

観光地域づくり法人形成・確立計画

記入日：令和5年 7月 10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・ <u>地域連携DMO</u> ・地域DMO	
観光地域づくり法人の名称	株式会社インアウトバウンド仙台・松島	
マネジメント・マーケティング対象とする区域	宮城県 仙台市、塩竈市、名取市、多賀城市、岩沼市、東松島市、松島町、七ヶ浜町、利府町	
所在地	宮城県仙台市青葉区国分町3丁目11-5 日宝勾当台西ビル7階	
設立時期	2018年1月11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	9人	
代表取締役	(氏名) 西谷 雷佐 (出身組織名) たびすけ合同会社西谷、 (一社)東北インアウトバウンド連合	ミネソタ州立マンケイト大学で産業心理学とスピーチコミュニケーションを学ぶ。帰国後は青森県弘前市にあるフラワー観光株式会社へ入社。6年勤務しその後、株式会社エスケイケイ総合研究所(専門学校/予備校業)入社。就職担当として就労支援・産学連携・コミュニケーションの授業などを担当。2011年に「日本商工会議所青年部第8回ビジネスプランコンテスト」でグランプリを受賞。このプランを具現化し、2012年に「たびすけ合同会社西谷」として創業。2016年に「一般社団法人東北インアウトバウンド連合」を創立し理事長に就任。東北に人を呼び、東北の良い物を発信し、東北の地域課題を解決し、東北で人材を育成すべく「オール東北」で取り組んでいる。
データ収集・分析等の専門人材 (DMO事業COO兼CMO執行役員)	(氏名) 工藤 雅教「専従」 (出身組織名) (株)フィラメント	大学卒業後、在京TV番組制作会社等を経て、米国アメリカン大学国際関係大学院、英国ケンブリッジ大学大学院社会学研究科等で修士号取得後、2011年東日本大震災の復旧・復興業務で東北入りし、官民の中長期的な産業復興プロジェクトに携わった後、仙台・松島DMOに参画した。Global Sustainable Tourism Council (GSTC) Professional Certificate in Sustainable Tourism、通訳案内士(英語)等の資格を保有。
財務責任者 (専務取締役CFO)	(氏名) 西館 保宗「専従」 (出身組織名) (株)enDuce、	(株)enDuce 代表取締役。外国人の美容サロンへの受け入れコーディネーターやメイク・ネイルの出張サービス、美容関連ツーリズムの企画運営等、主に外国人女性をターゲットとしたインバウンドを手掛ける。2016年の(一社)東北インアウ

	(一社) 東北インアウトバウンド連合	トバウンド連合の設立に伴い事務局長に就任し、同団体の財務部門の責任者を務める。
旅行商品の造成・販売責任者(東北ツーリズム事業 執行役員)	(氏名) 後藤 光正「専従」 (出身組織名) アトラク東北(株)	大学を卒業後、旅行会社にて企画営業として国内外をめぐる。その後広告企画会社にて観光業の経験を活かし地域活性化、地域キャラクター、商品プロモーション、販売促進など幅広く活動。のべ4000人以上が参加する地域コミュニティ「センダイ自由大学」をプロデュースするなど地域住民を巻き込んだ地域ブランディングが得意。2016年1月、東北インバウンド観光促進を通じた東北発展を目的に自身の観光業と広告業の経験を融合させ「東北の魅力(Attraction)を世界へガイドする」インバウンド観光プロデュース会社アトラク東北株式会社を設立。地元を自慢する人を増やし、自分たちのまちを自分たちで作る観光づくり・商品づくり・人づくりを支援する観光地域づくりを推進。
社外取締役(非常勤)	(氏名) 櫻井 修 (出身組織名) (株)ジェイアール東日本企画	2015年より宮城県の事業を通して深く関わり、松島湾ダーランド推進計画に伴う「松島湾エリアにおける外国人観光客案内機能整備促進業務」「松島湾エリアにおける多言語観光案内看板デザイン」「平成27年度 再発見!松島“湾”ダーランドガイドブック等製作業務」「平成28年度松島湾次世代観光人材育成事業」等を統括。2016年には松島町より「官民連携による松島リブランディング推進事業」、2017年には塩竈市より「塩竈市観光振興ビジョン策定業務」を受託するなど、当圏域における受託実績多数。
連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	<ul style="list-style-type: none"> ・宮城県(経済商工観光部 観光政策課、観光プロモーション推進室、文化財課他) ・宮城県仙台市(文化観光局 観光交流部 誘客戦略推進課) ・宮城県塩竈市(産業環境部 観光交流課) ・宮城県名取市(生活経済部 商工観光課) ・宮城県多賀城市(市民経済部 商工観光課) ・宮城県岩沼市(市民経済部 商工観光課) ・宮城県東松島市(産業部 商工観光課) ・宮城県松島町(産業観光課) ・宮城県七ヶ浜町(産業課) ・宮城県利府町(経済産業部 商工観光課) ・東北運輸局 ・東北経済産業局 ・復興庁及び宮城復興局 ・その他関係公共団体(官公庁・地方自治体・外郭団体) 	
連携する事業者名及び役割	<ul style="list-style-type: none"> ・広域連携事業者 ・(一社)東北観光推進機構(広域・地域連携 DMO 間での戦略共有及び業務分掌) ・東日本旅客鉄道(株)(インバウンド一次交通インフラ連携) 	

	<ul style="list-style-type: none"> ・仙台国際空港（株）（インバウンド一次交通インフラ連携） ・（株）ジェイアール東日本企画（誘客プロモーション、地域ブランディング連携） 仙台・松島エリア連携事業者 ・6市3町観光協会・商工会議所・商工会（地域事業者間の調整、地域経済発展のための各種施策実施） ・着地型旅行商品提供事業者（体験型プログラム開発、インバウンド商品造成等）：青葉城本丸会館、宮城縣護國神社、鹽竈神社、浦霞醸造元（株）佐浦、丸文松島汽船（株）、松島島巡り観光船、塩釜水産物仲卸市場、みなと塩釜魚市場、和み処男山、矢部園茶舗、熊久酒店、臨済宗妙心派 青龍山瑞巖寺、（株）松観、（株）むとう屋、美馬森八丸牧場、ハーバーハウスかなめ、しちがはまツーリズム、閑上朝市、仙台いろは横丁・文化横丁、アキウ舎、秋保ワイナリー ・6市3町にある宿泊施設（宿泊基盤整備、インバウンド対応検討）：ホテルメトロポリタン仙台、KIBOTCHA、沢乙温泉うちみ旅館、奥松島 LANE HOTEL、外川屋、松島温泉組合 ・6市3町にある交通機関（アクセス改善、インバウンド対応検討）：仙台中央タクシー（株）、仙台バス（株）、翔礼交通（株）、塩竈市営汽船、丸文松島汽船（株）、松島島巡り観光船企業組合、東北エアサービス（株） ・6市3町にある地域商社・観光関連民間事業者（インバウンド向け商品・物産開発）：（株）ライフブリッジ、（株）Wasshoi Lab、ムードセンターまつむら、（一社）IkiZen、（株）ソノベ ・6市3町にある観光協会（観光地域づくりを推進、情報発信）：（公財）仙台観光国際協会、塩竈市観光物産協会、（一社）名取市観光物産協会、多賀城市観光協会、岩沼市観光物産協会、（株）東松島観光物産公社、（一社）松島観光協会、（一社）七ヶ浜町観光協会、NPO 法人利府町観光協会 学術・研究機関 ・青葉城資料展示館 ・東北歴史博物館 ・瑞巖寺博物館青龍殿 ・奥松島縄文村歴史資料館 その他連携機関 ・（一社）JARTA（持続可能な観光実践） ・（一社）サステナビリティ・コーディネーター協会（持続可能な観光の国際基準の実務等に関する専門的な知見の普及及び支援体制の充実） ・NPO 法人 森は海の恋人（環境教育プログラム開発） ・NPO 法人 みちのくトレイルクラブ（アドベンチャーツーリズム） ・（株）コーポ幸（酒蔵ツーリズム） ・Yoshitake & Associates（英国及び欧州市場開拓） ・島島価値創造事務所（台湾市場開拓） ・雲嘉南浜海観光圏（台湾版 DMO 法人）
<p>官民・産業間・地域間との持続可能な</p>	<p>（例） 【該当する登録要件】</p>

