（別添）様式１

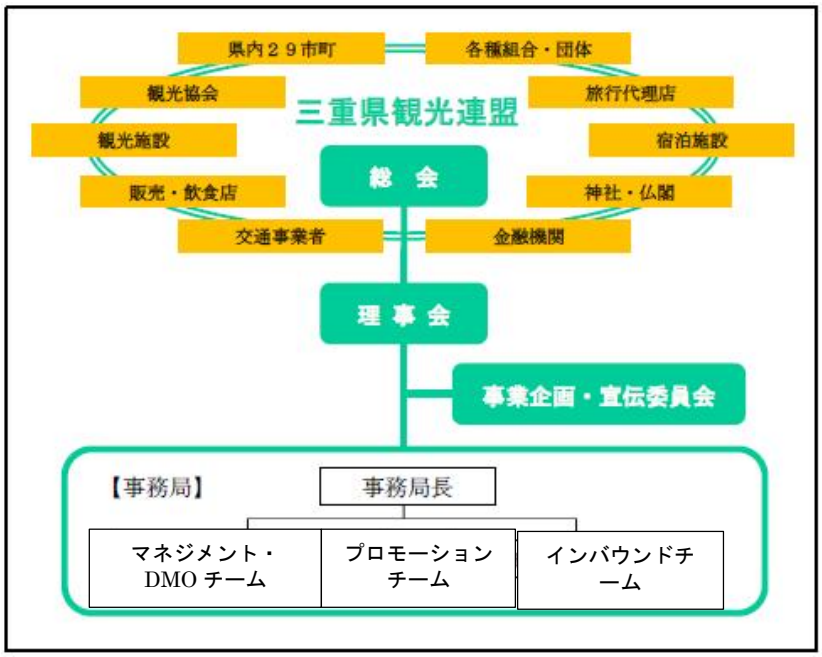
観光地域づくり法人形成･確立計画

記入日：令和７年７月 25 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･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　三重県観光連盟	
マーケティング･マネジメント対象とする区域	区域を構成する地方公共団体名 三重県全域（29 市町）	
所在地	三重県津市	
設立時期	昭和 25 年６月 26 日	
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	１７人【常勤 12 人（プロパー職員３人・出向等７人）非常勤３名、パート２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）	竹谷　賢一 （出身組織名） 三重交通株式会社	令和２年６月に三重県観光連盟会長へ就任。三重県経済界との強いパイプを活かし、三重県の観光振興に取り組んでいる。
ＤＭＯ運営総括責任者	山岡　克樹「専従」 （出身組織名） 三重交通株式会社	運輸、旅行会社、ホテル経営等を通じて伊勢志摩エリアを中心に県内の観光業界に精通し、令和４年６月から三重県観光連盟の専務理事兼事務局長として観光関係者との折衝・調整に当たっている。総合旅行業務取扱管理者資格取得。
データ収集・分析等の専門人材（ＣＭＯ：チーフ・マーケティング・オフィサー	金丸　幸穂「専従」 （出身組織名） 三重県	令和５年４月より三重県観光連盟に出向し、データ分析及びマーケティングに取り組んでいる。
財務責任者（ＣＦＯ：チーフ・フィナンシャル・オフィサー）	奥山 海優　　「専従」 （出身組織名） ―	民間企業で 11 年間、決算業務、工場原価管理,給与計算、経理総務全般を担当。令和６年８月より現職。
インバウンドマーケティングの責任者（専門人材）	久保 貴之「専従」 （出身組織名） 三重県	民間メーカーで財務、業績管理等を担当後、三重県庁に入庁し、予算業務やインバウンド業務を担当。令和６年４月から三重県観光連盟に出向。

地域 DMO 等支援にかかる責任者 （専門人材）	寺本 久彦「専従」 （出身組織） ―	三重県庁にて観光行政や博物館の運営、プロモーションに 10 年携わる。県庁にて当該ＤＭＯ等のＤＭＯ立ち上げに従事し、ＤＭＯの役割・運営に熟知。令和６年４月より現職。
連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	三重県 観光部観光総務課（観光政策全般）、観光部観光戦略課（統計・分析、計画）、観光部観光振興課（観光資源磨き上げ）、観光部観光誘客推進課（国内誘客全般）、観光部海外誘客課（海外誘客全般）、戦略企画部（全県プロモーション、関西事務所）、雇用経済部（企業振興、三重テラス、伝統産業振興、食の産業振興等）、地域連携部（公共交通利用促進）、南部地域活性化局（県南部地域振興）、教育委員会（文化財活用、人材育成等）、農林水産部（農林水産資源活用、自然体験、農泊等）、環境生活部（歴史・文化資源活用等）、医療保健部（旅館業法、民泊、健康増進等）、県土整備部（道路河川整備等）、防災対策部（防災情報提供等） 県内市町観光担当課(観光情報提供・観光イベント・国内外プロモーション)	
連携する事業者名及び役割	県内市町観光協会（観光情報提供・観光イベント・国内外プロモーション） 近畿日本鉄道、JR 東海、JR 西日本、三重交通等の県内交通事業者（交通アクセス情報提供・周遊移動支援） 県内観光施設（観光情報提供） 県内宿泊施設（宿泊情報提供） 県内旅行会社（旅行商品販売） 県内外メディア、広告代理店（観光情報発信）	
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、② 行政、交通関係者が理事に就任し、行政、交通、農業、文化、スポーツ関係者等が委員会の委員に就任し参画、意思決定を行っている。 ・行政、観光事業者、地域 DMO 等との情報交換・意見交換のため地域懇談会を開催している。	
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	（地域連携 DMO のため、記入不要）	
法人のこれまでの活動実績	（活動の概要） 本連盟は、三重県内における観光事業の健全な発達と振興並びに地域の活性化を図り、併せて健全な観光旅行の普及発達と国際観光の振興を促進し、もって県民生活、文化及び経済の向上発展に寄与するとともに、国際親善に寄与することを目的とし、次に掲げる事業を実施している。 ・観光情報の収集発信 ・誘致拡大のための広報宣伝 ・観光産業及び観光文化の振興 ・観光基盤整備 ・外客誘致促進 （定量的な評価）※令和６年度実績 ・公式サイトページビュー数：2,615 万 PV ・公式 SNS（Facebook、Twitter、Instagram、LINE,TikTok）フォロワー数、メルマガ数：274 千人 ・観光情報紙「観光三重」作成部数：年４回　総部数 80 万部 ・広告等収入：2,494 万円	

