

令和8年3月

玉城町



アスピア玉城のコスモス



玉城町のご当地グルメ
アグリ焼き



第二次 玉城町観光振興計画



Here!



玉城町のシンボル
田丸城



古代ロマンあふれる大賀蓮



目 次

はじめに-P 1

第1章 計画策定にあたって

- 1 計画策定の趣旨-P 1
- 2 前計画の評価-P 2
- 3 計画の位置づけ-P 2
- 4 計画期間-P 2
- 5 5年後のめざす姿と計画の目標値-P 2
- 6 計画推進の考え方・基本方針-P 3
- 7 計画を推進する仕組み-P 4

第2章 観光の現状

- 1 観光をとりまく現状-P 4
- 2 玉城町における観光客の状況-P 1 2

第3章 観光振興に向けた施策

基本方針1 「観光資源の発掘と魅力向上」に取り組みます

- 施策 1 新たな観光資源の発掘、整備-P 1 4
- 施策 2 玉城町の魅力向上-P 1 4
- 施策 3 滞在型観光メニューの開発-P 1 5
- 施策 4 季節ごとのイベント-P 1 6

基本方針2 「特産品の振興」を図ります

- 施策 5 特産品の魅力発信-P 1 6
- 施策 6 特産品を流通に乗せる仕組みづくり-P 1 7
- 施策 7 観光資源と連携した特産品振興-P 1 7

基本方針3 「情報発信とニーズの把握」に努めます

- 施策 8 SNSなどのインターネットを活用した情報発信-P 1 7
- 施策 9 町広報・町ホームページの効果的な活用-P 1 8
- 施策10 関係機関団体と連携した情報発信-P 1 8
- 施策11 ニーズ把握のための情報収集-P 1 8

基本方針4 「受入基盤の整備」を図ります

- 施策12 おもてなしの気持ちの醸成-P 1 9
- 施策13 施設環境の整備-P 1 9

基本方針5 「協働、連携の体制づくり」に努めます

- 施策14 玉城町観光協会との連携-P 1 9
- 施策15 広域観光関連団体等との連携-P 2 0
- 施策16 団体との連携-P 2 0

用語解説-P 2 1

はじめに

国は、平成19年1月に施行された観光立国推進基本法の規定に基づき、観光立国の実現に関する基本的な計画として新たな「観光立国推進基本計画」を、令和5年3月31日閣議決定しました。この基本計画においては、持続可能な観光立国に向け、観光の質的向上を象徴する「持続可能な観光」「消費額拡大」「地方誘客促進」の3つをキーワードに、持続可能な観光地域づくり、インバウンド回復、国内交流拡大の3つの戦略に取り組むとしています。

三重県も、令和6年3月に策定された「三重県観光振興基本計画」では、10年後のめざす姿として「国内外の旅行者がおすすめしたい観光地になることで、観光産業が地域経済に貢献し、三重県全体の発展に寄与するとともに、住民が地域に対して愛着や誇りを持っている」ということを目標に掲げています。

玉城町は、令和2年度に「第一次玉城町観光振興計画」を策定し、令和3年度には「玉城町観光協会」を立ち上げ、「住んでよし、訪れてよしのまちづくり」を町民自身が実感できる観光施策に努めてまいりました。

これからも国や県の動向を見ながら、玉城町の観光振興の取組として、持続可能な観光であることを前提に、その地に住む人々が先人から受け継いだ自然、歴史、文化等を大切に守りながら、自らの地域の個性を磨き上げ、かつ地域の存在価値を確立させる過程を通じ、郷土に対する誇りを持ち、愛着を感じることでできる取組を実施していくこととします。また、観光産業は多様な分野における事業活動によって構成されることから、それらが地域経済の活性化、地域における雇用の創出等当町の経済面からも潤うように進めていくこととします。

以上のような状況に対応するため、令和8年度から令和12年度を計画期間とする第二次玉城町観光振興計画を策定いたしました。第6次玉城町総合計画にあります目指す姿「だれもが安心して、元気に暮らせるまち ふるさと玉城」の実現に向け、「観光資源の発掘と魅力向上」、「特産品の振興」、「情報発信とニーズの把握」、「受入基盤の整備」、「協働、連携の体制づくり」の5つの基本方針と16の施策を戦略的に展開し、交流人口の拡大とともに観光地としての魅力向上に取り組んでまいります。

本計画の推進にあたっては、観光関連団体、事業者、町民の皆様と連携して取り組んでまいりますので、ご理解・ご協力を賜りますようお願いいたします。

第1章 計画策定にあたって

○1 計画策定の趣旨

現在はインターネットの普及などにより、欲しい情報をすぐに手に入れることができ、さらに自分からの情報発信も手軽にできる時代となりました。人間関係においても、SNSのアプリ等を介せば世界中の人とコミュニケーションが取れます。

このような社会の中、旅行形態として、個人を単位とする旅行の割合が多く、旅行者自らが自分の必要な情報を収集し、旅行計画から手配までを行う方が多くなっています。そのため、多様化する旅行ニーズや情報収集手段に対応し、誘客の増進を図るため町の魅力を掘り起こし、磨き上げて発信する手段の工夫が必要です。

また、観光振興のためには、観光関連団体・事業者、町民などと行政が連携して町の魅力発信に努め、町内外へ広めていく仕掛けづくりが必要です。

未来への希望を込めて、観光に関わるすべての個人と団体が観光事業の活性化に取り組み、町の観光施策の方向性を明らかにするとともに、関係者が共有すべき基本方針等を示すため「第二次玉城町観光振興計画」を策定するものです。

○2 前計画の評価

第一次玉城町観光計画（令和2年度から令和7年度）・第6次玉城町総合計画において、令和7年度の観光目的の交流人口280,000人達成を目標に掲げていますが、令和6年度の観光目的の交流人口は、256,276人でした。

第一次玉城町観光計画の期間中には、令和元年度末に端を発した新型コロナウイルス感染症の感染防止対策があり、それに伴い、従来の観光手法を根底から見直す必要が生じました。大規模な集客を伴う催事や、飲食を伴うイベントは中止を余儀なくされ、人と人とのふれあいや他の地域との交流も小規模で限定的なものとなってしまいました。

しかし、玉城町観光協会の設立や旧田丸駅舎を模した交流施設のオープン・田丸駅新駅舎が整備されたこと、また、町内の方々を中心とした新しいイベント・祭りなどがスタートしたことは、玉城町の観光振興に向けて、着実に前進しているものと考えられます。

○3 計画の位置づけ

第6次玉城町総合計画（前期基本計画）では、基本施策4-6「【観光・交流】地域資源の付加価値を高め、観光魅力の向上を図り、観光が玉城町の産業の一つとして持続的に成長しています。」を掲げております。

本計画は、上記基本施策を具現化するものであり、町の観光振興を図る計画として位置づけるものです。

○4 計画期間

ホームページやSNSの活用により、リアルタイムで最新の情報を入手、発信できるようになったことから、情勢をいち早く認識し、時機を逸することなく課題を捉え、新たな施策を打ち出すことが必要です。このことから、本計画でも第一次計画と同じ、令和8年度から令和12年度までの5年間とします。

事業の推進にあたっては、関係する機関・団体等との合意を踏まえて取り組むものとし、計画推進状況の把握に努め、状況の変化等に合わせて、必要に応じ計画の見直しを行うなど柔軟に対応することとします。

○5 5年後のめざす姿と計画の目標値

△1 5年後のめざす姿（目標・コンセプト・ビジョン）

三方よし！訪れてよし・住んでよし・働いてよしの玉城町を実現する。そのためには、『旅行者よ

し、事業者よし、地域住民よしの持続可能な観光地』をめざす。

・旅行者よし：旅行者がおすすめしたい観光地→旅行者が来てよかったと感じ、家族や友人に勧め
てくれている

・事業者よし：観光産業が地域経済に貢献し、玉城町の発展に寄与している→観光産業に従事する
方々がいきいきと働き、おもてなしをしている

・地域住民よし：住民が地域に対して愛着や誇りを持っている→地域住民が、地域における観光の
効果を感じ、旅行者を歓迎している

△2 計画の目標値

玉城町観光振興計画の推進にあたって、評価基準となる目標数値を示します。

指 標	基準値 令和6年 (令和7年発表)	目標値 令和12年	備 考
観光目的の交流人口 (三重県観光レクリエーション入込客数)	229,341人	280,000人	目標値は、玉城町第6次総合計画の 前期基本計画の達成目標とする。
観光協会会員数	69会員	80会員	R7.10.31 現在会員数

