

観光地域づくり法人形成・確立計画

記入日：令和5年 7月19日

1. 観光地域づくり法人の組織

申請区分 該当するものを で囲むこと	広域連携DMO・ 地域連携DMO ・地域DMO	
観光地域づくり法人の名称	(一社)しもきたTABIあしすと	
マネジメント・マーケティング対象とする区域	区域を構成する地方公共団体名 青森県むつ市・横浜町・大間町・東通村・風間浦村・佐井村	
所在地	青森県むつ市	
設立時期	平成27年10月1日	
事業年度	4月1日から翌年3月31日までの1年間	
職員数	8人【常勤8人(正職員2人・出向等6人) 非常勤0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) 山本 知也 (出身組織名) (一社)しもきたTABIあしすと	当法人理事長であり、むつ市長、下北ジオパーク推進協議会会長として産学官の連携を図り、地方創生を目指す。
データ分析に基づいたマーケティングに関する責任者(CMO:チーフ・マーケティング・オフィサー) 必ず記入すること	(氏名) 大下 彩也香「専従」 (出身組織名) (一社)しもきたTABIあしすと	当法人事務局員。これまで民間企業にてWEB販売、商品開発を担っていた。民間企業で培ったノウハウと人脈を活かしマーケティングと情報発信を担当する。
財務責任者(CFO:チーフ・フィナンシャル・オフィサー) 必ず記入すること	(氏名) 坂井 隆「専従」 (出身組織名) (一社)しもきたTABIあしすと	当法人事務局長。地方公務員としての経験豊富。その傍らNPO法人設立運営に深く関わるなど長きに渡って地域づくり活動を実践している。

地域情報発信、インフォメーションの責任者	(氏名) 本山 貴子「専従」 (出身組織名) (一社)しもきたTABIあしすと	当法人事務局員。ホームページや SNS 等での情報発信を担当する。
連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	(観光振興) ・むつ市経済部観光・シティプロモーション推進課戦略課 ・むつ市企画政策部ジオパーク推進課 ・横浜町産業振興課 ・大間町産業振興課 ・東通村商工観光課 ・風間浦村産業建設課 ・佐井村総合戦略課	
連携する事業者名及び役割	(着地型旅行商品) ・下北ジオパーク推進協議会 ・下北ジオパークガイドの会 ・下北交通(株) ・(株)ジェイアール東日本企画 ・津軽海峡フェリー(株) ・東日本旅客鉄道(株)大湊駅 ・(有)むつ車体工業 ・佐井定期観光(株) ・むつ市タクシー協会 ・J Rバス東北(株)青森支店大湊支所 ・トヨタレンタリースむつ店 ・むつ湾フェリー(株) ・ニッポンレンタカー東北むつ下北駅前営業所 ・(有)脇野沢交通 ・(一社)むつ青年会議所 ・下北観光研究会 ・Yプロジェクト(株) ・むつ市旅館組合 ・下風呂温泉おかみの会 ・むつ市民宿組合 ・むつグランドホテル ・プラザホテルむつ ・ホテルユニサイトむつ ・大間町海峡保養センター ・民宿松ノ木 ・ホテルニュー下風呂 ・下風呂観光ホテル三浦屋 ・はねやホテル ・グリーン観光産業(株) ・レストランアグレアーブル ・レストランパザバ ・むつ料理飲食店組合 ・鮭割烹東寿し ・食事処まんじゅうや ・合同会社大間浜寿司 ・ビジネス民宿プラザ ・体験型民宿葵 ・旅館川野荘 ・民宿みやの ・民宿栄屋 ・仏ヶ浦海上観光 ・(株)JTB青森支店 ・(株)JTBコミュニケーションデザイン (観光振興) ・下北観光協会連合会 ・むつ市観光協会 ・大畑町観光協会 ・川内町観光協会 ・むつ市脇野沢地区観光協会 ・大間町観光協会 ・東通村観光協会 ・風間浦村観光協会 ・佐井村観光協会 ・横浜町観光協会 ・青森県商工会連合会下北分室 ・むつ商工会議所 ・むつ市川内町商工会 ・大畑町商工会 ・横浜町商工会 ・大間町商工会 ・東通村商工会 ・風間浦村商工会 ・佐井村商工会 ・(公社)青森県観光国際交流機構 ・(一社)東北観光推進機構	

