

令和7年度 名張市観光戦略推進会議 事項書

日時：令和7年10月9日（木）

午前10時～

場所：市役所 庁議室

1. 名張市観光戦略推進会議委員の委嘱及び委員紹介について

2. 報告事項

- ・観光振興施策の実施状況について

3. その他

- ・一般社団法人名張市観光協会の取組について

[資料1] 名張市観光戦略推進会議設置要綱

[資料2] 名張市観光戦略推進会議委員名簿

[資料3] 名張市観光戦略〔2023改定版〕に基づく観光振興施策の実施状況

名張市観光戦略推進会議設置要綱

(設置)

第1条 名張市観光戦略（観光客を名張市内へ誘客するための施策を展開する上での基本的な方針をいう。以下同じ。）の策定及び推進に当たり、広く市民、観光業関係団体等の意見を反映させるため、名張市観光戦略推進会議（以下「推進会議」という。）を設置する。

(所掌事務)

第2条 推進会議は、次に掲げる事項を所掌する。

- (1) 名張市観光戦略の策定及び変更に関し、意見を述べること。
- (2) 名張市観光戦略の推進に係る連絡調整に関すること。
- (3) 前2号に掲げるもののほか、市長が名張市観光戦略に関し必要と認める事項

(組織)

第3条 推進会議は、委員10人以内をもって組織する。

2 委員は、次に掲げる者のうちから市長が委嘱し、又は任命する。

- (1) 学識経験者
- (2) 地域づくり組織の代表者
- (3) 農林業関係団体の代表者
- (4) 商業関係団体の代表者
- (5) 観光業関係団体の代表者
- (6) 関係行政機関の職員
- (7) 市職員
- (8) その他市長が必要と認める者

(任期)

第4条 委員の任期は、3年とする。ただし、再任を妨げない。

2 補欠の委員の任期は、前任者の残任期間とする。

(会長及び副会長)

第5条 推進会議に会長及び副会長を置き、委員の互選により定める。

2 会長は、推進会議を代表し、会務を総理する。

3 副会長は、会長を補佐し、会長に事故があるとき又は会長が欠けたときは、その職務を代理する。

(会議)

第6条 推進会議は、会長が招集し、会議の議長となる。

(庶務)

第7条 推進会議の庶務は、産業部観光交流室において処理する。

(委任)

第8条 この要綱に定めるもののほか、推進会議の運営に関し必要な事項は、会長が推進会議に諮って定める。

附 則

この要綱は、告示の日から施行する。

名張市観光戦略推進会議委員名簿

(任期：令和５年９月２７日～令和８年９月２６日)

号	選出区分	氏 名	団体等名称及び役職名	備考
1	学識経験者	きむ さんじゅん 金 相 俊	近畿大学経営学部 教授	副会長
2	地域づくり組織の代表者	おおもり ひさこ 大森 尚子	赤目まちづくり委員会 会長	新
3	農林業関係団体の代表者	ゆきおか まさみち 雪岡 理道	青蓮寺湖ぶどう組合 組合長	新
4	商業関係団体の代表者	かめい きくお 亀井 喜久雄	名張商工会議所 会頭	
5	観光業関係団体の代表者	いちはし まさみ 市橋 雅美	一般社団法人名張市観光協会 会長	会長
6	〃	たまき ともや 玉置 智也	特定非営利活動法人 赤目四十八滝溪谷保勝会 理事長	
7	関係行政機関の職員	いとう やすひろ 伊藤 寧洋	三重県観光部 観光戦略課 課長	
8	市職員	いわもと やすゆき 岩本 靖之	名張市 産業部長	新
9	その他市長が必要と認める者	おがわ たかし 小川 貴司	中伊勢温泉郷観光推進協議会 会員	

◎事務局：名張市産業部観光交流室

〒518-0492 三重県名張市鴻之台 1 番町 1 番地 電話：0595－63－7648

2025（令和 7）年度

名張市観光戦略〔2023 改定版〕に基づく

観光振興施策の実施状況

【年次報告書】

三重県 名張市

< 目 次 >

1. 観光を取り巻く環境

- ① 世界の観光の動向..... |
- ② 日本の観光の動向..... |

2. 名張市観光戦略の概要

- ① 名張市が目指す10年後の観光の姿..... 3
- ② 四つの基本戦略..... 3

3. 2024（令和6）年度の観光振興施策の取組状況

- ① 基本戦略に基づく取組 4
 - 【戦略1】観光マーケティングに基づく良質な商品とサービスの充実 5
 - 【戦略2】おもてなし環境の充実 6
 - 【戦略3】戦略的で効果的なプロモーションとセールスの展開 7
 - 【戦略4】広域観光の推進によるブランド力の強化 8

4. 取組目標の進捗状況・検証等

- ① 取組目標状況等..... 9
- ② 取組目標一覧..... | |

5. 2025（令和7）年度の主要な観光振興施策

- ① 基本戦略に基づく取組 | 2
 - 【戦略1】観光マーケティングに基づく良質な商品とサービスの充実 | 3
 - 【戦略2】おもてなし環境の充実 | 3
 - 【戦略3】戦略的で効果的なプロモーションとセールスの展開 | 4
 - 【戦略4】広域観光の推進によるブランド力の強化 | 4

