

日本版DMO形成・確立計画

1. 日本版DMOの組織

申請区分	地域DMO	
日本版DMO候補法人の名称	一般社団法人 新宮町おもてなし協会	
マーケティング・マネジメント対象とする区域	福岡県糟屋郡新宮町	
所在地	福岡県糟屋郡新宮町下府2丁目6-8	
設立時期	平成27年6月22日 (平成25年度より新宮町観光協会設立準備委員会として発足)	
職員数	正規職員2名、臨時職員12名、嘱託職員2名(平成30年10月現在)	
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)	堀田 晴夫 (一社)新宮町おもてなし協会代表理事	(一社)新宮町おもてなし協会の設立を、設立準備委員会時から牽引し、新宮町の一体的な取り組みと相互補完しながら、観光・集客・交流事業の展開を実施している。
理事(専門人材:法人の運営における意思決定・行政との調整を担う者)	(氏名) 福田 猛 ・(一社)新宮町おもてなし協会理事 ・新宮町 副町長	新宮町副町長であり、町の施策と協会の事業との一体的な取組を推進し、地域との連携や仕組みの構築を実施している。
各種データの分析・収集等(マーケティング)の責任者(専門人材)	木本 紳一郎 「専従」 (一社)新宮町おもてなし協会 事務局長	民間大手旅行会社(JTB)での勤務経験があり、地域に根ざした活動を更に深めたいという思いから、大分県内の観光協会にて事務局長として従事した経歴を持っている。 マクロな傾向分析から、民間におけるミクロなデータ分析まで幅広く実施することができる。また、民間ECサイトの運営実績もありネットマーケティングの知見も深く持っている。 総合旅行業務取扱管理者も有しており、着地型商品づくり等に精通している。
旅行商品の造成・販売の責任者(専門人材)	池田 鉄平 「専従」	民間大手旅行会社(JTB)での勤務経験があり、商品造成や販売のノウハウを深く有するとともに、添乗員として従事した際に蓄積した知見を活かし、地域のガイドや商品企画、販売を担っている。
連携する地方公共団体の担当部署名および役割	<ul style="list-style-type: none"> ◆新宮町産業振興課(行政の観光・地域振興事業等における連携) ◆新宮町政策経営課(組織運営支援、町内での事業展開における調整) ・設立準備委員会時から、発起人とし各種調整やコンセプト策定を実施。 ・週に1回の定例打合せおよび、月に1回の定例会議(地方創生会議)にて、業務の調整や、地域振興等に係る事業等の内容について協議。 	
連携する事業者名および役割	<ul style="list-style-type: none"> ◆イデアパートナーズ株式会社(事業運営支援) ・設立準備委員会時から、観光アクションプラン策定を支援。代表者(井手修身)は観光地域づくりプラットフォーム推進機構理事を務め、本協会の設立・運営、事業展開などトータルなアドバイザーとして支援中。 ◆新宮町商工会(事業運営に関する連携) ・本町の商工会。設立当時から観光アクションプラン策定を協働実施。各種事業にて連携して取り組みを実施中。 	

