

記入日： 令和7年1月9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 宗像市  
 【設立時期】 2007年7月2日  
 【設立経緯】 ③区域の観光協会がDMOに移行  
 【代表者】 矢原吉房  
 【マーケティング責任者(CMO)】 品川恭徳  
 【財務責任者(CFO)】 品川恭徳  
 【職員数】5人【常勤4人(正職員2人・嘱託職員2人)、非常勤パート2人】  
 【主な収入】 市-補助金 15百万円/市-受託事業 54百万円/収益事業自主事業 5.5百万円 (2024年度決算)  
 【総支出】 一般管理費17百万円/観光事業費2.1百万円/市-受託事業51百万円/収益事業自主事業4.3百万円(2024年度決算)  
 【連携する主な事業者】  
 玄海ホテル旅館組合、神湊飲食店組合、グローバルアリーナ、宗像市商工会、宗像大社、鎮国寺、宗像農業協同組合、宗像漁業協同組合、JR九州赤間駅、西鉄バス宗像、宗像ユリックス、道の駅むなかた、街道の駅赤馬館、大島島づくり協議会、NPO法人など

KPI (実績・目標)

※ ( ) 内は外国人に関するもの。

指標項目		2022	2023	2024	2025	2026	2027
		(R4) 年度	(R5) 年度	(R6) 年度	(R7) 年度	(R8) 年度	(R9) 年度
●旅行消費額 (百万円)	目標	5,500	8,300	6,500	6,630	6,762	6,800
	実績	(-)	(-)	(-)	(-)	(300)	(500)
●延べ宿泊者数 (千人)	目標	260	350	240	242	244	250
	実績	(-)	(-)	(-)	(-)	(20)	(25)
●来訪者満足度 (%)	目標	81	82	80	81	82	85
	実績	(-)	(-)	(-)	(-)	(80)	(80)
●リピーター率 (%)	目標	76	77	78	79	79	75
	実績	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(5)

戦略

○第1ターゲット層：福岡県内(特に、福岡市、北九州市、筑豊方面)及び隣接県(九州)を中心とした経済的に裕福なシニア層  
 ○第2ターゲット層：福岡県内(特に、福岡市、北九州市、筑豊方面)及び隣接県(九州)を中心としたファミリー層  
 ○第3ターゲット層：韓国・中国・台湾など、福岡空港直行便で来福できるインバウンド客  
 【ターゲットの誘客に向けた取組方針】  
 食と世界遺産を中心に、ブランディングと地域の魅力を掘り起こした滞在・体験型旅行商品の開発・販売  
 【観光地域づくりのコンセプト】  
 神宿るまち 宗像 ～海と世界遺産がつなぐ“心と味わい”の旅～

具体的な取組

【観光資源の磨き上げ】  
 ・むなかた地魚茶漬けまつり開催  
 ・大島周遊の企業向けツアー開催  
 ・ランニングと観光を組み合わせたイベントの開催  
 ・農産物と自転車を組み合わせた体験コンテンツの開催  
 【受入環境整備】  
 R6年9月より観光案内所、レンタサイクル、観光情報発信拠点として、観光ステーションむなたびラボを新規オープン。

【情報発信・プロモーション】

- ・DMOとして独自運営するWEBサイトのリニューアル
- ・SNSフォロワー増加のキャンペーンを開催1500名の増加を実現
- ・プレスリリースの毎月実施

【その他】

- ・R8年4月より観光協会から組織変更、名称変更を行い、DMOとしての立ち位置をより明確にする。
- ・観光戦略会議の新規立ち上げ



地魚茶漬けまつり



歴史と景観が魅力な大島

## 観光地域づくり法人形成・確立計画

記入日：令和 8 年 1 月 9 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 ○で囲むこと	広域連携DMO・地域連携DMO・ <u>地域DMO</u>	
観光地域づくり法人の名称	(一社) 宗像観光協会	
マネジメント・マーケティング対象とする区域	福岡県 宗像市	
所在地	〒811-3502 福岡県宗像市江口 1177-1	
設立時期	2007年7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	6人【常勤4人(正職員2人・嘱託職員2人)、非常勤パート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) ※必ず記入すること	(氏名) 矢原 吉房 (出身組織名) (一社) 宗像観光協会 代表理事	商工業「正助ふるさと村」の代表。宗像市内及び近郊において事業を多展開しており、地域の事業者の先頭に立って様々な取組で成果を挙げられ、今後の宗像の観光振興において「稼ぐ力」を牽引して頂くべく2024年6月から一般社団法人宗像観光協会 会長に就任した。
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) ※必ず記入すること	(氏名) 品川 恭徳 (出身組織名) (一社) 宗像観光協会 事務局長	教育業界で30年にわたり事務局マネジメントに従事。2015年に宗像市へ移住後、地域活動に精力的に取り組む。地元有志と祭りに出店、マラソン大会や離島振興イベントの主催、海岸清掃ボランティアなど多彩な活動を展開。幼稚園・小学校の保護者代表も歴任し、図書館と連携した読書推進団体の代表も務める。2024年より宗像観光協会事務局長に就任
財務責任者(CFO：チーフ・フィナンシャル・オフィサー) ※必ず記入すること	(氏名) 品川 恭徳 (出身組織名) (一社) 宗像観光協会 事務局長	教育業界で30年にわたり事務局マネジメントに従事。大阪、金沢、長崎、福岡と異動を重ね、長崎拠点では新規立ち上げ事業の責任者として従事。拠点運営の予算作成、財務管理に携わる。
業務執行全般及び行政との連絡調整の責任者の責任者(専門人材)	(氏名) 葦津 幹之 (出身組織名) (一社) 宗像観光協会 副会長	2006年に宗像観光協会の副会長に就任。宗像大社の権宮司を勤めており、世界遺産の中核である宗像大社と地域連携のつなぎ役として活動しており、DMO登録の責任者として精通している。

各部門（例：旅行商品の造成・販売）の責任者（専門人材）	（氏名） 山口 真由美「専従」 （出身組織名） （一社）宗像観光協会	2023年10月には地域限定旅行業務取扱管理者の資格を取得。 2024年2月 旅行サービス手配業務取扱管理者の資格を取得。
連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	宗像市 ●産業振興部 産業政策課、元気な島づくり課－観光推進、観光PR、広域観光、来訪者対応、観光施設整備・管理運営、観光物産館（道の駅むなかた）管理運営、産業間連携 ●産業振興部 農業振興課－イノシシ肉販売・流通促進、特産品開発等 ●産業振興部 水産振興課－水産物ブランド化・販売促進・販路拡大、特産品開発等 ●市民協働部 文化スポーツ課－文化・スポーツ振興、イベント及び大会等の誘致・開催、スポーツコミッション等 ●教育部 世界遺産課－世界遺産保存・活用等	
連携する事業者名及び役割	●当協会の会員（207名） 宿泊施設（ホテル旅館組合等）、飲食店・商工業（宗像市商工会等）、神社仏閣（宗像大社、鎮国寺等）、農業（宗像農業協同組合等）、漁業（宗像漁業協同組合等）、旅客・運送業（JR九州赤間駅、西鉄バス宗像、タクシー事業者等）、その他 ●その他連携事業者 株式会社 道の駅むなかた 合同会社 玄海七浦→宗像市を中心とし、玄界灘に面した広域の市町（宗像市、福津市、古賀市、芦屋町、岡垣町、新宮町）で活躍する民間事業者が集う団体	
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	<b>【該当する登録要件】①②</b> ●現状の仕組み ① 当協会では、上記の会員（207名）の中から、ホテル旅館組合、宗像市商工会、宗像農協、宗像漁協、JR九州、西鉄バス宗像、タクシー協会などの観光地域づくりを支える団体・事業者が理事に就任しており、理事会においてそれぞれの活動状況を報告しつつ、当協会の事業や地域観光の課題等を協議している。 また、観光地域づくりを戦略的に推進していくため、観光地域づくり3ヵ年プランを作成。その事業進捗の確認と検証、方向性の決定を役割とした「観光戦略会議」を、市内場業者、離島関係者、旅行会社を交えて令和6年度に設置した  ② 産業5団体（観光協会・商工会・農協・漁協・道の駅）及び市の会議である「産業振興戦略プロジェクト」では、産業団体が横串で地域産業の振興を図るため、課題及び新規プロジェクト等の協議を行っている。  ③ 広域連携では、玄界灘に面する筑前玄海地域（古賀市・福津市・宗像市・岡垣町・芦屋町）の5市町における各観光協会・各商工会・各役所で「筑前玄海地域観光推進協議会」を組織に参加し、広域観光キャンペーンや共同イベント出展等のPR事業や農水産販売、県外PR会などを実施。同地域全体の活性化を図るため、周辺地域との連携強化も行いながら、広域での誘客と滞在促進、観光消費の拡大に向けた事業を展開している。	

