観光地域づくり法人形成･確立計画

記入日：令和７年　７月　２４日

１．観光地域づくり法人の組織

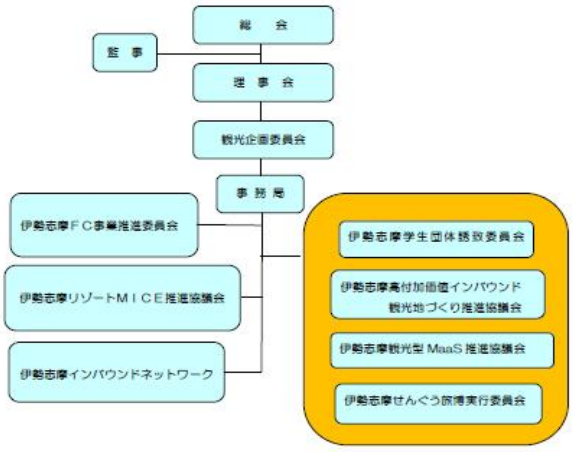
申請区分 ※該当するものを〇で囲むこと	広域連携ＤＭＯ・地域連携ＤＭＯ・地域ＤＭＯ	
観光地域づくり法人の名称	公益社団法人伊勢志摩観光コンベンション機構	
マネジメント・マーケティング対象とする区域	区域を構成する地方公共団体名 三重県伊勢市、鳥羽市、志摩市、南伊勢町、玉城町、度会町	
所在地	三重県伊勢市二見町茶屋 111-1	
設立時期	平成６年３月２５日　伊勢志摩コンベンション推進機構(任意団体)として設立 平成１８年４月１日　社団法人化 平成２４年４月１日　公益社団法人へ移行	
事業年度	４月１日から翌年３月３１日までの１年間	
職員数	１５人【専務理事１名、職員１名、契約職員２名、派遣職員等１１名】	
代表者（トップ人材：法人の取組について対外的に最終的に責任を負う者） ※必ず記入すること	（氏名） 橋爪　政吉 （出身組織名） 志摩市役所	本法人の代表理事を務めており、志摩市長の任にある。
データ分析に基づいたマーケティングに関する責任者（ＣＭＯ：チーフ・マーケティング・オフィサー ※必ず記入すること	（氏名） 須﨑　充博「専従」 （出身組織名） 公益社団法人伊勢志摩観光コンベンション機構	地元の職員として長年観光部署で勤務し、令和４年４月に事業推進グループ長に就任。令和６年７月より専務理事に就任。 令和５年には GSN の総会の伊勢志摩への誘致に成功。地域の調整役として様々な成果をあげている。
財務責任者（ＣＦＯ：チーフ・フィナンシャル・オフィサー） ※必ず記入すること	（氏名） 須﨑　充博「専従」 （出身組織名） 公益社団法人伊勢志摩観光コンベンション機構	地元の職員として長年観光部署で勤務し、令和４年４月に事業推進グループ長に就任。令和６年７月より専務理事に就任。 令和５年には GSN の総会の伊勢志摩への誘致に成功。地域の調整役として様々な成果をあげている。

様式１

各部門（例：プロモーション）の責任者（専門人材） ※各部門責任者のうち専従の者については、氏名の右横に「専従」と記入すること	（氏名） 川上　茂「専従」 （出身組織名） 志摩市	令和５年４月に副事務局長に就任。 令和６年４月に事務局長となる。
各部門（例：旅行商品の造成･販売）の責任者（専門人材）	（氏名） 川上　茂「専従」 （出身組織名） 志摩市	令和５年４月に副事務局長に就任。 令和６年４月に事務局長となる。
連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	三重県　：　観光部　観光振興課、観光戦略課、観光誘客推進課、海外誘客課、観光総務課 雇用経済部　国際戦略課 伊勢市　：　産業観光部　観光誘客課、観光振興課 鳥羽市　：　観光商工課 志摩市　：　観光経済部　観光プロモーション課、政策推進部　総合政策課 南伊勢町：　観光商工課 玉城町　：　産業振興課 度会町　：　産業振興課　（いずれも全般）	
連携する事業者名及び役割	観光協会：　公益社団法人伊勢市観光協会、一般社団法人鳥羽市観光協会、一般社団法人志摩市観光協会、南伊勢町観光協会（全般） 商工会議所・商工会： 伊勢商工会議所、鳥羽商工会議所、志摩市商工会、伊勢小俣町商工会、南伊勢町商工会、玉城町商工会、度会町商工会（全般） その他　：　近畿日本鉄道株式会社、東海旅客鉄道株式会社、三重交通株式会社、一般財団法人伊勢志摩国立公園協会、三重県観光連盟、鳥羽旅館事業協同組合、管内観光施設、管内宿泊施設、管内旅行会社など（各事業者の事業内容を活かした連携）	
官民･産業間･地域間との持続可能な連携を図るための合意形成の仕組み	【該当する登録要件】　①及び② 【概要】当機構では、事業推進のための企画等の協議や審議を行う場として、行政機関や民間事業者の担当者で構成する観光企画委員会、当機構の役員で構成する理事会があり、理事会を経て最終的な事業計画案等を審議し決定する場として総会を設けている。 〔参考〕登録要件 ①取締役、理事など観光地域づくり法人の意思決定に関与できる立場で行政、文化、スポーツ、農林漁業、交通等の幅広い分野の関係団体の代表者が参画 ②観光地域づくり法人が主導して行政や関係団体をメンバーとするワーキンググループなどの委員会等を設置	
地域住民に対する観光地域づくりに関する意識啓発・参画促進の取組	当機構の事業実施や取材活動・営業活動を行う中で、専務理事を中心に、職員が会員をはじめ、会員以外の事業者にも訪問し、地域社会とのコミュニケーション・地域の観光関連事業者との信頼関係づくりを行いつつ、その関係性を構築している。特にインバウンド事業については、広域のスケールメリットを生かし、地域が一体となって取り組むことが効果的かつ有効であることから、担当者会議を通じて戦略や計画を共有し、役割を意識して事業に取り組んでい	

