

観光地域づくり法人形成・確立計画

記入日：令和 5 年 7 月 28 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・ 地域DMO	
観光地域づくり法人の名称	一般財団法人丸亀市観光協会	
マネジメント・マーケティング対象とする区域	香川県丸亀市	
所在地	香川県丸亀市	
設立時期	2017年7月3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	20人【常勤8人（正職員4人・出向等4人）、非常勤12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	高濱 和則 丸亀商工会議所会頭 （一財）丸亀市観光協会 理事長	丸亀市を代表する東証一部上場企業であり、オークラホテル丸亀をグループ会社を持つ大倉工業株式会社代表取締役会長として、2019年より観光協会理事長に就任。
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	西宇 絵理「専従」 （一財）丸亀市観光協会 主査	民間企業（日本旅行）で13年間勤務の経験を活かしデータ収集、分析を行い、ターゲットの設定などマーケティングを担当していきます。なお、総合旅行業取扱管理者及び国内旅程管理者の資格があります。
財務責任者（CFO：チーフ・フィナンシャル・オフィサー） ※必ず記入すること	山田 哲也「専従」 （一財）丸亀市観光協会 事務局長	観光協会の事務局長として、地域の様々な組織・団体とのパイプ役となっており、丸亀市の元部長として、行政内部の事情にも精通しており、行政と連携した取組でこれまで成果を挙げています。
各部門（例：プロモーション）の責任者（専門人材）	逢坂 雅和 丸亀市産業観光課	観光担当長として前任者から引き継ぎを受け、国内外のプロモーションに出席し、幅広いネットワークを形成しています。

<p>※各部門責任者のうち専従の者については、氏名の右横に「専従」と記入すること</p>	<p>観光担当長</p>	
<p>各部門（例：旅行商品の造成・販売）の責任者（専門人材）</p>	<p>宮竹 祐輝 丸亀市産業観光課 副主任</p>	<p>民間企業（JTB）で約5年間の旅行営業の経験があり、2020年4月から丸亀市に勤務。前職を活かし、新しい旅行商品の造成・販売を担当していきます。</p>
<p>連携する地方公共団体の担当部署名及び役割</p>	<p>丸亀市産業観光課（マーケティング及びプロモーション） 文化課（文化芸術振興、まるがめ文化芸術祭） 農林水産課（農業体験、商品開発） スポーツ推進課（スポーツツーリズム、プロモーション） 都市計画課（まちづくり） ボートレース事業局（プロモーション、ナイトタイムエコノミー） 文化財保存活用課（丸亀城等重要文化財の活用） 離島振興室（観光における離島関係全般、特に日本遺産）</p>	
<p>連携する事業者名及び役割</p>	<p>株式会社OIKAZE（地域土産の発掘・開発、販売） 百十四銀行・香川銀行（着地型旅行商品、創業支援、金融支援） JR四国（交通アクセス改善、着地型旅行商品） 丸亀タクシー協会（着地型旅行商品） 琴参バス株式会社（交通アクセス改善、着地型旅行商品） 丸亀市国際交流協会（インバウンド対応） 香川県農業協同組合（体験プログラム開発、地域土産の開発） 丸亀市漁業協同組合（体験プログラム開発、地域土産の開発） 本島漁業協同組合（体験プログラム開発、地域土産の開発） 丸亀商工会議所（中小企業支援、創業支援） 丸亀市飯綾商工会（中小企業支援、創業支援） 立命館大学食マネジメント学部（産学連携観光コンテンツ開発・磨き上げ）</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及び② （概要） ①（一財）丸亀市観光協会（理事会・評議会・総会） ・賛助会員は、宿泊や運輸、飲食などの観光事業者のみならず、多分野の事業者によって構成されており、後述の丸亀版DMO懇談会参加者から新たな会員獲得により、メンバー構成も広がっています。 ②丸亀版DMO懇談会</p>	

