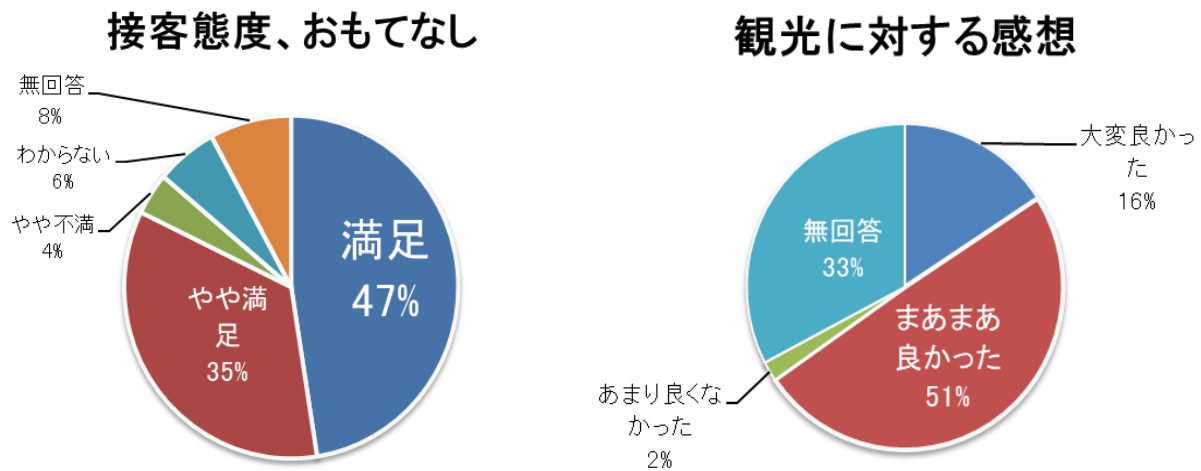
④観光資源の魅力（施設、まちなみ、風景、自然等）について、「満足」（49%）、「やや満足」（34%）、またまち全体の美しさ・清潔さについても「満足」（54%）、「やや満足」（39%）といずれも高い評価を得ている。



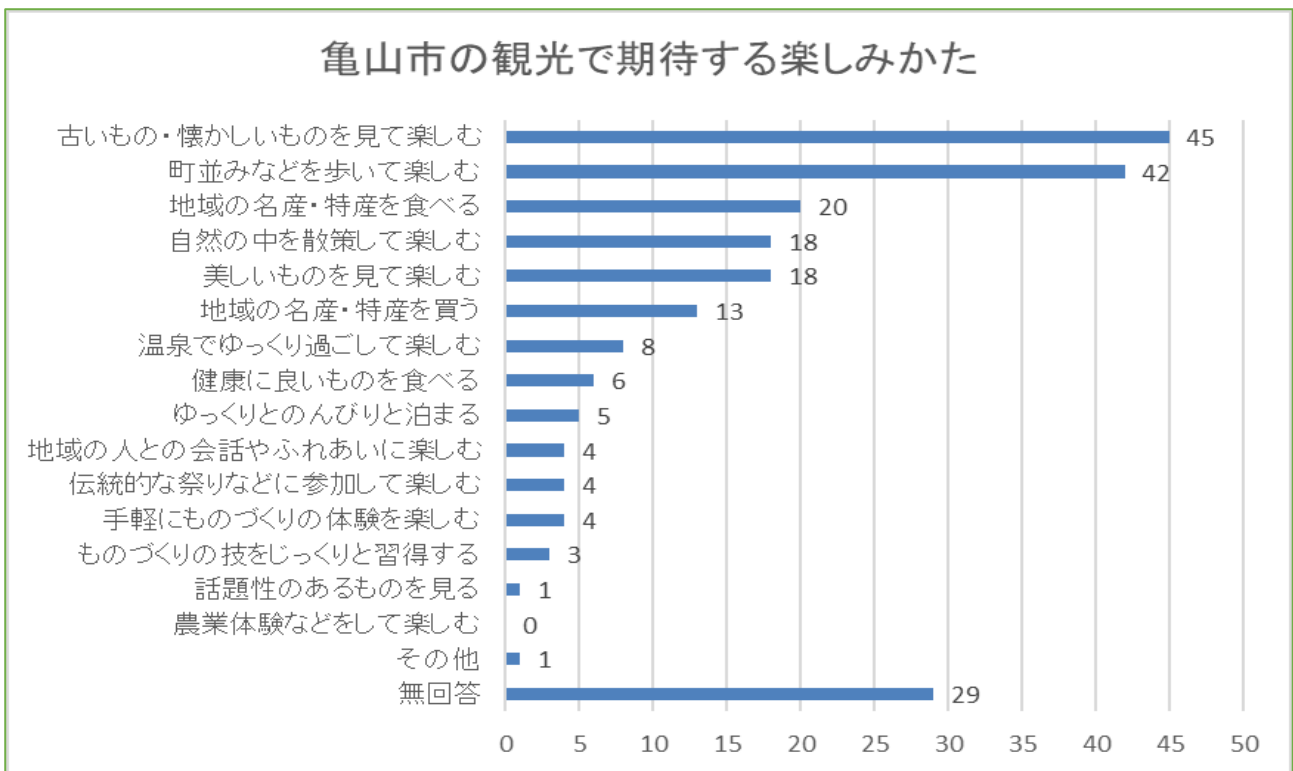
⑤来訪者の土産物品（買いたいものがある）については、「満足」（19%）、「やや満足」（31%）である一方、「やや不満」「不満」も19%であった。また、食事の魅力（食べたいもの）については「満足」（26%）、「やや満足」（35%）となった。また、いずれも「わからない」「無回答」は約30%と土産・食事の関心は低い。



⑥ 観光地での接客態度、市民のおもてなしでは、「満足」(47%)、「やや満足」(35%)、また、本市への観光に対する感想として「大変よかった」(16%)、「まあまあ良かった」(50%)といずれも高い評価を得ている。



⑦ 本市の観光において、どのような楽しみ方を期待していますかについては、「古いもの・懐かしいものを見て楽しむ」(45ポイント)、「町並みなどを歩いて楽しむ」(42ポイント)と高く亀山市ならではの楽しみ方が期待されている。また、「地域の名産・特産を食べる」(20ポイント)と高く、旅先における食べ物の提供も期待されています。

