

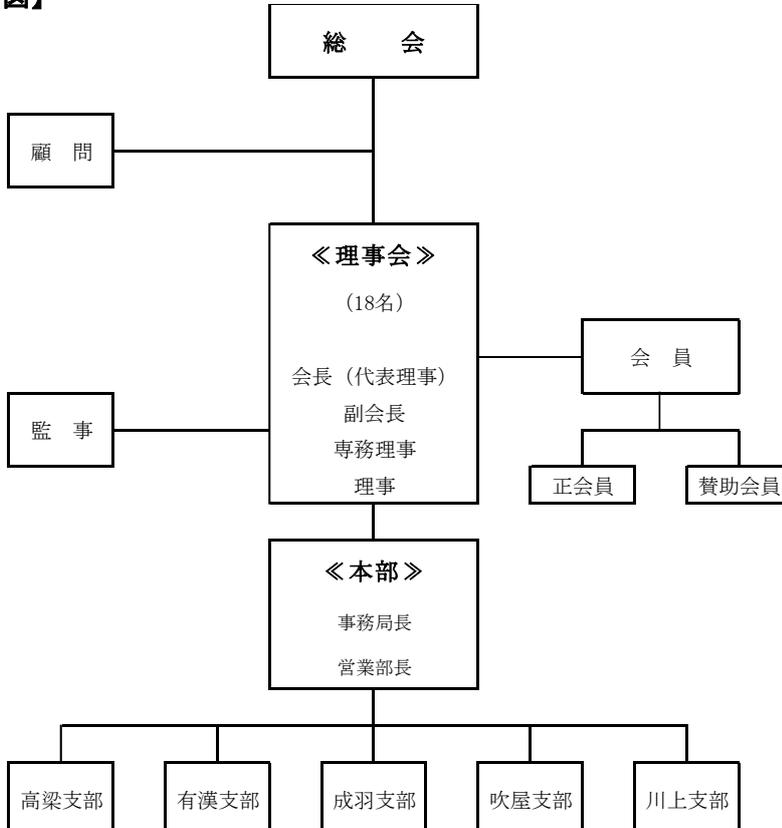
## 観光地域づくり法人形成・確立計画

記入日：令和5年7月31日

### 1. 観光地域づくり法人の組織

申請区分 ※該当するものを ○で囲むこと	広域連携DMO・地域連携DMO <span style="border: 1px solid black; border-radius: 10px; padding: 2px;">地域DMO</span>	
観光地域づくり法人の名称	一般社団法人 高梁市観光協会	
マネジメント・マーケティング対象とする区域	岡山県高梁市	
所在地	岡山県高梁市旭町 1335-7	
設立時期	平成 11 年 7 月 26 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	19 人【常勤 19 人（正職員 13 人・出向等 4 人）、パート 2 人】	
代表者（トップ人材：法人の取組について対外的に最終的に責任を負う者） ※必ず記入すること	（氏名） 藤岡 孝 （出身組織名） （株）吉備ケーブルテレビ	高梁市・新見市・吉備中央町をカバーするケーブルテレビ局の経営者。2014 年には高梁商工会議所の会頭に就任し、地元経済界のトップを担うとともに自社のケーブルテレビを通じ、観光業の発展にも尽力。企業経営のプロとして観光地経営にも取り組んでいく。
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）	（氏名） 川内野 徳夫「専従」 （出身組織名） 高梁市役所	高梁市職員として長年の経験から、行政内部の事情にも精通しており、観光政策等行政各部署における業務経験を有し、行政と連携した取り組みができる。
財務責任者（CFO：チーフ・フィナンシャル・オフィサー）	（氏名） 惣田 美栄子「専従」 （出身組織名） 高梁市役所	高梁市職員としての長年の経験を持ち、人脈を活かしながら業務を推進し、予算管理を中心に高梁市観光協会の核となる役割を担っている。またイベント関連の調整役でもある。
各部門（プロモーション）の責任者（専門人材）	（氏名）再掲 川内野 徳夫「専従」 （出身組織名） 高梁市役所	高梁市職員として長年の経験から、行政内部の事情にも精通しており、観光政策等行政各部署における業務経験を有し、行政と連携した取り組みができる。
各部門（例：旅行商品の造成・販売）の責任者（専門人材）	（氏名） 猪俣 正子「専従」 （出身組織名） （株）天満屋トラベル	旅行会社に長年勤務し、カウンター業務全般、国内外の手配業務等の経験を持ち、高梁市観光協会の旅行商品の造成、販売等の役割を担う。総合旅行業取扱管理者資格保持。
連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	岡山県高梁市 ・産業経済部観光課（プロモーション・マーケティング）	

