

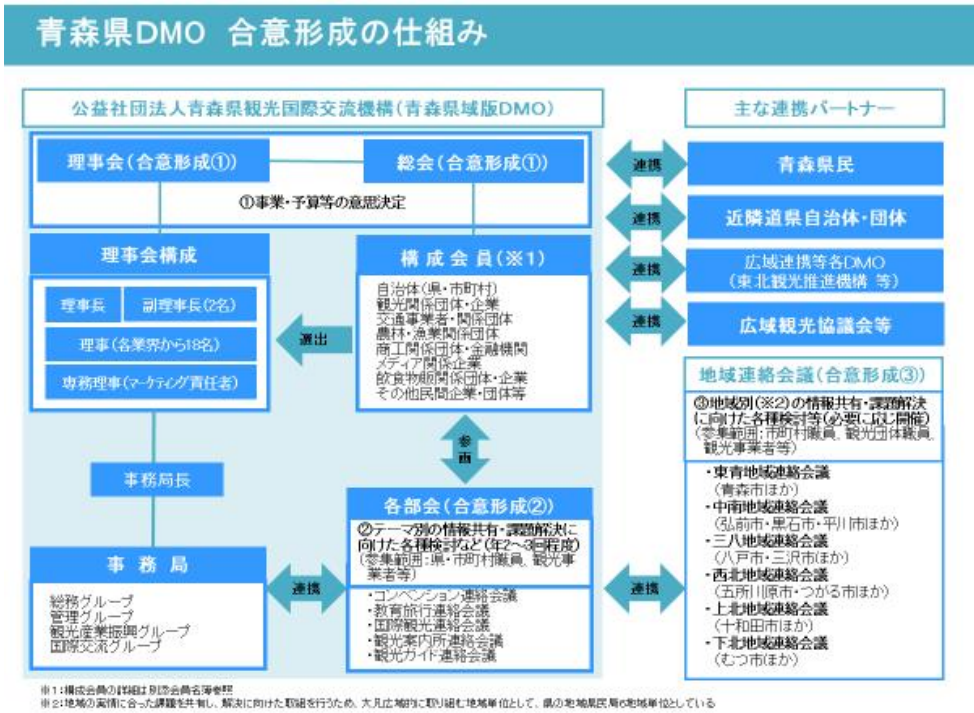
観光地域づくり法人形成・確立計画

記入日：令和6年1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・ 地域連携DMO ・地域DMO	
観光地域づくり法人の名称	(公社)青森県観光国際交流機構	
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(全域)	
所在地	青森県青森市	
設立時期	昭和35年3月16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	42人【常勤21人(正職員16人・出向等5人)、非常勤21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) 三上 千春 (出身組織名) (公社)弘前観光コンベンション協会	県内における各観光団体や当機構会員間の意見調整役を担うとともに、県全体の観光振興に係る取組への関係企業・団体に対する理解促進を図っている。
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) 秋田 佳紀「専従」 (出身組織名) (公社)青森県観光国際交流機構	令和2年度まで青森県庁において観光国際戦略局長等を歴任し、観光地域マーケティングについて高い知見と能力を持つ。
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) 五十嵐 憲一「専従」 (出身組織名) (公社)青森県観光国際交流機構	(公社)青森県観光国際交流機構にて38年間勤務しており、各事業の収益拡大や効率的な業務運営による経営基盤の強化に取り組んでいる。
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	(氏名) 岩谷 大 (出身組織名) 青森県庁	青森県観光国際戦略局において、メディアやSNSを活用した情報発信や海外商談会等への出展を通じ、各種プロモーション経験を有している。

横に「専従」と記入すること		
各部門（例：旅行商品の造成・販売）の責任者（専門人材）	（氏名） 松倉 理華「専従」 （出身組織名） （公社）青森県観光国際交流機構	国内旅行業務取扱管理者資格を有し、交通機関・関係旅行会社との高い関係性を有している。
連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	青森県観光企画課（マーケティング） 青森県誘客交流課（プロモーション）	
連携する事業者名及び役割	<ul style="list-style-type: none"> ・【機構会員】各観光関係団体（観光開発、おもてなし機運醸成） ・【機構会員】宿泊施設（サービス向上、マーケティングリサーチ） ・【機構会員】交通事業者（アクセス改善） ・【機構会員】その他企業・団体等（商品開発、地域PR） ・着地商品事業者等（着地型旅行商品） 	
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	（該当する要件）①、② （概要） ①（公社）青森県観光国際交流機構では、幅広い分野の関係団体が参画している。 ② テーマ別に連絡会議を設け、情報共有・課題解決に向けた取り組みを行っている。	



〔参考〕登録要件

- ①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
- ②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

