



令和5年度「みえのイマココ旅」 新規造成コンテンツ事業者向け 募集説明会

令和5年7月19日(水) 「拠点滞在型観光×三重」ブランディングモデル事業事務局





【体験事業者】紀伊長島レクリエーション
紀伊長島・魚まちモーターボートクルージング

「みえのイマココ旅」とは



『三重の「イマしかない」「ココしかない」体験を楽しみに三重を訪れよう』を
コンセプトに旅行客の長期滞在を促し、新しい旅のカタチを提案する「みえのイマココ旅」。
私たちは、三重県各地の自然・文化・歴史・風土・産業・伝統の中にある隠れた魅力を皆さんと共に磨き上げ、
「イマしか」「ココでしか」「みえでしか」味わえない体験を通じて背景にあるストーリーを共感し、
唯一無二の体験をお楽しみいただけるよう、魅力あふれる「みえのイマココ旅」の輪を広げていきます。

目次

1. 「みえのイマココ旅」をブランド化する理由
2. 事例紹介
3. 事業概要および支援内容
4. 今後のスケジュール
5. 申請書記入にあたってのポイント



【体験事業者】日本忍者協議会
「伊賀越え」忍術オリエンテーリング

1. 「みえのイマココ旅」をブランド化する理由



三重県は、各地域で全く異なる自然・文化・歴史・風土・産業・伝統に恵まれ、地域ごとに魅力があります。その特色を生かした「誰かに語りたくなるようなディープで上質な体験型コンテンツ」により、旅行モチベーションを更にくすぐり、滞在日数拡大につなげます。

各地域の特色と目指す方向性

[各エリアの特性・課題]

[魅力をフックに目指す方向性]

各地域の特色と目指す方向性	[各エリアの特性・課題]	[魅力をフックに目指す方向性]	
	北勢	ナガシマリゾートエリア・なばなの里など、大型観光施設が存在。宿泊率が約12%と低く、愛知県からの日帰り客が多い	木曾三川、湯の山、鈴鹿山脈等、豊かな自然と、伝統工芸や歴史散策、ものづくり体験等により、宿泊を促す体験コンテンツの整備による滞在時間延伸を目指す。
	伊賀	赤目四十八滝忍者の森・伊賀流忍者博物館など伊賀流忍術をメインコンテンツにする観光施設が多い。北勢・中伊勢エリアからの立寄り客が多くみられる	旅行者の南北・東西移動の立ち寄り観光地として、体験コンテンツの拡充による新たな顧客層獲得する。
	中勢	高田本山専修寺・御城番屋敷など歴史・文化関連の観光施設が存在。宿泊率が10%未満と旅行者が立ち寄らずに通過点となっている	歴史や文化レベルも高いため、他県との差別化となるコンテンツ整備による新たな顧客層獲得が期待できる。
	伊勢志摩	伊勢神宮・鳥羽水族館など知名度の高い観光施設が多く存在。中伊勢・東紀州エリアへの立寄りも見られ、周遊拠点としての側面もある	集客力の高い当該エリアへの来訪をきっかけとし、他エリアとの周遊連携を強化することで長期滞在を実現させる。
	東紀州	鬼ヶ城・熊野古道など屋外観光施設が多い。宿泊率は約20%と比較的高い。伊勢志摩エリアと併せた周遊として訪れる観光客が一定数見られる	コンテンツ拡充による滞在時間延伸のために、天候に依らず楽しめる屋内コンテンツの開発が重要と捉えている。

体験コンテンツに求めるお客様の実感価値

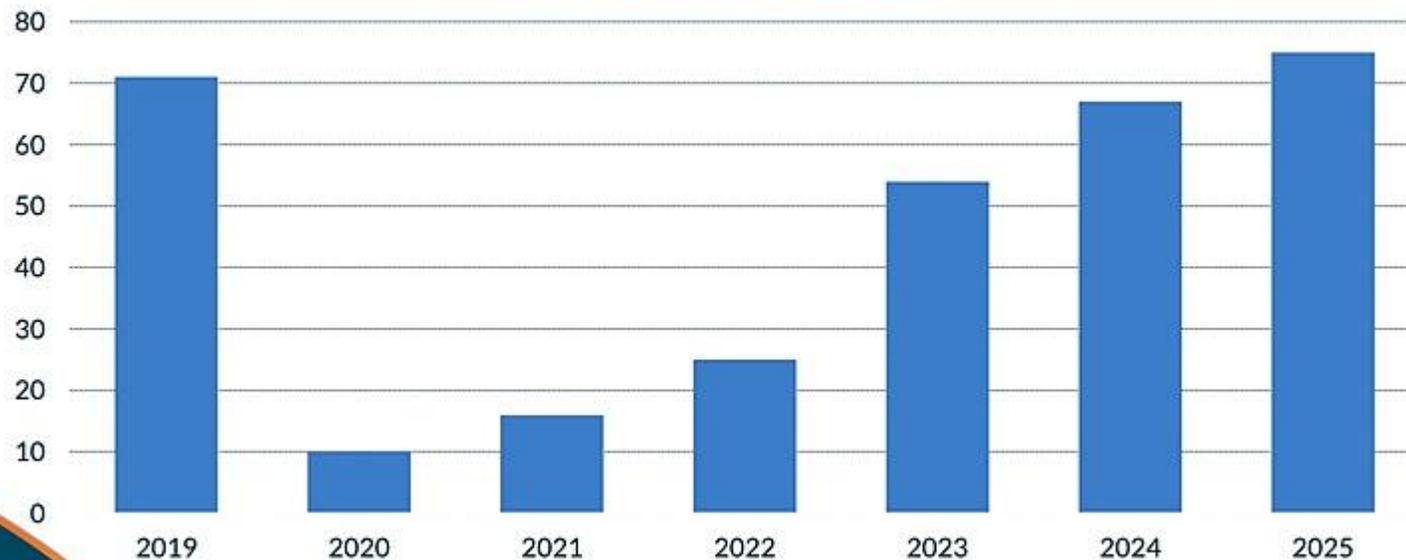
<p>精神性</p> <p>日本固有文化の中で、全く新しい自分を再発見し、今一度自らを省みたい</p>	<p>恍惚感</p> <p>一種の恍惚感を伴うユニーク且つやみつきになる世界観に陶酔したい</p>
<p>没入感 追体験</p> <p>歴史・重厚なストーリーを旅行者自身が時空を超えて追体験したい</p>	<p>隔絶感</p> <p>四季に応じて変化する自然や圧巻の星空など非日常の世界へ逃避したい</p>
<p>スリル感</p> <p>人間の本能に訴えかけ、アドレナリンが放出されるようなスリルを味わいたい</p>	<p>再発見</p> <p>行き慣れた土地の知られざる一面や見たことのない表情を再発見したい</p>

実際に体験し、
思わず誰かに語りたくなる。
唯一無二の体験。

1. 「みえのイマココ旅」をブランド化する理由

アフターコロナにおいて、旅に求める「価値」は“旅ナカ”での過ごし方がカギを握る！
三重県での様々な体験提供により、観光県としての「三重ブランド」が高まります。

Asia Pacific Travel Experiences Gross Bookings,
2018-2025 (US\$B)



タビナカの国際会議を主催す「Arival (アライバル)」は、2023年6月12日からバンコクで開催されるイベント「Arival Activate」を前に、アジア太平洋地域のツアー、アクティビティ、アトラクション分野における今後の成長見通しを明らかにした。
それによると、今後、旅行需要が急回復することが見込まれることから、2024年の予約規模は670億ドル(約9兆円)、2025年には過去最高を更新する750億ドル(約10兆円)に達すると予測している。

