

## 観光地域づくり法人形成・確立計画

記入日：令和 4 年 2 月 28 日

### 1. 観光地域づくり法人の組織

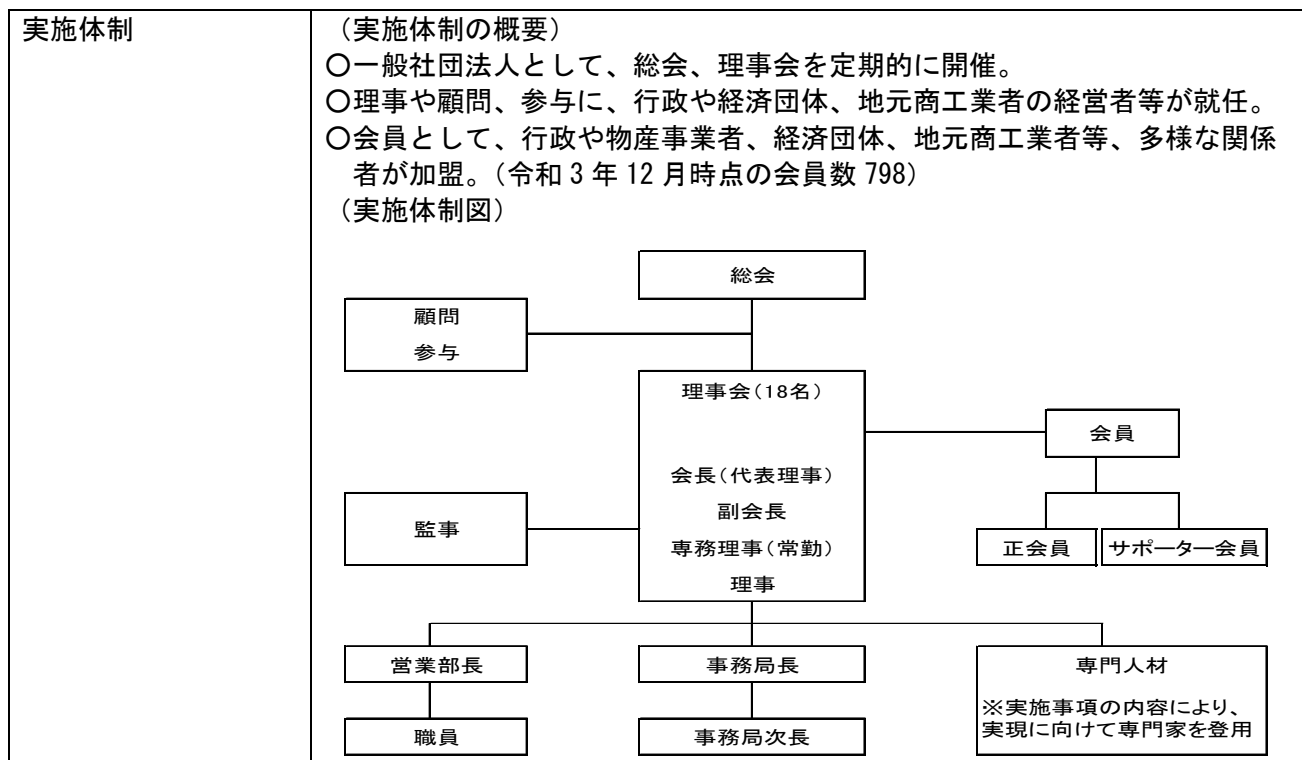
申請区分	広域連携DMO・地域連携DMO <b>地域DMO</b>	
観光地域づくり法人の名称	一般社団法人 高梁市観光協会	
マーケティング・マネジメント対象とする区域	岡山県高梁市	
所在地	岡山県高梁市旭町 1335-7	
設立時期	平成 11 年 7 月 26 日	
職員数	12 人【常勤 12 人（正職員 9 人・出向等 3 人）、非常勤 0 人】	
代表者（トップ人材：法人の取組について対外的に最終的に責任を負う者）	代表理事 （氏名） 藤岡 孝 （出身組織名） （株）吉備ケーブルテレビ	高梁市・新見市・吉備中央町をカバーするケーブルテレビ局の経営者。2014 年には高梁商工会議所の会頭に就任し、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。
データ収集・分析等の専門人材（CMO：チーフ・マーケティング・オフィサー）	専務理事 （氏名） 永田 浩基「専従」 （出身組織名） （株）ANA 総合研究所	（株）ANA 総合研究所より出向。 旅行、航空業界で 25 年以上勤務。自治体と連携した観光商品の造成や、自治体の複合的なプロデュースを経験する。観光業全般において高い知見と能力を持つ。出身組織の ANA グループとのネットワークも最大限に活用していく。総合旅行業務取扱管理者資格を所持。
財務責任者（CFO：チーフ・フィナンシャル・オフィサー）	事務局長 （氏名） 難波 吉豊「専従」 （出身組織名） 高梁市役所	高梁市役所より出向。 高梁市役所で 21 年間勤務。観光や、岡山県出向時の地域振興の経験を活かし、新体制下の観光協会事務局長を担う。持続可能な運営のため、運営収支や財源確保に関する調整を行う。
プロモーションの責任者（専門人材）	専務理事 （氏名） 永田 浩基「専従」 （出身組織名） （株）ANA 総合研究所	（株）ANA 総合研究所より出向。 旅行、航空業界で 25 年以上勤務。自治体と連携した観光商品の造成や、自治体の複合的なプロデュースを経験する。観光業全般において高い知見と能力を持つ。出身組織の ANA グループとのネットワークも最大限に活用していく。総合旅行業務取扱管理者資格を所持。
旅行商品の造成・販売の責任者（専門人材）	営業部長 （氏名） 荒金 稔博「専従」 （出身組織名） （株）天満屋トラベル	（株）天満屋トラベルより出向。 旅行業界で 25 年以上勤務。旅行商品の造成や、教育旅行に携わる。人的ネットワークも幅広く、マーケティングやプロモーションについても高い知見と能力を持つ。総合旅行業務取扱管理者資格を所持。