<p>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</p>	<p>① 宗像観光協会公式の Facebook やインスタグラム、LINE を活用して、月に複数回の更新を行い、宗像市民が宗像のことを知る機会を作っている。</p> <p>② 毎年1回、6日間にわたるカリキュラムで観光ボランティアガイドの育成を行い、観光地域づくりの理解と郷土愛の醸成を図り、宗像のまちづくりに興味・関心を持ってもらう。</p> <p>③ 事業への取り組みを宗像観光協会のHPに掲載し、閲覧を可能としている。</p> <p>④ 毎月一回宗像市役所を通じてプレスリリースを行い、各種事業の周知を行っている。</p>				
<p>法人のこれまでの活動実績</p>	<p><b>【活動の概要】</b></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th data-bbox="435 521 619 568">事業</th> <th data-bbox="619 521 1409 568">実施概要</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="435 568 619 1928"> <p>情報発信・プロモーション</p> </td> <td data-bbox="619 568 1409 1928"> <p>1. 2015～2019年：観光プラットフォーム事業 情報誌の刊行及び観光チケットを発行し、域内の産業振興とデータの収集。</p> <p>2. 2018年～：宗像観光おみやげ館事業 特産品の開発と観光客向けのおみやげ品を中心に販売。</p> <p>3. 2015年～2016年：県外PR事業 宮崎県（2015年～）・鹿児島県（2015・2016年）を中心に同県の観光協会・マスコミに協力頂きながらの県外PR活動の実施。</p> <p>4. 2014年～：世界遺産PR事業 県・市の世界遺産課と地域事業者との連携調整。</p> <p>5. 2007年～：宗像市水産物販売促進事業 玄界灘海域の観光協会と連携しての水産物の販売およびPRのプロモーション。</p> <p>6. 2021年：宿泊キャンペーン事業 宗像市内への宿泊客の増加を目的とした宗像泊まってんキャンペーン第1弾を実施</p> <p>7. 2022年：宿泊キャンペーン事業 宗像市内への宿泊客の増加を目的とした宗像泊まってんキャンペーン第2弾を実施</p> <p>8. 2022年：観光客誘致PR事業 宿泊キャンペーン事業観光事業者や自治体がPRするイベントへ参加。主に旅行社への修学旅行誘致や個人客向けの案内を行った。</p> <p>9. 2022～2023年：宿泊キャンペーン事業 宗像市内への宿泊客の増加と世界遺産登録5周年記念PRを目的とした宗像泊まってんキャンペーン第3弾を実施。 2023年1月末迄。</p> <p>10. 2023年：JRディストネーションキャンペーン事業 2024年4～6月に福岡と大分で開催される事業のPRを実施</p> <p>11. 2023年：宿泊キャンペーン事業 宗像市内の宿泊客の誘客を目的とした宗像泊まってんキャンペーン第4弾を実施。</p> <p>12. 2024年：宿泊キャンペーン事業 宗像市内の宿泊客の誘客を目的としたむなかたRunRunおとく旅キャンペーンを実施。</p> </td> </tr> </tbody> </table>	事業	実施概要	<p>情報発信・プロモーション</p>	<p>1. 2015～2019年：観光プラットフォーム事業 情報誌の刊行及び観光チケットを発行し、域内の産業振興とデータの収集。</p> <p>2. 2018年～：宗像観光おみやげ館事業 特産品の開発と観光客向けのおみやげ品を中心に販売。</p> <p>3. 2015年～2016年：県外PR事業 宮崎県（2015年～）・鹿児島県（2015・2016年）を中心に同県の観光協会・マスコミに協力頂きながらの県外PR活動の実施。</p> <p>4. 2014年～：世界遺産PR事業 県・市の世界遺産課と地域事業者との連携調整。</p> <p>5. 2007年～：宗像市水産物販売促進事業 玄界灘海域の観光協会と連携しての水産物の販売およびPRのプロモーション。</p> <p>6. 2021年：宿泊キャンペーン事業 宗像市内への宿泊客の増加を目的とした宗像泊まってんキャンペーン第1弾を実施</p> <p>7. 2022年：宿泊キャンペーン事業 宗像市内への宿泊客の増加を目的とした宗像泊まってんキャンペーン第2弾を実施</p> <p>8. 2022年：観光客誘致PR事業 宿泊キャンペーン事業観光事業者や自治体がPRするイベントへ参加。主に旅行社への修学旅行誘致や個人客向けの案内を行った。</p> <p>9. 2022～2023年：宿泊キャンペーン事業 宗像市内への宿泊客の増加と世界遺産登録5周年記念PRを目的とした宗像泊まってんキャンペーン第3弾を実施。 2023年1月末迄。</p> <p>10. 2023年：JRディストネーションキャンペーン事業 2024年4～6月に福岡と大分で開催される事業のPRを実施</p> <p>11. 2023年：宿泊キャンペーン事業 宗像市内の宿泊客の誘客を目的とした宗像泊まってんキャンペーン第4弾を実施。</p> <p>12. 2024年：宿泊キャンペーン事業 宗像市内の宿泊客の誘客を目的としたむなかたRunRunおとく旅キャンペーンを実施。</p>
事業	実施概要				
<p>情報発信・プロモーション</p>	<p>1. 2015～2019年：観光プラットフォーム事業 情報誌の刊行及び観光チケットを発行し、域内の産業振興とデータの収集。</p> <p>2. 2018年～：宗像観光おみやげ館事業 特産品の開発と観光客向けのおみやげ品を中心に販売。</p> <p>3. 2015年～2016年：県外PR事業 宮崎県（2015年～）・鹿児島県（2015・2016年）を中心に同県の観光協会・マスコミに協力頂きながらの県外PR活動の実施。</p> <p>4. 2014年～：世界遺産PR事業 県・市の世界遺産課と地域事業者との連携調整。</p> <p>5. 2007年～：宗像市水産物販売促進事業 玄界灘海域の観光協会と連携しての水産物の販売およびPRのプロモーション。</p> <p>6. 2021年：宿泊キャンペーン事業 宗像市内への宿泊客の増加を目的とした宗像泊まってんキャンペーン第1弾を実施</p> <p>7. 2022年：宿泊キャンペーン事業 宗像市内への宿泊客の増加を目的とした宗像泊まってんキャンペーン第2弾を実施</p> <p>8. 2022年：観光客誘致PR事業 宿泊キャンペーン事業観光事業者や自治体がPRするイベントへ参加。主に旅行社への修学旅行誘致や個人客向けの案内を行った。</p> <p>9. 2022～2023年：宿泊キャンペーン事業 宗像市内への宿泊客の増加と世界遺産登録5周年記念PRを目的とした宗像泊まってんキャンペーン第3弾を実施。 2023年1月末迄。</p> <p>10. 2023年：JRディストネーションキャンペーン事業 2024年4～6月に福岡と大分で開催される事業のPRを実施</p> <p>11. 2023年：宿泊キャンペーン事業 宗像市内の宿泊客の誘客を目的とした宗像泊まってんキャンペーン第4弾を実施。</p> <p>12. 2024年：宿泊キャンペーン事業 宗像市内の宿泊客の誘客を目的としたむなかたRunRunおとく旅キャンペーンを実施。</p>				

