



第1回イガコレMeeting  
「データで見る伊賀市の観光動向」

2024/11/19



# DMOとは？

伊賀上野DMOの推進体制のご説明

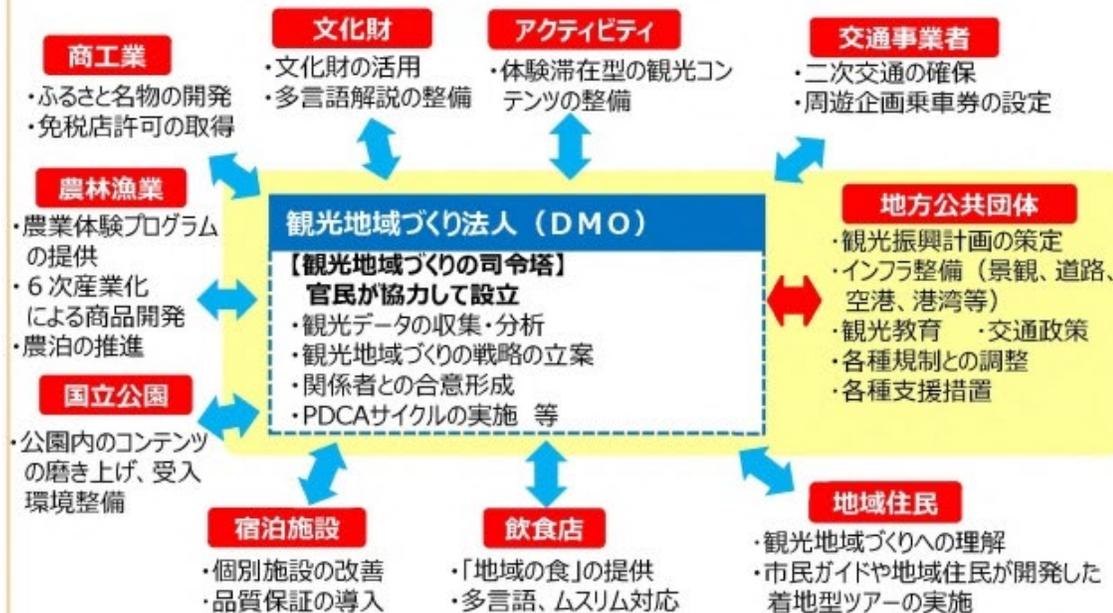
## 観光地域づくり法人(DMO)の形成・確立

### 観光地域づくり法人 (DMO)

地域の多様な関係者を巻き込みつつ、科学的アプローチを取り入れた  
観光地域づくりの司令塔となる法人

#### 地域の関係者を巻き込んだ体制の構築

観光地域づくり法人(DMO)を中心とし、地域の関係者が主体的に参画した体制を構築



ターゲティング  
等の戦略策定

観光コンテツ  
の造成

受入環境の  
整備

地方誘客・旅行消費拡大

観光による受益が広く地域にいきわたり、  
地域全体を活性化

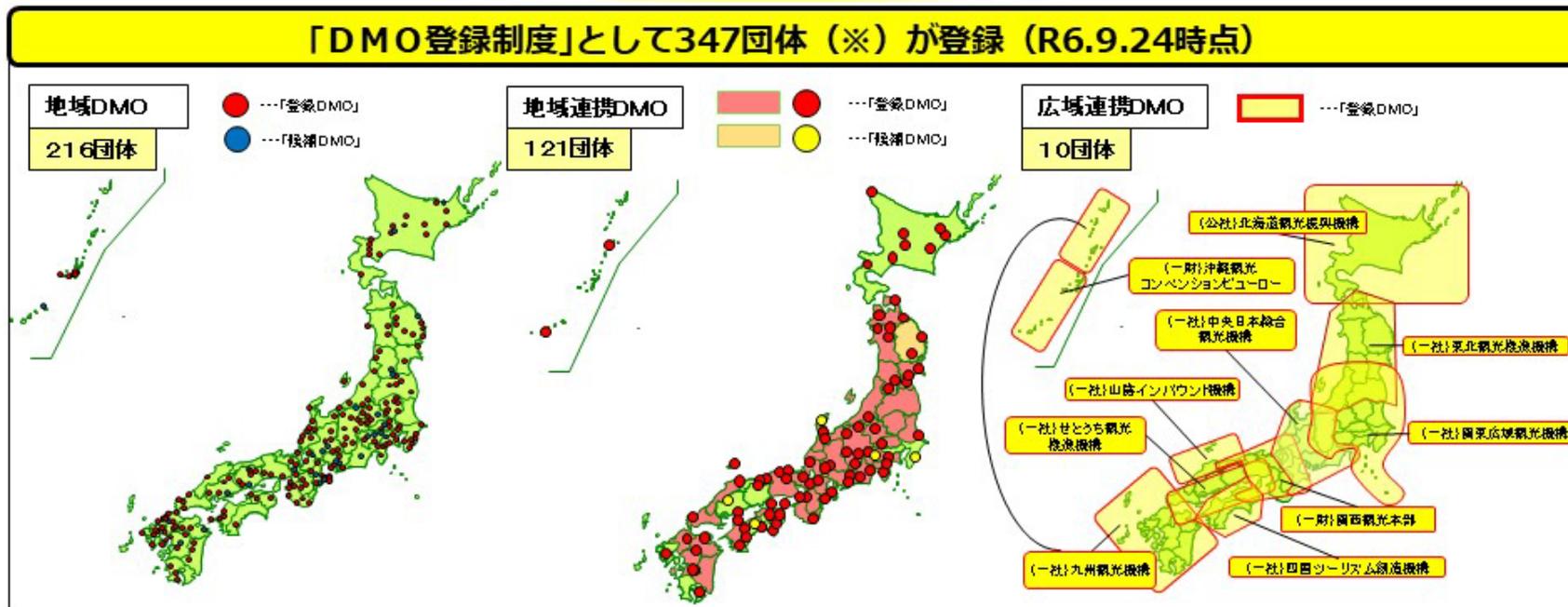
## 観光地域づくり法人(DMO)登録制度



「観光地域づくり法人(DMO)」  
登録の5要件

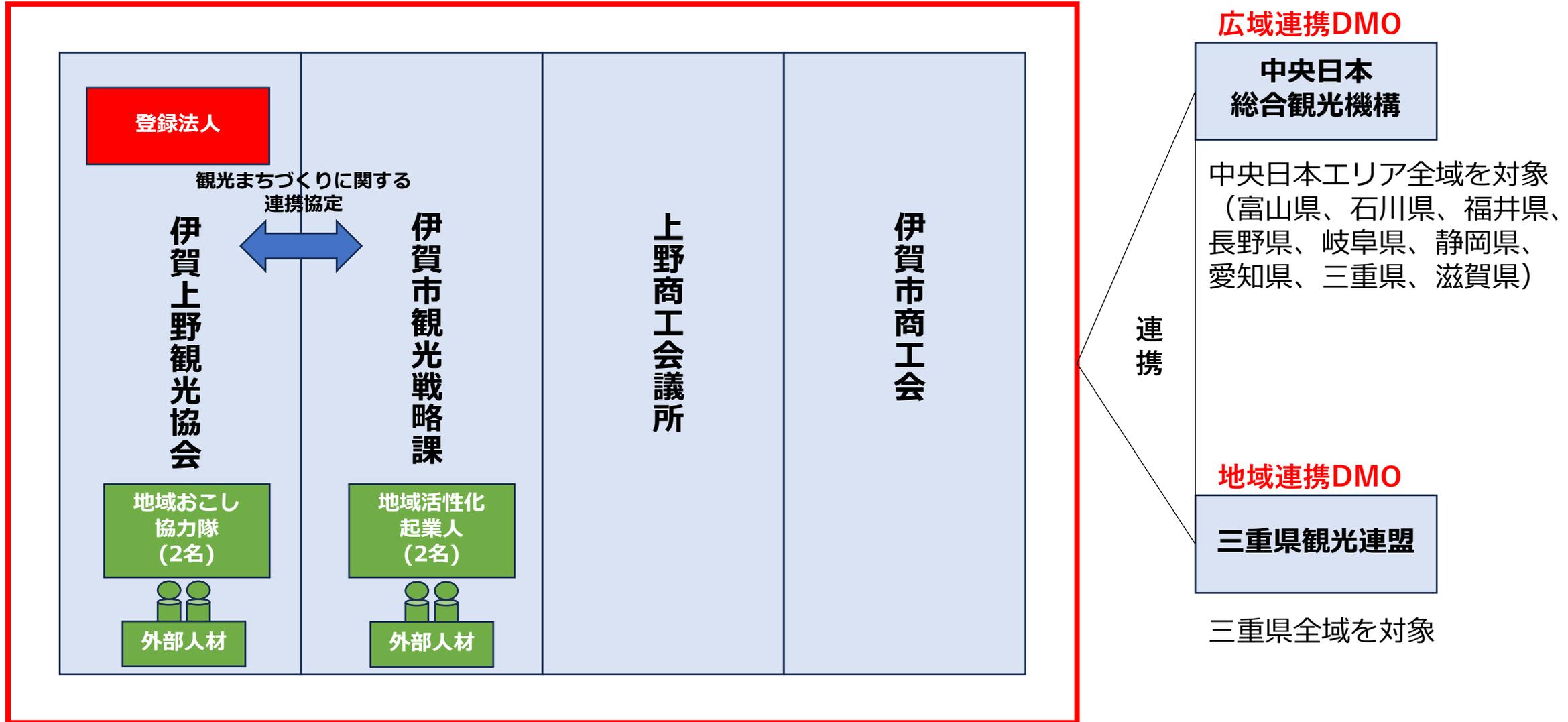
- (1) DMOを中心として観光地域づくりを行うことについての多様な関係者の合意形成
- (2) データの継続的な収集、戦略の策定、KPIの設定・PDCAサイクルの確立
- (3) 関係者が実施する観光関連事業と戦略の整合性に関する調整・仕組み作り、プロモーションの実施
- (4) 法人格の取得、最終的な責任者の明確化、CMO・CFOの確保
- (5) 安定的な運営資金の確保