(別添) 様式 1

<p>連携する地方公共団体の担当部署名及び役割</p>	<p>岡山県高梁市</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 産業経済部観光課 (プロモーション・マーケティング・社会資本整備)</li> <li>・ 産業経済部日本遺産・歴まち推進室 (プロモーション・マーケティング・社会資本整備)</li> <li>・ 産業経済部産業振興課 (産業事業者連携・プロモーション・マーケティング)</li> <li>・ 教育委員会社会教育課 (社会資本整備)</li> </ul>
<p>連携する事業者名及び役割</p>	<p>高梁商工会議所 (飲食・物販・特産品開発・イメージ戦略)          備北商工会 (飲食・物販・特産品開発・イメージ戦略)          西日本旅客鉄道株式会社 (交通事業)          全日本空輸株式会社 (交通事業)          日本航空株式会社 (交通事業)          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)          カルチュア・コンビニエンス・クラブ株式会社 (商品受付窓口)          株式会社天満屋トラベル (商品造成・旅行商品販売)          ANAX 株式会社 (商品造成・旅行商品販売)          ANA あきんど株式会社 (商品造成・旅行商品販売)          株式会社 ANA 総合研究所 (訪日外国人誘客プロモーション)          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)          高梁市立図書館 (文化施設)          頼久寺 (観光施設)          株式会社吹屋 (観光施設)          JA 晴れの国岡山 (農林水産連携)          高梁川漁業協同組合 (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          (概要)</p> <p>①行政、商工会議所、商工会、交通、宿泊、観光施設などの代表者で理事会を構成。</p> <p>②観光地域づくり法人が主導して行政や関係団体をメンバーとする委員会等を設置。</p>
<p>地域住民に対する観光地域づくりに関する意識啓発・参画促進の取組</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 定期的に地域住民参加型のセミナーやワークショップ (インバウンド対応、おもてなし等) を開催。</li> <li>・ R3 年 12 月に日本遺産講演会を開催、約 200 名の市民が参加</li> <li>・ R4 年 2 月に旧吹屋小学校に関する勉強会を開催、30 名弱の地域住民が参加</li> </ul>
<p>法人のこれまでの活動実績</p>	<p>(活動の概要)</p> <p>平成 11 年社団法人として設立。平成 26 年に一般社団法人へ移行、令和 2 年には高梁市内の 5 つの観光協会を統合し現在に至る。着地型観光を積極的に推進するため、令和 3 年 5 月には旅行業を登録 (岡山県知事登録旅行業第 3 種 415 号)。自走に向けて本部機能を拡充、令和 3 年 10 月には「観光」と「交流」をコンセプトに、JR 高梁駅前にレンタカー営業所を併設した高梁観光交流センター (仮称) をオープン予定である。今後、センターの運営、市所有施設の指定管理等、戦略的な観光地域づくりを目指していく。また、本年 6 月に市観光課と同協会が同フロアでの業務を開始した。連携を密にして観光振興の一体化を図っていく。</p>

