

第1号議案

令和7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7年度事業報告

令和7年度は、前年度からの好調を維持し、三重県の観光振興はさらなる飛躍の年となりました。インバウンド重点4市場（台湾・タイ・シンガポール・香港）の合計が8.6万人泊を超えるなど、目標数値は達成できなかったものの前年比較では、着実な成果を収めました。

本年度は「大阪・関西万博」の開催期間と重なり、伊勢神宮の「式年遷宮」に向けた取組も本格化しました。これらの好機を活かすべく、万博会場での「MIE フェスティバル」出展による地域コンテンツのPR、さらには「三重の7名城」といった広域的な旅行商品の造成を通じて、県内全域への周遊性の向上と滞在促進に努めてまいりました。

情報発信の要である公式サイト「観光三重」では、アクセスデータに基づいた特集や「みえ旅アンバサダー」等のユーザー目線を活用したプロモーションを継続し、年間PV数は2,154万PVを記録しました。公式SNSにおいても、X、Facebook、Instagram、LINE、YouTube、TikTokの全媒体を戦略的に運用し、合計フォロワー数は24万5千人を超える規模まで拡大しております。また、季刊誌「観光三重」は、累計57万部を発行し、デジタルと紙媒体の両面から多様な層へアプローチいたしました。

デジタルマーケティングの推進については、三重県観光統計データサイトの運営を連盟へ移管する準備を進めるなど、データ利活用基盤を一層強化しました。地域DMOに対しては、専門家によるハンズオン支援を含め年間115件実施し、データ分析学習会の開催を通じて地域主体のPDCAサイクル構築を支援いたしました。

インバウンド事業においては、中期事業計画の2年目として体制を大幅に拡充しました。職員を増員し、台湾・タイのセールスレップを通じた有力旅行会社へのセールス（計75社）や、インフルエンサー招聘による戦略的なSNS発信を展開しました。また、インバウンド委員会では国内ランドオペレーターとの商談会を開催し、県内事業者との強固なネットワークを構築いたしました。

令和8年度に向けましては、これらの基盤を活かし、三重県の観光資源の価値を最大化し、持続可能な観光経営を加速させていく所存です。会員の皆様におかれましては、引き続きご指導・ご鞭撻を賜りますよう、心よりお願い申し上げます。

【主要KGI及びKPI達成率】

指標項目		2022 (R 4) 年度	2023 (R 5) 年度	2023 (R 6) 年度	2024 (R 7) 年度	2025 (R 8) 年度
●旅行消費額 (億円) (暦年)	目標	5,970	6,000	5,130	5,560	6,000～ 7,000
		()	()	()	()	()
	実績	4,269	4,882	5,236		
		()	()	()	()	()
●延べ宿泊者数 (万人) (暦年)	目標	940	950	860	904	995
		(50)	(59)	(38)	(42)	(45.4)
	実績	695	733.5	837	932.8	
		(5)	(20.1)	(33.6)	(37.2)	()
●来訪者満足度 (%)	目標	95.0	95.0	95.0	96.0	97.0
		()	()	()	()	()
	実績	94.4	95.7	95.8		
		()	()	()	()	()

*1 令和7年延べ宿泊者数は、2025年観光庁「旅行宿泊統計調査」速報値。

*2 下段()は、インバウンド数。

I 観光情報の収集発信

1. 観光情報提供事業 39,519千円

公式サイトやSNS、季刊誌等様々な媒体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した。

【目標数値（KGI・KPI）】

区分	項目名	令和5年 実績	令和6年 実績	令和7年		令和8年 目標
				目標	実績	
KGI	観光入込客数のうち、公式サイトが寄与した人数*1	1,791千人	1,263千人	2,000千人	—	2,100千人
KPI	公式サイトのPV数	2,544万PV	2,711万PV	2,550万PV	2,154万PV	2,600万PV
	首都圏からのPV数*2	706万PV	1,028万PV	1,020万PV	568万PV	1,040万PV
	公式SNS フォロワー数*3	204,798人	239,513人	246,000人	245,501人	261,000人
	受託事業等収益*4	6,217万円	3,899万円	3,500万円	1,881万円	3,900万円
	共同プロモーション事業 実施件数*5,6	—	—	3件	3件	3件

※1 三重県の「観光レクリエーション入込客数推計書」の実数の数値に「観光客実態調査報告書」の「旅行の情報源として活用したメディア等」のWebサイト観光三重の割合を掛けて計上

※2 東京都、神奈川県、埼玉県、千葉県で計上

※3 X、Facebook、Instagram、YouTube(国内のみ)、TikTok、LINEのフォロワー数を計上

※4 市町・事業者等からの受託事業、季刊誌広告、バナー広告の収益に加え、県からの受託事業収益も計上

※5 R7年度より実施

※6 受託事業収益、共同プロモーション事業実施件数は年度で計上

(1) 公式サイトによる情報発信

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へ整備しました。

- ・地域ブランディング事業によるプロモーション
- ・みえ旅アンバサダーなどのユーザーを活用したプロモーション
- ・検索ボリュームが見込まれ、全国で三重が戦えるコンテンツを選定し、積極的に発信しました。