	<p>(特産品開発等)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・(公社)下北物産協会 ・青森県産業技術センター下北ブランド研究所 <p>(事業支援)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・リサイクル燃料貯蔵(株) 						
<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>【該当する登録要件、】</p> <p>(概要)</p> <p>会員である各自治体代表者、商工会議所等団体代表者、交通事業者等代表者で構成される定時総会を開催している。</p> <p>宿泊、交通、物産等、目的・テーマ・事業別に関連する事業者等による会議を都度開催し、合意形成を図っている。</p> <p>〔参考〕登録要件</p> <p>取締役、理事など観光地域づくり法人の意思決定に関与できる立場で行政、文化、スポーツ、農林漁業、交通等の幅広い分野の関係団体の代表者が参画観光地域づくり法人が主導して行政や関係団体をメンバーとするワーキンググループなどの委員会等を設置</p>						
<p>地域住民に対する観光地域づくりに関する意識啓発・参画促進の取組</p>	<p>当法人の取組等を随時地元メディアへのプレスリリースを行い、新聞、テレビ等でPRしている。</p> <p>要望に応じて、下北の観光地域づくりと当社の取組についての出前講座を実施している。</p> <p>コミュニティFMのラジオ放送にて随時取組をPRしている。</p> <p>観光に対する住民の関心・満足度を調査するため、インターネットを使ったアンケート調査を実施している。</p>						
<p>法人のこれまでの活動実績</p>	<p>【活動の概要】</p> <table border="1" data-bbox="368 1160 1342 1933"> <thead> <tr> <th data-bbox="368 1160 552 1205">事業</th> <th data-bbox="552 1160 1342 1205">実施概要</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="368 1205 552 1648"> <p>情報発信・プロモーション</p> </td> <td data-bbox="552 1205 1342 1648"> <ul style="list-style-type: none"> ・令和3年度～令和4年度 小規模宿泊施設における観光誘客促進事業 下北の魅力を確認し、対外的に発信してもらうため、関係者（海外の旅行会社（日本駐在員）ランドオペレーター、雑誌社等、在留外国人、首都圏若年層等）を招聘し、モニターツアーを実施した。 また小規模宿泊施設の専用ランディングページを作成し、情報発信を行った。 ・令和2年度～令和5年度 物販関連事業（継続中） 令和2年度より、当地域の食材等を購入できるよう物販事業に取り組み、3年度には菜の花ソースも販売。今後も物販を通じ、地域商品のPRを図っていく。 </td> </tr> <tr> <td data-bbox="368 1648 552 1933"> <p>受入環境の整備</p> </td> <td data-bbox="552 1648 1342 1933"> <ul style="list-style-type: none"> ・令和2年度～令和5年度 ドライブ観光推進事業（継続中） 令和2年度より取り組んでいるドライブ観光推進にあたり、下北名産センターにて「浜焼き」を展開し、観光消費ポイントを確立させた。 令和5年度は更なる消費ポイント拡充のため、道の駅よこはま（菜の花プラザ）や漁港を活用した拠点づくりに取り組んでいく。 </td> </tr> </tbody> </table>	事業	実施概要	<p>情報発信・プロモーション</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・令和3年度～令和4年度 小規模宿泊施設における観光誘客促進事業 下北の魅力を確認し、対外的に発信してもらうため、関係者（海外の旅行会社（日本駐在員）ランドオペレーター、雑誌社等、在留外国人、首都圏若年層等）を招聘し、モニターツアーを実施した。 また小規模宿泊施設の専用ランディングページを作成し、情報発信を行った。 ・令和2年度～令和5年度 物販関連事業（継続中） 令和2年度より、当地域の食材等を購入できるよう物販事業に取り組み、3年度には菜の花ソースも販売。今後も物販を通じ、地域商品のPRを図っていく。 	<p>受入環境の整備</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・令和2年度～令和5年度 ドライブ観光推進事業（継続中） 令和2年度より取り組んでいるドライブ観光推進にあたり、下北名産センターにて「浜焼き」を展開し、観光消費ポイントを確立させた。 令和5年度は更なる消費ポイント拡充のため、道の駅よこはま（菜の花プラザ）や漁港を活用した拠点づくりに取り組んでいく。
事業	実施概要						
<p>情報発信・プロモーション</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・令和3年度～令和4年度 小規模宿泊施設における観光誘客促進事業 下北の魅力を確認し、対外的に発信してもらうため、関係者（海外の旅行会社（日本駐在員）ランドオペレーター、雑誌社等、在留外国人、首都圏若年層等）を招聘し、モニターツアーを実施した。 また小規模宿泊施設の専用ランディングページを作成し、情報発信を行った。 ・令和2年度～令和5年度 物販関連事業（継続中） 令和2年度より、当地域の食材等を購入できるよう物販事業に取り組み、3年度には菜の花ソースも販売。今後も物販を通じ、地域商品のPRを図っていく。 						
<p>受入環境の整備</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・令和2年度～令和5年度 ドライブ観光推進事業（継続中） 令和2年度より取り組んでいるドライブ観光推進にあたり、下北名産センターにて「浜焼き」を展開し、観光消費ポイントを確立させた。 令和5年度は更なる消費ポイント拡充のため、道の駅よこはま（菜の花プラザ）や漁港を活用した拠点づくりに取り組んでいく。 						

