

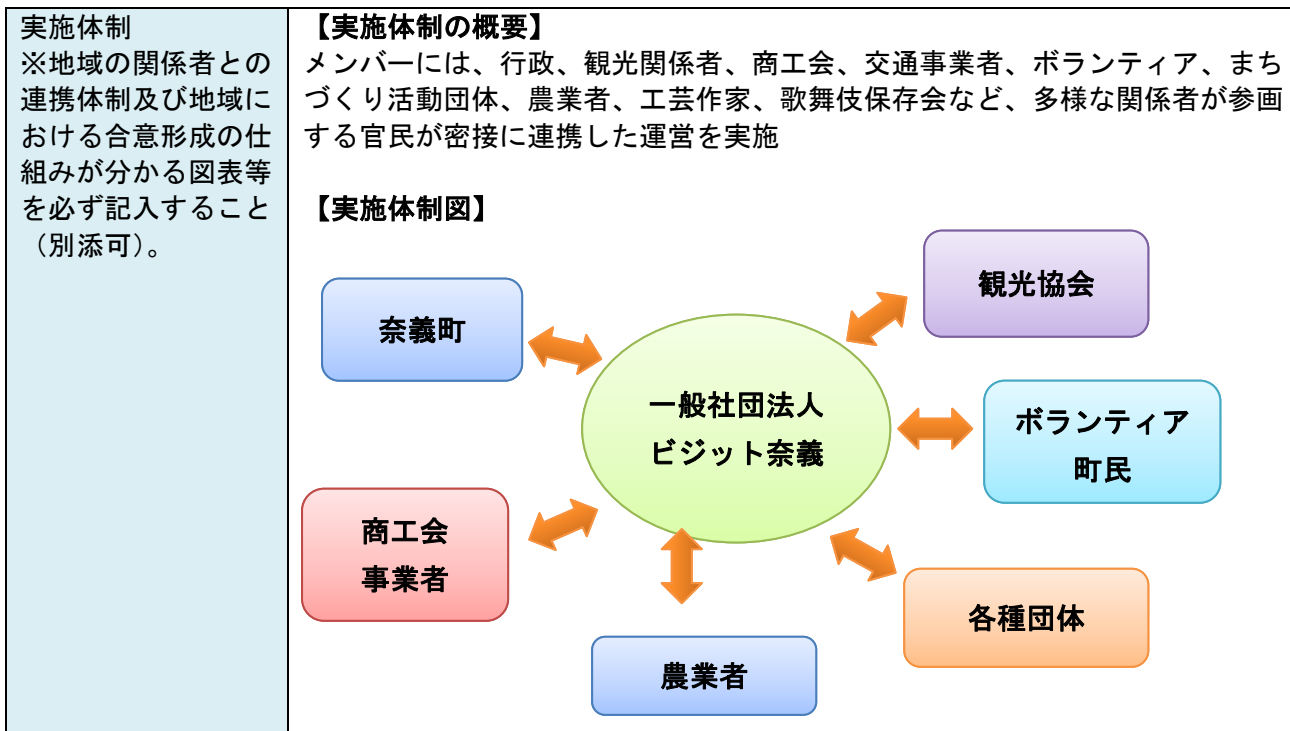
観光地域づくり法人形成・確立計画

記入日：令和 5 年 7 月 24 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	一般社団法人ビジット奈義	
マネジメント・マー ケティング対象とす る区域	岡山県勝田郡奈義町	
所在地	岡山県勝田郡奈義町豊沢 314 番地	
設立時期	平成 28 年 4 月 11 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	8 人【常勤 4 人（正職員 2 人・出向等 2 人）、非常勤 4 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） 磯田 卓志 （出身組織名） 作州津山商工会奈義支部 奈義町観光協会	地元の商工会副代表理事、観光協会会計、地元の地域おこしグループのメンバー等として、地域の様々なパイプ役となっており、様々な取組で成果を挙げている。
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） 春名 泰輔「専従」 （出身組織名） Photograworks 代表	商業写真家であり、それを活用したホームページ、SNS 等での情報発信を行っている。広い人脈を活用しマーケティング活動に生かしている。
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） 隈部 彰一 （出身組織名） サントリーホールディングス（株）	サントリーホールディングスで、営業、営業企画、マーケティング、事業企画、サプライチェーン、監査等、経営に関する幅広い業務を経験している。
プロモーションの責任者（専門人材）	（氏名） 豊福 祥旗 （出身組織名） 農事組合法人伍協牧場（株） 作州津山商工会青年部	（株）Original-QUCHI（ブランド牛の販売）取締役及び農事組合法人 伍協牧場の三代目として、奈義町の酪農業担い手の一人であり、地域の各分野の若者とのネットワークを有するとともに、飲食店経営によるプロモーションの経験とノウハウを持っている。
特産品開発・地域資源の発掘の責任者（専門人材）	（氏名） 築山 良恵 （出身組織名） 奈義町観光協会	奈義町観光協会の副会長であり、長年イベントで販売・配布する六次化商品の開発・製造を担っている。また、藍染め作家である本人の人脈を生かし、地域の工芸作家や農業関係者による体験プログラムの開発を行っている。

プロモーションの責任者（専門人材）	（氏名） 三村 剛史 （出身組織名） 奈義町観光協会	観光協会理事、また、有力な観光資産である那岐山登山の支援を行う、風の丘の会長を務める。								
連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	岡山県奈義町総務課（地域公共交通） 同産業振興課（産業振興、観光振興、社会資本整備等） 同情報企画課（地方創生事業への組み込み、他団体との連携調整） 同教育委員会生涯学習課・学芸図書課（文化資源活用）									
連携する事業者名及び役割	奈義町観光協会（イベント、町民総参加のおもてなし） 作州津山商工会奈義支所（事業者との連携調整、特産品販売、宿泊事業者） 21世紀塾（観光まちづくり、イベントへの協力、特産品の製造・販売） NPO 法人 みんなでしようえい（イベントへの協力、まちづくりへの積極的な参画）									
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】① 日本版DMOの意思決定に関与する理事に、行政、観光関係者、交通事業者、商工会、農業（酪農）関係者、工芸作家等の幅広い分野が参画し、奈義町が一体となって観光まちづくりに取り組む。									
