

(1) 令和元年度採択分		(単位:円)								
事業名	事業概要	交付決定額	実績額	KPI増加分	目標年月	実績	達成状況	達成できなかった要因	要因を踏まえての今後の取組方針	
1 県外の若者と地域の「思い」をつなぐきっかけづくり事業	1. 地域の「思い」の掘り起こし・集約、仕組みの構築、相談等によるマッチング 個人等が所有する施設や設備、事業を引き継ぎたいなどの地域の「思い」を掘り起こして集約するとともに、それを活用したい、引き継ぎたいという若者等とマッチングする仕組みを構築し、専門的な相談窓口において、的確にマッチングを行う。また、移住者にとって魅力的な地域となるよう、若者が活躍できる持続可能な地域コミュニティづくりに取り組む。	27,309,000	20,778,823	マッチング件数【件】:250	R3.3	マッチング件数【件】:332件	○			
	2. 首都圏等の若者に対する情報発信やニーズの掘り起こし、相談、提案による現地への誘導 首都圏等においてU・Iターンを潜在的に希望する若者のニーズを掘り起こすため、実際に地域活性化に取り組む若者をロールモデルとして発信するなどにより三重での暮らし方や働き方の魅力をPRする。また、そのニーズに応じたきめ細かな相談を行い、本事業で集約した情報等を提供することなどにより、地域との関わりを深める橋渡しをし、現地への人の流れをつくる。			県及び市町の施策を利用した県外からの移住者数【人数】:60	R3.3	県及び市町の施策を利用した県外からの移住者数【人数】:131	○			
2 新たな未来を切り拓くみえスマート農林水産業の推進	若者が魅力を感じる働きやすい農林水産業の実現に向けて、リーディングプロジェクトを実施中の伊賀米、伊勢茶をはじめ、輸出拡大をめざす柑橘や、真珠・魚類養殖などの産地において、「生産技術の見える化」や「作業の自動化・効率化」など、生産性向上や働き方改革につながるICT等を活用したスマート化の推進に取り組む。 【農業】 ・伊賀米および伊勢茶でリーディングプロジェクトを実施すること等を通じて、労働環境改善、技術習得の円滑化、生産性や所得の向上などにつながるスマート農業の取組を促進する。 ・自動化技術(施肥、摘果、収穫)の検討、技術導入のためのモデル柑橘園地の再整備を通じて、県南部の柑橘産地におけるスマート農業の導入を進め、労働時間や生産コストの削減、柑橘の品質向上等に取り組む。 【漁業】 ・AI・ICTを活用して養殖魚(マダイ等)の給餌・遊泳行動パターンを解析することで、小規模経営体が導入可能な完全自動給餌システム及び疾病早期発見システムを開発し、普及を図ることで、養殖業作業の効率化や県内における計画的な生産体制の構築などに取り組む。 ・高度な技術と経験が必要な真珠養殖業について、優秀な養殖業者の養殖技術の見える化やICT等を活用した環境予測技術の開発・導入など、優良技術の継承や真珠の生産性の向上のための技術開発とその普及に取り組む。 ・水産資源の持続的・安定的な利用のため、アワビやイセエビなど本県の重要な沿岸資源について科学的根拠に基づく精度の高い資源評価を実施し、資源の水準や漁獲の状況を詳細に把握するとともに、水産分野の専門家等で構成する資源評価委員会の意見をふまえ、県内各地区の漁業者が取り組む資源管理計画をブラッシュアップし、効果的な資源管理につなげる。また、資源管理による持続可能性をアピールしながら三重県産水産物のブランド価値を高める取組を進める。	7,119,000	5,978,974	農業産出額等【億円】:0.83	R3.3	農業産出額等【億円】:-6.00	×	令和元年度では、米においては、作付面積の減・単収の減によって、前年より3億円の減となった。また、茶においては、収穫量の減・価格の低下によって、前年より18億円の減となった。 畜産では、肉用牛の出荷頭数の減・単価の下落によって、前年より3億円の減となった。また、養鶏においては、採卵で飼養数の減・単価の下落、肉用で飼養数の減によって、前年より16億円の減となった。 そのほか、増減要因と合わせて対前年6億円の減となった。	農業産出等額の向上に向け、令和2年3月に改訂した「三重県食を担う農業及び農村の活性化に関する基本計画」において、特に注力する取組として「スマート農業技術の実装」の促進を明記しており、企業、大学、国の研究機関等とも連携しながら、県域および地域における推進体制を整備し、産地課題に応じたスマート農業技術の開発・実証・普及を進めていく。	
