

## 観光地域づくり法人形成・確立計画

記入日：令和 5 年 7 月 20 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・ <u>地域DMO</u>	
観光地域づくり法人の名称	小林まちづくり株式会社	
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 宮崎県小林市	
所在地	宮崎県小林市本町 16 番地	
設立時期	平成 26 年 11 月 21 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	10 人【常勤 10 人（正職員 9 人、契約社員 1 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） 柘崎 庄二 （出身組織名） （株）イートスタイル	小林まちづくり株式会社の代表取締役として、小林市の活性化並びに中心市街地の賑わいを取り戻すために中心市街地に複合施設「TENAMU ビル」を建設。また、小林市中心市街地活性化協議会の副会長の職も担い、小林市への様々な意見・提言を積極的に行っている。以前まで（一社）全国旅行業協会宮崎県支部長も務めており、旅行業界の専門的な知見を持つ。
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） 木村 洋文「専従」 （出身組織名） （株）家具のきむら	大手商社と大手小売業でバイヤー、SV、MD、リーシング、経営企画室室長等を経験し、平成 23 年小林市にリターン。家具店を営む傍ら商店街活性化事業として、地域の交流拠点を目指した「ライフスタイルショップ Saboribar」を平成 26 年にオープン。カフェや雑貨、交流スペース、地元の生産者や事業者とコラボレーションした特産品や土産品の開発を手掛ける。平成 31 年 3 月より本 DMO の観光推進部長に着任。
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） 上田 卓矢「専従」 （出身組織名）	小林まちづくり株式会社に勤務し、7 年目を迎える。観光推進部マネージャーとして持続可能な運営のため、運営収支や財源確保に関する検討を行う。
各部門（例：旅行商品の造成・販売）の責任者（専門人材）	（氏名） 坂下 慎一 （出身組織名） 小林市ガイドボランティア協会	小林市ガイドボランティア協会の事務局長を 5 年間務めており、これまで社会教育・生涯学習の観点から市内の文化財（歴史・自然・風土）のガイドを児童生徒や市内外の方々に対して行ってい

		る。また、様々な旅行商品企画業務に高い能力を持つ。
連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	<p>小林市商工観光課（地域づくり、中心市街地活性化との連携）</p> <p>小林市須木庁舎地域振興課（地域づくり）</p> <p>小林市野尻庁舎地域振興課（地域づくり）</p> <p>小林市地方創生課（プロモーション）</p> <p>小林市建設課（社会資本整備、中心市街地活性化との連携）</p> <p>小林市農業振興課（一次産業事業者との連携）</p> <p>小林市企画政策課（地域公共交通）</p> <p>小林市社会教育課（歴史、文化）</p> <p>小林市スポーツ振興課（スポーツ、食育）</p>	
連携する事業者名及び役割	<p>小林商工会議所（事業者との連携、物産商品開発、中心市街地活性化との連携）</p> <p>すき商工会（事業者との連携、物産商品開発）</p> <p>野尻町商工会（事業者との連携、物産商品開発）</p> <p>こばやし農業協同組合（生産者・事業者との連携、物産商品開発）</p> <p>株式会社宮崎銀行（事業提案、事業化支援）</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>【該当する登録要件】②</p> <p>（概要）</p> <p>主要7団体（小林市、小林商工会議所、すき商工会、野尻町商工会、こばやし農業協同組合、株式会社宮崎銀行、小林まちづくり株式会社）で構成する「小林市観光推進協議会」にて、観光地域づくりに係る重要方針を決定。</p> <p>※令和4年4月より小林市観光協会と小林まちづくり株式会社が統合し7団体となった。</p> <p>協議会の傘下組織として、日常的な調整を実務者レベルで構成する各種専門部会を設置し、協議会にて決定した重要方針の具現化を行う。専門部会は、産業別・地域別それぞれの部会を設け、職能団体・事業者・地縁団体など幅広い関係者を参画。官民・産業間・地域間の有機的連携を図り持続可能な推進体制を構築する。</p> <p>この専門部会のほか、特別検討部会を設置し、インバウンド、交通、滞在施設など地域をまたぐ広域的な案件について検討を行う。</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>地元学生と連携した観光地域づくりの取組み、市民参加型の観光講座やワークショップを開催し地域課題解決に向けた取組を行う。</p>	
法人のこれまでの活動実績	<p>【活動の概要】</p> <p>中心市街地のまちづくりを担う会社として市内企業経営者等7名の発起人が株主となり平成26年11月に設立。小林市が策定した中心市街地活性化基本計画との整合性を図りつつ、小林市、小林商工会議所、中心市街地活性化協議会などと連携を図りながら、中心市街地の経済向上・賑わい創出に寄与するため、中心市街地の再開発業務、中心市街地エリアの公共施設等の管理運営の受託に関する業務などの各種事業を実施している。平成28年9月からは小林市ふるさと納税推進業務を受託し、自主財源の確保に努めている。</p> <p>また、平成29年4月17日に設立した「小林市観光推進協議会」の事務局、かつ、観光DMO法人として観光地マネジメント・マーケティング、着地型観光商品の造成など、観光地域づくりの中核として新たな業務を行っている。</p> <p>令和3年1月より中心市街地にあるビジネスホテル「パレスホテル小林」の運営を開始。</p>	

