観光地域づくり法人形成･確立計画

記入日：令和 7 年　7 月　31 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）ひかりのみち DMO 福津	
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 福津市	
所在地	福岡県福津市	
設立時期	２０２１年９月１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	７人（正職員２名、常勤パート職員３名、パート職員１名、学生バイト１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） ※必ず記入すること	（氏名） 浄見　譲 （出身組織名） 宮地嶽神社　宮司	福津市最大の集客地である宮地嶽神社宮司。ＪＡＬのＣＭ「光の道」で全国に知られ、門前町サミット、将棋竜王戦の開催、映画のロケ誘致等、神社をフックに福津市に注目が集まるよう数々の仕掛けに力を尽くしている。 福津市・宮地嶽神社・各事業体との連携「福津 22 の会」のチェアマンとして福津市内外に影響を持つ。
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） 中村　留美「専従」	民間旅行会社にて海外旅行企画部門での勤務の後、20 年間マレーシアに在住。ランカウイ島にて地元の工芸品を主に扱う民芸品店や工房の経営と旅や取材のコーディネーターをしていた。帰国後ふくつ観光協会事務局長として商品開発、観光案内所の多言語化、総合旅行業取扱管理者として地域限定旅行社の運営などを行う。福津市におけるＤＭＯ設立にむけ準備委員会の事務局長を経てひかりのみちＤＭＯ福津事業本部長として勤務。
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） 中村　留美「専従」	同上 マレーシア在住中ＧＭとして会社の経営、労務、経理全般を担当。その後、ふくつ観光協会事務局長を経てひかりのみちＤＭＯ福津事業本部長として市や県その他団体への補助金申請や各イベントでの協賛金確保、事業全般の運営費の管理等を行う。
プロモーション	（氏名） 中村　涼佳「専従」	大手総合人材サービス企業において Web を用いた採用活動の制作ディレクションの担当や女性向けフリーペーパー編集者として、企業や行政、観光

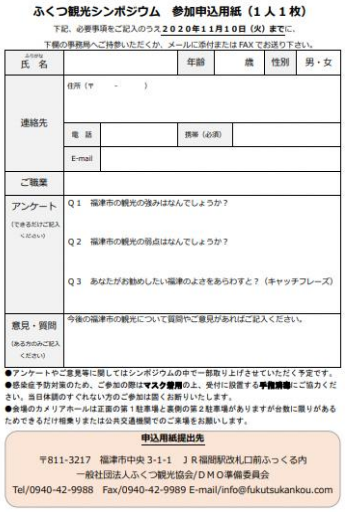
様式１

		コンテンツなどの幅広いプロモーションの経験を活かし、（一社）ふくつ観光協会勤務。その後ＤＭＯ設立とともに現職。広報分野における豊富な知見やネットワークを生かした多角的な情報発信力を持ち、地域を巻き込んだグルメフェア、着地型体験プログラムの商品開発でも能力を発揮する。
旅行商品	（氏名） 中村　留美「専従」	総合旅行業取扱管理者
連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	福津市 観光振興課：観光振興事業 商工振興課：物産振興事業、商工振興事業、ふるさと納税事業 農林水産課：農林水産事業、都市農村交流事業、6 次化事業 経営戦略課：総合計画、SDGｓ促進、地方創生、企業誘致、国際交流 人事秘書課：市広報事業 都市計画課：都市計画、景観計画、公共交通 福津市教育委員会 郷育推進課：歴史文化交流事業、文化振興事業、青少年育成事業、スポーツ振興事業 学校教育課：観光教育、コミュニティスクール 文化財課：　歴史文化事業	
連携する事業者名及び役割	○旅行商品・体験商品 ・商工業者（旅行商品）・福津市商工会（商工観光の推進） ・(一社)ふくつ観光協会（観光推進） ○農水産業振興 ・宗像漁業協同組合（水産振興、体験商品） ・（一社）福津いいざい（農水産振興）・ＪＡむなかた（農業振興） ・ふれあい広場ふくま（農業振興）・あんずの里市利用組合（農業振興） ○宿泊 ・福津市旅館組合、津屋崎海水浴場組合（民宿） ・ぶどうの樹福津海岸通り（グランピング福岡） ・グランドーム福岡ふくつ ○交通 ・ＪＲ九州　（観光客受け入れ、旅行商品造成） ・西鉄バス　（二次交通対策、旅行商品造成） ・宗像タクシー協会（二次交通対策） ○魅力造成 ・津屋崎ブランチ（次世代交流） ・キッカケラボ（福津市未来共創センター） ・九州産業大学、 ○資金調達等 ・福岡銀行、西日本シティ銀行、遠賀信用金庫等	
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	【該当する登録要件】①及び② ①　及び②に該当する理由 ①　多様な業種関係者を有する観光協会や商工会及び宿泊事業者、交通事業者、デザイナー、神社等が参画する法人理事会にて法人の意思決定。	

	各事業においては法人事業本部が事務局をつとめる実行委員会やワーキンググループにて事業にかかわる多様な関係者と合意・連携・協働を図り観光産業の振興に取り組む。
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	津屋崎千軒町並みフォーラム（ＮＰＯ法人津屋崎千軒を未来へつなぐ会） 時期　　：2019 年 10 月 取組概要：市民向けフォーラム テーマ「古い町並みや古民家再生による町の活性化」 クロストークのパネラーとして参加 成果実績：ＤＭＯの必要性や役割についての説明 参加者　：100 名 （下記チラシ） 第４回オンライン公民館@福津（ＺＯＯＭ）まちづくり組織有志 時期　　：2020 年 9 月 取組概要：まちづくりに関心をもつ市民等のオンライン企画に参加 成果実績：第４回テーマ「観光」 インタビュー形式講話「ＤＭＯとは何か、福津での必要性」 ＺＯＯＭ内のチャットにより意見収集、問題点の共有 参加者（オンライン）：20 名 （下記チラシ） 福津市立福間東中学校ＥＪＣ 時期　　：2020 年 6 月～10 月 取組概要：中学校１年生の総合学習に参画 成果実績：・市民が支えるマイクロツーリズムの講義 ・地元特産品を通じ観光ＰＲの協働活動 成果物　：福間駅観光案内所でのポスターやチラシの配架、店舗インタビューや実食レポートなどを観光協会ＳＮＳにて発信 生徒数　：１年生 148 名 ふくつ観光シンポジウム　（ふくつ観光協会ＤＭＯ準備委員会主催） 時期　　：2020 年 11 月 取組概要：市民参加シンポジウム ・基調講演：講師/外部専門家 テーマ「観光地域づくり法人（ＤＭＯ）という考え方について」

・パネルディスカッション
テーマ「福津の魅力を未来につなぐ観光の可能性と展望」

成果実績：一般参加者 58 名
・市民生活と観光の親和性や重要度への理解を深めた。
・20 代から 80 代まで幅広く老若男女、偏りのない立場の参加者がいた


ふくつ観光シンポジウム　参加申込用紙（１人１枚）

下記、必要事項をご記入のうえ２０２０年１１月１０日（火）までに、
下欄の事務局へご持参いただくか、メールに添付または FAX でお送り下さい。

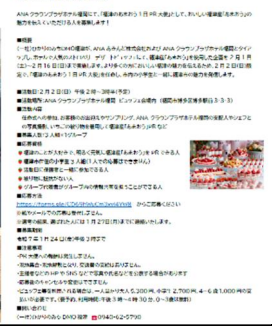
氏名		年齢 歳	性別 男・女
連絡先	住所（〒 － ）		
	電話	携帯（必須）	
	E-mail		
ご職業			
アンケート（できるだけご記入ください）	Q１ 福津市の観光の強みはなんでしょうか？ Q２ 福津市の観光の弱点はなんでしょうか？ Q３ あなたがお勧めしたい福津のよさをあらわすと？（キャッチフレーズ）		
意見・質問（あるかたのみご記入ください）	今後の福津市の観光について質問やご意見があればご記入ください。		

●アンケートやご意見等に関してはシンポジウムの中で一部取り上げさせていただく予定です。
●感染症予防対策のため、ご参加の際はマスク着用の上、受付に設置する予診票にご協力ください。当日体調のすぐれない方のご参加は固くお断りいたします。
●会場のカメリアホールは正面の第１駐車場と裏側の第２駐車場がありますが台数に限りがあるためできるだけ相乗りまたは公共交通機関でのご来場をお願いします。

申込用紙提出先
〒811-3217 福津市中央 3-1-1 ＪＲ福間駅改札口前ふっくる内
一般社団法人ふくつ観光協会/ＤＭＯ準備委員会
Tel/0940-42-9988 Fax/0940-42-9989 E-mail/info@fukutsukankou.com

津屋崎地区観光活性化事業計画策定　住民ワークショップ
時期　　：2021 年 10 月～11 月
取組概要：津屋崎千軒とその周辺地域の観光を取り入れたまちづくりと、地域内にある私有財産や施設などの利活用を考える住民参加型のワークショップに参加
成果実績：津屋崎地区住民と津屋崎の観光について意見の収集、問題点の共有
参加者　：第 1 回目　20 名　第 2 回目 18 名

2022 年以降
法人ＳＮＳ及び福津市ＳＮＳ（ＬＩＮＥ）、福津市広報誌を通じて事業の告知や地域づくりについての活発な意見交換、指定管理事業「津屋崎千軒なごみ」の観光活用による津屋崎千軒地区の観光活性化の重要性の意見交換や実行による意識啓発や巻き込み。
2025 年 2 月
食の PR の素材としてこのシーズンに福津市産「いちご」「あまおう」をプロモーションするにあたり、福津市の公式 LINE を通じ、市の小学生 3 名を「福津のあまおう一日 PR 大使」に任命。2 月 2 日に ANA クラウンプラザ福岡にてストロベリーデザートビュッフェの PR を行った。福津市で増加する小学生を中心とする子育て世代への観光や物産、DMO 事業への周知や啓発を行った。