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） 三重県観光連盟が母体となり、構成メンバーには、当連盟の会員である行政（県内 29 市町）、観光協会、宿泊施設、観光施設、販売・飲食店のみならず、交通事業者、各種組合・団体（JA グループ三重、三重県文化振興事業団、三重県物産振興会等）、神社・仏閣、金融機関など多様な関係者が参画し、官民が密接に連携した運営を実施する。 （実施体制図） 

２．観光地域づくり法人がマーケティング･マネジメントする区域

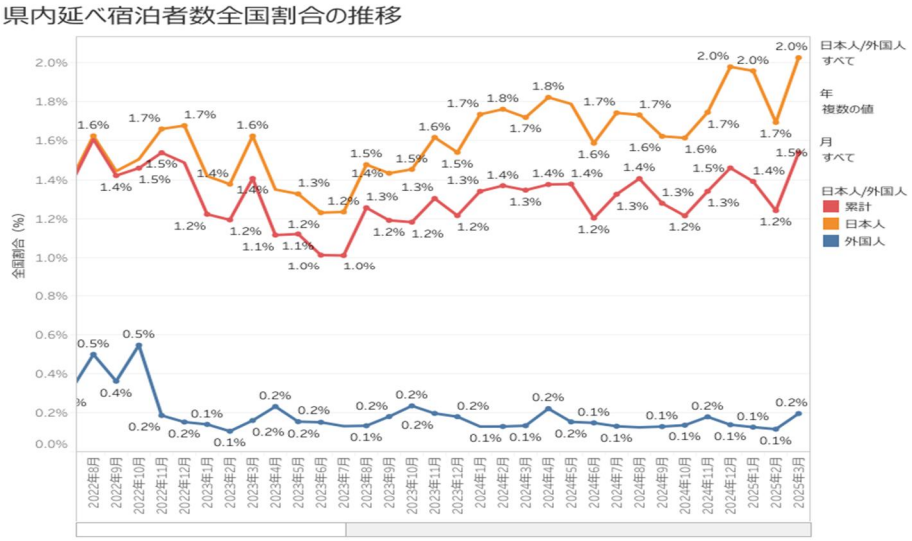
【区域の範囲が分かる図表を挿入】

地域名（市町数）	市町名
北勢（10）	四日市市、桑名市、鈴鹿市、亀山市、いなべ市、木曽岬町、東員町、菰野町、朝日町、川越町
中南勢(6)	津市、松阪市、多気町、明和町、大台町、大紀町
伊勢志摩(6)	伊勢市、鳥羽市、志摩市、南伊勢町、度会町、玉城町
伊賀(2)	伊賀市、名張市
東紀州(5)	尾鷲市、熊野市、紀北町、御浜町、紀宝町

