

観光地域づくり法人形成・確立計画

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	
マーケティング・マネ ジメント対象とする 区域	区域を構成する地方公共団体名 丸亀市	
所在地	香川県丸亀市	
設立時期	2017年7月3日	
職員数	職員15人【常勤4人（正職員1人、兼務3人）、臨時職員11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 （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に持つ大倉工業株 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。
データ収集・分析等 の専門人材（CM O：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 会主任	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。
プロモーション担当	逢坂 雅和 丸亀市産業観光課 観光担当長	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。
旅行商品の造成・販 売担当	宮竹 祐輝 丸亀市産業観光課	民間企業（JTB）で2020年4月から丸亀市に勤 務。前職の経験を活かし、新しい旅行商品の造 成・販売を担当します。
連携する地方公共団 体の担当部署名及び 役割	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（亀山公園の管理） 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） 文化財保護室（重要文化財の活用） 離島振興室（日本遺産）	
連携する事業者名及 び役割	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）	

(別添) 様式 1

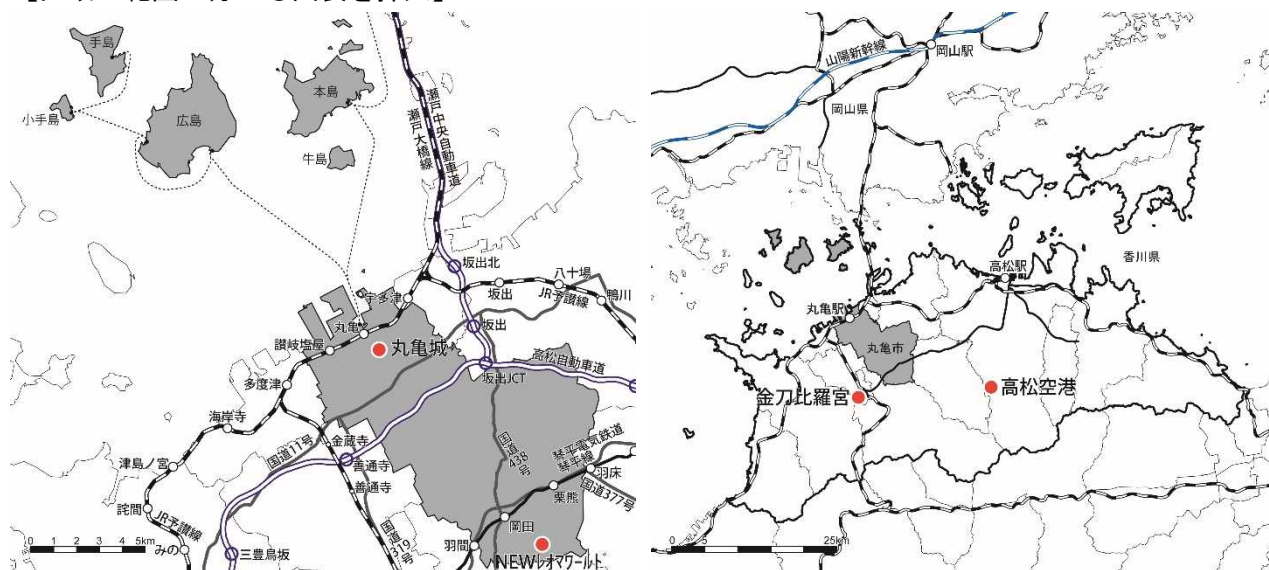
	<p>J R 四国 (交通アクセス改善、着地型旅行商品) 丸亀タクシー協会 (着地型旅行商品) 琴参バス株式会社 (交通アクセス改善、着地型旅行商品) 丸亀市国際交流協会 (インバウンド対応) 香川県農業協同組合 (体験プログラム開発、地域土産の開発) 丸亀市漁業協同組合 (体験プログラム開発、地域土産の開発) 本島漁業協同組合 (体験プログラム開発、地域土産の開発) 丸亀商工会議所 (中小企業支援、創業支援) 丸亀市飯綾商工会 (中小企業支援、創業支援)</p>
<p>官民・産業間・地域間との持続可能な連携を図るための合意形成の仕組み</p>	<p>(該当する登録要件) ①及び②</p> <p>(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。</p> <p>②丸亀版DMO懇談会 ・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きます。</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>	<ul style="list-style-type: none"> ・丸亀市文化財観光案内会 (丸亀城ガイド、本島ガイド、広島案内人) との連携 ・紙媒体「広報丸亀」やフリーペーパー「マルータ」を活用した丸亀観光に関する情報提供 ・市民企画イベント (まるがめ婆娑羅まつり、COS ミュージックフェス、丸亀バルフェスティバルなど) 主催者の丸亀版DMO懇談会への参画促進
<p>法人のこれまでの活動実績</p>	<p>(活動の概要) 当協会は、これまで観光イベント等の主催・後援、観光情報発信、観光案内所運営、観光誘致促進などの事業に取り組んできました。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・丸亀城イベント (毎月) ・ホームページ、SNS事業 ・レンタサイクル事業 ・J R 丸亀駅構内観光案内所、丸亀城内観光案内所の運営 ・団体旅行、合宿・修学旅行等誘致促進 ・まち歩き事業 ・観光親善大使活動事業 ・交流都市等での物産展、県観光協会の海外現地商談会への参加 ・海外旅行会社対象のモニターツアー ・ポートルース丸亀と連携したPR ・現存12天守PRプロジェクト交流 など <p>(定量的な評価) ・会員数 2021年6月1日現在 236人 ・決算額 2020年度決算 88,436,077円 ・丸亀城内お土産ショップ売上実績 2020年度 22,957,456円</p>