Arival 2023 Experiences Traveler, November 2022; The Global Attractions Traveler, December 2022

© Copyright Arival LLC 2023

出展：2023年04月25日トラベルボイス観光産業資料より

1. 「みえのイマココ旅」をブランド化する理由

体験コンテンツの開発により、滞在日数と観光客の旅行消費額の拡大が見込めるだけでなく、観光産業の振興が、その地域における経済効果のすそ野を広げます。

コロナ前における観光消費がもたらす生産波及効果(全国)

(万人、兆円 Ten thousand jobs, Trillion Yen)

年 year	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
生産波及効果 on output	48.7	46.4	46.7	48.7	46.2	52.0	53.4	52.0	52.5	55.8
付加価値効果 on GDP	24.9	23.7	23.8	24.8	22.9	25.7	27.4	26.7	26.8	28.4
直接効果 direct effect *1	11.4	10.8	10.9	11.3	10.7	12.1	12.8	13.1	13.2	14.0
雇用効果 on employment	418	397	399	417	388	440	421	417	426	456
直接効果 direct effect *2	225	213	213	223	203	230	223	232	242	260

*1 産業連関表を用いて推定した観光 GDP (日本独自基準)

Tourism GDP (Japanese standard) estimated with input-output table.

*2 観光 GDP (日本独自基準) をもとに産業連関表を用いて推計している。

Estimated from tourism GDP (Japanese standard) with input-output table.

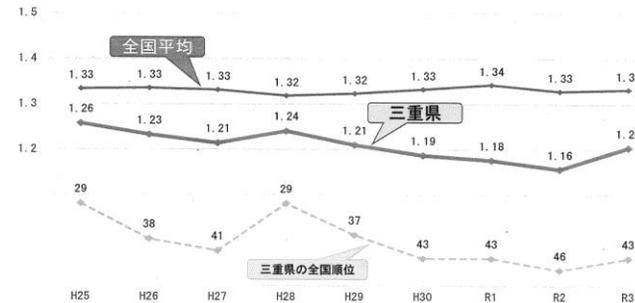
観光消費がもたらす生産波及効果(直接効果を含む)は 55.8 兆円、このうちの付加価値効果は 28.4 兆円であり、これにより 456 万人の雇用効果があるという結果となった。就業者総数の6.6%に相当する。

出展:観光庁「旅行・観光産業の経済効果に関する調査研究」(2019年版)」

三重県の平均宿泊日数と観光消費額

平均宿泊日数が全国の中でも低位

(出典)観光庁・宿泊旅行統計調査



- 遷宮年(平成25年)以降、平均宿泊日数は低下傾向
- 特に令和2年の全国順位は46位と低迷(全国平均は1.33泊)

令和3年のデータによると、三重県の平均宿泊日数は、全国平均と比較して1.2泊と低位。全国順位では43位。長期滞在が増える仕組みづくりにより取扱い拡大のチャンスがある。

地域別の平均利用総額では、宿泊客は伊勢志摩地域、日帰りは北勢地域が最も多く、アクティビティ等「その他」で消費している。

[平均利用総額]

		R4(暦年)						
		利用総額	交通費	宿泊費	土産代	飲食費	入場料	その他
北勢	宿泊	24,359	2,608	14,176	2,301	2,620	2,190	464
	日帰り	10,282	1,126	-	4,645	1,200	1,284	2,027
中南勢	宿泊	20,284	2,531	8,792	2,690	4,206	1,867	198
	日帰り	3,146	820	-	930	804	500	92
伊勢志摩	宿泊	28,179	3,885	15,069	3,583	3,469	2,084	89
	日帰り	7,714	2,095	-	1,811	1,691	2,114	3
伊賀	宿泊	21,299	2,398	12,809	1,864	3,116	730	382
	日帰り	4,506	1,338	-	885	1,533	546	204
東紀州	宿泊	19,080	3,823	10,127	1,969	2,779	260	122
	日帰り	5,451	2,286	-	1,460	1,509	99	97
全体	宿泊	24,990	3,424	13,527	2,913	3,270	1,668	188
	日帰り	5,958	1,375	-	1,941	1,263	845	534

※「利用総額」は各項目の合計値を算出

出展:三重県「令和5年度三重県観光指針」



2. 事例紹介

北勢 鈴鹿市

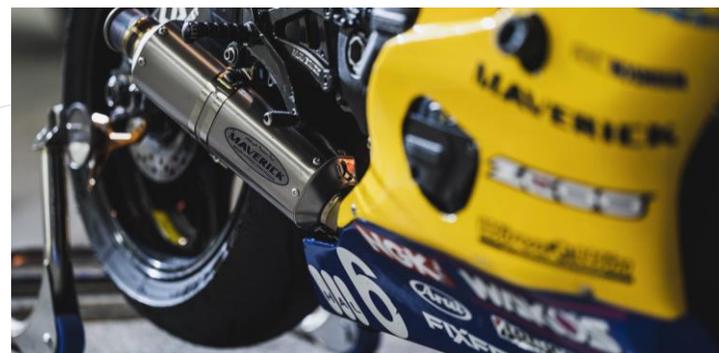
レインボーチタン焼き付け体験 ～クラフトアルマジロ株式会社～

▶鈴鹿のものづくり体験

バイクのレーシングマフラーの製造をする「モータースポーツの街」鈴鹿の工場で、チタン加工技術を活かした手作り(Hands-on)体験。
チタンカップをバーナーの火であぶり、熱による色の変化で自分だけの色に仕上げます。タンブラーは平成27年度三重グッドデザインにも選定。

▶ストーリー

モータースポーツの聖地「鈴鹿」にて、オートバイレース用マフラー、アフターパーツ製造販売を主に、ロードレース全日本選手権をはじめ数々のレースシーンで多くのチーム・ライダーにレーシングマフラー、ステップなどのオリジナルパーツを供給してる製造会社。代表本人もかつてはライダーとして、全日本チャンピオンや世界への挑戦していた。チタン製マフラーを焼き付けるときに表現される鮮やかな色彩を活かし、カップを作成。その工程の一部を体験価値として提供することで、「鈴鹿でする」事もブランドとし、多くのお客様の共感を得ています。



