

観光地域づくり法人形成・確立計画

記入日：令和3年8月18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	一般社団法人 あきた白神ツーリズム	
マーケティング・マネ ジメント対象とする 区域	区域を構成する地方公共団体名 秋田県能代市、藤里町、三種町、八峰町	
所在地	秋田県能代市	
設立時期	平成31年2月25日	
職員数	5人【常勤5人（正職員4人・出向等1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） 広幡 信悦 （出身組織名） 能代商工会議所 NPO 法人能代観光協会	能代商工会議所会頭として、地域の経済界・商工業界をけん引するとともに、能代観光協会会長として地域の観光振興に尽力し、「天空の不夜城」などの集客イベント開催で多大な成果を挙げている。
データ収集・分析等 の専門人材（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） 畠 譲「専従」 （出身組織名） 能代市移住定住コーデ ィネーター	企画会社にて企画営業・プランナーに従事し、白神山地関連商品等を企画製作。その後、観光協会等に在籍し様々なイベントを企画し成果を挙げ、2015年から能代市移住コーディネーターで手腕を発揮。データ分析等においても高い能力を持つ。
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） 兜森 嘉治隆「専従」 （出身組織名） 能代市	能代市観光振興課在職中に、このエリアの観光地域づくりに向けた検討会の開催から当法人設立に至るまで管理職として担当。法人の事務局長として経営・組織マネジメント全般を担い持続可能な運営のため、行政間の調整や財源確保の検討を行う。
受入環境整備・コン テンツ造成の責任者	（氏名） アキ・リーガン「専従」	ALTとして勤務し日本語能力も高い英語圏ネイティブ。外国人目線での受入環境整備と体験コンテンツの磨き上げ・造成を行う。
プロモーション責任 者	（氏名） 近藤 成美「専従」	異文化に高い興味を持ちオーストラリアに2年間滞在。英語も話せ外国人目線を持ちながらエリアプロモーションを行う。
連携する地方公共団 体の担当部署名及び 役割	○マーケティング、社会資本整備、地域公共交通 ・ 能代市環境産業部観光振興課 ・ 藤里町商工観光課 ・ 三種町商工観光交流課 ・ 八峰町産業振興課 ○情報提供、助言 ・ 秋田県山本地域振興局総務企画部地域企画課	

(別添) 様式 1

<p>連携する事業者名及び役割</p>	<p>○着地型・体験型旅行商品、地域ブランディング、商品開発 能代商工会議所、ニツ井町商工会、藤里町商工会、三種町商工会、白神八峰商工会、能代観光協会、ニツ井町観光協会、三種町観光協会、八峰町観光協会、能代市商店会連合、能代物産振興会、秋田白神ガイド協会、八峰町白神ガイドの会、白神コミュニケーションズ ○宿泊、マーケティング調査支援 秋田県旅館ホテル組合能代支部、三種町森岳温泉活性化協議会、あきた白神温泉ホテル ○アクセス改善 秋田県ハイヤー協能代山本支部、第一観光バス、秋北バス能代営業所、能代観光、JR東日本秋田支社 ○情報収集・提供・発信、事業支援 秋田銀行、北都銀行、北羽新報社</p>				
<p>官民・産業間・地域間との持続可能な連携を図るための合意形成の仕組み</p>	<p>【該当する登録要件】 ①当法人の役員（理事・監事）は、1市3町の観光担当課長と各地域の商工会や観光協会、金融機関の代表で構成されている。 ②観光協会、商工会、宿泊事業者、交通事業者、観光資源の関係者、行政が参画し、当法人が事務局を務める定例会議を基本毎月開催（月次会議）。</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>○研修会・勉強会の開催 インバウンド受入態勢やサービス品質向上を図るために、外部講師による研修会や勉強会をこれまで10回程度開催。その際に参加している地域住民や観光関連事業者に、DMOの取り組みや地域の現状、その課題克服に向けた戦略説明を行っている。 ○活動報告誌の発行 活動状況等の報告として「あきた白神通信」を毎月作成し、ホームページでの掲載や各観光協会に設置し、地域主体の観光地域づくりに向けた機運の醸成を図っている。</p>				
<p>法人のこれまでの活動実績</p>	<p>(活動の概要)</p> <table border="1" data-bbox="459 1211 1426 1957"> <thead> <tr> <th data-bbox="459 1211 644 1256">事業</th> <th data-bbox="644 1211 1426 1256">実施概要</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="459 1256 644 1957"> <p>情報発信・プロモーション</p> </td> <td data-bbox="644 1256 1426 1957"> <p>【2019年度】 ・多言語観光ポータルサイト「Visit Shirakami」の構築 「Shirakami」をキーに多言語配信し認知度を高める。 ・SNSによる発信 FB（国内・海外）、Twitter、Instagram ・法人ホームページの構築 ・外国人モニターによる海外発信 台湾、香港の旅行会社やインフルエンサーを招聘。 ・海外メディア等での情報配信 台湾メディアへ記事配信。ファンジャパン、ジャパンガイドの取材・配信。 【2020年度】 ・地域資源の価値発掘と魅力配信(2019～) 国際教養大学の留学生等による SNS での魅力配信。 ・SNS 配信強化 台湾、香港、オーストラリアを主要国とし配信強化。英語版は県内観光情報 SNS でトップの「いいね」数を確保。 ・海外メディア等での情報配信 LIVE JAPAN、ラーチーゴの取材・配信。</p> </td> </tr> </tbody> </table>	事業	実施概要	<p>情報発信・プロモーション</p>	<p>【2019年度】 ・多言語観光ポータルサイト「Visit Shirakami」の構築 「Shirakami」をキーに多言語配信し認知度を高める。 ・SNSによる発信 FB（国内・海外）、Twitter、Instagram ・法人ホームページの構築 ・外国人モニターによる海外発信 台湾、香港の旅行会社やインフルエンサーを招聘。 ・海外メディア等での情報配信 台湾メディアへ記事配信。ファンジャパン、ジャパンガイドの取材・配信。 【2020年度】 ・地域資源の価値発掘と魅力配信(2019～) 国際教養大学の留学生等による SNS での魅力配信。 ・SNS 配信強化 台湾、香港、オーストラリアを主要国とし配信強化。英語版は県内観光情報 SNS でトップの「いいね」数を確保。 ・海外メディア等での情報配信 LIVE JAPAN、ラーチーゴの取材・配信。</p>
事業	実施概要				
<p>情報発信・プロモーション</p>	<p>【2019年度】 ・多言語観光ポータルサイト「Visit Shirakami」の構築 「Shirakami」をキーに多言語配信し認知度を高める。 ・SNSによる発信 FB（国内・海外）、Twitter、Instagram ・法人ホームページの構築 ・外国人モニターによる海外発信 台湾、香港の旅行会社やインフルエンサーを招聘。 ・海外メディア等での情報配信 台湾メディアへ記事配信。ファンジャパン、ジャパンガイドの取材・配信。 【2020年度】 ・地域資源の価値発掘と魅力配信(2019～) 国際教養大学の留学生等による SNS での魅力配信。 ・SNS 配信強化 台湾、香港、オーストラリアを主要国とし配信強化。英語版は県内観光情報 SNS でトップの「いいね」数を確保。 ・海外メディア等での情報配信 LIVE JAPAN、ラーチーゴの取材・配信。</p>				

