観光地域づくり法人形成･確立計画

記入日：令和７年　７月　４日

１．観光地域づくり法人の組織

申請区分 ※該当するものを〇で囲むこと	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	（株）インアウトバウンド東北	
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	
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	６人【常勤５人（正職員５人）、非常勤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） 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	ミネソタ州立大学で産業心理学を学ぶ。幼少期よりボーイスカウト活動に取り組み、大学在学中はバックパッカーとして 48 州を放浪する。2012 年たびすけ合同会社西谷を創業。短命県体験ツアー青森県がお前を KILL 等、地域特性を捉えたユニークなツアーを多数実施。その後株式会社インアウトバウンド東北を創業し、インバウンドに特化した旅行商品の造成・販売そして自らガイドとして訪日旅客を案内している。
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） 工藤　雅教 （出身組織名） （株）インアウトバウンド仙台・松島	大学卒業後、映像制作会社に入社、海外紀行番組等の制作に関わった後、日米英の大学院で学び、国際関係学・紛争解決学・社会学の修士号を取得。2011 年 4 月、国際機関による東日本大震災復旧・復興支援業務のため東北へ。2018 年 4 月より現職。GSTC Professional Certificate in Sustainable Tourism 等「持続可能な観光」関連資格保持
取締役兼財務責任者（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） 後藤　光正 （出身組織名） アトラク東北（株）・ 合同会社歩く東北研究所	大学卒業後、旅行会社や広告企画会社で観光業を経験し独立。ツアー・プロモーション・ツールをワンストップでデザインすることが得意。英語ガイドドライバーサービス「Attraxi」など新しいスタイルの旅を提供や、食の多様性を組み入れたフードツアーを得意とする。近年はアドベンチャーツーリズムにも注力し、地域文化と自然を楽しむ「歩く旅・山旅」を推進。1000 キロを超える「みちのく潮風トレイル」などのロングトレイルツアーや火山と温泉などテーマにした新しい山旅

様式１

		を開発、自らもマウンテンガイドとして活動。世界的広がりをもつ自然教育理念「Leave No Trace（LNT)」インストラクターも務め観光と自然保全を両立する活動を行っている。組織の持続可能な運営のため、運営収支や財源確保に関する検討を行う。
社外取締役（非常勤）	（氏名） 加賀谷直樹 （出身組織名） （株）ジェイアール東日本企画	（株）ジェイアール東日本企画仙台支社及び福島支店にて東北（特に宮城県・福島県）の観光地域づくりに取り組む。「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」「官民連携による松島リブランディング推進事業」「塩竈市観光振興ビジョン策定業務」など、当圏域における受託実績多数。
社外取締役（非常勤）	（氏名） 櫻井　亮太郎 （出身組織名） （株）ライフブリッジ	仙台市出身。英国リッチモンド大学卒業。10 年間の海外生活を経て帰国後、全国各地でインバウンド人材育成に特化した研修・講演を行う傍ら、2020 年 4 月に YouTube チャンネル「Ryotaro’s Japan」を開設。人気 YouTuber として多くの観光プロモーションに携わっており、欧米豪の視聴者に刺さる日本の魅力を発信している。ライフブリッジ代表取締役として、インバウンド向けのツアープロデュース、コンサルティング、プロモーションを総合的に展開する他、（一社）宮城創生 DMO 会長、内閣府クールジャパン・プロデューサー等として、観光や地方創生分野に精通している。
連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	・宮城県（経済商工観光部　観光産業振興班、観光戦略課） ・宮城県仙台市（文化観光局　観光交流部） ・宮城県塩竈市（産業建設部　商工観光課） ・宮城県名取市（生活経済部　商工観光課） ・宮城県多賀城市（企画経営部 市民文化創造課） ・宮城県岩沼市（市民経済部　産業振興課　商工観光係） ・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　観光班） ・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 ・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	■広域連携事業者 ・（一社）東北観光推進機構（東北広域での PR 戦略共有・AT 等の共同コンテンツ開発） ・東日本旅客鉄道（株）（インバウンド一次交通インフラ連携） ・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（誘客ﾌﾟﾛﾓｰｼｮﾝ、地域ﾌﾞﾗﾝﾃﾞｨﾝｸﾞ連携） ■仙台・松島エリア連携事業者	