	<ul style="list-style-type: none"> ◆粕屋農業協同組合（事業運営に関する連携） <ul style="list-style-type: none"> ・本町の農協。ふるさと納税、商品開発などにて連携して取り組みを実施中。 ◆相島漁業協同組合（事業運営に関する連携） <ul style="list-style-type: none"> ・相島海岸エリアの漁協。各種事業にて連携して取り組みを実施中。 ◆立花オールパワーズ（事業運営に関する連携） <ul style="list-style-type: none"> ・立花山周辺エリアの活動団体。地域イベント、空き家活用事業などで連携して取り組みを実施中。 ◆サンライズの野（事業運営に関する連携） <ul style="list-style-type: none"> ・立花山周辺エリアの活動団体。地域イベント、商品開発などで連携して取り組みを実施中。 ◆相島活性化協議会（事業運営に関する連携） <ul style="list-style-type: none"> ・相島海岸エリアの活動団体。本協会も協議会に参画し、今後の活動戦略の検討などを実施中。 ◆福岡銀行 新宮支店（事業運営に関する連携） <ul style="list-style-type: none"> ・金融機関として、本協会の会員として運営の支援や連携を実施中。 ◆西日本銀行 新宮支店（事業運営に関する連携） <ul style="list-style-type: none"> ・金融機関として、本協会の会員として運営の支援や連携を実施中。 ◆西日本鉄道株式会社（事業運営に関する連携） <ul style="list-style-type: none"> ・交通機関として、「ニャン電車」などでの連携中。 ◆町内商工業者 多数（事業運営に関する連携） <ul style="list-style-type: none"> ・体験プログラム等でのコンテンツ提供及び、会員として本協会と連携。 ◆地域おこし協力隊 2名（平成30年10月現在） <ul style="list-style-type: none"> ・各エリアでの実行者として、本協会と連携して活動を実施中。 ◆地域住民 <ul style="list-style-type: none"> ・本協会にて、新宮劇場などを起点として参加者から実施者として参加促進を行っている。また、一般会員の枠を設け、会員への参加も可能としている。
<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>（該当する要件） ①、②、③、④</p> <p>（概要）</p> <ul style="list-style-type: none"> ① 本協会の理事に新宮町副町長が在籍しており、他の理事にも町内の知見を持ち、意思決定権を有する各団体等の代表者が参画している。 ② 設立前年度に、各種想定事業を試験的に取り組む部門（よかところめぐりプロジェクト実行委員、PR大作戦プロジェクト実行委員、いけま売りイベント・相島漁船クルージングプロジェクト実行委員）を設立準備委員会で設置し、現在も事業計画の範囲内で継続的に実施している。町内の事業者並びに行政職員などが参画している。 ③ 町内の各エリアに協議会・実行団体が組織されている。（立花：立花オールパワーズ）（的野：サンライズの野）（相島：相島活性化協議会）更に地方創生戦略会議や、総合戦略評価委員として事務局長・理事も参画しており連携を図っている。 ④ 近隣大学（九州産業大学、福岡工業大学）と共に、連携協定を締結しており、現在も新宮町をフィールドとした取り組みを継続実施している。
<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>本町の総合戦略では、東部地域（立花・的野）西部地域（相島）の地域振興を掲げ取り組みを行っている。各地域で、「立花：立花オールパワーズ」「的野：サンライズの野」「相島：相島活性化協議会」という地域住民をメンバーとした組織を立ち上げて定例会議を行っている。会議内での講師招聘等も行い意識啓発や、それぞれの地域での戦略などの検討も行っている。</p>

	<p>る。 本協会でも前記組織に参画し、地域住民との協働した取り組みを進めている。</p>
<p>法人のこれまでの活動実績</p>	<p>《設立前》新宮町おもてなし協会設立準備委員会</p> <p>① 新宮町観光アクションプランの策定 (活動の概要) 町の観光への取組に関する事業計画(新宮町観光アクションプラン)を策定し、本協会の設立目的および位置付けや活動概要について整理した。 (定量的な評価) 町内事業者、関係者等(15名)により、年間17回の会議を開催し、町の方向性、本協会の方向性について協議。</p> <p>② 新宮劇場～この秋、新宮まちが劇場に変わる～ (活動の概要) 着地型観光商品づくりを目的として、体験プログラムを開催。 (定量的な評価) 開催数12回、参加者数250名</p> <p>《設立後(平成29年度実績)》(一社)新宮町おもてなし協会</p> <p>① 新宮劇場 (活動の概要) 着地型観光商品づくりを目的として、体験プログラムを開催。 (定量的な評価) 開催数25回、参加者数526名</p> <p>② しんぐうキッズ自然塾/しんぐうキッズ探検隊/自然観察会 (活動の概要) 新宮劇場で培った着地型観光商品を、近隣の児童をターゲットとした、体験プログラムを企画し展開中。 (定量的な評価) 開催数16回、参加者数465名</p> <p>③ ふるさと納税 (活動の概要) 新宮町からの委託事業にて、ふるさと納税事業を受託。新規返礼品開拓等も精力的に実施し、納税額も大幅に増加中。 (定量的な評価) 受託収入:5億1千万円</p> <p>④ 指定管理受託運営 (活動の概要) 相島観光交流拠点施設の指定管理を受託し、島カフェおよび物販施設を運営。 (定量的な評価) 販売売上額:727万円</p> <p>⑤ 域特産品の開発 (活動の概要) 上記カフェ、ふるさと納税での販売を主に、地域の特性や原材料を活用した特産品を開発。 (定量的な評価) 開発商品数:5点</p> <p>⑥ 地域イベント・団体運営支援 (活動の概要) 地域で活動する3団体を中心に、広報活動や町内でのイベントの運営を支援。</p> <p>⑦ 広報・宣伝活動 (活動の概要) 新聞、テレビ、雑誌、自社HP・SNSを活用した町の情報プロモーション活動を実施。</p> <p>⑧ 特産品販売キッチンカー (活動の概要) 地域の特産品を販売するキッチンカーを運営予定。</p> <p>⑨ 観光交流拠点施設の運営 (活動の概要) 駅前施設にて観光案内所の運営を開始(H30年4月)。</p> <p>⑩ 古民家のリニューアル (活動の概要) 古民家を活用した施設の開設予定。</p> <p>⑪ ジビエ加工流通施設 (活動の概要) ジビエの加工処理を行う施設の開設予定。</p>

