

## 観光地域づくり法人形成・確立計画

記入日：令和6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 ○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) 由布市まちづくり観光局	
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 大分県由布市	
所在地	大分県由布市湯布院町川北8番地5	
設立時期	2016年4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	14人【常勤14人（正職員12人・出向等2人）、非常勤0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) 桑野 和泉 (出身組織名) 旅館：由布院玉の湯 由布院温泉観光協会	由布市内観光7団体の民間リーダーであるほか、由布市観光の中心である由布院温泉の観光協会の常任顧問として、観光まちづくりのリーダー的存在であるとともに、地域内外に持つ幅広い人脈を活かした調整役でもあり、地域DMOの責任者として最適な人材である。
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） ※必ず記入すること	(氏名) 生野 敬嗣「専従」 (出身組織名) 由布院温泉観光協会	由布院温泉観光協会で12年間勤務。主に観光統計情報等の分析やプロモーション戦略策定、観光まちづくり施策の企画立案を行ってきた。由布院の観光まちづくりにも精通。また、前職まで観光分野の職務経験は持たないが、市場分析、財務・会計管理の実務経験を有する。
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) 一尾 和史「専従」 (出身組織名) 由布市役所	由布市を定年退職後、再雇用期間を経て当組織へ。市では総務・財政を中心とした職歴のほか幅広い経験を持つことから、当組織の持続可能な運営基盤を作るべく、運営収支の管理や新たな財源確保に関する検討を行う。
各部門 観光経営部門 責任者	(氏名) 一尾 和史 (出身組織名) 由布市役所	現場責任者として組織運営全体のマネジメントおよび行政との間で観光戦略や予算についての調整を行う。

