

令和 7 年度事業計画

公益社団法人岡山県観光連盟

基本方針

本年開催される「大阪・関西万博」や「瀬戸内国際芸術祭」を国内外からの観光誘客の好機と捉え、市町村や観光団体・会員企業等と連携し、データに基づく戦略的かつ効果的な誘客事業を展開します。加えて、夏から秋に展開する観光キャンペーンでは、地域特性を活かした持続可能かつ高付加価値商品の販売促進とプロモーションに注力します。

また、県公式観光サイト「岡山観光WEB」のリニューアルを行い、デジタルマーケティングやAIを活用し、多言語観光サイトやSNSと併せて情報発信を強化します。

さらに、特産品振興では、観光分野と連携した魅力発信、購買データを活用した県産品の需要喚起と販売促進に努めます。

法人運営では、観光地域づくりを行う組織としてのあり方を明確にし、実効性の高い組織運営と体制強化に取り組みます。

公益社団法人岡山県観光連盟

〔重点事項〕

1 魅力ある観光商品づくりとプロモーション

本県の特性を活かした魅力ある高付加価値商品の磨き上げを行い、D Xを活用し国内外へ効果的に発信します。また、データ分析を基にした訪問活動や商談会を通じて商品造成、販売を促進するとともに、助成金を活用し、教育旅行や団体宿泊旅行、訪日個人旅行の誘致に努めます。

2 デジタルマーケティングを活用した国内外への情報発信

岡山観光WEBのリニューアルを行い、デジタルマーケティングやA Iを活用してユーザーが求める情報をSNSと併せて効果的に発信し、本県への滞在や観光消費を促進します。また、多言語サイトでは、海外向け情報発信の強化と訪日客向け観光商品の販売促進に取り組みます。

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ふるさと納税返礼品の取扱いにより、県産品の魅力発信と需要喚起に努めます。また、最近のトレンドやニーズに応じた商品開拓と店舗の魅力アップを進めながら、観光分野と連携した県産品の魅力発信とデータを基にした販売強化策を実施します。

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、積極的なロケ誘致を行うとともに、支援作品を活用した観光誘客に注力します。また、ホスピタリティやガイドスキル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。

公益社団法人岡山県観光連盟

令和7年度の大規模イベントスケジュール

4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
大阪・関西万博2025											
4/13~10/13											
瀬戸内国際芸術祭（春・夏・秋）											
[春]4/18~5/25		[夏]8/1~8/31			[秋]10/3~11/9						
岡山芸術交流2025											
9/26~11/24											
おかやまハレいろキャンペーン2025											
7/19~10/31											

公益社団法人岡山県観光連盟

令和7年度事業総括表

(単位:千円)

令和7年度予算総額 297,394千円 (273,365千円)

誘客受入事業 97,560千円 (131,568千円)		
I	1 魅力ある観光商品づくりとプロモーション	29,582
	2 教育旅行の誘致	11,762
	3 インセンティブ活用による宿泊旅行促進	33,322
	4 フィルムコミッション活動	18,096
	5 コンベンションの誘致と広域観光の推進	3,612
III	1 ホスピタリティの向上と人材育成	702
	2 観光物産事業功労者等の表彰	484
誘客受入事業費合計		97,560

情報発信事業 82,312千円 (51,220千円)		
II	1 デジタルマーケティングを活用した情報発信	73,093
	2 データプラットフォームの運用と活用	
	3 多様な媒体・パートナーと連携した観光PR	2,535
	4 総合的な観光案内業務の実施	6,684
情報発信事業費合計		82,312

物産振興事業 104,818千円 (77,028千円)		
IV	1 晴れの国おかやま館の運営	101,265
	2 オンラインショップによる販売強化	
	3 ふるさと納税返礼品事業の取扱い	
	4 伝統的工芸品振興事業	3,553
物産振興事業費合計		104,818

