様式１

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	一般社団法人 海峡都市関門ＤＭＯ	
マネジメント・マーケティング対象とする区域	山口県下関市、福岡県北九州市	
所在地	山口県下関市一の宮学園町（東亜大学内）	
設立時期	2020 年 10 月 2 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	8 人【常勤 6 人（正職員 2 人・出向等 4 人）、非常勤 2 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）	（氏名） 代表理事 巖洞 秀樹 「専従」	北九州市門司区出身。2021 年に一般社団法人海峡都市関門 DMO を設立。関門観光企画営業担当者会議の副会長を務めるとともに、各種観光関連団体との繋がりを有し、関門地域の多様な構成団体からなる当 DMO を牽引。下関市・北九州市２都市の連携における課題解決に取り組むほか、巌流島の観光開発や観光ガイド育成など地域交流関連事業などを手がける。
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） 二宮 佳範「専従」 （出身組織） （株）朝日広告社	CMO としてマーケティング戦略やプロモーションを担当するほか、事務局の責任者を担う。また、北九州市門司港レトロエリアにおける指定管理施設の総責任者業務に従事。これまで、北九州のオリジナルお土産「鮨まろ」や「キタキュウパレット」（ネジチョコ GRAN DA ZUR との協働開発）」や夜景プロモーションなど地域に根差した地域活性化事業を実施。国内旅行業務取扱管理者保持。
財務責任者（ＣＦＯ：チーフ・フィナンシャル・オフィサー）	（氏名） 梅本 裕英	山口ファイナンシャルグループ取締役副社長、山口銀行専務取締役、ワイエム証券取締役社長、北九州銀行取締役監査等委員を経て、山口大学地域未来創生センター客員教授を現任。2022 年より DMO 運営に関わる経営助言、会計監査および銀行調整に関わる業務など経営管理・財務の監査を務める。

様式１

旅行商品の造成･販売・観光事業の責任者（専門人材） ※下関エリア	（氏名） 香月 光一 下関所長・サステナブルコーディネーター「専従」 （出身組織） 東武トップツアーズ（株）	東武トップツアーズ関門支店長を経て、2023 年より関門 DMO に参画。教育旅行を中心に、旅行商品の企画から営業、添乗まで、多岐にわたる業務の実績多数。関門エリアにおける地域連携事業やクルーズ関連事業のほか、教育旅行に関する商品開発を手掛ける。GSTC Sustainable Tourism Course 修了。総合旅行業務取扱管理者資格保持。
旅行商品の造成･販売・観光事業の責任者（専門人材） ※北九州エリア	（氏名） 野副 竜平 （門司港所長）「専従」 （出身組織名） （株）JTB	JTB にて 23 年勤務。旅行商品の仕入造成・Web 販売面で高い知見を持ち、GoTo トラベル・全国旅行支援等の社内プロジェクトにも従事。2023 年より関門エリアにおける Web 販売戦略のほか、着地型ツアーなど関門ならではの観光コンテンツ造成、販促を手がける。総合旅行業務取扱管理者資格保持。
連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	• 下関市観光スポーツ文化部 観光政策課（観光振興） • 下関市港湾局振興課（クルーズ船誘致及び集客） • 北九州市産業経済局 観光部 門司港レトロ課 （門司港レトロ地区の観光振興、観光施設運営） 北九州市港湾空港局 総務部クルーズ・交流課 （クルーズ船誘致、港のにぎわい創出）	
連携する事業者名及び役割	**■観光事業者・団体** ・ 長府観光協会（地域観光の振興） ・ 豊北町観光協会（地域観光の振興） ・ 美祢市観光協会（地域観光の振興） ・ 下関観光コンベンション協会（地域産業・観光の振興） ・ 北九州観光コンベンション協会（地域産業・観光の振興） ・ 下関商工会議所（地域経済の発展支援） ・ 北九州商工会議所（地域経済の発展支援） ・ みなとオアシス全国協議会（港湾を通じた観光振興） **■教育機関** ・ 東亜大学(下関市) ・ 北九州市立大学（北九州市） **■交通機関** ・ 阪九フェリー（株） ・ （株）名門大洋フェリー ・ 東京九州フェリー（株） ・ 関門汽船（株） ・ JR 九州、JR 門司港駅 ・ JR 西日本 ・ （株）スターフライヤー	
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	関門 DMO は、関門地域で観光業に携わる事業者、行政、教育機関を中心とした会員組織「関門観光企画営業担当者会議」を母体として形成した観光地域づくり法人となる。同組織は法人格ではないことから、地域づくりの受け皿となる DMO を設立した背景があり、合意形成を行う組織として 15 年以上の実績を保有している。DMO 自体では会員組織化はしておらず、全ての議題は、会員組織化されている同会議体で合意形成を図る形となっている。会議は通常月１回の定例会となっており、会議はこれまで合計 183 回の開催実績を保有している。 この定例会議には「下関市観光スポーツ文化部 観光政策課」「北九州	

	市産業経済局 地域・観光産業振興部 観光課」「北九州市産業経済局観光部 門司港レトロ課」「北九州市立大学」が参加しており、観光地域づくりに向けて行政や教育機関との情報共有の場となっている。 また、関門海峡の行政連携組織である関門海峡観光推進協議会(山口県、下関市、北九州市)と連携し、観光事業の合意形成をはかる。現在、関門観光企画営業担当者会議と合同で国内外のエージェントセールスを継続して活動中である。 【該当する登録要件】①、② ① 理事会：DMO 内にて実施（年１回） ② 関門観光企画営業担当者会議：定例会（月１回） 1.【北九州ＤＭＯとの連携】 地域の観光客誘致の受皿として北九州 DMO（協同組合北九州イベントスタッフ協会）と連携しながら、観光客誘致の活動を別の階層で行っていくこととする。地域やターゲットとなる観光客のセグメントを分割するのではなく、ツアー企画と営業販売を相互に行うことで両者の強みを最大限活かした協働補完関係により、地域全体の観光地としてのプレゼンス向上を図っていく。 具体的な活動として、両者は上記目的を達成するための協議会を組織し、各ＤＭＯ役員による情報交換を含めた定期的な会合を実施する。実施に当たっては、行政機関の参与を求める。 2.【一般社団法人山口県観光連盟との連携】 県広域の地域連携 DMO である一般社団法人山口県観光連盟（やまぐち DMO）の活動内容に合わせ、県内地域である関門ＤＭＯにおいても、下関地区の観光事業者と共に観光振興の連携・協業を行っていく。
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	下関市と北九州市の門司港レトロ地区と港湾地区の歴史的な観光資源を有効に活用した催しなどを立案・実施することで地域住民に対する観光地域づくりの参加を促進していく。 また、当地域は、北九州港（門司・西海岸）でクルーズ船の寄港が増加していること、下関港（長州出島）のクルーズ船専用ターミナルが 2023 年度に供用開始が予定されているのに伴い、地域住民を対象にクルーズ船内見学などにより、クルーズ船寄港に対する理解を深めていく必要がある。 具体的には、地域の観光事業者と連携して観光プランの充実を図るため、クルーズ船寄港の際には地域の住民や事業者が、着付け体験、お抹茶体験、ふく解体実演などを外国人クルーズ客に対して実施することで、地域住民に対してビジネスチャンスであることを啓発し、参画を促している。 主な実績 【巌流島魅力発信プロジェクト】 巌流島での剣道大会など歴史的背景を活用した催しなどで集客に繋がる魅

