

観光地域づくり法人形成・確立計画

記入日：令和7年 7月 1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・ <u>地域DMO</u>	
観光地域づくり法人の名称	一般社団法人鳥羽市観光協会	
マネジメント・マーケティング対象とする区域	三重県鳥羽市	
所在地	三重県鳥羽市大明東町 1-7	
設立時期	昭和4年2月 鳥羽保勝会として結成 昭和12年1月 鳥羽市観光協会として設立（名称変更） 平成25年3月 一般社団法人に移行 令和元年8月7日 観光地域づくり法人（地域DMO）へ登録	
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	8人【常勤8人（正職員8人・出向等0人）、非常勤0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） ※必ず記入	（氏名） 原田 佳代子 （出身組織名） 鳥羽観光会館ビル株式会社	鳥羽市生まれ。鳥羽観光会館ビル株式会社の代表取締役として、長年鳥羽市の商業振興に貢献してきた。令和6年度より、鳥羽市観光協会の会長に就任。漁業と観光の連携促進協議会の会長としても、地域の漁業者の所得向上や観光部門への展開等に積極的に取り組んでいる。
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） ※必ず記入	（氏名） 大村 佳之「専従」 （出身組織名） 鳥羽市観光協会	三重大学在籍時、修士（医科学）取得後、助教として人材育成・産学連携の業務に携わり、産学官のマッチングの調整や調査等を実施。大学院在籍時、ビジネスコンテストにて2度の受賞歴あり。総務担当として全体管理を行っている。 鳥羽市観光協会、事務局長。
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	（氏名） 河村 真衣「専従」 （出身組織名） 鳥羽市観光協会	鳥羽市観光協会における、総務関係・経理関係を全て管理する。鳥羽市温泉振興会の経理関係についても対応している。ふるさと納税業務についても主担当として対応。 鳥羽市観光協会、経理課長。

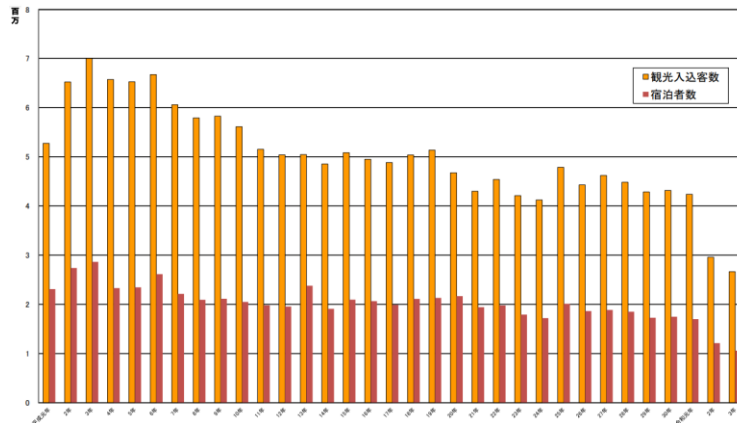
各部門（例：プロモーション）の責任者（専門人材） ※各部門責任者のうち専従の者については、氏名の右横に「専従」と記入すること	（氏名） 山本 洋平「専従」 （出身組織名） 鳥羽市観光協会	鳥羽市の観光コンテンツでもある海女文化を広く海外に周知するため、鳥羽市長をはじめ関係団体の有志とフランス・パリのユネスコ本部、日本大使館や公的機関、旅行代理店などを訪問し、地域の文化・産業をPRするなど、鳥羽市への観光誘致に貢献している。 鳥羽市観光協会、海外誘客課長。
各部門（例：旅行商品の造成・販売）の責任者（専門人材）	（氏名） 山崎 正文「専従」 （出身組織名） 鳥羽市観光協会	鳥羽市観光協会主催の市内で実施する各種イベントについて、企画立案し、関係団体との調整を行っている。また、鳥羽市観光協会の公式サイトでの管理を主導し、Google Analytics を活用し、アクセス数や高需要のページの集約、分析を行っている。 鳥羽市観光協会、企画課長。
連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	鳥羽市観光商工課（広報宣伝、誘致活動、マーケティング） 農林水産課（産業振興、広報宣伝） 企画財政課（統計調査、移住定住促進、雇用対策） 教育委員会（市立海の博物館、海女に関する取り組み） 水産研究所（漁業と観光の連携促進事業等での連携）	
連携する事業者名及び役割	鳥羽商工会議所 鳥羽旅館事業協同組合 鳥羽磯部漁業協同組合 ※その他、鳥羽市温泉振興会、鳥羽市エコツーリズム推進協議会等 観光協会役員在籍の事業所（以下参照） 鳥羽水族館、ミキモト真珠島、戸田家、和光、リゾートヒルズ豊浜、鳥羽観光会館ビル、海島遊民くらぶ、鳥羽展望台、はちまんかまど、石鏡第一ホテル、中村屋、鳥羽ビューホテル、胡蝶蘭、山海荘 他 会員全 312 施設。	
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	（該当する要件）①、② （概要）鳥羽市観光協会では、定期総会（年 1 回）・理事会（年 6 回）・正副会長会議及び常務理事会（年 6 回）を開催している他、多様な関係者が参加する委員会（誘客推進、広告宣伝推進、商品事業推進、渉外、豊かな漁村づくり推進、青年部）を設置し、多数の分野における今後の方向性の調整を行っている。また、理事には行政や観光事業者をはじめ、主要分野の関係者が名を連ね、当協会の意思決定に関与している。 平成 27 年度三重県事業での支援を受け、三重県観光誘客課・鳥羽市観光課・WILLER ツーリズム&コンサルティング(株)と定期的に協議をおこなう。DMO 組織の基本方針やマーケティング手法等に関する議論を重ね、平成 28 年度も引き続き定期的な協議の場を設けている。同時に、本田家本店（有）より、ふるさと納税に関する助言を受け、持続可能な収入源の確保に向けても協議を継続している。また、平成 30 年 7 月には、株式会社 JTB より DMO 担当課長として、マーケティングの専門人材が出向し、各種データの分析・収集にあたった。同人材の出向期間中に専従職員への指導も行い、現在、専従職員が DMO 担当として対応している。	

