

観光地域づくり法人形成・確立計画

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) うきは観光みらいづくり公社	
マーケティング・マネジメント対象とする区域	区域を構成する地方公共団体名 うきは市(福岡県)	
所在地	福岡県うきは市吉井町1043-2	
設立時期	令和元年4月1日	
職員数	16人【常勤8人(正職員7人・出向等1人)、非常勤8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) 古賀 公彦 (出身組織名) 浮羽交通(株) 浮羽青年会議所 浮羽ロータリークラブ	うきは市やその周辺地域に密着したタクシー会社社長であり、市内の観光客動向にも深い見識を持つ。地域の奉仕活動についても中心的な存在であり数々の成果をあげ、マネジメントについても高い知見と能力を持つ。
データ収集・分析等の専門人材(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) 小田 好一「専従」 (出身組織名) (株)よかネット	民間シンクタンクで6年間勤務。地域振興計画、都市機能調査等に携わり、データ収集・分析の実績を持つ。
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) 小田 好一「専従」 (出身組織名) 耳納ねっと!	環境活動啓発施設(公共施設)の指定管理団体事務局長として11年事務・会計業務を行った。リサイクル品の販売、ごみ減量に関連する教室運営など施設の趣旨に合致した活動にて自主財源の確保に努めた。

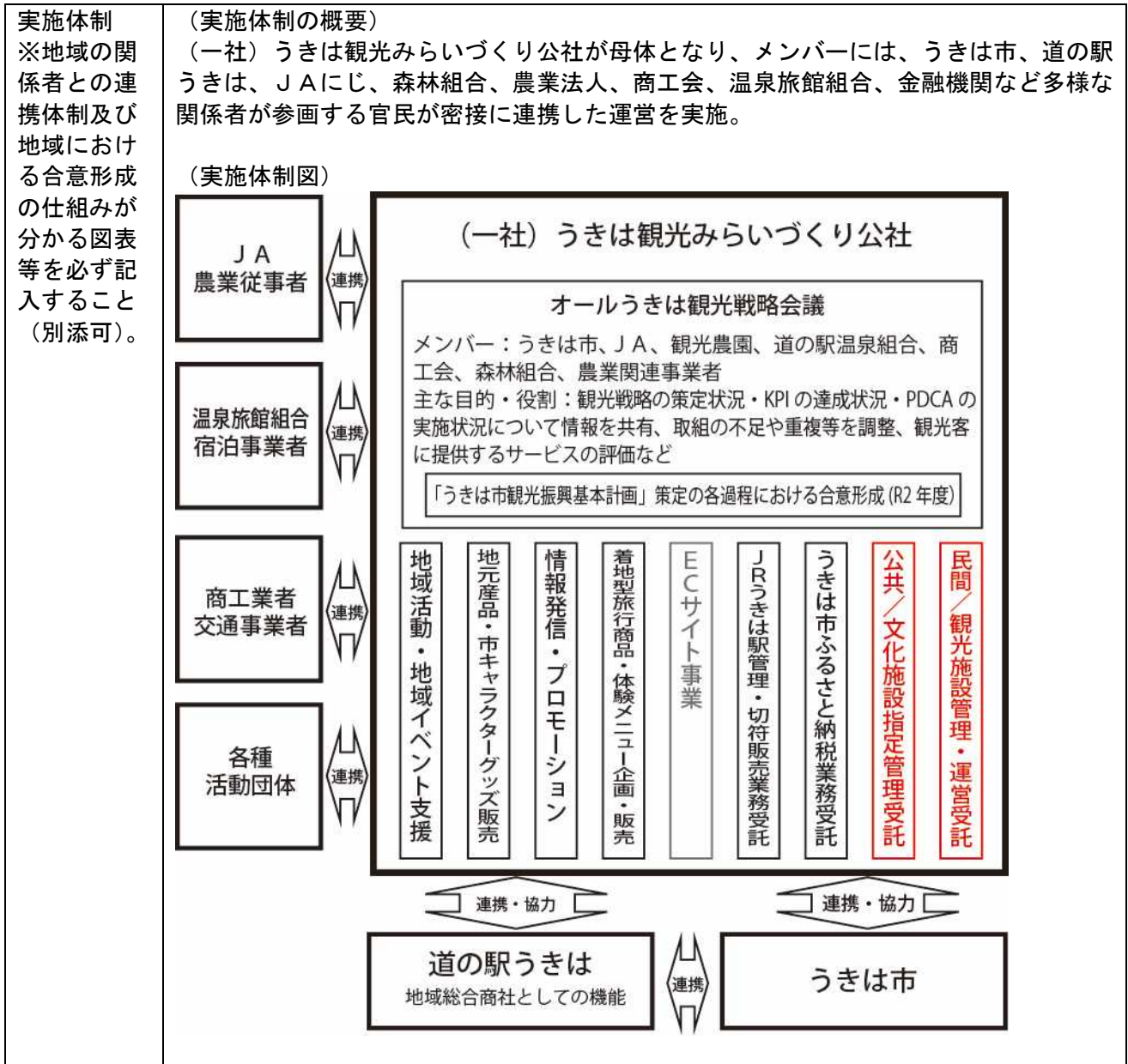
(別添) 様式 1

<p>着地型旅行商品の造成・販売の責任者(専門人材) ※各部門責任者のうち専従の者については、氏名の右横に「専従」と記入すること</p>	<p>(氏名) 倉掛かおり「専従」 (出身組織名) (株) 大空商事</p>	<p>海外のホテルで6年間勤務、国内の旅行会社で10年間勤務など、国内外の旅行業に携わり、豊富な知識と経験を持つ。</p>
<p>連携する地方公共団体の担当部署名及び役割</p>	<p>うきは市ブランド推進課(マーケティング、ブランド戦略、商工振興) うきは市企画財政課(地域公共交通) うきは市住環境建設課・都市計画準備課(社会資本設備・遊休施設活用) うきは市生涯学習課(文化財の観光活用)</p>	
<p>連携する事業者名及び役割</p>	<p>うきはの里株式会社(農産物・地域産品連携) JAにじ(農産物・地域産品連携) うきはフルーツ部会(観光農園連携) うきは市商工会(地域イベント・商工業連携) 九州旅客鉄道株式会社、浮羽交通株式会社(交通施策連携) 筑後川温泉旅館組合(宿泊・温泉施設連携)</p>	
<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>	<p>【該当する登録要件】①(名称)オールうきは観光戦略代表者会議 (概要)道の駅、JA、商工会、農業法人、森林組合、観光農園、金融機関、うきは市の各代表者が集まり、観光まちづくりのために掲げた指針に向かってどのように進んでいるかチェックを行う。(年1回) 【該当する登録要件】②(名称)オールうきは観光戦略担当者会議 上記各団体の担当者が集まり、観光まちづくりのために掲げた指針に向かってどのように進んでいるかチェックを行う。(年5回) 【参考】登録要件 ①取締役、理事など観光地域づくり法人の意思決定に関与できる立場で行政、文化、スポーツ、農林漁業、交通等の幅広い分野の関係団体の代表者が参画 ②観光地域づくり法人が主導して行政や関係団体をメンバーとするワーキンググループなどの委員会等を設置</p>	
