観光地域づくり法人形成・確立計画

記入日：令和　8年　1月　9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	（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） 横平　修一「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） 杉下　博俊「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。

連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	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

様式１

	三重県地域連携・交通部南部地域振興局、観光部　他（全般）
連携する事業者名及び役割	＜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、株式会社デアルケ、 　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
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】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、年 3 回程度実施。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、構成団体及び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。 　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ている。 　さらに、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。
地域住民に対する観光地域づくりに関する意	1　セミナー受講促進 　市町民を対象に、観光人材育成のためのセミナー等を実施。 2　熊野古道サポーターズクラブ

様式１

<table>
<tr><td>識啓発・参画促進の取組</td><td>　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 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</td></tr>
<tr><td>法人のこれまでの活動実績</td><td>【活動の概要】
<table>
<tr><th>事業</th><th>実施概要</th></tr>
<tr><td>世界遺産熊野古道を生かした観光地域づくり</td><td>１ 熊野古道語り部の活動
熊野古道の魅力をより多くの人に伝えるため、語り部を派遣。
語り部登録：18 峠道ごとに計 123 人（うち英語対応 33 人）

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。

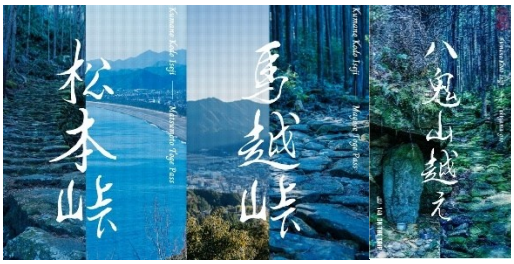
３ 熊野古道の保全
熊野古道の保存・保全・維持管理と、来訪者の安全・利便性の向上のため、熊野古道の保全を行う団体や東紀州5市町を対象に、企業等からの寄付金を原資とした補助金を交付。

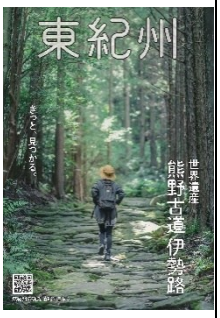
４ 熊野古道伊勢路ウェブAR制作事業（3年度～4年度）
熊野古道伊勢路等への興味関心を促し、周遊、再訪に繋げるため、東紀州地域にゆかりの歴史・伝承の人物などを「ARで甦る東紀州八英傑～熊野古道で出逢う物語～」としてアニメキャラクター化した。二次元コードを読込み、スマートフォン画面でAR（拡張現実）表示される。

５ 熊野古道歩き旅人向け宿泊施設（伊勢路アルベルゲ）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。</td></tr>
<tr><td>地域資源を生かした魅力的な観光地域づくり</td><td>１ 体験コンテンツ発掘・造成支援（4年度～6年度）
地域の拠点滞在型観光を推進するため、研修会や専門家による伴走支援（助言・指導等）を行った。モニターツアーを通じてコンテンツを磨き上げ、商品化し、OTA サイトでの販売へ繋げた。

２ 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。

３ 地域産品の高付加価値化支援（4年度～）</td></tr>
</table></td></tr>
</table>

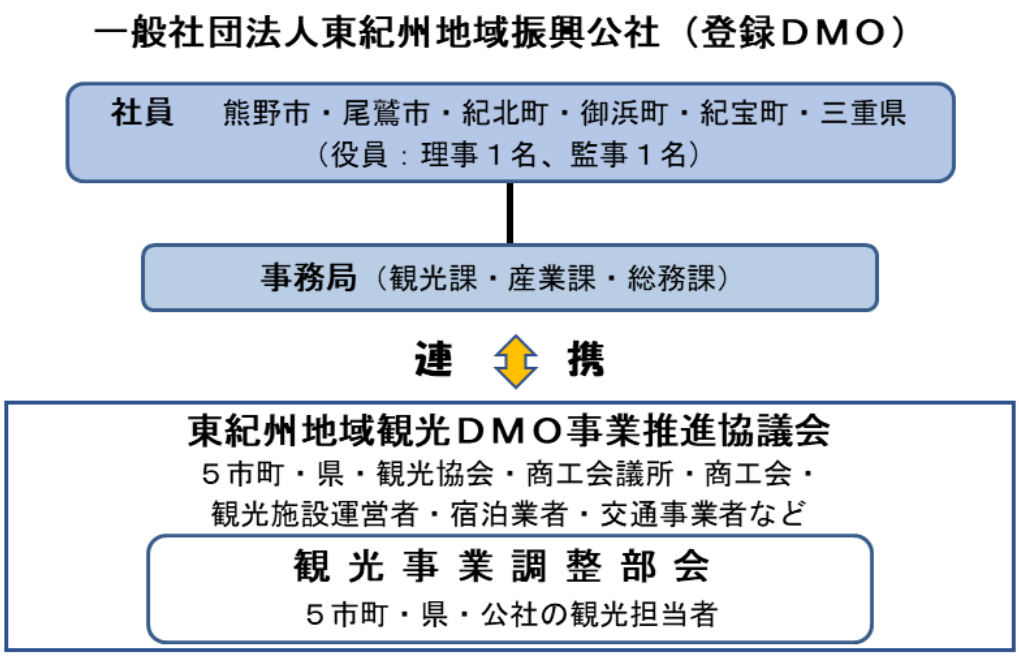
		バイヤーに学ぶマーケット戦略研修の開催、バイヤー招聘、ブランディング支援事業、事業者への個別訪問などを実施した。 5年度には、首都圏でのテストマーケティング（12 月 15 日～6年1月 15 日）を開催し、消費者の反応を踏まえ、商品のブラッシュアップや事業者の販売強化に取り組んだ。
	受入環境整備による快適な観光地域づくり	1 東紀州地域観光ガイド養成事業（4年度～） 熊野古道だけでなく広く東紀州エリアの観光資源をガイドできる人材を養成し、観光商品化を目指す取組を交通・旅行事業者と連携して実施している。 2 東紀州地域映像・音声ガイド整備事業（5年度～6年度） 歴史や文化等の魅力を手軽に触れ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3つの峠「馬越峠」（12 スポット）、「松本峠」（11 スポット）、「八鬼山越え」（16 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。 
	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	1 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）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。 ＜熊野古道来訪者調査＞ ＜観光施設等来訪者調査＞ ＜宿泊状況調査＞ 2 観光地域づくりに関する住民意識調査（3年度～） 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している。
	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	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。 2 東紀州地域情報発信誘客事業（2年度～）

			当公社公式 Instagram、X 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3,048 人 X：フォロワー2,582 人 3 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。 4 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。 ※当動画は、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した。 5 広域観光情報の連携した発信取組（3年度～） 東紀州及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 6 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。  7 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。