<p>(主な活動内容)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ホームページの管理運営</li> <li>・観光パンフレットの製作、管理</li> <li>・関係団体と連携した誘客キャンペーン</li> <li>・会員に対する情報提供、情報収集</li> <li>・着地型旅行商品の開発、販売</li> <li>・高梁市事業の指定管理受託</li> <li>・高梁市事業の受託</li> </ul>	
事業	実施概要
情報発信・プロモーション	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ SNS による情報発信 (平成 30 年度～)</li> <li>・ 日本遺産「ジャパンレッド発祥の地」を 2 倍満喫する、自宅 (オンライン) から現地 (オフライン) 来訪に繋げるニューノーマル体験プログラム造成事業 (令和 2 年度)</li> <li>・ 着地型旅行商品造成、販売 (令和 3 年度 10 月)</li> <li>・ 日本遺産講演会 (令和 3 年度 12 月)</li> <li>・ 夫婦岩の恋人の聖地登録 (令和 4 年度予定)</li> <li>・ 4 月の旧吹屋小学校のオープンに向けて、実質の対外告知第 1 弾となる岡山桃太郎空港内 PBB へのポスター掲出を実施 (令和 3 年度 12 月)</li> </ul>
受入環境の整備	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 観光ボランティアガイド研修開催 (令和 2 年度)</li> <li>・ 日本遺産吹屋インバウンドモニターツアー (令和 3 年度 10 月)</li> <li>・ JR 備中高梁駅前に高梁観光の拠点として高梁観光交流センター (Atta) をオープン、アンテナショップ的な飲食・物販展開に加え、大手レンタカー会社を誘致し二次交通の拡充を図った。(令和 3 年度 12 月)</li> <li>・ 吹屋ふるさと村の店主会向けにガイド研修を実施、店頭での観光情報発信を促し、観光客の満足度向上、リピーター化へ繋げていく。(令和 3 年度 2 月)</li> <li>・ JR 備中高梁駅からの二次交通拡大のため、EV バイク購入にクラウドファンディングを活用、目標 107 万円に対し、100 名超の方より 127 万円の協力をいただいた。EV バイクのレンタルは 3 月にスタートする。(令和 3 年度 11 月)</li> </ul>
観光資源の磨き上げ	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ With コロナにおける新たな滞在型観光『ワーケーションリゾート・備中吹屋』の実証事業 (令和 2 年度)</li> </ul>
<p>(定量的な評価)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○年間観光客数 (主要施設) 令和元年度 : 447 千人</li> <li>○観光宿泊者数 令和元年度 : 34 千人</li> <li>○1 人当たり観光消費額 (日帰り) 平成 28 年度 : 2,780 円</li> </ul>	

(別添) 様式 1



2. 観光地域づくり法人がマーケティング・マネジメントする区域

【区域の範囲が分かる図表を挿入】

【区域設定の考え方】

高梁市は平成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。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。近隣の新見市や総社市等との生活、経済、文化、観光などにおいての関係は深く、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、近隣市町村とも連携した展開を推進していく。

(別添) 様式 1

【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一効果で、令和元年には 45 万人まで一旦回復するも、コロナ禍の令和 2 年度には 21 万人まで減少している。宿泊者数※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 万人に留まった。(※宿泊者数は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 21 年度は 2,621 円であったが、平成 28 年度で 2,780 円、平成 29 年度で 2,553 円と、減少傾向にある。飲食、物販、宿泊の施設の不足等もあり、通過型の観光地から脱却できていない。市と連携して経済効果拡大に取り組みを図っている。