<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>定期的に住民参加型のワークショップを開催するほか、地域住民への啓発を目的としたシンポジウムを開催</p>	

(別添) 様式 1

法人のこれまでの活動実績	(活動の概要)	
	事業	実施概要
	情報発信・プロモーション	<ul style="list-style-type: none"> ・うきは市の観光ホームページ（うきは市観光ポータルサイト）を作成・公開。SNSも活用して旬の情報を発信し続けている。 ・福岡県観光連盟との協力による大都市圏観光素材説明会によるPR ・旅行エージェント、バス会社へのプロモーションにより、ツアーバス誘致、修学旅行誘致に努めた。 ・ウキハコプレス発行 (年4回発行。うきは市と周辺市町村の観光スポット、個店、イベント等を取りあげ、PRしている)
	受入環境の整備	<ul style="list-style-type: none"> ・観光案内施設3か所の運営・活性化 <ul style="list-style-type: none"> ① 観光会館土蔵 筑後吉井の白壁の町並みの中に立地。観光案内の連絡先はこちらの案内所に一本化している。町並みの観光スポットや店舗も案内。レンタサイクルもあり。町並み観光ガイドの受付も行っている。うきは市のゆるキャラ「うきぴー」の様々なグッズを販売。 ② ウキハコ（道の駅うきは内） うきは市内の観光パンフレットのほか、個店のショップカードを数多く設置。休憩スペース、キッズコーナー（木育ひろば）がある。レンタサイクルもあり。 ③ 道の駅うきは案内所 無人案内所。 主に北部九州の各県、周辺市町村のパンフレットのほか、市内のパンフレット等も設置。 ・うきは市内の観光マップ作製 ・筑後吉井町並みマップ作製 ・「よしいのガイド本」発行（観光スポットをはじめ、飲食店、観光農園、温泉・宿泊施設など掲載した観光ガイドブック） ・令和元年3月、令和2年3月 流川桜並木周辺整備 ・約2kmにわたって広がる流川桜並木への来場客に対して駐車場整備、車誘導スタッフの配置をはじめ、シャトルバスの整備を行った。
観光資源の磨き上げ	<ul style="list-style-type: none"> ・吉井祇園祭協賛行事・エリア周遊イベントの支援 伝統行事である「吉井祇園祭」をさらに盛り上げるため、ステージイベント、小学校神輿など行ったほか、イベント会場周辺の町並みに来場者を回遊させるため、店舗のライトアップ支援を行った。 ・これまで観光資源として捉えていなかった、ダム、農産物選果場、森林伐採現場などを観光資源として捉え、観光商品として活用。日帰りの見学会を企画。 【着地型日帰りツアー】（令和元年度） <ul style="list-style-type: none"> ① 藤波ダムの社会科見学会 ② 合所ダムの社会科見学会 ③ 巨大選果場の社会科見学会 ④ 大古墳展 	
(定量的な評価)		
うきは市の来場者数		
観光会館土蔵の来場客数		
ウキハコ（道の駅うきはは敷地内のインフォメーションセンター）来場者数		
観光会館土蔵の売上		
ふるさと納税金額・納税件数		