	る。また、観光産業や観光文化の振興を図るため、観光人材育成のセミナーを実施している。
法人のこれまでの活動実績	**【活動の概要】** 事業：情報発信・プロモーション 実施概要： (1)令和６年度観光情報の発信事業 【具体事業内容】 ①インターネットによる情報発信 公式ホームページやSNS（Instagram、Twitter、Facebook、LINE）を活用して、各々の特色に合わせた形で、年間を通じて観光スポット情報や特集記事などの観光情報を継続的に発信した。 ②メディアによる情報発信 短編映画「CITIZENｓ」地元関係者試写会を実施。 ③パンフレット等による情報発信 観光パンフレット「美し国伊勢志摩」を増刷した。 (2)令和６年度国内誘客プロモーション事業 【具体事業内容】 プロポーザル方式により株式会社アド近鉄を委託業者に選定し、周遊促進・滞在時間の延長（宿泊又は延泊）等を目的に、伊勢志摩地域を対象にデジタルスタンプラリーを開催。 (3)令和６年度インバウンド推進事業 【具体事業内容】 欧米豪、東南・東アジアをターゲットとし、ILTMなどの商談会に出展し、歴史文化、食、自然景観に特別な体験を加えた伊勢志摩地域の魅力を発信し、ファムトリップの誘致を進め、商品造成、誘客促進につながった。 三重県庁や地域事業者との連携事業へ積極的に参加し、地域のPRに努めた。高付加価値モデル地域事業において調査事業、マスタープランの作成に取り組んだ。 事業：受入環境の整備 実施概要： ■令和６年度訪日外国人受入支援事業 【具体事業内容】 外国人観光客の受入れに意欲的な会員をネットワーク化し、多言語対応のセミナーを実施した。 事業：観光資源の磨き上げ 実施概要： ■令和６年度旅行者アンケートの実施 【具体事業内容】 旅行者アンケートを実施し、旅行者の評価を集計している。そのデータを会員あるいは地域の事業者に公表することにより、事業改善への活用を図っている。 **【定量的な評価】** （定量的な評価） 令和６年度実績 ・公式サイトセッション数　：　約　３０６万セッション

様式１

	・フェイスブック「いいね」数　：　約１３，９２１件 ・ツイッターフォロワー数　：　約　７９０５人 ・インスタグラムフォロワー数　：　約　９，２４０人 ・宿泊予約サイトによる宿泊実績：　１０２件
実施体制 ※地域の関係者との連携体制及び地域における合意形成の仕組みが分かる図表等を必ず記入すること（別添可）。	**【実施体制の概要】** 当機構が母体となり、メンバーには、行政、宿泊業者、飲食業者のみならず、交通事業者、農・漁業者など多様な関係者が参画するなど官民が密接に連携した運営を実施している。行政区域の枠を超えた伊勢志摩広域で一体となって様々な観光振興事業を展開している。 **【実施体制図】**  ■令和７年度 会員数：　２２３会員（Ｒ７．７．１現在） 役　員：　理事１８名（うち、会長１名、副会長３名、専務理事１名） 監事　２名 事務局：　１５名（専務理事１名、職員１名、契約職員２名、派遣職員 10 名、駐在職員１名） ※派遣職員：伊勢市２名、志摩市２名、鳥羽市２名、南伊勢町１名、近畿日本ツーリスト㈱１名、三重交通㈱１名、三重県観光連盟１名） ※駐在職員：三重県１名

様式１

２．観光地域づくり法人がマネジメント・マーケティングする区域

【区域の範囲が分かる図表を挿入】

【区域設定の考え方】

行政区域の枠を超えた伊勢志摩地域として、６市町（伊勢市、鳥羽市、志摩市、南伊勢町、玉城町及び度会町）が広域で、かつ官民が一体となって様々な観光振興事業を展開することで、地域経済の活性化及び文化の向上に寄与することを目的に取組を実施してきた。観光の魅力を伊勢志摩地域が一体となって効果的、効率的に発信するためにも、当該市町村を区域として設定するのが適切である。そのうえで、周辺市町である多気町、明和町、松阪市、日本版ＤＭＯ等と連携をしながら取り組んでいく。

令和６年三重県観光客実態調査によると、県内の入込客延数が約６３，１７４万人、伊勢志摩地域の入込客延数は２，６２０万人であった。県内の「宿泊」は２９．３%、「日帰り」は７０．７%である。県内で日帰客より宿泊客の割合が高い地域は伊勢志摩地域のみで、「宿泊」５９．５%、「日帰り」４０．５%となっており、県内各地域の中でも圧倒的に宿泊客の割合が多い。

観光消費額については、令和２年以降、４年連続増加となった。アフターコロナで徐々に観光需要が回復し続けているが、令和６年度は２，５４３億円となり、コロナ禍以前となる令和元年度の２，６３７億円をわずかに下回る結果となった。

令和６年度の旅行者アンケートの結果によると、都道府県別の来訪者数では、東京都からの訪問者の割合が最も高く 16.3% 、次いで愛知県 13.2% 、大阪府 10.9% 、三重県 9.3% 、神奈川県 9.1% となっていた。昨年度と比較して、東京からの訪問者の割合が増加しており、年代別では、50 代が 28.8% と最も多く、次いで 60 代が 19.8% 、40 代が 17.1% 、30 代が 13.9% 、20 代が 13.1% でした。

旅行目的としては、「観光施設・見学」が 21.3% と最も多く、次いで「神宮参拝」17.5% 、「グルメ」14.7% 、「景観見物」9.9% が続きました。交通手段においては、自家用車の利用が大きく減少し、電車（近鉄、JR）の利用割合が大きく増加しました。これは、東京からの訪問者が増加したことが影響していると考えられます 。

滞在日数では日帰りの割合が減少し、1 泊以上の割合が増加し、旅行予算総額については 1 万円から 3 万円の割合が減少し、4 万円以上の割合が全体的に増加する結果となりました 。
関しては、「店員の対応」が減少したものの、その他の評価項目ではすべての評価が増加しました 。

【観光資源：観光施設、商業施設、自然、文化、スポーツ、イベント等】

・観光施設・商業施設：　神宮、夫婦岩、石神さん、伊勢河崎商人館、賓日館、ミキモト真珠島、伊勢志摩サミット記念館、おはらい町、おかげ横丁、外宮参道など
・自然　：　伊勢志摩国立公園、海（英虞湾など）、離島
・文化　：　神宮文化、海女文化
・食文化(郷土料理)　：　伊勢えび、あのりふぐ、かき、あわび、伊勢うどん、てこね寿司など
・スポーツ　：　サイクリング、ゴルフ、アクティビティ、マリンスポーツ
・レジャースポット　：　伊勢忍者キングダム、伊勢シーパラダイス、鳥羽水族館、

志摩地中海村、志摩スペイン村、志摩グリーンアドベンチャーなど
・その他の施設等　　：　海女小屋体験施設、伊勢志摩スカイライン、パールロード、横山展望台

伊勢志摩地域には高いポテンシャルを有する自然、景観、歴史、文化、食、産業等、自然と人の営みが調和した魅力的な観光資源について、ストーリー性を持った体験を提供できるよう、また、様々な主体と連携した新しい商品開発を進め、他の地域との差別化を図っている。
（例）
① 自然、歴史、文化、食、産業等の様々な地域資源の磨き上げを図ったうえでストーリー性を持ったもの。
② 伊勢志摩が誇る伊勢海老、あわび等の食の体験を通し、「御食国（みけつくに）」を感じさせ、海女漁などの地域の生活文化や豊かな自然に触れることができるもの
③ 海の魅力を生かしたもの
④ 富裕者層をターゲットとした宿泊施設等との連携による上質感のあるもの

