

第1号議案

令和3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）及び財産目録ならびに付属明細書について

令和3年度 事業報告

令和3年度も前年に引き続き全世界的に新型コロナウイルス感染症が流行し、経済や産業に多くの影響を与えました。観光産業にとってもインバウンドの入国制限に伴う消費の減少、国内においても移動制限による影響及び「東京オリンピック・東京パラリンピック」の無観客開催等により、交通機関や宿泊施設の利用が大きく落ち込みました。

県内でも4月から「三重県緊急警戒宣言」に始まり、翌年3月の「三重県再拡大阻止重点期間」が終了するまで、新型コロナウイルス感染症拡大防止に関する多くの宣言が発出され、「三重とこわか国体・三重とこわか大会」が中止となるなど、県内の観光産業にとって厳しい一年となりました。

当連盟はコロナ禍においてもアフターコロナを見据え、公式サイト「観光三重」やSNSを利用し、利用者のニーズを考えた観光情報の収集・発信を実施しました。その結果、公式サイトの年間アクセス数は2,377万PV、年間の訪問者数は1,265万人、SNSやメルマガのファン数は20万人を超え「2021年都道府県公式観光情報サイト閲覧者数ランキング」でPC部門、スマートフォン部門共に全国2位となりました。そのサイトを利用したコロナ施策として7月には県民割「みえ旅プレミアムキャンペーン」の緊急プロモーションを実施し、それ以降もWithコロナでの「安心・安全なみえ旅」を意識したおもてなし施設認証制度「あんしんみえリア」のプロモーションを実施し、優良取組施設や店舗店の紹介もしています。

令和3年度は県内観光のブランディング化を意識し「みえ旅カメラ部」を設立。映画「浅田家！」のモデルになった浅田政志氏を部長に迎え、6名の部員と協働で三重の美しい風景写真を中心にWebコンテンツを作成し、新たな切り口でスポットや名所を紹介しました。旅の魅力をより伝えるため、動画作成にも取組み「みえ旅YouTube隊」も立ち上げました。多くのフォロワーを持つYouTuberと協働し、自然体験のブランディング化を狙い、志摩市や東紀州の熊野古道等で撮影を実施しました。また、県の広報番組を活用した情報発信にも取組み、9本のコラボ企画を実施しました。

動画作成に関しては、一昨年「事業企画宣伝委員会」で作成した動画「見栄サミット」が「ショートショートムービーフェスティバル&ASIA 2021第10回観光映像大賞」の観光庁長官賞にノミネートされました。令和3年度も同委員会で新しい旅のスタイルに適應した三重県観光PRの短尺動画を作成し公式サイト内で公開しています。

その他、観光基盤事業として会員との「地域懇談会」の実施、地域連携DMOとして地域のDMOのサポート、観光人材育成のセミナーを実施しました。また、29年続けて発行している季刊紙「観光三重」の年4回の発行、年度末には「三重のガイドブック」を刷新。外客誘致促進事業として、多言語サイトの運営やSNSを利用した情報発信を実施しました。

コロナ禍で先行きはまだ不透明ですが、当連盟はアフターコロナに向け情報発信の内容・方法を厳選し、会員の皆様や県と共に三重県観光の発展に向け注力して参ります。

○目標数値（K P I）

項 目	令和２年度 実績	令和３年度		
		目標数値	実績	目標達成率
１．旅行消費額（暦年）	3,283億円 （令和２年）	3,895億円 （令和３年）	3,562億円 （令和３年）	91.5%
２．延べ宿泊者数（暦年）	507万人 （令和２年）	600万人 （令和３年）	505万人 ※令和３年速報値	84.2%
３．来訪者満足度	94.4%	95.0%	93.5%	98.4%
４．リピーター率	89.2%	88.5%	91.9%	103.8%
５．外国人延べ宿泊者数 （暦年）	58,560人 （令和２年）	70,000人 （令和３年）	16,750人 ※令和３年速報値	23.9%
６．再来訪意向	37.0%	—	36.6%	—
７．公式サイト アクセス数	2,081万PV	2,000万PV	2,377万PV	118.9%
８．SNS・メルマガ ファン数	180,649人	206,400人	200,077人	96.9%
９．地域DMO等 事業者支援件数	37件	37件	40件	108.1%
10．宿泊予約金額 （宿の予約サイト経由）	2,582万円	3,133万円	1,906万円	60.8%
11．広告収入額	1,551万円	1,256万円	2,304万円	183.4%

