

観光地域づくり法人形成・確立計画

記入日：令和 8 年 1 月 9 日

1. 観光地域づくり法人の組織

申請区分 ※該当するものを○ で囲むこと	広域連携DMO・地域連携DMO・ <u>地域DMO</u>	
観光地域づくり法人の名称	一般社団法人 伊賀上野観光協会	
マネジメント・マーケティング対象とする区域	三重県伊賀市	
所在地	三重県伊賀市上野丸之内 122-4	
設立時期	昭和 33 年 9 月 上野市観光協会設立 平成 13 年 7 月 社団法人伊賀上野観光協会に移行 平成 24 年 4 月 一般社団法人伊賀上野観光協会に移行 (公益目的支出計画が平 27 年度で実施完了)	
事業年度	4 月 1 日から翌年 3 月 31 日までの 1 年間	
職員数	53 人【常勤 21 人(正職員 10 人、臨時職員 8 人、嘱託・准職員 3 人)、非常勤 32 人】(令和 7 年 12 月 31 日現在)	
代表者(トップ人材：法人の取組について対外的に最終的に責任を負う者) ※必ず記入すること	(氏名) 宮寄慶一 (出身組織名) 養肝漬宮崎屋	社団法人伊賀上野観光協会への移行時から理事、平成 17 年からは副会長を務め、兼務として広報委員長となり、伊賀の情報発信のツールとしての伊賀上野観光情報紙「いがぐり」の制作をリーダーとなって進め、令和 4 年度から会長に就任。市の総合計画策定委員なども歴任。
データ分析に基づいたマーケティングに関する責任者(CMO：チーフ・マーケティング・オフィサー) ※必ず記入すること	(氏名) 安田聡志「専従」 (出身組織名) 伊賀上野観光協会 事務局次長	上野市観光協会時代より従事し勤続 23 年。現在事務局次長として、様々な観光振興事業やプロモーションインバウンド誘致事業を通じて、本地域への誘客を図り、観光振興に取り組んでいる。また、令和 7 年 7 月に開業した観光案内物販直営施設「伊賀百貨 Souvenir Shop」の売場責任者としても従事。
財務責任者(CFO：チーフ・フィナンシャル・オフィサー) ※必ず記入すること	(氏名) 中浦順一郎「専従」 (出身組織名) 伊賀上野観光協会 事務局長	上野市観光協会時代より従事し勤続 28 年。現在は事務局次長として、主に人事、経理などのバックオフィスマネジメントを行うとともに、市、事業者および地域と連携した取組などの窓口として従事。

インバウンドプロモーションの責任者（専門人材）	（氏名） 伊藤真弓「専従」 （出身組織名） 伊賀上野観光協会	オーストラリアへの語学留学の後、地域おこし協力隊として 2023(令和5)年から伊賀上野観光協会にて雇用。ケンブリッジ FCE、CAE コース終了。留学経験を活かし、訪日旅行者目線でのセールスプロモーションに取り組む。
伊賀流忍者博物館（自主運営事業）責任者	（氏名） 岡本恭輔「専従」 （出身組織名） 伊賀上野観光協会	伊賀上野観光協会に従事し勤続 17 年。自社所有の観光施設である「伊賀流忍者博物館」の副館長として、当該施設のマネジメントを行う。
連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	伊賀市 観光振興課（観光振興計画の策定及び進捗管理、市有観光施設維持管理） 商工労働課（商工事業者支援、地域ブランド「I G AMONO」促進） 農林振興課（農林事業者支援、農泊推進） 中心市街地推進課（中心市街地活性化） 空き家対策室（歴史的資源を活用した古民家等再生活用事業（城下町ホテル）） 地域創生課（関係人口創出） 公共交通課（地域公共交通） 教育委員会文化財課（文化財保存活用） 都市計画課（都市公園（史跡上野公園）管理）	
連携する事業者名及び役割	<ul style="list-style-type: none"> ● （株）伊賀市にぎわいパートナーズ <ul style="list-style-type: none"> ➢ 市が進める城下町一体のエリアマネジメント PFI 事業の SPC（特別目的会社） ● （株）NOTE 伊賀上野 <ul style="list-style-type: none"> ➢ 歴史的資源を活用した古民家等再生活用事業（城下町ホテル事業）の SPC（特別目的会社） ● 上野商工会議所 <ul style="list-style-type: none"> ➢ 観光事業者との連携調整、データ収集協力 ● 伊賀市商工会 <ul style="list-style-type: none"> ➢ 観光事業者との連携調整、データ収集協力 ● （公財）伊賀文化産業協会 <ul style="list-style-type: none"> ➢ 主要観光施設である伊賀上野城の所有・運営 ● （公財）伊賀市文化都市協会 <ul style="list-style-type: none"> ➢ 文化体験コンテンツ造成、公共施設運営指定管理 ● （株）伊賀鉄道 <ul style="list-style-type: none"> ➢ 着地型旅行商品、鉄道 M A A S 提供 ● （株）浮プロダクション「伊賀忍者阿修羅」 <ul style="list-style-type: none"> ➢ 忍者プロモーション、特別体験商品造成 ● （一社）日本忍者協議会 <ul style="list-style-type: none"> ➢ 忍者コンテンツ造成、忍者地域連携 ● 伊賀市物産協会 <ul style="list-style-type: none"> ➢ 地場産品販売 ● 伊賀ブランド振興会 <ul style="list-style-type: none"> ➢ 地場産品販売 ● （株）三重旅行サービス <ul style="list-style-type: none"> ➢ 地域内旅行業、ツアー造成 ● （株）コスモス観光 <ul style="list-style-type: none"> ➢ 地域内旅行業、ツアー造成 	

<p>官民・産業間・地域間との持続可能な連携を図るための合意形成の仕組み</p>	<p>【該当する登録要件】①② (概要) ①：一般社団法人としての仕組み（社員数 150 人）（令和 7 年 12 月時点） (1)定時社員総会（年 1 回） (2)理事会（年 3～4 回） (3)正副会長会議(年 3～4 回) を開催し、直接会員に対しての情報共有や事業内容を調整する。</p> <p>②：伊賀上野DMO機構としての仕組み (1)伊賀市、上野商工会議所、伊賀市商工会、文化都市協会を含む 5 者による市全体の観光まちづくりの方向性の検討やDMOによる事業進捗の確認を行う会議体（伊賀上野観光地域づくり会議：通称「伊賀上野DMO会議」）を設置。トップ会議（年 2 回）、管理者レベル会議（年 2～3 回）、担当者会議（月 1 回）の 3 層による定例会議を開催。 (2)観光資源の関係者、宿泊事業者、交通事業者などを対象とした、DMOによる事業報告および勉強会（イガコレ Meeting）を定例開催（年 2 回）</p>				
<p>地域住民に対する観光地域づくりに関する意識啓発・参画促進の取組</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・毎年 3 月に観光まちづくりに関する意識啓発と参画促進を目的とした、住民参加型のイベント「イガコレ観光 EXPO」を開催 ・地域のボランティアガイド組織と連携し、市民参加型の市内観光資源の知識修得のための講座開催を支援 ・「歴史的な資源を活用した観光まちづくり」を推進啓発のため、コンセプトブックの作成・配布、シンポジウム、勉強会などを実施 				
<p>法人のこれまでの活動実績</p>	<p>【活動の概要】</p> <table border="1" data-bbox="432 1070 1409 1977"> <thead> <tr> <th data-bbox="432 1070 619 1111">事業</th> <th data-bbox="619 1070 1409 1111">実施概要</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="432 1111 619 1977"> <p>情報発信・プロモーション</p> </td> <td data-bbox="619 1111 1409 1977"> <ul style="list-style-type: none"> ● 2013（平成 25）年度～ <ul style="list-style-type: none"> ○ 首都圏情報発信事業 毎年 11 月に東京上野恩賜公園において、伊賀市の単独イベント「伊賀上野 NINJA フェスタ in 上野恩賜公園」を開催。毎年約 20 万人が来場。 ● 2022(令和 4)年度～ <ul style="list-style-type: none"> ○ 観光情報サイトの再構築事業 市、観光協会など団体ごとに複数ある観光情報サイトを一つに集約し、観光客にとって必要な情報の一元化。最新のイベント情報の更新や多言語に対応したサイトに再構築 ● 2023(R5)年度～ <ul style="list-style-type: none"> ○ ツーリズム EXPO 出展 手裏剣体験・地域事業者協賛のガラポン抽選、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実施。 ● 2023（R5）～2025（R7）年度 <ul style="list-style-type: none"> ○ 大坂・忍び文化観光 PJ 「くノ一現る！」 大阪関西万博を見据えた大坂城城下町（船場・心齋橋）と忍者ゆかりの地（伊賀市・名張市・甲賀市）による連携事業で、大阪からの誘客および周遊促進を図るプロモーションイベントを実施。 </td> </tr> </tbody> </table>	事業	実施概要	<p>情報発信・プロモーション</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 2013（平成 25）年度～ <ul style="list-style-type: none"> ○ 首都圏情報発信事業 毎年 11 月に東京上野恩賜公園において、伊賀市の単独イベント「伊賀上野 NINJA フェスタ in 上野恩賜公園」を開催。毎年約 20 万人が来場。 ● 2022(令和 4)年度～ <ul style="list-style-type: none"> ○ 観光情報サイトの再構築事業 市、観光協会など団体ごとに複数ある観光情報サイトを一つに集約し、観光客にとって必要な情報の一元化。最新のイベント情報の更新や多言語に対応したサイトに再構築 ● 2023(R5)年度～ <ul style="list-style-type: none"> ○ ツーリズム EXPO 出展 手裏剣体験・地域事業者協賛のガラポン抽選、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実施。 ● 2023（R5）～2025（R7）年度 <ul style="list-style-type: none"> ○ 大坂・忍び文化観光 PJ 「くノ一現る！」 大阪関西万博を見据えた大坂城城下町（船場・心齋橋）と忍者ゆかりの地（伊賀市・名張市・甲賀市）による連携事業で、大阪からの誘客および周遊促進を図るプロモーションイベントを実施。
事業	実施概要				
<p>情報発信・プロモーション</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 2013（平成 25）年度～ <ul style="list-style-type: none"> ○ 首都圏情報発信事業 毎年 11 月に東京上野恩賜公園において、伊賀市の単独イベント「伊賀上野 NINJA フェスタ in 上野恩賜公園」を開催。毎年約 20 万人が来場。 ● 2022(令和 4)年度～ <ul style="list-style-type: none"> ○ 観光情報サイトの再構築事業 市、観光協会など団体ごとに複数ある観光情報サイトを一つに集約し、観光客にとって必要な情報の一元化。最新のイベント情報の更新や多言語に対応したサイトに再構築 ● 2023(R5)年度～ <ul style="list-style-type: none"> ○ ツーリズム EXPO 出展 手裏剣体験・地域事業者協賛のガラポン抽選、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実施。 ● 2023（R5）～2025（R7）年度 <ul style="list-style-type: none"> ○ 大坂・忍び文化観光 PJ 「くノ一現る！」 大阪関西万博を見据えた大坂城城下町（船場・心齋橋）と忍者ゆかりの地（伊賀市・名張市・甲賀市）による連携事業で、大阪からの誘客および周遊促進を図るプロモーションイベントを実施。 				

