観光地域づくり法人形成･確立計画

記入日：令和７年７月３１日

１．観光地域づくり法人の組織

申請区分 ※該当するものを〇で囲むこと	広域連携ＤＭＯ･地域連携ＤＭＯ･地域ＤＭＯ	
観光地域づくり法人の名称	（株）美咲物産	
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 美咲町	
所在地	岡山県久米郡美咲町	
設立時期	平成２年２月６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	２１人【常勤２０人（正職員４人・パート１６人）、非常勤１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） 忠政　堅之 （出身組織名） 美咲町	美咲町　副町長　（２０１９年４月就任） 昭和５６年、津山市役所入所、総合政策室長、こども保健部長を歴任後、２０１９年より美咲町副町長、併せて同年７月から（株）美咲物産　代表取締役 美咲物産の代表として、リーダーシップを発揮。多様な関係者を巻き込む力のある人材である。
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） 髙原　康子「専従」 （出身組織名） （株）美咲物産	観光地域づくり法人（DMO）の統括事業責任者としての役割を担う。 データ分析とマーケティングに高い能力を持つ。
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） 勢木　陽子「専従」 （出身組織名） （株）美咲物産	（株）美咲物産で７年間勤務。持続可能な運営のため、経理、財政等の経験と知識をもっており、運営収支等に関する業務を行う。
各部門（例：プロモーション）の責任者（専門人材）	（氏名） 池田　公博 （出身組織名） 下湯原温泉ひまわり館	旅館、射的場、飲食店、道の駅の経営を行うなど、様々なプロモーションに高い能力を持つ。

様式１

※各部門責任者のうち専従の者については、氏名の右横に「専従」と記入すること		
各部門（例：旅行商品の造成･販売）の責任者（専門人材）	（氏名） 池田　公博 （出身組織名） 下湯原温泉ひまわり館	旅館、射的場、飲食店、道の駅の経営を行うなど、様々なプロモーションに高い能力を持つ。
連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	・岡山県美咲町産業観光課　（商工観光事業、マーケティング・プロモーション連携） ・岡山県美咲町地域みらい課（移住定住・空家対策・関係人口交流） ・岡山県美咲町みさき共創室（ふるさと納税） ・岡山県美咲町生涯学習課　（文化財等の保護・活用） ・岡山県美咲町教育総務課　（観光教育） ・岡山県美咲町くらし安全課（交通政策・二次交通整備）	
連携する事業者名及び役割	・久米郡商工会 ・美咲町物産センター（特産品直売所） ・まきばの館 ・南和気荘　（宿泊施設含む） ・三休公園　（宿泊施設含む） ・山荘やなはら　（宿泊施設） ・ココペリ　（飲食店） ・美咲町棚田保存地区連絡協議会 ・農事組合法人アグリモモ ・観光バス・タクシー事業者 ・（一社）真庭観光局　（登録観光地域づくり法人「登録ＤＭＯ」） ・（公社）津山市観光協会（観光地域づくり候補法人「登録ＤＭＯ」）	
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】 ・㈱美咲物産の株主は、町内の主要団体である、美咲町、ＪＡ、商工会、森林組合で構成されており、美咲町には観光協会がないため、令和２年度までは美咲町の多様なオピニオンリーダーで構成された「美咲ＤＭＯ設立検討会」において幅広く意見を聴取し、町全体を俯瞰した事業連携や観光地域づくりの推進を図ってきた。また令和３年度からは、地域の観光に関わる多様な関係者で構成する「観光事業外部委員会」を設置し、適宜、意見具申を行うことで、広く関係者との観光戦略等について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	・観光協会がない町であったが、平成２９年度から「美咲　黄福物語戦略会議」（２２名）、また令和２年度からは「美咲ＤＭＯ設立検討会」を設立し、観光によるまちづくりの推進に向けて、意識啓発・参画促進を目的とした「観光セミナー」を開催してきた。 ・地域においても農業者、地元事業者、自治会、NPO など多様な関係者でワークショップを行い、町のイメージやこれからの美咲町のアイデアの発掘など行い、参画意識の向上を図ってきた。	