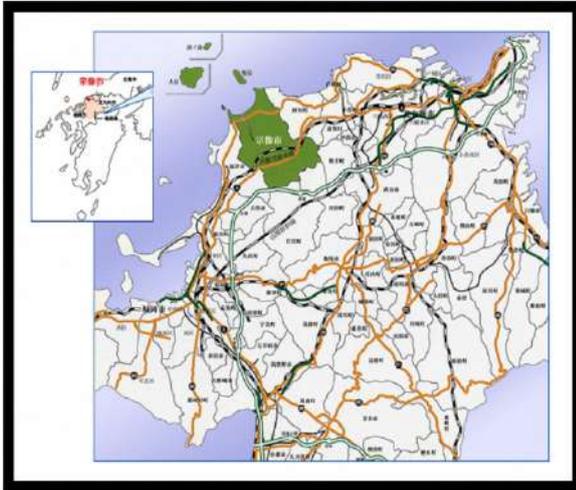
受入環境の整備	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 2008 年～：観光客への対応事業 道の駅むなかたとの連携とした観光情報コーナー（観光案内所）の運営。</li> <li>2. 2007 年～：観光ボランティアガイドの連携事業 観光ボランティアガイドの育成と実践活動の支援。</li> <li>3. 2008 年～：周辺地域での観光事業 周辺市町の観光協会や行政間での観光情報の連携。</li> <li>4. 2015 年～： 地域の観光関連関係者と連携した観光情報の共有。</li> <li>5. 2022 年：観光補助の活用事業 「地域一体となった観光地の再生・観光サービスの高付加価値化事業」の採択に伴う地域事業者の受入体制の向上</li> <li>6. 2023 年：昨年に引き続き観光補助の活用事業 「地域一体となった観光地の再生・観光サービスの高付加価値化事業」の採択に伴う地域事業者の受入体制の向上。</li> <li>7. 2024 年：観光ステーションむなたびラボの運営 R6 年 9 月より観光案内所、レンタサイクル、観光情報発信拠点として、観光ステーションむなたびラボを新規オープン。</li> </ol>
観光資源の磨き上げ	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 2007 年～：世界遺産 PR 事業 世界遺産構成資産および地域文化施設と連携協力し資産の価値の PR と支援。</li> <li>2. 2007 年～：新特産品開発事業 海産物やジビエを使ったレトルトカレー等の特産品開発と販路拡大事業。</li> <li>3. 2007 年～：イベント連携事業 ラグビーTOP リーグ、ビーチラグビー宗像、プリンセス駅伝、西日本菊花祭り、宗像大社大節分祭、鎮国寺花祭りなど様々な対内外イベントの参画及び協力。</li> <li>4. 2015 年～：旅行企画商品造成事業 エコやグリーンツーリズムなどの着地型観光商品の造成・販売による誘客の促進。</li> <li>5. 2021 年：域内回遊事業 JAF との連携によるドライブスタンプラリー事業を実施。市内の周遊観光の実態を把握。</li> <li>6. 2022 年：着地型コンテンツ造成事業 九州運輸局によるサステナブルな観光コンテンツ強化事業「神宿るまち・宗像」における“海の恵み×環境保全×観光”コンテンツ造成事業と連携。</li> <li>7. 2022 年：新ご当地メニュー開発事業 福岡県新たな観光地域づくり検討会によるイカを使った「新ご当地メニュー」の開発事業と連携</li> <li>8. 2023 年： <ol style="list-style-type: none"> <li>①域内回遊事業 市内での買い物と回遊をミックスした独自企画によるドライブスタンプラリー事業を実施。市内の周遊観光の実態を把握。</li> <li>②観光庁観光再始動事業において世界遺産沖ノ島ツアーを実施。</li> </ol> </li> <li>9. 2024 年：</li> </ol>

	<p>観光ステーションむなたびを拠点とした観光地をランニングで巡るコンテンツ「むなたびランニング」を開催。地元いちご狩り事業者と、市内で活躍する若手女性事業者とのコラボによる「いちごサイクリングツアー」を開催、いちご狩りとイラスト、ジャムづくり、パフェ作りを体験するレンタサイクルを利用した体験コンテンツの造成を行う。</p> <p>10. 2025 年： 禁足の地である世界遺産沖ノ島を洋上から参拝するツアーを造成し販売。大島を舞台とした着地型体験コンテンツ「五色の旅」を造成、1月販売に向けて準備中</p> <p><b>【定量的な評価】</b> -協会会員数：207名 ※2025年3月末実績 -観光情報案内所の利用者数：窓口2,809名 電話対応2,422件※2024年度実績</p>
<p><b>実施体制</b> ※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）。</p>	<p><b>【実施体制の概要】</b> （一社）宗像観光協会は、ホテル旅館組合、宗像市商工会、宗像農協、宗像漁協、JR九州赤間駅、西鉄バス宗像、タクシー協会等、市内の多様な関係者が参画し、それぞれの団体で組織する理事会を中心に、集客イベントの主催・共催、観光情報発信、着地型観光メニューの企画造成、観光プロモーションなど、市内の事業者が密接に連携し運営を実施。</p> <p>更に、新たに設置した「観光戦略会議」では、理事メンバーだけではなく、大島島づくり協議会や、旅行会社、宗像市産業振興課も加え、観光地域づくり3か年プランの計画立案、進捗の確認および、計画修正など、PDCAサイクルを確立し、プランを確実に実行すべく審議を重ねている。</p> <p>さらに、当協会で不足する人員体制を補うべく、宗像市産業政策課のメンバーとタッグを組んで、共同で事業を進行する体制を整えている。</p> <p><b>【実施体制図】</b></p> <pre> graph TD     A[宗像観光協会]     B[観光戦略会議]     C[理事会]     D[会員]     D --&gt; B     D --&gt; C     </pre> <p><b>観光戦略会議</b> 宗像市 道の駅 むなかた 宗像大社 グローバルアリーナ 宿泊事業者 代表 大島 島づくり協議会 飲食店組合 代表 旅行会社</p> <p><b>理事会</b> 玄海ホテル旅館業組合・神湊飲食店組合・宗像市商工会・宗像大社・鎮国寺・JA宗像・宗像漁協・JR赤間駅・西鉄バス宗像・道の駅むなかた・ビーチラグビー実行委員会・グローバルアリーナ・宗像フェス実行委員会・大島・宗像市</p> <p><b>会員</b> 飲食店/宿泊施設/農林漁業/商工業/文化財/アクティビティ/交通事業者/商工業者</p>