(2) 公式SNS・メールマガジンによる情報発信

X(旧Twitter)、Facebook、Instagram、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ました。

SNSの種別	令和5年度 〔実績〕	令和6年度 〔実績〕	令和7年	
			〔実績〕	〔目標〕
X(旧Twitter) (フォロワー数)	77,309人	83,709人	85,112人	86,000人
Facebook (ファン数)	43,103人	43,370人	43,542人	43,600人
Instagram (フォロワー数)	52,727人	61,607人	68,881人	65,600人
LINE (友だち数)	28,665人	30,808人	31,980人	31,800人
YouTube (チャンネル登録者数)	16,030人 (国内・国外)	16,984人 (国内・国外)	8,760人 (国内のみ)	10,000人 (国内のみ)
TikTok (フォロワー数)	3,051人	6,755人	7,226人	9,000人
合 計	220,885人	243,233人	245,501人	246,000人

(3) 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した。

- ・バナー広告:12件 (R6 16件)
- ・WEBプロモーション事業:35件 (R6 42件)

松阪市 2 件、亀山市、熊野市 3 件、津市、松阪牛協議会 2 件、(株)近鉄リテーリング、(株)志摩スペイン村、鈴鹿シティマラソン実行委員会、大杉谷自然学校、三重大学、多度大社、日本航空(株)、上野観光(株)、中京テレビ放送(株)、(株)アド近鉄 3 件、JTB三重支店、OH MY GOD(株)、アド・セイル(株)、(株)Onwords、アソビュー(株)、(株)小田急エージェンシー、千巻印刷工業(株)、リニア中央新幹線建設促進三重県期成同盟会、関西本線整備・利用促進連盟、三重県政策企画部、三重県地域連携・交通部 4 件

(4) 季刊誌「観光三重」の発行

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誌を発行し、紙媒体の特性を活かした観光情報を提供しました。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した。

- ・作成部数：夏秋号20万部発行、秋冬号・春号各19万部発行
- ・配布先：会員・主要駅・サービスエリア等 約700件
- ・発行時期：年 3 回 夏秋号 6 月20日発行、秋冬10月20日発行、春夏号 2 月20日発行
- ・季刊誌による広告収入：10件

(5) 「三重の観光ガイドブック」の作成

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（5 万部）を作成しました。また、公式サイト「観光三重」へデジタルブックを掲載しました。

- ・ガイドブックによる広告収入：5 件

(6) テレビ・ラジオ番組等とのコラボによるPRや情報提供

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した。

① 新聞・雑誌等とのコラボによるPR

- ・中日新聞(夕刊)、7 月 4 日発行「中部地区の花火大会特集」において三重県の花火情報及び公式サイト「観光三重」をPR。
- ・交通新聞、7 月25日発行「暑中見舞い」及び1 月 1 日発行「年賀」において公式サイト「観光三重」等をPR。
- ・タブロイド「道の駅(旅案内)中部版2025秋冬号」10月発行においてオリジナルLINEスタンプをPR。

② テレビ番組における情報発信

- ・三重県広聴広報課とのコラボ企画
CBCテレビ「チャント！」内 よしお兄さんのもっと“みえ”推し
4 月30日 おやつタウン(津市)
5 月 7 日 志摩醸造(志摩市)

- 7月2日 赤目滝水族館(名張市)
- 8月13日 鳥羽水族館(鳥羽市)
- 10月1日 にぎわいの森 八舎(いなべ市)
- 11月5日 日の丸水産 釣り堀(大紀町)
- 12月10日 熊野古道「馬越峠」保全活動とウッドメイクキタムラ(紀北町)
- 1月14日 伊賀流忍者体験施設「万川集海」(伊賀市)
- 2月11日 道の駅 飯高駅と松阪香肌屋飯高駅前店(松阪市)
- 3月4日 桑名 丁子屋とマルヨシ水産(桑名市)
- ・日本テレビ「ヒルナンデス！」お礼参りツアー企画への出演及び協力

③ ラジオ番組における情報発信

- ・Suzuka Voice FM「土日、どこ行く？」週末おでかけ情報を紹介 24件
- ・Snzuka voice FM「F1グランプリ特別番組」三重のおすすめ観光スポットを紹介

(7) 観光案内事業

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した。
1,305件

2. 広域観光事業 454千円

広域連携DMOである日本総合観光機構、関西観光本部及び中央日本総合観光機構と連携し、観光PRや誘客を実施。また他府県(東海・関西)と連携し、県外の観光展等においてPR活動を実施しました。

- 5月7日 3県観光組織第2回意見交換会(岐阜、愛知、三重)
- 5月23～24日 三重・愛知フェア(2県連携イベント)を三重テラスにて実施
- 12月23日 3県観光組織第3回意見交換会(岐阜、愛知、三重)
- 2月27日～3月1日 日本観光振興協会関西支部主催の横浜での観光プロモーション参加



