

協議会規約規程集

- 1 規約・規程
- 2 取組方針
- 3 事業計画・収支予算
- 4 助成金交付要項

※ 組織構成・メンバー名簿

人吉球磨観光地域づくり協議会

1 規約・規程

< 目次 >

・規約	1 - 1
・入会及び退会規程	1 - 7
・事務局規程	1 - 10
・人吉球磨ブランドロゴマーク使用取扱規程	1 - 15
・人吉球磨ブランドロゴマーク使用取扱規程の運用について	1 - 21
・人吉球磨観光地域づくり協議会が発注する契約に関するプロポーザル方針等の実施に関する指針	1 - 22

人吉球磨観光地域づくり協議会 規約

(名称)

第1条 この協議会は、人吉球磨観光地域づくり協議会（以下「協議会」という。）と称する。

(目的)

第2条 協議会は、日本遺産に認定された人吉球磨地域の事業者や団体、行政等の連携体制を構築し、地域資源を活かした事業を展開することにより、ヒト・モノ・コトの交流拡大を図り、地域経済の活性化に寄与することを目的とする。

(事業)

第3条 協議会は、前条の目的を達成するために次の事業を行う。

- (1) 地域資源等の各種データ収集、分析及び提供
- (2) 観光地域づくり戦略の策定及び実行
- (3) 地域資源のブランド化の実践
- (4) 地域資源を活かした滞在型観光の促進
- (5) 地域資源を活かした特産品開発、販売の支援
- (6) サイクルツーリズムの推進
- (7) その他目的を達成するために必要な事業

(会員)

第4条 協議会は、別紙会員名簿に掲載された団体又は個人をもって組織する。

2 前項の会員のほかに協議会が認める者を会員とすることができる。

(組織)

第5条 協議会に次の役員を置く。

- (1) 会長 1名
- (2) 副会長 3名
- (3) 理事 23名以内
- (4) 監事 2名

2 理事は、協議会負担金を拠出する会員及び事務局を置く会員をもって充てる。ただし、理事会は、必要があるときは、上記に該当しない者の中から選任することができる。

3 会長及び副会長は、理事の互選により選出する。

4 理事会は、その決議によって、理事の中から業務執行理事を選定し、業務執行理事の中から常務理事1名を選定することができる。

5 監事は、理事会において理事を除く会員から選任する。

(職務)

第6条 会長は、協議会を代表し、会務を総括する。

2 副会長は、会長を補佐し、会長に事故あるとき、又は会長が欠けたときは、あらかじめ会長が指名する者が会長の職務を代行する。

3 業務執行理事及び常務理事は、理事会において別に定めるところにより協議会の

業務を分担執行するものとし、その執行状況を理事会に報告しなければならない。

- 4 監事は、協議会の事業及び会計の執行状況を監査する。
- 5 理事は、理事会を構成し、本規約に定める事項を審議し決定する。
- 6 役員は、無報酬とする。ただし、必要に応じて費用弁償をすることができる。
- 7 前項の規定にかかわらず、常務理事に対しては、理事会において別に定めるところにより報酬等を支給することができる。

(役員任期)

第7条 役員任期は、2年とする。ただし、再任を妨げない。

- 2 補欠又は増員によって選任された役員任期は、前任者又は現任者の任期の残任期間とする。
- 3 役員は、任期が満了した場合においても、後任者が就任するまでは、引き続き前任者がその職務を行う。

(アドバイザー)

第8条 協議会にアドバイザーを置くことができる。

- 2 アドバイザーは、協議会の会議に出席し助言を行うことができる。
- 3 アドバイザーには、報酬、費用弁償等を支給することができる。
- 4 アドバイザー任期は3年とする。ただし、再任を妨げない。

(会議)

第9条 協議会の会議は、理事会、会員総会、ブランド戦略本部、事業ワーキンググループ、ブランド戦略会議及び市町村チームとする。

(理事会)

第10条 理事会は、理事で構成し、次の事項を審議する。

- (1) 観光地域づくり戦略に関する事項
 - (2) 事業計画及び事業報告に関する事項
 - (3) 収支予算及び収支決算に関する事項
 - (4) 会員入会の承認に関する事項
 - (5) 役員及びアドバイザーの選任及び解任に関する事項
 - (6) 業務執行理事及び常務理事の選定及び業務分担に関する事項
 - (7) 常務理事に対する報酬等に関する事項
 - (8) 規約の改正に関する事項
 - (9) その他重要な事項
- 2 理事会は、年4回開催する。ただし、会長が必要と認めるときは臨時理事会を開催することができることとし、臨時理事会は書面によって評決することができるものとする。
 - 3 前項ただし書の規定により、書面による臨時理事会において評決した構成員は、理事会に出席したものとみなす。
 - 4 理事会は会長が招集し、その議長となる。
 - 5 理事会は、理事(構成員から委任を受けた代理人を含む。)の過半数の出席により成立する。
 - 6 議事は、出席者の過半数をもって決し、可否同数のときは、議長の決するところ

による。

7 理事会の議事については、議事要旨を作成しなければならない。

(会員総会)

第11条 会員総会は、会員をもって構成し、年1回開催する。ただし、会長が必要と認めるときは、臨時に開催することができる。

2 会員総会は会長が招集し、事業計画及び事業報告並びに収支予算及び収支決算を報告する。

(ブランド戦略本部)

第12条 ブランド戦略本部は、業務執行理事、協議会負担金を拠出する会員及び事務局を置く会員の担当課長等、事業マネージャー並びに市町村チームリーダーで構成し、理事会の議決を得た事業計画に基づく事業の企画及び実施に関する事項を協議するほか、次の事項を審議する。

(1) 理事会の審議に付すべき事項

(2) 本規約に定める事項

(3) その他理事会の議決を要しない協議会の運営に関する事項

2 ブランド戦略本部の運営に関し必要な事項は別に定める。

(事業ワーキンググループ、ブランド戦略会議及び市町村チーム)

第13条 協議会の事業を推進するため、事業の企画及び実施を担当する事業ワーキンググループ、事業の企画及び実施を調整する上球磨ブランド戦略会議及び下球磨ブランド戦略会議並びに各市町村内の事業の企画及び実施を調整する市町村チームを設置することができる。

2 各市町村チームの事務は当該市町村の担当課において処理する。

3 事業ワーキンググループ、ブランド戦略会議及び市町村チームの設置に関し必要な事項は、ブランド戦略本部が別に定める。

(事務局)

第14条 協議会の事務を処理するため、人吉球磨広域行政組合（人吉市中神町字城本1348番地1）に事務局を置く。

2 事務局に関し必要な事項は別に定める。

(会計)

第15条 協議会の経費は、負担金、補助金、協賛金及びその他の収入をもって充てる。

(負担金)

第16条 負担金は、協議会負担金及び事業参加負担金とする。

2 協議会運営に要する経費を協議会負担金とし、理事会において賦課する会員を決定する。

3 事業参加負担金は、理事会において負担金を賦課する事業を選定し、当該事業に参加する者に賦課する。

(予算)

第17条 協議会の歳入歳出予算（以下「予算」という。）は、会員からの負担金その他の収入を歳入とし、協議会の事務に要する経費を歳出とする。

- 2 協議会の収入及び支出の手続は、人吉球磨広域行政組合の例によるものとする。
- 3 会長は、毎会計年度予算を調製し、理事会の決定を経なければならない。
- 4 協議会の会計年度は、4月1日に始まり、翌年3月31日に終わる。

(出納)

第18条 協議会の出納は、会長が行う。

- 2 会長は、協議会の事務局職員のうちから出納員を任命する。
- 3 前項に規定する出納員は、会長の命を受け、協議会の会計事務を掌理する。

(決算)

第19条 会長は、毎会計年度終了後協議会の決算を調製し、理事会の認定を受けなければならない。

(監査)

第20条 監事は、毎会計年度の決算を審査し、理事会において監査の結果を報告しなければならない。

(補則)

第21条 この規約に定めるもののほか、必要な事項は別に定める。

附 則

(施行期日)

- 1 この規約は、平成30年3月30日から施行する。

(初年度における役員)

- 2 初年度における役員は、第5条第2項及び第3項の規定にかかわらず、日本遺産人吉球磨観光地域づくり協議会設立発起人会の決議により選出し、その任期は、平成31年3月31日までとする。ただし、後任者が就任するまでは、引き続き前任者がその職務を行う。

附 則

規約の一部を改正する規約は、平成31年4月1日から施行する。(第11条から第19条までを1条ずつ繰り下げ、第10条の次に第11条を加える。)

附 則

(施行期日)

- 1 規約の一部を改正する規約は、令和2年4月1日から施行する。(第12条から第20条までを1条ずつ繰り下げ、第11条の次に第12条を加える。)

(経過措置)

- 2 チーム及び部会設置規程は、廃止する。
- 3 人吉球磨ブランドロゴマーク使用取扱規程は、第10条を削り、第11条を1条繰り上げ、本則中「マーケティング戦略チーム」を「ブランド戦略本部」に改める。
- 4 人吉球磨観光地域づくり協議会が発注する契約に関するプロポーザル方式等の実施に関する指針は、第5条第3項及び第4項中「チーム構成員」を「ブランド戦略本部構成員のうち協議会負担金を拠出する会員及び事務局を置く会員の担当課

長等」に改める。

- 5 誘客イベント等実施支援事業補助金交付要項及び観光地域づくり相良三十三観音一斉開帳支援事業助成金交付要項は、廃止する。

別紙（第4条関係）会員名簿

<行政>⑬

人吉市、錦町、あさぎり町、多良木町、湯前町、水上村、相良村、五木村
山江村、球磨村、人吉球磨広域行政組合、九州地方整備局八代河川国道事務所
九州地方整備局川辺川ダム砂防事務所

<観光物産協会・関連団体>⑭

一般社団法人人吉温泉観光協会、人吉物産振興協会、錦町観光協会
多良木町観光協会、水上村観光協会、五木村観光協会、相良村観光協会
山江村観光交流促進協議会、球磨村観光協会、人吉球磨地域観光推進協議会
一般社団法人隠れ里ひとくまツアーリズム
一般社団法人人吉球磨ブランディング研究所、人吉球磨日本遺産活用協議会
人吉球磨地域サイクルツアーリズム推進協議会

<観光ガイド・フットパス団体>⑥

人吉観光案内人協会、たらぎ観光案内人協会、湯前町観光案内人協会
球磨村観光案内人の会、人吉鉄道観光案内人会、あさぎり町ふるさと案内人協会

<商工会議所・商工会>⑮

人吉商工会議所、錦町商工会、あさぎり町商工会、多良木町商工会、
湯前町商工会、水上村商工会、相良村商工会、五木村商工会、山江村商工会
球磨村商工会、人吉球磨地区商工連絡協議会、人吉商工会議所青年部
人吉商工会議所女性部、球磨地区商工会青年部連絡協議会
球磨地区商工会女性部連絡協議会

<交通・旅行業>⑥

くま川鉄道株式会社、九州旅客鉄道株式会社熊本支社
西日本高速道路株式会社九州支社熊本高速道路事務所、九州産交バス株式会社
産交バス株式会社、人吉球磨タクシー協会

<農林水産業>⑬

球磨地域農業協同組合、球磨畜産農業協同組合、球磨酪農農業協同組合
ホワイト酪農農業協同組合、くま中央森林組合、相良村森林組合、球磨村森林組
合
球磨地方森林組合連絡協議会、球磨川漁業協同組合
人吉球磨地域土地改良区連絡協議会

幸野溝・百太郎溝（世界かんがい遺産）を生かす会
球磨地域農業協同組合青壮年部、J A球磨女性部

<金融機関>⑥

肥後銀行地域振興部、熊本銀行営業推進部、肥後銀行人吉支店
肥後銀行多良木支店、熊本銀行人吉支店、熊本銀行多良木支店

<宿泊施設>③

人吉温泉旅館組合、人吉温泉女将の会さくら会、観光フォーラム21委員会

<観光文化スポーツ施設>④

球磨川くんだり株式会社、球磨川ラフティング協会
株式会社球磨カントリー倶楽部、株式会社人吉ゴルフチェリーゴルフ人吉コース

<社寺>①

相良三十三観音協議会

<物産施設>①

人吉球磨物産販売施設連絡協議会

<物産>②

球磨焼酎酒造組合、株式会社 子守唄の里五木

<教育機関>⑦

人吉高等学校、球磨工業高等学校、球磨中央高等学校、南稜高等学校
球磨支援学校、九州技術教育専門学校
独立行政法人中小企業基盤整備機構九州本部中小企業大学校人吉校

<その他>⑥

一般社団法人ひとよし球磨青年会議所、球磨郡青年団協議会
鍛冶屋町通りの街並みの保存と活性化を計る会、蓮華ファーム上村
熊本県建設業協会人吉支部、株式会社 球磨サイクルセンター

