観光地域づくり法人形成･確立計画

記入日：令和７年７月３１日

１．観光地域づくり法人の組織

申請区分 ※該当するものを〇で囲むこと	広域連携ＤＭＯ･地域連携ＤＭＯ･地域ＤＭＯ	
観光地域づくり法人の名称	（一社）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 18 人（正職員 11 人・出向等 3 人、パート等 4 人）、非常勤 1 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） ※必須	（氏名）近藤　隆則 ・（一社）高梁市観光協会 会長	令和６年６月に（一社）高梁市観光協会の会長にも就任。高梁市長を４期１６年務めた経験と強力なリーダーシップにより各種観光事業、観光振興の推進に尽力している。
組織マネジメント、事業計画、業務執行の責任者	（氏名）相原　英夫 「専従」 ・（一社）高梁市観光協会 専務理事 ・高梁市役所	高梁市職員として観光セクションの係長、課長補佐、課長を歴任してきた。令和６年４月に２度目の観光協会出向、令和６年６月に専務理事に就任し、観光協会の組織強化を図りつつ、ＤＭＯ運営事業を推進している。
データ分析に基づいたマーケティングに関する責任者（ＣＭＯ：チーフ・マーケティング・オフィサー ※必ず記入すること	（氏名）藤原　貴美子 「専従」 ・（一社）高梁市観光協会 ＤＭＯコーディネーター ・カルチュア・コンビニエンス・クラブ株式会社	カルチュア・コンビニエンス・クラブで培った経験、知見により、的確なデータ分析に基づいた戦略的なマーケティングを進めている。 また、テストマーケティングも積極的に行い、データに基づいた売れる商品づくりにも注力している。
情報収集、情報発信、企画立案の責任者	（氏名）笠井　哲次 「専従」 ・（一社）高梁市観光協会 ＤＭＯコーディネーター ・カルチュア・コンビニエンス・クラブ株式会社	カルチュア・コンビニエンス・クラブで培った高い情報収集能力により、今までにない高梁ならではの体験型商品の開発を進めている。また、インターネットを活用した情報発信、物品販売、旅行商品の予約等のデジタルマーケティングの確立・充実にも注力している。

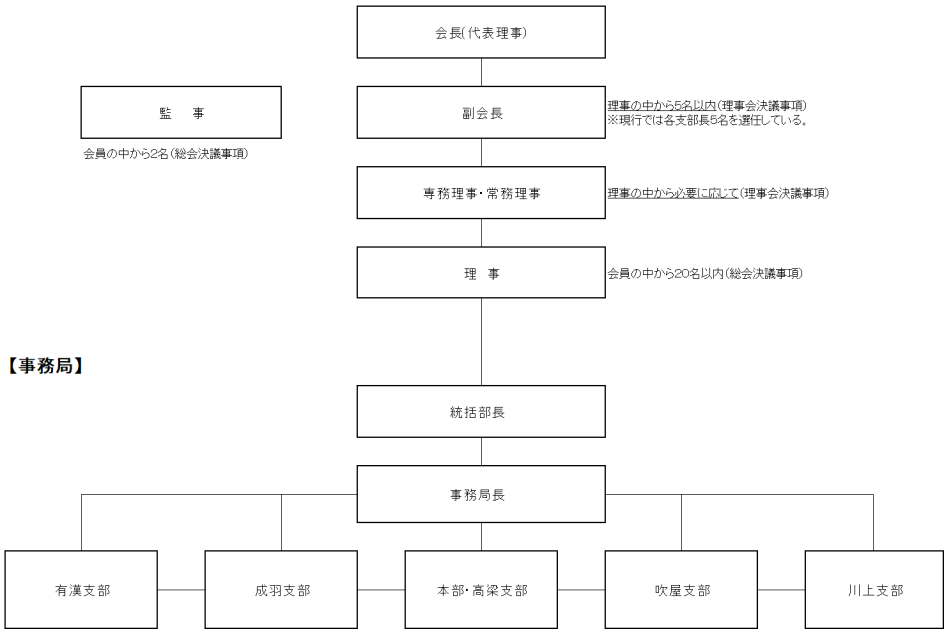
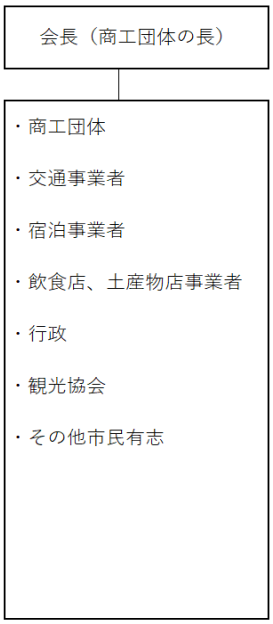
様式１