(別添) 様式 1



2. 観光地域づくり法人がマーケティング・マネジメントする区域

【区域の範囲が分かる図表を挿入】



(別添) 様式 1

○観光・商業施設：道の駅うきは、にじの耳納の里、ぶどうのたね → 3施設いずれも市内で大きな集客力がある。これらの施設から次に市内を周遊させる手立てを検討する。

○自然：つづら棚田（棚田百選）→森林セラピーコースのひとつとして環境を守り、誘客、消費拡大にも取り組む。水（市内全域地下水で生活）→うきは市では地下水で生活しており、豊かな自然が人を育てていることをPRする。

○歴史文化：浮羽稲荷神社、清水寺（清水湧水・名水百選）→来訪客が多いことを活かし、寺社境内を中心に消費拡大についても検討する。→ 日岡・月岡古墳、珍敷塚古墳、楠名古墳、重定古墳、吉井歴史民俗資料館、浮羽歴史民俗資料館→文化財好きなコアな客に向けてその面白さをPRする。

鏡田屋敷、居蔵の館→両施設については見学以外の活用を検討し、誘客、消費拡大を図る。町並み交流館商家→現在見学のみ機能である2Fについて活用を検討する。重要伝統的建造物群保存地区（①筑後吉井、②新川・田籠）→まちあるきを楽しむ工夫（むかしの町並み情報を掲載した看板）を検討する。金子文夫資料展示館→誘客・消費拡大について検討。

○スポーツ：姫治ビジターセンター（キャンプ・アウトドア・沢登り）→施設のPR、公社との連携。小塩ほたるの里広場キャンプ場、吉井百年公園キャンプ場、保木公園キャンプ場→キャンプ愛好者へのPR、FARM THEATRE 山北小路キャンプ場きふね（キャンプ・サップ）→キャンプ・サップ愛好者へのPR

○イベント・伝統行事

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

市内収容力計 約200部屋 約800人

筑後川温泉（国民保養温泉地）旅館4、ビジネスホテル1

吉井温泉（国民保養温泉地）旅館1

ビジネスホテル1（大石エリア）

ビジネス旅館1（朝田エリア）

民宿1（新川・田籠エリア）

民泊7（吉井エリア3、小塩エリア2、新川田籠エリア2）

→体験メニュー等と組み合わせた旅行商品化を検討

【利便性：区域までの交通、域内交通】

JR久大本線（筑後吉井（特急停車）、うきは（特急停車）、筑後大石）→2次交通の充実化

西鉄路線バス（久留米～吉井線）→路線バス終点（営業所・発着所）からの2次交通の充実化

高速道路（市外）朝倉インター（吉井市街地より約10分、福岡より吉井市街地まで約50分、福岡・日田からの高速バス停留所あり）、杷木インター（浮羽市街地より約10分、福岡より浮羽市街地まで約1時間、福岡・日田からの高速バス停留所あり）→高速バス停留所からうきは市街地までの2次交通の検討

【外国人観光客への対応】

英語対応スタッフ2名、中国語対応スタッフ1名

外国語観光パンフレット（英語・韓国語、中国語）、フルーツ狩りマップ（英語対応）

Free Wifi 施設・観光案内所3か所：観光会館土蔵、道の駅うきは観光案内所、ウキハコ（うきはインフォメーションセンター）、タブレット、スマホを使用した簡単な会話

JNTO認定外国人観光案内所「カテゴリー1」認定

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
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。	グーグルアナリティクスを活用して実施。
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。	うきは市まちづくり市民アンケート調査結果を活用して実施
RESAS分析	観光、産業、農林水産業を分析し、地理的要因などを測るため。	RESASを活用して実施。