※97団体（令和2年度4月1日現在）

人吉球磨観光地域づくり協議会 入会及び退会規程

(入会)

第1条 人吉球磨観光地域づくり協議会（以下「協議会」という。）の目的に賛同し会員になろうとする者は、この規程に従い、入会申込書（様式第1号）を会長に提出し、協議会規約第10条第1項第4号の規定により理事会の承認を得なければならない。

(入会資格)

第2条 次のいずれかに該当する者は、会員となることができない。

- (1) 熊本県暴力団排除条例（以下「条例」という。）第2条第2号に規定する暴力団員
- (2) 条例第2条第4号に規定する暴力団密接関係者
- (3) 条例第2条第2号に規定する暴力団員及び同条第4号に規定する暴力団密接関係者に対し、金品その他の財産上の利益を供与する者

2 入会后、前項第1号から第3号までの規定に該当することが判明した場合は入会を取り消すものとする。

(退会)

第3条 会員は、退会しようとするときは、退会届（様式第2号）を会長に提出しなければならない。

(除名)

第4条 会員が協議会の名誉を傷つけ、又は協議会の目的に反する行為があったときは、理事会の議決によって当該会員を除名することができる。

2 協議会は、会員に第2条第1項第1号から第3号までの規定に該当する事実が生じたときは、当該会員を除名する。

(補則)

第5条 この規程に定めるもののほか、必要な事項は会長が定める。

附 則

この規程は、平成30年3月30日から施行する。

附 則

この改正後の規程は、令和元年6月6日から施行し、平成31年4月1日から適用する。

様式第1号（第1条関係）

人吉球磨観光地域づくり協議会 入会申込書

人吉球磨観光地域づくり協議会会長 様

年 月 日

人吉球磨観光地域づくり協議会の目的に賛同し、貴協議会の規約及び諸規程を遵守することに同意のうえ、入会を申し込みます。

（フリガナ）

名称・氏名

※団体の場合は名称

所在地

〒 _____

代表者

※団体の場合

役 職

（フリガナ）

氏 名

担当者

※団体の場合

所属・役職

（フリガナ）

氏 名

電 話 _____

F A X _____

E-mail _____

HPアドレス _____

様式第2号（第3条関係）

人吉球磨観光地域づくり協議会 退会届

人吉球磨観光地域づくり協議会会長 様

年 月 日

下記のとおり、人吉球磨観光地域づくり協議会を退会しますので、入会及び退会規程第3条の規定に基づき提出します。

名称・氏名

※団体の場合は名称

役 職

代 表 者

※団体の場合

氏 名

所属・役職

担 当 者

※団体の場合

氏 名

記

1 退会の理由

2 退会の期日

人吉球磨観光地域づくり協議会 事務局規程

(趣旨)

第1条 この規程は、人吉球磨観光地域づくり協議会（以下「協議会」という。）規約第14条第2項の規定に基づき、協議会の事務局（以下「事務局」という。）に関し、必要な事項を定めるものとする。

(職員)

第2条 事務局に事務局長、事務局次長及び事務局員を置く。

2 前項の職員は、人吉球磨広域行政組合及び熊本県県南広域本部球磨地域振興局の職員から、協議会の会長（以下「会長」という。）が任免する。

(職務)

第3条 事務局長は、会長の命を受けて協議会の事務を掌理し、職員を指揮監督する。

2 事務局次長は、事務局長を補佐し、事務局長に事故があるときは、その職務を代理する。

3 事務局員は、上司の命を受けて担当の事務を処理する。

(会長の決裁)

第4条 次の各号に掲げる事項については、会長の決裁を受けなければならない。

- (1) 理事会が承認した事項の執行で特に重要なもの関すること
- (2) 協議会運営に係る重要な方針に関すること
- (3) 予算の編成及び決算に関すること
- (4) 理事会の運営に関すること
- (5) 規約及び規程等の制定改廃に関すること
- (6) 職員の人事に関すること
- (7) 常務理事の服務に関すること
- (8) 海外への出張及び復命に関すること
- (9) 150万円を超える業務の委託及び75万円を超えるその他の契約に関すること
- (10) その他特に重要な事項に関すること

2 会長に事故があるときは、あらかじめ会長が定めた順序により、副会長の決裁を受けなければならない。

(常務理事等の専決)

第5条 常務理事、業務執行理事及び事務局長は、次の各号に掲げる事項を専決することができる。ただし、重要又は異例と認められる事項については、この限りでない。

(1) 常務理事の専決事項

ア 事務局長の服務に関すること

イ 理事及び事務局長等の出張及び復命に関すること（海外への出張及び復命を除く。）

ウ 事務局長の休暇及び職務専念義務免除に関すること

- エ ブランド戦略本部、上球磨ブランド戦略会議及び下球磨ブランド戦略会議の会議に係る招集、議案提出、協議及び報告等に関する事
 - オ プロポーザル選定委員会に係る招集及び議案提出等に関する事
 - カ 事業計画に定める補助金等の申請及び事業完了報告に関する事
 - キ 事業計画に定める業務委託の受託及び業務完了報告に関する事
 - ク 協議会助成金の交付決定及び確定に関する事
 - ケ 150万円以下の業務の委託及び75万円以下のその他の契約に係る契約に関する事
 - コ 定例監査に関する事
 - サ その他重要な事項に関する事
- (2) 業務執行理事の専決事項
- ア 担当する事業の執行に関する事
 - イ 担当する事業ワーキンググループの会議に係る招集、議案提出、協議及び報告等に関する事
 - ウ 担当する事業に係るWeb、SNS、発行物等の編集に関する事に関する事

(3) 事務局長

- ア 職員の事務分掌に関する事
 - イ 職員の服務に関する事
 - ウ 職員の出張及び復命に関する事（海外への出張及び復命を除く。）
 - エ 職員の休暇及び職務専念義務免除に関する事
 - オ 職員の時間外勤務及び休日勤務に関する事
 - カ 法令、規約、規程等に基づく諸事務手続きに関する事
 - キ 事務の連絡、照会、回答、報告及びその他定例的な事務の処理に関する事
 - ク 文書の取扱い及び処理に関する事
 - ケ 公印の使用及び印影の印刷に関する事
 - コ 収支予算の執行管理に関する事
 - サ 収入予算に係る経理及び決算に関する事
 - シ 100万円以下の業務の委託及び50万円以下のその他の契約に係る契約に関する事
- 2 常務理事、業務執行理事及び事務局長は、前項の規定により専決した事項のうち必要があると認められるものについては、当該専決事項の内容を会長に報告しなければならない。

(総務担当業務執行理事等の代決)

第6条 常務理事が不在のときは、総務部門を担当する業務執行理事が常務理事の権限に属する事務を代決することができる。

- 2 事務局長が不在のときは、事務局次長がその事務を代決することができる。
- 3 事務局次長は、代決した事務については、事務局長に報告しなければならない

い。

(文書の記号及び番号)

第7条 文書には、記号及び番号を付さなければならない。ただし、軽易な文書については、これを省略することができる。

2 記号は、「人球観地協第 号」とし、番号は、毎年4月1日に始まり、翌年3月31日に終わる。

(文書の処理)

第8条 前条に定めるもののほか、文書の取扱い及び処理については、人吉球磨広域行政組合文書規程(平成18年規程第2号)の例による。

(公印)

第9条 事務局で使用する公印の名称、形状、寸法、書体及び印材・個数は、別表のとおりとする。

2 公印は、事務局長が保管する。

3 儀式文等で公印を押すことが適当でないもの及び照会、回答、請求、報告、協議、申請、送付、通知、依頼等の文書(権利、義務に関するものを除く。)で、公印を押さなくてもその真実性又は同一性が確保できると認められる文書については、公印の押印を省略することができるものとする。この場合において、会長名の下に、記入することが適当でないものを除き「公印省略」の文字を付さなければならない。

4 前三項に定めるもののほか、公印の作成、改廃及び使用等については、人吉球磨広域行政組合公印規程(平成元年規程第3号)の例による。

(服務)

第10条 職員の服務は、熊本県広域本部球磨地域振興局の職員から任命された者を除き、人吉球磨広域行政組合の職員の例による。

(旅費)

第11条 次に掲げる者が協議会の用務のため旅行した場合には、旅費を支給することができる。

(1) 協議会の会員及び会員を構成する者

(2) ブランド戦略本部、事業ワーキンググループ、ブランド戦略会議及び市町村チームの構成員

(3) 事務局の職員

(4) 協議会が旅行を依頼した者

2 旅行命令及び旅費の計算等については、人吉球磨広域行政組合職員等の旅費に関する条例(平成元年条例第16号)の例による。ただし、海外への旅行等特別な場合は、この限りではない。

3 旅行を終えた場合は、速やかにそのてん末を会長に報告しなければならない。

(会計の処理の基準)

第12条 協議会の会計に関しては、この規程に定めるもののほか、人吉球磨広域行政組合の例による。

(会計責任者)

第13条 事務局に出納その他の会計事務を処理するため、会計責任者を置く。

2 会計責任者は、事務局長をもって充てる。

(収入及び支出)

第14条 収入については、速やかに調定を行い、それに基づき収納する。

2 支出については、支出命令書により行う。支出負担行為については、これを要しない。

3 契約の方法については、売買、賃借、請負その他の契約は、随意契約の方法により締結することができる。

(収入及び支出の審査)

第15条 会計責任者は、収入及び支出についてその適否を審査し、収入及び支払いを決定しなければならない。

(帳票の様式)

第16条 事務処理に必要な様式は、事務局長が別に定める。

(予算)

第17条 事務局長は、予算を編成しようとするときは、事業計画案及び予算案を作成し、理事会(観地協規約第10条の規定による会議をいう。以下同じ。)の承認を受けなければならない。

2 事務局長は、予算の調整後に生じた理由に基づいて、既存の予算に追加その他の変更を加える必要が生じたときは、補正予算案を作成し、理事会の承認を受けなければならない。

3 予算は、予算科目に従って区分するものとする。

(出納閉鎖)

第18条 会計年度に属する出納は、翌年度の4月30日をもって閉鎖する。

(金融機関の指定)

第19条 現金の出納は、会長が指定する金融機関を通じて取り扱うものとする。

(決算)

第20条 事務局長は、出納に関する事務が完了したときは、速やかに収支決算書を作成し、証書類とあわせて監査を受けなければならない。

(余剰金)

第21条 各会計年度において、余剰金が生じたときは、翌年度の収入に編入するものとする。

(委任)

第22条 この規程に定めるもののほか、事務局の事務処理については、必要に応じて会長が別に定める。

附 則

この規程は、令和元年6月6日から施行し、第7条第2項の規定を除き平成31年4月1日から適用する。

附 則

この規程は、令和2年4月1日から施行する。

別表（第9条関係）

公印の名称	形 状	寸 法	書 体	印材	個数
人吉球磨観光地域づくり協議会長印	正方形	21ミリ	隸書体	つげ	1
人吉球磨観光地域づくり協議会長印	正方形	23ミリ	隸書体	ゴム	1
人吉球磨観光地域づくり協議会長職務代理者印	正方形	23ミリ	隸書体	ゴム	1

人吉球磨ブランドロゴマーク使用取扱規程

(趣旨)

第1条 この規程は、人吉球磨ブランドロゴマーク(以下「ロゴマーク」という。)を使用する場合の取扱いに関し、必要な事項を定める。

(使用承認申請)

第2条 ロゴマークを使用しようとする者(以下「申請者」という。)は、あらかじめロゴマーク使用申請書(別記第1号様式)に必要な書類を添付して、人吉球磨観光地域づくり協議会(以下「観地協」という。)に提出し、その承認を受けなければならない。

(使用の承認)

第3条 観地協は、前条の規定による申請があった場合には、申請の内容を審査し、次の各号のいずれかに該当するときは除き、使用を承認するものとする。

- (1) 人吉球磨地域の品位を傷つけ、又は正しい理解の妨げになるとき。
- (2) ロゴマークを第5条に規定する使用上の遵守事項に基づき使用せず、又は使用しないおそれのあるとき。
- (3) 法令若しくは公序良俗に反し、又は反するおそれのあるとき。
- (4) 特定の個人、政党、宗教団体を支援若しくは公認しているような誤解を与え、又は与えるおそれのあるとき。
- (5) 観地協の事業又は観地協が認めた関連事業を推進する上で支障となるおそれがあるとき。
- (6) 消費者や利用者の利益を害すると認められるとき。
- (7) その他観地協が不相当と認めたとき。