				漁業者1人あたり漁業生産額【万円】:23.0	R3.3	漁業者1人あたり漁業生産額【万円】:△6	×	R元年の漁業生産額が422億円と、前年(H30)の446億円から24億円減少したことが主な要因となり、漁業者1人あたり漁業生産額が減少した。(主な減少:海面漁業のまぐろ類△19億円、養殖業ののり類△10億円)	「三重県水産業及び漁村の振興に関する基本計画」に掲げる取組のうち、科学的知見を踏まえた資源管理の推進、AI・ICT等の活用による養殖業の生産性の向上など、漁業生産額の向上に向けた取組を着実に展開していく。	
				伊賀米品質目標を満たす生産者の割合【%】:2.0	R3.3	伊賀米品質目標を満たす生産者の割合【%】:-1.0	×	熟練農業者の技術の見える化(マニュアル化)や、生育基準田を設置し、生育情報や適期管理に役立つ情報の提供を開始するなど、技術指導にあたっては、産地の令和2年度産については、7月の極端な日照不足とカメムシ類の加害による品質の低下があった。	品質の評価は、気象条件による影響を受けるため、気象条件等と品質との関連データの蓄積を重点化させる。カメムシ類の発生は地域や作型によって大きく異なるため、適切な防除を実施するためには地域ごとに発生状況を把握(予察)する必要がある。	
				真珠の生産性向上に有効なリアルタイム水温データ計測システムを現場実装した経営体の割合【%】:20.0	R3.3	真珠の生産性向上に有効なリアルタイム水温データ計測システムを現場実装した経営体の割合【%】:40.9	○			
3 三重ファン倍増に向けた戦略的観光マーケティング事業	1. データに基づくマーケティングの基盤づくり 訪日外国人旅行者やトレンドをリードする新たなターゲット“ミレニアル世代”を囲い込むため、ニーズにあった観光コンテンツやサービスの情報を動画などの形で効果的に提供し続けるとともに、発地・着地双方で、顧客及び見込(新規)顧客情報を蓄積・管理し、その情報を分析・可視化することで、迅速な観光マーケティング活動につなげるPDCAサイクルを確立し、より戦略的に観光コンテンツ開発やサービスの提供を可能とする、三重県版観光CRM(顧客関係管理)導入に向けて取り組んでいく。 2. 魅力的な旅行商品の創成と滞在型交流の促進 2020年東京オリンピック・パラリンピックから2021年三重とこわか国体へと続くスポーツ大会を契機に三重の自然を生かした“する”スポーツツーリズムの拡大を図るとともに、農林水産業の現場や仕事そのものを「コト」体験とするなど、リアリティとオリジナリティを兼ね備えた体験プログラムや、三重の農山漁村で「食べる」「泊まる」といった魅力を組み合わせた、より滞在時間の長い交流の機会創出に取り組む。また、「滞在型交流」に取り組む地域と支援企業との連携強化に取り組む。 3. 広域連携による集客 三重県単独での認知度不足、発信力不足を補うため、愛知県、岐阜県等と連携し、魅力はあるものの海外からはまだあまり知られていない地域(東紀州、東美濃、奥三河等)を対象に、ラグビーワールドカップや東京オリンピック・パラリンピックの開催を機に、海外に向けて情報発信等を行い、空港や新幹線の駅がない三重県へのインバウンド誘客につなげる。 また、三県にまたがる世界遺産熊野古道を核としたインバウンドの誘客に向け、広域的な情報発信を行うとともに、近隣の和歌山県などから東紀州地域へインバウンドを周遊させることを目指す。	38,573,000	28,578,896	観光消費額【億円】:126.0	R3.3	観光消費額【億円】:-2,281	×	新型コロナウイルス感染症の影響により、観光関連産業への打撃が大きかったため。	安全・安心な観光地づくりを促進していくとともに、新型コロナウイルス感染症の収束状況に応じて段階的に誘客促進を図る取組を展開していく。	
				県内の外国人延べ宿泊者数【万人】:6.0	R3.3	県内の外国人延べ宿泊者数【万人】:-32.3	×	新型コロナウイルス感染症の影響により、観光関連産業への打撃が大きかったため。	コロナ収束後の外国人旅行者(宿泊者)の増加を図るため、県公式SNSを通じた情報発信を強化するとともに、動画によるプロモーションの対象を国内旅行者にも拡大する。	
				農山漁村の交流人口【万人】:3.0	R3.3	農山漁村の交流人口【万人】:-6.7	×	新型コロナウイルス感染症の拡大により発令された緊急事態宣言等で集客拡大や企業の地域滞在を図ることができなかった。	新型コロナウイルス感染症の収束を見据え、引き続き情報発信や体制整備に取り組む。	