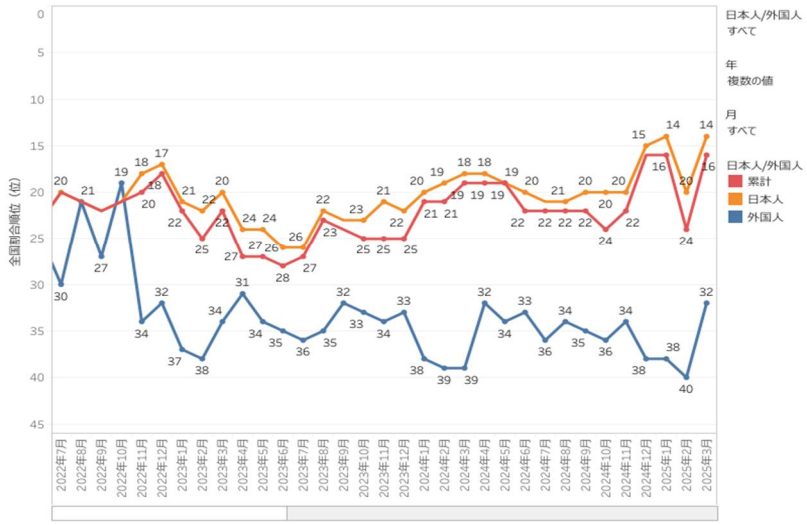
【区域設定の考え方】

・本計画においては、三重県内の地域ＤＭＯをはじめとする各地域の取組を幅広く支援するため対象区域を三重県内全２９市町から構成される区域とする

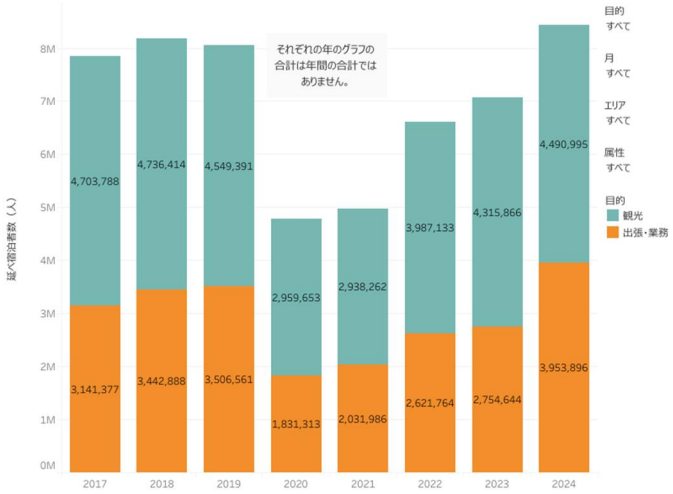
【観光客の実態等】



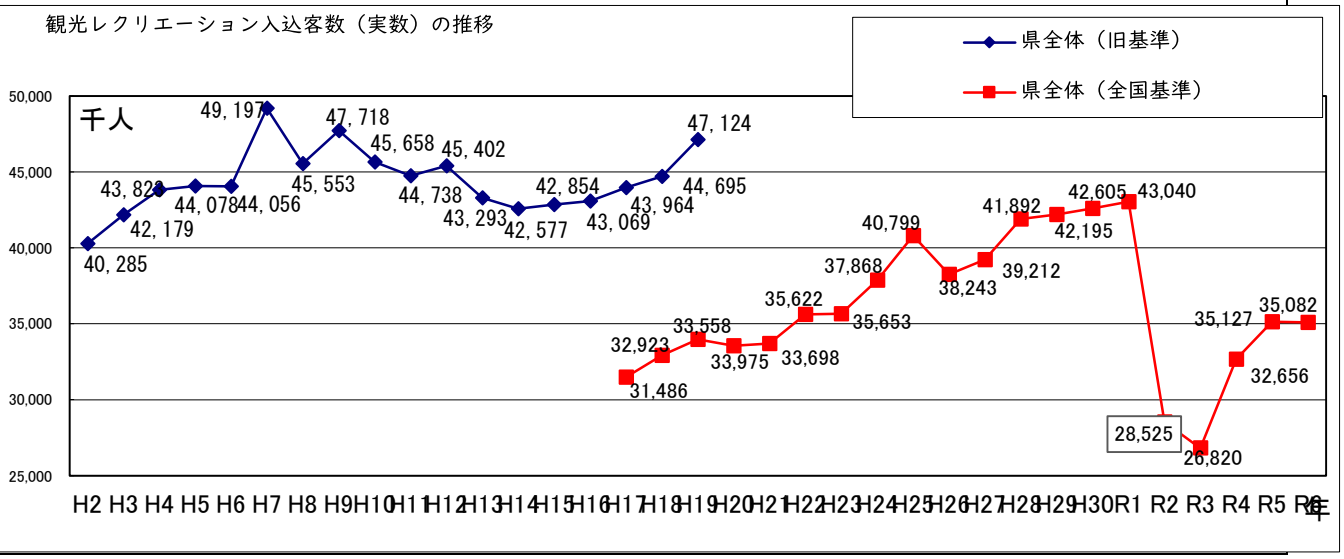
県内延べ宿泊者数全国割合順位の推移



延べ宿泊者数の推移：宿泊目的別（県内・県外）



観光レクリエーション入込客数（実数）の推移



【利便性：区域までの交通、域内交通】

電車・飛行機でのアクセス

鉄道

東京から	名古屋まで（JR新幹線のぞみ）	約1時間40分	＋	伊勢まで（JR・近鉄特急）	約1時間20分
広島から	新大阪まで（JR新幹線のぞみ）	約1時間30分	＋	伊勢まで（JR・近鉄特急）	約2時間30分
博多から	新大阪まで（JR新幹線のぞみ）	約2時間30分	＋	伊勢まで（JR・近鉄特急）	約2時間30分