2. 事例紹介

東紀州 尾鷲市

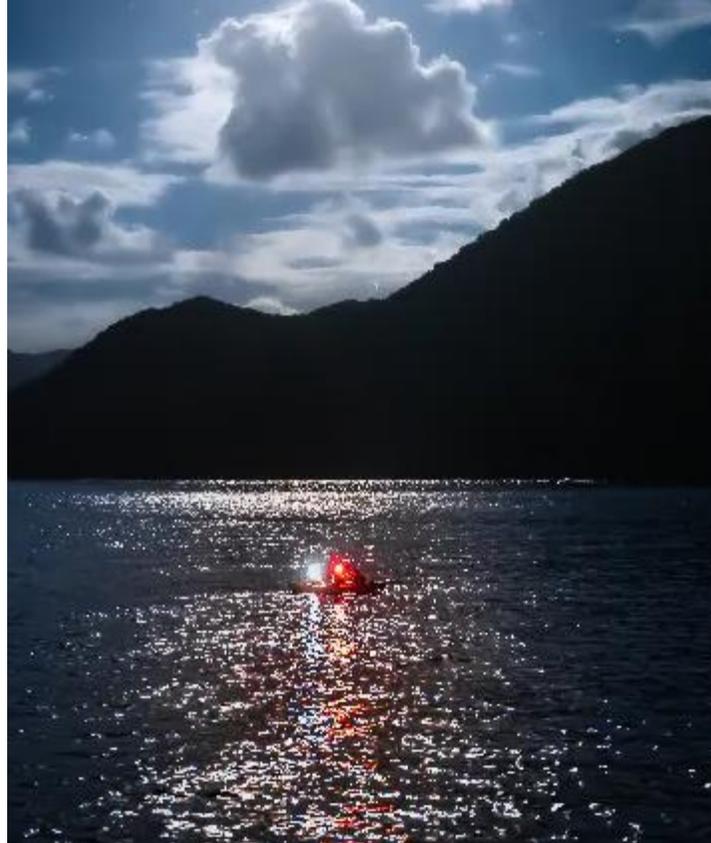
シーカヤック夜光虫ナイトツアー ～みきさといーぐみ～

▶星と月の夜光虫のコラボレーション

真っ暗な夜の闇の中へシーカヤックで漕ぎ出して、海中の夜光虫を観察。初級～中級向けの講習付きで、シーカヤックの初心者も安心。2022年春にオープンした古民家ゲストハウスのシャワー室などご利用可。スタッフが撮影した写真を、後日データでプレゼント。

▶ストーリー

「世界遺産熊野古道伊勢路」と「天然の漁場 熊野灘」など、三重が誇る自然環境に恵まれた「漁業と林業の街 尾鷲市」で、その豊かな自然環境を活かし、シーカヤック体験・ヨガ教室・各種英語関連の委託業務・イベント企画等を行っている体験事業者が、夜に楽しめる自然体験はないかと、海中の夜光虫をシーカヤックで見つけに行く体験コンテンツを発案。空き家や古民家を再利用した移住等にも力を入れる東紀州地域において、新たな体験価値提供と地域活性双方の目的が叶う体験コンテンツとなりました。



2. 事例紹介

愛媛県 宇和島市

宇和島養殖マグロの1本釣り体験＋ サバキ女子によるマグロ解体LIVE(県外の類似事例)

▶「養殖マグロ1本釣り体験」と「宇和海クルージング」

本マグロは、「海の黒いダイヤ」とも言われる高級品。宇和海をクルージングしながら本マグロ養殖場へ。マグロのえさやりを見学し、体験します。その後、メインイベント！代表の方がマグロを一本釣りに挑戦。帰港後には釣り上げたマグロとの記念撮影。釣り上げたマグロは「サバキ女子」が一本の包丁を頼りに皆様の目の前で解体します。現地ならではの美味しい獲れたての本マグロをお召し上がりいただけます。

▶ストーリー

愛媛県観光物産協会が行う体験観光コンテンツで、観光庁の「地域独自の観光資源を活用した地域の稼げる看板商品の創出事業」にも採択されました。宇和海は「急潮」と「底入れ潮」が活発に入れ換わることで栄養価が高く、日本有数のクロマグロの養殖場。通常であれば、一日冷やし込みをしてからの出荷となるため、スーパーなどに並ぶマグロは数日経過してしまうところ、15kgサイズだからこそ、冷やし込み時間が短く、その日に獲れたてのマグロを味わうことが可能。そのクロマグロを「サバキ女子」2人が豪快にパフォーマンスします。



3. 事業概要および支援内容

「みえならでは」の体験コンテンツの「造成・販売・プロモーション」と、人材供給や育成、事業者間同士の交流機会創出といった「事業者サポート」の2軸で、新規造成するコンテンツが次年度以降も販売し続けられるよう、その基盤づくりを支援いたします。

みえならではの「体験コンテンツ」造成

① 体験コンテンツの新規造成に向けた「磨き上げ」伴走支援

② 商品造成・プロモーション・流通ルートの確保

「体験コンテンツ」事業者サポート

③ 体験コンテンツ事業者の人材供給

④ 体験コンテンツ事業者の人材育成

⑤ 体験コンテンツ事業者同士のネットワーク構築

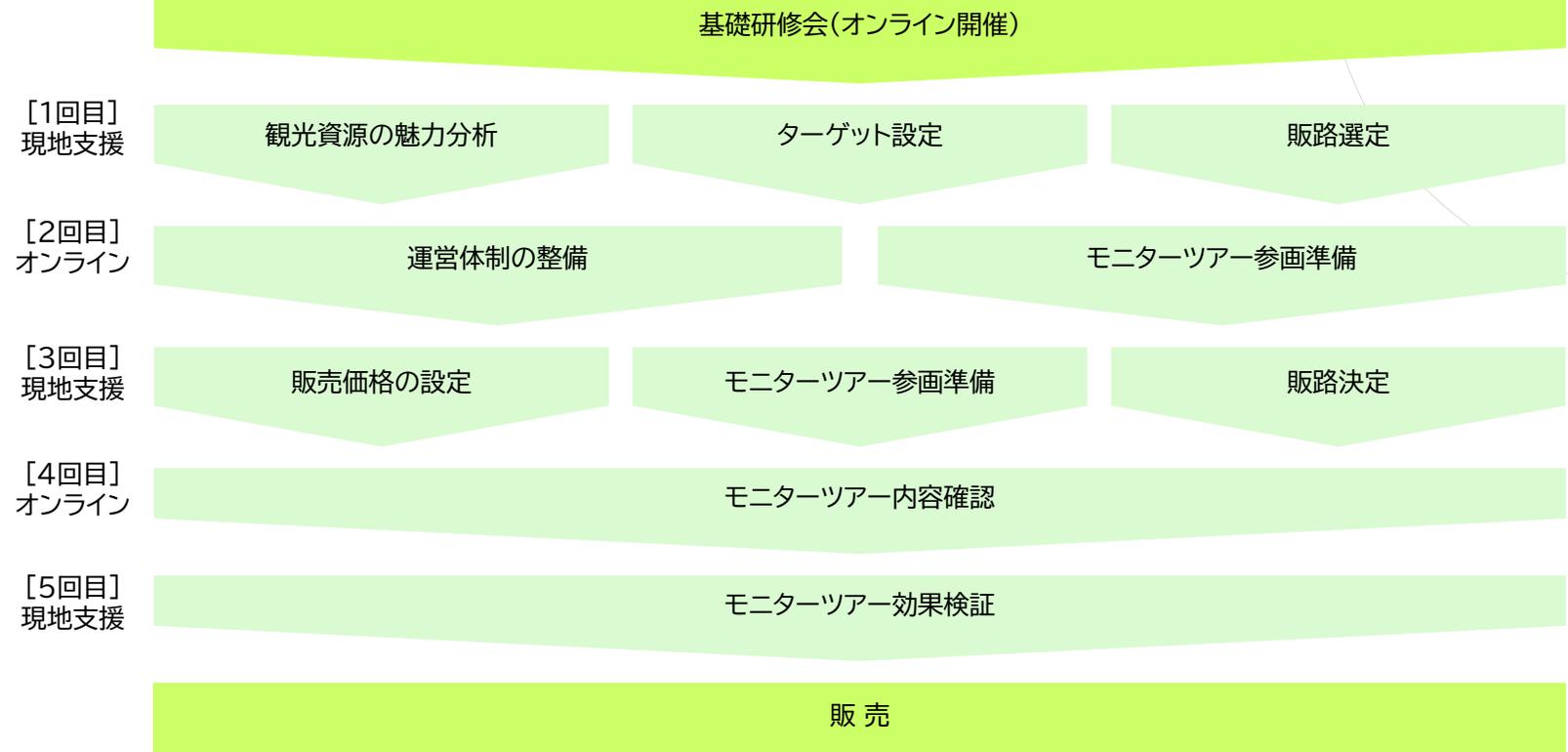
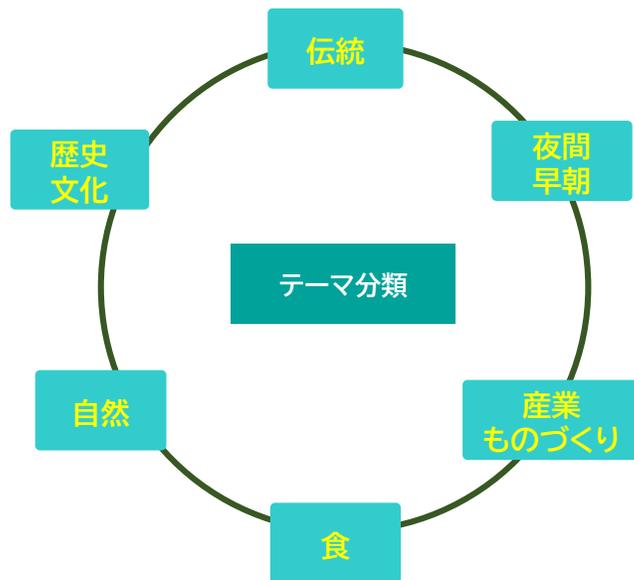
令和5年度「拠点滞在型観光×三重」ブランディングモデル事業

