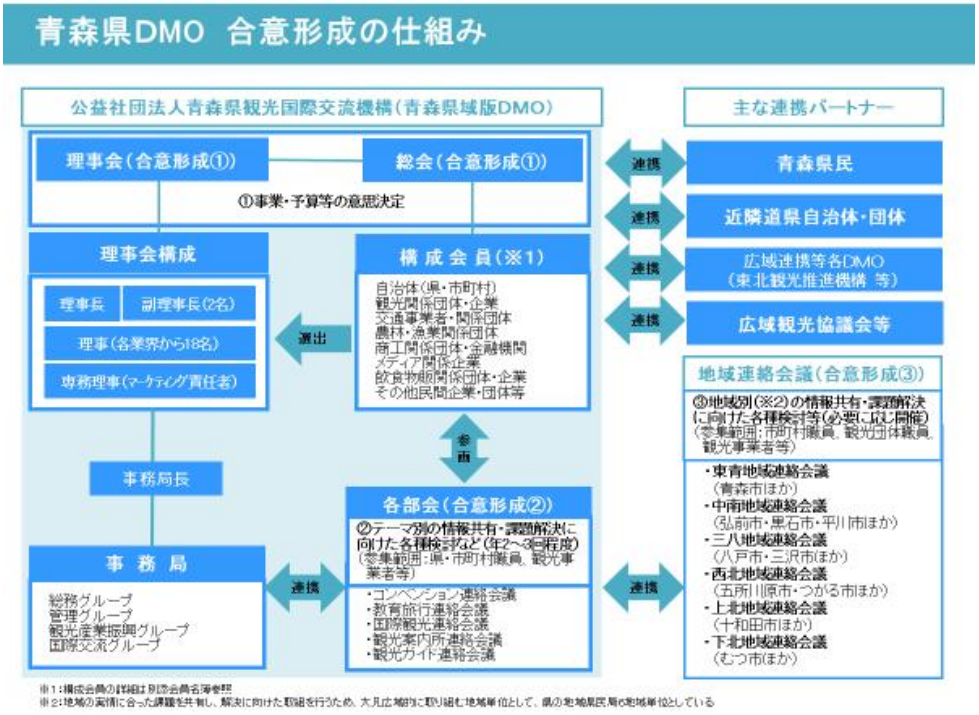
観光地域づくり法人形成･確立計画

記入日：令和８年３月１１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	（公社）青森県観光国際交流機構	
マネジメント・マーケティング対象とする区域	区域を構成する地方公共団体名 青森県（全域）	
所在地	青森県青森市	
設立時期	昭和３５年３月１６日	
事業年度	４月１日から翌年３月３１日までの１年間	
職員数	３７人【常勤１９人（正職員１６人・出向等３人）、非常勤１８人】	
代表者（トップ人材：法人の取組について対外的に最終的に責任を負う者） ※必ず記入すること	（氏名） 三上　千春 （出身組織名） （公社）弘前観光コンベンション協会	（県内における各観光団体や当機構会員間の意見調整役を担うとともに、県全体の観光振興に係る取組への関係企業・団体に対する理解促進を図っている。
データ分析に基づいたマーケティングに関する責任者（ＣＭＯ：チーフ・マーケティング・オフィサー ※必ず記入すること	（氏名） 松尾　英輔「専従」 （出身組織名） （(公社）青森県観光国際交流機構	令和６年度まで青森県庁において観光関連業務に１４年間従事し、観光地域マーケティングについて高い知見と能力を持つ。
財務責任者（ＣＦＯ：チーフ・フィナンシャル・オフィサー） ※必ず記入すること	（氏名） 太田　貴「専従」 （出身組織名） （(公社）青森県観光国際交流機構	（公社）青森県観光国際交流機構にて３５年間勤務しており、各事業の収益拡大や効率的な業務運営による経営基盤の強化に取り組んでいる。
各部門（例：プロモーション）の責任者（専門人材） ※各部門責任者のうち専従の者については、氏名の右	（氏名） 岩谷　大「専従」 （出身組織名） 青森県庁	青森県観光交流推進部において、メディアやSNSを活用した情報発信や海外商談会等への出展を通じ、各種プロモーション経験を有している。