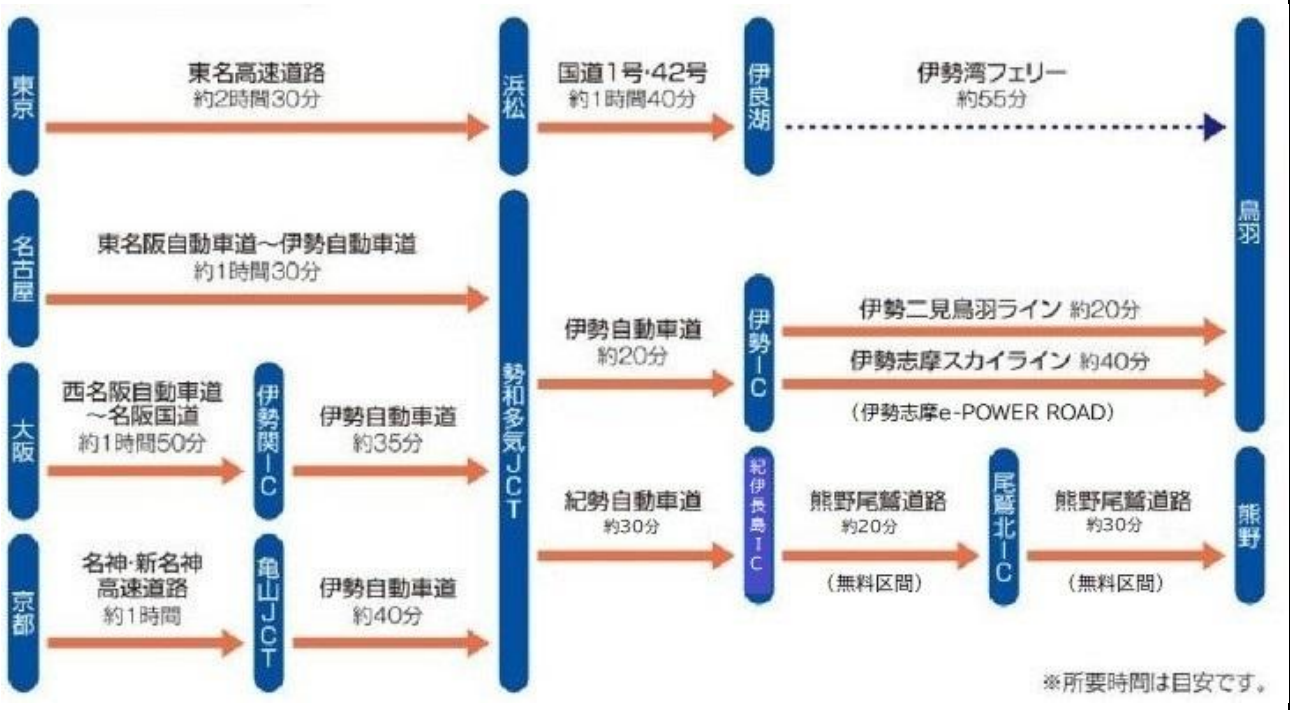
飛行機 国内定期便

札幌（新千歳）空港から	中部国際空港へ	約1時間55分	東京（成田）空港から	中部国際空港へ	約1時間10分
仙台空港から	中部国際空港へ	約1時間15分	福岡空港から	中部国際空港へ	約1時間10分

海上 中部国際空港 ― 津エアポートライン（高速船） 2,520円 約45分 ●津エアポートライン株式会社 059-213-4111 ― 津なぎさまち
- 津駅 220円 約10分 ●三重交通株式会社 中勢営業所 059-233-3501
- （神宮リムジンバス） 伊勢市駅・伊勢神宮 1,600円 約75分 ●三重交通株式会社 伊勢営業所 0596-25-7131

バス 中部国際空港
- 金城ふ頭駅 ― 長島温泉 ― 桑名駅前 運行休止中 ●三重交通株式会社 桑名営業所 0594-22-0595
- 垂坂駐車場 / 東芝四日市 / 生桑車庫 / 都ホテル前 / 近鉄四日市駅 ― 四日市新正車庫 1,800円 約95分 ●三重交通株式会社 四日市営業所 059-323-0808

車でのアクセス



【外国人観光客への対応】
・ホームページやパンフレットの多言語化
・宿泊施設や観光施設等の案内標識等の多言語化
・外国人観光客対応の人材育成
（ＪＮＴＯ認定外国人観光案内所）　（令和４年１２月時点）

	北勢地域	中南勢地域	伊勢志摩地域	伊賀地域	東紀州地域	計
カテゴリー３			1			1
カテゴリー２			3		1	4
カテゴリー１	2	3	2	3	1	１１
パートナー施設	1	1		1	2	5
計	3	4	8	4	4	２１

※カテゴリー３　：常時英語による対応が可能。その上で、英語を除く 2 以上の言語での案内が常時可能な体制がある。全国レベルの観光案内を提供。原則年中無休。Wi-Fi あり。ゲートウェイや外国人来訪者の多い立地。
※カテゴリー２　：少なくとも英語で対応可能なスタッフが常駐。広域の案内を提供。
※カテゴリー１　：常駐でなくとも何らかの方法で英語対応可能。地域の案内を提供。
※パートナー施設：観光案内を専業としない施設であっても、外国人旅行者を積極的に受け入れる意欲があり、公平・中立な立場で地域の案内を提供。

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
旅行商品等購入者の顧客データ	旅行商品等を販売する県内事業者へ収集・分析データ提供し、効果的なマーケティングを提案する。	・県が構築した観光マーケティングプラットフォーム等を活用したデジタルマーケティングにより、購入者属性や販売情報を収集する。
Web サイトのアクセス解析データ	観光 Web サイトへの流入数・経路、地域属性等を解析し、県内事業者へ Web コンテンツの改善等を提案する。	・当連盟の公式サイト「観光三重」、「VISITMIE」や、県内事業者が保有する観光 Web サイト等のアクセス解析を一元的に実施する。
観光消費額、延べ宿泊者数	観光施策の立案・見直しの基礎資料として活用する。	観光庁「宿泊旅行統計調査」、三重県「観光客実態調査」等から収集する。
来訪者満足度、リピーター率、再来訪意向	観光施策の立案・見直しの基礎資料として活用する。	三重県「観光客実態調査」から収集する。

４．戦略

（１）地域における観光を取り巻く背景

三重県は、伊勢神宮をはじめとする歴史・文化資源、伊勢志摩国立公園や熊野古道などの自然景観、伊賀忍者や松阪牛・伊勢海老などの地域資源に恵まれ、全国的にも高い観光ポテンシャルを有している。観光産業は県内総生産の約 6.3%を占め、特に伊勢志摩地域では基幹産業として地域経済や雇用を支えている。一方で、人口減少や少子高齢化の進行により、観光業における担い手不足や地域交通の維持、観光施設の老朽化などの課題が顕在化している。加えて、感染症の影響や災害リスクにより観光需要は不安定となりつつあり、観光の質や持続可能性を高める取り組みが重要となっている。こうした背景のもと、地域間連携による面的な観光地域づくりと、デジタル技術や観光データの活用による戦略的な観光振興が求められている。

（２）地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	強み（Strengths） ・国内外に誇れる豊富な食材 ・地域ごとに特色を持った豊かな歴史・自然・文化資産 ・テーマパーク、アウトレット、牧場等のレジャー施設の充実 ・ものづくり県としての多様な産業集積	弱み（Weaknesses） ・宿泊数の少なさ、施設老朽化 ・観光客来訪地域の偏り ・県南部地域における不利な地理的・経済的条件 ・インバウンドの受入体制が不十分 ・観光関連業の雇用環境の悪化 ・国内外からの宿泊者数の減少
外部環境	機会（Opportunity） ・2021 年　熊野尾鷲道路全線開通 ・2023 年　Ｇ７交通大臣会合開催 ・2025 年　大阪・関西万博 ・2033 年　式年遷宮 ・リニア中央新幹線開業（東京 - 名古屋 2027 年、名古屋 - 大阪間 2037 年）	脅威（Threat） ・台風や集中豪雨などの風水害による影響の受けやすさ ・南海トラフを震源域とする大規模地震の発生 ・世界経済に影響を受けやすい産業構造（主に製造業） ・人口減少・少子高齢化による国内市場の縮小