(別添) 様式 1

	<p>⑫ 旅行業の運営 (活動の概要) 福岡県への第3種旅行業登録が完了した。旅行会社との連携を深め、手配旅行や受注型の企画旅行に加えて募集型の企画旅行などの取り扱いを開始予定。</p>
--	--

<p>実施体制</p>	<p>(実施体制の概要) 当協会はでは現在は事業部制は設けていないが、理事会・総会での決定事項に基づき、代表理事・事務局長が主となり、①ふるさと納税・地域産品事業②地域振興事業を手がけている。連携団体との連携した取り組みを行うと共に、地域団体と共に地域の住民を巻き込んだ取り組みを実施している。</p> <p>(実施体制図)</p>
-------------	---

2. 日本版DMO候補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】



【区域設定の考え方】

新宮町を対象とした組織であるが、一般社団法人化したことにより、行政の垣根を越えた取り組みが可能である。事業計画に掲げる内容によっては、他地域の事業者とも連携している。

また、町内は、「相島・海岸エリア」「立花山周辺エリア」「住宅地・3号線沿い・商工業エリア」の大きく3つのエリアに分かれている。本協会では、「住宅地・3号線沿い・商工業エリア」から、その他のエリアの回遊や更なる商業活動などを喚起する取り組みなどを勢力的に実施している。

【観光客の実態等】

現在、前記したエリア毎に観光客（来訪者）の目的や属性は異なっている。

「相島・海岸エリア」において、渡船を利用して20分程度で行ける相島には、玄界灘の濃い魚影を求めた釣り客のみならず、猫が多くいることが海外メディアで取り上げられたことをきっかけに、外国人旅行者が近年大幅に増加している。盾の松原の称される白砂青松に囲まれた新宮海岸については、夏場に多くの海水浴客が訪れている。

「立花山周辺エリア」においては、1~2時間程度でのトレッキング・山歩きに最適な地形であり、週末になると多くの登山客が訪れている。また、地域団体による朝市も定期的に行われていることから、近隣市町村からの来訪者が多い傾向にある。

「住宅地・3号線沿い・商工業エリア」においては、九州圏内で新宮町にしか無い有名商業施設が多く店舗展開していることから、広域的に多く集客している。

また、新宮町では、転入者が非常に多い傾向にあり、平成25年度に新宮町は人口増加率で日本一になった。観光振興を推進するうえで、来訪者産業（ビクターズインダストリー）を戦略として位置付けており、町外からの来訪者だけでなく新たな転入者もターゲットと捉えている。

(別添) 様式 1

【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」については、大きな集客力を誇る観光施設は無いが、地域の自然や生活に密着した体験農園などが町内に点在している。現在、本協会を主軸に相島での観光案内所や、新宮町中心市街地エリアでの交流カフェの整備、立花山周辺での古民家カフェなどの計画を推進している。

「商業施設」については、大型商業施設（IKEA・ニトリなどの家具店、星乃珈琲・コメダ珈琲などの珈琲店）が店舗展開している。また、中規模の小売店等も独自の製品開発などを行っており、魅力的な商品展開を実施している。

「自然」については、相島・海岸エリアには、玄界灘の豊かな海に育まれた水産資源と白砂青松の景観豊かな自然が保全されている。また、立花山周辺エリアでも自然が豊富であり、週末の登山客だけではなく、観光農園での農業体験や、サバイバルゲームなどを自然の中で実施する施設も近年オープンし人気を博している。

