観光地域づくり法人形成･確立計画

記入日：令和 7 年 11 月 6 日

１．観光地域づくり法人の組織

申請区分 ※該当するものを〇で囲むこと	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）玉名観光協会　　（代表理事　丸山　晃範）	
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 熊本県玉名市	
所在地	熊本県玉名市	
設立時期	昭和 34 年 4 月（平成 26 年 3 月 10 日法人登記）	
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	11 人【常勤 4 人（正職員 4 人・出向等〇人）、非常勤 7 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） 塩山　仁「専従」 （DMO 専門員）	（一社）玉名観光協会の事務局次長として地域の様々なパイプ役となっており、様々な取組に取り組んでいる。特に、旅行会社との連携による広域的な事業の企画運営を実施。
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） 同上（兼務）	
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） 飯干　綾希子「専従」	当法人の顧問会計士とともに財務管理。当法人 WEB サイト運営、SNS 情報発信、WEB 通販、キャッシュレス決済の導入等、マーケットイン目線による新規事業を企画立案。人材育成・職員のスキル向上に貢献
各部門（例：プロモーション）の責任者（専門人材）	（氏名） 同上（兼務）	

様式１

※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		
各部門（例：旅行商品の造成･販売）の責任者（専門人材）	（氏名） 有元　隆 （株式会社 KASSE JAPAN）	株式会社カッセジャパン代表取締役として、熊本県内の DMO・DMC 立上げに尽力。当法人の理事として H29.5 月就任。
連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	熊本県玉名市 産業経済部　観光物産課 （広域連携・マーケティング・インバウンド・6 次産業） 農林水産政策課（商品開発） 商工政策課（地域事業者連携、販路拡大） 建設部　都市整備課（社会資本整備、景観保全） 企画経営部　企画経営課（地域公共交通、施設管理） 地域振興課（広報、地域イベント） 教育部　文化課（資源開発、人材育成） スポーツ振興課（資源開発、地域イベント） 健康福祉部　高齢介護課（地域市民との連携、人材育成） 熊本県県北広域本部（菊池地域振興局、鹿本地域振興局、玉名地域振興局） 上記広域本部所管市町の関係各課	
連携する事業者名及び役割	当法人会員 62 事業者及び団体（以下、主なものを抜粋） 金融協会《肥後銀行、以下地銀・信組》（事業共催、イベント） 玉名商工会議所・玉名市商工会（商品開発、事業共催） 玉名ブランド物産協会（商品開発、事業共催） 玉名温泉観光旅館協同組合（ツアー企画、コンベンション、事業共催） 玉名青年会議所（事業共催、人材育成） 小岱山薬草の会（商品開発、事業共催、人材育成） 玉名ラーメン協議会（事業共催、人材育成） 玉名飲食業組合・玉名キズナめし（事業共催、人材育成） JA 及び JF（商品開発） 当法人協力事業者《熊本県北地域を中心とした約 150 社》（物産品等の取引） 荒尾市観光協会《荒尾市》（情報提供、事業者支援） 玉名郡部観光協会《長洲町・和水町》（情報提供、事業者支援） 菊池川流域日本遺産協議会 《菊池市・山鹿市・和水町・玉名市及び各市町観光協会》（事業共催） JR 九州《新玉名駅及び地域内駅》（事業共催、イベント） ㈱KASSE JAPAN（ツアー造成及び催行、2 次交通、施設運営） ㈱くまもと DMC（運営支援）、株式会社よかネット（マーケティング支援） （公社）熊本県観光連盟（事業共催、運営支援） （一社）九州観光機構（情報提供、広域周遊会議） JNTO《認定外国人案内所》（情報提供） 熊本県立大学、九州看護福祉大学（事業連携、イベント） 地域内高等学校《公私計 5 校》（事業連携、イベント、人材育成）	

様式１

<table>
<tr><td>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</td><td>【該当する登録要件】①
当法人は、県内外の観光産業における多様な業種・業態で構成された会員組織であり、定時社員総会により理事を選出し定期的な理事会を開催し戦略戦術の共有及び事業に関する合意形成を行っている。また、日本遺産認定地域内の行政（３市１町）・観光協会・事業者・市民団体による「菊池川流域日本遺産協議会」においては、各関連行政の負担金を原資とした事業を実施。さらに、デジタル田園都市構想においては、シェアモビリティによるスマートシティ形成における戦略の共有について提言し、策定審議会において観光振興計画と連動した施策立案を行い官民共同の地方創生に向けた観光振興の方向性を一本化している。</td></tr>
<tr><td>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</td><td>地域内のイベントや会議体への積極的な参加を行い、情報の共有を図る。
また、市民団体や資源保有地域の地区と旅行商品等の共同事業化（着地型旅行商品造成等）により、セミナーの開催やガイド育成プログラムの実施による意識啓発・参画促進の機会を創出。R2 年度には市民向け DMO 広報パンフレット制作・配布した。R4 年度より、玉名市と市民で構成するまちづくり活動への支援を強化し、公共施設再配置におけるシェアモビリティ機能の強化に取り組む。</td></tr>
<tr><td>法人のこれまでの活動実績</td><td>【活動の概要】
<table>
<tr><th>事業</th><th>実施概要</th></tr>
<tr><td>情報発信・プロモーション</td><td>H22 年 WEB サイト開設事業
H29 年 WEB サイトリニューアル事業
H30 年 WEB サイトプラットフォーム化事業
マネジメント区域内外の情報発信、WEB 通販（購入・決済）
R1 年 WEB サイト販売機能強化事業
R2 年～広域連携事業（菊池川流域日本遺産）において HP・SNS を活用した情報発信を開始
R2 年～3　コロナ対策事業（各種交付金事業）の受託・実施
R5 年～「モビリティツーリズム」事業開始に伴う新たな広報チャネルを拡大</td></tr>
<tr><td>受入環境の整備</td><td>H22 年観光交流施設開設・収益事業開始
熊本県の玄関口、熊本県北地域の観光拠点として、九州新幹線開業に合わせて新玉名駅内に観光交流センター「観光ほっとプラザたまララ」を開設（年中無休営業）。開設と同時に収益事業（物販・飲食・観光サービス等）を開始
R2 年～広域連携事業（菊池川流域日本遺産）においてガイドの運用・育成を実施
R2 年広域周遊事業（観光庁補助）ナイトタイムコンテンツ事業（観光庁・九州運輸局）を活用し、訪日外国人受け入れ態勢を強化
R5 年「モビリティツーリズム」事業による新たなコンテンツ（E-bike を活用した体験プログラム等）を開発</td></tr>
<tr><td>観光資源の磨き上げ</td><td>H22 年着地型観光開発事業（～継続）
地域事業者とともに、地域資源を発掘し着地型観光商品として「体験プログラム」造成・販売。地域資源の発掘に関しては熊本県立大学情報管理学部と連携し、地域資源の掘り起こしやブラッシュアップを実施。ご当地ゆるキャラの認知度向上と併せ、コミュニケーションデザインの視点で SNS を活用したマーケティングを実践。
R2 年誘客多角化実証事業（観光庁）等により、地域資源の高付加化を実施</td></tr>
</table></td></tr>
</table>