様式１

法人のこれまでの活動実績	**（活動の概要）2019 年度～2021 年度はＤＭＯ準備段階の一般社団法人ふくつ観光協会 DMO 準備委員会事業に関して記載**

事業	実施概要
情報発信・プロモーション	2019 年度事業 ・市内交通体系を一元化したパンフレット「ふくつのめぐりかた」発行（多言語） ・世界遺産タクシークーポン ・福津のお土産チラシ作成 ・＃福津ステキフォトコンテスト 2019 応募総数 400 点　ＡＮＡ、ＴＡＢＩＣＡからも協賛 ・公式インスタグラム、公式ツイッター運営開始 ・ＪＮＴＯ主催ＦＩＴ（タイ・バンコク）ＰＲ会参加 ・インバウンド用チラシ「ＦＵＫＵＴＳＵ　ＳＣＥＮＥＳ」 2020 年事業 ・福津市観光マップリニューアル(多言語) ・市内交通体系パンフ「ふくつのめぐりかた」（多言語） ・世界遺産タクシークーポン ・福津フリーマップ「fukufukumap」出稿（年 4 回） ・古墳カード作成（うきは市、九州国立博物館、宮若市、朝倉市、九州歴史資料館等と連携） ・東京の福岡県アンテナレストラン「福翁華」での福津フェアでのＰＲグッズ・ディスプレイグッズの制作 2021 年事業 ・もぐもぐ！「美味しいふくつ　ランチ＆スイーツマップ」改訂（多言語） ・市内交通体系パンフ「ふくつのめぐりかた改訂」多言語 ・世界遺産タクシークーポン ・福津フリーマップ「fukufukumap」出稿（年 3 回） ・かがみの海フォトコンテスト（インスタグラム） ・ＡＮＡとのデジタルプロモーション ・西鉄バス新路線（福間駅～福間海岸～宮地海岸～津屋崎）開設に伴い観光庁「既存観光拠点再生・高付加価値化推進事業　交通連携型交付金」（西日本鉄道が申請）による観光 PR 企画への協力（～2022 年 2 月末まで） **2022 年度事業（これよりひかりのみち DMO 福津）** 観光コンセプト「おいしい福津」に基づき、福津ではいつきても美しい風景のもとおいしいものが楽しめるというプロモーションを展開している ・ひかりのみちＤＭＯ福津公式ホームページ「ＦＵＫＵＴＳＵ ＷＡＶＥ」立ち上げ。これからの福津市観光ホームページのワンストップＷＥＢとして活用。 ・ＳＮＳの各種特性にあわせた公式ページの立ち上げ、活用 インスタグラム（ＤＭＯ公式及び福津の映えを扱う福津光景）フェイスブック（同上、インスタと連携） ツイッター（ＤＭＯ公式　イベント等でリアル情報）

		・インスタフォトコン#福津推し！（推しの飲食も対象） ・福津フリーマップ「fukufukumap」出稿（年 2 回） ・第 35 期竜王戦福津対局実行委員会事務局として広報事業を担当し大盤解説会の募集や前夜祭の企画、「おいしい福津のおもてなし　福津の勝負めし」をプロデュース。全国のマスコミから注目され多数のネット記事、紙面記事、ＴＶ等に情報提供。コンセプト浸透の好機となった。 ・福津市の新たな観光資源を生かした魅力発信業務（その２）への参画（福津市・ＪＲ九州エージェンシーと協働） 2023 年度事業 ・公式ホームページ「ＦＵＫＵＴＳＵ　ＷＡＶＥ」の運営及び、かがみの海の特設ホームページの運営、公式 SNS（FB,インスタ）の運営、インスタフラムフォローキャンペーンの実施 ※福津市内に存在する本法人の公式ホームページ、市役所の観光振興課公式ページ「ふくつのじかん」及びふくつ観光協会公式ホームページのそれぞれの役割及び今後の展開についての協議→福津市観光情報の一元化のためひかりのみちＤＭＯ福津の「ＦＵＫＵＴＳＵ　ＷＡＶＥ」が今後福津市内の観光情報を集約し発信する。2024 度中に「ふくつのじかん」の終了及びふくつ観光協会のホームページは会員情報や協会事業の紹介に特化することで合意。 ・ＰＲ会等出展 タイ・バンコクでのＦＩＴフェア出展（県観光連盟との連携)、福岡県観光マッチングでの商談（国内、インバウンド旅行社） ・ガイドブック出稿　ＦＵＫＵＯＫＡ　ＣＩＴＹ　ＶＩＳＩＴＯＲ‘Ｓ　ＧＵＩＤＥ　日本語・多言語版 ・各種取材協力　107 件 ・2024 年度 4～6 月のＤＣキャンペーンのためのＰＲ会及び商談会（別府、福岡、広島、大阪） 2024 年度事業 ・公式ホームページ「ＦＵＫＵＴＳＵ　ＷＡＶＥ」の運営及び、かがみの海の特設ホームページの運営、公式 SNS（FB,インスタ）の運営、インスタフラムフォローキャンペーンの実施 ※福津市役所観光振興課公式ページ「ふくつのじかん」の終了及びふくつ観光協会のホームページは会員情報や協会事業の紹介に特化へ移行。今後において福津市観光の公式ホームページは「ＦＵＫＵＴＳＵ　ＷＡＶＥ」一本化にて運営開始。 ・ＰＲ会等出展 ＤＣキャンペーン（博多駅、門司港駅、大阪駅)、福岡県よかバス商談会、九州観光機構素材説明会、東京ビッグサイトでのツーリズムＥＸＰＯ2024（ＢｔｏＣ）及びＶＩＳＩＴ　ＪＡＰＡＮ　トラベル&ＭＩＣＥマート 2024（ＢｔｏＢ　インバウンド)、タイ・バンコクでのＦＩＴフェア出展（県観光連盟との連携)、タイ・バンコクでの福岡県観光ＰＲ及び商談会、福岡県観光マッチングでの商談（国内、インバウンド旅行社）

様式１

		・「海から生まれたまち福津」をフックに「食」をテーマとしたPR事業の展開 １．ツール制作　食の雑誌とのコラボによる冊子制作 ２．ANAのCAを起用した福津市PR動画制作 ３．ANA機内SKY　VISIONによる機内PR、ANA機内誌「翼の王国」にPR掲載 ４．ANAクラウンプラザホテル福岡での「福津のあまおう」PRイベント
	受入環境の整備	2019年度～2021年度 ・ＪＲ福間駅構内福津市行政観光情報ステーション「ふっくる」来館者数2019年40,665人　2020年度32,583人 2021年度39,519人 観光案内、福津お土産品販売、福津市内イベントのチケット販売、福津市農産品の販売、市内イベントとのコラボによる展示や告知業務 ・福間海岸観光情報ステーション「ビーチハウス」運営 来館者数2019年度8,823人 2020年度4,404人　2021年度2,299人 ・観光ボランティアガイド事業（2020年度～連携事業） ガイド育成（養成講座）、ウォーキングコース策定、 ガイド依頼のコーディネート、世界遺産古墳展望台管理 ・地域限定旅行社 総合旅行業取扱管理者1名　旅程管理者4名 2019年度事業 ・ふっくるＪＮＴＯ外国人観光案内所カテゴリー1 登録承認　外国人案内件数772件 ・外国人専門家による福津のインバウンド素材の洗い出し及び街歩き案内研修（観光案内所スタッフ） ・体験型ツアーメニューのための公式ホームページ「福津ル体験～ＦＵＫＵＴＳＵ　ＴＯＵＲＳ」（多言語）立ち上げ ・福津市アンテナショップ「手みやげやふくつ本舗」開店 ・古墳展望台案内所管理業務 2020年度事業 ・ふっくる外国人観光案内件数43件 ・ビーチハウスのウォールアートエリアにサイクルステーション設置。ベンチなども配置して夕陽を見るエリアを造設 ・観光関連事業者向けセミナー ＳＮＳセミナー、キャッシュレスセミナーの開催 ・食の多様性対応プロジェクト ※中村学園大学、イスラム文化協会等の共同プロジェクトへ参画。福津市内業者のハラル・ベジタリアン、ヴィ―ガン等の食の多様性モデル事業 ・福岡県「福岡県魅力発見」九州キャンペーン、観光庁「ＧＯＴＯトラベル」に参画 2021年度事業 ・ふっくる外国人観光案内件数58件 ・西鉄バス新路線開設に伴い観光庁「既存観光拠点再生・高付加価値化推進事業　交通連携型交付金」（西日本鉄道が申請）による観光ＰＲ企画への協力 **2022年度事業（これよりひかりのみち DMO福津）**

		・津屋崎千軒なごみ指定管理事業開始により観光施設としての機能を強化。観光案内窓口としての活用、観光パンフレットの充実、フリーＷｉ－Ｆｉの開設、サイクルステーションへの登録、外国語可能案内スタッフの配置、多言語サインの設置、福津市の資源を生かしたカフェの設置、福津市のお土産販売等 特に飲食店が多い津屋崎地区の観光案内の強化をすることで街歩きと飲食店巡り、マイカー客層のため海辺のカフェ探し等の周遊を狙う。来館者数 28,944 名 ※福岡県新たなる観光地域づくり補助金を活用し津屋崎千軒なごみを観光案内所として再生 ・津屋崎千軒なごみをＪＮＴＯ外国人観光案内所カテゴリー1 へ登録申請（2023 年４月登録済み） 2023 年度事業 ・津屋崎千軒なごみの観光施設機能を強化しながら指定管理事業を推進　来館者数 42,121 名 ・津屋崎千軒なごみにおいてレンタサイクル事業開始（文化庁文化観光拠点施設を中核とした地域における文化観光推進事業を活用）電動アシスト 2 台　普通自転車 8 台 ・宮地嶽神社門前町に観光案内所開設（福岡県新たな観光地域づくり補助金事業を活用） ・市内大盤観光マップ制作（日英）、ＪＲ福間駅前バス停の路案内英語版 2024 年度事業 ・津屋崎千軒なごみの指定管理事業を推進　来館者数 46,445 名 ・津屋崎千軒なごみにおいてレンタサイクル事業 電動アシスト 2 台　普通自転車 4 台 ・宮地嶽神社門前町に観光案内所運営　レンタサイクル 4 台手荷物預かり、物販、カフェ等 ・観光事業者インスタグラム講座実施　8 事業者実施
	観光資源の磨き上げ	2019 年度事業 ・＃福津ステキビーチハウスウォールアート事業 巨大壁画、コンテナ壁画、シャッターアートを福間海岸ビーチハウスに製作 ・第 15 回福津市納涼花火大会　来場者 65,000 人 ・第 2 回福津バル（福間海岸）11 店舗参加 ・宮地嶽自然歩道トレッキング　参加者 86 名 ・ふくつの鯛茶づけフェア第 9 弾　20 店舗参加 ・津屋崎千軒かきめぐりフェア　10 店舗参加 ・福岡県主催「ふくおか観光地域リーダー共創塾プロジェクト」 2020 年度事業 ・新コンテンツ「かがみの海」立ち上げ→2022 年よりひかりのみちＤＭＯ福津へ移管 ※専用ＷＥＢサイト（日・英・中）作成、ポスター・チラシ等の多言語での制作 ※インバウンド向き総合媒体「Fukuoka Now」とのタイアップにより海外向きに「かがみの海」他福津の魅力発信

