観光地域づくり法人形成･確立計画

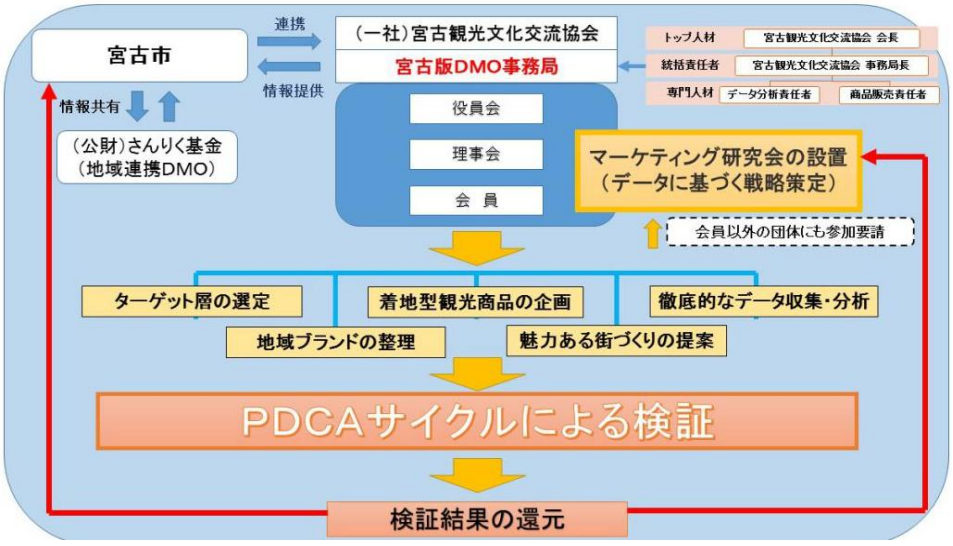
記入日：令和 7 年 6 月 18 日

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	（一社）宮古観光文化交流協会	
マネジメント・マーケティング対象とする区域	宮古市	
所在地	岩手県宮古市	
設立時期	昭和 29 年 10 月 15 日（社団法人化）は平成 26 年 4 月 1 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	7 人【常勤 7 人（正職員 5 人・出向等 2 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	澤田　亮 宮古ホテル沢田屋	令和 2 年 7 月より（一社）宮古観光文化交流協会の専務理事職。 令和 4 年 7 月より（一社）宮古観光文化交流協会の会長に就任。 平成 18 年にホテル沢田屋入社。現在専務取締役。岩手県観光誘致協議会幹事。全国旅館ホテル生活衛生同業組合連合会青年部常任理事（東北ブロック長)。
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	工藤　明日香「専従」 宮古観光文化交流協会	令和 7 年 4 月より DMO の実務担当者として入社。
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	赤沼　喜典「専従」 宮古市	令和 5 年 4 月より宮古市役所から（一社）宮古観光文化交流協会に事務局長として出向。
各部門（例：プロモーション）の責任者（専門人材）	工藤　明日香「専従」 宮古観光文化交流協会	令和 7 年 4 月より DMO の実務担当者として入社。

※各部門責任者のうち専従の者については、氏名の右横に「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）	工藤　明日香「専従」 宮古観光文化交流協会	令和７年４月よりDMOの実務担当者として入社。
連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	岩手県宮古市観光課　（マーケティング、観光振興、戦略策定） 港湾課　（クルーズ船誘致） 建設課　（社会資本整備） 企画課　（地域公共交通、国際交流） 水産課　（水産振興） 総合窓口課　（外国人登録） 生活課　（被災者支援） 産業支援センター　（商工振興）	
連携する事業者名及び役割	○広域圏誘客宣伝 三陸復興国立公園協会 宮古市三陸ジオパーク推進協議会 三陸ジオパーク推進協議会 魚彩王国実行委員会 （公財）さんりく基金、三陸ＤＭＯセンター（地域連携ＤＭＯ） ○インバウンド対応 宮古市国際交流協会 いわてマリンフィールド 宮古市日中友好協会 ○イベント開催 宮古商工会議所 宮古青年会議所 ○施設管理 浄土ヶ浜をきれいにする会 三王真崎をきれいにする会 浄土ヶ浜ビジターセンター運営協議会 陸中海岸国立公園集団施設地区運営協議会 ○交通機関 三陸鉄道株式会社 岩手県北自動車株式会社 岩手県タクシー協会宮古支部 ○船舶関係 浄土ヶ浜観光船事業企業組合 ○商品開発 宮古地区産業振興公社 川井産業振興公社 宮古漁業協同組合 田老漁業協同組合 重茂漁業協同組合	
官民･産業間･地域間との持続可能な	（例） 【該当する登録要件】②	