<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>	<p>市の実施する「とばびと活躍プロジェクト」と連携し、市内住民の雇用対策・促進を行うための、鳥羽市宿泊産業等実態調査を行い、市内の就業業況・雇用条件・ニーズなどの把握に努めている。また、雇用対策として、就業体験やバスツアーなどの実施について協力している。</p> <p>また、当協会としても地元学生（鳥羽高校等）を中心とした、セミナーを開催した。具体的には、鳥羽（伊勢志摩）で活躍する人の講演を聴講するとともに、学生同士でのグループディスカッション・発表を行い、地元の魅力を知ってもらうことで、中長期的な雇用対策（大学等で市外へ出た後も地元での就職の余地を残すためのとりくみ）としての位置づけで進めている。</p> <p>令和5年度には、市民の観光に対する意識・満足度調査を行った。広報とばに掲載し、web のみでの回答とした。結果、108 件の回答があった。</p> <p>鳥羽市観光協会の取組としては、「鳥羽市観光協会だより」を毎年発行し、広報に折り込むことで、全市民に取り組みを周知している。</p>						
<p>法人のこれまでの活動実績</p>	<p>【活動の概要】</p> <p>当協会は、行政や商工会議所、旅館組合、観光施設連合会等と密接に連携し、観光の発展・振興のみならず、漁業等の一次産業を中心とした地域活性化に繋がる事業を積極的に展開してきた。</p> <p>近年では、漁業と観光の連携促進事業やふるさと納税の業務を受託する等、様々な切り口を観光と結びつけることによって、新たな魅力ある観光地づくりを推進している。また、インバウンド協議会への参画も積極的に行い、外国人旅行者の受け入れに対する対策にも取り組んでいる。</p> <table border="1" data-bbox="432 1025 1409 1995"> <thead> <tr> <th data-bbox="432 1025 619 1077">事業</th><th data-bbox="619 1025 1409 1077">実施概要</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="432 1077 619 1742"> <p>情報発信・プロモーション</p> </td><td data-bbox="619 1077 1409 1742"> <ul style="list-style-type: none"> ・真珠婚プロモーション事業 結婚 30 年を迎えるご夫婦をお祝いし、思い出にしてもらうと共に、鳥羽を第 2 のふるさととして訪れて頂く。 ・文化・交流・おもてなし事業 鳥羽ビルフィッシュトーナメント、グラウンドゴルフ大会、嘉隆さくら祭り等イベントを実施し、誘客に繋げる。 ・広報宣伝及び特別事業 各種マスコミへの広告や協賛事業を実施。また、県外キャンペーン活動も行う。鳥羽物語 PR 事業等も含む。 ・委託事業 コロナ禍により打撃を受けた市内事業者への支援対策として、「離島誘客促進事業」「鳥羽市海外情報発信事業」「誘客周遊促進プロモーション事業」「鳥羽うみ文化を活かした SDGs 推進事業」等を実施した。 ・当協会の Youtube チャンネルについて、登録者数・再生時間数が条件を満たし、今年度より youtube にて収益が発生している。 </td></tr> <tr> <td data-bbox="432 1742 619 1995"> <p>受入環境の整備</p> </td><td data-bbox="619 1742 1409 1995"> <ul style="list-style-type: none"> ・受入事業 「鳥羽ガイドボランティアの会」に対して、観光ルートの整備やガイド研修を実施するための支援を行った。 また、鳥羽市が例年実施する「鳥羽みなとまつり」がコロナ禍の影響で中止となったため、短時間で人が密集しない形にて、感謝・感動・歓迎の 3 つの칸を届ける「がんばろう鳥羽！三冠花火」を実施した。同花火は、 </td></tr> </tbody> </table>	事業	実施概要	<p>情報発信・プロモーション</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・真珠婚プロモーション事業 結婚 30 年を迎えるご夫婦をお祝いし、思い出にしてもらうと共に、鳥羽を第 2 のふるさととして訪れて頂く。 ・文化・交流・おもてなし事業 鳥羽ビルフィッシュトーナメント、グラウンドゴルフ大会、嘉隆さくら祭り等イベントを実施し、誘客に繋げる。 ・広報宣伝及び特別事業 各種マスコミへの広告や協賛事業を実施。また、県外キャンペーン活動も行う。鳥羽物語 PR 事業等も含む。 ・委託事業 コロナ禍により打撃を受けた市内事業者への支援対策として、「離島誘客促進事業」「鳥羽市海外情報発信事業」「誘客周遊促進プロモーション事業」「鳥羽うみ文化を活かした SDGs 推進事業」等を実施した。 ・当協会の Youtube チャンネルについて、登録者数・再生時間数が条件を満たし、今年度より youtube にて収益が発生している。 	<p>受入環境の整備</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・受入事業 「鳥羽ガイドボランティアの会」に対して、観光ルートの整備やガイド研修を実施するための支援を行った。 また、鳥羽市が例年実施する「鳥羽みなとまつり」がコロナ禍の影響で中止となったため、短時間で人が密集しない形にて、感謝・感動・歓迎の 3 つの칸を届ける「がんばろう鳥羽！三冠花火」を実施した。同花火は、
事業	実施概要						
<p>情報発信・プロモーション</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・真珠婚プロモーション事業 結婚 30 年を迎えるご夫婦をお祝いし、思い出にしてもらうと共に、鳥羽を第 2 のふるさととして訪れて頂く。 ・文化・交流・おもてなし事業 鳥羽ビルフィッシュトーナメント、グラウンドゴルフ大会、嘉隆さくら祭り等イベントを実施し、誘客に繋げる。 ・広報宣伝及び特別事業 各種マスコミへの広告や協賛事業を実施。また、県外キャンペーン活動も行う。鳥羽物語 PR 事業等も含む。 ・委託事業 コロナ禍により打撃を受けた市内事業者への支援対策として、「離島誘客促進事業」「鳥羽市海外情報発信事業」「誘客周遊促進プロモーション事業」「鳥羽うみ文化を活かした SDGs 推進事業」等を実施した。 ・当協会の Youtube チャンネルについて、登録者数・再生時間数が条件を満たし、今年度より youtube にて収益が発生している。 						
<p>受入環境の整備</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・受入事業 「鳥羽ガイドボランティアの会」に対して、観光ルートの整備やガイド研修を実施するための支援を行った。 また、鳥羽市が例年実施する「鳥羽みなとまつり」がコロナ禍の影響で中止となったため、短時間で人が密集しない形にて、感謝・感動・歓迎の 3 つの칸を届ける「がんばろう鳥羽！三冠花火」を実施した。同花火は、 						