収益事業 1,547千円 (1,899千円)		
V	1 広告収益事業	995
	2 不動産管理事業	552
収益事業費合計		1,547

法人管理 11,157千円 (11,650千円)	
法人の管理運営	11,157

() 内は前年度当初予算

I 誘客受入事業

I-1 魅力ある観光商品づくりとプロモーション

(1) 高付加価値商品の開発と販売促進

事業の目的

地域の魅力を活かした付加価値の高い商品の開発及び個人向け商品プラットフォームを活用した観光DXと販売促進に取り組み、本県への観光誘客へ繋げる。

実施内容

①高付加価値商品の開発支援

専門家派遣により地域事業者の取組み（開発・磨き上げ、販売促進）を支援

②観光商品販売プラットフォームを活用した販売促進

- ・「大阪・関西万博観光ポータルサイト」（販売サイト）への掲載
- ・OTAやTXJシステムを活用した国内外への販売
- ・販売データを活用したマーケティング
- ・地域デジタル共通券を活用した周遊促進とデータ分析

目標（KPI）

- ・高付加価値商品開発・磨き上げ：10件
- ・開発支援した高付加価値商品の販売件数：500件

期待される効果

- ・地域と連携した商品の高付加価値化による県内観光地のブランディング、持続性の向上
- ・国内外に向けた県内事業者の販売チャンネルの多角化

(2) 旅行会社へのプロモーション

事業の目的

主に募集型団体旅行を主催する旅行会社への訪問活動や商談会の開催を通じて、旅行会社の販売戦略の変化に対応したプロモーションを行い、観光キャンペーン商品やニーズに応じた商品造成・販売を働きかける。

実施内容

- ①商談会の開催
 - ・県が主催する観光プロモーションの開催に合わせ、県内の観光関係者と旅行会社の企画造成担当者とのマッチングを図る商談会を開催
- ②旅行会社への訪問活動、商品造成のための視察誘致
 - ・県内への送客実績や助成事業データ等を踏まえ、有望な地域及び旅行会社を中心に訪問活動を実施
 - ・旅行会社の希望に沿った県内視察のコーディネート及び支援
- ③イベント等を活用したプロモーション

目標（KPI）

主要都市での商談会開催
：2回

期待される効果

- ・地域と旅行会社とのマッチングによる、旅行商品造成の促進
- ・ツアー受け入れによる観光ビジネス（宿泊、交通、体験、飲食等）の収益向上

公益社団法人岡山県観光連盟

I-2 教育旅行の誘致

事業の目的

学習指導要領に沿った新たな教育旅行プログラムの提供により、本県への継続的な来訪と新規開拓を促進する。また台湾からの教育旅行誘致と受入体制支援により国際交流の機会を創出する。

実施内容

- ①学習プログラムの開発・商品化・販売促進
地域と連携した課題解決や探求学習をテーマとした学習プログラムの開発及び旅行会社への販売促進
- ②訪問活動と新規開拓
過去の教育旅行入込調査やバス宿泊旅行助成等のデータ分析を基にした訪問活動と新規開拓、旅行会社若手社員の視察受入強化による学習プログラムのPR
- ③台湾からの教育旅行誘致
JNTOと連携した誘致、交流可能な県内の学校の受入支援

目標（KPI）

- ・教育旅行宿泊人数目標
R8年度：80,000名
(参考)
R5年度：約72,000名
R4年度：約77,000名
- ・視察受入数：5名以上
- ・台湾受入支援校数：3校

期待される効果

ニーズに合った学習プログラムや体験学習の提供、台湾からの教育旅行誘致による新規来校数の増加及び観光消費額の増大

公益社団法人岡山県観光連盟

I-3 インセンティブ活用による宿泊旅行促進

事業の目的	
県からの助成金を活用し、観光バスによる団体宿泊旅行の需要喚起を図る。また、訪日外国人向けのレンタカー割引キャンペーンにより、県内での宿泊と広域周遊に結び付ける。	
実施内容	目標（KPI）
①バス団体宿泊助成（教育旅行を含む）の促進 ・県内外の旅行会社への働きかけ ・併用可能な市町村の助成事業と併せたプロモーション ②訪日個人旅行者へのレンタカー周遊促進 ・SNSの活用等による万博や瀬戸芸への来訪者向けPR ・航空会社や現地PRデスクを通じた新規市場開拓 ・市町村等と連携した多チャンネルでのプロモーション	・バス台数：600台以上 （R6年度実績 553台） ・レンタカー台数：1,000台以上 （R6年度実績 855台）
期待される効果	
岡山県内での宿泊施設及び貸切バス、レンタカー、観光・体験施設での消費額アップ	