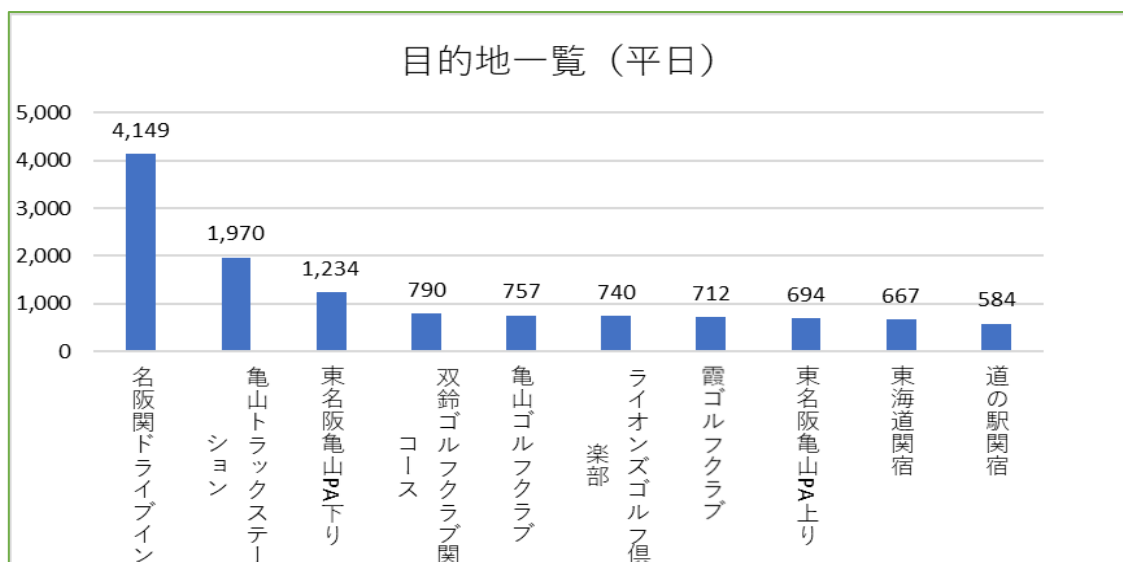
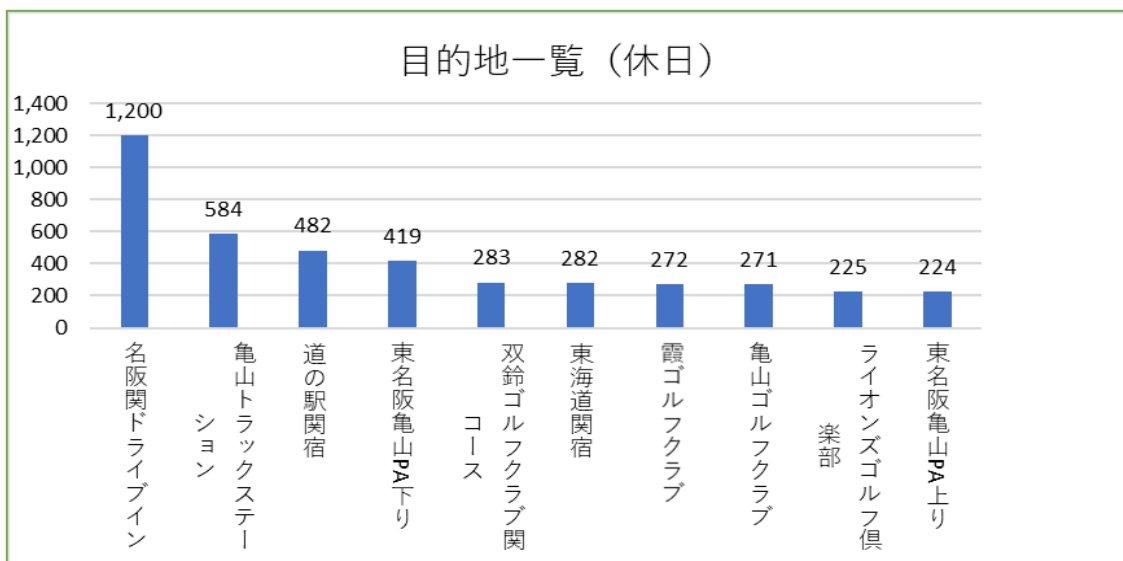


◎亀山市の観光に対しての主な意見・要望等

- ・ 関宿のPRはもちろんです、亀山のイメージをもっと強く押し出したPRが必要だと感じます。城下町だし、亀山ローソクなど有名な町なのに、看板になるPRが少ないと思いました。
- ・ 日常生活に密着した観光を考えた方が、身近な人が来やすいのではないかと。
- ・ 関宿で活性化してお宿が少ない。
- ・ 関宿は数回来ていますが、店舗がもっと開いているといいと思います。
- ・ 関宿も高齢化で保存は大変ですが、頑張ってください。
- ・ 東海道をゆっくり散策できない。交通量が多くて歩きにくい。
- ・ 関宿の道路を時間帯に一方通行にしてほしい。
- ・ 伝建地区の活性化（居住・働く場も含め）。宿場等資源活用は今後不可欠。交通の便（鉄道・バス）そのための他地域との連携及びPRの機会を増加。知名度の低さをどのようにするか。もっと特徴をだす。
- ・ 今現在、亀山市にあるものをアピールしてその価値を現実の物にする。
- ・ 地の特産品とかで飲める場所があればよいと思います。
- ・ ただ宿場町を残しているという感じ。親しみの持てる町にしていきたい。（滞在時間を満たせるように）