		<p>また、近年の個人旅行指向に対応するため、「ぐるりんタクシー」というタクシー乗り放題プランも引き続き販売していく。</p>																																																																												
	<p>観光資源の磨き上げ</p>	<p>・令和3年度～令和5年度 ディープ・コンテンツ造成事業（継続中） 令和4年度に2件の着地型体験コンテンツの造成・販売を行った。令和5年度は更なる観光コンテンツの開発に加え、新規市場開拓及び国内外への販路拡大を図る。</p>																																																																												
	<p>【定量的な評価】</p>																																																																													
	<table border="1"> <thead> <tr> <th>項目</th> <th>年</th> <th>2019年</th> <th>2020年</th> <th>2021年</th> <th>2022年</th> <th>2023年</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="2">観光消費額（百万円）</td> <td>目標</td> <td>8,238</td> <td>8,650</td> <td>7,064</td> <td>7,800</td> <td>8,536</td> </tr> <tr> <td>実績</td> <td>8,536</td> <td>6,328</td> <td>6,363</td> <td>8,485</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td rowspan="2">宿泊者数（人）</td> <td>目標</td> <td>257,000</td> <td>269,850</td> <td>206,234</td> <td>220,881</td> <td>235,529</td> </tr> <tr> <td>実績</td> <td>235,529</td> <td>191,587</td> <td>200,199</td> <td>246,184</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td rowspan="2">来訪者満足度（%）</td> <td>目標</td> <td>89.4</td> <td>93.9</td> <td>89.8</td> <td>94.9</td> <td>100.0</td> </tr> <tr> <td>実績</td> <td>88.6</td> <td>84.7</td> <td>79.4</td> <td>80.9</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td rowspan="2">HPページビュー（件）</td> <td>目標</td> <td>78,450</td> <td>86,295</td> <td>300,000</td> <td>330,000</td> <td>363,000</td> </tr> <tr> <td>実績</td> <td>151,531</td> <td>191,616</td> <td>259,722</td> <td>364,362</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td rowspan="2">リピーター率（%）</td> <td>目標</td> <td>46.3</td> <td>48.6</td> <td>51.0</td> <td>53.6</td> <td>56.3</td> </tr> <tr> <td>実績</td> <td>46.8</td> <td>73.8</td> <td>81.2</td> <td>61.4</td> <td>-</td> </tr> </tbody> </table>						項目	年	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年	観光消費額（百万円）	目標	8,238	8,650	7,064	7,800	8,536	実績	8,536	6,328	6,363	8,485	-	宿泊者数（人）	目標	257,000	269,850	206,234	220,881	235,529	実績	235,529	191,587	200,199	246,184	-	来訪者満足度（%）	目標	89.4	93.9	89.8	94.9	100.0	実績	88.6	84.7	79.4	80.9	-	HPページビュー（件）	目標	78,450	86,295	300,000	330,000	363,000	実績	151,531	191,616	259,722	364,362	-	リピーター率（%）	目標	46.3	48.6	51.0	53.6	56.3	実績	46.8	73.8	81.2	61.4	-
項目	年	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年																																																																								
観光消費額（百万円）	目標	8,238	8,650	7,064	7,800	8,536																																																																								
	実績	8,536	6,328	6,363	8,485	-																																																																								
宿泊者数（人）	目標	257,000	269,850	206,234	220,881	235,529																																																																								
	実績	235,529	191,587	200,199	246,184	-																																																																								
来訪者満足度（%）	目標	89.4	93.9	89.8	94.9	100.0																																																																								
	実績	88.6	84.7	79.4	80.9	-																																																																								
HPページビュー（件）	目標	78,450	86,295	300,000	330,000	363,000																																																																								
	実績	151,531	191,616	259,722	364,362	-																																																																								
リピーター率（%）	目標	46.3	48.6	51.0	53.6	56.3																																																																								
	実績	46.8	73.8	81.2	61.4	-																																																																								
<p>実施体制 地域の関係者との連携体制及び地域における合意形成の仕組みが分かる図表等を必ず記入すること（別添可）</p>	<p>【実施体制の概要】</p>																																																																													
	<p>（一社）しもきたTABIあしすとが中心となり、観光関連業者、ジオパーク関連業者、交通業者、地域振興関連業者、地域住民等の多種多様な関係者との調整を行い、広域地域6市町村の自治体と連携した運営をする。</p>																																																																													
	<p>【実施体制図】</p>																																																																													
	<div style="background-color: #0070C0; color: white; text-align: center; padding: 5px; margin-bottom: 10px;"> 一般社団法人しもきたTABIあしと 観光地域づくり法人実施体制図 </div> <div style="display: flex; justify-content: space-between; margin-top: 20px;"> <div style="width: 45%;"> <ul style="list-style-type: none"> ・行政 ・ジオパーク推進協議会 ・大学、研究機関 ・観光協会 ・商工会議所、商工会 ・青年会議所 ・漁協、農協 ・宿泊関係事業者 ・飲食関係事業者 ・交通関係事業者 </div> <div style="width: 45%;"> <ul style="list-style-type: none"> ・物販関係事業者 ・まちづくり団体 ・NPO ・文化団体 ・郷土料理保存会 ・ものづくり体験提供者 ・漁師、農家 ・住民ガイド 等 </div> </div>																																																																													

2. 観光地域づくり法人がマネジメント・マーケティングする区域

【区域の範囲が分かる図表を挿入】



【区域設定の考え方】

当組織の前身である下北観光協議会は、昭和43年に下北半島国立公園に指定されたことを契機に、現在のむつ市、大間町、東通村、風間浦村、佐井村と民間5団体が構成された組織であり、その後、平成12年に横浜町が加入して以来、6市町村の地域が連携した観光振興策を実施してきたところである。

マグロが有名な大間町、日本有数の菜の花畑を有する横浜町、日本一の砂丘がある東通村、波と風雨がつくりあげた神秘的な景勝地・仏ヶ浦を有する佐井村には宿泊施設が少なく、大型宿泊施設は下風呂温泉がある風間浦村やむつ市に立地しており、1つの自治体では滞在型観光が成り立たないことから当該市町村で連携した区域設定とするのが適切である。

また、平成28年に青森県単独では初となる「下北ジオパーク」の認定を受け、地域一丸となって地域振興を推進している。

【観光客の実態等】

	観光客入込数(人)	対前年比(%)	宿泊者数(人泊)	対前年比(%)
平成26年	1,677,338	-	151,370	-
平成27年	1,741,990	103.9%	164,787	108.9%
平成28年	1,904,910	109.4%	158,796	96.4%
平成29年	1,803,717	94.7%	235,327	148.2%
平成30年	1,751,910	97.1%	244,807	104.0%
令和元年	1,786,142	101.9%	235,529	96.2%
令和2年	973,553	54.5%	191,587	81.3%
令和3年	1,022,699	105%	200,199	104.4%
令和4年	-	-	-	-

観光入込客数は、平成28年3月26日の北海道新幹線開業により増加したが、その後は、微減若しくは横ばいで推移している。宿泊者数については増加から横ばい傾向に推移。(28年の宿泊者数減少は大型ホテル1軒閉館による。29年の大幅増加は対象ホテル軒数増のため。)令和2年は、新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、入込数、宿泊者数ともに大幅に減少した。令和3年はやや回復傾向にある。