令和4年4月より小林市観光協会と統合。観光組織の1本化を図り、より発展的な観光振興に努めている。

【定量的な評価】

- ・ふるさと納税件数・納税金額  
2022年：100,189件 1,664,085千円
- ・着地型ツアー商品の販売  
ツアー客：550名
- ・お土産品開発売り上げ（令和4年度）  
ポップコーン：販売個数8,948個 3,937,120円

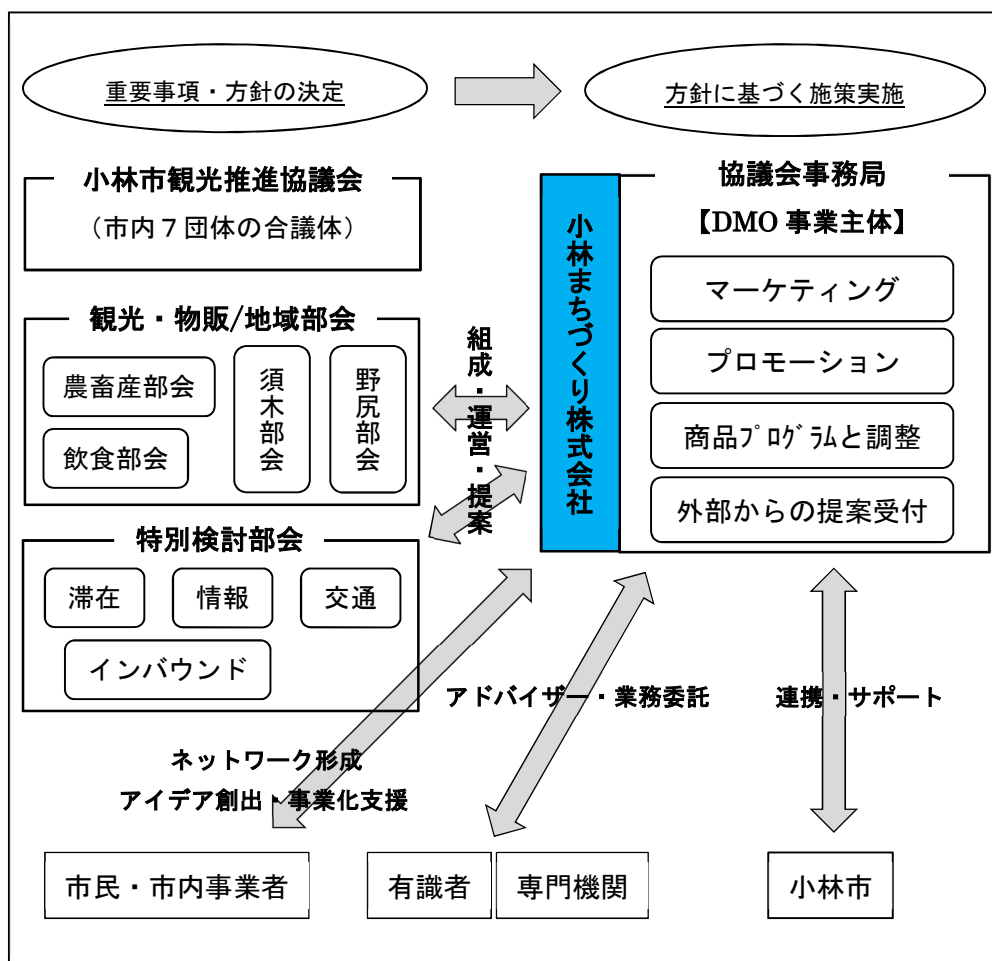
実施体制

※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】

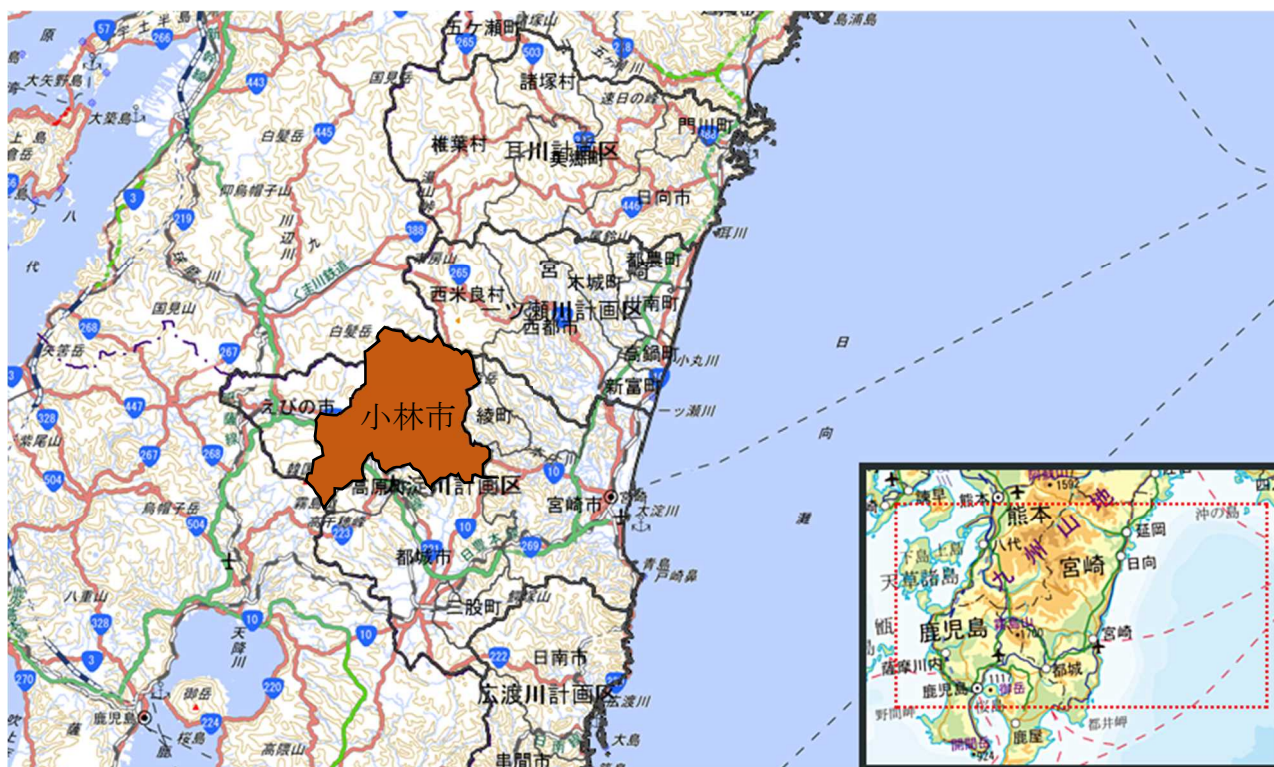
小林市観光推進協議会にて重要事項・方針を決定し、小林まちづくり株式会社が協議会事務局、そして、観光DMO法人として、専門部会・特別検討部会と連携しながら、観光地マネジメント・マーケティングを推進する。協議会は原則として総会を実施し、その他協議報告事項が発生した場合は随時開催する。推進にあたり、行政や宿泊、飲食、文化、スポーツ、農林漁業、商工業、交通事業、環境事業等の関連事業者や地域住民等の多様な関係者との調整を図りながら、地域全体での戦略的な観光地域づくりをめざす。

【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】



