

## 令和5年度事業計画

### [基本方針]

ポストコロナ期の本格的な観光需要回復に向け、本年夏の「アフターDC」を中心に、県や会員団体・企業と連携し、効果的な誘客戦略を展開します。

2024年の「森の芸術祭」、2025年の「大阪・関西万博」等を視野に、DXを活用し、国内外へ向けた旅行商品の造成・販売促進及び積極的な情報発信に取り組みます。

特産品振興では、県産品の消費喚起策を進めつつ、魅力発信と販売促進に努めます。

さらに、県と協働で新たな時代を見据えた観光羅針盤を策定するとともに、連盟法人化50周年記念事業を企画・実施します。

### [重点事項]

#### 1 魅力ある観光商品づくりとプロモーション

新たなニーズを取り入れた高付加価値商品や、魅力ある個人向け商品の開発と磨き上げを行い、DXを活用して国内外へ効果的に発信します。また、商談会や視察招致を通じて商品造成を促進するとともに、助成金を活用し、教育旅行など団体宿泊旅行の誘致に努めます。

#### 2 多様な媒体を活用した国内外への情報発信

デジタルマーケティングを活用し、多様化するニーズに合わせた情報を岡山観光WEBやSNSにより、効率的かつ効果的に発信し、本県への滞在や観光消費を促進します。また、多言語サイトのリニューアル等により、「大阪・関西万博」を見据えたDXの推進と訪日観光客への情報発信を強化します。

#### 3 オンラインショップの活用と観光・物産の連携による特産品販売強化

オンラインショップや店舗での購入者へポイントやクーポンの付与、ふるさと納税返礼品の取扱いにより、県産品の消費喚起に努めます。また、アフターDCや伝統的工芸品全国大会を契機に、岡山観光WEBや大手ECサイトの情報発信力を活用し、県産品の魅力発信と販売促進を強化します。

#### 4 フィルムコミッションとおもてなしの推進

フィルムコミッション活動では、県内の組織と連携し、積極的なロケ誘致と映像を通じた観光誘客に取り組みます。

アフターDCを中心に、おもてなしを積極的に推進し、市町村や観光団体、会員企業等と連携して全県的にホスピタリティの向上に取り組むことにより、観光客の満足度アップとリピーターの増加を目指します。

令和5年度事業総括表

(単位:千円)

令和5年度予算総額 414,916千円 (236,875千円)

| 誘客受入事業 147,593千円 (80,048千円) |   |                     |         |
|-----------------------------|---|---------------------|---------|
| I                           | 1 | 魅力ある観光商品づくりとプロモーション | 38,923  |
|                             | 2 | 教育旅行の誘致             | 12,091  |
|                             | 3 | バス団体宿泊旅行等の促進        | 70,666  |
|                             | 4 | 観光戦略策定に向けた調査・分析     | 4,408   |
|                             | 5 | フィルムコミッション活動        | 15,486  |
|                             | 6 | コンベンションの誘致          | 1,930   |
|                             | 7 | 広域観光の推進             | 1,945   |
| III                         | 1 | ホスピタリティの向上と人材育成     | 1,587   |
|                             | 2 | 観光物産事業功労者等の表彰       | 557     |
| 誘客受入事業費合計                   |   |                     | 147,593 |

| 情報発信事業 65,465千円 (55,053千円) |   |                       |        |
|----------------------------|---|-----------------------|--------|
| II                         | 1 | D Xの推進と多様な媒体を活用した情報発信 | 55,140 |
|                            | 2 | 市町村等との連携PR事業          | 2,910  |
|                            | 3 | 総合的な観光案内業務の実施         | 7,415  |
| 情報発信事業費合計                  |   |                       | 65,465 |

| 物産振興事業 188,867千円 (89,515千円) |   |                |         |
|-----------------------------|---|----------------|---------|
| IV                          | 1 | 晴れの国おかやま館の運営等  | 65,376  |
|                             | 2 | 県との連携による販売強化事業 | 120,277 |
|                             | 3 | 伝統的工芸品振興事業     | 3,214   |
| 物産振興事業費合計                   |   |                | 188,867 |

| 収益事業 1,794千円 (1,808千円) |   |         |       |
|------------------------|---|---------|-------|
| V                      | 1 | 広告収益事業  | 1,191 |
|                        | 2 | 不動産管理事業 | 603   |
| 収益事業費合計                |   |         | 1,794 |

| 法人管理 11,197千円 (10,403千円) |  |        |
|--------------------------|--|--------|
| 法人の管理運営                  |  | 11,197 |

