

観光地域づくり法人形成・確立計画

記入日:令和 6年 7月 31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○で囲むこと	広域連携DMO・ <u>地域連携DMO</u> ・地域DMO	
観光地域づくり法人の名称	(一社)東紀州地域振興公社	
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 三重県熊野市、尾鷲市、紀北町、御浜町、紀宝町	
所在地	三重県熊野市井戸町 371	
設立時期	平成 19 年4月 東紀州観光まちづくり公社(任意団体)として設立 平成 25 年4月 東紀州地域振興公社に名称変更 令和2年4月1日 「一般社団法人東紀州地域振興公社」設立	
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	13 人【常勤 12 人(派遣等 12 人)、非常勤1人】	
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)	(氏名) 河上 敢二 (出身組織名) 熊野市	本法人の代表を務めており熊野市長の任にある。東紀州地域一体での観光客誘致に向け、近隣各市町長とともに広域観光政策を展開している。
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)	(氏名) 濱口 圭「専従」 (出身組織名) 熊野市	事務局次長として勤務。旅行者の動態調査等を通じて観光マーケティング戦略構築に取り組んでおり、効果的なプロモーション等を通じて本地域への誘客を図っている。
財務責任者(CFO:チーフ・フィナンシャル・オフィサー)	(氏名) 大和 伸也「専従」 (出身組織名) 三重県	総務課長として勤務。持続可能な運営のため、運営収支や財源確保に関する検討・実践を鋭意図っている。

<p>連携する地方公共団体の担当部署名及び役割</p>	<p>尾鷲市商工観光課、政策調整課 熊野市商工・観光スポーツ課、市長公室 紀北町商工観光課、企画課 御浜町企画課 紀宝町企画調整課、産業振興課 三重県地域連携・交通部南部地域振興局、観光部 他(全般)</p>
<p>連携する事業者名及び役割</p>	<p><広域での連携> 一般財団法人関西観光本部、一般社団法人中央日本総合観光機構 <県内での連携> 公益社団法人三重県観光連盟 公益社団法人伊勢志摩観光コンベンション機構 一般社団法人明和観光商社 <紀伊半島エリアでの連携> 一般社団法人田辺市熊野ツーリズムビューロー 一般社団法人那智勝浦観光機構 和歌山県観光振興課、観光交流課 一般財団法人奈良県ビジターズビューロー <地域内での連携> 【東紀州地域観光DMO事業推進協議会への参画団体】 ・観光協会等(観光情報の提供、旅行商品の造成・販売): 協同組合尾鷲観光物産協会、熊野市観光協会、有限会社熊野市観光公社、 一般社団法人紀北町観光協会、NPO 法人熊野古道自然・歴史・文化ネットワーク、 一般社団法人ツーリズムみはま ・商工会議所・商工会(商工業の振興): 尾鷲商工会議所、熊野商工会議所、みえ熊野古道商工会、紀宝町商工会 ・宿組合(受入環境整備): 古里観光協会、尾鷲環境衛生旅館組合、くまの宿組合 ・交通事業者(二次交通等のアクセス改善): 東海旅客鉄道株式会社、三重交通株式会社 ・観光集客施設等(観光・産業情報の提供): ギョルメクラブ事業協同組合、一般社団法人みえ熊野古道 JAPAN、 一般財団法人熊野市ふるさと振興公社、尾鷲物産株式会社、株式会社デアルク、 NPO 法人有馬の村、パーク七里御浜株式会社、有限会社楽らく</p>
<p>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</p>	<p>【該当する登録要件】② (概要) 多様な関係者と合意形成を図り、地域が一体となって観光地域づくりを進めるため、令和2年度に三重県、地域自治体及び地域内の観光関連団体・事業者(観光協会、商工会議所、商工会、宿組合、交通事業者、観光集客施設等)で構成する「東紀州地域観光DMO事業推進協議会」(以下「協議会」)を設立。 協議会は、当公社が主体となり運営し、東紀州地域観光推進計画(以下「観光推進計画」)の策定及び進捗管理、公社事業に係る情報提供及び意見集約、構成団体及地域内での取組の情報共有及び調整等、当地域の観光地域づくりのあり方等について合意形成を図る役割を担っている。 2年度は3回開催(うち2回は書面決議)し、DMO事業の説明、報告及び意見交換、構成団体の取組に関する情報共有、観光推進計画策定に向けた協議等を行った。 3年度は3回開催し、観光推進計画の策定及び改訂を行った。観光推進計画の計画期間は令和3～6年度までで毎年度末に更新予定。計画の実施については、施策ごとに観光関係団体が行うが、共通した取組は地域全体で実施している。地域全体の観光振興のあり方や具体的な取組を当公社が主体となり、地域の観光に携わるすべての者と連</p>

	<p>携・協力し、役割分担の上で計画的に進めることで、東紀州地域の観光資源が持つ潜在価値を最大限生かし、交流人口の拡大と地域経済の活性化に結び付ける。</p> <p>4年度は3回開催し、前年度の事業報告や、観光推進計画に基づく「施策・取組」の進捗確認、事業進捗状況の情報共有及び意見交換、5年度事業の検討及び観光推進計画の再改訂に向けた協議等を行った。</p> <p>5年度は3回開催し、前年度の事業報告や、観光推進計画に基づく「施策・取組」の進捗確認、事業進捗状況の情報共有及び意見交換、6年度事業の検討について協議。また、外部団体にオブザーバーとして参加してもらい観光推進計画の次年度の改定に向けた体制の協議、合意形成等を図った。</p> <p>また、協議会内部に、県と東紀州地域5市町及び公社の観光担当者による「観光事業調整部会」を設け、観光施策の情報共有及び調整、各自治体が計画している熊野古道道標整備の共通化等に向けた調整などを行った。3年度は2回、4年度は5回、5年度は2回、6年度は1回(令和6年7月現在)開催。</p> <p>さらに、個別テーマの協議会として「伊勢路アルベルグ協議会」「東紀州サイクリング活用推進協議会」を設置し、情報や地域課題の共有及び連携強化を図った。5年度は伊勢路アルベルグ協議会を1回、東紀州サイクリング活用推進協議会を3回開催した。</p>
<p>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</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1 セミナー受講促進 市町民対象に、東紀州地域の主要な観光コンテンツである熊野古道等に関するセミナーを各市町等が実施しており、地域連携 DMO である当公社も各市町と共にセミナーの機会を設けるよう働きかけている。 2 熊野古道サポーターズクラブ 世界遺産熊野古道伊勢路を守り伝える活動を応援し、地域住民が多く参画するボランティア組織「熊野古道サポーターズクラブ」と協働で熊野古道の保全活動を行っている。 3 東紀州観光マーケティングオンライン研修会(2年度) 計4回実施 ・3年1月 29 日「観光マーケティング概論・観光への活用」参加者:25 名 ・3年2月 10 日「観光マーケティングにおける調査手法」参加者:19 名 ・3年2月 26 日「観光マーケティングにおける分析の基礎」参加者:20 名 ・3年3月5日「観光マーケティングにおける分析の応用」参加者:15 名 引き続き、魅力的な観光地域づくりを地域の住民、団体等が考えるきっかけとなる機会を日常的に提供し、意識醸成を図る。 4 観光の受入環境向上に向けたホスピタリティ研修会(3年度) 1回実施 ・3年 11 月 11 日「おもてなしブラッシュアップ研修会」参加者:25 人 宿泊施設をはじめ観光、商工団体・事業者などが幅広く参加し啓発に努めた。 5 住民満足度調査 (令和3年度～) 「東紀州地域の観光地域づくりに関する意識調査」を実施。 ・回答方法 各市町広報等に掲載の二次元コードから WEB 上の専用フォームにて回答 <ul style="list-style-type: none"> <3年度> ・調査期間 4年3月1日～20 日 ・回答数 123 件 <4年度> ・調査期間 4年12月1日～30 日 ・回答数 101 件 <5年度> ・調査期間 5年 11 月1日～30日 ・回答数 77 件 6 観光庁の事業を活用したインバウンド対応研修会(4年度) 3回実施 ・4年9月7日「地域の観光人材のインバウンド対応能力強化研修会」参加者:26 人

・5年2月8、14日「地域の魅力発信の強化や周遊の促進に向けた研修」参加者:17人、20人
 インバウンド対応に興味があるガイドや語り部、観光案内所、道の駅、宿泊施設、お土産屋、飲食店等で働いている方などを対象に幅広い参加があった。

7 体験教育旅行に係る受入環境整備研修会(4年度)
 ・4年10月27日 参加者:22人
 体験教育旅行の受入に向けて、宿泊施設や体験事業者、観光案内所、お土産販売事業者等などを対象に幅広い参加があった。

8 東紀州地域観光ガイド整備事業(5年度)
 ・養成研修 全6回(講義3回、現地研修3回) 参加者:24人
 ・登録試験(知識・実技)を行い、東紀州地域観光ガイドとして13人登録。
 地域住民等を対象に幅広い参加があった。

9 三重県から受託した伊勢路アルベルゲ協議会受入環境整備研修会(5年度)
 ・6年1月22日 セミナー 参加者:24名
 ・6年2月6、7、8日 ワークショップ 参加者:延べ21名
 外国人観光客の受入対応や観光情報の提供に向け、熊野古道沿いの宿泊事業者等を対象に幅広い参加があった。

法人のこれまでの活動実績

【活動の概要】

事業	実施概要
世界遺産熊野古道を生かした観光地域づくり	<p>1 熊野古道語り部の活動 熊野古道の魅力により多くの人に伝えるため、語り部を派遣した。 語り部登録:18 峠道ごとに計111人(うち英語対応28人)</p> <p>2 語り部の養成 既存登録者及び新規希望者を対象に語り部養成講座を開催した。</p> <p>3 熊野古道の保全 熊野古道の保存・保全・維持管理と、来訪者の安全・利便性の向上のため、熊野古道の保全を行う団体や東紀州5市町を対象に、企業等からの寄付金を原資とした補助金を交付した。</p> <p>4 熊野古道伊勢路にかかる魅力発信事業(3年度) 東紀州地域が旅行先として選択されるよう、絶景写真で有名なインフルエンサーが実際に東紀州地域の世界遺産や絶景を巡る様子をYouTubeやインスタグラムで発信した。</p>  <p>5 熊野古道伊勢路ウェブAR制作事業(3年度) 熊野古道伊勢路等への興味関心を促し、周遊、再訪に繋げるため、東紀州地域にゆかりの歴史・伝承の人物などを「ARで甦る東紀州八英傑～熊野古道で出逢う物語～」としてアニメキャラクター化した。二次元コードを読み込み、スマートフォン画面でAR(拡張現実)表示される。</p> <p>6 「ARで甦る東紀州八英傑～熊野古道で出逢う物語～」に係る英語対応・キャラクターボイス制作事業(4年度) 東紀州八英傑の新規ファンを獲得し、熊野古道伊勢路等の周遊、再訪に繋げるため、キャラクターボイスを制作し、セリフ表示画面で音声</p>

	<p>が再生される機能を追加するとともに、インバンド対応のため、英語表記を追加した。</p>  <p>7 熊野古道伊勢路ガイドマップ作成事業(4年度) 熊野古道伊勢路を活用した広域圏域での拠点滞在型観光を推進するため、伊勢路を連続して歩き旅ができるようガイドマップを作成した。</p> <p>8 熊野古道伊勢路ガイドブック英語版作成事業(4年度) 外国人熊野古道旅行者に熊野古道伊勢路の魅力伝えるため、ガイドブック英語版を作成した。</p> <p>9 熊野古道歩き旅人向け宿泊施設の受入環境整備事業(4年度～) 歩き旅に適した宿泊施設の受入環境整備を伊勢路沿いの主なエリアごとに進め、伊勢から熊野まで連続した歩き旅に対応できるよう、宿泊施設のネットワークを構築するとともに、歩き旅を求めるターゲットに対しプロモーションを行い、広域的な周遊観光、伊勢路における拠点滞在型観光の推進を図っている。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・協議会の開催・・・熊野古道を連続して歩く旅人が求めると考えられる情報やサービスを向上させながら提供できるよう、関係者による情報共有や意見交換等の場として、伊勢路アルベルゲ(熊野古道伊勢路歩き旅向け宿泊施設ネットワーク)協議会を開催(5年3月14日)した。 ・受入整備研修会の開催・・・5年度には、外国人観光客の受入対応や観光情報の提供に関するセミナー及びワークショップを実施した。 <p>[再掲]</p> <p>10 グーグルマップを活用した熊野古道伊勢路の情報発信(5年度) より多くのユーザーに情報が届くようグーグルマップに登録されている観光スポット情報を整理し、利便性の向上に努めた。</p>
地域資源を生かした魅力的な観光地域づくり	<p>1 新たな宿泊施設等整備促進事業(2年度) 地域内の農泊や体験メニューの実態を調査すると共に、課題解決のための専門家を派遣し、より魅力的な商品となるよう磨き上げを行った。</p> <p>2 宿泊施設等受入体制強化事業(3年度) 農家民泊等事業者や体験メニュー事業者が抱える課題を専門家派遣によって支援することで、磨き上げや満足度向上などにつなげた。</p> <p>3 体験教育旅行誘致に向けた取組(2年度～) 三重県による「南部地域体験教育旅行促進事業費補助金」の継続実施や県内小中高校等が体験教育旅行を県内で実施できるよう、3年1月28日、11月30日、4年10月20日に三重県知事に要望を行った。</p>

なお、3年度には紀北町を、4年度には尾鷲市と熊野市をそれぞれ対象に体験教育旅行の受入環境整備及び受入体制の構築や体験プログラムの磨き上げ等を行った。

また、体験教育旅行の誘致に向け、3年度には東紀州地域内の宿泊施設や体験メニューを「体験教育旅行ガイド in 三重・東紀州」として取りまとめ、公社ホームページに掲載し県内全学校へ周知するとともに、4年3月には大阪で開催の教育旅行商談会へ参加した。4年度には東紀州全体を紹介するセールスツールを作成の上、中部・西日本の体験教育旅行関連の旅行会社へのプロモーション(5年3月)を行うなど、誘致に向けて積極的なPR活動を行った。

