

## 観光地域づくり法人形成・確立計画

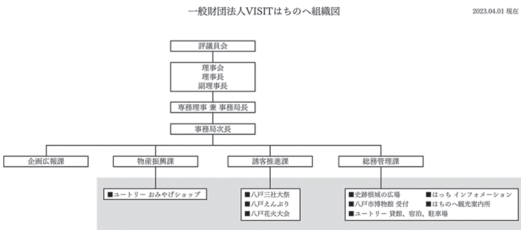
記入日：令和 5 年 7 月 26 日

## 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・ <span style="border: 1px solid black;">地域連携 DMO</span> ・地域 DMO	
観光地域づくり法人の名称	一般財団法人 VISIT はちのへ	
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 八戸市、三戸町、五戸町、田子町、南部町、階上町、新郷村、おいらせ町	
所在地	青森県八戸市	
設立時期	平成 31 年 4 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	84 人【常勤 84 人（正職員 20 人・出向等 8 人、嘱託等 56 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） 塚原 隆市 （出身組織名） （公社）八戸観光コンベンション協会	当団体の合併法人である（公社）八戸観光コンベンション協会、八戸広域観光推進協議会の会長を務めるとともに、当団体合併に向けた組織、事業等を検討する VISIT はちのへ設立準備委員会委員長として当団体設立を強力に牽引。
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） 阿部 寿一「専従」 （出身組織名） 八戸市	令和 3 年 3 月末まで八戸市長に勤務し、観光行政のほか、広報、統計、公営企業事業、議会と幅広い経験と知見を持つ。現在は、専務理事兼事務局長として、データ分析に基づく事業を統括している。
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） 柿本 誠「専従」 （出身組織名） （一財）八戸地域地場産業振興センター	（一財）八戸地域地場産業振興センターに 20 年勤務。現在は、総務管理課長として、これまでの豊富な経験を活かし、自社施設の管理運営をはじめ、持続可能な団体運営のため、運営収支の改善や財源確保に取り組んでいる。
物産振興部門の責任者（専門人材）	（氏名） 木村 聡「専従」 （出身組織名） （公社）八戸観光コンベンション協会	平成 22 年に八戸広域観光推進協議会に入社、平成 25 年に（公社）八戸観光コンベンション協会の観光コーディネーターに就任。これまで、はちのへエリア広域観光戦略策定をはじめ、体験型旅行商品の開発などに携わり、当地域の広域観光振興を牽引。また、平成 15 年に「八戸せんべい汁

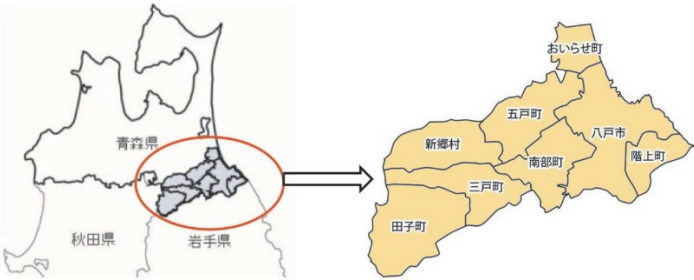
		<p>研究所」を設立し、所長として、当地域ならではの食を活かしたまちづくり活動にも積極的に取り組んでいる。</p> <p>現在は、事務局次長兼物産進行課長として、おみやげショップ及びECショップの運営のほか、ふるさと寄付金業務など、地域産品の振興に取り組んでいる。</p>
誘客部門の責任者 (専門人材)	<p>(氏名) 高村 博現「専従」 (出身組織名) (一財)八戸地域地場産業振興センター</p>	<p>(一財)八戸地域地場産業振興センターに20年勤務。現在は、事務局次長兼誘客推進課長として、当地域の伝統行事である八戸三社大祭、八戸えんぶりなどの行催事の運営及び地域内の観光資源を活用した旅行商品造成支援に取り組んでいる。</p>
連携する地方公共団体の担当部署名及び役割 チェックポイント 組織名称	<ul style="list-style-type: none"> <li>・八戸市観光課(観光誘客) 八戸市商工課(物産振興)</li> <li>・三戸町まちづくり推進課(観光誘客、物産振興)</li> <li>・五戸町総合政策課(観光誘客、物産振興)</li> <li>・田子町商工振興課(観光誘客、物産振興)</li> <li>・南部町商工観光課(観光誘客、物産振興)</li> <li>・階上町産業振興課(観光誘客、物産振興)</li> <li>・新郷村企画商工観光課(観光誘客、物産振興)</li> <li>・おいらせ町商工観光課(観光誘客、物産振興)</li> <li>・青森県観光企画課・誘客推進課(観光誘客)</li> <li>・青森県総合販売戦略課(物産振興)</li> <li>・青森県三八地域県民局地域連携部(観光誘客、物産振興)</li> </ul>	
連携する事業者名及び役割	<p>(観光誘客)</p> <p>鮫観光協会、種差観光協会、南郷観光協会、三戸町観光協会、五戸町観光協会、田子町観光協会、南部町観光協会、はしかみ観光ネットワーク、新郷村観光協会、おいらせ町観光物産協会、八戸ホテル協議会、八戸情報共有会、JR 東日本旅客鉄道盛岡支社、岩手県北バス、八戸市交通部、八戸市タクシー協会、ACプロモート、八食センター、湊日曜朝市会、八戸横丁連合協議会 (物産振興)</p> <p>八戸商工会議所、南郷商工会、三戸町商工会、五戸町商工会(新郷支所含む)、田子町商工会、南部町商工会、階上町商工会、おいらせ町商工会、三八地区商工会連絡協議会、南郷物産協会、八戸水産加工業協同組合連合会</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>【該当する登録要件】</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加)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・圏域内の副市長、副町長及び副村長、物産事業者及び産業団体から構成される評議員会を年3回程度開催し、産業間・地域間での連携を図るために合意形成を行っている。</li> <li>・圏域内の観光物産事業者、宿泊事業者及び金融機関等、多様な民間企業等を中心に構成される理事会を年4回程度開催し、産業間・地域間での連携を図るために合意形成を行っている。</li> <li>・当団体の取組への理解を深めること及び当地域の行政、観光及び商工団体からの意見聴取と情報共有を行うこと目的として、当地域の関係団体により構成される VISIT はちのへ推進部会を年に1回開催している。</li> </ul>	
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	<ul style="list-style-type: none"> <li>・当団体の取組及び観光地域づくりに関する意識啓発を目的として、セミナーを実施。</li> </ul>	