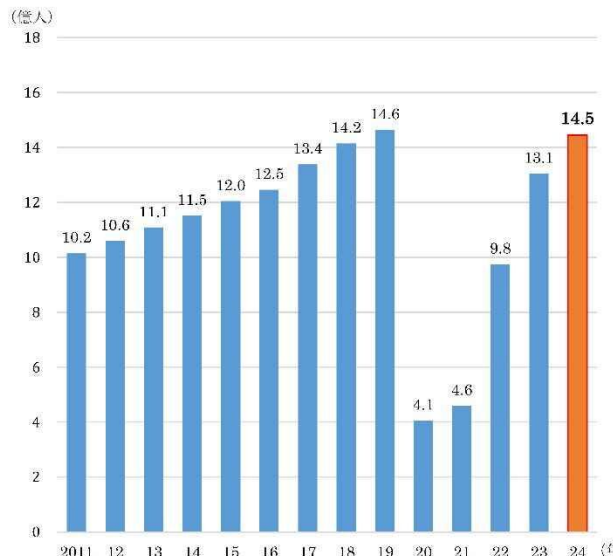
※本報告書は、主な事業を抜粋し掲載しているため、すべての施策・事業が掲載されているものではありません。

I. 観光を取り巻く環境

① 世界の観光の動向

- ・世界観光機関（UN Tourism）によると、2024（令和6）年の国際観光客数は、14億4,500万人（前年比10.7%増、2019（令和元）年比1.3%減）となり、コロナ前の2019（令和元）年水準まで回復しています。
- ・2024（令和6）年の訪日外国人旅行者数は、3,687万人（2019（令和元）年比15.6%増）と過去最高となっています。

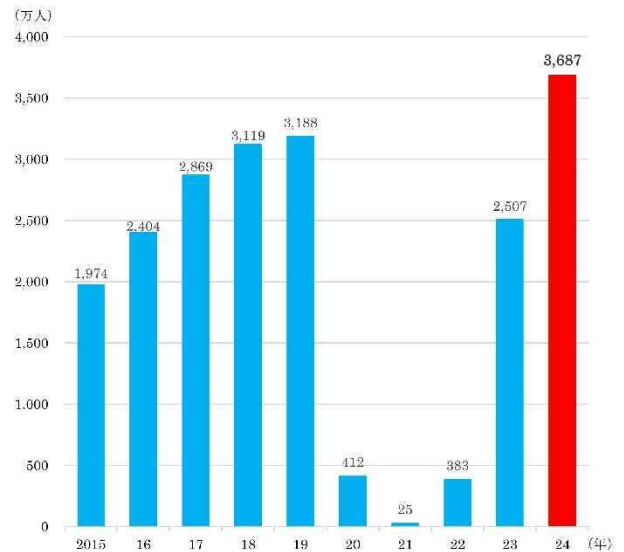
（図表 I - 6）国際観光客数の推移



資料：世界観光機関（UN Tourism）「Tourism Dashboard」（2025年1月時点）に基づき観光庁作成。
注1：International Tourist Arrivalsの数値。

