

観光地域づくり法人形成・確立計画

記入日：令和 5 年 8 月 17 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 <u>地域連携DMO</u> ・地域DMO	
観光地域づくり法人の名称	公益社団法人伊勢志摩観光コンベンション機構	
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 三重県伊勢市、鳥羽市、志摩市、南伊勢町、玉城町、度会町	
所在地	三重県伊勢市二見町茶屋 111-1	
設立時期	平成6年3月25日 伊勢志摩コンベンション推進機構(任意団体)として設立 平成18年4月1日 社団法人化 平成24年4月1日 公益社団法人へ移行	
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	15人【常勤14人（正職員3人・出向等11人）、非常勤1人】	
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） 中村 欣一郎 （出身組織名） 鳥羽市役所	本法人の代表理事を務めており、鳥羽市長の任にある。
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） 山際 洋「専従」 （出身組織名） 公益社団法人伊勢志摩観光コンベンション機構	リゾート関係会社、地元ホテル等で勤務し、マネジメント経験がある。伊勢志摩サミットにおいても地域での調整役となって様々な成果をあげている。
財務責任者（CFO：チーフ・フィナンシャル・オフィサー）	（氏名） 山際 洋「専従」 （出身組織名） 公益社団法人伊勢志摩観光コンベンション機構	リゾート関係会社、地元ホテル等で勤務し、マネジメント経験がある。伊勢志摩サミットにおいても地域での調整役となって様々な成果をあげている。
各部門（専門人材）	（氏名） 佐々木 真紀「専従」 （出身組織名）鳥羽市	令和3年4月に当機構の副事務局長に就任。 令和4年4月に事務局長となる。
各部門（専門人材）	（氏名） 須崎 充博「専従」 （出身組織名）伊勢市	令和4年4月に事業推進グループ長に就任。

連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	<p>三重県 : 観光部 観光振興課、観光戦略課、観光誘客推進課、海外誘客課、観光総務課 雇用経済部 国際戦略課</p> <p>伊勢市 : 産業観光部 観光誘客課、観光振興課</p> <p>鳥羽市 : 観光商工課</p> <p>志摩市 : 産業振興部 観光課、政策推進部 総合政策課</p> <p>南伊勢町 : 観光商工課</p> <p>玉城町 : 産業振興課</p> <p>度会町 : 産業振興課 (いずれも全般)</p>				
連携する事業者名及び役割	<p>観光協会 : 公益社団法人伊勢市観光協会、一般社団法人鳥羽市観光協会、一般社団法人志摩市観光協会、南伊勢町観光協会 (全般)</p> <p>商工会議所・商工会 : 伊勢商工会議所、鳥羽商工会議所、志摩市商工会、伊勢小俣町商工会、南伊勢町商工会、玉城町商工会、度会町商工会 (全般)</p> <p>その他 : 近畿日本鉄道株式会社、東海旅客鉄道株式会社、三重交通株式会社、一般財団法人伊勢志摩国立公園協会、三重県観光連盟、鳥羽旅館事業協同組合、管内観光施設、管内宿泊施設、管内旅行会社など (各事業者の事業内容を活かした連携)</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>【該当する登録要件】 ①及び②</p> <p>【概要】当機構では、事業推進のための企画等の協議や審議を行う場として、行政機関や民間事業者の担当者で構成する観光企画委員会、当機構の役員で構成する理事会があり、理事会を経て最終的な事業計画案等を審議し決定する場として総会を設けている。</p> <p>〔参考〕登録要件</p> <p>①取締役、理事など観光地域づくり法人の意思決定に関与できる立場で行政、文化、スポーツ、農林漁業、交通等の幅広い分野の関係団体の代表者が参画</p> <p>②観光地域づくり法人が主導して行政や関係団体をメンバーとするワーキンググループなどの委員会等を設置</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>当機構の事業実施や取材活動・営業活動を行う中で、専務理事を中心に、職員が会員をはじめ、会員以外の事業者に対しても訪問しており、地域社会とのコミュニケーション・地域の観光関連事業者との信頼関係づくりを行いつつ、その関係性を構築している。特にインバウンド事業については、広域のスケールメリットを生かし、地域が一体となって取り組むことが効果的かつ有効であることから、担当者会議を通じて戦略や計画を共有し、役割を意識して事業に取り組んでいる。また、観光産業や観光文化の振興を図るため、観光人材育成のセミナーを実施している。</p>				
法人のこれまでの活動実績	<p>【活動の概要】</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>事業</th><th>実施概要</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>情報発信・プロモーション</td><td> <p>(1) 令和4年度観光情報の発信事業</p> <p>【具体事業内容】</p> <p>①インターネットによる情報発信</p> <p>公式ホームページや SNS (Instagram、Twitter、Facebook、LINE) を活用して、各々の特色に合わせた形で、年間を通じて観光スポット情報や特集記事などの観光情報を継続的に発信した。また、「癒し」や「SDGs」などをテーマ</p> </td></tr> </tbody> </table>	事業	実施概要	情報発信・プロモーション	<p>(1) 令和4年度観光情報の発信事業</p> <p>【具体事業内容】</p> <p>①インターネットによる情報発信</p> <p>公式ホームページや SNS (Instagram、Twitter、Facebook、LINE) を活用して、各々の特色に合わせた形で、年間を通じて観光スポット情報や特集記事などの観光情報を継続的に発信した。また、「癒し」や「SDGs」などをテーマ</p>
事業	実施概要				
情報発信・プロモーション	<p>(1) 令和4年度観光情報の発信事業</p> <p>【具体事業内容】</p> <p>①インターネットによる情報発信</p> <p>公式ホームページや SNS (Instagram、Twitter、Facebook、LINE) を活用して、各々の特色に合わせた形で、年間を通じて観光スポット情報や特集記事などの観光情報を継続的に発信した。また、「癒し」や「SDGs」などをテーマ</p>				

