

観光地域づくり法人形成・確立計画

記入日：令和 5 年 7 月 26 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	NPO 法人体験村・たのはたネットワーク	
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 岩手県下閉伊郡田野畑村	
所在地	岩手県下閉伊郡田野畑村北山 129-10 北山崎ビジターセンター	
設立時期	2008 年 1 月 17 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	3 人【常勤 3 人（正職員 3 人・出向等 0 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） ※必ず記入すること	（氏名） 楠田 拓郎「専従」 （NPO 法人体験村・たのはたネットワーク）	NPO 法人体験村・たのはたネットワーク設立時からかわり、東日本大震災後いち早く津波語り部 & ガイド等のプログラム化に取り組み、地域への誘客に取り組んできた
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） 楠田 拓郎「専従」 （NPO 法人体験村・たのはたネットワーク）	同上
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） 埜崎 一茂「専従」 （NPO 法人体験村・たのはたネットワーク）	NPO 法人体験村・たのはたネットワークに 2021 年より経理担当として勤務
プロモーションの責任者（専門人材）	（氏名） 楠田 拓郎「専従」	2006 年より田野畑村の観光振興に関わり旅行会社への営業活動や観光 PR などに取り組んできた。

<p>※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</p>	<p>(NPO 法人体験村・たのはたネットワーク)</p>							
<p>連携する地方公共団体の担当部署名及び役割</p>	<p>岩手県田野畑村企画観光課（運営・事務局サポート）</p>							
<p>連携する事業者名及び役割</p>	<p>株式会社陸中たのはた（宿泊） 一般社団法人思惟の風（物販） 田野畑交通、田野畑観光タクシー（交通）</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】②DMO が主導して行政や関係団体をメンバーとする集まりを定期的に開催 （概要）観光施設の関係者、宿泊事業者、交通事業者、道の駅、行政が参画し、本法人が事務局を務める会議体を設置 R4 年 11/2、12/15 開催</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>地域住民がガイドとなる体験プログラムを展開しており、定期的にガイド研修会等を開催し、教育旅行向けホームステイ民泊も全村的に展開し、観光地域づくりに住民がかかわっている。 R4 年 4/29 サッパ船アドベンチャー船長研修会開催 R5 年 3/23 民泊・インストラクター衛生研修会</p>							
<p>法人のこれまでの活動実績</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th data-bbox="432 1021 619 1070">事業</th> <th data-bbox="619 1021 1406 1070">実施概要</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="432 1070 619 1648"> <p>情報発信・プロモーション</p> </td> <td data-bbox="619 1070 1406 1648"> <p>R2 年（補正）環境省 国立公園・温泉地等での滞在型ツアー・ワーケーション推進事業 具体事業内容「みちのく潮風トレイル誘客事業」 弊社が管理する「北山崎ビジターセンター」の南北にあるみちのく潮風トレイルのサテライト施設「種差海岸インフォメーションセンター」「浄土ヶ浜ビジターセンター」の間のトレイルルートに関し、しっかりとした情報提供、情報発信・プロモーションが出来るよう、スタッフが 10 日程かけて約 250km を歩き、コース状況を把握するとともに、歩行データを元にマップ作製を行い、ハイカーへの情報提供や、旅行会社のツアー造成に関する資料提供および相談対応に繋がっている。