

第1号議案

令和2年度事業報告、計算書類（貸借対照表及び正味財産増減計算書）
及び財産目録並びに附属明細書について

令和2年度 事業報告

令和2年度は観光業に携わる者にとって年間を通し、新型コロナウイルス感染症に翻弄された年度になりました。国際間の移動制限に始まり、国内においても、東京オリンピック・パラリンピックの延期が決定されたこと、その後に発令された全国規模の「緊急事態宣言」、観光業の回復に期待の高まった「Go To トラベル」、再び年明けに発令された「緊急事態宣言」と目まぐるしく変わる社会情勢に対応し、施設やイベントの感染拡大対策の強化を求められました。その中でオンラインツアーやワーケーションという新しい旅行形態が生まれ、旅行もニューノーマルを意識したスタイルに変化してきたことは記憶に新しいところです。

当連盟の公式サイト（観光三重）において観光情報提供事業で基本となる「特集コンテンツの企画」「取材レポートの作成」「フォトコンテスト等の参加型コンテンツの実施」等、掲載内容を常に新鮮な情報となるように更新することで、年間PV・訪問者数共に昨年度を上回り、「2020年都道府県公式観光情報サイトランキング」のスマートフォン部門・PC部門の両方で全国2位になることができました。また、SNSを利用した情報発信に関してもSNSの特性に合わせた情報発信に心掛け、フォロワー数も大幅に増やすことができました。しかしながら、コロナ禍ということもあり年間に4回発行していた季刊誌「観光三重」が3回の発行となったことや、広報宣伝事業において大都市圏関連の宣伝事業やテレビ・ラジオを利用したPR事業の実施が難しい状況であったのは残念なことでした。

当連盟の新型コロナ対応策として、公式サイトを利用した情報発信を中心に「三重県の観光物産ネットショッピング特集」、観光事業者へのオンライン研修、「#三重の想い出SNS投稿キャンペーン」、動画「見栄サミット」の公開、「みえ旅プレミアムキャンペーン」のプロモーション等を実施して参りました。他にも「Go To トラベル」事業にかかる第三者機関となり、関連する宿泊施設への支援、県を通して寄付を頂いた5万枚のマスクを会員及び観光ボランティア団体への配布等、県内の観光業や関連する方々に対する応援施策を昨年度は22項目実施いたしました。令和3年度も厳しい状況が続くことが予想されるため、継続して新型コロナ感染症の状況に対応した情報発信に努めて参ります。

また、アフターコロナを見据えたインバウンド事業として前年度に引き続き観光庁の「世界水準のDMO形成促進事業」を活用し、インバウンド向け体験コンテンツ造成、受入環境整備にかかる外部人材の登用を実施しました。他にも公式サイトへのスペイン語対応や公式サイトを活用した「斎宮」インバウンドプロモーション事業への参加、Webを利用した観光振興人材育成事業セミナー（全6回）を開催しました。

新型コロナ感染症により経済や産業の先行きが不透明の中、当連盟は県内観光の再出発に向け、会員の皆様、県と協力し、今まで培った情報発信・分析のスキルを活かし、スタートダッシュができる体制を整えて参りますので、これからも宜しくお願い申し上げます。

○目標数値（ＫＰＩ）

項目	令和元年度 実績	令和2年度		
		目標数値	実績	目標達成率
1. 観光消費額（暦年）	5,564億円 (令和元年)	5,700億円 (令和2年)	3,283億円 (令和2年)	57.6%
2. 延べ宿泊者数（暦年）	860万人 (令和元年)	910万人 (令和2年)	508万人 (令和2年)	55.8%
3. 観光客満足度	38.5%	26.0%	36.2%	139.2%
4. リピーター率	88.8%	88.5%	89.1%	100.7%
5. 外国人延べ宿泊者数 (暦年)	388,950人 (令和元年)	450,000人 (令和2年)	65,570人 (令和2年)	14.6%
6. 再来訪意向	39.2%	43.5%	37.0%	85.1%
7. 公式サイト アクセス数	1,969万PV	1,860万PV	2,081万PV	105.7%
8. SNS・メルマガ ファン数	116,984人	130,000人	180,649人	154.4%
9. 地域DMO等 事業者支援件数	30件	35件	37件	105.7%
10. 宿泊予約金額 (宿の予約サイト経由)	3,070万円	2,285万円	2,582万円	113.0%
11. 広告等収入額	1,176万円	818万円	1,551万円	189.6%