出典：「令和7年版観光白書について（概要版）」（観光庁）

（図表 I - 7）訪日外国人旅行者数の推移



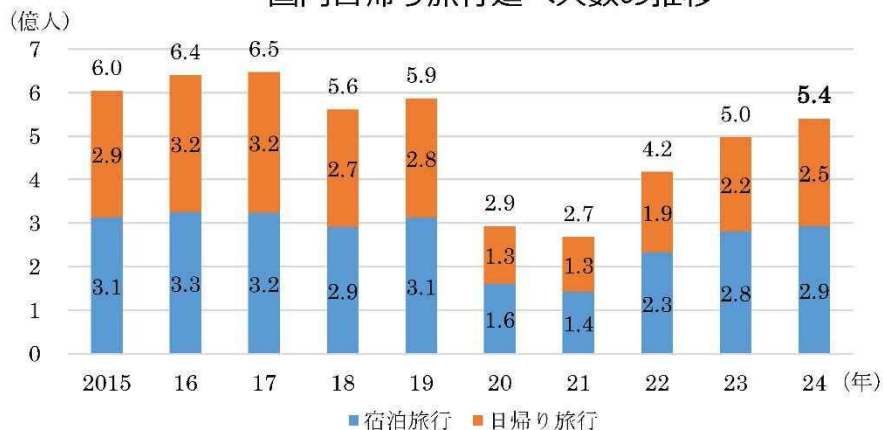
資料：日本政府観光局（JNTO）資料に基づき観光庁作成。

出典：「令和7年版観光白書について（概要版）」（観光庁）

② 日本の観光の動向

- ・2024（令和6）年の日本人の国内延べ旅行者数、5.4億万人（2019（令和元）年比8.2%減）とコロナ前の9割程度に回復しています。

（図表 I - 16）日本人国内宿泊旅行延べ人数及び国内日帰り旅行延べ人数の推移

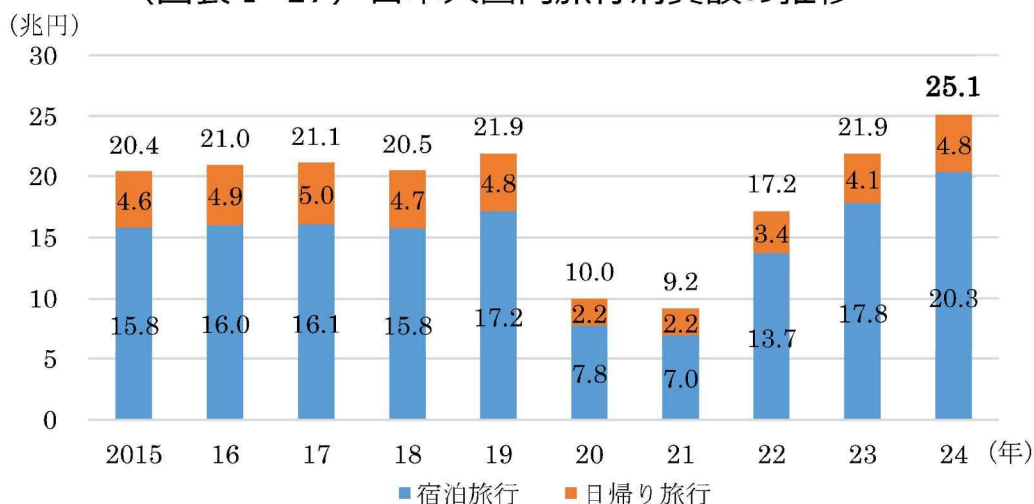


資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」

出典：「令和7年版観光白書について（概要版）」（観光庁）

- ・2024（令和6）年の日本人国内旅行消費額は、25.1兆円（2019（令和元）年比14.5%増）と過去最高となりました。

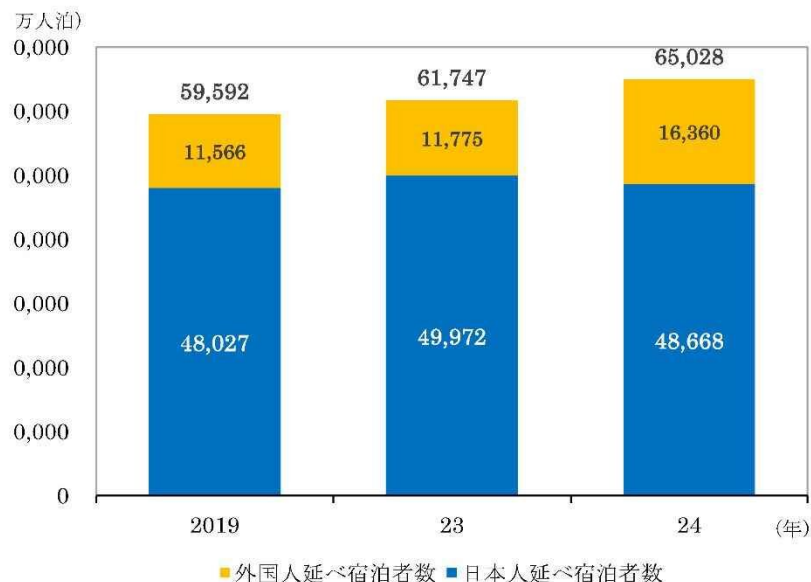
（図表 I -17）日本人国内旅行消費額の推移



出典：「令和7年版観光白書について（概要版）」（観光庁）

- ・2024（令和6）年の延べ宿泊者数は、6億5,028万人泊（2019（令和元）年比9.1%増）と過去最高となりました。この内、日本人延べ宿泊者数は4億8,668万人泊（2019（令和元）年比1.3%増）であり、外国人延べ宿泊者数は1億6,360万人（2019（令和元）年比41.5%増）と過去最高となりました。

（図表 I -19）日本人・外国人の延べ宿泊者数の推移



資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」

注1：2024年は速報値。

注2：本表の各年グラフの上の数値は、日本人と外国人の延べ宿泊者数の合計。

出典：「令和7年版観光白書について（概要版）」（観光庁）

2. 名張市観光戦略の概要

① 名張市が目指す10年後の観光の姿

テーマ：『観光』で名張を元気に！暮らしを豊かに！

- 新たな観点で様々な地域資源(バショ・モノ・コト・ヒト)が観光に生かされている。
- 観光が地域ビジネスを生み出し、地域課題の解決につながっている。
- あらゆる主体が関係した持続可能な観光産業が確立している。
- 観光産業の活性化が他の幅広い産業に波及効果をもたらしている。
- 産業の活性化が市民の暮らしや社会の豊かさにつながっている。
- 「行ってみたいまち」「住んでみたいまち」「住み続けたいまち」名張

