

観光振興計画

多気町

令和6年4月

目次

I. 観光振興計画策定の背景と目的

1 観光に取り組む理由

- (1) 人口減少社会の到来 4
- (2) 国、三重県の観光に対する取り組み 4
- (3) 観光がもたらす経済効果 5

2 多気町の背景

- (1) 多気町の人口減少の見通し 6
- (2) 人口減少と町内総生産額との関係 7
- (3) 今後の町の基幹産業 7
- (4) 資源の保全 8

3 計画策定の目的 9

4 計画の位置づけ 9

II. 多気町の観光の現状と課題

1 入込客数と経済効果 10

2 多気町観光客の現状 11

Ⅲ. 多気町の観光の目指すべき姿

<u>1 理念</u>	．．．．． 16
<u>2 計画期間</u>	．．．．． 16
<u>3 数値目標</u>	．．．．． 17

Ⅳ. 目標実現のための基本方針と取り組み方策

(1) 魅力ある観光地づくり	．．．．． 17
(2) 農業や他産業と連携した観光振興	．．．．． 20
(3) 観光地としての基盤整備	．．．．． 21
(4) 地域が一体となった「おもてなし」の観光地づくり	．．．．． 23
(5) 連携による観光振興、交流人口増の取り組みの推進	．．．．． 24

Ⅴ. 推進体制と役割分担

推進体制図	．．．．． 25
役割分担	．．．．． 26

I. 観光振興計画策定の背景と目的

1 観光に取り組む理由

(1) 人口減少社会の到来

わが国では、人口減少と少子高齢化が急速に進んでいます。国立社会保障・人口問題研究所の将来推計人口によると、平成 27 年時点で約 1 億 2,700 万人の人口は、50 年後の令和 47 年には約 8,800 万人となり、このうち生産年齢人口（15～64 歳）は約 4 割の約 3,200 万人が減少するとされています。

こうした人口減少、特に生産年齢人口の減少は、社会保障、地域社会の維持や労働力の確保に大きな影響を与えるなど、地域経済を脅かす要因となります。

そのため今後は、地域活力の維持、向上を図るために、雇用の確保や地域を担う人材の確保など、本町の定住人口を増やす取り組みだけでなく、町外から本町に訪れてもらい、関係人口を拡大していくなど、地域活性化の取り組みが重要になります。

(2) 国、三重県の観光に対する取り組み

国は今後の人口減少社会が見込まれる中で、観光の振興が地域経済の活性化、雇用機会の増大など、国民経済のあらゆる領域にわたってその発展に寄与するものであり、同時に国民生活の安定向上に貢献するものであるとして、平成 19

年 1 月に観光立国推進基本法を施行し、観光が成長戦略の柱、地方創生の切り札であるという認識のもと、観光産業をわが国の基幹産業へと成長させていくことを目指しています。

三重県においても「みえの観光振興に関する条例」に基づき、三重県観光振興基本計画を策定し、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り組みが行われています。

(3) 観光がもたらす経済効果

国が観光をわが国の基幹産業へと成長させていくこととしている背景として、観光産業が発展することによってもたらされる経済効果が大きいということが挙げられます。

観光客は、ご当地グルメを食べたり、お土産を購入したり、宿泊したり、移動したり、アクティビティを体験するなど、多様な消費活動を行います(直接効果)。このような消費活動に伴い、飲食業や小売業などは原材料の発注を行うため、農業や水産業、製造業などにも観光客の消費活動の効果は波及します(間接効果)。このように観光客の消費によって、直接効果と間接効果を合わせた経済波及効果は拡大します。

この経済波及効果は、町内事業者の仕事量に相当し、所得の増加、新たな雇用

や賑わいの創出、移住定住促進や町民の郷土愛の醸成にもつながるなど、地域産業の活力と町民生活の向上が期待できます。観光は、地域全体に幅広い経済効果をもたらす裾野の広い総合産業といえます。

