

地域再生計画

1 地域再生計画の名称

映画ロケ誘致による「海田茶」のブランディングと観光情報のデジタル化による観光客受入環境整備事業

2 地域再生計画の作成主体の名称

岡山県美作市

3 地域再生計画の区域

岡山県美作市の全域

4 地域再生計画の目標

4-1 地方創生の実現における構造的な課題

○海田茶

県内ではもっとも歴史が古いとされる「海田茶」だが、全国的な知名度は低い。農林水産省の作況調査（平成27年度）によると、県全体の茶生産面積は127haであり、1位の静岡県は17,800haと100倍以上の開きがあるため、そもそも岡山県自体がお茶の産地としてのイメージが薄く、特産品として認識されていない現状がある。そのため他地域の茶製品よりセールスポイントにおいて弱い。また特産品の認識の課題以外にも、生産・販売者の高年齢化や深刻な担い手不足の状況であるため、新たな商品販売方法の検討など、既存の方法を変えていくことに億劫であり抵抗がある。

○湯郷温泉

古くからの温泉街として宿泊観光客が中心であり、RESAS（平成30年度）によると、観光客の約4割が大阪・兵庫からの宿泊客であり、また宿泊客の約7割が2・3泊客である。宿泊観光客をターゲットとしているため、今回のコロナ禍のような状況になった際には、ダメージが大きく回復が遅れてしまう。そのため日帰り観光客など新たな客層の取り込みと増加が急務となっている。

○観光マップ・情報

観光マップ及び観光情報のデジタル化が進んでいないため、主にスマホで情報検索を行う若年層及びインバウンド客への情報訴求力が弱い。そのため本事業により当市に興味をもった方が情報検索したときのため、もっと必要な情報を多く、分かりやすく発信する必要がある。

4-2 地方創生として目指す将来像

【概要】

第2期「美作市まち・ひと・しごと創生総合戦略」において、4つの政策分野ごとに基本目標を設定するとともに、各政策分野に盛り込む具体的な施策ごとに重要業績評価指標を設定し、成果を客観的に検証していくこととしている。その4つの政策分野の1つである【地域産業の活性化と観光振興の充実】、これに資する事業として以下の事業を展開する。

美作市在住の作家「あさのあつこ」氏の小説を原案とし、美作市出身の映画監督「大谷健太郎」氏がメガホンを取る映画が、映画製作実行委員会（名称未定・東京）において製作されることが決定された。美作市に縁の深い映画であり、市内有志で結成している『みまさか創生映画実行委員会』が、平成28年ごろより企画立案してきた経緯がある。また本映画の舞台は美作市となっており、主人公のひとは製茶業を営む青年で、市の伝統的な特産品のひとつである「海田茶」や「海田の茶園」がストーリーの中で紹介されるほか、地元の温泉街である「湯郷温泉」等が頻繁に登場する。

本映画は、当市の宣伝にはうってつけであり、また映画の宣伝力を活用した事業を展開することによって、更なる効果が期待できる。

また本映画のロケ誘致は、『みまさか創生映画実行委員会』が中心となって、撮影のバックアップやエキストラなど市民の協力などを行うことで、官民一体となった地域の盛り上げなどの相乗効果も期待できる。

さらに、これを起爆剤とした事業を進めていくことで

・海田茶・茶園：映画の宣伝力を活用した国内外での知名度向上とタイアップした商品展開などブランド化の推進を進め、茶生産・販売業の利益拡大、引い

ては新規就業者確保や就業による転入者の増加へと繋げていく。

・湯郷温泉：ロケ地の積極的な公開やPR活動、また地域団体とタイアップした映画関連企画の実施による地域の盛り上りを図り、ロケツーリズムなど日帰り客を含む観光客や宿泊客の増加に繋げていく。

さらに当市に縁の深い映画を、市民が中心となって盛り上げていくことにより、地域愛の醸成と地域の良さを再認識してもらい、地域の活性化や転出人口の減少・定住人口増加へと繋げていく。

またロケツーリズムの推進などにより、スマホによる情報収集に親しんだ若年層、そして外国からの旅行者をはじめ、これまで当地を訪れたことのない観光客が来訪することが見込まれることから、観光情報をデジタル化することで情報を得やすくし、滞在中の満足度を高める。そのために世界的なプラットフォームである「Google マップ」を市の観光マップ・パンフレットとして活用することで、情報の訴求力を高める。

（具体的には、「Google マイマップ」機能を活用し、「ロケ地巡礼」、「湯郷周遊」、「グルメ」等のテーマごとのマイマップを複数作成して、市のホームページ等に掲載して情報発信を行う。合わせて、上記の映画とタイアップしたイベント実施前には、マップ上（イベント開催場所）に、案内情報を載せることで、グーグルマップを活用する方にも、イベント周知ができるようにする。）滞在中の満足度を高めることで、当市への親近感の向上、美作市ファンの創出やリピーター観光客の獲得に繋げていく。それによる関係人口の増加を目指す。

