
中期経営計画_2024～2029

2025年3月



岡山県苫田郡鏡野町河内60-8

一般社団法人鏡野観光局

目次

Section	頁
1.基本情報	P.3
2.外部環境分析	P.11
3.内部環境分析	P.27
4.経営課題の抽出	P.45
5.数値計画	P.48

Section1. 基本情報

1. 基本情※

法人概要

会 社 名	一般社団法人 鏡野観光局
代 表 者	宇佐美 勝正
所 在 地	岡山県苫田郡鏡野町河内60-8
設 立	2023年6月28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7人（正職員3人・出向等4人）、非常勤1人】
役 員	宇佐美 勝正（代表者、鏡野町商工会） 小谷 英（CMO、鏡野町） 難波 庄司（CFO、鏡野観光局） 前田 浩輝（専門人材、(株)地域ソリューションパートナーズ）
連携する地方公共団体	【鏡野町】産業振興課、鏡野町森林づくりセンター、総合政策室、まちづくり課、くらし安全課、健康推進課、教育委員会生涯学習課、各振興センター 【岡山県】岡山県美作県民局、岡山県観光連盟 【国土交通省】苫田ダム管理所
連携する事業	【商工関係団体】鏡野町商工会 【農林漁業関係団体】作州かがみの森林組合、晴れの国岡山農業協同組合、鏡野町農業青年者クラブ「泉会」、奥津川漁業協同組合 【地域事業者／地域振興会社】（一財）鏡野町振興公社、(株)夢アグリ鏡野、（一財）上齋原振興公社

【観光事業者】奥津温泉旅館組合、地域内宿泊事業者、(株)山田養蜂場、(株)山田みつばち農園、NPO法人てっちりこ、(株)花美人の里、NPO法人いーなプロジェクト、（一社）富ふるさと公社他

【自然環境保護団体】上齋原ふるさと掘り起し委員会、白賀川地域協議会

【アクティビティ推進団体】鏡野町ノルディックウォーク同好会、鏡野遊歩会、苦西登遊会

【連携企業・団体】(株)モンベル

【交通事業者】鏡野観光(有)、鏡野中鉄北部バス(株)、JR西日本他

【地元金融機関】中国銀行、津山信用金庫、晴れの国岡山農業協同組合

鏡 野 町



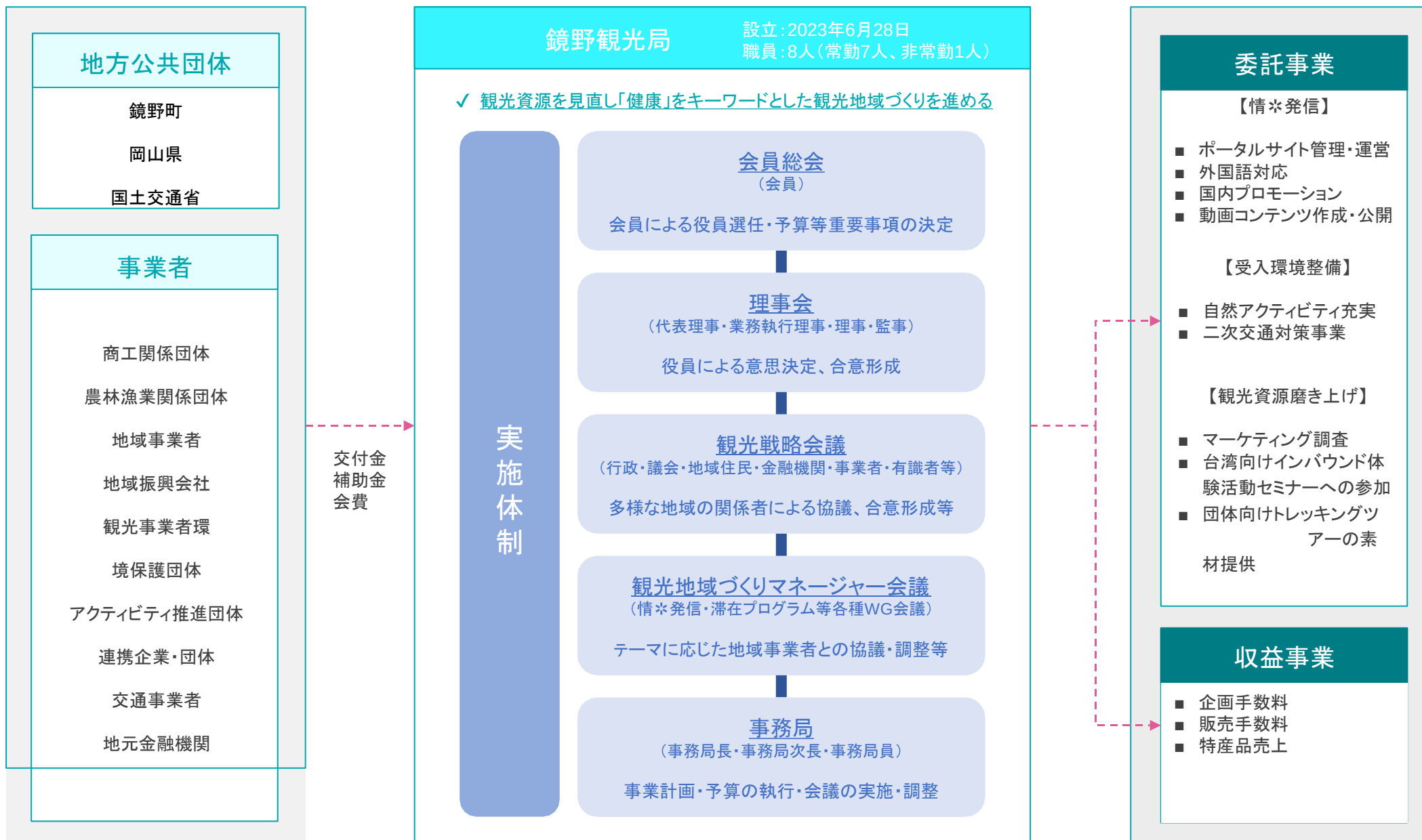
〔鏡野町概要〕

- 面積: 419.68km²
- 人口: 12,485人
- 世帯: 5,634世帯（R4.9.30時点）
- 町花: リンドウ
- 町花: サクラ
- 町木: カシ
- 町鳥: ヤマセミ
- 町蝶: ジャコウアゲハ
- 町蝶: ギフチョウ



1. 基本情※

事業体制



1. 基本情*

事業戦略

STEP 01	背景	人口減少 基幹産業の衰退	・ 少子高齢化により集落維持が困難。 ・ 人材不足が顕著となり、基幹産業である農業、林業を中心に各種産業が衰退の傾向。
STEP 02	コンセプト 決定	自然との共生により、“ 元気で、笑顔になれる” 健康のまち鏡野町	・ プラットフォームを整備のうえエリア内の観光資源を改めて見直し、健康をキーワードとした地域ならではの自然との共生やSDGsにもつながる取り組みを活用。地域の担い手、リーダーの育成を行い、地域の人々が主体となって地域づくりを進めることで人口の増加や地域経済の循環、担い手不足の解消を目指す。
STEP 03	ターゲット 選定	第1ターゲット層 (関西圏・近県・岡山県南)	・ 自然と共生した暮らしの中で、健康を意識したライフスタイルを過ごしている関西圏、岡山県南の女性を含むアクティブな家族を「第1ターゲット層」として選定。 ・ 自然アクティビティの体験プログラムや地域ならではの健康食を提供する仕組みを構築しサステナブルな地域を体感できるツアー・プログラム商品を造成する。
		第2ターゲット層 (国内・海外)	・ 近隣空港に就航便があり、アクティビティ、自然を求める傾向のある健康意識の高い国内及び海外(香港・台湾等東アジア圏)を「第2ターゲット層」と選定。 ・ 来訪者の滞在時間の延長を図るために、現地案内人付きのカヌーやサップ、サイクリングやトレッキングなど、自然アクティビティプログラムを造成する。
STEP 04	戦略策定	1 情*発信 プロモーション	・ 観光DXに向けた観光総合システムの構築による、モバイルファーストなWebサイト及びツアープランやファンクラブデータの一元化等。
		2 受入環境整備	・ アドベンチャーツーリズムの実現に向けたインストラクター等の育成及びアクティビティ物品等の整備。
		3 観光資源の 磨き上げ	・ 健康に繋がる自然アクティビティプランの企画開発、造成。 ・ 台湾・香港等東アジア圏のインバウンドに対応した健康滞在プログラムの企画開発。 ・ アウトドアブランド「モンベル」と連携したアウトドアプランの企画開発。

1. 基本情※

目標指標

■ 事業戦略に基づき主要KPI4項目とその他目標数値5項目の計9項目の目標指標を設定。

	実績						FY1	FY2	FY3		
			2020年度	21年度	22年度	23年度	24年度	25年度			
KPI	①	旅行消費額	【百万円】	目	全体	200	300	400	442	485	510
		・毎年1人あたり消費額2%増を目標として設定。訪日外国人旅行者の1人当たりの消費額も国内旅行者と同額に設定。	標	実績	内、訪日客	-	-	-	3	6	10
					全体	314	358	425			
					内、訪日客	-	-	-			
	②	延べ宿泊者数	【千人】	目	全体	17	19	20	22	23	25
		・鏡野町観光動態調査の宿泊施設により設定。	標	実績	内、訪日客	-	-	-	-	-	1
					全体	18	17	25			
					内、訪日客	-	-	-			
	③	来訪者満足度	【%】	目	全体	-	-	-	18.0%	19.0%	20.0%
		・全国の観光圏で実施しているアンケートと同様の調査形式でデータを収集し、他地域との比較などを踏まえ分析を実施。	標	実績	内、訪日客	-	-	-	-	-	-
					全体	-	-	-	19.3%		
					内、訪日客	-	-	-	-		
	④	リピーター率	【%】	目	全体	-	-	-	67.0%	69.0%	70.0%
		・全国の観光圏で実施しているアンケートと同様の調査形式でデータを収集し、他地域との比較などを踏まえ分析を実施。	標	実績	内、訪日客	-	-	-	-	-	-
					全体	-	-	-	68.4%		
					内、訪日客	-	-	-			
その他 目標指標	⑤	滞在プログラム数	【件】	目	全体	6	8	10	12	14	16
		・観光戦略会議が提案した滞在プログラムを商品化。実施後満足度アンケートを実施しブラッシュアップを図り、参加者の増加、リピーターを獲得する。	標	実績	内、訪日客	-	-	-	-	1	2
					全体	7	8	10	13		
					内、訪日客	-	-	-	-		
	⑥	滞在プログラム参加者数	【人】	目	全体	1,000	1,200	1,400	1,500	1,700	1,900
		・観光戦略会議が提案した滞在プログラムを商品化。実施後満足度アンケートを実施しブラッシュアップを図り、参加者の増加、リピーターを獲得する。	標	実績	内、訪日客	-	-	-	10	30	50
					全体	742	1,087	1,979	1,434		
					内、訪日客	-	-	-	-		
	⑦	滞在プログラム満足度	【%】	目	全体	-	-	-	23.0%	24.0%	25.0%
		・観光戦略会議が提案した滞在プログラムを商品化。実施後満足度アンケートを実施しブラッシュアップを図り、参加者の増加、リピーターを獲得する。	標	実績	内、訪日客	-	-	-	-	-	-
					全体	-	-	-	33.3%		
					内、訪日客	-	-	-	-		
	⑧	年間WEB訪問者数	【人】	目	全体	125,000	135,000	145,000	155,000	165,000	175,000
		・鏡野町観光＆移住総合ウェブサイト「かがみの里山健康プラン」により年間アクセス件数を把握、SNSとの連動滞在プログラム内容充実によりアクセス数を伸ばす。	標	実績	内、訪日客	1,000	1,500	2,000	2,500	3,500	5,000
					全体	122,023	134,965	145,000	169,000		
					内、訪日客	1,052	1,430	1,940	2,241		
	年間観光入込客数	【千人】	目	全体	780	790	800	815	830	870	

出所：一般社団法人鏡野観光局「観光地域づくり法人形成・確立計画」

出所：一般社団法人鏡野観光局「観光地域づくり法人形成・確立計画」

1. 基本情※

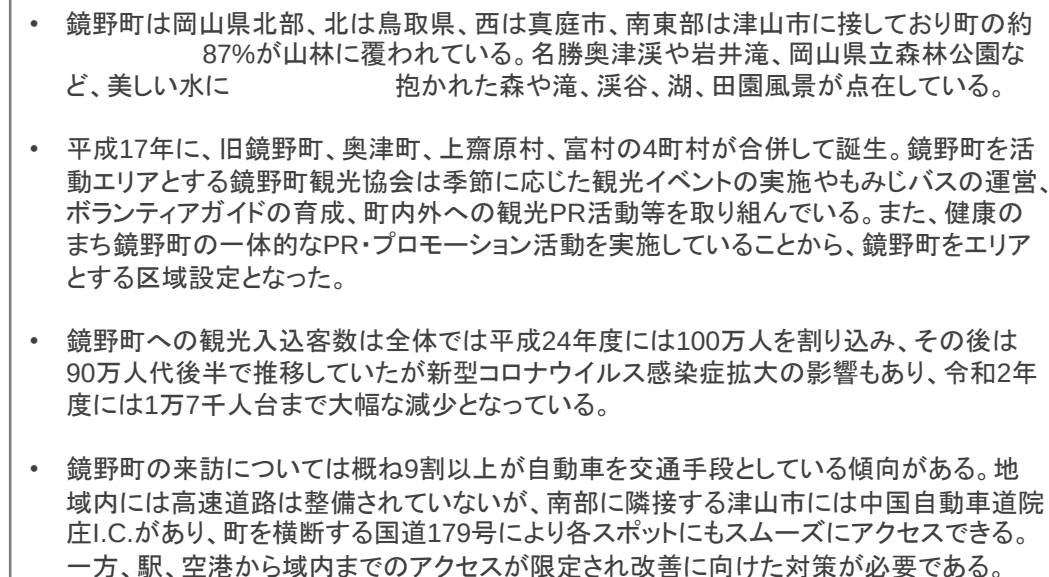
収支目標

- 地方公共団体からの負担金、交付金等を収入の柱として観光事業の発展を目指した取り組みを実施するための予算。
- 地域商社機能の発揮により「収益事業収入」の増加を目指していく。

[千円]		A	B	C	D=C-A
		2023年度	24年度	25年度	25 -23
事業収入計	a	72,650	70,700	126,408	53,758
会費収入		650	700	700	+50
収益事業収入	b	5,400	7,000	53,708	+48,308
鏡野町負担金		23,740	25,000	25,000	+1,260
受託事業費_国・県		1,500	3,000	3,000	+1,500
受託事業費_鏡野町		16,660	10,000	19,000	+2,340
受託事業費_その他		24,700	25,000	25,000	+300
事業支出計	c	72,650	70,700	115,343	+42,693
事業原価_商品仕入	d	2,500	3,000	18,168	+15,668
一般管理費		25,000	28,000	56,975	+31,975
事業費		45,150	39,700	40,200	▲4,950
商品造成・販売強化費		1,000	1,000	1,000	-
インバウンド対策費		1,000	1,000	1,000	-
プロモーション関連費		4,720	5,700	5,700	+980
マーケティング調査費		500	500	500	-
地域づくりイベント費		3,000	3,000	3,000	-
人材育成費		1,000	1,000	1,000	-
委託事業費		33,930	27,500	28,000	▲5,930
事業剰余金	e=a-c	-	-	11,065	+11,065
収益事業剰余金	f=b-d	2,900	4,000	35,540	+32,640
収益事業利益率	g=f/b	54%	57%	66%	+12%

- ブランドコンセプトに基づき造成するアクティビティプラン等の滞在プログラムをDMOの収益事業の核として、特産品開発のコーディネートなども担い、企画手数料、販売手数料、売上収入を事業の拡大に合わせ伸ばすことを軸に、鏡野町をはじめ、DMOを構成する団体、事業者からの負担金と合わせ運営財源の基盤とする。
- 事業成果を上げながら、行政や地域内産業関係団体、地域事業者からの事業を受託し、収益増加につなげる。
- DMOとして一定の成果を地域事業者にも示しながら、会員の獲得に力を入れる。
- 二次交通の不便さ、食やお土産物の不足などの弱みを強みへ変える取り組みを重点的に行い、収入源へと変えていく。
- 国の地方創生にかかる交付金、関係省庁（観光庁、環境省など）の各種事業メニューの積極的な活用により、DMOの運営基盤を整えていく。

事業エリア・観光資源



	上 齋 原	奥 津	富	鏡 野
自然・景観	恩原高原 岡山県立森林公園 岩井滝・名水岩井 高清水トレイル 他	奥津溪 津津川(吉井川源流) 苫田ダム 奥津湖 他	白賀溪谷 塔滝溪谷 大空山 白賀川(旭川源流) 他	蘭頭原の滝・越畑溪谷 中林の滝 泉山 角ヶ仙 他
食べ物	原木なめこ 健康茶 鏡野ラーメン ひらめ(あまご) 他	かがみの田舎カレー 苫田ダムカレー 鏡野いもじる 辛みそラーメン 他	ひらめ(あまご) 和牛 原木しいたけ 山菜 他	ビオーネ・白桃 新高梨・あたご梨 はちみつ そば焼酎 他
歴史・文化	上齋原神社 人形峠(ウラン) 木地師 他	奥津温泉足踏み洗濯 奥津溪八景 歌の小路 宝樹寺 他	布施神社お田植祭 たたら文化 他	万葉のみち 湯指の船着場跡 片岡鉄平像 郷原氏ボタル発生地 他
施設・拠点	上齋原温泉クアガーデンこのか 恩原高原スキー場 妖精の森ガラス美術館 うたたねの里 他	奥津温泉花美人の里 大釣温泉 道の駅奥津温泉 みずの郷奥津湖 他	のとう温泉天空の湯 たたら展示館 布施神社 富ふるさと公園 他	山田養蜂場 香々美ダム 夢広場 鏡野ドーム 他
体験・交流	登山・トレッキング スキー・スノーボード 鏡野山開き 登山道案内 他	登山・ダムツアー ひらめのつかみ取り カヤック・サップ 奥津温泉開き 他	登山・溪流釣り ひらめのつかみ取り 富ふるさと祭 富ひらめ 他	養蜂・探蜜体験 いちご摘み取り ブルーベリー・摘み取り 新田蔵おどり 他

出所: 日本国法人鏡野観光局「観光地域づくり基金形成・確立計画」
9

1. 基本情*

現行事業のまとめ

- 令和5年6月に候補DMO設立。20年度以降、旅行消費額は増加傾向で、KPI目標を達成。現在は、“ウェルネス”をテーマに、自然を活かしたアクティビティプラン、アウトドアブランド「モンベル」と連携したアウトドアプランの企画開発等に取り組んでいる。

基本情※				※23年度計画			
DMO名称		一般社団法人鏡野観光局					
DMO区分		地域DMO(候補DMO)					
対象区域		岡山県鏡野町					
設立経緯		区域の複数の観光協会が統合してDMO設立					
職員数		8名(正職員3名・出向等4名、非常勤1名)					
連携する 主な事業者		鏡野町商工会、農林漁業関係団体、交通事業者 金融機関、地域内商工観光事業者、(株)モンベル					
収 支 内 訳 ※ (百 万 円)	主 な 収 入	会費収入	1	総 支 出	一般管理費	25	
		収益事業収入	5		情※発信・プロモーション	3	
		鏡野町負担金	24		商品造成・販売強化事業	1	
		岡山県	2		インバウンド対策事業	1	
		鏡野町	17		プロモーション関連事業	5	
		その他	25		マーケティング調査事業	1	
		受託事業費	43		地域づくりイベント事業	3	
					人材育成等事業	1	
					委託事業	34	
					観光イベントの開催費	45	
合計		73	合計		73		
戦略							

必須KPI		実績			実績			実績			FY1		FY2		FY3	
		2020年度			21年度			22年度			23年度		24年度		25年度	
旅行消費額	[百万円]	目	全体	200	300	400	442	485	510							
		標	内、訪日客	-	-	-	3	6	10							
		実績	全体	314	358	425										
延べ宿泊者数	[千人]	目	全体	17	19	20	22	23	25							
		標	内、訪日客	-	-	-	-	-	1							
		実績	全体	18	17	25										
来訪者満足度	[%]	目	全体	-	-	-	18.0%	19.0%	20.0%							
		標	内、訪日客	-	-	-	-	-	-							
		実績	全体	-	-	-										
リピーター率	[%]	目	全体	-	-	-	67.0%	69.0%	70.0%							
		標	内、訪日客	-	-	-	-	-	-							
		実績	全体	-	-	-										
		具体的な取り組み	内、訪日客	-	-	-										

主なターゲット	自然と共生した健康的なライフスタイルに関心の高い関西圏及び近県のアクティブ層
ターゲットの誘客に向けた取組方針	健康への意識が高い、国内及び海外(香港・台湾)等東アジア圏を含むアクティブ層
観光地域づくりのコンセプト	健康に繋がるサスティナブルなツアー商品等の造成及びカヤックやサップ、自転車、トレッキング、文化体験等、滞在型プランを造成
	自然との共生により、“元気で、笑顔になれる”健康のまち鏡野町

【観光資源の磨き上げ】	健康に繋がる自然アクティビティプランの企画開発、造成
	台湾・香港等、東アジア圏のインバウンドに対応した健康滞在プログラムの企画開発
	アウトドアブランド「モンベル」と連携したアウトドアプランの企画開発
【受入環境整備】	
	アドベンチャーツーリズムの実現に向けたインストラクター等の育成及びアクティビティ物品等の整備
【情※発信・プロモーション】	観光DXに向けた観光総合システムの構築による、モバイルファーストなWebサイト
	ツアープランやファンクラブデータの一元化等
【観光資源の磨き上げ】	ファン創出に向けた調査・マーケティングの実施
	鏡野町ファンクラブ「かがみの里山健康クラブ」の拡充
	観光推進体制の確立

10

Section2. 外部環境分析

2. 外部環境分析

PEST分析

- 新型コロナウイルス感染症の影響も一服。観光大国を目指す政府の後押しもあり、創意工夫でビジネスチャンスが広がる状況下にある。

政治 Politics

- 「地方創生」において観光はインバウンド需要の取り込みにより地域を活性化させる原動力となることから、観光庁において2015年に日本版DMOの登録制度を創設。2020年にはDMOの役割や取組内容を具体的に解説する「観光地域づくり法人の登録制度に関するガイドライン」を策定。
- 観光大国を目指し、日本政府は外国人観光客を2017年の2,869万人から2030年には6,000万人へ増加、消費額は15兆円という目標を掲げている。



経済 Economy

- 2023年の世界観光客数はアジアを中心にコロナ禍前の8割以上の水準まで回復することが見込まれている。
- 国内ホテル・旅館の2022年の市場規模は2.4兆円、前年比+52%。
- 2022年の延べ宿泊客数は前年比+41.8%の4.5億人泊となっており、コロナ禍前の2019年と比べると▲24%であるものの、回復傾向にある。



社会 Society

- インバウンド需要取り込みのため、外国の言語や文化への理解が求められている。
- 新型コロナウイルス感染症の影響が弱まり、世界的にアフターコロナに突入したことを受け、外資系も含め首都圏や地方でホテルの開業ラッシュの動きが見られる。
- 旅行会社は東京、大阪等の大都市に集中。地方都市へ観光客を誘引するためには大都市との連携が必要な状況となっている。



技術 Technology

- 観光客のニーズの変化に対応し、マイクロツーリズム(近場の観光を周辺の住民が楽しむ)や宿泊客と近隣住民と一緒に文化や歴史を感じられる空間を利用するなどの新しいサービスの展開が見られる。
- 旅行業界においてはインターネットによる取引が拡大し大手旅行会社でもインターネット販売に対応。海外のオンライン・トラベル・エージェンツ(OTA)も取引への参入を強めており、予約システム等にAIの技術を取り入れ、合理化を進める動きが見られる。



2. 外部環境分析

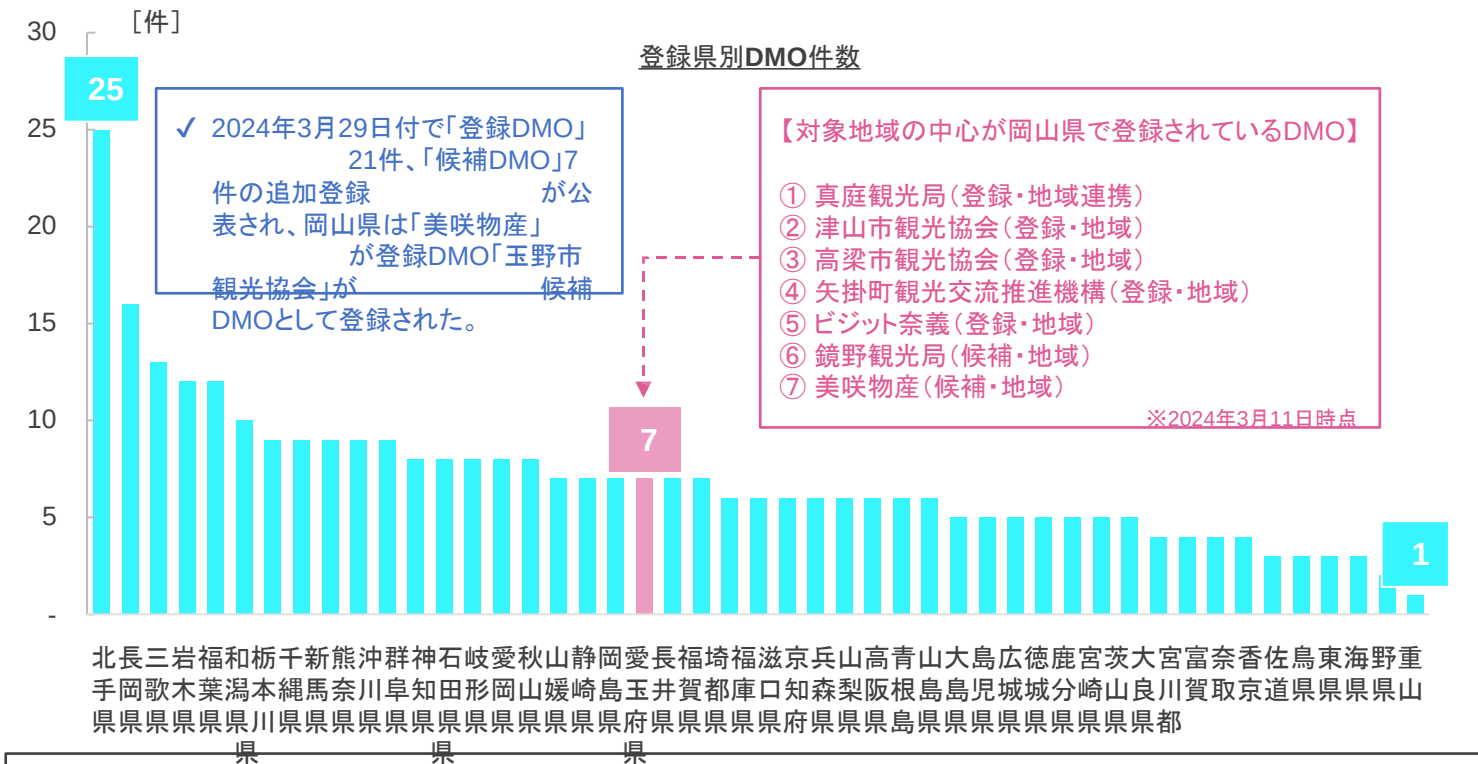
観光地域づくり法人(DMO)の状況①

■ **2024年3月11日時点**で登録DMO(既に登録要件を満たしている法人)282件、候補DMO(登録要件を満たすことが見込まれる候補となり得る法人)57件の計339件がDMOとして登録されている。→**5月23日時点では登録DMO301件、候補DMO46件**