様式１

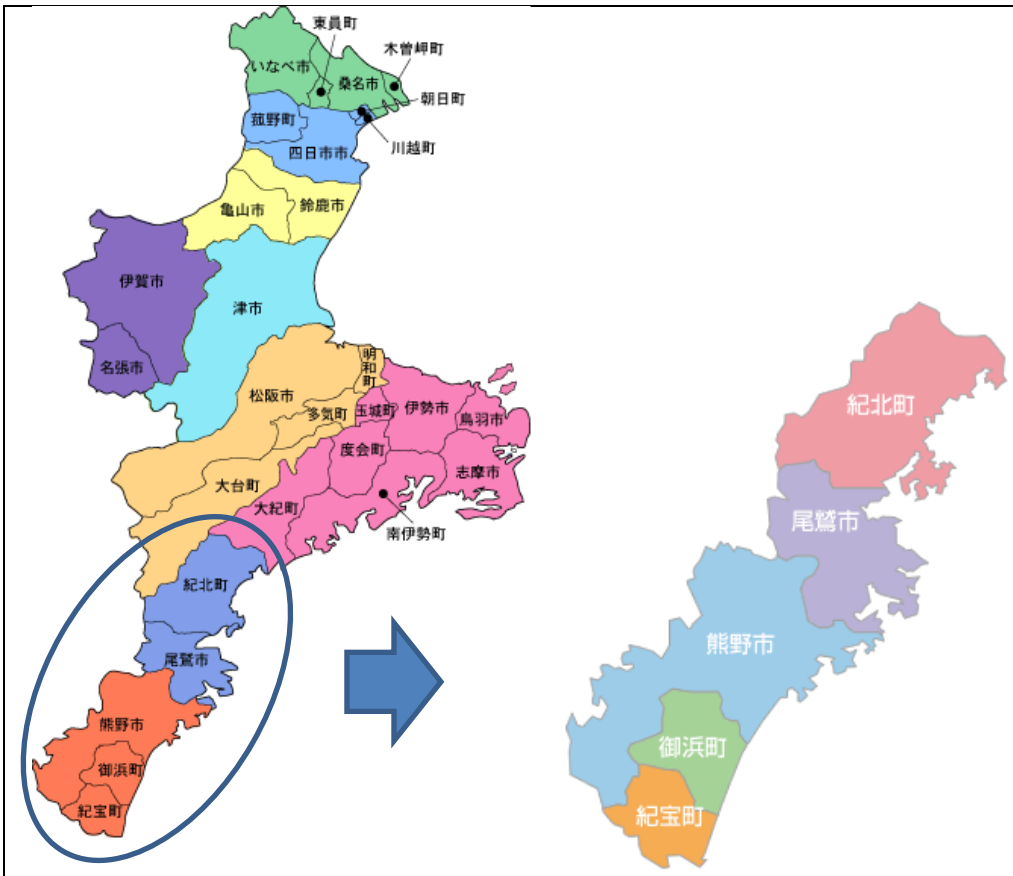
		・題材…熊野古道馬越峠、象の背、オハイ、鬼ヶ城 8　ウェブサイト情報発信事業（5年度～） より多くのユーザーに観光情報が届くよう、観光庁事業を活用し、専門家より情報発信のポイントについて講座及び助言を受け、新規記事の作成や既存記事の修正など公社ウェブサイトの改善を図った。また、当ウェブサイトへのアクセス数増加を図るため、SEO 対策を考慮した情報発信についての基本講座を実施し、地域の観光スポットや飲食店などを取り上げたライターによる記事を公開した。
	インバウンド受入に向けた観光地域づくり	1　インバウンド商談会等への参加（5 年度～） 東紀州地域へのインバウンド誘客を図るため、海外の旅行会社との商談会等に参加し、地域の観光 PR を行った。 2　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。 3　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仕様（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。 4　台湾個人旅行客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客を対象に、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造成し、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。 5　欧米豪個人旅行客を対象とした誘客促進事業（4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、商品化を促進した。 6　高付加価値なインバウンド観光地づくり推進事業（6 年度～） 東紀州地域ならではの価値（コアバリュー）を作成のうえ、海外旅行見本市へ出展するとともに、高付加価値旅行者向け手配体制の整備に向けて、検討を行った。

様式１

	【定量的な評価】 ・公式ウェブサイトページビュー数： PV 690,489 回 （3年3月 15 日（再構築日）～7年 6 月 30 日実績） ・公式ウェブサイト訪問者数：251,493 人 （3年3月 15 日（再構築日）～7年 6 月 30 日実績） ・公式 Instagram フォロワー数：3,048 人 ・熊野古道伊勢路来訪者数：350,710 人（6年度） ・熊野古道語り部案内件数、案内人数：608 件、12,437 人（6年度）
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】** 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、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」を設置し、適宜開催しながら観光施策の情報共有と調整を行う。 さらに、個別テーマの協議会として、「伊勢路アルベルゲ協議会」「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。 **【実施体制図】** 

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って連携し、役割分担のもと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】