5年度には、三重県が実施する県南部地域への教育旅行誘致に向けたモデルコースの造成、モニターツアー及び県外の旅行会社・学校へのセールスに連携して取り組んだ。

4 「拠点滞在型観光×三重」ブランディングに向けた観光資源の魅力創出モデル事業の活用(4年度～)

拠点滞在型観光を推進するため、三重県の事業を活用し、体験コンテンツの造成や磨き上げを行った。4年度には東紀州地域では県内で採択された46件のうち、当公社を含め13件の体験コンテンツが採択され、専門家による指導やモニターツアーの実施等により、より魅力的な商品となるよう磨き上げを行った。

5年度にはコンテンツの造成支援を行う三重県事業への応募に向けた書類作成の支援等を実施し、支援を実施した4件のうち、3件が採択されコンテンツを造成した。(県事業への総応募数:36件、採択数:15件、採択率:約41%)

5 東紀州地域体験コンテンツ発掘・造成支援事業(5年度)

地域の拠点滞在型観光を推進するため、選定した5事業者に対し、研修会や専門家による伴走支援(助言・指導等)を行い、8件のコンテンツを造成。モニターツアーを通じてコンテンツの磨き上げ、商品化し、OTAサイトでの販売へ繋げた。

6 サイクリング観光推進に向けた取組(3年度～)

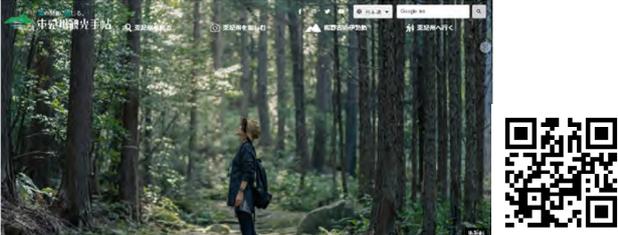
太平洋岸自転車道が令和3年5月31日にナショナルサイクルルートに指定されたことを機に、東紀州地域全体で安全な走行環境整備とサイクリング観光推進に向けた取組を進めた。

- ・要望活動…道路整備及び計画策定支援を求め、三重県知事(4年6月28日)、国土交通省(4年11月16日)へ要望を行った。
- ・検討会の設置…サイクリング観光推進に向け、紀南エリア関係団体担当者を中心に検討会を設置(10月26日)し、計3回検討を行った。
- ・WGの開催…4年度には安全・快適な自転車通行空間整備のための「自転車ネットワーク計画」策定に向けたWGを開催した。(紀北:1回、紀南:4回)
- ・協議会の開催…4年度に、東紀州でのサイクリング観光の推進と安全で快適な自転車通行区間の整備について、関係機関が緊密に連携し、必要な施策を計画的に推進するため、東紀州サイクリング活用推進協議会を設置・開催(5年3月6日)した。

5年度は3回(6月、9月、2月)開催し、サイクルツーリズムの推進事業等や、「東紀州自転車活用推進計画」について協議し、東紀州5市町が共同で推進計画を策定した。

	<p>6 サイクルツーリズム推進事業(5年度) サイクリング愛好家や一般旅行者をターゲットに当地域のサイクルツーリズムの推進に向け取組を進めた。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・県補助事業…サイクリングモデルルートを 15 コース造成し、登山や遊覧船などの体験プランとサイクリングを合わせた体験コンテンツを 2本造成するとともにツアーガイドを2名育成した。 ・市町基金事業…ルートや休憩スポット等を盛り込んだサイクリングマップ(デジタル版)を作成し、観光・グルメスポットを自転車で巡るスタンプラリー「グルりん東紀州」を実施した。また、「東紀州サイクリストにやさしい施設」制度を創設し、サイクリスト受入環境の充実に向け共に取り組む事業者を募集し宿泊施設や道の駅、観光施設、飲食店等 34 施設を認定した。 ・サイクルトレイン実証運行…JR 東海に対し、サイクルトレイン運行に向けた働きかけを行い、JR 東海初の実証運行が実現した。 <ul style="list-style-type: none"> ①専用臨時列車による運行(5年12月3日) ②定期列車による運行(6年5月11日～6月9日の土日10日間) <p>7 地域産品の高付加価値化支援(4年度～) 4年度にはバイヤーに学ぶマーケット戦略研修の開催、バイヤー招聘、ブランディング支援事業、事業者への個別訪問などを実施した。(※参加事業者:25 事業者、成約件数:13 件) 5年度には、首都圏でのテストマーケティング(12月15日～6年1月15日)を開催し、消費者の反応を踏まえ、商品のブラッシュアップや事業者の販売強化に取り組んだ。(参加者:7事業者)</p> <p>8 グーグルビジネスプロフィールを活用した観光関係事業者等の情報の充実(5年度) 三重県観光連盟が実施するデジタルマーケティング導入支援事業と連携し、飲食店、宿泊施設、道の駅、観光施設等のアクセスデータの分析を行っている。</p>
受入環境整備による快適な観光地域づくり	<p>1 東紀州地域受入環境整備計画作成事業(2年度) 当地域の受入環境整備を進めるため、地域内の観光関連施設における「おもてなし品質」「外国語表記、外国語対応」「フリーWi-Fi」「キャッシュレス決済」「観光防災」等について整備・実施状況の調査を行い、その結果をもとに東紀州地域受入環境整備計画の作成を行った。</p> <p>2 観光関連施設おもてなし向上事業(2年度) 「アフターコロナ」、「ウィズコロナ」を踏まえ、旅行者に安心・満足していただけるおもてなし(コロナ対策、インバウンド対策など)向上や、施設が持つ課題解決のため、宿泊施設や道の駅などを対象に、専門家を派遣して個別指導を実施した。</p> <p>3 宿泊施設のおもてなし向上取組(3年度～) 宿泊施設におけるおもてなし品質向上のため、利用者アンケートやセルフチェックを通じた課題整理、現地調査、専門家による改善提案を行った。 <ul style="list-style-type: none"> ・3年度 25施設対象 ・4年度 25施設対象(3年度からの継続:10施設、新規15施設) </p> <p>4 東紀州地域観光ガイド養成事業(4年度) 熊野古道だけでなく広く東紀州エリアの観光資源をガイドできる人材を養成し、観光商品化を目指す取組を交通・旅行事業者と連携して実施している。4年度は紀南エリアを対象に実施。 <ul style="list-style-type: none"> ・ガイド養成研修会 計2回 講座・修了テスト 8月26日 </p>

		<p>現地研修 9月3日 計14人参加・修了 ・周遊ツアー 計40回予定 12月1日～5年2月8日</p> <p>5 Google Map ストリートビュー研修会(4年度) スマホを活用した Google ストリートビューの投稿方法や効果的な情報発信について研修会を開催した。 ・7月13日 県・市町、観光関連団体など計14人参加</p> <p>6 観光防災セミナー開催(4年度) 安全・安心な観光地域づくりに向け、県観光局、紀南・紀北地域活性化局と共同で、観光防災に係る地域での意識を高めることを目的としたセミナーを開催(5年1月12、13日)した。 ・5年1月12日(行政・観光関連団体対象) 参加者28名 ・5年1月13日(観光事業者対象) 参加者:20名</p> <p>7 東紀州地域映像・音声ガイド整備事業(5年度) 歴史や文化等の魅力を手軽に触れる機会を創出し来訪者の満足度を高めるため、熊野古道の中でも人気の2つの峠「馬越峠」(12 スポット)と「松本峠」(11 スポット)について、スマートフォン等で手軽に視聴できる音声ガイドを、英語にも対応して整備した。</p>  <p>8 東紀州地域観光ガイド整備事業(5年度)【再掲】 熊野古道だけでなく、広く東紀州地域の観光資源をガイドできる人材を養成する研修会(講義・現地研修)を実施し、登録試験を経て東紀州地域観光ガイドとして13名を登録した。</p>
<p>マーケティングによる効果的な戦略に基づく観光地域づくり</p>		<p>1 東紀州地域観光マーケティング調査・分析【観光マーケティング調査】事業(2年度) 今後の戦略策定や当該地域への誘客促進のためのデータを得ることを目的とし、国内外からの観光客を対象に調査・分析を実施した。</p> <p>2 東紀州地域観光マーケティング調査・分析【熊野古道客実態調査】事業(2年度) データ等に基づいた観光戦略を策定するため、東紀州地域内の熊野古道伊勢路を利用した観光客に対し、ヒアリング調査を行い、熊野古道客の属性(居住地・移動経路・消費額等)・満足度などの分析を実施した。</p> <p>3 東紀州地域マーケティング調査・分析事業(3年度～) 東紀州地域を訪れる観光客の全体像を把握し、受入環境整備、効果的な情報発信、周遊性の向上等に繋げるため、東紀州地域来訪者(熊野古道来訪客・観光施設等利用者・宿泊施設利用者)を対象に二次元コードを用いた Web 上でのアンケート調査を行い、訪問目的や居住地、改善点等の分析を行っている。</p> <p><熊野古道来訪者調査> ・3年度 10月1日～4年2月27日、回答数484件 ・4年度 8月1日～5年2月28日、回答数519件 ・5年度 4月1日～6年2月29日、回答数873件</p>

		<p><観光施設等来訪者調査></p> <ul style="list-style-type: none"> ・3年度 10月1日～翌年2月27日、回答数 1,901 件 ・4年度 8月1日～5年2月 28 日、回答数 1,430 件 ・5年度 4月1日～6年2月29日、回答数1,069件 <p><宿泊施設利用者調査></p> <ul style="list-style-type: none"> ・3年度 10月1日～11月30日、回答数651件 ・4年度 7月1日～9月 30 日、回答数 1,059 件 <p>4 東紀州地域観光マーケティングにかかるデータ収集・分析(3年度) 東紀州地域で観光施策を進めるにあたって、必要なデータを公的統計や類似調査事例などから収集・整理するとともに、東紀州地域観光推進計画における現状・課題の再整理を行った。</p> <p>5 東紀州観光マーケティングオンライン研修会事業(2年度) データに基づいた戦略立案を行う専門人材の育成を目指して、観光マーケティングに関する知識の蓄積を目的とした研修会を開催した。</p> <p>6 観光地域づくりに関する住民意識調査(3年度～)【再掲】 東紀州地域在住の方を対象に、観光地域づくりに対する考えなどを把握し、今後の観光施策に生かすための調査を実施した。 各市町広報等掲載の二次元コードから WEB 上の専用フォームにて回答する方法により実施。</p> <p><3年度></p> <ul style="list-style-type: none"> ・調査期間 4年3月1日～20 日、回答数 123 件 <p><4年度></p> <ul style="list-style-type: none"> ・調査期間 4年12月1日～30 日、回答数 101 件 <p><5年度></p> <ul style="list-style-type: none"> ・調査期間 5年11月1日～30日、回答数77件 <p>7 デジタルマーケティング導入支援事業(4年度～) 三重県観光連盟と連携し、デジタルマーケティング導入支援事業に取り組んでいる。 専門家の指導の下、飲食店、宿泊施設、道の駅、観光施設等の事業者がGoogleマップ上の個店情報の登録、アクセスデータ、施設情報の更新などが可能となるよう支援を行っている。 ※参加事業者:32 事業者</p>
	<p>効果的なプロモーションと広域連携による観光地域づくり</p>	<p>1 (一社)東紀州地域振興公社ウェブサイト再構築事業(2年度) 2市3町にわたる東紀州地域の観光情報を一元的に発信するため、これまで地域の共通の観光資源である世界遺産熊野古道に特化していたホームページを、熊野古道に加え地域全体の観光情報(見る、泊まる、食べる、体験する、アクセスなど)を盛り込んだ多言語対応のホームページへの再構築を行った。</p> <p>2 (一社)東紀州地域振興公社ウェブサイト再改修事業(4年度) 国内外の観光客が求める情報をより入手しやすいよう、モバイル版対応にシフトするとともに、情報の更新や管理が独自に容易にできる改修を行った。また、「総合観光パンフレット」と連動した特集記事の掲載(13件作成)、多言語対応等、情報発信機能の向上を図った。</p> 

3 東紀州地域情報発信誘客事業(2年度～)

当公社公式 Instagram、X(旧 Twitter)にて、東紀州地域のおすすめ観光地、飲食店、特産品などの情報発信を行っている。

※Instagram:フォロワー2,698人/発信数204件

X(旧 Twitter):フォロワー2,484人/発信数1.8万件

4 大都市圏等向け情報発信強化事業(2年度～)

新型コロナウイルス感染症拡大の影響で落ち込んだ当地域への観光需要の喚起に向け、県内及び大都市圏において、観光・物産PR等を行った。

<2年度>

・6月6、7日 東紀州へGOTOキャンペーン(津市)

・6月13、14日 同上(亀山市、松阪市)

・6月20、21日 同上(亀山市、津市)

・8月2～9日 三重県観光・物産フェア(大阪市)

・10月2～4日 三重のうまいもの市(名古屋市)

・12月4～6日 三重県フェア(京都市)

・3月6、7日 東紀州フェア(明和町)

<3年度>

・4月16～18日 三重県フェア(鈴鹿市)

・11月12～14日 三重県フェア(名古屋市)

・11月27、28日 東紀州みかん・特産品祭り(東京都)

・12月3～5日 三重県フェア(京都市)

<4年度>

・4月15～17日 三重県フェア(津市)

・6月15～19日 三重県フェア(埼玉県越谷市)

・10月27、28日 南三重ふれあいフェスタ(名古屋市)

・11月11～13日 三重県フェア(名古屋市)

・11月26～27日 東紀州みかん・特産品祭り(東京都)

・12月2～4日 三重県フェア(京都市)