※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

※「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

～ 新型コロナウイルス感染症への対策 ～

1. 観光連盟会員向けメール通信にて支援金情報等を随時提供 (3/9～)

- ・三重県観光連盟会員向けに月1回配信している「メール通信」にて、コロナ相談窓口や休業予約延期協力金等の支援情報、補助金情報、Go To トラベル関連情報等を随時提供。
- ・コロナ関連配信回数：39回

2. 観光施設・宿泊施設等の休業情報やイベント中止情報を随時発信 (3/13～)

- ・観光施設の休園、縮小営業等の情報を随時発信。(3/13～)
- ・宿泊施設の臨時休業等の情報を随時発信。(4/10～)
- ・イベントの中止、延期情報を随時発信。(5/26～)
- ・ページビュー数：5万PV

3. 「三重県の観光物産ネットショッピング特集」を公開 (4/16～)

- ・全国に先駆けて4月16日に公開（中日新聞・NHK・三重テレビ等で紹介）。
- ・紹介サイト数：当初10サイト→現在98サイト
- ・ページビュー数：31万PV

4. 「三重県のテイクアウトご飯特集」を公開 (5/1～)

- ・各地でテイクアウトの取組が始まったことを受け、5月1日に公開（伊勢新聞で紹介）。
- ・紹介サイト数：24サイト
- ・ページビュー数：9万PV

5. 「オール三重で三重県産品を応援！三重県産品の購入で三重の逸品を総額100万円分あげますキャンペーン」のプロモーションを実施 (5/8～)

- ・百五銀行と三重県観光局が協働して実施したキャンペーンのプロモーション事業を受託し、キャンペーンサイトの制作やWeb・SNSを活用したプロモーションを展開。
- ・ページビュー数：17万PV

6. コロナに負けず、積極的な取組をしている事業者の紹介 (5/9～)

- ・厳しい中でも新たな取組をしている事業者を紹介する記事を作成して発信。
 - ① #コロナに負けるな！三重の観光は頑張っています！
(伊賀忍者「阿修羅」のお祝い動画、伊勢志摩観光コンベンション機構の動画等)
 - ② おうち時間に「火の谷温泉」の美味しいビールを飲んで 医療従事者にエールを送ろう！Yell for Japan
 - ③ “絶対諦めない！” 三重県中伊勢温泉郷が「未来宿泊ギフト券」でチャレンジ！

7. 愛知・岐阜・三重の3県観光連盟での協調取組 (5/18～)

- ・愛知県観光協会、岐阜県観光連盟、三重県観光連盟が協調し、3県知事メッセージを公式サイトに掲載するとともに、それぞれの取組をお互いに紹介。

8. 休業中の観光事業者支援として、オンライン研修サービスを提供 (5/19~)

- ・コロナの影響で、営業を自粛して休業を余儀なくされている会員業者向けに、オンライン研修サービスを特別プランにて提供（中日新聞で紹介）。
- ・雇用調整助成金の教育訓練加算対象であるため、実質無料で利用可能。

9. 「#三重の想い出 SNS 投稿キャンペーン」をスタート (5/28~)

- ・「新しい生活様式」を意識した行動が求められている中、三重の想い出を振り返ってもらい「三重にまた行ってみたい！」という機運を醸成するためのキャンペーンを実施。
- ・応募総数：Instagram 2,082名、Twitter 648名

10. 「見栄サミット」動画の公開及びプロモーション (6/18~)