上記事業を行うことにより、

海田茶等のブランド化、ロケ地のPRなどロケツーリズム、原作者のファンを含む映画ファンの取り込み、リピーターや日帰り客を含む観光客の増加、これら一連の推進を図ることで、地域の賑わい創出へと繋げ、美作市の活性化と定住促進と移住者増加を目指す。

【数値目標】

K P I	事業開始前 (現時点)	2021 年度増加分 1 年目	2022 年度増加分 2 年目
湯郷温泉地内の主要観光施設（湯郷観光協会・湯郷温泉元湯・湯郷オルゴール館）への来客増加数 (人)	159,372	500	1,000
美作市観光案内（グーグルマップ等）へのアクセス数の増加(件)	0	5,000	5,000
インバウンド観光客数の年間宿泊 客数(人)	260	1,000	2,000
移住定住人口の増加数(人)	143	200	20

2023 年度増加分 3 年目	2024 年度増加分 4 年目	K P I 増加分 の累計
1,000	2,000	4,500
10,000	10,000	30,000
3,000	3,000	9,000
20	20	80

5 地域再生を図るために行う事業

5-1 全体の概要

5-2 の③のとおり。

5-2 第5章の特別の措置を適用して行う事業

○ 地方創生推進交付金（内閣府）：【A3007】

① 事業主体

2に同じ。

② 事業の名称

映画ロケ誘致による「海田茶」のブランディングと観光情報のデジタル化による観光客受入環境整備事業

③ 事業の内容

(1) 映画制作支援事業（ロケ誘致）

本映画の舞台は美作市となっており、主人公のひとりには製茶業を営む青年で、海田のお茶がストーリーの中で紹介されるほか、作品の舞台として、「湯郷温泉」、「海田の茶園」等が頻繁に登場している。

だが映画製作は東京の実行委員会の資金により行われるため、積極的な誘致活動が必要となる。

また映画のロケには、地元の協力も必要であるため、『みまさか映画創生実行委員会』が中心となり、ロケ場所候補地である湯郷温泉や海田の茶園などの関連団体や『岡山フィルムコミッション』などと連携し、映画ロケの誘致を積極的におこなっていく。具体的には、ロケ場所選定・許可などのサポートや施設等のサポート、エキストラの手配などの人的サポートなどの支援策などでみまさか映画創生実行委員会を中心としたロケ地選定のインセンティブを高め、ロケ誘致の実現を図る。

実際の舞台である美作市でのロケを実現させることで、広く美作市をPRしていくとともに、上映後はロケツーリズムを推進し、観光客や映画ファン、また作者のファンなどの誘客を図り、地域の賑わい創出につなげる。

(2) 「海田茶」ブランド化推進事業

上記映画のロケ実施の有無に関わらず、映画上映に合わせた「海田茶」の知名度向上とブランド化を推進していくため、映画の宣伝効果を最大限に活用し、積極的なPR活動を実施する。

映像の中で、実際の海田の茶園や茶工場が登場することで、知名度の飛躍的な向上を図ることができるが、小道具として、実際に販売している商品（お茶）を映し出すことで、知名度向上や販売の向上は図っていく。また海外展開も視野に入れた新たな商品の開発を進めていき、その新商品を映し出すことでPRを図る。

映画配給のネットワークは、国内はもとより、海外にも繋がっていることが多く、当該ネットワークを活用して、国内や海外へのPRも可能となる。この機を活かして、映画とタイアップしたPR活動を展開していくとともにネット販売などを活用した国内外への販売網の強化を生産業者とともに検討していく。それを「海田茶」の知名度向上及びブランド化へと繋げていく。

(3) 湯郷温泉活性化事業

映画には、地元温泉街である「湯郷温泉」も頻繁に登場する。以前から関西圏から多くの観光宿泊客が来ていたが、コロナ禍の影響により現在、激減してしまっている。映画の宣伝効果を最大限活用し、ロケ地の積極的な公開とPR活動をおこなっていく。

また映画ロケの実施に関わらず、映画上映に合わせた活性化事業を、おこなっていく。例えば湯郷温泉地内には、令和2年度に作家「あさのあつこ」の記念館である『ほたる館』がオープンした。この『ほたる館』を活用した活性化事業（例として、作家本人によるトークショーや作家本人と一緒に見る映画鑑賞会、サイン入り映画チケットの現地販売など）を、『みまさか創生映画実行委員会』と地元観光協会などが協力しておこなうことで、温泉街が一体化した事業として、活性化及びロケツーリズムなど新たな観光客の増加に繋げていく。