	<p>・多様な関係者が参加する丸亀版DMO懇談会を2017年3月に設立しました。今後も関係者のプラットフォームとして、相互交流や情報共有の場として開催するとともに、連携した事業創出の場としても機能させています。</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>	<p>城泊事業の地域住民への理解・協力・合意形成を目的としたシンポジウム開催</p> <ul style="list-style-type: none"> ・令和5年2月23日 丸亀城三の丸延寿閣別館城泊推進事業に係る「歴史的資源を活用した観光まちづくりセミナー」を開催した。 <p>参加者 102名 会場 市民交流センター マルタス</p> <p>定期的に住民参加型のワークショップ開催</p> <ul style="list-style-type: none"> ・城泊運営について（体験メニューの開発・提案） <p>3回実施 延べ54名参加</p> <ul style="list-style-type: none"> ・持続可能な観光推進モデル事業（観光資源や体験プログラムをSDGsの視点から洗い出し、課題解決策の検討、コンテンツの実施案の提案等） <p>3回実施 延べ52名参加</p>								
<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="432 871 1407 1505"> <thead> <tr> <th data-bbox="432 871 619 920">事業</th> <th data-bbox="619 871 1407 920">実施概要</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="432 920 619 1070">情報発信・プロモーション</td> <td data-bbox="619 920 1407 1070"> <ul style="list-style-type: none"> ・4年商談会事業 <p>6月1日 国内 阪急交通社商談会 20部門 2月20日 台湾商談会 19社 全国での物産展の開催、参加12回</p> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="432 1070 619 1323">受入環境の整備</td> <td data-bbox="619 1070 1407 1323"> <ul style="list-style-type: none"> ・4年インバウンド対策事業 <p>丸亀城内観光案内所トイレ便器の洋式化及び手すり設置 地域の観光人材のインバウンド対応能力研修実施 駅前観光看板の多言語リニューアル</p> <ul style="list-style-type: none"> ・城泊事業（滞在型観光推進） <p>耐震・改修設計 運営計画の作成（体験型メニューの造成等）</p> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="432 1323 619 1505">観光資源の磨き上げ</td> <td data-bbox="619 1323 1407 1505"> <ul style="list-style-type: none"> ・4年丸亀城おもてなし事業 <p>石垣ライトアップ、キャッスルロード</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ポートルース丸亀連携事業 <p>ユーチューブ番組「ウチまる」の配信</p> </td> </tr> </tbody> </table> <p>【定量的な評価】</p> <p>観光案内所利用者数 10,059人 外国旅行会社商談件数 19社 キャッスルロード 丸亀城夜間開館入場者数 2,743人 ユーチューブ番組「ウチまる」の配信 最大同時視聴者数 14,406人</p>	事業	実施概要	情報発信・プロモーション	<ul style="list-style-type: none"> ・4年商談会事業 <p>6月1日 国内 阪急交通社商談会 20部門 2月20日 台湾商談会 19社 全国での物産展の開催、参加12回</p>	受入環境の整備	<ul style="list-style-type: none"> ・4年インバウンド対策事業 <p>丸亀城内観光案内所トイレ便器の洋式化及び手すり設置 地域の観光人材のインバウンド対応能力研修実施 駅前観光看板の多言語リニューアル</p> <ul style="list-style-type: none"> ・城泊事業（滞在型観光推進） <p>耐震・改修設計 運営計画の作成（体験型メニューの造成等）</p>	観光資源の磨き上げ	<ul style="list-style-type: none"> ・4年丸亀城おもてなし事業 <p>石垣ライトアップ、キャッスルロード</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ポートルース丸亀連携事業 <p>ユーチューブ番組「ウチまる」の配信</p>
事業	実施概要								
情報発信・プロモーション	<ul style="list-style-type: none"> ・4年商談会事業 <p>6月1日 国内 阪急交通社商談会 20部門 2月20日 台湾商談会 19社 全国での物産展の開催、参加12回</p>								
受入環境の整備	<ul style="list-style-type: none"> ・4年インバウンド対策事業 <p>丸亀城内観光案内所トイレ便器の洋式化及び手すり設置 地域の観光人材のインバウンド対応能力研修実施 駅前観光看板の多言語リニューアル</p> <ul style="list-style-type: none"> ・城泊事業（滞在型観光推進） <p>耐震・改修設計 運営計画の作成（体験型メニューの造成等）</p>								
観光資源の磨き上げ	<ul style="list-style-type: none"> ・4年丸亀城おもてなし事業 <p>石垣ライトアップ、キャッスルロード</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ポートルース丸亀連携事業 <p>ユーチューブ番組「ウチまる」の配信</p>								

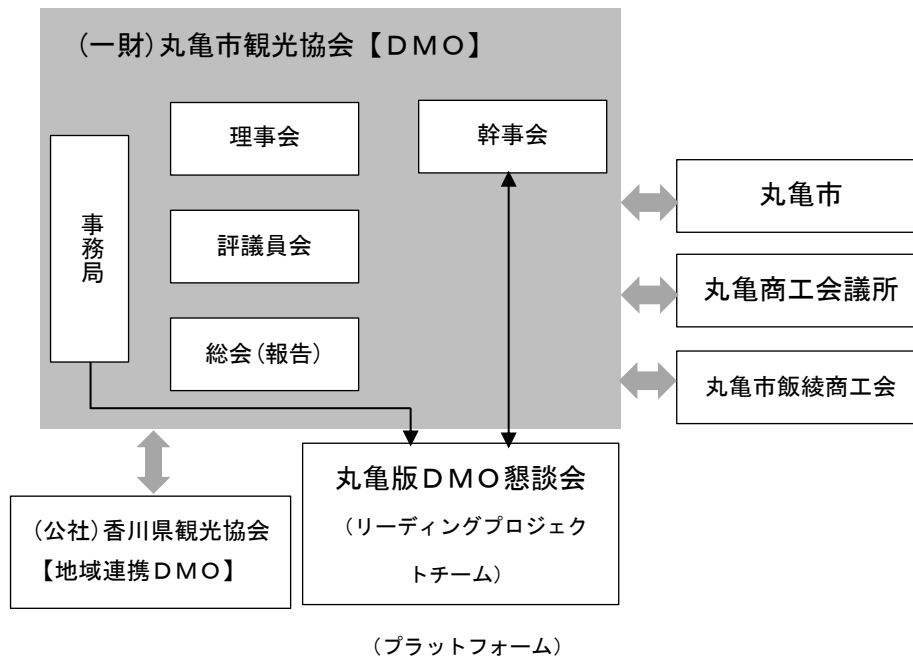
実施体制
 ※地域の関係者との連携体制及び地域における合意形成の仕組みが分かる図表等を必ず記入すること（別添可）。