		<p>としたストーリー性の高い旅行商品を造成し、伊勢神宮を中心とした伊勢志摩広域の魅力を発信した。</p> <p>②メディアによる情報発信</p> <p>映画「法定相続人」と関連させて観光 PR 映像を作成した。本映画の制作発表後に、本 PR 映像を活用して伊勢志摩地域の魅力発信を実施する予定。</p> <p>③パンフレット等による情報発信</p> <p>観光パンフレット「美し国伊勢志摩」の情報を刷新した。また、観光パンフレット「ゆる旅伊勢志摩」を新規作成した。</p> <p>(2) 令和 4 年度国内誘客プロモーション事業</p> <p>【具体事業内容】</p> <p>プロポーザル方式により近畿日本鉄道株式会社を委託業者に選定し、滞在時間の延長（宿泊又は延泊）及び観光消費額拡大につなげるための旅行商品造成と販売を実施した。また、伊勢志摩地域内の周遊観光につなげるため、地域内の体験コンテンツを充実させ、新ホームページ内のじゃらん遊び体験の API との連動により販売を促進した。</p> <p>(3) 令和 4 年度インバウンド推進事業</p> <p>【具体事業内容】</p> <p>欧米豪、東南・東アジアの個人旅行者層をターゲットとし、三重県庁と連携し歴史文化、食、自然景観に特別な体験を加えた伊勢志摩地域の魅力を発信するとともに、ツアー造成促進を目的に国内外の商談会、展示会に参加した。</p> <p>また、海外旅行会社や国内ランドオペレーターに対する伊勢志摩の PR を展開するとともに、伊勢志摩広域に係るファムトリップをアテンドし、魅力発信を行った。</p>																				
	受入環境の整備	<p>■令和 4 年度訪日外国人受入支援事業</p> <p>【具体事業内容】</p> <p>外国人観光客の受入に意欲的な会員をネットワーク化し、スタッフの接客や事業者のホームページなどにおいて多言語対応のセミナーや個別的な支援を実施した。</p>																				
	観光資源の磨き上げ	<p>■令和 4 年度旅行者アンケートの実施</p> <p>【具体事業内容】</p> <p>旅行者アンケートを年 4 回実施し、旅行者の評価を集計している。そのデータを会員あるいは地域の事業者に公表することにより、事業改善への活用を図っている。</p>																				
<p>【定量的な評価】</p> <p>(定量的な評価)</p> <p>令和 4 年度実績</p> <table><tr><td>・公式サイトセッション数</td><td>:</td><td>約</td><td>278 万セッション</td></tr><tr><td>・フェイスブック「いいね」数</td><td>:</td><td>約 13,</td><td>525 件</td></tr><tr><td>・ツイッターフォロワー数</td><td>:</td><td>約 5,</td><td>980 人</td></tr><tr><td>・インスタグラムフォロワー数</td><td>:</td><td>約 5,</td><td>972 人</td></tr><tr><td>・宿泊予約サイトによる宿泊実績</td><td>:</td><td></td><td>170 件</td></tr></table>			・公式サイトセッション数	:	約	278 万セッション	・フェイスブック「いいね」数	:	約 13,	525 件	・ツイッターフォロワー数	:	約 5,	980 人	・インスタグラムフォロワー数	:	約 5,	972 人	・宿泊予約サイトによる宿泊実績	:		170 件
・公式サイトセッション数	:	約	278 万セッション																			
・フェイスブック「いいね」数	:	約 13,	525 件																			
・ツイッターフォロワー数	:	約 5,	980 人																			
・インスタグラムフォロワー数	:	約 5,	972 人																			
・宿泊予約サイトによる宿泊実績	:		170 件																			

実施体制

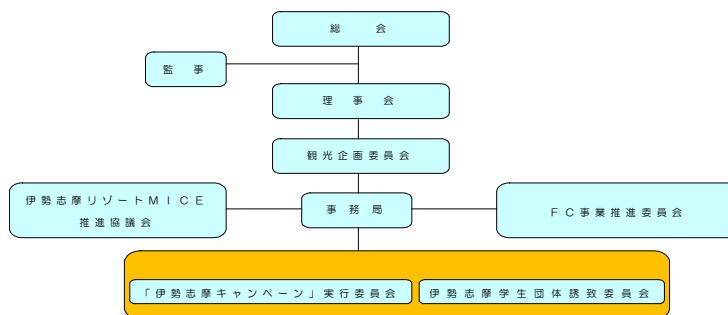
※地域の関係者との連携体制及び地域における合意形成の仕組みが分かる図表等を必ず記入すること（別添可）。

（実施体制の概要）

当機構が母体となり、メンバーには、行政、宿泊業者、飲食業者のみならず、交通事業者、農・漁業者など多様な関係者が参画するなど官民が密接に連携した運営を実施している。行政区域の枠を超えた伊勢志摩広域で一体となって様々な観光振興事業を展開している。

（実施体制図）

公益社団法人伊勢志摩観光コンベンション機構組織図



■令和5年度

会員数： 231会員（R5.7.31現在）

役員： 理事18名（うち、会長1名、副会長3名、専務理事1名）

監事 2名

事務局： 15名（専務理事1名、職員1名、契約職員名、派遣職員10名、駐在職員1名）

※派遣職員：伊勢市3名、志摩市2名、鳥羽市2名、南伊勢町1名、近畿日本ツーリスト(株)1名、三重交通(株)1名）

※駐在職員：三重県1名

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】



【区域設定の考え方】

行政区域の枠を超えた伊勢志摩地域として、6市町（伊勢市、鳥羽市、志摩市、南伊勢町、玉城町及び度会町）が広域で、かつ官民が一体となって様々な観光振興事業を展開することで、地域経済の活性化及び文化の向上に寄与することを目的に取組を実施してきた。観光の魅力を伊勢志摩地域が一体となって効果的、効率的に発信するためにも、当該市町村を区域として設定するのが適切である。

そのうえで、周辺市町である多気町、明和町、松阪市、日本版DMO等と連携をしながら取り組んでいく。

【観光客の実態等】

令和4年三重県観光客実態調査によると、県内の入込客延数が約5,739万人、伊勢志摩地域の入込客延数は2,129万人であった。県内の「宿泊」は30.3%、「日帰り」は69.6%である。県内で日帰客より宿泊客の割合が高い地域は伊勢志摩地域のみで、「宿泊」63.0%、「日帰り」36.7%となっている。

観光消費額については、令和4年度後半は全国旅行支援の実施等もあり観光需要が増加したものの、1,914億円となり、コロナ禍以前となる令和元年度の2,637億円を下回る結果となった。

令和4年度旅行者アンケートによると、都道府県別の発地については、三重県18.5%、愛知県17.8%、大阪府15.0%、東京都9.0%、年代別の来訪者については、50代（23.7%）、40代（18.3%）、60代（17.0%）、30代（12.2%）、20代（12.1%）、旅行目的としては、「神宮参拝」（17.7%）が最も多く、以下「観光施設見学」（16.2%）、「グルメ」（14.4%）、「景観見物」（9.0%）と続く結果となっている。

