観光地域づくり法人形成･確立計画

記入日：令和 7 年　7 月 28 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	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	９人【常勤８人（正職員８人、非常勤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） 柊崎　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た経験がある。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） 髙田　健生	小林まちづくり株式会社に勤務し、4 年目を迎える。令和７年４月より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） 大山　勝士	総合旅行業管理者資格を有し、40 年以上旅行業に従事してきた知識や経験から旅行商品の造成や販売業務において高い能力を有す。

様式１

連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	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） 小林市教育委員会国スポ・障スポ推進室（国スポ・障スポにかかるPR）	
連携する事業者名及び役割	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） 宮崎県農業協同組合こばやし地区本部（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）	
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	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、宮崎県農業協同組合こばやし地区本部、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。 ※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。 ※令和６年４月より、宮崎県内の全13のJAが合併し、こばやし農業協同組合から宮崎県農業協同組合こばやし地区本部に名称が変更となった。 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。	
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	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。	
法人のこれまでの活動実績	**【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。	

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。

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。

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。

令和６年１月より小林市、えびの市、高原町の３市町で広域観光の推進を目的とした「北きりしま広域観光推進協議会」が設立され、構成団体の一員として参画し、実務を担当する。

令和６年４月より県営国民宿舎えびの高原荘・県営えびの高原スポーツレクレーション施設の指定管理者に選定され運営を開始。

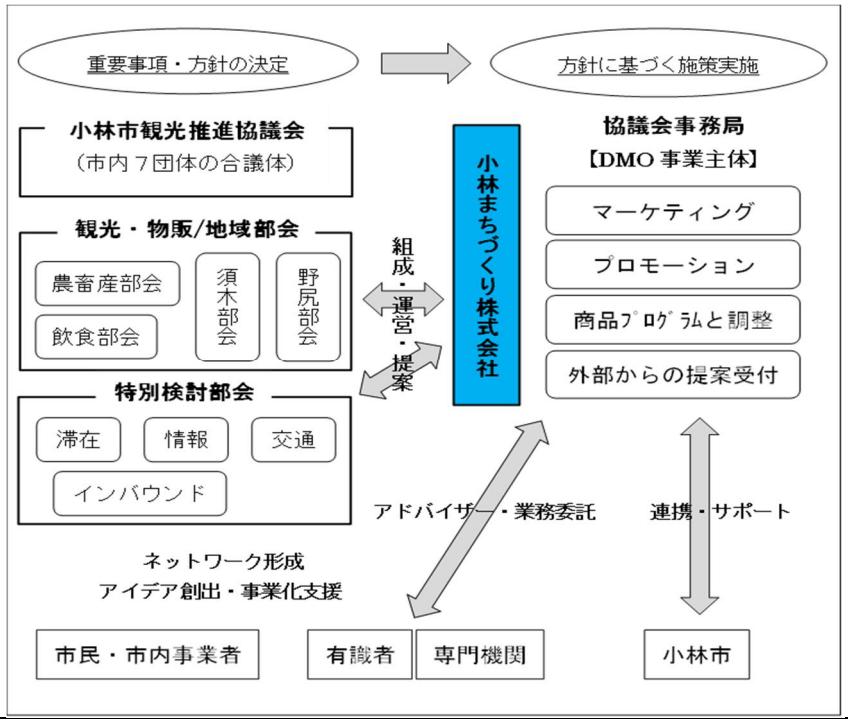
事業	実施概要
情報発信・プロモーション	・宮崎県内初、「ことりっぷ」とタイアップした小林市の観光パンフレットを制作（２０１８年） ・「ＪＡＰＡＮ ＥＸＰＯ２０１８」等の旅行博へ参加・ＰＲ（２０１８年） ・新聞、TV 等のメディアを活用したプロモーション（２０１８年～） ・国内向け観光パンフレットの制作（２０１９年～） ・「ツーリズムＥＸＰＯジャパン」に出展（２０１９年） ・コロナの影響を鑑みて、「域内観光」促進を目的に、県内向けの情報誌を活用したＰＲ（２０２０年～） ・台湾・香港の現地旅行会社１２社に対して、オンラインファムトリップを実施（２０２１年） ・インバウンドＰＲ（アジア圏向け）インフルエンサー招聘（２０２２年） ・「食」をテーマに統一したプロモーションを実施するため、小林市・小林商工会議所と連携し、「こばやし肉丼プロジェクト」を設立（２０２３年～） ・台北国際旅行博（ＩＴＦ）に参加、現地旅行会社への営業活動（２０２３年～） ・台湾現地旅行会社やメディアに向けたダイレクトメールやＧｏｏｇｌｅ広告を活用した情報発信（２０２３年～）
受入環境の整備	・観光ガイド養成講座を開始（２０１８年） ・インバウンド（欧米圏）の受入環境の整備として、自社ホームページに英語、フランス語のランディングページを制作（２０１８年～） ・自社ＨＰから企画体験プランの申込（リクエスト）が出来る仕組みを構築（２０１９年～） ・小林市内で開催されるイベント情報を AI が自動的に収集し、自社ホームページにデータ連携する機能を導入。（２０２２年～） ・インバウンド（アジア圏）の受入環境の整備として、自社ホームページに繁体字のランディングページを制作（２０２３年～）

