

## 観光地域づくり法人形成・確立計画

記入日：令和5年7月31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・ <span style="border: 1px solid black;">地域DMO</span>	
観光地域づくり法人 の名称	(一社)宮古観光文化交流協会	
マネジメント・マー ケティング対象とす る区域	岩手県宮古市	
所在地	岩手県宮古市	
設立時期	昭和29年10月15日(社団法人化は平成26年4月1日)	
事業年度	3月1日から翌年3月31日までの1年間	
職員数	7人【常勤7人(正職員5人・出向等2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) 澤田 亮 (出身組織名) 宮古ホテル沢田屋	令和2年7月より(一社)宮古観光文化交流協会 の専務理事職。 令和4年7月より(一社)宮古観光文化交流協会 の会長に就任。 平成18年にホテル沢田屋入社。現在専務取締 役。岩手県観光誘致協議会幹事。全国旅館ホテル 生活衛生同業組合連合会青年部常任理事(東北ブ ロック長)
データ分析に基づい たマーケティングに 関する責任者(CM O：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) 赤沼 喜典「専従」 (出身組織名) 宮古市	令和5年4月より宮古市役所から(一社)宮古観 光文化交流協会に事務局長として出向。
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) 赤沼 喜典 (出身組織名) 宮古市	令和5年4月より宮古市役所から(一社)宮古観 光文化交流協会に事務局長として出向。
各部門(例：プロモ ーション)の責任者 (専門人材) 各部門責任者のう ち専従の者について は、氏名の右横に 「専従」と記入す ること	(氏名) 濱田 和幸「専従」 (出身組織名)	

連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	岩手県宮古市観光課（マーケティング、観光振興、戦略策定） 港湾課（クルーズ船誘致） 建設課（社会資本整備） 企画課（地域公共交通、国際交流） 水産課（水産振興） 総合窓口課（外国人登録） 生活課（被災者支援） 産業支援センター（商工振興）
連携する事業者名及び役割	広域圏誘客宣伝 三陸復興国立公園協会 宮古市三陸ジオパーク推進協議会 三陸ジオパーク推進協議会 魚彩王国実行委員会 （公財）さんりく基金（地域連携DMO） インバウンド対応 宮古市国際交流協会 いわてマリンフィールド 宮古市日中友好協会 イベント開催 宮古商工会議所 宮古青年会議所 施設管理 浄土ヶ浜をきれいにする会 三王真崎をきれいにする会 浄土ヶ浜ビジターセンター運営協議会 陸中海岸国立公園集団施設地区運営協議会 交通機関 三陸鉄道株式会社 岩手県北自動車株式会社 岩手県タクシー協会宮古支部 船舶関係 浄土ヶ浜観光船事業企業組合 商品開発 宮古地区産業振興公社 川井産業振興公社 宮古漁業協同組合 田老漁業協同組合 重茂漁業協同組合
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	<b>【該当する登録要件】</b> 、 （概要） 当協会の役員（会長、副会長、専務、常務、理事）として、行政、漁業団体、宿泊施設、公共交通機関団体が参画している。 年に2回の理事会を開催すると共に、当協会の役員、理事会、会員から構成される「マーケティング研究会」を設立し、戦略策定に係る連絡調整を行っている。
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	宮古観光研究創生会の協力のもと、定期的に住民参加型のワークショップを開催するほか、地域住民への啓発を目的としたセミナー等を主催（例）定期的に住民参加型のワークショップを開催するほか、地域住民への啓発を目的としたシンポジウムを開催