様式１

横に「専従」と記入すること		
各部門（例：旅行商品の造成･販売）の責任者（専門人材）	（氏名） 松倉　理華「専従」 （出身組織名） （公社）青森県観光国際交流機構	国内旅行業務取扱管理者資格を有し、交通機関・関係旅行会社との高い関係性を有している。
連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	青森県観光政策課（マーケティング） 青森県誘客交流課（プロモーション）	
連携する事業者名及び役割	・【機構会員】各観光関係団体（観光開発、おもてなし機運醸成） ・【機構会員】宿泊施設（サービス向上、マーケティングリサーチ） ・【機構会員】交通事業者（アクセス改善） ・【機構会員】その他企業・団体等（商品開発、地域ＰＲ） ・着地商品事業者等（着地型旅行商品）	
官民･産業間･地域間との持続可能な連携を図るための合意形成の仕組み	【該当する登録要件】①、② （概要） ①（公社）青森県観光国際交流機構では、幅広い分野の関係団体が参画している。 ②　テーマ別に連絡会議を設け、情報共有・課題解決に向けた取り組みを行っている。  〔参考〕登録要件 ①取締役、理事など観光地域づくり法人の意思決定に関与できる立場で行政、文化、スポーツ、農林漁業、交通等の幅広い分野の関係団体の代表者が参画 ②観光地域づくり法人が主導して行政や関係団体をメンバーとするワーキンググループなどの委員会等を設置	

