# 観光地域づくり法人形成･確立計画

記入日：令和 7 年 8 月 22 日

## １．観光地域づくり法人の組織

| | | |
|---|---|---|
| 申請区分<br>※該当するものを○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 | 一般社団法人嘉麻市観光まちづくり協会 | |
| マーケティング･マネジメント対象とする区域 | 区域を構成する地方公共団体名<br>嘉麻市 | |
| 所在地 | 福岡県嘉麻市上臼井 328 番地 1 | |
| 設立時期 | 平成 28 年 4 月 1 日（令和 2 年 8 月法人格取得）<br>（平成 24 年 6 月より嘉麻市観光まちづくり協議会として発足） | |
| 職員数 | 3 人【常勤 3 人（正職員 3 人・出向等 0 人）、非常勤 0 人】※R7.8 月現在 | |
| 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）<br>※必ず記入すること | （氏名）<br>代表理事　大里至<br>（出身組織名）<br>大里酒造株式会社 | 酒類製造・販売業の代表取締役。嘉麻市の観光まちづくりに参画し、嘉麻市の商工業者など、広いネットワークを有している。 |
| データ収集・分析等の専門人材（ＣＭＯ：チーフ・マーケティング・オフィサー | （氏名）<br>事務局長　安河内隆<br>「専従」<br>（出身組織名）<br>一般社団法人嘉麻市観光まちづくり協会 | 民間企業で長年管理運営業務に従事の後独立し、経営コンサル業「ＭＡＤＥＬＩＡＥ」起業。代表を務める。データの収集・分析において高い知見と能力を持つ。 |
| 財務責任者（ＣＦＯ：チーフ・フィナンシャル・オフィサー） | （氏名）<br>事務局長　安河内隆<br>「専従」<br>（出身組織名）<br>一般社団法人嘉麻市観光まちづくり協会 | 民間企業で長年管理運営業務に従事の後独立し経営コンサル業「ＭＡＤＥＬＩＡＥ」起業。代表を務める。事務職経験も豊富であり、財務管理能力にたけている。 |
| アウトドア事業の責任者<br>（専門人材） | （氏名）<br>アウトドアマネージャー　有田芳行<br>「専従」<br>（出身組織名）<br>一般社団法人嘉麻市観光まちづくり協会 | 元市役所職員。Ｈ２９年よりＲ７年３月まで観光まちづくり協会事務局長に就任。<br>登山など市内数々のアウトドア関連事業に参画。<br>イベント企画や実施も手掛ける。<br>市内アウトドア関連のスペシャリスト。 |
| プロモーションの責任者<br>（専門人材） | （氏名）<br>新開　未奈子「<br>専従」<br>（出身組織名）<br>（一社）嘉麻市観光まち | 民間企業に勤務後、市役所にて勤務。<br>民間と行政での経験を活かし、ＳＮＳを活用したプロモーション担当に従事。 |

（別添）様式１

| | | |
|---|---|---|
| | づくり協会 | |
| 旅行商品造成･販売の責任者（専門人材） | 旅行商品造成の責任者<br>（氏名）<br>事務局長　安河内隆<br>（出身組織名）<br>（一社）嘉麻市観光まちづくり協会 | 民間企業で長年管理運営業務に従事の後独立し経営コンサル業「ＭＡＤＥＬＩＡＥ」起業。代表を務める。商品企画や販売、マーケティングについての高い知見と能力を持つ。商品企画や販売に係る知見を活かし、嘉麻市観光まちづくり協会の着地型体験プログラムの企画から実施まで従事。 |
| 連携する地方公共団体の担当部署名及び役割 | 嘉麻市産業振興課：観光振興事業、移住定住推進事業、特産品開発事業、マーケティング、シティプロモーション他<br>総合政策課：地域振興事業、ふるさと納税事業<br>生涯学習課：歴史文化振興事業<br>交通政策課：地域公共交通事業<br>農林振興課：農林業振興事業、農産品振興事業<br>人事秘書課：広報事業 | |
| 連携する事業者名及び役割 | 【着地型観光商品・日帰りバスツアー・地域活性化イベント】<br>・株式会社嘉麻スタイル【地域商社】<br>市100%出資の株式会社で、公共施設のボルダリングセンター「K-WALL」の運営や移住事業等、まちづくり事業で連携。<br>・道の駅うすい【観光施設・食連携・特産品連携】<br>嘉麻市内に存する唯一の道の駅で、産品販売や産品ＰＲイベントへの参加、地域活性化イベント開催などで連携。<br>・カッホー馬古屏【観光施設・食連携】<br>地元産品を豊富に取り扱う農産品直売施設で、産品販売や産品ＰＲイベントへの参加、地域活性化イベント開催などで連携。<br>・株式会社ひまわり観光【交通事業者】<br>（一社）全国旅行業協会（ANTA）正会員の交通事業者で、バスツアー等着地型観光商品の企画実施で連携。<br>・朝倉・嘉麻広域観光協議会【地域振興組織】<br>嘉麻市、朝倉市の両行政と観光協会で組織。県南地域との連携した観光振興事業を展開中。<br>・嘉麻商工会議所・嘉麻市商工会【市内商工団体】<br>・宮小路果樹組合【観光施設、特産品連携】<br>・宗像緑地建設（株）【宿泊施設（キャンプ場指定管理者）】<br>・株式会社リナシェンテ【宿泊施設（カホアルペ運営者）】 | |
| 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 | （該当する要件）①、②<br>①嘉麻市観光まちづくり協会（理事会）<br>月１回開催。<br>構成員：酒類製造・販売業代表取締役、交通事業者代表取締役、障害者施設従事者、地域密着型ＭＶＮＯ代表、酒類販売業店長、食品加工販売事業代表で構成。意思決定権を有する各団体の代表者が参画し、アウトドアシティ嘉麻のコンセプトに基づく観光戦略について、ＫＰＩ等の事業進捗についてのすり合わせ等を行い合意形成を図る。<br>②嘉麻市観光まちづくり協会委員会<br>月１回開催。<br>構成員：大里酒造株式会社（酒類製造販売事業者連携）<br>しあわせ味噌カフェ（食品加工販売事業者連携） | |

<table>
<tr><td></td><td>金さんファーム（農産事業者連携）<br>株式会社リナシェンテマジック（宿泊施設「カホアルペ運営者」）<br>スマソル嘉麻（通信事業者連携）<br>haco kitchin（飲食サービス事業者連携）<br>maruiko（アーティスト・デザイン事業者連携）<br>陶芸つる岡（陶芸家・サービス業）<br>射手引神社（神職・サービス業）<br>射弥栄神楽（地域おこし団体連携）<br>ひまわり観光（交通事業者連携）<br>嘉麻市産業振興課（行政・宿泊事業者連携）<br>※市内宿泊施設はそのほとんどを市営宿泊施設（キャンプ場、農泊施設）で占めるため、宿泊事業者の代表は行政とする。<br>「アウトドアシティ嘉麻」のコンセプトに基づく観光推進事業の企画実施。<br>③嘉麻市観光会議<br>月１回程度開催。<br>構成員：嘉麻市観光まちづくり協会、（株）嘉麻スタイル、道の駅うすい、嘉麻市産業振興課で構成し、嘉麻市第３次観光振興基本計画及びアウトドアシティ宣言に関する取組みについての検討やKPIの進捗チェック、その他情報共有を図っている。</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>・第３次観光振興基本計画やアウトドアシティ宣言の重要なキーワードとなるデンマーク固有の文化「HYGGE」の概念を市内に浸透させるために、HYGGEイベントを開催。<br>※Hygge（ヒュッゲ）とは・・・友好関係にあるデンマーク固有の価値観で、心地よい時間を親しい人と過ごす豊かさを表すとされている。嘉麻市は、アウトドア活動を通して、住む人訪れる人へ、心地よい時間と空間を提供する「アウトドアシティ嘉麻」を目指している。・本市の人気アクティビティとなっている「シャワークライミング」を運営するとともに、市民と中心とするガイドの育成にも力を入れている。<br>・市営の宿泊施設カホアルペをメインに嘉麻市産品を提供する出張ＢＢＱサービスを開発し運営。本市観光における人気サービスとなっている。<br>・毎年秋に人気ウォーキングイベントを開催。観光協会を中心に多数の市民参画による実行委員会を構成し運営。本イベント実施を通じて協会への参画募集や観光まちづくりの取組みに関する啓発に繋がっている。<br>・活動の情報共有を図るために、ＳＮＳを活用した情報発信に力を入れている。<br>・市内の個人や事業者に対し、地道な関係づくりや、市内イベント開催時にブース出展するなどし、啓発・参画促進を実施。<br>・これまでのイベント企画や開催によりノウハウが組織に蓄積されており、市内事業者等が企画開催するイベント等の相談役的な存在を確立。</td></tr>
<tr><td>法人のこれまでの活動実績</td><td>（活動の概要）（定量的な評価）<br><table><tr><th>事業</th><th>実施概要</th></tr><tr><td>情報発信・</td><td>・自社サイトを活用した情報発信</td></tr></table></td></tr>
</table>