法人のこれまでの活動実績	<b>【活動の概要】</b>	
	<b>事業</b>	<b>実施概要</b>
	情報発信・プロモーション	<ul style="list-style-type: none"> <li>平成 29 年～令和元年 誘客・宣伝事業</li> <li>台湾イベント（だいすきとうほく）への出展・PR</li> <li>令和元年～令和 4 年 誘客・宣伝事業</li> <li>みやこ宿泊割の企画およびPRの実施</li> <li>平成 30 年～継続中 誘客・宣伝事業</li> <li>ご当地グルメ「瓶ドン」の企画、PRの実施</li> </ul>
	受入環境の整備	<ul style="list-style-type: none"> <li>平成 19 年～継続中 自主事業</li> <li>具体事業内容</li> <li>宮古市民のおもてなし意識の向上を図るため「もてなし観光・文化検定」を実施している</li> <li>令和元年 復興庁ハンズオン事業 主に大型外国客船寄港時に活用する目的で、街歩きの際の目印となるよう、電柱に装飾物を掲出し、自身の所在地が分かりやすくなるようにするカラーストリート構想を実施</li> <li>令和元年～ インバウンド対応強化事業 主に外国大型客船寄港時の外国人観光客のおもてなしのために、「通訳養成講座」「インバウンドセミナー」「メニュー等の英訳補助」を実施</li> </ul>
観光資源の磨き上げ	<ul style="list-style-type: none"> <li>平成 30 年 宮古市新ご当地グルメ「瓶ドン」をプロデュース</li> <li>令和元年 訪日グローバルキャンペーン事業 外国人観光客向け体験コンテンツを 4 商品造成した。</li> <li>令和元年 復興庁新しい東北モデル事業（協力・支援） 外国人観光客向け体験コンテンツを 5 商品造成した。</li> <li>令和 3 年 地域の観光の磨き上げを通じた域内連携促進に向けた実証事業を実施</li> </ul>	
<b>【定量的な評価】</b>		
<b>観光客入込数</b> 平成 21 年度（震災前）170 万人 平成 27 年度 122 万人 平成 28 年度 111 万人 平成 29 年度 112 万人 平成 30 年度 142 万人 令和元年度 189 万人 令和 2 年度 112 万人 令和 3 年度 99 万人 令和 4 年度 124 万人 <b>当協会 HP アクセス数</b> 平成 21 年 7 万件 平成 25 年 15 万件 平成 27 年 21 万件 平成 28 年度 20 万件 平成 29 年度 16 万件 平成 30 年度 7.5 万件 令和元年度 15.8 万件 令和 2 年度 25.3 万件 令和 3 年度 37.3 万件 令和 4 年度 24.1 万件 <b>「もてなし観光・文化検定」受験者数</b> 平成 25 年度 75 人 平成 26 年度 82 人 平成 27 年度 69 人 平成 28 年度 59 人 平成 29 年度 30 人 平成 30 年度 39 人 令和元年度 66 人 令和 2 年度 44 人 令和 3 年度 11 人 令和 4 年度 16 人 <b>「学ぶ防災」利用者が平成 28 年 5 月に累計 10 万人を突破。令和元年度 2 万人、令和 2 年度 0.8 万人、令和 3 年度 1 万人、令和 4 年度 13.6 万人          累計 33.3 万人が利用</b>		