すでに該当している = 「登録DMO (登録観光地域づくり法人)」  
今後該当する予定 = 「候補DMO (観光地域づくり候補法人)」



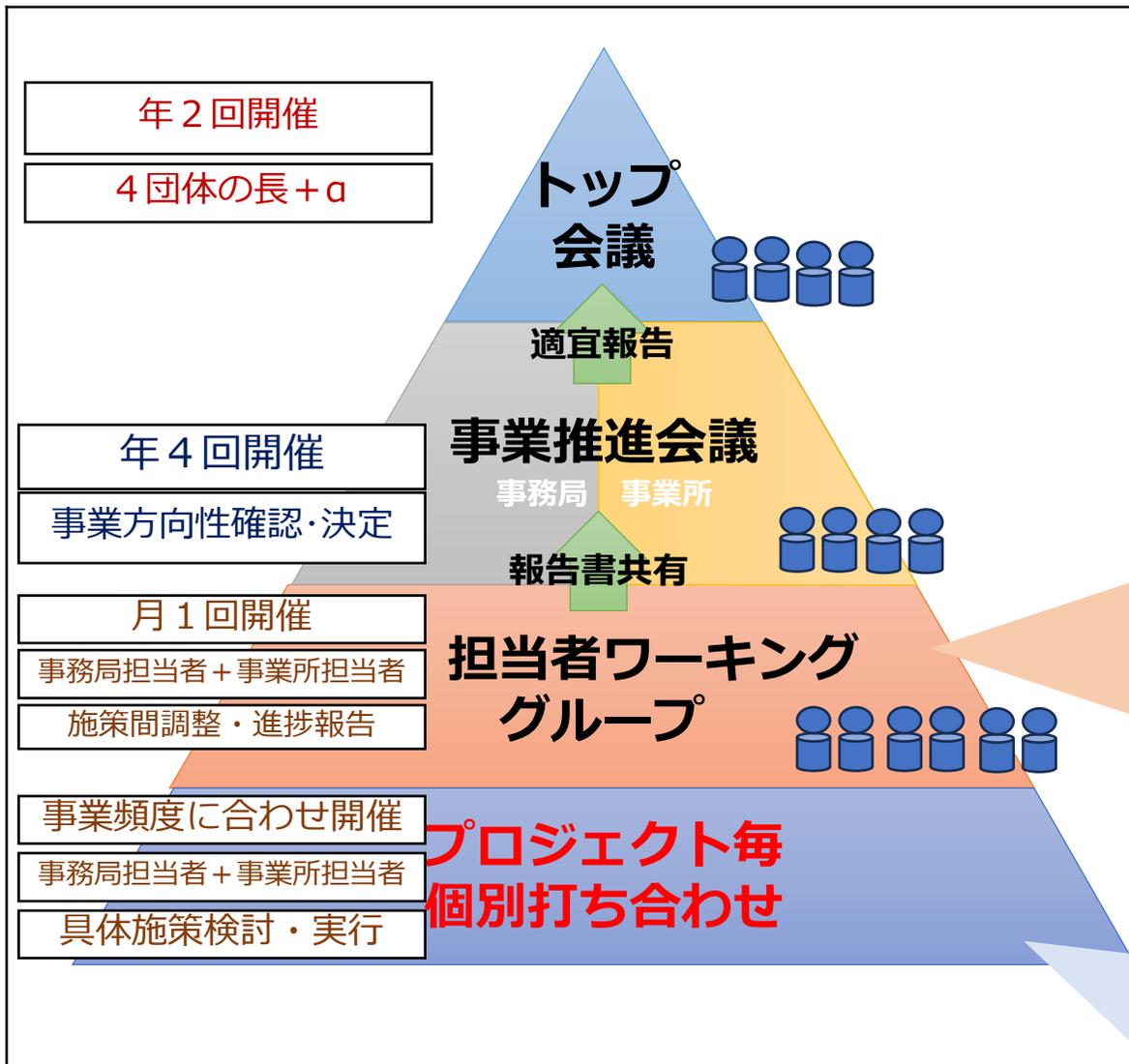
伊賀上野観光協会が登録DMOとなり、4つの組織で伊賀上野DMOを構成し、伊賀市全域を支援対象とする

## 伊賀上野DMO(地域DMO)



◆ 伊賀上野DMOとは？

伊賀上野DMOの推進体制 イメージ



担当者WGの業務分類

【DMOガイドラインに基づき継続して取り組む事業】

#	大分類	#	中分類
1	地域のマーケティングデータ収集・分析	a	タビナカマーケティングデータ収集
		b	タビマエマーケティングデータ収集
		c	域内の観光に係る状況調査
		d	マーケティングデータ分析
2	プレイスブランディング／情報発信	a	オウンドメディアによる情報発信
		b	伊賀市観光のプロモーション (BtoCプロモーション)
		c	受入環境整備
3	旅行商品企画開発・販売及びその支援	a	新規旅行商品の企画開発、既存商品のブラッシュアップ
		b	伊賀市旅行商品のプロモーション・販売促進 (BtoBプロモーション)
4	観光人材育成	a	市民・市内事業者向け観光リーダー人材発掘・育成プログラム
5	持続可能なDMO運営体制の構築	a	マーケティングデータに基づく戦略策定、マネジメント
		b	地域内合意形成
		c	DMO拠点の整備・運営

個別事業

【国補助金を活用するなどして取り組むプロジェクト等】

担当者WG+事業者によりプロジェクトを組織して事業を実施 (例：MIRAIGAプロジェクトなど)



【CFO(会計責任者)】  
(一社)伊賀上野観光協会  
中浦 順一郎



【CMO(マーケティング責任者)】  
(一社)伊賀上野観光協会  
安田 聡志



【伊賀市地域おこし協力隊】  
伊藤 真弓  
●担当分野  
旅行商品造成 / インバウンド



【伊賀市地域おこし協力隊】  
辻 竜平  
●担当分野  
マーケティング / 事業者ネットワーク構築



【伊賀市地域活性化起業人】  
(一社)アーバンツーリズム大阪・船場  
久保田 正義  
●担当分野  
旅行商品造成 / 関西圏プロモーション



【伊賀市地域活性化起業人】  
Amame Associate Japan(株)  
井内 琢斗  
●担当分野  
公民連携 / インバウンド

伊賀市  
観光戦略課  
(※主なメンバー)

山田 靖子  
辻本 康文  
菊田 翔  
増田 翔太

上野  
商工会議所

山崎 茜音  
上山 晃弘

伊賀市  
商工会

小阪 宣子  
竹内 博史

<p><b>KPI</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 旅行消費単価</li> <li>● 延べ宿泊者数(延べ訪日外国人宿泊者数) など</li> </ul>	
<p>重点取組方針①</p>	<p>宿泊・交通を中心とした事業者との連携強化</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・イガコレMeetingの実施</li> <li>・伊賀市観光マーケティングレポートの発行</li> </ul>
<p>重点取組方針②</p>	<p>高単価・高リピート層に対応できるコンテンツの造成および販売</p>	<p>伊賀・甲賀リアル忍者日本遺産モデル事業富裕層向けツアー造成</p>
<p>重点取組方針③</p>	<p>タビマエ・タビナカの情報発信の強化</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・観光サイト「伊賀イド」運営</li> <li>・城下町、広域周遊マップ制作</li> </ul>
<p>重点取組方針④</p>	<p>インバウンド誘客の促進</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ファムトリップ</li> <li>・海外プロモーション、商談</li> </ul>

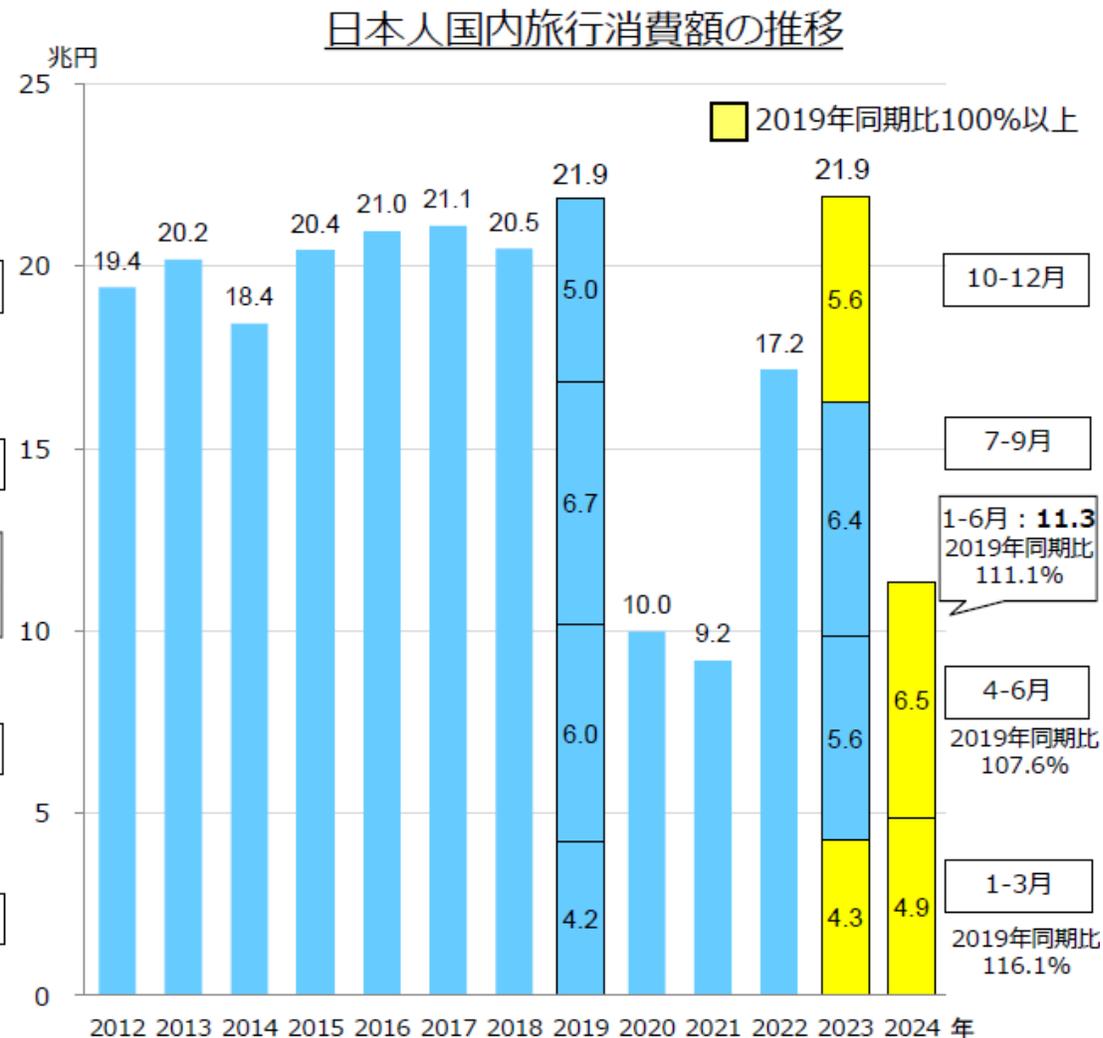
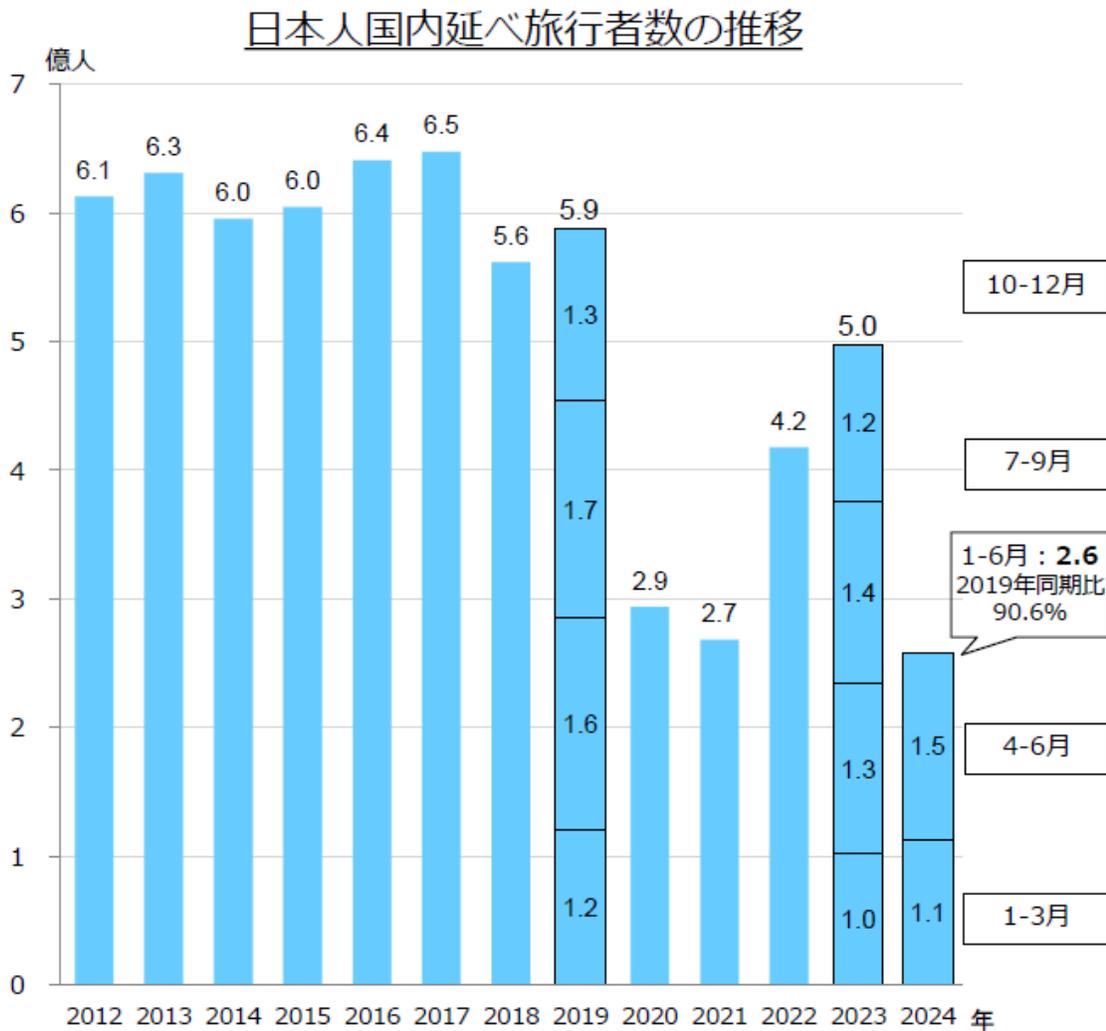


