

観光地域づくり法人形成・確立計画

記入日：令和5年 7月 1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	(一社) 宗像観光協会	
マネジメント・マーケティング対象とする区域	福岡県 宗像市	
所在地	福岡県宗像市江口 1172	
設立時期	2007年7月2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	16人【常勤3人(正職員2人・嘱託職員1人)、非常勤パート13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) 小林 正勝 (出身組織名) (一社)宗像観光協会 代表理事	宿泊業「御宿はなわらび」の代表として、地域の事業者の先頭に立って様々な取組で成果を挙げたことにより、2012年5月から一般社団法人宗像観光協会 会長に就任した。
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) 稲田 亨「専従」 (出身組織名) (一社)宗像観光協会 事務局長	2008年4月から一般社団法人宗像観光協会事務局長として就任。2021年には福岡県主催のマーケティング分析へ参加し手法を学ぶと共に地域課題の分析を実施。
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) 稲田 亨「専従」 (出身組織名) (一社)宗像観光協会 事務局長	長年当協会の諸事業において各種事業から財務管理など、14年間の実務を有し、係数管理、分析において高い能力を持つ。
業務執行全般及び行政との連絡調整の責任者の責任者(専門人材)	(氏名) 葦津 幹之 (出身組織名) (一社)宗像観光協会 副会長	2006年に宗像観光協会の副会長に就任。宗像大社の権宮司を勤めており、世界遺産の中核である宗像大社と地域連携のつなぎ役として活動しており、DMO登録の責任者として精通している。

旅行商品の造成・販売の責任者（専門人材）	（氏名） 稲田 亨「専従」 （出身組織名） （一社）宗像観光協会 事務局長	2022年4月には「旅行サービス手配業務取扱管理者の資格を取得。
連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	宗像市 ●産業振興部 産業政策課、元気な島づくり課－観光推進、観光PR、広域観光、来訪者対応、観光施設整備・管理運営、観光物産館（道の駅むなかた）管理運営、産業間連携 ●産業振興部 農業振興課－イノシシ肉販売・流通促進、特産品開発等 ●産業振興部 水産振興課－水産物ブランド化・販売促進・販路拡大、特産品開発等 ●市民協働部 文化スポーツ課－文化・スポーツ振興、イベント及び大会等の誘致・開催、スポーツコミッション等 ●教育部 世界遺産課－世界遺産保存・活用等	
連携する事業者名及び役割	●当協会の会員（194名） 宿泊施設（ホテル旅館組合等）、飲食店・商工業（宗像市商工会等）、神社仏閣（宗像大社、鎮国寺等）、農業（宗像農業協同組合等）、漁業（宗像漁業協同組合等）、旅客・運送業（JR九州赤間駅、西鉄バス宗像、タクシー事業者等）、その他 ●その他連携事業者 株式会社 道の駅むなかた 合同会社 玄海七浦→宗像市を中心とし、玄界灘に面した広域の市町（宗像市、福津市、古賀市、芦屋町、岡垣町、新宮町）で活躍する民間事業者が集う団体	
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	【該当する登録要件】①② ●現状の仕組み ① 当協会では、上記の会員（194名）の中から、ホテル旅館組合、宗像市商工会、宗像農協、宗像漁協、JR九州、西鉄バス宗像、タクシー協会などの観光地域づくりを支える団体・事業者が理事に就任しており、理事会においてそれぞれの活動状況を報告しつつ、当協会の事業や地域観光の課題等を協議している。 また、観光地域づくりを戦略的に推進していくため、理事会と道の駅むなかたをはじめとした宗像市内の多様な業種や地域の関係者及び行政が参加する「宗像観光地域づくり委員会」を令和3年度に設置した ② 産業5団体（観光協会・商工会・農協・漁協・道の駅）及び市の会議である「産業振興戦略プロジェクト」では、産業団体が横串で地域産業の振興を図るため、課題及び新規プロジェクト等の協議を行っている。 ③ 広域連携では、玄界灘に面する筑前玄海地域（古賀市・福津市・宗像市・岡垣町・芦屋町）の5市町における各観光協会・各商工会・各役所で「筑前玄海地域観光推進協議会」を組織に参加し、広域観光キャンペーンや共同イベント出展等のPR事業や農水産販売、県外PR会などを実施。同地域全体の活性化を図るため、周辺地域との連携強化も行いながら、広域での誘客と滞在促進、観光消費の拡大に向けた事業を展開している。	