<table>
<tr><td></td><td>力的な観光プログラムを充実させた。また、観光庁 地域の観光の磨き上げを通じた域内連携促進に向けた実証事業の採択を受けて「巌流島魅力発信プロジェクト！」を実施した。

【観光鉄道と連携した観光体験造成】
本州と九州の接点となる要衝地区であることや、鉄道路線の起点であり航路・航空路などの交通の利便性にも恵まれた関門地域の特性を活かし、「クルーズ船乗客が JR 九州の「ななつ星 in 九州」や JR 西日本の「瑞風」などのクルーズトレインで観光するプラン」など、新たな着地型旅行商品の提案を実施。これにより食事や買い物などの地域内での消費に結びついた観光プラットホームを構築していく。
当事業は、下関市・北九州市の両市からの委託により実施。</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>関門地域への観光誘致セールス・プロモーションとして、国内外の旅行業者へセールスを実施。国内・海外の旅行業者を招聘によるファムツアーおよび商談会の実施。また、国内旅行博（ツーリズム EXPO）の業界日にて旅行会社ブースに登壇し国内旅行会社向けセールスを実施
※上記の活動には、下関市・北九州市の行政も参加し、市内の観光プロモーションも実施している。
・　下関市観光スポーツ文化部 観光政策課
・　北九州市産業経済局 地域・観光産業振興部 観光課

情報配信事業
関門 DMO の組織サイトを公開し、業界向けに関門 DMO の活動内容を公開する情報配信を開始。また、観光客向けの着地型ツアーおよび体験コンテンツ・施設チケットを販売する観光 Web サイトを構築。地域の観光事業者と連携しながら地域情報の配信を実施している。</td></tr>
<tr><td>受入環境の整備</td><td>日本遺産を中心とした観光資源の多言語翻訳を実施。翻訳の監修においては観光庁事業の活用を通してデービットアトキンソン氏のレビューも実施。
整備した多言語情報をもとに、観光ガイドなどの制作を行っている。</td></tr>
<tr><td>観光資源の磨き上げ</td><td>地域観光の磨き上げは、「クルーズ着地型観光ツアーの造成」「新たな観光資源の発掘」「文化・歴史・産業を活用した商品開発」の３つを軸に事業を推進していく。

【巌流島の活性化】
関門海峡に存在する巌流島は、認知度は高いものの、観光資源としての活用はされていない状況があります。そこで、関</td></tr>
</table></td></tr>
</table>

		門 DMO としては巌流島を用いた新たな観光商品の開発を行っていきます。関門地域を今まで以上に市民が誇れる観光地へと成長・定着させると同時に、コロナ禍終息の際には、全国、そして世界に知らしめることで、下関市・北九州市のイメージアップを図り、国内はもとより海外からも訪れたくなる日本の観光地とし、さらにはシビックプライドの芽生えと醸成のきっかけと位置付けています。 （2021 年） 地域の観光の磨き上げを通じた域内連携促進に向けた実証事業として「巌流島魅力発信プロジェクト！」の支援を受け、以下３つの体験商品を開発。令和 4 年 1 月 19 日から 2 月 13 日にかけて体験ツアーを実施。 ・映画「宮本武蔵」なりきり体験ツアー ・「伝説のプロレス」巌流島決戦体験ツアー ・SASSEN イベント「巌流島決戦」体験ツアー ※SESSEN イベントは新型コロナの影響を受け中止 【関門メガジップライン】 関門海峡を取り巻くレガシー資源（関門地域固有の有形・無形の地域資源）に磨きをかけ、情報を国内外に発信して「人」 の交流を生み出し、訪れる人を増やすとともに、海峡を挟む両市民が想い抱く地域への愛着・誇り＝「シビック・プライド」を高め、レガシー資源を活用したまちづくりへの市民や関係者の積極的な参画を促進します。また、「観光・交流の産業化」を基本姿勢に、新たな投資を呼び込むとともに、質の高いサービスを提供するための創業や既存事業の拡充を図り、雇用創出と所得向上につなげていきます。そして関門海峡を取り巻く両市民や関係者が自らの個性や強みを活かせる事業アイデアを実現したり、関連する新たな仕事を選択したりできる関門メガトリップエリアの実現を図り、さらなる交流の拡充、ひいては定住の促進が図られ、なおかつ SDGs の実現にも貢献するという好循環のエリア形成を目指します。 （2022 年） 観光庁「地域の新たなレガシー形成事業」の採択を受け、関門メガトリップエリアの将来像を検討する協議会を設置。基本方針・施策展開などの検討を行っている。