・東紀州地域への来訪者

三重県調べで、令和6年が 1,719 千人となっている。

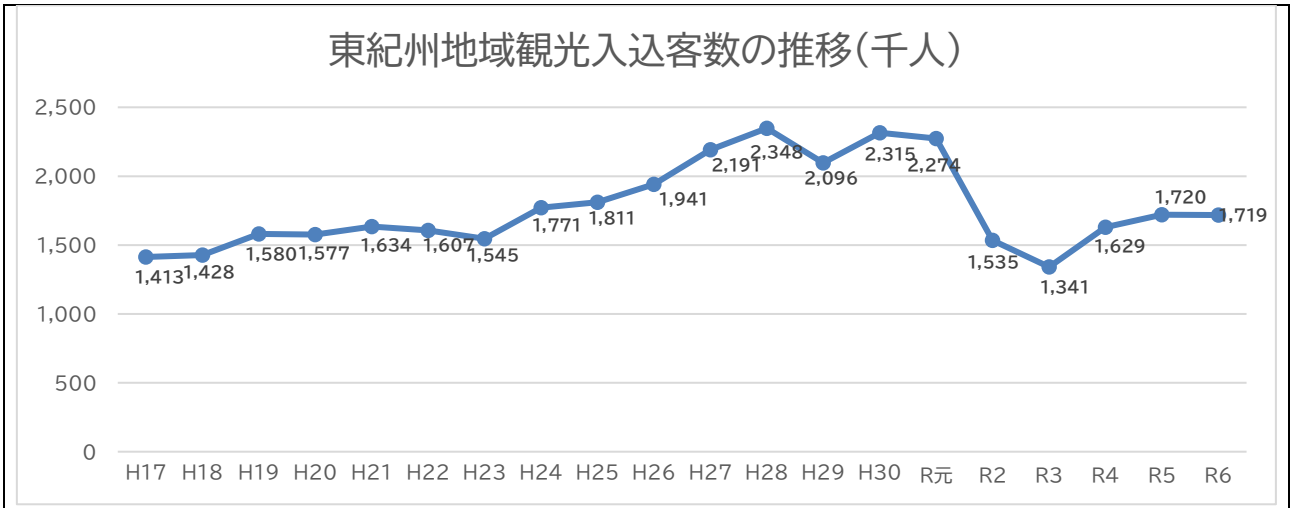
・熊野古道伊勢路への来訪者

令和6年統計で 350,710 人と、令和5年度の 304,695 人と比べ、115%となっている。

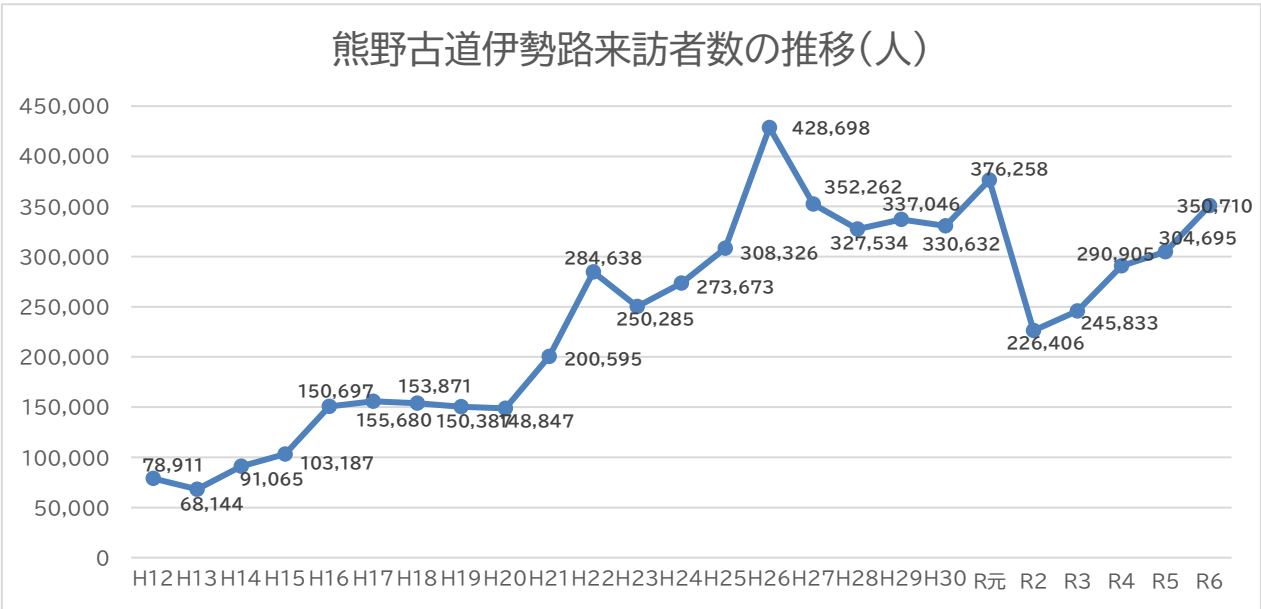
・外国人宿泊者数

公社調べで、令和6年度が 8,289 人と、令和5年度の 5,885 人と比べ、140%となっている。

様式１



●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、以降徐々に回復している。



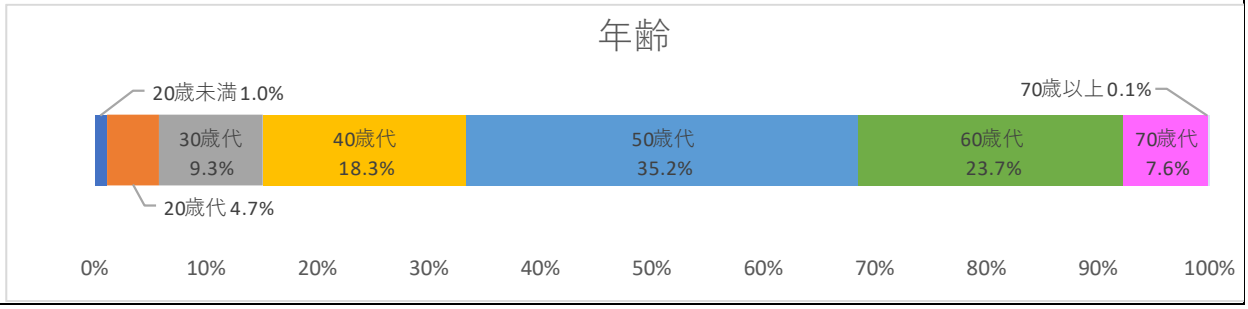
●令和6年度に公社にて実施した「東紀州地域観光マーケティング調査・分析業務」のアンケート結果では、以下のとおりとなっている。

<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）

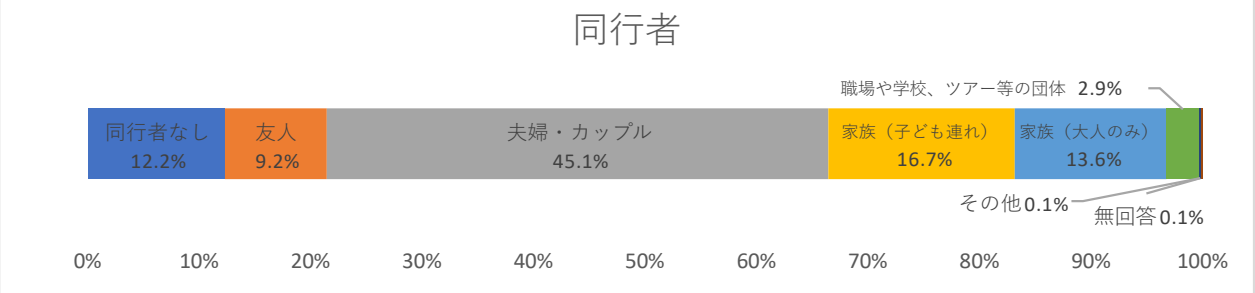
・男女比　約 4:6

・年齢構成　50 歳代が最も多く 35.2%、60 歳代で 23.7%、40 歳代で 18.3%となっている。



・東紀州地域を来訪した際の同行者

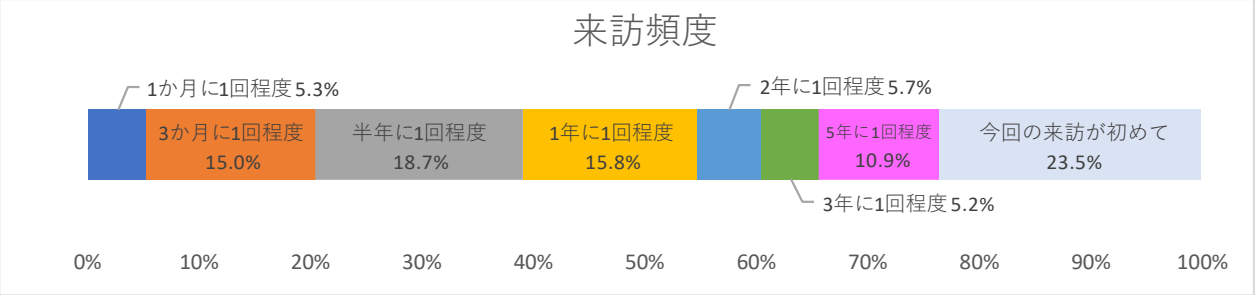
「夫婦・カップル」が 45.1%と最も多く、「子ども連れ」が 16.7%、「大人のみ」が 13.6 となっており、多くの方が同行者を伴った来訪であったことが確認できる。

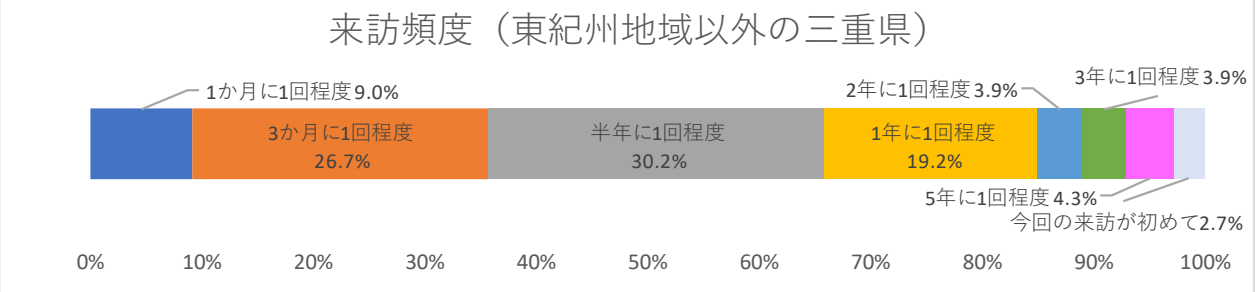


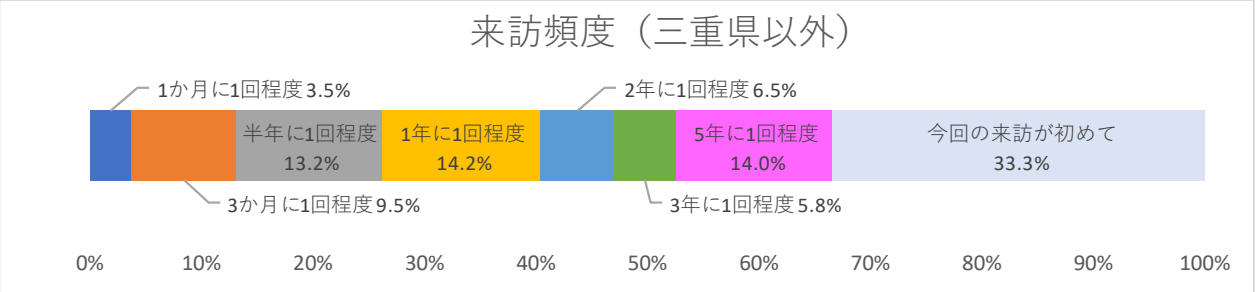
・来訪頻度

「今回が初めて」が 23.5%と最も多く、「半年に１回程度」が 18.7%、「1年に1回程度」が 15.8%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の来訪頻度は「半年に1回程度」が 30.2%、「3ヵ月に1回程度」が 26.7%となっている。一方、三重県外の人の来訪頻度は、「今回の来訪が初めて」が 33.3%、「1年に1回程度」が 14.2%となった。