<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>① 宗像観光協会公式の Facebook やInstagram、LINE を活用して、月に複数回の更新を行い、その他毎月 1 回地域新聞への情報提供や地域の観光、地域イベントや着地型メニューを掲載した観光情報の冊子を年 2 回発行（2020 年度一旦終了）により宗像市民が宗像のことを知る機会を作っている。</p> <p>② 毎年 1 回、6 日間にわたるカリキュラムで観光ボランティアガイドの育成を行い、観光地域づくりの理解と郷土愛の醸成を図り、宗像のまちづくりに興味・関心を持ってもらう。</p> <p>③ 事業への取り組みを宗像観光協会の HP に掲載し、閲覧を可能としている。</p>						
<p>法人のこれまでの活動実績</p>	<p>【活動の概要】</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th data-bbox="432 595 619 645">事業</th> <th data-bbox="619 595 1409 645">実施概要</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="432 645 619 1731"> <p>情報発信・プロモーション</p> </td> <td data-bbox="619 645 1409 1731"> <ol style="list-style-type: none"> 2015～2019 年：観光プラットフォーム事業 情報誌の刊行及び観光チケットを発行し、域内の産業振興とデータの収集。 2018 年～：宗像観光おみやげ館事業 特産品の開発と観光客向けのおみやげ品を中心に販売。 2015 年～2016 年：県外 PR 事業 宮崎県（2015 年～）・鹿児島県（2015・2016 年）を中心に同県の観光協会・マスコミに協力頂きながらの県外 PR 活動の実施。 2014 年～：世界遺産 PR 事業 県・市の世界遺産課と地域商業者との連携調整。 2007 年～：宗像市水産物販売促進事業 玄界灘海域の観光協会と連携しての水産品の販売および PR のプロモーション。 2021 年：宿泊キャンペーン事業 宗像市内への宿泊客の増加を目的とした宗像泊まってんキャンペーン第 1 弾を実施 2022 年：宿泊キャンペーン事業 宗像市内への宿泊客の増加を目的とした宗像泊まってんキャンペーン第 2 弾を実施 2022 年：観光客誘致 PR 事業 宿泊キャンペーン事業観光事業者や自治体が PR するイベントへ参加。主に旅行社への修学旅行誘致や個人客向けの案内を行った。 2022～2023 年：宿泊キャンペーン事業 宗像市内への宿泊客の増加と世界遺産登録 5 周年記念 PR を目的とした宗像泊まってんキャンペーン第 3 弾を実施。 2023 年 1 月末迄。 2023 年：JR ディストネーションキャンペーン事業 2024 年 4-6 月に福岡と大分で開催される事業の PR を実施 </td> </tr> <tr> <td data-bbox="432 1731 619 2027"> <p>受入環境の整備</p> </td> <td data-bbox="619 1731 1409 2027"> <ol style="list-style-type: none"> 2008 年～：観光客への対応事業 道の駅むなかたとの連携とした観光情報コーナー（観光案内所）の運営。 2007 年～：観光ボランティアガイドの連携事業 観光ボランティアガイドの育成と実践活動の支援。 2008 年～：周辺地域での観光事業 周辺市町の観光協会や行政間での観光情報の連携。 2015 年～： </td> </tr> </tbody> </table>	事業	実施概要	<p>情報発信・プロモーション</p>	<ol style="list-style-type: none"> 2015～2019 年：観光プラットフォーム事業 情報誌の刊行及び観光チケットを発行し、域内の産業振興とデータの収集。 2018 年～：宗像観光おみやげ館事業 特産品の開発と観光客向けのおみやげ品を中心に販売。 2015 年～2016 年：県外 PR 事業 宮崎県（2015 年～）・鹿児島県（2015・2016 年）を中心に同県の観光協会・マスコミに協力頂きながらの県外 PR 活動の実施。 2014 年～：世界遺産 PR 事業 県・市の世界遺産課と地域商業者との連携調整。 2007 年～：宗像市水産物販売促進事業 玄界灘海域の観光協会と連携しての水産品の販売および PR のプロモーション。 2021 年：宿泊キャンペーン事業 宗像市内への宿泊客の増加を目的とした宗像泊まってんキャンペーン第 1 弾を実施 2022 年：宿泊キャンペーン事業 宗像市内への宿泊客の増加を目的とした宗像泊まってんキャンペーン第 2 弾を実施 2022 年：観光客誘致 PR 事業 宿泊キャンペーン事業観光事業者や自治体が PR するイベントへ参加。主に旅行社への修学旅行誘致や個人客向けの案内を行った。 2022～2023 年：宿泊キャンペーン事業 宗像市内への宿泊客の増加と世界遺産登録 5 周年記念 PR を目的とした宗像泊まってんキャンペーン第 3 弾を実施。 2023 年 1 月末迄。 2023 年：JR ディストネーションキャンペーン事業 2024 年 4-6 月に福岡と大分で開催される事業の PR を実施 	<p>受入環境の整備</p>	<ol style="list-style-type: none"> 2008 年～：観光客への対応事業 道の駅むなかたとの連携とした観光情報コーナー（観光案内所）の運営。 2007 年～：観光ボランティアガイドの連携事業 観光ボランティアガイドの育成と実践活動の支援。 2008 年～：周辺地域での観光事業 周辺市町の観光協会や行政間での観光情報の連携。 2015 年～：
事業	実施概要						
<p>情報発信・プロモーション</p>	<ol style="list-style-type: none"> 2015～2019 年：観光プラットフォーム事業 情報誌の刊行及び観光チケットを発行し、域内の産業振興とデータの収集。 2018 年～：宗像観光おみやげ館事業 特産品の開発と観光客向けのおみやげ品を中心に販売。 2015 年～2016 年：県外 PR 事業 宮崎県（2015 年～）・鹿児島県（2015・2016 年）を中心に同県の観光協会・マスコミに協力頂きながらの県外 PR 活動の実施。 2014 年～：世界遺産 PR 事業 県・市の世界遺産課と地域商業者との連携調整。 2007 年～：宗像市水産物販売促進事業 玄界灘海域の観光協会と連携しての水産品の販売および PR のプロモーション。 2021 年：宿泊キャンペーン事業 宗像市内への宿泊客の増加を目的とした宗像泊まってんキャンペーン第 1 弾を実施 2022 年：宿泊キャンペーン事業 宗像市内への宿泊客の増加を目的とした宗像泊まってんキャンペーン第 2 弾を実施 2022 年：観光客誘致 PR 事業 宿泊キャンペーン事業観光事業者や自治体が PR するイベントへ参加。主に旅行社への修学旅行誘致や個人客向けの案内を行った。 2022～2023 年：宿泊キャンペーン事業 宗像市内への宿泊客の増加と世界遺産登録 5 周年記念 PR を目的とした宗像泊まってんキャンペーン第 3 弾を実施。 2023 年 1 月末迄。 2023 年：JR ディストネーションキャンペーン事業 2024 年 4-6 月に福岡と大分で開催される事業の PR を実施 						
<p>受入環境の整備</p>	<ol style="list-style-type: none"> 2008 年～：観光客への対応事業 道の駅むなかたとの連携とした観光情報コーナー（観光案内所）の運営。 2007 年～：観光ボランティアガイドの連携事業 観光ボランティアガイドの育成と実践活動の支援。 2008 年～：周辺地域での観光事業 周辺市町の観光協会や行政間での観光情報の連携。 2015 年～： 						

		<p>地域の観光関連関係者と連携した観光情報の共有。</p> <p>5. 2022 年：観光補助の活用事業 「地域一体となった観光地の再生・観光サービスの高付加価値化事業」の採択に伴う地域事業者の受入体制の向上</p>
	<p>観光資源の磨き上げ</p>	<p>1. 2007 年～：水産物販売促進事業 地元漁協と連携した水産品（フグ・イカ・アナゴ・アジ等）のブランド化とキャンペーンの開催。</p> <p>2. 2007 年～：世界遺産 PR 事業 世界遺産構成資産および地域文化施設と連携協力し資産の価値の PR と支援。</p> <p>3. 2007 年～：新特産品開発事業 海産物やジビエを使ったレトルトカレー等の特産品開発と販路拡大事業。</p> <p>4. 2007 年～：イベント連携事業 ラグビーTOP リーグ、ビーチラグビー宗像、プリンセス駅伝、西日本菊花祭り、宗像大社大節分祭、鎮国寺花祭りなど様々な対内外イベントの参画及び協力。</p> <p>5. 2015 年～：旅行企画商品造成事業 エコやグリーンツーリズムなどの着地型観光商品の造成・販売による誘客の促進。</p> <p>6. 2021 年：域内回遊事業 JAF との連携によるドライブスタンプラリー事業を実施。市内の周遊観光の実態を把握。</p> <p>7. 2022 年：着地型コンテンツ造成事業 九州運輸局によるサステナブルな観光コンテンツ強化事業「神宿るまち・宗像」における“海の恵み×環境保全×観光”コンテンツ造成事業と連携。</p> <p>8. 2022 年：新ご当地メニュー開発事業 福岡県新たな観光地域づくり検討会によるイカを使った「新ご当地メニュー」の開発事業と連携</p> <p>9. 2023 年：域内回遊事業 市内での買い物と回遊をミックスした独自企画によるドライブスタンプラリー事業を実施。市内の周遊観光の実態を把握。</p>
	<p>【定量的な評価】</p> <p>-協会会員数：194 名 ※2023 年 6 月末実績</p> <p>-観光情報案内所の利用者数：窓口 3,608 名 電話対応 1,742 件※2022 年度実績</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）。