<table>
<tr><td></td><td>・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）：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

・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 青龍山瑞巌寺、（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、閖上朝市、仙台いろは横丁・文化横丁、アキウ舎、秋保ワイナリー

・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 等

・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）等
・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　等</td></tr>
<tr><td>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</td><td>【該当する登録要件】②
（概要）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東北が担う。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。</td></tr>
<tr><td>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</td><td>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う。</td></tr>
<tr><td>法人のこれまでの活動実績</td><td>【活動の概要】
<table><tr><th>事業</th><th>実施概要</th></tr><tr><td>情報発信・プロモーション</td><td>・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）
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</td></tr></table></td></tr>
</table>

		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 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 名が出席した。 ・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：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た。 ・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） 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（現羅針盤）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げた。 ・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 10 月 には同市の奥松島が UNWTO Best Tourism Villages 2023 に選定され、観光資源の保全と活用を両立させるため、環境に配慮した観光プログラムの企画や、地域の特色を活かした体験型観光の開発を行っている。
	受入環境の整備	・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） 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。 ・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）

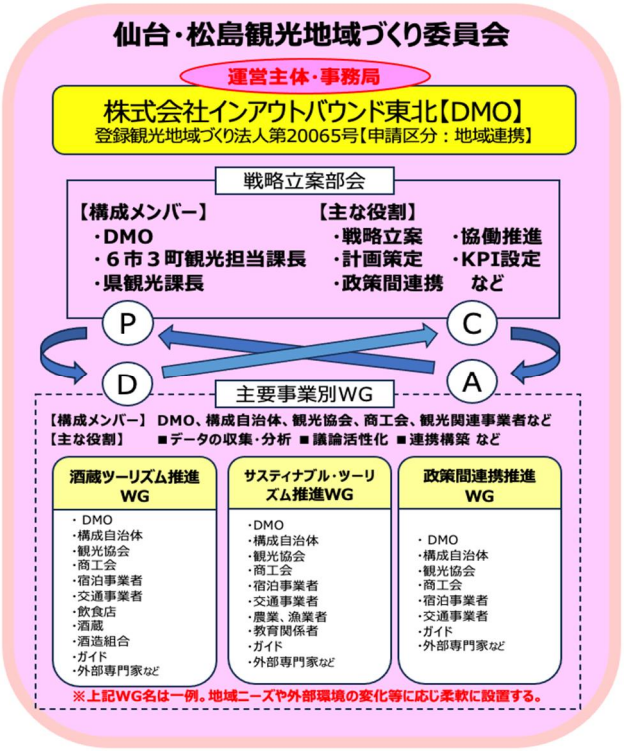
		具体事業内容：観光庁が関係省庁等と連携して多言語解説の専門人材をリスト化し、派遣体制の構築、解説文作成等の支援を行うことで、旅行者にとって分かりやすく地域の面的観光ストーリーを伝える魅力的な解説文を整備する本事業を通じて、松島町や仙台市の文化歴史施設等の多言語化を推進した。 ・令和３年度「日本版持続可能な観光ガイドライン（JSTS-D）のモデル地区における運用に関する調査業務」におけるモデル地区への選定（観光庁：東松島市と連名） 具体事業内容：国際基準（GSTC）に準拠した「日本版持続可能な観光ガイドライン」の導入を通じ、マネジメント、社会経済、文化、環境の４分野から地域の達成度を測ると共にGSTC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。当社から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。 ・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。 ・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 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。 ・令和５年度 観光庁ロングストーリーによる地域のコンテンツの連携促進に向けた実証調査事業 　具体事業内容：アドベンチャートラベル・スルーガイドとしての質向上を目指し、ストーリーテリングや危機管理など、主に欧米豪の高付加価値旅行者の伴走者としての心構えとスキルを座学と実地研修を通じて学び、当社から３名がAdventure Travel EDU（Adventure Travel Trade Association 公式ガイド育成研修）を修了し、今後のツアー運営において高いガイドスキルを発揮できる体制を整えた。
	観光資源の磨き上げ	・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） 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』にも掲載された。 ・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モ」事業が全国 16 のモデル事例の一つとして選定された。 ・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） 　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。 ・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。 ・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） 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目指した。この実証事業では暮らしぶ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、旅が終わったあとで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。 ・令和５年度観光庁観光再始動事業 具体事業内容：国宝瑞巌寺における政宗が育んだ"伊達"な文化体験としてインバウンド、富裕層をターゲットとした 1 泊 2 日もしくは 2 泊 3 日に対応可能な行程を開発。僧侶による案内や通常一般客が立ち入ることができないエリア・時間帯の組み合わせにより「今だけ・ここだけ・あなただけ」の魅力的な体験造成を目指した。①「世界を魅了する宮城の日本酒と地域食材の食文化マリアージュ体験」、②「一般拝観終了後の特別貸切“国宝瑞巌寺ナイトミュージアム体験”」、③「昭和天皇も休憩に使用した一般非公開の貴賓室“埋木書院”におけるお茶文化体験」、④「初代仙台藩主伊達政宗公の正室愛姫の菩提寺“陽徳院”拝観謝絶の瑞巌寺専門道場「坐禅堂」における坐禅体験」等の要素を盛り込み、地域資源の磨き上げを行うべくモニターツアーを実施した。 ・令和６年度 観光庁ストーリーで繋ぐ地域のコンテンツの連携促進に向けた実証調査事業 　具体事業内容：ロングストーリーの後継事業として、宮城県沿岸部の生産者等と連携した海外富裕層向け体験商品の磨き上げを行った。英国や仏国からの有識者等の招聘を通じ、食や宿泊、体験プログラムの改良を試みた。