(別添) 様式 1

来客満足度	観光客に対する満足度を測るため	うきは市来訪者アンケートを実施する。
-------	-----------------	--------------------

4. 戦略

(1) 地域における観光を取り巻く背景

※地域経済、社会等の状況を踏まえた観光地域づくりの背景

うきは市の観光入込客数は229万人(H29)、県内9番目の入込客数であり、久留米市のほか福岡都市圏からが多くなっている。市内観光入込客数の大部分を2大農産物直売所の買い物客をはじめとする来館者で占める。滞在時間が1～2時間と短くなっていることから分かるように、直売所を訪れた後、引き続き市内を循環する率は低く、どのように市内を循環させるかが課題となっている。

このほか、直売所以外の観光スポットとしては、白壁の町並み、浮羽稲荷神社、調音の滝、清水湧水などがあるが、いずれも大人数を受け入れる場所とはなっていない。

(2) 地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	強み (Strengths) <ul style="list-style-type: none"> ・ 多種多様なフルーツが安価で買え、一年中フルーツ狩りができる。 ・ 4つの百選(棚田、名水、水源の森、疎水)がある。 ・ 観光駐車場が無料。 ・ 重要伝統的建造物群保存地区が2つ選定されている(筑後吉井、新川田籠) ・ 道の駅うきはが雑誌のランキング企画で5年連続1位となっている。 ・ 温泉が2か所、いずれも国民保養温泉地に認定されている。(福岡県で唯一) ・ 生物多様性保全上重要な里地里山がある。(小塩地区・ほたるの里)(福岡県で3か所) ・ 福岡市、佐賀市、日田市からのアクセスが良い。 ・ 市内全域地下水で生活をしている。(水がきれいで豊か) 	弱み (Weaknesses) <ul style="list-style-type: none"> ・ 受け入れ整備の磨き上げが不足。(観光地の環境整備、観光・宿泊情報の提供方法・内容・ワンストップサービス等) ・ 市街地周辺、幹線道路(国道210号)周辺以外の二次交通の整備が不十分。 ・ 大人数を受け入れ可能な宿泊施設、食事提供施設が少ない。 ・ 九州外での地名度が低い。 ・ 日帰り客は約9割。宿泊客が少ない。 ・ 当日利用できる着地型観光素材が少ない。
外部環境	機会 (Opportunity) <ul style="list-style-type: none"> ・ メディア(テレビ・雑誌等)に取り上げられる機会が多い。 ・ グリーンツーリズムなど田舎暮らし、体験、観光が流行。 ・ 移住・創業支援体制が整備されている。 ・ ふるさと納税が好調(特産品が人気) 	脅威 (Threat) <ul style="list-style-type: none"> ・ メディアが飽き、次の場所に焦点を当てる。 ・ 近隣市町村との観光客の奪い合い。 ・ 台風などの自然災害によりフルーツ等農産物は被害を受けやすい(風評被害) ・ 農産物出荷額が年々減少している。農業従事者の高齢化もみられる。 ・ 高齢化により今後できなくなる事業が懸念される(後継者問題など)。

※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

<p>○第1ターゲット層 マイカーで1時間圏内（福岡市、佐賀市、日田市等）からの日帰り客。</p>
<p>○選定の理由 うきは市内の入込客数の大部分を占めるのは農産物直売所を訪れる買い物客であり、マイカーで1時間圏内の客が多くを占める。こうした農産物直売所の買い物客を次に市内をいかに循環させるかが課題となっており、このターゲット層に対する施策がうきはの観光のカギとなってくる。</p> <p>○取組方針 現在、観光入込客を年代別で見ると60代以上が多くなっているが、うきは市観光サイト、SNSの活用を通じて若年層へのPRについても強化していく。</p>
<p>○第2ターゲット層 自然を満喫したい方々、自然豊かな暮らしを大切にする方々</p>
<p>○選定の理由 うきはの自然の癒し効果を科学的に実証した「森林セラピー」、うきはの農作物の美味しさを科学的に実証した「うきはテロワール」のほか、うきはの自然の豊かさ、水の豊かさを示すものとして、市民が地下水で生活しているという実態や、4つの百選（棚田百選、名水百選、水源の森百選、疎水百選）がある。こうした自然の豊かさを観光まちづくりに生かす施策が求められる。</p> <p>○取組方針 市内のアウトドア関連施設、山村部の宿泊施設、森林セラピーガイド「うきは市癒しの旅先案内人協会」などと協力し、観光まちづくりの具体的な方策を検討するとともに、自然を活かした昔の暮らしにスポットを当て、インバウンドについても需要調査に取り組む。</p>
<p>○第3ターゲット層 テレワーク、ワーケーションを行う中長期滞在の方々</p>
<p>○選定の理由 近年のコロナ渦の影響で、テレワークが加速する中、福岡市都市圏から約1時間の立地であり、自然が豊かであること、市内では比較的安く物件が借りられること、オフィス環境を共有できるコワーキングスペース等が整備されつつあることなどテレワークに加えて、休暇や観光を兼ねたワーケーションを取り巻く環境が整ってきた。</p> <p>○取組方針 国民温泉保養地に認定されている、筑後川、吉井両温泉の温泉旅館などの活用も含め、テレワーク、ワーケーション環境の充実を検討する必要がある。 テレワーク、ワーケーション実施者への調査などを通じてワーケーションの環境整備を整えていく必要がある。</p>
<p>○第4ターゲット層 台湾・香港をはじめとする東アジアの方々</p>
<p>○取組方針 これまで福岡県へのインバウンド客で多くを占めていた韓国、中国は近年の政治の影響で来訪客の増加が期待できないが、台湾、香港からの来訪客は減少しておらず、リピーター率が高いことから、インバウンドに人気の定番観光地から徐々に地方に流れていることから、うきは市のインバウンドターゲットとして期待できる。</p> <p>○取組方針 インバウンドを対象とした旅行専門家などと協力し、具体的な観光まちづくり方策を検討する。</p>