様式１

	R3 年交付金事業を活用し、持続可能な旅行商品開発、音楽を活用したコンテンツ開発、アウトドアと温泉を結び付けた旅行商品の開発を実施 R5 年「モビリティツーリズム」事業開始により地域資源の掘り起こしとラストワンマイルの解消に着手

【定量的な評価】

職員雇用者数	H22　5 名	⇒R6　11 名
年間予算	H22　約 4,000 万円	⇒R6　約 8,100 万円（総額処理）
案内対応数	H22　約 1,200 件	⇒R6　約 8,000 件
アクセス数	H22　0（HP 開設）	⇒R6　約 333,000
会員数	H22　30 会員	⇒R6　78 会員
取引事業者数	H22　25 社	⇒R6　約 150 社
取扱商品数	H22　100 品目	⇒R6　約 3,000 品目
着地型商品数	H22　5 商品	⇒R6　約 20 商品（季節商品含）

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】

当法人は、メンバー（一般社団法人でいう「社員」）が行政、宿泊業者、飲食業者のみならず、金融機関、交通事業者、農業者など異業種の関係者が組織を構成している。「玉名市観光振興計画」推進のため「玉名観光戦略会議」が発足され、官民が密接に連携した事業運営を実践している。「玉名市デジタル田園都市構想（旧：玉名市まち・ひと・しごと創生総合戦略）」においては DMO 形成・確立に向けて、組織強化及び本格的な人材育成（事業構想大学院大学事業構想研究所プロジェクト研究員派遣）を施策として推進し、構想の戦略的事業と位置付けられている。法人内の組織強化として H29 年 5 月の定時総会において役員改選に伴い DMO 推進のための役員人事を実施し、専門性の高い役員組織への変革を行った。

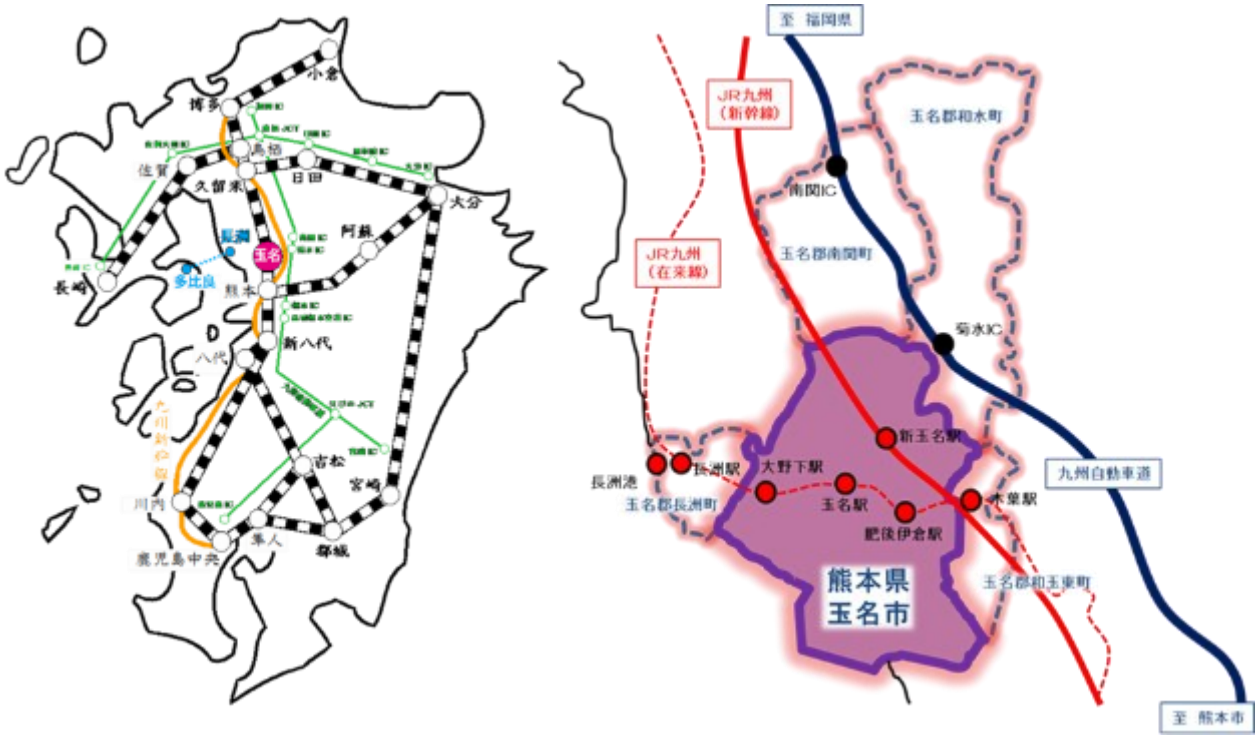
R1 年度より、将来的な広域連携組織（地域連携 DMO）の形成を目指すために「DMO 専門員」を配置し、新たな連携事業を推進している。現在の主な連携事業としては、「定住自立圏」「菊池川流域日本遺産協議会」「熊本県北地域観光協会連絡会議」「荒尾玉名地域観光推進協議会」「菊池川流域観光協会連携会議」等。さらに九州運輸局と広域連携 DMO である（一社）九州観光機構との連携を深めつつ、九州管内 DMO の連携会議において「オール九州」による観光戦略にベクトルを合わせた活動を実施している。

