

令和7年度 事業計画

I 課題解決に向けた重点項目

(1)国内誘客プロモーション事業(基本戦略1:効果的な伊勢志摩の発信の一部)

事業名・項目		事業計画概要	事業実施のポイント
① 伊勢志摩せんぐう旅博事業			
ア	継続的な観光誘客を目指すプロモーション	プロモーションのベースとなる特設サイトやポスター作成に加え、WEBや動画などを活用したプロモーションについては、プロポーザルを実施し、広く企画提案を受ける。 また、観光客に対して、来訪意欲を高める伊勢志摩内でのプロモーションの実施や大阪・関西万博会場でのPRを実施する。	中長期企画の取組であるため、9年後の遷宮に向けて、継続した運動性のあるプロモーションを毎年度実施していく必要がある。
イ	観光客の満足度を高める受入環境整備	「いせしませんぐう旅」認定制度の検討を行い、お土産・飲食店、宿泊施設などをとりまとめて特設サイトに掲載する。 また、いせしませんぐう旅の周知ツールなどを作成・設置し、観光客の再来訪意欲を高める。	プロモーションや機運醸成などと連動し、一連のつながりのある事業を実施していく必要がある。
ウ	式年遷宮に向けた地域の機運醸成	伊勢志摩エリアの地域住民に向け、講演会などの啓蒙活動を行い、伊勢志摩への誇りや愛着、おもてなしの心を醸成し、ホスピタリティを高める。	ご遷宮や観光客に対し、地域によって捉え方にバラツキがあるため、時間をかけて事業を継続していく必要がある。
② 誘客プロモーション事業			
ア	展示会への出展	ツーリズムEXPOや、三重県観光連盟主催の共同プロモーション事業、大阪・関西万博等の出展会へ出展し、スケールメリットを活かしたプロモーションを地域一体となって実施する。	伊勢志摩せんぐう旅博事業や伊勢志摩デジタル化推進事業等の当機構事業や三重県と連携しながら、開催地やターゲットを踏まえ、プロモーション効果が高い情報を来場者に届けるようにする。
イ	メディアを活用した誘客プロモーション	三重テレビ放送「新・ええじゃないか」を活用し、伊勢市・鳥羽市・志摩市・南伊勢町の旬の話題やお得な情報などを発信し、関西・中部地域だけでなく、全国から伊勢志摩へ観光客の流入を図る。	番組のロケ日や放送日など考慮し、プロモーション効果が高い情報を視聴者に届け、実際に誘客に繋がるような番組を作成する必要がある。

(2)高付加価値なインバウンド観光地づくり【基本戦略2:インバウンドの取組強化の一部】

事業名・項目		事業計画概要	事業実施のポイント
① 高付加価値なインバウンド観光地づくりの基盤整備(DMCと連携強化)			
ア	マスタープランに基づく取組	高付加価値なインバウンド観光地づくりモデル地域として、マスタープランに掲げた目標の実現を見据え、以下の事業を実施する。 事業の詳細内容は、観光庁事業費、三重県負担金といった活用する財源の方向性・要項等を踏まえ、調整する。 ○地域資源(ウリ・ヤド等)の実態調査・発掘、受入基盤整備、事業者育成・伴走支援等による受入基盤整備 ○エキスパートガイド・パトラー等のプレイヤー発掘、レベルアップ、手配体制拡充 ○ヘリ・レンタカー・タクシー等の実態調査、事業者育成・伴走支援、周遊プラン等検討 ○コネクション形成(「ILTM Asia Pacific」・「ILTM Cannes」等の商談会出展・ファムトリップ受入) ○観光を通じた域内経済活性化のための施策 ○情報発信強化(ウェブサイト構築・ストーリー・コンセプト等表現の構築) ○施策の域内外への広報・セミナー等開催による事業者との関係構築・機運醸成 ○専門人材招聘、必要な経営主体の構造や規模の具体化	域内実態を踏まえた地域内事業者の理解促進、賛同者の拡大。

(3)伊勢志摩デジタル化推進事業(伊勢志摩観光型MaaS)基本戦略4:受入環境の整備の一部]