(別添) 様式 1

	<p>受入環境の整備</p>	<p>【2019 年度】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・観光二次アクセス再構築事業 JRを中心とする公共交通と連動したインバウンドに優しい運行形態への再構築を検討。 <p>【2020 年度】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・翻訳支援 (2019～) 宿泊施設内サインや飲食店メニュー等の翻訳 ・意識醸成に係る勉強会、研修会の開催 (2019～) 2019 : 9 回、2020 : 4 回 ・「白神の恵み通信」の発行 (2019～) ・事業者等巡回調査 (2019～) ・ニューノーマル秋田白神観光キャンペーンの実施 県内容を対象とし、新型コロナ感染拡大予防を行っている宿泊、飲食、土産関係のスタンプラリーを実施。 																													
	<p>観光資源の磨き上げ</p>	<p>【2019 年度】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・海外旅行関係者の招聘 香港、台湾、ニュージーランドの旅行関係者を招聘し、商品造成に向けたアドバイスを受ける。 <p>【2020 年度】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・体験コンテンツ磨き上げ (2019～) ネイティブ職員を中心に、コンテンツ発掘と磨き上げ。米代川カヌー、秋田犬ふれあい、留山散策&入浴、じゅんさい摘み取り&入浴体験など。 ・白神の恵みご当地グルメの開発 エリアの豊富な特産を使った「かましメシ」ルールによるご当地グルメの開発 																													
<p>(定量的な評価)</p>																															
<table border="1"> <thead> <tr> <th data-bbox="451 1176 807 1227">項目</th> <th data-bbox="807 1176 1010 1227">2018(H30)年</th> <th data-bbox="1010 1176 1214 1227">2019(R1)年</th> <th data-bbox="1214 1176 1412 1227">増減</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="451 1227 807 1272">国内宿泊者数(人)</td> <td data-bbox="807 1227 1010 1272">197,497</td> <td data-bbox="1010 1227 1214 1272">187,413</td> <td data-bbox="1214 1227 1412 1272">△10,084</td> </tr> <tr> <td data-bbox="451 1272 807 1317">外国人宿泊者数(人)</td> <td data-bbox="807 1272 1010 1317">1,319</td> <td data-bbox="1010 1272 1214 1317">1,783</td> <td data-bbox="1214 1272 1412 1317">464</td> </tr> <tr> <td data-bbox="451 1317 807 1361">宿泊調査事業者数(件)</td> <td data-bbox="807 1317 1010 1361">48</td> <td data-bbox="1010 1317 1214 1361">56</td> <td data-bbox="1214 1317 1412 1361">8</td> </tr> <tr> <td data-bbox="451 1361 807 1406">観光客入込客数(人)</td> <td data-bbox="807 1361 1010 1406">2,298,412</td> <td data-bbox="1010 1361 1214 1406">2,380,305</td> <td data-bbox="1214 1361 1412 1406">81,893</td> </tr> <tr> <td data-bbox="451 1406 807 1451">勉強会、研修会件数(件)</td> <td data-bbox="807 1406 1010 1451">0</td> <td data-bbox="1010 1406 1214 1451">9</td> <td data-bbox="1214 1406 1412 1451">9</td> </tr> <tr> <td data-bbox="451 1451 807 1563">コンテンツ発掘・磨き上げ件数 (件)</td> <td data-bbox="807 1451 1010 1563">0</td> <td data-bbox="1010 1451 1214 1563">12</td> <td data-bbox="1214 1451 1412 1563">12</td> </tr> </tbody> </table>				項目	2018(H30)年	2019(R1)年	増減	国内宿泊者数(人)	197,497	187,413	△10,084	外国人宿泊者数(人)	1,319	1,783	464	宿泊調査事業者数(件)	48	56	8	観光客入込客数(人)	2,298,412	2,380,305	81,893	勉強会、研修会件数(件)	0	9	9	コンテンツ発掘・磨き上げ件数 (件)	0	12	12
項目	2018(H30)年	2019(R1)年	増減																												
国内宿泊者数(人)	197,497	187,413	△10,084																												
外国人宿泊者数(人)	1,319	1,783	464																												
宿泊調査事業者数(件)	48	56	8																												
観光客入込客数(人)	2,298,412	2,380,305	81,893																												
勉強会、研修会件数(件)	0	9	9																												
コンテンツ発掘・磨き上げ件数 (件)	0	12	12																												

(別添) 様式 1

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)

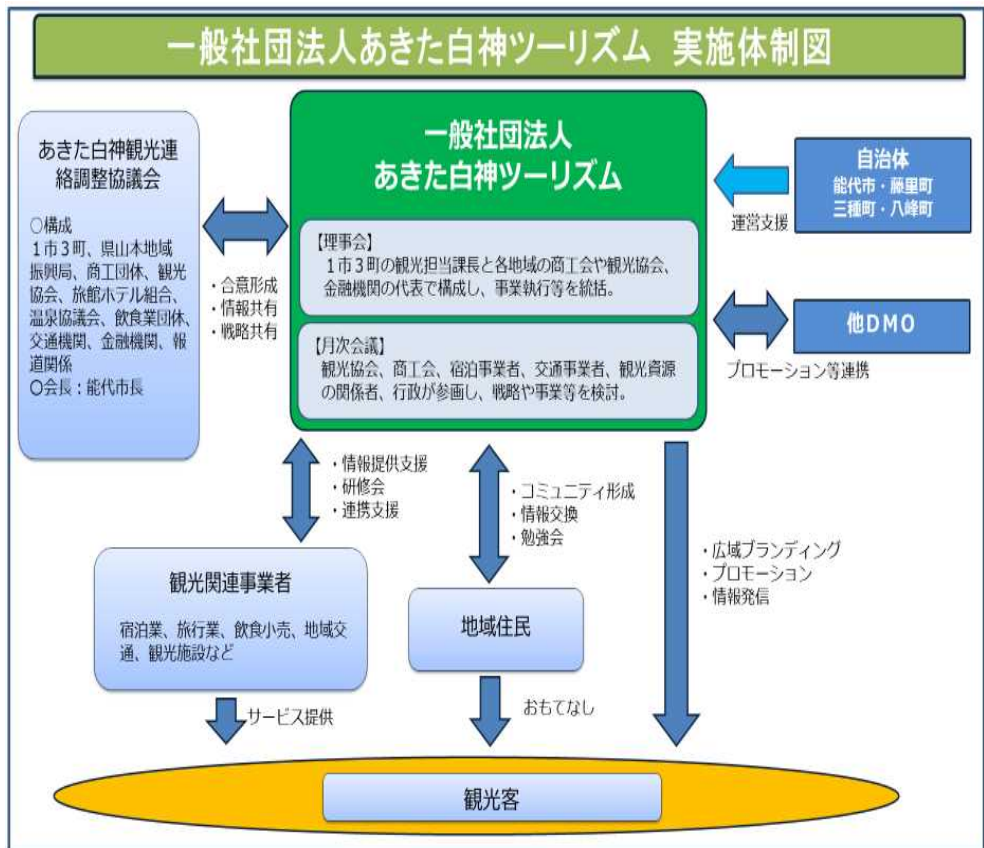
(一社) あきた白神ツーリズムは地域における観光戦略を策定し、観光に係る広範なマーケティングを行う。