（別添）様式１

| | | |
|---|---|---|
| | プロモーション | ・SNS（インスタグラム・フェイスブック）での旬な情報の発信<br>・嘉麻市総合バスステーション　バス来る嘉麻、道の駅うすいでのちらし告知展開<br>・メディアを活用した露出<br>地元テレビ局番組　KBCふるさとwish/KBCアサデス/KBCバラエティーのB/TNCももち浜ストア/ケーブルステーション福岡等 |
| | 受入環境の整備 | ①嘉麻市総合バスステーション　バス来る嘉麻<br>観光まちづくり協会のスタッフも常駐。情報発信やイベントなども実施している<br>②足白農泊施設『カホアルペ』<br>廃校となった旧足白小学校を宿泊施設としてリノベーションし、嘉麻市が運営している。併設の旧体育館をボルダリング施設として改修し、観光客や市民が楽しめる場となっている<br>③アクティビティの整備<br>・シャワークライミング（夏季）　・ＢＢＱ<br>・低山縦走　・ナイトウォーキング<br>・キャンプイベント（アウトドア啓発イベント）<br>・「HYGGE（ヒュッゲ）」をテーマとした滞在スタイル<br>・e-bike導入（レンタサイクル実施）<br>④アクティビティガイド育成<br>2021年度よりガイドの育成のための講習会を開始 |
| | 観光資源の磨き上げ | 【平成２２年度】<br>市町村合併後の嘉麻市の観光振興の方向性を取りまとめた「嘉麻市観光振興基本計画」を策定（中間支援組織を中心とした推進体制づくりを目指す）<br><br>【平成２３年度】<br>中間支援組織準備委員会を設置<br>※観光振興を推進するために、地域をコーディネートし公益性を持った組織の立ち上げを目指す。<br><br>【平成２４年度】<br>①観光まちづくり協議会（仮称）設立準備委員会を設置<br>②観光まちづくり協議会発足<br>※市民公募、商工会議所、商工会、農協、ＮＰＯ団体等で委員を構成。<br>③観光資源発掘ワークショップの開催<br>※公募で参加者を募集<br><br>④特産品開発・情報発信・観光商品開発の各プロジェクトチームを設置<br>※特産品開発・・・「嘉麻の釜めし」ご当地グルメ化<br>「嘉麻の釜めしの素」商品化<br>※情報発信・・・・「ＫＡＭＡ」のロゴが入った<br>ポロシャツ・Ｔシャツの制作について検討<br>観光ポータルサイトの運用開始 |

| | | |
|---|---|---|
| | | 動画コンテストの開催について検討<br>※観光商品開発・・・コンテンツの洗い出し作業を実施。<br>⑤嘉麻市観光振興アクションプラン策定（計画期間：平成２４～２８年度）<br><br>【平成２５年度】<br>①特産品開発/情報発信/観光商品開発各プロジェクトチームを組織し活動<br>・特産品開発・・・イノシシ肉を使ったご当地商品の検討・商品化<br>・情報発信・・・ＫＡＭＡポロシャツ・Ｔシャツの販売開始<br>総販売枚数：８３３枚　純利益：約２８万円<br>動画コンテスト開催<br>かましししちゃんピンバッジ販売開始<br>ＮＨＫ大河「軍師官兵衛」関連案内看板製作設置<br>・観光商品開発・・・イベント型観光商品開発・実施<br>「夏のわくわくチャレンジツアー」<br>（親子で挑戦！初めてのパン作り教室）<br>参加者：６組（１４名）<br>（大隈のまち並み散策　お散歩カメラ教室）<br>参加者：７組（１０名）<br>「秋のわくわくチャレンジツアー」<br>（観光ライド）参加者：１４名<br>（座編み体験）参加者：６名<br>（トレッキングツアー　大法山・三高山・白馬山）<br>参加者：２７名<br>（座禅・写経体験）参加者：２１名<br>（陶芸体験）参加者：６名<br>（嘉穂アルプス縦走トレッキング）参加者：未実施<br>（吹きガラスでマイグラスつくり）参加者：９名<br>「嘉麻市魅力再発見ツアー」開催 参加者：２２名<br><br>②嘉麻市観光振興基本計画アクションプラン進捗状況の確認会議開催<br>③近畿大学産業理工学部経営ビジネス学科との連携事業検討<br><br>【平成２６年度】<br>①「軍師官兵衛」関連事業の展開<br>・関連グッズの制作・販売<br>・シンポジウムの開催（朝倉市・飯塚市と合同）<br>・イベントの開催<br>②郷土出身「加藤一二三氏」帰郷講演、将棋大会の企画<br>※イベント中止<br>③特産品開発/観光開発各プロジェクト活動<br>・特産品開発・・・「梨スイーツ」の試作販売<br>・観光開発・・・(1) ガイド育成<br>「トレッキング塾（第一期）」の開催<br>（ガイド育成を目指し、基礎講座や登山における急処置等）<br>参加者：２０名<br>(2) イベント型観光商品企画実施 |

（別添）様式１

| | | |
|---|---|---|
| | | 「嘉麻市わくわくチャレンジツアー」<br>（お散歩カメラ教室@黒田家ゆかりの地・大隈）<br>参加者：１２名<br><br>（陶芸教室　世界に一つだけのマイカップ作り）<br>参加者：９名<br>（大法・白馬・三高山トレッキング）参加者：１０名<br>（観光ライド）参加者：１２名<br>（マウンテン・バイク・チャレンジ）参加者：４名<br>「嘉麻市魅力発見ツアー」　参加者：７名<br><br>【平成２７年度】<br>①観光開発/特産品開発プロジェクト活動<br>・観光開発・・・(1) ガイド育成<br>「トレッキング塾（第二期)」の開催<br>（ガイド育成を目指し、基礎講座や登山における急処置等）<br>参加者：１０名<br>(2) イベント型観光商品企画実施<br>嘉飯物語「大法・白馬・三高山トレッキング」<br>参加者：１４名<br>・特産品開発・・・新商品「即席うどん」の協議・試作<br>②嘉麻市観光協会［仮称］設立準備委員会の開催<br><br>【平成２８年度】<br>①観光協会の運営と事業に係る企画委員会の設立<br>②各プロジェクトチームを部会に変更し活動<br>観光商品開発部会/特産品開発部会/ＰＲ商品・情報発信部会<br>・観光商品開発・・・イベント型観光商品企画実施<br>嘉飯物語（春夏２回）<br>「大法・白馬・三高山トレッキング」　参加者：１２名<br>「三高山トレッキングと熊ヶ畑かかし見学」参加者：９名<br>「高島忠平さんと歩く第１弾！」　参加者：２０名<br>「高島忠平さんと歩く第２弾！」　参加者：２２名<br>「白馬山ハイキング＆梅林公園①」参加者：８名<br>「白馬山ハイキング＆梅林公園②」参加者：１３名<br>・特産品開発・・・新商品「カレーパン」、「胡椒味噌の塩パン」、カレーの開発協議・試作<br><br>・PR 商品・情報発信・・・新商品「ポロシャツ」開発協議<br>嘉麻のオリジナルグッズロゴ・マークコンテスト開催<br>③嘉麻市観光戦略策定会議の開催<br><br>【平成２９年度】<br>①観光商品開発/PR 商品・情報発信部会/特産品開発各部会の活動<br>・観光商品開発・・・イベント型観光商品企画実施<br>「長谷山トレッキングと嘉麻市観光バスツアー」<br>参加者：１５名<br>「地元ガイドが魅力を紹介！低山トレッキング」 |

