観光地域づくり法人形成･確立計画

記入日：令和　　７年　７月３１日

１．観光地域づくり法人の組織

申請区分 ※該当するものを〇で囲むこと	広域連携ＤＭＯ･地域連携ＤＭＯ･地域ＤＭＯ	
観光地域づくり法人の名称	（一社）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	区域を構成する地方公共団体名 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成 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	48 人【常勤 39 人(正職員 10 人、臨時職員 26 人、嘱託・准職員 3 人)非常勤 9 人】(令和 7 年 7 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）	（氏名） 宮嵜　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る。旅マエ・旅ナカの観光パンフレットとして活用される。その他、地元キーマンとして観光振興事業を推進してきた実績がある。(令和 4 年から会長に就任。)
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	（氏名） 安田聡志「専従」 （出身組織名） 伊賀上野観光協会事務局企画課長	伊賀上野観光協会から従事。現在事務局企画課長として、様々な観光振興事業やプロモ-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。
財務責任者（ＣＦＯ：チーフ・フィナンシャル・オフィサー）兼　経営・組織マネジメント責任者	（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	上野市観光協会から従事。現在は事務局次長として、様々な観光振興事業・イベントの開催などを通じて、本地域への誘客を図り、観光振興に取り組んでいる。また組織の運営に取り組んでいる。
旅行商品の造成･販売の責任者（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 6 月から伊賀上野観光協会で雇用。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旅行商品造成に取り組む。

<table>
<tr><td>連携する地方公共団体の担当部署名及び役割</td><td>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「ＩＧＡＭＯＮＯ」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））
未来政策課（関係人口創出）
公共交通課（地域公共交通）
教員委員会文化財課（文化財保存活用）
都市計画課（公園管理）</td></tr>
<tr><td>連携する事業者名及び役割</td><td>（株）伊賀市にぎわいパートナーズ（城下町一体のエリアマネジメント）
（株）ノオト伊賀上野（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））
上野商工会議所（着地型旅行商品造成、景況調査）
伊賀市商工会（着地型旅行商品造成、景況調査）
（公財）伊賀文化産業協会（伊賀上野城の運営）
（公財）伊賀市文化都市協会（公共施設指定管理）
（株）伊賀鉄道（着地型旅行商品）
ＪＡいがふるさと（着地型旅行商品・地場産品）
（株）浮プロダクション（着地型旅行商品）
（一社）日本忍者協議会（忍者コンテンツ）
伊賀市物産協会（地場産品販売）
伊賀ブランド振興会（地場産品販売）
（株）感じる伊賀（地場産品販売）
北伊勢上野信用金庫（地域マーケティング、ファイナンス）
（株）三重旅行サービス</td></tr>
<tr><td>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</td><td>【該当する登録要件】①②
（概要）
・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)を開催し、直接会員に対しての情報共有や事業内容を調整する
・観光資源の関係者、宿泊事業者、交通事業者、商工団体、行政が参画し、本法人が事務局を務める協議会を設置
・伊賀市･上野商工会議所・伊賀市商工会との担当者会議を毎月実施することにより各組織の事業の協調や連携を行う</td></tr>
<tr><td>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</td><td>・定期的に住民参加型のワークショップを開催するほか、地域住民への啓発を目的としたシンポジウムを開催
・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
・市民参加型の観光まちづくり塾を開催し、新たなお土産もの開発や観光コンテンツの磨き上げを通して観光への参画意識やマーケティングに関する知識を醸成</td></tr>
<tr><td>法人のこれまでの活動実績</td><td>【活動の概要】
<table><tr><th>事業</th><th>実施概要</th></tr><tr><td>情報発信・プロモーション</td><td>・2020(令和 2)年度～　観光情報誌製作事業
伊賀市の観光資源の中からテーマを選定し、旅行消費における決定権が強い「女性」をメインターゲットとした観光客向けパンフレットを作成</td></tr></table></td></tr>
</table>