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	定期的に住民参加型のイベントを開催し、地域住民への満足度を上げるとともに、観光DMOの活動への参画者を増やし、地域全体を巻き込んだ活動にする。									
法人のこれまでの活動実績	<p>【活動の概要】</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>事業</th> <th>実施概要</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>情報発信・プロモーション</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> ・菜の花まつり広告企画・宣伝 ・奈義町庁舎及びナギテラスのライトアップ ・SNSでの観光、イベント情報発信 </td> </tr> <tr> <td>受入環境の整備</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> ・奈義町観光案内所の管理運営 ・町有施設を活用した賑わい創出とコミュニティ機能の強化 ・エコなぎツーリング事業 電動バイクと電動アシスト自転車のレンタル </td> </tr> <tr> <td>観光資源の磨き上げ</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> ・奈義町ブランド構築支援事業（具体事業内容） 町内産の農畜産物を使用した特産品・土産物開発によるブランド構築 奈義町DMO戦略策定、インターネット・据置アンケート調査分析 那岐山麓山の駅を中心としたキャンプ場整備計画の策定 </td> </tr> </tbody> </table> <p>【定量的な評価】</p>		事業	実施概要	情報発信・プロモーション	<ul style="list-style-type: none"> ・菜の花まつり広告企画・宣伝 ・奈義町庁舎及びナギテラスのライトアップ ・SNSでの観光、イベント情報発信 	受入環境の整備	<ul style="list-style-type: none"> ・奈義町観光案内所の管理運営 ・町有施設を活用した賑わい創出とコミュニティ機能の強化 ・エコなぎツーリング事業 電動バイクと電動アシスト自転車のレンタル 	観光資源の磨き上げ	<ul style="list-style-type: none"> ・奈義町ブランド構築支援事業（具体事業内容） 町内産の農畜産物を使用した特産品・土産物開発によるブランド構築 奈義町DMO戦略策定、インターネット・据置アンケート調査分析 那岐山麓山の駅を中心としたキャンプ場整備計画の策定
事業	実施概要									
情報発信・プロモーション	<ul style="list-style-type: none"> ・菜の花まつり広告企画・宣伝 ・奈義町庁舎及びナギテラスのライトアップ ・SNSでの観光、イベント情報発信 									
受入環境の整備	<ul style="list-style-type: none"> ・奈義町観光案内所の管理運営 ・町有施設を活用した賑わい創出とコミュニティ機能の強化 ・エコなぎツーリング事業 電動バイクと電動アシスト自転車のレンタル 									
観光資源の磨き上げ	<ul style="list-style-type: none"> ・奈義町ブランド構築支援事業（具体事業内容） 町内産の農畜産物を使用した特産品・土産物開発によるブランド構築 奈義町DMO戦略策定、インターネット・据置アンケート調査分析 那岐山麓山の駅を中心としたキャンプ場整備計画の策定 									