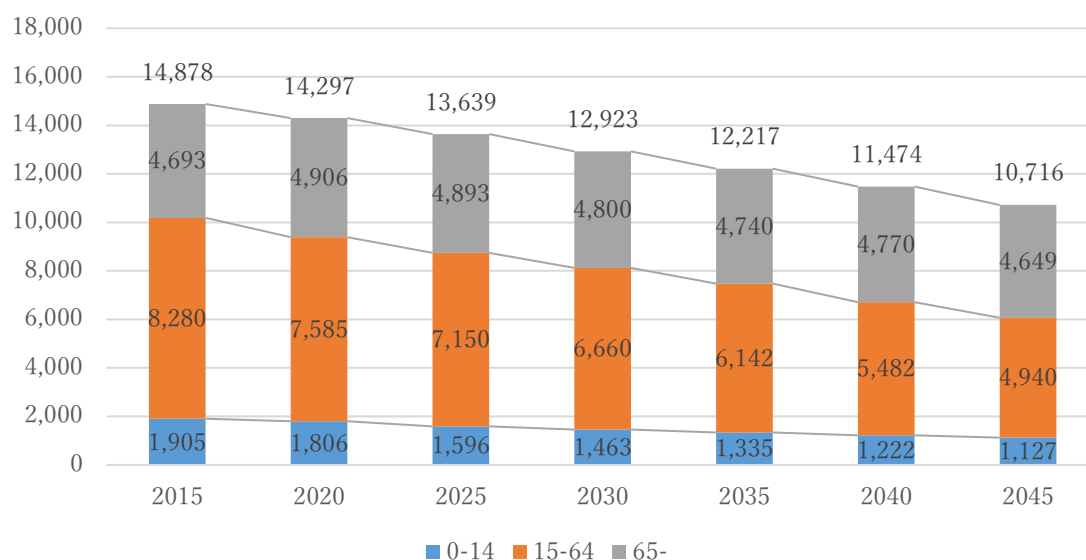
2 多気町の背景

(1) 多気町の人口減少の見通し

多気町の人口は、国と同様に少子高齢化が進み、人口減少が加速しています。

2015 年時点で 14,878 人の人口は、30 年後の 2045 年には 10,716 人となり、生産年齢人口は約 4 割減少し、4,940 人になると推計されています。

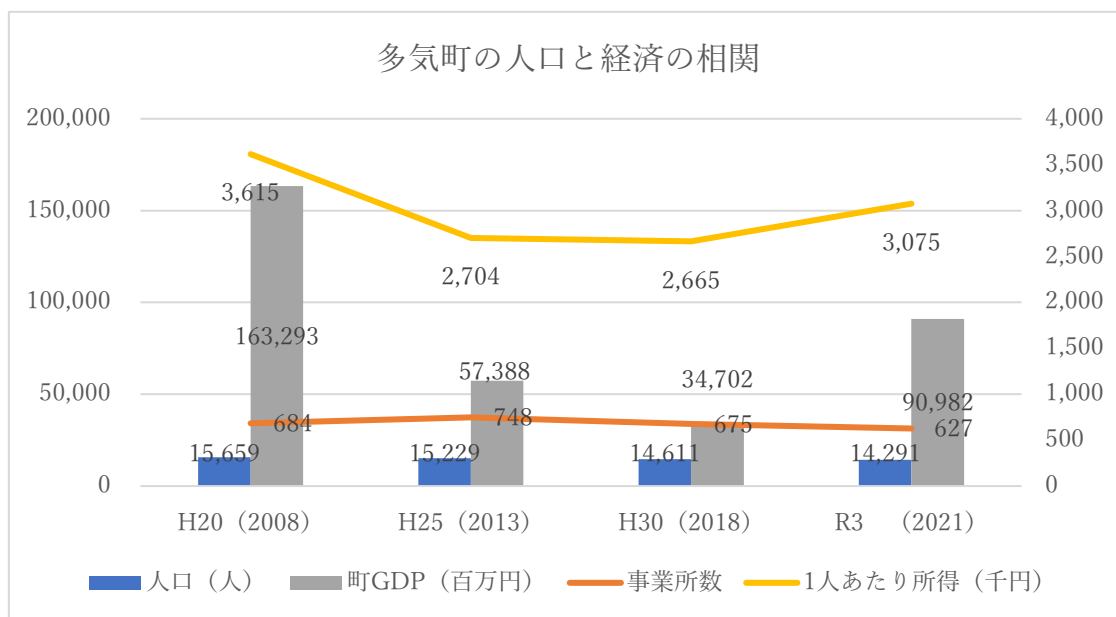
生産年齢人口将来推計



(国立社会保障・人口問題研究所の将来推計人口より)

(2) 人口減少と町内総生産額との関係

人口、とりわけ生産年齢人口が減少することは、町内総生産も減少します。そうなれば今よりも地域経済が衰退することが予測されます。



(統計でみる三重のすがたより抜粋)

地域経済の衰退は、休廃業する事業者が増加し、労働者がさらに町外に流出するなどの悪循環を生み、地域経済はさらに縮小してしまいます。

このような中、令和3年に大型商業施設 VISON が開業し、町 GDP と一人当たり所得が向上していることは、人口が減少しても観光に注力することで、地域経済を活性化できることを示していると考えられます。

(3) 今後の町の基幹産業

地域経済の縮小を克服するためには、まちの柱となる新たな産業が必要とな

ります。人口減少や高齢化という厳しい状況の中でも取り組める産業こそ「観光」であり、「観光」という総合産業を新たな基幹産業へ成長させることにより地域産業の活力と町民生活の質を維持、向上させていく必要があります。

(4) 資源の保全

本町には自然、歴史文化、風土、産業など、彩り豊かな資源（下表参照）がたくさんあります。しかしながら、それらの多くは経年の劣化による損傷や記憶が薄れ色褪せるものも少なくありません。本町が誇るこれらの資源を次世代に継いでいくため、資源の活用こそ保全であるという考え方に立ち、これら資源を積極的に活用することで、貴重な資源の数々を後世に受け継いでいきます。

