

## 観光地域づくり法人形成・確立計画

### 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	(一社) Clan PEONY 津軽	
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 【青森県】弘前市、黒石市、五所川原市、つがる市、平川市、鱒ヶ沢町、深浦 町、西目屋村、藤崎町、大鰐町、田舎館村、板柳町、鶴田町、中泊町	
所在地	青森県弘前市	
設立時期	令和2年4月1日	
職員数	7人【常勤7人(正職員0人・出向等7人)、非常勤0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)	理事長(非常勤) 櫻田 宏  (出身組織) 弘前市	現職の弘前市長。市長当選前は市民協働課長や観光 振興部長を歴任し、プライベートでも多種多様な人が 集まり意見を交わして良いアイデアを形にする「弘 前感交劇場」、「やわらかネット」に参画しており住民 との協働や観光に知見の深い人物。 他市町村のキーパーソンともつながりが深く、代表 者として適任として理事長に就任した。
専務理事兼事務局長	(氏名) 太田 淳也「専従」 (出身組織名) 黒石市	黒石市の中心市街地にホッとくつろげる「第3の 場」を作るというコンセプトでまち歩きなどの活動を している(特非)横町十字まちそだて会の設立メン バー。法人の設立・運営や民間事業者との協働につい ての経験が豊富である。
データ収集・分析等 の専門人材 (CMO：チーフ・ マーケティング・オ フィサー)	(氏名) 太田 淳也「専従」 (出身組織名) 黒石市	専務理事、事務局長と兼務。 NPO 法人の活動の一環で地域の観光拠点を運営する にあたって、市民及び観光客からの意見の吸い上げを 元に「土産物の販売」等を実現させた。 当法人においても、就任当初から観光客向けアンケ ート結果等を用いて、仮説を立てたうえで事業立案を 実施している。域内の観光地の状況に精通しているた め、マーケティングによって得られる定量的な分析と 現場の定性的な感覚を結び付けて、現場とずれのない 評価ができる人物。
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) 杉山 大樹「専従」 (出身組織名) 五所川原市	五所川原市役所会計課に5年間勤務し、支払伝票審 査・出納業務を担当した。 当法人においても、出向当初から会計事務担当及び 地方創生推進交付金運用担当者として2年間の実績が あることから、財務責任者として適当な人物。
連携する地方公共団 体の担当部署名及び 役割	<中南・西北エリアのマーケティング、商品開発・社会資本整備・地域公共交 通等担当課との連携窓口、その他関係団体との連携窓口>	

(別添) 様式 1

	<p>弘前市観光部・弘前市地域交通課・黒石市商工観光部・平川市経済部・藤崎町経営戦略課・大鰐町企画観光課・田舎館村企画観光課・西目屋村産業課・五所川原市経済部・つがる市経済部・深浦町観光課・鱒ヶ沢町政策推進課・板柳町産業振興課・鶴田町企画観光課・中泊町水産商工観光課</p> <p>&lt;情報提供、助言&gt; 青森県庁観光国際戦略局、青森県中南地域県民局・西北地域県民局</p>
連携する事業者名及び役割	<p>&lt;着地型旅行商品造成&gt; (公社)弘前観光コンベンション協会、(一社)黒石観光協会、(一社)五所川原市観光協会、つがる市観光物産協会、岩木山観光協会、大鰐温泉観光協会、(一社)平川市観光協会、(一社)深浦町観光協会、(一社)鱒ヶ沢観光協会、目屋観光協会、板柳町観光物産協会、藤崎町商工会、(一財)ブナの里白神公社、鶴田町観光協会、(株)中里観光など</p> <p>&lt;地域資源の磨き上げ(特産品の開発など)&gt; 弘前商工会議所、(公社)弘前市物産協会、津軽藩ねぶた村、黒石商工会議所、黒石物産協会、Knock'World、(特非)横町十文字まちそだて会、こみせ観光ボランティアガイドの会、黒石つゆやきそば伝紹会、平川市商工会、津軽みらい農業協同組合、めーりんごネット、深浦マグロ料理推進協議会、(株)ふかうら開発、(株)あおもり海山、(株)西崎水産、五所川原街づくり(株)、五所川原商工会議所、金木商工会、市浦商工会、十三漁業協同組合、Y.C.M吉幾三コレクションミュージアム、(株)五所川原エフエム、五所川原市サイクリング協会、(一社)かなぎ元気村、企業組合でる・そーれ、(株)トーサム、(有)ヤマホ竹鼻製麺所、金木農産商事、(株)やまと商社、(株)JIN CARE、三好村づくり推進協議会農産物加工センター、福土豆腐店、(株)アグリコミュニケーションズ津軽、(同)じょっぱりの里、つがる市商工会、道の駅もりた、「道の駅」いかりがせき津軽「関の庄」、大鰐町商工会、プロジェクトおおわに事業協同組合、西目屋村商工会、白神マタギ舎、西目屋村観光ガイド会、Canoe&amp;Rafting A' GROVE、白神案内山の会、(有)エコ・遊、(株)アクトプラン、中泊町商工会、中泊メバル料理推進協議会、鱒ヶ沢商工会、株式会社ふじさきファーマーズLABO、四季の蔵もてなしロマン館、国指定名勝盛美園、清藤氏書院庭園、平川市さるか荘・ふるさとセンター、猿賀神社、春光山円覚寺、青森リゾート(株)、(株)鶴の里振興公社、中泊町商工会、中泊メバル料理推進協議会、(株)アクトプラン、環白神エコツーリズム推進協議会</p> <p>&lt;受入環境整備&gt; ○交通事業者 弘南バス(株)、弘南鉄道(株)、津軽鉄道(株)、東日本旅客鉄道(株)秋田支社、(株)平賀ハイヤー、(一社)青森県タクシー協会(五所川原地区タクシー協会)、青森県タクシー協会弘前支部、大鰐交通(株)、中里交通(株)、(株)中里観光など ○宿泊事業者 青森県旅館ホテル生活衛生同業組合、五所川原市旅館組合、弘前旅館ホテル組合、西十和田旅館組合、南田温泉ホテルアップルランド、グリーンファーム農家蔵、柏木温泉、からんころん温泉、つがる温泉、古遠部温泉、羽州路の宿あいのり、大鰐温泉旅館組合、(一財)ブナの里白神公社、(株)杉澤興業、青森リゾート(株)、つがる地球村(株)、(株)つがる総合商社柏ロマン荘、旅の宿齊川、(株)黄金崎不老不死温泉、しらかみ十二湖(株)、津軽おのえ温泉福家、津軽温川温泉、西十和田旅館組合、民宿はせ川、長寿温泉、(株)杉澤興業など ○学校</p>

