

令和6年度 東紀州地域振興公社 観光推進計画に基づく主な取組進捗状況

1 東紀州地域観光DMO事業推進協議会の取組

6月18日	第1回 第2次東紀州地域観光推進計画策定WG（観光事業調整部会）
6月27日	第1回 東紀州地域観光DMO事業推進協議会
7月16日	第2回 第2次東紀州地域観光推進計画策定WG（観光事業調整部会）
8月29日	第3回 第2次東紀州地域観光推進計画策定WG（観光事業調整部会）
11月8日	第4回 第2次東紀州地域観光推進計画策定WG（観光事業調整部会）
12月23日	第2回 東紀州地域観光DMO事業推進協議会
1月17日	第5回 第2次東紀州地域観光推進計画策定WG（観光事業調整部会）
2月25日	第6回 第2次東紀州地域観光推進計画策定WG（観光事業調整部会）
3月24日	第3回 東紀州地域観光DMO事業推進協議会

2 主な取組

当公社の取組について、「東紀州地域観光推進計画」の柱立てに従い報告します。

なお、取組は、同計画中の項目番号順で記載しており、未実施の取組及び項目番号は省略しています。

※「第2次東紀州地域観光推進計画」策定

公社、市町、観光関連事業者等で構成する「第2次東紀州地域観光推進計画策定WG」を設置。全6回のWGを通じて、参加者等の意見を反映した計画を策定しました。

<基本施策1> 世界遺産熊野古道を生かした観光地域づくり

(1)熊野古道の調査・研究・学習（目標1「価値に気づく」）

①みえ熊野学講座事業

早稲田大学が開催する「早稲田大学オープンカレッジ」において、「みえ熊野学講座」を開催しました（参加者：82人）。

【実施内容】

ア「世界から日本、聖地巡礼ー伊勢・熊野・奈良・倭姫巡行地を巡ってー」

10月5日：講師…稲田 美織 氏（写真家・文筆家）

イ「伊勢と熊野を結ぶ道ー「熊野古道」と皇大神宮別宮の瀧原宮ー」

10月12日：講師…岡田 登 氏（皇學館大学名誉教授）

ウ「なぜ日本人は伊勢と熊野をめざすのかー熊野古道伊勢路に伝わる神話・伝承と信仰ー」

10月19日：講師…池田 雅之 氏（早稲田大学名誉教授）

【今後の方針】

参加者は日本の文化や歴史などに関心のある方が多い本講座の特性を活かし熊野古道の本質的価値の発信に努めます。

(2)熊野古道の保全・伝承（目標2「守り伝える」）

①熊野古道語り部友の会の活動

ア 語り部の派遣

【派遣実績(R6年4月～R7年3月)】

項目	案内件数	案内人数
実績	608件	12,437人
昨年度比	+160件	+5,557人

イ 語り部の養成

松本峠において語り部養成講座を開催していました。本講座の開催により15名に入会いただき、昨年に引き続き2年連続で10名を超える入会者を得ることができました。〔語り部会員数：123名（うち英語対応可能33名）〕

【実施内容】

- <日本語講座> 12月15日：講義研修
1月11日：現地研修①
2月8日：現地研修②
- <英語講座> 1月12日：講義研修
2月11日：現地研修①
2月16日：現地研修②

【今後の方針】

養成講座が新規入会のきっかけとなっています。語り部友の会とも連携し利用者ニーズの高い峠を中心に養成講座を実施することで新規会員の獲得に努めます。

②熊野古道保全支援事業

熊野古道の保全を行う団体と東紀州5市町が行う活動に対し、企業等からの寄付金を原資とした補助金を交付しました。

【交付決定実績】

- 古道保全活動支援事業（保全団体向け）：15団体 1,155,606円
古道保全活動支援事業（市町向け）：3団体 1,330,000円

(3)熊野古道の魅力向上（目標3「伊勢路を結ぶ、地域を活かす」）

①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

伊勢路アルベルゲ協議会を開催し、公社が実施する事業等の情報提供及び会員施設の課題等について意見交換を行いました。

また、伊勢から熊野までの連続した歩き旅に必要な情報（ルート、宿泊施設、入浴施設、トイレ等）をわかりやすく整理・一元化したWEBサイト「熊野古道伊勢路巡礼ガイド」を構築しました。