		・2020(令和 2)年度　忍者市旅得キャンペーン事業 　宿泊を伴う誘客促進を目的とし、市内に宿泊した方を対象に伊賀上野城、伊賀流忍者博物館、だんじり会館の共通券および地域利用可能クーポンを進呈 ・2022(令和 4)年度　観光情報サイトの再構築事業 　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を実施中。 ・2023(R5)年度　観光情報サイトの再構築事業 　2022(R4)年度に再構築した公式観光サイトの内容充実および SNS を含めたオウンドメディアによる情報発信強化を実施。 ・ 2023(R5)年度～　ツーリズム EXPO2023 　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 年（R5）年度～　大坂・忍び文化観光 PJ 「くノ一現る！」 　大坂城城下町（船場・心斎橋）と忍者ゆかりの地（伊賀市・名張市・甲賀市）による共創事業で、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。 ・2018(平成 30)年度～　来街者アンケート調査 　観光施設来訪者・宿泊施設利用者を対象とした、スマートフォンを用いたアンケート調査を実施
	受入環境の整備	・2019(令和元)年　ＪＮＴＯ観光案内所認定 ・2019(令和元)年度　多言語解説整備支援事業 ・2021(令和 3)年　地域観光人材のインバウンド対応能力強化研修事業 ・2025（令和 7）年 7 月　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	・2020(令和 2)年度　誘客多角化のための魅力的な滞在コンテンツ造成実証事業（観光庁実証事業） ➢ IGA NINJA WEEK2021～古地図で巡る城下町リアル&バーチャル忍者体験～ ・2021(令和 3)年度　地域の観光資源の磨き上げを通じた域内連携促進事業（観光庁実証事業） ➢ 伊賀上野城下町デジタルテーマパーク　～オリジナルアプリを活用したリアル＆バーチャル体験～

	➢ 教育旅行 3.0～地域に受け継がれた「忍者の正心」に学ぶ「生きる力」実践プログラムの開発～ ・2020(令和 2)～2022(令和 4)年度　伊賀観光まちづくり企画塾事業 人を魅了する企画・開発のノウハウを学びながら新たな観光コンテンツや土産物を創る市民参加型プロジェクト ・2022(令和 4)年度　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 ・2022(令和 4)年度　伊賀流バーチャル忍者クエスト 城下町全体をテーマパーク化。スマホアプリを使ったなぞ解きで江戸時代から変わらない町割りを歩き、伊賀の奥深いまち並みに触れる体験を提供 ・2023(令和 5)年度歴史的資源を活用したまちづくり推進事業(観光庁モデル創出事業)不易流行と旅・住包摂の観光まちづくり事業

【定量的な評価】

■地域主要観光施設入込実績

施設名／年	R3	R4	R5	R6
伊賀流忍者博物館	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	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

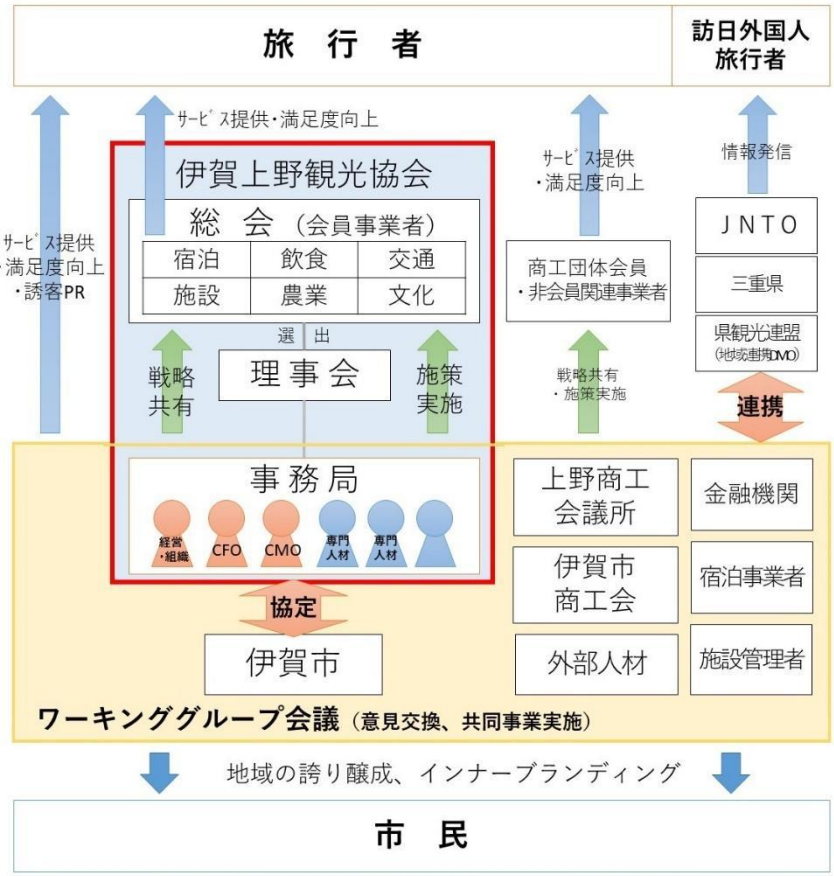
■地域宿泊施設宿泊者数実績

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

【実施体制の概要】

（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。本協定に基づき、商工団体及びその会員組織、まちづくり会社、交通事業者、農業者など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】