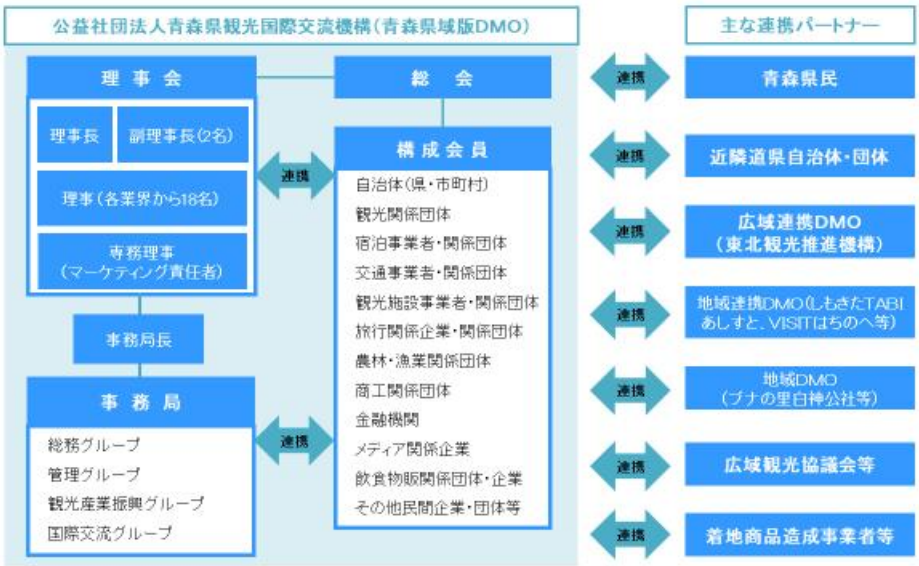
様式１

<table>
<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>・北東北三県大型観光キャンペーンを一つの参画促進の契機と捉え、下記の取組を実施した。
・北東北三県大型観光キャンペーン向けて、観光客の受入意識醸成のためのポスターやのぼりを制作し、県内の主要駅、観光施設等に掲示した。
・オープニングセレモニーにおいて、「青森西高校おもてなし隊」とともに観光客のお出迎えを行うなど、地域と一体となって観光客の受入体制の醸成に取り組んだ。</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>・令和２年度　東北ＤＣ青函推進委員会事務局
令和３年４月～9 月実施の東北ＤＣに向けた情報発信やプロモーション全般
・令和４年度　北東北三県大型観光キャンペーン
令和４年７月～9 月実施の北東北三県大型観光キャンペーンに向けた情報発信やプロモーション全般
・青森県や鉄道事業者等とタイアップした首都圏等での観光プロモーション
・青森県観光ガイドブック「あおもり紀行」の発行</td></tr>
<tr><td>受入環境の整備</td><td>・平成 30 年度～　グローバルラウンジの運営
多言語による観光案内
・令和２年度～インバウンド観光客向けおもてなし力向上
・令和３年度青森県観光情報サイト「アプティネット」を「Amazing AOMORI」としてリニューアル
・運営施設でのキャッシュレス決済や外貨両替機の導入</td></tr>
<tr><td>観光資源の磨き上げ</td><td>・平成 30 年度～　宿泊施設の魅力向上事業
宿泊施設のコンサルティングによる魅力向上を図る
・令和元年度～　外部人材を活用したインバウンド向けのコンテンツブラッシュアップ
・旅行商品の企画造成及び販売
地域の事業者や市町村等と連携したコンテンツブラッシュアップ、ねぶた祭りやストーブ列車など青森ならではのコンテンツを活用した着地型旅行商品の造成販売
・イベントの開催
地域の事業者と連携したクリスマスマーケットなどのイベントや事業者の支援・交流の場としてマルシェを開催</td></tr>
</table>
【定量的な評価】
（１）地域の事業者等と連携した旅行商品企画の造成・販売
令和６年度　３１件

（２）宿泊施設の魅力向上
・宿泊施設へのコンサルティング
令和６年度　２０回

（３）イベントの開催
・主催イベント　令和６年度　　８回
・週末マルシェ　令和６年度　１０回</td></tr>
</table>

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】** （公社）青森県観光国際交流機構が中心となり、会員を中心とした行政、宿泊業者、飲食業者、交通事業者など幅広い業界と密接に連携した運営を実施。 **【実施体制図】** 

２．観光地域づくり法人がマネジメント・マーケティングする区域

【区域の範囲が分かる図表を挿入】

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

【区域設定の考え方】

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

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

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

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

様式１

【観光客の実態等】（令和５年度）
①旅行消費額　総額 1,910 億円
②延べ宿泊者数　439 万人泊
③来訪者満足度　98.0%
④リピーター率　64.2%

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

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

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

【外国人観光客への対応】
・多言語による観光案内を当機構で実施している。
・多言語により本県を紹介するサイトが各地域において整備されている。
・各地域では翻訳アプリ等のコミュニケーションツールのほか、標識の多言語化も進められている。

３．各種データ等の継続的な収集・分析

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

４．戦略

（１）地域における観光を取り巻く背景

※地域経済、社会等の状況を踏まえた観光地域づくりの背景

青森県では人口減少が進み、県内の消費額が逓減していく中で、交流人口の増加が図られ、経済効果の裾野が広い観光関連産業による外貨獲得への期待が高い。
一方、青森県への旅行者は中高年層の団体旅行が多かったが、近年個人旅行化が進んでいるほか、新型コロナ感染症の影響による旅行ニーズの変化等に対応したコンテンツ・商品づくりや、魅力的で集客力のあるイベント等の開催が求められている。

（２）地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	**強み（Strengths）** **・４つの海に恵まれた豊富な食資源** **・青森県内の津軽・南部・下北各地域それぞれの特徴ある歴史・文化** **・バラエティに富んだ風景を魅せる四季**	**弱み（Weaknesses）** **・青森県内観光資源の整理（同資源の発掘・掘り起こしによる観光開発の取組が十分とは言えないため）** **・青森県内をめぐる魅力づくり**
外部環境	**機会（Opportunity）** **・北海道新幹線開業による交通体系整備** **・外国人観光客の増加**	**脅威（Threat）** **・少子高齢化による国内需要減** **・地域間競争の激化**