</p> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="432 1648 619 2007"> <p>受入環境の整備</p> </td> <td data-bbox="619 1648 1406 2007"> <p>R3 年（補正）環境省 国立・国定公園の地用拠点の魅力創造による地域復興推進事業 具体事業内容「ジオトレイルサイクリングプログラム化事業」 二次交通の弱い海沿いの三陸鉄道の駅と、国立公園の利用拠点や内陸の村中心部を環境負荷の少ない E-BIKE で繋げる体験プログラム実施体制を構築することにより、滞在時間の延長と地域活性化を目的とした事業 同時に岩手県が推進する「いわてサイクルステーション」に登録し、サイクリストの誘客に取り組んでいる。</p> </td> </tr> </tbody> </table>		事業	実施概要	<p>情報発信・プロモーション</p>	<p>R2 年（補正）環境省 国立公園・温泉地等での滞在型ツアー・ワーケーション推進事業 具体事業内容「みちのく潮風トレイル誘客事業」 弊社が管理する「北山崎ビジターセンター」の南北にあるみちのく潮風トレイルのサテライト施設「種差海岸インフォメーションセンター」「浄土ヶ浜ビジターセンター」の間のトレイルルートに関し、しっかりとした情報提供、情報発信・プロモーションが出来るよう、スタッフが 10 日程かけて約 250km を歩き、コース状況を把握するとともに、歩行データを元にマップ作製を行い、ハイカーへの情報提供や、旅行会社のツアー造成に関する資料提供および相談対応に繋がっている。</p>	<p>受入環境の整備</p>	<p>R3 年（補正）環境省 国立・国定公園の地用拠点の魅力創造による地域復興推進事業 具体事業内容「ジオトレイルサイクリングプログラム化事業」 二次交通の弱い海沿いの三陸鉄道の駅と、国立公園の利用拠点や内陸の村中心部を環境負荷の少ない E-BIKE で繋げる体験プログラム実施体制を構築することにより、滞在時間の延長と地域活性化を目的とした事業 同時に岩手県が推進する「いわてサイクルステーション」に登録し、サイクリストの誘客に取り組んでいる。</p>
事業	実施概要							
<p>情報発信・プロモーション</p>	<p>R2 年（補正）環境省 国立公園・温泉地等での滞在型ツアー・ワーケーション推進事業 具体事業内容「みちのく潮風トレイル誘客事業」 弊社が管理する「北山崎ビジターセンター」の南北にあるみちのく潮風トレイルのサテライト施設「種差海岸インフォメーションセンター」「浄土ヶ浜ビジターセンター」の間のトレイルルートに関し、しっかりとした情報提供、情報発信・プロモーションが出来るよう、スタッフが 10 日程かけて約 250km を歩き、コース状況を把握するとともに、歩行データを元にマップ作製を行い、ハイカーへの情報提供や、旅行会社のツアー造成に関する資料提供および相談対応に繋がっている。</p>							
<p>受入環境の整備</p>	<p>R3 年（補正）環境省 国立・国定公園の地用拠点の魅力創造による地域復興推進事業 具体事業内容「ジオトレイルサイクリングプログラム化事業」 二次交通の弱い海沿いの三陸鉄道の駅と、国立公園の利用拠点や内陸の村中心部を環境負荷の少ない E-BIKE で繋げる体験プログラム実施体制を構築することにより、滞在時間の延長と地域活性化を目的とした事業 同時に岩手県が推進する「いわてサイクルステーション」に登録し、サイクリストの誘客に取り組んでいる。</p>							