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

令和７年６月末時点

	施設数	収容力（収容人数）	施設規模（客室数）
伊勢志摩地域	761	30,560	12,643

【利便性：区域までの交通、域内交通】
《東京から名古屋まで》
　新幹線のぞみ（約１時間 40 分）
《名古屋から》
　近鉄特急
　（約１時間 25 分／伊勢市・宇治山田）（約１時間 40 分／鳥羽）（約２時間 10 分／賢島）
《京都から》
　近鉄特急
　（約２時間／伊勢市・宇治山田）（約２時間 15 分／鳥羽）（約２時間 45 分／賢島）
《大阪難波から》
　近鉄特急
　（約１時間 45 分／伊勢市・宇治山田）（約２時間／鳥羽）（約２時間 30 分／賢島）
《中部国際空港から津駅まで⇒津駅から伊勢志摩まで（乗り換え）》
　高速船　（約 45 分）・三重交通バス（津駅まで約 10 分）
　近鉄特急（約 35 分／伊勢市・宇治山田）（約 50 分／鳥羽）（約１時間 20 分／賢島）
　※空港アクセス港(津)から伊勢志摩までバスを利用する場合
　　《伊勢まで》　　バス約 70 分
　　《鳥羽まで》　　バス約 115 分
《関西国際空港から大阪難波駅まで⇒大阪難波駅から伊勢志摩まで（乗り換え）》
　南海電車(JR)(35 分)、バス・車・タクシー（50 分）⇒　《大阪難波から》と同じ
《車(伊勢市まで)》　大阪から　　約２時間 40 分
　　名古屋から　約１時間 40 分
東京から　　約５時間 40 分

【外国人観光客への対応】

【外国人観光客への対応】

〇外国語パンフレット

　　英語、中国語（繁体字）、韓国語、フランス語の４言語（４種類）を配布。

〇外国語ホームページ

英語、中国語（繁体字）、韓国語、フランス語の４言語を公開中。特集記事を適時掲載。

３．各種データ等の継続的な収集・分析

収集するデータ	収集の目的	収集方法
ＷＥＢサイトのアクセス状況、顧客データ	地域に対する顧客の関心度、属性や施策の効果等を把握するため	Google アナリティクスを活用。
リピーター率	施策の効果の把握、誘客戦略策定のため	年間を通して実施している「旅行者アンケート」にて、訪問回数についての項目を設置。
観光消費額、観光入込客数、宿泊率、来訪者満足度、再来訪意向	経済的効果測定、施策の効果の把握、誘客戦略策定のため	各市町と連携を図りながら算出。
延べ宿泊者数	施策の効果の把握、誘客戦略策定のため	各市町と連携を図りながら算出。
伊勢志摩の強み、伊勢志摩来訪へのボトルネック（外国人）	強みを活かすこと、ネックを解決することの両面から、来訪検討者を呼び込む戦略を策定するため	年間を通して実施している「旅行者アンケート」にて、来訪理由や訪問場所についての項目を設置。
メディア取材回数(フィルムコミッション実績)	伊勢志摩地域への関心度を把握するため	実際に問い合わせがあった件数を記録。

４．戦略

（１）地域における観光を取り巻く背景

※地域経済、社会等の状況を踏まえた観光地域づくりの背景
伊勢志摩地域は、伊勢志摩国立公園が所在する地域で、年間約８００万人が参拝する伊勢神宮をはじめ多数の観光施設や名所旧跡に加え、海女文化、自然、食等の分野において高いポテンシャルを擁しており、平成２８年の伊勢志摩サミットの開催により当地域の魅力が世界に発信された。

（２）地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	強み（Strengths） ・自地域で積極的に活用できる強みは何か？ ・神宮の存在（次期式年遷宮の実施） ・豊かな自然 ・宿泊施設、観光施設が多いこと ・伊勢志摩国立公園 ・体験コンテンツが多いこと ・歴史・文化 ・食 ・サミットの開催地に選ばれた実績	弱み（Weaknesses） ・自地域で改善を必要とする弱みは何か？ ・観光資源を生かし切れていないこと ・神宮以外の魅力が伝わっていないこと ・シングル対応の宿泊施設が少ないこと ・情報発信力不足 ・二次交通の脆弱さ ・宿泊客減少（国内）
外部環境	機会（Opportunity） ・自地域にとって追い風となる要素は何か？ ・大阪・関西万博の開催 ・世界水準のナショナルパーク化としてのブランド化 ・高度情報化社会（インターネット、スマホ・タブレット等） ・国の動き（観光立国、地方創生） ・外国人観光客増加 ・パワースポットの流行	脅威（Threat） ・自地域にとって逆風となる要素は何か？ ・高齢化社会、国内人口減少 ・他観光地との競争激化 ・宿泊者数の季節変動、繁閑があること ・サミット効果の希薄化 ・観光ニーズの多様化 ・旅行形態の個人化 ・大規模地震発生の可能性

※上記に加え、ＰＥＳＴ分析等の他のマーケティング分析手法を用いて分析を行っている場合は、その内容を記入（様式自由）。

（３）ターゲット

〇第１ターゲット層
※ターゲット層については、地域だけでなく、国・地域・世代・誘客のテーマ等の顧客の属性による設定が考えられる。
（例）香港・台湾を中心とした東南アジア、３０～５０代のリピーター

欧米豪(高付加価値旅行者層・一般層)

〇選定の理由
※４．戦略（１）・（２）の分析を踏まえたターゲット層の設定であることを説明すること。
（例）他地域と比較して当該ターゲット層の来訪が著しく多く、また市場としても今後拡大傾向にあるため。
〇選定の理由
・歴史文化に対する興味が大きく、伊勢志摩の魅力が響くことが想定できるため
・滞在日数が長く、消費額が多いため

・世界のトレンドを牽引するのは欧米豪であるため
・当地域における外国人宿泊者数に占める欧米豪の割合は増加傾向であり、欧米豪からの誘客増加の大いなる可能性があるため
・高付加価値化モデル地域の１つに選定され、今後海外（主に欧米圏）に情報発信される機会が増加することが想定されるため。
・大阪・関西万博の開催をきっかけに日本に注目が集まる大きな可能性があるため
・次期式年遷宮の実施をきっかけに伊勢志摩に注目が集まる大きな可能性があるため