<5年度>

・4月6～9日 三重県フェア(埼玉県)

・4月14～16日 三重県フェア(津市)

・7月20日 赤福氷と味めぐり(大阪府)

・9月29日～10月1日 三重県フェア(東京都)

・10月20日～11月12日 東紀州フェア in VISON(多気町)

・11月23日 東紀州特産品祭り(三重テラス)

・12月8～10日 三重県フェア(京都府)

・1月25日 #見つけた三重 in 天神橋筋商店街(大阪府)



5 国内向けプロモーション動画広告配信事業(3年度)

東紀州ならではの絶景や世界遺産が多く登場する国内向けプロモーション動画を活用し、興味関心を持つ人へ東紀州の認知拡大を図るため、YouTube 広告配信を行った。

※当動画が、5年3月16日に開催された第5回日本国際観光映像祭にて、日本部門 Tourism Destinations Region(観光誘客プロモーション、地域)分野の優秀作品賞を受賞。



6 東紀州地域広告掲出及び周遊キャンペーン事業(3年度)

熊野尾鷲道路全通を機に、東紀州地域を目的地に選んでもらうため「『道の駅』旅案内中部版」PR広告を行った。また、東紀州5市町の特産品が当たる周遊キャンペーンを行った。

7 グーグルマップへの観光情報の充実(熊野古道関係)(3年度)

グーグルマップ上での熊野古道関係の情報を充実させるため、新規スポットの登録や情報の更新手続きを行った。

8 広域観光情報の連携した発信取組(3年度～)

東紀州および熊野古道伊勢路をPRするパンフレットについて、管外の観光案内所や道の駅等で配架した。

- ・県内 22 か所
- ・和歌山県内 12 か所

9 東紀州総合観光パンフレット作成事業(4年度)

東紀州全体の観光・特産品等をPRする総合的パンフレット(日本語、英語、中国語繁体字、中国語簡体字)を新たに作成した。合わせてHPと連携させることで、より効果的な情報発信体制を構築した。



10 東紀州地域観光ポスター制作事業(4年度)

東紀州地域の地名度及びイメージの向上並びに観光客への誘客促進を図るため、パンフレットやHPと同じ世界観で、当地域の魅力を広くPRするポスターを制作した。

- ・題材…熊野古道馬越峠、象の背、オハイ、鬼ヶ城



11 ウェブサイト情報発信事業(5年度)

より多くのユーザーに観光情報が届くよう、観光庁事業を活用し、専門家より情報発信のポイントについて講座及び助言を受け、新規記事の作成や既存記事の修正など公社ウェブサイトの改善を図った。また、当ウェブサイトへのアクセス数増加を図るため、SEO対策に考慮した

	<p>情報発信についての基本講座を実施し、地域の観光スポットや飲食店などを取り上げたライターによる記事を6本公開した。</p> <p>インバウンド受入に向けた観光地域づくり</p> <p>1 台湾の旅行会社とのオンライン商談会(2、4年度) 新型コロナウイルス感染症収束後のインバウンド誘致を図るため、三重県観光局主催の台湾の旅行会社とのオンライン商談会に参加した。</p> <p>2 インバウンド商談会等への参加(5年度) 東紀州地域へのインバウンド誘客を図るため、海外の旅行会社との商談会等に参加し、地域の観光 PR を行った。 ・6月 17 日～18 日 G7三重・伊勢志摩交通大臣会合にて 魅力発信ブース「東紀州」展示出展 ・10月 26 日～28 日 VISIT JAPAN トラベル&MICEマート 2023 にて 33 社(主に欧米豪旅行会社)と 商談 ・11月 25 日 ASPIRE RETRAETにて 19 社(英国旅行会社)と 商談</p> <p>3 東紀州地域外国語表記ガイドライン作成事業(3年度) 東紀州地域を訪れる外国人観光客が安心・安全・快適に東紀州地域及び周辺地域での英語表記の共通化を図るため、英語表記に関するガイドラインを作成した。</p> <p>4 熊野古道道標等の共通化の取組(3年度～) 古道客の利便性向上のため、東紀州地域内に設置する熊野古道道標等の使用(デザイン、表示内容、英語表記等)の共通化に向けた調整を行った。</p> <p>5 プロモーション動画作成・情報発信事業(3年度～) 東紀州地域の認知度及び来訪意欲向上を図り、新型コロナ収束後の誘客に繋げるため、台湾人インフルエンサーを起用し、観光資源や体験メニューを盛り込んだ台湾に向けたプロモーション動画を制作するとともに、情報発信及び YouTube 広告を行った。</p>  <p>6 欧米豪個人旅行者を対象としたデジタルプロモーション事業(4年度) 欧米豪個人旅行者に対する東紀州地域の認知度及び来訪意欲向上を図るため、東紀州ならではの絶景や世界遺産が多く登場するプロモーション動画の YouTube 広告を行った。</p> <p>7 観光庁の事業を活用したインバウンド対応研修会(4年度)【再掲】 インバウンドの回復を見据え、観光庁の事業を活用し、外国人旅行者への対応能力向上を目的とした研修会を実施した。インバウンド対応に興味があるガイドや語り部、観光案内所、道の駅、宿泊施設、お土産、飲食店等で働いている方などを対象に幅広い参加があった。 ・地域の観光人材のインバウンド対応能力強化研修会 4年9月7日 中級、参加者:26人 ・地域の魅力発信の強化や周遊の促進に向けた研修 5年2月8日 初級、参加者:17人 5年2月14日 初級、参加者:20人</p>
--	--

8 欧米豪個人旅行者を対象とした体験コンテンツ造成事業(4年度)

熊野古道伊勢路の認知度を高め、来訪者の満足度向上を図るため、欧米豪個人旅行者向けに、東紀州の地域資源を活用し、熊野古道と組み合わせた体験コンテンツ(コンテンツ5本及び3日間モデルコース)を造成し、現地旅行会社(英・伊・西)に対して商品化を促した。

9 台湾個人旅行者を対象とした誘客促進事業(4年度)

2025年に開催される関西・大阪万博を見据え、訪日経験者が多くリピーターも多い台湾個人旅行者を対象に、関西国際空港及び中部国際空港からレンタカーを利用した東紀州周遊ルートを作成(2本)し、インフルエンサー及びメディアを活用したプロモーションを行った。

10 欧米豪個人旅行者を対象とした誘客促進事業(5年度)

旅行会社が「伊勢路」を旅行商品として取り扱いやすいよう宿泊を伴う4泊5日のモデルコースを3コース造成し、モニターツアーやアンケートを実施。ターゲットとした英・伊・米それぞれの言語の提案資料やプロモーション動画(英語)を制作し、現地旅行会社に情報発信及びオンラインセールスを行い、商品化を促した。

【情報発信、セールス】

- ・ニュースレター配信 英:122社、伊:99社、米446社、EU:1,557社(伊を除く)
- ・オンラインセールス 英:1社、伊:11社、米:2社

【プロモーション動画】



11 「インバウンドの地方誘客や消費拡大に向けた観光コンテンツ造成支援」事業【観光庁補助事業】

保全活動を体験できるプログラム等インバウンドをターゲットとした地域の文化や活動の維持に貢献する体験コンテンツを5つ造成し、旅行会社(国内:12社、海外:14社)とオンライン商談を実施した。

また、インバウンドの地方誘客・消費拡大に向け、価値観、文化、歴史的背景が異なる外国人旅行者に対応できるインバウンドガイドの育成を目的に座学(参加者:12名)と現地研修(参加者:8名)を行い、養成講座を実施した。

12 「ロングストーリーによる地域のコンテンツの連携促進に向けた実証調査事業【観光庁受託事業】

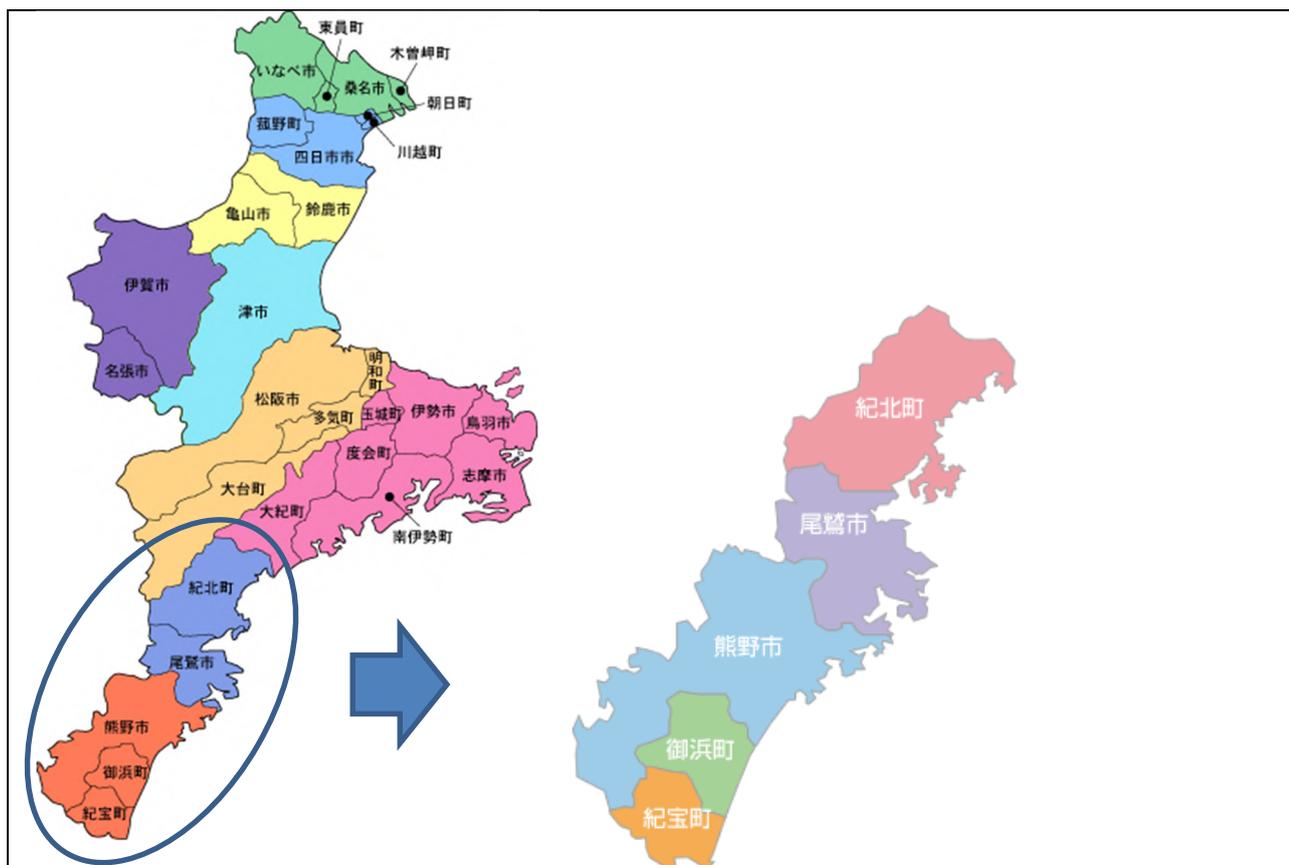
観光庁事業を活用し、伊勢から熊野三山を結ぶ巡礼の旅を体感できる12日間のツアーを作成し、行程をイメージできる絵地図(日本語・英語)を作成した。外国人モニターによるモニターツアー(招請者:延べ7名)や旅行会社・メディアから招請したFAMツアー(招請者:7名)、有識者による実地研修などを実施し地域の自然崇拝や精神文化体験の実証調査を行った。

【定量的な評価】

- ・公式ウェブサイトページビュー数: PV 423,644回
(3年3月15日(再構築日)~6年6月30日実績)
- ・公式ウェブサイト訪問者数:144,345人
(3年3月15日(再構築日)~6年6月30日実績)
- ・公式 Instagram フォロワー数:2,698人

	<p>・熊野古道伊勢路来訪者数:304,695人(5年度) ・熊野古道語り部案内件数、案内人数:468件、7,430人(5年度)</p>
<p>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)。</p>	<p>【実施体制の概要】 一般社団法人東紀州地域振興公社がDMO機能を担う。事務局を中心に、東紀州5市町、三重県、観光協会、商工会議所・商工会、観光施設運営者、宿泊業者、交通事業者等で構成する「東紀州地域観光DMO事業推進協議会」を運営する。 毎年6月に社員総会を開催するとともに、年に3回程度、「東紀州地域観光DMO事業推進協議会」を開催する。 また、協議会の内部部会として県と東紀州地域5市町および公社の観光担当者による「観光事業調整部会」を設けるとともに、適宜開催し、観光施策の情報共有及び調整を行う。 さらに、個別テーマの協議会として、「伊勢路アルベルグ協議会」「東紀州サイクリング活用推進協議会」を設置し、情報や地域課題の共有及び連携強化を図っている。</p> <p>【実施体制図】</p> <div style="text-align: center;"> <p>一般社団法人東紀州地域振興公社（登録DMO）</p> <div style="border: 1px solid black; border-radius: 15px; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;"> <p>社員 熊野市・尾鷲市・紀北町・御浜町・紀宝町・三重県 （役員：理事1名、監事1名）</p> </div> <p style="margin: 5px 0 0 0;">↓</p> <div style="border: 1px solid black; border-radius: 15px; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;"> <p>事務局（観光課・産業課・総務課）</p> </div> <p style="margin: 10px 0 0 0;">連 携</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 10px; width: fit-content; margin: 0 auto;"> <p>東紀州地域観光DMO事業推進協議会 5市町・県・観光協会・商工会議所・商工会・ 観光施設運営者・宿泊業者・交通事業者など</p> <div style="border: 1px solid black; border-radius: 15px; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;"> <p>観光事業調整部会 5市町・県・公社の観光担当者</p> </div> </div> </div>