(一社)愛知県観光協会と連携した「愛知・三重フェア」

II. 誘致拡大のための広報宣伝

1. 観光宣伝事業 14,361千円

県内外で開催されるイベントにおいて観光PRを行うとともに、旅行エージェント等へのセールス活動・商談会を実施することで誘客促進を図りました。

(1) 各種宣伝事業

各地域のプロモーション事業に参加し、観光PRを実施しました。

① 「美食の聖地 三重」プロモーションの実施

酒造組合と連携し、「美食の聖地 三重の旅」をテーマとしたデザインを制作し、三重ならではの旅と食の魅力を発信するブランディングおよびプロモーションを展開しました。また、本プロモーションに賛同する会員と連携し、「美食の聖地 三重の旅」のチラシやシールを店舗等に掲示することで、県内外へ広く周知を図りました。

8月13～15日 羽田産直市場にて協同組合三重県物産振興会と連携し、三重県物産品販売及び観光プロモーションを実施。

10月5日 近畿日本鉄道（株）と連携し、つどいにて「三重の地酒 ほろよい電車～美食の聖地 三重の酒～」を運行し、観光プロモーション実施。

(2) 共同プロモーション事業【新規】

会員の間で共通の方向性が見込める事業を取りまとめ、手上げ方式でスケールメリットを生かしたプロモーションを実施しました。

① 都市圏のカフェ等とのタイアップイベント

都市圏のカフェやレストランを活用し、三重県、四日市市、松阪市、（一社）三重広域DXプラットフォーム及び（公社）伊勢志摩観光コンベンション機構と連携し、三重ならではの装飾や三重の食材を使ったメニューの提供により五感で三重を楽しむイベントを実施しました。

8月31日～9月7日 東京都内にてカフェタイアップイベント実施

9月10日～9月17日 名古屋市内にてカフェタイアップイベント実施

② 集客が見込めるイベントへの共同出展

旅行業界の最新トレンドを広く周知し多数の来場者の見込めるイベントに三重県、玉城町、（一社）三重広域DXプラットフォーム、（公社）伊勢志摩観光コンベンション機構及び（一社）東紀州地域振興公社での共同出展を行いました。

10月18日～19日 名古屋まつりへの出展

(3) 会員連携営業支援事業【一部新規】

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、団体客等の誘致促進を図りました。また、首都圏の旅行会社等のバイヤーを招聘し、首都圏にて商談会を実施しました。

5月23日 東京商談会実施（三重テラス）

10月30日 名古屋商談会（ウインク愛知）（（株）百五銀行共催）

2月3日 大阪商談会（御堂筋ホール）



三重テラスでの「東京商談会」

「名古屋商談会」開催

「大阪商談会」開催

(4) 事業企画・宣伝委員会による事業

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した。

6月2日 第1回事業企画・宣伝委員会開催

7月～ 委員の「推し」を公式サイト「観光三重」にて特集する「三重の推し活」記事の作成を実施。

2月20日 第2回事業企画・宣伝委員会にて令和8年度事業を検討。

Ⅲ 観光産業及び観光文化の振興

1. 観光物産連携事業 449千円

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した。

時期	名 称	場 所
4月	第68回 旬味まるごと三重展	日本橋三越本店(東京都)
5月	第25回 ふるさと三重物産展	津松菱(三重県)
7月	第8回 三重・愛知物産展	(株)丸広百貨店川越店(埼玉県)
1月	第26回 三重県の物産展	(株)うすい百貨店(福島県)
2月	第14回 三重・和歌山・奈良の物産展	(株)山形屋(鹿児島県)

Ⅳ 観光基盤整備

1. 観光基盤整備事業 72,507千円

全県DMOとして県の観光基盤である「地域DMO等支援」や「データマーケティングの活用基盤の整備や地域への支援」を実施しました。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した。

（１）観光振興人材育成事業

県内の観光関連事業者等に対し、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した。

９月１１日 Googleビジネスプロフィールセミナー実施（２６名）

（２）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した。

８月２７日 津会場 １２名

８月２９日 四日市会場 ９名

９月３日 伊勢会場 ２４名

（３）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した。

（４）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した。

- ・代表者会議 ７月１０日に三重県勤労者福祉会館（津市）にて実施。（２３団体 ６８名参加）
- ・全体研修会 １１月１７日に伊勢神宮内宮 参集殿（伊勢市）にて開催。（３０団体 １９９名参加）
- ・ラジオ番組出演 FM三重「ＭＩＥリポート」において、観光ガイド団体２団体の活動等を紹介。１月２１日 亀山宿語り部の会、２月２５日 玉城語り部の会。
- ・観光ボランティアガイド養成講座に対する３団体への支援。



県と連携した「代表者会議」



県と連携した「全体研修会」現地研修

（５）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５名を表彰しました。

（６）地域DMO等支援事業

地域DMO等への支援により、データ等の根拠に基づいた事業運営体制の構築や、基礎的なデータマーケティングの知識を保有する人材の増強を図ります。その他、各地域DMO等が課題とする業務や事業等について、地域のニーズに基づいたオーダーメイド型の支援を実施しました。

