

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	広域連携DMO・地域連携DMO・ <u>地域DMO</u>	
日本版DMO法人の名称	小林まちづくり株式会社	
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 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	
職員数	9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） 終崎 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。
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） ※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Uターン。家具店を営む傍ら商店街活性化事業として、地域の交流拠点を狙った「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」	小林まちづくり株式会社に勤務し、5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4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。

(別添) 様式 1

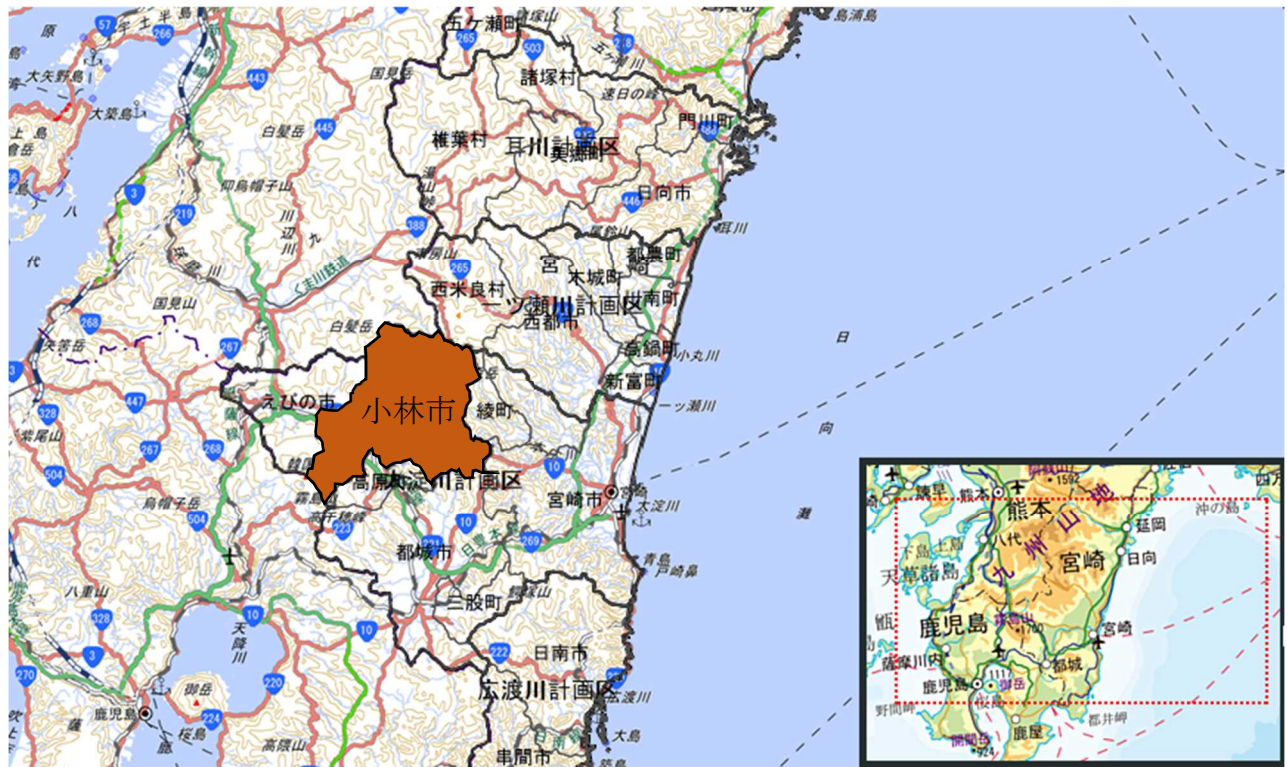
<p>連携する地方公共団体の担当部署名及び役割</p>	<p>小林市商工観光課 (地域づくり、中心市街地活性化との連携) 小林市須木庁舎地域振興課 (地域づくり) 小林市野尻庁舎地域振興課 (地域づくり) 小林市地方創生課 (プロモーション) 小林市建設課 (社会資本整備、中心市街地活性化との連携) 小林市農業振興課 (一次産業事業者との連携) 小林市企画政策課 (地域公共交通) 小林市社会教育課 (歴史、文化) 小林市スポーツ振興課 (スポーツ、食育)</p>
<p>連携する事業者名及び役割</p>	<p>小林市観光協会 (プロモーション、イベント) 小林商工会議所 (事業者との連携、物産商品開発、中心市街地活性化との連携) すき商工会 (事業者との連携、物産商品開発) 野尻町商工会 (事業者との連携、物産商品開発) 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) 株式会社宮崎銀行 (事業提案、事業化支援)</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>(該当する要件) ② (概要) 主要8団体 (小林市、小林市観光協会、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。 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。 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>
<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>市民参加型のブレインストーミング (名称：コバコン) を定期的に行い、観光振興も含む地域社会課題解決に向けたアイデア創出とチームビルディングを行っている。</p>
<p>法人のこれまでの活動実績</p>	<p>(活動の概要) 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1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。 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>