※上記に加え、ＰＥＳＴ分析等の他のマーケティング分析手法を用いて分析を行っている場合は、その内容を記入（様式自由）。

（３）ターゲット

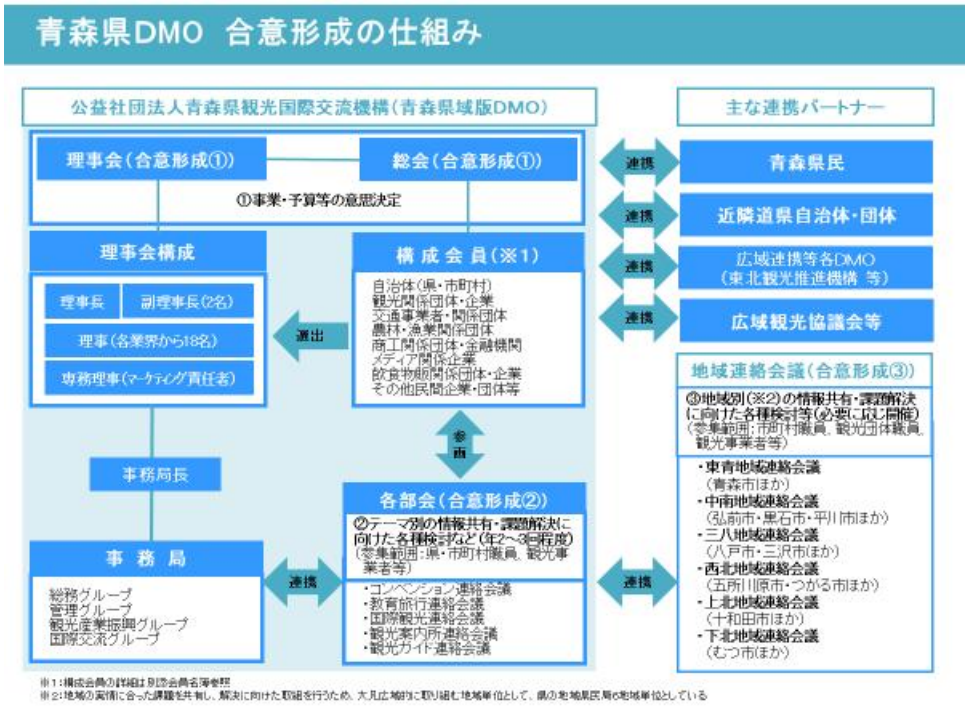
○第１ターゲット層 首都圏・東北・北海道地域からの観光客
○選定の理由 本県における国内観光客のうち 75.8%（関東 44.7%、東北・北海道 31.1%：令和５年青森県観光入込客統計）を占めており、来県観光客全体の大きなウェイトを占めているため。 ○取組方針 魅力ある県内観光資源の魅力づくりを行うとともに、WEB サイトや SNS、パンフレット等を活用した情報発信を行い、誘客促進を図る。
○第２ターゲット層 台湾・中国・韓国・香港からの観光客
○選定の理由 コロナ禍前の本県における当該ターゲット層の本県来訪（宿泊者数）が外国人旅行者全体のうち 74.0%（台湾 36.3%、中国 19.2%、韓国 8.3%、香港 10.2%：令和元年宿泊旅行統計調査）を占めており、、令和６年１月のソウル便運航再開に加えて、令和６年１０月からは台北便の運航が再開されたことより、今後観光消費の機会が増えることが見込まれるため。 ○取組方針 魅力ある県内観光資源の魅力づくりを行うとともに、WEB サイトや SNS による情報発信のほか青森県と連携した誘客促進活動を行う。

（４）観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	「青森県観光戦略（2024～2028」」 本県が世界とつながり、世界から選ばれ、観光産業が基幹産業として地域経済を力強くけん引している状態 「訪れる人」「働く人」「地域の人」が幸せを感じる地域
②コンセプトの考え方	○世界とつながり、世界から選ばれる青森 本県には、青森りんごをはじめ多種多様で高品質な農林水産品、本州の北の結節点に位置する人・モノの交流拠点としての地理的優位性、白神山地・縄文遺跡の２つの世界遺産、十和田八甲田地域等の世界に誇れる自然・環境、青森ねぶた祭をはじめとした日本を代表する夏祭り等の伝統・文化、そして受け継がれてきた暮らしぶりや風土など、多くの強みがあります。 観光で本県の強みを生かし、地域ならではの価値を創出し、国内外に誇れる魅力を備えた 「世界の中の青森」となることを目指します。 ○基幹産業として地域経済のけん引 これまで培ってきたノウハウや磨き上げてきた観光コンテンツを生かし、国内外からの更なる誘客を推進していく必要があり、本県観光産業を、国内外から投資する価値があるものと評価される産業として成長させていくことにより、幅広い分野において、観光産業が「経済を回す」原動力となることを目指します。