※１～９は、日本版DMO形成・確立計画にも記載

※「３．来訪者満足度」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

1. 観光情報の収集発信

(1) 観光情報提供事業 (40,011千円)

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、特集コンテンツや取材レポート等を企画し、旬の情報等を随時提供。
- ・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 23,771,571PV (対前年比 114.2% + 2,957,275 PV)
- ・訪問者数 総数 12,652,194 人 (対前年比 116.5% + 1,788,906 人)

○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：309,998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、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。

○新型コロナウイルス収束後の緊急プロモーション

- ・まん延防止等重点措置区域の指定解除及び「三重県リバウンド阻止重点期間」が終了した7月より、みえ旅プレミアムキャンペーン(みえ得トラベルクーポン、みえ得トラベル地域応援クーポン、みえのあそキャン‘21)のプロモーションを「観光三重」特設サイトで実施。
- ・松阪市をはじめ、市町のキャンペーンを「観光三重」特設サイトで実施。
- ・みえ安心おもてなし施設認証制度「あんしんみえリア」の優良取組店(飲食店、観光事業者)を取材し、記事を「観光三重」公式サイトで紹介。

○みえ旅カメラ部による情報発信

- ・4月より県内のアマチュアカメラマン6名と協働し、美しい風景写真を中心としたWebコンテンツを制作し、新たな切り口で、三重の魅力を発信している。(122記事 合計約61万PV)
- ・6月より三重県出身の著名な写真家・浅田政志氏を部長に迎え、市町、市町観光協会等とも連携して、浅田氏ならではの視点で三重県の魅力発信を行っている。

○みえ旅YouTube隊による情報発信

- ・7月にみえ旅YouTube隊を新設し、YouTubeチャンネル登録者数19万人を数える三重県在住の人気犬「柴犬りんご郎」を隊員に任命。

- ・10月に三重県出身「元自衛官かざり」さんが特別派遣隊員として入隊。伊勢志摩のグルメや自然、アクティビティを動画で体験レポート。
- ・3月にマルチクリエイターの「のりごとー」「ビートないとー」さん2名が入隊。熊野古道を始め、東紀州地域の魅力を紹介。

○テレビ番組における情報発信

- ・三重県広聴広報課の県広報番組「よしお兄さんの"もっと"パパにみえてきましたね」（CBCテレビ番組「チャント！」内コーナー）と「観光三重」が9月からコラボ。カメラ部部長浅田政志さんやYouTube隊特別派遣隊員かざりさんにご出演いただくなど、9本のコラボ企画を実施、発信。

○動画による情報発信

- ・一昨年度の「事業企画・宣伝委員会」事業にて制作した三重県の観光PR動画「見栄サミット」が、6月16日に開催されたショートショートムービーフェスティバル&ASIA 2021第10回観光映像大賞の観光庁長官賞最終候補5作品のうちのひとつとしてノミネートされ、リモートで開催されたイベントでPRした（観光庁長官賞は5作品のうち長崎県南島原市が受賞）。
- ・上記のイベントに合わせて、「見栄サミット」及び昨年度作成した「見栄サミット」第2弾（リモート会議バージョン）の動画を公開し、2月末までに87,234回再生された。
- ・ショートムービープラットフォーム「TikTok（ティックトック）」を運営するByteDance株式会社と協働し、著名クリエイターが三重県で撮影し、作成した動画を公開（再生回数合計430万回）。また、連盟職員が制作した動画の再生回数が最高22.7万回を記録。

○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の種別	令和2年度 〔実績〕	令和3年度 〔目標〕	令和3年度 〔実績〕	投稿頻度
Twitter（フォロワー数）	52,251人	60,000人	60,047人	3～10回／日
Facebook（ファン数）	41,749人	50,000人	42,693人	1回／日
Instagram（フォロワー数）	34,950人	40,000人	39,435人	数回／週
LINE（友だち数）	16,022人	18,000人	17,274人	1～2回／週
YouTube（チャンネル登録者数）	9,634人	11,000人	13,089人	不定期
TikTok（フォロワー数）	332人	400人	807人	不定期
メールマガジン（購読者数）	25,711人	27,000人	26,732人	1回／月
合 計	180,649人	206,400人	200,077人	

