

観光地域づくり法人形成・確立計画

記入日：令和 7 年 1 月 10 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	(一社) 洋野町観光協会	
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： 岩手県洋野町	
所在地	岩手県洋野町	
設立時期	令和 6 年 1 2 月 1 3 日	
事業年度	4 月 1 日から翌年 3 月 3 1 日までの 1 年間	
職員数	3 人【常勤 2 人（正職員 1 人・出向等 1 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）	（氏名）浅水 巧美 （出身組織名）	本法人の設立母体「洋野町観光協会」及び、地域の基幹事業者である「（株）おおのミルク工房」の代表取締役。町の委員会等にも多数参画して、ビジョン策定（実行）等の役割も積極的に担う。大学生との実践型インターンシップ事業にも参画し次世代人材の育成にも注力。洋野町の持続性を高めるべく観光地域づくり事業を牽引している。
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）	（氏名）下田 智美 「専従」 （出身組織名）株式会社バリュースフト	洋野町出身。八戸市の交流拠点「はちのへポータルミュージアムはっち」や地元新聞社「デーリー東北新聞社」事業部などでイベント企画、ホームページ制作、EC サイト運営などの事業を経験。2023 年から、株式会社バリュースフトのコーディネーターとして、洋野町版 DMO 設立等支援業務に従事。観光地域マーケティングの経験も積蓄しながら、地元を盛り上げて地域をよりよく良くしていくため、活動を展開していく。
財務責任者（CFO：チーフ・フィナンシャル・オフィサー）	（氏名）外和 信哉 （出身組織名）株式会社バリュースフト 代表取締役（出向）	八戸市出身。大手旅行会社のプロ添乗員やインバウンド専門会社でのツアー企画造成など旅行産業で長年活動。2013 年、U ターンして観光まちづくり会社「株式会社バリュースフト」を創業。旅行業、実践型インターン、キャリア教育、多世代での対話の場づくり、事業創造や支援など、国や自治体などとも深く連携しながら地域に深く根ざした地域コーディネート事業を展開。持続的な運営体制の構築に向けて、行政との連携事業などのスキーム整備、事業の創造、資金調達、組織マネジメントなど、経営全体を牽引していく。グロービス経営大学院 MBA 修了。一般社団法人旅行産業経営塾運営委員。

連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	岩手県 洋野町 水産商工課 奥山智幸 (観光関連の担当部署)				
連携する事業者名及び役割	観光協会会員の観光関連事業者などと連携して地域のニーズを適切に捉えながら、観光地域づくり、着地型観光、地域商社など、地域で共創していく。 ◆宿泊施設 ・ マリンサイドスパたねいち ・ グリーンヒルおおの ・ アグリパークおおさわ ・ 大谷温泉 ◆運輸 ・ 東北都市交通 ・ 東日本旅客鉄道 ◆飲食・アクティビティ ・ はまなす亭 (ゲストハウス併設) ・ 仕出し にしやま ・ おおのキャンパス ・ ヒロノット (簡易宿泊所併設) ◆商工関連など ・ おおのミルク工房 ・ おおのパン工房 ・ 一般社団法人 fumoto ・ フェアリーチェ株式会社 など				
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	【該当する登録要件】② 〔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				
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	・ DMO を考える研修セミナーを実施した (令和 5 年度、3 回開催済み) ・ 観光協会内でのセミナーなどを実施した (令和 5 年度、5 回開催済み) ・ 地域住民の対話の企画「ひろのみらいラボ」を実施 (令和 6 年度、8 回予定) ・ 定期的に住民参加型のワークショップを開催していく。 ・ 意識啓発にむけた活動報告会やセミナーを開催する。				
法人のこれまでの活動実績	<table border="1"> <thead> <tr> <th>事業</th><th>実施概要</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>情報発信・プロモーション</td><td> <任意団体の洋野町観光協会の活動概要 (実績例)> ●観光振興事業の推進 ・ フォトコンテストの実施とプロモーション誘客など ●特産品振興事業の推進 ・ 町内外での物産展等への参加支援 ●観光イベントへの協力 (参加) ・ 町内関係各団体と連携したイベント開催の支援 ●洋野町観光 PR 事業の実施 ・ SNS 発信、周辺都市への PR ・ グッズ制作 (T シャツなど) ●コンテンツ開発と実施 </td></tr> </tbody> </table>	事業	実施概要	情報発信・プロモーション	<任意団体の洋野町観光協会の活動概要 (実績例)> ●観光振興事業の推進 ・ フォトコンテストの実施とプロモーション誘客など ●特産品振興事業の推進 ・ 町内外での物産展等への参加支援 ●観光イベントへの協力 (参加) ・ 町内関係各団体と連携したイベント開催の支援 ●洋野町観光 PR 事業の実施 ・ SNS 発信、周辺都市への PR ・ グッズ制作 (T シャツなど) ●コンテンツ開発と実施
事業	実施概要				
情報発信・プロモーション	<任意団体の洋野町観光協会の活動概要 (実績例)> ●観光振興事業の推進 ・ フォトコンテストの実施とプロモーション誘客など ●特産品振興事業の推進 ・ 町内外での物産展等への参加支援 ●観光イベントへの協力 (参加) ・ 町内関係各団体と連携したイベント開催の支援 ●洋野町観光 PR 事業の実施 ・ SNS 発信、周辺都市への PR ・ グッズ制作 (T シャツなど) ●コンテンツ開発と実施				