- ・都道府県をまたぐ移動自粛が緩和されたタイミングに合わせ、昨年度の「事業企画・宣伝委員会」事業にて制作した三重の観光PR動画「見栄サミット」を公開。
- ・「見栄サミット」動画公開に合わせ、ショートムービープラットフォーム「TikTok（ティックトック）」のアカウントを開設。
※全国の都道府県観光振興団体において、TikTok アカウント開設するのは全国初。
- ・「見栄サミット」動画をより多くの方に閲覧してもらい、三重の認知度・訪問意欲を高めてもらうために、YouTube広告、SNS広告にて動画を拡散する施策を実施。
- ・動画視聴回数：17万回再生（5動画合計）

11. 三重県観光連盟会費の減免措置を実施 (6/24)

- ・令和2年度限定措置として、会費の減免措置を実施。（総会にて会員規程を一部改定して減免規程を追加し、理事会書面決議により減免措置内容を決定）
- ・市町会員を除き、一律25%減免にするとともに、納入期日を10月末日まで延長。

12. フェリーを利用した伊勢志摩観光PRプロモーションの展開 (7/8~)

- ・コロナ禍で車移動が増加することを踏まえ、フェリーを利用した伊勢志摩観光PRコンテンツを制作。
- ・Web広告、SNS広告を活用したWebプロモーションを展開。（首都圏、東名高速沿線）

13. 「新しい旅のエチケット」の周知促進 (7/25~)

- ・公式サイト「観光三重」内に「新しい旅のエチケット」を周知するページを作成し、全てのスポット・イベントページに掲出。
- ・公式Facebook、公式Twitter、公式LINEでの投稿文中に「新しい旅のエチケットを守つて楽しい旅を」の一文を追加して発信。

14. 「Go To トラベル」事業にかかる第三者機関業務をスタート (8/18~)

- ・国が実施している「Go To トラベル」事業において、宿泊施設が直接受けた予約についても割引対象とするには、予約記録を宿泊施設の外部で管理する第三者機関との契約が必要となるため、観光連盟会員を対象に第三者機関としての業務をスタート。

15. 「みえ旅プレミアムキャンペーン」のプロモーションを実施 (9/1~)

- ・三重県観光局が実施した「みえ旅プレミアムキャンペーン」のプロモーション事業を受託し、キャンペーンサイトの制作や Web・SNS を活用したプロモーションを展開。
- ・ページビュー数：34万 PV

16. Web プロモーションの展開 (10/2~)

- ・9月の4連休にて全国的に観光の機運が盛り上がってきたことを受け、Facebook 広告、Twitter 広告を活用した Web プロモーションを展開。

17. 「安全・安心 みえの旅」サイトのプロモーションを実施 (10/8~)

- ・三重県観光局が実施している「安全・安心な観光地づくりのための三重の観光ニュース一ノマル推進事業」の一環として、特設サイトの制作や Web・SNS を活用したプロモーションを展開。
- ・ページビュー数：4万 PV

18. 公式サイト「観光三重」にコロナ対策掲載欄を追加 (1/4~)

- ・三重県観光局が実施している「安全・安心な観光地づくりのための三重の観光ニュース一ノマル推進事業」の一環として、公式サイト「観光三重」のスポット紹介ページにて施設におけるコロナ対策を掲載する欄を追加。

19. 「三重県民限定観光キャンペーン」のプロモーションを実施 (2/15~)

- ・三重県観光局が実施している「三重県民限定観光キャンペーン」のプロモーション事業を受託し、キャンペーンサイトの制作や Web・SNS を活用したプロモーションを展開。
- ・ページビュー数：3万 PV

20. 「コロナ禍の苦境を乗り越えよう！宿泊施設向け WEB セミナー」の実施

(2/18~)

- ・緊急事態宣言の再発令により苦境に立たされている宿泊施設や観光事業者を支援するため、今必要とされている資金調達方法やデジタルマーケティングを活用した情報発信等についての知識を習得していただくための Web セミナーを全6回で実施。
- ・延べ受講申込者数：326名