新宮町は福岡市に隣接しており、自然環境を求める多くの市民の憩いの場として注目されている。

「文化」については、別の組織として新宮町文化協会が存在するが、相互に連携を図っている。現在、開催中の新宮劇場内でも、文化を活用した街歩きや史跡を巡るプログラムなどを開催しており、地域とともに発展できるよう事業を推進している。

「スポーツ」については、自然環境だけでなく都市計画公園や社会体育施設との連携を図り、スポーツ事業を展開していくための魅力を持つ地域である。特に相島では以前マラソン大会などの開催されていたこともあり、今後、高低差の有る地形や海を活かした事業を地域団体と連携して取り組んで行けるように協議している。

また、レンタサイクルなども本協会の事業として展開している。

「イベント」については、地域振興を主たる目的として、町内の小規模事業者と連携して、新宮劇場という体験プログラムを展開している。また、行政を含めた実行員会が主催する「まつり新宮」にも協賛し地域振興に貢献できるよう事業に取り組んでいる。

【宿泊施設：地域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

現在、宿泊施設は町内に無い。相島の民泊、立花山での古民家改修なども事業計画に盛り込み、地域団体や関係者と協議を進めている。また、民泊・農泊の開設に向けた意識啓発を現在進めている所である。今後、本協会を軸に民泊・農泊への集客や運営の支援をするワンストップ窓口と構築する予定である。

【利便性：区域までの交通、域内交通】

新宮町は、JR 鹿児島本線、西鉄貝塚線の 2 本の線路が走っており、JR 博多駅や福岡市の繁華街である天神からのアクセスが 30 分程度と非常に利便性が高い。また、新宮町の中央部を国道 3 号が横断し、さらに、九州自動車道古賀 IC から近いことから、福岡市内を含む福岡都市圏へ通勤圏であるため転入者が増加している。また、町内の公共施設および公共交通機関の主要地点を連絡するコミュニティバス（マリックス）が運行されている。更に、相島への観光客増加を受け、「西日本鉄道株式会社」と共同企画による「ニャン電車」を現在運行中である。

【外国人観光客への対応】

相島を中心に外国人観光客が増加している。相島の猫を目的とした外国人観光客が多く、定量的な調査、言語対応、おみやげ品の開発を段階的に実施していく予定である。

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	観光による地域への経済波及効果を図るため	施設より聞き取り、渡船利用者などから算出
宿泊客数	宿泊者数から、経済波及効果を図るため	施設より聞き取り
旅行消費額（推測値）	消費額から、経済波及効果を図るため	入込客数×消費想定額
観光消費額（調査値）	消費額から、消費を促す施策へ反映させる	郵送アンケートによる定点調査
リピート率	リピート率からリピートを促す施策へ反映させる	郵送アンケートによる定点調査
来訪者満足度	満足度から、満足度を向上する施策へ反映させる	郵送アンケートによる定点調査
観光イベント参加者数	法人のサービスに関する顧客へのリーチ数を図るため	本協会開催イベントへの参加者数にて把握
物販事業の売上額	地域への経済効果を図るため	本協会での運営施設等での販売額にて把握
WEB サイトアクセス状況	プロモーション等の波及効果を図るため	新宮 navi (HP) へのアクセス解析にて把握

4. 戦略

(1) 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"> ・ 渡船を利用して 20 分で行くことができる相島、気軽に登山が楽しめる立花山など海、山など変化に富んだ景観や自然豊かな環境が身近にあり、魅力ある街並みを形成している。 ・ 九州最大の誘客マーケットである福岡都市圏（250 万人）の構成自治体の一つである。 ・ 鉄道が JR、西鉄の 2 本が通り、車は九州自動車道、国道 3 号が横断している。 ・ 朝鮮通信使など歴史的な施設や名所が残っている。 ・ 地域の事業者や若い世代の意欲が高い。 	弱み (Weaknesses) <ul style="list-style-type: none"> ・ 全国チェーン店が増えており独自の地域らしさが希薄になっている。 ・ 有名な商業施設が入っているが、該当施設のみへの来訪に終わっており、地域での経済に還元できていない。 ・ 中心市街地とそれ以外の地域格差が広がっている。 ・ 宿泊施設が無い。
外部環境	機会 (Opportunity) <ul style="list-style-type: none"> ・ 全国人口増加率 1 位に輝き、特に子育て世代の若い世帯が増えている ・ 相島の猫ブームによるメディア露出の機会や外国人観光客などが増加している。 	脅威 (Threat) <ul style="list-style-type: none"> ・ チェーン店等が増えており、地域性の有る店舗への脅威となっている。また、撤退する場合のスピードが早い可能性がある。 ・ 同エリア内での、世帯属性の偏りが顕著であり、将来的なゴーストタウン化などの可能性がある。 ・ 山間部や島の高齢化が進んでいる。