				三重県版観光CRM(顧客関係管理)に蓄積された優良顧客(三重ファン)データ数【万件】:1.0	R3.3	三重県版観光CRM(顧客関係管理)に蓄積された優良顧客(三重ファン)データ数【万件】:4.4	○			

事業名	事業概要	交付決定額	実績額	KPI増加分	目標年月	実績	達成状況	達成できなかった要因	要因を踏まえての今後の取組方針
4 地域魅力発見・課題解決等による人づくりを通じた地域活性化事業	<p>若者が県内に定着し、一人ひとりが地域で輝き、地域から求められる「人づくり」を図るため、郷土への愛着心を育む取組を進めるとともに、地域を学び場とした地域課題解決型のこれまでにない新たなキャリア教育を展開する。</p> <p>○地域課題解決型キャリア教育検討委員会、PBL(課題解決学習)集会、学校別活性化協議会の実施</p> <p>○効果的な事業推進のための体制づくり</p> <p>・地元住民や職業人とより深く関わる学習活動を実施するために、地域と学校をつなぐ人材の配置や専門スキルやノウハウを持った一般社団法人に委託し、初期の段階において地域と学校とをつなぐ「地域みらいコーディネーター」を置き、学校での推進体制を整備し効果的にスタートを切るとともに、取組を加速</p> <p>○パイロット校での取組</p> <p>・高校生が自ら居住する地域の課題や産業を題材に「地域課題解決型キャリア教育」を展開する。</p> <p>・学校の実情に応じて、「課題解決型キャリア教育」に取り組む対象となる生徒(学年・系列等)、科目(「総合的な学習の時間」や学校設定科目、課外活動等)など、実施の枠組みを決定。地域資源を活用した第一次産業や地場産業をテーマとする場合は、より深く学ぶため、夏休み等を活用し、現場において一定期間の実践活動の機会を提供する。</p> <p>○取組の成果、PDCAサイクル</p> <p>・パイロット校での取組を県外の中中学生や保護者に紹介する説明会に参加するとともに、成果や課題を「検討委員会」や「PBL集会」で共有、点検し、改善を図る。</p> <p>○小中学生向け地域の伝統文化体験、高校生によるツアー企画等郷土への愛着を育む取組</p> <p>・小中学生を対象に、地域のさまざまな達人を講師として招き、熊野古道やその周辺の自然・歴史・文化等を体験し、地域に古くから伝わる技術や生活に根ざした伝統文化などに触れる「体験塾」を開催し、その結果を子ども新聞として地域に発信する。</p> <p>・地元高校生が、熊野古道やその周辺の魅力を自らフィールドワークすることで発掘し、高校生及び外国人を対象に、地域をめぐるツアーを企画し、実施する。</p> <p>○医療現場を知ってもらう取組</p> <p>・地域で活躍する医師や女性医師、先輩看護師等との交流を行う「女性も男性も働きやすい」地域医療セミナー」を実施</p> <p>・高校生や中学生に対して三重県の地域医療の魅力に触れてもらい、将来の進路を考える機会を提供するため地域医療の現場を見て、実際に働いている医師や看護師等と交流する「みえ地域医療体験セミナー」を実施</p>	10,724,000	8,007,145	高校生の実践活動に係る地域活性化に資する取組数【事例】:20	R3.3	高校生の実践活動に係る地域活性化に資する取組数【事例】:20	○		
				パイロット校において、「将来もこの地域に住み続けたいと思う。」と回答した生徒の割合【%】:2.0	R3.3	パイロット校において、「将来もこの地域に住み続けたいと思う。」と回答した生徒の割合【%】:+2.2	○		
				三重大学医学部入学者に占める県内出身者割合【%】:1.6	R3.3	三重大学医学部入学者に占める県内出身者割合【%】:-2.4	×	令和2年度は新型コロナウイルス感染症の感染拡大防止及び医療機関の負担を考慮し、事業を実施できなかった。	新型コロナウイルス感染症の感染拡大状況を考慮しつつ、医療機関の協力を得られやすい方法も検討し、事業を実施する。
				熊野古道サポーターズクラブの子ども・若者(0~19歳)の会員数【人】:10	R3.3	熊野古道サポーターズクラブの子ども・若者(0~19歳)の会員数【人】:53	○		
