

伊勢志摩キャンペーンの実施について

伊勢志摩キャンペーン実行委員会（会長：^{もりしたたかお} 伊勢市長）は、平成25年の第62回神宮式年遷宮に向けた諸祭典と行事の始まりを機に、伊勢志摩への更なる誘客を図ることを目的として、昨年に引き続き、今年も平成20年10月から半年間、地域・官民が一体となって力を結集した「伊勢志摩キャンペーン」を実施します。

今年のテーマは「元気になる旅」。伊勢志摩最大の魅力である「神宮」の関連イベント紹介はもとより、パワースポットなど知られざる「神宮」を紹介します。

さらに、伊勢志摩を訪れたお客様が旅をして元気になるような、「食」、「自然」にスポットを当てたイベントや参加型プログラムも多数ご用意し、キャンペーンを展開します。

記

- (1) キャンペーン期間 平成20年10月1日(水)～平成21年3月31日(火)の半年間
- (2) 開催地域 伊勢市、鳥羽市、志摩市
- (3) キャンペーン名称 伊勢志摩キャンペーン
- (4) キャッチフレーズ 「^{うま} 美し国、まいろう。伊勢・鳥羽・志摩」
- (5) メインテーマ 元気になる旅
- (6) 主催 伊勢志摩キャンペーン実行委員会

(構成団体)

伊勢市、鳥羽市、志摩市、三重県、伊勢商工会議所、鳥羽商工会議所、志摩市商工会、伊勢市観光協会、鳥羽市観光協会、志摩市観光協会、近畿日本鉄道株式会社、三重交通株式会社、三重県観光連盟、伊勢志摩観光コンベンション機構（キャンペーン事務局）

(7) キャンペーンの特徴

地域・官民一体となった取組。

伊勢・鳥羽・志摩の3地域の協働・連携によるスケールメリットで訴求力向上。

「元気になる旅」をテーマに、伊勢志摩最大の魅力である「神宮」の関連行事や「食」「自然」にスポットを当てたイベント、参加型プログラムを紹介。

総額1,000万円のビッグプレゼント等を実施。(4年連続)

3地域の魅力を活かした特色あるイベントを実施。

民間との連携を積極的に推進(KIRIN、ローソン、サークルKサンクス、シェラトン都ホテル大阪、中部国際空港等)。

主たるターゲット層は、団塊の世代を意識しながら、特に「女性中高年層」。

ターゲットエリアは、関西圏、中部圏を中心とし、首都圏からの誘客にも取り組む。

また、中部国際空港を活用し伊勢志摩に訪れる遠隔地対策も念頭に誘客に取り組む。

キャンペーンの詳細については、ホームページでもご案内しています。

URL <http://www.umashi-kuni.jp> (9月末完全オープン)

以上