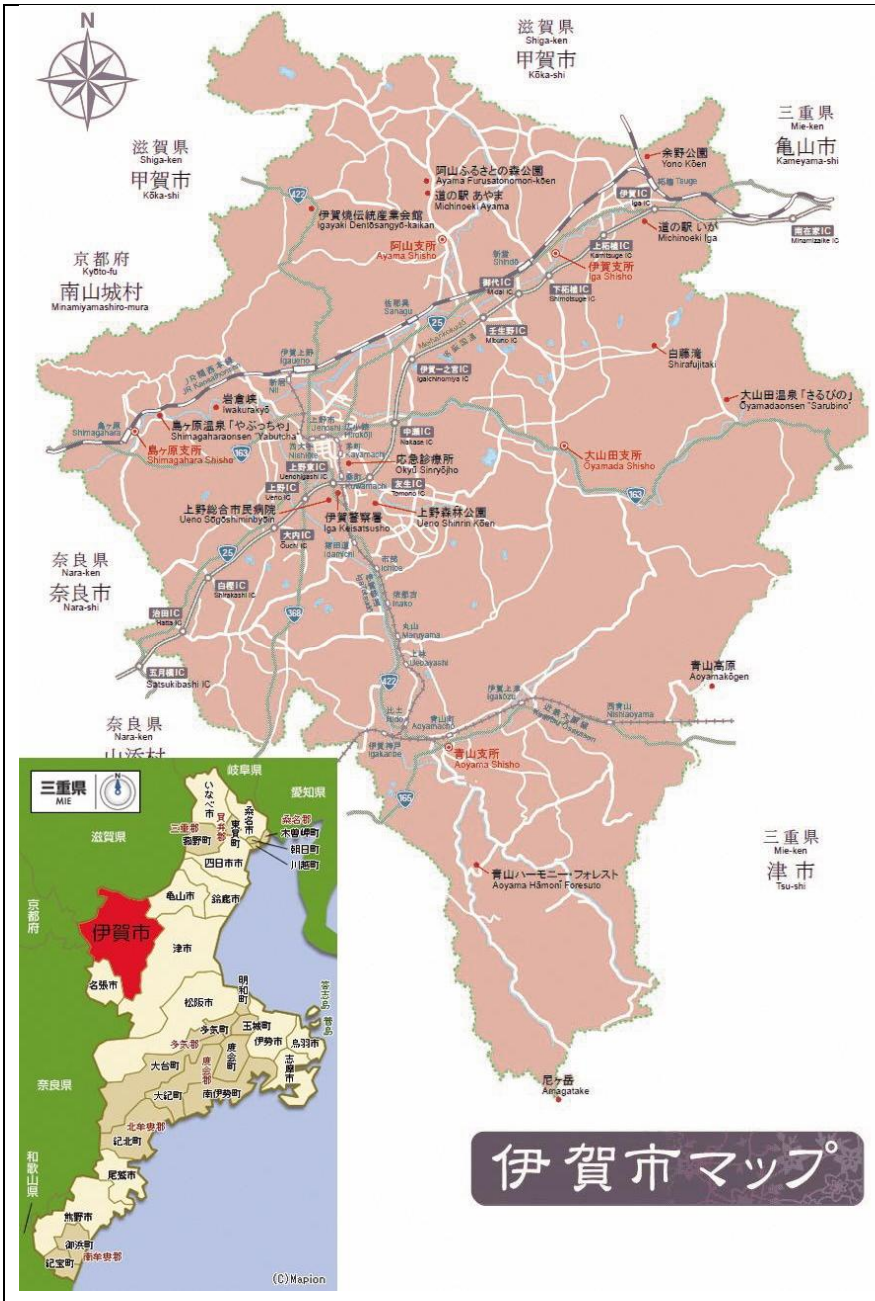


２．観光地域づくり法人がマネジメント・マーケティングする区域

【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。

また、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：83,809 人（2025 年 6 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、支部制をとりながら現在に至っている。よって伊賀市全域を区域として DMO を運営することが望ましいと考える。

