観光地域づくり法人形成･確立計画

記入日：令和７年７月１日

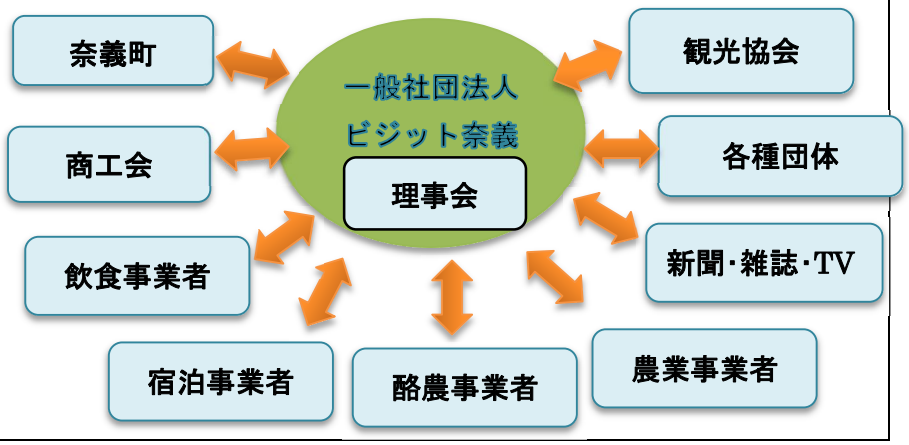
１．観光地域づくり法人の組織

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	（一社）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） ｽﾀｼﾞｵPhotoClip 代表 作州津山商工会奈義支所代表理事	作州津山商工会奈義支所の副代表、同奈義支部の代表。町内事業者をはじめ、町民からの人望も厚い。町内外の関係団体とも広く交流がある。
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） 吉田　孝子「専従」 （出身組織名） ｻﾝﾄﾘｰﾎｰﾙﾃﾞｨﾝｸﾞｽ（株）	サントリー食品インターナショナル（株）で、商品開発、品質保証、知財等の業務を経験。統括マネージャーとして経営全体を統括すると同時に、観光マーケティング戦略の展開や町の産品の訴求や拡売活動を推進している。
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） 香山　美瑞豊「専従」 （出身組織名） ライト電業㈱等	ライト電業等で、営業内務時代に豊富な営業接点を持っていたと同時に、会社における一連のカネの流れを理解した。ビジット奈義で 5 年間経理担当としての経験を持ち、数字にも強く商品の原価計算や管理会計の知識も十分に備えている。誠実かつ高いモラルで業務にあたっており CFO としての十分な資質を備えている。
プロモーション責任者（専門人材） ※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	（氏名） 豊福　祥旗 （出身組織名） Original-QUCHI 取締役 作州津山商工会　青年部部長 伍協牧場役員	（株）Original-QUCHI（ブランド牛の生産販売）取締役、及び農事組合法人　伍協牧場の構成メンバーとして、奈義町の酪農業を牽引している。精肉や牛加工品の販売も行っており、商品のプロモーションのノウハウを持っている。飲食店経営の経験もある。商工会青年部の役員として、若手経営者との強いネットワークを有している。