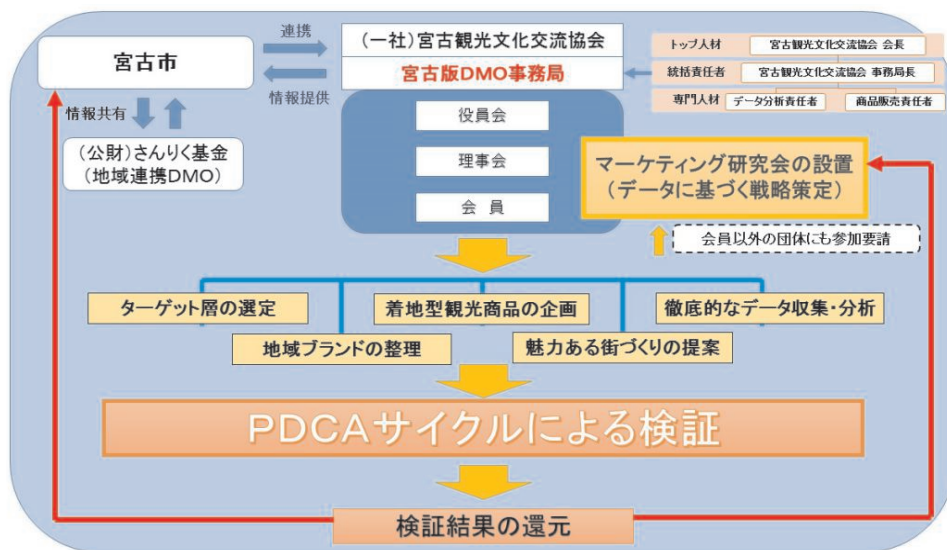
**実施体制**

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】**

（一社）宮古観光文化交流協会が母体となり、会員には、行政、宿泊施設、漁業団体、公共交通機関団体など多様な関係者が参画するなど官民が密接に連携した運営を実施。

**【実施体制図】**



**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】**

宮古市は平成 17 年に田老町・新里村、22 年に川井村と合併し、総面積は岩手県の 8.2% を占めており、内 92% が森林となっている。岩手県の沿岸部、三陸海岸のほぼ中央に位置し、市の東部は太平洋に面している。市の北側は典型的な隆起海岸、南側はリアス海岸で、起伏に富んだ美しく壮大な景観は国立公園となっている。東日本大震災以降、この地域は「三陸復興国立公園」として国の指定を受け、また「三陸ジオパーク」として日本ジオパークの認定を受けている。

### 観光客の実態等】

宮古市の観光客入込数は、平成4年の275万3千人をピークに大きく減少している。主な理由として、国内旅行者数の減少の影響を受けるなかで、他の観光地との差別化ができなかったことが考えられる。平成22年度の入込数は108万4千人、平成23年度は東日本大震災の影響により32万9千人（前年比69.6%減少）まで落ち込んだが、平成26年度は124万7千人、平成27年は121万6千人と、全国放送の番組や三陸鉄道の全線開通などの効果により平成22年度を超えるくらいまで回復している。COVID-19より令和3年度は、99万4千人（前年比11%減少）と落ち込んだが、感染症減少により令和4年度は平成元年くらいまで回復した。また、月別の観光客入込数では、ほぼ例年8月が最も多く、次いで5月、9月～10月の時期が多い。

### 【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】

三陸復興国立公園の中心に位置する宮古市は、海岸美を楽しめる景勝地や、北上山地の最高峰・早池峰山など豊かな自然を有する。また、三陸沖は世界有数の好漁場のため1年を通じて豊富な魚種に恵まれ、鮭や毛ガニの時期には観光イベントを開催している。

分野	名称	内容
自然	浄土ヶ浜	国指定名勝で三陸を代表する景勝地。海水浴場も
	鮭ヶ崎灯台	本州最東端の地にある無人灯台
	三王岩	田老地区にある巨岩の景勝地
	早池峰山	標高1,917mの北上高地の最高峰。高山植物の宝庫
観光・商業施設	浄土ヶ浜レストハウス	レストラン・売店・展望台・シャワー等を備える
	浄土ヶ浜遊覧船	ガイド付き遊覧船（定員約80名）で海岸線を巡る
	青の洞窟さっぱ船	浄土ヶ浜内湾の絶景スポットを磯舟で周遊
	岩手県立水産科学館	漁場や漁法の今昔が学べる水産専門の科学館
	宮古市魚菜市场	海産物専門店が軒を連ねる市民の台所
	リバーパークにいさと道の駅	屋内運動場やオートキャンプ場、大浴場等を備える 市内4箇所
歴史・文化	義経北行伝説	北へ逃げた義経が訪れたと伝わる史跡が市内に点在
	黒森神楽	国指定重要無形民俗文化財の夜神楽
	宮古港海戦	旧幕府軍と新政府軍が戦った日本初の洋式海戦
	学ぶ防災	津波常襲地・田老で震災の教訓を伝える防災ガイド
	たるう観光ホテル	全国で初めて津波遺構として保存決定
イベント・スポーツ	毛ガニまつり	3月開催。冬季最大のイベント。1万人以上が来場
	浄土ヶ浜まつり	GW開催。シーカヤック体験試乗会やトレイル体験会
	秋の味覚まつり	9月開催。宮古の秋の食材でBBQ
	シーカヤックマラソン	10月開催。H28いわて国体デモ競技に採用
	サーモンハーフマラソン	11月開催。参加者約3千人のハーフマラソン大会
	鮭あわび祭り/鮭まつり	田老地区で11月開催/宮古地区で12月開催
特産品	海産物	春はわかめ・カキ、夏はウニ、秋はさんま・鮭、冬はあわび・毛ガニ・タラなど四季を通じて獲れる。特にタラは本州屈指の水揚げ量を誇る