【計画目標値の考え方】

目標値については、観光目的の交流人口（三重県観光レクリエーション入込客数）と観光協会の
会員数とします。

○6 計画推進の考え方・基本方針

計画推進のためには、行政のみならず、観光に関わる個人・団体が、取り組みの効果を上げるため
にそれぞれの特長や強みを生かし、町の魅力の発信と新たな魅力づくりのために一体感を持って取
り組むことが必要です。

また、計画推進に携わる関係者が、互いに事業を進めるのは自分たちであるという思いを共有し、
“無いもの、足りないもの”を求めるのではなく、知恵を集めながら“今あるもの”をどう生かして
いくかを重視した取り組みが大切です。上記を踏まえ、次の5点を計画推進の基本的な方針としま
す。

△1 「観光資源の発掘と魅力向上」に取り組みます。

△2 「特産品の振興」を図ります。

△3 「情報発信とニーズの把握」に努めます。

△4 「受入基盤の整備」を図ります。

△5 「協働、連携の体制づくり」に努めます。

○7 計画を推進する仕組み

△1 計画の推進体制

観光振興の主役は、観光事業者、観光関係団体等の「民間」であり、「行政」は、民間の主体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です。その基本的なスタンスをふまえて、町、町民、観光事業者、観光関係団体、旅行者がそれぞれの役割を担いながら、連携・協力して本計画を推進します。

△2 基本的な役割分担

□1 町の責務

- ・町全体にかかる観光振興に関する施策の策定・実施
- ・町民、観光関連事業者及び観光関係団体に対する必要な調整・支援

□2 観光関係団体・事業者に期待する役割

- ・観光関連事業者間の連携の促進
- ・観光宣伝活動の実施、観光客の受入体制の整備等
- ・町、他団体との連携・協力
- ・地域内外の多様な関係者と協力関係を構築・維持しながら、「観光地経営」の視点に立った観光地域づくりを行う司令塔の役割
- ・事業活動を通じた観光客の満足度の向上
- ・町、観光関係団体及び他産業の事業者との連携・協力

□3 町民に期待する役割

- ・観光に対する関心と理解の深化
- ・魅力ある観光地の形成に対する積極的な参画

□4 旅行者に期待する役割

- ・観光・地域づくりを担う一員としての責任ある選択と行動

第2章 観光の現状

○1 観光をとりまく現状

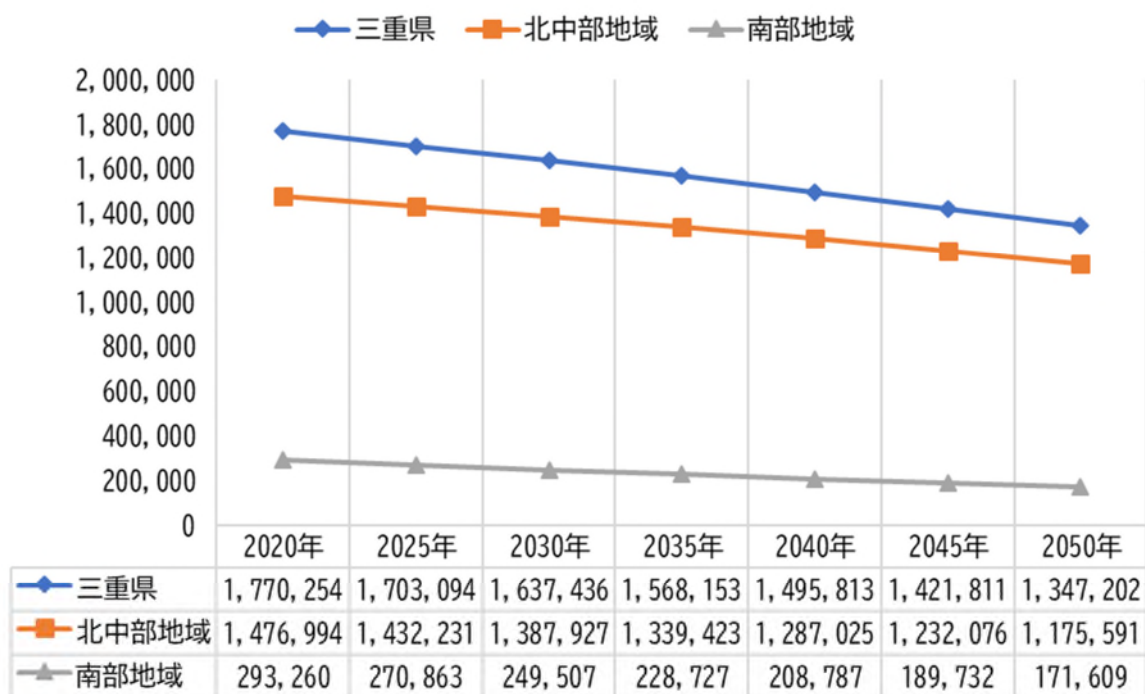
△1 三重県の人口予測

2020年（令和2年）国勢調査によると、三重県全体の人口は1,770,254人である、2007年のピーク時、187万人からみると、13年で10万人減少したことになる。国立社会保障・人口問題研究所（社人研）の推計では、三重県の総人口は2050年には1,347,202

人（23.8%減）まで減少する見込みである。

地域別に見ても、南部地域では1955年（昭和30年）にピークを迎え、その後減少が続いており、社人研推計では、今後も減少していく見込みである。（資料1）

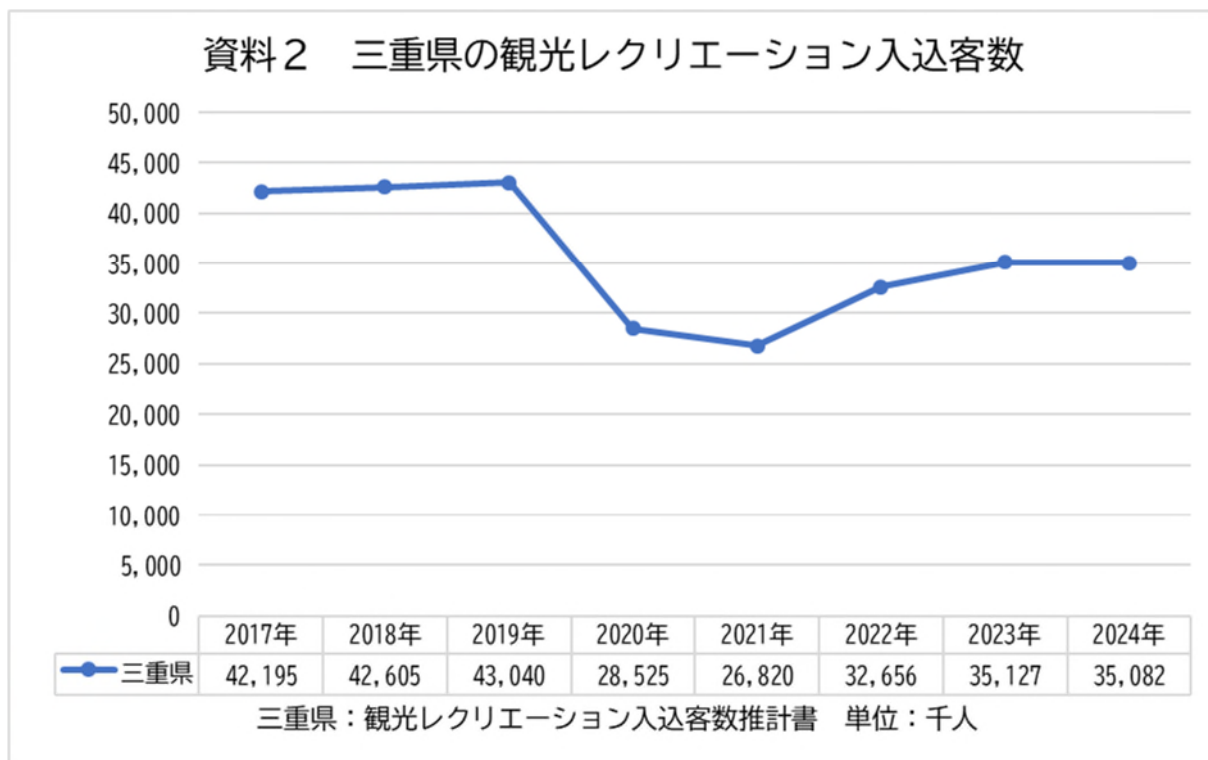
資料1 三重県の人口予測



国立社会保障・人口問題研究所：令和5年度推計報告書 単位：人 北中部地域：津市、四日市市、松阪市、桑名市、鈴鹿市、名張市、亀山市、いなべ市、伊賀市、木曾岬町、東員町、菰野町、朝日町、川越町、多気町、明和町 南部地域：伊勢市、尾鷲市、鳥羽市、熊野市、志摩市、大台町、玉城町、度会町、大紀町、南伊勢町、紀北町、御浜町、紀宝町

