



十和田奥入瀬観光機構 令和2年度事業報告書



1. 事業実施総括

一般社団法人十和田奥入瀬観光機構（以下「当機構」という）の設立2年目となる令和2年度は、新型コロナウイルス感染症の世界的な感染拡大が、インバウンドの消滅と旅行者の激減など、地域経済に大きな影響を及ぼし、特に観光を取り巻く環境は大きく変化し、価値観の変容に迫られた1年となった。

こうしたなか、ウィズコロナ時代に適用した観光として、当機構では新しい旅行スタイルを模索した。具体的には国立公園におけるワーケーション受入環境の整備や外部専門人材派遣による観光資源の磨き上げ、地域の人が近場をめぐるマイクロツーリズム商品の造成やオンラインツアーの企画などに取り組んだ。また、長年にわたり十和田湖で開催されてきた夏・冬のイベントを新しい生活様式に対応させ、「十和田湖湖水まつり スカイランタンに願いをこめて」、「十和田湖光の冬物語2020-2021 by FeStA LuCe」として、リブランディングを実施した。そのほか、食事の持ち帰り店を紹介するインターネットサイト「テイクアウトinとわだ」を開設し、地域事業者支援のため、十和田市の助成金を活用したテイクアウト応援事業にも取り組んだ。

今後も、新型コロナウイルス感染症の影響の長期化などによる不透明な状況が続くことが予想されるなか、当機構は、観光振興を全市一体に担う組織として、「アート」や「自然」を軸とした地域資源を強みとして活用し、魅力ある観光地づくりを推進するため、当機構会員や関連事業者、行政と協働し、新しい観光体験の創出や旅行者の利便性の向上、地域の認知度向上につなげる事業に取り組んでいく。

事業報告-(1) KPI実績報告



- 観光による地域づくりを実現していくためには、観光に関する各種データの継続的な収集・分析、明確なコンセプトに基づいた戦略（ブランディング）の策定、KPI（成果指標）の設定等を通じた観光地域のマネジメント、マーケティング、PDCAの確立が重要である。
- 当機構では、①旅行消費額 ②延べ宿泊者数 ③来訪者満足度 ④リピーター率 をKPIに設定。
- 令和2年度のKPI全体実績としては、調査の結果、来訪者満足度は90%となり、昨年よりも6ポイント向上した。延べ宿泊者数、旅行消費額は前年よりも低下した。旅行消費額の内訳では、土産代(同72.8%)と交通費(同60.4%)の低下率が高かった。この原因は、新型コロナウイルス感染症の流行により、遠方からの旅行者が減少したことにある。

KPI全体実績

	2018年	2019年	2020年 (目標)	2020年 (実績)
旅行消費額 (1人当たり)	¥23,838	¥26,623	¥25,507	¥23,050 達成率90.3% 前年比86.6%
延べ宿泊者数	327,896人泊	331,881人泊	373,801人泊	204,647人泊 達成率54.7% 前年比61.6%
	うちインバウンド 61,643人泊	うちインバウンド 66,930人泊	うちインバウンド 86,000人泊	うちインバウンド 10,907人泊
来訪者満足度	74%	84%	76%	90% (インバウンド -)
	インバウンド 82%	インバウンド 85%	インバウンド 84%	達成率118.4% 前年比107.1%
リピーター率	45%	45%	54%	56% 達成率103.7% 前年比124.4%

1人あたり旅行消費額の内訳推移



	2018年	2019年	2020年	前年比
宿泊費	¥12,093	¥13,986	¥13,169	94.2%
飲食費	¥4,086	¥3,963	¥3,706	93.5%
土産代	¥3,360	¥3,629	¥2,641	72.8%
交通費	¥2,620	¥3,060	¥1,849	60.4%
入場料・体験料	¥1,659	¥1,985	¥1,685	84.9%
1人あたり旅行消費額	¥23,818	¥26,623	¥23,050	86.6%

事業報告-(2)委託業務

一般社団法人
十和田奥入瀬観光機構



事業報告-(2)委託業務-①戦略的観光地域づくり推進事業



1) マーケティング事業/来訪者アンケート調査

- 旅行者の動態を把握するため、十和田湖・奥入瀬・市街地エリアでアンケート調査を実施。813件の回答を得た。調査結果は分析とともに今後の取組の方向性等を加え、報告書としてとりまとめた。
- 令和2年は、新型コロナウイルス感染症の影響により、回答者のほとんどが日本在住者であった。
- 令和3年2月の調査より、非対面式のアンケートシステムを導入した。次年度以降は、ターゲット設定やターゲットのニーズの把握、事業の効果測定・改善のために、通年で調査を実施する。

アンケートフォーム



下記2回の調査では当機構にてアンケートフォームを作成し、対面にて調査を実施した。回答者にはペットボトル飲料を贈呈した。

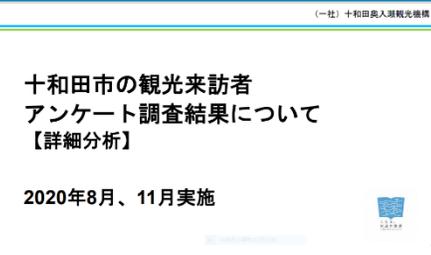
①1回目 8月22日(土)、23日(日) / ②2回目 10月31日(土)、11月1日(日)

第3回目の調査(2~3月末)では、調査員の感染症リスクを避けるためアンケートシステムを導入。チラシ及びカード(QRコード)を観光施設・飲食店・宿泊施設に配布し実施。

アンケート結果の要旨

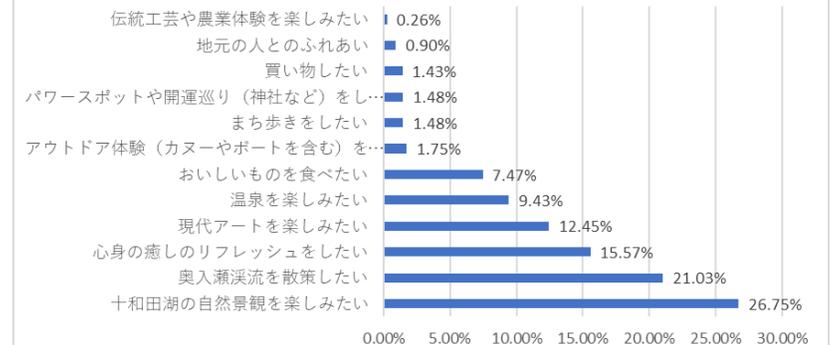
新型コロナウイルス感染症の影響により、近隣への宿泊観光(マイクロツーリズム)やウイズコロナ時代における「移動コストや利便性より安全性を重視する」という、感染リスクを忌避する傾向が反映された結果となった。

- 来訪者の居住地比率は、東北(青森県含む)が最多。前年の39.7%から46.8%に増加。次点の関東は前年45.6%から33.1%に減少した。
- 交通手段は、自家用車やレンタカー利用が半数以上を占めた。
- 宿泊を伴う旅程パターンとして多い順に並べると、前年①1泊2日で十和田湖1泊
②2泊3日で奥入瀬溪流2泊
③2泊3日で十和田湖1泊・他1泊 という順位であったが、
令和2年度は①1泊2日で十和田市街地1泊
②2泊3日で弘前1泊+他1泊
③1泊2日で十和田湖1泊となった。



参考

何を楽しみ(目的)にきましたか?



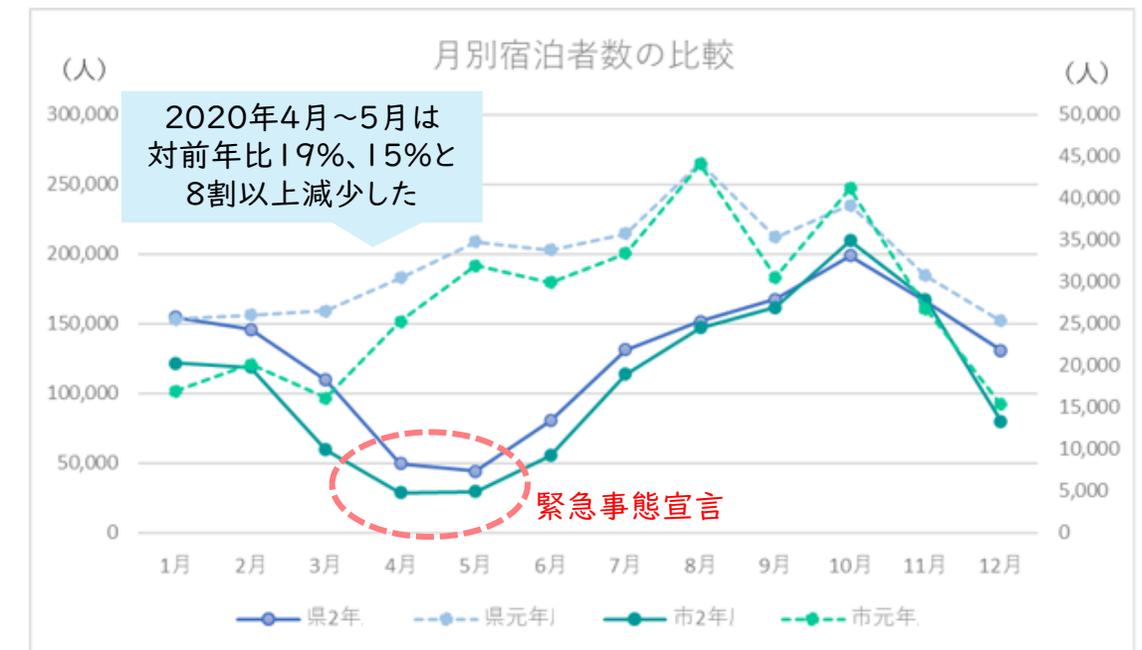
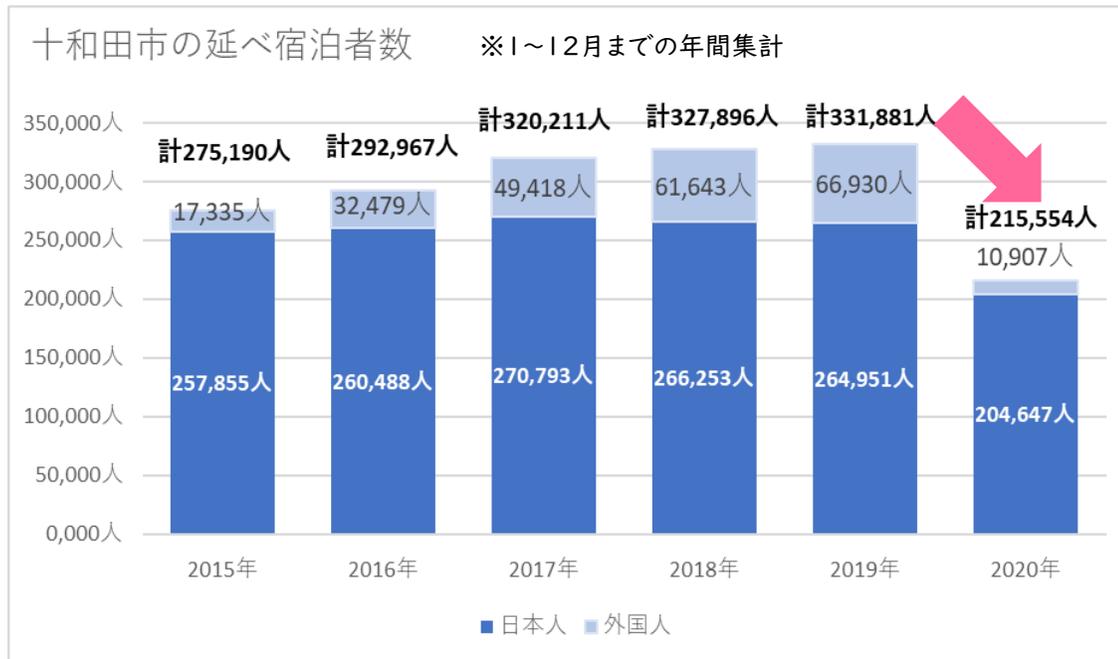
※令和2年度の調査結果は会員サイトでの公開を予定。



1) マーケティング事業/観光統計・宿泊調査

- 毎月、協力施設から宿泊者数を提供いただき、エリア別（十和田湖・奥入瀬・市街地）の統計を作成。
- 新型コロナウイルス感染症の影響により、2020年3月より観光自粛の動きが強まり、同4~5月の延べ宿泊者数は前年同月比8割減となった。GoToトラベルキャンペーン・県民割により、9~11月は一時的に宿泊者数が回復したが、12月以降は再び感染症が流行し、減少傾向にある。

宿泊者数調査の結果



※青森県「月例観光統計」宿泊合計より集計

2020年の外国人宿泊者数は、新型コロナウイルス感染症の世界的な拡大により各国が渡航規制を行ったことが影響し、3月以降の訪日客数が激減したため、急減となった。

事業報告-(2)委託業務-①戦略的観光地域づくり推進事業

1) マーケティング事業/デジタルマーケティング・プロモーション関連

Beacon活用によるエリア別属性調査

一般社団法人
十和田奥入瀬観光機構



- Beacon (ビーコン)とは、スマートフォンに搭載されたBluetoothの信号を使って、位置情報などを捉えるレーダーのような機器である。
- Beaconを活用し、十和田市現代美術館と十和田湖休屋、イベント(十和田湖湖水まつり、十和田湖光の冬物語)で、旅行者属性調査を実施した。
- 抽出されたデータを広報活動に活用した。(例:20~30代→SNS広告、50~60代→ポスティング広告など)
- 今後も定期的に調査を行い、そこから得たデータをイベントや観光コンテンツ開発、旅行商品造成等に利用する。

調査の結果(来訪者の推定居住地分布状況)

