

---

事業者向け情報共有会  
伊賀市の観光の現状と今後の方向性

---

伊賀上野DMO

0. 本日の説明の概要
1. 伊賀市観光の現状把握
2. 2024年取り組む方向性
3. (参考) 2023年度の伊賀上野DMOの取組

---

# 0. 本日の説明の概要

# 観光庁DMO形成確立計画中の目標設定

## ■ 取組実施に係るKPI（Key Performance Indicator：重要業績評価指標）

項目	単位	2020(R2) 年度実績	2021(R3) 年度実績	2022(R4) 年度目標	2023(R5) 年度目標	2024(R6) 年度目標	2025(R7) 年度目標
必須KPI(観光庁 観光地域づくり法人登録要件)							
①-1 旅行消費額 (日額単価)	千円	4.4	4.9	5.4	6.0	6.6	7.2
①-2 旅行消費額 (宿泊単価)	千円	16.4	19.6	21.6	23.8	26.2	28.6
②延べ宿泊者数	人	157,914 (731)	167,675 (468)	205,000 (27,000)	250,000 (33,000)	305,000 (40,000)	360,000 (47,000)
③来訪者満足度	%	81.8	82.2	76	78	85	85
④リピーター率	%	59	58.7	60	60	60	60
その他の目標							
住民満足度	%	53	50.4	52	54	57	60
Webサイトアクセス数	件	956,930	662,634	763,000	877,000	1,000,000	1,140,000
主要観光施設 入込客数	人	575,979	615,846	733,000	872,000	1,037,000	1,234,000
伊賀流忍者博物館 外国人観光客入館者数	人	344	6,324	19,200	(30,000)	(45,000)	(67,500)

※満足度については2022より計測方法を変更

観光客の減少について、当地域は今なおコロナ禍からの回復途上

⇒ **2025大阪関西万博を目標地点とし、コロナ前状況への回復を目標として設定**

# 伊賀上野DMO調査による目標の達成状況

2023(R5)年度はすべての項目で目標達成の見込みが少ない。  
特に**消費単価の減少が著しく**、今後の対策が必須となる。

項目	単位	2022(R4) 年度 目標	2022(R4) 年度 実績	2023(R5) 年度 目標	2023(R5) 年度 実績
①-1 旅行消費額 (日額平均単価)	千円	5.4	5.6	6.0	3.5
①-2 旅行消費額 (宿泊平均単価)	千円	21.6	23.3	23.8	21.4
②延べ宿泊者数 (うち外国人)	人	205,000 (27,000)	232,232 (2,387)	250,000 (33,000)	163,109 (5,931)
③来訪者満足度	%	76	72.57	78	77.22
④リピーター率	%	60	61.29	60	52.20

※2023(R5)は12月末まで(9か月)の数字

本説明会でのデータをご確認いただき、今後の観光振興に関して  
地域一体となって取組を進めるため**対策を皆さんと考え実施していきたい。**<sup>4</sup>

### 観光産業の仕組み①

観光消費額

来訪者数

想起率

来訪意向

消費単価

日帰り客の単価向上

宿泊客の増加

高単価・付加価値顧客の増加

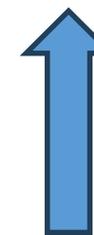
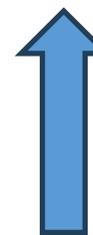
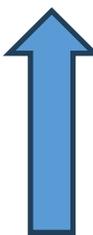
観光消費額の増大には来訪者数か消費単価のどちらかを上げる必要がある。

### 観光産業の仕組み②

観光客



適切な**タイミング・質**の情報・サービス提供が必要



交通

宿泊

飲食

体験  
観覧

土産

連携をサポートする仕組み=DMO

---

# 1. 伊賀市観光の現状把握

**地域内消費拡大・売上向上のために地域として取り組みたいこと**

- ① 宿泊、交通を中心とした事業者との連携強化
- ② 高単価・高リピート層に対応できる環境整備
- ③ タビマエ、タビナカの情報発信の強化

## ■ データの取得方法①—入込・宿泊統計

名称	伊賀市観光関連入込数調査(観光施設入込客数調べ／宿泊客数調べ)
収集期間 (集計データ反映済分)	2018(平成30)年1月～2023年(令和5)年12月
収集施設数	観光施設: 24 施設 宿泊施設: 22 施設 (2023年度時点)
収集方法	<p>①観光施設入込客数調べ:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>調査対象となる観光施設から前月1ヶ月分の入込客数について調査フォームまたはFAXにて報告いただく。</li> <li>入込客数については原則実数として全数を把握できる数字とし、困難な施設については推計値を用いている。</li> </ul> <p>②宿泊客数調べ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>調査対象となる宿泊施設から前月1ヶ月分の延べ宿泊客数、実宿泊客数、外国人宿泊客数(国籍含む)について調査フォームまたはFAXにて報告いただく。</li> </ul>
回答項目	<p>①観光施設入込客数調べ: 月間入込客(総数)</p> <p>②宿泊客数調べ: 月間総宿泊客数(延べ人数／実人数) 月間外国人宿泊者数(延べ人数／実人数) 国籍別宿泊者数(延べ人数)</p>

## ■ データの取得方法②—来街者アンケート

名称	伊賀市DMO 来街者アンケート調査
収集期間 (集計データ反映済分)	2018(平成30)年4月～2023年(令和5)年12月
対象	国内来街者
取得方法	スマートフォンアンケートフォーム(QRコードを観測地点に設置)
観測地点	<p><b>【市内観光中心施設】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・上野公園観光案内所</li> <li>・伊賀市観光案内所 (ハイトピア伊賀内)</li> <li>・伊賀上野観光インフォメーションセンター (協会事務局)</li> <li>・伊賀流忍者博物館</li> <li>・道の駅あやま</li> <li>・青山高原</li> <li>・さるびの温泉</li> <li>・島ヶ原温泉やぶっちゃん</li> <li>※赤字は2022追加</li> </ul> <p><b>【市内ホテル客室】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・メナード青山リゾート</li> <li>・ホテルローザブランカ</li> <li>・伊賀上野シティホテル</li> <li>・上野フレックスホテル</li> <li>・ルートインホテルグランティア和蔵の宿伊賀上野城前</li> <li>・ヒルホテルサンピア伊賀</li> <li>・モクモク手づくりファーム OKAERiビレッジ</li> <li>・NIPPONIA HOTEL 伊賀上野 城下町</li> </ul>
設問数	44問(2023年度)

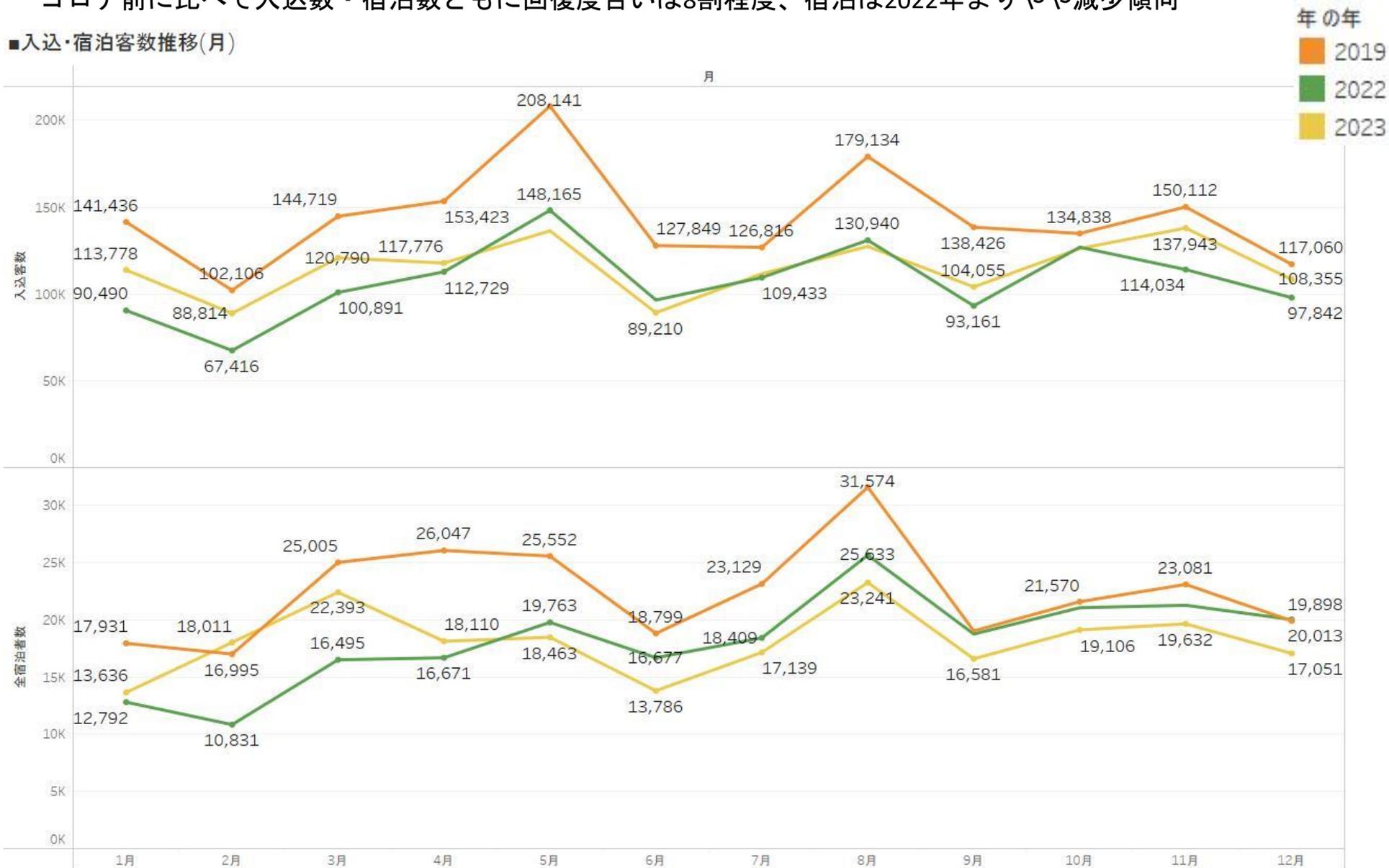
---

## 1-1. 観光入込客全体の動向

# 観光概況2023 観光入込数・宿泊客数 概況①

コロナ前に比べて入込数・宿泊数ともに回復度合いは8割程度、宿泊は2022年よりやや減少傾向

■入込・宿泊客数推移(月)

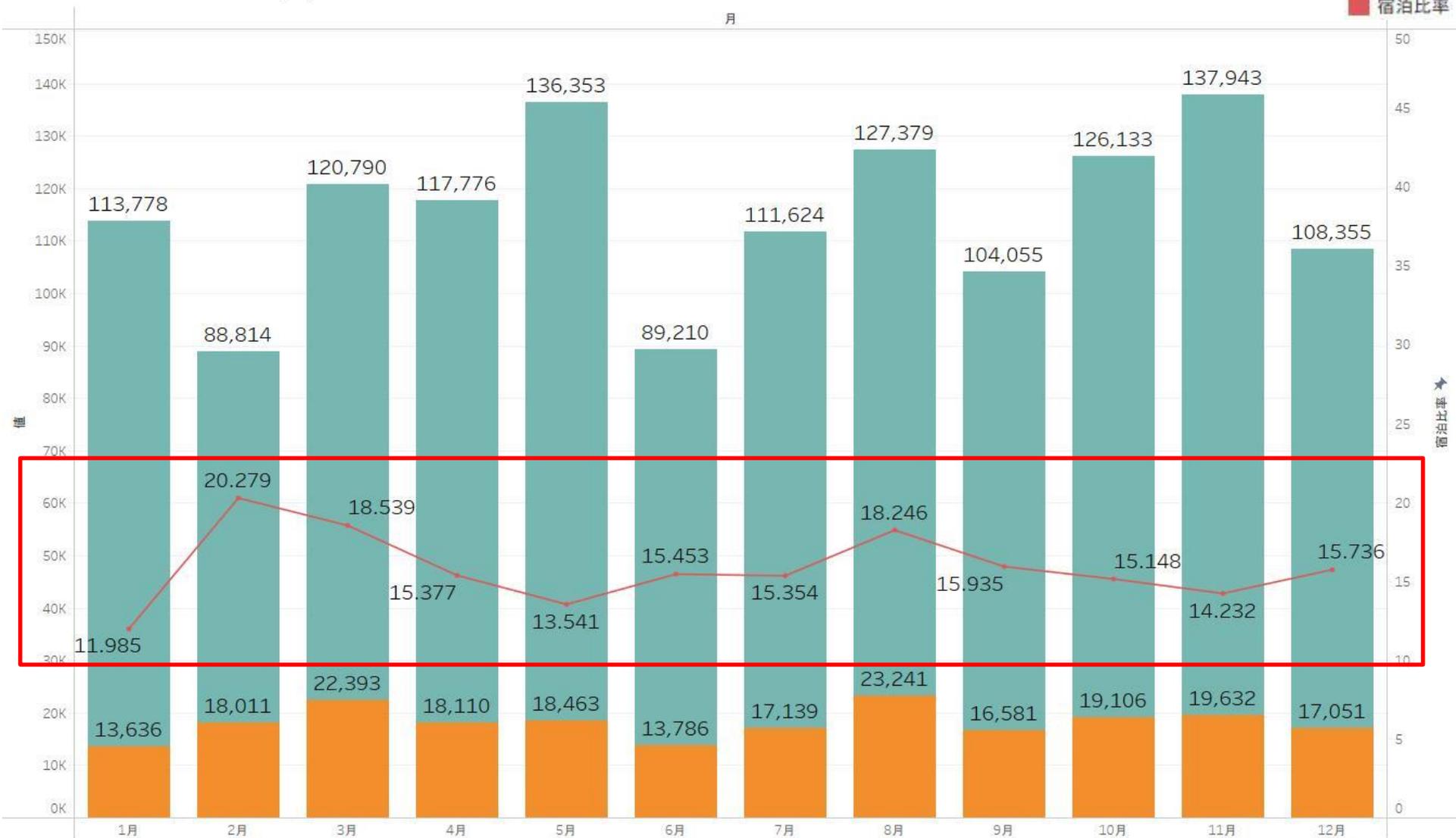


# 観光概況2023 観光入込数・宿泊客数 概況②

観光来訪者の宿泊比率は12～15%ほど。

メジャーネーム  
■ 全宿泊客数  
■ 入込客数  
■ 宿泊比率

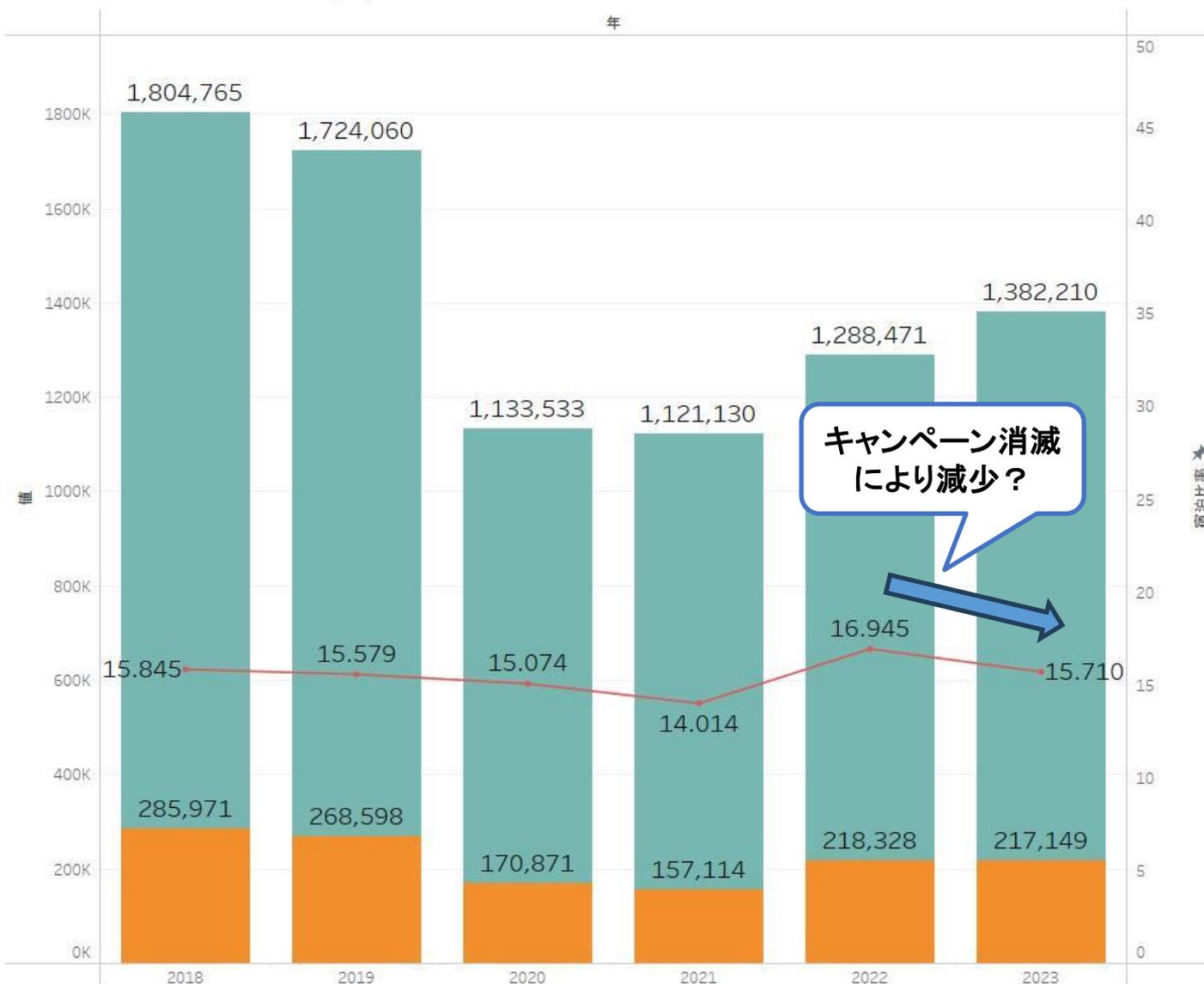
■ 入込・宿泊客数, 宿泊率推移(月)



