

観光地域づくり法人形成・確立計画

記入日：令和5年7月14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	株式会社美里まちづくり公社	
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 熊本県下益城郡美里町	
所在地	熊本県下益城郡美里町三和420	
設立時期	令和4年7月1日	
事業年度	3人【常勤3人（正職員2人・パート1人）、非常勤取締役3人】	
職員数	熊本県下益城郡美里町三和420	
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） 上田泰弘 （出身組織名） 美里町長	観光を手段とした地域内経済循環を通じて地域の課題解決を促す（新設）美里まちづくり公社のリーダーとして美里町長と兼任し地域内合意形成へも繋いでいく。
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） 石原恵「専従」 （出身組織名） 美里町役場	美里町役場に入庁12年目、主に企画・観光部署に所属。令和5年度からまちづくり公社に派遣。 ※プロモーション部門兼任
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） 濱田孝正「専従」 （出身組織名） 合同会社フットパス研究所 業務執行社員	美里町内での地域づくりを推進する民間団体「特定非営利活動法人美里NPOホールディングス」の理事長として10年従事し、平成28年7月1日、合同会社フットパス研究所を設立し、地域資源を活用して地域活性化を図る活動に従事。
各部門（旅行商品開発）の責任者（専門人材）	（氏名） 井澤るり子 （出身組織名）	農林水産省 食アミニティコンテスト優良賞（H26年）、国土交通省、全国地域づくり推進協議会主催「平成26年度地域づくり表彰」全国地域づく

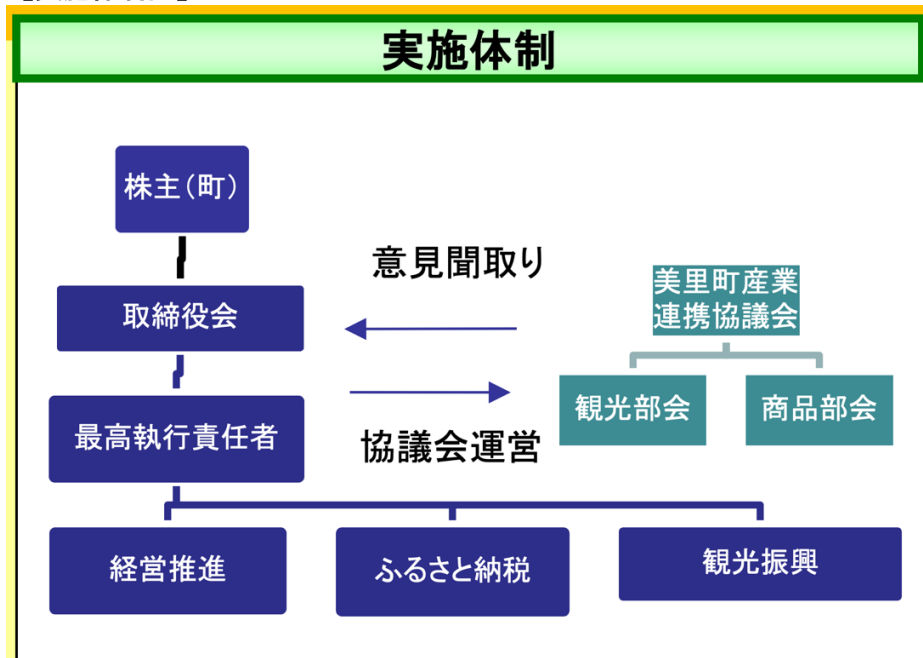
	<p>合同会社フットパス研究所 代表</p>	<p>り推進協議会会長賞受賞、くまもとむらづくりアドバイザー派遣（H27年）など地域資源を磨き上げ、里山の景観や地元人との交流などを体験できるフットパス（里山散歩）を日本に広げた第一人者。</p>								
<p>連携する地方公共団体の担当部署名及び役割</p>	<p>熊本県下益城郡美里町 美しい里創生課</p>									
<p>連携する事業者名及び役割</p>	<p>美里町産業連携協議会（地域内事業者連携：観光部会・商品部会） 美里町商工会（事業者連携・商品開発） JA熊本うき（商品開発） 道の駅美里 佐俣の湯（観光振興・宿泊施設） フォレストアドベンチャー・美里（体験型観光） 美里の森キャンプ場ガーデンプレイス（観光振興・宿泊施設） 美里フットパス協会（体験型観光） COcCARU プロジェクト（体験型観光） 産交バス（観光誘客・物産販売促進）</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>（概要） 「美里町産業連携協議会」は下記②のメンバーにより構成され、5年前から町内で観光誘客や体験プログラム企画造成などを行なってきた。株式会社美里まちづくり公社の設立（令和4年7月）以後も、地域内での持続可能な連携組織として継続運営を行うもの。 令和5年度から美里町産業連携協議会の事務局を本法人内に設置。</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>「株式会社美里まちづくり公社」の前身となる「美里町産業連携協議会」を継続運営し、定期的に情報の吸上げを目的とした会議や住民参加型のワークショップを開催するほか、地域住民機運醸成を目的としたイベントも開催する。</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="432 1319 1407 1756"> <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"> ・ホームページ、Instagram、Facebook 開設・運営 ・Instagram キャンペーンの実施 ・物産フェア出店 など </td> </tr> <tr> <td>受入環境の整備</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> ・民宿開業に向けた支援 ・みさとまるごと縁側カフェの実施 ・観光ガイド養成講座の実施 ・COcCARU プロジェクトの実施 など </td> </tr> <tr> <td>観光資源の磨き上げ</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> ・新商品開発支援 ・モニターツアーの実施 ・観光満足度、魅力度調査の実施 など </td> </tr> </tbody> </table> <p>（定量的な評価）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 2件（幸登里、きつねのてぶくろ）の民宿開業 ・ 6件（とっぺん、みやにしのいざわ、みはらし亭、きつねのてぶくろ、幸登里、いちご一枝）の縁側カフェの開業 ・ 6件の新商品の開発（スベリヒユそうめん、そばシフォン、みこちゃんまんじゅう、かぼちゃパイ、恋人メロンクッキー、恋人メロンプリン） 		事業	実施概要	情報発信・プロモーション	<ul style="list-style-type: none"> ・ホームページ、Instagram、Facebook 開設・運営 ・Instagram キャンペーンの実施 ・物産フェア出店 など 	受入環境の整備	<ul style="list-style-type: none"> ・民宿開業に向けた支援 ・みさとまるごと縁側カフェの実施 ・観光ガイド養成講座の実施 ・COcCARU プロジェクトの実施 など 	観光資源の磨き上げ	<ul style="list-style-type: none"> ・新商品開発支援 ・モニターツアーの実施 ・観光満足度、魅力度調査の実施 など
事業	実施概要									
情報発信・プロモーション	<ul style="list-style-type: none"> ・ホームページ、Instagram、Facebook 開設・運営 ・Instagram キャンペーンの実施 ・物産フェア出店 など 									
受入環境の整備	<ul style="list-style-type: none"> ・民宿開業に向けた支援 ・みさとまるごと縁側カフェの実施 ・観光ガイド養成講座の実施 ・COcCARU プロジェクトの実施 など 									
観光資源の磨き上げ	<ul style="list-style-type: none"> ・新商品開発支援 ・モニターツアーの実施 ・観光満足度、魅力度調査の実施 など 									