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



【区域設定の考え方】

三重県は、大きく「北勢」「中南勢」「伊勢志摩」「伊賀」「東紀州」の5地域に大別され、東紀州地域は県南部に位置する。世界遺産熊野古道伊勢路を通じて「伊勢」と「熊野三山」とを結び、また豊かな自然と人びとの営みが作り出した豊富な観光資源が十分活用され、地域全体が一体となり連携し、役割分担の上で観光客を受け入れる体制を整えるためにも、当該市町を区域として設定するのが適切である。

【観光客の実態等】

●令和5年度は、5月に新型コロナウイルス感染症が5類に移行し、3年ほど続いた様々な制限が撤廃・緩和されたことで旅行機運が急速に高まった。当地域においても、来訪者数、観光消費額ともに増加しており、前年度に比べ来訪者数は106%、観光消費額は119%となった。コロナ前(令和元年)と比べても来訪者数は76%、観光消費額は92%まで回復している。外国人宿泊者数についても順調に増加しており、前年度に比べ381%、令和元年(コロナ前)と比べて160%と大幅に増加した。引き続き欧米豪旅行会社に向けたPRの実施に加え、今後新たに高付加価値インバウンド誘客に向けた取組を進めていく。

・東紀州地域への来訪者

三重県調べで、令和5年が1,720千人と、令和4年度の1,629千人と比べ、106%となっている。(令和元年の2,274千人と比べ、76%)

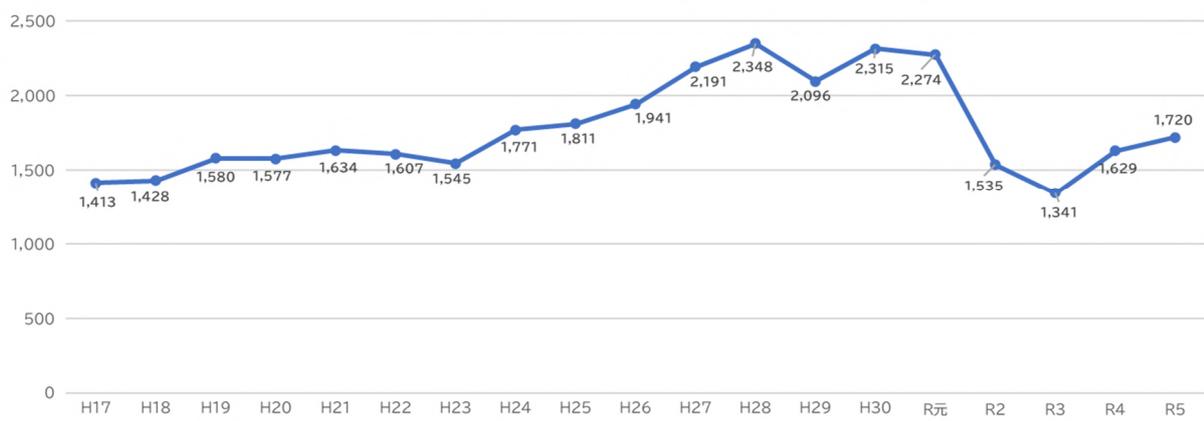
・熊野古道伊勢路への来訪者

令和5年統計で304,695人と、令和4年度の290,905人と比べ、104%となっている。(令和元年の376,258人と比べ、80%)

・外国人宿泊者数

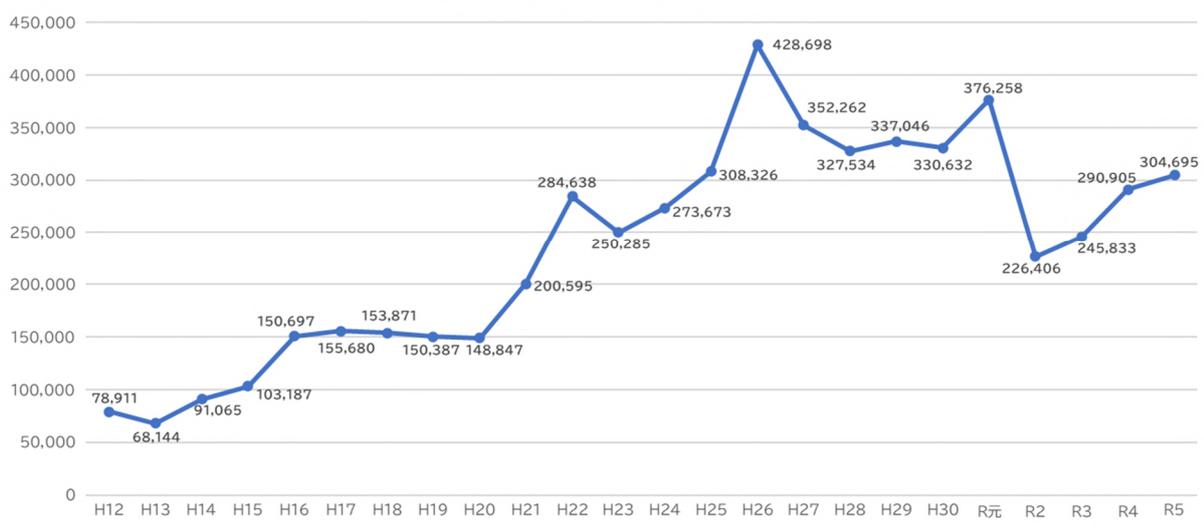
公社調べで、令和5年度が5,885人と、令和4年度の1,543人と比べ、381%となっている。(令和元年度の3,675人と比べ160%)

東紀州地域観光入込客数の推移(千人)



●熊野古道伊勢路への来訪者は、平成 16 年の世界遺産登録を機に大きく増え、令和元年統計で 376,258 人と、平成 12 年の 78,911 人と比べ約 4.8 倍である。令和2年度に新型コロナウイルス感染症拡大の影響により来訪者数が大きく減少しているが、以降徐々に回復し令和5年度でコロナ前(令和元年度)と比べ8割まで回復している。

熊野古道伊勢路来訪者数の推移(人)



●令和 5 年度に公社にて実施した「東紀州地域観光マーケティング調査・分析業務」のアンケート結果では、以下のとおりとなっている。

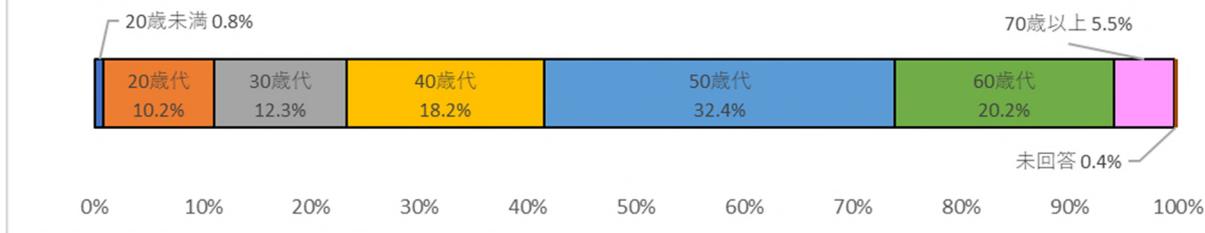
＜観光施設等利用者調査＞

(対象:東紀州地域内の対象の観光関連施設等を観光目的で訪れた人)

・男女比 約 4:6

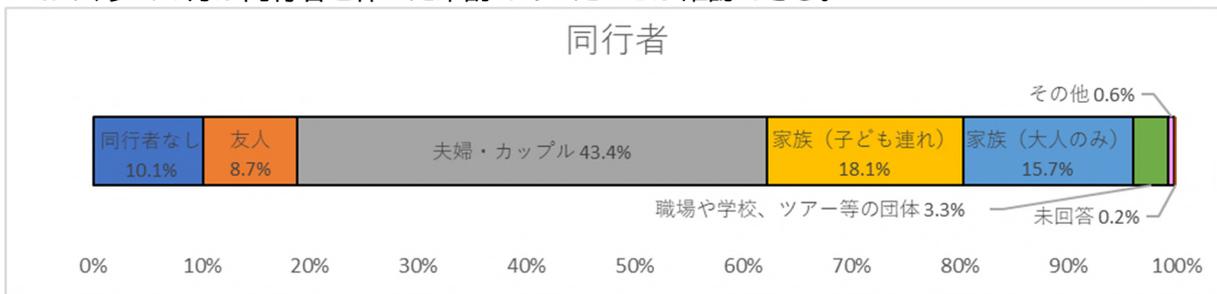
・年齢構成 50 歳代が最も多く 32.4%、60 歳代で 20.2%、40 歳代で 18.2%となっている。

年齢



・東紀州地域を来訪した際の同行者

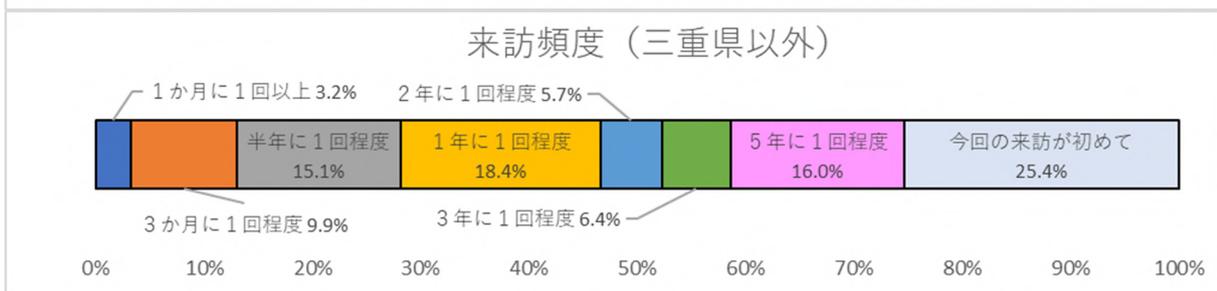
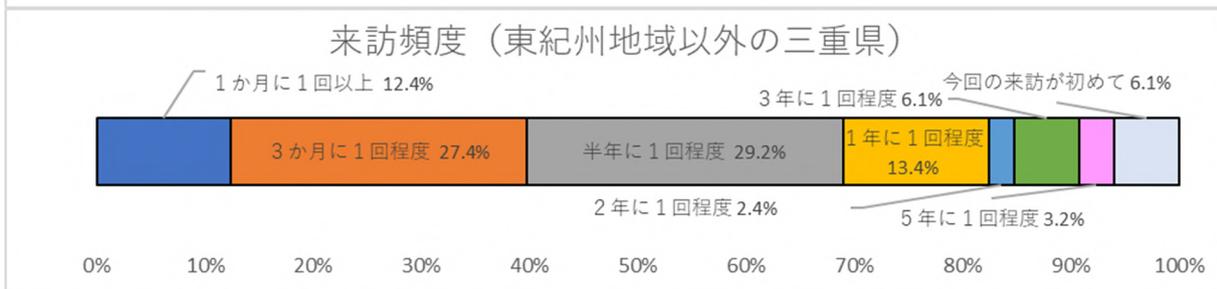
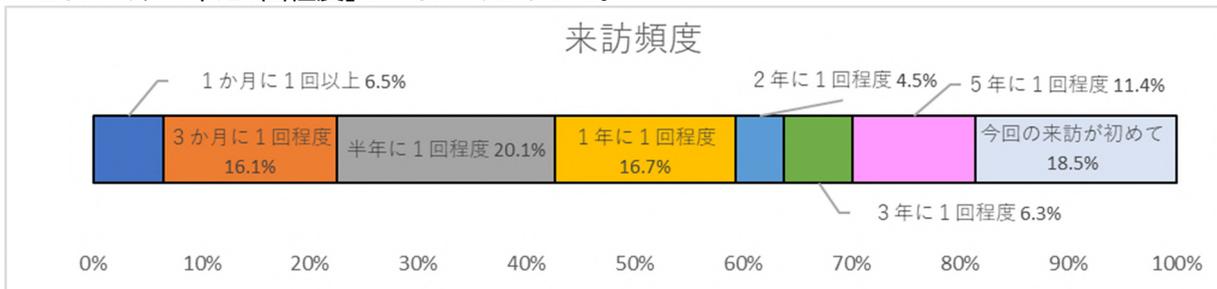
「夫婦・カップル」が43.4%と最も多く、「子ども連れ」が18.1%、「大人だけ」が15.7%となっており、多くの方が同行者を伴った来訪であったことが確認できる。



・来訪頻度

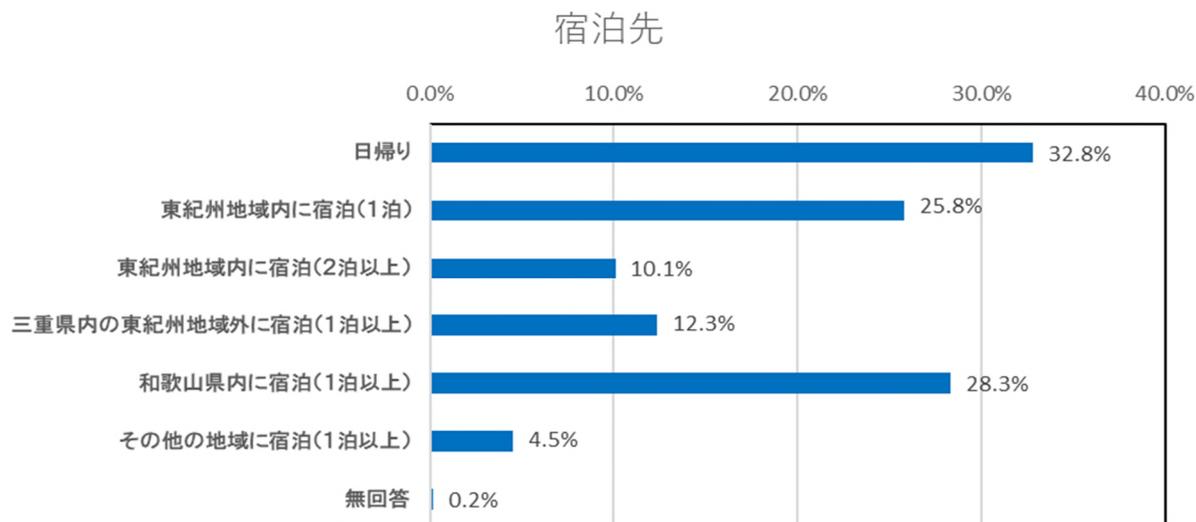
「半年に1回程度」が20.1%と最も多く、「今回が初めて」が18.5%、「1年に1回程度」が16.7%となっている。