# 観光概況2023 観光入込数・宿泊客数 概況③

各種割引等が2023年初旬になくなったことにより、2022年に比べて宿泊比率・宿泊数ともに低下。

■入込・宿泊客数, 宿泊率推移(年)

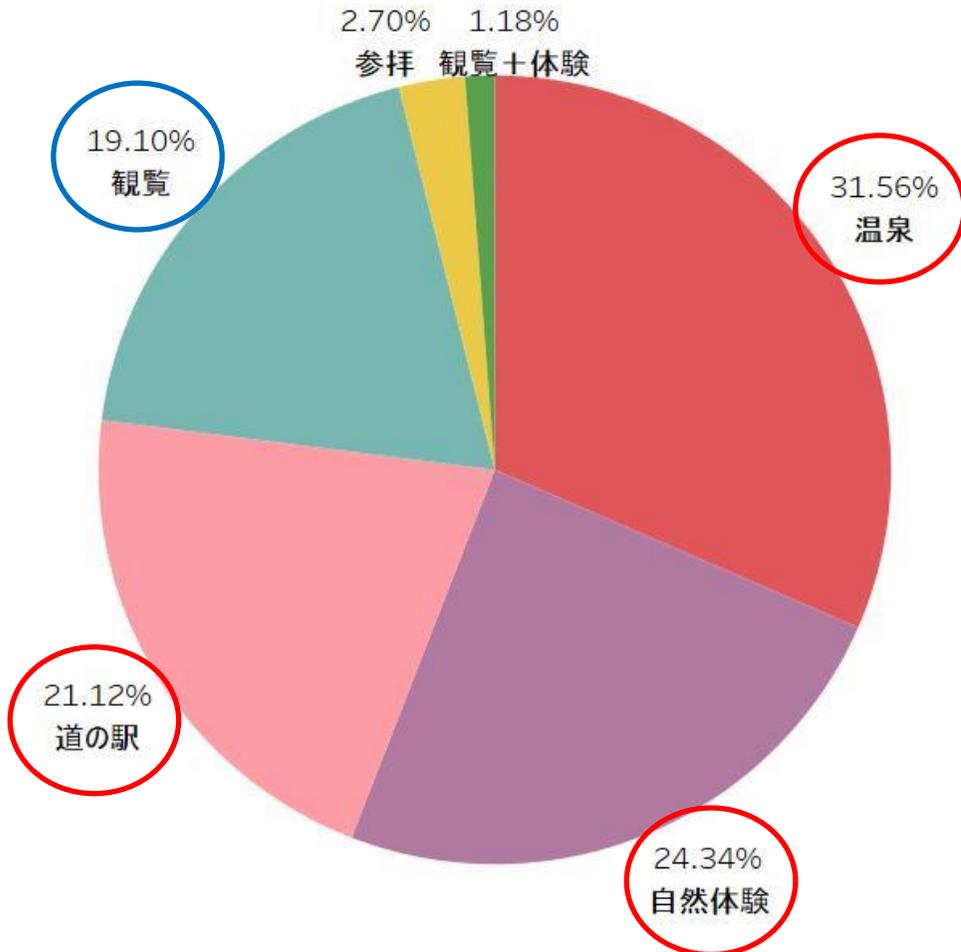


# 観光概況2023 施設別観光入込数概況①

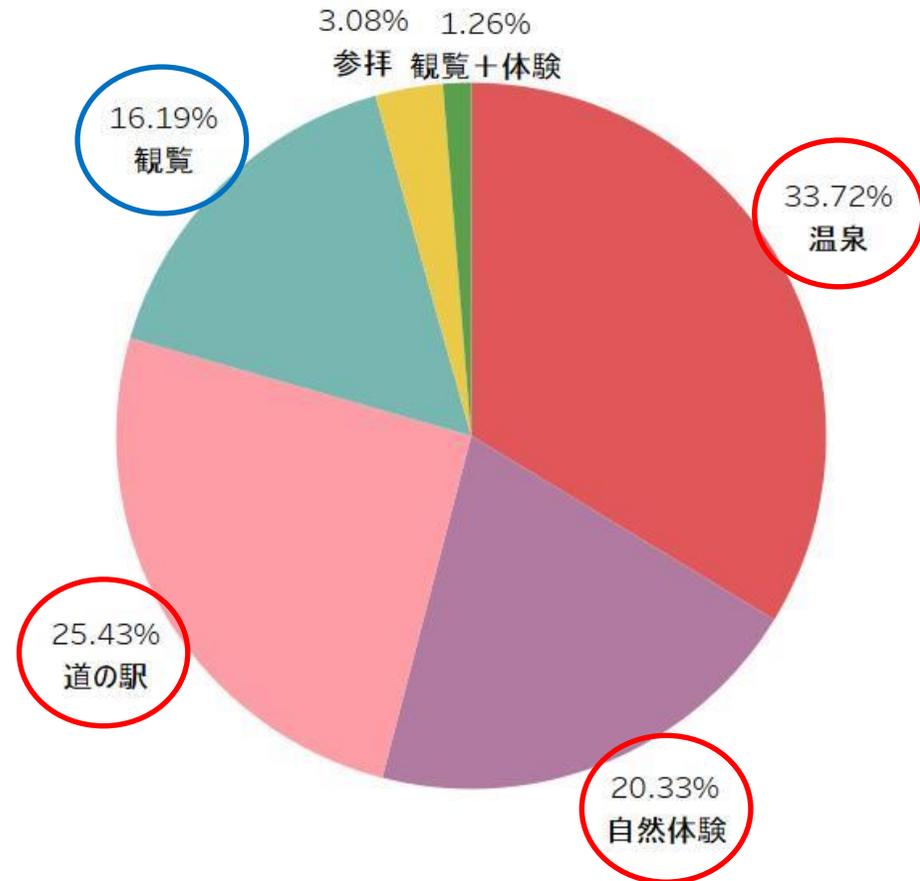
施設別にみると、温泉、道の駅、自然体験で8割程度を占める。

コロナ禍を経て、温泉や道の駅は回復傾向にあるが観覧系の施設は回復が遅れている。

■施設種別入込客数構成比 - 2019



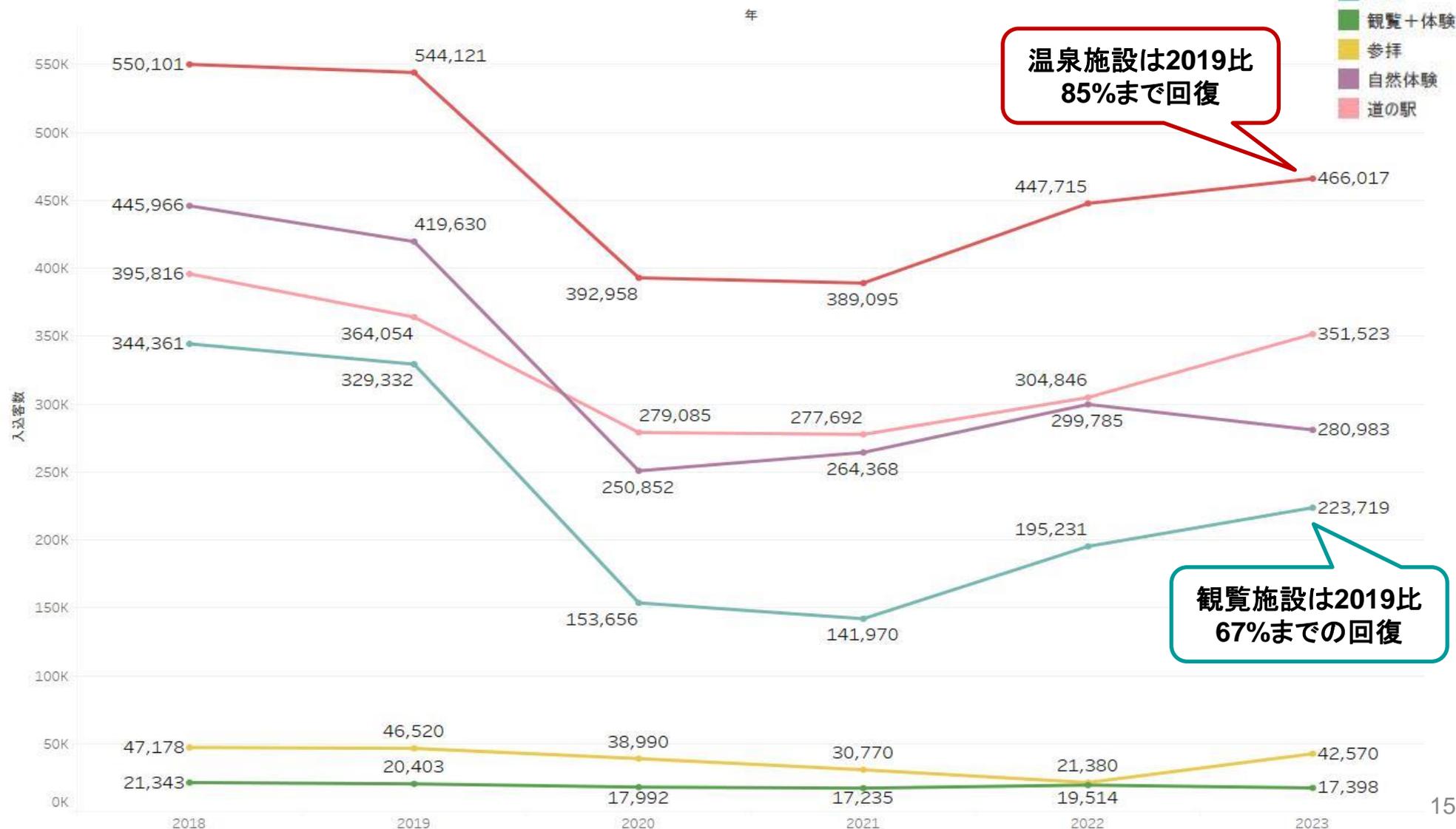
■施設種別入込客数構成比 - 2023



# 観光概況2023 施設別観光入込数概況②

施設別にコロナ前と比べると 特に忍者博物館、伊賀上野城、だんじり会館等観覧型施設の減少が大きい。

■施設種別入込客数推移(年)



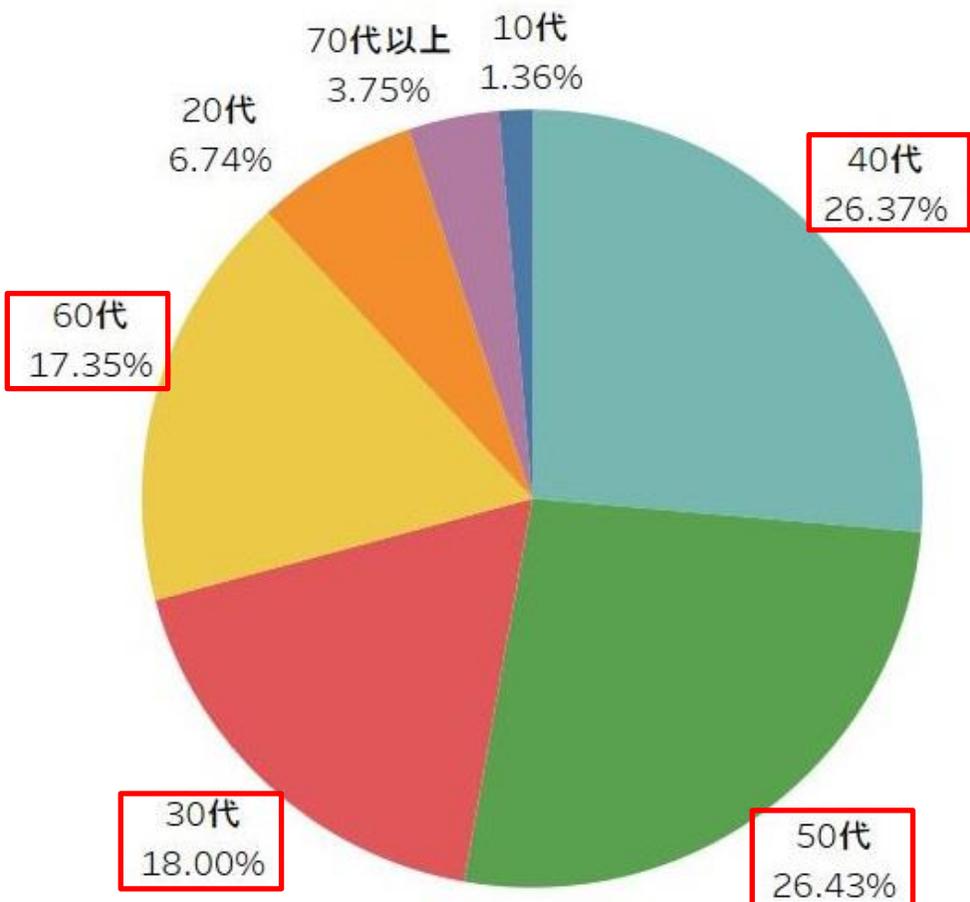
---

## 1-2. 属性等で見たと観光客の動向

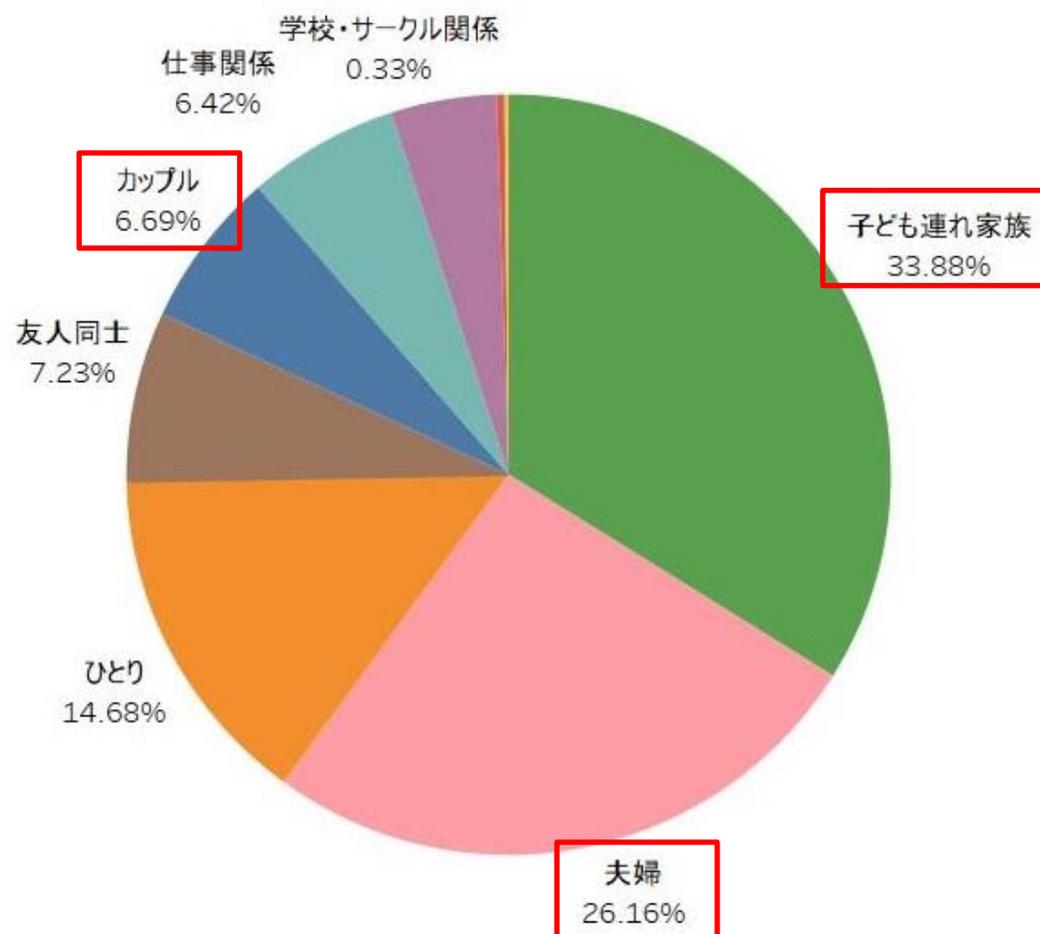
# 国内客の動向：年齢、同伴者属性（伊賀上野DMOアンケート調査より）①

客層は、年代では40代26.37%、50代26.43%、30代18.00%、60代17.35%  
同伴者別ではファミリー層、子供なし（夫婦、カップル）で合計7割弱を占める。