【観光資源：観光施設、商業施設、自然、文化、スポーツ、イベント等】

○城下町散策

備中松山城、頼久寺庭園、武家屋敷、商家資料館、紺屋川筋美観地区、郷土資料館、山田方谷記念館

○自然を満喫

弥高山公園、盤窟溪、夫婦岩、大平山展望台、鈴木の滝

○芸術めぐり

高梁市歴史美術館、吉備川上ふれあい漫画美術館、うかん常山公園、高梁市成羽美術館、景年記念館、本庁かぐらロード

○体験する

ベンガラ陶芸館、フルーツ狩り、用瀬岳

○食

ピオーネ、白桃、桃太郎トマト、備中牛、ゆべし、インディアントマト焼きそば、高梁紅茶、日本酒

○「ジャパンレッド」発祥の地-弁柄と銅の町・備中吹屋-

旧吹屋小学校(令和 4 年 4 月オープン)、広兼亭、西江邸、吹屋ふるさと村、郷土館・旧片山家住宅、吹屋銅山笹畝坑道

○イベント

春：町屋通りの雛祭り、春の弥高つつじ祭り、國橋まつり(備中神楽)、吹屋広兼亭花めぐり

夏：神楽の里ホタルまつり、成羽愛宕大花火、有漢町納涼ふるさと祭、まんが絵ぶたまつり、備中たかはし松山踊り

秋：愛らぶ高梁 ふれあい広場、吹屋ベンガラ灯り、ヒルクライムチャレンジシリーズ、小堀遠州の世界 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、風ぐるまフェスタ、吹屋ベンガラアート展

冬：高梁稲荷霜月大祭、愛らぶたかはしふれあいマラソン、体力つくりなりわ健康マラソン

(別添) 様式 1

【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	
正宗屋旅館	高梁	10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	
町屋ステイ吹屋 千枚	吹屋	1棟貸し	小	
ビジネスホテル落合	高梁	16室	小	
元仲田邸くらしき	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 EREVEN VILLAGE	吹屋	5室	小	

【利便性：区域までの交通、域内交通】

- 航空便 岡山桃太郎空港から車で45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、米子から100分程度
- 自動車 大阪から高速道路経由で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2社が営業、備中松山城への移動等、観光利用も多い
  - ・レンタカーは、現時点では市内には小規模の会社のみ、10月に大手レンタカー営業所がオープン予定（高梁観光交流センター（仮称）内）

【外国人観光客への対応】

- ・令和2年 ANA 総合研究所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。
- ・令和3年1～3月、高梁ガイド養成セミナー（全5コマ）を実施、41名の受講生が参加して、レベルアップを図った。
- ・2018年のインバウンドおもてなしセミナーや、インバウンドビジネスセミナー等、インバウンドに特化した各種セミナーを地域内で開催（他団体主催）、また、2021年10月には日本遺産「吹屋」地区でインバウンドモニターツアーを実施した。2030年度のインバウンド6千万人時代を見据え、課題をあぶり出し、おもてなしを含め高梁市の受け入れに万全の体制で臨んでいく。
- ・備中松山城や頼久寺、山田方谷記念館等、市内の主要観光施設において、外国語対応のパンフレットを発行
- ・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

### 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	データに基づく戦略策定、KPI進捗管理のため	・市内主要ホテル宿泊客へのアンケート調査を自主事業として実施 ・高梁市抽出のデータ収集
述べ宿泊者数	データに基づく戦略策定、KPI進捗管理のため	・市内主要ホテル宿泊客へのアンケート調査を自主事業として実施 ・高梁市抽出のデータ収集
来訪者満足度	データに基づく戦略策定、KPI進捗管理のため	・市内主要ホテル宿泊客へのアンケート調査を自主事業として実施 ・高梁市抽出のデータ収集
リピーター率	データに基づく戦略策定、KPI進捗管理のため	・市内主要ホテル宿泊客へのアンケート調査を自主事業として実施 ・高梁市抽出のデータ収集
主要観光施設入場者数	各施設の現状を把握、強み・弱みを正確に捉え、施設ごとに最適な対策を講じるため	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、交流人口の増加につなげることをしたい。

#### (2) 地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	<b>強み (Strengths)</b> ・雲海の山城で名高い備中松山城 ・令和2年に日本遺産認定の吹屋 ・JR伯備線の特急やくもが停車	<b>弱み (Weaknesses)</b> ・観光施設の認知度の低さ (特に備中松山城と吹屋以外) ・飲食、物販、宿泊施設の不足 ・点在する市内観光地を接続する二次交通の不足
外部環境	<b>機会 (Opportunity)</b> ・インバウンドの増加 ・アフターコロナの追い風 ・旅行形態の多様化 ・旅行目的・志向の多様化	<b>脅威 (Threat)</b> ・コロナウイルス ・人口減少、少子高齢化進行 ・他観光地との競争激化



