

令和4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、2年以上にわたり世界経済に甚大な影響を与えています。ワクチンの接種や新薬の開発など急ピッチで進められていますが、新種株の出現などにより感染拡大の波が続いています。

我が国でも、3回目のワクチン接種が始まり、日本製新薬の承認も進められており、命と経済との両立をめざす with コロナの社会づくりに向け動き出しています。しかしながら、今なお人流の抑制が求められており、壊滅的なインバウンドの状況を含め観光産業全体が暗闇から抜け出せていません。

当機構では、このように地域経済が大打撃を受けている状況下において、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、将来を見据え「今すべきこと」を積極的な姿勢で展開していくことが最も重要であると考えています。そして、令和4年度はコロナ禍からのV字回復が期待され、その転換期となる重大局面と位置付けています。

このような基本的な考えに立ち、伊勢志摩地域のスケールメリットを念頭に置きつつ、素早く柔軟に行動できる体制を効果的に活かし、以下の6つの基本方針に基づき観光産業の復活に尽力します。

【6つの基本方針】

(1) 地域経済の活性化

伊勢志摩地域の市町が地域経済活性化に向け力を合わせ、国や県が実施する事業と連携を図りながら、伊勢志摩地域の事業者と共に訴求効果のあるキャンペーンとプロモーションを展開します。

(2) 戦略的な海外誘客

これまでの外国人観光客に関するデータや傾向の分析、伊勢志摩地域の受入環境の整備状況をもとに、各国のコロナ禍の状況を見極め、商談会等への参加、ファムトリップの実施、HP等の魅力発信など戦略的なプロモーションを展開するとともに、SDGsなどをテーマに受入環境のバージョンアップに取り組みます。

(3) 教育旅行の開拓

令和3年度に引き続き県内・近県を中心に需要を取り込むとともに、大都市圏を含め東北地方、中国・四国地方など遠方も視野に入れ、誘致活動を展開します。また、SDGsなど教育旅行に求められる受入環境の整備も促進し、大学生の誘致にも対応可能な環境整備を検討していきます。

(4) フィルムコミッショングの営業展開

映画、旅番組、SNSなどメディア（制作会社など）に伊勢志摩地域の魅力を積極的に売り込み、中長期的な視野に立ちメディアとの良好な関係を構築しつつ、映像や画像を通じて伊勢志摩の露出度を高め、旅のきっかけづくりを仕掛けていきます。

(5) バリアフリー観光の幅広い浸透

令和3年度のミライロ、伊勢志摩バリアフリーツアーセンターの三者の連携協定に基づき、将来の超高齢化社会の到来に向けバリアフリー観光の必要性などの理解を幅広に浸透させ、アクティビティ体験におけるバリアフリーなど障がい者が旅を楽しむ環境づくりなど新たな側面に目を向けバリアフリー観光を推し進めます。

(6) 新公式ホームページ「伊勢志摩観光ナビ」の積極活用

旧公式ホームページからの写真や動画を見直すことによって新公式ホームページ「伊勢志摩観光ナビ」のビジュアル面での強化を図り、最新スポットや特集記事、体験記などの掲載数を増加させるなど各職員が積極的に活用することにより、ホームページの魅力をアップさせ、発信力を高めていきます。

I 課題解決に向けた重点項目

(1) めぐる 泊まる 伊勢志摩旅とくキャンペーン事業(仮称) 【基本戦略7 地域経済活性化】

事業名・項目		事業計画概要	事業実施のポイント
① めぐる 泊まる 伊勢志摩旅とくキャンペーン事業(仮称)			
ア	宿泊プランの割引販売 (OTAや旅行商品)	三重県の旅行消費拡大施策と連携を深め、期間限定や対象者限定など観光客のお得感を創出して、宿泊プラン(OTAや旅行商品)の割引を行う。	期間限定や対象者限定などの設定
イ	伊勢志摩地域限定の買物クーポンの発行	三重県の旅行消費拡大施策と連携を深め、上記の宿泊プラン(OTA)の宿泊者に伊勢志摩地域限定の買物クーポン(金券)をプレゼントする。	伊勢志摩地域の参画店舗の運営管理 コールセンターの設置など