		<ul style="list-style-type: none"> ● 2025(R7)年度 <ul style="list-style-type: none"> ○ 台湾旅行博 (ITF) 出展 中部～関西のルート開発を目的に、鈴鹿サーキット (ホンダモビリティランド) と共同で出展。ショーステージでの忍術実演は満席。
	受入環境の整備	<ul style="list-style-type: none"> ● 毎年度 <ul style="list-style-type: none"> ○ 伊賀上野 NINJA フェスタ 市内事業者と連携し、ゴールデンウィークにおける観光客の受入促進を目的とした城下町一体でのイベントを実施。 ● 2023(令和 5)年度 <ul style="list-style-type: none"> ○ Google ビジネスプロフィール導入支援事業 Google マップの利用者が増える中、地域商店・飲食店への支援施策として、商工団体職員向けに Google ビジネスプロフィールの登録支援研修を実施。 ● 2024(令和 6)年度～ <ul style="list-style-type: none"> ○ 観光案内 MAP 作成事業 城下町および市全域の飲食店のインセンティブやまち歩きモデルルートに掲載した MAP (城下町エリア、全域版、英語版) を作成。店舗や観光施設など約 250 ヶ所にて配布。掲載店舗やインセンティブは事業者からの提案を受けDMO が毎年度選定を行う。 ● 2025 (令和 7) 年度～ <ul style="list-style-type: none"> ○ 観光インフォメーションセンター移転 (新規オープン) 伊賀上野中心市街地にある市指定文化財「旧上野市庁舎」の PFI 方式による複合施設 (SAKAKURA BASE) へのリニューアルオープンに伴い、同施設内に地域の物産販売および観光案内を行う直営施設「伊賀百貨」を開業。
	観光資源の磨き上げ	<ul style="list-style-type: none"> ● 2022(令和 4)年度～ <ul style="list-style-type: none"> ○ 心・技・体 伊賀忍者道場 城下町の周遊促進を目的として、伊賀忍者道場を開始。市内 5 カ所の道場で修行を行いスコアによって伊賀忍者の認定を受けるプログラムを開発・提供。 ● 2023 (令和 5) 年度 <ul style="list-style-type: none"> ○ 観光庁「歴史的資源を活用したまちづくり推進事業(モデル創出事業)」 伊賀上野キャスルスステイ実証のほか、史跡上野城跡および城下町における歴史的資源を活用した公民連携による観光まちづくり事業を実施。 ● 2024 (令和 6) 年度

- 文化庁「日本遺産モデル事業」
甲賀市と連携し、インバウンド体験コンテンツ造成（仮称）NINJA TRUTH TOUR 実証のほか、お土産商品開発やローカルガイド（忍者インタープリター）の発掘・育成・組織化に向けた事業モデルを構築。
- 2024（令和6）年度
 - 観光庁「特別な体験の提供等によるインバウンド消費の拡大・質向上推進事業」
「伊賀忍者」を活かしたインバウンド向け高付加価値旅行商品の造成。
- 2025（令和7）年度
 - インバウンド向けオリジナル体験商品の造成・販売を開始（BtoBセールス）

【定量的な評価】

■地域主要観光施設入込実績（単位：人）

施設名／年	R3	R4	R5	R6
伊賀流忍者博物館（直営施設）	57,951	83,479	109,806	110,606
伊賀上野城	51,274	74,770	77,737	75,126
伊賀の里モクモク手づくりファーム	195,438	232,280	229,112	224,876
大山田温泉さるびの	138,221	169,777	178,367	177,503
島ヶ原温泉やぶっちゃん	113,282	136,140	139,327	139,327
余野公園	20,572	24,168	20,768	20,768
メナード青山リゾート	30,000	26,684	10,012	10,012

■外国人旅行者（伊賀流忍者博物館）入込実績（単位：人）

エリア／年	R3	R4	R5	R6
（総数）	344	6,324	20,515	27,554
アジア	115	4,298	13,771	14,491
ヨーロッパ	33	452	1,897	2,977
オセアニア	6	127	2,294	7,394
北アメリカ	89	477	1,518	1,544
南アメリカ	24	94	153	230
アフリカ	0	0	15	18
不明	77	876	867	900

■地域宿泊施設宿泊者数実績

項目／年	R3	R4	R5	R6
宿泊者数 (人泊)	171,111	232,232	209,193	259,192
宿泊者数 (人)	144,975	198,666	174,954	206,947
外国人宿泊者 数(人泊)	453	2,387	8,100	9,766
外国人宿泊者 数(人)	130	1,547	6,696	7,205