<table>
<tr><td>連携を図るための合意形成の仕組み</td><td>（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協議会を設置
〔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</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>（例）定期的に住民参加型のワークショップを開催するほか、地域住民への啓発を目的としたシンポジウムを開催</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 29 年～継続中　誘客・宣伝事業
台湾イベント（だいすきとうほく）への出展・PR
・令和元年～令和 4 年　誘客・宣伝事業
みやこ宿泊割の企画およびＰＲの実施
・平成 30 年～継続中　誘客・宣伝事業
ご当地グルメ「瓶ドン」の企画、ＰＲの実施</td></tr><tr><td>受入環境の整備</td><td>・平成 19 年～継続中　自主事業
【具体事業内容】
・宮古市民のおもてなし意識の向上を図るため「もてなし観光・文化検定」を実施している
・令和元年　復興庁ハンズオン事業
主に大型外国客船寄港時に活用する目的で、街歩きの際の目印となるよう、電柱に装飾物を掲出し、自身の現在地が分かりやすくなるようにするカラーストリート構想を実施
・令和元年～　インバウンド対応強化事業
主に外国大型客船寄港時の外国人観光客のおもてなしのために、「通訳養成講座」「インバウンドセミナー」「メニュー等の英訳補助」を実施</td></tr><tr><td>観光資源の磨き上げ</td><td>・平成 30 年　宮古市新ご当地グルメ「瓶ドン」をプロデュース
・令和元年　訪日グローバルキャンペーン事業
外国人観光客向け体験コンテンツを 4 商品造成した。
・令和元年　復興庁新しい東北モデル事業（協力・支援）
外国人観光客向け体験コンテンツを 5 商品造成した。
・令和３年　地域の観光の磨き上げを通じた域内連携促進に向けた実証事業を実施
・令和 6 年～継続中　観光庁ブルーツーリズム事業に採択され、地域の観光の磨き上げを実施中</td></tr></table>
【定量的な評価】
〇観光客入込数
平成 21 年度（震災前）170 万人　平成 27 年度 122 万人
平成 28 年度 111 万人　平成 29 年度 112 万人　平成 30 年度 142 万人</td></tr>
</table>

	令和元年度 189 万人　令和 2 年度 112 万人　令和 3 年度 99 万人 令和 4 年度 124 万人　令和 5 年度 120 万人　令和 6 年度 115 万人 〇当協会 HP アクセス数 平成 21 年 7 万件　平成 25 年 15 万件　平成 27 年 21 万件 平成 28 年度 20 万件　平成 29 年度 16 万件　平成 30 年度 7.5 万件 令和元年度 15.8 万件　令和 2 年度 25.3 万件　令和３年度 37.3 万件 令和 4 年度 24.1 万件　令和 5 年度 20.8 万件　令和 6 年度 22.0 万件 〇「もてなし観光・文化検定」受験者数 平成 25 年度 75 人　平成 26 年度 82 人　平成 27 年度 69 人 平成 28 年度 59 人　平成 29 年度 30 人　平成 30 年度 39 人 令和元年度 66 人　令和 2 年度 44 人　令和 3 年度 11 人　令和 4 年度 16 人 令和 5 年度 19 人　令和 6 年度 14 人 〇「学ぶ防災」利用者が平成 28 年 5 月に累計 10 万人を突破。令和元年度 2 万人、令和 2 年度 0.8 万人、令和 3 年度 1 万人、令和 4 年度 1.3 万人、令和 5 年度 1.4 万人、令和 6 年度 1.2 万人 累計約 36 万人が利用
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）宮古観光文化交流協会が母体となり、会員には、行政、宿泊施設、漁業団体、公共交通機関団体など多様な関係者が参画するなど官民が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】

【区域設定の考え方】

宮古市は平成 17 年に田老町・新里村、22 年に川井村と合併し、総面積は岩手県の 8.2%を占めており、内 92%が森林となっている。岩手県の沿岸部、三陸海岸のほぼ中央に位置し、市の東部は太平洋に面している。市の北側は典型的な隆起海岸、南側はリアス海岸で、起伏に富んだ美しく壮大な景観は国立公園となっている。東日本大震災以降、この地域は「三陸復興国立公園」として国の指定を受け、また「三陸ジオパーク」として日本ジオパークの認定を受けている。