（３）ターゲット

〇第１ターゲット層
関西圏から訪れる観光客

〇選定の理由
- 関西圏（大阪府、京都府、兵庫県、滋賀県、奈良県、和歌山県）は、三重県への入込客数全体に占める割合が、県外では 29.1%であるとともに、入込客に占める宿泊客の割合も最多の 39.0%となっている。（令和６年度三重県観光客実態調査報告書）
- 当連盟の公式サイト「観光三重」のアクセス解析において、大阪からのアクセス数が県外では最も多く、三重県への関心が高い地域である。
- 外国人観光客が三重県の滞在直前、滞在直後に滞在した地域として大阪府、京都府、和歌山県、奈良県は上位に入る。
- 近鉄特急、東名阪自動車道、新名神高速道路等、関西圏からの交通アクセスが充実している。
- 令和 2 年度からの三重県の観光施策において、中部及び関西圏という両圏域の結節点に位置する地理的特性を生かし、他府県や関係機関との連携を強化するとともに、大阪・関西万博等のビッグチャンスを捉えて、三重の食・観光をはじめとした多彩な魅力を発信している。

〇取組方針
- Google アナリティクス、Google ビジネスプロフィールを活用したデジタルマーケティングや、県内事業者が保有する観光 Web サイト等のアクセス解析の結果に基づき、ターゲット層に強く訴求するコンテンツの磨き上げや、時期・エリア・ターゲットを絞った効果的・効率的なプロモーション展開を行う。
- 三重県の観光施策に併せた、効果的な誘客促進展開を行う。

〇第２ターゲット層
関東圏から訪れる観光客

〇選定の理由
- 関東圏（東京都、神奈川県、埼玉県、千葉県、群馬県、栃木県、茨城県）は、人口規模が関西圏、中京圏に比べて大きく、宿泊を伴う来訪を見込める地域である。
- 2027 年の東京-名古屋間のリニア中央新幹線開業に伴う首都圏からのアクセス改善等により、今後観光客の増加が期待される。
- 当連盟の公式サイト「観光三重」のアクセス解析において、東京都からのアクセス数が県外では３番目に多く、三重県への関心が高い地域である。

〇取組方針
- 第１ターゲット層と同様

〇第３ターゲット層
中京圏から訪れる観光客

〇選定の理由
- 中京圏（愛知県、岐阜県、静岡県）は、三重県への入込客数全体に占める割合が、関西圏に次ぐ 24.2%であるとともに、入込客数に占める宿泊客の割合も関西圏に次ぐ 21.6%となっている。（令和６年度三重県観光客実態調査報告書）
- 当連盟の公式サイト「観光三重」のアクセス解析において、愛知県からのアクセス数が県外では２番目に多く、三重県への関心が高い地域である。
- 外国人観光客が三重県の滞在直前、滞在直後に滞在した地域として愛知県は１位、岐阜県は上位に入る。
- 三重県と同一圏内であり、交通アクセスが良好である。

〇取組方針
- 第１ターゲット層と同様

（４）観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	世界の人びとを魅了する三重の観光
②コンセプトの考え方	・三重県は、国内外から注目され、知名度が飛躍的に向上した平成 28 年の伊勢志摩サミット、新名神高速道路の県内区間全線開通等、道路ネットワークの大幅な充実による三重県へのアクセス条件向上を契機に、大規模なイベント、戦略的なインバウンド誘致、国際会議等のＭＩＣＥ誘致、クルーズ客船誘致等に取り組んだ結果、平成 30 年には外国人延べ宿泊者数は平成 24 年の約 3.6 倍となる 34 万人となった。 ・令和になり、新たな集客施設や宿泊施設がオープンし、令和３年には熊野尾鷲道路が全線開通したことにより東紀州地域へのアクセスが向上した。令和 5 年度には志摩市で G7 交通大臣会合が開催され、令和 15 年には神宮式年遷宮を迎える。 ・上記の前提をふまえて、三重県の認知度を高め、来訪し観光消費を促すための取組を推進していく必要があり、そのためには、三重県が有する観光資源、立地環境等をふまえ、旅行者目線でブラッシュアップさせた観光誘客の推進に取り組んでいく必要がある。 ・三重には、日本人の文化聖地とも言える文化・伝統、伊勢志摩国立公園をはじめとする美しい自然、世界の人びとを惹きつける豊かな食、その魅力を引き出す人びとの知恵と技術等、世界の人びとを魅了するポテンシャルの高い資源が多くあり、こうした「三重ならではの価値」を生かし、「三重に行かなければ味わうことのできない」新たな価値＝ブランドを旅行者の目線もふまえ、三重県内各地域で創設されている地域ＤＭＯ等観光地域づくりを行う団体・事業者との連携による、オール三重で創造するとともに、それぞれの旅行者に合わせた情報を提供していくことで旅行者が真の意味で三重の観光を楽しみ、その情報を旅行者目線で拡散していただく、客が客を呼ぶ好循環の確立につなげていく。 ・そのために、科学的アプローチに基づいた各地域の取組の支援、観光マーケットの特性を踏まえた戦略的なプロモーション等を展開する。