事業名・項目		事業計画概要	事業実施のポイント
① 伊勢志摩観光型MaaS			
	公共交通と連携した観光周遊促進	WEB広告、MaaSを活用したキャンペーンなどのプロモーションを展開する。 スタンプラリーイベントやクーポン利用で収集した利用者情報やチケットサービスにて近鉄グループホールディングスが収集した利用者情報を分析し、プロモーションなどに活用する。 デジタルマップ登録事業者に対し、クーポンの発券の協力を依頼する。 伊勢志摩観光型MaaS推進協議会にて事業内容について協議する。	各自治体の公共交通や地域の事業者などとの連携を進め、本事業のサービス「ぶらりすと」が伊勢志摩地域を訪れる旅行者のプラットフォームとして発展し、遷宮や万博に向けた基盤づくりへとつなげる。

Ⅱ 伊勢志摩観光振興プランに基づく事業

【基本戦略1】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 伊勢志摩せんぐう旅博【Ⅰ-課題解決に向けた重点項目-(1)に掲載】			
② 誘客プロモーション【Ⅰ-課題解決に向けた重点項目-(1)に掲載】			
③ 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	公式SNS(Instagram、X(旧Twitter)、Facebook、LINE)を活用して、各SNSの特色に合わせた形式で、年間を通じて観光情報等を継続的に発信する。 ・時期に応じた記事の作成・提供 ・動画や写真等を活用した投稿 フォロワー数・いいね数10%up	・各SNSの特色に合わせた情報発信を行う。 ・各SNSでは、見た人にとって、より親しみやすい雰囲気となるよう発信する。 ・植物や花々、絶景など自然を楽しむ特集を作成し、季節ごとに更新する。 ・各自治体並びに観光協会等のSNSと連携しスポットなどを紹介する。 ・既に登録があるスポットでは、写真や情報を更新し、最新情報の提供をする。
イ	運用の強化	観光スポット情報や特集記事を充実させ、幅広く情報提供を図る。特集記事は従来の記事掲載に加え、閲覧者が体験しやすく理解しやすい記事を作成する。 公式サイト掲載用の写真を厳選し、サイトのビジュアル面の強化を図る。	・旬の情報や新店舗の新店、イベント情報などの、新鮮な情報を入力し掲載する。 ・ニーズの高い体験をレポート形式の特集記事を作成し、内容を掘り下げる。 ・伊勢志摩レポーターが執筆した記事を活用し、スポット等とリンクさせることでサイト内周遊を図る。
ウ	LINE公式アカウント	LINE公式アカウントを活用し、月1回程度(年12回)、観光情報等の情報を発信する。	・ターゲットニーズにあった情報と機能を活用し配信をおこなう。 ・適宜、取材などで情報を集める。 ・季節に適したの特集記事を作成し、提供する。 ・友だち数増加による広告費用の見直しを検討する。
④ パンフレットによる情報発信			
	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」70,000部増刷予定	・伊勢志摩地域のメインパンフレットであるため、増刷の際には毎年度情報更新を行う。 ・単年度で増刷し過ぎないように在庫状況を確認しながら発行部数を調整する。

