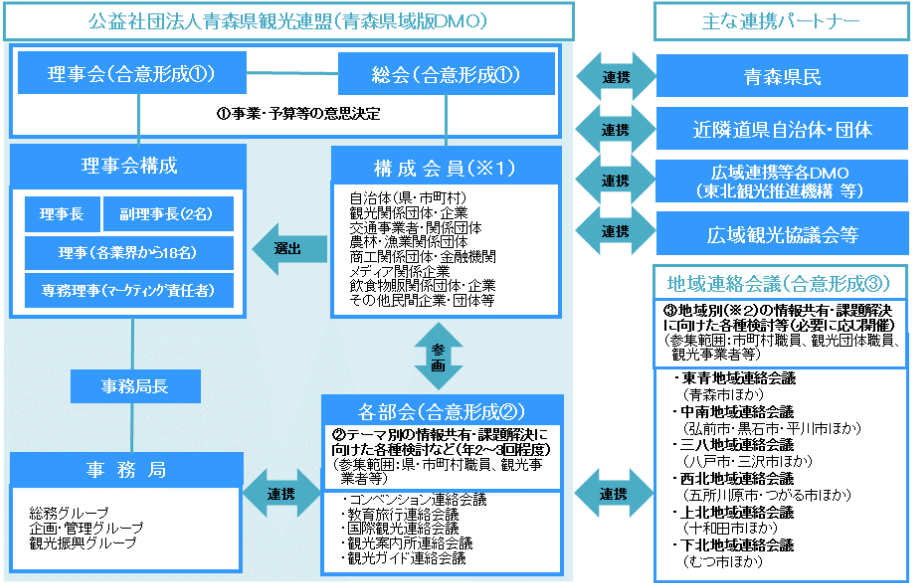
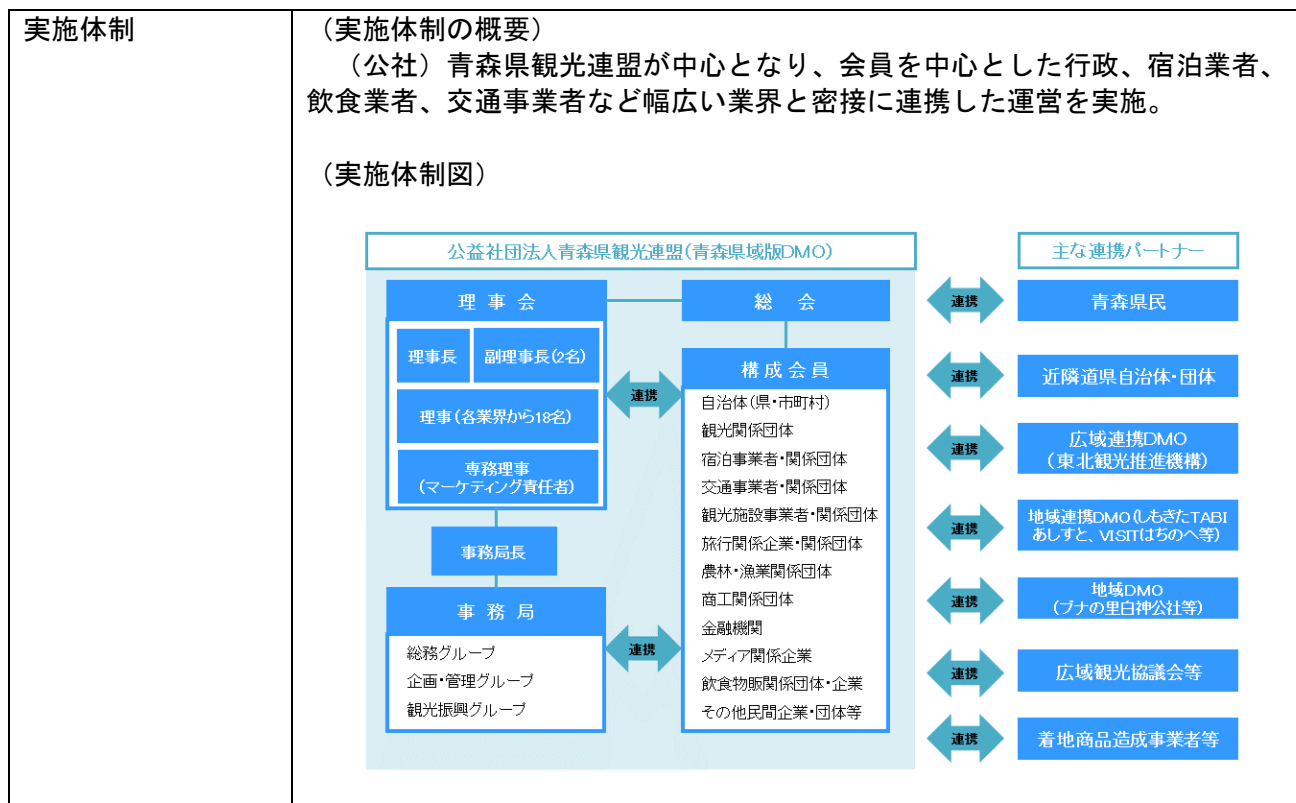