[件]	
登録DMO	282
候補DMO	57
計	339

[件]	
広域連携DMO	10
地域連携DMO	118
地域DMO	211
計	339

[件]			
北海道	25	滋賀県	6
青森県	5	京都府	6
岩手県	12	大阪府	5
宮城県	4	兵庫県	6
秋田県	7	奈良県	3
山形県	7	和歌山県	10
福島県	6	鳥取県	2
茨城県	4	島根県	5
栃木県	9	岡山県	7
群馬県	8	広島県	5
埼玉県	6	山口県	6
千葉県	9	徳島県	5
東京都	1	香川県	3
神奈川県	8	愛媛県	7
新潟県	9	高知県	6
富山県	3	福岡県	12
石川県	8	佐賀県	3
福井県	6	長崎県	7
山梨県	5	熊本県	9
長野県	16	大分県	4
岐阜県	8	宮崎県	4
静岡県	7	鹿児島県	5
愛知県	8	沖縄県	9
三重県	13	計	329



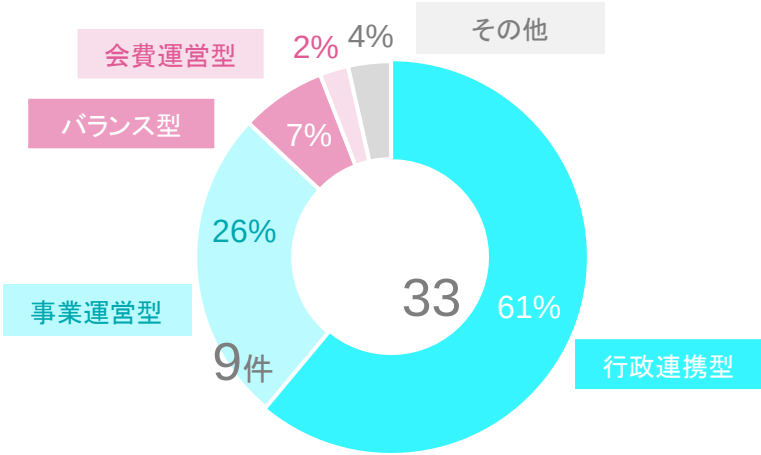
- DMOはその役割、目的、ターゲットに応じて、複数の都道府県に跨る地方ブロックレベルの区域で形成される「広域連携DMO」と複数の地方公共団体に跨る区域で形成される「地方連携DMO」、原則として基礎自治体である単独市町村の区域で形成される「地域DMO」の3区分で登録されている。
- 「地域連携DMO」「地域DMO」329件の内、対象地域を北海道として登録されているDMOが25件と日本全国の都道府県の中で最も多く、対象地域を東京都として登録されているDMOが1件と最も少ない。
- DMOは提出のあった形成計画が観光庁において審査され、まず「候補DMO」として仮登録され、候補DMOより提出される事業※告書、形成計画及びそれらの添付資料の記載内容等に基づき、DMOの登録要件を全て満たすと認められるとき登録DMOとして改めて登録される。登録DMO及び候補DMOは少なくとも1年に1回、取り組みの評価・検証等を実施しその結果を事業※告書等にまとめ、観光庁に※告することが必要。

2. 外部環境分析

観光地域づくり法人(DMO)の状況②

- 事業運営において収入の中心を国・県・市町村からの補助金、委託業務等とするDMOが全体の61%、自らの収益事業とするDMOが26%となっており、収入規模は1億円以下のDMOが全体の48%、1億円～3億円が35%、3億円超が17%となっている。

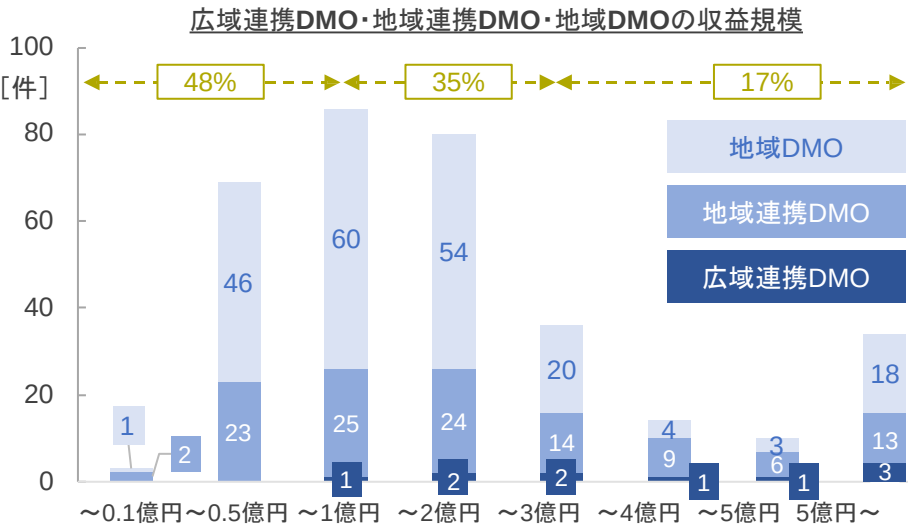
DMOの主たる収入区分による分類割合



区分	件数	定義
行政連携型	207	計画最終年度の収入の50%超が国・県・市町村からの補助金、業務委託等
事業運営型	88	計画最終年度の収入の50%超が収益事業によるもの
会費運営型	8	計画最終年度の収入の50%超が法人会員の会費によるもの
バランス型	24	計画最終年度の収入の50%超となる収入源が存在しない
その他	12	上記のどれにも分類されない、計画内容が不明
計	339	

[件]	広域連携DMO	地域連携DMO	地域DMO	計
～10百万円	-	2	1	3
10百万円～50百万円	-	23	46	69
50百万円～100百万円	1	25	60	86
100百万円～200百万円	2	24	54	80
200百万円～300百万円	2	14	20	36
300百万円～400百万円	1	9	4	14
400百万円～500百万円	1	6	3	10
500百万円～	3	13	18	34
計	10	116	206	332

- ✓ 収入規模・収入内訳はDMO形成・確立計画の最終年度の見込数値
- ✓ 339件のうち7件は収入見込額が不明



- DMOの収入は国・県・市町村からの補助金・負担金や業務委託による収入が主となるケースと自らの収益事業による収入が主となるケースに大別される。
- DMOに期待されている役割はマーケティング調査とその分析、分析結果を踏まえた戦略の策定、関係者との合意形成や先導役としての各種事業の実施等、非営利活動が中心となっており、国・県・市町村からの補助金や業務委託費を収入の中心とするDMOが全体の6割超を占めている。
- 収入の規模は0.5億円から1億円以下となることが見込まれるDMOが86件と全体の26%を占めており、この価格帯の収入を見込むDMOが最も多く存在する。収入規模が3億円以下のDMOで全体の83%を占めることとなっている。

観光地域づくり法人(DMO)の状況③ 真庭観光局

- | 基本情※ | | | | ※22年度実績 | | | |
|--|------------------|--|-----|-------------|--------------|-----|--|
| DMO名称 | | 一般社団法人真庭観光局 | | | | | |
| DMO区分 | | 地域連携DMO(登録DMO) | | | | | |
| 対象区域 | | 岡山県真庭市、真庭郡新庄村 | | | | | |
| 設立経緯 | | 対象区域内の観光協会と役割分担等をした上で新設 | | | | | |
| 職員数 | | 10名(正職員6名・出向等4名) | | | | | |
| 連携する
主な事業者 | | 真庭商工会、真庭市産業サポートセンター、農業関係団体
交通事業者、行政、金融機関、地域内商工観光事業者 | | | | | |
| 収
支
内
訳
※
(
百
万
円
) | 主
な
入
入 | 会費 | 1 | 総
支
出 | 一般管理費 | 49 | |
| | | 受取寄付金 | 1 | | 収益事業仕入 | 43 | |
| | | 収益事業 | 58 | | 商品造成・販売強化事業 | 3 | |
| | | 真庭市負担金 | 57 | | プロモーション関連事業 | 14 | |
| | | 新庄村負担金 | 4 | | 地区観光協会助成 | 14 | |
| | | 国補助事業 | 14 | | 事業費その他 | 2 | |
| | | 岡山県観光連盟助成事業 | 3 | | 事業費 | 32 | |
| | | 美作観光連盟助成事業 | 3 | | 委託事業費 | 33 | |
| | | 受託事業 | 43 | | ツーリズム事業他(観光庁 | 16 | |
| | | 雑収入 | 2 | | 補助事業その他 | 4 | |
| | | 繰越金 | 25 | | 補助事業 | 20 | |
| | | 合計 | 211 | | 合計 | 177 | |

必須KPI						
				実績	実績	実績
				2020年度	21年度	22年度
旅行消費額	[百万円]	目標	全体	6,758	7,020	7,288
			内、訪日客	146	162	179
			実績	2,804	2,757	3,521
			内、訪日客	23	2	5
延べ宿泊者数	[千人]	目標	全体	255	260	265
			内、訪日客	6	6	7
			実績	123	103	134
			内、訪日客	1	0	0
来訪者満足度	[%]	目標	全体	20.2%	20.7%	21.2%
			内、訪日客	-	-	-
			実績	30.1%	43.9%	38.9%
			内、訪日客	-	-	-
リピーター率	[%]	目標	全体	71.0%	72.0%	73.0%
			内、訪日客	-	-	-
			実績	57.1%	75.3%	70.6%

戦略		具体的な実施手段	
主なターゲット	香港・台湾を中心とした東アジア圏のアクティブ層	モニターツアー実施	
	自然と共生した暮らし・田舎暮らしに関心の高い首都圏在住者	発酵'sイベント実施	
ターゲットの 誘客に向けた 取組方針	近隣空港に就航便があり、アクティビティ、自然(温泉、雪、高原など)を求める傾向もあり、レンタカーへの抵抗が少ないなど当地域との親和性が高く、満足度が高ければ、リピーターにもつながりやすい。	商品造成	
	来訪者の滞在時間の延長を図るために、現地ガイドが案内するサイクリングや登山などのアクティビティプログラムを造成する。	モニターツアー実施	
	二次交通の整備も合わせて取り組む。	旅僧まにわ体験プログラム商品造成	
	農林業・酪農などの体験プログラムや地域ならではの食を提供する仕組みを地域ぐるみで構築し、地域のサステナブルな暮らしぶりを体感できるツアー・プログラム商品の造成に取り組む。	おむすびガールズによる検討会実施	
観光地域づくりの コンセプト	「“住んでよし、訪れてよし”の観光づくり」を柱に、地域の豊かな暮らしを持続、発展させていくため「観光」を手段として地域のあらゆる資源を活用した地域づくりの取組をすすめている。	モニターイベントへの参加	
		おむすび関連商品造成	
		【受入環境整備】	
		交通環境整備事業	
		タクシー観光コース開発	
		真庭イベントプロジェクト事業	
		エリア連携するイベント実施	
		【情※発信・プロモーション】	
		真庭めぐりコミュニケーション研修事業	
		真庭の人々2022冊子制作	
		情※発信・エリア連携事業	

観光地域づくり法人(DMO)の状況④ 津山市観光協会

- | 基本情※ | ※22年度実績 |
|---------------|--------------------------|
| DMO名称 | 公益財団法人津山市観光協会 |
| DMO区分 | 地域DMO（登録DMO） |
| 対象区域 | 岡山県津山市 |
| 設立経緯 | 区域の観光協会がDMOに移行 |
| 職員数 | 52名（正職員15名・出向等5名、非常勤32名） |
| 連携する
主な事業者 | 津山市及び周辺市町村、各観光関連団体及び事業者 |

収 支 内 訳 ※ (百 万 円)	主 な 収 入	会費収入	6	総 支 出	観光振興事業	74
		指定管理収入	20		誘客受入対策事業	39
		その他事業収入	175		公園・キャンプ場等管理事業	84
		(うち市からの受託料収入)	(41)		販売事業	20
		受取地方公共団体補助金	69		施設管理事業	26
		その他の収入	3		管理費	6
		合計	274		合計	251

主なターゲット	岡山県内および関西を含む隣接県のシニア層
	F1層(女子旅需要)、F3層(アクティブシニア)
	訪日外国人(台湾、香港、中国、韓国、欧米豪)
ターゲットの 誘客に向けた 取組方針	津山市基本戦略「津山まちじゅう博物館構想」と連動した 「津山城下町歴史観光まちづくり推進事業」実現
観光地域づくりの コンセプト	「歴史・文化を見て・触れて・体験出来る多くのほんものに出会

必須KPI				実績	実績	実績	FY1	FY2 FY3
				2020年度	21年度	22年度	23年度	24年度 25年度
旅行消費額	[百万円]	目標	全体	5,000	5,500	6,000	6,500	6,700 6,900
			内、訪日客	-	-	-	-	- -
		実績	全体	5,058	4,154	6,440		
			内、訪日客	-	-	-		
延べ宿泊者数	[千人]	目標	全体	80	210	230	290	300 310
			内、訪日客	0.2	0.2	0.6	1.2	1.5 1.8
		実績	全体	203	232	292		
			内、訪日客	0.5	0.4	0.8		
来訪者満足度	[%]	目標	全体	88.0%	88.0%	88.0%	88.0%	88.0% 88.0%
			内、訪日客	-	-	-	-	-
		実績	全体	92.2%	93.1%	92.1%		
			内、訪日客	-	-	-		
リピーター率		目標	全体	95.0%	95.0%	95.0%	80.0%	80.0%
			内、訪日客	-	-	-	-	-
		実績	全体	96.3%	97.8%	96.1%		
			内、訪日客	-	-	-		

【観光資源の活用】	92.2%	93.1%	82.1%	観光庁「看板商品創出事業」まなびの鉄道館の整備	
観光列車商品造成	95.0%	95.0%	95.0%		80.0%
農産物による商品造成(農家体験、加工品、飲食メニュー等)				80.0%	80.0%
鉄道による台湾との国際交流・連携					80.0%
津山城城下町泊及びまちづくり推進計画(仮称)策定のための調査事業実施					-
【受入環境整備】					
つやま小瀬体験プログラムサポート	96.3%	97.8%	56.1%		
「城東・城陽まちあるき」実施					-

16

2. 外部環境分析

観光地域づくり法人(DMO)の状況⑤_ 高梁市観光協会

- 22年度においてはKPI目標未達が大半を占める。高梁市と連携した観光資源の掘り起こしやブラッシュアップによる魅力向上、着地型旅行商品の造成・販売、新たな土産物品の開発等に取り組み、国内旅行者とインバウンド需要取り込みを図っている。

基本情※			※22年度実績			
DMO名称			一般社団法人高梁市観光協会			
DMO区分			地域DMO（登録DMO）			
対象区域			岡山県高梁市			
設立経緯			区域の観光協会と役割分担等をした上で新設			
職員数			19名（正職員13名、出向等4名、パート2名）			
連携する 主な事業者			高梁商工会議所、備北商工会、備北バス(株)、備北タクシー(株) (有)ピオーネ交通、高梁国際ホテル、ラ・フォーレ吹屋 全日本空輸(株)、日本航空(株)、西日本旅客鉄道(株)、 (株)天満屋トラベル、ANAあきんど(株)、吉備国際大学			
収 支 内 訳 ※ (百 万 円)	主 な 収 入	国県市からの補助金	79	総 支 出	一般管理費	203
		公物管理受託	74		情※発信・プロモーション	9
		収益事業	85		観光イベントの開催費	29
		会費	3			
		受取負担金・寄付金	6			
		雑収益等	2			
		合計	250		合計	241
主なターゲット		欧米豪の高付加価値旅行者		リ ピ ー タ ー 率	【%】	
		岡山空港へ定期便が就航する東アジア各国のアクティブ層				
		首都圏・関西圏在住の女性、ファミリー層				
ターゲットの 誘客に向けた 取組方針		DMOのメリットを活用した現地（発地）でのプロモーション強化、航空会社との 連携による海外への訴求				
観光地域づくりの コンセプト		2次交通の強化（岡山空港からの直行バスの実証運行、レンタカー営業所及び 観光タクシーの活用）				
		市民が誇れる観光都市高梁へ				

必須KPI		実績	実績	実績	FY1	FY2	FY3
		2020年度	21年度	22年度	23年度	24年度	25年度
旅行消費額 【円】 （※日帰り/一人当たり）	目 標	全体	-	2,500	2,780	3,000	3,300
		内、訪日客	-	-	-	-	-
	実 績	全体	-	2,780	2,699		
延べ宿泊者数 【千人】	目 標	全体	-	22	30	34	36
		内、訪日客	-	-	-	-	-
	実 績	全体	22	18	29		
来訪者満足度 【%】	目 標	全体	-	75.0%	77.0%	78.0%	78.0%
		内、訪日客	-	-	-	-	-
	実 績	全体	-	-	-		
具体的な取組		内、訪日客	-	-	-	-	-
		実 績	全体	-	-	72.0%	
		内、訪日客	-	-	-		
【観光資源の磨き上げ】		備中松山城と吹屋を軸とした着地型旅行商品の企画・造成販売	62.0%	62.0%	40.0%	45.0%	48.0%
		新たな土産品の開発	-	-	-	-	50.0%
		観光資源と一体となったイベント事業の実施	-	-	-	-	-
		古民家等を活用したワーケーション事業	-	37.0%	-	-	-
【受入環境整備】		内、訪日客	-	-	-		
		空港連絡バスの実証運行					
		観光ガイド研修開催					
		パンフレット、案内看板の多言語化					
【情※発信・プロモーション】							
		SNS、メディア等による情※発信					

17

2. 外部環境分析

観光地域づくり法人(DMO)の状況⑥_ 矢掛町観光交流推進機構

- 直近2年度の旅行消費額は、目標未達の状況。来訪者と観光消費額の増加を課題ととらえているため、アンケート調査による来訪者ニーズの把握、消費を促進する観光コンテンツの開発等に取り組んでいる。

基本情※				※22年度実績					
DMO名称		一般社団法人矢掛町観光交流推進機構(やかげDMO)							
DMO区分		地域DMO(登録DMO)							
対象区域		岡山県小田郡矢掛町							
設立経緯		区域に観光協会等が無く、観光に関する事業を中心となって行うため新設							
職員数		6名(出向2名、非常勤4名)							
連携する主な事業者		二葉観光運輸(株)、井原鉄道(株)、(株)矢掛屋(株)やかげ宿、備中西商工会、JA晴れの国岡山矢掛まるごと商店街振興会							
[百万円]									
収 支 内 訳 ※	主 な 収 入	市町村からの補助金	21	総 支 出	一般管理費	8			
		収益事業	59		公益事業	58			
					収益事業	14			
		合計	80		合計	80			

必須KPI		実績			実績			実績			FY1	FY2	FY3
		2020年度			21年度			22年度			23年度	24年度	25年度
旅行消費額 (一人当たり)	[円]	目 標	全体(日帰)	2,596	2,725	2,861	3,004	3,154	3,312				
			全体(宿泊)	19,758	20,745	21,782	22,351	23,468	24,641				
			内、訪日客	-	-	-	-	-	-				
		実 績	全体(日帰)	2,436	2,366	2,744							
			全体(宿泊)	20,273	18,951	17,777							
内、訪日客	-		-	-									
延べ宿泊者数	[千人]	目 標	全体	6.1	6.4	6.7	7.0	7.4	7.7				
		内、訪日客	-	-	-	-	-	-					
		実 績	全体	6.2	6.0	7.6							
		内、訪日客	-	-	-								
		目 標	全体	85.2%	89.4%	93.9%	86.0%	86.0%	86.0%				
		内、訪日客	-	-	-	-	-	-					
来訪者満足度	[%]	実 績	全体	86.2%	86.6%	90.1%							
		内、訪日客	-	-	-								
		目 標	全体	60.4%	63.4%	65.3%	65.0%	65.0%	65.0%				
リピーター率	[%]	内、訪日客	-	-	-	-	-	-					
		実 績	全体	71.0%	68.7%	69.3%							
		内、訪日客	-	-	-								

戦略	
主なターゲット	関西・中四国地方の国内旅行者 海外からの修学旅行の学生を中心としたインバウンド
ターゲットの誘客に向けた取組方針	【現状】 ・隣接県からの交通の利便性が高く、短期間の旅行地域として来訪者が多い。 ・県内に次いで、広島県や香川県等の中四国、近畿エリアの来訪者が多い。 →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。 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	「江戸の足音が聞こえるまち」持続発展する観光まちづくり →現存する地域の観光資源(歴史、文化、地域住民)を活用しながら、地域に生活する住民と観光客が共存し、矢掛町の魅力を体験することにより訪れてみたい町から住んでみたい町への発展を目指す。

具体的な取組	
【観光資源の磨き上げ】	
農泊事業の取組	「おかやま元気集落」登録地域と連携し、農業体験となりえる素材の発掘と磨き上げ
【情※発信・プロモーション】	
情※発信事業	レディオモモ、RSKラジオやテレビ、新聞を活用した矢掛町の情※発信
プロモーション	近隣市町で開催される観光PRイベント等に参加し、矢掛町をプロモーション
	観光関連セミナー等での事例発表やパネリストとして参加し、魅力発信

18

2. 外部環境分析

観光地域づくり法人(DMO)の状況⑦_ ビジット奈義

- 直近3年度で旅行消費額増加の他方で、観光客が回遊する仕組みや機能の整備を課題としている。町内での飲食や宿泊といった観光資源の付加価値を高めること、魅力の発掘と情※発信により、交流人口と関係人口の増加を目指している。

基本情※				※22年度実績			
DMO名称		一般社団法人ビジット奈義					
DMO区分		地域DMO（登録DMO）					
対象区域		岡山県勝間田郡奈義町					
設立経緯		区域の観光協会と役割分担等をした上で新設					
職員数		8名（正職員2名、出向等2名、非常勤4名）					
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					

2. 外部環境分析

観光地域づくり法人(DMO)の状況⑧_ 美咲物産

- コロナ禍を経験し、観光分野よりも農業・商業等の町全体の課題解決の必要性を認識。従来の観光を主目的としたDMOから、地域課題を解決するために民間活力を導入する町づくり的なDMOに発展させることで、目指す将来像の実現に繋げていく方針。

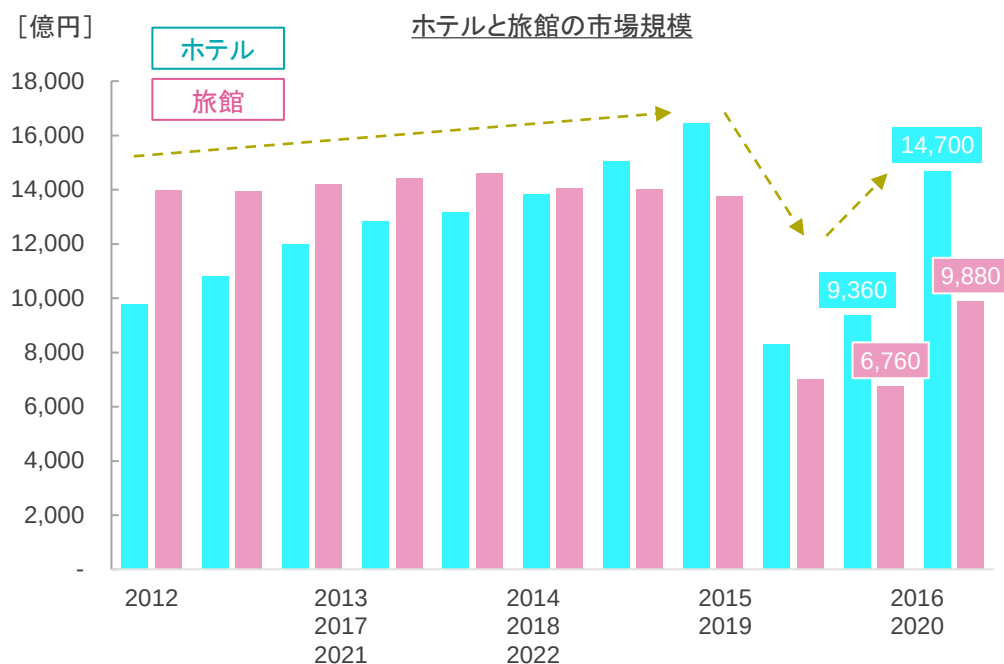
基本情※		KPI									
DMO名称	株式会社美咲物産					実績	実績	実績	FY1	FY2	
DMO区分	地域DMO(候補DMO)									FY3	
対象区域	岡山県久米郡美咲町					2020年度	21年度	22年度	23年度	24年度	
設立経緯	従来の役場主導の観光振興から、より民間活力を活かしやすい体制を作るためにDMO新設									FY3	
職員数	-									25年度	
連携する 主な事業者	美咲町みらいデザイン検討委員会、学識経験者 自治会長等地域代表者、商工会役員 農林業関係代表者等										
収 支 内 訳	内訳不明										
目指す将来像				事業内容							
美咲町の目指す将来像				「ローカルベンチャー」の募集と事業化支援							
「ひと輝くまちみさき」を町の未来像として、3つの基本方針を掲げて町づくりを進める。 ①住民が主役の協働のまちづくり②地域の特性を活かしたまちづくり ③みらいにつなげる持続可能なまちづくり		・必須KPIは未設定のため、独自に地域創生に必要な地域課題に対して、事業化を目指しながら、課題解決を図る「外部人材(ローカルベンチャー)」を、地域おこし協力隊の制度を活用して募集 ・それぞれの分野において、外部人材とそこに関わる地域の人たち・企業等との協働を支援し事業化を促進することで、自走できる形での地域課題の解決を図る		実績		内、訪日客		-		-	
前身事業を含めた、実現に向けたこれまでの取り組みと現状				ローカルベンチャーと地域をつなぐ「支援組織(美咲DMO)」の設立・整備							
・「DMO」設立を企画して民間活力の導入を図り、役場業務全般にわたり「行財政改革」を行い、効率的・効果的な行財政運営に取り組んでいる。 ・前身事業では、特に産業振興分野における民間活力の導入を積極的に図るべく、従来の役場主導の観光振興から、より民間活力を活かしやすい体制に変えるためにDMOを設立。				・ローカルベンチャーと地域の人たち・企業等との「仲介者」になるとともに、各ローカルベンチャー間の「ハブ」として情※共有・交換を活性化させ、それぞれの事業化のための活動を支援する ・こうした地域課題解決による「地方創生活動の司令塔」として、民間的な視点から役場と協力し戦略立案・実行管理を行う ・美咲町の魅力を発信するため、ホームページだけでなく「ふるさと納税」等様々なメディアを活用して、美咲町の魅力を発信していく							
交付対象事業の背景											
・当初は、DMOにより町の産業振興分野全般における民間活力の導入を進める予定だったが、コロナ禍を経験し、観光分野より以前に、農業・商業・地域経営等、その基盤となる町の課題全般に対して、より積極的に民間活力の導入を進める必要性を認識した。 ・従来の観光を主目的としたDMOから、地域課題の解決に積極的に民間活力の導入を図るまちづくり 社会的な性格のDMO設立に発展させ、「ひと輝くまちみさき」という町の将来像実現につなげていきたいと考えている。											