( ) 内は前年度当初予算

## [個別事業]

### I 誘客受入事業

#### 1 魅力ある観光商品づくりとプロモーション

高付加価値化を意識した観光素材の発掘と商品開発を行い、アフターDCを契機に、商品の磨き上げとDXを活用した販売促進に取り組む。また、マーケットの特性に応じたプロモーション活動や商談会を実施する。

##### (1) 高付加価値化商品の開発と磨き上げの推進

県内各地の事業者等と連携し、市場のニーズや専門家のアドバイスをもとに、地域の魅力を活かした付加価値の高い商品の企画造成から販売までトータルで支援する。

##### (2) 新たな個人向け商品プラットフォームの構築 **新規**

DXを活用した新たな販売プラットフォームを導入し、国内・海外に向けて高付加価値商品や体験型商品の販売促進に取り組む。

##### (3) 旅行会社等へのプロモーション

訪問活動や視察招致、商談会を通じて、旅行会社の販売戦略の変化に対応したきめ細かいプロモーションを行い、変化する旅行者のニーズに対応した商品造成を働きかける。

##### (4) イベント等を活用したプロモーション

###### ①岡山弁を活用したプロモーション

県内出身のアーティストやお笑いコンビの活躍等により、岡山弁が全国メディアで発信される機会を捉え、旅行検討時に岡山のイメージ想起を狙って、岡山弁を活用した誘客事業を引き続き実施する。

###### ②イベント等への出展

DC推進協と連携し、県内外で行われる観光イベント等へ参加し、プロモーション活動を行う。

#### 2 教育旅行の誘致

市町村・観光協会・民間事業者等で組織する「岡山県教育旅行誘致推進協議会」を通じて、旅行会社とも連携し、県内のコンテンツを活かした学習素材の開発、磨き上げを進める。

### (1) 学習プログラムの作成及び磨き上げ

教育指導要領に沿って、事前・事後の学習を含めたテーマ性のある学習プログラムを作成し、旅行商品として大手旅行会社のネットワークを活用し販売促進を行う。

### (2) 訪問活動と新規開拓

本県への教育旅行実績がある首都圏、中京、京阪神エリアを中心に誘致活動を続けるとともに、データ分析により新たなターゲットの掘り起こしに努める。

### (3) 台湾からの教育旅行誘致

日本政府観光局（JNTO）と連携し、説明会への参加や視察招致に取り組む。また、現地からのニーズが高い学校交流に対応可能な県内の高校の拡充に努める。

## 3 バス団体宿泊旅行等の促進

県からの助成金を活用して、県内外の旅行会社に働きかけ、観光バスによる団体旅行の需要喚起を図り、県内での宿泊と観光施設等での消費に結び付ける。

## 4 県の新たな観光戦略策定への協力

地域の課題や意識調査等のデータ分析結果をもとに、専門家のアドバイスを踏まえ、県と協働で、ポストコロナ期の新たな時代を見据えた羅針盤となる観光戦略策定を行う。

## 5 フィルムコミッション活動

県内ロケのワンストップ窓口の役割を担う「岡山県フィルムコミッション協議会」の事務局として、映像制作会社等に対し、積極的な誘致と支援を行う。また、市町村のフィルムコミッション組織と連携し、受入体制の強化、支援作品を活用した観光誘客を図る。

### (1) ロケの誘致活動

#### ①映像制作会社へのプロモーション

- ・ジャパンフィルムコミッション主催「全国ロケ地フェア」への出展
- ・ロケツーリズム協議会との連携による情報発信
- ・在京制作会社等へのPR活動 など

## ②ロケ支援と助成

- ・ロケハンへの地元調整や同行案内及び経費の一部を助成
- ・撮影スタッフの交通費や宿泊費の一部を助成
- ・ロケ期間の雨天時に一定額を助成（どーしたんだ！晴れの国ロケ助成金）
- ・ロケ時の地元受入組織の炊出しに対する支援 など