(2) 国内誘客プロモーション事業 【基本戦略2 効果的な伊勢志摩の発信】

事業名・項目		事業計画概要	事業実施のポイント
① 国内誘客プロモーション事業 【上記(1)との連携を図る】			
ア	伊勢志摩地域にとって、即効性のある旅行商品の造成・販売	現状県内を含む近場からの来訪者が多く、日帰りとなる恐れがあるため、日帰り客を宿泊客へと繋げる等、魅力的な旅行商品の造成・販売を行い、宿泊促進を図る。(地域内消費の拡大、滞在時間の延長へ繋げる。)	魅力的なコンテンツの精査(日帰りから宿泊へ)
イ	地域内消費の拡大	観光客を対象に、伊勢志摩地域内の消費を促進するためのキャンペーンを実施する。	伊勢志摩地域の幅広い効果(事業者の限定の考え方)
ウ	広域周遊促進のための体験コンテンツの充実	地域内の広域周遊の動機付けとなるべく、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する。	既存の体験コンテンツの見直しに加え、体験コンテンツの創出を図る。

(3) インバウンド推進事業 【基本戦略3 インバウンドの取組強化】

事業名・項目		事業計画概要	事業実施のポイント
① マーケティング			
	各種データの集計、発信	令和元年度から実施している「外国人宿泊施設データ」などをもとに地域内の傾向を把握し、インバウンド事業の効果的かつ効率的な実施に努める。 ・伊勢志摩地域外国人宿泊者データ集計(月1回) ・JNTO訪日外客数推計値集計(年2回) ・WHO発表新型コロナウィルス感染症累計感染者数集計(週1回) ※収束している場合は実施しない。	各種データの活用 インバウンド事業の効果的な実施 継続的なマーケティングの実施
② 受入環境の整備			
ア	訪日外国人受入環境整備支援事業 (三重県の委託事業)	伊勢志摩地域の事業者の訪日外国人観光客受入技術向上に向けた支援を希望事業者に実施する。 ○多言語対応対策(個別支援・グループ支援) ○OHP・SNS対策(個別支援・グループ支援) ○セールス対応対策(個別支援・グループ支援) ○新型コロナウィルス感染症に係る対策(個別支援・グループ支援) ○SDGs対策(グループ支援) ○事業者の取組方向を適正評価するためのモニターツアー(令和4年度新規事業)	伊勢志摩地域の訪日旅行者受入意向のある事業者の募集 外国人受入対応技術向上と環境整備の方法の検討
ア	・個別支援	ドバイザリーを派遣し、個別相談を行う。 ○多言語対応の整備(館内表示、案内ツール等の整備、口頭説明方法、新型コロナウィルス感染症に係る多言語対応支援等々) ○OHP・SNS対応(情報発信方法、運用方法等の支援) ○セールス対応対策(セールス資料作成補助、オンラインセールス模擬練習)	各事業者の課題や改善点の洗い出し 各事業者の課題に沿った支援の実施
ア	・グループ支援	セミナー・研修会を開催する。 ○SDGsセミナー ○観光英語セミナー ○OHP・SNSセミナー ○事業者の取組方向を適正評価するためのモニターツアー	セミナーのテーマ設定(各事業者の共通課題)
イ	ホームページ改修	令和3年度に大規模改修した多言語版伊勢志摩観光ナビのホームページ特集記事を充実する。 ※特集記事の言語の追加は検討中	毎年度、特集記事の新規作成(1、2本程度)
③ プロモーション			
ア	商談会出展、海外・国内セールス	海外商談会・旅行博へ参加し、併せて現地の旅行会社等へセールスを行う。 ○国内・海外商談会出展 ○オンライン商談会出展 ○海外現地・国内旅行会社セールス	国内、海外の商談会の活用 海外旅行会社へのPRの実施 国内旅行会社へのセールスの継続実施
イ	ファムトリップ	旅行会社の招請を中心としたメディアなどから取材依頼など各種ファムトリップをサポートし対応する。 ○欧米豪、アジア圏の旅行会社、ランドオペレーター ○広域団体等からの依頼対応	伊勢志摩地域のリアルな体験の実施 商品造成や記事作成への誘導
ウ	大都市圏PR事業	東京又は大阪に拠点を置くランドオペレーターを中心に招請し、伊勢志摩地域の事業者と商談の機会を設ける。(会場は東京又は大阪を想定)	伊勢志摩地域の事業者と国内ランドオペレーターの関係構築の機会創出 (コロナ禍のインバウンド予算削減の影響が続く)

