
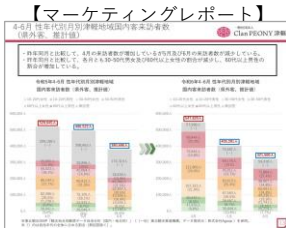

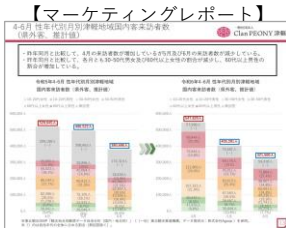

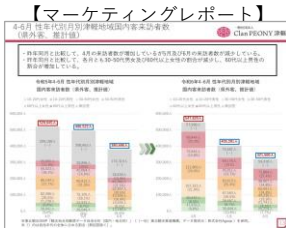


デジタルマーケティングを活用した青森県津軽地域の観光地域づくり推進事業 【所管：観光部 国際広域観光課】

事業の背景	本事業は津軽圏域14市町村が出資する地域DMO「（一社）Clan PEONY 津軽」が主体となり、将来にわたり津軽地域が多くの観光客に選ばれ続け、関連事業者等が十分な収益を上げ続ける仕組みを構築し、持続可能な観光圏域となるため、津軽圏域の観光地としての魅力や誘客力、満足度の向上に取り組むものです。 現状では、津軽圏域の観光資源等を活かすべく積極的に誘客を狙うべきターゲット層が不明瞭なままでも事業展開を行っているという課題を抱えているため、マーケティング分析に基づく地域観光戦略の策定や詳細なターゲット層の選定を土台として、効果的な旅行コンテンツの造成や観光プロモーション施策の実施につなげてまいります。															
地域再生計画の期間	令和6年度～令和8年度【3ヵ年】	連携自治体	黒石市、五所川原市、つがる市、平川市、鰺ヶ沢町、深浦町、西目屋村、藤崎町、大鰐町、田舎館村、板柳町、鶴田町、中泊町【計13市町村】													
事業概要、決算額、成果【R6年度分】	<table><tr><th>項 目</th><th>取組内容</th><th>効 果</th><th>写 真</th><th>決算額 (単位：円)</th></tr><tr><td>(一社) Clan PEONY 津軽のデジタルマーケティング分析能力の向上及び分析結果を踏まえた観光戦略策定とターゲット選定 圏域全体の観光戦略やマーケティング分析結果の事業者等への浸透と、事業者間の交流・連携強化</td><td><p>●観光客満足度調査及び住民観光意識調査の実施</p><p>津軽圏域の観光施設及び宿泊施設51地点において、観光客を対象とした津軽観光のアンケート調査及び及び地域住民を対象とした観光に対する意識調査を、Googleフォームを活用して実施しました。</p><p>回収数は、観光客満足度調査が1,384サンプル、住民観光意識調査が525サンプルとなりました。</p><p>●県外認知度・観光需要調査の実施</p><p>津軽地域の観光資源の「認知度」と「興味度」を計る調査を、神戸・大阪・東京において計3回実施しました。(回収数：298サンプル)</p><p>●観光DXを活用したマーケティング事業</p><p>(一社) 東北観光推進機構が提供するデータマネジメントプラットフォーム「東北観光DMP」や(株)リクルートが提供するじゃらん国内予約宿泊客のデータ分析ツール「じゃらんエリアダッシュボード」、構成14市町村から収集した観光入込客数・延べ宿泊者数などのデータを活用したマーケティングレポートの作成を行いました。</p><p>また、(株)リクルートに津軽地域観光戦略支援業務を委託し、観光戦略の土台となる各種マーケティングデータの収集・分析を行いました。</p></td><td><p>・満足度調査では、必須KPIのほかにも、エリアを来訪する旅行者に訴求するものや分野別の満足度が明らかになりました。</p><p>・住民観光意識調査では、観光に対する意識や旅行者の受入に関する意識を測ることができました。</p><p>・県外認知度調査では、青森県のイメージや各市町村の認知度を測りました。</p></td><td><p>【県外認知度・観光需要調査】</p><p>【マーケティングレポート】</p></td><td>4,621,970</td></tr></table>	項 目	取組内容	効 果	写 真	決算額 (単位：円)	(一社) Clan PEONY 津軽のデジタルマーケティング分析能力の向上及び分析結果を踏まえた観光戦略策定とターゲット選定 圏域全体の観光戦略やマーケティング分析結果の事業者等への浸透と、事業者間の交流・連携強化	<p>●観光客満足度調査及び住民観光意識調査の実施</p> <p>津軽圏域の観光施設及び宿泊施設51地点において、観光客を対象とした津軽観光のアンケート調査及び及び地域住民を対象とした観光に対する意識調査を、Googleフォームを活用して実施しました。</p> <p>回収数は、観光客満足度調査が1,384サンプル、住民観光意識調査が525サンプルとなりました。</p> <p>●県外認知度・観光需要調査の実施</p> <p>津軽地域の観光資源の「認知度」と「興味度」を計る調査を、神戸・大阪・東京において計3回実施しました。(回収数：298サンプル)</p> <p>●観光DXを活用したマーケティング事業</p> <p>(一社) 東北観光推進機構が提供するデータマネジメントプラットフォーム「東北観光DMP」や(株)リクルートが提供するじゃらん国内予約宿泊客のデータ分析ツール「じゃらんエリアダッシュボード」、構成14市町村から収集した観光入込客数・延べ宿泊者数などのデータを活用したマーケティングレポートの作成を行いました。</p> <p>また、(株)リクルートに津軽地域観光戦略支援業務を委託し、観光戦略の土台となる各種マーケティングデータの収集・分析を行いました。</p>	<p>・満足度調査では、必須KPIのほかにも、エリアを来訪する旅行者に訴求するものや分野別の満足度が明らかになりました。</p> <p>・住民観光意識調査では、観光に対する意識や旅行者の受入に関する意識を測ることができました。</p> <p>・県外認知度調査では、青森県のイメージや各市町村の認知度を測りました。</p>	<p>【県外認知度・観光需要調査】</p>  <p>【マーケティングレポート】</p> 	4,621,970					
項 目	取組内容	効 果	写 真	決算額 (単位：円)												
(一社) Clan PEONY 津軽のデジタルマーケティング分析能力の向上及び分析結果を踏まえた観光戦略策定とターゲット選定 圏域全体の観光戦略やマーケティング分析結果の事業者等への浸透と、事業者間の交流・連携強化	<p>●観光客満足度調査及び住民観光意識調査の実施</p> <p>津軽圏域の観光施設及び宿泊施設51地点において、観光客を対象とした津軽観光のアンケート調査及び及び地域住民を対象とした観光に対する意識調査を、Googleフォームを活用して実施しました。</p> <p>回収数は、観光客満足度調査が1,384サンプル、住民観光意識調査が525サンプルとなりました。</p> <p>●県外認知度・観光需要調査の実施</p> <p>津軽地域の観光資源の「認知度」と「興味度」を計る調査を、神戸・大阪・東京において計3回実施しました。(回収数：298サンプル)</p> <p>●観光DXを活用したマーケティング事業</p> <p>(一社) 東北観光推進機構が提供するデータマネジメントプラットフォーム「東北観光DMP」や(株)リクルートが提供するじゃらん国内予約宿泊客のデータ分析ツール「じゃらんエリアダッシュボード」、構成14市町村から収集した観光入込客数・延べ宿泊者数などのデータを活用したマーケティングレポートの作成を行いました。</p> <p>また、(株)リクルートに津軽地域観光戦略支援業務を委託し、観光戦略の土台となる各種マーケティングデータの収集・分析を行いました。</p>	<p>・満足度調査では、必須KPIのほかにも、エリアを来訪する旅行者に訴求するものや分野別の満足度が明らかになりました。</p> <p>・住民観光意識調査では、観光に対する意識や旅行者の受入に関する意識を測ることができました。</p> <p>・県外認知度調査では、青森県のイメージや各市町村の認知度を測りました。</p>	<p>【県外認知度・観光需要調査】</p>  <p>【マーケティングレポート】</p> 	4,621,970												