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 27 年に観光に関する基礎調査を実施し、訪問可能性や訪問者に与えるイメージ、観光資源の訪問意向等を検討した結果、奈義町域を対象とした独自のマーケティング・マネージメントを行うことで成果につながるとの認識に至った。なお、同時に、隣接する津山市を中心とし、本町を含む 1 市 5 町で構成する定住自立圏や、岡山県北一帯の自治体 3 市 5 町 2 村で構成する美作国観光連盟での広域的な観光にも取り組んでいく。

【観光客の実態等】

那岐山（年間約3万人）、奈義町現代美術館（同約3万人）、なぎビカリアミュージアム（同約1万人）、山の駅（同4万人）を中心に、とんがりワールドやスケートボード場への来訪者など、日帰りでの来訪がほとんどである。訪問者数は各施設ともコロナ禍でも増加傾向にある。

【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】

自然を生かした観光資源としては、国定公園に指定され、トレッキングで有名な「那岐山」、推定樹齢900年とされる天然記念物で、西日本最大の「菩提寺のイチョウ」、コテージや特産品ショップ、レストランのある「那岐山麓山の駅」、約1600万年前の化石の発掘体験などができる、化石博物館「なぎビカリアミュージアム」がある。美しい景観も、魅力的な資源である。文化・芸術面では、建築家磯崎新がプロデュースし、建築と芸術作品を融合させ、周囲の環境も取り込んでみせた、サイト・スペシフィック美術館「奈義町現代美術館」や、江戸時代後期から受け継がれてきた、農村歌舞伎の姿を現在に伝える「横仙歌舞伎」などがある。

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

町内の中心部に1施設、那岐山に近い地区に2施設。
 那岐山麓山の駅コテージ（30名）定員6名のコテージ5棟
 那岐山荘（54名）和室7室
 民宿さわ（24名）和室6室

【利便性：区域までの交通、域内交通】

大阪から中国自動車道美作ICを経て約2時間。
 岡山から車で1時間半。JR津山線で岡山駅から津山駅まで1時間半、津山駅からバスで40分。
 岡山空港からはリムジンバスで約1時間半。
 鳥取からは車で約1時間。
 町内交通はJR津山駅前から町内を横断する中鉄北部バスの路線があるが、1時間に1本程度であり、二次交通の充実が課題である。

【外国人観光客への対応】

ARアプリを活用し、スマートフォンやタブレットをかざすと、英語・韓国語・中国語などで観光案内を表示するサービスを行っている。また、観光案内所では、「岡山県多言語コールセンター」への登録を行っており、外国からの来訪者へ対応している。

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
旅行消費額	来訪者の消費動向を分析し、消費単価向上につなげる。	アンケート調査と各施設からのデータ収集。
延べ宿泊者数	宿泊者数の推移を把握する。	各事業者からのデータ収集。
来訪者満足度	来訪者における満足度、リピート率、再訪問希望、及びその背景、を把握する	アンケート調査等を自主事業として実施