工 才 力 キ ク	各種VJ事業 (詳細は関係団体と調整中) EXCITING KANSAI (旧称:プラスワントリップキャンペーン) 対FITプロモーション 国際イベントでのプロモーション SDGsに係る情報発信	近畿圏、中部圏などとの連携を深め、広域的な誘客を強化する。 三重県、近畿日本鉄道、奈良県、中部国際空港など 関西観光本部と連携し、関西圏の周遊促進を目指し、専用HPの充実、商品造成を実施する。(8つのエリア) ○伊勢志摩・奈良地域の商品造成 ○関西観光本部の公式HPのコンテンツ充実など Afterコロナで訪日旅行の再開が最も早い層として完全個人手配のFIT層が想定される。今後の日本のラベルバブルの構築先や旅行者の受入規制を緩和し始める国を対象に完全個人手配のFIT層へ向けたプロモーションを実施する。 ○欧州の場合…旅行ガイドブックへの記事広告の掲載 ○東アジア・東南アジアの場合…KOLやブロガーの招請 国際イベントでのPRに取り組む。 ○関西マスターズを見据えた取組 旅行会社、メディア用セールス資料に伊勢志摩地域の伝統的なSDGsの取組を掲載し、情報発信する。	中部や関西と広域的な連携 メディアやインフルエンサーの活用 関西圏と連携(大阪、京都、熊野古道から来訪) 商品造成や専用HPの充実化(関西周遊の促進) 海外メディアを活用したPRの実施 (伊勢志摩地域の認知度アップ)
-----------------------	---	---	---

(4) 学生団体誘致委員会事業

【基本戦略4 来訪機会の創出(教育旅行の誘致)】

事業名・項目		事業計画概要	事業実施のポイント
① 誘致活動			
ア	セールス活動	新型コロナウイルスの感染状況に応じて、旅行会社、校長会等へ訪問セールを実施する。 ○三重県内 ○近隣県(静岡、奈良、滋賀、愛知、岐阜) ○関西(大阪、京都、兵庫、和歌山) ○関東(東京、神奈川) ○東北(福島、岩手) ○中四国(岡山、香川) ○大学(愛知、岐阜、三重) ○オンライン(訪問できない地域)	適切なタイミングでのセールスの実施 (感染状況、入札時期、事業者や旅行会社の動き) 学びを中心としたメニューや行程の提案 (SDGs学習)
イ	現地招聘事業	伊勢志摩地域の魅力を効果的に伝えるため、旅行会社営業担当者や教育関係者を招聘し、現地視察を実施する。 ○大手旅行会社 ○関西圏の旅行会社や教育関係者(小規模招聘)	実際の体験現場の雰囲気や新たな発見の促進 旅行会社と地域事業者と関係構築
② 情報発信			
ア	ホームページ改修	セールスツールとして、ホームページの掲載情報を更新する。 ○モデルコースの充実 ○SDGs特集ページの更新 ○各種掲載情報の更新	伊勢志摩地域の魅力情報の充実化 旅行会社や学校のニーズ調査
イ	ガイドブック・パンフレット等の作成	学生団体旅行ガイドブック「伊勢志摩においなさいさあ」及びモデルコースパンフレットの配布状況に応じて、改訂・増刷を行う。 (令和4年2月に各々3,000部作成) SDGsメニューを集約した資料を作成する。 ※ガイドブック「伊勢志摩においなさいさあ」配布状況 令和2年度 2,375部配布 → 令和3年度(1月時点) 1,550部配布	SDGsの資料作成 (各事業者への継続的な働きかけとメニューの更新)
③ 受入環境の整備			
ア	受入講習会	学生団体旅行の受入れに関する講習会を開催する。 ○宿泊施設と体験等施設を対象	地域が一体となった質の高い受入環境の整備 (情報共有)
イ	南部地域魅力発信事業(仮称) (三重県の負担金事業)	教育旅行の受入れに向けたプログラムの開発・改善や受入体制の整備を支援する。(教育旅行の目的地として継続して選ばれるように課題の解決を図る。) ○補助金 1/2 25万円限度 ○教育旅行のPR事業	事業者の受入体制整備に係る課題解決 SDGsなどの体験メニューの見直しなど
ウ	受入実態調査	以下の調査を実施する。 ○宿泊施設を対象に県内・県外別来訪者数の調査 ○宿泊施設を対象に県別来訪者数の調査 ○学誘委員を対象に受入実態及び学誘委事業への意見等の調査 ○旅行会社を対象に送客実績及び伊勢志摩の印象等についての調査 ○小中学校を対象に、修学旅行の実態及び伊勢志摩の印象等の調査	メディア等への情報提供を視野に入れた調査 (情報分析の充実)