	・ひろの歩き（歴史散歩、トレイル歩きなど） ・グリーン&ブルーツーリズム（収穫体験、サーフィン等） これまでの観光協会の事業を承継しながら、DMO 法人化して観光まちづくり事業を展開していく。
受入環境の整備	・令和 5 年度「洋野町版 DMO 設立支援等業務」 DMO 設立にむけて、観光協会などの合意形成、地域住民へのセミナーなどを開催。DMO 設立に向けて理解を深めながら、DMO 法人設立にむけた準備活動を実施した。 （委託事業社：株式会社バリューシフト）
観光資源の磨き上げ	・令和 5～6 年度「洋野町版 DMO 設立支援等業務」 着地型観光推進事業として、株式会社雨風太陽と連携して「ポケマルおやこ地方留学-青森岩手-」のツアー受入を実施した。5～7 日間で 1 家族当たり 30～40 万円と高単価商品にもかかわらずこれまで約 30 家族が参加。通常では稼働しない時期での地域内宿泊施設を貸切、バス会社、飲食、アクティビティ体験などの開発と稼働など、地域の自然、1 次産業とヒトの魅力を再発見して事業構築していくキッカケとなった。 また、約 10 名の経営者のリトリートプログラムも実施。「自然と非日常の中での自己の開放と仲間とのつながり」というニーズに対して、「自然と共にある生活」を体感する機会を設定して大好評を博している。集客チャンネルとのつながりの深さ及び現場運営力における信頼を積み重ねることで、高品質高単価なプログラム販売及び運営の実証ができた。 （委託事業社：株式会社バリューシフト）
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】 任意団体の洋野町観光協会が母体となり、DMO 法人となる一般社団法人洋野町観光協会を新設。メンバーには、行政、宿泊、飲食、交通、農林水産業、商工業等、多様な関係者が参画する官民が連携した運営を実施していく。 【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】

岩手県洋野町観光協会を母体としているため、行政区域（岩手県洋野町）をマネジメント・マーケティングをしていく区域として設定する。同地域は、青森県八戸エリア、及び、岩手県久慈エリアの観光圏・生活圏・商圈でもあり、両エリアの関係者とも深く連携しながら活動をすすめていく。

【観光客の実態等】

- ・岩手県洋野町は、岩手県最北部に位置しており、八戸と久慈の観光圏に属している。
- ・年間の観光入込客数：約 60 万人、延べ宿泊者数は約 14,000 人である<コロナ前の実績値平均>、
- ・マネジメント区域内には、宿泊施設が 4 件ある。（近年、簡易宿泊所も設立運営され始めた）
- ・自然と共にあるライフスタイルをおくる生産者が多く存在して、自然体験の潜在力が高い。