20

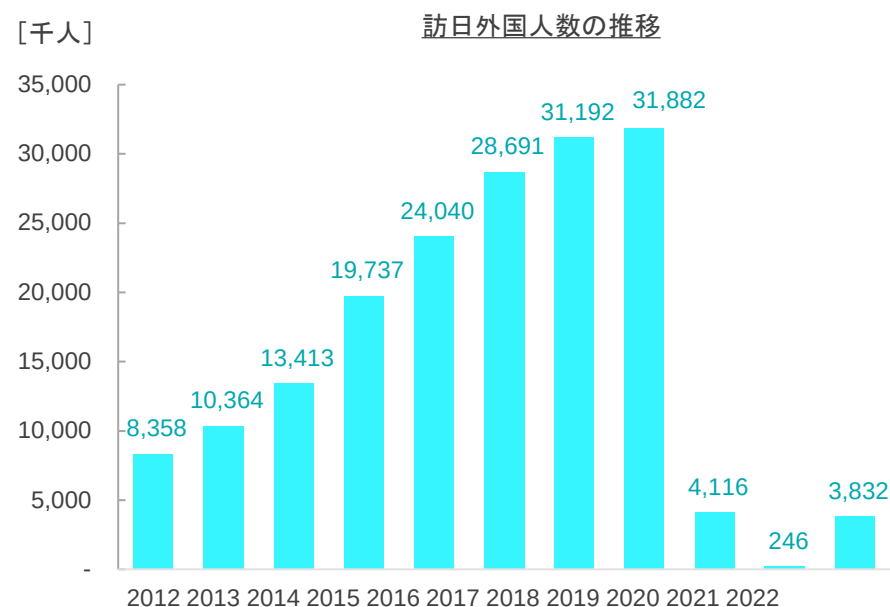
2. 外部環境分析

宿泊市場①

- リーマンショック後、訪日外国人客向けビジネスホテル需要の高まりにより19年まで宿泊市場は緩やかな回復基調が続いた。
- 20年、新型コロナウイルス感染症の世界的な拡大により苦戦を余儀なくされたが、新型コロナの影響が落ち着きを見せたことを受け、訪日外国人客増加を目指し政府は規制を緩和。市場に回復の兆しが見られる。



- 日本生産性本部の「レジャー白書2022」によると、国内のホテルの22年の市場規模は、1兆4,700億円で前年比+57.1%、旅館は同+46.2%の9,880億円。両者の合計は同+52.3%の2兆4,580億円となっている。
- ホテル、旅館とも08年のリーマン・ショック以降、宿泊や宴会の利用者減による稼働率の低下や客室単価などの下落で市場は縮小傾向にあったが、訪日外国人客が1,000万人を突破した13年以降は回復基調。ホテルはビジネスホテルを中心に訪日外国人客が増える一方で、旅館は大型旅館を中心にインバウンド需要の取り込みに苦戦。
- 20年以降は新型コロナウイルスの世界的な感染拡大で訪日外国人客、国内客ともに激減し、宿泊業は苦戦を余儀なくされた。

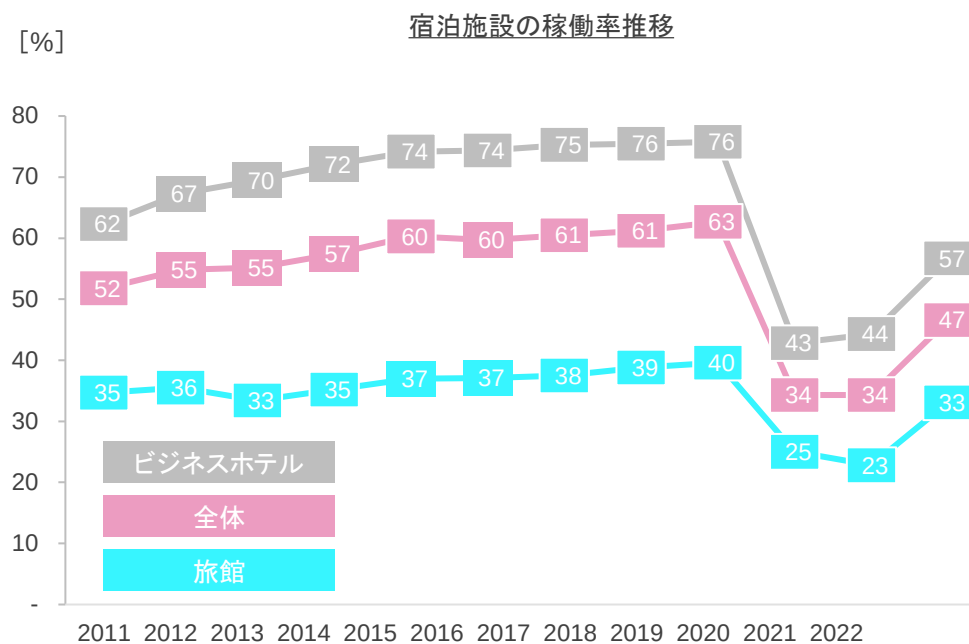
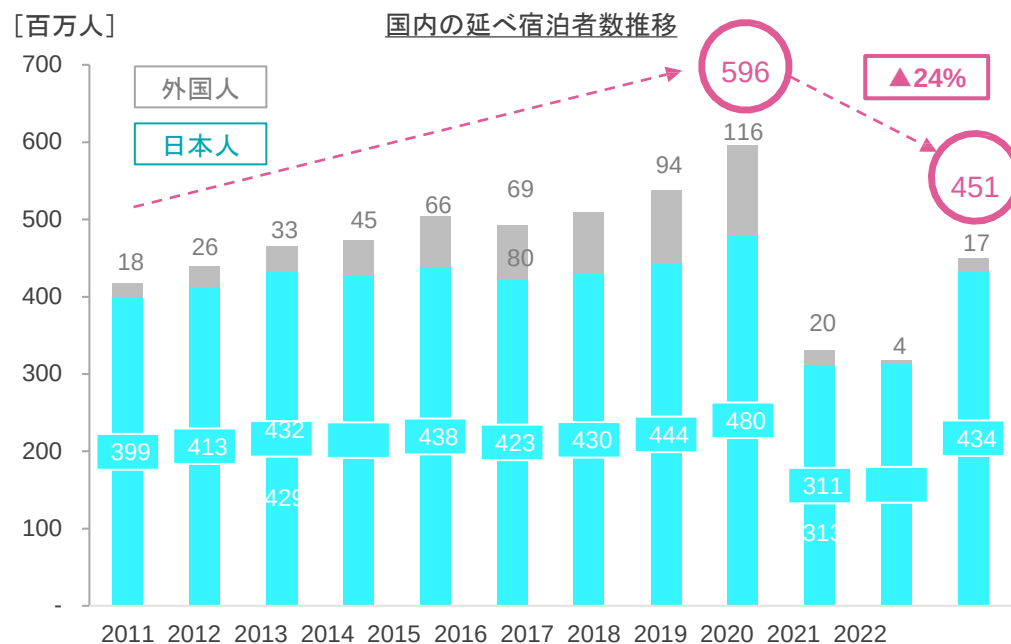


- 宿泊施設を含む観光業界は新型コロナウイルスの感染拡大で大きな影響を受けた。訪日外国人が見込めなくなった上、国内も外出自粛要請や緊急事態宣言が出されたため宿泊需要や宴会需要が激減、そのため経営が厳しいホテル・旅館が増えている。
- 日本経済新聞とNTTタウンページ(東京・港)の共同調査によると、2022年5月末時点で電話帳「タウンページ」に登録する旅行・宿泊関連施設数は、5万3,000施設と新型コロナ感染拡大期の20年5月末に比べ、5,000施設となった模様。
- 政府は感染拡大を抑えるため、新規入国を止めていたが、22年4月以降、入国者の上限を順次、引き上げていき、同年10月には入国制限を解除した。さらに20年度以降、「GO TO トラベル」キャンペーンや国内旅行に割引券やクーポンを配布する全国旅行支援などを展開し、観光産業へのこ入れを図った。

2. 外部環境分析

宿泊市場②

- 国内延べ宿泊者数、稼働率は08年のリーマンショック以降、宿泊や宴会の利用者減により低下傾向にあったが、訪日外国人数増加により、13年以降国内の宿泊者数、稼働率ともに回復基調が続いた。
- 20年の新型コロナウイルスの世界的な感染拡大により国内客、訪日外国人客とも激減し宿泊者数、稼働率は大きく落ち込んだ。



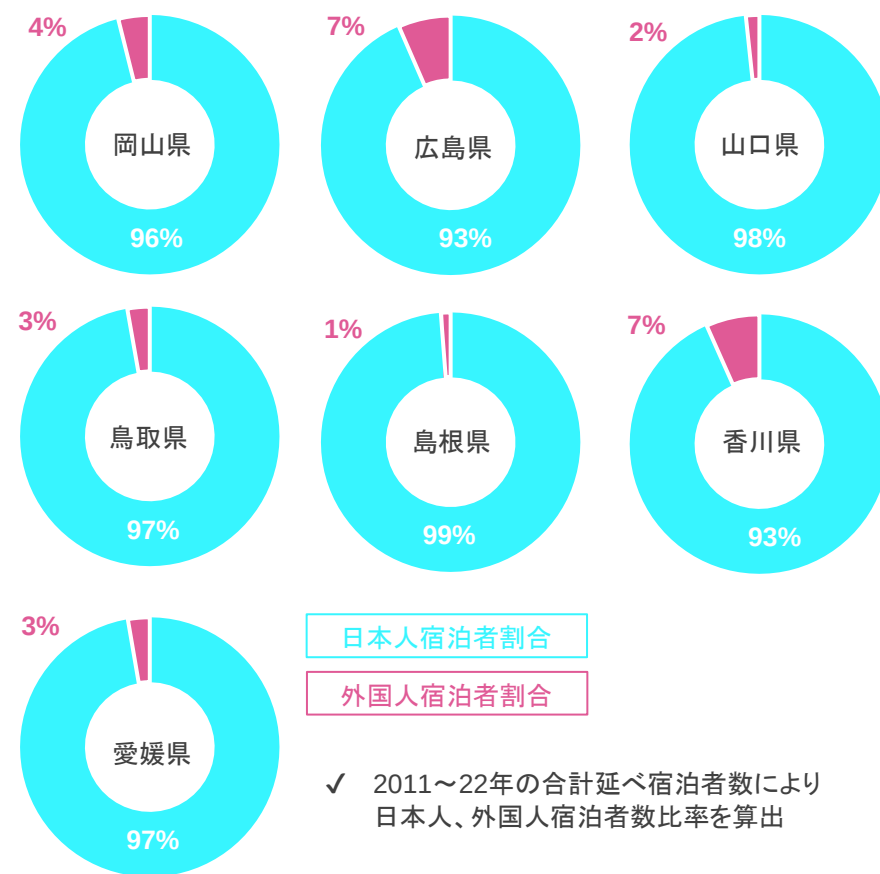
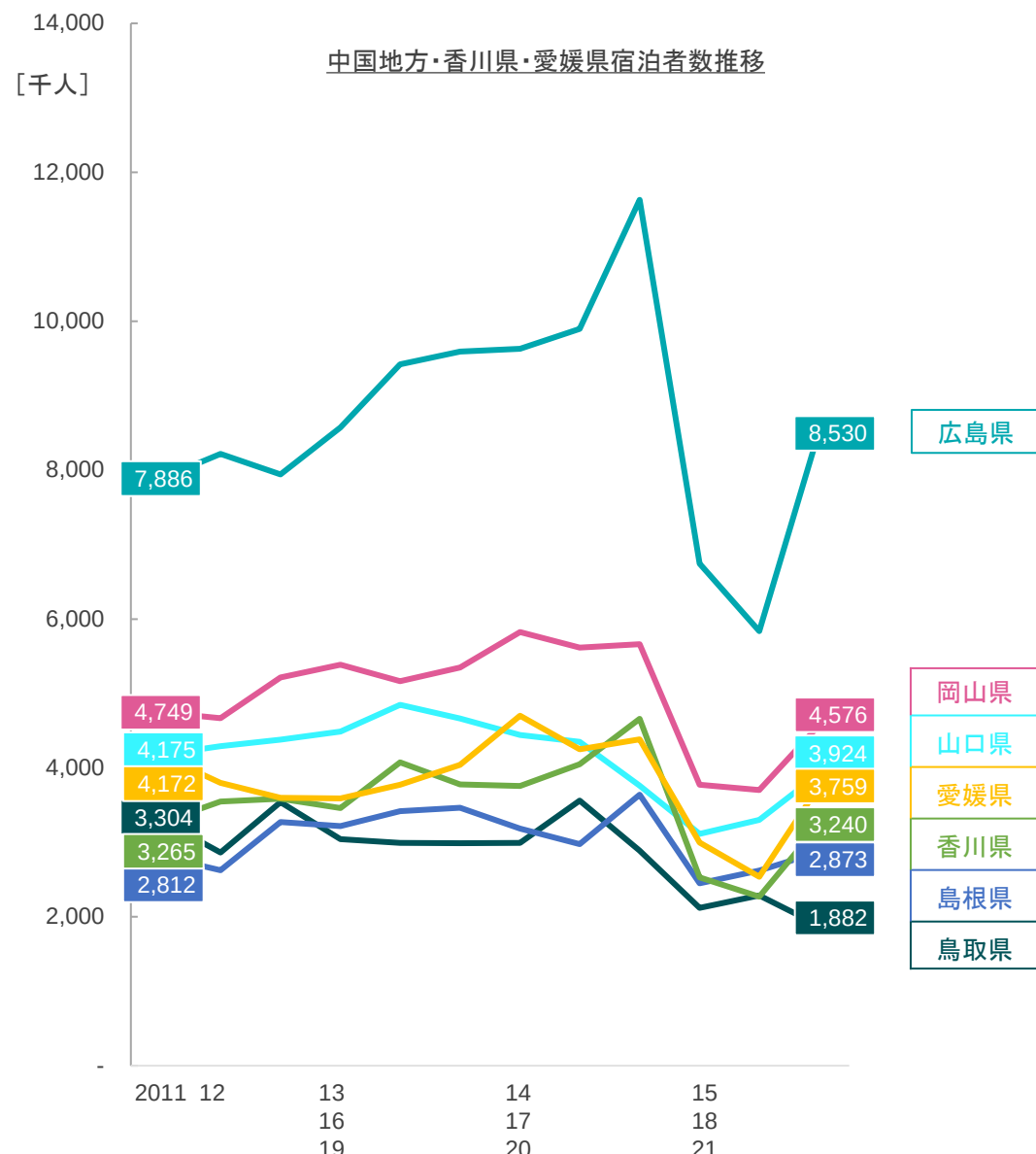
- 観光庁の「宿泊旅行統計調査」によると、2022年の延べ宿泊者数は前年比+42%の4億5,046万人泊。ただ、コロナ禍前の19年と比べると▲24%とまだ回復途上にある。内訳は日本人が前年比+39%の4億3,396万人泊、外国人が同+282%の1,650万人泊。宿泊者数が最も多かったのは東京都の5903万人泊で同+54%、2位の大阪府は3,052万人泊で同+71%、3位の北海道は2,916万人泊で同+53%となっている。
- 立地する地域に訪れる国内外の観光客数の増減が客室稼働率に大きく影響。地域の魅力や集客力が問われるため、五輪・パラリンピックや万博のような国際的な大型イベントから沖縄県の結婚式誘致まで、官民挙げて宿泊客や宴会場利用者の利用者増加に向けた取り組みを進める例が多い。

- 観光庁の「宿泊旅行統計調査」によると、2022年の宿泊施設の客室稼働率は前年比+13ポイントの47%。ビジネスホテルが+13ポイントの57%、旅館が同+10ポイントの33%。20～21年のコロナ禍の影響から回復の兆しがみえる。
- 政府は新型コロナウイルスの感染拡大を防ぐため、21年1月から入国に対してかけてきた規制を22年10月に解除したことで、訪日外国人の復活に期待がかかる。また、23年5月には新型コロナの感染症法上の位置づけをそれまでの2類から、より危険度の低い5類へと移行したことに伴い、国内客の増加も予想される。

2. 外部環境分析

宿泊者数推移_中国地方

- 中国地方に瀬戸内の香川県、愛媛県を加えた7県における22年の延べ宿泊者数において岡山県は457万人と2番目に多い宿泊者数となっている。
- 岡山県の宿泊客に占める外国人の割合は4%となっており、広島県、香川県に続いてインバウンドの割合が高い。

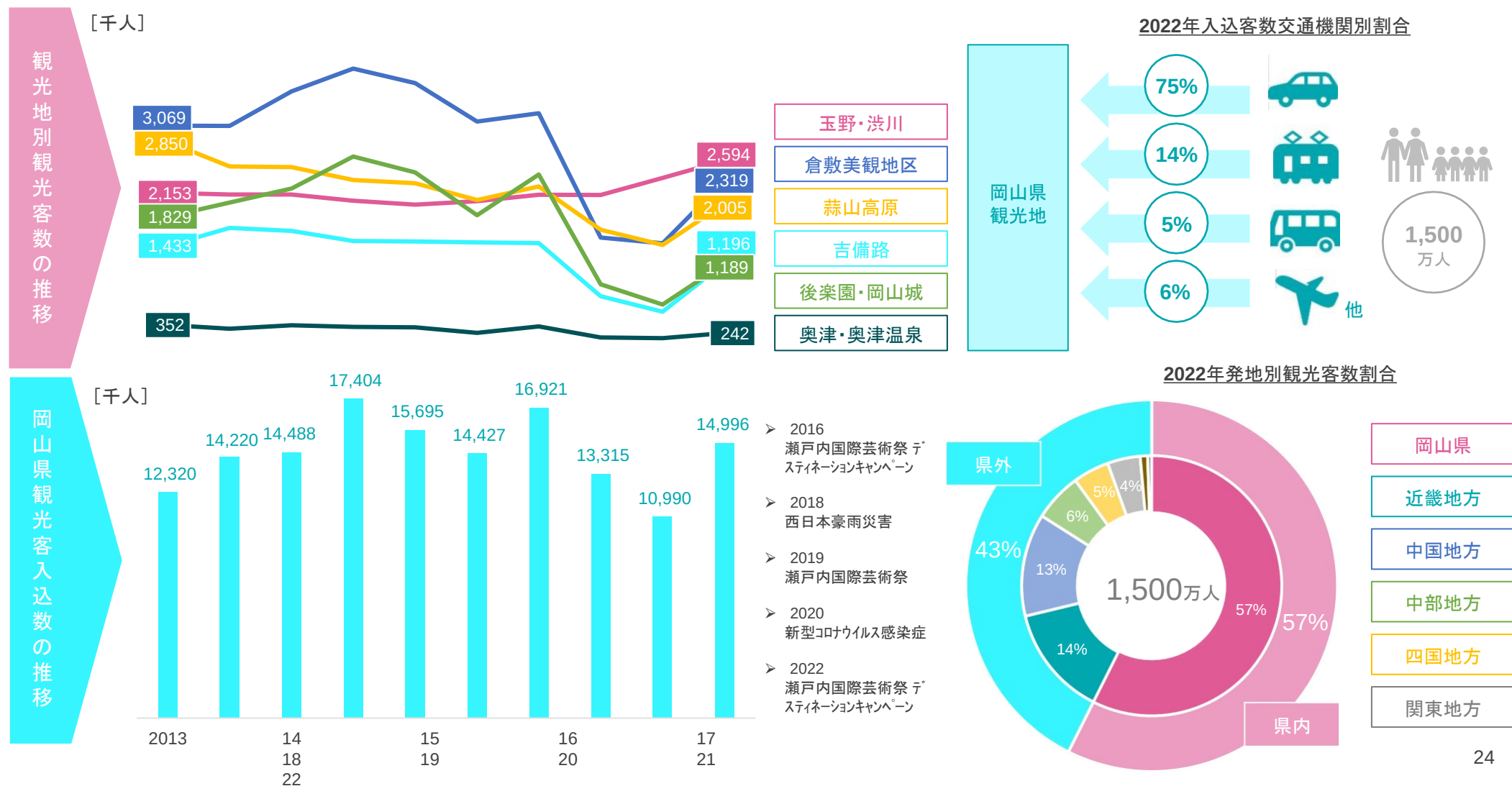


出所：観光庁「宿泊旅行統計調査」

2. 外部環境分析

岡山県観光入込客数推移

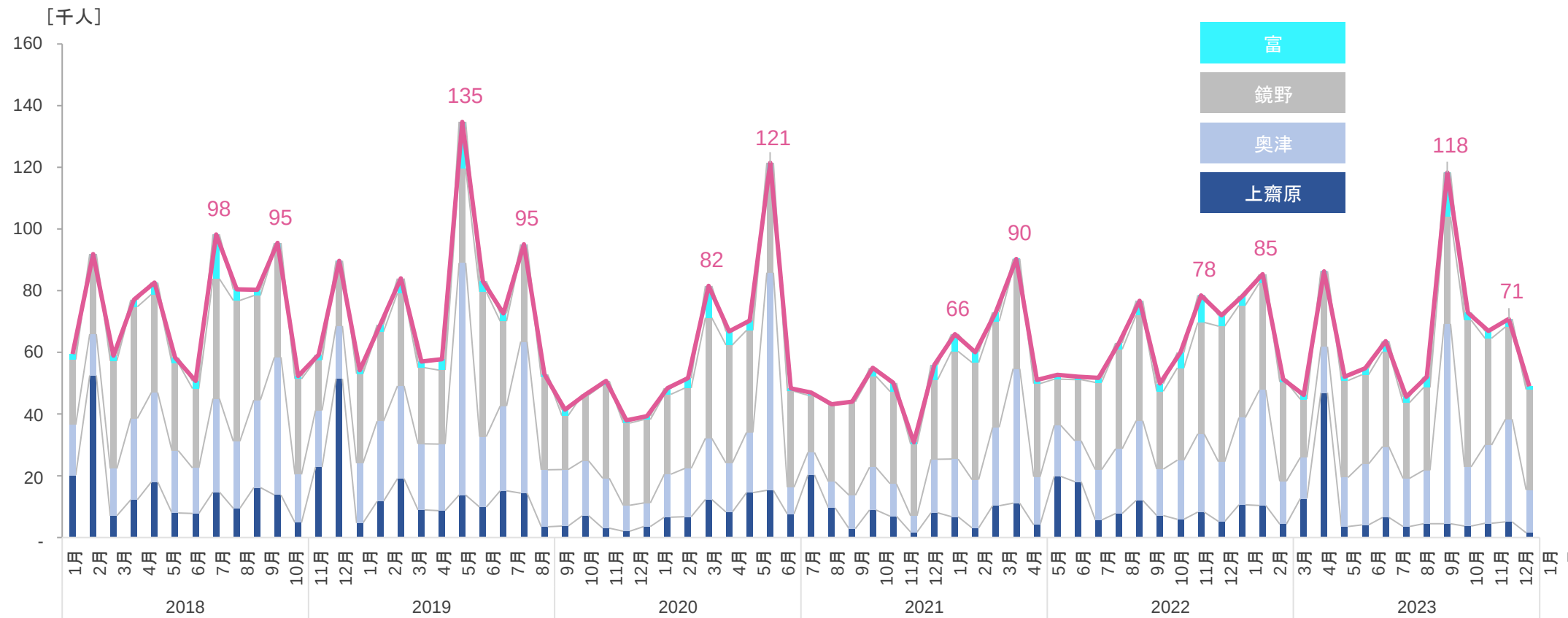
- 直近10年間の岡山県の観光客数は1,099万人～1,740万人で推移しており、瀬戸内国際芸術祭が開催される年には例年に比して多くの観光客が訪れる傾向が見られ、近年は観光地別で玉野・渋川が岡山県内で最も多くの観光客が訪れている。
- 2022年の観光客1,500万人のうち岡山県内からの観光客は57%、県外からの観光客は43%となっており県外では近畿地方からの観光客数が最も多い。観光客の内75%は自家用車により岡山県の各観光地を訪れている。



2. 外部環境分析

鏡野町観光入込客数推移

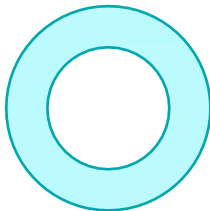
- 鏡野町の観光入込客数は新型コロナウイルス感染症の影響もあり、2018年の88.5万人から23年の77.8万人へ▲10.6万人減少。エリア別では上齋原エリアの観光入込客数が同期間において▲8.3万人となっている。
- 年間を通じて奥津エリアへの観光客が増加する8月、11月の観光入込客数が多い傾向にある。