日本版DMO形成・確立計画 (案)

1. 日本版DMOの組織

申請区分	広域連携DMO・ <u>地域連携DMO</u> ・地域DMO	
日本版DMO候補法人の名称	(公社) 青森県観光連盟	
マーケティング・マネジメント対象とする区域	区域を構成する地方公共団体名 青森県 (全域)	
所在地	青森県青森市	
設立時期	昭和35年3月16日	
職員数	36人	
代表者(トップ人材: 法人の取組について対外的に最終的に責任を負う者) ※必ず記入すること	(氏名) 奈良 秀 則 ((公社) 青森県観光連盟理事長、(公社) 青森県観光コンベンション協会理事長)	県内における各観光団体等連盟会員間の意見調整役として、県全体の観光振興に向けた調整役はじめ観光振興に係る取組への関係企業・団体に対する理解促進を図っている。
各種データの分析・収集等(マーケティング)の責任者(専門人材) ※必ず記入すること	(氏名) 高 坂 幹「専従」 ((公社) 青森県観光連盟 専務理事)	平成28年度まで青森県庁において観光国際戦略局長等を歴任し、観光地域マーケティングについて高い知見と能力を持つ。
プロモーション部門の責任者(専門人材)	(氏名) 森 庸 宏 (出身組織名) 青森県庁	青森県東京事務所及び青森県観光連盟内業務を通じ国内を中心とした各種プロモーション経験を有している。
旅行商品造成・販売部門の責任者(専門人材)	(氏名) 田 沢 正 樹 (出身組織名) JR東日本	国内旅行業務取扱管理者資格を有し、交通機関・関係旅行会社との高い関係性を有している。
連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	青森県観光企画課 (マーケティング) 青森県誘客交流課 (プロモーション)	
連携する事業者名及び役割	<ul style="list-style-type: none"> ・【連盟会員】各観光関係団体 (観光開発、おもてなし機運醸成) ・【連盟会員】宿泊施設 (サービス向上、マーケティングリサーチ) ・【連盟会員】交通事業者 (アクセス改善) ・【連盟会員】その他企業・団体等 (商品開発、地域PR) ・着地商品事業者等 (着地型旅行商品) 	

<p>官民・産業間・地域間との持続可能な連携を図るための合意形成の仕組み</p>	<p>(該当する要件) ①、②、③</p> <p>(概要) ① (公社) 青森県観光連盟では、幅広い分野の関係団体が参画している。 ② 当連盟において、テーマ別(コンベンション、教育旅行、国際観光)に部会を設け、情報共有・課題解決に向けた取り組みを行っている。 ③ 青森県内を6地区に分け「地域連絡会議」を開催し、密接な情報共有を図る。(地域の実情に合った課題を共有し、解決に向けた取組を行うため、大凡広域的に取り組む地域単位として、県の地域県民局6地域単位としている。)</p> <div data-bbox="443 562 1401 618" style="background-color: #0070c0; color: white; padding: 5px; text-align: center;"> 青森県DMO 合意形成の仕組み </div>  <p>※1: 構成委員の職種は別添委員会案参照 ※2: 地域の実情に合った課題を共有し、解決に向けた取組を行うため、大凡広域的に取り組む地域単位として、県の地域県民局6地域単位としている</p>
<p>法人のこれまでの活動実績</p>	<p>(活動の概要) 当連盟では、これまで青森県の観光振興に寄与するためのプロモーション等の活動を行ってきた。 近年は、北海道新幹線開業に伴い、青函圏における観光振興を図るためJRをはじめとした関係機関と連携し、平成28年に青森県・函館デスティネーションキャンペーン(青函DC)を実施。その実施に向けた推進組織として青森県・函館デスティネーションキャンペーン推進委員会(青函DC推進委員会)を設置し、その事務局として北海道道南地域との連携を図りながら周遊観光促進など一層の観光振興に努めた。 平成29年度以降は、青函DCの定着化を図るためのアフターキャンペーンを展開したほか、本県観光振興を加速するためのイノベーションプランを策定し、プロモーション中心の活動から地域の魅力づくり・生産性向上に向けた事業体系の再構築を行った。</p> <p>(定量的な評価) アフターキャンペーン期間中(H29.7~9月)の実績 ① イベント入込数 8,583千人(対前年比105.5% 対27年比109.6%) ② 観光施設入込数 5,803千人(対前年比93.2% 対27年比106.0%) ※ 青森県・函館観光キャンペーン推進委員会調べ ③ キャッシュレス決済等インバウンド対応強化に係るセミナー開催実績 H29年度 2回開催 147名</p>



