

令和6年度
公益社団法人 伊勢市観光協会
事業報告書

公益社団法人 伊勢市観光協会 令和 6 年度事業報告

令和 6 年度は、令和 5 年度に引き続き円安ドル高傾向が進み、日本への訪日客（インバウンド客）数が過去最高の 3,600 万人を超え、活況を呈しました。しかし、東京や京都、大阪といったゴールデンルートと呼ばれる主要都市においては、オーバーツーリズムが発生し、日本人観光客の足が遠のいたり、リピーターのインバウンド客も敬遠したりというような、諸手を挙げて喜べない状況になりつつあります。伊勢市に関しては、爆発的なインバウンド客の増加は見られておりませんが、訪日リピーターの「次の目的地」としての選択肢に挙がるように、情報発信に取り組む必要があると考えます。令和 6 年度は、台湾とシンガポールの旅行博に参加し、伊勢市及び伊勢志摩の知名度向上と誘客を目的として PR を実施しました。国別訪日客の上位に入る二つの地域に関しては継続的な PR が必要と考えております。

伊勢市においては、いよいよ始まる第 63 回神宮式年遷宮、そして令和 8 年と 9 年のお木曳行事に向けて着々と準備が進んでおり、奉曳団連合会と奉曳本部が結成されました。令和 7 年の御樋代木奉迎及び奉曳に関しても準備が進められました。

当会事業においては、トレンドに合わせホームページや SNS 等を活用した情報発信を行いました。さらに、伊勢 SNS 観光アンバサダーを起用することで、情報発信を活性化させる取り組みも行いました。口コミでの情報発信をお願いさせて頂いておりました観光御師事業におきましては、令和 6 年度で一旦制度に区切りをつけ、新たに伊勢結人（いせゆいと）事業を令和 7 年度より始動させ、トレンドに即した SNS を使った情報発信を用い、事業の活性化を図っていきます。

例年取り組んでいる事業の日本観光祈願祭については、声かけの範囲を関西圏及び東海地方に広げ、観光協会や観光施設への参加の呼びかけを行いました。また、宿泊促進のため、二見地区において 4 回のイベントを開催し、誘客に力を入れました。秋の行事の観月茶会、越年行事及び冬至祭は通常通りの開催が出来ました。

地域 DMO としては、「稼げる観光地」を目指し、伊勢市など関係団体と令和 6 年度も協議を続けました。伊勢市全体を会社に見立て、その中で市役所、会議所、まち会社、当会等が各部署の様に役割を果たすことで、伊勢市として「ヒト・モノ・カネ」を有効活用していく考え方です。一番大きな組織である伊勢市の意向があり、令和 6 年度は目指すような進捗は得られませんでした。DMO 認定の要件を整えつつ、それを実現させることができるよう、引き続き各団体と協議をしていきます。

令和 6 年度は、ポストコロナ期の終焉、御師制度改革など変化の年になりました。次年度以降は、令和 15 年の第 63 回神宮式年遷宮に向け、さらに関係各団体と密に調整し、御樋代木奉迎・奉曳行事、お木曳行事に向け、当会の役割を果たしていきます。

なお、具体的な事業内容は次ページより。

＜公益目的事業―旅客誘致事業＞※見出し横の事業費は経常費用を記載しております

1 広報宣伝事業（情報発信部会、青年部）

① インターネットによる情報の発信（IT 委員会） 2,823 千円

令和3年4月に刷新した伊勢市との共同観光情報発信ホームページは、引き続きスマートフォンに主軸を置きながら、「現地」ならではの情報発信に取り組みました。運用開始から4年目となる今年度は、ホームページの利便性向上を図るため、ホームページ内検索機能の精度向上を図りました。情報発信としては、伊勢の観光情報をテーマ別に編集した特集記事を4本、既存記事のリライトを1本作成し、ホームページに掲載しました（特集記事内容：二見興玉神社特集、伊勢シーパラダイス特集、うなぎの名店特集、伊勢の夜飲食店特集）。

令和6年度のホームページアクセスにおけるページビュー数は、2,916,353件（前年度2,602,135件：前年度対比112%）、セッション数は1,638,701件（前年度1,254,138件：前年度対比130%）となり、伸び率は好調でした。英語ページについても、セッション数の伸び率が110%というところから、しっかりと閲覧されるようになってきています。

また、各SNSについては、フォロワー数が順調に増加しており、特にInstagramに関しては、フォロワー数が1万人を超えるなど、情報発信力・拡散力の高いメディアへと成長しています。

運用面では、Instagram用に投稿した動画をTikTokにも投稿することで、より幅広い世代（特に若年層）への情報発信を強化しました。加えて、今年度の情報発信では、昨今情報収集ツールとして活用が進んでいるSNSでの情報発信を強力に推し進めるために、SNS上での情報発信に特化した「伊勢SNS観光アンバサダー」制度の運用も開始しました。アンバサダーとして2名を委嘱し、アンバサダー自身の強みを活かした情報発信により、伊勢の魅力を国内外に広く発信し、来訪者の増加や地域の活性化を図りました。

引き続き情報収集ツールとして主流となっているSNSを活用した情報発信について積極的に取り組んでいきます。

当協会ホームページ <https://ise-kanko.jp/>

◇ ホームページ閲覧数

	PV	セッション	PV（英語）	セッション（英語）
令和6年度	2,916,353	1,638,701	51,623	35,272
令和5年度	2,602,135	1,254,138	46,916	28,345
増 減	314,218	384,563	4,707	6,927
対前年比	112%	130%	110%	124%