【目標数値（KGI・KPI）】

区分	項目名	令和6年度 実績 (3月末)	令和7年度		令和8年度 目標
			目標	実績 (3月末)	
KGI	データ等の根拠に基づきエリアをマネジメントできる地域DMO、地域連携DMO等の数	3件	3件	3件	10件
KPI	勉強会・セミナー開催数	5件	5件	4件	5件
	地域データの分析・コンテンツ造成に関わるマーケティングの支援数（地域DMOへの出張コンサル含む）	34件	20件	115件	90（20）件

*KGIは、各地で自主的にアンケート等によりデータを収集し、分析等を実施しているDMO等の数。

① 地域DMO等の人材育成事業

地域DMO等において、基礎的なマーケティング知識を持ち、組織内で分析業務を運営できる人材を育成するため、専門家を招聘し、セミナー・勉強会を実施します。

7月28～29日 海峡都市関門DMOへ県、連盟、DMO（（公社）伊勢市観光協会、（一社）東紀州地域振興公社）と連携し、視察を実施。

8月21日 第1回デジタルマーケティングセミナー（オンライン）

9月11日 Googleビジネスプロフィールセミナー実施（26名）*観光人材育成事業と重複

1月29日 第2回デジタルマーケティングセミナー



県、連盟、DMO（（公社）伊勢市観光協会、（一社）東紀州地域振興公社）と連携した海峡都市関門DMOへの視察

② データマーケティング等支援業務

地域DMO等が保有するWEBサイトやアンケート等を組織内で分析ができるような体制づくりの支援を行います。また、地域DMO等が課題とする業務等について、専門家及び連盟職員を現地に派遣するハンズオン支援を行います。

【マーケティング・受け入れ環境支援】

現地支援：50、オンライン支援：5 支援数合計：55 件

- ・（一社）東紀州地域振興公社（地域DMO）：現地8、オンライン1
- ・（公社）伊勢市観光協会（地域DMO）：現地2
- ・（一社）鳥羽市観光協会（地域DMO）：現地1
- ・（一社）志摩市観光協会（地域DMO）：現地3
- ・（一社）伊賀上野観光協会（地域DMO）：現地1
- ・（一社）菰野町観光協会（地域DMO）：現地3、オンライン1
- ・（一社）明和町観光公社（地域DMO）：現地1
- ・（一社）相差海女文化運営協議会（地域DMO）：現地6
- ・大台町商工会（地域DMO）：現地4
- ・多気町商工会（候補法人）：現地5、オンライン1
- ・（一社）大紀町観光協会（候補法人）：現地11
- ・（一社）名張市観光協会：現地1
- ・（一社）紀北町観光協会：現地3、オンライン1
- ・南伊勢町（オンライン1）＊SNS支援
- ・伊賀市（現地1）＊SNS支援

【県事業等にかかるコンテンツ造成にかかる支援】

現地支援：51、オンライン支援9 支援数合計：60 件

- ・（一社）東紀州地域振興公社：現地22、オンライン3
- ・（一社）四日市観光協会：現地6、オンライン2
- ・（一社）菰野町観光協会：現地6、オンライン2
- ・（一社）大紀町観光協会：現地1
- ・（一社）紀北町観光協会：現地9、オンライン1
- ・南伊勢観光協会：現地1
- ・（一社）ツーリズムみはま：現地6、オンライン1

【Google ビジネスプロフィール導入支援】

支援数合計：2 件

- ・7月28日 志摩市観光協会への専門家派遣
- ・2月17日 グリーンクリエイティブいなべへの専門家派遣

【観光庁DMO新要件にかかるヒアリング】

全DMO（候補法人、新規申請予定法人）に対し、対応状況をヒアリング。

（７）各主体と連携したデータマーケティング事業【新規】

県・連盟・地域が連携し、より効果的な観光客の誘客アプローチを実現するためのデータ活用基盤を整備するとともに、地域のデータマーケティングを支援しました。

【目標数値（KGI・KPI）】

区分	項目名	令和6年度 実績	令和7年度		令和8年度 目標
			目標	実績 (3月末)	
KGI	県/連盟/地域が共通のデータを客観的な視点で確認し、共通認識を持ったうえで、そのデータを地域にて共有することができる市町エリアの数	—	15 件	21 件	29 件
KPI	「データ分析学習会」開催回数	—	3 件	3 件	4 件
	専門家によるデータ活用支援数	—	20 件	24 件 (現地 15 件、オンライン 9 件)	20 件

*KGIについては、観光連盟の「データ分析学習会」に参加している市町の数。

① データの収集・把握

データマーケティングに必要となるデータの「把握・収集」について、県・連盟・地域が連携し、検討・実施しました。また、観光連盟において、単独地域で導入が難しいシステム等の導入を行いました。

【旅行者アンケートの実施】

観光連盟においてシステム基盤を整備し、希望する地域と連携して旅行者アンケートの実施および分析を行いました。あわせて、地域において自立的にアンケート分析が行えるよう、分析業務の実務経験を積むための研修を2月に実施しました。