居住地別では、東紀州地域以外の三重県の人々の来訪頻度は「半年に1回程度」が29.2%、「3か月に1回程度」が27.4%となっている。一方、三重県外の人々の来訪頻度は、「今回の来訪が初めて」が25.4%、「1年に1回程度」が18.4%となった。



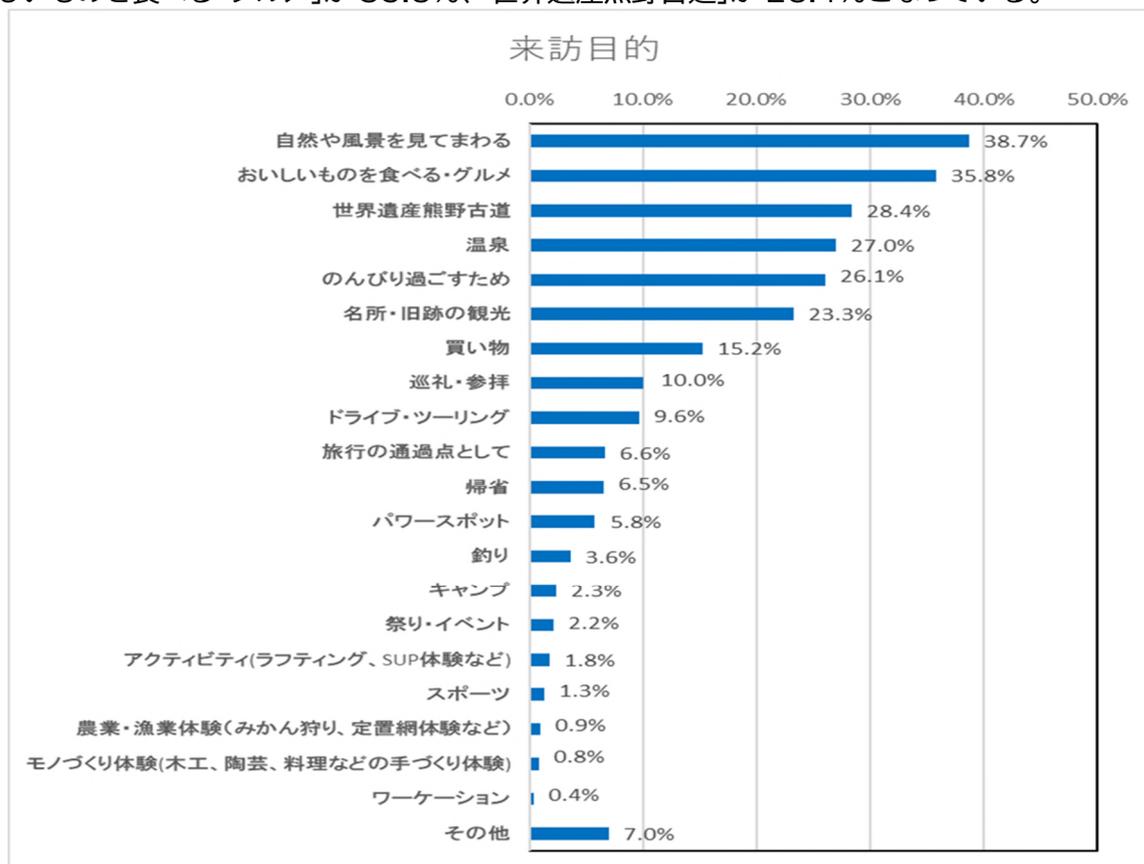
・東紀州地域を旅行した際の宿泊先

「東紀州地域内に宿泊した(1泊と2泊以上の計)」が 35.9%と最も多く、「和歌山県内に宿泊した」が 28.3%、「三重県内の東紀州地域以外に宿泊した」が 12.3%となっている



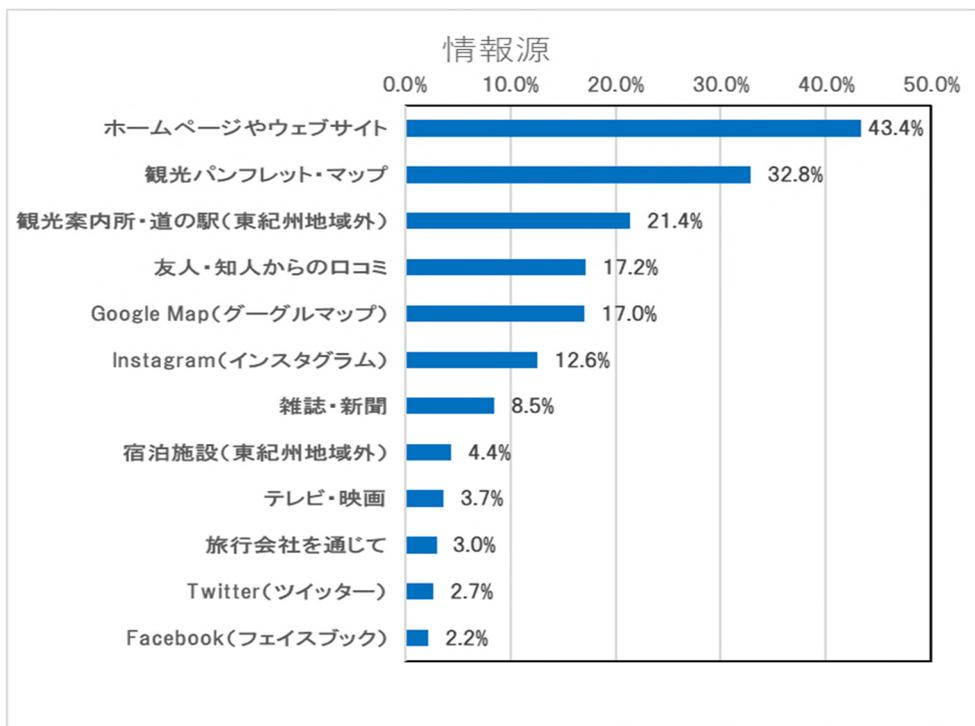
・東紀州地域を旅行した際の目的

東紀州地域を訪れた主な理由は、「自然や風景を見てまわる」が 38.7%で最も高く、次いで「おいしいものを食べる・グルメ」が 35.8%、「世界遺産熊野古道」が 28.4%となっている。



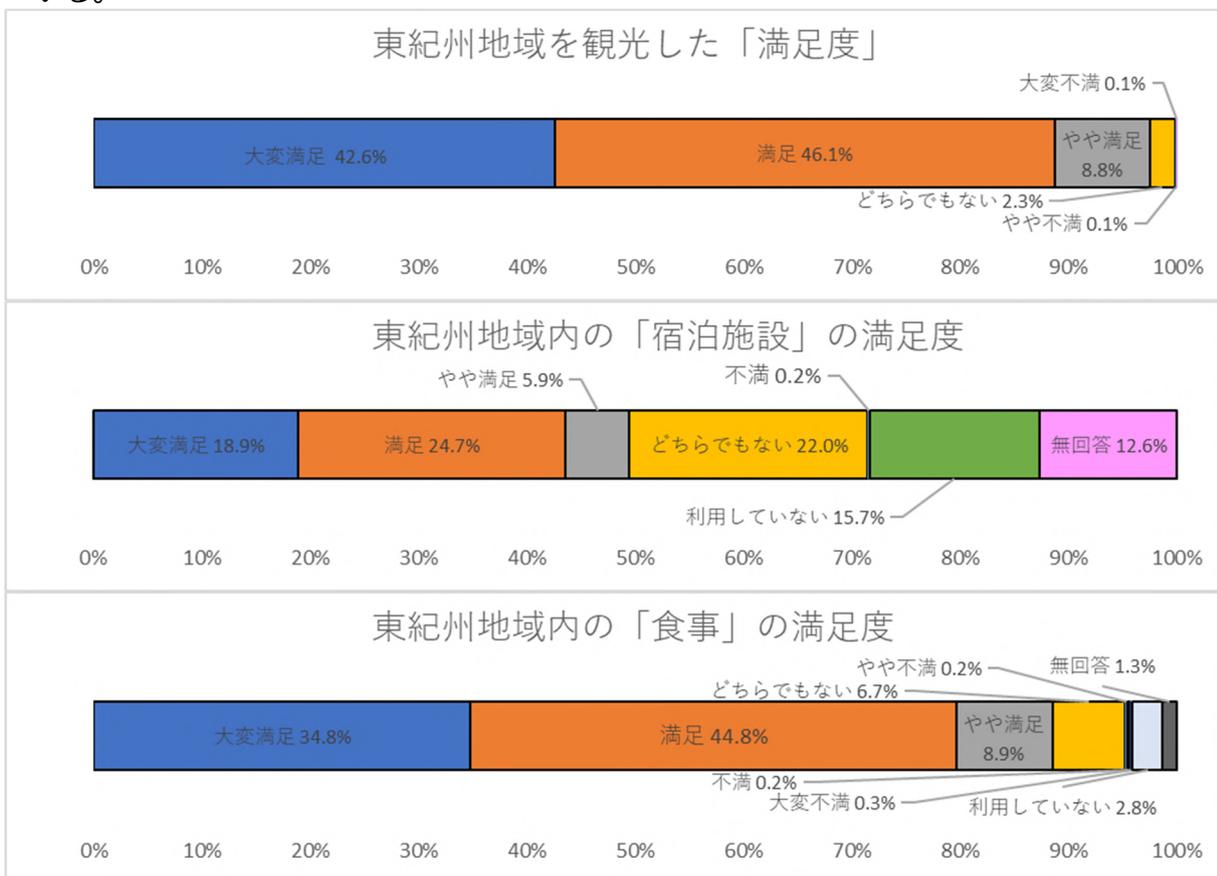
・主な情報源

「ホームページやウェブサイト」が43.4%と最も高く、次いで、「観光パンフレット・マップ」が32.8%、「観光案内所・道の駅(東紀州地域外)」が21.4%となっている。また、若い世代では「Instagram」の利用もみられる。



・満足度

満足度は、「大変満足」と「満足」を合わせて 88.7%と高い。目的別の総合満足度では、「農業・漁業体験」60%、「巡礼・参拝」58.9%、「アクティビティ」57.9%の順に「大変満足」の比率が高くなっている。



・東紀州地域を旅行した際の立ち寄り先

東紀州地域外では、「伊勢神宮」や「VISON」、「道の駅 奥伊勢おおだい」、「熊野三山」に立ち寄る割合が高い。

・東紀州地域を旅行した際の困ったこと・不便に感じたこと

「道路整備をしてほしい」や「飲食店や観光施設などの情報が少ない」という回答が多かった。

【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】

●世界遺産

平成 16 年、「紀伊山地の霊場と参詣道」として登録。

・熊野古道伊勢路

(荷坂峠、ツヅラト峠、三浦峠、始神峠、馬越峠、八鬼山越え、三木峠・羽後峠、曾根次郎坂・太郎坂、二木島峠・逢神坂峠、波田須の道、大吹峠、観音道、松本峠、浜街道、横垣峠、風伝峠、本宮道)

ツヅラト峠



馬越峠



松本峠



鬼ヶ城



獅子岩



花の窟

・熊野古道中辺路
(熊野川)

熊野川



御船島



●自然

約1,500万年前の世界最大級といわれる火山噴火により形成された熊野カルデラ及び熊野北カルデラが生み出した、ダイナミックな数々の景勝地をはじめとした観光名所が多く存在。

銚子川



便石山 象の背



天狗倉山



楯ヶ崎



七里御浜



大丹倉



丸山千枚田



瀬峡



飛雪の滝



など

●観光施設・商業施設

名称	地域
道の駅紀伊長島マンボウ	紀北町
道の駅海山	//
始神テラス	//
三重県立熊野古道センター	尾鷲市
おわせお魚市場おとと	//
夢古道おわせ	//
鬼ヶ城センター	熊野市
道の駅熊野・花の窟	//
道の駅熊野・板屋九郎兵衛の里	//
道の駅熊野きのくに	//
熊野市紀和鉾山資料館	//
世界遺産熊野古道館	//
道の駅パーク七里御浜	御浜町
道の駅紀宝町ウミガメ公園	紀宝町

など

●体験・アクティビティ

ジャンル	体験名	地域
東紀州の歴史・文化体験	熊野古道伊勢路を語り部と歩く	全域
	銚子川案内人と巡る奇跡の清流銚子川	紀北町
	魚まち散策	//
	学ぼう！尾鷲の雨のメカニズム	尾鷲市
	祈りの場 岩屋堂 ガイド	//
	刀鍛冶の工房見学体験	熊野市
	旧紀州鉾山跡・選鉾場跡・鉾山資料館	熊野市
	三反帆で巡る熊野川体験ツアー	紀宝町
海・川・滝の アクティビティ	シーカヤック	紀北町、尾鷲市、熊野市
	SUP	紀北町、熊野市
	カナディアンカヌーレンタル	紀北町
	手ぶらで OKIまるごと海体験	//
	オハイクルージング	尾鷲市
	楯ヶ崎遊覧	熊野市
	二の滝&溪流トレッキング	紀宝町
	キャニオニング	//
バックラフト	//	
特産品・ものづくり体験	押し(こけら)寿司作り・サンマ寿司作り	尾鷲市
	マイ箸作り体験	//
	バターナイフ作り	//
	まが玉作り	//
	干物づくり体験	//
	雨のまち尾鷲 自分だけの傘づくり体験	//
	尾鷲ひのきの木工体験(コサージュ、フォトフレームなど)	//
	さんま寿司・めはり寿司体験	熊野市
	那智黒石磨き体験	//
	熊野材アロマスプレー作り体験	//
	木工製品制作体験	//
	植物の蒸留体験	紀宝町