観光地域づくりを推進するためには、観光に関わる官民の多様な団体との合意形成が前提となることから、各団体の代表で構成される「あきた白神観光連絡調整協議会」においてDMOと観光ビジョンを共有する。

また、戦略や事業等については、同協議会に参画している団体の実務者や観光関連事業者が集まり、詳細な事業報告や収集データを共有しているほか、当法人の役員は、エリアの観光担当課長と各地域の商工会や観光協会、金融機関の代表で構成されており連携体制及び合意形成の仕組みを整えている。

なお、事業実施に当たっては、地域の自治体、観光関連事業者との役割分担や相互補完を図り、近隣DMOとの広域連携を図りながら東北・秋田県全体の誘客を意識して実施する。

(実施体制図)



2. 観光地域づくり法人がマーケティング・マネジメントする区域

【区域の範囲が分かる図表を挿入】

あきた白神ツーリズム構成エリア



【区域設定の考え方】

能代市及び藤里町、三種町、八峰町では、昭和38年度に各観光協会等の連携による「能代山本地区観光連盟」が組織されているほか、広域行政事務を行う「能代山本広域市町村圏組合」や、「あきた白神広域観光推進会議」が存在し、これまでもこのエリアで連携した活動を行っている。

世界自然遺産である「白神山地」を核とした地域内に点在する自然資源をはじめ、同地を水源とする清らかな水で醸される日本酒、地域の特産品であるねぎ、あわび、じゅんさい等を「白神の恵み」という基本コンセプトに統合し、これを活かした新たな観光商品を造成して国内外の消費者に訴求することで観光の産業化を進め、地域が「観光で稼げる仕組み」を構築する。

(別添) 様式 1

【観光客の実態等】

能代市・藤里町・三種町・八峰町エリアには、年間約 230 万人の入込客数があり、主な観光地点では、道の駅ふたつ（101 万人）、ハタハタ館（17 万人）、能代エナジウムパーク（6 万人）、はちもり観光市（6 万人）、体験学習物産館サンバリオ（5 万人）などがあり、イベント等では、能代七夕「天空の不夜城」（16 万人）、おなごりフェスティバル（14 万人）、能代港まつり花火大会（14 万人）などがある。

延べ宿泊者数は 19 万人ほどで、うち外国人は 1,800 人程度である。

自治体名	宿泊者数(人)		うち外国人宿泊者数(人)		観光客入込客数(人)		観光消費額(百万円)	
	2018年	2019年	2018年	2019年	2018年	2019年	2018年	2019年
能代市	156,290	151,693	1,049	1,403	1,723,949	1,836,450	8,387	8,419
藤里町	5,375	6,053	4	87	19,532	19,519	153	169
三種町	19,398	12,448	150	158	161,536	155,278	863	705
八峰町	17,753	19,002	116	135	393,395	369,058	1,625	1,486
合計	198,816	189,196	1,319	1,783	2,298,412	2,380,305	11,028	10,779

【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】

○主な観光資源

地域	観光施設	商業施設	自然	文化	スポーツ	イベント
能代市	旧料亭金勇、子ども館、能代エナジウムパーク、バスケットミュージアム、能代ロケット実験場	道の駅ふたつ、ねぎっこ村、みょうが館	風の松原、きみまち阪、七座山、小友沼、仁鮎水沢スギ希少個体群保護林	杉沢台遺跡、檜山城、多宝院、井坂記念館	能代山本スポーツリゾートセンターアリス、風の松原陸上競技場、能代カップ高校選抜バスケットボール大会	嫁見まつり、港まつり能代の花火、能代ねぶながし、能代七夕「天空の不夜城」、きみまちの里フェスティバル
藤里町	白神山地遺産センター藤里館	白神山地森のえき	白神山地(小岳・駒ヶ岳・岳岱・田苗代湿原)、大野岱放牧場、町営スキー場、素波里ダム、釣瓶落峠	歴史民俗資料館	ブナの森マラソン	浅間神社祭典・藤琴駒踊り
三種町	サンバリオ体験学習館	道の駅ことおか、じゅんさいの館、ドラゴンフレッシュセンター、メロディアン、グリーンびあ	房住山、じゅんさい沼、ぼうじゅん館、釜谷浜海水浴場	橋本五郎文庫、山本ふるさと文化館、琴丘歴史民俗資料館		サンドクラフトinみたね、世界じゅんさい摘み取り選手権
八峰町	八森ぶなっコランド、あきた白神体験センター	道の駅みねはま、道の駅はちもり、はちもり観光市	白神山地(ニツ森)、留山、三十釜、八峰白神ジオパーク、御所の台、ポンポコ山公園、滝の間・岩館海水浴場			白瀑神社御輿の滝浴び、雄鳥花火大会、石川の駒踊り

○活用方法

世界自然遺産白神山地を核とした大自然での体験コンテンツをメインに、地域内に点在する観光施設や商業施設への周遊をはじめ、白神山地を水源とする清らかな水で醸される日本酒、地域の特産品等を「白神の恵み」という基本コンセプトに統合し、これを活かした新たな観光商品を造成し国内外の消費者へ波及する。

インバウンド目線での体験コンテンツを造成し、OTAでの販売に結び付けているほか、2020年度には、コロナ禍において大打撃を受けている飲食店への支援策として、「白神の恵みご当地グルメ」の開発を行い、今後は参画事業者の増加に取り組む。