△2 三重県の観光レクリエーション入込客数

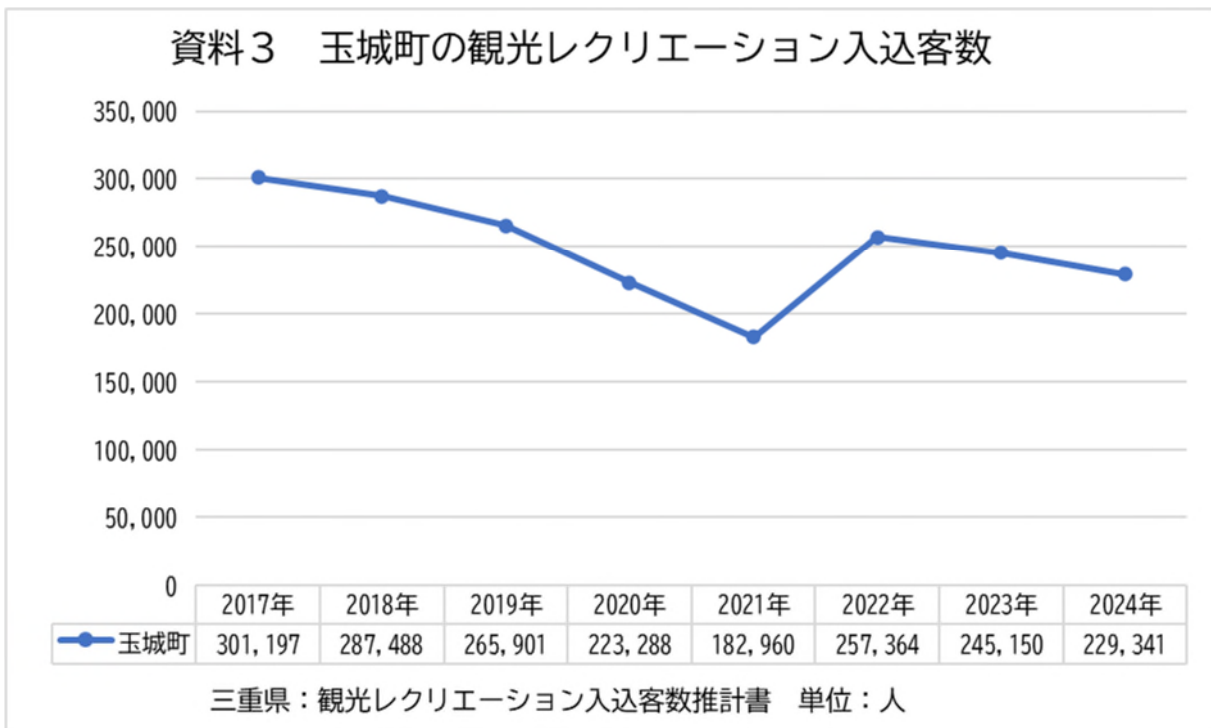
三重県の観光レクリエーション入込客数は、2024年（令和6年）実数で、35,082千人と推計され、前年と比較すると、1.0%（435千人）増加したが、新型コロナウイルス感染症拡大前の2019年（令和元年）の入込客数までには至っていない。（資料2）



△3 観光交流人口と玉城町の観光レクリエーション入込客数

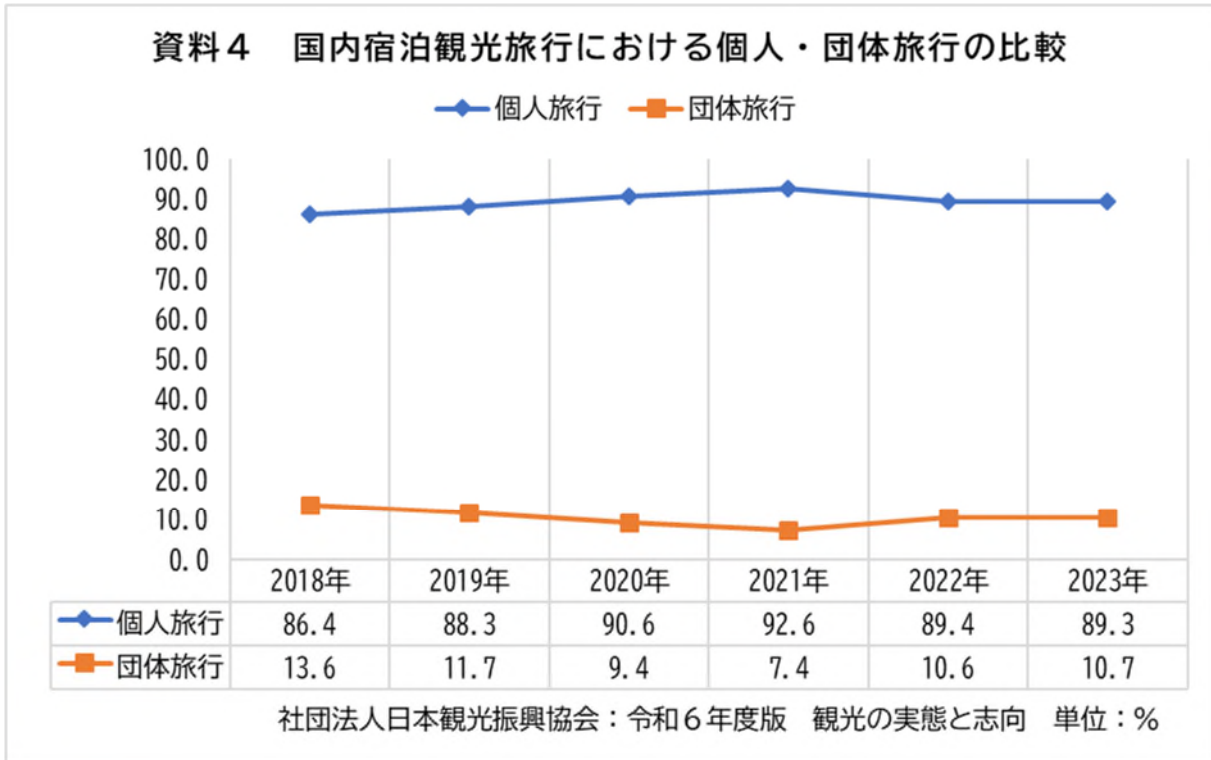
国は「観光や農業改革などにより、地方への人の流れをつくり、地方の所得を増やし、地方を活性化し、それによって日本経済を浮上させます。」としています。人口減少を迎えている玉城町においても、観光を、成長戦略の柱、地方創生の切り札と考え観光地域づくりの実現に向けて取り組む必要があります。

玉城町の観光レクリエーション入込客数は、2024年（令和6年）実数で、229,341人と推計され、前年と比較すると、6.4%（15,809人）減少しました。玉城町総合計画では令和7年度までに、観光目的の交流人口を280,000人とし、それとの差は、50,659人となります。観光交流人口の拡大を図るため、長期的視点に立って多面的に取り組む必要があります。（資料3）