（別添）様式１

| | | |
|---|---|---|
| | | 参加者：２３名<br>「季節の花摘み体験」の企画実施　参加者：８名<br>「白馬山ハイキング＆梅林公園」の企画実施<br>参加者：２０名<br>・PR 商品・情報発信・・・登山道マップの改訂について協議<br>・特産品開発・・・新商品「ジャージープリン」パッケー<br>デザイン協議<br>新商品「パン」試食、協議<br>②「ファイナルナイトハイク」スタッフとして参加<br>③フルーツフェア協力出店<br>④嘉麻ふれあいまつり「加藤一二三トークショー」の準備、実施　まつり参加者数：約１５，０００人<br>⑤「第１回夜なべ談義～嘉麻市のまちづくりはここから始まる～の開催　参加者：３７名<br>⑥広域連携<br>・朝倉市との交流会実施（馬見キャンプ村にて交流会）<br>・登山道確認、整備（江川岳ルート確認、整備、朝倉市にて交流会）<br><br>【平成３０年度】<br>①企画委員会活動（各部会を廃止統合）<br>・「かまナイトウォーキング」について協議<br>・「白馬山ハイキング＆梅林公園」の企画<br>・会報（創刊号）について協議、発行<br>・イベント観光商品企画実施<br>「初夏の山歩きと山のお話」参加者：１０名<br>「かまナイトウォーキング 2018」企画実施<br>参加者：８１１名<br>②フルーツフェア協力出店<br>③「嘉麻ふれあいまつり」ブース出店<br>④「小石原民陶むら祭」特産品ブース出店<br>⑤バスツアーの企画実施<br>・「福岡の中心地 嘉麻を巡るバスツアー 意外と知られていない“酒・肉”食べ飲みツアー」　参加者：２１名<br>・「お坊さんから学ぶ洋風精進料理と心のデトックスツアー」<br>参加者：１５名<br><br>⑥日本版 DMO 登録に向けた伴走型支援事業会議の開催<br>⑦登山道マップ制作　＠３５００部<br><br>【令和元年度】<br>①日本版ＤＭＯ登録候補法人認定（Ｒ２．１．１４付）<br>②収益事業の拡大<br>・オリジナルエコバック作成販売<br>③企画委員会活動<br>・イベント企画開催<br>フルーツフェア協力出展<br>かまナイトウォーキング 2019　参加者：８４０名<br>嘉飯物語 |

（別添）様式１

| | | |
|---|---|---|
| | | 「山を愛するベテランガイドと一緒に秋山トレッキング」<br>参加者：４５名<br>「小さなシフォンケーキづくり教室」参加者：２４名<br>バスツアー「嘉麻の酒蔵巡りと梅花の宴」参加者：１８名<br>まちづくり講演会　※中止<br>④広域連携<br>・朝倉市と共同でイベント開催、出展<br>八丁峠トンネル開通記念イベント　参加者：２００名<br>夏山フェスタ出展<br>⑤会議参画<br>・足白地区農泊推進協議会<br>・福岡県事業日本版ＤＭＯ登録に向けた伴奏型支援会議<br>・嘉飯都市圏活性化会議ネットワーク会議（嘉麻/飯塚/桂川）<br>・行きたくなる街づくり実行委員会<br><br>【令和２年度】<br>①一般社団法人格取得（Ｒ２．８．４付）<br>②収益事業の拡大<br>・オリジナルエコバック作成販売<br>・オリジナルマスク作成販売<br>・市からの事業受託<br>グリーンツーリズム業務<br>ヘルスツーリズム業務<br>市バスステーション管理業務<br>③運営委員会活動（企画委員会から改称）<br>・イベント企画開催<br>フルーツフェア協力出展<br>キャンプフェスティバル「秋の陣」　※中止<br>グリーンツーリズム　参加者：２３名<br>嘉穂アルプス縦走登山　参加者：２２名<br>ヘルスツーリズム　参加者：１０名<br>ＭＴＢトレイルライド　参加者：１０名<br>かまナイトウォーキング２０２０　※中止<br><br>④広域連携<br>・朝倉市と共同でトレイルランイベント企画検討<br>⑤会議参画<br>・嘉麻市観光会議<br>第２次観光振興基本計画の中間検証<br>アウトドアシティ計画検討<br>・嘉飯都市圏活性化会議ネットワーク会議（嘉麻/飯塚/桂川）<br><br>【令和３年度】<br>①収益事業の拡大<br>・オリジナルマスク作成販売<br>・市からの事業受託<br>市バスステーション管理業務<br>ふるさと納税業務（一部）<br>国際交流イベント事業 |

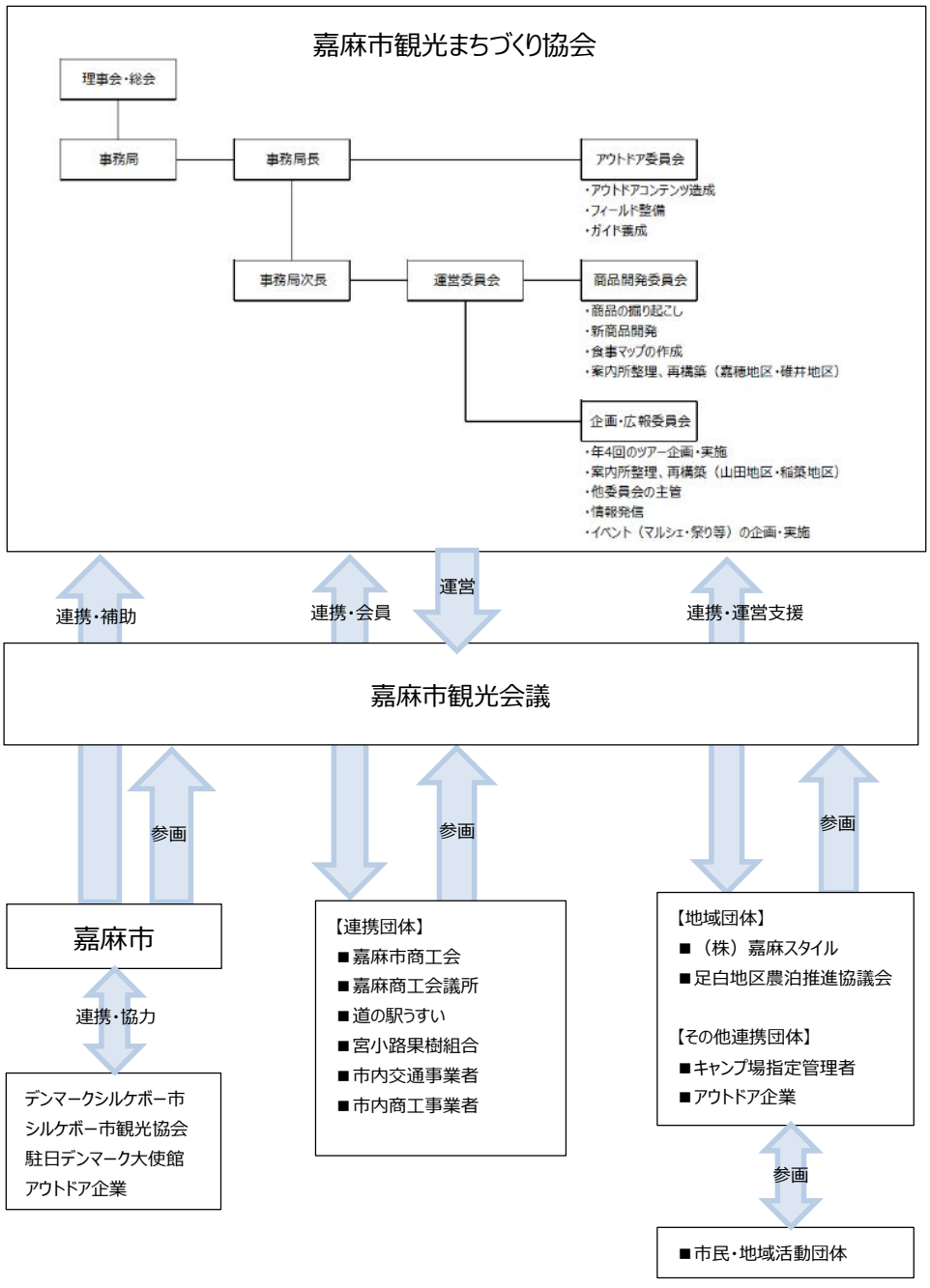
（別添）様式１

| | | |
|---|---|---|
| | | ②運営委員会活動<br>・イベント企画開催<br>サイレントコンサート　参加者：１０名<br>バス来る嘉麻収穫祭　参加者：５０名<br>嘉穂アルプス縦走登山　参加者：２３名<br>ＭＴＢトレイルライド　参加者：１３名<br>アロマオイル蒸留体験　参加者：２１名<br>ＫＡＭＡ　ＨＹＧＧＥ　ＴＯＵＲ（ひまわり観光主催）<br>参加者：２０名<br>一夜城キャンプイベント　参加者：２５名<br>かまナイトウォーキング２０２１　※中止<br>③人材育成・研修会<br>・シャワークライミング講習会（ガイド育成）<br>希望する市民、観光まちづくり協会会員が参加<br>参加者：１１名<br>④広域連携<br>・朝倉市と共同でトレイルランイベント開催<br>（英彦山峰入り古道トレイルラン）参加者：２０８名<br>⑤会議参画<br>・第 3 次観光振興基本計画策定会議<br>・嘉麻市観光会議　アウトドアシティ宣言<br>・嘉飯都市圏活性化会議ネットワーク会議（嘉麻/飯塚/桂川）<br><br>【令和４年度】<br>①収益事業の拡大<br>・市からの事業受託<br>市バスステーション管理業務<br>アクロス福岡嘉麻ウィーク運営業務<br>クリスマスフェア運営業務<br>②運営委員会活動<br>・イベント企画開催<br>サイレントコンサート　参加者：１０名<br>フルーツフェア　参加者：１００名<br>嘉穂アルプス縦走登山　参加者：２３名<br>一夜城キャンプイベント　参加者：３０名<br>かまナイトウォーキング２０２２　参加者：６９８名<br>③人材育成・研修会<br>・シャワークライミング講習会（ガイド育成）<br>希望する市民、観光まちづくり協会会員が参加<br>参加者：１０名<br>④広域連携<br>・朝倉市と共同でトレイルランイベント開催<br>（英彦山峰入り古道トレイルラン）参加者：２３２名<br>⑤会議参画<br>・嘉麻市観光会議<br>・嘉飯都市圏活性化会議ネットワーク会議（嘉麻/飯塚/桂川）<br><br>【令和５年度】<br>①収益事業の拡大<br>・市からの事業受託 |