(別添) 様式 1

	<p>(定量的な評価)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ふるさと納税件数・納税金額 2020年：21,831件 680,560千円 ・日帰りバスツアーを10本実施。 ツアー客：133名 ・お土産品開発売り上げ(令和2年度) ポップコーン：販売個数1,930個 1,061,500円 100%ジュース：販売本数569本 330,020円
<p>実施体制</p>	<p>(実施体制の概要)</p> <p>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決算報告と中間報告の2回実施し、その他協議報告事項が発生した場合は随時開催する。</p> <p>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。</p> <p>(実施体制図)</p> <p>The diagram illustrates the implementation system. At the top, '重要事項・方針の決定' (Decision on important items and policies) leads to '方針に基づく施策実施' (Implementation of measures based on policies). The '小林市観光推進協議会' (小林市観光推進協議会) is composed of 8 local organizations. It oversees the '観光・物販/地域部会' (Tourism/Retail/Local Area Committee), which includes the '農畜産部会' (Agriculture/Livestock/Products Committee), '飲食部会' (Food and Beverage Committee), '須木部会' (Sugino Committee), and '野尻部会' (Nozaki Committee). It also oversees the '特別検討部会' (Special Study Committee), which includes '滞在' (Stay), '情報' (Information), '交通' (Transportation), and 'インバウンド' (Inbound). The '協議会事務局' (協議会事務局) is the 'DMO 事業主体' (DMO Business Entity) and handles 'マーケティング' (Marketing), 'プロモーション' (Promotion), '商品プログラムと調整' (Product Programs and Adjustments), and '外部からの提案受付' (Acceptance of Proposals from Outside). The '小林まちづくり株式会社' (小林まちづくり株式会社) is the central entity, receiving '組成・運営・提案' (Composition, Operation, and Proposals) from the committees and providing 'アドバイザー・業務委託' (Advisor and Business Commission) to the '市民・市内事業者' (Citizens and Local Businesses), '有識者' (Experts), and '専門機関' (Specialized Organizations). It also provides '連携・サポート' (Cooperation and Support) to the '小林市' (小林市).</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】

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】

- ・観光客入込客数：555,457人（令和2年） ※観光施設等からの聞き取り
- ・延べ宿泊者数：40,586人（令和2年） ※宿泊施設等からの聞き取り

(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】

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：

J A 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、恵の湯 神の郷温泉、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、伊集院源次郎忠真供養塔、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