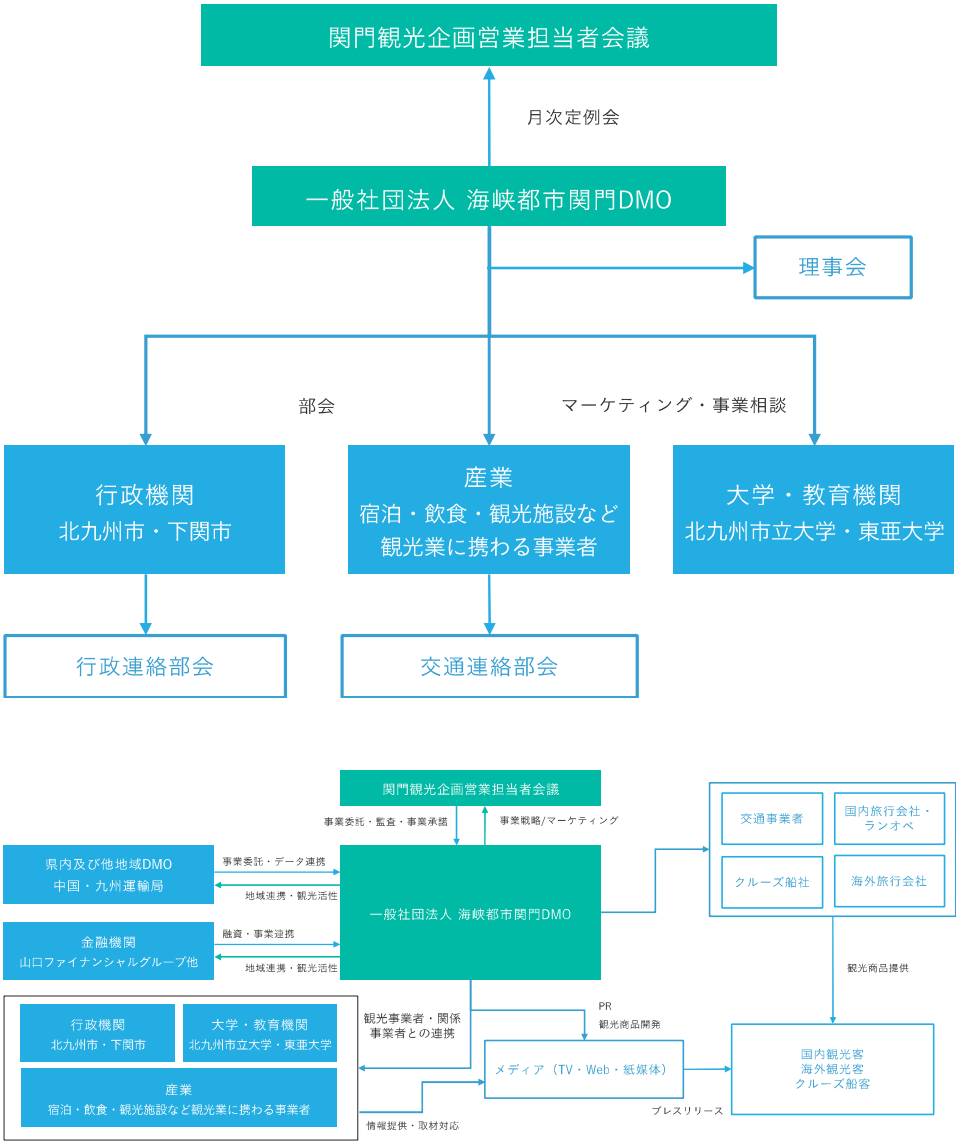
【定量的な評価】

■エージェントセールス実績

地域誘客に向けた商品開発や着地型ツアー造成のため、国内外の旅行会社等に対して営業活動を実施している。

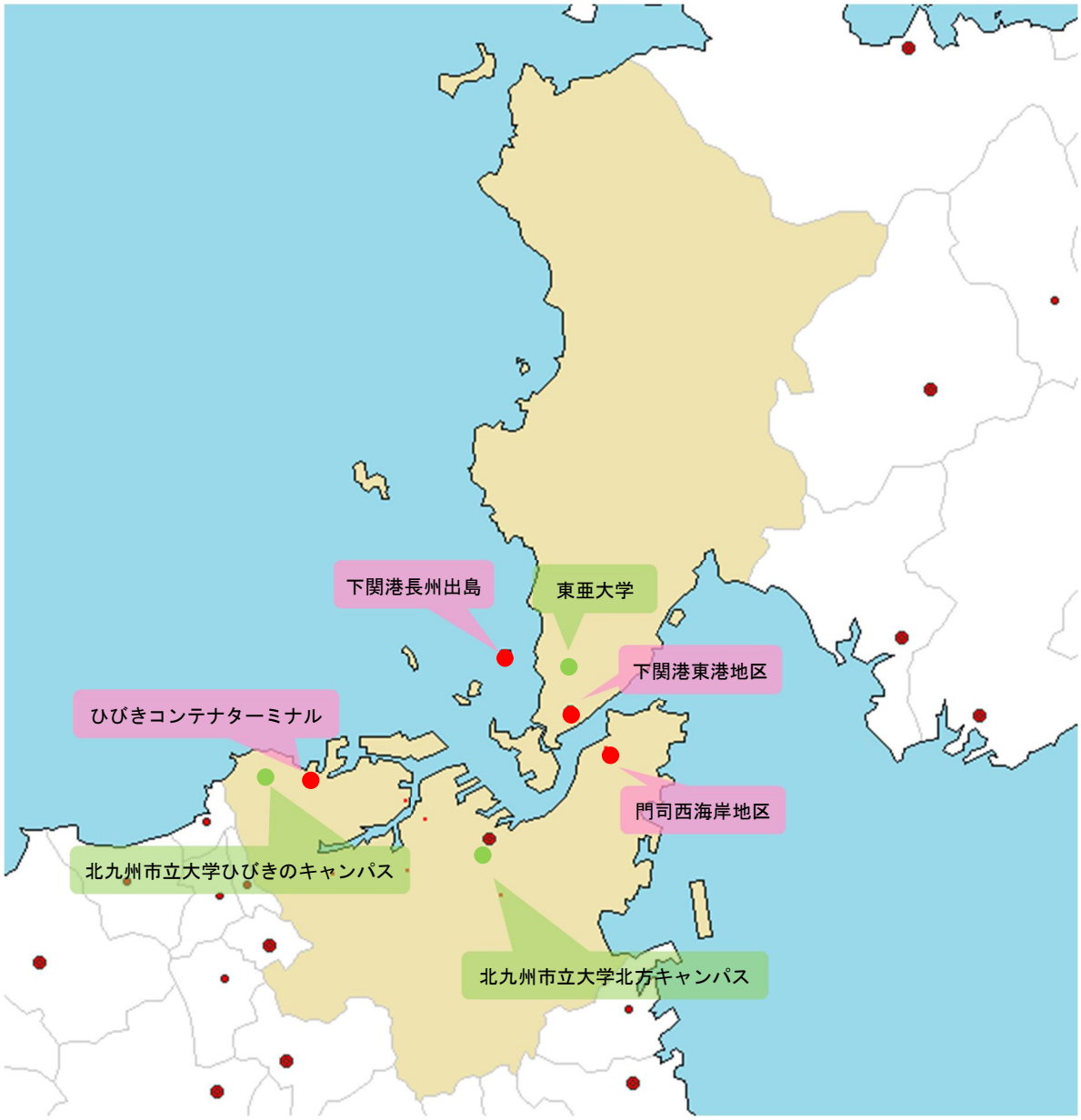
※新型コロナにより 2020 年度より未実施。2023 年度より再開。

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】** 関門観光企画営業担当者会議が母体となり、行政、教育機関、民間の多様な関係者が参画し、密接に連携できる実施体制とする。 関門観光企画営業担当者会議は 2007 年発足以来、月に 1 度の定例会議、国内・海外へのエージェントセールス等の観光誘致活動を行っている。 （合意形成の仕組み） **【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】

本計画の区域は、山口県下関市、福岡県北九州市とする。

関門海峡という共通の財産を持つ下関市と北九州市は、本州と九州の接点、大陸への玄関口として古くから一体的な都市圏・経済圏を形成している。関門都市圏として繋がりが深く、買い物・通勤通学・交通機関等で都市間の様々な交流が日常的に存在する。

また、昭和 62 年に開始された両市長による関門トップ会談では、市民交流・経済活動・教育文化活動・交通環境・行政間についての連携を積極的に取り組むと宣言、現在まで連携強化を進めている。

当エリアは、関門海峡を境に行政区・公共交通事業者もそれぞれ異なる。行政区分では、下関市・北九州市という市単位だけではなく、それぞれの県も福岡県・山口県と異なるうえ、運輸局も中部運輸局・九州運輸局と管轄が異なる。また、公共交通機関も JR 西日本、JR 九州と会社が異なっている。

そのため、関門海峡エリアにて行う事業においては、地域内の調整だけではなく行政や様々な企業との調整が必要不可欠となっており、関門 DMO が中心として観光の連携を取り合うことが求められている。

【関門ＤＭＯの活動方針】

関門ＤＭＯは関門企画営業担当者会議を母体としており、今後も北九州市・下関市の保有する「関門港を核」とした活動を展開していく。具体的な活動内容としては、下記を予定している。

① クルーズ船の誘客を目的としておこなうポートセールス。
② クルーズ船寄港時の乗客の満足度向上を図るための各種おもてなし活動を中心としたポートマネジメント。
③ 来訪した観光客のマーケティングによる新たな観光戦略の立案。
④ クルーズ乗船客の回遊性の向上や国内観光客の誘客促進等を図る新たな地域観光商品の開発。

【観光客の実態等】

平成 30 年まで下関市・北九州市共に観光客数は増加傾向にあり、また訪日観光の流れから国際線の就航増、フェリーの往来、クルーズ船の寄港、Japan Rail Pass を活用した鉄道観光客などの好影響から外国人観光客も急増していた。しかし一方で、消費額は伸び悩みの傾向となっており、一部の観光エリアではオーバーツーリズムの状況も生まれていた。多くの外国人観光客は、福岡市などの近郊都市を滞在拠点としたデイトリップの観光形態となっており、関門地域は「通過型」の観光エリアとなっている。