リピーター率	取組エリア・ターゲットにおける認知度及び認知内容を把握する	インターネット調査等を自主事業として実施
住民満足度	観光振興に対する地域住民の理解度を測る	アンケート調査等を自主事業として実施

4. 戦略

(1) 地域における観光を取り巻く背景

奈義町では、現代美術、伝統文化、豊かな自然などの豊富な観光資源を有しているが、それらが単体としてしか機能しておらず、観光客が回遊する仕組みや機能の整備、リピーターの獲得などが必要である。また、町のシンボルである那岐山には、年間数万人もの登山愛好家が来訪するものの、そこからの広がり、経済循環に結びつけられていない状況である。ピジット奈義では、町内での回遊性や、那岐山の新たな活用方策を検討するとともに、町内での飲食や宿泊など観光資源としての付加価値を高め、新たな奈義町の魅力の発掘と情報発信に努め、交流人口、さらには関係人口の増加につなげることにしている。

(2) 地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	強み (Strengths) <ul style="list-style-type: none"> 令和元年には 2.95 を記録し、全国でもトップクラスである 豊富かつ良質な観光資源に恵まれている (那岐山、菩提寺のイチョウ、現代美術館など) 美しい自然景観が保全されている 商業化による街並み破壊がなく、伝統的な家屋や防風林などが美しい 独特の景観が整備されている 伝統文化の継承と新しい現代芸術の創造が、共に行われている (横仙歌舞伎、民話、現代美術館) 地元産の良質で特徴ある食材が豊富 町の財政状況が健全で、新たな投資が可能 町行政のモラルが高く、献身的 	弱み (Weaknesses) <ul style="list-style-type: none"> 公共交通によるアクセスや地域内交通が不便 観光資源を生かしきれていない (各資源を地域の魅力として総合的に活用できていない。景観ポイントの造成や地場製品の活用が不十分など) 商店やまちの賑わいに欠ける 地域の魅力や実情が伝わっていない 地域内で観光に対する意識にばらつきがある 産業間や事業者間、地域間の連携が進んでいない 食事や買物を楽しめる商業施設が不足
外部環境	機会 (Opportunity) <ul style="list-style-type: none"> 海外観光客の増加 アウトドア人口の広がりが期待される シニアマーケットの拡大 スローライフ、エコ、LOHAS、農などへの関心の高まり 国の地方創生における、観光やDMO関連施策への後押し 	脅威 (Threat) <ul style="list-style-type: none"> 各産業 (観光、農業など) の担い手不足 (事業者の高齢化や後継者不足) 観光協会メンバーの高齢化 国内外の経済動向 (原油高、国際的な金融危機など)

※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

○ターゲット層 観光目的のレジャーや旅行の習慣がある人 第一ターゲット 20才から39才の男女 第二ターゲット 55才以上の男女	
○選定の理由 <ul style="list-style-type: none"> ・ 日帰り圏内市場及び宿泊圏内市場における調査の結果、過去1年の旅行・レジャーの目的として「観光」が圧倒的多数を占めることから、「観光」目的でのレジャー・旅行を習慣として持つ人をターゲットとし、交流人口の最大化を図る。 ・ 中でも、レジャー・旅行経験、頻度の高さから「20才から39才の男女」と「55才以上の男女」を優先ターゲットと定める。 ・ 生涯価値を考慮し、「20才から39才の男女」を第一優先とする。 	
○取組方針 満足度調査の充実などにより再来訪意向につながる要因を分析し、分析結果に基づいてターゲット層に強かに訴求するコンテンツを磨き上げる。	
○ターゲット層 第三ターゲット こども及びそれに付随する子育て世代	
○選定の理由 まちの突出した強みである「子ども・子育てのまち」を前面に打ち出す。子育て世代の目線で滞在、体験、回遊の連動性について事業を展開する。子ども・子育てにやさしいまちを作ることは自然とリピーターを増やし、親、祖父母などの家族単位での来訪が期待できる。	
○取組方針 これらの視点による連続した事業展開により、観光分野や観光関連産業だけでなく、町民の日常生活活動や、暮らしのニーズ、豊かさとも連動させた、より効果的な「観光まちづくり」に資するものとする。	