3. 事業概要及び支援内容

① 体験コンテンツの新規造成に向けた「磨き上げ」伴走支援

基礎研修会と5回の専門家・バイヤーによる伴走支援により、ターゲットにリーチする体験コンテンツの磨き上げと、販売・営業体制の構築に向けたアドバイスを行います。

実施予定日：基礎研修会)2023年8月、1回目) 8・9月、2回目) 9月、3回目) 10月、4回目)11月、5回目)12月
実施方法：オンライン及び現地支援 ※上記は、本日現在の予定です。変更となる場合がございますので、予めご了承ください。
予定専門家：アソビュー(株) 早川氏、(株)マサカノ 吉田氏、他



3. 事業概要及び支援内容

① 体験コンテンツの新規造成に向けた「磨き上げ」伴走支援

造成支援のベースとなる考え方や具体的な事例を提供するとともに、受け入れ時の質向上に向け、運営体制、安全管理といった必須事項(守りの質向上ポイント)からホスピタリティや予想外価値の提供など、満足度向上につながる事項(攻めの質向上ポイント)についてレクチャーします。

■ 基礎研修会の実施

実施予定日 : 2023年8月29日 実施方法 : オンライン

予定講師 : アソビュー株式会社 観光プロデューサー 早川氏

第1部: 観光商品造成におけるポイントと下準備(1時間)

造成に取り組むにあたり、事業者が棚卸しすべきポイントと造成時に考えるポイントについて共有します。

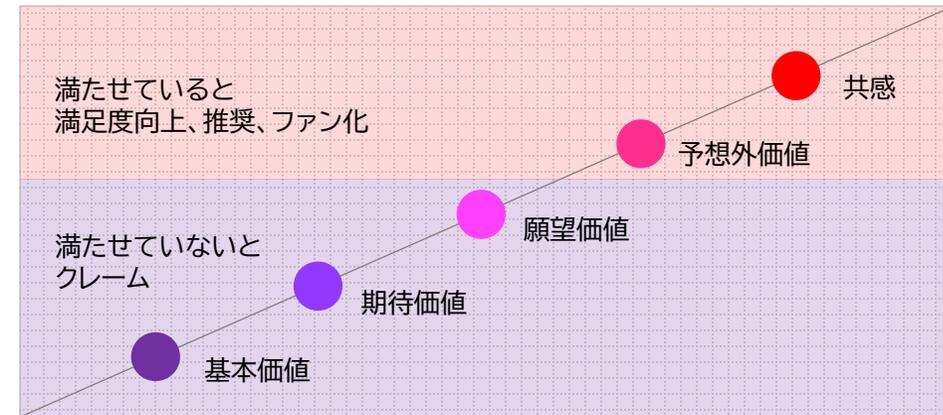
ビジネスモデルキャンパス (サンプル)

Business Model Canvas

KP key partners パートナー	KA key activities 主要活動	VP value propositions 価値提供	CR customer relationships 顧客との関係	KP key Partners 顧客セグメント
<ul style="list-style-type: none"> 仁田峠着地型観光実行委員会 雲仙温泉観光協会 旅館・ホテル 女将会 雲仙ロープウェイ JTB 長崎県観光課 環境省 雲仙事務所 JTB九州 長崎支店 JTB国内旅行企画九州事業部 JTB協定旅館ホテル連盟 長崎支部 	<ul style="list-style-type: none"> 環境省との折衝 雲仙市との折衝 プログラム設計 →シナリオ・マニュアル プログラム準備 →MTG・備忘録 など ガイド人材の発掘・育成 旅行商品化・販売 広報・プロモーション <p>KR key resources リソース</p> <ul style="list-style-type: none"> 仁田峠の自然 →国立公園 雲仙ロープウェイ 雲仙を愛する地元住民 →地域の面白い人財をガイドに育成 湯せんべい屋 社長 ゲストハウス 社長 温泉たまご 販売員 元バスガイド など 	<ul style="list-style-type: none"> 誰も見たことがない特別な空間・特別な景色 →1300年前から誰も入れなかった場所に入ることができる →1300年の扉が開く →日本初の国立公園・特別保護地区に夜間初めて立ち入ることができる →落ち葉ひとつ持ち帰ることができない神聖な空間 	<ul style="list-style-type: none"> 地域全体でのおもてなし ・女将会による見送り ・夜間の土産店OPEN ・温泉街で手を振る など アンケート分析によるプログラム・サービスの改善 <p>CH channels チャネル</p> <ul style="list-style-type: none"> JTB旅行商品 (店頭パンフレット) JTB旅行商品 (web販売) 他社旅行商品 (メディア系商品) 旅館・ホテル 雲仙温泉観光協会 (到着後 JTBが販売) 	<p>【当初計画】</p> <ul style="list-style-type: none"> 夫婦・アクティブシニア <p>【結果的に】</p> <ul style="list-style-type: none"> カップル ファミリー など <p>* 普段 雲仙温泉では見かけない若いカップルを多く見かけることに...</p>
CS cost structures コスト構造		RS revenue streams 収益の源		
<ul style="list-style-type: none"> LEDライト →長崎県・雲仙市の補助事業を利用 貸切バス ロープウェイ →燃料代・夜間の人件費 ガイド人件費 広告宣伝費 備品 →コンセプトに合ったガイド衣装・プランケット・ライト など 		<ul style="list-style-type: none"> プログラム販売金 (旅行代金) 長崎県・雲仙市の補助金 JTBプログラム開発費 →プログラム開発のために投資 JTB協定旅館ホテル連盟プログラム開発費 →プログラム開発のために投資 		

第2部: 守りと攻めの体験質向上(1時間)