【基本戦略2】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 受入環境の整備			
ア	訪日外国人受入環境整備支援事業 ※令和5年度をもって、当該事業の三重県からの業務委託は終了。	伊勢志摩地域の事業者の共通課題解決に向けたセミナーや合同セールスの実施を予定。 ＜セミナー(案)＞ OTAの活用、外国語人材確保の方法、SDGs関係等々 ＜合同セールス＞ ・国内ランドオペレーターセールス(東京、大阪、京都、その他地域) ・海外合同セールス(東アジア、東南アジア) 【令和6年度実績】(令和6年11月時点) 1. セミナー開催回数:1回※開催時期調整週内、未実施 オンライン:2回 / リアル開催1回 3. 国内旅行会社合同セールス 参加事業者数:14社 / 訪問会社数:6社 4. 海外旅行会社合同セールス 参加事業者数:11社 / 訪問会社数:31社	令和7年度のインバウンド市場に則したセミナーを実施する。 セールス先についても近隣の誘客が見込める地域を合同セールス候補地とする。(国内・海外) ※セミナー内容、セールス候補地は、インバウンド担当者会議などの場で調整予定。
イ	ホームページ改修	令和3年度に大規模改修をした多言語版HP特集記事の翻訳・作成を行う。 外国語HP特集記事の作成を外部に委託し、HPへ掲載する。 (候補:英、繁、韓)	記事内容候補:地域の宿特集、温泉特集、体験(自然アクティビティ、食体験等々)、その他 ※担当者会議の場で特集記事題材、対象言語は調整予定。
ウ	パンフレット作製	アジア向け英語パンフレットの作成。2,000～3,000部程度(最終更新:2019年1月) 繁体字版をベースに英語に翻訳を予定。	日本語版パンフレット掲載コンテンツを一部アジア向けのコンテンツに変更するべきか精査する。 ※R06作成繁体字パンフレットをベースにする。

事業名・項目		事業計画概要	事業実施のポイント
② プロモーション			
ア	大都市圏PR事業 (大阪 or 東京)	【東京または、大阪の場合】 令和4年度に開催した東京ランドオペレーターと伊勢志摩地域の商談会と同様、インバウンドツアーの取扱いのある国内旅行会社を招請する。 大阪または、東京で商談会を開催し、地域事業者と国内旅行会社との関係構築、ツアー受注の場を提供する。 【令和6年度実績】※調整中 1. 招請旅行会社数:13社 2. 地域事業者参加者数:19社 3. 1社あたりの商談数:13セッション 4. 1セッション商談時間:15分	伊勢志摩地域と国内又は海外の旅行会社との関係構築を促進する。 ※担当者会議の場と予算を鑑みて開催場所を調整。
イ	商談会出展、 海外・国内セールス	【出展商談会候補】 a. Visit Japan Travel Mart (VJTM) ※出展確定した場合は、インバウンドネットワーク参画事業者に参加いただく予定。(案:出展料は伊勢志摩観光コンベンション機構が負担、IDは各事業者で負担) b. VJTM-ASEAN・INDIA-(開催される場合) c. ILTM Cannes ※高付加価値化モデル地域事業国費または、県費利用(会議費、旅費) d. ILTM Asia Pacific ※高付加価値化モデル地域事業国費または、県費利用(会議費、旅費) e. その他各市町、地域事業者が実施するインバウンド誘客に係るイベントの協力、出展。 例)JNTO、三重県 or 観光連盟主催商談会、セントレア主催商談会、各市町主催商談会 f. 三遠南信・伊勢志摩広域連携協議会「商談会」(事務局) 募集対象:伊勢志摩インバウンドネットワーク正会員事業者	関西万博から伊勢志摩への誘客促進と、2033年の式年遷宮までに最低1度は伊勢志摩に訪れてもらい、2033年に2回目、3回目の来訪として、式年遷宮を体感し、伊勢志摩地域の周遊を促せるプロモーションを実施。
ウ		【セールス】 ・欧米豪を中心に現地セールスを実施。東南アジア、東アジア圏についても現地セールスは実施。 ・令和5年度のフランスPR事業で鳥羽市、伊勢志摩観光コンベンション機構が訪問した旅行会社へ継続的なセールスを実施。 ・適時、国内の旅行会社へのセールスを実施。 【令和5年度商談会出展実績】※R06年11月現在 1. 参加商談会数:12件(予定含む) 海外商談会:10件 / 国内商談会:2件 2. のべ商談数:91商談 3. 訪問国数:8か国 計11回 香港、シンガポール、タイ、ベトナム、オーストラリア、アメリカ、フランス、台湾 4. のべセールス訪問数(国内・海外):45社程度(予定含む) 国内旅行会社:8社程度 / 海外旅行会社:31社(予定含む)	
エ	ファムトリップ	・当機構単独で実施するファムトリップは例年通り受入れを行う。(国内ランドオペレーター、海外旅行会社、メディア等々) ・各市町観光協会、三重県と連携したファムトリップの実施。 【令和6年度招請実績】※R06年11月現在 1. ファムトリップ実施数:33回(予定含む R06/1月時点の見込み数) 海外旅行会社:40社以上 / 国内旅行会社:6社 / 取材対応等:13社 ※実施数と参加者数の誤差について 1回のファムトリップに旅行会社やインフルエンサーなど複数社が参加した事例があるため。	基本的に商品造成に向けたファムトリップの実施を前提とする。各旅行会社の客層にマッチする旅程を提案とし、1社ごとに対応。
オ	近畿東中央部FIT促進事業 (旧VJ事業)	・三重県、近畿日本鉄道と連携し、東南アジア、欧州からの誘客を強化する。 【令和6年度実績】 ターゲット国:タイ、フランス 1. タイ市場 ・FITフェア(現地旅行博)出展 ・現地メディア招請 2. フランス ・セボンルジャボン(現地旅行博)出展	詳しい事業内容については三重県、近畿日本鉄道と協議。
カ	EXCITING KANSAI (旧称:プラスワントリップキャンペーン)	・関西観光本部と連携し、広域周遊に向けた滞在圏形成のための取組を実施する。	事業内容は、関西観光本部と協議。
キ	SDGsに係る情報発信	上記各プロモーション事業において、伊勢志摩地域内の伝統的なSDGsの取組みや新しい取組みを発信していく。	式年遷宮や海女文化など地域に根付く、歴史ある持続可能な取り組みや地域のコンテンツをPR。

