

観光地域づくり法人形成・確立計画

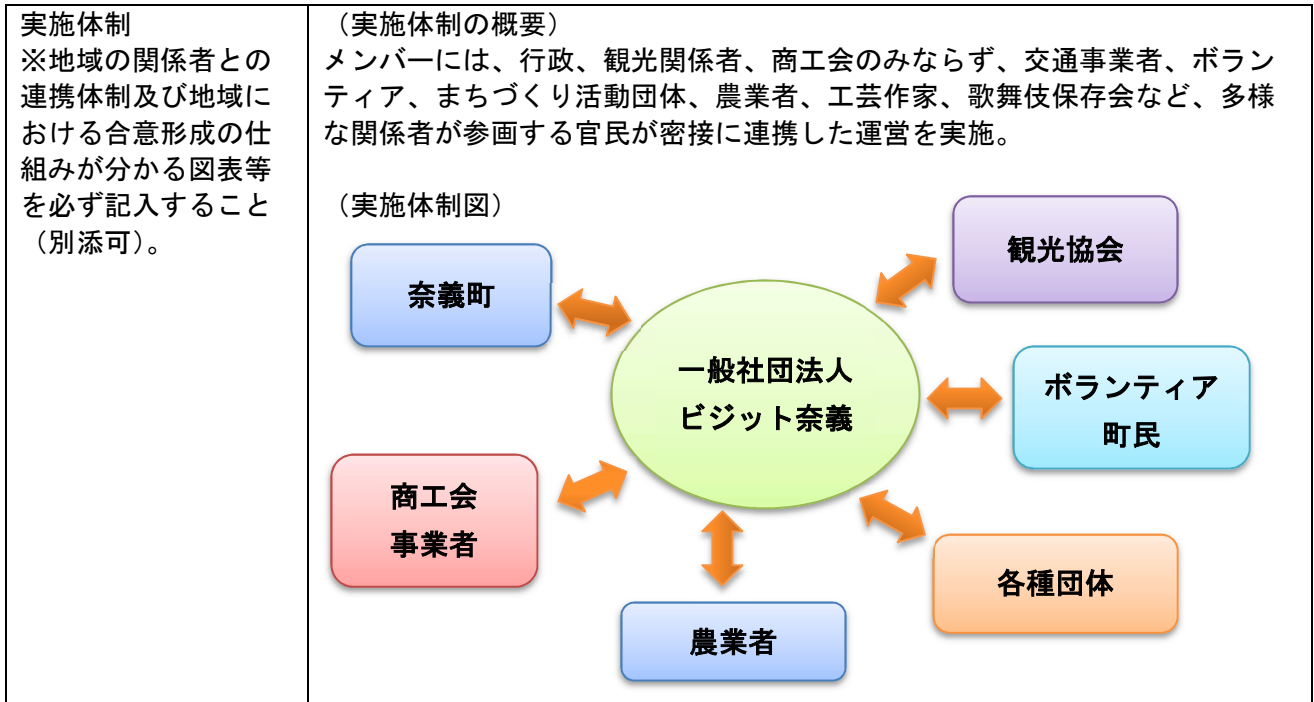
1. 観光地域づくり法人の組織

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) ビジット奈義	
マーケティング・マネ ジメント対象とする 区域	岡山県奈義町	
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	
職員数	5 人【常勤 1 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。
データ収集・分析等 の専門人材（CM O：チーフ・マーケ ティング・オフィサ ー ※必ず記入	(氏名) 馬場 絵理子 (出身組織名) (株) リョービツアーズ (専従)	(株) リョービツアーズからの在籍出向、長年観 光業に携わっており、マーケティング、ブランデ ィング、プロモーション等について知見と能力を 持つ。
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) 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	観光協会及び地元の野菜直売所の会計を長年担当 しており、経理、財政等の経験と知識を持っている。
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) 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。
マーケティング・着 地型商品づくりの責 任者（専門人材）	(氏名) 小童谷 靖則 (出身組織名) (株) リョービツアーズ	(株) リョービツアーズ専務取締役であり、長年 観光業と深く関わっており、業界でのネットワ ークを広く有するとともに、マーケティング、ブラン ディング、プロモーション等について高い知見 と能力を持つ。