<p>連携を図るための合意形成の仕組み</p>	<p>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>(概要)</p> <p>戦略立案部会及び主要事業別ワーキンググループ(WG)からなる「仙台・松島観光地域づくり委員会」を設置、事務局を(株)インアウトバウンド仙台・松島が担う。戦略立案部会は、DMOメンバーの他、宮城県観光政策課及び仙台・松島エリア6市3町の観光担当課で構成され、戦略立案やKPIの設定、政策間連携の推進等を主な役割とする。主要事業別WGは、6市3町観光担当課の他、各市町観光協会、商工会、観光関連事業者など官民で構成される。主要事業として、酒蔵ツーリズム推進WG、サステナブルツーリズム推進WG、日本遺産「“伊達”な文化」魅力発信推進事業実行委員会、松島湾次世代観光人材プラットフォーム構築支援事業等との連携を推進する政策間連携WG等のテーマを軸に、地域ニーズや外部環境の変化等に応じ、柔軟に設置・運営していく。</p> <p>酒蔵ツーリズム推進WG (主要事業：観光再始動事業「国宝瑞巖寺における政宗が育んだ”伊達”な文化体験」)</p> <p>サステナブル・ツーリズム推進WG (主要事業：GD 2022 Top 100, GD2023 申請中、UNWTO Best Tourism Villages 2023 申請中)</p> <p>政策間連携WG (主要事業：日本遺産魅力発信推進事業、松島湾次世代観光人材プラットフォーム構築支援事業)</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>年度末もしくは次年度初頭の事業報告会や市町訪問、地域パートナー共同フィールドワーク等を通じて、行政及び地域事業者向けに観光地域づくりに関する意識啓発と参画促進を行っている。</p>
<p>法人のこれまでの活動実績</p>	<p>(沿革)</p> <p>2018年</p> <p>1月 株式会社インアウトバウンド仙台・松島 法人設立</p> <p>3月 仙台・松島復興観光拠点都市圏 DMO 連携協力協定締結</p> <p>3月 日本版 DMO 候補法人登録(第20079号)</p> <p>6月 平成30年度仙台・松島復興観光拠点都市圏事業委託業務受託</p> <p>7月 宮城県知事登録旅行業2第390号取得</p> <p>2019年</p> <p>3月 同拠点都市圏事業 業務委託期間満了</p> <p>5月 令和元年度仙台・松島復興観光拠点都市圏事業委託業務受託</p> <p>8月 日本版 DMO 法人登録(第20065号)</p> <p>2020年</p>

	<p>3月 令和元年度拠点都市圏事業 業務委託期間満了</p> <p>4月 令和2年度国税庁酒蔵ツーリズム推進事業・モデル事例に選定 (浦霞醸造元(株)佐浦と連名)</p> <p>5月 令和2年度仙台・松島復興観光拠点都市圏事業委託業務受託</p> <p>10月 令和2年度松島湾周遊体験観光地整備事業委託業務受託</p> <p>2021年</p> <p>3月 令和3年度日本版持続可能な観光ガイドライン・モデル地区に選定 (東松島市と連名)</p> <p>5月 令和3年度松島湾周遊体験観光地整備事業委託業務受託</p> <p>6月 デジタルで人と地域をつなぐオンライン観光等推進事業受託</p> <p>6月 “歩く東北”をコンセプトとした地域と繋がる体験型トレイル推進事業受託</p> <p>9月 令和3年度観光庁地域の観光資源の磨き上げを通じた域内連携促進に向けた実証事業(第2次)選定</p> <p>9月 雲嘉南浜海観光圏(台湾版DMO)と日台DMO間で初となる交流連携覚書を締結</p> <p>2022年</p> <p>5月 令和4年度松島湾周遊体験観光地整備事業委託業務受託</p> <p>6月 松島湾次世代観光人材連携プラットフォーム構築支援事業受託</p> <p>6月 令和4年度地域で活躍する通訳ガイド人材育成支援事業受託</p> <p>6月 東北運輸局 地域を活かし地域と繋がる松島湾サステナブルツーリズムコンテンツ造成事業受託</p> <p>6月 観光庁_ブルーツーリズム推進事業受託</p> <p>8月 塩竈市_浦戸諸島魅力発信・募集支援業務受託</p> <p>8月 大船渡市_外国人観光客受入体制整備業務受託</p> <p>9月 JTB 仙台_仙台市デジタルで人と地域を繋ぐオンライン観光等推進事業受託</p> <p>9月 Green Destinations2022 世界の持続可能な観光地 TOP100 選に東松島市が入選</p> <p>11月 東北観光推進機構_Base! TOHOKU 松島エリアに伴う商品造成</p> <p>2023年</p> <p>4月 奥松島がUNWTO Best Tourism Villages 2023の国内推薦地域に決定</p> <p>5月 松島湾次世代観光人材連携プラットフォーム構築支援事業受託</p> <p>6月 観光庁_ブルーツーリズム推進事業受託</p> <p>7月 観光庁_観光再始動事業受託</p> <p>【活動の概要】</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>事業</th> <th>実施概要</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>情報発信・プロモーション</td> <td> <p>・平成30年度～令和2年度(一部、コロナ禍により3年度に繰越)仙台・松島復興観光拠点都市圏事業委託業務(宮城県観光政策課・観光庁)</p> <p>具体事業内容:米国、英国、台湾、香港、豪州等の重点市場において、現地パートナーと共にプレゼンテーションイベントを開催、認知度向上や誘客促進を図ってきた。一例として、2020年1月在英国日本国大使館で開催した「Miyagi: A</p> </td> </tr> </tbody> </table>	事業	実施概要	情報発信・プロモーション	<p>・平成30年度～令和2年度(一部、コロナ禍により3年度に繰越)仙台・松島復興観光拠点都市圏事業委託業務(宮城県観光政策課・観光庁)</p> <p>具体事業内容:米国、英国、台湾、香港、豪州等の重点市場において、現地パートナーと共にプレゼンテーションイベントを開催、認知度向上や誘客促進を図ってきた。一例として、2020年1月在英国日本国大使館で開催した「Miyagi: A</p>
事業	実施概要				
情報発信・プロモーション	<p>・平成30年度～令和2年度(一部、コロナ禍により3年度に繰越)仙台・松島復興観光拠点都市圏事業委託業務(宮城県観光政策課・観光庁)</p> <p>具体事業内容:米国、英国、台湾、香港、豪州等の重点市場において、現地パートナーと共にプレゼンテーションイベントを開催、認知度向上や誘客促進を図ってきた。一例として、2020年1月在英国日本国大使館で開催した「Miyagi: A</p>				

	<p>Passage to Tohoku」(宮城県酒蔵ツーリズム誘客イベント)では、現地キーパーソン 135 名が出席するなど、外務省のグッドプラクティスとして掲載された。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・令和 2 年度～令和 4 年度 松島湾周遊体験観光地整備事業(宮城県観光政策課・内閣府) <p>具体的事業内容：コロナ禍におけるリカバリー施策として、教育旅行誘致や移住促進を目的とした地方創生事業にも着手。ウェブサイト(https://hands-on.sendai-matsushima.com/)の整備やガイドブック、PR 動画の制作等を通じ、国内誘客の拡大を図っている。既に実際の教育旅行誘致にも繋がっており、成果が現れつつある。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・令和 3 年度デジタルで人と地域をつなぐオンライン観光等推進事業(仙台市文化観光局東北連携推進室) <p>具体事業内容：(株)ジェイアール東日本企画、(株)ノットワールドとの共同企業体として受託。東北各地を巡るオンラインツアーを 20 造成すると共に、連動して現地を巡るバスツアーも合わせて造成、コロナ禍の東北における観光の新常態を提案する事で、認知度及び来訪意向の向上に繋がった。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・令和 4 年 9 月の 2022 Green Destinations 世界の持続可能な観光地 TOP100 選に東松島市が入選、持続可能な観光地域づくりの観点から情報発信を推進している。また令和 5 年 4 月には同市の奥松島が UNWTO Best Tourism Villages 2023 の国内推薦地域に決定している。
受入環境の整備	<ul style="list-style-type: none"> ・平成 30 年度～令和 2 年度仙台・松島復興観光拠点都市圏事業委託業務(宮城県観光政策課・観光庁) <ol style="list-style-type: none"> 1. 東北トラベルコンシェルジュ(ガイド 2.0)人材育成 具体事業内容：訪日外国人対応に特化した「東北トラベルコンシェルジュ(TTC)」を育成、顧客満足度の向上及び地域の稼ぐ力を引き出す事を目指した。これまでにインバウンド対応可能なローカル・ガイドを 10 名以上輩出している。 2. 産学官連携 ICT 技術を活用した滞在周遊利便性向上 具体事業内容：JR 東日本グループの交通系 IC カード「Suica」クラウド型デジタルチケットのシステムを活用し、観光動線、消費決済トラッキング、動線上の行動特性を把握するための実証実験と、手ぶら観光サービス等ストレスフリーエリア実現に向けた取組を行った。 3. 情報提供プラットフォーム整備 具体事業内容：来訪する外国人が円滑に移動や旅行活動を行うために必要な各種施設のサインおよび表示類の表記方法を統一するためのガイドラインを策定した。 <ul style="list-style-type: none"> ・令和 2 年度～令和 3 年度地域観光資源の多言語解説整備支援事業(観光庁) <p>具体事業内容：観光庁が関係省庁等と連携して多言語解説の専門人材をリスト化し、派遣体制の構築、解説文作成等の支援を行うことで、旅行者にとって分かりやすく地域の面的</p>