	<p>【定量的な評価】 体験プログラム受け入れ人数及び金額 R1 年度 4,128 人 ￥10,416,980- R2 年度 2,590 人 ￥5,744,565- R3 年度 3,579 人 ￥6,411,442- R4 年度 4,241 人 ￥6,125,210-</p>																				
<p>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）。</p>	<p>(実施体制の概要) NPO 法人体験村・たのはたネットワークが主体となり、メンバーには、行政、宿泊業者、飲食業者のみならず、交通事業者、農泊、アクティビティ、農林水産業、道の駅等、多様な関係者が参画する官民が密接に連携した運営を実施。</p> <p>(実施体制図)</p> <table border="1" data-bbox="419 712 1417 1742"> <tr> <td data-bbox="419 712 1002 880"> <p>NPO 法人体験村・たのはたネットワーク (農泊、アクティビティ、観光案内、観光施設管理運営)</p> </td> <td data-bbox="1002 712 1417 958"> <table border="1"> <tr> <td data-bbox="1002 779 1417 846"> <p>田野畑村 (行政)</p> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="1002 846 1417 958"> <p>株式会社陸中たのはた (宿泊・観光船)</p> </td> </tr> </table> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="419 880 1002 969"> <p>一般社団法人思惟の風 (道の駅)</p> </td> <td></td> </tr> </table> <p>DMO が主体となり、上記 3 社と協議の上、以下村内関係者と定期的に会合を行い、情報共有・連携を図り、観光地域づくりを推進していく。</p> <table border="1" data-bbox="419 1093 1337 1742"> <tr> <td data-bbox="419 1093 826 1171"> <p>ひらいが海荘 (宿泊)</p> </td> <td data-bbox="826 1093 1337 1171"> <p>白花しゃくなげ荘 (宿泊・飲食)</p> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="419 1171 858 1261"> <p>ロレオールたのはた (飲食)</p> </td> <td data-bbox="858 1171 1161 1261"> <p>北川食堂 (飲食)</p> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="419 1261 746 1350"> <p>浜茶や食堂 (飲食)</p> </td> <td data-bbox="746 1261 1050 1350"> <p>鯛寿司 (飲食)</p> </td> </tr> <tr> <td colspan="2" data-bbox="419 1350 978 1440"> <p>田野畑山地酪農牛乳株式会社 (農業)</p> </td> </tr> <tr> <td colspan="2" data-bbox="419 1440 1034 1529"> <p>マリンテラスたのはた (アクティビティ)</p> </td> </tr> <tr> <td colspan="2" data-bbox="419 1529 1034 1619"> <p>田野畑交通 (交通)</p> </td> </tr> <tr> <td colspan="2" data-bbox="419 1619 1034 1742"> <p>田野畑観光タクシー (交通)</p> </td> </tr> </table>	<p>NPO 法人体験村・たのはたネットワーク (農泊、アクティビティ、観光案内、観光施設管理運営)</p>	<table border="1"> <tr> <td data-bbox="1002 779 1417 846"> <p>田野畑村 (行政)</p> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="1002 846 1417 958"> <p>株式会社陸中たのはた (宿泊・観光船)</p> </td> </tr> </table>	<p>田野畑村 (行政)</p>	<p>株式会社陸中たのはた (宿泊・観光船)</p>	<p>一般社団法人思惟の風 (道の駅)</p>		<p>ひらいが海荘 (宿泊)</p>	<p>白花しゃくなげ荘 (宿泊・飲食)</p>	<p>ロレオールたのはた (飲食)</p>	<p>北川食堂 (飲食)</p>	<p>浜茶や食堂 (飲食)</p>	<p>鯛寿司 (飲食)</p>	<p>田野畑山地酪農牛乳株式会社 (農業)</p>		<p>マリンテラスたのはた (アクティビティ)</p>		<p>田野畑交通 (交通)</p>		<p>田野畑観光タクシー (交通)</p>	
<p>NPO 法人体験村・たのはたネットワーク (農泊、アクティビティ、観光案内、観光施設管理運営)</p>	<table border="1"> <tr> <td data-bbox="1002 779 1417 846"> <p>田野畑村 (行政)</p> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="1002 846 1417 958"> <p>株式会社陸中たのはた (宿泊・観光船)</p> </td> </tr> </table>	<p>田野畑村 (行政)</p>	<p>株式会社陸中たのはた (宿泊・観光船)</p>																		
<p>田野畑村 (行政)</p>																					
<p>株式会社陸中たのはた (宿泊・観光船)</p>																					
<p>一般社団法人思惟の風 (道の駅)</p>																					
<p>ひらいが海荘 (宿泊)</p>	<p>白花しゃくなげ荘 (宿泊・飲食)</p>																				
<p>ロレオールたのはた (飲食)</p>	<p>北川食堂 (飲食)</p>																				
<p>浜茶や食堂 (飲食)</p>	<p>鯛寿司 (飲食)</p>																				
<p>田野畑山地酪農牛乳株式会社 (農業)</p>																					
<p>マリンテラスたのはた (アクティビティ)</p>																					
<p>田野畑交通 (交通)</p>																					
<p>田野畑観光タクシー (交通)</p>																					