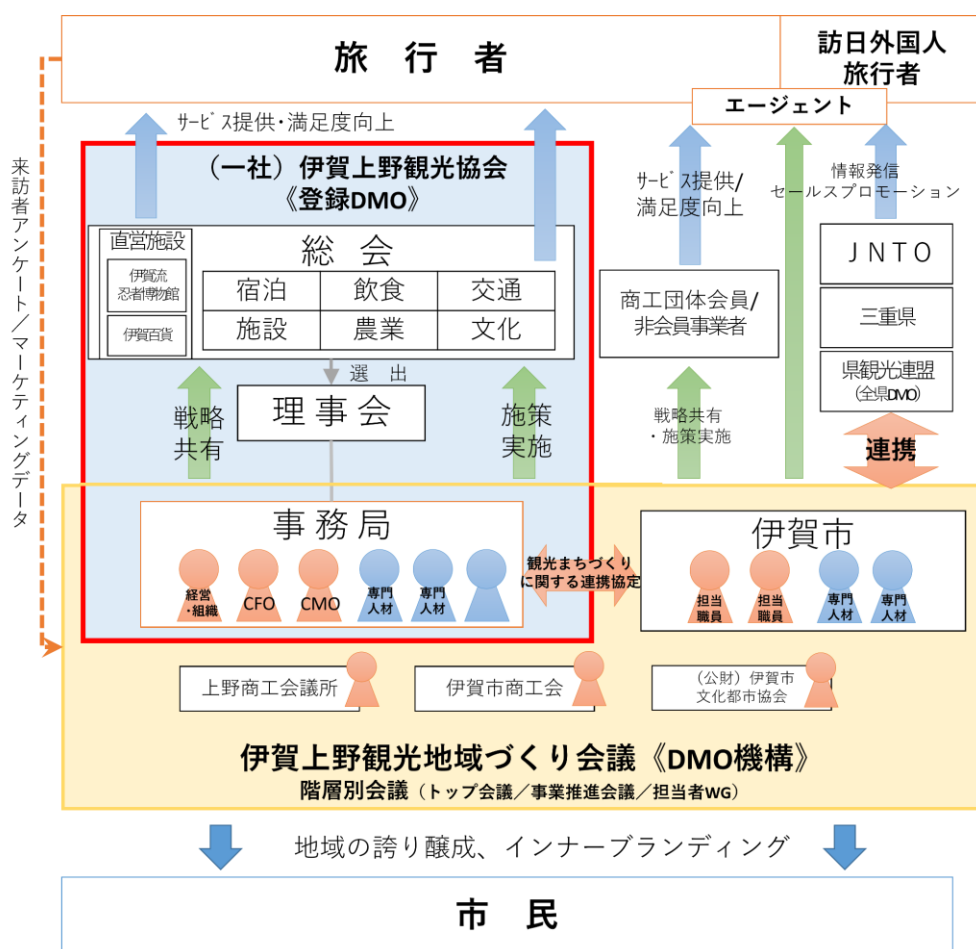
実施体制

※地域の関係者との連携体制及び地域における合意形成の仕組みが分かる図表等を必ず記入すること（別添可）。

【実施体制の概要】

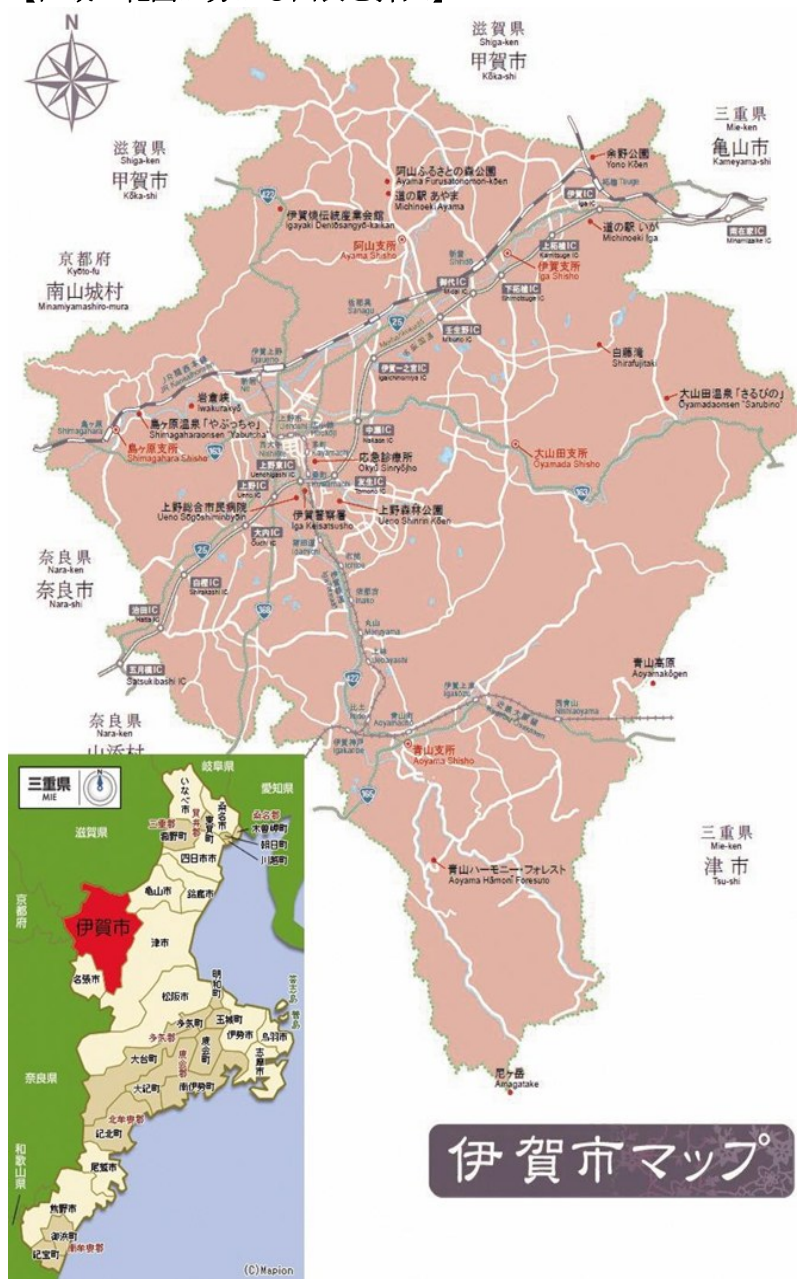
一般社団法人としての仕組み（社員数 150 人）に加え、（一社）伊賀上野観光協会と伊賀市が、観光まちづくりの推進に向けた連携協定を締結。市商工団体等を加え、市の観光まちづくりの推進機構として「伊賀上野観光地域づくり会議」を設置。地域の多様な関係者が参画する官民が密接に連携した運営を実施。

【実施体制図】



2. 観光地域づくり法人がマネジメント・マーケティングする区域

【区域の範囲が分かる図表を挿入】



- 伊賀市は三重県の北西部に位置し、北は滋賀県、西は京都府、奈良県と接している。
- 近畿圏、中部圏の2大都市圏の中間に位置し、それぞれ約1時間の距離にある。
- 地形は北東部を鈴鹿山系、南西部は大和高原、南東部を布引山系に囲まれた盆地を形成しており、低地・台地は少なく、丘陵地が多くなっている。このため、限られた平地や台地を農地や宅地として利用しているが、近年では丘陵地等を開発し、住宅団地なども形成されている。
- 水系は大阪湾に流れ込む淀川の源流域であり、近畿圏域の水源地となっている。当地域を取り巻く森林は地域の景観を形成するとともに、水源かん養、水質ろ過等の公益的機能を発揮している。このため、自然環境の保全に対して住民の関心が高く、多くの地域で自然との共生をめざした活動も展開されている。【人口：83,451人（2025年11月30日現在） 面積：558.23平方キロメートル】

【区域設定の考え方】

平成 16 年 11 月 1 日に上野市、島ヶ原村、阿山町、伊賀町、大山田村、青山町の 6 市町村が合併して「伊賀市」が誕生した。また、平成 27 年 4 月 1 日には各市町村の観光協会が統合して伊賀上野観光協会に一本化し、以降、伊賀市全域の観光まちづくりを担う中心的な法人として取組を推進している。

【観光客の実態等】

《国内旅行者》

- 「忍者」という強いコンテンツを他地域に先駆けて昭和 30 年代より観光資源として活用、市のランドマークである上野城がある「史跡上野公園内」に全国唯一の忍者の博物館である「伊賀流忍者博物館」を整備。プロのパフォーマンス集団「阿修羅」による忍者ショーは、国籍・年齢層を問わず好評で、特に 30～40 代の子ども連れ家族が「忍者体験」を求めて来訪することが多い。
- 休日及び祝日または大型連休と平日の観光客数の割合が 4 : 1 程度となっている典型的な週末型観光地となっている。また、来訪客の 8 割以上が県内・関西・中部地域の近隣地域から訪れているが、公共交通機関の利便性が不高いためその 9 割が自家用車・高速/ツアーバスを利用しており、来街者アンケートによる旅行目的は、日帰り客は忍者体験や歴史探訪、宿泊客は宿そのものや食事を旅行目的としている来訪者が多い。
- コロナ以後のキャンプブームによりキャンプ場に宿泊する旅行者の数も増大しているが、日帰り客の単価が他の地域より低いことに加え、自家用車やバスの来訪の多さが周遊による消費行動の停滞要因になっている可能性が高い。
- 地域内消費については日帰りで滞在時間が 3～5 時間程度であり、その中で公益団体が運営する観光施設が密集したエリアに滞在するため、地域事業者への経済的波及効果は少ない。

《外国人旅行者》

- 伊賀流忍者博物館を訪れる海外の来訪客は、コロナ前は団体旅行者と個人旅行者の割合が半々で、特にアジア圏からの旅行者が多くを占めていたが、ヨーロッパ・北アメリカからの FIT 旅行者も増加傾向にあった。マレーシアや台湾などのアジア圏を中心とする旅行者が中心となっているが、直近では、オーストラリアからの来訪（バックツアー）が急速に伸びている。

【観光資源：観光施設、商業施設、自然、文化、スポーツ、イベント等】**【主要観光施設】**

- 伊賀流忍者博物館
- 伊賀上野城
- 伊賀流忍者体験施設（万川集海）
- だんじり会館
- 伊賀の里モクモク手づくりファーム
- 島ヶ原温泉やぶっちゃん、大山田温泉さるびの
- メナード青山リゾート
- その他（芭蕉翁記念館、芭蕉翁生家、など）

【文化財】

- 上野天神祭のダンジリ行事（ユネスコ無形文化遺産）【誘客イベント】
- 勝手神社の神事踊（ユネスコ無形文化遺産）【誘客イベント】
- 崇広堂（国史跡）【文化イベント開催、ユニークベニュー】
- 赤井家住宅（国登録文化財）【文化イベント開催、ユニークベニュー】
- 俳聖殿（国指定文化財）【文化イベント開催】
- 旧小田小学校（県指定文化財）【ブランディング】
- 入交家住宅（県指定文化財）【文化イベント開催】
- 城之越遺跡（国指定名勝、史跡文化財）【文化イベント開催】

- 鍵屋ノ辻（県指定史跡）【ブランディング】など

【文化、特産品等】

- 伊賀流忍者発祥の地、俳聖松尾芭蕉生誕地 【ブランディング】
- 伊賀焼（国指定伝統的工芸品）【体験造成、商品開発】
- 伊賀くみひも（国指定伝統的工芸品）【体験造成、商品開発】
- 伊賀肉・伊賀酒・かたやき・和菓子・伊賀米・漬物・醤油・豆腐田楽・菜種油など

【自然】

- 室生赤目青山国定公園（青山高原、余野公園、白藤の滝、尼ヶ岳、霊山）【トレッキング】
- 西山の棚田（国指定棚田地域）【ガイドング】
- 御斎峠【忍者ブランディング、眺望】
- 岩倉峽【キャンプ、紅葉】

【イベント等】

- 伊賀上野 NINJA フェスタ
- 長谷園窯出し市
- 上野天神祭
- 忍者トレイルランニングレース
- 城下町のおひなさん
- 芭蕉祭 など

【宿泊施設】

種別	地域	名称	室数 (室/区画)	収容力 (人)
ホテル	上野	上野フレックスホテル	112	138
	上野	ホテルルートイン伊賀上野	111	151
	上野	ルートイングランティア伊賀上野和蔵の宿	161	205
	上野	ヒルホテルサンピア伊賀	30	120
	青山	メナード青山リゾート	85	411
	上野	ウィークリー・オーエヌ	26	34
	上野	伊賀上野シティホテル	128	157
	上野	AB ホテル伊賀上野	121	
旅館	上野	NIPPONIA HOTEL 伊賀上野城下町	14	44
	上野	旅館 薫楽荘	5	13
	上野	料理旅館 三田清	1	10
	大山田	梅家	4	15
民泊・ ロッジ	青山	伊勢慶	4	15
	青山	古民家の宿ふとみ	1	7
	伊賀町	忍舎	2	6
	上野	めぐみ草庵	3	10
キャンプ場	伊賀町	旅籠屋	14	56
	上野	岩倉峽公園キャンプ場	98	100
	大山田	さるびのキャンプ場	7	35
	阿山	OKAERi ビレッジ	38	215
	島ヶ原	やぶつちやオートキャンプ場	35	175