5 三重から始めるダイバーシティ社会推進プロジェクト事業	<p>選ばれる三重になるため、具体的には、①県のダイバーシティ社会推進方針の考え方の浸透と、LGBTをはじめとする多様な性のあり方への社会の理解促進 ②全国に先駆けた農林水産と福祉の連携の仕組みづくり(ダイバーシティ経営モデル)など、三重ならではの多様な社会づくりという、地方創生の新たな取組を進める。</p> <p>①の三重県のダイバーシティ社会推進の考え方の浸透等と、②の県におけるダイバーシティの具体的な仕組みづくり(ダイバーシティ経営モデル)は、車の両輪であり、この両輪を進めることで、相乗効果を生み、県のダイバーシティ社会づくりを加速させるものである。①の考え方の浸透が、②の具体的な仕組みづくりを促進し、また②の具体的な取組が進むことで、さまざまな産業・地域づくり分野にも横展開を図るロールモデルにもなり、県内におけるダイバーシティの視点からの地域・企業経営の推進、ダイバーシティ社会のさらなる推進につながる。ダイバーシティ先進地になることで、若者をはじめとする多様な人材の確保と定着を実現する。</p>	9,452,000	6,950,693	農林水産業と福祉との連携取組数【件】:18	R3.3	農林水産業と福祉との連携取組数【件】:18 農業:8 林業:2 水産業:8	○		
				農林水産業と福祉との新たな連携取組における就労者数【人】:43	R3.3	農林水産業と福祉との新たな連携取組における就労者数【人】:96 農業:45 林業:24 水産業:27	○		
				ダイバーシティの認知度【%】:5.0	R3.3	ダイバーシティの認知度【%】:5.0	○		
6 三重県移住・就業マッチング支援事業	<p>1 マッチング支援事業</p> <p>県内中小企業等の人材確保を促進するため、新たに移住者(離職者)向けに県内企業等の求人情報を掲載するマッチングサイトを構築するとともに、マッチングサイトが有効活用されるよう、県内企業等が情報発信力を強化する企業向けセミナーを開催するほか、関係機関や市町等と連携して当該サイトへの登録企業等の増加を図る。</p> <p>マッチングサイト上には、「しごと」情報だけでなく、「社風」やその企業の持つ「強み」なども掲載するほか、「暮らし」に関する地域情報なども参照できるようにし、三重の魅力を発信する。</p> <p>2 移住支援事業</p> <p>若者・子育て世代等の移住を促進するため、東京23区で一定期間在住または勤務していた者が、上記「1 マッチング支援事業」を活用して県内に就業・移住する場合、市町と連携して、移住にかかる費用を定額で補助する。</p>	27,347,000	4,303,757	本移住支援事業に基づく移住就業数【人】:51	R3.3	本移住支援事業に基づく移住就業数【人】:3	×	移住希望者(移住者)が移住要件等、支給要件に満たなかったこと、マッチングサイトに掲載された求人情報と移住希望者(移住者)のニーズが合致しなかったことが挙げられる。また、事業全体として首都圏において移住支援事業の周知が浸透していないことなども考えられる。	東京の相談窓口を中心に、移住支援金の対象となる移住希望者への個別のアプローチをより強化する。また、令和3年4月1日から若い世代、専門人材、テレワーカー等、支給対象者の要件を拡充したことから、制度活用による移住就業数増加に向けて、これまで以上に事業周知を行っていく。
				マッチングサイトに新たに掲載された求人数【件】:100	R3.3	マッチングサイトに新たに掲載された求人数【件】:290	○		

事業名	事業概要	交付決定額	実績額	KPI増加分	目標年月	実績	達成状況	達成できなかった要因	要因を踏まえての今後の取組方針
9 空の移動革命促進事業	<p>エア・モビリティを活用し、物流や観光をはじめとした地域課題を解決する新たなビジネス創出により、地域における人や物の自由な移動を実現するため、次の事業を実施する。</p> <p>(1)環境整備調査 通信設備、離発着施設、電源設備などのインフラ整備や、オペレーションにかかる組織・人材等、ビジネス化に必要な環境整備に関する調査を行う。</p> <p>(2)飛行ルート策定 エア・モビリティによる離島への物流や観光における活用に向けて、ヘリコプター等による実証飛行、収益性やニーズ調査等を行い、実際のビジネスに適した飛行ルートを策定し、事業者の誘致を行う。 また、エア・モビリティに対する社会受容性を高めるため、飛行ルート周辺地域を主な対象とした機運醸成を行う。