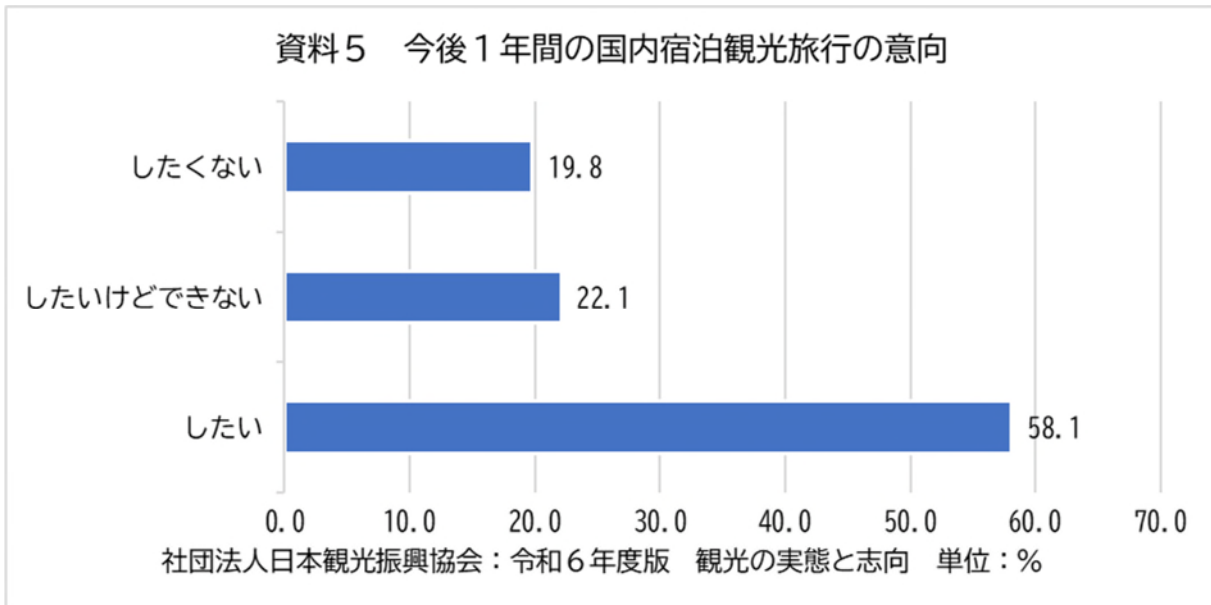
△4 旅行形態

国内宿泊観光旅行における個人旅行と団体旅行の割合を比較してみますと、「団体旅行」の割合は全体の約1割程度で、「個人旅行」が約9割となっています。(資料4)



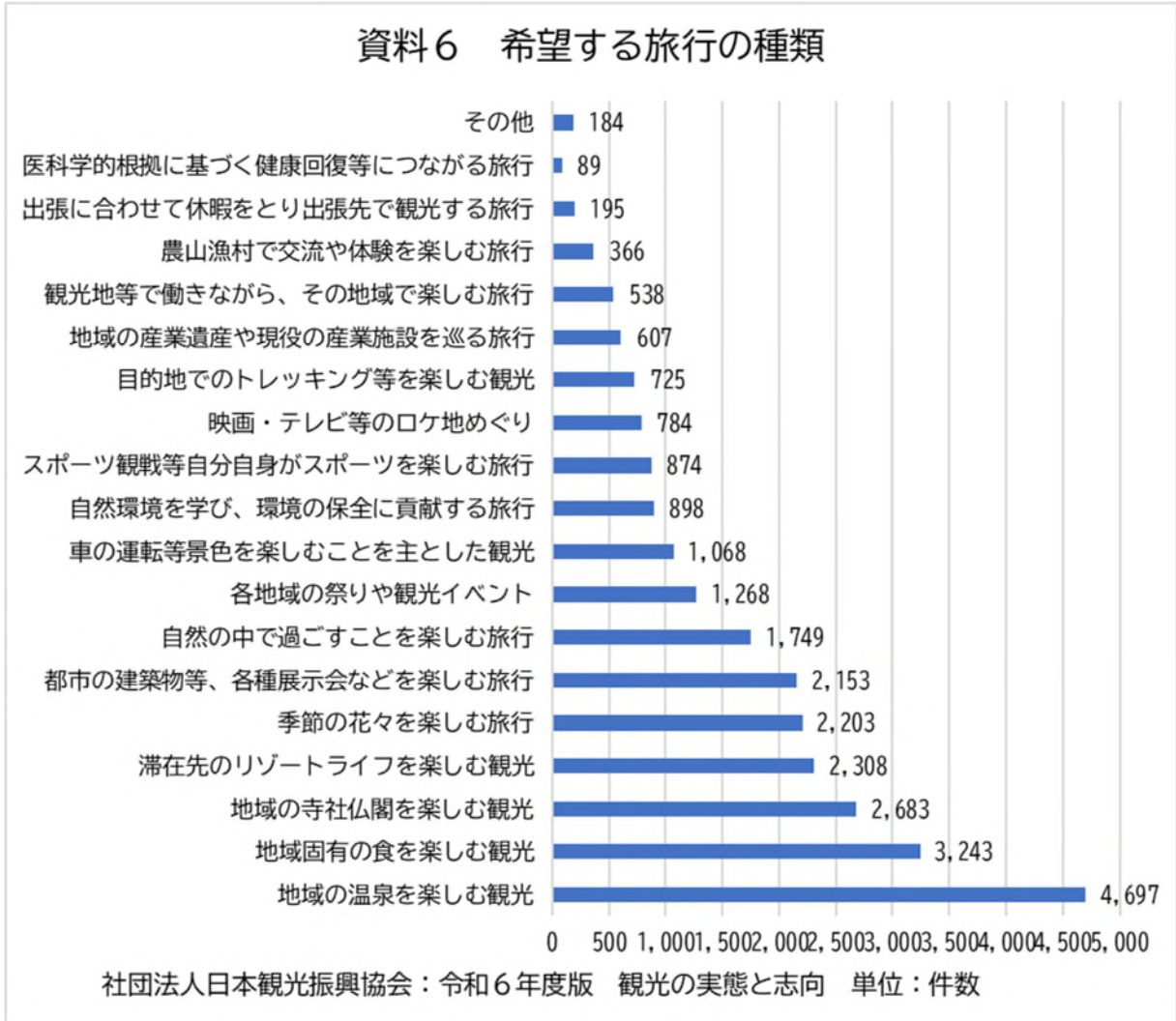
△5 今後1年間の国内宿泊観光旅行の意向

今後1年間での宿泊を伴う国内観光旅行の意向について、「したい」が58.1%と過半数を占めており、「したいけど、できない」が22.1%、「したくない」が19.8%となっています。(資料5)



△6 希望する旅行の種類

ぜひ行きたいと思う旅行をあげてもらったところ、「温泉を楽しむ」(4,697件)が最も多く、以下「地域固有の食を楽しむ」(3,243件)、「地域の寺社仏閣を楽しむ」(2,683件)、「リゾートライフを楽しむ観光」(2,308件)となっています。(資料6)

