

- ・視察研修
 - 目的 ガイドとしての知識を深め案内スキル向上の機会確保
 - 実施日 令和6年3月21日(木)
 - 視察地 奈良県五條市 五條新町通り周辺、天誅組遺跡ほか
- ・月次研修
 - 原則として月1回、課題に対応したテーマを定め座学や現地学習を実施。
- ・講座情報の共有と積極的な参加促進
 - ガイドに対し名張市、市内の地域づくり組織等が開催する郷土を知るための各種学習会への参加の呼びかけ。

(3) 観光ボランティアガイドのまち歩きへの活用促進

○観光客からの申し込みによる個別ガイド

利用実績

申込者住所	申込件数(参加人数)		
	令和4年度	令和5年度	増減
市内	7 (397)	5 (140)	△2 (△257)
市外	6 (85)	9 (101)	+3 (+16)
計	13 (482)	14 (241)	+1 (△241)

対応したガイド人数 延べ20人

○名張藤堂家邸跡、夏見廃寺展示館のガイド配置

配置日数 93日

ガイド配置数 延べ191人

配置日における入館者数 両施設計 933人

2 なばり観光案内所

名張のまち歩きの出発点として、来訪者に対し季節やトピックに応じた情報提供を実施。

II 観光客の誘致促進に関する事業

1 インフォメーション業務について

なばり観光案内所機能の充実

○観光案内所機能の強化

三重県が実施する『みえ旅おもてなしポイントプログラム(通称「みえポ」)』に「みえ旅案内所」として参画し、案内所に来訪するインセンティブを強化。

○訪日外国人の受け入れ体制の充実

JNTO認定外国人観光案内所(カテゴリー1)の施設として、JNTOと連携して訪日外国人の受け入れを実施。

・年間受け入れ実績 62名

○パンフレット類配架スペース、ミニイベントスペースの有効活用

会員のパンフレット・チラシ類のほか名張市後援事業等のチラシ・ポスター類を配架・掲示し、広報としての機能を果たした。

名張駅前交差点スペースでは桜の開花に合わせたライトアップ、冬季にはイルミネーションを点灯し夜間の賑わいを創出した。

○年中無休体制の継続（年末年始を除く）

令和5年12月29日（金）から令和6年1月3日（水）までの年末年始を除き、午前9時から午後4時まで年中無休で営業。

窓口対応 年間 4,753件

電話対応 年間 1,633件

旅行会社・情報誌・ネット事業者・報道機関への情報提供 141件

2 情報発信について

(1) ホームページの充実とSNS発信の強化

○ホームページ

・公式ホームページ 年間ページビュー数 227,959 P V
(令和4年度 297,748 P V)

・ホームページトップ画面

名張市が実施した「#名張感動」投稿キャンペーンの応募写真（受賞作）等を季節ごとに掲載（年4回×6作品程度）

・大型バナー

「名張川納涼花火大会」「赤目四十八滝幽玄の竹あかり」「なばポ」のプロモーションとして、実施時期に合わせて大型バナーを掲載

・お知らせ

観光客への注意喚起やイベントの募集案内等、特に重要な情報を掲載（年25本）

・四季のブログ

取材に基づき、季節に応じたコース紹介の情報発信を実施（年9本）

○SNS

SNSによる情報発信は、X（旧Twitter）をメインに据えている。市内の天気情報、会員情報、観光情報をバランスよく選定し、投稿した。

フォロワー数 X 4,024人（令和4年度 3,838人）

Instagram 1,641人（令和4年度 1,489人）

フェイスブック 901人（令和4年度 923人）

投稿数 X 1,959本

Instagram 32本

フェイスブック 27本

(2) ガイドマップ、ポスター、チラシによる情報発信

「なばり観光ガイドマップ」は最新の情報を掲載する観点から時点修正を実施。1万部を増刷し、案内所のみならず市内観光施設や三重県観光連盟等各所で配架したほか、各種イベント時に配布。

3 プロモーション事業の推進について

(1) 名張駅前イルミネーションの実施

点灯期間 令和5年11月27日（月）から令和6年2月29日（木）

(2) 観光キャンペーン等の推進

○くの一現る（令和5年9月1日（金）～3日（日））

忍者ゆかりの地である名張市・伊賀市・甲賀市が合同で、大阪・船場で開催された観光物産展に出展。当協会は、名張市ブースにおいて忍者グッズの販売、観光パンフレット配布による観光PRを行った。

○きんてつハイキング（令和6年2月8日（木））

近畿日本鉄道株式会社（以下、「近鉄」という。）の主催で開催された「名張駅長お薦めフリーハイキング 蛭子神社の八日戎堪能と隠町（なばりまち）のお菓子屋さんめぐり」に協力。スタート地点の近鉄名張駅に「なばりでお菓子屋さんめぐり」の販売コーナーを設置したほか、市内の観光案内を行った。