### 【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

エリア	施設数	収容人数
宮古	ホテル8 旅館7	ホテル1,482 旅館195
	公共の宿1 民宿2	公共の宿202 民宿95
田老	ホテル1 旅館1	ホテル300 旅館52
新里	旅館1 公共の宿1	旅館9 公共の宿40
川井	公共の宿1	公共の宿30
合計	23軒	2,405人

## 【利便性：区域までの交通、域内交通】



## 区域までの交通

宮古市へは首都圏から約 600km（浦和 I.C～宮古）の距離にあり、公共交通機関・マイカーとも盛岡を経由するのが一般的である。盛岡から宮古市街へは国道 106 号を通り約 100 km である。仙台からの三陸沿岸道路が全線開通し、所要時間が 3.5 時間に短縮した。

- 盛岡 車・バスで約 1.5 時間 宮古
  - 仙台 新幹線で盛岡まで約 50 分 盛岡 宮古
  - 仙台 三陸自動車道利用約 210 分 宮古
  - 東京 新幹線で盛岡まで約 2 時間 10 分 盛岡 宮古
  - 札幌 飛行機で花巻空港まで約 55 分
  - 名古屋 飛行機で花巻空港まで約 1 時間 10 分
  - 大阪 飛行機で花巻空港まで約 1 時間 20 分
  - 福岡 飛行機で花巻空港まで約 2 時間 5 分
- 花巻空港から盛岡駅までバスで約 45 分 盛岡 宮古  
宮古室蘭間のフェリーは令和元年に廃止となった

## 域内交通

鉄道：JR 山田線で盛岡 宮古約 2 時間。

三陸鉄道で宮古 釜石約 1 時間 40 分。三陸鉄道で宮古 久慈約 1 時間 40 分。

自動車：国道 106 号で盛岡 宮古約 1 時間 10 分、南北へは三陸沿岸道路利用で、宮古 久慈約 1 時間 30 分、宮古 釜石約 50 分

市内二次交通は定期路線バス 1 社（岩手県北バス、タクシー数社が運行）。

## 【外国人観光客への対応】

平成 28 年 7 月に、市民・団体・企業・行政が一体となって活動する「宮古市国際交流協会」を設立。JR 宮古駅前の観光案内所内に窓口を設け、多言語パンフレットや無料 Wi-Fi を設置。外国人観光客の誘客及びインターネットでの情報発信を行っている。

また、平成 28 年 11 月には JNTO（日本政府観光局）が制定する外国人観光案内所認定制度において【カテゴリー 2】に認定され、外国人観光客への更なる支援サービスを行っている。

### 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	K P I 達成、消費額拡大を目指すため。	アンケート調査を自主事業として実施。
延べ宿泊者数	K P I 達成、消費額拡大を目指すため。	宮古市による調査を実施。
来訪者満足度	K P I 達成、満足度の向上を目指すため。	アンケート調査を自主事業として実施。
リピーター率	K P I 達成、リピーター率の増加を目指すため。	アンケート調査を自主事業として実施。
W E B サイトのアクセス状況	アクセス数向上によって興味の増大を図るため。	宮古観光文化交流協会による調査を実施。
当協会主催イベント来場者数	イベント来場者数の増加を目指すため。	各イベント実行委員会からの情報提供。
観光来訪者入込数	観光来訪者の増加を目指すため。	宮古市による調査を実施。
外国人観光客入込数	外国人観光客来訪数の増加を目指すため。	宮古市による調査の実施。
観光施設利用者数	観光施設利用者数の増加を目指すため。	各観光施設からの情報提供。

### 4 . 戦略

#### ( 1 ) 地域における観光を取り巻く背景

宮古市を訪れる観光客数は、東日本大震災以前よりも増加しており、三陸沿岸道路や宮古盛岡横断道路の整備によって、当地への移動時間の短縮が図られ、観光客の一層の増加が期待されている。また、森・川・海の恵まれた自然環境を有しており、自然景観の魅力が高い地域といえる。一方では、従来型の自然の造形美を見て楽しむだけという形からは脱却できておらず、課題である観光消費額を増加させるためには、自然を生かした体験プログラムの開発とプログラム提供事業者の増加が必要となっており、これらの推進において、観光地域づくり法人が中心となって地域の事業者の協力を得ながら果たす役割は大きくなっている。