2 前項に規定する承認は、観地協のロゴマーク使用(変更)承認通知書(別記第2号様式)により申請者に通知するものとする。

3 前2項の規定にかかわらず、ブランド戦略本部が特に認める団体等が使用する場合は、使用の承認に係る手続は不要とする。

(使用料)

第4条 ロゴマークの使用料は、当面の間無料とする。

(使用上の遵守事項)

第5条 第3条の規定による使用承認を受けてロゴマークを使用する者(以下「使用者」という。)は、デザインガイドライン及び次の各号に掲げる事項を遵守しなければならない。

- (1) 承認された用途のみに使用し、観地協が指示する使用条件に従うこと。
- (2) ロゴマークを使用する権利を第三者に譲渡し、又は転貸しないこと。
- (3) 期間を遵守すること。
- (4) ロゴマークのイメージを損なう使用をしないこと。
- (5) ロゴマークを商品に使用する場合は、販売状況の調査に協力すること。

(完成品の提出)

第6条 使用者は、承認に係る物品等の完成品(完成品の提出が困難と認められる

ものについては、その写真など外観がわかるもの)を当該物品等の完成後速やかに観地協に提出しなければならない。

(承認内容の変更)

第7条 使用者が、承認された内容について変更しようとするときは、あらかじめロゴマーク使用承認変更申請書(別記第3号様式)を観地協に提出し、その承認を受けなければならない。

2 前項に規定する承認は、ロゴマーク使用(変更)承認通知書(別記第2号様式)により申請者に通知する。

(承認の取消し)

第8条 観地協は、ロゴマークの使用がこの規程又は承認内容に違反していると認められた場合は、当該承認を取り消すことができる。

2 前項の承認の取消しは、ロゴマーク使用承認取消通知書(別記第4号様式)により申請者に通知する。

3 前2項の規定により承認を取り消された者は、承認取消しの通知があった日以降、当該承認に係るロゴマークの使用、配布及び掲示等をしてはならない。

(責任の制限)

第9条 前条の規定により、ロゴマークの使用承認を取り消した場合、使用承認を取り消された者又は第三者に損害が生じても、観地協はその責めを負わない。

2 ロゴマークの使用承認を受けた者がロゴマークの使用によって第三者に対して損害又は損失を与えた場合でも、観地協は、損害賠償、損失補償その他法律上の責任を一切負わない。

(補則)

第10条 この規程に定めるもののほか、ロゴマークの使用に関して必要な事項は、ブランド戦略本部が別に定める。

附 則

この規程は、令和元年5月1日から施行する。

附 則

この規程は、令和2年4月1日から施行する。

第1号様式（第2条関係）

人吉球磨ブランドロゴマーク使用申請書

年 月 日

人吉球磨観光地域づくり協議会 会長 様

申請者 住 所 〒
団体名
(氏 名)
代表者役職氏名 印
(担当者氏名)
電 話
E-mail

人吉球磨ブランドロゴマークの使用について、承認を受けたいので申請します。

使 用 目 的		
使 用 内 容		
使 用 期 間 (最長3年間)		年 月 日から 年 月 日まで
商 品 販 売 の 場 合	製 品 名	
	製品の形状等	
	製 作 単 価	円
	製 作 数 量	
	販 売 単 価	円

※ 申請者の概要及びロゴマークの使用イメージがわかる資料を添付してください。

第2号様式（第3条関係）

人吉球磨ブランドロゴマーク使用（変更）承認通知書

年 月 日

様

人吉球磨観光地域づくり協議会
会長 印

年 月 日付けで（変更）申請のありました人吉球磨ブランドロゴマークの使用については、人吉球磨ロゴマーク使用取扱規程第3条第1項の規定に基づき審査した結果、下記のとおり承認します。

記

1 承認内容

2 承認番号

3 使用期間

第3号様式（第7条関係）

人吉球磨ブランドロゴマーク使用承認変更申請書

年 月 日

人吉球磨観光地域づくり協議会 会長 様

申請者 住 所 〒

団体名

(氏 名)

代表者役職氏名

印

(担当者氏名

)

電 話

E-mail

年 月 日付け承認番号第 号で承認を受けた人吉球磨ブランド
ロゴマークの使用について、変更の承認を受けたいので申請します。

(変更内容)

- ※ 変更前の使用承認通知書を添付してください。
- ※ 変更前と変更後を対比して記入してください。

第4号様式（第8条関係）

人吉球磨ブランドロゴマーク使用承認取消通知書

年 月 日

様

人吉球磨観光地域づくり協議会
会長 印

年 月 日付けで（変更）申請のありました人吉球磨ブランドロゴマークの使用については、下記の理由により使用承認を取り消します。

記

（取消理由）

人吉球磨ブランドロゴマーク使用取扱規程の運用について

人吉球磨ブランドロゴマーク使用取扱規程（令和元年）の運用は、次のとおりとする。

第3条第1項に定める審査については、申請者住所に記載の市町村担当課長および事務局が行うものとする。

第3条第3項に定める「ブランド戦略会議が特に認める団体等が使用する場合」については、以下のとおりとする。

- 1 名刺に使用する場合
- 2 観地協会員が営利を目的としない印刷物又はホームページに使用する場合

附 則

この運用は、令和2年4月1日に施行し、令和2年4月1日から適用する。

附 則

この運用は、令和2年6月1日に施行し、令和2年6月1日から適用する。

人吉球磨観光地域づくり協議会が発注する契約に関する プロポーザル方式等の実施に関する指針

(趣旨)

第1条 この指針は、人吉球磨観光地域づくり協議会（以下「観地協」という。）が発注する契約に関し、プロポーザル方式又はコンペ方式（以下「プロポーザル方式等」という。）により契約者等を選定し、地方自治法施行令（昭和22年政令第16号）第167条の2の規定に準じ随意契約を行う場合の手続について、必要な事項を定める。

(定義)

第2条 この指針において、次の各号に掲げる用語の意義は、当該各号に定めるところによる。

- (1) プロポーザル方式 対象業務に対する発想、課題解決方法、取組体制等の提案を審査し、観地協にとって最も適切な創造力、技術力、経験などをもつ事業者を選定する方法をいう。
- (2) コンペ方式 対象業務に関する具体的な企画提案を審査し、観地協にとって最も優れた企画案を選定する方法をいう。
- (3) 契約者等 プロポーザル方式又はコンペ方式により選定される事業者又は企画案をいう。

(対象業務)

第3条 プロポーザル方式又はコンペ方式（以下「プロポーザル方式等」という。）により契約者等を選定できる業務は、次の事項に該当する業務とする。

- (1) 管理・運營業務
- (2) 情報システム開発業務
- (3) その他プロポーザル方式等により執行することが適当と認められる業務

(実施手順)

第4条 プロポーザル方式等により契約者等を選定する場合は、次により行うものとする。

- (1) プロポーザル方式等の採用については、プロポーザル方式等が当該事業の業者選定に際して最もふさわしい方式であるかどうかを十分検討し、採用する具体的な理由、期待できる効果、事業スケジュール、審査方法等の概要をより具体的な実施方法をまとめた実施要領を策定するものとする。
- (2) 前号の実施要領に規定する内容は、次に掲げる事項とする。
 - ア 当該事業の目的及び概要
 - イ プロポーザル方式等の採用の具体的な理由とその導入効果
 - ウ 当該事業の全体スケジュール、契約者等決定までの事務手順
 - エ 契約者等の選定方法
 - オ 公募する場合は、公募条件、応募期間及び申込方法

カ 提案依頼の内容と提案書作成要領(提案書の様式・部数、提出方法、提出期限、記入上の注意事項等)

キ 審査方法及び審査基準

ク その他必要な事項

(選定委員会の設置)

第5条 契約者等の選定を公平かつ適正に行うため、対象業務ごとに選定委員会を設置するものとする。

2 選定委員会の所掌事項は、審査方法及び審査基準の策定並びに契約者等の選定に係る審査とする。

3 選定委員会の委員は、ブランド戦略本部構成員のうち協議会負担金を拠出する会員及び事務局を置く会員の担当課長等のうちから5人以上を会長が任命する。

4 前項の規定にかかわらず、審査を行う上で会長が特に学識経験者等を必要と認める場合は、ブランド戦略本部構成員のうち協議会負担金を拠出する会員及び事務局を置く会員の担当課長等以外の者を委員とすることができる。

5 選定委員会は、当該業務に対する申込者の意欲や理解力及び提案内容をより理解するため、必要に応じてヒアリングやプレゼンテーション、デモンストレーション等の審査を行うものとする。

(審査基準の策定)

第6条 選定委員会は、審査方法及び審査基準を策定するに当たっては、次に掲げる事項を考慮してこれを行うものとする。

(1) 審査項目は、対象業務ごとに適切に定めること。

(2) 審査項目ごとに点数化するなど客観的な評価を行うこと。

(3) 審査項目ごとの配点は、当該業務の内容に応じて適切に定めること。

(募集要項の策定)

第7条 プロポーザル方式等の対象事業者の選定を公募により行う場合は、参加者を募るための募集要項を策定するものとする。

2 募集要項に必要な項目は、概ね次のとおりとする。

(1) 業務の概要

(2) 参加資格条件

(3) 選定条件

(4) 申込み・受付方法、場所、受付期間等

(5) 提出書類

(6) 提案書の内容及び様式並びに記入上の注意事項

(7) 提出方法、提出期限及び提出先

(8) 審査方法及び審査基準

(9) 募集期間から提案書の提出、審査結果の通知、契約までの全体スケジュール等

(プロポーザル等の実施の公表)

第8条 前条の規定により公募を行う場合は、プロポーザル方式等の実施について公示するとともに人吉球磨観光地域づくり協議会ポータルサイト等を活用し、募集を行うものとする。

2 公募期間については、公募する業務や提案内容を考慮し、相当の期間を設けなければならない。

(審査結果の通知)

第9条 審査結果については、契約相手先が決定後、速やかに原則として全者へ通知するものとする。

(雑則)

第10条 この指針に定めるもののほか必要な事項は、会長が別に定める。

附 則

この指針は、平成30年5月25日から施行する。

附 則

この改正後の指針は、令和元年6月6日から施行し、平成31年4月1日から適用する。

(規約改正による名称変更、チーム及び部会設置規程の施行等によるもの。)

附 則

この改正後の指針は、令和2年4月1日から施行する。

(規約改正によるチーム及び部会設置規程の廃止によるもの。)

2 取組方針

< 目 次 >

・人吉球磨観光地域づくりに係る取組方針	2－ 1
・観光地域づくり戦略	2－ 2
・観光地域づくり事業展開における施策体系	2－ 8
(参考) 人吉球磨ブランド戦略2025	2－10
・人吉球磨ブランドロゴマークデザインガイドライン	2－11
・BASiCS インバウンド戦略	2－21

人吉球磨観光地域づくりに係る取組方針

(平成31年3月26日理事会承認)

(令和2年3月31日理事会承認)

将来ビジョン策定のためのワーキング会議（以下「ワーキング会議」という。）から報告があった「人吉球磨を日本を代表する地域にする。－地域が一体となった観光地域づくりを目指して－」について、本協議会は、人吉球磨10市町村の地域再生計画「人吉球磨10市町村が一体となった地域連携DMOによる観光地域づくりプロジェクト」の認定を受けて、以下のとおり取り組む。

1 観光地域づくり戦略について

ワーキング会議が取りまとめた「観光地域づくり戦略」については、地域再生計画の認定を受けて一部改定を行い、本協議会の戦略として実行していきます。

2 観光地域づくり事業展開について

ワーキング会議が取りまとめた「観光地域づくり事業展開」については、地域再生計画に基づき事業化していきます。

3 ロゴマークについて

ワーキング会議が取りまとめた「ロゴマーク」については、人吉球磨ブランドロゴマークとして使用していきます。

これに伴い、平成27年度に人吉球磨地域観光推進協議会が作成した観光PRロゴマークについては、順次、新ロゴマークに変更していきます。

また、平成29年度に人吉球磨日本遺産活用協議会が作成した日本遺産人吉球磨ロゴについては、構成文化財において使用するものとします。

人吉球磨観光地域づくり協議会 観光地域づくり戦略

ワーキング会議が取りまとめた「観光地域づくり戦略」については、本協議会の戦略として実行していく。

1. 基本理念

人吉球磨は、若者の人口流出などによって基幹産業である1次産業の高齢化が進み、担い手不足の結果、耕作放棄地が拡大する等、地方特有の課題を抱えています。

また、これまで様々な地域活性化策が講じられてきましたが、10市町村のうち人口1万人未満の自治体が7町村と小規模であり取組の限界もあります。

しかし、幸いにも長い年月の中で先人達が築き上げた豊かな文化が大きな遺産として受け継がれており、この地域そのものが誇りと愛着が持てる観光資源として大きな価値となっています。