(5) フィルム・コミッショング事業

【基本戦略4 来訪機会の創出(フィルムコミッショングの推進)】

事業名・項目		事業計画概要	事業実施のポイント
① フィルムコミッショングの推進			
ア	営業活動等による、映像作品の誘致	映画、TV、CM等の映像作品を積極的に誘致するために、影響力のある映像制作会社等へ営業活動を行う。 ○営業ツールとしてフィルムコミッショングのパンフレットを作成 ○地域と制作者がマッチングする商談会への出展 ○キャラバンの実施	制作会社のニーズの把握と的確な情報提供
イ	ロケ地の問い合わせ対応など支援体制の充実	映画、TV、CM等の撮影に係る支援活動を積極的に行う。 伊勢志摩地域の魅力を映像作品を通じて発信することにより、魅力の再発見や知名度の向上、イメージアップを図る。	支援活動の積極的な姿勢 (制作会社との太いパイプづくり)

(6)バリアフリー対応 【基本戦略5 受入環境の整備】

事業名・項目	事業計画概要	事業実施のポイント
① バリアフリー観光への対応		
バリアフリー対応	<p>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を整備する。(バリアフリー観光の浸透)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「MIRAIRO ID」と連携した取組の実施 ・伊勢志摩地域内の事業者への聞き取りの実施 ・アクティビティ体験におけるバリアフリー観光の推進 	伊勢志摩地域内のバリアフリー観光の普及啓発 「MIRAIRO ID」の認知度向上

(7)新公式ホームページの運用 【基本戦略2 効果的な伊勢志摩の発信】

事業名・項目	事業計画概要	事業実施のポイント
① インターネットによる情報発信		
ア ホームページ・SNSでの情報発信	<p>公式HPや公式SNS(Instagram, Twitter, Facebook, LINE)を活用して、各々の特色に合わせた形で、年間を通じて観光情報等を継続的に発信する。</p> <ul style="list-style-type: none"> ○時期に応じた特集記事の作成 ○動画や写真の画像の活用 	新公式HPの有効活用 各SNSの特色に合わせた情報発信 最新情報などの現地取材
イ 運用の強化	<p>観光スポット情報や特集記事を充実させ、伊勢志摩地域の魅力を効果的に発信する。</p> <ul style="list-style-type: none"> ○特集記事や体験記の充実 ○公式サイトのビジュアルの強化(写真の厳選) 	旬の情報や新店舗の出店など新情報の掲載 特集記事のアイデア収集 体験レポート記事の充実(活発な取材活動) 各市町や関連団体との連携強化
ウ LINE公式アカウント	令和2年度に開設したLINE公式アカウントを活用し、月2回程度、観光情報等を発信する。また、伊勢志摩スタンダード等の取組と連携し、友だち数の増加を図る。	配信内容のアイデア募集 活発な取材活動 ブロック対策