各部門 観光案内部門 責任者	(氏名) 生野 敬嗣 (出身組織名) 由布院温泉観光協会	観光案内および手荷物預り・配送業務といった収益事業全体のマネジメントおよび観光案内等における受入環境整備、品質管理を行う。								
連携する地方公共 団体の担当部署名 及び役割	由布市商工観光課（マーケティング、プロモーション） 建設課（社会資本整備）、都市景観推進課（景観） 総合政策課（地域公共交通、旅行商品造成） 財源改革推進室（ふるさと納税、新たな財源確保） 農政課（グリーンツーリズム、旅行商品造成）									
連携する事業者名 及び役割	湯布院塚原高原観光協会、由布院温泉観光協会、由布院温泉旅館組合、湯平温泉観光協会、湯平温泉旅館組合、庄内町観光協会、由布川峡谷観光協会 NPO法人ユクリエ、観光ガイドあさぎり会、ユフイズム、由布市グリーンツーリズム研究会、由布市クアオルト推進協議会（観光資源の磨き上げ等） 由布市商工会、JA由布事業部、ユフイズム、ゆふいん料理研究会（土産品の販売促進、地場産品の供給、消費等） 九州旅客鉄道、西日本鉄道、由布市タクシー協会、亀の井バス（二次交通）									
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】② （概要）本法人が主導する行政、観光関係者を中心とした由布市観光事務調整会議を設置。観光施策に関する指針作成や事業実施など案件に応じ、連携事業者などを加えた専門部会を立ち上げ、検討を行い、関係者間の合意形成を図っている。									
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	市内の地域づくり団体等と連携した住民参画型のイベント等の企画、実施。 （例：バリアフリー化へ向けたワークショップの開催、外来植物の駆除作業などの河川環境整備事業 etc） また、不定期ではあるが、地域住民への啓発を目的とした講演会（専門家等を招き実施）を開催している。									
法人のこれまでの 活動実績	<table><tr><th colspan="2">【活動の概要】</th></tr><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>・ 関東圏向け情報発信事業（隔年開催） 東京にある大分県アンテナレストランを活用した在京メディアを招集する観光情報説明会を開催し、最新情報を届ける事でファムトリップへの参画や記事掲載を促すとともに、広告媒体とのマッチングを図ることで効果的な広告出稿へとつなげている。 ・ 広告出稿事業（毎年実施） 年度毎の戦略に合わせた広告媒体を選定すると共に、上記事業で地域本来の魅力に理解を示していただいた媒体を選定する等、地域の単なる紹介だけでなく地域のストーリーを掲載していくことで地域ブランドイメージの維持向上を図る。 掲載媒体例 ノジュール、OZマガジン、OZトリップ、DISCOVER JAPAN、ランドネ、男の隠れ家、るるぶ&amp;MORE、九州じやらん、シティ情報おおいた</td></tr><tr><td>受入環境の 整備</td><td>・ 平成 30 年度観光案内所整備事業（以降、毎年実施） 市内の観光情報発信拠点として整備された由布市ツーリストインフォメーションセンターの指定管理を受け運営。観光案内、旅行商品販売、レンタサイクル、手荷物預かり・配送、といった業務を。旅中での情報提供等を充実させ、満足度の向上につなげる。</td></tr></table>		【活動の概要】		事業	実施概要	情報発信・ プロモーション	・ 関東圏向け情報発信事業（隔年開催） 東京にある大分県アンテナレストランを活用した在京メディアを招集する観光情報説明会を開催し、最新情報を届ける事でファムトリップへの参画や記事掲載を促すとともに、広告媒体とのマッチングを図ることで効果的な広告出稿へとつなげている。 ・ 広告出稿事業（毎年実施） 年度毎の戦略に合わせた広告媒体を選定すると共に、上記事業で地域本来の魅力に理解を示していただいた媒体を選定する等、地域の単なる紹介だけでなく地域のストーリーを掲載していくことで地域ブランドイメージの維持向上を図る。 掲載媒体例 ノジュール、OZマガジン、OZトリップ、DISCOVER JAPAN、ランドネ、男の隠れ家、るるぶ&MORE、九州じやらん、シティ情報おおいた	受入環境の 整備	・ 平成 30 年度観光案内所整備事業（以降、毎年実施） 市内の観光情報発信拠点として整備された由布市ツーリストインフォメーションセンターの指定管理を受け運営。観光案内、旅行商品販売、レンタサイクル、手荷物預かり・配送、といった業務を。旅中での情報提供等を充実させ、満足度の向上につなげる。
【活動の概要】										
事業	実施概要									
情報発信・ プロモーション	・ 関東圏向け情報発信事業（隔年開催） 東京にある大分県アンテナレストランを活用した在京メディアを招集する観光情報説明会を開催し、最新情報を届ける事でファムトリップへの参画や記事掲載を促すとともに、広告媒体とのマッチングを図ることで効果的な広告出稿へとつなげている。 ・ 広告出稿事業（毎年実施） 年度毎の戦略に合わせた広告媒体を選定すると共に、上記事業で地域本来の魅力に理解を示していただいた媒体を選定する等、地域の単なる紹介だけでなく地域のストーリーを掲載していくことで地域ブランドイメージの維持向上を図る。 掲載媒体例 ノジュール、OZマガジン、OZトリップ、DISCOVER JAPAN、ランドネ、男の隠れ家、るるぶ&MORE、九州じやらん、シティ情報おおいた									
受入環境の 整備	・ 平成 30 年度観光案内所整備事業（以降、毎年実施） 市内の観光情報発信拠点として整備された由布市ツーリストインフォメーションセンターの指定管理を受け運営。観光案内、旅行商品販売、レンタサイクル、手荷物預かり・配送、といった業務を。旅中での情報提供等を充実させ、満足度の向上につなげる。									

		<ul style="list-style-type: none"> <li>・令和元年度外国人旅行者おもてなし事業 増加を続ける外国人旅行者およびラグビーW杯開催による多様な外国人旅行者への対応を図るため、外国人向けの観光案内窓口の人員および提供情報の充実、多言語でのコミュニケーションを円滑に行えるようチャットシステム等のプラットフォームを導入。</li> </ul>
	観光資源の磨き上げ	<ul style="list-style-type: none"> <li>・観光客実態調査事業（平成 30 年、令和元年実施） 対面および WEB を活用し、主なターゲットである福岡県および関東圏の旅行者（未来訪者も含む）へアンケート調査を実施。当地を来訪する旅行者（行ってみたいと思う未来訪者を含む）の実態（満足度、ニーズ、当地へ期待すること等）の把握を行った。令和 2 年以降は、主に宿泊客を対象とした WEB アンケートを実施することで観光客の実態や意見聴取を行っている。</li> <li>・令和元年度観光文化アーカイブ事業 市内の観光にまつわる歴史や文化を掘り起こし、現在および未来の観光資源の磨き上げに活用可能な情報を整理するため、過去の資料の発掘し、貴重な資料をデータ化した。</li> <li>・令和 5 年度インバウンド向け観光コンテンツ造成事業 由布院の特定エリアでの食べ歩きやショッピングを目的とした日帰り外国人観光客が多いことから、由布院本来の魅力に触れることが可能な体験型ツアー（由布岳 麓の牧野体験ツアー、奥の細道 盆地歩きツアー）を造成し販売している。</li> </ul>