（別添）様式１

| | | |
|---|---|---|
| | | 市バスステーション管理業務<br>嘉麻市マスコットキャラクター運営業務<br>クリスマスフェア運営業務<br>②運営委員会活動<br>・イベント企画開催<br>サイレントコンサート　参加者：１０名<br>フルーツフェア　参加者：１５０名<br>嘉穂アルプス縦走登山　参加者：２０名<br>一夜城キャンプイベント　参加者：３６名<br>かまナイトウォーキング２０２３　参加者：７５１名<br>③人材育成・研修会<br>・シャワークライミング講習会（ガイド育成）<br>希望する市民、観光まちづくり協会会員が参加<br>参加者：１名<br>④広域連携<br>・朝倉市と共同でトレイルランイベント開催<br>（英彦山峰入り古道トレイルラン）参加者：２６６名<br>⑤会議参画<br>・嘉麻市観光会議<br>・嘉飯都市圏活性化会議ネットワーク会議（嘉麻/飯塚/桂川）<br><br>【令和６年度】<br>①収益事業の拡大<br>・市からの事業受託<br>市バスステーション管理業務<br>嘉麻市マスコットキャラクター運営業務<br>②運営委員会活動<br>・イベント企画開催<br>サイレントコンサート　参加者：３５名<br>フルーツフェア　参加者：１６０名<br>嘉穂アルプス縦走登山　参加者：２０名<br>一夜城キャンプイベント　参加者：２５名<br>かまナイトウォーキング２０２４　参加者：７４６名<br>③人材育成・研修会<br>・シャワークライミング講習会（ガイド育成）<br>公募を行い、希望者は講習の実施<br>参加者：2 名<br>④広域連携<br>・朝倉市とＰＲ動画の作成<br>⑤会議参画<br>・嘉麻市観光会議<br>・嘉飯都市圏活性化会議ネットワーク会議（嘉麻/飯塚/桂川） |

（別添）様式１

| | |
|---|---|
| 実施体制<br>※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）<br>理事会・総会での決定事項に基づき、事務局長と若い年齢層の会員で構成する運営委員が主となり、①アウトドアシティ推進事業　②地域振興事業、③物販事業　④情報発信を展開。市内関連団体等との連携及び、地域住民を巻き込んだ取組みを実施している。<br><br>（実施体制図）<br>  |

（別添）様式１

## ２．観光地域づくり法人がマーケティング･マネジメントする区域

【区域の範囲が分かる図表を挿入】

【区域設定の考え方】

平成１８年３月に、稲築町・碓井町・嘉穂町・山田市の１市３町が合併し「嘉麻市」が誕生した。嘉麻市の総合計画において、嘉穂エリア（旧嘉穂町）が観光拠点ゾーンとして設定され、平成２４年６月に「嘉麻市観光まちづくり協議会」が設立。観光まちづくりの定義を基に、トレッキングツアー等の着地型商品開発による体感型観光の推進、登山ガイド育成、既存の特産品等を活用した新たな特産品開発などに取り組んできており、地域資源を活用したイベント等も実施している。現在は「嘉麻市観光まちづくり協会」として発展（平成２８年４月設立）。

嘉穂エリアの多くを占める資源「自然環境」がコンセプトとして共通する点が多く、昨年市が嘉麻市の観光拠点施設と位置付ける、廃校を活用した「ボルダリング施設（K-WALL）・宿泊施設（カホアルペ）」があるエリアであるとともに、市営キャンプ場が存在するエリアで、今後アウトドアブランドの協力を得て改修する計画もあり、マーケティング・マネジメントする区域と設定とするのが適切である。

（別添）様式１

【観光客の実態等】
公共交通機関でのアクセスが非常に悪く、市内唯一の駅「下鴨生駅」は1時間に1～2本程度、その他JR桂川駅は市役所から車で20分程かかることから、マイカーでの来訪がほとんどである。
出発地的にみると、嘉麻市誕生により、まずは認知度を向上させる取組みで県内都市圏を中心にプロモーションを行なってきた経緯もあり、県内からの観光客が多くを占める。
また、嘉麻市を訪れる観光客はそのほとんどが日帰り観光となっている。これは、市内に宿泊施設が民間１軒と市営キャンプ場しかないことによる。
来訪目的別にみると、直売施設・酒蔵・フルーツ狩り・登山・キャンプ・イベント参加が多く、
近年は、酒蔵と登山が非常に増加傾向にある。
嘉麻市で進めてきた体験型観光を加速化させるため、廃校となった小学校の体育館を利活用した「ボルダリング施設（K-WALL)」が平成30年にオープンし、続いて、同じ廃校舎を利活用した「足白農泊施設（カホアルペ)」が令和2年にオープンしている。

【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・・・ボルダリングセンター「Ｋ－ＷＡＬＬ」、梅林公園、古処山キャンプ村「遊人の杜」、
馬見山キャンプ村、九州りんご村、寒北斗酒造、大里酒造、常盤館、カホアルペ

商業施設・・・道の駅うすい、カッホー馬古屏、山田活性化センター「手づくりふるさと村」、
ジャンボンヨーク、小次郎の里

健康施設・・・なつきの湯、白雲荘

スポーツ・・・ボルダリングセンター「Ｋ-ＷＡＬＬ」（再掲)、嘉穂総合体育館・陸上競技場、
スイミングプラザなつき、サルビアパーク

歴史・文化施設・・・織田廣喜美術館、碓井郷土館・平和祈念館、麟翁寺、益富城址、沖出古墳、
山野の石像群、山野の楽、一夜城伝説

自然・・・嘉穂アルプス（馬見山・屏山・古処山「日本山岳遺産」)、九州自然歩道、足白フットパスコース、熊ヶ畑ひまわり畑、嘉穂アルプスのオオキツネノカミソリ・ヤブツバキ、
小野谷アジサイロード、稲築公園のサクラ

イベント・・・梅林公園の観梅、ふれあいまつり、さくらまつり、嘉麻シティマラソン、
かまナイトウォーキング、フルーツフェア、一夜城まつり、ＨＹＧＧＥイベント、
シャワークライミング

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】
キャンプ場：２箇所（嘉穂エリア）
農泊施設：１箇所（嘉穂エリア）

【利便性：区域までの交通、域内交通】
自動車：九州自動車道福岡ＩＣから約１時間
公共交通機関：ＪＲ桂川駅からタクシーで約１５分、バスで約２０分

【外国人観光客への対応】
観光ポータルサイト：外国語対応サイトを開設予定（令和5年度）
観光案内所、観光施設等：福岡県多言語コールセンター利用、スマホアプリ活用、身振り手振り
予定事業：外国人の参加を見据えたアウトドアイベント、ガイド育成を予定（令和６年度までに）

（別添）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。 | 市からの受託事業として、アンケート調査や関連事業者への照会により実施。 |
| 延べ宿泊者数 | 宿泊者の推移を把握するため。 | 本市での宿泊の大部分を占めるキャンプ場・カホアルペの宿泊データを活用して実施。 |
| 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。 | 市からの受託事業として、アンケート調査により実施。 |
| 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。 | 市からの受託事業として、アンケート調査により実施。 |
| 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 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。 | 市からの受託事業として、アンケート調査により実施。 |