体験を提供する上で、必須事項と行うべき事項をそれぞれ具体的な事例を元にレクチャーします。



※売上につながる「顧客ロイヤリティ戦略」入門を参考に調整します。

3. 事業概要及び支援内容

① 体験コンテンツの新規造成に向けた「磨き上げ」伴走支援

8月末より12月まで、専門家とバイヤーが毎月1度「オンライン」または「現地を訪問」し、造成する体験コンテンツの改善に向けたアドバイス、課題提案、進捗確認を行います。

伴走支援終了時には、実際の商品としてターゲットにリーチする体験コンテンツに磨き上がることを目指します。

昨年度の事業より



コンテンツ名: 白瀧森養生・伊勢志摩の森歩き



【体験事業者】伊勢志摩キレイゲンキ塾
【イマココポイント】歩行瞑想&気功
白瀧の森を歩き、日常を見直し心身の疲れを癒します。かつて修験者が修行した神聖な森の中で、木を抱く気功や沈黙の行、脳の疲れをとるエクササイズを行うことで自分自身を整えます。東洋医学に精通したリトリートコーディネーター花井京子の専属プランです。

設備・備品・消耗品等の購入支援

- 【内容】体験コンテンツの造成に必要な物的支援。
 - 【目的】各事業者が円滑にコンテンツ造営に励めるようサポートする。
 - 【対象】設備や備品、消耗品等
 - 【支援額】1コンテンツあたりの上限額 20万円
- ※申請方法は採択後説明。

3. 事業概要及び支援内容

②商品造成・プロモーション・流通ルートの確保

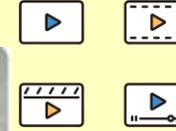
造成した体験コンテンツを広く告知し、その体験を目的とした三重県来訪者が増えるよう、効果的なプロモーションを実施します。

①Web専用ページの作成・改修



- 既存コンテンツ情報のリバイス
- 新規コンテンツ情報の作成・発信
- モデルコースの掲載
※首都圏発を意識

②プロモーション動画の制作



「歴史文化×アクティビティ」編

昨年度作成動画
一例



「歴史文化×食」編

③インフルエンサーを活用したSNS発信



観光・食・文化体験等磨き上げるコンテンツのターゲットにリーチするインフルエンサーを活用します。

④紙媒体(ガイドブック)の作成



⑤観光三重を活用したSNS発信

⑥「みえ旅おもてなしポイントプログラム」と連携したプロモーション



⑦三重テラスでのイベント開催

2024年1月下旬ごろ



⑧旅行博への参加

第3回日本観光ショーケース in大阪・関西

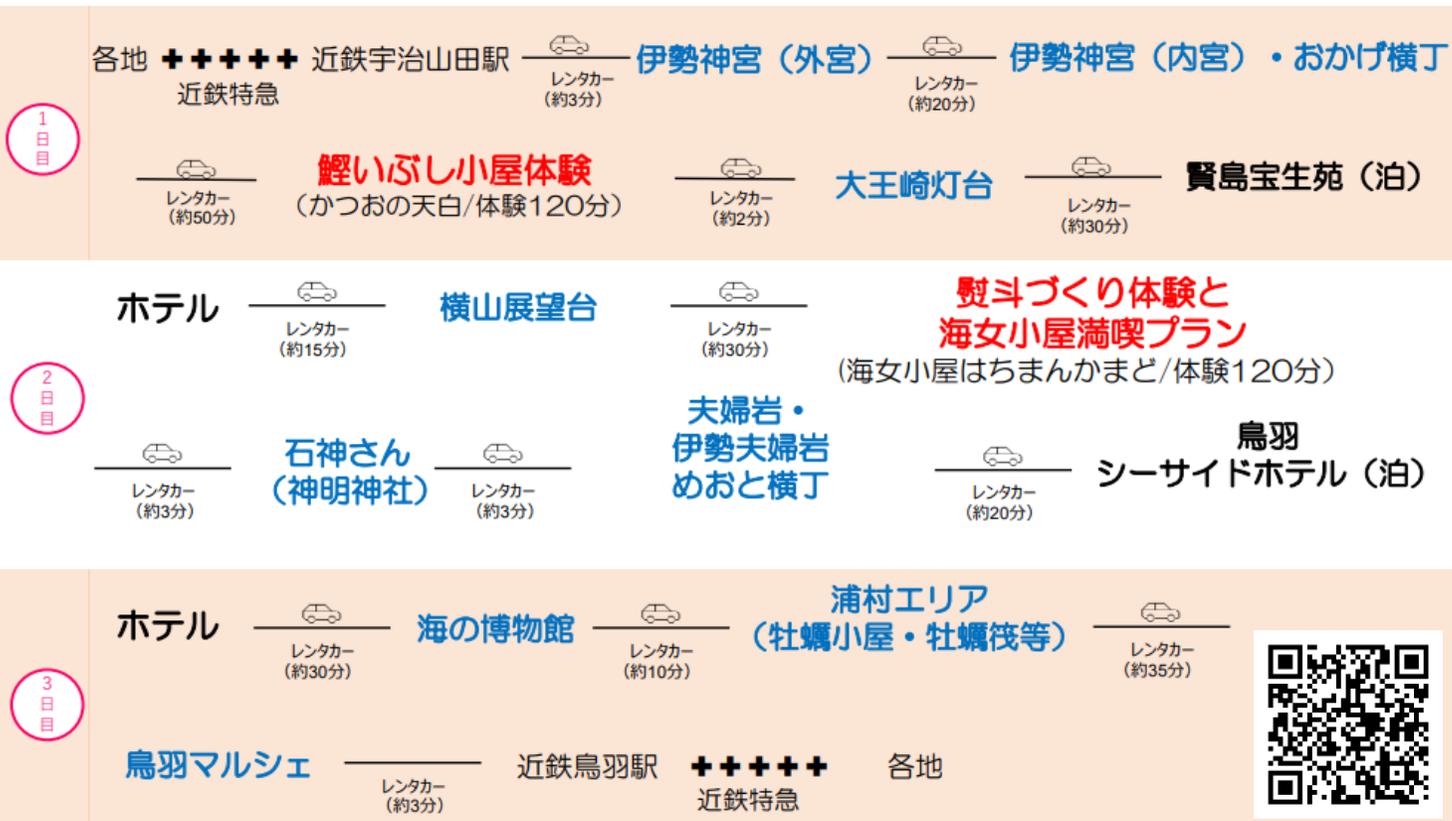
2024年2月21日(水)・22日(木)・23日(金)

3. 事業概要及び支援内容

②商品造成・プロモーション・流通ルートの確保

「みえイマココ旅」を楽しむ具体的な旅行イメージがつかめるよう、モデルコースを「みえイマココ旅ホームページ」や「ガイドブック」等で紹介していきます。

①食文化体験ルート 2泊3日



イマココ旅HP紹介イメージ



JTBおすすめモデルコース ① 体育会系&文化系 バランス体験ルート 2泊3日

1日目	各地	近鉄宇治山田駅	伊勢神宮 (外宮)	伊勢神宮 (内宮)	おかげ横丁	鳥羽シーサイドホテル (泊)
2日目	鳥羽シーサイドホテル	夫婦岩・伊勢夫婦岩めおと横丁	伊勢神宮 (内宮)	おかげ横丁	海女小屋体験	ホテルアムラン (泊)
3日目	ホテルアムラン	鳥羽シーサイドホテル	鳥羽シーサイドホテル	鳥羽シーサイドホテル	鳥羽シーサイドホテル	鳥羽シーサイドホテル