【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】

	むつ市	横浜町	大間町	東通村	風間浦村	佐井村
観 光 施 設	<ul style="list-style-type: none"> ・恐山 ・釜臥山展望台 ・北の防人大湊 ・むつ来さまい館 ・むつ科学技術館 ・道の駅かわうち湖 ・道の駅わきのさわ ・奥薬研修景公園レストハウス 	<ul style="list-style-type: none"> ・道の駅よこはま菜の花プラザ ・トラベルプラザンジャン 	<ul style="list-style-type: none"> ・大間崎レストハウス ・北通り総合文化センターウイング ・海峡保養センター ・西吹付山展望台 	<ul style="list-style-type: none"> ・尻屋崎灯台 ・野牛川レストハウス ・トトギレッジ ・東通村歴史民俗資料館 	<ul style="list-style-type: none"> ・海峡いさりび公園 ・メリアルロード ・活イカ備蓄センター ・ふのりちゃん 	<ul style="list-style-type: none"> ・津軽海峡文化館アルガス ・ケンハウス&がんかけキャンプ場 ・森林体験館フォレストパーク
温 泉	<ul style="list-style-type: none"> ・湯野川温泉郷 ・薬研温泉、奥薬研温泉 	<ul style="list-style-type: none"> ・よこはま温泉 	<ul style="list-style-type: none"> ・大間温泉 	<ul style="list-style-type: none"> ・野花菖蒲の里 	<ul style="list-style-type: none"> ・下風呂温泉郷 ・桑畑温泉 	
自 然	<ul style="list-style-type: none"> ・釜臥山 ・宇曽利山湖 ・薬研溪流 ・川内川渓谷 ・七引園地 	<ul style="list-style-type: none"> ・吹越烏帽子 ・ホタル 	<ul style="list-style-type: none"> ・大間崎 ・津鼻崎 	<ul style="list-style-type: none"> ・尻屋崎 ・猿ヶ森ヒバの埋没林 ・北部海岸 	<ul style="list-style-type: none"> ・立石大明神の巨石 	<ul style="list-style-type: none"> ・仏ヶ浦 ・願掛岩 ・縫道石山
歴 史 ・ 文 化	<ul style="list-style-type: none"> ・能舞 ・べこもち ・斗南藩 ・海軍 ・奥内歌舞伎 	<ul style="list-style-type: none"> ・横浜八幡神社 ・能舞 	<ul style="list-style-type: none"> ・大間鉄道 ・べこもち 	<ul style="list-style-type: none"> ・能舞 ・餅つき踊り ・べこもち ・寒立馬 	<ul style="list-style-type: none"> ・漁り火 ・べこもち ・新島裏 	<ul style="list-style-type: none"> ・福浦の歌舞伎 ・おこもり ・南部裂き織り
イ ベ ント	<ul style="list-style-type: none"> ・むつ桜まつり ・恐山大祭、恐山秋詣り ・むつ市花火大会 ・大湊ネプタ ・田名部祭り ・川内祭り ・大畑祭り ・脇野沢祭り 	<ul style="list-style-type: none"> ・菜の花フェスティバル ・横浜町ふるさとのまつり ・ホタル&湧き水まつり 	<ul style="list-style-type: none"> ・大漁祈願祭、天妃様行列 ・ブルマリンフェスティバル 	<ul style="list-style-type: none"> ・そば街道まつり ・ひがしどおり来さまいフェスタ 	<ul style="list-style-type: none"> ・元祖烏賊様レース ・ゆかい村海鮮どんぶりまつり ・ゆかい村鮫鱈まつり ・風間浦鮫鱈感謝祭 	<ul style="list-style-type: none"> ・佐井村うに祭り ・佐井村夏まつり ・箭根森八幡宮例大祭
グ ル メ	<ul style="list-style-type: none"> ・陸奥湾ホタテ ・海峡サーモン ・真鱈 ・海軍グルメ 	<ul style="list-style-type: none"> ・陸奥湾ホタテ ・横浜なまこ 	<ul style="list-style-type: none"> ・大間まぐろ ・陸マグロ(大間牛) 	<ul style="list-style-type: none"> ・ヒラメ ・東通牛 ・東通そば ・外海ホタテ ・ブルーベリー 	<ul style="list-style-type: none"> ・風間浦鮫鱈 ・イカ ・布海苔 	<ul style="list-style-type: none"> ・うに ・もずく

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

	宿 泊 施 設 数				客 室 数				収 容 人 数			
	ホ テ ル	旅 館	民 宿	ユ ー ス ホ ス テ ル	ホ テ ル	旅 館	民 宿	ユ ー ス ホ ス テ ル	ホ テ ル	旅 館	民 宿	ユ ー ス ホ ス テ ル
むつ市	9	14	18	1	748	147	173	5	1,012	444	420	12
横浜町	-	-	5	-	-	-	38	-	-	-	118	-
大間町	2	3	7	-	120	32	56	-	240	85	133	-
東通村	1	5	2	-	29	91	8	-	31	135	220	-
風間浦 村	2	6	1	-	67	60	9	-	260	171	26	-
佐井村	-	1	5	-	-	6	40	-	-	20	132	-
合 計	14	29	38	1	964	336	324	5	1,543	855	1,049	12

【利便性：区域までの交通、域内交通】

区域までの交通

○空路

東京（羽田空港）～青森空港 約75分

東京（羽田空港）～三沢空港 約75分

○鉄路

東京駅～八戸駅～下北駅 約4時間42分

○海路

函館港～大間港 約90分

青森港～脇ノ沢港 約55分

蟹田港～脇ノ沢港 約60分

○道路

浦和IC～安代JC～八戸北IC～下北半島（横浜町） 約713km

○高速バス

東京～むつ市 約12時間

域内交通



【外国人観光客への対応】

- ・ 翻訳機能付きウェブサイト運営
- ・ 外国語表記対応（英語、中国語繁体字、韓国語）の観光パンフレットを作成
- ・ 「下北観光案内所」で、外国語での案内が可能な職員を配置し、Wi-Fi 環境整備・タッチパッド導入による外国人向け案内サービスをしている（JNTO 認定 カテゴリー 対応）
- ・ 同施設の多言語電話通訳サービス導入
- ・ インバウンド向けプロモーションビデオ制作

（今後の取り組み）

- ・ 令和 2 年度から概ね 5 年後を目標に、連携している交通・宿泊・飲食関連事業者等とともに地域内の英語表記化に取り組んでいる。
- ・ 令和 2 年度から概ね 5 年後を目標に、商工会議所、各事業者等との連携により関連する事業者全体のキャッシュレス化に取り組んでいる。
- ・ 令和 2 年度から概ね 5 年後を目標に多言語対応ガイドの 5 名の育成確保に取り組み、現在 1 名。
- ・ 令和 2 年度から概ね 5 年後を目標に交通事業者と連携しタクシー、レンタカーを利用したプラン開発を進め、令和 4 年度にタクシー乗り放題プランを造成し販売している。
- ・ 令和 3 年度からインバウンドを含む観光客誘致を強化するため、下北エリアの小規模宿泊施設（民宿・旅館）の有志が連携し、小規模宿泊施設の“国際ブランド化”の実現に向けて進めている。
- ・ 令和 3 年度から概ね 2 年後を目標にインバウンド向け着地型旅行商品のコンテンツ開発を行っている。