(4) 観光情報のデジタル化による受入環境整備事業

本事業においても、これまで当地を訪れていない観光客やスマホによる情報収集に親しんだ若年層、そして外国からの旅行者がロケツーリズムにより来訪することが見込まれることから、観光情報をデジタル化することで情報を得やすくし、滞在中の満足度を高めることで当地のファンを創出することを目指す。

そのために、世界的なプラットフォームである「Google マップ」を市の観光マップ・パンフレットとして活用することで、情報の訴求力を高める。

具体的には、「Google マイマップ」機能を活用し、「ロケ地巡礼」、「湯郷周遊」、「グルメ」等のテーマごとのマイマップを複数作成して、市のホームページ等に掲載して情報発信を行う。併せて上記のイベント実施前には、マップ上（イベント開催場所）に、案内情報を載せることで、グーグルマップを活用する方にも、イベント周知ができる。

また、「Google マイビジネス」により Google マップ上の情報を整備することで、市内観光関連施設等の情報の正確性が向上し、観光情報の質の向上につなげることができる。

これらの情報は、Google の自動翻訳に対応しているため、即時に多言語マップとして活用することができる。

さらに、本事業の海田茶の PR 広告において、Google 広告を活用した来訪率の可視化の実証実験を行い、本事業（デジタル媒体を活用した広告）の効果を数値化させ、そのデータをもとに今後の観光施策を展開させる一つの指標として活用していく。

④ 事業が先導的であると認められる理由

【自立性】

市が財政負担をおこない、以下のような方法により将来的な事業の自立化を図る。

【官民協働】

この事業計画実施の中心となる「映画製作支援事業」（ロケ誘致）を民間団体が主体となって実施し、市は補助金などの財政負担や事業サポートをおこなう。

【地域間連携】

映画ロケの支援に関しては、岡山県のフィルムコミッション連絡協議会と連携し、支援していく。

隣接する市町村や県外を含めた近隣市町村と連携組織を立ち上げており、それを活用し、映画ロケに関する協力や映画の PR などの情報発信をおこなうなどして、協力し推進していく。

さらに以下のような連携を行うことで、映画の宣伝力相乗効果を活用し、誘客等へ繋げていく。

【政策間連携】

この事業計画に実施により、湯郷温泉街の活性化や『海田茶』のブランド化が進むことにより、市の経済活性化にも寄与する。また観光情報のデジタル化の事業効果も連動し、日帰り観光客の増加など関係人口の増加にも寄与する。関係人口の増加と経済活性化が移住定住人口の増加へ寄与していく。

⑤ 事業の実施状況に関する客観的な指標（重要業績評価指標（KPI））

4-2の【数値目標】に同じ。

⑥ 評価の方法、時期及び体制

【検証方法】

毎年度9月頃、3月末時点の重要業績評価指標（KPI）の達成状況を総合戦略担当部署が取りまとめ、美作市総合戦略推進会議を構成する産学官金労言。地域住民代表、女性代表、議員の外部有識者や市議会の関与を得ながら検証結果報告をまとめる。また必要に応じて本市の総合戦略や今後の事業方針に反映させる。検証結果はHPで公表する。

【外部組織の参画者】

【産】みまさか商工会会長、美作市医師会会長、美作青年会議所理事長、勝英農業協同組合代表理事専務、美作東備森林組合代表理事組合長、美作市誘致進出企業協会【学】日本体育大学常務理事、美作学園理事長、大阪慈慶学園事務局次長、岡山県立林野高校校長【官】国土交通省中国地方整備局岡山国道事務所所長、岡山県美作県民局局長、【金】中国銀行林野支店長、トマト銀行林野支店長、津山信用金庫美作支店長、【労】厚生労働省津山公共職業安定所美作出張所所長、連合岡山・美作地区協議会副議長、【言】みまちゃんネル代表取締役、その他【住民代表】6名、【女性】3名、【議会】3名、【NPO関係】1名の計31名

【検証結果の公表の方法】

目標の達成状況については、検証後速やかに美作市公式WEBサイト上で公表する。

⑦ 交付対象事業に要する経費

- ・ 法第5条第4項第1号イに関する事業【A3007】
総事業費 18,122 千円

⑧ 事業実施期間

2021年4月1日から2025年3月31日まで

⑨ その他必要な事項

特になし。

5-3 その他の事業

5-3-1 地域再生基本方針に基づく支援措置

該当なし。

5-3-2 支援措置によらない独自の取組

該当なし。

6 計画期間

地域再生計画の認定の日から2025年3月31日まで

7 目標の達成状況に係る評価に関する事項

7-1 目標の達成状況に係る評価の手法

5-2の⑥の【検証方法】及び【外部組織の参画者】に同じ。

7-2 目標の達成状況に係る評価の時期及び評価を行う内容

4-2に掲げる目標について、7-1に掲げる評価の手法により行う。

7-3 目標の達成状況に係る評価の公表の手法

5-2の⑥の【検証結果の公表の方法】に同じ。