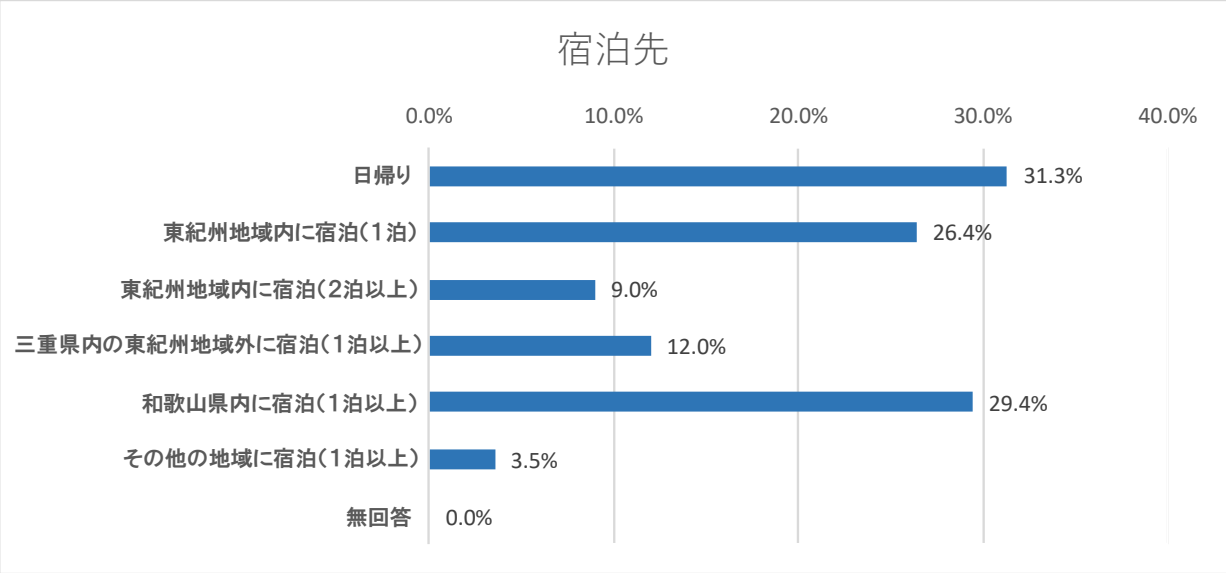






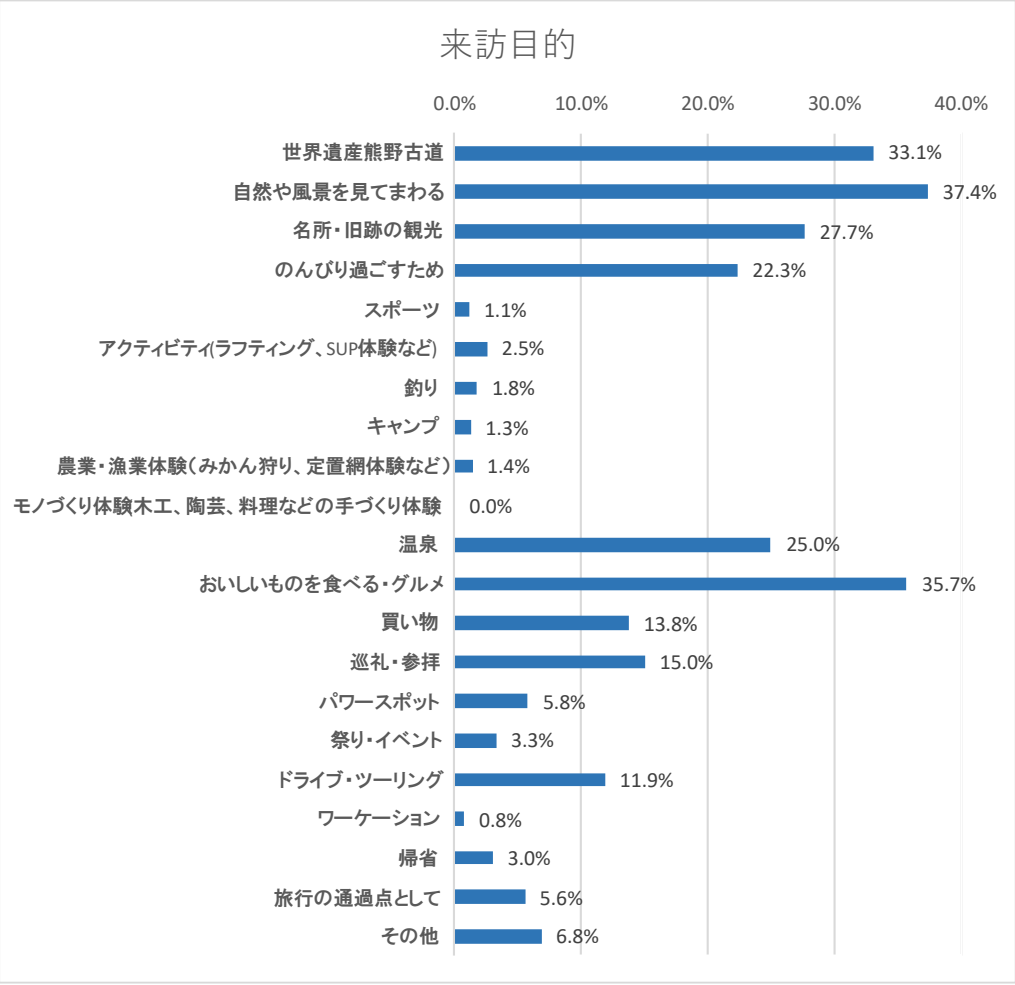
・東紀州地域を旅行した際の宿泊先

「東紀州地域内に宿泊した（1泊と2泊以上の計）」が 35.4%と最も多く、「和歌山県内に宿泊した」が 29.4%、「三重県内の東紀州地域以外に宿泊した」が 12.0%となっている。