[人]	2018	19	20	21	22	23	23-18	6年累計	AVE
上齋原	184,507	183,780	90,245	93,374	114,890	100,897	▲83,610	767,693	127,949
奥津	276,173	347,098	232,708	192,558	251,673	276,347	+174	1,576,557	262,760
鏡野	386,479	336,600	348,689	352,544	368,231	364,228	▲22,251	2,156,771	359,462
富	38,526	41,807	32,555	27,794	36,786	37,282	▲1,244	214,750	35,792
計	885,685	909,285	704,197	666,270	771,580	778,754	▲106,931	4,715,771	785,962

2. 外部環境分析

外部環境のまとめ

	状況	評価
マクロ環境	「地方創生」において観光はインバウンド需要の取り込みにより地域を活性化させる原動力となることから、観光庁において2015年に日本版DMOの登録制度を創設。2020年にはDMOの役割や取組内容を具体的に具体的に解説する「観光地域づくり法人の登録制度に関するガイドライン」が策定されるなど、観光大国を目指して政府は積極的な支援姿勢。 - 航空機国際線の23年冬ダイヤ時点において、コロナ禍前の約8割まで定期便が回復、以降も国際線の増便・復便が予想されている。22年10月に入国者の上限規制が撤廃、日本政府は観光大国を目指し訪日外国人観光客の増加目標を掲げており、受入環境整備の施策 を 実施している。 - アフターコロナによる今後のインバウンド需要増加を見込み、外資系も含めた大手資本による宿泊施設の建設の動きが見られる。 - 観光業界における人手不足は深刻な状況であり、宿泊施設の運営業務等においては予約システムや繁忙閑散を予測した金額提示にIT技術を活用し業務の効率化を目指す動きが見られる。	
ミクロ環境	- 岡山県観光入込客数は直近の10年間では1,099万人から1,740万人の間で推移しており、新型コロナウイルス感染症の影響を受け減少傾向にあったものの、瀬戸内国際芸術祭が開催される年には例年に比し多くの観光客が訪れている。 - 岡山県の宿泊者数は中国地方に瀬戸内の香川県、愛媛県を加えた7県の中で広島県に次ぎ2番目に多く、宿泊者数に占める外国人の割合は4%と広島県、香川県に次いで3番目となっている。 - 鏡野町への観光入込客数は、2012年に100万人を割り込み、その後は90万人台で推移していたものの、新型コロナウイルス感染症の影響もあり2020年には90万人を割り込んでいる。温泉施設の利用が宿泊から日帰り利用への移行が進んだ影響もあり、宿泊者数も2012年と比較すると40%減超と大幅な減少となっている。 - 旅行形態の変化に伴い団体旅行客が減少、個人旅行客が増加しており、各観光地、宿泊施設共に個人旅行客のニーズを捉えた魅力度向上に注力している。	

Section3. 内部環境分析

3. 内部環境分析

令和5年度活動総括

- 2023年6月の設立以降、観光地域づくり法人(DMO)登録5要件の判断基準に沿い、活動を実施。
- DMO登録5要件については概ねクリア。今後は「安定的な運営資金の確保」において更なる収益事業の強化が求められる。

	観光地域づくり法人(DMO)登録要件	活動状況	
1	観光地域づくり法人(DMO)を中心として観光地域づくりを行うことについての多様な関係者の合意形成	鏡野観光局が主導して行政や関係団体をメンバーとする委員会を設置	✓ 総会・理事会の開催 ✓ 観光戦略会議開催 ✓ 地域づくりマネージャー会議開催 ✓ ワークショップ開催
2	データの継続的な収集、戦略の策定、KPIの設定・PDCAサイクルの確立	各種データ収集、分析の上、データに基づく戦略策定、KPIを設定し第三者機関による検証を実施	✓ 公式WEBサイト解析 ✓ 公式SNSの活用 ✓ データベースの一元的管理 ✓ OCMIによる計画再検証
3	関係者が実施する観光関連事業との戦略の整合性に関する調整・仕組みづくり、プロモーション	- 合意形成の仕組みを活用し関係者と戦略を共有、取り組みを評価する仕組みを構築 - 戦略に基づき鏡野町観光局が観光資源の情※発信、プロモーションを実施	✓ 総会・理事会の開催 ✓ 季刊パンフレットの発行 ✓ 季刊コンテンツの掲載 ✓ 鏡野町観光PR事業の展開
4	DMOの組織	法人格を取得し意思決定の仕組みを構築。専門人材を登用し財務責任者を配置	✓ 事務局運営体制の強化 ✓ 関係企業・団体との連携強化 ✓ 専門人材の派遣 ✓ 地域おこし協力隊事業
5	安定的な運営資金の確保	収益事業が将来の収益基盤の1つとなるよう地域商社機能を強化。DMOの活動について周知徹底	✓ アクティビティプランの企画・販売 ✓ トレッキング・テーマプランの企画・販売 ✓ なごみ茶屋の運営 ✓ 町内PRイベントの実施

3. 内部環境分析

令和5年度収支分析

- 令和5年度(24/3期)は経常収益83,267千円、管理費控除前財産増減額6,808千円、税引前当期財産増減額2,126千円。
- 地域資源を活かしたアクティビティプラン等の企画・販売による体験者の増加、鏡野町からの観光事業の新規受託等が増収要因。

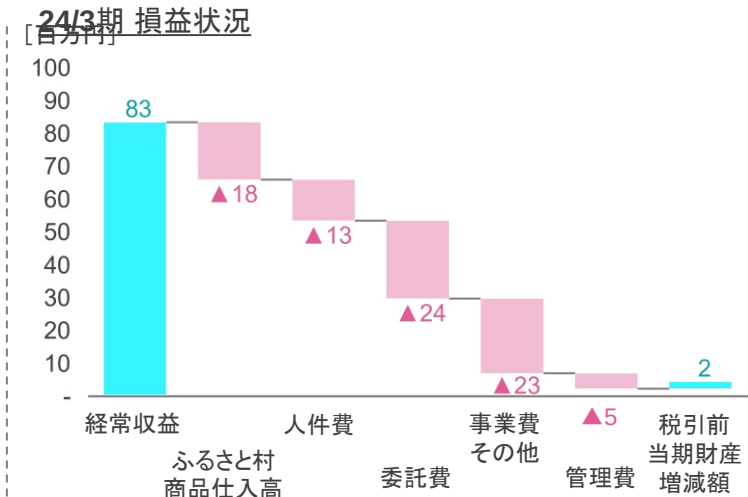
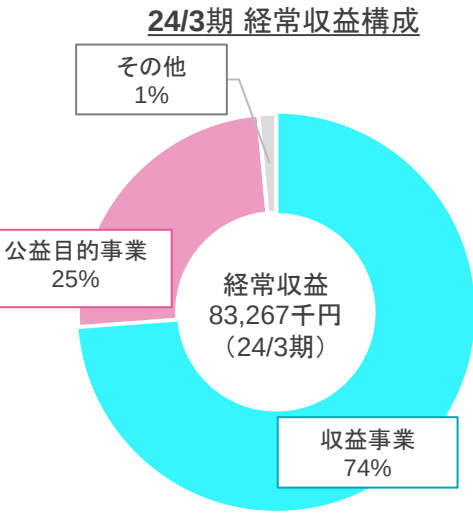
[千円]	実績(a)	計画(b)	a-b
収益事業	61,466	48,710	+12,756
アクティビティ体験等	4,444	3,500	+944
鏡野町ふるさと村特別村民制度	26,544	24,500	+2,044
なごみ茶屋収益	923	1,600	▲677
ファン創出	8,961	-	+8,961
観光DX	9,900	14,260	+2,130
アクティビティ環境整備	6,490	-	-
岡山DC	1,050	-	+1,050
地域おこし協力隊	3,200	1,500	+1,700
森の芸術祭事業	-	-	-
健康の町かがみのブランド商品開発	-	-	-
新規事業	-	-	-
収益事業その他	-	3,350	▲3,350
公益目的事業	20,599	23,740	▲3,141
その他	1,856	200	+1,656
内部取引消去	▲654	-	▲654
経常収益	83,267	72,650	+10,617

ふるさと村商品仕入高	17,502	2,500	+15,002
人件費	12,528	19,724	▲7,196
通信運搬費	6,808	-	+6,808
委託費	23,642	6,380	+17,262
広告宣伝費	3,554	-	+3,554
その他(仕入含む)	13,079	27,550	▲14,471
内部取引消去	▲654	-	▲654
事業費計	76,459	56,154	+20,305

管理費控除前財産増減額	6,807	16,496	▲9,689
-------------	-------	--------	--------

修繕費	1,100	-	+1,100
広告宣伝費	976	621	+355
支払手数料	1,090	760	+330
その他	1,516	14,615	▲13,099
管理費計	4,682	15,996	▲11,314

税引前当期財産増減額	2,126	500	+1,626
------------	-------	-----	--------



- 計画の経常収益内訳は、令和5年度収支予算書、事業計画書(案)を基に主要科目を振り分け。主要科目以外のものは「収益事業その他」に計上。
- 【アクティビティ体験】
- ・ 台風7号の影響によるキャンセル(23/8月半ば～9月下旬)が発生するも、地域資源を活かしたアクティビティプラン等の企画・販売や、観光割引券の発行による域内消費の拡大等により増収。
- 【鏡野町ふるさと村特別村民制度】
- ・ 前年同等の会員数維持により安定した会費収入を確保。
 - ・ 北おおさか信用金庫での鏡野町物産品の出張販売、注文販売(梨・杵つき餅)もあり増収。
- 【なごみ茶屋収益】
- ・ 24/3期は実質5ヶ月稼働(8月～12月)。
 - ・ 計画では8ヶ月稼働(4月～11月)を想定していたため、24/3期実績は計画比で減収。

- 計画と24/3期実績で、事業費と管理費に計上されている勘定科目が合致していないため、計画実績対比(a-b)は、24/3期実績の主要勘定科目を記載。
- 【事業費その他】
- ・ 鏡野町ふるさと村特別村民制度事業費24,500千円、負担金3,050千円。
- 【管理費その他】
- ・ 印刷製本費5,700千円、消耗品費2,020千円、通信運搬費1,800千円、リース料990千円、旅費交通費850千円 他。

3. 内部環境分析

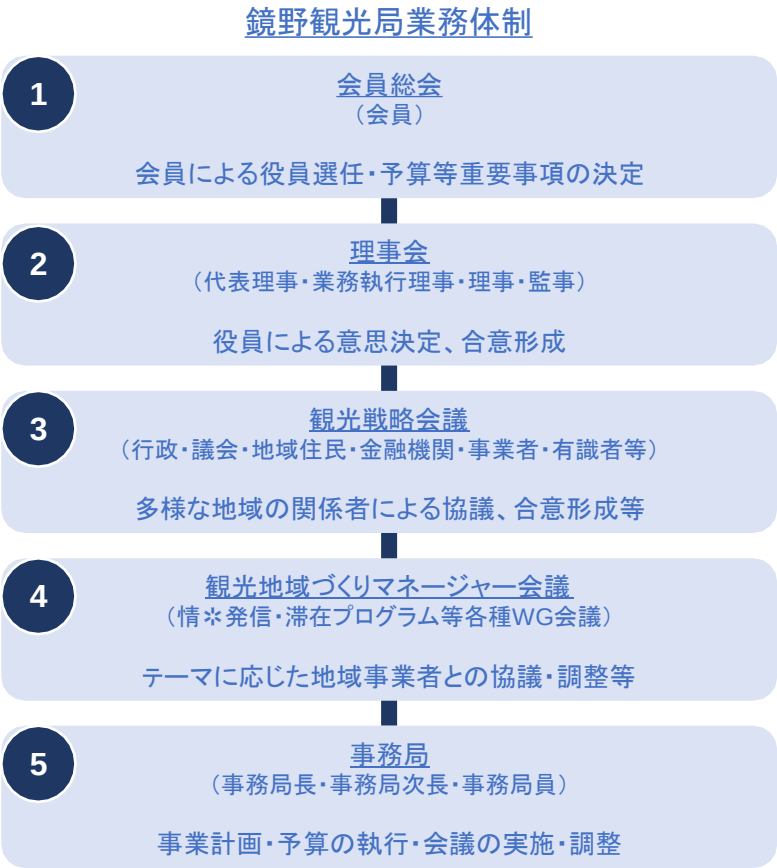
登録要件の取り組み状況①_ 合意形成

1	➢ 観光地域づくり法人(DMO)を中心として観光地域づくりを行うこと についての 多様な関係者の合意形成	【判断基準】 1. 観光地域づくり法人の意思決定に関与できる立場で行政や幅広い分野の関係団体の代表者が参画 2. 観光地域づくり法人内に行政や関係団体をメンバーとする委員会等を設置	いずれか1項目
➢ 鏡野観光局が主導して行政や関係団体をメンバーとする委員会を設置			

- 鏡野観光局が中核的な立場となり、右図に示す業務体制を整え、関係者間で合意形成する仕組みを構築している。
- 観光資源の関係者(鏡野町商工会、農林漁業関係団体等)、宿泊業者(奥津温泉旅館組合等)、交通事業者(鏡野観光、鏡野中鉄北部バス等)、行政(鏡野町、岡山県、国土交通省等)が参画する観光戦略会議を実施し地域関係者間の合意形成を図っている。
- 鏡野町が対象地域となる地域連携DMO、地域DMOは鏡野観光局しか存在せず、鏡野観光局のDMOとしての役割は明確となっている。
- 理事会、観光戦略会議、観光地域づくりマネージャー会議を通じて協議された内容を鏡野観光局でプランや観光案内としてまとめ地域住民にも発信。観光地域づくりに関する意識啓発を実施している。

＜期間中の取組事項＞

2023年06月12日	設立総会
2023年06月12日	第1回臨時理事会
2023年06月28日	第1回通常理事会
2023年08月17日	第2回臨時理事会
2023年10月03日	第1回観光地域づくりマネージャー会議
2023年10月10日	第1回観光戦略会議
2023年11月29日	第2回通常理事会
2024年01月15日	第2回観光地域づくりマネージャー会議



3. 内部環境分析

登録要件の取り組み状況②_ 情※収集・戦略策定

2

データの継続的な収集、戦略の策定、KPIの設定・PDCAサイクルの確立

【判断基準】

1. 各種データ等の継続的な収集・分析
2. データに基づく明確なコンセプトを持った戦略の策定
3. KPIの設定・PDCAサイクルの確立

全項目必須

各種データ収集、分析の上、データに基づく戦略策定、KPIを設定(再確認)し第三者機関による検証を実施

- 延べ宿泊者数、旅行消費額、来訪者満足度、リピーター率、WEBサイトアクセス状況、住民満足度の6項目を中心にデータを収集。
- 収集したデータに基づき候補DMO登録時のターゲット層と同様のターゲット層としていくことを確認。
→第1ターゲット層: 自然と共生した健康的なライフスタイルに関心の高い関西圏及び近県のアクティブ層
→第2ターゲット層: 健康への意識が高い、国内及び海外(香港・台湾)等東アジア圏を含むアクティブ層
- 情※収集結果に基づき候補DMO登録時のコンセプトを再確認。
→コンセプト: 自然との共生により、“元気で、笑顔になれる”健康のまち鏡野町
- KPIの設定について確認(候補DMO登録時のKPIを継続)。
- KPIの達成状況について評価のうえ、理事会(2024年4月23日開催)、会員総会(2024年6月11日開催予定)にて関係者間で共有。

			実績			計画		
			23年度	24年度	25年度	23年度	24年度	25年度
KPI	①	延べ宿泊者数 [千人]	全体	22	23	25		
		・鏡野町内宿泊施設における調査を行政と連携して実施。	内、訪日客	-	-	1		
			実績					
			内、訪日客					
			実績					
			内、訪日客					
	②	旅行消費額 [百万円]	全体	442	485	510		
		・官公庁の示すアンケートフォーマットをベースに個別項目を追加し、作成した調査表により顧客満足度調査を独自に実施。	内、訪日客	3	6	10		
			実績					
			内、訪日客					
			実績					
			内、訪日客					
その他 目標指標	③	来訪者満足度 [%]	全体	18.0%	19.0%	20.0%		
		・官公庁の示すアンケートフォーマットをベースに個別項目を追加し、作成した調査表により顧客満足度調査を独自に実施。	内、訪日客	-	-	-		
			実績					
			内、訪日客					
			実績					
			内、訪日客					
	④	リピーター率 [%]	全体	67.0%	69.0%	70.0%		
		・ファンクラブ会員数の把握及びリピーター率等の調査を独自に実施。	内、訪日客	-	-	-		
			実績					
			内、訪日客					
			実績					
			内、訪日客					
	⑤	年間WEB訪問者数 [人]	全体	155,000	165,000	175,000		
		・Google等の活用により独自に実施。	内、訪日客	2,500	3,500	5,000		
			実績					
			内、訪日客					
			実績					
			内、訪日客					
	⑥	滞在プログラム満足度 [%]	全体	23.0%	24.0%	25.0%		
		・独自に実施。	内、訪日客	-	-	-		
			実績					
			内、訪日客					
			実績					
			内、訪日客					
	⑦	滞在プログラム数 [件]	全体	12	14	16		
		・観光戦略会議が提案した滞在プログラムを商品化。実施後満足度アンケートを実施しブラッシュアップを図り、参加者の増加、リピーターを獲得する。	内、訪日客	-	1	2		
			実績					
			内、訪日客					
			実績					
			内、訪日客					
	⑧	滞在プログラム参加者数 [人]	全体	1,500	1,700	1,900		
		・観光戦略会議が提案した滞在プログラムを商品化。実施後満足度アンケートを実施しブラッシュアップを図り、参加者の増加、リピーターを獲得する。	内、訪日客	10	30	50		
			実績					
			内、訪日客					
			実績					
			内、訪日客					
	⑨	年間観光入込客数 [千人]	全体	815	830	870		
			内、訪日客	2	3	5		
			実績					
			内、訪日客					
			実績					
			内、訪日客					

3. 内部環境分析

登録要件の取り組み状況③_ 仕組み作り・プロモーション

3

➢ 関係者が実施する観光関連事業との戦略の整合性に関する調整・仕組みづくり、プロモーション

【判断基準】

1. 地域社会とのコミュニケーション・地域の観光関連事業者への業務支援を通じた多様な関係者との戦略の共有
2. 地域が観光客に提供するサービスを維持・向上・評価する仕組みや体制の構築
3. 地域一体となった戦略に基づく一元的な情※発信・プロモーション

全項目必須

➢ 合意形成の仕組みを活用し関係者と戦略を共有、取り組みを評価する仕組みを構築

➢ 戦略に基づき鏡野町観光局が鏡野町観光資源の情※発信、プロモーションを一元的に実施

- 合意形成の仕組みを活用し、鏡野観光局事業計画の進捗状況を地域関係者が共有。
- 合意形成を進めていく場として「[観光戦略会議](#)」を設置、開催。また地域関係者の合意形成が特に必要となる取り組みについては、観光地域づくりマネージャーを中心としたメンバーと関係者が事業の具体化に向け活動を進め、観光戦略会議開催前に「[観光地域づくりマネージャー会議](#)」を実施する等、地域における取り組みの不足や重複等の確認・調整（現時点では対象地域は重複していない）を定期的に行っている。
- 戦略の策定状況、KPIの達成状況等について評価・分析のため第三者機関と専門人材派遣業務の契約を締結。計画内容を評価・検証し見直しを実施。結果については理事会（2024年4月23日開催）、会員総会（2024年6月11日開催予定）にて関係者間で戦略を共有、取り組みを評価する体制を構築している。
- 戦略に基づいて、鏡野観光局が中心となり関係者と協同して新たなターゲット（自然アクティビティ等の体験を好む旅行者）に向けたブランドイメージを発信している（2024年3月ポータルサイトリニューアル、ガイドブック随時刷新）。
- 情※発信・プロモーションの機能を鏡野観光局に集中。[観光地域づくりマネージャーが中心となり、ワーキンググループ（部会）による活動、事業の具現化を進めていくとともに観光戦略会議を観光地域づくりの推進における核として位置づけ、多様な地域関係者の参画と合意形成の場とする。](#)
- 2023年11月、県北初の「モンベルストア」を2025年の春から夏に向けて開業を目指す方針を発表。

	構成員	開催周期	役割
理事会	理事長1名 副理事長1名 理事7名 監事2名	年1回	役員による意思決定、合意形成
観光戦略会議	会長、副会長、事務局、観光地域づくりマネージャー、行政、区長、議員、金融機関、観光事業者、有識者	年2回	多様な地域の関係者による協議、戦略の共有、合意形成（観光地域づくり推進の「核」としての位置づけ）
観光地域づくりマネージャー会議	観光づくりマネージャー3名	年4回	テーマに応じて地域事業者と協議・調整を行い事業を具現化する

32

3. 内部環境分析

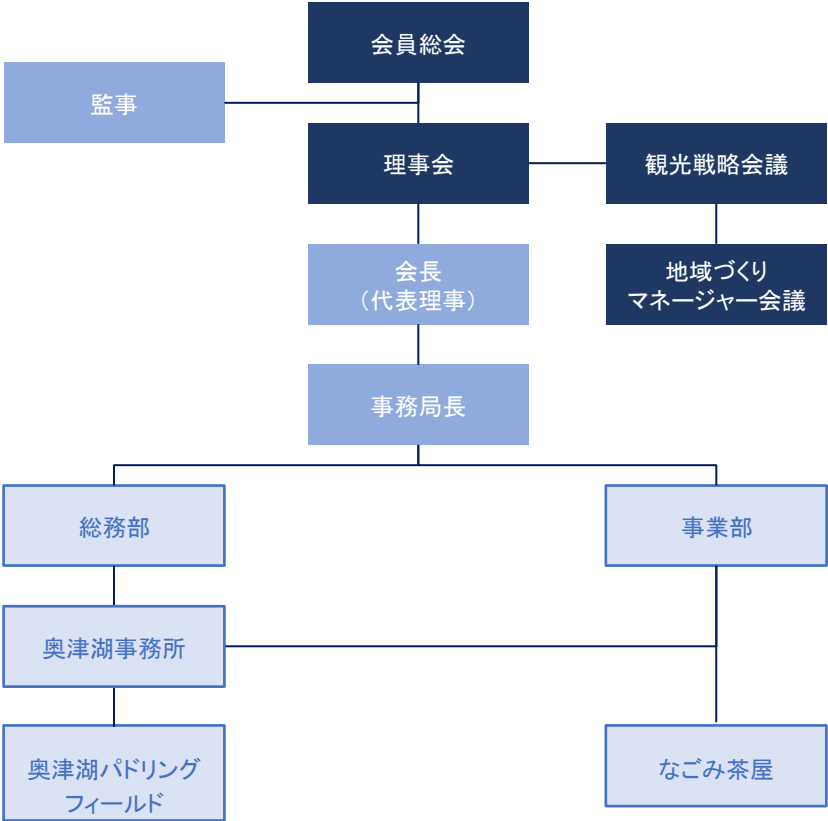
登録要件の取り組み状況④_ DMOの組織

4	➤ DMOの組織	【判断基準】 1. 法人格の取得 2. 意思決定の仕組みの構築 3. データの収集・分析等の専門人材がDMO専従で最低1名存在 4. 財務責任者の設置	全項目必須
➤ 法人格を取得し、意思決定の仕組みを構築 ➤ 専門人材、財務責任者を設置			

- 2023年6月28日、一般社団法人鏡野観光局を設立。会員総会を頂点とする組織体制を整備し意思決定の仕組みを構築。
- データの収集・分析における専門人材1名を専従で選任。財務責任者1名を専従で選任。
- 収益事業を強化するため、組織の高度化に向けて取組中。

代表者	宇佐美 勝正	鏡野町商工会会長。地域の事業者支援や参画などで手腕を発揮、サイクリストウェルカムな町を目指したイベント「ファンライド鏡野」の実施や、古民家をリノベーションした新たなカフェの経営に携わるなど自然アクティビティの推進や観光施設を通じた地域の魅力向上に寄与。
データ収集・分析責任者 CMO	小谷 英	専従 鏡野町(旧奥津町を含む)の職員として約20年間観光担当部署に配属され、観光全般に精通。岡山県観光連盟に3年間出向し、観光情※システムの構築や各種リサーチ等の業務に携わり、観光地域マーケティングについての知見と能力を持つ。
財務責任者 CFO	難波 庄司	専従 岡山県内のホテルを始めとした宿泊施設を中心に、約25年間の労務管理や経理業務等に長年従事。その後鏡野町観光協会の事務局長として約11年間勤務し、持続可能な運営のため、運営収支や財源確保に努めるなど、知見と能力を持つ。
専門人材 旅行商品の造成・販売の責任者	前田 浩輝	令和4年度まで㈱リクルートに在籍し、じゃらん山陰ゼネラルマネージャーや営業所長を経て、じゃらんリサーチセンターに所属し国や県など多くの自治体と地方創生に奔走。2017年に㈱地域ソリューションパートナーズを設立し、観光地域プロデューサーとして旅行商品開発の知見と能力を持つ。

【組織図】



3. 内部環境分析

登録要件の取り組み状況⑤_ 安定的な運営資金の確保

5

➤ 安定的な運営資金の確保

【判断基準】

✓ 自律的・継続的に活動するための安定的な運営資金確保の見通し

—

➤ 収益事業を将来の収益基盤の1つとなるようブランディング等の地域商社機能を強化
➤ 安定的な収益基盤確立のため委託事業を積極的に取り込み、会員数の増加を図るべくDMOの活動について周知徹底

- ブランドコンセプトに基づきアクティビティプラン等の滞在プログラムを造成するとともに特産品開発のコーディネートを担当、企画手数料、販売手数料、売上収入を事業の拡大に合わせて伸ばしていくことにより、収益事業を収益の柱の一つとする。
→2023年度企画・販売プログラム①: 奥津湖カヤック
→2023年度企画・販売プログラム②: 奥津湖サップ
→2023年度企画・販売プログラム③: 奥津湖複合プラン
→2023年度企画・販売プログラム④: 奥津湖E-BIKE
→2023年度企画・販売プログラム⑤: キャンオニング
- 行政や地域内産業関係団体、地域事業者からの事業受託を積極的に進め収益の増加につなげる。
→2023年度受託事業①: 鏡野町アンテナショップイベント業務
→2023年度受託事業②: 鏡野町観光ニーズ調査
→2023年度受託事業③: 鏡野町観光PR事業 他
- 鏡野町をはじめ、DMOを構成する団体、事業者からの負担金を安定的に受領できる体制及び地方創生に係る交付金や関係省庁の各種事業メニューの積極的な活用により収入源を確保すべく関係各所との交渉を実施。
- DMOについて周知徹底し会員を獲得するためのPR活動実施。
- 二次交通の不便さ、食やお土産物の不足などの弱みを強みへと変える取り組みを重点的に実施。
→2023年度実施取組①: 高清水トレイル駐車場連絡便の整備
→2023年度実施取組②: 農林水産物の特産品化に向けて関係各所と打ち合わせ