など

●特産品

めはり寿司



さんま寿司



美熊野牛



紀州岩清水豚



熊野地鶏



渡利牡蠣



マンボウ



みかん



新姫



マイヤーレモン



尾鷲ヒノキ



尾鷲わっぱ



那智黒石



市木木綿



など

●イベント

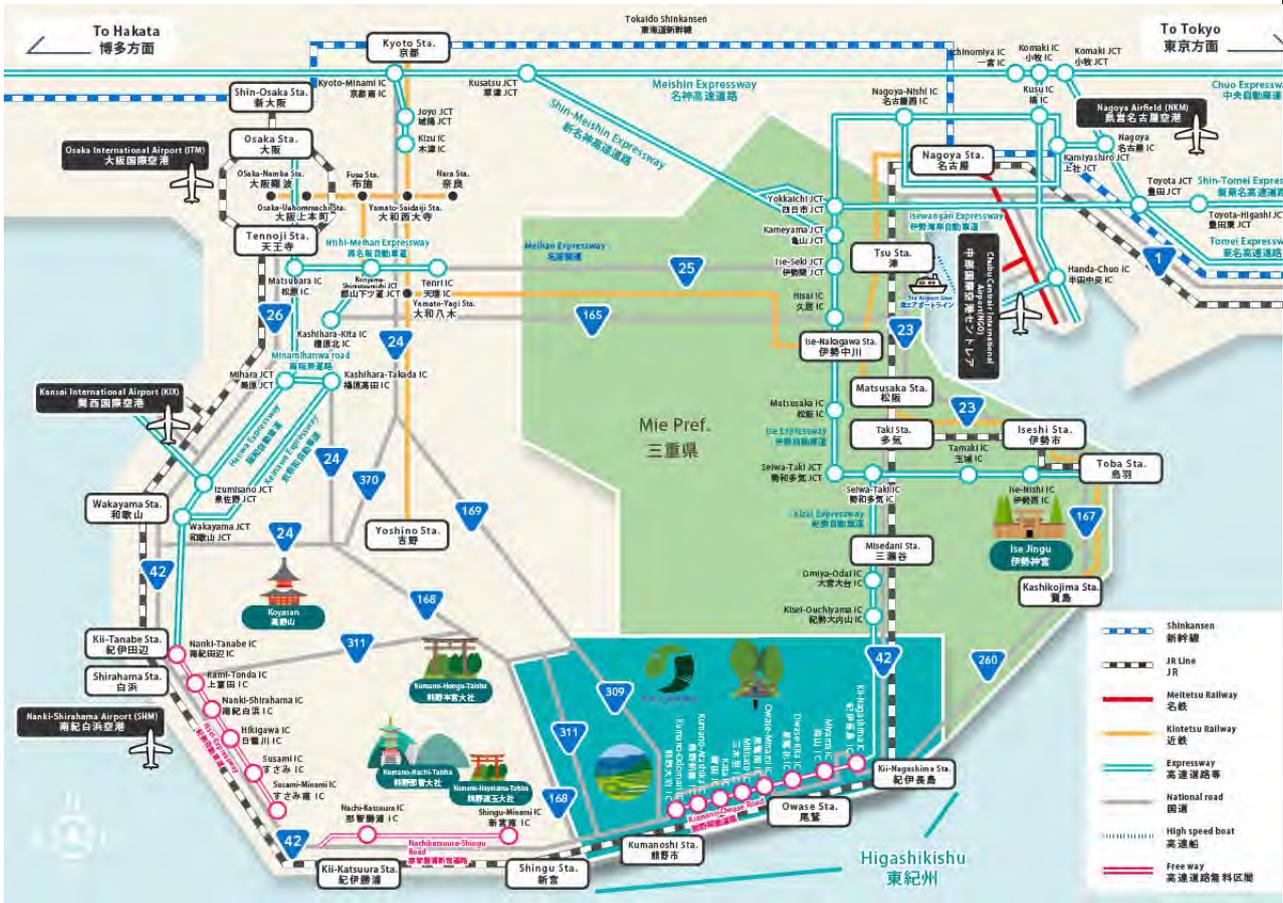
月	イベント名	地域
4月	オープンガーデン熊野(～5月)	熊野市
	泳げ！鯉のぼりくん(～5月)	//
	魚跳溪谷あまご釣り大会	紀北町
5月	あら！さかな熊野灘ほうばい祭り	熊野市
	オール熊野フェスタ	//
6月	虫送り	紀北町
	丸山千枚田の虫おくり	熊野市
7月	きほく燈籠祭	紀北町
	きほく七夕物語	//
	大白まつり	//
8月	きほく夏祭り KODŌ	紀北町
	紀和の火祭り	熊野市
	おわせ港まつり	尾鷲市
	紀宝町花火大会	紀宝町
9月	熊野大花火大会	熊野市
	八幡神社例祭	尾鷲市
10月	花の窟秋季例大祭	熊野市
	黒潮海童まつり	//
	木本神社例大祭	//
	関船祭り	紀北町
	紀宝みなとフェスティバル	紀宝町
	熊野磯釣り大会(～12月)	熊野市
11月	八鬼山荒神堂護摩供	尾鷲市
	紀和ふるさとまつり	熊野市
	全国尾鷲節コンクール	尾鷲市
	おわせ海・山ソーデーウォーク	//
12月	大森神社例祭(どぶろく祭)	熊野市
	熊野古道トレイルランニングレース	//
	光の祭典 in 紀宝(～1月)	紀宝町
	年未きいながしま港市	紀北町
	尾鷲磯釣り大会(～2月)	尾鷲市
1月	にらくら祭り(～1月)	//
	ハラソ祭り	//
	船だんじり	紀北町
	よその餅	//
	大馬神社例祭	熊野市
	一乗寺だるま市	//
2月	産田神社大祭	//
	ヤーヤ祭り	尾鷲市
	グランフォンド熊野	熊野市
3月	花の窟春季例大祭	//
	熊野街道ひなめぐり(～4月)	//
	楊枝薬師祭り	//
	種まき権兵衛祭り	紀北町

など

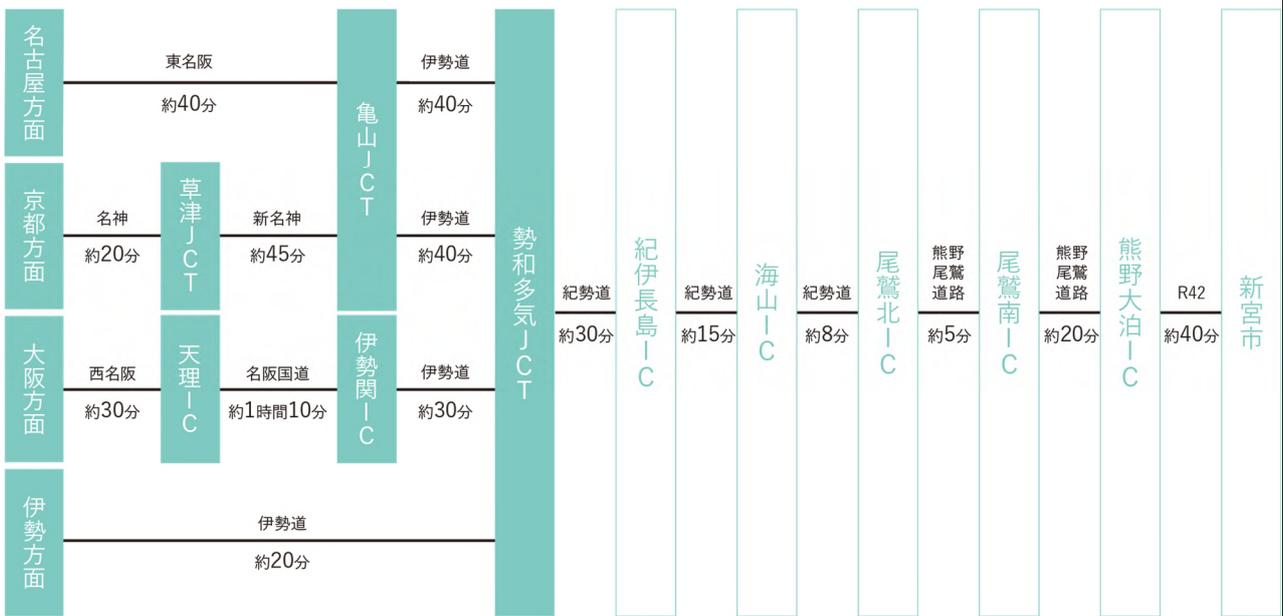
【宿泊施設:域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

5市町	施設数	収容力	
		客室数(室)	収容人数(人)
紀北町	31	246	1,731
尾鷲市	34	298	687
熊野市	47	429	1,415
御浜町	7	81	180
紀宝町	4	42	138