（主な観光資源）

自然・気候風土	烏岳、女鬼峠、宮川、櫛田川、五桂池、栃ヶ池、メダカ池、丹洞夜話などの逸話
歴史・文化・史跡	篠山城址、水銀鉱跡、伊勢本街道、熊野古道、和歌山別街道、丹生暦、立梅用水、丹生大師、近長谷寺 など
まつり	あじさいまつり、おいないまつり、長龍、盆踊りなどその他地域で大切にされている祭事 など
食	松阪牛、伊勢いも、前川次郎柿、伊勢茶、しいたけ、みかんなどの農産物、地域で食べられてきた料理、加工されてきた食べ物 など
施設	ごかつら池ふるさと村、高校生レストランまごの店、勢山荘、元丈の館、天啓公園、桜つつみ公園、油田公園、ゆとりの丘 など
人物	伊勢平氏、殊法、野呂元丈、岡山友清、西村広休、西村彦左衛門、三井丹丘、向井紫鳳 など

3 計画策定の目的

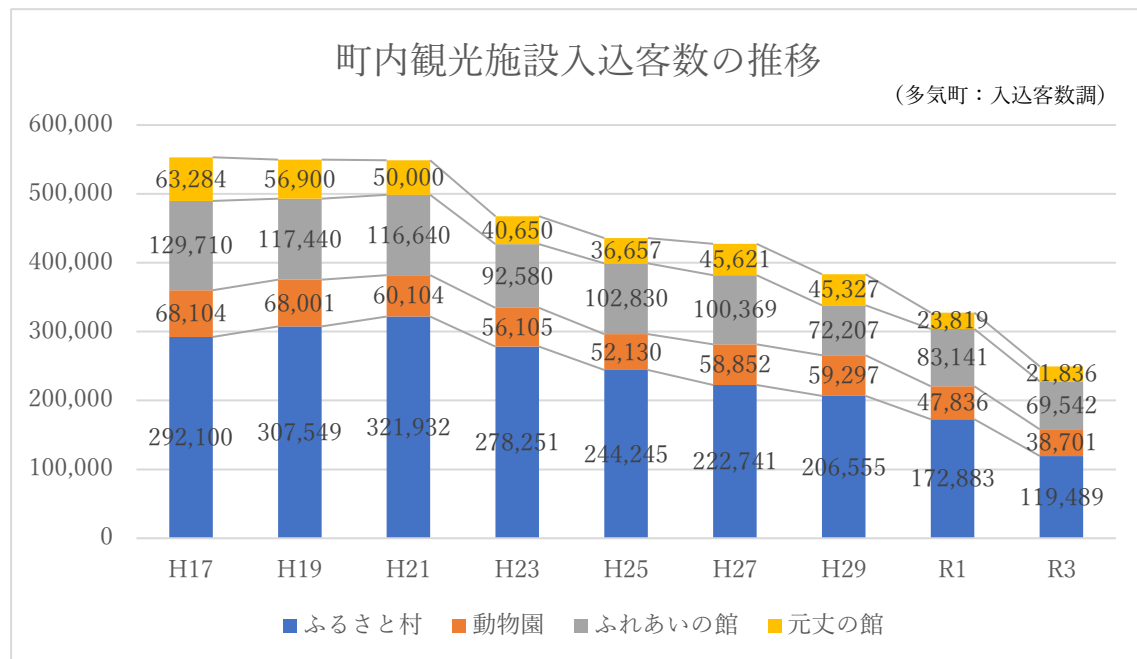
観光という総合産業を新たな基幹産業へ成長させるためには「観光はまちにとって大切な産業である」という意識を高めていくことが重要です。この計画は、観光を基幹産業に成長させるための今後の方向性を明確にし、町民、事業者、行政など、観光に関わる全ての人々が共通認識のもと、地域づくりとまちづくりを一体としてとらえ、新たな観光産業の指針と今後の取り組みを示し、観光産業の担い手である関係者すべてが協働する推進体制を整理し策定するものです。

4 計画の位置づけ

本計画は、観光振興施策を総合的に展開していくための計画として策定するものです。内容としては指針の性格を持ちますが、多気町“ええまち”づくりプラン（基本構想）、まち・ひと・しごと第2期多気町総合戦略、第2次多気町都市計画マスタープランをはじめ、国や三重県、松阪圏域の関連計画との整合性を図りながら、本町の観光振興に関する内容を着実に実施していくための基本コンセプトや施策の方向性を示した個別計画として位置づけます。

Ⅱ．多気町の観光の現状と課題

1 入込客数と経済効果



多気町の入込客数は年々減少しており、平成17年と比較してもどの施設もほぼ半減しています。観光入込客数の減少により、観光消費額も減少していることが推測されます。

令和元年の入込客数は327,679人であり下記の条件※とした場合、経済波及効果は7億6千万円と推計されます。(総務省 経済波及効果計算シートより)