【定量的な評価】
〇情報発信・プロモーション
　・海外エージェント等商談回数：ATWS 等への参加を通じ、50 者以上実施
〇受入環境の整備
　・育成ガイド数：宮城県ガイド育成事業等を通じ、15 名以上育成
〇観光資源の磨き上げ
　・造成商品数：観光庁事業等を通じ、50 以上造成

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】** 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東北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、各市町、関係事業者等に対し、中長期的な事業戦略及び具体の取組案として提起。 **【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】

「明日の日本を支える観光ビジョン」において、仙台・松島復興観光拠点都市圏は「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。国内外からの誘客における東北のゲートウェイ及び東北各地への送客機能を有するハブとして重要な地域となっている。

【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）と目標値に迫る中、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に見舞われた。

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、2024 年の観光客入込数は、6,824 万人まで回復。令和 4 年比 1,100 万人増加(+19.2%）となりコロナ拡大前の令和元年（6,796 万人）を上回り、過去最高の観光客入込数を記録した。現在でも入込数の拡大傾向が継続している。

【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】

※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、マリンゲート塩釜	浦戸諸島、丸文松島汽船、鹽竈桜、みちのく潮風トレイル	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、閖上太鼓	自然の美しさを活かした観光資源自然地帯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	加瀬沼、多賀城跡あやめ園、貞山運	地元で生産される特産品や地元料理	多賀城跡あやめ祭り、史都多賀城万葉

	ター、ソニー復興パーク、理研食品本社工場、松島蒲鉾	河、多賀城跡附寺跡、多賀城碑、壺碑、末の松山、興井、万葉衣装	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	まつり、ザ・祭り in 多賀城、多賀城ビアサミット、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、嵯峨渓、大高森、野蒜築港、大曲浜獅子舞、宮城オルレ奥松島コース、みちのく潮風トレイル	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	瑞巌寺、円通院、五大堂、双観山、観瀾亭、雄島、福浦島、松島離宮	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、アクアリーナ、諏訪神社、鼻節神社	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フラを整備。交通アクセスの向上、観光案内所の設置など	七ヶ浜町産業まつり青空市、七の市、小浜港（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