(別添) 様式 1

<p>連携する地方公共団体の担当部署名及び役割</p>	<p>岡山県奈義町総務課 (地域公共交通) 同産業振興課 (観光振興、産業振興、マーケティング、社会資本整備、経理等) 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)</p>								
<p>連携する事業者名及び役割</p>	<p>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 (事業者との連絡調整、特産品の開発・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 みんなでしょうえい (イベントへの協力、まちづくりへの積極的な参画)</p>								
<p>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</p>	<p>【該当する登録要件】 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。</p>								
<p>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</p>	<p>定期的に住民参加型のイベント・ワークショップを開催し、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。</p>								
<p>法人のこれまでの活動実績</p>	<p>(活動の概要)</p> <table border="1" data-bbox="464 936 1425 1765"> <thead> <tr> <th data-bbox="464 936 644 981">事業</th> <th data-bbox="652 936 1425 981">実施概要</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="464 985 644 1176"> <p>情報発信・プロモーション</p> </td> <td data-bbox="652 985 1425 1176"> <ul style="list-style-type: none"> ・「まちの営業部」広告プロモーション事業 具体事業内容 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 </td> </tr> <tr> <td data-bbox="464 1180 644 1541"> <p>受入環境の整備</p> </td> <td data-bbox="652 1180 1425 1541"> <ul style="list-style-type: none"> ・観光案内及び施設管理業務委託事業 具体事業内容 奈義町観光案内所の管理運営 ・奈義町版B I D推進事業 具体事業内容 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 具体事業内容 電動バイクと電動アシスト自転車のレンタル </td> </tr> <tr> <td data-bbox="464 1545 644 1765"> <p>観光資源の磨き上げ</p> </td> <td data-bbox="652 1545 1425 1765"> <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・インターネット調査分析 </td> </tr> </tbody> </table> <p>(定量的な評価)</p>	事業	実施概要	<p>情報発信・プロモーション</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・「まちの営業部」広告プロモーション事業 具体事業内容 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 	<p>受入環境の整備</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・観光案内及び施設管理業務委託事業 具体事業内容 奈義町観光案内所の管理運営 ・奈義町版B I D推進事業 具体事業内容 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 具体事業内容 電動バイクと電動アシスト自転車のレンタル 	<p>観光資源の磨き上げ</p>	<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・インターネット調査分析
事業	実施概要								
<p>情報発信・プロモーション</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・「まちの営業部」広告プロモーション事業 具体事業内容 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 								
<p>受入環境の整備</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・観光案内及び施設管理業務委託事業 具体事業内容 奈義町観光案内所の管理運営 ・奈義町版B I D推進事業 具体事業内容 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 具体事業内容 電動バイクと電動アシスト自転車のレンタル 								
<p>観光資源の磨き上げ</p>	<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・インターネット調査分析 								

(別添) 様式 1



2. 観光地域づくり法人がマーケティング・マネジメントする区域

【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。

(別添) 様式 1

【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2万人）、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近年増加傾向にあり、数千人規模の集客があるイベントも複数実施されている。

【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、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2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。
岡山からは車で約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
来訪者満足度調査	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、を把握するため	アンケート調査等を自主事業として実施
認知度調査	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ため	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ため	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。ビジット奈義では、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をしている。

(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"> 合計特殊出生率が平成 28 年に 2.81、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（シンボルロード） 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 町行政の意思決定がスピーディである 町民に新しいことを試みる気風がある 	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産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（地域イメージが不明瞭） 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） 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）。

(別添) 様式 1

(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 ・ 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力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	・ 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は報告、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。