(別添) 様式 1

	<ul style="list-style-type: none"> ・ 丸亀駅観光案内所利用者数 2020年度 7,830人 城内観光案内所利用者数 2020年度 42,651人 ・ レンタサイクル利用台数 2020年度 4,509台 ・ ホームページアクセス件数 2020年度 507,762件
<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)。</p>	<p>(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。</p> <p>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、当協会の中に、実行組織として中核的なメンバーからなる「幹事会」を設置し、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。</p> <p>(実施体制図)</p> <pre> graph TD subgraph DMO [(一財)丸亀市観光協会【DMO】] Board[理事会] Advisory[評議員会] Meeting[総会(報告)] Secretariat[事務局] Executive[幹事会] Secretariat --- Board Secretariat --- Advisory Secretariat --- Meeting Secretariat --- Executive end City[丸亀市] <--> Executive Chamber[丸亀商工会議所] <--> Executive Assoc[丸亀市飯饅商工会] <--> Executive Pref[(公社)香川県観光協会【地域連携DMO】] <--> Secretariat Platform[丸亀版DMO懇談会 (プラットフォーム)] Secretariat --> Platform Executive --> Platform </pre>

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】

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、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といった役割を担いつつ、連携を図っていきます。

【観光客の実態等】

●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)

※居住地域割合(2019年度)：県内：5.8%、県外：94.2%(※兵庫・大阪など関西圏が多い)

●宿泊者数等

・のべ宿泊者数：279千人(2020年度)

・宿泊者に占める外国人の割合：9.0%(2017年度)

・平均宿泊日数：1.23日(2019年度)

●一人あたり市内消費額

・宿泊なし(2020年度)：4,292円 ※香川県平均(2019年度)：6,306円

・宿泊あり(2020年度)：25,940円 ※香川県平均(2019年度)：24,401円

(別添) 様式 1

【観光資源：歴史・文化、美術館等、食、自然、イベント・行事、スポーツ等】

丸亀市は、山間部から平野部、島嶼部までを含むエリアに広がっており、多様な地域資源を有する地域です。なかでも、「丸亀城」は本市の中心市街地にあるシンボルであり、丸亀市観光協会が企画して、丸亀城で毎月イベントを実施しています。

	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
	太助灯籠	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	イベント・行事	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
	塩飽勤番所	島嶼部		丸亀お城まつり	丸亀
美術館等	猪熊弦一郎現代美術館	丸亀	イベント・行事	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		イベント・行事	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		スポーツ	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			香川オーリーブガイナズ(プロ野球独立リーグ)	丸亀
					Boat Raceまるがめ

※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。
丸亀バルフェスティバル (丸亀市は、スペイン・サンセバスチャン市と姉妹都市)
COSミュージックフェス
ビールとドイツ音楽のタベ 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
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。

(別添) 様式 1

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、丸亀市にリピートして、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(10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。

※現在、JR丸亀駅周辺では新規ホテル1件の建設が進んでいます。(令和3年10月中旬オープン予定)

施設規模	施設数	収容人数
～99室	4	465
100～199室	4	717
200室以上	2	1605
合計	10	2,787

[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～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】