【主な取組内容】

- ・伊勢路アルベルゲ協議会会議開催（11月12日）
伊勢路アルベルゲ協議会情報発信推進事業の説明
宿泊施設による情報交換（クマ、ヒル対策、インバウンド対応）
- ・熊野古道歩き旅客向けWEBサイト「熊野古道伊勢巡礼ガイド」公開

【今後の方針】

引き続き宿泊施設同士の情報共有の場を設け、各施設の受入環境整備に対して情報提供等の支援を行います。

＜基本施策2＞ 地域資源を生かした魅力的な観光地域づくり

（1）自然・文化等を生かした体験メニューの造成・磨き上げ・活用

①東紀州地域体験コンテンツ磨き上げ支援事業

ア 体験コンテンツ磨き上げに係る専門家の伴走型支援：3件

専門家による伴走型支援（全3回）を通じ、コンテンツの魅力向上、高付加価値化につながるプランへの磨き上げを行いました。

【主な支援内容】

類似コンテンツとの差別化、価格設定、より効果的な情報発信の魅せ方、商品情報ツールの作成支援等

【今後の方針】造成・磨き上げを行ったコンテンツを公社や観光三重のウェブサイト等で情報発信を行い、誘客促進に努めます。

イ 体験コンテンツ紹介ランディングページの制作：1月31日公開

公社ウェブサイト内に、利用者がより検索しやすく、視認性の高い体験コンテンツ紹介特設ページを制作しました。：掲載コンテンツ 60件

【主な変更点】

- ・体験ジャンルごとの照会・検索が可能に
- ・シーンに合わせた検索（雨の日OK、英語対応OK等）が可能に
- ・体験プラン詳細情報の充実、表示形式の統一

【今後の方針】より効果的な集客につなげるため、コンテンツの宣材写真を撮影し、公社ウェブサイト等で魅力を発信します。

【体験・アクティビティ

特設ページ】



（4）サイクルツーリズム推進事業

①東紀州サイクリング活用推進協議会

【主な取組】

- ア 東紀州自転車活用推進計画（以下「推進計画」）改定協議：3月10日改定
- イ 東紀州自転車ネットワーク計画（以下「NW計画」）の策定協議・推進計画への盛り込み