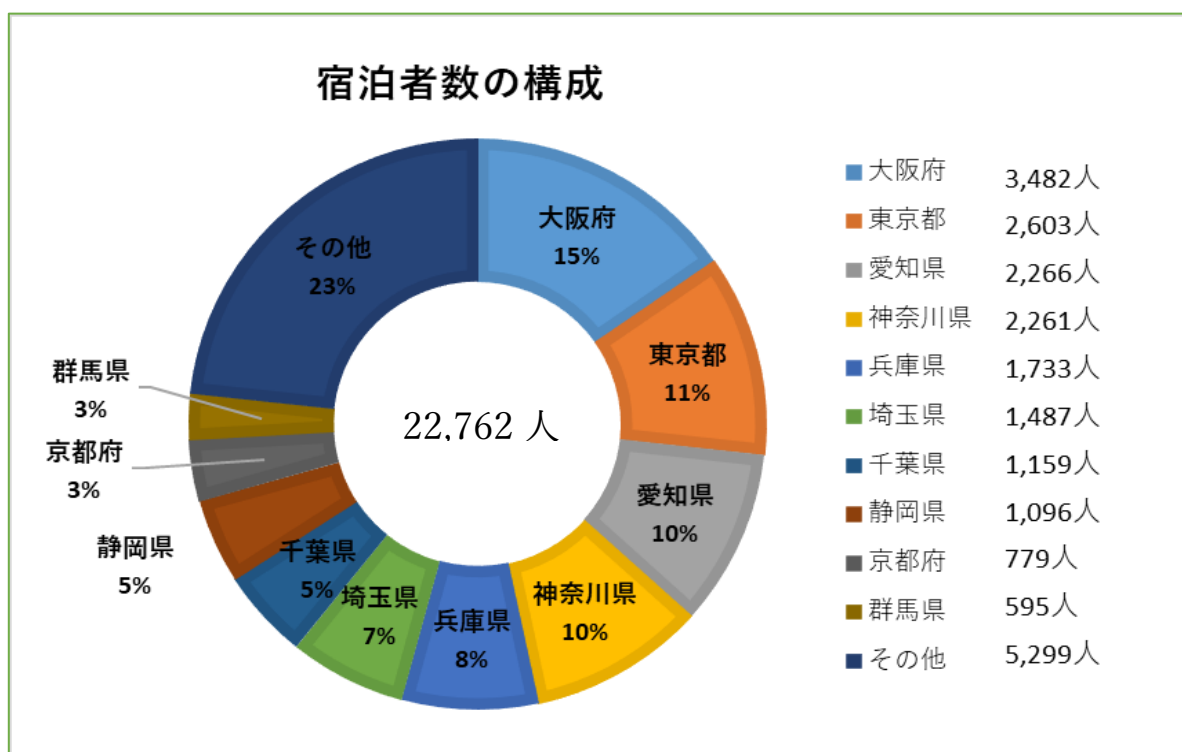
RESAS・・・経済産業省と内閣官房（まち・ひと・しごと総合戦略本部事務局）が提唱する地域経済分析システム株式会社NTTドコモ・株式会社ドコモ・インサイトマーケティング（モバイル空間統計）、「平成27年国勢調査」、観光予報プラットフォーム推進協議会、株式会社ナビタイムジャパン「経路検索条件データ」等を活用し、分析を行っている。

2019観光地等を目的とした検索回数ランキング（自動車）



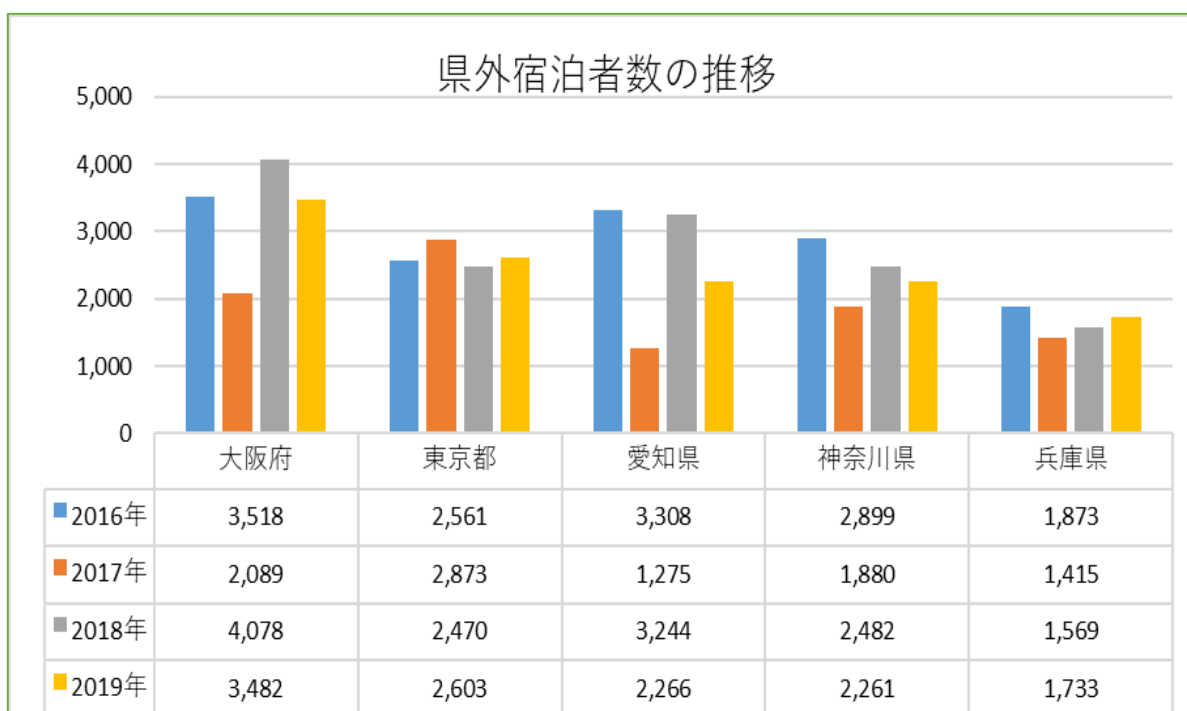
株式会社ナビタイムシステム（経路検索データ）により自動車から亀山市の指定地域を目的とした検索回数ランキング。平日・休日とも名阪関ドライブインを目的とした検索回数が多い。一方で、東海道関宿、道の駅関宿は平日より休日における検索回数が多い。

