

第1回

 Visit Yame

観光地域づくりトーク

八女の観光地域づくり、 いま何が起きているのか

～ 観光地域づくり「DMO」とは
― 情報発信・受入環境・資源磨きの3つの視点から ―

2026年度 第1回放送 2026年4月2日

FM八女観光局

八女、全国から注目されています

NAVITIME 2025年 全国市区町村別インバウンド滞在増加率調査

九州エリア

第1位

インバウンド滞在増加率

全国市町村別

第4位

インバウンド滞在増加率

このコーナーでお伝えしたいこと



魅力

- ・ 白壁の町並み、抹茶、秋の景観
- ・ 八女がもともと持つ観光資源
- ・ ただ「ある」だけでは伝わらない



伝える仕組み

- ・ 情報発信・案内の工夫・地域の協力
- ・ 魅力を「届ける」ための積み重ね
- ・ このコーナーで扱う本当のテーマ

FM八女観光局は何をしているのか



観光案内所運営

- 来訪者への案内・相談対応
- 外国人旅行者への対応も増加



旅行業務

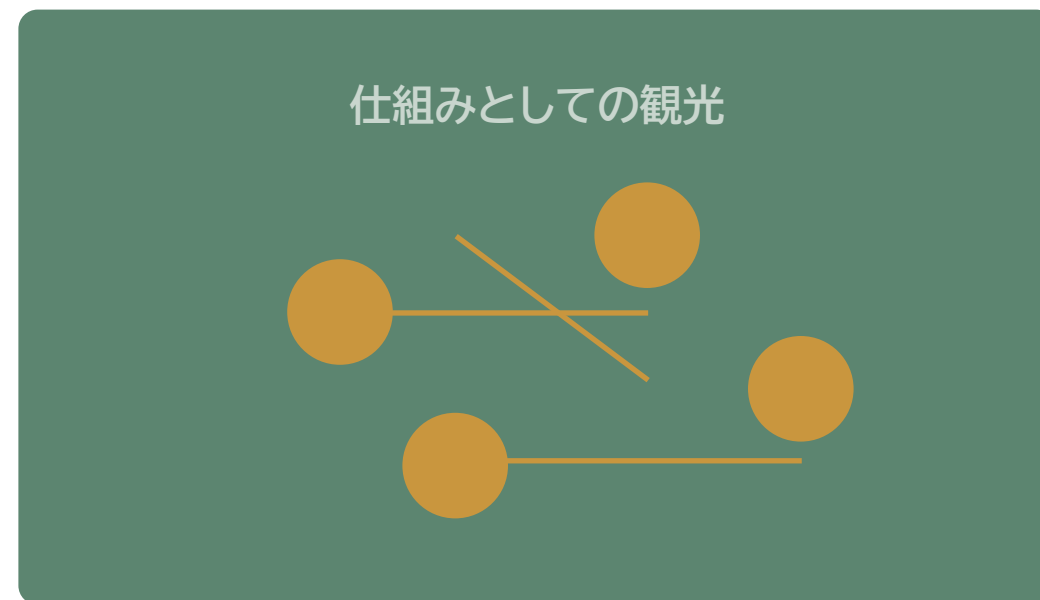
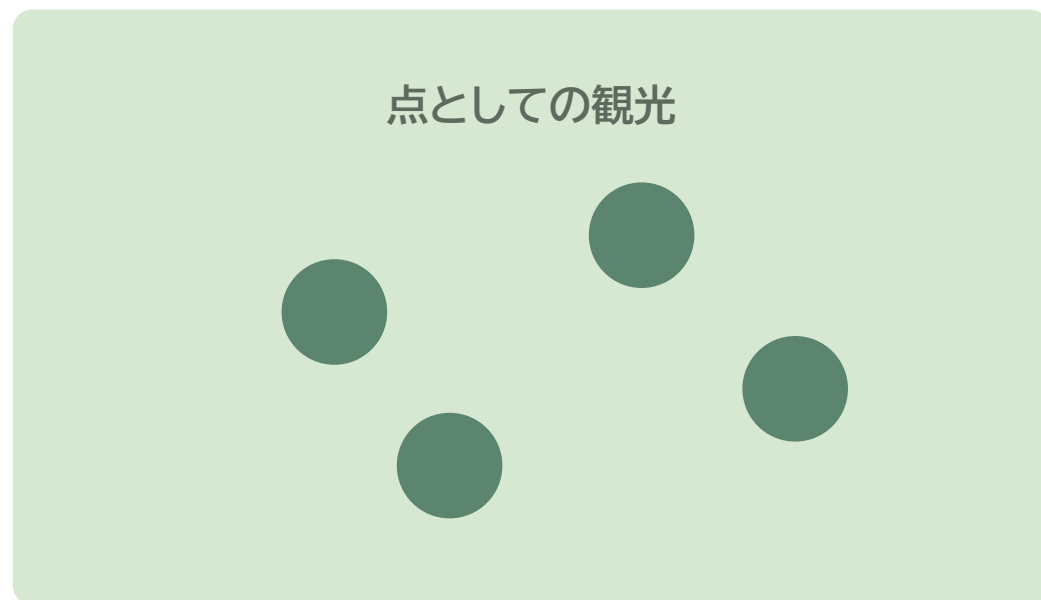
- 旅行商品の企画・販売
- 体験型コンテンツの造成