# 観光動向について

データから見る地域全体での取組みの方向性

# ◆ 日本の観光動向データ(国内旅行の状況)

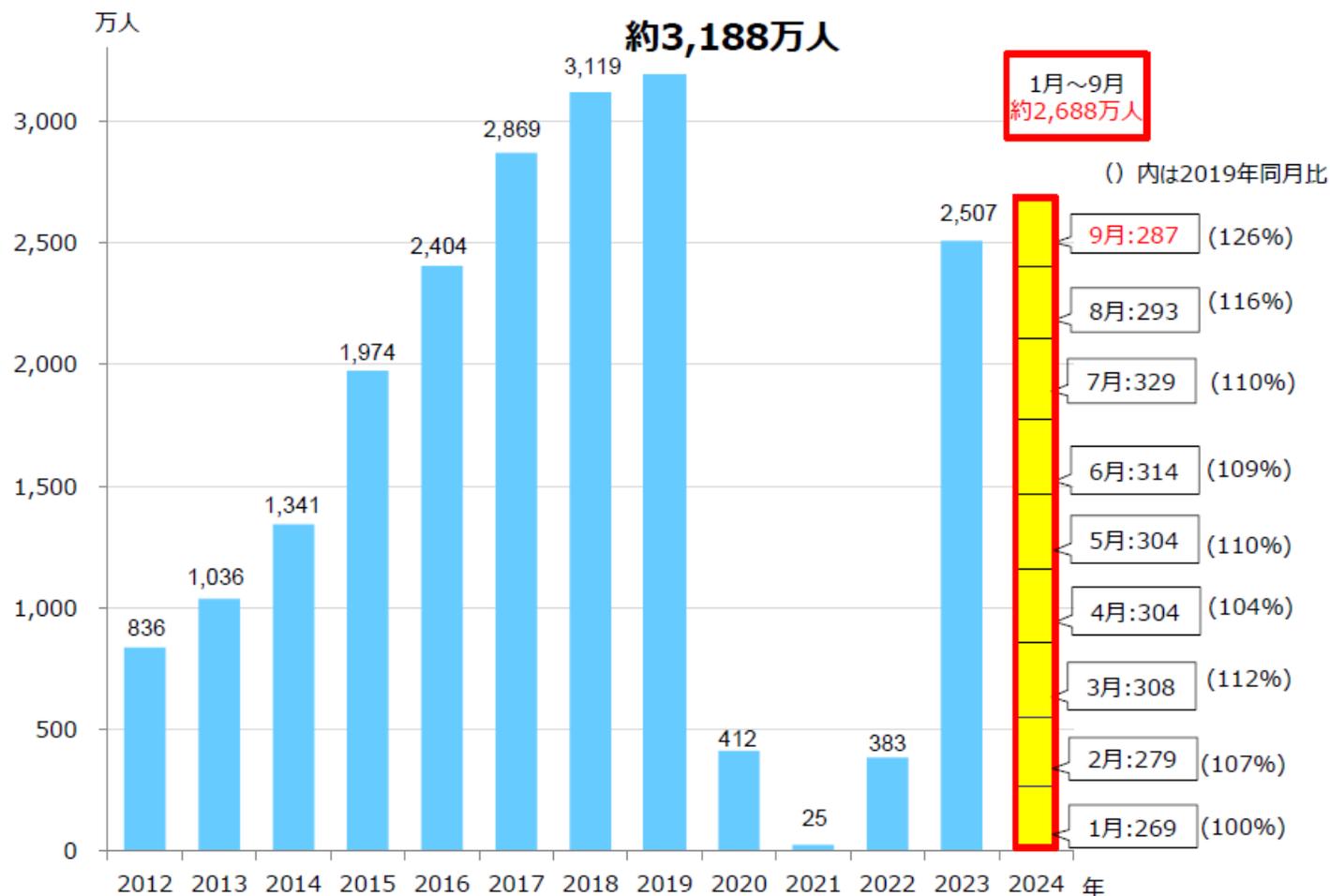
- 2024年4月-6月期の延べ旅行者数は、**約1.5億人**と2019年同期比**88.6%まで回復**
- 2024年4月-6月期の国内旅行消費額は、**約6.5兆円**と4-6月期の消費額として**過去最高**
- 国内旅行者一人当たりの旅行支出は、2019年同期比で**21.5%増**(2019年4月-6月:約3.7万円、今期:約4.4万円)



# ◆ 日本の観光動向データ(インバウンドの旅行者数)

- **2024年9月**の訪日外国人旅行者数は**約287万人**とコロナ前2019年と比較すると**126%**の回復
- **2024年1月-9月の間、各月でコロナ前2019年の水準を回復**している
- 1月-9月の総数は**約2,688万人**と、2023年の年間総数(約2,507万人)を上回った

訪日外国人旅行者数の推移



国・地域別訪日者数上位

	2024年9月 (2019年同月比)
①韓国	66万人 (326%)
②中国	65万人 (80%)
③台湾	47万人 (125%)
④米国	19万人 (151%)
⑤香港	17万人 (109%)

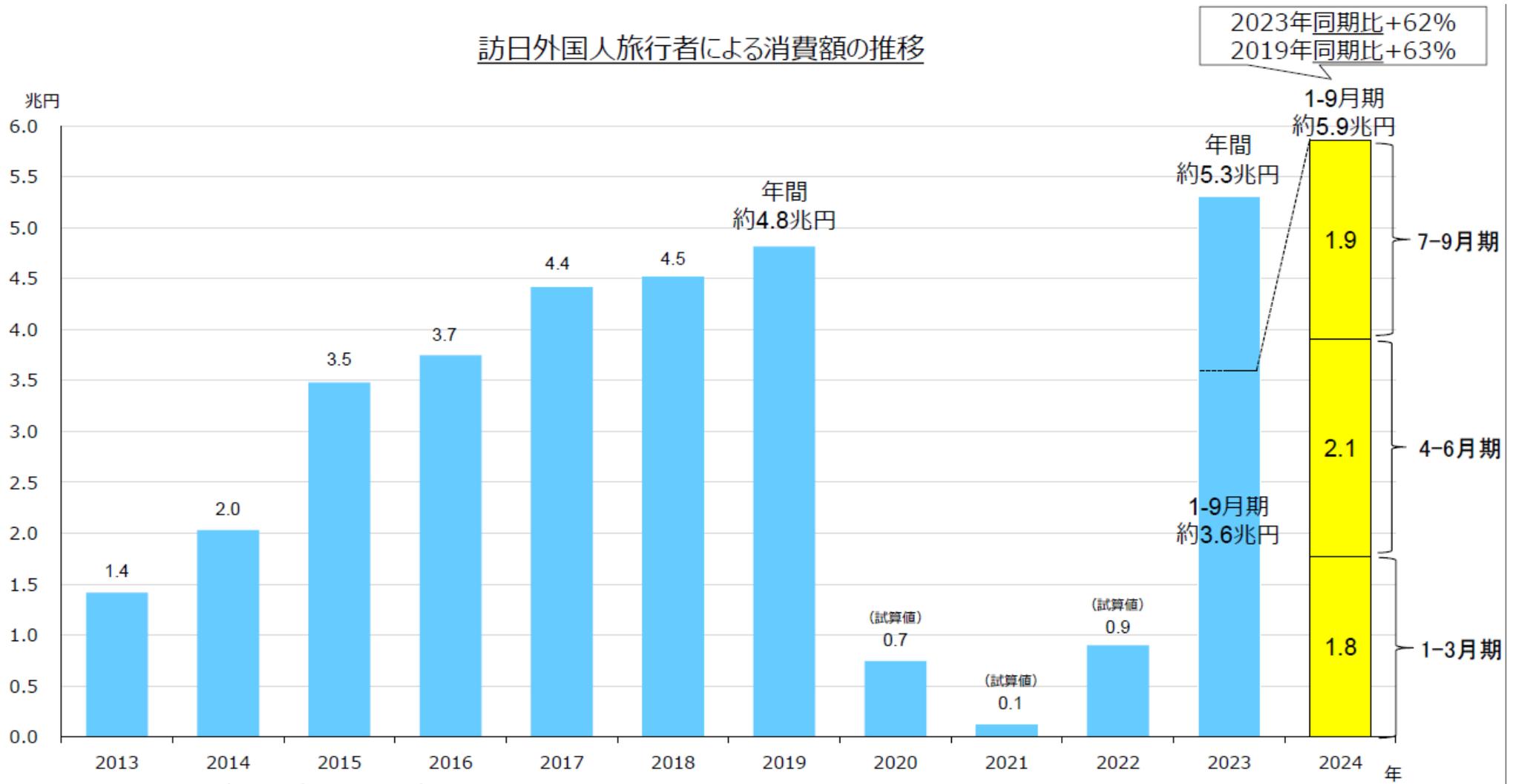
出典：日本政府観光局(JNTO)

※2023年以前は確定値、2024年1月-7月は暫定値、2024年8月-9月は推計値

# ◆ 日本の観光動向データ(インバウンドの消費額)

- **2024年7月-9月期**の訪日外国人消費額は、**約1.9兆円**と**7月-9月期として過去最高**  
一人当たりの旅行支出は**22万3千円**
- **2024年1月-9月期**の訪日外国人消費額は、**約5.9兆円**と**過去最高**