② 四つの基本戦略

「名張市が目指す観光の姿」を実現していくため、次の四つの基本戦略を柱に掲げ、各種取組を横断的・多面的かつ一体的に進めています。



【戦略1】観光マーケティングに基づく良質な商品とサービスの充実

- 市場調査の強化と効果的な活用
- 新たな誘客コンテンツや観光商品・サービスの造成
- 観光消費の拡大

【戦略2】おもてなし環境の充実

- 安心・安全の観光地づくり
- 観光客の受入れ環境の整備
- 訪日外国人の受入れのための環境づくり

【戦略3】戦略的で効果的なプロモーションとセールスの展開

- オンラインを中心としたプロモーションの充実
- 民間事業者との連携によるセールスの強化
- 市民や来訪者を巻き込んだ情報発信

【戦略4】広域観光の推進によるブランド力の強化

- 市域・県域を越えた観光コンテンツの造成
- 近隣自治体や観光DMOとの連携
- 官民協働による広域観光推進体制の確立

3. 2024（令和6）年度の観光振興施策の取組状況

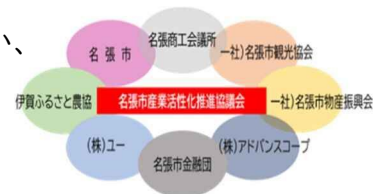
①基本戦略に基づく取組

各種取組を横断的・多面的かつ一体的に進めるために、次の事業を実施しました。

➤ なばりEXPOチャレンジ



名張市産業活性化推進協議会〔通称:ナウダツ〕が、構成団体間の取組調整を図るプラットフォームとしての役割を担い、これまでの各手法による調査結果を踏まえた方向性の確認やマッチング支援及び商品開発・販路拡大の支援を進めるとともに、物産・観光商品について首都圏、関西圏で開催されたイベントに出展しました。



➤ 地域おこし協力隊による取組

本市の自然、歴史、文化、食、特産品等あらゆる地域資源を生かした観光誘客と消費の拡大に向け、3名の地域おこし協力隊にテーマ別の業務を委託し、取組を推進しました。

<主な取組内容>

➤ 観光総合プランナー ※令和7年3月退任

- ・東奈良名張ツーリズム・マーケティングとの連携による広域観光の推進、地域に密着した着地型旅行会社の起業を目指した観光体験プログラムやツアーの企画及び催行
- ・国内外へのプロモーション及びセールス活動 など



ツアー企画

➤ 地域ビジネスサポーター

- ・地域ビジネスの創設サポート（“竹”を活用した新たな地域ブランド商品の創造、ビジネス主体の法人化に向けた取組の推進、プロジェクトの支援）
- ・地域資源である“竹”を活用したイベントや体験型エコツアーの企画及び運営 など



プロジェクト活動

➤ エコツーリズム推進員

- ・市内エコツアー実施事業者との連携による既存エコツアーの磨き上げ
- ・地域資源を生かした新たなエコツアー商品の企画等
- ・市内エコツアー実施事業者に対する指導、助言
- ・ツアーガイドの育成等 など



モニターツアーの開催

【戦略Ⅰ】観光マーケティングに基づく良質な商品とサービスの充実

（１）市場調査の強化と効果的な活用

- 東奈良名張ツーリズム・マーケティングの取組を通じた観光客モバイルアンケート調査の実施（満足度、観光消費額、来訪回数などを調査）

（２）新たな誘客コンテンツや観光商品・サービスの造成

- 竹あかりSDGsプロジェクトの継続
- エコツーリズム推進協議会の会員主体によるモニターツアーの開催
 - ・ 野菜収穫体験、おむすび&かたやきづくり体験（５月２６日）
 - ・ 火縄づくり体験（１１月１６日）
- 地域の観光資源を活用した地方誘客に資する観光コンテンツの造成に向け、観光庁の「地域観光新発見事業」の採択を受けて取組を推進

<主な取組内容>

- 夜の水族館や国定公園へ入館し、夜の赤目四十八滝渓谷で生息する生物の生態系などを知る体験コンテンツの造成
 - ・ 夜の水族館・国定公園へ特別入館
 - ・ 通常入ることができないバックヤードでの餌やり体験（オオサンショウウオ）
 - ・ 国定公園内の渓谷に生息する夜行性生物の行動観察 など
- 国内外の訪問者が言語・年齢・障害の有無に関係なく体験できるコンテンツの造成
 - ・ 車いすでも可能な体験コンテンツとして造成
 - ・ 苔の聖地である赤目四十八滝渓谷でルーペを片手に苔を観察
 - ・ 赤目の苔を使用して、苔玉、苔テラリウム、苔盆栽などの制作体験 など
- サステイナブルを意識した本格的な有機農業に取り組む農業者が運営主体となった地域ぐるみの取組を学ぶ有機農業体験に加え、自ら収穫した有機野菜を使い郷土料理を作り味わう食文化体験が一連となった体験コンテンツの造成
 - ・ オーガニック製法とそれ以外の製法の違いや日本・地域の食文化に触れる体験
 - ・ 化学肥料や化学農薬を使わない独自ブランド米づくり体験
 - ・ 地域の古民家において「のっぺ」等の郷土料理を地域住民から歴史や由来を教わりながら一緒に作る体験



水族館ナイトツアー



苔玉づくり体験



有機農業体験

(3) 観光消費の拡大

- 東奈良名張ツーリズム・マーケティングによる2025年大阪・関西万博開催時に関西地方を訪れる訪日外国人をターゲットにした周遊・滞在型ツアーの開発・造成
- MOU（覚書）を締結しているパーペチュアルヘルプ大学（フィリピン）のスタディツアーの受入（学生16名・教師2名）
 - ・名張青峰高校の生徒との交流、赤目四十八滝・青蓮寺湖いちご狩り体験など
- 地域力創造アドバイザーの活用
総務省の地域力創造アドバイザー制度を活用し、水族館プロデューサーの中村元氏を引き続き招聘し、赤目四十八滝のプロモーションやメディアの活用方法、赤目滝水族館を軸としたブランディング、バリアフリー観光の推進について指導・助言をいただきました。