【利便性：区域までの交通、域内交通】

【区域までの交通】

- 関西都市圏（京都・大阪・奈良）および中部都市圏（名古屋）のいずれからでも鉄道でアクセス可能であるが、複数の乗り継ぎが必要
- 名古屋からは直通バスが運行

鉄道	関西国際空港より	関西空港駅 - 【南海空港線】 - 難波駅（南海） - （徒歩 10 分） - 大阪難波駅 - 【近鉄奈良線】 - 大阪上本町駅 - 【近鉄大阪線】 - 伊賀神戸駅 - 【伊賀鉄道】 - 上野市駅
	大阪空港 （伊丹空港）より	①大阪（伊丹）空港 - 【リムジンバス】 - 近鉄上本町駅 - （徒歩約 8 分） - 大阪上本町駅 - 【近鉄大阪線】 - 伊賀神戸駅 - 【伊賀鉄道】 - 上野市駅 ②大阪空港駅 - 【大阪モノレール】 - 千里中央駅 - 【北大阪急行線】 - なんば駅 - （徒歩約 4 分） - 大阪難波駅 - 【近鉄奈良線】 - 大阪上本町駅 - 【近鉄大阪線】 - 伊賀神戸駅 - 【伊賀鉄道】 - 上野市駅
大阪より	JR	新大阪駅 - 【関西本線】 - 奈良駅 - 木津駅 - 加茂駅 - 【関西本線】 - 伊賀上野駅 - 【伊賀鉄道】 - 上野市駅 ※なら、木津を經由
	近鉄	大阪難波駅 - 【近鉄奈良線】 - 大阪上本町駅 - 【近鉄大阪線】 - 伊賀神戸駅 - 【伊賀鉄道】 - 上野市駅
名古屋より	JR	名古屋駅 - 【関西本線】 - 亀山駅 - 【関西本線】 - 伊賀上野駅 - 【伊賀鉄道】 - 上野市駅
	近鉄	近鉄名古屋駅 - 【近鉄名古屋線】 - 伊勢中川駅 - 【近鉄大阪線】 - 伊賀神戸駅 - 【伊賀鉄道】 - 上野市駅
京都より	JR	京都駅 - 【奈良線】 - 木津駅 - 【関西本線】 - 加茂駅 - 【関西本線】 - 伊賀上野駅 - 【伊賀鉄道】 - 上野市駅
	近鉄	京都駅 - 【東海道本線】 - 草津駅 - 【草津線】 - 柘植駅 - 【関西本線】 - 伊賀上野駅 - 【伊賀鉄道】 - 上野市駅
伊勢志摩より	近鉄	賢島駅 - 【近鉄志摩線】 - 鳥羽駅 - 【近鉄鳥羽線】 - 宇治山田駅（伊勢） - 【近鉄山田線】 - 伊勢中川駅 - 【近鉄大阪線】 - 伊賀神戸駅 - 【伊賀鉄道】 - 上野市駅
バス	東京方面より	（三重交通高速バス 夜行） 大宮営業所 - 大宮駅西口 - 池袋駅東口 - YCAT(横浜駅東口) - 【東名高速・東名阪・名阪国道】 - 近鉄四日市 - 関バスセンター - 上野市駅
	名古屋方面より	（三重交通高速バス 約 100 分） 名鉄バスセンター - 【名古屋高速 東名阪】 - 関バスセンター - 名阪国道 - 上野市駅
車	関西国際空港より （約 100 分）	関西国際空港 - 【関西国際空港連絡橋】 - りんくう JCT - 【阪神高速 4 号線湾岸】 - 助松 JCT - 【堺泉北有料道路】 - 堺 JCT - 【阪和自動車道】 - 松原 JCT - 【西名阪自動車道】 - 天理 IC - 【名阪国道（国道 25 号線）】 - 上野東 IC
	中部国際空港（セントレア）より	セントレア東 IC - 【知多横断道路】 - 半田中央 JCT - 【知多半島道路】 - 大府 IC - 【伊勢湾岸自動車道】 - 四日市 JCT - 【東

(約 100 分)	名阪自動車道】-亀山 IC - 【名阪国道（国道 25 号線）】 - 上野東 IC
大阪方面より (約 80 分)	本町 IC - 【阪神高速 14 号松原線】 - 松原 JCT - 【西名阪自動車道】 - 天理 IC - 【名阪国道（国道 25 号線）】 - 上野東 IC
名古屋方面より (約 90 分)	白川 IC - 【名古屋高速 5 号万場線】 - 名古屋西 IC - 【東名阪自動車道】 - 亀山 IC - 【名阪国道（国道 25 号線）】 - 上野東 IC
京都方面より (約 80 分)	京都東 IC - 【名神高速道路】 - 草津 JCT - 【新名神高速道路】 - 甲南 IC - 【広域農道 県道 775・49 号線 国道 25 号線】 - 伊賀市
伊勢志摩方面より (約 90～120 分)	賢島 - 【国道 167 号線 国道 37 号線】 - 伊勢 IC（伊勢西 IC） - 【伊勢自動車道】 - 伊勢関 IC - 【名阪国道（国道 25 号線）】 - 上野東 IC

【城内交通】

- 鉄道（伊賀鉄道/JR 関西本線）および路線バスがあるものの本数が少なく十分ではない。
- 中心市街地（上野城下町）は徒歩もしくはレンタサイクルがメイン。

【外国人観光客への対応】

- 伊賀上野観光インフォメーションセンター（JNTO 認定外国人観光案内所）や伊賀流忍者博物館において、英語・中国語スタッフを配置。
- HP サイトにて複数言語（英語・中国語）による外国人旅行者に向けた情報発信や、また各種外国語観光パンフレットを作製・配布。
- 観光庁の多言語解説整備支援事業を活用し、伊賀流忍者博物館での音声ガイドを導入。
- 商工会議所及びまちづくり会社と連携し、事業者向けの通訳アプリを活用したコミュニケーション勉強会を実施。
- 地元旅行代理店である（株）三重旅行サービスと連携したファミトリップの実施や教育旅行プログラムの造成、（株）美杉リゾートとの連携によるパッケージツアーの受入を実施。
- 団体向けメニューとして忍者パッケージツアー、FIT 向けに忍者体験ツアー・伝統的工芸品作製体験ツアーのメニュー造成を行い、エージェンツセールスを実施。

3. 各種データ等の継続的な収集・分析

収集するデータ	収集の目的	収集方法
旅行消費額	来街者の消費活動の動向を分析し、消費単価向上に繋げるため。	来街者アンケート調査を自主事業として実施。
観光入込客数	観光客数の推移を把握するため。	市内観光施設から市への月次報告を活用して実施。
延べ宿泊者数	宿泊者数の推移を把握するため。	市内宿泊施設から市への月次報告を活用して実施。
延べ外国人宿泊者数	外国人宿泊者数の推移を把握するため。	市内宿泊施設から市への月次報告を活用して実施。
来街者満足度 【国内／国外】 (国外は R8 より計測開始)	来街者の満足(不満足)に繋がっている要因を分析し、戦略立案に繋げるため。	来街者アンケート調査を自主事業として実施。
リピーター率	リピーター顧客の動向を把握し、戦略立案に繋げるため。	来街者アンケート調査を自主事業として実施。
WEBサイトのアクセス状況	地域に対する顧客の関心度や施策の効果等を把握するため。	Google アナリティクス等のシステム内の機能による。
住民満足度	観光振興に対する地域住民の理解度を測るため。	伊賀市まちづくりアンケート(市民アンケート)を用いて実施。
観光まちづくりに参画する地域事業者数 (R8 年度より計測開始)	地域事業者が一体となった観光まちづくりを推進するため。	独自事業者リストにより把握。(事業者向けの取組への参画等により追加)
市民における DMO の認知度 (R8 年度より計測開始)	地域住民の参画促進のためには認知の獲得が必要であるため。	市民向けアンケート調査(詳細検討中)

4. 戦略

(1) 地域における観光を取り巻く背景

1. 観光地域づくりの背景

- 忍者観光の先駆け

(伊賀流忍者博物館を中心とした観光誘客の取組)

当市は、伊賀流忍者発祥の地として、まち全体を挙げて忍者を切り口とした観光誘客に長年取り組んできた。

- 伊賀上野NINJAフェスタ (イベント)

1994 (平成 6) 年にスタートした「伊賀上野 NINJA フェスタ」は、主に子供連れのファミリー層をターゲットとした忍者の里・伊賀上野の春の名物イベントとして定着。

- 2015 ミラノ国際博覧会 (ミラノ万博) への出展

本館パビリオンにおいて、市単独ブースを出展。伊賀牛、伊賀酒、伊賀焼などの地域産品のプロモーションとイベントステージでの忍者ショーのパフォーマンスを実施。

- 忍者市宣言、忍者市駅

伊賀流忍者発祥の地として、忍者の歴史や精神を継承するとともに、その認知度を国内外に発信するため、2017(平成 29)年 2 月 22 日に「忍者市」を宣言。また、2019(令和元)年 2 月 22 日には、伊賀鉄道に「忍者線」、上野市駅に「忍者市駅」という愛称を付す。

- 「忍びの里・伊賀」創生プロジェクト

伊賀市、三重大学、三重県及び日本航空による連携に基づき、本物の忍びの心技体をコンセプトとした体験プログラムを開発。忍者トレイルランニングレースや農泊事業への支援を実施。「スポーツ文化ツーリズムアワード 2019」文化ツーリズム賞を受賞。

インバウンド誘客の面では、受入拡大の政府方針とも相まって一定の成果を挙げてきたものの、2006(平成 18)年に年間 300 万人を超えていた市内の観光入込客数は、その後は緩やかな減少傾向にあり、2020(令和 2)年以降は、新型コロナウイルス感染症拡大の影響によりさらに減少し、現在は年間 150 万人を下回っている。

- 伊賀市の観光のポジショニングと地域経済へのインパクト

(観光地としてのイメージと地域経済のギャップ)

「地域ブランド調査 2024」において、国都道府県のうち、三重県は認知度 24 位、観光意欲度 21 位と中位にある。また、県内自治体をみると、全国 1,000 市町村のうち、県内で最も高い伊勢市が、認知度 42 位・観光意欲度 21 位、次いで鈴鹿市が認知度 55 位 (観光意欲度 185 位) となっている。伊賀市は認知度 217 位・観光意欲度 238 位で、観光市であるイメージを持たれていると言えるが、一方で、産業分類別の売上高や従業員数などの経済軸でみると、伊賀市の主要産業は製造業であり、観光関連産業の寄与率は高くなく、さらには、市民アンケートに関しても市民の観光に対する意識が少しずつ下降している。

●古民家等の歴史的建物の保全と歴史伝統文化の継承
(有形・無形の歴史文化コンテンツの継承)

本市は、小京都と称される伊賀上野の伝統的な歴史文化に加え、市町村合併による 558 km² (東京 23 区の合計面積の約 90%) の広大な土地に、食、建築物、伝統工芸、俳句、忍者など非常に多様で魅力的な有形・無形の文化的資源を有している。(以下、一例)