	<p>観光ストーリーを伝える魅力的な解説文を整備する本事業を通じて、松島町や仙台市の文化歴史施設等の多言語化を推進した。</p> <p>・令和3年度「日本版持続可能な観光ガイドライン（JSTS-D）のモデル地区における運用に関する調査業務」におけるモデル地区への選定（観光庁：東松島市と連名） 具体事業内容：国際基準（GSTC）に準拠した「日本版持続可能な観光ガイドライン」の導入を通じ、マネジメント、社会経済、文化、環境の4分野から地域の達成度を測ると共にGSTC研修を受講する事で、持続可能で責任ある観光地域づくりのための地域の機運醸成に努めた。弊DMOからは3名がGSTC公式トレーニングを修了し、その後、GSTC Professional Certificate in Sustainable Tourismの資格を取得した。</p> <p>・令和3年度 浦戸諸島魅力発信・協力隊募集支援業務委託事業 具体事業内容：塩竈市浦戸諸島は、高齢化および島外への人口流出に伴う著しい人口減少によって、島の暮らしの存続が危ぶまれている。急激な人口減少が続くなか、島外の関係人口も巻き込んだコミュニティの再生並びに、地域産業の振興が必要であり、魅力発信業務と協力隊募集支援業務を軸とし実施した。魅力発信業務では、地域観光コンテンツの戦略的発信、浦戸諸島の認知拡大をはかりながら、協力隊募集支援業務においてはビジネススキルを持った人材の発掘、人材のブラッシュアップ、フィールドワークを実施。募集活動として情報発信、説明会及び現地ツアー等を実施し、浦戸諸島の魅力ある地域資源の情報発信について移住マッチングサービスSMOUTやHP等のプラットフォームを活用。さらに、オンラインにおいて説明会を実施し、浦戸諸島の現地ツアー及びワークショップを経て受入れ環境の整備を行った。</p> <p>・令和4年度松島湾次世代観光人材連携プラットフォーム構築支援事業委託事業 具体事業内容：アフターコロナの反転攻勢に備え、県の観光産業を持続的に成長させていくため、県内随一の観光地である松島湾地域の次世代を担う多様な若手・中堅人材を対象として (1)「意見交換のための定例会の開催」 (2)「自治体の枠を超えた人材交流を目的とした共同フィールドワークの実施」 (3)「外部専門家の招請による勉強会の開催」 (4)「地域課題の解決に資する先進地視察の実施」等</p> <p>の手法により、将来に関する悩みや課題を共有し、ノウハウや人脈などを共有財産としてフル活用できる持続的なコミュニティの形成を支援し、課題の解決に向けた地域の活性化を推進するための事業を松島湾地域の関係自治体、観光・宿泊</p>
--	---

		<p>施設運営事業者、観光関連団体、地域住民、商工業、農林漁業等の多様な関係者と密に情報交換、合意形成を図りながら実施した。</p>
	<p>観光資源の磨き上げ</p>	<ul style="list-style-type: none"> <p>・平成 30 年度～令和 2 年度仙台・松島復興観光拠点都市圏事業委託業務（宮城県観光政策課・観光庁） 具体事業内容：地域及び海外のパートナーとの共同商品造成を通じ、当該事業期間に 50 以上の商品を造成した（https://www.tohoku-local-secret-tours.jp）。東北周遊パッケージから地元のディープな体験まで幅広いラインアップを備え、中でも、上述の TTC による仙台横丁体験「Back-alley Bar Hopping in Sendai」は、JNTO の『100 Experiences in Japan』にも掲載されるなど、多くの問い合わせを頂戴している。</p> <p>・令和 2 年度国税庁酒蔵ツーリズム推進事業（国税庁：浦霞醸造元（株）佐浦と連名） 具体事業内容：訪日外国人が増加する中、酒類事業者や観光事業者等が連携して推進する周遊・滞在型観光「酒蔵ツーリズム」を通じ、地域活性化等のインバウンド効果や日本産酒類の海外需要の拡大に繋げる事を目指すもの。浦霞醸造元（株）佐浦（塩竈市）と連名で提案した「塩竈発“ストーリー”を呑む東北酒蔵カンパニリズム」事業が全国 16 のモデル事例の一つとして選定された。</p> <p>・令和 2 年度～令和 4 年度 松島湾周遊体験観光地整備事業（宮城県観光政策課・内閣府） 具体的事業内容：松島湾エリアにおける教育旅行や移住・定住に向けた体験型プログラムの開発を行う事で、関係人口の創出や地域活性化を目指すもの。SDGs や探求型学習など主体的な学びや課題解決志向が求められる中で、農業や漁業など地域ならではの体験を軸に実際の教育旅行の誘致に繋げている。</p> <p>・令和 3 年度“歩く東北”をコンセプトとした地域と繋がる体験型トレイル推進事業（東北運輸局） 具体事業内容：自然、文化体験、アクティビティの 3 要素のうち、2 つ以上で構成される体験型の旅行形態であるアドベンチャーツーリズムを推進し、地域における消費機会の拡大を目指すもの。奥の細道や出羽三山、磐梯朝日国立公園など、宮城、福島、岩手、山形を跨ぐエリアでのモデルコースの造成を行うと共に、2021 年の ATWS（Adventure Travel World Summit）公式商談会に出展した。</p> <p>・令和 3 年度観光庁地域の観光資源の磨き上げを通じた域内連携促進に向けた実証事業（第 2 次）選定 具体事業内容：観光を「手段」として関係人口を増やし、定住人口との持続的な交流の機会創出を目指しながら、生産者</p>

や体験者を巻き込んだ商品開発・改善プロセスを確立することを旨とした。この実証事業では暮らしびりを未来へ引き継ぐための関係人口を増やす取組が急務であると捉え、地域課題や潜在的資源を発見するためのフィールドワークを地域事業者とプロセスとして共有することで、地域外の方々に浦戸諸島の自然、文化、人を知ってもらい、旅が終わったあとも関係を繋いでいき、浦戸諸島の課題解決に向き合っていくコミュニティの形成に重きを置いた商品造成による地域資源の磨き上げを実施した。

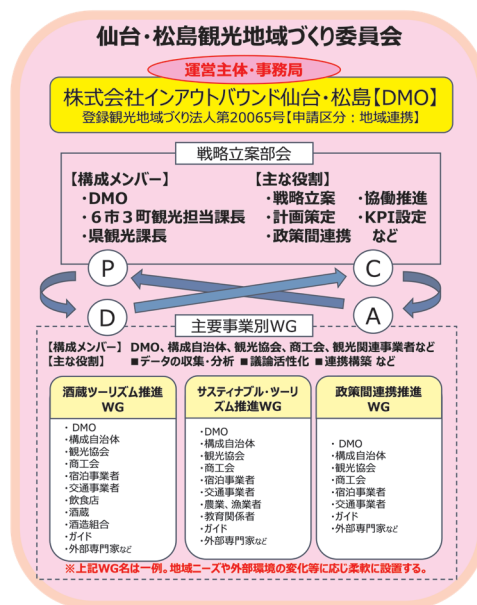
実施体制

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）。

【実施体制の概要】

観光施策・観光マネジメントの戦略方針について、株式会社インアウトバウンド仙台・松島がマーケティング結果と事業性判断及び、ワーキンググループからの意見吸い上げ等に基づいて立案し、DMO協議会（委員会に移行）に中長期的な事業戦略及び具体の取組案として提起する。これを同協議会で協議し、承認した戦略及び施策の推進について、株式会社インアウトバウンド仙台・松島と連携して取り組む。

【実施体制図】

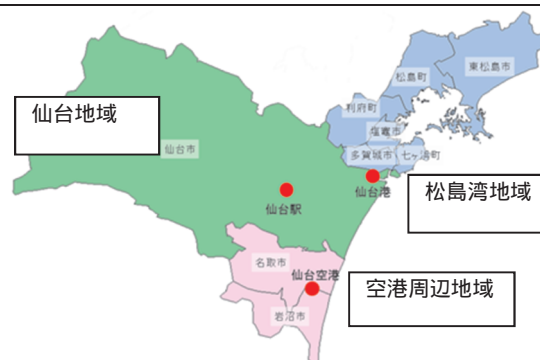


令和4年度より順次ワーキンググループを設置、運営を開始。ワーキンググループは、コアメンバーとアドバイザーの他、各回の議題に応じた臨機応変な参加を想定している。

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】

宮城県仙台・松島エリア 6 市 3 町を対象区域とする。



【区域設定の考え方】

「明日の日本を支える観光ビジョン」において、拠点都市圏は「仙台市及び仙台空港を含む周辺エリア」とされており、拠点都市圏が既に一定程度の国内観光客の受け入れを行っている。国内外から見て、東北のゲートウェイとなり、交通結節点として東北各地への送客機能を持つポテンシャルがあり、将来的に外国人に対する受け入れや、外国人目線での観光地の磨き上げの参考となるポテンシャルを有している。