【観光資源：観光施設、商業施設、自然、文化、スポーツ、イベント等】

<観光資源>

- ・種市海浜公園（芝生のキャンプサイトなど、三陸ジオパークでもある）
- ・大野海成段丘（牧草と自然隆起による景観美。三陸ジオパークでもある）

<観光施設>

- ・種市海浜公園海水浴場（サーフィン体験、カヌー・ヨット体験など）
- ・おおのキャンパス・ひろのまきば天文台（パークゴルフ、日本一の星空観察適地など）

<商業施設>

- ・たねいち産直ふれあい広場（国道沿いにある飲食・生鮮・食品・土産品などの集積施設）
- ・おおのキャンパス（道の駅おおの、産業デザインセンターなど「一人一芸の里」のシンボル）

<自然>

- ・みちのく潮風トレイル（三陸復興国立公園、及び、三陸ジオパークに属している）

- ・ウニ増殖溝（半世紀前に創設された生産システム「つくり育てる漁業」のシンボル）

<文化>

- ・南部もぐり（NHK 番組「あまちゃん」の舞台でもある）
- ・駒踊り、神楽、鶏舞などの郷土芸能も地域コミュニティで多数承継されている

<スポーツ>

- ・卓球、野球（オーシャンスタジアム）、サーフィンなどのメッカでもある

<食/産品>

- ・ウニ、ほや、あわび、いちご煮、酪農産品など自然の恵、大野木工、岩手木炭など

<イベント>

- ・たねいちウニまつり（7 月中旬に実施され、旬のウニをもとめて数万人あつまる企画）
- ・北奥羽ナニャドヤラ大会（毎年 8 月 18 日に、大野地区で実施。各地から集う）
- ・その他、シーサイド花火大会、夏や秋の季節の祭り、畜産や農業祭など多数開催している

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

施設名	域内分布	収容力	施設規模など
マリンサイドスパたねいち	種市地区	15 室：定員 30 人	展望浴場在り
グリーンヒルおおの	大野地区	13 室：定員 30 人	大浴場あり
アグリパークおおさわ	大沢地区	9 室：定員 30 人	大浴場あり
大谷温泉	大谷地区	12 室：定員 24 人	天然ラドン含有。 公衆浴場に併設

その他、簡易宿泊所の施設も存在している。

【利便性：区域までの交通、域内交通】

- ・JR 種市駅（東北新幹線八戸駅から JR 八戸線で 1 時間半）
- ・高速道路：三陸自動車道（種市インターチェンジ）、東北自動車道（二戸インターチェンジなど）
- ・域内交通：自治体が運営するコミュニティバス

【外国人観光客への対応】

- ・現状での整備体制は脆弱である。
- ・みちのく潮風トレイルを利用するバックパッカーなどが宿泊するようになってきた。

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。	アンケート調査を自主事業として実施する。
延べ宿泊者数	宿泊者数の推移を把握するため。	各宿泊施設からのデータを集めて実施する。
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。	アンケート調査を自主事業として実施する。
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。	アンケート調査を自主事業として実施する。
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。	アクセス解析の分析を活用して実施する。

4. 戦略

(1) 地域における観光を取り巻く背景

岩手県洋野町は自然豊かで風呼明媚な地域資源を有しているにも関わらず、青森県八戸エリア、及び、岩手県久慈エリアの通過地点となり、これまでは効果的な観光事業を行うことができていない。任意団体として活動してきた洋野町観光協会の実体は数名の自治体職員が最低限の関連業務を担っているだけであり、観光資源の掘り起こしや政策実施などの観光マーケティングやマネジメントの舵取り役となる存在が不在であった。町としても、過疎と少子高齢化が進み、就労人口も激減して基幹産業である1次産業中心の産業構造自体から変容しなければならないという危機意識をもつてきた。そのような状況の中で、国の成長戦略の柱でもある観光産業に対するテコ入れとして、内閣府の交付金も活用しながら、令和5年度から、DMO法人設立に向けた活動をすすめてきた。