(別添) 様式 1

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

2020年	ホテル・旅館		簡易宿所等		合計	
	施設数(件)	収容力(人)	施設数(件)	収容力(人)	施設数(件)	収容力(人)
能代市	12	700	11	448	23	1,148
藤里町	3	142	10	100	13	242
三種町	5	311	2	57	7	368
八峰町	3	131	9	220	12	351
計	23	1,284	32	825	55	2,109

【利便性：区域までの交通、域内交通】

○航空

- ・羽田空港～大館能代空港 70分 (大館能代空港から能代市まで車で40分)
- ・羽田空港～秋田空港 65分 (秋田空港から能代市まで車で70分)
- ・新千歳空港～秋田空港 60分
- ・伊丹空港～秋田空港 85分
- ・名古屋空港～秋田空港 85分

○鉄道

- ・東京～秋田～能代 5時間
- ・函館～新青森～能代 3時間20分

○高速道路

- ・青森 I.C～大館能代空港 I.C 1時間40分 (大館能代空港から能代市まで車で40分)
- ・盛岡 I.C～大館能代空港 I.C 2時間
- ・北上 JCT～能代南 I.C 2時間20分

○高速バス

- ・池袋～能代 10時間40分
- ・新宿、横浜～能代 10時間

【外国人観光客への対応】

○広域情報発信プラットフォーム構築

- ・「あきた白神」の観光情報をワンストップで入手可能なWEBサイト「VISIT SHIRAKAMI」(英語・繁体字・日本語)を整備運用している。
- ・公立大学法人国際教養大学(世界約30カ国からの留学生等)の留学生等をモニターとし、インターゲット以外の国・地域への情報発信を行っている。

○旅行商品造成・販売支援

- ・海外の旅行会社やインフルエンサーを招聘し、ツアーのフィードバックデータに基づき顧客満足度を高める商品造成支援を行っている。また、専門サイトを通じたパーツ販売を展開している。
- ・広域情報発信プラットフォームによる情報発信や、海外の旅行会社への営業活動に用いる多言語の営業素材やパンフレット、セールスシートを作成し、販売支援の強化を図っている。

○受入態勢整備

- ・受入態勢やサービス品質の向上を図るために外部講師による研修会を定期的開催。
- ・宿泊施設内サインや飲食店メニュー等の英語翻訳支援。

○英語対応ガイド人材の育成・活用

- ・ネイティブ職員により英語対応ガイドの育成に取り組み、将来的には組織化を目標としている。

○カード決済等の推進

- ・外国人観光客の利便性向上に向け、事業者を巡回しカード決済・Wi-Fi等の普及推進を図っている。

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
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。	<ul style="list-style-type: none"> ・ Google アナリティクスおよび広告を活用した分析、運用。 ・ Facebook 広告を絡めた投稿の継続⇒インサイトを用いた分析、改善活動など。 ・ Twitter アクティビティアナリティクス ・ Instagram のインサイト
旅行者満足度、リピーター率などの調査	満足度、リピーター率等を知り、戦略に活かすため。	<ul style="list-style-type: none"> ・ エリア内の主要施設（道の駅、直売所など）での顧客満足度調査の実施。 ・ 東北観光推進機構と連携した主要施設でのアンケート調査。
観光入込客数、宿泊者数	事業戦略に活かすため。	<ul style="list-style-type: none"> ・ 宿泊統計調査の実施 ・ 秋田県観光統計 ・ JNTO 及び観光庁統計などの活用
訪日外国人宿泊者数	事業戦略に活かすため。	<ul style="list-style-type: none"> ・ 宿泊統計調査の実施。 ・ 秋田県観光統計 ・ JNTO 及び観光庁統計などの活用

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

全国的に人口減少が進んでいく中で、本地域においても人口減少は避けられない状況にあるが、地域連携DMOである「あきた白神ツーリズム」が中心となり、行政や地域の多様な関係団体が連携し、世界自然遺産である「白神山地」を核とした地域内に点在する自然資源をはじめ、同地を水源とする清らかな水で醸される日本酒、地域の特産品であるねぎ、あわび、じゅんさい等を「白神の恵み」という基本コンセプトに統合し、これを活かした新たな観光商品を造成して国内外の消費者に訴求することで観光の産業化を進め、地域が「観光で稼げる仕組み」を構築する。

「観光で稼げる地域」への転換により、インバウンドを軸とした交流人口と域内消費額が拡大され、地域経済の活性化が図られる。それにより、雇用の増加や新規起業が促進され、移住定住支援施策との相乗効果により、若者の域外への流出を抑制しながら移住を促進して人口減少に歯止めをかけ、持続可能な地域の実現を目指す。

コロナ禍での現在では、インバウンドの再来と国内誘客（マイクロツーリズム）の強化に向けて、安全安心に楽しめるエリアイメージの構築を目指し、感染拡大予防の受入環境整備を含めた「ニューノーマルあきた白神観光」の推進を図っている。

(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"> ・ 世界遺産ブランド「白神山地」がある ・ 白神山地を中心とした黄葉、紅葉 ・ 豊富な自然と食（郷土料理含む） 	弱み (Weaknesses) <ul style="list-style-type: none"> ・ 認知度の低さ⇔情報発信力の弱さ ・ 二次交通の不足 ・ 多言語対応の不足、勉強不足 ・ 通過型の観光地である＝宿泊客が少ない

(別添) 様式 1

	<p>→伝統料理：だまご鍋・きりたんぼ鍋、ハタハタ寿司、赤寿司、ヤツメ、しょつつる、イカ焼き、サメの刺身、など</p> <p>→郷土食材：じゅんさい、ハタハタ、白神アワビ、鮎、ラム、舞茸、馬肉、山菜、米代川のサクラマスなど</p> <p>→エリアのご当地グルメを開発（かましメシ）※これまで交流のなかった店舗間での意識共有</p> <ul style="list-style-type: none"> ・白神を体験できる多様なアウトドアアクティビティがある。 ・特徴的な伝統芸能（駒踊り、嫁見まつり、役七夕、森岳歌舞伎、各種番楽・佐々楽など） ・自然に親しめる宿泊設備があること（バンガロー、トレーラーハウスなど） ・人気のリゾート列車「リゾートしらかみ」があること。 ・バスケットボールが盛ん（知名度） ・木都としての歴史 ・いまだ知られていない地域であること（手つかず、誰も来ていない） 	<ul style="list-style-type: none"> ・冬季の天候不順（五能線の運休など） ・観光にまつわるデータ不足 ・海外からの直行便がない（県内空港） ・エリア内の人々の非積極性 ・宿泊施設が少ない（温泉ホテル、団体対応可能な宿） ・コロナ感染における地域のマインド（外部からの流入についての懸念が強い） ・住民等の観光に対する意識の乏しさ
<p>外部環境</p>	<p>機会 (Opportunity)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・青森空港の台湾定期便増便（週 3⇒5 便） ・仙台空港の LCC 拠点化 ・大館能代空港東京便の 3 便／1 日化（羽田発着枠政策コンテストによる 1 便増） ・日本海沿岸東北自動車道の延伸 ・訪日外国人客の地方分散化 ・インバウンド観光に対する国の後押し ・訪日外国人客の個人旅行化 ・モノ消費や物見遊山な観光 →コト消費へのシフト ・木材業界のポテンシャル（海外企業視察受け入れへの準備） ＝かつて繁栄を誇った「木都」を感じられるストーリー作りの機運 ・2019 年に Lonely Planet およびナショナルジオグラフィックで 2020 年のトレンドとして「TOHOKU」が取り上げられたこと ・2021 年 4～9 月の東北 DC 開催 ・秋田犬ツーリズムをはじめとした、北東北の DMO での連携が深まりつつあること＝より広域での一体となった売り込みも可能になってきている点 	<p>脅威 (Threat)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・コロナ感染拡大により、インバウンド観光の復活が不透明 ・インバウンド観光（訪日外国人客）の地域間競争の激化 ・五能線の天候不順による運休（＝天候の影響を受けやすい） ・2020 東京オリンピック後の訪日客の動向が不透明