<主な取組内容>

- ・『名張観光の集客アップ戦略セミナー』の開催
- ・パブリシティ戦略会議の開催
- ・赤目滝水族館（4月20日オープン）の展示方法等に関する助言
- ・バリアフリーアクティビティの企画・誘致 など



中村元氏

【戦略2】おもてなし環境の充実

(1) 安心・安全の観光地づくり

観光プロモーションの最適化や観光事業者の経営能力の向上を目指すとともに、観光事業者によるデジタル技術の活用促進に取り組み、消費拡大、再来訪促進等を図り生産性を高めることを目的に観光事業者のDX支援を継続して行いました。

- 市内観光関連事業者のGoogleビジネスプロフィールの登録・運用支援 36件

(2) 観光客の受入れ環境の整備

- 赤目四十八滝へのアクセス道路及び二次交通の充実に向け、関係行政機関との意見交換会を実施
- バリアフリー遊歩道（赤目四十八滝溪谷内）の設置に向け、アンケート調査及び関係行政機関との意見交換会を実施
- 市内観光公衆トイレ及びハイキングコースの点検・管理
- 観光シーズンに赤目四十八滝へ集中する自動車交通による渋滞緩和のため、パークアンドライドの実証事業を実施

(3) 訪日外国人の受入れのための環境づくり

- 市内の観光関連事業者の案内板、食事メニュー等の英語表記の促進及びパンフレット等の英訳
- 多言語観光情報サイト「Guidoor（ガイドア）」の掲載情報の更新
 - ・12言語対応（観光地、イベント、緊急情報、避難所マップを掲載）

【戦略3】戦略的で効果的なプロモーションとセールスの展開

(1) オンラインを中心としたプロモーションの充実

- Webサイト、SNSによる情報発信
一般社団法人名張市観光協会及び東奈良名張ツーリズム・マーケティングを中心にオンラインを活用して、観光情報等の発信を行いました。
- 都市部等におけるプロモーションの実施
 - ・三重県のいいもの・うまいものフェア（大阪府）（6月14日～16日）
 - ・忍びの里 伊賀・甲賀 秋の陣 in 大阪心斎橋（大阪府）（9月7日～8日）※忍者に特化
 - ・大関ヶ原祭 2024（岐阜県）（10月19日～20日）※忍者に特化
 - ・ツーリズムEXPOジャパン 2024（東京都）（9月26日～29日） など
- 名張川納涼花火大会、名張桜まつり等市内イベントの開催

(2) 民間事業者との連携によるセールスの強化

東奈良名張ツーリズム・マーケティングにおいて、ターゲットとしている国内外の旅行会社を中心にセールスを実施しました。

- 阪急交通社（7月23日）
- フィリピントラベルマート 2024（9月6日～8日）
- 阪神旅行社、名鉄観光、クラブツーリズム、JTBメディア（9月17日）
- 阪急トラピックス、阪南交通社（11月5日）
- フィリピン市場・BtoB 商談会（11月19日～21日）
- 台湾現地商談会（12月4日）
- ファムトリップ（旅行会社等の視察）の実施（1月15日～16日・1月27日～31日）
- フィリピンジャパン・トラベルフェア 2025（2月22～23日）

上記期間に合わせて、関係機関にトップセールスを実施

- ・Japan National Tourism Organization Manila Office（日本政府観光局(JNTO)マニラ事務所）を訪問
- ・フィリピン観光省大臣へ表敬訪問・意見交換
- ・在フィリピン大使館公使との面談 など



観光省大臣との意見交換会

(3) 市民や来訪者を巻き込んだ情報発信

- ふるさと学習「なばり学」を通じて市内の小学生が景勝地等を訪れる機会を促進（各種団体が受入）
- 市内に在住する外国人による情報発信（SNS・ブログ）の強化
- 「名張の観光」をテーマにした三重大学×中部電力主催の学生アイデアコンテストの開催支援（10月26日）

【戦略4】広域観光の推進によるブランド力の強化

（1）市域・県域を越えた観光コンテンツの造成

- 東奈良名張ツーリズム・マーケティングの取組を通じて、室生赤目青山国定公園を中心とする自然を生かしたアドベンチャーツーリズムを継続して推進
 - ・2025年の大阪・関西万博開催時に関西地方を訪れる訪日外国人をターゲットにした周遊・滞在型ツアーを造成