【実施体制の概要】

当協会の事務局を中心として、特に丸亀市と密接に連携しながら、事業を実施していきます。

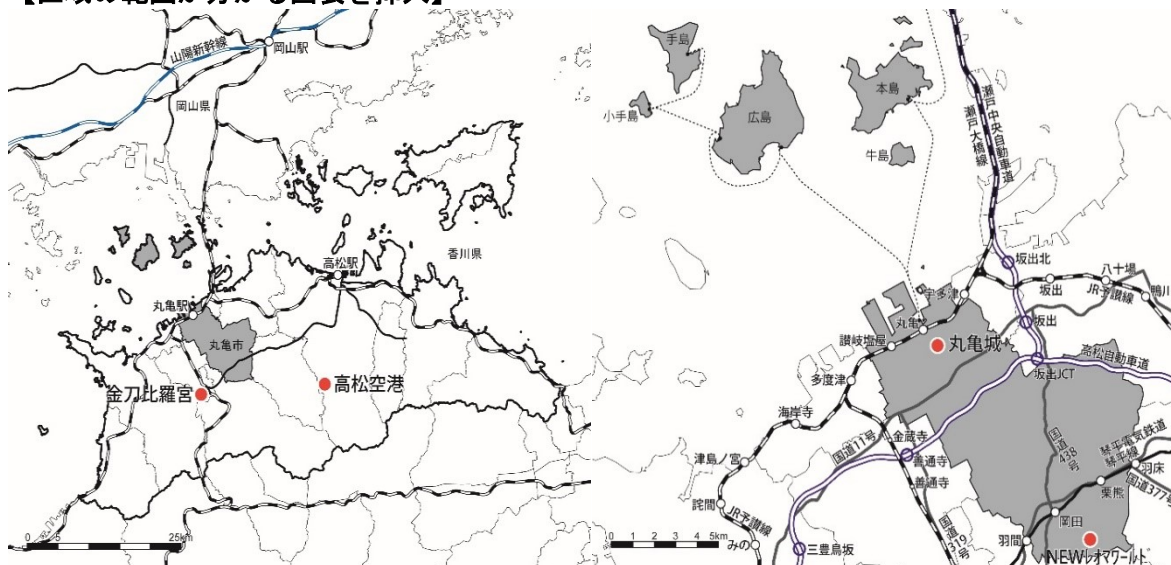
また、当協会が事務局を担い、宿泊事業者、商工事業者、運輸事業者、金融機関、農業者など多様な関係者が参加する「丸亀版DMO懇談会」を丸亀市に関わる観光事業者や市民が集うプラットフォームとして位置づけ、参加者の協力・連携がスムーズに行える場として機能させるとともに、DMOとして取り組む事業ごとにリーディングプロジェクトチームを結成し、実行していくこととしている。また、当協会の中に、民間事業者の中核的なメンバーからなる「幹事会」を設置し、意見を徴し、懇談会とも連携を図りながら、多様な事業を推進していきます。

【実施体制図】



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】

丸亀市は、綾歌町・飯山町との合併によって2005年（平成17年）に現在の市域となり、（一財）丸亀市観光協会も丸亀市全域の事業者を中心とした賛助会員で構成され、観光に関する各種事業に取り組んでいます。また、「丸亀」は全国的にも知名度があり、令和元年度「日本遺産」に認定された本島・広島をはじめとする塩飽諸島を含め、一体として誘客活動にも取り組むことが有効であると考えことから、当該市による区域設定とするのが適切です。

一方、丸亀市は、歴史的にも東の高松藩に対して、西の丸亀藩の居城がある中枢地域であり、香川県中讃地方の中核的な都市として、琴平町や善通寺市など近隣市町との共同による観光振興事業にも長く携わってきました。そのため、周辺市町との広域連携事業に取り組むとともに、当協会は地域資源の掘り起こしやコンテンツ造成を中心とした役割を担い、県内全体の観光事業のマネジメントや情報発信等の役割を担う（公社）香川県観光協会（地域連携DMO法人）との連携も図っていきます。

【観光客の実態等】

※コロナ感染の影響により、2021年度以降はマイクロツーリズム化が顕著に見られる。

●観光入込客数

2,928千人(2014年度)→3,083千人(2015年度)→3,355千人(2016年度)→3,612千人(2017年度)
→2,847千人(2018年度)→2,944千人(2019年度)→1,631千人(2020年度)
→2,353千人(2021年度)→3,487千人(2022年度)

※居住地域割合(2022年度)：県内：10.5%、県外：89.5%（※中四国・関西圏が多い）

●宿泊者数等

- ・のべ宿泊者数：473千人(2022年度)←317千人(2021年度)←279千人(2020年度)
- ・宿泊者に占める外国人の割合：1.7%(2022年度)←0.8%(2021年度)←9.0%(2017年度)

※丸亀商工会議所調査結果より

・平均宿泊日数：1.28日(2022年度) ←1.25日(2021年度) ←1.22日(2020年度)

●一人あたり市内消費額

・宿泊なし 3,845円(2022年度) ← 4,459円 (2021年度)

・宿泊あり 17,276円(2022年度) ← 22,853円 (2021年度)

【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】

※観光資源の活用方法についても記入すること。

	名称	所在地域		名称	所在地域
歴史・文化	丸亀城	丸亀	自然	飯野山	丸亀・飯山
	中津万象園	丸亀		綾歌三山	綾歌
	太助灯笼	丸亀		瀬戸内海	島嶼部
	金毘羅湊・金毘羅街道	丸亀		塩飽諸島	島嶼部
	丸亀うちわ	丸亀		まるがめ婆娑羅まつり	丸亀
	笠島重要伝統的建造物群	島嶼部		丸亀城桜まつり	丸亀
美術館等	塩飽勤番所	島嶼部	イベント・行事	丸亀お城まつり	丸亀
	猪熊弦一郎現代美術館	丸亀		香川丸亀国際ハーフマラソン大会	丸亀
	丸亀美術館	丸亀		瀬戸内国際芸術祭	島嶼部
	丸亀平井美術館	丸亀		HOTサンダルプロジェクト	島嶼部
	うちわの港ミュージアム	丸亀		お大師まいり	島嶼部
	NEWレオマワールド	綾歌		正覚院夏まつり	島嶼部
食	骨付鳥		スポーツ	塩飽本島マイペースマラソン大会	島嶼部
	さぬきうどん			桃の花まつり	飯山
	おいり			レクザムボールパーク丸亀(野球場)	丸亀
	しょうゆ豆			Pikaraスタジアム(陸上競技場)	丸亀
	香川本鷹			カマタマーレ讃岐(プロサッカーチーム)	丸亀
	どぜう汁			香川オリーブガイナース(プロ野球独立リーグ)	丸亀
			Boat Raceまるがめ	丸亀	

※食については、所在地域を特定することはしなかった

・この他、市民団体が主催する各種イベントも盛んに行われています。

丸亀通町テラス (丸亀市とスペイン・サンセバスチャン市は姉妹都市)

COSミュージックフェス

まるがめ城宵あかり など

・体験型プログラムは、以下のようなものがあります。

うちわづくり体験

うどんづくり体験

和菓子作り体験

陶芸体験

農泊体験

城泊体験（2024年度から実施予定：丸亀城三ノ丸にある「延寿閣別館」を改装し、
宿泊施設とする。インバウンドを主なターゲットとし、異日常体験の提供を目指す。）

うどんバス・うどんタクシー

お茶席 など

上記のように多様な地域資源やイベント等の観光コンテンツがありますが、これらを生かして市内を周遊し、滞在時間を延ばしたり、ナイトタイムや早朝の楽しみを充実させることによって宿泊需要を増やし、市内消費を高めます。