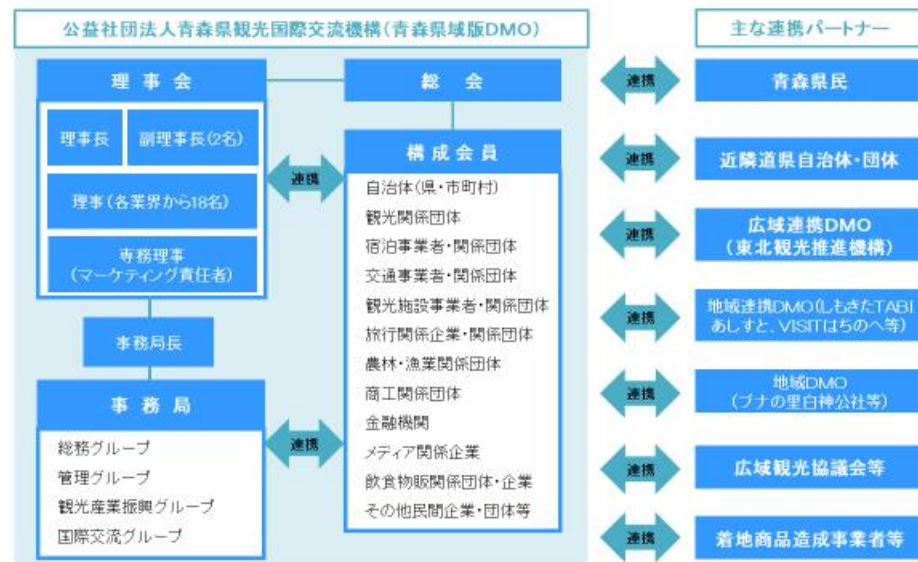
<p>地域住民に対する観光地域づくりに関する意識啓発・参画促進の取組</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・北東北三県大型観光キャンペーンを一つの参画促進の契機と捉え、下記の取組を実施した。 ・北東北三県大型観光キャンペーン向けに、観光客の受入意識醸成のためのポスターやのぼりを制作し、県内の主要駅、観光施設等に掲示した。 ・オープニングセレモニーにおいて、「青森西高校おもてなし隊」とともに観光客のお出迎えを行うなど、地域と一体となって観光客の受入体制の醸成に取り組んだ。 								
<p>法人のこれまでの活動実績</p>	<p>【活動の概要】</p> <table border="1" data-bbox="435 483 1409 1541"> <thead> <tr> <th data-bbox="435 483 619 533">事業</th> <th data-bbox="619 483 1409 533">実施概要</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="435 533 619 920"> <p>情報発信・プロモーション</p> </td> <td data-bbox="619 533 1409 920"> <ul style="list-style-type: none"> ・平成 28 年度 青函DC推進委員会事務局 誘客促進に関する情報発信やプロモーション全般 ・平成 29 年度 青森・函館観光キャンペーン アフターDCに係る情報発信やプロモーション全般 ・令和 2 年度 東北DC青函推進委員会事務局 令和 3 年 4 月～9 月実施の東北DCに向けた情報発信やプロモーション全般 ・令和 4 年度 北東北三県大型観光キャンペーン 令和 4 年 7 月～9 月実施の北東北三県大型観光キャンペーンに向けた情報発信やプロモーション全般 </td> </tr> <tr> <td data-bbox="435 920 619 1137"> <p>受入環境の整備</p> </td> <td data-bbox="619 920 1409 1137"> <ul style="list-style-type: none"> ・平成 30 年度～ グローバルラウンジの運営 多言語による観光案内 ・令和 2 年度～インバウンド観光客向けおもてなし力向上 ・令和 3 年度青森県観光情報サイト「アプティネット」を「Amazing AOMORI」としてリニューアル ・青森県観光ガイドブック「あおもり紀行」の発行 </td> </tr> <tr> <td data-bbox="435 1137 619 1541"> <p>観光資源の磨き上げ</p> </td> <td data-bbox="619 1137 1409 1541"> <ul style="list-style-type: none"> ・平成 30 年度～ 宿泊施設の魅力向上事業 宿泊施設のコンサルティングによる魅力向上を図る ・令和元年度～ 外部人材を活用したインバウンド向けのコンテンツブラッシュアップ ・旅行商品の企画造成及び販売 地域の事業者や市町村等と連携したコンテンツブラッシュアップ、ねぶた祭りやストーブ列車など青森ならではのコンテンツを活用した着地型旅行商品の造成販売 ・イベントの開催 地域の事業者と連携したクリスマスマーケットなどのイベントや事業者の支援・交流の場としてマルシェを開催 </td> </tr> </tbody> </table> <p>【定量的な評価】</p> <p>(1) 地域の事業者等と連携した旅行商品企画の造成・販売 令和 4 年度 31 件</p> <p>(2) 宿泊施設の魅力向上 ・宿泊施設への訪問・コンサルティング 令和 4 年度 