### (3) ターゲット

<p>○第1ターゲット層 欧米豪の富裕層</p>
<p>○選定の理由 2030年に6千万人と予想されるインバウンドは、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け入れが難しいことが予想されている。そんな環境下、13日程度の長期滞在が見込まれる欧米豪の富裕層は地方への回遊が発生する可能性が高いため。 ※観光庁が発信している情報や、セミナー、書籍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した。主に参考にした資料は下記</p> <ul style="list-style-type: none"><li>・儲かるインバウンドビジネス10の鉄則</li><li>・間違いだらけの日本のインバウンド</li><li>・トラベルジャーナル</li><li>・トラベルボイスLIVE まちがいだらけの富裕層戦略</li><li>・観光庁資料 (次世代ヘルスケア産業協議会第10回新事業創出WG)</li></ul>
<p>○取組方針 ワールドマスターズゲーム、瀬戸内国際芸術祭、大阪万博等の大規模イベントを控え、日本に長期間滞在し、京都や広島、倉敷を観光の主目的地とする欧米豪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。</p>
<p>○第2ターゲット層 中国、韓国、台湾、香港のアクティブ層</p>
<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に対しても、岡山桃太郎空港への直行定期便を利用することにより、高梁市への取り込みが見込める。短期滞在ながら1日当たりの観光消費額は欧米豪よりも多く経済効果も高い。 ※観光庁が発信している情報や、セミナー、書籍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した。主に参考にした資料は下記</p> <ul style="list-style-type: none"><li>・儲かるインバウンドビジネス10の鉄則</li><li>・間違いだらけの日本のインバウンド</li><li>・トラベルジャーナル</li><li>・トラベルボイスLIVE まちがいだらけの富裕層戦略</li><li>・観光庁資料 (次世代ヘルスケア産業協議会第10回新事業創出WG)</li></ul>
<p>○取組方針 2次交通の強化。 岡山空港から高梁行きの直行リムジンバスを運行できるよう、自治体や、バス会社、空港ビル等との調整を実施する。また12月にオープンした大手レンタカーの営業所を活用していく。</p>
<p>○第3ターゲット層 首都圏・関西在住者(20~40代女性・ファミリー層)</p>
<p>○選定の理由 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) ※観光庁が発信している情報や、セミナー、書籍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した。主に参考にした資料は下記</p> <ul style="list-style-type: none"><li>・儲かるインバウンドビジネス10の鉄則</li><li>・間違いだらけの日本のインバウンド</li><li>・トラベルジャーナル</li><li>・トラベルボイスLIVE まちがいだらけの富裕層戦略</li><li>・観光庁資料 (次世代ヘルスケア産業協議会第10回新事業創出WG)</li></ul>
<p>○取組方針 女性や家族、ご夫婦が楽しめる観光地の開発(吹屋地区アドベンチャーや夫婦岩の開発等)、及び、既存観光地の磨き上げ。DMOを活用した、ターゲットへの訴求。</p>



#### (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 地域がめざすまちの姿 ・ 来訪者が増え、賑わいがまち全体に広がる。 ・ 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。 ・ 観光客の満足度が向上し、リピーターが増加している。 ・ 外国人観光客の受入体制が整備されている。 ・ 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情勢されている。 ⇒ 2大観光地（備中松山城・日本遺産吹屋）の強みを生かしつつ、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。 ＝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。

#### 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	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場とするとともに、事業者に対してのコンサルティングを実施する。また、活動の内容や成果等を記載した事業報告書を作成し、ホームページ上での公表を行う。
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	市内ホテルで実施中の、来訪者の満足度を項目に含むアンケート調査を継続して実施（手法は再検討）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	・ ANA 総合研究所との連携による国内外での誘客に向けた情報発信。 ・ JR 西日本と連携、JR が実施するディスティネーションキャンペーン（プレとアフター含め令和3年より3年間）を活用したプロモーションの実施。 ・ 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、相乗効果による高梁市の情報発信。 ・ 吹屋の日本遺産認定（令和2年）を活かしたタイムリーなプロモーションの実施。

※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		2018 (H30) 年度	2019 (R1) 年度	2020 (R2) 年度	2021 (R3) 年度	2022 (R4) 年度	2023 (R5) 年度
●旅行消費額 (一人当たり) (円)	目標	- (-)	- (-)	- (-)	2,500 (-)	2,780 (-)	3,000 (-)
	実績	2,553 (-)	- (-)	- (-)	5,700 (-)	- (-)	- (-)
●延べ宿泊者数 (人) (%)	目標	- (-)	- (-)	- (-)	22,000 (0%)	30,000 (1%)	34,000 (3%)
	実績	35,816 (4.6%)	34,121 (1.8%)	22,015 (0.06%)	24,000 (-)	- (-)	- (-)
●来訪者満足度 (%)	目標	- (-)	- (-)	- (-)	75.0 ( )	77.0 ( )	78.0 ( )
	実績	75.4 (-)	- (-)	- (-)	80.0 (-)	- (-)	- (-)
●リピーター率 (%)	目標	- (-)	- (-)	- (-)	62.0 (-)	65.0 (-)	67.0 (-)
	実績	62.3 (-)	- (-)	- (-)	50.0 (-)	- (-)	- (-)