【観光客の実態等】

宮古市の観光客入込数は、平成 4 年の 275 万 3 千人をピークに大きく減少している。主な理由として、国内旅行者数の減少の影響を受けるなかで、他の観光地との差別化ができなかったことが考えられる。平成 22 年度の入込数は 108 万 4 千人、平成 23 年度は東日本大震災の影響により 32 万 9 千人（前年比 69.6%減少）まで落ち込んだが、平成 26 年度は 124 万 7 千人、平成 27 年は 121 万 6 千人と、全国放送の番組や三陸鉄道の全線開通などの効果により平成 22 年度を超えるくらいまで回復している。COVID-19 より令和 3 年度は、99 万 4 千人（前年比 11%減少）と落ち込んだが、感染症減少により令和 4 年 5 年度は平成元年程まで回復した。また月別の観光客入込数では、例年 8 月が最も多く、次いで 5 月、9 月～10 月の時期が多い。浄土ヶ浜含む海水浴や景勝地の求心力によるものであると考えられる。

【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】

三陸復興国立公園の中心に位置する宮古市は、海岸美を楽しめる景勝地や、北上山地の最高峰・早池峰山など豊かな自然を有する。また、三陸沖は世界有数の好漁場のため 1 年を通じて豊富な魚種に恵まれ、鮭や毛ガニの時期には観光イベントを開催している。

分野	名称	内容
自然	浄土ヶ浜	国指定名勝で三陸を代表する景勝地。海水浴場も
	鮭ヶ崎灯台	本州最東端の地にある無人灯台
	三王岩	田老地区にある巨岩の景勝地
	早池峰山	標高 1,917mの北上高地の最高峰。高山植物の宝庫
観光・商業施設	浄土ヶ浜レストハウス	レストラン・売店・展望台・シャワー等を備える
	浄土ヶ浜遊覧船	ガイド付き遊覧船（定員約 80 名）で海岸線を巡る
	青の洞窟さっぱ船	浄土ヶ浜内湾の絶景スポットを磯舟で周遊

	岩手県立水産科学館	漁場や漁法の今昔が学べる水産専門の科学館
	宮古市魚菜市場	海産物専門店が軒を連ねる市民の台所
	リバーパークにいさと	屋内運動場やオートキャンプ場、大浴場等を備える
	道の駅	市内 4 箇所
歴史・文化	義経北行伝説	北へ逃げた義経が訪れたと伝わる史跡が市内に点在
	黒森神楽	国指定重要無形民俗文化財の夜神楽
	宮古港海戦	旧幕府軍と新政府軍が戦った日本初の洋式海戦
	学ぶ防災	津波常襲地・田老で震災の教訓を伝える防災ガイド
	たろう観光ホテル	全国で初めて津波遺構として保存決定
イベント・スポーツ	毛ガニまつり	3 月開催。冬季最大のイベント。1 万人以上が来場
	浄土ヶ浜まつり	GW 開催。シーカヤック体験試乗会やトレイル体験会
	秋の味覚まつり	9 月開催。宮古の秋の食材で BBQ
	シーカヤックマラソン	10 月開催。H28 いわて国体デモ競技に採用
	サーモンハーフマラソン	11 月開催。参加者約 3 千人のハーフマラソン大会
	鮭あわび祭り／鮭まつり	田老地区で 11 月開催／宮古地区で 12 月開催
特産品	海産物	春はわかめ・カキ、夏はウニ、秋はさんま・鮭、冬はあわび・毛ガニ・タラなど四季を通じて獲れる。特にタラは本州屈指の水揚げ量を誇る

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

エリア	**施設数**	**収容人数**
宮　古	ホテル 8　旅館 2	ホテル 1,482　旅館 195
	公共の宿 1　民宿 2	公共の宿 202　民宿 95
田　老	ホテル 1	ホテル 300　旅館 52
新　里	旅館 1　公共の宿 1	旅館 9　公共の宿 40
川　井	公共の宿 1	公共の宿 30
合計	**23 軒**	**2,405 人**