**【定量的な評価】**

- ・情報発信事業  
由布市観光の中心である「由布院」の知名度の高さ故、市全体でのプロモーション効果は図りづらいものの、これまで露出が少なく観光資源としては素質があると言われていた「由布川峡谷」「男池」の両スポットは、情報発信の効果もあって以前より 1～2 割ほど来訪者数が増加している。
- ・受け入れ環境の整備  
由布市ツーリストインフォメーションでは、観光案内、宿泊斡旋、観光辻馬車や電気自動車ノルクの乗車券販売など、観光客のワンストップ窓口として月間約 1 万人の対応を行っており、令和 5 年度はコロナ禍前とほぼ同様の数まで回復した。また、手荷物預りや由布院温泉エリア内の旅館との間で手荷物配送サービスを行うなど旅行客の利便性向上も図っており、令和 5 年度の利用者は外国人旅行者の増加もあってコロナ禍前の 170% 増まで伸びた。
- ・観光資源の磨き上げ  
観光客へのアンケート調査やモニターツアー等により、地域の観光資源についての評価や、不足するコンテンツの認識が進んできたこともあって、各観光資源においてハード・ソフト両面での整備に取り組んでいる。中でも着地型ツアーは国の補助事業を活用できたこともあって令和 5 年度に 3 本造成（KPI 目標 1 本）でただけでなく、造成につながる可能性がある案件も多く生まれつつある。

※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】

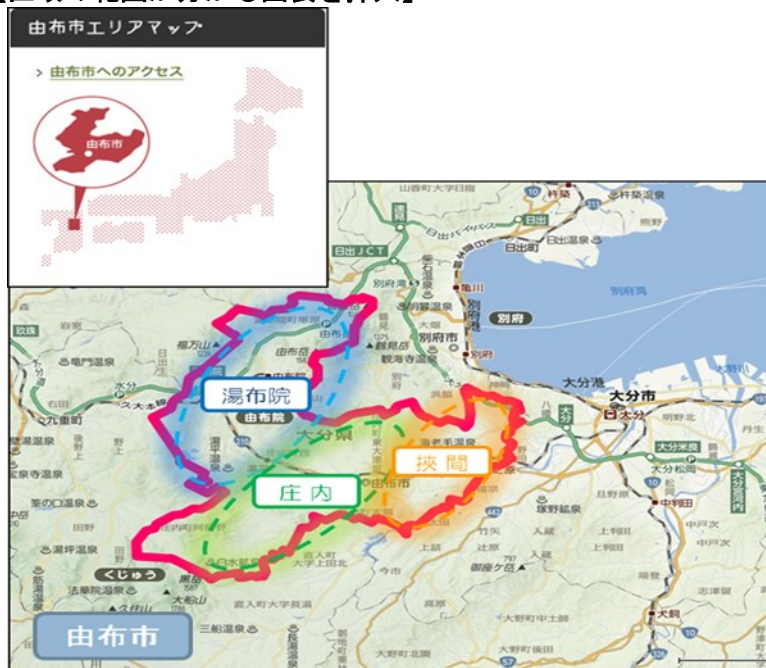
由布市まちづくり観光局が主体となって、地域における観光まちづくりに関する方針や施策を関係者の意見を調整、取りまとめ。

【实施体制図】



## 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】



### 【区域設定の考え方】

平成 17 年 10 月に湯布院町・庄内町・挾間町の 3 町が合併し由布市に。平成 21 年には、各地域の持ち味を活かした魅力的な由布市観光の形成とともに、地場産業の連携による地域活性化のための共通指針として観光基本計画を策定し、湯布院地域を主体とした 3 地域の連携による「滞在型・循環型保養温泉地」を目指し、他地域とは異なる観光地域づくりの取組を展開している。また令和元年には、環境省が定める国民保養温泉地として市内全域を対象とする「湯布院温泉郷」としての認定を受けていることから、当該区域での設定が適切である。

### 【観光客の実態等】

コロナ禍前の令和元年の観光客入込総数は約 441 万人。コロナ禍で落ち込んでいた観光客数は令和 5 年に約 400 万人（対令和元年比 90%）まで回復し、外国人旅行者においては過去最多の 100 万人を超えた。外国人旅行者の比率は約 25%で、そのほとんどがアジア圏からの旅行者である。地域での消費単価は事業者の高付加価値化による単価向上策や物価上昇等の外部環境の変化もあって、令和元年度に比べて 170%ほどと大きく上昇した。