(別添) 様式 1

	<p>大学コンソーシアム学都ひろさき、弘前大学、弘前学院大学、東北女子大学、弘前医療福祉大学、東北女子短期大学、放送大学青森学習センター</p> <p>&lt;その他&gt;                  (株)青森銀行、あおもり創生パートナーズ(株)</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】②                  (概要) 観光資源の関係者、宿泊事業者、交通事業者、商工会、行政が参画し、本法人が事務局を務める連絡会・ワーキンググループを設置している。                  [参考] 登録要件                  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>								
<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>半年に1回程度、域内の関係者や地域住民を対象に、観光地域づくりに関する勉強会やワークショップを開催し、外部有識者の講演を聞き、その講演をもとに議論を交わすことで、意識啓発や参画促進につなげる。                  データ収集が進んだ後はデータをもとに議論を交わし、自ら積極的に問題を分析し、課題解決に向けた議論ができる人材を育てる。地域住民には、地元への誇りと愛着を持ってもらうことを大切にしたいため、地域のイベントやまつりに積極的に参加してもらう仕組みを考え、関係者や住民が一体になった地域づくりに繋げる。</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="432 958 1417 2004"> <thead> <tr> <th data-bbox="432 958 730 1010">事業</th> <th data-bbox="730 958 1417 1010">実施概要</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="432 1010 730 1267">                     情報発信・プロモーション                 </td> <td data-bbox="730 1010 1417 1267">                     ≪広域観光マップの作成≫                      既存の津軽広域観光マップを、観光客が手に取りたくなるようなデザイン、情報を盛り込んだものにリニューアルした。                      ≪SNSでの発信≫                      地域の観光資源やイベント情報について定期的に各種 SNS で情報発信している。                 </td> </tr> <tr> <td data-bbox="432 1267 730 1536">                     受入環境の整備                 </td> <td data-bbox="730 1267 1417 1536">                     ≪受け入れ環境整備勉強会の開催≫                      11月11日(木)に田舎館村においてWi-Fi環境についてNTT東日本青森支店、弘前支店の協力を得て勉強会を開催した。勉強会を受けて、田舎館村役場側で田んぼアート会場におけるWi-Fi整備を実施中である。                 </td> </tr> <tr> <td data-bbox="432 1536 730 2004">                     観光資源の磨き上げ                 </td> <td data-bbox="730 1536 1417 2004">                     ≪体験型商品予約販売システムの構築≫                      JTBBOKUNのシステムを導入し、旅ナカ需要を取り込むための域内の体験型商品を集約した予約・販売システムを構築。1月から津軽なび経由での販売を開始。手数料として体験料の7%を頂くことで自主財源の確保も可能となった。現在は8事業者が掲載中。今後は季節的なものや単発のものも掲載可能であることから順次掲載するメニューを増やしていく予定としている。                       ≪観光庁補助金を活用した黒石市内での商品造成≫                      観光庁の「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」の一環で、黒石市を                 </td> </tr> </tbody> </table>	事業	実施概要	情報発信・プロモーション	≪広域観光マップの作成≫ 既存の津軽広域観光マップを、観光客が手に取りたくなるようなデザイン、情報を盛り込んだものにリニューアルした。 ≪SNSでの発信≫ 地域の観光資源やイベント情報について定期的に各種 SNS で情報発信している。	受入環境の整備	≪受け入れ環境整備勉強会の開催≫ 11月11日(木)に田舎館村においてWi-Fi環境についてNTT東日本青森支店、弘前支店の協力を得て勉強会を開催した。勉強会を受けて、田舎館村役場側で田んぼアート会場におけるWi-Fi整備を実施中である。	観光資源の磨き上げ	≪体験型商品予約販売システムの構築≫ JTBBOKUNのシステムを導入し、旅ナカ需要を取り込むための域内の体験型商品を集約した予約・販売システムを構築。1月から津軽なび経由での販売を開始。手数料として体験料の7%を頂くことで自主財源の確保も可能となった。現在は8事業者が掲載中。今後は季節的なものや単発のものも掲載可能であることから順次掲載するメニューを増やしていく予定としている。  ≪観光庁補助金を活用した黒石市内での商品造成≫ 観光庁の「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」の一環で、黒石市を
事業	実施概要								
情報発信・プロモーション	≪広域観光マップの作成≫ 既存の津軽広域観光マップを、観光客が手に取りたくなるようなデザイン、情報を盛り込んだものにリニューアルした。 ≪SNSでの発信≫ 地域の観光資源やイベント情報について定期的に各種 SNS で情報発信している。								
受入環境の整備	≪受け入れ環境整備勉強会の開催≫ 11月11日(木)に田舎館村においてWi-Fi環境についてNTT東日本青森支店、弘前支店の協力を得て勉強会を開催した。勉強会を受けて、田舎館村役場側で田んぼアート会場におけるWi-Fi整備を実施中である。								
観光資源の磨き上げ	≪体験型商品予約販売システムの構築≫ JTBBOKUNのシステムを導入し、旅ナカ需要を取り込むための域内の体験型商品を集約した予約・販売システムを構築。1月から津軽なび経由での販売を開始。手数料として体験料の7%を頂くことで自主財源の確保も可能となった。現在は8事業者が掲載中。今後は季節的なものや単発のものも掲載可能であることから順次掲載するメニューを増やしていく予定としている。  ≪観光庁補助金を活用した黒石市内での商品造成≫ 観光庁の「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」の一環で、黒石市を								

		<p>フィールドにりんご産業を観光コンテンツとして活用するためのツアーを造成した。りんご収穫体験や選果場ツアーを取り入れた津軽地域ならではのモニターツアーを2回実施し、予約システム経由で3,000円～で体験商品の購入ができる体制を整えた。</p> <p>《文化庁補助金を活用した建築に焦点を当てた商品造成》 文化庁の「ウィズコロナに対応した文化資源の高付加価値化促進事業」を活用しあおもり創生パートナーズ(株)等と協力して、弘前市内の建築を活用したマネタイズ手法について検討し、商品造成に向けたツアー及び建築家の谷尻誠氏を招いてのセミナーを開催した。</p> <p>《観光庁補助金を活用したアドベンチャーツーリズムに焦点を当てた商品造成》 観光庁の「アドベンチャーツーリズム等の新たなインバウンド層の誘致のための地域の魅力再発見事業」を活用してエヌ・アンド・エー株式会社と協力して、弘前れんが倉庫美術館を中心とした、高付加価値商品の造成を行った。</p> <p>《市町村職員同士のワークショップから生まれたツアーの磨き上げ》 令和2年度に開催した旅行商品造成発表会において選ばれた「津軽の自然満喫！空気までもおいしい！霊峰岩木山と世界自然遺産白神山地をレンタカーで巡るアクティブ女子旅」、「これでもかっくらい鉄道満喫ツアー」のトライアルツアーを実施した。ツアー全体やコンテンツに対するご意見・ご感想を頂き、ブラッシュアップを行うことで旅行商品としての販売に繋げていく。</p>										
	<p>(定量的な評価)</p> <table border="1" data-bbox="443 1603 1203 1895"> <thead> <tr> <th data-bbox="443 1603 831 1704">項目</th> <th data-bbox="831 1603 1016 1704">令和2年度</th> <th data-bbox="1016 1603 1203 1704">令和3年度</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="443 1704 831 1805">連携して販売する事業者数</td> <td data-bbox="831 1704 1016 1805">実績なし</td> <td data-bbox="1016 1704 1203 1805">8</td> </tr> <tr> <td data-bbox="443 1805 831 1895">販売実績(件)</td> <td data-bbox="831 1805 1016 1895">実績なし</td> <td data-bbox="1016 1805 1203 1895">6</td> </tr> </tbody> </table>			項目	令和2年度	令和3年度	連携して販売する事業者数	実績なし	8	販売実績(件)	実績なし	6
項目	令和2年度	令和3年度										
連携して販売する事業者数	実績なし	8										
販売実績(件)	実績なし	6										

(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)

当法人の連携事業者は100を超えており、全会員を一堂に集めることは難しいため、合意形成や意見聴取について下記のとおり各種会議体を設け、重要度の高いものについては理事会や総会に諮ることとしている。

●構成市町村担当者会議

二か月に1回の頻度で、構成市町村の担当者が集まり、法人業務の進捗状況を報告しつつ今後の進め方について意見交換を行っているほか、各市町村のイベント情報等について情報共有する機会を設けている。

●連絡会

年3回の頻度で、エリア内の交通、宿泊、体験事業者等多様な関係者が集まり、当法人が調査したマーケティング結果を報告して、今後の地域のあるべき姿等について議論するほか、先進地域から専門家を招いての講演会を開催し、地域一体となって観光振興に取り組むべく努めている。

●理事会

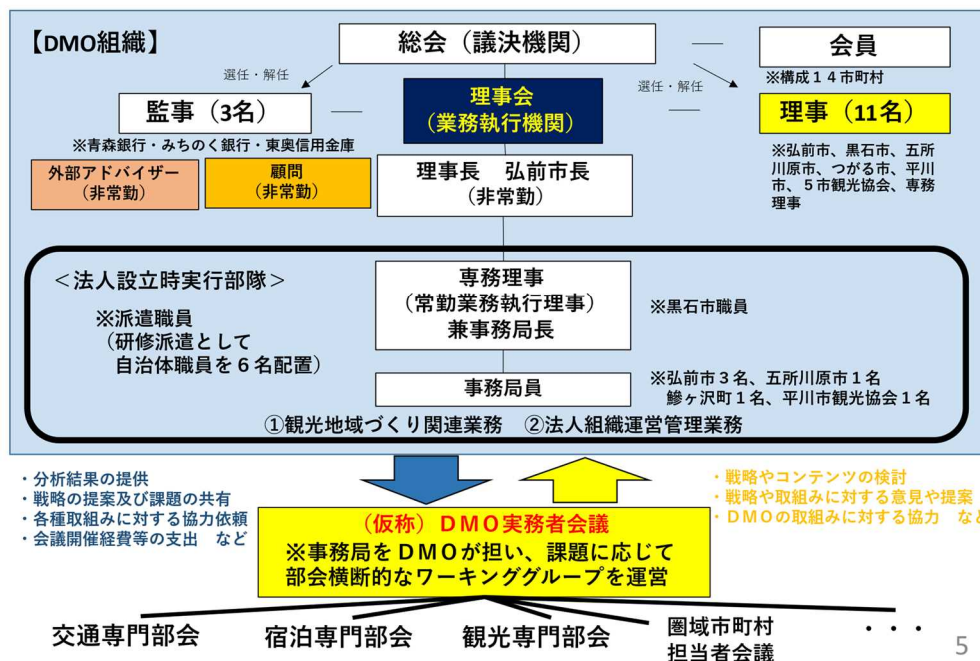
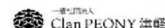
年3回の頻度で、5市の市長及び観光協会長が集まり、定時社員総会に諮る重要案件等について事前に意見交換を行っている。