## ■年代割合 - 2023



## ■同伴者割合 - 2023



## 国内客の動向：年齢、同伴者属性（伊賀上野DMOアンケート調査より）②

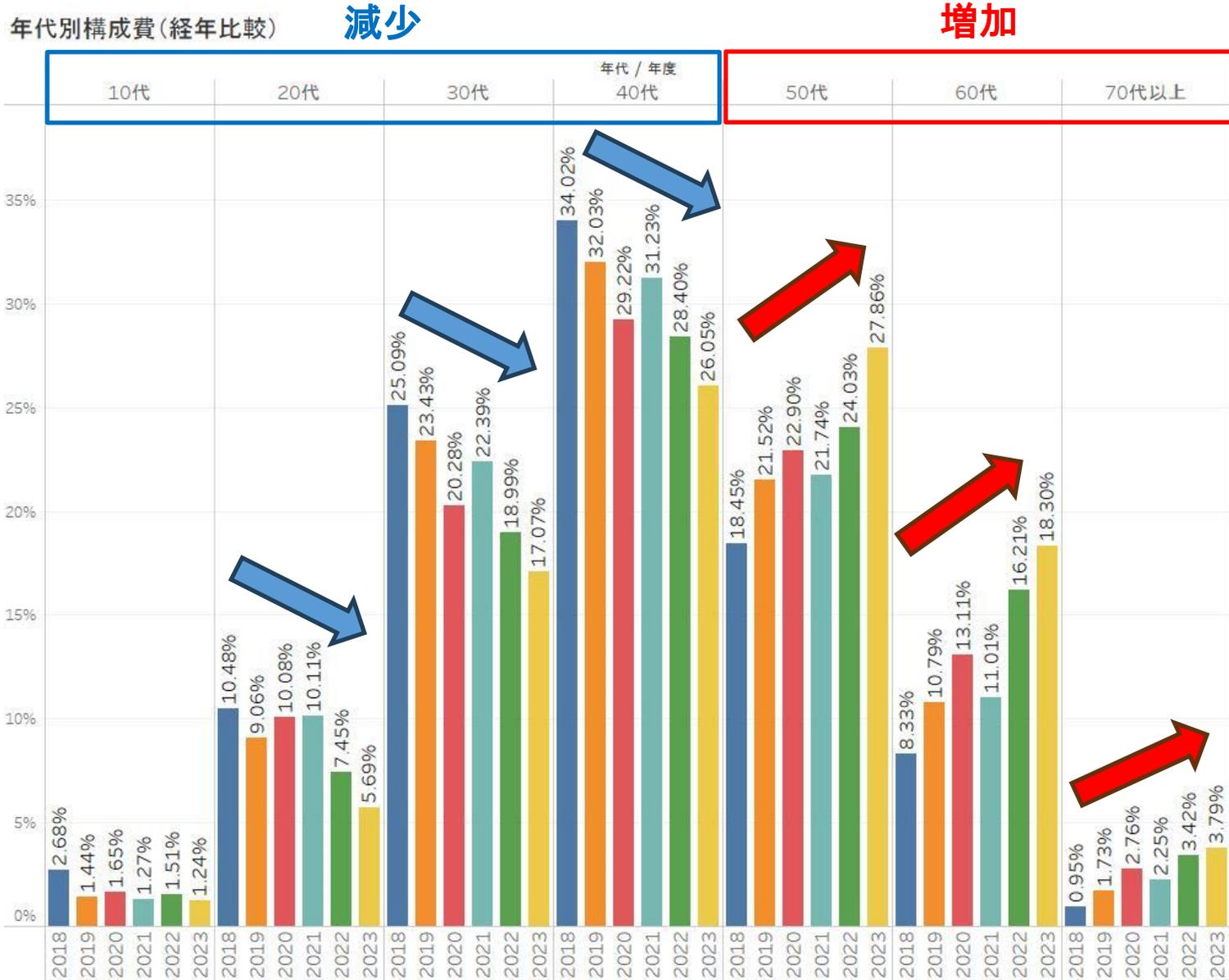
主なボリュームゾーンは30～40代のファミリー層と、50～60代の夫婦層に分かれる。

■年代×同行者 - 2023



# 国内客の動向：年齢経年比較（伊賀上野DMOアンケート調査より）

経年で見ると40代以下が減少、50代以上が増加。



# 国内客の動向： 同伴者属性経年比較（伊賀上野DMOアンケート調査より）

ファミリー層が低下し、夫婦・カップル・ひとりが増加傾向。

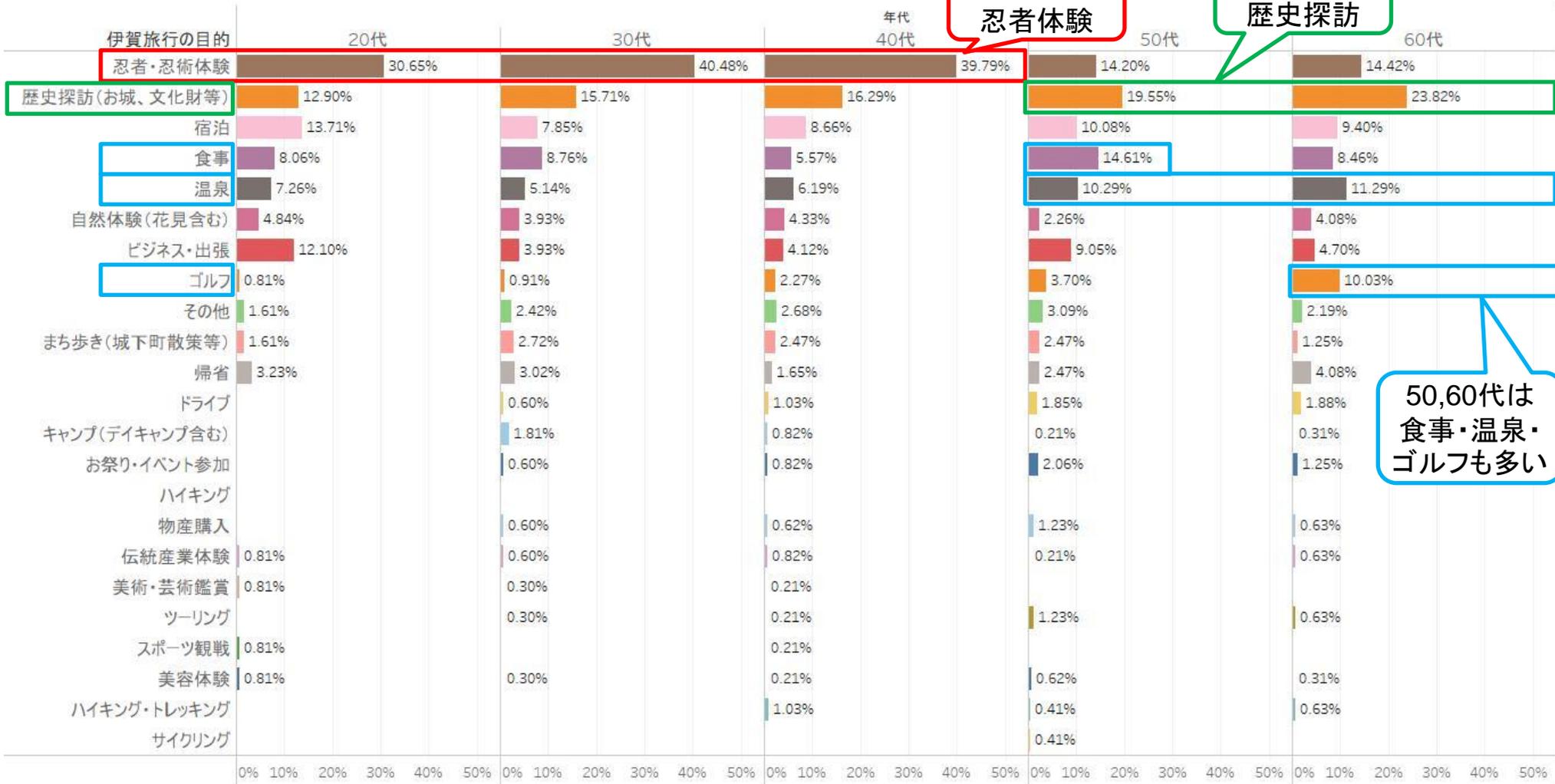
同伴者別構成費(経年比較)



# 国内客の動向：旅行目的（伊賀上野DMOアンケート調査より）

40代以下は忍者・忍術体験が大多数だが、50代以上は歴史探訪の割合が最大になっている。  
また、50代では食事や温泉、60代では温泉やゴルフなどの割合が上がっている。