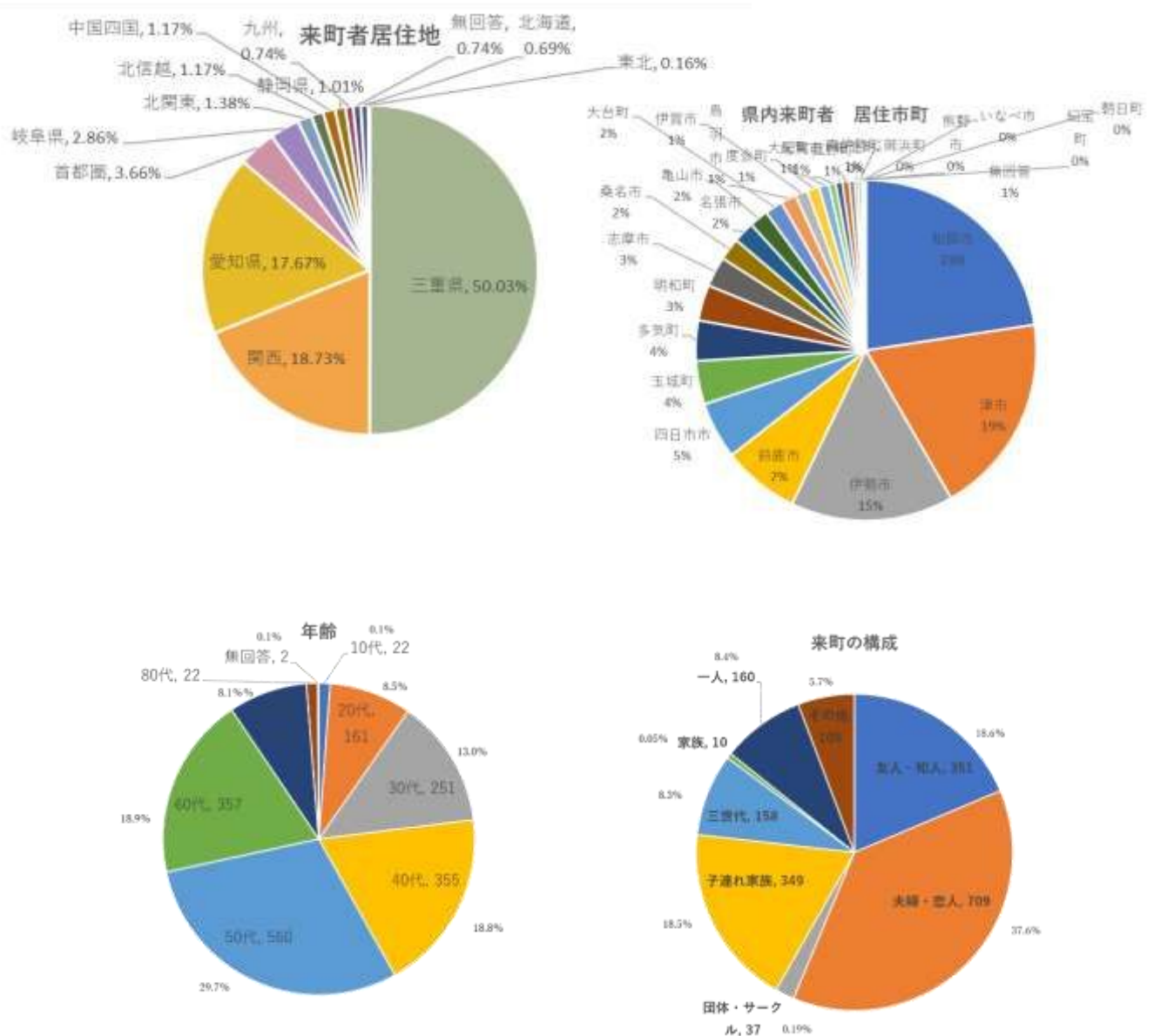
※令和元年の観光入込客数327,679人のうち、6割が1,000円の飲食、0.5割が5,000円の宿泊、5割が1,000円の買い物、0.5割が1,000円の交通移動を行ったものとした

※VISONの入込客数については非公表のため反映していません。

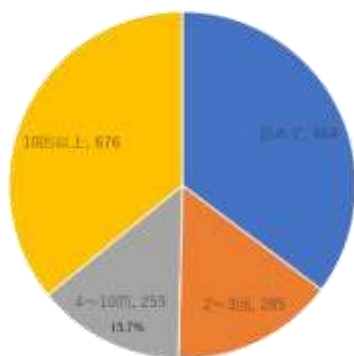
2 多気町観光客の現状

本町の観光の現状を把握するため、令和4年10月末～11月末の間、町内の事業者の協力を得て、アンケート調査を実施し、1,885件の回答がありました。

アンケート結果の概要は以下のとおりでした。



来町回数



宿泊の有無



【多気町で使った金額】

	宿泊費	交通費	飲食代	お土産代	入園料	その他	一人当たり消費額
宿泊しない (日帰り) 1,286人	0	1,513	4,316	2,593	145	174	8,741
宿泊する 605人	15,533	6,033	8,405	7,277	207	659	38,114

