

令和4年度事業計画

令和4年度運営方針

令和3年度は、年間を通じ新型コロナウイルスの感染拡大と収束が繰り返された結果、東京オリンピック、パラリンピック開催というビッグチャンスを生かすことができず、国内観光業界にとって、昨年度に引き続き厳しい一年になりました。

県内観光においては、46年ぶりに三重県で開催予定であった、三重とこわか国体・三重とこわか大会が開催中止となり、宿泊施設を中心に観光業界にとって深刻な影響がありました。

一方、令和3年7月にグランドオープンした、日本最大級の商業リゾート施設

「VISION」や魅力的なグランピング施設のオープンなど、新たな観光の魅力が加わり、また、地域においてはコロナ禍における新しい観光のあり方を模索した、前向きな取り組みが広がりつつあります。

そのような状況において、当連盟は、事業運営の柱である「観光三重」公式サイトを活用し、戦略的なデジタルマーケティングに基づく、ニーズをとらえた情報発信を行ってきました。その結果、2021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2年連続全国2位となりました。

しかし、その一方、三重県への観光客の来訪者、宿泊者数は依然厳しい状況にあります。連盟は「観光三重」を見た人が実際に三重県へ来訪していただけるような仕組みの構築を最優先課題とし、人々の行動やお金を意識した取組を行って参ります。

今後は、G7閣僚会合の誘致、大阪万博、ワールドマスターズゲーム、リニア開通、遷宮などのビッグイベントが控えており、その機会を逃すことなく、三重県にある、あまり知られていないシーズ（観光資源）を新しい切り口で取り上げ、情報発信することでニーズに変えていくことをめざします。

また、周遊性を高め、滞在が増えるような、三重ならではの旅の魅力を発信して参ります。

当連盟の強みであるデジタルマーケティングについては、県の観光DX事業と「観光三重」公式サイトの連携を進め、さらなる強化をはかって参ります。

インバウンド対応については、引き続き外国人目線での発信をしつつ「観光三重」多言語サイトの閲覧者数を更に増やすための取組を進めて参ります。

DMOについては県内唯一の全県DMOとして、組織体制を強化するとともに県内DMOの課題を把握し、連盟の強みを生かした支援の役割を引き続き果たして参ります。

これからも引き続き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4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2年度 | | 令和3年度 | | 令和4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） | 3,283億円 (令和2年) | 59.0% | ※ 3,895億円 (令和3年目標値) | — | 5,970億円 (令和4年) | — |
| 2. 延べ宿泊者数（暦年） | 507万人 (令和2年) | 58.9% | 505万人 (令和3年速報値) | 99.6% | 940万人 (令和4年) | 186.1% |
| 3. 観光客満足度 | 36.2% | 94.0% | ※ 95.0% (令和3年度目標値) | — | ※ 95.0% | — |
| 4. リピーター率 | 89.1% | 100.3% | ※ 88.5% (令和3年度目標値) | — | 89.0% | — |
| 5. 外国人延べ宿泊者数（暦年） | 58,560人 (令和2年) | 16.9% | 16,750人 (令和3年速報値) | 28.6% | 590,000人 (令和4年) | 3522.3% |
| 6. 再来訪意向 | 37.0% | 94.4% | ※ — | — | ※ 43.5% | — |
| 7. 公式サイトアクセス数 | 2,081万PV | 105.7% | 2,200万PV | 105.7% | 2,100万PV | 95.5% |
| 8. SNS・メルマガファン数 | 180,649人 | 154.4% | 200,100人 | 107.9% | 206,000人 | 103.1% |
| 9. 地域DMO等事業者支援件数 | 37件 | 123.3% | 40件 | 108.1% | 40件 | 100.0% |
| 10. 宿泊予約金額 (宿の予約サイト経由) | 2,582万円 | 84.1% | 3,200万円 | 123.9% | 3,200万円 | 100.0% |
| 11. 広告等収入額 | 1,551万円 | 131.9% | 2,165万円 | 139.6% | 1,098万円 | 50.7% |

※令和3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、DMO形成・確立計画の記載と一致。

※「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4年度の主な取組

〈 1. 地域プランディング事業の本格展開 〉

令和3年度から展開した地域プランディング事業について、当連盟の強みであるサイトのドメイン力及び戦略的なデジタルマーケティングを生かしながら、新しい切り口で三重県にある、あまり知られていないシーズ（観光資源）や既存の観光資源を発信していくことによりニーズ化することをめざします。

〈 2. 全県DMOの体制強化 〉

三重県全域を対象としたDMO法人として、ニーズの高いデジタルマーケティングを連盟が直接支援できるような体制を整備していくとともに、各DMOが自ら取り組むことができるよう引き続き支援していきます。また、引き続きDMOの人材育成の役割を担っていきます。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くよう、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。

○令和4年度実施事業

1. 観光情報の収集発信

※予算額の（ ）内は、令和3年度補正予算との比較

（1）観光情報提供事業：33,632千円（△7,588千円）

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

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。

- ・地域プランディング事業によるプロモーション
- ・みえ旅カメラ部など、ユーザーを活用したプロモーション
- ・犬と一緒に出かけする旅の発信
- ・「観光三重」公式サイト閲覧者の8割を占めるスマートフォンユーザーに合わせたサイトデザインの改修

○ マーケティングデータの活用・提供

公式サイトのアクセスデータを専門事業者の助言を得ながら自ら解析し、課題を抽出して改善提案をできるようになることをめざし、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。

○ 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。

| SNSの種別 | 令和2年度 〔実績〕 | 令和3年度 〔見込〕 | 令和4年度 〔目標〕 |
|---------------------|---------------|---------------|---------------|
| Twitter (フォロワー数) | 52,251人 | 60,200人 | 61,000人 |
| Facebook (ファン数) | 41,749人 | 39,100人 | 42,000人 |
| Instagram (フォロワー数) | 34,950人 | 42,700人 | 43,000人 |
| LINE (友だち数) | 16,022人 | 17,300人 | 18,000人 |
| YouTube (チャンネル登録者数) | 9,634人 | 13,100人 | 14,000人 |
| TikTok (フォロワー数) | 332人 | 900人 | 1,000人 |
| メールマガジン (購読者数) | 25,711人 | 26,800人 | 27,000人 |
| 合 計 | 180,649人 | 200,100人 | 206,000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拠点滞在型観光促進キャンペーン事業運営・利用促進業務（県観光局事業受託予定）

「拠点滞在型観光促進キャンペーン」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：19,906千円（△1, 918千円）

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：985千円（△56千円）

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：2,357千円（△268千円）

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：2,848千円（△3,183千円）

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・ラジオ番組等とのコラボによるPR

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検討することで、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：902千円（△2千円）

三重県物産振興会と連携し、県外を中心開催される物産展において観光物産のPRを開き、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：19,701千円（+3,112千円）

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引き続き進めるとともに、閲覧数を更に伸ばす取組を進めています。

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：12, 959千円（△2, 966千円）

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 観光地域づくり法人の体制強化事業（国補助事業）

観光庁の「観光地域づくり法人の体制強化事業」における「外部専門人材の登用」メニューを活用し、Googleビジネスプロフィールにかかる外部専門人材を登用し、エリア全体としてデジタルマーケティングに取り組める仕組みづくりを実施（予定）します。

② 観光デジタルファースト推進事業（提案コンペ参加予定）

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。