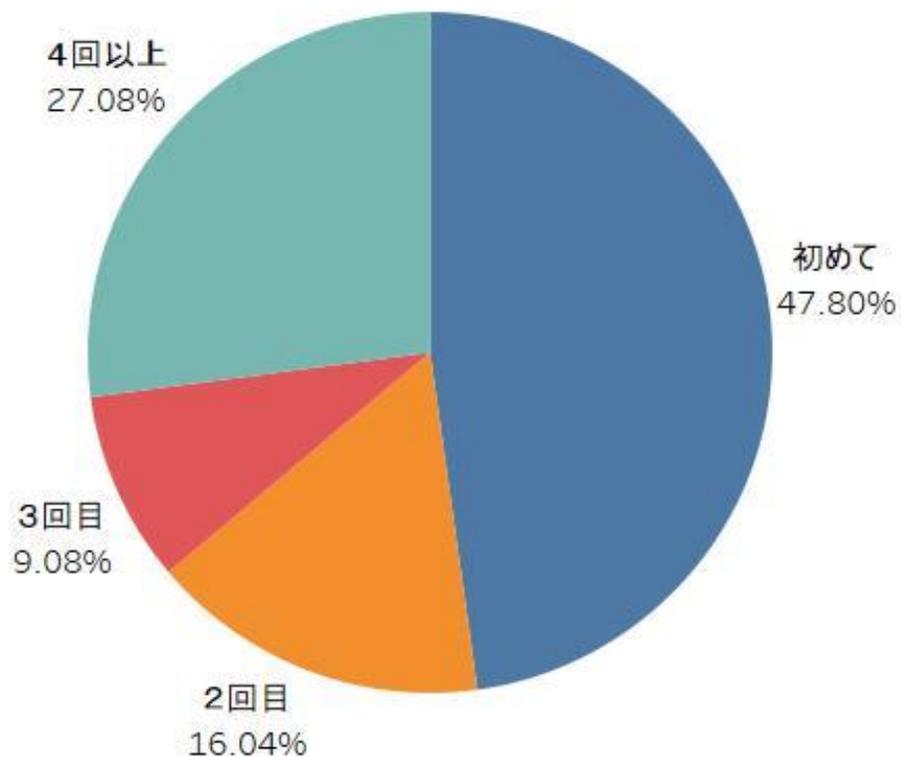
■年代×旅行目的 - 2023



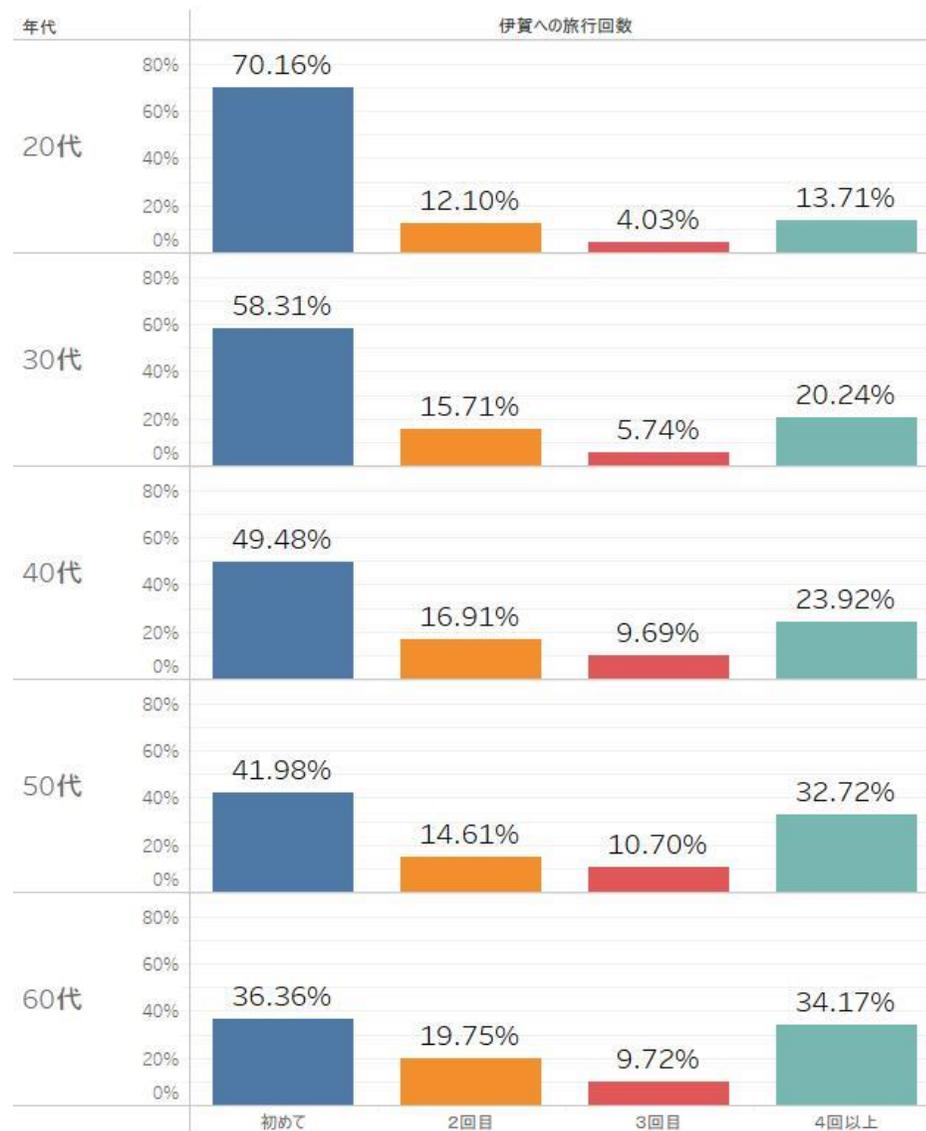
# 国内客の動向：リピート率（伊賀上野DMOアンケート調査より）

リピート率は52.48%。50～60代のほうが、リピート率が高い。

■訪問回数 - 2023



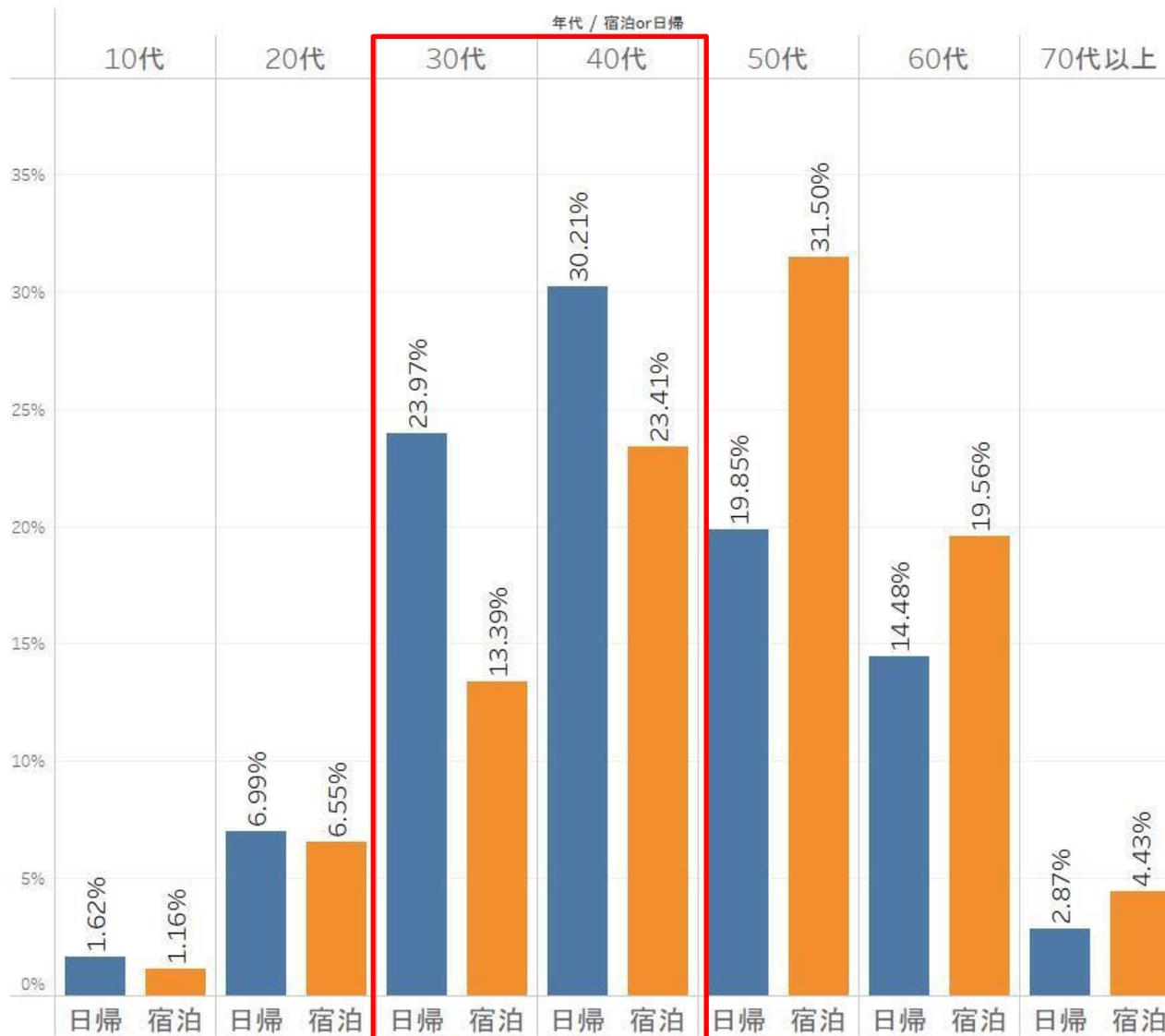
■年代×訪問回数 - 2023



# 国内客の動向：日帰り・宿泊割合（伊賀上野DMOアンケート調査より）

年代別の日帰り・宿泊割合は、30～40代の日帰りが大きい。

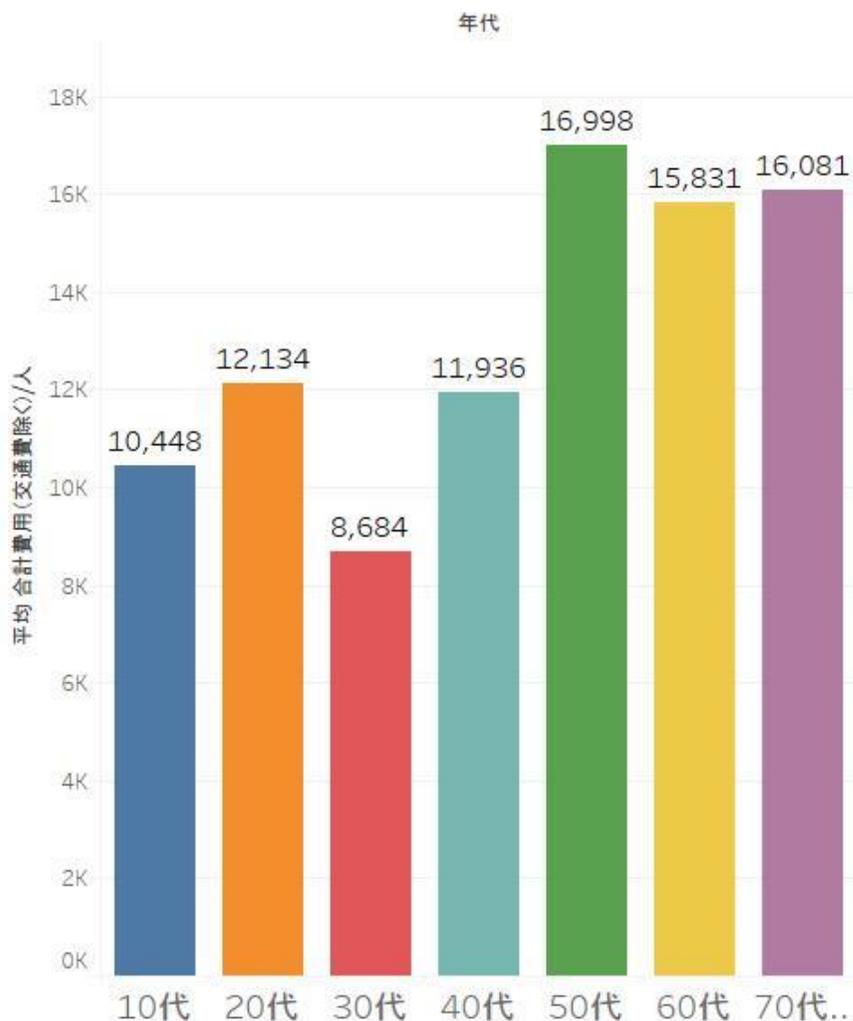
■年代×宿泊or日帰り - 2023



# 国内客の動向：消費額（伊賀上野DMOアンケート調査より）

平均単価は13,513円。年代別に見ると30代が最も低い。日帰り客と宿泊客の単価は6倍違うため、30代の単価の低さは日帰り客が多い傾向が影響していると思われる。

■年代×消費単価 - 2023



■年代×消費単価(宿泊/日帰り別) - 2023

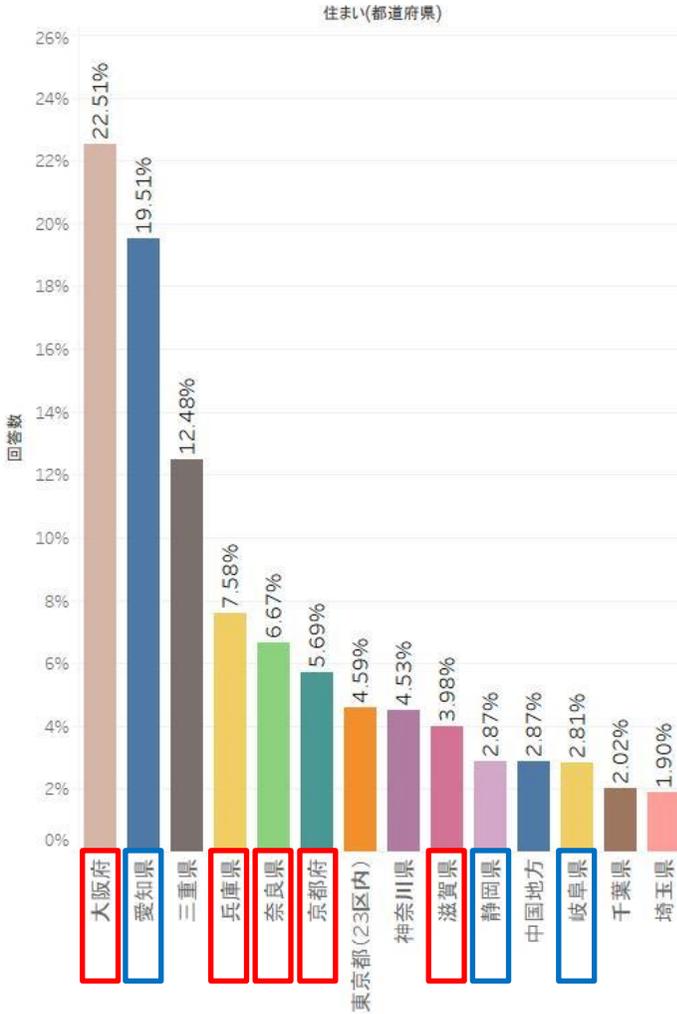


# 国内客の動向：居住地（どこから来たか）（伊賀上野DMOアンケート調査より）

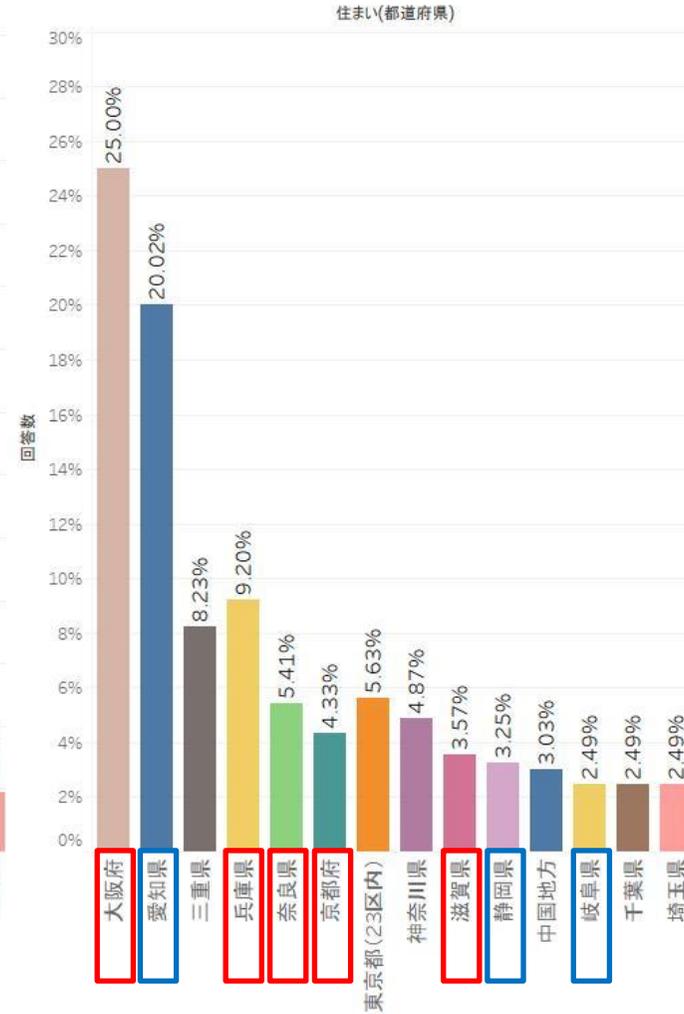
大阪、愛知、県内が上位を占めるが、中部圏域より関西圏域のほうが比率が高い。  
 宿泊者は県内は少ないが、関東エリアよりは関西エリアの方が宿泊割合が大きい。

関西：   
 中部：

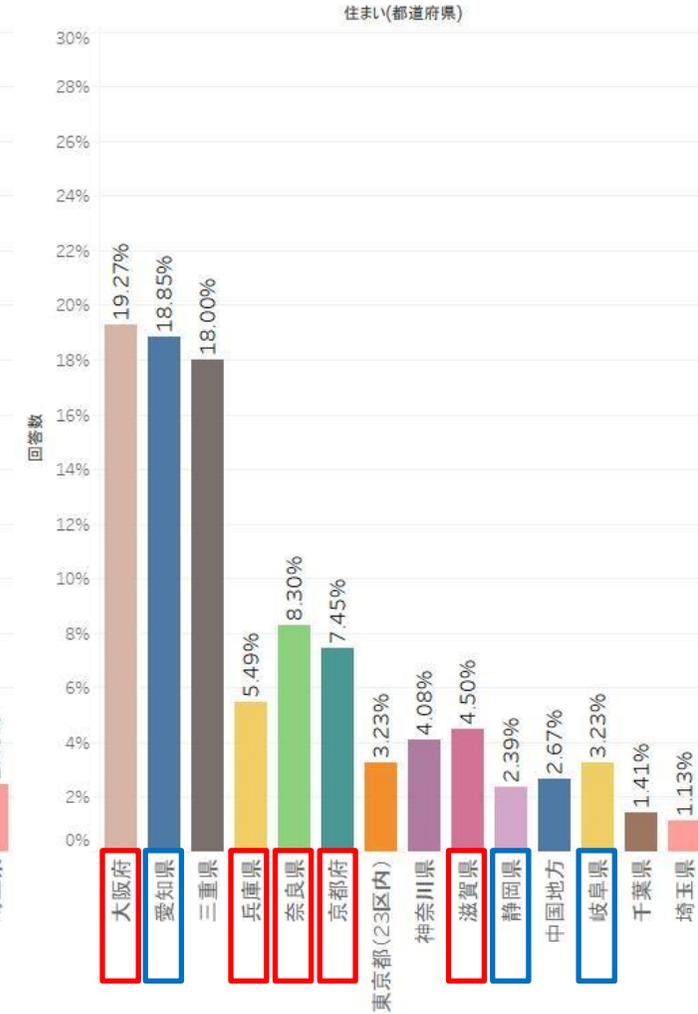
■住まい(都道府県) - 2023



■住まい(都道府県) - 2023, 宿泊



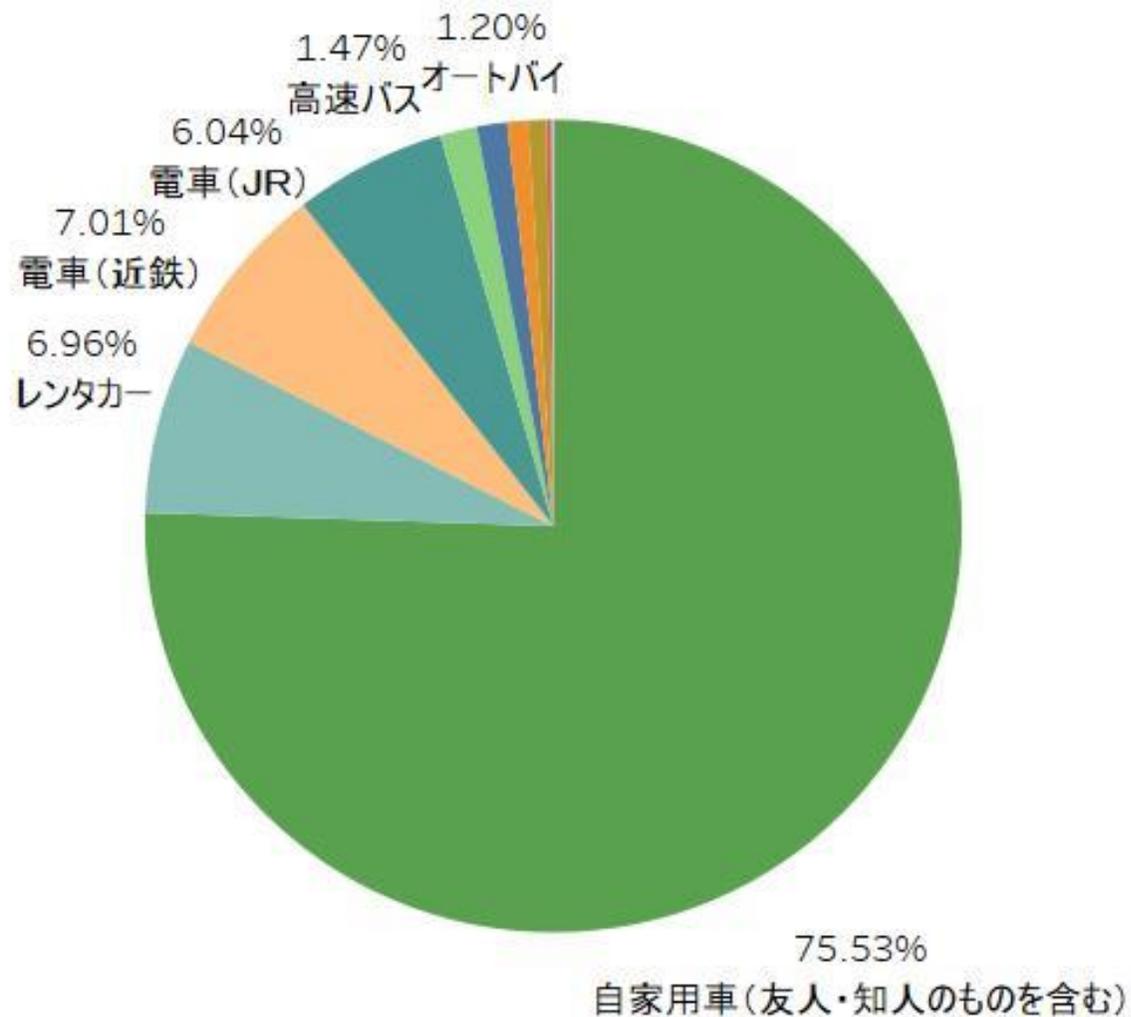
■住まい(都道府県) - 2023, 日帰



国内客の動向：交通手段（伊賀まで何で来たか）（伊賀上野DMOアンケート調査より）

自家用車が7.5割、レンタカーも合わせると車が8割以上。

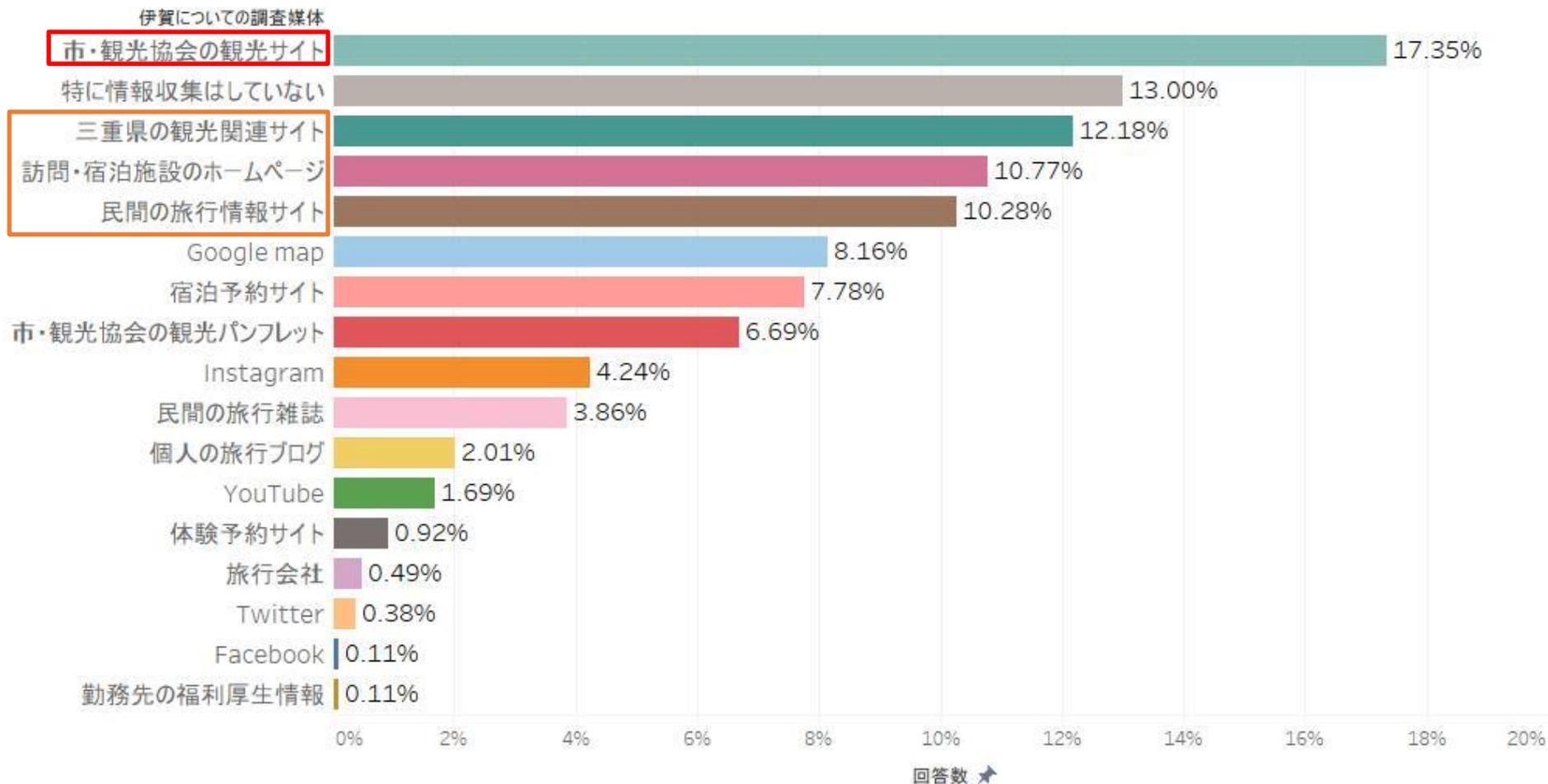
■伊賀までの交通手段 - 2023



# 国内客の動向：タビマエ情報媒体（伊賀上野DMOアンケート調査より）①

タビマエでの情報源は「市・観光協会のサイト」が最大であるが、特に情報収集していない層も一定程度存在※。上位は公的な観光情報サイト、次いで個別施設のホームページ、OTAが続く。