●定時社員総会

年1回の頻度で、14市町村長が集まり、法人の予算決算、重要案件について報告し意見交換及び議決を行っている。

(実施体制図)

●一般社団法人ClanPEONY津軽 法人組織図



## 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】



【区域設定の考え方】

1976（昭和51）年から、マネジメントエリアを構成する地方公共団体及び観光協会、地域の交通事業者で「津軽広域観光圏協議会」を設置し、情報発信サイト「津軽なび」を通じたエリア全体の観光に関する情報の一元的な発信や、旅行エージェント訪問による誘客促進を実施していた。DMO設立を契機に同協議会を解散し、宿泊事業者や地場産業関係事業者を加え、同協議会のエリアをマネジメントエリアとして設定した。

また、観光資源の面からみても、ローカル鉄道2社がある当該地域は、移動も観光の一部として旅行者に訴えやすく、津軽塗やこぎん刺しなどの文化や歴史の面で共通する資源がある一方、各地域それぞれが独自色に富んだ特産品を有することから、共通のテーマの下、各自治体が独自の特徴を出して多様なコンテンツを旅行者に対し提示することができるため、マネジメントエリアの範囲として適切であると考えます。

【観光客の実態等】

項目	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年
観光入 込客数 (人)	11,844,505	11,610,285	11,787,486	11,808,975	11,504,308	7,270,370
延べ宿 泊者数 (人)	1,055,570 (14,034)	1,057,867 (19,138)	1,095,093 (56,786)	1,099,125 (57,326)	1,095,257 (62,597)	657,025 (16,230)

※（ ）内の数値は訪日外国人旅行者に関する数値

(別添) 様式 1

2016 年は 2015 年の弘前城曳家工事の反動や北海道新幹線の開業により、一時期観光入込客数は落ち込んだと推測される。しかし、2017 年の青森—天津（中国）便の就航および青森県・函館観光キャンペーン（アフターDC）により、入込客数は回復傾向にあり、延べ宿泊者数も増加。特に中国・台湾からの訪日外国人旅行者の伸び率が高い。（中国 2016 年 3,129 人→2017 年 27,054 人 台湾 2016 年 5,875 人→2017 年 16,678 人）。2020 年～はコロナウイルス感染症の影響により減少している。

【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】

当法人のマネジメントエリアとなる 14 市町村には多種多様な観光資源があり、当法人で整理・取りまとめたうえで、ターゲット層のニーズに合わせ、個々の資源の活用や、資源間の周遊を促進する取組を戦略的に展開する。

○観光・商業施設

市町村名	施設名	施設概要
弘前市	弘前公園（弘前城）	52 種 2,600 本の桜が楽しめる公園。日本全国に 12 しかない、江戸時代以前より残存する現存十二天守の 1 つ、弘前城があり、四季折々のまつりの会場となる。
黒石市	津軽伝承工芸館	津軽の伝統的な文化（津軽塗など）全国に発信し、来館者に見るだけでなく、実際に津軽の風土や文化に触れ、体験できる施設。
五所川原市	立佞武多の館	大型立佞武多 3 台を常時観覧できるほか、併設の製作所は、これら巨大ネプタの製作現場も見学できる。最上階では、岩木山、八甲田山、梵珠山、津軽平野の眺望を食事とともに楽しむことができる。
つがる市	縄文住居展示資料館 カルコ	亀ヶ岡遺跡をはじめ、市内や県内各遺跡からの出土品を展示。縄文時代の生活を再現する復元された堅穴式住居もあり、縄文人の人形が来館者に古代語で語りかける。明治 20 年、亀ヶ岡遺跡から出土し、昭和 32 年に国の重要文化財に指定された「遮光器土偶」のレプリカを展示。
平川市	盛美園	明治 35 年より 9 年間かけて小幡亭樹が作庭した、面積約 1.2ha の大石武学流と呼ばれる枯山水池泉廻遊式の名園。庭園と融和した独自の美しさをもつ盛美館は和洋折衷式の珍しい建物で明治文化の面影をしのばせている。
鱒ヶ沢町	海の駅わんど 鱒ヶ沢相撲館「舞の海 ふるさと棧敷」	新鮮な海産物・農産物、土産品販売のほか、お食事処や Café、無料休憩なども併設している。また、2 階には鱒ヶ沢町出身で技のデパートと呼ばれた元小結舞の海をはじめ、郷土出身力士の活躍や伝統、文化などを紹介。
深浦町	十二湖公園	世界自然遺産「白神山地」の広大なブナの森に湖沼が点在する十二湖。春からの新緑、秋の紅葉と美しい景観を見せてくれる。アップダウンも少ないことからトレッキング初心者も安心。白神の自然を快適に体感。
西目屋村	道の駅津軽白神	観光案内所、レストラン、農産物直売所、コーヒー焙煎工場などがあり、そば打ち体験やコーヒー焙煎体験ができる施設。水陸両用バスの発着地にもなっている。
藤崎町	唐糸御前史跡公園	北条時頼の回国伝説にまつわる唐糸御前伝説を伝える公園。岩木山が眺望でき、藤棚や桜などの花が楽しめる。
大鰐町	大鰐温泉	開湯 800 年の歴史を持つ、津軽の殿様の疲れを癒した温もりの湯。3 つの公衆浴場と 4 つの足湯がある。
田舎館村	田舎館村埋蔵文化財センター	弥生時代の水田跡の上に建てられた施設。水田跡の上を直接歩ける。出土された土器などの展示も行っている。

## (別添) 様式 1

板柳町	板柳町ふるさとセンタ ー	世界各国のりんごを栽培する品種見本園、りんご資料館、りんご加工場のほか、子どもから大人まで楽しめる遊戯施設、農産物直売所、りんご加工集出荷貯蔵施設を備えている。
鶴田町	鶴の舞橋	全長 300m の日本一長い木造三連太鼓橋。津軽富士見湖上に架けられた橋は季節ごとに美しい景色を楽しめ、国内外から多くの観光客が訪れる。
中泊町	小説「津軽」の像記念館	小説「津軽」内での太宰と子守のタケが再会した様子を再現した像がある。小説「津軽」に関する展示も充実。