様式１

<table>
<tr><td>プロモーションの責任者（専門人材）</td><td>（氏名）
三村　剛史
（出身組織名）
奈義町森林組合
風の丘会長
奈義町観光協会理事</td><td>奈義町現代美術館と並ぶ観光資産である那岐山とその山麓でのガイドを行う「風の丘」の会長。山に関するアクティビティに精通している。また、飲食業の経験もあり特産品を使った加工品の開発ノウハウも持っている。</td></tr>
<tr><td>特産品開発・地域資源の発掘の責任者（専門人材）</td><td>（氏名）
築山　良恵
（出身組織名）
藍染作家・民泊事業者
前奈義町観光協会副会長</td><td>奈義町産の畜産品や野菜を活用した六次産業化商品の開発・製造を担っている。また、町内の事業者と連携し､体験商品の開発も行っている。</td></tr>
<tr><td>連携する地方公共団体の担当部署名及び役割</td><td>岡山県奈義町役場
・産業振興課
・学芸図書
・生涯学習課
・情報企画課
・総務課</td><td>・産業振興、観光推進､イベント開催、プロモーション連携
・イベント開催、プロモーション連携
・ふるさと納税・イベント開催
・地域公共交通(2 次交通)</td></tr>
<tr><td>連携する事業者名及び役割</td><td colspan="2">町内の飲食事業者、宿泊事業者（企画・プロモーションの実施）
作州津山商工会奈義支所(事業者との連携調整)
奈義町観光協会等町内のイベント主催者（イベント開催と告知）
新聞・テレビ等のメディア(産品やイベントの告知)
なぎビーフ銘柄推進協議会等の関連団体（イベント計画・調整）</td></tr>
<tr><td>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</td><td colspan="2">【該当する登録要件】①
ＤＭＯ代表理事は、飲食業や宿泊業等の観光関連事業者の代表である商工会のトップ。理事は、奈義町の主要な観光資源に関与する組織の代表やキーパーソン、主要な産業である畜産業の若手経営者で構成されている。また、民間からの出向者や自治体職員が、関連団体や組織を網羅した状態で観光振興を進めている。また、DMO は重要な戦略や活動結果について、定期的に首長への報告を行っている。</td></tr>
<tr><td>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</td><td colspan="2">町内各地区や有志団体主催のイベントへの参加､あるいは､それぞれのイベントについて DMO がその広報活動をサポートし、協同して観光振興活動を推進している。</td></tr>
<tr><td>法人のこれまでの活動実績</td><td colspan="2">【活動の概要】
<table>
<tr><th>事業</th><th>実施概要</th></tr>
<tr><td>情報発信・プロモーション</td><td>・観光戦略に基づく奈義町新パンフレットの作成･配布。
・同 DMO のウェブサイトの内容充実、英語対応。
・同 DMO の SNS の内容充実・発信頻度アップ
・町内イベントや産品のニュースリリース発信⇒報道
・マスコミへの企画商談⇒報道
・観光雑誌への広告出稿と掲載情報の充実
・各地での観光商談会での観光資産と産品の訴求</td></tr>
<tr><td>受入環境の整備</td><td>・観光案内所マニュアルを作成運営安定化によるサービス向上
・奈義町観光案内所の観光情報の充実と物販機能拡大
・観光施設への町内２次交通充実
・レンタルバイクとレンタサイクル整備</td></tr>
</table></td></tr>
</table>