（別添）様式１

## ４．戦略

### （１）地域における観光を取り巻く背景

全国的人口減少傾向が進む中、嘉麻市においても少子高齢化や過疎化が一層進んでいる。
嘉麻市では体験型観光の推進により交流人口の拡大を図ってきた。こうした地域の課題に対し、今まで以上により効果的に若者を引き留め、あるいは外部から誘致する必要性が高まっていることから、「豊富な自然」というエリアイメージと感染症共存時代におけるアウトドア系コンテンツへの観光ニーズの高まりに注目。観光地域づくり法人（ＤＭＯ）を中心として既存の観光資源を活用して「アウトドア活動を足掛かりとした観光まちづくり」の推進を図り、「アウトドアシティ嘉麻」の実現により、新たな雇用の創出や担い手不足の解消、交流人口の増加につなげることとしている。

### （２）地域の強みと弱み

| | 好影響 | 悪影響 |
|---|---|---|
| 内部環境 | 強み（Strengths）<br>①自然（日本山岳遺産の嘉穂アルプスや一級河川遠賀川の源流点をもつ）<br>②農産物（新鮮な野菜、ブランド牛、日本酒やりんご・梨などのフルーツなど）<br>③多彩なアウトドアアクティブティが存在<br>（キャンプ場、Hygge 体験、シャワークライミング、e-bike 等）<br>④おもてなしの文化（地域の特徴、人） | 弱み（Weaknesses）<br>①域内での公共交通機関の利便性の悪さ<br>②休耕地（後継者不足）<br>③キャンプ場の老朽化による維持費拡大<br>④市の観光イメージが確立していない<br>⑤インバウンド受入機運がない |
| 外部環境 | 機会（Opportunity）<br>①デンマーク国シルケボー市との事業連携<br>②近隣都市圏から１時間程度のアクセス<br>②福岡県多言語対応コールセンター活用<br>④九州観光機構、福岡県、福岡県観光連盟支援協力<br>⑤民間路線バスと市営循環型バスの相互乗入バスステーション開設<br>⑥キャンプブーム、アウトドアブーム<br>⑦宿泊税（税収を活用した補助事業） | 脅威（Threat）<br>①事業費の削減（市予算）<br>②県内のアウトドア関連施設の充実<br>③県内での競合相手の増加 |

※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
・職場では中堅になり、日頃は仕事が忙しい。若手の頃に比べると少しお金に余裕も生まれ、週末は自分のために時間やお金を使いたい。
・通勤途中や寝る前の SNS チェックを通じて、ショッピングも旅行の予約もオンラインで済ませる。
上記のような国内都市圏在住の２０代後半～４０代の女性

〇選定の理由
・2022 年夏のシャワークライミングの申込者の多くが 20～40 代であり、申込者（代表者）は 90%以上が女性だったことから、女性をターゲットに設定。
・同じような境遇の人が周りにも多く、良い体験はすぐに共有し、思い立ったったらすぐ行動する。
・日頃、パソコンやスマートフォンと向き合っていることで、デジタルではなく自然に囲まれ

| |
|---|
| て癒されたい願望に対し、アウトドアでの過ごし方の提案に繋がる。<br>・スマートフォンを使いこなせる世代で SNS を通じての情報感度が高く、良い体験は SNS で共有することで、同じニーズを持つ人の中で拡散により、新たな嘉麻市ファンの獲得につながる可能性がある。<br>・思い付きで行動が可能（仲間や家族との調整も不要）で、嘉麻市へいくことの機会損失を減らすことに繋がる。<br>・周辺のグルメも事前にチェックしていることが多く、地域での消費に繋がる。<br><br>〇取組方針<br>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。<br>・ターゲットに合う SNS ツールの選定<br>・SNS の効果的な発信（発信してもらうハッシュタグを設定する）<br>・HP を改修し、予約フォームを設定し、24 時間予約ができるようにする。 |
| 〇第２ターゲット層<br>・小学生低学年程度までの同世代の子供を通じてつながった家族や、親同士の学生時代からの友人家族で一緒に集まって何かをしたい世代。<br>・人には教えたくない自分たちのキャンプ場所を常に探し、インスタ映えするお洒落なアウトドアのデコレーションにハマり、ノルディスク等のハイブランドにも憧れを持つ。<br>・アウトドアで子供たちにも自然体験の機会や、自由に走り回れる機会を提供しつつ、親のリフレッシュが実は本来の目的になっている福岡都市圏在住のファミリー。 |
| 〇選定の理由<br>・コロナ禍で密を回避するためにアウトドアがブームとなったことで、アウトドアプログラムが豊富な嘉麻市も今後可能性を秘めていること。<br>・キャンプ場への来園意向・要望に関するユーザーアンケート（いこーよ総研）の調査結果によると、キャンプは家族単位に続いて知人家族と楽しむことが多い結果が出ていることから、このターゲットを設定。<br>・第二の人口ボリューム層であり、家族との交流を積極的消費と見込み、将来的な移住も見据えたターゲット。<br>「仕事・育児・家族等に忙しい世代へ日常の喧騒から離れ、心身のリフレッシュに適した場所として、嘉麻市を知る → 好きになる（リピーター）→ 住みたくなる（移住）」<br><br>〇取組方針<br>ヨーロッパのアウトドアキャピタルで嘉麻市と協力関係にあるシルケボー市の取組みと、シルケボー市があるデンマークの北欧文化（概念）を参考に、既存のアウトドアコンテンツを気軽に楽しめ、「ホッと一息つける場所、居心地の良い時間や空間」を『ヨーロッパ（北欧）型アウトドア』として嘉麻市で提供する。<br>北欧風のライフスタイルを既存コンテンツに付加価値として加えたプログラムやイベントを実施して、嘉麻市の魅力を知ってもらう取組みを実施。<br>参加者に対するアンケートでニーズ調査を行い、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に磨き上げる。<br>嘉麻市の自然を「静かな空間」という地域資源としての活用していくことで、「自然豊か」という大きなテーマを少しでも具現化していく。 |
| 〇第３ターゲット層<br>・「住みやすい街福岡」を体感している福岡都市圏在住の外国人。<br>・九州の観光と言えば阿蘇と温泉の認識が強く、他の観光地を見つけたいと思っている。<br>・フォロアーは少ないながら、日々の記録で SNS を利用している。<br>・在日欧米系外国人同士のつながりもあり、パーティーやハングアウトは頻繁にあり、お互いをフォローしあっている。<br>・仲間にはインフルエンサーのように活躍している人もおり、海外への影響力も強く、嘉麻の |

| |
|---|
| 魅力を、感じ取ったままに発信してくれそうな仲間がいる。 |
| ○選定の理由<br>インバウンドの取り込みによるさらなる交流人口の拡大を目指すことを目的としたターゲットで、在日外国人が都会の喧騒を忘れ、日本の田園風景広がる嘉麻で Hygge な時間を過ごしていただくことで、将来的な訪日外国人が滞在のひとときを心地よく過ごせる場所として選ばれることを目指す。日本語で「説明した」内容ではなく、本人が感じたまま発信されることで魅力を伝えることを目的とする。<br>コロナ以前の数値を比較し、福岡県内への来訪が多い、韓国 52.1%、台湾 10.0%、香港 6.0%、中国 23.8%（法務省「出入国管理統計」2018 及び第二次福岡県観光指針）の内、個人での旅行手配による少人数での来訪が多い韓国 88.7%・台湾 74.6%・香港 90.7%（観光庁「訪日外国人の消費動向調査 2019 年年次報告書」）をターゲットとすることで、公共交通機関が少ない嘉麻でもレンタカー利用により新たな目的地としての可能性があると考えられるため。<br>また、2023 年夏は世界水泳が福岡で開催され、欧米の訪日観光客も見込めること、そして福岡の名が世界に知られることから、少人数での来訪が多く、滞在日数が長い傾向にある欧米人（観光庁「訪日外国人の消費動向調査 2019 年年次報告書」）の今後の旅行先としても可能性かあると見込むため。<br><br>○取組方針<br>国際交流員を活用した、留学生など福岡在住の在日外国人へのアプローチにより、独自ネットワークへの情報発信力を活用して、アフターコロナのインバウンド増加に向け、母国等在住の外国人に対しての「アウトドアシティ嘉麻」の魅力の発信を目指す。<br>在住欧米系の人や旅行会社に対してモニターツアーを実施し、「感じたまま」情報を発信いただく<br>アンケートを実施し、我々が想像しないような発想を収集するなどし、ブラッシュアップし、インバウンドにも訴求できるコンテンツに磨き上げる。<br>福岡県観光連盟や上記モニターツアーでつながった旅行会社、訪日専門の旅行会社と連携する。 |