事務局統括および外部連携の責任者	（氏名）南　賀隆「専従」 ・（一社）高梁市観光協会 事務局長	平成１７年４月に高梁市観光協会に就職、令和２年からは事務局長として事務局の総合的な責任者、関係団体等との調整役を担いつつ、旅行会社等への商談、販路拡大にも注力している。
財務責任者 （ＣＦＯ：チーフ・フィナンシャル・オフィサー） ※必須	（氏名）嶋村　尚子 「専従」 ・（一社）高梁市観光協会 総務係長	平成１４年４月に高梁市観光協会に就職、平成２２年度からは総務係長として経理全般、予算・決算の責任者として組織の財務を総合的に掌握している。
イベント企画・プロモーションの責任者	（氏名）室山　和英 ・（一社）高梁市観光協会 企画・プロモーション係長	令和５年４月に高梁市観光協会吹屋支部に就職、平成７年４月からは企画・プロモーション係長としてイベントの企画・運営、ＳＮＳによる魅力発信などの責任者として観光客誘致や市の知名度向上に努めている。
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（観光施策の立案・決定、観光施設の管理、プロモーション等）	
連携する事業者名及び役割	高梁商工会議所（特産品開発） 備北商工会（特産品開発） 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） 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） ピオーネ交通有限会社（二次交通） トヨタレンタリース株式会社（二次交通） 株式会社高梁国際ホテル（宿泊） 株式会社吹屋（宿泊・飲食） 岡山県飲食業生活衛生同業組合高梁支部（飲食） カルチュア・コンビニエンス・クラブ株式会社（計画策定、企画・戦略） 高梁市成羽美術館（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（農林資産連携） 社会福祉法人Ｐ.Ｐ.Ｐ（農福連携、農業体験、宿泊、飲食） 江草牧場（特産品（備中牛）生産）	
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	【該当する登録要件】 （一社）高梁市観光協会理事会で合意形成を図るとともに、連携する事業者等が参画する会議体（高梁観光みらい会議）を設置し、合意形成を図りつつ、それぞれが発案したプロジェクトの実働部隊として機能させている。	

様式１

<table>
<tr><td>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</td><td>・地域のキーパーソンに対するヒアリングの実施
・「高梁観光みらい会議」への参画呼びかけ
・観光地、観光施設の美化活動へのボランティア参加の呼びかけ、実施
・おもてなしセミナーの定期開催
・観光ガイド会との意見交換会、研修会開催
・イベント・お祭りなどのスタッフ参加促進</td></tr>
<tr><td>法人のこれまでの活動実績</td><td>【活動の概要】
<table><tr><th>事業</th><th>実施概要</th></tr><tr><td>情報発信・プロモーション</td><td>・ホームページ、インスタグラム、X（エックス）等の SNS による情報発信
・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
・岡山県観光連盟・県民局などの HP を活用し、情報提供を行っている
・都市部の旅行商談会に参加
・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）
・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）
・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、デジタルサイネージの設置
・海外の観光プロモーション、イベントに参加</td></tr><tr><td>受入環境の整備</td><td>・案内看板の整備（外国語記載、ＱＲコード設置）
・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</td></tr><tr><td>観光資源の磨き上げ</td><td>・外国人旅行者、旅行会社を招いた FAM ツアーの実施
・元々ある素材やイベントを向き合わたツアー造成
・着地型旅行商品の造成・販売
・新たなお土産物の開発
・空き家、空き施設の活用検討</td></tr></table>
【定量的な評価（令和６年度実績）】
〇年間観光客数　　２７０千人
〇観光消費額　　１，１３４百万円
〇宿泊客数　　２３，３５０人</td></tr>
</table>