6. KPI（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KPI

指標項目		2018	2019	2020	2021	2022	2023
		(H30) 年度	(R1) 年度	(R2) 年度	(R3) 年度	(R4) 年度	(R5) 年度
●旅行消費額 (百万円)	目標	()	()	()	70.0	80.0	85.0
	実績	80.7 ()	77.0 ()	57.0 ()	()	()	()
●延べ宿泊者数 (千人)	目標	()	()	()	6.0	6.5	7.0
	実績	6.7 ()	5.5 ()	2.6 ()	()	()	()
●来訪者満足度 (%)	目標	()	()	()	()	51%	55%
	実績	- ()	- ()	- ()	47% ()	()	()

(別添) 様式 1

●リピーター率 (%)	目標					40%	45%
		()	()	()	()	()	()
	実績	-	-	-	36%		
		()	()	()	()	()	()

※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

<p>【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。 </p> <p>【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 </p> <p>●延べ宿泊者数 町内宿泊事業所の宿泊者数 </p> <p>●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 </p> <p>●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</p>
--

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
2018(H30)年度	1,033,980(円)	【市町村からの事業受託】 1,033,980(円)
2019(R1)年度	860,000(円)	【市町村からの事業受託】 860,000(円)
2019(R2)年度	18,541,000(円)	【市町村からの事業受託】 18,541,000(円)
2020(R3)年度	26,000,000(円)	【市町村からの事業受託】 25,000,000 【収益事業】 1,000,000(円)
2021(R4)年度	26,500,000(円)	【市町村からの事業受託】 25,000,000 【収益事業】 1,500,000(円)
2022(R5)年度	27,000,000(円)	【市町村からの事業受託】 25,000,000 【収益事業】 2,000,000(円)

(2) 支出

年(年度)	総支出	内訳
2018 (H30) 年度	1,033,980 (円)	【一般管理費】 196,600 【コンテンツ開発 (特産品開発、ブランディング)】 837,380 (円)
2019 (R1) 年度	683,907 (円)	【一般管理費】 198,990 【コンテンツ開発 (特産品開発)】 484,477 (円)
2019 (R2) 年度	16,970,000 (円)	【一般管理費】 4,985,000 【情報発信・プロモーション】 3,055,000 【受入環境整備等の着地整備】 631,000 【案内書の整備】 36,000 【コンテンツ開発 (観光資源の磨き上げ)】 7,955,000 【マーケティング (市場調査、ブランド戦略等)】 308,000 (円)
2020 (R3) 年度	25,200,000 (円)	【一般管理費】 1,000,000 【情報発信・プロモーション】 1,200,000 【受入環境整備等の着地整備】 14,000,000 【コンテンツ開発 (観光資源の磨き上げ)】 1,000,000 【マーケティング (市場調査、ブランド戦略等)】 3,000,000 【観光イベントの開催費】 等 5,000,000 (円)
2021 (R4) 年度	25,200,000 (円)	【一般管理費】 1,000,000 【情報発信・プロモーション】 1,200,000 【受入環境整備等の着地整備】 14,000,000 【コンテンツ開発 (観光資源の磨き上げ)】 1,000,000 【マーケティング (市場調査、ブランド戦略等)】 3,000,000 【観光イベントの開催費】 等 5,000,000 (円)
2022 (R5) 年度	25,200,000 (円)	【一般管理費】 1,000,000 【情報発信・プロモーション】 1,200,000 【受入環境整備等の着地整備】 14,000,000 【コンテンツ開発 (観光資源の磨き上げ)】 1,000,000 【マーケティング (市場調査、ブランド戦略等)】 3,000,000 【観光イベントの開催費】 等 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（令和2年度事業開始）や、民泊（令和3年度事業計画策定中、令和4～5年度にかけて事業開始予定）の整備、地元の工芸作家や農畜産家から情報収集した着地型観光のコンテンツを造成し（令和3年度コンテンツ整備中、令和4年度事業化予定）、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（令和4年度事業化予定）、また地域資源の発掘や町内の事業者・町民との協働（以前より実行中、今後さらに強化）、交通機関等との連携等（令和2年度より、町より地域交通事業の受託済み）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（令和4年実施予定）、自主財源の確保を図る。町営のオンデマンドのバス事業（令和3年度受託済み）や観光案内所の指定管理（令和元年度受託済み）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として登録したいので一般社団法人ビジット奈義とともに申請します。