【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①成田空港–仙台国際空港　1 時間 10 分
②関西国際空港–仙台国際空港　1 時間 35 分
③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　①仙台市–山形市　1 日 80 往復運行（所要時間 1 時間 10 分）
②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　①JR 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
②JR 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
③JR 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–松島観光桟橋 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】

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把握した上で、カスタマイズされた旅程やプログラムを提案している。加えて、「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, UN Tourism 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
旅行消費額	来訪者の消費活動の動向を分析し、消費単価向上に繋げるため。	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
延べ宿泊者数	宿泊者数の推移を把握するため。	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
来訪者満足度	来訪者の満足（不満足）に繋がっている要因を分析し、戦略立案に繋げるため。	当社旅行部門及び連携ガイドによるアンケート調査を実施
リピーター率	リピーター顧客の動向を把握し、戦略立案に繋げるため。	当社旅行部門及び連携ガイドによるアンケート調査を実施
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。	Google アナリティクス、Facebook インサイト等を活用して実施
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。	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（検討中）
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	当社旅行部門及び連携ガイドによるアンケート調査を実施

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脅威に直面している。

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）** 〇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 〇東北の空の玄関口である仙台国際空港が立地 〇Green Destinations や UN Tourism Best Tourism Villages 等の持続可能な観光の国際認証から表彰歴のある松島湾地域 〇首都圏からのアクセスの良さ	**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

	○豊富な自然資源（食、温泉、アウトドア等）	
外部環境	**機会（Opportunity）** ○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地方重視の政策 ○世界的な日本食・日本酒ブーム	**脅威（Threat）** ●自然災害や気候変動等への不安 ●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 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 コロナ禍以降重点的に取り組んで来たアドベンチャートラベル等の自然・文化・体験を組み合わせた旅行に対するニーズが拡大傾向にあり、地域及び当社の強みを活かした商品の提供が可能。また、比較的長期滞在の傾向があり、地域経済への還元効果も大きいため ○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。 ・アドベンチャーツーリズム等によって東北の自然資源を活かした商品造成を行い誘客に繋げる。
○第２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 仙台空港における LCC 等の就航も相まって、東・東南アジアからの時間的・金銭的コスト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、消費額やリピート率でも向上の余地が見込めるため。 ○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。

（４）観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	【観光編集力で DMO 区域を訪れる世界の人々を増やし、地域と繋ぐ】 ・自然、歴史、文化などの地域資源を活用した高付加価値旅行商品を造成し、グローバルスタンダート視点で持続可能な観光地域づくりに取り組む。 ・中核となるアクションとして、アドベンチャートラベルを軸とした地域資源の磨き上げ及びガイド育成に取り組み、経済効果に繋げる。

②コンセプトの考え方	【地域資源×アドベンチャートラベル×地域の強み＝他地域との差別化】 DMO 区域には自然・歴史・文化など多くの魅力的な資源が存在する。しかしそれらを経済効果に繋げる為には、素材そのままを魅せるのではなく、顧客ニーズに最適化した「観光編集力」が求められる。 アドベンチャートラベル（以下「AT」）では「①身体的活動」「②自然」「③文化体験」を含む商品造成が求められ、さらに「5 つの体験価値」として「ユニークな体験」「自己変革」「挑戦」「健康」「ローインパクト」の要素を旅行商品内で表現する事が求められる。 DMO 区域の資源を AT の概念で編集する事により、これまであまり活用（高付加価値化）されなかった自然（松島湾、浦戸諸島、嵯峨渓など）の価値を最大化し、醸成してきた強み（Tourism Village などの表彰歴）と掛け合わせる事により他地域との差別化に繋がる。 これらの物語を語る上で重要となるのがローカルガイドの存在となる。東北はまだガイド数が足りない状況の為、DMO として AT を正しく理解し表現できる「グローバルな視点でのガイド人材育成」に継続的に取り組む。 又、東京から新幹線で 90 分という利便性及び、台湾から仙台空港に週 17 便着航している状況を活かし、旅行商品展開を第一ターゲット層及び第二ターゲット層へ効果的に波及させる。更に、アドベンチャートラベルにおける旅行期間の中央値は 8 日間である事から、DMO 区域を首都圏からのゲートウェイと位置付け、DMO 区域滞在後東北各地へ旅を拡張させる役割を担う。