JTBおすすめモデルコース ② アクティブ系がちょっぴり活かな方おすすめ体験ルート 2泊3日

1日目	各地	近鉄宇治山田駅	伊勢神宮 (外宮)	伊勢神宮 (内宮)	おかげ横丁	鳥羽シーサイドホテル (泊)
2日目	鳥羽シーサイドホテル	夫婦岩・伊勢夫婦岩めおと横丁	伊勢神宮 (内宮)	おかげ横丁	海女小屋体験	ホテルアムラン (泊)
3日目	ホテルアムラン	鳥羽シーサイドホテル	鳥羽シーサイドホテル	鳥羽シーサイドホテル	鳥羽シーサイドホテル	鳥羽シーサイドホテル



旅行会社
パンフレット
紹介イメージ

3. 事業概要及び支援内容

②商品造成・プロモーション・流通ルートの確保

OTAでの商品販売は、レジャー・遊び・体験 スポットを検索・予約できる、日本最大級の遊び予約サイト「アソビュー」、国内最大級の宿・ホテル予約サイト「じゃらんnet」内「遊び・体験予約」にて宿泊予約と連動した、イマココ旅コンテンツ販売を行い、流通ルートを確認します。



イマココ旅HPから、各社予約サイトへ遷移⇒⇒⇒

コンテンツ名:白瀧森養生・かまど焚きごはんと鳥羽の食
【体験事業者】伊勢志摩キレイゲンキ塾



アソビュー予約受付ページイメージ



じゃらん予約受付ページイメージ

3. 事業概要および支援内容

「みえならでは」の体験コンテンツの「造成・販売・プロモーション」と、人材供給や育成、事業者間同士の交流機会創出といった「事業者サポート」の2軸で、新規造成するコンテンツが次年度以降も販売し続けられるよう、その基盤づくりを支援いたします。

みえならではの「体験コンテンツ」造成

① 体験コンテンツの新規造成に向けた「磨き上げ」伴走支援

② 商品造成・プロモーション・流通ルートの確保

「体験コンテンツ」事業者サポート

③ 体験コンテンツ事業者の人材供給

④ 体験コンテンツ事業者の人材育成

⑤ 体験コンテンツ事業者同士のネットワーク構築

令和5年度「拠点滞在型観光×三重」ブランディングモデル事業

3. 事業概要及び支援内容

③ 体験コンテンツ事業者の人材供給

マッチング商談会及び、短期雇用・アルバイトを募るマッチングサイトを活用し、人手不足が深刻な体験コンテンツ事業者の労働力の確保を支援します。

大都市圏でのマッチング商談会の実施

- 実施期間:2023年10月~12月開催予定
- 対象者:東京(神奈川・埼玉・千葉を含む首都圏)、大阪、愛知に居住している大学生や専門学校生等
- 内容案:リクルートが主催するオンライン合同説明会への参加(1回予定)
- ポイント:現在、就活イベントはオンライン合同説明会への参加が主流となっており、オンライン合同説明会の参加人数は、東京(神奈川・埼玉・千葉を含む首都圏)、大阪、愛知が上位を占めるため、労働力確保につながります。
- 参加対象:社員・スタッフを雇用したい体験コンテンツ事業者



求人サイト(アプリ)を活用したマッチング

- 掲載時期:2023年12月~1月上旬(冬休み)、2024年2月中旬~3月(春休み)
- サイト候補:① Indeed(日本国内で4,000万人以上が利用) ② タウンワーク(10~20代の学生中心)

① 無料求人HP作成サービス「Airワーク側採用管理」+ 国内外で最も利用がある求人検索サービス「Indeed」

② 10~20代特に、学生の利用も多く利用するアルバイト求人サイト「タウンワーク」

③ リクナビ(1万社を超える企業掲載)

③ 1万社を超える企業が掲載する学生にも認知が高いサービス「リクナビ」でのインターン募集

体験型コンテンツの人材供給事業の詳細については、9月以降に改めてご連絡いたします。



3. 事業概要及び支援内容

④ 体験コンテンツ事業者の人材育成

体験コンテンツ事業者のニーズをヒアリングした上で、スタッフ・ガイドのスキルアップにつながる研修会を実施し、お客様対応力とホスピタリティ向上を目指します。

株式会社ノットワールドによるスタッフ・ガイド向けオンライン研修の実施

実施予定時期: 10月4日

実施方法 : オンライン

主な内容 : ガイドの質の見える化およびガイド向けの研修を実施します。



【内容】

- 基礎コミュニケーション研修
- ツアー造成基礎研修
- 実務(旅程管理、安心安全への配慮)
- コンプライアンス研修



ガイドスキル向上に向けた研修会

実施予定時期: 1回目)10月下旬~11月上旬、2回目)11月下旬

実施方法 : オンライン1回、現地1回

主な内容 : ガイディングスキル向上のため、専門ガイドを講師に招き課題解決に繋がります。

第1回

オンラインで事前ヒアリング

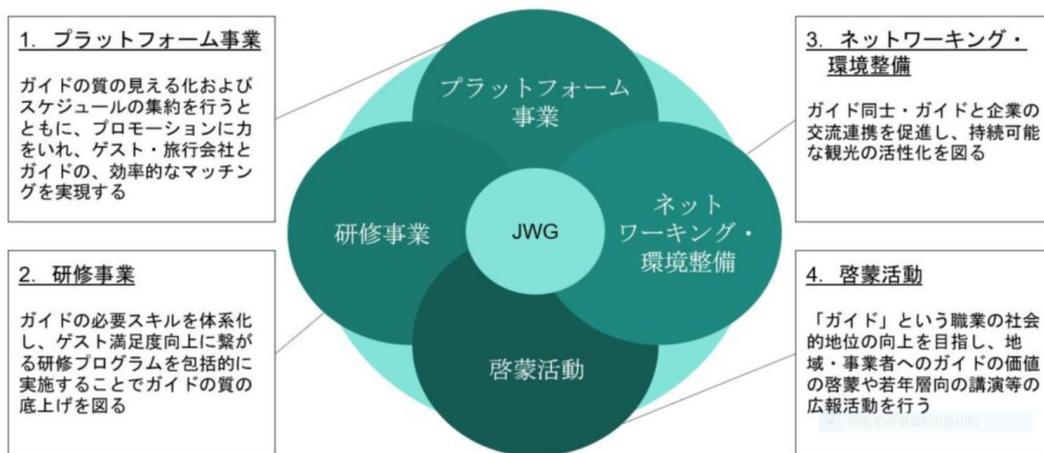
現状確認/課題共有/アクションプラン作成

第2回

事業者を訪問しフィールドワーク(現状確認)

現場視察/課題確認/アドバイス/新たな課題洗い出し/質疑応答

JapanWonderGuideで行っていくこと



3. 事業概要及び支援内容

⑤ 体験コンテンツ事業者同士のネットワーク構築

参加事業者が互いに高め合える環境として、「事業者コミュニティ」を展開することにより研修会、交流会等を通じたネットワークを構築することにより、各事業者の機運醸成と知識向上を目指します。

相互コミュニケーションの場の提供

みえのイマココ旅ファミリー(仮)

本事業の関わった事業者・団体等を『みえのイマココ旅ファミリー(仮)』と称したネットワークを構築。オンラインイベントのみならず、メールまたはSlackにより事業者間のつながりや、継続的な情報提供を行います。月1回の関連トピックニュースを配信するとともに、事業者からのご意見を収集できるような状態で運営していきます。