【観光客の実態等】

仙台・松島復興観光拠点都市圏形成推進計画に基づく数値目標(KPI)として、2020年までに外国人延べ宿泊者数 50 万人泊(従業員 10 名以上の施設対象)の達成が掲げられていた。2019 年終了時点で、県内 51.2 万人泊、当圏域 46.1 万人泊(シェア率 90%で推計)に達しており、目標達成寸前であった。しかし、コロナ禍により最大約 90%減という大幅な来訪者の落ち込み等域内の観光産業への影響は大きく、見直しとリカバリープランの検討を行った。With コロナの新しい生活様式の浸透や国際往来の再開が見込まれる 2022 年以降、宮城県の他、当拠点都市圏を形成する 6 市 3 町の意見も集約しながら、リカバリープラン(国内教育旅行等の誘致など地方創生施策とインバウンドの両軸展開)を実行に移している。

弊 DMO では行政や地域事業者への独自ヒアリングを R4 年度に実施、おおむねコロナは回復している印象の回答を得ている。

- ・「全国旅行支援が 10 月に開始されると、入込ではコロナ前とほぼ同水準、宿泊者数でも約 9 割まで回復した。更に、コロナ禍後初となった 11 月の瑞巖寺、円通院、松島離宮の紅葉ライトアップでも多くの来訪者が行列を作るなど、コロナ前の水準に迫った。結果として、令和 4(2022)年は、年間入込数が 212 万 3,521 人(コロナ前の 71.2%)、年間宿泊者数が 41 万 3,255 人(コロナ前の 72.5%)と、ようやくコロナ禍による最悪期を脱した。」(松島観光協会)

- ・「インバウンドでは、新型コロナウイルス対策の入国制限が 9 月 7 日に緩和されたあたりから、わずかながら海外旅行者の方がお越しになり、年末から 1 月上旬にかけてバス 20 台の団体の方々がタイからの予約だった。半数はチャーター便利用の団体。他にも仙台空港の台湾便運行に合わせて、台湾からの団体の方が増えてきた。修学旅行の問い合わせはコロナ禍と比較して大きな変化はないが、インバウンドが戻ってきたことで急に忙しさが戻ってきた印象。」(丸文松島汽船)

- ・「多賀城跡では年間を通じて 66,000 人の来場者数を記録した。コロナ禍による屋外需要の増加によることと合わせて多賀城創建 1300 年に向けた様々な取組のひとつとして多賀城南門の復元事業が行われていることが、認知度向上に寄与する結果となり、多賀城跡を訪れる人が相乗効果で増加していると推測される。」(多賀城市企画経営部市民文化創造課交流観光係)

【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。				
地域	観光施設・商業施設	自然・文化	観光資源活用方法	スポーツ・イベント
仙台市	うみの杜水族館、動物園、博物館、美術館、大崎八幡宮、瑞鳳殿、東照宮、輪王寺、青葉神社、国分町	秋保温泉、秋保大滝、作並温泉、磊々峡、仙台城跡、伊達文化、泉ヶ岳、泉ボタニカルガーデン、野草園	特定の季節やイベントに合わせて、地元の文化や伝統を体験できるイベントを開催	ベガルタ仙台、東北楽天ゴールデンイーグルス、仙台89ERS、青葉まつり、七夕まつり、どんと祭、定禅寺ジャズフェスティバル、光のページェント
塩竈市	鹽竈神社、塩釜水産物仲卸市場、旧亀井邸、菅野美術館、浦霞醸造元佐浦、マリゲート塩釜	浦戸諸島、丸文松島汽船、鹽竈桜	地域の歴史的建造物や文化的な遺産を保存し、観光資源として活用。博物館、史跡、伝統工芸品の作り手との交流など	塩竈みなと祭、鹽竈神社帆手祭、塩竈 de ひなめぐり、しおがまさま 神々の花灯り
名取市	熊野三社、雷神山古墳、洞口家住宅、イオンモール名取、仙台空港エアポートミュージアム	日和山、十三塚公園、海の見える丘公園、閑上太鼓	自然の美しさを活かした観光資源自然地域でのハイキングなどのアクティビティ開発	名取トレイルセンター、ゆりあげ港朝市、熊野堂十二神鹿踊
多賀城市	東北歴史博物館、市立図書館、文化センター、ソニー復興パーク、理研食品本社工場、松島蒲鉾	加瀬沼、多賀城跡あやめ園、貞山運河、多賀城跡附寺跡、多賀城碑、壺碑、末の松山、興井、万葉衣装	地元で生産される特産品や地元料理を観光の一環として体験。地元の農産物、工芸品、地酒、郷土料理など	多賀城跡あやめ祭り、史都多賀城万葉まつり、ザ・祭り in 多賀城、多賀城ピアサミット、野田の玉川あんどんまつり
岩沼市	金蛇水神社、竹駒神社、いわぬまひつじ村、千年希望の丘	九龍の藤、阿武隈川、グリーンピア岩沼、岩沼海浜緑地	ソーシャルメディアを活用して観光情報を発信し、観光客の関心を引く。SNSの運用、オンライン予約システムの導入など	竹駒神社初午大祭、金蛇水神社花まつり、みんなで歌う第九の会
東松島市	奥松島縄文村、震災復興伝承館、蔵しっくパーク、アトムサーキット、ディスカバリーセンター	宮戸島、嵯峨溪、大高森、野蒜築港、大曲浜獅子舞	持続可能な観光を目指し、環境に配慮したツアーやアクティビティを提供	奥松島漁業体験、八鷹みこし練り歩き、ブルーインパルス演習飛行
松島町	瑞巖寺、円通院、五大堂、双観山、観瀾亭、雄島、福浦島	松島湾、西行戻しの松公園、幽観（扇谷）	観光地の多様化を図り差別化。宗教的な観光地、アウトドアアクティビティの拠点、マインドフルネスなど	円通院ライトアップ、松島島巡り遊覧船、松島流灯会 海の盆、松島ファンタスティック音楽祭 × Reborn-Art Festival 2017
七ヶ浜町	菖蒲田海水浴場、七ヶ浜国際村、アクア	阿川沼、君ヶ岡公園、歴史資料館	観光客が快適に過ごせる施設やイン	七ヶ浜町産業まつり 青空市、七の市、小

	リーナ、諏訪神社、鼻節神社		フラを整備。交通アクセスの向上、観光案内所の設置など	浜港（ヨットハーバー）
利府町	グランディ 21、宮城県総合運動公園、イオンモール利府	加瀬沼、利府城址、惣の関ダム公園、馬の背・箕輪島・兜島、道安寺横穴古墳群、宮城県民の森	環境に配慮したツアーやアクティビティ。ガイド付きウォーキングツアー、地元のエコツアーガイドとの交流など	「十符の里-利府」フェスティバル、梨まつり、梨狩り、漁業体験、染殿神社例大祭、海産物収穫祭

上記観光資源は、日本版持続可能な観光ガイドライン（JSTS-D）やGSTC-Dを参照しながら、「持続可能で責任ある観光地域づくり」を軸として、仙台・松島域内及び東北への周遊滞在に資する活用法を検討していく。具体的には、アドベンチャーツーリズム等の考え方も参考に、身体的活動に歴史文化や郷土の食が紐づき、その背景にあるストーリーを地域の方々の言葉で語ってもらう「人」で観光資源を繋ぐプログラムの開発を進めている。

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

1. 仙台空港エリア（名取市・岩沼市） 21 施設 収容人数 1,940 名
2. 仙台エリア（仙台市） 231 施設 収容人数 35,982 名
3. 松島湾エリア 84 施設 収容人数 7,547 名
（利府町・多賀城市・七ヶ浜町・塩竈市・松島町・東松島市）

【利便性：区域までの交通、域内交通】

1. JR 東北新幹線で東京から約 1 時間 30 分
2. (1) 航空機
 - 成田空港・仙台国際空港 1 時間 10 分
 - 関西国際空港・仙台国際空港 1 時間 35 分
 - 中部国際空港・仙台国際空港 1 時間 15 分
- (2) 仙台国際空港から車で ・仙台市中心部 35 分 ・松島 35 分
- (3) 都市間バス
 - 仙台市・山形市 1 日 80 往復運行（所要時間 1 時間 10 分）
 - 仙台空港・松島・平泉 1 日 6 往復運行（所要時間 2 時間 15 分）
- (4) 在来線
 - JR 東北本線・仙台駅・国府多賀城駅 14 分 ・仙台・塩釜駅 17 分
・仙台駅・松島駅 25 分 等
 - JR 仙石線 ・仙台駅・多賀城駅 21 分 ・仙台駅・本塩釜駅 28 分
・仙台駅・松島海岸駅 30 分 ・仙台駅・野蒜駅 43 分
・仙台駅・矢本駅 46 分 等
 - JR 利府線 ・仙台駅・利府駅 16 分
- (5) 定期観光バス ジェイアールバス東北（株）が定期観光バス「仙台お散歩号」及び「松島お散歩号」を原則毎日運行
 - ・仙台駅東口-市内周遊コース 3 時間
 - ・仙台駅東口-松島周遊コース 4 時間
- (6) 遊覧船 丸文松島汽船（株） ・マリンゲート塩釜-松島観光栈橋 50 分
松島島巡り観光船企業組合 ・松島湾内周遊 50 分
3. 高速道路 東北自動車道 仙台宮城インターから ・仙台市中心部 15 分 ・松島 35 分