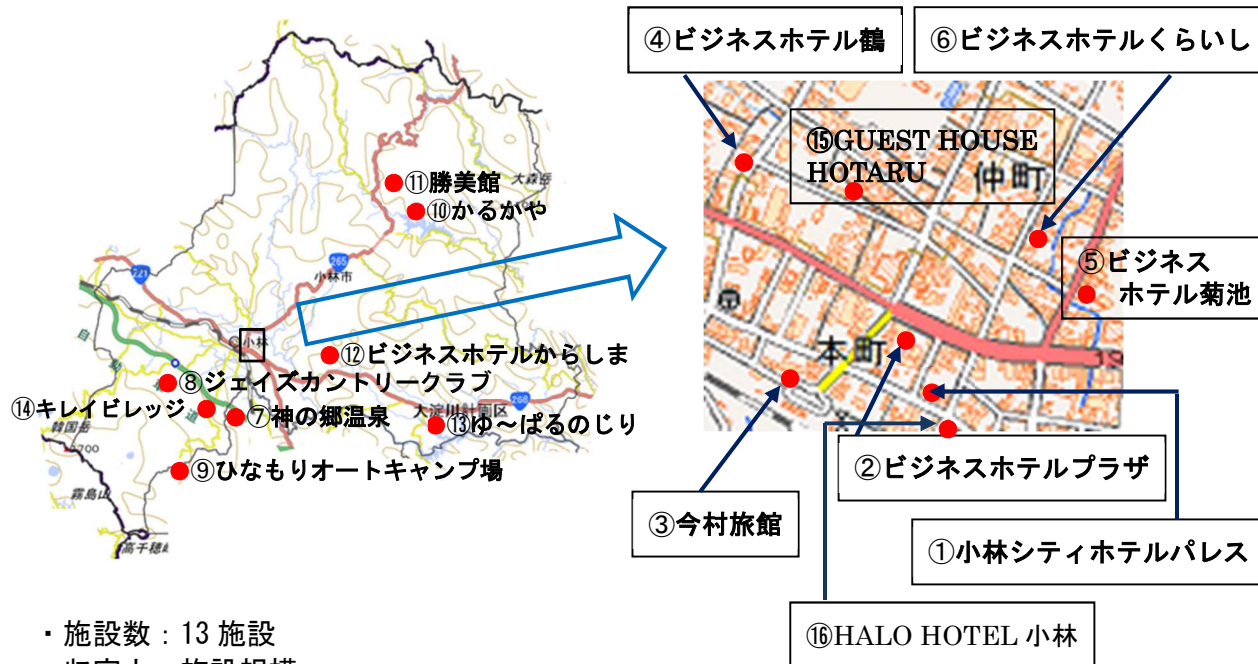
6. イベント：

- ・こばやしマルシェ（不定期）
- ・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）
- ・こばやし名水まつり（8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）
- ・のじりイルミネーション（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オーク（2月）
- ・こばやし霧島連山絶景マラソン大会（3月）

(別添) 様式 1

【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：13 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	小林シティホテルパレス	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	ビジネスホテル鶴	15 室	2 階造
⑤	ビジネスホテル菊池	10 室	2 階造
⑥	ビジネスホテルくらいし	21 室	平屋造
⑦	神の郷温泉	11 室 (本館)、14 室 (離れ)	
⑧	宮崎小林カントリークラブ	18 棟 (4 名利用)	
⑨	ひなもりオートキャンプ場	全 117 サイト・キャビン 10 棟	
⑩	かるかや	古民家 4 棟 (1 棟貸し切り)	
⑪	勝美館	13 室	2 階造
⑫	ビジネスホテルからしま	25 室	2 階造
⑬	道の駅ゆ～ぱるのじり	7 室	2 階造
⑭	キレイビレッジ	コンテナ 4 棟 テントサイト	
⑮	GUEST HOUSE HOTARU	3 室	
⑯	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

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	リピーター率の向上により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
リピート率	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
住民満足度	観光振興に対する地域住民の理解度を測る。	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。

(1) 地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	<p>強み (Strengths)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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 	<p>弱み (Weaknesses)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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	<p>機会 (Opportunity)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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 (ラグビーワールドカップ、五輪・パラリンピック) の開催 ・民泊新法の制定 ・バス運賃の従量課金制度導入 	<p>脅威 (Threat)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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

(2) 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) ※コロナ禍は宮崎県内を主なターゲットとする</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 J C T」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 には高速バスが頻繁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、平成 29 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 58.8%、鹿児島県 28.5%、熊本県 6.5%、福岡県 2.6%、その他九州圏内 1.5%、九州圏外 2.1% 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 コロナ禍において、緊急事態宣言やまん延防止等重点措置の発令により県を跨ぐ移動の自粛等により、県外へ向けたプロモーション活動の効果も成果が見えづらいこともあり、コロナ禍においては、県内からの誘客を第 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、SNS アクティブユーザー層である 20 代~40 代の女性をターゲットに、当地の自然や食、女性向けの体験を組み合わせたプログラムを造成し小ロットの着地型ツアーへ誘導する。農泊や既存の宿泊施設を利用した宿泊ツアーも段階的に取り組んでいく。</p>