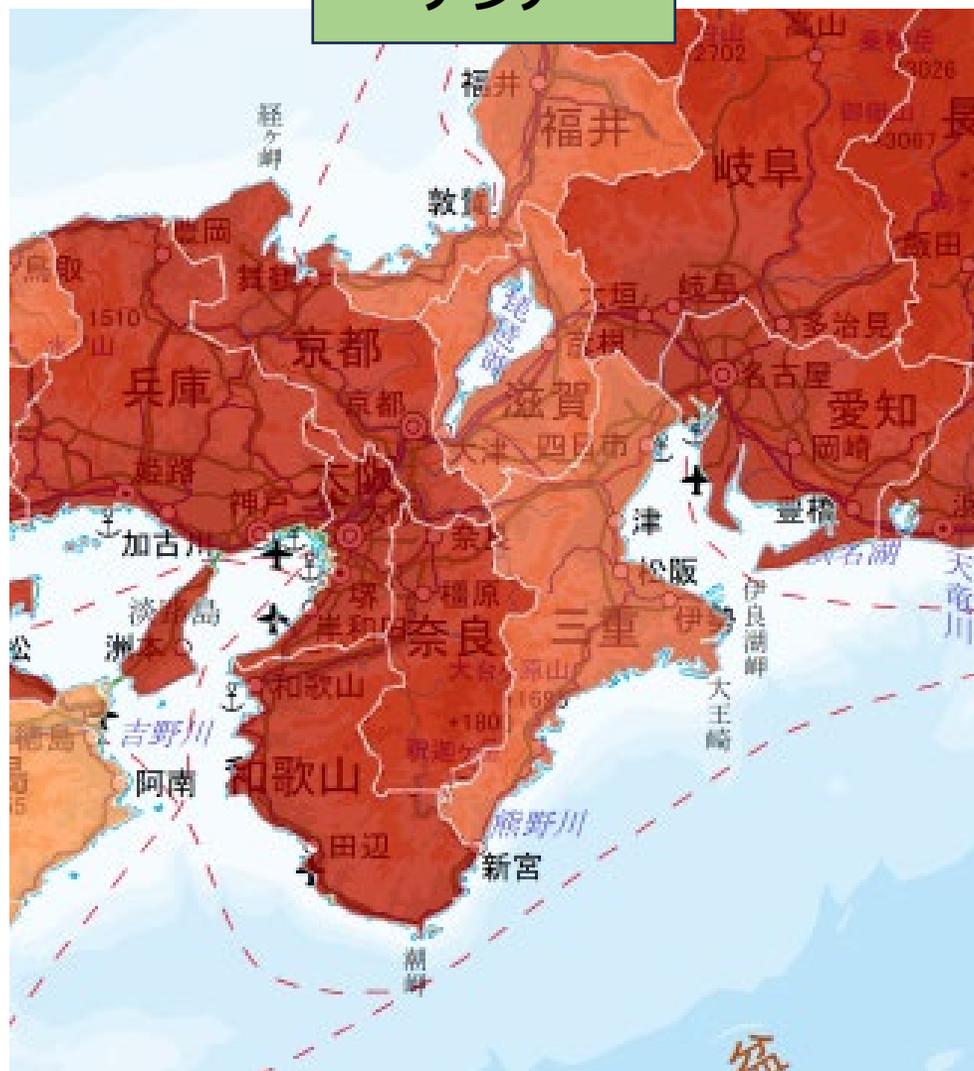
訪日外国人旅行者による消費額の推移



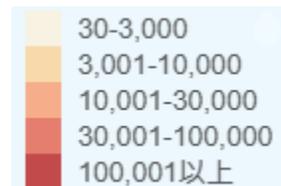
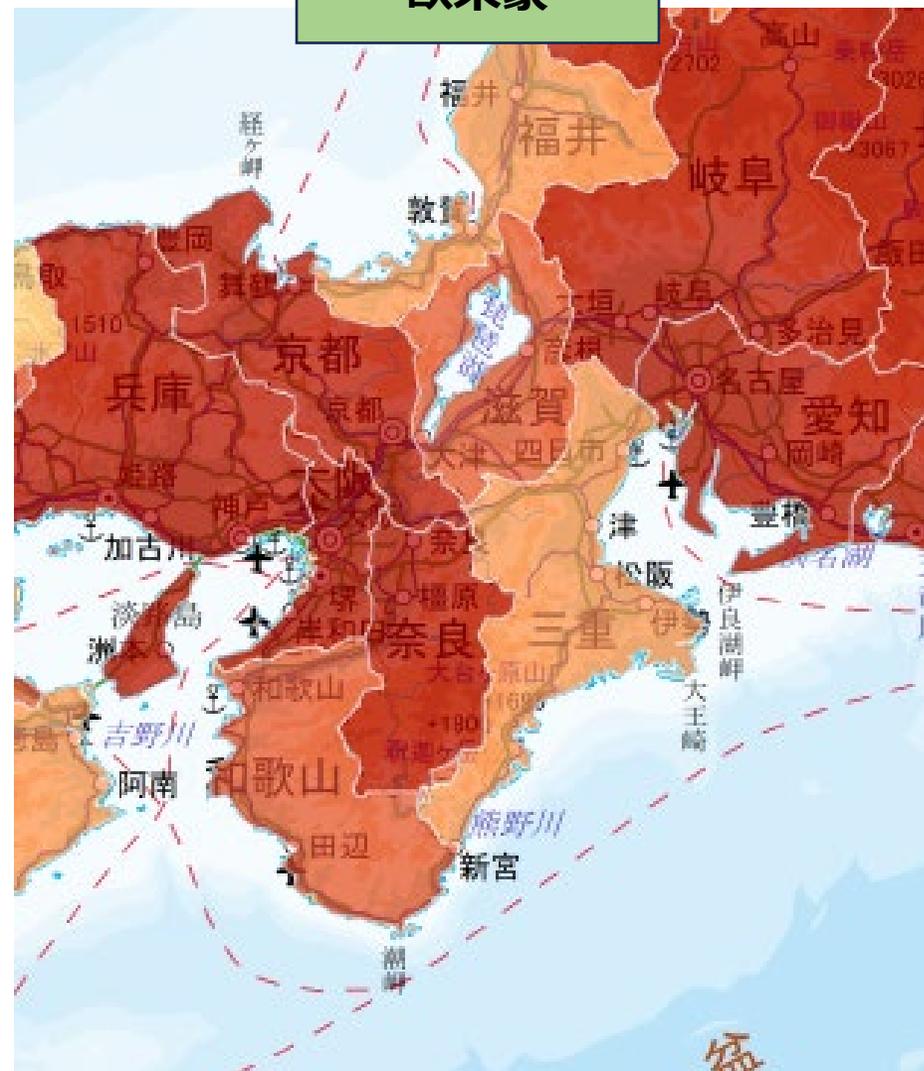
# ◆ 三重県の観光動向データ(インバウンドの滞在者数)

インバウンドGPS 都道府県別滞在者数(2024年1月-9月) ▶京阪奈-愛知間で三重県はスルーか

アジア

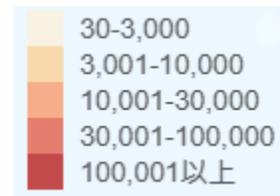
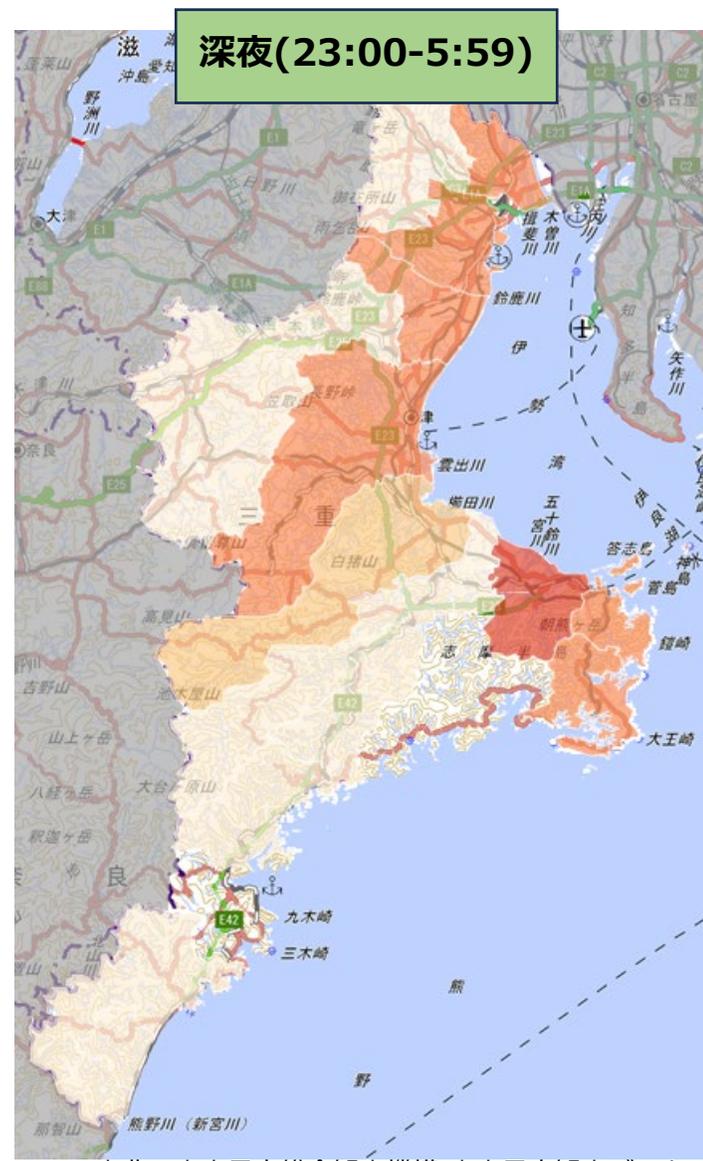
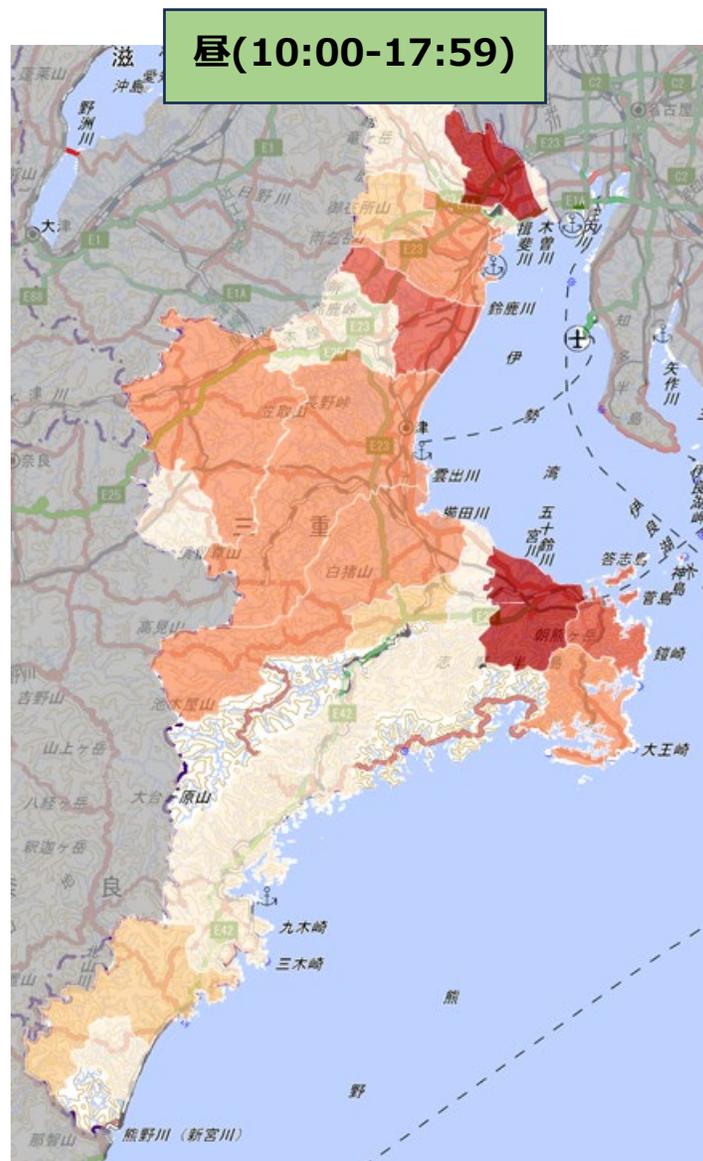