そのため、今後は消費単価の向上に向けた施策、宿泊・滞在型の観光促進（モーニング・ナイトタイムエコノミーの活用）などを視野に入れた観光施策を行っていく必要がある。

2020 年よりコロナの影響を受け、訪日外国人を誘客するための国際線・クルーズ船などの往来がなくなっている。

【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

（下関市）

下関市立しものせき水族館海響館、カモンワーフ、唐戸市場、壇之浦古戦場跡、赤間神宮、巌流島、厳島神社、亀山八幡宮、長府庭園、長府毛利邸、海峡ゆめタワー、功山寺、福徳稲荷神社、住吉神社 等

（北九州市）

門司港レトロ、九州鉄道記念館、門司港レトロ展望室、海峡プラザ、門司港レトロ中央広場、関門海峡ミュージアム、門司港赤煉瓦プレイス、観光トロッコ列車潮風号、和布刈神社 等

・商業施設

（下関市）

道の駅北浦街道豊北、はい!からっと横丁、道の駅 蛍街道西ノ市、道の駅きくがわ 等

・自然

（下関市）

角島（角島大橋）、関門海峡、火の山公園（火の山ロープウェイ）、一里山公園、老の山公園、リフレッシュパーク豊浦、豊田ホタルの里ミュージアム、一の俣桜公園、一の俣温泉、川棚温泉 等

（北九州市）

和布刈公園、関門海峡、白野江植物公園 等

■文化
日本遺産「関門“ノスタルジック”海峡」として下関市・北九州市の文化財 46 件登録

（下関市）
下関市立長府美術館、下関市立美術館、下関市立考古博物館、旧下関英国領事館、旧秋田商会ビル、日清講和記念館、下関市歴史博物館、下関市立近代先人顕彰館、六連島灯台、角島灯台、土井ヶ浜遺跡人類学ミュージアム、東行庵、城下町長府 等

（北九州市）
出光美術館、関門海峡ミュージアム、旧門司三井倶楽部、旧門司税関、旧大阪商船 等
世界文化遺産「明治日本の産業革命遺産 製鉄・製鋼、造船、石炭産業」として北九州市八幡・若松地区の港湾区域を登録。

■スポーツ
（下関市）
J2 レノファ山口、山口ペイトリオッツ、下関海響マラソン、つのしまタやけマラソン、ツール・ド・しものせき 等

■イベント
（下関市）
しものせき海峡まつり、しものせき馬関まつり、数方庭祭、下関ふくの日まつり、豊北夏まつり、菊川夏まつり花火大会、豊田ホタル祭り、リトル釜山フェスタ 等

（北九州市）
門司海峡フェスタ、門司港 GRANDMARKET 等
※毎年 8 月に、関門海峡を挟み、北九州市と下関市の合同で開催される関門海峡花火大会は、1 万 5000 発の花火が打上げられ、110 万人以上が来場する。

■食
（下関市）
・　くじら料理（近代捕鯨発祥の地。令和元年 31 年ぶりに商業捕鯨の再開）
・　ふく料理（ふぐ食解禁の地、下関の名物。目と舌で楽しむ食の芸術）
・　いか（北浦特牛イカが有名）
・　あんこう（下関は水揚げ日本一。あんこう鍋、唐揚げなどで食す）
・　うに（アルコール漬け瓶詰めウニの発祥の地。新鮮な生うに料理も豊富）
・　瓦そば（熱々の瓦の上の茶そば、牛肉、錦糸卵などを濃いつゆにつけて食す）
・　とんちゃん鍋（韓国料理の影響を受けたもつ鍋。下関のソウルフード）　等

（北九州市）
・　焼カレー（門司港発祥）
・　関門海峡たこ（関門海峡の潮流で鍛えられ、太くて短い足と歯ごたえが特徴）
・　豊前海一粒かき（栄養豊富な干潟で育ち、丸々と肥えた身と濃厚な味が特徴）　等

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

[域内分布]　下関市、北九州市
[宿泊施設数]ホテル営業　102　旅館営業　26　簡易宿所　51　下宿　3
[収容力]
ホテル営業　9,168 室　（下関市　438 室、北九州市 8,730 室）
旅館営業　　4,402 室　（下関市 3,498 室、北九州市　904 室）

（出典：厚生労働省平成 29 年度衛生行政報告例）

【利便性：区域までの交通、域内交通】

■区域までの交通
本州と九州の接点となる要衝地区であるため、国道や鉄道路線の起点であり、航路や航空路についても国際航路を持つ。
[鉄道]

新幹線は山陽新幹線や九州新幹線と接続しており、関西圏や九州圏からの誘客が可能である。在来線は下関駅が本州の瀬戸内側を走る山陽本線、日本海側を走る山陰本線、また関門トンネルで九州と接続、九州の玄関口である小倉駅は山陽本線、鹿児島本線、日豊本線、日田彦山線へ接続して九州各地への起点になっている。

[高速道路]
中国自動車道、山陽自動車道、九州自動車道、東九州自動車道が走っており、広島、大分・宮崎を含む九州各地へのアクセスが可能である。

[海上航路]
下関港長州出島(下関市)・下関市東港地区(下関市)・ひびきコンテナターミナル(北九州市)・門司西海岸地区(北九州市)の 4 拠点がクルーズ船寄港地となっている。
下関港国際ターミナルより韓国・中国への定期航路、北九州市新門司地区・小倉地区は、神戸・泉大津・大阪南港・徳島・東京、松山観光港への定期航路の起点となっている。

[空路]
北九州市に 24 時間運用可能な北九州空港があり、東京・沖縄・静岡への国内線および中国・台湾・韓国への国際線が就航している。また、山口宇部空港・福岡空港も観光の玄関口としての活用が期待される。
■域内交通
[船] 関門連絡船
[車] 関門橋(高速道路)、関門トンネル
[電車] JR 山陽本線
[徒歩] 関門人道トンネル(15 分)※関門海峡クローバー切符(800 円)
トロッコ列車潮風号(門司港レトロ地区→和布刈)→関門人道トンネル→
サンデンバス（下関）→関門連絡船(下関→門司港)
関門海峡地区を周遊できるお得なチケットも販売されている。

【外国人観光客への対応】
① 関門地域の観光に携わる事業者のホームページの多言語対応
② 標識・各施設内案内表示・メニューなどの多言語対応
③ Wi-Fi の整備(観光庁または中小企業庁などの補助金活用で整備を支援)
④ 電子マネー決済の導入(観光庁または中小企業庁などの補助金活用で整備を支援)
⑤ 災害・疾疫災時の対応
⑥ 観光に携わる事業者へのインバウンド対応研修
⑦ 日本文化の体験、歴史・文化施設の案内
⑧ 統一されたユーザーインターフェイスでの検索・予約システムの整備(多言語対応)

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	観光客全体の動向を把握し誘客を図るための基本データとする	市や県および関係機関が発表する統計を活用。
延べ宿泊者数	観光客全体の動向を把握し誘客を図るための基本データとする	市や県および関係機関が発表する統計を活用。また、宿泊予報プラットフォームも活用する。
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。	市や県および関係機関が発表する統計を活用。また、関門 DMO にてアンケート調査を実施。
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。	市や県および関係機関が発表する統計を活用。また、関門 DMO にてアンケート調査を実施。
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。	Google Analytics を活用したデータ分析を実施。DMO 内では Google Data Portal にてダッシュボードを構築して閲覧。