◇ フォロワー数

	Facebook	X	Instagram	TikTok	合計
令和6年度	3,424	6,915	10,650	1,325	22,314
令和5年度	3,323	5,761	7,871	451	17,406
増 減	101	1,154	2,779	874	4,908
対前年比	103%	120%	135%	294%	128%

◇ 伊勢 SNS 観光アンバサダー名簿

No.	氏名	所属	就任日
1	りほやん	インフルエンサー・ライバー	R6. 11. 25
2	伊勢 鈴蘭	アンジュルム (HELLO!PROJECT 所属)	R6. 12. 5

② SNS 情報発信事業（青年部） 600 千円

例年開催していた SNS 上での参加型イベント「伊勢フォトグランプリ」から事業転換して2年目となる今年度の事業では、近年、情報収集の主流が写真から動画に移りつつある流れを受け、情報発信の手段として効果的である動画を使った SNS 上での情報発信を行いました。

具体的には、青年部が作成した「伊勢の夜 食べ呑みまっぷ」を活用し、掲載店舗の中から青年部が選定した9店舗を紹介するショート動画を作成、それらをまとめた総集編動画2本を加え、青年部Instagramに投稿しました。

ショート動画による情報発信を行った結果、事業開始時点（令和6年7月1日時点）では2,117名だったフォロワーが994名増加し、令和7年2月末時点で3,111名（対前年比146%増加）となりました。特に総集編動画に関しては、年末年始に行った SNS 上での広告出稿により再生回数が顕著に伸びており、フォロワー以外のアカウントに対しても、効果的に情報発信を行うことができました。

次年度以降は、予算削減に伴い、青年部アカウントの運用を一時停止することが決定していますが、これを一旦立ち止まって事業方針を検討する好機と捉え、より効果的に伊勢の情報発信が行えるよう、引き続き取り組んでいきます。

◇ フォロワー数

	R6. 7. 1 時点	R7. 2. 28 時点	増減	対前年比
青年部Instagram	2, 117	3, 111	994	146%

③ PR グッズ作製（情報発信部会） 586 千円

観光 PR 用に下記のグッズを作製しました。

・付箋	800 個	・ 1 色ボールペン	400 本
・ハンカチ	324 枚	・クリアファイル	1000 枚

④ マスコットキャラクター事業（青年部） 28 千円

令和 6 年度は伊勢市内でのイベントに 4 回、東京（東京大神宮観光 PR）で 1 回の活動を行いました。その他、イベント冊子用として、イラストの貸し出しも行いました。

⑤ 紙媒体による情報発信（情報発信部会）（パンフレット／リーフレット）

6, 540 千円

紙媒体として情報発信を担うパンフレット／リーフレットは、行政と協力して観光パンフレット及び地図を作成し、観光案内所等で配布をしています。

◇ パンフレット及びリーフレット印刷について

No	事業パンフレット名	予定数量	作成数量	備考欄
1	ええじゃないかお伊勢さん	10, 000	10, 000	総合パンフレット
2	伊勢～日本の源へ～	20, 000	20, 000	総合パンフレット
3	伊勢～日本の源へ～外国語版・英語	5, 000	5, 000	
4	伊勢～日本の源へ～外国語版・繁体字	0	4, 000	
5	伊勢～日本の源へ～外国語版・フランス語	5, 000	0	
6	市内 Map（てくてく）	150, 000	150, 000	基本地図
7	二見まちあるき MAP	15, 000	40, 000	二見に特化した MAP
8	Map of Ise	5, 000	5, 000	英語の市内 MAP
9	二見まち歩きマップ英語	10, 000	10, 000	
10	ランチガイド	0	10, 000	ランチに特化したパンフレット

⑥ 夜マップ（青年部） 316 千円

当協会青年部が作成し、市内の宿泊事業者の方から好評を頂いている「伊勢の夜 食べ呑みまっぷ」について、最新の掲載情報にリニューアルし、再版しました。観光客の方に情報提供するため、各旅館組合を通じて伊勢市内の宿泊施設に配布するとともに、当協会所管の観光案内所にも配置しました。

◇パンフレットの印刷部数について

No	パンフレット名	予定数量	作成数量	備考欄
1	伊勢の夜 食べ呑みまっぷ	5,000	5,000	予定数量印刷済み

⑦ 伊勢観光大使及び伊勢観光御師（御師委員会） 481 千円

首都圏等における情報発信を円滑且つ効果的に進めていく為に、協会は伊勢観光大使・伊勢観光御師制度を設けておりました。

観光御師制度は制度発足から 20 年近くが経過し、ICT の発達など情報発信を取り巻く環境も大きく変化してきております。さらに、観光御師の皆様もご高齢となり、観光御師の方からも制度の見直しをご提案されたことから、当制度に代わる新たな制度の模索を続けておりました。コロナ禍以前には、御師制度を補完する全国ネットワーク構想を立ち上げ、その構築を目指しておりましたが、コロナ禍に阻まれ、立ち上げを見合わせざるを得ない状況になっておりました。

ようやく今年度、全国ネットワーク事業を基にした新制度「伊勢結人（いせゆいと）」を、令和 7 年度に立ち上げるべく事業を進めました。3 月に開催した最後の東京御師会議の後に実施した伊勢観光振興交流会では、伊勢結人内定者との対面と懇親を行い、現観光御師の皆様には、「伊勢結人」における「顧問」就任を依頼しました。