【基本戦略1】魅力の向上 < I 課題解決に向けた重点項目に掲載 >

事業名・項目	事業計画概要	事業実施のポイント
① 国内誘客プロモーション事業 < I 課題解決に向けた重点項目に掲載 >		
国内誘客プロモーション事業	魅力の柱である「神宮」、「食」、「伊勢志摩国立公園」、「海女文化」を活かした伊勢志摩広域でのプロモーションを実施し、観光客の広域周遊、地域内消費の拡大、滞在時間の延長を図る。	伊勢志摩地域の観光事業者への波及効果

【基本戦略2】効果的な伊勢志摩の発信 < I 課題解決に向けた重要項目に一部掲載 >

事業名・項目	事業計画概要	事業実施のポイント
① インターネットによる情報発信 < I 課題解決に向けた重点項目に掲載 >		
ア ホームページ・SNSでの情報発信	公式HPや公式SNS(Instagram, Twitter, Facebook, LINE)を活用して、各々の特色に合わせた形で、年間を通じて観光情報等を継続的に発信する。 ○時期に応じた特集記事の作成 ○動画や写真の画像の活用	新公式HPの有効活用 各SNSの特色に合わせた情報発信 最新情報などの現地取材
イ 運用の強化	観光スポット情報や特集記事を充実させ、伊勢志摩地域の魅力を効果的に発信する。 ○特集記事や体験記風記事の充実 ○公式サイトのビジュアルの強化(写真の厳選)	旬の情報や新店舗の出店など新情報の掲載 特集記事のアイデア収集 体験レポート記事の充実(活発な取材活動) 各市町や関連団体との連携強化
ウ LINE公式アカウント	令和2年度に開設したLINE公式アカウントを活用し、月2回程度、観光情報等の情報を発信する。また、伊勢志摩スタンダード等の取組と連携し、友だち数の増加を図る。	配信内容のアイデア募集 活発な取材活動 ブロック対策
② メディアによる情報発信 < 令和3年度からの縦越事業 >		
映画「法定相続人(仮)」を活用した伊勢志摩観光PR動画制作	令和3年度実施予定であった、映画「法定相続人(仮)」を活用した伊勢志摩観光PR動画の制作を通じて、伊勢志摩地域の魅力を発信する。 ○3~4分程度の動画1本 ○30秒程度の動画1本	映像の発信場所 映像コンテンツの選定
③ パンフレットによる情報発信(日本語版)		
伊勢志摩観光ガイドブック「美し国伊勢志摩」	「美し国伊勢志摩」の情報を刷新する。(青パンフの全面リニューアル) ○70,000部印刷予定(不足する場合増刷) ○写真画像の更新 「女子旅」「御朱印」を含め復刻版を作製する。 ○30,000部印刷予定(不足する場合増刷)	パンフレットデザイン、掲載情報の更新 パンフレットの配架場所などの選定
④ 国内誘客プロモーション事業 < 課題解決に向けた重点項目に掲載 >		
ア 伊勢志摩地域にとって、即効性のある旅行商品の造成・販売	現状県内を含む近場からの来訪者が多く、日帰りとなる恐れがあるため、日帰り客を宿泊客へと繋げる等、魅力的な旅行商品の造成・販売を行い、宿泊促進を図る。(地域内消費の拡大、滞在時間の延長へ繋げる)	魅力的なコンテンツの精査(日帰りから宿泊へ)
イ 地域内消費の拡大	観光客を対象に、伊勢志摩地域内の消費を促進するためのキャンペーンを実施する。	伊勢志摩地域の幅広い効果(事業者の限定の考え方)
ウ 広域周遊促進のための体験コンテンツの充実	地域内の広域周遊の動機付けとなるべく、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する。	既存の体験コンテンツの磨き上げ及び、体験コンテンツの創出を図る。