様式１

	観光資源の磨き上げ	・ＤＭＯ法人承認後、初の事業となるＪＲ九州との日帰りイベント「Ａ列車で行こう」の開催（２０１７年） ・着地型ツアーの企画販売（２０１８年～） ・観光庁「誘客多角化等のための魅力的な多剤コンテンツ造成」実証事業を活用し、小林市・ANA 総合研究所・地元事業所などと共に、生駒エリアでグランピングモニター事業を企画・運営（２０１９年） ・「サイクルロゲイニング in 北霧島」を開催（２０２１年～） ・環境省「令和３年度国立・国定公園での滞在型ツアー推進事業」を活用し、近畿日本ツーリストとの連携事業として、小林の食と自然の魅力を肌で感じる「地元食材」×「星空」×「人」によるおもてなし体験イベントをひなもりオートキャンプ場で開催（２０２１年） ・「ななつ星 in 九州」JR 九州吉都線入線、ツアー受入れを開始（２０２２年） ・台湾現地旅行会社を招聘し、観光スポット・飲食・宿泊施設などを視察してもらうファムトリップツアーを実施（２０２４年） ・小林青年会議所のインバウンド事業で造成したＡＴツアーのモニターを実施（２０２４年） ・「宮崎県（県西地域）の強みを生かした誘客事業」の業務委託を受け、北きりしま地域（小林、えびの、高原）を周遊するツアー、イベントの実施（２０２４年）
	【定量的な評価】 ・着地型ツアー商品の販売 ツアー客：４０４名 ・お土産品開発売り上げ（令和６年度） ポップコーン：販売個数４，１３０個　１，９８４，０４０円 アイスクリーム：販売個数５９４個　２０７，９００円 北霧島のおいしい水：販売個数２０９個　２１，３１８円 ・ＮＥＸＣＯ西日本と小林の魅力をＰＲするメニュー開発（霧島ＳＡにて） 霧島チーズ辛麺：販売個数７３５食　売上 ７２０,３００円 イタリアン風辛麺：販売個数６３食　売上 ６３,０００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。	