観光大使制度につきましては、事業は継続とし、引き続き 3 名の方をお願いをしております。

◇ 令和 6 年度伊勢観光大使並びに観光御師名簿

	所 属	役 職	氏 名
観 光 大 使		アスリート	野口 みずき 氏
	ファンタシウム	タレント	楠田 枝里子 氏
	トゥーフロント	女優	夏樹 陽子 氏
観 光 御 師	公益財団法人 日本交通公社 (株式会社ジェイティービー 元会長・社長)	評議員	船山 龍二 氏
	株式会社共立メンテナンス (岡三興業株式会社 元代表取締役社長)	顧問	松本 久雄 氏
	株式会社 JR 東日本 びゅうツーリズム&セールス (日本観光振興協会 元理事長)	顧問	見並 陽一 氏

観 光 御 師	人流・観光研究所 株式会社東麻布企画 (元加賀市長)	所長 社長	寺前 秀一 氏
	三井住友信託銀行株式会社	名誉顧問	村上 仁志 氏
	公益財団法人 セコム科学技術振興財団 (セコム株式会社 元専務取締役)	代表理事	佐々木 信行 氏
	東海旅客鉄道株式会社	特別顧問	松本 正之 氏

⑧ 外国人観光客誘致事業（情報発信部会、インバウンド委員会） 1,266 千円

JNTO（独立行政法人 国際観光振興機構、通称「日本政府観光局」）の発表によると、2024 年の年間訪日外客数は 36,869,900 人で、前年比では 47.1%増（過去最高であった 2019 年の 31,882,049 人を約 500 万人上回り 15.6%増）となり、年間過去最高を更新しました。国別では昨年同様に、韓国、中国、台湾で全体の 50%以上を占め、アメリカ、香港が追随する形となりました。

当会におきましても、前年度のシンガポール現地 PR を伊勢志摩地域での PR に発展させた形の実施を考えておりましたが、各市町との調整がつかず、伊勢市単独の出展をすることになりました。結果的に、三重県のアドバイスにより、株式会社エイチ・アイ・エスの現地法人のブースに参加する形で、シンガポール国際旅行博（NATAS）に出展となりました。

最小限の人員で予算の規模が縮小できたことにより、11 月には明和町観光商社のお誘いで、台湾の国際旅行博「台北 ITF2024」に参加することが出来ました。

<海外 PR（シンガポール国際旅行博 NATAS）>

期 間：令和 7 年 2 月 28～3 月 2 日

場 所：シンガポール EXPO

内 容：ブースにての地域紹介、旅行案内、パンフレット配布、アンケート調査

参加人員：2 名

所 感：

今回の旅行博出展で、シンガポールにおける伊勢市（伊勢志摩）の認知度が、予想よりも低いことが判りました。この低い認知度については、令和 5 年度の誘客 PR においても感じておりましたが、一般のシンガポール人に関して言えば、日本へのリピーターであっても、伊勢志摩の情報を全く持っていないケースが多く見られました。これは、日本へのリピーターが増加する今、知名度を上げ、旅行客誘致を実施する良い機会であると考えております。

モノ消費からコト消費へ、旅行者の興味がシフトしていると感じました。食事やショッピングもアンケートでは高位に入っていますが、現場では、「そこで何が出来なのか？」という質問が多くみられました。この点に関しては、コト消費における「何が伊勢市（伊勢志摩）で出来るのか？」のメニュー抽出と磨き上げが急務であると考えました。レアなケースでは、農家に泊まりたい、農業を体験したいという問い合わせも数件ありました。

今回の出展に関しては、シンガポールの物価が高く現地費用も高いことから、人員を最低限の2名にし、現地雇用通訳やアンケート作成など費用の掛かる外注サービスを自分たちで賄うことで、予算の削減を達成することが出来ました。しかしながら、開催期間中の開場時間が10:00~22:00と非常に長く、体力的にはかなり厳しいものになりました。この点に関しては、増員の必要があると考えます。予算に関しては、他市町村との合同出展などで改善が可能であり、より効果的なPRが出来ると考えます。

シンガポールでの誘客PR事業については、今後、東南アジアでPR展開をする際の基軸の一つになり得ると、今回のNATAS出展で確証を得ることが出来ました。アジアの成長点であるシンガポールでの情報発信に関しては、今後も出来る範囲で継続することが望ましいと考えます。

<海外PR（台湾 ITF 台北国際旅展 2024）>

期 間：令和6年11月1日~11月3日（当会参画は2日まで）

場 所：台北市・南港展覽館

内 容：ブースにての地域紹介、旅行案内、パンフレット配布、アンケート調査

参加人員：当会1名、明和町観光商社1名、現地雇用2名

所 感：

今回のITFでは、台湾人にとっての日本が「近くて、安心で、気軽に」行ける目的地と認識されていることが再確認出来ました。そして、リピート顧客にこそアピールしていくべきだとも強く感じました。今回、共同出展した斎宮の持つ歴史文化に関しても、伊勢の持つ神宮の神道文化に関しても、日本をもっと知りたいと感じているリピーターにこそ、分かりやすく伝える方策を模索していくべきだと感じました。さらに、現地旅行会社へのアプローチからは、旅行商品に組み入れる「パーツ（現地アクティビティー）」が欲しいとのお話を多数いただきました。

この様なBtoCの大規模旅行博は、単独での出展では費用が嵩むため、旅行会社へのセールスなど、具体的なBtoBの販路拡大施策が優先されがちですが、一般客への地域としての認知度向上という点で、旅行博は効果的だと考えます。