2. 日本版DMO候補法人がマーケティング・マネジメントする区域

【区域の範囲が分かる図表を挿入】

- 東青：青森市、平内町、今別町、蓬田村、外ヶ浜町
- 中南：弘前市、黒石市、平川市、西目屋村、藤崎町、大鰐町、田舎館村
- 三八：八戸市、三戸町、五戸町、田子町、南部町、階上町、新郷村
- 西北：五所川原市、つがる市、鱒ヶ沢町、深浦町、板柳町、鶴田町、中泊町
- 上北：十和田市、三沢市、野辺地町、七戸町、六戸町、横浜町、東北町、六ヶ所村、おいらせ町
- 下北：むつ市、大間町、東通村、風間浦村、佐井村



【区域設定の考え方】

青森県観光連盟は、昭和35年の設立以来、青森県全体の観光振興に寄与することを目的として、本県への誘客促進に寄与する各種施策を実施している。

平成21年4月からは、青森県大規模観光キャンペーン推進協議会及び社団法人青森県産業振興協会と統合し、観光を中心とした産業振興に寄与する団体を目指し、観光施策に加え青森県観光物産館の管理運営を通じた産業振興の発展に向けた取り組みを行っている。

これらの取り組みを通じて、県内の市町村・観光をはじめとした主な産業関係団体・事業者等に会員として参画いただき、関係構築を築きながら実施していることから、当該地域で連携した区域設定とするのが適切と考える。

【観光客の実態等】

- ・ 国の宿泊旅行統計調査によると、平成28年の本県の延べ宿泊者数は、約501万人泊。
- ・ うち外国人延べ宿泊者数(従業員数10名以上の宿泊施設)は、143,590人泊

【観光資源：観光施設、商業施設、自然、文化、スポーツ、イベント等】

(別添) 様式 1

・青森県では、世界遺産である「白神山地」、国立公園である十和田湖・奥入瀬・種差海岸などの「自然景観」が多く、桜・新緑・紅葉など四季を通じた自然の魅力を伝えている。また、青森ねぶた祭り等にみられる「イベント」による入込が多くみられる。

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

・青森県内では青森・弘前・八戸市内のホテル旅館施設が多く分布している。県内のホテルは約250施設、旅館は約1,500施設となっている。収容力としてはホテルが約1万9千室、旅館が約2万2千室であり小規模旅館が多い傾向にある。

【利便性：区域までの交通、域内交通】

- ・JRでは、東北新幹線により東京～新青森は約3時間、平成28年の北海道新幹線開業により、新青森～新函館北斗間は約1時間で結ばれる。また、在来線（奥羽本線）により秋田～青森は約2時間半で結ばれている。
- ・航空路線は羽田・名古屋・大阪（伊丹）～青森空港の直行便があり約1時間～1時間半で結ぶ。海外は定期便として天津・ソウル便により結ばれている。
- ・また、本県と北海道を結ぶフェリーが青森～函館間、大間～函館間、八戸～苫小牧間において運航し、生活路線だけでなく観光ルートの魅力付けに寄与している。
- ・自動車においては、高速道路が東北自動車道・八戸自動車道により県外と結ばれており、高速バスについても、東京・新宿等都心部・仙台・盛岡の主要都市と青森・弘前・八戸など本県主要都市の間を運行している。
- ・域内交通では、鉄道路線はJR（新幹線・奥羽本線・津軽線・五能線・大湊線）のほか青い森鉄道（青森～目時）津軽鉄道（津軽中里～津軽五所川原）・弘南鉄道（弘前～黒石、中央弘前～大鰐）が運行している。
- ・バスでは、主要観光地である十和田湖・奥入瀬溪流と主要都市（青森・八戸）を運行しているほか、路線バスにより主要都市間を結んでいる。
- ・また、青森市・弘前市・八戸市を中心とした県内各地域にタクシー会社が所在し、主要タクシー会社により観光対応を行っている。

【外国人観光客への対応】

- ・多言語により本県を紹介するサイトが各地域において整備されている。
- ・各地域では「指さしシート」などコミュニケーションを図るためのツールのほか標識の多言語化も進められている。

3. 各種データ等の継続的な収集・分析

収集するデータ	収集の目的	収集方法
(例) 住民満足度	観光振興に対する地域住民の理解度を測るため。	アンケート調査を自主事業として実施。
旅行消費額	域内における観光消費動向を把握するため。	青森県観光入込客統計の活用。
延べ宿泊客数	当DMOの主目的となる宿泊利用状況を把握するため。	観光庁宿泊旅行統計調査の活用。
来訪者満足度	観光客の満足度及び域内における課題を把握するため。	青森県観光入込客統計の活用。
リピーター率	満足度が再訪に繋がっているかを把握するため。	青森県観光入込客統計及び当連盟における自主アンケート実施
WEBサイトのアクセス状況	地域に対する顧客の関心度や施策の効果等を把握するため。	青森県観光情報サイト「アプティネット」の活用。