### 【区域設定の考え方】

小林市は、平成17年3月の旧小林市と旧須木村との新設合併により新たに誕生し、その後、平成22年3月に旧野尻町と合併し、現在の形を成している。

南西部に連なる霧島連山や北部に連なる九州中央山地に抱かれ、そして、育まれた独自の自然・気候・食・文化が小林地区・須木地区・野尻地区それぞれに形成されており、その独自性に小林市全体としての多様性を生み出している。

多様性は観光を振興する上で優位ではあるものの、小林市全体として、また、地区ごとのマネジメント・マーケティングが十分ではない状況である。

そのため、それぞれの地区の恵まれた資源を十分に活用し、関係機関・団体、地域住民との連携を強化し魅力ある観光地域づくり、小林市内区域とした観光地域づくりを進め、マネジメント・マーケティングの充実を図り、観光客の誘客を図る。

隣接するえびの市および高原町とは、霧島連山の北方に位置することから北霧島地域として、宮崎県南西部に位置することから西諸地域として、平成24年には定住自立圏を形成し、大都市圏でのイベントなど、協働の取組みを実施している。

また、霧島連山を中心に3市町共通したコンテンツを有しており、これらの有機的な連携により地域への観光客の誘客をより一層図る必要がある。

このため、3市町広域観光推進体制の将来的な構築をめざし、まずは、小林市内でのDMO体制の確立に向けた取組みを進めながら、協働で実施可能な取組みを検討・実施していく。