洋野町では、自然と共に在る生活を保持している。「自然の恵」から産業をつくり、自然とともにある仕事や生活のスタイルがある。これまでも、着地型観光推進の実証事業として、5～7日間の家族での自然体験、10名程度の経営者のリトリートプログラム、60名ほどの大学生などの実践型インターンシップによる1ヶ月の滞在型研修プログラムなども実施してきた。それぞれの来訪者は、「自然と共に在る生活」に強く共感し、愛着が芽生え、移住している若者も数多く存在している。多様な関係者と共創しながら、洋野の「自然と共に在る生活」を体感する機会をつくり適切なマーケティングを実施して観光起点での地域内外での経済循環も高め移住や関係人口の拡大を見込めると考えている。また、多世代の多様な人々の”ちよどよい”関係性を追求していく地域共生社会への貢献も可能になると考えており、地域の持続可能性を高めていく舵取り役が本法人の役割だと考えている。

コロナ禍を経てオンライン環境が日常化して、都市から地方に移住する流れが加速している現在。学生の成長に資する実践型インターンシップ、経営者のリトリート、家族での自然体験など、移住・定住・関係人口の創出拡大に資するコンテンツ開発をすすめていく。そのコンテンツとリソースを活用して、特定の強いニーズに訴求する希少価値がある高品質高単価となる体験プログラムにも転用して、インバウンドのAT（アドベンチャートラベル）軸への訴求していくことも大切と考えている。そのためには、地域の深みを伝えるヒトやコトの開発と同時に「自然と共に在る生活」の本質を的確かつ俯瞰的に伝えることができるガイド人材の育成が必須であると考え、長期的に観光人材育成も続けていくことが重要であると考えている。

(2) 地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	強み (Strengths) ・ 自然と共に在る生活スタイル ・ 三陸復興国立公園 ・ みちのく潮風トレイルの存在 ・ 最高品質のウニと生産システム(増殖溝) ・ 大野の海成段丘(展望台) ・ 農林水産業など魅力的な生産者の存在 ・ 農業と水産業の兼業の仕事スタイル、 ・ 合宿型の宿泊施設が多く存在している ・ 災害が少ない(東日本大震災犠牲者無) ・ 日本最大級ブルーカーボンクレジット	弱み (Weaknesses) ・ 交通アクセスが悪い。 ・ 車がないと移動できない二次交通の弱さ ・ 宿泊施設タイプの選択肢がすくない ・ 過疎と高齢化による産業従事者の減少 ・ 町内の旅行業務を取扱う会社がない ・ 観光人材・ガイド人材が不足している ・ 観光マネジメント人材が不足している ・ 地域連携していく地域商社機能がない ・ 発信力が弱い(PRが不得意) ・ 若者の就労や活躍機会が少ない ・ 観光客対応できる事業者が少ない ・ 現役世代の活動リソース不足(高齢化)
外部環境	機会 (Opportunity) ・ リモートワークによる地域滞機会の拡大 ・ 教育探究プログラム運営ニーズの拡大 ・ 家族での自然体験ニーズの拡大 ・ アドベンチャーツーリズム市場の勃興 ・ 国の成長戦略の観光産業への支援政策	脅威 (Threat) ・ 自然体験を提供していく競合地域の存在 ・ ツアー販売会社に依存している ・ 直接の顧客開拓にむけたアプローチ方法 ・ 教育研究プログラム提供機関の乱立 ・ 海水温の上昇など自然環境の変化

(3) ターゲット

●第1ターゲット層：【教育研修プログラムの受入】

- ・ 「大学生の実践型インターンシップ、ゼミ合宿などの教育研修プログラム」
- ・ 運営している教育機関や関連機関との連携による誘致とプログラムの実施
- ・ そのコンテンツを波及させた、経営者リトリートや研修プログラム

●選定の理由：

- ・ 「自然と共に在る」洋野の生活や仕事スタイルは、学びなどを得るコンテンツとして適している。
- ・ 地域の事業者や1次生産者と共創した、非日常の中の深い学びの体験は大好評を博してきた。
- ・ 10名程度の経営者リトリートプログラムの実証からも好評を博したきた実績がある。
- ・ 復興庁事業での洋野町内で1か月間の長期滞在型の実践型インターンの実績(約60名、6名移住)
- ・ 町内には若年層の長期滞在や合宿に適した施設があり、その有効活用としても適切なターゲット。
- ・ 移住定住関係人口の論点から考えても効果が高い観光軸でのターゲット層であると考え
- ・ 町内には、インターン卒業生や地域おこし協力隊員など受入協力可能な人的リソースも豊富である