		※多言語化については福岡県新しい観光地域づくり事業「インバウンド向け体験プログラムを組み込んだ旅行商品造成事業補助金」を活用 ・体験メニュー造成 海体験（ＳＵＰとカフェランチの組み合わせ）クーポンツアー造成及び着物で街歩き体験のためのフォトマップ制作 ※福岡県観光連盟「地域の魅力を磨く観光地域づくり」補助金を活用 ※国内向き及びインバウンド用にＰＲ動画制作 ・ふくつの鯛茶づけフェア第 10 弾　18 店舗参加 ・光の道開運スイーツフェアＰＡＲＴ2　22 店舗参加 ・オンラインバスツアー コトバスオンラインバスツアーとのコラボにより実施 第１弾「宮地嶽神社で正式参拝と光の道　玄界灘での天然真鯛で鯛茶づけ！」5 回開催：33 名参加 第 2 弾「宮地嶽神社で正式参拝と光の道　“あまおう”収穫体験」5 回開催　73 名参加 ※地方ローカル局、全国放送、ＮＨＫワールドの取材あり ・第 5 回ふくつスイーツウォーキング　105 名参加 ・福津エール飯事業 福津市と連携してテイクアウト情報の発信や福津市グルメサイト「まちメシ」のＰＲ、キッチンカー支援等 2021 年度事業 ・体験メニュー（ＳＵＰとカフェのクーポンメニュー） モニター販売を実施※福岡県観光連盟「地域の魅力を磨く観光地域づくり」補助金を活用 ・ふくつの鯛茶づけフェア第 11 弾　19 店舗 ・めで鯛フェア 18 店舗 ・光の道開運スイーツフェアＰＡＲＴ3 22 店舗 ・あったか福津イケ麺フェア　22 店舗 ・オンラインバスツアー：コトバスオンラインバスツアー「宮地嶽神社で正式参拝と光の道“あまおう”収穫体験 ・オンラインバスツアー筑前玄海地区広域事業「～福津編～映える写真を撮りたい！かがみの海撮影ツアー」 ・第６回ふくつスイーツウォーキング 15 店舗 172 名参加 **2022 年度事業（これよりひかりのみちＤＭＯ福津）** ・体験メニュー（ＳＵＰとカフェクーポンメニュー）発売 ・津屋崎千軒なごみでの津屋崎エリア観光活性化のための体験ツアー造成 ＠津屋崎人形もま笛絵付け体験 ＠インバウンド津屋崎千軒着物で街歩き（東海大福岡高校マレーシア提携校） ※以下は福岡県観光連盟「地域の魅力を磨く観光地域づくり」補助金を活用 ＠津屋崎千軒着物で街歩きと抹茶体験 ＠廃プラ利用キーホルダー作り体験 ・福津暮らしの旅（着地型観光メニュー） 夏旅（親子向き）、秋旅、秋冬旅、 アクロス福岡にて福津の花学校開催（フラワーアレンジメント体験と花農家の講演）

		・「ふくつのね」地元の個性ある事業者（工芸事業者、飲食事業者等）と博多阪急とのコラボ事業への参画 ・ふくつの鯛茶づけフェア第 12 弾　19 店舗 ・光の道開運スイーツフェアＰＡＲＴ4 29 店舗 ・第 35 期竜王戦福津対局福津の勝負めし　23 店舗 ・筑前玄海エリア「イカ王国フェア」6 店舗 ・あったか福津イケ麺フェア　19 店舗 2023 年度 ・2022 年度各種体験事業の継続及び磨き上げ ・ふくつの鯛茶づけフェア第 13 弾　21 店舗 ・光の道開運スイーツフェアＰＡＲＴ5　31 店舗 ・筑前玄海エリア「イカ王国フェア」7 店舗 ・ふくつのあまおうキャンペーン（食雑誌とのコラボ、ラジオ局とのコラボ、ホテル・百貨店でのフェアへの連携、専用チラシの作成等、） ・おいしい福津実行委員会を発足→第一次産業～流通と観光事業との連携を図り福津市一体となった食フェアの開催に向け始動 ・おいしい福津　～海からあげたて海鮮プログラム～によりインバウンド向きコンテンツ「鮨学校」「浜焼き体験」をモニター検証及び商談会への参加（観光庁インバウンドの地方誘客や消費拡大に向けた観光コンテンツ造成支援事業活用） 2024 年度 ・各種体験事業の継続及び磨き上げ ・ふくつの鯛茶づけフェア第 14 弾　21 店舗 ・筑前玄海エリア「イカ王国フェア」13 店舗 ・光の道開運スイーツフェアＰＡＲＴ5　20 店舗 ・おいしい福津実行委員会を運営→第一次産業～流通と観光事業との連携を図り福津市一体となった食フェアの企画 ・「福岡県産の花でおもてなし事業」への参加。市内 22 事業所での福津市を中心とした花卉の展示。 ・津屋崎千軒まちあるきコンテンツパッケージ化（バスツアー向け販売） ・インバウンド及び国内向き「鮨学校」コンテンツの販売 ・モマ笛の絵付け体験販売 ・福津のいちご狩り販売 ・神職さんとめぐる宮地嶽神社奥の宮コンテンツ販売 ・福津暮らしの旅（着地型観光メニュー） 秋旅、秋冬旅、春の宿泊旅企画及び実施 アクロス福岡にて福津の花学校開催（寄せ植え体験と花農家の講演、花農家による福津の花卉の即売） ・観光庁新発見事業（一財）津屋崎豊村喜三郎記念財団からの受託事業にて国重要文化財豊村酒造旧醸造場施設内 １．ガイド養成事業 ２．フォトスポット企画 ３．コラボ商品企画 ４．旅行会社とのコンテンツ制作およびモニターツアー ５．来商社用パネル、看板、リーフレット等制作 ６．地域イベントとのコラボ事業（九州交響楽団招聘）

	・観光庁新発見事業　ナウディベロップメントからの受託事業にて福間海岸のビーチサウナと BBQ イベントの事業者連携サポート

（定量的な評価）

① 観光案内所　福津市内には観光拠点となる 4 か所に観光案内所がある。

・ＪＲ福間駅構内福津市行政観光情報ステーション「ふっくる」観光協会
来館者数 2019 年度 40,665 名　2020 年度 32,583 名　2021 年度 39,519 名　2022 年度 49,048 名　2023 年 56,961 名　2024 年 61,896 名：コロナ下にて 2020 年度に急激に落ち込んだが回復し、以前より来訪者が伸びている。

・福間海岸福津市観光情報ステーション「ビーチハウス」観光協会
コロナ禍により常時開館を見合わせていたが、2023 年度は夏期を中心に再開。7～3 月 1,795 名　2024 年度 5,341 名　今後も徐々に開館日を多くし、ビーチエリアの案内所としての役割を回復予定。

・津屋崎千軒なごみ　本法人が指定管理　2022 年度より観光案内所として位置づけ津屋崎千軒エリアの観光促進に寄与。バスツアーの取り扱い等順調に来訪者を伸ばしていている。2022 年度来館者数 28,944 名　2023 年度 42,121 名　2024 年度 46,445 名

・宮地嶽神社門前町観光案内所　2024 年 1 月より開所　1 月~3 月 5,643 名
2024 年度 15,256 名

②情報発信・プロモーション業務について

2021 年度まではふくつ観光協会にて実施

2022 年度以降はひかりのみちＤＭＯ福津のホームページをプラットフォーム化し、わかりやすい情報発信に努める。

・ひかりのみちＤＭＯ福津公式ホームページ「ＦＵＫＵＴＳＵ ＷＡＶＥ」を多言語にて製作

・インスタグラムとフェイスブックは連携
ひかりのみちＤＭＯ福津公式：イベント等情報を中心
福津光景：福津の映えスポットの画像中心
2 アカウント合計フォローワー　2,326 名

2023 年度

・ひかりのみちＤＭＯ福津公式ホームページ：ＦＵＫＵＴＳＵ ＷＡＶＥ 96,526PV、公式かがみの海 178,901PV

・インスタグラム　2 アカウント　フォローワー　3,292 名

・取材協力・写真提供等：107 件→TV,雑誌,ネットメディア等様々なメディアからの画像提供が続いた。福津の光の道やかがみの海等わかりやすい絶景がとりあげられ、福岡のアイコンとなるケースがあった。そのため、公式ホームページ内にフォトギャラリーを新設しより多くのメディア等からの問い合わせに対応できるようにした。