●エリア調査

測定日:令和2年11月7日(土)~11月8日(日)

測定場所:十和田市現代美術館、十和田湖休屋

●イベント調査

「十和田湖湖水まつり」

測定日:令和2年8月28日(金)~30日(日)

測定場所:イベント会場である桂ヶ浜

「十和田湖光の冬物語」

測定日:令和2年11月18日(水)~令和3年1月31日(日)

測定場所:イベント会場受付である十和田神社鳥居前

【測定内容】

性別、年代別、来訪者数、天気、初めて/リピーター、推定居住地、推定勤務地など

十和田市現代美術館



十和田湖休屋



事業報告-(2)委託業務-①戦略的観光地域づくり推進事業

1) マーケティング事業/デジタルマーケティング・プロモーション関連 デジタルマーケティング戦略によるウェブサイト再構築

一般社団法人
十和田奥入瀬観光機構



- 観光庁世界水準のDMO形成促進事業補助金により、アレックス・クイーン氏を外部専門人材として登用し、デジタルマーケティング戦略を立案。世界に十和田の魅力を効果的に発信するため、マーケティング調査に基づき、取り組みや成果の評価指標の策定をした。また、実務を通じて内部の職員がプロモーション施策を行動喚起につなげるためのノウハウを蓄積した。
- 効果的・効率的な誘客を図るために、年代・居住国・趣向などに応じた情報収集を行い、宣伝・広報を実施した。この結果と当機構のサイトへのアクセス者数と照らし合わせることでトレンド把握ができるようになった。

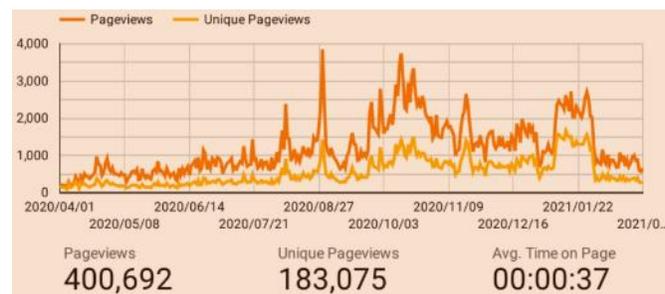


アレックス・クイーン氏と定期的にオンラインミーティングを開催。

マーケティング活動実績

使いやすいウェブサイトの展開	ウェブサイトの見やすさを追求し、PC・タブレット・スマホなど、様々な媒体のサイズに最適化したレスポンシブデザインを採用し、マルチリンガルにも対応した。
検索エンジンの最適化	インターネットで検索上位に見えるよう、SEO対策による最適化を図った。
人を惹きつけるコンテンツ	魅力的なコンテンツが豊富なウェブサイト作りを心がけ、訴求力のある画像と、興味を引く記事を掲載。
メール・ニュースレター	CRMシステムを導入。ウェブサイト上のメルマガ登録フォームを通じ、顧客インサイトをより正確に把握し、イベントやツアー、観光地情報などを顧客に最適化して定期的に発信した。
ソーシャルメディアによる広告戦略	各プラットフォームに自動的に連携するための仕組みを構築し、SNSやGoogleを通じた広告を展開し、オンラインストアへの集客を図った。

ページビュー数の推移(月別)



- ・各種活動を通じた成果として、ユーザー数は151%増加、年間ページビュー数は対前年度比430%増加した。
- ・活動成果を図るKPIとして、当機構はアクセス者数を掲げていることから、今後も継続的にマーケティング活動を行い、アクセス者数の更なる増加を目指すとともに国内外での地域の認知を向上させる。



観光庁の専門家派遣事業を活用しTokyo Creative(株)代表取締役中川智博氏からも助言いただいた。



- 情報インフラとして、世界中の多くの人の目に触れるSNSを通じて、十和田市の情報を発信することで、旅行先候補として検討してもらえよう、SNS発信を強化。
- Instagramを中心に据え、ペルソナとして「25-35歳の旅行やグルメ好きの独身女性で好奇心や行動力が高く、週末は趣味や習い事に勤しむ」方と設定し、そのイメージに合うハッシュタグや共感を生む投稿を通じてフォロワー獲得を図った。その結果、KPIで設定したフォロワー数(3,600人)を達成した。

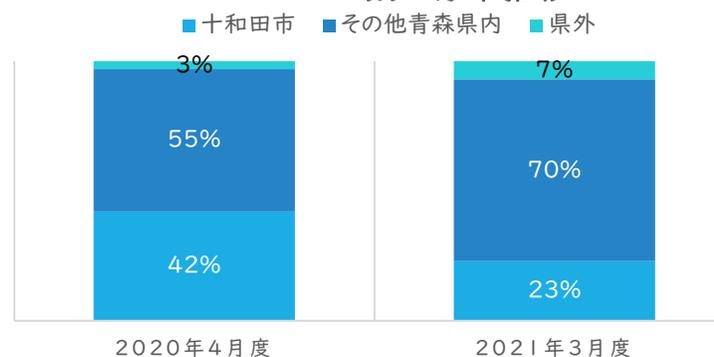
実績

専門家を活用した情報発信の体制構築	専門家による助言を踏まえ、「魅せる写真」をInstagram等で配信。フォロワー獲得数をKPIとして達成度を図ることで職員のモチベーションも高まった。
効果的なハッシュタグ設定	ハッシュタグによりサイト閲覧者の検索を容易にし、「見たい」を「行こう!予約しよう!」などの行動に結び付けることに繋がった。
写真が上手な方の写真を投稿	十和田来訪の写真愛好家に写真提供を依頼し、Instagramにて発信することで、十和田の魅力を高めた。
ライブ配信・YouTube動画配信	イベント・観光情報をライブやYouTubeで配信。十和田のイベントや観光情報を伝えることができた。

職員による動画制作、配信



フォロワー数の分布推移



SNS活動を通じて十和田市外からの関心が高まり、十和田市外のフォロワー比率が20%程度上昇。全体の約8割を占める形となった。



2) 販路拡大事業／エージェントセールス

- 十和田湖畔で実施するスカイランタンや光の冬物語など、感染症対策を実施した新しいコンテンツについて、近隣県・近隣市町村を中心にセールスを行い誘客、消費拡大を図った。
- 「光の冬物語」前売りチケット・販売場所についてセールス活動を行い、新規で12か所の販売先を獲得した。販売場所は道の駅や観光案内所など20施設、宿泊施設6施設の計26か所となった。

エージェントセールス時の配付資料



左) 教育旅行向けプラン

右上) 光の冬物語紹介 右下) ルート情報等

- 9月～1月までに36者と商談。大手旅行会社及び航空会社と契約し、パッケージ商品の造成・販売に至った。



新しい試み～事例紹介

- 訪日旅行者の来訪が見込めない中、三沢米軍基地内の旅行会社とチケット委託販売契約し、国内インバウンドの集客につなげることができた。

- 令和3年度開催予定の大規模な商談会等に向け、新たなコンテンツの造成や既存コンテンツの整理を進める。

事業報告-(2)委託業務-①戦略的観光地域づくり推進事業

2) 販路拡大事業/教育旅行誘致と新規旅行商品の検討



- 緊急事態宣言の発令により、北海道発の教育旅行において、首都圏・西日本を避ける動きが発生。この需要を取り込むため、札幌での商談会にて、旅行会社7社と商談・ヒアリングを実施した。
- 商談会で把握したニーズを基にJTB青森支店・しもきたTABIアシスト社と連携し、需要の高いテーマである「SDGs」を主軸に据えた旅行商品「十和田湖SDGs教育旅行プログラム～自然環境編～」を開発した。2021年4月1日より、JTBにて販売中。

教育旅行プログラム【東北】

アクティビティを楽しむうちに自然の豊かさを感じる【JTB×十和田奥入瀬観光機構（地域DMO）】

十和田湖SDGs教育プログラム～自然環境編～

■ 自然の豊かさを守ることがSDGs達成に向けた第一歩

SDGsの達成には、自然環境の持続が土台にあります。自然と親しみ、SDGsの第一歩目である自然保護意識を、このプログラムの中で醸成していきます。

■ 自然の豊かさを感じよう

透き通る水面、色彩豊かな森、荒々しい岩肌。大噴火が生み出した十和田湖には、手つかずの豊かな自然がいくつも残っています。ネイチャーガイドの案内で、湖上から十和田湖の自然を味わいます。

■ 偉大な自然を学ぼう

悠久の時間の中で、豊かな自然は神様に、大噴火は伝説になりました。十和田湖の自然の中で生まれた文化と、人々が畏れ敬ってきた歴史を地元ガイドがご案内します。

15～80名@5560円（オプションプランは別料金）
※11月1日～4月30日受入不可 ※買切バスでお越しください。

【受入可能人数】
15名～80名
※先着方含む

プログラム概要（210分）

- 旅行前、環境をテーマにSDGsを学び、十和田湖の成り立ちや歴史を紹介します。（オンライン学習）
- 自然体験として、**カナディアンカヌーの体験**を行います。
- 歴史文化体験として、伝説の主人公に扮した**地元ガイドと歩きまわります**。
- オプションプランで秋田県の伝統料理**きりたんぼづくり**が体験できます。

当日コース内容（210分 実施想定）
※40名を超える参加の場合は2階に分かれ自然体験と歴史文化体験を交互に実施します。
※オプションプランは人数・時間により調整します（体験時間90分+昼食60分）

- 1 **十和田湖自然体験@字権部キャンプ場（90分）**
・30分の安全指導後、60分のカヌー体験を行います
・2～3人の共同作業で湖の上を冒険します
・大自然の中で十和田湖の自然の物語と出会えます
- 2 **十和田湖歴史文化体験@十和田湖畔休屋地区（90分）**
・十和田湖畔の歴史文化巡りを体験します
・開運スボットや物語に出会っていきます
・十和田の大噴火の重たいパワーを伝説から感じます
・歴史文化を通して偉大な自然を学びます。

Copyright © JTB Corp. All rights reserved.

■ 今後の課題

- ・150人規模の学校の生徒が、同時に体験できるコンテンツやプログラムを造成し、受入環境を整える。
- ・SDGs学習をはじめとした学校教育に求められる学習要素を意識した旅行商品のブラッシュアップを図る。

カヌーと散策ガイドを組み合わせ、
80人までの受入れを可能にした
教育旅行プログラム
「十和田湖SDGs教育旅行プログラム～自然環境編～」

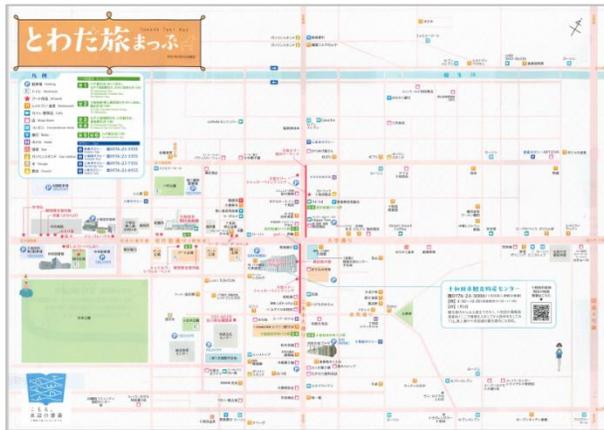
事業報告-(2)委託業務-①戦略的観光地域づくり推進事業

3) 宣伝情報発信事業/観光パンフレット、ポスター等の制作

一般社団法人
十和田奥入瀬観光機構



- 十和田の観光やランチのスポットを紹介する「とわだ旅まっぷ」と、十和田八幡平国立公園を取り巻く一帯の広域周遊・滞在型観光推進に向けた「とわだ旅」を改訂し、県内外の観光案内所や市内観光・宿泊施設で配布した。北東北周遊ページを加えたことで旅行者からも好評を得た。



とわだ旅まっぷ

事業概要	
「とわだ旅まっぷ」掲載情報の拡充	郊外に新規オープンした施設や問い合わせの多い店舗情報を地図に反映させ、サイズもA3にサイズアップした。
ウェブサイトに「スケッチマップ」掲載	上北県民局が作成した十和田湖や奥入瀬溪流スケッチマップを新たに掲載し、地域の認知と魅力向上を図った。
総合パンフレット「とわだ旅」の改訂	東北地方マップを挿入し、東京や仙台からの交通アクセスを解説。十和田湖での連泊滞在促進のため、市外情報（秋田県小坂町・大館市、岩手県八幡平市）を追加した。
観光パンフレットの送付件数	約220件※県内外の旅行会社や宿泊施設、観光案内所、個人など。

「北東北周遊の旅」ページを追加し、他市町の観光情報を掲載。DMO連携によって、十和田湖や奥入瀬溪流を中心とした広域周遊プランを商談会等で紹介していくこととした。



とわだ旅日本語版



スケッチマップ



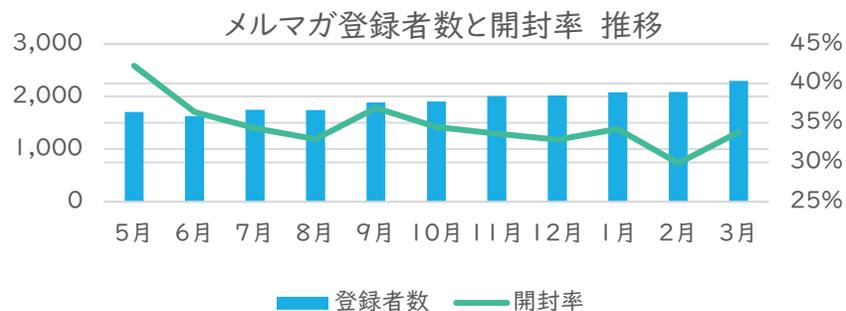
3) 宣伝情報発信事業/CRMを活用したメールマーケティング(メルマガ配信)

