観光地域づくり法人形成･確立計画

記入日：令和７年７月１５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	一般社団法人 嬉野温泉観光協会	
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 佐賀県嬉野市	
所在地	佐賀県嬉野市嬉野町大字下宿乙 2202-55	
設立時期	平成１９年８月１４日（法人登記した日）	
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	１１名	
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）	（氏名） 北川　健太 （出身組織名） 旅館「大村屋」	嬉野温泉で一番古い歴史を持つ老舗旅館に生まれる。旅館経営の傍ら、まち歩きやスリッパ卓球、嬉野茶時などユニークなイベントを次々と企画、実施。地域観光をマネジメントする観光庁の観光地域づくり法人（DMO）への同協会の登録や、嬉野市営広川原キャンプ場の管理者指定などに尽力した。
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	（氏名） 松本 泰宏「専従」 （出身組織名） （一社）嬉野温泉観光協会 事務局長	民間企業にて３３年間勤務の後、嬉野温泉観光協会にて事務局長として勤務。民間企業勤務中には、佐賀県産業支援センターの専門家派遣事業において専門家登録し、国際規格 ISO の認証取得など事業者に対する経営支援の実績を持つ。
財務責任者（ＣＦＯ：チーフ・フィナンシャル・オフィサー）	（氏名） 山口 健一郎「専従」 （出身組織名） （一社）嬉野温泉観光協会 専務理事	長年、嬉野市の観光振興に尽力するなど嬉野温泉観光協会の事業を牽引する。事業計画や決算書作成の経験は豊富。国、佐賀県と連携し事業に積極的に参画する。嬉野市内の人脈も豊富である。
旅行商品の造成･販売の責任者（国内）	（氏名） 千代田 義治 （出身組織名） （一社）嬉野温泉観光協会	長年、旅行業界で従事し国内を始め、海外及び訪日旅行者向けの旅行商品企画・造成マーケティング、販売に強みを持つ。総合旅行業務取扱管理者資格を所持。嬉野温泉の特徴を活かした商品プランを生み出し、高い商品販売力を身に着けている。