<p>連携する事業者名及び役割</p>	<p>高梁商工会議所（特産品開発販売）  備北商工会（特産品開発販売）  西日本旅客鉄道株式会社（交通事業）  日本航空株式会社（交通事業）  全日本空輸株式会社（交通事業）  ANA あきんど株式会社（商品造成・旅行商品販売）  株式会社天満屋トラベル（商品造成・旅行商品販売）  備北バス株式会社（二次交通）  備北タクシー株式会社（二次交通）  有限会社ピオーネ交通（二次交通）  株式会社高梁国際ホテル（宿泊）  ラ・フォーレ吹屋（宿泊）  株式会社吹屋（宿泊・飲食）  カルチュア・コンビニエンス・クラブ株式会社（観光企画）  吉備国際大学（産官学連携）  成羽美術館（文化施設）  吉備川上ふれあい漫画美術館（文化施設）  高梁市図書館（文化施設）  頼久寺（文化施設）  JA 晴れの国岡山（農林水産連携）</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>【該当する登録要件】①、②  ①行政、商工会議所、商工会、交通、観光施設などの代表者で理事会を構成。  ②観光地域づくり法人が主導して行政や関係団体と連携を図る。</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>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・定期的におもてなしセミナーやガイド会のメンバーと会合を開催。</li> <li>・令和5年1月20日 地域の魅力発信の強化や周遊の促進に向けた研修を開催。15名が参加</li> </ul>				
<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 1249 1406 2018"> <thead> <tr> <th data-bbox="432 1249 619 1294">事業</th> <th data-bbox="619 1249 1406 1294">実施概要</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="432 1294 619 2018"> <p>情報発信・プロモーション</p> </td> <td data-bbox="619 1294 1406 2018"> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ホームページ、インスタグラム、ツイッター等のSNSによる情報発信</li> <li>・吉備ケーブルテレビの放送により高梁市・新見市・吉備中央町を中心に高梁市の情報を発信している</li> <li>・岡山県観光連盟・県民局などのHPも活用し、情報提供を行っている</li> <li>・着地型旅行商品造成、販売</li> <li>・旧吹屋小学校のオープンに際し、岡山空港へのポスター掲出</li> <li>・岡山空港⇄高梁・吹屋直行バスのプロモーション</li> <li>・観光カードの導入（QRコードを読み取ることで高梁市の日本遺産、並びに観光地を多言語で情報収集できる。多言語に対応）</li> <li>・高梁市図書館、観光交流センターに常設。多言語に対応</li> <li>・地域が連携して実施する誘客・周遊を促すための仕掛けづくり『備中たかはし松山踊りヤトサ踊り動画コンテスト』（8月）</li> <li>・JR備中高梁駅にポスターの掲出並びにパンフレットの設置</li> </ul> </td> </tr> </tbody> </table>	事業	実施概要	<p>情報発信・プロモーション</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ホームページ、インスタグラム、ツイッター等のSNSによる情報発信</li> <li>・吉備ケーブルテレビの放送により高梁市・新見市・吉備中央町を中心に高梁市の情報を発信している</li> <li>・岡山県観光連盟・県民局などのHPも活用し、情報提供を行っている</li> <li>・着地型旅行商品造成、販売</li> <li>・旧吹屋小学校のオープンに際し、岡山空港へのポスター掲出</li> <li>・岡山空港⇄高梁・吹屋直行バスのプロモーション</li> <li>・観光カードの導入（QRコードを読み取ることで高梁市の日本遺産、並びに観光地を多言語で情報収集できる。多言語に対応）</li> <li>・高梁市図書館、観光交流センターに常設。多言語に対応</li> <li>・地域が連携して実施する誘客・周遊を促すための仕掛けづくり『備中たかはし松山踊りヤトサ踊り動画コンテスト』（8月）</li> <li>・JR備中高梁駅にポスターの掲出並びにパンフレットの設置</li> </ul>
事業	実施概要				
<p>情報発信・プロモーション</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ホームページ、インスタグラム、ツイッター等のSNSによる情報発信</li> <li>・吉備ケーブルテレビの放送により高梁市・新見市・吉備中央町を中心に高梁市の情報を発信している</li> <li>・岡山県観光連盟・県民局などのHPも活用し、情報提供を行っている</li> <li>・着地型旅行商品造成、販売</li> <li>・旧吹屋小学校のオープンに際し、岡山空港へのポスター掲出</li> <li>・岡山空港⇄高梁・吹屋直行バスのプロモーション</li> <li>・観光カードの導入（QRコードを読み取ることで高梁市の日本遺産、並びに観光地を多言語で情報収集できる。多言語に対応）</li> <li>・高梁市図書館、観光交流センターに常設。多言語に対応</li> <li>・地域が連携して実施する誘客・周遊を促すための仕掛けづくり『備中たかはし松山踊りヤトサ踊り動画コンテスト』（8月）</li> <li>・JR備中高梁駅にポスターの掲出並びにパンフレットの設置</li> </ul>				