■ 十和田市の認知度向上とウェブサイト掲載記事の充実を図るため、クリックしたくなる良質の記事やコンテンツを掲載。職員が体験コンテンツを取材し、特集記事や動画を制作した。また、ウェブサイトに観光資源の魅力を訴求できるイメージ画像を掲載。今年度より導入した、CRM(顧客管理データ)を活用し、メールマガジン(1回/月)を使って、記事を配信した。イベント時には、メールマガジン会員専用特典を発信した。

観光資源の魅力を訴求するため
十和田湖の四季写真コンテストの入賞作品を掲載



旅行者が旅行体験をイメージしやすいよう、特集記事を作成
画像や動画で配信



これらの活動を通じて、メルマガの登録者数は当初の1.3倍に増加。



事業報告-(2)委託業務-①戦略的観光地域づくり推進事業

3) 宣伝情報発信事業/会員サイトの開設・運営、ニュースレター配信

一般社団法人
十和田奥入瀬観光機構



- 当機構のウェブサイト内に機構の取組みを発信する会員サイトを開設し、セミナー開催案内や新型コロナウイルス感染症関連情報（支援策他）、緊急事態宣言下の観光施設・交通アクセス情報、アンケート結果等を掲載した。※パスワードでログインできる。
- これらの情報はニュースレター「こもる、水辺の書齋通信」として毎月、会員向けにメールを配信している。ニュースレターは会員事業者には有益性が理解され、登録者・開封率ともに改善傾向にある。

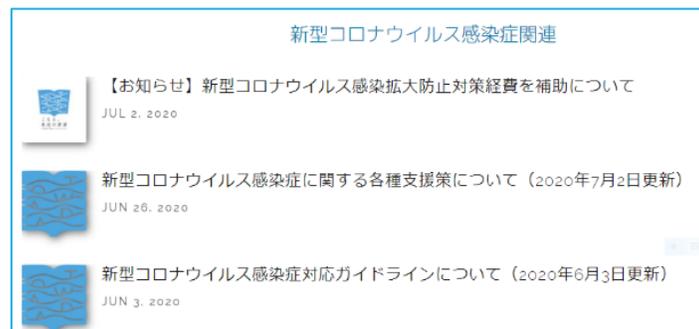
実績

新型コロナウイルス感染症関連情報の掲載	会員事業者に向け、支援策・補助金・GoToトラベル関連などの情報を発信した。
会員に向けたお知らせ発信	特集記事・ニュースを会員向けに掲載することで、会員に対し定期的に魅力的な情報を伝えることができるようになった。
ニュースレター「こもる、水辺の書齋通信」	機構や会員事業者の取組みを紹介するとともに、会員向けのWebサイトで閲覧できるようにした。

お知らせ情報のページ



事業者支援のページ



登録者数と開封率推移



ニュースレターは登録者数・開封率ともに半年間で増加傾向。更なるコンテンツの充実を図っていく。

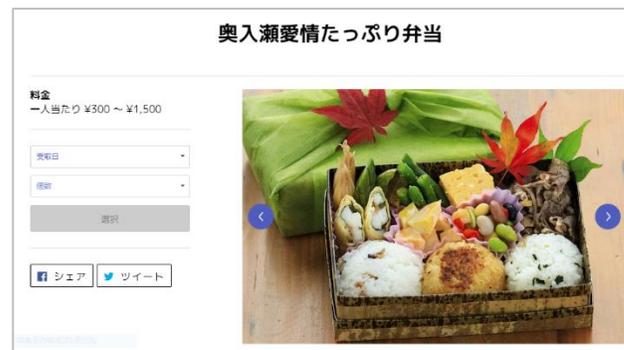
事業報告-(2)委託業務-①戦略的観光地域づくり推進事業

3) 宣伝情報発信事業/オンラインストア開設・運営

一般社団法人
十和田奥入瀬観光機構



- 令和2年10月1日よりオンラインストアを開設し、ツアーやイベントのチケット、お弁当等を旅ナカで予約・販売できるようにした結果、30,542人がオンラインストアを来訪し、総注文数は1,384件であった。
- 1月にGoogle上で配信するリスティング広告を実施し、集客と売上増に成功。
- 2021年度は前年度に得た、商品販売時の閲覧者の属性情報などを商品の開発に反映していく。

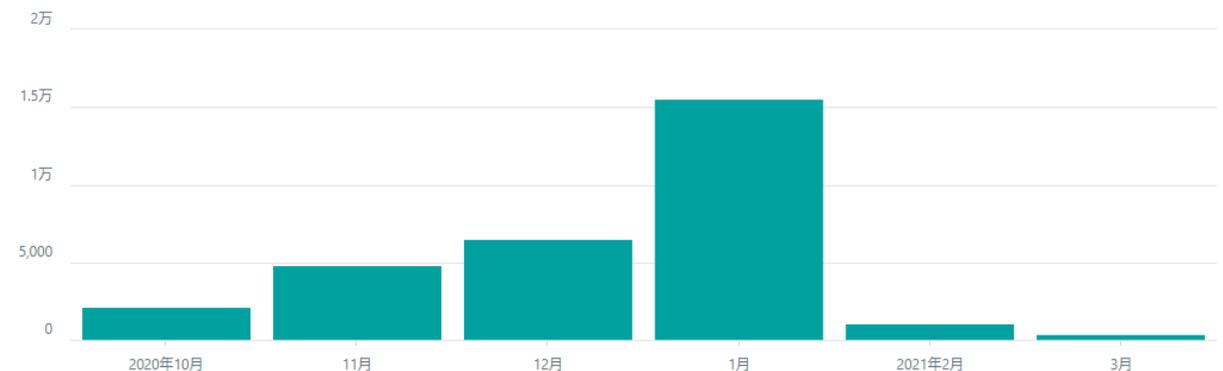


令和2年度販売実績(総注文数:1,384件)

販売上位商品:

- ①光の冬物語前売券 ②冬の奥入瀬ナイトツアー
- ③冬の奥入瀬ネイチャーガイドツアー ④奥入瀬愛情たっぷり弁当

セッション数





3) 宣伝情報発信事業/広報活動

- イベントごとにプレスリリースを通じ、テレビ・新聞・雑誌に向けた情報・素材を提供。メディア露出記事数を増加させ、十和田市の観光やイベント等の認知度向上に取り組んだ。
- 令和3年度からはプレスリリース配信サービスを利用し、情報拡散のため、転載サイトへのより効果が見込まれるメディアのターゲティングや効果測定を行い、報道件数の増加を図る。

令和2年度実績

プレスリリース 数22件	イベント開催やテイクアウト応援事業、ガイド育成募集のご案内 他
メディア掲載件数 138件(前年度106件) ※県内のみの件数。	機構全体(39件) 十和田湖湖水まつり(16件) 十和田湖冬物語(56件) 氷瀑ツアー(24件) その他(3件)
雑誌掲載 66件(前年度50件)	るるぶ、まっぷる、北海道生活、旅の手帖、じゃらん、rakra、翼の王国、JALスカイワード 他
観光PR素材提供 47件	写真素材(42件)、PRキャラクターデザイン(5件)

会員事業者様テレビ取材



記者会見を実施



職員がテレビ番組に出演



事業報告-(2)委託業務-①戦略的観光地域づくり推進事業 3) 宣伝情報発信事業 / 写真コンテスト開催

一般社団法人
十和田奥入瀬観光機構



- 十和田湖周辺の自然・観光をテーマにした写真の収集を行い、写真を通じた魅力発信を図るために、「十和田湖の四季写真コンテスト」を継続的に開催。
- 第34回となる本年は、62名325点が応募。昨年比約1.6倍の参加者を集めることに成功した。(23名107点増) 入賞作品は、十和田ビジターセンター(～3月28日まで)、十和田湖観光交流センターぷらっと(4月1日～5月5日)の2つの会場にて展示を行った。
- 写真家・和田光弘氏の審査で20点の作品が入賞。入賞作品は、Webサイト等の素材として使用し、十和田湖エリアの魅力をアピールするために活用している。

応募作品と表彰式の様子



～表彰式～

【日時】 令和3年2月27日(土) 午前10時

【会場】 十和田ビジターセンター(十和田湖畔休屋)

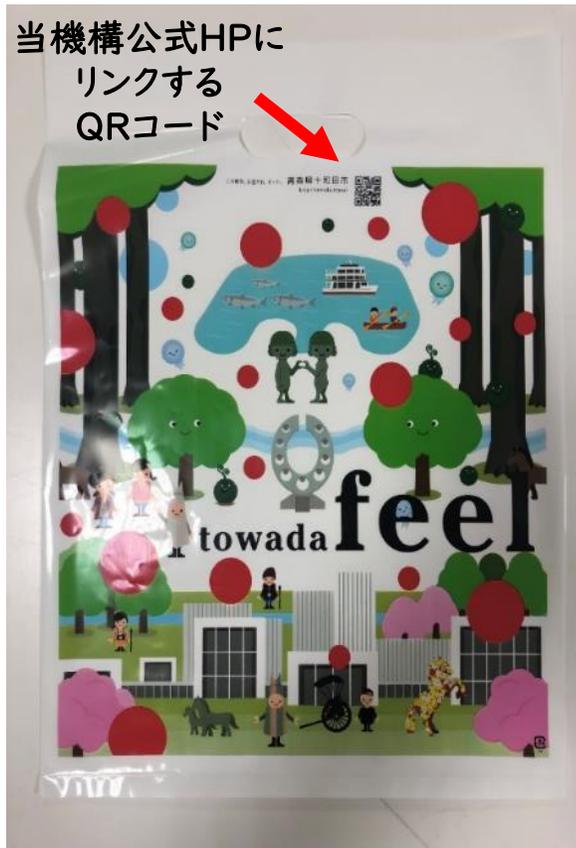
環境大臣賞: 逓駅隆英さん(左)
「夕映の十和田湖」

事業報告-(2)委託業務-①戦略的観光地域づくり推進事業 3) 宣伝情報発信事業/観光PRグッズ企画・造成

一般社団法人
十和田奥入瀬観光機構



- 商談会や旅行博等で提供する販促グッズの制作を行い、十和田観光のPRを行った。
- パンフレットやタリフ資料の配布などで使用するオリジナルデザインの手提げ袋は、デザインが可愛いと、外国人観光客に特に人気であった。



制作した手提げ袋

【制作物】

手提げ袋(オリジナルデザイン、ビニール製)

【デザインについて】

株式会社テクノスにデザインを依頼。まちなかの現代美術館(アート作品)や奥入瀬溪流、十和田湖を明るく親しみやすいイラストで表現。機構公式HPにリンクするQRコードも印刷した。

【配布数】 制作数10,500部 希望に応じて提供

小学生から高校生の修学旅行での課外学習用に配布
地元企業の会議にて配布

- 配布をきっかけに十和田湖カヌーツアーや奥入瀬のコケさんぽといったアクティビティコンテンツの紹介につながれたことから、次年度も引き続き、無料配布用のオリジナルノベルティの制作を行う。

実施時期:令和3年3月

事業報告-(2)委託業務-①戦略的観光地域づくり推進事業

4) 観光開発事業/第3種旅行業の取得



- 地域への個人客及び団体客の集客を目的に、第3種旅行業を取得した。それによって、地域の魅力ある観光資源を活かした募集型企画旅行（募集ツアー）の企画・造成や手配旅行（体験や宿泊等）の予約・販売が可能となった。
- 十和田奥入瀬観光機構が「氷瀑ツアー」などの旅行ツアーを募集・予約受付することで、当日申込等の旅ナカ需要に柔軟に対応できる体制を構築した。
- 募集ツアーは、10月に開設したオンラインストアで予約・販売できるようにした。



本社名:Towada Art Travel



支店名:Towada Lake Travel

実施概要	
第3種旅行業の取得	Travel Towada (十和田奥入瀬観光機構)にて取得。2020年10月1日より、2拠点 (Towada Art Travel、Towada Lake Travel)で旅行業の取り扱いを開始。
募集型企画旅行の営業区域	十和田市、青森市、平川市、七戸町、東北町、六戸町、五戸町、新郷村、秋田県鹿角市、秋田県小坂町
発着可能な駅・空港	(東北新幹線)八戸駅、七戸十和田駅、新青森駅 (空港)青森空港、三沢空港、大館能代空港
旅行サービス手配業の実施	青森県観光連盟主催「十和田現代アート・建築めぐりコース」の手配業務(まちなかガイドツアーの行程作成とまちなかガイドの手配、モニターツアー同行など)を実施。

■ 今後の方向性

- エリアを大きく周遊するインバウンドに向けて、より広域の旅行商品の造成・販売を検討する。
- 農業体験やお花見プログラム等滞在メニューの拡大を検討する。

※第3種旅行業取得事業者:旅行業法施行規則により、近隣市町村等の一定条件下において募集型企画旅行の実施が認められる事業者



4) 観光開発事業/着地型旅行商品の造成

- コロナ禍で、マイクロツーリズムが注目されていることから、地域の魅力ある観光資源を活かした募集型企画旅行（募集ツアー）を企画・造成し、近隣地域からの集客を図った。
- 団体向けツアーでは、感染防止に努めつつ、現場に精通する機構ならではの視点で地域を編集し、近隣住民に地元の魅力を再発見してもらうツアーを実施した。ツアーでは一定の料金を頂きながらも高い満足度を実現した。