- 伊賀流忍者観光推進協議会の取組を中心に、伊賀市との連携によるインバウンド向け忍者コンテンツの情報発信を強化



伊賀流忍者ロゴマークの活用



伊賀忍者オフィシャルサイト



ガイドブックの増刷

（2）近隣自治体や観光DMOとの連携

- 近隣自治体との連携
 - ・東奈良名張ツーリズム・マーケティングの取組を通じた連携（宇陀市、曽爾村など）
 - ・東大和西三重観光連盟の取組を通じた連携（伊賀市、津市など）
 - ・室生赤目青山国定公園協会の取組を通じた連携（奈良県、三重県など）
- 伊賀・山城南・東大和定住自立圏内の自治体との連携
 - ・定住自立圏産業部会において意見交換及び情報を共有
 - ・伊賀上野N I N J A フェスタ in 上野恩賜公園への出店
「伊賀上野N I N J A フェスタ 2024」会場の一角にある「定住自立圏ブース」に出店し、無農薬野菜を使用したお菓子を販売することにより、オーガニックビレッジ『名張』をPRしました。合わせて、名張の特産物を販売することにより、名張市の知名度の向上を図りました。
- 周辺の観光DMOとの連携
 - ・三重県観光連盟
三重県観光連盟が主催するインバウンド委員会に参加し、活動内容や今後の展望などについて意見交換等を行いました。
 - ・伊勢志摩観光コンベンション機構、伊賀上野DMOとの連携



定住自立圏ブース

（3）官民協働による広域観光推進体制の確立

一般社団法人名張市観光協会のDMO化に向け、広域でDMOを目指している東奈良名張ツーリズム・マーケティングとの役割分担、方向性等について検討しました。

4. 取組目標の進捗状況・検証等

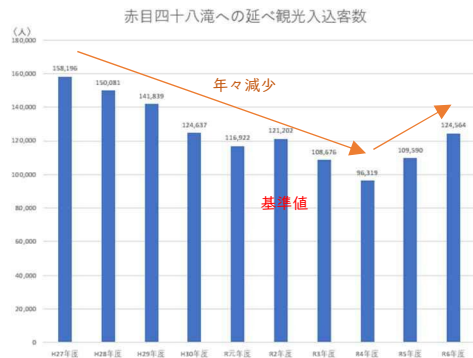
① 取組目標の状況等

①赤目四十八滝への延べ観光入込客数

赤目滝水族館のオープンや NPO 法人赤目四十八滝渓谷保勝会による駐車場の無料化などの取組により観光客が増加してきたことから、2023(令和 5)年度比 113.6%の増となりました。

基準値である 2019（令和元）年度比は 106.5%であり、コロナ前水準以上に回復しました。

基準値 116,922 人 R6 実績値 124,564 人

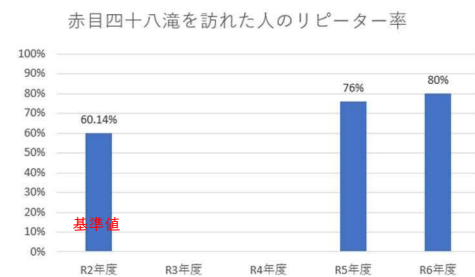


②赤目四十八滝を訪れた人のリピーター率

赤目四十八滝を訪れた人のリピーター率は、2023(令和 5)年度比 102.6%の増となりました。

基準値の 2020（令和 2）年度との調査方法が異なるため純粋な比較ができない状況です。

基準値 60.14% R6 実績値 80.0%

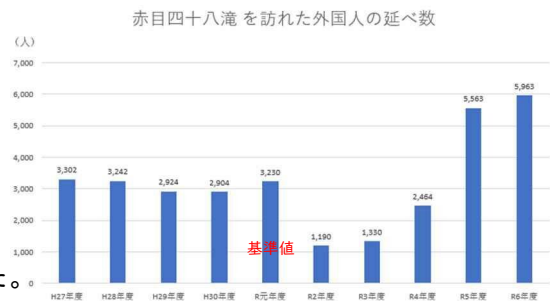


③赤目四十八滝を訪れた外国人の延べ数

全国の 2024（令和 6）年度の外国人旅行者数は、3,687 万人（2019（令和元）年比 15.6%増）と過去最高となっています。

赤目四十八滝においても年々増加傾向にあり、基準値である 2019（令和元）年度比は 184.6%であり、過去最高の来訪者数となりました。

基準値 3,230 人 R6 実績値 5,963 人



④市内宿泊客の延べ数

2022（令和 4）年度から、調査にご協力いただける宿泊施設が 3 施設増えたため、基準値である 2021（令和 3）年度比は 173.8%でしたが、基準値と同じ施設で再集計すると、2021（令和 3）年度比 86.2%であり、基準値に達していない状況です。