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。	市町及び事業者訪問やワーキンググループ等を通じ、圏域の「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、地域が持つ強み・弱み・課題の共有と各地域が担う役割を明確にする。
	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コンサルティング等の支援を行う。
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	ガイド人材の育成やネットワーク化を通じた外国人旅行者向けサービスの品質向上や課題抽出を行う。
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	JSTS-D に則した一元的な情報発信・プロモーションを展開する。

様式１

※各取組について、出来る限り具体的に記入すること。

様式１

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		2022（Ｒ４）年度	2023（Ｒ５）年度	2024（Ｒ６）年度	2025（Ｒ７）年度	2026（Ｒ８）年度	2027（Ｒ９）年度
●旅行消費額（億円）	目標	N/A	1,000	1,200	1,400	1,600	1,800
		(80)	(100)	(120)	(140)	(160)	(180)
	実績	1,043	3,500	3,780			
		(18.8)	(114)	(317)			
●延べ宿泊者数（千人）	目標	N/A	9,000	10,000	11,000	12,000	13,000
		(300)	(350)	(500)	(500)	(550)	(600)
	実績	7,420	7,270	7,700			
		(65.6)	(413)	(657)			
●来訪者満足度（%）	目標	N/A	80	80	80	80	80
		(4.30)	(4.35)	(4.35)	(4.35)	(4.40)	(4.5)
	実績	76.6	75.0	77.0			
		(算出不可)	(4.5)	(4.5)			
●リピーター率（%）	目標	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
		(33.3)	(33.3)	(33.3)	(33.3)	(33.3)	(33.3)
	実績	N/A	N/A	N/A			
		(算出不可)	(36.0)	(38.0)			

※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】
「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）にすることが当初目標として設定した。コロナ禍で一時停滞はあったものの、収束後の回復基調は鮮明であり、2024 年には 70 万泊を超えた。これはコロナ禍からのリカバリープランとして設定したペースを大幅に上回っており、中長期的な KPI の皆直しを図ると共に毎年の達成目標としての上昇率を改めて、定めることとする。

【設定にあたっての考え方】
●旅行消費額
訪日外国人消費動向調査や県・市等が実施する公的統計も参照し算出する。毎年の一人当たり消費単価における前年比約 10～20%の伸びを目標とする。特に、アドベンチャートラベルコンテンツや地産地消によ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、当初、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。コロナ禍で一時激減したものの 2024 年にはコロナ前水準を回復しており、今後、外国人の延べ宿泊者数は、毎年 10%程度の伸びを確保することを目標とする。

●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経緯がある。
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。尚、国内客のリピーター率については、特に目標値を設定していない。
（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		2022（Ｒ４）年度	2023（Ｒ５）年度	2024（Ｒ６）年度	2025（Ｒ７）年度	2026（Ｒ８）年度	2027（Ｒ９）年度
●インバウンド経済波及効果（円）	目標	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
		(95 億)	(120 億)	(140 億)	(160 億)	(180 億)	(200 億)
	実績	N/A	N/A	N/A			
		(24.4 億)	(147 億)	(166 億)			
●旅行商品売上金額（円）	目標	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
		(5000 万)	(5000 万)	(5000 万)	(5000 万)	(5000 万)	(5000 万)
	実績	N/A	N/A	N/A			
		(500 万)	(2,116 万)	(2,360 万)			
● WEB アクセス数	目標	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
		(19,000)	(20,000)	(21,000)	(22,000)	(23,000)	(25,000)
	実績	N/A	N/A	N/A			
		(21,323)	(22,364)	(24,248)			

※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】
当初、旅行商品売上金額を重視するに当たって、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た。「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ことを目指した。