様式１

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。	ＤＭＯを中心として、地域の関連事業者を集めたコミュニケーションの場となる総会・テーマ別連絡会議・地域連絡会議（下図参照）を通じて、情報共有・課題の把握・整理を行う。  青森県観光国際交流機構総会　　年１回 構成会員に対する取組状況の状況共有・意見の聴取　　年１回 テーマ別連絡会議（外部組織含む）　年１回～2 回 地域連絡会議（6 エリア）　必要に応じて開催
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	地域に根ざした魅力ある資源について「利用しやすい」仕掛けづくりを地域と協働して構築するほか、観光産業の要である「宿泊施設」の魅力向上を図るなど観光関係事業者の資質向上を通じ、周遊観光を促進する。 （１）周遊観光の促進 ①地域に根ざした魅力ある「観光資源の利便性向上」 平成 30 年 4 月に旅行業第 2 種を取得し、同年 7 月から着地型商品造成・販売を開始。 ②観光産業の要である「宿泊施設の魅力向上」 ・宿泊施設毎の課題整理と改善提案及び実践。 ③県内・近隣道県周遊の定着に向けた「観光コースの提案」 青函をはじめとした周遊観光の定着化に向けた旅行会社・消費者へのコースを提案。

	（２）国内外の観光客に満足いただく「受入体制の確立」 ①本県観光拠点施設「青森県観光物産館アスパム」において多言語観光案内を実施する「あおもりグローバルラウンジ」の運営。 ②スマートフォン決済（例：PayPay、Alipay 等）や外貨両替機の導入など受入環境整備の促進。 ③青森県観光物産館内における観光振興イベントの魅力向上・充実化。 （３）マーケティングの推進 ①マーケティング担当者が、事業進捗等をふまえＫＰＩ達成状況を分析・検証のうえ、今後の方向性を整理。 ②検証結果等はＤＭＯ構成員へ情報共有するとともに意見を聴取。 ③検証結果等に対する意見を参考に改善策を検討し、次年度の事業内容・予算に反映。
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	既存のパンフレット・ポスター製作・配布やイベントプロモーションを効率化して実施する。 当機構が所在する青森県観光物産館において、ワンストップ対応による多言語観光案内を行う。また、ＳＮＳを中心とした多言語による効果的なプロモーションを行う。 （１）国内向けプロモーション活動 ・国内向けパンフレット製作・配布、首都圏等観光イベントＰＲ、青森県観光情報サイト「Amazing AOMORI」、ＳＮＳ（Instagram、FB 等）による情報発信 （２）海外向けプロモーション活動 ・青森県観光情報サイト「Amazing AOMORI」、ＳＮＳ（Instagram、FB 等）による情報発信、多言語での観光案内

※各取組について、出来る限り具体的に記入すること。

６．ＫＰＩ（実績・目標）

※戦略や個別の取組を定期的に確認・改善するため、少なくとも今後３年間における明確な数値目標を記入すること。
※既に指標となりうる数値目標を設定している場合には、最大で過去３年間の実績も記入すること。

（１）必須ＫＰＩ

指標項目		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（百万円）	目標	1,977	2,000	1,928	1,946	1,964	1,982
		(167.0)	(190.3)	(168.0)	(176.0)	(184.0)	(192.0)
	実績	1,495	1,910	1,985			
		(0)	(160.3)	(282.8)			
●延べ宿泊者数（千人）	目標	537	550	462	484	506	528
		(46.0)	(50.0)	(30.0)	(35.0)	(40.0)	(45.0)
	実績	408	439	451			
		(3.3)	(26.5)	(41.3)			

様式１

●来訪者満足度（%）	目標	100	100	100	100	100	100
		(100)	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)
	実績	98.5	98.0	98.1			
		(95.8)	(95.9)	(96.6)			
●リピーター率（%）	目標	78.8	79.6	80.4	81.2	82.0	82.8
		(51.6)	(52.4)	(53.2)	(54.0)	(54.8)	(55.6)
	実績	61.1	64.2	67.9			
		(20.0)	(17.6)	(10.1)			