「日帰り」で平均 8,741 円/日・人、「宿泊」で平均 38,114 円/日・人となっており、「宿泊」は日帰りの 4 倍強となっていた。

【本町の観光の印象】

「満足（また来たい）」「まあよかった」が 84%、「どちらでもない」が 12%、「よくない（不満）また来たいと思わない」が 2%であった。

【「よくない（不満）また来たいと思わない」と回答された理由】

- ・地域の品物が少ない、ここにしかないもの（サービス含む）がない
- ・わかりづらい、案内が不十分（観光情報があまりにも少ない）

- ・（歴史的な）見どころが少ない、子ども向けの内容がない などの声があった。

【多気町の印象】

- ・ ヴィソン以外知らない
- ・ また来たいと思えるような仕掛けがほしい
- ・ どんなところなのか情報がなくてわからない
- ・ どの年齢層にもわかりやすい情報がほしい
- ・ 電子マネーやクレジットカードが使える場所を増やしてほしい などの声があった

アンケート結果から、まちの観光の現状と課題を以下のとおり整理します。

- ・ 来町者の半数は県内在住、3分の1は愛知県在住、3分の1は関西在住となっており、まさにターゲットとして狙うべきエリアからは来町されている。
- ・ 来町者の年齢層は50代以上が6割、30、40代が3割、10、20代が1割となっており、このことは観光消費額の点から悪いわけではないが、10～40代の来町の割合を増やしていくことで活気をもたらししていきたい。
- ・ リピート率も比較的高く、このまま来町していただく目的をつくり続けていきたい。
- ・ 来町の手段は9割が自家用車となっており、自家用車は確かに利便性が高い

が、2次交通の充実など、ビジネスチャンスを創出していきたい。

- ・来町者の3割しか宿泊されていないので、宿泊者を増やすことで、観光消費額の底上げを目指していきたい。

- ・来町者の半数が町の「観光情報が少ない」「わかりにくい」と回答されており、情報の発信は喫緊の課題と考える。

- ・「町ならではのお土産がない」という意見も多くあり、観光消費額にも直結することから、商品開発にも注力していきたい。また「子ども向けのコンテンツがない」という意見もあり、子育て世代はターゲットとするべき層であることから、子ども向けコンテンツを造成していきたい。

Ⅲ. 多気町の観光の目指すべき姿



【多気町観光の未来図】

観光産業に携わる様々な人々が協力し合い、多気町でしか味わうことのでき
ない日常や体験を提供しています。

観光客は「多気町のあれがまた食べたい」「多気町のあれをまた体験したい」
「多気町のあの人にまた会いたい」「多気町のあの場所にまた行きたい」と感じ、
何度も訪れてくれるようになっていきます。

観光客と町民の間には交流が生まれ、町民は町のことを誇りに感じています。

たくさんの観光客が訪れる多気町は、経済的に潤い、多くの若者が地域資源を大切に守りながら、新しいサービスや商品などの開発にチャレンジし、事業と雇

用が生まれ、多くの町民が幸せを感じています。観光が町の基幹産業になることで安定的な財源が確保され、町民福祉の向上が図られています。

1 理念

豊かな自然と歴史文化を守り、地域の資源を次世代に引き継ぐため、ガストロノミーを推進し、人にも環境にも優しい持続可能な観光地を目指します。

◎重点テーマ：「ガストロノミー」「街道」「学び」

※ガストロノミーとは、食と食文化、その背景を守り継承していく取り組みと定義しています。「食」は本町の町名にも由来するもので、本町の食と食文化は、本町を語るうえで切り離すことのできない、とても大切なものであり、これらを守り、活かし、次世代に繋いでいくことが、いまを生きる私たちの使命と捉え、ガストロノミーを推進していきます。

2 計画期間

本計画の計画期間は、令和6年（2024）度から令和10年（2028）度までの5年間とします。なお策定後は、進捗状況の把握に努めるとともに、観光を取り巻く社会情勢の変化などにも柔軟に対応しながら、必要に応じて計画内容の見直しを行うこととします。

3 数値目標

	令和元年 (2019)	令和 6 年 (2024)	令和 7 年 (2025)	令和 8 年 (2026)	令和 9 年 (2027)	令和 10 年 (2028)
入 込 客 数 (人)	327,679	330,000	350,000	360,000	380,000	400,000
観 光 消 費 額 (円) /人	—	18,000	18,000	19,000	19,000	20,000
経 済 波 及 効果	765,000 千円	859,000 千円	912,000 千円	1,040,000 千円	1,098,000 千円	1,218,000 千円
トピックス		動物園リニューアルオープン・熊野古道世界遺産登録 20 周年・西村彦左衛門生誕 250 年	大阪万博・現まごの店 20 周年	多気町合併 20 年・殊法没後 350 年		