また、体験型観光プログラムの件数は、現在のところあまり多くないことから、今後は、丸亀市にリポートして、住民や事業者とのコミュニケーションを楽しんでもらえるよう、多様な資源や人材を体験型観光プログラムの開発に生かすとともに、開発されたプログラムについては、地域連携DMO法人である（公社）香川県観光協会と連携し、圏域内を周遊するプログラムの一つとして活用できるよう取り組んでいきます。

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

・市内主要施設（11施設）について、規模別の施設数と収容人数は以下のとおりです。

※令和3年10月よりJR丸亀駅前に新規ホテル1件が開業しました。

施設規模	施設数	収容人数
～99室	4	465
100～199室	4	717
200室以上	3	1915
合計	11	3097

【出所】丸亀市提供資料等より作成

【利便性：区域までの交通、域内交通】

●区域までの交通

<関東方面から>

JR 東京→(のぞみ:約3時間15分)→岡山→(特急:約1時間)→丸亀駅

飛行機 羽田→(約1時間20分)→高松空港→(リムジンバス:1時間15分)→丸亀駅
成田→(約1時間30分)→高松空港→(リムジンバス:1時間15分)→丸亀駅

高速バス 東京→(約10時間)→丸亀駅

<関西方面から>

JR 大阪→(のぞみ:45分)→岡山→(特急:45分)→丸亀駅

高速バス 大阪→(約3時間30分)→丸亀駅

●域内交通

<電車>

- ・岡山ー丸亀間には、本州と四国との間を唯一、列車で結ぶ瀬戸大橋線が通っています。
- ・JR四国（予讃線）では丸亀駅と讃岐塩屋駅、琴平電鉄では栗熊駅、岡田駅があります。

<高速道路>

- ・高松自動車道坂出インターから国道11号を丸亀方面へ(JR丸亀駅まで約20分)
- ・高松自動車道善通寺インターから国道11号を丸亀方面へ(JR丸亀駅まで約20分)

<バス>

- ・丸亀市コミュニティバス(5路線)、琴参バス(2路線)があります。

<フェリー>

- ・丸亀港から、塩飽諸島の本島や広島等の島々への定期航路があります。

【外国人観光客への対応】

- ・観光サインおよび市内観光案内地図看板の多言語化
- ・多言語音声翻訳システム（通訳センター）
- ・JNT0 認定外国人案内所（カテゴリー1）

※丸亀駅構内の当案内所では、2018年6月～2019年5月で665人の外国人案内実績だったが、（うち、台湾が28%で最も多く、次いで香港が26%、上位2つのアジア圏内で半数を占める）。

コロナ禍である、2022年2月は月間98名の外国人案内実績と増加傾向となっている。

（うち、台湾が38%・香港が32%で多く、次いで韓国が11%となっている。）

- ・香川県観光協会の観光商談会への参加および独自で過去パイプのできた海外AGTへの営業活動

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	施策の効果を把握・分析し、消費単価向上への戦略策定に繋げるため。	観光客動向調査（アンケート）を自主事業として実施
延べ宿泊者数	施策の効果を把握・分析し、宿泊者数の推移や特徴を基に誘客への仕組み・仕掛け構築に役立てるため。	丸亀市の調査結果を活用して実施。
来訪者満足度	施策の効果を把握・分析し、様々な要因に対して、対応していくため	観光客動向調査（アンケート）を自主事業として実施。
リピーター率	施策の効果を把握・分析し、持続的な来訪者を得るための戦略を立案・実施するため。	観光客動向調査（アンケート）を自主事業として実施。
WEBサイトのアクセス状況	丸亀市の観光に対する顧客の関心内容を把握し、WEBサイトによる効果的なプロモーション方法を検討するため。	Google AnalyticsによるWEBアクセス解析を活用して実施。

<p>住民満足度 住民満足度（調査予定） ※現状、市の総合計画見直し時期（4年に1回）に観光産業における市民の満足度調査を行っています。今後は質問項目をより効果的な内容に変えて実施する予定。</p>	<p>観光振興活動への地元住民の理解度を測り、意見反映に努めるため。</p>	<p>市の総合計画（実施計画）見直し時期（4年に1回）に併せて、アンケート調査を実施（予定）。</p>

4. 戦略

（1）地域における観光を取り巻く背景

※地域経済、社会等の状況を踏まえた観光地域づくりの背景
市内には歴史・文化、美術、自然、食など様々な観光資源が点在しており、新型コロナウイルス感染症が拡大するまでは、本市を訪問する観光客数は、近年増加する傾向にありました。一方で、独自に実施してきた観光動態調査の結果等では、市内での周遊促進や宿泊日数の増加、事業者間でのさらなる連携の強化といった課題が存在していたことから、観光地域づくり法人（DMO）を中心として既存の観光資源を活用した観光地域づくりを図るとともに、地域一体となった観光戦略の推進や外部発信を進めていく必要があります。

（2）地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	<p>強み (Strengths)</p> <p>・自地域で積極的に活用できる強みは何か？</p> <p>① 丸亀城・中津万象園（城泊 2024 年度開業予定）</p> <p>② 塩飽諸島（日本遺産）</p> <p>③ ボートレース</p> <p>④ レオマワールド</p> <p>⑤ 市民球場・陸上競技場</p> <p>⑥ 讃岐富士の「日の出」</p> <p>⑦ 質の高いイベント</p> <p>⑧ 讃岐うどん</p> <p>⑨ 丸亀うちわ</p>	<p>弱み (Weaknesses)</p> <p>・自地域で改善を必要とする弱みは何か？</p> <p>① 観光地としての知名度が低い</p> <p>・高松市、琴平町とは相対的に弱い</p> <p>② 交通アクセスが「遠い」「不便」</p> <p>・高松空港からのアクセス</p> <p>・離島へのアクセス、周遊利便性</p> <p>③ 受入体制の不足</p> <p>・多言語対応、宿泊施設</p> <p>・離島（本島、広島）</p> <p>④ 日帰り通過型観光</p> <p>⑤ 飲食店不足（丸亀城周辺）</p> <p>⑥ お土産品の魅力不足・品揃えの不足</p> <p>⑦ うどん屋／骨付鳥の営業時間の短さ</p> <p>⑧ 商店街の空き店舗</p>