様式１

法人のこれまでの活動実績

【活動の概要】

事業	実施概要
情報発信・プロモーション	・令和 3 年度観光交流事業 具体的内容 サイクリング情報発信・HP 制作（https://misaki-dmo.jp） インバウンド情報発信 ・令和 4 年度情報発信事業 具体的内容 ホームページのコンテンツ強化及び SNS（https://www.facebook.com/misakiaeru）による情報発信 ・第 19 回「全国桃太郎サミット」美咲町招致を契機に『桃 TARO EXPO』を初開催　1.3 万人集客 ・令和 5 年度情報発信事業 具体的内容 ホームページ及び SNS の情報発信を強化 ・第 2 回「桃 TARO EXPO」を開催　1.7 万人集客 ・令和 6 年度情報発信事業 具体的内容 ホームページ及び SNS の情報発信を強化
受入環境の整備	・令和 3 年度 具体事業内容 美咲 DMO 組織強化 ・令和 4 年度 具体事業内容 美咲 DMO 拠点として、交流拠点『ミサキアエル』開設 ・令和 5 年度 具体事業内容 食堂かめっち。の混雑解消のため、イートインスペースとテイクアウトブースを増強 美咲 DMO 拠点強化『スタッフ増、提供サービス』 ・令和 6 年度 具体事業内容 美咲 DMO 拠点として、交流拠点『ミサキアエル』を運営

様式１

	観光資源の磨き上げ	・令和３年度観光交流事業 特産品の開発・販売 来訪者への聞き取り調査 ・令和４年度 ローカルベンチャーの募集・採用 全国桃太郎サミット（第１９回)、桃太郎ＥＸＰＯ初開催に伴う関係スポットの整備、 ・令和５年度 ローカルベンチャーの募集・採用 来訪者へのアンケート調査 桃太郎ＥＸＰＯの開催（第２回） 「食堂かめっち。」１００万人来場イベント ・令和６年度 ローカルベンチャーの募集・採用 来訪者へのアンケート調査 「食堂かめっち。」開業17周年記念１杯100円イベント 鉄道遺産を活用したイベントの開催

【定量的な評価】

●食堂かめっち。実績

令和３年度	４７，２４４人	１６，７７０千円
令和４年度	４３，８６０人	２０，５９６千円
令和５年度	４２，２６３人	２２，５１６千円
令和６年度	４３，４４０人	２３，６６６千円

●柵原ふれあい鉱山公園実績

令和３年度	１１，２４５人	３，２０７千円
令和４年度	１４，６８０人	３，２８９千円
令和５年度	１３，９１７人	３，４７１千円
令和６年度	１２，２８０人	３，３５８千円

実施体制
※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】

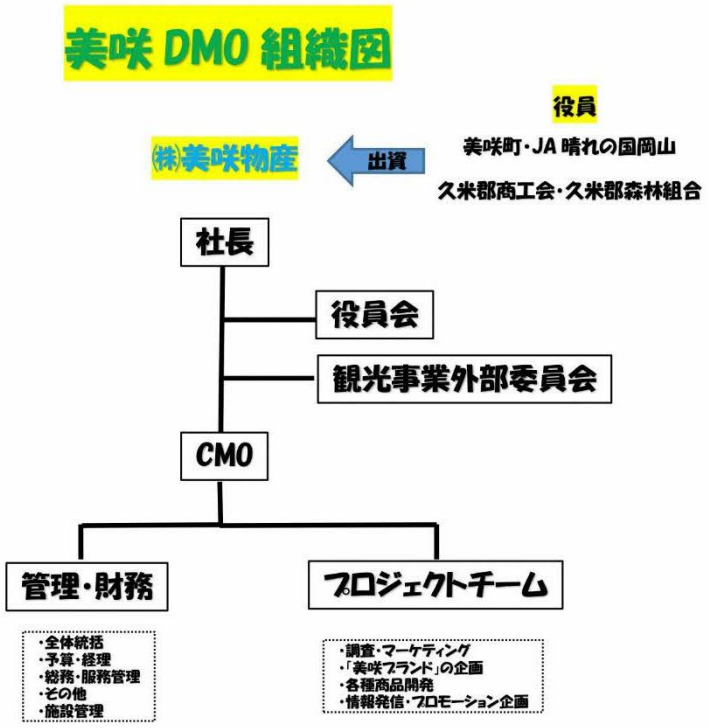
・町の第３セクターである「株式会社　美咲物産」は、
１）町の代表的な観光施設である、卵かけご飯の店「食堂かめっち。」及び「柵原ふれあい鉱山公園」を指定管理業者として長年担っており、運営のノウハウは有している。
２）また上記施設の収益力と集客力を、ＤＭＯの独自且つ継続的な財政基盤として期待し得る。
このことから、「株式会社美咲物産」を母体として設立運営している。

・現在「美咲物産」の体制はパートも含み２１人であり、人事・財務や施設管理を中心に担う「管理・財政」とＤＭＯ機能を担う「プロジェクトチーム」と、組織を分担する形で整備し、ＤＭＯ事業をよりスムーズに実行できる体制を構築する。

・美咲町の多様なオピニオンリーダーで構成された『美咲観光事業外部委員会』は、コロナ禍の影響で令和４年度まで実質的な活動が制限された。
民間団体とも密に連携を図りながら、町の幅広い層との連携を図り、町全体を俯瞰した事業連携や観光地域づくりの推進を図った。