	<ul style="list-style-type: none"> <li>・岡山デスティネーションキャンペーン特別企画 赤で彩るアート展の実施 「ジャパンレッド」 発祥の地として日本遺産に認定された吹屋で赤をテーマとしたイベントを開催</li> </ul> <p>受入環境の整備</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・地域一体となった観光地の再生・観光サービスの高付加価値化事業「岡山空港からの連絡バス実証運行」を期間限定で運行（令和4年7月～11月）</li> <li>・旅行会社、個人客からの予約に応じて観光ガイドを行っている。定期的にガイド同士の情報交換、勉強会も行いお互いのスキルアップを図っている。</li> </ul> <p>観光資源の磨き上げ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・『ワーケーション体験』事業</li> <li>・看板商品の創出モニターツアー</li> <li>・着地型旅行商品の造成・販売</li> </ul>
<p>実施体制</p> <p>※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）。</p>	<p><b>【定量的な評価】</b></p> <p>○年間観光客数（主要施設）                      令和4年度：301千人</p> <p>○観光宿泊者数    令和4年度：29千人</p> <p>○1人当たりの観光消費額（日帰り）              令和4年度：2699円</p> <p><b>【実施体制の概要】</b></p> <p>（一社）高梁市観光協会が母体となり、メンバーには、行政、宿泊業者、飲食業者のみならず、交通事業者、文化財、商工業等、多様な関係者が参画する官民が密接に連携した運営を実施。</p> <p><b>【実地体制図】</b></p> 

## 2. 観光地域づくり法人がマネジメント・マーケティングする区域

### 【区域の範囲が分かる図表を挿入】



### 【区域設定の考え方】

平成 16 年に高梁市、有漢町、成羽町、川上町、備中町の 1 市 4 町が合併し、「高梁市」が誕生。

観光協会は市町合併から 16 年後の令和 2 年に統合された。近隣の新見市や真庭市、総社市等との生活、経済、文化、観光などにおける関係は深く、面的な観光展開からも連携は必須であるが、市内に有する観光資源の磨き上げ、観光の経済への波及を早期に進めていくため、地域 DMO としてスタートし、将来的には近隣市町村とともに連携した展開を推進していく。

### 【観光客の実態等】

高梁市への観光客入込客数は、天空の山城ブームが後押しした平成 28 年度に 52 万人とピークを迎えたが、豪雨被害のあった平成 30 年度には 39 万人まで減少した。

備中松山城の猫城主さんじゅーろー効果で令和元年には 45 万人にまで回復するも、コロナ禍の令和 2 年度は 21 万人まで減少している。コロナの減少傾向により、令和 2 年度との比較でも約 7 割弱の回復となっており、令和 4 年度は 30 万人となった。

宿泊数は平成 29 年度以降、1.7 万人程度で推移、コロナ禍の令和 2 年度は 1.1 万人。

令和 4 年度は 1.3 万人となった。(市内最大規模の高梁国際ホテルの実績)