今回、アンケートのサンプルを891と大量に回収できた理由としては、係員が常に1人はブース外側に立ち、ノベルティ片手に声掛けを行ったことが挙げられます。更に、アンケートにグーグルフォームを活用したことも、多人数が同時に回答でき、サンプル数の増加に繋がりました。

⑨ 観光PR事業（情報発信部会、青年部） 1,215千円

伊勢市観光誘客課は今年度、FM北海道との共同事業を展開していますが、この事業との相乗効果を狙い、12月14日~15日、札幌地下街ポールタウンにある当会会員店舗の一部を借りて、観光PRと「ISESHOP」（商工労政課のブランド）の名前を冠した観光物産展の開設を行いました。

<札幌「ISESHOP」>

期 間：令和6年12月14日（土） ～ 12月15日（日）

売 上：345,271円（税込）

場 所：札幌地下街ポールタウン

連携事業者：グラシヤス（SAPPOROギフトショップ ようこそ）

また、青年部は令和7年3月、東京大神宮で観光PRと物産展を開催しました。「東京のお伊勢さま」と称される東京大神宮の参拝者は伊勢への関心が非常に高く、効果的に伊勢の観光PRを行うことが出来ました。また、コロナ禍後の交流人口の増加を肌で感じる事が出来たイベントとなりました。

今後も引き続き、伊勢の誘客に繋がるよう取り組んでいきます。

<東京大神宮観光PR>

期 間：令和7年3月8日（土） ～ 令和7年3月9日（日）

売 上：628,640 円（税込）

場 所：東京大神宮

連携事業者：東京大神宮

⑩ 日本観光祈願祭及び観光交流伊勢会議（観光祈願祭実行委員会） 823 千円

令和6年12月9日、第57回日本観光祈願祭を外宮にて斎行しました。三重県の近隣県（東海・近畿地方）の行政及び観光関係者61名と共に、観光産業の健全な発展と旅行の安全を神宮へ祈願しました。

また、観光交流伊勢会議を5年ぶりに実施し、61名の観光関係者が互いの観光地の情報交換を行い、親睦を深めました。

2 誘致接遇事業

① 観光案内所事業（おもてなし・情報発信・中期） 22,560 千円

◇ 案内所実績表

	外宮前※	宇治山田駅※	伊勢市駅	宇治浦田※	二見浦	合計
令和6年度 (うち外国人)	46,371 人 (1,245 人)	—	51,812 人 (2,448 人)	—	26,385 人 (1,690 人)	124,568 人 (5,383 人)
令和5年度 (うち外国人)	48,640 人 (939 人)	—	59,445 人 (2,242 人)	—	22,677 人 (1,122 人)	130,762 人 (4,303 人)
対前年比	95.34%	—	87.16%	—	116.35%	95.26%
(うち外国人)	132.59%	—	109.19%	—	150.62%	125.10%

※宇治山田駅・宇治浦田・外宮前の各案内所はR4.11月まで。

それ以降、外宮前・宇治山田駅・宇治浦田の遠隔案内機での案内数は、伊勢市駅にてカウント。

*外宮前は協会の観光サービスセンターとしてR5.4月から独自にカウント。

令和6年度は外国人への観光案内数が増加しましたが、全体の案内所案内数は減少しました。AIなど、IT分野の目覚ましい進化により、インターネットでの情報収集が主流となっており、今後も案内所に足を運ぶ数は増加しない

方向だと考えています。

しかし、来るお木曳年に向けて伊勢のおもてなしを強化するため、伊勢市と協力して遠隔案内機を五十鈴川駅に増設しました。また、ホームページに搭載しているチャットボットにて、観光客からのリアルタイムチャットも案内所職員が対応し、どこにいても観光案内の問い合わせが気軽にできるようにしています。

今後、遷宮に向けて、需要に応じた案内機能を提供できるようにするとともに、外貨獲得に向けてインバウンド需要も伸ばせるよう、案内所における外国人の受入環境整備も整えていきます。

案内所案内数と神宮参拝者数の割合
※神宮参拝者数は暦年、概数

	5案内所 総計	神宮参拝者数	割合
H 30年度	287,224	8,505,000	3.4%
H 31年度 R1 年度	212,340	9,729,000	2.2%
R2年度	86,809	5,538,000	1.6%
R3年度	85,593	3,827,000	2.2%
R4年度	115,153	6,037,000	1.9%
R5年度	130,762	7,173,000	1.8%
R6年度	124,568	7,542,000	1.7%

② 手荷物事業（事務局） 32,458 千円

来勢されるお客様への更なる便宜を図るため、伊勢市駅手荷物預かり所、外宮前観光サービスセンター、二見観光案内所の 3 カ所で手荷物事業を実施しました。手荷物事業に付帯して伊勢市駅手荷物預かり所建屋の管理（多目的トイレ、授乳室、休憩所など）、レンタサイクルの貸出、簡単な観光案内などを行っております。

令和 6 年度は、天候不順や夏場の猛暑がありましたが、ポストコロナ脱却を果たして業績が回復しました。伊勢市駅手荷物預かり所の一時預かり取扱個数は微減となりましたが、物価高騰による料金改定（500 円から 600 円に改定）により増収となりました。宿泊施設までの配送は、2,000 件増と好調に推移しました。コロナ禍前の平成 31 年との比較においては、一時預かりで 114%と回復を果たし、配送は、64%まで回復しました。配送件数の回復を阻害する要因は、コロナによる旅行形態の変容と旅行会社取り扱い分の減少にあると考えております。