4 施設 延べ 44 回</p> <p>(3) イベントの開催 ・主催イベント 令和 4 年度 6 回 ・週末マルシェ 令和 4 年度 20 回</p>	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"> ・平成 28 年度 青函DC推進委員会事務局 誘客促進に関する情報発信やプロモーション全般 ・平成 29 年度 青森・函館観光キャンペーン アフターDCに係る情報発信やプロモーション全般 ・令和 2 年度 東北DC青函推進委員会事務局 令和 3 年 4 月～9 月実施の東北DCに向けた情報発信やプロモーション全般 ・令和 4 年度 北東北三県大型観光キャンペーン 令和 4 年 7 月～9 月実施の北東北三県大型観光キャンペーンに向けた情報発信やプロモーション全般 	<p>受入環境の整備</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・平成 30 年度～ グローバルラウンジの運営 多言語による観光案内 ・令和 2 年度～インバウンド観光客向けおもてなし力向上 ・令和 3 年度青森県観光情報サイト「アプティネット」を「Amazing AOMORI」としてリニューアル ・青森県観光ガイドブック「あおもり紀行」の発行 	<p>観光資源の磨き上げ</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・平成 30 年度～ 宿泊施設の魅力向上事業 宿泊施設のコンサルティングによる魅力向上を図る ・令和元年度～ 外部人材を活用したインバウンド向けのコンテンツブラッシュアップ ・旅行商品の企画造成及び販売 地域の事業者や市町村等と連携したコンテンツブラッシュアップ、ねぶた祭りやストーブ列車など青森ならではのコンテンツを活用した着地型旅行商品の造成販売 ・イベントの開催 地域の事業者と連携したクリスマスマーケットなどのイベントや事業者の支援・交流の場としてマルシェを開催
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"> ・平成 28 年度 青函DC推進委員会事務局 誘客促進に関する情報発信やプロモーション全般 ・平成 29 年度 青森・函館観光キャンペーン アフターDCに係る情報発信やプロモーション全般 ・令和 2 年度 東北DC青函推進委員会事務局 令和 3 年 4 月～9 月実施の東北DCに向けた情報発信やプロモーション全般 ・令和 4 年度 北東北三県大型観光キャンペーン 令和 4 年 7 月～9 月実施の北東北三県大型観光キャンペーンに向けた情報発信やプロモーション全般 								
<p>受入環境の整備</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・平成 30 年度～ グローバルラウンジの運営 多言語による観光案内 ・令和 2 年度～インバウンド観光客向けおもてなし力向上 ・令和 3 年度青森県観光情報サイト「アプティネット」を「Amazing AOMORI」としてリニューアル ・青森県観光ガイドブック「あおもり紀行」の発行 								
<p>観光資源の磨き上げ</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・平成 30 年度～ 宿泊施設の魅力向上事業 宿泊施設のコンサルティングによる魅力向上を図る ・令和元年度～ 外部人材を活用したインバウンド向けのコンテンツブラッシュアップ ・旅行商品の企画造成及び販売 地域の事業者や市町村等と連携したコンテンツブラッシュアップ、ねぶた祭りやストーブ列車など青森ならではのコンテンツを活用した着地型旅行商品の造成販売 ・イベントの開催 地域の事業者と連携したクリスマスマーケットなどのイベントや事業者の支援・交流の場としてマルシェを開催 								