## ■情報収集媒体(タビマエ) - 2023

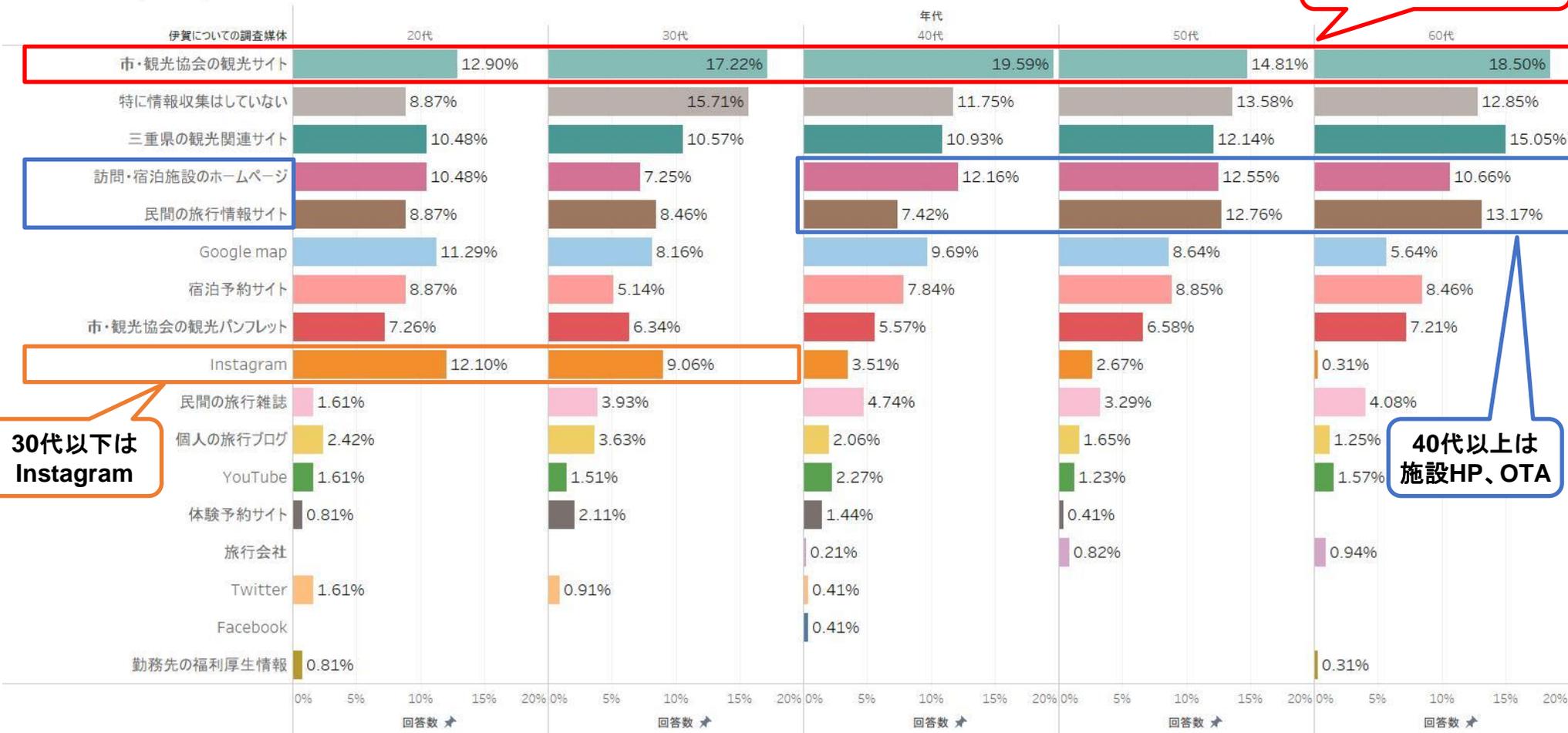


※情報収集していないの半数以上が4回目以上の来訪者。 27

# 国内客の動向：タビマエ情報媒体（伊賀上野DMOアンケート調査より）②（世代別）

世代別にみるとすべての世代で「市・観光協会のサイト」が1位であるが、30代以下はInstagramでの情報収集が増大し、逆に40代以上は施設ホームページや民間OTA等の割合が増加する。

■情報収集媒体(タビマエ)×年代 - 2023



市・観光協会のサイトが全世代1位

30代以下はInstagram

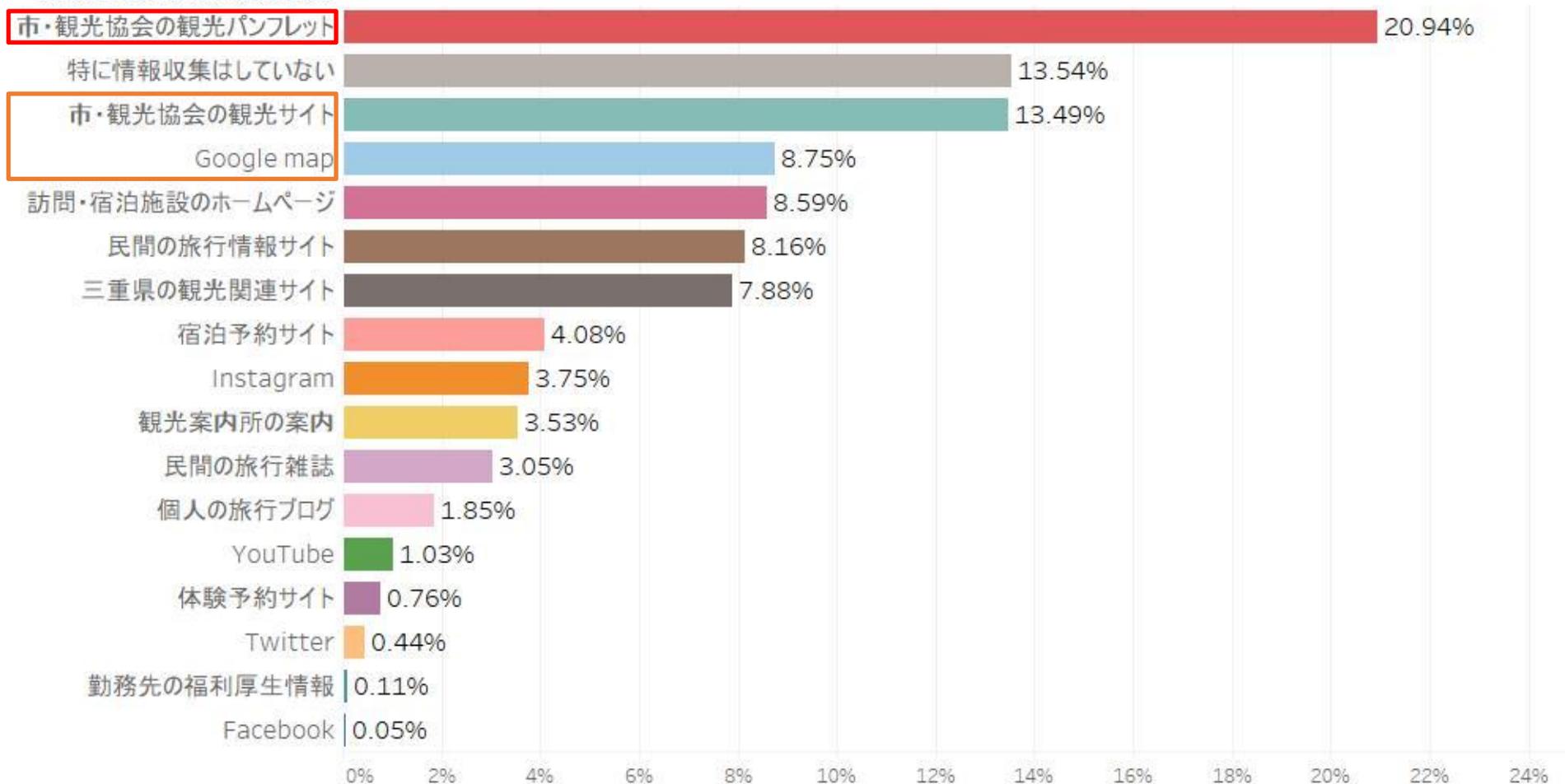
40代以上は施設HP、OTA

# 国内客の動向：タビナカ情報媒体（伊賀上野DMOアンケート調査より）①

タビナカの情報源は「市・観光協会のパンフレット」が大多数を占める。  
市・協会の観光サイト、Googleマップが続き、webマップ等での個店の情報整備の重要度が増していることが伺える。

## ■情報収集媒体(タビナカ) - 2023

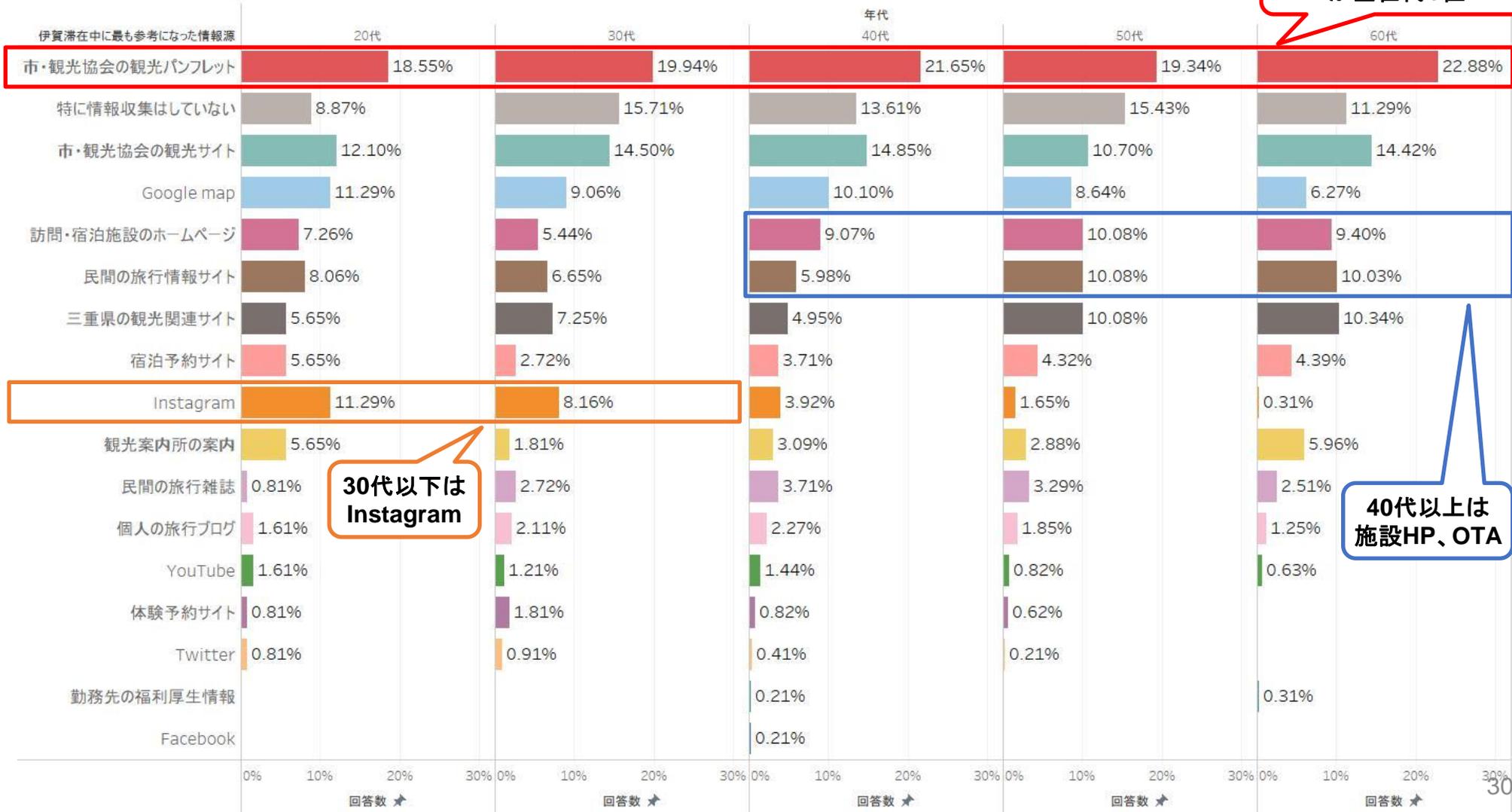
伊賀滞在中に最も参考になった情報源



# 国内客の動向：タビナカ情報媒体（伊賀上野DMOアンケート調査より）②

世代別にみるとすべての世代で「市・観光協会のパンフレット」が1位であるが、30代以下はタビマエ同様 Instagramでの情報収集が増大し、40代以上は施設ホームページや民間OTA等の割合が増加する。

■情報収集媒体(タビナカ)×年代 - 2023



市・観光協会のパンフ  
が全世代1位

30代以下は  
Instagram

40代以上は  
施設HP、OTA

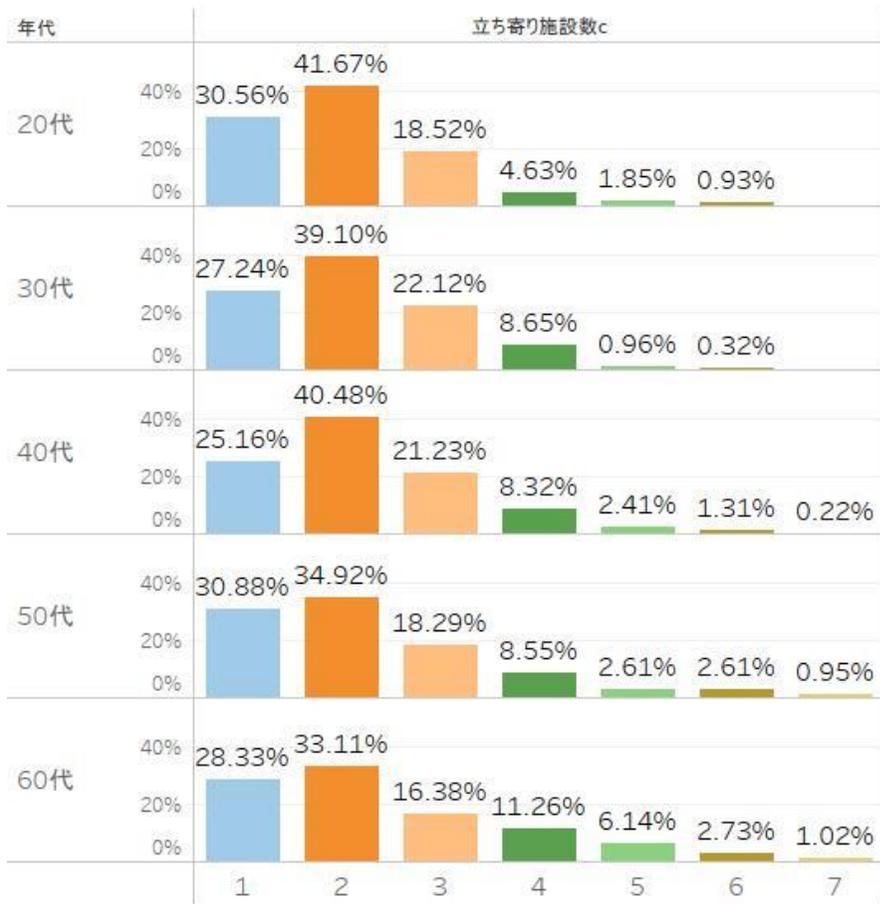
# 国内客の動向：立ち寄り施設（伊賀上野DMOアンケート調査より）①

平均立ち寄り施設数は2.17。  
年代が上がるにつれ立ち寄り施設が増加。

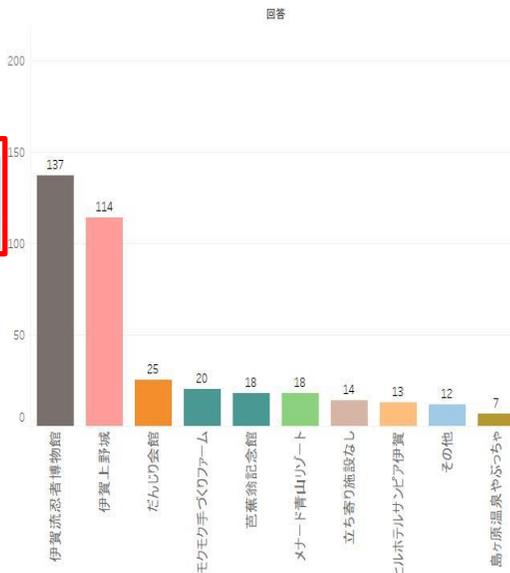
平均立ち寄り施設数 - 2023

年代							総計
10代	20代	30代	40代	50代	60代	70代以上	
1.92	1.91	2.14	2.22	2.05	2.32	2.59	2.17