21. 寄贈マスク 5万枚を観光事業者、観光ボランティアガイド団体へ配布 (2/26)

- ・訪日外国人向けショッピングアプリ「Payke」を開発、運営する株式会社Payke から、三重県庁に対して観光業支援のためのマスク 5万枚の寄付申し出があつたため、三重県観光連盟にて会員事業者及び観光ボランティアガイド団体に配布。

22. オンラインツアーレポートの掲載 (3/8~)

- ・三重県観光局が実施したバリアフリー観光推進に向けたオンラインツアーレポートの記事を公式サイト「観光三重」に掲載。

1. 観光情報の収集発信

(1) 観光情報提供事業 (32,772千円)

① 公式サイト・SNS運営管理

公式サイト「観光三重」及び公式SNSを活用し、効果的な観光情報提供を実施。

○主な更新内容

- ・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戦略会議を隔月で実施し、特集コンテンツを企画することで旬の情報等を随時提供。
- ・会員事業者を中心に取材レポートを作成。
- ・アクセスが多いイベント、スポットの内容を随時更新。
- ・フォトコンテストなど参加型コンテンツを実施。

○アクセス件数

- ・ページビュー 総数 20,814,296 PV (対前年比 105.7% + 1,124,339PV)
- ・訪問者数 総数 10,863,288 人 (対前年比 104.7% + 486,643人)

「2020年観光関連サイト閲覧者数ランキング」(日本観光振興協会調べ)

○都道府県観光情報サイト

スマートフォンからの閲覧者数で全国2位、PCからの閲覧者数で全国2位

○スマートニュースとの連携

- ・スマートニュースアプリでの記事閲覧回数：324,858回

○アクセス解析データの提供(年4回)

- ・アクセス解析データ等をニュースレターとして会員に提供。

○新型コロナウイルス感染症対策

- ・新型コロナウイルス感染症にかかる緊急事態宣言が発出されている間、公式サイトにて「三重県の観光物産ネットショッピング特集」、「三重県のテイクアウトご飯特集」、「コロナに負けるな！特集」といったコンテンツを掲載するとともに、観光施設の休業情報やイベントの中止・延期情報等を集約して情報発信。
- ・緊急事態宣言解除後は、「#三重の想い出SNS投稿キャンペーン」をSNSにて展開することにより、三重県への旅行機運を醸成。また、「新しい旅のエチケット」を周知するページを作成し、すべてのスポット・イベントページに掲出するとともに、SNSでの投稿文の中に「新しい旅のエチケットを守って楽しい旅を」の一文を追加して発信。
- ・Go To キャンペーンで国内旅行の機運が盛り上がってきたタイミングを捉え、各種Webプロモーションを実施。

○旅行インフルエンサーのアテンド

- ・「死ぬまでに行きたい！世界の絶景」シリーズ著者で絶景プロデューサーの詩歩さんが来県するタイミングに合わせてアテンド。
- ・Instagram投稿 2 件 (フォロワー数14万7千人)
Twitter投稿 6 件 (フォロワー数2万4千人)
YouTube投稿 2 件 (チャンネル登録者数2万2千人)

○公式SNS・メールマガジン運営管理

- ・各種SNSと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発信。
- ・SNS広告を実施することで、フォロワー数を増加。
- ・会員事業者のTwitterアカウントを紹介する取組をスタート。

SNSの種別	令和元年度 〔実績〕	令和2年度 〔目標〕	令和2年度 〔実績〕	投稿頻度
Twitter（フォロワー数）	24,569人	27,000人	52,251人	5～10回／日
Facebook（ファン数）	28,135人	30,000人	41,749人	1回／日
Instagram（フォロワー数）	22,618人	27,000人	34,950人	数回／週
LINE（友だち数）	12,811人	14,000人	16,022人	1～2回／週
YouTube（チャンネル登録者数）	7,922人	10,000人	9,634人	不定期
TikTok（フォロワー数）	—	—	332人	不定期
メールマガジン（購読者数）	20,929人	22,000人	25,711人	1回／月
合 計	116,984人	130,000人	180,649人	