※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 台湾を中心としたアジア圏</p>
<p>○選定の理由</p> <ul style="list-style-type: none">・台湾は、秋田県と県内市町村とが連携したトップセールス等を継続実施し友好を深めており、県内での延べ宿泊者数も年々増加している。・アジア圏の国々は東北各地にも多く訪れており、国内の他地方と比較して台湾の比率が多いのが特徴。特に青森・岩手・宮城へは台湾・香港・シンガポール・タイから多く訪問している。隣接するエリア（特に北東北）のDMOでもこれらの国をターゲットとして誘客しており、連携して周遊観光などのプロモーションができることも強みと捉えている。・また、台湾・香港・タイなどのリピーター層は「本物の日本」「日本の原風景」を見たいというニーズが高まっていることや、“穴場”として東北地方の観光情報を探しているとの調査結果があるのが強みである。 <p>○取組方針</p> <ul style="list-style-type: none">・世界自然遺産である「白神山地」を核とした「白神の恵み」を基本コンセプトにし、これを活かした新たな観光商品を造成して旅行者に訴求するため、ポータルサイトによる観光情報の発信、海外メディアでのデジタルコンテンツ配信を行い地域情報の発信力を高める。・隣接する秋田犬ツーリズムをはじめ、十和田奥入瀬観光機構、VISITはちのへ、Clan Peony 津軽などと連携し、秋田県北部～青森（十和田・奥入瀬）・岩手を網羅した周遊プランを構築し訴求するなかで、エリアの魅力をアピールし立ち寄りから滞在、宿泊へと結びつけていく。
<p>○第2ターゲット層 オセアニア+欧米の英語圏</p>
<p>○選定の理由</p> <ul style="list-style-type: none">・総じて、四季の体感（特にスノーアクティビティ）、日本の伝統文化、日常生活の体験へのニーズが高く、滞在期間も長さ高い平均消費。・特に豪州については、訪問地・滞在地として北海道が高いシェアを誇っているが、最近韓国・中国客の増加により騒がしくなってきた北海道から、訪日外国人客が比較的少ない長野等へシフトしてきている。長野へのニーズは当エリアにも当てはまるため、特に冬期間を中心に誘客を図れる余地が高い。・旅行業関係者の聞き取り調査結果において、オーストラリアエージェントからは「真の日本を感じられる地域」ということで魅力を感じるとの回答を得ている。・当地域と同様に、オセアニアは世界自然遺産を多数有しており、ネイチャーツーリズムの先進地として自然遺産への理解度が高い。・ニュージーランドについては、全体数は少ないもののここ数年順調に訪日数が伸びていること、JNTO で新たに重点市場に指定された国であること、またオーストラリア同様に世界自然遺産を多数有する国であるため、自然保護や自然遺産への理解度が高い点が挙げられる。・青森県には米国をはじめとする欧米の観光客が比較的多く訪れており、また豪州の観光客も北海道から青森へ南下するルートが王道になりつつあり、VISITはちのへ、八幡平DMO、秋田犬ツーリズムなども欧米各国をターゲット設定しているため、連携して誘客に取り組める点も強みと考えている。 <p>○取組方針</p> <ul style="list-style-type: none">・世界自然遺産である「白神山地」を核とした「白神の恵み」を基本コンセプトにし、これを活かした新たな観光商品を造成して旅行者に訴求するため、ポータルサイトによる観光情報の発信、海外メディアでのデジタルコンテンツ配信を行い地域情報の発信力を高める。・北海道のニセコでインバウンド誘客に取り組む外国人（オーストラリアからの誘客実績多数かつニュージーランド人であるため両国の観光客動向にも明るい）の知見を取り入れ、効果的な誘客戦略を構築する。・選定理由にも挙げた隣接DMOと連携が活発になってきていることをチャンスととらえ、欧米豪をターゲットにしているVISITはちのへや八幡平DMO、秋田犬ツーリズム（米国）などと、一体的になって周遊プランを作成し、広くプロモーションをしていく。

(4) 観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	白神の恵み ～日本の原風景・原体験を体感しに行こう～
②コンセプトの考え方	<p>世界自然遺産「白神山地」を核として、同地を水源とする清らかな水で醸される日本酒、地域の特産品であるねぎ、あわび、じゅんさい等を「白神の恵み」という基本コンセプトに統合し、これを活かした新たな観光商品を造成し、国内外の消費者に訴求する。</p> <p>「山」は、そのストーリー性や四季の彩り、関連産業の観点から見ても観光資源の裾野が広く、一過性に終わらない恒常的な観光地域づくりの中心として追求できる資源である。</p> <p>訪日外国人は「和食＝日本食」を食べることを旅の主目的にあげているが、当エリアの郷土食には、気候・風土に由来する成り立ちはもちろんのこと、「食材＝恵み」を育んでくれた大地への喜び・感謝など、人々の想いも込められている。そういった日本人ならではの精神や伝統文化・慣習、日常生活を垣間見せられる点は、当エリアの強みでもあり、訪日外国人のアンケート調査結果とも合致する。</p> <p>また、最近は特にリピーターにおいて、ゴールデンルートでは得られない「本物の日本」「日本の原風景」を体感したいニーズが高まっている調査結果がある。このエリアは、白神山地が八千年前から守られてきた手つかずの森であるのと同様に、日本らしい風景、古き良き日本の慣習・文化などが変わらずに残されているエリアである。その点においても、最近の傾向と合致すると考え、ストレートな表現で「日本の原風景、原体験を体感しに行こう」とした。</p> <p>さらに、ウィズコロナ、アフターコロナ時代の観光を考えると、国内において感染が押さえられているエリアでもあり、かつインドアよりもアウトドアのアクティビティを多く抱えている特性は強みになると考えている。実際に、様々なアンケートや調査結果において「混雑を避けられること」を旅の条件に挙げている割合が最も多く「白神」という森の名前を掲げて売り込むことは、テーマパークや観光施設、イベントなどを核にしてプロモーションすることと比較して優位性が高いと考えている。</p>