総取扱い金額は、伊勢市駅 3,242 万円（前年度 2,661 万円）、外宮前観光サービスセンター 224 万円（前年度 182 万円）、二見浦観光案内所 79 万円（前年度 42 万円）と、それぞれ増収となりました。

増収の主な要因は、旅行需要の回復と伊勢市駅手荷物預かり所の一時預かり料金の改定と考えられます。

◇ 手荷物預かり実績（場所別）

単位：個

	伊勢市駅 手荷物預かり所		外宮前 観光 SC	二見 観光案内所	合計
	預かり	配送	預かりのみ	預かりのみ	
令和 6 年度	34,625	10,888	7,486	2,659	55,658
令和 5 年度	34,744	8,837	6,072	1,433	51,086
増減	▲119	2,051	1,414	1,226	4,572
対前年比	99.7%	123.2%	123.3%	185.5%	108.9%
平成 31 年度 参考値	30,420	16,976	3,476	-	-

◇ 手荷物預かり実績（種類別）

単位：個

	ホテル配送	一時預かり	合計
令和 6 年度	10,888	44,770	55,658
令和 5 年度	8,837	42,249	51,086
増減	2,051	2,521	4,572
対前年比	123%	106%	109%

③ ガイド事業（おもてなし行事部）

210 千円

神宮のガイドを行う「お伊勢さん観光ガイドの会」が外宮前観光サービスセンターに常駐し、日々観光客の神宮ガイドを務めています。令和 7 年 3 月 31 日現在の会員数は 52 名です。

本年度のガイド件数は 2,443 件（前年度 2,690 件）で、5,846 人（前年度、6,480 人）の観光客を案内しました。案内減少の要因は、修学旅行の減少や、ガイドさんの高齢化が挙げられます。高齢ガイドさんの活動数は減少し、会が決めた活動数を実施出来るガイドさんは全体の約半数となっており、また、80 歳代のベテランガイドさんが退会すること増えてきました。そのため今年度、ガイドの会は 14 期生を募集し、7 名の新人ガイドを育成しました。

	案内件数	案内人数	件数 対前年比
令和 6 年度	2,443	5,846	91%
令和 5 年度	2,690	6,480	147%
令和 4 年度	1,833	6,796	215%
令和 3 年度	851	4,535	87%

④ レンタルサイクル事業（青年部） 3,743 千円

各案内所等において 52 台（車種別内訳：シティサイクル 17 台、電動自転車 20 台、E-BIKE 15 台、場所別内訳：外宮前観光サービスセンター 12 台、伊勢市駅手荷物預かり所 32 台、二見浦観光案内所 8 台）を維持管理、運用しています。伊勢市駅手荷物預かり所の老朽化した自転車を廃棄し、新しく 10 台購入しました。修繕対応が減少し、お客様からも好評いただいております。

本年度の貸出件数は 4,267 台（外宮前案内所 1,086 台、伊勢市駅 2,854 台、二見浦観光案内所 327 台）となり、前年度 4,572 台から 6.7%減少しました。減少に至った要因としては、伊勢市内へのシェアサイクルの導入が始まったことではないかと推測致します。シェアサイクルに関しては、近畿日本鉄道からの委託を請け、バッテリーの交換等の作業に協力しています。その他の貸出しは、令和 5 年度で五十鈴川駅前オレンジカフェと伊勢シーパラダイスでの貸出しを終了したためありません。

（レンタサイクル収益計 555 万円）

◇ レンタサイクル利用台数

	外宮前観光 サービスセンター	伊勢市駅 手荷物預かり所	二見浦 観光案内所	その他	計
令和 6 年度	1,086	2,854	327	0	4,267
令和 5 年度	1,207	3,159	103	103	4,572
増減	▲121	▲305	224	▲103	▲305
前年度対比	90%	90%	317%	-	93%

⑤ 御遷宮対策事業（おもてなし行事部、事務局）

伊勢御遷宮委員会の一員として、令和 15 年の第 63 回神宮式年遷宮に向けて様々な協議を進めました。併せて、広報紙の発行や初穂曳など、伝統行事の継承を軸に、民俗行事の遂行に協力をしました。また、「参宮紙札」を参拝された方にお渡しする事業にも協力をしました。

令和 6 年度には奉曳本部・奉曳団連合会が結成され、令和 7 年度の御樋代木奉迎・奉曳、令和 8 年度及び 9 年度のお木曳行事に向けて、市民及び観光客に向けた情報発信を図りました。

⑥ 伊勢志摩学生団体誘致委員会（事務局）

公益社団法人伊勢志摩観光コンベンション機構における伊勢志摩地区への学生団体旅行の誘致を行う委員会へ参画し、誘客の企画や PR に協力しました。

⑦ 伊勢志摩フィルムコミッション（事務局）

公益社団法人伊勢志摩観光コンベンション機構における伊勢志摩地区でのテレビ取材や映画撮影等の誘致、撮影協力を行なう組織に参画し、情報の共有、撮影への協力等を行ないました。

⑧ 伊勢商工会議所及び伊勢まちづくり会社との協力事業（中期政策検討部会）

- ・ 中心市街地活性化協議会への参画
- ・ 伊勢まちづくり会社への参画
- ・ その他

⑨ 各種大会の接遇（事務局） 235 千円

下記の各種大会に歓迎看板または四角塔の掲示を行いました。

- ・ 神宮奉納大相撲
- ・ お伊勢さんマラソン大会
- ・ 神宮奉納社会人野球大会
- ・ 伊勢神宮新穀感謝祭
- ・ 全日本大学駅伝大会
- ・ 全日本学生弓道大会