●取組方針

- ・ 教育機関、関係性がある大学生、高校生、各種プラットフォームとの連携の強化
- ・ 行政や財団など関係人口組成の実証モデルや委託事業へのプロポーザル提出
- ・ 地元の教育機関、事業者、自治体とも連携した実践型インターンシッププログラムの組成
- ・ 洋野町と関係が深い関係者に対してのリトリートや研修プログラムのSNSや口コミでの紹介

●ターゲット層：【本物の自然体験をもとめる層】 ・ 自然体験をもとめるツアー参加者（販売チャネルとも連携） ・ 高品質な自然体験をもとめる顧客（運営）に現場力の強みで訴求していく ・ ネーチャーポジティブなど自然共生の研究者や実証事業との連携
●選定の理由： ・ 2023 年 12 月から「ポケマルおやこ地方留学」（主催：雨風太陽）のプログラムを町内で実施。 ↳ 自然体験アクティビティ、滞在環境、現場運営力などアンケートで満足度 90%以上を達成。 ・ 2024 年 5 月、経営者同士が集まり対話と内省を深めていくリトリートプログラムを実施。 ↳ 「大自然の非日常で自分を振り返り仲間とも深く繋がれた」など…高評価のコメントを頂く。 ・ 上記のプログラム運営などを通して、宿泊、アクティビティ運営など連携実績を構築してきた。 ・ 運営ノウハウや知見を蓄積してきており、高品質な現場運営体制によるリピートが続いている。 ・ 生物多様性や自然との共生を軸にしたプログラムなどとの連携強化に向けた動きも進めている。 ●取組方針 ・ 口コミでの滞在経験の広がり、及び、販売チャネルとの信頼を積み重ねていく。 ・ 滞在者との関係性を継続して、リピートしていくコミュニティを構築を図る ・ ToB 連携を起点にした、TO C 顧客の獲得にむけて、口コミなどを通じたブランド価値向上
●ターゲット層：【インバウンド×アドベンチャートラベル軸】 ・ アドベンチャートラベルなど本物を追求するインバウンド顧客（販売チャネルと連携） ・ 国内外の旅行会社、共創プラットフォームと深く連携して適切なチャネルを構築する
●選定の理由 ・ インバウンド×AT 軸の市場が拡大する中、投資領域として捉えているターゲット層である ・ 国内の教育研修や自然体験プログラムの運営と同時に、コンテンツとターゲットを見出していく ・ 地域そのままを、少人数高単価高品質の事業に変える投資価値が高い領域であると考えている ●取組方針 ・ 既に連携している共創プラットフォームとの連携強化（AuthenticJAPAN、旅行産業経営塾など） ・ 地域の事業者などと既に連携している海外の関係者などとの連携可能性の追求 ・ 2025 年の東北での AT サミット等を活用して「みちのく潮風トレイル」を売り出していく ・ インバウンド関連事業社との情報交換機会を増やして可能性を広げていく。

（４）観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	【HIRONO Life Journey -自然と共に在る生活-】 海と高原の町として豊かな自然と共に在る洋野の生活。漁業、水産業、農業、林業、酪農など「自然の恵」を活かした産業構造。魅力的な 1 次生産者。その生活スタイルを体感しながら、学びや気づきとなる”旅路”を提供していく。
②コンセプトの考え方	海と高原のまちとして自然と共に在る生活スタイルを保持し続けている洋野町。その在り方を体感して、学びや成長、癒やしの機会としていくため、ありのままを体感するコンテンツを開発していく。地域のヒトやコトから深みを体感する体験価値の高いコンテンツを提供しながら、同時に、来訪者のニーズを適切にとらえて、臨機応変に、俯瞰視点を伝えることができる AT（アドベンチャーツーリズム）軸のガイド人材の育成にも注力していく。