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】

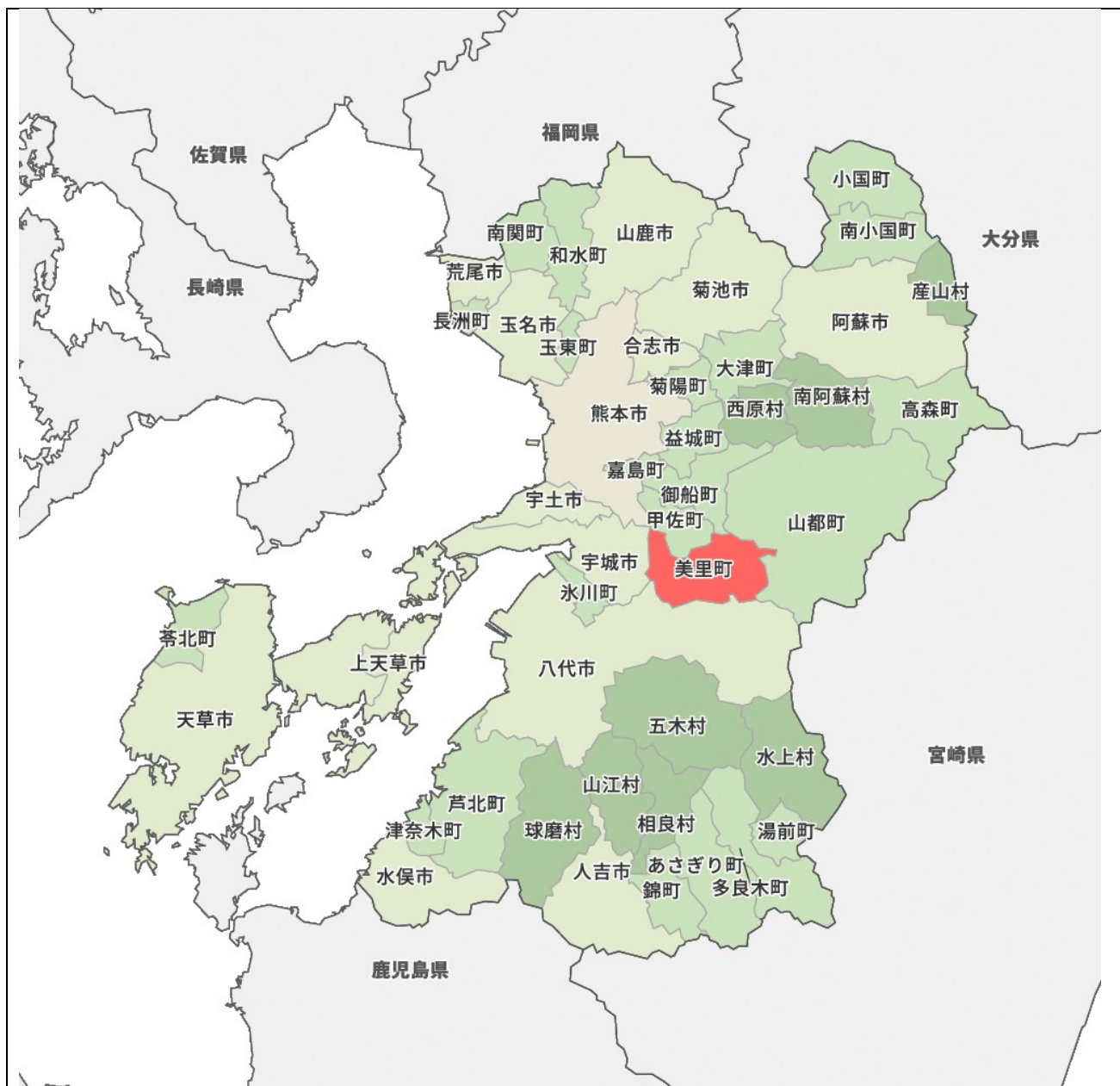
株式会社美里まちづくり公社は、行政、町内観光関連事業者、飲食事業者、金融機関、農泊、体験型旅行商品事業者、農林畜産業、商工業等の多様な関係者が参画する官民が密接に連携した運営に取り組む。