## ○自然

市町村名	施設名	施設概要
弘前市	嶽・湯段・百沢温泉	市の西側に位置する岩木山周辺の温泉。10か所の源泉から硫黄泉、炭酸水素泉、塩化物泉など、様々な泉質が楽しめる。
黒石市	中野もみじ山	小嵐山と称される中野もみじ山では、燃えるような紅葉、滝や溪流が同時に楽しめ、県内外から多くの観光客が訪れる。境内には樹齢 600 年を超える大杉なども生育し、巨木としても高く評価されている。夜間はライトアップされ、照らされたもみじは、鮮やかで幻想的。
五所川原市	藤枝溜池（芦野公園）	芦野湖を中心にした広大な園地に、約 1,500 本の桜と 1,300 本の松、児童向けの動物園、太宰治文学碑、太宰治銅像、津軽三味線発祥の地碑などがある。
つがる市	ベンセ湿原	ニッコウキスゲの群生地、日本自然百選に指定されている。見ごろは、5月下旬から6月中旬ころまで。ニッコウキスゲが終わると野花菖蒲が咲き、黄色から紫色へと変わり、訪れる人を楽しませてくれる。
平川市	志賀坊森林公園	豊かな穀倉地帯である広大な津軽平野が一望でき、ここから眺める岩木山の姿は津軽一ともいわれている。遊歩道を少し歩くとカタクリの花もあり、ハイキングやピクニックには絶好の場所である。
鱒ヶ沢町	世界自然遺産「白神山地」	1993年12月世界自然遺産に登録された白神山地は、世界最大級の原生的なブナ林を有し、天然念物のクマゲラやイヌワシなど、多種多様な動植物の生態系を有する。
深浦町	青池・ブナ自然林	東北の“絶景ブルー”として知名度も向上。ブナの木々が生えるコバルトブルーの水面をウッドデッキの遊歩道から覗くことができる。
西目屋村	暗門の滝	白神山地の名勝で、溪流沿いのルートを登り、たどりつける3段からなる滝。
藤崎町	白鳥ふれあい広場	岩木山を背景に、一級河川 平川に飛来する白鳥を間近に観察することができる。
大鰐町	石の塔	大鰐町早瀬野地区国有保護林内の山頂に「石の塔」という高さ 24m、周囲 74m の自然現出した一塊の巨石がある。登頂は 40 分程度。
鶴田町	富士見湖パーク	津軽富士見湖畔にあり、12.4 ha の公園。園内には日本初の 360 度ループ滑り台や、ピクニック広場などもあり、憩いの場として親しまれている。
中泊町	竜泊（たつどまり）ライン	国道 339 号線の小泊から竜飛崎までの通称竜泊ライン。風向明媚で急峻なワインディングロード。



## (別添) 様式 1

○文化		
市町村名	施設名	施設概要
弘前市	禪林街	この地域を治めていた津軽氏の菩提寺である長勝寺を正面に据え、33の寺院が連なる地区。2代目藩主信牧（のぶひら）が弘前城の西南の守りとして曹洞宗の寺院を集めて作った。
黒石市	大川原の火流し	精霊流しが起源とし、約600年の歴史があるとされる大川原の伝統行事。わら舟の帆柱に火をつけ、中野川を若者たちが進む。現在は豊凶を占う行事として毎年開催。
五所川原市	旧平山家住宅	18世紀後半の規模・形式をほぼ原形のまま保たれており、中には当家ゆかりの品々も展示されている。上層農民が生活した当時の姿を保つ極めて貴重な史料とされ、主屋と表門は国指定重要文化財に指定されている。
つがる市	縄文住居展示資料館 カルコ	亀ヶ岡遺跡をはじめ、市内や県内各遺跡からの出土品が展示されている。縄文時代の生活を再現した復元された堅穴式住居もあり、縄文人そっくりの人形が来館者に古代語で語りかける。明治20年、亀ヶ岡遺跡から出土し、昭和32年に国の重要文化財に指定された「遮光器土偶」のレプリカが展示されている。
平川市	猿賀神社	793年桓武・平城・嵯峨の三天皇に仕えた坂上田村麻呂が建立したと伝えられ、古くから農漁業、交通・眼の守護神として尊信されている。また、津軽神楽奉奏、県下獅子踊大会等様々な祭事や神賑行事を実施する「猿賀神社十五夜大祭」や柳の大枝をたたきつけて今年の豊凶や天候を占う神事「猿賀神社七日堂大祭」も開催される。
鱒ヶ沢町	北前船	津軽藩の御要港として栄えた鱒ヶ沢。西回り航路の寄港地として賑わい、経済、文化等の恩恵がもたらされた。白八幡宮に奉納された船絵馬が当時の湊の様子を伝える。2017年「日本遺産」認定。
深浦町	春光山円覚寺	聖徳太子が作ったとされている御本尊「十一面観音」が安置されている津軽を代表する古刹。他にも薬師堂内厨子は国の重要文化財とれている。北前船寄港地だったことを伝える数々の寺宝が残されており、日本遺産認定に大きく寄与している。
西目屋村	目屋マタギ	白神山地の麓で、古くより狩猟を糧に生活してきた目屋マタギ
藤崎町	常盤ふるさと資料館 あすか	地元出身の版画家、高木志朗氏と円平仁氏の作品展示や、企画展等を開催している。
大鰐町	温泉祈禱式	開催場所は大鰐町大湯会館。丑の上に着座した観音像を祀り、温泉を祈禱する。
田舎館村	田舎館村埋蔵文化財センター	弥生時代の水田跡の上に建てられた施設。水田跡の上を直接歩ける。出土された土器などの展示も行っている。
板柳町	板柳町郷土資料館	昭和40年代、りんご景気により住宅新築が相次いだことに伴い、貴重な文化財が廃棄されていることを危惧し、板柳町文化財研究会有志らが町内から収集した資料を収蔵・展示。また、町指定文化財の「旧役場庁舎正面玄関」を併設、明治時代の洋風建築の姿を今に伝える。
鶴田町	弥生画	五穀豊穰祈願のため、額面に穀物を貼り付け絵画を作成し、地域の神社へ奉納する。全国で唯一の習わし。

## (別添) 様式 1

中泊町	津軽伝統 金多豆蔵人形劇場	毎月第1土曜日 津軽鉄道津軽中里駅構内にある劇場で開催。全編津軽弁で繰り広げる劇は、伝統を守りながらも世相と風刺を取り入れる、懐の深い劇となっている。
○イベント、祭り		
市町村名	施設名	施設概要
弘前市	弘前さくらまつり	染井吉野を始め、シダレザクラ、八重桜など52品種、約2,600本の桜が園内を染め上げる祭り。毎年4月中旬～5月初めまで開催される。
黒石市	黒石よされ	日本三大流し踊りのひとつである「黒石よされ」。連日2,000人を超える踊り子たちによる「流し踊り」もさることながら、時折円を描く「廻り踊り」は観客を巻き込んだ乱舞となる。
五所川原市	五所川原立佞武多	高さ約23m、重さ約19tの巨大な大型立佞武多3台をはじめ、各団体の立佞武多やねぶたが市内を練り歩く祭り。ビルの谷間から顔を出す大型立佞武多の姿は圧巻。
つがる市	つがる市馬市まつり	東北三大馬市の一つ「馬っこ市」に代わり、昭和50年から行われるつがる市最大の祭。8月下旬に馬ねぶたを曳き市内を練り歩く。最終日には、馬ねぶたへ点火し、新田開発に尽くした農耕馬の霊を昇天させる「新田火まつり」を行い、クライマックスの花火があがる。
平川市	平川ねぶたまつり	約30台のねぶたが出陣する中、高さ12mの「世界一の扇ねぶた」が最後尾を務める。華やかな踊りも加わり、夏の風物詩を満喫できる。
鱒ヶ沢町	イカのカーテンまつり	イカの生干しを炭火で焼く鱒ヶ沢名物「焼きイカ」は、半世紀不動の人気を誇る。その生干し風景は「イカのカーテン」と呼ばれ、町の風物詩である。まつりでは、来場者が一斉にイカを干し、100mにも及ぶイカのカーテンをつくる。食もステージも充実のイベント。
深浦町	津軽深浦チャンチャンまつり	鉄板の上で獲れたての鮭と野菜、深浦牛を焼き、豪快に食べつくす深浦の秋を象徴するグルメイベント。
西目屋村	乳穂ヶ滝氷祭	毎年2月第3日曜日に開催され、滝の結氷具合で作物の豊凶を占う祭り。
藤崎町	ふじさき秋まつり	りんごと米の収穫感謝祭。高さ2mのジャンボおにぎりを製作し、来場者に無料で振る舞われる。
大鰐町	大鰐温泉つつじまつり	茶臼山公園にて毎年月中旬から開催される。
田舎館村	田んぼアート	異なる色の稲を絵の具代わりに、田んぼを巨大なキャンパスに見立てて絵を描く。毎年2つの会場で違った絵柄を楽しむ。
板柳町	りんご灯まつり	りんご灯まつりは豊作を祈願するまつりで、メインとなる「りんご山笠」の提灯は、たわわに実るりんごに見立てており、力強い大太鼓のリズムとともに「ノレサ！ノレサ！」の掛け声が真夏の夜空に響きわたる。
鶴田町	鶴の舞橋桜まつり	毎年GW期間中に開催。富士見湖パーク内に咲く約2,000本の桜が楽しめる。期間中は「鶴の舞橋全国カラオケ大会」などのイベントも開催され多くの観光客が訪れる。
中泊町	なかどまりまつり	中里・小泊の二つの地域で開催。なにもさき踊りや海上相撲など各地域の特徴を活かした催しを行っている。