【基本戦略3】インバウンドの取組強化 < I 課題解決に向けた重点項目に一部掲載 >

事業名・項目	事業計画概要	事業実施のポイント
① マーケティング < I 課題解決に向けた重点項目に掲載 >		
各種データの集計、発信	令和元年度から実施している「外国人宿泊施設データ」などをもとに地域内の傾向を把握し、インバウンド事業の効果的かつ効率的な実施に努める。 ・伊勢志摩地域外国人宿泊者データ集計(月1回) ・JNTO訪日外客数推計値集計(年2回) ・WHO発表新型コロナウィルス感染症累計感染者数集計(週1回) ※収束している場合は実施しない。	各種データの活用 インバウンド事業の効果的な実施 継続的なマーケティングの実施

② 受入環境の整備 < I 課題解決に向けた重点項目に掲載>

訪日外国人受入環境整備支援事業 (三重県の委託事業)	伊勢志摩地域の事業者の訪日外国人観光客受入技術向上に向けた支援を希望事業者に実施する。 ○多言語対応対策(個別支援・グループ支援) ○HP・SNS対策(個別支援・グループ支援) ○セールス対応対策(個別支援・グループ支援) ○新型コロナウイルス感染症に係る対策(個別支援・グループ支援) ○SDGs対策(グループ支援) ○事業者の取組方向の適正評価するためのモニターツアー (令和4年度新規事業)	伊勢志摩地域の訪日旅行者受入意向のある事業者の募集 外国人受入対応技術向上と環境整備の方法の検討		
ア	・個別支援	デドバイザーを派遣し、個別相談を行う。 ○多言語対応の整備(館内表示、案内ツール等の整備、口頭説明方法、新型コロナウイルス感染症に係る多言語対応支援等々) ○HP・SNS対応(情報発信方法、運用方法等の支援) ○セールス対応対策(セールス資料作成補助、オンラインセールス模擬練習)		
	・グループ支援	セミナー・研修会を開催する。 ○SDGsセミナー ○観光英語セミナー ○HP・SNSセミナー ○事業者の取組方向を適正評価するためのモニターツアー		
イ	ホームページ改修	令和3年度に大規模改修した多言語版伊勢志摩観光ナビのホームページ特集記事を充実する。 ※特集記事の言語の追加は検討中	各事業者の課題や改善点の洗い出し 各事業者の課題に沿った支援の実施 セミナーのテーマ設定(各事業者の共通課題)	毎年度、特集記事の新規作成(1、2本程度)

