

令和3年度事業計画

令和3年度運営方針

2020年は新型コロナウイルス感染症の世界的流行と、感染症を封じ込めるための国際的な移動制限、都市封鎖等の対策により人々の活動が大きな制約を受け、世界経済が急速に減速した年となりました。国内においても二度の「緊急事態宣言」が発令され、移動制限、イベントの中止や店舗の時短営業等により、経済面での影響が広範囲に及んでいます。インバウンドに関しても昨年の春節頃から影響が出始め、国際的な渡航制限もあり、2020年は前年に比べ15%程度という大きな減少となりました。

県内観光においては、Go Toトラベルキャンペーンの開始や、同時に実施された県や市町の旅行需要喚起施策により、修学旅行を中心に旅行需要が増加しました。特に夏から秋にかけては前年を上回る勢いで回復の兆しが見えましたが、年末年始の感染症拡大に伴うGo Toトラベルキャンペーンの中止により、再び厳しい状況となりました。

コロナ禍で全国的に大打撃を受けている観光業ですが、アフターコロナを見据え、当連盟は今まで全県DMOとして取り組んできた、地域DMO、市町、観光協会、観光関連事業者の方々との連携強化を更に進め、団体間の仲介にも更に注力し、オール三重として三重の観光再生に全ての力を尽くす覚悟で臨みます。

当連盟の事業運営の柱である公式サイト「観光三重」は、2020年の「都道府県公式観光情報サイト閲覧者数ランキング」でスマートフォン・PC部門共に全国で2位となりました。この発信力を最大限に活用し、アクセスデータを基に三重の魅力ある観光コンテンツをユーザーニーズに応じて提供していきます。また、公式SNSに関してもTwitter、Facebook、Instagramを中心にフォロワー数の増加を図り、費用対効果の高い観光情報発信を継続するとともに、公式サイトや公式SNSの発信力を活用し、自治体や観光事業者が実施するプロモーションのサポートをする事業にも力を注いでいきます。

さらに、観光情報提供強化事業として季刊誌「観光三重」の発行や、旅行エージェント等へのセールス活動、テレビ・ラジオ等のマスメディアを利用したタイムリーな観光情報提供も引き続き実施していきます。

アフターコロナに向けたインバウンド対応としては、DMO向けの観光庁補助金を活用することで外部専門人材を登用し、マーケティングデータを有効活用した地域全体でマーケティングに取り組む仕組みを構築していきます。また、外国人がネイティブ目線でとらえた三重の魅力を多言語で発信する事業にも取り組んでいく予定です。

現在のコロナ禍での状況を踏まえると、海外旅行等の先行きが不透明であることから、暫くは国内が旅行先に選ばれることが想定されます。当連盟が発信する三重の自然・歴史・文化・食等が持つ本物の魅力が、人々の心に残るような形で届けられるよう、また旅先に三重が一番に選ばれるよう、三重の観光を盛り立てていくとともに、これからも会員の皆様に寄り添い、信頼され、期待に応えられる組織づくりを目指して参ります。

令和3年度実施事業計画

めざす姿 三重県観光の総合的な情報受発信機能を担う機関として、観光情報の収集・戦略的な提供、誘客促進を行い、来訪者の増大、県内での周遊性・滞在性の向上を図り、観光消費額の拡大を目指します。
これにより、観光事業の健全な発達と振興（観光の産業化）並びに地域の活性化を図ります。