IV. 目標実現のための基本方針と取り組み方策

(1) 魅力ある観光地づくり

①観光資源の高付加価値化（行政・民間）

本町には先人から受け継いだ次世代に引き継ぐべき貴重な資源（※P 8 表参照）がたくさんあり、それらを魅力ある観光資源として大切に守り、育んでいくためにも、観光消費が生まれるように観光資源を磨き上げ、付加価値を高めていきます。

②「学び」の観光の推進（行政・民間）

本町には、通水 200 年を迎える立梅用水とそれを取り巻く地域の活動、農村料理と

農村に伝わる手仕事の伝承の取り組み、高校生レストランの取り組みなど、来訪者の学びを深めるのに最適な歴史文化や事業、取り組みが多くあり、これまでも世界中からたくさんの方々が訪れていました。これらの資源を大切にしながら、来訪者のみならず地域住民の気づきや学び、誇りを醸成していきます。

③集客拠点の整備（行政・観光推進団体）

多様な人々が憩い集うための場として、既存施設のあり方を検討し、オリジナルブランド商品の開発や、情報の収集、サービスの紹介、販売などを行う、着地型観光のニーズに対応する拠点を整備することで、滞在時間の延伸に取り組めます。

④情報発信の強化（行政・観光推進団体）

情報通信技術の高度化や SNS が普及し、旅行者の情報の入手方法や予約方法も大きく変化しており、これらの進化により、現地の情報を充実させることが必要になっていることから、ホームページや SNS による観光情報の発信を充実するとともに、集客力のある VISON 等で町内の観光情報を容易に入手できるようにします。

そのために、民間事業者、観光推進団体、町それぞれが連携してそれぞれの役割を分担しながら、すでにある情報インフラを最大限活用しながら、情報発信のできる体制を構築していきます。

⑤ニーズの把握（行政・民間）

価値観の多様化や旅行形態の変化に伴い、旅行者の観光ニーズもより少人数で目的性の高いものへと変化しており、デジタル等新しい技術も導入し、多様化した観光ニーズの把握に努め、地域特有の観光コンテンツの創造や観光メニューを提供するため、各関係機関等とも連携し、新たな観光資源の発掘に取り組みます。

⑥ニューツーリズムの推進（行政・民間）

ニューツーリズムとは、従来の物見遊山的な観光旅行に対して、テーマ性が強く、体験型・交流型の要素を取り入れた新しい形態の旅行を指すもので、旅行商品化の際に地域の特性を活かしやすいことから、地域活性化につながるものと期待できます。新たな旅行分野の開拓のため、地域密着型のニューツーリズム旅行の創出に取り組みます。とりわけ、ニューツーリズムの中でも、多気町の特色を生かすため、食・農にまつわる地域資源を整理し、例えば、地域の方と交流する中で、食材の生産現場を訪問し、その背景や調理方法などについて互いに学びを深め、興味関心を高め、当地への愛着を醸成するガストロノミーツーリズムを推進します。

⑦デジタル技術を活用した観光の推進（行政・観光推進団体）

デジタル化の加速や、消費傾向等の社会変化を観光産業の変革の好機と捉え、デジタル技術の活用や DX 導入を促進します。デジタル田園都市国家構想事業等の実施によ

り、データの収集共有等観光事業者の効果的なデジタルマーケティングを推進し、効率的な二次交通サービスの実現や、デジタルファンクラブ、デジタルオンラインサロンの展開等、デジタル技術を活用することでより効率的な観光施策の導入を検討していきます。また新しいデジタル観光商品やサービスの開発なども支援していきます。

同時にデジタル技術を活用できる人材が必要であることから、観光推進団体等と連携しながら、デジタル人材の育成を図ります。

⑧誘客事業・イベントの開催（行政・観光推進団体）

本町の魅力を多くの人に知ってもらい、また来町してもらいきっかけとして、誘客事業やイベントの開催は有効な手段と考えます。本町ファンの増加、リピーターの拡大を目指した取り組みの拡大・充実を進めます。

⑨インバウンド需要の取り込み（行政・民間）

国内におけるインバウンド需要は高まりをみせており、国内に暮らす外国の方を対象にした取り組みと、外国人旅行者へのアプローチが必要となっていることから、多言語対応や決済サービスなどのハード整備、また外国の方の視点で本町の魅力をブラッシュアップするなどのソフト整備に段階的に取り組み、既存の交流等も活かしながら、誘客促進につなげます。

(2) 農業や他産業と連携した観光振興

①地産地消、地産外消と地域ブランドの向上（行政・民間）

食は農業、商工、観光をつなぐことができ、地域の大きな魅力になりうることから、地域の食材や産品等、地域資源を活用して新たな商品の開発や見直しを行い、生産者、加工業者、販売業者と関係団体が協働して、多気町らしい商品づくりに取り組み、地産地消だけでなく、町外においても多気町の商品が消費される地産外消を推進します。