ツアー造成

個人向け	<ul style="list-style-type: none"> • 十和田市街地、奥入瀬溪流、十和田湖などを目的地とするツアー等を造成 • 奥入瀬溪流の「蔦七沼（つたななぬま）」の一つ、「赤沼」をめぐる高付加価値なツアーを創出しつつ、紅葉のピーク時期における「蔦沼」の混雑緩和を目指したモニターツアーを実施した。※環境省令和2年度蔦沼早朝ツアー創出及び渋滞対策検討業務
団体向け	<ul style="list-style-type: none"> • 団体向けにバスツアー「秋の十和田日帰り旅」を実施。（日時：2020年10月31日（土）参加人員：16名） • 参加者は近郊住民が中心となり、何度も見てきたはずの十和田湖や奥入瀬にネイチャーガイドやリブボート、康楽館の芝居等の要素を加えることで地元の魅力を再発見していただいた。 • 旅行者向けの「新しい旅のエチケット」に基づき、感染防止に努めた。

■ 今後の方向性

- 個人向けの滞在メニューの充実に加え、教育旅行やインバウンド、オンラインツアーなど、旅行商品の拡大に取り組む。
- 地元の人が旅行者に地域の魅力を積極的に薦められるように観光事業者や会員向けにコンテンツを体験してもらう機会を提供していく。

事業報告-(2)委託業務-①戦略的観光地域づくり推進事業

4) 観光開発事業/座談会の開催



- DMO設立を念頭に置いた2017年度から、市街地・奥入瀬・十和田湖の各エリアで開催。観光関連事業者のほか、地域の商店経営者、住民など幅広い関係者が参加し、ざっくばらんな意見交換の場として、アイデア出しや資源の掘り起こし、磨き上げ、実際の商品化の取組などを行っている。
- 令和2年度はコロナの影響により各エリア1~3回の開催に留まった。

座談会の内容

「GoToトラベル事業」	Go Toトラベルキャンペーン事務局の担当者から、地域共通クーポン取扱店登録に関する登録までの流れや手続きを説明いただいた。
事業成果報告	訪日外国人旅行者向けの手荷物配送サービスの実証実験の成果を報告した。
秋～冬季イベント情報	氷瀑ツアー・光の冬物語など、機構が販売するツアー商品を紹介した。
ディスカッション	市街地の回遊性を高めるアイデア出しや教育旅行の誘致などについて意見交換を実施した。
Instagramの活用法	ワーケーション推進協議会と連携し、インスタのイベントを開催。旅行インフルエンサーを迎えた意見交換会を行い、参加者からの評価も高かった。



座談会では広めのスペースを確保し、感染症予防対策を行いながら意見交換を実施した。



Instagramの活用法イベントでは、数多くの会員が参加。旅行インフルエンサーをお招きしての座談会が好評だった。

事業報告-(2)委託業務-①戦略的観光地域づくり推進事業

5) 受入体制整備事業/奥入瀬溪流ネイチャーガイド育成

- 十和田奥入瀬溪流の「上質な自然」の魅力を来訪者に伝える、ネイチャーガイドを育成するための養成講座を実施した。
- 付加価値の高いツアーを提供するためには、奥入瀬溪流について興味深い知識を提供できるガイド役が不可欠であるが、高齢化が進み人材不足の状況であった。
- 2020年度は、20名の募集枠に23名が参加し、18名が養成講座を修了。うち6名は、「奥入瀬溪流氷瀑ツアー」のガイドとしてデビューした。



十和田八幡平国立公園十和田・八甲田地域内に位置し、特別保護地区のほか、特別名勝および天然記念物に指定されている、奥入瀬溪流。



ネイチャーガイド育成プログラムと共に、導入編として、市民向けに「奥入瀬溪流について学ぶ講座」も3回開催。61名が参加し、ガイド候補となる母集団を増やすことに寄与した。



養成講座では、自然に興味があり、ガイドを志す者を募集。ネイチャーガイド業のノウハウや奥入瀬溪流の自然を学び、2021年からデビュー可能なガイド人材を育成することに成功した。



5) 受入体制整備事業/国立公園ワーケーション推進※(5)補助金活用事業参照

- 新型コロナウイルスの感染拡大により、都市部を中心にテレワークが普及する中、当地域が有する国立公園の魅力を生かし、働く環境を整備することで、ワーケーションによる長期滞在に繋げる。
- 『ワーケーションワーカーが憧れる聖地へ』をビジョンに掲げ、2020年度は「ワーケーション環境の整備」「課題の検証」「情報発信」に取り組んだ。
- 課題として「移動中のWi-Fi環境整備」、「個室ワークスペース」、「二次交通」の必要性が判明した。これら課題には、令和3年度以降に解決に取り組む予定。



ワーケーション環境の整備

- ・セキュリティの高いWi-Fiの導入
- ・テーブル・椅子・ポータブル電源の設置
- ・会議室用のプリンターやコーヒーマシンを導入

課題検証のための活動実施

- ・モニターツアー 2名…宇樽部(うたるべ)キャンプ場拠点
- ・テストマーケティング 5名…コワーキングスペースyamaju
- ・ファミトリップ 4名
- …奥入瀬溪流ホテル拠点、八甲田ホテル&奥入瀬溪流ホテル拠点2回





- 平成31年外国人宿泊者(1月~12月累計)のうち40%以上が湖畔エリアに宿泊している。これらの旅行者の多くが、宿泊地の十和田湖の手前の奥入瀬溪流を散策しており、その際、手荷物配送サービスがないため、大きなスーツケースを曳きながら溪流散策をしている。そのため、訪日外国人旅行者の移動の上質化及び周遊促進のため、手荷物配送サービスの実証事業に取り組んだ。
- 手荷物サービス及び付随する業務管理システムの構築・交通情報サイトの整備等を実施した。100件の申込、90件の実利用があり、20~30代の女性が多く、比較的小さな荷物でも配送サービスを利用していた。

実施内容

①手荷物配送サービス

国内在住インバウンドをはじめとした旅行者を対象に、アンケート回答を条件に、無償で手荷物搬送サービスを提供(実施期間10月9日~11月8日)。

②業務管理システムの構築

手荷物配送サービスの事前の予約申込、お知らせメールの自動送信、業務完了処理の共有等ができるシステムを構築。申し込みフォームは多言語対応を実施。

③交通情報サイトの整備

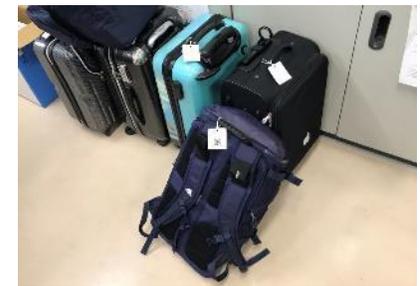
ルート検索機能を備え、観光スポットや手荷物配送サービスを一体的に掲載した交通情報サイトを整備した。

今後の課題

- ・アンケートの希望価格調査では低価格の要望が多かったことから、手ぶらになったことで次の体験や消費につなげる仕組みづくりが求められる。
- ・石ヶ戸休憩所の電波が弱く、システム稼働に必要な安定した電波環境への改善が必要。



手ぶら観光パンフレット



お預かりした手荷物



交通ルート検索画面

事業報告-(2)委託業務-①戦略的観光地域づくり推進事業

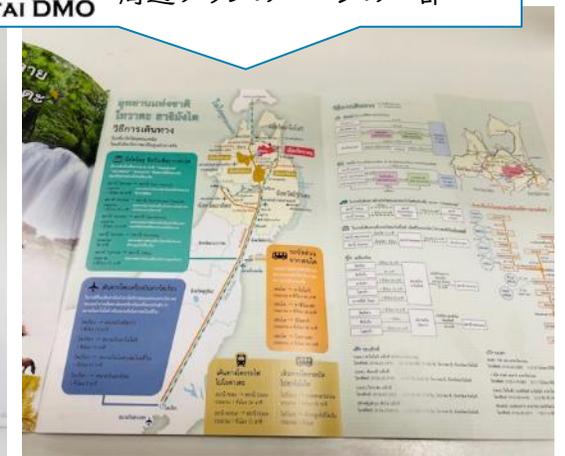
6) インバウンド対策事業/タイ語パンフレット作成※(5)補助金活用事業参照

一般社団法人
十和田奥入瀬観光機構



- 増加傾向にあるタイ人旅行客数の誘客を図り、パンフレット・マップ制作に加え、青森・秋田・岩手の3県周遊ルート提案を行った。特にスノーコンテンツを強く打ち出し、冬季の旅行客増加を狙った。
- タイ旅行博や商談会でパンフレットを活用する想定であったが、新型コロナウイルス感染症の影響で渡航制限が続いていることから、本事業の標的を在日外国人旅行者に変更。
- 県内や東北にある観光案内所、東京駅訪日カウンターに配布。
- 北東北のDMO(秋田犬ツーリズムや八幡平DMO)と連携し、十和田八幡平国立公園を取り巻く一帯の広域周遊・滞在型観光推進の強化、北東北DMO連携の推進に寄与した。

完成したタイ語版パンフレット



北東北DMOで連携し、作成した周遊プランのページの一部



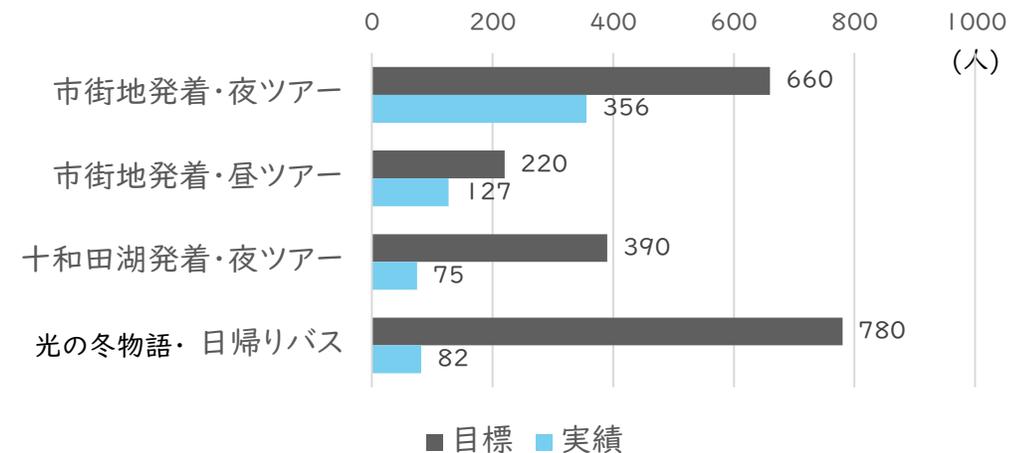
1) 奥入瀬溪流氷瀑ツアー

- 冬季の観光振興をねらい「奥入瀬溪流氷瀑ツアー」を販売した。販売開始4年目の令和2年からは、第3種旅行業者となった当機構がツアーを主催。感染症防止策の実施とともに、新たなツアーの造成、解説パンフレットの作成、ライブ中継の実施やPR動画の作成に取り組んだ。
- 集客目標2,050人に対し実績は640人(達成率31%)となった。ツアー予約は好調に推移していたが、Go Toトラベルキャンペーンの停止や緊急事態宣言の発出を受け、予約キャンセルが増えたために目標に届かなかった。
- 翌年度はPR動画を商談に活用するとともに、旅行会社経由での販売促進や、バス経費削減に取り組む。



参加者の属性は、
①青森県内 ②関東 ③東北
(青森以外)の順に多かった

集客目標と実績の対比



事業報告-(2)委託業務-②特定重点業務実施事業

2) 開運+(プラス)パンフレット制作



- 十和田湖の開運スポットによる周遊促進としての「開運+(プラス)」の改訂及び増刷を行い、十和田市内の観光施設や宿泊施設等に配布した。
- 湖そのものが、霊力ある神秘の場所としてあがめられてきた十和田湖のパワースポットを紹介する内容となっている。

十和田神社や旧杉並木街道、占い場をはじめ、湖上の海運スポットをめぐるボートの紹介や地場の料理、スイーツ、日帰り入浴など、旅ナカで十和田湖を訪れた旅行者が活用できる情報を満載。



多言語で紹介



事業報告-(2)委託業務-③指定管理業務

1) 十和田市観光物産交流施設指定管理業務



十和田市観光物産センター入館者数



十和田市観光物産センター
住所:十和田市稻生町15番3号
アートステーショントワダ内
電話:0176-24-3006
FAX:0176-24-3007

月	令和2年度	令和元年度	備考
4月	598人	3,212人	緊急事態宣言の発令を受けて休館
5月	1,149人	3,065人	緊急事態宣言の発令を受けて休館
6月	2,876人	2,250人	サンキューバナナ開店
7月	3,274人	2,618人	
8月	4,364人	4,382人	物産コーナーリニューアル
9月	3,116人	2,940人	サンキューバナナ閉店
10月	3,207人	2,583人	
11月	2,924人	2,090人	
12月	2,298人	2,219人	
1月	1,579人	817人	
2月	1,809人	1,286人	
3月	2,169人	1,993人	
計	29,363人	29,455人	

- 十和田市観光物産交流施設(十和田市観光物産センター)の指定管理者として管理業務を行った。
- 市街地の情報発信拠点として、観光案内カウンター及びパンフレット棚を設置し、旅行者及び市民に対し、観光案内や情報提供を行った。
- 旅行者や市民に無料休憩スペースを提供した。
- 十和田市の特産品販売PRセンターとして、令和2年7月までは直営にて、地域の特産品や県内の土産品を取り揃え、紹介・販売。同年8月からは、道の駅とわだを指定管理する株式会社パワフルジャパン十和田が新たにテナント運営することになり、産直販売コーナーを設けリニューアルオープン。
- 併設の厨房を「サンキューバナナ十和田店」として活用。

4～5月までは新型コロナウイルス感染症による緊急事態宣言発令を受けて、施設を休館したため、入館者が減少。6月にサンキューバナナ十和田店をオープン、8月の物産コーナーのリニューアルを経て、入館者が急増。年間の入館者数は平年並みに回復した。