様式１

実施体制 ※地域の関係者との連携体制及び地域における合意形成の仕組みが分かる図表等を必ず記入すること（別添可）。	**【実施体制の概要】** ①　（一社）高梁市観光協会 平成１７年設立の一般社団法人で７００人を超える会員を擁する。５つの支部を持ち、各支部からバランスよく１７人の理事を選出している。 ②　高梁観光みらい会議 行政、交通事業者、宿泊業者、飲食業者等で連携体制を構築し、定期的に会議を開催し、合意形成を図っている。 **【実施体制図】** ①　（一社）高梁市観光協会 **【役員】**  ②　高梁観光みらい会議 

様式１

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 万人まで減少した。コロナ後、、令和４年度は 30 万人まで回復したが、その後、令和５年度、令和６年度とむしろ減少傾向という状況である。今後、幅広いプロモーションや環境整備等を進め、着実な回復を目指している。一方で一人当たりの観光消費額については令和６年度実績で大きく伸びており、新たなお土産物や食事メニューの開発等の成果が表れつつある。今後、さらに観光消費額を伸ばし、観光客の回復と合わせて経済効果拡大を図っていく。

【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】

〇城下町散策
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
〇自然を満喫
弥高山公園、磐窟渓、羽山渓、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
〇文化・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
〇日本遺産を学ぶ（「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、備中たかはし松山踊り
秋：吹屋ベンガラ灯り、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

【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	休館中
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	
ヴァンベール	宇治	一棟貸し	小	キャンプサイトあり

【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２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観光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。
・台湾へのプロモーション強化、台中で高梁フェア開催、高雄市立図書館との交流・連携

様式１

３．各種データ等の継続的な収集・分析

収集するデータ	収集の目的	収集方法
旅行消費額	来訪者の消費活動の動向を分析し、消費単価向上に繋げるため	アンケート調査を自主事業として実施
延べ宿泊者数	宿泊者数の推移を把握するため	宿泊施設への聞き取り調査を実施
来訪者満足度	来訪者の満足（不満足）に繋がっている要因を分析し、戦略立案に繋げるため	アンケート調査を自主事業として実施
リピーター率	リピーター顧客の動向を把握し、戦略立案に繋げるため	アンケート調査を自主事業として実施
ＷＥＢサイトのアクセス状況	地域に対する顧客の関心度や施策の効果等を把握するため	グーグル　アナリティクスを活用して実施
住民満足度	観光振興に対する地域住民の理解度を測るため	アンケート調査を自主事業として実施

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、交流人口の拡大を目指す。

（２）地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	**強み（Strengths）** **・自地域で積極的に活用できる強みは何か？** ・雲海の山城で名高い備中松山城 ・日本遺産認定の吹屋 ・神社仏閣、古い町並み等が残る。（映画等のロケ地として人気） ・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 ・ＪＲ伯備線の特急やくもが停車、鉄道マニアに人気あり	**弱み（Weaknesses）** **・自地域で改善を必要とする弱みは何か？** ・飲食・物販・宿泊施設の不足 ・滞在時間が短い、リピート率が低い ・点在する市内観光地を接続する二次交通の不足 ・アクセスの難しさ、駐車場不足（特に備中松山城） ・多言語の対応不足
外部環境	**機会（Opportunity）** **・自地域にとって追い風となる要素は何か？** ・インバウンドの増加（特に台湾高雄市との友好関係） ・新たなお土産物増加中ーコロナの追い風 ・旅行形態の多様化 ・旅行目的・志向の多様化	**脅威（Threat）** **・自地域にとって逆風となる要素は何か？** ・人口減少、少子高齢化進行 ・若者の流出 ・事業承継の難しさ、担い手不足