４．戦略

（１）地域における観光を取り巻く背景

山口県下関市と福岡県北九州市は、関門海峡という共通の財産を持ち、経済活動・行政間・市民の生活圏としても密接な繋がりを構築している。

このような地理的な強みを持ちつつも、観光においてはいくつかの課題がある。

＜クルーズ観光に関する課題＞
課題のひとつに関門エリアでの観光消費の少なさが挙げられる。着地型ツアーの充実を図り、クルーズ船の観光客が関門エリアを周遊し、様々な体験や食事等を通じて、観光を楽しみ、地域にお金を落としてもらう仕組みが必要である。
また、着地型ツアーを考えるうえで、問題は単なるコンテンツの不足ではなく、地域側の通訳案内士が不在であること、港湾から観光エリアへ行く利便性の悪さ、日本側の旅行会社の知識不足などの様々な要因が重なっていることも、ツアー造成の課題として挙げられる。
特に、中国からの発着クルーズにおいては、中華系ランドオペレーターが現地旅行会社と連携し、免税店を軸とした旅行商品販売を中心に行っており、地域にお金が還元されない傾向が顕著である。

＜エリアマネジメントに関する課題＞
関門海峡は、JR 九州（門司）・JR 西日本（下関）の２つの鉄道事業者、北九州市・下関市の２市、九州運輸局・中国運輸局といった行政区の管轄の区分から、調査やデータ連携ができておらず、プロモーションにおけるターゲット設定においても、明確なターゲット設定と誘客戦略を描くことができていない状況が続いている。
特に、地域側は誘客を行ってくれる交通事業者との連携が希薄になっており、商品設計および誘客の連携も密に行えていない状況となっている。これは、JR 西日本の営業支店が広島支社であり、JR 九州が福岡市にあることから物理的な距離による障壁と、地域側の担当者が不在であったことから連携ができない状況となっていた。ここに関しては組織内の体制構築と戦略作成が急務となっている。

＜観光消費の伸び悩み＞
近年、下関市・北九州市共に観光客数は増加傾向にある。特に、コロナ以前において外国人観光客は急増していたものの、消費は伸び悩みの傾向にった。これは観光庁の消費動向調査においても明らか

になっており、関門エリア特有の課題という訳ではないが、特に関門においては「通過型」による消費の伸び悩みが顕著となっている。
関門地域は、新幹線・空港・高速道路などのアクセスの良さが強みである一方で、福岡市などの近郊都市に拠点をおいて観光するため、観光のスタイルがデイトリップを中心とした旅程となっており、食事や買い物、宿泊などの消費に結びついていないことが要因となっている。

＜次世代観光地域づくり人材不足＞
日本の輸出産業は、家電や化学など様々な産業で国際競争力が落ちている。その流れの中で、どう外貨を稼ぐのかが重要になってくる。その課題を解決するのが、インバウンド観光産業であり、日本も観光庁/JNTO によって推進されてきた国家戦略である。インバウンドにより外貨収入を得て、その地域に住む人たちの生活水準の質の維持または向上を目指すためには、地域における観光人材不足が顕著になっている。
観光産業の人材育成はまだ発展段階であり、大学等の「学」と観光産業等の「産」の結びつきが強くないという現状がある。また、北九州と山口県下関地域の 13 大学・高専生を対象にした調査では、北九州市内出身者は 6 割近くが地域での就職を希望している。ところが、市雇用政策課によると、18 年 3 月に市内大学を卒業した学生のうち、地元就職率はわずか 22.1%に過ぎず、10 年近くはこうした傾向が続いている。
これらの解決には、コロナ禍を経て改めて観光産業を盛り上げる必要があり、地域に対する理解度と観光産業の構築が必要不可欠となっている。

（２）地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	**強み（Strengths）** ・ 新幹線・空港・高速道路などのアクセスの良さ ・ 関門という海峡都市 ・ 日本遺産をはじめとする文化観光資源 ・ 120 万人を超える域内人口 ・ 東亜大学（下関市）、北九州市立大学との連携	**弱み（Weaknesses）** ・ 着地型プログラムの不足 ・ 観光地域づくりを担う次世代人材不足 ・ （アクセスの良さの裏返しによる）通過型の観光地
外部環境	**機会（Opportunity）** ・ 下関港長州出島のクルーズ専用ターミナルの 2023 年度供用開始予定 ・ クルーズ船寄港の増加 ・ 定期フェリー航路新設 ・ JR 西日本のクルーズトレイン「瑞風」の下関駅発着 ・ JR 九州のクルーズトレイン「ななつ星」の門司港発着 ・ 北九州空港と台湾便、韓国ソウル便、韓国釜山便、韓国便の国際便の定期化	**脅威（Threat）** ・ 管区・府県単位・出先機関などの各種管轄区が必ず２つ以上になることでの調整の遅れ ・ エリア内での意思決定および調整業務

※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
海外クルーズ船の乗船客、近隣空港を利用するインバウンド観光客（台湾・韓国・香港）

〇選定の理由
下関市には、下関港長州出島・下関市東港地区の 2 拠点、北九州市には、ひびきコンテナターミナル・門司西海岸地区の 2 拠点と、両市で 4 拠点のクルーズ船寄港地がある。2023 年度には下関港長州出島にクルーズ船専用ターミナルが供用予定であり、大型クルーズ船による観光客数の増加が見込まれる。

クルーズ船客の乗客は旅行会社経由または個人手配によって旅行スタイルや乗船客が大きく異なるが、クルーズ船客のターゲットとしては、50 歳未満が 7 割台を占める。「30 歳代」が最も多く。次いで、20 歳未満、40 歳以上となっている。全体的な傾向として女性がやや多く、同行者との関係は夫婦が約半数を占める。

〇取組方針
クルーズ初心者や初来日の旅客はバスツアーに参加することから、ターゲット戦略としては BtoC ではなく、旅行会社を中心とした BtoB を中心としたマーケティングとなる。
また、回遊性の向上に関しては、個人手配型の観光客または乗船クルーをターゲットとした施策を中心としたターゲット設定を行う。
また、釜山からの下関への直行便となる関釜フェリーが毎日 1 便就航しており、韓国からの来日や韓国・台湾からの国際線の就航の復活を見据えた観光誘客を行っていく。

〇第２ターゲット層
国内のフェリー乗船客（大阪・神戸・東京近郊在住者）

〇選定の理由
北九州市新門司港地区・小倉港地区は神戸・泉大津・大阪南港・徳島・東京、松山観光港への定期航路の起点となっている。また、2021 年には、新大阪・神戸・横須賀からの就航がスタートし、航路からの国内観光客の増加が見込まれる。
観光客は公共交通を利用した観光スタイルと、自家用車を活用して通過型で来訪するケースが想定され、地域内での明確な観光戦略が必要となってくるため、国内フェリー各社と連携した商品開発およびプロモーションを実施していく。

・オーシャン東九フェリー（東京港～新門司港）
・阪九フェリー（泉大津港～新門司港、神戸港～新門司港）
・東京九州フェリー（横須賀港～新門司港）
・名門大洋フェリー（大阪南港～北九州新門司港）