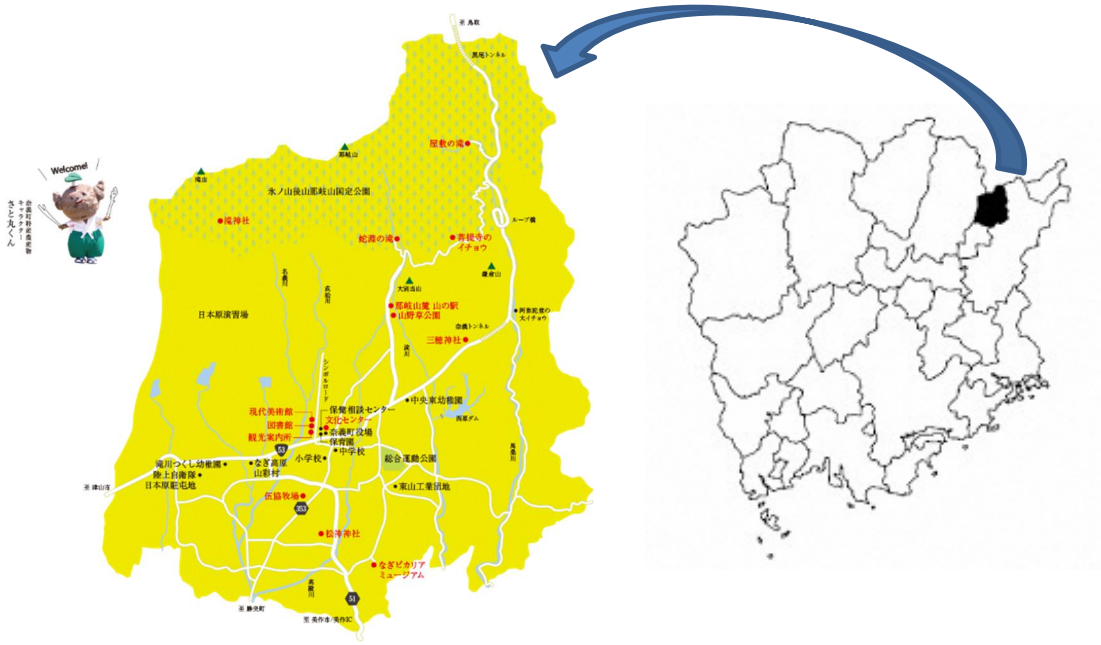
様式１

	観光資源の磨き上げ	・観光キャッチフレーズ「自然とアートと美食の町」に基づくツール作成や活動展開 ・那岐山の瀧神社トレッキングツアー開発 ・町内主要飲食店参加によるなぎビーフキャンペーン実施 ・町内産ブランド牛、ブランド豚を使った加工品の開発 ・畜産加工品の OEM による商業化・ふるさと納税展開 ・歌舞伎公演に合わせた町内産品を使った幕の内弁当開発 ・町内有望産品の広報展開と取扱拡大サポート
	【定量的な評価】 ホームページ PV　44,101PV(前年は 21,348PV) インスタフォロワー数　1300 人(前年は 923 人) ニュースリリース発信によるメディア掲載 15 件(前年度 13 件) 瀧神社トレッキングツアー（３月開催）　受付開始３分で完売	
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】** メンバーには、行政、商工会、飲食事業者、交通事業者、ボランティア、まちづくり活動団体、畜産業従事者、農業従事者、歌舞伎保存会など、多様な関係者が参画する官民が密接に連携した運営を実施。 **【実施体制図】**  	

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】

平成 27 年に観光に関する基礎調査を実施し、観光振興の可能性や奈義町が観光客に与えるイメージ、各観光資源への訪問意向等を検討した結果、奈義町域を対象とした観光マーケティング活動を行うことが基本的には有効であると判断した。同時に、隣接する津山市や美作市を含む岡山県北地域の広域的な観光推進にも各自治体内と連携して取り組むこととした。

【観光客の実態等】

那岐山とその山麓（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）、那岐山麓山の駅（同２万人）の観光資産を中心に、遊戯施設の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や近隣自治体に宿泊しての来訪がほとんどである。特に、奈義町現代美術館を中心に観光客は増加傾向。また、観光客の訪問目的となるほどの人気飲食店も複数存在している。また、なぎビーフ等の評価の高いグルメ資産も存在する。

【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、歴史〉

国定公園に指定され、登山やトレッキングが楽しめる「那岐山」とその山麓、推定樹齢 900 年とされる国指定天然記念物で西日本最大の「菩提寺の大イチョウ」、南側に広々とした景観を持ち雲海や星空も鑑賞できる「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。

〈アート、文化〉

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た「奈義町現代美術館」は、近年“映えスポット”としても人気を博している。また、江戸時代後期から受け継がれ、農村歌舞伎の姿を現在に伝える「横仙歌舞伎」も年２回の公演時には会場いっぱいの観光客を集める等人気を博している。

〈美食〉

“なぎビーフ“、“おかやま黒豚”のブランド牛、ブランド豚を有し、特になぎビーフは､町内飲食店でも多く取り扱われている。それらの飲食店では、なぎビーフ注文者の約 9 割が町外からの来訪者となっており、なぎビーフは重要な観光資産となっている。また、清らかな水と火山灰質の土壌、寒暖差の大きい高原の南斜面という、農作物にとって絶好の条件を有しており、里芋、黒豆、ネギ、アスパラ等美味しい素材を有している。

〈イベント〉

(4 月)チューリップまつり､菜の花まつり､那岐山ふれあい登山､横仙歌舞伎春公演､(6 月)Nagi Peaks､ほたる(7 月)滝神社参拝ツアー、(8 月)ふるさと夏祭り、(9 月)Art de Meat、(10 月)農林業祭、(11 月)那岐山トレッキング大会、横仙歌舞伎大公演、(2 月)七草がゆの集い等、その他、町内各地区や有志のよるイベントを含め年間を通して多数のイベントが行われている。