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？ ①瀬戸内国際芸術祭 ②周遊型から体験型観光へのシフト ③インバウンド客の香川県は伸び率全国 1 位 ④欧米・アジアの日本食ブーム ⑤SNS 等での隠れた観光名所情報の拡散ブーム ⑥大阪・関西万博に向けた機運の高まり ⑦高松空港民営化 ⑧民泊法 ⑨丸亀製麺	脅威 (Threat) ・自地域にとって逆風となる要素は何か？ ①日本版 DMO 新設増加による競争の激化 ・他都市の強力なプロモーション ・近隣都市間競争激化 ②全国的、世界的な都市ブランド比較 ③東京オリパラ後の日本への注目度の低下 ④人口減少、少子・超高齢社会の本格的な到来
	※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 ※ターゲット層については、地域だけでなく、国・地域・世代・誘客のテーマ等の顧客の属性による設定が考えられる。 ・関西（特に大阪府と兵庫県）に居住する女性個人客
○選定の理由 ※4. 戦略（1）・（2）の分析を踏まえたターゲット層の設定であることを説明すること。 ・コロナ前を含めた近年の観光客実態調査によると、発地の割合は大阪・兵庫といった関西圏が、他地域と比較して当該ターゲット層の来訪が多く、また丸亀市に何回も来ることのできる距離であり、リピーターとして丸亀の新たな魅力に興味を持ってもらえる可能性が高いため。
○取組方針 ・満足度調査の充実などにより再来訪意向につながる要因を分析し、分析結果に基づいて、ターゲット層に強かに訴求するコンテンツを磨き上げ、情報発信を行います。
○第 2 ターゲット層 ・台湾、香港、タイ（バンコク）のインバウンド客
○選定の理由 ・台湾と香港は高松空港の定期就航路線があり、個人観光客が急増していること、また繁体字を利用することから共通して外国語対応ができるため。2018 年度はファミトリップ等でインバウンド誘客事業に取り組み、さらにバンコクはこれまでの取組から現地とのネットワークを活用可能である。 3ヶ国・地域とも丸亀製麺が 10 店舗以上出店しており、「丸亀」の知名度も生かせるため。
○取組方針 ・台湾と香港は、地域連携 DMO の（公社）香川県観光協会も第 1 ターゲットとしており、連携して誘客事業に取り組みます。
○ターゲット層
○選定の理由
○取組方針

(4) 観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	<ul style="list-style-type: none"> ・「縁起のええまち・丸亀」として、体験型の新たな魅力をプロモーションし、観光客と地元の「参加と共感」による観光振興に取り組みます。
②コンセプトの考え方	<ul style="list-style-type: none"> ・入込客数の多さだけを追い求めるのではなく、観光客が丸亀により深く愛着を持ってもらえるような観光のあり方を追求します。 ・観光客だけでなく地元住民や事業者も参加し、「うれしい」「たのしい」を共有することのできる観光を目指します。 ・丸亀の「この人」に会いに行きたいと思える状況を創り出します。 ・香川県西部の宿泊拠点として、積極的に周辺地域の観光資源と連携を図ります。 ・地域経済に貢献できる観光振興に取り組みます。 <p>【「縁起のええまち」とは】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「亀」は長寿のシンボルで、健康や豊かさを象徴するといわれています。 <p>また、丸亀市は全国シェア9割を占める「うちわ」の産地であり、新たな風を起こしてくれそうなイメージも併せ持っています。「讃岐うどん」は全国区の知名度であり、うどんは長寿を祈る縁起物です。さらに、全国的にも名高い現存木造天守の「丸亀城」、讃岐富士の山頂から昇る太陽が周囲のため池の水面に映る自然現象「ダブルダイヤモンド讃岐富士」など、丸亀市にある観光魅力資源を総称し、「縁起のええまち」として位置づけています。</p> <p>※地域が目指すべき姿を明確にし、そのために地域ならではの産業、伝統、食、住、風習等やそこから導き出される区域の特徴（強み、価値）を、①コンセプトにどのように反映させているかについて他地域との差別化も踏まえて記入すること。</p> <p>※（１）～（３）のデータ分析の内容を踏まえて作成したコンセプトであることを説明すること。</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。	※戦略の共有方法について記入すること (例) 部会、ワーキンググループ、HP、事業報告書の説明会 ・年3回程度、丸亀版DMO懇談会を開催して、地域の関連事業者を集めた情報交換やコミュニケーションを図るとともに、戦略を共有します。なお、丸亀版DMO懇談会は、2018年度6回開催し、2019年度以降も継続して開催しています。 ・その他、丸亀市観光協会の総会(年1回)やDMO幹事会(年2回)、各プロジェクトチームのWG会議など複数の機会を通じて、共有します。 ・令和4年度(年3回) 持続可能な観光地域づくりに係るワーキンググループを設置
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	(例) 飲食店や宿泊施設をはじめとする地域が提供する観光サービスに係る品質保証制度を実施。 ・2018年度から実施している「観光客動向調査」において、「宿泊」、「食事」、「みやげ・買物」の各項目に係る満足度を測定しており、継続して調査を実施し、評価結果を共有しています。 ・また、イベント等の機会を活用し、地域が提供する観光サービスについてアンケート等を通じて観光客の意見を集め、提供者にフィードバックしていきます。 ・DMO幹事会やDMO懇談会メンバーによりDMOリーディングプロジェクトの企画、実施に取り組みます。 ・「香川せとうちアート観光圏」が導入した観光品質認証制度「SAKURA QUALITY」も活用します。
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	(例) ワンストップ窓口の実施、SNSを利用した効果的なプロモーションの実施。 ・(一財)丸亀市観光協会をワンストップ窓口として位置づけています。 ・丸亀版DMO懇談会を活用して、各参加者が主催する観光関連情報を集約し、お互いに連携して情報発信できるように努めています。 ・丸亀市や当協会が持つ公式Instagramなどとハッシュタグを共有するなどの連携により、より多くの市民や観光客が閲覧でき、広く情報発信できるよう取り組んでいます。