4. 戦略

(1) 地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	強み (Strengths) <ul style="list-style-type: none"> ・ 4つの海に恵まれた豊富な食資源 ・ 青森県内の津軽・南部・下北各地域それぞれでの特徴ある歴史・文化 ・ パラエティに富んだ風景を魅せる四季 	弱み (Weaknesses) <ul style="list-style-type: none"> ・ 青森県内観光資源の整理 (同資源の発掘・掘り起こしによる観光開発の取組が十分とは言えないため) ・ 青森県内をめぐる魅力づくり
外部環境	機会 (Opportunity) <ul style="list-style-type: none"> ・ 北海道新幹線開業による交通体系整備 ・ 外国人観光客の増加 	脅威 (Threat) <ul style="list-style-type: none"> ・ 少子高齢化による国内需要減 ・ 地域間競争の激化

(2) ターゲット

<p>○第1ターゲット層 首都圏・東北・北海道地域からの観光客</p>
<p>○選定の理由 本県における国内観光客のうち 81.4% (関東 43.1%、東北・北海道 38.3% : 平成 29 年青森県観光入込客統計) を占めており、来県観光客全体の大きなウェイトを占めているため。</p> <p>○取組方針 魅力ある県内観光資源の魅力づくりを行うとともに、パンフレット等におけるプロモーションを行い、誘客促進を図る。</p>
<p>○第2ターゲット層 中国・台湾・韓国・香港からの観光客</p>
<p>○選定の理由 本県における当該ターゲット層の本県来訪 (宿泊者数) が外国人旅行者全体のうち 79.3% (台湾 33.3%、中国 26.5%、韓国 12.6%、香港 6.9% : 平成 29 年宿泊旅行統計調査) を占め、天津直通便が就航するなど観光消費の機会が増えることが見込まれるため。</p> <p>○取組方針 魅力ある県内観光資源の魅力づくりを行うとともに、SNSによる情報発信のほか青森県と連携した誘客促進活動を行う。</p>

(3) コンセプト

①コンセプト	「“A” ランクを目指す “A” omori 観光」 ～プロモーション中心の活動」から「地域の観光消費に結びつく仕掛けづくり」へ～
--------	--

<p>②コンセプトの考え方</p>	<p>青森県では、近年約15年にわたり新幹線開業という大きなニュースを通じて「本県の認知度」を高めていく活動を主軸としてきた。</p> <p>特に北海道新幹線開業では、青森県・函館デスティネーションキャンペーンを中心に、北海道道南地域を含めた周遊観光の促進にも努めたところである。</p> <p>一方で、観光産業の生産性は他産業に比べ低い水準(※1)にあるため十分に図られているとはいえ、地域ならではの宿泊施設(※2)の廃業など規模縮小(※3)もみられている。</p> <p>このため、今後は、観光関連産業への消費促進を図り、収益性の向上を図ること等に重点を置くこととし、真に関係業界の振興に寄与する活動を展開する。</p> <p>このことにより、地域の魅力を高めながら地域経済の発展に寄与していく。</p> <p>※1 H24 経済センサスより、宿泊業・飲食サービス業における付加価値額534億円/従業員数35.2万人=労働生産性151.6万円/人の水準が他産業に比べて低いことから。</p> <p>※2 近年ではホテルニュー薬研や長谷旅館などご当地を象徴する宿泊業の廃業がみられる。</p> <p>※3 H28 経済センサスより、H24比において宿泊業・飲食サービス業は3.2%265事業所が減少している。</p>
-------------------	---

5. 関係者が実施する観光関連事業と戦略との整合性に関する調整・仕組み作り、プロモーション

項目	概要
戦略の多様な関係者との共有	<p>DMOを中心として、地域の関連事業者を集めたコミュニケーションの場となる総会・各分会・地域連絡会議(下記参照)を通じて、情報共有・課題の把握・整理を行う。</p> <p style="text-align: center;">青森県DMO 合意形成の仕組み</p> <p>※1: 構成委員の詳細は別添委員会名簿参照 ※2: 地域の実情に合った課題を共有し、解決に向けた取組を行うため、大凡広域的に取り組む地域単位として、県の地域県民局6地域単位としている</p>