(4) 観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	「このまちは、自然とアートでできている。」 奈義町では、自然と芸術の融合が生み出す独自の五感の世界に包み込まれ、ここに来れば、煩雑な日常を完全に忘れ、心が元気になる。
②コンセプトの考え方	<ul style="list-style-type: none"> ・ 調査分析の結果、ターゲットにおいて、「手軽さ」を訴えた施設が高い利用意向を獲得する傾向にあること、理想的な週末の過ごし方として「リフレッシュ」、「リラックス」が求められていることから、「煩雑な日常を完全に忘れ、心が元気になる」ことを奈義町が訪問者に提供する便益とした。 ・ 併せて、SWOT分析により、「自然」と「芸術」が奈義町に独自性の高い「強み」として抽出されたため、この独自性をいかに便益に貢献させるかを検討し、奈義町ならではの自然と芸術が調和したことに生み出される、独自性の高い「五感の世界」に包み込まれることを、その根拠として定めることとした。 ・ キャッチコピーは、現時点で奈義町の内容認知が低いことを鑑み、その独自性・強みをストレートに訴えることとし、「このまちは、自然とアートでできている。」と定めた。

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。	毎週開かれるDMOの理事会の内容は、理事が核となって地域の関連団体や事業者との意識の共有を図る。これまでも町が行う、各種計画策定の支援や、町内事業者や町民で構成する、様々な協議体には他の地域再生推進法人をはじめ、多くの町民や団体などが複合的に参画しており、小さなまちだからこそできる「One Team」の事業を展開している 地域再生推進法人の取組みは、四半期ごとに行われる議会常任委員会で報告、検討されて事業の遂行に反映されるため、町や町民と密接な関係で事業を実施することができる。
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	飲食店や宿泊施設、美術館などの観光サービスを提供する施設や、イベント開催時において、アンケート調査やヒアリング調査などを行って結果を分析し、それぞれの目標と評価に基づき、PDCAサイクルを回していく。
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	DMOの拠点である多世代交流広場ナギテラス（まちの総合観光案内所、バス待合所、会議室、チャレンジショップ等からなる複合拠点施設）に常駐していることから、来訪者に対するワンストップ機能も果たしているとともに、ホームページの作成、観光情報に加え、町の情報も一元管理し、発信する体制づくりを進めている。データの収集体制を整え、民間のマーケティング手法に基づいた広報宣伝活動に取り組む。

※各取組について、出来る限り具体的に記入すること。

6. K P I (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K P I

指標項目		2020 (R2) 年度	2021 (R3) 年度	2022 (R4) 年度	2023 (R5) 年度	2024 (R6) 年度	2025 (R7) 年度
●旅行消費額 (百万円)	目標	()	()	65.0 ()	70.0 ()	75.0 ()	80.0 ()
	実績	57.0 ()	60.8 ()	67.8 ()			
●延べ宿泊者数 (千人)	目標	()	()	4.5 ()	5.0 ()	5.5 ()	5.8 ()
	実績	2.6 ()	4.0 ()	3.5 ()			
●来訪者満足度 (%)	目標	()	()	50% ()	52% ()	55% ()	58% ()
	実績	- ()	47% ()	49% ()			
●リピーター率 (%)	目標	()	()	40% ()	42% ()	45% ()	48% ()
	実績	()	36% ()	57% ()			

※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】
 ※K P Iとして設定する項目や年次及び目標数値に関して、その検討のプロセスや考え方を項目ごとに出来る限り具体的に記入すること。

【設定にあたっての考え方】

- 旅行消費額
町内の主な観光施設である現代美術館、ピカリアミュージアム、山の駅の総売り上げ額及び町内民間宿泊事業所の宿泊者数×宿泊費
- 延べ宿泊者数
町内宿泊事業所の宿泊者数
- 来訪者満足度
観光施設でのアンケート調査による5段階評価のうち「非常に満足」の割合
- リピーター率
観光施設でのアンケート調査による訪問回数「2回以上」の割合