〇取組方針
ターゲットセグメントとしては、各社のターゲットにより異なるが、年齢層や性別などのペルソナではなく、「自家用車を保有するドライブ観光客」「自転車またはバイクを活用したサイクリスト/ツーリスト」「若年層の学生」を設定している。

〇第３ターゲット層
国内個人手配型の観光客（若年層女性および日本遺産を中心とした文化観光層）

〇選定の理由
当エリアは、JR 九州および JR 西日本を活用した新幹線・在来線でのアクセスの良さを活かし、福岡・広島・大阪からの来訪を目指す。当エリアはこれまで団体旅行客を中心とした誘客を実施してきたが、JR 西日本は「君と関門」といった新たなブランディングを実施し、若年層女性をターゲットとしたキャンペーンを打ち出すなど新たな観光戦略を行っている。

○取組方針 JR 西日本及び JR 九州が実施する事業戦略と連携し、門司港レトロなどのレトロ観光を目的として来訪する若年層の女性観光客を第一ターゲットとして設定し、様々なニーズに対応した企画提案をおこなうとともに、関門地域のランドオペーレター（魅力発見旅行会社）としての役割を担っていく。
○第４ターゲット層 修学旅行生
○選定の理由 COVID-19 の収束を見越して、修学旅行も復活の兆しが見えはじめている。 当エリアは日本遺産「関門“ノスタルジック”海峡」として下関市・北九州市の文化財 46 件を保有するとともに、世界文化遺産「明治日本の産業革命遺産 製鉄・製鋼、造船、石炭産業」として北九州市八幡・若松地区の港湾区域など文化的な観光資源を有している。 ○取組方針 製鉄業を中心とした様々な産業観光を実施することが可能となっており、従来のパッケージツアー等では、開拓されていない体験コンテンツを造成することで、旅行会社に対する BtoB および学校法人に対して、提案を実施していく。（具体的には学校への営業活動が中心となる）

（４）観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	激動の歴史がここにある、ドラマティック「海峡都市 関門」 ～海峡を越えて 2 つの文化でおもてなし～
②コンセプトの考え方	古関門海峡を挟む山口県下関市、福岡県北九州市は共に、官道や主要な街道は関門の地で結びつき、古くから西の門戸として多くの人や物資の交流が行われてきた。 関門海峡という共通の財産を持つ両市は、関門都市圏として経済活動・行政間・市民の生活圏としても密接な繋がりを構築している。 海の幸などの豊かな食文化、文化遺産なども多くレトロな佇まいは海峡を望む景観と合致した魅力的な観光資源となっている。また、日本の歴史が大きく動くターニングポイントの舞台となることが多かった関門地域には、数々の歴史的観光資源も多い。 ＜日本遺産都市＞ 瀬戸内海と日本海との結節点でもある関門海峡は、陸路と海路の十字路を形成し、幕末には外交や通商を迫るため、西洋諸国の黒船も通過するようになる。その重要性を理解していた長州藩の志士は、海峡を封鎖し攘夷を実行しました。これを契機に下関戦争が起こり、日本が開国へと舵を切り、歴史の潮流を変えるターニングポイントとなった。 海外との玄関口となった関門海峡には、幕府が英国との間で締結した大坂条約により洋式灯台が設置され、日本の文明開化と関門海峡を照らし始めます。 その後、明治後期から大正にかけて日本銀行をはじめとする金融、三菱や三井などの商社、鈴木商店の資本による食品工場群などの拠点が続々と関門海峡沿いに開設され、重厚な構造かつ当時最先端の意匠をもった近代建築が林立する街並みが形成されていきました。

	＜海峡都市としての強み＞ 関門海峡は交通の主要交通機関の結節点となっており、新幹線・空港・高速道路などのアクセスの良さを活かした観光地への誘客が可能である。域内における交通利便性もさらに向上することで、観光客の増加が期待される。 海外航路の拡大に伴い、台湾から大量に輸入されたバナナの叩き売りはこの地域の名物となり、現代に伝えられている。

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 ※頻度が分かるよう記入すること。	関門観光企画営業担当者会議 観光データの収集・分析、行政などに立案
	当ＤＭＯの母体である「関門観光企画営業担当者会議」で、関門地域で観光業に携わる事業者、行政、教育機関が、月に１度の定例会議を開催し、情報共有や意見交換を行い戦略に反映する。 また、国内・海外の旅行業者へ、年 5～6 回の観光誘致セールス・プロモーションを実施。 ＤＭＯ設立後は、産・官・学から組織する強み活かし、観光地域つくりに向けて多様な戦略に取り組んでいく。そのひとつとして、既に行政が保有している観光マーケティングデータを「観光事業者の視点」「大学のデータ分析技術」などによりＤＭＯにて分析を行う。既存のデータに価値を見出し、施策にフィードバックできる質の高い情報とすることを目指す。また、データを分析し、観光地域つくりに反映していくスキルを持つ人材を育成していくことや、産・官・学が一体となって戦略を立案・調整していく場を設けていくことも当ＤＭＯが担う。 これらの新たな取組みで、着実に観光で稼げる地域つくりを進めていく。
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	観光事業者・行政・教育機関から組織する当ＤＭＯの強みを活かし、情報共有しながら、観光客が快適に旅を満喫できる環境の整備や、サービスを提供していく。 従来のパッケージツアー等では、開拓されていない「グルメの銘店」「観光スポット」などを掘り起こし、観光客の様々なニーズに対応して、企画提案をおこなえる関門地域のランドオペレータとしての役割を担う。
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	従来のマス・マーケティングが行うような不特定多数の人に向けてプッシュ型のアプローチを行うのは膨大なコストがかかるので、オウンド・メディア(自分たちで情報発信するウェブを中心としたメディア)を育てていき、それを SNS で流通させる、あるいはエージェントセールス時にカタログとして活用することを基軸とする。 オウンド・メディアが話題になれば、マス・メディアが取材に訪れる可能性も高まる。オウンド・メディアに対し、アクセス解析と観光客実態調査を実施し、関門というブランドがどのように認知されているのかを分析する。アクセス解析では、コンバージョン(すなわちオウンド・メディアにおける最終的な成果)は，観光業の場合、オウンド・メディアを見てくれた人の中でどのくらいの割合の人が来訪してくれたのか、

	あるいはリピートしてくれたかを数値目標とすべきであるが、ウェブ上のアクセスと来訪の状況の因果関係を解明することは必ずしも容易ではない。しかし、それらの時系列に沿った相関関係を詳細に分析することと、観光客実態調査を実施することで、オウンド・メディアやマス・メディアがどのくらい来訪やリピートにつながったのかを解明する体制を整えることができる。

※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）

※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（億円）	目標	－	1800	1800	1800	1800	1800
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	827	1,004	集計中			
		（－）	（－）	（－）			
●延べ宿泊者数（万人）	目標	130	135	140	145	150	155
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	172.7	194.7	集計中			
		（ ）	（ ）	（ ）			
●来訪者満足度（%）	目標	78	80	81	82	83	84
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	82	88	88			
		（ ）	（ ）	（ ）			
●リピーター率（%）	目標	60	60	60	61	62	63
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	－	63.6	65			
		（ ）	（ ）	（ ）			