	<ul style="list-style-type: none"> <li>当団体が行っている事業等について、随時地元メディアへのプレスリリースを行い、地元メディアによる記事掲載、テレビ放映、ラジオ放送等を通じて、地域住民に対する意識啓発に努めている。</li> </ul>								
法人のこれまでの活動実績	<p><b>【活動の概要】</b></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th data-bbox="432 383 619 427">事業</th> <th data-bbox="619 383 1409 427">2022 年度（令和 4 年度）実施概要</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="432 427 619 1081">情報発信・プロモーション</td> <td data-bbox="619 427 1409 1081"> <ul style="list-style-type: none"> <li>HP の情報更新や新規ページ作成による情報発信（新規公開 64 ページ、PV 数約 157 万）</li> <li>当エリアの観光・物産等の旬な情報をメディアへプレスリリース（17 回）及び SNS（Facebook、Twitter、LINE）で発信（663 回）。</li> <li>各種観光パンフレット及びポスター制作</li> <li>首都圏メディアとの関係性構築を目的とした訪問（5 社）</li> <li>旅行雑誌や web、テレビ等で活用される当エリアの写真提供やイベント情報等の記事校正対応</li> <li>「八戸 観光」「八戸 お取り寄せ」などのキーワード検索をした当エリアに興味・関心が高い消費者に向けて、様々な媒体による広告配信。</li> <li>英仏及び台湾に現地エージェントを配置し、そのエージェントを通じて現地旅行会社やメディア等へ当圏域の魅力的なコンテンツの内容、宿泊施設、交通手段等を丁寧かつ継続的に説明。（3 市場での記事掲載数 101）</li> <li>当圏域の魅力を広く国内外に伝え、来訪や地域産品の購入に繋げるために必要な観光物産資源の写真及び動画撮影。</li> </ul> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="432 1081 619 1733">受入環境の整備</td> <td data-bbox="619 1081 1409 1733"> <ul style="list-style-type: none"> <li>当圏域の魅力あるスポットの 1 つである三陸復興国立公園種差海岸で活動するガイド育成のために、種差海岸インフォメーションセンターへの来訪者向けガイドプログラムの開催や、受入ガイドの情報交換の実施。</li> <li>種差海岸及び日本最大級の館鼻岸壁朝市へのアクセス向上に向けた、種差海岸遊覧バス及び日曜朝市循環バスの運行支援。</li> <li>地域内滞在時間の延長を目的とした、地域内の店舗及び施設へ周遊を促すデジタルスタンプラリーの実施</li> <li>インバウンド対応能力向上を目的に、「地域の観光人材のインバウンド対応能力強化研修」（観光庁事業）の実施。</li> <li>英語版及び繁体字版 HP において、はちのへエリアの魅力を伝える新規ページの作成及び関連する既存ページのブラッシュアップ。</li> <li>各市町村への多言語情報サービス（ガイドア）紹介及び導入支援</li> <li>TXJ システムの運用</li> <li>はちのへ観光案内所の運営（市委託事業）</li> </ul> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="432 1733 619 1883">観光資源の磨き上げ</td> <td data-bbox="619 1733 1409 1883"> <ul style="list-style-type: none"> <li>台湾人観光客向けの北東北をレンタカーで周遊するプランの造成において、八幡平 DMO など他の DMO と連携。</li> <li>地域内事業者（AC プロモート）が自社商品の造成を目的に行うモニターツアーへの参加</li> </ul> </td> </tr> </tbody> </table> <p>（定量的な評価）  情報発信・プロモーションについて  ・観光物産サイトの PV 数 1,577,984（前年度:1,509,000）</p>	事業	2022 年度（令和 4 年度）実施概要	情報発信・プロモーション	<ul style="list-style-type: none"> <li>HP の情報更新や新規ページ作成による情報発信（新規公開 64 ページ、PV 数約 157 万）</li> <li>当エリアの観光・物産等の旬な情報をメディアへプレスリリース（17 回）及び SNS（Facebook、Twitter、LINE）で発信（663 回）。</li> <li>各種観光パンフレット及びポスター制作</li> <li>首都圏メディアとの関係性構築を目的とした訪問（5 社）</li> <li>旅行雑誌や web、テレビ等で活用される当エリアの写真提供やイベント情報等の記事校正対応</li> <li>「八戸 観光」「八戸 お取り寄せ」などのキーワード検索をした当エリアに興味・関心が高い消費者に向けて、様々な媒体による広告配信。</li> <li>英仏及び台湾に現地エージェントを配置し、そのエージェントを通じて現地旅行会社やメディア等へ当圏域の魅力的なコンテンツの内容、宿泊施設、交通手段等を丁寧かつ継続的に説明。（3 市場での記事掲載数 101）</li> <li>当圏域の魅力を広く国内外に伝え、来訪や地域産品の購入に繋げるために必要な観光物産資源の写真及び動画撮影。</li> </ul>	受入環境の整備	<ul style="list-style-type: none"> <li>当圏域の魅力あるスポットの 1 つである三陸復興国立公園種差海岸で活動するガイド育成のために、種差海岸インフォメーションセンターへの来訪者向けガイドプログラムの開催や、受入ガイドの情報交換の実施。</li> <li>種差海岸及び日本最大級の館鼻岸壁朝市へのアクセス向上に向けた、種差海岸遊覧バス及び日曜朝市循環バスの運行支援。</li> <li>地域内滞在時間の延長を目的とした、地域内の店舗及び施設へ周遊を促すデジタルスタンプラリーの実施</li> <li>インバウンド対応能力向上を目的に、「地域の観光人材のインバウンド対応能力強化研修」（観光庁事業）の実施。</li> <li>英語版及び繁体字版 HP において、はちのへエリアの魅力を伝える新規ページの作成及び関連する既存ページのブラッシュアップ。</li> <li>各市町村への多言語情報サービス（ガイドア）紹介及び導入支援</li> <li>TXJ システムの運用</li> <li>はちのへ観光案内所の運営（市委託事業）</li> </ul>	観光資源の磨き上げ	<ul style="list-style-type: none"> <li>台湾人観光客向けの北東北をレンタカーで周遊するプランの造成において、八幡平 DMO など他の DMO と連携。</li> <li>地域内事業者（AC プロモート）が自社商品の造成を目的に行うモニターツアーへの参加</li> </ul>
事業	2022 年度（令和 4 年度）実施概要								
情報発信・プロモーション	<ul style="list-style-type: none"> <li>HP の情報更新や新規ページ作成による情報発信（新規公開 64 ページ、PV 数約 157 万）</li> <li>当エリアの観光・物産等の旬な情報をメディアへプレスリリース（17 回）及び SNS（Facebook、Twitter、LINE）で発信（663 回）。</li> <li>各種観光パンフレット及びポスター制作</li> <li>首都圏メディアとの関係性構築を目的とした訪問（5 社）</li> <li>旅行雑誌や web、テレビ等で活用される当エリアの写真提供やイベント情報等の記事校正対応</li> <li>「八戸 観光」「八戸 お取り寄せ」などのキーワード検索をした当エリアに興味・関心が高い消費者に向けて、様々な媒体による広告配信。</li> <li>英仏及び台湾に現地エージェントを配置し、そのエージェントを通じて現地旅行会社やメディア等へ当圏域の魅力的なコンテンツの内容、宿泊施設、交通手段等を丁寧かつ継続的に説明。（3 市場での記事掲載数 101）</li> <li>当圏域の魅力を広く国内外に伝え、来訪や地域産品の購入に繋げるために必要な観光物産資源の写真及び動画撮影。</li> </ul>								
受入環境の整備	<ul style="list-style-type: none"> <li>当圏域の魅力あるスポットの 1 つである三陸復興国立公園種差海岸で活動するガイド育成のために、種差海岸インフォメーションセンターへの来訪者向けガイドプログラムの開催や、受入ガイドの情報交換の実施。</li> <li>種差海岸及び日本最大級の館鼻岸壁朝市へのアクセス向上に向けた、種差海岸遊覧バス及び日曜朝市循環バスの運行支援。</li> <li>地域内滞在時間の延長を目的とした、地域内の店舗及び施設へ周遊を促すデジタルスタンプラリーの実施</li> <li>インバウンド対応能力向上を目的に、「地域の観光人材のインバウンド対応能力強化研修」（観光庁事業）の実施。</li> <li>英語版及び繁体字版 HP において、はちのへエリアの魅力を伝える新規ページの作成及び関連する既存ページのブラッシュアップ。</li> <li>各市町村への多言語情報サービス（ガイドア）紹介及び導入支援</li> <li>TXJ システムの運用</li> <li>はちのへ観光案内所の運営（市委託事業）</li> </ul>								
観光資源の磨き上げ	<ul style="list-style-type: none"> <li>台湾人観光客向けの北東北をレンタカーで周遊するプランの造成において、八幡平 DMO など他の DMO と連携。</li> <li>地域内事業者（AC プロモート）が自社商品の造成を目的に行うモニターツアーへの参加</li> </ul>								