【利便性：区域までの交通、域内交通】

■区域までの交通

宮古市へは首都圏から約 600km（浦和 I.C～宮古）の距離にあり、公共交通機関・マイカーとも盛岡を経由するのが一般的である。盛岡から宮古市街へは国道 106 号を通り約 100 ㎞である。仙台からの三陸沿岸道路が全線開通し、所要時間が 3.5 時間に短縮した。

〇盛岡→ 車・バスで約 1.5 時間→宮古
〇仙台→ 新幹線で盛岡まで約 50 分→盛岡→宮古
〇仙台→ 三陸自動車道利用約 210 分→宮古
〇東京→ 新幹線で盛岡まで約２時間 10 分→盛岡→宮古
〇札幌→ 飛行機で花巻空港まで約 55 分
〇名古屋→飛行機で花巻空港まで約１時間 10 分
〇大阪→ 飛行機で花巻空港まで約１時間 20 分
〇福岡→ 飛行機で花巻空港まで約２時間５分
※花巻空港から盛岡駅までバスで約 45 分→盛岡→宮古
※宮古室蘭間のフェリーは令和元年に廃止となった

■域内交通

鉄　道　：ＪＲ山田線で盛岡⇔宮古約２時間。
　　三陸鉄道で宮古⇔釜石約１時間 40 分。三陸鉄道で宮古⇔久慈約１時間 40 分。
自動車　：国道 106 号で盛岡⇔宮古約１時間 10 分、南北へは三陸沿岸道路利用で、宮古⇔久慈約１時間 30 分、宮古⇔釜石約 50 分
市内二次交通は定期路線バス１社（岩手県北バス、タクシー数社が運行。

【外国人観光客への対応】

平成 28 年 7 月に、市民・団体・企業・行政が一体となって活動する「宮古市国際交流協会」を設立。ＪＲ宮古駅前の観光案内所内に窓口を設け、多言語パンフレットや無料 Wi-Fi を設置。外国人観光客の誘客及びインターネットでの情報発信を行っている。
また、平成 28 年 11 月には JNTO（日本政府観光局）が制定する外国人観光案内所認定制度において【カテゴリー2】に認定され、外国人観光客への更なる支援サービスを行っている。加えて、カラーストリートという、中心市街地の周遊を図る為、商店街などの通りに色と番号をつけそれによって観光案内が出来るような受け入れ態勢整備も行っている。

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
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。
延べ宿泊者数	宿泊者数の推移を把握するため。	宮古市による調査を実施。
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。
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。

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。	宮古観光文化交流協会による調査を実施。
当協会主催イベント来場者数	イベント来場者数の増加を目指すため。	各イベント実行委員会からの情報提供。
観光来訪者入込数	観光来訪者の増加を目指すため。	宮古市による調査を実施。
外国人観光客入込数	外国人観光客来訪数の増加を目指すため。	宮古市による調査の実施。
観光施設利用者数	観光施設利用者数の増加を目指すため。	各観光施設からの情報提供。

４．戦略

（１）地域における観光を取り巻く背景

宮古市を訪れる観光客数は、東日本大震災以前よりも増加しており、三陸沿岸道路や宮古盛岡横断道路の整備によって、当地への移動時間の短縮が図られ、観光客の一層の増加が期待されている。
また、森・川・海の恵まれた自然環境を有しており、自然景観の魅力が高い地域といえる。
一方では、従来型の自然の造形美を見て楽しむだけという形からは脱却できておらず、課題である観光消費額を増加させるためには、自然を生かした体験プログラムの開発とプログラム提供事業者の増加が必要となっており、これらの推進において、観光地域づくり法人が中心となって地域の事業者の協力を得ながら果たす役割は大きくなっている。

（２）地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	**強み（Strengths）** **・自地域で積極的に活用できる強みは何か？** ・　三陸海岸観光の玄関口 ・　浄土ヶ浜など三陸海岸有数の観光資源 ・森・川・海の豊かな自然環境 ・三陸復興国立公園の指定、三陸ジオパークの認定 ・　三陸鉄道の全国的知名度の向上 ・「学ぶ防災」ガイド利用者の増加、教育旅行受入の実績 ・豊富な海産物、農産物	**弱み（Weaknesses）** **・自地域で改善を必要とする弱みは何か？** ・都市部からの長い所要時間、アクセスの悪さ ・観光資源の掘り起こしが不十分 ・他の沿岸地域との差別化が不十分 ・インバウンド受入体制が不十分 ・岩手県・三陸海岸の地名度の不足 ・震災後の宿泊施設の不足 ・セグメント別のターゲティングの不足
外部環境	**機会（Opportunity）** **・自地域にとって追い風となる要素は何か？** ・外国大型客船の寄港回数増加 ・宮古盛岡横断道路、三陸沿岸道路、国道 340 号の開通 ・インバウンド需要の拡大 ・みちのく潮風トレイル 5 周年	**脅威（Threat）** **・自地域にとって逆風となる要素は何か？** ・少子高齢化、人口減少 ・震災記憶の風化 ・津波・台風等の自然災害と風評被害 ・水産業の不漁や後継者不足による一次産業の衰退