※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】
KPI に関しては DMO 単独では設定しておらず、行政が策定する目標値の達成に向けてマーケティング・プロモーション支援を行う体制となっている。また、DMO が主体となって実施する各種事業については、全て行政への許諾を得る体制となっているとともに、逆に行政からの依頼によって DMO より各省庁への補助額等の申請を行う体制が構築されている。そのため KPI に関する数字は、北九州市における年 1 回「北九州市観光動態調査」及び下関市「観光客数・宿泊客数調査」を元に作成している。

【設定にあたっての考え方】
●旅行消費額
北九州市が集計する「北九州市観光動態調査」より実績を集計。北九州市における観光目標においては「観光振興プラン方向性検討会議」にて策定。北九州市では、令和５年３月までの数字は「北九州市観光振興プラン（平成 26 年度）」にて策定。コロナ後となる R5 年 4 月以降の数字については「北九州市観光振興プラン（R5 年度）」にて R3 年の 399 億円の目標値を R8 年までにコロナ前の水準である 1400 億円に設定。2024 年より新たに 2028 年までに 1800 億を目指す目標を設定した。

なお、2021 年度までの一人当たりの消費額は、2022 年度からは DMO 独自の調査へ変更を行っている。DMO 独自調査（2022 年）では、関門海峡エリアにおける平均消費単価は 17,568 円（ランチ 1,504 円、ディナー2,426 円）となっている。

●延べ宿泊者数・外国人宿泊者数

数字は両市の宿泊者数の合算値となる。

・　　北九州市産業経済局観光課が集計する「北九州市の観光動態調査」より

・　　下関市観光政策課が集計する「下関市の観光客数・宿泊客数調査」より

北九州市における観光目標においては「観光振興プラン方向性検討会議」にて策定。下関市においては、市内の宿泊定数 5500 人に対し、定員稼働率 51.5%を目標値として設定しており、下関の年間宿泊定数 100 万泊の目標を達成するため、定員稼働率を上げる施策を目指している。

宿泊者数の合算目標値は両市で 230 万泊となるが、下関市の宿泊者数は過去統計では、80 万泊前後を推移しており、コロナ禍を経て 58 万泊へ減少している。また、北九州市においても、約半分の宿泊数へ減少している。そのため、市の目標値を念頭に起きつつも、コロナ禍で減少した宿泊数を段階的に回復する目標値を設定している。

なお、R5 年度（2023 年度）より、旧下関市エリアに存在する宿泊施設に限定した宿泊統計に変更を予定している。

●来訪者満足度

2021 年度までは、一般社団法人山口県観光連盟、公益社団法人福岡県観光連盟が公表している報告書を参考値として活用しているが、2022 年度からは DMO 独自の調査へ変更を行っている。そのため、関門エリアではなく、県全体の数字を活用する形となっている。なお、両県とも集計の基準が異なるため、それぞれのエリアにおける数字を併記としている。福岡県においてはアンケート調査（福岡県観光入込客調査）において、訪れた観光地についての総合満足度について回答した結果のうち、「大変良い」「良い」の回答率。2016 年の実績 75.8%から約 10%増となる「85.0%」に目標値を設定している。

また、過去３年間の福岡県の訪問回数を「２回以上」と回答した県外居住者の割合。2016 年から 2019 年までの平均増加ペースをやや上回る１%を、2019 年の実績 59.5%を起点に、コロナ禍の 2020 年、2021 年を除いた年で毎年増加させ、2024 年に 63.0%とすることを目標に設定している。

山口県においては、リピート率は令和 2 年の実績をもとに 10%増を目指すとともに、満足度調査においては 2015 年度実績調査に基づく集計において、約 4 人に 1 人が「非常に良い」という評価に対し、約 3 人に 1 人が「非常に良い」という評価を目標として掲げている。

2022 年度からの DMO 独自調査（2022 年）では、関門海峡エリアにおける満足度は（ぜひ期待と思う、来たいと思う）の回答率が 88.1%となっており、この数字を満足度の数字として適用している。KPI としては、ネガティブな回答（来たくない 1.4%）を段階的に減らす取り組みを設定している。基準値の切り替え初年度となる R4 年度の目標値としては、基準変更前に各市が設定していた最も高い数値を反映している。

●リピータ率

2021 年度までは、一般社団法人山口県観光連盟、公益社団法人福岡県観光連盟が公表している報告書を参考値として活用しているが、2022 年度からは DMO 独自の調査へ変更を行っている。基準値の切り替え初年度となる R4 年度の目標値としては、基準変更前に各市が設定していた最も高い数値を反映している。

（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 サイトアクセス数	目標	2,600	3,000	15,000	18,000	20,000	22,000
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	3,000	14,245	25,312			
		（ ）	（ ）	（ ）			

※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】

●着岸件数

第１ターゲット層に設定しているインバウンドクルーズ船乗客と、第２ターゲットである国内のフェリー乗船客は、下関港長州出島のクルーズ専用ターミナルの 2023 年度供用開始などにより、今後の観光客数の増加が見込まれる。これを当ＤＭＯの評価指針として設定し、今後の活動戦略に活用する。

今後の目標値については、コロナ禍の影響による水際対策の緩和および海外船社の方針に影響されるため目標値は未設定となる。特にクルーズ船の多くは中国からの来港となっており、中国に対する水際対策の緩和によって大きく左右されることになる。そのため、クルーズ着岸数は 2022 年の数字を維持する数字を設定している。着岸件数については、下関市及び北九州市における集計を元に記載。

●Web サイトアクセス数

Web サイトについては BtoB 向けのサイトとして 2022 年４月よりサイトを構築し、運用を開始している。観光客向けのサイトではなく、あくまでも DMO の組織概要を伝える営業ツールとしての活用に留めているため、数字目標はありつつも適切な事業者へ情報を届ける事をゴール設計としている。そのため、一定数のアクセス数を維持することを目標とした設計を行っている。

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）
2021（Ｒ３）年度	9,726,000	【国からの補助金】 9,000,000 【収益事業】 726,000 【会費】 0 【その他】 0
2022（Ｒ４）年度	56,705,710	【国からの補助金】 55,000,000 【収益事業】 1,525,710 【会費】 0 【その他】 0

2023（Ｒ５） 年度	40,776,636	【国からの補助金】 21,456,286 【収益事業】 19,266,060 【会費】 0 【その他】 54,290
2024（Ｒ６） 年度	141,971,961	【国からの補助金】133,890,779 【収益事業】8,077,098 【会費】 0 【その他】4084
2025（Ｒ７） 年度	100,000,000	国からの補助金】 50,000,000 【収益事業】 50,000,000 【会費】 0 【その他】 0

（２）支出

年（年度）	総支出	内訳（具体的に記入すること）
2021（Ｒ３） 年度	9,726,000	事業費 9,200,000 運営経費 526,000 （法人立ち上げ経費など）
2022（Ｒ４） 年度	56,705,710	事業費 56,000,000 運営経費 705,710 （地域限定旅行業許可取得など）
2023（Ｒ５） 年度	40,285,839	事業費 28,278,999 人件費 5,472,005000 マーケティング経費・一般管理費 6,534,840
2024（Ｒ６） 年度	141,971,961	事業費 127,644,202 人件費 14,327,759
2025（Ｒ７） 年度	9,726,000	事業費 9,200,000 運営経費 526,000