○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：10件

- ・Webプロモーション事業：55件

〔松阪市×3、熊野市、志摩市×2、亀山市×2、玉城町、津市観光協会、鳥羽市観光協会×3、熊野市観光公社、大台町観光協会、紀北町観光協会、伊勢まちづくり(株)、北伊勢広域観光推進協議会、JR名松線沿線地域活性化協議会、松阪牛協議会、三重交通、近畿日本ツーリスト津支店、真宗高田派本山専修寺、じゃらん、トラベルジップ(株)、一井×2、おふろcafe湯守座×2、近鉄リテイリング、JTB三重支店×3、中日アド企画×2、近鉄レジャーサービス、志摩自然学校、海ほおずき、グランドーム伊勢賢島、グランドッグ伊勢賢島、ラグナ伊勢志摩×2、ばさら亭、県庁広聴広報課、県庁交通政策課、県庁東紀州振興課、県庁農山漁村振興課×3、県庁観光魅力創造課×3、みどり共生推進課、東紀州地域振興公社×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 1,815件（対前年比 77.8%）

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での管理運営を実施。

④ 「みえ旅プレミアムキャンペーン」に係るサイト管理運営及びプロモーション事業（県受託事業：観光局）

- ・まん延防止等重点措置区域の指定解除及び「三重県リバウンド阻止重点期間」が終了した7月より、みえ旅プレミアムキャンペーン（みえ得トラベルクーポン、みえ得トラベル地域応援クーポン、みえのあそキャン‘21）のプロモーションを「みえ旅プレミアムキャンペーン」特設サイトで実施。（（1）①再掲）
- ・松阪市をはじめ、市町のキャンペーンを同サイトで実施。（（1）①再掲）

（2）観光情報提供強化事業 （21,414千円）

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4回 夏号・秋号 21万部発行
冬号・春号 20万部発行
- ・配布先：会員・主要駅・サービスエリア等 約700件
- ・発行時期：夏号5月・秋号8月、冬号11月、春号2月
- ・季刊紙による広告収入：18件
- ・デジタルブックを作成し、公式サイト「観光三重」へ掲載

(3) 広域観光事業 (901千円)

7月26日 近畿日本ツーリスト中部観光産業推進協議会・令和3年度中部観光誘致会議に参加(2名)

10月13日 日本観光振興協会関西支部事務局長会議

2. 誘致拡大のための広報宣伝

(1) 観光宣伝事業 (2,559千円)

- ・大都市圏会員連携支援
新型コロナウイルス感染拡大防止のため中止・延期

(2) 協働宣伝事業 (4,902千円)

① ラジオ・ゼンリン地図等でのPR

ラジオ・フリーペーパーを活用し、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鈴鹿「土日どこ行く」(毎週金曜日放送)※9月～

※滋賀(彦根、東近江)、福井(敦賀)、兵庫(神戸)のミニFM局でも放送

② 事業企画・宣伝委員会による事業展開

三重県観光体験PR動画作成

県内を北勢・中南勢、伊賀・伊勢志摩・東紀州の5つのエリアに分け、体験数・口コミ内容・口コミ件数が多いメニューや新しい旅のスタイルに適応したポテンシャルの高いメニューを掲載した短尺動画を作成。

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 1,291名 (前年:1,285名)

3. 観光産業及び観光文化の振興

(1) 観光物産連携事業 (996千円)

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・和歌山・愛知 物産展と観光展	5月	(株)京王百貨店新宿店(中止)
三重・愛知物産展	6月	(株)丸広百貨店川越本店(埼玉県)
三重・和歌山・愛知 物産展と観光展	10月	(株)京王百貨店新宿店
第21回ふるさと三重物産展	1月	津松菱
第22回三重県の物産展	2月	うすい百貨店(福島県)
第10回三重・和歌山・奈良の物産展	2月	株式会社山形屋(鹿児島県)