この価値を活かして、マーケティングを組み合わせた観光に民間事業者主体で地域が一体となって取り組むことにより、地域経済の活性化や雇用の拡大につながり人吉球磨全体に短期的、長期的にインパクトを与え続けられる解決策となります。

地域が一体となって観光地域づくりに取り組むことにより、日本有数の観光地として活気と潤いのある地域となり、人吉球磨を日本を代表する地方にすることを目指します。

【基本理念】

人吉球磨を日本を代表する地方にする。

—地域が一体となった観光地域づくりを目指して—

2. 目指す姿（ビジョン）

基本理念を実現するためには、地域の人々が人吉球磨に誇りと愛着を持ち、自らが行動して「共創」をつくらなければなりません。

また、日本有数の観光地を目指して、国内観光需要縮小等の環境変化に対応し、マーケットニーズを捉えた戦略により差別化を図り、競争力を高め、稼ぐ力により人吉球磨の経済発展、雇用の促進につなげていきます。

一人一人が人吉球磨を変えていくという志のもと、自分達が人吉球磨を創り、共に動かしているという誇りと愛着「P r i d e」を持ち、観光を持続的発展を支える産業として位置づけて、人吉球磨が一体となった観光地域づくりを推進していきます。

【目指す姿】

人吉球磨への誇りと愛着を持ち

共創による稼ぐ力

Hitoyoshi Kuma Pride

-
- *ビジョンとは、観光地域づくりで、将来こうあって欲しいという理想像（ビジョン、理念）が描かれるとともに、地域の一人一人が実践していく指標となるものです。
 - *「共創」とは、多様な立場の人たちと対話しながら新しい価値を「共」に「創」り上げていくこと。消費者（顧客）、民間事業者、団体、地域社会、行政機関を巻き込みながらプロジェクトを進めていくこと。商品を開発・改善したり、広めたりするためのマーケティング手法として、近年の地域戦略において重要とされています。

3. 基本方針

観光を人吉球磨の持続的発展を支える産業としていくため、民間が主導となり観光による「稼ぐ力」を高め、官民の多様な主体の参画による「共創力」を基盤とする地域経営の視点に立った取組を行っていきます。

基本方針 1

民間主導の観光地域づくりによる「稼ぐ力」の強化

人口減少や国内観光需要の縮小等の環境の変化に対応していくため、民間主導でマーケティング視点に立った観光地域づくりを行っていきます。

また、情報の一元化を行うなど地域が一体となった観光地域づくりに取り組むことで地域の稼ぐ力の強化を図っていきます。

基本方針 2

地域の「共創力」による観光地域づくりの推進

地域の稼ぐ力を引き出すため、地域連携DMOとして官民一体型の観光地域づくりを推進していきます。

また、持続性のある観光地域づくりとするため、科学的なデータ分析によるPDCAサイクルの運用を確立していきます。

*DMOとは、(Destination Management/ Marketing Organizationの頭文字の略)観光物件、自然、食、芸術・芸能、風習、風俗など当該地域にある観光資源に精通し、地域と協同して観光地域づくりを行う法人のこと。

*観光庁が規定した日本版DMO

地域の「稼ぐ力」を引き出すとともに地域への誇りと愛着を醸成する「観光地経営」の視点に立った観光地域づくりの舵取り役として、多様な関係者と協同しながら、明確なコンセプトに基づいた観光地域づくりを実現するための戦略を策定するとともに、戦略を着実に実施するための調整機能を備えた法人のこと。

4. 国内誘客及び国外誘客に係るマーケティング戦略

民間主導でマーケティング視点に立った観光地域づくりを推進するに当たっては、中小企業診断士佐藤義典氏が提唱するBASICSのフレームワークを用いて、国内誘客及び国外誘客に係るマーケティング戦略をBattle Field（戦場）、Asset（資源）、Strength（強み）、Customer（顧客）及びSelling Message（メッセージ）の5つの要素に整理し、実行していきます。

要素	国内誘客	国外誘客
Battle Field (戦場)	① 鹿児島 ② 宮崎 ③ 熊本市 ④ 福岡 ※主なマーケットとして本地域から車で1.5時間内の圏域（約200万人）	霧島、指宿、高千穂（南九州） ※最寄りの鹿児島空港との直行便がある台湾、香港等からのインバウンドが多く訪れる観光地
Asset (資源)	人吉球磨全体における 歴史建造物／神社仏閣群／相良家歴史／自然／温泉／球磨焼酎 ※国宝青井阿蘇神社をはじめ歴史を物語る数多くの重要文化財等、日本三大急流の球磨川、13年連続水質日本一を誇る清流川辺川、球磨川沿いを中心に数多く点在する温泉、米を原料とする球磨焼酎等の地域資源	
Strength (強み)	神秘的リセット体験／ 歴史・宗教的学び 歴史・宗教的アクティビティ ※Asset（資源）に基づく他の地域では体験できない付加価値（新たに開発する商品）	浄化、癒し、加護、昇華 ※Asset（資源）に基づく他の地域では体験できない付加価値（新たに開発する商品）
Customer (顧客)	20～40代女性 シニアカップル ファミリー ※Strength（強み）が最も効果的に発揮できる層	台湾、香港、上海 東南アジア（シンガポール、タイ、マレーシア） 日本大好きリピーター、年収が高い、女性二人組み（20～30代）、夫婦（40～50代） ※Strength（強み）が最も効果的に発揮できる層
Selling Message (メッセージ)	人吉・球磨 風水・祈りの浄化町 ※Customer（顧客）に向けた「売り文句」として民間事業者等で構成するワーキング会議で決定	

5. 数値目標（K P I）設定の考え方

地域が一体となって誇りと愛着を持ち地域の稼ぐ力を備えた観光地域づくりを推進し、P D C Aサイクルを確実に運用することで目指す姿（ビジョン）を実現します。

この目標を評価する数値目標として「重要目標達成指標」を設定し、地域の稼ぐ力による地域経済波及効果を計る「観光消費額」と、誇りと愛着の高揚を示す「地域住民の誇りと愛着」とします。

重要目標達成指標
<ul style="list-style-type: none"> ・ 観光消費額 ・ 地域住民の誇りと愛着

「重要目標達成指標」を達成するための数値目標として「地域K P I」及び「事業K P I」の2段階の目標を設定し、評価指標として体系的に整理します。

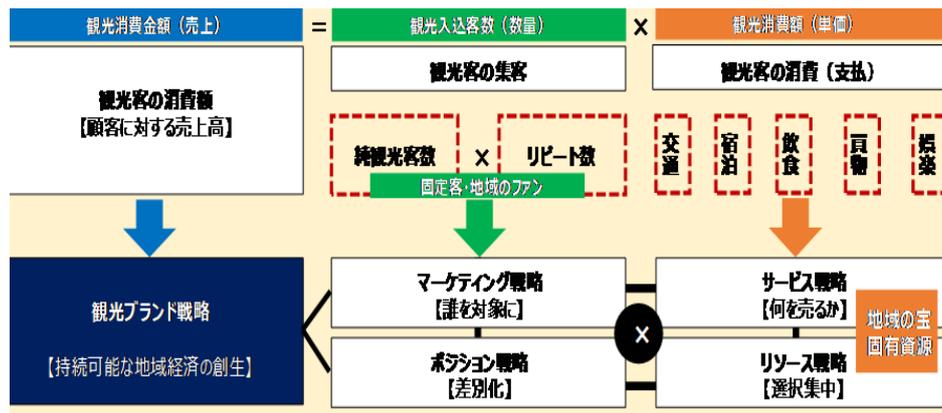
「地域K P I」の数値目標設定に当たっては、地域の稼ぐ力を最大限引き出すため、観光客を増やすことに加え、リピーターにつながる満足度を高めることを指標とします。

また、域外の観光客から得られる観光消費額拡大に向けて、外国人延べ宿泊者数やデジタルプロモーションの充実など、人吉球磨10市町村の地域再生計画を踏まえた指標を設定します。

地域K P I	
<ul style="list-style-type: none"> ・ 宿泊者一人1日当たり 観光消費額 ・ 延べ宿泊者数 ・ 日帰者一人1日当たり 観光消費額 ・ 延べ日帰者数 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 外国人延べ宿泊者数 ・ 旅行者満足度 ・ 旅行者リピーター率 ・ 公式サイトへのアクセス数 (P V) ・ 公式フェイスブックの ファン数 (いいね！)

「事業K P I」の数値目標設定に当たっては、今後、地域連携DMOの事業計画の具体化にあわせて事業毎に指標を設定し、目標達成に貢献していきます。

【参考資料】



(株) J T B、(株) グローカルプロジェクトにて作成

- * P D C Aとは、プロジェクトを効率的、効果的に進めていくため、Plan(計画)・Do(実行)・Check(評価)・Action(改善)を繰り返すことによって、継続的に改善していく手法のことです。
- * 重要目標達成指標とは、組織やプロジェクトが達成すべき目標を定量的な指標で表したものです。抽象的な理念や目的のようなものではなく、「いつ、どの指標がどのレベルに到達したら目標達成とみなすのか」を定義したものです。
- * K P Iとは、Key Performance Indicator の略で推進目標の達成度を評価するための主要業績評価指標のことです。

6. 推進期間

長期的な視点を持ちつつ、第2次人吉球磨定住自立圏共生ビジョンの計画期間との整合性を考慮して、2024年度を目標年度とします。

また、近年、観光地域づくりを取り巻く環境は大きく変化していることから、3年度毎に第1期、第2期を設定し、中間年にあたる2021年度に目標の達成状況についての中間評価を行い、以降の観光地域づくり推進の方向性を明らかにするものとします。

なお、人吉球磨が一体となった観光地域づくりの実現に向けて、年度毎の進捗状況を点検し、必要な見直しを行っていきます。

<p>【 推進期間 】</p> <p>2019年度～2024年度</p>
<p>【 第1期 】</p> <p>2019年度～2021年度（3か年度）</p>
<p>【 第2期 】</p> <p>2022年度～2024年度（3か年度）</p>

7. 目標値

重要目標達成指標及び地域KPIの目標値について、(1)、(2)のとおり設定します。

なお、事業KPIの目標値については、地域連携DMOの毎年度の事業計画において設定します。

(1) 重要目標達成指標

数値目標指標	現状値	R2年度 増加分	R3年度 増加分	R4年度 増加分	R5年度 増加分	R6年度 増加分	目標値 (R6年度)
観光消費額 (百万円)	R2年度観地協調査から日帰者も調査対象に加えて現状値を把握のうえ、 R3年度以降の数値目標を設定する。						
前年比 (%)							
地域住民の 誇りと愛着 (%)	55.6	2.2	2.3	2.4	2.5	2.6	67.6
前年比 (%)	R元年度 観地協調査	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	(21.6)

(2) 地域KPI

数値目標指標	現状値	R2年度 増加分	R3年度 増加分	R4年度 増加分	R5年度 増加分	R6年度 増加分	目標値 (R6年度)
宿泊者一人1日当たり 観光消費額 (円/人)	15,554	700	732	765	799	835	19,385
前年比 (%)	H29年 県観光統計	4.5	4.5	4.5	4.5	4.5	(24.6)
延べ宿泊者数 (千人)	230	6	6	6	6	7	261
前年比 (%)	H30年 観地協調査	2.4	2.4	2.4	2.4	2.4	(13.4)
日帰者一人1日当たり 観光消費額 (円/人)	R2年度観地協調査によって現状値を把握し、R3年度以降の数値目標を設定する。						
前年比 (%)							
延べ日帰者数 (千人)	R2年度観地協調査によって現状値を把握し、R3年度以降の数値目標を設定する。						
前年比 (%)							
外国人 延べ宿泊者数 (千人)	13	0.4	0.4	0.4	0.5	0.5	15.2
前年比 (%)	H30年 観地協調査	2.4	2.4	2.4	2.4	2.4	(16.9)
旅行者満足度 (%)	88.8	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	90.3
前年比 (%)	R元年度 観地協調査	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	(1.7)
旅行者 リピーター率 (%)	65.4	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	70.4
前年比 (%)	R元年度 観地協調査	1.5	1.5	1.5	1.5	1.5	(7.6)
公式サイト のアクセス数(PV) (千件/月)	16.5	3.3	4	4.7	5.7	6.8	41
前年比 (%)	R元年度 観地協調査	20	20	20	20	20	(148)
公式フェイスブック のファン数(いいね!) (件)	8,404	336	350	364	378	393	10,255
前年比 (%)	R元年度 観地協調査	4	4	4	4	4	(245)