	<ul style="list-style-type: none"> <li>・国内メディア掲載数 6,252</li> <li>・英仏台湾での当地域に関する記事掲載数 101 ( 前年度：160 )</li> </ul> <p>受入環境の整備</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ガイドプログラムの実施 計 12 回実施、利用者計 42 人</li> <li>・種差海岸観光ガイドプログラム意見交換会 1 回開催</li> <li>・種差海岸遊覧バス及び日曜朝市循環バスの運行支援</li> </ul> <p>種差海岸遊覧バス 利用者数合計:夏季 18,577 人(前年度: 14,530 人) 冬季 1,699 人(前年度: 1,100 人)</p> <p>日曜朝市循環バス 利用者数合計:5,241 人 (前年度: 3,754 人)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・デジタルスタンプラリー利用者 328 名</li> <li>・地域の観光人材のインバウンド対応能力強化研修参加者 30 名</li> </ul> <p>観光資源の磨き上げ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・地域内の旅行商品造成支援 5 件実施</li> </ul>
<p>実施体制</p> <p>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><b>【実施体制の概要】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・評議員会 (年 3 回程度)</li> <li>・理事会 (年 4 回程度)</li> <li>・VISIT はちのへ推進部会 (年 1 回)</li> </ul> <p><b>【実施体制図】</b></p> 

## 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】**

- ・八戸市、三戸町、五戸町、田子町、南部町、階上町、新郷村、おいらせ町の 8 市町村は、藩政時代から歴史的・文化的な共通点が多く、方言や粉もの文化など独自性の強い文化を共有してきた地域であり、現在では、当該 8 市町村にて八戸圏域連携中枢都市圏を形成し、地域活力の創出につながる連携事業に取り組んでいる。
- ・当圏域において、(一財)VISIT はちのへの事業統合団体である八戸広域観光推進協議会は、平成 20 年 7 月に設立以来、当該地域の特性や資源を活かした新たな観光商品やメニュー等を開発・商品化するなど、広域連携による観光振興を牽引してきたところである。その後、平成 29



年3月、行政、商工、観光団体等の多様な主体が参画のもと、当圏域の広域観光の戦略「はちのへエリア広域観光戦略」を策定した。

- ・今後、当区域が、訪日外国人の増加、国内旅行市場の縮小などの変化に対応し、観光を通じて、地域産業の振興やまちづくりの推進、ひいては地域の活力創出につなげていくためには、これまでのつながりを更に深化させながら、区域内8市町村の有する魅力的な資源を活用していくことが必要不可欠である。よって、当団体がマネジメント及びマーケティングする区域として、当該8市町村が適切である。

安定的かつ継続的に区域としての一体性を確保する観点から、地域における自然、歴史、文化等の関係性を踏まえて記入すること。

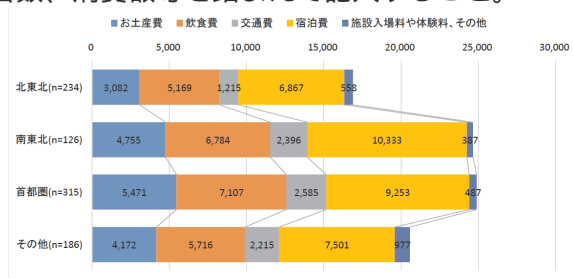
(例)〇年から、区域を構成する地方公共団体で連携協議会を設置しており、顧客視点に立ち、旅行商品の開発、周遊パスの企画など連携した取組を実施。

また、観光資源の面からみてもコンセプトとして共通する点が多く、当該市町村で連携した区域設定とするのが適切。

【観光客の実態等】

設定区域における観光客入込客数、延べ宿泊者数、消費額等を踏まえて記入すること。

	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年度
八戸市	6,680,806	6,647,699	6,394,237	6,631,881	4,273,389	4,151,593
三戸町	363,892	369,250	302,665	547,255	497,084	475,396
五戸町	121,107	142,177	138,359	148,787	116,596	101,401
田子町	47,681	48,079	44,651	44,250	41,644	44,149
南部町	737,901	741,818	724,841	696,421	599,306	567,437
階上町	523,774	492,732	713,309	748,205	712,712	695,519
新郷村	145,286	138,836	138,536	159,142	98,275	118,419
おいらせ町	667,418	635,415	662,826	629,488	602,819	569,442
合計	9,287,865	9,216,008	9,119,424	9,605,429	6,941,825	6,723,356



※北東北(青森県・岩手県・秋田県)、東北(宮城県・山形県・福島県)、首都圏(東京都・神奈川県・千葉県・埼玉県)  
※無回答・誤回答を除く

延べ宿泊客数(単位:人泊)

2018年度	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度
883,216	846,407	594,685	664,157	811,452

1人当たり平均旅行消費額(単位:円)