(別添) 様式 1

<p>観光客に提供するサービスについて、維持・向上・評価する仕組みや体制の構築</p>	<p>地域に根ざした魅力ある資源について「利用しやすい」仕掛けづくりを地域と協働して構築するほか、観光産業の要である「宿泊施設」の魅力向上を図るなど観光関係事業者の資質向上を通じ、周遊観光を促進する。</p> <p>また、国内外のお客様に満足いただくための受入体制・受入環境を確立するほか、各種取り組みについてのマーケティングを行う。(詳細下記)</p> <p>(1) 周遊観光の促進</p> <p>① 地域に根ざした魅力ある「観光資源の利便性向上」</p> <ul style="list-style-type: none">・取組例：売り手・買い手・世間が満足するビジネスモデル提案（開発）と実践（商品造成）平成30年4月に旅行業第2種を取得し、同年7月から商品造成・販売を開始 <p>② 観光産業の要である「宿泊施設の魅力向上」</p> <ul style="list-style-type: none">・取組例：宿泊施設毎の課題整理と改善提案・実践。各施設共通の改善提案はセミナー等による普及啓発。 <p>③ 県内・近隣道県周遊の定着に向けた「観光コースの提案」</p> <ul style="list-style-type: none">・取組例：青函をはじめとした周遊観光の定着化に向けた旅行会社・消費者へのコース提案等 <p>(2) 国内外の観光客に満足いただく「受入体制の確立」</p> <ul style="list-style-type: none">・取組例：本県観光拠点施設「青森県観光物産館アスパム」における多言語観光案内を実施する「あおりグローバルラウンジ」の運営。スマートフォン決済（例：Alipay、WeChatPay）の県内普及活動など受入環境整備の促進。青森県観光物産館内における観光振興イベントの魅力向上・充実化。 <p>(3) マーケティングの推進</p> <p>① CMO及びマーケティング担当者が、事業進捗等をふまえKPI達成状況を分析・検証のうえ今後の方向性を整理（前年度分について翌年10月迄）</p> <p>② 検証結果等はDMO構成員へメール等を通じ情報共有と共に意見聴取（11月～1月頃）</p> <p>③ 検証結果等に対する意見を参考に改善策を検討。次年度の事業内容・予算に反映（1月～3月頃 3月理事会にて次年度予算承認）</p>
<p>一元的な情報発信・プロモーション</p>	<p>既存のパンフレット・ポスター製作・配布やイベントプロモーションを効率・省力化して実施する。</p> <p>当連盟が所在する青森県観光物産館（あおりグローバルラウンジ）において、ワンストップ対応による多言語観光案内を行う。また、SNSを中心とした多言語による効果的なプロモーションを行う。</p> <p>(1) 国内向けプロモーション活動</p> <ul style="list-style-type: none">・取組例：国内向けパンフレット製作・配布、首都圏等観光イベントPR、SNS（Instagram、Twitter等）による発信、チャットボットによる観光案内 <p>(2) 海外向けプロモーション活動</p> <ul style="list-style-type: none">・取組例：SNS（Instagram、Twitter等）による発信、あおりグローバルラウンジにおける多言語観光案内、チャットボットによる観光案内

6. KPI (実績・目標)**(1) 必須KPI (※)**

指標項目	単位	2017年 (実績)	2018年 (目標)	2019年 (目標)	2020年 (目標)	2021年 (目標)	2022年 (目標)	2023年 (目標)
●旅行消費額	億円	1,863 (86.8)	1,886 (98.9)	1,909 (112.7)	1,931 (128.5)	1,954 (146.5)	1,977 (167.0)	2,000 (190.4)
●延べ宿泊者数	万人 泊	462 (26.0)	477 (30.0)	492 (34.0)	507 (38.0)	522 (42.0)	537 (46.0)	550 (50.0)
●来訪者満足度	%	86 (85.7)	100 (100)	100 (100)	100 (100)	100 (100)	100 (100)	100 (100)
●リピーター率	%	74.8 (53.1)	75.6 (53.9)	76.4 (54.7)	77.2 (55.5)	78.0 (56.3)	78.8 (57.1)	79.6 (57.9)

※年次及び目標数値の設定にあたっての検討の経緯及び考え方

【検討の経緯】

青森県では、平成31年度から5カ年における中期的な戦略（以下「県観光戦略」）を策定し、定められた目標に向けて、関係団体・企業等が一丸となって関連施策に取り組むこととしている。

このため、当連盟においても同目標に合わせ関係機関と連携を図りながら各種施策に取り組むこととし、県観光戦略をベースに各種統計等に基づき下記のとおり各指標の目標値を設定した。

【設定にあたっての考え方】**●旅行消費額**

青森県観光戦略をベースに目標年度に向け逡増する形で設定。インバウンド消費額は過去3年における平均増加率及び観光立国推進基本計画の目標設定等を勘案し増加率を設定。国内は現状維持を想定し目標を設定（暦年での設定）。

●延べ宿泊者数

青森県観光戦略をベースに目標年度に向け逡増する形で目標を設定（暦年での設定）。

●来訪者満足度

青森県観光戦略をベースに訪日外国人消費動向調査・県観光統計・当連盟アンケート等を参考とし、国内外問わず100%を設定（年度での設定）。

●リピーター率

県パラメータ調査における平成29年実績値をベースとし、県パラメータ調査における過去伸び率及び訪日外国人消費動向調査等の傾向から算出し設定。

※2018年実績について、延べ宿泊者数は2019年7月頃、その他は2019年11月頃に公表予定。

(2) その他の目標

指標項目	単位	2018年 度	2019年 度	2020年 度	2021年 度	2022年 度	2023年 度
●旅行商品販売件数	件	20	25	25	30	30	35
●ウェブサイトアクセス件数	万件	416	420	424	428	432	436

