

記入日: 令和5年 7月 1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】 小林 正勝  
 【マーケティング責任者(CMO)】 稲田 亨  
 【財務責任者(CFO)】 稲田 亨  
 【職員数】16人【常勤3人(正職員2人・嘱託職員1人)、非常勤パート13人】  
 【主な収入】 市-補助金 10百万円/市-受託事業 222百万円/収益事業  
 ①自主事業 6百万円/収益事業②おみやげ館事業93百万円/会費1.5百万円(2022年度決算)  
 【総支出】 一般管理費14百万円/観光事業費0.8百万円/市-受託事業 220百万円/収益事業①自主事業1.6百万円/収益事業②おみやげ館事業90百万円(2022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 など

KPI(実績・目標)

※( )内は外国人に関するもの。

指標項目		2020	2021	2022	2023	2024	2025
		(R2) 年度	(R3) 年度	(R4) 年度	(R5) 年度	(R6) 年度	(R7) 年度
●旅行消費額 (百万円)	目標	5,100	2,700	5,500	8,300	9,900	10,400
	実績	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)
●延べ宿泊者数 (千人)	目標	—	170	260	350	420	440
	実績	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)
●来訪者満足度 (%)	目標	—	82	81	82	83	84
	実績	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)
●リピーター率 (%)	目標	—	73	76	77	78	79
	実績	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)

戦略

【主なターゲット】  
 ○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: ①関東及び関西からの観光客②欧米豪のインバウンドファミリー層  
 【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した、滞在・体験型旅行商品の開発と旅行会社とのタイアップ企画での販売を行う。  
 【観光地域づくりのコンセプト】  
 神宿るまち 宗像 ~ RE:TRIP Munakata ~

具体的な取組

【観光資源の磨き上げ】  
 ・事業者と連携して着地型旅行商品の開発、造成。  
 ・バスツアー造成用に地域メニューを企画開発、造成。  
 【受入環境整備】  
 ・世界遺産中心としたボランティアガイドメンバーを育成。  
 ・常設での観光情報コーナー及び期間限定で宗像大社での観光ボランティアガイド対応所を運営。

【情報発信・プロモーション】  
 ・旅行者向けの販売営業の実施  
 ・R6年度実施のJRディステイネーションキャンペーンのイベントに参加  
 ・HPでのイベント情報発信の他、各種 SNS ( Facebook や Instagram 、 LINE)を活用した情報発信を実施  
 【その他】  
 ・お土産品販売所を運営し、開発した地域商品等を販売。



ボランティアガイド



JRDCPイベントに連携した旅行社エクスカーション対応