観光消費額 (1 人あたり/日帰り) は、平成 29 年度で 2,553 円、令和 3 年度で 2,780 円、令和 4 年度で 2,699 円となった。

### 【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】

#### ○城下町散策

備中松山城、頼久寺庭園、武家屋敷、商家資料館、高梁基督教会堂、紺屋川筋美観地区、郷土資料館、山田方谷記念館、高梁市図書館

#### ○自然を満喫

弥高山公園、磐窟溪、夫婦岩、大平山展望台、高梁美しい森、高梁自然公園、ハイランド公園、うかん常山公園

## ○文化・芸術めぐり

高梁市図書館、高梁市歴史美術館、高梁市成羽美術館、吉備川上ふれあい漫画美術館、景年記念館

## ○日本遺産を学ぶ（「ジャパンレッド」発祥の地-弁柄と銅の町・備中吹屋-）

吹屋ふるさと村、旧吹屋小学校、郷土館、笹畝坑道、ベンガラ館、広兼邸、西江邸

## ○イベント

春：町家通りの雛祭り、弥高つつじ祭り、國橋まつり（備中神楽）

夏：有漢町納涼ふるさと祭り、マンガ絵ぶたまつり、備中たかはし松山踊り

秋：吹屋ベンガラ灯り、グランフォンド高梁

遠州茶会、備中ふるさと祭り、かわかみふるさと物産まつり、

なりわ祭り、成羽愛宕大花火、風ぐるまフェスタ、吹屋ベンガラート展

冬：高梁稲荷霜月大祭、愛らぶたかはしふれあいマラソン

## 【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

施設名	地域	部屋数	施設規模	備考
高梁国際ホテル	高梁	54室	中	宴会場あり
みどり旅館	高梁	9室	小	
ビジネスホテル高梁	高梁	12室	小	
油屋旅館	高梁	8室	小	
赤城旅館	高梁	5室	小	
WaRa 倶楽無	川上	2室	小	
町家ステイ吹屋 千枚	吹屋	一棟貸し	小	
ビジネスホテル落合	高梁	16室	小	
元仲田邸くらやしき	宇治	8室	小	宴会場あり
ラ・フォーレ吹屋	吹屋	19室	小	宴会場あり
迦陵の森ペンション	成羽	7室	小	
朝日堂	備中	12室	小	宴会場あり
ゲストハウス ELEVEN VILLAGE	吹屋	5室	小	
城下町一棟貸し宿 天籟	高梁	一棟貸し	小	

## 【利便性：区域までの交通、域内交通】

- 航空便 岡山空港から車で約50分、バス+JR利用で70分程度（接続時間含まず）
- JR 備中高梁駅に特急やくもが停車、特急利用で岡山駅から35分、倉敷駅から20分、米子駅から100分程度
- 自動車 大阪から高速道経由で180分、広島から150分程度
- 域内交通
  - ・市内にJR伯備線の駅が5つ、朝夕は通勤・通学客の利用が多い。
  - ・備北バスが市内主要地域を結ぶが本数が少なく観光には使いづらい。
  - ・タクシー会社は市内で3社が営業、備中松山城への移動等、観光利用も多い。
  - ・大手レンタカー営業所が高梁交流センター内にあり、利用客も多い。

## 【外国人観光客への対応】

- ・高梁市観光協会のホームページに外国語の翻訳機能を付与。
- ・高梁市ガイドマップ、備中松山城、ジャパンレッド 発祥の地の英語資料を常備。
- ・日本遺産構成文化財説明看板はすべて英文も併記。
- ・ANAあきんど株式会社と市が包括連携協定を締結。航空会社との連携により、インバウンド誘客を強化。

### 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	高梁市抽出のデータ収集
延べ宿泊者数	宿泊者数の推移を把握するため	アンケート調査等を活用して実施
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	アンケート調査等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	アンケート調査等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	高梁市抽出のデータ収集
主要観光施設入場者数	来訪者数の把握をするため	高梁市抽出のデータ収集

## 4. 戦略

### (1) 地域における観光を取り巻く背景

高梁市の人口は1950年の76千人をピークに減少を続け、2015年には32千人、2045年には20千人を割り込むまでに減少する見込みである。一方で老年人口割合は上昇を続けており、2015年には40%弱を占めている。今後、賑わいのあるまちを取り戻すため、観光交流人口の拡大は必須である。高梁市が将来的にも持続可能な社会となり続けるため、地域が抱える様々な課題に対し、観光地域づくり法人（DMO）を中心として既存の観光資源を最大限に活用した観光地域づくりを図り、新たな雇用の創出や担い手不足の解消、交流人口の増加を目指す。