※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 ※ターゲット層については、地域だけでなく、国・地域・世代・誘客のテーマ等の顧客の属性による設定が考えられる。 盛岡及び県内近隣圏のファミリー層
○選定の理由 ※４．戦略（１）・（２）の分析を踏まえたターゲット層の設定であることを説明すること。 当市への訪問頻度が非常に高く、リピートが最も期待できるため。 ○取組方針 観光客動態調査において、当該層の興味・期待度が高かった「海産物」の提供を通じ、来訪頻度及消費額の底上げを図るべく、市内飲食店の協力のもと、新たなご当地メニューを作成し提供するもの。
○ターゲット層 仙台圏のファミリー層
○選定の理由 三陸沿岸道路の整備によって、移動時間の大幅な短縮が図られており、商圏規模の大きさから今後最も来訪人数が期待できるため。 ○取組方針 イベント開催の情報を中心に、仙台エリアをターゲットとしたプロモーションを仕掛け、バスツアー催行の実証実験を行うなど効果検証を実施。
○ターゲット層 大型外国客船寄港時の訪日観光客
○選定の理由 大型外国客船の寄港回数の増加によって、今後来訪者増加が期待できるため。また、主に英語圏の観光客が多いことから、今後のインバウンド客増加に向けて、地域事業者が経験値を積む良い機会となっているため。 ○取組方針 昨年度に引き続き、当市に多数寄港する予定があることから、受入態勢の整備の促進と効果検証を中心に実施する。

（４）観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	～日イヅル街宮古～ 本州最東端という街の立地条件に住民が誇りを持ち、様々な宮古ブランドを確立し、地域経済の活性化を図るもの
②コンセプトの考え方	「浄土ヶ浜を見る」というキラーコンテンツ頼みになっている現状からの脱却を目指して、「朝」「昼」「夜」それぞれの時間帯において消費意欲を駆り立てる「宮古ブランド」を確立し、地域観光資源の活用を図っていくもの。また、宮古ブランドについては、「朝」「昼」「夜」の時間帯と「森」「川」「海」の資源を掛け合わせ、その瞬間にしか味わう事のできない価値体験の創出によって作り出していく。

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。	※戦略の共有方法について記入すること マーケティング研究会
	年 2 回開催の理事会にて情報共有を図り、また当協会の役員、理事会、会員等から構成される年 2 回程度開催の「マーケティング研究会」にて、戦略策定に係る連絡調整を実施している。
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	観光客動態調査における満足度調査や各種イベントでのアンケートを通じて観光客の反応をモニタリングし、その分析結果を「マーケティング研究会」にて関係者と共有し、サービスの向上を図る仕組みを構築している。 また、宮古市もてなしプラン事業や、市内の若手事業者で構成される「宮古観光創生研究会」等を通じて、市民のもてなし意識の向上と事業者の提供サービス内容の充実を図れる体制づくりを行い、PDCA サイクルを確立する。

※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		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	13,815	14,315	14,315	14,315	14,315	14,315
		（未設定）	（未設定）	（未設定）	（未設定）	（未設定）	（未設定）
	実績	18,560	19,039	32,107			
		（未取得）	（未設定）	（未設定）			
●延べ宿泊者数（千人）	目標	291	293	295	297	288	288
		（未設定）	（未設定）	（未設定）	（未設定）	（未設定）	（未設定）
	実績	204	227	219			
		（未取得）	（未実施）	（未設定）			
●来訪者満足度（%）	目標	75.0	75.0	75.0	75.0	75.0	75.0
		（未設定）	（未設定）	（未設定）	（未設定）	（未設定）	（未設定）
	実績	76.2	64.2	80.6			
		（未取得）	（未設定）	（未設定）			
●リピーター率（%）	目標	60.0	65.0	65.0	65.0	65.0	65.0
		（未設定）	（未設定）	（未設定）	（未設定）	（未設定）	（未設定）
	実績	64.1	48.1	85.9			
		（未取得）	（未設定）	（未設定）			