※項目及び年次・目標数値の設定にあたっての検討の経緯及び考え方

【検討の経緯】

当連盟が策定した中期経営計画と連動し、同様の目標を設定。

【設定にあたっての考え方】**●旅行商品販売件数**

当連盟が造成し販売する商品として段階的に種類を拡大するものと設定（年度での設定）。

●ウェブサイトアクセス件数

青森県観光情報サイトのアクセス件数として、毎年1%程度閲覧数増加を目標として設定（年度での設定）。

7. 活動に係る運営費の額及び調達方法の見通し

(1) 収入

年度	総収入 (円)	内訳
2017年度	507,000,000 (円)	(内訳) 【会費収入】 50,000 千円 【地方公共団体等からの委託料収入】 100,500 千円 【公益事業収入】 116,500 千円 【都道府県からの補助金】 25,000 千円 【市町村からの補助金】 4,500 千円 【収益事業収入】 209,500 千円 【その他負担金・寄付等】 1,000 千円
2018年度	676,500,000 (円)	(内訳) 【会費収入】 50,000 千円 【地方公共団体等からの委託料収入】 78,500 千円 【公益事業収入】 138,000 千円 【国からの補助金】 10,000 千円 【都道府県からの補助金】 175,000 千円 (2 階機能強化関係補助 (単年度) 148,000 千円) 【市町村からの補助金】 4,500 千円 【収益事業収入】 217,500 千円 【その他負担金・寄付等】 3,000 千円
2019年度	518,000,000 (円)	(内訳) 【会費収入】 50,000 千円 【地方公共団体等からの委託料収入】 74,000 千円 【公益事業収入】 138,500 千円 (観覧収入・イベント等 前年度比 500 千円増見込) 【国からの補助金】 3,000 千円 【都道府県からの補助金】 26,000 千円 【市町村からの補助金】 4,500 千円 【収益事業収入】 219,000 千円 (会議室・駐車場・旅行業 前年度比 1,500 千円増見込) 【その他負担金・寄付等】 3,000 千円
2020年度	522,400,000 (円)	(内訳) 【会費収入】 50,300 千円 【地方公共団体等からの委託料収入】 75,000 千円 【公益事業収入】 141,000 千円 (観覧収入・イベント等 前年度比 2,500 千円増見込) 【国からの補助金】 2,000 千円 【都道府県からの補助金】 26,000 千円 【市町村からの補助金】 4,500 千円 【収益事業収入】 222,600 千円 (会議室・駐車場・旅行業 前年度比 3,600 千円増見込) 【その他負担金・寄付等】 1,000 千円

(別添) 様式 1

2021年度	524,700,000 (円)	(内訳) 【会費収入】 50,500 千円 【地方公共団体等からの委託料収入】 75,000 千円 【公益事業収入】 142,500 千円 (観覧収入・イベント等 前年度比 1,500 千円増見込) 【国からの補助金】 0 千円 【都道府県からの補助金】 26,000 千円 【市町村からの補助金】 4,500 千円 【収益事業収入】 225,200 千円 (会議室・駐車場・旅行業 前年度比 2,600 千円増見込) 【その他負担金・寄付等】 1,000 千円
2022年度	528,800,000 (円)	(内訳) 【会費収入】 50,500 千円 【地方公共団体等からの委託料収入】 75,000 千円 【公益事業収入】 144,000 千円 (観覧収入・イベント等 前年度比 1,500 千円増見込) 【国からの補助金】 0 千円 【都道府県からの補助金】 26,000 千円 【市町村からの補助金】 4,500 千円 【収益事業収入】 227,800 千円 (会議室・駐車場・旅行業 前年度比 2,600 千円増見込) 【その他負担金・寄付等】 1,000 千円
2023年度	533,400,000 (円)	(内訳) 【会費収入】 51,000 千円 【地方公共団体等からの委託料収入】 75,000 千円 【公益事業収入】 145,500 千円 (観覧収入・イベント等 前年度比 1,500 千円増見込) 【国からの補助金】 0 千円 【都道府県からの補助金】 26,000 千円 【市町村からの補助金】 4,500 千円 【収益事業収入】 230,400 千円 (会議室・駐車場・旅行業 前年度比 2,600 千円増見込) 【その他負担金・寄付等】 1,000 千円

(2) 支出

年度	総支出	内訳
2017年度	507,000,000 (円)	(内訳の区分例) 観光開発推進事業】 21,000 千円 【観光情報発信事業】 67,000 千円 【インバウンド対策事業】 45,000 千円 【その他観光振興事業】 2,000 千円 【青森県観光物産館公益事業】 171,500 千円 【青森県観光物産館収益事業】 100,500 千円 【その他収益(旅行業)事業】 0 千円 【人件費・一般管理費】 100,000 千円