</p> <p>(3)ビジネス化支援 (1)(2)で得られたエア・モビリティによるビジネス化に向けた知見や福島県・事業者等との連携を踏まえ、空の移動需要の裾野を広げるとともにさらなる事業拡大につなげていくため、既存の移動需要だけでなく、生活面での利便性向上や地域受容性向上等につなげるよう、エアモビリティを活用した新たなビジネスモデルを検証し、事業者に対して普及することでビジネス化を促進する。 また、県内事業者、団体、有識者によるプラットフォームを形成し、空の移動革命実現に向けたビジネス化を促進する。</p> <p>(4)エア・モビリティ新ビジネス創出事業 事業者等のマッチングや経営支援に加えて、航空機産業からのエア・モビリティによる参画を支援し、三重県における新ビジネスを創出する。 なお、これらの事業については、進捗に応じて国土交通省航空局及び経済産業省製造産業局と綿密な情報交換を行い、支援を受けながら進めることとする。</p>	11,607,000	11,512,000	エア・モビリティによる物流及び観光産業への新規事業参画事業者数【件】:3	R3.3	エア・モビリティによる物流及び観光産業への新規事業参画事業者数【件】:3	○		
				エア・モビリティ受入機運醸成地域数【件】:2	R3.3	エア・モビリティ受入機運醸成地域数【件】:2	○		
10 プロフェッショナル人材戦略拠点運営事業	<p>金融機関や中小企業支援機関等から出向する新たなサブマネージャーを拠点に配置することにより、訪問する企業数を拡大したうえで、新たなプロ人材の獲得の選択肢として、副業・兼業による限定的な人材の登用を企業等に説明し、人材ニーズを掘り起こし直すものとする。さらに一連の活動の中でサブマネにノウハウを学んでもらい、今後の自定化に繋げる。</p>	6,116,000	5,647,137	プロフェッショナル人材戦略拠点が行う相談件数【件】:250	R3.3	プロフェッショナル人材戦略拠点が行う相談件数【件】:177	×	新型コロナウイルス感染症の影響により県内外の移動が制限されたり、自粛する企業が増えたりしたため。	感染防止に配慮しつつ、企業へのアプローチを行っていくとともに、オンラインでの相談も行っていく。
				プロフェッショナル人材戦略拠点と企業とのマッチング(成約件数)【件】:30	R3.3	プロフェッショナル人材戦略拠点と企業とのマッチング(成約件数)【件】:59	○		
				事業承継部門との連携件数(相談件数の内数)【件】:25	R3.3	事業承継部門との連携件数(相談件数の内数)【件】:17	×	新型コロナウイルス感染症の影響により県内外の移動が制限されたり、自粛する企業が増えたりしたため。	企業の経営者が日常的に接触する金融機関の協力を得て、後継者問題に悩む企業の捕捉を行う。
11 AI・SNS技術と地域資源を活用したフェーズフリーな地域活性化プロジェクト	<p>1 「Myまっぷラン+(プラス)」による避難促進 ・地域の防災人材や市町職員と連携し、津波や土砂による災害、風水害のハザードを確認でき、デジタルマップや避難に関する「Myタイムライン」の設定を支援するソフトを開発し、県内外の避難に関する先進事例等の情報等と併せ掲載されたwebサイトを設置する。 ・運用にあたって、市町や地域の防災リーダーと連携して、地域コミュニティや職場を活用した災害時における個人または地域、企業の避難計画の作成を支援する仕組みを構築する。</p> <p>2 AIスピーカーやスマートフォンを活用した避難行動の呼びかけ ・風水害等の際、世帯に離れて住む家族が避難の呼びかけを行うことや、高齢者等が普段使っているAIスピーカー等で住んでいる地域に応じた情報を取得できるようにすることで、適切な避難を促進する仕組みを導入し、Society5.0の社会実装を図り、全国への展開を目指す。</p> <p>3 SNS・AI技術を活用したマッピング情報収集 ・水防団員や河川巡視員等からLINEを通じて、被害情報等を写真付きで提供いただき、その情報をAIが地図上にマッピングし、県や市の災害対策本部で被害が可視化されることから、効果的な避難の呼びかけや災害対応につなげることで、Society5.0の社会実装を図り、全国への展開を目指す。</p> <p>4 みんなでつくる避難所プロジェクト ・三重県の農水産物など備蓄に適した食品を地元の食品会社やレシピ共有サイト運営会社と連携し、備蓄品の開発や「防災めし」(防災レシピ)コンテストを行うことで、地域資源の新たな活用を図る。