※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 京阪神を中心とした県外旅行者
○選定の理由 コロナ前に最も観光客が多かった圏域であり、再度観光客を増やすために、先ずこのエリアからの来訪を増やすことを目指す。 ○取組方針 観光商談会でのＰＲ、旅行会社へのプロモーション、イベント出展、ホームページリニューアル等
○第２ターゲット層 台湾を中心とした海外からの旅行者
○選定の理由 海外からの旅行者の獲得は今後の必須課題であるが、先ずは既に増えて来ている台湾からの来訪者を増やし定着させることを目指す。（その後、将来的には欧豪からの高付加価値旅行者の獲得、拡大を目指す。） ○取組方針 タクシー事業者やレンタカー事業者と連携し、岡山空港からのアクセスや市内回遊の利便性を向上させる。合わせて看板等の外国語表記、ＱＲコードによる外国語案内等を充実させる。現地でのＰＲや旅行会社、航空会社との連携も強化していく。
○第３ターゲット層 東京近郊からの県外旅行者
○選定の理由 国内の観光客については第１ターゲット（京阪神）の次のターゲットとして東京近郊、首都圏からの来訪者獲得を目指す。 ○取組方針 夫婦や家族でゆっくり楽しめる観光地ＰＲ。 城好き、猫好き、歴史好き、寅さんファン等、ターゲットを絞った刺さる発信 岡山空港からのアクセス。レンタカープラン等の充実、発信

（４）観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	天空の山城「備中松山城」、ジャパンレッド発祥の地「吹屋ふるさと村」を中心に市民が誇れる観光都市高梁を築いていく。
③ コンセプトの考え方	地域が目指すまちの姿 ・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。 ・外国人観光客の受け入れ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醸成されている。 ⇓ 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。 ⇓

	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 ※頻度が分かるよう記入すること。	・（一社）高梁市観光協会の理事会で事業報告書の説明、協議、意見聴取、合意形成（年間４回開催予定） ・高梁観光みらい会議で説明、協議、意見聴取、合意形成（隔月１回開催予定）
	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ニュケーションの場（高梁観光みらい会議）を定期的に開催し、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	・旅行業者との連携による国内外での誘客に向けた情報発信したプロモーション ・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 ・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

※各取組について、出来る限り具体的に記入すること。

様式１

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		2022（Ｒ４）年度	2023（Ｒ５）年度	2024（Ｒ６）年度	2025（Ｒ７）年度	2026（Ｒ８）年度	2027（Ｒ９）年度
●旅行消費額（百万円）	目標	1,112	1,350	1,650	1,575	2,000	2,000
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	814	782	1,134			
		（ ）	（ ）	（ ）			
●延べ宿泊者数（千人）	目標	30,000	34,000	34,000	34,000	37,500	37,500
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	29,002	24,911	23,350			
		（ ）	（ ）	（ ）			
●来訪者満足度（%）	目標	77	78	78	80	80	80
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	72	83	95			
		（ ）	（ ）	（ ）			
●リピーター率（%）	目標	40	45	48	50	50	50
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	37	43	37.4			
		（ ）	（ ）	（ ）			

※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。観光協会の組織、DMO 認定、高梁観光みらい会議の設置等に伴い 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。
Ｒ６の実績で観光客数はコロナ禍の低迷期から回復に至らず、逆に１人当たりの観光消費額は大きく伸びたことから、それまでの考え方を一部軌道修正し、１人当たりの消費額増大に力点を置いたＫＰＩに変更することにした。現状はＲ８（2026）年に１人当たり消費額 5,000 円への上昇、年間観光客数 400 千人まで回復、観光消費額 200 百万円達成する目標とすることとした。

【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 KPI 指標（観光客数 600 千人、1 人あたりの観光消費額 3,600 円）の達成を目指しており、その数値から全体の観光消費額の目標を設定した。
上記、コロナ禍からの観光客数の回復を目論み、観光客数を増やすことに力点を置いた目標設定であったが、Ｒ６の実績で観光客数は回復に至らず、1 人当たりの消費単価は大きく伸びたことから観光客数の KPI を下方修正、1 人当たりの消費額の KPI を上方修正することとした。旅行消費額についてはＲ８に 1 人当たり消費額 5,000 円×観光客数 40 万人で 200 百万円の達成を目指すこととした。

●延べ宿泊者数
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を目指す。

（２）その他の目標

指標項目		2022（Ｒ４）年度	2023（Ｒ５）年度	2024（Ｒ６）年度	2025（Ｒ７）年度	2026（Ｒ８）年度	2027（Ｒ９）年度
●主要施設の年間観光客数（人）	目標	400,000	450,000	500,000	350,000	400,000	400,000
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	301,849	290,010	270,000			
		（ ）	（ ）	（ ）			
●観光ガイド活動実績（件）	目標	333	353	358	363	363	363
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	262	177	286			
		（ ）	（ ）	（ ）			
●映画等のロケ支援件数（件）	目標	35	37	37	40	40	40
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	28	8	15			
		（ ）	（ ）	（ ）			