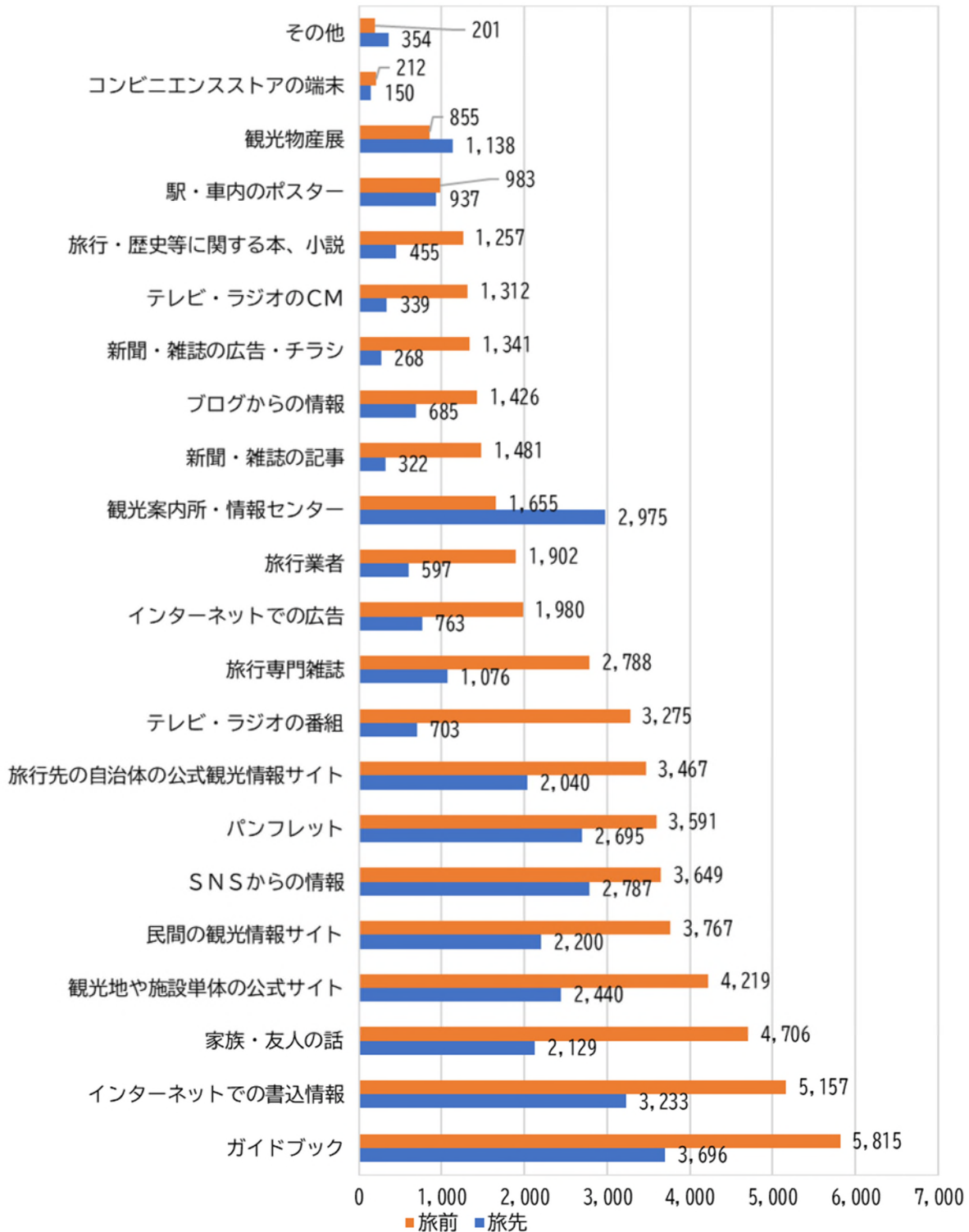


△7 国内観光旅行における旅前・旅先で参考にするもの

国内観光旅行における旅前・旅先での情報源について、旅前・旅先ともに「ガイドブック」「インターネットでの書込情報」がトップ2となっている。

旅先での情報源では「観光案内所・情報センター」、「SNSからの情報」、「パンフレット」がトップ2の「ガイドブック」、「インターネットでの書込情報」に次いで多く、旅先では現地でのリアルな情報、リアルタイムでの情報のニーズが高いことがうかがえる。(資料7)