5. 関係者が実施する観光関連事業と戦略との整合性に関する調整・仕組み作り、プロモーション

項目	概要
戦略の多様な関係者との共有 ※頻度が分かるよう記入すること。	○あきた白神観光連絡調整協議会 エリアの首長をはじめ、商工会・観光協会・交通・宿泊・金融などの多様な関係団体の代表で構成される協議会を年1回以上開催し、KPI達成状況の検証や戦略等の共有を図っている。 ○月次会議 戦略や事業等については、「あきた白神観光連絡調整協議会」に参画している団体の実務者や観光関連事業者が集まり、詳細な事業報告や収集データ共有のもと毎月検討を行っている。 ○理事会 エリアの観光担当課長と各地域の商工会や観光協会、金融機関の代表で構成された理事会を年3回以上開催し、戦略の共有及びKPI管理を行いながら事業執行を統括している。 ○活動報告誌の発行 「あきた白神通信」では、活動報告のほかエリア内の観光状況や社会変化の分析等も記載し、ホームページにて掲載している。
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	<ul style="list-style-type: none"> ・台湾等からの招聘事業において、事業者との直接商談会の場を設け、各コンテンツへの意見等をいただきサービス向上を図っている。 ・満足度調査やアンケート意見について月次会議で共有・評価し、関連事業者等にも情報提供を行い、サービス向上に取り組んでいる。 ・専門家による勉強会の開催により、インバウンドを含めたおもてなしの向上を図っている。
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"> ・エリアの観光情報はポータルサイト「VISIT SHIRAKAMI」にて多言語で一元的に発信し、各種SNSも利用した効果的なプロモーションを行っている。 ・台湾では情報入手源として「旅行専門誌」や「TVメディア」なども重要視されていることから、台湾を中心にメディア戦略等を展開している。

※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		2018	2019	2020	2021	2022	2023
		(H30) 年度	(R1) 年度	(R2) 年度	(R3) 年度	(R4) 年度	(R5) 年度
●旅行消費額 (百万円)	目標	()	9,913 (30)	9,942 (65)	8,922 (36)	10,038 (41)	11,711 (47)
	実績	11,028 (33)	10,779 (36)	6,433 (12)	()	()	()

(別添) 様式 1

●延べ宿泊者数 (人)	目標		184,000	186,000	151,000	170,000	199,000
		()	(1,200)	(2,600)	(1,400)	(1,600)	(1,900)
	実績	198,816	189,196	135,151			
		(1,319)	(1,783)	(580)	()	()	()
●来訪者満足度 (%)	目標		54	55	前実績+1%	前実績+1%	前実績+1%
		()	()	()	()	()	()
	実績	48	88	96.01			
		()	()	()	()	()	()
●リピーター率 (%)	目標			87	前実績+1%	前実績+1%	前実績+1%
		()	()	()	()	()	()
	実績		86	74.92			
		()	()	()	()	()	()

※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】

- ・2018年度のDMO候補法人申請時に確定していた2017年度の実績を基に、エリアの産業宿泊の推移やインバウンド誘客目標などを含め理事会で検討し「あきた白神連絡調整協議会」に諮り設定している。
- ・旅行消費額と満足度は秋田県で行っている調査数値をもとに設定しているが、満足度及びリピーター率は2019年度から独自調査を行っており、今後は旅行消費額についても独自調査の設定を検討している。
- ・2021年度からの目標については、新型コロナウイルス感染症による影響が不透明ではあるが急激な回復は見込めないため下方修正している。検討期直近の延べ宿泊者数対前年比が72%であり、2021年度は2019年度実績の80%と設定し、2023年度で2019年度実績を上回る目標にしたが、状況により随時検討を行う。

(参考) 延べ宿泊者数：2020年の1～9月分前年対比は53%。8～9月分前年対比は72%。

【設定にあたっての考え方】

●旅行消費額

- ・2017年秋田県観光統計での観光消費額単価を使用した入込客数と延べ宿泊者数による積算。
- ・新型コロナウイルス感染症による影響を鑑み、2021年度は2019年度実績の80%、2022年度は90%、2023年度は105%と設定した。

●延べ宿泊者数

- ・能代火力発電所の3号機建設による産業宿泊需要が、2018年度をピークに減少が見込まれる中で、戦略に基づく情報発信、ファムツアー、商談等による外国人宿泊者数の増加を「(2) その他の目標」で掲げ、それを加味しての目標値設定。
- ・新型コロナウイルス感染症による影響を鑑み、2021年度は2019年度実績の80%、2022年度は90%、2023年度は105%と設定した。

●来訪者満足度

- ・2017年秋田県観光統計の数値を使用し設定したが、2021年度からは前年独自調査の実績を上回る事を目標とした。

●リピーター率

- ・2019年から独自調査を開始し、前年実績を上回る事を目標とした。

(別添) 様式 1

(2) その他の目標

指標項目		2018 (H30) 年度	2019 (R1) 年度	2020 (R2) 年度	2021 (R3) 年度	2022 (R4) 年度	2023 (R5) 年度
●外国人宿泊者数 (人)	目標	()	(1,200)	(2,600)	(1,400)	(1,600)	(1,900)
	実績	(1,319)	(1,783)	(580)	()	()	()
●メディア掲載回数 (回)	目標	()	20	20	20	20	20
	実績	()	()	()	()	()	()
●ファムツアー等 (回)	目標	()	1	2	2	2	2
	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】

- ・インバウンド誘客による交流人口拡大により域内での消費額増加を図り、地域経済の活性化へ繋げるうえで、外国人宿泊者数は事業の費用対効果を評価する直接的な指標となる。宿泊者数を増加させる手段の一つとして戦略に基づくファムツアーの実施も設定している。
- ・メディア掲載回数は、エリア認知度を高めることと、地域住民に的確に認知され地域に根差したDMOになるうえでの指標とした。
- ・これらも理事会で検討し「あきた白神連絡調整協議会」に諮り設定している。
- ・2021年度からの目標については、新型コロナウイルス感染症による影響が不透明ではあるが急激な回復は見込めないため下方修正している。

【設定にあたっての考え方】

●外国人宿泊者数

- ・戦略に基づく情報発信、ファムツアー、商談等による外国人宿泊者数の増加目標。
- ・新型コロナウイルス感染症による影響を鑑み、2021年度は2019年度実績の80%、2022年度は90%、2023年度は105%と設定した。