「三重のイマココ旅」や観光庁の看板商品等の造成に関わった事業者・団体等

※開始時期は改めてご連絡いたします。

オンライン研修会の実施 実施時期：9月中旬、11月中旬

参加事業者に対し、複数の選択肢を用意し、希望を募ることでよりおおくの事業者にとって価値のある研修会を実施。また、セミナーの後、事業者同士の意見交換の場も用意し、交流機会を創出します。

実施回数	2回想定
実施時間	120分
想定内用	①ご挨拶(5分) ②研修会(90分) ③質疑応答(10分) ④意見交換(10分) ※ZOOMブレイクアウトルームを使用 ⑤締めのご挨拶(5分)
使用ツール	ZOOM

オンライン交流会の実施 実施時期：10月中旬、12月中旬

ワークショップ形式で実施し、テーマに対して事業者同士が議論し合うことで、連携強化や新たなサービス創出の機会を創出します。Zoomのブレイクアウト機能を活用し、議論・交流を行います。

実施回数	2回想定
実施時間	90分
想定内用	①ご挨拶(5分) ②ワークショップ(45分) ③発表・まとめ(15分) ④意見交換(10分×2) ※ZOOMブレイクアウトルームを使用 ⑤締めのご挨拶(5分)
使用ツール	ZOOM



4. 今後のスケジュール

採択までの予定

7月12日(水)	公募開始
7月19日(水)	オンライン事業説明会
8月10日(木)	応募締切
8月16日(水)～	選定会議
8月22日(火)	採択事業者の決定通知
8月29日(火)	基礎研修会(対象:採択された事業者)

事業の予定

※左記は、本日現在の予定です。

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	
7月												●県HPにて募集開始							●募集説明会													
8月										●応募締切り													●採択通知									●基礎研修会
9月																																
10月	●1回目伴走支援 現地(※)																															
11月	●1回目ガイド研修会 オンライン(※)																															
12月	●順次商品販売																															
1月																																
2月																																
3月																																

- (※)上記実施予定期間内に、各事業者および専門家と日程調整の上、1日の内の数時間で実施します。
- 上記に加え、「イマココファミリー」の研修会を9月中旬頃と11月中旬頃、交流会を10月中旬頃と12月中旬頃に実施します。
 - マッチング商談会は10月から12月間で別途希望する事業者にご案内します。
 - マッチングアプリは12月から1月間で別途希望する事業者にご案内します。

※上記は、本日現在の予定です。変更となる場合がございますので、予めご了承ください。

5. 申請書記入にあたってのポイント

今年度の磨き上げ対象として募集するコンテンツの提供事業者は、「三重でしかできない」「特別感のある」新たな体験コンテンツの提供を目指し、自治体・DMO等と連携を取りながら継続的に運営、販売を実施していく意欲がある事業者となります。

磨き上げ対象となるコンテンツのコンセプト

- ・「三重でしかできない」、「特別感のある」新たな体験コンテンツ。
- ・ターゲットが明確で、そのターゲットの興味関心のフックとなり得るストーリー性や体験価値がある。
- ・周辺地域の他のコンテンツや受け入れ環境整備も踏まえて、総合的に旅行商品として販売できるコンテンツになる。
- ・コンテンツを提供する事業者・団体等が、次年度以降も継続的に当該コンテンツをブラッシュアップし、提供・販売していく意欲がある。

事業目的との整合性

- ・「伝統」、「歴史・文化」、「自然」、「食」、「夜間・早朝」、「産業・ものづくり」のいずれかのテーマか。
- ・「みえイマココ旅」の目的を正しく理解して体験コンテンツを提案しているか。

独自性・新規性(提案内容に独自性・新規性があり、説得力があるか)

- ・これまで三重県で商品化されていない取り組みか。
- ・全国の同体験と比較した場合、体験(体験の場所以外)には差別化できる要素があるか。
- ・国内の最新トレンドや市場ニーズと合致しているか。

具体性・計画性(提案内容に自走に向けた具体性や計画性があるか)

- ・コンセプト及びターゲット層は明確か。
- ・「三重でしかできない」「特別感のある」企画内容となっているか。

収益性(旅行者がお金を払う価値がある商品になる要素があるか)

- ・旅行者がお金を払い体験する価値が高い商品になる要素があるか。
- ・コンテンツの収益構造のイメージが描けているか。

商品の改善に向けた意欲

- ・体験のストロングポイントとウィークポイントを事業者が理解しているか。
- ・事業者自身が市場に興味を持ち、課題を解決しようとする意識が高いか。

商品や受入体制の潜在的なポテンシャル

- ・メインのコンテンツや体験内容は、国内の最新トレンドや市場ニーズと合致しているか。
- ・受入体制の見直しや強化を行う事で、売上拡大が図れるか。

実施体制(次年度以降も実施可能な実施体制・持続性があるか)

- ・磨き上げたコンテンツを令和6年度以降も販売を継続できる実施体制があるか
- ・近隣宿泊施設との連携が可能で旅行者の滞在の長期化を促進することが可能であること。
- ・【民間事業者の場合】自治体や観光協会、DMO等、観光地域づくり団体と連携した取組みであること。

5. 申請書記入にあたってのポイント

<提出書類>

- ①様式1(申請書) ②様式2(新規体験コンテンツ概要) ③様式3(体験型コンテンツ企画シート)

【様式1】

様式1(申請書)

申請者情報をご報告いただくための書類です。

申請者は、体験型コンテンツの造成・販売・実施については、「市町」「観光地域づくり法人(DMO)」「観光協会」等と連携をとりながら実施し、磨き上げ終了後にはその地域ブランドの一翼となり販売し続けることを期待しています。

- ① 連携する「市町」「DMO」「観光協会」を必ずご記入ください。
※民間事業者は1か所以上必須になります。

「拠点滞在型観光×三重」ブランディングモデル事業 申請書

管理番号No. _____

申請者			
所在地			
実施主体	名称	代表者名(役職)	
	所在地	郵便番号	
	担当部署	電話番号	
	担当者氏名	MAIL	
連携する市町	名称	担当部署	
	担当者氏名	電話番号/MAIL	
連携するDMO	名称	担当部署	
	担当者氏名	電話番号/MAIL	
連携する観光協会	名称	担当部署	
	担当者氏名	電話番号/MAIL	
実施体制 ※複数の事業者で構成される場合	団体/組織	役割	

①



※必要に応じて、欄を拡大して記載ください。ページ数が増えても構いません。

※「実施体制」の項目を除き、行の追加は行わないでください。

※その他の留意点等については、公募要領を参照してください。

5. 申請書記入にあたってのポイント

<提出書類>

- ①様式1(申請書) ②様式2(新規体験コンテンツ概要) ③様式3(体験型コンテンツ企画シート)

様式2(新規体験コンテンツ概要)

今回新規造成したい体験コンテンツの実施体制・概要をご報告いただくための書類です。できる限り、詳しくご記入ください。

① 地域ならではの特徴や旅行者が体験できる特別感等を記入してください。

② 体験コンテンツの運営人数を記入してください。

③ 【様式1】で記入した市町等との具体的な連携策をご記入ください。

④ 旅行者の滞在を長期化するために、宿泊施設と連携できる方策を記入してください。

【「三重ならではの」体験コンテンツ造成支援プログラム】

【様式2】

「拠点滞在型観光×三重」ブランディングモデル事業 申請書

管理番号No.