		地域住民の方への還元の意も込め、鳥羽の主要地域全てで（複数年事業として）実施し、地域住民の方々からも大変な好評を得ている。今年度は、浦村地区、国崎地区にて開催した。令和 6 年度に、離島地区（答志島、菅島、神島）にて実施した。これをもって主要地区全ての地域で開催されることとなる。																																	
	観光資源の磨き上げ	<ul style="list-style-type: none"> ・地域連携支援事業 各地域の活性化を目的に各地の旅館組合と連携し、事業を実施。各地域の魅力をより磨き上げ、集客に繋げる。 ・観光振興特別事業 鳥羽の観光資源をより魅力的にするための取り組みを多岐に渡り実施。主な事業として、「漁業と観光の連携促進事業」「海外誘致事業」「鳥羽文化芸術支援事業」「おもてなし歓迎事業」「雇用対策事業」「デジタルコンテンツ事業」などがある。 ・ふるさと納税業務 市よりふるさと納税業務の大部分を受託し、PR チラシ・返礼品カタログ・利用可能施設ステッカーの作成、返礼品の写真撮影による寄附申込サイトの充実、寄附受付、お礼状及び証明書発行、郵送、返礼品発注、支払い、クレーム対応・新規ポータルサイトの開設等を実施した。同業務による収益が、本組織の大きな収入源となっている。 																																	
<p>【定量的な評価】</p> <p>会員数は、令和 7 年 3 月 31 日現在、312 団体となっており、市内の主要な事業者が加入している状況となっている。主な活動内容として、総会・理事会・正副会長会議・常務理事会・各部会の開催に加え、</p> <ul style="list-style-type: none"> ・真珠婚プロモーション事業 ／ ・文化・交流・おもてなし事業 ・地域連携支援事業 ／ ・広報宣伝及び特別事業 ・受入事業・その他事業 ／ ・観光振興特別事業 ・委託事業 など、多岐にわたる。（事業の詳細は上記参照） <p>また、年別の宿泊者数の推移について、下表のとおり法人団体受入、特に外国人宿泊客が、平成 27 年以前の伸びから、やや停滞気味となっている。また、コロナ禍の影響もあり、大幅減となったが、令和 4 年以降、やや増加の兆しが見られる。</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>年 別</th><th>法人団体</th><th>外国人</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>平成 27 年</td><td>272,123 人</td><td>40,679 人</td></tr> <tr> <td>平成 28 年</td><td>374,426 人</td><td>41,784 人</td></tr> <tr> <td>平成 29 年</td><td>143,252 人</td><td>51,274 人</td></tr> <tr> <td>平成 30 年</td><td>307,104 人</td><td>57,817 人</td></tr> <tr> <td>令和元年</td><td>247,302 人</td><td>51,057 人</td></tr> <tr> <td>令和 2 年</td><td>94,789 人</td><td>2,282 人</td></tr> <tr> <td>令和 3 年</td><td>80,005 人</td><td>183 人</td></tr> <tr> <td>令和 4 年</td><td>73,364 人</td><td>7,061 人</td></tr> <tr> <td>令和 5 年</td><td>179,474 人</td><td>32,358 人</td></tr> <tr> <td>令和 6 年</td><td>233,665 人</td><td>42,354 人</td></tr> </tbody> </table>			年 別	法人団体	外国人	平成 27 年	272,123 人	40,679 人	平成 28 年	374,426 人	41,784 人	平成 29 年	143,252 人	51,274 人	平成 30 年	307,104 人	57,817 人	令和元年	247,302 人	51,057 人	令和 2 年	94,789 人	2,282 人	令和 3 年	80,005 人	183 人	令和 4 年	73,364 人	7,061 人	令和 5 年	179,474 人	32,358 人	令和 6 年	233,665 人	42,354 人
年 別	法人団体	外国人																																	
平成 27 年	272,123 人	40,679 人																																	
平成 28 年	374,426 人	41,784 人																																	
平成 29 年	143,252 人	51,274 人																																	
平成 30 年	307,104 人	57,817 人																																	
令和元年	247,302 人	51,057 人																																	
令和 2 年	94,789 人	2,282 人																																	
令和 3 年	80,005 人	183 人																																	
令和 4 年	73,364 人	7,061 人																																	
令和 5 年	179,474 人	32,358 人																																	
令和 6 年	233,665 人	42,354 人																																	

【観光客の実態等】

鳥羽市の観光客数を直近 50 年の推移をみると（下表参照）、全体としては増加傾向にある。伊勢志摩地域では、20 年に一度の式年遷宮による観光客増加の傾向が見られる。1990 年をピークとして減少傾向が続いていたが、平成 20 年代からは温泉地としての本格的な進出もあり、再び増加傾向となっている。平成 27 年度には、4,617,471 人（前年比 4.3%増）を記録している。しかし、近年では高齢化や後継者不足の問題が深刻であり、海女さんの人数も減少しているため、観光だけではなく、漁業ともしっかりと連携を図って進めている段階である。



【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】

鳥羽市の主な観光資源としては、鳥羽水族館・ミキモト真珠島・鳥羽湾めぐりとイルカ島・鳥羽市立海の博物館・鳥羽展望台・石神さん・ストーンハンター伊勢志摩・伊勢志摩スカイライン・白滝大明神等、多岐に渡る。市内は全域が伊勢志摩国立公園に指定されており、各地で風光明媚な景色が望める。日本一海女さんがいるまちとしても有名で、海女文化・漁村文化も観光の魅力の 1 つである。

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

鳥羽市内の地区別宿泊施設の分布、施設数、収容力は下表のとおり。市内全域として、令和 4 年度時点で、収容施設数は 120 施設、収容人数は 11,625 名となっている。