【実施体制図】

様式１

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】

当法人がマーケティング・マネジメントを想定する区域は、地域の成り立ちにおける歴史的背景や現在の経済圏を鑑み、平成 17 年に 1 市 4 町（玉名市、岱明町、横島町、天水町）が合併した玉名市を想定している。当法人は、定款において「玉名地域を中心としたくまもと県北の観光振興」を事業目的としているため、玉名市以外の会員も多数在籍しており、本申請時の区域としては「玉名市域」であるが、既に民間レベルで事業連携している玉名郡部（長洲町、南関町、和水町、玉東町の 4 町）についても実質的なマネジメント区域として見据えている。

【観光客の実態等】

国内旅行者（九州内）中心の来訪者が多数を占める。九州新幹線開業後、来訪者割合において関西・中国圏が増加。近年の観光入込客数は年間約 200 万人を推移しており、内宿泊者数は 10 万人程度（施設規模の宿泊可能人数は、年間約 40 万人）年間観光消費額は約 100 億円程度であることから、典型的な「通過型」観光から脱却することが当該地域における最大の課題である。

訪日外国人観光については、熊本県北地域の行政で構成する「熊本県北観光協議会」が香港・台湾をターゲットとしてプロモーションを展開中。

【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】

《歴史・史跡》

菊池川流域の古墳群、江戸時代の街並み、社寺仏閣、主に菊池川流域が米産地であり、その流通により都市が形成された経緯があり、関連史跡多数。さらに加藤清正による土木遺構が随所にみられ、国指定を受けた干拓史跡等も近年脚光を浴びている。（菊池川流域は、H29.4 文化庁日本遺産認定）

加藤清正の佩刀「同田貫」が、人気オンラインゲームの刀剣をテーマとしたゲームアプリで取り上げられたことから、その鍛冶集団ゆかりの地として注目されている。

【活用状況】

広域連携事業のコンテンツとして利活用している。具体的には、歴史史跡コンテンツをめぐるツアー造成、日本遺産認定ガイドの育成・運用を R3 年度より実施。R5 年度には公共交通及び自動車では

訪れることが困難な史跡へのアプローチ手段としてE-bikeを導入し、移動を価値化する新たな周遊観光（モビリティツーリズム）を推進。

《スポーツ》

日本マラソンの父であり、日本人初のオリンピアンである「金栗四三」（2019NHK大河ドラマ主人公）の出身地であることから、マラソン及び駅伝の関連大会を古くから開催。特に今年70回を迎えた「金栗杯玉名ハーフマラソン」（今年はコロナ禍のため中止）は毎年全国から有名選手が出場する。また、地域特産物を冠とした「いちごマラソン」（今年はコロナ禍のため中止）は、毎年約7,000名のランナーが参加する。地域の里山「小岱山」では、近年競技人口が増加している「トレイルランニング」大会をH28より毎年1月に開催。（本大会の監修者である荒木宏太氏は、「2017トレイルラン世界大会（6月イタリア開催）」に日本代表として出場）参加者は、九州内を中心として関東、関西のトレイルランナーに加え、訪日外国人選手も出走している。

【活用状況】

「金栗四三」に関しては氏が生前居住した家屋を「金栗四三住家資料館」として整備し、地元住民及びボランティアガイドにより運営している。また、金栗四三ゆかりの地を巡る「マラニックコース」の整備を行っている。「トレイルランニング」については、大会の体験プログラムとして「試走会」を開催し集客につながっている。

《イベント》

熊本城を築城した加藤清正の治水利水事業による恩恵により、米の積出港として経済成長した地域に残る歴史史跡や文化を継承するための地域イベントを開催。

・「高瀬裏川花しょうぶ祭り」（毎年5月下旬～6月上旬、期間中約16万人来場）
・「玉名大俵まつり」（毎年11月23日、約1万人来場、H30年には日本最大の大俵レースが注目され文化庁「日本博」イベントである「祭りアイランド九州」に出展）
・「玉名盆梅展」（毎年2月中旬～3月上旬に開催　期間中の来場者は約1万人　同時開催イベント「クラシックカーフェス」は全国から愛好者が集う名物イベントとなっている）

【活用状況】

地域の若者（小学生～大学生）が多様な形で参加する機会を設け、将来的な観光人材の育成を目指している。近年、地域の大学からのインターンシップ、高校における観光を題材とした授業の講師派遣など地域における意識の啓発に繋がっている。

《薬草と温泉》

地域の里山である「小岱山」に自生する150種の薬草が確認されたことから、新たな地域資源として玉名地域の温泉と連携して商品化を行っている。主な活動団体である「小岱山薬草の会」は「農村の宝」として農水省から認定を受ける。

1300年の歴史を誇る「玉名温泉」と夏目漱石「草枕」の舞台となった「小天温泉」は、地域住民の生活に欠かせない資源となっている。

【活用状況】

当法人が運営する観光交流センター内のレストランでは、地域グルメとして薬草料理を商品化し提供中。薬草料理と温泉を軸とした「ウェルネスツーリズム」についてモニターツアーを開催。移動の価値化（モビリティツーリズム）と連携した地域独自の旅行商品として開発中。

《食・グルメ》

地域のソウルフードである「玉名ラーメン」は歴史が古く、「熊本豚骨ラーメン」のルーツとされ、県外からもファンが詰めかける。また、全国的にも生産量の多くを占める、イチゴ・トマト・みかんは、地域の「6次産業推奨品」としてブランド化を目指している。