(別添) 様式 1

(2) ターゲット

<p>○第1ターゲット層</p> <ul style="list-style-type: none">・福岡都市圏からの来訪者（ビジターズ）
<p>○選定の理由、○取組方針</p> <ul style="list-style-type: none">・大規模商業施設への訪問を目的として来町者が増加している。・消費意欲も高い。・商業施設に留まらず町内を周遊させる仕組みや、購買活動に関わらず地域経済への波及を促すことができる観光や交流事業への参加の仕組みを構築する。
<p>○第2ターゲット層</p> <ul style="list-style-type: none">・遠方からの、猫・島を目的に訪れる観光客（外国人・日本人問わず）
<p>○選定の理由、○取組方針</p> <ul style="list-style-type: none">・猫ブームおよび相島への興味、関心が高い観光客が急増している。・渡船を利用して20分で行くことのできる小さな島であるが、猫ブームをキッカケに国外からの観光客が増えている。現在、商品やサービスの提供が不足しているため、地域経済へ貢献できるような商品開発を推進する。
<p>○第3ターゲット層</p> <ul style="list-style-type: none">・新宮町に新たに転入した子育て世代のファミリー層
<p>○選定の理由、○取組方針</p> <ul style="list-style-type: none">・現在、新宮町は全国人口増加率1位になるほど、中心市街地には子育て世代のファミリー層が増えている。・消費活動や町で楽しむ意欲も高く、チェーン店だけではなく地域の小規模事業者での消費も高い。観光や集客交流事業などへ参加を促すことで、地域への愛着も湧く事も期待できる。広報経費等は安価に抑制できるうえに、大きな効果が期待できる。

(3) コンセプト

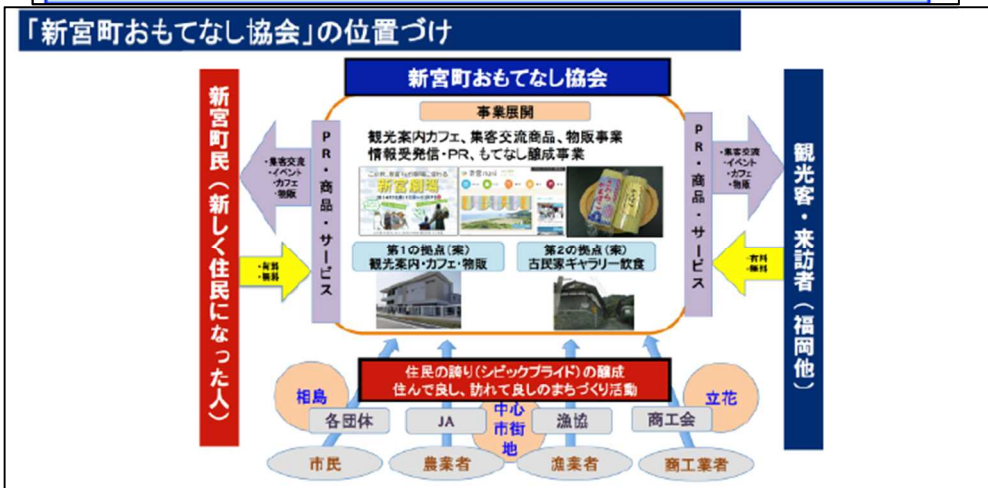
① コンセプト

本協会では、新宮町観光アクションプランに基づき「海・山・街へ 人を呼び込み 共に楽しむ 集客・交流のまちづくりを 自立・継続していく組織」というコンセプトを定めている。