※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】
平成 29 年度に、独自の観光客動態調査にて地域の現状把握・再認識を行い、そこから導き出された結果を基にマーケティング研究会において関係者と協議を行い、本 KPI 目標の数値設定に至っている。また、マーケティング研究会において、年間の結果について共有を行っている。

【設定にあたっての考え方】
●旅行消費額
平成 29 年度のアンケート調査の調査項目に統一性がなく、また測定対象もあいまいだったことから平成 30 年度に宿泊費、飲食費、買い物代、体験費の総額に基準値を設定した。「2017 年度観光・消費動向調査」のデータを活用して目標値を設定した。（東北が目的地の上記 4 項目の消費額平均を算出し、基準とした）

●延べ宿泊者数
基本的には、宮古市が設定する宿泊客数目標を共通目標としている。
令和 2 年度目標より、宿泊施設の減少などを考慮し、目標値の見直しを図っている。

●来訪者満足度
平成 29 年度よりアンケート調査を実施しており、7 段階評価のうち、上位 2 項目の選択率を指標に設定。平成 30 年度の結果を踏まえ、KPI の数値設定を見直した。

●リピーター率
平成 29 年度よりアンケート調査を実施しており、宮古市への全来訪者のうち、来訪回数が２回目以上の来訪者の比率によるリピーター率を指標に設定。新規 4 割、リピート 6 割を目標の軸に設定した。

（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
●当協会 HP アクセス数（件）	目標	233,586	244,710	241,854	未設定	未設定	未設定
		（対象外）	（対象外）	（対象外）	（対象外）	（対象外）	（対象外）
	実績	241,854	208,690	220.0			
		（対象外）	（対象外）	（対象外）			
●当協会自主企画イベント参加人数（人）	目標	78,000	52,000	52,000	未設定	未設定	未設定
		（対象外）	（対象外）	（対象外）	（対象外）	（対象外）	（対象外）
	実績	18,800	20,300	未設定			
		（対象外）	（対象外）	（対象外）			
●ご当地メニュー「瓶ドン」参画事業者数（者）	目標	25	25	25	未設定	未設定	未設定
		（対象外）	（対象外）	（対象外）	（対象外）	（対象外）	（対象外）
	実績	24	23	24			
		（対象外）	（対象外）	（対象外）			

※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】
事務局にて、課題解決に直結しやすいものを指標に設定し、マーケティング研究会において目標値を共有し、設定に至っている。今後、関係者と協議の上、ターゲットとする顧客層に沿った KPI の取捨選択を検討していく。

【設定にあたっての考え方】
●当協会 HP アクセス数
一元的な情報発信機能の充実のため、当協会のホームページへのアクセス数は非常に重要な指標であることから設定。
宮古市観光振興ビジョンの目標数値と同様とし、平成 25 年実績から各年 1.05 倍とする目標としている。（宮古市においては、宮古市総合計画の見直しの中で、直近の実績を参考に下方修正しているが、当協会の目標値は当初目標を据え置いた）

●ご当地メニュー「瓶ドン」の参画事業者数
宮古ブランドに繋がる新たなメニューの展開に向けて、まずは地元の理解と協力店舗をしっかりと増やしていくことが必要であることから目標に設定してきたが、お土産品や通信販売への取り組みも考慮し、提供店のほか製造事業者や販売店等の参画も推進する必要があり、参画店舗数を目標の対象とし、数の増加を図っていく。