### 【観光客の実態等】

- ・観光入込客数：579,315人（令和4年） ※観光施設等からの聞き取り
- ・延べ宿泊者数：50,742千人（令和4年） ※宿泊施設等からの聞き取り



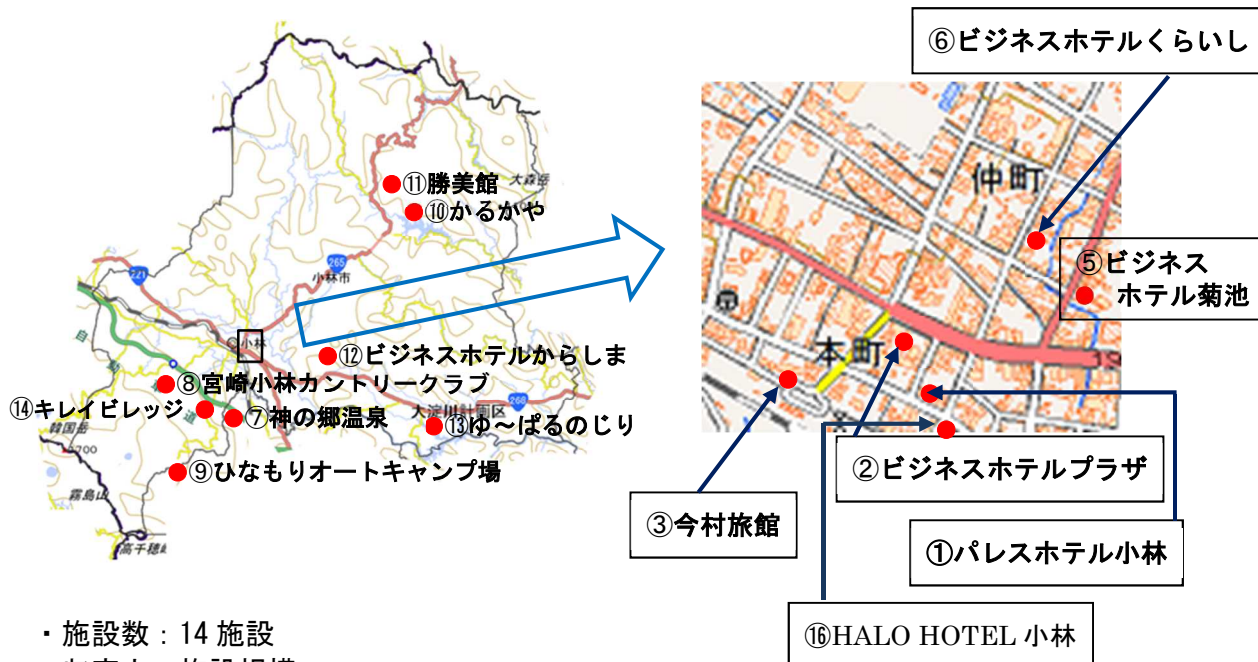
**【観光資源：観光施設、商業施設、自然、文化、スポーツ、イベント等】**

主要な観光資源は以下の通り。関係機関・団体、地域住民と連携して観光資源を活用し、観光客の誘客を図る。

1. 観光施設：  
生駒高原、ひなもり台オートキャンプ場、すきむらんど、のじりこぴあ、生駒高原葡萄酒工房、道の駅ゆ〜ぱるのじり、各種観光農園ほか
2. 商業施設：  
JAこばやし百笑村、花の駅 生駒高原、四季彩館、のじりこぴあメロンドーム、道の駅ゆ〜ぱるのじり、コスモス温泉、すきむらんど 温泉かじかの湯・かるかや、こばやし温泉美人の湯、こころの里 夢の癒、宮崎自動車道 霧島S.Aほか
3. 自然：  
生駒高原、陰陽石、三之宮峡、出の山公園、野尻湖、小野湖、ままこ滝、新燃岳、夷守岳、ひなもり台オートキャンプ場、萩の茶屋、まきばの桜ほか
4. 文化：  
歴史民俗資料館、田の神さあ、伊集院源次郎忠眞供養塔、大萩古墳、二原遺跡公園、霧島岑神社、東方大丸太鼓橋、旧岩瀬橋、東麓石窟仏、米良筑後守の墓、かくれ念仏洞ほか
5. スポーツ：  
小林総合運動公園、市民体育館、コスモホール、生駒高原観光レクリエーションセンター、宮崎小林カントリークラブ、あすなる公園運動広場、九州陸連合宿、オリンピック合宿受入ほか
6. イベント：
  - ・まきばの桜まつり（3月）
  - ・生駒高原ポピーまつり（4月～5月）
  - ・出の山ホテル恋まつり（5月～6月）
  - ・メロン・マンゴーフェア（5月）
  - ・すき納涼花火大会（8月）
  - ・のじり湖まつり（8月）
  - ・すき栗まつり（9月）
  - ・生駒高原コスモスまつり（9月～10月）
  - ・こばやし秋まつり（11月）
  - ・こばやし冬まつり（11月～翌1月）
  - ・みやざきツーデーマーチこばやし霧島連山絶景ウォーク（2月）
  - ・こばやし霧島連山絶景マラソン大会（3月）