(4) 地区別宿泊施設収容力

上段：収容人員数
下段：登録施設数

	政府登録		日本旅館協会		普通旅館・ホテル	民宿	ペンション	保養所	合計
	ホテル	旅館	ホテル	旅館					
鳥羽	290 1	1,938 6		30 1	135 2				2,393 10
小浜		476 2			717 5	20 1			1,213 8
安楽島		1,324 2		330 2	1,964 7	15 1	28 2	65 1	3,726 15
今浦					46 3				46 3
本浦		100 1			448 2	24 1			572 4
石鏡		80 1		356 2	150 3	15 1			601 7
国崎					97 3	20 2			117 5
相差		660 3		360 3	460 14	726 27			2,206 47
畔塘					162 4	48 2			210 6
坂手						15 1			15 1
桃取									0 0
答志				40 1	40 1	15 1			95 3
和具				90 1	212 4	30 1			332 6
菅島					54 2	20 2			74 4
神島					25 1				25 1
合計	290 1	4,578 15	0 0	1,206 10	4,510 51	948 40	28 2	65 1	11,625 120

【利便性：区域までの交通、域内交通】

交通面では、公共交通機関として、鉄道が近鉄線、JR 線によって大阪、名古屋方面と結ばれている。また海上交通では、市営定期船やフェリーによって離島や伊勢湾を隔てた愛知県と結ばれており、観光客や市民の足として重要な役割を担っている。

一方、道路網は広域幹線道路である国道 42 号、国道 167 号が市域を縦貫し、県道・市道も含めて道路体系が形成されている。



【外国人観光客への対応】

パンフレット各種の多言語化等受け入れ環境の整備を進めると共に、外国人記者等とタイアップし、海外情報誌への掲載により海外での周知を行っている。鳥羽市では外国人観光客の入込数がまだまだ少ない現状があるが、情報発信やFITの受け入れを積極的に行うことで集客増を推進している。

また、平成 30 年度には、鳥羽港クルーズ船誘致受入協議会を設立し、海外からの大型客船の誘致に向けて、市内周遊・観光案内等で経済効果を最大限上げられる仕組みづくりを構築している。しかしながら、令和元年度より、新型コロナウイルス拡大による影響で、クルーズ船の入港は大半が中止となっている。協議会としても、国内在住の外国人向けのコンテンツの造成を充実させていくことで検討を進めている。令和 5 年度には、ダイヤモンドプリンセス号がコロナ後初めて来鳥し、回復の兆しが見られている。今後も、シルバームーンやフランスのポナン社が持つ富裕層向けの大型客船も鳥羽へ多数来港予定である。

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	観光消費額の拡大を目指し、1人当たりの消費額を上げる質の高い観光地づくりを行うための指標とするため。	三重県観光レクリエーション入込客数推計書の伊勢志摩地域における消費額単価を参考としている。

延べ宿泊者数	鳥羽市の延べ宿泊者数を把握し、滞在拠点としての位置付けを高めるための指標とするため。	入湯税を徴収している宿泊施設の入湯客数を集計し、6種類の収容人員別に月別の稼働率を算出し、市全体の宿泊施設を収容人員別に分けて稼働率を乗じた推計により算出。
来訪者満足度	鳥羽市の来訪者の満足度を把握し、満足点・不満点を集約することで、戦略立案に繋げるため。	アンケート調査（web）を自主事業として実施。令和4年度まで、伊勢志摩観光コンベンション機構のアンケート調査を基にKPIを算出していたが、令和5年度より、新たに観光案内所にて独自のアンケート調査を開始した。今後、公共的な施設でも設置し、アンケート回収が出来るよう調整中。
リピーター率	鳥羽市の来訪者の再来訪度合を把握し、集約することで、戦略立案に繋げるため。	アンケート調査（web）を自主事業として実施。令和4年度まで、伊勢志摩観光コンベンション機構のアンケート調査を基にKPIを算出していたが、令和5年度より、新たに観光案内所にて独自のアンケート調査を開始した。今後、公共的な施設でも設置し、アンケート回収が出来るよう調整中。
WEBサイトのアクセス状況	鳥羽市内の各施設のPRを行うとともに、顧客の需要を把握するために活用。また、現地入りした観光客の誘導をスムーズにするためのスマホ専用サイトも構築。	トップページでは季節ごとの魅力を画像中心に発信し誘客の促進を行っている。 また、Google Analyticsを活用し、アクセス数や高需要のページの集約を行っている。
住民満足度	観光振興に対する地域住民の理解度を測るため。	広報とばへ、観光についての取り組みを定期的に掲載する等を行っている。また、令和元年度は、コロナの影響もあり、市民を対象とした宿泊クーポンを発行し、市民の観光に対する関心増を図った。それに対する数値化された満足度のデータ収集はできていない。 令和5年には、市民への観光に対する意識・満足度調査をweb回答にて実施した（回答数108件）。

4. 戦略

(1) 地域における観光を取り巻く背景

鳥羽市では、人口減少・高齢化共に深刻な問題となっている。市内で大半を占める漁業や観光業においても、後継者不在による事業所の減少が進んでいると言える。鳥羽の観光を語る上で、一次産業は必要不可欠であるとの思いから、漁業と観光の連携促進事業において、漁業者の所得向上を行うために、鳥羽の魚（さわら）を【答志島トロさわら】としてブランド化した。ブランド魚の知名度を向上させることで、漁業者だけにとどまらず、観光業界にも様々な付加価値をもたらすものとする。

(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"> ・ 豊かな観光資源 ・ 海産物を中心とした食文化 ・ 県内最多の宿泊施設数を誇る ・ 日本一海女の多いまち ・ 多数の温泉施設を持つ 	弱み (Weaknesses) <ul style="list-style-type: none"> ・ 人口減少に伴う高齢化、過疎化 ・ 漁業者の後継者不足問題 ・ 不便なアクセス状況 ・ 外国人観光客が少ない
外部環境	機会 (Opportunity) <ul style="list-style-type: none"> ・ 伊勢神宮への観光客お伊勢参りの流入 ・ 伊勢志摩サミットによる知名度向上 	脅威 (Threat) <ul style="list-style-type: none"> ・ インバウンド対策の遅れ ・ 雇用対策