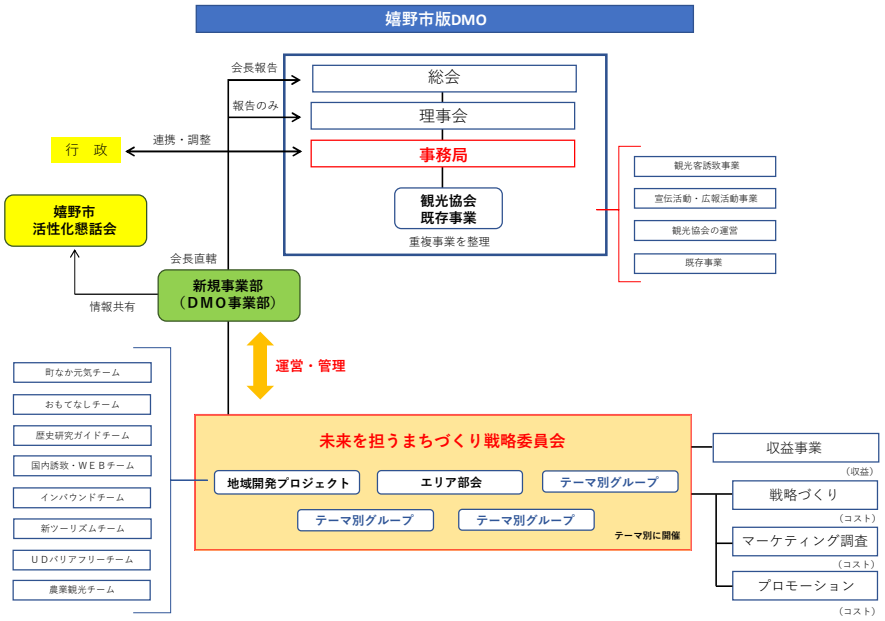
様式１

旅行商品の造成･販売の責任者（インバウンド）	（氏名） 下田　高嘉 （出身組織名） （株）和楽園 代表取締役	長年、嬉野市観光プロジェクト会議インバウンドチームのリーダーであり、インバウンド向けの商品開発を牽引してきた。（一社）嬉野温泉観光協会、嬉野温泉旅館組合とのネットワークも強く観光地域づくりのまとめ役でもある。
ＩＴ（インターネットマーケティング）の責任者	（氏名） 廣川 清文 （出身組織名） 廣川鮮魚	嬉野市地域力開発プロジェクトの国内誘致・WEB チームの WEB グループ長。IT のスキルがあり、嬉野温泉観光協会の HP の更新作業を担っている。WEB 制作・編集に強みを持つ。
ＩＴ（インターネットマーケティング）の担当者	（氏名） 下村　宗史 （出身組織名） Shimomura Cycles	嬉野市の情報一元化に伴うシステム整備に尽力。嬉野温泉観光協会の HP 運営を担うほか、嬉野温泉商店街組合の HP 運営等を担っている。IT スキルがあり、WEB 制作・編集に強みを持つ。
連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	◆嬉野市 産業振興部 観光商工課 （観光振興に関わる基盤整備、観光資源の保全、マーケティング 他） ◆嬉野市 建設部 新幹線まちづくり課（新幹線を活かした観光振興 他） ◆嬉野市 産業振興部 茶業振興課　　（うれしの茶を活用した観光振興他） ◆嬉野市 産業振興部 農業政策課（農産物を活かした観光振興・特産品開発 他） ◆嬉野市 総合戦略推進部 企画政策課 （地域振興に関わる基盤整備 他） ◆嬉野市 総合戦略推進部 文化・スポーツ振興課 （スポーツを活かした観光振興・観光商品開発 他） ◆嬉野市 教育部 教育総務課　（文化財を活かした観光振興・観光商品開発 他）	
連携する事業者名及び役割	◆一般社団法人 嬉野温泉観光協会 ・国内外誘客事業、情報発信、ﾌﾟﾛﾓｰｼｮﾝ・ｲﾍﾞﾝﾄ運営、観光案内所運営 ・外国人観光客受入れ整備 ・観光に対する人材育成、観光ガイド育成、おもてなし向上　等 ◆嬉野温泉旅館組合　（各種誘客事業） ◆嬉野市商工会　（観光客受入れ、特産品開発、商店街との調整 等） ◆嬉野温泉商店街協同組合　（観光客受入れ、旅行商品造成 等） ◆嬉野温泉料飲店組合 （観光客受入れ、旅行商品造成 等） ◆佐賀県茶商工業協同組合　（特産品開発、旅行商品造成 等） ◆嬉野茶業青年会　（特産品開発、旅行商品造成 等） ◆うれしの紅茶振興協議会　（特産品開発、旅行商品造成 等） ◆嬉野町菓子工業組合　（特産品開発、旅行商品造成 等） ◆嬉野温泉湯どうふ振興協議会　（特産品開発、旅行商品造成 等） ◆佐賀県農業協同組合嬉野支所・塩田支所　（特産品開発、旅行商品造成等） ◆塩田津町並み保存会　（観光客受入れ、旅行商品造成 等） ◆企業組合嬉野社中　（観光客受入れ、旅行商品造成 等） ◆肥前吉田焼窯元協同組合　（観光客受入れ、旅行商品造成 等） ◆観光嬉野温泉芸能組合　（旅行商品造成 等） ◆九州忍者保存協会　（旅行商品造成 等） ◆㈱テレビ九州　（情報発信 等） ◆㈱嬉野創生機構 （観光まちづくり施策 等） ◆ＪＲ九州バス㈱ 嬉野支店 （観光客受入れ、旅行商品造成 等） ◆㈱佐賀銀行 嬉野支店 （資金調達 等）	

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】②
嬉野市版ＤＭＯの組織内に行政や関係団体をメンバーとする「嬉野市の未来を担うまちづくり戦略委員会」を設置し、年間数回、委員会内で、戦略策定やＫＰＩ設定、成果の振り返り等を行っている。
（メンバー構成）
嬉野市、嬉野温泉観光協会、嬉野温泉旅館組合、嬉野市商工会、嬉野温泉商店街協同組合、嬉野温泉料飲店組合、佐賀県茶商工業協同組合、佐賀県農業協同組合嬉野支所・塩田支所、塩田津町並み保存会、ＪＲ九州バス㈱ 嬉野支店、嬉野創生機構㈱佐賀銀行 嬉野支店　等</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>専門家を招いて体験プランを作りたい、商品化したい事業者を集め、より魅力的な体験プランにできるアドバイスや磨き上げを行うワークショップを企画し、体験プログラムの造成を目的とした住民参加型のワークショップを開催するなど、状況説明や地域住民の意見の募集に努めながら開発に取り組んでいる。</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>・イベント開催時のテレビ、ラジオ出演によるＰＲ
・各種新聞雑誌、文化、スポーツ大会広告掲載
・インターネットホームページの推進
・各イベントへのゆっつらくん参加
・長崎空港ロビー電照広告掲示
・嬉野ぶらりまっぷ（日本語）増刷
・観光情報発信運営（うれしの元気通信）
・高速バス九州号ラッピング広告掲示
・福岡市営地下鉄車内ポスター広告掲示
・各種新聞、情報誌広告掲載、各種イベント協賛</td></tr>
<tr><td>受入環境の整備</td><td>・インバウンド研修会
・九州インバウンド観光商談会
・旅行業２種登録
・多言語観光マップ翻訳（英語・簡体・繁体・韓国・タイ）
・うれしの未来づくり塾</td></tr>
<tr><td>観光資源の磨き上げ</td><td>・轟の滝公園体験型テントサウナ・デーキャンプ事業
・うれしのにぎわいラボの開催
・ホタルバスツアーの実施
・旅行業２種を活用した各種ツアーの実施
・茶輪レンタサイクル
・アウトドアプロジェクト、佐賀神楽についての意見交換
・シーボルトの湯ミーティング
・ワーケーション推進に向けた実証事業対策会議
・うれしのあったかまつり
・嬉野温泉酒蔵まつり</td></tr>
</table>
【定量的な評価】
・旅行消費額　15,382 百万円(H29) → 17,390 百万円(R6)
・延べ宿泊者数　635 千人(H29) → 568 千人(R6)
・来訪者満足度　63%(H29) → 84.7%(R6)
・リピーター率　58%(H29) → 61.6%(R6)</td></tr>
</table>