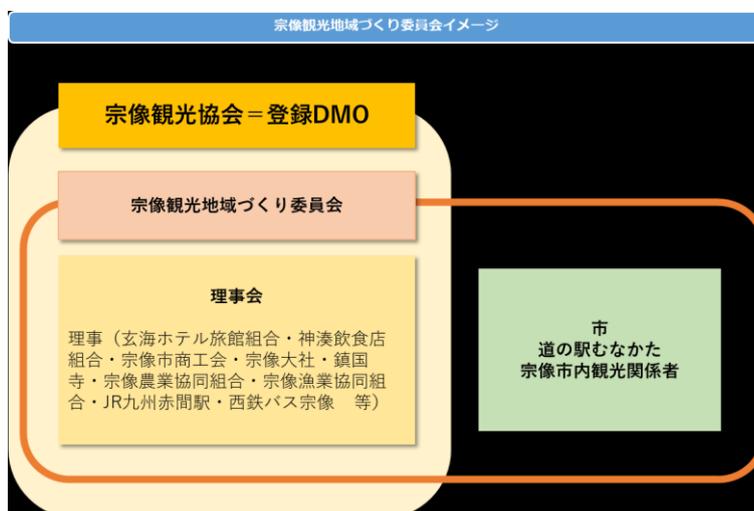
【実施体制の概要】

（一社）宗像観光協会は、ホテル旅館組合、宗像市商工会、宗像農協、宗像漁協、JR九州赤間駅、西鉄バス宗像、タクシー協会等、市内の多様な関係者が参画し、それぞれの団体で組織する理事会を中心に、集客イベントの主催・共催、観光情報発信、着地型観光メニューの企画造成、観光プロモーションなど、市内の事業者が密接に連携し運営を実施。

更に、新たに設置した「宗像観光地域づくり委員会」では、既存の協会の理事会を拡大し、理事メンバーだけではなく、協会の会員・非会員を問わず、市や道の駅むなかたを始めとした多様な観光関係者及び行政が参画し、観光によるまちづくりについて、合意形成を図りながら進めている。

また、専門的知見を持つマーケティング責任者を配置することで、各種データの分析、PDCA サイクルを確立し、より効率的な協会運営・事業運営を行うとともに、宗像観光おみやげ館の運営、特産品の開発と販売、着地型メニューの開発により自立的、継続的に活動するための安定的な運営資金を確保していく。

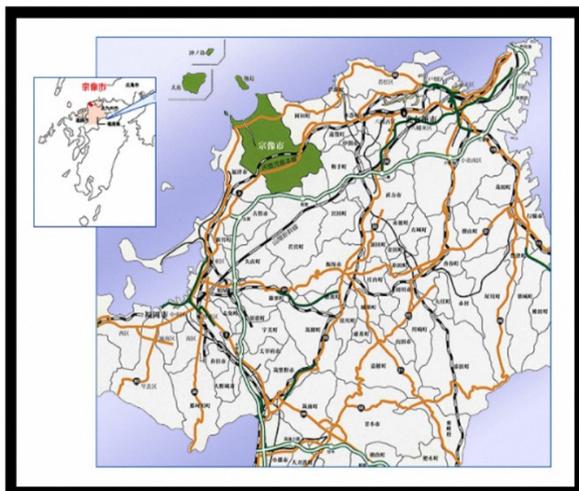
【実施体制図】



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】

福岡県



宗像市



【区域設定の考え方】

宗像市は、福岡県の北九州市と福岡市のほぼ中間に位置し、両市のベッドタウンとして発展してきた。交通アクセスとしては国道3号・JR 鹿児島本線が通り、3 駅を有する。

(一社)宗像観光協会では、本市最大の観光資源である「世界遺産群」を中心に、「神宿るまち」である本市の魅力を発信、「海・島・山」という観光資源や、自然、文化、スポーツ、歴史、食の地域資源を活かした着地型観光コンテンツの充実、市内の各種まつりなどの魅力あるイベントの開催、修学旅行やスポーツ大会などの団体観光客の誘致により、行政、関係団体等と連携して観光誘客を図ってきたところである。その結果、宗像市への観光入込客数の拡大に寄与した。そこで市内の観光関係事業者、関係団体等との連携強化・合意のもと、本市の特性を活かした観光まちづくりをより一層強化する必要があることから、宗像市内を区域とする地域 DMO の形成を目指す。

【観光客の実態等】

2002 年より世界遺産登録活動に伴い、歴史・自然・食など豊富な観光資源の活用、県内外での観光 PR、誘致活動など積極的な取り組んだ結果、世界遺産登録の 2017 年までは年々来訪者が増加してきた。しかし、それ以降は旅行企画やメディア等の露出減少など世界遺産効果が低下、加えて新型コロナの影響により減少傾向にある。

2019 年の旅行参加形態は家族及びカップルが半数を占めるが、一人旅が 16%と比較的多い。宿泊者は福岡県が 32%と最も多く、他は東京(9%)、広島(7%)、愛知(5%)、大阪(5%)、山口(5%)である。全体の入込数は前年比 78%、増減率も-22%、世界遺産ガイド施設海の道むなかた館は前年比 85%、増減率-15%に対し、道の駅むなかたは、前年比 97%、増減率-3%と減少率が少ない。その理由として、道の駅への目的は買い物が多く、世界遺産登録による増減にあまり影響を受けない事が想定される。

一方、来訪者については、女性の比率が高く、働いているもしくは主婦層が多い。年代別でみると 70 代が最も多いが、50 代以下も半数あり、家族での来訪も多い。

(観光予報プラットフォーム、道の駅来訪者調査による。)