「全国都道府県観光振興団体SNSフォロワー数調査」（2020.12 三重県観光連盟調べ）

- 総フォロワー数：全国1位

○公式サイト・SNS等を活用したWebプロモーション事業

- ・バナー広告：14件
- ・Webプロモーション事業：33件

[松阪市、熊野市×2、熊野市観光公社、亀山市、北伊勢広域観光推進協議会、明和町、南伊勢町観光協会、元祖肉の水炊き むかい、紀宝町×4、(株)JTB三重支店×4、尾鷲市、(株)JTBコミュニケーションデザイン、鳥羽市観光協会、志摩スペイン村、有限責任監査法人トーマツ、(株)旅する温泉道場、赤目四十八滝渓谷保勝会、琴平バス(株)、東京トラベルパートナーズ(株)、菰野町観光協会、伊勢まちづくり(株)、鳥羽商工会議所、(株)中日アド企画、明和町観光協会、(株)リクルート×2]

② 観光案内

- 電話、窓口、メール等での観光案内や観光資料等の提供を実施。
・観光案内件数 2,332件（対前年比 80.3%）

③ スマホでみえ得キャンペーン事業運営・利用促進業務（県受託事業：観光局）

「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の管理運営を実施。（9月から電子スタンプ導入）

- ④ 三重県産品購入促進キャンペーンに係るプロモーション業務（県受託事業：観光局）
百五銀行と三重県が連携して実施する「オール三重で三重県産品を応援！三重県産品の購入で三重の逸品を総額100万円分あげますキャンペーン」のキャンペーンサイト制作と各種プロモーションを実施。
- ⑤ 「みえ旅プレミアムキャンペーン」に係るサイト制作・管理運営及びプロモーション業務（県受託事業：観光局）
三重県が実施する「みえ旅プレミアムキャンペーン」や県内市町等で実施するキャンペーン等の情報を集約して発信するプラットフォームサイトを制作し、公式サイト・SNS及びWeb広告を活用したプロモーションを実施。
- ⑥ 三重の自然体験PR特設サイト制作業務（県受託事業：農山漁村づくり課）
三重の自然体験活動のフィールドで安全・安心に自然体験を楽しめることをPRし、人々の健康づくりに寄与するとともに、農山漁村地域への集客交流を図るため、特設サイトを制作し、各種プロモーションを実施。
- ⑦ 南部地域自然体験等魅力発信業務（県受託事業：南部地域活性化推進課）
豊かな自然の中で健康的に安心して楽しめる南部地域の自然体験等の利用を促進するため、南部地域における自然体験の取材レポートや特集ページを作成し、公式サイト・SNS及びWeb広告を活用したプロモーションを実施。
- ⑧ 三重県民限定観光キャンペーンに係るサイト制作・管理運営及びプロモーション業務（県受託事業：観光局）
県内における観光需要を喚起し、観光地での消費喚起を図り、県内観光産業の早期回復につなげることを目的として実施する「三重県民限定観光キャンペーン」や、県内市町等で実施する観光キャンペーン等の情報を集約して発信するプラットフォームサイトを制作し、公式サイト・SNS及びWeb広告を活用したプロモーションを実施。

（2）観光情報提供強化事業（18,754千円）

- ① 季刊紙「観光三重」の発行
季節ごとの県内の観光情報の提供を実施。
・作成部数：年3回 夏・秋号 20万部発行、秋・冬号、春号 21万部発行
※今年度については、6月から8月にかけて県内イベントの大半が中止・延期となつたことから、夏号の発行を中止して年3回の発行とした。
・配布先：会員・主要駅・サービスエリア等 約700件
・発行時期：夏・秋号7月、秋・冬号10月、春号2月
・季刊紙による広告収入：28件
・デジタルブックを作成し、公式サイト「観光三重」へ掲載

② 「三重の観光ガイドブック」の改訂

県内の主な観光施設、宿泊施設、グルメ、お土産等の観光情報を網羅的に紹介するガイドブックの改訂版を発行・配布

(3) 広域観光事業 (914千円)