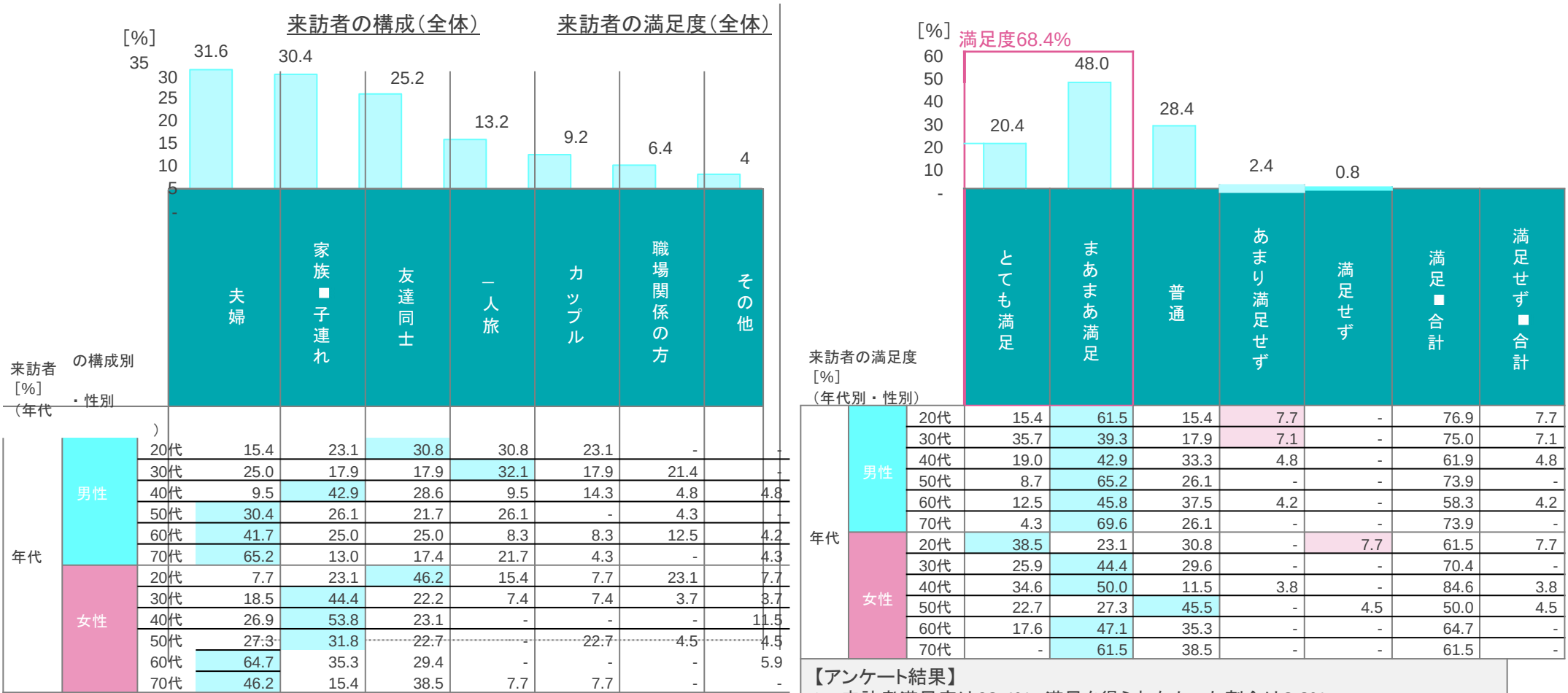
【アクティビティプランの状況】

プラン名	a 2022年度			b 2023年度(計画値)			c=b-a 対比		
	件数	人数	金額	件数	人数	金額	件数	人数	金額
カヤック	243	708	2,017	136	450	1,463	▲107	▲258	▲555
サップ	343	525	926	72	170	935	▲271	▲355	+9
奥津湖複合・連携イベント	-	-	-	33	100	250	+33	+100	+250
奥津湖アクティビティクラブ	-	-	-	-	-	-	-	-	-
奥津湖パドリングフィールド計	586	1,233	2,943	241	720	2,648	▲345	▲513	▲296
キャンオニング	14	35	157	10	25	130	▲4	▲10	▲27
E-BIKE体操	26	56	142	-	-	-	▲26	▲56	▲142
その他奥津湖ツアー	-	-	-	-	-	-	-	-	-
その他奥津湖関連プラン計	40	91	299	10	25	130	▲30	▲66	▲169
奥津湖関連プラン合計	626	1,324	3,242	251	745	2,778	▲375	▲579	▲465
トレッキング	16	352	614	175	300	306	+159	▲52	▲308
スノーシューハイク	36	95	471	7	20	36	▲29	▲75	▲435
スノーモビル等	5	10	95	3	5	24	▲2	▲5	▲71
トレッキング等計	57	457	1,180	185	325	366	+128	▲132	▲814
テーマツアー	93	198	269	71	150	107	▲22	▲48	▲161
食・特産品関係	11	406	391	20	300	24	+9	▲106	▲367
ウェルネスツアー	-	-	-	-	-	-	-	-	-
その他ツアー計	104	604	659	91	450	132	▲13	▲154	▲528
バスツアー	-	-	-	-	-	-	-	-	-
バスツアー計	-	-	-	-	-	-	-	-	-
総合計	787	2,385	5,082	527	1,520	3,275	▲260	▲865	▲1,807

3. 内部環境分析

アンケート結果(来訪者の構成、来訪者の満足度)

- 来訪者のメイン層は夫婦や家族・子連れである。メイン層をターゲットにしたプランを企画することで旅行消費額の増加を目指す。
- 来訪者満足度は68.4%だが、20代～30代をみると改善余地がある。満足を得られなかった要因の分析と改善策の検討により、満足度とリピーター率の向上を目指す。



【アンケート結果】

- 夫婦、家族・子連れ、友達同士が多い。他方で、カップルと職場関係は少数。
- 来訪者の年代は40代以上が多く、友達同士では年代と性別を問わず来訪されている。

【結果を受けた取組案の方向性】

- 来訪者のメイン層である夫婦や家族・子供連れ向けのプランを企画する。

【改善が見込まれる必須KPI】

- 旅行消費額 「来訪者の構成」は複数回答のため、回答結果の合計は100%にはならない

【アンケート結果】

- 来訪者満足度は68.4%、満足を得られなかった割合は3.2%。
- 全体的な満足度は高い他方で、20代と30代の満足度は、他年代と比較して低い。

【結果を受けた取組案】

- 来訪者にヒットしたもの(しなかったもの)とその理由を分析し、改善策を検討する。

【改善が見込まれる必須KPI】

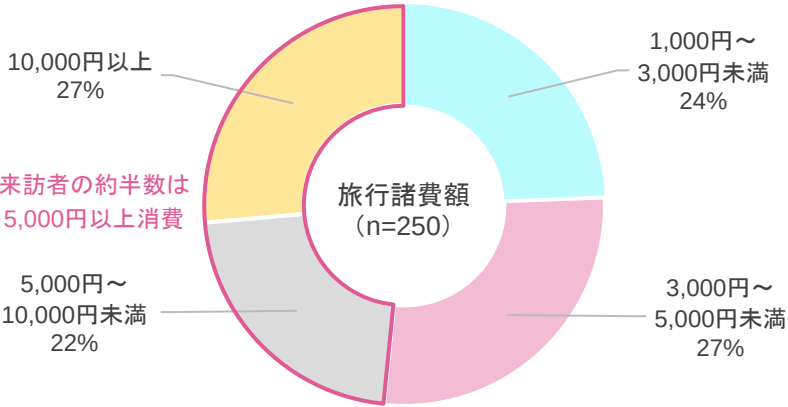
- 来訪者満足度、リピーター率

3. 内部環境分析

アンケート結果（旅行消費額、来訪時の宿泊先）

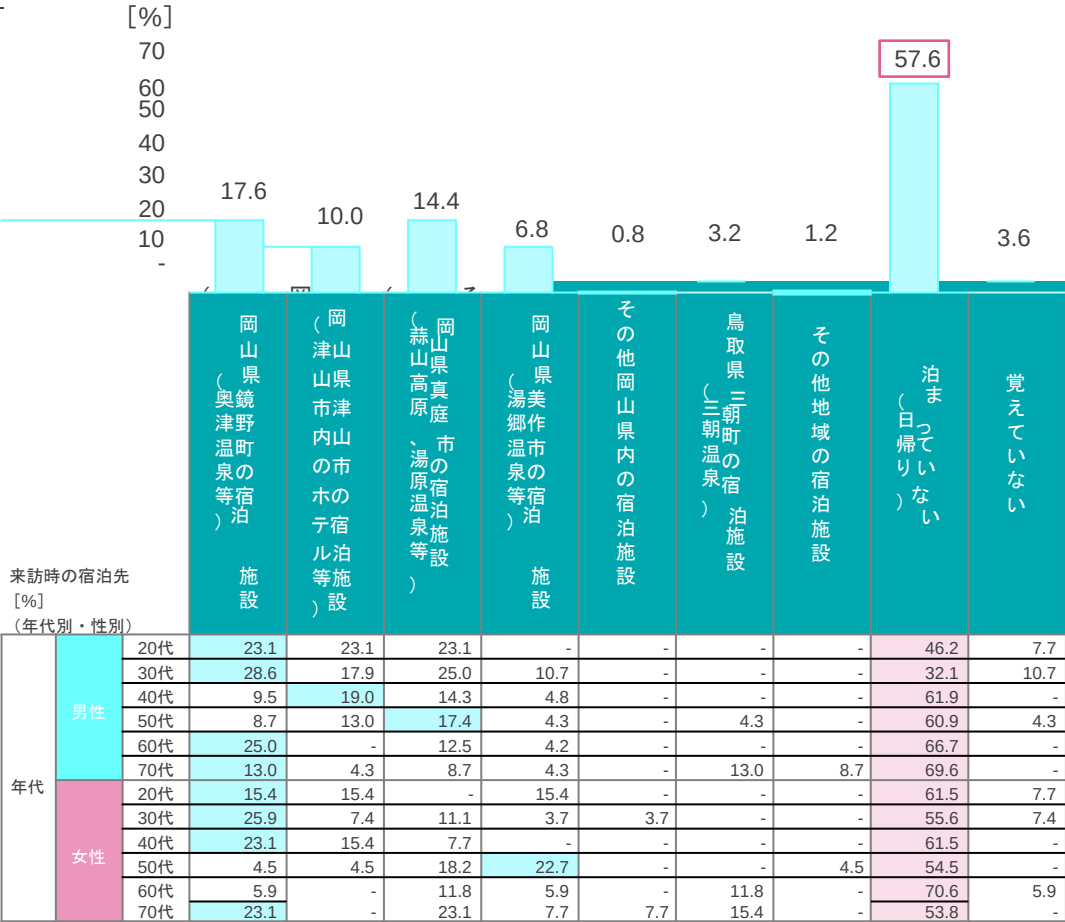
- 来訪者の約半数は5,000円以上消費。消費コンテンツの特定と消費理由を分析し、消費を喚起する商品やプランを企画していく。
- 来訪者の約6割は日帰り。現状では、鏡野町としては来訪者の宿泊機会を逃しているため、宿泊に繋がるツアーの企画等により延べ宿泊者数の獲得を目指す。

旅行消費額(全体)



来訪者の消費額 [%] (年代別・性別)		1,000円 ～ 3,000円 未満	3,000円 ～ 5,000円 未満	5,000円 ～ 10,000円 未満	10,000円 以上	
年代	男性	20代	15.4	38.5	-	46.2
		30代	39.3	3.6	17.9	39.3
		40代	38.1	33.3	19.0	9.5
		50代	13.0	30.4	21.7	34.8
		60代	12.5	45.8	29.2	12.5
	女性	70代	34.8	21.7	30.4	13.0
		20代	38.5	7.7	30.8	23.1
		30代	25.9	40.7	14.8	18.5
		40代	19.2	26.9	15.4	38.5
		50代	13.6	9.1	31.8	45.5
60代	23.5	29.4	29.4	17.6		
	15.4	46.2	23.1	15.4		

来訪時の宿泊先(全体)



【アンケート結果】

- 旅行消費額は年代による差は少なく、来訪者の約半数は5,000円以上消費している。

【結果を受けた取組案の方向性】

- 来訪者が消費したコンテンツの特定と消費理由を分析することで、来訪者の消費を喚起する商品やプラン等を企画する。

【改善が見込まれる必須KPI】

- 旅行消費額

【アンケート結果】

- 来訪者の57.6%は日帰り。
- 宿泊者のうち、最も利用されているのは鏡野町の宿泊施設。

【結果を受けた取組案】

- 宿泊に繋がるツアーを企画する。

【改善が見込まれる必須KPI】

- 旅行消費額、延べ宿泊者数

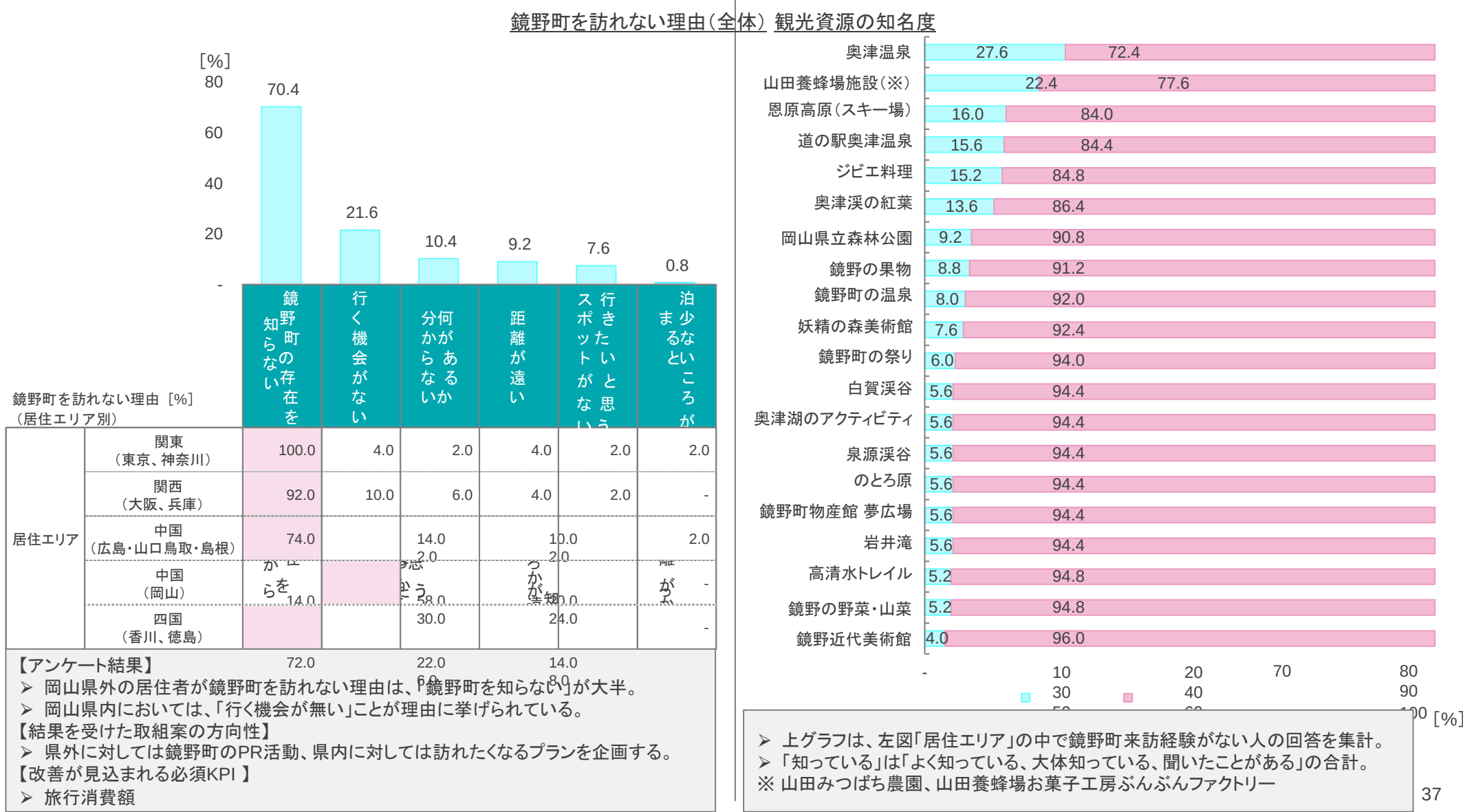
出所：延べ宿泊者数 鏡野観光局「岡山県鏡野町の観光に関する調査」

・ 「来訪者の宿泊先」は複数回答のため、回答結果の合計は100%にはならない

3. 内部環境分析

アンケート結果（鏡野町を訪れない理由、観光資源の知名度）

- 鏡野町を訪れない理由は、岡山県外では「鏡野町を知らないため」、岡山県内では「行く機会が無いため」が大部分を占めている。
- 鏡野町来訪経験がない人のうち7割以上は、鏡野町の観光資源を知らないため、県内外を問わずPR活動が必要である。



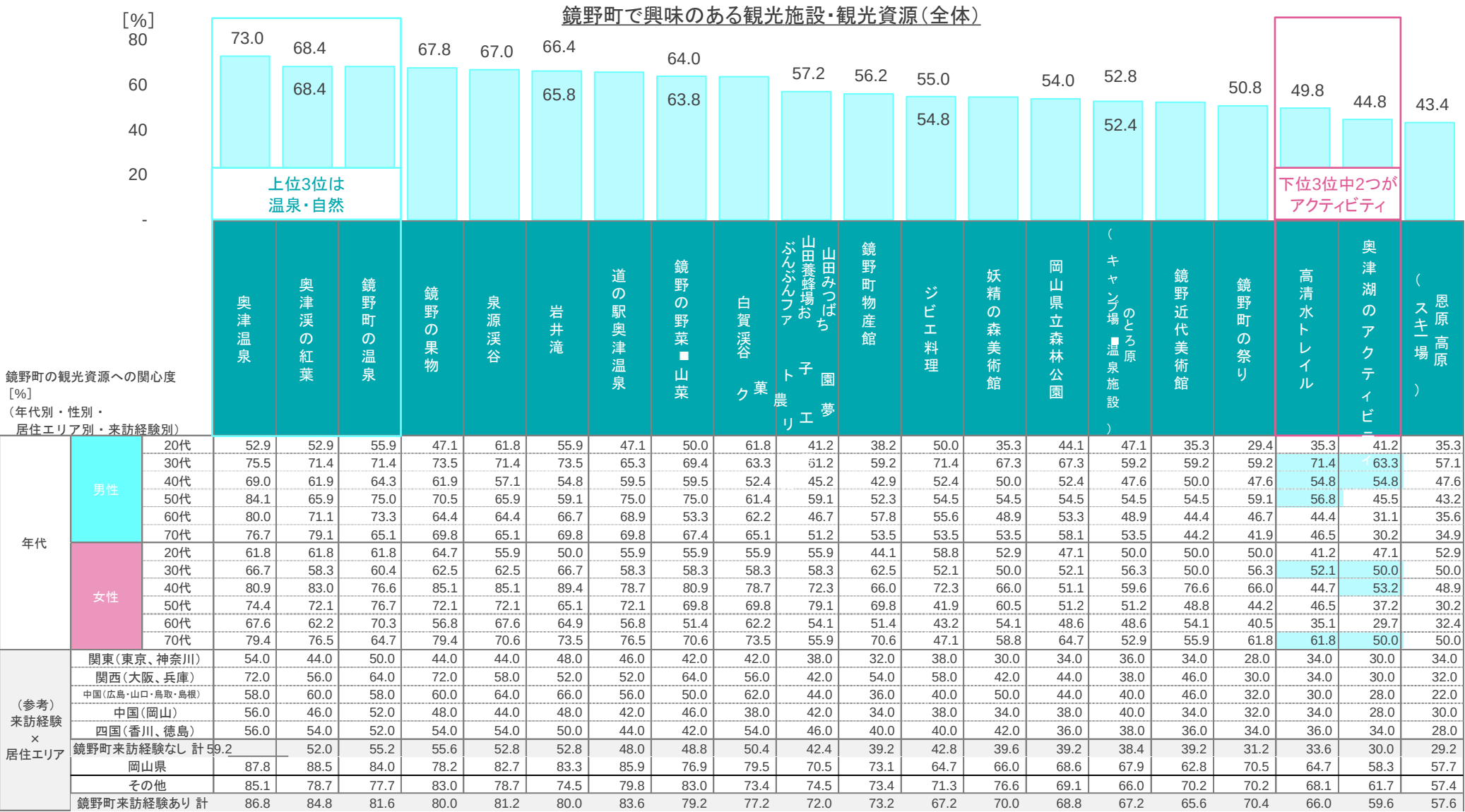
・ 「鏡野町を訪れない理由」は複数回答のため、回答結果の合計は100%

出所：一般社団法人鏡野観光局「岡山県鏡野町の観光に関する調査」

3. 内部環境分析

アンケート結果（鏡野町の観光資源への関心度）

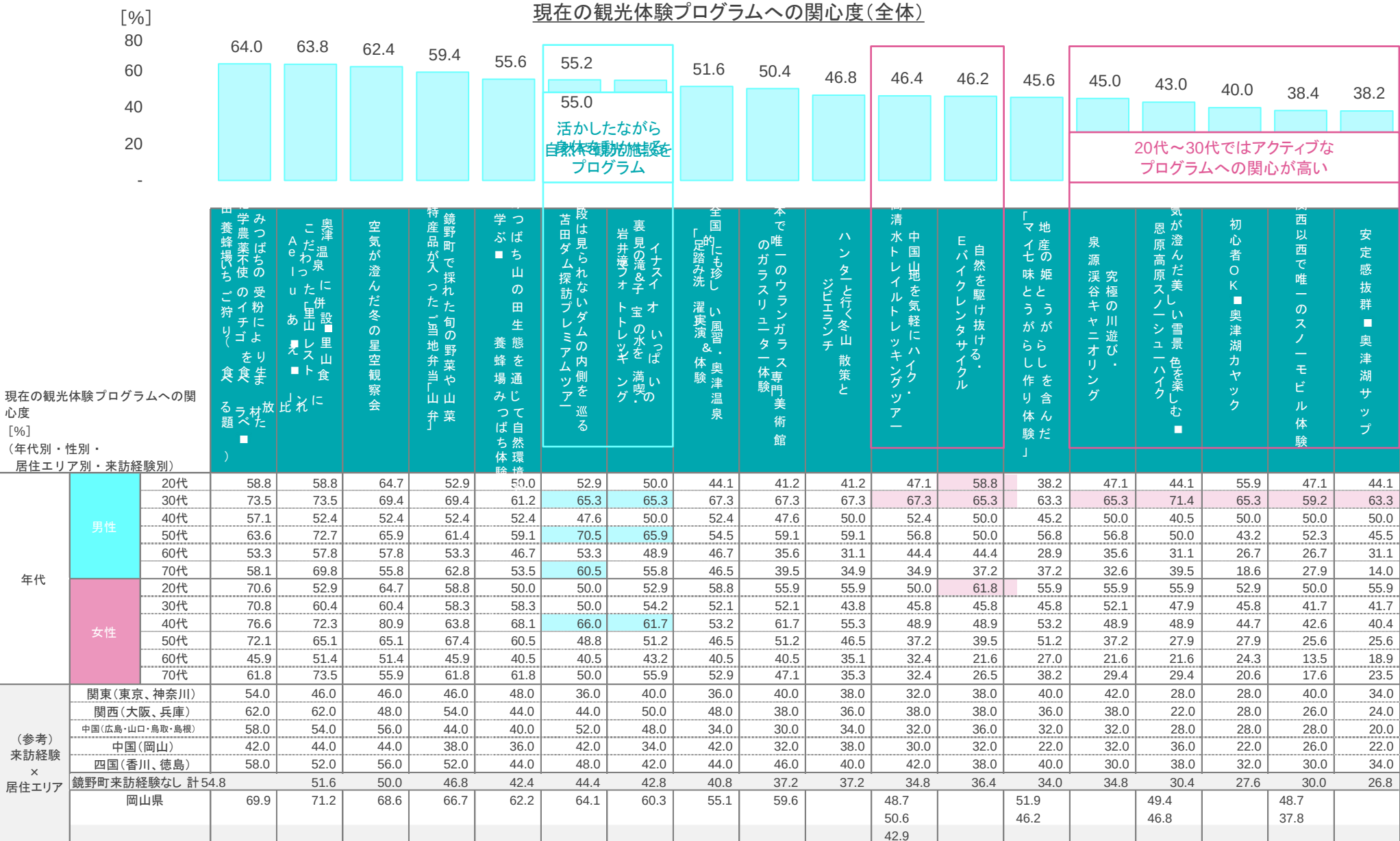
- 鏡野町の「温泉・自然」への関心度高く、鏡野町への誘致が期待できる観光資源と言える。
- アクティビティへの関心度は低いですが、30代前後を中心に興味を示す層が存在しており、潜在的なニーズがあると推察される。