【観光客の実態等】

「忍者」という他地域にはない観光資源を有し、それらを早くから観光資源として活用してきたことから、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。

このため、学校の休日となる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。

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高くないためその 9 割が自家用車・高速/ツアーバスを利用している。
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。

また、本市の主要観光施設の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客と個人旅行客の割合が半々で、特にアジア圏からの旅行客が多くを占めていたが、ヨーロッパ・北アメリカからの FIT 旅行客も増加傾向にあった。
コロナ後では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。その後オセアニアからの来訪が急速に伸びている。
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と言える。

【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】
【観光資源：観光施設等】
・伊賀流忍者博物館、だんじり会館、伊賀上野城、芭蕉翁記念館、芭蕉翁生家、史跡崇広堂、蓑虫庵、伊賀伝統伝承館(伊賀くみひも組匠の里)、藤原千方窟、島ヶ原温泉やぶっちゃ、大山田温泉さるびの、メナード青山リゾート、青山ハーモニー・フォレスト、伊賀の里モクモク手づくりファーム、伊賀焼伝統産業会館など

【観光資源：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】、勝手神社の神事踊【ユネスコ無形文化遺産】、俳聖殿【国指定文化財】、旧小田小学校【県指定文化財】、入交家住宅【県指定文化財】、赤井家住宅【国登録文化財】、城之越遺跡【国指定名勝、史跡文化財】、鍵屋ノ辻【県指定史跡】など

【観光資源：文化、特産品等】
・伊賀流忍者発祥の地、俳聖松尾芭蕉生誕地
・伊賀焼（伝統工芸品）、伊賀くみひも（伝統工芸品）
・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

【観光資源：自然】
・青山高原、余野公園、白藤の滝、尼ヶ岳、霊山、御斎峠、岩倉峡、上野森林公園、室生赤目青山国定公園など
【観光資源：イベント等】
・伊賀上野 NINJA フェスタ、長谷園窯出し市、伊賀上野灯りの城下町、芭蕉祭、忍者トレイルランニングレース、手力神社例祭奉納花火大会、上野天神祭など

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

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	ﾙｰﾄｲﾝｸﾞ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	NIPPONIA HOTEL 伊賀上野城	6	－
旅館	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
	青山	伊勢慶	4	15
民泊・ロッジ	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
	伊賀町	旅籠屋	14	56
キャンプ場	上野	岩倉峡公園キャンプ場	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	やぶっちゃオートキャンプ場	35	175

【利便性：区域までの交通、域内交通】

交通面では、名阪国道(国道 25 号線)が大阪・奈良(西名阪自動車道)、名古屋(東名阪自動車道)方面と接続、また京都(新名神高速道路)までは県道・市道も含めて道路体系が形成されている。公共交通機関として、鉄道が近鉄線・伊賀鉄道、JR 線によって大阪、名古屋方面と結ばれており観光客や市民の足として重要な役割を担っている。

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、木津を経由
		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（約 100 分）		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

【外国人観光客への対応】

WEB による複数言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・配布をしている。また、海外でのプロモーション・商談会への参加、メディア・エージェントのファムトリップの受け入れなど PR に努めている。

また、伊賀上野観光インフォメーションセンター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して案内している。(その他 JNTO 認定外国人観光案内所にも登録)

受入事業は、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っている。また観光庁の多言語解説整備支援事業を活用している。

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ム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も実施している。

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	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

４．戦略

（１）地域における観光を取り巻く背景

●取組の経緯

伊賀市は、これまでから「伊賀流忍術発祥の地」として以下のような「忍者」を切り口とした様々な観光誘客を推進してきた。

・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

日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

一方で、市内の観光入込客数は、2006(平成 18)年は年間 300 万人を超えていたが、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。市内宿泊者数は、調査を始めた 2018(平成 30)年から翌年

の 2019(平成 31)年にかけ微減となったが、外国人の宿泊者割合は全国的なインバウンド増嵩の影響から増加した。

しかし、翌年からの新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、国内宿泊者数は約 35%減少し、外国人宿泊者はほぼ消失したが、2022(令和 4)年 10 月の入国規制緩和以降、日帰りインバウンドの入込客数は順調に回復、宿泊は緩やかな回復状況にある。

●伊賀市観光のポジショニング

「地域ブランド調査 2023」」において、国都道府県のうち、三重県は認知度 20 位、観光意欲度 24 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 44 位・観光意欲度 13 位、次いで鈴鹿市が認知度 86 位（観光意欲度 229 位）となっている。