様式１

【実施体制図】


美咲 DMO 組織図
役員
㈱美咲物産
出資
美咲町・JA 晴れの国岡山
久米郡商工会・久米郡森林組合
社長
役員会
観光事業外部委員会
CMO
管理・財務
プロジェクトチーム
・全体統括
・予算・経理
・総務・服務管理
・その他
・施設管理
・調査・マーケティング
・「美咲ブランド」の企画
・各種商品開発
・情報発信・プロモーション企画

様式１

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】

岡山県の北部エリアではあるが、県のほぼ中央に位置する美咲町は、平成１７年３月、旧中央町、旧旭町、旧柵原町の３町が合併して誕生した自治体。その面積は約２３２㎢で東西に横長で約５０kmに及ぶ。人口は約１万３千人で「つなぐ棚田遺産」にも選ばれた農村景観や岡山三大河川のうち、二大河川の旭川、吉井川が流れるなど、美しい自然環境に恵まれ、主要産業である農林業は、米を中心に、ピオーネや梨、しいたけ、黄ニラ等の生産が盛んに行われ、中山間地域ならではの文化や産業を育んできた。

「つなぐ棚田遺産」に認定されている「大垪和西棚田」と「小山棚田」は、地区住民の手によってきれいに保全された岡山県を代表する棚田で、豊かな自然や農村風景は郷土の誇りであり、特に標高４００mに位置する「大垪和西棚田」は四季折々に美しい表情を見せ、地区住民の苦労は大きいが、人々の心に安らぎを与えてくれるまさに癒しの空間である。

合併前の旧３町、また合併後も観光協会、観光連盟はなく、行政、商工団体、農業団体などそれぞれが個々に国内外に向けて観光情報を発信してきた。合併から２年経った平成１９年４月、旧３町、また新町誕生以降初めて〝観光〟と名の付く課が新設され、その後は行政主導ではあったが、産官連携による美咲町らしい「魅力」を模索する中、「卵」に着目したことから「たまごかけごはん」をツールに町へ人を呼び込むことが少しずつ動き始めていった。

今後は、地域ＤＭＯを設立していくうえで、効果的に人を呼び込み、町への訪問者、滞在者を通じて、美咲町のファンづくりに取り組み、定住人口と関係人口の増加を目指し、魅力ある観光資源を最大限に活用し、「町外」からの収入を増やし、「町内」での雇用を生み出し、「町内」の生産消費を活性化させることで、美咲町の「地域内経済」の好循環を創り出し、地域の魅力を高める。

また、近隣の・（一社）真庭観光局（登録観光地域づくり法人「登録ＤＭＯ」）、（公社）津山市観光協会（観光地域づくり法人「登録ＤＭＯ」）とも連携し、文化・歴史・宿等をキーワードに着地型旅行商品の開発、広域連携ならではの魅力的な旅行商品の造成を図る。

【観光客の実態等】

●美咲町の観光動態入込客数

令和　３年度	２６８　千人
令和　４年度	３０４　千人
令和　５年度	３３６　千人
令和　６年度	３４６　千人

●宿泊者数

令和　３年度	１　千人
令和　４年度	２　千人
令和　５年度	２　千人
令和　６年度	２　千人

●観光消費額

令和　３年度	２５４百万円
令和　４年度	２５２百万円
令和　５年度	２８８百万円
令和　６年度	３０４百万円

【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】

●観光資源（自然・グルメ含む）

つなぐ棚田遺産「大垪和西棚田」・つなぐ棚田遺産「小山棚田」・桜・たまごかけごはん・旭川（旭川湖）・吉井川・柵原鉱山（柵原坑道・坑道農業）・亀甲岩・大山川のホタル・両山寺の雲海・アマノジャクの重ね岩・ピオーネ・きぬむすめ（特Ａ）・しいたけ・黄ニラ・ラベンダー・あじさい・岸田吟香・元祖桃太郎伝説

●観光施設（特産品直売所・宿泊施設・飲食店含む）

食堂かめっち。・まきばの館・三休公園・柵原ふれあい鉱山公園（柵原鉱山資料館）・物産センター・やさい畑・みち停あさひ・イエローパーク（農事組合法人）・美咲花山園・アーツ＆クラフト・岸田吟香記念館・紅そば亭・南和気荘・民話館・山荘やなはら・エイコンパーク（エイコンスタジアム）・さくらグラウンド・中央運動公園・北和気郷土資料館・ＪＲ亀甲駅（亀の形の駅舎）・月の輪古墳出土品（県指定重要文化財考古資料）