また、各アンケートの作成や分析等については、専門家の支援（5件）を行いました。

参加地域

4月～（公社）伊勢志摩観光コンベンション機構、（一社）東紀州地域振興公社

10月～（公社）伊勢市観光協会、（一社）菰野町観光協会、（一社）紀北町観光協会、
（一社）伊賀上野観光協会、多気町商工会、（一社）大紀町観光協会

R8. 6月（予定） （一社）志摩市観光協会

【データダッシュボードの整備】

観光連盟において、データマーケティングに必要な各データを即時に集計し、ビジュアライズ化できるダッシュボードを整備しました。令和7年度においては、観光連盟が保有する公式HP「観光三重」WEBデータ、旅行者アンケートデータの公表のための整備を行いました。

9月～三重県所管「三重県観光統計データサイト」との連携を検討

1月～「三重県観光統計データサイト」を連盟に移管し、三重県と共同で運営するための改修整備

【宿泊データの分析・収集】

データマーケティングの基盤構築のため、県内の2地域（四日市市、鳥羽市）と連携し、宿泊データの収集・分析を実施しました。（観光庁補助事業採択）

② データの普及・啓発データ分析学習会の実施

地域がデータを活用したPDCAサイクルの実施を行うための場の提供を行うとともに、収集・把握したデータを比較するための共通規格「カルテ」を活用し、データに基づく議論の場として「データ分析学習会」を実施しました。

7月23日 第1回データ分析学習会（講師：（一社）豊橋観光コンベンション協会）

11月19日 第2回データ分析学習会（講師：（一社）海峡都市関門DMO）

1月29日 第3回データ分析学習会（講師：じゃらんリサーチセンター）



第2回・第3回 データ分析学習会の様子

③ 公式サイトを利用したデータ収集・分析事業

公式サイト「観光三重」や多言語サイト「VISITMIE」の閲覧者の行動パターンや傾向、コンテンツの閲覧状況、コンバージョン率などの情報を収集し、分析ツールを用いて解析しました。解析結果については、事業に活用するとともに、地域等への提供を行いました。また、解析結果をもとにニーズに合わせたサイト改修を行いました。

- ・多言語サイト「VISITMIE」について、英語の記事を追加することで魅力的な情報の充実を図ります。また、現行の英語、タイ語、繁体字、フランス語に加え、新たにベトナム語及びスペイン語サイトの整備を行いました。

(8) 体験コンテンツのプロモーション・販売【新規】

公式サイト「観光三重」内において、体験コンテンツの販売（リンク掲載）を実施しました。あわせて、次年度以降の事業展開に向け、コンテンツの収集や磨き上げ等を含め、県と協議を行いました。さらに、施設・ホテル・レストラン等の情報を商談会などのビジネスシーンで活用できるよう、同サイトに情報収集機能を付加する改修を実施しました。

(9) 全県DMOとしての専門人材の育成等

観光連盟職員に対し、全県DMO等を担う人材として育成支援を行いました。

7月18日 日本観光振興協会 デジプラ勉強会

8月26日 //

8月5日 じゃらん観光振興セミナー（3名）

定期的開催 じゃらんだッシュボード勉強会（月1回）

(10) 地域DMO等との連携事業

観光連盟が地域間のハブの役割を果たすことにより単独地域では困難なコンテンツ造成やプロモーション等を地域と連携して行いました。また、県内DMO・市町等との情報共有の場として三重県DMO会議を開催しました。

【イベント等への出展】

9月22日 大阪・関西万博「～三重のおまつり大集合!～ MIE フェスティバル in EXPO」の日に各地のお祭りや地域コンテンツをPRするため出展。

9月25～28日 ツーリズムEXP02025（愛知県常滑市）に地域と連携し、出展。

【地域（観光協会）と連携した旅行商品造成事業】

7つの城郭を有する7つの観光協会と連携し、各地域の特色を生かした旅行商品の造成や、「三重の7名城」としての統一ブランド構築を推進します。あわせて、「三重の城」を表現したロゴの制作や「三重の7名城」に関するコンテンツ造成を行いました。また、お城EXP02025（神奈川県横浜市）に7地域の観光協会と連携して出展しました。



お城EXP02025 出展



城郭めぐりツアーと「三重の城」ロゴ

【式年遷宮にかかる地域連携の取組み】

式年遷宮をきっかけとした効果が県内全域に広がるよう、伊勢志摩観光コンベンション機構の「いせしませんぐら旅実行委員会」各チームに、観光連盟の職員が参加。県と伊勢志摩観光コンベンション機構と連携し、県内連携に繋がる取組みを検討。

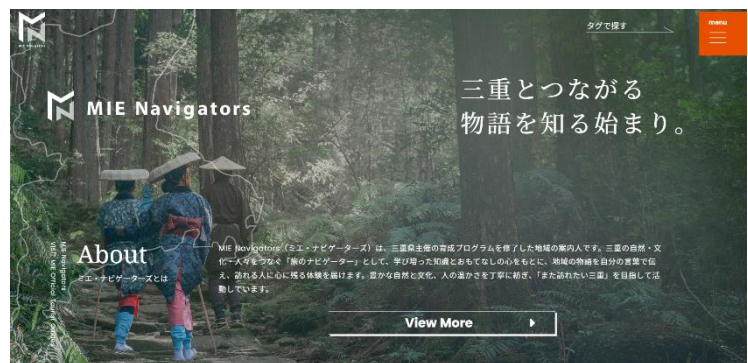
(11) 観光ガイド育成・活躍にかかる環境整備

三重県が実施しているガイド育成事業と連携し、県ガイド研修修了認定者やプロガイドを、連盟において「MIE Navigators」として位置付け、あわせて「MIE Navigators」紹介サイトの整備や、ガイド間の情報共有・連携、研修等を実施する体制を構築しました。