②健康増進の取り組み（行政・民間）

超高齢化社会の到来、また世界的に関心が高まりつつある「健康」と「観光」をセットに取り組むことで、地域の豊かな資源を活用し、心身の健康増進や精神的幸福を目的とし、より健康に、より美しく、より豊かな人生を送るために、明日への活力を養う観光づくりに取り組みます。とりわけ、観光推進団体と連携し、本町観光の重点テーマである街道を使ったウォーキング等のアクティビティを推進していきます。

③産業観光の推進（行政・観光推進団体）

当地域のモノづくり、伝統的な工芸など特色ある産業に係る工場、職人、製品、原料などについて、その保全、また積極的な活用を行うことで、醸造や製茶等、当該産業を守り、後継者の育成、技術や資源を後世に伝承することを目的に、産業観光に取り

組みます。

(3) 観光地としての基盤整備

①二次交通も含めた公共交通の充実、交通インフラの整備（行政・観光推進団体）

公共交通事業者と協働して、自然環境への負荷軽減や公共交通機関の利用促進等について PR 活動を展開します。また観光事業者が主体となって取り組む次世代移動サービスへの支援を行うことで、二次交通の確保を行い、旅行者の利便性向上を図ります。

②案内サインの充実（行政・観光推進団体）

デザイン等の統一を図り、誰が、いつ、どこから見ても、わかりやすい案内となるよう努めます。

③快適なインターネット環境の整備（行政・観光推進団体）

観光客が滞在中にスマートフォンやタブレットを使って、円滑に情報収集や発信ができるように、無料 Wi-Fi 環境の整備を進めます。また動画や映像を取り入れることにより、よりわかりやすい魅力的な観光情報の発信に努めるとともに、情報発信に長けた人材の育成にも取り組みます。

④観光を推進するための中核組織の設置検討（行政・観光推進団体）

観光振興に関する専門的な人材を配置し、町の観光実態におけるマーケティング調

査・分析を行い、戦略の立案、また、中長期的視点に立った実践に向けたマネジメントを担う組織として、多気町観光DMO（仮称）の設立に向け、関係機関と協議を行います。

⑤災害から観光客を守る取り組みの推進（行政・民間）

緊急時にとるべき行動や役割等について関係者で認識の共有に努め、特に集客の多い施設等を中心に、民間事業者と連携して観光客の安全を守る取り組みを推進します。

（4）地域が一体となった「おもてなし」の観光地づくり

①郷土愛とおもてなしの気持ちの醸成（観光推進団体・民間）

観光事業者のみならず、子どもからお年寄りまで、町民一人ひとりが自ら地域の魅力に気づき、自信や誇り、愛着を持つことが地域づくりの観点からも大変重要であり、加えて、来訪者へのおもてなしの気持ちにつながることから、地域住民が地域を学ぶ機会を創出し、人材育成、郷土愛の醸成に努めます。

②研修会、講習会の開催（行政・観光推進団体）

おもてなしの気持ちの醸成のため、研修会の開催に努めます。また多様化する観光ニーズに臨機応変に対応できる人材育成や、歴史文化等必要な知識習得のためのガイド講習会の開催に努めます。

③豊かで美しい景観の保全（行政・民間）

景観はそこに暮らす人々にとってかけがえのない日常であり、かつ重要なおもてなしのひとつと言える。美しい景観を保全するため、定期的に関係者と協議を行い、必要な支援を行います。

（5）連携による観光振興、交流人口増の取り組みの推進

①近隣市町、圏域全体、三重県との連携（行政・観光推進団体）

地域特性や公共交通網、観光資源の活用や情報発信、人材育成等、町単独で取り組むより、広域で取り組むことにより、互いに補完し合い、相乗効果によってより満足度の高いサービスの提供が期待できることから、有機的な連携を図ります。