(別添) 様式 1

2018年度	676,500,000 (円)	(内訳の区分例) 【観光開発推進事業】 37,000 千円 【観光情報発信事業】 49,000 千円 【インバウンド対策事業】 64,000 千円 【その他観光振興事業】 2,000 千円 【青森県観光物産館公益事業】 323,000 千円 【青森県観光物産館収益事業】 100,500 千円 【その他収益(旅行業)事業】 1,000 千円 【人件費・一般管理費】 100,000 千円
2019年度	518,000,000 (円)	(内訳の区分例) 【観光開発推進事業】 35,000 千円 【観光情報発信事業】 45,000 千円 【インバウンド対策事業】 64,000 千円 【その他観光振興事業】 2,000 千円 【青森県観光物産館公益事業】 171,500 千円 【青森県観光物産館収益事業】 99,500 千円 【その他収益(旅行業)事業】 1,000 千円 【人件費・一般管理費】 100,000 千円
2020年度	522,400,000 (円)	(内訳の区分例) 【観光開発推進事業】 35,500 千円 【観光情報発信事業】 45,000 千円 【インバウンド対策事業】 64,400 千円 【その他観光振興事業】 2,000 千円 【青森県観光物産館公益事業】 173,000 千円 【青森県観光物産館収益事業】 101,500 千円 【その他収益(旅行業)事業】 1,000 千円 【人件費・一般管理費】 100,000 千円
2021年度	524,700,000 (円)	(内訳の区分例) 【観光開発推進事業】 35,500 千円 【観光情報発信事業】 45,000 千円 【インバウンド対策事業】 65,000 千円 【その他観光振興事業】 2,000 千円 【青森県観光物産館公益事業】 174,000 千円 【青森県観光物産館収益事業】 102,000 千円 【その他収益(旅行業)事業】 1,200 千円 【人件費・一般管理費】 100,000 千円
2022年度	528,800,000 (円)	(内訳の区分例) 【観光開発推進事業】 37,000 千円 【観光情報発信事業】 43,000 千円 【インバウンド対策事業】 67,000 千円 【その他観光振興事業】 2,000 千円 【青森県観光物産館公益事業】 175,000 千円 【青森県観光物産館収益事業】 103,500 千円 【その他収益(旅行業)事業】 1,300 千円 【人件費・一般管理費】 100,000 千円

(別添) 様式 1

2023年度	533,400,000 (円)	(内訳の区分例)	
		【観光開発推進事業】	39,000 千円
		【観光情報発信事業】	43,000 千円
		【インバウンド対策事業】	67,000 千円
		【その他観光振興事業】	2,000 千円
		【青森県観光物産館公益事業】	176,000 千円
		【青森県観光物産館収益事業】	105,000 千円
		【その他収益(旅行業)事業】	1,400 千円
		【人件費・一般管理費】	100,000 千円

(3) 自律的・継続的な活動に向けた運営資金確保の取組・方針

以下の取り組みを通じて、補助金等の支援比率を段階的に通減させていくことにより、自立的・継続的活動を目指していく。

- ①【収入増加】 連盟における新規会員勧誘活動
- ②【収入増加】 既存収益事業(旅行商品販売、青森県観光物産館管理運営(会議室・駐車場等)の効率的な運営
- ③【支出抑制】 各種事業の効率的な実施

8. 日本版DMO形成・確立に対する関係都道府県・市町村の意見

公益社団法人青森県観光連盟が、青森県全域を対象とした地域連携DMOの形成・確立に向け、日本版DMOとして登録することについて同意します。

9. 記入担当者連絡先

担当者氏名	森 庸 宏
担当部署名(役職)	観光振興グループマネージャー
所在地	青森県青森市安方1-1-40
電話番号(直通)	017-722-5080
FAX番号	017-722-5081
E-mail	nobuhiro_mori@aomori-kanko.or.jp

10. 関係する都道府県・市町村担当者連絡先

都道府県・市町村名	青森県
担当者氏名	小路口 武史
担当部署名(役職)	観光国際戦略局 観光企画課 主幹
所在地	青森県青森市長島1-1-1
電話番号(直通)	017-734-9385
FAX番号	017-734-8121
E-mail	takefumi_shojiguchi@pref.aomori.lg.jp

【区域】 青森県

【設立時期】昭和35年3月16日

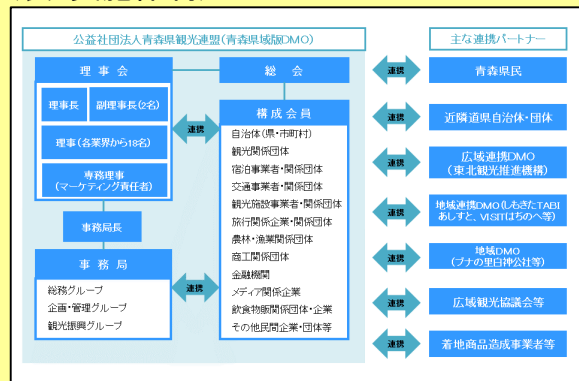
【代表者】 理事長 奈良秀則

【マーケティング責任者】 専務理事 高坂 幹

【職員数】 36名

【連携する主な事業者】 観光・交通・宿泊等

(表:実施体制)