## 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】

福岡県



宗像市



### 【区域設定の考え方】

宗像市は、福岡県の北九州市と福岡市のほぼ中間に位置し、両市のベッドタウンとして発展してきた。交通アクセスとしては国道3号・JR 鹿児島本線が通り、3 駅を有する。

(一社)宗像観光協会では、本市最大の観光資源である「世界遺産群」を中心に、「新宿るまち」である本市の魅力を発信、「海・島・山」という観光資源や、自然、文化、スポーツ、歴史、食の地域資源を活かした着地型観光コンテンツの充実、市内の各種まつりなどの魅力あるイベントの開催、修学旅行やスポーツ大会などの団体観光客の誘致により、行政、関係団体等と連携して観光誘客を図ってきたところである。その結果、宗像市への観光入込客数の拡大に寄与した。そこで市内の観光関係事業者、関係団体等との連携強化・合意のもと、本市の特性を活かした観光まちづくりをより一層強化する必要があることから、宗像市内を区域とする地域 DMO の形成を目指す。

### 【観光客の実態等】

2002 年より世界遺産登録活動に伴い、歴史・自然・食など豊富な観光資源の活用、県内外での観光 PR、誘致活動など積極的な取り組んだ結果、世界遺産登録の 2017 年までは年々来訪者が増加してきた。しかし、それ以降は旅行企画やメディア等の露出減少など世界遺産効果が低下、加えて新型コロナの影響により減少傾向にある。

2023 年の旅行参加形態は家族・親族が 59.8%を占めるが、一人旅が 13.2%と比較的多い。宿泊については「日帰り」は 75.4%、「宗像市内での宿泊」は 8.5%、「宗像市外での宿泊」は 12.7%となっている。年代別にみると、30 歳代、40 歳代と 70 歳以上では「日帰り」の割合が 8 割を超えている。居住地域別にみると、宗像市からの距離が遠くなるほど、宿泊の割合が高くなる傾向がみられる。その他九州外在住者では 6 割が「宗像市外での宿泊」となっている。

(令和 5 年度宗像市観光経済効果調査による)

### 【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

世界遺産ガイダンス施設「海の道むなかた館」、大島交流館、北斗の水くみ海浜公園、宗像ユリックス、街道の駅赤馬館

#### ●商業施設

道の駅むなかた、正助ふるさと村、グローバルアリーナ、吹きガラス工房、乗馬クラブ、果物狩り農園（ブルーベリー、いちご、みかん）

## ●自然

玄海国定公園（さつき松原）、九州オルレ宗像・大島コース、大島、地島、沖ノ島（天然記念物・史跡・世界遺産・鳥獣保護区）、四塚連山、釣川

## ●歴史文化

ユネスコ世界文化遺産（宗像大社辺津宮・沖津宮・中津宮・沖津宮遙拝所）、宗像大社神宝館、鎮国寺、八所宮、織幡神社、唐津街道 原町・赤間宿、国史跡田熊石畑遺跡

## ●スポーツ

サニックスワールドユース大会（ラグビー・サッカー他）、全日本実業団対抗女子駅伝予選会（プリンセス駅伝）

## ●イベント

宗像大社や鎮国寺での観光ボランティアガイドと連携した事業や水産資源を活用したフェアを実施

1月：宗像大社正月参拝、寒ブリ茶漬け祭り

2月：節分祭（宗像大社）鐘崎天然とらふくフェア（市内ホテル旅館、飲食店）3月末迄、酒蔵開き

3月：地島椿まつり、ワールドユースサッカー大会、宗像いちご祭り 4月迄

4月：宗像大社春季大祭、鎮国寺柴灯大護摩供、鯛茶漬けまつり

5月：ワールドユースラグビー大会

6月：海開き神事

7月：宗像あなごちゃん祭り 9月末迄、あなご茶漬け祭り

8月：大島七夕まつり、宗像ビーチラグビー、

9月：ブルガリアフェスティバル、宗像漁協漁師まつり

10月：宗像大社秋季大祭（みあれ祭、高宮神奈備祭）、プリンセス駅伝、宗像国際環境会議、いか茶漬け祭り、いかフェア

11月：西日本菊花大会（宗像大社）

12月：宗像大社古式祭

## 【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

施設数及び収容力：

	施設名	客室数	備考
1	宗像リゾートホテル	60	
2	魚屋別館	5	
3	オテルグレージュ	6	
4	割烹旅館 高嘉	5	
5	宗像大島リゾート	7	大島
6	玄海旅館	24	
7	割烹旅館 松風荘	9	
8	御宿はなわらび	12	
9	メルキュールリゾート&スパ宗像	291	
10	民宿しらいし	12	
11	HOTEL AZ	256	
12	やまつばさ別邸 白兔	15	
13	コンフォートホテル宗像	98	
14	Tarou's House	1	
15	グローバルアリーナ	98	
16	三國屋旅館	9	大島
17	三好屋旅館	5	大島
18	灯明の宿 ふじ島	6	大島
19	民宿宮崎荘	5	大島
20	民宿まなべ	5	大島

21	民宿つわせ	7	大島
22	民宿古賀	4	大島
23	沖広屋旅館	6	大島
24	渡海屋	4	大島
25	STAY&ACTIVITIES MINAWA	1	大島
26	エンデメンデ	1	大島
27	ゲストハウス ハヤカワ	民泊	
28	民泊 尚佑家	民泊	
29	民泊 穂風	民泊	
30	民泊 大福	民泊	
31	神湊 seasidevilla	民泊	
32	オーベルジュ カラ 宗像	民泊	
33	ic house	民泊	
34	海の家 MARIN	民泊	
35	むなかた kibako	民泊	
36	第 M400020173 号	民泊	
37	第 M400039460 号	民泊	
38	第 M400047330 号	民泊	
39	第 M400047749 号	民泊	

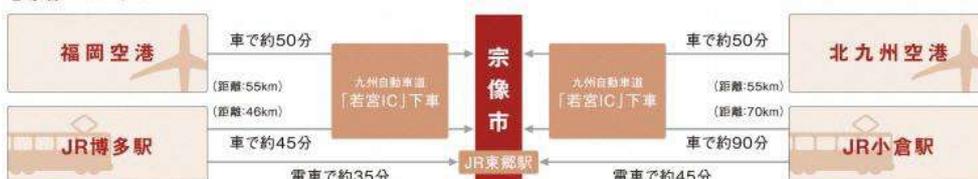
**【利便性：区域までの交通、域内交通】**

- 福岡空港から車で 50 分、北九州空港から車で 50 分
- JR 博多駅から電車で 35 分、JR 小倉駅から電車で 45 分



## Access

### ◎宗像へのアクセス



### 【外国人観光客への対応】

- 観光施設および観光スポットの公衆無線 Wi-Fi 設置
- 観光案内所に自動翻訳機の設置
- 世界遺産構成資産の QR コードによる多言語案内
- ホームページ、パンフレット、マップの多言語化
- 観光ガイドブックの多言語化
- 観光ボランティアガイド（英語、韓国語、中国語対応）