●神社・仏閣・史跡

本山寺（国指定重要文化財（建造物）／本堂・三重塔・宝篋印塔、県指定重要文化財（建造物）本山寺霊廟・本山寺常行堂・本山寺長屋・本山寺仁王門）・両山寺（県指定重要無形民俗文化財／二上山護法祭）・幻住寺・境神社（県指定重要無形民俗文化財／獅子舞）・一宮八幡神社（県指定重要無形民俗文化財／獅子舞）月の輪古墳（県指定記念物）・唐臼古墓群（県指定記念物）

●鉄道遺産

旧片上鉄道（車両１１両（うち８両が動態保存（推薦産業遺産））・旧吉ヶ原駅舎（国指定登録有形文化財（建造物））

●イベント（まつり）

三休公園さくらまつり・ふるさと夏まつり・たまごまつり・みさき秋まつり

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

宿泊施設　４施設　（うち公的宿２施設）

収容力　　１３６人

様式１

【利便性：区域までの交通、域内交通】

●鉄道利用
　ＪＲ岡山駅からＪＲ亀甲駅まで（津山線快速列車）・・・・・・・・・・・・・５５分
　ＪＲ津山駅からＪＲ亀甲駅まで（津山線快速列車）・・・・・・・・・・・・・１０分
●ハイウエイバス
　ＪＲ大阪駅からＪＲ津山駅まで（特急、中国自動車道）・・・・・・・２時間４０分
　東京から津山まで（夜行バス）・・・・・・・・・・・・・・・・・・・９時間
　新宿から津山まで（夜行バス）・・・・・・・・・・・・・・・・・・・９時間１５分
●自家用車
　大阪吹田ＩＣから津山ＩＣまで（中国自動車道）→美咲町・・・・・・２時間３０分
　米子ＩＣから院庄ＩＣまで（米子自動車道）→美咲町・・・・・・・・１時間２０分
　広島から院庄ＩＣまで（山陽自動車道～中国自動車道）→美咲町・・・２時間４５分
　広島から院庄ＩＣまで（中国自動車道）→美咲町・・・・・・・・・・３時間
　高知ＩＣから院庄ＩＣまで（高知自動車道～瀬戸中央自動車道～岡山自動車道～中国自動車道）
→美咲町・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・３時間１５分
●航空機
　東京―岡山・・・・・１時間１５分
　札幌―岡山・・・・・２時間
　沖縄―岡山・・・・・１時間５０分
　台湾―岡山・・・・・３時間５分
　ソウル―岡山・・・・１時間３０分
　上海―岡山・・・・・２時間１０分

【外国人観光客への対応】
・多言語に対応した観光パンフレット（英語・繁体字・簡体字）
・多言語に対応した観光ポータルサイト（台湾・フランス・英語対応）

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	来訪者の消費額を調査することで経済効果を把握し、分析するため	観光事業者への調査により実施 (R3・R4・R5・R6・R7)
入込観光客数	町外からの観光客数の実態を把握するため	観光事業者への調査により実施 (R3・R4・R5・R6・R7)
延べ宿泊者数	宿泊施設の利用客数を把握することで経済効果を把握し、分析するため	宿泊施設への調査により実施 (R3・R4・R5・R6・R7)
来訪者満足度	来訪者の満足度を把握することでサービス・商品の改善に繋げるため	アンケート調査により実施 （対面調査） 調査地：柵原ふれあい鉱山公園、美咲町物産センター他
リピーター率	再来訪者の動向を把握することでサービス・商品の改善に繋げるため	アンケート調査により実施 （対面調査） 調査地：柵原ふれあい鉱山公園、美咲町物産センター他
ＷＥＢサイトのフォロワー状況	美咲町の知名度などを把握するため	SNS を活用して実施

４．戦略

（１）地域における観光を取り巻く背景

※地域経済、社会等の状況を踏まえた観光地域づくりの背景

美咲町は、人口１万３千人の岡山県の県北に位置する典型的な中山間地域の町であり、他の類似した地域同様、人口減少、少子高齢化が進んでいる。一方でつなぐ棚田遺産に選ばれている棚田は、町の象徴であり、地域住民によって長年きれいに保存されてきた岡山県を代表する棚田で、豊かな自然や農村風景は郷土の誇りである。しかし、厳しい自然に対して、また高齢化、担い手不足等からこの維持は年々厳しいものになってきている。

一方でコロナ後の観光業の回復により、インバウンドをはじめとする観光客が増加し、国内の有名観光地では「オーバーツーリズム」が問題となる中で、観光地としての美咲町の知名度は高くない。