〇取組方針
（例）満足度調査の充実などにより再来訪意向につながる要因を分析し、分析結果に基づいてターゲット層に強力に訴求するコンテンツを磨き上げる。
・富裕者層や知的好奇心が高い層に響く伊勢志摩の魅力を発信する。
・まずは認知度を高めることをめざし、加えて、訪日してから行先を決める層の誘客を狙う。（特に関西圏）
・悠久の歴史の中で海女文化や神宮文化が紡いできた伝統とそれを包み込む伊勢志摩国立公園の魅力を伝え、歴史や文化、食の体験や体感にいざなえるよう活用していく。
・伊勢志摩地域の魅力を生かした動画の活用等によるプロモーションを実施する。

〇ターゲット層　外国人観光客（東南・東アジア）

〇選定の理由
・国別の内訳では、外国人宿泊者数における東南・東アジアの割合は７割程度を占め増加傾向にあり、重要で大きな市場であるため
・大阪・関西万博の開催をきっかけに伊勢志摩に注目が集まる大きな可能性があるため
〇取組方針
・訪日経験者が多いエリアを確実に狙う。（台湾、香港からの訪日客の８割がリピーター）
・セールスと一体となった受入支援、各種商談会等に参加する。

〇第３ターゲット層　　国内観光客（伊勢志摩の食、温泉、歴史等に関心をもつアクティブで収入に余裕がある層、女性、若者）

〇選定の理由
・伊勢志摩への関心が高い層、将来の来訪者となり得る層の目線を意識することが効果的であると考えるため
・次期式年遷宮の実施をきっかけに伊勢志摩に注目が集まる大きな可能性があるため
〇取組方針
・周遊や滞在促進につながる要因を分析し、エリアやターゲットを絞り訴求するコンテンツを磨き上げ、情報発信、プロモーションを行う。
・将来の伊勢志摩ファンを獲得するべく取り組む。

〇第４ターゲット層　　団体客（ＭＩＣＥ、大学の合宿やゼミ旅行、教育旅行）

〇　選定の理由
・団体旅行が減少する中で、宿泊施設の平日の稼働率の向上や地域内消費を拡大させるため
・若年層が参加する大学の合宿やゼミ旅行、教育旅行は、将来的に伊勢志摩地域に再訪するきっかけになると考えられるため。
〇　取組方針
・伊勢志摩サミット開催実績を生かし、伊勢志摩地域の宿泊施設のキャパシティー、ユニークベニューや助成金制度を生かした誘致を展開する。顧客に対する支援制度の拡充や、利用施設における利便性の向上に向け取り組む。
・将来の伊勢志摩ファンを獲得すべく取り組む。（次期式年遷宮を一つのフックに）

（４）観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	※他地域と明確に区別できる特徴・価値等を来訪者に伝える表現を簡潔に設定すること。 “観光立圏”伊勢志摩経済圏の活性化 ～伊勢志摩ファンの獲得へ～
②コンセプトの考え方	※地域が目指すべき姿を明確にし、そのために地域ならではの産業、伝統、食、住、風習等やそこから導き出される区域の特徴（強み、価値）を、①コンセプトにどのように反映させているかについて他地域との差別化も踏まえて記入すること。 ※（１）～（３）のデータ分析の内容を踏まえて作成したコンセプトであることを説明すること。 伊勢志摩は、戦後初の国立公園として指定された伊勢志摩国立公園が所在する地域であって、年間８百万人以上が参拝する伊勢神宮をはじめ、多数の観光施設や名所旧跡に加え、海女文化、自然、食等の分野における高いポテンシャルを有する我が国有数の観光地である。 民有地の占める割合が 96%と非常に高い伊勢志摩国立公園は、居住人口も多く、他の国立公園と一線を画した、地域の織りなす暮らしや営み、それにより育まれた自然が魅力を形成しており、生活、歴史、伝統、文化、風習、景観に深く触れることができる地である。 また、平成２８年に伊勢志摩サミットが開催されたことで、その伊勢志摩の魅力が世界に発信されたところである。 これらの高いポテンシャルを生かし魅力を発信することに加え、伊勢志摩のブランディングも行い、“伊勢志摩ファン”を増やすことにより、国内外からの周遊・滞在を促進し、観光事業の健全な発展や振興、地域の活性化を図っていく。

５．関係者が実施する観光関連事業と戦略との整合性に関する調整・仕組み作り、プロモーション

項目	概要
戦略の多様な関係者との共有 ※頻度が分かるよう記入すること。	※戦略の共有方法について記入すること （例）部会、ワーキンググループ、ＨＰ、事業報告書の説明会 【全般】 総会、理事会（年３回程度） 伊勢志摩観光企画委員会（年３回程度） 担当課長会議（年３回程度） 【インバウンド関係】 インバウンド担当者会議（年４回程度） インバウンドネットワーク意見交換会（年１回程度） 【教育旅行関係】 伊勢志摩学生団体誘致委員会（年４回程度）
	（例）ＤＭＯを中心として、地域の関連事業者を集めてコミュニーションの場を○月に１回程度設けるとともに、関連事業者に対してのコンサルティング等を実施。

様式１

	（例）活動の意義・内容・成果、ＫＰＩの達成状況や取組による地域経済・社会の変化の分析結果等を記載した事業報告書を作成し、地域の関係者に説明を行うとともに、ＨＰで公表。 総会・理事会を開催する前に、伊勢志摩地域の関係機関、関係団体、交通事業者、旅行会社などで構成する「伊勢志摩観光企画委員会」を開催し、重要な議案や計画案など協議するとともに、場合によっては各市町の担当課長を招集し、今後の事業の方向性や具体的な事業内容について話し合った。 また、インバウンド事業では、市町や関係機関、関係団体の担当者を招集し事業計画案や具体的事業内容など協議を行う「インバウンド担当者会議」を年間４回程度開催するとともに、インバウンドネットワーク会員の意見交流会を年１回程度実施している。 さらに、「伊勢志摩学生団体誘致委員会」では、誘致宣伝グループと企画立案グループの運営部会を設置し、民間事業者も含め協議を重ね事業を実施している。 観光地域づくり法人との役割分担については、DMO 法人が理事会の役員や会員であるため、日頃から情報共有を行っており、当機構では、伊勢志摩地域が一体となって官民が一丸となった取組や事業展開を意識して取り組んでいる。（具体的には、訪日外国人旅行者受入体制整備の支援、特集記事などホームページを活用した情報発信、大都市圏をターゲットとしたプロモーション事業、フイルムコミッションなど）
観光客に提供するサービスについて、維持･向上・評価する仕組みや体制の構築	（例）飲食店や宿泊施設をはじめとする地域が提供する観光サービスに係る品質保証制度を実施。 主要な観光施設において観光客向けのアンケート調査を実施することにより、サービスの評価を行っている。 外国人観光客を受け入れるにあたり必要な施設の設備や対応についてのセミナーを開催し、受入環境の向上を図った。
観光客に対する地域一体となった戦略に基づく一元的な情報発信･プロモーション	（例）ワンストップ窓口の実施、ＳＮＳを利用した効果的なプロモーションの実施。 ＷＥＢやＳＮＳを活用して、伊勢志摩地域の観光情報や特集記事などを情報発信するとともに、ホームページのアクセス数などのデータ収集と分析によりホームページの改善を行い、アクセス数のさらなる増加を図っている。 （アンケートやマーケティングにより観光客のニーズを把握し、それに適した情報を発信する。）