資料7 国内観光旅行における旅前・旅先で参考にするもの

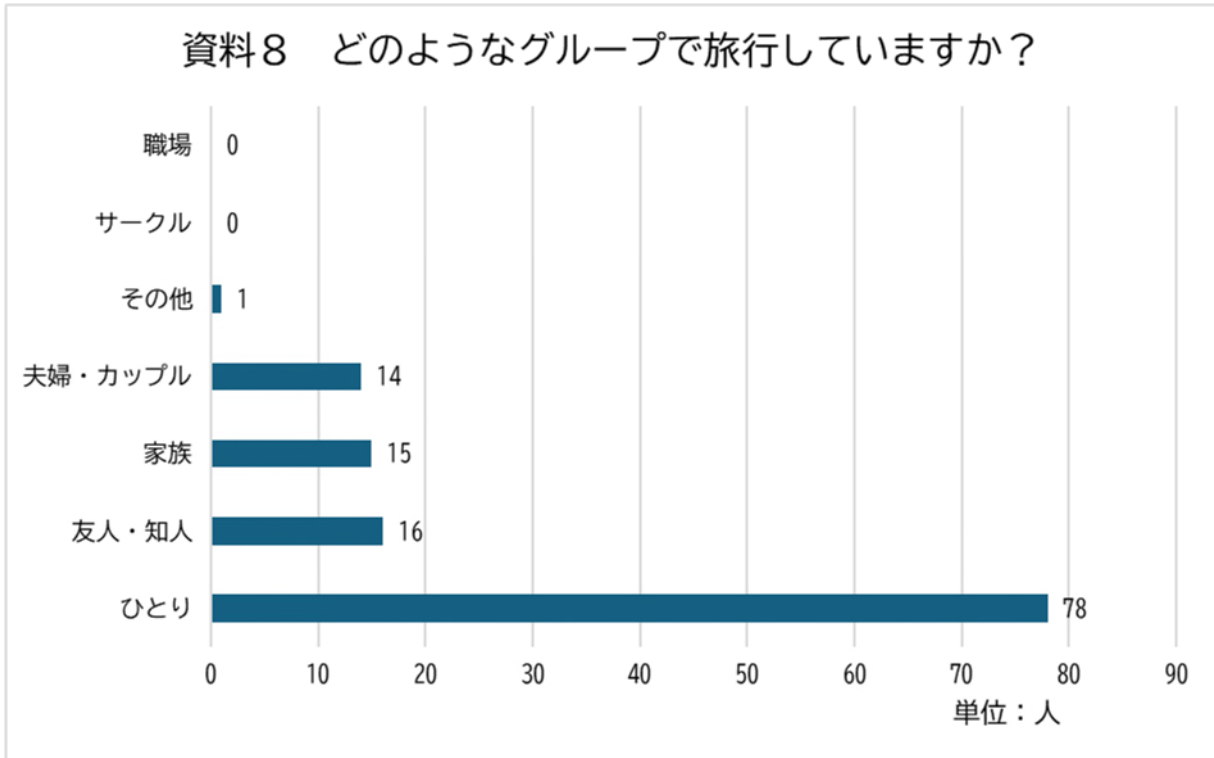


社団法人日本観光振興協会：令和6年度版 観光の実態と志向 単位：人

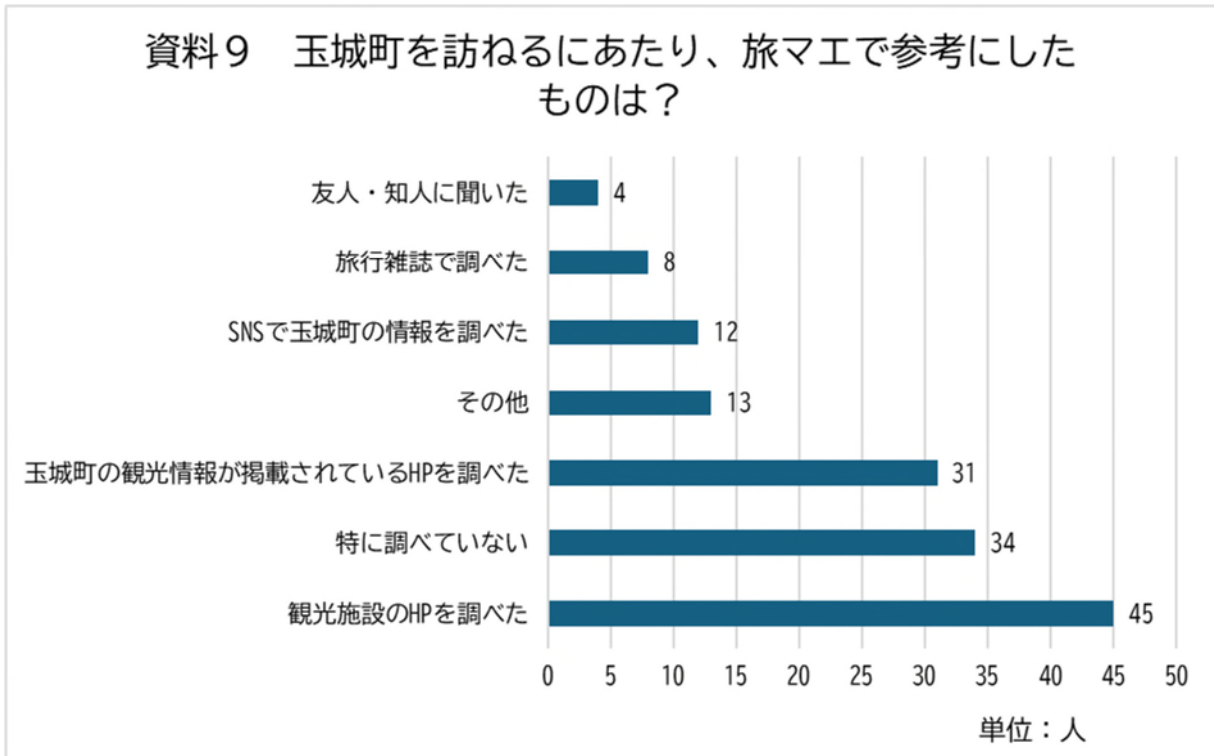
○2 玉城町における観光客の状況

令和6年9月から令和7年3月まで、田丸駅において、玉城町観光協会が玉城町への旅行者124人に対し実施したアンケートの一部をまとめました。

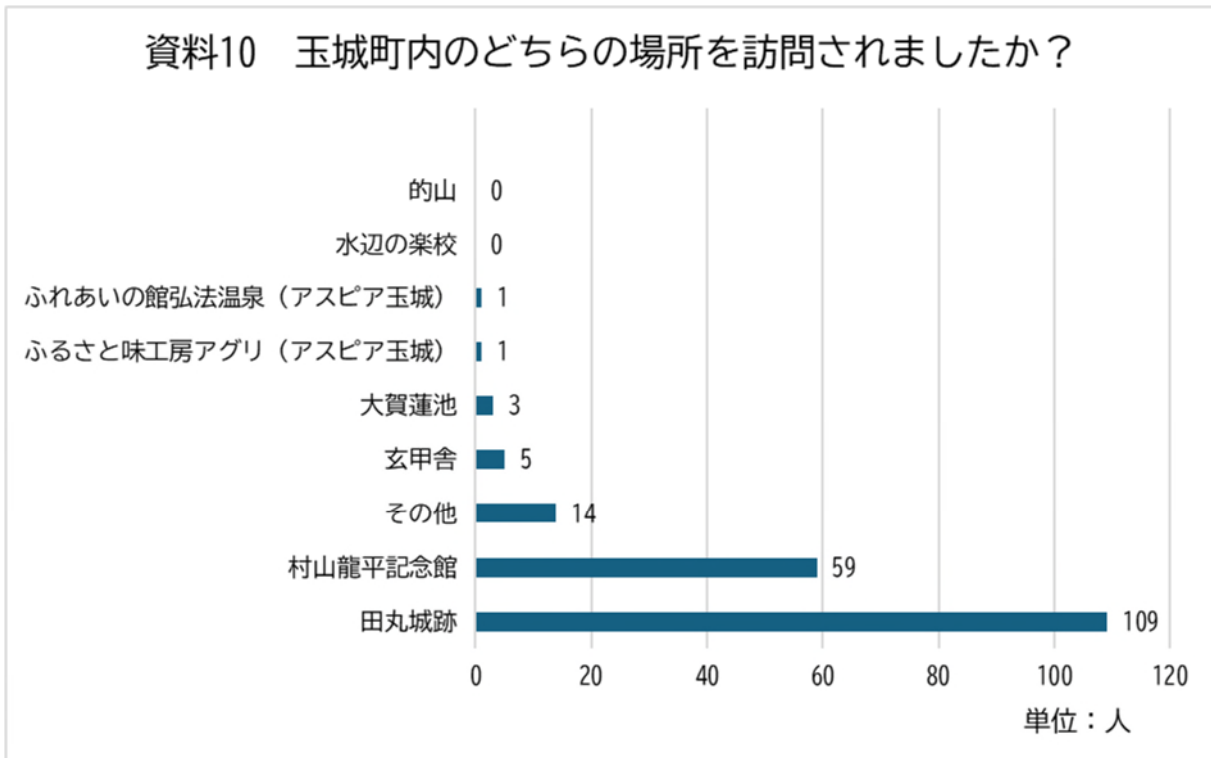
△1 どのようなグループで旅行していますか？（資料8）



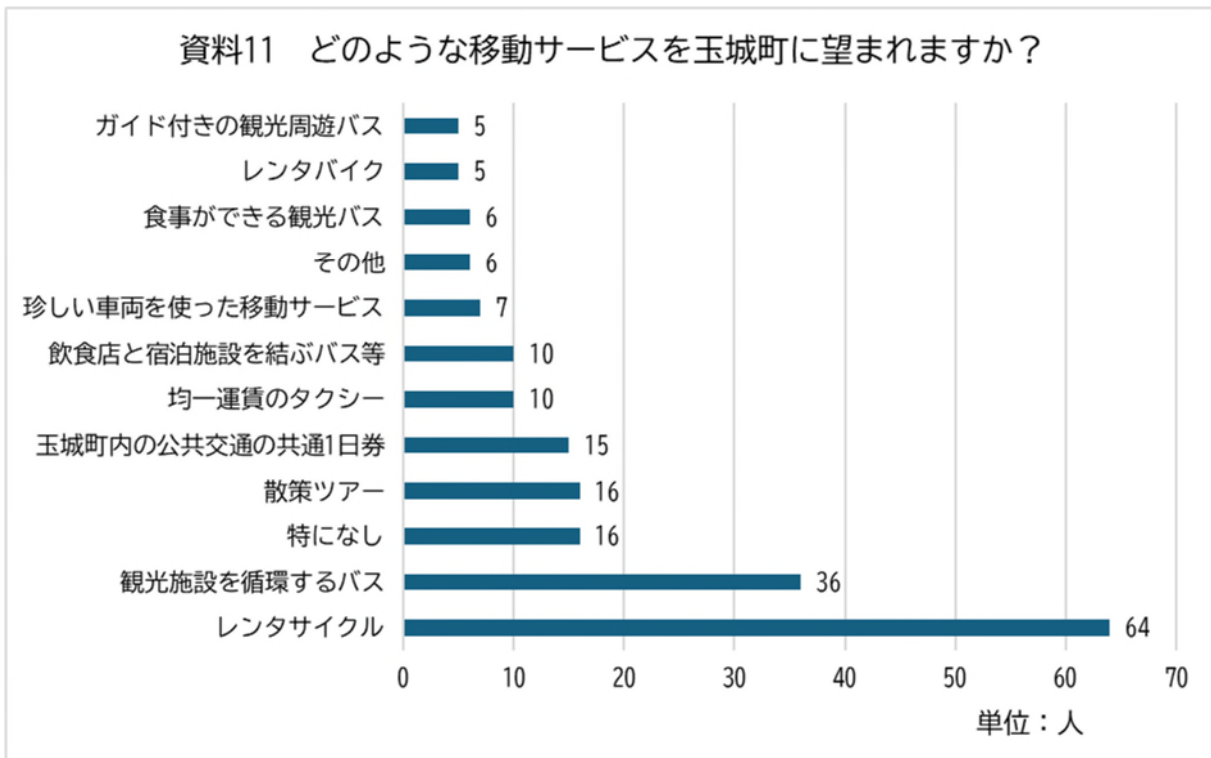
△2 玉城町を訪ねるにあたり、旅前で参考にしたものは？（資料9）



△3 玉城町内のどちらの場所を訪問されましたか？（資料10）



△4 どのような移動サービスがあれば利用しますか？（資料11）



第3章 観光振興に向けた施策

第1章で掲げためざす姿及び5つの基本方針を実現するための施策は、以下のとおりです。

○基本方針1 「観光資源の発掘と魅力向上」に取り組みます。

玉城町には豊かな田園・山・川・温泉などの美しい自然環境、史跡・旧跡などの歴史的文化財、農業を核とした地域産業に豊富な食材等、地域資源・観光資源が多数存在しています。観光振興のためには、それらの魅力に光をあてて発信していくことが重要です。旅行形態は団体から個人へシフトし、様々な旅行ニーズが増える傾向にあります。また、玉城町内の住民だけではなく、町外の人々の視点も取り入れながら、安心安全な観光と観光資源の発掘に取り組み、新たな町の良さにスポットを当てて観光メニュー開発を図ります。

△施策1 新たな観光資源の発掘、整備

□1 身近な自然からの発掘

・樹木が美しく花が咲く瞬間をとらえると、そこに新たな価値と人々の目を引き付ける魅力が生まれます。SNSを通じてその魅力を発信すれば地域の人しか知らないことが逆に魅力となって「まだ知られていないビュースポット」として興味や関心を引くことも可能です。地域住民の知る名所を積極的にPRしていく取り組みを行います。