伊賀市は認知度 181 位・観光意欲度 243 位で、観光市であるイメージを持たれていると言える。

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、伊賀市における観光関連産業の寄与率は高くない。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。

これらのことから、当市の観光まちづくりは、観光振興の目的・意義を経済軸（経済波及効果）だけでなく、シビックプライドの醸成、観光政策の特長である、地域コミュニティの維持、歴史伝統文化の継承、人流・交流促進によるにぎわい創出などの副次的効果も重視した取組を検討する必要があると言える。

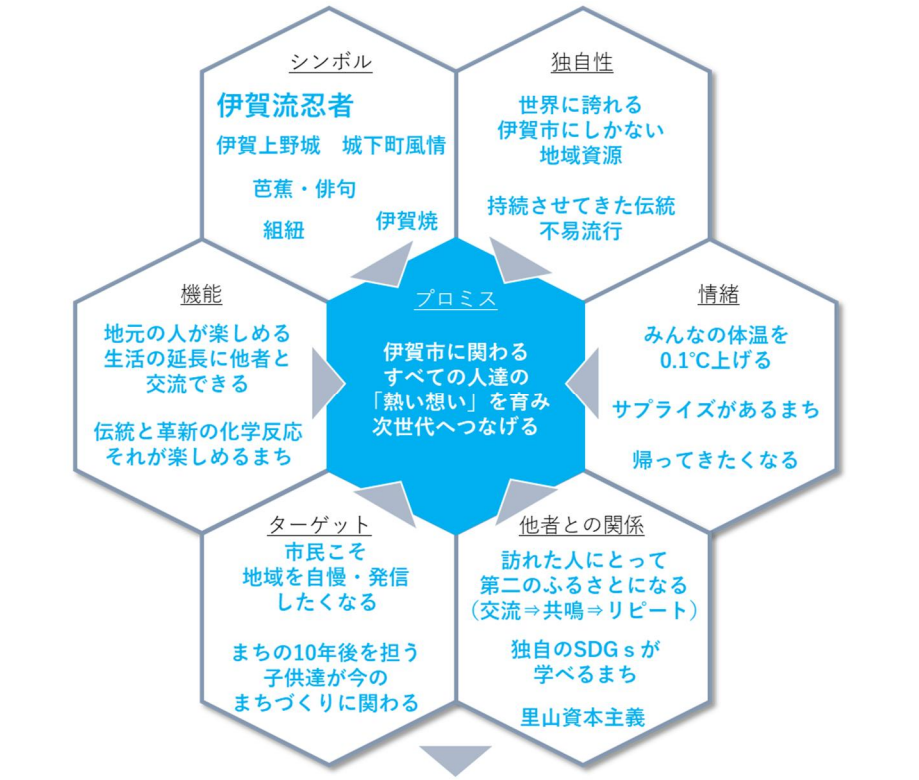
●地域が目指す姿

「伊賀市に関わる人達の熱量を育み、共感から拡がる関係人口を次世代へとつなぐ」

伊賀市は、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において、「10 年後『こうありたい』と考える伊賀市の未来像」を定めた。

熱量人口を拡大させ、伊賀の魅力（地域全体の Well-Being）を向上させる力の源泉は、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（動機・目的意識）である。市民をはじめ伊賀に関わる人それぞれが、身近にある様々な歴史、伝統、文化など（＝地域資源）の良さを再発見・再評価し、それらを生かした伊賀での豊かな生活を自分たちが実践すること。そして、それらを発信・共有して多くの人の共感を得ることが、新たな熱量人口を生む。今後、本ビジョンが目指す考え方が地域全体で共有されることにより、熱量人口を増加させる好循環サイクルが加速・拡大し、市の魅力度や発信力の向上、観光客との交流や共感の拡大、そして、シビックプライド 醸成に繋がることを目指していく。

【目指す姿のイメージ（伊賀市観光振興ビジョン）】



＜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＞

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。

（２）地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	強み（Strengths） ・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	弱み（Weaknesses） ・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、知名度

	→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、馬野渓谷） ●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）	●認知度、知名度 →位置関係の認知度が低い（場所が分からない、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 ●観光事業者の高齢化
外部環境	機会（Opportunity） ･自地域にとって追い風となる要素は何か？ ･自地域にとって追い風となる要素は何か？ ●大阪・関西万博の開催 →会場（舞洲）との近接性（来阪者のプラスワントリップ） →伊賀の強みと万博のテーマとの親和性（自然環境） ●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） →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） ●インバウンドの回復 →NINJA のポテンシャルを生かしたプロモーション	脅威（Threat） ･自地域にとって逆風となる要素は何か？ ●周辺観光地の成長 →忍者をテーマとする自治体間や施設との競合 →近隣大都市から伊勢志摩地域への直行ルート →周辺自治体での観光施設の新規整備（多気 VISON、南山城道の駅）