2019 都道府県別宿泊者数の構成

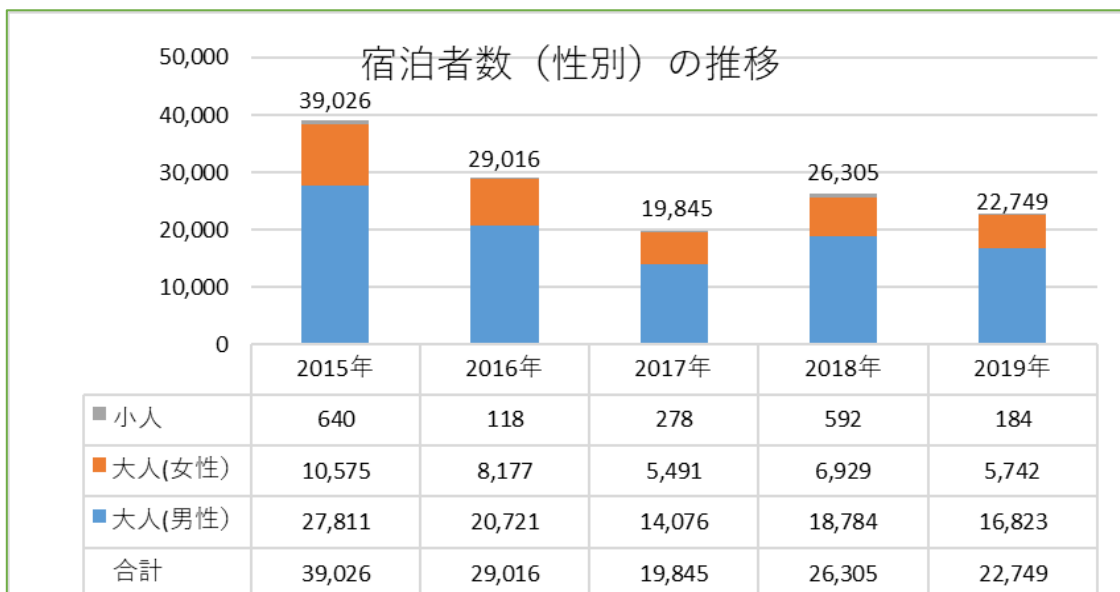


2019 宿泊者数の推移

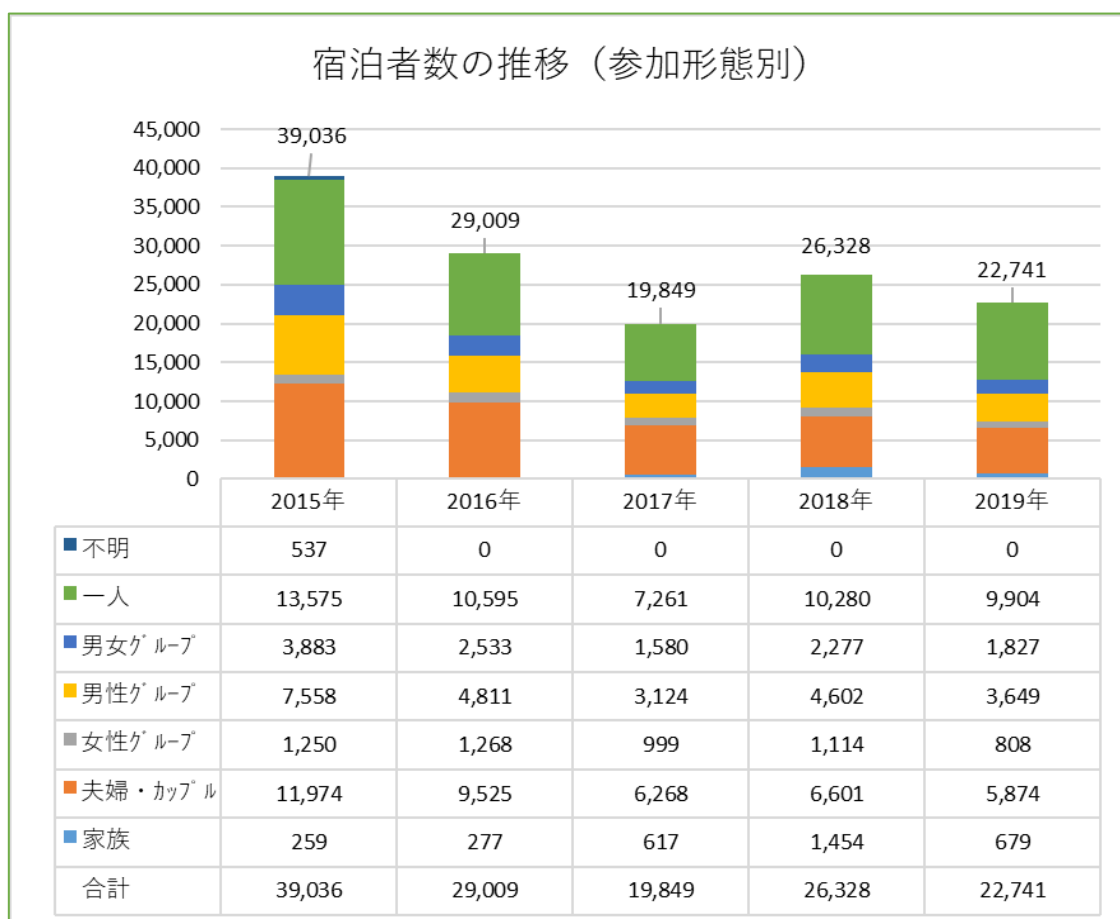
【県外宿泊者】



【性別】



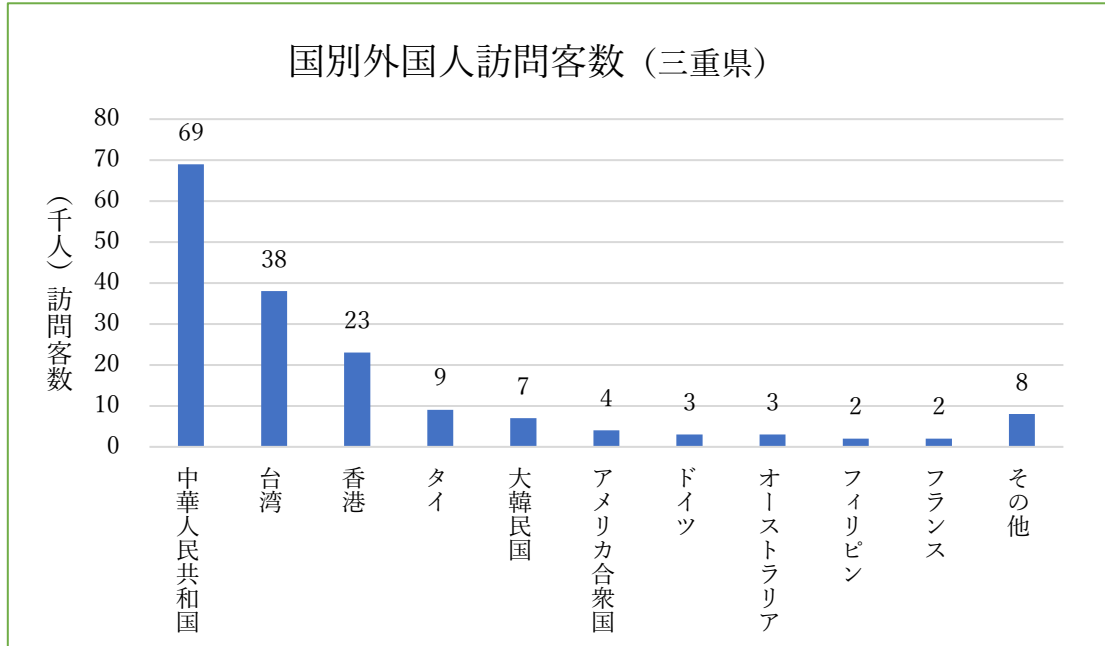
【参加形態別】



株式会社 NTT ドコモ・株式会社ドコモインサイトマーケティング（モバイル空間データ）により、2019年の亀山市内の宿泊者数を分析した。