欧米豪



# ◆ 三重県の観光動向データ(インバウンドの滞在者数)

インバウンドGPS 市区町村別滞在者数(2024年1月-9月) ▶伊賀市は日帰り観光、宿泊は他府県か



## 【現状】

京阪奈エリア、愛知・岐阜エリアには  
インバウンドが多く滞在

## 【課題】

伊賀市に滞在してもらうには  
何をすべきか？

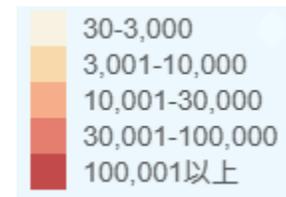
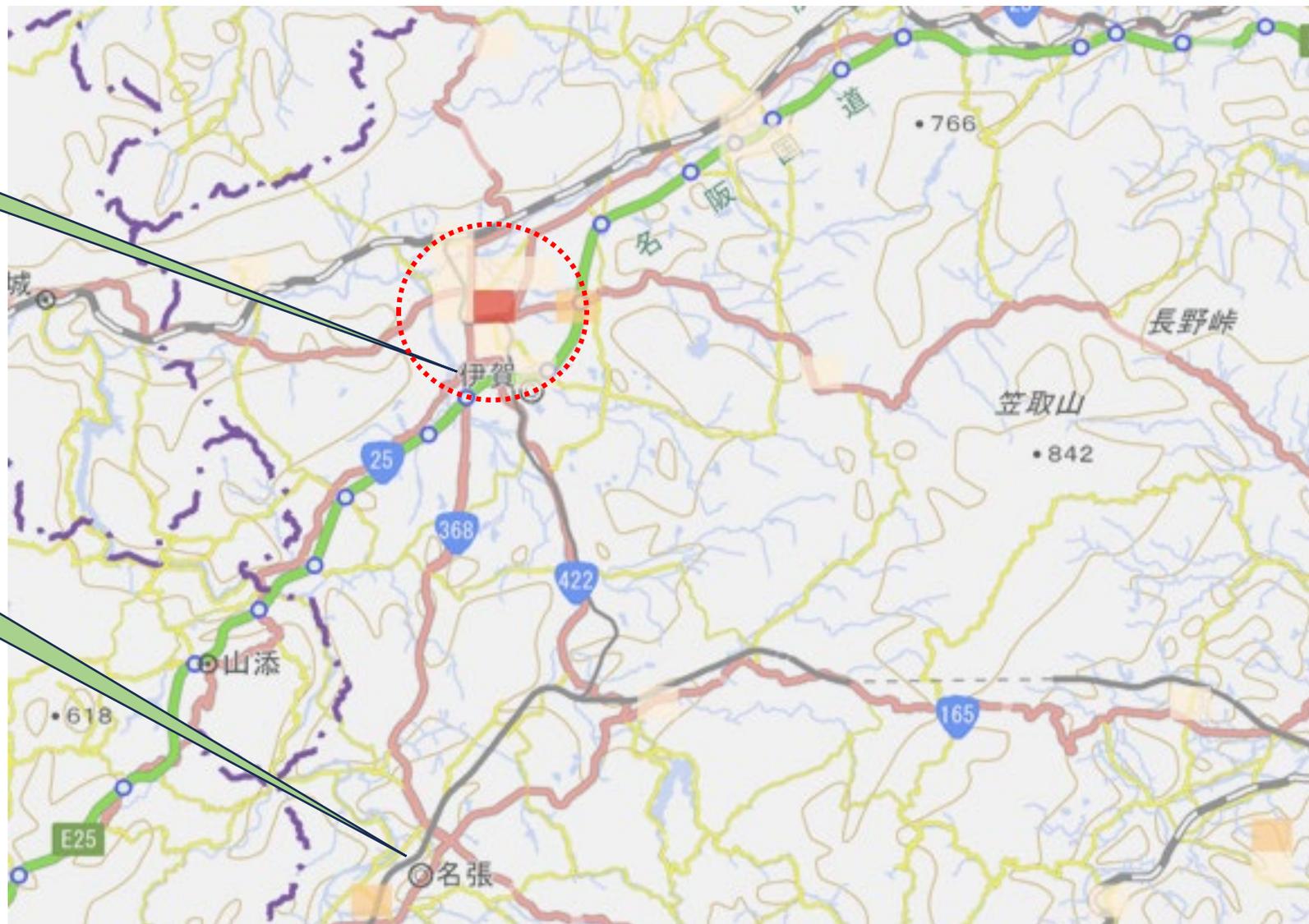
伊賀市のどこに  
インバウンドは来ているのか？

# ◆ 伊賀市の観光動向データ(インバウンドの滞在者数)

インバウンドGPS メッシュ別集計(2024年1月-9月) ▶このエリアで赤くなっているのは1点のみ

伊賀

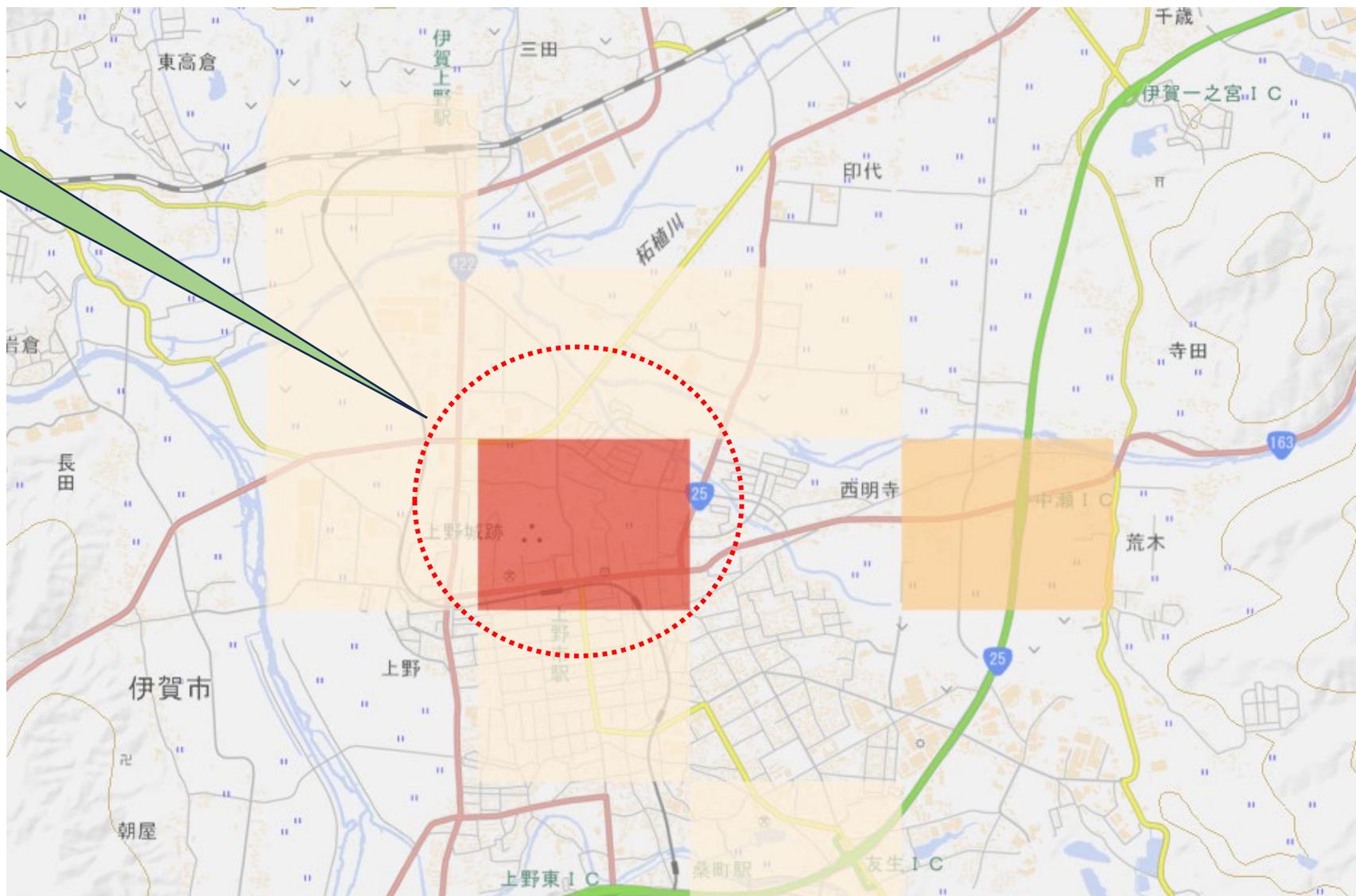
名張



# ◆ 伊賀市の観光動向データ(インバウンドの滞在者数)

インバウンドGPS メッシュ別集計(2024年1月-9月) ▶ 来訪が多いのは上野公園周辺のみで、城下町に訪れる人は少ない

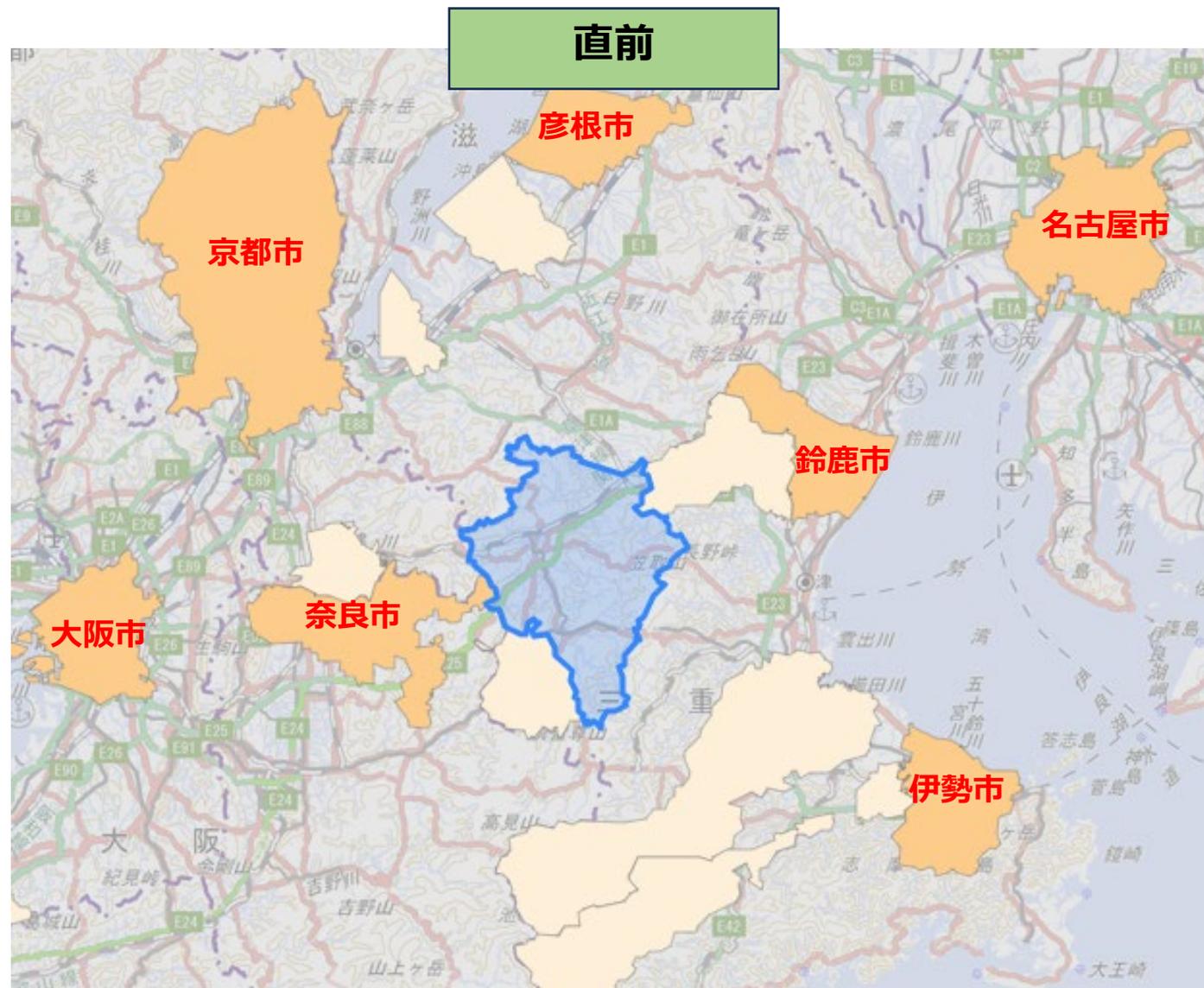
上野公園  
周辺



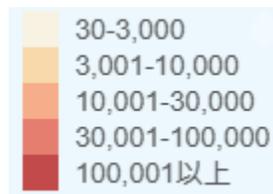
伊賀へ来るインバウンドの**前後滞在地**は？

# ◆ 伊賀市の観光動向データ(インバウンドの前後滞在地)

インバウンドGPS 前後滞在地ランキング(2024年1月-9月)