**海・山・街へ 人を呼び込み 共に楽しむ
集客・交流のまちづくりを 自立・継続していく組織**

⑬ コンセプトの考え方

- 方針①** 新宮町民や来訪者に、海・山・街の地域資源を楽しむ商品・サービスを開発・提供し、集客や交流の機会を増加させる。
- 方針②** 新宮町の情報を取りまとめ、町民や来訪者に向けて、双方向の情報発信を行う。
- 方針③** 人材育成による、おもてなしの受け入れ体制を整備すると共に、各種効果測定を実施し、環境変化に対応した戦略の策定を行う。
- 方針④** 顧客(町民や来訪者)視点に立った収益事業を展開し、自立した継続的な組織運営を行う。



来訪者(ビジターズ)を顧客と捉えた、ビジターズインダストリーの構築を行う事を念頭に置き、来訪者を町内の小規模な事業者や観光、集客・交流事業へ促し、地域経済の活性化を図っていく。

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	(一社)新宮町おもてなし協会の立ち上げに際して、新宮町観光アクションプランを策定した。本プランの策定は、地域の事業者や各団体並びに個人関係者にて検討会議(年10回程度)を実施し、新宮町の観光に関する取組の方針や戦略を構築した。本プランには、各関係者にとって魅力ある取組や、今後展開すべき取組などを多く取り入れたため、戦略の共有はできている。 また、TAP=立花オールパワーズ、的野=サンライズの野、相島=相島活性協議会と地域活動団体を立ち上げており、戦略の共有や実践を共に担っていく(各団体:1~2回程度/月)
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	毎年実施するマーケティング調査や実施内容ごとに実施しているアンケート調査などを基に、各事業者へのフィードバックや実施事業の質並びに満足度向上を目指して改善を行う。 また、地方創生戦略会議などを通して、新たな商品提供などの企画の検討を行い、常にサービスの向上を行う。
一元的な情報発信・プロモーション	(一社)新宮町おもてなし協会にて、一元的な情報発信を行っている。特に地域おこし協力隊などからの情報を取りまとめ、新宮navi(独自HP)、Facebook等を通じて発信している。更にこれまでのメディアとのネットワークを活かし、プロモーションを展開している。

6. KPI(実績・目標)

(1) 必須KPI

指標項目	単位	27年	28年	29年	30年	31年	32年
●旅行消費額 (推測値)	千円	30,000	34,000	68,000	71,400	74,970	78,719
●延べ宿泊者数	人	0	0	0	0	0	50
●来訪者満足度	%	調査初年度につき、今後調査の上設定する。 (31年度設定予定)					
●リピーター率	%						

※年次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】

KPIの設定にあたっては、福岡県観光入込客数推計調査の結果に基づき設定する。また、伸び率などについては、新宮町地方創生総合戦略・本協会の今後の事業計画を元に算出。

【設定にあたっての考え方】

●旅行消費額

福岡県観光入込客数推計調査の結果に基づき(町内の施設・渡船の利用者などを元に算出した人数×消費額より算出)設定。古民家施設のオープン、各種イベント等の取り組みなどを元に伸び率を5%にて設定。

●延べ宿泊者数

現在は、宿泊施設が無いので0であるが、宿泊施設として民泊・農泊などの啓発活動を行っている事により、32年度には数施設開設を目指し、宿泊者を受け入れる。

●来訪者満足度 ●リピーター率

現在、来訪者向けアンケートを開始中。調査結果に基づき、改めてKPIを設定する。

(別添) 様式 1

(2) その他の目標

指標項目	単位	27年	28年	29年	30年	31年	32年
●観光入込客数	人	370,426	382,900	396,301	416,116	436,922	45,768
●観光消費額(調査値)	千円	調査初年度につき、今後調査の上設定する。 (31年度設定予定)					
●観光イベントの参加者数	人	450	1,124	1,170	1,200	1,300	1,400
●物販事業の売上額	千円	-	91	480	500	600	700

※項目及び年次・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】

KPI の設定にあたっては、福岡県観光入込客数推計調査の結果に基づき設定する。また、伸び率などについては、新宮町地方創生総合戦略・本協会の今後の事業計画を元に算出。

【設定にあたっての考え方】

●観光入込客数

福岡県観光入込客数推計調査の結果に基づき(町内の施設・渡船の利用者などを元に算出した人数より算出)設定。古民家施設のオープン、各種イベント等の取り組みなどを元に伸び率を5%にて設定。