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。	・全県域を担うＤＭＯ（当連盟）を中心として、総会（年１回）、理事会（年３回）、地域懇談会（年１回）、県内ＤＭＯ会議（年１回）、データ分析学習会（年４回）等の場で三重県内地域ＤＭＯや観光関連事業者を集めてコミュニケーションを図ることで、戦略の共有を実施する。 ・三重県の観光戦略とＤＭＯの戦略を共有し、一体となって三重県全体の観光地域づくりを推進していくため、「中期事業計画」（令和６～８年度）の必須ＫＰＩを三重県の「観光振興基本計画」の目標数値に合わせて設定する。 ・県内地域ＤＭＯや地域の観光関連事業者に対し、デジタルマーケティング、Web アクセス解析、公式サイト「観光三重」、「VISITMIE」を活用したプロモーション等の業務支援を通じて戦略の共有を行う。特に市町、地域ＤＭＯ等については、データ共有の場として「データ分析学習会」を開催し、連携を強化する。 ・地方銀行等のネットワークを活用することで、多様な関係者と戦略を共有する。
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	・顧客満足度の高いサービスを提供できる観光関連産業の育成を目指し、民間事業者と連携した地域のリーダー人材や専門人材を育成する人材育成研修会の開催や OJT、地域ＤＭＯや観光関連事業者への訪問による意見交換により、サービスの維持・向上・評価を実施する。 ・県が実施している「観光客実態調査」により、県全体の来訪者満足度やリピーター率、再来訪意向を把握し、観光客に提供するサービスを評価する。 ・Google ビジネスプロフィールを活用した満足度の把握、改善の仕組を構築する。 ・希望する地域ＤＭＯ等と連携し、「旅行者アンケート」を実施し、旅行者属性、満足度、NPS 等の数値を取得し、事業等に活用する。 ・観光庁等が提供する観光人材育成プログラムを活用するとともに、総会後に研修会を開き、意識の醸成や知識の向上を図る。
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	・三重県全域の観光情報発信・プロモーションについては、三重県観光局の施策と連携しつつ、県内の自治体・観光協会・観光事業者等の観光情報をとりまとめ、公式サイト「観光三重」・季刊紙「観光三重」・公式 SNS 等を活用して一元的に情報発信を行う。 ・当連盟の強みであるサイトのドメイン力及び戦略的なデジタルマーケティングを生かしながら、インフルエンサーの活用など新しい切り口で三重県にあるあまり知られていないシーズ（観光資源）や既存の観光資源を発信していくことでニーズ化することをめざす。 ・インバウンドプロモーションについては、多言語サイト「ＶＩＳＩＴＭＩＥ」を令和６年度に刷新し、多言語での観光 Web プラットフォームを構築した。

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	2023（Ｒ６）年度	2024（Ｒ７）年度	2025（Ｒ８）年度	2025（Ｒ９）年度
●旅行消費額（億円）	目標	5,970	6,000	5,130	5,560	6,000～7,000	6,000～7,000
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	
	実績	4,269	4,882	5,236			
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	
●延べ宿泊者数（万人）	目標	940	950	860	904	995	995
		(50)	(59)	(38)	(42)	(45.4)	(45.4)
	実績	695	698.2	869			
		(5)	(19)	(24)	（ ）	（ ）	
●来訪者満足度（%）	目標	95.0	95.0	95.0	96.0	97.0	97.0
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	
	実績	94.4	95.7	95.8			
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	
●リピーター率（%）	目標	89.0	89.0	89.0	90.0	92.0	92.0
		（ ）	（ ）		（ ）	（ ）	
	実績	90.5	89.9	92.2			
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	

※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値

※1：暦年（1 月～12 月）のデータ

※2：来訪者満足度は、三重県「観光客実態調査」の「総合満足度」の項目における「大変満足」の数値を KPI 指標とする。

※3：リピーター率は、三重県「観光客実態調査」の「来訪回数」の項目における「宿泊客の来訪回数が２回目以上」の数値を KPI 指標とする。

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】

・三重県観光振興基本計画（R6～8）を基に、三重県観光連盟「中期事業計画」（Ｒ６～Ｒ８）を策定し、三重県と一体となった取組を行う。

＊「旅行消費額」「延べ宿泊者数」については、三重県観光振興基本計画（R6～8）と一致。

＊令和９年度については、県観光振興基本計画、連盟中期事業計画の改定のため、令和８年度の数値と同値を設定した。

【設定にあたっての考え方】

●旅行消費額

（数値設定の考え方）

Ｒ７に観光客数を過去最高に回復させ、Ｒ８に観光消費額の過去最高額（Ｒ１：5,564 億円）に 500 億円を上乗せする 6,000 億円という目標を設定した。 ・ また、観光消費単価の 15%増に取り組むこと、さらに昨今の物価上昇も見込み、1,000 億円 の上昇幅を設定。

●延べ宿泊者数

（数値設定の考え方）＜国内延べ宿泊者数＞

KPI に係る考察（日本人延べ宿泊者数）

Ｒ８目標値 9,956 千人は、式年遷宮が行われたＨ25 の過去最高値 である 9,55６千人の 4.2%増というチャレンジングな目標として設定している。Ｈ２５以降 減少傾向にある延べ宿泊者を回復させ、さらに伸長させるため、人口等が集中する関東圏 に向けては、比較的に消費単価の高い顧客層を主な対象とし、延べ宿泊者の絶対数が多い 関西圏・中部圏に向けては、リピーター層の定着に加えて新たな顧客層の開拓を図るなど、 三重の強みを活かした戦略的なプロモーションに取り組むことで目標達成をめざす。

●来訪者満足度

（数値設定の考え方）

宿泊者満足度については、一定高い数値を保っており、一定横ばいとなっている。過去最高となったＲ５年度からさらに高めていきたいことから 96%を KPI として設定した。