申請者						
体験コンテンツ名称						
実施場所(住所)	三重県					
テーマ (☑してください)	<input type="checkbox"/> 1. 伝統	<input type="checkbox"/> 2. 歴史・文化	<input type="checkbox"/> 3. 自然	<input type="checkbox"/> 4. 食	<input type="checkbox"/> 5. 夜間・早朝	<input type="checkbox"/> 6. 産業・ものづくり
体験コンテンツで活用する観光資源とニーズ	・ ・					
三重でしかできない「特別感がある」要素	①					
ターゲットの属性 (☑してください。複数回答可)	<input type="checkbox"/> 1. ファミリー	<input type="checkbox"/> 2. カップル	<input type="checkbox"/> 3. 小グループ(男性・女性)	<input type="checkbox"/> 4. 団体グループ	<input type="checkbox"/> 5. インバウンド	<input type="checkbox"/> 6. 富裕層
ターゲットの年代 (☑してください。複数回答可)	<input type="checkbox"/> 1. 10代以下	<input type="checkbox"/> 2. 20代	<input type="checkbox"/> 3. 30代	<input type="checkbox"/> 4. 40代	<input type="checkbox"/> 5. 50代	<input type="checkbox"/> 6. 60代以上
造成したい体験コンテンツの概要(具体的に)						
実施体制 (実施スタッフ数を含む)	②					
県内市町や観光協会、DMOとの連携策	③					
宿泊施設(農泊、民泊、キャンプ場を含む)との連携策	④					
	① 202 年 月 日 ~ 202 年 月 日					

5. 申請書記入にあたってのポイント

<提出書類>

- ①様式1(申請書) ②様式2(新規体験コンテンツ概要) ③様式3(体験型コンテンツ企画シート)

様式2(新規体験コンテンツ概要)

今回新規造成したい体験コンテンツの実施体制・概要をご報告いただくための書類です。できる限り、詳しくご記入ください。

⑤ 観光庁の補助金事業等との併用が可能です。事業名と申請状況、補助金事業での申請内容や本事業で求める支援範囲を記入して下さい。

※ 該当する場合のみ記入。該当しない場合は空欄で構いません。

⑥ 物的支援で購入したいと思っている物品。

⑦ 次年度以降の継続が条件となります。実施体制を記入して下さい。

【「三重ならではの」体験コンテンツ造成支援プログラム】

【様式2】

「拠点滞在型観光×三重」ブランディングモデル事業 申請書

管理番号No.

~~~~~ (中略) ~~~~~

|                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|-------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 実施期間(想定)                                              | ① 202 年 月 日 ~ 202 年 月 日<br>② 202 年 月 日 ~ 202 年 月 日 ※設定期間が複数ある場合は、ご記入ください。                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| 実施日(想定)<br>(☑してください)                                  | <input type="checkbox"/> 1. 毎日 <input type="checkbox"/> 2. 週4~5日 <input type="checkbox"/> 3. 週2日<br><input checked="" type="checkbox"/> 4. 月4~5回 <input type="checkbox"/> 5. 週末のみ <input type="checkbox"/> 6. その他 ( )                                                                                                                                |
| 販売したい価格<br>(想定)                                       | 円 (大人1名あたり)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| 獲得したい収益<br>(想定)                                       | 円 (大人1名あたり)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| 最大受入<br>人数の見込み                                        | 1回あたり ( ) 名    1日あたり ( ) 名    1月あたり ( ) 名                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| 申し込みを行った観光<br>資源の販売主体及び<br>販売先(想定)<br>(☑してください。複数回答可) | <input type="checkbox"/> 1. 国内OTA (じゃらん、アソビュー等) <input type="checkbox"/> 2. 海外OTA <input type="checkbox"/> 3. 旅行会社<br><input type="checkbox"/> 4. 自社HP <input type="checkbox"/> 5. その他 ( )                                                                                                                                                           |
| 併用予定の<br>他事業、補助金の有無<br>(☑してください)                      | <input type="checkbox"/> 1. 観光庁が実施する観光コンテンツ造成事業<br>【①申請: <input type="checkbox"/> あり <input type="checkbox"/> なし】    【②採択: <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> 】<br><input type="checkbox"/> 2. その他 ( )<br>【①申請: <input type="checkbox"/> あり <input type="checkbox"/> なし】    【②採択: <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> 】 |
| 併用予定の<br>他事業、補助金の申請<br>内容                             | ⑤                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| 他補助金を併用する場合、本事業で<br>求める支援範囲                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| 造成に必要な物品の購入内容<br>(想定)<br>※20万円まで                      | ⑥                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| 令和6年度以降の実施体制                                          | ⑦                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |

※ 必要に応じて、欄を拡大して記載ください。文字数が増えすぎても構いません。  
※ その他の留意点等については、公募要領を参照してください。  
※ (想定) と記載のある項目は現時点で想定されるものを記載してください。

# 5. 申請書記入にあたってのポイント

## <提出書類>

- ①様式1(申請書) ②様式2(新規体験コンテンツ概要) ③様式3(体験型コンテンツ企画シート)

### 様式3(体験型コンテンツ企画シート)

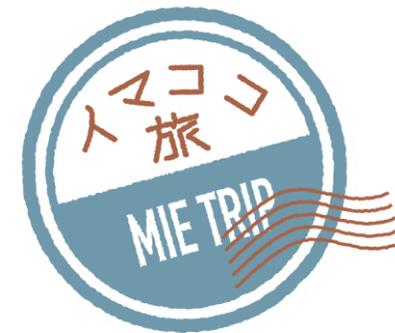
今回磨き上げ対象となるコンテンツを選定する会議で使用いたします。様式2と内容が重複する箇所は同内容をご記入ください。

①イメージ図や写真なども活用して作成してください。

| 体験コンテンツ企画シート                             |               | 【「三重ならではの」体験型コンテンツ造成支援プログラム】 |                          | 【様式3】 |
|------------------------------------------|---------------|------------------------------|--------------------------|-------|
| 体験コンテンツ名称                                |               |                              |                          |       |
| 申請者                                      | 実施する市町名       | 市・町                          | ※体験コンテンツの内容が分かるイメージ図、写真等 |       |
| 観光資源と<br>その選定理由                          | <観光資源名>       | <選定理由>                       | <図または写真①>                |       |
| 申請テーマ/<br>ターゲット層                         | <申請テーマ>       | <ターゲット層>                     | ①                        |       |
| 体験コンテンツの<br>概要                           |               |                              |                          |       |
| 独自性・新規性                                  | <図または写真②>     |                              |                          |       |
| 造成スケジュール                                 |               |                              |                          |       |
| 次年度以降の<br>実施体制                           |               |                              |                          |       |
| 自治体、DMO<br>(観光地域づくり<br>法人)、観光協会<br>との連携策 | 宿泊施設と<br>の連携策 |                              |                          |       |



【体験事業者】一般社団法人 志摩市観光協会  
志摩の食をプライベートビーチでおもてなし



# ご清聴ありがとうございます

当書面は募集説明会のために作成したもので、  
写真は全てイメージ(サンプル)です。



[miryokumie@bsec.jp](mailto:miryokumie@bsec.jp)



<https://www.kankomie.or.jp/special/imakoko/>

「拠点滞在型観光×三重」ブランディングモデル事業事務局(JTB三重支店内)

平日 9:30~17:30(※土日祝日は除く)

TEL:090-5630-6389

FAX:059-224-9831