様式１

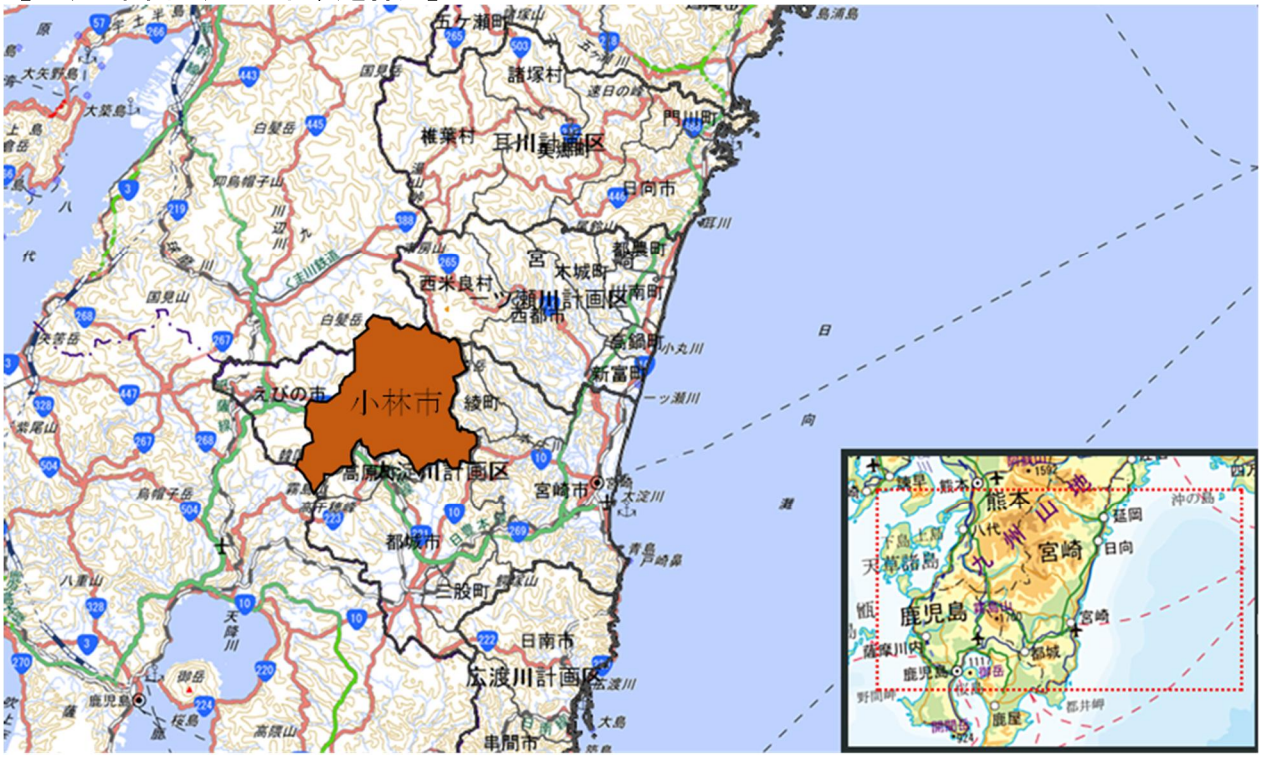
【実施体制図】


重要事項・方針の決定
方針に基づく施策実施
小林市観光推進協議会
（市内７団体の合議体）
観光・物販/地域部会
農畜産部会
飲食部会
須木部会
野尻部会
特別検討部会
滞在
情報
交通
インバウンド
組成・運営・提案
小林まちづくり株式会社
協議会事務局
【DMO 事業主体】
マーケティング
プロモーション
商品ﾌﾟﾛｸﾞﾗﾑと調整
外部からの提案受付
アドバイザー・業務委託
連携・サポート
ネットワーク形成
アイデア創出・事業化支援
市民・市内事業者
有識者
専門機関
小林市

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】

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：５７９，４９８人（令和６年）　※観光施設等からの聞き取り
・延べ宿泊者数：４１，５０６人（令和６年）　※宿泊施設等からの聞き取り
・旅行消費額：３，４２９百万円（令和６年）　※旅行者への聞き取り

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：

ＪＡこばやし百笑村、花の駅 生駒高原、四季彩館、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、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：