#### ( 2 ) 地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	<b>強み ( Strengths )</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>三陸海岸観光の玄関口</li> <li>浄土ヶ浜など三陸海岸有数の観光資源</li> <li>森・川・海の豊かな自然環境</li> <li>三陸復興国立公園の指定、三陸ジオパークの認定</li> <li>三陸鉄道の全国的知名度の向上</li> <li>「学ぶ防災」ガイド利用者の増加、教育旅行受入の実績</li> <li>豊富な海産物、農産物</li> </ul>	<b>弱み ( Weaknesses )</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>都市部からの長い所要時間、アクセスの悪さ</li> <li>観光資源の掘り起こしが不十分</li> <li>他の沿岸地域との差別化が不十分</li> <li>インバウンド受入体制が不十分</li> <li>岩手県・三陸海岸の地名度の不足</li> <li>震災後の宿泊施設の不足</li> </ul>

外部環境	<b>機会 (Opportunity)</b> ・外国大型客船の寄港回数増加 ・宮古盛岡横断道路、三陸沿岸道路、国道 340 号の開通 ・宮古 釜石の鉄道復旧 ・インバウンド需要の拡大	<b>脅威 (Threat)</b> ・少子高齢化、人口減少 ・震災記憶の風化 ・津波・台風等の自然災害と風評被害 ・水産業の不漁や後継者不足による一次産業の衰退
------	--	---

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 盛岡及び県内近隣圏のファミリー層
選定の理由 当市への訪問頻度が非常に高く、リピートが最も期待できるため。
取組方針 観光客動態調査において、当該層の興味・期待度が高かった「海産物」の提供を通じ、来訪頻度及び消費額の底上げを図るべく、市内飲食店の協力のもと、新たなご当地メニューを作成し提供するもの。
ターゲット層 仙台圏のファミリー層
選定の理由 三陸沿岸道路の整備によって、移動時間の大幅な短縮が図られており、商圈規模の大きさから今後最も来訪人数が期待できるため。
取組方針 イベント開催の情報を中心に、仙台エリアをターゲットとしたプロモーションを仕掛け、バスツアー催行の実証実験を行うなど効果検証を実施。
ターゲット層 大型外国客船寄港時の訪日観光客
選定の理由 大型外国客船の寄港回数の増加によって、今後來訪者増加が期待できるため。また、主に英語圏の観光客が多いことから、今後のインバウンド客増加に向けて、地域事業者が経験値を積む良い機会となっているため。
取組方針 令和 5 年度については、当市に多数寄港する予定があることから、受入態勢の整備の促進と効果検証を中心に実施する。

### （ 4 ） 観光地域づくりのコンセプト

コンセプト	～日イヅル街宮古～ 本州最東端という街の立地条件に住民が誇りを持ち、様々な宮古ブランドを確立し、地域経済の活性化を図るもの
コンセプトの考え方	「浄土ヶ浜を見る」というキラーコンテンツ頼みになっている現状からの脱却を目指して、「朝」「昼」「夜」それぞれの時間帯において消費意欲を駆り立てる「宮古ブランド」を確立し、地域観光資源の活用を図っていくもの。また、宮古ブランドについては、「朝」「昼」「夜」の時間帯と「森」「川」「海」の資源を掛け合わせ、その瞬間にしか味わう事のできない価値体験の創出によって作り出していく。



## 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。	年2回開催の理事会にて情報共有を図り、また当協会の役員、理事会、会員等から構成される年4回程度開催の「マーケティング研究会」にて、戦略策定に係る連絡調整を実施している。
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	観光客動態調査における満足度調査や各種イベントでのアンケートを通じて観光客の反応をモニタリングし、その分析結果を「マーケティング研究会」にて関係者と共有し、サービスの向上を図る仕組みを構築している。 また、宮古市もてなしプラン事業や、市内の若手事業者で構成される「宮古観光創生研究会」等を通じて、市民のもてなし意識の向上と事業者の提供サービス内容の充実を図れる体制づくりを行い、PDCAサイクルを確立する。
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	観光案内所窓口や観光協会HP等での従来の観光PRに加え、データ分析により策定した戦略に基づくコンセプトを持ったプロモーションを実施する。 また、三陸DMO、三陸復興国立公園協会、三陸ジオパーク推進協議会、県内の各観光関係団体と広域連携し、大都市圏での観光PR活動、旅行エージェントへの情報発信を行う。