【外国人観光客への対応】

外国人観光客に対しては、多言語対応等の接遇や受入環境整備を進めると共に、自由度の高い二次交通（ガイド付タクシーなど）を提供し利便性の向上に努めている。また、英国や米国、台湾等の海外発地側におけるパートナーエージェント等との連携・協業体制の構築も進めており、旅行者のニーズを事前にきめ細やかに聞き取った上で、カスタマイズ・パーソナライズされた旅程やプログラムを提案している。加えて、世界的な潮流である「持続可能で責任ある観光」（Sustainable & Responsible Tourism）を軸として、責任ある旅行者が訪問先のローカルコミュニティに対し、帰属や貢献の意識を持てるよう GSTC や Green Destinations, UNWTO Best Tourism Villages といった持続可能な観光に関する国際基準への適合も進めている。

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
経済波及効果	観光産業が地域にもたらす経済効果を可視化し、地域事業者の幅広い参画を促すため	観光庁『宿泊旅行統計調査』の延べ宿泊者数を、独自調査で得られた平均宿泊日数で除し、同様に推計された訪日外国人旅行者一人当たりの域内消費単価を乗じる。
来訪者満足度	1 圏域を訪問する旅行者からの評価取得のため 2 STP（ターゲティング、セグメンテーション、ポジショニング）戦略が適切か、属性分析を行うため ターゲットセグメントの満足度・リピート率向上の施策立案に活かすため	・既存 WEB プラットフォームの活用 ・直接誘客対象者、モニターツアー等の参加者については、自社作成のアンケートを実施
旅行消費額	1 観光客入込数・宿泊者数の増加が、地域経済にどの程度の波及効果をもたらしているか把握するため キャッシュポイント造成の施策検討に活かすため	・観光庁、宮城県、圏域自治体の調査データから推計値を算出
旅行商品売上金額	自社が造成したツアー等の旅行商品が、市場において受ける評価を定量的に把握するため	・自社及び協力会社での数値管理
延べ宿泊者数	2020 年の外国人延べ宿泊者数 50 万人泊（従業員 10 名以上の施設を	・観光庁、宮城県、圏域自治体の調査データから推計値を算出
WEB アクセス調査	情報接点・認知接点の構築状況の管理と、検索キーワードの集計を通じ、市場ギャップを把握するため	・Google アナリティクス ・Facebook インサイトの活用 ・自社及び協力会社による分析調査の実施
リピーター率	上記「来訪者満足度」の向上が複数回の来訪に繋がるよう、地域コンテンツやルートの構築・アップデートを継続的に実施するため	・自社及び協力会社による対面調査を通じた数値把握

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

平成 30 年策定の「宮城県観光産業基本計画」に基づき、地域の特性を活かした魅力ある観光地域づくりを推進すると共に、観光産業の成長を通じて観光以外の地域産業への波及効果をもたらし、質の高い雇用創出を促進する事を目指している。特に、松島湾地域（塩竈市、多賀城市、東松島市、松島町、七ヶ浜町、利府町）は、日本三景松島として宮城観光の要である一方、平成 20 年前後より来訪者が横ばいで推移する中、東日本大震災や新型コロナウイルス感染症等の影響を受けた。また地域内に目を向ければ、人口減少や高齢化が進み、地域経済自体も先細りの危機に直面している。

こうした中、仙台・松島エリアを活動圏域とする地域連携 DMO 法人として、仙台を首都圏からのゲートウェイ及び東北周遊のハブとして位置づけ、圏域内での滞在日数の延長や消費額の増大を目指した誘客戦略を立案すると共に、移住・定住も見据えた「関係人口」の増大に向けた域内外及び国内外との連携を推進している。

(2) 地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	強み (Strengths) 国家戦略特区で東北唯一の政令指定都市である仙台市を中核とした観光拠点都市圏 東北の空の玄関口である仙台国際空港が立地 『ミシュラングリーンガイドジャポン』で三つ星を獲得している松島湾地域 首都圏からのアクセスの良さ 豊富な自然資源（食、温泉、アウトドア等）	弱み (Weaknesses) インバウンド対応のインフラ整備（交通、多言語、宿泊等） 認知度及び訪問意欲の低さ インバウンド対応観光商品の少なさ 効果的な情報発信の不足
外部環境	機会 (Opportunity) 世界的なコロナ禍で高まった持続可能な観光の潮流の高まり 観光立国や地方創生等の国の動き 世界的な日本食・日本酒ブーム	脅威 (Threat) 自然災害等の有事への不安 人口減少や少子化による観光総量の減少、修学旅行等の減少 周辺の競合観光地との地域間競争の激化

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

第1ターゲット層

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

選定の理由

2018 年観光庁「宿泊旅行統計調査」によると、宮城県に滞在した外国人宿泊客の国・地域別割合が最も高かったのは台湾で、従業員数 10 名以上の施設における外国人延べ宿泊者数（344,420 人泊）の構成比で全体の約 41%を占めた。次いで、中国が全体の 14%で続く。仙台空港の民営化に伴い

LCC(Low Cost Carrier)等の就航も相まって、東・東南アジアからの時間的・金銭的成本が比較的低下していることから、リピーターとしての継続的な誘客・交流の実現可能性が高く、量的な伸びと共に質的（消費額、リピート率）な向上も見込めるため（UNWTO の試算によると、アジア太平洋地域の国際観光客到着数のシェア率は 2010 年の 22%から 2030 年には 30%に至るといふ）。弊 DMO では、特に台湾・香港及び華僑ネットワークを当面の重点ターゲットとする。

取組方針

- ・継続的な相互訪問を行うことで信頼関係を構築。顧客満足度が高く、収益性のある商品販売に繋げる。
- ・宮城県における最大のインバウンド誘客市場であった台湾は 2019 年比で 99.8%減となった。往来再開を見据えた迅速かつ効果的なリカバリー施策の必要性に鑑み、2021 年台湾・雲嘉南浜海観光圏（台湾版 DMO 法人）と日台 DMO 間では初となる姉妹協定を締結。コロナ禍からの反転攻勢を見据えたヒト・モノ・カネ・情報の交流活性化を進める。

第 2 ターゲット層

北米・英・欧・豪、文化濃度の高い旅を好む比較的富裕層・FIT・長期滞在型

選定の理由

2018 年、仙台駅及び仙台国際空港で実施した自主調査（n=557）や既存統計調査（観光庁「訪日外国人消費動向調査」）によれば、訪日滞在期間が比較的長く、移動・体験を含めた無形の価値への旅行消費額が多い（1箇所での物品への大量消費ではない）傾向が見られる。日本の自然や人々の暮らしぶり等、東北の強みに対する関心が高いため、付加価値の高い商品造成が可能。

また、仙台駅での調査回答者の出身地は約 40 カ国・地域で、これは当 DMO が東京駅で実施した調査（n=461）の約 45 カ国・地域と比較しても、遜色のない数字であったため、国・地域にまたがる旅のテーマや価値観・所得・教育水準等の共通点を模索しながら、商品造成・誘客を行うため。

取組方針

- ・首都圏や大阪・京都等に既に滞在している長期滞在客で、滞在中の予定が未定の観光客に対しての営業プロモーション。
- ・訪日リピーター且つ東北未訪問者への首都圏からの「旅中セカンド・デスティネーション」としての誘客戦略立案。
- ・詳細なセグメント分析を踏まえたプレミアムブランド（差別的優位）商品造成。
- ・英国・ロンドン、米国・ニューヨークシティ、ロサンゼルス等、現地パートナーとの共同での商品造成や顧客データベースを活用したテストマーケティング等、潜在的顧客にダイレクトにアプローチし、パーソナライズされた旅行商品の開発に繋げる。