○目標数値（KPI）

| 項目 | 令和元年度 | | 令和2年度 | | 令和3年度 | |
|---------------------------|--------------------|--------|----------------------------|--------|-------------------|--------|
| | 【実績】 | 対前年度比 | 【見込】 | 対前年度比 | 【目標】 | 対前年度比 |
| 1. 観光消費額（暦年） | 5,564億円 （令和元年） | 104.2% | ※ 5,700億円 （令和2年度目標値） | — | 3,895億円 （令和3年） | — |
| 2. 延べ宿泊者数（暦年） | 860万人 （令和元年） | 96.6% | 508万人 （令和2年度速報値） | 59.1% | 600万人 （令和3年） | 118.1% |
| 3. 観光客満足度 | 38.5% | 128.8% | ※ 26.0% （令和2年度目標値） | — | ※ 95.0% | — |
| 4. リピーター率 | 88.8% | 95.8% | ※ 88.5% （令和2年度目標値） | — | 88.5% | — |
| 5. 外国人延べ 宿泊者数（暦年） | 388,950人 （令和元年） | 114.2% | 65,570人 （令和2年度速報値） | 16.9% | 70,000人 （令和3年） | 106.8% |
| 6. 再来訪意向 | 39.2% | 93.3% | ※ 43.5% （令和2年度目標値） | — | ※ — | — |
| 7. 公式サイト アクセス数 | 1,969万PV | 109.1% | 1,992万PV | 101.2% | 2,000万PV | 100.4% |
| 8. SNS・メルマガ ファン数 | 116,984人 | 139.1% | 176,730人 | 151.1% | 206,400人 | 116.8% |
| 9. 地域DMO等 事業者支援件数 | 30件 | 107.1% | 37件 | 123.3% | 37件 | 100.0% |
| 10. 宿泊予約金額 （宿の予約サイト経由） | 3,070万円 | 75.1% | 2,611万円 | 85.0% | 3,133万円 | 120.0% |
| 11. 広告等収入額 | 1,188万円 | 99.3% | 1,682万円 | 141.6% | 1,256万円 | 74.7% |

※令和2年度の「見込」数値のうち、1、3、4、6は見込数値が出ていないため「目標」数値を記載。

※1～9は、日本版DMO形成・確立計画にも記載。

※「3. 観光客満足度」は、三重県「観光客実態調査」の「総合満足度」の項目における「大変満足」の数値。
令和3年度からは、「三重県観光振興基本計画」と整合させるため「大変満足」「満足」「やや満足」の数値。

※「4. リピーター率」は、三重県「観光客実態調査」の「来訪回数」の項目における「宿泊客の来訪回数が2回目以上」の数値。

※「6. 再来訪意向」は、三重県「観光客実態調査」の「再来訪意向」の項目における「大変そう思う」の数値。
令和3年度からは、「三重県観光振興基本計画」と整合させるため目標項目から削除。

○令和3年度の主な取組

〈 1. 全県DMOとしての取組強化 〉

三重県全域を対象としたDMO法人として、三重県内の地域DMOをはじめ、市町、観光協会、観光関連事業者の方々をリードしていけるよう、各種マーケティングデータや有用な情報を収集・提供できる体制を構築していきます。

〈 2. 観光Webプラットフォームの拡充 〉

当連盟の強みである公式サイトについて、アクセス解析データに基づいた観光コンテンツを追加していき、観光に関する情報・商品・サービスを一元的に集積して発信・販売する「観光Webプラットフォーム」としての機能を拡充することで、国内外においてマイクロモーメント（人々が何かを欲した瞬間に行うスマホでの検索行動）を捉えたプロモーションを展開していきます。

〈 3. 公式SNSの発信力強化 〉

当連盟の強みである公式SNSとメールマガジンについて、SNSの特性に合わせた情報発信を積極的に展開していくとともに、フォロワー数を増やすための広告を活用し、さらなる発信力の強化を目指していきます。

○令和3年度実施事業

1. 観光情報の収集発信

※予算額の（ ）内は、令和2年度補正予算との比較

(1) 観光情報提供事業：23,655千円（△7,484千円）

公式サイトやSNSを活用して観光情報を効果的・効率的に発信するとともに、電話等による問い合わせに対しニーズに応じた観光案内を行います。

① 公式サイト運営管理

観光マーケティングコンサルティング事業者を交えたWeb戦略会議（隔月実施）において、アクセスデータに基づいた特集コンテンツや取材レポート等を企画することで、公式サイト「観光三重」において、ユーザーニーズに応じた観光情報等を随時提供し、より魅力のあるサイトにしていきます。

また、バナー広告やコンテンツ連動型広告（グーグルアドセンス）を掲載することにより、広告収入の増収を図ります。

※グーグルアドセンス：グーグルがサイトの内容を読み取り、そのサイトに最もマッチした広告を自動判別して表示し、サイト訪問者が広告をクリックする毎にサイト管理者に報酬が支払われるクリック報酬型アフィリエイト広告。

○ マーケティングデータの活用・提供

公式サイトへのアクセスデータを専門事業者に解析してもらい、課題を抽出して改善提案をしてもらうことで、コンテンツを迅速に更新していきます。

また、アクセス解析データを観光連盟会員にフィードバックしてホームページの改善施策について提案することで、三重県全体の観光情報発信力を底上げします。

○ 三重県観光連盟カメラ部による情報発信【新規】

2021年4月からスタートする「三重県観光連盟カメラ部」において、県内のアマチュアカメラマンと協働し、美しい風景写真を中心としたWebコンテンツを制作することで、新たな切り口で三重の魅力を発信します。