※各取組について、出来る限り具体的に記入すること。

様式１

６．ＫＰＩ（実績・目標）

※戦略や個別の取組を定期的に確認・改善するため、少なくとも今後３年間における明確な数値目標を記入すること。
※既に指標となりうる数値目標を設定している場合には、最大で過去３年間の実績も記入すること。

（１）必須ＫＰＩ

指標項目		2022（Ｒ４）年度	2023（Ｒ５）年度	2024（Ｒ６）年度	2025（Ｒ７）年度	2026（Ｒ８）年度	2027（Ｒ９）年度
●旅行消費額（百万円）	目標	237,500	237,500	320,800	320,800	320,800	320,800
		（－）	（－）	（－）	（－）	（－）	（－）
	実績	191,400	228,000	254,300			
		（－）	（－）	（－）			
●延べ宿泊者数（千人）	目標	4,120	4,120	4,580	4,580	4,580	4,580
		(215)	(215)	(250)	(250)	(250)	(250)
	実績	3,400	3,740	3,910			
		(11)	(68)	(79)			
●来訪者満足度（%）	目標	40.0	40.0	50	50	50	50
		（－）	（－）	（－）	（－）	（－）	（－）
	実績	46.6	44.8	45.8			
		（－）	（－）	（－）			
●リピーター率（%）※県外から伊勢志摩	目標	－	－	－	－	－	－
		（－）	（－）	（－）	（－）	（－）	（－）
	実績	73.9	86.0	85.7			
		（－）	（－）	（－）			

※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値

目標数値の設定にあたっての検討の経緯及び考え方

【検討の経緯】
※ＫＰＩとして設定する項目や年次及び目標数値に関して、その検討のプロセスや考え方を項目ごとに出来る限り具体的に記入すること。
・・・

様式１

（２）その他の目標

指標項目		2022（Ｒ４）年度	2023（Ｒ５）年度	2024（Ｒ６）年度	2025（Ｒ７）年度	2026（Ｒ８）年度	2027（Ｒ９）年度
●ＷＥＢサイトのアクセス数（件）	目標	2,500,000	2,500,000	6,000,000	6,000,000	6,000,000	6,000,000
		（－）	（－）	（－）	（－）	（－）	（－）
	実績	2,780,000	3,060,000	6,050,000			
		（－）	（－）	（－）			
●観光入込客延数（万人）	目標	2,996	2,996	3,032	3,032	3,032	3,032
		（－）	（－）	（－）	（－）	（－）	（－）
	実績	2,129	2,489	2,620			
		（－）	（－）	（－）			
●また来たい度（再来訪意向）（%）	目標	60.0	60.0	70	70	70	70
		（－）	（－）	（－）	（－）	（－）	（－）
	実績	66.5	64.3	65.8			
		（－）	（－）	（－）			

※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値
※各指標項目の単位を記入すること。

指標項目及び目標数値の設定にあたっての検討の経緯及び考え方

【検討の経緯】

※ＫＰＩとして設定する項目や年次及び目標数値に関して、その検討のプロセスや考え方を項目ごとに出来る限り具体的に記入すること。

伊勢志摩観光振興プラン(※平成 30 年度改訂。平成 31 年度から適用)に基づく取組を行う。

【設定にあたっての考え方】

●ＷＥＢサイトのアクセス数

伊勢志摩地域への関心度を把握し、各種取組の成果を測る指標として設定する。

当初は、ホームページのページビュー数を目標設定していたが、実質的なサイト訪問者数を表すセッション数を目標設定することとした。

●観光入込客延数

観光地、施設などの入場者数や来訪者数を、観光客の動態を読み解き、各種取組の成果を測り、今後の施策に生かしていくための指標として設定する。

●また来たい度（再来訪意向）

来訪者の満足度とリピーター率との比較分析により、効果的な施策立案につなげるための指標として設定する。

７．活動に係る運営費の額及び調達方法の見通し

※少なくとも今後３年間について、計画年度毎に（１）収入、（２）支出を記入すること。
※現に活動している法人にあっては、過去３年間の実績も記入すること。

様式１

（１）収入

年（年度）	総収入（円）	内訳（具体的に記入すること）
2022（Ｒ４） 年度 【実績】	201,459,724（円）	・正会員会費収入　7,300,000 円 （1 口 20,000 円×365 口） ・特別会員負担金　34,400,000 円 （伊勢市、鳥羽市、志摩市、南伊勢町等の 14 事業者の負担金の合計） ・特別事業負担金　27,594,000 円 （当機構が実施する事業ごとの負担金の合計） ・委託金収入　5,442,247 円 （三重県等からの事業受託） ・広告収入等　11,268,721 円 （宿泊予約掲載、ホームページ掲載に伴う広告収入、国補助金等） ・寄付金収入　5,430,842 円 （伊勢志摩 WAON に係る寄付金等） ・雑収入　83,403 円 （謝金等雑収入、受取利息） ・特別会計収入①　42 円 （伊勢志摩キャンペーン事業） ・特別会計収入②　6,184,056 円 （伊勢志摩学生団体誘致委員会事業） ・特別会計収入③　103,756,413 円 （伊勢志摩ジャンボ!!キャンペーン事業）
2023（Ｒ５） 年度 【実績】	123,213,208（円）	・正会員会費収入　7,400,000 円 （1 口 20,000 円×370 口） ・特別会員負担金　34,500,000 円 （伊勢市、鳥羽市、志摩市、南伊勢町等の 15 事業者の負担金の合計） ・特別事業負担金　27,594,000 円 （当機構が実施する事業ごとの負担金の合計） ・委託金収入　4,319,700 円 （三重県等からの事業受託） ・広告収入等　452,911 円 （宿泊予約掲載、ホームページ掲載に伴う広告収入、国補助金等） ・寄付金収入　5,604,149 円 （伊勢志摩 WAON に係る寄付金等） ・雑収入　98,019 円 （謝金等雑収入、受取利息） ・特別会計収入①　21 円 （伊勢志摩キャンペーン事業） ・特別会計収入②　3,420,058 円 （伊勢志摩学生団体誘致委員会事業） ・特別会計収入③　7,000,021 円 （伊勢志摩せんぐう旅博事業） ・特別会計収入④　16,560,225 円 （伊勢志摩観光型 MaaS 事業） ・特別会計収入⑤　16,264,104 円