## （４）観光地域づくりのコンセプト

| | |
|---|---|
| ①コンセプト | 「アウトドアシティ嘉麻」<br><br>・嘉麻らしさを発揮し、豊富な自然環境を活用したアウトドア活動を足掛かりとした観光まちづくりを進めていく。 |
| ②コンセプトの考え方 | ・「嘉麻らしさ」を具現化するために、山・森などのフィールドを活かし、心地よい体験と時間が提供できる「アウトドアシティ」を構築する。<br>具体的には、嘉麻市と観光に関する協力関係にあり、デンマークのアウトドアキャピタルとしてアウトドアツーリズムの先進地であるシルケボー市の取組みを参考に、登山・キャンプ・シャワークライミング・ボルダリング等のアウトドア及びアクティビティコンテンツを活かして、手軽にアウトドアを楽しめる環境づくりを行うとともに、デンマーク固有の文化である |

（別添）様式１

| | |
|---|---|
| | 「HYGGE（ヒュッゲ)」をテーマとした滞在スタイルを提案する。 |

（別添）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<br>※頻度が分かるよう記入すること。 | ①嘉麻市観光会議【月１回程度】<br>嘉麻市観光まちづくり協会、（株）嘉麻スタイル、道の駅うすい、嘉麻市産業振興課で構成し、嘉麻市第3次観光振興基本計画及びアウトドアシティ宣言に関する取組みについての検討やKPIの進捗チェック、その他情報共有を図っている。<br>②アウトドア・アクティビティ連絡協議会（仮）【年3回程度】<br>地域の関連事業者（キャンプ場・アウトドア・アクティビティ）を集めて、コンセプトをテーマとした会議を実施するとともに、事業者向けのコンサルティング等を実施。 |
| 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アウトドアシティ化に向けた研修会実施【年１回程度】<br>アウトドア、アクティビティ運営者を対象に、嘉麻のアウトドアシティとしてのブランド化推進のために、目標とするイメージを共通化するための研修を実施。<br>内容：デンマークシルケボー市の「アウトドアシティの首都」としてのブランディング推進の取組みについて学ぶ、アウトドアブランド・ノルディスク社から北欧のライフスタイルやアウトドアの捉え方に関する講義等。<br>②インバウンド受入研修会実施【年１回程度】<br>内容：国際交流員を講師として、体験ガイド・サービス提供事業者を対象にした多言語対応スキルの向上や海外のキャッシュレス決済事情についての研修会を実施。また、希望事業者等には国際交流員がモニターとして体験し、サービスに対するフィードバックを実施。<br>③アクティビティ参加者向けにアンケートを実施。<br>内容：アンケート実施結果を考察し、以後に反映させるために、関係者間でアンケートを基にした観光商品磨き上げのための検討会を実施する。 |
| 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 | ①WEB戦略<br>見やすくかつ、機能を向上させるＨＰ改修を行う。<br>ＨＰの多言語化を図るため、まずは英語ページを製作する。<br>ＳＮＳの活用を活発化させ、情報発信機会を増やす。<br>ＳＮＳの多言語化を図るため、英語による発信を行う。<br>ＷＥＢ予約システムを導入する。<br>連携事業者等によるアフェリエイト販売展開を目指す。<br>②「ＦＩＥＬＤ　ＳＴＹＬＥ」「夏山フェスタ」など、三大都市圏や福岡市内で開催されているアウトドア系プロモーションイベント、県内で開催される市民まつりなどへのブース出展により国内誘客に向けたプロモーションを実施。<br>③駐日デンマーク大使館、デンマークのアウトドアブランド等との連携により、北欧のライフスタイルに興味がある人への情報発信を実施。<br>デンマーク国シルケボー市・アウトドア協会等との連携により、海外向けの情報発信を実施。 |

※各取組について、出来る限り具体的に記入すること。

（別添）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（千円） | 目標 | 316,445 | 328,185 | 1,100,000 | 1,200,000 | 1,300,000 | 1,300,000 |
| | | （ － ） | （ － ） | （ － ） | （ － ） | （ － ） | （ － ） |
| | 実績 | 1,066,250 | 1,081,352 | 1,043,520 | － | － | － |
| | | （ － ） | （ － ） | （ － ） | （ － ） | （ － ） | （ － ） |
| ●延べ宿泊者数（人） | 目標 | 4,253 | 4,615 | 6,500 | 7,000 | 8,000 | 8,000 |
| | | （ － ） | （ － ） | （ － ） | （ － ） | （ － ） | （ － ） |
| | 実績 | 6,195 | 5,978 | 5,244 | － | － | － |
| | | （ － ） | （ － ） | （ － ） | （ － ） | （ － ） | （ － ） |
| ●来訪者満足度（%） | 目標 | 80 | 82.5 | 83 | 85 | 85 | 85 |
| | | （ － ） | （ － ） | （ － ） | （ － ） | （ － ） | （ － ） |
| | 実績 | 81.5 | 81.5 | 81.3 | － | － | － |
| | | （ － ） | （ － ） | （ － ） | （ － ） | （ － ） | （ － ） |
| ●リピーター率（%） | 目標 | 30 | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 |
| | | （ － ） | （ － ） | （ － ） | （ － ） | （ － ） | （ － ） |
| | 実績 | 30 | 28.8 | 29.6 | － | － | － |
| | | （ － ） | （ － ） | （ － ） | （ － ） | （ － ） | （ － ） |

※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】**

登録 DMO の必須 KPI を網羅することで、他地域との比較を容易に行えるようするために、第 3 次嘉麻市観光振興基本計画の設定ＫＰＩとしても設定。

**【設定にあたっての考え方】**

＜旅行消費額＞

来訪者の市内での観光消費額の 1 年間の合計を指し、市内の観光資源を活用し、経済的に自立した観光地を目指すことを目的 に KPI として設定。
調査方法…市からの受託事業として調査を実施。農産品直売所や観光施設の売上情報を集約。
※令和 2 年分より集計方法を変更

R3 年中に第 3 次観光振興基本計画（R4～R8）を策定したため、R2 年の実績を R3 年の現状値とし、R8 年までの間に、現状より 20%増を目標とし、年平均成長率を乗じた値を各年の目標値として設定。

また、20%増とした理由は、福岡県次期総合計画の KPI（旅行消費額単価（日本人・外国人）を R2：36,300 円→R8：50,800 円　約 1.2 倍）への貢献を目標に設定。

（別添）様式１

＜延べ宿泊者数＞

嘉麻市に来訪し宿泊をした人の総数。宿泊施設との連携により、月ごとでの確実な数値の把握ができるため、ニーズ・トレンドを把握するためにも重要なKPIとして設定。

調査方法…市からの受託事業として調査を実施。市内宿泊施設の情報を集約。

R3年中に第3次観光振興基本計画（R4～R8）を策定したため、R2年の実績をR3年の現状値とし、R8年までの間に、

①キャンプ場は現状より10%増の4,445人

②市営新規宿泊施設のKPI　1,456人（施設建設時に独自に設定済）

の合計5,901人とし、年平均成長率を乗じた値を各年の目標値として設定。

また、①を10%増した理由は、福岡県次期総合計画のKPI（延べ宿泊者数（日本人・外国人）をR2：2,042万人→R8：2,304万人　約1.1倍）への貢献を目標に設定。