(別添) 様式 1

<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。これまでメインのターゲットとしていた欧米豪からの誘客は難しいと判断し、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 昨年度実施した台湾・香港向けのデジタルマーケティングのデータを活用し、興味関心の高かったコンテンツ (農家民泊、古民家、宮崎牛、フルーツ狩り) を中心にプロモーション活動を行う。また現地旅行会社とのオンライン商談などにも取り組みアフターコロナの誘客に繋げる。</p>

(4) 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愛する街「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	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。
一元的な情報発信・プロモーション	現地の観光発信・案内は小林市観光協会が担うが、インバウンド含む対外向けの観光プロモーションは弊社に集約。HPやSNS・動画を利用したWEBのPRを推進する。

6. KPI (実績・目標)

(1) 必須KPI

指標項目		2018 H30 年度	2019 R 1 年度	2020 R 2 年度	2021 R 3 年度	2022 R 4 年度	2023 R 5 年度
●旅行消費額 (百万円)	目標	5,000	5,000	5,366	5,487	5,814	6,141
	実績	4,666	5,486	2,355	-	-	-
●延べ宿泊者数 (人)	目標	41,000	45,597	50,160	48,000	50,730	53,580
	実績	43,426	48,048	40,586	-	-	-
●来訪者満足度 (%)	目標	82.4	82.3	82.8	84.2	86.2	88.2
	実績	81.8	84.2	78.0	-	-	-
●リピーター率 (%)	目標	74.3	85.6	86.1	92.2	94.2	96.2
	実績	85.1	86.2	90.2	-	-	-

※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】

新型コロナウイルス感染症の影響により、令和元年度と比較すると、令和2年は旅行消費額が3,131百万円減少。消費額が減少した要因としては、観光地全体で入込客数が減少したことに加え、旅行やレジャーなどに費やす金額も減少していることが考えられる。また延べ宿泊者数も、7,462人減少。令和3年度についても新型コロナウイルス感染症の影響は見通しが立たない状況ではあるが、ワクチン接種の拡大や域内観光の推進を図ることで、新型コロナウイルス感染症発生前の回復を見越して定める。

【設定にあたっての考え方】

●旅行消費額

県内の観光需要回復を目的としたキャンペーンなどを活用しながら、域内観光の推進を図り、新型コロナウイルス感染症発生前の数値まで回復を目指して、令和3年度は令和元年度の実績値を目標とする。

●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などを活用しながら、域内観光の推進を図り、新型コロナウイルス感染症発生前の数値まで回復を目指して、令和3年度は令和元年度の実績値を目標とする。

●来訪者満足度

令和2年度の動向調査では「観光地・観光体験の魅力」の項目で満足度の数値が減少している。電動自転車を活用した周遊プログラムなどを作成し、観光体験の磨き上げを行いながら満足度の増加を図る。令和3年度は令和元年度の実測値を目標とする。

●リピーター率

令和2年度の動向調査では、前年に比べて宮崎県内からの観光客が増加しているためリピーター率が増加していると考えられる。令和3年度についてもコロナウイルスの影響により県内からの観光客が多いと想定されるため+2%の増加計画。

(2) その他の目標

指標項目	単位	2018 H30 年度	2019 R 1 年度	2020 R 2 年度	2021 R 3 年度	2022 R 4 年度	2023 R 5 年度
●観光入込客数 (人)	目標	710,000	710,000	760,000	840,000	890,000	940,000
	実績	660,982	839,754	555,457	-	-	-
●WEBサイトアクセス数(回)	目標	7,380	17,555	19,311	52,756	58,031	63,834
	実績	15,959	39,464	47,960	-	-	-

※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】

新型コロナウイルス感染症の影響により、令和元年と比較すると、令和2年は観光入込客数が284,297人減少。観光地でのイベントや祭り等の自粛により観光地全体で入込客数が減少している。令和3年度についても新型コロナウイルス感染症の影響は見通しが立たない状況ではあるが、ワクチン接種の拡大や域内観光の推進を図ることで、新型コロナウイルス感染症発生前の回復を見越して定める。

【設定にあたっての考え方】

●観光入込客数

県内の観光需要回復を目的としたキャンペーンなどを活用しながら、域内観光の推進を図り、新型コロナウイルス感染症発生前の数値まで回復を目指して、令和3年度は令和元年度の実績値を目標とする。