様式１

		（高付加価値インバウンド協議会事業）
2024（Ｒ６） 年度 【実績】	133,243,872（円）	・正会員会費収入　7,480,000 円 （1 口 20,000 円×374 口） ・特別会員負担金　33,937,500 円 （伊勢市、鳥羽市、志摩市、南伊勢町等の 15 事業者の負担金の合計） ・特別事業負担金　16,400,000 円 （当機構が実施する事業ごとの負担金の合計） ・広告収入等　194,965 円 （宿泊予約掲載、ホームページ掲載に伴う広告収入、国補助金等） ・寄付金収入　5,261,463 円 （伊勢志摩 WAON に係る寄付金等） ・雑収入　73,056 円 （謝金等雑収益、受取利息） ・特別会計収入①　3,483,354 円 （伊勢志摩学生団体誘致委員会事業） ・特別会計収入②　27,730,934 円 （伊勢志摩せんぐう旅博事業） ・特別会計収入③　22,012,544 円 （伊勢志摩観光型 MaaS 事業） ・特別会計収入④　16,670,056 円 （高付加価値インバウンド事業）
2025（Ｒ７） 年度 【見込み】	148,325,000（円）	・正会員会費収入　7,000,000 円 （1 口 20,000 円×350 口） ・特別会員負担金　33,750,000 円 （伊勢市、鳥羽市、志摩市、南伊勢町等の 15 事業者の負担金の合計） ・特別事業負担金　17,900,000 円 （当機構が実施する事業ごとの負担金の合計） ・広告収入等　200,000 円 （宿泊予約掲載、ホームページ掲載に伴う広告収入、国補助金等） ・寄付金収入　4,500,000 円 （伊勢志摩 WAON に係る寄付金等） ・雑収入　1,000 円 （謝金等雑収入、受取利息） ・特別会計収入①　3,481,000 円 （伊勢志摩学生団体誘致委員会事業） ・特別会計収入②　24,991,000 円 （いせしませんぐう旅事業） 旧伊勢志摩せんぐう旅博事業※令和 7 年度より改称 ・特別会計収入③　22,001,000 円 （伊勢志摩観光型 MaaS 事業） ・特別会計収入④　34,501,000 円 （高付加価値インバウンド事業）
2026（Ｒ８） 年度	148,325,000（円）	・正会員会費収入　7,000,000 円 （1 口 20,000 円×350 口） ・特別会員負担金　33,750,000 円

様式１

【見込み】		（伊勢市、鳥羽市、志摩市、南伊勢町等の 15 事業者の負担金の合計） ・特別事業負担金　17,900,000 円 （当機構が実施する事業ごとの負担金の合計） ・広告収入等　200,000 円 （宿泊予約掲載、ホームページ掲載に伴う広告収入、国補助金等） ・寄付金収入　4,500,000 円 （伊勢志摩 WAON に係る寄付金等） ・雑収入　1,000 円 （謝金等雑収入、受取利息） ・特別会計収入①　3,481,000 円 （伊勢志摩学生団体誘致委員会事業） ・特別会計収入②　24,991,000 円 （いせしませんぐう旅事業） 旧伊勢志摩せんぐう旅博事業※令和 7 年度より改称 ・特別会計収入③　22,001,000 円 （伊勢志摩観光型 MaaS 事業） ・特別会計収入④　34,501,000 円 （高付加価値インバウンド事業）
2027（Ｒ９） 年度 【見込み】	148,325,000（円）	・正会員会費収入　7,000,000 円 （1 口 20,000 円×350 口） ・特別会員負担金　33,750,000 円 （伊勢市、鳥羽市、志摩市、南伊勢町等の 15 事業者の負担金の合計） ・特別事業負担金　17,900,000 円 （当機構が実施する事業ごとの負担金の合計） ・広告収入等　200,000 円 （宿泊予約掲載、ホームページ掲載に伴う広告収入、国補助金等） ・寄付金収入　4,500,000 円 （伊勢志摩 WAON に係る寄付金等） ・雑収入　1,000 円 （謝金等雑収入、受取利息） ・特別会計収入①　3,481,000 円 （伊勢志摩学生団体誘致委員会事業） ・特別会計収入②　24,991,000 円 （いせしませんぐう旅事業） 旧伊勢志摩せんぐう旅博事業※令和 7 年度より改称 ・特別会計収入③　22,001,000 円 （伊勢志摩観光型 MaaS 事業） ・特別会計収入④　34,501,000 円 （高付加価値インバウンド事業）

（２）支出

年（年度）	総支出	内訳（具体的に記入すること）
2022（Ｒ４） 年度 【実績】	188,404,464（円）	・観光情報の発信事業　7,694,064 円 （インターネット、メディア、パンフレットによる情報発信） ・観光客誘致促進及び受入体制整備事業　31,137,894 円

様式１

		（情報発信プロモーション事業、インバウンド推進事業など） ・伊勢志摩フィルムコミッション事業　2,308,775 円 ・その他の事業　190,430 円 （アンケート調査とセミナー） ・一般管理費　35,640,390 円 （人件費、旅費、通信運搬費等々） ・特別会計事業①　5,973,116 円 （伊勢志摩学生団体誘致委員会事業） ・特別会計事業②　105,459,795 円 （伊勢志摩ジャンボ!!キャンペーン事業）
2023（Ｒ５） 年度 【実績】	127,067,732（円）	・観光情報の発信事業　4,627,154 円 （インターネット、メディア、パンフレットによる情報発信） ・観光客誘致促進及び受入体制の整備事業　27,880,390 円 （情報発信プロモーション事業、インバウンド推進事業など） ・伊勢志摩フィルムコミッション事業　2,257,979 円 ・その他の事業　381,353 円 （アンケート調査） ・一般管理費　38,262,600 円 （人件費、旅費、通信運搬費等々） ・特別会計事業①　0 円 （伊勢志摩キャンペーン事業） ・特別会計事業②　3,048,584 円 （伊勢志摩学生団体誘致委員会事業） ・特別会計事業③　8,651,588 円 （伊勢志摩せんぐう旅博企画準備事業） ・特別会計事業④　17,647,680 円 （伊勢志摩観光型 MaaS 事業） ・特別会計事業⑤　24,310,404 円 （高付加価値インバウンド協議会事業）
2024（Ｒ６） 年度 【実績】	141,241,200（円）	・観光情報の発信事業　3,861,419 円 （インターネット、メディア、パンフレットによる情報発信） ・観光客誘致促進及び受入体制の整備事業　18,976,448 円 （情報発信プロモーション事業、インバウンド推進事業など） ・伊勢志摩フィルムコミッション事業　858,293 円 ・その他の事業　265,180 円 （アンケート調査） ・一般管理費　37,493,006 円 （人件費、旅費、通信運搬費等々） ・特別会計事業①　5,080,008 円 （伊勢志摩学生団体誘致委員会事業） ・特別会計事業②　28,230,383 円 （伊勢志摩せんぐう旅博事業） ・特別会計事業③　22,547,639 円 （伊勢志摩観光型 MaaS 事業）