### 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
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。	アンケート調査を行った宗像市のデータから収集※R8年度より調査方法を変えて毎年独自調査を行う
延べ宿泊者数	宿泊者数の推移を把握するため。	宗像市のデータから収集※R8年度より調査方法を変えて毎年独自調査を行う
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。	アンケート調査を行った宗像市のデータから収集※R8年度より調査方法を変えて毎年独自調査を行う
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。	アンケート調査を行った宗像市のデータから収集※R8年度より調査方法を変えて毎年独自調査を行う
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。	宗像市のデータから収集
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。	アンケート調査を行った宗像市のデータから収集※R8年度より調査方法を変えて毎年独自調査を行う
年間入込数	観光消費額の算定、経済波及効果を分析	宗像市のデータから収集※R8年度より調査方法を変えて毎年収集実施
滞在・体験型プログラム参加者数	滞在時間と商品単価を増加させコンスタントな収益源を確保	参加者数を集計
特産品開発件数	新たな特産品を開発することにより来訪者満足度を向上	開発件数を集計
情報発信件数	情報発信頻度を向上させ、来訪者認知度を上昇させる	情報発信件数を集計
主要施設来場者数	主なる施設で来場者数を把握、総合的な入込みを分析	主要施設来場者数を集計

### 4. 戦略

#### (1) 地域における観光を取り巻く背景

※地域経済、社会等の状況を踏まえた観光地域づくりの背景

宗像市では様々な観光施策に取り組んできたが、改めて観光地域づくり法人（DMO）を中心として、世界遺産を核とする既存の観光資源と豊富な農水産物を活用した観光地域づくりを図り、交流人口の更なる増加を促進させる。更に、世界遺産を環境保全活動と観光に融合した地域振興につなげる

#### (2) 地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	<b>強み (Strengths)</b> ■世界遺産登録後メディア等の露出により「宗像＝世界遺産のあるまち」という認識が高くなり、観光目的地としての需要が高まった。	<b>弱み (Weaknesses)</b> ■観光の目的が的確で滞在時間が短く、観光消費増につながりにくい。 ■集客力のある道の駅むなかた、宗像大社に偏り、ファミリー層や若手層へアプローチする観光素材の開発が不足している。

	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ JAF が選ぶ仔杓道の駅グランプリ No.1 の「道の駅むなかた」は世界遺産登録後の宗像大社と並び高い集客力を誇る。</li> <li>■ イカやトラフグなど海産物の漁獲量が多く、「食」に関するアクセスが高い。</li> <li>■ 福岡の2大都市(福岡市・北九州市)の真ん中に位置し、リピーター率が高い。</li> <li>■ 県内最大の離島大島の歴史景観価値の向上と民間事業者のアクティビティへの積極参入。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 世界遺産登録前後をピークに年々観光入込客数が減少している。</li> <li>■ 個人やファミリー宿泊客のプライベートが確保できる宿泊施設が少ない。</li> <li>■ 域内観光事業との統一した方向性の共有ができていない。</li> </ul>
外部環境	<p><b>機会 (Opportunity)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ DMO 登録により国の補助メニュー等を直接利用できる環境にある。</li> <li>■ 世界遺産と連携している海の環境保全活動が企業学校等の SDGs メニューとしての活用に繋がっている。</li> <li>■ 知的好奇心の強いアクティブシニア観光客の増加に地域特性上期待が高い。</li> <li>■ 全国的なマイクロツーリズムへの意識変化により日帰り強いエリアとして期待ができる</li> </ul>	<p><b>脅威 (Threat)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ インバウンド集客に向けた方向性の不確立</li> <li>■ 各種データの収集と分析によるマーケティングの不在</li> <li>■ 地元漁師の後継者不足と漁獲高の減少</li> <li>■ 団体旅行、イベント自粛による集客力の低下と旅行関連支出の減少</li> <li>■ 観光地への二次交通が弱い</li> <li>■ 観光事業者の意思共有と世代交代</li> </ul>

※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）。

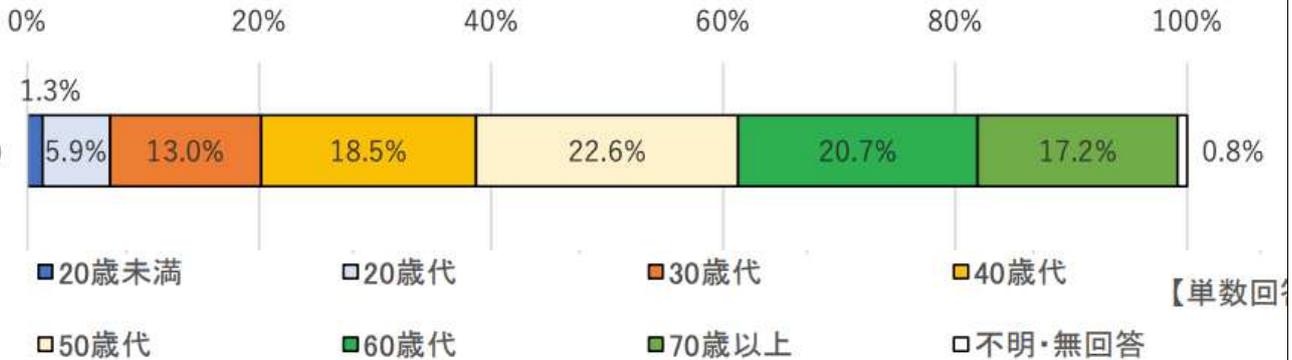
### (3) ターゲット

○第1ターゲット層

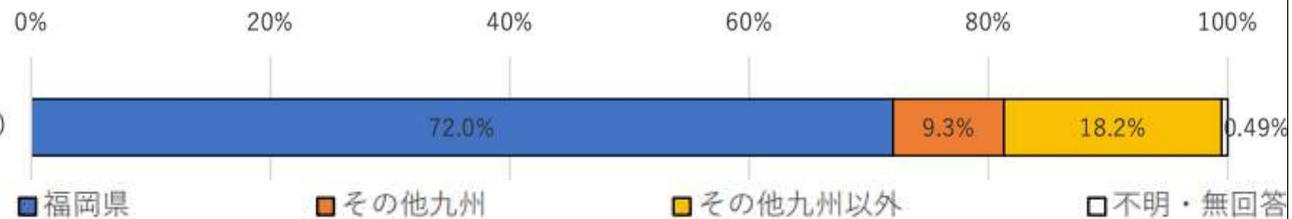
現在の来訪者の中心である福岡県内（特に、福岡市、北九州市、筑豊方面）及び隣接県（九州）を中心とした経済的に裕福なシニア層

○選定の理由

・ 2023 年宗像市観光経済効果分析では、観光客のうち 50 歳以上の割合が全体の 6 割近くを占める。



・ 同調査によると、宗像への来訪は福岡県内からが 72% を占める。



○取組方針

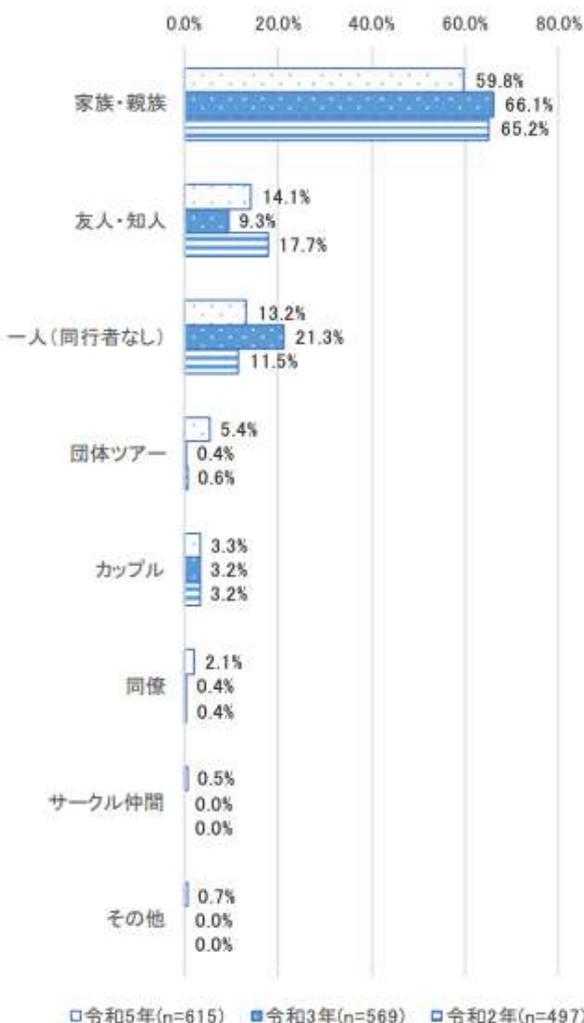
・ 食に関心が高い世代なので、年間 4 回の「むなかた地魚茶漬けまつり」や、地元で取れる「ふぐ」「いか」「あなご」などのフェアを開催。また地域の特産品を活用した更なる新商品(物産や料理)を開発し販売する。