※上記に加え、ＰＥＳＴ分析等の他のマーケティング分析手法を用いて分析を行っている場合は、その内容を記入（様式自由）。

（３）ターゲット

〇第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

〇選定の理由
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%
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、食事などを求めて来訪されている層であり、一過性ではなく継続的な消費活動が期待できる。

〇取組方針
これまでは「忍者」を切り口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を促す機会が少なく、個別事業者の活動を優先させていたが、来訪者に対しての資源のＰＲの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。

〇第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

〇選定の理由
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。
〇取組方針
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。

〇第１ターゲット層（海外）
ドイツ・フランスを中心とした SDGs、自然等に関心のある欧州圏（＋米国）の個人旅行客

〇選定の理由
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 2023 年度版（2023.10.12）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。
これまでも「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。
〇取組方針
「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。
○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。 DBJ・JTBF アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査 2023 年度版（2023.10.12）において日本の強みだと認識される「伝統的日本料理」にフォーカスし、郷土料理等の「食」関連の切り口から複数のプランを用意することで選択肢を増やし、地域への波及効果を拡大していく。

（４）観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	**経済価値だけではない体験価値の創出** **「忍者の聖地」＝「不易流行」×「旅・住包摂」**
②コンセプトの考え方	●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。 ●旅住包摂 新型コロナウイルス対応も相まった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。 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に、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。 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。

	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。 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。

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
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。	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 145 会員、賛助会員 83 会員等多様な関係者が参画している。また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。2023(令和 5)年度より地域金融機関や宿泊関連事業者、観光施設管理者を新たに加え、観光まちづくりに係る取組の共有と役割分担の範囲を拡大していく。 また、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とりまとめ、ウェブサイトで公開するとともに地域の関係者と個別に共有・情報交換を行っている。
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	地域商工会、商工会議所との連携のもと、地域内の観光関連事業者のサービスに関する取組状況を含めた観光関連事業者景況調査を定期的に行うことでサービス状況等を把握している。 また、定期的な調整会議により意見交換を行うとともに、パートナーシップを結べる事業所については共同で事業を実施し、品質の維持・向上を行う。 加えて、これまで観光客受け入れを行っていなかった事業所に対しても受入セミナー等を実施し、受け皿の拡大を務めている。 マーケティング調査の結果については WEB で公開を行う。
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	サイトを軸として、SNS・広告媒体と連動したウェブプロモーションを実施することで BtoC での情報発信を実施するとともに、スマホアンケート回答者向けに属性別のプッシュ型プロモーションを実施していく。 また、地域来訪者に対し、地域の観光情報の発信が不足していることが課題となっているため、来街者向けに観光情報誌の企画・作成・発行を行うほか、Google ビジネスプロフィールの活用による個店の情報発信強化や Google マップを活用したデジタルマップの提供を行っている。 BtoB でのプロモーションについては、地域旅行代理店と連携するとともに、組織内にも旅行業務取扱管理者を育成することで地域事業者に多様な販売チャンネルを準備し、三重県等が主催する海外エージェントと

	の商談会やファムトリップ等の取組に積極的に参加する。

※各取組について、出来る限り具体的に記入すること。

６．ＫＰＩ（実績・目標）

※戦略や個別の取組を定期的に確認・改善するため、少なくとも今後３年間における明確な数値目標を記入すること。
※既に指標となりうる数値目標を設定している場合には、最大で過去３年間の実績も記入すること。

（１）必須ＫＰＩ

指標項目		2022（Ｒ４）年度	2023（Ｒ５）年度	2024（Ｒ６）年度	2025（Ｒ７）年度	2026（Ｒ８）年度	2027（Ｒ９）年度
●旅行消費額（日帰単価）（千円）	目標	5.4	6.0	4.0	4.4	4.8	5.2
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	5.2	3.7	3.3			
		（ ）	（ ）	（ ）			
●旅行消費額（宿泊単価）（千円）	目標	21.6	23.8	23.6	26.0	28.6	31.2
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	23.9	21.4	20.4			
		（ ）	（ ）	（ ）			
●延べ宿泊者数（人泊）	目標	205,000	250,000	255,000	311,100	380,000	450,000
		（27,000）	（33,000）	（33,000）	（40,000）	（49,500）	（59,000）
	実績	232,250	209,193	213,115			
		（2,387）	（8,100）	（7,636）			
●来訪者満足度（%）	目標	83.0	78.0	80.0	80.0	80	80
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	75.8	76.8				
		（ ）	（ ）	（ ）			
●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】