〈商業施設〉

コテージや特産品ショップ、レストランを有している「那岐山麓山の駅」、地元の農産物や特産品を販売する「なぎ高原山彩村」などの商業施設がある。

【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、那岐山麓地区に４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
Villa Bito Nagi（9 名）1 棟
民泊つきやま（2 名）和室１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 10 分～1 時間半、津山駅からバスで 40 分。
岡山空港からはシャトル便で津山まで 1 時間。津山駅からバスで 40 分。
鳥取から車で約 1 時間。
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、また、奈義町が運営する、オンデマンド型の地域交通さと丸バスの観光利用を開始したが、運行エリアは町内のみで運行は平日中心、更なる二次交通の充実は課題。

【外国人観光客への対応】

奈義町を紹介する英語版のパンフレットを作成。ビジット奈義のホームページに英語版を追加。観光案内所に英語でコミュニケーションできるスタッフを配置。また、岡山空港への直行便を有する台湾の代理店と連携し、近隣の自治体を含めたツアー造成に取り組んでいる。

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、観光消費増につなげる。	各施設からのデータ収集とアンケート調査。
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	観光客の満足度や再訪意向、その背景等を把握する	アンケート調査。
リピーター率	観光地としてお客阪の再訪割合、その背景等を把握する	アンケート調査

住民満足度	観光振興に対する地域住民の理解度を測る	町が行う住民への調査の項目とする
ＷＥＢサイトのアクセス状況	観光地としての認知の向上	自社ＷＥＢサイトのレポート
ＳＮＳのフォロワー数	観光地としての認知の向上	自社ＳＮＳのレポート

４．戦略

（１）地域における観光を取り巻く背景

奈義町では、現代美術館や伝統文化(横仙歌舞伎)、那岐山とその山麓エリアの豊かな自然、なぎビーフや、人気料飲店の豊かなグルメ等の観光資源を有しているが、その告知･訴求が未だ不十分であり、かつ観光客に回遊して楽しんでいただく仕組みづくりが未整備である。町のシンボルである那岐山と現代美術館には、それぞれ年間３万人以上の来訪があるが、この両観光資源へのお客様はほとんど重複しておらず、観光客に町内を回遊させるに至っていない。
一方で、観光推進の大きな要素のひとつであるグルメ（なぎビーフをはじめとする畜産品や農産物）の訴求をいままで観光プロモーションとして積極的には行ってこなかった。
また、従来から、観光推進のための訴求活動を岡山県内を中心に行っていため、岡山市や倉敷市と同等もしくは短時間で来訪可能な兵庫県内の主要都市など県外への訴求が不足していた。

（２）地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	**強み（Strengths）** ・ 令和元年に出生率 2.95 を記録し、子育ての町として有名である ・ 良質な観光資源に恵まれている（那岐山、菩提寺の大イチョウ、現代美術館、なぎビーフ等） ・ 美しい那岐山麓の自然や田園風景が保全されている ・ 全国的にもユニークな観光資産（現代美術館）がある。 ・ 横仙歌舞伎等の伝統文化が継承され､観光資産となっている。 ・ 評価の高いブランド牛「なぎビーフ」をはじめ、良質な畜産品や農産物がある。 ・ 観光客が遠方からわざわざ来店する人気飲食店が複数ある。 ・ 観光客のリピート率が高い ・ 町の財政状況が健全で、新たな投資余力はある。	**弱み（Weaknesses）** ・ 公共交通によるアクセスが不便。地域内交通の観光活用も限定的。 ・ 観光資源の、及び食に関する資産の告知・訴求不足 ・ 県外からの観光客の比率が 50%未満。 ・ 飲食事業者との連携が弱い ・ 主要産業と観光関連事業者の地域内の連携が不十分。 ・ 6 次産業化の基盤が不十分 ・ 変革を推進できる(実行プロセスを描いて管理できる)人材の不足
外部環境	**機会（Opportunity）** ・ 隣接する県に奈義町への日帰り圏内の大都市がある。 ・ 瀬戸内エリアのインバウントの増加 ・ 体験型ツアー等への関心の高まり ・ 森の芸術祭をきっかけとした観光需要拡大	**脅威（Threat）** ・ 観光関連事業者や農業事業者の高齢化や後継者不足 ・ 観光協会等、町の主要な観光関連組織メンバーの高齢化による担い手不足