3 観光イベント事業

① 二見浦海水浴場の運営（おもてなし行事部）

→二見ビーチ活性化事業に移動

② 二見浦海水浴場（浜開き式）（おもてなし行事部） 121 千円

令和 6 年 7 月 8 日、伝統ある二見浦海水浴場にて海の安全と海水浴場の安全を祈願する神事を執り行い、総勢 29 名の方にご奉仕頂きました。

③ 第 72 回伊勢神宮奉納全国花火大会（おもてなし行事部）

令和 6 年 7 月 13 日に開催致しました。観客動員数は 19 万人となりました。

④ 秋の行事（おもてなし行事部） 362 千円

神宮司庁主催の観月会と併せて実施した観月茶会では、堀崎社中奉仕のもと、茶菓子とお茶の振る舞いを行い、観光客や地元伊勢の方など、282 名の方に中秋の名月を楽しんでいただきました。

また、10 月 12 日、伊勢神宮奉納用の干鯛を運搬する「御幣鯛」漁船団の歓迎式典を開催するため、花火の打ち上げや式典準備の手配を当協会で行いました。引き続き秋の伝統行事を宣伝し、伊勢への誘客が図れるイベントを実施していきます。

⑤ 冬至の奉納（おもてなし行事部） 53 千円

令和 6 年 12 月 21 日、柚子 15kg と南瓜 30kg を総勢 22 名で神宮に奉納させて頂きました。

⑥ 年越餅つき行事・年越餅の贈呈（おもてなし行事部） 132 千円

令和 6 年 12 月 23 日、外宮衛士見張所付近の特設会場で、猿田彦神社宮司様により神事を行うと共に、市長をはじめとする関係者 27 名で餅つきを実施。ついた餅は外宮に奉納し、特設会場では餅つき体験のほか、餅の振る舞い（限定 200 食）も行いました。

また、毎年恒例の年越餅の贈呈行事に関しては、コロナ禍を経ての価値観の変化と衛生面の観点から検討を進めた結果、当該事業は廃止することが決定しました。

今後は年越餅の贈呈行事に代わる新たな事業を企画できないか、担当部会であるおもてなし行事部にて引き続き検討していきます。

⑦ 「伊勢楽市」事業への協力（事務局）

今年度の伊勢楽市は、春季5月11日～12日、秋季11月2日～3日の2回開催し、観光客を始め、市内外から多数ご来場頂きました。伊勢志摩の地場産品にこだわり、観光客のみならず伊勢市民にも喜ばれております。各種団体のPRブースを配置するなど、外宮前の活性化にも貢献しました。

⑧ おもてなし研修（おもてなし行事部） 181千円

おもてなし研修として、「～カタカナ接客英語で外国人観光客と簡単コミュニケーション術～」を、伊勢市及び伊勢商工会議所と共催しました。市内事業者や市民の方43人が参加し、外国人とのコミュニケーションのコツを学びました。研修満足度は100%と、高評価でした。また、今年度は市主導で、「Google ビジネスプロフィール活用研修」も開催し、市内事業者の方25名が参加、こちらの研修満足度も100%でした。

⑨ 先進地研修事業（青年部） 200千円

今年度の青年部の研修視察では、石川県金沢市にて「震災後の観光業の実情と対応施策例」をテーマとして、能登半島を中心とした観光産業の受けた被害とその対策について学ぶとともに、震災後の石川県を実地調査し、南海トラフ地震への備えとして、伊勢市において必要な対策を学びました。

参加人数は青年部13名、事務局1名、総勢14名となりました。石川県庁の方より観光産業の受けた被害とその対策について講演いただいたことで、今後伊勢市において対応が必要な事項を知ることができました。また、金沢市内の視察では、観光地を回ることによって被災後の現状と対応を知ることができました。

本研修での成果を伊勢における今後の観光施策に活かしていきます。

⑩ 先進地研修事業（親会） 197千円

11月13日、大阪・関西万博を控えた大阪市へ日帰りの研修視察を実施しました。会員24名、事務局1名の参加となりました。大阪ベイエリアにそびえたつ、さきしまコスモタワー展望台より、万博会場を視察しました。工事が遅れているとの声が多く聞こえていた通り、建設途中であったり、地面が露出している場所があったりしていましたが、それでも半年後の開幕に向け急ピッチで作業が進んでいることが良くわかりました。

観光客でにぎわう大阪の観光名所である新世界（通天閣）付近にも立ち寄りましたが、観光客の多さ、特に外国人観光客の多さには驚きました。ほとんどの店舗で英語対応をされており、インバウンド先進地の一端が見て取れました。

⑪ 伊勢二見ビーチ活性化事業（おもてなし行事部） 4,744千円

・二見浦海水浴場の運営

令和6年7月20日から令和6年8月25日の延べ37日間、二見浦海水浴場ビーチハウス3階に監視所を設置し、利用者が安全・安心に海水浴を楽しんでいただけよう海水浴場を運営しました。

◇ 二見浦海水浴場 利用者数（単位：延べ人数）

	海水浴客数	駐車場利用台数
令和6年度	4,670	2,503
令和5年度	3,551	3,293
増 減	1,119	▲790
対前年比	131%	76%

・夜の浜参宮事業

令和4年度、二見エリアの活性化のため、観光庁「地域独自の観光資源を活用した地域の稼げる看板商品の創出事業」に応募し、「次期遷宮へ繋ぐ、社会動向に即した神宮参拝を提案する事業」として看板商品候補を作成し、1泊2日のモニターツアーを実施しました。観光庁事業の座組（伊勢市とジェイアール東海エージェンシーで構成）で、販売を担当するジェイアール東海ツアーズと、体験商品名を「夜の浜参宮」と決め、ブラッシュアップして販売しています