- 11月2日 県や専門家と連携し長崎観光国際コンベンション協会にて「長崎クルー」事業を視察
- 2月～ 先駆的にガイド事業を実施している3DMO（伊勢志摩観光コンベンション機構、東紀州地域振興公社、伊賀上野観光協会）へ事業概要説明
- 3月17日 県ガイド研修修了認定者やプロガイドに対し、制度概要や情報交換を目的とした説明会を開催予定
- 3月中旬 多言語ガイドにて「MIE Navigators」紹介サイトを開設



「長崎クルー」視察



「MIE Navigators」紹介サイト

(12) 多様な関係者と連携した全県DMOとしての情報発信の取組み

県内で開催される各種大会やイベントにあわせた情報発信など、県の依頼に基づき、事業を実施しました。

(13) DMO連携推進事業

全県DMOとしての基盤を最大限に活かした事業展開により、自主財源の確保に取り組みます。具体的には、多言語ガイドサイト「VISITMIE」への記事掲載や、JR関西線関連イベントの受託事業などを通じて、安定的な収益基盤の構築に取り組みました。

- 2月17日 三重県から受託した「JR関西線 de 旅して発見イベント」の実施



トークセッション・取組説明の様子



「土曜のあさはほめるちゃん」とコラボ
した沿線謎解き周遊企画体験

V 外客誘致促進

1. 国際観光事業 169,728千円

(1) インバウンド向けマーケティング事業

【目標数値（KGI）】

(単位：人泊)

区分	項目名	令和6年	令和7年			令和8年 目標
		実績 (確定値)	目標	実績 (速報値)	達成率	
KGI	台湾延べ宿泊者数	36,190	37,552	46,820	124.7%	75,156
	タイ延べ宿泊者数	9,420	22,811	12,610	55.3%	20,242
	シンガポール延べ宿泊者数	6,260	4,432	7,720	174.2%	12,392
	香港延べ宿泊者数	19,540	25,849	19,310	74.7%	30,997
	4市場 合計	71,410	90,644	86,460	95.4%	138,787

【目標数値（KPI）】

区分	項目名		令和6年度	令和7年度			令和8年度 目標
			実績	目標	実績	達成率	
KPI	外部メディア の情報発信数	媒体数	2媒体	3媒体	4媒体	133.3%	—
	フェイスブッ クのフォロー ー数	英語	182,628人	193,400人	176,209人	91.1%	190,800人
		繁体字	39,441人	41,200人	46,444人	112.7%	49,200人
		タイ語	78,509人	80,000人	79,793人	99.7%	84,500人
	インスタグラ ムのフォロー ー数	英語	14,554人	15,100人	16,118人	106.7%	17,100人
		繁体字	5,311人	5,500人	8,947人	162.7%	9,100人
		タイ語	4,172人	4,300人	5,608人	130.4%	5,600人
	ファムトリッ プの実施	旅行会社	31社	35社	66社	118.6%	40社
		インフルエンサー	13組	20組	17組	85.0%	10組
	商談会の開催	台湾	1回	1回	1回	100%	1回
		タイ	1回	1回	1回	100%	1回
		シンガポール	0回	1回	1回	100%	1回

①基盤整備事業

①-1 販売促進基盤整備（観光コンテンツ、セールスコール相手方等のデータベース整備事業）※「IV 1 (7)各主体と連携したデータマーケティング事業」の「③公式サイトを利用したデータ収集・分析事業」

の内数として実施

三重県の魅力的な観光資源やコンテンツを用いたプロモーションや販路開拓等の施策を効果的に推進するために、市場・営業先・観光コンテンツ・観光等施設・コンテンツ写真等の情報を一元管理し、適切に運営するための基盤を整備しました。また、三重県内の地域や施設に観光客の送客を促すために、蓄積された情報を用いて効果的な施策を実施しました。

①-2 海外旅行会社からの手配対応に関する仕組みの整備

海外旅行会社からの県内の手配に関するニーズに対応できるよう、国内のランドオペレーターや旅行会社とのコネクションを形成し、効果的な情報提供や仕組みの構築に取り組みました。

- ・12月8日～10日、インバウンド委員会事業として国内のランドオペレーター16社をファミトリップに招へい。また、12月8日には鳥羽において、県内から46者が参加する商談会を実施。



（国内ランドオペレーターとの商談会）



ファミトリップ（鬼ヶ城）

②BtoC向けプロモーション事業

②-1 多言語ウェブサイトおよび公式SNS等を活用した情報発信事業

三重県の魅力的な観光資源や観光コンテンツの認知度を向上し、実際の誘客につなげるため、多言語ウェブサイトや外国語の公式SNS等オンラインを活用した情報発信に取り組みました。