(別添) 様式 1

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

市町村名	施設数	部屋数	最大収容可能人数
弘前市	19	1,734	3,207
黒石市	5	91	285
五所川原市	7	394	533
つがる市	2	41	153
平川市	6	125	560
鱒ヶ沢町	3	288	1,043
深浦町	5	147	854
西目屋村	3	宿泊 56 部屋 コテージ 10 棟	247
藤崎町	0	0	0
大鰐町	3	250	803
田舎館村	0	0	0
板柳町	1	6	44
鶴田町	1	13	53
中泊町	0	0	0

【利便性：区域までの交通、域内交通】

※マネジメントエリア内における公共交通機関のハブとなっているのが弘前駅であるため、弘前駅を中心に記載する。

○飛行機

- 【東京（羽田空港）】 ～青森空港 約1時間15分
- 【大阪（伊丹空港）】 ～青森空港 約1時間30分
- 【名古屋（小牧空港）】 ～青森空港 約1時間20分
- 【札幌（新千歳空港）】 ～青森空港 約50分
- 【神戸（神戸空港）】 ～青森空港 約1時間50分
- 【ソウル（仁川）】 ～青森空港 約2時間45分
- 【中国（天津）】 ～青森空港 ※現在運休中
- 【台湾（台北）】 ～青森空港 約4時間30分 水・土運航

●空港から地域への主な交通機関と所要時間

青森空港～弘前駅 バス1時間（片道大人1,000円）

○新幹線

- 【東京駅】 から【新青森駅】約3時間半、【奥津軽いまべつ駅】約3時間40分
- 【仙台駅】 から【新青森駅】約1時間40分、【奥津軽いまべつ駅】約2時間
- 【盛岡駅】 から【新青森駅】約1時間、【奥津軽いまべつ駅】約1時間20分
- 【新函館北斗駅】 から【新青森駅】約1時間、【奥津軽いまべつ駅】約50分

※新幹線からの接続

- 【新青森駅】 から【弘前駅】 約40分

○高速バス

- 【東京】 から【弘前】 約10時間半
- 【仙台】 から【弘前】 約4時間50分
- 【盛岡】 から【弘前】 約2時間50分

## (別添) 様式 1

### ○自動車・レンタカー

【仙台宮城 IC】～【大鰐弘前 IC】 東北自動車道で約 350km 約 3 時間 50 分  
【盛岡 IC】 ～【大鰐弘前 IC】 東北自動車道で約 165km 約 2 時間

### ○域内交通（電車・バス）

JR 奥羽本線のほかに津軽鉄道や弘南鉄道といったローカル線や各地のバス事業者が地域内の主な二次交通を担っている。

### 【外国人観光客への対応】

14 市町村の情報を集約している観光サイト「津軽なび」においては英語のみ対応しているほか、域内各地において、それぞれ多言語対応を行っている。例えば、弘前市においては、多言語でのパンフレット（英・韓・簡・繁・タイの 5 言語）作成、ホームページ（英・韓・簡・繁の 4 言語）を作成している。

## 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。	津軽なびを活用して実施。
延べ宿泊者数	誘客施策の効果や顧客層等を把握するため。	各市町村から収集。
観光消費額	地域への経済波及効果を検証するため。	観光客満足度調査により収集。
来訪者満足度	受入環境整備及び旅行商品の効果や顧客のニーズを把握するため。	観光客満足度調査により収集。
リピーター率	顧客満足度向上のための施策の効果や顧客層を把握するため。	観光客満足度調査により収集。

## 4. 戦略

### (1) 地域における観光を取り巻く背景

当地域では人口減少率が 1%/年を超えており、2015 年から 2018 年にかけて 2 万人も減っている。国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口（平成 30（2018）年推計）」によると、2015 年の人口を 100%としたとき、2045 年には地域全体で 59.4%しか残らず、14 市町村の半分にあたる 7 市町村において 50%以上、そのうち 4 町村は 60%以上人口が減少することが見込まれている。

人口が減少していく中で地域を維持していくためには交流人口の拡大や来訪者の域内消費の促進に積極的に取り組み、外貨や移住者を獲得する必要があるが、この外貨と移住者の獲得の両方に寄与すると目されるのが「観光」である。内閣官房「まち・ひと・しごと創生本部」においても、地域活性化・地方創生の柱として観光を掲げており、観光が地域内の幅広い産業に及ぼす経済波及効果について算出していることから観光が地域に及ぼす影響の高さが伺える。当法人としては、当地域全体を「津軽」という 1 地域として、地域全体の周遊を促し、滞在促進・消費拡大につなげたいと考えている。

その一方で、2020 年におおもり創生パートナーズ(株)が発表した市町村別の観光特化係数（市町村の観光への依存度）をみると、当地域内では市町村によっては観光産業への依存度が高い市町村もあれば、極端に低い市町村もあり、市町村職員や民間事業者の観光に対する取組の意識が市町村により大きく異なっている。

したがって、当法人は地域連携 DMO として、地域内の多様な関係者の参画を求めつつ、参画した関係者たちの意識や知識のレベルを底上げしながら、地域資源の魅力的な活用を、データの収集・分析により客観的な角度から推進し、10 年・20 年後も旅行先として選ばれる魅力的な地域となれるような観光地域づくりを実施する。

## (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>・域内各地でねぶた/ねぶたという特徴的な地域伝統行事があること</li> <li>・JRのほかに、津軽鉄道と弘南鉄道というローカル鉄道2社があること。</li> <li>・農水産物の生産が盛んで観光資源化できる素材が多く、収穫体験もできること。</li> <li>・訪日外国人の関心が高い温泉に関する資源が豊富であること。</li> <li>・大都市圏から離れているため、食生活や風習が新鮮に感じられること。</li> <li>・都会にはない田舎の風景。</li> <li>・歴史的建造物が各地にある</li> <li>・日本で最初の世界自然遺産「白神山地」や日本遺産「北前船寄港地」など外部から認定された観光資源がある。</li> <li>・山・海・平野のすべてがあり、多様な文化とそれらの食に関する資源が豊富である。</li> <li>・山里文化、マタギ文化があること</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>・観光資源が少ない自治体もあり、積極性や理解度に差があること。</li> <li>・通年観光資源が乏しい (特に夜間や冬季)</li> <li>・コンテンツ間の2次交通の不便さ (便数、ユニバーサルデザインなど)</li> <li>・人口減少や少子高齢化による担い手不足</li> <li>・観光地を周遊し案内することが難しい</li> <li>・小規模施設が多く、一度に受け入れられる人数に限りがある。</li> <li>・宿泊施設が限られる</li> <li>・観光施設の老朽化</li> <li>・外国人旅行者に向けた受入環境の未整備</li> <li>・観光振興を進めていくプレーヤーの育成。</li> <li>・情報発信が不得意</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>・テレビ等で「津軽弁」を取り上げてもらえる機会があること。</li> <li>・夏休みの国内旅行先の人気伸び率が204%で青森が全国第2位 (スカイキャスナー ジャパン調べ)</li> <li>・訪日外国人の脱ゴールデンルートにより地方へ訪れる人の増加</li> <li>・青森と台湾(台北)を結ぶ国際定期便がスタートし、訪日外国人の増加。</li> <li>・弘前の桜、五所川原の立佞武多、田舎館の田んぼアートなど、ほぼ毎年定番的に取り上げてもらえる話題があること。</li> <li>・外国人個人旅行客の増加</li> <li>・青森ー台北線などの定期便新規就航</li> <li>・台中市との交流の深化</li> <li>・地方への興味、関心が高まっている</li> <li>・東北新幹線全線開業</li> <li>・北海道新幹線札幌延伸(2030年)</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>・新幹線が止まる新青森駅からの鉄道のアクセスが悪い。</li> <li>・西北地域には高速道路が通っておらず、アクセスが悪い点。</li> <li>・新幹線や飛行機が整備されてはいるが、まだ「遠い」イメージが拭いきれていない。</li> <li>・バスや鉄道のダイヤ変更・減便</li> <li>・台湾直行便の搭乗率下落による減便・運休のリスク</li> <li>・隣国との関係の悪化</li> <li>・東日本大震災や旅行形態の変化により団体客が減少している</li> <li>・新型コロナウイルス感染症の長期化</li> </ul>