### 【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、商業施設）

健康温泉館クアージュゆふいん、狭霧台展望台、道の駅ゆふいん、里の駅かぐらちや、由布院観光辻馬車、由布院駅アートホール他の美術館・ギャラリー、湯の坪街道に並ぶ各種ショップ 等

・団体収容が可能な大きな施設がほとんど無い一方、小規模で個性的な施設が多いのが特徴。とりあえず数ではなく、個性の魅力にひかれた数の積み重ねで今がある。その多様性が市全体のマイナスとならないよう、各施設での質の追求が課題。

#### （自然、文化）

由布岳、金鱗湖、由布院盆地の田園風景、大杵社の大杉（国天然記念物）、塚原地域（日本で最も美しい村）、伽藍岳の火口、湯平温泉の石畳、男池湧水群（日本名水百選）及び周辺の自然林、由布川峡谷、庄内神楽（伝統芸能）、ゆふいん源流太鼓、陣屋の村歴史民俗資料館 等

・豊かな自然とその地域特性に育まれた文化が当市最大の観光資源と考える。その魅力を旅行者に十分に伝えられていないと分析しており、伸びしろがあるとも考える。その資源を活用し、いかに消費単価のアップにつなげられるかが今後の課題。

#### （スポーツ、イベント）

地域性を反映した独自イベントを多数開催している。（ゆふいん温泉まつり、盆地まつり、ゆふいん文化・記録映画祭、湯布院映画祭（現存する国内映画祭では最古）、こども映画祭、こども音楽祭、牛喰い絶叫大会、庄内神楽まつり、きちょくれまつり 等）

また、健康マラソン・サイクリング大会など健康と環境を意識したスポーツイベントも開催している。（例：SPA 健康マラソン、ユフィンライド 等）

・イベント等は、誘客目的というよりも、地域のアイデンティティ等といった魅力を発信するものと位置付けている。何人集まったかではなく、イベント等の趣旨に賛同した人が集まったかや、住民と旅行者がふれあう場としての機能を満たしているかを今後も重視していきたい。

### 【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】（令和 2 年 12 月調査）

由布院温泉地域：施設数 222 軒、収容力約 8,000 人、施設規模は個人経営の小規模旅館が多い。

湯平温泉地域：施設数 19 軒、収容力約 500 人、施設規模は個人経営の小規模旅館が多い。

塚原高原地域：施設数 8 軒、収容力約 200 人、施設規模は個人経営の小規模旅館が多い。

その他地域：施設数 5 軒、収容力約 150 人

### 【利便性：区域までの交通、域内交通】

J R：博多駅（久大本線特急）2 時間 10 分、大分駅（久大本線特急）45 分

バス：大分空港 55 分（高速道路）、別府駅 60 分、福岡空港 2 時間（高速道路）

自動車：大分市 60 分、別府市 40 分、福岡 2 時間（高速道路）

域内交通：J R 久大本線、自家用車、コミュニティバス



## 【外国人観光客への対応】

観光客の情報発信拠点である由布市ツーリストインフォメーションセンター（J N T O 認定外国人観光案内所カテゴリーⅢ）を中心に、各種ツールを活用した観光案内や多言語対応のパンフレット配布、Wi-Fi 環境の整備など、外国人観光客への対応の強化を進めているが、多言語表記の看板の不足やキャッシュレス非対応施設が多いなどの不満の声も多くあがっており、受け入れ環境の整備はまだ必要である。

## 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
観光動態調査	入込客数や観光消費額の算出。 観光客の属性や発地別観光客数を把握し、観光施策の検討に活用。	ビッグデータの購入、入湯税額、各公共交通機関利用者数集計、独自理論値による推計。
観光客実態調査	観光客に対するサービス品質維持・向上。 観光客のニーズ等を探り、観光施策の検討に活用。	対面やWEBを活用したアンケート調査の実施。
観光案内所来訪者数調査	観光動態数の算出の参考値。 来訪者のニーズや問合せ内容を把握し、観光施策の検討に活用。	案内所を訪れた観光客の人数及び内容を記録集計。
WEBサイト等のアクセス状況	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。	各種マーケティングツールを活用して実施。
住民の観光に関する意識調査	観光振興に対する地域住民の理解度を測るため。	市民向けアンケートの一部に観光に関する項目を設け調査。