※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

<全体概要>

エリア：首都圏、東海圏、関西圏、インバウンド

形態：団体だけでなくFIT等に対する対策の強化

滞在：県内最多の宿泊施設の強みを生かした宿泊型。長期滞在による消費増を狙う

コンセプト：海・漁業を活かした取り組み

体験型メニューの充実

食へのこだわり

温泉地としての認知度の向上 など

○ターゲット層・・・女性を中心とした若者（10代～30代）

○選定の理由

近年女性を中心とした旅行者や一人旅の頻度が向上しており、若者の旅行者が増加することにより、市内の名所や食をfacebook・InstagramなどのSNSで拡散する行動が期待される。特に、Instagramの写真映え等により若い女性層が鳥羽水族館「ラッコのメイちゃん」を目的に来館者が増加している。また、女性の願いをひとつかなえてくれる神明神社（石神さん）への来訪者は、若い女性（グループ）の来訪が著しく多く、リピーターも多いため。

<p>○取組方針</p> <p>市としてのキャッチフレーズや QR コード等を用いた名所めぐりなどを検討することで効果的な情報発信を行う。また、SNS 等で発信・拡散を誘導するような取り組みも検討する。</p>	
<p>○ターゲット層・・・国内リピーター観光客（全世代）</p>	
<p>○選定の理由</p> <p>リピーターの獲得は、すでに鳥羽を認識し鳥羽を訪れているため、初回来訪時の満足が高ければ、きわめて獲得率が高いと考えられる。鳥羽市においては、宿泊施設が大変多く、宿泊する目的は「新鮮な魚介類・海産物をたくさん食べること」であり、食事に対する評価は、OTA や google の評価でも高得点の施設が非常に多い傾向があるため。</p>	
<p>○取組方針</p> <p>取り組みとして、手荷物配送センターの設置（平成 28 年 7 月）による市内手ぶら観光の実施や、マイホームとば（赤いハンカチでの見送り、市内事業者全体での清掃活動等）による満足度向上の取り組みなどを実施している。また、ふるさと納税において、市内で利用できる宿泊観光周遊券を PR することによるリピーターの獲得を狙う。</p>	
<p>○ターゲット層・・・豪華客船により来訪するシニア層・外国人観光客</p>	
<p>○選定の理由</p> <p>鳥羽市では年に 10 回程度、豪華客船（ダイヤモンドプリンセス、飛鳥Ⅱ、にっぽん丸、ぱしふいっくびいなす等）が入港する。現在は下船後伊勢市内への観光が多数を占めるが、鳥羽市内での周遊を狙う。特に、外国人観光客については、鳥羽市として海女文化を中心としてフランス領時間へ訪問した経緯があり、フランスからの観光客が伸びてきている。また、今年度は、「TOBA IS YOUR OYSTER」のタイトルで外国人向けの動画を作成し、you tube での再生回数は 214 万回再生を超えており、外国人の誘客増が期待される。</p>	
<p>○取組方針</p> <p>船内での鳥羽市の PR や下船時のおもてなし、船内食における鳥羽の食材の使用により、鳥羽市への関心度の向上に向けた取り組みを実施する。また、近年は海外の大型客船（ダイヤモンドプリンセス・Europa2 等）の寄港も多く、鳥羽港クルーズ船誘致受入協議会を中心に、積極的な PR を実施する。コロナ禍により、客船の運営自体が自粛傾向にあるが、アフターコロナを見据えて、しっかり対策をとって準備を進める。</p>	

（４）観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	海女文化に彩られた漁業と観光のまち鳥羽
②コンセプトの考え方	鳥羽を訪れる観光客の来訪目的を調査したところ、「美味しい食」と「温泉地を楽しむ」が上位を占めていることが分かっている。鳥羽の発展の原点でもある「とまり場」を大きくクローズアップして PR 強化をねらう。また、伊勢海老、鮑、牡蠣以外にも、多くの魚が水揚げされており、通年で獲れる魚種等をブランド化していくことで更なる食の認知度の向上を図る。

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。	<p>正副会長及び常務理事での会議、各委員会、リモートによる会議</p> <p>正副会長会議（隔月開催）を中心とした、部会や委員会（不定期開催）、理事会（隔月開催）や総会（毎年6月開催）の場で、鳥羽市内の各主要な事業者と定期的なコミュニケーションを図ることで情報の共有を図る。上述の実施体制の通り、多様な部会、特別事業を展開しており、多数のプロジェクトを通じて戦略を提起すると同時に、醸成を図ることが可能である。</p> <p>また、外部のアドバイザーらによる先進的な見解を積極的に導入し、新しい観光地づくりを提案するとともに、今後の組織運営を担う若手の組織構成員に対する人材育成を図る。</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	<p>それぞれの部会や委員会において、定期的な研修会の開催や、意見交換を実施することにより、事業クオリティの維持・向上・評価を行う。</p> <p>また、市や観光協会においてアンケート調査を定期的実施し、定量的なデータを定期的に採取することでサービスの向上を図る。なお、アンケート内容においては、アドバイザー等の意見を積極的に取り入れることで意義のあるデータのみを抽出できるよう内容の十分な検討を行う。これまで市内での観光案内はボランティアによって実施されていたが、有料ガイドを導入することにより観光客に提供するサービスの向上を行う。</p>
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	<p>関連する組織の情報をDMO組織に集約し、SNSやWebでの情報発信を行うとともに、サイト流入の情報を多角的に分析することでWebへのアクセス数の増加を狙うとともに、観光客のニーズを浮き彫りにし、より効果的なプロモーションを展開する。</p> <p>また、近年流行りとなっている体験プログラムについても鳥羽市内のメニューをDMO組織内でとりまとめ、ワンストップ窓口として閲覧・予約が可能である。</p> <p>平成30年度には、「ドラマ恋する鳥羽」として、鳥羽市に在住する市民・観光施設等を登場させた映像を作成し、テレビ（CA）放送やyoutubeでの配信を行い、鳥羽市の「ヒト」を含めた魅力を発信している。現在も、続編・番外編等で、継続して制作している。ライブ配信も実施中。</p>