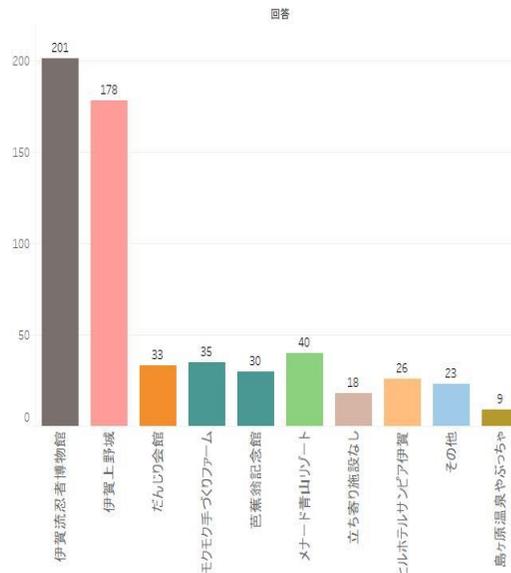
立ち寄り施設数 - 2023



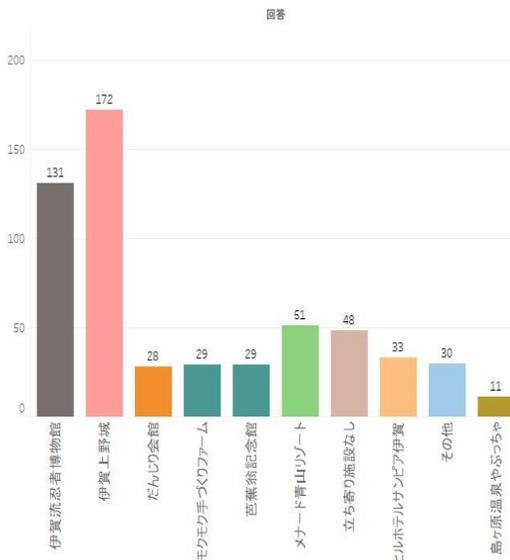
立ち寄り施設 - 30代



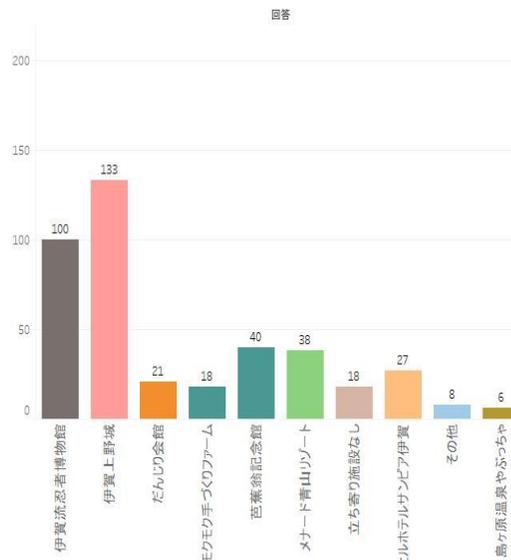
立ち寄り施設 - 40代



立ち寄り施設 - 50代



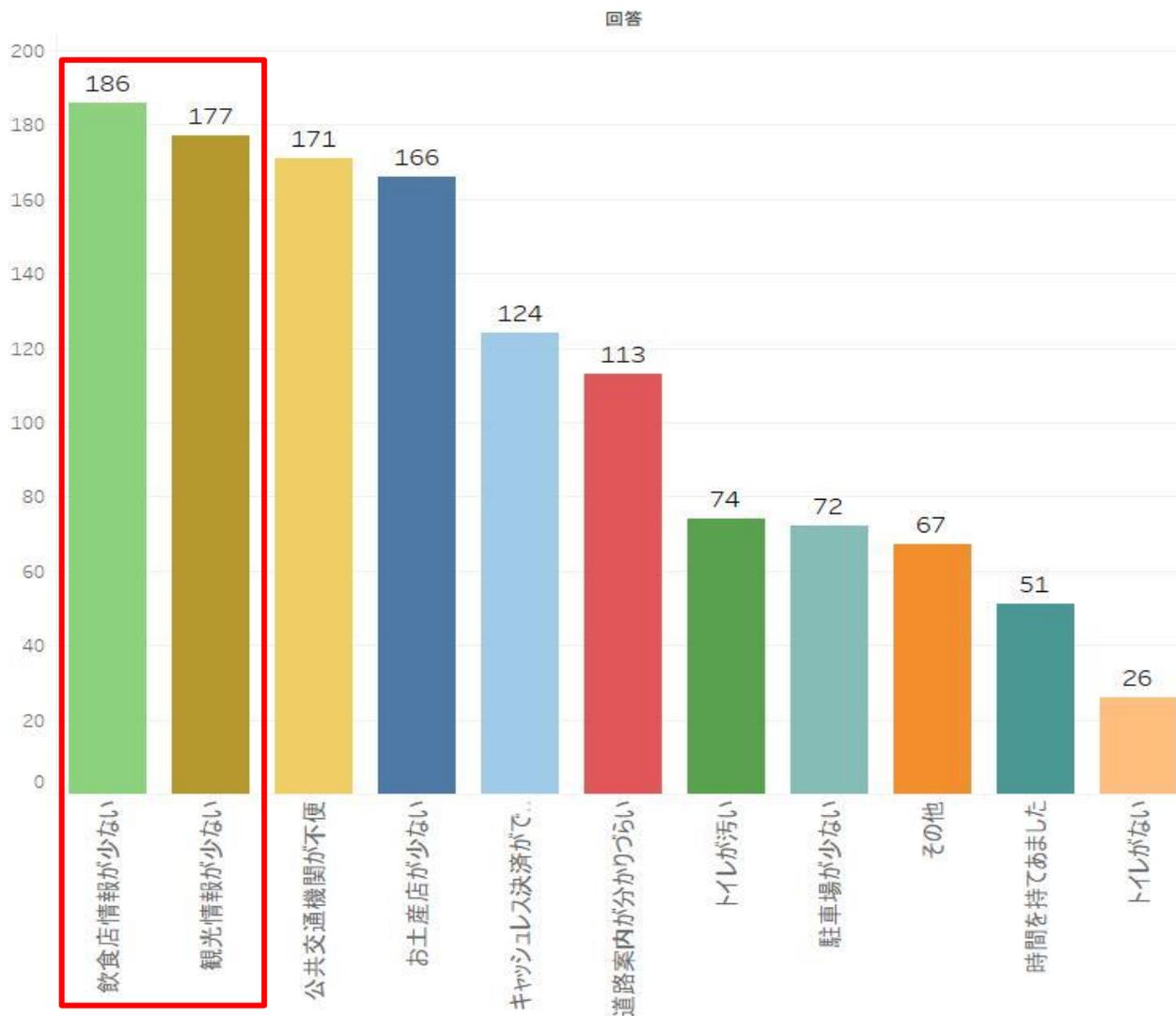
立ち寄り施設 - 60代



# 国内客の動向：来訪者の不満点（伊賀上野DMOアンケート調査より）

全体の不満点は「飲食店情報or観光情報が少ない」が上位であるが、30代はキャッシュレス、40代はお土産店、50代は公共交通機関、60代は飲食店情報とばらつきが大きい。※大多数は「不満理由はなかった」と回答

不満点（複数回答）



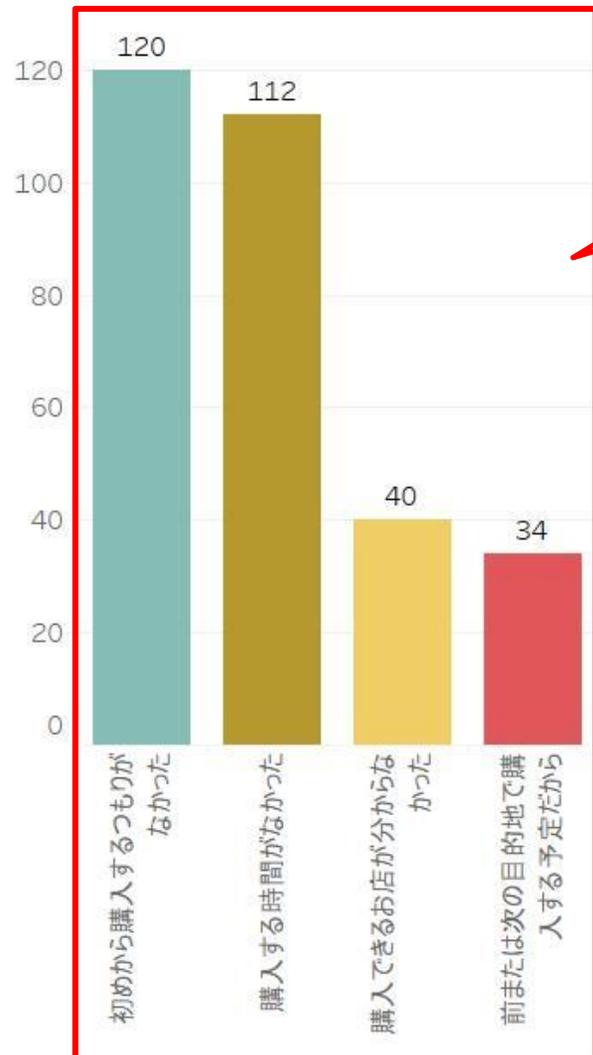
不満点（複数回答）年代別

回答	年齢				
	20代	30代	40代	50代	60代
飲食店情報が少ない	5	34	48	50	39
観光情報が少ない	13	23	53	51	26
公共交通機関が不便	15	28	44	51	27
お土産店が少ない	4	28	62	42	25
キャッシュレス決済ができない	8	41	34	20	16
道路案内が分かりづらい	3	17	29	28	26
トイレが汚い	6	17	18	14	11
駐車場が少ない	3	13	20	17	13
その他	1	9	17	25	15
時間を持てあました	2	13	18	10	7
トイレがない	1	4	5	11	4

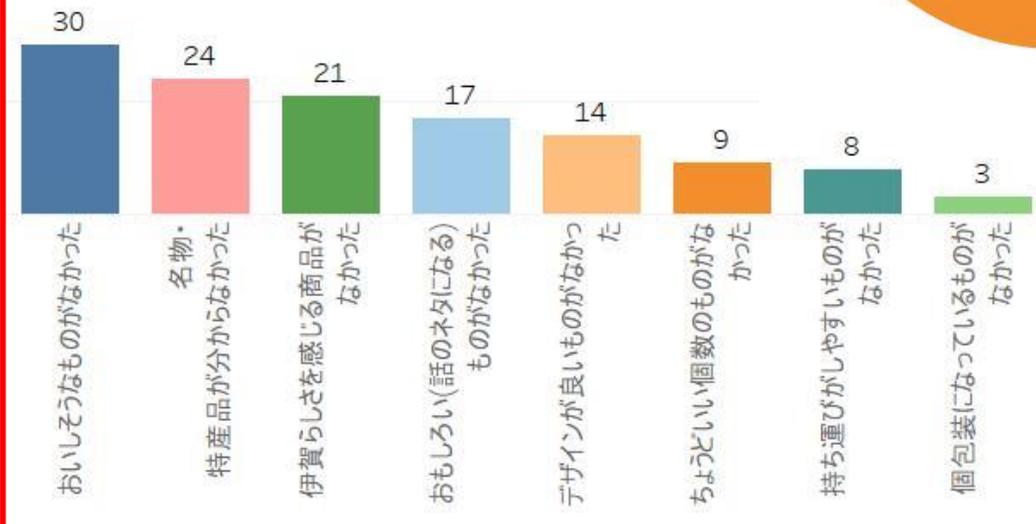
# 国内客の動向：お土産の購入（伊賀上野DMOアンケート調査より）

お土産を買わなかった人は全体の3割程度。購入しなかった理由は「初めから購入するつもりがなかった」、「購入する時間がなかった」が上位。タビマエから購買欲をそそるプロモーションが必要な可能性あり。