事業名・項目	事業計画概要	事業実施のポイント
③ 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	・環境省と連携した取組(VJTM出展など) ・伊勢志摩国立公園エコツーリズム推進協議会と連携した取組	地域協議会にて「伊勢志摩国立公園ステップアッププログラム2025」による取組や、次期プログラム「SUP2030」の改定、令和8年度には国立公園指定80周年への取組が予定されていることから、協議会と連携を取り、必要に応じて各取組を推進していく。
④ 高付加価値なインバウンド観光地づくり 【I-課題解決に向けた重点項目-(2)に掲載】		
⑤ 高付加価値なインバウンドへのプロモーション 【I-課題解決に向けた重点項目-(2)に掲載】		
⑥ マーケティング		
外国人観光客に係るデータの把握	令和元年度から継続している当機構会員宿泊施設から提供される「外国人宿泊施設データ」、「JNTO訪日外客数推計値」をもとに地域内、国内の傾向を把握する。そして、渡航規制の緩和後にどの市場からの回復が早いかなど、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) ・外国語版伊勢志摩観光ナビのアクセスデータ集計(月1回)	より精度の高いマーケティングを実施するため、外国人宿泊者データ提供依頼先施設の拡充を検討する。

【基本戦略3】来訪機会の創出

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	・学会事務局や大都市圏のMICE誘致会社及び三重大学、開催見込団体へのセールスを行う。 ・三重県観光部と連携し、伊勢志摩地域へのMICE開催に繋げる。 ・伊勢志摩地域におけるMICE開催状況の把握や推進協議会会員との情報共有、近隣のMICE誘致団体との情報交換を行う。	・学会事務局やMICE誘致会社及び三重大学、見込団体への積極的なセールス活動、近隣の誘致団体や会員との密な情報交換を行い早期にMICE開催予定団体情報を入手し、伊勢志摩地域が一体となるような受け入れ態勢の強化を図る。 ・三重県観光部と情報共有し連携を図る。
② フィルムコミッションの推進		
ア 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、新たな魅力の再発見や知名度の向上、イメージアップを図る。	作品の内容を問わず支援活動を積極的に行い、制作者との繋がりを大事にする。
イ 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。 ・営業ツールとしてノベルティを作成する。 ・地域と制作者がマッチングする商談会へ出展する。	営業活動にあたっては、制作者が求めている情報を引き出したうえで的確な情報提供を行い、映像作品の誘致を図る。
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、乗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。 また、鳥羽港が寄港地として選ばれるよう魅力と認知度の向上を図り、VJTMなどの商談会やクルーズ船社へのセールス活動に取り組む。	インバウンド誘客のためのきっかけにもなる事業であるため、受入環境向上強化の一助となるよう、外国船寄港時の受入対応の連携を図る。
④ 学生団体の誘致		
誘致活動		
ア セールス活動	来訪実績のある地域や新規に誘致できる見込みのある地域の旅行会社を訪問し、情報収集を兼ねた誘致活動を行う。 国内：・四国/山陽 ・関西 ・関東 ・中部 海外：台湾	訪問セールスによってできた繋がりを継続するため、メール等で情報収集を行うなどの、「事後」の対応にも注力する。
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。 ・国内大手旅行会社 ・台湾教育旅行関係者	商談会を設け、やむを得ず行程に入れることができなかった施設にも直接PRできる機会を創出する。
情報発信		