- ・観光サイン多言語化
- ・多言語音声翻訳システム(通訳センター)
- ・JNTO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月の1年間で665人の外国人案内実績(うち、台湾が28%で最も多く、次いで香港が26%、上位2地域で半数を占める)。

- ・香川県観光協会の観光商談会への参加

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
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
観光入込客数	施策の効果を把握するため	各施設及びイベントの利用者数を積算
延べ宿泊者数	施策の効果を把握するため	各宿泊施設からの数字を積算 丸亀商工会議所の収集情報も活用
一人あたり旅行消費額	施策の効果を把握するため	観光客動向調査（アンケート）を自主事業として実施。
来訪者満足度	施策の効果を把握するため	観光客動向調査（アンケート）を自主事業として実施。
リピーター率	施策の効果を把握するため	観光客動向調査（アンケート）を自主事業として実施。

4. 戦略

(1) 地域における観光を取り巻く背景

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	強み (Strengths) ①丸亀城・中津万象園 ②塩飽諸島（日本遺産） ③ボートレース ④レオマワールド ⑤市民球場・陸上競技場 ⑥讃岐富士の「日の出」 ⑦質の高いイベント ⑧讃岐うどん ⑨丸亀うちわ	弱み (Weaknesses) ①観光地としての知名度が低い ・高松市、琴平町とは相対的に弱い ②交通アクセスが「遠い」「不便」 ・高松空港からのアクセス ・離島へのアクセス、周遊利便性 ③受入体制の不足 ・多言語対応、宿泊施設 ・離島（本島、広島） ④日帰り通過型観光 ⑤飲食店不足（丸亀城周辺） ⑥お土産の魅力不足・品揃えの不足 ⑦うどん屋／骨付鳥の営業時間の短さ ⑧商店街の空き店舗
外部環境	機会 (Opportunity) 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) 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

・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

・2018年の観光客実態調査によると、発地の割合は大阪1位・兵庫3位であり、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。

(別添) 様式 1

<p>○取組方針</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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、ターゲット層に強力に訴求するコンテンツを磨き上げ、情報発信を行います。
<p>○第2ターゲット層</p> <ul style="list-style-type: none"> ・台湾、香港、バンコク（タイ）のインバウンド客
<p>○選定の理由</p> <ul style="list-style-type: none"> ・台湾と香港は高松空港の定期就航路線であり、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年度はファム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。 <p>○取組方針</p> <ul style="list-style-type: none"> ・台湾と香港は、地域連携 DMO の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。

(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「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。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天守の「丸亀城」、讃岐富士の山頂から昇る太陽が水面に映る「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。

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
<p>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。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・年4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3回）、など複数の機会を通じて、共有します。
<p>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</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・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きます。 ・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。
<p>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</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・（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ます。 ・丸亀市が持つ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参加できる情報発信を拡大します。

※各取組について、出来る限り具体的に記入すること。

6. K P I (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K P I

指標項目		2017 (H29) 年度	2018 (H30) 年度	2019 (R1) 年度	2020 (R2) 年度	2021 (R3) 年度	2022 (R4) 年度	2023 (R5) 年度
一人あたり旅行消費額 (宿泊なし) (円)	目標	未実施 ()	未設定 ()	3,481 ()	3,506 ()	3,531 ()	3,557 ()	3,582 ()
	実績	未実施 ()	3,456 ()	5,531 ()	4,292 ()	()	()	()
一人あたり旅行消費額 (宿泊あり) (円)	目標	未実施 ()	未設定 ()	16,715 ()	16,916 ()	17,119 ()	17,324 ()	17,532 ()
	実績	()	16,517 ()	20,310 ()	25,940 ()	()	()	()
延べ宿泊者数 (万人)	目標	未実施 ()	未設定 ()	未設定 ()	26.0 ()	36.0 ()	46.0 ()	57.0 ()
	実績	46.3 ()	51.4 ()	49.4 ()	27.9 ()	()	()	()
来訪者満足度 (%)	目標	未実施 ()	未設定 ()	30.7 ()	31.6 ()	32.6 ()	33.5 ()	34.5 ()
	実績	未実施 ()	29.8 ()	30.8 ()	24.3 ()	()	()	()
リピーター率 (%)	目標	未実施 ()	未設定 ()	37.0 ()	38.1 ()	39.2 ()	40.4 ()	41.6 ()
	実績	未実施 ()	35.9 ()	36.8 ()	51.3 ()	()	()	()

※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年度以降は、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K P I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
- ・宿泊あり（宿泊旅行）：1.02%増