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】岩手県下閉伊郡田野畑村

【区域設定の考え方】 1つの行政区域内で連携し滞在時間・消費を増やすよう取り組むため

【観光客の実態等】

田野畑村の南北には三陸を代表する景勝地「北山崎」と「鵜の巣断崖」を有しており、年間40万人もの観光客が訪れていると言われていたが、年々観光客数が減少している。自然景観の観光を中心に宿泊施設が3つあり、宿泊者数は年間約3万人。道の駅たのはたが2021年4月に三陸沿岸道路近くにリニューアルオープンし、観光の出入り口の役割を担い、地域の産品を購入しやすい施設となっているため、連携して観光消費額増加に取り組んでいく。

【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】

景勝地「北山崎」および「鵜の巣断崖」を目的とした観光客が多く訪れている。「ホテル羅賀荘」海沿いに建つ大型観光ホテル。村の観光拠点施設。ツアー受入れ

「道の駅たのはた」三陸沿岸道路近くにリニューアルオープンし、地域のゲートウェイ施設。一次産業を中心に産直コーナーが充実し、観光振興による地域住民の満足度向上の拠点

「みちのく潮風トレイル」健康志向の高まりとともに登山やランニングブームとともに、トレイルも注目されており、コロナ禍の中でも密を避けられるアウトドアのため、大きく来訪者が減ることなく、歩くことはエコでアドベンチャーツーリズムおよびサステナブルツーリズムにも繋がるコンテンツである。

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

ホテル羅賀荘：域内沿岸中心部、三陸鉄道田野畑駅近く、収容（67室、336名）

ひらいが海荘：域内沿岸中心部、三陸鉄道田野畑駅近く、収容（7室、30名）

白花しゃくなげ荘：域内沿岸北部、景勝地北山崎至近、収容（12室、30名）

【利便性：区域までの交通、域内交通】

三陸鉄道リアス線田野畑駅及び島越駅、三陸沿岸道路田野畑中央 IC

域内交通：三陸鉄道及び田野畑駅から田野畑観光乗合タクシー利用

【外国人観光客への対応】

各観光施設 Wi-Fi 整備、アプリなど翻訳及び指差し確認ペーパー等の活用

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。	宿泊における飲食や土産販売、道の駅の消費データおよびアクティビティの売り上げをヒアリングにより把握
延べ宿泊者数	宿泊者数の推移を把握するため。	各宿泊事業者の受け入れ状況をヒアリングにより把握
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。	DMOのHPアクセス数をGoogleアナリティクスにより把握
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。	宿泊業従事者、観光ガイド、道の駅関係者に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

岩手県下閉伊郡田野畑村では、人口減少が進んでおり、主力産業である農林水産業においても高齢化などの影響で就業者や事業所が減少傾向にある。こうした地域の課題に対し、DMOを中心として既存の観光資源を活用した観光地域づくりを図り、新たな雇用の創出や担い手不足の解消、交流人口の増加につなげることとしている。

(2) 地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	強み (Strengths) 日本を代表する景観を有し、観光客向けホテルや施設がある。 旅行会社のツアー等観光客がすでに年間 40 万人程訪れている (コロナ前)	弱み (Weaknesses) SNS などを活用した情報発信力
外部環境	機会 (Opportunity) 観光地として旅行会社などに知られている。コロナ禍になり、密を避けたアウトドア人気により、トレイルが注目されている。屋外でのアクティビティ受け入れ体制が確立している。	脅威 (Threat) 三陸沿岸道路が開通したが、村内陸部を通っており観光施設が多い沿岸部へのアクセスが悪い。