9. 記入担当者連絡先

担当者氏名	馬場 絵理子
担当部署名（役職）	一般社団法人ビジット奈義（DMO コンシェルジュ）
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

10. 関係する都道府県・市町村担当者連絡先

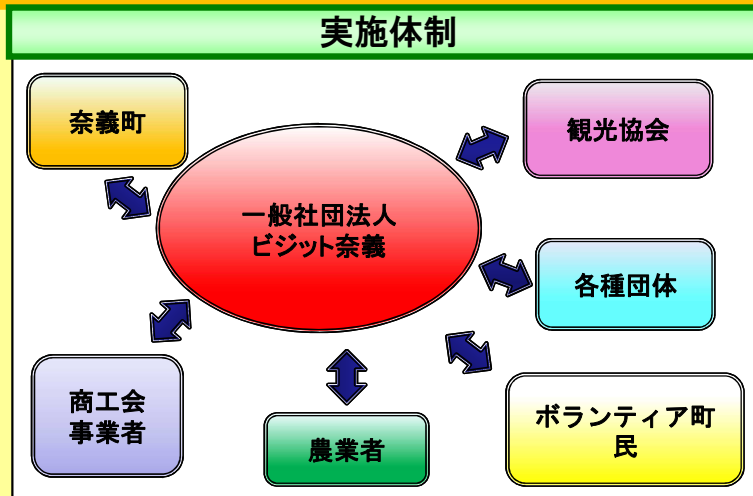
都道府県・市町村名	岡山県奈義町
担当者氏名	花房 宏亮
担当部署名（役職）	情報企画課（主事）
郵便番号	708-1392
所在地	岡山県奈義町豊沢 306-1
電話番号（直通）	0868-36-4126
F A X 番号	0868-36-6771
E - m a i l	kikaku@town.nagi.lg.jp

法人名：一般社団法人ビジット奈義

登録区分名：地域DMO

～このまちは、自然とアートでできている～

【区域】 奈義町
 【設立日】 平成28年4月11日
 【登録日】 平成28年4月22日
 【代表者】 代表理事 磯田 卓志
 【マーケティング責任者(CMO)】
 馬場 絵理子
 【財務責任者(CFO)】
 磯田 卓志
 【職員数】 5人
 (常勤1人、非常勤4人)
 【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法人みんなでしようえい等



マーケティング・マネジメントする区域

【主な観光資源】
 那岐山、菩提寺の大イチョウ、山の駅、現代美術館、ビカリアミュージアム

合意形成の仕組み

【該当する登録要件】
 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。

法人のこれまでの活動実績

【情報発信・プロモーション】
 ・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

【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

【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

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。
 ・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。

観光関連事業者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

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

KPI(実績・目標)

※()内は訪日外国人旅行者に関する数値

項目		2018 (H30) 年度	2019 (R1) 年度	2020 (R2) 年度	2021 (R3) 年度	2022 (R4) 年度	2023 (R5) 年度
旅行消費額 (百万円)	目標	()	()	()	70.0	80.0	85.0
	実績	80.7	77.0	57.0	()	()	()
延べ宿泊者数 (千人)	目標	()	()	()	6.0	6.5	7.0
	実績	6.7	5.5	2.6	()	()	()
来訪者満足度 (%)	目標	()	()	()	()	51%	55%
	実績	-	-	-	47%	()	()
リピーター率 (%)	目標	()	()	()	()	40%	45%
	実績	-	-	-	36%	()	()

活動に係る運営費の額及び調達方法の見通し

【主な収入】 町からの受託事業(特産品開発等)
 18,541,000円(R2年度)

【総支出】 16,970,000円(一般管理費4,985,000円、事業費11,985,000円) ※R3年3月期決算

【自律的・継続的な活動に向けた運営資金確保の取組・方針】
 観光案内所運営(令和元年度受託済み)や町営のオンデマンドバス等の事業(令和3年度受託済み)を受託