※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	2021	2022	2023	2024	2025
		(R2) 年度	(R3) 年度	(R4) 年度	(R5) 年度	(R6) 年度	(R7) 年度
●一人当たり旅行消費額（宿泊なし：円）	目標	3,506 (未)	3,531 (未)	3,556 (未)	3,582 (未)	3,608 (未)	3,634 (未)
	実績	4,292 (未)	4,459 (未)	3,845 (未)			
●一人当たり旅行消費額（宿泊あり：円）	目標	16,916 (未)	17,119 (未)	17,324 (未)	17,532 (未)	17,742 (未)	17,955 (未)
	実績	25,940 (未)	22,853 (未)	17,276 (未)			
●延べ宿泊者数（千人）	目標	54.0 (未)	35.0 (未)	40.0 (未)	50.0 (未)	60.0 (未)	61.5 (未)
	実績	27.9 (未)	31.7 (未)	47.4 (未)			
●来訪者満足度（%）	目標	31.6 (未)	32.6 (未)	33.5 (未)	34.5 (未)	35.5 (未)	36.6 (未)
	実績	24.3 (未)	30.3 (未)	23.5 (未)			
●リピーター率（%）	目標	38.1 (未)	39.2 (未)	40.4 (未)	41.6 (未)	42.8 (未)	44.1 (未)
	実績	51.3 (未)	58.8 (未)	33.0 (未)			

※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】

- ・2018年度以降、自主事業として丸亀城観光案内所で観光客動向調査（アンケート）を実施（春・夏・秋・冬の計4回）し、基礎データの収集を行いました。主にこのデータからKPIの設定を行っています。

【設定にあたっての考え方】

●一人あたり旅行消費額（宿泊なし・宿泊あり）

- ・2018年度のアンケート調査実績値をもとに設定。観光庁「旅行・観光消費動向調査」を使用し、2013年～2017年における旅行消費額の伸長率平均を2019年以降に適用して設定。

※「2013年～2017年における消費額伸長率」 ※観光庁「旅行・観光消費動向調査」より

- ・宿泊なし（日帰り旅行）：0.72%増（少数点第1位四捨五入）
- ・宿泊あり（宿泊旅行）：1.2%増（少数点第1位四捨五入）

●延べ宿泊者数

- ・新型コロナウイルス感染症の影響を考慮し、2020年度の香川県全体や丸亀市内の宿泊者動向をふまえながら算出。コロナ感染症が5類に引き下げられた2023年度より観光市場が回復に向かうと想定して算出。

●来訪者満足度

- ・2018年度のアンケート調査実績（7段階の最高評価である「非常に満足」）をもとに設定。

※「非常に満足」・「満足」・「やや満足」の合計では、2022年度61.0%が満足と回答。

- ・2019年以降は、年率3%での伸長を期待し、丸亀市観光戦略プランに基づき、2025年度までに36.6%まで高めていきます。

●リピーター率

- ・2018年度のアンケート調査実績をもとに設定。2019年以降は、年率3%での伸長を期待し、2025年度までに44.1%まで高めていきます。

（2）その他の目標

指標項目		2020	2021	2022	2023	2024	2025
		(R2) 年度	(R3) 年度	(R4) 年度	(R5) 年度	(R6) 年度	(R7) 年度
●丸亀版DMO 懇談会参加者 数(人)：累計	目 標	120 (未)	140 (未)	160 (未)	180 (未)	200 (未)	220 (未)
	実 績	111 (未)	113 (未)	133 (未)			
●体験型観光プ ログラム件数 (件)：累計	目 標	27 (未)	30 (未)	33 (未)	36 (未)	39 (未)	42 (未)
	実 績	22 (未)	24 (未)	25 (未)			

※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】

- ・本計画の策定プロセスを通じて、丸亀市の観光に係る多様な関係者の連携機会の創出と、その後の新たな事業展開（特に、複数の事業者の連携による体験型観光プログラムの創造）に結びつくことを最も重視し、その他の指標項目として設定しました。

【設定にあたっての考え方】

- 丸亀版 DMO 懇談会参加者数（懇談会に過去 1 回以上の参加実績がある DMO メンバーを累計で算出）
 - ・新たなメンバーの参入が増えていくことを目指し、市内に限らず広く参加者が知り合いを連れて参加しやすい環境を作ります。原則年 4 回の実施を想定していることから、1 回あたり 5 人程度の新規参加者獲得を目指します。実績数値は、懇談会に参加実績のある丸亀版 DMO メンバーの人数を累計で算出しています。
- 体験型観光プログラム件数（既に造成され、運営されているプログラムを含み、累計で算出）
 - ・滞在時間を延ばし、リピーターを増やすことを目的として、関連事業者が提供できる丸亀ならではの体験型観光プログラムを毎年新たに増やしていきます。見直しによるプログラムの廃止も考えられることから、新設・廃止を合わせて毎年 3 プログラムの増加を目指します。

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つては、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	（円） 105,215,207	（円） 【会費収益】 1,117,000 【事業収益】 99,096,023 受託収益 73,782,128 物産展収益 0 商品売上収益 1,269,781 レンタサイクル収益 1,086,658 城内おみやげショップ収益 22,957,456 【市補助金】 2,600,000 【協賛金】 100,000