事業報告-(2)委託業務-③指定管理業務

2) 十和田湖観光交流センター



十和田湖観光交流センターぷらっと

住所:十和田市大字奥瀬字

十和田湖畔休屋486

電話:0176-75-1531

FAX:0176-75-1535

十和田湖観光交流センターぷらっと入館者数

月	令和2年度	令和元年度	備考
4月	232人	2,375人	緊急事態宣言の発令を受けて休館
5月	364人	4,761人	緊急事態宣言の発令を受けて休館
6月	1,168人	3,508人	
7月	2,073人	5,876人	
8月	4,669人	7,112人	十和田湖湖水まつり開催
9月	2,405人	4,064人	
10月	5,189人	8,011人	
11月	3,022人	3,325人	十和田湖光の冬物語開催
12月	1,324人	747人	十和田湖光の冬物語開催
1月	1,137人	1,048人	十和田湖光の冬物語開催
2月	817人	890人	
3月	593人	619人	
計	22,993人	42,336人	

- 十和田湖観光交流センターの指定管理者として管理業務を行った。
- 十和田湖の情報発信拠点として、観光案内カウンター及びパンフレット棚を設置し、旅行者に対し、観光案内や情報提供を行った。また外国人旅行者(在日外国人含む)向けに英語・中国語・韓国語が話せるスタッフを配置し、多言語による案内業務を行っている。
- 施設2階にある交流室(会議室)の貸出業務を行った。
- 1~2階の展示品に関する紹介・保守業務に努めた。
- 環境省補助金を活用し、ワーケーション受入環境整備をした。

4月、5月は緊急事態宣言発令に伴い施設を休館したため、入館者が大幅に減少。夏・冬に十和田湖畔でイベントを開催したが、入館者は伸び悩み、前年比54%となった。

事業報告-(3)収益事業

一般社団法人
十和田奥入瀬観光機構



事業報告-(3)収益事業

① サンキューバナナ事業



- 当機構が指定管理者として管理する十和田市観光物産センターの厨房施設を活用して、収益拡大を図った。
- 外部専門人材である磯石氏※プロデュースによる「サンキューバナナ」2号店をオープンさせ、期間限定で2種類のジュースを販売した。
- 好評につき、令和3年度もこの事業を継続する。

※「サンキューバナナ」を展開する「Ginger」社の社長

開店期間：令和2年6月12日～令和2年9月22日

商品	商品の特徴	販売実績（まるっとフェスでの売上を含む）
	<p>バナナジュース</p> <ul style="list-style-type: none"> ・体に優しいシンプルなレシピの濃厚バナナジュース ・砂糖不使用 ・京都・神戸に各1店舗 	<p>営業時間：10:30～18:30 来店客数：12,136人（期間累計） 販売単価：各390円 販売数：バナナジュース19,275杯 リンゴジュース 1,482杯 合計20,757杯</p>
	<p>リンゴジュース</p> <ul style="list-style-type: none"> ・1日限定20杯 ・十和田店オリジナルドリンク ・十和田産りんごだけを使い、添加物は不使用 	<div style="background-color: #0070C0; color: white; padding: 10px; text-align: center;"> <p>売上 8,113,730円</p> </div> <p style="text-align: right;">粗利率51.5%</p>



観光物産センターでの物販業務の様子

■ 十和田市観光物産センター

- ・直営で赤字の物販運営から家賃収入による黒字化を目指した。

Before	After
<ul style="list-style-type: none"> ● 年間必要経費 約530万円 (家賃・水光熱費・人件費・レジリース料等) 年間売上 約230万円 <p>300万円の赤字</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● (株)パワフルジャパン十和田が入居し、 (令和2年8月より、「道の駅とわだ」を運営) 土産品等の販売を行う <p>50万円の黒字</p>

テナント募集 →



イオンでの販売イベントの様子

■ イオンスーパーセンター十和田店

- ・物産会員への積極的周知により、商品取扱事業者数の増加を目指した。

- ① 加工品の常設販売分の帳合※業務 ※売上の精算業務
- ② 8月「物産まつり」での土産販売イベント (新型コロナウイルスの影響により開催中止)
- ③ 2月イオン「周年祭」での出店 (新型コロナウイルスの影響により開催中止)

- 今後は、観光客をターゲットに幅広く地域産業と連携し、収益拡大の取組みを企画・実施していく。

事業報告-(4)補助金事業

一般社団法人
十和田奥入瀬観光機構





■株式会社 キッチンカンバセーション代表取締役 田中 愛子 氏

魅力的なコンテンツの開発強化事業として、富裕層インバウンド向け食コンテンツの開発、十和田の食のブランディングを依頼した。

フードスタディーズという学びを通して、地域資源の再評価や十和田の持つ力、市民のシビックプライドの確立を推し進める。

■ 活動実績

■ 地域農産品と観光の有効活用について今後も協議を重ねる。

お弁当の開発	フードスタディーズセミナー	料理講習会	コンサル	販路拡大
				
<p>R2.10.18 プレスリリース R2.10.20 受付開始 <受取場所> 小栄商店・灯と楓・石ヶ戸休憩所 十和田湖観光交流センターぶらっと 奥入瀬溪流館 (R3~)</p>	<p>月1回セミナーを実施 10/18: 家庭料理の力 11/15: フードスタディーズとケリズム 12/13: 十和田の持つ可能性 1/10: 開催中止 (緊急事態宣言の為) 2/14: 食のブランディングの可能性 3/14: 十和田の食と文化のブランディング</p>	<p>十和田の食材を活用した料理教室を開催 1) 小栄商店 2) 牛楽館 3) 東コミュニティセンター</p>	<p>来訪時に事業者コンサルを実施 1) SASAKI FARM 2) 小栄商店 3) 牛楽館 4) ガーデンキッチン垂穂 5) すし侍 まさ木</p>	<p>地元の人にとって当たり前となり埋もれている素材を発掘し、大阪で販路を拡大 発酵食品 (お漬物、味噌)、とわだ短角牛は大阪のレストラン等で取扱開始 今後、そばかけ・むぎかけも関西圏で販売を希望している <主な販売先> グラン・エレガン (大阪府箕面市) YUZUYA (大阪府箕面市) Herb kitchen (大阪府大阪市) 梅田ハートンホテル (大阪府大阪市)</p>



■株式会社Ginger代表取締役 磯石 裕子 氏

「サンキューバナナ」の運営、ウェディング・イベントプロデュース事業を営む。ホテル支配人経験や体験型観光コンテンツのメニュー開発、イベントプロモーションに多くの実績があることから、クリエイティブな発想による十和田湖エリアのリブランディングを依頼した。

■冬イベント(十和田湖冬物語)の改革案や基本計画書の作成、体験型コンテンツの開発を行い、インバウンド向け滞在型観光を増やし、観光による地域全体の経済効果を高める。

■活動実績

自然体験プログラムの開発

●十和田湖畔エリア、宇樽部エリア、奥入瀬エリアなどを視察し、DMO職員や現地事業者ヒアリングを行い、冬コンテンツを中心に、日本や青森の特色を組み合わせた13の体験コンテンツを企画。



●地域と連携しながら、令和3年度の商品化及び販売を目指す。

ブライダル商品開発

- 2019年、台湾人カップルがサプライズプロポーズの場所として十和田地域を選んだこと、またインバウンドのハネムーン市場が高まりを見せていることから、新たにブライダル商品の開発を行った。
- 令和3年4月に会場を決定、6月中旬にブライダル撮影を実施、令和4年以降の予約受付を目指す。

10施設の現地調査・ヒアリングを実施



事業報告-(4)補助金事業

①外部専門人材活用 - (3)事業費1,403,354円

一般社団法人
十和田奥入瀬観光機構



■株式会社KNOT WORLD社 取締役 河野 有 氏

国内旅行の情報発信や欧米豪をターゲットとしたプライベートツアーやガイドの紹介、コンシェルジュサービス、通訳案内士を対象としたガイド育成事業の実績が豊富。訪日外国人が楽しめる着地型旅行商品(現地ツアー)の開発および販売アドバイスを依頼した。

■当機構は令和2年10月1日に第3種旅行業※を取得し、旅行部門を開設。訪日外国人旅行者及び日本人旅行者のニーズに対応できる体制を整備する。

※受注型企画旅行、手配旅行を取扱うことができる旅行業者

■活動実績

着地型旅行商品の造成・販売	ガイド育成事業	海外向け販売システム
<ul style="list-style-type: none">●外国人旅行者向けツアーを11本企画し、一部令和2年11月に発売を開始した。●オンラインツアーの企画から実施を通して、スタッフの育成を行った。	ガイド育成事業の一環として、アート、建築などの市街地の観光資源を活用した観光メニューを企画するため、観光関係者らと意見交換会を行った。	海外に向けて商品を販売するにあたり、OTAの活用や海外からの問い合わせや予約があった場合の対応等についての指導・助言を依頼し、職員の育成を行った。

ツアーチラシ



オンラインツアーの販売



オンラインツアースタッフの育成



意見交換会の開催



システム運用指導



観光庁・令和2年度観光振興事業費補助金(世界水準のDMO形成促進事業・魅力的なコンテンツの開発強化事業)

実施時期:令和2年10月~令和3年3月



■ 株式会社Queen&CO.代表取締役 アレックス・クイーン 氏

デジタルマーケティングやプロモーションについての専門的な知見を持つ。インバウンドマーケティングオフィサーとして、デジタルマーケティング、プロモーション、業務改善のマネジメントを行うとともに職員の育成を依頼した。

- ウェブサイトの現状分析を踏まえた「デジタルマーケティング戦略」を立案し、インバウンド集客のための情報発信およびプロモーション展開を行った。

■ 活動実績

デジタルマーケティング戦略の立案

- ①使いやすいウェブサイトの展開
- ②検索サイトの最適化
- ③人を惹きつけるコンテンツ掲載
- ④メール・ニュースレターの配信
- ⑤ソーシャルメディア(広告等)

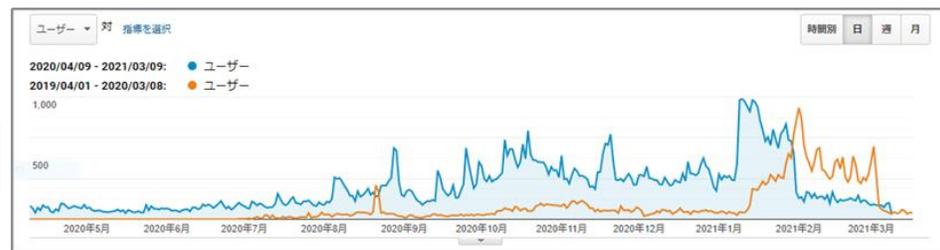
システム強化

- ①オンラインストアの開設
- ②データの抽出

■ 成果

海外での認知度向上のため、ウェブサイトを再構築しアクセス数を増加させる取り組みをした。ウェブサイトを再構築したうえで、各事業に組み込み、効果的な手法を確立。アクセス数上昇を獲得した。

●Google Analyticsで見るユーザー数の推移



↑レスポンスデザイン、マルチリンガル対応、ナビゲーションの整理等の作業時期

■ 今後の課題

- 国内ターゲット層向けコンテンツ展開
- ウェブサイトの多言語化対応
- ビッグデータを踏まえた戦略策定
- リピーター増のための顧客管理システム活用

事業報告-(4)補助金事業

②誘客・ワーケーション※事業-1 事業費837,000円

一般社団法人
十和田奥入瀬観光機構



- 環境省の補助事業を活用して、「十和田湖観光交流センターぷらっと」に、十和田湖畔のワークの拠点となるべく、Wi-Fiの安全性、快適性を高める施設整備を実施した。また、展望テラスや会議室をワーケーションスペースやワーケーション会議室とし、ワーケーション環境を強化した。
- 今後は十和田奥入瀬誘客・ワーケーション推進協議会と連携を図って、十和田八幡平国立公園十和田地域の、十和田湖畔、奥入瀬、八甲田山で宿泊と体験、ワーケーションができるワーケーションの聖地を目指す。



ぷらっと2階のワーケーション会議室



十和田湖観光交流センターぷらっとにおけるワーケーションスペース

ワーケーションスペース概要	
期間	通年
時間	9:00~17:00
料金	無料
予約	不要

ワーケーション会議室概要	
期間	通年
時間	9:00~17:00
料金	午前(9:00~12:00)730円 午後(13:00~17:00)970円
予約	事前不要
貸出設備(無料)	テレビ×2、プロジェクター×1、 机型スピーカー×1

※ワーケーションとは、仕事(ワーク)と休暇(バケーション)を合わせた造語。温泉地やリゾート地に滞在しながらPCやテレビ会議システム等を活用し、仕事をする事。

環境省 令和2年度(補正予算)国立・国定公園への誘客の推進事業及び国立・国定公園、温泉地でのワーケーションの推進事業

事業報告-(4)補助金事業(他主体/事務局担当)

②誘客・ワーケーション事業-II 事業費6,453,000円

一般社団法人
十和田奥入瀬観光機構



- 十和田八幡平国立公園の十和田湖・奥入瀬溪流・八甲田山圏内におけるワーケーション及び誘客を推進する地域協議会「十和田奥入瀬誘客・ワーケーション推進協議会」を令和2年5月25日に設立した。
- 10月以降より順次各宿泊施設やワーケーション環境を体験いただくモニターツアーや観光・体験コンテンツの調査等を実施した。

【実施内容】

- ・インフルエンサー招聘モニターツアー
- ・モニター後の雑誌・SNS等での宣伝・情報発信
- ・FAMツアー
- ・ガイド育成オンラインセミナー&ワークショップ開催
- ・テレワーク環境(Web会議向け)整備
- ・テレワーク実施者アンケートの実施
- ・ワーケーション広告事業
- ・協議会の開催(事業報告、課題共有など)