※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】**

高梁市の策定した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。

新型コロナウイルス影響は、国内観光客が2022年度後半には回復する見込みとしている。(インバウンドの回復は2024年度の見込み)

**【設定にあたっての考え方】****●旅行消費額(一人当たり)**

2018年度のデータは、高梁市調査(2016年度)のものを基準とした。

2021年度は現状維持、2022年度は旧吹屋小学校のオープンにより2016年度水準までの回復、2023年度は川の駅(仮称)のオープン(予定)により、更に消費額の増加を見込み、2025年度には高梁市総合計画の指標3,600円を達成する計画とした。

※2022年度には、観光TSA収集に関する費用を確保見込みであり、より精緻なデータ取得が可能となる。

**●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、緩やかに増加、2023年度より観光協会が指定管理を受託する予定のラ・フォーレ吹屋の客室数増加(2023年度に改修予定)により、2024年度以降、更なる増加を見込み、最終的には、高梁市総合計画の2025年度指標37,500人を達成する計画とした。

(別添) 様式 1

<p>●来訪者満足度 独自の調査ができていない為、2013 年岡山県観光動態調査による「備中松山城」のデータを基準とした。 2021 年度は現状維持、次年度、計画的に人財育成にも取り組み、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。 ※2022 年度には、観光 TSA 収集に関する費用を確保見込みであり、より精緻なデータ取得が可能となる。</p> <p>●リピーター率 2013 年岡山県観光動態調査による「備中松山城」のデータを基準とした。 2021 年度は現状維持、2022 年度の旧吹屋小学校オープン、2023 年度の川の駅（仮称）オープン（予定）、備中松山城のモノレール敷設（計画中）等による増加を見込み、2025 年度には 70%とする目標とした。 ※2022 年度には、観光 TSA 収集に関する費用を確保見込みであり、より精緻なデータ取得が可能となる。</p>
--

(2) その他の目標

指標項目		2018 (H30) 年度	2019 (R 1) 年度	2020 (R 2) 年度	2021 (R 3) 年度	2022 (R 4) 年度	2023 (R 5) 年度
●年間観光客数 (主要施設) (人)	目標	- (-)	- (-)	- (-)	200,000 (-)	400,000 (-)	450,000 (-)
	実績	390,519 ( )	447,091 ( )	209,151 (-)	220,000 (-)	- (-)	- (-)
●観光ガイド 活動実績 (件)	目標	- (-)	- (-)	- (-)	313 (-)	333 (-)	353 (-)
	実績	- (-)	303 (-)	- (-)	320 (-)	- (-)	- (-)
●ロケ支援件数 (件)	目標	- (-)	- (-)	- (-)	33 (-)	35 (-)	37 (-)
	実績	- (-)	31 (-)	- (-)	10 (-)	- (-)	- (-)

※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値

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

<p><b>【検討の経緯】</b> 高梁市と連携して、</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・観光交流人口の拡大</li> <li>・地域での観光振興</li> <li>・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</li> <li>・観光振興の地域経済発展への寄与</li> </ul> <p>に取り組むため、高梁市の策定した 2021～2030 年総合計画の指標を基に 3 つの項目を設定した。</p> <p><b>【設定にあたっての考え方】</b></p> <p>●年間観光客数（主要施設） データは高梁市調査分。 2021 年度は現状維持、その後は国内旅行の回復に加え、2022 年度の旧吹屋小学校オープン、2023 年度の川の駅（仮称）のオープン（予定）により、増加、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。</p> <p>●観光ガイド活動実績 データは高梁市調査分。</p>
---