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 K P I

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 (円/人)	目標	12,315 (未設定)	13,315 (未設定)	13,815 (未設定)	14,315 (未設定)	14,315 (未設定)	14,315 (未設定)
	実績	15,100 (未取得)	18,939 (未取得)	18,560 (未取得)			
延べ宿泊者数 (千人)	目標	285 (未設定)	288 (未設定)	291 (未設定)	293 (未設定)	295 (未設定)	297 (未設定)
	実績	174 (未取得)	183 (未取得)	204 (未取得)			
来訪者満足度 (%)	目標	75.0 (未設定)	75.0 (未設定)	75.0 (未設定)	75.0 (未設定)	75.0 (未設定)	75.0 (未設定)
	実績	71.0 (未取得)	72.2 (未取得)	76.2 (未取得)			
リピーター率 (%)	目標	60.0 (未設定)	60.0 (未設定)	60.0 (未設定)	65.0 (未設定)	65.0 (未設定)	65.0 (未設定)
	実績	75.0 (未取得)	64.4 (未取得)	64.1 (未取得)			

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】

平成29年度に、独自の観光客動態調査にて地域の現状把握・再認識を行い、そこから導き出された結果を基にマーケティング研究会において関係者と協議を行い、本KPI目標の数値設定に至っている。また、マーケティング研究会において、年間の結果について共有を行っている。

#### 【設定にあたっての考え方】

##### 旅行消費額

平成29年度のアンケート調査の調査項目に統一性がなく、また測定対象もあいまいだったことから、平成30年度に宿泊費、飲食費、買い物代、体験費の総額に基準値を設定した。「2017年度観光・消費動向調査」のデータを活用して目標値を設定した。(東北が目的地の上記4項目の消費額平均を算出し、基準とした)

##### 延べ宿泊者数

基本的には、宮古市が設定する宿泊客数目標を共通目標としている。

令和2年度目標より、宿泊施設の減少などを考慮し、目標値の見直しを図っている。

##### 来訪者満足度

平成29年度よりアンケート調査を実施しており、7段階評価のうち、上位2項目の選択率を指標に設定。平成30年度の結果を踏まえ、KPIの数値設定を見直した。

##### リピーター率

平成29年度よりアンケート調査を実施しており、宮古市への全来訪者のうち、来訪回数が2回目以上の来訪者の比率によるリピーター率を指標に設定。新規4割、リピート6割を目標の軸に設定した。

## (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
当協会 HP アクセス数 (件)	目標	211,869 (対象外)	222,462 (対象外)	233,586 (対象外)	244,710 (対象外)	255,834 (対象外)	266,958 (対象外)
	実績	252,978 (対象外)	373,470 (対象外)	241,854 (対象外)			
当協会自主企画イベント参加人数 (人)	目標	78,000 (対象外)	78,000 (対象外)	78,000 (対象外)	52,000 (対象外)	52,000 (対象外)	52,000 (対象外)
	実績	3,800 (対象外)	13,030 (対象外)	18,800 (対象外)			
ご当地メニュー「瓶ドン」 参画事業者数 (者)	目標	20 (対象外)	25 (対象外)	25 (対象外)	25 (対象外)	25 (対象外)	25 (対象外)
	実績	13 (対象外)	21 (対象外)	24 (対象外)			

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】

事務局にて、課題解決に直結しやすいものを指標に設定し、マーケティング研究会において目標値を共有し、設定に至っている。今後、関係者と協議の上、ターゲットとする顧客層に沿った KPI の取捨選択を検討していく。

## 【設定にあたっての考え方】

## 当協会 HP アクセス数

一元的な情報発信機能の充実のため、当協会のホームページへのアクセス数は非常に重要な指標であることから設定。

宮古市観光振興ビジョンの目標数値と同様とし、平成 25 年実績から各年 1.05 倍とする目標としている。(宮古市においては、宮古市総合計画の見直しの中で、直近の実績を参考に下方修正しているが、当協会の目標値は当初目標を据え置いた)