令和5年度には、5回の催行で108名にご参加いただきましたが、令和6年度は、年度当初からの5回が最少催行人員に達せず、年度末の2回のみの催行となりました。原因としては、ジェイアール東海ツアーズの募集方法が今年度から変更されたことがあると考え、募集方法やPR方法を様々に工夫したところ、年度末には催行することが出来ました。参加者アンケートやWEB閲覧履歴の分析からニーズがあることは明確なため、今年度の反省点を生かし、次年度につなげていきます。

実績：催行2回35名（最少催行人員未達5回）

・二見サマーフェスティバル2024（7月27日）

二見浦海水浴場の開設に伴い、毎年恒例の【二見サマーフェスティバル2024】を開催致しました。ヨガスタジオプラナと連携したサンライズヨガ、ポイントヨガ、親子ヨガには90名、ビーチサンダル飛ばし大会には253名、宝まきには259名が参加しました。ビーチサンダル飛ばし、宝まき、の当選商品には会員の皆様からご協賛いただいた商品を配らせて頂きました。

また今年は、初の試みとして小さな子どもの遊び場を設置したほか、キッチンカー・飲食ブースとして5店舗に出店して頂きました。当日は、皇學館大学のレクリエーション部や鈴鹿大学にも協力をいただき、地域の活性化に繋がるイベントが実施できました。

・二見サマーフェスティバル 2024 (8月24日)

二見浦海水浴場のフィナーレイベントとして、【二見サマーフェスティバル 2024】を開催致しました。今年初めてドン・キホーテ伊勢店とコラボした縁日には 256 名、似顔絵コーナーには 35 名、三重県初上陸の VR 体験「学校の怖い話」には 135 名が参加しました。また、7 月の開催時に引き続き、小さな子どもの遊び場を設置したほか、キッチンカー・飲食ブースとして 7 店舗に出店して頂きました。

来ていただくお客様には小さな子ども連れのファミリー層が多く、ファミリー向けのイベントで求められているものを今後も考えていきます。

・二見オータムフェスタ in ハロウィン

二見浦海水浴場を夏以外に初めて活用したイベント、【二見オータムフェスタ in ハロウィン】を 10 月 18 日に開催致しました。当日は、ドン・キホーテ伊勢店とのコラボ縁日（ビーチハウス）、フォトスタジオ（二見ミーティングセンター）、灯りの小道、キッチンカー（松林）、ふるまい、キャンプファイヤー（ビーチ）等を行いました。

当日は、フォトスタジオに 100 名以上、小学生以下のお子様へのお菓子の配布が 200 名、フェイスシールの配布が 195 名、ドン・キホーテの縁日に 249 名、マシュマロ焼き体験に 286 名、焼き芋の振る舞いに 160 名に参加頂きました。キッチンカーも 4 店舗に出店して頂きました。昼間は家族連れ、夕方からは大人の姿が多く、昼と夜でうまく棲み分けができたイベントとなりました。

・二見ヒーリングナイト

二見浦海岸で初の夜のイベント、【二見ヒーリングナイト】を令和 6 年 11 月 23 日に実施致しました。当日は二見浦海岸のライトアップ、ヒーリングミュージックの再生、砂浜への映像の投映を行いました。また、二見の事業所様にもご協力頂き二見興玉神社夜の参拝、めおと横丁夜間営業等を実施していただきました。賓日館では、大広間で二胡を聞きながらのヨガ体験が人気で 70 名が参加をしました。

また、伊勢シーパラダイスと連携し 230 円で入れるナイトアクアリウムには 1,150 名、シチューのふるまいには 340 名が参加致しました。

今後も二見の事業所様と連携し、二見の活性化に繋がるイベントを企画していきます。

・二見周遊促進事業

二見の代表的名所旧跡である、夫婦岩及び二見興玉神社を軸とした体験・アクティビティコンテンツを、じゃらんサイトで継続して販売しました。

・チャージスポットを活用した二見周遊事業

スマートフォンが旅行や出張の必需品となっており、旅行の利便性向上を図るため、スマートフォンやタブレット、カメラ等が充電できる 3 タイプのケーブルが内蔵されたモバイルバッテリー自動貸出機・チャージスポットを導入し、伊勢市内の観光店舗／スポット 10 カ所に設置し、在庫管理等運営を行いました（観光協会管理：内宮エリア 6 台、外宮エリア 3 台、二見エリア 1 台 合計 10 台設置）。

利用数は、貸出数 1,995 件、返却数 1,207 件で前年比 8.98%減となりました（実績算出期間：令和 6 年 4 月 1 日～令和 7 年 3 月 31 日）。減少の要因は、伊勢市内にチャージスポット設置店が多く増えた為だと推測されます。

また、チャージスポットのデジタルサイネージにて、二見の絆体験や手荷物預かり等、様々なイベント情報を放映し、発信に努めました。災害時には、無料でバッテリーを貸し出す防災のためのインフラとしての役割も果たしています。

令和 7 年 4 月からは、伊勢シーパラダイスにも設置されます。

⑫ EV モビリティを活用した周遊企画「伊勢ぷちたび」造成

（中期政策検討部会）

（長期滞在・周遊向上促進事業）

EV モビリティを活用した新たな伊勢市内周遊企画を、他地域で成功事例のある民間企業と連携して造成し、販売・プロモーションも行いました。株式会社たびぞうが提供する、EV モビリティ（EV トウクトウ 1 台及び EV ミニバイク 8 台）を使った滞在・周遊ルートの提供も行いました。