		【使用料及び手数料】 1,372,858 【受取負担金】 22,071 【雑収益】 907,255
2021 (R3) 年度	(円) 159,848,977	(円) 【会費収益】 1,187,000 【事業収益】 151,394,686 受託収益 106,332,191 物産展収益 627,822 商品売上収益 3,369,241 レンタサイクル収益 1,630,569 城内おみやげショップ収益 39,434,863 【県補助金】 2,000,000 【市補助金】 2,600,000 【協賛金】 181,820 【使用料及び手数料】 1,597,555 【受取負担金】 0 【雑収益】 887,916
2022 (R4) 年度	(円) 173,329,245	(円) 【会費収益】 1,271,000 【事業収益】 153,729,090 受託収益 116,269,0034 物産展収益 0 商品売上収益 1,927,230 レンタサイクル収益 2,107,937 城内おみやげショップ収益 33,424,889 【国補助金】 城泊 5,680,700 【県補助金】 トイレ洋式 112,766 【市補助金】 9,709,337 【協賛金】 381,819 【使用料及び手数料】 1,949,750 【雑収益】 494,783
2023 (R5)	(円)	(円)

年度	162,616,600	【会費収益】 1,350,000 【事業収益】 135,155,000 受託収益 98,405,000 物産展収益 1,700,000 商品売上収益 3,400,000 レンタサイクル収益 2,400,000 城内おみやげショップ収益 29,250,000 【国補助金】 7,400,000 【市補助金】 16,135,000 【協賛金】 0 【使用料及び手数料】 2,045,000 【受取負担金】 20,000 【雑収益】 511,600
2024 (R6) 年度	(円) 166,520,000	(円) 【会費収益】 1,400,000 【事業収益】 147,500,000 受託収益 110,000,000 物産展収益 1,500,000 商品売上収益 3,500,000 レンタサイクル収益 2,500,000 城内おみやげショップ収益 30,000,000 【市補助金】 15,000,000 【協賛金】 100,000 【使用料及び手数料】 2,000,000 【受取負担金】 20,000 【雑収益】 500,000
2025 (R7) 年度	(円) 173,970,000	(円) 【会費収益】 1,450,000 【事業収益】 153,800,000 受託収益 115,000,000 物産展収益 1,600,000 商品売上収益 3,600,000 レンタサイクル収益 2,600,000 城内おみやげショップ収益 31,000,000 【市補助金】 16,000,000 【協賛金】 100,000 【使用料及び手数料】 2,100,000

		【受取負担金】	20,000
		【雑収益】	500,000

(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	(円) 88,436,077	(内訳の区分例) 【一般管理費】 31,011,905 【情報発信・プロモーション】 6,124,901 ※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】 4,900,630 【コンテンツ開発(観光資源の磨き上げ)】 161,500 【マーケティング(市場調査、ブランド戦略等)】 1,513,302 【観光イベントの開催費】等 31,203,577 【商品仕入費】 13,520,262
2021 (R3) 年度	(円) 139,366,914	(円) 【一般管理費】 37,297,785 【情報発信・プロモーション】 4,229,936 ※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】 3,870,036 【コンテンツ開発(観光資源の磨き上げ)】 6,591,260 【マーケティング(市場調査、ブランド戦略等)】 1,413,302 【観光イベントの開催費】等 61,913,234 【商品仕入費】 24,051,361
2022 (R4) 年度	(円) 164,505,489	(円) 【一般管理費】 41,661,628 【情報発信・プロモーション】 8,312,592 ※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】 4,170,036 【コンテンツ開発(観光資源の磨き上げ)】 5,738,947 【マーケティング(市場調査、ブランド戦略等)】 1,108,533 【観光イベントの開催費】等 78,017,834 【商品仕入費】 25,495,919
2023 (R5) 年度	(円) 166,134,000	(円) 【一般管理費】 70,949,000 【情報発信・プロモーション】 5,345,000 ※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】 6,100,000 【コンテンツ開発(観光資源の磨き上げ)】 7,700,000 【マーケティング(市場調査、ブランド戦略等)】 6,500,000 【観光イベントの開催費】等 54,840,000 【商品仕入費】 14,700,000
2024 (R6)	(円) 166,500,000	(円) 【一般管理費】 70,949,000 【情報発信・プロモーション】 5,345,000

年度		※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】 6,100,000 【コンテンツ開発（観光資源の磨き上げ）】 8,066,000 【マーケティング（市場調査、ブランド戦略等）】 6,500,000 【観光イベントの開催費】等 54,840,000 【商品仕入費】 14,700,000
2025（R 7） 年度	（円） 173,000,000	（円） 【一般管理費】 70,949,000 【情報発信・プロモーション】 5,345,000 ※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】 6,100,000 【コンテンツ開発（観光資源の磨き上げ）】 8,066,000 【マーケティング（市場調査、ブランド戦略等）】 6,500,000 【観光イベントの開催費】等 54,840,000 【商品仕入費】 21,200,000

（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

区域を構成する地方公共団体における宿泊税の導入、着地型旅行商品の造成・販売等の取組・方針を記載

- 区域を構成する地方公共団体における宿泊税の導入は、検討されていない。
- 着地型旅行商品の造成は、体験型観光メニューをまとめて販売することを検討している。
その前提として体験型観光メニューを造成した事業者向け助成金制度を創設した。
- 着地型旅行商品として市内観光施設をタクシーで格安に巡る「くるくるまるがめタクシープラン」を造成した。
- ポートレース事業との連携による受託予算の確保
- オリジナルのお土産や地元産品を活用した新商品造成・販売により収入の増加
- 観光協会会員の増による会費収入の増加

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

※設定対象区域の都道府県及び市町村が、本法人を当該都道府県・市町村における観光地域づくり法人として認める旨を含む意見を記入すること。

（例）○○都道府県、××市町村は、△△法人を当該都道府県及び市町村における（広域連携DMO・地域連携DMO・地域DMO）として登録したいので△△法人とともに申請します。

丸亀市として、（一財）丸亀市観光協会が当該市における地域DMOとして登録できたことは、日頃より地域のパイプ役として自らも誘客や経済振興に尽力し、地域のビジネスマッチングに取り組んでいる成果と考えます。今後はより一層、持続的に地域が稼ぎ続けられるスキーム作りに注力し、観光をフィールドに継続的な地域振興を期待しています。