【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】

●観光施設

世界遺産ガイド施設「海の道むなかた館」、大島交流館、北斗の水くみ海浜公園、宗像ユリックス、街道の駅赤馬館

●商業施設

道の駅むなかた、正助ふるさと村、グローバルアリーナ、吹きガラス工房、乗馬クラブ、果物狩り農園（ブルーベリー、いちご、みかん）

●自然

玄海国立公園（さつき松原）、九州オルレ宗像・大島コース、大島、地島、沖ノ島（天然記念物・史跡・世界遺産・鳥獣保護区）、四塚連山、釣川

●歴史文化

ユネスコ世界文化遺産（宗像大社辺津宮・沖津宮・中津宮・沖津宮遙拝所）、宗像大社神宝館、鎮国寺、八所宮、織幡神社、唐津街道 原町・赤間宿、国史跡田熊石畑遺跡

●スポーツ

サニックスワールドユース大会（ラグビー・サッカー他）、全日本実業団対抗女子駅伝予選会（プリンセス駅伝）

●イベント

宗像大社や鎮国寺での観光ボランティアガイドと連携した事業や水産資源を活用したフェアを実施

1月：宗像大社正月参拝

2月：節分祭（宗像大社）鐘崎天然とらふくフェア（市内ホテル旅館、飲食店）3月末迄、酒蔵開き

3月：地島椿まつり、ワールドユースサッカー大会、宗像いちご祭り 4月迄

4月：宗像大社春季大祭、鎮国寺柴灯大護摩供

5月：ワールドユースラグビー大会

6月：海開き神事

7月：宗像あなごちゃん祭り 9月末迄

8月：大島七夕まつり、宗像ビーチラグビー、

9月：ブルガリアフェスティバル、宗像漁協漁師まつり

10月：宗像大社秋季大祭（みあれ祭、高宮神奈備祭）、宗像常若ストリートフェスティバル、プリンセス駅伝、宗像国際環境会議

11月：西日本菊花大会（宗像大社）

12月：宗像大社古式祭

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

施設数及び収容力：

	施設名	客室数	備考
1	宗像リゾートホテル	60	
2	魚屋別館	5	
3	オテルグレージュ	6	
4	岡八	8	
5	割烹旅館 高嘉	5	
6	神湊 GLAMPING HOTEL	8	
7	玄海旅館	7	
8	割烹旅館 松風荘	9	
9	御宿はなわらび	12	
10	RoyalHotel 宗像	291	
11	民宿しらいし	12	
12	HOTEL AZ	256	
13	やまつばさ別邸 白兔	15	
14	チサンイン宗像	98	
15	Tarou's House	1	
16	グローバルアリーナ	98	
17	三國屋旅館	9	大島
18	三好屋旅館	5	大島
19	灯明の宿 ふじ島	6	大島

20	民宿宮崎荘	5	大島
21	民宿まなべ	5	大島
22	民宿つわせ	7	大島
23	民宿古賀	4	大島
24	沖広屋旅館	6	大島
25	渡海屋	4	大島
26	STAY&ACTIVITIES MINAWA	1	大島
27	エンデメンデ	1	大島
28	第 M40006592 号	民泊	
29	ゲストハウス ハヤカワ	民泊	
30	A House	民泊	
31	第 M400013249 号	民泊	
32	第 M400020173 号	民泊	
33	第 M400022223 号	民泊	
34	第 M400028337 号	民泊	

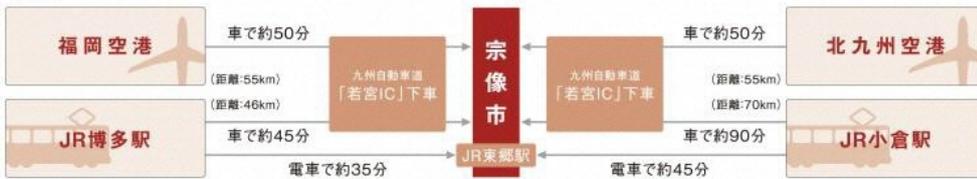
【利便性：区域までの交通、域内交通】

- 福岡空港から車で 50 分、北九州空港から車で 50 分
- JR 博多駅から電車で 35 分、JR 小倉駅から電車で 45 分



Access

◎宗像へのアクセス



【外国人観光客への対応】

- 観光施設および観光スポットの公衆無線 Wi-Fi 設置
- 観光案内所に自動翻訳機の設置
- 世界遺産構成資産の QR コードによる多言語案内
- ホームページ、パンフレット、マップの多言語化
- 観光ボランティアガイド（英語、韓国語、中国語対応）

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。	アンケート調査を行った宗像市のデータから収集
延べ宿泊者数	宿泊者数の推移を把握するため。	宗像市のデータから収集
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。	アンケート調査を行った宗像市のデータから収集
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。	アンケート調査を行った宗像市のデータから収集
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。	宗像市のデータから収集
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。	アンケート調査を行った宗像市のデータから収集
年間入込数	観光消費額の算定、経済波及効果を分析	宗像市のデータから収集
滞在・体験型プログラム参加者数	滞在時間と商品単価を増加させコンスタントな収益源を確保	参加者数を集計
特産品開発件数	新たな特産品を開発することにより来訪者満足度を向上	開発件数を集計
情報発信件数	情報発信頻度を向上させ、来訪者認知度を上昇させる	情報発信件数を集計
主要施設来場者数	主なる施設で来場者数を把握、総合的な入込みを分析	主要施設来場者数を集計

4. 戦略

(1) 地域における観光を取り巻く背景

宗像市では様々な観光施策に取り組んできたが、改めて観光地域づくり法人（DMO）を中心として、世界遺産を核とする既存の観光資源と豊富な農水産物を活用した観光地域づくりを図り、交流人口の更なる増加を促進させる。更に、世界遺産を環境保全活動と観光に融合した地域振興につなげる。

(2) 地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	強み (Strengths) ○ユネスコ世界文化遺産構成資産群 ○「玄海天然印」をブランドとした魚介類（鐘崎天然とらふく、宗像あなごちゃん、玄ちゃんアジ、活きイカ）、わかめ、あかもく、むなかた牛、むなっ猪、むなかた鶏、椿油、あまおう、大豆、など地域の名物と特産品が豊富 ○大島や地島の自然豊かな島景観 ○福岡と北九州の中間地点に位置している。	弱み (Weaknesses) ○市内、周辺観光地への二次交通アクセスが不十分 ○観光関連事業者の高齢化、人手不足、後継者不足 ○宿泊施設の老朽化 ○幅広い年齢層に対応した夜間の観光メニューが未発達 ○外国人向け観光情報、案内所、対応ガイド、Wi-Fi等の情報インフラ、案内板・HP等の多言語対応が十分でない

外部環境	<p>機会 (Opportunity)</p> <ul style="list-style-type: none"> ○地方創生、DMO 推進による国の支援、仕組みづくり ○世界遺産登録をきっかけに海の環境保全の気運が高まっている ○新しい生活様式に於いても自然・パワースポットへの根強いニーズ ○知的好奇心の強いアクティブシニア層の観光客の増加 ○ICT が観光の情報源としての機能性・利便性を高めている ○テレワーク、ワーケーションなど働き方改革の推進 ○コロナ禍においてマイクロツーリズムへの意識変化 	<p>脅威 (Threat)</p> <ul style="list-style-type: none"> ○水産資源の減少、後継者不足 ○観光関連事業者の経営悪化 ○団体客の減少 ○世界経済の先行き不安(コロナショック、国際的な金融危機などのリスク) ○外出自粛ムードによる家庭内予算の短期的な縮小 ○イベント自粛による集客力の低下 ○旅行関連支出の減少
------	---	--