公益社団法人岡山県観光連盟

I-4 フィルムコミッション活動

事業の目的	
映像作品のロケ誘致と支援を通じて地域の魅力を発信し、観光誘客を促進する。また、県内組織と連携を強化し、支援体制の整備や受入環境の充実を図る。	
実施内容	目標（KPI）
①ロケの誘致活動 ・映像制作会社へのプロモーション活動 ・助成制度を活用したロケハン及びロケの支援 ②支援作品を活用した誘客促進の強化 ・岡山観光WEBにおける特集コンテンツの公開 ・作品公開に合わせたロケ地マップの作成、イベント開催等 ③地域フィルムコミッションとの連携 ・岡山県フィルムコミッション協議会の運営、研修会の開催等 ・新規ロケーションの開拓等	・ロケ助成金のフル活用 （予算600万円） ・新規ロケーション開拓数：30件追加
期待される効果	
・ロケ撮影による宿泊・飲食・交通などの地域経済への貢献 ・本県の認知度向上と映像作品のファンや観光客の訪問促進	

公益社団法人岡山県観光連盟

I - 5 コンベンションの誘致と広域観光の推進

(1) 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。

(2) 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、県境を越えた広域観光を促進する。

①近隣県との連携

- ・中国5県の観光連盟が連携し、グルメを活用した周遊促進策を行う。
- ・鳥取県と共同で、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・中国事務局）、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

Ⅱ－１ デジタルマーケティングを活用した情報発信

（１）岡山観光WEBのリニューアル 【新規】

事業の目的	
岡山観光WEBのリニューアルにより、利便性向上、発信力強化、情報の量・質の向上、ユーザビリティの向上を図り、より有益な情報を提供する。	
実施内容	目標（KPI）
①岡山観光WEBのリニューアル ・コンテンツ管理システム（CMS）の機能向上 ・ユーザーの操作性（インターフェース・エクスペリエンス）の向上 ・コンテンツの整理・アップデート・新規作成 ・AI技術の活用（AIチャットボット、旅診断ツール等） ②市町村観光サイトとの連携強化 ・岡山観光WEB内に市町村観光サイトを新規構築可能な仕組みを導入しデータベースを一元化 ・市町村と連携したデジタルマーケティングの推進	サイト滞在時間・回遊率の向上 ・エンゲージメント時間 62秒（R6年度59秒） ・エンゲージメント率 77%（R6年度74%） ・連携市町村サイト数：2
期待される効果	
・情報へのアクセスの迅速化、サイト訪問者の満足度向上 ・市町村との連携強化による業務の効率化、集客力の向上	

公益社団法人岡山県観光連盟

（２）国内向け情報発信

事業の目的	
デジタルマーケティングを活用し、岡山観光WEBやSNSでの情報発信を強化することで、多様化するニーズに対応し、観光誘客を促進する。	
実施内容	目標（KPI）
①岡山観光WEBの運営 ・観光情報、旬の情報、地元ライター記事等の発信 ・観光キャンペーンサイトとの連携、瀬戸内国際芸術祭の情報発信 ・体験・アクティビティ紹介及びオンライン予約機能の提供 ・外部メディアとの連携（Yahoo!タイムライン、Smart News） ・アクセス分析に基づく情報戦略策定 ②SNSを活用した情報発信 ③情報発信に関わる人材育成と支援	・年間PV・ユーザー数 前年比108% 2,680万PV・988万人 ・フォロワー数 Facebook：27,800人 Instagram：23,000人 X：21,000人
期待される効果	
・旅行意欲の喚起、訪問先選定の後押し、地域での観光消費の拡大 ・デジタル活用スキルの向上と持続的な集客力強化	

公益社団法人岡山県観光連盟

(3) 海外向け情報発信

事業の目的	
多言語サイトやSNSを活用した情報発信及び、広域連携による効果的な情報発信を行うことで、海外市場での認知度向上とインバウンド観光客の誘致を促進する。	
実施内容	目標（KPI）
①多言語サイトの運営（6言語） ・人気訪日観光メディア「MATCHA」と連携した情報発信 ・大阪・関西万博からのアクセスや瀬戸内国際芸術祭情報の発信 ②SNSを活用した情報発信【県委託事業】 ・県の海外デスクと連携し、話題性や関心が高い情報の発信 ③広域連携 ・近隣県との連携による観光ルートの作成・発信	・年間PV・ユーザー数 各言語：前年比110% ・フォロワー数（英語） Facebook：23,000人 ・連携地域数：4県 （広島、兵庫、香川、愛媛）
期待される効果	
・海外市場での本県観光地の認知度向上、インバウンド観光客の誘致促進 ・周遊観光の促進や滞在時間の延長	