③ プロモーション < I 課題解決に向けた重点項目に掲載>

ア	商談会出展、海外・国内セールス	海外商談会・旅行博へ参加し、併せて現地の旅行会社等へセールスを行う。 ○国内・海外商談会出展 ○オンライン商談会出展 ○海外現地・国内旅行会社セールス	国内、海外の商談会の活用 海外旅行会社へのPRの実施 国内旅行会社へのセールスの継続実施
イ	ファムトリップ	旅行会社の招請を中心にメディアなどから取材依頼など各種ファムトリップをサポートし対応する。 ○欧米豪、アジア圏の旅行会社、ランドオペレーター ○広域団体等からの依頼対応	伊勢志摩地域のリアルな体験の実施 商品造成や記事作成への誘導
ウ	大都市圏PR事業	東京又は大阪に拠点を置くランドオペレーターを中心で招請し、伊勢志摩地域の事業者と商談の機会を設ける。(会場は東京又は大阪を想定)	伊勢志摩地域の事業者と国内ランドオペレーターの関係構築の機会創出 (コロナ禍のインバウンド予算削減の影響が続く) 中部や関西と広域的な連携 メディアやインフルエンサーの活用
エ	各種VJ事業 (詳細は関係団体と調整中)	近畿圏・中部圏などの連携を深め、広域的な誘客を強化する。	中部や関西と広域的な連携
オ	EXCITING KANSAI (旧称: プラスワントリップキャンペーン)	三重県、近畿日本鉄道、奈良県、中部国際空港など 関西観光本部と連携し、関西圏の周遊促進を目指し、専用HPの充実、商品造成を実施する。(8つのエリア) ○伊勢志摩・奈良地域の商品造成 ○関西観光本部の公式HPのコンテンツ充実など	メディアやインフルエンサーの活用 関西圏との連携(大阪、京都、熊野古道から来訪) 商品造成や専用HPの充実化(関西周遊の促進)
カ	対FITプロモーション	Afterコロナで訪日旅行の再開が最も早い層として完全個人手配のFIT層が想定される。今後の日本のトラベルバブルの構築先や旅行者の受入規制を緩和し始める国を対象に完全個人手配のFIT層へ向けたプロモーションを実施する。 ○欧洲の場合…旅行ガイドブックへの記事広告の掲載 ○東アジア・東南アジアの場合…KOLやブロガーの招請	海外メディアを活用したPRの実施 (伊勢志摩地域の認知度アップ)
キ	国際イベントでのプロモーション	Afterコロナで訪日旅行の再開が最も早い層として完全個人手配のFIT層が想定される。今後の日本のトラベルバブルの構築先や旅行者の受入規制を緩和し始める国を対象に完全個人手配のFIT層へ向けたプロモーションを実施する。 ○欧洲の場合…旅行ガイドブックへの記事広告の掲載 ○東アジア・東南アジアの場合…KOLやブロガーの招請	海外メディアを活用したPRの実施 (伊勢志摩地域の認知度アップ)
ク	SDGsに係る情報発信	国際イベントでのPRに取り組む。 ・関西マスターズを見据えた取組	関西マスターズの開催 (2021年5月から再延期)

④ 伊勢志摩国立公園に関する取組

環境省国立公園オフィシャルパートナーシップ	国立公園の魅力の発信により、利用者の拡大と地域の活性化のため伊勢志摩地域の事業者等と連携し、取組を実施する。	伊勢志摩国立公園管理事務所や伊勢志摩エコツーリズム推進協議会との連携
-----------------------	--	------------------------------------

【基本戦略4】来訪機会の創出 < I 課題解決に向けた重点項目に一部掲載>

事業名・項目	事業計画概要	事業実施のポイント	
① MICEの誘致			
助成制度の継続、県内・隣県・関西・首都圏方面への営業活動	「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う。 ○積極的な営業活動 ○新規開拓	MICE開催の条件・環境を見極めたサービス対応 関西方面や首都圏方面への営業活動の再開	
② フィルムコミッショングの推進 < I 課題解決に向けた重点項目に掲載>			
ア	営業活動等による、映像作品の誘致	映画、TV、CM等の映像作品を積極的に誘致するために、影響力のある映像制作会社等へ営業活動を行う。 ○営業ツールとしてフィルムコミッショングのパンフレットを作成 ○地域と製作者がマッチングする商談会への出展	制作会社のニーズの把握と的確な情報提供
イ	ロケ地の問い合わせ対応など支援体制の充実	映画、TV、CM等の撮影に係る支援活動を積極的に行う。 伊勢志摩地域の魅力を映像作品を通じて発信することにより、魅力の再発見や知名度の向上、イメージアップを図る。	支援活動の積極的な姿勢 (制作会社との太いパイプづくり)
③ クルーズ船の誘致			
鳥羽港クルーズ船誘致受入協議会との連携	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図る。	鳥羽港クルーズ船誘致受入協議会との協力	