様式１

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】** 嬉野市版ＤＭＯは、（一社）嬉野温泉観光協会が母体となり、役割分担しながら、事業を推進していく。また、嬉野市版ＤＭＯの組織内に、行政・宿泊業者・飲食業者のみならず、交通事業者、農業者など多様な関係者をメンバーとする「嬉野市の未来を担うまちづくり戦略委員会」を設置し、官民が密接に連携した運営・管理を行っている。 **【実施体制図】** 

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】

九州から見た嬉野市

佐賀県から見た嬉野市

嬉野市の圏域図

【区域設定の考え方】

嬉野市は、北部九州有数の温泉地を擁すると共に、「うれしの茶」や長崎街道の面影を残す歴史的町並みなどの観光資源に恵まれ、古くから観光地として発展してきた。

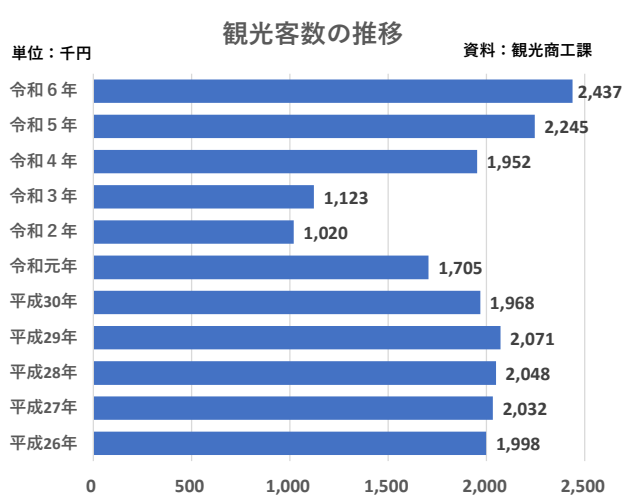
本市は、長崎県と接する佐賀県南西部地域に位置し、周辺には有田町・波佐見町・伊万里市・武雄市・鹿島市・太良町・唐津市・佐世保市などの観光地が集まり、さらに、佐賀市から約 27km、福岡市から直線距離で約 60km の圏域にある。また、これまでの交通手段としての高速・長崎自動車道に加え

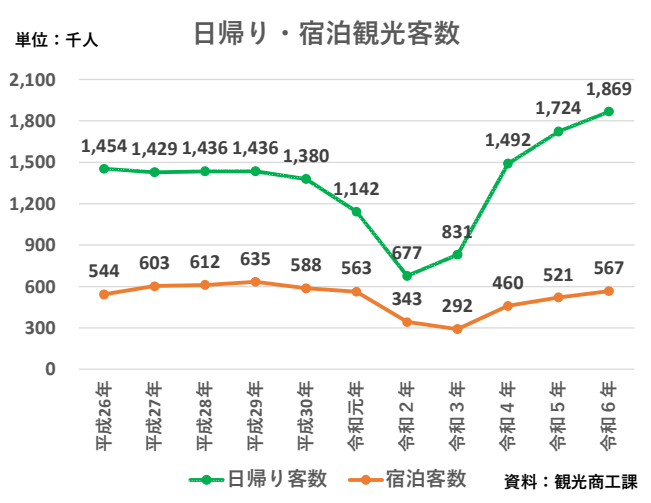
て、2022 年西九州新幹線開通・嬉野温泉駅が整備されたことで、都市活動・交流圏の拡大によって観光都市を機軸に広域圏における重要な地位を担うことが期待されることから、当該市単位での区域設定とするのが適切である。

【観光客の実態等】

〈観光客数の推移〉

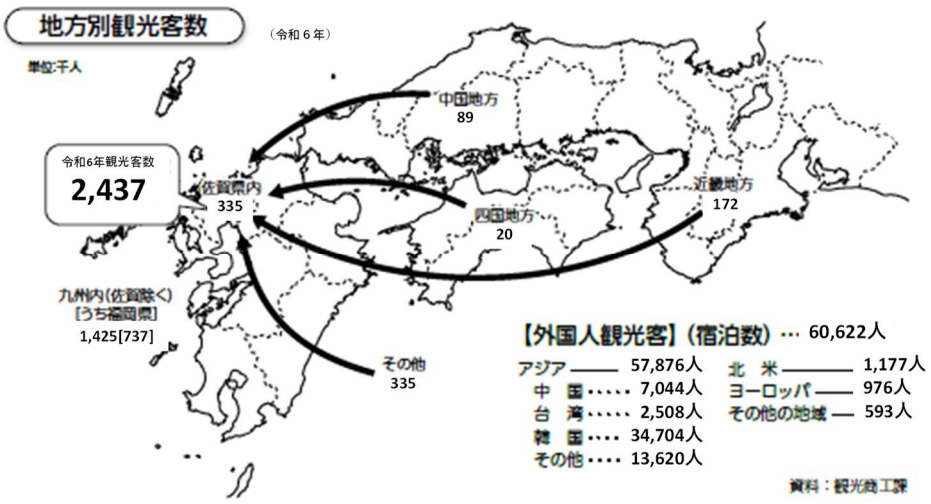
韓国の政治的情勢やコロナ初期の状況により平成 30 年から令和２年まで大幅な減少になっていたが令和３年から増加に転じている。令和６年では日帰り客において令和２年の 2.7 倍になっている。