（４）観光地域づくりのコンセプト

<p>コンセプト</p>	<p>持続可能で責任ある観光地域づくり</p>
<p>コンセプトの考え方</p>	<p>観光庁「日本版持続可能な観光ガイドライン」（JSTS-D）と足並みを揃え、世界的な潮流である“Responsible & Sustainable Tourism”を域内に展開していく。また、訪日リピーターが「まだ見ぬ日本」を求め訪れる場所として、仙台・松島復興観光拠点都市圏をブランディングしていく。コンパクトシティ・仙台とカントリーサイド・松島のコントラストにより、首都圏等と比較した際に、差異を実感できるような導線を構築していくと共に、プロモーションでは、東京から最短 90 分で仙台に到着できる旨、合わせて発信していく。</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。	部会、ワーキンググループ、勉強会、共同フィールドワーク、事業報告書の説明会 <ul style="list-style-type: none"> ・ DMO を中心として、地域の関連事業者を集めてコミュニケーションの場を毎月 1 回程度設けるとともに、関連事業者に対してのコンサルティング等を実施する。 ・ DMO 圏内戦略立案、圏内で活躍する観光ガイド育成、地元企業・自治体観光課・観光協会等で働く方々のインバウンド観光客受け入れの意識醸成と、環境整備への取組を継続的に行い、域内消費加速化に繋げる。 ・ 6 市 3 町それぞれの「稼ぐ力」を引き出し、地域が潤う仕組みを作るため、継続的に地域産業・観光による収益・来訪者・ニーズを調査し、6 市 3 町が持つ強み・弱み・課題の共有と各地域が担う役割を明確にする。
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	2020 年 6 月に公表された観光庁『日本版持続可能な観光ガイドライン』（JSTS-D）に基づく観光指標を地域として主体的かつ一体的に活用できるよう体制の構築を進めている。当圏域においては、東松島市と連名で、R3 年度観光庁「日本版持続可能な観光ガイドラインのモデル地区における運用に関する調査業務」のモデル地区に申請し、全国 15 のモデル地区の一つとして選定された。JSTS-D でいう観光指標は、ガイドラインの通り、「観光客の入込人数や消費額など経済的な側面だけを対象とするものではなく、例えば、観光地の運営に地域住民の意見を反映しているか、地域の自然や文化的資源の保護計画が策定されているか、危機管理は的確になされているかなど、経済、文化、環境、住民それぞれの広範な分野に及ぶ」。弊 DMO では、この考え方にに基づき、まずは東松島市において、地域が観光客に提供するサービスを、維持・向上・評価する仕組みや体制を構築し、域内他市町に横展開していくことを目指している。
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"> ・ 上述の JSTS-D に則した「持続可能で責任ある観光地域づくり」は、それ自体地域一体となった戦略の根幹に位置するもので、この考え方に基づいて、一元的な情報発信・プロモーションを展開していく。 ・ 松島湾エリア 3 市 3 町（塩竈市、多賀城市、東松島市、松島町、七ヶ浜町、利府町）は、古くは縄文から一つの生活・文化圏を構成しており、「縄文から続く人々が暮らしてこそその特別名勝」という情報発信やプロモーションが可能である。2013 年には、世界で最も美しい湾クラブにも加盟しており、弊 DMO としても、各市町、観光協会、地域事業者と連携しながら、松島湾一帯として地域ブランディングや観光地域づくりに資する取組を目指している。 ・ 仙台圏（仙台市、名取市、岩沼市）においても、日本遺産に選定されている「政宗が育んだ“伊達”な文化」は、瑞巖寺や雄島など松島湾エリアとも密接に関連するもので、この観点から、仙台・松島が一体となった情報発信やプロモーションが可能である。2021 年 4 月より弊 DMO

	も「『“伊達”な文化』魅力発信推進事業実行委員会」（会長：宮城県教育委員会教育長、事務局：宮城県文化財課）に参画する事が決まり、世界的な潮流である「持続可能な観光」と日本ならではの伝統文化・自然といったグローバル・ローカル双方の視点から、情報発信とプロモーションを進めていく。
--	--

各取組について、出来る限り具体的に記入すること。

6. KPI (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 (億円)	目標	N/A (130億)	N/A (140億)	N/A (80億)	1,000 (100億)	1,200 (120億)	1,400 (140億)
	実績	N/A (28.6億)	N/A (14.2億)	589 (18.8億)	()	()	()
延べ宿泊者 数 (千人)	目標	N/A (500)	N/A (550)	N/A (300)	9,000 (350)	10,000 (450)	11,000 (500)
	実績	N/A (108)	6,385 (49.5)	8,317 (65.6)	()	()	()
来訪者満足 度 (%)	目標	N/A (4.25)	N/A (4.30)	N/A (4.30)	4.2 (4.35)	4.25 (4.35)	4.3 (4.35)
	実績	N/A (算出不可)	N/A (算出不可)	N/A (算出不可)	()	()	()
リピーター 率 (%)	目標	N/A (33.3)	N/A (33.3)	N/A (33.3)	N/A (33.3)	N/A (33.3)	N/A (33.3)
	実績	N/A (算出不可)	N/A (算出不可)	N/A (算出不可)	()	()	()

括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値

国内旅行消費額は『宮城県観光統計概要』、訪日外客消費額は『旅行・観光消費動向調査』等を参照し算出

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】

「明日の日本を支える観光ビジョン」において、拠点都市圏は「仙台市及び仙台空港を含む周辺エリア」とされ、その外国人延べ宿泊者数は2016年で17.5万人泊であった。これを2020年に約3倍の50万人泊（従業員数10名以上の施設を対象）にすることを目標としていることから、その着実な達成のために、毎年求められるアウトプット・アウトカムを2017年度及び2018年度実施の調査に基づいて分析中である。いずれの指標も、同調査に基づいて基準値を設定し、毎年の達成目標としての上昇率を定めることとする。但し、延べ宿泊者数については、現状のペースが続けば50万人目標の達成が濃厚であること、また、観光客数・消費額に留まらず、域内調達率を加味した経済波及効果がより重要であるとの判断から、独自推計による経済波及効果を新たな指標として追加している。

【設定にあたっての考え方】

旅行消費額（総額及び一人あたり）

旅行消費額については、人泊数から平均宿泊数を除すなどして実人数を推計した上で、同様に得られた外国人旅行者の一人当たり消費単価の平均額を乗じて総額を概算する。一例として、外国人による一人当たり旅行支出（宮城県内）は、2018年度当DMO調査（n=557）では、約86,850円（内訳：宿泊費34,496円、交通費11,194円、飲食費17,930円、買物代15,781円、その他（体験・サービス等）7,449円）であった。当圏域においては、政府が掲げる2020年目標の消費総額8兆円（一人あたり旅行支出20万円）に鑑み、2020年の一人あたり宮城県内旅行支出10万円の達成を目指し、毎年、前年比約10%程度の伸びを目標とする。特に、体験プログラムや地産品に対するキャッシュポイントを造成していく。

延べ宿泊者数

延べ宿泊者数については、2020年の外国人旅行者50万人泊（従業員数10名以上の施設を対象）の達成を最優先目標として設定した。外国人の延べ宿泊者数は、2020年の東京五輪開催年度以降、若干の逡減を見込みつつも、毎年10%程度の伸びを確保する。

来訪者満足度

来訪者満足度については、2017年度調査の数値を基準値として、トリップアドバイザー等、世界的に信頼度を獲得しているWEBプラットフォームの口コミ評価の平均4.0達成を当面の目標としていたが、2018年度事業において、平均4.20を記録したため目標を上方修正した。

また、直接誘客対象者、モニターツアー等の参加者については、自社作成のアンケートを実施し、上述の既存WEBプラットフォームと採点基準を乖離させることなく、両者の比較が可能なようアンケート内容を検討し、2018年度事業から導入した。

リピーター率

2018年当DMOが外国人旅行者を対象に実施した対面調査（n=557、実施場所：仙台駅及び仙台国際空港）では、70%強が訪日リピーターである一方、仙台・松島への来訪は「初めて」が64.1%、無回答を除くと33%が当圏域のリピーターであった。今後、新興国の人口増や所得水準の向上による市場への新規参入が見込まれる（=分母の変動幅が大きい）国際観光においては、現状の当圏域リピーターと新規来訪者の割合（2018年1:2）が中長期的に見て適正か否かの判断が単年調査では難しいが、訪日リピーター且つ仙台・松島未訪問者をコア・ターゲットとしている中で、当圏域リピーターとのバランスをとり、当面は現状のリピーター率を維持する。

（訪日観光全体のリピーター率（観光庁『訪日外国人の消費動向』によれば、2018年は約60%）に鑑みつつ、適時、目標値を修正するなど、PDCAのサイクルを回していく。）

（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
インバウンド 経済波及効果	目標	N/A (150億)	N/A (165億)	N/A (95億)	N/A (120億)	N/A (140億)	N/A (160億)

(円)	実績	N/A (32.9 億)	N/A (16.3 億)	N/A (24.4 億)			
	目標	N/A (3000 万)	N/A (4000 万)	N/A (5000 万)	N/A (5000 万)	N/A (5000 万)	N/A (5000 万)
旅行商品売上 金額 (円)	実績	N/A (200万)	N/A (200万)	N/A (500万)			
	目標	N/A (17,000)	N/A (18,000)	N/A (19,000)	N/A (20,000)	N/A (21,000)	N/A (22,000)
WEB アクセス 数	実績	(5,000) 年度途中 よりウェブ サイト 改修に伴 い一時閉 鎖	(18,399)	(21,323)			
	目標	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A