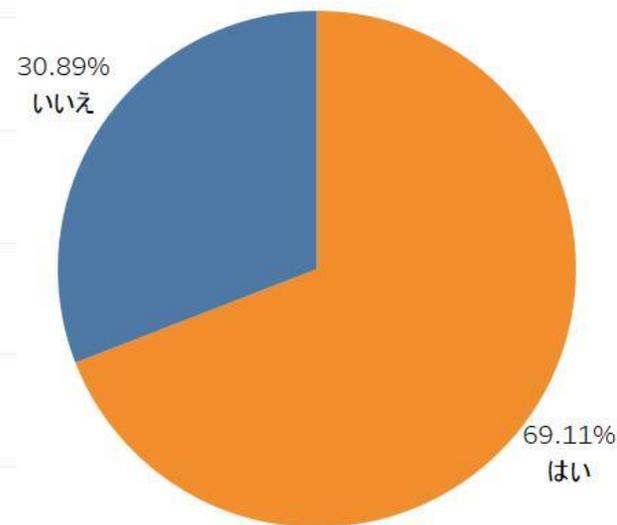
お土産を買わなかった理由（複数回答）



事前認知不足、お土産購入を予定に入れた行程設計が必要



■お土産を購入したか - 2023



# 国内客／インバウンドの比率（伊賀流忍者博物館）

時期で割合は上下するが年間で均すと83%程度が国内客だがコロナ後は最大で30%弱が外国人になる月も発生。

外国人入込割合比較

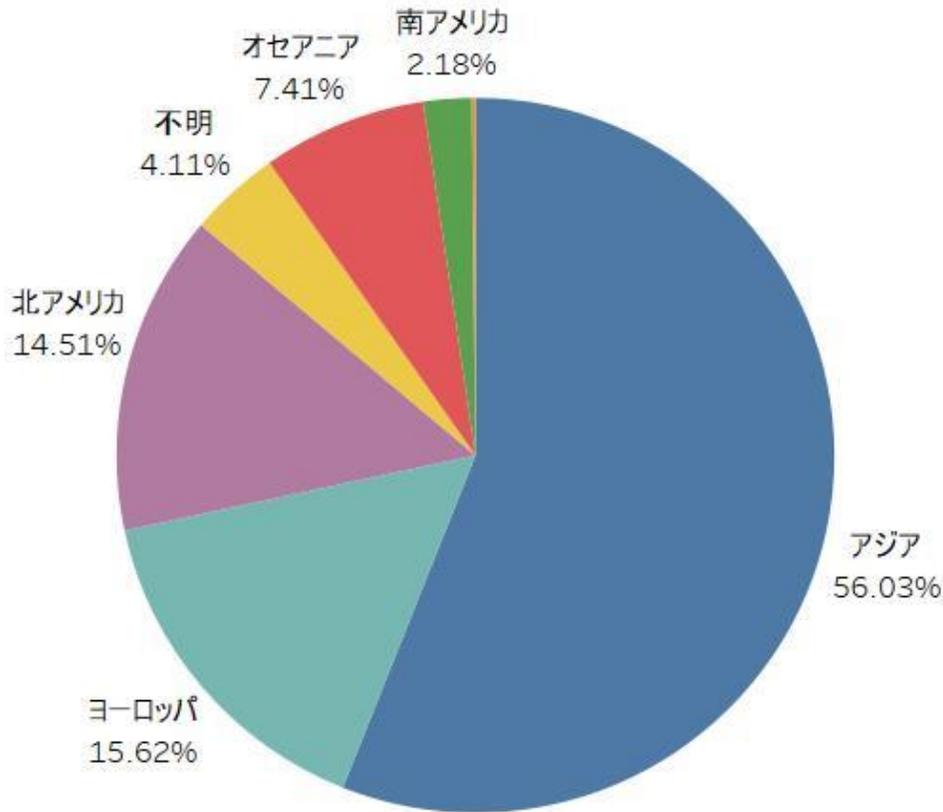


# 海外客の動向：地域・国籍（忍者博物館の入館者調べより）

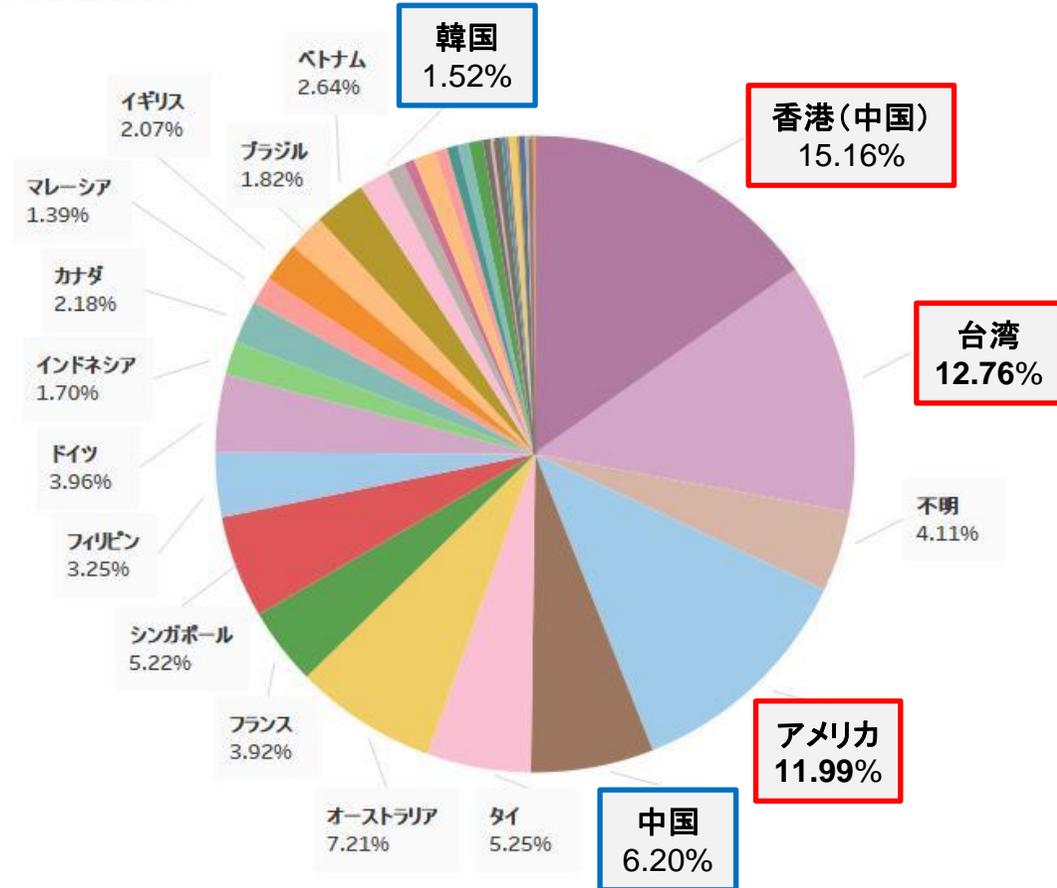
初公開データ

母数が大きいのはアジア圏（6割弱）。北米、ヨーロッパでそれぞれ15%、オセアニア7% その他数%  
中国・韓国<香港、台湾、アメリカ。

■地域別構成比 - 2023

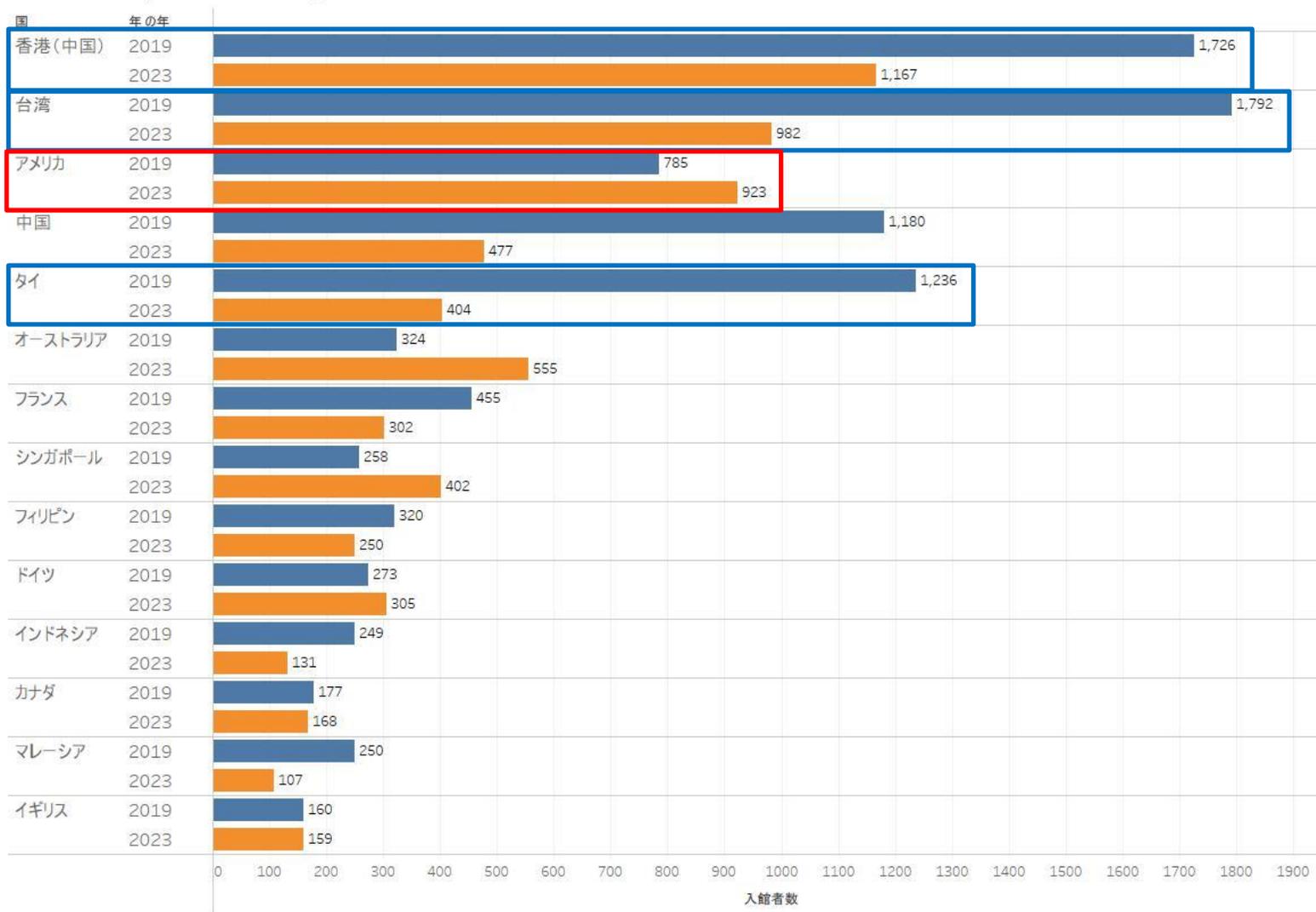


■国別構成比



コロナ前後で回復しているのはアジア以外、回復していないのがアジア  
 ⇒ 中国の影響ではなく、タイ・マレーシア・香港・台湾の回復遅れ  
 アジア以外は母数（3割）は割合は少ないが、ほぼ横這い～伸びているほか、アメリカが伸びている

■国別入込数(2019,2023比較)



# 伊賀市の観光概況2023 整理

- ・ コロナ前に比べて入込数は日帰り、宿泊ともに8割程度までしか回復していない。
- ・ 宿泊比率は15%前後で、各種割引等がなくなったことで、2022年に比べて宿泊数・宿泊比率が低下。
- ・ 施設別にみると、自然体験、温泉、道の駅で8割の入込を占める。
- ・ 施設別にコロナ前と比べると、特に忍者博物館等の観覧施設の回復が遅い。

## <国内旅行者の傾向：伊賀上野DMO来街者アンケートより>

### ➤ 年齢・性別・目的

- 客層は、ファミリー層33.59%、子供なし（夫婦、カップル）で32.81%で合計7割弱を占める。
- 直近の傾向として、**ファミリー層が減少、子供なし層が増加**している。
- 消費単価はファミリーより**50代以上のほうが高く立ち寄り施設も多い**、最も低いのは30代。
- 20～40代までは忍者体験、50代以上は歴史探訪と目的が2分される。
- **50,60代は食事や温泉など、その他の目的も増加傾向**にありリピート率も高くなる傾向。

### ➤ 消費額・宿泊率・移動手段

- **消費単価の低さ＝宿泊率の低さ**。宿泊客は日帰り客のおよそ6倍程度の消費が見込める。
- 中部以北より**関西圏域からの入込が多く**、宿泊割合もそちらの方が高い。
- 交通手段はほぼ「車」、**公共交通機関**は不便さが不満理由として挙がっている。

### ➤ その他

- 旅行前にウェブ、旅行中は紙媒体での情報収集が主流。若年層はSNSやGoogle mapが増加。
- 不満理由は全体では**飲食店・観光情報の少なさ**が最多だが、世代ごとに多少ギャップあり。
- お土産物の不買は**事前の認知不足**の影響が大きい可能性あり。

## <インバウンド；忍者博物館入館者数より>

- アジア圏で6～7割を占めるが、全国比率と違い中国、韓国より香港、台湾、タイが多い
- アジア以外はコロナ前の水準まで回復しているが、アジア（タイ・マレーシア・香港・台湾）の回復が遅い
- アジア以外（**欧米圏など**）は母数（3割）は少ないが、ほぼ横這い～伸びている

---

## 2. 2024年取り組む方向性

### 地域内消費拡大・売上向上のために地域として取り組みたいこと

- ① 宿泊、交通を中心とした事業者との連携強化
- ② 高単価・高リピート層に対応できる環境整備
- ③ タビマエ、タビナカの情報発信の強化

## ① 宿泊、交通を中心とした事業者との連携強化

- コロナ禍以降の観光客の減少について、当地域は今なお回復途上
- 宿泊客と日帰り客は目的、単価に大きな差がある

- ⇒ 日帰り客の滞在延長に努め、**日帰り客を宿泊客へ**とランクアップさせる
- i) 優良な体験コンテンツを造成・提供し、**体験消費を増大**させる
  - ii) 宿泊・交通事業者との連携による、**宿泊と体験・周遊を複合したプラン造成**

## ② 高単価・高リピート層に対応できる環境整備

- 関西圏域からの来訪が多く、その中でも50代～の夫婦の消費が高い
- 初来訪者とリピーター、40代以下と50代以上は旅行目的に変化がある

- ⇒ 高単価・高リピート顧客を飽きさせない、さらに消費を促す**新たな伊賀の魅力**（歴史的建築物、文化、食、温泉等）の体験化・商品化。  
インバウンド客等も含め高単価層に観光資源の魅力をしっかり伝える  
**おもてなし態勢の整備、エージェントへのBtoB営業の強化**

### ③ タビマエ、タビナカの情報発信の強化

- ・ タビマエ情報収集はWebサイトが中心
- ・ 若年層はInstagram、Google mapの利用が増加している

⇒ 初回～少数回来訪者向けに**総合的観光サイトの整備・充実**  
個別店舗・施設のSNSやマップサイトの利用啓発

- ・ タビナカ情報収集はパンフレットが圧倒的
- ・ ヘビーリピーターは情報収集をせず目的地を目指す傾向

⇒ パンフレット等の配布は**来街者中心に実施**  
**地域内観光施設への紙媒体配布**の推進

- ・ 土産物不買の原因は、訴求力・認知の不足、近隣旅行者・若年層が土産物購入に消極的であること

⇒ タビマエからの**土産物屋や特産品の情報発信強化**  
来訪者の食指が動く商品や**陳列、商品説明等環境整備**支援

# 目標達成に向けての役割イメージ

## 伊賀上野DMO

## 事業者のみなさん

### ① 事業者との連携強化

- ・ 顧客データの収集／分析
- ・ プラン造成・事業者間連携支援

- ・ 顧客データ共有
- ・ プラン造成参画／受入対応

### ② 高単価層向け受入整備

- ・ 体験化、商品化への補助金サポート
- ・ 旅行代理、OTAへの売り出し

- ・ 資源の体験化、商品化
- ・ サービスの情報提供

### ③ 情報発信の強化

- ・ 総合サイト/SNSでの情報発信
- ・ 紙パンフ作成/域内配架
- ・ 土産物情報発信/売り場強化支援
- ・ GBP/SNS発信支援

- ・ 商品/サービスの情報共有
- ・ 紙パンフ配架協力
- ・ 支援に基づく対応  
(GBP活用、売り場改良)

---

### 3. (参考) 2023年度の伊賀上野DMOの取組

# 地域おこし協力隊制度を活用した専門人材の雇用・育成

総務省「地域おこし協力隊制度」を活用し、域外から専門人材として2名を雇用。

## ○地域おこし協力隊制度概要

地域おこし協力隊導入の効果  
～地域おこし協力隊・地域・地方公共団体の「三方よし」の取組～



### 地域おこし協力隊

- 自身の才能・能力を活かした活動
- 理想とする暮らしや生き甲斐発見



### 地 域

- 斬新な視点  
(ヨソモノ・ワカモノ)
- 協力隊員の熱意と行動力が  
地域に大きな刺激を与える

### 地方公共団体

- 行政ではできなかった柔軟な地域おこし策
- 住民が増えることによる地域の活性化

○**制度概要**：都市地域から過疎地域等の条件不利地域に住民票を異動し、生活の拠点を移した者を、地方公共団体が「地域おこし協力隊員」として委嘱。隊員は、一定期間、地域に居住して、地域ブランドや地場産品の開発・販売・PR等の地域おこしの支援や、農林水産業への従事、住民の生活支援などの「地域協力活動」を行いながら、その地域への定住・定着を図る取組。

○**実施主体**：地方公共団体 ○**活動期間**：概ね1年以上3年以下

○**総務省の支援**：・特別交付税措置（隊員1人あたり480万円上限等）

・令和5年度予算 2.1億円

- ・隊員のなり手の掘り起こし（地域おこし協力隊全国サミット等）
- ・受入れ・サポート体制の強化（地域おこし協力隊サポートデスク等）
- ・定住促進に向けた起業支援（起業・事業化研修等）

## ○旅行商品造成担当

### 伊藤 真弓

青森県弘前市出身。  
オーストラリアへの  
語学留学を経て  
協力隊に就任。



## ○データ分析・マーケティング担当

### 辻 竜平

三重県伊賀市出身。  
大阪でのウェブ広  
告会社での就業を  
経て協力隊に就任。



# ツーリズムEXPO2023@インテックス大阪 出展

2023.10.26～29の間、国内最大の旅行博であるツーリズムEXPO2024に三重県ブースの一角で出展。  
手裏剣体験・ガラポン抽選を行い、パンフレット配布による市観光PR、協賛事業者PR、旅行会社との商談、SNSのフォロワー獲得を行った。



日付	全体来場数	手裏剣打ち	ガラポン抽選
10/26(ビジネス)	23,070	115	64
10/27(ビジネス)	26,090	162	112
10/28(一般)	48,300	524	321
10/29(一般)	50,590	481	291

2023年  
**10/26<sup>木</sup>-10/29<sup>日</sup>**

開催時間 業界・プレス ▶ 26日 10:00～18:00 一般 ▶ 28日 10:00～18:00  
27日 10:00～18:00 29日 10:00～17:00

会場 INTEX OSAKA (インテックス大阪) 来場者数 (見込) 150,000人 (業界48,000人、一般102,000人)

主催 公益社団法人日本観光振興協会、一般社団法人日本旅行業協会、日本政府観光局

NINJAフェスタでスポット開催していた忍者道場を2022年春より常設化。市内5事業者と連携し、店舗内に道場を設置。忍者修行しながら城下町を周遊。忍者変身処（忍者衣装レンタル）とセットや宿泊施設の宿泊オプションプランの造成等により、滞在時間の延長、消費単価増を促進。まちなかのにぎわいを創出していく。

### 心・技・体 伊賀忍者道場

※道場の開設時間は10時～16時まで

**STEP 1**

伊賀忍者道場手形と道場券を入手！  
一人税込1,500円。受付10時～16時まで。伊賀忍者道場本部（だんじり会館内伊賀上野駅前インフォメーションセンター）で購入。