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】

（公社）青森県観光国際交流機構が中心となり、会員を中心とした行政、宿泊業者、飲食業者、交通事業者など幅広い業界と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】

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



【区域設定の考え方】

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

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

また、令和4年10月には外国人との多文化共生の場づくり等を担っていた青森県国際交流協会と合併し、外国人旅行者が安心して旅行できる環境づくりなど、今後増加が見込まれる外国人旅行者の受入体制の整備にも取り組んでいる。

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

【観光客の実態等】（令和3年度）

- ①旅行消費額 総額 1,325 億円
- ②延べ宿泊者数 360 万人泊
- ③来訪者満足度 99.5%
- ④リピーター率 71.1%

【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】

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

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

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

【利便性：区域までの交通、域内交通】

- ・鉄道路線では、東北新幹線により東京～新青森は約3時間、平成28年の北海道新幹線開業により、新青森～新函館北斗間は約1時間で結ばれる。また、在来線（奥羽本線）により秋田～青森は約2時間半で結ばれている。
- ・航空路線は青森空港から札幌（千歳）・羽田・名古屋（小牧）・大阪（伊丹）・神戸、そして三沢空港から札幌（丘珠）・羽田・大阪（伊丹）への直行便があり約1時間～1時間半で結ばれている。海外は定期便として青森空港とソウル・台北が結ばれている（海外路線は令和3年12月現在運休中）。
- ・船舶航路は、青森～函館、大間～函館、八戸～苦小牧、八戸～室蘭においてフェリーが運航し、生活路線としての移動や物流目的だけでなく観光ルートの魅力付けに寄与している。
- ・高速道路については、東北自動車道・八戸自動車道により県外と結ばれており、東京・新宿等都心部・仙台・盛岡の主要都市と青森・弘前・八戸など本県主要都市の間を高速バスが運行している。
- ・域内交通は、鉄道路線はJR（新幹線・奥羽本線・津軽線・五能線・八戸線・大湊線）のほか青い森鉄道（青森～日時）、津軽鉄道（津軽中里～津軽五所川原）・弘南鉄道（弘前～黒石、中央弘前～大鰐）が運行している。
- ・バスでは、主要観光地である十和田湖・奥入瀬溪流と主要都市（青森・八戸）の間を運行しているほか、路線バスにより主要都市間を結んでいる。
- ・船舶については、津軽半島と下北半島を結ぶむつ湾フェリー（蟹田～脇野沢）のほか、観光地においては遊覧船も運行している。
- ・また、青森市・弘前市・八戸市を中心とした県内各地域にタクシー会社が所在し、主要タクシー会社により観光対応を行っている。

【外国人観光客への対応】

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

3. 各種データ等の継続的な収集・分析

収集するデータ	収集の目的	収集方法
旅行消費額	域内における観光消費動向を把握するため。	青森県観光入込客統計の活用。
延べ宿泊者数	当DMOの主目的となる宿泊利用状況を把握するため。	観光庁宿泊旅行統計調査の活用。
来訪者満足度	観光客の満足度及び域内における課題を把握するため。	青森県観光入込客統計の活用。
リピーター率	満足度が再訪に繋がっているかを把握するため。	青森県観光入込客統計及び当機構における自主アンケート実施
WEBサイトのアクセス状況	地域に対する顧客の関心度や施策の効果等を把握するため。	青森県観光情報サイト「Amazing AOMORI」の活用。
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。	青森県観光入込客統計の活用。
旅行商品販売数	コンテンツ磨き上げと県内来訪者への魅力的な旅行提案を把握するため。	自主事業の数値

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

青森県では人口減少が進み、県内の消費額が逡減していく中で、交流人口の増加が図られ、経済効果の裾野が広い観光関連産業による外貨獲得への期待が高い。

一方、青森県への旅行者は中高年層の団体旅行が多かったが、近年個人旅行化が進んでいるほか、新型コロナウイルス感染症の影響による旅行ニーズの変化が想定されることから、新たなニーズに応じたコンテンツ・商品づくりや、新しい生活様式に即したイベント等のノウハウの蓄積が求められている。

(2) 地域の強みと弱み

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

※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 首都圏・東北・北海道地域からの観光客</p>
<p>○選定の理由 本県における国内観光客のうち 81.7%（関東 43.2%、東北・北海道 38.5%：令和元年青森県観光入込客統計）を占めており、来県観光客全体の大きなウェイトを占めているため。</p> <p>○取組方針 魅力ある県内観光資源の魅力づくりを行うとともに、WEB サイトや SNS、パンフレット等を活用した情報発信を行い、誘客促進を図る。</p>
<p>○第2ターゲット層 中国・台湾・韓国・香港からの観光客</p>
<p>○選定の理由 本県における当該ターゲット層の本県来訪（宿泊者数）が外国人旅行者全体のうち 74.0%（台湾 36.3%、中国 19.2%、韓国 8.3%、香港 10.2%：令和元年宿泊旅行統計調査）を占め、ソウル便に加えて台北便が就航するなど観光消費の機会が増えることが見込まれるため。</p> <p>○取組方針 魅力ある県内観光資源の魅力づくりを行うとともに、WEB サイトや SNS による情報発信のほか青森県と連携した誘客促進活動を行う。</p>

