

# 令和3年度 伊勢志摩観光コンベンション機構 事業計画

## 1 基本方針

令和元年度に発生した新型コロナウイルス感染症は世界規模で拡大し、人の生命に脅威であるばかりでなく、世界経済にこれまで類をみないほどの甚大な影響を今なお与え続けています。

我が国は、GoTo キャンペーンをはじめとした観光需要喚起施策の効果により国内需要は回復傾向にありましたが、再度の緊急事態宣言により減速し下降傾向に転じてしまいました。言うまでもなく、海外誘客においても、一年が経過した今でも人の移動は制限が厳しく、インバウンド需要は壊滅的な状況です。

当機構は、このように地域経済が新型コロナウイルス感染拡大の影響により大打撃を受けている状況において、観光産業の健全な発展と振興、地域の活性化に向けて重要な役割を果たすべく、これまでの地域との深い関わりを基盤に、時機や状況を見極めつつ、「すべきこと」を積極的に考え前向きな姿勢で展開していくことが重要であると考えています。

また、令和3年度は、大きなイベント（太平洋・島サミット、東京オリンピック・パラリンピック、とこわか国体）が開催される予定であり、この機会を捉え、地域活性化につながる取組も必要となります。

当機構は、上記の基本的な考え方に立ち、伊勢志摩地域のスケールメリットを念頭に置きつつ、以下の5つの基本方針により、場合によっては適切な事業に組み替えながら、観光産業の復活に尽力します。

- (1) with コロナの新しい時代に観光客から選ばれ、観光客も地域に暮らす人々も安心できる観光地づくりを目指すとともに、伊勢志摩地域の観光情報の発信環境の整備にも力を入れます。
- (2) 国内誘客については、人の移動の緩和状況に応じて、県内や近隣エリアに加え大都市圏・遠隔地をターゲットとし、国や県が実施する事業との連動を図りつつ、事業者と協力しながら訴求効果のあるプロモーションを展開します。
- (3) 海外誘客については、これまでの外国人観光客に関するデータや傾向の分析をもとに、伊勢志摩地域内の外国人受入環境の整備を進めるとともに、新型コロナウイルス感染症の収束状況を見極めながら、商談会等の参加、現地セールス、ファムトリップなど戦略的なプロモーションを展開します。
- (4) 教育旅行については、令和2年度に引き続き県内・近県における需要を取り込むとともに、人の移動の緩和に伴う遠方からの需要にも対応できるよう、伊勢志摩地域の魅力を感じてもらえるような情報発信と訪問セールス等の事業を展開します。また、教育旅行の時期が集中した場合の対応など事業者と連携・協力を図りながら課題解決に取り組みます。
- (5) 地域連携 DMO として重要な役割を果たし、事業の質、専門性及び継続性の向上を目指し充実した事業に取り組みます。また、伊勢志摩地域内における二次交通などの課題も顕在化しており、解決に向けた取組と連携していきます。

## 2 令和3年度の主な取組

### (1) 安全・安心の観光地づくり事業

1,854 千円

#### ① 伊勢志摩スタンダード

地域が一体となった新型コロナウイルス感染拡大防止対策として、制度の継続、観光客への普及啓発と情報発信を行っていきます。また、新型コロナウイルスの収束の状況に応じて、制度の見直しを行うとともに、インバウンドへの対応を行います。

あわせて、LINE 公式アカウントにおける友だち追加促進施策と連動させる手法で、観光客への「新しい旅のエチケット」の普及キャンペーンを実施します。

#### ② with コロナ時代の対応等

新しい観光スタイルとして期待されるワーケーション事業を推進していきます。

また、ヴァーチャルや Web といった with コロナ時代の観光プロモーションの導入に向けた対応を検討します。

その一方で、その受入基盤として、だれもが安全で、安心して観光地を周遊できる環境が必要となることから、「MIRAIRO ID」を活用した観光地におけるバリアフリー対応などを検討します。

### (2) 観光情報の発信事業

24,337 千円

#### ① インターネットによる情報発信 (17,051 千円)

スマートフォンから観光情報を取得する観光客の割合が増加傾向にあることから、スマートフォンページを中心に公式サイト全体を観光客の目線で見直すとともに、時期に応じた特集記事を作成、ホームページ登録情報の充実を図り、観光客から求められる情報を提供します。

公式 SNS (Instagram、Twitter、Facebook、LINE) による情報発信については、各々の特色に合わせた形で、年間を通して観光情報などを継続的に発信します。