- ・世界遺産を活用した滞在・体験型旅行商品、地元事業者と協働による体験ツアーの開催。
- ・旅行会社や SNS への情報発信と営業を強化する。
- ・商品のストーリー性を高め、動画を作成し視覚的に地域の魅力、食の魅力を伝える。
- ・商品の販売網を確立する。

○第2ターゲット層

第1ターゲット層に連携する福岡県内（特に、福岡市、北九州市、筑豊方面）及び隣接県（九州）を中心としたファミリー層

○選定の理由



・居住者数(県内市町村:2人以上回答のみ)

市町村名	件数	割合
北九州市	114	25.7%
福岡市	95	21.4%
福津市	42	9.5%
飯塚市	21	4.7%
古賀市	20	4.5%
中間市	13	2.9%
岡垣町	11	2.5%
久留米市	11	2.5%
新宮町	10	2.3%
田川市	10	2.3%
太宰府市	9	2.0%
直方市	9	2.0%
遠賀郡(町名不明)	8	1.8%
糟屋郡(町名不明)	8	1.8%
朝倉市	5	1.1%
大牟田市	5	1.1%
豊前市	5	1.1%
水巻町	5	1.1%
行橋市	5	1.1%
春日市	4	0.9%
宮若市	4	0.9%
大野城市	3	0.7%
京都郡(町名不明)	3	0.7%
糸島市	2	0.5%
宇美町	2	0.5%
小郡市	2	0.5%
鞍手郡(町名不明)	2	0.5%
篠栗町	2	0.5%
築城町	2	0.5%
福智町	2	0.5%
八女市	2	0.5%

2023年宗像市観光経済効果分析における同行者の調査では「家族・親族」が59.8%で突出しており、次いで「友人・知人」が14.1%、「一人（同行者なし）」が13.2%となっている。年代別にみると、29歳以下では「家族・親族」の割合が相対的に低くなっている一方、「友人・知人」が29.5%、「カップル」が20.5%と相対的に高くなっている。居住地域別にみると、その他九州外では「一人（同行者なし）」が22.9%、「友人・知人」が20.2%と相対的に高くなっており、その他九州では「家族・親族」が62.5%が最も高くなっている。

○取組方針

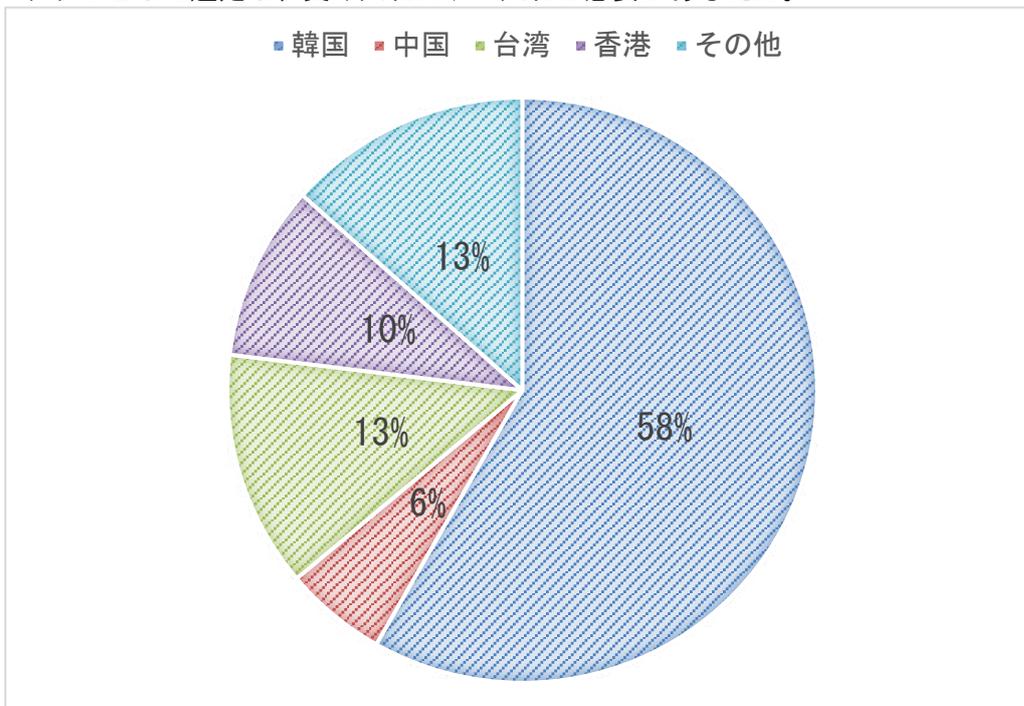
- ・満足度調査実施し、ファミリー層の求めているニーズの収集と分析を行い、戦略を立てる。
- ・消費額の底上げを図るべく、市内飲食店の協力のもと、新たなご当地メニューを提供する。
- ・子どもが楽しめるイベントなどを開催し同行する家族の消費を促していく。

○ターゲット層

韓国・中国・台湾など、福岡空港直行便で来福できる東アジアからのインバウンド客の誘客

○選定の理由

2023年4月から2025年3月の2カ年で、福岡県に入国した外国人の87%が韓国、中国、台湾、香港の4カ国で占められる。福岡市から1時間半以内に訪れることのできる本市としては、この層の取り込みが極めて不十分と考えられることから、さらなる来訪者数の増加および消費額の増額を目指すためにターゲットとして選定し、受け入れのテコ入れの必要があるため。



※福岡県観光動向 福岡県への直接入国者数より

○取組方針

① 交通アクセスと周遊導線の最適化

- ・博多駅・福岡空港との連携を強化し、宗像市までの移動手段の案内を整備
- ・東アジア向けパンフレット・WEBサイトを多言語（繁体字・簡体字・ハングル）で再構築
- ・観光スポット間の二次交通の整備・明示により、1日周遊から「宿泊」への導線強化

② ニーズ特化型コンテンツ造成

- ・「映え」を意識した海岸・絶景スポットのSNS発信を強化
- ・ショートトリップ向け半日～1泊2日コースを造成
- ・訪日リピーターに対応した季節イベント体験を商品化