【活用状況】

玉名ラーメンについては店舗数も増加し、レトルト商品は地域のお土産品として定着している。地域の特産品であるイチゴ・みかん・トマトについては、産物を冠としたランニングやウォーキングイベント、さらには収穫体験プログラムとして定着している。

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

玉名市中心地に近い場所に「玉名温泉」として11宿泊施設、4日帰施設が集積。また、地域南部の熊本市に隣接した「小天温泉」（2宿泊施設）が所在。3施設以外は小規模経営で、後継者問題に直面

している（上記施設中 3 箇所はコロナ禍後、経営者が変わり屋号変更しリニューアル開業）。また、市内中心部にビジネスホテル 1 軒、民宿 1 軒（個人経営）が所在。全収容力（宿泊可能数）として 1,000 人程度。さらに近年では、地域交流型のカフェを併設した民泊形式による「簡易宿泊所」も営業を開始した。

【利便性：区域までの交通、域内交通】

《飛行機》
・東京～熊本:1 時間 30 分 ・名古屋～熊本:1 時間 20 分 ・大阪～熊本:1 時間 5 分
・熊本空港～玉名:45 分(高速道利用)、1 時間 10 分(JR・バス利用)
・福岡空港～玉名:約 1 時間(JR・高速道利用)、1 時間 30 分(高速バス利用)
《鉄道》
・東京～博多(新幹線利用):6 時間 ・名古屋～博多(新幹線利用):4 時間 20 分
・大阪～博多(新幹線利用):3 時間 30 分 ・広島～博多(新幹線利用):1 時間 30 分
・博多～玉名(新幹線利用):42 分 ・熊本～玉名(新幹線利用):10 分
《バス》
・博多～玉名:1 時間 45 分 ・長崎～玉名:2 時間 30 分(フェリー45 分を含む)
・熊本～玉名:40 分
《最寄り高速インター》
・九州自動車道（南関インター・菊水インター）
《域内交通》
主要公共施設、病院、学校、駅等を結ぶ定期路線バスが主要交通となっており、近年は不採算路線の再編成が実施されている。路線減少に伴い乗り合いタクシー事業を市の助成で実施している。

【外国人観光客への対応】

H26 年度より「玉名市観光振興計画」（昨年度から第 2 期計画に更新）に基づき、インバウンド対策事業を実施。熊本県北地域とも連携し香港・台湾・韓国・中国・タイ等、東アジアを中心に誘客を進めている。多言語パンフレット及びマップ、音声ガイドや指差し会話帳を作成し、受け入れ態勢の整備を進めている。インフラ整備として、当法人が運営する新玉名駅内観光交流施設「観光ほっとプラザたまララ」内にフリーWi-Fi を導入。前述した「いちごマラソン」については、香港・台湾の旅行会社とツアー造成し送客実績あり。また、世界最大手の半導体企業「TSMC」の熊本進出により、台湾向けの商品開発を進めている。

《参考：将来的なマネジメント区域について》

上記区域を含む熊本県北地域において、H29.4「米作り、二千年にわたる大地の記憶～菊池川流域「今昔『水稲』物語」～」が日本遺産として認定され、「菊池川流域日本遺産協議会」が発足した。現在、当法人は独自の戦略的な事業構想（後述）により、日本遺産対象地域内における「情報発信・プロモーション」「受入環境の整備」「観光資源の磨き上げ」等における重要な役割を担っており、日本遺産対象地域内の行政及び観光関係団体、地域事業者と連携した事業を展開に結び付けている。図は事業構想上のマネジメント区域。

※一般社団法人玉名観光協会
基本構想（DMO 構想 H30-R9）より

様式１

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。	熊本県及び玉名市が行う観光調査のデータより算出
延べ宿泊者数	宿泊者数の推移を把握するため。	熊本県及び玉名市が行う観光調査のデータより算出
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。	アンケート調査を自主事業として実施。
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。	アンケート調査を自主事業として実施。
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。	運営施設におけるヒアリング調査、玉名市の調査をもとに算出

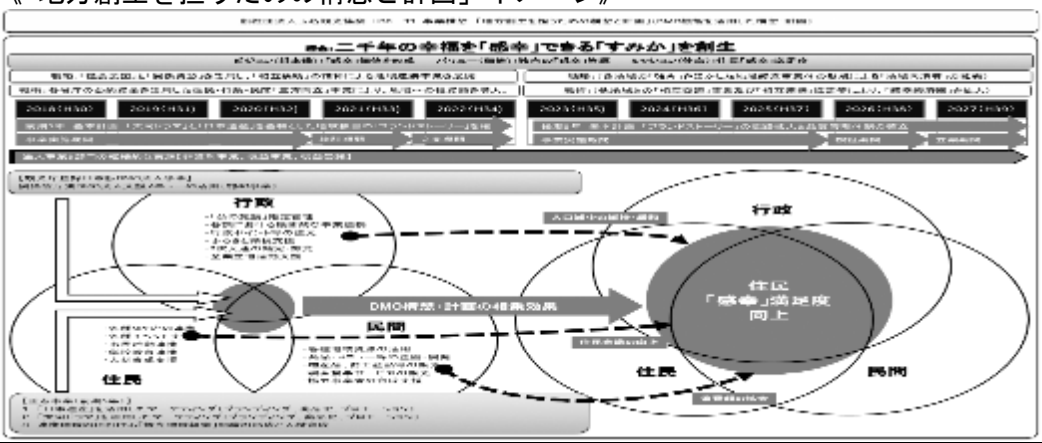
４．戦略

（１）地域における観光を取り巻く背景

熊本県玉名市は熊本市及び近隣市町のベットタウンであり、九州新幹線開業（2011.3）以後は福岡都市圏への通勤者も増加傾向にある。しかしながら、交通の利便性が向上したことによる地域内消費の減少は顕著で、人口減・少子高齢化とともに大きな課題ととらえている。当法人はこうした課題を官民連携による持続可能な観光地域づくりを目指す組織として、H26.3 月任意団体であった観光協会を法人化し、熊本県北地域の交流人口拡大と地域内消費の増加とともに、定住人口の維持を目指して事業を展開している。

