令和8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	いせしませんぐう旅事業		
ア	継続的な観光誘客を目指すプロモーション	インフルエンサー、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、いせしませんぐう旅札を利用した伊勢志摩地域を周遊する事業を、地域内事業者等と連携して事業展開を図る。	中長期企画の取組であるため、7年後の遷宮に向けて、継続した連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」結び手制度を新たに設けて、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、伊勢志摩アンバサダーを活用したいせしませんぐう旅の周知ルートなどを発信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	伊勢志摩地域の事業所等へ昨年度より引き続き、「参宮之証」紙札を配布し、来訪者とのコミュニケーションツールとして使用していただくと共に、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。 また、首都圏プロモーション事業において、伊勢志摩地域の魅力発信及び物産展等を行い、伊勢志摩地域の機運醸成を図る。	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。
エ	デジタルマップを活用した観光周遊促進	伊勢志摩デジタルマップを活用しスタンプラリーイベントやクーポンの発行など、伊勢志摩Maasを活用した事業を展開する。 デジタルマップ上で展開するスタンプラリーイベントやクーポンを通じて、観光周遊の促進及び消費額向上を図る。 また、イベント参加やクーポン利用により取得した利用者データを分析し、今後の観光プロモーションや効果的な情報発信に活用する。 あわせて、デジタルマップ登録事業者に対し、クーポン発券への協力を依頼し、地域一体となった観光施策の推進を図る。	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、「伊勢志摩デジタルマップ」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させ、遷宮に向けた基盤づくりへとつなげる。
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。	いせしませんぐう旅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・バ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 ○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・独自ネットワーキングイベント開催） ○観光を通し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・AI等対策） ○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 ○必要な地域経営主体の構造や規模の具体化、関係者説明等	域内実態を踏まえた地域内事業者の理解促進、地域内外からの参画者拡大、地域経営主体の設立に向けた具体的施策の加速化

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	いせしませんぐう旅 【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。また、AI検索を意識したホームページ作り、SNSによる情報発信のあり方に関する研修を実施し、情報発信環境の改善を図る。 ・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 フォローワー数・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める特集を作成し、季節ごとに更新。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出店、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て内容を掘り下げ。 ・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。 ・伊勢志摩レポーターの増員を検討する。
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行う。 ・適宜、取材などで情報を集める。 ・季節に適した特集記事を作成し、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		
ア	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」60,000部増刷予定	・在庫状況を確認しながら増刷をおこなう。情報が変わっている部分は要確認 メインパンフレットのため、毎年度更新(増刷)を実施する。また、単年度で増刷し過ぎないよう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年度をもち、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、googleビジネスプロフィール、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7年度実績】（令和6年11月時点） 1. セミナー開催回数：OTAセミナー1回 2. 国内旅行会社合同セールス（京都・大阪・東京） 参加事業者数：13社 / 訪問会社数：11社 3. 海外旅行会社合同セールス 参加事業者数：13社 / 訪問会社数：35社 （台湾、タイ、豪州、NZ、フランス）	令和8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直近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	Visit Iseshimaの情報更新や掲載施設からの修正依頼対応のみ実施。 ※高付加価値ページについては、高付加価値なインバウンド観光地づくり事業」にて、改修は実施予定。詳細は、予算確定後に調整。	
ウ	パンフレット作製	英語、仏語パンフレットの改修と地図ページの改修。シンプルかつ分かりやすい地図に変更。デジタルマップと併用した活用を想定（デジタルマップ二次元コードをパンフレットへ掲載等）。 ・英語パンフレット増刷（マップは改修予定）：5,000部 ・仏語パンフレット増刷（マップは改修予定）：5,000部	改修に伴い、ページ余白の活用方法を検討。 ・デイトリップを提供している施設情報などの掲載を中心に招請予定
②	プロモーション		
ア	4市町トップセールス（アジア）	台湾、香港、シンガポール、タイなどアジア圏を対象としたトップセールスを実施。 現地旅行博を視察し、伊勢志摩地域への商品造成状況の確認と合わせ、現地旅行会社、関係団体を訪問し、伊勢志摩地域を含む商品の造成・誘客促進を図る。	R08年度はシンガポール市場に向けたトップセールスを実施。 現地大使館、JNTO、クレア、JETROなどを候補に日本関係機関へ表敬訪問し、連携強化を打診。また、過去商談歴のあるAGT（一般・高付加）を訪問し、更なる誘客促進をはかる。
イ	大都市圏PR事業 （大阪 or 東京）	【東京または、大阪】 令和4年、6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7年度実績】※三重県観光連盟共催/12月に実施 1. 招請旅行会社数：19社 2. 地域事業者参加者数：45社 3. 1社あたりの商談数：15セッション前後を想定 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。

ウ	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） ※出展確定の場合は、インバウンドネットワーク会員事業者から参加者を集う。（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. Japan Road Show（オーストラリア・ニュージーランド） f. 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 g. 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	※物価高の影響により、出展料、航空券、現地滞在費も高騰しているため、主要商談会に絞って出展予定
エ		【セールス】 上記、商談会等に合わせ、海外旅行会社、国内ランドオペレーターセールスを実施。 ＜渡航国候補＞ シンガポール、タイ、オーストラリア、ニュージーランド、フランス	
オ	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受入、アテンド支援。	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。
カ	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7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 ・現地セールス4社 2. フランス ・Voyage & Saveurs du Japon 2026（現地旅行博）出展 ・現地セールス5社	詳しい事業内容については三重県、近畿日本鉄道と協議。
キ	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。
ク	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。
	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	令和8年度に国立公園指定80周年への取組が予定されいてるので、必要に応じて協議会と連携をとり、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		
コ	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。

【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 ・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々員との情報共有、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	フイ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、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 ・地域と制作者がマッチングする商談会へ出展	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、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		
ア	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。 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。当機構としては、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	国内で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へ訪問し、情報収集を兼ねた誘致活動を行う。また、昨年度に引き続き本年度も台湾からの学生誘致を図る。 国内：北関東・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絶たないため、継続的にメール等で情報収集を行うなどの、「事後」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。
	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	調査結果を今後の事業に活かしていく必要がある。

【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7年度より、アンケート事業の運営主体を三重県観光連盟へ移行し、集計から抽選、発送までの業務を同連盟へ委託する体制とした。これにより、集計作業の効率化が図られ、業務負担の軽減につながった。 また、今後は三重県観光連盟が中心となることで、他地域のアンケート結果との比較・分析が可能となることが期待される。 さらに、次期式年遷宮に向けた取組として、令和7年度より遷宮に関する認知度項目を新たにアンケートへ追加した。
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を巻き込み、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-(1)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7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。令和8年度には新たに玉城町および度会町を追加する予定であり、今後も対象地域の拡大について継続して検討していく必要がある。

【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。 〇有料の特集記事の作成 〇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。また、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ために、プロパー職員の採用について検討を行う。 〇事務局職員(専務理事を含む) 15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。 〇会員の新たな事業・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