また、令和2年度に開設した LINE 公式アカウントの運用を本格的に開始し、伊勢志摩地域のリピーター獲得やプロモーションへの活用を進めます。

		令和元年度 (H31 年度実績)	令和2年度 (見込)	令和3年度 (目標)
機構HP アクセス数	年間	約 548 万 ページビュー	約 474 万 ページビュー	約 500 万 ページビュー
		約 222 万 セッション	約 208 万 セッション	約 210 万 セッション
フォトギャラリー 画像請求件数		1,995 件 (月約 170 件)	約 1,450 件 (月約 120 件)	約 1,700 件 (月約 140 件)
フェイスブック「いいね」数		約 12,300	約 12,700	約 13,000
ツイッター フォロワー数		約 4,090	約 4,600	約 5,000
インスタグラムフォロワー数		約 2,200	約 3,250	約 4,000
宿泊予約 サイト	宿泊実績	320 件	160 件	約 200 件
	手数料収入	117,869 円	約 52,000 円	約 65,000 円

※ セッション

サイト訪問者数。一度の訪問における 30 分以内の行動が 1 セッション。サイトを離脱しても 30 分以内に再来訪した場合は同一セッション、同一ユーザーでも 30 分以降の再来訪は別セッション。

※ ページビュー

閲覧されたページ数。Web ページが 1 ページ表示されると 1 ページビュー。

② メディアによる情報発信 (3,536 千円)

三重テレビ放送をはじめメディアを活用した情報発信、YouTube 等のメディアを活用した情報発信、あるいは、バーチャル映像等の作成など最適な媒体を検討し、伊勢志摩の魅力を発信します。

また、魅力の発信に当たっては、デジタルトランスフォーメーション (DX) の取組を意識するとともに、新型コロナウイルス感染拡大の影響により自宅でも楽しめるような工夫を施し、収束後に全国からの来訪につながるよう事業展開を図ります。

③ パンフレット等による情報発信 (3,300 千円)

伊勢志摩地域を網羅したガイドブックとして広く活用されている「伊勢志摩観光ガイドブック『美し国伊勢志摩』」を中心に紙媒体での情報発信を実施します。当該ガイドブックは、伊勢志摩管内の観光案内所や宿泊施設のほか、三重テラスやセントレアなど県外施設でも配布しています。令和 3 年度は、令和 2 年度に作成した日本語版のパンフレットをもとに最新情報に更新し、増刷します。

**(3) 観光客及びコンベンションの誘致促進及び受入体制の整備に関する事業**

**34,484 千円 (特別会計を除く)**

① インバウンド推進事業 (16,000 千円)

(※別添の令和 3 年度インバウンド推進事業計画案を参照)

伊勢志摩の魅力を生かし、欧米豪 (英・仏・豪) をメインターゲットとして、伊勢志摩地域が一体となった誘客、受入環境の充実等に向けた取組を実施します。(確実に誘客を狙うためアジア圏もターゲットの一つとして設定します。)

② 国内誘客プロモーション事業 (15,522 千円)

国や県が実施する誘客促進施策が終了した後も、with コロナを意識したうえで、切れ目なく誘客を図るために「癒し」や「SDGs」などをテーマとしたストーリー性の高い旅行商品の造成等を実施し、新規顧客の獲得や地域内周遊の促進、リピーターの取り込みを目指した効果的な誘客促進施策を実施します。

また、地域内消費の拡大を目的とした消費促進施策を実施し、それらに伴いコロナ禍に適したプロモーションを実施します。

③ MICE 誘致事業 (2,220 千円)

伊勢志摩への MICE 誘致を強化するため、「伊勢志摩リゾート MICE 推進協議会」と連携して地域が一体となった誘致活動を行います。

また、三重県が支援する国際会議については重複して助成金を交付するなど、開催支援サービスの充実強化を図ります。それに加え、伊勢志摩地域内の各市町の支援制度の運用等を把握し、分析等を行うことにより支援のあり方について検証します。

④ クルーズ船誘致及びおもてなし事業 (92 千円)

クルーズ船寄港への対応として、鳥羽港クルーズ船誘致受入協議会と協力し、クルーズ客の地域内周遊につなげ、消費拡大やリピーター獲得をもたらす、地域経済活性化につなげる機会とします。

また、クルーズ船の受入実績を積み上げ、寄港地として選ばれるための魅力と認知度の向上を図り、鳥羽港への新規クルーズ船誘致、既存のクルーズ船の継続的な寄港へ向けて VJTM など商談会やクルーズ船社へのセールス活動に注力します。

⑤ 伊勢志摩フィルムコミッション事業 (128 千円)