※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】

青森県では、２０２４年から５カ年（～２０２８年）における中期的な戦略（以下「県観光戦略」）を２０２４年３月に策定し、定められた目標に向けて、関係団体・企業等が一丸となって関連施策に取り組むこととしている。

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

【設定にあたっての考え方】

●旅行消費額

青森県観光戦略の目標値（２０２８年：２，０００億円）に向け逓増する形で目標を設定。

青森県観光入込客統計の数値。

●延べ宿泊者数

青森県観光戦略の目標値（２０２８年：５５０万人泊（インバウンド：５０万人泊）に向け逓増する形で目標を設定。

宿泊旅行統計調査（観光庁）による数値。

●来訪者満足度

国内外問わず 100%で設定。

青森県観光入込客統計・当機構アンケートによる実績値。

●リピーター率

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

青森県観光入込客統計・当機構アンケートによる実績値。

（２）その他の目標

指標項目		2022（Ｒ４）年度	2023（Ｒ５）年度	2024（Ｒ６）年度	2025（Ｒ７）年度	2026（Ｒ８）年度	2027（Ｒ９）年度
●ウェブサイトアクセス数（1万ＰＶ）	目標	390	393	396	399	402	405
		(　)	(　)	(　)	(　)	(　)	(　)
	実績	329	494	560			
		(　)	(　)	(　)			
●住民満足度（%）	目標		90.0	91.0	92.0	93.0	94.0
		(　)	(　)	(　)	(　)	(　)	(　)
	実績	89.5	92.8	83.5			
		(　)	(　)	(　)			

様式１

●旅行商品販売数（商品数）	目標	25	25	25	25	25	25
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	31	31	31			
		（ ）	（ ）	（ ）			

※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値
※各指標項目の単位を記入すること。

指標項目及び目標数値の設定にあたっての検討の経緯及び考え方

【検討の経緯】
当機構が策定した中期経営計画と連動し、目標を設定。
【設定にあたっての考え方】
●ウェブサイトアクセス件数
青森県観光情報サイトのアクセス件数として、2018 年の実績値をベースに、毎年１%程度閲覧数増加を目標として設定。
●住民満足度
2021 年に県パラメータ調査を開始したことから、2022 年の実績値をベースに、毎年１%程度増加を目標として設定。
●旅行商品販売件数
当機構が造成し販売する商品として設定（年度での設定）。
2019 年度（以降）の目標については、商品ターゲットの見直し等から、単純増加とはしていない。

７．活動に係る運営費の額及び調達方法の見通し

※少なくとも今後３年間について、計画年度毎に（１）収入、（２）支出を記入すること。
※現に活動している法人にあっては、過去３年間の実績も記入すること。

（１）収入

年（年度）	総収入（円）	内訳（具体的に記入すること）
2022（Ｒ４）年度	548,900,000（円）	【会費収入】 47,900 千円 【地方公共団体等からの委託料収入 95,670 千円 【公益事業収入】 132,530 千円 【都道府県からの補助金】 25,280 千円 【市町村からの補助金】 4,050 千円 【収益事業収入】 194,350 千円 【その他】 49,120 千円
2023（Ｒ５）年度	604,320,000（円）	【会費収入】 50,180 千円 【地方公共団体等からの委託料収入 96,530 千円 【公益事業収入】 163,330 千円 【都道府県からの補助金】 15,920 千円 【市町村からの補助金】 4,050 千円 【収益事業収入】 232,240 千円 【その他】 42,070 千円