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

・域内分布：



・施設数：14 施設

・収容力・施設規模：

地図番号	施設名称	客室数	施設規模
①	パレスホテル小林	32 室	5 階造
②	ビジネスホテルプラザ	35 室	5 階造
③	今村旅館	20 室	3 階造
④	ビジネスホテル菊池	10 室	2 階造
⑤	ビジネスホテルくらいし	21 室	平屋造
⑥	神の郷温泉（休業）	11 室（本館）、14 室（離れ）	
⑦	宮崎小林カントリークラブ	18 棟（4 名利用）	
⑧	ひなもりオートキャンプ場	全 117 サイト・キャビン 10 棟	
⑨	かるかや	古民家 4 棟（1 棟貸し切り）	
⑩	勝美館	13 室	2 階造
⑪	ビジネスホテルからしま	25 室	2 階造
⑫	道の駅ゆ～ぱるのじり（休業）	7 室	2 階造
⑬	キレイビレッジ	コンテナ 4 棟 テントサイト	
⑭	HALO HOTEL 小林	コンテナ式ホテル 27 室	

【利便性：区域までの交通、域内交通】

1. 区域までの交通：

(1) 航空機

①宮崎空港

- 東京～宮崎空港 100分
- 大阪～宮崎空港 60分
- 名古屋～宮崎空港 75分
- ※宮崎空港～宮崎IC～小林IC 60分

②鹿児島空港

- 東京～鹿児島空港 105分
- 大阪～鹿児島空港 70分
- 名古屋～鹿児島空港 80分
- ※鹿児島空港～溝辺鹿児島空港IC  
～小林IC 50分

(2) 九州新幹線

- 博多駅～新八代駅～小林IC 120分
- ※新八代駅～小林ICは、B&Sみやざき  
を利用

(3) 高速バス ※小林ICまで

- 博多駅交通センター（福岡市） 180分
- 熊本交通センター（熊本市） 120分
- 鹿児島中央駅（鹿児島市） 100分
- 鹿児島空港（霧島市） 50分
- 長崎駅（長崎市） 260分
- 新八代駅（八代市） 60分

(4) 鉄道 ※JR吉都線

- 吉松駅～小林駅 40分
- 都城駅～小林駅 50分

(5) 路線バス（宮崎交通）

- 宮崎市・都城市・えびの市方面より運行

2. 域内交通：

(1) 路線バス（宮崎交通）

(2) コミュニティバス（小林市） ※宮崎交通が指定管理者として運行

(3) タクシー（宮交タクシー、三和交通タクシー、こばやし交通）



【外国人観光客への対応】

①アジア圏をターゲットとした着地型観光ツアーの企画

②アジア圏をターゲットとした観光PR（インフルエンサーの活用）

自社ホームページは2ヶ国語（英・仏）を開設しており、観光情報やアクセス等の発信を行っている。※令和5年度に繁体字のページを制作予定

### 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
観光入込客数	総計・月別の推移データを把握し、閑散期対策を検討する際の基礎データとする。	観光施設等からの聞き取り、観光地入込調査により把握
延べ宿泊者数	総計・月別の推移データを把握し、閑散期対策を検討する際の基礎データとする。	宿泊施設等からの聞き取りにより把握
旅行消費額	分野別の消費単価を把握し、他地域と比較することで自地域の強みや弱みを把握・分析し、消費単価向上のポイントを見つける。	アンケート調査により把握
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。	アンケート調査により把握
リピーター率	来訪者満足度同様、顧客増加を見込むことが可能となる。	アンケート調査により把握
WEBサイトアクセス数	当地域を旅行先としての認知度・興味レベルを把握し、分析する。	グーグルアナリティクスでアクセス数を継続的に調査
発地・滞在時間・他目的地・交通機関の調査	当市への動線・当市からの動線を知ることにより、今後の地域連携の可能性を探り、かつ、効果的なプロモーションを実施できるようにする。	アンケート調査により把握

### 4. 戦略

#### (1) 地域における観光を取り巻く背景

小林市では、人口減少が進んでおり、高齢化や若者の地元離れも影響し、就業者や事業所も減少傾向にある。こうした地域の課題に対し、観光地域づくり法人（DMO）を中心として、豊かな自然や温泉、歴史文化等を活かした観光施設整備や体験型観光の充実に努め、定住人口・交流人口の増加に繋げていく。