○ 公式サイトでのOne to Oneマーケティング事業

公式サイト「観光三重」のアクセスログを活用し、サイト閲覧者一人ひとりに適した表示や案内を行うことができるパーソナライズツール「TETORI」を活用し、一人ひとりに最適化する「One to Oneマーケティング」を実施します。

○ 公式SNS・メールマガジンによる情報発信

ツイッター、フェイスブック、インスタグラム、LINE、YouTube、TikTokの公式アカウント及びメールマガジンを活用し、SNSの特性に合わせた観光情報を効果的に発信していきます。

また、フォロワーを増加するための広告を実施することで、発信力をより強化していきます。

| SNSの種別 | 令和元年度 〔実績〕 | 令和2年度 〔見込〕 | 令和3年度 〔目標〕 |
|--------------------|---------------|---------------|---------------|
| Twitter（フォロワー数） | 24,569人 | 50,000人 | 60,000人 |
| Facebook（ファン数） | 28,135人 | 41,500人 | 50,000人 |
| Instagram（フォロワー数） | 22,618人 | 34,000人 | 40,000人 |
| LINE（友だち数） | 12,811人 | 15,800人 | 18,000人 |
| YouTube（チャンネル登録者数） | 7,922人 | 9,600人 | 11,000人 |
| TikTok（フォロワー数） | — | 330人 | 400人 |
| メールマガジン（購読者数） | 20,929人 | 25,500人 | 27,000人 |
| 合 計 | 116,984人 | 176,730人 | 206,400人 |

○ 公式サイト・SNS等を活用したWebプロモーション事業

「三重県の観光情報を発信するメディア」として、公式サイト・SNSやWeb広告等を活用したWebプロモーション事業を、県・市町・観光協会・観光関連事業者から受託して実施します。

② 観光案内

電話、メール、窓口等での観光案内や観光資料等の提供を行います。

③ 観光PR素材制作【新規】

ドローン撮影による動画やグルメ等の画像を新規に撮影し、観光PR素材として活用していきます。

④ スマホでみえ得キャンペーン事業運営・利用促進業務（県事業受託予定）

「スマホでみえ得キャンペーン」事務局として、利用者等からの問い合わせに対する案内業務を行い、公式サイト「観光三重」内に構築したキャンペーン公式サイトを管理運営するとともに、Web広告を活用したプロモーション等を実施します。

(2) 観光情報提供強化事業：19,664千円（+1,052千円）

季節ごとの県内の観光情報を提供する季刊紙「観光三重」の発行を通じ、観光地情報、イベント情報等のきめ細かい情報発信を行います。

○ 季刊紙「観光三重」の発行（年4回、各21万部予定）

三重県内の最新観光トピックやイベント情報などを幅広く紹介する季刊紙を発行し、紙媒体の特性を活かした観光情報を提供します。また、デジタルブックを公式サイト「観光三重」に掲載することで、より多くの方に見てもらえるようにするとともに、読者アンケートによりユーザーニーズを把握し、紙面の企画に反映します。

(3) 広域観光事業：1,041千円（△7千円）

日本観光振興協会の広域観光振興事業を活用し、三重県観光のPR・観光客誘致を推進します。

○ 観光展等の開催

日本観光振興協会（関西支部）・関西6府県と連携し、県外での観光展等においてPR活動を行います。

2. 誘致拡大のための広報宣伝

(1) 観光宣伝事業：2,625千円（+36千円）

旅行エージェント等へのセールス活動や県内外で開催されるイベントにおいて観光PRを行い、誘客促進を図ります。

① 大都市圏会員活動支援事業

三重県観光誘致推進協議会（三重美し会）や三重県観光関西協議会（三重路会）の会員による旅行エージェント等へのキャラバンセールスに参加し、団体客やMICE等の誘致促進を図ります。