(4) 観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	「人と地域の幸せの好循環」 (青森県観光戦略 2019年3月)
②コンセプトの考え方	<p>～多彩な地域資源を生かした交流人口の拡大～ 四季折々の美しい自然や情緒溢れる温泉地、多種多様で高品質な農林水産品、地域根差した生活・文化など、本県の多彩で奥深い魅力を生かして人の流れを生み出していく。</p> <p>～地域をけん引する基幹産業への成長～ 観光産業は、旅行・宿泊・交通はもとより、農林水産業、商工業など、様々な分野と関連する総合産業であり、今後、本県の基幹産業として成長させていく。</p> <p>～経済を回す～ 地域経済の活性化と地域活力の維持・向上を図るため、更なる外貨の獲得を図るとともに、観光産業を基幹産業として成長させ、多様な雇用と観光で稼ぐ人財を生み出していく。</p> <p>～世界から「選ばれる青森」～ 多彩な地域資源を生かし成長する観光は、本県の強みであり、経済を回すけん引役として更なる成長を期待されている中、幅広い分野での連携・協働を推進し、旅の目的地として「世界から選ばれる青森」を目指す。</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
<p>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>	<p>DMOを中心として、地域の関連事業者を集めたコミュニケーションの場となる総会・テーマ別連絡会議・地域連絡会議（下図参照）を通じて、情報共有・課題の把握・整理を行う。</p> <div data-bbox="470 510 1436 1209" style="border: 1px solid black; padding: 10px;"> <h3 style="text-align: center; background-color: #0070c0; color: white; margin: 0;">青森県DMO 合意形成の仕組み</h3> <p>公益社団法人青森県観光国際交流機構(青森県版DMO)</p> <ul style="list-style-type: none"> 理事会(合意形成①) <ul style="list-style-type: none"> ①事業・予算等の意思決定 理事会構成 <ul style="list-style-type: none"> 理事長 副理事長(2名) 理事(各業界から18名) 専務理事(マーケティング責任者) 本務局長 事務局 <ul style="list-style-type: none"> 総務グループ 管理グループ 観光産業振興グループ 国際交流グループ 総会(合意形成①) <ul style="list-style-type: none"> 構成会員(※1) <ul style="list-style-type: none"> 自治体(県・市町村) 観光関係団体・企業 交通事業者・関係団体 農林・漁業関係団体 商工関係団体・金融機関 メディア関係企業 飲食物販関係団体・企業 その他民間企業・団体等 各部会(合意形成②) <ul style="list-style-type: none"> ②テーマ別の情報共有・課題解決に向けた各種検討など(年2~3回程度)(各業種別・県・市町村職員、観光事業者等) コンベンション連絡会議 教育旅行連絡会議 国際観光連絡会議 観光案内所連絡会議 観光WiFi連絡会議 主な連携パートナー <ul style="list-style-type: none"> 青森県民 近隣道県自治体・団体 広域連携等各DMO(東北観光推進機構等) 広域観光協議会等 地域連絡会議(合意形成③) <ul style="list-style-type: none"> ③地域別(※2)の情報共有・課題解決に向けた各種検討等(必要に応じて開催)(各業種別・市町村職員、観光団体職員、観光事業者等) 東青地域連絡会議(青森市ほか) 中南地域連絡会議(弘前市・黒石市・平川市ほか) 三八地域連絡会議(八戸市・三沢市ほか) 西北地域連絡会議(五所川原市・つがる市ほか) 上北地域連絡会議(十和田市ほか) 下北地域連絡会議(むつ市ほか) <p><small>※1:構成会員の詳細は別途委員会等参照 ※2:地域の実情に合った課題を共有し、解決に向けた取組を行うため、大凡広域別に取組む地域単位として、県の各地域民局の地域単位としている</small></p> </div> <p>青森県観光国際交流機構総会 年1回 構成会員に対する取組状況の状況共有・意見の聴取 年1回 テーマ別連絡会議(外部組織含む) 年1回~2回 地域連絡会議(6エリア) 必要に応じて開催</p>
<p>観光客に提供するサービスについて、維持・向上・評価する仕組みや体制の構築</p>	<p>地域に根ざした魅力ある資源について「利用しやすい」仕掛けづくりを地域と協働して構築するほか、観光産業の要である「宿泊施設」の魅力向上を図るなど観光関係事業者の資質向上を通じ、周遊観光を促進する。</p> <p>(1) 周遊観光の促進</p> <ol style="list-style-type: none"> ①地域に根ざした魅力ある「観光資源の利便性向上」 平成30年4月に旅行業第2種を取得し、同年7月から着地型商品造成・販売を開始 ②観光産業の要である「宿泊施設の魅力向上」 ・宿泊施設毎の課題整理と改善提案・実践。 ③県内・近隣道県周遊の定着に向けた「観光コースの提案」 青函をはじめとした周遊観光の定着化に向けた旅行会社・消費者へのコース提案等