3. 内部環境分析

アンケート結果（現在の観光体験プログラムへの関心度）

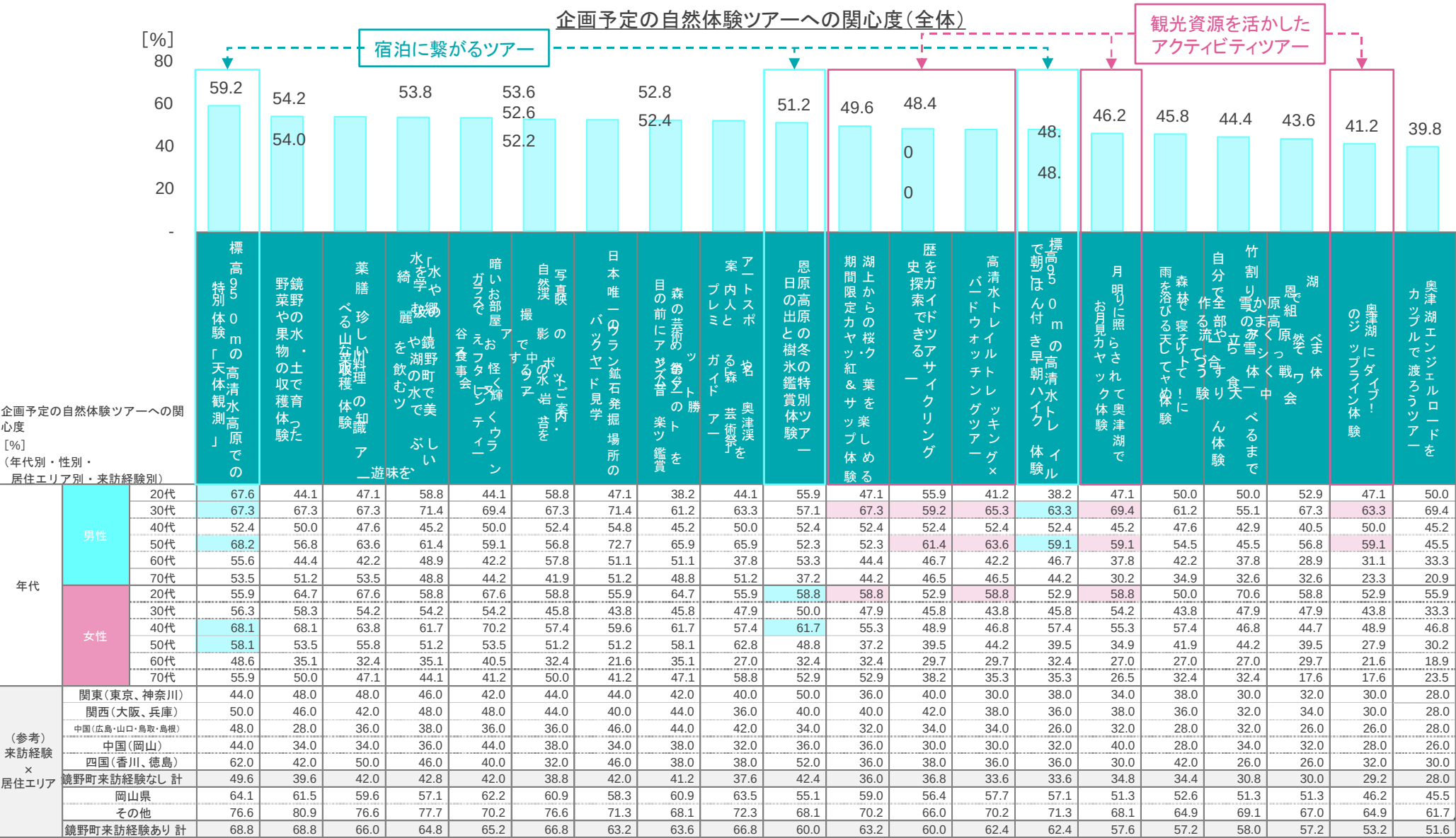
- 自然や観光施設を活かしながら身体を動かせるプログラム（青枠）は、幅広い年代と性別で関心を得ている。
- アクティブなプログラム（赤枠）は全体での関心度は低いですが、20代・30代男性を中心に関心度が高く、ニーズがあると推察される。



3. 内部環境分析

アンケート結果(企画予定の自然体験ツアーへの関心度)

- 当DMOではウェルネスをテーマにした自然体験ツアーを企画予定。現在の体験プログラムと同様、アクティビティへの関心は高い。
- 企画予定のツアーのうち、宿泊に繋がる可能性があるツアー(天体観測、朝食付きプランなど)に興味を示す年代も存在する。



3. 内部環境分析

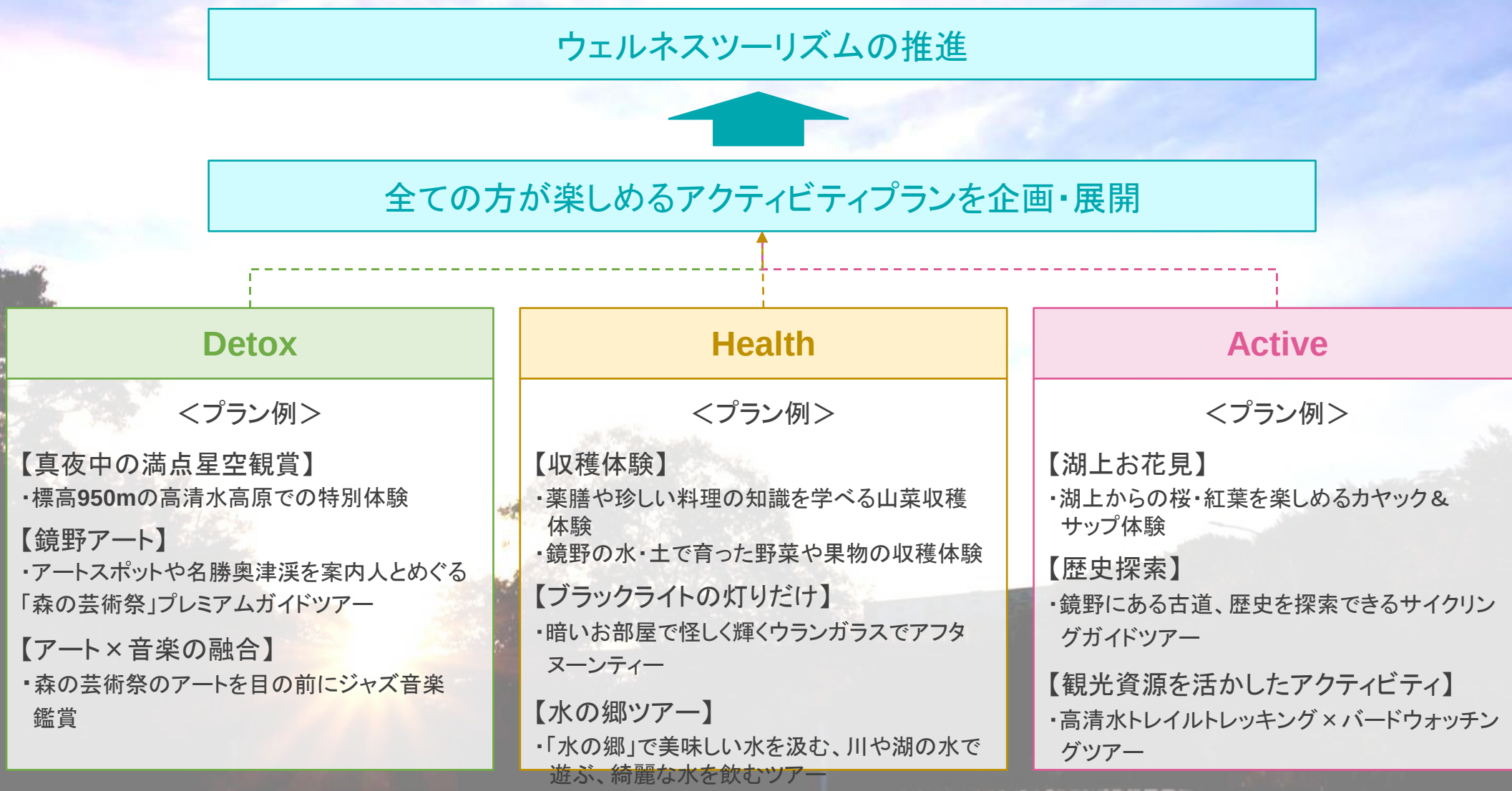
アンケート結果を受けて鏡野観光局が取り組む方向性

アンケート項目	アンケート結果	結果を受けた取組案の方向性	改善が見込まれる必須KPI
来訪者の構成	- メイン層は夫婦、家族子連れ - カップルと職場関係は少数	メイン層をターゲットにしたプランを企画	旅行消費額
来訪者の満足度	- 満足度は68.4% 20代と30代の満足度は低い	来訪者にヒットしたもの(しなかったもの)とその理由を分析し、改善策を検討	来訪者満足度 リピーター率
来訪者の旅行消費額	- 年代による大差は無い - 約半数は5,000円以上消費	- 消費したコンテンツの特定、消費理由の分析 - 消費を喚起する商品やプラン等を企画	旅行消費額
来訪時の宿泊先	17.6%は宿泊先に鏡野町を選択 - 来訪者の57.6%は日帰り	- 宿泊に繋がるツアーを企画 - 日帰りで終わらず宿泊に繋がるツアーを企画	旅行消費額 延べ宿泊者数
鏡野町を訪れない理由	- 県外: 鏡野町を知らないから - 県内: 行く機会が無いから	- 県外向け: 鏡野町のPR活動 - 県内向け: 訪れたいプランを企画	旅行消費額
観光資源の知名度	鏡野町来訪経験のない人の7割以上に認知されていない	- 観光イベントへの参加 - SNSを活用した情※発信	旅行消費額
鏡野町の観光資源への関心度	- 温泉と自然への関心度が高い - アクティビティは30代中心に関心あり	自然や観光施設を活用したアクティビティプランを企画	旅行消費額
現在の観光体験プログラムへの関心度	自然が活かされ、年代・性別に応じたアクティビティへの関心度が高い	年代と性別に応じて、体への負担を考慮したアクティビティプランを企画	旅行消費額
企画予定の自然体験ツアーへの関心度	幅広い世代で宿泊を伴うツアーやアクティビティへの関心度が高い	宿泊に繋がるツアーを企画	旅行消費額 延べ宿泊者数

3. 内部環境分析

具体的な取組案_ アクティビティ

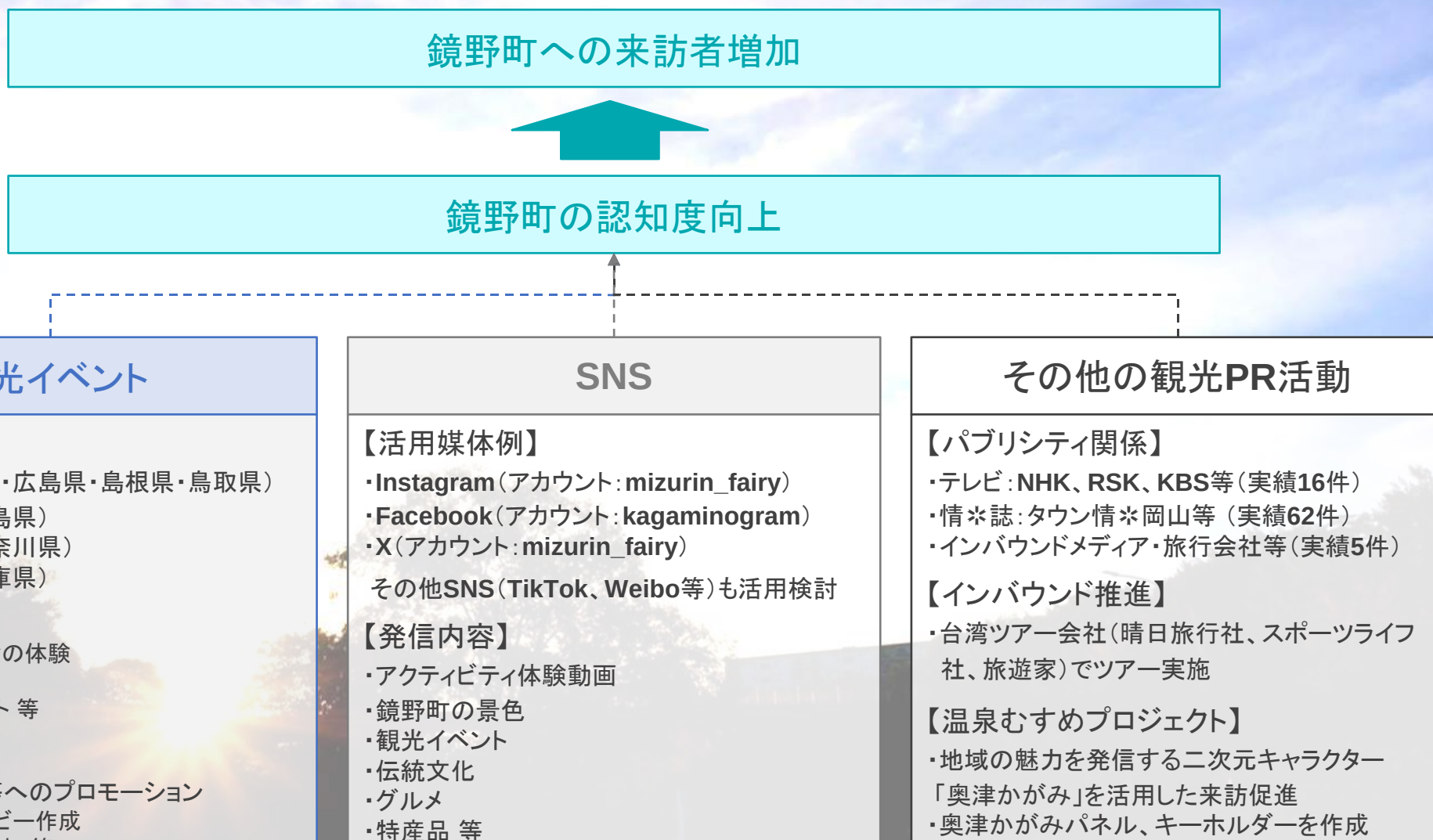
- 「ウェルネス」をテーマに、年代や性別を問わず楽しめるアクティビティプランを企画し、ウェルネスツーリズムを推進していく方針。
- アクティビティプランは「**Detox**(デトックス)・**Health**(ヘルス)・**Active**(アクティブ)」の観点で企画・展開を目指す。



3. 内部環境分析

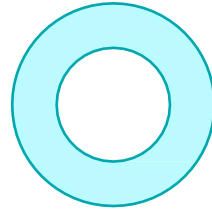
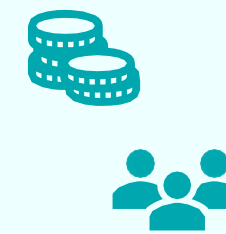
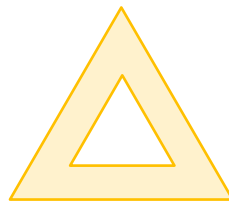
具体的な取組案_情※発信

- 鏡野町の観光資源や観光施設の認知度向上のため、観光イベントへの参加とSNSを活用した中心とした情※発信を実施。
- 情※発信の継続により、鏡野町の認知度を向上させ、県内外からの来訪者増加とインバウンド需要の獲得を目指す。



3. 内部環境分析

内部環境まとめ_ 3C分析

			評価
市場・顧客 Customer		- 鏡野町への観光入込客数は、2012年に100万人を割り込み、その後は90万人台で推移していたものの、新型コロナウイルス感染症の影響もあり2020年には90万人を割り込んでいる。温泉施設の利用が宿泊から日帰り利用への移行が進んだ影響もあり、宿泊者数も2012年と比較すると40%超減と大幅な減少となっているものの、<u>新型コロナウイルス感染症も収束に向かい明るい兆しが見られる。</u> - 自然・健康志向の高まりもあり、豊富な観光資源を保有する鏡野町については、<u>観光資源の磨き上げ、プロモーションによっては新たな観光客を呼び込むことができるチャンスがある。</u>	
競合 Competitor		- 鏡野町と同種の観光資源を保有し、プロモーションを手掛ける観光地は日本全国に多数存在。岡山県内を対象地域とするDMOについても鏡野観光局を含め7件存在している。 - 観光客が集中する夏～秋にかけては天候(台風の襲来等)の影響を強く受ける。天候によって同種の観光資源を有する他の観光地へ需要を奪われることも多く、<u>競合環境は激しく、天候に左右されにくい特色のある観光地づくりが必要。</u>	
自社 Company		- DMO設立後、1期目を終了したばかりであり、形式的な体制は整っているが<u>組織体制・運営体制の具体的な整備・充実はまだこれからの段階。</u>事務局を中心として、組織の高度化、安定的な運営資金の確保に向けさらに取り組みを強化する必要がある。 - 地方創生や観光立国を目指す国の方針等もあり、鏡野町から全面的なバックアップを受けられる体制があり、行政連携型のDMOとして運営における当面の資金面に不安はない。	

Section4. 経営課題の抽出

4. 経営課題の抽出

SWOT分析/クロスSWOT分析

プラス影響		マイナス影響	
外部環境 Customer (市場/顧客) Competitor (競合)	<u>Opportunity(機会)</u> ・ 団体旅行から個人旅行へ旅行形態が変化。 ・ 自然・健康志向・マイクロツーリズム等、<u>観光客ニーズの多様化</u>。 ・ SNS等による情※発信手段の多様化、利便性の向上。 ・ <u>コロナ禍の収束に伴い国内外の旅行者が増加</u>。 ・ 観光立国を目指し、<u>日本政府が積極的に業界を後押し</u>。 ・ インバウンド需要の取り込めを目指し<u>日本版DMOの構築推進</u>。		<u>Threat(脅威)</u> ・ 国内旅行の低迷(旅行機会の減少等)。 ・ <u>人口減少、少子高齢化社会の進行(業界の人手不足)</u>。 ・ <u>他地域との競争激化(国内観光、訪日旅行)</u>。 ・ 気候変動による災害リスクの上昇。 ・ 国際情勢の不安定化(コストの上昇)。
	内部環境 Company (自社)		<u>Strength(強み)</u> ・ <u>豊富な観光資源</u>を保有。 ・ <u>温泉(奥津温泉、大釣温泉、上齋原温泉、のとう温泉など)</u>。 ・ 健康に繋がる特産品(トマト、姫とうがらし、あまごなど)がある。 ・ <u>奥津湖にてカヤック、サップなどのアクティビティ展開が可能</u>。 ・ <u>関西以西唯一のスノーモービルランドでのスノーモービル体験</u>。 ・ 知名度の高い企業「<u>山田養蜂場</u>」と協力可能な体制。
内部環境			
クロスSWOT		強み	弱み Weakness
外部環境	機会 Opportunity	<u>Strength × Opportunity</u> チャンスを活かして自社の強みで勝負 ➢ 目的に合わせた幅広いアクティビティ、ツアーを企画 ➢ SNSを活用したPRによる県内外、インバウンド観光客の取り込み	<u>Weakness × Opportunity</u> 弱みを克服してチャンスを活かす ➢ アンケート結果の分析により、年代と性別に合わせたプランを企画 ➢ SNS活用や観光イベントへの参加により、鏡野町の認知度向上
	脅威 Threat	<u>Strength × Threat</u> 強みを活かして脅威を克服する ➢ 高齢者でも体験できる健康志向のアクティビティプランを企画 ➢ 特産品を活かした土産物を開発し、旅行以外の地域振興ツールを確立	<u>Weakness × Threat</u> 弱みを克服して脅威に打ち勝つ ➢ コンテンツの拡充でリピート客の獲得を図る ➢ 宿泊プランを企画し、観光客の滞在期間を長期化

今後の方向性



現状分析(クロスSWOT)から導き出される方向性

1. インバウンド需要の取り込み(強みS×機会O)
2. 鏡野町の認知度向上(弱みW×機会O)
3. 健康志向のアクティビティプラン開発(強みS×脅威T)
4. 観光客の滞在期間長期化プランの検討(弱みW×脅威T)



現状のKPI及び目標数値

【KPI】

- ①旅行消費額
- ②延べ宿泊人数
- ③来訪者満足度
- ④リピーター率

【その他目標指標】

- ⑤滞在プログラム数
- ⑥滞在プログラム参加者数
- ⑦滞在プログラム満足度
- ⑧年間WEB訪問者数
- ⑨年間観光入込客数

現状分析結果から導き出される方向性と現状のKPI、目標数値との親和性は高い



計画の方向性

現状のKPI及び目標指標を達成するための施策を継続しながら運営資金を確保するため収益事業収入の増加を目指す

- ✓ 宿泊人数については今後、鏡野町の観光客動態を考慮し日帰客数を含めて整理、検証したうえで適切な目標指標を設定とすることが必要



Section5. 数值計画

5. 数値計画

事業概要

■ 計画に記載の各事業の内容は以下の通り。

事業区分	事業名	事業内容
収益事業等	アクティビティ体験	奥津湖パドリングフィールドでのカヤック・サップ、E-BIKE及びトレッキング等、自然資源を活用したアクティビティを実施。
	ふるさと村	北おおさか信用金庫と連携し、鏡野町の特産品等をふるさと小包としてお届けする他、梨やお餅の受注販売を行う。
	なごみ茶屋	鏡野町上齋原地域の素材を生かしたテイクアウトグルメや特産品、山の幸など地元ならではの味覚を販売する。
	ファン創出	鏡野町の観光推進に係る調査やPR活動、魅力アップを図るための各種事業を行う。
	観光DX	令和5年度に整備したモバイルファーストな観光総合ウェブサイトや会員制ファンクラブの運営、旅行商品や特産品等の管理・販売など、デジタル及び紙媒体のコンテンツを一元的に運用・発信。また、プロモーション用動画コンテンツを整備する。
	アクティビティ環境整備	アドベンチャーツーリズムの実現に向けたウェルネスな旅のニーズ調査のほか、カヤック・サップ、E-BIKEなどのアクティビティ、高清水トレイルなどの受入環境整備を行う。
	岡山DC	令和4年度に実施された大型観光キャンペーン「岡山デスティネーションキャンペーン」(DC)のアフターキャンペーンとして、「おかやま夏旅キャンペーン」を実施。 (2023年3月期の事業:実施期間 2023年7月1日～2023年9月30日)
	地域おこし協力隊	地域力の充実・強化を図るため、地域おこし協力隊の受入を行う。
	森の芸術祭事業	岡山県北部地域において開催される、国際芸術祭「森の芸術祭 晴れの国・岡山」鏡野会場の受入に係る受託事業。循環バスや交通警備等の受入環境整備を行う。
	健康の町かがみのブランド商品開発	25/3期より3年間で独自性の高い鏡野町ならではの観光コンテンツ造成を図るため、魅力の高い地域の売れる食やお土産等を開発し、将来的なブランド化による観光消費額の拡大を目指す。 3年間の開発期間終了後、特産品の販売を開始する予定であるが、現時点では販売単価等について協議段階にはなく、販売計画が不透明であるため、特産品販売は計画に含めない。
	みずの郷 奥津湖	26/3期よりみずの郷 奥津湖がリニューアルオープンし、開発した飲食料品の提供や、アクティビティ用品の販売を行う。
公益目的事業	DMO	正職員に加え、専門的な人材や観光マネジメントの専門家等を配置し、情※発信や旅行商品の造成、アクティビティの実施を通じて推進体制を強化する。

- 左記のうち、利益獲得につながる事業は、主にアクティビティ体験、ふるさと村及びなごみ茶屋。
- その他の事業は鏡野町からの受託事業や補助金を収受して展開する事業であり、収益と費用が概ね同額となることが見込まれる。

5. 数値計画

計画の前提

■ 各事業の数値計画の前提は以下の通り。主に、**24/3期実績値をベースとして前提を置く。**

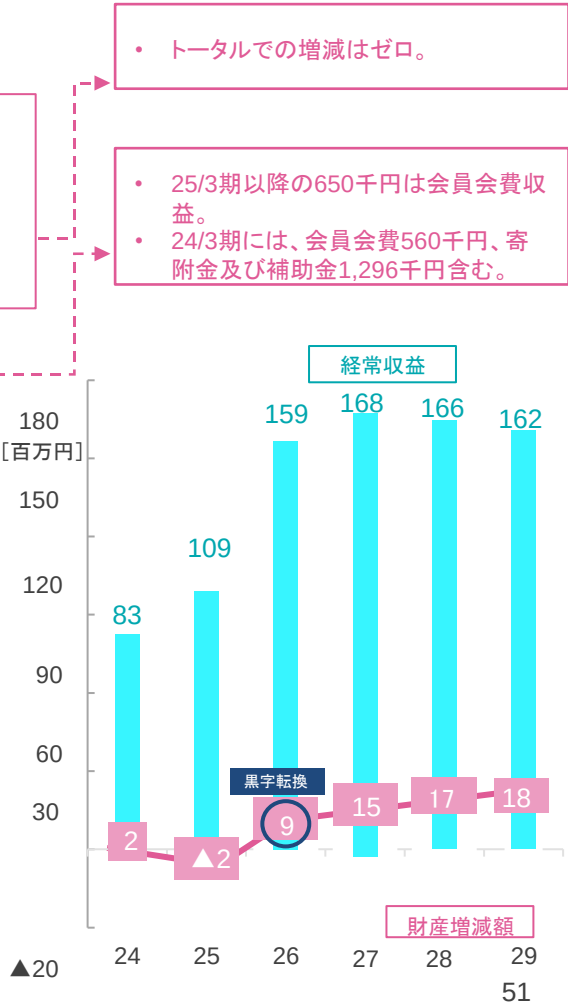
事業区分	事業名	前提
収益事業等	アクティビティ体験	・収益額:「単価×人数」により算出。単価は予算金額に基づく。 人数は、FY1(25/3期)を基準に每期10%増加するものと仮定。 →10%の増加は、直近の22-23年にかけての奥津への観光客入込数の増加率。 この増加率が継続するものと仮定。 →ただし、トレッキング及び食・特産品は、本計画書作成前の見込件数を用いており、より保守的な計画としている。 →また、その他アクティビティに含まれるバスツアーは、26/3期より本格稼働のため、27/3期以降の件数について、前年の10%増加を見込んでいる。 ・事業費:変動費は、「各科目の単価×人数」で算出。観光割引券及びエージェンツ支払手数料は、過去の利用率を考慮。 固定費は各アクティビティに必要な経費を計上。 ・奥津湖アクティビティクラブの会員数: 国勢調査による2030年の鏡野町の予想人口と当局のアンケート結果を踏まえ、算出。
	ふるさと村	・収益額:予算金額に基づき計上。会費収益は「会費×会員数」、受注販売収入は「単価×件数」で算出。 ・事業費:変動費は24/3期の変動比率に基づき算出。固定費は24/3期の発生金額を12か月換算して計上。
	なごみ茶屋	・収益額:鏡野町からの受託料(年額600千円)を計上。なごみ茶屋での取引高×10%を手数料収入として計上。 ・事業費:変動費は24/3期の変動比率に基づき算出。固定費は24/3期の発生金額を稼働期間である8か月に換算して計上。
	ファン創出	・収益額:予算金額に基づき計上。 ・事業費:管理費控除前の財産増減額はゼロになるものと想定。 変動費は24/3期の変動費率に基づき計上。固定費は24/3期の各科目の固定費全体に対する割合に応じて計上。
	観光DX	・収益額:予算金額に基づき計上。 ・事業費:管理費控除前の財産増減額はゼロになるものと想定。 変動費はゼロを想定。固定費は24/3期の各科目の固定費全体に対する割合に応じて計上。
	アクティビティ環境整備	・収益額:予算金額に基づき計上。 ・事業費:管理費控除前の財産増減額はゼロになるものと想定。 変動費はゼロを想定。固定費は24/3期の各科目の固定費全体に対する割合に応じて計上。
	岡山DC	25/3月期以降は発生を見込まない。
	地域おこし協力隊	・収益額:予算金額に基づき計上。 ・事業費:管理費控除前の財産増減額はゼロになるものと想定。 変動費は24/3期の変動費率に基づき計上。固定費は24/3期の各科目の固定費全体に対する割合に応じて計上。
	森の芸術祭事業	・収益額:予算金額に基づき計上。 ・事業費:管理費控除前の財産増減額はゼロになるものと想定。 変動費はゼロを想定。固定費を予算額に基づき計上。
	健康の町かがみのブランド商品開発	・収益額:予算金額に基づき計上。 ・事業費:管理費控除前の財産増減額はゼロになるものと想定。 変動費はゼロを想定。固定費を予算額に基づき計上。
公益目的事業	みずの郷 奥津湖	・収益額: ・事業費:
	DMO	・収益額:予算金額に基づき計上。 ・事業費:管理費控除前の財産増減額はゼロになるものと想定。 変動費はゼロを想定。固定費を予算額に基づき計上。