基準値 46,037 人 R6 実績値 80,023 人



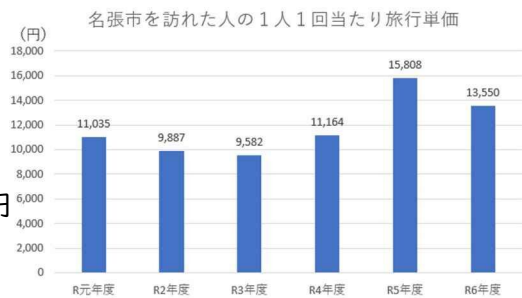
⑤名張市を訪れた人の1人1回当たり旅行単価

2023（令和5）年度比は85.7%と減少しましたが、基準値の2021（令和3）年度比は141.4%であり、最終目標値は越えています。

当該旅行単価の内訳は、宿泊16,052円、日帰り5,625円となっており、三重県全体（宿泊29,538円、日帰り6,994円）との差が大きい状況です。

※三重県観光レクリエーション入込客数推計書・観光客実態調査報告書 令和6年

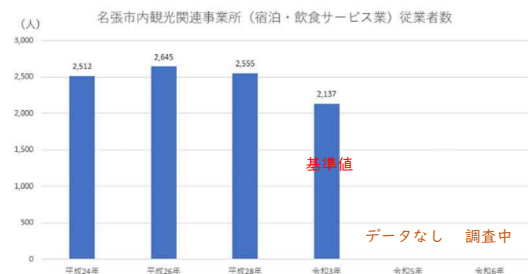
基準値 9,582円 R6 実績値 13,550円



⑥市内観光関連事業所（宿泊・飲食サービス業）従業者数

経済センサス（総務省統計局）に基づく名張市統計資料（3年に1度の調査）に基づき実績値を算出します。次回は、2024（令和6）年に調査が行われ、2025（令和7）年に公表されるため、2023（令和5）年の実績値はありません。

基準値 2,137人 R6 実績値 なし

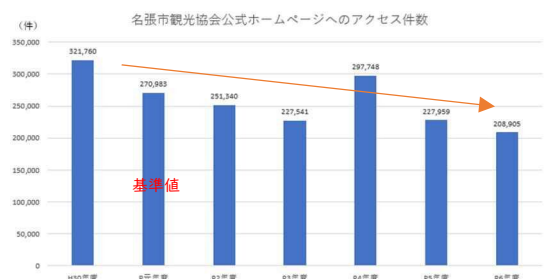


⑦名張市観光協会公式ホームページへのアクセス件数

年々減少傾向にあり、基準値である2019（令和元）年度比は77.1%となっています。

2022（令和4）年度は、名張川納涼花火大会が通常に再開されたこともあり、基準値を上回っていました。2024（令和6）年度は、過去6年間で一番少ないアクセス件数でした。

基準値 270,983件 R6 実績値 208,905件



② 取組目標一覧

目標項目	基準値 2019(R1)年度	中間目標値 2024(R6)年度	実績値 2024(R6)年度	最終目標値 2026(R8)年度
① 赤目四十八滝への延べ観光入込客数	116,922 人	150,000 人	124,564 人	200,000 人
② 赤目四十八滝を訪れた人のリピーター率	60.14%	89.9%	80%	93.4%
③ 赤目四十八滝を訪れた外国人の延べ数	3,230 人	7,500 人	5,963 人	10,000 人
④ 市内宿泊客の延べ数	46,037 人	80,600 人	80,023 人	97,000 人
⑤ 名張市を訪れた人の1人1回当たり旅行単価	9,582 円	16,500 円	13,550 円	18,000 円
⑥ 市内観光関連事業所（宿泊・飲食サービス業）従業者数	2137 人	2,200 人	—	2,200 人
⑦ 名張市観光協会公式ホームページへのアクセス件数	270,983 件	270,000 件	208,905 件	297,000 件

※①③は NPO 法人赤目四十八滝渓谷保勝会より

※②⑤は東奈良名張ツーリズム・マーケティングの実施する観光客モバイルアンケート調査より

※④は調査にご協力いただいている市内11施設の合計

※⑥は経済センサス（総務省統計局）に基づく名張市統計資料より ※2024(R6)年調査、2025(R7)年公表

※⑦は一般社団法人名張市観光協会より

上記取組目標に対する「課題」

- 赤目四十八滝の観光入込客数を増加させる取組の継続
- 観光客の回復により発生している交通渋滞や人手不足に対する対策
- 赤目四十八滝を中心とした市内を周遊・滞在する仕組みづくり
- ウェブサイトや SNS を活用した国内外への情報発信の強化
- 官民連携による観光地域づくり法人の設立に向けた取組の推進



2025（令和7）年度 of 取組に反映

5. 2025（令和 7）年度の主要な観光振興施策

2024（令和 6）年度は、本市の主要観光地である赤目四十八滝の観光地再生を中心とした取組を進めてきました。地域力創造アドバイザーの中村元氏の助言を受けた赤目滝水族館のリニューアルオープンをはじめ、赤目四十八滝の門前界隈を赤目小町と名づけ、旅館や飲食店、土産物店などが国の補助金を活用して施設の改修を行うとともに、周辺駐車場の無料化など、地域が一体となった取組が進められてきました。

このような取組により、赤目四十八滝の入込客数は年々増加してきていますが、本市が観光施策の進捗管理のために設定しています目標値につきまして、中間目標のすべてを達成するには至りませんでした。その要因としましては、天候や経済状況など外部環境の影響に加え、プロモーション活動や事業展開の一部における効果が想定を下回ったことが挙げられます。

しかしながら、これまでの取組を通じて一定の効果と課題が明確となっており、今後はその結果を踏まえ、施策内容の改善や地域事業者との連携強化を図ることで、最終目標の達成に向けて着実に取組を進めてまいります。

大阪・関西万博開催の年である 2025（令和 7）年度は、万博の開催を契機に、本市への観光誘客と観光消費の拡大による市内経済の活性化を図るとともに、地元産品の観光分野での販路の拡充に取り組むことで、市内での経済循環を創出することを目的とした事業を展開します。

具体的には、万博会場での PR をはじめ、特に関西圏に向けて、既存のツアー商品などの観光資源を積極的に発信し、本市の認知度の向上と誘客に軸足をおいた取組を進め、宿泊客の増加や観光客の市内消費額の増加による市内経済の活性化を図ります。