(別添) 様式 1

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、2025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高梁市、また、将来的にはフィルムコミッションとの連携も視野に、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
2018(H30) 年度	144,699,066 (円)	【市町村からの補助金】22,700,000 【公物管理受託】35,924,032 【収益事業】81,762,240 【会費】2,588,000 【雑収益等】1,724,794 (円)
2019(R1) 年度	153,080,743 (円)	【市町村からの補助金】27,500,000 【公物管理受託】34,123,236 【収益事業】86,381,782 【会費】2,645,000 【雑収益等】2,430,725 (円)
2020(R2) 年度	168,543,772 (円)	【市町村からの補助金】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 ※予算ベース	177,314,000 (円)	【市町村からの補助金】39,214,000 【公物管理受託】54,100,000 【収益事業】77,171,000 【会費】3,354,000 【雑収益等】3,475,000 (円)
2022(R4) 年度	196,878,300 (円)	【市町村からの補助金】37,253,300 【公物管理受託】74,100,000 【収益事業】79,171,000 【会費】3,354,000 【雑収益等】3,000,000 (円)
2023(R5) 年度	197,015,635 (円)	【市町村からの補助金】35,390,635 【公物管理受託】74,100,000 【収益事業】81,171,000 【会費】3,354,000 【雑収益等】3,000,000 (円)

(別添) 様式 1

## (2) 支出

年(年度)	総支出	内訳
2018 (H30) 年度	142,077,099 (円)	【一般管理費】 132,044,227 【観光イベントの開催費】 5,459,384 【情報発信・プロモーション】 1,418,540 ※全て国内 【商品仕入】 3,154,948 (円)
2019 (R1) 年度	159,652,103 (円)	【一般管理費】 141,338,332 【観光イベントの開催費】 10,545,177 【情報発信・プロモーション】 1,174,391 ※全て国内 【商品仕入】 6,594,203 (円)
2020 (R2) 年度	177,235,532 (円)	【一般管理費】 153,212,260 【観光イベントの開催費】 16,914,495 【情報発信・プロモーション】 1,782,420 ※全て国内 【商品仕入】 5,326,357 (円)
2021 (R3) 年度 ※予算ベース	181,768,000 (円)	【一般管理費】 157,597,000 【観光イベントの開催費】 13,902,000 【情報発信・プロモーション】 4,043,000 ※全て国内 【商品仕入】 6,226,000 (円)
2022 (R4) 年度	196,725,000 (円)	【一般管理費】 172,597,000 【観光イベントの開催費】 13,902,000 【情報発信・プロモーション】 4,000,000 ※内際 50:50 【商品仕入】 6,226,000 (円)
2023 (R5) 年度	196,725,000 (円)	【一般管理費】 172,597,000 【観光イベントの開催費】 13,902,000 【情報発信・プロモーション】 4,000,000 ※内際 25:75 【商品仕入】 6,226,000 (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受託、高梁観光交流センター(ATTa)の家賃収入、同センターでの飲食・物販事業等により運営資金の確保に取り組む。また、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、将来的には自治体の助成に頼らない、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、一般社団法人高梁市観光協会を、当該市における地域DMOとして登録を認め、連携して観光行政に取り組みます。

**9. マーケティング・マネジメント対象区域が他の地域連携DMOや地域DMOと重複する場合の役割分担について (※重複しない場合は記載不要)**

※重複しない

**10. 記入担当者連絡先**

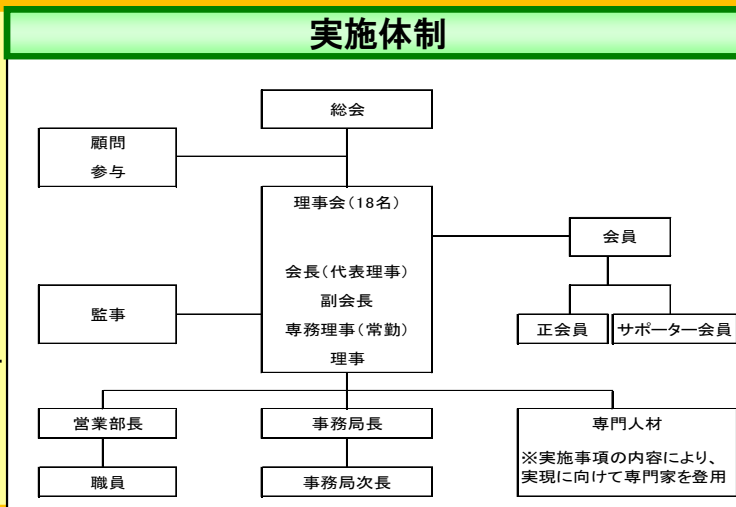
担当者氏名	永田 浩基
担当部署名 (役職)	専務理事
郵便番号	716-0039
所在地	岡山県高梁市旭町 1335-7
電話番号 (直通)	0866-22-2228
FAX番号	0866-22-2227
E-mail	h.nagata@ana-ri.co.jp