宿泊者は、大阪府、東京都、愛知県等が上位を占め、男性で一人での宿泊が多いことから、ビジネス客の宿泊が多いと推察できる。

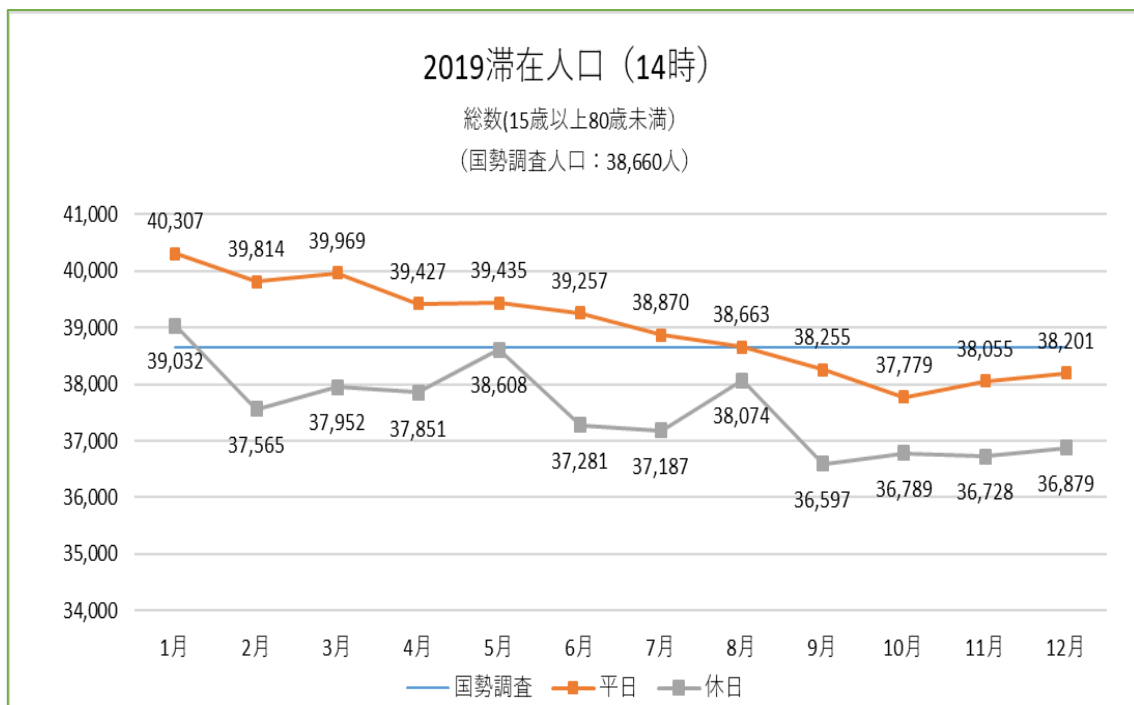
【外国人】



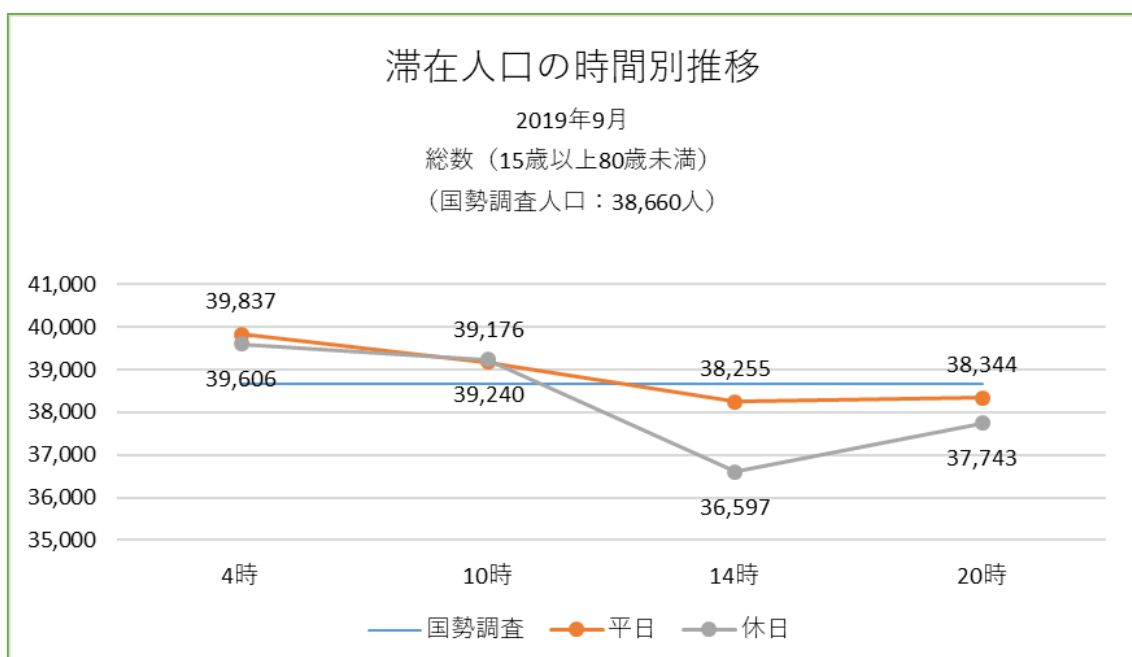
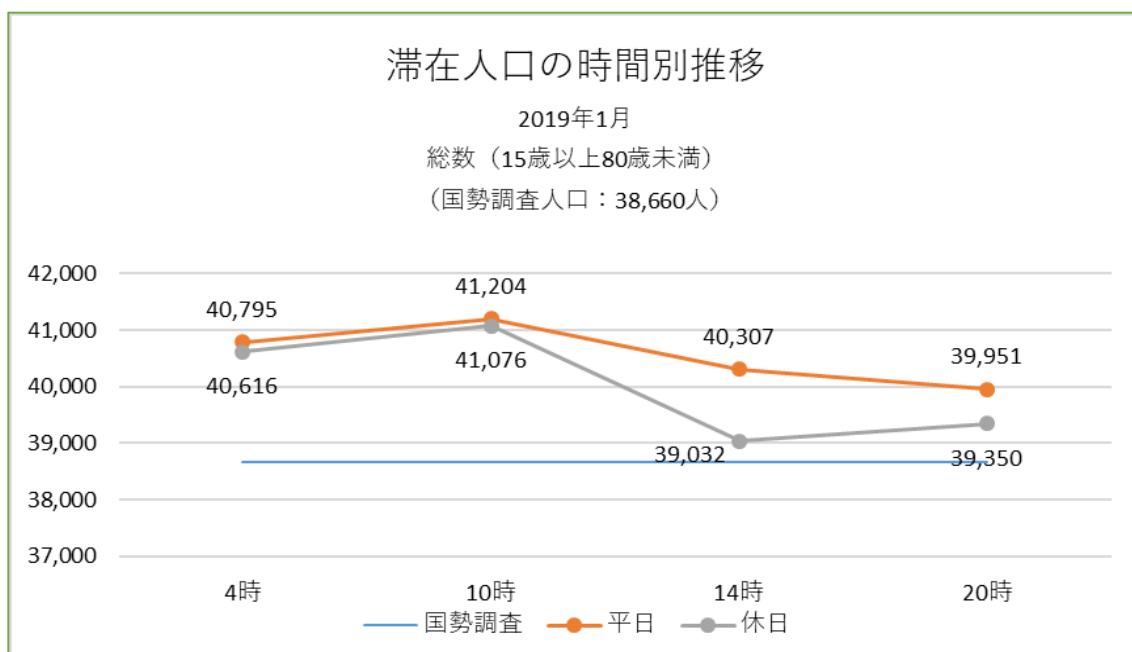
株式会社 NTT ドコモ・株式会社ドコモインサイトマーケティング（モバイル空間データ）により、2019年の三重県内の海外宿泊者数を分析した。（滞在者も含まれるものと想定される）