(3) ターゲット

<p>○第1ターゲット層（新規枠） 20～30代 関西圏（直行便のある大阪・神戸）恋人・子どもがいない夫婦 2泊3日</p>
<p>○選定の理由 津軽地域に来訪する来訪者の中で、現在20代男性1人旅が増えており、当地域を訪れた男性がパートナーと一緒に再訪してもらうことを狙う。大都市圏から遠く、二次交通が弱い当地域において、青森空港から直行便のある関西（伊丹・神戸）および名古屋（小牧）は魅力的な市場であるが誘客が進んでおらず、積極的な誘客に取り組みたいと考えているため。</p>
<p>○取組方針 プロモーションの展開先として、2020年3月に就航したものの、コロナウイルス感染症感染拡大の影響で利活用が進んでいない青森—神戸便がある神戸を中心に、直行便のある大阪（伊丹）や名古屋（小牧）を想定。関西から距離があるため、格安ではないが割安感があり、おしゃれな浴衣を着て写真を撮ってもらい、Instagramで発信してもらうというようなカジュアルに楽しめる滞在を提供する。</p>
<p>○第2ターゲット層（既存枠） 50～60代 ミドル～シニア層夫婦 2泊3日～1週間程度のゆったりとした滞在</p>
<p>○選定の理由 現状の主要な来訪者層は50～60代の夫婦2人旅である。既に来ていただいているお客様については、リピーターとして来ていただきつつ、長い時間滞在していただけるよう、新たな楽しみ方を提案する。また、コロナウイルスの影響により旅行中も気を遣う中で、息抜きにゆったりと過ごしていただきたいため。</p>
<p>○取組方針 この層は子どもが成人したり、定年退職したりと時間に余裕が出てくる世代であり、金銭的にも余裕がある層であることから2泊3日～1週間程度の中期滞在を提案し、ゆったりと過ごしていただくとともに、特別感のある文化体験（主に工芸）や上質で地域性のあるお土産や記念品を提供する。</p>
<p>○第3ターゲット層（インバウンド・アジア枠） 台湾・香港 季節感を求めて来る旅行者 2泊3日～1週間程度の滞在</p>
<p>○選定の理由 当地域に来訪する訪日外国人旅行者の中は多い順に台湾、中国、韓国、香港、アメリカである。この中で中国・韓国は直行便が無期限運休となったり、対日感情が悪化したりと、安定した誘客が期待できない一方で、台湾は令和元年に定期便が新規就航していること、香港についても直近3年で3倍を超える伸び率を記録していることから、さらなる成長が期待できるため。</p>
<p>○取組方針 台湾・香港は日本よりも南に位置し、当地域に来訪する旅行者たちは季節感を求めて来訪している。これらの来訪者が多く来訪するのは10月（紅葉）・4月（桜）・2月（雪）の順であり、特に国内旅行者も含めた全体を見たときに閑散期となる2月に、夏と同じくらいの人数が来ているのは、当地域の観光需要の底上げにも大きく寄与するため、季節感があり、なおかつ日本及び津軽を感じられるコンテンツの提供を目指したい。</p>
<p>○第4ターゲット層（インバウンド・欧米豪枠） オーストラリア・アメリカ アドベンチャーツーリズム層 1週間以上の長期滞在</p>
<p>○選定の理由 当地域には、国体の会場としても使われた実績のある大鰐温泉スキー場（大鰐町）をはじめ、外国人が多く訪れている岩木スプリング・リゾート（鱒ヶ沢町）、地元住民に親しまれて</p>

(別添) 様式 1

いる百沢スキー場（弘前市）など、レベルや目的に応じた楽しみ方を提供できるスキー場がある。北京オリンピックを前に、中国のスキー人口が爆発的に増え、それまでニセコにいたオーストラリアのスキーヤーが別の穴場を探してニセコから移動しており、当地域と隣接する八甲田や八幡平エリアに南下してきていることを勘案すると、当地域への誘客も積極的に行う必要があるため、オーストラリア向けのプロモーションは必要である。

また、アメリカについては県内に米軍基地があることや欧米豪市場の中で一番多く当地域を訪れている国であることから、欧米豪市場開拓に向け、足がかりとしやすいため。

○取組方針

オーストラリアについては、冬季のスキー・スノーボードをメインとした誘客に加え、ナイトライフの楽しみ方や、グリーンシーズンの魅力も伝えられるよう、コンテンツを整理し、多言語整備したうえでプロモーションを行う。

アメリカについては足がかりとしやすいものの、三沢基地からくる旅行者については、「近いから来る」という人が多いと予想され、来訪者個人個人の興味関心については、絞り込みにくいいため、オーストラリアと併せて実施できるよう、アドベンチャーツーリズムに興味関心のある層を狙いたい。

(4) 観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	「津軽時間旅行」 ～ 岩木山の恵みに触れる旅づくり ～
②コンセプトの考え方	この岩木山を中心とした津軽地域には、縄文時代を始めとした、各時代の歴史、文化、暮らしがあちこちに秘められているものの、ほとんどの住民がそのことに気づいていない。 ただ、この秘められた歴史、文化、暮らしは、知らず知らずのうちに今を生きる私たちの生活の基礎となり、津軽に住む人々の「アイデンティティ」、「誇り」となっている。 この歴史に裏打ちされた文化や営みこそが、津軽地域ならではの魅力、すなわち「宝」であることから、当法人が改めて各地域に深く入り込んで、地域の皆さんと一緒に「宝」を探し、磨くことで、岩木山に育まれた14の物語を生み出していく。 こうして生まれた物語を、多くの人々に体験してもらうことで、喜びや楽しみを共有し、地域に元気を与えていくことに繋げていきたい。

## 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。	<p>数ヶ月に1回各会員向けのレポートや年に1回の総会での報告という形で戦略を共有するといった方法を検討している。また、【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】欄にも記載した勉強会やワークショップにおいて、決定した戦略の推進方法などの議論を交わすことで、多様な関係者の戦略への理解を深めて頂く。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●構成市町村担当者会議 2か月に1回の頻度で、構成市町村の担当者が集まり、法人業務の進捗状況を報告しつつ今後の進め方について意見交換を行っているほか、各市町村のイベント情報等について情報共有する機会を設けている。</li> <li>●連絡会 年2回の頻度で、エリア内の交通、宿泊、体験事業者等多種多様な関係者が集まり、当法人が調査したマーケティング結果を報告して、今後の地域のあるべき姿等について議論するほか、先進地域から専門家を招いての講演会を開催し、地域一体となって観光振興に取り組むべく努めている。</li> <li>●理事会 年2回の頻度で、5市の市長及び観光協会長が集まり、定時社員総会に諮る重要案件について事前に意見交換を行っている。</li> <li>●定時社員総会 年1回の頻度で、14市町村長が集まり、法人の予算決算、重要案件について報告し意見交換及び議決を行っている。</li> </ul>
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>観光客に対し観光満足度調査を実施し、とりまとめた意見を当法人が主催する連絡会にてフィードバックし、地域の多様な関係者と意見交換を行ったうえで改善策を検討している。</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>各観光関係の協議会や市町村が個別で発信している情報について、14市町村の情報を一元的に発信している「津軽なび」への情報集約を行う。また、各市町村等で個別に行っている、海外や首都圏プロモーションなど、スケールメリットが見込まれるものについては、JNTOや広域連携DMOなどの関係機関とも連携の上当法人が中心となって実施する。</p>



## 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 (H30)	2019 (R1)	2020 (R2)	2021 (R3)	2022 (R4)	2023 (R5)
●旅行消費額 単価 ※県外宿泊客 (百万円)	目標				34,000	35,000	36,000
	実績	- (-)	- (-)	32,991 (-)	(-)	(-)	(-)
●延べ宿泊者数 (千人)	目標				1,095 (65.9)	1,095 (65.9)	1,095 (65.9)
	実績	1,099 (65.9)	1,095 (62.5)	657 (16.2)	700 (3.0)	(-)	(-)
●来訪者満足度 (%)	目標				56 (-)	62 (-)	66 (-)
	実績	- (-)	- (-)	50.6 (-)	61.9 (-)	(-)	(-)
●リピーター率 (%)	目標				66.2 (-)	67.2 (-)	68.2 (-)
	実績	- (-)	- (-)	65.2 (-)	63.1 (-)	(-)	(-)