観光地域づくり事業展開における施策体系

将来ビジョン策定のためのワーキング会議が取りまとめた「観光地域づくり事業展開」については、地域再生計画に基づき事業化していく。

基本方針1 民間主導の観光地域づくりによる「稼ぐ力」の強化

施策1

人吉球磨ブランド戦略の推進

民間主導で誇りと愛着が持てる観光資源を活かし、マーケティング手法を取り入れた人吉球磨ブランドを推進します。

観光客や消費者から選好される競争力を持った、魅力ある観光地域づくりを促進するためにブランド認知を高め、ブランドを構成する資源を磨き上げるとともに、これを体感できる商品を造成します。

施策2

ひとよし・くま旬夏秋冬キャンペーンの新たな展開

国内観光需要の縮小、モノ消費からコト消費への変化等の観光を取り巻く環境の変化に対応するため、多様なツーリズムが連携し民間主導でテーマ性を持った魅力ある着地型商品に磨き上げます。

また、季節毎の旅行者の動向やターゲット等にあわせた着地型商品を整理することで年間を通しての誘客を促進します。

施策3

市町村の枠を超えたデジタルプロモーションの実施

旅行者の動向が団体から個人へと変化する中、旅行者ニーズの多様化と変化のスピードに対応するため、デジタルを活用した情報発信や販売促進活動が重要となり、市町村の枠を超えてWebやSNS等のデジタルを活用したプロモーションを行います。

施策4

外国人のニーズを把握するマーケットインの視点でのインバウンド推進

国内観光市場が鈍化する中、増加する訪日外国人に向けて人吉球磨の資源を活かしたインバウンドに取り組むことで海外からの誘客を拡大していきます。

ターゲット市場を選定し、マーケットインの視点での着地型商品の開発や効果的な海外プロモーション、受入態勢の整備を行います。

基本方針2 地域の「共創力」による観光地域づくりの推進

施策 5**地域経営の視点に立った持続的な推進体制の確立**

観光地域づくりの推進役となる組織体制を構築し、地域連携DMOとして「共創力」による推進を行います。

推進に向けては、観光地域づくりの基礎となるシンクタンク機能を充実させるとともに、定住自立圏共生ビジョンに基づき事業を展開します。

また、持続的な推進を行うための財源を確保します。

施策 6**データの収集・分析とPDCAサイクルの運用**

科学的データに基づく質の高い観光地域づくりに向けて、来訪者のニーズにあった商品の造成や受入態勢の整備を行うため、人吉球磨一体でのデータ整備や調査・分析を行います。

また、調査、ICT、ビッグデータを活用した分析を基にPDCAの運用基盤を構築します。

施策 7**「おもてなし」のある受入態勢づくり**

観光地域づくりを担う人材についてDMO専門人材やガイド等を育成・確保するとともに、住民参加の着地型商品体験や子ども達への意識啓発などを通じて域内における観光地域づくりの機運を醸成します。

また、域内での交通機関等の連携や広域での他地域との連携を充実・向上させ、来訪者の快適な受入環境づくりに取り組みます。

-
- *モノからコト消費とは、観光市場が成熟し、旅行者の旅行に対する消費行動が商品やサービスの消費から、その地域での体験や経験に価値を見出す消費傾向に変化していること。
 - *SNSとは、「Social Networking Service」の略、趣味や職業、居住地域等の共通点を有する個人間のコミュニケーションを促進し、社会的なネットワークの構築を支援するインターネットを利用したサービス。SNSの種類では、「Twitter（ツイッター）」、「Facebook（フェイスブック）」、「Instagram（インスタグラム）」、「LINE（ライン）」等が有名。
 - *デジタルプロモーションとは、WebやSNS等を活用した情報発信。①「認知」、②「商品・サービスの購買に結びつけるための動機づけ」を行うために、顧客購買データやインターネット（技術）を活用して行うあらゆる販売促進活動のこと。
 - *ICTとは、情報処理および情報通信、つまり、コンピュータやネットワークに関連する諸分野における技術・産業・設備・サービスなどの総称。
 - *ビッグデータとは、観光行動及び行動に影響を与える周辺状況を含む大規模・多・複数情報源由来のデータ群を表す。観光の現象や行動原理等を総合的に解析することで、観光行動に関して多様な視点での把握が可能となる。

(参考) 人吉球磨ブランド戦略2025

【 BASiCS に基づく観光マーケティング戦略 】

Battlefield	[戦場・市場]	①鹿児島・宮崎 ②熊本市 ③福岡
Asset	[独自資源]	人吉球磨全体における歴史建造物・神社仏閣群 相良家歴史・自然・温泉・球磨焼酎
Strength	[強み]	神秘的リセット体験/歴史・宗教的学び 歴史的・宗教的アクティビティ
Customer	[顧客]	20～40代女性/シニアカップル/ファミリー
Selling Message	[メッセージ]	人吉・球磨 風水・祈りの浄化町

人吉球磨ブランド戦略2025 実施プラン

STEP 01

民間・若手にてマーケティング戦略構築。
ブランドコンセプト「人吉・球磨 風水・祈りの浄化町」を決定。

STEP 02

第1期(2019年度～2021年度)

ブランドコンセプト
「人吉・球磨 風水・祈りの浄化町」のもと、
食・お土産・アクティビティ・宿を人吉球磨域内に展開。

STEP 03

第2期(2022年度～2024年度)

東京に旗艦店(フラッグショップ)をオープン。

観光地域づくり、
つまり地域自体をブランド化し
日本を代表する地方へ!



人吉・球磨

風水・祈りの浄化町

デザインガイドライン

2019.3.20



人吉・球磨

風水・祈りの浄化町

ロゴマークについて

人吉城を想起させる石垣をモチーフに、その城壁に浮かび上がる三日月をシンボライズしました。三日月の中にある城の地図記号は、三日月の形をした人吉盆地の中での人吉城の場所を表しています。

●マーク



人吉・球磨

風水・祈りの浄化町

●基本カラー



●マーク



人吉・球磨
風水・祈りの浄化町



K 30%



K 80%



K 100%

●抜き



●単色ベタ



人吉・球磨
風水・祈りの浄化町



K 100%

●マーク



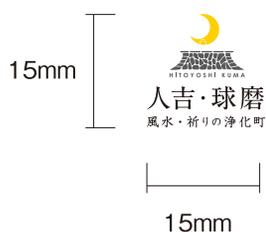
●禁止事項

- ・メッセージである「人吉・球磨 風水・祈りの浄化町」の書体は決められた書体、大きさ、配置で使用してください。書体の変更はできません。
- ・ロゴの見えづらい色で使用するはおやめください。
また、ロゴの背景に見えづらい色や、写真を使用する事はおやめください。



●最小使用サイズ

最小使用サイズとは、最低限の視認性を確保することができるサイズを示します。
最小使用サイズ未満で表示すると、つぶれ等により正しく再現できません。
最小使用サイズ未満では、使用しないでください。



●横組



人吉・球磨
風水・祈りの浄化町

●縦組



人吉・球磨
風水・祈りの浄化町

●横組



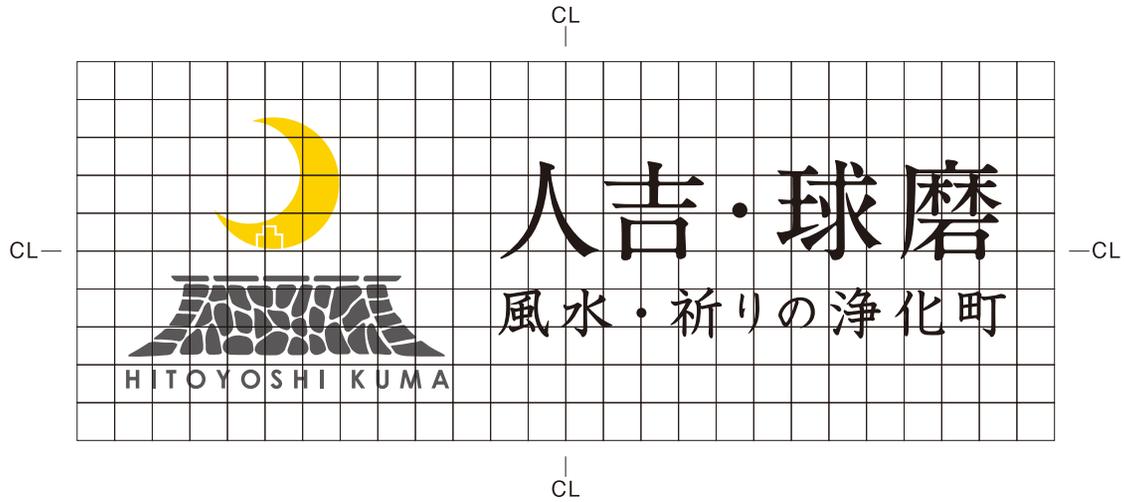
人吉・球磨
風水・祈りの浄化町

●縦組

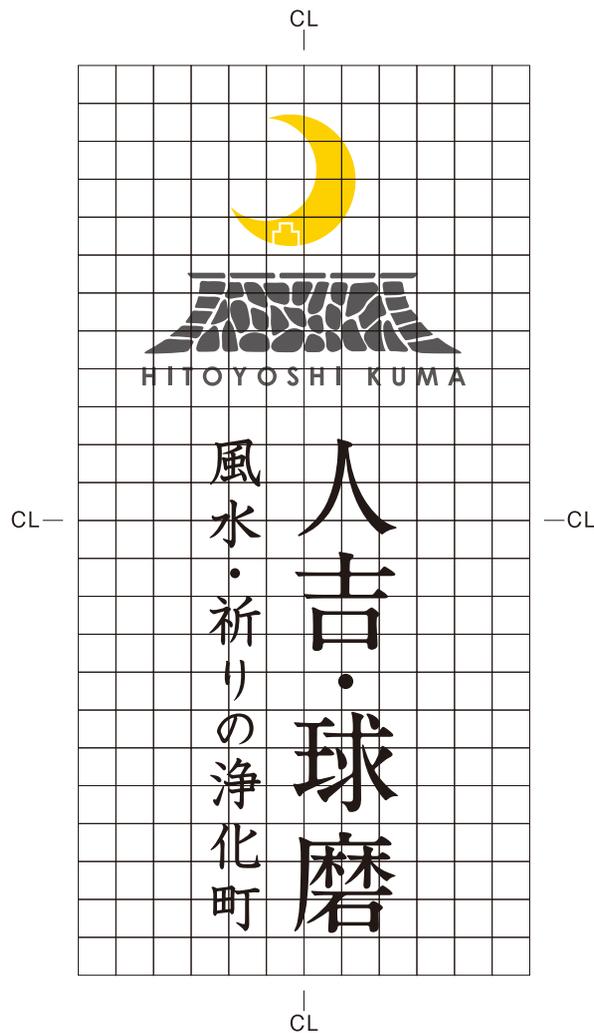


人吉・球磨
風水・祈りの浄化町

●横組



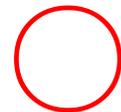
●縦組



● デザインガイドライン禁止事項追加

・ロゴマークのメッセージ「人吉・球磨 風水・祈りの浄化町」を切り離す行為は禁止します。

【使用例】



【禁止例】



人吉球磨観光地域づくり協議会 BASiCS インバウンド戦略

国内戦略「人吉・球磨 風水・祈りの浄化町」と同じ方向性でインバウンド戦略も考える。

<p>Battle Filed (戦場)</p>	<p>霧島、指宿、高千穂 (南九州) <理由> ・指宿と高千穂は南九州を周遊する際、人吉球磨地域とセットで組まれる。 ・その中でも、霧島は人吉球磨地域とどちらかで選ばれるため最大の競合先。</p>
<p>Asset (資源)</p>	<p>人吉球磨全体における 歴史建造物/神社仏閣群/相良家歴史/自然/温泉/球磨焼酎 <理由> ・国内のマーケティング戦略と同じ。資源は変わらないため。</p>
<p>Strength (強み)</p>	<p>浄化、癒し、加護、昇華 <理由> ・競合先にはないもの。 ・顧客を「日本大好きリピーター」かつ欧米豪も長期的に視野に入れているのであれば、ディープなものでもささる。 ・この強みに、自然体験アクティビティや食のダイバーシティを紐づけ。 ・今後、国内の戦略「風水・祈りの浄化町」の戦術を取り込んでいく。</p>
<p>Customer (顧客)</p>	<p>・台湾、香港、上海 ・東南アジア (シンガポール、タイ、マレーシア) ・日本大好きリピーター、年収が高い、女性二人組み (20～30代)、夫婦 (40～50代) <理由> ・最寄り空港から直行便がある国を主なターゲットとする。 ・人吉球磨地域には、訪日リピーターが訪れている。 ・直行便のある国を主なターゲットとするが、段階的に下記地域を目標としたい。 短期的・・・東アジア (リピーター作りの段階) 中期的・・・東南アジア (訪日旅行者の傾向として、次は東南アジア) 長期的・・・欧米豪 (目標)</p>
<p>Selling Message (メッセージ)</p>	<p>「風水・祈りの浄化町」(英語版)</p>