## (2) 地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	<b>強み (Strengths)</b> <b>・自地域で積極的に活用できる強みは何か？</b> ・美しい自然 ・豊富で優れた農畜産物 ・伝統文化（方言等） ・鹿児島空港が近い ・宮崎自動車道（小林 I C）がある	<b>弱み (Weaknesses)</b> <b>・自地域で改善を必要とする弱みは何か？</b> ・観光資源の P R 不足 ・宿泊施設の不足 ・インバウンド受入体制の未整備 ・公共交通が脆弱（J R、バス） ・地産商品の売り場が少ない
外部環境	<b>機会 (Opportunity)</b> <b>・自地域にとって追い風となる要素は何か？</b> ・定住・移住ムービーの大ヒット（230万回アクセス） ・木質新庁舎新設等による視察需要の発生 ・ナショナルイベントの開催 ・民泊新法の制定 ・バス運賃の従量課金制度導入	<b>脅威 (Threat)</b> <b>・自地域にとって逆風となる要素は何か？</b> ・市内の就業人口の減少による各種担い手の減少 ・近隣県の旅行好きな団塊の世代の高齢化 ・吉都線の利用者数の減少による廃線可能性 ・若者の自動車離れ ・霧島の噴火活動 ・新型コロナウイルスの影響

## (3) ターゲット

<p>○第1ターゲット層 九州4県（宮崎・鹿児島・熊本・福岡）</p>
<p>○選定の理由 宮崎自動車道・九州自動車道の岐路である「えびのJCT」に近く陸の交通アクセス（マイカー、バス）が至便である。それにより小林 I Cには高速バスが頻りに往来していることから、九州内からの誘客が見込まれる。 また、コロナ禍である令和4年度に実施した観光動向調査にて、観光客の県別割合は宮崎県66.8%、鹿児島県12.6%、熊本県7.1%、福岡県5.2%、その他九州圏内5.0%、九州圏外4.1%であり、第一ターゲット層はデータ上位の九州4県とする。</p> <p>○取組方針 県民割を活用したツアー造成や九州内向けの観光情報誌等への情報発信を通して、近隣県からの誘客を第1ターゲットとして、マイカーや家族単位など少人数での観光プログラムを造成し、誘客に繋げる。また、当地の自然や食をテーマにアウトドアプログラムの磨き上げ、グルメ企画を通じた地域ブランドの推進に取り組み観光客誘客を図る。 農泊や既存の宿泊施設を利用した宿泊ツアーにも取り組んでいく。</p>
<p>○第2ターゲット層 メインターゲット アジア圏（台湾・香港）</p>
<p>○選定の理由 新型コロナウイルスの影響により、インバウンドの誘客は厳しい状況が続いている。 近隣空港（宮崎空港、鹿児島空港）に直行便があり、新型コロナウイルス感染症の回復が比較的早いと見込まれるアジア圏（台湾・香港）をメインのターゲットとする。</p> <p>○取組方針 インフルエンサー招聘による SNS 情報発信、自社ホームページへの繁体語ページ制作、現地旅行会社との関係性強化を図る。</p>

#### (4) 観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	霧島連山が生み出す雄大で無垢な自然・豊かで清らかな湧水を受する街「Pure Green Kobayashi」。
②コンセプトの考え方	霧島連山が育んだ雄大な自然、豊かな湧水、質の高い農畜産物等を愛し、保護の意識を持ちながら活用する。それにより、仕事を創出し所得を増やすことで暮らしや文化の維持・向上に貢献する。

#### 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。	DMOを中心として、観光推進協議会の実務担当者や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ヶ月に1回程度開き、観光入込客数や消費単価および宿泊者数の増加を目的とする様々な企画開発等を実施する。
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	観光動向調査やツアーアンケート、インバウンドを含めた旅行者からのヒアリングで得られた結果を観光推進協議会や飲食店・物販店・宿泊施設等へ積極的に開示し、課題解決の支援を行っている。
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	現地の観光情報発信・案内をはじめインバウンド含む対外向けの観光プロモーションに取り組む。HPやSNS・動画を利用したWEBのPRを推進する。

※各取組について、出来る限り具体的に記入すること。

## 6. K P I（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K P I

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	5,366 ( )	5,487 ( )	3,646 ( )	3,731 ( )	3,816 ( )	3,900 ( )
	実績	2,355 ( )	2,499 ( )	3,188 ( )			
●延べ宿泊者数 (千人)	目標	50,160 ( )	48,000 ( )	48,000 ( )	55,816 ( )	58,000 ( )	60,000 ( )
	実績	40,586 ( )	36,984 ( )	50,742 ( )			
●来訪者満足度 (%)	目標	82.8 ( )	84.2 ( )	84.2 ( )	84.2 ( )	85 ( )	86 ( )
	実績	78 ( )	81.3 ( )	83.0 ( )			
●リピーター率 (%)	目標	86.1 ( )	92.2 ( )	92.2 ( )	93.4 ( )	94.6 ( )	95.8 ( )
	実績	90.2 ( )	88.7 ( )	90.9 ( )			