様式１

		・特別会計事業④ 23,788,596 円 （高付加価値インバウンド協議会事業）
2025（Ｒ７） 年度 【見込み】	165,015,145（円）	・観光情報の発信事業 4,441,000 円 （インターネット、メディア、パンフレットによる情報発信） ・観光客誘致促進及び受入体制の整備事業 21,599,000 円 （情報発信プロモーション事業、インバウンド推進事業など） ・伊勢志摩フィルムコミッション事業 3,690,000 円 ・その他の事業 455,000 円 （アンケート調査） ・一般管理費 38,118,000 円 （人件費、旅費、通信運搬費等々） ・特別会計事業① 6,930,690 円 （伊勢志摩学生団体誘致委員会事業） ・特別会計事業② 29,840,005 円 （いせしませんぐう旅事業） ・特別会計事業③ 25,321,450 円 （伊勢志摩観光型 MaaS 事業） ・特別会計事業④ 34,620,000 円 （高付加価値インバウンド事業）
2026（Ｒ８） 年度 【見込み】	165,015,145（円）	・観光情報の発信事業 4,441,000 円 （インターネット、メディア、パンフレットによる情報発信） ・観光客誘致促進及び受入体制の整備事業 21,599,000 円 （情報発信プロモーション事業、インバウンド推進事業など） ・伊勢志摩フィルムコミッション事業 3,690,000 円 ・その他の事業 455,000 円 （アンケート調査） ・一般管理費 38,118,000 円 （人件費、旅費、通信運搬費等々） ・特別会計事業① 6,930,690 円 （伊勢志摩学生団体誘致委員会事業） ・特別会計事業② 29,840,005 円 （いせしませんぐう旅事業） ・特別会計事業③ 25,321,450 円 （伊勢志摩観光型 MaaS 事業） ・特別会計事業④ 34,620,000 円 （高付加価値インバウンド事業）
2027（Ｒ９） 年度 【見込み】	165,015,145（円）	・観光情報の発信事業 4,441,000 円 （インターネット、メディア、パンフレットによる情報発信） ・観光客誘致促進及び受入体制の整備事業 21,599,000 円 （情報発信プロモーション事業、インバウンド推進事業など） ・伊勢志摩フィルムコミッション事業 3,690,000 円 ・その他の事業 455,000 円 （アンケート調査） ・一般管理費 38,118,000 円

		（人件費、旅費、通信運搬費等々） ・特別会計事業①　6,930,690 円 （伊勢志摩学生団体誘致委員会事業） ・特別会計事業②　29,840,005 円 （いせしませんぐう旅事業） ・特別会計事業③　25,321,450 円 （伊勢志摩観光型 MaaS 事業） ・特別会計事業④　34,620,000 円 （高付加価値インバウンド事業）

（３）自律的･継続的な活動に向けた運営資金確保の取組･方針

区域を構成する地方公共団体における宿泊税の導入、着地型旅行商品の造成･販売等の取組･方針を記載

自立的・継続的に活動するための安定的な運営資金については、現時点では、県、市町、各団体からの負担金、会員からの会費等による。今後は、地域連携ＤＭＯとして、会員拡大による会費増に加え、委託料、ホームページを活用した収入等、他の自主財源の獲得も図るなど、資金確保に努め、継続的な運営に向けて取り組んでいく。

８．観光地域づくり法人形成・確立に対する関係都道府県・市町村の意見

※設定対象区域の都道府県及び市町村が、本法人を当該都道府県・市町村における観光地域づくり法人として認める旨を含む意見を記入すること。
（例）〇〇都道府県、××市町村は、△△法人を当該都道府県及び市町村における（広域連携ＤＭＯ･地域連携ＤＭＯ･地域ＤＭＯ）として登録したいので△△法人とともに申請します。

伊勢志摩観光振興プランを策定する際に、伊勢市、鳥羽市、志摩市、玉城町、度会町、南伊勢町は、公益社団法人伊勢志摩観光コンベンション機構が当該地域における地域連携ＤＭＯの登録法人となるべく申請することを適当と認める。

９．マネジメント・マーケティング対象区域が他の地域連携ＤＭＯ（県単位以外）や地域ＤＭＯと重複する場合の役割分担について（※重複しない場合は記載不要）

【他の地域連携 DMO や地域 DMO との間で、重複区域に関する連携や役割分担等について協議を行っているか】

当機構とエリアが重複する地域 DMO である、（公社）伊勢市観光協会や（一社）相差海女文化運営協議会、（一社）鳥羽市観光協会、（一社）志摩市観光協会については、当機構の会員組織であり、日頃から意見交換を行える状況にある。また、それぞれの地域 DMO（(一社）相差海女文化運営協議会に

ついては、関係の深い鳥羽商工会議所）は、年３回当機構の企画や戦略、運営等について協議する観光企画委員会の委員も担っており、各取組の情報共有や意見交換を実施している。
【区域が重複する背景】
　各地域 DMO については、地域ごとの役割分担があり役割が重複することはない。行政区や地区が違うため地域ごとの役割を担う必要がある一方で、古くから神宮の杜に代表される杜の文化と、入り組んだリアス海岸に代表される豊かな海文化で知られる伊勢志摩国立公園を持つ「伊勢志摩」としてブランド形成を図っており、伊勢志摩エリアとして日本人観光客はもちろん外国人観光客からも選ばれる観光地づくりを当機構が担い、伊勢志摩エリアとしての観光客獲得や消費拡大を目指している。
【重複区域における、それぞれの役割分担について】
　上記のとおり
【前述の役割分担等によって、効率的、効果的な活動の遂行が期待できるか】
　前述のとおり、令和１５年に予定されている第６３回神宮式年遷宮に向けた日本人観光客をメインターゲットに見据えた「いせしませんぐう旅事業」や、地方における高付加価値なインバウンド観光地づくり事業など、行政区や地域をこえて伊勢志摩エリア広域で取り組む事業については、地域 DMO では実施することができず、地域連携 DMO である当機構の存在意義であり、伊勢志摩地域一体となった連携強化にも役立っている。