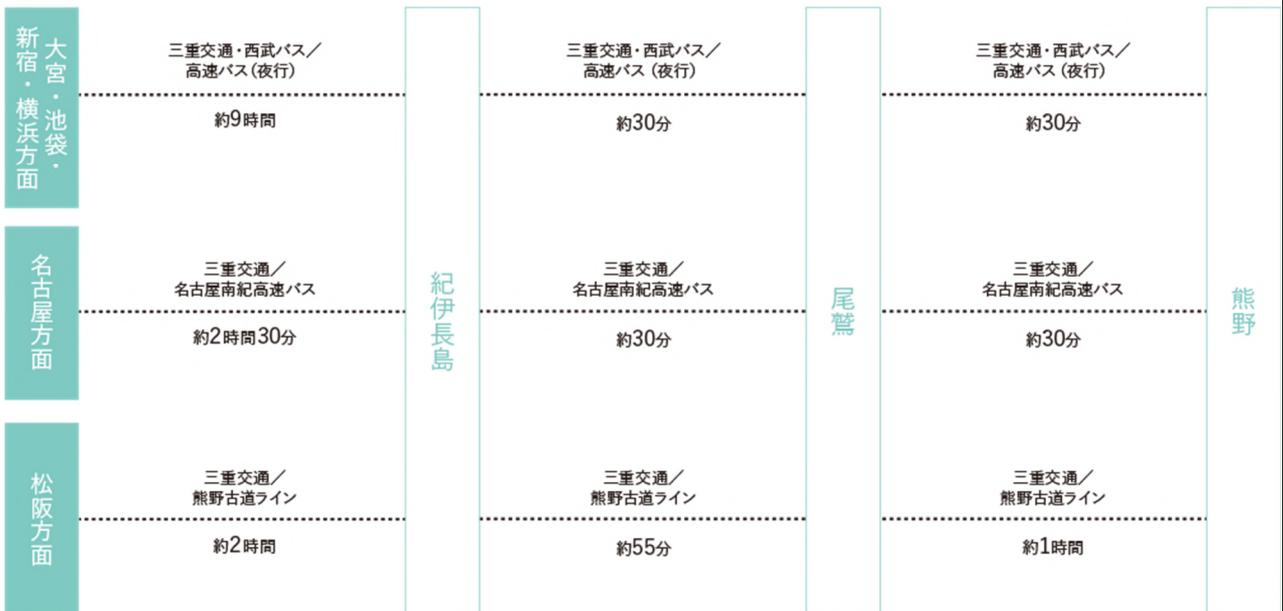
【利便性:区域までの交通、域内交通】



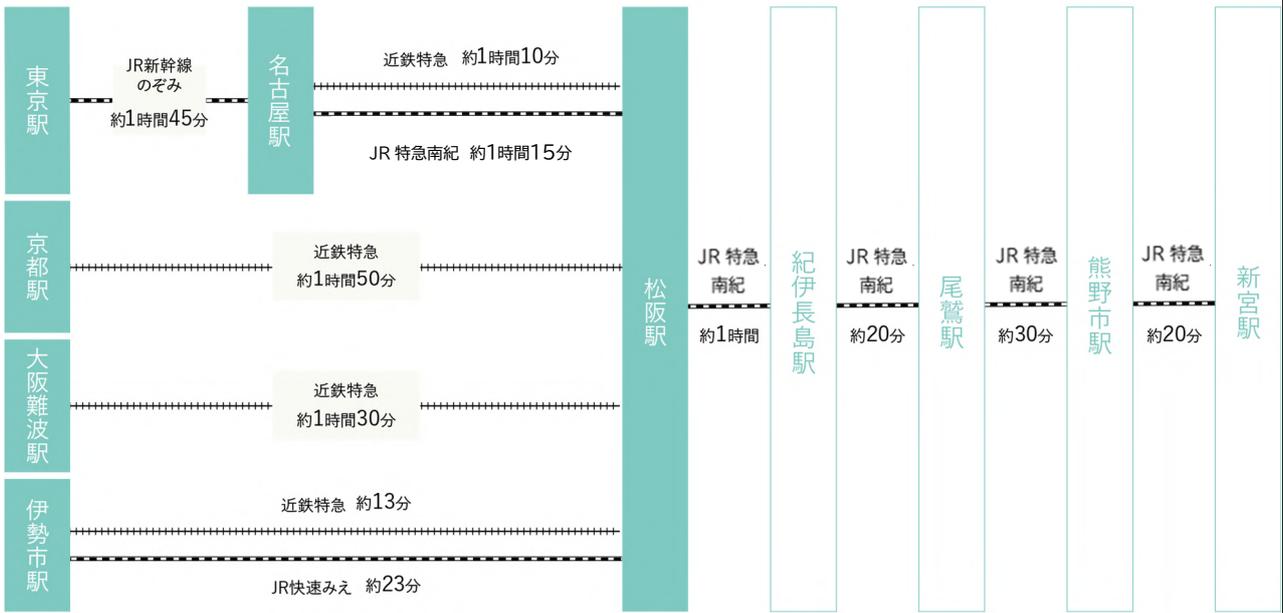
車



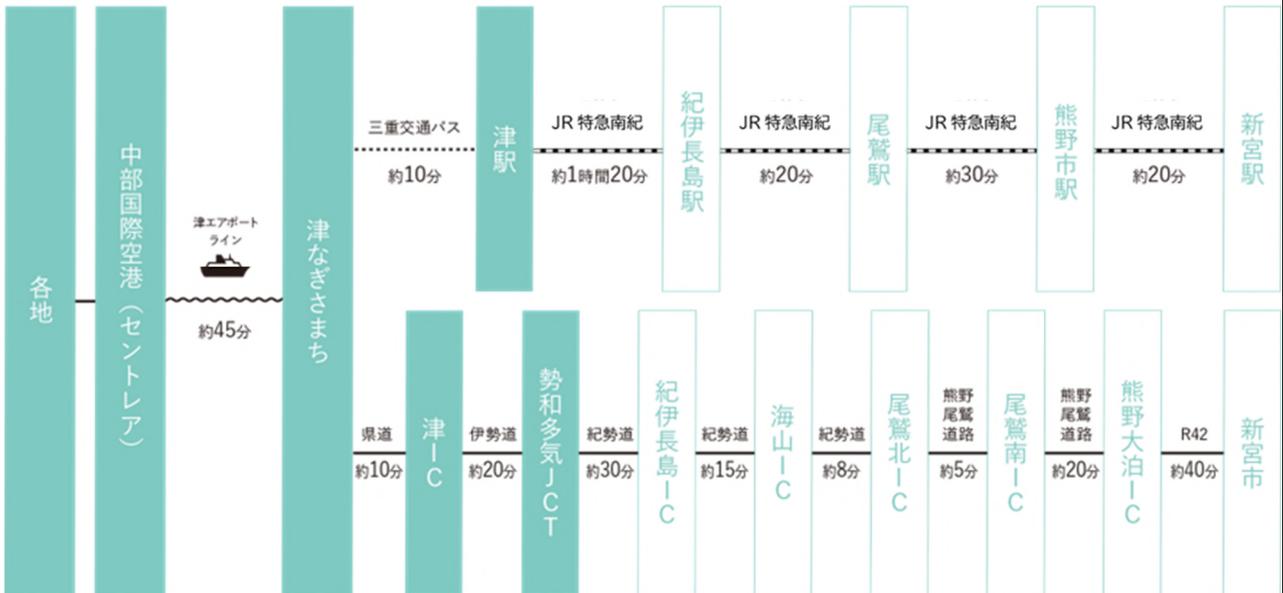
バス



🚆 鉄道



✈️ 空路



【外国人観光客への対応】

- ・JNTO認定外国人観光案内所
東紀州地域に全3箇所設置されており、外国人向けの観光案内に対応できる環境が整備されている。
(カテゴリー1:1箇所、カテゴリー2:1箇所、パートナー:1箇所)
- ・外国語パンフレット
英語、中国語(繁体字・簡体字)の2言語(3種類)に対応。
- ・外国語ホームページ
英語、中国語(繁体字・簡体字)2言語(3種類)に対応。

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
旅行消費額	施策の効果の把握、誘客戦略策定のため。	「観光レクリエーション入込客数推計(三重県)」及び「観光客実態調査(三重県)」を基に算出。
延べ宿泊者数	宿泊状況を把握しさらなる誘客に向けた対応のため。	公社による地域内の協力宿泊施設を対象とした、日本人客宿泊状況調査に基づく推計値。
来訪者満足度	施策の効果の把握、誘客戦略策定のため。	「観光客実態調査(三重県)」の「東紀州 総合満足度」における「大変満足」「満足」の合計。
リピーター率	施策の効果の把握、誘客戦略策定のため。	「観光客実態調査(三重県)」の来訪回数(県)－地域別の項目における「東紀州」リピーター率の数値。
WEBサイトのアクセス状況	地域に対する顧客の関心度や施策の効果等を把握するため。	東紀州地域振興公社公式ウェブサイトのアクセス数。
住民満足度	施策の効果の把握、誘客戦略策定のため。	東紀州5市町広報に二次元コードを掲載し収集。
熊野古道伊勢路来訪者数	誘客を図るための基本データとするため。	「熊野古道来訪者数(峠別・月別)推計値」から収集。
外国人宿泊者数	外国人旅行者の動向調査のため。	公社による地域内の協力宿泊施設を対象とした、外国人客宿泊状況調査の数値。

4. 戦略

(1) 地域における観光を取り巻く背景

平成 16 年 7 月、東紀州地域の熊野古道伊勢路の一部及び熊野川などが「紀伊山地の霊場と参詣道」の構成資産の一つとして、世界遺産に登録。これを機に熊野古道伊勢路への来訪者が大きく増えているが、東紀州地域では、人口減少と共に少子高齢化が加速度的に進行しており、域内経済規模の縮小、観光産業の担い手不足等が顕在化している。

(2) 地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	強み(Strengths) <ul style="list-style-type: none"> 世界遺産「紀伊山地の霊場と参詣道」 世界遺産登録20周年(令和6年) 吉野熊野国立公園に代表される豊かな自然 豊かな自然と悠久の歴史に育まれた多様な観光資源 自然の恵みあふれる多様な特産品 特色のある道の駅等が多数存在 	弱み(Weaknesses) <ul style="list-style-type: none"> 都市部から遠く不便なアクセス 不十分な二次交通 おもてなし品質のばらつき 不十分なインバウンド対応 不十分な高付加価値旅行者への対応 不十分なICTの活用 不十分な観光防災対策 人口減少に伴う観光産業への担い手不足 多様な観光資源のセールスプロモーション不足 周辺地域と連携したツアーが少ない
外部環境	機会(Opportunity) <ul style="list-style-type: none"> 円安等を背景とした外国人観光客の増加 熊野尾鷲道路の全通(令和3年) 関東圏からの来訪者の増加 関西圏と中京圏からの来訪者が多い アウトドアレジャーの高まり 新型コロナウイルス感染症に係る行動制限緩和による観光需要の回復 大阪・関西万博の開催(令和7年) 観光ニーズの多様化や旅行形態の変化 SDGsの実現に向けた意識の高まり 	脅威(Threat) <ul style="list-style-type: none"> 南海トラフ巨大地震発生のおそれ 国内人口の減少

※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

○第1ターゲット層

国内観光客(中京圏及び関西圏)、20～30代女性

○選定の理由

2年度に実施した「東紀州地域観光マーケティング調査・分析業務」による調査結果にて、満足度・再来訪意向・他社推奨度のすべての項目で高い回答をした人の構成が「女性」「20～30歳代」「関東・関西」であったことに加え、令和5年度の「観光レクリエーション入込客数推計(三重県)」及び「観光客実態調査(三重県)」の調査結果から東紀州地域に観光に訪れた人の居住地は県内、中京圏、関西圏で93.7%を占めることから選定している。

○取組方針

「世界遺産熊野古道伊勢路」と地域ならではの「自然」「食」など、東紀州地域ならではのコンテンツの造成、磨き上げを支援するとともに、具体的な誘客に繋げる効果的なプロモーションを行う。

○第2ターゲット層 外国人観光客(欧米豪)
○選定の理由 近隣の和歌山県(熊野古道中辺路、小辺路など)及び伊勢志摩では、コロナ以前は、欧米豪からのインバウンドが多数来訪しており、旅行期間が長期に及ぶことから東紀州地域(熊野古道伊勢路)への誘客が見込めるため。
○取組方針 和歌山県や伊勢志摩を訪れるインバウンドを東紀州地域(熊野古道伊勢路)へ呼び込むため、和歌山県、奈良県を含む関係機関と広域連携を図り、拠点宿泊施設、観光案内所(広域連携による情報発信)・熊野古道(道標、多言語案内表示の共通化)等の受入環境を整備するとともに、観光客の周遊データを収集・検証し、滞在型広域周遊観光を促進することをめざす。 欧米豪市場を対象とした旅行会社等へプロモーションを行うとともに、多言語表記の充実や二次交通の整備などの受入環境整備を行うことで、東紀州地域の認知度を向上させ、来訪者の増加につなげる。 また、高付加価値インバウンド誘客に向けた取組を、「伊勢志摩及びその周辺地域」及び「奈良県南部・和歌山那智勝浦」エリアと連携を図り、「紀伊半島」エリアとしてブランディングを確立することで誘客及び消費額の増大に繋げる。
○第3ターゲット層 外国人観光客(台湾)
○選定の理由 三重県の観光施策においてコアターゲット(重点国・地域)に位置付けられており、平成 28 年度以降、継続したプロモーション活動を行ってきた。
○取組方針 台湾は、訪日経験者が多いことに加え、旺盛な訪日意欲があることから、具体的な誘客に結び付くようなプロモーションを行っていく。 今後は、「熊野古道(トレッキング)」「川の参詣道」「吉野熊野国立公園」「自然」「温泉」「豊かな食材」など、東紀州地域ならではのコンテンツを生かした、レンタカーの利用を含めた旅行商品の造成を進めていく。

(4)観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	二大聖地をむすぶ 世界遺産熊野古道伊勢路
②コンセプトの考え方	<p>東紀州地域では、吉野熊野国立公園に代表される海・山・川の豊かな自然に恵まれ、世界遺産熊野古道伊勢路に代表される悠久の歴史と文化が脈々と受け継がれている。</p> <p>私たちは、古から広く旅人を受け入れ、もてなして来た先人達に学ぶとともに、授かりそして大切に受け継がれてきた自然・歴史・文化を生かし、観光客をおもてなしの心で迎え入れる。</p> <p>東紀州地域は、約 1,500 万年前の火山活動で形成された紀伊山地や熊野灘などの豊かな自然景観と、長きにわたる人々の営みが作り出した世界遺産熊野古道伊勢路に代表される文化的景観が調和した、唯一無二の景観を誇る。豊かな自然は、農林水産物や工芸品など多様な産品を生み、人々の暮らしを潤して来た。</p> <p>また、巡礼者に対して無料で宿を提供する「善根宿」や、道半ばにして力尽きた者を弔うなど、「おもてなし」の精神で旅人に接する文化が脈々と受け継がれて来た。</p> <p>当地域においては、こうした自然と先人たちが生み出した豊かな景観や地域資源を生かし、古くから受け継がれて来たおもてなしの心で観光客を受け入れることで、交流人口の拡大と観光消費額の増大につなげる。</p>

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。	<ul style="list-style-type: none"> ・東紀州地域観光DMO事業推進協議会 ・観光事業調整部会 ・宿泊部会 ・体験部会 <p>・行政や事業者(観光協会、商工会議所、商工会、宿組合、交通事業者、観光集客施設等)から構成される東紀州地域観光DMO事業推進協議会を年3回程度開催。</p> <p>・協議会の内部部会である、県と東紀州地域5市町および公社の観光担当者による「観光事業調整部会」を年2・3回程度開催。</p> <p>・個別テーマの協議会として、「伊勢路アルベルゲ協議会」「東紀州サイクリング活用推進協議会」を適宜開催。</p> <p>・協議会で策定した東紀州地域観光推進計画の共有。</p>
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	<ul style="list-style-type: none"> ・宿泊施設におけるおもてなし品質の向上に向けた改善取組として、3～4年度に延べ50の施設を対象に、宿泊施設利用者へのアンケート調査や施設自身によるセルフチェック、現地調査、専門家による現地指導等を通じ、施設の改善取組を提案の上、施設による取組を支援するとともに優良事例を広く共有し、今後の地域全体のおもてなし品質の向上に繋げる。 ・「熊野古道来訪客」「観光施設等利用者」「宿泊施設利用者」のデータ収集・分析を継続的に行い、観光客の実態を把握し、地域内関係者等と共有し、施策へ反映することで、受入環境整備や効果的な情報発信、周遊性の向上など、観光客に提供するサービスの向上・評価に繋げる。
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	<ul style="list-style-type: none"> ・関係機関とも情報共有を図りながら、東紀州地域全体の観光情報をまとめたウェブサイトやSNS、プロモーション動画等を活用した情報発信を行う。 ・東紀州地域への旅行需要を喚起するため、関係事業者等との合同観光イベントにて観光PRを行う。 ・継続して各種商談会へ参加するとともに、セールス活動等を行う。

※各取組について、出来る限り具体的に記入すること。

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		2021 (R3) 年度	2022 (R4) 年度	2023 (R5) 年度	2024 (R6) 年度	2025 (R7) 年度	2026 (R8) 年度
●旅行消費額 (百万円)	目標	21,500 (-)	14,100 (-)	14,800 (-)	18,000 (-)	18,700 (-)	19,400 (-)
	実績	12,789 (-)	14,563 (-)	17,276 (-)			
●延べ宿泊者数 (人)	目標	377,000 (5,500)	310,000 (1,000)	322,000 (4,000)	344,000 (6,470)	354,000 (7,120)	365,000 (7,830)
	実績	282,046 (323)	321,822 (1,543)	333,857 (5,885)			
●来訪者満足度 (%)	目標	80 (-)	80.5 (-)	81 (-)	87 (-)	87.1 (-)	87.2 (-)
	実績	80.2 (-)	80.3 (-)	86.9 (-)			
●リピーター率 (%)	目標	95.1 (-)	95.2 (-)	95.3 (-)	95.4 (-)	95.5 (-)	95.6 (-)
	実績	93.4 (-)	91.9 (-)	88.1 (-)			