当協会のＤＭＯ認定以前の伊賀市への来訪者は、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、個人は関西・近畿など日帰り圏からの自家用車による日帰り観光が大半であった。

近年の OTA の進化等による個人旅行の増加と全国的な景気の低迷による団体バスの減少により、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）が中心となり、コロナ禍を経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。

加えて、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系インバウンドの増加により支えられていた、大型ホテル等の宿泊施設の宿泊者数も現時点でコロナ禍前の水準には達していない。

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（・交通）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 2021 年を基準とし、観光庁の日本人国内旅行消費額の増加率 10%（2020 年～2030 年）を積算根拠として 2030 年を算出し目標を定めた。

測定は来街者のアンケートによる他、三重県の観光マーケティングプラットフォームとの連携による評価も行う。

●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。

なお、訪日外国人旅行者の目標値については計画策定時点で宿泊者の国籍の大部分を占めた中国、タイからの宿泊者が回復していないことから、先行きが読めない状況ではあるが 2023（令和 5）年以降コロナ禍以前の水準（宿泊者数の 13%程度）までの回復を目標とする。

測定は宿泊施設からの月次報告をもって行う。

●来訪者満足度

令和 3 年度までの来街者アンケートにおける満足度の測定結果は 80%超という結果となっているが、令和 4 年度より測定方法の変更(大変不満、不満、やや不満、どちらとも言えない、やや満足、満足、大変満足の 7 段階から 1～10 点の 10 段階に変更)、測定箇所の増加(郡部エリアに測定箇所を増加)により、10 段階中 7 以上の割合は 76.8%となった。

上記の数字を適性な調査の元算出された数字とし、大阪・関西万博の前年である 2024 年までに 80%を目標とし、年間 2%程度の増加率を目標とする。なお、80%達成後は満足度の維持を目標とするほか、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る。

測定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 （Ｒ４） 年度	2023 （Ｒ５） 年度	2024 （Ｒ６） 年度	2025 （Ｒ７） 年度	2026 （Ｒ８） 年度	2027 （R9） 年度
●住民満足度（%）	目標		54.0	46.0	47.0	48.0	49.0
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	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				
		（ ）	（ ）	（ ）			
●主要観光施設入込客数（人）	目標		872,000	946,000	1,126,000	1,340,000	1,554,000
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	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)	(30,000)	(30,000)
	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にて骨子を作成）において、伊賀の魅力を向上させる力の源泉は、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。

また、コロナ禍以降の観光施設への入込客数について、2023（令和 5）年時点ではまだ回復途上であるから、単純な増加目標としては設定しないが、コロナ以前の水準までの回復を図る指標として測定することとする。

【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）による観光産業に関する市政の評価を指標とする。

現行の伊賀市観光振興ビジョンの期限である 2026（令和 8）年に 10～64 歳の割合であるおよそ 60%が「満足」「やや満足」と回答されることを目指し、2021（令和 3）年度を基準とし、年間 2%ごとの増大を目指す。

●Web サイトアクセス数

2020(令和 2)年のコロナ禍で旅行できない方のアクセスが増えたためか一時的に増大しているがそれまでは概ね 60～70 万アクセスの間を推移していた。昨年および本年は同程度の数字となっているが、2022(令和 4)年度にサイトの統合を行い、情報を集約することによって、今後のアクセス数の増

大が見込まれる。2021(令和 3)年度の数字を基準とし、大阪・関西万博の前年度である 2024（令和 6）年度に 100 万アクセスを突破することを目標とし、年間 14%の増大を目指す。

●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す。
増加率については 2024（令和 6）年度を基準として、年 19%の増加率で算出し目標値とする。

●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、71.5%の回復率であったため、目標値は据え置く。
増加率については 2023（令和 5）年度の月平均入込数の 1,700 人を基準として、ピーク時の 2,500 人/月を達成することとし、年 60%の増加率で算出し目標値とする。