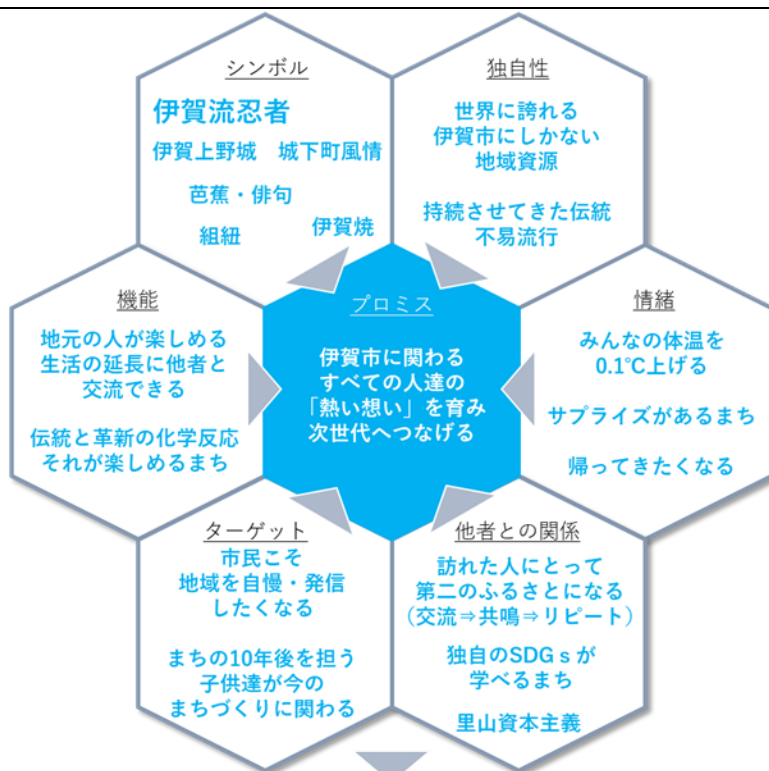
- 俳句・松尾芭蕉生誕地：「芭蕉翁生家」「芭蕉記念館」「俳聖殿(国史跡)」「思翁舎」「芭蕉祭」
- 能・観世流創始者である観阿弥生誕地：「上野城薪能」
- 日本三大仇討の1つ「鍵屋の辻」の舞台：「鍵屋辻公園(県史跡)」「数馬茶屋」
- 上野天神祭(ユネスコ無形文化遺産)：「だんじり会館」
- 近代建築群(イコモス日本の20世紀遺産20選)：「伊賀文化産業城」「レストハウス」など

しかしながら、これらのコンテンツや関連施設は、特定の便益目的でしか活用できていなかったり、体験価値としての磨き上げが不足しているなどの理由から、相対的な魅力が低下し、訪れる観光客は年々減少傾向にある。特に、市のランドマークである伊賀上野城のある史跡上野公園周辺エリアには、文化財的な潜在価値や、立地面からがポテンシャルが高いとされているにも関わらず、耐震不足や排水管の不具合などの理由から未利用のまま今後の利活用方針が定まっていない施設が数多く存在している。

2. 目指す姿

～地域に受け継がれた有形・無形の歴史文化資源を活用した持続可能な観光まちづくり～

2022(令和4)年に策定した、観光のマスタープランである伊賀市観光振興ビジョンでは、市全体が観光に取り組む目的を「伊賀の魅力(地域全体の Well-Being)を向上させる」ことであるとした。観光の取組を一部の事業者による経済活動の一環として捉えるのではなく、本市が有する豊富でポテンシャルの高い有形・無形の歴史文化資源を磨き上げ、魅力を向上させることで観光客を呼び込み地域経済を活性化させ、その獲得資本で地域資源の保存・伝承への再投資を促進させる好循環サイクルを構築することにより、地域の魅力向上を目指す。



<目指すべき姿であり、意識変容のトリガーにもなるステートメント>

さすが、伊賀。

「さすが、伊賀。」を世界と共鳴させ合う

さすが、伊賀。

内のひと



伊賀流の熱量人口 をハグクみたい。



外のひと

伊賀市として、地域住民として、観光事業者として、人口減少を大前提にこのまちに関わる人達のWell-beingをどのように実現していくか。それは関わる一人ひとり「さすが、伊賀」と思える熱い想いを発芽または評価させ、まちづくりや交流人口の拡大に自身で考え取り組んでいくことが必要。伊賀市観光振興における持続可能性とはこの熱量を持続させていくこと、つまり熱量人口の拡大こそがこれから目指すべき観光の本質である。

目指す姿のイメージ 【伊賀市観光振興ビジョン】

(2) 地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	<p>強み (Strengths)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・自地域で積極的に活用できる強みは何か？ ●日本を代表するコンテンツである「忍者 (ninja)」に関する資源 →伊賀流忍者発祥の地としての史実と今なお残るリアルな資源 (中世城館跡などの日本遺産) ●城下町と歴史的な街並み →戦災を受けていないために残された城下町の町割りや大和、伊賀、初瀬の三街道沿いの町屋 →旧上野市庁舎をはじめとした近代建築群と都市景観との調和 (日本の 20 世紀遺産 20 選) ●伝統産業 →伊賀焼、伊賀組みひも、和菓子 (城下町お菓子街道) ●豊富な文化的資源 →県内随一の寺社仏閣数 →俳聖松尾芭蕉生誕地 →ユネスコ無形文化遺産「上野天神祭のダンジリ行事」、「勝手神社の神事踊」 ●広大な自然と豊富な 1 次産品 →古琵琶湖層の肥沃な土壌、淀川源流となる水、盆地特有の寒暖差などによる優れた農林産物 (伊賀米、伊賀牛など) →四季を彩る自然景観 (青山高原、白藤の滝、岩倉峡、馬野溪谷) ●地勢的特性 →京都・大阪・名古屋の中間点 (広域周遊の立ち寄り点、複数都市をターゲットとして設定可能) →文化的な特異性 (東西文化の結節点) 	<p>弱み (Weaknesses)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・自地域で改善を必要とする弱みは何か？ ●公共交通機関が脆弱 →都市圏から市内中心市街地までの直通鉄道路線がない →市内の交通機関が脆弱 (周遊困難) ●地域観光業者間のネットワークが脆弱 →業種間の垣根 (宿泊-飲食-物販-交通など) →地域間の垣根 (中心市街地-郡部) ●認知度 →「伊賀」の名前は知っているが、位置関係がわからない (遠いイメージ) ●受入環境の脆弱性、整備の遅延 →中心市街地の飲食店舗数少 (特にナイトタイム) →デジタル化、キャッシュレス化、サイン整備 (多言語) の整備が不十分 ●客単価の低迷 ●国内ターゲット ●観光事業者の高齢化 →歴史ある店舗、老舗の事業存続危機 ●人口減少による地域経済の縮小
外部環境	<p>機会 (Opportunity)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・自地域にとって追い風となる要素は何か？ ●社会的な価値観変化 →自然への興味関心 (キャンプブーム、SDGs へのコミットメント) 	<p>脅威 (Threat)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・自地域にとって逆風となる要素は何か？ ●周辺観光地との競合 →忍者をテーマとする自治体間や施設との競合

<p>→本物志向、ルーツへの興味関心、ワークライフバランス（歴史・文化、古民家）</p> <p>●インバウンドの回復</p> <p>→よりディープ、よりローカルな体験を求めるニーズ</p> <p>→NINJAの認知度、ポテンシャルを生かしたプロモーション、コンテンツ造成</p>	<p>→近隣大都市から伊勢志摩地域への直行ルート</p> <p>→周辺自治体での観光施設の新規整備（甲賀市新みちの駅、多気 VISON、南山城道の駅）</p>
---	---

(3) ターゲット

○第1ターゲット層

近畿・中部圏域の50代の食事・温泉等の体験を目的とした宿泊リピーターの夫婦

○選定の理由

来街者アンケート調査の結果、消費額が多く、リピート率・年間複数回の来訪の比率も高いロイヤリティ層であり、旅行目的が2回目再来訪以降大きく減少する「忍者体験」ではなく、再来訪時に増加する宿泊施設、食事などを求めている層であり、一過性ではなく継続的な消費活動が期待できる。

※来街者アンケート調査結果（2023年度）

宿泊者平均消費額 30～40代（55%程度が子連れ家族）18千円

50代（20%程度が子連れ家族）24千円

リピート率 30～40代 45.59%

50代 58.57%

○取組方針

これまで「忍者」を目的とした初回の誘客を主に実施しており、来訪者に対して食・歴史文化・温泉等の他の資源のPRを促す機会が比較的少なかった。今後は、来訪者に対してのバリエーションのある地域資源のPR機会や個別事業者とのタイアップ企画を増加させることで再来訪者のさらなる増加を推進する。



「NIPPONIA HOTEL 伊賀上野 城下町」での五感書マインドフルネス体験

○第2ターゲット層（国内）

近畿・中部圏域の30～40代の忍者 or 自然体験を求める子育て世帯

○選定の理由

来街者アンケート調査の結果、当地域へ多く来訪のある地域・年代層・属性であり、消費単価は比較的低いですが、多様な関係者への影響があるボリュームゾーンとして引き続き集客に努める。

※来街者アンケート調査結果（2023年度）

来訪者年代 20代 5.50%、**30代 17.50%**、**40代 26.04%**、50代 27.77%、60代以上 22.20%

伊賀市の独自性である「忍者」に関心を寄せて来訪する方が大半であるが、近年のキャンプブームによりアウトドア目的での来訪者も増加しているため、今後の来訪者の拡大が期待できる。

○取組方針

これまでの本ターゲット層の顧客は特定の施設のみを目指した来訪であり、滞在時間が短く、周遊範囲も狭い。当該世代のトレンドや嗜好等の分析を行い、伊賀市における他の観光資源への横展開を促すプロモーション・受入環境整備を実施し、域内消費の拡大や滞在時間の延長に努める。



さるびの温泉 オートキャンプ場

○第1ターゲット層（海外）

ドイツ・フランスを中心とした、より深い日本文化や自然等に関心のある欧州圏（+米国）の個人旅行者または少人数グループ客

○選定の理由

大阪・関西万博を契機に社会的な価値が偏移することにより、忍者や歴史的建築物、文化等の伊賀市における地域資源の訴求力が増大することが考えられる。

DBJ・JTBF アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査 2025 年度版（2025.11.6）によると、日本の伝統文化体験への興味は欧米豪居住者の方が高い。加えてサステナブルな取組を重視する割合は欧米豪の高収入層で高い割合となっていることから、歴史文化と持続可能性がクロスする伊賀市の観光資源の強みを生かせる市場であると言える。

加えて、Sustainable Development Report 2023（2023.6.21）における SDGs の達成度が高い（＝意識が高い）欧州地域のうち、2023 年の訪日人数の割合が高いドイツ、フランスをターゲットとして選定した。