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	**23,865,875（円）**	【市町村からの補助金】12,199,443 【会費収入】2,683,750 【事業収入】5,689,687 【負担金収入】180,000 【雑収入】597 【寄付金】0 【委託料】2,802,630
2023（Ｒ５） 年度	**21,980,000（円）**	【市町村からの補助金】13,049,016 【会費収入】2,900,000 【事業収入】4,800,000 【負担金収入】180,000 【雑収入】0 【寄付金】0 【委託料】750,000
2024（Ｒ６） 年度	**21,980,000（円）**	【市町村からの補助金】13,350,000 【会費収入】2,900,000 【事業収入】4,800,000 【負担金収入】180,000 【雑収入】0 【寄付金】0 【委託料】750,000
2025（Ｒ７） 年度	**21,980,000（円）**	【市町村からの補助金】13,350,000 【会費収入】2,900,000 【事業収入】4,800,000 【負担金収入】180,000 【雑収入】0 【寄付金】0 【委託料】750,000
2026（Ｒ８） 年度	**21,980,000（円）**	【市町村からの補助金】13,350,000 【会費収入】2,900,000 【事業収入】4,800,000 【負担金収入】180,000 【雑収入】0 【寄付金】0 【委託料】750,000
2027（Ｒ９） 年度	**21,980,000（円）**	【市町村からの補助金】13,350,000 【会費収入】2,900,000 【事業収入】4,800,000 【負担金収入】180,000 【雑収入】0 【寄付金】0 【委託料】750,000

（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	21,913,712（円）	【一般管理費】18,464,460 【調査費】583,336 【会議費】4,190 【商品造成費】1,457,986 【誘客宣伝費】50,900 【イベント費】1,314,140 【受入態勢整備】38,700
2023（Ｒ５） 年度	24,494,000（円）	【一般管理費】18,294,000 【調査費】700,000 【会議費】50,000 【商品造成費】2,000,000 【誘客宣伝費】100,000 【イベント費】3,200,000 【受入態勢整備】150,000
2024（Ｒ６） 年度	24,494,000（円）	【一般管理費】18,294,000 【調査費】700,000 【会議費】50,000 【商品造成費】2,000,000 【誘客宣伝費】100,000 【イベント費】3,200,000 【受入態勢整備】150,000
2025（Ｒ７） 年度	24,494,000（円）	【一般管理費】18,294,000 【調査費】700,000 【会議費】50,000 【商品造成費】2,000,000 【誘客宣伝費】100,000 【イベント費】3,200,000 【受入態勢整備】150,000
2026（Ｒ８） 年度	24,494,000（円）	【一般管理費】18,294,000 【調査費】700,000 【会議費】50,000 【商品造成費】2,000,000 【誘客宣伝費】100,000 【イベント費】3,200,000 【受入態勢整備】150,000
2027（Ｒ９） 年度	24,494,000（円）	【一般管理費】18,294,000 【調査費】700,000 【会議費】50,000 【商品造成費】2,000,000 【誘客宣伝費】100,000 【イベント費】3,200,000 【受入態勢整備】150,000

（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

補助金の活用や会費収入等で運営し、将来的には着地型旅行商品の造成・販売を目指す。
令和２年度より、当協会が主体となって開発・推進している「瓶ドン」の通信販売等において、商標使用料の設定を行い、更なる運転資金の確保を図っていく。

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

※設定対象区域の都道府県及び市町村が、本法人を当該都道府県・市町村における観光地域づくり法人として認める旨を含む意見を記入すること。
岩手県宮古市は（一社）宮古観光文化交流協会を宮古市における観光地域づくり法人として登録したいので（一社）宮古観光文化交流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】

・エリアが重複する三陸ＤＭＯとは、不定期で意見交換を行っているものの、連携がうまく機能しているとはいえない。令和 4 年度より、三陸ＤＭＯの事務局が宮古市に移転しており、今後は定期的に情報共有等を実施していく。

【区域が重複する背景】

特段変わった背景はなし

【重複区域における、それぞれの DMO の役割分担について】

・上述の通り、明確な役割分担はないため、今後連携を強化する必要がある。
・県内の DMO の会議などにも両社出席しているため、今年度各々の DMO が何を実施するのかなどの大枠は理解している。

【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】

アンケートの項目や得意分野については、相互にデータを共有しながら連携を図っていく。

１０．記入担当者連絡先

担当者氏名	工藤　明日香
担当部署名（役職）	事務局員
郵便番号	027-0052
所在地	宮古市宮町 1 丁目 1-80
電話番号（直通）	0193-62-3534
ＦＡＸ番号	0193-62-7030
Ｅ－ｍａｉｌ	a_kudou@kankou385.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	岩手県宮古市
担当者氏名	小成　勝則
担当部署名（役職）	商工労働観光部　商工労働観光部長
郵便番号	027-8501
所在地	岩手県宮古市宮町１丁目１番30号
電話番号（直通）	0193-68-9091
ＦＡＸ番号	0193-68-9120
Ｅ－ｍａｉｌ	t_yamazaki15@city.miyako.lg.jp