【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】

- ・観光施設・商業施設： 神宮、夫婦岩、石神さん、伊勢河崎商人館、賓日館、ミキモト真珠島、伊勢志摩サミット記念館、おはらい町、おかげ横丁、外宮参道など
- ・自然： 伊勢志摩国立公園、海（英虞湾など）、離島
- ・文化： 神宮文化、海女文化
- ・食文化（郷土料理）： 伊勢えび、あのにふぐ、かき、あわび、伊勢うどん、てこね寿司など
- ・スポーツ： サイクリング、ゴルフ、アクティビティ、マリンスポーツ
- ・レジャースポット： 鳥羽水族館、伊勢シーパラダイス、志摩マリンランド、志摩地中海村、志摩スペイン村、伊勢安土桃山城下街など
- ・その他の施設等： 海女小屋体験施設、伊勢志摩スカイライン、パールロード、横山展望台

伊勢志摩地域には高いポテンシャルを有する自然、景観、歴史、文化、食、産業等、自然と人の営みが調和した魅力的な観光資源について、ストーリー性を持った体験を提供できるよう、また、様々な主体と連携した新しい商品開発を進め、他の地域との差別化を図っている。

（例）

- ① 自然、歴史、文化、食、産業等の様々な地域資源の磨き上げを図ったうえでストーリー性を持ったもの。
- ② 伊勢志摩が誇る伊勢海老、あわび等の食の体験を通し、「御食国（みけつくに）」を感じさせ、海女漁などの地域の生活文化や豊かな自然に触れることができるもの
- ③ 海の魅力を生かしたもの
- ④ 富裕層層をターゲットとした宿泊施設等との連携による上質感のあるもの

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

平成29年8月末時点

	施設数	収容力（収容人数）	施設規模（客室数）
伊勢志摩地域	834	61,366	14,134

【利便性：区域までの交通、域内交通】

《東京から名古屋まで》

新幹線のぞみ（約 1 時間 40 分）

《名古屋から》

近鉄特急

（約 1 時間 25 分／伊勢市・宇治山田）（約 1 時間 40 分／鳥羽）（約 2 時間 10 分／賢島）

《京都から》

近鉄特急

（約 2 時間／伊勢市・宇治山田）（約 2 時間 15 分／鳥羽）（約 2 時間 45 分／賢島）

《大阪難波から》

近鉄特急

（約 1 時間 45 分／伊勢市・宇治山田）（約 2 時間／鳥羽）（約 2 時間 30 分／賢島）

《中部国際空港から津駅まで⇒津駅から伊勢志摩まで（乗り換え）》

高速船（約 45 分）・三重交通バス（津駅まで約 10 分）

近鉄特急（約 35 分／伊勢市・宇治山田）（約 50 分／鳥羽）（約 1 時間 20 分／賢島）

※空港アクセス港（津）から伊勢志摩までバスを利用する場合

《伊勢まで》 バス約 70 分

《鳥羽まで》 バス約 115 分

《関西国際空港から大阪難波駅まで⇒大阪難波駅から伊勢志摩まで（乗り換え）》

南海電車（JR）（35 分）、バス・車・タクシー（50 分）⇒ 《大阪難波から》と同じ

《車（伊勢市まで）》 大阪から 約 2 時間 40 分

名古屋から 約 1 時間 40 分

東京から 約 5 時間 40 分



【外国人観光客への対応】

○外国語パンフレット

英語、中国語（繁体字、簡体字）、韓国語、フランス語の 4 言語（5 種類）を作成、配布。

○外国語ホームページ

英語、中国語（繁体字）、韓国語、フランス語の 4 言語を作成、公開中。

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
WEBサイトのアクセス状況、顧客データ	地域に対する顧客の関心度、属性や施策の効果等を把握するため	グーグルアナリティクス 4 (GA4)
リピーター率	施策の効果の把握、誘客戦略策定のため	三重県観光客実態調査
観光消費額、観光入込客数、宿泊率、来訪者満足度、再来訪意向	経済的効果測定、施策の効果の把握、誘客戦略策定のため	当機構旅行者アンケート 三重県観光客実態調査
延べ宿泊者数	施策の効果の把握、誘客戦略策定のため	各市町統計
伊勢志摩の強み、伊勢志摩来訪へのボトルネック（外国人）	強みを活かすこと、ネックを解決することの両面から、来訪検討者を呼び込む戦略を策定するため	当機構旅行者アンケート
メディア取材回数(フィルムコミッション実績)	伊勢志摩地域への関心度を把握するため	フィルムコミッション実績

4. 戦略

(1) 地域における観光を取り巻く背景

伊勢志摩地域は、伊勢志摩国立公園が所在する地域で、年間800万人以上が参拝する伊勢神宮をはじめ多数の観光施設や名所旧跡に加え、海女文化、自然、食等の分野において高いポテンシャルを擁しており、平成28年の伊勢志摩サミットの開催により当地域の魅力が世界に発信された。

(2) 地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	<ul style="list-style-type: none"> ・ 神宮の存在（次期式年遷宮の実施） ・ 豊かな自然 ・ 宿泊施設、観光施設が多いこと ・ 伊勢志摩国立公園 ・ 体験コンテンツが多いこと ・ 歴史・文化 ・ 食 ・ サミットの開催地に選ばれた実績 ・ 伊勢志摩スタンダード 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 観光資源を生かし切れていないこと ・ 神宮以外の魅力が伝わっていないこと ・ シングル対応の宿泊施設が少ないこと ・ 情報発信力不足 ・ 二次交通の脆弱さ ・ 宿泊客減少（国内）
外部環境	<ul style="list-style-type: none"> ・ 大阪・関西万博の開催 ・ 世界水準のナショナルパーク化としてのブランド化 ・ 高度情報化社会（インターネット、スマホ・タブレット等） ・ 国の動き（観光立国、地方創生） ・ 外国人観光客増加 ・ パワースポットの流行 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 高齢化社会、国内人口減少 ・ 他観光地との競争激化 ・ 宿泊者数の季節変動、繁閑があること ・ サミット効果の希薄化 ・ 観光ニーズの多様化 ・ 旅行形態の個人化 ・ 大規模地震発生の可能性 ・ 新型コロナウイルス感染拡大