【実施体制図】



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】

美里町では、美里町第2次振興計画において、将来像である「小さくてもキラリと光る私たちのまち」を実現するため、各分野において、町民と行政の協働といった新たな視点のもと、まちづくりを進めてきた。一方、少子高齢化の進行による人口減少化問題が主要課題として、地方創生の視点で観光を主軸とした関係人口を創出する取組みも行なってきた。

また、平成28年から美里町の観光や物産を活性することを目的に地域内を横断する組織として、美里町産業連携協議会を運営。6年間の活動を通じて、地域資源のストーリーが似た近隣地域との連携なども視野におきつつ、美里町内の地域資源のさらなる磨き上げと一体的な売込みを行なってきた。

このような状況の中、令和3年3月策定の「美里町第2次振興計画後期基本計画」に沿って、基本理念および将来像を達成するため、本法人を立ち上げ、地域と行政とが一体となって持続可能な観光地域づくりを進めている。

【観光客の実態等】

観光入込客数は、コロナ禍を機会に減少傾向となっている(令和元年は257,731人、令和2年247,780人、令和3年253,942人)。また町内には宿泊施設が少ないためほとんどが日帰り客となっている。一方、

当町を代表する観光コンテンツであるフットパスは、野外でのアクティビティであることから、大規模なイベント開催はできない状況ながら、個々人による参加は散見される。今後、当町にあるアウトドア系観光関連施設や一次産業（農林畜産業）との連携で収穫体験を通じた地元人との交流など目的型観光素材の創出により KPI に設定する観光入域の目標値の達成を図る。

【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】

(観光施設)

- ・道の駅 石段の郷「佐俣の湯」
- ・フォレストアドベンチャー・美里 ※自然共生型アクティビティ
- ・美里の森キャンプ場ガーデンプレイス
- ・スポーツセンター(美里ドーム)
- ・カントリーパーク

(スポーツ)

- ・日本一の石段(3,333段) ※ヘルスツーリズム

(自然、景観)

- ・緑川ダム
- ・霊台橋
- ・二俣橋(恋人の聖地)
- ・内大臣橋
- ・二本杉展望所

(イベント) ※コロナ禍で前年度は中止

- ・みどりかわ湖どんと祭り(毎年1月開催)
- ・Red Bull 白龍走(毎年6月開催)
- ・アタック・ザ・日本一(毎年11月開催)
- ・美里フットパス(随時開催)
- ・COcCARU プロジェクト(収穫体験、棚田利用の焚火体験等、今後本格開催予定) ※グリーンツーリズム

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

<民宿・民泊>

地域内分布：日本一の石段付近に立地

施設数：2軒 収容人数：2軒で13名程度

施設規模：2人部屋が6部屋、1人部屋が1部屋

①きつねのてぶくろ(4名) 2人部屋が2部屋

②幸登里(7名) 2人部屋が4部屋、1人部屋が1部屋

【利便性：区域までの交通、域内交通】

地域内分布：町内全域に立地

施設数：2軒 収容人数：146名

①美里の森キャンプ場・ガーデンプレイス(112名)(ロッジ18棟)