	<p>(2) 国内外の観光客に満足いただく「受入体制の確立」</p> <ul style="list-style-type: none"> ・本県観光拠点施設「青森県観光物産館アスパム」における多言語観光案内を実施する「あおりグローバルラウンジ」の運営。 ・スマートフォン決済（例：Alipay、WeChatPay）の県内普及活動など受入環境整備の促進。青森県観光物産館内における観光振興イベントの魅力向上・充実化。 <p>(3) マーケティングの推進</p> <ol style="list-style-type: none"> ①マーケティング担当者が、事業進捗等をふまえてKPI達成状況を分析・検証のうえ今後の方向性を整理（前年度分について翌年12月頃） ②検証結果等はDMO構成員へメール等を通じ情報共有と共に意見聴取（1月頃） ③検証結果等に対する意見を参考に改善策を検討。次年度の事業内容・予算に反映（1月～3月頃 3月理事会にて次年度予算承認）
<p>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>	<p>既存のパンフレット・ポスター製作・配布やイベントプロモーションを効率化して実施する。</p> <p>当機構が所在する青森県観光物産館において、ワンストップ対応による多言語観光案内を行う。また、SNSを中心とした多言語による効果的なプロモーションを行う。</p> <p>(1) 国内向けプロモーション活動</p> <ul style="list-style-type: none"> ・国内向けパンフレット製作・配布、首都圏等観光イベントPR、SNS（Instagram、FB等）による発信、チャットボットによる観光案内 <p>(2) 海外向けプロモーション活動</p> <ul style="list-style-type: none"> ・SNS（Instagram）による発信、多言語観光案内、チャットボットによる観光案内

※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 (百万円)	目標	1,931 (128.5)	1,954 (146.5)	1,977 (167.0)	2,000 (190.3)	2,023 (213.0)	2,046 (236.0)
	実績	1,209 (35.7)	1,325 (0)	1,495 (0)			

●延べ宿泊者数 (千人)	目標	507 (38.0)	522 (42.0)	537 (46.0)	550 (50.0)	560 (54.0)	570 (58.0)
	実績	331 (7.8)	360 (1.7)	408 (3.3)			
●来訪者満足度 (%)	目標	100 (100)	100 (100)	100 (100)	100 (100)	100 (100)	100 (100)
	実績	99.3 (100.0)	99.5 (100.0)	98.5 (95.8)			
●リピーター率 (%)	目標	77.2 (49.2)	78.0 (50.8)	78.8 (51.6)	79.6 (52.4)	80.4 (53.2)	81.2 (54.0)
	実績	68.2 (28.6)	71.1 (20.0)	61.1 (20.0)			

※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】

青森県では、平成31年度（2019年度）から5カ年（～2023年度）における中期的な戦略（以下「県観光戦略」）を策定し、定められた目標に向けて、関係団体・企業等が一丸となって関連施策に取り組むこととしている。

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

【設定にあたっての考え方】

●旅行消費額

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

●延べ宿泊者数

青森県観光戦略をベースに目標年度に向け逡増する形で目標を設定。

●来訪者満足度

青森県観光戦略をベースに国内外問わず100%を設定。

県観光統計・当機構アンケートによる実績値。

●リピーター率

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

県観光統計・当機構アンケートによる実績値。

(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
●ウェブサイト アクセス数 (1万PV)	目標	384 ()	387 ()	390 ()	393 ()	396 ()	399 ()
	実績	275 ()	246 ()	329 ()			

●住民満足度 (%)	目標	()	()	()	90.0 ()	91.0 ()	92.0 ()
	実績	()	89 ()	89.5 ()			
●旅行商品販売 数 (商品数)	目標	25 ()	25 ()	25 ()	25 ()	25 ()	25 ()
	実績	43 ()	35 ()	31 ()			

※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】

当機構が策定した中期経営計画と連動し、目標を設定。

【設定にあたっての考え方】

●ウェブサイトアクセス件数

青森県観光情報サイトのアクセス件数として、2018年の実績値をベースに、毎年1%程度閲覧数増加を目標として設定（年度での設定）。

●住民満足度

2021年に県パラメータ調査を開始したことから、2022年の実績値をベースに、毎年1%程度増加を目標として設定（年度での設定）。

●旅行商品販売件数

当機構が造成し販売する商品として設定（年度での設定）。

2019年度（以降）の目標については、商品ターゲットの見直し等から、単純増加とはしていない。

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	1,049,200,000（円）	【会費収入】	48,560千円
		【地方公共団体等からの委託料収入】	594,680千円
		【公益事業収入】	102,680千円
		【国からの補助金】	28,090千円
		【都道府県からの補助金】	24,380千円
		【市町村からの補助金】	4,050千円
		【収益事業収入】	146,330千円
		【その他】	100,430千円
2021（R3） 年度	852,310,000（円）	【会費収入】	47,740千円
		【地方公共団体等からの委託料収入】	438,220千円
		【公益事業収入】	94,050千円
		【国からの補助金】	5,750千円
		【都道府県からの補助金】	24,960千円
		【市町村からの補助金】	4,050千円
		【収益事業収入】	146,500千円