(表:KPI(実績・目標))※()内は外国人に関するもの

	2017年	2018年 (目標)	2019年 (目標)	2020年 (目標)	2021年 (目標)	2022年 (目標)	2023年 (目標)
旅行消費額 (億円)	1,863 (86.8)	1,886 (98.9)	1,909 (112.7)	1,931 (128.5)	1,954 (146.5)	1,977 (167.0)	2,000 (190.4)
延べ宿泊者 数(万人泊)	462 (26)	477 (30)	492 (34)	507 (38)	522 (42)	537 (46)	550 (50)
来訪者満足 度(%)	86.0 (85.7)	100 (100)	100 (100)	100 (100)	100 (100)	100 (100)	100 (100)
リピーター率 (%)	74.8 (53.1)	75.6 (53.9)	76.4 (54.7)	77.2 (55.5)	78.0 (56.3)	78.8 (57.1)	79.6 (57.9)

周遊観光の促進

1 「観光資源の利便性向上」

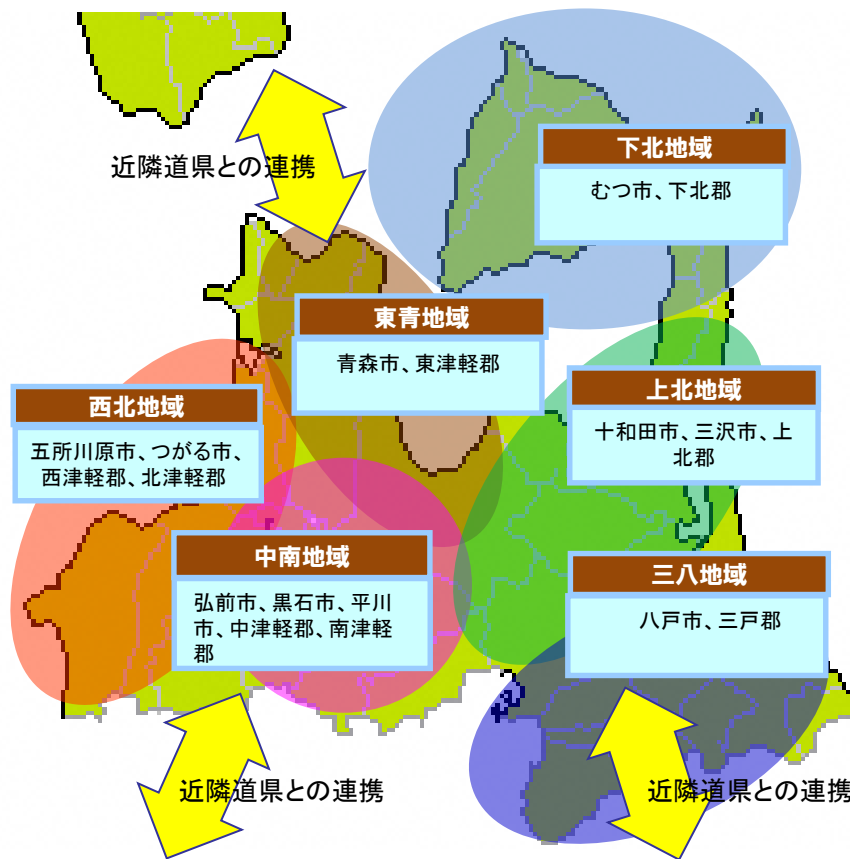
売り手・買い手・世間が満足するビジネスモデルの提案(開発)と実践(商品造成)活動を通じた着地型旅行商品販売 等

2 「宿泊施設の魅力向上」

施設毎の改善提案・実践、セミナー等による普及啓発等

3 「県内・近隣道県周遊観光コースの提案・定着化」

前述の「資源の利便性向上」と「宿泊施設の魅力向上」を通じて創出されたコンテンツ・宿泊情報を含めた周遊コースを構築。青函をはじめとした周遊観光の定着化に向けた旅行会社・消費者へのコース提案 等



国内外の観光客に満足いただく
受入体制の確立

- 1 インバウンド対応力の強化 (スマートフォン決済の県内普及など)
- 2 青森県観光物産館内「あomoriglobalラウンジ」運営を通じた観光案内の多言語対応等対応力強化
- 3 青森県観光物産館内における観光振興イベントの充実強化 等

ターゲット別プロモーション活動

- 1 SNSを通じた海外(中国・台湾・韓国等)に向けた情報発信
- 2 国内向けパンフレット・ポスター製作と効果的なPR活動の展開