(4) 観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	溢れる地域愛でうきはを Design する ローカルファーストな観光まちづくり
②コンセプトの考え方	<p>〈観光地としてのうきは市の魅力〉 うきは市は、訪れる人々の心の中に郷愁を呼び起こす、日本の原風景といわれるような景観が至る所に満ち溢れています。そして、その懐かしさや安堵感を生む要因は景観だけではなく、悠久の歴史の中で繰り返されてきた先人達の営みや文化を受け継いで来た住民の、温厚で思いやりに満ちた気質から溢れだすホスピタリティにあると思います。また、雄大な耳納連山の麓に広がるゆるやかな地形は複合扇状地と呼ばれ、フランスのワイン産地ボルドーやアルザスとよく似た地質・地形を有し、年間を通じ付加価値の高いフルーツ・農作物が豊富に生産されています。ここで生まれる新鮮な農産物を求めて訪れる方も多く、こういった食材を求めて移住してきた料理人やパティシエも存在し、和洋様々な料理やスイーツを楽しめる食文化の宝庫にもなっています。</p> <p>〈うきはを愛する人々を結集して地域をデザインする〉 こうした固有の地域資源をサステイナブルな観点で大切に守り生かしていくためには、魅力ある観光まちづくりを進め、地域活動と経済の好循環を生み出していく必要があります。そのために、市内の様々な事業者や地域活動を実践している人々や、うきは市に価値を見出した移住者、うきは市とのつながりを求める人達と一緒に地域資源の価値を共有し、地域に対しての誇り「シビックプライド (Civic Pride)」を醸成し、地域一体となった観光まちづくりを実現する必要があると考えます。その一体となった活動を通して、この地域でしか体験出来ないようなツーリズムを創り、持続可能な観光まちづくりを実現していくために『溢れる地域愛でうきはを Design する ローカルファーストな観光まちづくり』を実践していきます。</p>

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	(事業報告) オールうきは観光戦略会議 (担当者会議/代表者会議) 2か月に1回

(別添) 様式 1

<p>※頻度が分かるよう記入すること。</p>	<p>公社（DMO候補法人）が中心となって2か月に1度開催。担当者会議を5回、年度末に代表者会議を1回開催している。 参加メンバーは行政、商工会、J A、農業法人、観光農園、森林組合、温泉旅館組合、金融機関である。 各団体のうきは市来訪者アンケートの結果、K P Iについても報告を行っている。</p>
<p>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</p>	<p>飲食店や宿泊施設、観光施設等が提供する観光サービスについて評価する仕組みを検討する。(推薦店を選定するなど) また、サービス提供者を対象に、定期的な研修、セミナー等を開催する。 マーケティング調査等で得られた市場動向データは、事業者リアルタイムに共有していく。 ※例えば：推薦店選定は、宿泊施設、飲食、物販店等を対象とし、①親切丁寧な対応、②適正な価格でのサービス提供、③うきは市の観光発展への貢献等を基準とし認定。事業者の申請に基づき、調査や選定委員会において審議し認定証を交付など。</p>
<p>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</p>	<p>うきは市内の観光関連の最新情報について、市とも連携し、本法人のSNSを効率的、戦略的に発信する仕組みを構築。</p>