		【その他】	91,040 千円
2022 (R4) 年度	548,900,000 (円)	(内訳) 【会費収入】 【地方公共団体等からの委託料収入】 【公益事業収入】 【都道府県からの補助金】 【市町村からの補助金】 【収益事業収入】 【その他】	47,900 千円 95,670 千円 132,530 千円 25,280 千円 4,050 千円 194,350 千円 49,120 千円
2023 (R5) 年度	588,490,000 (円)	(内訳) 【会費収入】 【地方公共団体等からの委託料収入】 【公益事業収入】 【都道府県からの補助金】 【市町村からの補助金】 【収益事業収入】 【その他】	51,150 千円 96,170 千円 138,150 千円 24,460 千円 4,050 千円 211,010 千円 63,500 千円
2024 (R6) 年度	547,800,000 (円)	(内訳) 【会費収入】 【地方公共団体等からの委託料収入】 【公益事業収入】 【国からの補助金】 【都道府県からの補助金】 【市町村からの補助金】 【収益事業収入】 【その他】	50,500 千円 75,000 千円 144,000 千円 10,000 千円 26,000 千円 4,500 千円 217,800 千円 20,000 千円
2025 (R7) 年度	547,800,000 (円)	(内訳) 【会費収入】 【地方公共団体等からの委託料収入】 【公益事業収入】 【国からの補助金】 【都道府県からの補助金】 【市町村からの補助金】 【収益事業収入】 【その他】	50,500 千円 75,000 千円 144,000 千円 10,000 千円 26,000 千円 4,500 千円 217,800 千円 20,000 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	1,051,720,000 (円)	【観光開発推進事業】 【観光情報発信事業】 【インバウンド対策事業】 【その他観光振興事業】 【青森県観光物産館公益事業】 【青森県観光物産館収益事業】 【その他収益(旅行業)事業】 【人件費・一般管理費】	37,000 千円 638,000 千円 12,000 千円 15,600 千円 189,430 千円 95,290 千円 11,470 千円 52,930 千円
2021 (R3) 年度	847,420,000 (円)	【観光開発推進事業】 【観光情報発信事業】 【インバウンド対策事業】	43,060 千円 440,350 千円 13,790 千円

		【その他観光振興事業】 15,130 千円 【青森県観光物産館公益事業】 173,230 千円 【青森県観光物産館収益事業】 99,180 千円 【その他収益（旅行業）事業】 7,520 千円 【人件費・一般管理費】 55,160 千円
2022（R4） 年度	559,940,000（円）	【観光開発推進事業】 39,080 千円 【観光情報発信事業】 99,650 千円 【インバウンド対策事業】 47,510 千円 【その他観光振興事業】 4,850 千円 【青森県観光物産館公益事業】 174,780 千円 【青森県観光物産館収益事業】 103,600 千円 【その他収益（旅行業）事業】 7,100 千円 【人件費・一般管理費】 83,370 千円
2023（R5） 年度	614,000,000（円）	【観光開発推進事業】 39,340 千円 【観光情報発信事業】 99,870 千円 【インバウンド対策事業】 78,560 千円 【その他観光振興事業】 3,790 千円 【青森県観光物産館公益事業】 181,370 千円 【青森県観光物産館収益事業】 104,280 千円 【その他収益（旅行業）事業】 6,700 千円 【人件費・一般管理費】 100,090 千円
2024（R6） 年度	547,800,000（円）	【観光開発推進事業】 37,000 千円 【観光情報発信事業】 52,000 千円 【インバウンド対策事業】 77,000 千円 【その他観光振興事業】 2,000 千円 【青森県観光物産館公益事業】 175,000 千円 【青森県観光物産館収益事業】 103,500 千円 【その他収益（旅行業）事業】 1,300 千円 【人件費・一般管理費】 100,000 千円
2025（R7） 年度	547,800,000（円）	【観光開発推進事業】 37,000 千円 【観光情報発信事業】 52,000 千円 【インバウンド対策事業】 77,000 千円 【その他観光振興事業】 2,000 千円 【青森県観光物産館公益事業】 175,000 千円 【青森県観光物産館収益事業】 103,500 千円 【その他収益（旅行業）事業】 1,300 千円 【人件費・一般管理費】 100,000 千円

（3）自律的・継続的な活動に向けた運営資金確保の取組・方針

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

- ①【収入確保】 コロナ禍における弾力的な会費納入と新規会員の勧誘
- ②【収入確保】 収益事業（旅行商品販売、青森県観光物産館管理運営（会議室・駐車場等）の効率的な運営
- ③【支出抑制】 各種事業の効率的な実施