## （２）支援作品を活用した誘客促進の強化

ロケ支援を行った映画等を、ロケ地マップや「岡山観光WEB」の特集ページを通じてPRし、ロケツーリズムを促す。また、地元情報誌等の媒体を通じてファンづくりに努める。

<令和5年度の主な公開予定作品>

- ・NHK-B S「犬神家の一族」（4月）
- ・映画「推しが武道館へ行ってくれたら死ぬ」（5月）
- ・映画「ミステリと言う勿れ」（時期未定）

## （３）地域フィルムコミッションとの連携

### ①岡山県フィルムコミッション協議会の運営

岡山県フィルムコミッション協議会がワンストップ相談窓口となり、地域フィルムコミッション・市町村等との連携により、県内のフィルムコミッション事業の活性化を図る。

### ②研修会の開催等

県内フィルムコミッション等のスキルアップを図るため、ロケ誘致やロケ支援に関する研修会を開催する。

## 6 コンベンションの誘致

岡山市・倉敷市と連携し、「国際MICEエキスポ」に出展するほか、コンベンションの誘致に必要な施設情報や県内観光情報の提供等を行う。

## 7 広域観光の推進

中国地域などの広域エリアを対象に、自治体や観光団体等と連携した、県境を越えた広域観光を促進する。

### （１）鳥取県との共同事業

岡山・鳥取両県及び鳥取県観光連盟と共同で、首都圏でのPR活動などを通じて両県への誘客を図る。

## (2) 広域観光推進組織との連携

- ・日本観光振興協会（本部・中国支部）
- ・せとうち観光推進機構（せとうちDMO）
- ・DISCOVER WEST 連携協議会
- ・中国地域観光推進協議会

## II 情報発信事業

### 1 DXの推進と多様な媒体を活用した情報発信

ポストコロナ期の観光需要を回復させるため、デジタルマーケティングを活用し、多様化するニーズに合わせた情報を「岡山観光WEB」をはじめ、多言語観光サイトやSNSで発信する。

#### (1) インターネットを活用した情報発信（国内）

##### ①岡山観光WEBによる情報発信

- ・アフターDC特設サイトでの企画紹介・誘導（6月～）
- ・晴れの国おかやま館オンラインショップとの連携強化
- ・ニュースアプリ「Smart News」、おでかけ旅行アプリ「aumo（アウモ）」との連携
- ・観光AIコンシェルジュによるモデルコース作成と最適ルート提案
- ・宿泊プランや体験・アクティビティの紹介とオンライン予約機能
- ・季節情報（開花、紅葉情報等）や旬の特集ページ
- ・地元ライターによる岡山の魅力紹介記事「おか旅」
- ・県民がおすすめる観光スポットやグルメの紹介記事
- ・専門家によるアクセス分析と情報戦略策定 等

##### ②SNSによる情報発信

フェイスブック、ツイッター、インスタグラムなどSNSの特性に合わせた情報を投稿し、本県への関心と来訪意欲が高いユーザーへ効果的にアプローチする。

##### ③情報発信セミナーの開催

連盟会員をはじめ、観光振興に携わる方を対象に、WEBやSNS、動画等を活用した効果的な情報発信や集客方法について学ぶセミナーを開催しスキルアップに努める。

## (2) インターネットを活用した情報発信（海外）

### ①多言語観光サイト（7言語）による情報発信

国や地域の特性・ニーズに応じた観光情報を、英語、韓国語、中国語（簡体、繁体）、タイ語、フランス語、ドイツ語により発信する。

### ②多言語観光サイトのリニューアルとDXの推進【県委託事業】 **新規**

訪日観光客に人気の大手 WEB メディアと連携し、多言語サイトのリニューアルを行い、海外からのアクセス数の増大を図る。

さらに、新たに導入する旅行商品販売プラットフォームとの連携により販売チャネルの拡大を目指す。

### ③SNSによる情報発信【県委託事業】

県の海外PRデスクとも連携し、SNSを活用して、話題性のある観光スポットや、旅行者の関心が高い体験・グルメ等の情報を、英語、韓国語、中国語簡体字、中国語繁体字（台湾、香港）、タイ語、フランス語で発信する。