コロナ禍に見直しを図り、東北地方の自然資源を活かしたアドベンチャートラベルに注力する事を決定した。縦軸に「都市型（既知）／地方型（未知）」、横軸に「オーダーメイド型／既製品型」の市場戦略マトリックスから、「地方部におけるオーダーメイド型」商品としてのアドベンチャートラベルコンテンツの造成を市場においてとるべきポジションと定め、スルーガイドとスポットガイドの連携、日本各地でアドベンチャートラベルに取り組む事業者等との共同商品開発等を推進している。

【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）も上昇させながら、情報発信から購買までの導線を構築していく。2022 年度に WEB サイトを改訂してから、アクセス数や成約率（コンバージョンレート）も順調に推移している。

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）
2022（Ｒ４）年度	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（Ｒ５） 年度	154,000,000（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 6400 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（Ｒ６） 年度	145,000,000（円）	【公共事業受託収入】 宮城県からの委託業務：500 万円 国及び市町等からの委託業務：7000 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
2025（Ｒ７） 年度	150,000,000（円）	【公共事業受託収入】 宮城県からの委託業務：500 万円 国及び市町等からの委託業務：7000 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 7500 万円
2026（Ｒ８） 年度	150,000,000（円）	【公共事業受託収入】 宮城県からの委託業務：500 万円 国及び市町等からの委託業務：6500 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 8000 万円
2027（Ｒ９） 年度	150,000,000（円）	【公共事業受託収入】 宮城県からの委託業務：500 万円 国及び市町等からの委託業務：6500 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 8000 万円

（２）支出

年（年度）	総支出	内訳（具体的に記入すること）

2022（Ｒ４） 年度	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（Ｒ５） 年度	154,000,000（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】3400 万円
2024（Ｒ６） 年度	150,000,000（円）	【公共事業関連】5000 万円 【取得委託事業】4000 万円 【収益事業外注費】3000 万円 【一般管理費】3000 万円
2025（Ｒ７） 年度	150,000,000（円）	【公共事業関連】4500 万円 【取得委託事業】4500 万円 【収益事業外注費】3000 万円 【一般管理費】3000 万円
2026（Ｒ８） 年度	150,000,000（円）	【公共事業関連】4000 万円 【取得委託事業】5000 万円 【収益事業外注費】3000 万円 【一般管理費】3000 万円
2027（Ｒ９） 年度	150,000,000（円）	【公共事業関連】4000 万円 【取得委託事業】5000 万円 【収益事業外注費】3000 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

設立当初は 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 ヵ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）等を通じて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 への発展を目指し、R3 年度より「仙台・松島 DMO 事業部」と「東北ツーリズム事業部」の二部制を取った。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を設置。それぞれ DMC として運営基盤を強化していく方針を立て業務を遂行してきた。Ｒ６年度より社名を「株式会社インアウトバウンド東北」に変更し、これまで地域で培った経験や想いを継承しつつ、変化の著しい時代の中、更なる観光地域づくりへ取り組むべく、仙台・松島エリアを中心に、東北全域におけるインバウンド向け旅行商品の造成・販売等の「DMC 機能」により注力していく方針を立てている。福島県二本松市にも支店を設置し、インバウンドに特化した旅行商品の造成・販売を継続しつつも従来の旅行業に留まらず、観光と自然保全を両立する活動等を行うなど引き続き持続可能な観光地域づくりを推進していく。

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

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東北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】

〇（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。

〇（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。

〇広域連携 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。

〇（公財）仙台国際交流協会とは仙台市が重複するが、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、互いの強みが異なるため、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東北（観光事業プランナー）
郵便番号	983-0044
所在地	宮城県仙台市宮城野区宮千代２丁目１−２ アイランドビル ３階
電話番号（直通）	022-302-7390
ＦＡＸ番号	022-302-7391
Ｅ−ｍａｉｌ	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	今野　裕介
担当部署名（役職）	経済商工観光部観光戦略課（技術主査）
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
Ｅ−ｍａｉｌ	konno-yu210@pref.miyagi.lg.jp

都道府県･市町村名	仙台市
担当者氏名	一條　千宥
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
Ｅ−ｍａｉｌ	chihiro_ichijo@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）	産業建設部 商工観光課（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
Ｅ−ｍａｉｌ	munekata@city.shiogama.miyagi.jp