（4）観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	神宿るまち 宗像 ～海と世界遺産がつなぐ“心と味わい”の旅～
②コンセプトの考え方	宗像市は、ユネスコ世界文化遺産「神宿る島」沖ノ島と宗像大社三宮を有し、古代より続く神への信仰と海の恵みに生かされてきた地域である。宗像大社を中心とする自然崇拜は今も地域の精神に根付き、沖ノ島からの出土品8万点超が物語るように、日本人の“祈り”の原点を感じることのできるまちである。また、全国トップクラスの人気を誇る「道の駅むなかた」や、漁業が盛んな鐘崎・大島をはじめ、市内では新鮮なトラフグ・アナゴ・イカなどの地魚が豊富に水揚げされ、食のまちとしての認知も高まりつつある。地元漁師の協力による漁業体験やグルメフェアなど、地域資源を活用した体験プログラムも充実しはじめている。令和7年度は、これまでの“短時間・日帰り観光”の域を超え、地域と深く関わる

	<p>“滞在型観光”への転換を強く打ち出す。とりわけターゲットを3層に明確化し、以下のような視点で観光施策を展開する。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・福岡市・北九州市・筑豊など近隣圏のシニア層には、「むなかた地魚茶漬けまつり」などの定期開催イベントや四季の味覚を中心に、上質で静かな余暇と地域の旬を味わう滞在型旅行を提供する。</li> <li>・同圏域のファミリー層には、食・自然・歴史を親子で学び、楽しめる企画を用意し、子どもが飽きずに滞在できる体験と、家族全体の消費促進を図る。</li> <li>・インバウンド層（東アジア）には、直行便を活用した交通導線と SNS 映えする景観資源を整理し、「短期→宿泊」への滞在時間延伸を意図した商品造成と、東アジア特化型のプロモーション戦略を展開する。</li> </ul> <p>このように、「世界遺産 × 食文化 × 地域とのふれあい体験」という宗像ならではの強みを有機的に組み合わせることで、訪れる人の「心に残る旅」「五感で楽しむまち」としての宗像ブランドを確立し、再訪・周遊・地域経済波及の好循環をつくっていく。</p>
--	--

## 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
<p>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。</p>	<p>各会議での報告等を通じての共有を実施</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>①宗像観光協会 役員会（会長、副会長、事務局）毎月1回</li> <li>②宗像観光協会 理事会 年5回（2-3ヶ月毎）</li> <li>③観光戦略会議 年4回（2-3ヶ月毎）</li> <li>④観光戦略（宗像観光協会会長、宗像漁協組合長、宗像農協組合長、宗像市商工会会長、（株）道の駅むなかた代表取締役、宗像市副市長）不定期</li> <li>⑤宗像地魚茶漬け祭り実行委員会 宗像産のアナゴや鯛等の消費拡大を目指すフェア。宗像漁協、市、観光協会、宗像市内飲食店事業者で構成している委員会 実務担当者会議はフェアに合わせて都度開催。</li> <li>⑥宗像・沖ノ島世界遺産市民の会 市内全コミュニティ運営協議会と市内各種団体が参加し市内での世界遺産活動を中心に行う会。総会は年1回、実務担当者会議は事業に合わせて都度開催。</li> <li>⑦筑前玄海地域観光推進協議会（芦屋町、岡垣町、宗像市、福津市及び古賀市の首長、各市町観光協会会長、各市町商工会会長）総会は年1回、事務レベルの戦略会議は年4回程度不定期開催。</li> </ol>
<p>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</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>①むなかた地魚茶漬け祭り事業における、飲食店資質及びお客様満足度向上のためのお客様アンケート実施と各事業者への共有。</li> <li>②観光情報案内業務において適切かつタイムリーな情報の従業員同士の共有に努めサービスの充実を図っている。</li> </ol>
<p>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</p>	<p>地域内の情報を一元的にHPやSNSを利用した効果的なプロモーション</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・観光ステーションむなたびラボでの接客対応</li> <li>・観光情報（ホームページ、SNS、パンフレット）の発信</li> <li>・観光客向けのプロモーション映像の制作</li> <li>・ホームページの多言語化</li> <li>・域外でのプロモーション活動</li> </ul>

※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	2023	2024	2025	2026	2027
		(R4) 年度	(R5) 年度	(R6) 年度	(R7) 年度	(R8) 年度	(R9) 年度
●旅行消費額 (百万円)	目標	5,500 (-)	8,300 (-)	6,500 (-)	6,630 (-)	6,762 (300)	6,800 (500)
	実績	5,993 (-)	4,075 (-)	5,044 (-)			
●延べ宿泊者数 (千人)	目標	260 (-)	350 (-)	240 (-)	242 (-)	244 (20)	250 (25)
	実績	244 (-)	227 (-)	209 (-)			
●来訪者満足度 (%)	目標	81 (-)	82 (-)	80 (-)	81 (-)	82 (80)	85 (80)
	実績	- (-)	78.5 (-)	- (-)			
●リピーター率 (%)	目標	76 (-)	77 (-)	78 (-)	79 (-)	79 (-)	75 (5)
	実績	- (-)	77.1 (-)	- (-)			

※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】

宗像市の総合計画および宗像観光協会の形成・確立計画における重点方針と連携を図る形で設定。過年度の実績データ、観光経済効果調査、及び滞在・体験型プログラムの参加傾向をもとに、実行可能性と段階的成長を見込んだ指標として整理した。

#### 【設定にあたっての考え方】

##### ●旅行消費額

2023年度のコロナ後の反動や物価上昇による旅行単価上昇を考慮し、2025年度はその水準を維持した現実的な数値に設定。その後、物価変動と体験単価の向上を見据え、年間2%増の段階的上昇を想定。

##### ●延べ宿泊者数

実績と観光商品（特に体験コンテンツ）の拡充による宿泊需要の高まりを想定し、まずは2024年度実績と同水準をキープし、以降は1%増を基本とした設定とした。

##### ●来訪者満足度

観光経済効果調査の結果を基に、80%以上を「満足・やや満足」の達成水準とし、年度ごとに1%の向上を目標とした。満足度向上策としては、体験の質向上や受入体制強化が主軸となる。

##### ●リピーター率

「再訪意欲」および「年2回以上の訪問者割合」に着目し、R5年度実績を基準に、1ポイント以上の向上を中期的な目標とした。調査データは定期的なアンケートによって取得・分析する。

## (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 (回)	目標	210,000 (-)	250,000 (-)	740,000 (-)	777,000 (-)	815,400 (40,000)	856,000 (50,000)
	実績	233,860 (-)	734,538 (-)	672,752 (-)			
●住民満足度 (%)	目標	21 (-)	22 (-)	21 (-)	25 (-)	27 (-)	30 (-)
	実績	20 (-)	19 (-)	22 (-)			
●年間入込数 (千人)	目標	3,500 (-)	4,800 (-)	4,600 (-)	4,646 (-)	4,692 (5)	5,000 ( )
	実績	4,183 (-)	4,594 (-)	4,649 (-)			
●滞在・体験型 プログラム参加者数 (人)	目標	30 (-)	30 (-)	250 (-)	500 (-)	600 (50)	700 (100)
	実績	209 (-)	170 (-)	477 (-)			
●情報発信件数 (件)	目標	250 (-)	500 (-)	510 (-)	560 (-)	616 (-)	650 (-)
	実績	489 (-)	503 1	488 (-)			
●主要施設① 宗像大社 来場者数 (人)	目標	700,000 (-)	950,000 (-)	1,100,000 (-)	1,200,000 (-)	1,300,000 (-)	1,300,000 (-)
	実績	762,460 (-)	800,716 (-)	784,064 ( )			
●主要施設② 道の駅むなかた 来場者数 (人)	目標	1,680,00 (-)	1,730,000 (-)	1,780,000 (-)	1,950,000 (-)	1,980,000 (-)	2,000,000 ( )
	実績	1,729,403 (-)	1,748,266 (-)	1,796,927 ( )			
●主要施設③ 街道の駅赤馬館 来場者数 (人)	目標	40,000 (-)	60,000 (-)	63,000 (-)	66,000 (-)	67,000 (-)	68,000 ( )
	実績	50,996 (-)	61,695 (-)	56,412 (-)			