■ 十和田奥入瀬ワーケーション推進協議会(以降、本協議会)の役割長期滞在者が大自然のなかで思う存分楽しく過ごせるように、以下の事項に取り組んでまいります。

- その時の気分で選べる多様なワーケーション環境の創出
- 大都市圏からの一次交通やエリア内二次交通との連携協力
- “大自然満喫”観光コンテンツ・ツアーの開発・発掘
- 誘客ターゲットへ訴求するプロモーション事業(今年度はミレニアル世代の女性を対象)
- 当国立公園への誘客及びワーケーション事業に向けたアドバイス・協力

■ 本協議会の設立メンバー(順不同)

運営事務局： 一般社団法人十和田奥入瀬観光機構
会員： 東日本旅客鉄道株式会社盛岡支社、日本航空株式会社青森支店、全日本空輸株式会社青森営業所、青森タクシー株式会社、ジェイアールバス東北株式会社青森支店、星野リゾート奥入瀬溪流ホテル、八甲田ホテル、yamaju(風景屋)、Towadako Guidehouse 権、奥入瀬自然観光資源研究会

事業報告-(4)補助金事業

③テイクアウト/事業費15,627,598円



- 十和田市補助金事業として、新型コロナウイルス感染症の影響により売上に大きな影響を受けている市内飲食店等の誘客及び消費額の増加を促し、経済の回復を図る。
- 参加事業所の売上補填および新規顧客の獲得につながった。引き続き、「テイクアウトinとわだ※」を活用して、事業所の情報発信・PRに取り組む。

※当機構が開設。参加事業者の照会、各店舗の割引残額が表示される。

周知方法①	実施内容	周知方法②	実施成果
	<ul style="list-style-type: none"> ・新聞折込 ・広報とわだ ・駒らん情報メール※の配信 <p>※十和田市安全・安心メール配信システム</p> <p>参加店舗でテイクアウト商品やデリバリー商品を購入すると1商品あたり購入代金の半額(最大500円)の割引還元を実施。</p>		<ul style="list-style-type: none"> ・4月21日開設ウェブサイト「テイクアウトinとわだ」を活用。 【期間中のHPへの総アクセス数】 <u>のべ235,111回</u> ・割引実施期間 <u>令和2年6月18日～12月31日</u> ・参加事業所数：<u>63店舗</u> 飲食店・宿泊施設など ・利用総額：<u>13,652,806円</u> ・購入商品数：<u>のべ39,648食</u>



- 平成31年外国人宿泊者(1月~12月累計)のうち40%以上が湖畔エリアに宿泊している。これらの旅行者の多くが、宿泊地の十和田湖の手前の奥入瀬溪流を散策しており、その際、手荷物配送サービスがないため、大きなスーツケースを曳きながら溪流散策をしている。そのため、訪日外国人旅行者の移動の上質化及び周遊促進のため、手荷物配送サービスの実証事業に取り組んだ。
- 手荷物サービス及び付随する業務管理システムの構築・交通情報サイトの整備等を実施した。100件の申込、90件の実利用があり、20~30代の女性が多く、比較的小さな荷物でも配送サービスを利用していた。

実施内容

①手荷物配送サービス

国内在住インバウンドをはじめとした旅行者を対象に、アンケート回答を条件に、無償で手荷物搬送サービスを提供(実施期間10月9日~11月8日)。

②業務管理システムの構築

手荷物配送サービスの事前の予約申込、お知らせメールの自動送信、業務完了処理の共有等ができるシステムを構築。申し込みフォームは多言語対応を実施。

③交通情報サイトの整備

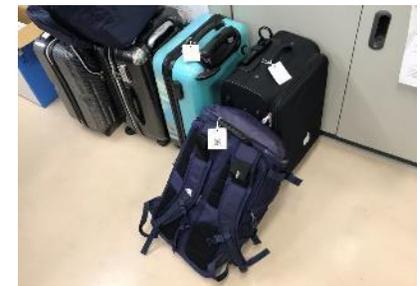
ルート検索機能を備え、観光スポットや手荷物配送サービスを一体的に掲載した交通情報サイトを整備した。

今後の課題

- ・アンケートの希望価格調査では低価格の要望が多かったことから、手ぶらになったことで次の体験や消費につなげる仕組みづくりが求められる。
- ・石ヶ戸休憩所の電波が弱く、システム稼働に必要な安定した電波環境への改善が必要。



手ぶら観光パンフレット



お預かりした手荷物



交通ルート検索画面

事業報告-(4)補助金事業

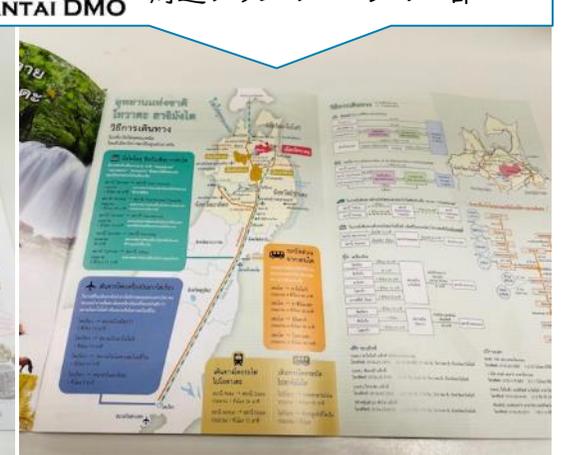
【再掲】⑤タイ語パンフレット作成/事業費2,288,000円 補助金額1,144,000円

一般社団法人
十和田奥入瀬観光機構



- 増加傾向にあるタイ人旅行客数の誘客を図り、パンフレット・マップ制作に加え、青森・秋田・岩手の3県周遊ルート提案を行った。特にスノーコンテンツを強く打ち出し、冬季の旅行客増加を狙った。
- タイ旅行博や商談会でパンフレットを活用する想定であったが、新型コロナウイルス感染症の影響で渡航制限が続いていることから、本事業の標的を在日外国人旅行者に変更。
- 県内や東北にある観光案内所、東京駅訪日カウンターに配布。
- 北東北のDMO（秋田犬ツーリズムや八幡平DMO）と連携し、十和田八幡平国立公園を取り巻く一帯の広域周遊・滞在型観光推進の強化、北東北DMO連携の推進に寄与した。

完成したタイ語版パンフレット



北東北DMOで連携し、作成した周遊プランのページの一部

事業報告-(4)補助金事業

⑥街なかアートマルシェ/事業費2,705,069円

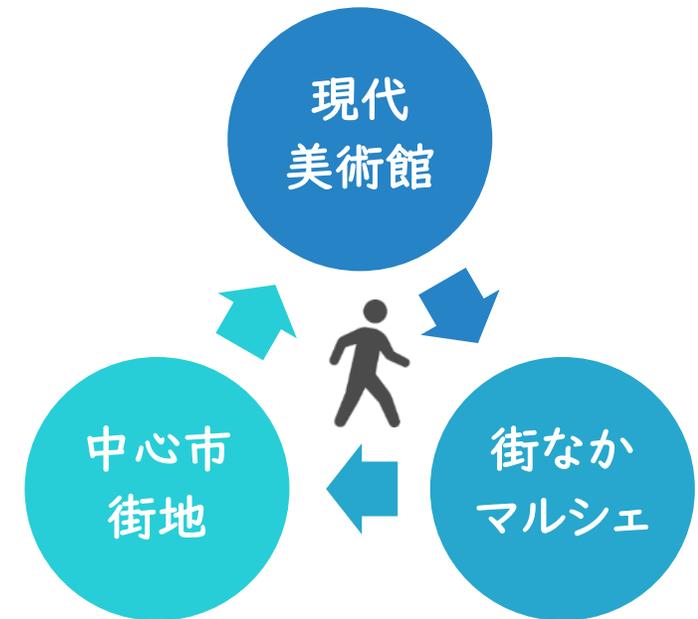


- 「アートの街」として豊かな芸術・文化を中心に、地域活性化や地域ブランド化を進める。
- 市内在住の若手農家、店舗経営者、高校生、大学生らがプロジェクトに参加することで、地域全体で十和田市の魅力を創造・発信し、賑わいの創出および消費拡大につなげた。



各ブースは、市内在住の建築家と連携し、製作した

十和田市現代美術館を起点とした
導線づくりで滞在時間増を狙う



開催日	来場者数	増加率※	出店数
①10月25日(日)	350名	—	ブース9、キッチンカー1
②11月1日(日)	388名	10.9%	ブース10
③11月8日(日)	463名	32.3%	ブース10、キッチンカー4

開催時間 11:00~16:00

※増加率は第1回の10月25日を基準として算出



⑦光と音が彩る冬花火 in十和田湖 / 事業費7,782,352円

- これまで実施してきた十和田湖冬物語をベースに体験型コンテンツの高付加価値とニューノーマルな様式の両立を図り、「冬花火」「伝統芸能」「食」を組み合わせたイベントを企画。
- 音楽と花火を一体で楽しめるイベント「光と音が彩る冬花火 in十和田湖」を開催し、近隣地域の住民を中心に、4,416人を集客。
- 閑散期である冬季の観光振興を図るため、今後のインバウンド回復期に向け、冬季誘客コンテンツとしての定番化を狙う。そのため、今後は毎年2月に開催する「十和田湖冬物語」との連動を目指していく。

イベント概要

冬花火	音楽と花火をシンクロさせた、見ごたえのある千変万化の花火プログラム。人気曲を採用し好評を博す。
伝統芸能 「篠笛」	日本の伝統、原風景を感じさせる演奏で、花火の待ち時間にも来場者を楽しませることに成功。
食イベント 「十和田湖ラーメン物語」	東京で人気の「ばんからラーメン」を提供し、マイクロツーリズムの集客を狙った。カメラによる検温、パーテーションの設置など飛沫対策を徹底。





- 2020年8月28・29・30日に第55回十和田湖湖水まつりを開催した。新型コロナウイルス感染症の影響を考慮し、アフターコロナを見据えた新しい十和田湖湖水まつりとして、感染症対策を徹底した上で、スカイランタンを打ち上げるお祭りとして実施した。
- スカイランタン打ち上げとの併催行事としてマルシェやワークショップを開催した。



スカイランタン打ち上げ



とわだこマルシェ全景

イベント概要		
背景	これまで54年間にわたって開催されてきた十和田湖湖水まつりの灯を絶やさず、アフターコロナ時代を見据えた新たな十和田湖湖水まつりの開催を目指した。	
目的・目標	<p>新型コロナウイルス感染リスク対策の徹底と、国立公園が持つ自然の魅力を最大限に活かした新たな体験イベントの開発に取り組み、十和田湖観光の回復、発展につなげることを目的とした。主な目標は下記5点。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・感染リスクに対処した十和田湖湖水まつりの開催手法の確立 ・花火大会から新たなイベントへの転換 ・参加者負担や宿泊プランとのセット販売等、事業費の回収ができる仕組みづくり ・一過性ではない体験イベントとしての定着が可能なもの ・地域の観光事業者の復興につながる話題の創出 	
イベント内容	スカイランタン打ち上げ	短冊に願い事を書いたスカイランタンを十和田湖の夜空に打ち上げ。細い糸付きでリリースし、イベント終了後は各自持ち帰っていただいた。
	とわだこマルシェ	スカイランタン打ち上げとの併催行事として実施。自然素材を活用した雑貨・小物やお土産物、食事・飲み物等の販売を実施。
	ワークショップ	スカイランタン打ち上げとの併催行事として実施。スカイランタンに付けられる短冊やアイロンビーズの作成、風船塗り絵のワークショップを開催した。



- 3日間合計で3千人超の方が来訪。青森県内からの来訪者が50%超を占めており、例年に比べ県内来訪者の比率が多い結果となった。花火からスカイランタンへの変更についても来訪者から高い評価を得られ、十和田湖での新たな体験コンテンツの創出を実現できた。
- 感染症対策等のイベント管理体制についてノウハウの蓄積ができた一方で、夕食の提供店舗が不足する等受け入れ体制に課題も見られた。



マルシェの様子



ワークショップの様子

参加者実績

単位:人

内訳	8月28日(金)	8月29日(土)	8月30日(日)	合計
スカイランタン参加者	237	428	245	910
同行者	81	430	220	731
一般観覧車	207	1,159	378	1,744
合計	525	2,017	843	3,385

振り返り及び今後の方向性

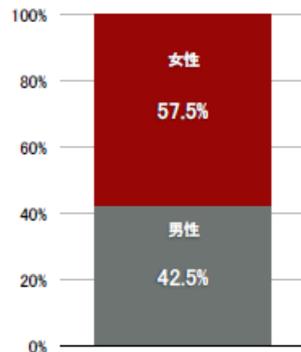
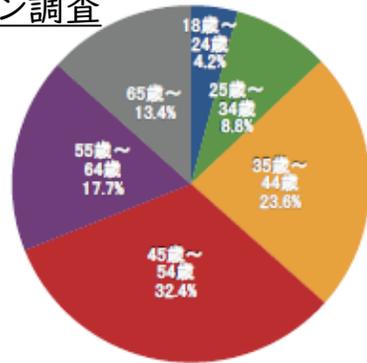
- これまでの花火を中心としたイベントからスカイランタンの打ち上げに一新したことが多くの観覧者に受け入れられ、感動を与えられたこと、十和田湖の自然美を伝えられることができ、十和田湖ならではの新しい情景の創出ができた。
- 感染症対策を含めた新たな生活様式に合わせたイベント管理体制をつくり、開催することができた。
- 一方、イベント規模が例年と比較し小さかったことにより、夜間に営業する地元の食事店舗が少なく、夕食難民が発生するなど、受け入れ体制に課題があると思われた。



⑧第55回十和田湖湖水まつり/事業費5,061,615円 (3/3)