※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)。

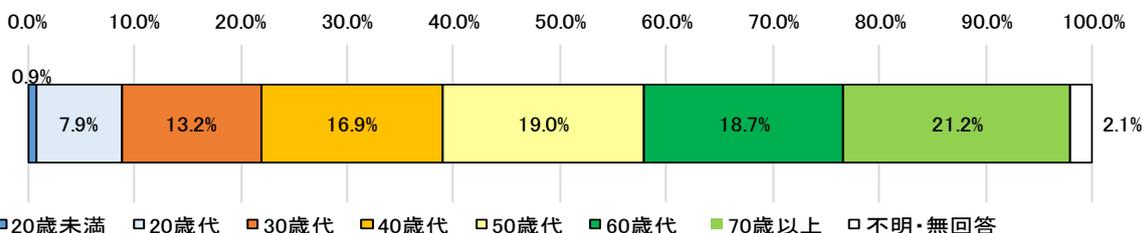
(3) ターゲット

○第1ターゲット層

現在の来訪者の中心である福岡県内(特に、福岡市、北九州市、筑豊方面)及び隣接県(九州)を中心とした経済的に裕福なシニア層

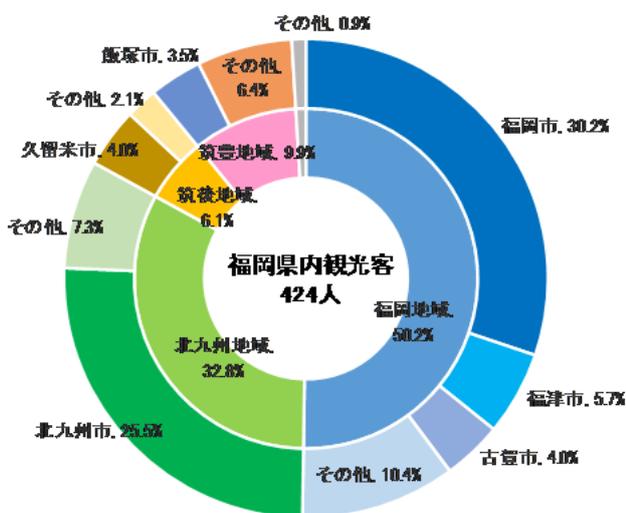
○選定の理由

- ・2019年宗像市観光経済効果分析では、観光客のうち50歳以上の割合が全体の6割近くを占める。(道の駅来訪者調査では、約75%)



単数回答、母数=673

- ・同調査によると、宗像への来訪は福岡県内及び隣接県(九州地方)からが76.1%を占める。



地方	都道府県	個数	割合
北海道地方	北海道	1	0.1%
	宮城県	1	0.1%
	茨城県	1	0.1%
関東地方	栃木県	2	0.3%
	埼玉県	9	1.3%
	千葉県	2	0.3%
	東京都	21	3.1%
中部地方	神奈川県	13	1.9%
	新潟県	1	0.1%
	福井県	2	0.3%
	山梨県	1	0.1%
	岐阜県	1	0.1%
	静岡県	2	0.3%
近畿地方	愛知県	14	2.1%
	三重県	1	0.1%
	滋賀県	1	0.1%
	京都府	4	0.6%
	大阪府	13	1.9%
中国地方	兵庫県	10	1.5%
	奈良県	1	0.1%
	和歌山県	1	0.1%
	鳥取県	2	0.3%
	島根県	1	0.1%
四国地方	岡山県	3	0.4%
	広島県	12	1.8%
	山口県	19	2.8%
	愛媛県	2	0.3%
九州地方	高知県	1	0.1%
	福岡県	424	63.0%
	佐賀県	26	3.9%
	長崎県	11	1.6%
	熊本県	13	1.9%
	大分県	16	2.4%
海外	宮崎県	12	1.8%
	鹿児島県	8	1.2%
	沖縄県	2	0.3%
	台湾	1	0.1%
不明・無回答	香港	1	0.1%
	不明・無回答	17	2.5%
計		673	100.0%

○取組方針

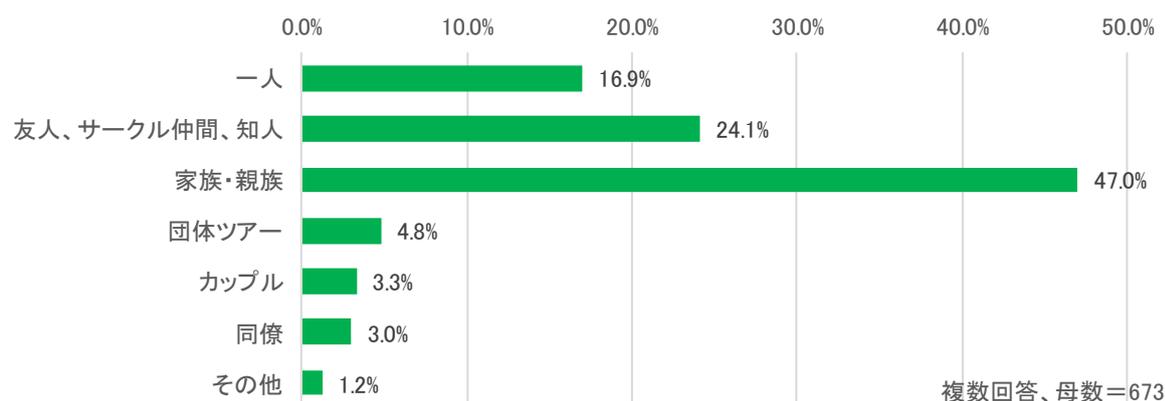
- ・食に関心が高い世代なので、「鐘崎天然とらふく」「玄ちゃんアジ」「生きイカ」「宗像あなご」及び地域の特産品を活用した更なる新商品(物産や料理)を開発し販売する。
- ・世界遺産を活用した滞在・体験型旅行商品、開発料理の宿泊商品を造成販売する。
- ・旅行会社やマスコミへの情報発信と営業を強化する。
- ・商品の販売網を確立する。

○第2ターゲット層

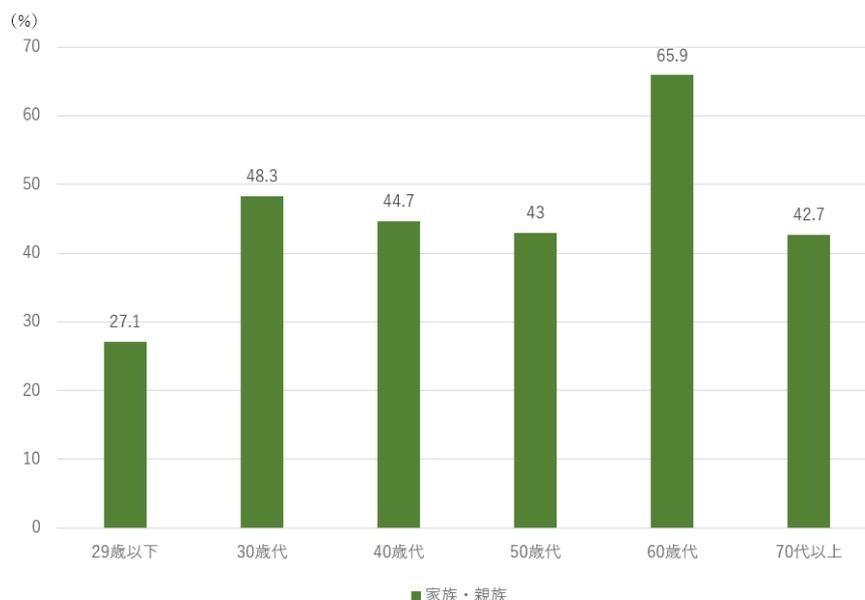
第1ターゲット層に連携する福岡県内(特に、福岡市、北九州市、筑豊方面)及び隣接県(九州)を中心としたファミリー層