① 関西広域連携 (日本観光振興協会関西支部主催)

※観光PRを実施予定 → 中止

② 中部広域連携 (一般社団法人中央日本総合観光機構等)

中央日本総合観光機構が主催するWeb会議等にて情報交換。

2. 誘致拡大のための広報宣伝

(1) 観光宣伝事業 (3,339千円)

① 大都市圏会員連携支援

○3/8 第1回ビジネスマッチング商談会（オンライン方式）に参加

・魅力ある観光資源を旅行代理店（首都圏・関西圏・中京圏30社）の方々にPR

○三重県観光誘致推進協議会（三重美し会）と連携して北海道地区・北関東地区・東北地区の団体旅行取扱支店にキャラバンセールスを実施予定でしたが、自粛し三重県のパンフレットを送付。

(2) 協働宣伝事業 (6,351千円)

① ラジオ・テレビ番組等でのPR

ラジオ・テレビ・フリーぺーパーを活用し、旬の観光情報・イベント情報を発信。

○ラジオ

- ・岐阜放送「旬体験！三重県お出かけ情報」（毎週金曜日放送）※7月～
- ・FM三重「ウィークエンドパレット」（毎週金曜日放送：月末1回）※9月終了
- ・FM鈴鹿「土日どこ行く」（毎週金曜日放送）※7月～
※滋賀（大津、東近江）、福井（敦賀）、兵庫（神戸）のミニFM局でも放送

○テレビ

- ・三重テレビ「コウケツトモヒデの三重県応援団」（毎週火曜日）※7月～
※「三重の魅力紹介」コーナーにて、月に数回、5分程度で観光情報を紹介。

○フリーぺーパー

- ・「みえなびプラス」（隔月刊）

② 事業企画・宣伝委員会による事業展開

事業企画・宣伝委員会の書面による協議の結果、昨年度に引き続き「観光PR動画」を制作することとなり、企画提案コンペの結果、昨年度制作して好評を博した「見栄サミット」の続編を制作。（6月11日公開予定）

③ メディアに対する恒常的な情報発信

メディア向けメールマガジン「三重県観光連盟NEWS」の配信

- ・登録者数 1,288名（前年：1,262名）

3. 観光産業及び観光文化の振興

(1) 観光物産連携事業 (976千円)

県内外で開催される物産展（協同組合三重県物産振興会）と連携した観光キャンペーンを実施。

三重・愛知物産展	7月	丸広百貨店川越本店(埼玉県)
第19回ふるさと三重物産展	7月	津松菱
第64回旬味まるごと三重展	10月	日本橋三越本店(東京都)
第20回記念ふるさと三重物産展	1月	津松菱
第21回三重県の物産展	2月	うすい百貨店(福島県)
三重のうまいもの市	3月	伊勢丹立川店(東京都)

4. 観光基盤整備 (16,915千円)

(1) 観光基盤整備事業

① 地域懇談会事業

観光連盟の事業運営に関する会員からの意見や、会員相互の情報交換・意見交換・ネットワーク強化のため地域懇談会を、県内2地域（伊勢、津）で11月に開催。

② 会員向け情報の提供（メール通信）

電子メールによるメールマガジン形式で、行政情報、市場動向情報、組織内情報等を会員向けに配信。例年は基本的に月1回発行してきたが、今年度はコロナ対策関連情報を随時配信。（配信回数：45回）

③ 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5名の方を表彰。

④ 「Go To トラベル」事業にかかる第三者機関業務

国が実施している「Go To トラベル」事業において、宿泊施設が直接受けた予約についても割引対象とするには、予約記録を宿泊施設の外部で管理する第三者機関との契約が必要となるため、観光連盟会員を対象に第三者機関としての業務を実施。