DMO業務

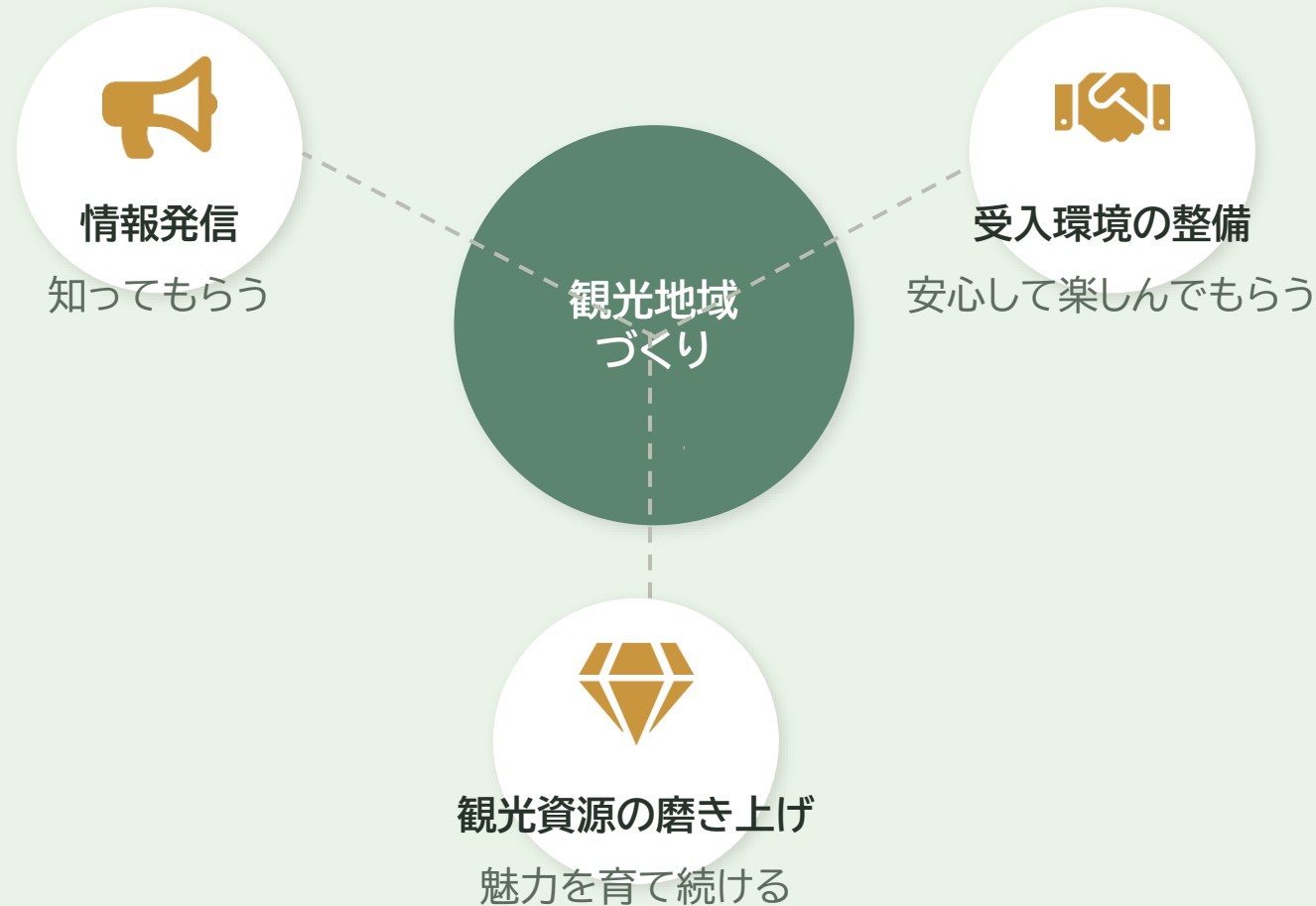
- 観光戦略の策定と実行
- データ収集・分析、関係者調整

「観光地域づくり」「DMO」とは



観光を「点」で終わらせず、地域全体が連携して機能する「仕組み」へ育てる取り組み — これが DMO(観光地域づくり法人)の役割です。

観光地域づくりを支える3つの柱



+ データ収集と分析／地域内の連携・調整が、3つの柱を支えます



柱①

情報発信・プロモーション

八女の魅力を、知ってもらう



WEB・SNS発信

公式サイト・SNSでの情報発信



商談会

旅行会社・現地事業者との商談



イベント出展

国内外のイベントへの参加

→ この積み重ねが、後述する「NAVITIME全国4位」の成果につながっています



柱②

受入環境の整備

来ていただいた方に、安心して楽しんでもらう



ガイド養成

観光ガイドの育成・研修



外国語パンフレット整備

多言語対応の案内資料



案内所での多言語対応

外国人旅行者への直接対応

→ 環境が整ったことで、次の「観光資源の磨き上げ」が力を発揮します



柱③

観光資源の磨き上げ／データ活用

魅力を育て、データで裏付ける



観光コンテンツ造成

体験型コンテンツの企画



旅行商品企画販売

商品化・販売チャネルの構築



データ活用推進ネットワーク

データに基づく戦略・アクション

→ 3つの柱を積み重ねた結果、次のような成果が生まれています

世界のガイドたちが、八女を訪れた

WFTGA(世界観光ガイド連盟)総会 ポストツアーに八女が選定



- ・ 2026年2月9日～13日 福岡市で総会開催
- ・ 参加者が日本各地を巡るポストツアーに八女が選定
- ・ 伝統工芸・お茶体験など、八女の魅力を直接体感