### (2) 地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	<b>強み (Strengths)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・自地域で積極的に活用できる強みは何か？</li> <li>・雲海の山城で名高い備中松山城</li> <li>・日本遺産認定の吹屋</li> <li>・備中神楽や備中たかはし松山踊りなどの伝統文化が残る</li> <li>・JR伯備線の特急やくもが停車</li> </ul>	<b>弱み (Weaknesses)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・自地域で改善を必要とする弱みは何か？</li> <li>・観光施設の認知度の低さ (特に備中松山城と吹屋以外)</li> <li>・飲食・物販・宿泊施設の不足</li> <li>・点在する市内観光地を接続する二次交通の不足</li> <li>・MaaSの普及不足</li> <li>・多言語の対応不足</li> </ul>
外部環境	<b>機会 (Opportunity)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・自地域にとって追い風となる要素は何か？</li> <li>・インバウンドの増加</li> <li>・アフターコロナの追い風</li> <li>・旅行形態の多様化</li> <li>・旅行目的・志向の多様化</li> </ul>	<b>脅威 (Threat)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・自地域にとって逆風となる要素は何か？</li> <li>・コロナウイルスの再流行</li> <li>・人口減少、少子高齢化進行</li> <li>・他観光地との競争激化</li> <li>・リピートされない</li> </ul>

※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

欧米豪の高付加価値旅行者

#### ○選定の理由

観光庁が2030年に6千万人誘客を目標とするインバウンドは、増加につれてキャパ的に首都圏や関西圏等、大都市圏のみでは受入が難しいことが予想されている。そうした状況下、2週間程度の長期滞在が見込まれる欧米豪の高付加価値旅行者は地方への回遊が期待できる。

#### ○取組方針

大阪・関西万博等の大規模イベントを控え、日本に長期滞在し、京都や広島、倉敷観光の主目的とする欧米豪FIT（長期滞在型）の取り込みを図る。DMOのメリットをフルに活用し現地（発地）でのプロモーションを強化、航空会社とも連携し、海外での訴求を強めていく。

#### ○第2ターゲット層

中国、韓国、台湾、香港のアクティブ層

<p>○選定の理由 5日程度の短期滞在が主流の東アジア各国対しても、岡山空港への直行定期便を利用することにより、高梁市への取り組みが見込める。短期滞在ながら1日あたりの観光消費額は欧米豪よりも多く経済効果も高い。</p> <p>○取組方針 二次交通強化 岡山空港から高梁市へのアクセス。令和4年に実証事業として直行した。令和5年度は、新見市、吉備中央町とも連携し、インバウンドもターゲットとして運行される。行政や交通事業者等と協力して二次交通の強化を図る。</p>
<p>○第3ターゲット層 首都圏・関西圏在住者（20～40代女性・ファミリー層）</p>
<p>○選定の理由 20～40代女性：SNSでの情報発信に期待できるため。 ファミリー層：親から子へ、子から孫へ、高梁との長いお付き合いが期待できるため。 （家族の思い出の地：高梁）</p> <p>○取組方針 女性や家族、夫婦が楽しめる観光地の開発（城下町を巡るウォーキングコース、吹屋地区星空観察等、及び既存観光地の磨き上げ。</p>

※観光庁が発信している情報や、セミナー等の各種情報を参考に、高梁市の目指す将来像に鑑みターゲットを選定。主に参考にした資料は下記のとおり。

- ・儲かるインバウンドビジネス10の鉄則
- ・間違いだらけの日本のインバウンド
- ・トラベルジャーナル
- ・トラベルボイス LIVE まちがいだらけの富裕層戦略
- ・観光庁資料