様式１

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
Ｅ－ｍａｉｌ	syousui@city.natori.miyagi.jp

都道府県･市町村名	多賀城市
担当者氏名	舩木　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）	022-368-2085
Ｅ－ｍａｉｌ	kanko@city.tagajo.miyagi.jp

都道府県･市町村名	岩沼市
担当者氏名	平間　和哉
担当部署名（役職）	市民経済部 産業振興課（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）	0223-23-0573
Ｅ－ｍａｉｌ	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　観光振興係（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 内 2165
Ｅ－ｍａｉｌ	m-takeda@city.higashimatsushima.miyagi.jp

都道府県･市町村名	松島町
担当者氏名	酒井　文明
担当部署名（役職）	産業観光課　観光班長
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一 19-1
電話番号（直通）	022-354-5708

Ｅ－ｍａｉｌ	kankou@town.matsushima.miyagi.jp

都道府県･市町村名	七ヶ浜町
担当者氏名	渡邊隆推
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
Ｅ－ｍａｉｌ	suishin@shichigahama.com

都道府県･市町村名	利府町
担当者氏名	石山美和子
担当部署名（役職）	経済産業部　商工観光課（商工観光係長）
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
Ｅ－ｍａｉｌ	syoukou@rifu-cho.com

（登録）【地域連携DMO】（DMO名称）株式会社インアウトバウンド東北

様式２

記入日： 令和7年7月4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　　【設立時期】 2018年１月11日
【設立経緯】
①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）】 後藤 光正
【職員数】 ６人（常勤6人）
【主な収入】
　145百万円 公共事業等受託（観光庁、宮城県、仙台市、東松島市、利府町等） 約75百万円、収益事業 約70百万円（R6年決算）
【総支出】
　145百万円（一般管理費30百万円、事業費115百万円）（R6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。

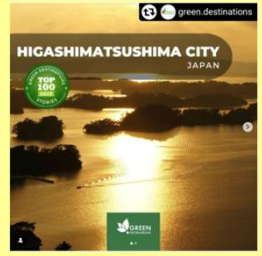
項目		2022（R4）年度	2023（R5）年度	2024（R6）年度	2025（R7）年度	2026（R8）年度	2027（R9）年度
旅行消費額（億円）	目標	N/A（80）	1,000（100）	1,200（120）	1,400（140）	1,600（160）	1,800（180）
	実績	1,043（18.8）	3,500（114）	3,780（317）	—	—	—
延べ宿泊者数（千人）	目標	N/A（300）	9,000（350）	10,000（500）	11,000（500）	12,000（550）	13,000（600）
	実績	7,420（65.6）	7,270（413）	7,700（657）	—	—	—
来訪者満足度（%）	目標	N/A（4.30）	80（4.35）	80（4.35）	80（4.35）	80（4.40）	80（4.5）
	実績	76.6（算出不可）	75.0（4.5）	77.0（4.5）	—	—	—
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（36.0）	N/A（38.0）	—	—	—

戦略

【主なターゲット】
〇北米・欧・豪、文化濃度の高い旅を好む比較的富裕層・FIT/SIT・長期滞在型
〇台湾を中心とした東・東南アジア（香港、中国、ASEAN諸国等）、FIT/GIT・リピーター型
【ターゲットの誘客に向けた取組方針】
〇既にゴールデン・ルートへの来訪経験があるが、地方部未経験者に対し、「まだ見ぬ日本」や「Off-the-beaten-track」として東北を訴求
【観光地域づくりのコンセプト】
仙台・松島6市3町の自然文化歴史を活かした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】
・R4　松島湾周遊体験観光地整備事業委託業務受託
・R5　地域で活躍する通訳ガイド人材育成支援事業受託
・R5　観光庁ロングストーリーによる地域のコンテンツの連携促進に向けた実証調査事業受託
【持続可能な観光地域づくり】
・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　UN Tourism Best Tourism Villages 2023 に奥松島地域が認定

【情報発信・プロモーション】
〇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。

〇6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。