(2) 観光ボランティアガイド事業

観光ボランティアガイド組織の基盤強化を図るための取組を実施。

- ・おもてなし三重観光ボランティアガイド通信を発行
- ・公式サイト「観光三重」での観光ガイド活動団体紹介ページの情報更新

(3) 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の取組を実施。

① 多様な関係者とのネットワークづくり

多様な関係者とのネットワークづくりを行うため、各種会議やセミナーに参加。

② 専門人材育成

DMOにおける専門人材としてスキルアップを図るため、参考書籍や研修動画を購入するとともに、三重県観光連盟職員が各種セミナー等に参加。

DMO財源に関する責任者を対象とした「DMO財源開発（計画）研究セミナー」（共催：DMO推進機構・京都大学経営管理大学院・京大オリジナル㈱）に講師として登壇。

③ 世界水準のDMO形成促進事業（国補助事業）

観光庁の「世界水準のDMO形成促進事業」における「中核人材の育成」メニューを活用し、三重県観光連盟職員が「デスティネーションマネジメント研修（1名）」「グロービスe-MBA研修（3名）」を受講。

④ ナイトタイムエコノミー推進にかかるコンテンツ造成事業（中部運輸局連携事業）

地域の状況に応じた夜間の楽しみ方を拡充し、地域での更なる滞在促進・新たな消費活動や魅力の創出により、訪日外国人の観光消費拡大を図ることを目的とした観光庁の「ナイトタイムエコノミー推進にかかるコンテンツ造成事業」について、中部運輸局の連携DMOという立場で協働して実施。（事業主体：中部運輸局）

- ・工場夜景を核とした三重の新たなナイトタイムコンテンツ造成事業（9,999千円）

（4）三重県全県DMO推進業務（県受託事業）

観光連盟が全県DMOとして「地域DMO等観光ビジネスを行う主体の活動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」を發揮するための事業を展開。

① マーケティングデータの収集・提供事業

地域DMO等観光関連事業者が必要とするマーケティングデータを収集し、観光三重CMSを通じて提供。

② 公式サイトの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。

③ デジタルマーケティング・サポート事業

鳥羽市相差エリアにおいて、地域全体でデジタルデータを共有してマーケティングに活用するモデル事業を展開。

④ 三重県内DMO会議

三重県内のDMO、DMO候補法人等における事業活動内容や課題についての意見交換するオンライン会議を3月に開催。

⑤ インバウンド向けプラットフォーム構築事業

インバウンドに対応した三重県の観光コンテンツを一元的に発信・販売するプラット

フォームを構築するため、既に構築した英語・繁体字・簡体字・韓国語・タイ語に加え、スペイン語による観光情報発信及び宿泊予約機能を備えたWebサイトを制作するとともに、体験型コンテンツをまとめて紹介する多言語サイトを制作。（3月公開）

また、ネイティブライターを活用し、三重の魅力をネイティブ目線で発信する取材レポートを15記事掲載。

（5）観光振興人材育成事業【新規】

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、デジタルマーケティングやインバウンド対応等における最新の知見が得られるWebセミナーを全6回（2月18日～3月16日）開催。

- ・延べ参加者数：327名

5. 外客誘致促進事業

（1）国際観光事業（12,226千円）

① SNSを活用したF I T向け情報発信事業（県受託事業：観光局）

フェイスブック7言語（英・繁・韓・タイ・仏・独・西）、微博（ウェイボ：簡）、インスタグラム3言語（英・繁・タイ）を活用し、個人の外国人旅行者（FIT）をターゲットに観光情報を発信するとともに、「#visitmieキャンペーン」を実施。

② 多言語サイトの運営管理

多言語サイト（5言語：英語、繁体字、簡体字、韓国語、タイ語）の運営管理を行うとともに、スペイン語サイトを造成（令和3年度運用開始）。アクセス解析を実施。

○アクセス件数

【英語】

- ・ページビュー 総数 124,698 PV（対前年比 118.4% △ 19,375 PV）
- ・訪問者数 総数 80,655 人（対前年比 120.1% △ 13,515 人）