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
旅行消費額	来訪者の消費活動の動向を分析し、消費単価向上に繋げるため。	観光施設においてアンケート調査を実施
延べ宿泊者数	宿泊者数の推移を把握するため。	青森県観光入込客統計の活用 6市町村調査観光入込客数活用
来訪者満足度	来訪者の満足（不満足）に繋がっている要因を分析し、戦略立案に繋げるため。	観光施設においてアンケート調査を実施
リピーター率	リピーター顧客の動向を把握し、戦略立案に繋げるため。	観光施設においてアンケート調査を実施

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。	自社 HP のシステムを活用
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。	アンケート調査を実施。

4 . 戦略

(1) 地域における観光を取り巻く背景

地域経済、社会等の状況を踏まえた観光地域づくりの背景

下北地域は、人口減少と少子高齢化の進行が顕著で、産業・交通・情報通信等の基盤整備面での立ち遅れは改善されていない。これまで地域経済をけん引してきた農林水産業は、近年の食の安全や健康志向からその関心は高まってはいるものの生産者の高齢化や担い手不足から構造的な脆弱化が進んでいる。このような課題に対応するため、当法人が中心となり下北ジオパークを活かしたコンテンツなど、新たな観光戦略を実行し、それにより一定の効果が見えてきた。しかし、突如流行した新型コロナウイルス感染症の影響により、観光客が激減し、観光地域づくりは大きく後退した。この状況を打破するためには、本格的な国際観光再開に向け、訪日外国人向けコンテンツを造成し、ターゲットとしている英語圏市場及び台湾市場の旅行会社へ紹介することにより現地旅行会社による旅行商品造成を促していく必要がある。

(2) 地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	<p>強み (Strengths)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 2016年、青森県内単独では初となる「下北ジオパーク認定」 ・ 日本三大霊場「恐山」 ・ 国指定天然記念物「仏ヶ浦」 ・ 「大間マグロ」「風間浦鮫鱈」のブランド力の強さ ・ 特徴が異なる3つの海に囲まれていることによる豊富な海の幸 ・ 地域によって泉質・泉温・効能の異なる、多種多様な温泉を味わえる ・ 本州最北の地(半島) 	<p>弱み (Weaknesses)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 首都圏からの移動時間の長さや費用 ・ 2次交通不足と広域にまたがる観光地 ・ 冬期間の観光施設の閉鎖 ・ 外国人受け入れ体制の不備 ・ 施設の老朽化 ・ 体験やアクティビティが少ない
外部環境	<p>機会 (Opportunity)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 訪日外国人に人気の函館からのアクセスの良さ(津軽海峡フェリー) ・ 青森空港の就航路線拡大(中国直行便就航、韓国直行便増便) ・ 北海道新幹線開業 ・ 超高齢社会によるシニア世代の増加 ・ 訪日外国人客数の増加 ・ F I T 増加による旅行形態の変化(都市→地方) 	<p>脅威 (Threat)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 自然環境(雪) ・ 北海道新幹線開業により函館への観光客流出 ・ 人口減少や少子化による観光客数の減少 ・ 若者世代の都心への流出による後継者不足、労働者不足問題 ・ コロナ感染症による観光客数低下

上記に加え、P E S T 分析等の他のマーケティング分析手法を用いて分析を行っている場合は、その内容を記入(様式自由)。

(3) ターゲット

第1ターゲット層

首都圏・東北管内、50代からのシニア層

選定の理由

下北エリア宿泊施設設置型アンケートの結果、50代～60代が半数以上、来訪者は首都圏が4割・東北が3割を占めていることがわかった。東北・北海道新幹線の利便性を活かし、時間的・金銭的に余裕のあるシニア層をターゲットにし、滞在日数を増やし、旅行消費額を増加させることを目的として選定した。

また、日本三大霊場に数えられる「恐山」への訪問を目的として下北を来訪する旅行客の長期滞在を実現させる。

取組方針

- ・下北ジオパーク推進協議会と連携し、下北ジオパークの大自然、それがもたらす豊富な食材、そこに生きる人々の営みを融合させることで、ストーリー性を持たせ、特異な地質地形とそこから生まれた文化的側面にまで踏み込んだ「下北ジオパークツアー」や下北半島ならではの絶景と美食を融合させ、さらにはサステナブルでエシカルな下北人の美しい暮らしをも想起させる「下北ジオダイニング」など他地域と差別化を図った着地型旅行商品を造成・販売する。
- ・滞在時間・日数を延長させるための体験プログラムの開発や着地型旅行商品を造成・販売する。
- ・誘客キャンペーンやメディアを利用して効果的なPR活動を行う。
- ・下北の主要な観光名所を巡る自社旅行商品「ぐるりんしもきた号」の宣伝活動を強化させる。
 - ・津軽海峡フェリーや北海道新幹線を利用した「青函周遊ルート」を形成し、誘客を図る。

第2ターゲット層

台湾を中心とした東・東南アジア（香港、中国等）FIT・長期滞在・リピーター型

選定の理由

2019年3月策定「青森県観光戦略」より、県の外国人延べ宿泊者数の約80%（2017年時）を占める東アジア地域を、観光需要を積極的に獲得する重点地域とした指針を定めており、下北単独ではなく、青森県と連携した誘客戦略が可能である。また、FF-Data（訪日外国人流動データ）の概要と利用例（2021年国土交通省）によると、北海道内周遊は韓国・台湾・中国を中心にアジア国籍が約8～9割を占めており、近隣の人気観光地「函館」からフェリーを使って90分で下北を訪れられる利便性を活かした「青函周遊ルート」の形成、函館空港、新規就航路線や既存路線の増便が期待されている青森空港や仙台空港をはじめとした東北管内の地方空港を利用した「東北周遊ルート」の形成を図ることとして選定した。