※各取組について、出来る限り具体的に記入すること。

6. K P I（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K P I

指標項目		2022 (R 4) 年度	2023 (R 5) 年度	2024 (R 6) 年度	2025 (R 7) 年度	2026 (R 8) 年度	2027 (R 9) 年度
●旅行消費額 (百万円)	目標	38,288 ()	51,000 ()	75,000 ()	83,000 ()	84,000 ()	85,000 ()
	実績	59,656 ()	71,949 ()	82,721 ()			
●延べ宿泊者数 (千人)	目標	1,060 (0.2)	1,370 (1)	1,670 (40)	1,670 (45)	1,700 (50)	1,750 (55)
	実績	1,427 (7)	1,483 (32.36)	1,604 (42)			
●来訪者満足度 (5段階)	目標	4.17 ()	4.18 ()	3.90 ()	3.95 ()	4.00 ()	4.05 ()
	実績	4.17 ()	3.87 ()	3.90 ()			
●リピーター率 (%)	目標	80.0 ()	81.0 ()	72.0 ()	73.0 ()	74.0 ()	75.0 ()
	実績	74.9 ()	70.0 ()	72.7 ()			

※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】

鳥羽市の統計をみると、観光で訪れる来訪者や宿泊客数は近年概ね横ばいで推移している。今後、各項にも記載した大型客船の誘致やふるさと納税による誘客、インバウンド対策の強化などにより、徐々にではあるが増加傾向に推移するとみている。
令和元年度より新型コロナウイルス拡大による影響で、特に宿泊者数は大幅に減少するという推定通りの数値となったが、令和4年度以降は、回復傾向である。

【設定にあたっての考え方】

●旅行消費額

同内容は、鳥羽市が実施する観光統計の「推定消費額」にて算出したものである。観光客を誘致するにあたり、大型客船やふるさと納税における顧客は高所得層が多く、旅行消費額（単価）についても増加が見込める。ふるさと納税では、市内宿泊施設等利用券を返礼品としてお贈りしており、近年の旅行者傾向としてクーポンや商品券を使用する場合、宿泊単価を上げて利用する観光客が多いことから、増加が見込める。KPIとして、令和7年度へ向けて、令和6年度からの増額を目指したい。

●延べ宿泊者数

大型客船の誘致やふるさと納税による誘客、インバウンド対策の強化により宿泊者数は増加することが期待される。平成30年度以降、大型客船ダイヤモンドプリンセスも寄港数が大幅に増加し、

インバウンドの相乗効果も期待される。令和7年度は大型客船が多数来港する予定である。客船の乗客は宿泊には現状繋がらないが、前年度増を目指す。

●来訪者満足度

前年度まで伊勢志摩観光コンベンション機構と連携し、主にアンケート調査や統計調査により算出していたため、令和4年度までは伊勢志摩地域における満足度の数値となっているが、令和5年度より、独自のアンケート調査を開始した。また、現在三重県観光連盟において地域別のアンケート調査システムの構築が進められており、同システムにて集計することも検討していく。

●リピーター率

来訪者満足度と同様に、令和5年度より独自アンケートの内容で集計を行っている。また、ふるさと納税における市内宿泊施設等利用券についても、寄附者情報を管理・照合しており、このデータをもとにリピーターの算出をすることも検討している。令和6年度実績では、目標値を僅かに上回った。令和7年以降もリピーターの獲得を推進していきたい。（リピーターの獲得には宿泊観光周遊券が非常に友好的であると考えられる。）

(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 アクセス状況 【回】	目標	330,000 ()	300,000 ()	280,000 ()	240,000 ()	250,000 ()	260,000 ()
	実績	289,793 ()	262,172 ()	232,430 ()			
●住民満足度 【%】	目標	— ()	— ()	3.84 ()	3.84 ()	3.84 ()	3.84 ()
	実績	— ()	3.84 ()	3.84 ()			
●ふるさと納税 寄附金額（億 円）	目標	8.00 ()	9.00 ()	9.50 ()	11.5 ()	12.00 ()	13.00 ()
	実績	8.79 ()	8.17 ()	11.3 ()			
●手荷物配送 サービス収入 （円）	目標	100,053 ()	350,000 ()	385,000 ()	440,000 ()	450,000 ()	460,000 ()
	実績	314,280 ()	356,363 ()	424,636 ()			
●鳥羽城ご城印 収入（円）	目標	— ()	— ()	1,100,000 ()	1,100,000 ()	1,150,000 ()	1,200,000 ()
	実績	838,790 ()	1,003,930 ()	1,050,930 ()			

※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】

上述の KPI と同様のことが言える。また、当協会では収益を上げ、自立することを可能とするために、ふるさと納税業務の受託、観光を活用した手荷物配送サービスやボランティアガイドの有料化を進めている。鳥羽城の御城印についても、長年販売を続けており、近年収入が大幅に増加してきたため、KPI に追加した。また、youtube チャンネルについても、収益化が実現したため、今後収益増が進んだ際は、KPI に追加を検討したい。

【設定にあたっての考え方】**●web サイトページビュー数**

令和 6 年度はアクセス数に減少傾向が見られた。要因として、鳥羽市の観光情報について、SNS に力を入れており、Twitter、Instagram、youtube についてはフォロワー数・チャンネル登録者数が増加し続けている。そのため、観光客も SNS からの情報取得（特に Instagram）者が多くなっている傾向がある。セキュリティ面や SEO 対策面で脆弱になっており、令和 6 年度末に公式サイトのリニューアルを行った。これによるアクセス増を期待。

●住民満足度

令和 5 年度に、鳥羽市民の方に対して満足度調査を実施した。その中で「鳥羽市は魅力的な観光地であると思いますか」の問いに対して、平均値は 3.84（5 段階評価）。今後のアンケート調査については未定。毎年の調査は現時点では非現実的。（あまり意味がない）