②道の駅美里「佐俣の湯」(34名)(戸建ロッジ3棟、集合ロッジ1棟)

【外国人観光客への対応】

地域内分布：日本一の石段付近に立地

元気の森かじか(50名)(定員5名4部屋、定員15名2部屋)

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	来訪者の消費活動の動向を分析し、消費単価向上に繋げるため。	アンケート調査を自主事業として実施。
延べ宿泊者数	宿泊者数の推移を把握するため。	アンケート調査を自主事業として実施。
来訪者満足度	来訪者の満足（不満足）に繋がっている要因を分析し、戦略立案に繋げるため。	アンケート調査を自主事業として実施。
リピーター率	リピーター顧客の動向を把握し、戦略立案に繋げるため。	アンケート調査を自主事業として実施。
WEBサイトのアクセス状況	地域に対する顧客の関心度や施策の効果等を把握するため。	サイトアクセス分析ツールを活用して実施。
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。	アンケート調査を自主事業として実施。
道の駅佐俣の湯の利用者数	来訪者の消費活動の動向を分析し、消費単価向上に繋げるため。	アンケート調査を自主事業として実施。
個人版ふるさと応援寄付金額	地域に対する顧客の関心度や消費額等を把握するため。	アンケート調査を自主事業として実施。
美里フットパス参加者数	来訪者の消費活動の動向を分析し、消費単価向上に繋げるため。	アンケート調査を自主事業として実施。
縁側カフェ参加者数	来訪者の消費活動の動向を分析し、消費単価向上に繋げるため。	アンケート調査を自主事業として実施。
キャンプ場利用者数	来訪者の消費活動の動向を分析し、消費単価向上に繋げるため。	アンケート調査を自主事業として実施。
フォレストアドベンチャー・美里利用者数	来訪者の消費活動の動向を分析し、消費単価向上に繋げるため。	アンケート調査を自主事業として実施。
メディア掲載回数	地域に対するメディアの関心度等を把握するため。	アンケート調査を自主事業として実施。

4. 戦略

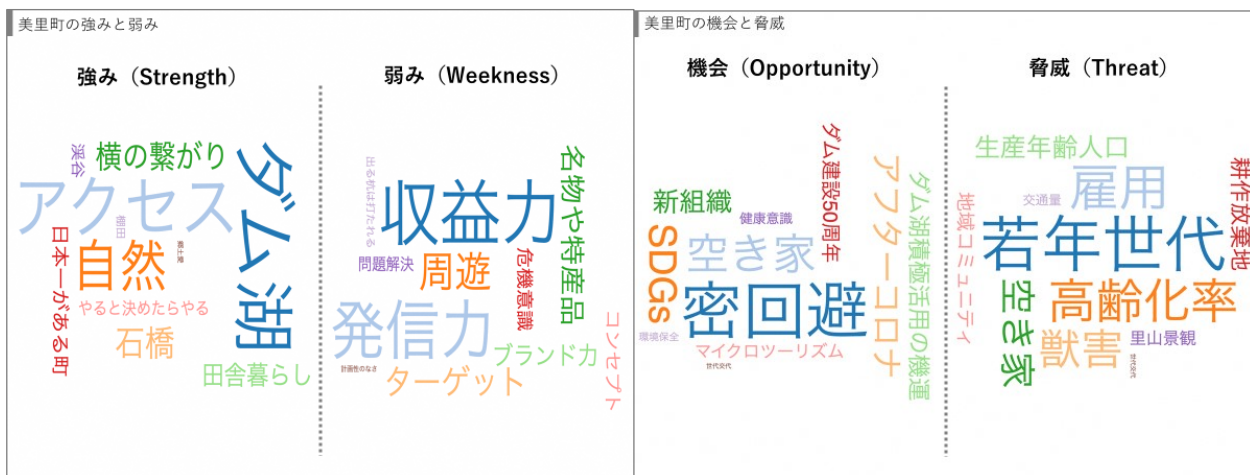
(1) 地域における観光を取り巻く背景

美里町（熊本県）では、緩やかな人口減少と少子高齢化に伴う担い手不足から必要な人材の雇用が行き届かず、地域内での経済的な悪循環になりつつある。このような地域の課題に対し、美里町の観光地域づくり法人（美里版DMO：株式会社美里まちづくり公社）を中心に、既存の地域資源・観光資源をフル活用した観光地域づくりを推進し、新たな雇用の創出、若者の呼び込み、交流（関係）人口の増加へ繋いでいく。