映画、TV、CM 等の撮影に係る誘致・支援活動を積極的に行い、伊勢志摩地域の魅力を発信することで、魅力の再発見や知名度の向上、イメージアップを図ります。

また、制作会社等との商談会に参加し、撮影機会の創出・撮影のリポート促進を図り、撮影誘致に積極的に取り組みます。

⑥ マーケティング、観光客実態調査事業 (152 千円)

コロナ禍における伊勢志摩地域への来訪者に係るデータを収集し、今後移り変わる「新しい旅のスタイル」を踏まえ来訪者の傾向を把握・分析したうえで、コロナ禍における様々な課題の解決に向け、取組の効果検証や施策立案に生かします。とりまとめたデータは当機構の会員に提供し、伊勢志摩地域への誘客の取組に活用します。

⑦ 伊勢志摩学生団体誘致委員会事業 (特別会計) (4,894 千円)

教育旅行の誘致活動により、平日の安定的な宿泊施設の稼働と集客の維持が期待できるため、新型コロナウイルスの収束の状況に応じて、旅行エージェント、学校、校長会等への訪問セールスを実施し、新規エリアの拡大を図ります。

また、コロナ禍の影響により令和2年度に急増した県内・近県需要を取り込むために、令和3年度は遠足や社会見学の誘致を視野に入れセールス活動を行います。そのセールスツールとして、ホームページの更新やガイドブックの改訂を行います。

加えて、伊勢志摩地域の魅力を効果的に伝えるため、旅行エージェント営業担当者や教育関係者を招聘し、現地視察を実施します。

また、訪日修学旅行の獲得に向けた取組として、インバウンド需要の回復状況に応じて受入体制の調査を行います。

⑧ 伊勢志摩キャンペーン事業（特別会計）（500 千円）

当該事業は中止中ですが、令和3年度は、参宮木札事業に係る必要な事務処理として、12支を揃えた応募者へのプレゼント企画を実施します。

(4) 収入確保、地域の消費促進等の新しい取組

専務理事を配置した機構運営体制のもと、当機構の会員となるインセンティブを充実させ、当機構が以上の取組を進めていくうえでパートナーとなる事業者等を対象に会員としての参画を促進します。

① 会員の拡大

当機構の活動を応援する事業者等の加入を促進します。

(伊勢志摩スタンダードの参加事業者への働きかけ)

② ホームページへの有料記事掲載

観光施設等の有料記事の掲載を促進することにより、財源の確保につなげるとともに、伊勢志摩地域での消費を促進します。

③ マッチング機会の創出

大都市圏における商談会を企画し、インバウンド取扱業旅行会社(想定)と伊勢志摩地域の事業者とのマッチングの機会を創出することにより、伊勢志摩地域における消費拡大を図るとともに、地域の事業者間の連携協力関係を強化します。

4 管理部門

(1) 組織体制の強化

① 事務局体制

伊勢志摩地域の広域観光を十分に担うため、行政、関係団体、事業者等と連携し、伊勢志摩地域の観光振興を推進する体制を構築し、組織強化を進めていきます。

また、平成30年度に専務理事、インバウンドの正規職員を配置したことにより強化した体制のもと、地域連携DMOとして重要な役割を果たしていきます。

■事務局職員（14名）の内訳

専務理事	1名
伊勢市からの派遣職員	2名
鳥羽市からの派遣職員	2名
志摩市からの派遣職員	2名
南伊勢町からの派遣職員	1名
三重県職員（観光魅力創造課 伊勢市駐在）	1名
三重交通(株)からの派遣職員	1名
(株)近畿日本ツーリスト中部からの派遣職員	1名
インバウンド正規職員	1名
臨時職員	2名

## ② 会員の拡大

行政区域の枠を越えた伊勢志摩広域で、官民が一体となった観光振興事業の展開及び推進を図るため、会員相互及び事務局で新規会員の積極的な確保に努めます。さらに会員になることのインセンティブの充実を図り発信します。

## ③ 会員への情報提供

様々な関係者と連携した取組を進めるため、地域とのつながりの強化やコミュニケーションを図っていきます。会員向けに情報を提供する機会や会員間の情報交換の機会を創出します。

### 令和3年度 資金調達及び設備投資の見込みについて

#### 1 資金調達の見込みについて

資金調達の予定		<input checked="" type="checkbox"/>	あり	<input type="checkbox"/>	なし
事業区分	調達先	金額		用途	
観光情報の発信事業	国補助金	9,450,000円		HP大規模改修	

#### 2 設備投資の見込みについて

設備投資の予定		<input checked="" type="checkbox"/>	あり	<input type="checkbox"/>	なし
事業区分	設備投資の内容	支出又は収入の予定額		資金調達の方法	
観光情報の発信事業	HP大規模改修	18,907,704円		国補助金	