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

項目	概要
戦略の多様な関係者との共有 ※頻度が分かるよう記入すること。	●理事会：4 半期に 1 回程度、進捗報告を開催 ●事業報告会：年 1 回程度、開催。 ・ DMO を中心に地域の関連事業者が集う対話の場を隔月で開催していく。 ・ 事業者に対して観光関連事業のコンサルティング等も提供していく。 ・ 活動報告書を作成し地域の関係者に説明を行うと共に HP で公表する。
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	・ 来訪者アンケートの実施 ・ 観光人材の育成 ・ 事業者間の情報共有会の実施
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	・ ホームページの拡充。 ・ コンテンツ紹介などのワンストップ窓口 ・ SNS を活用した効果的なプロモーションの実施。 ※洋野町役場の公式 HP 内の観光情報ページとの役割分担について ・ 役場 HP：公益性が高い(行政主体)など公益性が高い情報などを掲載 ・ 観光協会 HP：民間の稼ぐ力を高めるエッジを立てた発信を進めていく

6. K P I (実績・目標)

(1) 必須 K P I

指標項目		2021 (R 3) 年度	2022 (R 4) 年度	2023 (R 5) 年度	2024 (R 6) 年度	2025 (R 7) 年度	2026 (R 8) 年度
●旅行消費額 (百万円)	目標	— (—)	— (—)	— (—)	3,500 (—)	3,850 ()	4,230 ()
	実績	— (—)	— (—)	— (—)	—	—	—
●延べ宿泊者数 (人)	目標	— (—)	— (—)	— (—)	15,000 (—)	16,000 ()	17,000 ()
	実績	12,162 (—)	9,954 (—)	14,001 (—)	集計中	—	—
●来訪者満足度 (%)	目標	— (—)	— (—)	— (—)	— (—)	78% (78%)	80% (80%)
	実績	— (—)	— (—)	— (—)	75.0%	—	—
●リピーター率 (%)	目標	— (—)	— (—)	— (—)	— (—)	59% ()	61% ()
	実績	— (—)	— (—)	— (—)	57.0%	—	—

※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】DMO 登録のための必須 4 項目としての数値設定

【設定にあたっての考え方】

●旅行消費額（現地までの交通費を除く）

- ・観光・宿泊施設に設置した来訪者アンケート調査から算出している。
- ・「地域内消費平均単価」の算出 × 延べ宿泊者実数から予測される推定額

●延べ宿泊者数：洋野町内の宿泊施設から共有してもらう宿泊者数のデータから集計している。

●来訪者満足度：観光・宿泊施設に設置した来訪者アンケート調査から算出している。

●リピーター率：観光・宿泊施設に設置した来訪者アンケート調査から算出している。

(2) その他の目標

指標項目		2021 (R3) 年度	2022 (R4) 年度	2023 (R5) 年度	2024 (R6) 年度	2025 (R7) 年度	2026 (R8) 年度
●メディアへの掲載の回数 (回)	目標	— (—)	— (—)	— (—)	3 回 (—)	5 回 (—)	8 回 (—)
	実績	— (—)	— (—)	— (—)	—	—	—
	目標	— (—)	— (—)	— (—)	3 回 (—)	5 回 (—)	7 回 (—)
	実績	— (—)	— (—)	— (—)	—	—	—
●DMO 法人が関係した事業の 件数 (回)	目標	— (—)	— (—)	— (—)	3 回 (—)	5 回 (—)	7 回 (—)
	実績	— (—)	— (—)	— (—)	—	—	—
	目標	— (—)	— (—)	— (—)	70 人 (—)	100 人 (—)	120 人 (—)
	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】【設定にあたっての考え方】

●メディアへの掲載の回数 (回)

- ・DMO としての活動を伝え地域内で認知度を高めていくため、メディアの掲載を KPI として設定した。

●DMO 法人が関係した事業の件数 (回)

- ・設立から活動ニーズがある事業数を地域内外からの必要とされている指標として捉えて設定した。

●地域住民との対話の場への参加者数 (延人数)