	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度
宿泊客	22,585	25,355	21,072	21,051	21,731
日帰り客	4,816	6,816	5,946	5,224	5,527

観光目的での来訪客順位

順位	2019年度		2020年度		2021年度		2022年度	
	来訪者の居住都道府県	構成比	来訪者の居住都道府県	構成比	来訪者の居住都道府県	構成比	来訪者の居住都道府県	構成比
1	東京都	20%	青森県	25%	青森県	32%	青森県	22.9%
2	神奈川県	11%	東京都	19%	東京都	20%	東京都	17.5%
3	埼玉県	10%	神奈川県	11%	岩手県	6%	神奈川県	8.5%
4	岩手県	10%	宮城県	7%	神奈川県	6%	宮城県	7.3%
5	青森県	9%	岩手県	7%	埼玉県	6%	埼玉県	6.2%

2022年度は、新型コロナウイルス感染症の影響もあったが、延べ宿泊客数については大きく回復した(前年度比122%)。また、当団体が実施している来訪者アンケートの調査結果によると、観光目的での来訪者の居住都道府県は、新型コロナウイルス感染症拡大の影響が大きくなった2020年度以降、青森県内の宿泊キャンペーン等の影響もあり、青森県内客の割合が多いものの、首都圏からの来訪も徐々に回復傾向にある。また、宿泊客について居住エリア別で消費額を比較すると、首都圏からの来訪者の消費額が最も多く24,902円で、北東北からの来訪者の消費額16,891円と比較し、約1.5倍であった。

【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】

観光資源の活用方法についても記入すること。

- ・地元ガイドが館鼻岸壁朝市や横丁を案内する「まちあるき」
- ・はちのへエリアの豊かな食を支える農家で収穫体験や調理体験を通して、地域の人とのふれあいができるコンテンツ
- ・農家民泊での田舎体験など、ゆっくりとしたやすらぎの時間を過ごすことができるコンテンツ

- ・歴史のある酒蔵を見学し当エリアの地酒のファンになってもらうコンテンツ
- ・ガイドが案内する三陸復興国立公園種差海岸のトレッキングや、海でのアクティビティが楽しめるコンテンツ
- ・YS アリーナやフラットはちのへの MICE 施設としての活用  
観光資源については別紙参照

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

- ・当区域内の宿泊施設は、八戸市に集中しており、同市には約 50 件ほどの宿泊施設があり、約 3500 人の収容力がある。なお、施設規模としては、200 室を超える施設は 2 施設であり、100 室以上 200 室未満の施設は 8 施設である。施設のタイプはビジネスホテルが大半を占める。

【利便性：区域までの交通、域内交通】

- ・首都圏等から当区域の玄関口である八戸市への主要アクセスは、以下のとおり。

鉄道

東京都：約 2 時間 45 分（東北新幹線「東京駅」）

仙台市：約 1 時間 10 分（東北新幹線「仙台駅」）

青森市：約 25 分（東北新幹線「新青森駅」）

函館市：約 1 時間 30 分（北海道新幹線「新函館北斗駅」）

飛行機（各空港 - 三沢空港、三沢空港 - 八戸の連絡バスの所要時間を加えた時間）

東京（羽田）：約 2 時間 10 分（羽田 - 三沢空港：1 時間 20 分、三沢空港 - 八戸：約 50 分）

大阪（伊丹）：約 2 時間 20 分（伊丹 - 三沢空港：1 時間 30 分、三沢空港 - 八戸：約 50 分）

- ・東北新幹線八戸駅（八戸市）から区域内各町村への所要時間は、自動車ですら 1 時間 30 分程度。

【外国人観光客への対応】

- ・英語版/繁体字版 HP の運用。
- ・多言語支援サービス（ガイドア）を区域内の自治体へ紹介し、導入を支援することによる、受入体制の強化。
- ・英語版フェイスブック及びインスタグラムを運用し、当区域の情報を外国人に魅力的と思わせることを意図した写真を掲載するなど、外国人目線で情報発信。
- ・外国語表記対応（英語、中国語（繁体字・簡体字））した観光パンフレットの運用。
- ・観光案内所「はちのへ総合観光プラザ」において、外国語での案内が可能な職員を配置するほか、Wi-Fi 環境を整備（カテゴリー 対応）。

### 3 . 各種データ等の継続的な収集・分析 OK

収集するデータ	収集の目的	収集方法
延べ宿泊者数	DMO の取組効果の把握と今後の効果的な施策立案につなげるため	毎月、区域内の宿泊施設から宿泊実績を提供してもらい収集している。
旅行消費額（平均）	DMO の取組効果の把握と今後の効果的な施策立案につなげるため	当区域の宿泊施設、交通機関、及び物産展販売施設等 80 施設で来訪者アンケート（QR コード）を実施し、来訪者の属性や当区域への来訪状況などを把握する。
来訪者満足度	満足度及び課題の把握につなげるため	同上
リピーター率	DMO の取組効果把握と今後の効果的な施策立案につなげるため	同上

WEBサイトのアクセス状況	今後の効果的な情報発信に関する施策立案につなげるため	当団体 HP へのアクセス状況について、グーグルアナリティクス及びGA4 を用いたデータ収集。
住民満足度調査	広域観光推進に対する地域住民の理解度や満足度を図るため。	令和3年度に八戸市が実施した、八戸圏域連携中枢都市圏圏域住民アンケート結果を準用。

## 4. 戦略 ターゲットは嗜好性を

### (1) 地域における観光を取り巻く背景

<p>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</p> <p>今、産業構造のほか、「モノ消費」から「コト消費」といった消費者ニーズの変化が生じており、当圏域においてもその変化に柔軟に対応しながら地域経済を維持していくことが求められている。</p> <p>このような中、当圏域において持続可能な地域づくりを実現するためには、国の輸出産業4位の観光関連産業の活性化が大変重要であり、その手段として、観光誘客及び物産振興に対する期待と役割が非常に大きくなっている。</p> <p>一方で、2020年度から2022年度にかけて、市内の宿泊施設が4件施設閉館となったほか、当地域の宿泊施設は主にビジネスホテルであり、インバウンド富裕層が宿泊先として選定する施設は少ないのが現状である。このことから、地域への観光誘客を進める一方で、今後は、宿泊施設の開業に向けた取組も求められる。</p>
--