○選定の理由

- ・2019年宗像市観光経済効果分析では、観光客のうち家族・親族で訪れる割合が約47%を占める。



以下、それぞれの各年代別における「家族・親族」と答えた人の割合グラフ。30～40歳代は将来の第1ターゲット層(シニア層)になる



○取組方針

- ・満足度調査実施し、ファミリー層の求めているニーズの収集と分析を行い、戦略を立てる。
- ・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提供する。

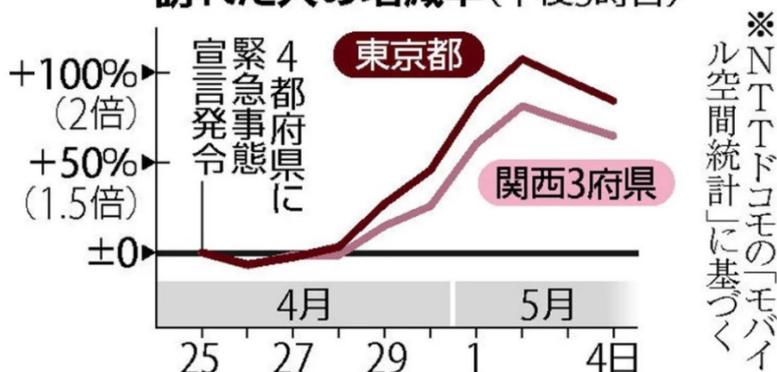
○第3ターゲット層

これからの客層として、①関東及び関西からの観光客 ②欧米豪のインバウンドファミリー層（アフターコロナ）

○選定の理由

- ①世界遺産登録により全国的に認知度が上がってきており、福岡県への流入が多い関東及び関西に向けて旅行社や各種メディア等も活用して露出を増やすことで入込客を増やす。
 - ・NTTドコモのモバイル空間統計調査では、2020年の緊急事態宣言が発令中の4都府県（東京、大阪、京都、兵庫）から福岡県への移動が活発化していることが判明している
 - ・コロナ過の影響もあり、関東及び関西から福岡に訪れたいという需要が高まっている。

◆東京都と関西3府県から福岡県を訪れた人の増減率(午後3時台)



- ②世界遺産を中心に文化に対する興味と理解が深いと言われる欧米豪を中心とする外国人観光客の受入れを目指す。

○取組方針

- ①関東及び関西からの観光客に関しては、観光資源を磨き上げ、宗像市の魅力を最大限に伝えるようなツアープランを作成しパッケージ化する。またパッケージ化されたツアープランを、関東及び関西のメディアに出稿する。
- ②コロナ収束を契機として、旅行者が活発に動き出すタイミングでインバウンド戦略をたてる。対象となる欧米豪は、世界遺産や文化に関する興味関心が高く欧米豪の観光ニーズ等を調査しながら新たなツアープランを検討。九州観光機構や福岡県との連携をはかり、本取り組みを通じて宗像市のインバウンド施策を検討していく。

(4) 観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	神宿るまち 宗像 ～ RE:TRIP Munakata ～
②コンセプトの考え方	宗像市はユネスコ世界文化遺産を有し、古事記・日本書紀にも記される古い歴史を持つ地域で、沖ノ島からは8万点を超える神宝が出土しており、日本の歴史を考察する上でも重要なまちである。中世時代には「神郡宗像」と称されるなど、古代から現代まで宗像信仰が連綿と息づいている。また、宗像大社を通して日本人の原点である「自然崇拜」信仰が住民の精神に色濃く残る日本でも唯一無二の街である。 このユネスコ世界文化遺産と自然環境の保全が信仰により融合する「神宿るまち」として、多様な歴史・文化・伝統の紹介と学びを体験してもらいながら、地元の豊富な農水産物を活かし新鮮な魚を提供し、四季を通して新しい発見ができ、何度も来たくなるまちを地域全体で目指す。

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。	各会議での報告等を通じたの共有を実施 ①宗像観光協会 役員会（会長、副会長、事務局）毎月1回 ②宗像観光協会 理事会 年5回（2-3ヶ月毎） ③宗像観光地域づくり委員会 年4回（2-3ヶ月毎） ④宗像市産業振興戦略プロジェクト（宗像観光協会会長、宗像漁協組合長、宗像農協組合長、宗像市商工会会長、（株）道の駅むなかた代表取締役、宗像市副市長）不定期 ⑤宗像市水産物販売促進委員会 宗像産のアナゴやトラフグ等の消費拡大を目指すフェア。宗像漁協、市、観光協会、筑前七浦の会、宗像市食進会で構成している委員会総会は年1回、実務担当者会議はフェアに合わせて都度開催。 ⑥宗像・沖ノ島世界遺産市民の会 市内全コミュニティ運営協議会と市内各種団体が参加し市内での世界遺産活動を中心に行う会。総会は年1回、実務担当者会議は事業に合わせて都度開催。 ⑦筑前玄海地域観光推進協議会（芦屋町、岡垣町、宗像市、福津市及び古賀市の首長、各市町観光協会会長、各市町商工会会長）総会は年1回、事務レベルの戦略会議は年4回程度不定期開催。
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	観光人材養成講座を開設し、地域で提供する観光サービスに係る品質を向上させる施策を実施 <ul style="list-style-type: none"> ・観光ニーズを探るアンケート調査 ・観光状況の紹介やアンケート調査のフィードバックを行う講座の実施 ・情報コーナー（観光案内所）のスタッフをはじめとした観光関連従事者に対する勉強会などの実施
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	地域内の情報を一元的にHPやSNSを利用した効果的なプロモーション <ul style="list-style-type: none"> ・観光情報コーナーでの接客対応 ・観光情報（ホームページ、SNS、パンフレット）の発信 ・観光客向けのプロモーション映像の制作 ・ホームページの多言語化 ・域外でのプロモーション活動

※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	5,100 (-)	2,700 (-)	5,500 (-)	8,300 (-)	9,900 (-)	10,400 (-)
	実績	5,251 (-)	4,674 (-)	集計中 (-)			
●延べ宿泊者数 (千人)	目標	— (-)	170 (-)	260 (-)	350 (-)	420 (-)	440 (-)
	実績	154 (5)	200 (1)	集計中 (-)			
●来訪者満足度 (%)	目標	— (-)	82 (-)	81 (-)	82 (-)	83 (-)	84 (-)
	実績	81.1 (-)	57.1 (-)	集計中 (-)			
●リピーター率 (%)	目標	— (-)	73 (-)	76 (-)	77 (-)	78 (-)	79 (-)
	実績	71.8 (-)	75.5 (-)	集計中 (-)			