都道府県･市町村名	岩手県宮古市
担当者氏名	嶋崎　愛子
担当部署名（役職）	商工労働観光部観光課　係長
郵便番号	027-8501
所在地	岩手県宮古市宮町１丁目１番30号
電話番号（直通）	0193-68-9091
ＦＡＸ番号	0193-63-9120
Ｅ－ｍａｉｌ	a_shimazaki@city.miyako.lg.jp

（登録）【地域DMO】一般社団法人　宮古観光文化交流協会（宮古DMO）

様式2

記入日：　令和7年6月18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】
　岩手県宮古市
【設立時期】 昭和29年10月15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】 澤田　亮
【マーケティング責任者（CMO）】 工藤　明日香
【財務責任者（CFO）】 赤沼　喜典
【職員数】 7人【常勤7人（正職員5人・出向等2人）】
【主な収入】補助金　　13.3百万円（令和6年度決算）
【総支出】 事業費　3百万円、一般管理費　18.2百万円
【連携する主な事業者】
　宮古商工会議所、三陸鉄道株式会社、岩手県北自動車株式会社
岩手県タクシー協会宮古支部、岩手県北自動車㈱観光船事業部
浄土ヶ浜観光船事業企業組合、宮古漁業協同組合等

KPI（実績・目標）

※（　）内は外国人に関するもの。

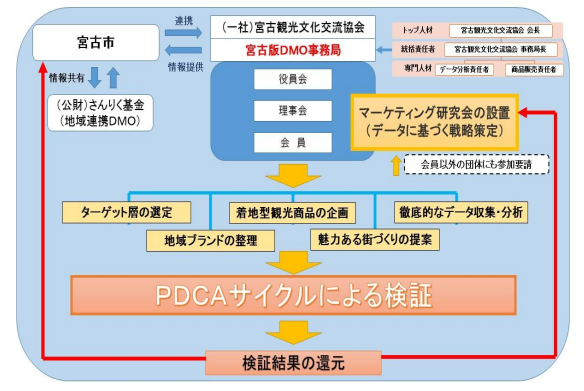
項目		2022（R4）年度	2023（R5）年度	2024（R6）年度	2025（R7）年度	2026（R8）年度	2027（R9）年度
旅行消費額（百万円）	目標	13,815（未設定）	14,315（未設定）	14,315（未設定）	14,315（未設定）	14,315（未設定）	14,315（未設定）
	実績	18,560（未設定）	19,039（未設定）	32,107（未設定）	—	—	—
延べ宿泊者数（千人）	目標	291（未設定）	293（未設定）	295（未設定）	297（未設定）	288（未設定）	288（未設定）
	実績	204（未取得）	227（未実施）	219（未設定）	—	—	—
来訪者満足度（%）	目標	75.0（未設定）	75.0（未設定）	75.0（未設定）	75.0（未設定）	75.0（未設定）	75.0（未設定）
	実績	76.2（未取得）	64.2（未設定）	80.6（未設定）	—	—	—
リピーター率（%）	目標	60.0（未設定）	65.0（未設定）	65.0（未設定）	65.0（未設定）	65.0（未設定）	65.0（未設定）
	実績	64.1（未取得）	48.1（未設定）	85.9（未設定）	—	—	—

戦略

【主なターゲット】
盛岡及び県内近隣圏プラス仙台圏のファミリー層
【ターゲットの誘客に向けた取組方針】
現時点で明確なメインターゲットの設定は難しく、引き続き動態調査と分析が必要。過去は「県内陸からの家族連れ」、昨年は「首都圏からの家族連れ」を想定していたが、多様で変化の早い状況下では通年ターゲットだけでは不十分と考えられる。宮古の現状を強み・弱み含めて把握し、不足データの収集と過去データの分析を進め、より精度の高いターゲット設定と施策立案を目指す。

具体的な取組

【観光資源の磨き上げ】
・ご当地グルメ瓶ドンの開発と推進
・外国人観光客向け体験コンテンツの造成
・ファムツアーの実施

【受入環境整備】
・市民のおもてなし意識の向上を図るため「もてなし観光・文化検定」を実施
・外国人観光客向け案内看板の設置
・通訳養成講座、セミナー実施

【情報発信・プロモーション】
・台湾イベント（だいすきとうほく）への出展・PR