4. 観光基盤整備

(1) 観光基盤整備事業 (15,888千円)

① 地域懇談会事業

観光連盟の事業運営に関しての会員からの意見や、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。(月1～2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 県内DMO担当者会議

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担当者会議を3月に開催。

⑤ 「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。

⑥ 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。

- ・FM三重のリポートカー企画を利用し、桑名、亀山、伊賀、伊勢、志摩、松阪のボランティアガイドの方々に生放送でインタビュー取材を実施
- ・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

⑦ 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。

○ 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予定。

- ・7月2日、岐阜県観光連盟主催の研修において当連盟職員が講師として講演。

○ 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、三重県観光連盟職員がデジタルマーケティング研修や各種セミナー等に参加。

**○地域の観光コンテンツを活用したアドベンチャーツーリズムのモデルツアー造成等事業
「東奈良名張やまなみライドツアー造成事業」(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「地域の観光コンテンツを活用したアドベンチャーツーリズムのモデルツアー造成等事業」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）「東奈良名張やまなみライドツアー造成事業」

⑧ 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」を発揮するための事業を展開。

○ 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。

○ デジタルマーケティング導入推進事業

伊賀市において、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。

⑨ 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、体験型コンテンツをまとめて紹介する多言語サイト（2言語）を制作し、地域DMO等が、自らコンテンツを登録できるようCMSを改修。

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コンテンツ（20記事）を順次追加していくとともに、検索上位を獲得するためSEOを意識した記事を（2記事×5言語）作成。

⑩ 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、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3回開催。

5. 外客誘致促進事業

（1）国際観光事業（16,034千円）

① 観光デジタルファースト推進事業（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（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、アクセス解析を実施。

○アクセス件数

【英語】

- ・ ページビュー 97,847 PV（対前年同期比 78.5%）
- ・ 訪問者数 65,193 人（対前年同期比 80.8%）

【繁体字】

- ・ ページビュー 51,131 PV（対前年同期比 153.3%）
- ・ 訪問者数 36,401 人（対前年同期比 180.6%）

【簡体字】

- ・ ページビュー 8,637 PV（対前年同期比 100.1%）
- ・ 訪問者数 5,163 人（対前年同期比 92.9%）

【韓国語】

- ・ ページビュー 5,227 PV（対前年同期比 164.4%）
- ・ 訪問者数 2,747 人（対前年同期比 149.5%）

【タイ語】

- ・ ページビュー 29,024 PV（対前年同期比 268.4%）
- ・ 訪問者数 18,530 人（対前年同期比 264.8%）

【スペイン語】

- ・ ページビュー 2,680 PV（令和３年度より運用開始）
- ・ 訪問者数 1,355 人（令和３年度より運用開始）

③ 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。県内DMOに対し、研修を行うとともに、伊賀上野観光協会を通じて伊賀市において、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（１）⑧再掲）

- ・ 登用する外部専門人材：ローカルビジネスコンサルタント１名

6. 観光連盟の運営

（１） 総会

① 定時総会

- ・ 日時：令和３年６月２８日（月）
- ・ 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「役員の選任（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（みなし決議）

- ・決議日：令和3年5月26日（木）
- ・提案事項：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」
第2号議案「役員の選任（案）について」
第3号議案「事業企画・宣伝委員会の選定（案）について」
第4号議案「公益社団法人三重県観光連盟会費規程の一部改訂（案）について」
第5号議案「令和3年度定時総会の招集（案）について」

② 第2回理事会

- ・日時：令和3年10月12日（火）
- ・場所：ホテルグリーンパーク津（津市羽所町）
- ・議題：第1号議案「令和3年度事業計画及び収支補正予算（案）について」
第2号議案「公益社団法人三重県観光連盟在宅勤務規程（案）及び公益社団法人三重県観光連盟就業規程改正（案）について」

③ 第3回理事会

- ・日時：令和4年3月17日（木）
- ・場所：ホテルグリーンパーク津（津市羽所町）
- ・議題：第1号議案「令和3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4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4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：25 会員 退会：3 会員

令和4年3月31日現在 会員数： 317 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。