2024 年度

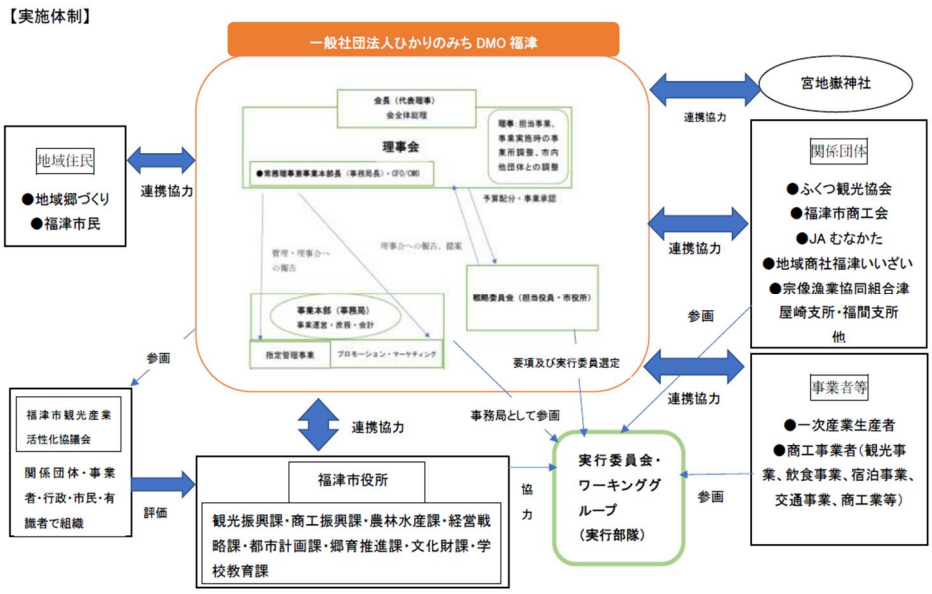
・ひかりのみちＤＭＯ福津公式ホームページ：ＦＵＫＵＴＳＵ ＷＡＶＥ 197,378PV、公式かがみの海 209,590PV

・インスタグラム　2 アカウント　フォローワー　4,415 名

・取材協力・写真提供等：133 件

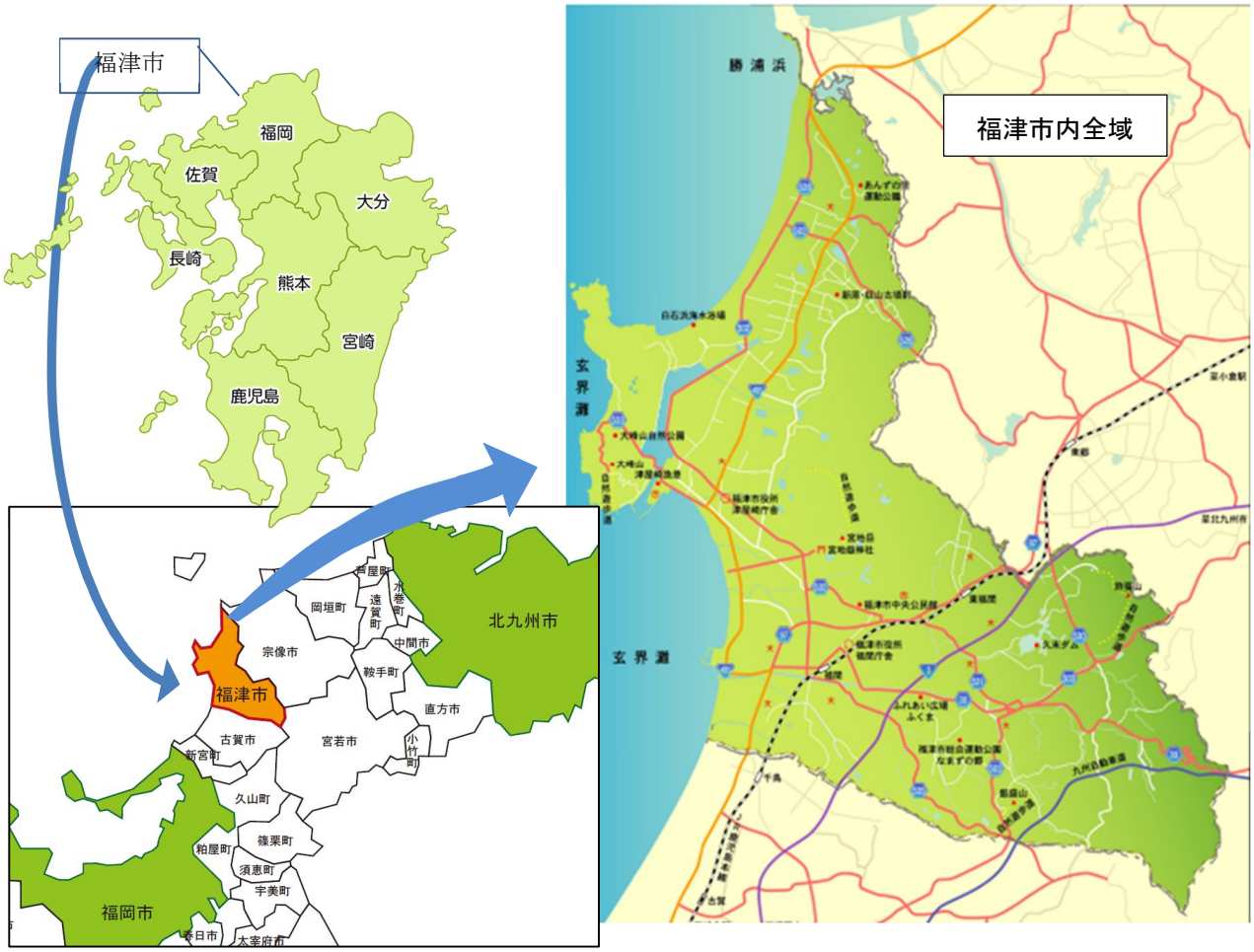
② 各種イベント・フェア

2019 年度のフェア等観光イベント参加 69 事業者→2024 年度 86 事業者

	2022 年は竜王戦があり勝負めし、勝負スイーツの参加者を加算しており 128 事業者まで増加した。、2023 年にはそのような特例がないため 2022→2023 は一旦減少している。2024 年度はフェアの質や時期の見直し等を行い、参加事業者は減少したが、新規事業者の参加率が上がっている。 ③体験型プログラム 募集型で、特別な体験の暮らしの旅の本数は集客がよくないため設定を減らし季節毎にターゲットを絞った旅を実施（2025 年度以降は開催しないことを決定）代わりに随時申し込み型の体験プログラムや津屋崎千軒なごみを拠点とした体験プログラムを実施。また、バスツアー向け体験コンテンツとして酒蔵見学や宮地嶽神社奥の宮を神職とめぐるコース、かがみの海の撮り方体験等団体向き体験プログラムを造成し販売した。2024 年実績：暮らしの旅プログラム５本、SUP ツアー1 本、津屋崎千軒なごみを拠点としたプログラム 10 本、インバウンドコンテンツ 2 本、バスツアーコンテンツ 5 本の合計 23 本。特にバスツアーの誘客において 2024 年度は観光バスの誘客（体験型）71 台（前年ゼロ）に力を入れている。
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】** ・ＤＭＯが多業種のメンバーと、よい関係を築きつつ官民密接に連携調整を図り、合意形成と具体的な事業立案を行い、連携した運営を実施。事務局として予算管理、運営の管理など中心的役割を果たす。 **【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



【区域設定の考え方】

福津市は福岡都市圏内であり、福岡市と北九州市の両政令指定都市中間に位置しＪＲ博多駅から約 20 分、小倉駅からは約 40 分というアクセス至便な場所にありながら、自然環境、自然景観など地域資源に恵まれた地域である。

総延長 22 キロにもおよぶ白砂青松の海岸の中に 4 か所の海水浴場を持ち、干潟、山、神社、町並み、2017 年に世界遺産に指定された古墳群などコンパクトなエリアの中に地域資源を擁している。

そこで、市の観光基本計画にある既存資源（津屋崎千軒、福間海岸、宮地嶽神社周辺、世界遺産等）の磨き上げを基軸にして、これらの地域資源を最大限に活用できるよう区域は市内全域とする。

【観光客の実態等】

（2024 年度ＤＭＯが行った観光調査アンケート及び 2022 年度福津市観光基本計画進捗状況確認調査、福津市が行った 2022 年度観光入込客数及び宿泊者数調査の結果より）

福津市を訪れる観光客数は、コロナ前 2018 年度は年間約 573 万人、コロナ禍により一旦落ち込んだが 2022 年度には 584 万人と入込客数は回復した。コロナ前は入込客の 82%が県内からとなっていたが、コロナが収束した 2024 年度の調査では県内客 78%となっており、より遠方から福津市内への入込が進んでいる。しかし宿泊数は宿泊施設が少ないため 16%となっている。訪問回数は 2018 年度には 4 回以上が 54.8%と高く、2024 年度調査においても 54.7%と同水準である。市内訪問先は立ち寄っ

た、立ち寄り予定の箇所として宮地嶽神社が断トツで 70%であり、以前から宮地嶽神社のみ訪れる参拝客が多い。
インバウンド客については中国、台湾、韓国、タイ、香港で全体の 76.5%を占めており、欧米豪については 20.6%とまだまだ誘客に関し伸びしろがある。

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	津屋崎千軒なごみ、藍の家（国有形文化財)、豊村酒造（国重要文化財)、旧玉乃井旅館（国有形文化財）塩倉庫、大峰山、東郷公園、恋の浦海水浴場(３か所)、 海の家、ヨットハーバー、ビーチハウス、あんずの里運動公園、古墳展望所、新原・奴山古墳群（世界遺産）宮地嶽神社、年毛神社、縫殿神社、波折神社、門前町観光案内所　など
商業施設	直販所（お魚センター、あんずの里市、ふれあい広場ふくま）海岸沿いのカフェ、マリンスポーツ関連店舗宮地嶽神社門前町　、福津イオンモール　など
特産品	魚介（真鯛、いか、さざえ、津屋崎千軒かき、水高まぐろ、ウニなど）果物（いちご、いちじく、かんきつ類など）野菜（カリフラワー、トマト、ブロッコリー、キャベツなど）松ヶ枝餅、マルティグラス、津屋崎人形花（トルコギキョウ、バラ、ゆり、ストック、ユーカリ、ダリア等）
自然	光の道、桜、しょうぶ、あんず、菜の花かがみの海
文化	津屋崎祇園山笠、しょうぶ祭、節分祭、大しめ縄祭、秋の大祭
スポーツ	マリンスポーツ（ＳＵＰ,ウインドサーフィンなど）
イベント	さざえまつり、鯛茶づけフェア、スイーツフェア、ミヤジック（ロックフェスティバル)、福津フェスティバル津屋崎小さな灯り展、音楽散歩、ふくつビーチサッカーフェスティバルふくつの古墳まつり、花畑種まき（菜の花、コスモス）ＪＲウォーキング、スイーツウォーキング
その他	バーベキュー、ブライダル