これまで「NINJA」を軸として興味のある欧米系外国人が多く来訪していたが、表面上の情報展開のみであったため、より深い文化を訴求する余地が多く認められる。

○取組方針

「忍者の聖地」である伊賀市の歴史文化的な背景や現代の生き方に生かせる持続可能性を持った「正心」と技術等、レジリエンスの高い地域資源の特性を強く訴求することにより、誰でも真似できる「忍者」像ではなく、地域に根付き今なお息づいている「忍者」をクローズアップすることにより、他地域との差別化を図る旅行商品の整備・体系化を行う。

商品のプロモーションに当たっては、国や県の事業と連携し史実等に基づいた「Authentic な体験をできる場所」としての認識を醸成する。



忍者の真実を知る旅（NINJA TRUTH ツアー）



伊賀焼窯元での日本茶体験（伊賀焼×伊賀茶×忍者）

○第2ターゲット層（海外）

台湾・マレーシアを中心とした「忍者」に関心のあるアジア圏の訪日ツアー客

○選定の理由

コロナ禍からのV字回復によりアジア圏、特に親日的な台湾・マレーシア・香港等のエージェントより「伊賀流忍者」を中心としたパッケージツアーの引き合いが多く(2024年度は99件以上のツアー受入実績。うち9割が台湾・マレーシアから)、引き続き優良な市場としての期待が持てる。当該地域のエージェントとのパイプも良好であり、JNTOによる訪日外客数の統計データからも2022年以降安定した入国者の増加が確認でき、国交も安定していることから重点的にプロモーションを展開していく。

○取組方針

現在、「伊賀流忍者」を中心としてパッケージは1つ（域外のホテルで宿泊し、忍者博物館に来訪、土産物店を1件経由しバスに戻る行程）しかなく、地域の事業者への波及効果も小さいものである。

近隣市町村の観光施設とも連携し、関西～中部へのインバウンドツアーのルート造成とプロモーションに取り組む



インバウンド団体向けツアー商品（忍者パック）

(4) 観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	<p>※他地域と明確に区別できる特徴・価値等を来訪者に伝える表現を簡潔に設定すること。</p> <p>地域に今も残る「忍者」のストーリーや風土を、伊賀で暮らす様々な人との交流体験の中で感じることができる</p> <p>「忍者の聖地」＝「不易流行」×「旅・住包摂」</p>
②コンセプトの考え方	<p>●不易流行 「いつまでも変化しない本質的なものを忘れない中にも、新しく変化を重ねているものをも取り入れていくこと。また、新味を求めて変化を重ねていく流行性こそが不易の本質であること。」を意味する伊賀市で生まれた俳聖松尾芭蕉の蕉風俳諧の理念の一つ。</p> <p>●旅住包摂 社会の価値観の変容に伴い、ワーケーションや二域居住などを選択する人も増えつつあり、「旅をするように住む」「住むような旅をする」生活スタイルも提唱されるなど、定住者と旅行者の境界線が曖昧になっている。</p> <p>かつて「伊賀忍者」が活動していた歴史的なエリアである伊賀市。訪れた人は、目の前に広がる過去から現在へと続く歴史の中に迷い込んだような感覚を覚え、史実に基づくリアルとフィクションが交差するまちの雰囲気、この地に受け継がれた「不易流行」の精神を、感じ取ることができる。そして、その体験は感動となり、訪れた人の心に深く刻まれ、その歴史とともに世代を超えて生き続ける一人となって受け継がれていく。</p> <p>人口減少に伴い定住者だけで地域を維持することが困難になっている背景も踏まえると、来訪者を区別するのではなく、地域として包摂するような新たな考え方へ転換することが大切である。そのためには、交流人口（旅行者）、関係人口、定住人口を「地域との関わりの深さ」と「滞在時間・頻度」の二つの軸によって捉える必要がある。</p> <p>このような視点のもと、地域の人が持つ熱量を域外へと伝播させる持続可能な地域への発展と、その在り方そのものに共感する「旅行者」への情報発信を行っていく。</p> <p>目指す姿の実現のためには、歴史文化を正しく理解した上で、「保存と活用のバランス」に留意することが大切であり、インナーブランディングを含め取り組んでいく。</p>

5. 関係者が実施する観光関連事業と戦略との整合性に関する調整・仕組み作り、プロモーション

項目	概要
<p>戦略の多様な関係者との共有 ※頻度が分かるよう記入すること。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● DMOの主体となる(一社)伊賀上野観光協会には、行政、宿泊業者、飲食業者、交通事業者、農業者など正会員150会員、賛助会員82会員等多様な関係者が参画している。 ● 官民の連携をベースに、さらに関係非会員とも連携を図り、マーケティングデータの共有・戦略の共有を図ることにより地域が密接に連携し、まちなか回遊事業やプロモーション等多くのプロジェクトを通じて戦略情報を共有していく。 ● 定時社員総会(年1回)・理事会(年3~4回)・正副会長会議(年3~4回)を開催するほか、毎月1回伊賀市・上野商工会議所・伊賀市商工会・文化都市協会とのワーキンググループ会議を開催し、効率的な事業推進のための調整、意見交換会を行っている。 ● スマホアンケートシステムを使用したマーケティング分析結果等を取りまとめ、ウェブサイトで公開するとともに地域の関係者との情報共有懇談会(イガコレ Meeting 年2回)を実施している。 <div data-bbox="520 972 1015 1330" data-label="Image"> </div> <p>地域事業者向け情報共有懇談会「イガコレ Meeting」</p>
<p>観光客に提供するサービスについて、維持・向上・評価する仕組みや体制の構築</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 飲食店のインセンティブやまち歩きモデルルートを掲載したMAP(城下町エリア、全域版、英語版)を作成し、店舗や観光施設など250ヶ所にて配布。掲載店舗やインセンティブは事業者からの提案を受けDMOが毎年度選定を行う。 ● 全県DMO(三重県観光連盟)やまちづくり会社(TMO)と連携し、地域事業者向け研修(Google Business Profile、通訳アプリ操作など)を実施。 ● 来街者アンケート調査において、満足度および定性意見を聴取

観光客に対する地域一体となった戦略に基づく一元的な情報発信・プロモーション

- 市の公式観光情報サイト「伊賀イド」を市との共同により運営
伊賀市公式ホームページのほか、同名の SNS (Instagram) を運営
- 伊賀市観光インフォメーションセンターの運営
令和 7 年に開業した市のランドマークとなる複合施設
「SAKAKURA BASE」内に、物販販売施設と併設した伊賀市観光インフォメーションセンターを自主運営。令和 8 年度以降には、ガイドやタビナカ体験などの受付カウンターとしてのサービスを提供予定。



伊賀市観光インフォメーションセンター

- インバウンドエージェントセールス (BtoB) の実施
海外セールス担当の職員を雇用し、国内ランドオペレータとのパートナーシップの下、国内エージェントへの営業活動や VJTM など商談会にも出展を実施。また、三重県、三重県観光連盟及び周辺事業者と連携し、海外での商談会も積極的に参加している。



台湾旅行博 (ITF) 出展

- 国内での「忍者」プロモーションイベントの実施
忍者の聖地としての認知度を生かし、市の各担当課とも連携したプロモーションイベントを定期的実施。
 - 伊賀上野 NINJA フェスタ in 上野恩賜公園 (東京)
毎年 11 月に実施する単独イベント
来場者約 20 万人
 - 伊賀上野 NINJA フェスタ in 天神橋筋商店街 (大阪)
毎年 3 月に実施する地域との連携イベント

6. K P I (実績・目標)

(1) 必須K P I

指標項目		2022 (R 4) 年度	2023 (R 5) 年度	2024 (R 6) 年度	2025 (R 7) 年度	2026 (R 8) 年度	2027 (R 9) 年度
●旅行消費額 (日帰単価) (千円)	目標	5.4 ()	6.0 ()	6.6 ()	4.1 ()	4.2 ()	4.3 ()
	実績	5.1 ()	3.7 ()	3.3 ()			
●旅行消費額 (宿泊単価) (千円)	目標	21.6 ()	23.8 ()	26.2 ()	21.6 ()	23.7 ()	25.8 ()
	実績	23.1	21.4	20.4			
●延べ宿泊者数 (千人)	目標	205,000 (27,000)	250,000 (33,000)	305,000 (40,000)	210,000 (13,000)	261,000 (27,500)	312,000 (42,000)
	実績	232,250 (2,387)	209,193 (8,100)	213,115 (7,636)			
●来訪者満足度 (%)	目標	83.0 ()	78.0 ()	80.0 ()	80.0 ()	80 ()	80 ()
	実績	75.8 ()	77.0 ()	77.3 ()			
●リピーター率 (%)	目標	60.0 ()	60.0 ()	60.0 ()	60.0 ()	60.0 ()	60.0 ()
	実績	59.2 ()	52.7 ()	52.3 ()			

※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値

目標数値の設定にあたっての検討の経緯及び考え方

【検討の経緯】

これまでの伊賀市における観光の主流は、伊賀流忍者博物館・伊賀上野城等のランドマーク的施設を目的地とした旅行社主催の団体バスの立ち寄り需要（日帰り観光）であった。

近年は OTA の進化等による個人旅行の増加や団体旅行の減少により、自家用車による個人旅行（他の観光地を目的とした立ち寄り型観光）が中心となっていて、より近傍地域からの滞在期間の短い日帰り観光が主流となっている。

インバウンドについては、ゴールデンルートや伊勢志摩観光のための宿泊を目的としたアジア圏（台湾、タイ、マレーシア、香港）がメインであるが、コロナ禍前の水準には戻っておらず、逆に 2024 年度回復傾向は停滞している。

長年にわたり伊賀市では観光施設入込客数のみを評価指標とした薄利多売型観光に偏向した取組を主として実施していたことから、数を優先としたマインドが地域市場の主流となっている。

このようなマインドからの脱却とよりロイヤリティの高い顧客に対する質の高いサービスの提供に向けて、地域の実態把握と持続可能な観光地の発展に向けての目標指標の設定が必要である。