(3) ターゲット

○ 第1ターゲット層	外国人観光客（欧米豪）※
○ 選定の理由	<ul style="list-style-type: none"> ・ 歴史文化に対する興味が大きく、伊勢志摩の魅力が響くことが想定できるため ・ 滞在日数が長く、消費額が多いため ・ 世界のトレンドを牽引するのは欧米豪であるため ・ 当地域における外国人宿泊者数に占める欧米豪の割合は増加傾向であり、欧米豪からの誘客増加の大きな可能性があるため ・ G7三重・伊勢志摩交通大臣会合をきっかけに伊勢志摩に注目が集まる可能性があるため ・ 大阪・関西万博の開催をきっかけに日本に注目が集まる大きな可能性があるため ・ 次期式年遷宮の実施をきっかけに伊勢志摩に注目が集まる大きな可能性があるため
○ 取組方針	<ul style="list-style-type: none"> ・ 富裕層や知的好奇心が高い層に響く伊勢志摩の魅力を発信する。 ・ まずは認知度を高めることをめざし、加えて、訪日してから行先を決める層の誘客を狙う。（特に関西圏） ・ 悠久の歴史の中で海女文化や神宮文化が紡いできた伝統とそれを包み込む伊勢志摩国立公園の魅力を伝え、歴史や文化、食の体験や体感にいざなえるよう活用していく。 ・ 伊勢志摩地域の魅力を生かした動画の活用等によるプロモーションを実施する。
第2ターゲット層	外国人観光客（東南・東アジア）※
○ 選定の理由	<ul style="list-style-type: none"> ・ 国別の内訳では、外国人宿泊者数における東南・東アジアの割合は7割程度を占め増加傾向にあり、重要で大きな市場であるため ・ G7三重・伊勢志摩交通大臣会合や大阪・関西万博の開催をきっかけに伊勢志摩に注目が集まる大きな可能性があるため
○ 取組方針	<ul style="list-style-type: none"> ・ 訪日経験者が多いエリアを確実に狙う。（台湾、香港からの訪日客の8割がリピーター） ・ セールスと一体となった受入支援、各種商談会等を実施する。
○ 第3ターゲット層	国内観光客（伊勢志摩の食、温泉、歴史等に関心をもつアクティブで収入に余裕がある層、女性、若者）
○ 選定の理由	<ul style="list-style-type: none"> ・ 伊勢志摩への関心が高い層、将来の来訪者となり得る層の目線を意識することが効果的であると考えため ・ 次期式年遷宮の実施をきっかけに伊勢志摩に注目が集まる大きな可能性があるため
○ 取組方針	<ul style="list-style-type: none"> ・ 周遊や滞在促進につながる要因を分析し、エリアやターゲットを絞り訴求するコンテンツを磨き上げ、情報発信、プロモーションを行う。
1.	・ 将来の伊勢志摩ファンを獲得するべく取り組む。
2.	第4ターゲット層 団体客（M I C E、大学の合宿やゼミ旅行、教育旅行）
○ 選定の理由	<ul style="list-style-type: none"> ・ 団体旅行が減少する中で、宿泊施設の平日の稼働率の向上や地域内消費を拡大させるため ・ 若年層が参加する大学の合宿やゼミ旅行、教育旅行は、将来的に伊勢志摩地域に再訪するきっかけになると考えられるため。
○ 取組方針	<ul style="list-style-type: none"> ・ 伊勢志摩サミット開催実績を生かし、伊勢志摩地域の宿泊施設のキャパシティ、ユニークベニューや助成金制度を生かした誘致を展開する。顧客に対する支援制度の拡充や、利用施設における利便性の向上に向け取り組む。
3.	・ 将来の伊勢志摩ファンを獲得すべく取り組む。（次期式年遷宮を一つのフックに）

(4) 観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	“観光立圏”伊勢志摩経済圏の活性化 ～伊勢志摩ファンの獲得へ～
②コンセプトの考え方	<p>伊勢志摩は、戦後初の国立公園として指定された伊勢志摩国立公園が所在する地域であって、年間8百万人以上が参拝する伊勢神宮をはじめ、多数の観光施設や名所旧跡に加え、海女文化、自然、食等の分野における高いポテンシャルを有する我が国有数の観光地である。</p> <p>民有地の占める割合が96%と非常に高い伊勢志摩国立公園は、居住人口も多く、他の国立公園と一線を画した、地域の織りなす暮らしや営み、それにより育まれた自然が魅力を形成しており、生活、歴史、伝統、文化、風習、景観に深く触れることができる地である。</p> <p>また、平成28年に伊勢志摩サミットが開催されたことで、その伊勢志摩の魅力が世界に発信されたところである。</p> <p>これらの高いポテンシャルを生かし魅力を発信することに加え、伊勢志摩のブランディングも行い、“伊勢志摩ファン”を増やすことにより、国内外からの周遊・滞在を促進し、観光事業の健全な発展や振興、地域の活性化を図っていく。</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
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>【全般】 総会、理事会（年3回程度） 伊勢志摩観光企画委員会（年3回程度） 担当課長会議（年3回程度）</p> <p>【インバウンド関係】 インバウンド担当者会議（年4、5回程度） インバウンドネットワーク意見交換会（年1回程度）</p> <p>【教育旅行関係】 伊勢志摩学生団体誘致委員会（年3回程度）</p> <p>総会・理事会を開催する前に、伊勢志摩地域の関係機関、関係団体、交通事業者、旅行会社などで構成する「伊勢志摩観光企画委員会」を開催し、重要な議案や計画案など協議するとともに、場合によっては各市町の担当課長を招集し、今後の事業の方向性や具体的な事業内容について話し合った。</p> <p>また、インバウンド事業では、市町や関係機関、関係団体の担当者を招集し事業計画案や具体的な事業内容など協議を行う「インバウンド担当者会議」を年間5回程度開催するとともに、インバウンドネットワーク会員の意見交流会を年1～2回程度実施している。</p> <p>さらに、「伊勢志摩学生団体誘致委員会」では、誘致宣伝グループと企画立案グループの運営部会を設置し、民間事業者も含め協議を重ね事業を実施している。</p> <p>観光地域づくり法人との役割分担については、DMO法人が理事会の役員や会員であるため、日頃から情報共有を行っており、当機構では、伊勢志摩地域が一体となって官民が一丸となった取組や事業展開を意識して取り組んでいる。（具体的には、訪日外国人旅行者受入体制整備の支</p>