＜来訪者満足度＞

嘉麻市に来訪した人の旅行後の満足度。旅行目的地となるために必要となる 「リピーター増加」「観光地としての価値の向上」を図るためにも重要なKPIとして設定。

調査方法…市からの受託事業として調査を実施。体験商品利用者等へのアンケートを実施や、宿泊施設との連携により情報を集約。

[R３年度数値]　81.3%

バス来る嘉麻収穫祭　　参加者：５０名

嘉穂アルプス縦走登山　　参加者：１５名

ＫＡＭＡ　ＨＹＧＧＥ　ＴＯＵＲ（ひまわり観光主催）参加者：２０名

一夜城キャンプイベント　参加者：５０名

計１３５名に対しアンケートを実施・集計

[R４年度数値]　81.9%※年度中途

看板商品モニターツアー　参加者：２０名

団体受入（嘉麻市アウトドア体験ツアー）　参加者：２００名

計２２０名に対しアンケートを実施・集計

R4年中途での実施結果が81.9%となっており、この伸び率を参考にR5・R6の目標値を設定。

＜リピーター率＞

嘉麻市が目指す「住む人、訪れる人へ、心地いい時間と空間の継続的な提供」の達成度を測るために重要なKPIとして設定。

調査方法…市からの受託事業として調査を実施。体験商品利用者等へのアンケートを実施や、宿泊施設との連携により情報を集約。

［一定期間のリピート来訪数（人）÷一定期間の総来訪数（人）×１００］によって算出。

[R３年度数値]　23.6%

バス来る嘉麻収穫祭　　参加者：５０名

嘉穂アルプス縦走登山　　参加者：１５名

ＫＡＭＡ　ＨＹＧＧＥ　ＴＯＵＲ（ひまわり観光主催）参加者：２０名

一夜城キャンプイベント　参加者：５０名

計１３５名に対しアンケートを実施・集計

[R４年度数値] 29.0%

看板商品モニターツアー　参加者：２０名

団体受入（嘉麻市アウトドア体験ツアー）　参加者：２００名

計２２０名に対しアンケートを実施・集計

R4年中途での実施結果が29.0%となっており、この伸び率を参考にR5・R6の目標値を設定。

（別添）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 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| ●WEB サイト訪問者数（人） | 目標 | 85,000 | 127,500 | 130,000 | 140,000 | 160,000 | 170,000 |
| | | (400) | (600) | (700) | (600) | (700) | (700) |
| | 実績 | 113,000 | 129,522 | 132,462 | ― | ― | ― |
| | | （ ― ） | （ ― ） | （ ― ） | （ ― ） | （ ― ） | （ ― ） |
| ●観光入込客数（人） | 目標 | 303,000 | 309,000 | 315,000 | 321,000 | 327,000 | 330,000 |
| | | (10) | (20) | (40) | (60) | (80) | (80) |
| | 実績 | 220,000 | 215,000 | 213,500 | ― | ― | ― |
| | | （ ― ） | （ 30 ） | （ 70 ） | （ ― ） | （ ― ） | （ ― ） |
| ●アウトドア体験プログラム利用者数（人） | 目標 | 300 | 306 | 312 | 400 | 420 | 450 |
| | | (10) | (20) | (40) | (60) | (80) | (80) |
| | 実績 | 300 | 280 | 312 | ― | ― | ― |
| | | （ ― ） | （ ― ） | (45) | （ ― ） | （ ― ） | （ ― ） |
| ●住民満足度（%） | 目標 | 35 | 40 | 45 | 45 | 45 | 45 |
| | | (0) | (0) | (0) | (0) | (0) | (0) |
| | 実績 | 36 | 37 | 38 | ― | ― | ― |
| | | （ ― ） | （ ― ） | (0) | （ ― ） | （ ― ） | （ ― ） |

※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】**

デジタルマーケティングの加速、主要コンテンツとそれ以外のコンテンツとの比較分析、受入環境の整備に必要な項目を KPI として設定する。

**【設定にあたっての考え方】**

新型コロナウイルス感染症拡大の影響による観光情勢の激変により、これまでの傾向が参考にならない状況であり、2021 年以降もこれまでの推移が当てはまらず、あくまでも期待値という位置づけである。

＜Web サイト訪問者数＞

デジタルマーケティングを加速させていくために KPI に設定。
Ｒ３年度は SNS 活用により想定以上に伸びた。R４年度に HP リニューアルを予定していることから、Ｒ５年度に期待値として前年度 1.5 倍を目指す。
調査方法…市からの受託事業として調査を実施。グーグルアナリティクスを活用して、本市観光 WEB サイトを調査。

＜観光入込客数＞

嘉麻市への来訪者の１年間の合計を指し、交流人口増加を目指すことを目的に KPI として設定。
観光振興基本計画策定において、感染症による影響の見通しが立たない中、まずはＲ４年度からＲ８年度で１０%増を目指すこととし、期待値として毎年前年比１０２%を目標とする。
インバウンドに関しては、Ｒ４年度にまずは２～４グループ１０名の受入を目指し、５年後のＲ８年度に期待値として１５０人の受入達成を目標とする。
調査方法…市からの受託事業として調査を実施。農産品直売所や観光施設への来訪者情報を集約。

（別添）様式１

※令和２年分より集計方法を変更

＜アウトドア体験プログラム利用者数＞

本市の観光振興コンセプトとしている「アウトドアシティ嘉麻」の実現達成度を測るために重要なKPIとして設定。

今までは７月～８月でのサービス提供をメインとしてきたが、通年でのサービス提供を目指すことでＲ４年度は前年度の６倍とし、その後は観光入込客数の目標と同じく期待値として前年比１０２%の達成を目指す。

インバウンドに関しても同様に、Ｒ４年度にまずは２～４グループ１０名の受入を目指し、５年後のＲ８年度に期待値として１５０人の受入達成を目標とする。

調査方法…市からの受託事業として調査を実施。市内のアウトドア体験プログラム実施者との連携により情報を集約。

＜住民満足度＞

市内の受入環境整備の基盤となる市民の意識を把握するための重要なKPIとして設定。

住民の半数以上が満足の達成により、観光客の受入に対して協力を得られやすい地域であるかどうかを分析する指標として、５年後のＲ８年度において期待値として５０%達成を目指す。

調査方法…以下の調査を実施し、その平均値により算出

①市が実施する市民意識調査（不定期　最新調査：R1年）の最新数値（28%）の活用

②①を補完するために、市内の観光振興に大きく関係している嘉麻市在住の（一社）嘉麻市観光まちづくり協会の会員を対象に、毎年の更新時に観光振興の面での満足度調査を実施する。

[（市実施市民意識調査での最新住民満足度＋観光まちづくり協会会員の満足度）÷２]

（別添）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

| 年度 | 総収入（円） | 内訳 | |
|---|---|---|---|
| 令和４年度 | 38,261,402 円 | （内訳の区分例）<br>【市からの補助金】<br>【会費収入】<br>【収益事業収入】<br>【雑入、繰越金等】 | <br>7,000,000 円<br>276,000 円<br>20,253,076 円<br>10,732,326 円 |
| 令和５年度 | 33,132,400 円 | （内訳の区分例）<br>【市からの補助金】<br>【会費収入】<br>【収益事業収入】<br>【雑入、繰越金等】 | <br>7,000,000 円<br>279,000 円<br>9,963,165 円<br>15,890,235 円 |
| 令和６年度 | 27,509,880 円 | （内訳の区分例）<br>【市からの補助金】<br>【会費収入】<br>【収益事業収入】<br>【雑入、繰越金等】 | <br>7,000,000 円<br>303,000 円<br>9,474,300 円<br>10,732,580 円 |
| 令和７年度 | 30,300,000 円 | （内訳の区分例）<br>【市からの補助金】<br>【会費収入】<br>【収益事業収入】<br>【雑入、繰越金等】 | <br>7,000,000 円<br>300,000 円<br>8,000,000 円<br>15,000,000 円 |
| 令和８年度 | 32,300,000 円 | （内訳の区分例）<br>【市からの補助金】<br>【会費収入】<br>【収益事業収入】<br>【雑入、繰越金等】 | <br>7,000,000 円<br>300,000 円<br>9,000,000 円<br>16,000,000 円 |
| 令和９年度 | 32,300,000 円 | （内訳の区分例）<br>【市からの補助金】<br>【会費収入】<br>【収益事業収入】<br>【雑入、繰越金等】 | <br>7,000,000 円<br>300,000 円<br>10,000,000 円<br>15,000,000 円 |

（２）支出

| 年度 | 総支出 | 内訳 | |
|---|---|---|---|
| 令和４年度 | 38,261,402 円 | （内訳の区分例）<br>【一般管理費】<br>【国内プロモーション】 | <br>16,126,616 円<br>22,134,786 円 |
| 令和５年度 | 33,132,400 円 | （内訳の区分例）<br>【一般管理費】<br>【国内プロモーション】 | <br>8,723,894 円<br>24,408,506 円 |

| | | |
|---|---|---|
| 令和６年度 | 27,509,880 円 | （内訳の区分例）<br>【一般管理費】 10,606,943 円<br>【国内プロモーション】 16,902,937 円 |
| 令和７年度 | 30,300,000 円 | （内訳の区分例）<br>【一般管理費】 16,000,000 円<br>【国内プロモーション】 14,300,000 円 |
| 令和８年度 | 32,300,000 円 | （内訳の区分例）<br>【一般管理費】 16,500,000 円<br>【国内プロモーション】 15,800,000 円 |
| 令和９年度 | 32,300,000 円 | （内訳の区分例）<br>【一般管理費】 16,500,000 円<br>【国内プロモーション】 15,800,000 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

・WEB 予約システムを導入し、商品化した体験コンテンツを販売するとともに、アフェリエイト販売により販路拡大していく。
・バスセンター等施設管理業務やソフト事業の業務等、市からの受託事業等を増やしていく。
・新たな会員の獲得に努め、会費収入を徐々に増やしていく。
・「地域独自の観光資源を活用した地域の稼げる看板商品の創出事業」等、国県等の補助メニューを活用する。
◆現在、月１回程度で登録 DMO に向けた協議と合わせて嘉麻市とミーティングを実施。また、以後についても協議を行っていく。