●WEBサイトアクセス数

テイクアウトの情報発信やメディア等での紹介の効果もあり、前年比+8,496回。令和3年度は令和2年度の実績値47,960回の110%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

年度	総収入(円)	内訳
30年度 実績	51,057,910	【国からの補助】 0円 【都道府県からの補助金】 0円 【市町村からの補助金(地方創生推進交付金を含む)】 50,128,000円 【地方公共団体からの指定管理収入】 0円 【収益事業収入】 929,910円 (DMO事業収入929千円)
令和元年度 実績	55,225,746	【国からの補助】 0円 【都道府県からの補助金】 0円 【市町村からの補助金(地方創生推進交付金を含む)】 53,245,063円 【地方公共団体からの指定管理収入】 0円 【収益事業収入】 1,980,683円 (DMO事業収入1,980千円)

(別添) 様式 1

2 年度 実績	42,672,960	【国からの補助】 【都道府県からの補助金】 【市町村からの補助金(地方創生推進交付金を含む)】 【地方公共団体からの指定管理収入】 【収益事業収入】 (DMO 事業収入 323 千円)	0 円 0 円 42,349,625 円 0 円 323,173 円
3 年度 見込み	48,563,800	【国からの補助】 【都道府県からの補助金】 【市町村からの補助金(地方創生推進交付金を含む)】 【地方公共団体からの指定管理収入】 【収益事業収入】 (DMO 事業収入 2,430 千円)	0 円 0 円 46,133,800 円 0 円 2,430,000 円
4 年度 見込み	55,260,000	【国からの補助】 【都道府県からの補助金】 【市町村からの補助金(地方創生推進交付金を含む)】 【地方公共団体からの指定管理収入】 【収益事業収入】 (DMO 事業収入 3,000 千円)	0 円 0 円 52,260,000 円 0 円 3,000,000 円
5 年度 見込み	56,260,000	【国からの補助】 【都道府県からの補助金】 【市町村からの補助金(地方創生推進交付金を含む)】 【地方公共団体からの指定管理収入】 【収益事業収入】 (DMO 事業収入 4,000 千円)	0 円 0 円 52,260,000 円 0 円 4,000,000 円

(2) 支出

年度	総支出(円)	内訳	
30 年度 実績	51,057,910	【人件費】 【運営費】 【マーケティング費】 【ツアー経費他】	10,140,083 円 13,499,362 円 12,587,690 円 14,830,775 円
令和元年度 実績	55,225,746	【人件費】 【運営費】 【マーケティング費】 【ツアー経費他】	15,729,399 円 10,543,699 円 9,909,702 円 19,042,946 円
2 年度 実績	42,672,960	【人件費】 【運営費】 【マーケティング費】 【ツアー経費他】	16,685,357 円 5,824,486 円 9,059,226 円 11,103,891 円

(別添) 様式 1

3年度 見込み	48,563,800	【人件費】 【運営費】 【マーケティング費】 【ツアー経費他】	17,121,600円 9,627,200円 9,600,000円 12,215,000円
4年度 見込み	55,260,000	【人件費】 【運営費】 【事業費】	31,069,000円 8,061,000円 16,130,000円
5年度 見込み	56,260,000	【人件費】 【運営費】 【事業費】	32,069,000円 8,061,000円 16,130,000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、着地型旅行商品、お土産商品の販売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、今後の展開として観光施設などの公物管理受託なども検討しており、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方針。

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

宮崎県小林市は、小林まちづくり株式会社を当市における(広域連携DMO・地域連携DMO・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. 記入担当者連絡先

担当者氏名	木村 洋文
担当部署名(役職)	観光推進部長
所在地	宮崎県小林市本町16番地
電話番号(直通)	0984-27-3280
FAX番号	0984-27-3257
E-mail	kobamachi1@road.ocn.ne.jp

10. 関係する都道府県・市町村担当者連絡先

(別添) 様式 1

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)	経済部 商工観光課 主幹
所在地	宮崎県小林市細野300番地
電話番号 (直通)	0984-23-1174
FAX 番号	0984-23-1197
E-mail	k_syoukan@city.kobayashi.lg.jp