また、2024（令和 6）年度から引き続き地域力創造アドバイザーの中村元氏を委嘱し、指導・助言をいただきながら、官民が一体となって赤目四十八滝の観光地再生の取組を継続します。

万博終了後も、観光誘客と観光消費の拡大による地域経済の活性化や多様な主体との協働による地域ブランド力の向上などを目的とした取組を進めるために、地域の観光関連事業者等と観光地域づくり法人（DMO）の設立に向けた協議を行います。また、行政と観光地域づくり法人のそれぞれの強みを生かした役割分担のもとで、持続可能な観光地域づくりを推進する仕組みづくりに取り組めます。

① 基本戦略に基づく取組

【戦略1】観光マーケティングに基づく良質な商品とサービスの充実

市場動向や観光需要を踏まえ、ターゲットを明確にした良質で付加価値の高い新たな観光商品・サービスの充実を図るとともに、赤目四十八滝を中心とした市内周遊の仕組みづくりに取り組みます。

<主な取組内容>

(1) 市場調査の強化と効果的な活用

- 観光客モバイルアンケート、観光入込客数と宿泊者数の調査の継続

(2) 新たな誘客コンテンツや観光商品・サービスの造成

- 竹あかりSDGsプロジェクトの継続
- 2025年大阪・関西万博への来場者をターゲットしたツアーの造成・販売
- 観光資源を活用したエコツアーの企画及びモニターツアーの開催 など

(3) 観光消費の拡大

- 官民が一体となった赤目四十八滝の観光地再生の継続
- 宿泊・長期滞在を促す市内周遊の仕組みづくり
- 国内外の富裕層等に対応した付加価値の高い宿泊旅行商品や体験プログラムの企画・造成 など

【戦略2】おもてなし環境の充実

観光客が安心・安全に満足感の高い旅を楽しみ、また来たいと思っていただけるおもてなし環境をハードとソフトの両面から充実します。

<主な取組内容>

(1) 安心・安全の観光地づくり

- Google ビジネスプロフィールを活用した観光DXの推進
- 室生赤目青山国定公園やハイキングコースなどにある危険木の伐採等 など

(2) 観光客の受入れ環境の整備

- 観光地域づくり法人（DMO）の設立に向けた協議等
- パークアンドライドの検証事業の継続
- チャレンジステーションの利活用
- 赤目四十八滝へのアクセス道路や二次交通の充実に向けた関係行政機関等との協議の継続
- 赤目四十八滝渓谷内のバリアフリー遊歩道設置に向けた関係行政機関等との協議
- 観光人材の育成・確保のための外部人材制度の活用
・地域おこし協力隊、地域力創造アドバイザー、地域活性化起業人 など

(3) 訪日外国人の受入れのための環境づくり

- 訪日外国人の受入れのための環境づくり（多言語表記等） など

【戦略3】戦略的で効果的なプロモーションとセールスの展開

首都圏や関西圏を中心に、若者も巻き込んだ戦略的で効果的な国内外への情報発信に取り組むとともに、旅行会社へのセールスや着地型旅行会社による直接販売も含め、民間事業者との連携によるセールスを積極的に展開します。

<主な取組内容>

(1) オンラインを中心としたプロモーションの充実

- 一般社団法人名張市観光協会、東奈良名張ツーリズム・マーケティングによるWebサイト、SNS、インターネット広告等オンラインによる効果的な情報発信
- 多言語化による情報発信の強化
- 都市部で開催されるイベントや万博会場でのプロモーションの実施 など

(2) 民間事業者との連携によるセールスの強化

- 近畿日本鉄道株式会社など民間事業者との連携による関西方面へのセールス
- 東奈良名張ツーリズム・マーケティングによるインバウンドを中心とした旅行会社等へのセールス

(3) 市民や来訪者を巻き込んだ情報発信

- ふるさと学習「なばり学」を通じて市内小学生が景勝地等を訪れる機会を促進（各種団体の受入れ促進） など

【戦略4】広域観光の推進によるブランド力の強化

大阪・関西万博の開催を契機とした誘客拡大に向け、市域・県域を越えた近隣自治体等関係者との連携をこれまで以上に強化し、広域での観光コンテンツの確立によるブランド力の強化を図ります。

<主な取組内容>

(1) 市域・県域を越えた観光コンテンツの造成

- 東奈良名張ツーリズム・マーケティングが中心となり、室生赤目青山国定公園を中心とする自然を生かしたアドベンチャーツーリズムを継続して推進

(2) 近隣自治体や観光DMOとの連携

- DMO登録を目指す一般社団法人名張市観光協会の体制強化、運営等に対する支援
- 三重県及び伊賀市をはじめとした近隣自治体との連携の強化
- 三重県観光連盟や伊勢志摩観光コンベンション機構、伊賀上野DMO、奈良県ビジターズビューロー等周辺の観光DMOとの連携

(3) 官民協働による広域観光推進体制の確立

- 近隣自治体、関連行政機関、DMO、各市村の観光協会、民間の観光関連事業者等と連携し広域観光を推進 など

MEMO

～『観光』で名張を元気に！暮らしを豊かに！～