●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。2023年度頃にコロナ前の水準に戻ると想定して算出。

(別添) 様式 1

●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、92.1%が満足と回答。
- ・2019年以降は、年率3%での伸長を期待し、2023年までに35%程度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、2023年までに40%程度まで高めていきます。

(2) その他の目標

指標項目		2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
		(H29) 年度	(H30) 年度	(R1) 年度	(R2) 年度	(R3) 年度	(R4) 年度	(R5) 年度
丸亀版DMO懇談会 参加者数（1回以上 の参加者数） （人）	目標	未設定 ()	未設定 ()	100 ()	120 ()	140 ()	160 ()	180 ()
	実績	未実施 ()	81 ()	71 ()	52 ()	()	()	()
体験型観光プログラ ム件数（募集件数） （件）	目標	未設定 ()	未設定 ()	24 ()	27 ()	30 ()	33 ()	35 ()
	実績	未実施 ()	21 ()	22 ()	22 ()	()	()	()

※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（1回以上の参加者数）

- ・引き続き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来やすい環境を作ります。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を目指します。

●体験型観光プログラム件数（当該年度に募集されている件数）

- ・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、市内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
平成29年度	66,770,788(円)	【会費収益】 1,026,000円 【事業収益】 60,679,366円 受託収益 27,715,760円 物産展収益 3,228,833円 商品売上収益 1,113,619円 レンタサイクル収益 2,138,500円 城内おみやげショップ収益 26,482,654円 【市補助金】 2,507,640円 【協賛金】 950,000円 【使用料及び手数料】 1,569,186円 【雑収益】 38,596円
平成30年度	103,769,366(円)	【会費収益】 1,046,000円 【事業収益】 96,559,244円 受託収益 64,918,973円 物産展収益 3,101,764円 商品売上収益 1,335,580円 レンタサイクル収益 2,314,292円 城内おみやげショップ収益 24,888,635円 【市補助金】 2,374,480円 【協賛金】 1,780,000円 【使用料及び手数料】 1,772,359円 【受取負担金】 166,160円 【雑収益】 71,123円
令和元年度	121,158,903(円)	【会費収益】 1,094,000円 【事業収益】 115,089,505円 受託収益 73,272,101円 物産展収益 204,829円 商品売上収益 2,162,405円 レンタサイクル収益 2,321,641円 城内おみやげショップ収益 37,128,529円 【市補助金】 2,402,650円 【協賛金】 100,000円 【使用料及び手数料】 2,191,197円 【受取負担金】 31,545円 【雑収益】 250,006円
令和2年度	105,215,207(円)	【会費収益】 1,117,000円 【事業収益】 99,096,023円 受託収益 73,782,128円 物産展収益 0円 商品売上収益 1,269,781円 レンタサイクル収益 1,086,658円 城内おみやげショップ収益 22,957,456円 【市補助金】 2,600,000円

(別添) 様式 1

		【協賛金】 100,000 円 【使用料及び手数料】 1,372,858 円 【受取負担金】 22,071 円 【雑収益】 907,255 円
令和 3 年度	121,402,600 (円)	【会費収益】 1,200,000 円 【事業収益】 116,180,000 円 受託収益 92,700,000 円 物産展収益 500,000 円 商品売上収益 1,380,000 円 レンタサイクル収益 1,600,000 円 城内おみやげショップ収益 20,000,000 円 【市補助金】 2,600,000 円 【協賛金】 0 円 【使用料及び手数料】 1,310,000 円 【受取負担金】 1,000 円 【雑収益】 111,600 円
令和 4 年度	122,522,000 (円)	【会費収益】 1,300,000 円 【事業収益】 117,100,000 円 受託収益 91,000,000 円 物産展収益 800,000 円 商品売上収益 1,500,000 円 レンタサイクル収益 1,800,000 円 城内おみやげショップ収益 22,000,000 円 【市補助金】 2,600,000 円 【協賛金】 100,000 円 【使用料及び手数料】 1,300,000 円 【受取負担金】 22,000 円 【雑収益】 100,000 円
令和 5 年度	125,022,000 (円)	【会費収益】 1,400,000 円 【事業収益】 119,400,000 円 受託収益 92,000,000 円 物産展収益 900,000 円 商品売上収益 1,500,000 円 レンタサイクル収益 2,000,000 円 城内おみやげショップ収益 23,000,000 円 【市補助金】 2,600,000 円 【協賛金】 100,000 円 【使用料及び手数料】 1,400,000 円 【受取負担金】 22,000 円 【雑収益】 100,000 円