公益社団法人岡山県観光連盟

II-2 データプラットフォームの運用と活用

事業の目的	
「観光羅針盤」で、連盟の役割とされている観光データプラットフォームを構築・運用し、県/地域レベルでの企画・戦略立案、事業見直しに役立てる。	
実施内容	目標（KPI）
①観光DMPの運用と共有 - 国・県の動態調査や人流データ、各種事業の実績データ等の分析・可視化及び県、市町村、観光関係者との共有 ②データ活用人材の育成 ・DMPを観光マーケティングに活用できる内部人材の育成 ・会員団体・観光関係者向けの研修会や勉強会の実施	・DMPのデータ更新 月1回以上 ・研修会・勉強会の開催 年2回以上
期待される効果	
客観的なデータ分析により、広域・各地域において、観光マーケティングの視点を活用した企画・戦略の立案、事業見直し	

公益社団法人岡山県観光連盟

Ⅱ－３ 多様な媒体・パートナーと連携した観光ＰＲ

（１）市町村等との連携ＰＲ事業

①岡山観光WEBでのタイアップ

市町村や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

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を掲出し、県内各地のＰＲを行う。

（２）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。

公益社団法人岡山県観光連盟

（３）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や口コミでの情報発信を通じて、岡山のＰＲを図る。

（４）総合的な観光案内常務の実施

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。

公益社団法人岡山県観光連盟

III おもてなしの推進

III-1 ホスピタリティの向上と人材育成

事業の目的

観光関係者や県民のホスピタリティ向上と、研修会を通じたガイド人材育成に取り組み、観光客の満足度アップとリピーターの増加を目指す。

実施内容

- ①おもてなしの実践と研修会の開催
 - ・観光キャンペーンと連動した岡山観光サポーター(通称「晴れシェルジュ」)の活動支援
 - ・交流会や研修会の開催によるホスピタリティの向上
- ②観光ガイドの活性化と人材育成
 - ・県内ガイド団体の活動支援と研修会の開催
 - ・需要増が見込まれるインバウンドガイド人材の掘り起こしと育成

目標 (K P I)

- ・交流会参加：50名
- ・研修会参加：200名
- ・新規ガイド掘り起こし：10名

期待される効果

- ・本県を訪れる観光客の満足度アップ、リピーターの増加
- ・インバウンド観光客の滞在時間と消費額アップ

Ⅲ－２ 観光物産事業功労者等の表彰

事業の目的	
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表彰し功績を称える。また「岡山観光WEB」でその活動を紹介し観光誘客や特産品の販売に結び付ける。	
実施内容	目標（KPI）
①定時会員総会での表彰 ②岡山観光WEBの特集ページで功績や活動内容を紹介 ③日本観光振興協会の会長表彰や地域観光振興事業功労者表彰へ推薦（受賞者の中から功績が顕著な方）	観光物産事業表彰者:20名
期待される効果	
受賞者のモチベーションアップによる地域活性化 事例の横展開による他地域への波及効果、活動紹介による観光誘客や特産品の販売促進	

公益社団法人岡山県観光連盟

Ⅳ 物産振興事業

公益社団法人岡山県観光連盟

IV－1 晴れの国おかやま館の運営

事業の目的	
地元客や観光客に対し、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。	
実施内容	目標（KPI）
①店舗での県産品の展示販売 イベント実施、展示レイアウト見直し等で魅力アップを図る。 ②伝統的工芸品の魅力発信 県の委託事業を活用し、生産者と連携して、魅力を発信する。 ③新POSシステムの活用 販売データに基づくマーケティング強化、レジの効率化による顧客サービス向上を図る。	・売上金額（店舗・掛売） ：55,000千円 （R6年度比105%） ・客数（店舗・掛売） ：16,000人 （R6年度比105%）
期待される効果	
・県産品の販売拡大、生産者の所得向上、地域経済の活性化、伝産品の事業承継への貢献 ・観光客の利便性、満足度アップ	