H28 年度、事業構想大学院大学のプロジェクト研究において、地域における観光マーケティングを実践し、地方創生という視点から観光地域づくり戦略について検討。H29 年度には「DMO 構想（10 年間)」を策定。前期 5 年の戦略と戦術を立案し地方創生総合戦略と観光振興計画に反映させている。R4 年度は前期 5 年間の成果検証を実施。コロナ禍における地域経済及び観光経済の縮小が見られたが、持続可能な組織づくりと人材育成の成果もあり、公的な支援事業を的確に活用し、地域への観光投資額を順調に増やしてきたことにより、後期 5 年についても 10 年構想の戦略戦術を継続することを決定した。具体的な戦術としては、台湾からの交流増大に備え、新たなモビリティコンテンツを導入し、地域における周遊手段の拡充と滞在時間の増加に伴う消費拡大を目指す。

《「地方創生を担うための構想と計画」イメージ》



様式１

（２）地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	強み（Strengths） ・自地域で積極的に活用できる強みは何か？ ①鉄道駅・高速道 IC 等の立地 ②医療・福祉及び教育施設の充実 ③古代から暮らし続ける風土や地形 ⇒日本遺産認定 ④豊富な地域資源⇒2019 大河ドラマ主人公「金栗四三」ゆかりの地	弱み（Weaknesses） ・自地域で改善を必要とする弱みは何か？ ①観光に対する市民（事業者）意識不足 ②２次交通の弱体化 ③脆弱な人材育成環境 ④変化を嫌う保守的な体質 ⑤事業存続が困難な中小事業者増加
外部環境	機会（Opportunity） ・自地域にとって追い風となる要素は何か？ ①地域資源の脚光（マラソン、薬草他） ②県の世界大会（スポーツ）誘致 ③県のキャラクター「くまモン」 ④価値観の多様化、健康福祉志向増加 ⑤コロナ禍における密を避けた活動思考	脅威（Threat） ・自地域にとって逆風となる要素は何か？ ① 人口減・若者減少・後継者不足 ② インバウンド対策の遅れ ③ 地方創生という名の「地域間競争」 ④ サービスとホスピタリティの同一化 ⑤ コロナ禍における地域経済の低迷

※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

〇第１ターゲット層
※ターゲット層については、地域だけでなく、国・地域・世代・誘客のテーマ等の顧客の属性による設定が考えられる。
福岡都市圏を中心とした九州内及び関西以西の地域、日常的な観光を好む情報発信力の高い SNS ユーザー、スポーツ・健康・スローライフ志向者

〇選定の理由
※４．戦略（１）・（２）の分析を踏まえたターゲット層の設定であることを説明すること。
第二次玉名市総合計画、第二期玉名市観光振興計画、玉名市景観計画、玉名市まちひとしごと創生総合戦略、他各種構想・計画における調査を総合的に勘案し設定。
一見、異なるカテゴリーのターゲット層に見えるが、団体行動は好まず、「興味・好奇心が強い」「情報発信力・求心力を保有」などの共通点を持つ。訴求するキラーコンテンツとして、大河ドラマ主人公として採用された日本初のオリンピアン「金栗四三」、熊本藩細川家の佩刀「同田貫」、阿蘇外輪山を源流とする「菊池川流域日本遺産」等をフックとし、地域の生活に根付く「温泉」「アウトドア」「ウェルネス」を組み合わせ地域独自のツーリズムを形成する。

〇取組方針
（例）満足度調査の充実などにより再来訪意向につながる要因を分析し、分析結果に基づいてターゲット層に強力に訴求するコンテンツを磨き上げる。
公共交通からの 2 次交通手段を補完し、ラストワンマイルをつなぐ交通手段として「E-bike（電動アシスト付き自転車）」を導入し、「移動の価値化」という新たなツーリズムを磨き上げる。

〇ターゲット層
九州新幹線及び JR 利用者（主に新玉名駅及び玉名駅利用者）、周辺観光地への来訪者

〇選定の理由

当該地域は、新幹線開業後、バスツアーの発着地として活用される機会が増加し、旅行目的地への経由地、また帰途行程の最終地としての価値が高まっている。（当初、地域メディアによる調査を参考とし、平成 29 年度に行った回遊性調査（モバイル空間統計）により、九州北部の回遊性を検証。さらに九州新幹線新玉名駅利用者の増加傾向。） 〇取組方針 新幹線駅、在来線 3 駅（地域では 5 駅）、九州自動車道菊水ＩＣ（和水町）、フェリー港（長洲町）について、情報発信力の強化及び接遇の高度化を図り、交流拠点（ハブ）としての機能を強化する。特に旅の出口（旅の最後の経由地）機能を高めることは、リピート意識の向上に結び付くと考えられる。
〇ターゲット層 台湾、香港、韓国を中心とした東アジアの九州来訪者
〇選定の理由 熊本県（観光連盟）と連携した当市のインバウンド誘致事業の選定先。熊本県観光統計による香港、台湾からの旅行者拡大傾向。福岡空港の拡張及び熊本空港ターミナルビルのリニューアル、熊本台湾航路の増便、大手半導体メーカーTSMC の進出による交流人口の拡大など、好機を生かす。 〇取組方針 継続したメディア向け情報発信と現地旅行博等への出展を継続し、旅行会社とのツアー造成を行う。台湾については、スポーツ・文化交流事業を活用し台湾国内における認知度向上を目指す。