※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

〇選定の理由
- 日帰り圏内市場及び宿泊圏内市場における調査の結果、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する。
- 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する。
- 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。

〇取組方針
- 「自然とアートと美食のまち」として、現代美術館と那岐山とその周辺の自然をターゲット層に訴求すると同時に、なぎビーフを中心としたグルメとともに価値訴求を行い、来訪者増かつ回遊促進を図る。

〇ターゲット層
　　第三ターゲット　　子育て世代の家族（親と子）

〇選定の理由
奈義町は「子育てのまち」として有名であるが、子供向けの遊具やスポーツ施設など、近隣の自治体にはない遊戯施設等の資産を有している。それらを活用し、近隣の自治体からの家族連れが一日回遊できる場所としての訴求活動を展開する。

〇取組方針
子育て世代にとっての必要なサービスは何か、子どもが楽しめるだけでなく親世代や家族全員がリフレッシュできる、遊戯施設、料飲店、宿泊場所、の紹介とそのサービス充実させること。各メディアやパンフレット、ホームページ、SNS 等を活用し告知することで、家族が１日中奈義町で楽しむ計画を立てることができるようにすること。

（４）観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	「自然とアートと美食の町」 那岐山とその山麓の自然、現代美術館に代表されるアート、なぎビーフを中心としたグルメを、観光客を呼び込めるキーコンテンツとして訴求するべく、「自然とアートと美食の町」キャッチコピーとしている。
②コンセプトの考え方	調査分析により、「自然」と「芸術」が奈義町に独自性の高い「強み」として抽出されたことで、従来は「この町はアートと自然でできている」としていたが、那岐山とその山麓を中心とした「自然」と、現代美術館を中心とした「アート」間の回遊性が極めて低いこと。加えて旅行の大きな目的のひとつである「グルメ(美食)」について、ブランド牛「なぎビーフ」や、評価の高い高原野菜という観光資産がありながら、その訴求がされていなかった。「自然」と「グルメ(美食)」、「アート」と「グルメ(美食)」の回遊を促進するため「自然とアートと美食の町」とした。 また、従来岡山県内を中心とした観光訴求を行っていたが、奈義町の立地特性を考慮し兵庫県への訴求を強化しているところである。

様式１

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。	ビジット奈義の理事会(隔週開催)を経て策定した戦略(案)は町長や副町長とも共有し(不定期、隔月程度)必要に応じて若干の修正を行い、再度理事会にて確定する。
	町内の関連法人や関連団体とは、法人連絡会議(年１回)等を通じて戦略や主な活動の共有を行うほか、個々の活動についても必要に応じ共有・調整している。また、町内外の主要団体とも、所属する代表理事や理事または統括マネージャーを通じて共有を行っている。その他、観光関連団体ともイベント等開催の数か月前から密に連携しながら広報活動を展開している。
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、美術館や山の駅などの観光サービスを提供する施設への聞き取り調査やイベント時のお客様の声、また観光客アンケート調査などを行い、その結果や過去からの変化を踏まえて評価を行いＰＤＣＡを回している。また、調査結果は各施設とも共有している。
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	ビジット奈義の事務所は奈義町唯一の観光案内所を兼ねているため、情報は一元化され、その情報をもとに HP や SNS での発信も行われている。観光協会は年数回のイベント開催を主たる業務としており、開催時に都度連携して役割分担を行っており業務の重複は発生しないしくみで運営されている。また、ビジット奈義の統括マネージャーは、観光推進監として役場の産業振興課にも所属しており、共有すべき情報のモレも発生しにくい仕組みで運営されている。

※各取組について、出来る限り具体的に記入すること。

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	65.0	193.9	215.0	200.0	205.0	210.0
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	67.8	193.9	200.0			
		（ ）	（ ）	（ ）			
●延べ宿泊者数（千人）	目標	4.5	5.0	4.5	5.0	5.3	5.5
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	3.5	4.0	4.2			
		（ ）	（ ）	（ ）			
●来訪者満足度（%）	目標	50%	52%	60%	62%	64%	64%
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	49%	60%	43%			
		（ ）	（ ）	（ ）			