※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】

事務局で素案を作成し、行政(県、5市町)・東紀州地域観光DMO 事業推進協議会で協議の上、決定。

【設定にあたっての考え方】

●旅行消費額

「観光レクリエーション入込客数推計(三重県)」及び「観光客実態調査(三重県)」を基に算出する「観光消費額」の数値をKPI指標とする。

旅行消費額(1人当たり単価)(毎年前年比約1%増加)に観光入込客数(毎年前年比約3%増加)の目標値と乗じた数値を目標値として設定。

●延べ宿泊者数

公社による地域内の協力宿泊施設を対象とした、日本人客宿泊状況調査に基づく推計値。

訪日外国人旅行者については、公社による訪日外国人客宿泊状況調査に基づく数値。

●来訪者満足度

「観光客実態調査(三重県)」の「東紀州 総合満足度」における「大変満足」「満足」の合計数値をKPI指標とする。観光集客施設におけるおもてなし品質向上に向けた支援や、観光客のデータ分析に基づく受入環境向上等に取り組むことで、各年度の目標値を0.1%ずつ向上させる。

●リピーター率

「観光客実態調査(三重県)」の来訪回数(県)－地域別の項目における「東紀州」リピーター率の数値をKPI指標とする。

観光客のデータ分析に基づく受入環境整備等を通じて、来訪者満足度を向上させることで、各年度の目標値を0.1%ずつ向上させる。

(2)その他の目標

指標項目		2021 (R3) 年度	2022 (R4) 年度	2023 (R5) 年度	2024 (R6) 年度	2025 (R7) 年度	2026 (R8) 年度
● Web サイトの アクセス状況 (回)	目標	88,000 (-)	91,000 (-)	94,000 (-)	164,000 (-)	169,000 (-)	174,000 (-)
	実績	94,826 (-)	109,517 (-)	159,285 (-)			
●住民満足度 (%)	目標	43 (-)	45 (-)	47 (-)	49 (-)	51 (-)	53 (-)
	実績	43.1 (-)	56.5 (-)	46.8 (-)			
●観光入込客数 (千人)	目標	2,390 (-)	1,470 (-)	1,530 (-)	1,770 (-)	1,820 (-)	1,880 (-)
	実績	1,341 (-)	1,629 (-)	1,720 (-)			
●熊野古道伊勢 路来訪者数 (千人)	目標	400 (-)	270 (-)	320 (-)	390 (-)	410 (-)	430 (-)
	実績	245 (-)	290 (-)	305 (-)			
●外国人宿泊者 数(人)	目標	5,500 (-)	1,000 (-)	4,000 (-)	6,470 (-)	7,120 (-)	7,830 (-)
	実績	323 (-)	1,543 (-)	5,885 (-)			

※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】

事務局で素案を作成し、行政(県、5市町)・東紀州地域観光DMO 事業推進協議会で協議の上、決定。

【設定にあたっての考え方】

●Web サイトのアクセス状況

東紀州地域振興公社の公式ウェブサイトのアクセス数をKPI指標とする。

●住民満足度

地域住民を対象とした、観光地域づくりに関する住民意識調査の観光地域づくりの印象における「良い」「どちらかというが良い」の合計値をKPI指数とする。

●観光入込客数

「観光客実態調査(三重県)」の地域別観光入込客数をKPI指標とする。

毎年前年比約3%増加させた数値を目標値として設定。

●熊野古道伊勢路来訪者数

東紀州地域の振興において核となる「世界遺産熊野古道」を生かした集客交流の取組を進めるため、地点調査データ等を参考に独自調査を行い、その実数をKPI指標とする。

地域のさまざまな主体と連携して、国内外から熊野古道への来訪を促進することにより、世界遺産登録20周年事業がもたらす集客効果を維持・継続させる取組を通じて、過去最高429千人を上回る想定で設定。

●外国人宿泊者数

インバウンド誘客に係る取組の成果を測定するため、東紀州地域の外国人宿泊者数に関するヒアリング調査を行い、その実数をKPI指標とする。

毎年前年比約10%増加させた数値を目標値として設定。

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。

(1)収入

年(年度)	総収入(円)	内訳(具体的に記入すること)
2021(R3) 年度	42,888,000(円)	【三重県負担金】22,803,000 円 【市町負担金】16,892,000 円 【諸収入】222,000 円 【繰越金】2,971,000 円
2022(R4) 年度	47,306,000(円)	【三重県負担金】26,465,000 円 【市町負担金】16,892,000 円 【国庫支出金】364,000 円 【諸収入】1,123,000 円 【繰越金】2,462,000 円
2023(R5) 年度	77,756,000(円)	【三重県負担金】23,198,000 円 【市町負担金】21,044,000 円 【国庫支出金】5,109,000 円 【諸収入】25,401,000 円 【繰越金(雑収入)】3,004,000 円
2024(R6) 年度	65,266,000(円)	【三重県負担金】28,198,000 円 【市町負担金】26,019,000 円 【国庫支出金】5,225,000 円 【諸収入】1,011,000 円 【繰越金(雑収入)】4,813,000 円
2025(R7) 年度	61,041,000(円)	【三重県負担金】28,198,000 円 【市町負担金】26,019,000 円 【諸収入】6,824,000 円
2026(R8) 年度	62,041,000(円)	【三重県負担金】28,198,000 円 【市町負担金】26,019,000 円 【諸収入】7,824,000 円

(2)支出

年(年度)	総支出	内訳(具体的に記入すること)
2021(R3) 年度	42,888,000(円)	【一般管理費】16,588,000円 【観光振興事業費】23,838,000円 (受入環境整備、マーケティング戦略構築、 コンテンツ開発・造成、プロモーション等) 【R4年度への繰越金】2,462,000円
2022(R4) 年度	47,306,000(円)	【一般管理費】16,749,000円 【観光振興事業費】27,553,000円 (受入環境整備、ウェブサイト再改修、海外プロモーション等) 【R5年度への繰越金】3,004,000円
2023(R5) 年度	72,943,000(円)	【一般管理費】39,033,000円 【観光振興事業費】33,910,000円 (受入環境整備、コンテンツ開発・造成、 海外プロモーション等) 【R6年度への繰越金】4,813,000円
2024(R6) 年度	65,265,000(円)	【一般管理費】17,616,000円 【観光振興事業費】47,649,000円 (受入環境整備、コンテンツ開発・造成、プロモーション等)
2025(R7) 年度	61,041,000(円)	【一般管理費】17,616,000円 【観光振興事業費】43,425,000円 (受入環境整備、コンテンツ開発・造成、プロモーション等)
2026(R8) 年度	62,041,000(円)	【一般管理費】17,616,000円 【観光振興事業費】44,425,000円 (受入環境整備、コンテンツ開発・造成、プロモーション等)

(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

- ・運営資金のうち、当公社を構成する県及び市町からの負担金が過半を占めている。
- ・当社が実施する取組において必要な財源確保に係る負担金の考え方及び自主財源の確保に向けた方針について、4年12月、県及び市町間で基本合意がなされており、以降事業計画及び収支予算編成の際に関係自治体と協議を行っている。
- ・自主財源の確保策として、県、民間事業者等の事業受託に取り組んでいる。
3年度には、県から特産品の斡旋・提供等にかかる事業を受託、4年度には、交通事業者から広域周遊ガイドの斡旋・派遣業務を受託、5年度は、県から歩き旅宿泊施設向けのインバウンド対応研修、交通事業者から広域周遊ガイドの養成研修の実施業務をそれぞれ受託している。今後も自治体や民間事業者等から事業を受託できるよう、専門性を高めノウハウを蓄えていく。
- ・さらに、世界遺産熊野古道の保全・活用等を目的としたクラウドファンディング、ネットを活用した寄付金の確保に向けた方策を県・市町・団体と具体的に検討を進めている。
- ・このほか、昨年度に引き続き、国や県の制度を活用した事業にも積極的に取り組んでおり、今後も、国・県の補助金など活用できる制度の情報入手に努め、積極的に活用していく。

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

熊野市、尾鷲市、紀北町、御浜町、紀宝町、三重県は、一般社団法人東紀州地域振興公社を当該都道府県及び市町における地域連携DMOとして登録したいので、一般社団法人東紀州地域振興公社とともに申請します。

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)

重複しないため記載なし。

10. 記入担当者連絡先

担当者氏名	前田 幸恵
担当部署名(役職)	一般社団法人東紀州地域振興公社 観光課 主事
郵便番号	519-4393
所在地	三重県熊野市井戸町 371 番地
電話番号(直通)	0597-89-6172
FAX番号	0597-89-6184
E-mail	kousha@higashikishu.org

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	三重県熊野市
担当者氏名	山川 晃央
担当部署名(役職)	熊野市商工・観光スポーツ課(観光交流係長)
郵便番号	519-4392
所在地	三重県熊野市井戸町 796 番地
電話番号(直通)	0597-89-4111(内線 431)
FAX番号	0597-89-3742
E-mail	kankou-en@city.kumano.mie.jp

都道府県・市町村名	三重県尾鷲市
担当者氏名	山口 英甫
担当部署名(役職)	商工観光課(商工観光課 観光交流係長)
郵便番号	519-3696
所在地	三重県尾鷲市中央町 10 番 43 号
電話番号(直通)	0597-23-8223
FAX番号	0597-23-8225
E-mail	kankou@city.owase.lg.jp

都道府県・市町村名	三重県紀北町
担当者氏名	野間 広哉
担当部署名(役職)	商工観光課(観光係長)
郵便番号	519-3292
所在地	三重県北牟婁郡紀北町東長島 769 番地1
電話番号(直通)	0597-46-3115
FAX番号	0597-47-5906
E-mail	shokan@town.mie-kihoku.lg.jp

都道府県・市町村名	三重県御浜町
担当者氏名	濱地 千妃路
担当部署名(役職)	企画課(商工観光係主査)
郵便番号	519-5292
所在地	三重県南牟婁郡御浜町大字阿田和 6120 番地1
電話番号(直通)	05979-3-0507
FAX番号	05979-2-3502
E-mail	m-kikaku@town.mihama.mie.jp

都道府県・市町村名	三重県紀宝町
担当者氏名	木下 大介
担当部署名(役職)	企画調整課(課長補佐)
郵便番号	519-5701
所在地	三重県南牟婁郡紀宝町鶴殿 324 番地
電話番号(直通)	0735-33-0334
FAX番号	0735-32-1102
E-mail	kinoshita-da@town.kiho.lg.jp

都道府県・市町村名	三重県
担当者氏名	早川 祐由
担当部署名(役職)	地域連携・交通部 南部地域振興局 東紀州振興課(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)	059-224-2193
FAX番号	059-224-2418
E-mail	hkishu@pref.mie.lg.jp

基礎情報

【マネジメント・マーケティング対象とする区域】

三重県熊野市、尾鷲市、紀北町、御浜町、紀宝町

【設立時期】 令和2年4月1日

【設立経緯】

①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】 河上 敢二

【マーケティング責任者(CMO)】 濱口 圭

【財務責任者(CFO)】 大和 伸也

【職員数】 13人(常勤12人(派遣等12人)、非常勤1人)

【主な収入】 78百万円(県市町負担金等50百万円、委託事業費等諸収入25百万、繰越金3百万円)(5年度決算)

【総支出】 73百万円(事業費34百万円、一般管理費 39百万円)

(5年度決算)

【連携する主な事業者】

東紀州5市町、三重県、観光協会、商会議所・商工会、観光施設運営者、宿泊業者、交通事業者等

KPI(実績・目標)

※()内は外国人に関するもの。

項目		2021 (R3)年	2022 (R4)年	2023 (R5)年	2024 (R6)年	2025 (R7)年	2026 (R8)年
旅行消費額 (百万円)	目標	21,500 (-)	14,100 (-)	14,800 (-)	18,000 (-)	18,700 (-)	19,400 (-)
	実績	12,789 (-)	14,563 (-)	17,276 (-)	—	—	—
延べ 宿泊者数 (人)	目標	377,000 (5,500)	310,000 (1,000)	322,000 (4,000)	344,000 (6,470)	354,000 (7,120)	365,000 (7,830)
	実績	282,046 (323)	321,822 (1,543)	333,857 (5,885)	—	—	—
来訪者 満足度 (%)	目標	80 (-)	80.5 (-)	81 (-)	87 (-)	87.1 (-)	87.2 (-)
	実績	80.2 (-)	80.3 (-)	86.9 (-)	—	—	—
リピーター率 (%)	目標	95.1 (-)	95.2 (-)	95.3 (-)	95.4 (-)	95.5 (-)	95.6 (-)
	実績	93.4 (-)	91.9 (-)	88.1 (-)	—	—	—

戦略

【主なターゲット】

- ・国内: 中京圏及び関西圏の20~30代女性
- ・国外: 欧米豪、台湾

【ターゲットの誘客に向けた取組方針】

・国内: 東紀州地域ならではのコンテンツの造成、磨き上げ支援及び、具体的な誘客に繋げる効果的なプロモーションを行う。

・国外(欧米豪): 旅行会社等へのプロモーションを通じた東紀州地域の認知度向上及び、高付加価値インバウンドの誘客に向け奈良県・和歌山県等のエリアと連携したブランディングの確立を行う。

【観光地域づくりのコンセプト】

・二大聖地をむすぶ 世界遺産熊野古道伊勢路

具体的な取組

【観光資源の磨き上げ】

- ・東紀州地域体験コンテンツ発掘・造成支援事業
- ・サイクリング観光推進事業
- ・地域産品の高付加価値化支援事業

【受入環境整備】

- ・東紀州地域映像・音声ガイド整備事業
- ・東紀州地域観光ガイド整備事業
- ・熊野古道伊勢路における訪日観光旅行受入環境整備事業【三重県受託事業】

【情報発信・プロモーション】

- ・東紀州地域観光マーケティング調査・分析事業
- ・ウェブサイト情報発信事業
- ・大都市圏等向け情報発信強化事業

【インバウンド受入】

- ・熊野古道伊勢路サステナブルコンテンツ造成事業【観光庁補助事業】
- ・ロングストーリーによる地域のコンテンツの連携促進に向けた実証調査事業【観光庁受託事業】
- ・欧米豪個人旅行客を対象とした誘客促進事業