こうした地域の課題に対して、観光地域づくり法人（ＤＭＯ）を中心として、町内にある「資源」を再度洗い出し、町内外の人にとって魅力ある「美咲町らしさ（美咲町のアイデンティティ）」を改めて定義するとともに、それに基づいて、いくつかの分野において、個々の「資源」を観光資源化すべく磨き上げしていくことで、「観光」を一つの起爆剤としながら、美咲町のブランド化を進めていく。

そして美咲町の「ファン」を増やすことで、観光を中心とした収入の増を目指すだけでなく、関係人口、定住人口の増加や新たな雇用の創出、観光資源の保全、町への外部投資の誘引等、美咲町の域内経済に好循環をもたらすことに繋げていくことを目指している。

平成２０年に始まった「美咲流卵かけご飯」もコロナ過を乗り越え、令和５年には来場者１００万人を達成。生産者中心に運営を行っている「野菜直売所」も、新庁舎建て替えを機に、令和６年度には新たな店舗がオープンした。

今後の美咲町は、「ファン」づくりの新たな「ミサキストーリー」を描いていくために、官民が協力し、地域で頑張る人や事業者に対して応援をしていきたい。

様式１

（２）地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	**強み（Strengths）** **・瀬戸内海、日本海それぞれに１時間程度で行くことができる** **・里山や棚田（つなぐ棚田遺産）等の美しい農村風景を有する** **・豊富な農畜産物（ぶどう・鶏卵・豚肉・京鴨）** **・〝卵かけご飯〟発祥の地** **・〝桃太郎伝説〟発祥の地** **・地域の繋がりが強く、人が優しい** **・開発の余地がある「空き家」が多い** **・町内全戸に光ケーブル網が整備されている** **・文化や歴史の異なる３つの町が合併したことで異なるユニークな文化資源を有する**	**弱み（Weaknesses）** **・顕在化した「観光資源」が少ない** **・その結果、宿泊施設や土産物屋等が少ない** **・観光情報の発信力** **・人口減少・高齢化により、活動できる人材が少ない** **・棚田維持の担い手の減少** **・顕著化した「観光資源の脆弱性」** **・鉄道が中央地区にしか走っていない（二次交通アクセスが弱い）** **・観光施策を推進する組織がない**
外部環境	**機会（Opportunity）** **・コロナ禍による、地方や自然との生活への意識の芽生え** **・ＳＮＳやネット販売の進化により、地方の商品にもビジネスチャンスが拡大** **・観光様式の変化（物見遊山的旅行から滞在型、体験型へマイクロツーリズム**	**脅威（Threat）** **・日本全体の人口減少、高齢化** **・インバウンドを中心とした観光産業の不透明さ** **・他類似地域との差別化**

※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

〇第１ターゲット層
マイクロツーリズムを楽しみたい、近隣都市※の在住者（２０代～５０代の自然志向のアクティブ層）
※近隣都市：車での移動時間が１時間半程度の範囲（岡山市、倉敷市、鳥取市　等）

〇選定の理由
車での移動は比較的利便な位置に立地し、比較的周遊可能なエリアに「卵かけご飯」といったグルメをはじめ、里山や棚田百選に選ばれているような美しい日本の原風景のような棚田、旧片上鉄道（鉄道廃線跡地）といった多彩な観光資源を有しているため。
コロナ禍により、多くの人が自然の中での生活や地域の人々とのつながりの中で生活を望むようになってきており、交流人口や定住人口を増やすポテンシャルは増大してきていると考えらる。

〇取組方針
・現状、美咲町自体のアイデンティティが曖昧であるために、各観光資源はバラバラで、周遊を促すような「線」として結び付けられていない状況にある。
・それゆえ、先ず町の実情を踏まえた「美咲町のアイデンティティ」を定義するとともに、それに基づいて各観光資源を有機的に結び付けた「ストーリー」を作成し、町内の周遊をより誘発できるようにする。
・それと並行して、マーケティングに基づき、各観光資源のコンテンツをよりブラッシュアップしていく。
・「観る撮る型」の観光から、体験型の観光を提供へ農林業者や商工業者と一体となる取り組み

〇ターゲット層
グルメの愛好家層（全国（特に関西）や海外、老若男女）

〇選定の理由
・中央地区に有するたまごかけごはんの店「食堂かめっち。」は、「卵かけご飯」のメッカとして、全国的に名が知られており、岡山県内は元より、週末には関西圏、また広島など近隣の他府県からも多くの客が訪れている。
・また隣の津山市には、Ｂ級グルメ「津山ホルモンうどん」が全国的にも有名であり、相乗効果が期待できる。
・生卵を食べるという食文化は日本にしかない。コロナまでは、香港、台湾を中心に「卵かけご飯」を目当てとした客も少なくなかった。近年海外では、日本の卵は「Ｊａｐａｎｅｓｅ　Ｅｇｇ」から「ＴＡＭＡＧＯ」と呼ばれるようになり、日本の卵が〝安心安全だ〟と位置付けられてきている。
〇取組方針
・「食堂かめっち。」の経営体制をさらに強化したことで、売上（＝来客者数）増を目指すとともに、美咲町を「卵かけご飯のまち」として定義し、それに基づいてメニュー化し、提供店舗を増やすことで、他のグルメ同様、美咲町全体の「名物」としていく。
・また津山市等、他の近隣エリアのＢ級グルメと連携を模索し、岡山県北地域へのＢ級グルメ愛好家の来訪者数総体を増やすことに努める。