※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 国内旅行会社ツアー参加の多い60~70代
○選定の理由 二次交通に課題がある地域において、レンタカーを運転できない、したくない年齢層の観光客は旅行会社のツアーに参加することで当地域を訪問している。
○取組方針 観光地を見るだけや宿泊施設に泊まるだけのツアーの滞在時間を延ばすため、魅力あるアクティビティや道の駅での物産購入の機会を増やし、地域住民との接点を作り出していく。
○ターゲット層 登山などアウトドア志向の観光客
○選定の理由 2019年に開通したみちのく潮風トレイルのハイカーが増えており、コロナ禍においても安定した誘客が期待できる。(机浜の歩行者カウンター：2019年100人、2020年300人、2021年450人、2022年469人)
○取組方針 地域においてハイカー割引や、休憩・充電などのサービスが提供可能な範囲でおもてなしをする体制を整え、誘客に活用していく。

(4) 観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	滞在時間を延ばして地域活性化につなげる
②コンセプトの考え方	すでに三陸を代表する景勝地として「北山崎」や「鵜の巣断崖」を訪れる旅行会社のツアーが存在し、個人旅行者もこれらの景観を目的として年間40万人の来訪者数を数えている。この状況からさらに地域住民との接点者消費行動を促すストーリーを補強することで、消費単価を拡大させ、観光客と地域住民との触れ合いを通じた観光地域づくりに直接的に寄与させる。 また、2019年に全線開通したみちのく潮風トレイルを核とし、コロナ禍以前からのアウトドア志向の高まりを受け、アウトドア志向の観光客を誘客することで、滞在時間を延ばす。さらに地域住民との接点を作り出しやすくすることで、観光地域づくりに取り組む。

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。	意見交換会 DMOを中心として、地域の関連事業者を集めてコミュニケーションの場を2～3ヵ月に1回程度設けるとともに、活動の意義・内容・成果、KPIの達成状況を共有し、関連事業者の現状や課題をヒアリングし、協力して解決していく。R4年11/2、12/15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	アンケートを実施中。
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	意見交換会を通じた共通認識とそれに基づく SNS や旅行会社を通じたプロモーションの実施

※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		2020 (R2) 年度	2021 (R3) 年度	2022 (R4) 年度	2023 (R5) 年度	2024 (R6) 年度	2025 (R7) 年度
●旅行消費額 (百万円)	目標	()	()	80 ()	90 ()	100 ()	110 ()
	実績	()	()	98 ()			
●延べ宿泊者数 (千人)	目標	()	()	23,000 ()	24,000 ()	25,000 ()	26,000 ()
	実績	19,814 (1)	22,073 (3)	26,699 ()			
●来訪者満足度 (%)	目標	()	()	45 ()	50 ()	55 ()	60 ()
	実績	()	()	()			
●リピーター率 (%)	目標	()	()	0 ()	0.5 ()	1 ()	1.5 ()
	実績	()	()	()			

※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】

観光客が土や体験プログラムを通じて地域で消費する額を増やすことが地域経済の活性化につながる。また全国旅行支援などが減少していく中で、宿泊者数を増やし続ける事が、宿泊施設の存続及び観光による地域活性化に不可欠である。上記目標を達成するために来訪者の満足度は重要な指標であるが、リピート率よりも観光客総数を増やすことの方が重要だと考える。

【設定にあたっての考え方】

●旅行消費額

地域住民の営みを感じられる体験プログラムの参加者増や、産直を通じて地域住民との接点を作り出すことが重要と考え、体験プログラムの売上及び道の駅産直での売り上げを中心に消費額増を目標とする。