また避難所をフェーズフリーな場所とするため、新たな素材であるプラスチック段ボールを活用し、間仕切りや段ボールベトを地域企業と開発し、合わせて避難所体験ゲームをみえ防災・減災センターと連携して開発することにより、フェーズフリー社会の構築を目指す。</p>	20,075,000	19,840,528	県内企業によるフェーズフリーな商品提案・開発数(プロトタイプを含む)【数】:5	R3.3	県内企業によるフェーズフリーな商品提案・開発数(プロトタイプを含む)【数】:3	×	コロナ禍により、企業との十分な協議や連携ができなかった	みえ防災・減災センターに参画している企業をはじめ、今後幅広い連携を行うことで対応していきたい。
				県内農水産物等を活用したフェーズフリーな防災レシピの作成数【数】:50	R3.3	県内農水産物等を活用したフェーズフリーな防災レシピの作成数【数】:149	○		
				「SNS・AI技術を活用したマッピング情報収集」への情報提供者としての登録数【人】:150	R3.3	「SNS・AI技術を活用したマッピング情報収集」への情報提供者としての登録数【人】:379	○		
				「災害の危機への備えが進んでいる」と実感している県民の割合【%】:5.0	R3.3	「災害の危機への備えが進んでいる」と実感している県民の割合【%】:3.6	×	昨年度は、全国レベルでは九州地方での豪雨災害などの多くの災害が発生した一方、県内においては大きな災害に見舞われなかったことが、県民の間で災害に対する備えの意識の低下となったことがが要因ではないかと考えられる。	引き続き県民・企業等を巻き込んだ防災啓発事業を実施することで、意識の向上を目指していく。

事業名	事業概要	交付決定額	実績額	KPI増加分	目標年月	実績	達成状況	達成できなかった要因	要因を踏まえての今後の取組方針
12 新型コロナウイルス終息後の国内及び外国人観光客に対するおもてなし向上推進事業	<p>令和2年4月に公の機関であった東紀州地域振興公社を民営化し、一般社団法人東紀州地域振興公社を設立した。この一般社団法人が民間の立場で地域内の事業者等のリーダー役となり新型コロナウイルスの影響により機能不全となった本地域の観光振興の立て直しを図るため、以下の事業を実施する。</p> <p>なお、前身事業においては、公の機関が事業主体であったため、各市町の事業者等に対して公平性や平等性、幅広く事業者を巻き込むことを重視して取組んできたが、今年度からは、民間の立場で事業を実施するため、事業参加の関口は広く公平性は保つが、やる気のある事業者と連携して結果を強く意識したスピード感のある事業展開を図るものとする。</p> <p>1 通過型観光から滞在型観光への転換に向けた受入態勢の向上 観光関連事業者等に対して新型コロナウイルス感染拡大防止対策等コロナ後の「新しい生活様式」の周知を図るとともに、田舎の雰囲気が味わえる新たな宿泊施設整備にかかる勉強会の実施、地域内における熊野古道案内看板の設置促進等観光客の受入態勢の充実、体験メニューの整備を進める。</p> <p>2 マーケティング戦略の構築と滞在型観光への転換に向けたPR及び情報発信の充実 新型コロナウイルス感染拡大の影響により観光客の動向の変化を考慮した形による国内及び海外の観光客に対するマーケティング戦略の構築を行う。そして、構築したマーケティング戦略に基づく国内及び海外の観光客に対応したウェブサイトの整備等を進める。また、国内観光客をターゲットとした旅マエ、旅ナカのウェブ上での情報発信の整備やプロモーション活動等を行うことで、県内及び国内からの観光集客を促進する。</p>	900,000	900,000	新たに造成したツアーの延べ参加者数【人】: 0	R3.3	新たに造成したツアーの延べ参加者数【人】: 0	○		
				東紀州地域における観光入込客数【千人】: 0.0	R3.3	東紀州地域における観光入込客数【千人】: -739	×	新型コロナウイルス感染症の影響により、観光関連産業への打撃が大きかったため。	新型コロナウイルス感染症の収束を見据えながら、引き続き、熊野古道伊勢路をはじめとする東紀州地域ならではの魅力を発信するとともに、受入環境整備を進め、周遊性・滞在性の向上につなげる。
				東紀州地域における旅行消費額【百万円】: 0.0	R3.3	東紀州地域における旅行消費額【百万円】: -3,967	×		