※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		2017	2018	2019	2020	2021	2022
		(H29) 年度	(H30) 年度	(R 1) 年度	(R 2) 年度	(R 3) 年度	(R 4) 年度
●旅行消費額 (百万円)	目標		2,200	2,250	2,300	2,350	2,400
	実績	2,103	()	()	()	()	()
●延べ宿泊者数 (千人)	目標		33	32	33	35	37
	実績	33	()	()	()	()	()
●来訪者満足度 (%)	目標				78.0	80.0	82.0
	実績	52.3	55.7	76.2	()	()	()
●リピーター率 (%)	目標				90.0	91.0	92.0
	実績	78.7	86.9	89.6	()	()	()

※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値（うきは市では未計測）

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】

うきは市内の関係各団体が所属する「オールうきは観光戦略会議」（当法人が事務局）で協議、合意形成を図った。

【設定にあたっての考え方】

●旅行消費額

福岡県観光入込客統計調査から算出。市内入込客数の多くの割合を占める2大農産物直売所での購入金額が市内消費額の多くを占める。今後、旅行消費額の増額を検討するにあたり、直売所以外での消費喚起していくことが必要になってくる。

●延べ宿泊者数

福岡県に報告している宿泊者数から算出。うきは市総合戦略、ルネッサンス計画に沿った目標設定を実施。

●来訪者満足度

観光客満足度アンケート調査から算出。H30年以降上昇がみられ、今後も高い水準で推移すると思われる。うきは市の包括的なブランド戦略が功を奏したと思われる。

●リピーター率

観光客満足度アンケート調査から算出。アンケート調査地点の一つ、道の駅うきはは地域情報誌が実施した九州道の駅ランキング5年連続一位となっていることもあり、来場者もリピート客が多きことが予想される。H30年以降上昇がみられ、今後も高い水準で推移されることが予想される。

(2) その他の目標

指標項目		2017	2018	2019	2020	2021	2022
		(H29) 年度	(H30) 年度	(R1) 年度	(R2) 年度	(R3) 年度	(R4) 年度
●うきは市公式観光サイトのアクセス数	目標	—	—	300	350	400	450
		()	()	()	()	()	()
	実績	()	()	()	()	()	()
		()	()	()	()	()	()
●観光入込客数(千人)	目標			2,450	2,400	2,400	2,450
		()	()	()	()	()	()
	実績	2,298	2,381				
		()	()	()	()	()	()
●うきは市ふるさと納税額(百万円)	目標				350	355	360
		()	()	()	()	()	()
	実績	269	280	346			
		()	()	()	()	()	()

※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値（うきは市では未計測）

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】

うきは市には農産物直売所以外には多くの観光客を受け入れる観光スポットが少ない。うきは型の観光まちづくりの目指すべきものとして、入込観光客数の多さではなく、継続的にうきはと関わる関係人口の増加があげられる。うきはに来なくともうきはに関係を持ってくれる人々の数として以下の4つの指標をあげる。

【設定にあたっての考え方】

●うきは市公式観光サイトのアクセス数（年間ビュー数）

コロナ渦のなかでの飲食店のテイクアウト応援企画「うきはエール飯」の実施時には、これまでにないアクセス数があった。今後も、うきはへ関心を高める取り組みを検討し、アクセス数の増加を図りたい。

●観光客入込客数

うきは市の観光入込客数の特徴として農産物直売所の利用客（道の駅うきは、にじの耳納の里）が多くを占めることがいえるが、農産物直売所の次に市内の観光スポットに周遊させることにも取り組み、全体の入込客数増を図る。

●うきは市ふるさと納税額

うきは市もしくはうきは市の物産に興味を抱いた人が、市外からうきはを応援するふるさと納税。関係人口の指標の一つとして捉えることができる。

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
2017（H29） 年度	（円） 937,272,646 円 (842,293,795 円) (81,631,061 円) (13,346,890 円)	【うきはの里㈱※総売上高】（※変更申請前候補法人） 【道の駅うきは物産館売上】 【道の駅うきはその他施設等売上】 【営業推進部（DMO 事業含む）売上】
2018（H30） 年度	（円） 987,116,391 円 (869,813,830 円) (88,125,654 円) (29,176,907 円)	【うきはの里㈱総売上高】 【道の駅うきは物産館売上】 【道の駅うきはその他施設等売上】 【営業推進部（DMO 事業含む）売上】
2019（R1） 年度	（円） 69,620,148 (53,852,500) (6,875,000) (4,000,000)	（円） 【収入計】 【委託事業受託料】 【事業運営補助金】 【年会費】