## 当協会自主企画イベント参加人数

第 1 ターゲット及び第 2 ターゲットに設定した顧客層の参加が多く見込まれることから目標値に設定した。目標値については、宮古市観光振興ビジョン目標値と同様の数値とした。

## ご当地メニュー「瓶ドン」の参画事業者数

宮古ブランドに繋がる新たなメニューの展開に向けて、まずは地元の理解と協力店舗をしっかりと増やしていくことが必要であることから目標に設定してきたが、お土産品や通信販売への取り組みも考慮し、提供店のほか製造事業者や販売店等の参画も推進する必要があるため、参画店舗数を目標の対象とし、数の増加を図っていく。

## 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	20,164,319(円)	【市町村からの補助金】15,450,000 【会費収入】2,739,500 【事業収入】333,932 【負担金収入】240,000 【雑収入】587 【寄付金】0 【委託料】1,400,300
2021(R3) 年度	22,323,976(円)	【市町村からの補助金】13,591,603 【会費収入】2,881,750 【事業収入】3,778,682 【負担金収入】180,000 【雑収入】1 【寄付金】0 【委託料】1,891,331
2022(R4) 年度	23,865,875(円)	【市町村からの補助金】12,199,443 【会費収入】2,683,750 【事業収入】5,689,687 【負担金収入】180,000 【雑収入】597 【寄付金】0 【委託料】2,802,630
2023(R5) 年度	21,980,001(円)	【市町村からの補助金】13,350,000 【会費収入】2,900,000 【事業収入】4,800,000 【負担金収入】180,000 【雑収入】1 【寄付金】0 【委託料】750,000
2024(R6) 年度	21,980,001(円)	【市町村からの補助金】13,350,000 【会費収入】2,900,000 【事業収入】4,800,000 【負担金収入】180,000 【雑収入】1 【寄付金】0 【委託料】750,000
2025(R7) 年度	21,980,001(円)	【市町村からの補助金】13,350,000 【会費収入】2,900,000 【事業収入】4,800,000 【負担金収入】180,000 【雑収入】1 【寄付金】0 【委託料】750,000

## (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	19,279,646(円)	【一般管理費】14,896,017 【調査費】744,640 【会議費】55,000 【商品造成費】868,226 【誘客宣伝費】194,268 【イベント費】1,040,381 【受入態勢整備】1,481,114
2021(R3) 年度	20,792,894(円)	【一般管理費】16,793,198 【調査費】501,010 【会議費】33,000 【商品造成費】2,674,061 【誘客宣伝費】47,840 【イベント費】654,905 【受入態勢整備】88,880
2022(R4) 年度	21,913,712(円)	【一般管理費】18,464,460 【調査費】583,336 【会議費】4,190 【商品造成費】1,457,986 【誘客宣伝費】50,900 【イベント費】1,314,140 【受入態勢整備】38,700
2023(R5) 年度	24,494,000(円)	【一般管理費】18,294,000 【調査費】700,000 【会議費】50,000 【商品造成費】2,000,000 【誘客宣伝費】100,000 【イベント費】3,200,000 【受入態勢整備】150,000
2024(R6) 年度	24,494,000(円)	【一般管理費】18,294,000 【調査費】700,000 【会議費】50,000 【商品造成費】2,000,000 【誘客宣伝費】100,000 【イベント費】3,200,000 【受入態勢整備】150,000
2025(R7) 年度	24,494,000(円)	【一般管理費】18,294,000 【調査費】700,000 【会議費】50,000 【商品造成費】2,000,000 【誘客宣伝費】100,000 【イベント費】3,200,000 【受入態勢整備】150,000

**(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**

補助金の活用や会費収入等で運営し、将来的には着地型旅行商品の造成・販売を目指す。  
令和2年度より、当協会が主体となって開発・推進している「瓶ドン」の通信販売等において、商標使用料の設定を行い、更なる運転資金の確保を図っていく。

**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**

岩手県宮古市は（一社）宮古観光文化交流協会を宮古市における観光地域づくり法人として登録したいので（一社）宮古観光文化交流協会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】**