- ・DMO に対しての理解と連携促進のための地域住民との接点を増やすことを目的に設定した。

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。

（1）収入

年（年度）	総収入（円）	内訳（具体的に記入すること）
2021（R3） 年度	—（円）	＜新設する DMO 法人のため実績なし...参考値＞ 任意団体としての活動実績と予算規模：約 200 万円
2022（R4） 年度	—（円）	＜新設する DMO 法人のため...参考値＞ 任意団体としての活動実績と予算規模：約 200 万円
2023（R5） 年度	—（円）	＜新設する DMO 法人のため...参考値＞ 任意団体としての活動実績と予算規模：約 2000 万円
2024（R6） 年度	—（円）	＜新設する DMO 法人のため...参考値＞ 任意団体としての活動と予算規模：約 200 万円（円）
2025（R7） 年度	1,878 万（円）	A_洋野町からの委託費：1,770 万円 ※地域おこし協力隊の委託費も含む B_国や県からの補助金：0 円 C_収益事業：60 万円 D_会費等：48 万円
2026（R8） 年度	2,522 万（円）	A_洋野町からの委託費：1,770 万円 ※地域おこし協力隊の委託費も含む B_国や県からの補助金：500 万円 C_収益事業：180 万円 D_会費等：72 万円

（2）支出

年（年度）	総支出	内訳（具体的に記入すること）
2021（R3） 年度	—（円）	＜新設する DMO 法人のため...参考値＞ 任意団体としての活動実績と予算規模：約 200 万円
2022（R4） 年度	—（円）	＜新設する DMO 法人のため...参考値＞ 任意団体としての活動実績と予算規模：約 200 万円
2023（R5） 年度	—（円）	＜新設する DMO 法人のため...参考値＞ 任意団体としての活動実績と予算規模：約 200 万円
2024（R6） 年度	—（円）	＜新設する DMO 法人のため...参考値＞ 任意団体としての活動実績と予算規模：約 200 万円
2025（R7） 年度	1,860 万（円）	①コンテンツ開発（着地整備）：310 万円 ②マーケティング費（調査、発信）：540 万円 ③観光人財育成（投資）：10 万円 ④一般管理費：1,000 万円
2026（R8） 年度	2,490 万（円）	①コンテンツ開発（着地整備）：620 万円 ②マーケティング費（調査、発信）：650 万円 ③観光人財育成（投資）：200 万円 ④一般管理費：1,020 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

- ・取組 1）洋野町からの業務委託（内閣府デジタル田園都市交付金）
- ・取組 2）地域おこし協力隊制度の連携と活用
- ・取組 3）着地型観光などの企画運営収入
- ・取組 4）洋野町営施設の指定管理や運営委託業務
- ・取組 5）国の委託や補助事業の受託

8. 観光地域づくり法人形成・確立に対する関係都道府県・市町村の意見

岩手県洋野町は、一般社団法人洋野町観光協会を当該市町村における地域 DMO として登録したいので、一般社団法人洋野町観光協会とともに申請します。

9. マネジメント・マーケティング対象区域が他の地域連携 DMO（県単位以外）や地域 DMO と重複する場合の役割分担について（※重複しない場合は記載不要）

【他の地域連携 DMO や地域 DMO との間で、重複区域に関する連携や役割分担等について協議を行った（行っている）か】

■公益財団法人さんりく基金（さんりく DMO）

【区域が重複する背景】

さんりく DMO は三陸沿岸地域の地域連携 DMO として三陸沿岸の全体のプロモーション等を行う。

【重複区域における、それぞれの DMO の役割分担について】

本法人は地域 DMO として洋野町の観光振興を実施しており、体験プログラムの造成・実施やプロモーション行っている一方で、さんりく基金は、三陸沿岸地域全体のプロモーション等を実施しているため、手法やターゲットも異なり、DMO としての役割も異なる。

■岩手県観光協会（岩手県 DMO）

【区域が重複する背景】岩手県観光協会は、岩手県内の地域 DMO の支援等を行っている

【重複区域における、それぞれの DMO の役割分担について】

本法人は地域 DMO として洋野町の観光振興を実施しており、体験プログラムの造成・実施やプロモーション行っている一方で、岩手県観光協会は、地域 DMO の支援等をおこなっているため手法やターゲットも異なり、DMO としての役割も異なる。

【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】

本法人が地域 DMO として洋野町の観光地域マネジメントを実施していく中で、上記両法人からの支援や連携などによって、さらに効果的な活動の遂行を実施していくことが期待できる。