【繁体字】

- ・ページビュー 総数 33,607 PV（対前年比 38.4% △ 53,883 PV）
- ・訪問者数 総数 20,152 人（対前年比 40.5% △ 29,550 人）

【簡体字】

- ・ページビュー 総数 8,620 PV（対前年比 16.5% △ 43,655 PV）
- ・訪問者数 総数 5,558 人（対前年比 14.3% △ 4,200 人）

【韓国語】

- ・ページビュー 総数 3,179 PV（対前年比 10.4% △ 27,487 PV）
- ・訪問者数 総数 1,838 人（対前年比 8.0% △ 21,244 人）

【タイ語】

- ・ページビュー 総数 10,815 PV（対前年比 49.2% △ 10,749 PV）
- ・訪問者数 総数 6,930 人（対前年比 51.1% △ 6,621 人）

③ 世界水準のDMO形成促進事業（国補助事業）

観光庁の「世界水準のDMO形成促進事業」における「外部専門人材の登用」メニューを活用し、将来的にインバウンド需要が戻ってくる時に備えるため、インバウンド向け体験コンテンツ造成と、受入環境整備にかかる外部専門人材を登用。

- ・登用する外部専門人材：インバウンドビジネスプロデューサー1名

ローカルビジネスコンサルタント1名

④ 「観光三重」を活用した斎宮インバウンドプロモーション事業

(県受託事業：文化振興課)

海外における「斎宮」の認知度を向上していくため、インバウンドプロモーション動画を制作するとともに、動画広告を活用したプロモーションを実施。

⑤ 広域周遊観光促進のための専門家派遣事業（観光庁事業）

地方公共団体及びDMOへインバウンド観光に関する専門家を派遣し、訪日外国人旅行者の誘客に向けた地域の取組促進を支援する観光庁事業「広域周遊観光促進のための専門家派遣事業」を活用し、専門家から助言・指導を受ける機会を確保。

(専門家派遣に要する交通費・謝金は観光庁が負担)

- ・専門家：アジアインターラクションサポート 鈴木啓太氏（派遣日：2月17日、18日）

6. 観光連盟の運営

(1) 総会

①定時総会

- ・日時：令和2年6月24日（水）
- ・場所：ホテルプラザ洞津（津市新町）
- ・議題：
 - 第1号議案「令和元年度事業報告、計算書類（貸借対照表及び正味財産増減計算書）及び財産目録並びに附属明細書について」
 - 第2号議案「役員の一部交替（案）について」
 - 第3号議案「公益社団法人三重県観光連盟会費規程の一部改定（案）について」

(2) 理事会

①第1回理事会

- ・日時：令和2年5月29日（金）
- ・場所：都シティ津（津市大門）
- ・議題：
 - 第1号議案「令和元年度事業報告、計算書類（貸借対照表及び正味財産増減計算書）及び財産目録並びに附属明細書について」
 - 第2号議案「役員の一部交替（案）について」
 - 第3号議案「令和2年度事業計画及び収支予算の補正（案）について」
 - 第4号議案「事業企画・宣伝委員会委員の一部交替（案）について」
 - 第5号議案「令和2年度定時総会の招集（案）について」
 - 第6号議案「公益社団法人三重県観光連盟会費規程の一部改定（案）について」

②第2回理事会

- ・日時：令和2年10月13日（火）
- ・場所：ホテルプラザ洞津（津市新町）
- ・議題：第1号議案「令和2年度事業計画及び収支補正予算（案）について」

③第3回理事会

- ・日時：令和3年3月17日（水）
- ・場所：ホテルプラザ洞津（津市新町）
- ・議題：第1号議案：令和2年度事業計画及び収支補正予算（案）について
第2号議案：令和3年度公益社団法人三重県観光連盟会費の減免等（案）について
第3号議案：令和3年度事業計画（案）及び収支予算（案）について

7. 会員の状況

入会：14会員 退会：10

令和3年3月31日現在 会員数： 297会員

8. 事業報告の附属明細書

事業報告の附属明細書となる「事業報告の内容を補足する重要な事項」は無し。