ア ホームページの利用	学誘委の施設の新しい情報や最新の体験情報を掲載し、新鮮な伊勢志摩地域の魅力を発信する。	教育旅行関係者が必要とする情報を掲載。
イ ガイドブック・パンフレット等の改訂・増刷	学生団体旅行パンフレットを必要に応じ改訂、在庫状況に応じ増刷する。	教育旅行における伊勢志摩の強みとして推進している自然体験及びSDGsの要素が感じられるような工夫を施す。

事業名・項目		事業計画概要	事業実施のポイント
受入環境の整備			
ア	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・県外来訪者数の調査 ・宿泊施設を対象に県外来訪者数の調査 ・学誘委委員を対象に受入実態及び学誘委事業への意見等についての調査	調査結果の活用について検討する必要がある。

【基本戦略4】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 観光客の実態の把握及び満足度の向上			
	旅行者アンケートの実施	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、伊勢志摩地域に訪れる観光客に対して、効果的な取組の検証や来年度以降の施策立案に活用する。	令和5年度にて、紙媒体からQRコードを読み込みデジタル上でアンケートを取得する手法に変更した。そのことにより、集計する際の作業を短縮し、また機械的に処理を行うためヒューマンエラーが生じない。ただし、QRコードを記載した用紙を積極的に配布するところと、しないところで集計の差が生じてしまい、偏った集計結果となってしまうため、協力施設について検討する必要がある。また、次期式年遷宮に向け、遷宮に関する項目(認知度調査等)の追加を検討する必要がある。
② 観光産業と観光文化の振興及び人材の育成			
	人材育成及び地域住民の意識啓発	インバウンドの受入環境整備や、遷宮を契機とした地域住民の伊勢志摩への誇りや愛着、おもてなしの心を醸成する。	各市町の事業者や地域住民まで巻き込み、それぞれが主体的に事業に関わっていくことを目標に時間をかけて事業を継続していく必要がある。
③ デジタル化の推進 【I-課題解決に向けた重点項目-(3)に掲載】			
④ 安全・安心な観光地づくり			
	災害対応等	避難場所への経路検索など観光客の利便性を確保するため、デジタルマップを活用して避難情報等を案内する。	令和6年度時点で、3市2町(伊勢市・鳥羽市・志摩市・南伊勢町・明和町)の避難情報の登録が完了しているが、その他の地域についても、対象地域を拡大するか検討する必要がある。

【基本戦略5】推進体制の強化

事業名・項目		事業計画概要	事業実施のポイント
① 起業・団体・個人とのマッチング機会の創出等			
	収入確保の取組 (ホームページへの有料記事掲載) (マーケティングデータの活用)	公式HPの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り、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	・公式HPの積極的な活用 ・キャンペーンや旅行者アンケート等のデータを分析し提供出来る体制の構築
② 事務局体制の強化等			
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	機構のあり方検討会での最終方針を踏まえ段階的に職員を増やし事務局体制の強化を図る インバウンド・IT人材の強化 令和7年度 16名体制 令和9年度 17名体制
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を活かした会員相互の連携・交流の促進を図り、会員のメリットにつながる事業活動を行う。
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。 ○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)	会員情報の収集を行う。 関係機関等の情報の収集を行う。