※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】

当法人が実施している津軽地域観光地マーケティング調査結果をもとに現状の数値について把握したうえで、目標数値について設定。コロナウイルス等感染症等の影響により、現時点で先行きが見通すことができない項目については、新型コロナウイルス感染症流行前の2019年の水準に戻すべく目標設定したうえで、今後の流行状況によって改めて検討したい。

#### 【設定にあたっての考え方】

##### ●旅行消費額

2021年から独自調査を開始しているが、現在集計中の段階であるため、青森県観光入込客統計をベースに算出。DMOの独自調査の集計が済み次第、指標については修正予定。

##### ●延べ宿泊者数

津軽地域観光地マーケティング調査における現状を把握したうえで、新型コロナウイルス感染症流行前の2019年の水準に戻すべく目標設定したうえで、今後の流行状況によって改めて検討する。

##### ●来訪者満足度

2020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。

##### ●リピーター率

リピーター客を毎年1%増やすことを目標として設定した。

## (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
●津軽地域を魅力的な観光地だと感じている住民の割合(%)	目標					70	71
	実績				69		
●地域に住み続けたいと思っている住民の割合(%)	目標					80.6	81.6
	実績				79.6		
●ワンストップ窓口で予約可能な連携体験事業者数(件)	目標					13	18
	実績				8		
●ワンストップ窓口での売上(万円)	目標					44 (4)	630 (63)
	実績				0.8 (0)		

## 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

## 【設定にあたっての考え方】

## ●津軽地域を魅力的な観光地だと感じている住民の割合

2021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。

## ●地域に住み続けたいと思っている住民の割合

2021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。

## ●ワンストップ窓口で予約可能な連携体験事業者数

2021年にワンストップ窓口を構築し8事業者との連携販売からスタートしたため、年度毎に連携する事業者を5事業者増やすことを目標とした。

## ●ワンストップ窓口での売上

2022年は販売システムの運用費用である44万円、2023年はDMOへの手数料7%を回収可能な630万円の売り上げを目標として設定した。

## 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つては、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
2020(R2)年度	4,040,018	【市町村からの負担金】 4,040,000 【雑収入(受取利息)】 18(円)
2021(R3)年度	17,000,000	【市町村からの負担金】 15,000,000 【地域財団からの補助金】 2,000,000(円)

## (別添) 様式 1

2022 (R4) 年度	41,700,000	【市町村からの負担金】 【国からの補助金】 【地域財団からの補助金】 【販売手数料】	38,200,000 2,000,000 1,500,000 (円)
2023 (R5) 年度	49,000,000	【市町村からの負担金】 【国からの補助金】 【地域財団からの補助金】 【販売手数料】	44,000,000 2,000,000 3,000,000 (円)

## (2) 支出

年(年度)	総支出(円)	内訳
2020 (R2) 年度	4,040,000	【一般管理費】 1,648,000 【観光資源の整理・人材育成】 1,200,000 【マーケティング事業費】 500,000 【会議開催・参加費】 322,000 【予備費】 370,000 【一般管理費】 1,040,435 【観光診断及び人材育成事業】 461,263 【マーケティング事業費】 926,342(円)
2021 (R3) 年度	17,000,000	【一般管理費】 4,500,000 【地域の魅力・可能性現地調査費用】 1,300,000 【マーケティング事業費】 4,000,000 【旅行商品・特産品開発及びプロモーション費用】 4,700,000 【プラットフォーム保守費用】 500,000 【観光人材育成事業】 2,000,000 (円)
2022 (R4) 年度	40,200,000	【一般管理費】 7,020,000 【受入環境整備現地調査費用】 1,000,000 【地域人材育成事業】 7,500,000 【マーケティング事業費】 5,680,000 【旅行商品・特産品開発及びプロモーション費用】 9,000,000 【プラットフォーム構築費用】 10,000,000 (円)
2023 (R5) 年度	46,000,000	【一般管理費】 3,000,000 【受入環境整備現地調査費用】 1,500,000 【地域人材育成事業】 22,000,000 【マーケティング事業費】 6,500,000 【旅行商品・特産品開発及びプロモーション費用】 12,000,000 【プラットフォーム運営費用】 1,000,000 (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

当法人がスケールメリットを生かして域内の観光コンテンツを集約し、ワンストップで着地型旅行商品販売などの販売促進を行うことによって、事業者の売り上げを増やす後押しをするとともに、販売額の7%を手数料として頂戴することによって自主財源を確保する。

**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**

青森県弘前市、黒石市、五所川原市、つがる市、平川市、鱒ヶ沢町、深浦町、西目屋村、藤崎町、大鰐町、田舎館村、板柳町、鶴田町、中泊町は、(一社) Clan PEONY 津軽を当該市町村における地域連携DMOとして登録したいのとともに申請します。

**9. 記入担当者連絡先**

担当者氏名	渡邊 幹人
担当部署名(役職)	一般社団法人 Clan PEONY 津軽 スタッフ 弘前市 観光部 国際広域観光課 主事
郵便番号	036-8356
所在地	青森県弘前市下白銀町2番地1
電話番号(直通)	0172-88-6090
FAX番号	0172-88-6091
E-mail	cpt.mikwatanabe@gmail.com

**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	青森県弘前市
担当者氏名	鳴海 孝昭
担当部署名(役職)	観光部 国際広域観光課 主事
所在地	青森県弘前市上白銀町1番地1
電話番号(直通)	0172-40-7017
FAX番号	0172-38-5867
E-mail	tak-narumi@city.hirosaki.lg.jp

都道府県・市町村名	青森県黒石市
担当者氏名	福井 陽葉
担当部署名(役職)	商工観光部 観光課 主事
所在地	黒石市大字市ノ町11番地1
電話番号(代表)	0172-52-2111(内線646)
FAX番号	0172-53-1839
E-mail	kankoushinkou@city.kuroishi.aomori.jp

都道府県・市町村名	青森県五所川原市
担当者氏名	福士 秀
担当部署名(役職)	経済部 商工観光課 主事
所在地	青森県五所川原市字布屋町41番地1
電話番号(直通)	0173-35-2111(内線2579)
FAX番号	0173-39-1093
E-mail	syu-fukushi@city.goshogawara.lg.jp

## (別添) 様式 1

都道府県・市町村名	青森県つがる市
担当者氏名	成田 勝寿
担当部署名(役職)	経済部 観光・ブランド戦略課 主査
所在地	つがる市木造若緑 61-1
電話番号(直通)	0173-42-2111 (内線 433)
FAX 番号	0173-42-3639
E-mail	<a href="mailto:katsuhisa_narita@city.tsugaru.aomori.jp">katsuhisa_narita@city.tsugaru.aomori.jp</a>

都道府県・市町村名	青森県平川市
担当者氏名	成田 隼輝
担当部署名(役職)	経済部 商工観光課 主事
所在地	平川市猿賀南田 15-1
電話番号(直通)	0172-44-1111 (内線 2183)
FAX 番号	0172-43-5005
E-mail	<a href="mailto:shoukoukankou@city.hirakawa.lg.jp">shoukoukankou@city.hirakawa.lg.jp</a>

都道府県・市町村名	青森県鱒ヶ沢町
担当者氏名	八木橋 恵夢
担当部署名(役職)	政策推進課 観光商工班 主事補
所在地	青森県西津軽郡鱒ヶ沢町大字舞戸町字鳴戸 321
電話番号(直通)	0173-72-2111 (代表)
FAX 番号	0173-72-2374 (代表)
E-mail	<a href="mailto:emu_y@town.ajigasawa.lg.jp">emu_y@town.ajigasawa.lg.jp</a>

都道府県・市町村名	青森県深浦町
担当者氏名	古川 航大
担当部署名(役職)	観光課 主事
所在地	青森県深浦町深浦字苗代沢 84-2
電話番号(直通)	0173-74-4412
FAX 番号	0173-74-4415
E-mail	<a href="mailto:kodai_kogawa@town.fukaura.lg.jp">kodai_kogawa@town.fukaura.lg.jp</a>