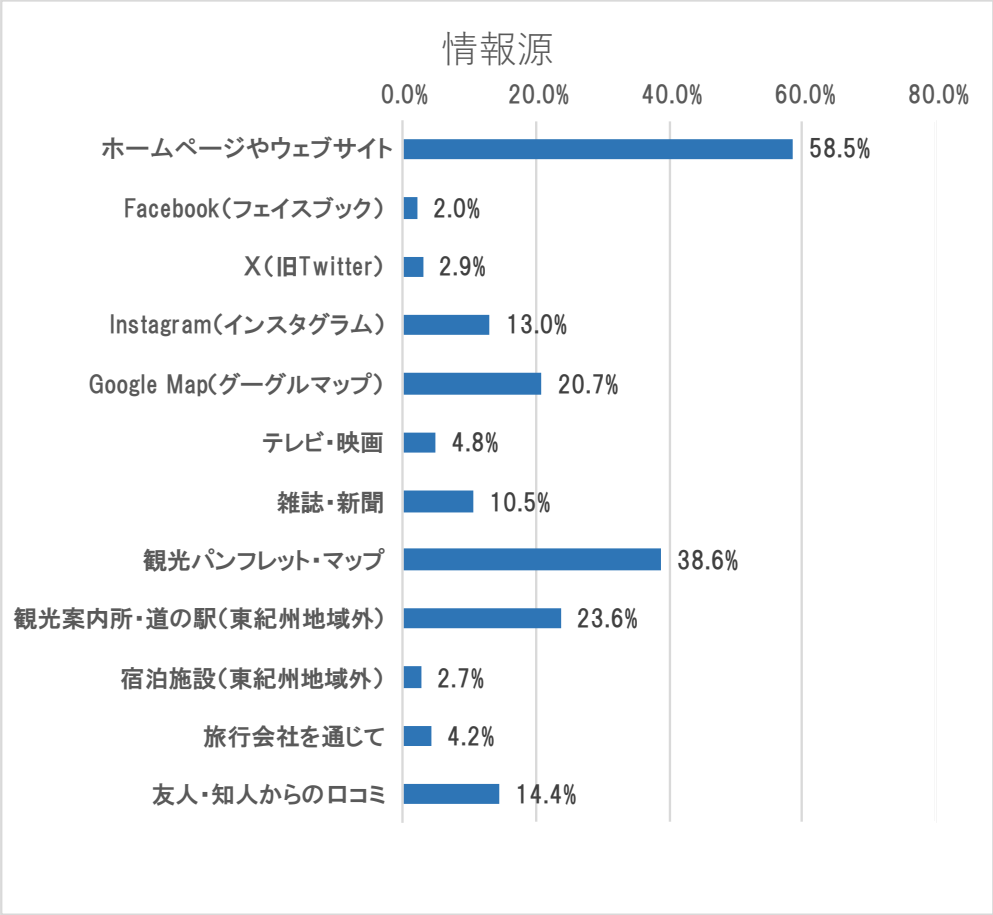
・東紀州地域を旅行した際の目的

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 37.4%で最も高く、次いで「おいしいものを食べる・グルメ」が 35.7%、「世界遺産熊野古道」が 33.1%となっている。



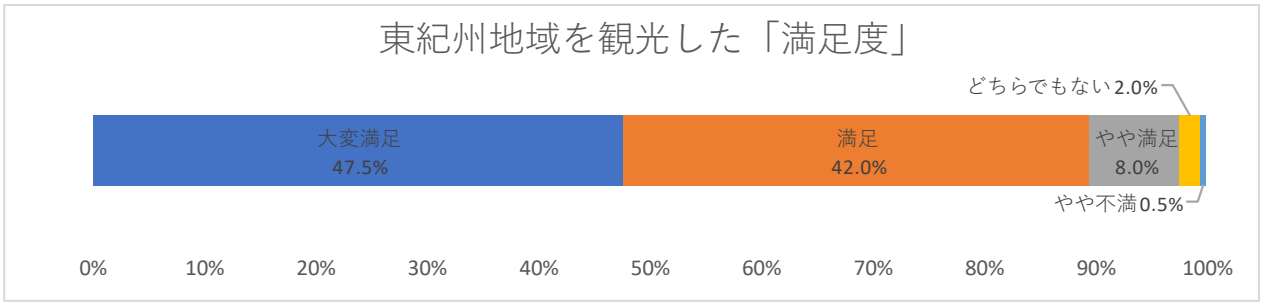
・主な情報源

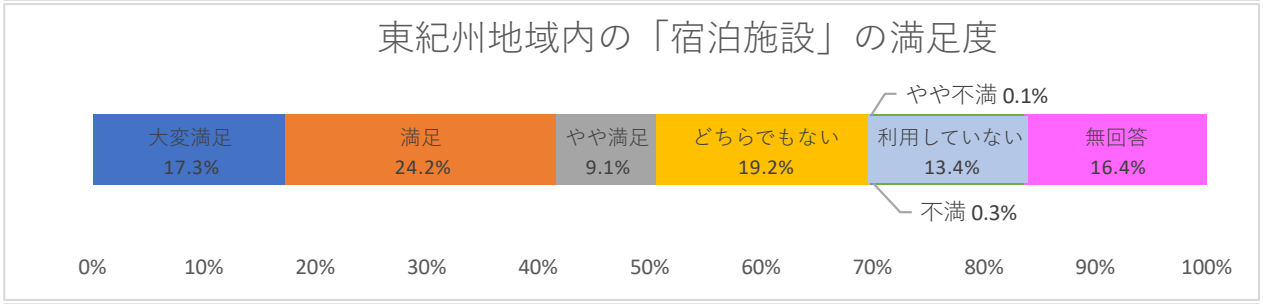
「ホームページやウェブサイト」が 58.5%と最も高く、次いで、「観光パンフレット・マップ」が 38.6%、「観光案内所・道の駅（東紀州地域外）」が 23.6%となっている。また、若い世代では「Instagram」の利用もみられる。

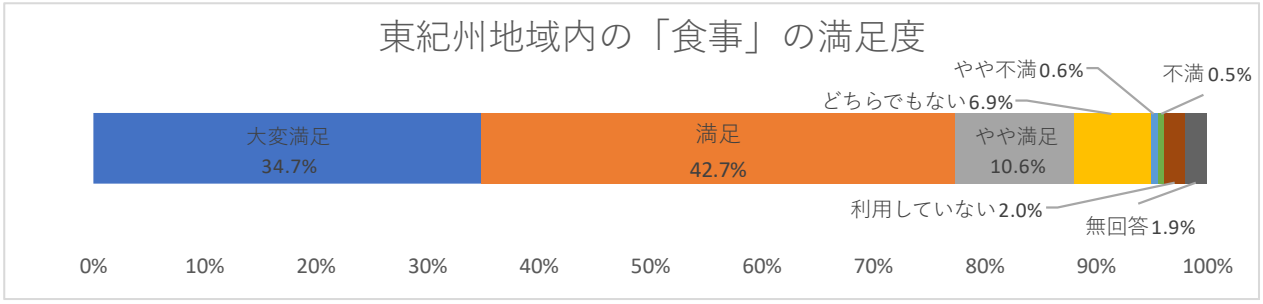


・満足度

満足度は、「大変満足」と「満足」を合わせて 89.5%と高い。目的別の総合満足度では、「パワースポット」65.2%、「巡礼・参拝」61.3%、「キャンプ」60.0%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

「飲食店や観光施設などの情報が少ない」や「車がないと観光地への移動が不便」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、曽根次郎坂・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

瀞峡

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	〃
熊野市紀和鉱山資料館	〃
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
飛雪の滝キャンプ場	〃

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	紀北町
	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	尾鷲市
	刀鍛冶の工房見学体験	熊野市
	旧紀州鉱山跡・選鉱場跡・鉱山資料館	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 OK!まるごと海体験	紀北町
	手作り筏で川下り体験	紀北町
	観察シュノーケリング体験	紀北町
	「魚飛渓」ランチアドベンチャー	紀北町
	オハイクルージング	尾鷲市
	楯ヶ崎遊覧	熊野市
	二の滝＆渓流トレッキング	紀宝町
	キャニオニング	紀宝町
	パックラフト	紀宝町

様式１

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	尾鷲市
	バターナイフ作り	尾鷲市
	まが玉作り	尾鷲市
	干物づくり体験	尾鷲市
	雨のまち尾鷲　自分だけの傘づくり体験	尾鷲市
	尾鷲ひのきの木工体験(コサージュ、フォトフレームなど)	尾鷲市
	さんま寿司・めはり寿司体験	熊野市
	那智黒石磨き体験	熊野市
	熊野材アロマスプレー作り体験	熊野市
	木工製品制作体験	熊野市
	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