〇ターゲット層
鉄道マニアや聖地巡礼を行うオタク層（全国の１０代～４０代）

〇選定の理由
・鉱山の町だった柵原地区に有する「旧片上鉄道」は、平成３年の閉山と同時に廃線となった鉱石を運ぶための鉄道だった。約３３㎞あった線路のほとんどはサイクリングロードとなったが、美咲町には、４００ｍの線路と当時のままの駅舎、また一般社団法人鉄道観光開発により、昭和初期の車両が１１両管理されていて、うち８両は動態保存されている。鉄道ファンなら知っている、廃線活動の聖地となっている。
・また、昭和のイメージや古い車両が動くことなどから、映画やドラマのロケ地としても数多く活用されている。
・隣の津山市には平成２８年、「津山まなびの鉄道館」が開館している。「鉄道遺産」をキーワードに、広域連携することで、相乗効果が期待できる。
〇取組方針
・上記のように、観光資源としてのネームバリューは高いものの、近年、車両等の老朽化は激しく、また〝売り〟である動態展示の担い手も将来的にいなくなる可能性がある。
・それゆえ、先ず現状の課題を整理し、さらに有力な「観光コンテンツ」とするために、管理・運営体制等を整備し、観光資源の維持と強化につなげ、魅力的な観光地として来客を促す。
・その上で、鉄道マニアの来訪をさらに促すようなイベントや催し物の企画、グッズ開発を行うとともに、映画やドラマ、またアニメ等のロケ地活用についてのプロモーションをより強化することで、　鉄道マニアだけでなく、アニメ等による「聖地巡礼」の来訪者数を増やしていく。
・「鉄道遺産」をキーワードに、鉄道ファンはもちろんのこと〝繋ぐ〟ことで、情報の発信力も２倍、３倍となり、さらなる定住人口、関係人口増を図る仕組みを構築する。

（４）観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	日本の原風景を体験する観光地域づくり ～美咲町の自然・くらし・文化と人のつながりを観光体験として提供～

②コンセプトの考え方	・美咲町には、他地域に優越するほどの、いわゆる「観光地」はない。 ・しかし、今回のコロナ禍を経て、人々の暮らしや楽しみの価値観が変化・多様化する中で、美咲町の在り方（自然・くらし・文化と人のつながり）自体が、観光資源になり得ると考えている。 ・そのため、棚田百選等の、美しい中山間の風景を有する美咲町の強みを活かし、「日本の原風景」が広がる地域の風土を体感できる企画（個々の観光体験）を通じて、美咲町の自然・くらし・文化と人のつながりを全体として感じてもらえる観光地域づくりを進める。 ・そのことから引き続き、大きな柱を「棚田」・「卵かけごはん」・「元祖桃太郎伝説」・「鉄道遺産」の４つとし、住民自らが美咲町の地域資源を再認識し、誇りと愛を育み、多彩な「美咲町ファン」を増やしていくことで、単に経済効果だけでなく、町の活性化を図っていく。

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。	事業報告及び意見交換会 美咲物産の役員会、また観光事業外部委員会等を開催し、事業の状況の報告を行うとともに意見交換や情報共有を行う。 ＨＰ・ＳＮＳ ＨＰ・ＳＮＳを構築し、活動内容についてタイムリーに情報発信することで、状況の共有を図る。
	・美咲物産の役員会、また観光事業外部委員会等を年１回は開催し、事業の状況の報告を行うとともに意見交換や情報共有を行う。 ・ＤＭＯを中心として、関係者を集めた報告会を設けることにより、関係者が集まり交流・情報交換等を行う。 ・ＨＰやＳＮＳを発信することにより、活動内容を情報発信することで状況の共有を図るとともに、美咲町の魅力を発信する。
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	・ＤＭＯが、全体のコンセプトおよび個々のバリューについて定義を明確にし、それに基づいた指導・コンサルティングを、各関連業者に行うことで質の維持を図る。 ・ＨＰを構築し、観光客等からの評価とフィードバックを得られる仕組みを導入する。 ・観光客満足度調査を実施し、そこから課題を分析し、関係者へフィードバックすることで、サービスの改善につなげていく。
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	・ＨＰや各種ＳＮＳを通じて、ＤＭＯが美咲町の観光情報を一元的に発信する体制を構築する。