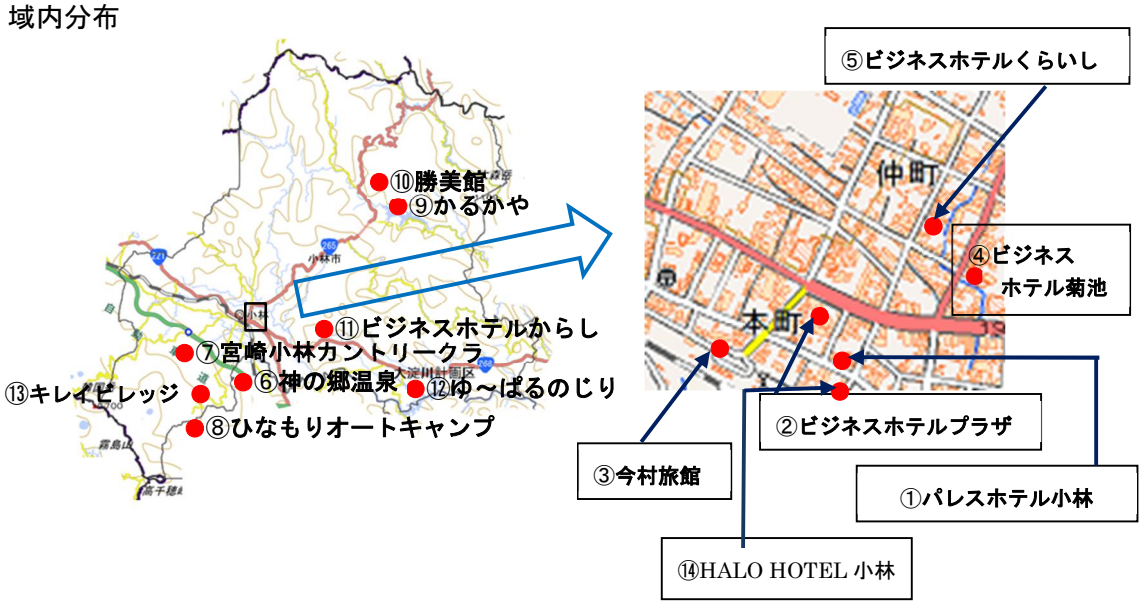
小林総合運動公園、市民体育館、生駒高原観光レクレーションセンター、宮崎小林カントリークラブ、野尻大塚原運動公園、九州陸連合宿、オリンピック合宿受入ほか

６．イベント：

・生駒高原はなフェスタ（４月～５月）
・出の山ホタルまつり（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オーク（２月）
・こばやし霧島連山絶景マラソン大会（３月）
・まきばの桜まつり（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（解体）	古民家 4 棟（1 棟貸し切り）	
⑩	勝美館（休業）	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	

※⑨のかるかやは、令和９年に宮崎県で開催される国民スポーツ大会（国スポ）のカヌー競技、ローイング競技の施設整備のため、令和６年３月３１日を以って営業終了、解体された。
代替宿泊施設の整備を令和７年度以降進める方針。

【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
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）
③自社ホームページは 3 ヶ国語（英・仏・中（繁体字））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 年度に繁体字のランディングページを制作

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
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

様式１

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

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	**強み（Strengths）** **・自地域で積極的に活用できる強みは何か？** ・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ＩＣ）がある	**弱み（Weaknesses）** **・自地域で改善を必要とする弱みは何か？** ・観光資源のＰＲ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（ＪＲ、バス） ・地産商品の売り場が少ない
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？** ・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 ・鹿児島空港、宮崎空港の台湾直行便回復	**脅威（Threat）** **・自地域にとって逆風となる要素は何か？** ・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 ・霧島連山の噴火活動

※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
九州４県（宮崎・鹿児島・熊本・福岡）

〇選定の理由
　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ＩＣ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。
　令和６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 63.9%、鹿児島県 13.7%、熊本県 7.4%、福岡県 6.9%、その他九州圏内 1.7%、九州圏外 6.4%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。

〇取組方針

昨年度から取り組んでいる「こばやし肉丼プロジェクト」に加えて、「フルーツ×スイーツ」など食をテーマとした地域ブランドの推進事業を実施、九州内向けの観光情報誌やＳＮＳ等でのＰＲを通して、近隣県からの誘客を図る。また主要な観光施設との連携体制を強化し、共同での観光プログラム造成などに取り組み観光客数、消費額の増加を目指す。 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。
○ターゲット層 メインターゲット　アジア圏（台湾・香港）
○選定の理由 近隣空港（宮崎空港、鹿児島空港）に直行便があり、本市の魅力である年間を通じて楽しめるフルーツ狩りや地方ならではの自然を感じる景観・体験・食がターゲット国としてマッチすると考えるため ○取組方針 昨年度現地旅行会社を招聘したファムトリップツアーのアンケート結果を元に、団体ツアーの商品造成を図る。また昨年度制作した繁体字ランディングページの更なる充実を図り、台湾向けにサイトのＰＲを強化する。