・町には、的山・国東山があり、これらは四季を通じて楽しむことができる身近な里山となっています。登山観光客の安全と山林環境の保全のため、関係者と協力しながら森林整備を実施します。

・たまき水辺の楽校では、オートキャンプをしながら満点の星空や川に親しむことができます。オートキャンプ場としての利用をよりいっそうに提案し、新たなファン層の開拓に取り組みます。

□2 歴史・文化遺産の魅力発信

・町内に数多く点在する史跡・旧跡や文化財は、観光の面においても貴重な財産です。歴史ファンばかりでなく、「わが町を知る」という活動としても史跡・文化財の由来や周遊する観光コースの紹介は大きな意義があります。教育委員会や観光協会などと連携しながら、活用も含め多様な手段で町の史跡・旧跡や文化財の魅力を発信します。

・歴史的、文化的に価値のある観光資源が、良好な状態を維持できるよう町と関係団体が連携し、保全・改修について取り組んでいきます。

・町内に伝わる様々な伝統芸能を次世代に継承するために、披露の場を確保し伝承活動のモチベーションを後押しします。また、季節行事や地域の伝統行事の魅力を取り上げて、情報発信に取り組みます。

△施策2 玉城町の魅力向上

□1 四季をとおして楽しめる玉城町の魅力向上

・四季折々に自然の恵みを感じることができる豊かさが町の観光資源になっています。特に桜、大賀蓮などの花見は見応えがあります。玉城町の自然や各季節のイベントなど、玉城町の四季の情報を発信します。

□2 周遊観光コースの提案

・観光マップ等により地域の見どころや特色を紹介し、自転車などの交通手段で巡ることができる観光モデルコースを作成することで、町内の広域的な周遊を促します。

□3 史跡・旧跡や文化財・神社仏閣の魅力向上

・史跡・旧跡や文化財・神社仏閣の由来や歴史的背景を紹介するとともに、言い伝えや伝承もひとつの魅力にとらえ、歴史ファン以外にもアピールできる観光資源として新たな価値の創造を図ります。

□4 流行のトレンドと連携した魅力向上

・「御朱印」などの「印」コレクターには寺社仏閣や鉄道駅と連携した観光コースの提案を行います。
・コンテンツキャラクターとの連携企画で町内に立ち寄りスポットが設定される企画があることから、それに合わせて町の魅力をPRできる企画を検討します。
・海外旅行者のための、多言語による観光情報の整備促進に努めます。

△施策3 滞在型観光メニューの開発

□1 宿泊型体験メニューの開発

・地元でしかできない体験や玉城町ならではの食文化を融合し、存分に玉城町を楽しむための周遊プログラムを提案します。
・農泊などの地元の生活を体感できるコンテンツを充実させます。
・伊勢・鳥羽志摩など近隣市町との広域周遊チケットを企画検討します。

□2 ツーリズムの推進

・日常生活を忘れ、開放感のある自然環境の中での観光や体験をメインとした観光は、今後人気が高まることが期待されます。新たな観光のコースとして事業者や語り部などとの連携を強化し、普及開発に取り組みます。

<アグリツーリズム・グリーンツーリズム>

農泊や体験の受け入れ先の発掘を図り、教育機関など実施希望先の開拓と活動PRを推進します。各地域の学校教育旅行の積極的な受け入れを推進します。持続的な受け入れが可能になるように、工夫した体験の受け入れを行います。

<ガーデンツーリズム>

伊勢国お庭街道として、玄甲舎を絡めた県内7つの庭園が国土交通省のガーデンツーリズムに登録されたことを有効に活用し、他の施設と絡めた観光周遊に繋がります。

<スポーツツーリズム>

スポーツイベントや合宿と連動したコース提案に取り組みます。サイクリングやランニングなどのテーマに合わせた観光マップを作成し、観光周遊に繋がります。

<産業ツーリズム>

町内企業などの協力を得ながら、工場見学などの産業ツーリズムの推進に努めます。

<アートツーリズム>

文化芸術と観光を連携させることで、地域の文化や歴史に触れ、感性を刺激する体験を提供し、地域の活性化に貢献することに努めます。

△施策4 季節ごとのイベント

□1 田丸城跡を利用したイベント

・花見シーズンは多数の観光客が来訪する時期です。最大の花見スポットである田丸城跡の見ごろ情報を発信し、受け入れ態勢の整備に取り組みます。また、紅葉の季節や石垣のライトアップシーズンも併せて情報発信し、多数の来訪を期待します。

□2 年間を通したイベントの開催

・商工会、観光協会また各会員と協力し、年間を通して楽しめる、季節感のあるイベントを開催し地域住民や旅行者が参加できる企画を実施し観光の促進を図ります。

□3 感染症拡大防止対策の徹底

- ・観光施設、公共施設等の感染症防止対策を推進し、安心できる環境づくりを支援します。
- ・町内の施設が国、県等の感染症防止の方針やガイドラインを遵守し、適正な営業や運営を行うことができるよう、感染症防止対策に係る情報を積極的に発信します。
- ・各施設の感染症防止への取り組み状況について、積極的に情報発信します。

○基本方針2 「特産品の振興」を図ります。

町内にある特産品の魅力を再認識し、新たな価値を付加しながら、売り先を見込んだ流通に乗せる仕組みづくりに努めます。また、新たな特産品の開発と市場拡大を支援し、観光振興と地域経済活性化に努めます。

加えて、玉城ブランド taste of tamaki の認定・活用を図ります。

△施策5 特産品の魅力発信

□1 特産品のPR

- ・特産品を使ったお土産品の開発や、特産品の魅力を広く発信する工夫をします。
- ・イベントなどの機会をとらえて特産品の販売・PRを行います。
- ・観光パンフレットやホームページ・SNSなどを通して玉城町の特産品を紹介し、知名度の向上を図ります。
- ・玉城ブランド taste of tamaki の認定・活用を図ります。

△施策6 特産品を流通に乗せる仕組みづくり

□1 インターネットなどによる特産品の販売促進

- ・ふるさと納税やECサイトを活用した特産品販売手法の研究をすすめます。
- ・町の観光情報とともに特産品の紹介や販売情報を発信します。

□2 都市圏等での物産展参加、PR活動

- ・都市圏での物産展や観光イベントに参加し、町の特産品のPRに努めます。

□3 海外への情報発信等

- ・日本貿易振興機構（JETRO）三重と連携し、海外向け特産品の支援について情報収集を行います。
- ・海外向けの特産品販売に関する情報を生産者へ広く提供します。

△施策7 観光資源と連携した特産品振興

□1 町で生産されたフルーツの振興

- ・様々なフルーツ収穫体験が楽しめる環境づくりを支援し、情報発信に努めます。
- ・フルーツの加工品開発や販売促進について、関係機関と連携した取り組み支援を行います。
- ・生産者、加工業者、産直施設や農協等と連携し、町を挙げたフルーツの里としてのイメージアップに努めます。

○基本方針3 「情報発信とニーズの把握」に努めます。

玉城町は、自然や歴史・文化、温泉などの地域の産業、豊富な食材等、多くの観光資源に恵まれています。玉城町にどのような人が訪れ、何を感じ、求めているのか、ニーズの把握に努めながら、優先順位や費用対効果などを含め戦略的な情報発信を図ります。なお、歴史・文化に関しては、史実に基づいた情報の正確性が求められる一方で、伝承による観光視点で来訪する観光客もあるため、観光資源としての魅力発信にはその内容に留意して行います。

△施策8 SNSなどのインターネットを活用した情報発信

□1 SNSなどインターネットを活用した情報発信手法の検討

- ・広報媒体の主流になりつつあるSNSなどのインターネットを介したプロモーションを取り入れるなど、時代のニーズに対応した手法を検討します。
- ・玉城町を来訪した観光客が、インターネット上で町の観光資源の魅力を発信したくなるような仕掛けづくりを検討します。
- ・インフルエンサーや旅行系メディアとの連携を強化します。