【宿泊施設】
宿泊施設のほとんどが海岸線沿いに位置している。汎用性の高いビジネスホテルや、シティホテルがなく、今後の宿泊ニーズへの対応が必要である。
（旅館２か所、民宿 2 か所、民泊 2 か所、簡易宿所 1 か所、グランピング 2 か所）

【利便性：区域までの交通・域内交通】
＜区域までの交通＞
福津市は福岡市、北九州市の中間に位置し、ＪＲ鹿児島本線沿線であり、ＪＲ博多駅や福岡市の繁華街である天神から約 20～60 分圏域と、非常に便利がよい。また、国道 3 号が市内を通り、九州自動車道のインターチェンジにも近く、自動車による移動も便利であり、市までの交通基盤は整ってる。
□福岡空港からＪＲ福間駅まで、車で約 40 分（高速道路経由)、地下鉄と電車で約 30 分
□ＪＲ博多駅からＪＲ福間駅まで、快速電車で約 20 分、特急利用だと 13 分。
＜域内交通＞
市内には福間駅と東福間駅のＪＲ鹿児島本線の駅が 2 駅あり、それと並行するように西鉄バスの路線が走っている。これらの駅と公共施設等を拠点に市内をめぐるコミュニティバスが５路線あり、各地域を結んでいる。また、ＪＲ福間駅から福間海岸を通る西鉄バス新規路線が 2021 年に開通した。しかし、全体的に便数が少ないため、目的地に合わせたダイヤの確認が必要である。

【外国人観光客への対応】

情報発信・プロモーション	・JNTO 主催バンコク FIT フェア福岡県ブース及び福岡県バンコク商団会、東京での VJTM、福岡での観光マッチング参加 ・福岡県バンコク事務所の発信の撮影協力、韓国・台湾・香港インフルエンサーの受け入れ ・シンガポール、台湾、バンコク等のエージェント視察受け入れ ・福岡県香港、バンコク事務所に情報提供 ・国、県、各種関係機関と連携した広域でのプロモーション、情報発信 ・公式サイト FUKUTSU WAVE 及びかがみの海 Website の多言語化
受入環境の整備	・観光案内所ＪＮＴＯ外国人観光案内所カテゴリーⅠ登録（ＪＲ福間駅ふっくる、津屋崎千軒なごみ)、宮地嶽神社門前町に観光案内所開設 ・観光案内所での多言語職員の配置 ・多言語対応　パンフレットの 5 か国語対応(英語、韓国語、繁体字、簡体字、タイ語)、市内多言語マップ英語版設置、市内バスタイムテーブル英語版用意、タブレットによる多言語検索案内対応、福岡観光マップ　２か国語版への協賛記事掲載及び配架、福岡コンシェルジェガイドブックへの掲載（福岡市内ホテル配架インバウンド向け雑誌） ・Ｗｉ-Ｆｉ環境拡充、手荷物預かり、レンタサイクル事業、キャッシュレスの充実
観光資源の磨き上げ	・観光庁事業によるコンテンツ制作とモニターツアーの実施及び実売（鮨職人体験、豊村酒造の酒蔵体験、モマ笛の絵付け体験） ・地元高校の留学生に対する着物体験の提供 ・ＷＥＢ、ＳＮＳを使った情報発信及び分析 ・外国人観光客のニーズ調査、情報収集

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※	観光による地域への経済波及効果を把握	関係施設等への調査
延べ宿泊客数※	宿泊施設の稼働率並びに観光客数を把握	宿泊施設への調査
来訪者満足度※	来訪者の満足度を把握	来訪者アンケートを定期的に実施
リピーター率※	リピート率を把握	来訪者アンケートを定期的に実施
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	ＤＭＯが運営するＷＥＢサイトを福津市全体の観光プラットフォームとして制作し活用
旅行商品販売数	旅行消費額及びリピート率を上げるため着地型観光の進捗状況を把握する	着地型観光の企画、バスツアー誘客のためのコンテンツ実施数を調査
参加事業者数	地域事業者の巻き込み数を把握	食フェア等観光イベントへ参画する事業者数を調査
住民満足度	住み続けたいまち（＝住みたいまち＝訪れたいまち）として住民の満足度を把握	福津市が実施する調査結果を利用

４．戦略

（１）地域における観光を取り巻く背景

観光振興に取り組むことは、地域社会全体の産業への波及効果が期待されることから、観光を地域総体産業と捉え、福津の魅力を生かした持続可能な観光のまちを推進している。また、観光は地域経済を支える産業の柱という役割だけでなく、本市が持つ豊かな食、自然、歴史、景観資源等を生かし、地域の魅力を更に磨き発信する役割も期待されており、観光を通して来訪者も福津市民も地域の魅力に触れる機会が増えることで関係人口の増加が期待される。そこでＤＭＯが中心となり点在する観光資源を結び付け地域全体が面となることで、一次産業、行政、交通事業者などの官と民が連携し、関係者との合意形成、戦略的な展開、プロモーション、地域の活性化を図る。

（２）地域の強みと弱み

環境分析―SWOT 分析

S（地域の強み） ・ＪＲ博多駅から約 20 分、小倉駅から約 40 分、車でも福岡市中心部から１時間以内という便利さ ・「光の道」「宮地嶽神社」の知名度の高さ ・福間海岸、宮司浜、津屋崎海岸と続く全長３ｋｍのビーチ、海に沈む夕景、オーシャンフロントに広がるカフェ群 ・広大な砂浜が生み出すリフレクション「かがみの海」をコロナ時代にコンテンツ化 ・世界遺産「新原・奴山古墳群」 ・2024 年 1 月に国指定重要文化財となった豊村酒造に代表される津屋崎千軒の歴史と文化 ・若年層の人口が増加、特にファミリー層の流入が多い。住民発信型イベントも多い。 ・若い世代が経営する店舗が市内各地に増加中 ・食フェア開催を重ねることによる積極的な飲食店の掘り起こしや認知 ・充実した大規模運動公園や公共施設、豊かな海と山が海海産物や農産物を活かした市内 3 か所の農水産物直売所	**O（地域以外の明るい見通し・機会）** ・With コロナ時代のアウトドア需要、特にビーチエリアの人気継続 ・コロナ禍を経て団体客から個人客、ファミリー客への急激な観光需要のシフト ・在宅勤務、テレワークによるフレキシブルな働き方 ・働き方改革で有給取得率の UP→短期間のリフレッシュ休暇などが増加 ・健康志向、食の安全等に対する意識の高まりによる地産地消への関心 ・円安による日本人アウトバウンド需要の伸び悩みから国内リゾート需要が堅調 ・円安によるインバウンド需要の高まりと都市部オーバーツーリズムにより地方への観光客の流動
W（地域の弱み） ・宿泊場所の少なさ ・ＪＲ福間駅からビーチへの二次交通の弱さ（路線バスの本数が少ない） ・シーズンによる来訪客の偏り ・宮地嶽神社参拝後の滞在時間の短さ ・インバウンド対応の店舗の少なさ ・店舗、農水事業者の高齢化による担い手不足 ・大学、専門学校などが少なく、アルバイトの人材確保が困難。ベッドタウンで日中人口が少なく、観光に携わる人材が高齢 ・JA,JF ともに「むなかた」の名称であり、「ふくつ」のブランド化が難しい ・地元企業が少なく、イベント時の協賛や協力体制がとりにくい	**T（地域外での好ましくない状況・脅威）** ・日本全体の人口減少、人材不足、高齢化 ・コロナ禍を経た後の日本経済の停滞ムードと治安の悪化 ・世界情勢の悪化（アメリカとの貿易問題、ウクライナ問題の長期化、中東の不安定等） ・世界レベルでの物資の不足や争奪戦 ・異常気象（温暖化）、大型災害（台風、大雨など）の脅威 ・未知の感染症に関する恐怖

地域の課題の抽出

積極攻勢（SO）　差別化（ST）　弱点克服（WO）　守り・撤退（WT）

積極攻勢（SO）	・福津の食や自然（海岸、山）を生かし、週末等短い休暇（1 日程度）でも非日常、リゾート感を味わえるプログラムの作成 ・新鮮な食糧品の生産供給地としての役割を発揮し、食の宝庫として、暮らす楽しさを食で認識できる取り組みをする。 ・開放的な場所でのアクティビティの開発 ・「光の道」「宮地嶽神社」「かがみの海」「津屋崎千軒」を利用した福津市のＰＲ展開 ・絶景（夕陽、光の道、かがみの海等）を中心した SNS の発信
差別化（ST）	・福岡市、北九州市からのアクセスの良さをアピールし、気負わず手軽に出かけられるイメージの発信、定着化 ・地域住民に市内アクティビティをＰＲし、地元発信者を増やす、若いファミリー層が多いのでＰＲしやすい。 ・光の道、美しいビーチ（かがみの海）、など強いアイコンに絞って福津のイメージを発信 ・JA や JF ではない「ふくつ」の生産者の顔がでる個性的な農水産物の展開
弱点克服（WO）	・日帰りで楽しめる、ピークシーズン以外でも楽しめるコンテンツを積極的に発信 ・二次交通が弱いエリアへの行き方（公共交通機関、タクシープラン）、徒歩やレンタサイクルなどでの目的地までの寄り道スポットなどを紹介し、単なる移動手段ではなく移動中の風景や街並みを楽しむ観光を提示する。
守り・撤退（WT）	・情勢不安など心落ち着かない時代に、厳かで心落ち着く場所（神社、美しいビーチなど）での癒しを提供 ・地域住民発信型の良質な小規模イベントで細かく来訪者を獲得 ・一日限りのイベントや大きく日常を阻害するようなイベントについては住民からの共感を得づらいため再検討をして住民にとって住みやすい観光地域をめざす。