取組方針

- ・下北ジオパーク推進協議会と連携し、下北ジオパークの大自然、それがもたらす豊富な食材、そこに生きる人々の営みを融合させることで、ストーリー性を持たせ、特異な地質地形とそこから生まれた文化的側面にまで踏み込んだ「下北ジオパークツアー」や下北半島ならではの絶景と美食を融合させ、さらにはサステナブルでエシカルな下北人の美しい暮らしをも想起させる「下北ジオダイニング」など他地域と差別化を図った着地型旅行商品を造成・販売する。
- ・地域内観光案内所の外国人観光案内所への登録促進、地域事業者と連携したHP・SNS等の多言語化などにより、受入体制整備の強化を図る。
- ・滞在時間・日数を延長させるため、外国人旅行者に対応した体験プログラムの開発や着地型旅行商品を造成・販売する。
- ・津軽海峡フェリーや北海道新幹線を利用した「青函周遊ルート」を形成し、誘客を図る。
- ・（公社）青森県観光国際交流機構等他団体と連携し、東北管内の地方空港や函館空港を利用した「東北周遊ルート」を形成し、誘客を図る。
- ・下北エリアの小規模宿泊施設の有志が連携し、全国に先駆けてその魅力を発信することにより、訪日外国人旅行者を含む観光客の下北への誘致を強化し、小規模宿泊施設の持続的な発展につなげ、その成功モデルを全国に向けて発信し、普及させていく。

(4) 観光地域づくりのコンセプト

コンセプト	<p>下北ジオ・ガストロノミー・ツーリズム ~ 海と大地が育む景観美・人間美・美食の半島 ~</p>
コンセプトの考え方	<p>下北ジオパークに認定されている本州最北端の下北半島は、その特異な地形・地質や自然条件が創り出した唯一無二の景観と、その環境が育んだ豊かな食材が大きな魅力となっている。</p> <p>さらに、自然環境を守りながら、サステナブルでエシカルな暮らしを紡いできた下北人の高い精神性と信仰心が生み出した特異な生活文化を融合させることで、独自の観光地域づくりを推進するものである。</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 頻度が分かるよう記入すること。	戦略の共有方法について記入すること DMOが中心となり、都度開催する宿泊、交通、物産等、目的・テーマ・事業別の関連事業者等による会議にて戦略を共有する。 ・開催頻度は、令和3年～令和4年度の2年間で、ドライブ観光推進会議5回、小規模宿泊施設事業者連絡会議5回、地域のちからプロジェクト会議6回、会員担当者会議10回など。
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	<ul style="list-style-type: none"> ・域内調達と旅行後消費を増やすための活動 ・観光客アンケートのデジタル化と会議での分析結果共有 ・観光人材育成とガイドのレベル維持 ・体験商品予約・在庫管理システム活用
観光客に対する地域一体となった戦略に基づく一元的な情報発信・プロモーション	<ul style="list-style-type: none"> ・会員からの観光関連情報集約の仕組み構築 ・下北観光案内所によるきめ細やかな観光案内サービスの維持と向上 ・ウェブサイトのポータル化とSNSを活用した情報の即時性向上 ・SNS広告を活用した特定ターゲット毎のプロモーション実施

各取組について、出来る限り具体的に記入すること。

6 . K P I (実績・目標)

戦略や個別の取組を定期的に確認・改善するため、少なくとも今後3年間における明確な数値目標を記入すること。

既に指標となりうる数値目標を設定している場合には、最大で過去3年間の実績も記入すること。

(1) 必須KPI

指標項目		2020 (R2) 年度	2021 (R3) 年度	2022 (R4) 年度	2023 (R5) 年度	2024 (R6) 年度	2025 (R7) 年度
旅行消費額 (百万円)	目標	8,650 ()	7,064 ()	7,800 ()	8,536 ()	9,389 ()	10,327 ()
	実績	6,328 ()	6,363 ()	8,485 ()			
延べ宿泊者数 (千人)	目標	269,850 ()	206,234 ()	220,881 ()	235,529 ()	249,660 ()	262,143 ()
	実績	191,587 ()	200,199 ()	246,184 ()			
来訪者満足度 (%)	目標	93.9 ()	89.8 ()	94.9 ()	100 ()	100 ()	100 ()
	実績	84.7 ()	79.4 ()	80.9 ()			
リピーター率 (%)	目標	48.6 ()	51.0 ()	53.6 ()	56.2 ()	59.0 ()	61.0 ()
	実績	73.8 ()	81.2 ()	61.4 ()			

括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値

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】

新型コロナウイルス感染症拡大の影響で落ち込んだ観光需要を、2023年度で2019年度と同程度まで回復させる。2024年度以降は、従来通りの考え方で目標値を設定。

【設定にあたっての考え方】

旅行消費額

2023年度で2019年度と同程度へ回復。2024年度より毎年度、対前年度比5%の増加を目標値として設定。

延べ宿泊者数

2023年度で2019年度と同程度へ回復。2024年度より毎年度、対前年度比5%の増加を目標値として設定。

来訪者満足度

毎年度、対前年度比5%の増加を目標値として設定。R5年度に100%を目指すこととした。

リピーター率

毎年度、対前年度比5%の増加を目標値として設定。(2020年度及び2021年度の実績値は、県内在住者を対象とした宿泊キャンペーン等の実施による効果であるため、目標値に変更無し)