●メディア掲載回数

- ・地方紙のほか、観光情報誌や他WEBサイトでの掲載を想定。

●ファムツアー等回数

- ・メインターゲット国（国内在住を含む）の招聘回数。

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。

(別添) 様式 1

(1) 収入

年(年度)	総収入(円)	内訳
2019 (R1) 年度	41,246,631 円	【会員(1市3町)負担金】 39,000,000 円 ※約 1/2 は地方創生推進交付金 【補助金】 1,000,000 円 能代山本広域市町村圏組合補助金 【収益事業収入】 1,173,590 円 【雑入】 73,041 円
2020 (R2) 年度	67,691,281 円	【会員(1市3町)負担金】 44,406,000 円 【補助金】 20,514,000 円 能代山本広域市町村圏組合補助金 1,000,000 円 秋田県観光地創生支援事業補助金 19,514,000 円 【収益事業収入】 1,418,310 円 【繰越金】 986,798 円 【雑入】 366,173 円
2021 (R3) 年度	44,407,670 円	【会員(1市3町)負担金】 40,906,000 円 【補助金】 1,000,000 円 能代山本広域市町村圏組合補助金 【収益事業収入】 939,000 円 【繰越金】 1,531,670 円 【雑入】 31,000 円
2022 (R4) 年度	41,620,000 円	【会員(1市3町)負担金】 37,094,000 円 【補助金】 1,000,000 円 能代山本広域市町村圏組合補助金 【収益事業収入】 3,495,000 円 【雑入】 31,000 円
2023 (R5) 年度	39,020,000 円	【会員(1市3町)負担金】 33,594,000 円 【補助金】 1,000,000 円 能代山本広域市町村圏組合補助金 【収益事業収入】 4,395,000 円 【雑入】 31,000 円

(2) 支出

年(年度)	総支出	内訳
2019 (R1) 年度	40,259,833 円	【一般管理費】 4,161,910 円 【情報発信】 14,181,708 円 【プロモーション】 4,385,335 円 【マーケティング】 4,776,001 円 【受入態勢整備】 12,754,879 円
2020 (R2) 年度	66,159,611 円	【一般管理費】 6,222,641 円 【情報発信】 17,457,788 円 【プロモーション】 25,290,835 円 【マーケティング】 4,788,515 円 【受入態勢整備】 12,399,832 円
2021 (R3) 年度	44,407,670 円	【一般管理費】 6,158,000 円 【情報発信】 13,800,000 円 【プロモーション】 7,604,000 円

(別添) 様式 1

		【マーケティング】 4,810,000 円 【受入態勢整備】 12,035,670 円
2022 (R4) 年度	41,620,000 円	【一般管理費】 4,858,000 円 【情報発信】 11,400,000 円 【プロモーション】 3,392,000 円 【マーケティング】 9,810,000 円 【受入態勢整備】 12,160,000 円
2023 (R5) 年度	39,020,000 円	【一般管理費】 5,758,000 円 【情報発信】 7,900,000 円 【プロモーション】 3,392,000 円 【マーケティング】 9,810,000 円 【受入態勢整備】 12,160,000 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

当法人設立の2年ほど前に、あきた白神エリアの自立した観光地域づくりについて検討を行うため、エリア内の多くの関係団体が参画した「あきた白神観光連絡調整協議会」を設立し、様々な協議を行っている。その際、観光地域づくり推進に取り組むうえで、不十分なインバウンド対応・地域の認知度の低さ・住民の観光に対する意識の乏しさを重点課題と捉え、その課題克服に向けて新たな組織としてDMO設立を目指すこととし、DMOは地域が潤うためのマーケティング集団に特化し法人自ら稼ぐ事には注力せず、運営資金は各自治体が負担するという協議も行っている。

一方で、自主財源の確保も目指すこととしており、地域内の観光関連事業者からのマーケティングやコンサルタント業務の受託、商品造成・販売支援に係る手数料収入やポータルサイトでの体験コンテンツ等の直接販売に取り組む。将来的には自治体が有する観光施設の指定管理事業の受託を視野に入れている。

また、当法人の地域連携による活動効果も含め、各自治体に存在している観光協会等の一本化に向けた取り組みが進行しており、将来的にはインバウンドも国内誘客も一つの組織で対応する機運が高まってきている。更なる広域誘客の強みを図れるほか、業務の合理化により行政の負担減も図れる。

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

秋田県並びに秋田県能代市、藤里町、三種町及び八峰町は、「あきた白神ツーリズム」を当該都道府県及び市町村における地域連携DMOとして登録したいので、一般社団法人あきた白神ツーリズムとともに申請します。

9. 記入担当者連絡先

担当者氏名	兜森 嘉治隆
担当部署名 (役職)	一般社団法人あきた白神ツーリズム事務局長
所在地	能代市字海詠坂 3-2 能代山本広域交流センター内
電話番号 (直通)	0185-74-7115
FAX 番号	0185-74-7116
E-mail	akita-shirakami@as-t.jp

10. 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	秋田県能代市
担当者氏名	秩父 慎吾
担当部署名(役職)	能代市環境産業部観光振興課主席主査
所在地	能代市上町 1-3
電話番号(直通)	0185-89-2179
FAX 番号	0185-89-1776
E-mail	shingo-chichibu@city.noshiro.lg.jp

都道府県・市町村名	秋田県藤里町
担当者氏名	佐々木 吉昭
担当部署名(役職)	藤里町商工観光課係長
所在地	山本郡藤里町藤琴字藤琴 8
電話番号(直通)	0185-79-2115
FAX 番号	0185-79-2116
E-mail	yocy-ssk@town.fujisato.lg.jp

都道府県・市町村名	秋田県三種町
担当者氏名	加藤 知佳
担当部署名(役職)	三種町商工観光交流課主任
所在地	山本郡三種町鶴川字岩谷子 8
電話番号(直通)	0185-85-4830
FAX 番号	0185-72-1536
E-mail	kato-chika@town.mitane.akita.jp

都道府県・市町村名	秋田県八峰町
担当者氏名	鈴木 慎太郎
担当部署名(役職)	八峰町産業振興課課長補佐
所在地	山本郡八峰町峰浜目名潟字目長田 118
電話番号(直通)	0185-76-4605
FAX 番号	0185-76-2203
E-mail	suzuki.shintaro@town.happou.akita.jp

都道府県・市町村名	秋田県山本地域振興局
担当者氏名	草皆 勝人
担当部署名(役職)	総務企画部地域企画課主査
所在地	能代市御指南町 1-10

(別添) 様式 1

電話番号 (直通)	0185-55-8006
FAX 番号	0185-55-2296
E-mail	kusakai-katsuhito@pref.akita.lg.jp