●延べ宿泊者数

地域のホテル羅賀荘の宿泊者数を元に目標設定する。

●来訪者満足度

アンケート調査を通じて満足度を把握していく。

●リピーター率

新幹線や空港から距離がある三陸では、リピート率上昇はハードルが高いと考えられるが、満足度調査と共にリピート意向調査を行っていく。

(2) その他の目標

指標項目		2020 (R2) 年度	2021 (R3) 年度	2022 (R4) 年度	2023 (R5) 年度	2024 (R6) 年度	2025 (R7) 年度
●住民満足度 (%)	目標			30 ()	40 ()	50 ()	60 ()
	実績	()	()	()			
●旅行消費単価 (円)	目標				860 ()	870 ()	880 ()
	実績	()	()	1,032 ()			
●体験プログラム利用者数 (人)	目標			4,000 ()	4,100 ()	4,200 ()	4,300 ()
	実績	2,590 ()	3,579 ()	4,241 ()			
●主要観光地 (北山崎・鶴 の巣断崖)入 込客数(人)	目標	400,000 ()	70,000 ()	100,000 ()	200,000 ()	300,000 ()	350,000 ()
	実績	385,240 ()	65,002 ()	63,778 ()			
●Web サイトア クセス数(ペー ジビュー)	目標			40,000 ()	41,000 ()	42,000 ()	43,000 ()
	実績	31,847 ()	37,655 ()	30,434 ()			

※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】

コロナ禍にあり、観光客が多く訪れることを良く思わない住民がいる中、観光による地域づくりに対する理解を得ながら、住民満足度を上げていくことが不可欠である。また満足度上昇に直結するのが消費単価の工場であると考え。

【設定にあたっての考え方】

●住民満足度

いままで住民満足度調査をしたことがないので、どのような数値の取り方が適切か協議・検討する必要がある。年々少しでも観光地域づくりを理解し協力してくれる住民が増え満足度が高まる様目標値を暫定的に設定

●旅行消費単価

観光客の地域に対する理解を得ることが、道の駅産直の消費単価上昇に直結し、住民満足度も向上する両翼と考え、現状より上がっていくよう目標値を設定

●主要観光地入込客数

観光客総数を把握する指標として、宿泊者数や消費額と共に相関関係を把握するための重要な指標と考える。

●Web サイトアクセス数

情報発信力強化のため、HP アクセス数を GOOGLE アナリティクスを活用し把握する。R3 年度のアクセス数をもとに目標値を設定

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)
2020(R2) 年度	(円) ¥29,078,147	(内訳の区分例) 【コロナ関係補助金・雇用調整助成金】 ¥3,289,661 【公的管理受託】 ¥2,310,000 【会費】 ¥302,000 【収益事業】 ¥14,507,920 【繰越金】 ¥8,668,566
2021(R3) 年度	(円) ¥35,477,221	(円) 【コロナ関係補助金・雇用調整助成金】 ¥2,726,165 【公的管理受託】 ¥2,253,724 【会費】 ¥310,000 【収益事業】 ¥18,803,514 【繰越金】 ¥11,383,818
2022(R4) 年度	(円) ¥32,832,134	(円) 【公的管理受託】 ¥2,220,900 【会費】 ¥296,000 【収益事業】 ¥17,995,729 【繰越金】 ¥12,319,505
2023(R5) 年度	(円) ¥29,859,016	(円) 【公的管理受託】 ¥2,220,900 【会費】 ¥300,000 【収益事業】 ¥16,632,720 【繰越金】 ¥10,705,396
2024(R6) 年度	(円) ¥35,000,000	(円) 【公的管理受託】 ¥2,200,000 【会費】 ¥300,000 【収益事業】 ¥22,500,000 【繰越金】 ¥10,000,000
2025(R7) 年度	(円) ¥35,000,000	(円) 【公的管理受託】 ¥2,200,000 【会費】 ¥300,000 【収益事業】 ¥22,500,000 【繰越金】 ¥10,000,000

(2) 支出

年(年度)	総支出	内訳(具体的に記入すること)
2020(R2) 年度	(円) ¥17,694,329	(円) 【事業費】 ¥13,548,866 【管理費】 ¥4,145,463
2021(R3)	(円)	(円)

年度	¥23,206,057	【事業費】 ¥18,447,622 【管理費】 ¥4,758,435
2022 (R4) 年度	(円) ¥22,126,738	(円) 【事業費】 ¥15,610,923 【管理費】 ¥6,515,815
2023 (R5) 年度	(円) ¥25,000,000	(円) 【事業費】 ¥20,000,000 【管理費】 ¥5,000,000
2024 (R6) 年度	(円) ¥25,000,000	(円) 【事業費】 ¥20,000,000 【管理費】 ¥5,000,000
2025 (R7) 年度	(円) ¥25,000,000	(円) 【事業費】 ¥20,000,000 【管理費】 ¥5,000,000