(2) その他の目標

指標項目		2020 (R2) 年度	2021 (R3) 年度	2022 (R4) 年度	2023 (R5) 年度	2024 (R6) 年度	2025 (R7) 年度
ぐるりんしもきた号乗車数 (人)	目標	756 ()	794 ()	410 ()	260 ()	260 ()	260 ()
	実績	0(中止) ()	0(中止) ()	249 ()			
当社 HP アクセス数 (ページビュー数)(回)	目標	86,295 ()	300,000 ()	330,000 ()	363,000 ()	399,300 ()	439,230 ()
	実績	191,616 ()	259,722 ()	364,362 ()			
当社 FB フォロワー数 (件)	目標	1,320 ()	1,452 ()	1,597 ()	1,848 ()	2,032 ()	2,235 ()
	実績	1,385 ()	1,450 ()	1,760 ()			
下北観光案内所利用者数 (人)	目標	15,225 ()	15,986 ()	9,835 ()	12,876 ()	13,519 ()	14,194 ()
	実績	6,794 (43)	6,465 (48)	12,235 (64)			
観光は全体的に地域へ良い影響を与えているか(%)	目標	- ()	40.0 ()	42.0 ()	44.0 ()	46.0 ()	47.0 ()
	実績	38.0 ()	40.0 ()	42.0 ()			

括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値
各指標項目の単位を記入すること。

指標項目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】

ぐるりんしもきた号乗車数

2022年度は、収益性を重視した新しい形態で運行を再開。2023年度以降は、2022年度の結果を踏まえ、目標値を再設定した。

当社 HP アクセス数(ページビュー数)

2021年春より新webサイトを公開したため、2021年度の目標値を見直し。2022年度より、毎年度、対前年度比10%の増加を目標値として設定。

当社 FB フォロワー数

毎年度、対前年度比10%の増加を目標値として設定。

下北観光案内所利用実績数

2023年度で2019年度と同程度へ回復。2024年度より毎年度、対前年度比5%の増加を目標値として設定。

観光は全体的に地域へ良い影響を与えているか

毎年度、対前年度比2%の増加を目標値として設定

7. 活動に係る運営費の額及び調達方法の見通し

少なくとも今後3年間について、計画年度毎に(1)収入、(2)支出を記入すること。
現に活動している法人にあっては、過去3年間の実績も記入すること。

(1) 収入

年(年度)	総収入(円)	内訳(具体的に記入すること)	
2020(R2) 年度	58,224千円	【会員からの負担金】	32,242千円
		【会員からの会費】	740千円
		【収益事業収入】	18,803千円
		【繰越金収入】	2,641千円
		【その他】	3,798千円
2021(R3) 年度	131,856千円	【会員からの負担金】	31,454千円
		【会員からの会費】	710千円
		【収益事業収入】	77,778千円
		【繰越金収入】	5,885千円
		【その他】	16,029千円
2022(R4) 年度	130,926千円	【会員からの負担金】	25,298千円
		【会員からの会費】	680千円
		【収益事業収入】	78,162千円
		【繰越金収入】	14,436千円
		【その他】	12,350千円
2023(R5) 年度	82,908千円	【会員からの負担金】	24,698千円
		【会員からの会費】	650千円
		【収益事業収入】	26,552千円
		【繰越金収入】	9,355千円
		【その他】	21,653千円
2024(R6) 年度	82,908千円	【会員からの負担金】	24,698千円
		【会員からの会費】	650千円
		【収益事業収入】	26,552千円
		【繰越金収入】	9,355千円
		【その他】	21,653千円
2025(R7) 年度	82,908千円	【会員からの負担金】	24,698千円
		【会員からの会費】	650千円
		【収益事業収入】	26,552千円
		【繰越金収入】	9,355千円
		【その他】	21,653千円

(2) 支出

年(年度)	総支出	内訳(具体的に記入すること)
2020(R2) 年度	58,224千円	【旅行商品事業】 4,311千円 【観光PR事業】 1,119千円 【広域パンフレット制作費】 5,505千円 【その他事業費】 22,048千円 【一般管理費】 25,241千円
2021(R3) 年度	131,856千円	【旅行商品事業】 2,234千円 【観光PR事業】 2,884千円 【広域パンフレット制作費】 6,377千円 【その他事業費】 110,124千円 【一般管理費】 10,237千円
2022(R4) 年度	130,926千円	【旅行商品事業】 5,375千円 【観光PR事業】 6,706千円 【広域パンフレット制作費】 5,500千円 【その他事業費】 103,575千円 【一般管理費】 9,770千円
2023(R5) 年度	82,908千円	【旅行商品事業】 6,512千円 【観光PR事業】 5,462千円 【広域パンフレット制作費】 4,890千円 【その他事業費】 58,700千円 【一般管理費】 7,344千円
2024(R6) 年度	82,908千円	【旅行商品事業】 6,512千円 【観光PR事業】 5,462千円 【広域パンフレット制作費】 4,890千円 【その他事業費】 58,700千円 【一般管理費】 7,344千円
2025(R7) 年度	82,908千円	【旅行商品事業】 6,512千円 【観光PR事業】 5,462千円 【広域パンフレット制作費】 4,890千円 【その他事業費】 58,700千円 【一般管理費】 7,344千円

(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

<ol style="list-style-type: none"> 1. 着地型旅行商品の企画・販売による旅行業収入 2. 宿泊手配等の手数料収入 3. 観光宣伝物・広告媒体などによる出版業務収入 4. ECサイトでの物販収入 5. 会員からの負担金・会費の確保 6. ふるさと納税関連業務の受託事業 7. その他受託事業

8. 観光地域づくり法人形成・確立に対する関係都道府県・市町村の意見

<p>青森県むつ市、横浜町、大間町、東通村、風間浦村、佐井村は、一般社団法人しもきたTABIあしすとが当該市町村における地域連携DMOとして引き続き活動していくことについて同意いたします。</p>
--

9. マネジメント・マーケティング対象区域が他の地域連携DMO（県単位以外）や地域DMOと重複する場合の役割分担について（重複しない場合は記載不要）

--

10. 記入担当者連絡先

担当者氏名	大下 彩也香
担当部署名（役職）	一般社団法人しもきたTABIあしすと
郵便番号	035 - 8686
所在地	青森県むつ市中央1丁目8番1号
電話番号（直通）	0175 - 31 - 1270
FAX番号	0175 - 23 - 7960
E-mail	shimokita@kasamai-shimokita.or.jp