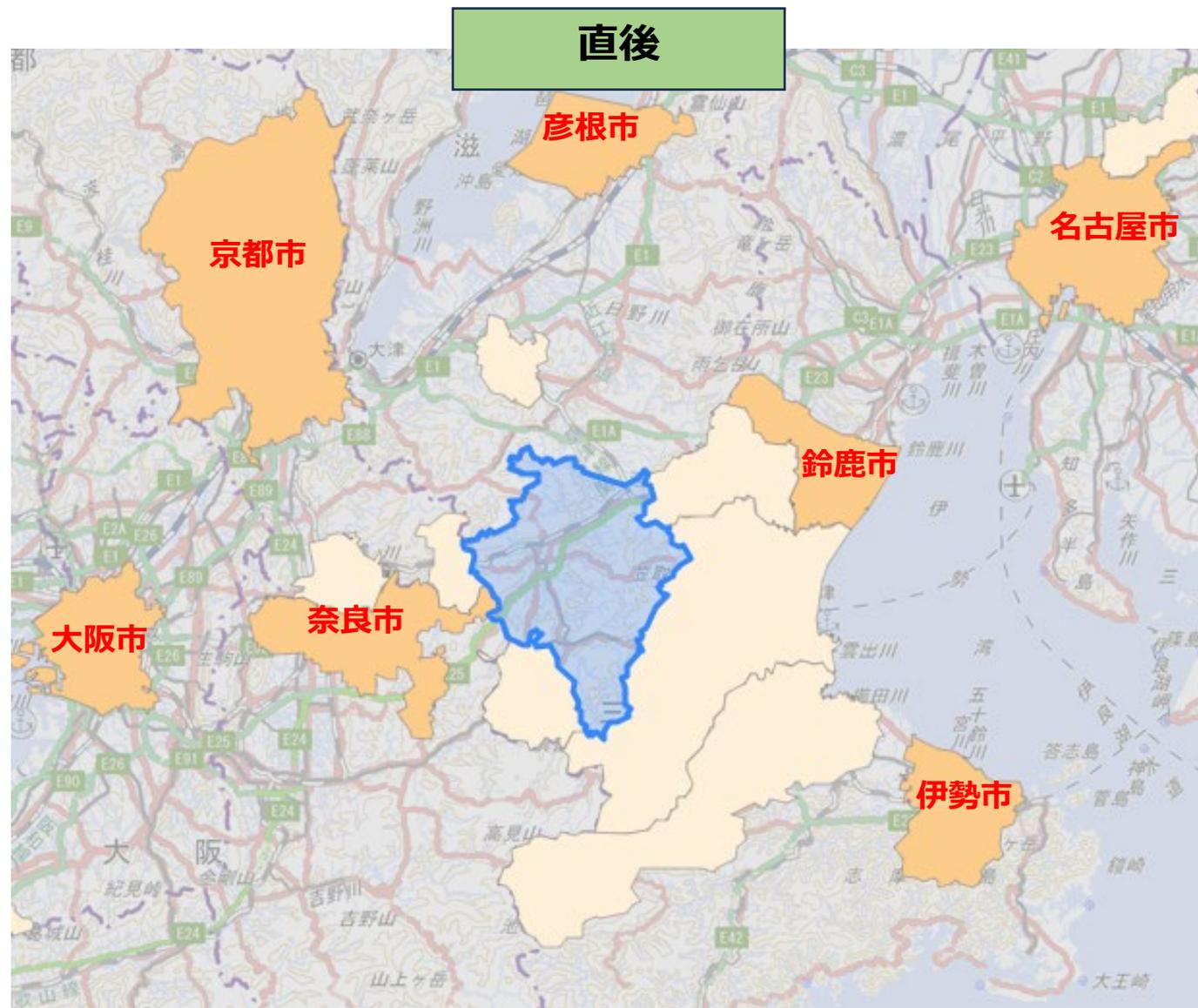


順位	都道府県名	市区町村名	日別滞在者数(人日)
1	大阪府	大阪市	590
2	奈良県	奈良市	440
3	三重県	伊勢市	430
4	愛知県	名古屋市	390
5	滋賀県	彦根市	380
6	三重県	鈴鹿市	370
7	京都府	京都市	330
8	滋賀県	近江八幡市	250
9	京都府	舞鶴市	220
10	京都府	木津川市	140



# ◆ 伊賀市の観光動向データ(インバウンドの前後滞在地)

インバウンドGPS 前後滞在地ランキング(2024年1月-9月)



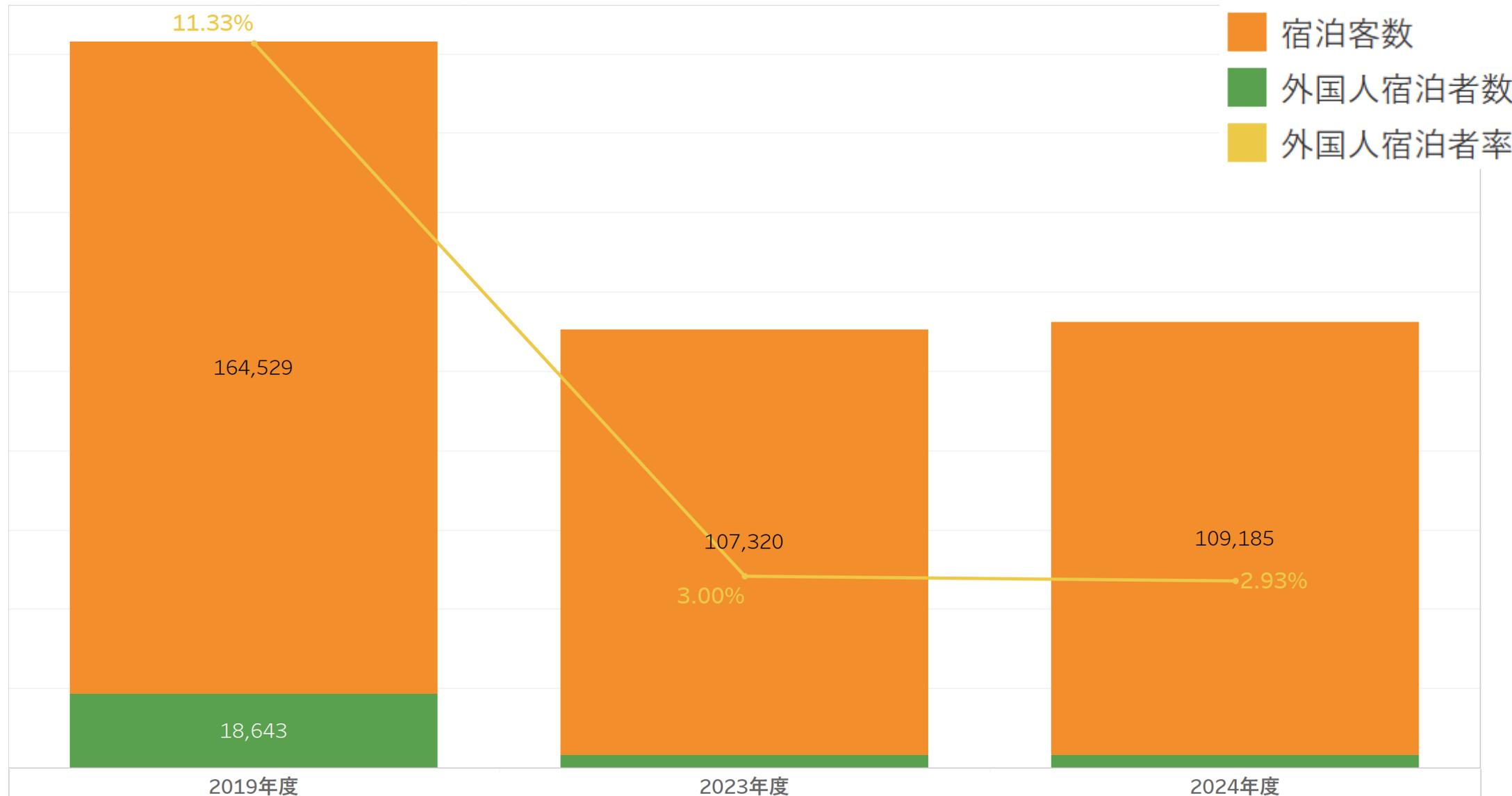
順位	都道府県名	市区町村名	日別滞在者数(人日)
1	愛知県	名古屋市	820
2	大阪府	大阪市	600
3	三重県	伊勢市	480
4	三重県	鈴鹿市	390
5	滋賀県	彦根市	380
6	京都府	京都市	370
7	奈良県	奈良市	340
8	愛知県	春日井市	210
9	三重県	津市	130
10	三重県	名張市	120

出典：中央日本総合観光機構 中央日本観光データプラットフォーム

伊賀市には  
どれくらいのインバウンドが  
宿泊しているのか？

# ◆ 伊賀市の観光動向データ(インバウンドの延べ宿泊者数)

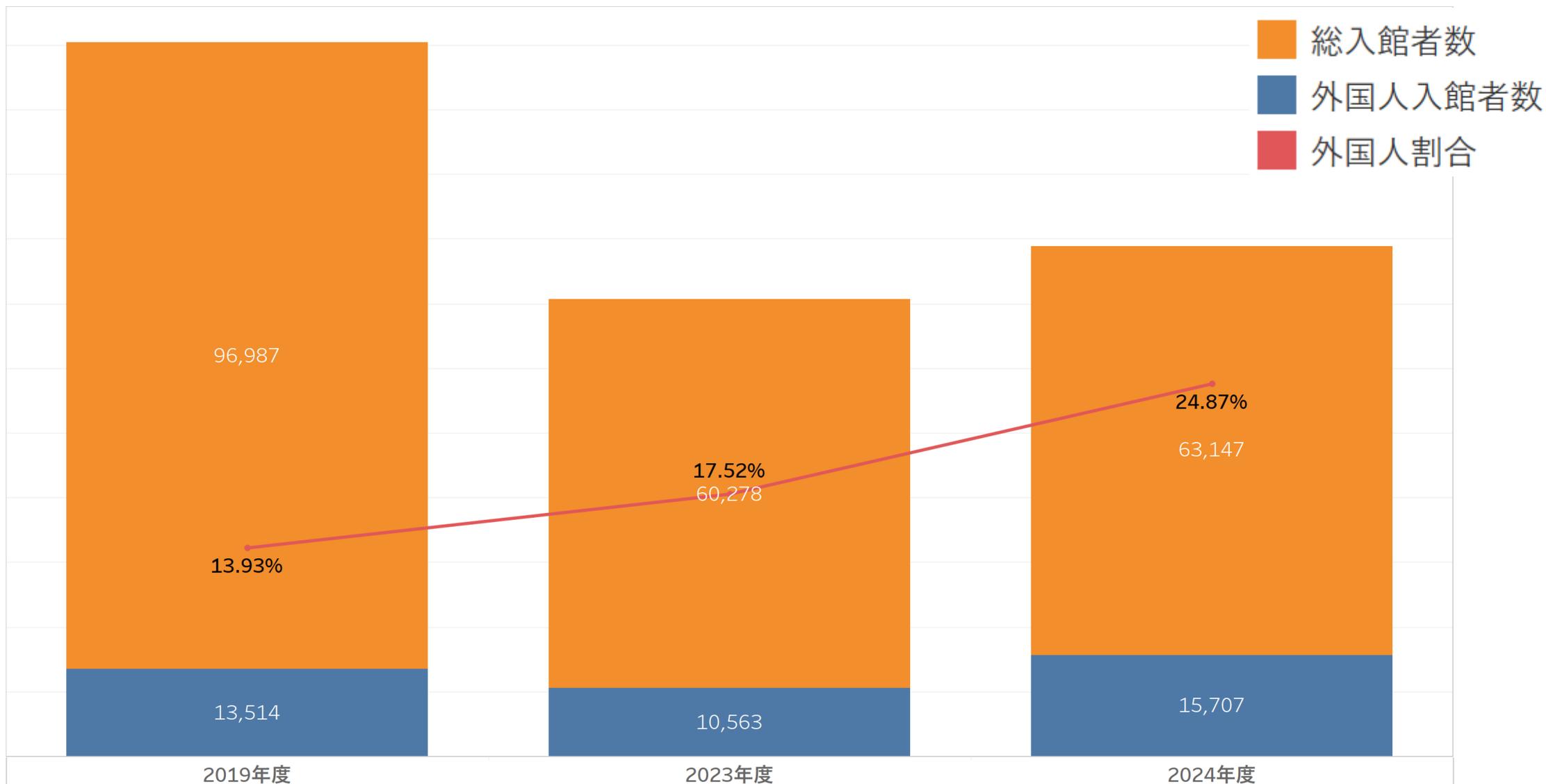
インバウンド宿泊客割合(4月-9月期比較) ▶2023年度以降、インバウンドの宿泊率は約3%で推移