＜地方別観光客数＞

アジアからの観光客が多く、特に韓国が圧倒的に多く、次いで台湾・中国と続いている。今後はタイなどを中心とした誘客を進めていく予定。



【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】

〇観光・商業施設 ／ 日本三大美肌の湯、風情と個性ある温泉宿、シーボルトの湯、肥前夢街道 他
〇食・グルメ ／ うれしの茶、温泉湯どうふ、日本酒、スナック街
〇歴史 ／ 嬉野温泉、肥前吉田焼、うれしの茶、塩田津、志田焼の里、豊玉姫神社
〇自然 ／ 不動山、嬉野総合運動公園、春日渓谷、轟の滝、九州オルレ嬉野コース
〇文化・スポーツ ／ 各種スポーツ施設、バリアフリー
〇イベント ／ あったかまつり、嬉野温泉夏・秋まつり、酒蔵まつり

様式１

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

嬉野市には 32 の旅館・ホテルがあり、そのほとんどが下図の様に市内中心部に位置している。
収容力・規模は施設により大小があり、個人客から団体客まで幅広いニーズに対応が可能。

【利便性：区域までの交通、域内交通】

嬉野市は、長崎県と接する佐賀県南西部地域に位置し、周辺には有田・波佐見・伊万里・武雄・鹿島・太良・唐津・佐世保などの観光地が集まり、さらに、佐賀市から約 27km、福岡市から直線距離で約 60km の圏域にある。また、これまでの交通手段としての高速・長崎自動車道に加えて、2022 年西九州新幹線開通・嬉野温泉駅が整備されたことで、都市活動・交流圏の拡大によって観光都市を機軸に広域圏における重要な地位を担うことが期待される。

【外国人観光客への対応】

《これまでの対応》
〇観光パンフレットの４か国語対応（英語・中国語・韓国語・タイ語）
〇嬉野温泉観光協会ホームページの多言語化（英語・中国語・韓国語・タイ語）
〇観光関連施設のＷｉ－Ｆｉ整備等通信環境整備の推進
〇観光案内所職員による多言語案内（英語・中国語・韓国語）
〇主にアジア圏をターゲットとした広域連携等による海外プロモーションの実施
《これからの施策》
① 外国人観光客向けの商品づくり
〇外国人向け着地型プログラムの造成
〇外国人向け「日本食」メニューの開発
〇温泉・宿泊施設とその他資源を繋げたプログラムの造成
② 情報発信・誘客戦略
〇WEB、SNS 等を使った情報発信及び分析
〇メディア、ブロガー、クリエーター等の活用
〇外国人のニーズ調査・情報収集等

○国や県、各種関係機関等と連携した広域でのプロモーション・情報発信
③ 外国人受入体制の構築
○観光案内看板・コミュニケーションツールの多言語化
○Wi-Fi 環境の拡充
○二次交通アクセスの検証
○受入体制の構築・強化（ＱＲコードでの観光案内）

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
観光客数	嬉野市の観光客動向を測るため。	宿泊施設・観光施設・旅行会社・公共交通機関等を定期的に調査
外国人観光客数	インバウンド促進のため。	宿泊施設・観光施設・旅行会社・公共交通機関等を定期的に調査
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。	宿泊施設・観光施設・旅行会社・公共交通機関等を定期的に調査
延べ宿泊者数	宿泊者数の推移を把握するため。	宿泊施設・観光施設・旅行会社・公共交通機関等を定期的に調査
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（来訪者調査）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（来訪者調査）を自主事業として実施。
顧客満足度・推奨度	顧客満足度の充実やリピーター確保のため顧客ロイヤリティを測るため	アンケート調査（来訪者調査）を自主事業として実施。

４．戦略

（１）地域における観光を取り巻く背景

生活スタイルが根本から変わってしまった新型コロナウイルス感染症の影響は大きく、まともに受けた嬉野市の観光産業はかつてないほど苦境に陥っています。このため、今後はアフターコロナ、ウィズコロナを見据えた対策とともに、従来からの観光地の地域間競争や人手不足等への対応といった地域経済の持続的な発展を図るための対応が急務となっています。
このような状況の中で、これまでの量を求めていた観光のあり方から質への転換、とりわけ高付加価値な商品・サービスの提供に転換させていく必要があり、今後、旅行の多様化・個人化が一層進む中で、顧客ニーズに応じた価値の提示方法が高度化していくと考えられることから、これに対応した取組みが求められています。嬉野市では大きな変化として、2022 年 9 月に待望の西九州新幹線嬉野温泉駅が開業し大都市圏と高速交通網で繋がり、さらに新規の旅館やホテルが開業するなど交流人口の拡大を通じた今後の地域経済の活性化に大きな期待が寄せられています。