### (2) 地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	<p><b>強み (Strengths)</b></p> <p>自地域で積極的に活用できる強みは何か？</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・冷涼な風土で発達した独自の粉もの文化</li> <li>・豊かな自然から生み出される新鮮な農産物や海産物</li> <li>・豊かな海岸地形・自然景観（三陸復興国立公園等）</li> <li>・縄文時代・藩政時代などの歴史・史跡</li> <li>・当地域の人柄と暮らしぶり（方言・素朴さ）</li> <li>・朝市・横丁などの生活文化</li> </ul>	<p><b>弱み (Weaknesses)</b></p> <p>自地域で改善を必要とする弱みは何か？</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・国内外における認知度の低さ</li> <li>・二次交通の脆弱性</li> <li>・外国人観光客受入体制の強化</li> <li>・地域資源の活用・磨き上げ・商品づくり</li> <li>・大型宿泊施設、富裕層が好む宿泊施設がない</li> </ul>
外部環境	<p><b>機会 (Opportunity)</b></p> <p>自地域にとって追い風となる要素は何か？</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・陸・海・空の交通アクセスの充実（新幹線、高速道路、フェリー、空港など）</li> <li>・外国人観光客の増加のための国レベルでの施策の実施</li> <li>・県内他地域への観光ルート設定及び宿泊</li> </ul>	<p><b>脅威 (Threat)</b></p> <p>自地域にとって逆風となる要素は何か？</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・少子高齢化による人口減少</li> <li>・地域間における旅行需要取り合いの激化</li> <li>・消費者における加速する情報収集行動と購買行動のオンライン化</li> <li>・感染症等による旅行需要の急激な低下</li> <li>・県内他地域への観光ルート設定及び宿泊</li> </ul>

上記に加え、PEST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

<p>第1ターゲット層</p> <p>イギリス（英語圏）や台湾（繁体字圏）を中心とした、日本の地方部に残る歴史文化や自然、暮らしぶりとのその背景にあるストーリーに興味関心を持つ外国人観光客。</p>
---

選定の理由

イギリスからの旅行者は、旅行先の国の原点、原風景及びありのままの自然に高い関心を持っている。当地域は、三陸復興国立公園種差海岸や、豊かな食文化やヨーロッパのバルを連想させる横丁など、地域で受け継がれてきた自然や食文化、暮らしぶりが残っており、イギリスからの旅行者が興味関心を持つコンテンツが揃っている。

また、当地域で最も宿泊施設を有する八戸市に宿泊した外国人観光客を国別にみた場合、台湾に次いで、米国からの来訪者が多い（令和4年度実績）。要因としては、近隣の三沢市に米軍基地があることなどが考えられるが、他の地域には見られない特徴である。

加えて、青森県は台湾からの誘客に注力している一方で、当地域は県内他地域と比較しても、台湾における認知度が低い状況である。今後は、青森県への来訪回数が多いリピーターにとってもまだまだ知られていない当地域を訴求することで、台湾からの誘客が可能と考えられる。

取組方針

引き続きイギリス及び台湾へ現地エージェントを設置し、そのエージェントによる現地メディアや旅行会社への情報提供や営業訪問を通じて認知獲得を図るほか、現地メディアの招聘等に取り組み、当地域への来訪を促進する。また、現地エージェントから、対象市場における当地域のポジショニング（認知度、強み及び課題）を把握することで、強みの部分についてはターゲット層に即して磨き上げを行う一方で、課題については、関係団体と連携して解決を図る。

さらに、インバウンド客は行動範囲が広く、当地域への滞在だけで完結することはないことを前提に、周辺DMOはもとより、青森県観光国際交流機構や東北観光推進機構などと連携したプロモーション活動やFAMツアーへの対応を行う。

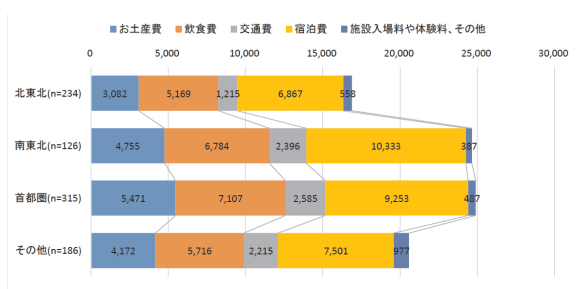
第2ターゲット層

まだまだ知られていない地方独特の文化、地域住民の暮らしぶり、開放感を感じられる自然に興味関心が強く好奇心がある、首都圏在住の観光客。

選定の理由

当団体が実施している来訪者アンケート調査結果から、首都圏からの観光客が北東北に次ぐ2番目に来訪の多い地域であることがわかっている。また、1人当たりの消費額に基づくと、首都圏からの観光客の方が、近隣の観光客に比べて消費単価が高いことが分かっている。

さらに、当地域の食が来訪動機であるほか、当地域の自然や文化等への満足が確認できることから、当該結果を踏まえると、首都圏在住で地方独特の文化、地域住民の暮らしぶり開放感を感じられる自然に興味関心を持つ観光客の増加を目指すことは、有効と考えられる。



取組方針

当団体が行っている認知度調査の結果から、上記ターゲットにおける当地域の認知度は66%程度であるなど、低いことがわかっている。そのため、首都圏からの観光客を増やすためには、まず、当圏域地域の認知度向上のための施策が必要と考えられる。具体的には、雑誌等への記事掲載及び番組等を通じた当圏域地域の露出機会の増加に向けて、SNSを活用した情報及びオンライン広告を配信するほか、首都圏メディアとの関係性構築を図る。同時に、観光資源の掘り起こし、旅行商品造成支援及び周遊ルートの開発など、当圏域地域の魅力を活かした誘客推進に関する施策に取り組む。



## (4) 観光地域づくりのコンセプト 考える

コンセプト	はちのへエリアだからこそその“ひとの魅力”と“暮らしぶり”が守られ、伝わっていること
コンセプトの考え方	地域に暮らす人の温厚でまじめといわれる人柄、朝市や横丁文化などといった古くから受け継がれ今も営まれている素朴な暮らしは、この圏域当地域ならではの独自の魅力である。また、来訪者のアンケート結果においても、「人柄がよい」「優しい人が多い」という回答が多いことから、当地域の人の魅力は、他地域との差別化の要素であるとともに、この「人」が営むことで作られている暮らしぶりを守り伝えることは、観光客の満足度を高める上で、当圏域地域の強みである。また、当地域内にある三陸復興国立公園種差海岸は、海岸線の自然景観で国立公園に指定される一方で、漁場などを中心として人々の生活が息づくなど、自然と地域の人々の営みが共存する国立公園である。このように、自然の魅力に加えて、地域の人々の生活の魅力が共存することは、国内観光客だけではなく、訪日外国人客にとっても来訪する価値があるものと考えらる。