## 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

（一社）嘉麻市観光まちづくり観光協会は、嘉麻市の観光振興施策推進において重要な役割を担ってきました。本市の掲げる「アウトドアシティ嘉麻」の実現において、同法人の役割は今後より一層重要となり、その期待に応える取組みの実施が実現可能な組織です。
嘉麻市は、（一社）嘉麻市観光まちづくり協会を当該市町村における地域ＤＭＯとして登録したいので、（一社）嘉麻市観光まちづくり協会とともに申請します。

## ９．マーケティング･マネジメント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

（別添）様式１

## １０．記入担当者連絡先

| | |
|---|---|
| 担当者氏名 | 安河内隆 |
| 担当部署名（役職） | 嘉麻市観光まちづくり協会（事務局次長） |
| 郵便番号 | 820-0502 |
| 所在地 | 福岡県嘉麻市上臼井 328 番地 1 |
| 電話番号（直通） | 0948-43-3680 |
| ＦＡＸ番号 | 0948-43-3854 |
| Ｅ－ｍａｉｌ | yasukouchi@kama-kanko.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 | 嘉麻市 |
| 担当者氏名 | 塚本明弘 |
| 担当部署名（役職） | 産業振興課シティプロモーション係（係長） |
| 郵便番号 | 820-0292 |
| 所在地 | 福岡県嘉麻市岩崎 1180 番地 1 |
| 電話番号（直通） | 0948-42-7452 |
| ＦＡＸ番号 | 0948-42-7096 |
| Ｅ－ｍａｉｌ | akihiro-508@city.kama.lg.jp |

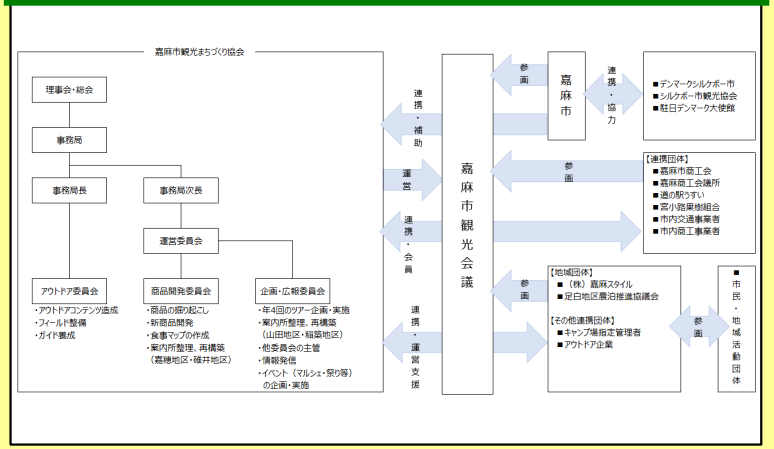
**法人名:一般社団法人嘉麻市観光まちづくり協会**
**登録区分名:地域DMO**

# （アウトドアシティ嘉麻の実現）

**記入日： 令和 7年 8月 22日**

【区域】 福岡県嘉麻市
【設立日】 平成28年年4月1日
【登録日】 令和2年1月14日　候補DMO
【代表者】 代表理事　大里至
【マーケティング責任者（CMO）】
事務局長　安河内隆
【財務責任者（CFO）】 安河内隆
【職員数】 3人（常勤3人（正職員3人）、非常勤0人）
【連携する主な事業者】
嘉麻市、道の駅うすい、（株）嘉麻スタイル、嘉麻商工会、嘉麻市商工会議所、宮小路果樹組合、足白地区農泊推進協議会、キャンプ場指定管理者、アウトドアメーカー、株式会社ひまわり観光

## 実施体制




## マーケティング・マネジメントする区域

【主な観光資源】
日本山岳遺産「嘉穂アルプス」
シャワークライミング、
ツリークライミング、
森林セラピー、森ヨガ、
MTB、キャンプ場、
ボルダリングセンター、
農泊施設、道の駅うすい、
古墳、万葉集史跡、
酒蔵、梅林公園、
織田廣喜美術館

## 合意形成の仕組み

【該当する登録要件】（1）（2）
①（一社）嘉麻市観光まちづくり協会理事会並びに運営委員会（構成員：商工団体、道の駅、酒造事業者、農産事業者等）において、アウトドアシティ嘉麻のコンセプトに基づく観光戦略について合意形成
②嘉麻市観光会議（構成員：嘉麻市観光まちづくり協会、地域商社、道の駅、市）において、市の計画や施策について検討やKPIの進捗についてチェック

## 法人のこれまでの活動実績

【情報発信・プロモーション】
・SNSを活用した情報発信・プロモーション
・ホームページ改修（R4年度看板商品創出事業）
・WEB予約システム導入(JTB BOKUN)

【観光資源の磨き上げ】
・アウトドアをキーワードに観光資源を活用し看板商品となる体験コンテンツ造成中
（R4年度看板商品創出事業）

【受入環境の整備】
・シャワークライミング、ガイド養成
・アウトドアセンター、コンシェルジュ機能を整備中（R4年度看板商品創出事業）

## 戦略

【主なターゲット】
・国内都市圏在住の20代後半～40代女性
・アウトドアで子供たちにも自然体験の機会を提供しつつ、親自身のリフレッシュも目的となっている福岡都市圏在住ファミリー
・在日外国人同士の繋がりを持ち、仲間にはインフルエンサー的な仲間がいる、福岡を住みやすいと感じている福岡都市圏在住の外国人
【ターゲットの誘客に向けた取組方針】
・満足度調査等により再来訪意向につながる要因を分析し、結果に基づきターゲット層に強力に訴求するコンテンツを磨き上げ
・ターゲットに合うSNSツールの選定
・SNSの効果的な発信（発信してもらうハッシュタグを設定）
・HPを改修、予約フォームを設定し、24時間予約を確立
・北欧風のライフスタイルを既存コンテンツに付加価値として加えたプログラムやイベントを実施
・「自然豊か」という大きなテーマを「アウトドアシティ」というキーワードで少しでも具現化
・国際交流員を活用し、留学生など福岡在住の在日外国人へアプローチ。独自ネットワークへの情報発信力を活用して、母国等在住の外国人に「アウトドアシティ嘉麻」の魅力を発信
・在住欧米系の人や旅行会社に対して、モニターツアー実施し、インバウンドにも訴求できるコンテンツにブラッシュアップ
・訪日専門の旅行会社と連携

## 観光関連事業者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

①嘉麻市観光会議【月1回程度】
DMOを中心として、嘉麻市、株式会社嘉麻スタイル、道の駅と観光振興に関するコミュニケーション会議を実施。
②アウトドア・アクティビティ連絡協議会（仮）【年3回程度】
地域の関連事業者を集めて、アウトドアシティ嘉麻をテーマとした会議を実施するとともに、事業者向けのコンサルティング等を実施。

## KPI（実績・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 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| ●旅行消費額（千円） | 目標 | 316,445 | 328,185 | 1,100,000 | 1,200,000 | 1,300,000 | 1,300,000 |
| | | （－） | （－） | （－） | （－） | （－） | （－） |
| | 実績 | 1,066,250 | 1,081,352 | 1,043,520 | － | － | － |
| | | （－） | （－） | （－） | （－） | （－） | （－） |
| ●延べ宿泊者数（人） | 目標 | 4,253 | 4,615 | 6,500 | 7,000 | 8,000 | 8,000 |
| | | （－） | （－） | （－） | （－） | （－） | （－） |
| | 実績 | 6,195 | 5,978 | 5,244 | － | － | － |
| | | （－） | （－） | （－） | （－） | （－） | （－） |
| ●来訪者満足度（%） | 目標 | 80 | 82.5 | 83 | 85 | 85 | 85 |
| | | （－） | （－） | （－） | （－） | （－） | （－） |
| | 実績 | 81.5 | 81.5 | 81.3 | － | － | － |
| | | （－） | （－） | （－） | （－） | （－） | （－） |
| ●リピーター率（%） | 目標 | 30 | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 |
| | | （－） | （－） | （－） | （－） | （－） | （－） |
| | 実績 | 30 | 28.8 | 29.6 | － | － | － |
| | | （－） | （－） | （－） | （－） | （－） | （－） |

## 活動に係る運営費の額及び調達方法の見通し

【主な収入】（例）収益事業（観光商品販売、グッズ販売等） 約8，5百万円（R6年度）
【総支出】 27百万円（一般管理費10百万円、事業費16百万円）
※令和6年度決算
【自律的・継続的な活動に向けた運営資金確保の取組・方針】
・WEB予約システムを導入し、商品化した体験コンテンツを販売するとともに、アフェリエイト販売により販路拡大
・バスセンター等施設管理業務や観光統計調査などのソフト事業の業務等、市からの受託事業等を増加
・国県等の補助メニューを活用