	援、特集記事などホームページを活用した情報発信、大都市圏をターゲットとしたプロモーション事業、フィルムコミッションなど)
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>主要な観光施設において観光客向けのアンケート調査を実施することにより、サービスの評価を行っている。(年4回アンケートを実施)</p> <p>また、毎年度、主に会員向けの人材育成のため「おもてなしセミナー」を実施している。令和3年度には、ミライロと伊勢志摩バリアフリーツアーセンターと連携協定を締結し、バリアフリー観光の推進を目的に「バリアフリー講演会」を開催しサービスの維持向上に努めている。さらに、令和3年度は、学生団体旅行の受入環境を整備する上で、宿泊施設や体験事業者等を対象に「受入講習会」を実施するとともに、「SDGsセミナー」を開催し、SDGsの基本的な事項について学習した。</p>
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	<p>WEBやSNSを活用して、伊勢志摩地域の観光情報や特集記事などを情報発信するとともに、ホームページのアクセス数などのデータ収集と分析によりホームページの改善を行い、アクセス数のさらなる増加を図っている。</p> <p>(アンケートやマーケティングにより観光客のニーズを把握し、それに適した情報を発信する。)</p>

6. K P I (実績・目標)

(1) 必須K P I

指標項目		2020 (R2) 年度	2021 (R3) 年度	2022 (R4) 年度	2023 (R5) 年度	2024 (R6) 年度	2025 (R7) 年度
●旅行消費額 (百万円)	目標	237,500 (一)	237,500 (一)	237,500 (一)	237,500 (一)	()	()
	実績	139,900 (一)	126,800 (一)	191,400 (一)			
●延べ宿泊者数 (千人)	目標	4,120 (215)	4,120 (215)	4,120 (215)	4,120 (215)	()	()
	実績	2,650 (8)	2,360 (1)	3,400 (11)			
●来訪者満足度 (%)	目標	40.0 (一)	40.0 (一)	40.0 (一)	40.0 (一)	()	()
	実績	45.5 (一)	47.1 (一)	46.6 (一)			
●リピーター率 (%)	目標	— (一)	— (一)	— (一)	— (一)	(一)	(一)
	実績	81.7 (一)	79.7 (一)	73.9 (一)			

※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】

伊勢志摩観光振興プラン(※平成 30 年度改訂。平成 31 年度から適用)に基づく取組を行う。

【設定にあたっての考え方】

●旅行消費額

観光客の周遊・滞在を促し、消費増につなげるための取組の成果を測定し、施策の立案につなげるための指標として設定する。

●延べ宿泊者数

宿泊者を増やす取組の成果を測定し、施策の立案につなげるための指標として設定する。

●来訪者満足度

「大変満足」の割合を各種取組の成果を測る指標として設定する。

●リピーター率

伊勢志摩地域においては、リピーター率が高いため、新規旅行者を獲得する側面とのバランスが必要であり、リピーターの数と新規旅行者の数の両方が増加している状態が良いため、あえて目標設定を行っていません。

(2) その他の目標

指標項目		2020 (R 2) 年度	2021 (R 3) 年度	2022 (R 4) 年度	2023 (R 5) 年度	2024 (R 6) 年度	2025 (R 7) 年度
●WEBサイトのアクセス数 (件)	目標	2,500,000	2,500,000	2,500,000	2,500,000		
		(一)	(一)	(一)	(一)	(一)	(一)
	実績	2,040,000	1,860,000	2,780,000			
		(一)	(一)	(一)			
●観光入込客延数 (万人)	目標	2,996	2,996	2,996	2,996		
		(一)	(一)	(一)	(一)	(一)	(一)
	実績	1,822	1,412	2,129			
		(一)	(一)	(一)			
●また来たい度 (再来訪意向) (%)	目標	60.0	60.0	60.0	60.0		
		(一)	(一)	(一)	(一)	(一)	(一)
	実績	69.3	70.2	66.5			
		(一)	(一)	(一)			

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】

伊勢志摩観光振興プラン(※平成 30 年度改訂。平成 31 年度から適用)に基づく取組を行う。

【設定にあたっての考え方】

●WEBサイトのアクセス数

伊勢志摩地域への関心度を把握し、各種取組の成果を測る指標として設定する。

当初は、ホームページのページビュー数を目標設定していたが、実質的なサイト訪問者数を表すセッション数を目標設定することとした。

●観光入込客延数

観光地、施設などの入場者数や来訪者数を、観光客の動態を読み解き、各種取組の成果を測り、今後の施策に生かしていくための指標として設定する。

●また来たい度(再来訪意向)

来訪者の満足度とリピーター率との比較分析により、効果的な施策立案につなげるための指標として設定する。

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）
2020（R2） 年度 【実績】	90,352,097	<ul style="list-style-type: none"> ・正会員会費収入 7,360,000 円 （1 口 20,000 円×368 口） ・特別会員負担金 33,650,000 円 （伊勢市、鳥羽市、志摩市、南伊勢町等の 14 事業者の負担金の合計） ・特別事業負担金 34,935,587 円 （当機構が実施する事業ごとの負担金の合計） ・特別会員負担金（人件費） 0 円 （行政派遣職員給与負担） ・委託金収入 5,267,100 円 （三重県からの事業受託） ・広告収入等 916,470 円 （宿泊予約掲載、ホームページ掲載に伴う広告収入、三重県からの委託料等） ・寄付金収入 4,758,990 円 （伊勢志摩 WAON に係る寄付金等） ・雑収入 13,865 円（受取利息） ・特別会計収入① 46 円 （伊勢志摩キャンペーン事業） ・特別会計収入② 3,450,039 円 （伊勢志摩学生団体誘致委員会事業）
2021（R3） 年度 【実績】	113,198,363	<ul style="list-style-type: none"> ・正会員会費収入 7,120,000 円 （1 口 20,000 円×356 口） ・特別会員負担金 33,650,000 円 （伊勢市、鳥羽市、志摩市、南伊勢町等の 14 事業者の負担金の合計） ・特別事業負担金 35,960,000 円 （当機構が実施する事業ごとの負担金の合計） ・特別会員負担金（人件費） 0 円 （行政派遣職員給与負担） ・委託金収入 6,666,000 円 （三重県等からの事業受託） ・広告収入等 21,166,526 円 （宿泊予約掲載、ホームページ掲載に伴う広告収入、国補助金、三重県委託料等） ・寄付金収入 5,136,696 円 （伊勢志摩 WAON に係る寄付金等） ・雑収入 79,039 円 （受取利息、感染防止対策金） ・特別会計収入① 45 円