●観光消費額

現在、来訪者向けアンケートを開始中。調査結果に基づき改めて KPI を設定する(消費額のアンケート結果×観光入込客数にて算出予定)。

●観光イベントの参加者数

現在実施している新宮劇場などの着地型観光事業の実参加者数より算出。今後、多イベントの企画も予定しており、目標値として設定。

●物販事業の売上額

本協会にて運営する施設での売上額の実績により算出。今後、施設の売上改善を行っていく予定があり、目標値として設定。

7. 活動に係る運営費の額および調達方法の見通し

(1) 収入

年度	総収入 (円)	内訳	
27 年度	13,764,108 (円)	【市町村からの補助金】	8,794,000
		【地方公共団体からの受託収入】	4,380,000
		【会費収入】	0
		【収益事業収入】	590,108
			(円)
28 年度	348,790,889 (円)	【市町村からの補助金】	12,600,000
		【地方公共団体からの受託収入】	332,543,980
		【会費収入】	108,000
		【収益事業収入】	3,538,909
			(円)
29 年度	554,515,876 (円)	【市町村からの補助金】	15,300,000
		【地方公共団体からの受託収入】	514,565,934
		【会費収入】	189,000
		【収益事業収入】	24,460,942
			(円)
30 年度 (想定額)	525,380,000 (円)	【市町村からの補助金】	19,200,000
		【地方公共団体からの受託収入】	6,880,000
		【会費収入】	200,000
		【収益事業収入】	9,100,000
		【ふるさと納税事業収入】	490,000,000
		※平成 30 年度よりふるさと納税事業を別記	(円)
31 年度 (想定額)	586,280,000 (円)	【市町村からの補助金】	19,200,000
		【地方公共団体からの受託収入】	6,880,000
		【会費収入】	200,000
		【収益事業収入】	10,000,000
		【ふるさと納税事業収入】	550,000,000
			(円)
32 年度 (想定額)	586,280,000 (円)	【市町村からの補助金】	19,200,000
		【地方公共団体からの受託収入】	6,880,000
		【会費収入】	200,000
		【収益事業収入】	10,000,000
		【ふるさと納税事業収入】	550,000,000
			(円)

(別添) 様式 1

(2) 支出

年度	総支出	内訳
27年度	11,993,352 (円)	【一般管理費】 9,607,987 【広報事業】 1,718,647 【集客・交流事業】 666,718 (円)
28年度	337,665,241 (円)	【一般管理費】 41,191,942 【広報事業】 2,096,500 【集客・交流事業】 2,106,805 【体験事業】 161,707 【ふるさと納税事業】 279,891,430 【交流拠点運営事業】 6,433,141 【プロモーション業務】 5,783,716 (円)
29年度	547,972,474 (円)	【一般管理費】 70,592,780 【広報事業】 2,284,740 【集客・交流事業】 2,201,106 【体験事業】 645,022 【ふるさと納税事業】 463,344,888 【交流拠点運営事業】 8,903,938 (円)
30年度 (想定額)	525,380,000 (円)	【一般管理費】 16,480,000 【集客・交流事業費】 21,750,000 【施設管理費】 10,650,000 【広報費】 3,500,000 【開発費】 3,000,000 【予備費】 500,000 【ふるさと納税事業】 469,500,000 (円)
31年度 (想定額)	586,280,000 (円)	【一般管理費】 16,480,000 【集客・交流事業費】 21,750,000 【施設管理費】 10,650,000 【広報費】 3,500,000 【開発費】 3,000,000 【予備費】 500,000 【ふるさと納税事業】 530,400,000 (円)
32年度 (想定額)	586,280,000 (円)	【一般管理費】 16,480,000 【集客・交流事業費】 21,750,000 【施設管理費】 10,650,000 【広報費】 3,500,000 【開発費】 3,000,000 【予備費】 500,000 【ふるさと納税事業】 530,400,000 (円)

(別添) 様式 1

(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

- ・ふるさと納税の運営管理を受託しており、現在も売上の大半を締めている。
- ・児童を対象とした体験型イベントであるしんぐうキッズ自然塾、しんぐうキッズ探検隊を展開しており、非常に好評を得ている。今後も参加費などを検討し、組織の財源にしていく。
- ・新宮おもてなし CLUB CARD の製作を進めており、一般のカード会員にサービスを提供する仕組みを構築し、組織の財源にしていく。
- ・会費収入を徐々に増やしていき、組織の財源にしていく。
- ・ふるさと納税の収益を、地域振興を期待できる施設の開設や新たなサービスづくりに活用していく。
- ・今後の施設運営なども含めて新たなプロダクトを生み出し、運営資金の確保を行っていく。