（４）観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	※他地域と明確に区別できる特徴・価値等を来訪者に伝える表現を簡潔に設定すること。 平成 29 年 3 月策定　基本構想（H30.4➡R10.3）10 年間より ◇構想の理念： 『二千年の幸福を「感幸」できる「すみか」を創生』 －ビジョン（将来像）:「感幸」価値を形成 －バリュー（価値）: 独自の「感幸」資源 －ミッション（使命）: 住民「感幸」満足度 ◇構想のイメージ： 玉名地域を交流拠点（ハブ）とし、九州の横軸を形成 通過点から脱却し、滞留拠点を目指す
②コンセプトの考え方	※地域が目指すべき姿を明確にし、そのために地域ならではの産業、伝統、食、住、風習等やそこから導き出される区域の特徴（強み、価値）を、①コンセプトにどのように反映させているかについて他地域との差別化も踏まえて記入すること。 ※（１）～（３）のデータ分析の内容を踏まえて作成したコンセプトであることを説明すること。 当該地域は、阿蘇外輪山を水源とした一級河川「菊池川」の流域と有明海に育まれ、2000 年の水稲文化により形成された地域である。この古くから継承された文化が、日本の食の中心である「米」の地域ストーリーとして日本遺産に認定された。長きにわたり、「米」を中心とした人の営みが継承されていることは、日本人における唯一無二の「幸せ」であり、それを「感じる」ことができる地域として、来訪者に「おかえりなさい」といえる「すみか」として、人が滞留できる拠点形成により地方創生を目指す。 ・国が推進する「地方創生」の流れに乗って地域間競争に勝ち抜くための手段として本構想・計画を作成する。 ・本構想・計画は、玉名市の地域活性化のため「観光」という切り口により、地域の交流人口を増加させ、関連消費を増やし、民間投資を促し、定住の維持促進に導くことを目的とする。

	・「地方創生」の一翼を担う民間団体として当法人は地域経営を担う「玉名版 DMO」としての機能を形成する。 ≪戦略≫「機会要因」と「関係資源」を活用し、「相互扶助」の精神による地域連携事業を展開 ≪戦術≫公的資金を活用した住民・行政・民間「三方両立」事業により「観光投資額」を増大

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。	※戦略の共有方法について記入すること （例）部会、ワーキンググループ、ＨＰ、事業報告書の説明会 地域経済団体（商工会議所、商工会、商店会、その他市民団体）が活動を行うイベント等の実行委員会への参加により、地域の関連事業者とのコミュニーションの場を設ける（２～３月に１回程度）とともに、観光事業者に対してのコンサルティング等を実施。
	・当法人の「定時社員総会」をオープン化し、市民への情報公開について地域メディア（ケーブルテレビ等）を活用 ・当法人会員及び協力事業者（取引事業者約 150 社）向けの事業実績報告会の開催 ・地域連携会議（県が主導）や定住自立圏、まちひとしごと創生総合戦略審議会等の官民で進める政策について連携 ・日本遺産認定地域内の（菊池市・山鹿市・和水町・玉名市）行政・団体・事業者との情報共有 ・市民が中心となって活動する地域まちづくり団体との連携
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	当法人が H23～運営管理を行っている観光交流施設において、日常的に観光客とのコミュニケーションを図るとともに、観光パンフレットや観光情報の問い合わせ先として当法人を掲載していることから、地域の提供サービスに関するフィードバックが一元化されつつある。この多角度的なフィードバック情報について、整理分析を行い行政並びに関連事業者に対する情報提供を実践している。特に、クレームについては情報元と発生元における状況確認を行い、仲裁的な役回りを率先しサービスの維持向上に努めている。さらに、一昨年改訂した「玉名市観光振興計画」内に、「持続可能な観光」を各事業の横断的な推進施策として国際的な観光地域基準への取り組みを加え、飲食店や宿泊施設をはじめとする地域が提供する観光サービスに係る品質保証制度普及に取り組んでいる。また、昨年度においては税制改革に伴う「インボイス制度」や「電帳法」に基づくペーパーレス化への取り組みについて、SDGs の普及とともに観光 DX の推進に寄与する活動を継続中。
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	先述した将来的なマネジメント地域（熊本県北地域）におけるワンストップ窓口の実践としてポータルサイトの拡充を図っている。具体的には、地域 DMO としてのマネジメント区域内以外の関連商品（地域物産品、体験プログラム等の観光商品）についても販売窓口を一本化し、情報の受発信のプラットフォーム化を進めている。また、ＳＮＳを利用した地域情報の発信を継続するとともに、連携する自治体の負担金を活用したマーケティング及びプロモーション実施。

※各取組について、出来る限り具体的に記入すること。

様式１

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		2022（Ｒ４）年度	2023（Ｒ５）年度	2024（Ｒ６）年度	2025（Ｒ７）年度	2026（Ｒ８）年度	2027（Ｒ９）年度
●旅行消費額（百万円）	目標	8,000	9,000	9,000	9,000	10,000	10,000
		(45)	(50)	(50)	(50)	(50)	(50)
	実績	8,363	11,698	11,889			
		(　)	(　)	(　)			
●延べ宿泊者数（千人）	目標	60	90	90	90	100	100
		(5)	(4)	(5)	(5)	(5)	(5)
	実績	99	121	126			
		(0.1)	(3.3)	(6)			
●来訪者満足度（%）	目標	85	85	85	85	85	85
		(　)	(　)	(　)	(　)	(　)	(　)
	実績	80	80	82			
		(　)	(　)	(　)			
●リピーター率（%）	目標	85	85	85	85	85	85
		(　)	(　)	(　)	(　)	(　)	(　)
	実績	85	85	85			
		(　)	(　)	(　)			

※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 4 年度に「第 2 期玉名市観光振興計画」を策定（2023-2027）に付随した各種調査をもとに KPI の基本的なデータについて再設定を行った。【単位：円】

調査年	分類	交通	土産	飲食	宿泊	体験	その他	合計
2022	日帰り	1,717	1,140	1,841		575	97	5,370
	宿泊	3,474	2,291	3,629	8,437	1,062	1,543	20,436
2012	日帰り	1,120	643	1,189		345	200	3,498
	宿泊	3,923	850	1,277	6,538	275	5,115	18,301

【設定にあたっての考え方】

●旅行消費額：上記調査結果をもとに来訪者総数から算出
●延べ宿泊者数：玉名市が実施する観光調査の数値をもとに算出
●来訪者満足度、リピーター率：平成 27 年度～独自来訪者アンケート調査実施