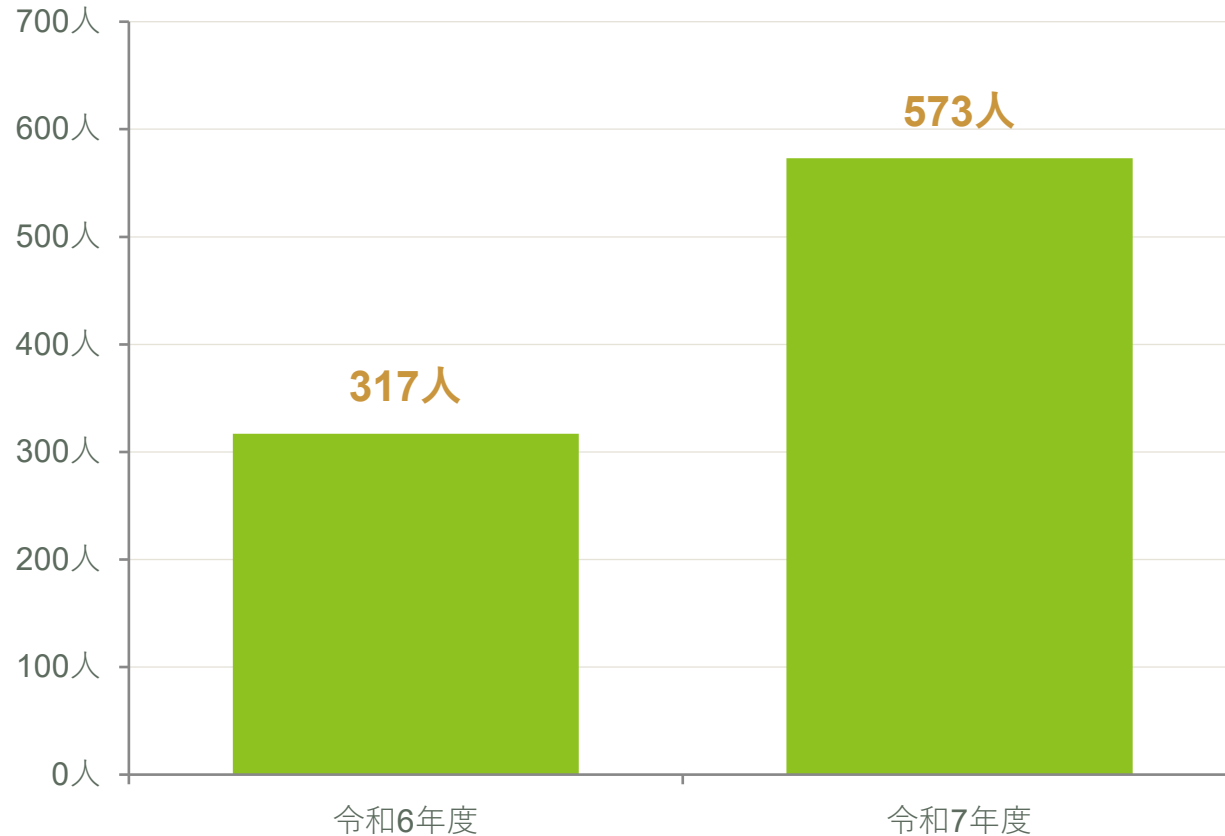
約
100
名

欧米を中心とした海外ガイドが来訪

実際に「本物」を体感してもらえたことは、口コミによる次の来訪者を生む種になっています。

現場で見えている変化

観光案内所を利用した外国人旅行者数



約
1.8倍

R6年度 → R7年度の増加



※ 案内所を利用しない旅行者も多数おり、実際の来訪者数はさらに多いと見られます。

この成果が意味すること

注目は、次の広がりを生んでいます



話題性の拡大

NAVITIME全国4位・WFTGA
選定



メディア問い合わせ増加

取材・掲載依頼が増える



事業者の機運の高まり

インバウンド強化を検討する動き

このチャンスを活かせるかどうかは、観光局だけでは決まりません。

一緒に、この流れを育てていきませんか

あなたにもできる、3つの参加のカタチ



SNSをフォロー

観光局の公式SNSで最新情報を
チェック



案内所に立ち寄る

情報提供や交流のきっかけに



ガイド・協力者になる

八女の魅力を伝える一員として参
加

次回のコーナーでも、この続きをお伝えします。