【参考：観光連盟で運営しているSNSアカウント】

- ・フェイスブック（8種7言語）およびインスタグラム（3言語）を運営し、広告の配信も活用しながら三重県の魅力を海外へ発信。
- ・従来のフィード（静止画）に加え、リール（動画）やリポスト、ストーリーズなど、様々な手法による投稿を実施。

【インスタグラムの投稿例】



(フィード (静止画))



(リポスト)



(リール (ショート動画))

②-2 J N T Oと連携した情報発信事業

専門的な知見と豊富な外国人旅行者のデータを有する日本政府観光局（J N T O）と連携し、海外の訪日関心層に対して三重県の魅力的な観光資源やコンテンツの情報発信を行うことで、認知度の向上を図りました。

- ・「三重の体験・学び旅」及び「五感で感じる三重の旅」をテーマとした2本の記事を多言語で制作し、J N T Oの公式ウェブサイトにて公開しました。
- ・J N T Oが賛助団体向けに無償で提供しているメニューを活用し、J N T Oが実施するS N Sやニュースレター配信等を活用した情報発信を実施。

【J N T O賛助団体向けメニューを活用した情報発信】

- ・赤目四十八滝：フィリピン市場向けInstagram・フェイスブックでの発信
スペイン市場向けB t o Cニュースレターでの発信
- ・熊野古道伊勢路：カナダ市場向けウェブサイトへの掲載
- ・夫婦岩：中国・広州事務所の一般観光向けニュースレターでの発信
- ・東海道関宿：フランス市場向けウェブサイトへの掲載
- ・海女小屋体験施設：スペイン市場向けB t o Bニュースレターでの発信



(J N T O公式ウェブサイトへの記事掲載)

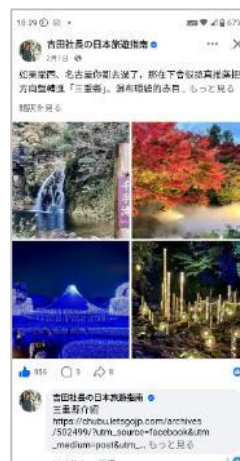
②-3 海外の有力メディアを活用した情報発信事業

三重県の観光コンテンツの認知度向上を図るため、訪日関心層に影響力を有する現地メディアを活用した効果的なプロモーションを実施しました。

- ・台湾・香港における訪日No.1メディア「ラーチャーボー！日本」を活用し、「レンタカーでの自然癒し旅」をテーマにした記事を制作のうえ、同メディアのウェブサイトで公開するとともに、SNSや広告配信等を活用して記事への誘導を実施。



(ウェブサイトへの記事掲載)



(SNSによる記事への誘導)

②-4 インフルエンサーを活用した情報発信事業（新規）

連盟が誘客に取り組む各市場の有力インフルエンサーを活用し、海外に向けて三重県の魅力を効果的に発信し、認知度の向上と実際の来訪に繋げるためのプロモーションを実施しました。

- ・6月6日～9日 台湾およびタイから2組ずつ、計4組を招へい
- ・10月7日～10日 台湾からインフルエンサー1組およびメディア1社を招へい
- ・10月22日～25日 台湾から1組、タイから2組を招へい
- ・12月15日～17日 香港から2組、マレーシアから1組、韓国から1組を招へい

②-5 その他のB to C向けプロモーション事業

- ・3月8日～12日、ベトナムの旅行会社と連携し、テレビ局1社とインフルエンサー1名を招へい。
- ・3月27日～29日、シンガポールにおいて NATAS Holidays（旅行博）へのブース出展を実施。

③海外旅行会社向け販路開拓事業

③-1 台湾レップ設置事業

三重県内へのインセンティブツアーなどの誘客を図るため、重点市場である台湾に設置するセールスレップ（営業代理店）の機能を一層強化し、旅行会社へのセールスや三重県

の観光情報を提供する観光セミナーおよび商談会の開催、ファムトリップの実施、旅行博への出展等に取り組みました。

【台湾レップによるプロモーション】

- ・ 現地旅行会社へのセールス（35 社）
- ・ 9 月 8 日～12 日、台湾の訪日旅行を取り扱う有力な旅行会社 4 社 4 名を招聘し、県内観光地等の視察を行うファムトリップを実施。
- ・ 12 月 2 日、台北市内において現地旅行会社約 45 社が参加する三重県観光セミナー・商談会を開催し、三重県から 24 者 41 名が参加。



（観光セミナー）



（商談会）

【旅行博への出展】

- ・ 11 月 7 日～10 日 台北国際旅行博（ITF）
- ・ 11 月 28 日～30 日 日本の観光・物産博（台北）
- ・ 11 月 28 日～12 月 1 日 高雄旅行博（KTF）



（台北国際旅行博（ITF）への出展）



（高雄旅行博（KTF）への出展）

③-2 タイレップ設置事業

三重県内へのインセンティブツアーなどの誘客を図るため、重点市場であるタイに設置するセールスレップ（営業代理店）の機能を一層強化し、旅行会社へのセールスや三重県の観光情報を提供する観光セミナーおよび商談会の開催、ファムトリップの実施、旅行博への出展等に取り組みました。