（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

各省庁などが実施する補助事業なども活用しながら財源の確保を実施。関門 DMO は会員組織として会員費の受領や行政支援は受けておらず、地域観光におけるマーケティングおよび着地型ツアーの販売等によって自主財源の確保に取り組む。2023 年度より 5 年間、門司港レトロの指定管理施設からの業務委託事業を受託し、地域プロモーションおよびマーケティングを実施することで、自主財源の確保に取り組む。

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

山口県下関市および福岡県北九州市は、一般社団法人海峡都市関門ＤＭＯを、当該都道府県及び市町村における地域連携ＤＭＯとして、引き続き地域との連携により魅力的な観光地域づくりを推進していくことに同意している。

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）

【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】

＜地域連携 DMO 法人＞
関門海峡エリアではなく、県全体のプロモーションとマーケティングを行う「(公社）福岡県観光連盟」および「(一社）山口県観光連盟」が存在する。
・　（公社）福岡県観光連盟
・　（一社）山口県観光連盟
現状では、随時必要な時に意見交換を行っている。

＜地域 DMO 候補法人＞
北九州市においては、イベント及び小倉城の指定管理などを中心とした地域活性に取り組む地域 DMO 候補法人が存在する。なお、下関市において地域 DMO 法人は存在しない。
・　協同組合北九州イベントスタッフ協会
現状では、北九州市の活動に関して、イベント開催時など随時必要なときに事業内容やその目的・目標等を共有し、相補的に事業設計をしている。

【区域が重複する背景】
当エリアは、関門海峡を境に行政区・公共交通事業者もそれぞれ異なる。行政区分では、下関市・北九州市という市単位だけではなく、それぞれの県も福岡県・山口県と異なるうえ、運輸局も中部運輸局・九州運輸局と管轄が異なる。また、公共交通機関も JR 西日本、JR 九州と会社が異なっている。
そのため、関門海峡エリアにて行う事業においては、地域内の調整だけではなく行政や様々な企業との調整が必要不可欠となっており、関門 DMO が中心として観光の連携を取り合うことが求められている。
北九州エリアにおける観光戦略については、北九州における地域 DMO の協議が優先される体制となっている。関門 DMO は、下関市および北九州市の行政区がまたがる観光エリア「関門海峡」のマーケティングとマネジメントおよびクルーズ寄港を中心としたポートマネジメントを担っており、重複 DMO とは、協業体制を構築することで棲み分けを行っている。

【重複区域における、それぞれの DMO の役割分担について】
関門 DMO の強みは「母体となる関門観光企画営業担当者会議の会員と旅行社とのツアー造成提案（AGT セールス」「行政と連携したクルーズ船受入推進展開（港湾オペレーション及びランドオペレーター業務、ポートセールス)」「港湾観光（コンテンツ開発)」「交通事業社との連携事業推進（DX・DC 推進)」が上げられる。

１０．記入担当者連絡先

担当者氏名	二宮　佳範
担当部署名（役職）	CMO
郵便番号	803-0814
所在地（事務所）	北九州市小倉北区大手町 11-3
電話番号（直通）	093-592-7040
ＦＡＸ番号	093-592-7041
Ｅ－ｍａｉｌ	info@kanmon-dmo.org

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	山口県下関市
担当者氏名	小野 千治
担当部署名（役職）	観光スポーツ文化部 観光政策課（課長）
郵便番号	750-8521
所在地	下関市南部町 1-1
電話番号（直通）	083-231-1350
ＦＡＸ番号	083-231-1853
Ｅ－ｍａｉｌ	ono.chiharu@city.shimonoseki.yamaguchi.jp

都道府県･市町村名	山口県下関市
担当者氏名	米﨑 美帆
担当部署名（役職）	港湾局 振興課（参事（振興課長)）
郵便番号	750-0066
所在地	下関市東大和町 1-10-50
電話番号（直通）	083-231-1277
ＦＡＸ番号	083-233-0860
Ｅ－ｍａｉｌ	yonezaki.miho@city.shimonoseki.yamaguchi.jp

様式１

都道府県･市町村名	福岡県北九州市
担当者氏名	彌榮　真里
担当部署名（役職）	都市ブランド創造局観光にぎわい部門司港レトロ課（課長）
郵便番号	801-0853
所在地	北九州市門司区東港町 6-72 門司港レトロ観光物産館 2 階
電話番号（直通）	093-322-1188
ＦＡＸ番号	093-322-3033
Ｅ－ｍａｉｌ	mari_mie01@city.kitakyushu.lg.jp

都道府県･市町村名	福岡県北九州市
担当者氏名	川崎　文寛
担当部署名（役職）	港湾空港局 クルーズ・交流課（課長）
郵便番号	801-8555
所在地	北九州市門司区西海岸 1-2-7
電話番号（直通）	093-321-5939
ＦＡＸ番号	093-321-5915
Ｅ－ｍａｉｌ	fumihiro_kawasaki01@city.kitakyushu.lg.jp

（登録）【地域連携DMO】一般社団法人 海峡都市関門DMO（関門DMO）

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】
福岡県北九州市、山口県下関市
【設立時期】 2022年10月2日
【設立経緯】
関門区域の関門観光企画営業担当者会議を母体としてDMOを新設
【代表者】 代表理事 巖洞 秀樹
【マーケティング責任者（CMO）】 二宮 佳範
【財務責任者（CFO）】 梅本 裕英
【職員数】 ８人（常勤6人（正職員2人・出向等4人）、非常勤2人）
【主な収入】
収益事業 （業務委託） 約134百万円 （R6年）
収益事業 （補助事業） 約8百万円 （R6年）
【総支出】
141百万円 （一般管理費14百万円、事業費127百万円）
※令和７年３期決算
【連携する主な事業者】
JTB・東武トップツアーズ・日本旅行・JR西日本/JR九州など

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
旅行消費額（億円）	目標	1800 （ ）	1800 （ ）	1800 （ ）	1800 （ ）	1800 （ ）	1800 （ ）
	実績	827 （ ）	1004 （ ）	集計中 （ ）			
延べ宿泊者数（万人泊）	目標	130 （ ）	135 （ ）	140 （ ）	145 （ ）	150 （ ）	155 （ ）
	実績	172.7 （ ）	194.7 （ ）	集計中 （ ）			
来訪者満足度（%）	目標	78 （ ）	80 （ ）	81 （ ）	82 （ ）	83 （ ）	84 （ ）
	実績	82 （ ）	88 （ ）	88 （ ）			
リピーター率（%）	目標	60 （ ）	60 （ ）	60	61	62	63
	実績	－ （ ）	63.6 （ ）	65			

戦略

【主なターゲット】
インバウンド観光客（韓国・台湾・香港）
国内のフェリー船乗客FIT
国内観光客・修学旅行

【ターゲットの誘客に向けた取組方針】
- 発地型・着地型のツアープランの造成
- エージェントセールスによる営業活動

【観光地域づくりのコンセプト】
下関・門司の2エリアをまたぐ海峡都市

具体的な取組

【観光資源の磨き上げ】
・「巌流島」の活用
・関門ジビエを活用した事業
・門司港レトロ施設の回遊施策
・関門海峡におけるツアー造成

【受入環境整備】
・クルーズ港の受入整備
・通訳案内士のガイド育成
・多言語整備事業

【情報発信・プロモーション】
・国内/海外の旅行業者への観光誘致セールス・プロモーション（2市連携）

【その他】
関門海峡にまたがる日本遺産コンテンツの取組および周辺環境整備事業。