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】

アンゾフ (Igor Ansoff) の成長マトリックスの通り、「旅行商品」と「市場」の2軸を置き、その2軸を更に「既存」と「新規」に分け、次年度以降、各指標の数値目標を設定していく。「市場浸透戦略」(既存市場に既存商品を継続投入・シェア及び収益率の向上)、「新商品開発戦略」(既存市場に新規商品を投入)、「新市場開拓戦略」(新規市場に既存商品を投入)、「多角化戦略」(新規市場に新規商品を投入)の4つのエリアにおいて、どういう割合でリソースを配分していくかの戦略立案に繋げる。

2018年度からは、市場細分化分析 (market segmentation analysis) を重点的に実施する。市場細分化においては、1) 測定可能性：市場規模と購買力を算出可能であること、2) 到達可能性：当該市場において効果的な営業活動が行えること、3) 維持可能性：細分化された市場が収益をあげる上で十分な規模と持続性を持つこと、4) 差別化可能性：商品に対し独自の想起や反応を示す対象層の判別とグルーピングが出来ること、5) 実行可能性：具体的な施策を実行できること、の5つの観点よりマーケティング分析を行う。変化する市場ニーズ、顧客ウォンツを継続的に調査・分析し、適時の施策立案・実施に繋げるために必要な指標及び目標値を設定すると共に、適時アップデートする。

【設定にあたっての考え方】

経済波及効果

上述の通り、延べ宿泊数・消費額に加え、域内調達率の向上も観光地域づくりの重要な要素であるとの判断から、2018年度事業において、産業連関表を活用した経済波及効果簡易計算プログラムを作成、継続的にインバウンド観光が当圏域にもたらす波及効果を追跡する体制を整えた。

旅行商品売上額

設定の理由は、株式会社 (DMC) として、自主財源として旅行商品の売上が長期的にも重要であるため。2018年度の数値は、2017年度における本 DMC 参画各社の実績を基に設定し、毎年10%ずつ

以上の上昇を目標とすると共に、収益率の向上も別途数値目標（例：投資収益率）の設定を検討中である。

2018年7月に第2種旅行業登録を完了

WEB アクセス数

自社旅行商品販売サイト「Tohoku Local Secret Tours」(<https://www.tohoku-local-secret-tours.jp/>)へのアクセス数を増加させながら、同時に実際の商品販売や予約へのコンバージョンレート（成約率）も上昇させていく。特に、年々増加するFIT層に対しては、OTAのActivity Japanの予約APIを導入することで、オンライン決済の利便性を高め、情報発信から購買までの導線を構築している。

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（円）	内訳（具体的に記入すること）
2020（R2） 年度 （実績）	146,000,000（円）	【仙台・松島復興観光拠点都市圏事業委託業務】 宮城県からの委託業務：予算5300万円（内、2100万円をR3年度に繰越） 【松島湾周遊体験観光地整備事業委託業務】 宮城県からの委託業務：予算7400万円 【その他、公共事業受託収入】 国及び市町等からの委託業務：計3000万円 【収益事業収入】 民間事業受託、旅行商品販売、コンサルティング業他：計1000万円
2021（R3） 年度 （実績）	121,000,000（円）	【仙台・松島復興観光拠点都市圏事業委託業務】（R2年度繰越分） 宮城県からの委託業務：予算2100万円 【松島湾周遊体験観光地整備事業委託業務】 宮城県からの委託業務：予算5500万円 【その他、公共事業受託収入】 国及び市町等からの委託業務：計3500万円 【収益事業収入】 民間事業受託、旅行商品販売、コンサルティング業他：計1000万円
2022（R4） 年度 （実績）	136,500,000（円）	【松島湾周遊体験観光地整備事業委託業務】 宮城県からの委託業務：予算4980万円 【松島湾次世代可能人材連携プラットフォーム構築支援事業】 宮城県からの委託業務：予算660万円

		【通訳ガイド人材育成事業】 宮城県からの委託業務：予算 660 万円 【その他、公共事業受託収入】 国及び市町等からの委託業務：計 4490 万円 【収益事業収入】 民間事業受託、旅行商品販売、コンサルティング業他：計 2860 万円
2023 (R 5) 年度 (見込み)	150,000,000 (円)	【公共事業受託収入】 宮城県からの委託業務：2500 万円 国及び市町等からの委託業務：計 6000 万円 【収益事業収入】 民間事業受託、旅行商品販売、コンサルティング業他：計 6500 万円
2024 (R 6) 年度 (見込み)	150,000,000 (円)	【公共事業受託収入】 宮城県からの委託業務：3000 万円 国及び市町等からの委託業務：6000 万円 【収益事業収入】 民間事業受託、旅行商品販売、コンサルティング業他：計 6000 万円
2025 (R 7) 年度 (見込み)	150,000,000 (円)	【公共事業受託収入】 宮城県からの委託業務：2000 万円 国及び市町等からの委託業務：6000 万円 【収益事業収入】 民間事業受託、旅行商品販売、コンサルティング業他：計 7000 万円

(2) 支出

年 (年度)	総支出	内訳 (具体的に記入すること)
2020 (R 2) 年度 (実績)	146,000,000 (円)	【公共事業関連】 7850 万円 【取得委託事業】 3000 万円 【収益事業外注費】 1000 万円 【一般管理費】 2750 万円
2021 (R 3) 年度 (実績)	121,000,000 (円)	【公共事業関連】 6500 万円 【取得委託事業】 2500 万円 【収益事業外注費】 800 万円 【一般管理費】 2300 万円
2022 (R 4) 年度 (実績)	136,500,000 (円)	【公共事業関連】 5200 万円 【取得委託事業】 350 万円 【収益事業外注費】 2400 万円 【一般管理費】 5700 万円
2023 (R 5) 年度 (見込み)	150,000,000 (円)	【公共事業関連】 5500 万円 【取得委託事業】 3000 万円 【収益事業外注費】 3500 万円 【一般管理費】 3000 万円

2024 (R 6) 年度 (見込み)	150,000,000 (円)	【公共事業関連】5500万円 【取得委託事業】3000万円 【収益事業外注費】3500万円 【一般管理費】3000万円
2025 (R 7) 年度 (見込み)	150,000,000 (円)	【公共事業関連】5500万円 【取得委託事業】3000万円 【収益事業外注費】3500万円 【一般管理費】3000万円

(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

現時点では、仙台・松島 DMO としての受託事業費が運営資金の大半を占めている中で、R2 年度より 3 ヶ年の地方創生交付金事業（内閣府・宮城県）の受託（公募・プロポーザル）等を通じ、新規雇用など体制の強化を図った。こうした体制強化を踏まえ、DMO としての公共的な役割を着実に果たしながら、株式会社として DMC への発展を目指すため、R3 年度より「仙台・松島 DMO 事業部」と「東北ツーリズム事業部」の二部制を取っている。地域連携 DMO として、より深く密接に地域と連携していく部署と、首都圏から東北のゲートウェイ及び東北周遊のハブとしての当圏域の強みを活かし、広域連携を推進するための部署で、それぞれ DMC として運営基盤を強化していく方針を立てている。従来の旅行業に留まらず、物産品の開発や台湾・香港等への輸出、拠点運営といった事業にも多角的に進出していく計画である。

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

宮城県、仙台市、塩竈市、名取市、多賀城市、岩沼市、東松島市、松島町、七ヶ浜町及び利府町は、株式会社インアウトバウンド仙台・松島を当該地域における地域連携 DMO として登録したいので同法人とともに申請します。

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）

【他の地域連携 DMO や地域 DMO との間で、重複区域に関する連携や役割分担等について協議を行った（行っている）か】

（一社）宮城創生 DMO とは、名取市と岩沼市が重複する。同団体の理事に弊 DMO 代表・西谷雷佐が参画する一方、宮城創生 DMO・齋藤会長、櫻井副会長が弊社株主として運営アドバイザーを務めるなど、テーマ毎に役割分担の上、連携体制を整えている。

（一社）石巻圏観光推進機構とは東松島市が重複するため、同市の商工観光課を通じて、お互いの活動状況を共有と地域毎の役割について調整を図っている。

広域連携 DMO である（一社）東北観光連携推進機構からは、同機構が実施するマーケティング・リサーチや海外プロモーション等の実施内容に関する情報共有に加え、今後の事業実施方針等についても、定期的に情報共有を受けている。弊 DMO からもアンケート調査に協力頂ける圏域内の地域事業者の紹介等で連携と役割分担を図っている。

新たに候補法人となった（公財）仙台国際交流協会とは仙台市が重複する。地域 DMO と地域連携 DMO でレイヤーが異なり、プロモーションや MICE、商品造成・販売、持続可能な観光地域づくり等々、得意とする部分が事なるため、効果的な連携が期待できる。