		(伊勢志摩キャンペーン事業) ・ 特別会計収入② 3,420,057 円 (伊勢志摩学生団体誘致委員会事業)
2022 (R4) 年度 【実績】	201,459,724	・ 正会員会費収入 7,300,000 円 (1 口 20,000 円×365 口) ・ 特別会員負担金 34,400,000 円 (伊勢市、鳥羽市、志摩市、南伊勢町等の 14 事業者の負担金の合計) ・ 特別事業負担金 27,594,000 円 (当機構が実施する事業ごとの負担金の合計) ・ 委託金収入 5,442,247 円 (三重県等からの事業受託) ・ 広告収入等 11,268,721 円 (宿泊予約掲載、ホームページ掲載に伴う広告収入、国補助金等) ・ 寄付金収入 5,430,842 円 (伊勢志摩 WAON に係る寄付金等) ・ 雑収入 83,403 円 (謝金等雑収入、受取利息) ・ 特別会計収入① 42 円 (伊勢志摩キャンペーン事業) ・ 特別会計収入② 6,184,056 円 (伊勢志摩学生団体誘致委員会事業) ・ 特別会計収入③ 103,756,413 円 (伊勢志摩ジャンボ!!キャンペーン事業)
2023 (R5) 年度 【見込み】	108,169,000	・ 正会員会費収入 7,200,000 円 (1 口 20,000 円×360 口) ・ 特別会員負担金 34,400,000 円 (伊勢市、鳥羽市、志摩市等の 14 事業者の負担金合計) ・ 特別事業負担金 27,594,000 円 (当機構が実施する事業ごとの負担金合計) ・ 特別会員負担金 (人件費) 0 円 (行政派遣職員給与負担) ・ 委託金収入 4,320,000 円 (三重県からの事業受託) ・ 広告収入等 200,000 円 (宿泊予約掲載、ホームページ掲載に伴う広告収入等) ・ 寄付金収入 5,000,000 円 (伊勢志摩 WAON に係る寄付金等) ・ 雑収入 1,000 円 (受取利息) ・ 特別会計収入① 19,001,000 円 (高付加価値インバウンド協議会事業) ・ 特別会計収入② 1,000 円 (伊勢志摩キャンペーン事業) ・ 特別会計収入③ 3,451,000 円 (伊勢志摩学生団体誘致委員会事業) ・ 特別会計収入④ 7,001,000 円 (伊勢志摩せんぐう旅博企画準備事業)

2024 (R6) 年度 【見込み】	108,169,000	<ul style="list-style-type: none"> ・ 正会員会費収入 7,200,000 円 (1 口 20,000 円×360 口) ・ 特別会員負担金 34,400,000 円 (伊勢市、鳥羽市、志摩市等の 14 事業者の負担金合計) ・ 特別事業負担金 27,594,000 円 (当機構が実施する事業ごとの負担金合計) ・ 特別会員負担金 (人件費) 0 円 (行政派遣職員給与負担) ・ 委託金収入 4,320,000 円 (三重県からの事業受託) ・ 広告収入等 200,000 円 (宿泊予約掲載、ホームページ掲載に伴う広告収入等) ・ 寄付金収入 5,000,000 円 (伊勢志摩 WAON に係る寄付金等) ・ 雑収入 1,000 円 (受取利息) ・ 特別会計収入① 19,001,000 円 (高付加価値インバウンド協議会事業) ・ 特別会計収入② 1,000 円 (伊勢志摩キャンペーン事業) ・ 特別会計収入③ 3,451,000 円 (伊勢志摩学生団体誘致委員会事業) ・ 特別会計収入④ 7,001,000 円 (伊勢志摩せんぐう旅博企画準備事業)
2025 (R7) 年度 【見込み】	108,169,000	<ul style="list-style-type: none"> ・ 正会員会費収入 7,200,000 円 (1 口 20,000 円×360 口) ・ 特別会員負担金 34,400,000 円 (伊勢市、鳥羽市、志摩市等の 14 事業者の負担金合計) ・ 特別事業負担金 27,594,000 円 (当機構が実施する事業ごとの負担金合計) ・ 特別会員負担金 (人件費) 0 円 (行政派遣職員給与負担) ・ 委託金収入 4,320,000 円 (三重県からの事業受託) ・ 広告収入等 200,000 円 (宿泊予約掲載、ホームページ掲載に伴う広告収入等) ・ 寄付金収入 5,000,000 円 (伊勢志摩 WAON に係る寄付金等) ・ 雑収入 1,000 円 (受取利息) ・ 特別会計収入① 19,001,000 円 (高付加価値インバウンド協議会事業) ・ 特別会計収入② 1,000 円 (伊勢志摩キャンペーン事業) ・ 特別会計収入③ 3,451,000 円 (伊勢志摩学生団体誘致委員会事業) ・ 特別会計収入④ 7,001,000 円 (伊勢志摩せんぐう旅博企画準備事業)

(2) 支出

年(年度)	総支出	内訳(具体的に記入すること)
2020(R2) 年度 【実績】	85,339,270	<ul style="list-style-type: none"> ・観光情報の発信事業 8,404,383 円 (インターネット、メディア、パンフレットによる情報発信) ・観光客誘致促進及び受入体制の整備事業 42,234,173 円 (情報発信プロモーション事業、インバウンド推進事業など) ・伊勢志摩フィルムコミッション事業 6,583 円 ・その他の事業 292,800 円 (アンケート調査とセミナー) ・一般管理費 32,220,200 円 (人件費、旅費、通信運搬費等々) ・特別会計事業① 0 円 (伊勢志摩キャンペーン事業) ・特別会計事業② 1,751,432 円 (伊勢志摩学生団体誘致委員会事業) ・特別会計事業③ 429,699 円 (その他の事業(減価償却のみ))
2021(R3) 年度 【実績】	108,487,262	<ul style="list-style-type: none"> ・観光情報の発信事業 18,461,698 円 (インターネット、メディア、パンフレットによる情報発信) ・観光客誘致促進及び受入体制の整備事業 52,274,796 円 (情報発信プロモーション事業、インバウンド推進事業など) ・伊勢志摩フィルムコミッション事業 348,618 円 ・その他の事業 311,292 円 (アンケート調査とセミナー) ・一般管理費 33,000,960 円 (人件費、旅費、通信運搬費等々) ・特別会計事業① 316,186 円 (伊勢志摩キャンペーン事業) ・特別会計事業② 3,344,015 円 (伊勢志摩学生団体誘致委員会事業)