（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。

様式１

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。

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	3,646	3,731	3,816	3,900	4,100	4,300
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	3,188	3,662	3,429			
		（ ）	（ ）	（ ）			
●延べ宿泊者数（千人）	目標	48.000	55.816	62.897	63.000	66.000	70.200
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	50.742	57.156	41.506			
		（ ）	（ ）	（ ）			
●来訪者満足度（%）	目標	84.2	84.2	84.2	84.2	85.2	86.2
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	83.0	81.3	80.8			
		（ ）	（ ）	（ ）			
●リピーター率（%）	目標	92.2	93.4	90.9	90.9	91.9	92.9
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	90.9	85.6	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 5 年と比較すると、令和 6 年は旅行消費額が 233 百万円減少、宿泊者数が 15,650 人減少となった。要因として、前年度まで活用していたみやざき旅行支援割キャンペーン等の終了や、年間を通した天候不良による屋外施設の入込客数の減少が考えられる。令和 7 年の目標値については、全天候型施設の活用や広域観光の推進を図り誘客を目指しながら、前年の目標値を参考に設定する。

【設定にあたっての考え方】

●旅行消費額

周遊促進に向けた戦略的な観光プロモーションを図り、観光客数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 7 年は小林市総合計画の目標値を設定する。

●延べ宿泊者数

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 7 年は前年の数値の目標を設定する。※端数切り上げ

●来訪者満足度

前年度比－0.5%。昨年同様に「交通アクセス」の満足度の割合が低くなっている。
令和 7 年は前年の目標値を設定する。

●リピーター率

前年比－0.6%。昨年同様に「はじめて」の割合が多くなっている。
はじめての割合が多い観光地「すきむらんど」、「ひなもりｵｰﾄｷｬﾝﾌﾟ場」、「霧島 SA 下り」
令和 7 年は前年の目標値を設定する。　令和 6 年は令和 4 年の実績値を目標値に設定する。

様式１

（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
●観光入込客数 （人）	目標	860,000	880,000	900,000	920,000	940,000	960,000
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	579,315	655,271	579,498			
		（ ）	（ ）	（ ）			
●WEB サイトアクセス数 （回）	目標	79,346	132,402	106,821	172,000	189,000	208,000
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	101,848	97,110	156,400			
		（ ）	（ ）	（ ）			

※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 5 年と比較すると、令和 6 年は観光入込客数が 75,773 人減少。要因として上記と同様に前年度まで活用していたみやざき旅行支援割キャンペーン等の終了や、年間を通した天候不良による屋外施設の入込客数の減少が考えられる。ＷＥＢサイトアクセス数は近年のデジタル需要の高まりに伴い、大幅な増加傾向となっている。

令和 7 年の目標値については、広域観光の推進と共に SNS などオンライン上での情報発信を行うことや全天候型の施設の活用により誘客を目指すことから、令和 6 年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

広域観光の推進を図り、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 7 年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＋59,290 回。定期的な SNS での発信や AI によるイベント集約機能を活用した情報発信の一本化により昨年度に比べてアクセス数が増加している。

令和 7 年は令和 6 年実績値の約 110%で設定。※端数切捨て

様式１

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	41,964,931（円）	【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	50,594,401（円）	【市町村からの補助金】47,018,000 円 【都道府県からの補助金】311,073 円 【自己資金】1,752,400 円 【収益事業】1,512,928 円
2024（Ｒ６）年度	47,312,461（円）	【市町村からの補助金】44,042,000 円 【都道府県からの補助金】300,000 円 【自己資金】1,835,135 円 【収益事業】1,094,967 円 【繰越金】40,359 円
2025（Ｒ７）年度	51,032,052（円）	【市町村からの補助金】46,776,000 円 【自己資金】2,130,000 円 【収益事業】2,040,000 円 【繰越金】86,052 円
2026（Ｒ８）年度	51,106,000（円）	【市町村からの補助金】46,776,000 円 【自己資金】2,130,000 円 【収益事業】2,200,000 円
2027（Ｒ９）年度	51,306,000（円）	【市町村からの補助金】46,776,000 円 【自己資金】2,130,000 円 【収益事業】2,400,000 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	41,964,931（円）	【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	50,554,042（円）	【人件費】27,767,151 円 【委託費】6,617,664 円 【プロモーション費】4,909,721 円 【事業費】2,478,023 円 【運営費他】8,781,483 円