目標値については当初調査による数値を維持目標として設定し、毎年の目標値として固定した経緯がある。定点観測を目的とした調査のため毎年同時期の地域最大のイベント来訪者を対象としている。調査はボランティアによる対面記入式（近年はフォーム入力も実施）で行っている。満足度及びリピーターに関する設問が紙面の都合上 2 択の設定となっており、回答が固定化している現状が見受けられる。このため調査方法を再検討し目標値の再設定を本年度実施する予定である。

※上記に加え関係事業者向けのＤＭＯ認知度調査を実施、地域内の目標数値の共有に努めた。

様式１

目標数値については市の目標並びに当法人内の努力目標として設定。伸び率については想定される玉名市観光関連予算の増額に対する費用対効果を勘案。

（２）その他の目標

指標項目		2022（Ｒ４）年度	2023（Ｒ５）年度	2024（Ｒ６）年度	2025（Ｒ７）年度	2026（Ｒ８）年度	2027（Ｒ９）年度
●協会職員数（人）	目標	11	12	12	12	12	12
		(1)	(1)	(1)	(1)	(1)	(1)
	実績	12	12	11			
		(1)	(1)	(1)			
●ワンストップ窓口観光案内（件）	目標	7,000	7,500	8,000	8,000	8,000	8,000
		(70)	(75)	(80)	(80)	(80)	(80)
	実績	7,878	7,808	7,633			
		(　)	(69)	(58)			
●HP アクセス数（件）	目標	200,000	220,000	250,000	250,000	300,000	300,000
		(2,000)	(2,200)	(2,500)	(2,500)	(3,000)	(3,000)
	実績	280,369	333,055	301,652			
		(16,822)	(20,649)	(19,222)			
●法人会員数（会員）	目標	80	70	75	80	80	90
		(　)	(　)	(2)	(3)	(3)	(　)
	実績	62	66	78			
		(　)	(1)	(1)			
●住民満足度	目標			80			
		(　)	(　)	(　)	(　)	(　)	(　)
	実績			63			
		(　)	(　)	(　)			

※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】

※ＫＰＩとして設定する項目や年次及び目標数値に関して、その検討のプロセスや考え方を項目ごとに出来る限り具体的に記入すること。

観光による地域づくりの成果指標として、当法人の継続的な経営能力を指標として設定。具体的には、経営規模（職員数）、組織能力（案内処理数）、情報発信力（HP アクセス）、地域への認知度（会員数）評価・見直しのタイミングとしては、当法人の DMO 構想（10 年間）に基づき前期 5 年後期 5 年の検証時とする。

【設定にあたっての考え方】

●協会職員数

地域における継続可能な法人として定着させるため、地域出身者を率先的に雇用し育成

●ワンストップ窓口での観光案内数

当法人が運営する観光交流施設（新幹線駅内）が地域観光の拠点であることから、観光客来訪推移の指標として位置づけ

●HP アクセス数

地域独自の情報をマーケットインの視点で発信し、そのフィードバックを検証する PDCA サイクルを実践するための指標（目標値については見直し予定）

●協会会員数
当法人の社会的地位の向上と「地消地産」による経済循環を活性化するため会員数の増加を目指す上記、数値については市の目標並びに当法人内の努力目標として設定。伸び率については想定される玉名市観光関連予算の増額に対する費用対効果を勘案。

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）	
2022（Ｒ４）年度	50,338,354（円）	【会費収入】 【収益事業収入】 【指定管理等、受託収入】 【補助金等（地方創生含む）】 【雑収入】	490,000（円） 13,981,201（円） 20,029,164（円） 15,544,000（円） 293,989（円）
2023（Ｒ５）年度	55,006,634（円）	【会費収入】 【収益事業収入】 【指定管理等、受託収入】 【補助金等（地方創生含む）】 【雑収入】	975,000（円） 15,924,171（円） 19,328,800（円） 18,503,000（円） 275,663（円）
2024（Ｒ６）年度	55,918,180（円）	【会費収入】 【収益事業収入】 【指定管理等、受託収入】 【補助金等（地方創生含む）】 【雑収入】	850,000（円） 14,694,683（円） 21,984,405（円） 18,233,000（円） 156,092（円）
2025（Ｒ７）年度	66,000,000（円）	【会費収入】 【収益事業収入】 【指定管理等、受託収入】 【補助金等（地方創生含む）】 【雑収入】	1,000,000（円） 20,000,000（円） 30,000,000（円） 15,000,000（円） 0（円）
2026（Ｒ８）年度	66,000,000（円）	【会費収入】 【収益事業収入】 【指定管理等、受託収入】 【補助金等（地方創生含む）】 【雑収入】	1,000,000（円） 20,000,000（円） 30,000,000（円） 15,000,000（円） 0（円）
2027（Ｒ９）年度	66,000,000（円）	【会費収入】 【収益事業収入】 【指定管理等、受託収入】 【補助金等（地方創生含む）】 【雑収入】	1,000,000（円） 20,000,000（円） 30,000,000（円） 15,000,000（円） 0（円）