### ④在住外国人による情報発信

多言語観光サイトの記事作成を、県内在住の外国人に依頼し、外国人観光客目線で岡山の魅力を発信し誘客を図る。

## (3) メディア等を活用した情報発信

### ①首都圏等のメディアへの取材協力

首都圏等のテレビや雑誌などに対して、情報提供及びロケ・取材に関する地元調整等を行う。

### ②地元メディアとの連携

岡山シティFM（レディオモモ）と連携し、県内各地域から直接情報を発信することにより、県内の観光を促進する。

## (4) おかやま観光特使を通じたPR

岡山県ゆかりの方に観光特使を委嘱し、名刺の交付やメルマガでの定期的な観光情報提供により、各自の活動のほか、SNSやロコミでの情報発信を通じて、岡山のPRを図る。

## 2 市町村等との連携PR事業

### (1) 岡山観光WEBでのタイアップ

市町村・観光協会等とタイアップし、「岡山観光 WEB」で特集ページやモデルコース等を作成し、連携して地域の魅力を発信する。

## (2) 観光コルトンの活用

本県の玄関口である J R 岡山駅前の地下道壁面に設置した電照パネル（観光コルトン）22面に、市町村等と共同で美しい景観や観光スポット等の写真や県内ロケ作品の上映情報を掲出し、県内各地の P R を行う。

## 3 総合的な観光案内業務の実施

電話やメール等での問い合わせ対応のほか、県内各地の観光パンフレットの収集・送付など観光情報の発信を行う。

また、おかやま観光コンベンション協会が運営する J R 岡山駅新幹線改札横の「岡山市ももたろう観光センター」と連携し、広域的な観光案内の充実を図る。

## Ⅲ おもてなしの推進

市町村や観光関係団体・事業者等と連携し、県民を巻き込み、「オール岡山」でのおもてなしを推進し、観光客の満足度向上とリピーターの増加を目指す。

### 1 ホスピタリティの向上と人材育成

#### (1) おもてなしの実践と研修会の開催

おもてなしを実践する岡山観光サポーター（愛称「晴れシェルジュ」）の活動を支援するとともに、接客に携わる方を対象に、専門講師によるホスピタリティ研修を実施し、成績優秀者を「岡山おもてなしエキスパート」として認定する。

#### (2) 観光ボランティアガイドの活性化

市町村や観光ボランティアガイド団体と連携し、連絡会議や研修会を開催することにより、観光客満足度の高いガイドの育成と活性化を図る。

#### (3) 市町村等との連携強化

市町村・観光協会等との連絡会議やオンライン会議を通じて、定期的な情報交換を行いながら団体間の事業調整や連携促進を図る。

### 2 観光物産事業功労者等の表彰

本県の観光及び物産振興に寄与し功労のあった方々や団体を定時会員総会で表彰する。また、直近の表彰者の中から功績が顕著と認められる者を日本観光振興協会中国支部長表彰へ推薦する。



## IV 物産振興事業

オンラインショップや県の販売促進事業を活用し、県産品の消費喚起を図る。さらに、観光誘客事業と連携しながら、特産品や伝統的工芸品のPRを行い、販売事業を積極的に推進する。

### 1 晴れの国おかやま館の運営等

#### (1) オンラインショップによる販売強化

「晴れの国おかやま館 オンラインショップ」を活用し、県産品の魅力やストーリーを発信しながら、「岡山観光 WEB」との連携による新規顧客開拓や、クーポン発行、QRコード決済等の利便性向上により販売促進を図る。

#### (2) 店舗運営と魅力度アップ

年間を通じて、県産品のPR及び展示販売を行うとともに、マーケティング分析により、店舗・商品の魅力度向上を図る。また、店舗リニューアルに向け、中長期的な改善策を検討する。