・エリアが重複する三陸DMOとは、不定期で意見交換を行っているものの、連携がうまく機能しているとはいえない。令和4年度より、三陸DMOの事務局が宮古市に移転しており、今後は定期的に情報共有等を実施していく。

**【重複区域における、それぞれのDMOの役割分担について】**

・上述の通り、明確な役割分担はないため、今後連携を強化する必要がある。

**10. 記入担当者連絡先**

担当者氏名	濱田 和幸
担当部署名（役職）	主任
郵便番号	027-0052
所在地	宮古市宮町1丁目1-80
電話番号（直通）	0193-62-3534
F A X 番号	0193-62-7030
E - m a i l	k_hamada@kankou385.jp

## 1 1 . 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	岩手県宮古市
担当者氏名	山崎 義剛
担当部署名(役職)	産業振興部観光課 課長
郵便番号	027-8501
所在地	岩手県宮古市宮町1丁目1番30号
電話番号(直通)	0193-68-9091
F A X 番号	0193-68-9120
E - m a i l	y_yamazaki67@city.miyako.iwate.jp

都道府県・市町村名	岩手県宮古市
担当者氏名	松浦 宏隆
担当部署名(役職)	産業振興部観光課 係長
郵便番号	027-8501
所在地	岩手県宮古市宮町1丁目1番30号
電話番号(直通)	0193-68-9091
F A X 番号	0193-63-9120
E - m a i l	h_matsuura@city.miyako.iwate.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】

岩手県宮古市

【設立時期】 昭和29年年10月15日

【設立経緯】

(例) 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】 澤田 亮

【マーケティング責任者(CMO)】 赤沼 喜典

【財務責任者(CFO)】 赤沼 喜典

【職員数】 7人(常勤7人(正職員5人・出向等2人))

【主な収入】

補助金12.2百万円 (令和4年度決算)

【総支出】

事業費 3百万円、一般管理費 18.4百万円(令和4年度決算)

【連携する主な事業者】

宮古商工会議所、三陸鉄道株式会社、岩手県北自動車株式会社  
 岩手県タクシー協会宮古支部、岩手県北自動車(株)観光船事業部  
 浄土ヶ浜観光船事業企業組合、宮古漁業協同組合等

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 (円/人)	目標	12,315 ( - )	13,315 ( - )	13,815 ( - )	14,315 ( - )	14,315 ( - )	14,315 ( - )
	実績	15,100 ( - )	18,939 ( - )	18,560 ( - )			
延べ 宿泊者数 (千人)	目標	285 ( - )	288 ( - )	291 ( - )	293 ( - )	295 ( - )	297 ( - )
	実績	174 ( - )	183 ( - )	204 ( - )			
来訪者 満足度 (%)	目標	75.0 ( - )	75.0 ( - )	75.0 ( - )	75.0 ( - )	75.0 ( - )	75.0 ( - )
	実績	71.0 ( - )	64.4 ( - )	64.1 ( - )			
リピーター率 (%)	目標	60.0 ( - )	60.0 ( - )	60.0 ( - )	65.0 ( - )	65.0 ( - )	65.0 ( - )
	実績	75.0 ( - )	64.4 ( - )	64.1 ( - )			

戦略

【主なターゲット】

盛岡及び県内近隣圏プラス仙台圏のファミリー層

【ターゲットの誘客に向けた取組方針】

観光客動態調査において、当該層の興味・期待度が高かった「宮古の食」の提供を通じ、来訪頻度及び消費額の底上げを図る。

【観光地域づくりのコンセプト】

本州最東端という町の立地条件に住民が誇りを持ち、様々な宮古ブランドを確立し、地域経済の活性化を図る。

具体的な取組

【観光資源の磨き上げ】

- ・ご当地グルメ「瓶ドン」の推進
- ・宮古の体験コンテンツをPR

【受入環境整備】

- ・外国大型客船の寄港増加に伴い、外国人向け案内板「カラーストリート」を実施
- ・市民のおもてなし意識の向上を図るため「おもてなし・文化検定」を実施

【情報発信・プロモーション】

- ・HPをリニューアルを実施
- ・当協会公式LINE発足
- ・SNSによる情報発信の強化