マーケティング分析に基づいた、新たな観光の魅力発掘や事業者等との連携による受入環境整備

●地域創生プラットフォーム「チームiCHi」事業

大鰐町・鱒ヶ沢町でのワークショップを通じて、秋冬の商品・コンテンツ開発を行い、国内旅客（大鰐町）及びインバウンド旅客（鱒ヶ沢町）をターゲットとした実証事業を実施しました。

地域住民との対話や自治体職員同士の交流を通じて、好事例・ノウハウの横展開を図りました。

●東北観光推進機構フェニックス塾研修派遣事業

（一社）Clan PEONY 津軽スタッフ1名および五所川原市職員1名の計2名を「フェニックス塾」に派遣し、東北各県及び新潟県の各地で年8回開催されたセミナー・実地研修・ワークショップを通じて、観光の知見を深め、東北の観光振興に関する提言を行いました。

●受入環境整備を目的とした現地調査事業

黒石市・大鰐町・鱒ヶ沢町において、専門家を招聘してインバウンド受入環境の実地調査を行い、改善点の提言をいただきました。

●在庫管理システムを活用した体験型旅行コンテンツ販売事業

津軽圏域の体験型旅行コンテンツをツガルツナガル体験としてブランディングのうえ、（一社）Clan PEONY 津軽ホームページにて販売しております。（令和6年度末時点で36事業者67コンテンツを販売中）

令和6年度は新たに4事業者12コンテンツの販売を開始したほか、商談会への参加やFAM/メディアツアー対応を計14回実施し、コンテンツのPRを行いました。

●津軽観光プロモーション「ツガルツナガル〜津軽の食と体験めぐり〜」の実施

大人の休日倶楽部開催時期に合わせ、津軽の食と体験に特化したプロモーション「ツガルツナガル〜津軽の食と体験めぐり〜」を開催しました。

津軽圏域の飲食店11店舗と連携したコラボメニューの提供、JR弘前駅でのワークショップ実施、西北津軽の観光地を周遊するツガルツナガルバスツアーの企画販売を行いました。