【取組内容】

- ・推進計画に基づく各団体の取組の確認・共有・実施働き掛けを行いました。
- ・NW計画WGでNW計画を協議し、推進計画に盛り込みました。

【今後の方針】推進計画に基づき、関係団体で連携し、「サイクルツーリズムの推進」「安全で快適な自転車通行空間の整備」「受入体制の整備」等

を通じ、誘客に結びつけます。

②サイクルツーリズム推進事業

【主な取組】

ア 東紀州サイクリングポータルサイトの構築：1月31日公開

サイクリングモデルルート（14ルート）、サイクリストにやさしい施設（44施設）、レンタサイクルステーション（7施設）等を紹介しています。

【東紀州サイクリングポータルサイト】



イ サイクリストにやさしい施設受入体制支援整備及び登録促進

サイクリストにやさしい宿：1施設（計12施設）、サイクルステーション9施設（計32施設）を登録しました。

ウ レンタサイクルステーションの課題解決等に向けたロードマップの作成

7つのレンタサイクルステーションを現地調査し、それぞれの課題解決に向けたロードマップを作成しました。

エ サイクリング体験コンテンツ磨き上げ・ガイド育成

サイクリング体験コンテンツの実走、ガイド講習等を通じた、コンテンツの磨き上げ（2件）、ガイドの育成（2人）を行いました。

オ 定期列車によるサイクルトレイン実証運行への協力

J R東海が営業区間で唯一実施している定期列車によるサイクルトレインの実証運行に、地域として協力しています。

※日程：3月15日から7月21日までの土日祝等（計43日）

※区間：紀伊長島駅～新宮駅

【今後の方針】関係団体と連携し、ウェブサイトを活用した情報発信、サイクリストにやさしい施設の拡充等の受入環境の充実に取り組みます。

（6）観光商品の開発・磨き上げ

①地域産品の高付加価値化支援

テストマーケティングによる消費者の反応を踏まえ、事業者の商品開発やブラッシュアップ等の支援に取り組みました。

【テストマーケティング】

○期間…12月1日～2月28日

○場所…試食BARアサクサ（東京都台東区）

○参加事業者…9事業者

【今後の方針】事業者のニーズを把握するとともに、地域内の関係機関等と連携し、当地域の産業活性化の取組の在り方について検討のうえ実施していきます。

②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

グーグルビジネスプロフィール運用セミナーの開催や、事業者からの相談に随時

助言等を行う伴走型支援を実施するなど、事業者の情報発信の充実に向けたサポートを行いました。

【今後の方針】

事業者におけるマーケティングのデジタル化について、事業者ニーズを踏まえた支援を実施していきます。

〈基本施策3〉 受入環境整備による快適な観光地域づくり

(2) 観光情報の充実と円滑な提供、共通化

【音声ガイドアプリ】

①東紀州地域映像・音声ガイド整備事業

熊野古道にまつわる伝承や魅力等をスマートフォンで手軽に視聴できる音声ガイドを整備するとともに、広く情報発信しました。



【整備箇所】八鬼山越え（令和5年度：馬越峠、松本峠）

【今後の方針】音声ガイドをより多くの方々に利用していただけるよう、効果的な情報発信を実施し、認知度の向上と利用促進を図ります。

(5) 観光人材・ガイドの育成

①東紀州地域インバウンド観光ガイド整備事業

熊野古道をはじめとした東紀州地域の観光資源を英語でガイドできる人材を養成しました。

【実施内容】

- 11月14日 参加者募集（参加申込者16名）
- 12月8日 第1回養成研修（講義研修）
- 12月15日 第2回養成研修（講義研修）
- 1月19日 第3回養成研修（フィールドワーク）
- 1月26日 第4回養成研修（フィールドワーク）
- 3月14日 観光ガイドスキル研修（講義研修）

【今後の方針】

熊野古道周辺エリアの歴史や文化をより深く修得していただき、熊野古道の本質的な価値を伝えることができるガイドの養成を行います。

〈基本施策4〉 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) マーケティング調査の実施

①東紀州地域観光マーケティング調査・分析

観光客（ア、イ）、地域住民（ウ）を対象にアンケート調査を実施しました。

ア 熊野古道来訪客調査 ※回答数：629件（前年度：873件）

・調査場所：熊野古道各峠スタンプ台・登り口、JR東海駅構内など

イ 観光施設等利用者調査 ※回答数：792件（前年度：1,069件）

・調査場所：道の駅・観光施設など

ウ 観光地域づくりに関する住民意識調査 ※回答数：170件（前年度：77件）

・調査場所：東紀州地域内（市町広報誌、市町・公社HPなどで周知）

【今後の方針】三重県観光連盟が新たに構築する旅行者アンケートシステムと連携し、アンケート結果をリアルタイムで集計・分析することで、迅速・効果的な取組・戦略に反映させます。

＜基本施策5＞ 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）観光プロモーションの取組

①東紀州地域情報発信誘客事業（Instagram、X等）

公社Instagram「higashikishu.kousha」やX（旧Twitter）「kousha2014」、Facebook「higashikishu.kousha」で情報発信を行いました。