※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値
※各指標項目の単位を記入すること。

指標項目及び目標数値の設定にあたっての検討の経緯及び考え方

【検討の経緯】
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。
・R6 の実績からコロナ禍の低迷期から観光客数を一気に回復させることは困難と判断し、先ずは 1 人当たりの消費額増大に力点を置き、観光客数については緩やかな回復を目指すこととした。

【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。
・Ｒ７（2025）年に高梁市総合計画の指標である 600 千人まで回復させるという目標設定であったが、Ｒ６の実績からコロナ禍の低迷期から観光客数を一気に回復させることは困難と判断し、観光客数については緩やかな回復を目指すこととした。１人当たりの消費額増大に力点を置きつつ、年間観光客数はＲ８（2026）年に 400 千人まで回復させることを目標とした。

●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 353 件、2024 年度には 358 件に達する目標とした。
R6 実績は備中松山城、城下町 179 件、吹屋ふるさと村 107 件で合計 286 件と増加に転じたがまだ目標には達していない。

●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）	
2022（Ｒ４）年度	250,173,900（円）	【国県市からの補助金】	79,062,048（円）
		【公物管理受託】	74,337,455（円）
		【収益事業】	85,385,298（円）
		【会費】	3,249,000（円）
		【受取負担金・寄付金】	578,274（円）
		【雑収益等】	2,357,352（円）
2023（Ｒ５）年度	225,957,190（円）	【国県市からの補助金】	51,397,600（円）
		【公物管理受託】	77,546,791（円）
		【収益事業】	85,976,230（円）
		【会費】	3,131,000（円）
		【受取負担金・寄付金】	6,455,467（円）
		【雑収益等】	1,450,102（円）
2024（Ｒ６）年度	203,087,396（円）	【国県市からの補助金】	35,866,590（円）
		【公物管理受託】	78,218,120（円）
		【収益事業】	84,900,241（円）
		【会費】	3,103,450（円）
		【受取負担金・寄付金】	479,392（円）
		【雑収益等】	519,603（円）

様式１

2025（Ｒ７） 年度	208,621,000（円）	【国県市からの補助金】 【公物管理受託】 【収益事業】 【会費】 【受取負担金・寄付金】 【雑収益等】	29,377,000（円） 72,766,000（円） 94,336,000（円） 3,135,000（円） 8,660,000（円） 347,000（円）
2026（Ｒ８） 年度	208,621,000（円）	【国県市からの補助金】 【公物管理受託】 【収益事業】 【会費】 【受取負担金・寄付金】 【雑収益等】	29,377,000（円） 72,766,000（円） 94,336,000（円） 3,135,000（円） 8,660,000（円） 347,000（円）
2027（Ｒ９） 年度	208,621,000（円）	【国県市からの補助金】 【公物管理受託】 【収益事業】 【会費】 【受取負担金・寄付金】 【雑収益等】	29,377,000（円） 72,766,000（円） 94,336,000（円） 3,135,000（円） 8,660,000（円） 347,000（円）

（２）支出

年（年度）	総支出	内訳（具体的に記入すること）	
2022（Ｒ４） 年度	240,850,374（円）	【一般管理費】 【情報発信・プロモーション】 【観光イベントの開催費】	203,269,840（円） 8,601,261（円） 28,979,273（円）
2023（Ｒ５） 年度	228,029,478（円）	【一般管理費】 【情報発信・プロモーション】 【観光イベントの開催費】	178,654,249（円） 6,758,516（円） 42,616,713（円）
2024（Ｒ６） 年度	209,775,970（円）	【一般管理費】 【情報発信・プロモーション】 【観光イベントの開催費】	184,926,168（円） 3,680,435（円） 21,169,367（円）
2025（Ｒ７） 年度	208,621,000（円）	【一般管理費】 【情報発信・プロモーション】 【観光イベントの開催費】	186,618,000（円） 3,339,000（円） 18,664,000（円）
2026（Ｒ８） 年度	208,621,000（円）	【一般管理費】 【情報発信・プロモーション】 【観光イベントの開催費】	186,618,000（円） 3,339,000（円） 18,664,000（円）
2026（Ｒ９） 年度	208,621,000（円）	【一般管理費】 【情報発信・プロモーション】 【観光イベントの開催費】	186,618,000（円） 3,339,000（円） 18,664,000（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

