

## 令和元年度事業報告

### 1. ぐるりんしもきた号観光ルートバス運行事業

- ①設定日：78日 5月3日～10月28日の土・日曜・祝祭日を中心に設定した。
- 予約システム、クレジットカード決済、宿泊セットの販売を継続した。
- 本観光ルートバスのチラシを首都圏などに積極的に配布した。
- 前年度より宿泊セットの申込なども増加し、乗客数・収入が伸びた。

運行年度	催行日	乗客数	平均乗車率	収入	支出	収入－支出
30年度	67日	605名	9名/日	6,952,340円	9,440,278円	-2,487,938円
<b>令和年度</b>	<b>65日</b>	<b>821名</b>	<b>13名/日</b>	<b>9,973,304円</b>	<b>10,726,410円</b>	<b>-753,106円</b>
(前年度比)	-2日	+216名	+4名/日	3,020,964円	-1,286,132円	1,734,832円

### 2. その他の商品販売

- ①着地型旅行商品を造成企画・実施した。

項目	期日	開催場所	備考
定置網（春の）漁獲体験ツアー （海峡ロデオ大畑）	4/28	むつ市大畑	参加24名
定置網（秋の）漁獲体験ツアー （海峡ロデオ大畑）	11/2	むつ市大畑	参加15名
下北ジオダイニング in 横浜菜の花	5/11・12	横浜町	参加24名（5/11） 参加24名（5/12）
個人旅行者への手配	8/6・7	下北半島内	JTB大阪支店からの問い合わせ。 各種手配をおこなった。（2名）
バスケット教室 in 青森市	8/9	青森市	最小催行人員に満たず不催行
日帰りバス旅「大間まぐろと仏ヶ浦クルーズ」	9/15	下北半島内	参加11名
下北ジオダイニング in 尻屋崎	9/22・25	東通村	参加30名（22日） 参加26名（25日） ※25日はクルーズ客船「飛鳥Ⅱ」 向けに実施
下北ジオダイニング in 風間浦・漁火	10/9	風間浦村	参加17名
ランナーズヴィレッジわきのさわモニターツアー	10/19・20	脇野沢	参加10名
青森市外国人観光客体験コンテンツ造成支援	11/20・21 2/12	下北半島内	各回、旅行会社2社2名 ブロガー2名
キャンプディナーを楽しむ真冬の 下北半島満喫バスツアー	2/23	むつ市大畑	最小催行人員に満たず不催行 台湾人留学生3名のモニターツアーとして実施

路線バス利用でもっとお得！風間浦鮫鱈と温泉満喫の旅	3/14	風間浦村	コロナウイルス感染症の影響により注視
大間の浜まぢあるき (Yプロジェクト株式会社)	9/2	大間町	催行3回(参加7名) ぐるりん号オプションツアー
大湊海自カレー (びゅうトラベルサービス)	通年	安渡館カフェ 憩-ikoi-	販売実績：6名

### 3. 下北ジオパーク関連事業

- ①日帰りバス旅「大間まぐろと仏ヶ浦クルーズ」を実施した。  
むつ市企画政策部ジオパーク推進課と連携し、下北ジオパークを巡るツアーを造成・販売。7月13日(土)テレビ放送し、本ツアーの募集開始をお知らせした。  
その後、チラシ、新聞広告にも掲載し周知、9月15日(日)ツアーを実施した。
- ②ランナーズヴィレッジわきのさわモニターツアーを実施した。  
事業構想大学院大学、むつ市企画政策部ジオパーク推進課と連携し、本事業の手配関係の業務や、下北半島・ジオパークのPRを実施した。
- ③令和2年度より実施するインスタグラムフォトコンテストの告知を実施した。  
令和2年度より本格的に実施するため、3月に告知を開始。下北ジオパークのPRにも活用する。

### 4. 観光PR事業

- ①様々な広告媒体を活用したPR活動、SNSを活用した情報発信を実施した。  
□広告出稿 新聞広告、観光情報雑誌などに掲載した。  
□各種SNS (FB・Instagram・Twitter) で、随時、観光情報を発信した。
- ②国内外の旅行会社へのセールスや商談会へ参加した。  
□主に旅行会社、クルーズ客船会社、教育旅行に関する商談会に参加した。  
□旅行会社75社、学校36校、教育委員会2団体と商談した。  
※インバウンド向けの商談会は「9. インバウンド推進事業」で記述
- ③下北半島魅力発信事業を実施(東奥日報社との連携)した。
- ④下北スタイル構築事業を実施した。  
下北ジオダイニングを地域内3箇所で開催(参考：2. その他の商品販売)。

### 5. 広域パンフレット製作事業(受託事業者：株式会社ジェイアール東日本企画)

	令和元年度(4月26日発行)	平成30年度(7月20日発行)
企画	①A4(8ページ) 簡易版(発地型) ②A4(64ページ) 完全版(着地型)	①A4(8ページ) 簡易版(発地型) ②A4(64ページ) 完全版(着地型)
発行部数	①8万部 ②5万1千部	①8万部 ②5万部
設置先	①首都圏中心 ②下北の観光施設中心	①首都圏中心 ②下北の観光施設中心

- 設置先具体的には、首都圏・東北・道南を中心に観光案内所・施設に配布している  
□その他、福岡、名古屋、大阪の青森県観光情報センターへも設置

□着地版については、1千部増刷した。

#### 6. 陸奥湾沿線誘客宣伝推進事業

①6自治体分の負担金を拠出し、リゾートあすなろ車内等で配布されるパンフレット作成に協力。また、8月18日同車両に乗りし、野辺地駅～大湊駅区間のおもてなし活動に参加した。

#### 7. ポータルサイト運営事業

- ①ホームページトップ画面の改善を図った。
  - ツアー商品の情報をよりわかりやすくレイアウト変更した。
  - 観光情報紹介ページのGoogleマップを使用できるように改善した。
  - 「下北ジオダイニング」の紹介ページを新たに設置した。
  - JTB とアソビュー (asoview!) の商品販売管理システムエリアゲートを導入した。
  - 上記により、サイト訪問回数、ページビュー数も増加傾向にある。

#### 8. 下北観光案内所運営事業

- ①各種研修会に参加し、サービス向上に努めた。
- ②JNTO 観光案内所の認定を受け、訪日観光客の受入体制強化に努めた。
- ③来訪者や問い合わせについて、データの収集・分析に努めた。

#### 9. インバウンド推進事業

- ①各種商談会やモニター・視察ツアーで当地域のPRに努めている。
- ②インバウンド向け商談会へ参加し、当地域のPR発信に努めている。
  - 台湾・中国のエージェントとの商談会に参加した。
  - シーボンクルーズラインの下北視察に対応した。
  - 台湾インフルエンサー及びエージェント対応について  
むつ市「台湾インフルエンサー招請事業」、青森市「陸奥湾沿線インバウンド向け観光コンテンツ造成事業」、また、むつ市のインターン制度を活用し、県内大学の台湾人留学生を対象にモニターツアーを実施した。

#### 10. DMO推進事業

- ①令和2年3月31日「日本版DMO法人」に認定された。
- ②マーケティング調査を実施した。
  - 弊社実施ツアー参加者、宿泊施設等でアンケート調査を実施した。
  - 1月からはインバウンド観光客向けに東北観光推進機構で実施する「東北DMO マーケティングリサーチ事業」に参加した。
- ③多様な関係者との連携を図るべく、DMO部会を設置し、部会を開催した。
- ④研究会・研修会への参加について  
マーケティングの研究会・研修会に参加し、マーケティング能力の向上に努めた。