【基本戦略5】受入環境の整備

事業名・項目	事業計画概要	事業実施のポイント
① 観光情報の調査研究及び観光客の満足度向上に関する事業		
旅行者アンケートの実施	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、来訪者の傾向を把握・分析した上で、コロナ禍の様々な課題の解決に向け、取組の効果検証や来年度以降の施策立案に活用する。	アンケート回収率の向上 南伊勢町内のアンケート協力施設の追加
② 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		
おもてなしセミナーの実施	観光産業や観光文化の振興を図るため、観光人材の育成のセミナーを実施する。 ・関連事業と連携したセミナーの開催 ・伊勢志摩地域の課題解決	オンライン併用による参加者の増加
③ 安全・安心な観光地づくり < I 課題解決に向けた重点項目に一部掲載>		
ア 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策として、制度を継続し、観光客への普及啓発と情報発信を行う。(感染の状況に応じて、制度の見直しを行う。) LINE公式アカウント友だち追加キャンペーンと連動させ、観光客への「新しい旅のエチケット」を普及させる。	伊勢志摩スタンダードと各事業との連携
イ バリアフリー対応	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を整備する。(バリアフリー観光の浸透) ・「MIRAIRO ID」と連携した取組の実施 ・伊勢志摩地域内の事業者への聞き取りの実施 ・アクティビティ体験におけるバリアフリー観光の推進	伊勢志摩地域内のバリアフリー観光の普及啓発 「MIRAIRO ID」の認知度向上

【基本戦略6】推進体制

事業名・項目	事業計画概要	事業実施のポイント
① 組織体制の強化		
ア 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事務局体制を構築する。 地域連携DMOとして地域経済の活性化に向け重要な役割を担う。 ○事務局職員(専務理事を含む) 14名体制	事務局組織の強化 伊勢志摩地域の事業者の連携強化
イ 会員の拡大	会員になることのインセンティブの充実を図り、情報を発信する。 伊勢志摩地域のスケールメリットを活かし、官民が一体となって観光振興事業の展開及び推進を図り、新規会員の確保に積極的に取り組む。	伊勢志摩地域のスケールメリット 会員相互の連携・交流の促進 会員メリット
ウ 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る。また、会員向けの情報を提供する機会や情報交換の機会を作る。 ○コロナ禍における支援情報の発信(会員向け) ○会員の新たな事業・取組などの情報発信(観光客や事業者向け)	会員情報の収集 関係機関等の情報の収集
② 企業・団体・個人とのマッチング機会の設定		
収入確保の取組 (ホームページへの有料記事掲載)	リニューアルした公式HPに観光施設等の特集記事を増加し、観光客のアクセス数の増加を図る。 その傾向を分析し、新たな特集記事の発信を継続的に実施していく。 ○有料の特集記事の作成 ○体験施設の体験レポートの作成 (じゃらん遊び体験のAPIとの連動)	リニューアルの公式HPの積極的な活用

【基本戦略7】地域経済活性化 < I 課題解決に向けた重要項目に掲載>

事業名・項目	事業計画概要	事業実施のポイント
① めぐる 泊まる 伊勢志摩旅とくキャンペーン(仮称) < I 課題解決に向けた重要項目に掲載>		
ア 宿泊プランの割引販売 (OTAや旅行商品)	三重県の旅行消費拡大施策と連携を深め、期間限定や対象者限定など観光客のお得感を創出して、宿泊プラン(OTAや旅行商品)の割引を行う。	期間限定や対象者限定などの設定
イ 伊勢志摩地域限定の買物クーポンの発行	三重県の旅行消費拡大施策と連携を深め、上記の宿泊プラン(OTA)の宿泊者に伊勢志摩地域限定の買物クーポン(金券)をプレゼントする。	伊勢志摩地域の参画店舗の運営管理 コールセンターの設置など
② 地域内消費の拡大 < I 課題解決に向けた重要項目に掲載>		
ア 地域内消費の拡大	観光客を対象に、伊勢志摩地域内の消費を促進するためのキャンペーンを実施する。	伊勢志摩地域の幅広い効果(事業者の限定の考え方)
イ ホームページ・SNSでの情報発信	公式HPや公式SNS(Instagram, Twitter, Facebook, LINE)を活用して、各々の特色に合わせた形で、年間を通じて観光情報等を継続的に発信する。 ○時期に応じた特集記事の作成 ○動画や写真の画像の活用	新公式HPの有効活用 各SNSの特色に合わせた情報発信 最新情報などの現地取材