#### (4) 観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	市民が誇れる観光都市 高梁へ
②コンセプトの考え方	<p>地域が目指すまちの姿</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・来訪者が増え、賑わいがまち全体に広がる。</li> <li>・歴史や文化を活かした観光地の魅力向上が図られている。</li> <li>・観光客の満足度が向上し、リピーターが増加している。</li> <li>・外国人観光客の受け入れ体制が整備されている。</li> <li>・関係者が一丸となって誘客を促進し、まち全体の経済効果につなげるという機運が醸成されている。</li> </ul> <p>↓</p> <p>2大観光地（備中松山城・日本遺産吹屋）の強みを活かしつつ、既存の観光資源の磨き上げ、及び新たな観光資源（観光施設や食、体験等）の開発に努めることで滞在が長時間化され地域の経済発展に繋がっていく。備中神楽や備中たかはし松山踊り等、伝統芸能を活かしつつ、観光客が増えることでまちの賑わいを取り戻す。</p> <p>↓</p> <p>高梁市民が自分の住むまち・生まれたまちに誇りを持つことができる。</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
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。	理事会、総会で事業報告書の説明  DMOが中心となり、行政や経済団体、観光事業者等、地域の関係者を集めたコミュニケーションの場を定期的に設定し、観光に関する戦略や方向性を協議する。
観光客に提供するサービスについて、維持・向上・評価する仕組みや体制の構築	来訪者の満足度を項目に含むアンケート調査等を継続して実施し、得られた結果は事業者へ積極的にフィードバック、課題解決に向けた支援を行う。また、観光事業者等を対象にした研修、セミナー等を実施し、情報提供、ならびに接客スキルの向上を促進していく。（自主開催に限らず、県や経済団体主催のものを積極活用する）
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"> <li>・ 旅行者との連携による国内外での誘客に向けた情報発信</li> <li>・ JR等が実施するアフターデスティネーションキャンペーンを活用したプロモーション</li> <li>・ 岡山県観光課や岡山県観光連盟が実施するプロモーションを最大限に活用、相乗効果による情報発信</li> <li>・ 海外のサイトへ投稿することによる、インバウンド客の誘客</li> </ul>

※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 (日帰り／一人 当たり)	目標	( )	2,500	2,780	3,000	3,300	3,600
	実績	( )	2,780	2,699			
●延べ宿泊者数 (人)	目標	( )	22,000	30,000	34,000	36,000	37,500
	実績	22,015	17,955	29,002			
●来訪者満足度 (%)	目標	( )	( )	77.0	78.0	78.0	80.0
	実績	( )	75.0	72.0			
●リピーター率 (%)	目標	( )	( )	40.0	45.0	48.0	50.0
	実績	( )	( )	37.0			

※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】

高梁市が策定した2021～2030年総合計画の指標を基に目標水準を設定。観光協会の強化及びDMO化に伴い2025年を一旦のゴールとして市総合計画前期（2021年～2025年）の基本計画指標に達する計画とした。

#### 【設定にあたっての考え方】

##### ●旅行消費額

2022年度は旧吹屋小学校のオープン効果により2016年度水準までの回復、  
2025年度には高梁市総合計画の指標3,600円を数値目標とした。

##### ●延べ宿泊者数 データは高梁市調査分

2021年度は現状維持、2023年度までは国内旅行の回復により、ゆるやかに増加。2023年度から岡山空港の国際線が徐々に再開されること。また、2024年には森の芸術祭、2025年には大阪・関西万博が開催されることなどから、最終的には高梁市の総合計画の2025年度指標37,500人を達成する計画とした。

##### ●来訪者満足度

昨年実施した観光TSA調査を基に目標を設定。2022年以降計画的に人材育成にも取り組み、毎年

1%程度の上積みを目指し、2025 年度には 80 とする目標とした。

●リピーター率

昨年高梁市が実施した観光 TSA 調査を基に目標を再設定。リピーターの獲得と共に新規来訪者の増加も目指す。

(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
●年間観光客数 (主要施設) (人)	目標	( )	( )	400,000 ( )	450,000 ( )	500,000 ( )	600,000 ( )
	実績	209,151 ( )	195,375 ( )	301,849 ( )			
●観光ガイド 活動実績 (件)	目標	( )	313 ( )	333 ( )	353 ( )	358 ( )	363 ( )
	実績	153 ( )	162 ( )	262 ( )			
●ロケ支援件数 (件)	目標	( )	33 ( )	35 ( )	37 ( )	38 ( )	40 ( )
	実績	31 ( )	7 ( )	28 ( )			