※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】

観光地域づくり法人（DMO）への移行過程において、地域全体の観光力強化・認知度向上・地元との連携強化を図るべく、情報発信・観光体験・施設利用の多面的な成果指標を設定。訪問者の定着率や単価上昇も視野に入れ、KPIとして定義した。

### 【設定にあたっての考え方】

#### ●WEBサイトアクセス数

公式観光サイトの訪問者データより把握し、SNS等との連動により年5%の成長を目標とした。海外展開においては多言語対応を強化する。

#### ●住民満足度

2024年度の19%からの回復を重視し、地元住民との接点拡充により2~3ポイントの改善を見込む。新規イベントや協働型商品開発が鍵となる。

#### ●年間入込数

R5年度実績に即したうえで、宿泊者増加や新コンテンツ効果により、年間1%の伸び率を基準に設定。天候や災害などの外的要因にも一定の耐性を持たせた目標である。

#### ●滞在型・体験型プログラム参加者数

協会受付・予約サイト経由での把握。各種ワークショップ、地域資源活用体験の拡充により着実な増加を見込む。SNSを起点とした情報発信・販売強化により、体験価値と人数の両面を高める。

#### ●情報発信件数

SNS・紙媒体・PRメディアへの露出を加速し、R8年度までは年間5%の増加を目標に定めた。自治体・観光連盟等との連携発信を含めた全体最適化を目指す。

#### ●主要施設別来場者数

宗像大社・道の駅むなかた・街道の駅赤馬館を中心に来場者数を定点観測し、エリアごとの戦略立案・改善サイクルにつなげる。各施設の役割と客層に応じたプロモーションを展開する。

## 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）
2022（R4） 年度	335,031,325	【国・県-補助金】 0 【市-補助金】 10,530,664 【市-受託事業】 222,287,387 【収益事業①自主事業】 5,737,000 【収益事業②おみやげ館事業】 92,979,845 【会費】 1,496,400
2023（R5） 年度	120,590,000	【国・県-補助金】 0 【市-補助金】 11,233,000 【市-受託事業】 13,939,782 【収益事業①自主事業】 4,806,174 【収益事業②おみやげ館事業】 96,187,974 【会費】 1,446,400
2024（R6） 年度	76,180,448	【国・県-補助金】 0 【市-補助金】 15,252,000 【市-受託事業】 54,643,314 【収益事業①自主事業】 5,545,660 【雑収入】 739,474

2025 (R7) 年度	39,916,910	【国・県-補助金】 【市-補助金】 【市-受託事業】 【収益事業①自主事業】 【雑収入】	0 15,538,000 15,478,910 8,700,000 200,000
2026 (R8) 年度	39,353,000	【国・県-補助金】 【市-補助金】 【市-受託事業】 【収益事業①自主事業】 【雑収入】	0 9,538,000 15,815,000 14,000,000 200,000
2027 (R9) 年度	39,353,000	【国・県-補助金】 【市-補助金】 【市-受託事業】 【収益事業①自主事業】 【雑収入】	0 9,538,000 15,815,000 14,000,000 200,000

## (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	327,646,405	【一般管理費】 【観光事業費】 【市-受託事業】 【収益事業①自主事業】 【収益事業②おみやげ館事業】
2023 (R5) 年度	128,213,261	【一般管理費】 【観光費・事業費】 【市-受託事業】 【収益事業①自主事業】 【収益事業②おみやげ館事業】
2024 (R6) 年度	74,679,962	【一般管理費】 【観光事業費】 【市-受託事業】 【収益事業①自主事業】
2025 (R7) 年度	32,141,000	【一般管理費】 【観光事業費】 【市-受託事業】 【収益事業①自主事業】
2026 (R8) 年度	32,141,000	【一般管理費】 【観光事業費】 【市-受託事業】 【収益事業①自主事業】
2027 (R9) 年度	32,141,000	【一般管理費】 【観光事業費】 【市-受託事業】 【収益事業①自主事業】

## (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

当協会は、宗像地域における観光まちづくりの中核組織として、自律的かつ持続可能な運営体制の確立に向けた財源の多角化と体制強化を図っていく方針である。特に今後は、旅行業登録後の旅行商品の企画・販売や観光案内所の受託業務、レンタサイクル事業の拡大など、地域ニーズと観光需要を捉えた収益活動を強化していく。

また、データ収集・分析の仕組み整備や、職員のスキル向上、新規人材の確保による体制強化にも積極的に取り組むことで、支出増が見込まれる中でも、それを上回る収益の確保を目指す。

以下の具体的な取組を通じて、観光による地域経済の好循環を創出し、協会の経営基盤を安定化させていく：

#### 【主な取り組み項目】

1. 旅行業登録と旅行商品の企画・販売  
着地型・滞在型の旅行商品を造成・販売し、持続的な収益を確保。
2. 市からの委託業務（観光案内所運営等）  
観光ステーション等の運営を受託し、観光客へのサービス提供と併せて安定的な収入源とする。
3. レンタサイクル事業の拡大  
観光周遊の促進と移動ニーズに応える形で、収益性のあるサイクルツーリズム基盤の強化を図る。
4. 観光プロモーションの受託と強化  
ターゲットに応じた効果的な情報発信やプロモーションを宗像市から受託し、誘客と地域ブランディングを推進。
5. 地域連携による滞在・体験型商品の造成  
神社仏閣、自然資源、スポーツ、漁業・農業体験などを活かした、民間旅行会社では提供困難な独自商品の造成・販売を行う。
6. 高付加価値商品の開発  
地域の強みを活かし、機会（SWOT分析）を取り込んだ高単価・高満足度のプログラムを企画。
7. 道の駅むなかたを拠点とした物販・産業連携  
観光と農水産物・地元特産との連携を強化し、物販による収益と地域経済活性化を同時に狙う。

## 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

本市はこれまで、同協会と共に観光振興に取り組んできました。また『「神宿る島」宗像・沖ノ島と関連遺産群』の世界遺産登録を中心とした歴史観光資源や、豊富な海産物を代表とする食の魅力を武器に観光に注力して参りました。同協会は令和5年にDMOとして登録したものの、旧来の観光協会としての組織形態と事業を行ってききましたが、観光をとりまく内外の環境の変化や、さらなる観光地としての発展を見据え、令和8年度からDMOとして組織再編、業務内容の移行に取り組んでおります。その組織構成、事業運営に行政として積極的に取り組み、共に手を携えて、「地域の稼ぐ力」の向上、持続可能な観光地域として宗像の観光を新たなステージに到達させるべく協働していきます。

## 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）

重複しない

## 10. 記入担当者連絡先

担当者氏名	品川恭徳
担当部署名（役職）	

郵便番号	〒811-3502
所在地	福岡県宗像市江口 1172
電話番号（直通）	0940-62-3922
F A X 番号	0940-62-3921
E - m a i l	shinagawa@genkai.com

### 1 1 . 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	宗像市
担当者氏名	小田 淳
担当部署名（役職）	産業振興部 産業政策課 商工観光係長
郵便番号	〒811-3492
所在地	福岡県宗像市東郷 1-1-1
電話番号（直通）	0940-36-0037
F A X 番号	0940-36-0320
E - m a i l	sangyouseisaku@city.munakata.lg.jp