様式１

2024（Ｒ６） 年度	639,080,000（円）	【会費収入】 50,360 千円 【地方公共団体等からの委託料収入 108,810 千円 【公益事業収入】 174,870 千円 【都道府県からの補助金】 17,040 千円 【市町村からの補助金】 4,050 千円 【収益事業収入】 235,050 千円 【その他】 48,900 千円
2025（Ｒ７） 年度	659,420,000（円）	【会費収入】 50,230 千円 【地方公共団体等からの委託料収入 119,830 千円 【公益事業収入】 176,270 千円 【都道府県からの補助金】 15,800 千円 【市町村からの補助金】 4,050 千円 【収益事業収入】 236,130 千円 【その他】 57,110 千円
2026（Ｒ８） 年度	654,935,000（円）	【会費収入】 50,420 千円 【地方公共団体等からの委託料収入 75,000 千円 【公益事業収入】 189,180 千円 【都道府県からの補助金】 22,000 千円 【市町村からの補助金】 4,050 千円 【収益事業収入】 254,285 千円 【その他】 60,000 千円
2027（Ｒ９） 年度	661,730,000（円）	【会費収入】 50,480 千円 【地方公共団体等からの委託料収入 75,000 千円 【公益事業収入】 192,054 千円 【都道府県からの補助金】 22,000 千円 【市町村からの補助金】 4,050 千円 【収益事業収入】 258,147 千円 【その他】 60,000 千円

（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	559,940,000（円）	【観光開発推進事業】 39,080 千円 【観光情報発信事業】 99,650 千円 【インバウンド対策事業】 47,510 千円 【その他観光振興事業】 4,850 千円 【青森県観光物産館公益事業】 174,780 千円 【青森県観光物産館収益事業】 103,600 千円 【その他収益（旅行業）事業】 7,100 千円 【人件費・一般管理費】 83,370 千円
2023（Ｒ５） 年度	575,940,000（円）	【観光開発推進事業】 31,390 千円 【観光情報発信事業】 94,080 千円 【インバウンド対策事業】 52,520 千円 【その他観光振興事業】 5,880 千円 【青森県観光物産館公益事業】 161,750 千円 【青森県観光物産館収益事業】 118,820 千円 【その他収益（旅行業）事業】 8,700 千円 【人件費・一般管理費】 102,800 千円

様式１

2024（Ｒ６） 年度	614,970,000（円）	【観光開発推進事業】 【観光情報発信事業】 【インバウンド対策事業】 【その他観光振興事業】 【青森県観光物産館公益事業】 【青森県観光物産館収益事業】 【その他収益（旅行業）事業】 【人件費・一般管理費】	31,640 千円 93,880 千円 76,280 千円 5,560 千円 148,630 千円 138,620 千円 9,500 千円 110,860 千円
2025（Ｒ７） 年度	660,070,000（円）	【観光開発推進事業】 【観光情報発信事業】 【インバウンド対策事業】 【その他観光振興事業】 【青森県観光物産館公益事業】 【青森県観光物産館収益事業】 【その他収益（旅行業）事業】 【人件費・一般管理費】	47,120 千円 132,520 千円 30,590 千円 3,630 千円 192,430 千円 140,870 千円 9,050 千円 103,860 千円
2026（Ｒ８） 年度	673,439,000（円）	【観光開発推進事業】 【観光情報発信事業】 【インバウンド対策事業】 【その他観光振興事業】 【青森県観光物産館公益事業】 【青森県観光物産館収益事業】 【その他収益（旅行業）事業】 【人件費・一般管理費】	40,000 千円 90,000 千円 80,000 千円 4,000 千円 175,000 千円 120,000 千円 10,000 千円 154,439 千円
2027（Ｒ９） 年度	678,430,000（円）	【観光開発推進事業】 【観光情報発信事業】 【インバウンド対策事業】 【その他観光振興事業】 【青森県観光物産館公益事業】 【青森県観光物産館収益事業】 【その他収益（旅行業）事業】 【人件費・一般管理費】	40,000 千円 90,000 千円 80,000 千円 4,000 千円 175,000 千円 120,000 千円 10,000 千円 159,430 千円

（３）自律的･継続的な活動に向けた運営資金確保の取組･方針

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

①【収入確保】　安定的な会費の納入と新規会員の勧誘
②【収入確保】　収益事業（旅行商品販売、青森県観光物産館管理運営（会議室・駐車場等）の効率的な運営
③【支出抑制】　各種事業の効率的な実施

８．観光地域づくり法人形成・確立に対する関係都道府県・市町村の意見

青森県は、公益社団法人青森県観光国際交流機構を青森県における地域連携ＤＭＯとして登録したいので公益社団法人青森県観光国際交流機構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】