公益社団法人岡山県観光連盟

IV－2 オンラインショップによる販売強化

事業の目的	
「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、登録会員とコミュニケーションをとることで販売促進を図る。	
実施内容	目標（KPI）
①産地直送及び店舗「晴れの国おかやま館」取扱商品の販売 ・旬のフルーツやご当地グルメ関連商品 ・夏の味（5～9月）、冬の味（11～12月）産直商品の販売強化 ②会員等とのコミュニケーションによる販促 メルマガやクーポンを活用した情報提供・需要喚起 ③岡山観光WEBとの連携 SNS等の活用による観光情報とリンクした情報発信	・売上金額：43,000千円 （R6年度比60%） ・登録会員数：12,220人 （R7年2月末11,720人）
期待される効果	
・特産品ブランドの認知度アップ、販路拡大 ・マーケティングデータの収集及び活用、観光需要との相乗効果	

公益社団法人岡山県観光連盟

IV-3 ふるさと納税返礼品の取扱い

事業の目的	
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、トレンドにあった魅力ある返礼品を開拓・出品し、事業の拡張に取り組む。	
実施内容	目標（KPI）
- 岡山県及び市町への返礼品出品 （取扱市町）岡山市、倉敷市、玉野市、笠岡市、井原市、瀬戸内市、浅口市、和気町、里庄町 - 魅力ある返礼品の拡充（旬のフルーツ組合せ、温泉地の宿泊券等） - 中間事業者（業務代理事業者）との連携 - 返礼品及び掲載ポータルサイトの拡充	- 販売金額：88,000千円 （R6年度比130%） - 返礼品の追加出品数：50品目
期待される効果	
- 本県及び市町への寄附金額の増加、認知度向上 - 県産品の需要の掘り起こし	

公益社団法人岡山県観光連盟

IV-4 店舗リニューアル計画の策定

事業の目的	
R8年度から予定している店舗リニューアルに向け、現状の調査・課題把握を行い、中長期的な改善策を踏まえた実施計画を作成する。	
実施内容	目標（KPI）
①現状の調査・課題把握、改善策の検討 - 店舗の販売データ等を活用し、現在の店舗状況の把握 - 有識者などを交えた課題把握、改善策の検討 ②実施計画の策定 - コンセプト、経営収支計画、KPI - 店舗改修計画、予算、スケジュール	リニューアル実施計画書の策定
期待される効果	
店舗の魅力アップ、集客力・販売力強化、観光面での価値向上	

公益社団法人岡山県観光連盟

V 収益事業等

V 収益事業等（広告・不動産管理）

事業の目的

岡山観光WEBへのバナー掲出、岡山駅前地下道観光コルトンへの広告掲出、観光支援自動販売機の活用により、会員団体や県内観光地のPRを行うとともに自主財源としての収入を確保する。

実施内容

目標（KPI）

- ①岡山観光WEBへのバナー掲出
会員から募集したバナー広告の有料掲出
- ②観光コルトンへの広告掲出
岡山駅前地下道の観光コルトン22面への企業広告掲出
- 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)と連携した観光支援自販機（13台）
の売上金の一部を事業へ充当
- ④不動産賃貸収益 土地2筆（岡山市北区田町1丁目地内）

収入目標 10,000千円

期待される効果

- ・ 広告収入による事業運営の安定化と充実
- ・ 自主財源をもとにした自主事業の実施

VI 組織運営

VII-1 組織運営と体制強化

事業の目的

DMO検討委員会での検討結果に基づき、連盟のあり方（ミッション、成果、やるべきこと）を定義し、見える化する。また、機能・体制強化に向けて事業の見直しと拡充に取り組む。

実施内容

- ①プロジェクトチームの結成とロードマップの作成
- ②専門家のアドバイスによる検討と県・関係団体等との合意形成
- ③意見交換や議論をもとにした連盟のあり方の定義
- ④組織強化に向けた取り組み（県への新規重点事業提案等）
- ⑤新サイトでの組織紹介ページ作成

目標（KPI）

①～⑤を12月末までに実施する

期待される効果

- ・組織としての成果の明確化、事業の必要性の明確化
- ・人材と資金の集中投資による成果が出やすい組織への転換