## 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 OK

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。	<p>当団体の取組への理解の深化及び当地域の行政、観光及び商工団体からの意見聴取と情報共有を行うこと目的として、当地域の関係団体に体より構成される VISIT はちのへ推進部会を年に 1 回開催している。</p> <p>また、当地域内の物産事業者、宿泊事業者、金融機関等多様な民間企業等を中心に構成される理事会を年 4 回程度開催し、産業間・地域間での連携を図るために合意形成を行っている。</p> <p>さらに、年に 1、2 回程度、主に当団体の会員向けに開催しているセミナーにおいても、当団体の戦略及び取組について説明している。</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>当地域内の宿泊施設・観光物産施設等において、来訪者向けにアンケート（QR コード）を実施し来訪者の属性や当地域への来訪状況などを把握する。</p> <p>アンケート結果から、来訪動機や来訪中の不満のほか、KPI 達成状況を一体的に評価し、評価を踏まえた事業内容を検討し、理事会における決定を経て、サービスの維持及び向上につながる取組を展開していく。</p> <p>また、上記アンケートの告知物掲載への協力施設や圏域市町村担当課に向けて、アンケートの集計結果をフィードバックし、サービスの向上に取り組んでいる。</p> <p>加えて、当団体が運営を受託しているはちのへ観光案内所に寄せられたお客様の声の中から改善が必要な内容については、関係団体と共有し、サービス向上に努めている。</p>
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	<p>当地域の行政、観光及び商工団体で構成されている VISIT はちのへ推進部会、物産事業者、宿泊事業者及び金融機関などの多様な民間企業等を中心に構成されている理事会において、地域への誘客の取組方針を共有し、地域の関係者が一体となって戦略的に取り組む。</p>

	<p>具体的には、当地域の観光情報を当団体 HP や SNS で情報発信するとともに、各種プレスリリースやメディアとの関係性構築によるメディアでの当地域の記事掲載機会の創出により、当地域の観光・物産情報や旅行商品等を一元的に発信する。</p> <p>加えて、HP や SNS の閲覧状況やデジタル広告への反応などを分析することで、より効果的なプロモーションを実現していく。</p> <p>また、インバウンド向けには、イギリス及び台湾に配置した現地エージェントによる、現地旅行会社やメディア等に対して、当地域の商品・サービス、宿泊施設、交通手段等に関する継続的な情報発信・プロモーションを実施するとともに、JNTO、周辺 DMO、青森県及び東北観光推進と連携をしたプロモーションを行う。</p>
--	--

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) OK

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	( )	( )	12,191 ( )	12,235 ( )	12,626 ( )	13,024 ( )
	実績	7,881 ( )	8,630 ( )	10,373 ( )			
延べ宿泊者数 (千人)	目標	810,966 (-)	835,295 (-)	860,354 ( )	800,000 (22,939)	810,000 (23,600)	820,000 (24,380)
	実績	583,783 (3,723)	664,157 (3,010)	811,452 (8,528)			
来訪者満足度 (%)	目標	38 (-)	39 (-)	40 (-)	41 ( )	42 ( )	43 ( )
	実績	35.8 (-)	33.9 (-)	33.8 (-)	( )	( )	
リピーター率 (%)	目標	66 (-)	66 (-)	66 (-)	66 ( )	66 ( )	66 ( )
	実績	71.7 (-)	71.4 (-)	70.3 (-)	( )	( )	

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】

当地域における広域観光の戦略「はちのへエリア広域観光戦略」の成果指標設定のため、同戦略を策定した八戸広域観光推進協議会が主体となり、「はちのへエリア観光マーケティング調査」実施による観光基礎データを収集するとともに、当地域の行政、観光及び商工団体によるワーキング会議を開催し、当該会議にて「旅行消費額」「延べ宿泊者数」「来訪者満足度」「リピーター率」についての目標値を設定したものの。

## 【設定にあたっての考え方】

## 旅行消費額

算出方法は、「宿泊者1人あたりの当地域での旅行消費額/1旅行×宿泊者数」にて算出。なお、宿泊客数は、「延べ宿泊者数÷平均滞在日数」、宿泊客数1人につき当地域での1回当たり消費額は、アンケートにより算出。

目標設定は、2020年度～2022年度は、新型コロナウイルス感染症の影響減少したものの、物価高騰などの外部環境要因も考慮し、2024年度には新型コロナウイルス感染拡大以前の2019年度の水準(25,259円)を上回る回復(26,000円/1人)を目指す目標設定とした。

## 延べ宿泊者数

2022年度の延べ宿泊者数は、2019年度比で96%となった。回復傾向にある一方で、19年度と比べて当地域の宿泊施設が4件(部屋数では200室)減少している。その他、現在の宿泊需要を

生み出している宿泊キャンペーンの継続的な実施が不透明なこと、2025年度に国内市場及びインバウンド市場が2019年度並みに回復する外部機関の調査結果、現在の宿泊可能部屋数を踏まえ目標設定とした。

#### 来訪者満足度

宿泊客の来訪者満足度の2017年12月速報値(宿泊客:35.5%、日帰り客:28.7%)を対象とし、2018年度は現状維持、2019～2022年度は、前年度比1%増を目標値に設定。2025年度に向けても同様に、対前年度比1%増を目標値として設定する。

#### リピーター率

宿泊客のリピーター率の2017年12月速報値(宿泊客:65.8%)を対象とし、2019～2022年度は、前年度維持を目標値に設定。2025年度に向けても同様に、前年度維持を目標値とする。

なお、すべての項目における訪日外国人旅行者に関する指標については、新型コロナウイルスの影響により渡航が大きく制限されている中で、目標設定が難しい状況であった。このことから、2023年度は、当地域に来訪した外国人旅行者へのアンケート調査及びデータ収集を行い、データ収集後に2024年度以降の目標を設定する。

## (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
Webサイトの アクセス状況 (PV数) 上段は日本語版 HPのPV数 下段( )内は英 語版HPのPV数	目標	1,500,000 (40,000)	1,500,000 (45,000)	1,600,000 (50,000)	1,700,000 (74,528)	1,800,000 (78,912)	1,900,000 (83,000)
	実績	1,365,647 (42,561)	1,509,304 (41,133)	1,577,984 (59,049)			
(例)メディア 掲載回数 (回)	目標	( )	( )	( )	( )	( )	( )
	実績	( )	( )	( )			
住民満足度調 査(5段階尺 度による評 価)	目標	( )	( )	( )	( )	( )	( )
	実績	( )	( )	( )			

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】

WEB サイトへのアクセス状況

## 【検討の経緯】

旅行者が当地域へ来訪する前提として、旅行者が当圏域地域を認知していなければ、旅行先を決定するプロセスにおいて、旅先の候補に挙がることはない。従って、まず当圏域地域の認知を高めることが必要であり、当団体 HP の更新や各種メディアによる記事や番組等を通じて、消費者が当圏域地域の情報に接触する機会の創出が重要である。そのため、消費者のオンライン上での情報収集行動を踏まえ、当団体 HP へのアクセス状況の把握のほか、メディアへの記事掲載回数の把握が必要である。