5. 数値計画

数値計画サマリー①

■ 保守的に24/3期に計上された寄付金及び補助金の一部の入金が見込まれないものとして計画数値策定のため、FY1において税引前当期財産増減額がマイナスとなる計画(現実的には赤字部分を補填する何らかの措置が取られる見込み)。みずの郷リニューアルにより、安定的な利益確保を見込み、FY2より黒字転換を目指す計画。

[千円]	実績 24/3期	FY1 25/3期	FY2 26/3期	FY3 27/3期	FY4 28/3期	FY5 29/3期	FY5-FY1
収益事業	61,466	80,684	130,441	139,969	138,253	134,250	+53,566
アクティビティ体験等	4,444	5,513	6,906	7,646	8,546	9,651	+4,137
鏡野町ふるさと村特別村民制度	26,544	26,000	26,000	26,000	26,000	26,000	-
なごみ茶屋収益	923	802	818	833	849	865	+62
ファン創出	8,961	7,359	7,359	3,680	3,680	-	▲7,359
観光DX	9,900	8,580	8,580	4,290	4,290	-	▲8,580
アクティビティ環境整備	6,490	6,270	6,270	3,135	3,135	-	▲6,270
岡山DC	1,005	-	-	-	-	-	-
地域おこし協力隊	3,200	9,600	9,600	9,600	9,600	9,600	-
森の芸術祭事業	-	6,360	-	-	6,360	-	▲6,360
健康の町かがみのブランド商品開発	-	10,200	10,200	10,200	-	-	▲10,200
みずの郷奥津湖(物販・飲食)	-	-	54,708	63,480	64,689	65,926	65,926
新規事業	-	-	-	11,105	11,105	22,209	+22,209
公益目的事業	20,599	28,000	28,000	28,000	28,000	28,000	-
その他	1,856	650	650	650	650	650	-
内部取引消去	▲654	-	-	-	-	-	-
a 経常収益	83,267	109,334	159,091	168,619	166,903	162,900	+53,566
仕入	1,685	1,693	16,563	19,570	20,036	20,519	+18,826
ふるさと村商品仕入高	17,502	17,160	17,160	17,160	17,160	17,160	-
人件費	12,528	19,948	31,056	31,056	31,056	31,056	+11,108
通信運搬費	6,808	6,458	7,464	7,464	7,464	7,464	+1,006
委託費	23,642	43,240	37,661	37,698	33,898	27,582	▲15,657
広告宣伝費	3,554	3,873	6,273	6,273	6,273	6,273	+2,400
その他	11,394	13,106	27,174	27,239	27,448	27,667	+14,561
内部取引消去	▲654	-	-	-	-	-	-
b 事業費 計	76,459	105,477	143,351	146,460	143,335	137,721	+32,244
c=a-b 管理費控除前財産増減額	6,808	3,858	15,740	22,159	23,568	25,179	+21,321
修繕費	1,100	1,467	1,467	1,467	1,467	1,467	-
広告宣伝費	976	1,302	1,302	1,302	1,302	1,302	-
支払手数料	1,090	1,453	1,453	1,453	1,453	1,453	-
その他	1,516	2,021	2,021	2,021	2,021	2,021	-
d 管理費 計	4,682	6,243	6,243	6,243	6,243	6,243	-
e=c-d 税引前当期財産増減額	2,126	▲2,385	9,497	15,916	17,325	18,936	+21,321



5. 数値計画

数値計画サマリー②_ 変動正味財産増減計算書

- 24/3期において変動費に分類される費用は23,935千円、固定費は事業費52,524千円と管理費4,682千円に分類でき、管理費控除前財産増減額は6,808千円。FY2よりみずの郷 奥津湖の利益をもって黒字転換を目指す計画。

[千円]	実績 24/3期	FY1 25/3期	FY2 26/3期	FY3 27/3期	FY4 28/3期	FY5 29/3期	FY5-FY1
収益事業	61,466	80,684	130,441	139,969	138,253	134,250	+53,566
公益目的事業	20,599	28,000	28,000	28,000	28,000	28,000	-
その他	1,856	650	650	650	650	650	-
内部取引消去	▲654	-	-	-	-	-	-
a 経常収益	83,267	109,334	159,091	168,619	166,903	162,900	+53,566
変動費							
事業費							
仕入	1,685	1,693	16,563	19,570	20,036	20,519	+18,826
ふるさと村商品仕入高	17,502	17,160	17,160	17,160	17,160	17,160	-
通信運搬費	4,364	4,290	4,290	4,290	4,290	4,290	-
委託費	-	85	367	403	443	488	+403
その他	384	737	843	909	991	1,073	+335
b 変動費 計	23,935	23,966	39,223	42,332	42,920	43,530	+19,564
c=a-b 限界利益[千円]	59,332	85,369	119,868	126,287	123,983	119,370	+34,001
d=c/a 限界利益率[%]	71%	78%	75%	74%	74%	73%	▲5%
固定費							
事業費							
人件費	12,528	19,948	31,056	31,056	31,056	31,056	+11,108
通信運搬費	2,444	2,168	3,174	3,174	3,174	3,174	+1,006
委託費	23,642	43,155	37,294	37,295	33,455	27,094	▲16,061
広告宣伝費	3,554	3,873	6,273	6,273	6,273	6,273	+2,400
その他	11,010	12,368	26,331	26,330	26,457	26,594	+14,226
内部取引消去	▲654	-	-	-	-	-	-
e 固定費 計	52,524	81,511	104,128	104,128	100,415	94,191	+12,679
f=b+e	76,459	105,477	99,706	99,855	96,181	90,003	▲15,474
g=c-e 管理費控除前財産増減額	6,808	3,858	15,740	22,159	23,568	25,179	+21,321
固定費							
修繕費	1,100	1,467	1,467	1,467	1,467	1,467	-
広告宣伝費	976	1,302	1,302	1,302	1,302	1,302	-
支払手数料	1,090	1,453	1,453	1,453	1,453	1,453	-
その他	1,516	2,021	2,021	2,021	2,021	2,021	-
h 管理費 計	4,682	6,243	6,243	6,243	6,243	6,243	-
i=g-h 税引前当期財産増減額	2,126	▲2,385	9,497	15,916	17,325	18,936	+21,321

- 25/3期以降の650千円は会員会費収益。
- 24/3期には、会員会費560千円、寄附金及び補助金1,296千円含む。

- 法人としての財産増減額をプラスにするには、会費収益と収益事業(特に財産増減額がプラスになり得るアクティビティ体験、ふるさと村及びびなごみ茶屋、みずの郷 奥津湖)の管理費控除前財産増減額が、管理費を超過する必要がある。

5. 数値計画

数値計画詳細_収益事業

- 24/3期は収益事業を10区分にて管理。将来的に継続が見込まれない事業において、収益規模の不足分は新規事業の獲得により規模を維持し、みずの郷 奥津湖の運営、アクティビティ(体験プラン)の利用者増により、増収増益を目指す。

[千円]	実績 24/3期	FY1 25/3期	FY2 26/3期	FY3 27/3期	FY4 28/3期	FY5 29/3期	FY5-FY1
1 アクティビティ体験等	4,444	5,513	6,906	7,646	8,546	9,651	+4,137
2 鏡野町ふるさと村特別村民制度	26,544	26,000	26,000	26,000	26,000	26,000	-
3 なごみ茶屋収益	923	802	818	833	849	865	+62
4 ファン創出	8,961	7,359	7,359	3,680	3,680	-	▲7,359
5 観光DX	9,900	8,580	8,580	4,290	4,290	-	▲8,580
6 アクティビティ環境整等	6,490	6,270	6,270	3,135	3,135	-	▲6,270
7 岡山DC	1,005	-	-	-	-	-	-
8 地域おこし協力隊	3,200	9,600	9,600	9,600	9,600	9,600	-
9 森の芸術祭事業	-	6,360	-	-	6,360	-	▲6,360
10 健康の町かがみのブランド商品開発	-	10,200	10,200	10,200	-	-	▲10,200
11 みずの郷奥津湖(物販・飲食)	-	-	54,708	63,480	64,689	65,926	65,926
新規事業	-	-	-	11,105	11,105	22,209	+22,209
a 経常収益	61,466	80,684	130,441	139,969	138,253	134,250	+53,566
事業費							
仕入	1,685	1,693	16,563	19,570	20,036	20,519	+18,826
ふるさと村商品仕入高	17,502	17,160	17,160	17,160	17,160	17,160	-
人件費	5,188	9,959	21,067	21,067	21,067	21,067	+11,108
通信運搬費	6,808	6,458	7,298	7,298	7,298	7,298	+840
委託費	11,884	27,239	21,661	21,697	17,898	11,582	▲15,657
広告宣伝費	3,158	3,334	5,734	5,734	5,734	5,734	+2,400
その他	10,313	11,634	25,868	25,934	26,142	26,361	+14,728
b 事業費 計	56,537	77,477	115,351	118,460	115,335	109,721	▲15,474
c=a-b 管理費控除前財産増減額	4,929	3,208	15,090	21,509	22,918	24,529	+21,320

- 法人としての財産増減額をプラスにするには、会費収益と収益事業(特に財産増減額がプラスになり得るアクティビティ体験、ふるさと村及びなごみ茶屋、みずの郷 奥津湖)の管理費控除前財産増減額が、管理費を超過する必要がある。

5. 数値計画

数値計画詳細_収益事業_変動損益計算書

■ 24/3期の収益事業における限界利益は37,531千円、みずの郷 奥津湖の運営により、FY2から大幅利益改善を目指す。

[千円]	実績 24/3期	FY1 25/3期	FY2 26/3期	FY3 27/3期	FY4 28/3期	FY5 29/3期	FY5-FY1
1 アクティビティ体験等	4,444	5,513	6,906	7,646	8,546	9,651	+4,137
2 鏡野町ふるさと村特別村民制度	26,544	26,000	26,000	26,000	26,000	26,000	-
3 なごみ茶屋収益	923	802	818	833	849	865	+62
4 ファン創出	8,961	7,359	7,359	3,680	3,680	-	▲7,359
5 観光DX	9,900	8,580	8,580	4,290	4,290	-	▲8,580
6 アクティビティ環境整等	6,490	6,270	6,270	3,135	3,135	-	▲6,270
7 岡山DC	1,005	-	-	-	-	-	-
8 地域おこし協力隊	3,200	9,600	9,600	9,600	9,600	9,600	-
9 森の芸術祭事業	-	6,360	-	-	6,360	-	▲6,360
10 健康の町かがみのブランド商品開発	-	10,200	10,200	10,200	-	-	▲10,200
11 みずの郷奥津湖(物販・飲食)	-	-	54,708	63,480	64,689	65,926	65,926
新規事業	-	-	-	11,105	11,105	22,209	+22,209
a 経常収益	61,466	80,684	130,441	139,969	138,253	134,250	+53,566
変動費							
事業費							-
仕入	1,685	1,693	16,563	19,570	20,036	20,519	+18,826
ふるさと村商品仕入高	17,502	17,160	17,160	17,160	17,160	17,160	-
通信運搬費	4,364	4,290	4,290	4,290	4,290	4,290	-
委託費	-	85	367	403	443	488	+403
その他	384	737	843	909	991	1,073	+335
b 変動費 計	23,935	23,966	39,223	42,332	42,920	43,530	+19,564
c=a-b 限界利益[千円]	37,531	56,719	91,218	97,637	95,333	90,720	+34,001
d=c/a 限界利益率[%]	61%	70%	69%	69%	68%	67%	▲3%

・ トータルでの増減はゼロ。

固定費

事業費							-
人件費	5,188	9,959	21,067	21,067	21,067	21,067	+11,108
通信運搬費	2,444	2,168	3,008	3,008	3,008	3,008	+840
委託費	11,884	27,154	21,294	21,294	17,454	11,094	▲16,060
広告宣伝費	3,158	3,334	5,734	5,734	5,734	5,734	+2,400
その他	9,929	10,897	25,025	25,025	25,15	25,288	+14,391
e 固定費 計	32,602	53,511	76,128	76,128	72,415	66,191	+12,680
f 事業費 計	56,537	77,477	115,351	118,460	115,335	109,721	+32,244
g=c-e 管理費控除前財産増減額	4,929	3,208	15,090	21,509	22,918	24,529	+21,320

5. 数値計画

数値計画詳細_収益事業_アクティビティ体験等全体

- 「アクティビティ体験等」はカヤック、サップ、奥津湖複合・連携イベント、奥津湖アクティビティクラブ、キャニオニング、E-BIKE、トレッキング、スノーシューハイク、スノーモビル、食・特産品、その他の体験プラン等と寄付金で構成される。
- 各種体験プランの拡充により事業収益を伸ばす計画としており、寄付金の発生は見込まない。

[千円]	実績 24/3期	FY1 25/3期	FY2 26/3期	FY3 27/3期	FY4 28/3期	FY5 29/3期	FY5-FY1
体験プラン等	4,390	5,513	6,906	7,646	8,546	9,651	+4,137
寄付金	54	-	-	-	-	-	-
a 事業収益	4,444	5,513	6,906	7,646	8,546	9,651	+4,137
変動費(事業費)							
仕入	697	765	967	1,013	1,065	1,121	+356
保険料	175	300	328	356	389	423	+122
負担金(観光割引券)	91	379	441	473	514	552	+172
委託費	-	85	367	403	443	488	+403
支払手数料	118	58	73	80	88	98	+40
b 変動費	1,081	1,587	2,176	2,325	2,499	2,681	+1,095
c=a-b 限界利益	3,363	3,926	4,730	5,321	6,046	6,969	+3,043
d=c/a 限界利益率[%]	76%	71%	68%	70%	71%	72%	+1%
固定費(事業費)							
人件費	346	-	-	-	-	-	-
消耗品費	263	424	424	424	415	415	▲8
委託費	218	571	571	571	571	571	-
e 固定費	828	995	995	995	987	987	▲8
f アクティビティ共通費	458	593	593	593	593	593	-
g=c-e-f 管理費、税引前財産増減額	2,078	2,338	3,142	3,733	4,467	5,389	+3,051

・ アクティビティの共通費は12か月換算で計上。

・ 24/3期の人件費は、外部インストラクターに対するもの。25/3期以降は、全額、委託費(固定費)に計上。

・ 収益事業全体の財産増減額のうち、アクティビティ体験等によるものが大部分を占める。

・ 次ページ以降の各アクティビティのコスト内訳の把握は、アクティビティ毎の損益管理を実施するための課題。



5. 数値計画

数値計画詳細_収益事業_アクティビティ体験等(カヤック)

- 大自然に囲まれた奥津湖でカヤック体験ができる環境を提供。
- 実施期間:4月～11月(8か月間)。体験コースの予約者が集中する時期は、外部インストラクターに依頼して対応。

	実績 24/3期	FY1 25/3期	FY2 26/3期	FY3 27/3期	FY4 28/3期	FY5 29/3期	FY5-FY1
単価 [千円]	3.2	3.3	3.5	3.5	3.5	3.6	+0.3
人数[人]	225	399	439	483	531	585	+185
a 事業収益 [千円]	714	1,318	1,537	1,691	1,860	2,105	+787
変動費(事業費)							
保険料 [千円]		120	132	145	159	175	+55.6
1人当たり金額 [千円]		0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	-
支払手数料 [千円]		20	23	25	28	32	+12
対売上高率		15%	15%	15%	15%	15%	-
エージェント利用割合		10%	10%	10%	10%	10%	-
負担金(観光割引券) [千円]		100	110	121	133	146	+46
1人当たり金額 [千円]		0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	-
利用率		50%	50%	50%	50%	50%	-
b 変動費[千円]		239	265	291	320	353	+114
c=a-b 限界利益[千円]		1,078	1,273	1,400	1,540	1,752	+673
d=c/a 限界利益率[%]		82%	83%	83%	83%	83%	+1%
固定費(事業費)							
ライフジャケット		67	67	67	61	61	▲6
消耗品費[千円]		67	67	67	61	61	▲6
外部インストラクター委託費[千円]		381	381	381	381	381	-
e 固定費[千円]		448	448	448	442	442	▲6
f=c-e 管理費、税引前財産増減額[千円]		630	824	952	1,098	1,309	+679

・ カヤック、パドルは、鏡野観光局が鏡野町より無償貸与を受ける。

・ ライフジャケットは1着10千円想定。

・ 必要保有数は85着(サップと兼用)。
→今後3年間で追加購入を想定
(10千円×(85着-57着))÷3年=93千円
93千円をカヤックとサップの人数で案分。

・ 必要保有数購入後、10年間で85着が更新されると仮定。
→1着10千円程度利用可能なため。
→(10千円×85着)÷10年=85千円
85千円をカヤックとサップの人数で案分。

・ 外部のインストラクター委託費は体験コースの予約枠を維持・確保するためのコストであるため、固定費に分類。

・ 業務の流れは以下。
①体験者からの予約リクエスト
②外部インストラクターへの依頼、確保
③予約確定
インストラクターを確保できなかった場合は体験希望者に予約日変更を依頼。
従って、依頼したインストラクターの稼働率は実質100%となる。

・ 常駐インストラクターは、カヤック以外の業務にも従事。

・ そのため、常駐インストラクターの人件費はDMO運営事業に分類。

5. 数値計画

数値計画詳細_収益事業_アクティビティ体験等(サップ)

- 大自然に囲まれた奥津湖でサップ体験できる環境を提供。
- 実施期間:4月～11月(8か月間)。体験コースの予約者が集中する時期は、外部インストラクターに依頼して対応。

	実績 24/3期	FY1 25/3期	FY2 26/3期	FY3 27/3期	FY4 28/3期	FY5 29/3期	FY5-FY1
単価 [千円]	6.0	5.5	5.8	5.8	5.8	5.9	+0.4
人数[人]	121	154	169	186	204	225	+71
a 事業収益 [千円]	728	845	980	1,078	1,186	1,327	+482
変動費							
保険料 [千円]		46	51	56	61	67	+21.4
1人当たり金額 [千円]		0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	-
支払手数料 [千円]		13	15	16	18	20	+7
対売上高率		15%	15%	15%	15%	15%	-
エージェント利用割合		10%	10%	10%	10%	10%	-
負担金(観光割引券) [千円]		38	42	46	51	56	+18
1人当たり金額 [千円]		0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	-
利用率		50%	50%	50%	50%	50%	-
b 変動費 [千円]		97	108	118	130	144	+46
c=a-b 限界利益 [千円]		748	872	960	1,056	1,183	+436
d=c/a 限界利益率 [%]		89%	89%	89%	89%	89%	+1%
固定費							
ライフジャケット		26	26	26	24	24	▲2
消耗品費 [千円]		26	26	26	24	24	▲2
外部インストラクター委託費 [千円]		190	190	190	190	190	-
e 固定費 [千円]		216	216	216	214	214	▲2
f=c-e 管理費、税引前財産増減額 [千円]		531	656	743	842	969	+438

・ サップボード、パドルは、鏡野観光局が鏡野町より無償貸与を受ける。→全16艇。

・ ライフジャケットは1着10千円想定。

・ 必要保有数は85着(サップと兼用)。
→今後3年間での追加購入を想定
(10千円×(85着-57着))÷3年=93千円
93千円をカヤックとサップの人数で案分。

・ 必要保有数購入後、10年間で85着が更新されると仮定。
→1着10年程度利用可能なため。
→(10千円×85着)÷10年=85千円
85千円をカヤックとサップの人数で案分。

・ 外部インストラクター委託費は、体験コースの予約枠を維持・確保するためのコストであるため、固定費に分類。

・ 業務の流れは以下。
①体験者からの予約リクエスト
②外部インストラクターへの依頼、確保
③予約確定
インストラクターを確保できなかった場合は体験希望者に予約日変更を依頼。
従って、依頼したインストラクターの稼働率は実質100%となる。

・ 常駐インストラクターは、サップ以外の業務にも従事。

・ そのため、常駐インストラクターの人件費はDMO運営事業に分類。

5. 数値計画

数値計画詳細_収益事業_アクティビティ体験等(奥津湖複合・連携イベント)

- 季節に応じてイベント(お月見カヤック等)を企画。
- イベントのガイドは観光局の局員が担当することを予定しており、追加的な人件費等は発生しない見込み。

	実績 24/3期	FY1 25/3期	FY2 26/3期	FY3 27/3期	FY4 28/3期	FY5 29/3期	FY5-FY1
単価 [千円]	1.7	2.5	2.8	2.8	2.8	2.9	+0.4
人数[人]	216	150	165	182	200	220	+70
a 事業収益 [千円]	369	375	462	508	559	637	+262

変動費

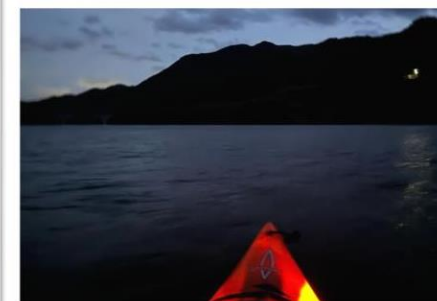
保険料 [千円]		45	50	54	60	66	+21
1人当たり金額 [千円]		0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	-
支払手数料 [千円]		6	7	8	8	10	+4
対売上高率		15%	15%	15%	15%	15%	-
エージェント利用割合		10%	10%	10%	10%	10%	-
負担金(観光割引券) [千円]		38	41	45	50	55	+17
1人当たり金額 [千円]		0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	-
利用率		50%	50%	50%	50%	50%	-
b 変動費 [千円]		88	98	107	118	130	+42
c=a-b 限界利益 [千円]		287	364	401	441	507	+220
d=c/a 限界利益率 [%]		77%	79%	79%	79%	80%	+3%

固定費

e 固定費 [千円]		-	-	-	-	-	-
f=c-e 管理費、税引前財産増減額 [千円]		287	364	401	441	507	+220

- カヤックやパドルなどの備品は、鏡野観光局が鏡野町より無償貸与を受ける。

- 消耗品費(ライフジャケット)は、カヤック及びサップの事業との兼用。
- カヤック、サップと比較して奥津湖複合・連携イベントは規模が小さいため、共通の費用は計画上、カヤック、サップ事業の負担とする。



5. 数値計画

数値計画詳細_収益事業_アクティビティ体験等(奥津湖アクティビティクラブ)

- 鏡野町の方をターゲットとしてクラブ会員を募集。
- クラブ会員以外の方に奥津湖で実施されるカヤックやサップ等のアクティビティを見てもらい、需要を喚起する。

	実績 24/3期	FY1 25/3期	FY2 26/3期	FY3 27/3期	FY4 28/3期	FY5 29/3期	FY5-FY1
1人当たり会費/年 [千円]	-	3.0	3.0	3.0	3.1	3.2	+0.2
人数[人]	-	120	180	240	300	360	+240
a 事業収益 [千円]	-	360	540	720	930	1,152	+792
変動費							
b 変動費[千円]	-	-	-	-	-	-	-
c=a-b 限界利益[千円]	-	360	540	720	930	1,152	+792
d=c/a 限界利益率[%]	-	100%	100%	100%	100%	100%	-
固定費							
e 固定費[千円]	-	-	-	-	-	-	-
f=c-e 管理費、税引前財産増減額[千円]	-	360	540	720	930	1,152	+792

- ・ 会員制を採用
- ・ アクティビティ実施料金(インストラクター)は会費に含まれている。
- ・ 保険は各自での加入を想定。
- ・ 必要な備品(カヤックやサップボード)は各自での購入を想定。
- ・ 国勢調査に基づく2030年の鏡野町の10歳～64歳の予想人口は5,952人。
- ・ 当局の「岡山県鏡野町の観光に関する調査」による奥津湖のアクティビティに「とても興味がある」と回答した割合は8.4%。
- ・ $5,952 \times 8.4\% = 499$ 人は入会する可能性があるものと判断。計画上、29/3期における会員数は、保守的に499人を下回る360人を見込む。



5. 数値計画

数値計画詳細_収益事業_アクティビティ体験等(キャニオニング)

- 泉源溪谷でキャニオニング体験できる環境を提供。
- 実施期間:4月～11月(8か月間)。説明から解散までの全工程で約3時間程度。

	実績 24/3期	FY1 25/3期	FY2 26/3期	FY3 27/3期	FY4 28/3期	FY5 29/3期	FY5-FY1
単価 [千円]	6.1	5.5	5.6	5.7	5.8	5.9	+0.4
	43	30	33	36	40	44	+14
a 事業収益 [千円]	264	165	185	207	232	259	+94
変動費							
保険料 [千円]		9	10	11	12	13	+4.2
1人当たり金額 [千円]		0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	-
支払手数料 [千円]		-	3	3	3	4	+4
対売上高率		-	15%	15%	15%	15%	+0
エージェント利用割合		-	10%	10%	10%	10%	+0
負担金(観光割引券) [千円]		8	8	9	10	11	+3
1人当たり金額 [千円]		0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	-
利用率		50%	50%	50%	50%	50%	-
b 変動費[千円]		17	21	23	25	28	+12
c=a-b 限界利益[千円]		149	164	184	206	231	+83
d=c/a 限界利益率[%]		90%	89%	89%	89%	89%	▲1%
固定費							
キャニオニングセット		100	100	100	100	100	-
消耗品[千円]		100	100	100	100	100	-
e 固定費[千円]		100	100	100	100	100	-
f=c-e 管理費、税引前財産増減額[千円]		49	64	84	106	131	+83