② F1日本GP地域活性化協議会への参画

F1日本グランプリ等において観光PRを実施します。

(2) 協働宣伝事業：6,031千円（+253千円）

観光連盟会員の強みを活かしながらマスメディア等を活用した情報発信を行うとともに、メディア関係者等を対象にタイムリーな情報提供を実施します。

① テレビ・ラジオ番組等でのPR（観光連盟会員出演による情報発信等）

三重テレビ、岐阜放送、FM鈴鹿等のラジオ等を使った定期的な観光情報の発信を行います。

② 事業企画・宣伝委員会による事業展開

観光連盟会員の持つ様々なアイデアやノウハウ、マーケティングデータを活用するため、事業企画・宣伝委員会にて新たな企画を実行することで、より効果的な観光誘客事業を展開します。

③ メディア関係者に対する継続的な情報提供

メディア関係者に対し、専用ホームページ・メールマガジンを通じて継続的な情報発信を行います。

3. 観光産業及び観光文化の振興

観光物産連携事業：904千円（△14千円）

三重県物産振興会と連携し、県外を中心に開催される物産展において観光物産のPRを展開し、三重県への来訪促進を図ります。

○ 物産観光展への出展（三越日本橋店、山形屋等の百貨店での開催を予定）

4. 観光基盤整備

観光基盤整備事業：16,463千円（△362千円）

観光連盟が全県DMOとして「地域DMO等の観光ビジネスを行う主体をサポートする」役割を担い、「マーケティングデータの分析・提供機能」、「広域プロモーション機能」を発揮するための取組を実施します。

また、地域懇談会や会員向けの情報発信を行うことにより観光連盟会員同士のネットワークを強化するとともに、観光ボランティアガイドの活動をサポートします。

① 全県DMO機能に基づく取組

全県DMOとしての体制を整備していくため、多様な関係者とのネットワークづくりを行うとともに、DMOにおける専門人材として観光連盟職員のスキルアップを図ります。

② 三重県全県DMO推進事業（県事業受託予定）

全県DMOとして、観光関連事業者の方々に活用してもらえるマーケティングデータを収集して提供するとともに、県内DMOのデジタルマーケティングをサポートしていきます。

また、インバウンド向けプラットフォームを拡充していくため、体験コンテンツを紹介する特設サイトの多言語化を進めるとともに、プラットフォームに情報が集約されるための仕組みづくりを進めます。

③ 観光振興人材育成事業

県内の観光関連事業者において、観光産業における環境の変化に対応していくための人材を育成するため、インバウンド対応等における最新の知見が得られるセミナー等を開催します。

④ 地域懇談会の開催

県内各地で地域懇談会を開催し、観光連盟の事業運営について会員からの意見を伺うとともに、会員相互で意見交換・情報交換を行うネットワークづくりの場を提供します。

⑤ 会員向け情報の提供（メール通信）

観光連盟会員向けのメールマガジンを定期的に発行し、観光行政情報、組織内情報、市場動向等の各種観光情報を提供します。

⑥ 観光ボランティアガイド事業

おもてなし三重観光ボランティアガイド連絡協議会と連携し、観光ボランティアガイドの活動をサポートすることで、地域におけるおもてなし力の向上を図ります。

⑦ 観光事業振興功労表彰

観光事業の発展、観光サービスの質的向上に資することを目的に、三重県の観光事業振興等の分野において貢献し、観光客の誘致等に寄与した方々を表彰します。

5. 外客誘致促進事業

国際観光事業：15,425千円（+2,821千円）

観光庁の補助事業を活用して外部専門人材を登用することで、今後のインバウンド誘客に資する取組を行うとともに、外国人目線で捉えた観光情報発信を多言語で展開していきます。

① 世界に誇る観光地を形成するためのDMO体制整備事業（国補助事業）

観光庁の「世界に誇る観光地を形成するためのDMO体制整備事業」における「外部専門人材の登用」メニューを活用し、Googleマイビジネスにかかる外部専門人材を登用し、エリア全体としてデスティネーションマーケティングに取り組める仕組みづくりを実施します。

② 観光デジタルファースト推進事業（県事業受託予定）

外国人目線で捉えた三重県の観光資源の情報や魅力について、公式多言語サイトやSNSを通じた発信を行うとともに、Instagram上で投稿キャンペーンを実施します。
また、ユーザーの反応等を収集・分析したデータを、情報発信や投稿キャンペーンにフィードバックしていきます。

③ 公式多言語サイトの運営管理

公式多言語サイト6言語（英語、繁体字、簡体字、韓国語、タイ語、スペイン語）の運営管理を行うとともに、アクセス解析を行います。