(別添) 様式 1

	(4,892,648)	【その他売上等】
2020 (R2) 年度	(円) 68,570,000 (55,040,000) (6,875,000) (4,000,000) (2,655,000)	(円) 【収入計】 【委託事業受託料】 【事業運営補助金】 【年会費】 【その他売上等】
2021 (R3) 年度	(円) 68,570,000 (55,040,000) (6,875,000) (1,000,000) (4,000,000) (2,655,000)	(円) 【収入計】 【委託事業受託料】 【事業運営補助金】 【公営施設指定管理】 【年会費】 【その他売上等】
2022 (R4) 年度	(円) 68,570,000 (55,040,000) (6,875,000) (1,000,000) (4,000,000) (2,655,000)	(円) 【収入計】 【委託事業受託料】 【事業運営補助金】 【公営施設指定管理】 【年会費】 【その他売上等】

(2) 支出

年(年度)	総支出	内訳
2017 (H29) 年度	(円) 909,553,558 (755,444,150) (154,109,408)	【うきはの里(株)※総費用】(※変更申請前候補法人) 【売上原価】 【販売費及び一般管理費】
2018 (H30) 年度	(円) 956,788,222 円 (796,056,347) (160,731,875)	(円) 【うきはの里(株)総費用】 【売上原価】 【販売費及び一般管理費】
2019 (R1) 年度	(円) 59,656,603 (28,976,707) (30,679,896)	(円) 【総支出】(本法人総支出) 【一般管理費】 【事業費】
2020 (R2) 年度	(円) 68,570,000	(円) 【総支出】

(別添) 様式 1

	(35,690,000) (32,880,000)	【一般管理費】 【事業費】	
2021 (R3) 年度	(円) 68,570,000 (35,690,000) (32,880,000)	【総支出】 【一般管理費】 【事業費】	(円)
2022 (R4) 年度	(円) 68,570,000 (35,690,000) (32,880,000)	【総支出】 【一般管理費】 【事業費】	(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

うきは市ふるさと納税推進業務受託
うきは市地域総合商社及びDMO推進体制整備業務受託
道の駅うきはECサイト管理運営業務受託
公共観光施設指定管理受託
公園施設管理業務受託

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

うきは市は、一般社団法人うきは観光みらいづくり公社を当該市町村における地域DMOとして登録したいので同法人とともに申請します。

9. 記入担当者連絡先

担当者氏名	小田好一
担当部署名(役職)	事務局長
郵便番号	839-1321
所在地	うきは市吉井町1043-2
電話番号(直通)	0943-76-3980/080-5931-1493
FAX番号	0943-76-4039
E-mail	oda@ukihalove.jp

10. 関係する都道府県・市町村担当者連絡先

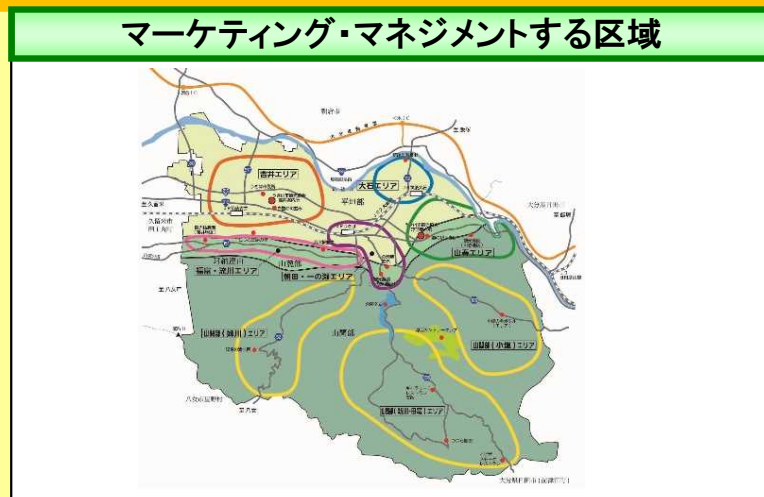
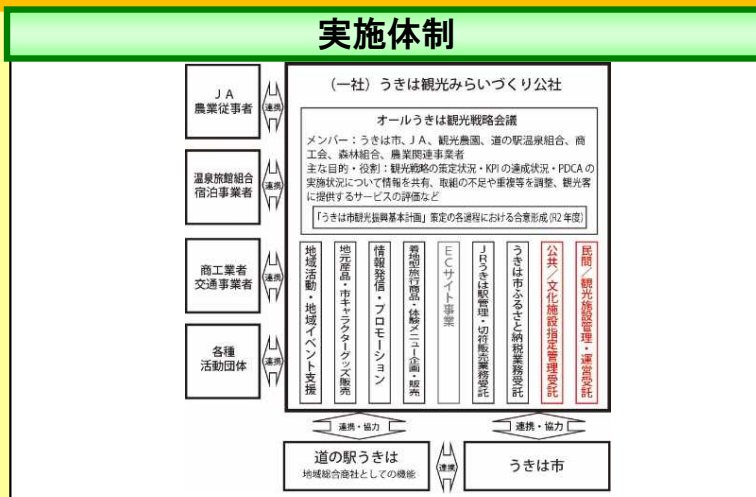
都道府県・市町村名	うきは市
担当者氏名	石井孝二
担当部署名(役職)	ブランド推進課戦略係付係長
郵便番号	839-1401