## 4. 戦略

## (1) 地域における観光を取り巻く背景

由布市はそれぞれ特徴がある3つの町が合併したこともあって、地域や産業間での連携が思うように進んでいない。第一次、第二次、第三次産業それぞれが単独で生み出す価値よりも、多様な産業が連携して成り立っている観光産業は、より大きく新しい価値を生み出す“総合産業”として期待されると共に、地域固有の特徴・個性を再構築し、魅力的な由布市（観光）の形成につなげていくことも期待される。

また、由布院温泉を訪れる多くの観光客を、これまで埋没していた周辺の観光スポット等へ誘導することにより、市内での滞在時間の延長および観光消費額アップにつなげたい。

## (2) 地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	<b>強み (Strengths)</b> ・豊かな自然、豊富な温泉 豊かな食、質の高い宿泊施設	<b>弱み (Weaknesses)</b> ・外部資本施設の増加 着地型（滞在メニュー）の不足 地域内（近隣含む）交通の不便さ
外部環境	<b>機会 (Opportunity)</b> 域外との交通アクセス良化 外国との交流増	<b>脅威 (Threat)</b> ・観光振興を推進する全国各地の自治体 外からの開発事業者、外国との交流増

### (3) ターゲット

○第1ターゲット層 国内・九州（特に隣接県）在住、30～50代のリピーターの来訪増	
○選定の理由 これまでも安定した旅行者の発地であるが、九州内を結ぶ交通アクセス整備（特に高速道）により、更なる来訪増につなげたい。また、地域内（近隣含む）交通の不便さはすぐには解消出来ず、市内の滞在および周遊を促すには自家用車を利用して来訪する機会が多い本ターゲット層を主に考える。	
○取組方針 観光情報誌等であまり取り上げられていない魅力的な観光資源のプロモーション等を推進すると共に、ターゲット層に訴求出来る着地型（滞在メニュー）コンテンツを磨き上げる。	
○第2ターゲット層 国内・首都圏在住、30代～50代（特に未来訪者）	
○選定の理由 都圏居住者を対象としたアンケート調査において、行ってみたいと思っているがまだ行ったことがないという方が多いので、伸びしろがあるターゲット層である。特に、地域の強みである温泉や質の高い宿泊施設への期待が高いこともあり、来訪への動機付けさえ的確に行えれば来訪の可能性が高いと思われる。	
○取組方針 首都圏居住者を対象としたプロモーションの強化。アンケート等の調査によると、当地本来の魅力についての理解不足や、交通アクセスについての理解不足があることから行ってみたいで留まっていると仮定し、現地情報のみならず旅の楽しみである道中の楽しみ方等も合わせた各関係機関と連携したプロモーションが必要。	
○海外ターゲット層 国籍は問わず、当域内の平均宿泊単価より上の価格帯の宿泊施設へ宿泊可能な人達	
○選定の理由 当地は本来「滞在型保養温泉地」の確立へ向け観光地域づくりを行っているが、何がどう間違ったのか日帰りショッピングに訪れる外国人旅行者が急増したことにより、地域イメージの誤った認識やイメージ悪化につながったので、当地の強みである質の高い宿泊施設に泊まる外国人旅行者を増やし、地域イメージの回復および地域内消費額のアップにつなげる。	
○取組方針 日本政府観光局や海外向けメディア等を活用し、当地の本来の魅力を発信していく。	

### (4) 観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	住んでよし、訪れてよしの「滞在型・循環型保養温泉地」
②コンセプトの考え方	<p>そこに住む人が誇れる地域であれば、外の人を訪れたいという考え方をまちづくりの基本とする事と共に、市内全域が有する豊かな自然と温泉という地域の強み（観光資源）を活かした観光スタイルを目指す事を地域の内外に示すことで、意識の共有を図り、ミスマッチも防ぐ。</p> <p>また、「質の高い宿泊施設」といった地域の強みから生まれた地域ブランド（イメージ）力を維持、向上させるため、単なる観光地ではなく「保養温泉地」の構築を観光戦略の基本と位置付ける。</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
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。	地域の観光組織代表者が集うDMOの「理事会」を二ヶ月に一度程度開催し、観光戦略に関する概要を策定。 地域の観光関係者を集めた「由布市観光事務調整会議」を一ヶ月に一度程度開催、案件ごとに不定期開催の「ワークショップ」を行いながら、関係者への情報共有および意見収集し、詳細を調整し戦略の具体化。 戦略の遂行はDMOが主体となって行う。
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	お客さまから寄せられるご意見や苦情等へは、観光関係団体やDMO、行政にて情報共有等しながら、一体となって対応を行っている。 情報共有可能な内容については、「由布市観光事務調整会議」において関係者間での情報開示を行い、当事者以外の事業者にも周知することで、地域全体での再発防止やサービスの質向上に役立てている。 また、DMOが実施する各種調査で得られたお客さまに関するデータや意見等を観光関係者間で情報共有する仕組み作りを進めている。
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	旅前、旅後フォローの観光情報発信については、DMOを中心に「由布市観光事務調整会議」での関係者の意見を取り入れながら、地域イメージの維持・向上を図ることを主目的に実施。 旅中の情報発信は、由布市観光の中心となる由布院温泉に整備した「由布市ツーリストインフォメーションセンター」を拠点として、現地ならではの旬な情報等、満足度の高い情報発信に努めている。