## 【設定にあたっての考え方】

日本語版の WEB サイトへのアクセス数について、2022 年度実績を踏まえて、対前年差 10 万 PV ずつ増加できるように設定する。

住民満足度調査

## 【検討の経緯】

令和 3 年 11 月に八戸市が実施した八戸圏域連携中枢都市圏域住民アンケートにおいて、八戸広域観光戦略推進事業に関する満足度が 5 段階評価で 3.16 という結果が得られている。当団体の活動及びその成果を測定するための住民満足度の収集方法として、**当アンケートの活用の継続及び独自調査の必要性、並びに目標値設等について、令和 5 年度内に方向性を決定する。**

## 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 ( 千円 )	内訳 ( 具体的に記入すること )
2020 ( R 2 ) 年度 実績	483,796	【事業収入等】 217,099 ・即売事業、貸館事業、駐車場事業、家賃収入等 【国補助金等】 0 【市町村からの補助金 ( 八戸市 )】 153,989 ・行事補助、インバウンド事業、マーケティング事業等 【市町村からの業務受託等 ( 八戸市 )】 77,789 ・観光施設指定管理、観光案内所委託等 【負担金収入 ( 圏域町村分他 )】 2,910 【会費収入】 7,794 【その他】 24,286
2021 ( R 3 ) 年度 実績	487,099	【事業収入等】 243,195 ・即売事業、貸館事業、駐車場事業、家賃収入等 【国補助金等】 3,759 【市町村からの補助金 ( 八戸市 )】 14,553 ・行事補助、インバウンド事業、マーケティング事業等 【市町村からの業務受託等 ( 八戸市 )】 77,052 ・観光施設指定管理、観光案内所委託等 【負担金収入 ( 圏域町村分他 )】 2,910 【会費収入】 10,858 【その他】 7,553

2022 ( R 4 ) 年度 実績	589,848	【事業収入等】 301,446 【国補助金等】 0 【市町村からの補助金等】 147,455 【市町村からの業務受託等 ( 八戸市 )】 120,086 【負担金収入 ( 圏域町村分他 )】 2,910 【会費収入】 10,935 【その他】 7,016
2023 ( R 5 ) 年度 予算	676,925	【事業収入等】 308,738 【国補助金等】 0 【市町村からの補助金】 212,250 【市町村からの業務受託等 ( 八戸市 )】 131,847 【負担金収入 ( 圏域町村分他 )】 2,910 【会費収入】 12,115 【その他】 9,067
2024 ( R 6 ) 年度 見込み	645,680	【事業収入等】 322,096 ・即売事業、貸館事業、駐車場事業、家賃収入等 【国補助金等】 5,000 【市町村からの補助金 ( 八戸市 )】 180,880 ・行事補助、インバウンド事業、マーケティング事業等 【市町村からの業務受託等 ( 八戸市 )】 77,792 ・観光施設指定管理、観光案内所委託等 【負担金収入 ( 圏域町村分他 )】 2,910 【会費収入】 9,684 【その他】 47,318
2025 ( R 7 ) 年度	645,680	【事業収入等】 322,096 ・即売事業、貸館事業、駐車場事業、家賃収入等 【国補助金等】 5,000 【市町村からの補助金 ( 八戸市 )】 180,880 ・行事補助、インバウンド事業、マーケティング事業等 【市町村からの業務受託等 ( 八戸市 )】 77,792 ・観光施設指定管理、観光案内所委託等 【負担金収入 ( 圏域町村分他 )】 2,910 【会費収入】 9,684 【その他】 47,318

## ( 2 ) 支出

年 ( 年度 )	総支出 ( 千円 )	内訳 ( 具体的に記入すること )
2020 ( R 2 ) 年度	608,742,	【一般管理費】 328,110 【情報発信・プロモーション】 41,967 【受入環境整備等の着地整備】 32,875 【コンテンツ開発 ( 観光資源の磨き上げ )】 28,624 【マーケティング ( 市場調査、ブランド戦略等 )】 9,567 【その他】 91,619 ・即売事業、貸館事業、駐車場事業、物品等販売事業他
2021 ( R 3 ) 年度	556,524,	【一般管理費等】 385,109 【情報発信・プロモーション】 45,794 【受入環境整備等の着地整備】 33,290 【コンテンツ開発 ( 観光資源の磨き上げ )】 12,506 【マーケティング ( 市場調査、ブランド戦略等 )】 6,231

		【その他】 73,595 ・即売事業、貸館事業、駐車場事業、物品等販売事他
2022 ( R 4 ) 年度 実績	625,132	【一般管理費】 315,347 【情報発信・プロモーション】 49,070 【受入環境整備等の着地整備】 10,236 【コンテンツ開発 (観光資源の磨き上げ)】 1,194 【マーケティング (市場調査、ブランド戦略等)】 434 【観光イベントの開催費】 12,390 【その他】 236,451 一・即売事業、貸館事業、駐車場事業、物品等販売事業他
2023 ( R 5 ) 年度 見込み	726,942,	【一般管理費】 326,339 <del>【情報発信・プロモーション】</del> 41,217 【受入環境整備等の着地整備】 18,586 【コンテンツ開発 (観光資源の磨き上げ)】 4,652 【マーケティング (市場調査、ブランド戦略等)】 7,002 【観光イベントの開催費等】 56,649 その他 272,497 一・即売事業、貸館事業、駐車場事業、物品等販売事業他
2024 ( R 6 ) 年度 見込み	645,680	【一般管理費】 297,739 【情報発信・プロモーション】 32,400 【受入環境整備等の着地整備】 40,281 【コンテンツ開発 (観光資源の磨き上げ)】 50,771 【マーケティング (市場調査、ブランド戦略等)】 16,167 【その他】 212,322 ・即売事業、貸館事業、駐車場事業、物品等販売事業他
2025 ( R 7 ) 年度 見込み	645,680	【一般管理費】 297,739 【情報発信・プロモーション】 32,400 【受入環境整備等の着地整備】 40,281 【コンテンツ開発 (観光資源の磨き上げ)】 50,771 【マーケティング (市場調査、ブランド戦略等)】 16,167 【その他】 212,322 ・即売事業、貸館事業、駐車場事業、物品等販売事業他

上記の金額は正味財産増減計算書に基づく

### ( 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

#### 【収益事業】

物産品販売事業、宿泊貸館事業、駐車場事業など、自施設 (ユートリー) を活用した収益事業の事業成果について、関係指標の動向を見ながら検討を行い、収益増に向けた取組を展開している。加えて、ふるさと寄附金に関する業務を八戸市から受託しており、寄付実績の向上を図る。

#### 【会費】

団体の運営資金である会費収入について、会員特典の充実、新規会員の獲得に向けたキャンペーンの展開、更には役員等による会員獲得に向けた関係者への呼びかけなどにより、新規の会員獲得に向けて取り組んでいる。