3 事業計画・収支予算

< 目次 >

- ・令和2年度事業計画書 3 - 1
- ・令和2年度収支予算書 3 - 10

人吉球磨観光地域づくり協議会 令和2年度 事業計画書

I 事業方針

本協議会は、平成30年度に定めた観光地域づくり戦略（推進期間：令和元年度～6年度）において、観光を人吉球磨の持続的な発展を支える産業と位置づけ、地域が一体となった観光地域づくりに取り組むことにより、戦略の基本理念に掲げた「人吉球磨を日本を代表する地方にする。」の実現を目指しています。

令和元年度には、人吉球磨10市町村が策定した第2次人吉球磨定住自立圏共生ビジョン（計画期間：令和2年度～6年度）の中で、本協議会が観光地域づくりの推進役に位置付けられるとともに、10市町村は独自の取組みとして観光地域づくりに取り組むことが明記されました。

また、観光地域づくりの推進に地方創生推進交付金を活用するため、10市町村が申請した地域再生計画「人吉球磨10市町村が一体となった地域連携DMOによる観光地域づくりプロジェクト」は、令和2年3月30日付けで内閣総理大臣の認定を受けたところです。

このため、令和2年度からは、観光地域づくり戦略に加え地域再生計画に基づき、個々の事業を展開しますが、第1に、民間主導のもと、マーケティングの視点に立った傘ブランド「人吉・球磨 風水・祈りの浄化町」に様々な地域資源を統合して新たな商品（食、お土産、アクティビティ、宿）を開発するとともに、国内外の消費者に訴求することにより、地域自体のブランド化に取り組みます。第2に、持続性のある観光地域づくりとするため、継続的なデータの収集・整備に加え、地域住民のおもてなしに係る機運醸成や周遊のための2次交通アクセスの確保など受入態勢づくりに取り組みます。

併せて、円滑な事業運営が図られるよう、事務局を含む組織・実施体制の見直しを実施します。

[数値目標 (K P I)]

数値目標指標	現状値	R 2 年度 増加分	R 3 年度 増加分	R 4 年度 増加分	R 5 年度 増加分	R 6 年度 増加分	目標値 (R 6 年度)
観光消費額 ☆○◎ (百万円)	R 2 年度観地協調査から日帰者も調査対象に加えて現状値を把握のうえ、 R 3 年度以降の数値目標を設定する。						
前年比 (%)							
地域住民の 誇りと愛着 ☆ (%)	55.6	2.2	2.3	2.4	2.5	2.6	67.6
前年比 (%)	R 元年度 観地協調査	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	(21.6)
宿泊者一人1日当たり 観光消費額 ★ (円/人)	15,554	700	732	765	799	835	19,385
前年比 (%)	H 2 9 年 県観光統計	4.5	4.5	4.5	4.5	4.5	(24.6)
延べ宿泊者数 ★◎ (千人)	230	6	6	6	6	7	261
前年比 (%)	H 3 0 年 観地協調査	2.4	2.4	2.4	2.4	2.4	(13.4)
日帰者一人1日当たり 観光消費額 (円/人)	R 2 年度観地協調査によって現状値を把握し、R 3 年度以降の数値目標を 設定する。						
前年比 (%)							
延べ日帰者数 (千人)	R 2 年度観地協調査によって現状値を把握し、R 3 年度以降の数値目標を 設定する。						
前年比 (%)							
外国人 延べ宿泊者数 ★ (千人)	13	0.4	0.4	0.4	0.5	0.5	15.2
前年比 (%)	H 3 0 年 観地協調査	2.4	2.4	2.4	2.4	2.4	(16.9)
旅行者満足度 ◎ (%)	88.8	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	90.3
前年比 (%)	R 元年度 観地協調査	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	(1.7)
旅行者 リピーター率 ◎ (%)	65.4	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	70.4
前年比 (%)	R 元年度 観地協調査	1.5	1.5	1.5	1.5	1.5	(7.6)

☆：観光地域づくり戦略の重要目標達成指標

○：人吉球磨定住自立圏共生ビジョンの成果指標

★：地域再生計画の重要業績評価指標

◎：観光庁日本版DMO法人の必須K P I

II 事業内容

- 1 地域の稼ぐ力強化事業 予算額 55,729 千円
(うち地方創生推進交付金対象事業経費 47,847 千円)

- (1) 魅力ある商品の開発 予算額 21,553 千円
(うち地方創生推進交付金対象事業経費 21,553 千円)

地域内に向けたプロモーションを展開し、地域内における傘ブランド「人吉・球磨 風水・祈りの浄化町」の認知度を高めるとともに、地域資源を統合して傘ブランドを体感できる魅力ある商品（食、お土産、アクティビティ、宿）を開発します。

また、サイクリング等のスポーツイベントや本地域を舞台とするアニメの聖地巡礼など多様なツーリズムを連携させ、テーマ性を持った着地型旅行商品に磨き上げます。

[主な取組]

- ア ブランドの認知度向上 予算額 11,237 千円

・令和元年度に引き続き佐藤義典アドバイザー及び大迫祥一郎アドバイザーと協働して、傘ブランドの認知度を高めるとともに、本協議会の個々の事業を展開します。

・地域住民が傘ブランドのファンとなって観光地域づくりの機運が高まるよう、地域住民向けの広報ツールとしてのポスター、各種グッズ等の製作・掲示・配布のほか、地元ミニコミ誌への広告掲載を行います。

- イ ブランド商品の開発 予算額 2,612 千円

・観光地域づくりの中核的な人材を育成するため、事業者等を対象として、傘ブランドの理念や商品開発のノウハウ等を学ぶ講習会のほか、ブランド商品開発に係る助成金交付制度の説明会を開催します。

・事業者等の商品開発を支援する助成金交付制度を令和元年度に引き続き運用します。

- ウ 着地型旅行商品の開発 予算額 7,704 千円

・個人や少人数グループの旅行者が増える中、旅行者の周遊を促すため、関係事業者が日帰り又は宿泊を組み込んだ旅行商品の開発・販売を実践する研修会を開催します。また、人吉温泉観光協会及び関係事業者等と連携して、旅行商品に係るクーポン券を開発します。

・相良三十三観音協議会及び（仮称）雛の宴協議会等と連携して、秋から春にかけて催行する旅行商品の受入環境を整備するとともに、宿泊プラン・ランチプランを充実します。

・（仮称）球磨焼酎蔵ツーリズム協議会と連携して、旅行者の周遊の動機付けとなるよう球磨焼酎を主軸に置いた旅行商品を開発・販売するとともに、焼酎ファンと消費の拡大を図ります。

・サイクルツーリズム環境の向上のため、人吉球磨地域サイクルツーリズム推進協議会や熊本県県南広域本部球磨地域振興局、J R九州等と連携して、サイ

クルトレインを運行します。また、サイクリングマップを多言語化（英語、中国語（繁体字、簡体字）、仏語、韓国語）するとともに公式サイトに掲載します。

・アニメの聖地づくりに向けて、人吉温泉観光協会と連携して、ロケ地マップを多言語化（英語、中国語（繁体字、簡体字）、韓国語）するとともに公式サイトに掲載します。また、アニメポスターやロケ地写真を展示するなどのイベントを実施するほか、関連グッズの開発に取り組みます。

[主な事業KPI]

① 地域住民の傘ブランド認知度

6.9%（R元年度調査） ⇒ 50.0%（R2年度調査）

② ブランド商品の開発件数

50件（R2年度）

③ 着地型旅行商品の開発件数

45件（R2年度）

④ 旅行者の満足度

88.8%（R元年度調査） ⇒ 89.1%（R2年度調査）

(2) 国内誘客の促進

予算額 15,275 千円

（うち地方創生推進交付金対象事業経費 15,066 千円）

ターゲットに向けたプロモーションを展開し、傘ブランド「人吉・球磨 風水・祈りの浄化町」の認知度・興味度を高め、本地域への国内誘客を促進します。

また、誘客した旅行者等への開発商品の販売を促進するため、傘ブランドを体感できる展示販売スペースを確保するとともに、地域内を周遊させるための集客イベントを行います。

[主な取組]

ア ターゲットに向けたプロモーション

予算額 9,904 千円

- ・メディア告知や旅行業者訪問時の営業ツールとして使用する紙媒体の誘客パンフレット及びポスター等を製作します。また、製作した誘客パンフレット等は、本協議会の地域住民向けの広報ツールとしても活用します。
- ・製作した誘客パンフレット等を活用して、ターゲットが居住する南九州のJR九州の主要駅やNEXCO西日本のサービスエリアでの配布・掲示のほか、フリーペーパーへの掲載等、メディアによる告知を行います。
- ・ターゲットが居住する南九州の旅行業者を訪問し営業を行います。

イ 開発商品の販売促進

予算額 3,281 千円

- ・開発したブランド商品について地域内における販売を促進するとともに、本協議会のブランド商品開発の取組みを地域住民に周知するため、冷蔵ショーケース等を本協議会で購入し、物産館等での展示販売スペースを確保します。

ウ 集客イベントの開催

予算額 2,090 千円

- ・旅行者の地域内における周遊を促進するとともに、本協議会の活動を地域住民に周知するため、上球磨地区において傘ブランドに関してメッセージ性の高い集客イベントを開催します。

[主な事業KPI]

- ① 南九州3県からの延べ宿泊者数
84.5千人(R元年) ⇒ 86.6千人(R2年)
- ② 南九州3県からの延べ日帰者数
※R2年分から独自調査を実施
- ③ 開発したブランド商品の売上
25,000千円(R2年度)
- ④ 開発した着地型旅行商品の売上
30,000千円(R2年度)
- ⑤ 集客イベントの来場者数
300人(R2年度)

(3) 国外誘客の拡大

予算額 13,063 千円

(うち地方創生推進交付金対象事業経費 7,315 千円)

当面のターゲット市場として選定した台湾、香港及び上海に対し効果的なプロモーションを展開し、傘ブランド「人吉・球磨 風水・祈りの浄化町」の認知度・興味度を高め、本地域への国外誘客を拡大します。

加えて、新型コロナウイルス感染症の終息後を見据え、リスク分散という視点からターゲット国を多様化し、東アジア市場と比較して滞在期間が長く観光消費額も大きい欧米豪市場の中からフランスにプロモーションを行います。

また、インバウンドに対するおもてなしとしてイベントを行うほか、インバウンドを理解するためのセミナーの開催や飲食店等のメニュー表の多言語化支援など受入態勢づくりに取り組みます。

[主な取組]

ア インバウンドターゲットに向けたプロモーション 予算額 8,465 千円

- ・インバウンドに係る旅行業者訪問時や各種商談会参加時の営業ツールとして使用する紙媒体の誘客パンフレット(英語、中国語(繁体字、簡体字))を製作します。また、公式サイト「風水・祈りの浄化町」・「人吉球磨ガイド」については、令和元年度に引き続き多言語化(英語、中国語(繁体字、簡体字))に取り組みます。
- ・新たなターゲット国であるフランスに向けて、仏語版の紙媒体誘客パンフレットを製作するとともに、公式サイト「風水・祈りの浄化町」を仏語対応に改修します。
- ・インバウンドに係る現地・国内の旅行業者への訪問や各種商談会への参加のほか、在京・在阪ランド社の招聘などを通じて営業を行います。

イ インバウンドの受入態勢づくり

予算額 4,598 千円

- ・インバウンドに対するおもてなしとして、また、地域内の機運を高める催

- しとして、中華圏の春節の時期に人吉駅等を会場にイベントを開催します。
- ・インバウンドの接客において食に関して気を付けるべきポイントを関係事業者皆で理解するため、飲食店や宿泊・観光施設等を対象にセミナーを実施します。
 - ・インバウンドのストレスを軽減するため、受入環境の整備として、飲食店等のメニュー表の多言語化（英語、中国語（繁体字、簡体字））支援のほか、ネット上での飲食店等の情報発信の強化、キャッシュレス決済を普及するためのセミナーの開催などに取り組みます。