中華人民共和国、台湾、香港などアジア諸国の訪問者（滞在者含む）の割合が高い。

2019滞在人口（14時現在平均）



2019年滞在人口の時間別推移（1月、9月）

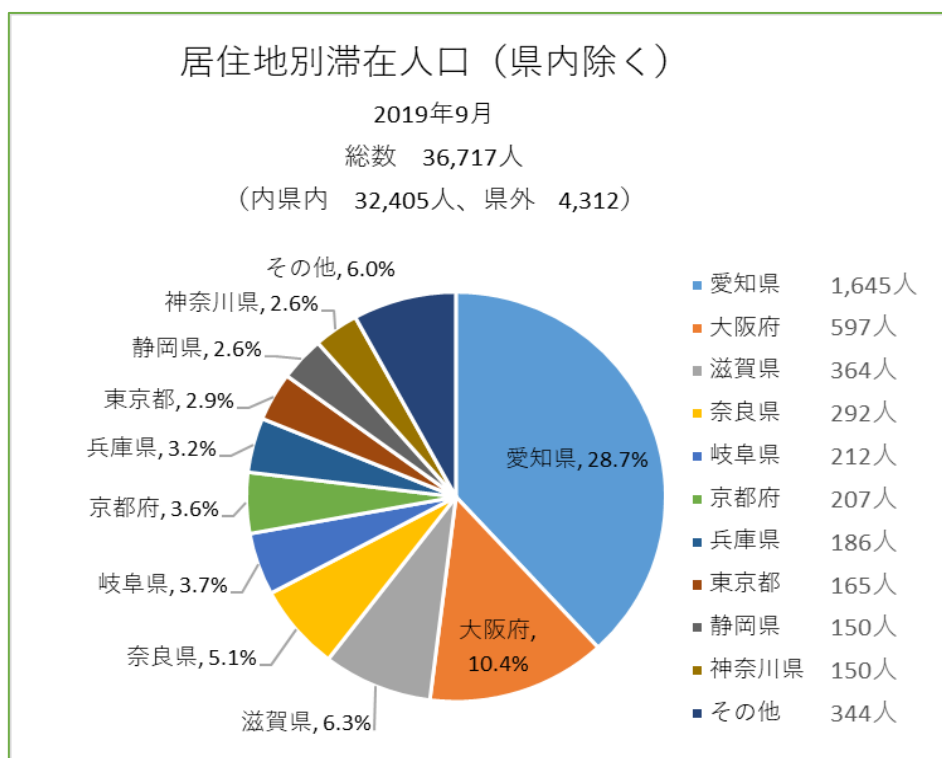
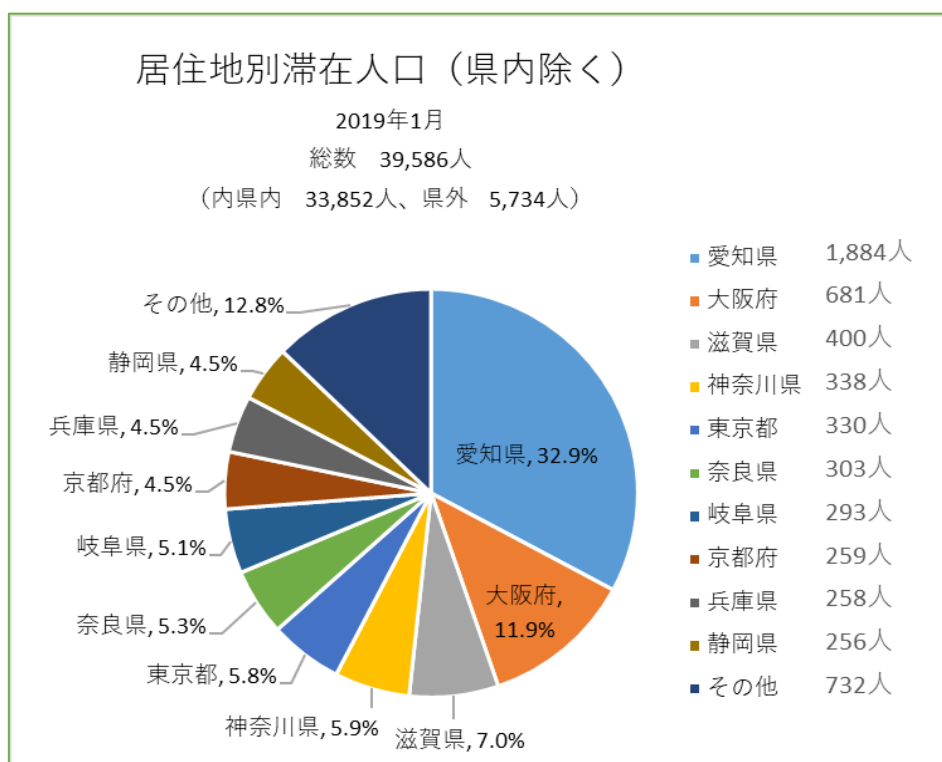


株式会社NTTドコモ・株式会社ドコモインサイトマーケティング（モバイル空間データ）により、2019年の亀山市滞在人口を分析した。

午後2時時点における滞在人口は、平日、休日とも1月が多くいずれも国勢調査人口を上回っている。一方で、滞在人口が少ないのは、平日が10月、休日が9月で、いずれも国勢調査人口を下回っている。平日の人口が国勢調査人口を上回る月が多く、亀山市への就業人口が多いことやゴルフ場の利用者が多いことなどが要因ではないかと推察する。

また、1月及び9月の時間別の滞在人口では、いずれも午後の時間帯に滞在人口の減少が見られ、特に休日は夜間に向け人口が増えていることから、昼間の市外への外出人口が多いと推察する。