様式１

●リピーター率（%）	目標	40%	42%	60%	60%	60%	60%
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	57%	72%	52%			
		（ ）	（ ）	（ ）			

※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値
※R5 年度より旅行消費額の定義を変更

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】
旅行消費額については、R4 年までは継続性の観点から町内の主要な観光施設、宿泊施設を対象として算出していたが、町外からの来訪客の飲食店等での観光消費額が多いことから、R5 年度より飲食店等での消費額も加えた形に定義を変更している。

【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、ビカリアミュージアム、山の駅の総売上額及び町内民間宿泊事業所の宿泊者数×宿泊費、町内飲食業・小売業の観光による売上高

●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		2022（Ｒ４）年度	2023（Ｒ５）年度	2024（Ｒ６）年度	2025（Ｒ７）年度	2026（Ｒ８）年度	2027（Ｒ９）年度
●住民満足度（%）	目標		69.0%	69.5%	70.0%	70.0%	70.0%
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	68.2%	68.4	67.3%			
		（ ）	（ ）	（ ）			
●Web ｻｲﾄのｱｸｾｽ回数（PV）	目標		18,000	30,000	40,000	45,000	50,000
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	225	21,348	44,101			
		（ ）	（ ）	（ ）			
●SNS のﾌｫﾛﾜｰ数（人）	目標			1,200	1,500	1,800	2,000
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	560	923	1,300			
		（ ）	（ ）	（ ）			

※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】
インターネットや SNS 上での観光情報収集をするケースが特に若者中心に増えてきていることを鑑み
ホームページのページビュー数、SNS のフォロワー数

【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
ビジット奈義のホームページのページビュー数

●SNS のフォロワー数
ビジット奈義のインスタグラムの総フォロワー数

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	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	28,917,895（円）	**【市町村からの事業受託】** 26,867,164（円） **【収益事業】** 2,050,731（円）
2024（Ｒ６）年度	25,455,347（円）	**【市町村からの事業受託】** 20,456,915（円） **【収益事業】** 4,998,432（円）
2025（Ｒ７）年度	22,595,000（円）	**【市町村からの事業受託】** 20,180,000（円） **【収益事業】** 2,415,000（円）
2026（Ｒ８）年度	23,500,000（円）	**【市町村からの事業受託】** 20,500,000（円） **【収益事業】** 3,000,000（円）
2027（Ｒ９）年度	24,500,000（円）	**【市町村からの事業受託】** 21,000,000（円） **【収益事業】** 3,500,000（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	34,638,044（円）	**【受託業務費用】** 28,493,692（円） **【製品原価、販売促進費】** 2,203,483（円） **【一般管理費】** 3,619,589（円）

2023（Ｒ５） 年度	29,013,909（円）	【受託業務費用】 24,494,327（円） 【製品原価、販売促進費】 1,771,261（円） 【一般管理費】 2,748,321（円）
2024（Ｒ６） 年度	20,906,952（円）	【受託業務費用】 16,867,112（円） 【製品原価、販売促進費】 4,039,840（円） 【一般管理費】 2,439,361（円）
2025（Ｒ７） 年度	22,830,000（円）	【受託業務費用】 18,130,000（円） 【製品原価、販売促進費】 2,100,000（円） 【一般管理費】 2,600,000（円）
2026（Ｒ８） 年度	25,500,000（円）	【受託業務費用】 20,000,000（円） 【製品原価、販売促進費】 2,500,000（円） 【一般管理費】 3,000,000（円）
2027（Ｒ９） 年度	26,000,000（円）	【受託業務費用】 20,000,000（円） 【製品原価、販売促進費】 3,000,000（円） 【一般管理費】 3,000,000（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

- 役場から受託している事業については専門性を生かした提案等により受託範囲を拡大する。
- 昨年開始した観光案内所での奈義町産の土産物や飲料等のカフェ売上をさらに拡大する。
- 自社開発商品である“そば”、“煎餅”に加え、R6 年に開発・発売した奈義町産ブランド牛「なぎビーフ」と同ブランド豚「おかやま黒豚」を使った高級ウインナー“奈義ウインナー、コーヒー、クッキー、まんじゅう等の販路拡大。
- 自社開発品や商社機能を果たしている商品の、自社 EC サイト、及びふるさと納税での販売拡大。
- 奈義町の名産品の販売先拡大（商社機能）による手数料収入拡大。”