●リピーター率

（数値設定の考え方）

リピーター率については、おおむね 90%で推移しているものの、R5 年度は 90%を下回ったため、90%をＫＰＩとして設定した。

（２）その他の目標

指標項目		2022 （Ｒ４） 年度	2023 （Ｒ５） 年度	2024 （Ｒ６） 年度	2023 （Ｒ７） 年度	2024 （Ｒ８） 年度	2025 （Ｒ９） 年度
●再来訪意向 （%）	目標	43.5	45.0	50.0	50.0	50.0	50.0
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	44.4	47.4	48.0			
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
●地域 DMO 等事業者支援件数 （件）	目標	38	40	49	50	51	51
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）		
	実績	42	51	54			
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
●公式サイトアクセス （万回）	目標	2,100	2,500	2,500	2,550	2,600	2,600
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	2,690	2,621	2,615			
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
●ＳＮＳファン数（人）	目標	206,000	233,000	231,000	246,000	261,000	261,000
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	222,600	251,043	274,298			
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）

※再来訪意向は三重県「観光客実態調査」の「再来訪意向」における「大変そう思う」の数値を計上。
※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】

・三重県観光振興基本計画（R6～8）を基に、三重県観光連盟「中期事業計画」（Ｒ６～Ｒ８）を策定し、三重県と一体となった取組を行うとともに、
地域 DMO 等観光地域づくりを行う団体・事業者を支援する。

＊令和９年度については、県観光振興基本計画、連盟中期事業計画の改定のため、令和８年度の数値と同値を設定した。

【設定にあたっての考え方】

●再来訪意向

（項目設定の考え方）

・「来訪者満足度」－「再来訪意向」－「リピーター率」の相互比較・分析により効果的な施策立案につなげる指標として設定。

（数値設定の考え方）

再来訪意向については、ここ数年１～２%の上昇傾向にある。R５年度からさらに高めていきたいことから 45%を KPI として設定した。

●地域 DMO 等事業者支援件数

（項目設定の考え方）

・三重県内の地域 DMO や観光事業者に対して、デジタルマーケティング、Web サイトアクセス解析、広域プロモーション等を実施した実績を把握し、地域との一体的な観光地域づくりの成果を把握する指標として設定。

（数値設定の考え方）

・令和５年度の事業実績を基に、支援件数の拡大を目指す。

●公式サイトアクセス数（PV）

（項目設定の考え方）

・三重県の観光に対する関心度合いを把握し、公式サイトを活用したプロモーションの成果を測るとともに、地域ＤＭＯ等に活用していただく効果的なメディアとしての価値を測る指標として設定。

（数値設定の考え方）

・令和４年度については、サイトの全面改修を行い、リニューアルを実施した。ユーザビリティを高め、ニーズをとらえた情報発信を行った結果、PV 数の大幅な増を達成した。令和６年度においては、R５年度実績が目標値以上であったことから、結果的にＲ５年度実績を下回る 2,621 万となっているが、引き続き、現状の強みを生かしつつ、ユーザー目線に立った情報発信を行う。

●SNS ファン数

（項目設定の考え方）

・国内でも有数のファン数を誇る SNS を活かし、公式サイトへの誘導をはかる。

（数値設定の考え方）

・短尺動画の活用など、若年層向への訴求力を高めつつ、ファン数を維持していく。

７．活動に係る運営費の額及び調達方法の見通し

（１）収入

年（年度）	総収入（円）	内訳	
2022（Ｒ４）年度	158,722,924（円）	【県からの補助金】 【県からの受託収益】 【会費収入】 【事業収入等】	18,500,000 円 55,798,292 円 34,038,280 円 45,523,284 円
2023（Ｒ５）年度	113,732,388（円）	【県からの補助金】 【県からの受託収益】 【会費収入】 【事業収入等】	8,500,000 円 31,063,285 円 40,032,000 円 42,637,103 円
2024（Ｒ６）年度	260,299,311（円）	【県からの負担金】 【県からの受託収益】 【会費収入】 【事業収入等】	167,135,500 円 14,072,905 円 44,098,000 円 34,992,906 円
2025（Ｒ７）年度	306,734,000（円）	【県からの負担金】 【県からの受託収益】 【会費収入】 【事業収入等】	243,646,000 円 5,000,000 円 43,978,000 円 14,110,000 円
2026（Ｒ８）年度	224,483,000（円）	【県からの負担金】 【県からの受託収益】 【会費収入】 【事業収入等】	161,220,000 円 8,435,000 円 42,472,000 円 12,346,000 円
2026（Ｒ９）年度	224,483,000（円）	【県からの負担金】 【県からの受託収益】 【会費収入】 【事業収入等】	161,220,000 円 8,435,000 円 42,472,000 円 12,346,000 円

（２）支出

年（年度）	総支出	内訳	
2022（Ｒ４）年度	143,417,400（円）	【一般管理費】 【国内プロモーション】 【海外プロモーション】	11,402,654 円 117,581,905 円 14,432,841 円
2023（Ｒ５）年度	119,809,967(円)	【一般管理費】 【国内プロモーション】 【海外プロモーション】	13,811,128 円 105,166,382 円 832,457 円
2024（Ｒ６）年度	231,021,266（円）	【一般管理費】 【国内プロモーション】 【海外プロモーション】	10,974.51 円 152,112,600 円 67,934,151 円
2025（Ｒ７）年度	305,123,000（円）	【一般管理費】 【国内プロモーション】 【海外プロモーション】	10,676,000 円 148,058,000 円 68,728,000 円
2026（Ｒ８）年度	228,697,000（円）	【一般管理費】 【国内プロモーション】 【海外プロモーション】	11,893,000 円 124,059,000 円 170,388,000 円
2026（Ｒ９）年度	228,697,000（円）	【一般管理費】 【国内プロモーション】 【海外プロモーション】	11,893,000 円 148,058,000 円 68,728,000 円