(2) 地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	<p>強み (Strengths)</p> <p>・自地域で積極的に活用できる強みは何か？</p> <p>緑川ダムのポテンシャル 田舎暮らし 都市部からのアクセス 町内の横のつながり 棚田・石橋・渓谷など独特な地域資源 日本一の石段のある町</p>	<p>弱み (Weaknesses)</p> <p>・自地域で改善を必要とする弱みは何か？</p> <p>収益力 (稼ぐ力) 名物や特産品 地域ストーリー 地域ブランド 町内周遊 問題解決力 発信力</p>
外部環境	<p>機会 (Opportunity)</p> <p>・自地域にとって追い風となる要素は何か？</p> <p>空き家活用 緑川ダム建設 50 周年と積極活用の機運 健康への意識の高さ 密回避できる地域 マイクロツーリズムの機運 世代交代</p>	<p>脅威 (Threat)</p> <p>・自地域にとって逆風となる要素は何か？</p> <p>生産年齢人口減 良質な雇用先少 放棄耕作地増 急速な高齢化率 空き家増 一次産業の鳥獣害 里山景観の維持 地域コミュニティ希薄化</p>

※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

○第1ターゲット層

- ・居住地：熊本市及び熊本県・福岡県内全域
- ・世代：40～60代のリピーター
- ・属性：夫婦、友人などのグループ及び一人旅
- ・旅スタイル：里山 (田舎) の景観と自然と地元人のふれあいを里山散歩 (当町ではフットパスを推進) で体験し、そのような旅のスタイルに「価値」を感じる顧客層。

<p>○選定理由： 他地域に比べ里山（田舎）の景観、情緒などを多く残っている当町の資源を「観光」を手段として近隣の都市部在住者（例：熊本市からは自動車ですら30～40分の距離）を呼び込むには、絶好のロケーションとなり、コロナ禍を通じてアウトドア、自然回帰、地元人との交流などのニーズの高まりとして、市場が今後も拡大傾向にあるため。</p> <p>○取組み方針 現在も一部イベントなどで展開の、来訪者への満足度調査の継続実施などを通じて再来訪意向に繋がる要因を分析し、その結果にもとづき当該ターゲット層へ訴求できるコンテンツの磨き上げを行ない、またプロモーションも同時に行なうもの。</p>	
<p>○第2ターゲット層</p> <ul style="list-style-type: none"> ・居住地：熊本市及び熊本県・福岡県内全域 ・世代：20～40代のリピーター ・属性：大学生、社会人、家族・子供連れ等 ・旅スタイル：昨今のアウトドアブームの高まりや東京五輪を機としたスポーツや自己研磨など健康志向への意識の高まりから、都市部にはないごく自然に近い場所で暮らすように旅するスタイルや象徴的なスポットのトレーニングなどのニーズを捉えていくもの。 	
<p>○選定の理由 日本一の石段（3,333段）や緑川ダム周辺に良質なアウトドアスポーツが体験できる施設やキャンプ場を有する当町の地域資源に対し、昨今のキャンプなどやアウトドアスポーツなどのニーズの高まりに対応していきたいため。また当町は、都市部から近すぎず遠すぎないロケーションとしての存在感を高めることで、リピート化する顧客層を発掘していきたい。</p> <p>○取組方針 町内各施設の利用者への満足度調査の継続実施やテストマーケティングの実施を通じて再来訪意向に繋がる要因を分析し、その結果にもとづき当該ターゲット層へ訴求できるコンテンツの磨き上げを行ない、またプロモーションも同時に行なうもの。</p>	
<p>○第3ターゲット層</p> <ul style="list-style-type: none"> ・居住地：熊本市及び熊本県・福岡県内全域 ・世代：20～40代 ・属性：大学生、社会人女性及びカップル等 ・旅スタイル： <p>恋まじないや恋愛に効くパワースポットなどに興味関心があり、訪問スポットをSNSなどでシェア（映え画像等）する意識の高い女性をターゲットとしていくもの。</p>	
<p>○選定の理由 秋～冬（11月～2月）に「ハート形」が出現する二俣橋（町内）には「恋人の聖地」として、毎年多くの観光客が訪れます。「ハート形」が出現する時間帯が【正午前後】であることから、ランチタイムの需要が見込まれる為、町内での観光消費額をさらに高めることを目的に選定。</p> <p>○取組方針 「ハート形」が出現する期間中に、町内全体（飲食店、観光スポット、お土産屋さん等）でハートの形にちなんだ消費創出キャンペーン（例：複数店舗周遊を目的としたスタンプラリー等）を実施するなど、観光客に当町が恋愛などに効くパワースポットである認知度を高めていく。</p>	

（4）観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	<p>美里町にある里山（田舎）にある「自然」「景観（棚田、石橋）」「人」「物産」「暮らし」などそれぞれのコンテンツを横串し（一体化）し、当町の「ストーリー化された価値」を提供するもの。</p> <p>○コンセプト 『ゆっくりリラックスできる上質な時間（美里時間=みさとじかん）を過ごすことができる美里町』</p> <p>I. 里山散歩：自然と景観と人との交流体験 II. アウトドア：自然共生型アウトドア体験</p>
--------	--