## 6. K P I（実績・目標）

### （1）必須K P I

指標項目		2021 (R3) 年度	2022 (R4) 年度	2023 (R5) 年度	2024 (R6) 年度	2025 (R7) 年度	2026 (R8) 年度
●旅行消費額 (百万円)	目標	10,000 (-)	9,000 (-)	13,500 (-)	22,000 (3,500)	21,000 (3,300)	21,000 (3,300)
	実績	8,851 (-)	15,648 (-)	25,933 (4,423)			
●延べ宿泊者数 (千人)	目標	660 (0)	600 (0)	1,150 (100)	1,150 (180)	1,160 (160)	1,170 (160)
	実績	581 (27)	1,273 (0)	1,389 (225)			
●来訪者満足度 (%)	目標	60 (-)	61 (-)	66 (-)	70 (70)	70 (70)	70 (70)
	実績	63 (-)	65 (-)	72 (78)			
●リピーター率 (%)	目標	60 (-)	60 (-)	60 (-)	60 (1)	60 (1)	60 (1)
	実績	59 (-)	52 (-)	56 (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】

## ●旅行消費額

コロナ禍後のさまざまな環境変化から大きく消費単価が向上したものの、円安効果による外国人旅行者の消費額増大の影響は徐々に収まると想定。

## ●延べ宿泊者数

R5年の数値は外国人旅行者数が過去最高値になった影響もあって過去最大値だが、特需的な要素も含まれるため、今後一旦はその反動で多少の減少を見込んでいる。

## ●来訪者満足度

観光地としての質の確保する指標として70%以上を目標。

## ●リピーター率

コロナ禍で客層が不安定だったものの、徐々に安定傾向が見られることから、従来より少し高めの数値を目標に据え、安定した来訪を見込めるリピーター確保に努める。

## 【設定にあたっての考え方】

## ●旅行消費額

消費単価は大きく上昇したものの、外部環境（円安など）の影響が薄れることも想定し目標設定。

## ●延べ宿泊者数

過去の実績値を参考に、安定した宿泊者数の確保を目標設定。

## ●来訪者満足度

宿泊客の満足度は高く、日帰り客の満足度は普通程度の間をとって目標値70%に設定。

## ●リピーター率

安定したリピーターの確保として60%を設定。

## (2) その他の目標

指標項目		2021 (R3) 年度	2022 (R4) 年度	2023 (R5) 年度	2024 (R6) 年度	2025 (R7) 年度	2026 (R8) 年度
●着地型プログラムの造成数 (累積本数)	目標	6 (一)	7 (一)	7 (一)	10 (一)	12 (一)	14 (一)
	実績	5 (一)	5 (一)	8 (一)			
●着地型プログラムの利用者数(人)	目標	50 (一)	50 (一)	70 (一)	150 (10)	180 (20)	220 (30)
	実績	22 (一)	48 (一)	123 (一)			