●ふるさと納税寄附金額

ふるさと納税のほぼ全ての事務業務を受託することで、手数料を収入源としている。寄附額が増加するだけ、収入も増加し、観光客の誘致や地元事業者（会員）への還元にもつながるため、積極的に推進している。ふるさと納税の全体の寄附者（寄附額）は毎年増加しており、目標値も微増で設定している。令和 6 年度は初めて 10 億円を突破し、11 億 3500 万円であった。

●手荷物配送サービス収益

ヤマト運輸と連携し、手数料にて収益を得ている。近年ニーズが高まっており、今後も手ぶら観光を一層 PR することで利用者数の増加が期待できる令和 6 年度も目標値を超える売り上げであった。令和 7 年度以降も、約 5%程度の増額を目標値として設定した。

●鳥羽城御城印収入

鳥羽城址の訪問者等に対して、鳥羽市観光協会にてご城印（鳥羽城主：九鬼嘉隆）を制作している（全 5 種類）。販売課所は鳥羽市観光協会事務所と鳥羽市観光案内所（鳥羽駅改札横）、鳥羽ガイドボランティアセンターの 3 か所で、年々人気・売上共に向上している。昨年度より、観光施策として、「九鬼プロジェクト」を実施しており、翌年度以降、更なる売り上げの向上を目指す。

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）	
2022（R4） 年度	168,974,062（円）	補助金	年会費 20,377,120 円 事業費補助金 19,351,872 円 案内所 13,363,000 円 委託事業 24,804,500 円 協賛金 案内所 0 円 温泉振興会 1,500,000 円 手数料等 事務局手数料・利息等 14,368,100 円 ふるさと納税 63,747,080 円 観光誘客促進対策基金 10,753,910 円
2023（R5） 年度	172,325,836（円）	補助金	年会費 20,909,130 円 事業費補助金 8,400,000 円 案内所 14,374,700 円 委託事業 29,605,359 円 協賛金 案内所 0 円 温泉振興会 1,500,000 円 手数料等 事務局手数料・利息等 14,743,866 円 ふるさと納税 57,292,781 円 観光誘客促進対策基金 25,500,000 円
2024（R6） 年度	132,594,284（円）	補助金	年会費 21,345,800 円 事業費補助金 21,731,460 円 案内所 13,999,000 円 委託事業 0 円 協賛金 案内所 0 円 温泉振興会 1,500,000 円 手数料等 事務局手数料・利息等 14,017,944 円 ふるさと納税 60,000,000 円
2025（R7） 年度	132,594,284（円）	補助金	年会費 21,345,800 円 事業費補助金 21,731,460 円 案内所 13,999,000 円 委託事業 0 円 協賛金 案内所 0 円 温泉振興会 1,500,000 円 手数料等 事務局手数料・利息等 14,017,944 円 ふるさと納税 60,000,000 円
2026（R8） 年度	142,594,284（円）	補助金	年会費 21,345,800 円 事業費補助金 21,731,460 円 案内所 13,999,000 円

		委託事業	0 円
		協賛金 案内所	0 円
		温泉振興会	1,500,000 円
		手数料等 事務局手数料・利息等	14,017,944 円
		ふるさと納税	70,000,000 円
2027 (R 9) 年度	147,594,284 (円)	年会費	21,345,800 円
		補助金 事業費補助金	21,731,460 円
		案内所	13,999,000 円
		委託事業	0 円
		協賛金 案内所	0 円
		温泉振興会	1,500,000 円
		手数料等 事務局手数料・利息等	14,017,944 円
		ふるさと納税	75,000,000 円

(2) 支出

年 (年度)	総支出	内訳 (具体的に記入すること)	
2022 (R 4) 年度	158,154,845 (円)	人件費含む事務費	50,396,239 円
		事業実施費	34,093,058 円
		受託事業費	28,279,688 円
		負担金 (協賛等)	1,569,750 円
		その他予備費	33,062,200 円
		観光誘客促進対策基金	10,753,910 円
2023 (R 5) 年度	128,891,982 (円)	人件費含む事務費	46,901,543 円
		事業実施費	32,261,589 円
		受託事業費	13,000,000 円
		負担金 (協賛等)	1,321,750 円
		その他予備費	35,407,100 円
2024 (R 6) 年度	131,891,982 (円)	人件費含む事務費	46,901,543 円
		事業実施費	32,261,589 円
		受託事業費	16,000,000 円
		負担金 (協賛等)	1,321,750 円
		その他予備費	35,407,100 円
2025 (R 7) 年度	134,891,982 (円)	人件費含む事務費	46,901,543 円
		事業実施費	32,261,589 円
		受託事業費	19,000,000 円
		負担金 (協賛等)	1,321,750 円
		その他予備費	35,407,100 円
2026 (R 8) 年度	138,891,982 (円)	人件費含む事務費	49,901,543 円
		事業実施費	32,261,589 円
		受託事業費	20,000,000 円
		負担金 (協賛等)	1,321,750 円
		その他予備費	35,407,100 円

2027（R9） 年度	140,891,982（円）	人件費含む事務費 49,901,543 円 事業実施費 32,261,589 円 受託事業費 22,000,000 円 負担金（協賛等） 1,321,750 円 その他予備費 35,407,100 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

自立的・継続的な活動を実現するための運営資金として、（１）（２）で記載した通り、補助金、委託料、会員からの会費が中心となっているが、現在すでに実施しているものも含め、DMO 組織として、収益性の高いふるさと納税委託業務収益（寄附金額の約 7%）を中心に、手荷物配送サービスや有料ガイド、ワンストップ窓口などの実施による収益の確保に努める。同収益が上がることにより、全体の運営資金としての補助金の割合は年々低下していくこととなり、大半が自律的に確保した資金で組織運営を行っていくことが可能になる。ただし、ふるさと納税業務に左右される点が多く、総務省からの通達内容により額も大きく変わってくることから、ふるさと納税による収益増を過度に見込まない（同収益に頼りすぎず、いつなくなっても自立して運営できる仕組みづくりを現時点から構築することが重要）目標値を算出している。

また、令和 5 年度より、youtube チャンネルの収益化の条件を満たし、収益が発生した。翌年度以降も動画作成・投稿を推進することで、収益増を目指す予定である。