地域全体に「観光を経済効果に繋げる」という機運の醸成を高めるとともに、「高梁地域ＤＭＯ」としてもオリジナル商品の開発と販路拡大、体験型旅行商品の造成・販売、儲かるイベントの開催、現委託事業の契約内容の見直し等、収益性のある事業展開を行い、将来的に運営補助金に依存しない自走でき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「高梁地域ＤＭＯ（一般社団法人高梁市観光協会）」と連携し観光振興に取り組みます。

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	相原　英夫
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	hideo_aihara@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	渡辺　隆弘
担当部署名（役職）	産業経済部　観光課　課長補佐
郵便番号	716-0039
所在地	岡山県高梁市旭町 1335-7

様式１

電話番号（直通）	0866-21-0247
ＦＡＸ番号	
Ｅ－ｍａｉｌ	Takahiro_watanabe@city.takahashi.ig.jp

都道府県･市町村名	岡山県高梁市	

（登録DMO）高梁地域DMO（一般社団法人　高梁市観光協会）

様式２

記入日：　令和7年7月31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】 岡山県　高梁市
【設立時期】 平成11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新設
【代表者】 近藤　隆則
【マーケティング責任者（CMO）】 藤原　貴美子
【財務責任者（CFO）】 嶋村　尚子
【職員数】 19人（常勤18人（正職員11人・出向等3人、パート等4人）、非常勤1人）
【主な収入】 受託事業78百万円、公益事業85百万円、会費・寄付金等4百万円（R6年度決算）
【総支出】 一般管理費185百万円、事業費25百万円（R6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㈱、備北タクシー、㈲ピオーネ交通、トヨタレンタリース㈱、高梁国際ホテル、全日本空輸、日本航空、JR西日本、カルチュア・コンビニエンス・クラブ株式会社

KPI（実績・目標）

※（　）内は外国人に関するもの。

項目		2022（R4）年	2023（R5）年	2024（R6）年	2025（R7）年	2026（R8）年	2027（R9）年
旅行消費額（百万円）	目標	1，112（　）	1，350（　）	1，650（　）	1，575（　）	2，000（　）	2，000（　）
	実績	814（　）	782（　）	1，134（　）	—	—	—
延べ宿泊者数（千人）	目標	30，000（　）	34,000（　）	34,000（　）	34,000（　）	37,500（　）	37,500（　）
	実績	29，002（　）	24,911（　）	23,350（　）	—	—	—
来訪者満足度（%）	目標	77（　）	78（　）	78（　）	80（　）	80（　）	80（　）
	実績	72（　）	83（　）	95（　）	—	—	—
リピーター率（%）	目標	40（　）	45（　）	48（　）	50（　）	50（　）	50（　）
	実績	37（　）	43（　）	37.4（　）	—	—	—

戦略

【主なターゲット】
①京阪神を中心とした県外旅行者
②台湾を中心とした海外からの旅行者
③東京近郊からの県外旅行者
【ターゲットの誘客に向けた取組方針】
・商工会議所、商工会、宿泊事業者、飲食店、お土産物店と連携してまち全体に経済効果を拡大させる。
・バス事業者、タクシー事業者、レンタカー事業者と連携して2次交通を充実させる。
・ハード・ソフト両面の外国語対応
【観光地域づくりのコンセプト】
　天空の山城「備中松山城」、ジャパンレッド発祥の地「吹屋ふるさと村」を中心に市民が誇りを持てる観光都市高梁を築いていく。

具体的な取組

【観光資源の磨き上げ】
・備中松山城と吹屋ふるさと村を軸とした着地型旅行商品の企画・造成販売
・新たなお土産物や食事メニュー、体験型商品の開発
・観光施設や観光資源を活用したイニュー、商品のベントの企画・開催
【受入環境整備】
・関係団体、関係者との連携チームの設立
・観光タクシー、レンタカープランの充実
・インターネット、SNS等によるプロモーション強化と販路拡大
・空き家、空き施設を活用した宿泊施設等の整備
【情報発信・プロモーション】
・インターネット、SNS、メディアを活用したプロモーション