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）

【他の地域連携DMOや地域DMOとの間で、重複区域に関する連携や役割分担等について協議を行った（行っている）か】

（例）エリアが重複する●●DMOとは、月に一度の連絡会を行い、各取組の意見交換を行っている。

○公益社団法人香川県観光協会とは、年に2～3回の観光圏推進会議で観光振興に関する取り組み方や役割分担など、どのような観光戦略で戦っていくのかを検討している。

【区域が重複する背景】

○地域連携DMOとして香川県観光協会が先行して登録申請しており、県観光協会の性質上、県内全域をマネジメント地域として設定していることから重複が発生している。

【重複区域における、それぞれのDMOの役割分担について】

※重複する活動がないか、第三者から見た際に合理的と捉えられる役割分担になっているか等を踏まえて記入すること。

○当協会は地域資源の掘り起こしやコンテンツ造成を中心とした役割を担い、地域連携DMO法人である（公社）香川県観光協会は県内全体の観光事業のマネジメントや情報発信等を行う。

【前述の役割分担等によって、効率的、効果的な活動の遂行が期待できるか】

○当協会と香川県観光協会がそれぞれの強みを生かすことで、効果的な役割分担となっている。地域資源の発掘やコンテンツ造成は地域事情に精通する当協会が担い、広域への情報発信力に優れる香川県観光協会がPRを担うことで、両者にとってWin-Winの関係性となっている。

10. 記入担当者連絡先

担当者氏名	山田 哲也
担当部署名（役職）	一般財団法人丸亀市観光協会事務局長
郵便番号	763-0045
所在地	香川県丸亀市新町6番地2
電話番号（直通）	0877-85-5852
FAX番号	0877-43-2363

E-mail	marugamekankou@cello.ocn.ne.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	丸亀市
担当者氏名	宮竹 祐輝
担当部署名（役職）	産業観光課 観光担当 副主任
郵便番号	
所在地	香川県丸亀市大手町 2-4-21
電話番号（直通）	0877-24-8816
FAX番号	0877-24-8863
E-mail	kankou-t@city.marugame.lg.jp

都道府県・市町村名	香川県
担当者氏名	富田史恵、池尾直樹
担当部署名（役職）	交流推進部観光振興課（課長補佐、主任）
郵便番号	
所在地	香川県高松市番町 4-1-10
電話番号（直通）	087-832-3360
FAX番号	087-835-5210
E-mail	Xb7533@pref.kagawa.lg.jp

基礎情報

【マネジメント・マーケティング対象とする区域】

香川県丸亀市

【設立時期】 2017年7月3日

【設立経緯】

③区域の観光協会がDMOに移行

【代表者】 高濱 和則

【マーケティング責任者(CMO)】 西宇 絵理

【財務責任者(CFO)】 山田 哲也

【職員数】20人【常勤8人(正職員4人・出向等4人)、非常勤12人】

【主な収入】

収益事業 131百万円、委託事業 42百万円(4年度決算)

【総支出】

事業費 123百万円、一般管理費 42百万円(4年度決算)

【連携する主な事業者】

丸亀市、丸亀商工会議所、飯綾商工会、香川県農協、丸亀市漁協、国際交流協会、JR四国、百十四銀行、タクシー組合、地域商社等

KPI(実績・目標)

記入日: 令和5年 7月28日

※()内は外国人に関するもの。

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
●一人当たり旅行消費額(宿泊なし:円)	目標	3,506 (未)	3,531 (未)	3,556 (未)	3,582 (未)	3,608 (未)	3,634 (未)
	実績	4,292 (未)	4,459 (未)	3,845 (未)			
●一人当たり旅行消費額(宿泊あり:円)	目標	16,916 (未)	17,119 (未)	17,324 (未)	17,532 (未)	17,742 (未)	17,955 (未)
	実績	25,940 (未)	22,853 (未)	17,276 (未)			
●延べ宿泊者数(千人)	目標	54.0 (未)	35.0 (未)	40.0 (未)	50.0 (未)	60.0 (未)	61.5 (未)
	実績	27.9 (未)	31.7 (未)	47.4 (未)			
●来訪者満足度(%)	目標	31.6 (未)	32.6 (未)	33.5 (未)	34.5 (未)	35.5 (未)	36.6 (未)
	実績	24.3 (未)	30.3 (未)	23.5 (未)			
●リピーター率(%)	目標	38.1 (未)	39.2 (未)	40.4 (未)	41.6 (未)	42.8 (未)	44.1 (未)
	実績	51.3 (未)	58.8 (未)	33.0 (未)			

戦略

【主なターゲット】

- ・関西(特に大阪府と兵庫県)に居住する女性個人客
- ・台湾、香港、タイ(バンコク)のインバウンド客

【ターゲットの誘客に向けた取組方針】

- ・満足度調査の充実などにより再来訪意向につながる要因を分析し、ターゲット層に強力で訴求するコンテンツを磨き上げ、情報発信を行います。
- ・台湾と香港は、香川県観光協会も第1ターゲットとしており、連携して誘客事業に取り組みます。

【観光地域づくりのコンセプト】

- ・「縁起のええまち・丸亀」として、体験型の新たな魅力をプロモーションし、観光客と地元の「参加と共感」による観光振興に取り組みます。

具体的な取組

【観光資源の磨き上げ】

- ・4年丸亀城おもてなし事業
石垣ライトアップ、キャッスルロード
- ・ボートレース丸亀連携事業
ユーチューブ番組「ウチまる」の配信
- ・キッチンカーが参加するイベント支援

【受入環境整備】

- ・4年インバウンド対策事業
丸亀城内観光案内所トイレ便器の洋式化及び手すり設置
地域の観光人材のインバウンド対応能力研修
駅前観光看板の多言語リニューアル

【情報発信・プロモーション】

- ・4年商談会事業
6月1日 国内 阪急交通社商談会 20部門
2月20日 台湾商談会 19社
全国での物産展の開催、参加12回

【その他】

- ・4年度城泊事業(滞在型観光推進)
耐震・改修設計
運営計画の作成
(体験型メニューの造成等)