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

三重県鳥羽市は、一般社団法人鳥羽市観光協会を鳥羽市における鳥羽DMOとして登録したいので、一般社団法人鳥羽市観光協会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）

【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】

エリアが重複する鳥羽市相差町 DMO（（一社）相差海女文化運営協議会）とは、定期的に情報交換・意見交換を行い、それぞれの取り組みについて重複することなく、より効率的に推進できるよう進めている。意見交換は、月に 1 度以上の連絡会を実施しており、担当者は同建物内、隣に位置しており、必要に応じて都度意見交換を行っている。

【区域が重複する背景】

鳥羽は、主な観光地域として、小浜・鳥羽・安楽島・浦村・石鏡・国崎・相差・畔蛸・離島 4 島に分かれており、特に相差地区を中心とした南鳥羽は、海女さんが日本で一番多く住むまちであり、

多数の民宿が集まる地域となっており、相模海女文化運営協議会が中心となり、マネジメントを展開している。

【重複区域における、それぞれのDMOの役割分担について】

当DMOは、鳥羽市全域の広報PR・誘客等を行い、鳥羽市全体の誘客を積極的に推進している。

相模DMOについては相模地域に特化し、ハード面を含め、観光地域づくりに深く入り、積極的に取り組んでいる。鳥羽商工会議所が積極的に連携しており、伴走支援を行っている。

また、県内においては地域連携DMOの公益社団法人三重県観光連盟があるが、主にインターネットやSNSを活用した県内全域のプロモーションを展開している。

【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】

鳥羽DMOと重複する相模DMOは、海女文化についての取り組み、情報発信を非常に得意としており、当DMOの実施するイベント、事業において、鳥羽の誇る海女文化の発信・推進について、情報共有を行い、相乗効果が得られるよう連携している。

また、地域連携DMOにおいては、当DMOでイベント等を実施する際には、伊勢志摩観光コンベンション機構、三重県観光連盟で広報活動を実施いただくなど、連携することで誘客の増大に繋げている。

10. 記入担当者連絡先

担当者氏名	大村 佳之
担当部署名（役職）	一般社団法人鳥羽市観光協会（事務局長）
郵便番号	517-0022
所在地	鳥羽市大明東町 1-7
電話番号（直通）	0599-25-3019
FAX番号	0599-25-6358
E-mail	arumo@toba.gr.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	三重県鳥羽市
担当者氏名	中村 風太
担当部署名（役職）	観光商工課 係長
郵便番号	517-0011
所在地	鳥羽市鳥羽 3 丁目 1 番 1 号
電話番号（直通）	0599-25-1155
FAX番号	0599-25-1159
E-mail	fuuta-n@city.toba.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】 三重県鳥羽市
 【設立時期】 平成25年3月17日
 【設立経緯】 ③区域の観光協会がDMOに移行
 【代表者】 会長 原田 佳代子
 【マーケティング責任者(CMO)】 大村佳之(専従)
 【財務責任者(CFO)】 河村真衣(専従)
 【職員数】 8人(常勤8人(正職員8人))
 【主な収入】 会費24百万円、委託25百万円、ふるさと納税76百万円
 観光誘客基金19.5百万円(令和6年度決算)
 【総支出】 人件費・事務費57.7百万円、事業実施費25.8百万円、受託
 事業費21.1百万円、負担金2.8百万円、その他35百万円
 【連携する主な事業者】
 鳥羽商工会議所
 鳥羽磯部漁業協同組合
 鳥羽旅館組合
 ※その他、会長・副会長の事業所、温泉振興会、エコツアー等

KPI(実績・目標)

記入日: 令和 7年 7月 1日

※()内は外国人に関するもの。

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	38,288 ()	51,000 ()	75,000 ()	83,000 ()	84,000 ()	85,000 ()
	実績	59,656 ()	71,949 ()	82,721 ()			
●延べ宿泊者 数(千人)	目標	1,060 (0.2)	1,370 (1)	1,670 (40)	1,670 (45)	1,700 (50)	1,750 (55)
	実績	1,427 (7)	1,483 (32.36)	1,604 (42)			
●来訪者満足 度(5段階)	目標	4.17 ()	4.18 ()	3.90 ()	3.95 ()	4.00 ()	4.05 ()
	実績	4.17 ()	3.87 ()	3.90 ()			
●リピーター (%)	目標	80.0 ()	81.0 ()	72.0 ()	73.0 ()	74.0 ()	75.0 ()
	実績	74.9 ()	70.0 ()	72.7 ()			

戦略

【主なターゲット】
 女性を中心とした若者(10代～30代)
 リピーター(全世代)、シニア層・外国人観光客
 【ターゲットの誘客に向けた取組方針】
 鳥羽の来訪目的は「美味しい食」と「温泉地を
 楽しむ」が上位を占めている。鳥羽の基幹産業
 である宿泊施設をPRすると共に、伊勢海老、鮑、
 牡蠣等、通年で獲れる魚種等をブランド化
 していくことで更なる食の認知度の向上を図る。
 【観光地域づくりのコンセプト】
 海・漁業を活かした取り組み、体験型メニューの
 充実、食へのこだわり、認知度の向上 など

具体的な取組

【観光資源の磨き上げ】
 観光協会・漁協・行政が一体となった
 漁業と観光の連携促進事業の実施。
 ふるさと納税のほぼ全ての業務を
 受託し、寄附増と観光PRを実施。

【受入環境整備】
 地域住民の方への還元の意も
 込めた、三冠花火の実施。
 大型客船の誘致とおもてなし歓迎。
 鳥羽城のAR・VR事業。
 (九鬼プロジェクト(3カ年))

【情報発信・プロモーション】
 鳥羽を第2のふるさとに、真珠婚。
 答志島・神島・菅島・坂手島の
 有人離島4島のPR強化。
 OTAと連携した誘客事業。

【その他】
 Youtubeの公式チャンネルに
 ついて、収益化しており、
 とば飯TVIによるPRや、地元民
 出演のドラマ恋する鳥羽、
 鳥羽港棧橋のライブ配信 など



漁観連携:海女トーク



Youtube: とば飯TV