【実績】Instagram：フォロワー2,911人（前年度比300人増）2月末現在

X（旧Twitter）：フォロワー2,559人（前年度比81人増）3月末現在

【今後の方針】鮮度の高い情報を発信し、東紀州地域への興味・誘客に繋がります。

Instagram



X



Facebook



②ウェブサイト情報発信事業

公社ウェブサイトにおいて観光スポットや食などの魅力を発信する「東紀州観光ライター」を公募し、5名を採用しました。専門家による講習会において情報発信の基礎等を学んだうえで特集記事の作成を行っています。

ア 東紀州観光ライター講習会

東紀州観光ライターを対象に、情報発信の専門家からSEO対策を含めた情報発信のポイントについて学ぶ講習会を開催しました。

講師：㈱トラベルジップ マネージャー 井上 晃樹 氏

内容：「読まれる記事」の作り方

イ 公社ウェブサイト特集記事の新規作成

公社ウェブサイトにおいて東紀州観光ライター5名が作成した特集記事を発信しました。

【特集記事テーマ】

「熊野古道」「絶景スポット」「おすすめグルメ」など

【実績】ライターを対象としたSEO対策講座の実施

ライターによる新規特集記事の作成、公開：23件

【今後の方針】引き続き、東紀州観光ライター等によりユーザーに届く特集記事を発信します。

③大都市圏等向け情報発信強化事業

県内及び大都市圏において観光PR等を行いました。

【実績】パンフレットやノベルティ配布を通じ観光PRを行いました。

【成果・課題】PRを通じて多くの方が熊野古道に関心を持っていることが確認できました。熊野古道世界遺産登録20周年によって高まっているこの地域への関心を維持できるよう、引き続き熊野古道の魅力等をきめ細かに提供する必要があります。

日程	イベント名(場所)
4月13日～14日	三重県フェア(イオンモール津南/津市)
4月19日～20日	三重県フェア(イオンレイクタウン/埼玉県越谷市)
7月19日	赤福氷と味めぐり(阪神百貨店梅田本店/大阪市)
7月29日	エフエムいたみ観光情報コーナー 「お国自慢、旅じまん」電話出演
9月7日	熊野古道セミナー in 三重テラス (三重テラス/東京都中央区)
10月25日	三重テラス in 大阪(新大阪駅/大阪市)
11月9日～10日	三重県フェア(イオンモール熱田/名古屋市)
12月7日～8日	三重県フェア(イオンモール京都桂川/京都市)
2月26日～27日	三重県東紀州物産観光展(岐阜駅/岐阜市)

(2) 広域周遊観光の推進

①広域観光情報の連携した発信

東紀州地域と、県内周辺地域及び和歌山県内の道の駅等に熊野古道伊勢路パンフレット等を設置しました。

※設置施設…三重県内の道の駅など21施設、和歌山県内の道の駅など10施設。

<基本施策6> インバウンド受入に向けた観光地域づくり

(2) インバウンドに対応した受入体制の充実

①外国人旅行者動向調査

東紀州地域を来訪する外国人旅行者の来訪目的、動向等を調査しました。

【調査場所】22か所(観光案内所:4施設、宿泊施設:18施設)

【回答者数】50件(①欧:17人、北米:6人、オセアニア:6人…26人

②東ア:13人、東南ア:7人、南ア:1人…21人)

【調査概要】

調査項目	調査内容	全体	うち欧米豪	うちアジア
訪日回数	はじめて	32%	50%	10%
	6回以上	42%	18%	71%

主な目的	熊野古道	30%	40%	19%
	観光地	14%	4%	24%
立寄り先	伊勢路	60%	61%	57%
	中辺路	30%	32%	24%
	熊野三山	38%	32%	43%