□2 情報発信の内容の工夫

- ・町が保有する観光情報の定期的な整理及び更新を行います。
- ・観光協会と連携し、玉城町の観光情報の一元的な発信を行うことにより、情報の充実を図ります。

△施策9 町広報・町ホームページの効果的な活用

□1 玉城町広報紙での情報発信

- ・観光情報も含め、町の情報伝達に欠かせない広報紙を活用し、町民に町の観光情報を広く発信できるように、定期的な広報紙への掲載に努めます。
- ・特集記事の掲載や、観光に関わる情報の掲載に配慮し、多くの方が町の魅力に興味を持つことで観光振興に参画し、盛り上げ役になるよう努めます。

□2 玉城町・玉城町観光協会ホームページでの情報発信

- ・ホームページの観光情報の整理に努め、タイムリーな情報発信に努めます。
- ・観光協会と連携し、相互のホームページを活用して多角的に観光情報の発信に努めます。

△施策10 関係機関団体と連携した情報発信

□1 公共施設等を活用した情報発信

- ・関係部署との連携により、町内の公共施設を活用して利用者層に合わせた効率的な観光情報の発信を行い、町民への幅広い情報発信を行います。

□2 観光施設を活用した情報発信

- ・観光施設を起点として、他の町内観光施設への誘導、紹介に努めます。

□3 ツアー会社・バス運行会社等と連携した情報発信

- ・ツアー会社・バス運行会社と連携し町内外へ向けた町内への誘客を図る企画創出へ働きかけを行います。

△施策11 ニーズ把握のための情報収集

□1 各種観光施策の調査の実施、分析

- ・交流人口をはじめ、玉城町の観光施策に関する定期的な調査を実施し、観光振興に活かします。

○基本方針4 「受入基盤の整備」を図ります。

観光関連団体や事業者のみならず、町民一人ひとりが町の魅力を認識し、自信や誇り、愛着を持つことが、おもてなしの気持ちにつながります。町の歴史や魅力を理解し、おもてなしの気持ちの醸成を図るため、町内探訪の活動や人材育成の活動の支援など、各種の取り組みに努めます。また、

町に来訪する観光客が、快適に過ごし好印象を持つよう環境整備に努めます。

△施策12 おもてなしの気持ちの醸成

□1 観光案内人の発掘、人材育成

- ・分野ごとに、玉城町の魅力を発信、観光案内ができる人材を広く募集する仕組みを構築します。
- ・玉城町の魅力を再確認できるよう、町民向けの町の探訪ツアーの開催を検討します。
- ・玉城町に訪れた方が快適に過ごせる環境を提供するために、おもてなし講習会などを開催します。

△施策13 施設環境の整備

□1 観光案内機能の強化

- ・観光案内看板等旅行者の移動のための情報の整備を図ります。
- ・観光案内所の機能の充実を図ります。

□2 観光施設の維持管理と整備等

- ・継続的に施設の状況把握に努め、適正な維持管理を行います。
- ・修繕及び保全等について、迅速な対応に努めます。

□3 二次交通手段の整備

- ・自転車の楽しさを体感できるような玉城町内の周遊情報を発信します。
- ・旅行者のニーズに合わせた二次交通の提供のため、観光施設等に情報を掲示するほか、多様な媒体を使用した交通情報の提供に努めます。

□4 バリアフリー化の推進

- ・多くの方が利用しやすい施設環境整備を行います。

○基本方針5 「協働、連携の体制づくり」に努めます。

観光は間口が極めて広い分野です。その範囲は、サービス業以外にも、農業や製造業、輸送業といった各種産業から、歴史や文化芸能、環境など地域の伝統や生活にも密接に関連します。観光推進に関わる個人、団体が世代や業種・業態などを超えて相互に連携して、観光振興の取り組みができるよう、その体制づくりに努めます。

△施策14 玉城町観光協会との連携

□1 組織の強化

- ・より多くの団体、個人（町民）の協会への加入促進を図りながら、幅広い意見の集約と連携推進に努めます。

□2 町全体の観光振興を図るための総合的、組織的な活動の実施

- ・情報交換及び活動の連携をしながら、観光資源を活用した効果的な事業の推進に努めます。
- ・観光振興の中核である観光協会と連携をしてPR活動及び観光振興事業の積極的展開を行います。

△施策15 広域観光関連団体等との連携

□1 三重県との連携

- ・三重県と連携した観光振興に積極的に取り組み、幅広く誘客機会の確保を図ります。

□2 広域連携による取り組みの推進

- ・三重県観光連盟・伊勢志摩観光コンベンションと広域連携し、玉城町の魅力発信に努めます。
- ・三重県観光連盟・伊勢志摩観光コンベンションと連携し、相互の魅力を活かした観光周遊コンテンツの開発を図ります。
- ・伊勢志摩フィルムコミッションとの連携により、ドラマや映画のロケの誘致を推進し、観光資源の活用と新たな価値の創造を図ります。

□3 近隣市町との連携

- ・近隣市町村と連携し、それぞれの観光資源、特性を活かした広域観光周遊を提案します。

□4 地域間交流

- ・姉妹都市などでつながる地域との関係を深め、交流を続けます。
- ・三重テラスで毎年3月に開催される「玉城町 day」は、首都圏在住の玉城町ゆかりの人々と町民を繋ぐイベントとして定着しつつあり、内容充実と参加者の増加を図ります。

△施策16 団体との連携

□1 観光案内人との連携

- ・それぞれの観光資源に対して専門的なガイドや楽しさの演出での魅力発信といった、多くの人が町内の観光資源を周遊してもらえるような取り組みを行います。
- ・観光案内の充実のために、案内人の増員を図るための情報発信や人材募集に取り組みます。

□2 観光関連団体との連携

- ・歴史・文化、特産品などそれぞれの事業の強みを活かして取り組みを充実させるために相互の連携に努めます。
- ・それぞれの観光資源をつなぎ合わせて統一的な観光サービスを提供するため、情報やノウハウの集約、情報発信などについて連携し、効果的な観光振興を行います。

□3 学校等との連携

・玉城町の魅力を伝えていくために、玉城町の歴史や文化及び観光資源について、学習機会として提供できる機会の創出を図ります。

○用語解説

あ行

インバウンド

海外から日本に来る旅行者、またはその人たちに来てもらう取組のこと。

インフルエンサー

SNS でたくさんの人に見られる発信をする人のこと。

交流人口

住んでいる人ではないけれど、観光や買い物、イベントなどで町を訪れる人のこと。

受入基盤

観光客を迎えるために必要な準備や仕組み(案内、交通、施設、トイレ、情報、人材など)のこと。

一次交通 / 二次交通

一次交通：町の近くまで来る交通(電車、高速バスなど)。

二次交通：駅に着いてから町の中を移動する交通(バス、タクシー、自転車など)。

か行

観光資源

町の「見どころ・楽しみどころ」(自然、歴史、食、温泉、体験、イベントなど)のこと。

観光地経営

町を「選ばれる観光地」にしていくために、データも使いながら関係者が一緒に考えて運営していくこと。

観光目的の交流人口

観光のために町を訪れた人の数のこと。

さ行

三方良し

「旅行者もうれしい」「事業者もうれしい」「地域住民もうれしい」を同時にめざす考え方。

周遊(周遊観光)

1か所だけでなく、いくつかの場所を巡って楽しむこと。

情報発信

町の見どころやイベント、アクセスなどを、SNSやホームページ、チラシ等で外へ伝えること。

消費額拡大

観光で町の中の買い物や飲食、体験などの支出を増やすこと。

た行

滞在型観光

日帰りだけでなく、宿泊や長めの滞在で町をじっくり楽しんでもらう観光のこと。

地域固有の食

その土地ならではの食べ物や食文化のこと。

地方誘客促進

都会だけでなく、地方にも人が来る流れをつくる取組のこと。

ツーリズム

観光・旅行のこと(〇〇ツーリズム=〇〇を楽しむ旅)。

な行

ニーズ把握

来た人が「何をしたいか」「何が困ったか」をアンケートなどで知り、改善に生かすこと。

は行

バリアフリー

段差を減らす、案内を分かりやすくするなど、だれでも使いやすくする工夫のこと。

プロモーション

「知ってもらって、来てもらう」ための宣伝・広報のこと。

ま行

マーケティング

「だれに来てほしいか」を考え、情報発信やメニューづくりをして、結果を見て改善すること。

や行

誘客

町に来てもらうための取組全般のこと。

ら行

連携(広域連携)

県や近隣市町、交通事業者などと協力して、周遊や情報発信を進めること。