※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】

宗像市の総合計画、宗像市まち・ひと・しごと創生総合戦略及び宗像市産業振興計画における方針や施策との整合性を図りながら検討を行い、アクションプラン等において設定される目標指標と一致させている。

【設定にあたっての考え方】

●旅行消費額

観光入込客推計調査を元に算定。令和5年度の目標値を令和元年度と同等になる様に考え、令和6年度までは20%増加、その後は5%増を目標値とした。

●延べ宿泊者数

観光入込数において近年の増加傾向を考慮し増加を目指す。令和5年度の目標値を令和元年度と同等になる様に考え、令和6年度までは20%増加、その後は5%増を目標値とした。

●来訪者満足度

宗像市観光経済効果調査において、満足・やや満足とした比率を基準として算定。令和5年度の目標値を過去最高値であった令和2年度と同等と考えその後は毎年確実な増加で設定。実績値の把握は定期的にアンケート調査を行う。

●リピーター率

宗像市観光経済効果調査において、1年間に2回以上宗像市に来訪した人の比率を基準として算定。令和4年度は令和3年度実績より向上した数値を目標とし、その後は毎年確実な増加で設定。実績値の把握は定期的にアンケート調査を行う。

(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
●WEB サイトアクセス数 (回)	目標	— (-)	130,000 (-)	210,000 (-)	250,000 (-)	300,000 (-)	315,000 (-)
	実績	144,318 (-)	176,990 (-)	233,860 (-)			
●住民満足度 (%)	目標	— (-)	24 (-)	21 (-)	22 (-)	23 (-)	24 (-)
	実績	19 (-)	20 (-)	集計中 (-)			
●年間入込数 (千人)	目標	— (-)	2,150 (-)	3,500 (-)	4,800 (-)	5,700 (-)	6,000 (-)
	実績	3,576 (-)	3,759 (-)	集計中 (-)			
●滞在・体験型 プログラム参加者数 (人)	目標	— (-)	100 (-)	30 (-)	250 (-)	300 (-)	360 (-)
	実績	30 (-)	8 (-)	209 (-)			
●特産品開発件数 (件) ※おみやげ館事業として	目標	— (-)	5 (-)	5 (-)	5 (-)	5 (-)	5 (-)
	実績	4 (-)	8 (-)	2 (-)			
●情報発信件数 (件)	目標	— (-)	70 (-)	250 (-)	500 (-)	550 (-)	600 (-)
	実績	68 (-)	236 (-)	489 (-)			
●主要施設① 宗像大社 来場者数 (人)	目標	— (-)	560,000 (-)	700,000 (-)	950,000 (-)	1,100,000 (-)	1,200,000
	実績	616,427 (-)	657,748 (-)	集計中 (-)			
●主要施設② 道の駅むなかた 来場者数 (人)	目標	— (-)	1,300,000 (-)	1,680,00 (-)	1,730,000 (-)	1,780,000 (-)	1,950,000 (-)
	実績	1,481,042 (-)	1,651,902 (-)	集計中 (-)			
●主要施設③ 街道の駅赤馬館 来場者数 (人)	目標	— (-)	27,000 (-)	40,000 (-)	60,000 (-)	63,000 (-)	66,000 (-)
	実績	39,301 (-)	36,141 (-)	集計中 (-)			

※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】

来訪者傾向分析、情報発信、着地型旅行商品の企画・販売に重点を置いた施策を検討することから上記指標を設定。宗像の魅力を作り、情報を発信し、来ていただくという基本軸として、稼ぐ力を最大限に引き出すための指標を設定。

【設定にあたっての考え方】**●WEB サイトアクセス数**

観光情報サイトのアクセス数より把握。令和3年度実績より令和6年度までは20%増加、その後は5%増を目標値とした。

●住民満足度

令和4年度は令和3年度実績より向上した数値を目標値としその後は毎年確実な増加で設定。

●年間入込数

観光入込客推計調査及び観光客動向調査等を元に算定した、本市への令和元年の観光消費額推計をベースに、観光入込客数及び宿泊者数を加味し、令和5年度の目標値を令和元年度と同等になる様に考えた、令和6年度までは20%増加、その後は5%増を目標値とした。

●滞在型・体験型プログラム参加者数

当協会への申込数により把握。宿泊者数、満足度、リピーター率を向上させるツールとして、自然、歴史、グルメなどを活かしたプログラムの企画・販売により大幅に増加した。令和7年度までは20%増加を目標値とした。

●情報発信件数

各種メディアツールを積極的に利用し、リリースすることで情報発信・来場意欲を促す。福岡県観光連盟、情報誌掲載、SNS等で効果的な情報発信を定期的に行う。令和7年度までは約10%増加を目標値とした。

●主要施設別来場者数

代表的な施設を対象に来場者数を把握することで観光客の傾向分析に活かし、更なるリピーターを増やす。

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	74,015,954	【国・県-補助金】 0 【市-補助金】 9,538,000 【市-受託事業】 15,987,399 【収益事業①自主事業】 2,932,725 【収益事業②おみやげ館事業】 44,262,030 【会費】 1,295,800
2021(R3)年度	142,182,727	【国・県-補助金】 0 【市-補助金】 10,992,739 【市-受託事業】 60,071,401 【収益事業①自主事業】 4,956,987 【収益事業②おみやげ館事業】 64,694,600 【会費】 1,458,000
2022(R4)年度	335,031,325	【国・県-補助金】 0 【市-補助金】 10,530,664 【市-受託事業】 222,287,387

		【収益事業①自主事業】	5,737,000
		【収益事業②おみやげ館事業】	92,979,845
		【会費】	1,496,400
2023 (R5) 年度	120,590,000	【国・県-補助金】	1,000,000
		【市-補助金】	11,538,000
		【市-受託事業】	7,815,000
		【収益事業①自主事業】	3,687,000
		【収益事業②おみやげ館事業】	75,000,000
		【会費】	1,550,000
2024 (R6) 年度	121,638,000	【国・県-補助金】	1,000,000
		【市-補助金】	11,538,000
		【市-受託事業】	7,800,000
		【収益事業①自主事業】	3,700,000
		【収益事業②おみやげ館事業】	96,000,000
		【会費】	1,600,000
2025 (R7) 年度	122,938,000	【国・県-補助金】	1,000,000
		【市-補助金】	11,538,000
		【市-受託事業】	7,800,000
		【収益事業①自主事業】	4,000,000
		【収益事業②おみやげ館事業】	97,000,000
		【会費】	1,600,000