2024（Ｒ６） 年度	46,526,409（円）	【人件費】25,498,566 円 【委託費】5,774,650 円 【プロモーション費】3,174,609 円 【事業費】2,728,082 円 【運営費他】9,350,502 円
2025（Ｒ７） 年度	51,032,052（円）	【人件費】30,097,000 円 【委託費】5,774,000 円 【プロモーション費】3,260,000 円 【事業費】2,980,000 円 【運営費他】8,921,052 円（円）
2026（Ｒ８） 年度	51,106,000（円）	【人件費】30,097,000 円 【委託費】5,774,000 円 【プロモーション費】3,260,000 円 【事業費】3,053,948 円 【運営費他】8,921,052 円（円）
2027（Ｒ９） 年度	51,306,000（円）	【人件費】30,097,000 円 【委託費】5,774,000 円 【プロモーション費】3,260,000 円 【事業費】3,253,948 円 【運営費他】8,921,052 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、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．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】

（例）エリアが重複する●●ＤＭＯとは、月に一度の連絡会を行い、各取組の意見交換を行っている。

【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】

※重複する活動がないか、第三者から見た際に合理的と捉えられる役割分担になっているか等を踏まえて記入すること。

【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	髙田　健生
担当部署名（役職）	観光推進部マネージャー
郵便番号	886-0004
所在地	宮崎県小林市細野 1829-16 KITTO 小林
電話番号（直通）	0984-22-8684
ＦＡＸ番号	0984-22-8685
Ｅ－ｍａｉｌ	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
ＦＡＸ番号	0984-23-1197
Ｅ－ｍａｉｌ	k_syoukan@city.kobayashi.lg.jp

（登録）【地域DMO】小林まちづくり株式会社

様式2

記入日：　令和7年　7月　28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】
②役割分担等をした上でDMO新設　※R4に統合
【代表者】　柊崎　庄二
【マーケティング責任者（CMO）】　木村　洋文
【財務責任者（CFO）】　髙田　健生
【職員数】　９人（常勤8人（正職員8人、非常勤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109万円（令和6年度決算）
【総支出】
　事業費　11百万円、一般管理費　35百万円（令和6年度決算）
【連携する主な事業者】
宮崎県農業協同組合こばやし地区本部、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、宮崎県観光協会

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	3,646（　）	3,731（　）	3,816（　）	3,900（　）	4,100（　）	4,300（　）
	実績	3,188（　）	3,662（　）	3,429（　）	—	—	—
延べ宿泊者数（千人）	目標	48.000（　）	55.816（　）	62.897（　）	63.000（　）	66.000（　）	70.200（　）
	実績	50.742（　）	57.156（　）	41.506（　）	—	—	—
来訪者満足度（%）	目標	84.2（　）	84.2（　）	84.2（　）	84.2（　）	85.2（　）	86.2（　）
	実績	83.0（　）	81.3（　）	80.8（　）	—	—	—
リピーター率（%）	目標	92.2（　）	93.4（　）	90.9（　）	90.9（　）	91.9（　）	92.9（　）
	実績	90.9（　）	85.6（　）	85（　）	—	—	—

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】
国内は食をテーマとした「肉丼プロジェクト」や「フルーツツーリズム」を、九州内向けの観光情報誌やSNS等でのPRを通して、入込光客数、消費額の増加を目指す。アジア圏（香港、台湾）は団体ツアー商品の造成、実施する。
【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】
・巣之浦川大滝ツアーの実施
・こばやし肉丼プロジェクト
・こばやしフルーツツーリズム

【受入環境整備】
・繁体字のランディングページの内容更新
・AIによるイベント集約システムの活用

【情報発信・プロモーション】
・台湾現地旅行会社メディアに対する情報発信
・食をテーマにしたコンテンツのPR

【その他】
・北きりしま広域観光推進協議会でのモニターツアーの実施