【区域が重複する背景】

・仙台市及び空港エリア（名取市、岩沼市）は、JR 仙台駅と仙台国際空港がそれぞれ立地し、首都圏や海外からのゲートウェイ、また東北周遊のハブとして機能しているため、旅行者の効率的な導線に鑑み、観光目的地を設定する場合に重複地域が生じる。

【重複区域における、それぞれの DMO の役割分担について】

・仙台をゲートウェイとして、宮城県内の主要観光目的地間での相乗効果に繋がるよう役割分担を行っている。

【前述の役割分担等によって、効率的、効果的な活動の遂行が期待できるか】

・上述の通り、期待できる。

10 . 記入担当者連絡先

担当者氏名	小野寺 恭子
担当部署名（役職）	株式会社インアウトバウンド仙台・松島 サステナビリティコーディネーター（DMO 事業部）
郵便番号	980-0803
所在地	宮城県仙台市青葉区国分町 3 丁目 11-5 日宝勾当台西ビル 7 階
電話番号（直通）	022-302-7390
F A X 番号	022-302-7391
E - m a i l	onodera@inoutbound.co.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	宮城県
担当者氏名	千葉 智海
担当部署名（役職）	経済商工観光部観光政策課（主事）
郵便番号	980-8570
所在地	宮城県仙台市青葉区本町 3-8-1
電話番号（直通）	022-211-2755
F A X 番号	022-211-2829
E - m a i l	kankouss@pref.miyagi.lg.jp

都道府県・市町村名	宮城県
担当者氏名	今野 直人
担当部署名（役職）	経済商工観光部観光プロモーション推進室（主事）
郵便番号	980-8570
所在地	宮城県仙台市青葉区本町 3-8-1
電話番号（直通）	022-211-2824

F A X 番号	022-211-2829
E - m a i l	kanpro2@pref.miyagi.lg.jp

都道府県・市町村名	仙台市
担当者氏名	中西 麻理
担当部署名(役職)	文化観光局観光交流部誘客戦略推進課(主事)
郵便番号	980-8671
所在地	宮城県仙台市青葉区国分町 3-7-1
電話番号(直通)	022-214-8019
F A X 番号	022-214-8316
E - m a i l	mari_nakanishi@city.sendai.jp

都道府県・市町村名	塩竈市
担当者氏名	宗形 匡祐
担当部署名(役職)	産業環境部観光交流課(主査)
郵便番号	985-0052
所在地	宮城県塩竈市本町 1-1
電話番号(直通)	022-364-1165
F A X 番号	022-364-1169
E - m a i l	kankou@city.shiogama.miyagi.jp

都道府県・市町村名	名取市
担当者氏名	伊藤 考彦
担当部署名(役職)	生活経済部商工観光課(主事)
郵便番号	981-1292
所在地	宮城県名取市増田字柳田 80
電話番号(直通)	022-724-7149
F A X 番号	022-384-4150
E - m a i l	syousui@city.natori.miyagi.jp

都道府県・市町村名	多賀城市
担当者氏名	船木 崇雄
担当部署名(役職)	企画経営部市民文化創造課(主幹兼交流観光係長)
郵便番号	985-8531
所在地	宮城県多賀城市中央 2-1-1
電話番号(直通)	022-368-1141
F A X 番号	022-368-9069
E - m a i l	kanko@city.tagajo.miyagi.jp

都道府県・市町村名	岩沼市
-----------	-----

担当者氏名	大沼 貴史
担当部署名(役職)	市民経済部商工観光課(主事)
郵便番号	989-2480
所在地	宮城県岩沼市桜 1-6-20
電話番号(直通)	0223-22-1111
F A X 番号	0223-22-1264
E - m a i l	shoukan@city.iwanuma.miyagi.jp

都道府県・市町村名	東松島市
担当者氏名	武田 光由
担当部署名(役職)	産業部商工観光課(主任)
郵便番号	981-0303
所在地	宮城県東松島市小野字新宮前 5 番地
電話番号(直通)	0225-82-1111
F A X 番号	0225-87-3804
E - m a i l	kanko@city.higashimatsushima.miyagi.jp

都道府県・市町村名	松島町
担当者氏名	笹城戸 登美
担当部署名(役職)	産業観光課(主事)
郵便番号	981-0215
所在地	宮城県宮城郡松島町高城字帰命院下 19-1
電話番号(直通)	022-354-5708
F A X 番号	022-353-2041
E - m a i l	kankou@town.matsushima.miyagi.jp

都道府県・市町村名	七ヶ浜町
担当者氏名	星 翔太
担当部署名(役職)	産業課(主事)
郵便番号	985-8577
所在地	宮城県宮城郡七ヶ浜町東宮浜字丑谷辺 5-1
電話番号(直通)	022-357-7443
F A X 番号	022-357-5744
E - m a i l	sangyou@shichigahama.com

都道府県・市町村名	利府町
担当者氏名	菅澤 誠也
担当部署名(役職)	経済産業部商工観光課(観光係長)
郵便番号	981-0112
所在地	宮城県宮城郡利府町利府字新並松 4 番地

電話番号 (直通)	022-767-2120
F A X 番号	022-767-2105
E - m a i l	kankou@rifu-cho.com

記入日：令和5年 7月 12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】

宮城県 仙台市、塩竈市、名取市、多賀城市、岩沼市、東松島市、松島町、七ヶ浜町、利府町 【設立日】 2018年1月11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】 西谷 雷佐

【マーケティング責任者(CMO)】 工藤 雅教

【財務責任者(CFO)】 西舘 保宗

【職員数】 9人

【主な収入】

公共事業等受託(宮城県、観光庁、国税庁、内閣府、復興庁等) 約108百万円、収益事業 約28百万円(R4年決算)

【総支出】

136百万円(一般管理費57百万円、事業費79百万円)(R4年決算)

【連携する主な事業者】

(一社)東北観光推進機構、仙台国際空港(株)、東日本旅客鉄道(株)、(一社)松島観光協会、青葉城本丸会館等

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 (億円)	目標	N/A (130億)	N/A (140億)	N/A (80億)	1,000 (100億)	1,200 (120億)	1,400 (140億)
	実績	N/A (28.6億)	N/A (14.2億)	589 (18.8億)	()	()	()
●延べ宿泊者数 (千人)	目標	N/A (500)	N/A (550)	N/A (300)	9,000 (350)	10,000 (450)	11,000 (500)
	実績	N/A (108)	6,385 (49.5)	8,317 (65.6)	()	()	()
●来訪者満足度 (%)	目標	N/A (4.25)	N/A (4.30)	N/A (4.30)	4.2 (4.35)	4.25 (4.35)	4.3 (4.35)
	実績	N/A (算出不可)	N/A (算出不可)	N/A (算出不可)	()	()	()
●リピーター率 (%)	目標	N/A (33.3)	N/A (33.3)	N/A (33.3)	N/A (33.3)	N/A (33.3)	N/A (33.3)
	実績	N/A (算出不可)	N/A (算出不可)	N/A (算出不可)	()	()	()

戦略

【主なターゲット】

○台湾を中心とした東・東南アジア(香港、中国、ASEAN諸国等)、FIT/GIT・短期滞在・リピーター型
北米・欧・豪、文化濃度の高い旅を好む比較的富裕層・FIT・長期滞在型

【ターゲットの誘客に向けた取組方針】

○訪日リピーター且つ東北未訪問者への首都圏からの「旅中セカンド・デスティネーション」としての誘客戦略を立案し、商品造成を行う。

「仙台・松島6市3町らしさ」と「仙台・松島6市3町ならではの」のプレミアムブランド(差別的優位性)を高め、既存概念を超えた観光の価値を創出し、世界の国・地域と双方向の経済・文化交流を通して、住んでよし訪れてよしの持続可能な地域づくりを行う。

【観光地域づくりのコンセプト】

持続可能で責任ある観光地域づくり

具体的な取組

【観光資源の磨き上げ】

- ・R2 国税庁酒蔵ツーリズム推進事業・モデル事業選定
- ・R3 地域の観光資源の磨き上げを通じた域内連携促進に向けた実証事業(第2次)受託

【持続可能な観光地域づくり】

- ・R3 日本版持続可能な観光ガイドライン・モデル地区選定
- ・R4 Green Destinations2022 世界の持続可能な観光地TOP100選に東松島市が入選
- ・R5 奥松島がUNWTO Best Tourism Villages 2023の国内推薦地域に決定

【情報発信・プロモーション】

DMO圏内戦略立案、圏内で活躍する観光ガイド育成、地元企業・自治体観光課・観光協会等で働く方々のインバウンド観光客受け入れの意識醸成と環境整備への取り組みを継続的に行い域内消費加速化に繋げる。

6市3町それぞれの「稼ぐ力」を引き出し、地域が潤う仕組みを作るため、継続的に地域産業・観光による収益・来訪者・ニーズを調査し、6市3町が持つ強み・弱み・課題の共有と各地域が担う役割を明確にする。