#### (3) ふるさと納税返礼品事業の取扱い

岡山県及び市町のふるさと納税返礼品取扱いを引き続き行うとともに、新たな自治体へ働きかけ、事業の拡張に取り組む。

##### 【令和4年度実績】

岡山県、岡山市、倉敷市、笠岡市、玉野市、瀬戸内市、浅口市、里庄町

#### (4) 物産展・イベント等への出展対応

県外の百貨店等で開催される県産品の展示販売会や県内イベント等への出展、出展業者の斡旋等を通じて県産品の振興及び観光誘客を図る。

### 2 県との連携による販売強化事業【県委託事業】

#### (1) オンラインショップでのポイント還元

一定額以上の購入客への電子ポイントを付与に加え、送料を無料とするキャンペーンを実施し、オンラインショップ会員のリピートと県産品の販売促進を図る。

#### (2) アフターDCや全国大会と連携した販売強化事業

アフターDCや伝統的工芸品全国大会の開催を契機に、「晴れの国おかやま館」で購入額に応じたクーポン券を発行し、観光客等による県産品購入の需要喚起を図る。

(3) WEB物産展の開催 **新規**

大手ECモール内に、晴れの国おかやま館のショップを開設するとともに、WEB物産展を開催し、県内小規模事業者による新規出品と販路開拓を支援し、県産品の需要喚起を図る。

3 伝統的工芸品振興事業【県委託事業】

(1) 伝統的工芸品全国大会でのPR

全国の伝統的工芸品が一堂に集まる全国大会「伝統的工芸品月間国民会議全国大会」の開催を契機に本県の伝統的工芸品や特産品の魅力を発信する。

(2) 伝統工芸品イベントの開催

国及び県指定伝統的工芸品の普及啓発及び販路開拓を図るため、店舗及びオンラインショップにおいて、展示販売やPRを行う。

【岡山県伝統的工芸品】

勝山竹細工、備前焼（以上国指定）

手織作州緋、津山箔合紙、倉敷はりこ、撫川うちわ、備中和紙、高田硯、がま細工、鳥城紬、虫明焼、津山ねり天神、郷原漆器（以上県指定）

(3) 岡山駅の展示コーナーの運営

JR岡山駅新幹線構内コンコースにおいて作品や製造工程などを展示し、本県の伝統的工芸品の魅力を県内外の多くの人に伝える。

V 収益事業等

1 広告収益事業

(1) 岡山観光WEBへのバナー掲出

「岡山観光WEB」へのバナー広告を会員から募集し掲出することでサイト運営の安定化を図る。

(収入見込 2,662千円)

(2) 観光コルトンへの広告掲出

市町村との共同PRの場である岡山駅前地下道の電照パネル（観光コルトン）22面について、企業広告を掲出し運営の安定化を図る。

(収入見込 1,100千円)

### (3) 観光支援自動販売機の活用

コカ・コーラボトラーズジャパン（株）と連携して設置している観光支援自動販売機の売上の一部を寄付金として事業に充当する。また、新たな設置候補地について情報収集を行う。

(設置場所) J R 岡山駅前、岡山後楽園、吉備路風土記の丘駐車場など計  
13ヶ所 (収入見込 2,100千円)

## 2 不動産管理事業

(一社) 岡山県産業貿易振興協会から引継いだ所有土地2筆の賃貸事業を行う。

・岡山市北区田町一丁目3-122 宅地 197.37㎡

・岡山市北区田町一丁目3-102 宅地 78.49㎡

(収入見込 4,080千円)

## VI 連盟法人化50周年記念事業 **新規**

本年6月に法人化50周年を迎えることを記念し、各種事業を展開する。

- ・岡山ファンを増やすためのブランディング企画
- ・岡山弁を活用した商品開発と戦略的プロモーション
- ・記念講演会（定時会員総会時）
- ・50周年記念 Web ページの制作などを予定

### 【参考】今後予定されている主要イベント等

|       |        |                       |
|-------|--------|-----------------------|
| 2023年 | 4月     | G7 倉敷労働雇用大臣会合         |
|       | 5月     | G7 広島サミット             |
|       | 7月～9月  | 岡山DC アフターDC           |
|       | 10月    | 第33回北前船寄港地フォーラム in 岡山 |
| 2024年 | 3月     | 瀬戸内海国立公園90周年          |
|       | 春      | 第74回全国植樹祭岡山2024       |
|       | 秋      | 森の芸術祭 晴れの国・岡山         |
| 2025年 | 4月～10月 | 大阪・関西万博               |
|       | 春～秋    | 瀬戸内国際芸術祭2025          |