※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】

令和3年度と比較すると、令和4年度は旅行消費額が689百万円増加。増加要因として、宿泊者が増えたことにより、観光消費額も増加した。

宿泊者数については、県のジモミヤタビキャンペーンや全国旅行支援等の効果もあり、前年度と比較して宿泊者数が13,758人増加。令和5年度の目標値については、新型コロナウイルス感染症の行動制限等も無くなることから、令和4年度実績の上方修正とする。

#### 【設定にあたっての考え方】

##### ●旅行消費額

アフターコロナに向けた戦略的な観光プロモーションを図り、観光客数×消費単価の引き上げを目指す。また市の上位計画である小林市総合計画との整合性を図るため、令和5年度は小林市総合計画の目標値を設定する。

##### ●延べ宿泊者数

県内の観光需要回復を目的としたキャンペーンを活用しつつ、宿泊を絡めた観光プラン等の推進を図ることで宿泊者数の増加を目指す。令和5年度は前年度実績の10%増の数値目標を設定する。

##### ●来訪者満足度

前年度比+2.7%。増加の要因としては「観光地・観光体験の魅力」「食事」の満足度が増加している。令和5年度は前年度の目標値を設定する。

##### ●リピーター率

前年度比+3.2%。増加の要因としては来訪回数「4回目以上」の割合が増加している。令和5年度は令和4年度実績値の+1.5%の目標値を設定する。

## (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
●観光入込客数 (人)	目標	760,000 ( )	840,000 ( )	860,000 ( )	880,000 ( )	900,000 ( )	920,000 ( )
	実績	555,457 ( )	568,480 ( )	579,315 ( )			
●WEBサイトアクセス数 (回)	目標	19,311 ( )	52,756 ( )	79,346 ( )	132,402 ( )	172,122 ( )	223,759 ( )
	実績	47,960 ( )	61,036 ( )	101,848 ( )			
		( )	( )	( )			

※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】

令和3年度と比較すると、令和4年度は観光入込客数が10,835人増加。増加要因として生駒高原のポピーまつり、コスモスまつり期間中の入込客数がコロナ前の数値に戻りつつあり、入込客数が増加した。令和5年度の目標値については、新型コロナウイルス感染症の行動制限等も無くなることから、令和4年度実績の上方修正とする。

## 【設定にあたっての考え方】

## ●観光入込客数

アフターコロナに向けた戦略的な観光プロモーションを図り、観光入込客数の増加を目指す。また市の上位計画である小林市総合計画との整合性を図るため、令和5年度は小林市総合計画の目標値を設定する。

## ●WEBサイトアクセス数

前年比+40,812回。増加の要因としては旧小林市観光協会との統合により、観光案内サイトが1本化されたことで、大幅なアクセス増に繋がっている。

令和5年度は令和4年度の実績値の130%で設定。

## 7. 活動に係る運営費の額及び調達方法の見通し

## (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	42,672,960	【市町村からの補助金】42,349,625円 【収益事業】323,173円
2021(R3) 年度	36,037,456	【市町村からの補助金】34,525,149円 【収益事業】1,512,307円
2022(R4) 年度	41,964,931	【市町村からの補助金】38,505,244円 【都道府県からの補助金】276,556円 【自己資金】1,654,406円 【収益事業】1,528,725円
2023(R5) 年度	54,063,000	【市町村からの補助金】50,218,000円 【商工会議所からの助成金】100,000円 【自己資金】1,975,000円 【収益事業】1,770,000円
2024(R6) 年度	54,293,000	【市町村からの補助金】50,218,000円 【商工会議所からの助成金】100,000円 【自己資金】1,975,000円 【収益事業】2,000,000円
2025(R7) 年度	54,593,000	【市町村からの補助金】50,218,000円 【商工会議所からの助成金】100,000円 【自己資金】1,975,000円 【収益事業】2,300,000円

## (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	42,672,960	【人件費】16,685,357円 【運営費】5,824,486円 【マーケティング費】9,059,226円 【ツアー経費他】11,103,891円
2021(R3) 年度	36,037,456	【人件費】14,558,234円 【運営費】5,453,025円 【マーケティング費】8,607,324円 【ツアー経費他】7,418,873円
2022(R4) 年度	41,964,931	【人件費】22,692,048円 【運営費】5,929,951円 【マーケティング費】2,729,100円 【プロモーション費】7,283,760円 【ツアー経費他】3,330,072円
2023(R5) 年度	54,063,000	【人件費】30,097,000円 【運営費】8,831,000円 【プロモーション費】7,600,000円 【マーケティング費】3,000,000円 【ツアー経費他】4,535,000円



2024 (R 6) 年度	54,293,000	<b>【人件費】</b> 30,097,000 円 <b>【運営費】</b> 8,831,000 円 <b>【プロモーション費】</b> 7,600,000 円 <b>【マーケティング費】</b> 3,000,000 円 <b>【ツアー経費他】</b> 4,765,000 円
2025 (R 7) 年度	54,593,000	<b>【人件費】</b> 30,097,000 円 <b>【運営費】</b> 8,831,000 円 <b>【プロモーション費】</b> 7,600,000 円 <b>【マーケティング費】</b> 3,000,000 円 <b>【ツアー経費他】</b> 5,065,000 円 (円)