		<ul style="list-style-type: none"> ・ 特別会計事業③ 429,697 円 (その他の事業 (減価償却のみ))
2022 (R4) 年度 【実績】	188,404,464	<ul style="list-style-type: none"> ・ 観光情報の発信事業 7,694,064 円 (インターネット、メディア、パンフレットによる 情報発信) ・ 観光客誘致促進及び受入体制整備事業 31,137,894 円 (情報発信プロモーション事業、インバウンド推進 事業など) ・ 伊勢志摩フィルムコミッション事業 2,308,775 円 ・ その他の事業 190,430 円 (アンケート調査とセミナー) ・ 一般管理費 35,640,390 円 (人件費、旅費、通信運搬費等々) ・ 特別会計事業① 0 円 (伊勢志摩キャンペーン事業) ・ 特別会計事業② 5,973,116 円 (伊勢志摩学生団体誘致委員会事業) ・ 特別会計事業③ 105,459,795 円 (伊勢志摩ジャンボ!!キャンペーン事業)
2023 (R5) 年度 【見込み】	118,301,000	<ul style="list-style-type: none"> ・ 観光情報の発信事業 5,301,000 円 (インターネット、メディア、パンフレットによる 情報発信) ・ 観光客誘致促進及び受入体制の整備事業 34,319,000 円 (情報発信プロモーション事業、インバウンド推進 事業など) ・ 伊勢志摩フィルムコミッション事業 2,274,000 円 ・ その他の事業 507,000 円 (アンケート調査) ・ 一般管理費 35,700,000 円 (人件費、旅費、通信運搬費等々) ・ 特別会計事業① 20,000,000 円 (高付加価値インバウンド協議会事業) ・ 特別会計事業② 0 円 (伊勢志摩キャンペーン事業)

		<ul style="list-style-type: none"> ・ 特別会計事業③ 6,200,000 円 (伊勢志摩学生団体誘致委員会事業) ・ 特別会計事業④ 14,000,000 円 (伊勢志摩せんぐう旅博企画準備事業)
2024 (R 6) 年度 【見込み】	118,301,000	<ul style="list-style-type: none"> ・ 観光情報の発信事業 5,301,000 円 (インターネット、メディア、パンフレットによる 情報発信) ・ 観光客誘致促進及び受入体制の整備事業 34,319,000 円 (情報発信プロモーション事業、インバウンド推進 事業など) ・ 伊勢志摩フィルムコミッション事業 2,274,000 円 ・ その他の事業 507,000 円 (アンケート調査) ・ 一般管理費 35,700,000 円 (人件費、旅費、通信運搬費等々) ・ 特別会計事業① 20,000,000 円 (高付加価値インバウンド協議会事業) ・ 特別会計事業② 0 円 (伊勢志摩キャンペーン事業) ・ 特別会計事業③ 6,200,000 円 (伊勢志摩学生団体誘致委員会事業) ・ 特別会計事業④ 14,000,000 円 (伊勢志摩せんぐう旅博企画準備事業)
2025 (R 7) 年度 【見込み】	118,301,000	<ul style="list-style-type: none"> ・ 観光情報の発信事業 5,301,000 円 (インターネット、メディア、パンフレットによる 情報発信) ・ 観光客誘致促進及び受入体制の整備事業 34,319,000 円 (情報発信プロモーション事業、インバウンド推進 事業など) ・ 伊勢志摩フィルムコミッション事業 2,274,000 円 ・ その他の事業 507,000 円 (アンケート調査) ・ 一般管理費 35,700,000 円 (人件費、旅費、通信運搬費等々)

		<ul style="list-style-type: none"> ・特別会計事業① 20,000,000 円 (高付加価値インバウンド協議会事業) ・特別会計事業② 0 円 (伊勢志摩キャンペーン事業) ・特別会計事業③ 6,200,000 円 (伊勢志摩学生団体誘致委員会事業) ・特別会計事業④ 14,000,000 円 (伊勢志摩せんぐう旅博企画準備事業)
--	--	---

(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

自立的・継続的に活動するための安定的な運営資金については、現時点では、県、市町、各団体からの負担金、会員からの会費等による。今後は、地域連携DMOとして、会員拡大による会費増に加え、委託料、ホームページを活用した収入等、他の自主財源の獲得も図るなど、資金確保に努め、継続的な運営に向けて取り組んでいく。

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

伊勢志摩観光振興プランを策定する際に、伊勢市、鳥羽市、志摩市、玉城町、度会町、南伊勢町は、公益社団法人伊勢志摩観光コンベンション機構が当該地域における地域連携DMOの登録法人となるべく申請することを適当と認める。このことから伊勢市、鳥羽市、志摩市、玉城町、度会町、南伊勢町は、公益社団法人伊勢志摩観光コンベンション機構と共に申請します。

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）

【他の地域連携DMOや地域DMOとの間で、重複区域に関する連携や役割分担等について協議を行った（行っている）か】

エリアが重複する（公社）伊勢市観光協会、（一社）相模海女文化運営協議会、（一社）鳥羽市観光協会、（一社）志摩市観光協会とは、「伊勢志摩観光コンベンション機構のあり方検討委員会」において当機構と各地域における重複業務の見直しや、当機構の今後のあり方について協議・検討している。月に一度の連絡会を行い、各取組の意見交換を行っている。

【区域が重複する背景】

伊勢志摩観光コンベンション機構の前身は、マイルス誘致を目的とした任意団体として、平成6年に設立された。平成18年には、伊勢志摩地域のスケールメリットを生かした観光振興の核組織として機能強化を図るため、社団法人化へ移行した。

【重複区域における、それぞれのDMOの役割分担について】

伊勢志摩広域のスケールメリットを生かした事業展開を主としている。具体的には、20年毎に執り行われる神宮式年遷宮による観光経済への恩恵を最大限に享受するための広域キャンペーンや、伊勢

志摩後期でのプロモーションやファントリップ等を実施することで、担当行政区では不可能な大きな魅力（強み）の発信や、旅行客の獲得に繋げている。

【前述の役割分担等によって、効率的、効果的な活動の遂行が期待できるか】

前述の広域キャンペーン一つをとってみても、地域 DMO を巻き込んだ協議会を立ち上げており、地域 DMO が得意とする、地域側の機運醸成や受入環境整備（新たな魅力、コンテンツ作り）を地域側に任せ、それらを大きなコンセプトでまとめてプロモーションすることで、魅力的な情報発信や旅行客の獲得を目指す。