【設定にあたっての考え方】

●旅行消費額

これまでのメイン顧客であった日帰顧客と宿泊顧客の消費単価を個別平均値として測定・観察することにより、消費単価の拡大を目標とした取組の実施と効果検証を行う。

なお、消費単価は宿泊・飲食・購買・体験の項目で測定し、それぞれの項目の比率等を勘案しながら取組を行っていく。

目標値は 2022 年～2024 年の平均値を基準とし、観光庁の日本人国内旅行消費額の増加率をもとに算出（日帰単価年 3% 増、宿泊単価 9.3% 増）

測定方法は業務連携先である三重県観光連盟（全県 DMO）が整備するシステムを活用し、来街者のアンケートを国内・国外（英語）の 2 種類を行う。（※国外は、令和 7 年度第 4 四半期から開始予定）

●延べ宿泊者数

大阪・関西万博の前年である 2024 年までにコロナ禍以前の数値まで回復させることを目標とし、2021（令和 3）年を基準として年 22% の増加率で算出し目標を定めたが、コロナ禍により営業を停止したリゾートホテルもあり、2024 年度時点では目標未達となっていることに加え、2025 年度は前年を下回るペースとなっている。三重県全体の宿泊者数も R6 年度時点でコロナ前ピークの水準には戻っておらず、全国と比較して回復のペースが遅い。

一方で、2025 年に新たなビジネスホテルが 1 棟オープンするなど好機も伺える。これらのことから、目標値は 2027（令和 9）年度までにコロナ前ピークの水準に戻すことを目指す。

インバウンド宿泊者は、コロナ前に大部分を占めていた特定の団体ツアー宿泊（中国／タイ：中部空港→京都・大阪方面の中間経由地としての宿泊、約 30,000 泊／年）が回復しておらず、全体数として大きな減少要因となっているが、2025 年度は前年比 70% 程度の増加で推移している。団体ツアーの有無により変動要因が大きく見通しが不安定であるが、目標値は 2027（令和 9）年度までにコロナ前ピークの水準に戻すことを目指す。

測定方法は宿泊施設からの月次報告をもって行う。三重県観光統計データを活用した県内他市町村との比較による評価も行う。

●来訪者満足度

令和 4 年度より計測方法を変更（7 段階から 10 段階へ、測定箇所を郡部エリアまで増加）した。令和 4 年度の実績を基準値とし、大阪・関西万博の前年である 2024 年までに 80% を達成させた後、個店や施設等より細かい単位での測定を行うことで個別の事象に対する満足度を向上させつつ数値を維持させる事を目標とする。

測定方法は来街者のアンケートによって行う。

●リピーター率

来街者アンケートにおけるリピーターの割合は 60% よりやや少ないという結果となっている。

一定数の新規顧客の獲得も必要であることから、毎年のリピーター率 60% を目指し、この水準を引き続き維持し続けることを目標とする。

測定方法は来街者のアンケートによって行う。

(2) その他の目標

指標項目		2022 (R 4) 年度	2023 (R 5) 年度	2024 (R 6) 年度	2025 (R 7) 年度	2026 (R 8) 年度	2027 (R 9) 年度
住民満足度 (%)	目標	52.0 ()	54.0 ()	56.0 ()	45.0 ()	47.0 ()	50.0 ()
	実績	46.1 ()	45.5 ()	41.7 ()	()	()	()
Web サイトア クセス数(件)	目標	()	877,000 ()	1,066,500 ()	1,215,800 ()	1,386,000 ()	1,556,200 ()
	実績	719,141 ()	935,543 ()	1,101,658 ()	()	()	()
主要観光施設入 込客数 (人)	目標	733,000 ()	872,000 ()	946,000 ()	760,000 ()	915,000 ()	1,070,000 ()
	実績	775,635 ()	795,080 ()	758,218 ()	()	()	()
伊賀流忍者博物 館外国人入館者 数 (人)	目標	()	(19,200)	(30,000)	(30,000)	(30,300)	(31,800)
	実績	(6,324)	(20,515)	(26,798)			

※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値

※各指標項目の単位を記入すること。

指標項目及び目標数値の設定にあたっての検討の経緯及び考え方

【検討の経緯】

2022(令和4)年に伊賀市の観光のマスタープランとして策定された伊賀市観光振興ビジョン(DMOと市有識者会議により骨子を作成)において、伊賀の魅力向上の源泉は、観光まちづくりに対する市民や観光事業者のモチベーションとし、これらを拡大していく取組を行っていく。このことから、伊賀市民における観光施策への理解度や満足度の測定することにより、観光まちづくりにおける市民熱量の拡大を確認する。

【設定にあたっての考え方】

●住民満足度

伊賀市が実施するまちづくりアンケート(市民意識調査)による観光施策に関する市政の評価を指標とする。コロナ禍前は、50%を超え全施策平均を上回っていたが、2021年度からの下降傾向が現在も続いているため、市を含めたステークホルダーとの連携協力の下、計画期間中でのコロナ禍前数値である50%までのV字回復を目指す。

●Webサイトアクセス数

2022(令和4)年度に新たな観光公式サイト「伊賀イド」を立ち上げ、2026年3月までは旧サイトとの並行稼働で運用している。2026(令和8)年度からは、1サイトでの運用となることから、一時的にアクセス数が減少する可能性があるが、SNSや紙媒体との連動性を高めるなどにより、2022年度に設定した年14%の増加率を維持する

●主要観光施設入込客数

合併前の旧市町村の代表的な観光地かつ推計等を行わず実数で入込客数を算定している観光施設を抽出し「主要観光施設」として、入込客数をモニタリングする。大阪・関西万博の前年である2024年までにコロナ禍以前の数値まで回復させることを目標とし、2021(令和3)年を基準として年19%の増加率で算出し目標を定めたが、各施設同程度の回復に留まり2024年度時点では目標未達となっていることに加え、2025年度は前年を若干程度下回るペースとなっている。目標値は2027(令和9)年度までにコロナ前ピークの水準に戻すことを目指す。

●伊賀流忍者博物館外国人入館者数

伊賀市内で最も外国人旅行者が来訪していた伊賀流忍者博物館をインバウンド来訪の回復の指標として設定し、大阪・関西万博の前年度である2024(令和6)年度までにコロナ禍以前の水準までの回復を目指したが、90%程度の達成率となっている。2025(令和7)年度は、7月大地震予告の影響を受け一時的に減少したが、中国本土の割合は元来低いため外交による影響は限定的であり、目標の30,000人の達成を目指す。2026(令和8)年度以降は、コロナ前の平成25(2015)～平成30(2018)年度の平均上昇率から年3%増を目指す。

7. 活動に係る運営費の額及び調達方法の見通し

※少なくとも今後3年間について、計画年度毎に（1）収入、（2）支出を記入すること。
 ※現に活動している法人にあっては、過去3年間の実績も記入すること。

(1) 収入

年（年度）	総収入（円）	内訳（具体的に記入すること）
2022（R4） 年度	161,867,318（円）	①【会費収入】3,708,000円 ②【観覧料収入】63,856,100円 ③【伊賀市からの指定管理収入】23,197,000円 ④【利用料金収入】2,964,100円 ⑤【使用料収入】5,283,051円 ⑥【広告料収入】270,000円 ⑦【販売収入】3,936,471円 ⑧【販売手数料収入】4,407,492円 ⑨【催事収入】15,792,993円 ⑩【伊賀市からの事業委託】0円 ⑪【伊賀市からの負担金】21,218,000円 ⑫【国・県・市からの補助金】12,613,700円 ⑬【雑収入】4,620,411円
2023（R5） 年度	190,599,483（円）	①【会費収入】3,624,000円 ②【観覧料収入】77,555,000円 ③【伊賀市からの指定管理収入】21,553,000円 ④【利用料金収入】2,749,250円 ⑤【使用料収入】3,989,186円 ⑥【広告料収入】0円 ⑦【販売収入】4,774,735円 ⑧【販売手数料収入】5,981,569円 ⑨【催事収入】18,318,950円 ⑩【伊賀市・他からの事業委託】25,341,975円 ⑪【伊賀市からの負担金】22,756,865円 ⑫【国・県・市からの補助金】0円 ⑬【雑収入】2,766,953円
2024（R6） 年度	194,687,096（円）	①【会費収入】3,636,000円 ②【観覧料収入】81,314,400円 ③【伊賀市からの指定管理収入】19,909,000円 ④【利用料金収入】3,005,350円 ⑤【使用料収入】4,445,358円 ⑥【広告料収入】0円 ⑦【販売収入】3,588,762円 ⑧【販売手数料収入】8,378,814円 ⑨【催事収入】19,001,800円 ⑩【伊賀市からの事業委託】19,610,000円 ⑪【伊賀市からの負担金】28,481,000円 ⑫【国・県・市からの補助金】0円 ⑬【雑収入】627,000円
2025（R7） 年度	227,539,000（円）	①【会費収入】3,648,000円 ②【観覧料収入】110,000,000円 ③【伊賀市からの指定管理収入】18,265,000円

		④【利用料金収入】2,750,000円 ⑤【使用料収入】3,229,000円 ⑥【広告料収入】0円 ⑦【販売収入】5,410,000円 ⑧【販売手数料収入】10,650,000円 ⑨【催事収入】21,500,000円 ⑩【伊賀市からの事業委託】19,610,000円 ⑪【伊賀市からの負担金】31,800,000円 ⑫【国・県・市からの補助金】0円 ⑬【雑収入】677,000円
2026 (R 8) 年度	248,164,000 (円)	①【会費収入】3,648,000円 ②【観覧料収入】110,000,000円 ③【伊賀市からの指定管理収入】29,000,000円 ④【利用料金収入】2,750,000円 ⑤【使用料収入】3,229,000円 ⑥【広告料収入】0円 ⑦【販売収入】18,000,000円 ⑧【販売手数料収入】17,400,000円 ⑨【催事収入】21,500,000円 ⑩【伊賀市からの事業委託】10,160,000円 ⑪【伊賀市からの負担金】31,800,000円 ⑫【国・県・市からの補助金】0円 ⑬【雑収入】677,000円
2027 (R 9) 年度	249,034,000 (円)	①【会費収入】3,648,000円 ②【観覧料収入】110,000,000円 ③【伊賀市からの指定管理収入】29,870,000円 ④【利用料金収入】2,750,000円 ⑤【使用料収入】3,229,000円 ⑥【広告料収入】0円 ⑦【販売収入】18,000,000円 ⑧【販売手数料収入】17,400,000円 ⑨【催事収入】21,500,000円 ⑩【伊賀市からの事業委託】10,160,000円 ⑪【伊賀市からの負担金】31,800,000円 ⑫【国・県・市からの補助金】0円 ⑬【雑収入】677,000円