南紀みかん

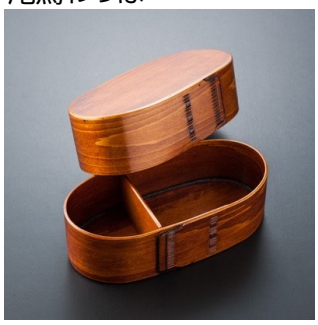
様式１

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

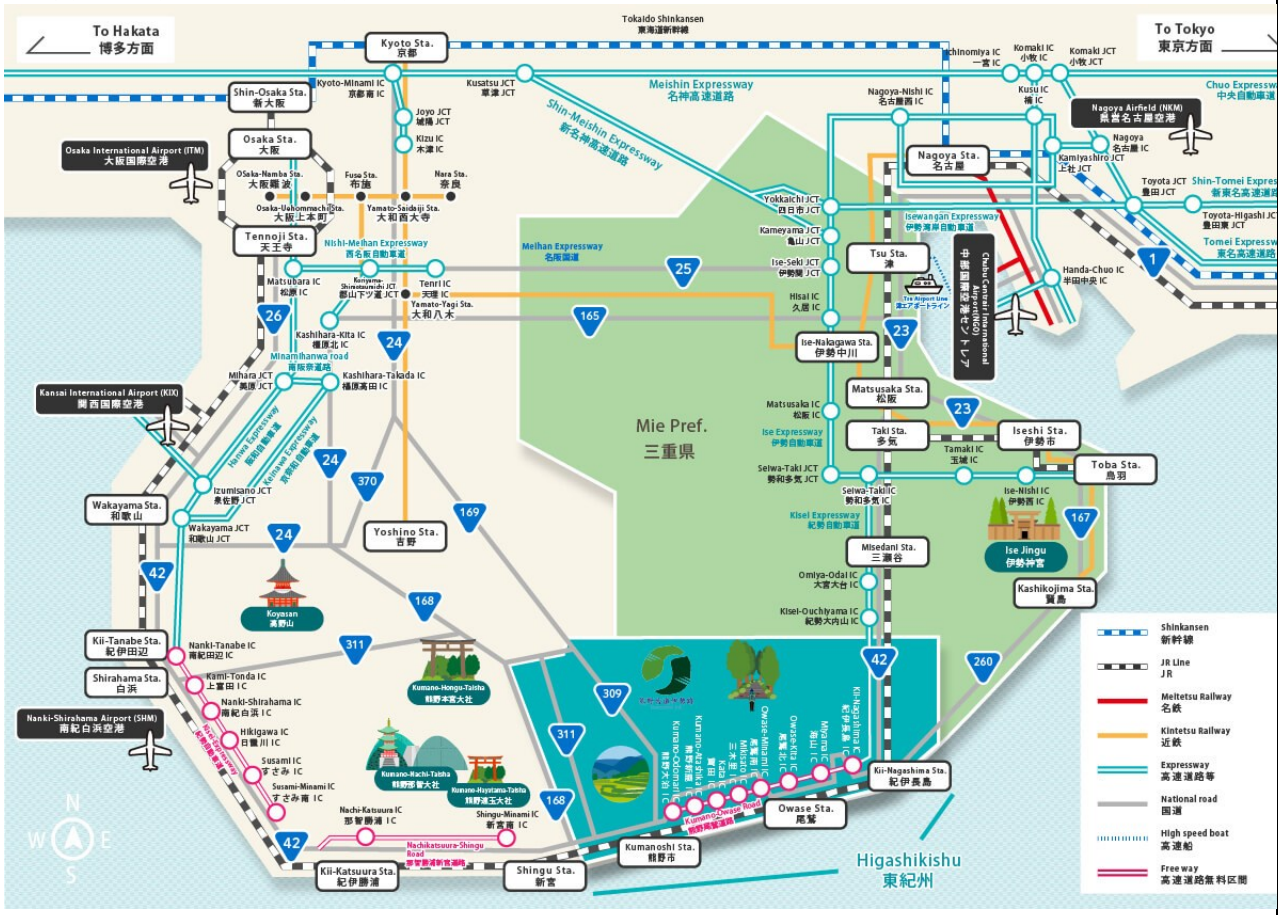
月	イベント名	地域
4月	オープンガーデン熊野(～5月)	熊野市
	泳げ！鯉のぼりくん(～5月)	熊野市
	魚跳渓谷あまご釣り大会	紀北町
5月	あら！さかな熊野灘ほうばい祭り	熊野市
	オール熊野フェスタ	熊野市
6月	虫送り	紀北町
	丸山千枚田の虫おくり	熊野市
	黒潮海童まつり	熊野市
7月	きほく燈籠祭	紀北町
	きほく七夕物語	紀北町
8月	きほく夏祭り KODŌ	紀北町
	紀和の火祭り	熊野市
	おわせ港まつり	尾鷲市
	紀宝町花火大会	紀宝町
	熊野大花火大会	熊野市
9 月	八幡神社例祭	尾鷲市
10 月	花の窟秋季例大祭	熊野市
	木本神社例大祭	熊野市

	関船祭り	紀北町
	昭和の縁日	紀北町
	紀宝みなとフェスティバル	紀宝町
	熊野磯釣大会（～12月）	熊野市
11 月	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・山ツーデーウォーク	尾鷲市
	大森神社例祭（どぶろく祭）	熊野市
12 月	熊野古道トレイルランニングレース	熊野市
	光の祭典 in 紀宝（～1月）	紀宝町
	尾鷲磯釣大会（～2月）	尾鷲市
	年末きいながしま港市	紀北町
	にらくら祭り（～1月）	尾鷲市
1月	よその餅	紀北町
	大馬神社例祭	熊野市
	一乗寺だるま市	熊野市
	ハラソ祭り	尾鷲市
	産田神社大祭	熊野市
	船だんじり	紀北町
2月	ヤーヤ祭り	尾鷲市
	花の窟春季例大祭	熊野市
	グランフォンド熊野	熊野市
	尾鷲おひなさままつり（～3月）	熊野市
3月	熊野街道ひなめぐり（～4月）	熊野市
	楊枝薬師祭り	熊野市
	種まき権兵衛祭り	紀北町

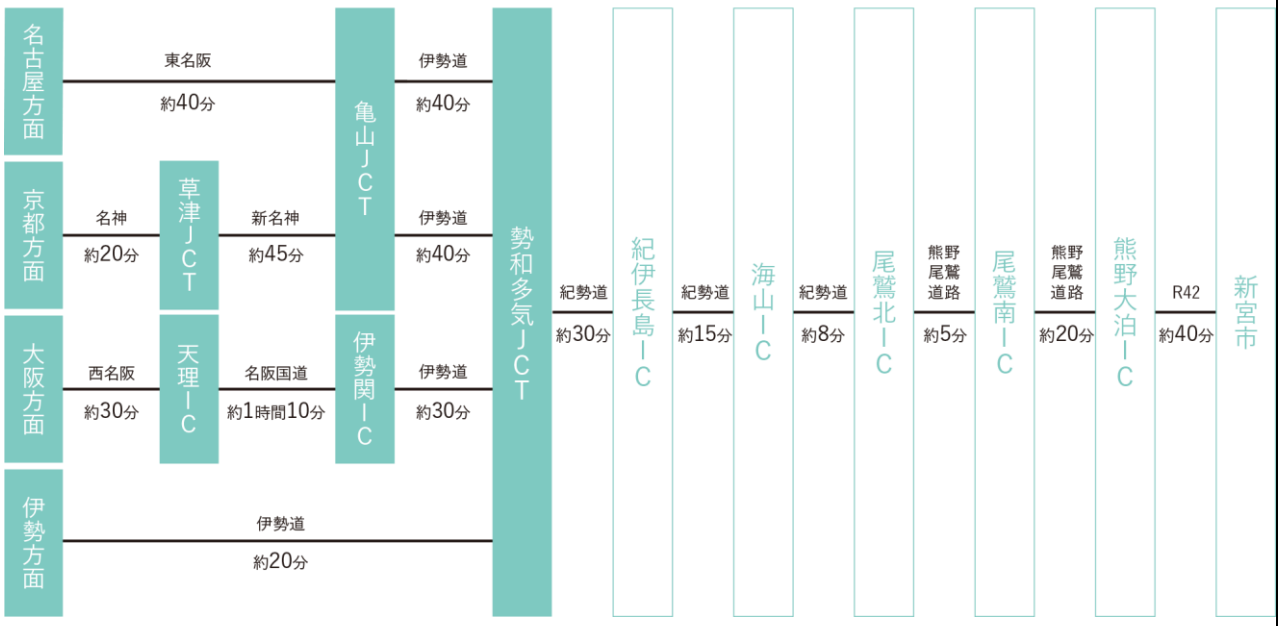
【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