#### 【宿泊税】

当団体の継続的な活動に向けた運営資金確保の取組として重要性を認識している一方で、今後は関係者間において導入の是非について検討する必要がある。

## 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

青森県八戸市、三戸町、五戸町、田子町、南部町、階上町、新郷村、おいらせ町は、一般財団法人 VISIT はちのへが当該市町村を対象とした地域連携 DMO として、引き続き地域との連携により魅力的な観光地域づくりを推進していくことに同意している。

## 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	西野 正紀
担当部署名（役職）	企画広報課 主査
郵便番号	〒039-1102
所在地	青森県八戸市一番町一丁目 9 番 22 号
電話番号（直通）	0178-70-1110
F A X 番号	0178-80-7348
E - m a i l	masanori_nishino @visithachinohe.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	八戸市
担当者氏名	小関 翔
担当部署名（役職）	観光課 主幹
郵便番号	031-8686
所在地	八戸市内丸 1 丁目 1-1
電話番号（直通）	0178-43-9252
F A X 番号	0178-46-5600
E - m a i l	sho_koseki@city.hachinohe.aomori.jp

都道府県・市町村名	三戸町
担当者氏名	北村 洸香
担当部署名（役職）	まちづくり推進課 商工観光班 主査



郵便番号	039-0198
所在地	三戸郡三戸町大字在府小路町 43
電話番号（直通）	0179-20-1117
F A X 番号	0179-20-1102
E - m a i l	kankou@town.sannohe.lg.jp

都道府県・市町村名	五戸町
担当者氏名	寺尾 大輔
担当部署名（役職）	総合政策課 課長補佐
郵便番号	039-1513
所在地	三戸郡五戸町字古館 21-1
電話番号（直通）	0178-62-7952
F A X 番号	0178-62-6317
E - m a i l	tourism@town.gonohe.aomori.jp

都道府県・市町村名	田子町
担当者氏名	村木 孝行
担当部署名（役職）	産業振興課 2次3次産業戦略推進グループ 主幹
郵便番号	039-0292
所在地	三戸郡田子町大字田子字天神堂平 81
電話番号（直通）	0179-20-7115
F A X 番号	0179-32-4294
E - m a i l	muraki0525@town.takko.lg.jp

都道府県・市町村名	南部町
担当者氏名	小村 良伸
担当部署名（役職）	商工観光課 主幹・班長
郵便番号	039-0592
所在地	三戸郡南部町大字平字広場 28-1
電話番号（直通）	0178-38-5965
F A X 番号	0178-38-5985
E - m a i l	komura-yoshinobu@town.aomori-nanbu.lg.jp

都道府県・市町村名	階上町
担当者氏名	スワンソン・ニコラス
担当部署名（役職）	産業振興課 主事
郵便番号	039-1201
所在地	三戸郡階上町道仏字天当平 1-87

電話番号（直通）	0178-88-2875
F A X 番号	0178-88-2117
E - m a i l	sangyou@town.hashikami.lg.jp

都道府県・市町村名	新郷村
担当者氏名	下村 瑠璃子
担当部署名（役職）	企画商工観光課 商工観光係長
郵便番号	039-1801
所在地	三戸郡新郷村大字戸来字風呂前 10
電話番号（直通）	0178-78-2111
F A X 番号	0178-78-2118
E - m a i l	kikaku@vill.shingo.lg.jp

都道府県・市町村名	おいらせ町
担当者氏名	鈴木 陸都子
担当部署名（役職）	商工観光課 主任主査
郵便番号	039-2289
所在地	上北郡おいらせ町上明堂 60-6
電話番号（直通）	0178-56-4703
F A X 番号	0178-56-4264
E - m a i l	mutsuko.suzuki@town.oirase.aomori.jp

記入日：令和5年7月31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】  
 八戸市、三戸町、五戸町、田子町、南部町、階上町、新郷村、おいらせ町

【設立時期】平成31年4月1日

【設立経緯】  
 その他(地域内の観光協会や物産協会等が統合して、DMOを新設)

【代表者】塚原 隆市

【マーケティング責任者(CMO)】阿部 寿一

【財務責任者(CFO)】柿本 誠

【職員数】84人【常勤84人(正職員20人・出向等8人、嘱託等56人)】

【主な収入】  
 収益事業 300百万円、補助金等260百万円(令和4年度決算)

【総支出】  
 事業費 315百万円、一般管理費315百万円(令和4年度決算)

【連携する主な事業者】  
 ACプロモート、八食センター、湊日曜朝市会、八戸横丁連合協議会、八戸ホテル協議会、JR東日本旅客鉄道盛岡支社、岩手県北バス

KPI(実績・目標)

( )内は外国人に関するもの。

項目		2020 (R2)年	2021 (R3)年	2022 (R4)年	2023 (R5)年	2024 (R6)年	2025 (R7)年
旅行消費額 (百万円)	目標	( )	( )	12,191	12,235	12,626	13,024
	実績	7,881	8,630	10,373	( )	( )	( )
延べ宿泊者数 (千人)	目標	810,966	835,295	860,354	800,000	810,000	820,000
	実績	(-)	(-)	( )	(22,939)	(23,600)	(24,380)
来訪者満足度 (%)	目標	38	39	40	41	42	43
	実績	(-)	(-)	(-)	( )	( )	( )
リピーター率 (%)	目標	66	66	66	66	66	66
	実績	( )	( )	( )	( )	( )	( )

戦略

【主なターゲット】  
 イギリスや台湾を中心とした、日本の地方部に残る歴史文化や自然、暮らしぶりとのその背景にあるストーリーに興味関心を持つ外国人観光客。  
 地方独特の文化、地域住民の暮らしぶり、開放感を感じられる自然に興味関心が強く好奇心がある、首都圏在住の観光客

【ターゲットの誘客に向けた取組方針】  
 認知獲得のための情報発信強化

【観光地域づくりのコンセプト】  
 はちのへエリアだからこそその“ひとの魅力”と“暮らしぶり”が守られ、伝わっていること

具体的な取組

【観光資源の磨き上げ】  
 ・地域内事業者が商品造成を目的に行うモニターツアーへの参加

【受入環境整備】  
 ・ガイドプログラムの実施  
 ・種差海岸観光ガイドプログラム意見交換会  
 ・種差海岸遊覧バス及び日曜朝市循環バスの運行支援  
 ・デジタルスタンプラリー利用  
 ・地域の観光人材のインバウンド対応能力強化研修参加者

【情報発信・プロモーション】

・「八戸 観光」「八戸 お取り寄せ」などのキーワード検索をした当エリアに興味・関心が高い消費者に向けて、様々な媒体による広告配信。  
 ・英仏及び台湾に現地エージェントを配置し、そのエージェントを通じて現地旅行会社やメディア等へ当圏域の魅力的なコンテンツの内容、宿泊施設、交通手段等を継続的な紹介