※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】

市内での循環および滞在時間の延長を促すことに役立つと思われる着地型プログラムを増やすことが必須と考えることから設定。

## 【設定にあたっての考え方】

## ●着地型プログラムの造成数

1年間に1本以上のプログラムを造成目標に設定。

## ●着地型プログラムの利用者数

不定期・単発催行のプログラムが多いため、1プログラムあたり15人を目標値として設定。

## 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)		
2021(R3) 年度	102,241,755(円)	【市町村からの補助金】	34,959,693	(円)
		【市町村からの受託事業】	48,311,682	
		【公物管理受託】	4,910,367	
		【収益事業】	6,523,078	
		【会費】	70,000	
		【雇用調整助成金等】	7,466,935	
2022(R4) 年度	80,993,683(円)	【市町村からの補助金】	31,964,739	(円)
		【市町村からの受託事業】	22,850,696	
		【収益事業】	22,547,918	
		【会費】	70,000	
		【雇用調整助成金等】	3,560,330	
2023(R5) 年度	92,732,302(円)	【国からの補助金】	5,940,000	(円)
		【市町村からの補助金】	31,226,803	
		【市町村からの受託事業】	13,799,260	
		【収益事業】	41,696,239	
		【会費】	70,000	
2024(R6) 年度	99,270,000(円)	【国からの補助金】	20,000,000	(円)
		【市町村からの補助金】	23,000,000	
		【市町村からの受託事業】	17,000,000	
		【公物管理受託】	7,200,000	
		【収益事業】	32,000,000	
		【会費】	70,000	
2025(R7) 年度	75,270,000(円)	【市町村からの補助金】	23,000,000	(円)
		【市町村からの受託事業】	15,000,000	
		【公物管理受託】	7,200,000	
		【収益事業】	30,000,000	
		【会費】	70,000	
2026(R8) 年度	75,270,000(円)	【市町村からの補助金】	23,000,000	(円)
		【市町村からの受託事業】	15,000,000	
		【公物管理受託】	7,200,000	
		【収益事業】	30,000,000	
		【会費】	70,000	

## (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	99,326,264（円）	【一般管理費】 16,695,293（円） 【公物管理費用】 5,139,265 【受託事業支出】 48,311,682 【情報発信・プロモーション】 4,681,147 【受入環境整備等の着地整備】 17,913,181 【コンテンツ開発（観光資源の磨き上げ）】 3,456,037 【マーケティング（市場調査、ブランド戦略等）】 2,829,659
2022（R4） 年度	71,906,513（円）	【一般管理費】 18,091,357（円） 【公物管理費用】 6,568,077 【受託事業支出】 18,956,227 【情報発信・プロモーション】 5,083,860 【受入環境整備等の着地整備】 20,858,222 【マーケティング（市場調査、ブランド戦略等）】 2,378,770
2023（R5） 年度	81,149,361（円）	【一般管理費】 21,693,967（円） 【公物管理費用】 5,922,298 【情報発信・プロモーション】 8,406,402 【受入環境整備等の着地整備】 26,262,976 【コンテンツ開発（観光資源の磨き上げ）】 15,903,085 【マーケティング（市場調査、ブランド戦略等）】 2,960,633
2024（R6） 年度	89,270,000（円）	【一般管理費】 21,070,000（円） 【公物管理費用】 7,200,000 【情報発信・プロモーション】 8,500,000 【DX 推進】 20,000,000 【受入環境整備等の着地整備】 24,000,000 【コンテンツ開発（観光資源の磨き上げ）】 5,500,000 【マーケティング（市場調査、ブランド戦略等）】 3,000,000
2025（R7） 年度	70,270,000（円）	【一般管理費】 21,070,000（円） 【公物管理費用】 7,200,000 【情報発信・プロモーション】 5,000,000 【DX 推進】 7,000,000 【受入環境整備等の着地整備】 24,000,000 【コンテンツ開発（観光資源の磨き上げ）】 3,000,000 【マーケティング（市場調査、ブランド戦略等）】 3,000,000
2026（R8） 年度	70,270,000（円）	【一般管理費】 21,070,000（円） 【公物管理費用】 7,200,000 【情報発信・プロモーション】 5,000,000

2026（R8） 年度	【DX 推進】	5,000,000
	【受入環境整備等の着地整備】	24,000,000
	【コンテンツ開発（観光資源の磨き上げ）】	5,000,000
	【マーケティング（市場調査、ブランド戦略等）】	3,000,000

### （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

（方針）

必要となる運営資金は、官民の双方で負担する。

なお、地域の稼ぐ力の向上を図ることが組織活動の目的ながら、地域内の事業者との競争を避けつつも、民間観光事業者としてお客さまの利便性向上等を図るための事業実施等で一定の運営資金を確保することを心がける。

（取組）

- ・旅行者の手荷物預りや域内での手荷物自主配送事業。
- ・着地型プログラムの造成及び地域 DMO による代理販売。
- ・区域を構成する地方公共団体における入湯税の増税及び宿泊税の導入検討。  
（令和 6 年 10 月より入湯税 150 円→250 円へ増税）
- ・地域内関係者との連携による地域ブランド産品開発および地域 DMO による代理販売へ向けた検討。
- ・ふるさと納税の返礼品として市内で共通利用可能な宿泊クーポンを発行する業務の請負。  
（ふるさと納税での観光振興目的の寄付増加を目標）