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

【区域が重複する背景】

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

【重複区域における、それぞれの DMO の役割分担について】

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

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

【前述の役割分担等によって、効率的、効果的な活動の遂行が期待できるか】

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

１０．記入担当者連絡先

担当者氏名	岩谷　大
担当部署名（役職）	（公社）青森県観光国際交流機構　観光交流グループマネージャー
郵便番号	030-0803
所在地	青森県青森市安方 1-1-40
電話番号（直通）	017-722-5080
ＦＡＸ番号	017-735-2067
Ｅ－ｍａｉｌ	dai_iwaya@aomori-kanko.or.jp

様式１

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	青森県
担当者氏名	今　真弓
担当部署名（役職）	観光交流推進部　観光政策課　主査
郵便番号	030-8570
所在地	青森県青森市長島 1-1-1
電話番号（直通）	017-734-9400
ＦＡＸ番号	017-734-8121
Ｅ－ｍａｉｌ	mayumi_kon@pref.aomori.lg.jp

（登録）【地域連携DMO】 公益社団法人 青森県観光国際交流機構

様式２

記入日： 令和8年3月11日

基礎情報

【マネジメント・マーケティング対象とする区域】
青森県全域
【設立時期】 昭和35年3月16日
【設立経緯】
その他
【代表者】 三上　千春
【マーケティング責任者（CMO）】 松尾　英輔
【財務責任者（CFO）】 太田　貴
【職員数】 37人（常勤19人（正職員16人・出向等3人）、非常勤18人）
【主な収入】
地方公共団体からの委託料108,810千円、公益事業収入174,870千円、収益事業収入235,050千円（令和6年度決算）
【総支出】
614,970千円 （令和6年度決算）
【連携する主な事業者】
観光関係団体、宿泊施設、交通事業者、着地型旅行商品事業者等

KPI（実績・目標）

※（ ）内は外国人に関するもの。

項目		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（百万円）	目標	1,977 (167.0)	2,000 (190.3)	1,928 (168.0)	1,946 (176.0)	1,964 (184.0)	1,982 (192.0)
	実績	1,495 (0)	1,910 (160.3)	1,985 (282.8)	—	—	—
延べ宿泊者数（千人）	目標	537 (46.0)	550 (50.0)	462 (30.0)	484 (35.0)	506 (40.0)	528 (45.0)
	実績	408 (3.3)	439 (26.5)	451 (41.3)	—	—	—
来訪者満足度（%）	目標	100 (100)	100 (100)	100 (100)	100 (100)	100 (100)	100 (100)
	実績	98.5 (95.8)	98.0 (95.9)	98.1 (96.6)	—	—	—
リピーター率（%）	目標	78.8 (51.6)	79.6 (52.4)	80.4 (53.2)	81.2 (54.0)	82.0 (54.8)	82.8 (56.6)
	実績	61.1 (20.0)	64.2 (17.6)	67.9 (10.1)	—	—	—

戦略

【主なターゲット】
①首都圏、東北、北海道地域
②中国、台湾、韓国、香港
【ターゲットの誘客に向けた取組方針】
①魅力ある観光資源づくり
地域の事業者等と連携したコンテンツのブラッシュアップ及び着地型旅行商品の造成販売
②青森県と連携した情報発信
現地プロモーションや青森県観光情報サイト、SNS等を活用した多言語での情報発信
【観光地域づくりのコンセプト】
訪れる人・働く人・地域の人が幸せを感じる地域

具体的な取組

【観光資源の磨き上げ】
①宿泊施設の魅力向上
②コンテンツブラッシュアップ
着地型旅行商品の造成販売
③地域の事業者と連携したイベントの開催
【受入環境整備】
①多言語による観光案内・情報発信
②青森県観光情報サイトの運営管理
③県内観光ガイド・観光案内所のおもてなし力向上
④清掃活動等による環境美化活動
【情報発信・プロモーション】
①JR等と連携した観光プロモーション
②国内外の旅行会社へのセールス
③青森県観光ガイドブックの発行
SNSを活用した情報発信
【その他】
①教育旅行・MICEの誘致
②国際交流事業の推進
③事業者の育成・支援