	<p>Ⅲ. 恋人の聖地：恋に効くパワースポット体験</p>
<p>②コンセプトの考え方</p>	<p>○コンセプトの実現へ「美里型観光モデル」 「観光(を手段として)で賢く稼ぐ」 「観光(を手段として)で若者を呼び込む」 「観光(を手段として)で仕事をつくる」 上記3つのことの実現を通じて、地域内経済循環(※1)を促し、持続可能な美里町をつくる。</p> <p>(※1)地域内経済循環 外貨の獲得を通じ、地域内に経済を循環させることで、地域にある課題(※2)を解決していく</p> <p>(※2)地域にある課題 雇用、若年人口の流出(急速な高齢化)、一次産業の衰退、放棄耕作地、自然や景観の維持、空き家対策等</p> <p>○コンセプトに対する具体的な提供価値</p> <p>I. 里山散歩：自然と景観と人との交流体験 里山(田舎)の暮らしに触れることができる里山散歩(溪谷、棚田、石橋)と農業(収穫)体験を通じた地元人との交流体験の提案</p> <p>II. アウトドア：自然共生型アウトドア体験 日本一の石段(3,333段)や緑川ダムの景観や付近の独特な地形(山、水辺、ジップライン等)を活用した自然と一体化した冒険をアウトドアスポーツやキャンプ体験の提案</p> <p>Ⅲ. 恋人の聖地：恋に効くパワースポット体験 一年のうち4ヶ月しか姿を見せないハート形を求めて都市部から訪れる若年層に対し、町全体でハートを模った料理メニューやインスタスポットなどを提供(提案)</p>

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
<p>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。</p>	<p>美里町産業連携協議会(観光部会・商品部会)の会議体運営及び連携を通じて、地域観光戦略の説明及び聞き取りを行なうもの</p> <ul style="list-style-type: none"> ・美里町産業連携協議会：年1回(総会)開催 ・観光部会：年4~5回程度開催 ・商品部会：年4~5回程度開催 <p>そのほか、WEBサイト及び事業報告書などを通じて報告するもの</p>

	<p>○会議体</p> <ul style="list-style-type: none"> ・年1回の開催 <p>○会議趣旨</p> <p>地域内活動の方向性目線合わせやマーケティングなど投資や調査に関する分析を通じた次の打ち手への合意形成を得るもの</p> <p>○報告内容</p> <ul style="list-style-type: none"> ・当該組織のあるべき姿等の活動意義の報告 ・事業内容報告 ・各種 KPI の達成状況の報告 ・課題 ・次年度以降の事業内容提案 ・質疑応答, 意見交換(意見吸上げ) ・その他(人事報告など)
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	自主事業による満足度アンケートを実施し、集計・分析した上で町内各観光施設等にフィードバックする。また、地域内のニーズにも対応し、町観光担当、商工会議所事業と連携し、サービスの維持・向上に努める。
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	<ul style="list-style-type: none"> ・町内観光周遊提案「みさとりっぷ」による観光スポット、観光関連施設、飲食店など地域一体での観光振興の取組みを行なう ・WEB 媒体, SNS (Facebook, Instagram) 等の名称統一化「みさとりっぷ」 ・町内観光消費促進クーポン発行等も検討

※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		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	()	()	()	()	()	()
	実績	未調査 ()	未調査 ()	未調査 ()			
●延べ宿泊者数 (千人)	目標	()	()	()	()	()	()
	実績	11 ()	16 ()	未調査 ()			
●来訪者満足度 (%)	目標	()	()	()	()	()	()
	実績	未調査 ()	未調査 ()	未調査 ()			
●リピーター率 (%)	目標	()	()	()	()	()	()
	実績	未調査 ()	未調査 ()	未調査 ()			