(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	74,649,204	【一般管理費】	15,515,910
		【観光事業費】	407,028
		【市-受託事業】	12,581,953
		【収益事業①自主事業】	2,575,013
		【収益事業②おみやげ館事業】	43,569,300
2021 (R3) 年度	141,538,566	【一般管理費】	15,130,552
		【観光事業費】	260,576
		【市-受託事業】	56,432,187
		【収益事業①自主事業】	4,116,429
		【収益事業②おみやげ館事業】	65,598,822
2022 (R4) 年度	327,646,405	【一般管理費】	14,378,322
		【観光事業費】	870,162
		【市-受託事業】	220,842,428
		【収益事業①自主事業】	1,602,676
		【収益事業②おみやげ館事業】	89,952,817
2023 (R5) 年度	117,606,000	【一般管理費】	13,586,000
		【観光費・事業費】	1,910,000
		【市-受託事業】	6,110,000
		【収益事業①自主事業】	28,500,000
		【収益事業②おみやげ館事業】	92,150,000
2024 (R6) 年度	118,890,000	【一般管理費】	13,750,000
		【観光事業費】	3,000,000
		【市-受託事業】	6,000,000
		【収益事業①自主事業】	3,020,000
		【収益事業②おみやげ館事業】	93,120,000

2025 (R7) 年度	120,370,000	【一般管理費】	14,000,000
		【観光事業費】	3,000,000
		【市-受託事業】	6,000,000
		【収益事業①自主事業】	3,280,000
		【収益事業②おみやげ館事業】	94,090,000

(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

当協会の体制充実強化を図ることにより、市内の観光関連の「人」「金」の好循環が生まれる 制度を確立し、会費収入、市からの受託収入のほか、滞在・体験型プログラム造成による安定した運営資金を確保する。

- ① 新規会員の開拓（会費の増加）
- ② 観光マーケティングの専門人材を配置し、ターゲットに応じた効果的な観光プロモーションを宗像市から受託して行う。
- ③ 旅行業の登録に向けて当協会が地域の特徴でもある神社仏閣と連携したメニューやスポーツツーリズムなどの滞在・体験型旅行商品を増やし、将来的に着地型観光商品の造成・販売を行う。
- ④ 地域の強みを最大限に活かし、(SWOT分析上の)機会を的確に捉えた高付加価値商品の開発を行なう。
- ⑤ 道の駅むなかたを中心として農業・漁業・商工業・観光業と連携し、地域の産業振興に寄与する各種メニューの開発を行なう。
- ⑥ 行政、関係団体等と連携し、修学旅行、スポーツ大会等の誘致を積極的に行うとともに、総合窓口として市内関係事業者と連携した受入体制を構築する。観光ガイド等の観光専門人材の養成講座を開設し、観光案内、おもてなしの充実強化を図る。

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

宗像市は、(一社)宗像観光協会を当該市における「地域DMO」として登録を希望しますので、同協会とともに申請します。

本市はこれまで、同協会と共に観光振興に取り組んできました。また、『神宿る島』宗像・沖ノ島と関連遺産群の世界遺産登録活動においても、市民及び各産業団体等と取り組んできましたが、中でも同協会の存在は大きな力となりました。今後、地域の稼ぐ力を高め、持続可能な観光地域をつくるためには、地域全体がこれまで以上に結束し、「宗像」ブランドを磨いていく必要があります。本市としましては、この役割を担えるのは同協会しかなく、同協会が中心となり観光地域づくりを進めることを支援していきます。

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）

重複しない

10. 記入担当者連絡先

担当者氏名	稲田 亨
担当部署名（役職）	事務局長
郵便番号	〒811-3502
所在地	福岡県宗像市江口 1172
電話番号（直通）	0940-62-3922
F A X 番号	0940-62-3921
E - m a i l	inada@genkai.com

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	宗像市
担当者氏名	福所 圭祐
担当部署名（役職）	産業振興部 産業政策課 商工観光係長
郵便番号	〒811-3492
所在地	福岡県宗像市東郷 1-1-1
電話番号（直通）	0940-36-0037
F A X 番号	0940-36-0320
E - m a i l	syoukou@city.munakata.lg.jp

記入日: 令和5年 7月 1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】 福岡県 宗像市
 【設立時期】 2007年7月2日
 【設立経緯】 ③区域の観光協会がDMOに移行
 【代表者】 小林 正勝
 【マーケティング責任者(CMO)】 稲田 亨
 【財務責任者(CFO)】 稲田 亨
 【職員数】16人【常勤3人(正職員2人・嘱託職員1人)、非常勤パート13人】
 【主な収入】 市-補助金 10百万円/市-受託事業 222百万円/収益事業
 ①自主事業 6百万円/収益事業②おみやげ館事業93百万円/会費1.5百万円(2022年度決算)
 【総支出】 一般管理費14百万円/観光事業費0.8百万円/市-受託事業 220百万円/収益事業①自主事業1.6百万円/収益事業②おみやげ館事業90百万円(2022年度決算)
 【連携する主な事業者】
 玄海ホテル旅館組合、神湊飲食店組合、グローバルアリーナ、宗像市商工会、宗像大社、鎮国寺、宗像農業協同組合、宗像漁業協同組合、JR九州赤間駅、西鉄バス宗像、宗像ユリックス、道の駅むなかた など

KPI(実績・目標)

※()内は外国人に関するもの。

指標項目		2020	2021	2022	2023	2024	2025
		(R2) 年度	(R3) 年度	(R4) 年度	(R5) 年度	(R6) 年度	(R7) 年度
●旅行消費額 (百万円)	目標	5,100	2,700	5,500	8,300	9,900	10,400
	実績	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)
●延べ宿泊者数 (千人)	目標	—	170	260	350	420	440
	実績	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)
●来訪者満足度 (%)	目標	—	82	81	82	83	84
	実績	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)
●リピーター率 (%)	目標	—	73	76	77	78	79
	実績	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)

戦略

【主なターゲット】
 ○第1ターゲット層: 福岡県内(特に、福岡市、北九州市、筑豊方面)及び隣接県(九州)を中心とした経済的に裕福なシニア層
 ○第2ターゲット層: 福岡県内(特に、福岡市、北九州市、筑豊方面)及び隣接県(九州)を中心としたファミリー層
 ○第3ターゲット層: ①関東及び関西からの観光客②欧米豪のインバウンドファミリー層
 【ターゲットの誘客に向けた取組方針】
 食と世界遺産を中心にした、滞在・体験型旅行商品の開発と旅行会社とのタイアップ企画での販売を行う。
 【観光地域づくりのコンセプト】
 神宿るまち 宗像 ~ RE:TRIP Munakata ~

具体的な取組

【観光資源の磨き上げ】
 ・事業者と連携して着地型旅行商品の開発、造成。
 ・バスツアー造成用に地域メニューを企画開発、造成。
 【受入環境整備】
 ・世界遺産中心としたボランティアガイドメンバーを育成。
 ・常設での観光情報コーナー及び期間限定で宗像大社での観光ボランティアガイド対応所を運営。

【情報発信・プロモーション】
 ・旅行者向けの販売営業の実施
 ・R6年度実施のJRディステイネーションキャンペーンのイベントに参加
 ・HPでのイベント情報発信の他、各種 SNS (Facebook や Instagram 、 LINE)を活用した情報発信を実施
 【その他】
 ・お土産品販売所を運営し、開発した地域商品等を販売。



ボランティアガイド



JRDCPイベントに連携した旅行社エクスカーション対応