（３）ターゲット

○第１ターゲット層

九州内から福岡へ訪れる旅行客及び福岡都市圏に住んでいる人　30 代～50 代

○選定の理由

福津市は、ＪＲ博多駅から約 20 分、ＪＲ小倉駅から約 40 分、福岡市天神から約 1 時間、九州自動車道古賀インターから 10 キロと九州各県及び福岡都市圏から気軽に来訪できる圏域内である。そのため、福岡市内観光から更に足を伸ばす行先として、また気軽に何度も訪れてもらう行先として、九州内から福岡へ訪れる旅行客や都市圏に住む人たちは大きなターゲットとなる。都市圏に住む 30～50 代のファミリー層は週末ごとにリア充の生活を楽しむので、福津エリアへのリピート率が高い。令和４年 10～11 月に本法人が実行した「福津市第 2 次観光基本計画進捗状況確認調査」における来訪者のニーズ調査（パラメータ調査）により全体の 84.8%が九州居住者でありその中の 76%が福岡県在住者（うち 44%福岡市、22%北九州市、その他両都市圏 26%）となっている。また
リピーター率が 65%（令和 3 年は 70%）となっており、日帰り客が 79%を占めている。夫婦、カップル、友人同士での少人数（4 名以下）が 92%を占めている。

○取組方針

近隣都市圏からの訪問客が多く、リピート客が多い。そのため週末毎に福津市に来訪しても楽しめる食に取り組みの重点を置く。福津の食の魅力は豊富な農水産物に加え、便利な場所にある癒される風景が魅力であるため、魅力的な食と風景のマッチングを発信し、自然や海を組み合わせたコンテンツを磨きあげる。加えて、パラメータ調査による福津市滞在時間が 3 時間以内を 83%が占めるため目的の一か所に訪問して帰るパターンとなっている。足を運びたくなるような旅行テーマ（癒しの旅、大自然の魅力を味わう旅、歴史ある町並みなどを訪れる旅、世界遺産を訪問する旅をすべてコンパク

トに擁している強みを生かし、訪れた観光客の回遊性を高めるための取組を実施し、地域資源に誘導を図る

〇第２ターゲット層
日本全国から福岡（主に福岡市・北九州市）へ訪れている旅行客　20 代～40 代

〇選定の理由
　福津市は、第 1 ターゲット層のようにＪＲ博多駅から約 20 分、ＪＲ小倉駅から約 40 分、福岡市天神から約 1 時間、九州自動車道古賀インターから 10 キロと福岡県内から気軽に来訪できる圏域内である。そのため、福岡エリアに旅行に来た人があと 1 日、半日で更に足を伸ばす次の行先として、全国から福岡県を目指して訪れた旅行客は大きなターゲットとなり得る。また、福岡市は支店文化であることから、全国からのビジネス客の週末時間も大きな顧客となる。コロナ前の令和元年福岡県観光入込客数（福岡県 HP）のビジネス目的の県外客はのべ 670 万人（うち宿泊 541 万人）。
　また、前述本法人のパラメータ調査により福津市を訪れる他県在住者は九州隣県を除くと大阪、神奈川、愛知、東京などの大都市圏が多く来訪者の 66%が女性、20 代～50 代の女性割合が高くなっている。このことからＳＮＳに長けている世代、特に都会からの旅行客に対する「福津の美しい風景 x 映える食事」のポテンシャルは高くこの層をターゲットとすることでＳＮＳでのシェアや口コミといった宣伝効果が上がると考える。
〇取組方針
　政令指定都市部から気軽なドライブ圏内で足を運ぶことができるので、滞在日のプラス 1 日や半日の遊び方や自然豊かな福津市ならではの食の楽しみの提案をする。新鮮な魚介類や瑞々しい野菜、果物などを美しい風景とともに楽しむ提案や、全国区で有名な宮地嶽神社での開運とのマッチングなど福津市ならではの観光素材 x 風景 x 新鮮な食材を提案する。

〇第３ターゲット層
アジア圏（香港、台湾、及びタイシンガポール等の東南アジア）からの個人旅行客、小グループの旅行客　30～50 代の日本リピーター

〇選定の理由
　2024 年度末現在福岡空港の国際線就航はアジアの 8 か国 21 路線（アジア以外はホノルルのみ）となっており、「福岡」という目的地が選ばれるため福岡に到着する観光客から最初のターゲットとする。
　福津市という名前自体はまったく海外では無名であるためアジア圏を中心として知名度が高い「光の道」（アジアには JPOP アイドルファンも多く嵐の JAL の CM で知る人が多い）を活用し当該エリアにおける市の知名度、関心度を高め、多くのインバウンドを誘致できるようターゲットとしたい。観光消費額を増やすためにも海外客の活発な旅行消費を獲得したい。
〇取組方針
　コロナ収束後の急激な旅行需要の回復と円安による後押しに伴い当該エリアからの外国人旅行客が福岡県に押し寄せている。その旅行者に福岡市や北九州市といった大都市から容易に訪れることができる自然と文化があふれる日帰り・半日旅の「上質な田舎」として認識されるため、安心・快適に観光周遊を楽しむことができる受け入れ環境づくりを行う。多言語対応やインバウンド向けコンテンツの開発によりわざわざ福津市を訪れる価値を高めるを提案する。その手段として SNS を始めとするインターネットでの発信を重ね、福津の絶景と食の刷り込みを図る。
　また、すでに外国人観光案内所としてＪＮＴＯに登録しているＪＲ福間駅のふっくる、レンタカーなどで訪れやすく、古民家民泊等外国人が好む古い街並みの津屋崎千軒なごみに加え、2024 年 1 月に福津市最大の観光地「宮地嶽神社門前町」にも観光案内所を開業し。いずれの観光案内所も多言語マップの設置の他、多言語スタッフも配置し外国人対応を積極的に行い、市内周遊を促す。

（４）観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト **「おいしい福津」**	豊かな自然環境によってもたらされる農産物や海産物等を生かした魅力ある食は、まさしく幸福（暮らしやすさ、心地よさ）のシンボルとなり、「福津は「福」が集まる港（津）」である。 おいしいもの、癒しの時間と空間を福津で暮らし、もてなす。「おいしい」と感じることは幸せな暮らしのシンボル。おいしい福津で明日へのパワーチャージ。**これらの行動をすべて含めた言葉として「おいしい福津」というコンセプトに集約する。**海に続く光の道やその先に広がるかがみの海に心癒しにくる人々に「いつでも」「何度でも」おいしい福津を求めてほしい。
① コンセプトの考え方	福津市の観光入込客数の過半数を占める宮地嶽神社の来訪者の市内滞在時間が短く、神社以外の市内周遊がなされていない傾向が顕著となっている。神社の参拝客へ「おいしい福津」というシンプルなキーワードでインパクトをもたらし周遊を促すことで消費額の増加を促したい。光の道やかがみの海の絶景と自然に恵まれた福津市の農産物・水産物をマッチングさせ、福津市独自の風景と食、日常と観光の共存を狙う。 本市はキャベツ、カリフラワー等の福岡県の野菜指定産地である。また、市内に 2 つの漁港もあり、新鮮な食糧品の生産供給地としての役割を持つ。市内の飲食店等では豊富な市内農水産品を新鮮な状態で手に入れられ鯛茶づけやイカ、オリジナルスイーツをテーマとした食フェアも好評である。 食の宝庫として、住む人は暮らす楽しさを食で感じ、旅行客は何度きてもいつきてもおいしいと認識できる「食」をシンボルとした取り組みをする。 「豊かで魅力的な産品がある」「大消費圏に近い」という福津市の強みを生かし、日常的な暮らしをつなげた魅力をコンテンツとして作り上げる。 ＜目指すべき将来像＞ 【福津の魅力を活かした持続可能な観光まちづくり】 ・自然の恵みの農水産物を１年中食せるまち ・住みやすさを感じ、住み続けたいと思うまち ・暮らすように心地よさを感じ滞在したくなるまち ・国内外の旅行客が何度も訪れたくなるまち

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。	合意形成については本法人が設置する理事会（多様な関係団体や事業所が構成）にて決定・共有する。理事会への事業案や戦略策定、補助金等の取り組み等の提案をする機関として「戦略委員会」を新たに設け、「戦略委員会」➡理事会➡実行を行う実行委員会やワーキンググループ、事業本部と共有する。事業や KPI の達成検証については外部組織である福津市観光産業活性化協議会に諮問する。
	①2024 年度理事会開催実績　DMO 役員以外に、市は市長及び担当課（観光振興課） 4 月 15 日、9 月 7 日、12 月 22 日、4 月 24 日（3 月開催予定の延期） ②市観光産業活性化協議会へ参画　2024 年度は 9 月 3 日、12 月 20 日 3 月 3 日 第 2 次福津市観光基本計画の進捗状況や観光調査の報告。

様式１

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	①ホームページを活用し、閲覧傾向などの詳細分析を実施。観光客を持続的に呼び込むためのデジタルマーケティングを行う。 ②福津市内 3 か所（観光協会が運営する福間駅ふっくる、DMO が運営する津屋崎千軒なごみ及び門前町観光案内所）にて来訪者等に対し、アンケート調査を行いニーズの把握をする。 ③食フェアの際のお客様アンケート、事業所アンケートの実施により需要と供給双方からの分析を行い、事業のＰＤＣＡサイクルを回す。 ※①②等によりデータ収集を行い、戦略策定やＫＰＩ把握の参考とする。
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	① ＪＮＴＯ、九州観光推進機構、福岡県、福岡県観光連盟と連携し、情報発信の強化を図る。 ② テレビなどのメディア、フリーペーパー、ＷＥＢサイト、ＳＮＳ等を利用した効果的なプロモーションの実施。 ③ 回遊性を高めるため、観光交流施設交互の連携を深め、効率的な施設案内や旅行商品の提供を行う。 ② 商談会、展示会等へ積極的に参画し、市内外・県内外・国内外を問わず PR を行う。