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）** 〇「日本三大美肌の湯」である 〇温泉宿泊施設が多い 〇温泉湯どうふ・うれしの茶・日本酒等、嬉野らしい食資源を有する 〇肥前吉田焼・志田焼等の焼き物文化を有する 〇歴史と文化のかおる町「塩田津」が残っている 〇肥前夢街道（忍者村）という全国でも珍しい施設がある 〇芸妓文化が残っている 〇豊玉姫神社等の歴史文化財を有する 〇春日渓谷・轟の滝・大茶樹・百年桜・藤棚等の自然資源を有する 〇「嬉野あったかまつり」などの特色あるイベントを実施している 〇バリアフリー・ユニバーサルデザインが充実している 〇ハウステンボスから近い	**弱み（Weaknesses）** ◇旅館の特色があまりない ◇観て廻る観光資源が少ない ◇ブランド力が弱い ◇ご当地料理が少ない ◇旅館での立ち寄り湯は敷居が高い ◇シングルがなく一人旅に不向き ◇温泉街らしい風情に欠ける ◇観光客が遊ぶ場所・楽しめる店が少ない ◇温泉街の雰囲気、統一感のなさ ◇交通の便が悪い ◇二次交通が弱い ◇駐車場がない ◇各団体の協調性がない ◇若手のリーダー・担い手がいない ◇情報の一元化が出来ていない
外部環境	**機会（Opportunity）** 〇2022 年西九州新幹線開通・嬉野温泉駅が整備 〇福岡空港にヨーロッパ直行便が就航 〇佐賀空港・長崎空港に国内外の LCC が就航 〇外国人観光客も含めて、個人旅行の増加によるニーズも多様化し、温泉や陶磁器、日本文化に触れる旅行者も増えることが予想される	**脅威（Threat）** ◇団体客によるホテル・旅館の大口需要が減少傾向にある ◇嬉野市の人口が減少の一途をたどっている ◇特に宿泊施設従事者の減少・担い手不足

※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

◆福岡都市圏の金銭的に余裕があり、活動的で、美とライフスタイルへの意識が高い女性

〇選定の理由、取組方針

◆圏域に一番近い巨大なマーケットである「福岡都市圏」と設定。近年、消費行動の決定権を握っている女性であり、併せて、「嬉野温泉は泉質が良い」という WEB アンケートの分析も鑑みて設定　。

◆2020 年実施した来訪者アンケート結果では、佐賀県からの来訪者に次いで、福岡県からの来訪者が約２８％を占めており、人口が多くかつ若い女性比率が高い地域のマーケットは無視できないため。

◆分析結果に基づいてターゲット層に、温泉に加えて、食・焼き物・自然・街並みなどと組み合わせたコンテンツを磨き上げる。

様式１

○第２ターゲット層 ◆長崎県、佐賀県圏域内の住民
○選定の理由、取組方針 ◆気軽に来訪する事の出来る圏域内の住民はリピーターになり得るため。 ◆2020 年実施した来訪者アンケート結果では、来訪者の比率は佐賀県約３５％で第一位、長崎県約９％で第四位となっており、近隣から来訪しているデータもあり、近隣からの来訪も無視できないため　。 ◆これまでにない新たな嬉野温泉の魅力を発掘・商品化し「わざわざ遠方の温泉地に行かなくても、嬉野温泉で十分満足できる」と消費者に思わせる様なコンテンツづくりを行う。
○第３ターゲット層 ◆関東･関西など都市圏で、金銭的に余裕があり、温泉･美･食に興味を示すシニア層、ラグジュアリー層の女性
○選定の理由、取組方針 ◆WEB アンケートにより、関東・関西圏からの「泊りがけで嬉野の温泉にゆっくり入ってみたい」という意見が多かったため　。 ◆2020 年実施した来訪者アンケート結果では、関東や関西からの来訪者が約１７％と比較的高い割合であり、毎年、関東・関西圏から一定層が存在しているため。 ◆温泉に加えて、うれしの茶・食・焼き物・自然・街並みなどと組み合わせたコンテンツを磨き上げる。
○第４ターゲット層 ◆アジアからの観光客
○選定の理由、取組方針 ◆令和６年度の外国人観光客数は、25,094 人となっており、対前年比 6.9 倍と高い伸び率をしていることから、今後まだまだ伸びると予想されることから、特に来訪者が多いアジアからの来訪者を増やしたい。 ◆令和６年度では中国（対前年比 5.8)、台湾（対前年比 4.0)、 韓国（対前年比 9.0）など高い割合で増加しており、外国人観光客数の中でアジアからの割合は約 97%を占めているから。（ただしカントリーリスクなどは考慮する必要がある　。 ◆温泉に加えて、忍者・芸妓・スナック等、外国人好みの滞在交流型プログラム・商品の開発を行い、インバウンドの増加に努める。また、観光関連多言語表記の推進（観光看板、パンフレット、ＨＰ等）や、観光関連Ｗｉ－Ｆｉ整備等通信環境整備の推進も併せて行う。