[主な事業KPI]

- ① 外国人宿泊者観光消費額
※R2年分から独自調査を実施
- ② 外国人延べ宿泊者数
13千人（R元年） ⇒ 13.4千人（R2年）
- ③ おもてなしイベントの外国人来場者数
100人（R2年度）

(4) 市町村の枠を超えたデジタルプロモーション 予算額 5,838 千円

（うち地方創生推進交付金対象事業経費 3,913 千円）

旅行者の動向が団体から個人へと変化する中、旅行者ニーズの多様化と変化のスピードに対応するため、市町村とともに公式サイト「風水・祈りの浄化町」・「人吉球磨ガイド」を運用するほか、公式フェイスブック・公式インスタグラムを適時に活用し、市町村の枠を超えて地域情報を一元的に発信します。

[主な取組]

- ア Web・SNSによる地域情報の発信 予算額 4,693 千円
- ・公式サイト・公式フェイスブック・公式インスタグラム・公式観光アプリの管理運営を行い、10市町村及び観光協会・関係事業者等との連携のもと、地域内の観光素材のタイムリーな情報を収集し一元的に発信します。また、公式サイト等のアクセスデータを分析し、各媒体の情報発信力を強化するとともに、PDCA運用の基礎データとして活用します。
 - ・ブランド商品や着地型旅行商品の開発等に伴い、公式サイトのコンテンツを拡充・更新するとともに、地域内の写真や動画を収集した「人吉球磨観光素材ラボ」を充実します。
 - ・Web・SNSの視聴者が人吉球磨のファンとなるよう、傘ブランドに関してメッセージ性の高い、地域内の観光素材についてヒト・モノ・コトにこだわった動画・写真を製作し発信します。
- イ SNSの活用 予算額 1,145 千円
- ・旅行者が旅行先を決める際に欠かせない情報ツールであるSNS上で本地域の情報が拡散するよう、南九州在住のターゲットの行動に関して影響力を持つインフルエンサーを招聘しSNSへの投稿により地域情報を発信します。

- ・ SNS 広告の特徴であるターゲティング精度の高さを活かし、南九州在住のターゲットに向けて本地域への来訪を促す地域情報を SNS 広告として発信します。

[主な事業 K P I]

- ① 公式サイト「風水・祈りの浄化町」のアクセス数 (P V)
6. 5 千件 / 月 (R 元年度) ⇒ 7. 8 千件 / 月 (R 2 年度)
公式サイト「人吉球磨ガイド」のアクセス数 (P V) 1 0 千件 / 月 (R 元年度)
⇒ 1 2 千件 / 月 (R 2 年度)
- ② 公式フェイスブックのファン数 (いいね !)
8, 4 0 4 件 (R 元年度調査) ⇒ 8, 7 4 0 件 (R 2 年度調査)
- ③ 公式インスタグラムのフォロワー数
4 5 0 件 (R 元年度調査) ⇒ 4 6 8 件 (R 2 年度調査)

2 地域の推進体制確立事業 予算額 24,829 千円

(うち地方創生推進交付金対象事業経費 14,908 千円)

(1) 継続的なデータ整備と受入態勢づくり 予算額 16,627 千円

(うち地方創生推進交付金対象事業経費 11,235 千円)

旅行者のニーズにあった商品開発や受入態勢整備のため、継続的なデータ調査・分析を行い、P D C A を確実に運用します。

また、10 市町村の広報紙を活用するなどして観光地域づくりの機運を醸成し、観光ガイド等の人材を育成・確保するとともに、地域内での 2 次交通アクセスの充実や広域での他地域との連携などにより受入態勢を向上させます。

併せて、観光庁の D M O 登録に向けて、本協議会の法人化に取り組みます。

[主な取組]

ア P D C A 運用基礎データの収集分析 予算額 5,416 千円

- ・ 全宿泊施設を対象に都道府県別・国別の宿泊者数を調査するとともに、主要な宿泊施設において宿泊者にアンケートを行い、国内・国外別の宿泊者の観光消費額のほか、「旅行者満足度」、「旅行者リピーター率」等を把握します。また、日帰者についても観光消費額等を把握するため、主要な物販施設において日帰者にアンケートを行います。
- ・ 地域住民の「誇りと愛着」や「傘ブランドの認知度」、「来訪推奨度」等を把握するため、主要な物販施設において地域住民にアンケートを行います。
- ・ 日帰者数を把握するため、年間利用者が 1 万人以上の拠点観光施設において利用者にアンケートを行い、地域住民、宿泊者、日帰者の別や他施設の利用状況等を調査します。併せて、当該施設の改善に役立てるため、設備や接遇等に関する利用者の評価を尋ね、施設管理者に還元します。
- ・ 訪日外国人を含む旅行者の地域内における移動の実態を把握するため、青井阿蘇神社ほか 5 か所にビーコン端末を設置し、ビーコン端末間の周遊状況を調査します。併せて、商品開発や誘客に役立てるため、旅行者の W i - F i によるアクセス情報 (旅行者数、居住地、性別、年齢層等) を把握しま

す。

- ・事業企画や組織運営に反映させるため、独自に収集したデータに加え、観光庁や熊本県の統計等も集約して分析を行い、公式サイト「人吉球磨ガイド」会員専用ページに掲載し共有化を図ります。また、観光地域づくりに係る取組みの成果が地域住民に実感されるよう、市町村広報紙を活用するなどして広く提供します。

イ 機運醸成と人材育成

予算額 1,985 千円

- ・地域住民誰もが観光ガイドというオール人吉球磨でのおもてなしを目指して、観光地域づくりの機運を醸成するため、10市町村の広報誌を活用して観光地域づくりの取組みを積極的に紹介します。また、地域住民を対象とした第4回観光地域づくりフォーラムやセミナーを開催するとともに、関係事業者を対象とした各種研修会等を行います。
- ・観光地域づくりの中核的な人材を育成するため、観光ガイド・フットパス団体等を対象として傘ブランドを学び、新しい体験交流プログラムを企画提案する研修会を開催します。また、体験交流プログラムを案内する地域住民を登録・紹介する「(仮称)マイスターガイド」制度を創設します。

ウ 受入態勢づくり

予算額 9,226 千円

- ・個人や少人数のグループの旅行者が増える中、旅行者が地域内をスムーズに周遊できるよう、2次交通アクセスの充実に取り組み、交通の横軸であるJR肥薩線及びくま川鉄道の主要な駅周辺に電動アシスト付きレンタルサイクル自転車を配備します。また、令和元年度から試行しているレンタルサイクル自転車の乗り捨てサービスを継続します。
- ・主に個人や少人数のグループの旅行者を対象として、地域内の周遊を促進するため、音声ガイドシステムを導入し、旅行者がテーマやコースに沿って散策する際、観光スポットに近づくと、GPS位置情報を利用して音声データが再生され、あたかも同伴する観光ガイドが語りかけるような日本語音声ガイドサービスを提供します。
- ・着地型旅行商品を開発・販売し来訪する旅行者の増加につなげるため、地域内の観光協会・事業者等とのネットワークを活かし、地域連携DMOとして旅行業者からの要望にワンストップで対応する旅行サービス手配業（ランドオペレーター業務）を試行します。また、着地型旅行商品の開発・販売及び旅行サービスの手配の試行に当たっては、旅行業者を講師として観光協会・事業者等との研修会を開催しノウハウを習得します。
- ・旅行サービス手配業の本格実施に向けて、旅行サービス手配業及び旅行業への登録を検討します。併せて、宿泊や体験交流プログラムの予約から決済まで管理・販売ができるシステム導入を検討し、公式サイトの改修等必要な準備を行います。
- ・熊本県観光連盟、くまもと県南広域観光連携推進会議及びくまもと県南フードバレー推進協議会等と連携し、広域観光の推進により国内・国外からの誘客及びブランド商品等の開発支援に取り組みます。また、熊本県観光

連盟に加え鹿児島県観光連盟と密に連携していくため、両連盟への加入を検討します。

[主な事業K P I]

- ① 地域住民の来訪推奨度
※R 2年度から独自調査を実施
- ② 旅行者の周遊度
※R 2年度から独自調査を実施
- ③ レンタサイクルの利用台数
110台/月 (R 2年度)
- ④ 音声ガイドの利用台数
45台/月 (R 2年度)

(2) 一般管理費 予算額 8,202 千円
(うち地方創生推進交付金対象事業経費 3,673 千円)

3 緊急対策事業 予算額 3,000 千円
(うち地方創生推進交付金対象事業経費 0 千円)

[主な取組]

新型コロナウイルス感染症の拡大が地域経済に与える影響を緩和させるための緊急対策として、人吉球磨の飲食店(宿泊施設を含む)で使用できるプレミアム付商品券を発行します。

III 会議の開催

- 1 理事会
年4回(5月下旬、8月下旬、11月下旬、3月下旬)
- 2 会員総会(観光地域づくりフォーラムと併催)
年1回(5月)

人吉球磨観光地域づくり協議会 令和2年度 収支予算書

【収入】

(単位：円)

項	目	現計予算額	備考
負担金		58,848,000	
	協議会負担金（市町村）	58,608,000	地方創生推進交付金
	協議会負担金（民間）	240,000	4万円×6団体
補助金		21,419,000	
	広域行政組合	13,746,000	ふるさと市町村圏基金
	県	7,673,000	広域連携プロジェクト推進補助金
協賛金	人吉温泉旅館組合	1,000,000	
自主財源事業		500,000	レンタサイクル等
雑収入		200,000	預金利子、三十三観音グッズ販売等
繰越金		18,400,526	
計		100,367,526	

【支出】

(単位：円)

項	目	現計予算額	備考
地域の稼ぐ力強化事業		55,729,000	
	魅力ある商品開発事業	21,553,000	
	国内誘客促進事業	15,275,000	
	国外誘客拡大事業	13,063,000	
	デジタルプロモーション事業	5,838,000	
地域の推進体制確立事業		24,828,200	
	データ整備及び受入態勢づくり事業	16,626,200	
	一般管理費	8,202,000	
緊急対策事業		3,000,000	
予備費		16,810,326	
計		100,367,526	

4 助成金交付要項

< 目 次 >

- ・令和2年度人吉球磨ブランド商品開発支援事業助成金交付要項 4 - 1

人吉球磨ブランド商品開発支援事業等助成金交付要項

(趣旨)

第1条 この要項は、観光客や消費者から選好される競争力を持った魅力ある観光地域づくりを推進するため、人吉球磨ブランド「人吉・球磨 風水・祈りの浄化町」を構成する食、お土産、アクティビティ又は宿に係る民間事業者による商品開発並びに催事の実施及び人吉球磨ブランドロゴマーク（以下「ロゴマーク」という。）の広報に対し、人吉球磨観光地域づくり協議会（以下「観地協」という。）が予算の範囲内で人吉球磨ブランド商品開発支援事業等助成金（以下「助成金」という。）を交付することに関し、必要な事項を定めるものとする。

(助成対象者)

第2条 助成金の交付対象となる者（以下「助成対象者」という。）は、人吉球磨地域に活動拠点を有する法人、団体及び個人事業主とする。ただし、団体にあつては、規約等を有し、代表者が明らかであつて、団体としての意思決定により事業を実施することができる団体とする。

(助成対象事業)

第3条 助成金の交付対象となる事業（以下「助成対象事業」という。）は、次の各号に掲げるとおりとする。

- (1) ロゴマークを使用し、かつ、「人吉・球磨 風水・祈りの浄化町」ブランドコンセプトの趣旨を反映した商品開発を行う事業。ただし、ロゴマークが直接商品に使用できない場合で、パッケージ、メニュー又は商品の説明書等によりロゴマークを間接的に使用するときは、助成対象事業に含むものとする。
- (2) ロゴマークを広く一般に広報する事業
- (3) 人吉球磨ブランド「人吉・球磨 風水・祈りの浄化町」に係るイベント事業
(助成対象経費、助成金の額、交付回数)

第4条 助成金の交付対象となる経費（以下「助成対象経費」という。）は、専ら商品開発にかかる試作又は助成対象事業を継続して使用又は実施するための備品費、消耗品費、原材料費、委託料、通信運搬費、使用料、指導者等謝金旅費、広告宣伝費、賃借料（ただし家賃を除く。）及び印刷代とする。