(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

DMOが収益事業となる体験プログラムを実施しており、観光協会の無い当地域において、行政より観光関連事業を受託しているため、運営資金を安定的に確保している。

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

田野畑村は、NPO法人体験村・たのはたネットワークを田野畑村における地域DMOとして活動を継続していただきたいと考えています。

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）

地域連携DMO（公財）さんりく基金「三陸DMOセンター」は、三陸沿岸地域一帯を全体的にプロモーションし、観光人材育成を行っている組織で、弊社は田野畑村の観光振興に特化し、村内の関係団体との連携を密に取りながら、現状把握からプロモーションやマネジメントを通じて観光地域づくりを行うDMOを目指しており、役割が異なっている。

今までも三陸DMOセンターとは、不定期ではあるが情報交換や意見交換の機会もあり、情報共有を図りながらそれぞれが観光振興に取り組んでいる。

10. 記入担当者連絡先

担当者氏名	楠田 拓郎
担当部署名（役職）	理事長
郵便番号	028-8402
所在地	岩手県下閉伊郡田野畑村北山129-10

電話番号（直通）	0194-37-1211
F A X 番号	0194-33-3355
E - m a i l	taiken-tanohata@car.ocn.ne.jp

1 1 . 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	田野畑村
担当者氏名	工藤 隆彦
担当部署名（役職）	企画観光課（課長）
郵便番号	028-8407
所在地	岩手県下閉伊郡田野畑村田野畑 143-1
電話番号（直通）	0194-34-2111
F A X 番号	0194-34-2632
E - m a i l	taca-k@vill.tanohata.iwate.jp

記入日： 令和5年7月26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 下閉伊郡 田野畑村

【設立時期】 2008年1月17日

【設立経緯】

④その他

【代表者】 理事長 楠田 拓郎

【マーケティング責任者(CMO)】 楠田 拓郎

【財務責任者(CFO)】 埜崎 一茂

【職員数】 3人(常勤3人(正職員3人・出向等0人)、非常勤0人)

【主な収入】

収益事業 18百万円、委託事業 2百万円(R4年度決算)

【総支出】

事業費 15百万円、一般管理費 6百万円(R4年度決算)

【連携する主な事業者】

田野畑村、株式会社陸中たのはた、一般社団法人思惟の風、
田野畑交通、田野畑観光タクシー

KPI(実績・目標)

※()内は外国人に関するもの。

項目		2020 (R2)年	2021 (R3)年	2022 (R4)年	2023 (R5)年	2024 (R6)年	2025 (R7)年
旅行 消費額 (百万円)	目標	()	()	80	90	100	110
	実績	()	()	98	—	—	—
延べ 宿泊者数 (千人)	目標	()	()	23,000	24,000	25,000	26,000
	実績	19,814	22,073	26,699	—	—	—
来訪者 満足度 (%)	目標	()	()	45	50	55	60
	実績	()	()	()	—	—	—
リピーター率 (%)	目標	()	()	0	0.5	1	1.5
	実績	()	()	()	—	—	—

戦略

【主なターゲット】

①国内旅行会社ツアー参加の多い60～70代

②登山などアウトドア志向の観光客

【ターゲットの誘客に向けた取組方針】

①観光地を見るだけや、宿泊施設に泊まるだけのツアー滞在時間を延ばすため、魅力あるアクティビティや道の駅での物産購入の機会を増やし地域住民との接点を作り出していく。

②地域においてみちのく潮風トレイルのハイカーをおもてなしする体制を整え、誘客に活用していく

【観光地域づくりのコンセプト】

滞在時間を延ばして地域活性化につなげる

具体的な取組

R4年度は、11月以降DMO登録に向けた村内観光関係者の集まりを開始したのみで、特段の取組みを行っていませんが、道の駅と観光地「北山崎」を繋ぐアクセスが分かりにくいという課題が複数事業者より提示され、手書き地図を作成しました。