（２）支出

年（年度）	総支出	内訳（具体的に記入すること）
2022（Ｒ４）年度	45,356,306（円）	【一般管理費】 40,356,306（円） 【プロモーション】 600,000（円） 【受入環境整備等】 400,000（円） 【コンテンツ開発】 1,000,000（円） 【マーケティング】 2,000,000（円） 【イベント開催費】 1,000,000（円）
2023（Ｒ５）年度	59,199,696（円）	【一般管理費】 39,199,696（円） 【プロモーション】 600,000（円） 【受入環境整備等】 15,400,000（円） 【コンテンツ開発】 1,000,000（円） 【マーケティング】 2,000,000（円） 【イベント開催費】 1,000,000（円）
2024（Ｒ６）年度	54,301,911（円）	【一般管理費】 32,604,807（円） 【プロモーション】 1,064,170（円） 【受入環境整備等】 16,632,934（円） 【コンテンツ開発】 1,000,000（円） 【マーケティング】 2,000,000（円） 【イベント開催費】 1,000,000（円）
2025（Ｒ７）年度	60,000,000（円）	【一般管理費】 46,000,000（円） 【プロモーション】 600,000（円） 【受入環境整備等】 9,400,000（円） 【コンテンツ開発】 1,000,000（円） 【マーケティング】 2,000,000（円） 【イベント開催費】 1,000,000（円）
2026（Ｒ８）年度	60,000,000（円）	【一般管理費】 46,000,000（円） 【プロモーション】 600,000（円） 【受入環境整備等】 9,400,000（円） 【コンテンツ開発】 1,000,000（円） 【マーケティング】 2,000,000（円） 【イベント開催費】 1,000,000（円）
2027（Ｒ９）年度	60,000,000（円）	【一般管理費】 46,000,000（円） 【プロモーション】 600,000（円） 【受入環境整備等】 9,400,000（円） 【コンテンツ開発】 1,000,000（円） 【マーケティング】 2,000,000（円） 【イベント開催費】 1,000,000（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

区域を構成する地方公共団体における宿泊税の導入、着地型旅行商品の造成･販売等の取組･方針を記載

・マネジメント区域拡大により、構成する地方公共団体の負担金徴収を検討
・収益事業の物販部門、飲食部門の販路拡大とともに受託事業の強化による自主財源拡大
・事業パートナーとなる民間企業との「企業版ふるさと納税」交渉
・長期事業計画に対する民間企業からの支援獲得

様式１

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

※設定対象区域の都道府県及び市町村が、本法人を当該都道府県・市町村における観光地域づくり法人として認める旨を含む意見を記入すること。
熊本県玉名市は、本市総合計画並びに観光振興計画における施策を主体的に推進するする組織である（一社）玉名観光協会を観光地域づくり法人と位置づけ、地方創生並びに観光地域づくりを推進します。

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）

重複なし

１０．記入担当者連絡先

担当者氏名	塩山　仁
担当部署名（役職）	観光ほっとプラザたまララ（ＤＭＯ専門員）
郵便番号	865-0006
所在地	熊本県玉名市両迫間 308
電話番号（直通）	0968-57-9663
ＦＡＸ番号	0968-73-3803
Ｅ－ｍａｉｌ	1507kanko@gmail.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	熊本県玉名市
担当者氏名	池本　修明
担当部署名（役職）	玉名市産業経済部　観光物産課
郵便番号	865-0025
所在地	熊本県玉名市高瀬 290-1
電話番号（直通）	0968-73-2222
ＦＡＸ番号	0968-73-2220
Ｅ－ｍａｉｌ	s-ikemoto@city.tamana.lg.jp

（登録）【地域DMO】 一般社団法人　玉名観光協会

様式2

記入日：　令和　7年11月6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】
　熊本県　玉名市
【設立時期】 平成26年3月（法人登記）
【設立経緯】 区域の観光協会がDMOに移行
【代表者】 清水　博明（法人の代表理事は丸山晃範）
【マーケティング責任者（CMO）】 （代表者が兼任）
【財務責任者（CFO）】 飯干綾希子【職員数】 11人（常勤4人（正職員4人・出向等0人）、非常勤7人）
【主な収入】
収益事業41百万円、委託事業21百万円、補助金等18百万円（R6年度決算）
【総支出】
　事業費　21百万円、一般管理費　39百万円（R6年度決算）
【連携する主な事業者】
熊本県・玉名市及び近隣自治体、当法人会員を中心とした事業者及び団体、収益事業・受託事業実施による取引事業者・パートナー企業　等

KPI（実績・目標）

※（　）内は外国人に関するもの。

項目		2022（R4）年度	2023（R5）年度	2024（R6）年度	2025（R7）年度	2026（R8）年度	2027（R9）年度
旅行消費額（百万円）	目標	8,000（45）	9,000（50）	9,000（50）	9,000（50）	10,000（50）	10,000（50）
	実績	8,363（　）	11,698（　）	11,889（　）	—	—	—
延べ宿泊者数（千人）	目標	60（5）	90（4）	90（4）	90（5）	100（5）	100（5）
	実績	99（0.1）	121（3.3）	126（6）	—	—	—
来訪者満足度（%）	目標	85（　）	85（　）	85（　）	85（　）	85（　）	85（　）
	実績	80（　）	80（　）	82（　）	—	—	—
リピーター率（%）	目標	85（　）	85（　）	85（　）	85（　）	85（　）	85（　）
	実績	85（　）	85（　）	85（　）	—	—	—

戦略

【主なターゲット】
福岡都市圏を中心とした九州内及び関西以西の地域、日常的な観光を好む情報発信力の高いSNSユーザー、スポーツ・健康・スローライフ志向
【ターゲットの誘客に向けた取組方針】
公共交通からの2次交通手段を補完し、ラストワンマイルをつなぐ交通手段として「E-bike（電動アシスト付き自転車）」を導入し、「移動の価値化」という新たなツーリズムを磨き上げる
【観光地域づくりのコンセプト】
『二千年の幸福を「感幸」できる「すみか」を創生』
通過点から脱却し、滞留拠点を目指す

具体的な取組

【観光資源の磨き上げ】
・R2年誘客多角化実証事業（観光庁）等により、地域資源の高付加化を実施
・R3年交付金事業を活用し、持続可能な旅行商品開発、音楽を活用したコンテンツ開発、アウトドアと温泉を結び付けた旅行商品の開発を実施
【受入環境の整備】
・R5年～新たな顧客を誘致し滞在時間の延長及び消費単価の増額を目指し「モビリティツーリズム」事業を開始

【情報発信・プロモーション】
・WEBプラットフォーム構築事業
・R1年WEBサイト販売機能強化
・R2年～広域連携事業（菊池川流域日本遺産）においてHP・SNSを活用した情報発信を開始
【その他】
R2年～3　コロナ対策事業（各種交付金事業）の受託・実施
地域事業者DX支援及び各種申請支援の実施