（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

・デジタルマーケティング、Web サイトアクセス解析に基づいた、プロモーションメディアによる広告掲載料収入の増加
・「観光三重」公式サイト閲覧者に対するＷｅｂ広告実施による収入の増加
・新たな会員の増加による会費収入増額
・Web プラットフォームでの予約・販売による手数料収入
・県・市町、民間事業者からの事業受託
・県からの連盟運営負担金
・DMO に対し県が公的な関与が必要な部分について負担金を引き続き継続的に受けられるよう、働きかけを行っていく。

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

三重県は、公益社団法人三重県観光連盟を三重県における地域連携ＤＭＯとして登録したいので、公益社団法人三重県観光連盟とともに申請します。

９．マーケティング･マネジメント対象区域が他の地域連携ＤＭＯ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た（行っている）か】

エリアが重複する公益社団法人伊勢志摩観光コンベンション機構及び一般社団法人東紀州地域振興公社については、日常的に情報交換を行っている。

【区域が重複する背景】

伊勢志摩地域や東紀州地域は観光産業が集積している地域であり、観光地として県外にも名を知られているため、行政の区域を超えた伊勢志摩地域のまとまりでスケールメリットを活かした事業展開をしていくことが有利であるため、区域が重複する。

【重複区域における、それぞれの DMO の役割分担について】

三重県観光連盟は、高度な情報発信力を活かしたプロモーションを中心に行い、伊勢志摩観光コンベンション機構及び東紀州地域振興公社は、地域の人的ネットワークを活用した営業（誘致）、地域連携を行う。

【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】

三重県観光連盟は、全県的に幅広く対応し、観光産業が集積している伊勢志摩地域及び東紀州地域については、伊勢志摩観光コンベンション機構及び東紀州地域振興公社が深く対応することで、三重県全体の観光振興を効率的に行うことができる。

１０．記入担当者連絡先

担当者氏名	金丸　幸穂
担当部署名（役職）	マネジメント・DMO チーム（事務局次長）
郵便番号	５１４－０００９
所在地	三重県津市羽所町 700 アスト津 2Ｆ
電話番号（直通）	０５９－２２４－５９０４
ＦＡＸ番号	０５９－２２４－５９０５
Ｅ－ｍａｉｌ	kanamaru@kankomie.or.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	松田雄哉
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）	０５９－２２４－３１１６
ＦＡＸ番号	０５９－２２４－２８０１
Ｅ－ｍａｉｌ	matsuy56@pref.mie.lg.jp

（登録）【地域DMO】公益社団法人三重県観光連盟

様式2

記入日： 令和7年7月25 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】 三重県全域（29市町）
【設立時期】 昭和25年６月26日
【設立経緯】戦前からあった三重県観光協会を発展的解体、三重県観光連盟（任意団体）が誕生
【代表者】 会長　竹谷　賢一
【マーケティング責任者（CMO）】 金丸　幸穂
【財務責任者（CFO）】 奥山　優海
【職員数】 17人（常勤12人、非常勤3人、パ^ート2名）
【主な収入】会費収入　44百万円、事業収入　35百万円（R6決算）
【総支出】管理費　10百万円、事業費(国内)152百万円(海外)67百万円
【連携する主な事業者】
　県内市町観光協会、近畿日本鉄道、JR東海、JR西日本、三重交通等の県内交通事業者、県内観光施設、県内宿泊施設、県内旅行会社、県内外メディア

KPI（実績・目標）

指標項目		2022（R4）年度	2023（R5）年度	2023（R6）年度	2024（R7）年度	2025（R8）年度	2026（R9）年度
●旅行消費額（億円）	目標	5,970	6,000	5,130	5,560	6,000～7,000	6,000～7,000
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	4,269	4,882	5,236			
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
●延べ宿泊者数（万人）	目標	940	950	860	904	995	995
		（50）	（59）	（38）	（42）	（45.4）	（45.4）
	実績	695	698.2	869			
		（5）	（19）	（24）	（ ）	（ ）	（ ）
●来訪者満足度（%）	目標	95.0	95.0	95.0	96.0	97.0	97.0
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	94.4	95.7	95.8			
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
●リピーター率（%）	目標	89.0	89.0	89.0	90.0	92.0	93.0
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	90.5	89.9	92.2			
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）

戦略

【主なターゲット】
国内：関西圏、関東圏、中京圏から訪れる観光客
インバウンド：アジア市場
【ターゲットの誘客に向けた取組方針】
インターネット広告を活用したデジタルマーケティングや、県内事業者が保有する観光Webサイト等のアクセス解析の結果に基づき、ターゲット層に強く訴求するコンテンツの磨き上げや、時期・エリア・ターゲットを絞った効果的・効率的なプロモーション展開を行う。
また、インバウンドにおいて高いリピーター率を維持するため、リピーターの満足度を高める取組を行う
【観光地域づくりのコンセプト】
世界の人びとを魅了する三重の観光

具体的な取組

「中期事業計画」（R6～8年度）に基づく取組み
【国内情報発信・プロモーション】
・観光情報提供事業（「観光三重」公式サイトを通じた情報発信（R6年度:2,690万PV））や季刊誌の発行を行う。
・地域と連携した共同プロモーション

【データマーケティング】
県、地域と連盟したデータの収集、共有を実施。
【地域DMO等支援】
専門家と連携し、地域ごとの課題に対応したオーダーメイド型支援を実施。
【インバウンドマーケティング】
・県と役割分担し、重点市場（アジア）に対し、レップ設置やSNSプロモーション等を実施。
・特にインバウンドに意欲的に取り組む会員（インバウンド委員会）と連携し、インバウンド事業を連携し、実施。