伊賀流忍者博物館には  
インバウンドはどれくらい来ているのか？

# ◆ 伊賀市の観光動向データ(忍者博物館のインバウンド入館者)

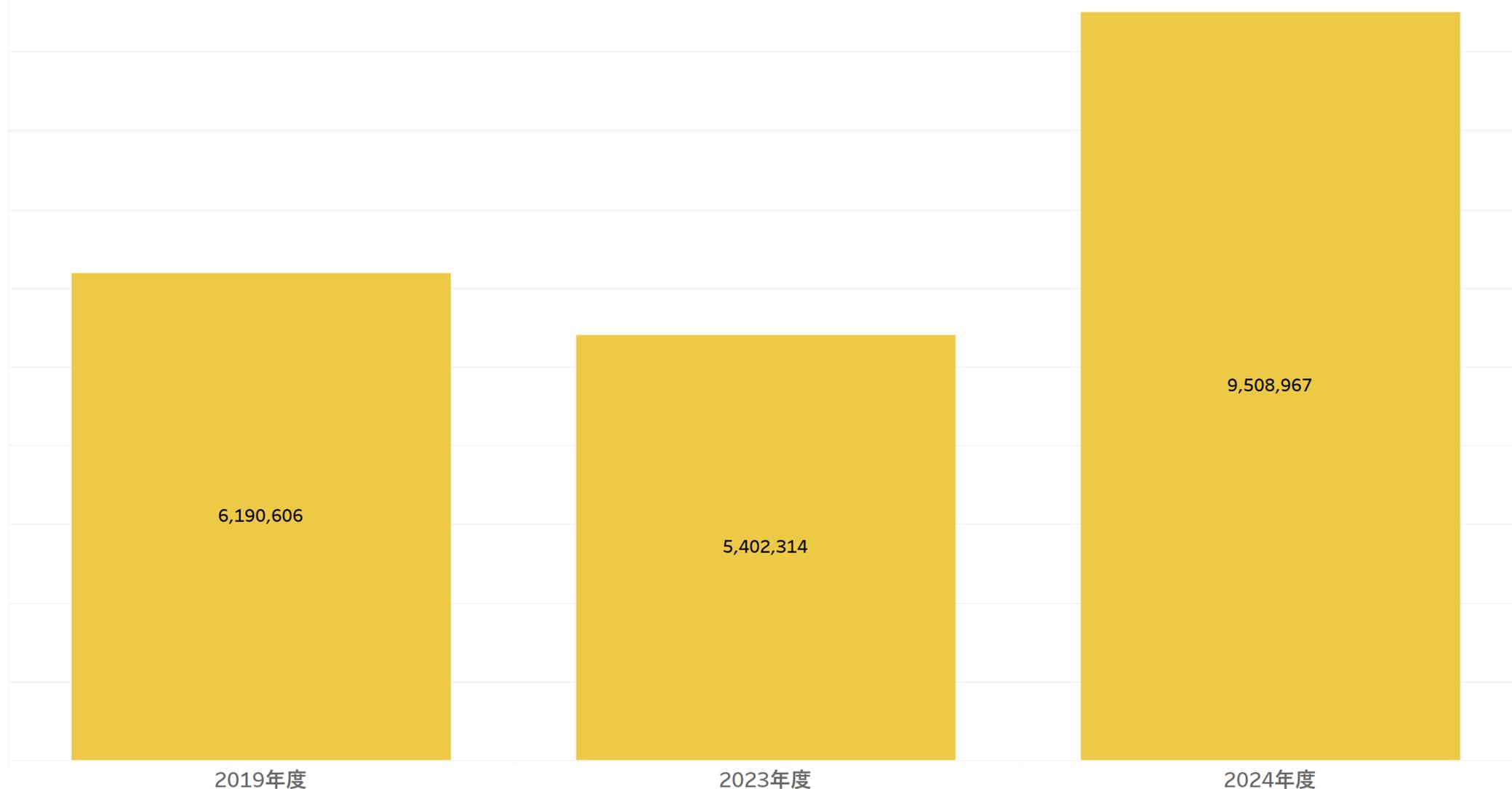
伊賀流忍者博物館インバウンド入館者数割合 (4月-9月期比較) ▶ 総入館者数は2019年同期比65%の戻り、インバウンドは116%



# ◆ 伊賀市の観光動向データ(NINJA坊 売上データ)

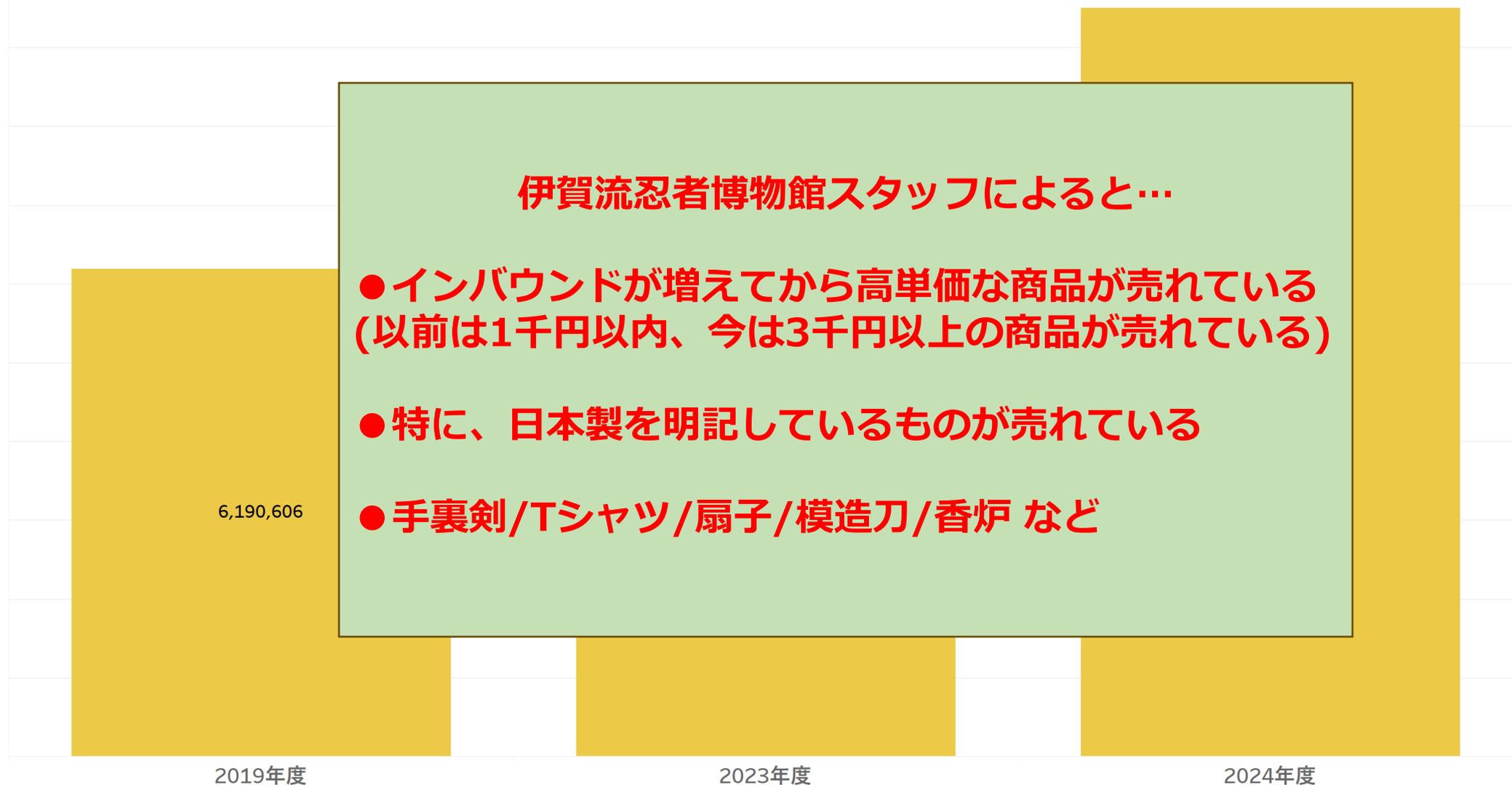
NINJA坊※売上推移 (4月-9月期比較) ▶インバウンド増加の影響で売上増加か(2019年同期比153%、2023年同期比176%)

※伊賀流忍者博物館併設のお土産販売処



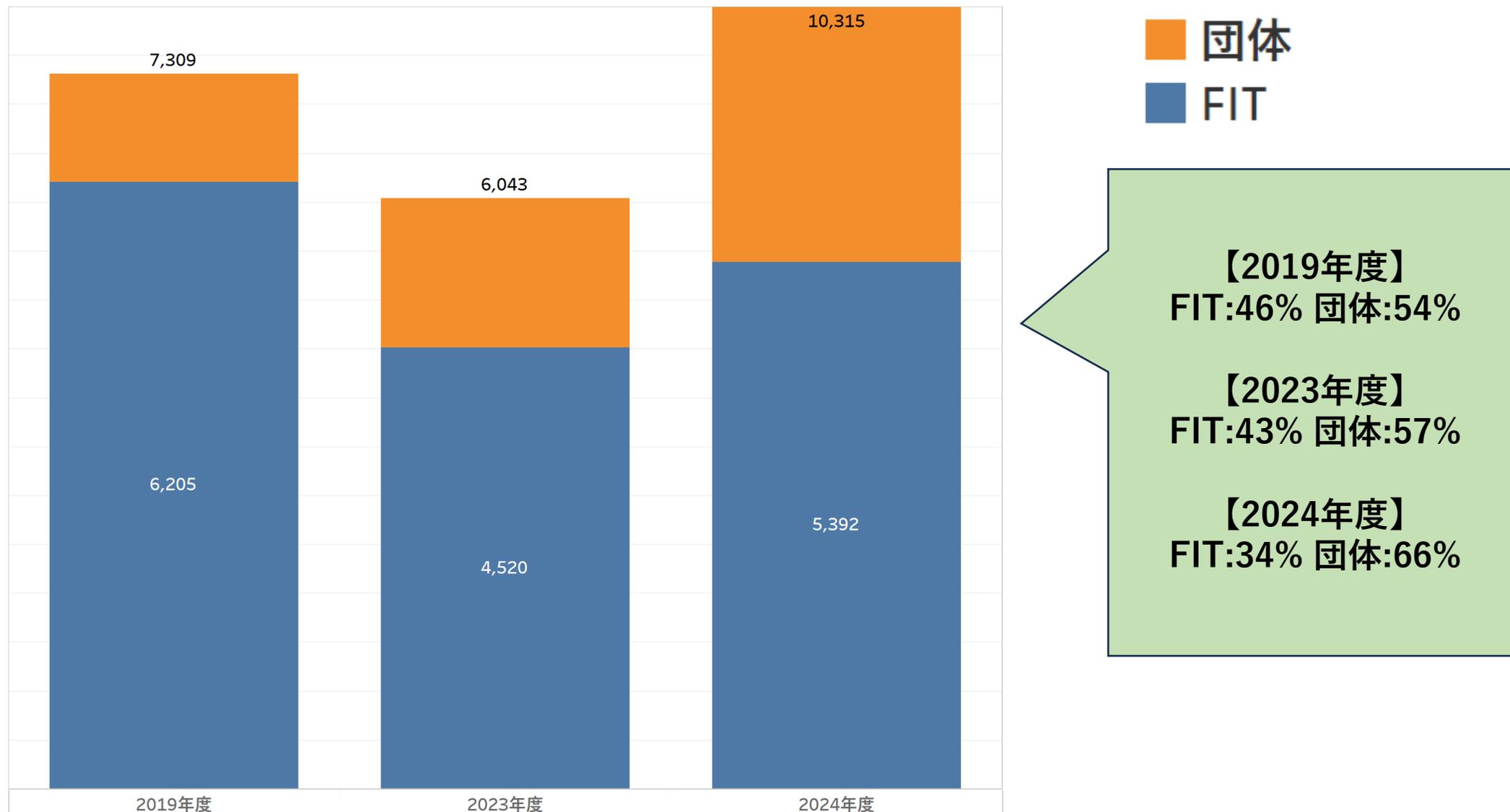
NINJA坊※売上推移 (4月-9月期比較) ▶インバウンド増加の影響で売上増加か(2019年同期比153%、2023年同期比176%)