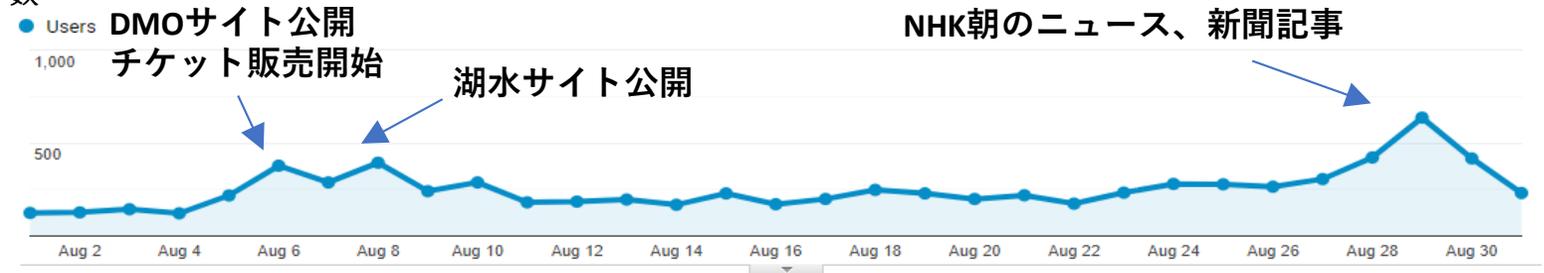
- 第55回十和田湖湖水まつりでは、来場者のBeacon調査やプロモーション分析(Google Analytics分析・ウェブ広告最適化配信)等を実施した。
- 来場者は45~54歳の年代と女性が多くなっており、テレビニュース・新聞記事が公開された日にアクセス数が伸びた。またFacebookを使っているの広告においては1回クリックさせるのに要した単価は8円となり、費用対効果が高い広告となった。(参考:県外のスキー場のFB広告に要する単価:1クリック20~35円)

ビーコン調査



Google Analytics分析(Webサイトに訪問したユーザーの解析・分析)

・ビュー数



ウェブ広告最適化配信

キャンペーン名	日付	画面に表示された回数	リーチ数	クリック数	クリック率	結果の単価	リアクション
Instagram	2020_0808-0828	49,432					
Facebook	2020_0808-0828	26,945	20,888	2,564	9.52%	¥8	612

事業報告-(4)補助金事業(他主体/事務局担当)

⑨光の冬物語_イベント概要/事業費29,236,935円(1/6)

一般社団法人
十和田奥入瀬観光機構



- 令和2年11月18日(水)~令和3年1月31日(日)までの75日間にわたって、ナイトタイムの充実による十和田湖畔への滞在型宿泊の増加を目的とし、イルミネーションイベントを開催した。
- 途中、新型コロナウイルス感染症拡大の影響を受けて、開催時間を短縮したものの、来場者数は14,303人にのぼり、対目標値(11,500人)達成率124%を達成し、入場料収入で黒字化した。

イベント概要

イベント名称	カミのすむ山 十和田湖 光の冬物語 2020-2021 in 国立公園十和田湖 十和田神社 by FeStA LuCe(フェスタ・ルーチェ)*
主要会場	十和田神社(青森県十和田市大字奥瀬十和田湖畔休屋14-1)
開催日時	令和2年11月18日(水)~令和3年1月31日(日) 75日間
主催、企画	主催:十和田湖冬物語実行委員会 企画:フェスタ・ルーチェ実行委員会
入場料	前売り 大人1,200円 当日 大人1,600円 小学生以下無料(税込)
イベント内容	十和田湖畔の乙女の像、十和田神社周辺全長約1kmの道のりを、語り継がれる十和田湖伝説をもとに、イルミネーションやプロジェクションマッピングを使い神秘的な光で演出



青森県、秋田県、十和田市、小坂町、入場料収入

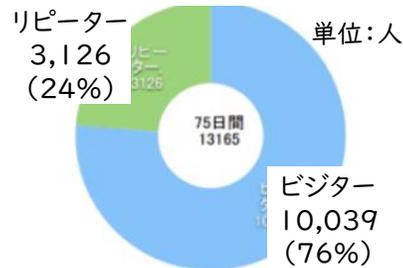
*フェスタ・ルーチェとは光の祭典という意味で、2017年に和歌山市で始まった。オーストリアの国際的なイルミネーションメーカーと国内照明メーカーの計3社がプロデュースしている。



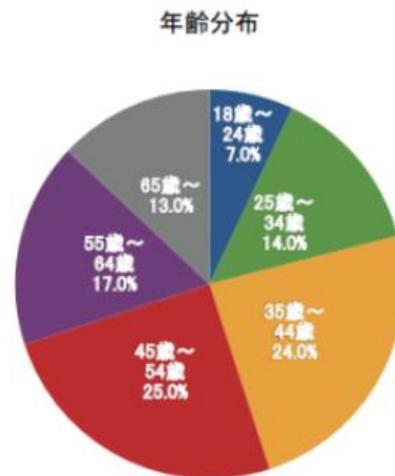
⑨光の冬物語_来場者実績/事業費29,236,935円 (2/6)

- はじめて訪れる来場者が76%、リピーターが24%となった。(ビーコン分析 N=13,165人)
- 開催月別来場者数は2021年1月が7,545人(全来場者の53%)で最も多くなっていた。
- 来場者属性は女性56%、男性44%となっており、年齢は45歳~54歳が25%で最も多くなっていた。
- 推定居住地は十和田市が40%、上北郡23%、八戸市13%と北東北の近隣住民が多く訪れていた。

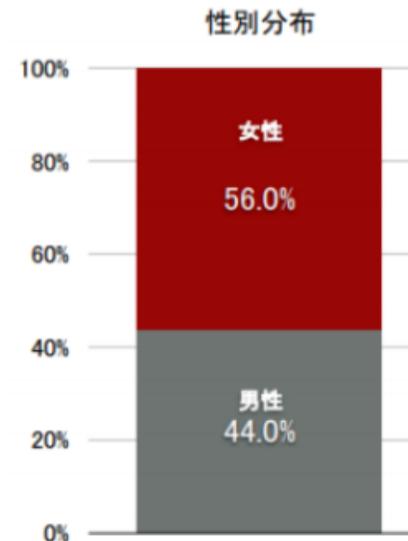
■ 来場者分析(ビーコン分析 N=13,165人)



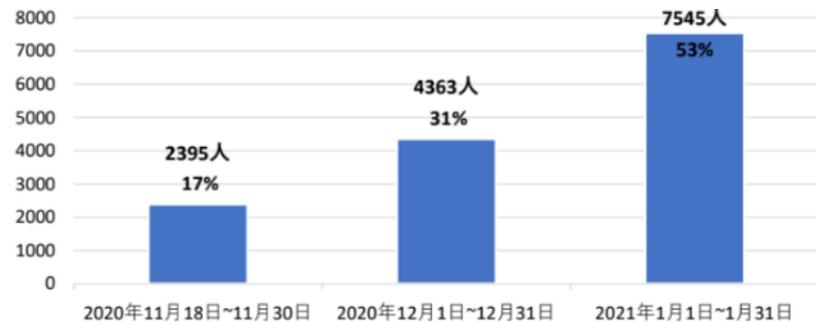
■ 来場者属性(ビーコン分析 N=13,165人)



■ 推定居住地分析
(ビーコン分析 N=13,165人)



■ 月別来場者数及び来場者数全体に占める割合(N=14,303人)



※ビーコン分析:携帯電話のWiFi機能がオンになっている来場者から情報を収集し分析する手法



⑨光の冬物語_広報実績/事業費29,236,935円 (3/6)

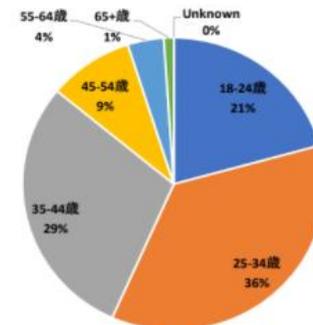
- 本事業においては、ポスター、チラシ、パブリシティ等による広報に加え、HPやSNS、WEB広告等のオンラインツールを活用した広報も幅広く実施した。
- HPへのアクセス分析では、18~44歳が全体の76.5%を占めており、若年層への訴求効果が高い結果となった。また、Instagram・Facebook広告では25~34歳の女性の前売券購入者が多くなっており、発信力の高い年代の女性層から支持を得ることができた。

主な広報手段	主な実施内容
ホームページ	開催概要・新型コロナウイルス感染症対策・グルメマップ・トピックス情報等を発信
翻訳	主に三沢米軍基地に向けて配信
印刷物	県内の観光施設にポスター、チラシを配布。折込広告を実施。JR東日本駅構内ポスター(有人駅600か所)掲示、三沢米軍基地内フリーペーパーに掲載、ポスティング広告など。
SNS・WEB広告	Instagram・Facebook広告の掲示
パブリシティ	新聞17件、ラジオ5件、テレビ15件、その他(雑誌等)14件掲載

SNS・WEB広告解析結果

リーチ(人)	インプレッション(回)	フリーエンクシー(回)	結果(人)
250,054	1,364,457	5.46	9,991
広告を最低1回見た人の数です。リーチは、同一人物に対する表示回数もカウントされるインプレッションとは異なります	広告が画面に表示された回数です	各利用者に対する広告の平均表示回数です	購入するボタンを押した人(最終購入まで到達しなかった場合も含む)

■ 結果 年齢比



- 当機構オンラインストアからチケットを購入・来場済の顧客に対して、1月上旬にアンケート調査を実施した。その結果から見えた来場者属性(性別、年代、居住地など)をもとに効果的な広報活動を行い、1月中旬以降の来場者急増につながった。
- SNSフォトコンテストを開催し、魅力的な画像の投稿による情報の拡散で更なる集客を図った。



- 運営者・来場者の感染リスクを想定し、徹底した感染症防止対策を実施した。
- 感染者を一人も出すことなく、イベント開催と新型コロナウイルス感染症対策の両立を実現することができた。(青森県の「青森県祭り・観光イベント 新型コロナウイルス感染症対策ガイドライン」事業による専門家派遣、実証実験をうけ、ガイドライン作成に貢献した。特にイベント会場を一方通行にして、人の交差を避けたコースにしたことへの評価が高かった。)

来場前の感染症対策

- HPやイベントチラシにおいて「新型コロナウイルス対策ガイドライン」や「感染症対策ご協力のお願い」、「ピクトグラム」等を記載し、来場前から感染防止を徹底



チラシにおける記載



HP上のガイドライン

現地での感染症対策

- 電子チケットを導入するとともに、紙チケットは、前売り・宿泊施設での販売のみに制限することで販売時の三密回避、購入者の連絡先把握を実現
- 来場者の手指消毒・マスク着用・検温を実施
- 動線の交差や三密を防ぐコース設計を実施



電子チケット(QRコード)読取



手指消毒



一方通行でのコース設計



- 本事業において、来場者の一部にアンケートを実施し、173人の回答を得た。
- コメント欄には好意的なコメントが多く、光と音を利用したイルミネーションイベントが来場者に好意的に受け止められたことがわかった。
- 一方で、「撮影スポットを教えてほしい」「出店を増やしてほしい」「湖のライトアップをもっとしてほしい」等今後の参考となる要望もいただいた。

主な感想	主な要望
<ul style="list-style-type: none">➤ 音響効果が素晴らしく感動しました。また是非行きたいと思います。➤ イルミネーションとても素敵でした。➤ 何度か訪れている神社が様変わりしたように感じて驚いた。➤ 動物がいきなり現れたり、ストーリー仕立ての光と音の演出が面白く、とても楽しかった➤ イルミネーションはとても綺麗でした。音楽とも合っていて、普段見る参道や神社と違いました。➤ 犬連れて行けたので凄く良かった!綺麗で見応えもあったのでまた次があれば行きたい。➤ 夜の楽しさを堪能しました。十和田湖の魅力が感じられて、毎年の企画になったら、嬉しいです。➤ ガイドの方が土地の成り立ちや普段の様子、おすすめポイントを教えてくださいましてとてもおもしろかったです。	<ul style="list-style-type: none">➤ 休める場所があってもいいかな。➤ 会場でホッカイロを(有償でいいので)提供してくれるともっと助かる。➤ イルミネーションを考慮した上での写真スポット(周りの光と人の顔などがどっちも写る角度など)に工夫が必要かなと思った。➤ 湖のライトアップがもっとあれば、さらに素敵だったと思う!せっかく十和田湖でやってるイルミネーションなので、湖を活かされればいいなっておもった。➤ 出店等を増やして欲しい!人も多くなくてソーシャルディスタンスを保てたのでよかったです。➤ 飲食のサービスほとんど無く不便を感じました。➤ バスの便数が増えると嬉しいです。



- 今年度実施したフェスタルーチェ(イルミネーションイベント)というコンテンツは来場者の満足度も高く、発信力が高い20~30歳代女性にも人気があったため、次回以降の方向性を探る。

今回の振り返り

- 気象状況
寒さが続かない。特に近年の1~2月の気温は平年を上回って推移
 - 雪像を中心としていた十和田湖冬物語の開催は厳しい
 - すべり台、スノーアクティビティに対する要望は多い
- 新型コロナウイルス感染症対策
 - 感染症対策は今後も必須項目として求められる
 - 三密の回避、観覧者の把握、入場制限等のコントロール可能なものの対応が求められる
 - 5℃以下はウイルスの活動が低下するとの報告もある
- 財源の確保
 - 受入(宿泊・商店)と運営(イベント運営委託)に役割を分担。委託費用を確保するため、入場券収入が必須
 - 出店売上が少なかったため、週末花火等の盛り上げ策や、フィンガーフードの拡充が必要
- 冬季公共交通の確保
 - 集客装置があれば交通事業者の協力が得られる
- フェスタルーチェというコンテンツ
 - 満足度が高く、20代~30代女性からの支持も得られた