**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	野口 和則
担当部署名 (役職)	産業経済部観光課 (課長)
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)	0866-21-0217
FAX番号	なし
E-mail	Kazunori_noguchi@city.takahashi.lg.jp

都道府県・市町村名	
担当者氏名	
担当部署名 (役職)	
郵便番号	
所在地	
電話番号 (直通)	
FAX番号	
E-mail	

【区域】岡山県高梁市  
 【設立日】平成11年7月26日  
 【登録日】  
 【代表者】代表理事 藤岡 孝  
 【マーケティング責任者(CMO)】永田 浩基  
 【財務責任者(CFO)】難波 吉豊  
 【職員数】12人  
 (常勤12人(正職員8人、出向等4人)、非常勤0人)  
 【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、備北タクシー  
 ピオーネ交通、高梁国際ホテル、ラ・フォ・レ吹屋  
 全日本空輸、JR西日本、天満屋トラベル、ANAX  
 ANAあきんど、ANA総合研究所、吉備国際大学



### マーケティング・マネジメントする区域

【主な観光資源】  
 備中松山城  
 頼久寺庭園  
 武家屋敷  
 弥高山公園  
 夫婦岩  
 成羽美術館  
 広兼邸  
 日本遺産吹屋  
 備中神楽  
 ピオーネ  
 備中牛

### 合意形成の仕組み

【該当する登録要件】(該当番号)①②  
 【概要】  
 ①行政、商工会議所、商工会、交通、宿泊、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をメンバーとする委員会等を設置。

### 戦略

【主なターゲット】  
 ・欧米豪の富裕層  
 ・岡山桃太郎空港へ定期直行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(岡山空港からのリムジンバスの運行調整、レンタカー営業所の活用)  
 ・女性やファミリー層が楽しめる観光地の開発、既存観光地の磨き上げ

### KPI(実績・目標)

※()内は訪日外国人旅行者に関する数値

項目		2018 (H30) 年度	2019 (R1) 年度	2020 (R2) 年度	2021 (R3) 年度	2022 (R4) 年度	2023 (R5) 年度
一人当たり旅行消費額(円)	目標	( )	( )	( )	2,500 ( )	2,780 ( )	3,000 ( )
	実績	2,553 ( )	( )	( )	( )	( )	( )
延べ宿泊者数(人)	目標	( )	( )	( )	22,000 ( )	30,000 ( )	34,000 ( )
	実績	35,816 ( )	34,121 ( )	22,015 ( )	( )	( )	( )
来訪者満足度(%)	目標	( )	( )	( )	75.0 ( )	77.0 ( )	78.0 ( )
	実績	75.4 ( )	( )	( )	( )	( )	( )
リピーター率(%)	目標	( )	( )	( )	62.0 ( )	65.0 ( )	67.0 ( )
	実績	62.3 ( )	( )	( )	( )	( )	( )

### 法人のこれまでの活動実績

【情報発信・プロモーション】  
 ・SNSによる情報発信  
 ・日本遺産「ジャパンレッド発祥の地」を2倍増喫するニューノーマル体験プログラム造成事業  
 ・着地型旅行商品造成、販売  
 ・夫婦岩の恋人の聖地登録(R4年度予定)

【観光資源の磨き上げ】  
 ・『ワーケーションリゾート・備中吹屋』の実証事業(R4年度申請予定)

【受入環境の整備】  
 ・観光ボランティアガイド研修開催  
 ・日本遺産吹屋インバウンドモニターツアー実施  
 ・日本遺産講演会開催

### 観光関連事業者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

・関係者を集めたコミュニケーションの場の定期的な設定(戦略や方向性を協議)  
 ・アンケートの実施⇒積極的なフィードバック⇒課題解決に向けた支援実施  
 ・HPやSNSを活用した情報発信、航空会社や旅行会社と連携したプロモーションの実施

### 活動に係る運営費の額及び調達方法の見通し

【主な収入】収益事業(物販等):67百万円、市からの補助金:29百万円、受託事業収入:66百万円(R2年3月期)  
 【総支出】約177百万円(一般管理費153百万円、イベント17百万円、プロモーション2百万円、仕入5百万円)※R2年3月期決算  
 【自律的・継続的な活動に向けた運営資金確保の取組・方針】  
 旅行業、観光コンサルタント、センター運営、指定管理受託、物販等、自治体の助成に頼らない自走できる組織を目指していく。