(2) その他の目標

指標項目		2020 (R2) 年度	2021 (R3) 年度	2022 (R4) 年度	2023 (R5) 年度	2024 (R6) 年度	2025 (R7) 年度
●住民満足度 (%)	目標	()	()	()	69.0%	69.5%	70.0%
	実績	69.0%	68.1%	68.2%			
●Webサイトのアクセス 回数 (回)	目標	()	()	()	18,000	30,000	40,000
	実績	()	()	225			

※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】

※KPIとして設定する項目や年次及び目標数値に関して、その検討のプロセスや考え方を項目ごとに出来る限り具体的に記入すること。

【設定にあたっての考え方】

●住民満足度

奈義町が行う住民満足度調査の総合指数

●Webサイトのアクセス数

R5年3月に開設した、ビジット奈義のホームページのページビュー数

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つては、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)
2020(R2) 年度	18,541,000(円)	【市町村からの事業受託】 18,541,000(円)
2021(R3) 年度	46,540,000(円)	【市町村からの事業受託】 46,540,000(円)
2022(R4) 年度	39,178,605(円)	【市町村からの事業受託】 30,122,589 【収益事業】 9,055,996 (円)
2023(R5) 年度	36,500,000(円)	【市町村からの事業受託】 35,000,000 【収益事業】 1,500,000 (円)

2024 (R6) 年度	37,000,000 (円)	【市町村からの事業受託】 【収益事業】	35,000,000 2,000,000 (円)
2025 (R7) 年度	39,000,000 (円)	【市町村からの事業受託】 【収益事業】	35,000,000 4,000,000 (円)

(2) 支出

年(年度)	総支出	内訳(具体的に記入すること)	
2020 (R2) 年度	16,970,000 (円)	【一般管理費】 【情報発信・プロモーション】 【受入環境整備等の着地整備】 【案内書の整備】 【コンテンツ開発(観光資源の磨き上げ)】 【マーケティング(市場調査、ブランド戦略等)】	4,985,000 3,055,000 631,000 36,000 7,955,000 308,000 (円)
2021 (R3) 年度	45,515,000 (円)	【一般管理費】 【情報発信・プロモーション】 【受入環境整備等の着地整備】 【案内書の管理】 【コンテンツ開発(観光資源の磨き上げ)】 【マーケティング(市場調査、ブランド戦略等)】 【その他、観光イベントの開催費】 等	3,493,000 2,300,000 6,832,000 1,127 22,295,000 2,000,000 7,468,000 (円)
2022 (R4) 年度	34,638,044 (円)	【受託業務費用】 【製品原価、販売促進費】 【一般管理費】	28,493,692 2,203,483 3,619,589 (円)
2023 (R5) 年度	35,000,000 (円)	【受託業務費用】 【製品原価、販売促進費】 【一般管理費】	28,000,000 3,000,000 4,000,000 (円)
2024 (R6) 年度	35,000,000 (円)	【受託業務費用】 【製品原価、販売促進費】 【一般管理費】	27,000,000 4,000,000 4,000,000 (円)
2025 (R7) 年度	37,000,000 (円)	【受託業務費用】 【製品原価、販売促進費】 【一般管理費】	27,000,000 5,000,000 5,000,000 (円)

(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

電動バイク及び電動アシスト付き自転車のレンタル事業や、地元の工芸作家や農畜産家から吸い上げた着地型観光のコンテンツを造成し、さらにそれらを観光案内所で一括申込できるようなシステムを構築、また地域資源の発掘や町内の事業者・町民との協働、交通機関等との連携等により、マーケット・インの視点で、特産品の開発を行うとともに、販売までを独自のホームページ等で手掛ける等の収益事業に取り組み、自主財源の確保を図る。今後は町営のオンデマンドのバス事業や観光案内所の指定管理など、町からの委託事業を受託しつつも独自の観光開発を行っていく。

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

岡山県奈義町は、一般社団法人ビジット奈義を奈義町における地域DMOとして大いに期待しており、人材の獲得を含め全面的に支援を行う。

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）

【他の地域連携DMOや地域DMOとの間で、重複区域に関する連携や役割分担等について協議を行った（行っている）か】

エリアが隣接する、津山市や美作市等とは、県北エリアを中心とした「美味し国プロジェクト」とその各部会で連携している。また鳥取県智頭町とは登山イベント等の開催で連携している。