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】9,450,000 円 ⑪【伊賀市からの負担金】41,960,000 円 ⑫【国・県・市からの補助金】0 円 ⑬【雑収入】677,000 円
2026（Ｒ８） 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】9,450,000 円 ⑪【伊賀市からの負担金】41,960,000 円 ⑫【国・県・市からの補助金】0 円 ⑬【雑収入】677,000 円
2027（Ｒ９） 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】9,450,000 円 ⑪【伊賀市からの負担金】41,960,000 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（Ｒ４）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（Ｒ５）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（Ｒ６）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（Ｒ７）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】4,000,000 円 ⑤【事業・管理費】139,517,000 円
2026（Ｒ８）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】4,000,000 円 ⑤【事業・管理費】139,517,000 円
2027（Ｒ９）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】4,000,000 円 ⑤【事業・管理費】139,517,000 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

2022（令和 4）年の伊賀市観光振興ビジョンの策定に伴い、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業務分担および費用負担割合が明確化された。

本来行政負担として実施すべき公共領域の収益が見込めない業務については伊賀市より負担金を受領しての実施となり、その財源については 2024（令和 6）年までに入湯税の固定割合負担や宿泊税の導入の検討を行政サイドとの協議のもと実施する。

収益が見込まれる部分については、既存の収益事業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。

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
ＦＡＸ番号	0595-26-7799
Ｅ－ｍａｉｌ	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
ＦＡＸ番号	0595-22-9695
Ｅ－ｍａｉｌ	kankou@city.iga.lg.jp

（登録）【地域DMO】一般社団法人伊賀上野観光協会

様式２

記入日：　令和7年　7月　31日

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　宮嵜　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】 48人（常勤39人（正職員10人・臨時職員26人、嘱託・准職員3人）、非常勤9人）
【主な収入】
　収益事業　81百万円、指定管理事業　19百万円（R6年度決算）
【総支出】
　事業費　190百万円、一般管理費　6.5百万円（R6年度決算）
【連携する主な事業者】
㈱伊賀市にぎわいパートナーズ、㈱ノオト伊賀上野、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、㈱伊賀鉄道、JAいがほくぶ、㈱浮プロダクション、伊賀市物産協会、伊賀ブランド振興会、㈱感じる伊賀、北伊勢上野信用金庫、㈱三重旅行サービス

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（　）	4.0（　）	4.4（　）	4.8（　）	5.2（　）
	実績	5.2（　）	3.7（　）	3.3			
旅行消費額（宿泊単価）（千円）	目標	21.6（　）	23.8（　）	23.6（　）	26.0（　）	28.6（　）	31.2（　）
	実績	23.9（　）	21.4（　）	20.4			
延べ宿泊者数（人）	目標	205,000（27,000）	250,000（33,000）	255,000（33,000）	311,100（40,000）	380,000（49,500）	450,000（59,000）
	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（　）	76.8（　）	41.7（　）			
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
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　ドイツ・フランスを中心としたSDGs、自然等に関心のある欧州圏（＋米国）の個人旅行客
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】

国内①　来訪者に対しての資源のPRの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。
国内②　当該世代のトレンドや嗜好等の分析を行い、他の観光資源への横展開を促し、域内消費の拡大や滞在時間の延長に努める。
海外①　「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」や技術等を強く訴求することにより、他地域との差別化を図る旅行商品の整備・体系化を行う。
海外②　郷土料理等の「食」関連の切り口から複数のプランを用意することで選択肢を増やし、地域への波及効果を拡大していく。

【観光地域づくりのコンセプト】

経済価値だけではない体験価値の創出
「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

・2022(R4)年度　伊賀流バーチャル忍者クエスト
城下町全体をテーマパーク化。スマホアプリを使ったなぞ解きで、江戸時代から変わらない町割りを歩き、伊賀の奥深いまち並みに触れる体験を提供

・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）
不易流行と旅・住包摂の観光まちづくり事業

【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事業
2022(R4)年度に再構築した公式観光サイトの内容充実およびSNSを含めたオウンドメディアによる情報発信強化を実施。

・2023(R5)年度～　ツーリズムEXPO2023
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年（R5）年度～　大坂・忍び文化観光PJ「くノ一現る！」
大坂城城下町（船場・心斎橋）と忍者ゆかりの地（伊賀市・名張市・甲賀市）による共創事業で、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。

【その他】

・2020(R2)年度～2023（R5）年度　伊賀観光まちづくり企画塾事業
人を魅了する企画・開発のノウハウを学びながら新たな観光コンテンツや土産物を創る市民参加型プロジェクト