これらの商品は町内外のイベント等でプロモーションを行いながら販売ピッチを上げていく予定である。また、組織の営業機能とサプライチェーンマネジメント能力を充実させながら、自主財源の確保を推進して行く。

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が、奈義町における観光推進・奈義産品の消費拡大の役割を担うことを期待しており、その活動を注視するとともに最大限の支援を行う。

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を含む、岡山県北の旧美作国エリアで「美味し国プロジェクト」とその各部会で連携して観光推進とともに名産品（グルメ）の拡大を推進している。また、同様に隣接する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】
奈義町には宿泊施設が少ないが、隣接する美作市には温泉もあり宿泊施設が多い。昼に奈義町で美術館や那岐山麓を訪問、夜は美作の温泉に宿泊する等、お客様の導線を共有している。隣接する津山市とも同様の関係がある。

【重複区域における、それぞれの DMO の役割分担について】
特に、東海地区以東や九州等、遠方からの観光客や、岡山空港に直行便のある台湾からの観光客に対して、岡山県北地区の１自治体だけでは、観光スケジュールやツアーを構成するのに十分ではないため、旧美作国地域で連携して、情報を整理して発信することが必要で、美作県民局等と連携した取組を行っている。

【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】
お客様にとっては市町村境も県境もない。これらの取組でお客様が旅行の計画が立てやすくなることで観光消費も促進される。

１０．記入担当者連絡先

担当者氏名	吉田　孝子
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
ＦＡＸ番号	0868-36-5783

Ｅ－ｍａｉｌ	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	石井　奈緒美
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
ＦＡＸ番号	0868-36-6780
Ｅ－ｍａｉｌ	sangyo@town.nagi.lg.jp

（登録）【地域DMO】一般社団法人ビジット奈義

様式2

記入日：　令和　7年　7　月1　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）】 吉田　孝子
【財務責任者（CFO）】 香山　美瑞豊
【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20.5百万円　収益事業5．0百万円（R6年度決算）
【主な支出】 事業費16.9百万円　製品原価4.0百万円、
販売費・管理費2.4百万円（R6年度決算）
【連携する主な事業者】
作州津山商工会奈義支所、奈義町観光協会、
奈義町文化センター、奈義町現代美術館、
横仙歌舞伎保存会、なぎﾋﾞｰﾌ銘柄協議会、風の丘等

KPI（実績・目標）

※（　）内は外国人に関するもの。

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	65.0（　）	193.9（　）	215（　）	200（　）	205（　）	210（　）
	実績	67.8（　）	193.9（　）	200（）	—	—	—
延べ宿泊者数（千人）	目標	4.5（　）	5.0（　）	4.5（　）	5.0（　）	5.3（　）	5.5（　）
	実績	3.5（　）	4.0（　）	4.2（）	—	—	—
来訪者満足度（%）	目標	50（　）	52（　）	60（　）	62（　）	64（　）	64（　）
	実績	49（　）	60（　）	—	—	—	—
リピーター率（%）	目標	40（　）	42（　）	60（　）	60（　）	60（　）	60（　）
	実績	57（　）	72（　）	52	—	—	—

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
- こ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】
- お客様を呼べる観光資産の再評価を行い、それぞれのターゲットに響くマーケティングミックスで訴求活動を行う。

【観光地域づくりのコンセプト】
- 「自然とアートと美食の町」として、自然とアートに関する観光資産を、なぎビーフを中心としたグルメと結び付け、来訪・回遊を促進する。

具体的な取組

【奈義町名産品の拡大】
- 町内産の畜産・農産品を使用した特産品・土産品開発
- 町内事業者が販売する商品の広報活動や販売支援

【情報発信・プロモーション】
- 観光資産の再評価に基づく、広告・広報展開、パンフレット作成、ホームページ/SNSやイベント等での訴求（ﾏｰｹﾃｨﾝｸﾞﾐｯｸｽ）。
- 町内飲食事業者と協力した「なぎビーフフェア」開催
- 町内各地区や有志団体が開催するイベントの広報活動支援。

【受入環境整備】
- 奈義町観光案内所の機能強化（観光情報、物販）