・実証結果

大鰐町：レンタカーで巡る車中泊ツアーの実証を行い、駅発着を起点とする車中泊タリフの設計と、事業実施における中心メンバーの発掘・育成
鱒ヶ沢町：在日台湾人モニターを活用して、わさおバスで巡る雪満喫ツアーの実証を行い、新たな事業者間連携の商品・サービス・売り場づくりと、多様な異業種ステークホルダーとの良好な関係構築および実施体制づくり

・調査内容

黒石市：既存のヴィーガンサイトとの周知及び関連PR

大鰐町：町内宿泊施設利用者を対象にした町内への誘導

鱒ヶ沢町：宿泊施設利用者の消費を促すディスプレイ

・令和6年度体験型旅行コンテンツ販売売上額：4,255千円

・コラボメニュー注文数：約17,000食

・ワークショップ参加者数：87名

・ツガルツナガルバスツアー参加者数：128名

【チームiCHiワークショップ】




【つがるワイナリー見学】



【津軽の食と体験巡りチラシ】



9,512,623

事業概要、 決算額、成果 【R6年度分】	ターゲット層への効果的な 訴求手法を活用した面的な 観光プロモーションの実施	<p>●松屋銀座プロジェクト実施事業</p> <p>（一社）Clan PEONY 津軽と株式会社松屋が連携して商品開発・販売している「謹製 津軽たんげ」の販路拡大に向け、令和6年度は新たに6事業者10商品を開発し、1月から販売を開始しました。</p> <p>また、松屋銀座において令和7年1月17日～22日の期間で観光物産展「津軽ツナガルマルシェ」を当法人が主催し、「謹製 津軽たんげ」のほか圏域全14市町村の物産品等を販売したほか、津軽圏域の観光パンフレット配布や松屋銀座ショーウィンドウでの物産品の展示により、津軽地域の情報発信を行いました。</p> <p>その他、出展した観光プロモーション回数は以下のとおりです。</p> <p>5月31日～6月2日 弘前ねぶたin神戸2024出展</p> <p>8月9日～8月12日 ショッピングモールKUZUHA MALL（大阪府枚方市） 「ツガルツナガルマルシェ」開催</p> <p>9月6日～9月7日 松屋銀座優待会「松美会」出店</p> <p>2月15日～2月24日 松屋浅草「青森物産フェア」出店</p> <p>3月2日～3月4日 東京都庁「あおもり観光物産展」出店</p> <p>●観光情報発信事業</p> <p>津軽広域探遊マップ（日本語版）を25,000部増刷し、県内観光関連施設や各種観光プロモーション物産展等で配布したほか、青森県が運営する青森ファンプラットフォーム「青森びいき」を活用したコメントキャンペーンを実施し、景品として使用した謹製津軽たんげ商品の知名度向上を図りました。</p>	<p>・令和6年度謹製津軽たんげ販売売上額：2,541千円</p>	<p>【津軽ツナガルマルシェ】</p> 	16,128,682
		合計： 30,263,275円			

重要業績評価指標 (KPI) の推移

指 標		R6	R7	R8 (最終)	累計	
指標①	地域における観光消費額(千円)	目 標	54,946,000	59,082,000	63,368,000	177,396,000
		実 績	集計中			0
指標②	(一社)Clan PEONY 津軽ホームページのレビュー数(PV)	目 標	300,000	330,000	363,000	993,000
		実 績	198,800			198,800
指標③	(一社)Clan PEONY 津軽ホームページを介して販売された旅行コンテンツの販売額(千円)	目 標	3,500	4,200	4,900	12,600
		実 績	4,255			4,255
指標④	旅行コンテンツの造成件数(件)	目 標	10	10	20	40
		実 績	13			13

事業効果

地方創生に効果があった

※「非常に効果的であった」、「相当程度効果があった」、「効果があった」、「効果がなかった」の中から一つを選択。

今後の方向性

【総括的な成果】

調査やデータ分析ツール等を活用し、観光戦略の土台となる各種マーケティングデータの収集・分析に取り組みました。

また、域内各市町村でインバウンド受入環境整備に向けた調査や、行政・地域事業者とともに地域交通を絡めた実証実験を行い、域内周遊や観光満足度の強化を図りました。

旅行コンテンツの開発・販売については、既存コンテンツの販売に加えて新規造成・販売を13件実施し、令和6年度の販売売上額は4,255千円となり、目標比120%超を達成しました。

【今後の方針】

これまで蓄積してきた観光データや構成市町村担当者及び事業者との取組をもとに、津軽地域の観光戦略策定を目指します。

また、より多くの観光客に津軽地域の各スポットへ来訪してもらうため、情報発信や受入環境整備を通じて、域内周遊や広域周遊の強化に取り組みます。

旅行コンテンツの開発・販売については、既存コンテンツの販売力強化を意識したプロモーションの実施に取り組めます。