※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】

●旅行消費額

現時点、未調査のため、2022(R4)年度に調査を実施し、当該年度を基準とし、今後年5%増加の目標設定とする。

●延べ宿泊者数

2024(R6)年度に向かって、年次ごとに段階的にコロナ禍前の2019(R1)年度並みに戻していくことを目標とする。

●来訪者満足度

当町にて観光満足度調査を実施し、毎年5%増の目標設定とする。

●リピーター率

当町にて観光満足度調査を実施し、今年度調査結果を基準とし、毎年5%増の目標設定とする。

(2) その他の目標

指標項目		2020 (R 2) 年度	2021 (R 3) 年度	2022 (R 4) 年度	2023 (R 5) 年度	2024 (R 6) 年度	2025 (R 7) 年度
●住民満足度 (%)	目標	()	()	()	()	()	()
	実績	未調査 ()	未調査 ()	未調査 ()			
●道の駅佐俣の 湯の利用者 (人) ※R1~R3 につい ては温泉入館 者数	目標			163,931 ()	178,685 ()	194,767 ()	200,000 ()
	実績	120,900 ()	150,396 ()	159,863 ()			
●個人版ふるさと 応援寄付金 額 (円)	目標			7,000,000 ()	10,000,000 ()	15,000,000 ()	20,000,000 ()
	実績	26,099,020 ()	37,498,000 ()	19,260,000 ()			
●美里フットパ ス参加者数 (人)	目標			527 ()	350 ()	350 ()	350 ()
	実績	未調査 ()	251 ()	385 ()			
●縁側カフェ参 加者数 (人)	目標			527 ()	553 ()	581 ()	584 ()
	実績	未調査 ()	502 ()	280 ()			
●キャンプ場利 用者数 (人)	目標			13,534 ()	14,211 ()	14,921 ()	14,996 ()
	実績	7,615 ()	12,890 ()	14,081 ()			
●フォレストア ドベンチャー・ 美里利用者数 (人)	目標			9,984 ()	10,483 ()	11,007 ()	11,062 ()
	実績	8,865 ()	9,509 ()	11,168 ()			
●メディア掲載 回数 (回)	目標			14 ()	15 ()	16 ()	17 ()
	実績	11 ()	13 ()	15 ()			

※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】

●道の駅佐俣の湯の利用者数

当町主力の観光関連施設であることから、KPI 設定する。2024(R6)年度に向かって、年次ごとに段階的にコロナ禍前の2019(R1)年度並みに戻していくことを目標とする。

●個人版ふるさと応援寄付金額

当町の特産品の認知度の指標として、KPI 設定する。特産品開発、掘り起こし、磨き上げを進め、R6に150,000,000円を目標とする。

●美里フットパス参加者数

当町主力の観光アクティビティであることから、KPI 設定する。イベントの定員が350名であることから目標を350名とする。

●縁側カフェ参加者数

当町主力の観光アクティビティであることから、KPI 設定する。2024(R6)年度に向かって、年次ごとに5%程度の伸長率を目標とする。

●キャンプ場利用者数

当町主力の観光アクティビティであることから、KPI 設定する。2021(R3)年度を基準として、毎年5%増の目標設定とする。

●フォレストアドベンチャー・美里利用者数

当町主力の観光アクティビティであることから、KPI 設定する。2021(R3)年度を基準として、毎年5%増の目標設定とする。

●メディア掲載回数

当町の注目度の指標として、KPI 設定する。2021(R3)年度を基準として、毎年1回増の目標設定とする。

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	9,206,679(円)	【国からの補助金】0 【都道府県からの補助金】0 【市町村からの補助金】6,124,000 【公物管理受託】0 【収益事業】3,082,679 ・ふるさと納税手数料収入 ・観光振興委託収入他 【会費】0 【特定財源(宿泊税、入湯税、負担金等)】0等

		9,206,679 (円)
2023 (R5) 年度	14,416,000 (円)	【国からの補助金】 0 【都道府県からの補助金】 0 【市町村からの補助金】 4,900,000 【公物管理受託】 0 【収益事業】 9,505,000 【会費】 0 【その他】 11,000 【特定財源 (宿泊税、入湯税、負担金等)】 0 等 14,416,000 (円)
2024 (R6) 年度	18,300,000 (円)	【国からの補助金】 1,500,000 【都道府県からの補助金】 1,500,000 【市町村からの補助金】 4,000,000 【公物管理受託】 0 【収益事業】 11,300,000 【会費】 0 【特定財源 (宿泊税、入湯税、負担金等)】 0 等 (円)
2025 (R7) 年度	18,300,000 (円)	【国からの補助金】 1,500,000 【都道府県からの補助金】 1,500,000 【市町村からの補助金】 4,000,000 【公物管理受託】 0 【収益事業】 11,300,000 【会費】 0 【特定財源 (宿泊税、入湯税、負担金等)】 0 等 (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	9,138,055 (円)	【一般管理費】 7,145,017 【情報発信・プロモーション】 157,647※国内のみ 【受入環境整備等の着地整備】 155,008 【コンテンツ開発 (観光資源の磨き上げ)】 1,680,383 【マーケティング (市場調査, ブランド戦略等)】 0 【観光イベントの開催費】 0 9,138,055 (円)
2023 (R5) 年度	14,416,000 (円)	【一般管理費】 9,402,000 【情報発信・プロモーション】 ※国内のみ ※可能であれば国内外の割合を記載 【受入環境整備等の着地整備】 324,000 【コンテンツ開発 (観光資源の磨き上げ)】 1,740,000 【マーケティング (市場調査, ブランド戦略等)】 2,950,000 等 14,416,000 (円)
2024 (R6) 年度	16,000,000 (円)	【一般管理費】 8,000,000 【情報発信・プロモーション】 4,500,000※国内のみ ※可能であれば国内外の割合を記載 【受入環境整備等の着地整備】 2,000,000