**STEP 2**

忍者衣装に変身！  
忍者変身処（だんじり会館ほか）でまずは変身！（有料）忍者衣装のレンタル税込1,500円 ※変身しなくても参加できます。

**STEP 3**

忍者修行開始！  
ハイスコアを目指して修行開始！（一か所だけの挑戦税込300円もできます）上忍を目指そう！

**GOAL 忍**

伊賀忍者の認定を受ける  
修行を終えたら本部で認定を受けよう！  
※動画で紹介「九字護身法」※認定は17:00まで

伊賀忍者道場  
google map を起動 & 検索

場所を確認しよう  
グーグルマップで

**技**

**棒手裏剣術道場**

ダーツのような形状の「棒手裏剣」を的に向かって打つ道場。様々な打ち方をマスターしよう！

福徳工業 高橋昌三郎  
伊賀市上野丸大手町 3635-1  
☎0595-21-1127  
不定休

**技**

**砲術道場**

上級忍者は色々な武器の扱いも得意でなければならぬ。砲術道場では、的に向かって砲を撃射し、高得点を狙え！

上野町  
西町集会所  
梶野 義 幸尚庵  
伊賀市上野丸町 3411  
☎0595-471-0544  
不定休

**体**

**歩法道場**

抜き足、差し足、忍び足でバランスをとってゴールまで走り切れ。手に持った風鈴が鳴ったら減点！体力と集中力を鍛えよう！

伊賀市  
西町や かんかん  
伊賀市上野丸町 3370  
☎0595-51-0535  
不定休

**心**

**忍者バズルと九字護身法道場**

様々な忍者バズルで楽しく精神集中。忍者の「九字護身法」を習得して認定を受けよう。

武家屋敷 赤井家住宅  
伊賀市上野丸町 2491-1  
☎0595-51-7578  
水曜日

**技**

**手裏剣術道場**

忍者に聞いて誰もがイメージするのが、この十字手裏剣だろう。手裏剣打ちの修行は大人も子どもも夢中になれる。

むらい興吉屋  
伊賀市上野丸五町 3130  
☎0595-21-1173  
水曜日定休



伊賀上野DMO お問い合わせ 0595-26-7788  
伊賀市上野丸之内122-4 伊賀忍者道場の詳細はこちらから▶





# インバウンドの行動変容に関する調査

11/3に大阪城公園、11/23-26に東京上野恩賜公園でのPRイベントに合わせ、インバウンドに対し会話による直接的なプロモーションにより伊賀への来訪や物産購入効果の増大、プラスワントリップにつながるかの調査検討を実施。



表

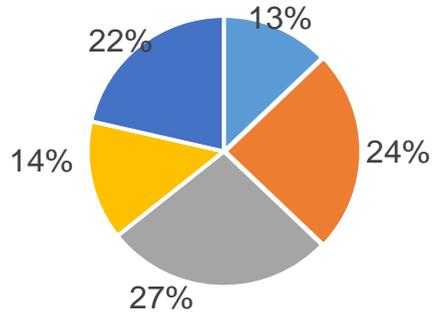


裏

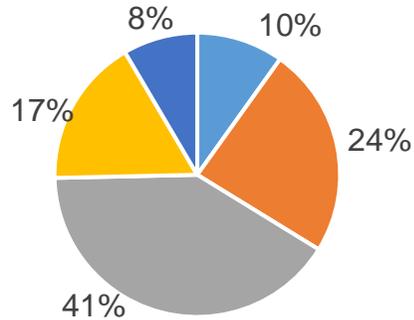
# インバウンドの行動変容に関する調査 結果概要

## 上野恩賜公園

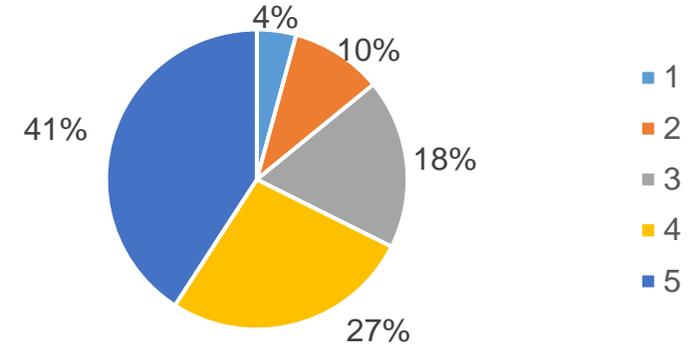
忍者に対する興味度



伊賀に対する興味度

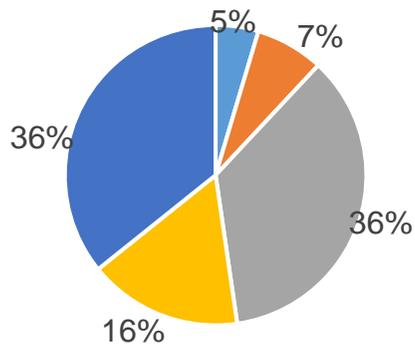


フライヤーに対する興味度

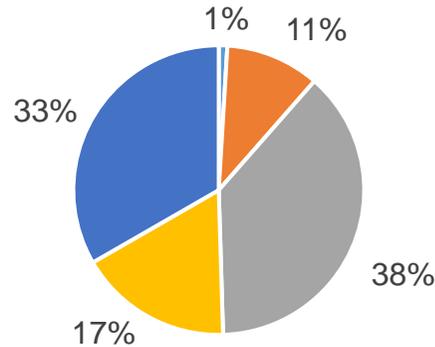


## 大阪城公園

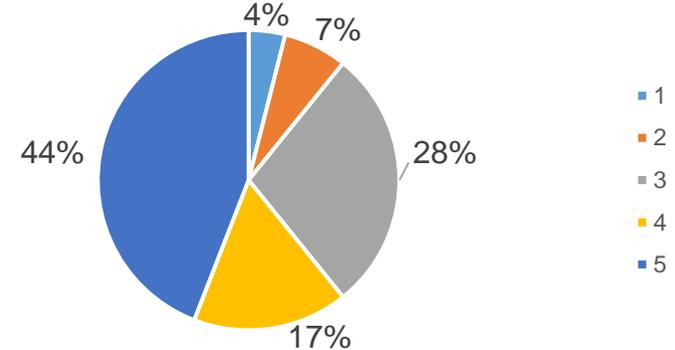
忍者に対する興味度



伊賀に対する興味度



フライヤーに対する興味度

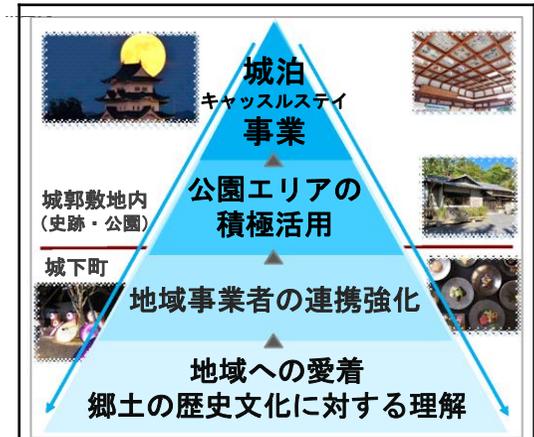


→大阪城公園の方が全体的に興味度が高い

会話の中でほとんどの人が無料で三館共通券をもらえるフライヤーに対して興味を示した

観光庁の歴史的資源を活用した観光まちづくりモデル事業の採択を受け、エリアブランディングのための高付加価値事業の創出や公的施設の有効活用による持続可能な観光まちづくり体制構築のための検討を行った。

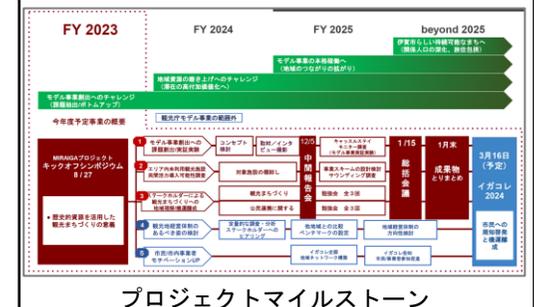
項目	記載欄
地域課題	<ul style="list-style-type: none"> <li>忍者や伊賀上野城で有名な観光地であるが、地域としてのブランディングが不十分</li> <li>ランドマークである史跡上野城跡（上野公園）の利活用が不十分（公園内の市有施設と伊賀上野城（民有）の老朽化） →宿泊割合、消費単価の低迷、FITの伸び悩み</li> </ul>
地域ビジョン ・ 対応 (事業目的)	<p>地域が望む「伊賀上野キャッスルステイ」の具現化を、地域DMOを中心とした公民連携体制により「短期」「中長期」の2軸の視点で取り組むことにより、エリアブランディングと地域内のシナジー創出による地域全体の高付加価値化と地域への還元・循環を伴うファイナンススキームを構築による持続可能な観光まちづくりの体制構築を目指す</p>
R5年度 ゴール	<ol style="list-style-type: none"> <li>エリアブランディング構築に向けたステークホルダー間の合意形成</li> <li>地域DMOを中心としたステークホルダーマネジメント体制とファイナンススキームの構築に向けたモデルプランの検討</li> <li>モデル事業創出に向けた課題の抽出</li> </ol>
R5年度 実施事項 (取組内容)	<ol style="list-style-type: none"> <li>ステークホルダーによる観光まちづくりへの理解と機運醸成 -ア 観光まちづくり勉強会の開催 -イ MIRAIGA コンセプトブックの作成</li> <li>公園内外の市有観光施設の民間活力導入可能性調査</li> <li>「伊賀上野キャッスルステイ」実証実験（モニターツアー）の実施</li> <li>先進地視察の実施</li> </ol>
実施体制	<p>（代表主体）一般社団法人 伊賀上野観光協会DMO                  （構成団体・事業者）伊賀市/バリューマネジメント(株)/(株)NOTE伊賀上野/（公財）伊賀文化産業協会                  （連携団体・事業者）（公財）伊賀市文化都市協会、伊賀忍者特殊集団阿修羅、上野商工会議所、(株)伊賀市にぎわいパートナーズ</p>



取組の方向性



伊賀の豊富な歴史・文化資源



プロジェクトマイルストーン

# 「忍びの里伊賀」創生 観光コンテンツ造成・磨き上げ事業の創設

事業目的	伊賀市の持つ歴史的背景、環境特性を活かした観光地域づくりを推進するため、伊賀ならではの本物の忍びの「心・技・体」を体現できる新たな着地型体験プログラムの開発を支援する。
補助率／補助上限	10分の10(減価償却の対象となるものの購入・設置に関する費用は2分の1)／80万円まで支援
補助対象事業	伊賀ならではの自然、歴史・文化、食、イベント、体験コンテンツなど、伊賀上野DMOの指定するカテゴリーのいずれかに含まれる観光資源の磨き上げ、観光資源が含まれる体験等の訪日外国人を含む旅行者の受入環境整備のための取組を実施を支援。
補助事業期間	補助金交付決定後～同年度の3月中旬(補助金交付決定前の費用については補助できません)
参考：公募期間	2023(令和5)年6月19日(月)～2023(令和5)年11月30日(木) ※ 毎月末日までに提出のあった提案について、翌月末日までに採択結果を通知。

## 補助対象となるテーマ

健康・  
スポーツ体験

農泊・  
ワーケーション

ガストロ  
ノミー

歴史・  
文化体験

自然体験

教育旅行

## DMOで審査・採択決定

- ① 実施内容の具体性、実施体制及び役割分担
- ② 新規性・チャレンジ性
- ③ 地域への波及効果
- ④ 事業の自立・継続性
- ⑤ 旅行者受入のホスピタリティ
- ⑥ 持続可能な観光への寄与

## 必要な経費を補助

- ① 専門家等謝金・旅費
- ② 委託料、賃借料
- ③ 物品購入費・雑役務費
- ④ 工事請負費、保険料
- ⑤ 通信運搬費

※ プロモーションに係る費用は全体の3分の1以内

募集開始等のお知らせは伊賀市の観光公式サイト「伊賀イド」の法人向けのご案内ページに掲載。

⇒ <https://www.iga-guide.com/corporation.html>

# ○採択事例

## 株式会社アイシス(R4)

「アインス伊賀」と「Adoの森」プロジェクト



2022年オープンのRVパークにレンタル用具等を整備し、「手ぶらキャンプ」が楽しめる体制を整備

## 株式会社三重旅行サービス(R4)

訪日外国人誘致ファムトリップ



販売可能なツアー形式でのファムトリップを海外ランドオペレーター及び海外エージェントを招へい

## 株式会社グリーンズ(R4)

伊賀上野シティホテル「忍者ルーム」リノベーション



忍者ルームをリノベーションし、の宿泊者向けに忍者体験をパッケージ化したプランを造成

## 株式会社あなは(R5)

忍びの里暮らし体験コンテンツ造成



忍びの里ならではの「忍者の日常の暮らし」を体験できるプログラムと環境を造成・提供する

# イガコレ観光EXPO2024

伊賀市観光振興ビジョン（2022年8月策定）のもと、観光事業者や市民の理解を得て伊賀市観光をより良いものにするためのインナーモチベーション拡大を目的とし、市民と観光との関わりのきっかけづくりとして開催。

**イガコレ 観光EXPO 2024!**

伊賀のコレカラを考える

参加無料

3/16 (Sat)  
3/17 (Sun)  
10:00~16:00

SDGs

おみやげ

イベント

「なんにもない」とか言わんといで！イガコレ春の特別授業。

場所：ハイトピア伊賀 + 駅前多目的広場

伊賀出身、メディア業界の第一線で活躍する演出家がモデレーターとして活躍！

伊ガコレサミット

地元高校生×国営深祭XKDDI 次世代観光パネルディスカッション

中生への挑戦状 第1期 U-18

伊賀学王決定戦!

戦場は、IGABITとして募立つことができるか？

特別セミナー

日本遺産 JAPAN HERITAGE

忍者の聖地を、テーマパークに、世界のテーマパーク第一人者が登場!

伊賀食大集合!

主催(共催)：伊賀市・伊賀上野町・忍の里伊賀市振興協議会  
協賛：上野町工業振興会・深祭XKDDI伊賀上野・イガコレ実行委員会・伊賀市長官邸協議会・北伊賀上野信用金庫  
問い合わせ：TEL. 0595-22-9970(観光部観光課※平日のみ) TEL. 0595-20-7786(一般相談員 伊賀市観光協会)

イガコレ 観光EXPO 2024!

申込・詳細はこちら

EVENT PROGRAM

集まれ、そしてもっと熱くなれ。春の特別授業。  
すべて参加無料

※会場の都合上、入場を制限する場合があります。

16日(土)	17日(日)
<p>16日 10:00~ 駅前多目的広場</p> <p><b>オープニングセレモニー</b></p>	<p>17日 10:00~11:30 ハイトピア伊賀3Fホール</p> <p><b>U-18 伊賀学王決定戦! 予選</b></p> <p>3人1組で伊賀学の頂点を目指せ! 参加チームによる午後からの決勝進出をかけた 激しいクイズバトル! <b>事前申込制</b></p>
<p>16日 14:00~17:00 ハイトピア伊賀3Fホール</p> <p>日本遺産「忍びの里伊賀・甲賀」 <b>特別セミナー</b></p> <p>USJ、キングダム東京の開業に挑むテーマパーク業界の第一人者と忍者の聖地を世界に通じるテーマパークにしよう!</p> <p>特別講師：田中宏明 (エルダー・田中&amp;アンシエイン株式会社 代表取締役)</p> <p><b>事前申込制</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1部：学ぼう14:00~ テーマパークから学ぶ観光おもてなし</li> <li>2部：一緒に考えてみよう15:00~ 観光地×テーマパーク=没入感!</li> <li>3部：一緒に感じてみよう16:00~ 実際に見て回ろう!</li> </ul>	<p>17日 12:30~13:50 ハイトピア伊賀3Fホール</p> <p><b>イガコレサミット</b></p> <p>伊賀の高校生が新提案、公開パネルディスカッション。 激論：世界を魅了させる伊賀のコレカラ?!</p> <p>登壇者：伊賀市長 深祭 三郷 伊賀市長官邸 伊賀市立深祭高等学校</p> <p>伊賀出身の演出家・国友氏がモデレーターとして登壇。伊賀の高校生たちと共に伊賀のコレカラを考える。パネリストには、伊賀産を盛り上げる深祭XKDDIの伊賀ペンチャー役者・地方共創のスペシャリストKDDI副本部長江崎智広氏が登場。パネルテーマは、1観光×コンテンツ、2観光×ファンコミュニティ、3観光×グローバルを掲げ、伊賀のコレカラについての議論が交わされる? <b>事前申込制</b></p>
<p>16日 14:00~16:00 ハイトピア伊賀5F多目的大研修室</p> <p><b>ダンス&amp;ダブルダッチワークショップ</b></p> <p>未経験もOK! もちろん経験者も!</p> <p>三重高校ダンス部 前キャプテンの AYAKA(3年生)とFiveDance&amp;Double DutchのTOMOと、ダンスとダブルダッチの魅力を感じよう!</p>	<p>17日 14:00~15:30 ハイトピア伊賀3Fホール</p> <p><b>U-18 伊賀学王決定戦! 決勝</b></p> <p>予選を勝ち抜いた4組による <b>優勝決定戦!</b></p> <p>応援・観戦も大歓迎。LIVE配信もあるよ。</p>
<p>16日~17日 10:00~16:00 駅前多目的広場</p> <p><b>イガコレ</b> × 伊賀マルシェ</p> <p>イガコレ抽選券付のイガコレチケットも販売!</p> <p>伊賀の自慢でできる食の魅力満載!</p> <p>学生&amp;お子さん運にやさしい U-18割サービスも!</p>	
<p>16日~17日 無料シャトルバス運行 9:45~16:00運行</p> <p>市営城北駐車場 ⇨ 北伊勢上野信用金庫駐車場</p> <p>※駐車料金は、<b>事前申込制</b>のプログラムに申し込みをした方以外は有料となります。</p>	