法人名:一般社団法人あきた白神ツーリズム
登録区分名:地域連携DMO

白神の恵み ～日本の原風景、原体験を体感しに行こう～

【区域】秋田県能代市、藤里町、三種町、八峰町

【設立日】平成31年2月25日

【登録日】令和3年3月31日(登録法人)

【代表者】広幡信悦(能代商工会議所会頭)

【マーケティング責任者(CMO)】

畠 謙(前職:能代市移住定住コーディネーター)

【財務責任者(CFO)】

兜森 嘉治隆(能代市役所)

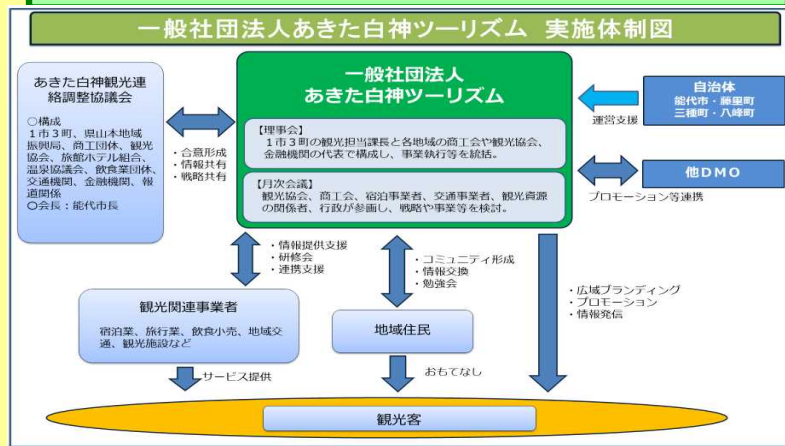
【職員数】5人

(常勤5人(正職員4人、出向等1人))

【連携する主な事業者】

- ・各商工会、観光協会・白神関連ガイドの会
- ・宿泊事業者・交通事業者・金融機関・新聞社など

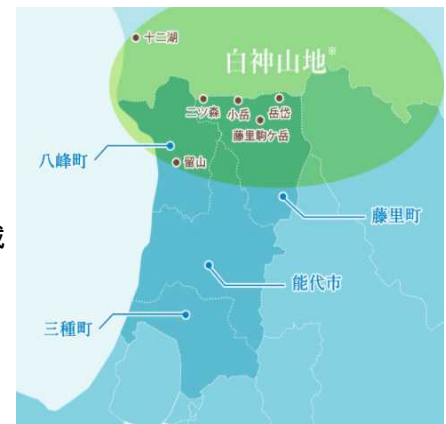
実施体制



マーケティング・マネジメントする区域

【主な観光資源】

- ・白神山地
- ・風の松原
- ・旧料亭金勇
- ・きみまち阪公園
- ・リゾートしらかみ列車
- ・能代七夕天空の不夜城
- ・サンドクラフトin三種
- ・秋田犬
- ・日本酒
- ・ハタハタ
- ・じゅんさい



合意形成の仕組み

【該当する登録要件】

- ①当法人の役員(理事・監事)は、1市3町の観光担当課長と各地域の商工会や観光協会、金融機関の代表で構成。
- ②観光協会、商工会、宿泊事業者、交通事業者、観光資源関係者、行政が参画し当法人が事務局を務める定例会議を毎月開催。

法人のこれまでの活動実績

【情報発信・プロモーション】

- ・多言語観光ポータルサイト構築事業
- ・地域資源の価値発掘と魅力配信事業
- ・海外メディア等での配信事業

【観光資源の磨き上げ】

- ・ネイティブ職員によるコンテンツ造成取組
- ・特産を用いたご当地グルメの開発
- ・海外旅行関係者からの商品造成に向けたアドバイス

【受入環境の整備】

- ・観光二次アクセス再構築事業
- ・「ニューノーマルあきた白神観光キャンペーン」実施によるコロナ禍での受入環境整備
- ・「白神の恵み通信」の発行(毎月)

戦略

【主なターゲット①】

- 台湾を中心としたアジア圏
- 【ターゲットの誘客に向けた取組方針】
- ・基本コンセプト「白神の恵み」を活かした観光商品の造成→オウンドメディアでの発信、海外メディアでのデジタルコンテンツ配信
- ・北東北のDMOと連携し、周遊プラン造成・訴求

【主なターゲット②】

- オセアニア+欧米の英語圏
- 【ターゲットの誘客に向けた取組方針】
- ・基本コンセプト「白神の恵み」を活かした観光商品の造成→オウンドメディアでの発信、海外メディアでのデジタルコンテンツ配信
- ・オセアニアの動向に明るい現地出身アドバイザーの知見を活かした誘客戦略構築・実施
- ・北東北のDMOと連携し、周遊プラン造成・訴求

観光関連事業者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

- ・多様な関係団体の代表で構成される「あきた白神観光連絡調整協議会」の開催、同協議会参画団体実務者や行政が集まる定例月次会議により戦略の共有等を図っている。
- ・エリアの観光情報は「VISIT SHIRAKAMI」にて多言語で一元的に発信。

KPI(実績・目標)

※()内は訪日外国人旅行者に関する数値

項目	2018 (H30) 年度	2019 (R1) 年度	2020 (R2) 年度	2021 (R3) 年度	2022 (R4) 年度	2023 (R5) 年度
旅行消費額 (百万円)	目標	()	9,913 (30)	9,942 (65)	8,922 (36)	10,038 (41)
	実績	11,028 (33)	10,779 (36)	6,433 (12)	()	()
延べ宿泊者数 (千人)	目標	()	184 (1.2)	186 (2.6)	151 (1.4)	170 (1.6)
	実績	198 (1.3)	189 (1.8)	135 (0.5)	()	()
来訪者満足度 (%)	目標	()	54 ()	55 ()	2020+1% ()	2021+1% ()
	実績	48 ()	88.01 ()	96.01 ()	()	()
リピーター率 (%)	目標	()	()	2019+1% ()	2020+1% ()	2021+1% ()
	実績	()	86.01 ()	74.92 ()	()	()

活動に係る運営費の額及び調達方法の見通し

【主な収入(R2決算)】

- ・自治体負担金:44百万円(地方創生推進交付金)
 - ・広域市町村圏組合、県補助金:20百万円
 - ・収益事業等:1百万円
- 【総支出(R1決算)】60百万円(一般管理費6百万円、事業費54百万円)

【自律的・継続的な活動に向けた運営資金確保の取組・方針】

- ・コンサルタント業務、商品販売等の手数料収入のほか、将来的には観光関係の公共施設の指定管理者を検討。