１０．記入担当者連絡先

担当者氏名	北橋　亜由那
担当部署名（役職）	統括チーフ
郵便番号	〒５１９－０６０９
所在地	三重県伊勢市二見町茶屋１１１－１
電話番号（直通）	０５９６－４４－０８００
ＦＡＸ番号	０５９６－４２－２９２９
Ｅ－ｍａｉｌ	Kitahashi.a@iseshima-kanko.jp

１１．関係する都道府県・市町村担当者連絡先

都道府県･市町村名	三重県
担当者氏名	溝田　寧々
担当部署名（役職）	観光部観光振興課（主事）
郵便番号	〒５１４－８５７０
所在地	三重県津市広明町１３番地
電話番号（直通）	０５９－２２４－２３４２
ＦＡＸ番号	０５９－２２４－２８０１

Ｅ－ｍａｉｌ	kankomi@pref.mie.lg.jp

都道府県･市町村名	伊勢市
担当者氏名	吉居　寛典
担当部署名（役職）	産業観光部観光誘客課（課長）
郵便番号	〒５１６－８６０１
所在地	三重県伊勢市岩渕１丁目７番２９号
電話番号（直通）	０５９６－２１－５５６５
ＦＡＸ番号	０５９６－２１－５６５１
Ｅ－ｍａｉｌ	kanko@city.ise.mie.jp

都道府県･市町村名	鳥羽市
担当者氏名	松川　亮
担当部署名（役職）	観光商工課（課長補佐）
郵便番号	〒５１７－００１１
所在地	三重県鳥羽市鳥羽三丁目１番１号
電話番号（直通）	０５９９－２５－１１５５
ＦＡＸ番号	０５９９－２５－１１５９
Ｅ－ｍａｉｌ	kanko@city.toba.lg.jp

都道府県･市町村名	志摩市
担当者氏名	谷水　貴志
担当部署名（役職）	産業経済部観光プロモーション課（観光戦略課長補佐兼観光戦略係長）
郵便番号	〒５１７－０５９２
所在地	三重県志摩市阿児町鵜方３０９８番地２２
電話番号（直通）	０５９９－４４－０００５
ＦＡＸ番号	０５９９－４４－５２６２
Ｅ－ｍａｉｌ	kanko@city.shima.mie.jp

都道府県･市町村名	南伊勢町
担当者氏名	宿　敬正
担当部署名（役職）	観光商工課（係長）
郵便番号	〒５１６－１４９２
所在地	三重県度会郡南伊勢町神前浦１５番地
電話番号（直通）	０５９６－７７－０００３
ＦＡＸ番号	０５９６－７６－０２７９
Ｅ－ｍａｉｌ	kankoshoko@town.minamiise.lg.jp

様式１

都道府県･市町村名	玉城町
担当者氏名	江島　知樹
担当部署名（役職）	産業振興課（主事）
郵便番号	〒５１９－０４９５
所在地	三重県度会郡玉城町田丸１１４－２
電話番号（直通）	０５９６－５８－８２０４
ＦＡＸ番号	０５９６－５８－４４９４
Ｅ－ｍａｉｌ	t-make@town.tamaki.lg.jp

都道府県･市町村名	度会町
担当者氏名	奥　健太
担当部署名（役職）	産業振興課（主事）
郵便番号	〒５１６－２１９５
所在地	三重県度会郡度会町棚橋１２１５－１
電話番号（直通）	０５９６－６２－２４１６
ＦＡＸ番号	０５９６－６２－１１３８
Ｅ－ｍａｉｌ	shinko@town.watarai.lg.jp

（登録）【地域連携DMO】公益社団法人 伊勢志摩観光コンベンション機構

様式２

記入日： 令和7年7月24日

基礎情報

【マネジメント・マーケティング対象とする区域】
三重県伊勢市、鳥羽市、志摩市、南伊勢町、玉城町、度会町
【設立時期】 平成6年3月25日
【設立経緯】
区域に観光協会があるが、役割分担等をした上でDMO新設
【代表者】 橋爪　政吉
【マーケティング責任者（CMO）】 須﨑　充博
【財務責任者（CFO）】 須﨑　充博
【職員数】 １５人（専務理事1名、職員1名、契約職員2名、派遣職員等11名）
【主な収入】
会費7,480千円、自治体等負担金50,338千円、委託金0円、
寄付金5,261,463円、特別会計事業69,896,888円（令和6年度決算）
【総支出】
事業費　103,607,966円 一般管理費　37,493,006円 （令和6年度決算）
【連携する主な事業者】
区域内の地方自治体、観光協会、商工団体等

KPI（実績・目標）

※（　）内は外国人に関するもの。

項目		2022（R4）年	2023（R5）年	2024（R6）年	2025（R7）年	2026（R8）年	2027（R9）年
旅行消費額（百万円）	目標	237,500（—）	237,500（—）	320,800（—）	320,800（—）	320,800（—）	320,800（—）
	実績	191,400（—）	228,000（—）	254,300（—）	—（—）	—（—）	—（—）
延べ宿泊者数（千人）	目標	4,120（215）	4,120（215）	4,580（250）	4,580（250）	4,580（250）	4,580（250）
	実績	3,400（11）	3,740（68）	3,910（79）	—（—）	—（—）	—（—）
来訪者満足度（%）	目標	40（—）	40（—）	50（—）	50（—）	50（—）	50（—）
	実績	46.6（—）	44.8（—）	45.8（—）	—（—）	—（—）	—（—）
リピーター率（%）	目標	—（—）	—（—）	—（—）	—（—）	—（—）	—（—）
	実績	73.9（—）	86.0（—）	85.7（—）	—（—）	—（—）	—（—）

戦略

【主なターゲット】
外国人観光客（欧米豪、東南・東アジア）
国内観光客（伊勢志摩の食、温泉、歴史等に関心を持つアクティブで収入に余裕のある層等）
【ターゲットの誘客に向けた取組方針】
・富裕者層や知的好奇心が高い層に響く伊勢志摩の魅力を発信する。
・ますは認知度を高め、加えて、訪日してから行先を決める層の誘客を狙う。
・神宮・食・海女文化・伊勢志摩国立公園の活用
【観光地域づくりのコンセプト】
“観光立圏”伊勢志摩経済圏の活性化

具体的な取組

【観光資源の磨き上げ】
・旅行者アンケートを実施し、そのデータを地域の事業者に公表することにより、事業内容改善への活用を図っている。

【受入環境整備】
・訪日外国人受入支援事業
・観光産業及び観光文化の振興と人材の育成に関する事業

【情報発信・プロモーション】
・インターネット、パンフレット、メディア等による情報発信

【その他】
・伊勢志摩エリア内の周遊促進及び消費拡大を図るため、デジタルスタンプラリーを開催した。