2 助成対象者に交付する助成金の額は、別表を適用する。

3 同一の助成対象者に対する助成金の交付は、一会計年度につき1回限りとする。

(助成金の交付申請)

第5条 助成金の交付を受けようとする助成対象者は、助成金交付事業企画書（様式第1号）と収支内訳書（様式第2号）を観地協に提出しなければならない。

(審査委員会の設置)

第6条 観地協は、前条に規定する企画書を適正かつ迅速に審査するため、審査委員会を設置する。

2 審査委員会の委員は、観地協ブランド戦略本部の構成員から常務理事が指名した市町村担当課長2人及び事業マネージャー2人を充てる。

3 審査委員会は、審査の結果を遅滞なくブランド戦略本部に報告しなければならない。

(助成金の交付決定)

第7条 観地協は、第5条に規定する企画書が提出されたときは、その内容を審査し、適当であると認めた場合は、交付決定通知書(様式第3号)により、助成金を交付することができる。

2 観地協は、前項の規定により助成金の交付を決定する場合において、当該助成金の交付を受けた助成対象者(以下「助成金交付対象者」という。)に対し条件を付することができる。

(助成金の実績報告)

第8条 助成金交付対象者は、助成対象事業が完了したときは、事業実績報告書(様式第4号)に次の各号に掲げる書類を添えて、審査委員会に提出しなければならない。

- (1) 事業実施に係る写真等
- (2) その他審査委員会が必要と認める書類

2 助成金交付対象者は、助成を受けた商品の売り上げ等の実績を当協議会が求めた場合、速やかに提供しなければならない。

(助成金の取消し及び返還)

第9条 審査委員会は、助成金交付対象者が次の各号のいずれかに該当するときは、助成金の交付決定の全部又は一部を取り消すことができる。この場合において、当該取消しに係る部分について、既に助成金が交付されているときは、期限を定めてその返還を命じることができる。

- (1) 偽りその他不正の手段により助成金の交付決定を受けたとき。
- (2) 事業計画の内容と実際の活動の内容が著しく異なるとき。
- (3) 第7条第2項の規定により付した条件に違反したとき。
- (4) 助成対象事業の全部又は一部が実施されなかったとき。

2 審査委員会は、前項の規定により助成金の交付決定の全部又は一部を取り消したときは、助成金取消通知書(様式第5号)により助成金交付対象者に通知するものとする。

(委任)

第10条 この要項に定めるもののほか必要な事項は、ブランド戦略本部が別に定める。

附 則

1 この要項は、令和2年6月1日から施行する。

別表（第4条関係）

クラス別	対 象	助成限度額
Aクラス	<ul style="list-style-type: none"> ・風水・祈りの浄化町マーケティング戦略（以下戦略という）に基づき制作された商品や事業 ・風水・祈り・姫のコンセプトに地元の素材を掛け合わせたものなど、強みと独自資源を確認できるもの ・三日月の原型を生かした商品又は三日月の姫のコンセプトを取り入れた商品 ・月をテーマにした催事又は社寺仏閣をメイン会場とした宗教行事でない催事 ・ロゴマークやブランドを不特定多数に常時広く広報する事業 ・オリジナル性の高い飲食・スイーツ分野 ・当プロジェクトや地域への貢献 	5万円
Bクラス	<ul style="list-style-type: none"> ・戦略に基づいて制作されていないが、三日月の原型に近いもの、風水・祈り・姫のコンセプトを取り入れた商品 ・ロゴマークを不特定多数に広く広報する事業 ・当プロジェクトや地域への貢献 ・Aクラスに認められない催事 	3万円
Cクラス	<ul style="list-style-type: none"> ・マーケティング戦略に基づくことなく、単なるロゴマークの表示にとどまる商品又は「もの（*）」 ・当プロジェクトや地域への貢献 	1万円

* 「もの」とは、販売を予定しない商品以外のものをいう。

人吉球磨ブランド商品開発支援事業等企画書

人吉球磨観光地域づくり協議会
会長 松岡 隼人 様

申請者 所在地
名称
代表者名 印
連絡先

人吉球磨ブランド商品開発支援事業等助成金の交付を受けたいので、企画書を提出します。

- 1 事業名（又は商品名） _____
- 2 事業内容（又は商品内容・概要）
別添のとおり。
- 3 事業経費 金 円
*専ら商品開発等に係る備品、消耗品費、原材料費、委託料、通信運搬費、使用料、指導者等謝金旅費、広告宣伝費、賃借料（ただし、家賃を除く。）及び印刷代が対象。人件費、賃金は対象外。
- 4 添付書類
 - ・収支内訳書（様式第2号）もしくは見積書
 - ・ブランド承認コンテンツ基準に沿ったプロモーションシート
- 5 振込先口座名（*振込手数料は、協議会負担）
 - (1) 金融機関名（本店及び支店名）
 - (2) 口座番号 普通・当座
 - (3) 口座名義
- 6 その他特記事項

注 口座名義と代表者は、一致することが望ましい。団体の事務局等が振込先の場合は、役職名簿等それを証する書類の添付が必要です。

様式第2号（第5条関係）

人吉球磨ブランド商品開発支援事業 収支内訳書

（単位：円）

	科目	金額	説明
収入			
		計	
支出			
		計	

人吉球磨ブランド商品開発支援事業等助成金交付決定通知書

申請者 所在地
名称
代表者名 様

人吉球磨観光地域づくり協議会
会長 松岡 隼人 様

令和 年 月 日付けで申請があった人吉球磨ブランド商品開発支援事業等企画書の内容を審査した結果、次のとおり助成金額を決定しましたので、通知いたします。

助成事業が完了したときは、速やかに事業実績報告書を提出してください。

1 事業名（又は商品名） _____

2 助成金額 金 円

人吉球磨ブランド商品開発支援事業等実績報告書

人吉球磨観光地域づくり協議会
会長 松岡 隼人 様

報告者 所在地
名称
代表者名 印

令和 年 月 日付け人吉球磨観光地域協働第 号で交付決定通知のあった人吉球磨ブランド商品開発支援事業等を完了したので、要項第8条第1項の規定により次のとおり報告します。

1 事業名（又は商品名） _____

- 2 添付書類
- ・収支決算書（様式は問わない）
 - ・事業実施に係る写真等、領収書又は支払いを証する書類の写し

（※開発した商品の写真、領収書などの写しを添えてください。）

人吉球磨ブランド商品開発助成対象事業 助成金取消通知書

申請者 所在地：
名 称：
代表者名： 様

人吉球磨観光地域づくり協議会
会 長 松岡 隼人

令和 年 月 日付け人球観地協助第 号で交付決定通知のあった助成金の(全部・一部)を取り消したので、要項第9条第2項の規定により、令和 年 月 日までに金（ ）円を返還してください。

(取消しの理由)

(返金先)

口座名義 人吉球磨観光地域づくり協議会 会長 松岡 隼人
口座番号 肥後銀行人吉駅前支店（275） 普通口座1689119
住 所 人吉市中神町字城本1348番地1
電話番号 0966-23-3080

事業名（又は商品名）

No	基準項目	記載欄
1	独自資源を使っていますか。（風水・祈り・姫）	
2	強みが表現されていますか。（浄化・加護・ご利益などの嬉しさ）	
3	商品名や店名がブランドBASiCS（※）の延長線上にありますか。	
4	販売コンテンツが三日月の形になっていますか。	はい・いいえ
5	販売コンテンツにロゴマークを使用していますか。	はい・いいえ
6	オリジナル性が高いですか。（既存の商品をそのまま使用していませんか。）	
7	飲食・スイーツ・お土産ですか。	飲食・スイーツ・お土産・それ以外
8	WEB・SNSにより人吉球磨ブランド認知度向上に貢献していますか。	はい・いいえ
9	人吉球磨ブランド（人吉球磨観光地域づくり協議会製作）のポスターを掲示していますか。（掲示場所と掲示方向を記載ください。）	
10	名刺に人吉球磨ブランドロゴマークを使用していますか。	はい・いいえ
11	メニュー・店内のPOPに人吉球磨ブランドロゴマークを使用していますか。	はい・いいえ
12	チラシ・社用車等の対外営業ツールに人吉球磨ブランドロゴマークを使用していますか。	はい・いいえ
13	風水・祈りの浄化町の事業拡大に貢献していますか。	
14	地域性（地元業者、地域を担う若手、地域貢献団体への所属など）についてお書きください。	

（※）BASiCSは裏面のとおり。

人吉球磨観光地域づくり協議会のBASiCS

要素	国内誘客	国外誘客
Battle Field (戦場)	① 鹿児島 ② 宮崎 ③ 熊本市 ④ 福岡 ※主なマーケットとして本地域から車で1.5時間内の圏域 (約200万人)	霧島、指宿、高千穂 (南九州) ※最寄りの鹿児島空港との直行便がある台湾、香港等からのインバウンドが多く訪れる観光地
Asset (資源)	人吉球磨全体における 歴史建造物／神社仏閣群／相良家歴史／自然／温泉／球磨焼酎 ※国宝青井阿蘇神社をはじめ歴史を物語る数多くの重要文化財等、日本三大急流の球磨川、13年連続水質日本一を誇る清流川辺川、球磨川沿いを中心に数多く点在する温泉、米を原料とする球磨焼酎等の地域資源	
Strength (強み)	神秘的リセット体験／歴史・宗教的学び 歴史・宗教的アクティビティ ※Asset (資源) に基づく他の地域では体験できない付加価値 (新たに開発する商品)	浄化、癒し、加護、昇華
Customer (顧客)	20～40代女性 シニアカップル ファミリー ※Strength (強み) が最も効果的に発揮できる層	台湾、香港、上海、東南アジア (シンガポール、タイ、マレーシア)、日本大好きリピーター、年収が高い、女性二人組み (20～30代)、夫婦 (40～50代) ※Strength (強み) が最も効果的に発揮できる層
Selling Message (メッセージ)	人吉・球磨 風水・祈りの浄化町 ※Customer (顧客) に向けた「売り文句」として民間事業者等で構成するワーキング会議で決定	

人吉球磨観光地域づくり協議会 理事会構成

(敬称略)

参 加 団 体	会 員	役職
人 吉 市	市 長 松 岡 隼 人	会 長
錦 町	町 長 森 本 完 一	理 事
あ さ ぎ り 町	町 長 尾 鷹 一 範	理 事
多 良 木 町	町 長 吉 瀬 浩 一 郎	理 事
湯 前 町	町 長 長 谷 和 人	理 事
水 上 村	村 長 中 嶽 弘 継	副 会 長
相 良 村	村 長 吉 松 啓 一	理 事
五 木 村	村 長 木 下 丈 二	理 事
山 江 村	村 長 内 山 慶 治	副 会 長
球 磨 村	村 長 松 谷 浩 一	理 事
人吉球磨広域行政組合	理 事 会 代 表 理 事 松 岡 隼 人	理 事
一般社団法人人吉温泉観光協会	代 表 理 事 北 昌 二 郎	副 会 長
人吉球磨地区商工連絡協議会	会 長 伊 藤 昌 一	理 事
人吉商工会議所	会 頭 岩 下 博 明	理 事
球磨地域農業協同組合	組 合 長 福 田 勝 徳	理 事
くま川鉄道株式会社	取 締 役 社 長 永 江 友 二	理 事
人吉球磨地域観光推進協議会	会 長 竹 田 尚 史	理 事
(一社)人吉球磨ブランディング研究所	所 長 佐 藤 圭	業 務 執 事 行 理 事
浄土真宗本願寺派明導寺	住 職 藤 岡 教 顕	業 務 執 事 行 理 事
合資会社鳥越商店	代 表 社 員 鳥 越 英 夫	業 務 執 事 行 理 事
清流山水花あゆの里	若 女 将 有 村 友 美	業 務 執 事 行 理 事
人吉球磨観光地域づくり協議会	事 務 局 長 椎 葉 博 紀	業 務 執 事 行 理 事
肥後銀行人吉支店	支 店 長 西 章 文	監 事
熊本銀行人吉支店	支 店 長 富 永 啓 太	監 事

(任期：令和2年4月1日～令和3年3月31日)

人吉球磨観光地域づくり協議会 事務局体制

役 職	名 前	備 考
事 務 局 長	椎 葉 博 紀	人吉市派遣
事 務 局 次 長	中 村 潤	熊本県派遣
事 務 局 員	山 富 功 一	あさぎり町派遣
事 務 局 員	坂 本 有 以	熊本県派遣
事 務 局 員	栞 原 欣 也	錦町派遣
事 務 局 員	山 口 豊 規	人吉球磨広域行政組合派遣