○電車deマルシェin 大阪上本町駅（令和6年3月2日（土））

大阪上本町駅のホームに停車した車両内部で市の特産品を販売する物産展に出展し、観光PRや新キャラクターグッズ、やしんぼセットの販売を実施。また、各出展事業者と主催者（近鉄）との間に入り出展に係る調整を行った。

(3) にぎわい創出イベント補助金の創設

市内の地域団体等が観光振興、地域の活性化を目的に開催するイベントに係る経費の一部（上限5万円）を補助金として交付。

4団体から申請があり、3団体に対し交付。（1団体は取下げ）

(4) マーケティングプラットフォーム「なばり旅おもてなしポイントプログラム（通称「なばポ」）の実施（令和6年1月10日（水）～2月29日（木））

- ・前述の「みえ旅おもてなしポイントプログラム」のマーケティングシステムを活用。
- ・既に「みえポ」に登録された市内の「おもてなし施設」（11箇所）等に参画を周知。
- ・登録施設に3箇所以上訪問することで応募できるプレゼントキャンペーンを実施し、市内への誘客・周遊を促進。

(5) 交通事業者や各メディア、オンライン上のプロモーション展開

①交通事業者・各メディア

○NEXCO中日本

「ぶらりMAP」春夏号及び冬号に赤目四十八滝の広告を掲載するとともに、オプションサービスを活用して東名・名神高速道路のドライブイン3か所になばり観光ガイドマップを配架。

○三重テレビ 情報番組「Mieライブ」

8月11日（金・祝）の番組に職員が出演し、「なばりでお菓子屋さんめぐり」の商品や参加店舗を紹介。

○Pitch FM（愛知県のローカルFM放送）

10月3日（火）放送。事前に同局の電話収録に対応し、「なばりでお菓子屋さんめぐり」等名張の見どころを紹介。

○ビューレター（フリーペーパー）

10月20日号「なばりでお菓子屋さんめぐり」掲載に関する情報を提供。

○毎日新聞

2月6日(火)「八日戎」「福娘」について情報提供。

○関西テレビ「よ〜いドン！」

3月7日(木)放送。名張の食として「謎めし」を提案。

②オンライン、デジタルを活用したプロモーション

○「みえポ」と連動したプロモーション

「みえポ」の登録者約4万人に対し「なばポ」の案内、名張市の観光情報を2回配信。また、「みえポ」登録者のうち三重県及び関西圏在住者に絞ったターゲティング広告を展開。

インプレッション数 約118万回、リーチ数 約90万回

○プロモーション動画の制作

市内の特産品である「伊賀牛」のプロモーション動画を制作。

(5) 各種イベントへの参画

- ・名張桜まつり(実行協議会構成員)
- ・名張川納涼花火大会(実行委員会構成員・事務局)
- ・名張秋まつり(実行委員会構成員)
- ・八日戎(広報窓口・連絡先・福娘の募集、「えびす汁」振る舞いの協力)
- ・松明調進行事(情報発信)

(6) 企業主催イベントへの共催・後援

企業や民間団体主催の事業に対し、共催、協力、後援等により協力するとともに情報発信に努めた。(具体的な内容は前述の各項目参照)

4 観光商品、旅行商品の販売促進について

(1) ふるさと納税の返礼品受発注委託業務

会員の新規企画の実現に向けて、観光協会から手続きや企画提案を実施。

(2) 「なばりでお菓子屋さんめぐり」事業

食べ歩きや歴史をテーマに市内周遊を促進する観光商品として、ブログやSNSで情報発信を実施。参加事業者と緊密な連携を図り、原材料高に即応した交換商品の見直しを行った。

(3) 「やしんぼセット」事業

お菓子観光のまち「なばり」をアピールするツールとして内容の充実を図った。弾力的に商品を組み替え、原材料高に伴う価格変動に対応した。

(4) 名張市観光DX活用支援事業(Googleビジネスプロフィールの活用支援)

観光関連事業者が運用する「Googleビジネスプロフィール」(GBP)のデータ収集・分析のデジタル化を支援し、12の事業者に対し集客力向上につながる取組を進めた。事業開始時には三重県観光連盟と連携し、市内事業者を対象に研修会を実施した。

(5) 2025年日本国際博覧会(大阪・関西万博)を見据えた観光誘客

名張市産業活性化推進協議会(通称「ナウダツ」)に委員・プロジェクトチームとして参画。同協議会から観光誘客事業として、前述の「なばポ」関連