		【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）】 500,000 【観光イベントの開催費】 等 16,000,000（円）
2025（R7） 年度	16,000,000（円）	【一般管理費】 8,000,000 【情報発信・プロモーション】 4,500,000※国内のみ ※可能であれば国内外の割合を記載 【受入環境整備等の着地整備】 2,000,000 【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）】 500,000 【観光イベントの開催費】 等 16,000,000（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

区域を構成する地方公共団体における宿泊税の導入、着地型旅行商品の造成・販売等の取組・方針を記載

- ・美里フットパスでは、過去大型バスによる地域内観光の取組みを行っていたが、コロナ禍にて中止になったが、with(after)コロナにおいては、徐々にその取組みを地域事業者と連携し、復活させる。
- ・「恋人の聖地」として県内では著名な「二俣橋」でハート型が見える時期(毎年11～2月頃)に、地域事業者と連携し観光誘致及び消費創出を目的とした町内周遊(クーポン発行・販売等)の取組みを行なった。
- ・ふるさと納税の取組みにて、本法人が事務局業務を担うことで、観光地域づくりを通じた、地域内経済循環を促し、その納税額に対する手数料収入を得ていくモデルを推進。

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

美里町は、株式会社美里まちづくり公社を市町村における地域DMOとして登録したいので株式会社美里まちづくり公社とともに申請します。

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）

重複していません。

10. 記入担当者連絡先

担当者氏名	石原 恵
担当部署名（役職）	
郵便番号	861-4732
所在地	熊本県下益城郡美里町三和 420 番地
電話番号（直通）	0964-27-9850
F A X 番号	0964-27-9852
E - m a i l	info@mcc3310.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	美里町
担当者氏名	本住 徹弥
担当部署名（役職）	美しい里創生課（係長）
郵便番号	861-4732
所在地	熊本県下益城郡美里町三和 420 番地
電話番号（直通）	0964-47-1111
F A X 番号	0964-47-0110
E - m a i l	seisaku@misato.kumamoto.jp

基礎情報

【マネジメント・マーケティング対象とする区域】

(例)熊本県下益城郡美里町

【設立時期】 R4年7月1日

【設立経緯】

④その他

【代表者】 上田泰弘

【マーケティング責任者(CMO)】 石原恵

【財務責任者(CFO)】 濱田孝正

【職員数】 3人常勤3人(正職員2人・パート1人),非常勤3人)

【主な収入】

(例)収益事業 3,082,679円(5年度決算)

【総支出】

事業費 1,993,038円(5年度決算)

【連携する主な事業者】

美里町産業連携協議会(観光・商品部会),美里町商工会(事業者連携・商品開発)

KPI(実績・目標)

記入日: 令和5年7月20日

※()内は外国人に関するもの。

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	()	()	()	()	()	()
	実績	未調査 ()	未調査 ()	未調査 ()			
●延べ宿泊者数 (千人)	目標	()	()	()	()	()	()
	実績	11 ()	16 ()	未調査 ()			
●来訪者満足度 (%)	目標	()	()	()	()	()	()
	実績	未調査 ()	未調査 ()	未調査 ()			
●リピーター率 (%)	目標	()	()	()	()	()	()
	実績	未調査 ()	未調査 ()	未調査 ()			

戦略

【主なターゲット】

【第1ターゲット】 居住地:熊本市及び熊本県・福岡県内全域

世代 :40~60代のリピーター

属性 :夫婦、友人等のグループ及び一人旅

【ターゲットの誘客に向けた取組方針】

再来訪意向に繋がる要因を分析し,その結果にもとづき当該ターゲット層へ訴求できるコンテンツの磨き上げを行なう。

【観光地域づくりのコンセプト】

『ゆっくりリラックスできる上質な時間(美里時間=みさとじかん)を過ごすことができる美里町』

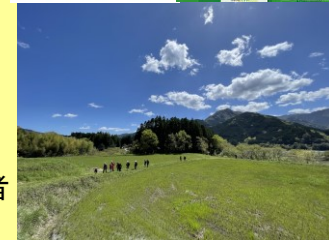
具体的な取組

【観光資源の磨き上げ】

・「恋人の聖地」として県内では有名な「二俣橋」でハート型が見える時期(毎年11~2月頃)に,地域事業者と連携し観光誘致及び消費創出を目的とした町内周遊(クーポン発行・販売等)の取組を行なった。

【受入環境整備】

コロナ禍にて中止になった美里フットパスのイベントなどの地域内観光の取組を徐々に地域事業者と連携し,復活させる。



【情報発信・プロモーション】

・「みさとりっぷ」による地域一体での観光振興の取組を行なう
・WEB体,SNS(Facebook,Instagram)等の名称統一化「みさとりっぷ」

【その他】

・ふるさと納税の取組みにて,本法人が事務局業務を担うことで,観光地域づくりを通じた,地域内経済循環を促し,その納税額に対する手数料収入を得ていくモデルを推進。