(別添) 様式 1

所在地	うきは市浮羽町朝田 5 8 2 - 1
電話番号 (直通)	0 9 4 3 - 7 6 - 9 0 2 9
F A X 番号	0 9 4 3 - 7 7 - 5 5 5 7
E - m a i l	UC000501@city.ukiha.lg.jp

都道府県・市町村名	
担当者氏名	
担当部署名 (役職)	
郵便番号	
所在地	
電話番号 (直通)	
F A X 番号	
E - m a i l	

【区域】 福岡県うきは市
【設立日】 平成31年4月1日
【登録日】 —
【代表者】 代表理事 古賀 公彦
【マーケティング責任者(CMO)】 小田好一
【財務責任者(CFO)】 小田好一
【職員数】 16人
(非常勤役員1名 職員6名 パート9名)
【連携する主な事業者】
うきは市うきはブランド推進課、企画財政課、住環境建設課、都市計画準備課、生涯学習課



合意形成の仕組み

【該当する登録要件】 ①、②
【概要】①オールうきは観光戦略代表者会議
道の駅、JA、商工会、農業法人、森林組合、観光農園、金融機関、うきは市の代表者が集まり、観光まちづくりのために掲げた指針に向かってどのように進んでいるかチェックを行う
②オールうきは観光戦略担当者会議
①と同様団体の担当者会議。

戦略

【主なターゲットと誘客に向けた取り組み】
○第1ターゲット
マイカーで1時間圏内の日帰り客
○第2ターゲット
自然を満喫したい方々、自然豊かな暮らしを大切にされる方々
○第3ターゲット
テレワーク、ワーケーションを行う中長期滞在の方々
○第4ターゲット
台湾・香港をはじめとする東アジアの方々

【コンセプト】
溢れる地域愛でうきはをDesignする
ローカルファーストな観光まちづくり

KPI(実績・目標)

※()内は訪日外国人旅行者に関する数値

項目	2017 (H29) 年度	20 (H30) 年度	201 (R1) 年度	202 (R2) 年度	202 (R3) 年度	202 (R3) 年度	
旅行消費額 (百万円)	目標	()	2,200	2,250	2,300	2,350	2,400
	実績	2,103	()	()	()	()	()
延べ宿泊者数 (千人)	目標	()	33	33	33	35	37
	実績	33	()	()	()	()	()
来訪者満足度 (%)	目標	()	()	()	78.0	80.0	82.0
	実績	52.3	55.7	76.2	()	()	()
リピーター率 (%)	目標	()	()	()	90.0	91.0	92.0
	実績	78.7	86.9	89.6	()	()	()

法人のこれまでの活動実績

【情報発信・プロモーション】
・うきは市の観光サイトを作成・公開。SNSも活用して旬の情報を発信し続けている。
・情報誌「ウキハコプレス」による市と周辺の広域PR。
・県観光連盟との協力により、コンテンツPR
【観光資源の磨き上げ】
・「吉井祇園祭」を盛り上げるため、ステージイベントのほか、沿道店舗のライトアップを行った。
・2か月にもおよぶ長期イベント「筑後吉井おひなさまめぐり」の実施。
【受入環境の整備】
・ダム、農産物選果場、古墳をテーマにした着地型ツアーの企画・実施
・各種パンフレット・マップを作成・配布 等

観光関連事業者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

○オールうきは観光戦略会議にて戦略の調整
○飲食店や宿泊施設、観光施設等が提供する観光サービスについて評価する仕組みを検討する。
○うきは市内の観光関連の最新情報について、市とも連携し、本法人の観光サイト、SNSを効率的に、戦略的に発信する仕組みを構築。

活動に係る運営費の額及び調達方法の見通し

【主な収入】 51.4百万円(委託事業受託料)(R1年度)
6.9百万円(事業運営補助金)(R1年度)
【総支出】 59.7百万円(一般管理費29.0百万円、事業費30.7百万円)(R1年度)
【自律的・継続的な活動に向けた運営資金確保の取組・方針】
着地型ツアーの企画販売、観光関連施設の指定管理受託、市の観光関連事業の受託等により、運営費の調達を見込む。