5市町	施設数	収容力	
		客室数（室）	収容人数（人）
紀北町	32	247	1,736
尾鷲市	32	286	657
熊野市	47	430	1,435
御浜町	8	82	186
紀宝町	4	42	138

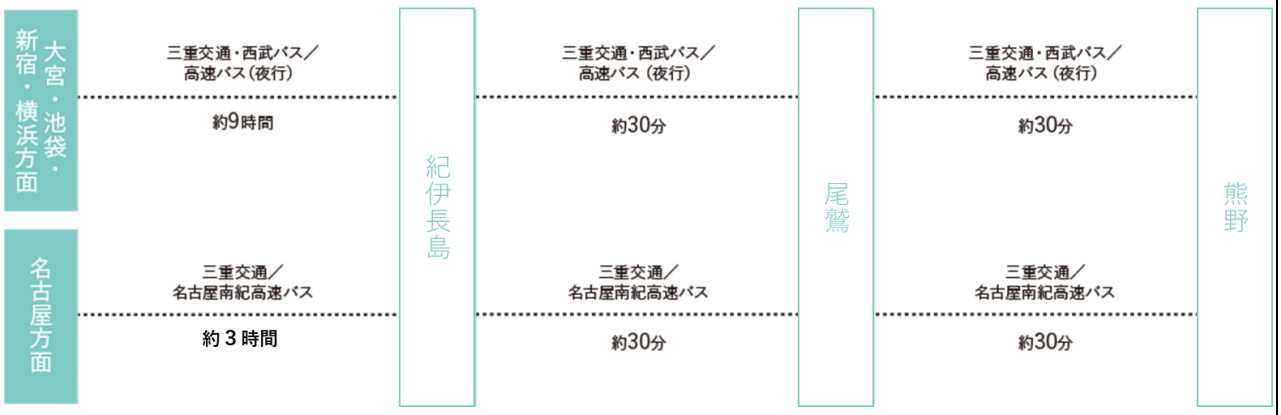
【利便性：区域までの交通、域内交通】



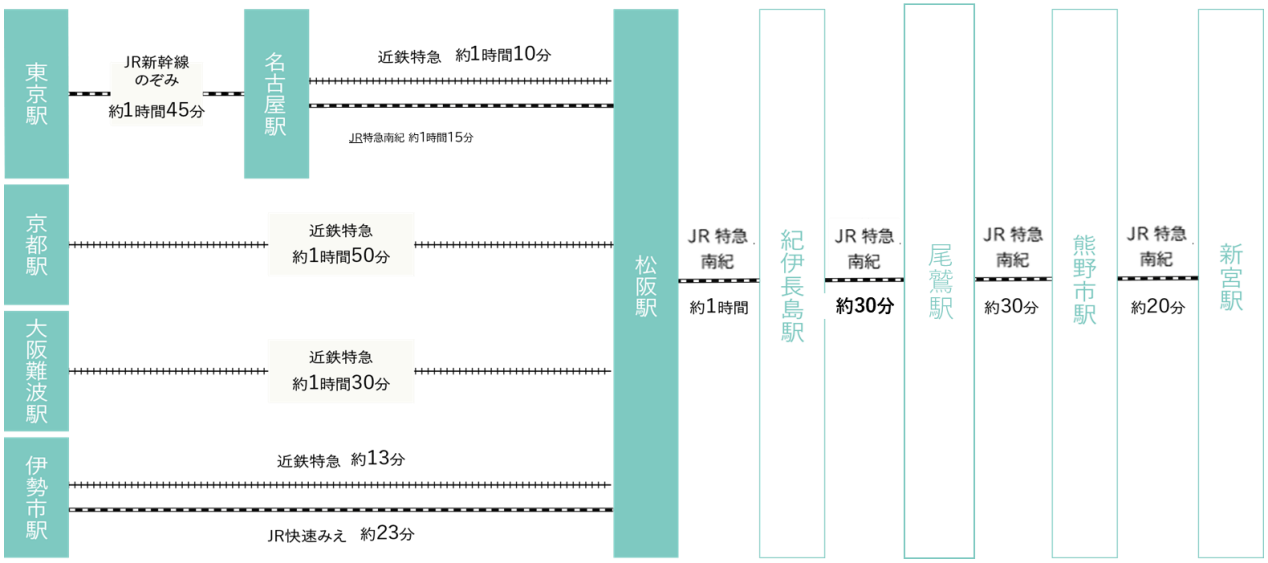
車



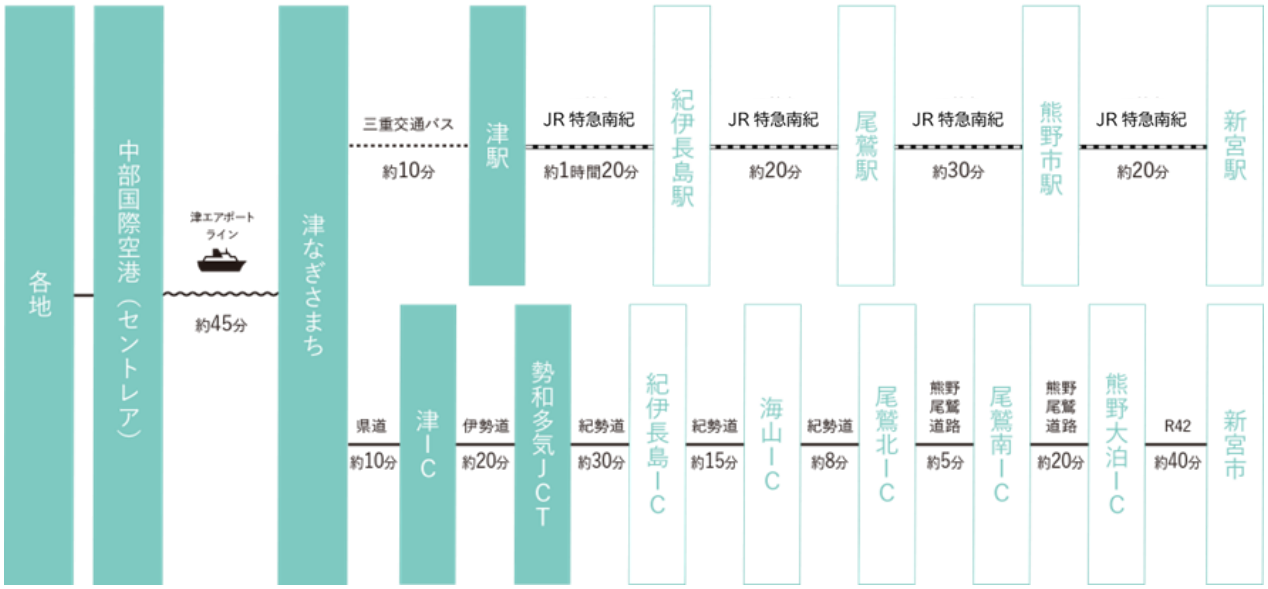
バス


大宮・池袋・新宿・横浜方面
三重交通・西武バス／高速バス（夜行）
約9時間
名古屋方面
三重交通／名古屋南紀高速バス
約３時間
紀伊長島
三重交通・西武バス／高速バス（夜行）
約30分
三重交通／名古屋南紀高速バス
約30分
尾鷲
三重交通・西武バス／高速バス（夜行）
約30分
三重交通／名古屋南紀高速バス
約30分
熊野