- ・ 今後、ネットエージェントを利用予定。
- ・ 利用割合及び手数料レートは他のアクティビティと同程度とする。

- ・ キャニオニングセット一式で33.3千円想定。
→セット一式:ウェットスーツ、ヘメット、ライフジャケット、沢靴
- ・ 必要保有数は30着。
→大人から子供までが対象で多様なサイズを保有。
- ・ 10年間で更新されると仮定。
→10年程度利用可能なため。

- ・ 案内人は、2名以上を配置。
→観光局の人員が実施する。(資格不要)
- ・ 案内人は他の業務にも従事。
→人件費はDMO事業に分類。



5. 数値計画

数値計画詳細_収益事業_アクティビティ体験等(E-BIKE)

- 森や湖、渓谷など自然に囲まれたコースを電動アシスト付き自転車でサイクリングできる環境を提供。
- 実施可能期間:4月～11月(8か月間)。

	実績 24/3期	FY1 25/3期	FY2 26/3期	FY3 27/3期	FY4 28/3期	FY5 29/3期	FY5-FY1
単価 [千円]	-	4.5	4.6	4.7	4.8	4.9	+0.4
人数[人]	-	21	23	25	28	31	+0.0
a 事業収益 [千円]	-	95	106	119	134	151	+56.2
変動費							
保険料 [千円]	-	2.1	2.3	2.5	2.8	3.1	+1.0
1人当たり金額 [千円]	-	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	-
支払手数料 [千円]	-	1	2	2	2	2	+1
対売上高率	-	15%	15%	15%	15%	15%	-
エージェント利用割合	-	10%	10%	10%	10%	10%	-
負担金(観光割引券) [千円]	-	5	6	6	7	8	+2
1人当たり金額 [千円]	-	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	-
利用率	-	50%	50%	50%	50%	50%	-
b 変動費[千円]	-	9	10	11	12	13	+4
c=a-b 限界利益[千円]	-	86	97	109	122	138	+52
d=c/a 限界利益率[%]	-	91%	91%	91%	91%	91%	0.6%

固定費

e 固定費[千円]	-	-	-	-	-	-	-
f=c-e 管理費、税引前財産増減額[千円]	-	86	97	109	122	138	+52

- ・ 電動アシスト付き自転車(mont-bellのE-BIKE、Panasonicのミニペロ)は、鏡野観光局が鏡野町から無償貸与を受ける。

- ・ 24/4月時点保有台数
mont-bell E-KIKE:8台
Panasonic ミニペロ:4台

- ・ 電気代(充電)は少額のため、考慮しない。



5. 数値計画

数値計画詳細_収益事業_アクティビティ体験等(トレッキング)

- 中国山地の山並みをトレッキングできる環境を提供。実施期間:4月～11月(8か月間)
- トレッキングコースの「高清水トレイル」は、鏡野町と鳥取県三朝町の県境、人形峠～伯州山～赤和瀬を縦走する約8.7kmコース。

	FY0 24/3期	FY1 25/3期	FY2 26/3期	FY3 27/3期	FY4 28/3期	FY5 29/3期	FY5-FY1
単価 [千円]	1.5	1.8	1.9	1.9	2.0	2.0	+0.2
人数[人]	240	450	475	475	500	500	+50
a 事業収益 [千円]	367	810	903	903	1,000	1,000	+190

変動費

保険料 [千円]		45	48	48	50	50	+5
1人当たり金額 [千円]		0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	-
支払手数料 [千円]		12	14	14	15	15	+3
対売上高率		15%	15%	15%	15%	15%	-
エージェント利用割合		10%	10%	10%	10%	10%	-
負担金(観光割引券) [千円]		113	119	119	125	125	+13
1人当たり金額 [千円]		0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	-
利用率		50%	50%	50%	50%	50%	-
b 変動費 [千円]		170	180	180	190	190	+20

c=a-b 限界利益 [千円]		640	723	723	810	810	+170
d=c/a 限界利益率 [%]		79%	80%	80%	81%	81%	+2%

固定費

トレッキングポール		88	88	88	88	88	-
消耗品費 [千円]		88	88	88	88	88	-

e 固定費 [千円]		88	88	88	88	88	-
------------	--	----	----	----	----	----	---

f=c-e 管理費、税引前財産増減額 [千円]		553	635	635	723	723	+170
-------------------------	--	-----	-----	-----	-----	-----	------

- ・ トレッキングポールは1本7千円想定。
必要保有数は50組。
→ピーク時に対応できる本数100本
(1組×2本)を保有。
- ・ 8年間で全50組が更新されると仮定。
→8年程度利用可能なため。

- ・ 案内人は、基本的に1名を配置。
→観光局の人員が実施する。
- ・ 案内人は他の業務にも従事。
→人件費はDMO事業に分類。



5. 数値計画

数値計画詳細_収益事業_アクティビティ体験等(スノーシューハイク)

- 積雪のある季節に高清水トレイルでスノーシューハイクを体験できる環境を提供。
- 実施期間:12月～3月(4か月間)。

	実績 24/3期	FY1 25/3期	FY2 26/3期	FY3 27/3期	FY4 28/3期	FY5 29/3期	FY5-FY1
単価 [千円]	4.4	4.8	4.9	5.0	5.1	5.2	+0.4
人数[人]	37	65	72	79	87	95	+0.0
a 事業収益 [千円]	164	312	350	393	441	495	+183

変動費

保険料 [千円]		7	7	8	9	10	+3
1人当たり金額 [千円]		0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	-
支払手数料 [千円]		5	5	6	7	7	+3
対売上高率		15%	15%	15%	15%	15%	-
エージェント利用割合		10%	10%	10%	10%	10%	-
負担金(観光割引券) [千円]		3	4	4	4	5	+2
1人当たり金額 [千円]		0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	-
利用率		10%	10%	10%	10%	10%	-
b 変動費[千円]		14	16	18	20	22	+7
c=a-b 限界利益[千円]		298	334	376	422	473	+176
d=c/a 限界利益率[%]		95%	95%	96%	96%	96%	+0%

固定費

スノーシュー		143	143	143	143	143	-
消耗品費[千円]		143	143	143	143	143	-
e 固定費[千円]		143	143	143	143	143	-
f=c-e 管理費、税引前財産増減額[千円]		155	191	233	279	330	+176

- スノーシューは1組22千円。
- ストックは、トレッキングと併用可能。
→本計画上は、トレッキングの負担とする。
- 必要保有数は52組。
→ピーク時に対応できる数を保有。
- 8年間で全52組が更新されると仮定。
→8年程度利用可能なため。

- 案内人は、基本的に1名を配置。
→観光局の人員が実施する。
- 案内人は他の業務にも従事。
→人件費はDMO事業に分類。



5. 数値計画

数値計画詳細_収益事業_アクティビティ体験等(スノーモビル)

- 関西以西で唯一のスノーモビルフィールドでアクティビティ体験できる環境を提供。
- 実施期間:12月～3月(4か月間)。

	実績 24/3期	FY1 25/3期	FY2 26/3期	FY3 27/3期	FY4 28/3期	FY5 29/3期	FY5-FY1
単価 [千円]	-	9.5	10.0	10.0	10.0	10.5	+1.0
人数[人]	-	10	11	12	13	15	+0.0
a 事業収益 [千円]	-	95	110	121	133	154	+58.7
変動費							
仕入(施設利用料等)[千円]		80	88	97	106	117	+37
単価[千円]		8	8	8	8	8	-
保険料 [千円]		1	1	1	1	1	+0
1人当たり金額 [千円]		0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	-
負担金(観光割引券) [千円]		3	3	3	3	4	+1
1人当たり金額 [千円]		0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	-
利用率		50%	50%	50%	50%	50%	-
b 変動費[千円]		84	92	101	111	122	+39
c=a-b 限界利益[千円]		12	18	20	22	31	+20
d=c/a 限界利益率[%]		12%	17%	17%	17%	20%	+8%
固定費							
e 固定費[千円]		-	-	-	-	-	-
f=c-e 管理費、税引前財産増減額[千円]		12	18	20	22	31	+20

施設名: スノーモビルランドinナチュラル泉源

所在地: 岡山県苫田郡鏡野町羽出1758-1

営業期間: 12月下旬のオープン日～3月上旬の滑走可能な積雪がある日

対象年齢: 16歳以上の方

料金: 7500円～(受講費(初回のみ)4000円+スノーモビルレンタル料)

・スノーモビルレンタル [1人乗り] 1時間3500円、2時間5500円、1日8500円

・スノーモビルレンタル [2人乗り] 1時間4500円、2時間8500円、1日12500円

・その他レンタル有り ヘルメット500円、ブーツ(長靴)500円

駐車場: 15台(無料)

アクセス: 中国自動車道院庄ICからR179・県道116号線で40分

お問合せ: スノーモビルランドinナチュラル泉源 TEL:0868-52-0629 (12月～3月中旬まで)



- ・ スノーモビルランドの専用コースを利用。
- ・ 最初に簡単な講習を受けることで受講証が発行され、以後スノーモビルランドinナチュラル泉源でスノーモビルを運転することができる。



5. 数値計画

数値計画詳細_収益事業_アクティビティ体験等(食・特産品)

- 自然の中で旬の味覚を詰め込んだ鏡野ブランドのご当地弁当「やま弁」を味わっていただく。
- マイ七味づくり体験ができる機会を提供する。

	実績 24/3期	FY1 25/3期	FY2 26/3期	FY3 27/3期	FY4 28/3期	FY5 29/3期	FY5-FY1
単価 [千円]	1.1	1.3	1.3	1.3	1.3	1.4	+0.2
人数[人]	253	500	500	500	500	500	-
a 事業収益 [千円]	278	625	650	650	650	700	+75
変動費							
仕入(施設利用料等)[千円]		500	500	500	500	500	-
単価[千円]		1	1	1	1	1	-
b 変動費[千円]		500	500	500	500	500	-
c=a-b 限界利益[千円]		125	150	150	150	200	+75
d=c/a 限界利益率[%]		20%	23%	23%	23%	29%	+9%
固定費							
e 固定費[千円]		-	-	-	-	-	-
f=c-e 管理費、税引前財産増減額[千円]		125	150	150	150	200	+75

➤ やま弁

春・秋・冬の各シーズンのうち1か月程度の土・日・祝日限定。
岡山県鏡野町で採れた山の幸や季節の特産品など、旬の味覚を詰め込んだご当地弁当。

➤ マイ七味づくり体験

鏡野を代表する特産品の1つである「姫とうがらし」を使用する。
鏡野町で収穫された柚子や梅、山椒、紫蘇などを乾燥して粉にした地元素材と姫とうがらしを自分好みの辛さと香りにブレンドし、世界に1つだけの七味唐辛子を作ることができる。



5. 数値計画

数値計画詳細_収益事業_アクティビティ体験等(その他)

■ 前述以外にテーマツアー、ウェルネスツアー、バスツアー等を企画。

	実績 24/3期	FY1 25/3期	FY2 26/3期	FY3 27/3期	FY4 28/3期	FY5 29/3期	FY5-FY1
a 事業収益 [千円]	1,506	514	1,083	1,256	1,421	1,672	+1,158
変動費							
仕入(施設利用料等)[千円]		185	379	416	458	504	+319
保険料 [千円]		26	29	31	34	37	+11
支払手数料 [千円]		1	5	7	7	9	+7
負担金(観光割引券) [千円]		72	109	119	130	142	+70
委託費 [千円]		85	367	403	443	488	+403
b 変動費 [千円]		369	888	976	1,073	1,179	+810
c=a-b 限界利益 [千円]		145	195	280	348	493	+348
d=c/a 限界利益率 [%]		28%	18%	22%	24%	29%	+1%
固定費							
e 固定費 [千円]		-	-	-	-	-	-
f=c-e 管理費、税引前財産増減額 [千円]		145	195	280	348	493	+348



苦田ダム春のプレミアムツアー

日本初！ラビリンス構造のカッコいいダムとして噂の苦田ダムで、通常入ることができない堤体の底などを案内人と一緒に巡ります。もちろんダムカード付き♪

【日程】4月20日(土) 5月26日(日) 6月23日(日)

【時間】①10:00~12:00 ②14:00~16:00

【場所】苦田ダム管理所(久田下原1592-4)

【人数】5~20名

【料金】1,500円(案内料・保険料)おゆりんストラップ等
限定特典付き

【問合】0868-52-9100(鏡野観光局)

★観光割引券500円分付き

➤ テーマツアー

苦田ダム探訪プレミアムツアー、奥津温泉ダークアートツアーなど、普段は入れないバックヤードの見学をツアーとして実施。

➤ ウェルネスツアー

健康につながるツアーとして、温泉を効果的に楽しめるもの(温泉指南役による効能説明)、ヨガ(インストラクター付)など実施。

➤ バスツアー

津山駅発着などのコースでバスの運行を外部に委託し、公共の交通機関でツアーを完結できるようにする。

5. 数値計画

数値計画詳細_ 収益事業(鏡野町ふるさと村特別村民制度)

- 北おおさか信用金庫との連携事業。
- 鏡野町の特産品等をふるさと小包としてお届けする他、梨やお餅の受注販売を行う。

	実績 24/3期	FY1 25/3期	FY2 26/3期	FY3 27/3期	FY4 28/3期	FY5 29/3期	FY5-FY1
ふるさと村会費収益[千円]	24,130	24,000	24,000	24,000	24,000	24,000	-
会員数(口数)	2,413	2,400	2,400	2,400	2,400	2,400	-
1口あたり金額[千円]	10	10	10	10	10	10	-
受注販売収入[千円]	2,414	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	-
a 事業収益 [千円]	26,544	26,000	26,000	26,000	26,000	26,000	-
変動費							
ふるさと村商品仕入[千円]	17,502	17,160	17,160	17,160	17,160	17,160	-
	66.0%	66.0%	66.0%	66.0%	66.0%	66.0%	-
通信運搬費[千円]	4,364	4,290	4,290	4,290	4,290	4,290	-
	16.5%	16.5%	16.5%	16.5%	16.5%	16.5%	-
b 変動費[千円]	21,866	21,450	21,450	21,450	21,450	21,450	-
c=a-b 限界利益[千円]	4,678	4,550	4,550	4,550	4,550	4,550	-
d=c/a 限界利益率[%]	18%	18%	18%	18%	18%	18%	-
固定費							
人件費	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	-
旅費交通費	188	250	250	250	250	250	-
広告宣伝費	712	949	949	949	949	949	-
その他	316	421	421	421	421	421	-
e 固定費[千円]	3,215	3,620	3,620	3,620	3,620	3,620	-
f=c-e 管理費、税引前財産増減額[千円]	1,463	930	930	930	930	930	-

- ・ 会費は1口10千円。
- ・ 毎年1月に会員募集。



5. 数値計画

数値計画詳細_ 収益事業(なごみ茶屋)

- 稼働期間:4月～11月(8か月間)、営業日:土日祝、営業時間:9時～15時
- なごみ茶屋の1営業日あたり取引高 24/3期:約21.2千円、29/3期:約30.1千円(カレンダーの土日祝日を営業日数として算出)。

[千円]	実績 24/3期	FY1 25/3期	FY2 26/3期	FY3 27/3期	FY4 28/3期	FY5 29/3期	FY5-FY1
受託料収入	350	600	600	600	600	600	-
なごみ茶屋手数料等収入	108	202	218	233	249	265	+62
寄附金	458	-	-	-	-	-	-
その他	7	-	-	-	-	-	-
a 事業収益	923	802	818	833	849	865	+62
なごみ茶屋での取引高(売上)	1,082	2,023	2,179	2,335	2,491	2,647	+624
ロイヤリティー率	10%	10%	10%	10%	10%	10%	-
変動費							
b 変動費	-	-	-	-	-	-	-
c=a-b 限界利益	923	802	818	833	849	865	+62
d=c/a 限界利益率[%]	100%	100%	100%	100%	100%	100%	-
固定費							
通信運搬費	18	29	29	29	29	29	-
委託費	397	635	635	635	635	635	-
その他	124	198	198	198	198	198	-
e 固定費	539	863	863	863	863	863	-
f=c-e 管理費、税引前財産増減額	384	▲60	▲45	▲29	▲14	2	+62

- 鏡野町からの受託料を受託料収入として計上。
- なごみ茶屋の運営は外部に再委託しており、取引高(売上)の10%を手数料収入として計上。
- 24/3期の決算含まれる稼働期間は7月～11月の5か月間。
- 23年7月～11月の土日祝日は51日。
1営業日あたり取引高:
→1,082千円÷51日=21.2千円
- 29年4月～11月の土日祝日は88日。
→2,647千円÷88日=30.1千円
(29年の祝日は公表されていないため、24年の祝日で概算)
(日曜日の祝日は振替休日ありとする)
- 再委託先に対する委託費を計上。
- 仕入、人件費など運営に係る費用は、再委託先が負担。
- 既存商品の販売促進に加え、健康の町かがみのブランド商品開発事業で開発された特産品の販売により、取引高を増加させる方針。
- 24年8月以降、なごみ茶屋は改修工事が予定されているが、別の場所で営業予定であり、営業日数に影響はない。
なお、改修費用は鏡野町の負担。



5. 数値計画

数値計画詳細_収益事業(受託事業、地方創生補助金)

- 地域創生受託事業(補助金)、受託事業(鏡野町)を展開しながら、鏡野町のPRを行う。
- 地域創生の補助金以外についても積極的に利用し、事業規模を維持する方針。

[千円]	実績 24/3期	FY1 25/3期	FY2 26/3期	FY3 27/3期	FY4 28/3期	FY5 29/3期	FY5-FY1
ファン創出	8,961	7,359	7,359	3,680	3,680	-	▲7,359
観光DX	9,900	8,580	8,580	4,290	4,290	-	▲8,580
環境整備	6,490	6,270	6,270	3,135	3,135	-	▲6,270
岡山DC	1,005	-	-	-	-	-	-
新規事業	-	-	-	11,105	11,105	22,209	+22,209
a	26,356	22,209	22,209	22,209	22,209	22,209	-
事業収益							
仕入	935	768	768	768	768	768	-
b 変動費	935	768	768	768	768	768	-
c=a-b 限界利益	25,421	21,441	21,441	21,441	21,441	21,441	-
d=c/a 限界利益率[%]	-	97%	97%	97%	97%	97%	-
固定費							
人件費	1,070	959	959	959	959	959	-
旅費交通費	657	630	630	630	630	630	-
通信運搬費	2,350	2,037	2,037	2,037	2,037	2,037	-
消耗品費	945	910	910	910	910	910	-
負担金	4,473	4,307	4,307	4,307	4,307	4,307	-
委託費	11,268	9,388	9,388	9,388	9,388	9,388	-
広告宣伝費	2,347	2,252	2,252	2,252	2,252	2,252	-
その他	1,290	958	958	958	958	958	-
e 固定費	24,401	21,441	21,441	21,441	21,441	21,441	-
f=c-e 管理費、税引前財産増減額	1,020	-	-	-	-	-	-

・ トータルでの増減はゼロ。

5. 数値計画

数値計画詳細_ 収益事業(地域おこし協力隊)

- 地域力の充実・強化を図る総務省の取り組みとして、主に観光による地域活性化のための活動にさせていただく。
- 24/3期の隊員は1名。25/3期以降の隊員数は2名を想定。

[千円]	実績 24/3期	FY1 25/3期	FY2 26/3期	FY3 27/3期	FY4 28/3期	FY5 29/3期	FY5-FY1
補助金	3,200	9,600	9,600	9,600	9,600	9,600	-
a 事業収益	3,200	9,600	9,600	9,600	9,600	9,600	-
変動費							
仕入	54	161	161	161	161	161	-
b 変動費	54	161	161	161	161	161	-
c=a-b 限界利益	3,146	9,439	9,439	9,439	9,439	9,439	-
d=c/a 限界利益率[%]	98%	98%	98%	98%	98%	98%	-
固定費							
人件費	1,772	7,000	7,000	7,000	7,000	7,000	-
消耗品費	457	801	801	801	801	801	-
リース料	668	1,172	1,172	1,172	1,172	1,172	-
その他	265	466	466	466	466	466	-
e 固定費	3,162	9,439	9,439	9,439	9,439	9,439	-
f=c-e 管理費、税引前財産増減額	▲15	-	-	-	-	-	-

人件費: 350万円 × 2名

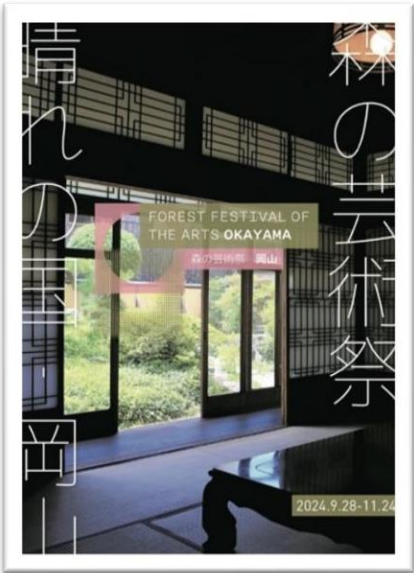


5. 数値計画

数値計画詳細_ 収益事業(森の芸術祭事業)

- 岡山県北部地域において開催される、国際芸術祭「森の芸術祭 晴れの国・岡山」鏡野会場の受入に係る受託事業。
- 循環バスや交通警備等の受入環境整備を行う。

受託事業 [千円]	実績 24/3期	FY1 25/3期	FY2 26/3期	FY3 27/3期	FY4 28/3期	FY5 29/3期	FY5-FY1
森の芸術祭事業	-	6,360	-	-	6,360	-	▲6,360
a 事業収益	-	6,360	-	-	6,360	-	▲6,360
変動費							
b 変動費	-	-	-	-	-	-	-
c=a-b 限界利益	-	6,360	-	-	6,360	-	▲6,360
d=c/a 限界利益率[%]	-	100%	-	-	100%	-	▲100.0%
固定費							
委託費	-	6,360	-	-	6,360	-	▲6,360
e 固定費	-	6,360	-	-	6,360	-	▲6,360
f=c-e 管理費、税引前財産増減額	-	-	-	-	-	-	-



5. 数値計画

数値計画詳細_ 収益事業(健康の町かがみのブランド事業)

- 25/3期より3年間で独自性の高い鏡野町ならではの観光コンテンツ造成を図るため、魅力の高い地域の売れる食やお土産等を開発し、将来的なブランド化による観光消費額の拡大を目指す。

山村活性化対策事業 [千円]	FY0 24/3期	FY1 25/3期	FY2 26/3期	FY3 27/3期	FY4 28/3期	FY5 29/3期	FY5-FY1
健康の町かがみのブランド商品開発	-	10,200	10,200	10,200	-	-	▲10,200
a 事業収益	-	10,200	10,200	10,200	-	-	▲10,200
変動費							
b 変動費	-	-	-	-	-	-	-
c=a-b 限界利益	-	10,200	10,200	10,200	-	-	▲10,200
d=c/a 限界利益率[%]	-	100%	100%	100%	-	-	▲100%
固定費							
委託費	-	10,200	10,200	10,200	-	-	▲10,200
e 固定費	-	10,200	10,200	10,200	-	-	▲10,200
f=c-e 管理費、税引前財産増減額	-	-	-	-	-	-	-

- ・ 豊富な水資源と果物を使った商品を開発する方針。

5. 数値計画

数値計画詳細_ 収益事業(みずの郷 奥津湖)

- 観光インフォメーションやツアーデスク、シャワー室といったビジターセンター機能のサービスを提供するほか、鏡野ウェルネスのコンセプトに基づき開発した飲食料品の提供や物販・レンタルの売上を中心に利益確保を目指す。

[千円]	実績 24/3期	FY1 25/3期	FY2 26/3期	FY3 27/3期	FY4 28/3期	FY5 29/3期	FY5-FY1
飲食売上	-	-	36,108	42,480	43,329	44,196	+ 44,196
物販売上	-	-	9,600	12,000	12,360	12,730	+12,730
指定管理料	-	-	9,000	9,000	9,000	9,000	+ 9,000
a 事業収益	26,356	-	54,708	63,480	64,689	65,926	+65,926

変動費

仕入	-	-	14,668	17,628	18,043	18,469	+18,469
b 変動費	-	-	14,668	17,628	18,043	18,469	+18,469

c=a-b 限界利益	-	-	40,039	45,852	46,646	47,457	+45,457
d=c/a 限界利益率[%]	-	-	73%	72%	72%	71%	+71%

固定費

人件費	-	-	11,108	11,108	11,108	11,108	11,108
光熱水費	-	-	4,500	4,500	4,635	4,774	4,774
通信運搬費	-	-	840	840	840	840	840
消耗品費	-	-	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200
委託費	-	-	500	500	500	500	500
広告宣伝費	-	-	2,400	2,400	2,400	2,400	2,400
その他	-	-	8,427	8,427	8,427	8,427	8,427
e 固定費	-	-	28,975	28,975	29,110	29,249	29,249

f=c-e 管理費、税引前財産増減額	-	-	11,063	16,876	17,535	18,208	18,208
--------------------	---	---	--------	--------	--------	--------	--------

5. 数値計画

数値計画詳細_ 公益目的事業

- 正職員に加え、専門的な人材や観光マネジメントの専門家等を配置。
- 情※発信や旅行商品の造成、アクティビティの実施を通じて推進体制を強化するための運営を行う。

[千円]	実績 24/3期	FY1 25/3期	FY2 26/3期	FY3 27/3期	FY4 28/3期	FY5 29/3期	FY5-FY1
DMO運営	20,599	28,000	28,000	28,000	28,000	28,000	-
a 事業収益	20,599	28,000	28,000	28,000	28,000	28,000	-
変動費							
b 変動費	-	-	-	-	-	-	-
c=a-b 限界利益	20,599	28,000	28,000	28,000	28,000	28,000	-
d=c/a 限界利益率[%]	100%	100%	100%	100%	100%	100%	-
固定費							
人件費	7,341	9,989	9,989	9,989	9,989	9,989	-
福利厚生費	225	307	307	307	307	307	-
旅費交通費	122	166	166	166	166	166	-
委託費	11,758	16,001	16,001	16,001	16,001	16,001	-
広告宣伝費	396	539	539	539	539	539	-
その他	734	999	999	999	999	999	-
e 事業費	20,576	28,000	28,000	28,000	28,000	28,000	-
f=c-e 管理費控除前財産増減額	22	-	-	-	-	-	-



鏡野町マスコットキャラクター

おゆりん

みずりん