【タイレップによるプロモーション】

- ・ 現地旅行会社へのセールス（4 3 社）
- ・ 8 月 20 日、三重県観光部と合同でバンコクを訪問し、三重県が連携覚書を締結したタイ旅行業協会（TTAA）の総会において三重県観光部からプレゼンテーションを実施するとともに、TTAA役員との意見交換等を実施。

- ・ 9月15日～18日、タイの訪日旅行を取り扱う有力な旅行会社4社4名を招聘し、県内観光地等の視察を行うファムトリップを実施。
- ・ 3月6日～10日、TTAAと連携し、タイの旅行会社等16社を招へいするファムトリップを実施。3月9日には四日市市内において県内事業者等との商談会を開催。

【旅行博への出展】

- ・ 8月29日～31日 バンコク日本博2025への出展
- ・ 11月6日～9日 Thai Teaw Nok への出展
- ・ 1月22日～25日 タイ国際旅行フェア（TITF）への出展



(Thai Teaw Nok への出展)



(タイ国際旅行フェア（TITF）への出展)

③-3 その他の海外旅行会社向け販路開拓事業

- ・ 6月19日～20日、関西観光本部と連携し、フィリピンから旅行会社3社3名およびフィリピン航空職員1名を招聘し、ファムトリップを実施。
- ・ 7月8日～12日、和歌山県および日本航空（株）中部支社と連携し、台湾から旅行会社7社7名を招聘し、ファムトリップを実施。
- ・ 中部国際空港利用促進協議会の主催によりタイ・バンコク（7月15日）およびベトナム・ホーチミン（7月18日）で開催された中部地域のセミナー・商談会に参加。
- ・ 9月25日～27日、JNTOが主催する海外旅行会社との商談会「VISIT JAPAN トラベル&MICE マート2025（VJTM2025）」に参加し、観光連盟のターゲット市場を中心に30件の商談を実施。
- ・ 11月11日、韓国・ソウルにおいて、県内複数のゴルフ場を周遊するパッケージ商品を紹介する説明会を開催。
- ・ 12月3日、関西観光本部の主催によりシンガポールで開催された中部地域のセミナー・商談会に参加。
- ・ 3月3日～3月5日、関西観光本部の主催により台湾3ヵ所（高雄、台北および台中）で開催される「関西大商談会」に参加。

④ インバウンド誘致体制強化事業（新規）

観光連盟が全県DMOとして地域や事業者等と一体となったインバウンドを強力に推進し、県内への誘客を促進するため、職員3名を増員して7名体制とし、プロモーション事業を実施するための体制等を強化しました。

⑤ インバウンド委員会運営事業

インバウンド委員会に参画する観光連盟会員と情報共有を行うことで委員間のネットワークを強化し、連携して海外旅行会社との商談会に参加するなど、事業対象市場（台湾、タイ、シンガポール及び香港）からの旅行者誘致に取り組みました。

- ・観光連盟会員のうち、インバウンド誘致に意欲的な90者（市町10者、宿泊施設29者、企業・団体51者）がインバウンド委員会に参画。
- ・インバウンド委員会および推進部会・誘客事業部会を運営し、委員の知見や意見を取り入れた委員会の運営及び事業を実施。

【インバウンド委員会および部会の開催】

- ・ 5月21日 第1回推進部会・誘客事業部会（合同開催）
- ・ 7月10日 第1回インバウンド委員会
- ・ 8月8日 第2回誘客事業部会
- ・ 9月17日 第2回推進部会
- ・ 10月21日 第3回誘客事業部会
- ・ 11月12日 第3回推進部会
- ・ 12月15日 第2回インバウンド委員会
- ・ 2月20日 第4回推進部会・誘客事業部会（合同開催）
- ・ 3月10日 第3回インバウンド委員会
- ・ 9月3日、シンガポールで旅行会社向けセミナー・商談会および意見交換会を開催。三重県側から商談会に13者20名、意見交換会に11者16名が参加。
- ・ 【再掲】12月8日～10日、インバウンド委員会事業として国内のランドオペレーター16社をファムトリップに招へい。また、12月8日には鳥羽において、県内から46者が参加する商談会を実施。
- ・ 1月28日、「世界に届く『デジタルおもてなし』とデータが教える次の旅～SNSで始まるインバウンド・マーケティング～」をテーマとしたセミナーを開催。



（第3回インバウンド委員会）



（SNSセミナー）

VI. 観光連盟の運営

1. 総会・理事会

(1) 定時総会

日時：令和7年6月27日（金）

場所：ホテル プラザ洞津（津市新町）

議題：

第1号議案「令和6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「定款の一部改定（案）について」

(2) 理事会

①第1回理事会

日時：令和7年5月19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6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「事業企画・宣伝委員会委員の一部交替（案）について」

第4号議案「令和7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7年10月14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7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8年3月13日（金）

場所：ホテル プラザ洞津（津市新町）

議題：

第1号議案「令和7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8年度事業計画及び収支予算（案）について」

2. 会員の状況

入会：24会員 退会：7会員

令和8年3月31日現在 会員数：360会員

3. 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」はなし。