様式１

（４）観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	
②コンセプトの考え方	コンセプトは、嬉野市の観光産業の発展により、私たちの生活が豊かになり、まちに幸せと誇りを実感し続けられるように、市民・観光関連事業者・行政など観光に関わる全ての人が、共通の認識を持って観光施策を推進していくための方向性を示しています。 市民みんなで下記の項目を実現させようという考え方のもとで取組みます。 ・移住、定住人口増　・所得向上 ・宿泊者数増加　・賑わい創出 ・関係人口拡大　・地域の魅力 UP

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。	・事業調整会議 ・地域開発プロジェクト会議
	地域開発プロジェクトについては、平成 22 年度に市民を巻き込んで観光誘客を図ることを目的に 10 チームを立ち上げ活動を開始。立上当初は、各チーム長を集め全体で合意形成を図っていたが、現在は協会がイニシアティブをとり、嬉野市の観光戦略を踏まえ毎年度の事業内容や予算を個々のチームと協議し合意形成を図っている。（現在は６チーム）

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、来訪者アンケート調査に基づき、データを収集し、分析を行う。「嬉野市の未来を担う戦略委員会」より、各事業者にフィードバックや、各種勉強会、セミナー等で啓発し、サービス維持に努める。
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	一元的な情報発信･プロモーションは、嬉野市版ＤＭＯの母体である一般社団法人嬉野温泉観光協会が役割分担しながら、市や観光協会が運営している観光情報サイトのコンテンツの見直し・観光情報等データベース一元化を行うことで、国内外のユーザーに使い勝手のよい情報サイトとするための検証と改善を行っていく。

※各取組について、出来る限り具体的に記入すること。

６．ＫＰＩ（実績・目標）

（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	13,200	13,210	13,690	14,150	14,617	15,092
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	11,391	15,990	17,390			
		（ ）	（ ）	（ ）			
●延べ宿泊者数（千人）	目標	563	563	572	581	590	599
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	460	521	568			
		（ ）	（ ）	（ ）			
●来訪者満足度（%）	目標	60	65	85.7	85.9	86.1	86.3
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	63	85.5	84.7			
		（ ）	（ ）	（ ）			
●リピーター率（%）	目標	65	65	70	70	70	70
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	58	59.4	61.6			
		（ ）	（ ）	（ ）			

※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値

様式１

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】
嬉野市版 DMO に取組むにあたり、DMO の方向性・戦略も含めた嬉野市観光戦略を策定しているが、その中で議論して設定された KPI の目標数値と一致させている。

【設定にあたっての考え方】
●旅行消費額
人口減少における域内消費額減少分を観光消費額 175 億円(10 年後の 2032 年）で補うことを念頭に１人あたりの消費単価を 10 年後 1,250 円増の 9,000 円（宿泊 20,000 円　日帰り 3,600 円）とし KPI を設定しているため観光客数（宿泊客、日帰り客）とあわせて R9 年度までの目標値を設定した。
●延べ宿泊者数
新型コロナウイルス感染症の影響により、R2～3 年に観光客数が大きく減少したため、R1 年度の数値を基準値として、計画初年度の R5 年度には基準値に回復する想定とした。
計画 2 年目以降は、「with コロナ」の風潮に加え、新幹線開通により宿泊客・日帰り客（各イベン参加者含む）ともに「前年比約 1.5%～1.6%増」として、5 年後の R9 年度の数値目標は基準値 R1 年度比 6.2%増なるように、各年度の目標数値を設定した。
●来訪者満足度
来訪者アンケート調査結果の R5 年度 85.5%をベースに R9 年度までに 86.3%を目指す。(R5 年度調査では宿泊場所（旅館など）での調査を多く実施しているため、満足度の数値が高い結果をなっている。)
●リピーター率
来訪者アンケート調査結果の R5 年度 65%（実績 59.4%から）をベースに R9 年度までに 70.0%を目指す。

（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
●WEB サイトのアクセス状況（回）	目標	450,000	450,000	420,000	420,000	420,000	420,000
		（　）	（　）	(10,000)	(10,000)	(10,000)	(10,000)
	実績	457,073	418,862	383,133			
		(98,270)	(10,035)	(11,500)			
●市民の嬉野市への愛着度（%）	目標	80.4	81.0	81.7	82.3	83.0	83.6
		（　）	（　）	（　）	（　）	（　）	（　）
	実績						
		（　）	（　）	（　）			
●観光客数（千人）	目標		1,705	1,733	1,760	1,787	1,814
		（　）	（　）	（　）	（　）	（　）	（　）
	実績		2,245	2,437			
		（　）	（　）	（　）			
●顧客推奨度 NPS（%）	目標		25.9	26.4	26.9	27.4	27.9
		（　）	（　）	（　）	（　）	（　）	（　）
	実績		25.9	32.5			
		（　）	（　）	（　）			

※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】
嬉野市版 DMO に取組むにあたり、DMO の方向性・戦略も含めた嬉野市観光戦略を策定しているが、その中で議論して設定された KPI の目標数値と一致させている。