※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	15,964	16,372	16,785	17,203	17,626	18,054
		（　）	(1.9)	(3.9)	(5.8)	(10.4)	(15.4)
	実績	19,671	21,696	23,062			
		（　）	(8.6)	(13.6)			
●延べ宿泊者数（千人）	目標	48.4	57.0	65.6	74.2	82.8	91.4
		（　）	(0.5)	(0.6)	(0.7)	(0.8)	(0.9)
	実績	24.8	22.7	22.3			
		（　）	(0.4)	(0.5)			
●来訪者満足度（%）	目標	83.1	83.6	84.1	84.6	85.1	85.6
		（　）	(83.6)	(84.1)	(84.6)	(85.1)	(85.6)
	実績	90.1	87.5	85.1			
		（　）	(75.0)	(83.5)			
●リピーター率（%）	目標	65.9	66.4	66.9	67.4	67.9	68.4
		（　）	(10)	(10)	(10)	(10)	(10)
	実績	64.0	54.1	76.4			
		（　）	(16.7)	(8.8)			

※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】

第２次福津市観光基本計画策定時の基礎調査結果及び福岡県観光入込客数推計調査報告実績等から把握している観光入込客数、観光消費額を参考に伸び率を設定し、目標数値の設定を行った。また、観光基本計画の基準年が 2018 年度であることから本計画の年次設定も基準年を 2018 年度と設定した。

【設定にあたっての考え方】

●旅行消費額(観光消費額)

伸び率を 2023 年をコロナからの完全回復年とし前年比 2.55%増とし、目標値を設定。その後は 2.52%➡2.49%➡2.46%➡2.43%（2027 年度）と徐々に上昇率は安定化（入込客数の劇的な増加は見込まないため）すると予想。なお、外国人観光客については、2023 年度からのべ宿泊者数を基に設定した。2022 年度には基本計画についての進捗調査を行っており、**2022 年度調査の平均消費額は結果 3,370 円**と前回調査より 34.4%伸びた。(2023,2024 年度については観光案内所内にての DMO 独自の調査のため、数字が大きく伸びている。この結果の検証については今後の観光基本計画見直しの際の検討としているため、福津市としての消費額については**2022 年度単価を引き続き使用**する。ちなみに参考値として 2023 年度は 6,197 円、2024 年度は 13,750 円と飛躍的に増えている)。**外国人消費額については宿泊地での消費のみ計算可能な数値**のため、宿泊費以外の消費額の実態をつかむ努力を今後行う必要がある。

●延べ宿泊者数

市には、現在、宿泊施設が少なく、その需要に応えられていない状況にある。コロナ禍のなか、グランピングの需要が高く、少しずつ増加傾向にあり、今後は都市計画見直しによる宿泊施設設置の可能性もある。目標値については第 2 次福津市観光基本計画の目標に基づき基準年の 61.5%＝8.6（千人）を毎年増加させる目標値を設定。外国人観光客に係る数値については設定をしていなかったが 2023 年度に日本人観光客の約 1%と設定。

●来訪者満足度

来訪者による満足度調査を実施（2021 年度よりＤＭＯが来訪者調査により実施した数値)。新型コロナ感染症拡大による影響は想定されるものの、この水準を維持すべく、来訪者の評価をフィードバックすることで、満足度を高めていく（年 0.5%増）

外国人に係る数値については、2022 年度まで回復は難しいと考える。2023 年度より計測

●リピーター率

来訪者による調査を実施。(2021 年度よりＤＭＯが来訪者調査により実施した数値）基礎となる基礎調査結果のリピーター率が 60%を超えていることから、それを基に更に年 0.5%増として目標値を設定外国人に係る数値については、2022 年度まで回復は難しいと考え 2023 年度より計測。

（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 サイトのアクセス数（PV）	目標	123,561	142,095	163,409	187,920	216,108	248,524
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	109,467	96,526	197,378			
		（ ）	（ ）	（ ）			
●旅行商品販売数（本）	目標	20	30	33	23	23	30
		（ ）	（ ）	(33)	(23)	(23)	(30)
	実績	14	30	71			
		（２）	（４）	(7)			
●参加事業者数（件）	目標	115	120	125	100	100	120
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	128	102	86			
		（ ）	（ ）	（ ）			
●住民満足度（%）	目標	74.4	75.4	76.4	77.4	78.4	79.4
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	79.1	74.8	74.7			
		（ ）	（ ）	（ ）			

※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。

様式１

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】

第 2 次観光基本計画の調査結果、及び観光入込客数、観光消費額を参考に伸び率を設定し、目標値の設定を行った。

【設定にあたっての考え方】

〇ＷＥＢサイトのアクセス数（ＰＶ）

2022 年度からはＤＭＯが運営するＷＥＢサイト「FUKUTSU WAVE」を開設した。2023 年度に福津市観光振興課の WEB「ふくつのじかん」及びふくつ観光協会の WEB「ふくつぶらり」と市内に公式３つの観光サイトが乱立したため、PV 数の伸び悩み及び各所との協議会等でも福津市の観光サイトの一本化という課題がでた。そのため 2024 年度に市役所のサイトのクローズ及び観光協会サイトの役割を会員及び自主事業に特化する形で改定を行い、福津市の観光サイトは DMO が運営する「FUKUTSU WAVE」に一本化できたため、大きく PV 数が伸びている。今後の目標値は 2022 年度予想から翌年伸び率 15%として目標値を設定。

〇旅行商品販売数(本)

現在実施している着地型観光事業等の実施本数を基に目標値を設定

限定日募集型の暮らしの旅及び随時型の体験プログラムを販売。また、2024 年度からは旅行会社に対する津屋崎千軒街歩きのパッケージ販売を開始し、バスツアー誘客も開始した。このことにより津屋崎千軒については実績０から 38 本のバスツアーの誘客を行えた。津屋崎千軒以外についてもかがみの海の撮影体験や神職さんと歩く宮地嶽神社パッケージ等体験型バスツアーのコンテンツ化を行った。インバウンド向けにも津屋崎千軒の街歩き、モマ笛の絵付け体験、着物で街歩き体験及び、鮨学校、いちご狩り等体験型旅行商品を販売開始している。2025~26 年度には数量から売れるコンテンツの取捨選択を行う予定（暮らしの旅の中止等）のため一旦数が減ると考える。

〇参加事業者数(のべ数)

現在実施している食を中心としたフェアやイベント等に参加・協力している事業者数を基に目標値を設定。2022 年度については福津市にて竜王戦を開催したことにより勝負めし勝負おやつに関する事業者からの関心が高く、同時に各食フェアへの関心の高まりを見せた。一度フェアに参加した事業者のリピート率は高いため、2023 年度以降も多くの事業者を巻き込むことができると考え合意形成が広がることで参加事業者目標値を設定したが、目標より早く（目標では 25 及び 26 年度を予定していた）23 年、24 年と連続でこれまで実施してきたフェアを評価検証したうえで事業全体を見直したため実数が減っている。当面はフェアについて検討を行いながら実施するため 2027 年度を目安に事業者の拡大を狙う。

〇住民満足度(%)

福津市が総合計画策定時に調査した結果を基に目標値を設定。「今後も住み続けたいか」という問いに「そう思う」「ややそう思う」と答えた人の割合。その水準を維持すべく毎年 1%ずつ向上させていくことを目標とした。

様式１

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 （決算）	37,605,225（円）	0円　会費 354,000円　協賛金（食フェア・フォトコン他） 2,347,563円　営業収入・事業収入・参加費等 290,162円　雑収入 18,568,000円　福津市補助金 3,018,500円　受託事業 1,027,000円　福岡県・その他補助金 12,000,000円　福津市指定管理事業
2023（Ｒ５） 年度 （決算）	42,316,630（円）	0円　会費 690,495円　協賛金 3,263,098円　営業収入・事業収入・参加費等 2,704,750円　雑収入・繰越金 16,568,000円　福津市補助金 614,000円　福岡県等補助金 12,000,000円　福津市指定管理事業 6,476,287円　観光庁・文化庁等補助金
2024（Ｒ６） 年度 （決算）	52,062,466（円）	0円　会費 280,000円　協賛金（食フェア他） 9,724,410円　営業収入・事業収入・参加費等 2,450,499円　雑収入・繰越金 16,568,000円　福津市補助金 9,698,700円　福津市受託金 12,000,000円　福津市指定管理事業 1,340,857円　観光庁補助金
2025（Ｒ７） 年度 （予算）	33,246,886（円）	0,000円　会費 400,000円　協賛金（食フェア他） 12,200,000円　営業収入・事業収入・参加費 4,046,886円　雑収入・繰越金 4,600,000円　福津市補助金・受託金 12,000,000円　福津市指定管理事業 0円　観光庁補助金
2026（Ｒ8） 年度 （予算）	57,607,000（円）	0円　会費 400,000円　協賛金（食フェア他） 10,050,000円　営業収入・事業収入 5,557,000円　雑収入・繰越金 12,600,000円　福津市補助金・受託金 12,000,000円　福津市指定管理事業 17,000,000円　観光庁補助金（専門人材補助金含）
2027（Ｒ9） 年度	59,112,000（円）	600,000円　会費

様式１

（予算）		600,000 円　協賛金（食フェア他） 10,755,000 円　営業収入・事業収入 5,557,000 円　雑収入・繰越金 12,600,000 円　福津市補助金・受託金 12,000,000 円　福津市指定管理事業 17,000,000 円　観光庁補助金（専門人材補助金含）