11. 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	むつ市
担当者氏名	眞手 千佳子
担当部署名（役職）	経済部観光・シティプロモーション推進課（総括主幹）
郵便番号	035 - 8686
所在地	青森県むつ市中央1丁目8番1号
電話番号（直通）	0175 - 22 - 1111（代表）
FAX番号	0175 - 22 - 1373
E-mail	mate_chikako@city.mutsu.lg.jp

都道府県・市町村名	むつ市
担当者氏名	宮北 健一
担当部署名（役職）	企画政策部ジオパーク推進課（主査）
郵便番号	035 - 8686
所在地	青森県むつ市中央1丁目8番1号
電話番号（直通）	0175 - 22 - 1111（代表）
FAX番号	0175 - 22 - 1373
E-mail	geopark@city.mutsu.lg.jp

都道府県・市町村名	横浜町
担当者氏名	大沢 里奈
担当部署名(役職)	産業振興課 (主査)
郵便番号	039-4145
所在地	青森県上北郡横浜町字寺下35
電話番号(直通)	0175-78-2111(代表)
FAX番号	0175-78-2118
E-mail	rina_osawa@town.yokohama.lg.jp

都道府県・市町村名	大間町
担当者氏名	筑田 慎大
担当部署名(役職)	産業振興課 (主査)
郵便番号	039-4692
所在地	青森県下北郡大間町大字大間字大間104
電話番号(直通)	0175-37-2111(代表)
FAX番号	0175-37-4744
E-mail	shintachikuta@town.ooma.lg.jp

都道府県・市町村名	東通村
担当者氏名	相馬 和史
担当部署名(役職)	商工観光課 (総括主幹)
郵便番号	039-4292
所在地	青森県下北郡東通村大字砂子又字沢内5番地34
電話番号(直通)	0175-27-2111(代表)
FAX番号	0175-27-2130
E-mail	kankou@vill.higashidoori.lg.jp

都道府県・市町村名	風間浦村
担当者氏名	木村 祐生
担当部署名(役職)	産業建設課 (主幹)
郵便番号	039-4502
所在地	青森県下北郡風間浦村大字易国間字大川目28-5
電話番号(直通)	0175-35-2111(代表)
FAX番号	0175-35-2403
E-mail	yuusei_kimura@kazamaura.jp

都道府県・市町村名	佐井村
担当者氏名	相馬 幸太
担当部署名(役職)	総合戦略課 (主事)
郵便番号	039 - 4711
所在地	青森県下北郡佐井村大字佐井字糠森20番地
電話番号(直通)	0175 - 38 - 2111(代表)
FAX番号	0175 - 38 - 2492
E-mail	kouta-s@vill.sai.lg.jp

記入日：令和5年 7月19日

基礎情報

【マネジメント・マーケティング対象とする区域】

青森県、むつ市、横浜町、大間町、東通村、風間浦村、佐井村

【設立時期】平成27年10月1日

【設立経緯】

区域に観光協会があるが、役割分担等をした上でDMO新設

【代表者】理事長 山本知也(むつ市長)

【マーケティング責任者(CMO)】大下 彩也香(専従)

【財務責任者(CFO)】坂井 隆(事務局長)

【職員数】8人(常勤8人(正職員2人・出向等6人))

【主な収入】

収益事業(旅行商品事業等) 約78百万円(R4年度決算)

【総支出】

一般管理費約10百万円、事業費約103百万円(R4年度決算)

【連携する主な事業者】

下北ジオパーク推進協議会・下北交通(株)・津軽海峡フェリー・
下北観光協会連合会・むつ商工会議所(公社)下北物産協会・
リサイクル燃料貯蔵(株)

KPI(実績・目標)

()内は外国人に関するもの。

指標項目		2020 (R2) 年度	2021 (R3) 年度	2022 (R4) 年度	2023 (R5) 年度	2024 (R6) 年度	2025 (R7) 年度
旅行消費額 (百万円)	目標	8,650	7,064	7,800	8,536	9,389	10,327
	実績	()	()	()	()	()	()
延べ宿泊者数 (千人)	目標	269,850	206,234	220,881	235,529	249,660	262,143
	実績	()	()	()	()	()	()
来訪者満足度 (%)	目標	93.9	89.8	94.9	100	100	100
	実績	()	()	()	()	()	()
リピーター率 (%)	目標	48.6	51.0	53.6	56.2	59.0	61.0
	実績	()	()	()	()	()	()

戦略

【主なターゲット】

首都圏・東北管内、50代からのシニア層
台湾を中心とした東・東南アジア(香港、中国等)、FIT・長期
滞在・リピーター型

【ターゲットの誘客に向けた取組方針】

下北ジオパーク推進協議会と連携し、下北ジオパークの大自
然、それがもたらす豊富な食材、そこに生きる人々の営みを融
合させることで、ストーリー性を持たせ、特異な地質地形とそ
から生まれた文化的側面にまで踏み込んだ「下北ジオパークツ
アー」や下北半島ならではの絶景と美食を融合させ、さらには
サステナブルでエシカルな下北人の美しい暮らしをも想起さ
せる「下北ジオダイニング」など他地域と差別化を図った着地型
旅行書品を造成・販売する。

【観光地域づくりのコンセプト】

下北ジオ・ガストロノミー・ツーリズム

具体的な取組

【観光資源の磨き上げ】

・下北ディープコンテンツ造成事業
「Shimokita Deep Experience」と称し、着地型体験コンテンツの開発、
販売を実施

【受入環境整備】

・ドライブ観光推進
「しもきたの小さな郷宿」と称し、小規模宿泊施設のリブランディング、
浜焼き等の消費ポイントの確立・拡充を実施

【情報発信・プロモーション】

・下北の魅力を確認し、対外的に発信してもらうため、関係者(海外の旅行会社(日
本駐在員)、ランドオペレーター、雑誌社等、在留外国人、首都圏若年層等)を招聘し、
モニターツアーを実施