10. 記入担当者連絡先

担当者氏名	川上 茂
担当部署名（役職）	副事務局長
郵便番号	〒519-0609
所在地	三重県伊勢市二見町茶屋111-1
電話番号（直通）	0596-44-0800
FAX番号	0596-42-2929
E-mail	cnv@iseshima-kanko.jp

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
担当者氏名	梶原 伸也
担当部署名（役職）	観光部観光振興課（行政実務研修員）
郵便番号	〒514-8570
所在地	三重県津市広明町13番地
電話番号（直通）	059-224-2802
FAX番号	059-224-2801
E-mail	kankomi@pref.mie.lg.jp

都道府県・市町村名	伊勢市
担当者氏名	北村 貴裕
担当部署名（役職）	産業観光部観光誘客課（課長）
郵便番号	〒516-8601
所在地	三重県伊勢市岩渕1丁目7番29号

電話番号（直通）	0 5 9 6－2 1－5 5 6 5
F A X 番号	0 5 9 6－2 1－5 6 5 1
E－m a i l	kanko@city.ise.mie.jp

都道府県・市町村名	鳥羽市
担当者氏名	村山 陽介
担当部署名（役職）	観光課（課長補佐）
郵便番号	〒5 1 7－0 0 1 1
所在地	三重県鳥羽市鳥羽三丁目 1 番 1 号
電話番号（直通）	0 5 9 9－2 5－1 1 5 5
F A X 番号	0 5 9 9－2 5－1 1 5 9
E－m a i l	kanko@city.toba.lg.jp

都道府県・市町村名	志摩市
担当者氏名	谷水 貴志
担当部署名（役職）	産業振興部観光課（観光戦略係長）
郵便番号	〒5 1 7－0 5 9 2
所在地	三重県志摩市阿児町鵜方 3 0 9 8 番地 2 2
電話番号（直通）	0 5 9 9－4 4－0 0 0 5
F A X 番号	0 5 9 9－4 4－5 2 6 2
E－m a i l	kanko@city.shima.mie.jp

都道府県・市町村名	南伊勢町
担当者氏名	向井 將
担当部署名（役職）	観光商工課（観光商工係長）
郵便番号	〒5 1 6－1 4 9 2
所在地	三重県度会郡南伊勢町神前浦 1 5 番地
電話番号（直通）	0 5 9 6－7 7－0 0 0 3
F A X 番号	0 5 9 6－7 6－0 2 7 9
E－m a i l	kankoshoko@town.minamiise.lg.jp

都道府県・市町村名	玉城町
担当者氏名	永井 友樹
担当部署名（役職）	産業振興課（地域振興係長）
郵便番号	〒5 1 9－0 4 9 5
所在地	三重県度会郡玉城町田丸 1 1 4－2
電話番号（直通）	0 5 9 6－5 8－8 2 0 4
F A X 番号	0 5 9 6－5 8－4 4 9 4

E-mail	t-make@town.tamaki.lg.jp
--------	--

都道府県・市町村名	度会町
担当者氏名	玉村 憲也
担当部署名（役職）	産業振興課（主事）
郵便番号	〒516-2195
所在地	三重県度会郡度会町棚橋1215-1
電話番号（直通）	0596-62-2416
FAX番号	0596-62-1138
E-mail	shinko@town.watarai.lg.jp

記入日： 令和 5年 8月 17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】

三重県伊勢市、鳥羽市、志摩市、南伊勢町、玉城町、度会町

【設立時期】 平成6年3月25日

【設立経緯】

①区域に観光協会があるが、役割分担等をした上でDMO新設

【代表者】 中村 欣一郎

【マーケティング責任者(CMO)】 山際 洋

【財務責任者(CFO)】 山際 洋

【職員数】 15人(常勤14人(正職員3人・出向等11人)、非常勤1人)

【主な収入】

会費7,300千円、、自治体等負担金61,994千円、委託金5,430,842円、国補助金等11,268,721円、寄付金5,430,842円(令和4年度決算)

【総支出】

事業費 152,764,074円、一般管理費 35,640,390円(令和4年度決算)

【連携する主な事業者】

区域内の地方自治体、観光協会、商工団体等

KPI(実績・目標)

※()内は外国人に関するもの。

項目		2020 (R2)年	2021 (R3)年	2022 (R4)年	2023 (R5)年	2024 (R6)年	2025 (R7)年
旅行 消費額 (百万円)	目標	237,500 (—)	237,500 (—)	237,500 (—)	237,500 (—)	(—)	(—)
	実績	139,900 (—)	126,800 (—)	191,400 (—)	—	—	—
延べ 宿泊者数 (千人)	目標	4,120 (215)	4,120 (215)	4,120 (215)	4,120 (215)	()	()
	実績	2,650 (8)	2,360 (1)	3,400 (11)	—	—	—
来訪者 満足度 (%)	目標	40 (—)	40 (—)	40 (—)	40 (—)	()	()
	実績	45.5 (—)	47.1 (—)	46.6 (—)	—	—	—
リピーター率 (%)	目標	— (—)	— (—)	— (—)	— (—)	()	()
	実績	81.7 (—)	79.7 (—)	73.9 (—)	—	—	—

戦略

【主なターゲット】

外国人観光客(欧米豪、東南・東アジア)
国内観光客(伊勢志摩の食、温泉、歴史等に
関心を持つアクティブで収入に余裕のある層等)

【ターゲットの誘客に向けた取組方針】

- ・富裕者層や知的好奇心が高い層に響く伊勢志摩の魅力を発信する。
- ・まずは認知度を高め、加えて、訪日してから行先を決める層の誘客を狙う。
- ・神宮・食・海女文化・伊勢志摩国立公園の活用

【観光地域づくりのコンセプト】

“観光立圏”伊勢志摩経済圏の活性化

具体的な取組

【観光資源の磨き上げ】

・旅行者アンケートを年4回実施し、そのデータを地域の事業者公表することにより、事業内容改善への活用を図っている。

【受入環境整備】

- ・訪日外国人受入支援事業
- ・観光産業及び観光文化の振興と人材の育成に関する事業

【情報発信・プロモーション】

- ・インターネット、パンフレット、メディア等による情報発信
- ・ストーリー性の高い旅行商品の造成・販売や海外旅行会社への魅力発信

【その他】

・伊勢志摩エリア内の宿泊促進及び消費拡大を図るため、「伊勢志摩ジャンボ!!キャンペーン」と称し、宿泊者限定でスクラッチカードを発行し、当選者に買物クーポンを発行した。