【区域が重複する背景】

隣接地域であり観光客の導線を共有しているため。

【重複区域における、それぞれのDMOの役割分担について】

情報連携、進んでいるDMOのレベルに合わせに行く。

【前述の役割分担等によって、効率的、効果的な活動の遂行が期待できるか】

1つのDMOでは大きな取組とはならない企画を大きな規模で展開できる。県境によって情報が遮断されているところの連携が進む。

10. 記入担当者連絡先

担当者氏名	隈部 彰一
担当部署名（役職）	一般社団法人ビジット奈義（統括マネージャー）
郵便番号	708-1323
所在地	岡山県奈義町豊沢 314
電話番号（直通）	0868-36-7311
F A X 番号	0868-36-5783
E - m a i l	visitnagi20@gmail.com

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	岡山県奈義町
担当者氏名	江見 竜一
担当部署名（役職）	産業振興課
郵便番号	708-1392
所在地	岡山県奈義町豊沢 306-1
電話番号（直通）	0868-36-4114
F A X 番号	0868-36-6780
E - m a i l	sangyo@town.nagi.lg.jp

記入日: 令和5年7月24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】
 岡山県勝田郡奈義町

【設立時期】 平成28年4月11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】 代表理事 磯田 卓志

【マーケティング責任者(CMO)】 春名 泰輔

【財務責任者(CFO)】 隈部 彰一

【職員数】 8人(常勤4人(正職員2名・出向等2名、非常勤4人)

【主な収入】 委託事業30百万円 収益事業9百万円(R4年度決算)

【主な支出】 事業費28百万円 製品原価2百万円、
 販売費・管理費4百万円(R4年度決算)

【連携する主な事業者】
 奈義町観光協会、奈義町役場、作州津山商工会奈義支所、
 21世紀塾、NPO法人みんなでしょうえい等

KPI(実績・目標)

※()内は外国人に関するもの。

項目		2020 (R2)年	2021 (R3)年	2022 (R4)年	2023 (R5)年	2024 (R6)年	2025 (R7)年
旅行消費額 (百万円)	目標	()	()	65	70	75	80
	実績	57 ()	61 ()	67 ()	—	—	—
延べ 宿泊者数 (千人)	目標	()	()	4.5	5.0	5.5	5.8
	実績	2.5 ()	4.0 ()	3.5 ()	—	—	—
来訪者 満足度 (%)	目標	()	()	50	52	55	58
	実績	()	47 ()	49 ()	—	—	—
リピーター率 (%)	目標	()	()	40	42	45	48
	実績	()	36 ()	57 ()	—	—	—

戦略

【主なターゲット】

- 観光目的のレジャーや旅行の習慣がある人
- 子ども及びそれに付随する子育て世代

【ターゲットの誘客に向けた取組方針】

- 満足度調査の充実などにより再来訪意向につながる要因を分析し、分析結果に基づいてターゲット層に強力に訴求するコンテンツを磨き上げる。

【観光地域づくりのコンセプト】

- 子育て応援のまちとして、「子ども・子育て」視点による連続した事業展開により、観光分野や観光関連産業だけでなく、町民の日常生活活動や、暮らしのニーズ、豊かさとも連動させた、より効果的な「観光まちづくり」につなげる。

具体的な取組

- 【観光資源の磨き上げ】
 - 町内産の農畜産物を使用した特産品・土産物開発によるブランド構築
 - 奈義町DMO戦略策定・インターネット調査分析
- 【情報発信・プロモーション】
 - 菜の花まつり広告企画・宣伝
 - SNSでの観光、イベント情報発信
- 【受入環境の整備】
 - 奈義町観光案内所の管理運営
 - 町営オンデマンドバス受託運営
 - 町有施設を活用した賑わい創出とコミュニティ機能の強化
 - 電動バイクと電動アシスト自転車のレンタル