※各取組について、出来る限り具体的に記入すること。

様式１

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		2022（Ｒ４）年度	2023（Ｒ５）年度	2024（Ｒ６）年度	2025（Ｒ７）年度	2026（Ｒ８）年度	2027（Ｒ９）年度
●旅行消費額（百万円）	目標	324	336	340	340	340	340
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	252	288	304			
		（ ）	（ ）	（ ）			
●延べ宿泊者数（千人）	目標	3	3	4	4	4	4
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	2	2	2			
		（ ）	（ ）	（ ）			
●来訪者満足度（%）	目標	80	81	82	83	83	83
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	76	98	98			
		（ ）	（ ）	（ ）			
●リピーター率（%）	目標	52	53	54	55	55	55
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	63	58	98			
		（ ）	（ ）	（ ）			

※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】
本計画の目標値は、令和５年度の実績を基準とし、令和６年度の目標数値は新型コロナウイルス後でもあり、前年度並みとしている。令和５年度以降、緩やかに回復することを見込み、新たな観光プロダクトの開発やプロモーションの強化で観光消費額等の向上を目指す。

【設定にあたっての考え方】
●旅行消費額
令和５年度の実績値をベースとして、観光プロダクト開発等により、令和７年度時点で約 18%増加することを目指す。
●延べ宿泊者数
令和５年度の実績値をベースとして、農泊の推進などにより、令和７年度時点で 2,000 人増加することを目指す。
●来訪者満足度
令和５年度の実績値をベースとして、観光プロダクト開発や情報発信の強化や受入環境整備により、令和７年度時点で 83%を下回らないことを目指す。
●リピーター率
令和５年度の実績値をベースとして、観光プロダクト開発や受入環境整備により、令和７年度時点で 55%を下回らないことを目指す。

様式１

（２）その他の目標

指標項目		2022（Ｒ４）年度	2023（Ｒ５）年度	2024（Ｒ６）年度	2025（Ｒ７）年度	2026（Ｒ８）年度	2027（Ｒ９）年度
Web アクセス数（千回）	目標		5	6	8	8	8
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	4	4	4			
		（ ）	（ ）	（ ）			
SNS フォロワー数（百人）	目標		8	9	10	11	11
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	7	10	10			
		（ ）	（ ）	（ ）			

※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】

Web アクセス数、SNS フォロワー数は、美咲町の知名度や魅力度を図るための重要な数値で、サステナブルな観光施策を行うため、アクセス数及びフォロワー数の向上を目指す。

【設定にあたっての考え方】

●Web アクセス数

令和４年度の実績値をベースとして、定期的な更新により、令和７年度時点で約２００%増加することを目指す。

●SNS フォロワー数

令和４年度の実績値をベースとして、定期的な情報発信により、令和７年時点で約４３%増加することを目指す。

様式１

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っては、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）
2022（Ｒ４）年度	90,821,000（円）	【管理施設売上】 30,637,000 円 【指定管理・委託料】 59,258,000 円 【雑収入】 926,000 円
2023（Ｒ５）年度	91,753,000（円）	【管理施設売上】 41,606,000 円 【指定管理・委託料】 49,224,000 円 【雑収入】 923,000 円
2024（Ｒ６）年度	91,767,000（円）	【管理施設売上】 41,620,000 円 【指定管理・委託料】 49,224,000 円 【雑収入】 923,000 円
2025（Ｒ７）年度	91,787,000（円）	【管理施設売上】 41,640,000 円 【指定管理・委託料】 49,224,000 円 【雑収入】 923,000 円
2026（Ｒ８）年度	91,850,000（円）	【管理施設売上】 41,660,000 円 【指定管理・委託料】 49,240,000 円 【雑収入】 950,000 円
2027（Ｒ９）年度	91,895,000（円）	【管理施設売上】 41,668,000 円 【指定管理・委託料】 49,277,000 円 【雑収入】 950,000 円

（２）支出

年（年度）	総支出	内訳（具体的に記入すること）
2022（Ｒ４）年度	76,415,000（円）	【一般管理費】 40,801,000 円 【事業費】 35,614,000 円
2023（Ｒ５）年度	85,816,000（円）	【一般管理費】 42,038000 円 【事業費】 43,778,000 円
2024（Ｒ６）年度	91,767,000（円）	【一般管理費】 42,200,000 円 【事業費】 49,567,000 円
2025（Ｒ７）年度	91,787,000（円）	【一般管理費】 42,200,000 円 【事業費】 49,587,000 円
2026（Ｒ８）年度	91,850,000（円）	【一般管理費】 42,210,000 円 【事業費】 49,640,000 円
2027（Ｒ９）年度	91,895,000（円）	【一般管理費】 42,210,000 円 【事業費】 49,685,000 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