10. 記入担当者連絡先

担当者氏名	外和信哉
担当部署名（役職）	事務局長 兼 CFO
郵便番号	〒028-7914
所在地	岩手県九戸郡洋野町種市 23-27 洋野町役場 種市庁舎 水産商工課内
電話番号（直通）	0194-65-5916
FAX 番号	0194-65-4334
E-mail	shinya.sotowa@value-shift.com

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	岩手県洋野町
担当者氏名	奥山智幸
担当部署名（役職）	水産商工課 課長補佐 兼 商工観光係長
郵便番号	〒028-7914
所在地	岩手県九戸郡洋野町種市 23-27 洋野町役場 種市庁舎 水産商工課内
電話番号（直通）	0194-65-5916
FAX 番号	0194-65-4334
E-mail	okuyama245@town.hirono.iwate.jp

基礎情報

【マネジメント・マーケティング対象とする区域】 岩手県洋野町
 【設立時期】 令和6年12月13日
 【設立経緯】 ③区域の観光協会がDMOに移行
 【代表者】 浅水 巧美
 【マーケティング責任者(CMO)】 下田 智美
 【財務責任者(CFO)】 外和 信哉
 【職員数】 3人(常勤2人(正職員1人・出向等1人)、非常勤1人)
 【主な収入】18百万円 <令和7年度予算>
 (委託事業:17百万円、会費など:百万円)
 【総支出】18百万円<令和7年度予算>
 (事業費:8百万円 管理費:10百万円)
 【連携する主な事業者】
 ・宿泊:マリンサイドスパたねいち、グリーンヒルおおの、
 アグリパークおおさわ、大谷温泉など
 ・運輸:東北都市交通など
 ・飲食:はまなす亭、仕出し にしやま、おおのキャンパスなど
 ・商工:おおのミルク工房、おおのパン工房、一般社団法人fumotoなど

戦略

【主なターゲット】教育研修プログラムの受入
 ・実践型インターン、ゼミ合宿などのプログラム
 ・教育機関、運営団体との連携
 ・経営者リトリートなどの研修プログラム
 【ターゲットの誘客に向けた取組方針】
 ・教育関連プラットフォームとの連携の強化
 ・行政や財団など関係人口組成の実証モデル
 ・口コミでのリトリートや研修プログラムの誘致
 【観光地域づくりのコンセプト】
 「Hirono Life Journey -自然と共に在る生活-」
 一魅力的な1次生産者の生活スタイルの体感。
 学びや気づきとなる”旅路”を提供していく

具体的な取組

【観光資源の磨き上げ(コンテンツ開発)】
 ・生産者や観光事業者と連携したコンテンツ開発を実施する
 ・自然体験コンテンツを開発と拡充を実施する。
 ・教育研修プログラムの拡充を実施する。
 【情報発信・プロモーション(マーケティング)】
 ・教育関係機関などTo Bとの連携を強化する。
 ・共創パートナーと連携したプロモーション展開を実施する
 ・SNS発信や効果的な口コミを活用した関係性強化を実施する
 【その他】
 ・観光マネジメント・現場人材・ガイド等の人材育成をすすめていく。
 ・地域共生社会に貢献すべく地域住民との対話の場を拡充する。
 ・DMO法人の持続的な運営基盤をつくる事業体制を整備していく。

記入日: 令和7年1月10日

KPI(実績・目標)

※ (目標)内は外国人に関するもの。

項目		2021 (R3) 年	2022 (R4) 年	2023 (R5) 年	2024 (R6) 年	2025 (R7) 年	2026 (R8) 年
旅行 消費額 (百万円)	目標	(—)	(—)	(—)	3,500	3,850	4,230
	実績	(—)	(—)	(—)	(—)	(—)	(—)
延べ 宿泊者数 (人)	目標	(—)	(—)	(—)	15,000 (—)	16,000 (—)	17,000 (—)
	実績	12,162人 (—)	9,954人 (—)	14,001人 (—)	集計中	—	—
来訪者 満足度 (%)	目標	(—)	(—)	(—)	(—)	78% (78%)	80% (80%)
	実績	(—)	(—)	(—)	75%	—	—
リピーター率 (%)	目標	(—)	(—)	(—)	(—)	59% (—)	61% (—)
	実績	(—)	(—)	(—)	57%	—	—