※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】

高梁市と連携して、

- ・観光交流人口の拡大
- ・地域での観光振興
- ・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
- ・観光振興の地域経済発展への寄与に取り組むため、高梁市が策定した 2021～2030 年総合計画の指標を基に 3 つの項目を設定した。

【設定にあたっての考え方】

●年間観光客数（主要施設）

データは高梁市調査分。

2022 年以降、国内旅行の回復に加え、2022 年度の旧吹屋小学校オープン、アフターコロナのインバウンド効果、2024 森の芸術祭、2025 大阪・関西万博、瀬戸内国際芸術祭 2025 による増加により、2025 年度には高梁市総合計画の指標である 600,000 人に達する目標とした。

●観光ガイド活動実績

データは高梁市調査分。

高梁市総合計画の 2025 年度指標（363 件）に向かって、2023 年度に 313 件、2024 年度には 353 件に達する目標とした。

## ●ロケ支援回数

データは高梁市調査分。

映画等のロケ支援を行う。フィルムコミッションと連携し、ロケツーリズムを推進する。国内旅行の回復に連動、高梁市総合計画の2025年度指標（40件）に向かって右肩上がりに増加していく目標とした。

## 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）
2020（R2） 年度	168,543,772（円）	【市からの補助金】 29,151,500 【公物管理受託】 66,104,270 【収益事業】 66,916,308 【会費】 3,078,000 【雑収益等】 3,293,694 （円）
2021（R3） 年度	169,002,862（円）	【国県市からの補助金】 39,957,959 【公物管理受託】 61,003,444 【収益事業】 53,747,404 【会費】 3,250,000 【受取負担金・寄付金】 7,655,147 【雑収益等】 3,388,908 （円）
2022（R4） 年度	250,173,900（円）	【国県市からの補助金】 79,062,048 【公物管理受託】 74,337,455 【収益事業】 85,385,298 【会費】 3,249,000 【受取負担金・寄付金】 5,782,747 【雑収益等】 2,357,352 （円）
2023（R5） 年度	229,643,000（円）	【国県市からの補助金】 40,222,000 【受託料収益】 79,344,000 【収益事業】 98,005,000 【会費】 3,378,000 【雑収益等】 8,694,000 （円）
2024（R6） 年度	229,643,000（円）	【国県市からの補助金】 40,222,000 【受託料収益】 79,344,000 【収益事業】 98,005,000 【会費】 3,378,000 【雑収益等】 8,694,000 （円）
2025（R7） 年度	229,643,000（円）	【国県市からの補助金】 40,222,000 【受託料収益】 79,344,000 【収益事業】 98,005,000 【会費】 3,378,000 【雑収益等】 8,694,000 （円）

## (2) 支出

年(年度)	総支出	内訳(具体的に記入すること)
2020 (R2) 年度	177,235,532 (円)	(内訳の区分例) 【一般管理費】 153,212,260 【情報発信・プロモーション】 1,782,420 ※全て国内 ※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】 【コンテンツ開発(観光資源の磨き上げ)】 【マーケティング(市場調査、ブランド戦略等)】 【観光イベントの開催費】 16,914,495 (円)
2021 (R3) 年度	158,858,518 (円)	【一般管理費】 134,192,180 【情報発信・プロモーション】 5,509,507 ※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】 【コンテンツ開発(観光資源の磨き上げ)】 【マーケティング(市場調査、ブランド戦略等)】 【観光イベントの開催費】 15,222,605 (円)
2022 (R4) 年度	240,850,374 (円)	【一般管理費】 203,269,840 【情報発信・プロモーション】 8,601,261 ※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】 【コンテンツ開発(観光資源の磨き上げ)】 【マーケティング(市場調査、ブランド戦略等)】 【観光イベントの開催費】 28,979,273 (円)
2023 (R5) 年度	229,643,000 (円)	【一般管理費】 196,356,000 【情報発信・プロモーション】 5,003,000 ※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】 【コンテンツ開発(観光資源の磨き上げ)】 【マーケティング(市場調査、ブランド戦略等)】 【観光イベントの開催費】 28,284,000 (円)
2024 (R6) 年度	229,643,000 (円)	【一般管理費】 196,356,000 【情報発信・プロモーション】 5,003,000 ※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】 【コンテンツ開発(観光資源の磨き上げ)】 【マーケティング(市場調査、ブランド戦略等)】 【観光イベントの開催費】 28,284,000 (円)
2025 (R7) 年度	229,643,000 (円)	【一般管理費】 196,356,000 【情報発信・プロモーション】 5,003,000 ※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】 【コンテンツ開発(観光資源の磨き上げ)】 【マーケティング(市場調査、ブランド戦略等)】 【観光イベントの開催費】 28,284,000 (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**