鉄道


東京駅
JR新幹線のぞみ
約1時間45分
名古屋駅
近鉄特急 約1時間10分
JR特急南紀 約1時間15分
京都駅
近鉄特急 約1時間50分
大阪難波駅
近鉄特急 約1時間30分
伊勢市駅
近鉄特急 約13分
JR快速みえ 約23分
松阪駅
JR 特急 南紀
約1時間
紀伊長島駅
JR 特急 南紀
約30分
尾鷲駅
JR 特急 南紀
約30分
熊野市駅
JR 特急 南紀
約20分
新宮駅

空路


各地
中部国際空港（セントレア）
津エアポートライン
約45分
津なぎさまち
三重交通バス
約10分
津駅
JR 特急南紀
約1時間20分
紀伊長島駅
JR 特急南紀
約20分
尾鷲駅
JR 特急南紀
約30分
熊野市駅
JR 特急南紀
約20分
新宮駅
県道
約10分
津ＩＣ
伊勢道
約20分
勢和多気ＪＣＴ
紀勢道
約30分
紀伊長島ＩＣ
紀勢道
約15分
海山ＩＣ
紀勢道
約8分
尾鷲北ＩＣ
熊野尾鷲道路
約5分
尾鷲南ＩＣ
熊野尾鷲道路
約20分
熊野大泊ＩＣ
R42
約40分
新宮市

【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、世界遺産に登録された。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) ・世界遺産「紀伊山地の霊場と参詣道」 ・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) ・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) ・円安等を背景とした外国人観光客の増加 ・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 ・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) ・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
東海・関西圏の 40～60 代夫婦・カップル

○選定の理由
アンケート調査より最も多い地域・年代・属性であり、来訪目的が「自然や風景をみてまわる」など当地域の資源とニーズが合致しているため。

○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
R6 年度外国人宿泊者調査では、欧米豪圏の宿泊客は R1 比平均 288.2%増となっているのに加え、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。 　さらに、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向上と来訪者増加に繋げる。 　また、高付加価値インバウンド誘客に向けた取組として、「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」エリアと連携し、「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加を図る。
○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	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。 　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。 　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きた。 　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。 　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き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繋げる。

様式１

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。	・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
	・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。 ・協議会の内部部会である、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」を年2・3回程度開催。 ・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。 ・協議会で策定した東紀州地域観光推進計画の共有。
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	・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や現地調査、専門家による現地指導等を実施した。これらの取組を通じて施設の改善取組を提案し、実施を支援するとともに優良事例を広く共有することで、地域全体のおもてなし品質の向上を図る。 ・「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	・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。

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	14,100	14,800	18,300	19,400	20,600	21,800
		(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)
	実績	14,563	17,276	19,539			
		(-)	(-)	(-)			
●延べ宿泊者数 (人)	目標	310,000	322,000	350,000	360,000	371,000	382,000
		(1,000)	(4,000)	(6,470)	(8,090)	(8,900)	(9,790)
	実績	321,822	339,514	336,616			
		(1,543)	(5,885)	(8,289)			
●来訪者満足度 (%)	目標	80.5	81	87	87.1	87.2	87.3
		(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)
	実績	80.3	86.9	82.1			
		(-)	(-)	(-)			
●リピーター率 (%)	目標	95.2	95.3	90	90	90	90
		(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)
	実績	91.9	88.1	92.4			
		(-)	(-)	(-)			

※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)及び東紀州地域観光 DMO 事業推進協議会で協議のうえ、決定した。

【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3%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する。

●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を用いる。

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を用いる。

●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。

（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	91,000	94,000	239,000	246,000	253,000	261,000
		(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)
	実績	109,517	159,285	252,285			
		(-)	(-)	(-)			
●住民満足度（%）	目標	45	47	48	50	51	53
		(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)
	実績	56.5	46.8	45.9			
		(-)	(-)	(-)			
●観光入込客数（千人）	目標	1,470	1,530	1,770	1,820	1,880	1,940
		(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)
	実績	1,629	1,720	1,719			
		(-)	(-)	(-)			
●熊野古道伊勢路来訪者数（千人）	目標	270	320	350	316	325	335
		(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)
	実績	290	305	351			
		(-)	(-)	(-)			
●外国人宿泊者数(人)	目標	1,000	4,000	7,360	8,090	8,900	9,790
		(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)
	実績	1,543	5,885	8,289			
		(-)	(-)	(-)			

※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）及び東紀州地域観光 DMO 事業推進協議会で協議のうえ、決定した。

【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」「どちらかというと良い」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する。

●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。

●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する。

様式１

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	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	64,330,000(円)	【三重県負担金】28,198,000 円 【市町負担金】26,045,000 円 【国庫支出金】5,225,000 円 【諸収入】49,000 円 【繰越金(雑収入)】4,813,000 円
2025(R7) 年度	61,194 ,000(円)	【三重県負担金】28,659,000 円 【市町負担金】26,547,000 円 【諸収入】2,011,000 円 【繰越金(雑収入)】3,977,000 円
2026(R8) 年度	62,194 ,000(円)	【三重県負担金】28,659,000 円 【市町負担金】26,547,000 円 【諸収入】6,988 ,000 円
2027(R9) 年度	63,194 ,000(円)	【三重県負担金】28,659,000 円 【市町負担金】26,547,000 円 【諸収入】7,988 ,000 円

(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	44,302,000(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】3,978,000 円
2024(R6) 年度	60,352 ,000(円)	【一般管理費】16,700 ,000 円 【観光振興事業費】43,652,000 円 (受入環境整備、コンテンツ開発・造成、プロモーション等) 【R7 年度への繰越金】4,166 ,000 円
2025(R7) 年度	61,194,000(円)	【一般管理費】19,163,000 円 【観光振興事業費】42,031,000 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	62,194,000(円)	【一般管理費】19,163,000 円 【観光振興事業費】43,031,000 円 (受入環境整備、コンテンツ開発・造成、プロモーション等)
2027(R9) 年度	63,194,000(円)	【一般管理費】19,163,000 円 【観光振興事業費】44,031,000 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。
・当公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	牧野　好美
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	福田　伸考
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	川崎　泰司
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

様式１

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	和田　恭星
担当部署名(役職)	企画課(商工観光係主事)
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	置地　政人
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鵜殿 324 番地
電話番号(直通)	0735-33-0334
FAX番号	0735-32-1102
E－mail	okiji-ma@town.kiho.lg.jp

都道府県・市町村名	三重県
担当者氏名	玉田　真介
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(係長)
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

（登録）【地域連携DMO】（一社）東紀州地域振興公社

様式2

記入日：　令和　8年　1月　9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）】 横平　修一
【財務責任者（CFO）】 杉下　博俊
【職員数】 13人（常勤12人（派遣等12人）、非常勤1人）
【主な収入】 64百万円（県市町負担金等59百万円、繰越金5百万円）
（6年度決算）
【総支出】 60百万円（事業費43百万円、一般管理費　17百万円）
（6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、商工会議所・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		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	14,100（–）	14,800（–）	18,300（–）	19,400（–）	20,600（–）	21,800（　）
	実績	14,563（–）	17,276（–）	19,539（–）	—	—	—
延べ宿泊者数（千人）	目標	310,000（1,000）	322,000（4,000）	350,000（6,470）	360,000（8,900）	371,000（8,900）	382,000（9,790）
	実績	321,822（1,543）	339,514（5,885）	336,616（8,289）	—	—	—
来訪者満足度（%）	目標	80.5（–）	81（–）	87（–）	87.1（–）	87.2（–）	87.3（–）
	実績	80.3（–）	86.9（–）	82.1（–）	—	—	—
リピーター率（%）	目標	95.2（–）	95.3（–）	90（–）	90（–）	90（–）	90（–）
	実績	91.9（–）	88.1（–）	92.4（–）	—	—	—

戦略

【主なターゲット】
・国内：東海・関西圏の40～60代夫婦・カップル
・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。
・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

【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】
・インバウンド商談会等への参加
・欧米豪個人旅行客を対象とした誘客促進事業
・高付加価値なインバウンド観光地づくり推進事業