利用者件数は 155 件で、延べ 331 名の参加となりました。

4 協会が協力した諸行事

本年度、下記行事に後援及び協賛しました。

- | | |
|---------------|------------------|
| ・ 倭姫宮春秋の例大祭 | ・ 来る福招き猫まつり |
| ・ おかげ横丁夏まちまつり | ・ おひなさまめぐり in 二見 |
| ・ さるめ書道展 | ・ 伊勢神宮奉納書道展 |
| ・ 初穂曳 | ・ その他 |
| ・ 初午祭 | |

<収益事業等―賃貸事業> (中期政策検討部会)

収益 4,034 千円、費用 788 千円

伊勢市駅前ビルを賃貸物件として運用、風餐亭 1F 研修室は貸し会議室として運用しています。

- ・ 伊勢市駅前ビル 鉄筋 4 階建て
- ・ 風餐亭 1F 研修室

<収益事業等―物品販売事業> 収益 22,153 千円、費用 13,993 千円

① EC サイト事業 (情報発信部会)

令和 4 年度にリニューアルした、伊勢市観光協会公式ショッピングサイト「ISE SHOP」(EC サイト)の運用を行いました。売上総額は 36 万円です。

② 伊勢市ふるさと応援寄附金返礼品対応事業 (中期政策検討部会)

伊勢市ふるさと応援寄附金返礼品の対応業務を、伊勢市から受託しています。返礼品の発送対応業務、PR パンフレットの作成及び新たな返礼品の開拓業務等に加え、今年度は旅先納税を導入しました。旅先納税は、旅先でもその場で寄附をすることで、「旅行に使える電子クーポン」が返礼品として寄附者のスマートフォンに入るという仕組みです。現在利用可能店舗は 181 店舗となっています(なお、電子クーポンが利用可能な商品は、ふるさと納税返礼品基準に合致した商品となります)。

令和 6 年度の実績は、寄附件数が 12,268 件(前年 12,063 件)となり、寄附額が 519,691,574 円(前年 459,765,188 円)となりました。伊勢市としては初めて寄附額が 5 億円を超えました。なお、当協会が伊勢市と協働して行ったふるさと納税業務の効率化等により、手数料等から必要人件費その他経費を差し引いた粗利益は 660 万円程度となり、昨年度(480 万円程度)に比べ 180 万円程度向上しました。伊勢市に沢山寄附をしてもらえば、伊勢のまちが良くなることに利用されます。令和 7 年度も寄附額の向上に取り組みます。

<収益事業等―会員互助事業>

令和 7 年 3 月 31 日現在 会員数 正会員 449 賛助会員 19
(入会数 22、退会数 20)

① 広報紙「ええじゃないか伊勢」の発行(情報発信部会、青年部) 268 千円

情報発信部会及び青年部総務委員会の共同制作の会員広報紙として、第 41 号を 6 月 20 日に 600 部発行しました。

② 青年部会員互助事業 207 千円

Zoom やグループウェアを活用し、効率的な組織運営を行いました。

③ 会員交流会(中期政策検討部会) 95 千円

会員相互の親睦を図るため、年末の 12 月 17 日、伊勢忍者キングダムで会員交流会を開催しました。計 95 名の参加があり、相互に懇親を深めるとともに、積極的な意見交換を行うことが出来ました。

＜法人事業＞ （中期政策検討部会）

本部会では、協会運営に関する重要事項や、コンプライアンス対応を協議及び実施しました。本年度は引き続き収益改善に向けて、新事業の取り組みや既存収益事業の改善を図るとともに、各種規定の整備による職員の待遇改善も行いました。

観光地域づくり法人（地域 DMO）としては、伊勢をどのように「観光で稼げる地域」にしていくのかということについて、行政、商工会議所、まちづくり会社、そして当会の担当者と共に、DMO 会議を組織し検討を続けてきました。さらに観光庁の専門家派遣事業を活用し、外部の専門家の助言を取り入れながら協議を進めました。観光庁も推奨する地域 DMO の方向性として伊勢全体で検討しているのは、「伊勢市全体を一つの会社と見立て、参画団体が各部署を担い、伊勢市内における資源『ヒト、モノ、カネ』を最大限有効活用出来るような役割分担と、各団体のトップによる決定機関を構築する。また、伊勢市の観光を推進していくために必要な DMO 戦略プランを作成するとともに、伊勢の観光に必要なマーケティングを実施する」というイメージです。令和 6 年度はマーケティングに必要な仕組みを構築する市の予算建てと、市内観光団体トップ層の会議体の準備会議発足の決定を目指しましたが、行政側の意向もあり、想定通り進捗できませんでした。そこで次年度は再度仕切り直し、地域経営戦略プランを構築しながら、未来に向けて伊勢がどうあるべきかの議論を、各団体とともに進めていきます。

本部会において、伊勢市の未来における二次交通手段としての自動運転バスの導入について、実証実験を実施しました。地域 DMO として、伊勢市とコンソーシアムを組み、伊勢市自動運転実行委員会を組織して、11 月の終わりから 12 月中旬にかけて、宇治浦田駐車場から宇治橋前までの区間で実証実験を行いました。実験の結果については、住民、観光客ともに大変好評で、事故など大きな問題もなく完了できました。利用率、自動運転率ともに非常に高く、未来へ向けての第一歩が踏み出せたと考えております。