【設定にあたっての考え方】
●WEB サイトのアクセス状況
令和 5 年度のアクセス状況の実績値を基準として、R6～R9 のアクセス状況目標値を 全体 420,000 回 インバウンド 10,000 回と設定する。
●市民の嬉野市への愛着度
令和３年度「第 2 次嬉野市総合計画後期基本計画」においての市民アンケート調査【嬉野市への愛着度】の数値 79.7%を基準値として、基本計画において定めている評価指標「R7 年度目標値・82.3%」を目指して、R３年度以降は基準値から前年比 0.65%増として設定した。
●観光客数
令和５年度を 1,705 千人と設定し、新幹線開通により宿泊客・日帰り客ともに前年比約 1.6%増として設定した。
●顧客推奨度(NPS)
令和５年度に顧客推奨度を測る顧客ロイヤリティの調査を実施し、その数値 25.9%を基準値として前年度比+0.5%増として設定した。

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（年度）	総収入（円）	内訳（具体的に記入すること）
2022（Ｒ４）年度	142,263,698（円）	【特定資産運用益】43（円） 【受取会費】7,056,100 【事業収益】58,810,899 【受取地方公共団体補助金】29,980,000 【受取民間助成金】9,441,000 【委託料収入】26,492,450 【受取利息、雑収益】10,483,206
2023（Ｒ５）年度	134,095,035（円）	【特定資産運用益】57（円） 【受取会費】7,229,560 【事業収益】62,586,422 【受取地方公共団体補助金】28,000,000 【受取民間助成金】5,600,000 【委託料収入】19,610,000 【受取利息、雑収益】11,068,996
2024（Ｒ６）年度	141,539,425（円）	【特定資産運用益】2,221（円） 【受取会費】7,601,850 【事業収益】69,634,652 【受取地方公共団体補助金】28,000,000 【受取民間助成金】4,100,000 【委託料収入】16,900,000 【受取利息、雑収益】15,300,702

様式１

2025（Ｒ７） 年度	161,599,783（円）	【特定資産運用益】2,500 （円） 【受取会費】7,000,000 【事業収益】80,271,933 【受取地方公共団体補助金】28,000,000 【受取民間助成金】4,100,000 【委託料収入】23,280,000 【受取利息、雑収益】18,945,350
2026（Ｒ８） 年度	169,679,772（円）	【特定資産運用益】2,625 （円） 【受取会費】7,350,000 【事業収益】84,285,530 【受取地方公共団体補助金】29,400,000 【受取民間助成金】4,305,000 【委託料収入】24,444,000 【受取利息、雑収益】19,892,618
2027（Ｒ９） 年度	178,163,761（円）	【特定資産運用益】2,756 （円） 【受取会費】7,717,500 【事業収益】88,499,806 【受取地方公共団体補助金】30,870,000 【受取民間助成金】4,520,250 【委託料収入】25,666,200 【受取利息、雑収益】20,887,248

（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	138,253,751（円）	【仕入れ原価】5,810,206 （円） 【情報発信・プロモーション】2,218,657 【一般観光事業費】7,297,927 【市委託観光事業費】8,117,000 【委託事業費】14,174,217 【その他事業費】72,002,944 【管理費】28,632,800
2023（Ｒ５） 年度	153,650,380（円）	【仕入れ原価】6,746,889 （円） 【情報発信・プロモーション】2,804,695 【一般観光事業費】7,628,021 【市委託観光事業費】8,563,636 【委託事業費】15,686,814 【その他事業費】79,723,760 【管理費】32,496,565
2024（Ｒ６） 年度	144,841,358（円）	【仕入れ原価】10,435,421 （円） 【情報発信・プロモーション】1,888,600 【一般観光事業費】5,642,155 【市委託観光事業費】7,017,042 【委託事業費】7,856,257 【その他事業費】77,205,302 【管理費】34,796,581
2025（Ｒ７） 年度	161,599,783（円）	【仕入れ原価】10,415,703 （円） 【情報発信・プロモーション】1,240,000 【一般観光事業費】5,700,000 【市委託観光事業費】7,018,000

		【委託事業費】10,058,059 【その他事業費】90,364,941 【管理費】36,803,080
2026（Ｒ８） 年度	169,679,772（円）	【仕入れ原価】10,936,488　（円） 【情報発信・プロモーション】1,302,000 【一般観光事業費】5,985,000 【市委託観光事業費】7,368,900 【委託事業費】10,560,962 【その他事業費】83,946,700 【管理費】38,643,234
2027（Ｒ９） 年度	178,163,761（円）	【仕入れ原価】11,483,313　（円） 【情報発信・プロモーション】1,367,100 【一般観光事業費】6,284,250 【市委託観光事業費】7,737,345 【委託事業費】11,089,010 【その他事業費】88,144,035 【管理費】40,575,396

（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

〇着地型旅行商品の造成･販売
〇特産品等の開発・販売
〇イベント等の予約受付、事務手数料の受託
〇行政からの補助金･委託事業等の実施（指定管理なども含む）
を展開し、自律的･継続的な活動に向けた運営資金確保をおこなっていく。
第２種旅行業登録を行ったため、国内から幅広くかつ直接的な誘客事業が可能となり収益確保につながる事業を実施している。
アウトドア事業においても、専門会社と嬉野温泉アウトドア共同事業体を設立するなど、事業の収益化に繋がる取り組みを積極的に図り、収益確保につながっている。（今後、オートキャンプの開設も検討している。）
昨年度は収益の柱であるシーボルトの湯では、SAGA2024 国スポ・全障スポが開催されたことにより過去最高利用客数を記録している。