## 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

大分県由布市は、一般社団法人由布市まちづくり観光局が観光地域づくり法人（地域 DMO）として登録申請を行うことに同意します。

## 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）

該当なし

## 10. 記入担当者連絡先

担当者氏名	生野 敬嗣
担当部署名（役職）	事務局長
郵便番号	879-5114
所在地	大分県由布市湯布院町川北 8 番地 5
電話番号（直通）	0977-85-8611
F A X 番号	0977-84-3303
E - m a i l	shono.k@yufu-tic.jp

## 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	大分県由布市
担当者氏名	小俣 功
担当部署名（役職）	商工観光課 課長補佐
郵便番号	879-5498
所在地	大分県由布市庄内町柿原 302 番地
電話番号（直通）	097-582-1304
E - m a i l	shoko@city.yufu.lg.jp



## 基礎情報

## 【マネジメント・マーケティング対象とする区域】

大分県由布市

## 【設立時期】 2016年4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】 桑野 和泉

## 【マーケティング責任者(CMO)】 生野 敬嗣

## 【財務責任者(CFO)】 一尾 和史

## 【職員数】 14人(常勤14人(正職員12人・出向等2人)、非常勤0人)

## 【主な収入】

収益事業 46百万円、補助・委託事業 46百万円(R5年度決算)

## 【総支出】

事業費 49百万円、一般管理費 32百万円(R5年度決算)

## 【連携する主な事業者】

由布院温泉観光協会、由布院温泉旅館組合、  
湯平温泉観光協会、湯平温泉旅館組合、湯布院塚原高原観光協会、  
庄内町観光協会、はさま由布川峡谷観光協会

## KPI(実績・目標)

※( )内は外国人に関するもの。

項目		2021 (R3)年	2022 (R4)年	2023 (R5)年	2024 (R6)年	2025 (R7)年	2026 (R8)年
旅行 消費額 (百万円)	目標	10,000 ( - )	9,000 ( - )	13,500 ( - )	22,000 ( 3,500 )	21,000 ( 3,300 )	21,000 ( 3,300 )
	実績	8,851 ( - )	15,648 ( - )	25,933 ( 4,423 )	—	—	—
延べ 宿泊者数 (千人)	目標	660 ( 0 )	600 ( 0 )	1,150 ( 100 )	1,180 ( 180 )	1,160 ( 160 )	1,160 ( 160 )
	実績	581 ( 27 )	1,273 ( 0 )	1,389 ( 225 )	—	—	—
来訪者 満足度 (%)	目標	60 ( - )	61 ( - )	66 ( - )	70 ( 70 )	70 ( 70 )	70 ( 70 )
	実績	63 ( - )	65 ( - )	72 ( 78 )	—	—	—
リピーター率 (%)	目標	60 ( - )	60 ( - )	60 ( - )	60 ( 1 )	60 ( 1 )	60 ( 1 )
	実績	59 ( - )	52 ( - )	56 ( 1 )	—	—	—

## 戦略

## 【主なターゲット】

- ①国内・九州(特に隣接県)在住、30～50代の  
リピーター
- ②国内・首都圏在住、30代～50代  
(特に未来訪者)

## 【ターゲットの誘客に向けた取組方針】

観光情報誌等であまり取り上げられていない  
魅力的な観光資源のプロモーション等を推進  
すると共に、ターゲット層に訴求出来る着地型  
(滞在メニュー)コンテンツを磨き上げる。

## 【観光地域づくりのコンセプト】

住んでよし、訪れてよしの「滞在型・循環型保養温泉地」

## 具体的な取組

## 【観光資源の磨き上げ】

- ・地域関係者と協働した滞在プログラムの開発
- ・健康増進プログラム等の着地型ツアー商品の開発

## 【情報発信・プロモーション】

- ・自社SNS等を通じた地域本来の魅力発信
- ・ブランディング戦略に基づく広告出稿事業
- ・モニターツアーやファムトリップを活用した情報発信

## 【受入環境整備】

- ・情報拠点となる由布市ツーリストインフォメーションセンター(案内所)の運営、管理
- ・外国人旅行者へ対応するため、多言語翻訳プラットフォーム等の導入