次回の方向性

- 穏やかで神秘的な霊山十和田で現代の光の力を使った新しい「光の物語」を創るというコンセプトはキープする
【理由】
 - 新型コロナウイルス感染症対策との両立が可能
 - 発信力高い年代の女性層に支持されている
 - 入場券収入が確保できる
- 出店売上向上のために集客力のある花火を週末に打ち上げる
- 多目的広場にスノーパークを開設し、要望の多かったスノーアクティビティを楽しめるようにする
- 出店者を増やす。主催者管理の店舗開設も視野に入れる



⑩ウマジンナイト ウマジンナイトタイムコンテンツ造成事業

- 既存の資源・コンテンツを軸に、中国・台湾・欧米のインバウンドをターゲットとしたナイトタイムコンテンツを開発し、モニターツアー及びオンラインFAMツアー※1を実施した。 ※1 誘致促進のための招待・下見ツアー
- 「ウマジン※2」をテーマに、アート・食・自然の体験を通じて、街なかエリアや十和田湖エリアの新たな時間軸の賑わいを創出する。



※2 十和田市在住のイラストレーター安齊将氏が手がけた馬の頭型のオブジェ。もともと十和田市は馬の産地であり、県の無形民俗文化財に登録されている『南部駒踊』では、馬の駒を模した衣装を身につける。ウマジンはその十和田市民が慣れ親しんだ馬を、コミュニケーションツールとして現代風に昇華させたもの。

アート	食	自然
<p>UMAGIN NIGHT ART TOUR 十和田市現代美術館アートツアー</p>  <p>ライトアップ アートスポット ツアー</p>	<p>UMAGIN BARHOPPING TOUR 十和田バル巡り</p>  <p>バーホッピングで 十和田の美味しい もの“フルコース” が味わえる</p>	<p>UMAGIN SUNRISE CANOE TOUR 十和田湖・奥入瀬溪流モーニングカヌー</p>  <p>澄んだ湖上で ティータイム</p>

- 併せて、ガイド育成講座を実施した。夜ガイドを担う人材の継続的な育成が今後の課題である。

事業報告-(5)その他

一般社団法人
十和田奥入瀬観光機構



事業報告-(5) その他

① インターンシップ生の受入・活用



- 地域観光人材の育成を目的に青森県十和田市におけるインターンシッププログラムとして、4名（学卒者1名、大学生3名）のインターンを当機構で受け入れた。
- 期間は2週間から1か月程度。日本版DMOのマーケティング業務や冬季イベントでの企画運営・ガイド業務から、新しい観光・地域創生の手法を実践的に学ぶ機会を提供した。
- 令和3年度も募集・受け入れを予定している。



日本版DMO(一社)十和田奥入瀬観光機構は、観光実践型インターンシップを募集します。

〇概要
このインターンシッププログラムは、新しい観光の担い手である日本版DMOに就任された十和田奥入瀬観光機構が実施します。冬季の観光地帯として今年初開催となる先の実験「かほのすむ山」十和田市 光の名物館 2020-2021（開催場所：十和田市、開催期間：11月10日～1月31日）の企画運営業務を中心に活動してまいります。具体的な業務内容は、イベントの企画、自前の企画運営の経験から、会場受付、会場管理、来場者ガイドなどの業務経験の積累、そして観光客へのイベント案内が中心です。その際、マーケティング業務の増加とDMOの業務の増加も併発してまいります。

〇特徴
- 地方創生、新しい観光プロジェクトに力がつき加わります。
- 観光地帯の活性化に大きく貢献できます。
- Wi-Fi無償のワーケーション施設が無料で利用可能、オンライン研修は受講できます。
- DMOの報酬は日本版DMOの職員、企画運営やスタッフセミナーが受講できます。
- DMOにて業務経験を積みます。卒業後はメールでお問い合わせください。ご返信日差しを返ります。

〇インターンシップ
- 社名：十和田奥入瀬観光機構
- 所在地：青森県十和田市大字山崎(十和田市山崎町)
- 募集人数：1名
- 募集期間：2022年10月28日～2023年2月6日
- 募集職種：マーケティング業務、企画運営、会場管理、来場者案内、ガイド業務、イベント運営の業務経験の積累、その他観光業務の業務経験

〇研修内容
- 観光地帯の活性化に大きく貢献できます。
- Wi-Fi無償のワーケーション施設が無料で利用可能、オンライン研修は受講できます。
- DMOの報酬は日本版DMOの職員、企画運営やスタッフセミナーが受講できます。
- DMOにて業務経験を積みます。卒業後はメールでお問い合わせください。ご返信日差しを返ります。

〇研修内容
- 観光地帯の活性化に大きく貢献できます。
- Wi-Fi無償のワーケーション施設が無料で利用可能、オンライン研修は受講できます。
- DMOの報酬は日本版DMOの職員、企画運営やスタッフセミナーが受講できます。
- DMOにて業務経験を積みます。卒業後はメールでお問い合わせください。ご返信日差しを返ります。

〇問合せ先
（一社）十和田奥入瀬観光機構（奥入瀬山下） Mail: info@omts.com TEL: 0176-24-3006
このインターンシップに興味のある学生は、大学名、学年、氏名、年齢、住所をメールでお知らせください。大学関係の方もお気軽にご相談ください。

インターンシップ募集チラシ

当機構の取組内容

- ・ 募集業務（募集要項の作成、大学へのセールス活動）
- ・ 受入業務（大学との契約・調整業務、宿泊施設の確保や食事の手配等の受入環境整備）

プログラム内容

- ・ 冬季イベント企画・設置などの準備業務
- ・ 冬季イベントの会場受付、会場管理、来場者案内などのイベント運営業務
- ・ 冬季イベント等のプロモーション・宣伝業務
- ・ 市内コンテンツ体験及びその磨き上げ
- ・ 当機構理事長（大阪観光大学教授）による授業受講
- ・ その他、DMOの業務補助やなど



インターンシップ生

実施時期：令和2年10月下旬～2月上旬



- 地域の宿泊利用促進のため、埼玉県鶴ヶ島市の保養施設として、十和田市内の宿泊施設を登録し、斡旋を行った。(登録施設:ドライブイン民宿桂月、民宿ひめます山荘、民宿春山荘、ホテル十和田荘、十和田レークサイドホテル、八戸市民保養施設洗心荘)
- 令和3年2月16日に令和3年度の契約更新を行い保養施設として今後も継続的に斡旋予定。



ドライブイン民宿桂月



民宿ひめます山荘*



民宿春山荘*



ホテル十和田荘



十和田レークサイドホテル*



八戸市市民保養所洗心荘

各施設料金表

一般社団法人 十和田奥入瀬観光機構 宿泊施設利用料金表			
宿泊施設名	利用料金(1泊2食付き)		
	大人	こども	幼児
ドライブイン民宿桂月	6,800円	4,760円	原則無料
民宿ひめます山荘	6,000円	4,500円	
民宿春山荘	6,600円	5,500円	
十和田レークサイドホテル	9,300円～16,200円	6,480円～11,340円	
ホテル十和田荘	8,640円～16,200円	6,500円～12,000円	
八戸市市民保養所洗心荘	8,195円～12,120円	6,019円～9,192円	

出所:各施設HP

*は十和田湖国立公園協会HP



- 他地域のDMOとノウハウ・課題を共有し、意見交換することで、地域DMOのあるべき姿を追求するために、北東北の地域DMOが定期的に集う場（北東北DMO連携会議）を設定した。
- 令和2年度は全2回開催し、東北運輸局や行政、DMOの間で取り組み事例やノウハウの共有、開発中のツアーの体験・意見交換を実施した。



第4回北東北DMO連携会議
(小坂町 康楽館)



第5回
北東北DMO連携会議
(十和田市「トワーレ」)



北東北DMO連携会議の内容

第4回	日時:令和2年8月28日 場所:秋田県小坂町、康楽館 内容:東北運輸局や地元行政、9か所のDMOが一堂に会し、コロナ禍における具体的な取り組み事例などを共有した。
第5回	日時:令和3年2月4日 場所:市民交流プラザ「トワーレ」 内容:秋田犬ツーリズムDMOと、八幡平DMO及び当機構に限定し、コロナ対策や交付金の現状と次年度の取組等について、知見を共有した。また、インバウンド向けに開発中の「ウマジン体験ツアー」(PO参照)を体験してもらい、プロ目線でアドバイスを受けた。

■ 今後の方向性

- 各DMOのノウハウを共有し、意見を交換することで、地域DMOのあるべき姿を共有し、連携した商品づくり、優良事例の横展開に取り組む。
- インバウンドなど観光客に訴求力の高い観光素材を軸に広域周遊シナリオを提供し、北東北における回遊性を高める。

事業報告-(5)その他

④会議実績 部会の実施



- 会員企業間での意見交換を目的に、全体部会及び各専門部会を開催した。
- 感染リスクの回避と経済活動の両立等の議題を中心に意見交換を実施し、参加者からは十和田奥入瀬観光機構の今後の方向性がわかった等、前向きな感想をいただいた。

会議の様子



全体部会

体験・交通部会



宿泊・飲料部会

物産部会

部会の内容

開催日時・場所	令和2年8月3日 サン・ロイヤルとわだ
会議体と目的	全体部会:全体に共通する事項の共有を実施 専門部会:各領域におけるアイデア出しやコンテンツの磨き上げを実施(専門部会は宿泊部会・交通部会・体験(アクティビティ)部会・物産部会・飲料部会を設置)
主な内容	<ul style="list-style-type: none"> ➤ コロナ禍の対応(Go to キャンペーンの仕組みと新型コロナウイルス感染防止対策) ➤ 十和田奥入瀬観光機構の取組(第3種旅行業の取得など、今後の事業展開とマイクロツーリズムの推進)
参加者からの意見・感想	<ul style="list-style-type: none"> • Go to トラベルやコロナ対策などタイムリーな内容であった • 十和田奥入瀬観光機構の今後の取り組み、方向性が理解できた • 部会で集まった事業者でこれからの取組課題を積極的に話しあえた • 県民に青森県を「魅力的な観光地」として認識していただき、マイクロツーリズムを促進していくことが観光業が生き延びていく唯一の手段と感じた 等

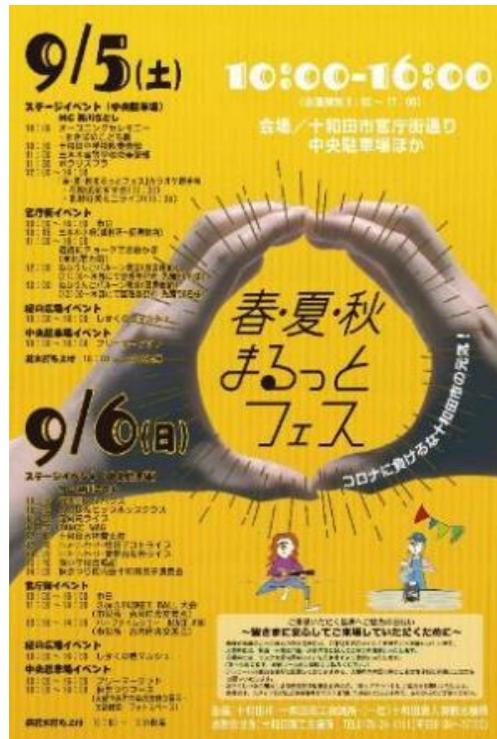
■ 今後の方向性

- 各部会会員の活動を見学できるツアーを企画するなど、会員間で地域の魅力を理解した上で、魅力アップに向けた有益な話し合いができる会議体としていく



⑤ イベント関連事業「春・夏・秋まるっとフェス」主催、出店

- 新型コロナウイルス感染症の影響により中止となった、令和2年度の『十和田市春まつり』『十和田市夏まつり第63回花火大会』『十和田市秋まつり』をまるっと「市日」とし、「春・夏・秋まるっとフェス」が官庁街通りで開催。
- 十和田市、十和田商工会議所とともにまつりを主催した。
- 当機構および機構会員6事業者が出店。当機構では、「サンキューバナナ十和田店」のメニュー『サンキューリンゴ』を販売し、好評を得た。



開催日：令和2年9月5日（土）、6日（日）



まつり主催者として、飲食テント：消毒 ゴミ清掃 仮設トイレペーパー補充、本部：全体統括 控室管理 市役所別館トイレ清掃 ゴミ拾い、花火：警備 呼び掛け 花火のゴミ拾いに取り組んだ。

当機構の佐々木副理事長・川村観光地域づくりゼネラルプロデューサーがカラオケ選手権の審査員として出席し、まつりの盛り上げに貢献した。



十和田奥入瀬観光機構の職員研修・・・60時間の文部科学省職業実践力育成プログラム

- 大阪観光大学の履修証明プログラム、座学+eラーニング+フィールドワーク
- 過去4年間でのべ2000名以上の修了生を輩出
- 職員に加えてインターンシップ生も受講、理事長プロジェクトリーダー
- 観光立国、地域創生の意義を学び、必要なマーケティング等の技能を専門家の指導により習得
- 外部専門人材の講師陣(観光庁など)



河野有
(ノットワールド)
オンラインツアー
ガイド養成
ツアー制作



田中愛子
(キッチンカンパ
セッション)
フードスタディ
食開発



島田昭彦
(クリップ)
アートプロジェクト
観光まちづくり



中川智博
(東京
Creative)
デジタル
マーケ
観光DX



オダギリサトシ
(インプリージョン)
ツアー制作
観光データ分析



西谷雷佐
(インアウトバウン
ド仙台・松島)
ツアー制作



佐藤大介
(刀、東北アレン
ジャーズ)
マーケティング
地域再生



櫻井亮太郎
(ライフブリッジ)
プロモーション
youtube