2019居住地別滞在人口（1月、9月）



株式会社 NTT ドコモ・株式会社ドコモインサイトマーケティング（モバイル空間データ）により、2019年の亀山市の居住地別滞在人口を分析した。
2019年1月及び9月の平均居住地別人口は、県内居住者を除く、居住地別滞在人口は、いずれも愛知県、大阪府、滋賀県等近隣県が多く、ビジネスに加え観光、ゴルフ場利用者によるものと推察する。

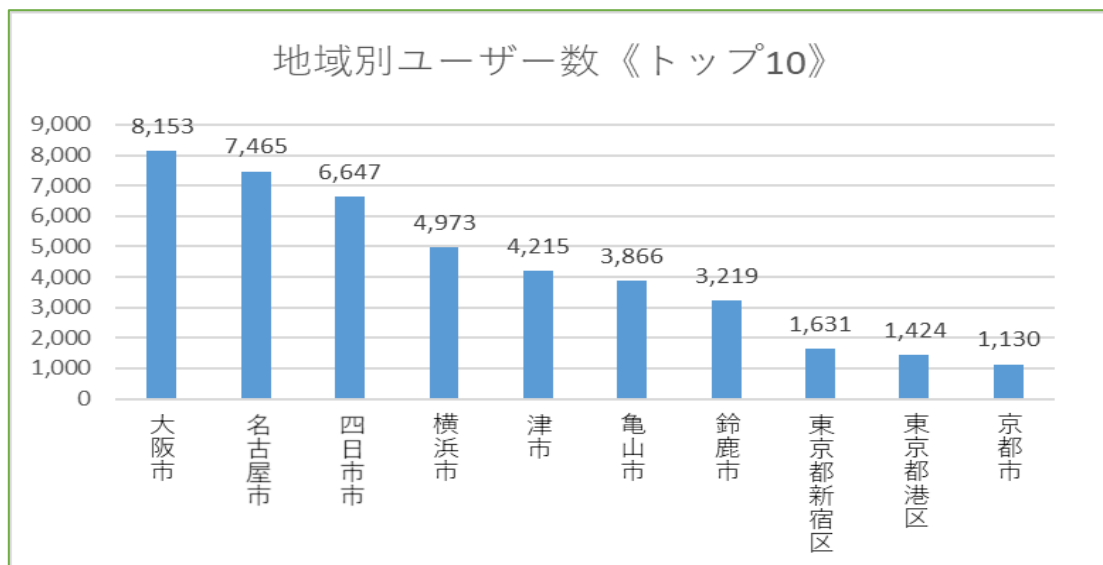
3

亀山市観光協会ホームページ閲覧者調査

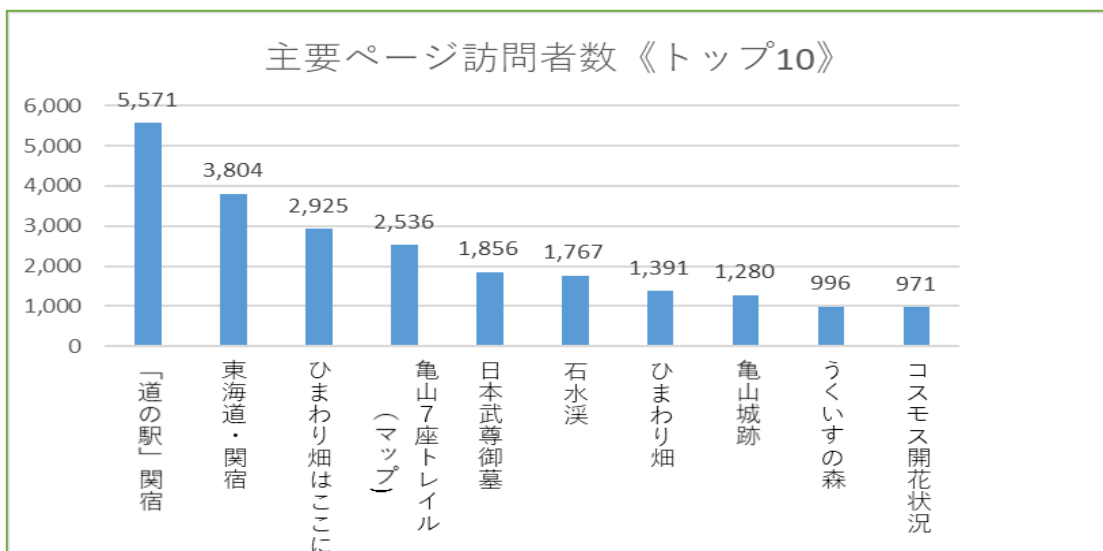
亀山市観光協会ホームページ閲覧者の概要調査をグーグル者の提供するグーグルアナリティックを活用し実施したものである。

調査期間	2020/4/1～2021/3/31				
閲覧者数	181,722人				
グーグルによる閲覧者数	83,898人	ユーザー数	65,120人	内新規ユーザー	64,262人
		日本人ユーザー	62,999人	外国人ユーザー	2,121人

地域別ユーザー数（トップ10）



主要ページ訪問者数《トップ10》



4

用語の説明

	用 語	説 明
あ	I C T	情報通信技術：Information and Communication Technology の略。 情報技術を拡張した用語であり、ユニファイド・コミュニケーションの役割を強調し、電話線やワイヤレス信号による通信とコンピュータ、そして主要な企業アプリケーション、ミドルウェア、ストレージ、視聴覚システムなどを統合し、ユーザーが情報をアクセス、保存、送信、操作できるようにする技術。通信を使ってデジタル化された情報をやりとりする技術。
	新しい旅のエチケット	令和 2 年 6 月 1 9 日づけで観光庁より発表された、旅行者が感染リスクを避けながら安全に旅行できるよう、観光関連事業者により、旅行時の感染防止のために留意する事項。
	新しい旅のルール	新しい旅のエチケットに付加される旅のルール
え	A R	拡張現実：Augmented Reality の略。 現実世界に仮想世界を重ね合わせて表示する技術。
	エコツーリズム	地域ぐるみで自然環境や歴史文化など、地域固有の魅力を観光客に伝えることにより、その価値や大切さが理解され、保全につながっていくことを目指していく仕組みのこと。
	S N S	Social Networking Service の略。 登録された利用者同士が交流できる Web サイト等の会員制サービスのこと。
	S D G s	持続可能な開発目標：Sustainable Development Goals の略。 2001 年に策定されたミレニアム開発目標（MDGs）の後継として、2015 年 9 月の国連サミットで加盟国の全会一致で採択された「持続可能な開発のための 2030 アジェンダ」に記載された、2030 年までに持続可能でよりよい世界を目指す国際目標のこと。
か	亀山 7 座トレイル	亀山市出身の世界的アルピニスト（アルプス登山者、転じて登山のスペシャリスト）である故尾崎隆氏は、世界の 8,000 メートル級の 14 座のうち 7 座の登頂に成功。その輝かしい登山人生の出発点が鈴鹿山脈、特に石水溪の山々の登山であったことから、その偉業をいただき、故人の故郷である亀山市域の標高約 700 メートル前後の山を 7 座として選定し、トレイル（歩くための道）として整備したもの。 7 座：野登山、仙ヶ岳、臼杵ヶ岳、四方草山、三子山、高畑山、錫杖ヶ岳