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

佐賀県嬉野市は、「登録ＤＭＯ」である（一社）嬉野温泉観光協会とともに関係者と合意形成を重ねながら観光まちづくりを進めていく。（月に１回、市と商工会、観光協会、旅館組合との連携会議も重ねている。）

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）

記載不要

様式１

１０．記入担当者連絡先

担当者氏名	松本泰宏
担当部署名（役職）	（一社）嬉野温泉観光協会・事務局長
郵便番号	８４３－０３０１
所在地	佐賀県嬉野市嬉野町大字下宿乙２２０２－５５
電話番号（直通）	０９５４－４３－０１３７
ＦＡＸ番号	０９５４－４２－０３６１
Ｅ－ｍａｉｌ	ureshino@wonder.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	佐賀県嬉野市
担当者氏名	中村亮太
担当部署名（役職）	嬉野市産業振興部観光商工課・副課長
郵便番号	843-0392
所在地	嬉野市嬉野町大字下宿乙１１８５
電話番号（直通）	０９５４－４２－３３１０
ＦＡＸ番号	０９５４－４２－２９６０
Ｅ－ｍａｉｌ	nakamura-ryouta@city.ureshino.lg.jp

都道府県･市町村名	佐賀県嬉野市
担当者氏名	上瀧英嘉
担当部署名（役職）	嬉野市産業振興部観光商工課・主事
郵便番号	843-0392
所在地	嬉野市嬉野町大字下宿乙１１８５
電話番号（直通）	０９５４－４２－３３１０
ＦＡＸ番号	０９５４－４２－２９６０
Ｅ－ｍａｉｌ	jotaki-hideyoshi@city.ureshino.lg.jp

（登録）【地域DMO】一般社団法人嬉野温泉観光協会

様式２

記入日：　令和7年7月15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】
佐賀県嬉野市
【設立時期】 平成19年8月14日（法人登記）
【設立経緯】
観光協会の中で新規事業を扱う役割としてDMOへ申請
【代表者】 北川 健太
【マーケティング責任者（CMO）】 松本 泰宏
【財務責任者（CFO）】 山口 健一郎
【職員数】 11人
【主な収入】
収益事業　約69百万円、委託事業　約17百万円（R6年度決算）
【総支出】
事業費　約99百万円、一般管理費　約34百万円（R6年度決算）
【連携する主な事業者】
嬉野温泉旅館組合、嬉野市商工会、嬉野温泉商店街協同組合、嬉野温泉料飲店組合、嬉野茶商工業協同組合、嬉野茶業青年会、うれしの紅茶振興協議会、嬉野町菓子工業組合、塩田津町並み保存会など

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	13,200（　）	13,210（　）	13,690（　）	14,150（　）	14,617（　）	15,092（　）
	実績	11,391（　）	15,990（　）	17,390（　）	—	—	—
延べ宿泊者数（千人）	目標	563（　）	563（　）	572（　）	581（　）	590（　）	599（　）
	実績	460（　）	521（　）	568（　）	—	—	—
来訪者満足度（%）	目標	60（　）	65（　）	85.7（　）	85.9（　）	86.1（　）	86.3（　）
	実績	63（　）	85.5（　）	84.7（　）	—	—	—
リピーター率（%）	目標	65（　）	65（　）	65（　）	70（　）	70（　）	70（　）
	実績	58（　）	59.4（　）	61.6（　）	—	—	—

戦略

【主なターゲット】
福岡都市圏の金銭的に余裕があり、活動的で、美とライフスタイルへの意識が高い女性
【ターゲットの誘客に向けた取組方針】
近年、消費行動の決定権を握っている女性であり、併せて、「嬉野温泉は泉質が良い」というWEBアンケートの分析も鑑みて設定。
【観光地域づくりのコンセプト】
嬉野市の観光産業の発展により、私たちの生活が豊かになり、まちに幸せと誇りを実感し続けられるように、観光に関わる全ての人が、共通の認識を持って観光施策を推進していく。

具体的な取組

【観光資源の磨き上げ】
・轟の滝公園体験型テントサウナ・デーキャンプ事業
・うれしのにぎわいラボの開催
・ホタルバスツアーの実施
・旅行業2種を活用した各種ツアー
・茶輪レンタサイクル
【受入環境整備】
・九州インバウンド観光商談会
・旅行業2種登録
・アウトドアプロジェクト意見交換
【情報発信・プロモーション】
・観光情報一元化運営
・嬉野ぶらりまっぷインバウンド対応
・LINE公式アカウントの活用
・高速バス九州号ラッピング広告等
【その他】
・DXの取組みとしてVRゴーグルを使ったバーチャル体験の提供
・都市公園を活用したアウトドア事業
・持続可能な観光の取組として旅館のアメニティグッズに竹歯ブラシ（自然素材の竹）を用意。