※伊賀流忍者博物館併設のお土産販売処



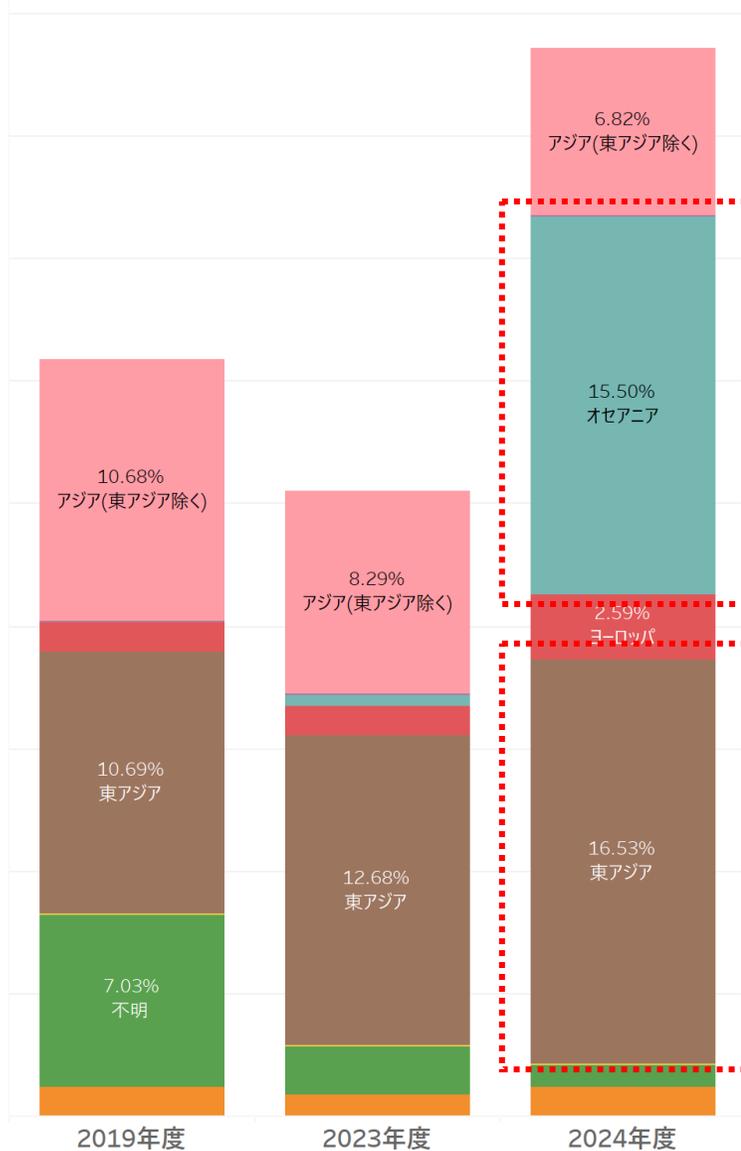
伊賀流忍者博物館に来る  
インバウンドは**どんな人**？

伊賀流忍者博物館インバウンド入館者数団体・FIT比較 (4月-9月期比較) ▶ 団体については2019年同期比141%

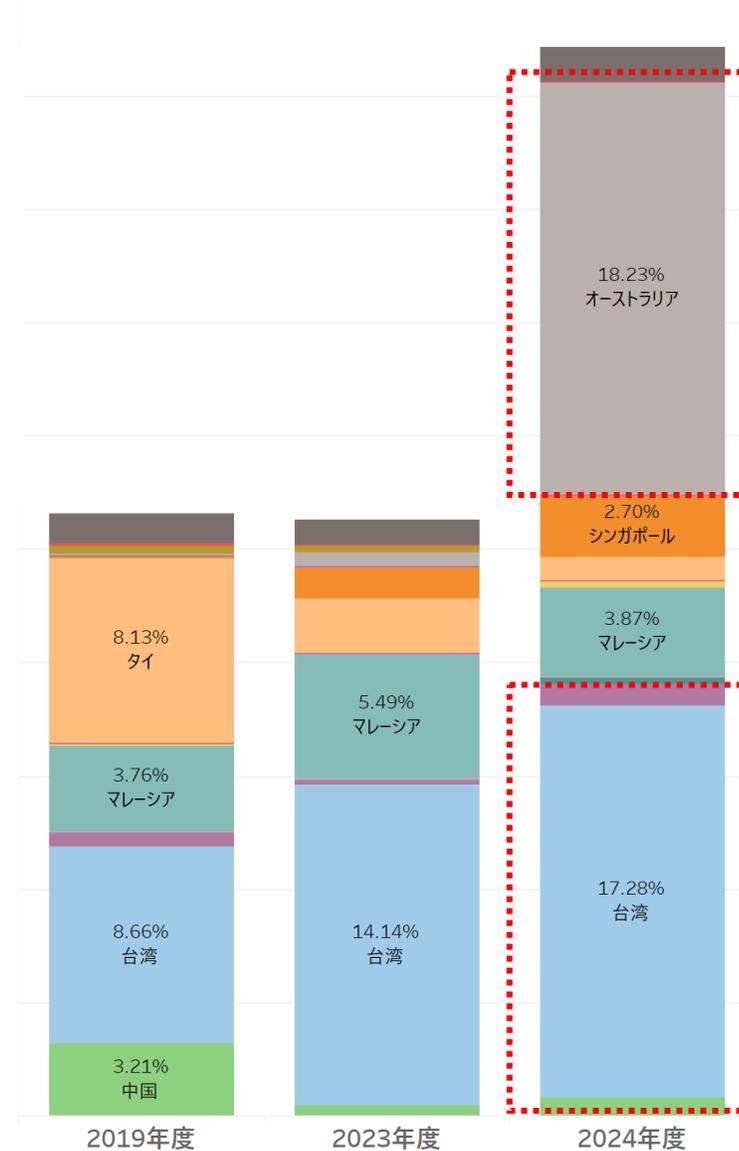


# ◆ 伊賀市の観光動向データ(伊賀流忍者博物館のインバウンド入館者)

## 団体の地域・国構成 (4月-9月期比較) ▶ 団体についてはオーストラリア、台湾の割合が増加



- アジア(東アジア除く)
- アフリカ
- オセアニア
- ヨーロッパ
- 東アジア
- 南アメリカ
- 不明
- 北アメリカ

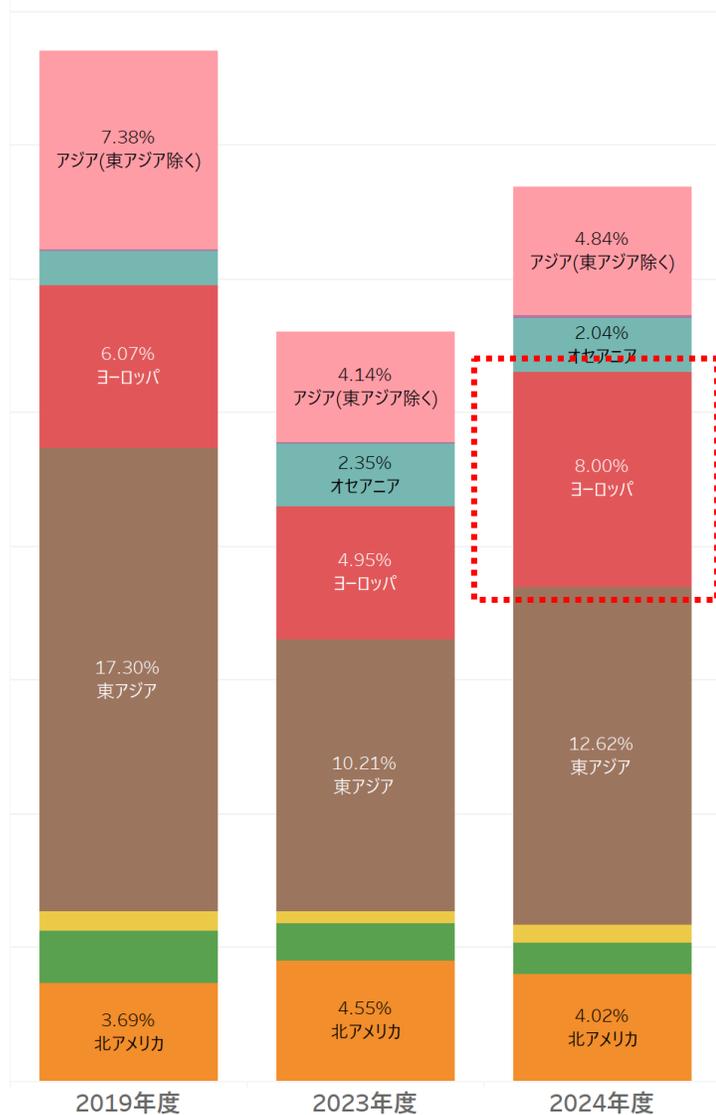


- アメリカ
- インド
- インドネシア
- オーストラリア
- カナダ
- シンガポール
- タイ
- ニュージーランド
- フィリピン
- ベトナム
- マレーシア
- メキシコ
- モンゴル
- 韓国
- 香港
- 台湾
- 中国

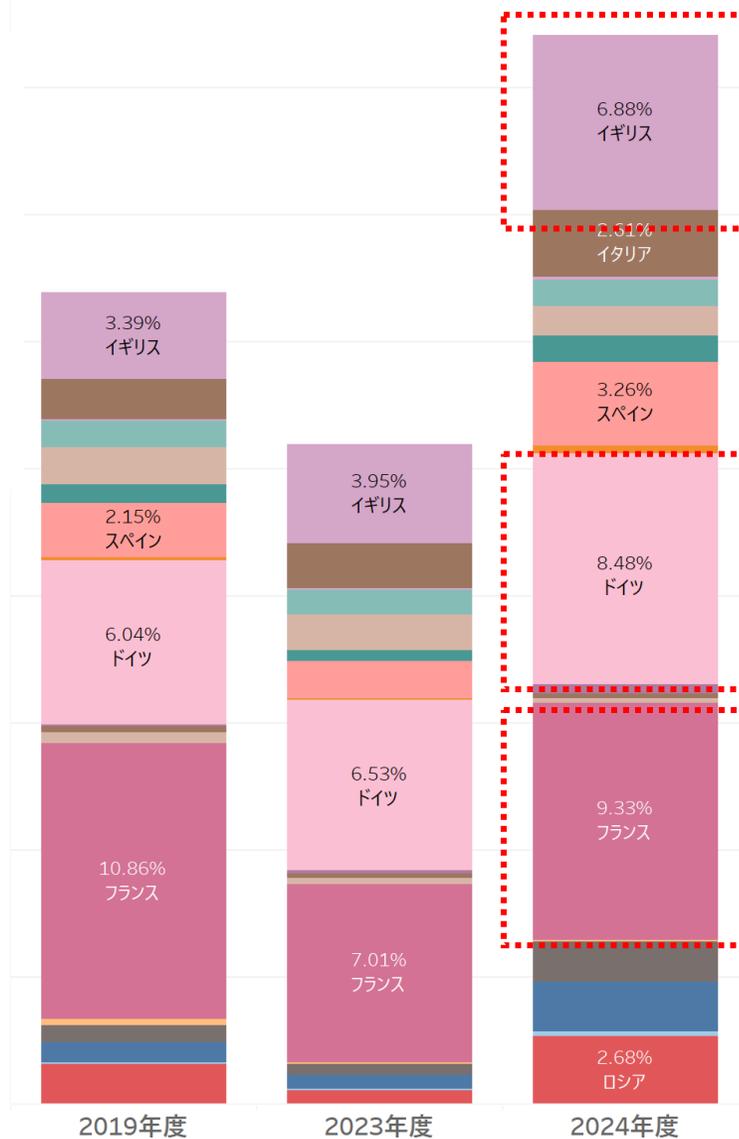
※母数が少ないため  
南アメリカ、ヨーロッパ、  
アフリカ、不明は除外

# ◆ 伊賀市の観光動向データ(伊賀流忍者博物館のインバウンド入館者)

FITの地域・国構成 (4月-9月期比較) ▶FITについてはヨーロッパの割合が増加 イギリス、ドイツ、フランスが多い



- アジア(東アジア除く)
- アフリカ
- オセアニア
- ヨーロッパ
- 東アジア
- 南アメリカ
- 不明
- 北アメリカ



※ヨーロッパのみ

データから推測する

## 【インバウンド誘客の取組み方向性】

- ① 伊賀流忍者博物館を軸にした発信と誘客強化
- ② 受入環境整備と周遊促進による滞在時間の延長  
⇒消費単価増
- ③ 主要都市（大阪・京都・奈良・名古屋）からの  
プラスワントリップ