（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 （決算）	35,585,743（円）	4,003,853 円　広報事業費 6,031,258 円　まちづくり事業費（イベント・調査・体験型事業・物販仕入れ等） 2,116,995 円　インバウンド及び新規誘客開拓事業費 21,821,331 円　運営事業費 1,612,306 円　指定管理自主事業費
2023（Ｒ５） 年度 （決算）	40,676,871（円）	2,162,318 円　広報事業費 6,759,561 円　まちづくり事業費（イベント・調査・体験型事業・物販仕入れ・文化庁事業費含む） 7,840,336 円　インバウンド及び新規誘客開拓事業費（観光庁事業含む） 21,523,918 円　運営事業費 2,390,738 円　指定管理自主事業費
2024（Ｒ６） 年度 （決算）	48,815,580（円）	300,048 円　広報事業費（インバウンド以外） 19,519,768 円　まちづくり事業費（イベント・調査・体験型事業・物販仕入れ・福津市受託事業含む） 3,840,405 円　インバウンド及び新規誘客開拓事業費（観光庁事業含む） 23,304,959 円　運営事業費 1,850,400 円　指定管理自主事業費
2025（Ｒ７） 年度（予算）	31,687,000（円）	950,000 円　広報事業費（インバウンド以外） 3,100,000 円　まちづくり事業費（イベント・調査・体験型事業・物販仕入れ・福津市受託事業含む） 850,000 円　インバウンド及新規誘客開拓事業費 24,287,000 円　運営事業費 2,500,000 円　指定管理自主事業費
2026（Ｒ８） 年度（予算）	54,087,000（円）	1,000,000 円　広報事業費（インバウンド以外）

		9,300,000 円　まちづくり事業費（イベント・調査・体験型事業・物販仕入れ・福津市受託事業含む） 1,000,000 円　インバウンド及新規誘客開拓事業費 24,287,000 円　運営事業費 15,000,000 円　専門家人材費 3,500,000 円　指定管理自主事業費
2027（Ｒ９）年度（予算）	55,087,000（円）	1,000,000 円　広報事業費（インバウンド以外） 10,300,000 円　まちづくり事業費（イベント・調査・体験型事業・物販仕入れ・福津市受託事業含む） 1,000,000 円　インバウンド及新規誘客開拓事業費 24,287,000 円　運営事業費 15,000,000 円　専門家人材費 3,500,000 円　指定管理自主事業費

（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

＜旅行事業＞
　観光客の利便性向上と滞在時間確保のため、現在のニーズに沿った着地型旅行商品等の企画、造成、販売を行う。バスツアー向けミニパッケージの販売、手配業務も行う。
＜物販事業＞
　市の資源を活用した観光産品の企画、販売。また、関係事業者と連携し受託商品の販売拡充を行い、収益向上に努める。観光案内所での物販事業の強化に努める。
＜指定管理＞
　観光地域づくりの重要拠点でもある津屋崎千軒地区の中心となる「津屋崎千軒なごみ」の指定管理業務受託。令和 4 年度～令和 8 年度までの 5 年間契約。
＜レンタサイクル事業＞
津屋崎千軒及び宮地嶽神社門前町観光案内所におけるレンタサイクル事業
＜事業者・広報支援＞
市内事業者の補助金活用についても支援し、サポート事業の受託により事業化する。また、取材同行や視察の受け入れ等についても観光ノウハウを事業化する。
＜福津市受託事業＞
福津市の観光に資する事業について常に提案及びプロポーザルに参加することにより福津市観光事業を受託する。

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

　本市の将来像を掲げた計画である『福津市まちづくり基本構想』において、「観光」は、地域経済を支える産業の柱という役割だけでなく、本市が持つ自然資源、歴史資源、景観資源を生かし、地域の魅力をさらに向上させる役割と位置付けられています。そこで、本市は、「観光」を地域総体産業として捉え、観光振興に取り組むことで地域社会全体へ経済効果がもたらされることを期待しています。

（一社）ひかりのみちＤＭＯ福津は令和４年度に設立されて以降、「観光振興の司令塔」として農業・水産業者など産業種別の枠を越えて連携・連動しながら観光誘客や地域の活性化に取り組み、実績と成果を積み重ねています。

今後もその取り組みを推進し、本市の認知度向上とブランディング形成を図っていくためには、（一社）ひかりのみちＤＭＯ福津による、観光地域づくり戦略に基づくマーケティング、情報発信、プロモーションを効果的、効率的、継続的に実施していく必要があります。

本市としては、本市の魅力を生かした持続可能な観光のまちの実現に向けて、今後も（一社）ひかりのみちＤＭＯ福津を観光振興の核として市民や事業者、団体等を巻き込みながら、更なる発展を推進していきます。

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）

１０．記入担当者連絡先

担当者氏名	中村留美
担当部署名（役職）	常務理事　事業本部長
郵便番号	811-3304
所在地	福津市津屋崎３丁目１７－３　津屋崎千軒なごみ
電話番号（直通）	0940-62-5790
ＦＡＸ番号	0940-52-2122
Ｅ－ｍａｉｌ	office@dmofukutsu.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	福岡県福津市
担当者氏名	村上　尚寛
担当部署名（役職）	経済産業部観光振興課観光振興係長
郵便番号	８１１－３２９３
所在地	福岡県福津市中央１丁目１番１号
電話番号（直通）	０９４０－６２－５０１４
ＦＡＸ番号	０９４０－４３－９００３
Ｅ－ｍａｉｌ	kanko@city.fukutsu.lg.jp

（登録）【地域DMO】一般社団法人ひかりのみちDMO福津

様式2

記入日：　令和　7年　7月　31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】
　福岡県福津市
【設立時期】　令和3年9月1日
【設立経緯】
①区域に観光協会があるが、役割分担等をした上でDMO新設
【代表者】（CEO）浄見譲
【マーケティング責任者（CMO）】　中村留美
【財務責任者（CFO）】　中村留美
【職員数】　7人　（正職員2名、パート常勤2名、パート職員2名、学生バイト1名）
【主な収入】
　収益事業　12．2百万円、市補助金16．6百万円、市受託金9．7百万円
　その他補助金　1．3百万、市指定管理事業　12百万円　（6年度決算）
【総支出】
　事業費　25．5百万円、一般管理費　23．3百万円（6年度決算）
【連携する主な事業者】
　ふくつ観光協会、福津市商工会、福津いいざい、キッカケラボ、JAむなかた、
　JF宗像、ぶどうの樹福津海岸通り、グランドーム福岡、九州産業大学、
　津屋崎ブランチ、あんずの里市利用組合、ふれあい広場ふくま、福岡銀行、
　西日本シティ銀行、遠賀信用金庫、北九州銀行、等

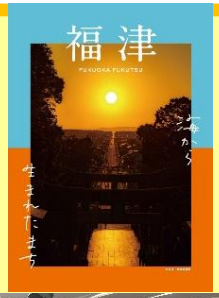
KPI（実績・目標）

※（　）内は外国人に関するもの。

項目		2022（R4）年	2023（R5）年	2024（R6）年	2025（R7）年	2026（R8）年	2027（R9）年度
旅行消費額（百万円）	目標	15,964（　）	16,372（1.9）	16,785（3.9）	17,203（5.8）	17,626（10.4）	18,054（15.4）
	実績	19,671（　）	21,696（8.6）	23,062（13.6）	—	—	—
延べ宿泊者数（千人）	目標	48.4（　）	57.0（0.5）	65.6（0.6）	74.2（0.7）	82.8（0.8）	91.4（0.9）
	実績	24.8（　）	22.7（0.4）	22.3（0.5）	—	—	—
来訪者満足度（%）	目標	83.1（　）	83.6（83.6）	84.1（84.1）	84.6（84.6）	85.1（85.1）	85.6（85.6）
	実績	90.1（　）	87.5（75.0）	85.1（83.5）	—	—	—
リピーター率（%）	目標	65.9（　）	66.4（10）	66.9（10）	67.4（10）	67.9（10）	68.4（10）
	実績	64.0（　）	54.1（16.7）	76.4（8.8）	—	—	—

戦略

【主なターゲット】
福岡へ訪れる旅行客及び交流人口、新規流入者の多い福岡都市圏に住んでいる人。主に30～50代のファミリー層及び20～40代のインスタグラム等を多用する若年層。
【ターゲットの誘客に向けた取組方針】
・自然、特に海岸線などを組み合わせた福津の食の魅力を発信。「光の道」「かがみの海」のような絶景と食を組み合わせたSNS対策。
・旅行テーマのニーズ（癒しの、大自然の魅力を味わう、歴史ある町並み等）に応えるコンテンツの磨き上げ。
・訪れた観光客の回遊性を高め、地域資源に誘導を図る。
【観光地域づくりのコンセプト】
「おいしい福津」　おいしいもの、癒しの時間と空間を福津で暮らし、もてなす。おいしいと感じることは幸せな暮らしのシンボル。福津で明日へのパワーチャージ。

具体的な取組

【情報発信・プロモーション】
・HPやSNSを通じ福津市観光情報の集約と発信。福津市・観光協会と連携を図り、観光情報及びプロモーションの一元化を図る。ANAや雑誌社との「海から生まれたまち　福津」のプロモーション。
・多言語マップを含む観光や食に関するパンフレットの制作
・インスタグラムによるフォトコンテストやフォトキャンペーンにより拡散やPR画像の収集
・各種媒体への情報提供や取材コーディネート、広域や地域連携DMO、企業と連携した広報活動
【観光資源の磨き上げ】
・「おいしい福津」実践のため福津の食材や観光資源を使った食フェアの開催、農水・工芸事業者との連携による着地型体験事業の開発。事業者の「おいしい福津」への巻き込みを重視。
・光の道を目指してきた観光客を市内スポットへと流すために「がかみの海」「津屋崎千軒」という個性ある観光地の磨き上げを行い周遊を促す。津屋崎千軒のバスツアーコンテンツ開発。
【受入環境の整備】市内4か所の観光拠点に案内所の整備、お土産販売、レンタサイクルの整備
【インバウンド事業】
・福岡県観光連盟等との連携により国内外にてでのBtoB,BtoCのトラベルフェア出展、視察受け入れ等
・JNTO外国人観光案内所への登録（市内2か所）、インバウンド事業所セミナーの開催、観光庁支援事業等を活用したインバウンド体験コンテンツの開発等