都道府県・市町村名	青森県西目屋村
担当者氏名	平田 凌
担当部署名(役職)	産業課 主事
所在地	青森県中津軽郡西目屋村大字田代字神田 57
電話番号(直通)	0172-85-2800
FAX 番号	0172-85-2590
E-mail	<a href="mailto:ryou-h@vill.nishimeya.lg.jp">ryou-h@vill.nishimeya.lg.jp</a>

都道府県・市町村名	青森県藤崎町
担当者氏名	岸 咲斗
担当部署名(役職)	経営戦略課 企画調整係 主事
所在地	青森県南津軽郡藤崎町大字西豊田一丁目 1 番地
電話番号(直通)	0172-88-8258
FAX 番号	0172-75-2515
E-mail	<a href="mailto:kikaku@town.fujisaki.lg.jp">kikaku@town.fujisaki.lg.jp</a>

## (別添) 様式 1

都道府県・市町村名	青森県大鰐町
担当者氏名	奈良 海星
担当部署名(役職)	企画観光課 主事
所在地	南津軽郡大鰐町大字大鰐字羽黒館 5-3
電話番号(直通)	0172-55-6561
FAX 番号	0172-47-6742
E-mail	syokoh@town.owani.lg.jp

都道府県・市町村名	青森県田舎館村
担当者氏名	大高 浩慎
担当部署名(役職)	企画観光課 主事
所在地	青森県南津軽郡田舎館村大字田舎館字中辻 123-1
電話番号(直通)	0172-58-2111 (内線 243)
FAX 番号	0172-58-4751
E-mail	koushin_otaka@vill.inakadate.lg.jp

都道府県・市町村名	青森県板柳町
担当者氏名	小田桐 慶充
担当部署名(役職)	産業振興課 地域振興係 係長
所在地	青森県北津軽郡板柳町大字板柳字土井 239 番地 3
電話番号(直通)	0172-73-2111
FAX 番号	0172-73-2120
E-mail	yoshimitsu_o@town.itayanagi.aomori.jp

都道府県・市町村名	青森県鶴田町
担当者氏名	藤井 秀彰
担当部署名(役職)	企画観光課 主事
所在地	青森県北津軽郡鶴田町大字鶴田字早瀬 200-1
電話番号(代表)	0173-22-2111 (内線 265)
FAX 番号	0173-22-6007
E-mail	<a href="mailto:hideaki_fujii@town.tsuruta.lg.jp">hideaki_fujii@town.tsuruta.lg.jp</a>

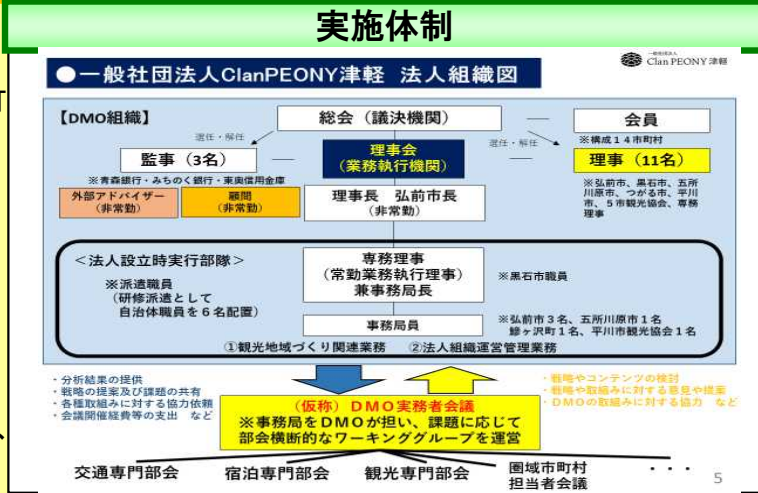
都道府県・市町村名	青森県中泊町
担当者氏名	松橋 美穂
担当部署名(役職)	水産商工観光課 主事
所在地	青森県北津軽郡中泊町大字中里字紅葉坂 209
電話番号(直通)	0173-57-2111 (内線 1614)
FAX 番号	0173-57-3849
E-mail	<a href="mailto:miho_m@town.nakadomari.lg.jp">miho_m@town.nakadomari.lg.jp</a>

法人名:(一社)Clan PEONY 津軽

登録区分名:地域連携DMO

# 「津軽時間旅行」～岩木山の恵みに触れる旅づくり～

【区域】青森県弘前市、黒石市、五所川原市、つがる市、平川市、鱈ヶ沢町、深浦町、西目屋村、藤崎町、大鰐町、田舎館村、板柳町、鶴田町、中泊町  
 【設立日】令和2年4月1日  
 【登録日】令和2年1月14日  
 【代表者】櫻田 宏  
 【マーケティング責任者(CMO)】太田 淳也  
 【財務責任者(CFO)】杉山 大樹  
 【職員数】7人  
 (常勤7人(正職員0人、出向等7人)、非常勤0人)  
 【連携する主な事業者】  
 大学コンソーシアム学都ひろさき、津軽藩ねふた村、弘南バス(株)、(株)青森銀行など



### マーケティング・マネジメントする区域

【主な観光資源】  
 弘前城の桜、黒石温泉郷、五所川原立佞武多、高山稲荷神社、盛美園、鶴の舞橋、竜泊ライン、青池、白神山地、大鰐温泉郷、板柳町ふるさとセンター など

### 合意形成の仕組み

【該当する登録要件】②  
 【概要】  
 観光資源の関係者、宿泊事業者、交通事業者、商工会、行政が参画し、本法人が事務局を務める部会・ワーキンググループを設置。

### 戦略

【主なターゲット】  
 <国内>  
 20~30代 関西圏(直行便のある大阪・神戸)恋人・子どもがいない夫婦  
 <インバウンド>  
 台湾・香港 季節感を求めて来る旅行者  
 【ターゲットの誘客に向けた取組方針】  
 <国内>  
 2020年3月に就航したもののコロナウイルス感染症感染拡大の影響により活用が進んでいない神戸便を通じた誘客を行う。  
 <インバウンド>  
 これらの国は沖縄より南にあり四季変動が当地ほど激しくないため、季節感を前面に押し出して誘客を行う。

### KPI(実績・目標)

※()内は訪日外国人旅行者に関する数値

指標項目		2020	2021	2022	2023
●旅行消費額単価※県外宿泊客(百万円)	目標		34,000	35,000	36,000
	実績	32,991	(-)	(-)	(-)
●延べ宿泊者数(千人)	目標		1,095	1,095	1,095
	実績	651	(65.9)	(65.9)	(65.9)
●来訪者満足度(%)	目標		56	62	66
	実績	50.6	(-)	(-)	(-)
●リピーター率(%)	目標		66.2	67.2	68.2
	実績	65.2	(-)	(-)	(-)

### 法人のこれまでの活動実績

【情報発信・プロモーション】  
 ・エリア内市町村職員と連携し、広域観光マップを作成した。  
 ・各種SNSでの情報発信を実施した。  
 【観光資源の磨き上げ】  
 ・JTBBOKUNシステムを導入し、旅ナカ需要を取り込むために域内の体験型商品を集約した予約販売システムを構築した。  
 ・観光庁、文化庁予算を活用し地域事業者と連携して、りんご収穫体験等の地域ならではの商品を磨き上げし販売につなげた。  
 【受入環境の整備】  
 ・エリア内市町村においてNTT東日本と連携した勉強会を開催し、Wi-Fi整備等を実施

### 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

・関係者が多いため、同事業種により構成する部会と、部会により提案された課題に対して事業種横断的に取り組むワーキンググループを設置。DMOが実施するマーケティング調査の結果をフィードバックしながら活動方針との整合性をとる。

### 活動に係る運営費の額及び調達方法の見通し

【主な収入】参画市町村による負担金 約1500万円(R2年)  
 【総支出】1700万円(一般管理費450万円、事業費1250万円)  
 【自律的・継続的な活動に向けた運営資金確保の取組・方針】  
 DMOの予約システム経由で体験商品が購入されるたびに手数料7%を頂戴する仕組みを構築した。今後は物販の開始も予定している。