8. 日本版DMO形成・確立に対する関係都道府県・市町村の意見

新宮町は、(一社)新宮町おもてなし協会を、新宮町における地域DMOとして登録したいので申請します。

9. 記入担当者連絡先

担当者氏名	木本 紳一郎
担当部署名(役職)	事務局長
所在地	福岡県糟屋郡新宮町下府2丁目6-8
電話番号(直通)	092-985-6532
FAX番号	092-985-6645
E-mail	info@shingu-navi.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	新宮町
担当者氏名	竹上 健
担当部署名(役職)	産業振興課 課長
所在地	福岡県糟屋郡新宮町緑ヶ浜1丁目1-1
電話番号(直通)	092-962-0238
FAX番号	092-962-2078
E-mail	sangyo@town.shingu.fukuoka.jp

法人名(一社)新宮町おもてなし協会
登録区分名:地域DMO

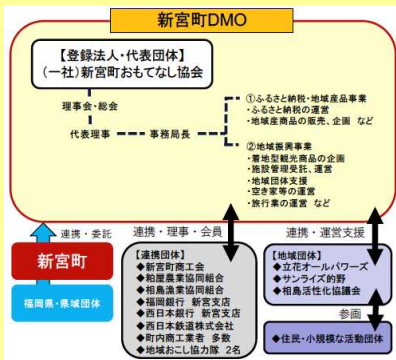
(海・山・街へ 人を呼び込み 共に楽しむ
集客・交流のまちづくりを 自立・継続していく組織)

【区域】福岡県糟屋郡新宮町

(表:実施体制)

(表:KPI(実績・目標))※()内は外国人に関するもの

【設立時期】27年6月22日



指標項目	単位	27年	28年	29年	30年	31年	32年
●旅行消費額 (推測値)	千円	30,000	34,000	68,000	71,400	74,970	78,719
●延べ宿泊者数	人	0	0	0	0	0	50
●来訪者満足度	%	調査初年度につき、今後調査の上設定する。 (31年度設定予定)					
●リピーター率	%	調査初年度につき、今後調査の上設定する。 (31年度設定予定)					

【代表者】掘田 晴夫

【マーケティング責任者】木本 紳一郎

【職員数】正規職員2名、臨時職員12名、嘱託職員2名

指標項目	単位	27年	28年	29年	30年	31年	32年
●観光入込客数	人	370,426	382,900	396,301	416,116	436,922	45,768
●観光消費額 (調査値)	千円	調査初年度につき、今後調査の上設定する。 (31年度設定予定)					
●観光イベントの参加者数	人	450	1,124	1,170	1,200	1,300	1,400
●物販事業の売上額	千円	-	91	480	500	600	700

【連携する主な事業者】新宮町商工会／粕屋農業共同組合／相島漁業共同組合／アイデアパートナーズ(株)／相島活性化協議会／立花オールパワーズ／サンライズ的野／町内商工業者・銀行

相島・海岸エリアに関する取組

【観光資源】

猫／中学生ガイド／漁村留学／直売(いけま売り)／島／海水浴場

【商業施設】

相島交流拠点(カフェ、物販、食堂)

【取組】

相島活性化協議会と連携を図り、宿泊や自然を体験する着地型プログラムの造成やコアな着地型商品の造成。

住・商業地エリアに関する取組

【観光資源】

小規模商業事業者／食品加工事業者

【商業施設】

大規模小規模施設／町施設

【取組】

来街者を相島・海岸エリア、立花山エリアへ誘客する取組を行う。更に、小規模事業者や食品加工事業者などと連携した着地型プログラムや回遊商品の販売。物販の商品として連携を図る。

立花山エリアに関する取組

【観光資源】

立花山／みかん／町並み／観光農園／竹灯籠まつり／ジビエ

【商業施設】

古民家交流拠点(予定)

【取組】

地域団体(立花オールパワーズ／サンライズ的野)と連携を図りながら、古民家交流拠点などへ来街者を招き入れ、地域の商材や着地型プログラムの販売を行う。