(2) 支出

年(年度)	総支出	内訳(具体的に記入すること)
2022 (R 4) 年度	170,876,630 (円)	①【誘致宣伝費(国内・海外)】17,272,030円 ②【施設維持管理費】19,659,622円 ③【委託費(メンテ・業務)】24,683,200円 ④【商品仕入】1,824,924円 ⑤【事業・管理費】107,436,854円
2023 (R 5) 年度	192,371,833 (円)	①【誘致宣伝費(国内・海外)】16,830,687円 ②【施設維持管理費】19,405,841円 ③【委託費(メンテ・業務)】35,624,580円 ④【商品仕入】1,961,221円 ⑤【事業・管理費】118,549,504円

2024 (R 6) 年度	197,502,190 (円)	①【誘致宣伝費(国内・海外)】 17,609,979 円 ②【施設維持管理費】 21,592,893 円 ③【委託費(メンテ・業務)】 19,291,191 円 ④【商品仕入】 1,795,399 円 ⑤【事業・管理費】 137,212,728 円
2025 (R 7) 年度	238,559,000 (円)	①【誘致宣伝費(国内・海外)】 14,283,000 円 ②【施設維持管理費】 38,387,000 円 ③【委託費(メンテ・業務)】 42,372,000 円 ④【商品仕入】 6,000,000 円 ⑤【事業・管理費】 139,517,000 円
2026 (R 8) 年度	248,164,000 (円)	①【誘致宣伝費(国内・海外)】 14,283,000 円 ②【施設維持管理費】 38,387,000 円 ③【委託費(メンテ・業務)】 42,372,000 円 ④【商品仕入】 12,600,000 円 ⑤【事業・管理費】 140,522,000 円
2027 (R 9) 年度	249,034,000 (円)	①【誘致宣伝費(国内・海外)】 14,283,000 円 ②【施設維持管理費】 38,387,000 円 ③【委託費(メンテ・業務)】 42,372,000 円 ④【商品仕入】 12,600,000 円 ⑤【事業・管理費】 141,392,000 円

(3) 自律的・継続的な活動に向けた運営資金確保の取組・方針

- 市負担金
2022 (令和 4) 年の伊賀市観光振興ビジョンの策定に伴い、市との連携協定を締結し、伊賀市および一般社団法人伊賀上野観光協会間の観光振興に係る役割分担及び費用負担の考え方を明確化した。(収益性が見込めない公共的業務は 100%、公民連携により一定の収益が見込まれる公益的的事业は 50%、自主事業は 0%) 収益が見込まれる部分については、自主事業(伊賀流忍者博物館、伊賀百貨 Souvenir Shop の運営)の収益性向上に加え、新たな旅行商品や体験プログラムの造成(ランドオペレーターとしての販売)などにより収益事業の多角化を図るとともに、ROI の原則に立った域内外事業者等とのパートナーシップ締結によるコンサルティング事業の実施等、事業規模の拡大と高機能化を進めていく。
- 公物管理
市内観光施設である「だんじり会館」の指定管理業務を継続受託。現在、来年度以降の契約更新(2026 (令和 8) 年~2028 (令和 10) 年)の手続きを進めている。
- 自主事業
主要事業である「伊賀流忍者博物館」の運営に加え、市が新たに整備した市立図書館を中心とした複合施設「SAKAKURA BASE」内に、観光インフォメーションセンターを併設した物販店舗「伊賀百貨 Souvenir Shop」をオープン。加えて、インバウンド向け高単価・高付加価値商品の造成・セールス・販売を進めるため、令和 7 年度より「DMO インバウンドチーム」を組織し活動を開始

8. 観光地域づくり法人形成・確立に対する関係都道府県・市町村の意見

伊賀市は、2022(令和 4)年に策定した伊賀市観光振興ビジョンにおいて、当市における観光振興施策推進については、観光地域づくりの舵取り役である DMO を軸とし多様なリソースを集中させて推進していくこととしています。

つきましては、一般社団法人伊賀上野観光協会を伊賀市における地域 DMO として登録したいので申請します

9. マネジメント・マーケティング対象区域が他の地域連携DMO（県単位以外）や地域DMOと重複する場合の役割分担について（※重複しない場合は記載不要）

--

10. 記入担当者連絡先

担当者氏名	中浦順一郎
担当部署名（役職）	事務局長
郵便番号	518-0873
所在地	三重県伊賀市上野丸之内 122-4
電話番号（直通）	0595-26-7788
F A X 番号	0595-26-7799
E - m a i l	info@iga-guide.com

11. 関係する都道府県・市町村担当者連絡先

都道府県・市町村名	三重県伊賀市
担当者氏名	山田靖子
担当部署名（役職）	伊賀市産業振興部観光振興課 課長
郵便番号	518-8501
所在地	三重県伊賀市四十九町 3184
電話番号（直通）	0595-22-9670
F A X 番号	0595-22-9695
E - m a i l	kankou@city.iga.lg.jp

基礎情報

【マネジメント・マーケティング対象とする区域】

三重県 伊賀市

【設立時期】 昭和33年9月

【設立経緯】 ③区域の観光協会がDMOに移行

【代表者】 会長 宮崎 慶一

【マーケティング責任者(CMO)】 安田 聡志

【財務責任者(CFO)】 中浦 順一郎

【職員数】 53人

(常勤21人(正職員10人・臨時職員8人、嘱託・准職員3人)、非常勤32人)

【主な収入】

収益事業 81百万円、市負担金 28百万円、指定管理事業 19百万円

【総支出】

事業費 190百万円、一般管理費 6.5百万円

【連携する主な事業者】

(株)伊賀市にぎわいパートナーズ、(株)NOTE伊賀上野、上野商工会議所、伊賀市商工会、(公財)伊賀文化産業協会、(公財)伊賀市文化都市協会、(株)伊賀鉄道、JAいがほくぶ、(株)浮プロダクション、伊賀市物産協会、伊賀ブランド振興会、北伊勢上野信用金庫、(株)三重旅行サービス

記入日： 令和8年1月9日

KPI (実績・目標)

※ () 内は外国人に関するもの。

項目		2022 (R4)年	2023 (R5)年	2024 (R6)年	2025 (R7)年	2026 (R8)年	2027 (R9)年
旅行消費額 (日帰単価) (千円)	目標	5.4 ()	6.0 ()	6.6 ()	4.1 ()	4.2 ()	4.3 ()
	実績	5.1 ()	3.7 ()	3.3 ()			
旅行消費額 (宿泊単価) (千円)	目標	21.6 ()	23.8 ()	26.2 ()	21.6 ()	23.7 ()	25.8 ()
	実績	23.1 ()	21.4 ()	20.4 ()			
延べ宿泊者数 (人)	目標	205,000 (27,000)	250,000 (33,000)	305,000 (40,000)	210,000 (13,000)	261,000 (27,500)	312,000 (42,000)
	実績	232,250 (2,387)	209,193 (8,100)	213,115 (7,636)			
来訪者満足度 (%)	目標	83.0 ()	78.0 ()	80.0 ()	80.0 ()	80.0 ()	80.0 ()
	実績	75.8 ()	77.0 ()	77.3 ()			
リピーター率 (%)	目標	60.0 ()	60.0 ()	60.0 ()	60.0 ()	60.0 ()	60.0 ()
	実績	59.2 ()	52.7 ()	52.3 ()			

戦略

【主なターゲット】

国内①:近畿・中部圏域の50代宿泊リピーター夫婦

国内②:近畿・中部圏域の30~40代の忍者or自然体験を求める子育て世帯

海外①:独・仏を中心とした、より深い日本文化や自然等に関心のある欧米圏FITor少人数グループ

海外②:台湾・マレーシアを中心とした「忍者」に関心のあるアジア圏の訪日ツアー客

【ターゲットの誘客に向けた取組方針】

「忍者の聖地」としての歴史文化的な背景や現代の生き方に生かせる持続可能性を持った「正心」と技術等、レジリエンスの高い地域資源の特性を強く訴求することにより、誰でも真似できる「忍者」像ではなく、地域に根付き今なお息づいている「忍者」をクローズアップすることにより、他地域との差別化を図る旅行商品の整備・体系化を行う。

【観光地域づくりのコンセプト】

地域に今も残る「忍者」のストーリーや風土を、伊賀で暮らす様々な人との交流体験の中で感じることができる

「忍者の聖地」 = 「不易流行」 × 「旅・住包摂」

具体的な取組

【観光資源の磨き上げ】

・2021(R3)年度 教育旅行3.0
「忍者の正心」に学ぶ「生きる力」実践プログラムを開発

・2022(R4)年度 心・技・体 伊賀忍者道場
城下町の周遊促進を目的とした、市内5カ所の道場で修行を行いスコアによって伊賀忍者の認定を受ける体験プログラムを販売

・2023(令和5)年度 歴史的資源を活用した観光まちづくり推進事業(観光庁モデル創出事業)
MIRAIGAプロジェクト 伊賀上野キャスルスステイ実証事業

・2024(令和6)年度 文化庁日本遺産モデル事業
インバウンド体験コンテンツ(仮称)NINJA TRUTH TOURの造成・モニターツアー実施

【情報発信・プロモーション】

・2023(R5)年度 観光情報サイトの再構築
伊賀市総合観光メディア「伊賀ID」を運営
・2025(R7)年度 台湾旅行博(ITF)出展
中部~関西のルート開発を目的に、鈴鹿サーキット(ホンダモビリティランド)との共同出展

【受入環境整備】

・伊賀流忍者博物館の運営
世界唯一の「忍者博物館(伊賀流忍者博物館)」を所有・運営

・伊賀市物産販売/観光案内所の運営
市のランドマークとして2025(令和7)年に開業した複合施設「旧上野市庁舎(SAKAKURA BASE)」にて、物産販売・観光案内所「伊賀百貨 souvenir shop」を自主運営