### (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

自主財源については、県民割を活用した着地型旅行商品、お土産商品の販売、イベント等による参加料を収入源として取り組んでいる。今後も補助金を活用しながらの運営にはなるが、観光協会との統合により観光施設の公物管理受託も始まり、そこでの自主事業収入なども含めて、運営資金の確保に取り組む。

## 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

宮崎県小林市は、小林まちづくり株式会社を当該市における（地域DMO）として登録したいので小林まちづくり株式会社とともに申請します。

## 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）

【他の地域連携DMOや地域DMOとの間で、重複区域に関する連携や役割分担等について協議を行った（行っている）か】

【区域が重複する背景】

【重複区域における、それぞれのDMOの役割分担について】

【前述の役割分担等によって、効率的、効果的な活動の遂行が期待できるか】

## 10. 記入担当者連絡先

担当者氏名	上田 卓矢
担当部署名（役職）	観光推進部マネージャー
郵便番号	886-0008
所在地	宮崎県小林市本町 16
電話番号（直通）	0984-27-3280
F A X 番号	0984-27-3257
E - m a i l	kobamachi1@road.ocn.ne.jp

## 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	宮崎県小林市
担当者氏名	川俣 洋寿
担当部署名（役職）	経済建設部 商工観光課 主幹
郵便番号	886-0004
所在地	宮崎県小林市細野 300 番地 小林市役所本館 2 階
電話番号（直通）	0984-23-1174
F A X 番号	0984-23-1197
E - m a i l	k_syoukan@city.kobayashi.lg.jp

記入日：令和5年 7月 31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】

宮崎県小林市

【設立時期】平成26年11月21日

【設立経緯】

①観光協会があるが、役割分担等をした上でDMO新設 ※R4に統合

【代表者】 柘崎 庄二

【マーケティング責任者(CMO)】 木村 洋文

【財務責任者(CFO)】 上田 卓矢

【職員数】 10人(常勤10人(正職員9人・契約1人))

【主な収入】

収益事業(ツアー収入、物産収入、イベント収入等) 約153万円(令和4年度決算)

【総支出】

事業費 14百万円、一般管理費 28百万円(令和4年度決算)

【連携する主な事業者】

こばやし農業協同組合、小林商工会議所、すき商工会、野尻町商工会、宮崎銀行、北きりしま田舎物語推進協議会、宮崎交通、三和交通、宮交ショップアンドレストラン、宮崎県観光協会

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	5,366 ( )	5,487 ( )	3,646 ( )	3,731 ( )	3,816 ( )	3,900 ( )
	実績	2,355 ( )	2,499 ( )	3,188 ( )	—	—	—
延べ 宿泊者数 (千人)	目標	50,160 ( )	48,000 ( )	48,000 ( )	55,816 ( )	58,000 ( )	60,000 ( )
	実績	40,586 ( 1,125 )	36,984 ( 3 )	50,742 ( )	—	—	—
来訪者 満足度 (%)	目標	82.8 ( )	84.2 ( )	84.2 ( )	84.2 ( )	85 ( )	86 ( )
	実績	78.0 ( )	81.3 ( )	83.0 ( )	—	—	—
リピーター率 (%)	目標	86.1 ( )	92.2 ( )	92.2 ( )	93.4 ( )	94.6 ( )	95.8 ( )
	実績	90.2 ( )	88.7 ( )	90.9 ( )	—	—	—

戦略

【主なターゲット】

国内は当地訪問割合の高い九州内(宮崎県、鹿児島県、熊本県、福岡県)。インバウンドはアジア圏(香港、台湾)。

【ターゲットの誘客に向けた取組方針】

国内は、県のキャンペーンなどを活用しながらマイカーや家族単位など少人数での観光プログラムを造成。アジア圏(香港、台湾)はインフルエンサー招聘によるプロモーション活動、受入れ環境の整備として繁体語のホームページを制作。

【観光地域づくりのコンセプト】

霧島連山が生み出す雄大で無垢な自然・豊かで清らかな湧水を愛する街「Pure Green Kobayashi」。

具体的な取組

【観光資源の磨き上げ】

- ・巢之浦川大滝ツアーを開発
- ・クルーズトレインななつ星の西諸ツアーの開発・受入れ

【受入環境整備】

- ・多言語化のHP制作
- ・AIによるイベント集約システムの導入

【情報発信・プロモーション】

- ・台湾向けインフルエンサー招聘によるSNS発信

【その他】

- ・全国初となるサイクルロゲイニング×列車を活用したイベントの開催