※定住自立圏構想（松阪市・明和町・大台町）、熊野古道関係、美村エリア（明和町・大台町・度会町・紀北町）など

②全国、世界の自治体との連携（行政・観光推進団体）

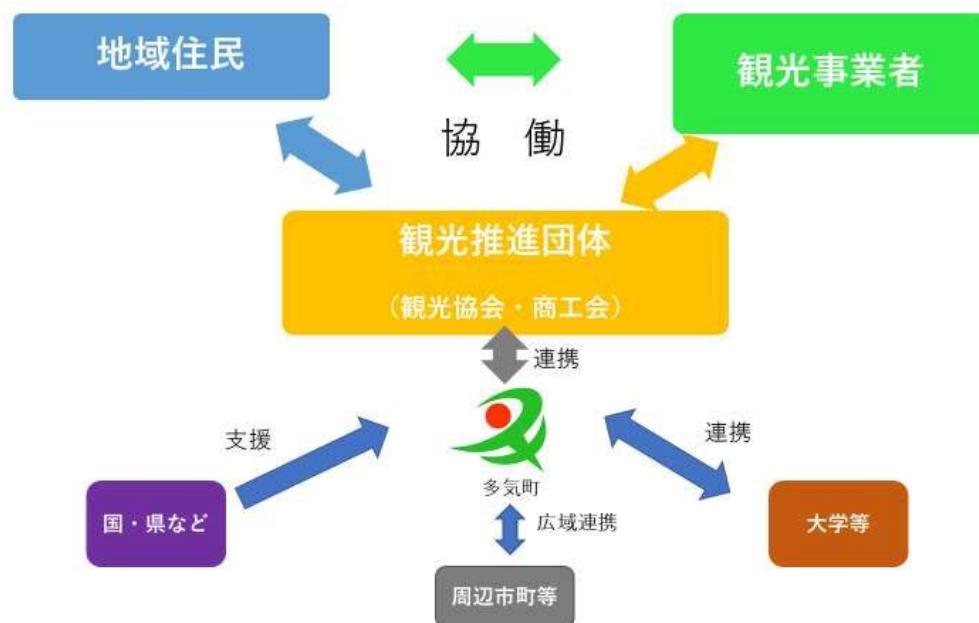
全国で同じような課題、条件、資源等を抱える自治体と繋がりを深め、優れた取り組みは積極的に取り入れるなど、他の事例から学びを深めます。また世界のこれまでに関係のある地域や、協定を締結している自治体などとも関係を深化させ、新たな視点で新たなニーズの発掘を図り、積極的な相互の交流を図ります。

③企業、教育機関との連携による関係交流人口の創出（行政・観光推進団体）

本町と多様な関わりを持ち、本町への想いを持っていただける人を増やし、リピーターや長期滞在者となってもらうことで、地域との交流を通じ、地域に新しい風を吹かせ、場合によっては、地域の担い手や、労働力不足・後継者不足解決の一助になる可能性もあることから、関係交流人口の創出に積極的に取り組みます。

V. 推進体制と役割分担

【推進体制図】



【役割分担】

◆地域住民

- ・地域住民は地域をよく知り、町内の観光資源や魅力を支えています。住民自らが楽しみながら、来訪者との地域交流を積極的に促進します。
- ・地域ぐるみでの歴史文化、観光資源保全の取り組みは、観光客に感動を与えるとともに、賛同者や協力者の輪が広がり、持続的かつ発展的なものとなります。
- ・住民一人ひとりが来訪者を温かく迎えらるよう、おもてなしの気持ちを醸成します。

◆観光事業者

- ・観光事業者は観光推進の主体的役割を担います。
- ・観光事業者間で連携を図り、それぞれの強みを活かし、イベントや商品開発を通じ、地域の観光を盛り上げるとともに地域の「稼ぐ力」の確立を推進します。
- ・事業活動を通じた様々な発信は、事業者の魅力とともに、町の魅力を伝える強力な PR になります。
- ・事業を通じ、来訪者へ「おもてなし」を行い、町の観光の満足度を高めていきます。

◆観光推進団体

- ・観光推進団体は、行政とともに観光まちづくりを進める主導的立場として、町に対し観光推進のための提言を行うとともに、地域の観光まちづくりの合意形成の場などに関わり、調整を図ります。
- ・観光振興に関する専門的な人材を育成、中長期的視点に立った観光戦略を計画、実践を担う組織としての多気町観光DMO（仮称）の設立を関係機関と連携を図りながら検討していきます。
- ・観光関連事業者との連携・協力体制の充実を図るとともに、他産業との連携・交流を推進します。
- ・多様化するニーズに柔軟に対応し、来訪者に対する「おもてなし」の心を育む人材の確保や育成を図ります。

◆行政

- ・地域住民、観光事業者、観光団体が積極的に観光まちづくりに参加しやすい環境づくりを行い、住民参加の観光まちづくり活動を支援し、住民の観光に対する理解の促進を図ります。
- ・地域一体となった情報発信やプロモーションを主体的に担うとともに、観光関連団体

と協働し、観光人材の育成の資する取り組みを推進します。

- ・観光に関する情報を収集し、新たな施策の検討、観光まちづくりに活かします。
- ・企業、学校等の他機関や、他産業との連携を主体的に推進します。
- ・観光資源の付加価値化、観光インフラの整備、保全を行います。
- ・国や県、その他行政機関等と連携することで、民間ではできない公的立場からのサポートを行います。

SDGs (Sustainable Development Goals) は、2015 年の国連サミットで採択された「持続可能な開発のための 2030 アジェンダ」に記載された 2016 年から 2030 年までの国際目標です。持続可能な世界を実現するための 17 の目標と 169 のターゲットから構成され、「地球上の誰一人として取り残さない」社会の実現を目指し、開発途上国のみならず先進国を含む国際社会全体の目標として、経済・社会・環境の諸問題を統合的に解決することを目指しています。

本町においても、この SDGs の理念を踏まえながら各取組を推進し、町民の皆様が安心して暮らせるような、持続可能なまちづくりと地域活性化を実現していくとともに、国際社会の一員として、本計画においても SDGs の達成に貢献していくこととしています。