8. 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

公益社団法人青森県観光国際交流機構が、青森県全域を対象とした地域連携DMOの形成・確立に向け、登録DMOとして更新登録することについて同意します。

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】

当法人は青森県全体をマネジメントエリアとしているため、県内の他のDMOとマネジメントエリアが重複することになる。県内6地区での地域連絡会議での場のほか、年2回のDMO連携会議を開催し、定期的に情報交換を行っている。

【区域が重複する背景】

当法人は青森県全体をマネジメントエリアとしているため、県内の他のDMOとマネジメントエリアが重複するため。

【重複区域における、それぞれのDMOの役割分担について】

全県的なキャンペーン等については当法人でその役割を担い、各地域での観光開発や受入整備等の取組については、各DMOが担っており、必要に応じて連携を図ることとしている。

また、県内でも個々のDMOのマネジメント域外のエリアについては、当法人でカバーしている。

【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】

今後は、各DMOと連携を密にし、プロモーション等連携して効果が出る事業や各種データの共有などより効果的な観光地域づくりを目指していく。

10. 記入担当者連絡先

担当者氏名	岩谷 大
担当部署名（役職）	（公社）青森県観光国際交流機構 観光産業振興グループマネージャー
郵便番号	030-0803
所在地	青森県青森市安方 1-1-40
電話番号（直通）	017-722-5080
FAX番号	017-735-2067
E-mail	dai_iwaya@aomori-kanko.or.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	青森県
担当者氏名	工藤 越生
担当部署名（役職）	観光国際戦略局 観光企画課 主査
郵便番号	030-8570
所在地	青森県青森市長島 1-1-1
電話番号（直通）	017-734-9385
F A X 番号	017-734-8121
E - m a i l	takeo_kudo1@pref. aomori. lg. jp

記入日： 令和6年1月26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】
 青森県全域

【設立時期】 昭和35年3月16日

【設立経緯】
 その他

【代表者】 三上 千春

【マーケティング責任者(CMO)】 秋田 佳紀

【財務責任者(CFO)】 五十嵐 憲一

【職員数】 42人(常勤21人(正職員16人・出向等5人)、非常勤21人)

【主な収入】
 地方公共団体からの委託料95,670千円、公益事業収入132,530千円、収益事業収入194,350千円(令和4年度決算)

【総支出】
 559,940千円 (令和4年度決算)

【連携する主な事業者】
 観光関係団体、宿泊施設、交通事業者、着地型旅行商品事業者等

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 (百万円)	目標	1,931 (128.5)	1,954 (146.5)	1,977 (167.0)	2,000 (190.3)	2,023 (213.0)	2,046 (236.0)
	実績	1,209 (35.7)	1,325 (0)	1,495 (0)	—	—	—
延べ宿泊者数 (千人)	目標	507 (38.0)	522 (42.0)	537 (46.0)	550 (50.0)	560 (54.0)	570 (58.0)
	実績	331 (7.8)	360 (1.7)	408 (3.3)	—	—	—
来訪者満足度 (%)	目標	100 (100)	100 (100)	100 (100)	100 (100)	100 (100)	100 (100)
	実績	99.3 (100)	99.5 (100)	98.5 (95.8)	—	—	—
リピーター率 (%)	目標	77.2 (49.2)	78.0 (50.8)	78.8 (51.6)	79.6 (52.4)	80.4 (53.2)	81.2 (54.0)
	実績	68.2 (28.6)	71.1 (20.0)	61.1 (20.0)	—	—	—

戦略

【主なターゲット】

- ①首都圏、東北、北海道地域
- ②中国、台湾、韓国、香港

【ターゲットの誘客に向けた取組方針】

- ①魅力ある観光資源づくり
 地域の事業者等と連携したコンテンツのブラッシュアップ及び着地型旅行商品の造成販売
- ②青森県と連携した情報発信
 現地プロモーションや青森県観光情報サイト、SNS等を活用した多言語での情報発信

【観光地域づくりのコンセプト】
 人と地域の幸せの好循環(青森県観光戦略)

具体的な取組

【観光資源の磨き上げ】

- ①宿泊施設の魅力向上
- ②コンテンツブラッシュアップ
 着地型旅行商品の造成販売
- ③地域の事業者と連携したイベントの開催

【情報発信・プロモーション】

- ①北東北三県大型観光キャンペーン
- ②JR等と連携した観光プロモーション
- ③青森県観光ガイドブックの発行
 SNSを活用した情報発信

【受入環境整備】

- ①多言語による観光案内・情報発信
- ②青森県観光情報サイトの運営管理
- ③県内観光ガイド・観光案内所のおもてなし力向上
- ④清掃活動等による環境美化活動

【その他】

- ①教育旅行・MICEの誘致
- ②国際交流事業の推進
- ③事業者の育成・支援