①初期においては、美咲物産の従前からの収入（指定管理料、「食堂かめっち。」等からの収益）を運営の基盤と置きつつ、観光地域づくりという公益的な事業を担うことから、ＤＭＯを構成する美咲町からの負担金についても検討する。
②以降は、事業成果を上げながら、行政や関係団体、地域事業者からの事業を受託し、収益増加につなげる。
③地域商社事業として、特産品開発のコーディネートなど収入源の確保に努める。

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

岡山県久米郡美咲町は、登録観光地域づくり法人への参画及び連携することにより、公的立場からのサポートを行います。

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）

１０．記入担当者連絡先

担当者氏名	池田　公博
担当部署名（役職）	株式会社美咲物産　統括部長
郵便番号	709-3717
所在地	岡山県久米郡美咲町原田 3111-2
電話番号（直通）	0868-66-1123
ＦＡＸ番号	0868-66-1123
Ｅ－ｍａｉｌ	misaki-bussan@px5.harenet.ne.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	岡山県久米郡美咲町
担当者氏名	赤木　信哉
担当部署名（役職）	産業観光課　課長代理
郵便番号	709-3717
所在地	岡山県久米郡美咲町原田 2144-1

様式１

電話番号（直通）	0868-66-1118
ＦＡＸ番号	0868-66-2038
Ｅ－ｍａｉｌ	sangyou@town.okayama-misaki.lg.jp

都道府県･市町村名	
担当者氏名	
担当部署名（役職）	
郵便番号	
所在地	
電話番号（直通）	
ＦＡＸ番号	
Ｅ－ｍａｉｌ	

（登録）【地域DMO】（株）美咲物産

様式２

記入日：　令和7年7月31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】
　岡山県美咲町
【設立時期】　平成2年2月6日
【設立経緯】
区域にある㈱美咲物産を母体として設立
【代表者】　忠政　堅之
【マーケティング責任者（CMO）】　髙原　康子
【財務責任者（CFO）】　勢木　陽子
【職員数】　21人（常勤20人（正職員4人・パート16人）、非常勤1人）
【主な収入】
　収益事業　41百万円、委託事業　49百万円（令和6年度決算）
【総支出】
　事業費　49百万円、一般管理費　42百万円（令和6年度決算）
【連携する主な事業者】
　久米郡商工会、美咲町物産センター、まきばの館、南和気荘、
　三休公園、美咲町棚田保存連絡協議会

KPI（実績・目標）

※（　）内は外国人に関するもの。

項目		2022（R4）年	2023（R5）年	2024（R6）年	2025（R7）年	2026（R8）年	2027（R9）年
旅行消費額（百万円）	目標	324（　）	336（　）	340（　）	340（　）	340（　）	340（　）
	実績	252（　）	288（　）	304（　）	—	—	—
延べ宿泊者数（千人）	目標	3（　）	3（　）	4（　）	4（　）	4（　）	4（　）
	実績	2（　）	2（　）	2（　）	—	—	—
来訪者満足度（%）	目標	80（　）	81（　）	82（　）	83（　）	83（　）	83（　）
	実績	76（　）	98（　）	98（　）	—	—	—
リピーター率（%）	目標	52（　）	53（　）	54（　）	55（　）	55（　）	55（　）
	実績	63（　）	58（　）	98（　）	—	—	—

戦略

【主なターゲット】
マイクロツーリズムを楽しみたい、近隣都市の在住者（20代～50代の自然志向のアクティブ層）
【ターゲットの誘客に向けた取組方針】
各観光資源を有機的に結び付けた「ストーリー」を作成し、町内の周遊をより誘発できるようにする。それと並行して、マーケティングに基づき、各観光資源のコンテンツをよりブラッシュアップしていく。
【観光地域づくりのコンセプト】
日本の原風景を体験する観光地域づくり～美咲町の自然・くらし・文化と人のつながりを提供～

具体的な取組

【観光資源の磨き上げ】
・卵かけご飯に関するストーリーの磨き上げ
・食堂かめっち。開業17周年記念1杯100円イベントの実施
・来訪者へのアンケート調査
・ローカルベンチャーの募集・採用

【受入環境整備】
・美咲DMO拠点強化

【情報発信・プロモーション】
・食堂かめっち。
・柵原ふれあい鉱山公園
・サイクリング情報発信
・インバウンド情報発信
・HP・SNS等の情報発信強化

【その他】
・鉄道遺産の活用（イベントの開催）
　ビアレールと夜汽車の会
　キハ702ガイドツアー
　きちがはらクリーン作戦