【区域】 宮崎県小林市

【設立日】 平成26年11月21日

【登録日】 平成30年12月21日

【代表者】 柘崎 庄二

【マーケティング責任者(CMO)】

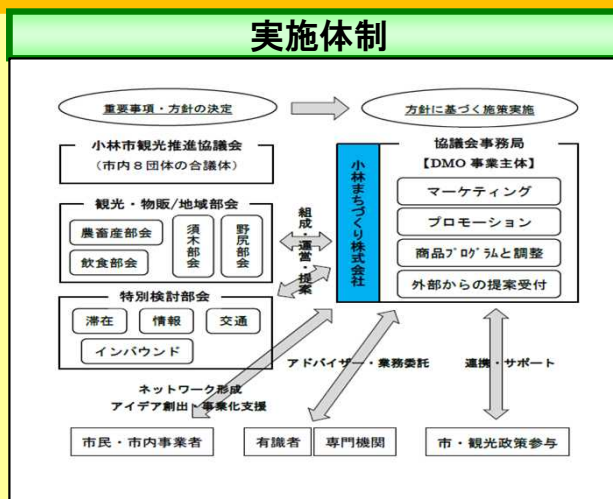
木村 洋文

【財務責任者(CFO)】

上田 卓矢

【職員数】 9人(常勤9人(正職員8名、契約1名))

【連携する主な事業者】 小林市観光協会、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、みやざき観光コンベンション協会



マーケティング・マネジメントする区域

【主な観光資源】
湧水地、果物、畜産、星、花、自然、霧島連山

合意形成の仕組み

【該当する登録要件】 (該当番号)②
【概要】
小林市観光推進協議会にて重要事項・方針を決定し、弊社が協議会事務局・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決算報告と中間報告の2回実施し、その他協議報告事項が発生した場合は随時開催する。

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)とするが、コロナ禍においては域内観光の推進として県内からの誘客を主なターゲットとする。インバウンドについてはアジア圏(香港、台湾)をターゲットとして設定。
【ターゲットの誘客に向けた取組方針】
国内については、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し誘客に繋げる。アジア圏(香港、台湾)向けには、農家民泊や古民家、宮崎牛、フルーツ狩りをメインにPRする。

KPI(実績・目標)

※()内は訪日外国人旅行者に関する数値

項目	2018 (H30) 年度	2019 (R1) 年度	2020 (R2) 年度	2021 (R3) 年度	2022 (R4) 年度	2023 (R5) 年度
旅行消費額 (百万円)	目標	5,000 ()	5,000 ()	5,366 ()	5,487 ()	6,141 ()
	実績	4,666 ()	5,486 ()	2,355 ()	()	()
延べ宿泊者数 (千人)	目標	41,000 ()	45,597 ()	50,160 ()	48,000 ()	53,580 ()
	実績	43,426 (445)	48,048 (1,165)	40,586 (1,125)	()	()
来訪者満足度 (%)	目標	82.4 ()	82.3 ()	82.8 ()	84.2 ()	88.2 ()
	実績	81.8 ()	84.2 ()	78.0 ()	()	()
リピーター率 (%)	目標	74.3 ()	85.6 ()	86.1 ()	92.2 ()	96.2 ()
	実績	85.1 ()	86.2 ()	90.2 ()	()	()

法人のこれまでの活動実績

【情報発信・プロモーション】
・県内向けの情報誌を活用したPR事業
・「観光」×「食」PR動画制作事業

【観光資源の磨き上げ】
・古民家宿を活用したワーケーションプログラム
・生駒エリアでのグランピング実証事業

【受入環境の整備】
自社ホームページの多言語化
ネット決済システムの導入

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

多様な関係者との戦略の共有状況等
設定したKPI及び戦略は、小林市観光推進協議会の構成団体内で共有される。
観光関連事業者に対しては、適時コミュニケーションの場を設けて、集客イベント等の実務支援を行うことで戦略を共有する。

活動に係る運営費の額及び調達方法の見通し

【主な収入】 市からの補助金
収益事業(ツアー収入、物産収入等) 約32万円(R2年)
【総支出】 42百万円(一般管理費22百万円、事業費20百万円)
※R3年3月決算
【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、着地型旅行商品、お土産商品の販売を収入源として取り組んでいる。今後の展開として観光施設などの公物管理受託なども検討しており、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方針。