【今後の方針】ターゲット選定や情報発信等の参考にし、受入環境整備につなげます。
また、より多くの回答数を得るため、調査方法の見直しを行います。

(3) インバウンドに対応したプロモーションの取組

① 欧米豪個人旅行客を対象とした誘客促進事業

欧米豪の旅行会社とネットワークを多く持つ国内の旅行会社やランドオペレーターに対し、東紀州地域の認知度向上に向けた営業活動を行いました。

【主な取組】

ア 訪日旅行会社やランドオペレーターに向けた訪問セールス

・訪問セールス：25社（首都圏22社、関西圏等3社）

イ ファムトリップ

「ア」の訪問先のうち、当地域に強い関心を示した6社11名を招請。

ウ 商談会参加

(ア) 9月17日～19日：IFTM Top Resa 2024（パリ）

※H I SブースでPR及びアンケートを実施（委託）。

(イ) 10月16日：中央日本総合観光機構ビジネスマッチング商談会（金沢）

(ウ) 11月22日：高付加価値旅行関係者国内ネットワーキングイベント（東京）※アドベンチャートラベルがテーマの商談会

エ 受入環境整備

飲食店の英語メニュー整備支援：3施設

【主な成果】・自社サイトへのモデルコース掲載：3社

・SNSでの情報発信、来年度以降のツアー造成予定：3社

② 第7回日本国際観光映像祭

R5年度に作成した外国人旅行者向けプロモーション動画「Kumano Kodo Iseji - a new way of life-」が日本国際観光映像祭の国際部門（応募数：1,132件）の「Tourism Destinations Regions」でSilverを受賞しました。

【今後の方針】旅行会社等への情報提供を継続して行い、商品造成を促すとともに、ファム等で得た意見を受入環境整備等につなげます。

(4) 高付加価値旅行者の誘客に向けた取組

① 地方における高付加価値なインバウンド観光地づくり事業

高付加価値旅行者の誘客に向けて観光庁が支援するモデル観光地「紀伊山地及び

周辺地域エリア」に参画。奈良・和歌山・三重が連携して行う旅行会社・メディアへのセールス活動を行いました。

【主な成果】 東紀州地域へのファミトリップ受入実績：7回（23人）

②東紀州地域独自の付加価値なインバウンド観光地づくり事業

東紀州地域ならではの価値（コアバリュー）を作成の上、海外旅行見本市へ出展するとともに、付加価値旅行者向け手配体制の整備に取りかかりました。

ア 外国人観光客の受入に関する講演会

付加価値旅行者誘客に対する地域での機運づくりとして開催しました。

（ア）7月11日：第1回（現地参加30名、オンライン参加10名）

講師…山田桂一郎氏

（イ）7月29日：第2回（現地参加25名、オンライン参加8名）

講師…村木智裕氏、永原聡子氏

イ 付加価値な観光地づくり推進協議会

地域が一体となって、付加価値旅行者の誘客等に取り組むため、公社、市町、観光関連事業者等で構成。全4回の開催を通して、コアバリューの形成や受入環境の整備のあり方について検討しました。

ウ コアバリュー形成・ブランドコンセプトブック作成

協議会での議論や有識者へのヒアリングを通して東紀州ならではの価値（コアバリュー）を作成するとともに、当地域の魅力を写真と文章を交えて伝えるコンセプトブックを作成しました。

エ 海外旅行見本市への出展

3月4日～6日 ITB Berlin2025（ドイツ）

東紀州地域の旅行商品を造成し、オンラインで販売を行うとともに、HIS/ミキ・ツーリストブースでのPR、17件の商談を行いました。

オ 付加価値旅行者向け手配体制の整備

熊野市観光公社において、付加価値旅行者を顧客とする旅行会社からの依頼に対応できる体制作りを行っています。

【今後の方針】 当地域のコアバリューを活かした付加価値の高いコンテンツの造成や質の高いガイドの育成など、付加価値旅行者を含む多様なニーズに答えられるよう取り組みます。また、旅行会社等に向けた情報発信を積極的に行うとともに、手配体制の整備を行います。