着地型旅行商品の造成・販売、市施設の指定管理業務委託、また、新たな土産物品の開発に取り組むなど、物販事業等により運営資金の確保に努める。さらに、観光庁等の公募助成金等の獲得に努め、新たな展開への原資とし、将来的には行政の助成金に頼らない、自走出来る組織を目指していく。

**8. 観光地域づくり法人形成・確立に対する関係都道府県・市町村の意見**

岡山県高梁市は、地域DMOである一般社団法人高梁市観光協会と連携して観光行政に取り組みます。

**9. マネジメント・マーケティング対象区域が他の地域連携DMO（県単位以外）や地域DMOと重複する場合の役割分担について（※重複しない場合は記載不要）****10. 記入担当者連絡先**

担当者氏名	川内野 徳夫
担当部署名（役職）	専務理事
郵便番号	716-0039
所在地	岡山県高梁市旭町 1335-7
電話番号（直通）	0866-21-0461
FAX番号	0866-21-0462
E-mail	norio_kawachino@takahasikanko.or.jp

**11. 関係する都道府県・市町村担当者連絡先**

都道府県・市町村名	岡山県高梁市
担当者氏名	相原 英夫
担当部署名（役職）	産業経済部 観光課（課長）
郵便番号	719-0039
所在地	岡山県高梁市旭町 1335-7
電話番号（直通）	0866-21-0247
FAX番号	
E-mail	hideo_aihara@city.takahashi.lg.jp

記入日: 令和5年 8月 3日

基礎情報

【マネジメント・マーケティング対象とする区域】

【区域】 岡山県 高梁市

【設立時期】 平成17年7月26日

【設立経緯】 ①区域に観光協会があるが、役割分担等をした上でDMOに移行

【代表者】 藤岡 孝

【マーケティング責任者(CMO)】 川内野 徳夫

【財務責任者(CFO)】 惣田 美栄子

【職員数】 19人【常勤19人(正職員13人・出向等4人、パート2人)】

【主な収入】

収益事業 85百万円、委託事業 74百万円(令和4年度決算)

【総支出】

事業費 28百万円、一般管理費 203百万円(令和4年度決算)

【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)ピオオーネ交通、高梁国際ホテル、ラ・フォーレ吹屋、全日本空輸、日本航空、JR西日本、(株)天満屋トラベル、ANAあきんど(株)、吉備国際大学

KPI(実績・目標)

※( )内は外国人に関するもの。

項目		2020 (R2)年	2021 (R3)年	2022 (R4)年	2023 (R5)年	2024 (R6)年	2025 (R7)年
旅行消費額 (円)	目標	( )	2,500 ( )	2,780 ( )	3,000 ( )	3,300 ( )	3,600 ( )
	実績	( )	2,780 ( )	2,699 ( )	—	—	—
延べ 宿泊者数 (千人)	目標	( )	22,000 ( )	30,000 ( )	34,000 ( )	36,000 ( )	37,500 ( )
	実績	22,015 ( )	17,955 ( )	29,002 ( )	—	—	—
来訪者 満足度 (%)	目標	( )	75.0 ( )	77.0 ( )	78.0 ( )	78.0 ( )	80.0 ( )
	実績	( )	( )	72.0 ( )	—	—	—
リピーター率 (%)	目標	( )	62.0 ( )	40.0 ( )	45.0 ( )	48.0 ( )	50.0 ( )
	実績	( )	( )	37.0 ( )	—	—	—

戦略

【主なターゲット】

- ・欧米豪の高付加価値旅行者
- ・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
- ・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)

【観光地域づくりのコンセプト】

市民が誇れる観光都市 高梁へ

具体的な取組

【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
- ・新たな土産品の開発
- ・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

【受入環境整備】

- ・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

【情報発信・プロモーション】

- ・SNS、メディア等による情報発信