	用語	説明
	亀山ブランド	亀山市の特徴である温暖な気候、豊かな自然、伝統と風土、歴史文化を最大限に活かして生み出された産品や、新たに発掘・創出された産品。
	観光 DX	デジタル技術の利活用によって「独自の文化や芸術、自然など、地域の持つ観光資源」を磨き上げ、より多彩で充実した「観光コンテンツ」や快適な「観光体験」を創出・提供することで、地域ならではの体験価値の向上や観光消費額の増大を実現させるための取り組み。
	観光資源	観光やレジャーといった余暇を楽しむ需要に応じられる要素のこと。地域おこしの方法の一つとして、観光産業を興すときの元となる要素や事象のこと。
	観光立国推進基本計画	観光立国の実現に関する施策を総合的かつ計画的に推進するための計画。観光立国推進基本法で策定が定められている。現行計画は平成 17 年 3 月 28 日に閣議決定され、国内旅行消費額 21 兆円、訪日外国人旅行者 4000 万人などの目標が掲げられている。
	観光立国推進基本法	観光立国に関する、基本理念、国および地方公共団体の責務、施策の基本事項などを定めた法律。21 世紀の日本の発展には観光立国の実現が不可欠で重要であるとの位置づけのもと、1963（昭和 38）年に制定された観光基本法を全面改訂し、名称を改めた。施行は 2007（平成 19）年 1 月 1 日。
き	QRコード	QR：Quick Response の略。 1994 年にデンソーが発明したマトリックス型二次元コード。工場や物流管理、URL 情報の出力など様々な分野で活用されている。
く	グリーンツーリズム	農山漁村に滞在し農漁業体験を楽しみ、地域の人々との交流を図る余暇活動のこと。
す	スポーツツーリズム	スポーツを見に行くための旅行およびそれに伴う周辺観光や、スポーツを支える人々との交流などスポーツに関わる様々な旅行のこと。
	スマートフォン	パソコンの機能を併せ持ち、インターネットとの親和性が高い多機能携帯電話のこと。
せ	接触確認アプリ「COCO A」	日本の厚生労働省が提供するスマートフォン向け COVID-19 アプリ。濃厚接触の疑いのある本アプリ利用者間の接触を Bluetooth によって検知・記録し、接触者から新型コロナウイルスの陽性者が発生したときに、その旨を通知する。

	用語	説明
た	第2期歴史的風致維持向上計画	「地域における歴史的風致の維持及び向上に関する法律」（平成20年(2008)5月23日法律第40号）に基づき、亀山市における固有の歴史及び伝統を反映した人々の活動とその活動が行われる歴史上価値の高い建造物及びその周辺の市街地とが一体となって形成してきた良好な市街地の環境の維持及び向上を図る計画。
	滞留型観光施設	1箇所に滞在し静養や体験型を始めとしたレジャーを楽しむことのできる施設。 (JTB総合研究所滞在型観光より： https://www.tourism.jp/tourism-database/glossary/staying-tour/)
	立ち寄り型観光施設	核となる目的地に向かっていく途中、寄り道をするような形で時間を割く施設(参考:観光行動の移動パターンの類型から考察する広域観光周遊ルートについて,羽田利久,2019)。
ち	地図情報システム	「地図」をベースとしてその上に「人」や「物」などを「図形」や「マーク」でプロットし、それらに付帯する情報(属性)を管理・分析するシステム。
つ	ついで観光	本来の目的地への通過時に立ちよる観光のこと。
て	DX	デジタルトランスフォーメーション: Digital Transformationの略。 2004年にスウェーデンのウメオ大学の教授、エリック・ストルターマン氏が提唱した「進化し続けるテクノロジーが生活をより良くしていく」という概念。
	DMO	観光地域づくり法人: Destination Management/Marketing Organizationの略。 観光物件、自然、食、芸術・芸能、風習、風俗など観光資源に精通し、地域と協同して観光地域作りを行う法人のこと。
	デジタルマーケティング	インターネットと、デスクトップコンピュータ、携帯電話、その他のデジタルメディアやプラットフォームなどのデジタルテクノロジーを利用して製品やサービスを宣伝するマーケティングの手法。
と	トレイルラン	山野などの舗装されていない道进行近年人気が高まっているアクティビティのこと。
に	ニューノーマル	新しい常識。社会に大きな変化が起こり、変化が起こる以前とは同じ姿に戻ることができず、新たな常識が定着すること。

	用語	説明
ふ	Fix My Street	市民と行政が協力し、道路の破損、落書き、街灯の故障、不法投棄などの地域・街の課題を、スマートフォンを使って解決・共有していくための仕組み。
	フィルムコミッション	地域活性化を目的として、映像作品のロケーション撮影が円滑に行われるための支援を行う公的団体のこと。
	フードツーリズム	ある地域ならではの食事や食文化を楽しむことを目的にした旅のこと
	ブランディング観光	個人旅行をターゲットとした「より特別感ある」体験型等の観光。
ま	まちづくり観光	地域と住民が主体となって三者（＝地域資源、定住環境、来訪者満足度）が調和する総合的なまちづくりとしての取組を意味するもので、その取組の結果が観光振興につながっていくという考え方。
	三重県「安心みえるLINE」	施設やイベント会場などに掲示されたQRコードを、施設の利用者やイベント参加者がLINEアプリで読み取り、三重県公式LINEアカウント「三重県-新型コロナ対策パーソナルサポート」（以下「県LINEアカウント」）に施設等への訪問を登録することで、後日、他の施設利用者で新型コロナウイルスの感染が判明した際に、登録した者に三重県から通知などを行うシステムのこと。
み	みえの観光振興に関する条例	県、市町、県民、観光事業者及び観光関係団体が協働して、観光産業を地域に密着した産業として大きく育て、三重県の観光振興に取り組むことにより、個性豊かで活力に満ちた地域社会の実現を図る条例。平成23年10月20日に、公布・施行。
ろ	ロゲイニング	地図、コンパスを使って、山野に多数設置されたチェックポイントをできるだけ多く制限時間内にまわり、得られた点数を競う野外スポーツ。

第2次亀山市観光振興ビジョン

発行 令和4年(2022年)6月

編集 産業環境部商工観光課観光・地域ブランドグループ

〒519-0195 三重県亀山市本丸町 577 番地

TEL 0595-84-5074