(別添) 様式 1

(2) 支出

年度	総支出	内訳
平成 29 年度	82,699,310 (円)	【事業費】 61,090,523 円 【管理費】 21,608,787 円
平成 30 年度	101,452,732 (円)	【事業費】 71,446,550 円 【管理費】 30,006,182 円
令和元年度	110,568,084 (円)	【事業費】 77,902,895 円 【管理費】 32,665,189 円
令和 2 年度	88,436,077 (円)	【事業費】 57,419,172 円 【管理費】 31,011,905 円
令和 3 年度	121,299,000 (円)	【事業費】 78,037,000 円 【管理費】 43,262,000 円
令和 4 年度	122,000,000 (円)	【事業費】 79,000,000 円 【管理費】 43,000,000 円
令和 5 年度	125,000,000 (円)	【事業費】 81,000,000 円 【管理費】 44,000,000 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

- 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。
- ボートレース事業との連携による受託予算の確保
- オリジナル土産品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

丸亀市は、一般財団法人丸亀市観光協会を当該市における地域DMOとして登録したいので、一般財団法人丸亀市観光協会とともに申請します。

10. 記入担当者連絡先

都道府県・市町村名	丸亀市
担当者氏名	逢坂 雅和
担当部署名(役職)	産業観光課 担当長
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

11. 関係する都道府県・市町村担当者連絡先

(別添) 様式 1

都道府県・市町村名	丸亀市
担当者氏名	逢坂 雅和
担当部署名 (役職)	産業観光課 担当長
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	塩崎正明、中井辰一郎
担当部署名 (役職)	交流推進部観光振興課 (課長補佐、主任)
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 Sc1304@pref.kagawa.lg.jp

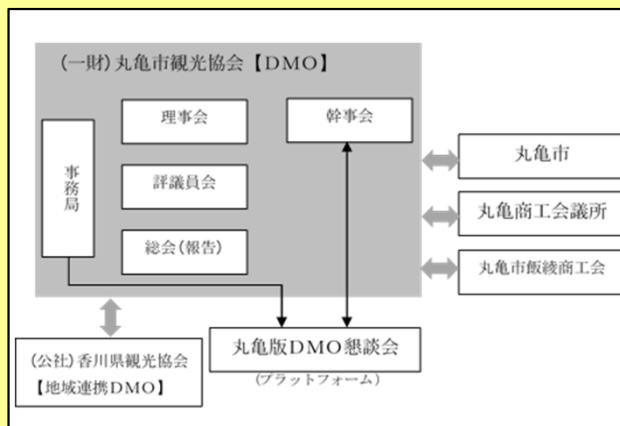
法人名：一般財団法人丸亀市観光協会
登録区分名：地域DMO

「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。

実施体制

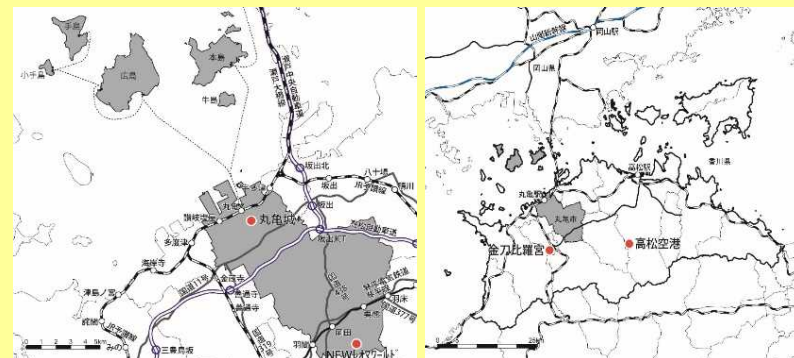
マーケティング・マネジメントする区域

【区域】香川県丸亀市
【設立日】2017年7月3日
【登録日(候補法人)】2020年1月14日
【代表者】
（一財）丸亀市観光協会 理事長 高濱 和則
【マーケティング責任者(CMO)】
（一財）丸亀市観光協会 主任 西宇 絵理
【財務責任者(CFO)】
（一財）丸亀市観光協会 事務局長 山田 哲也
【職員数】15人
常勤4人(正職員1人、兼務3人)、臨時職員11人
【連携する主な事業者】
株式会社OIKAZE 百十四銀行 香川銀行 JR四国
丸亀タクシー協会 琴参バス株式会社
丸亀市国際交流協会 香川県農業協同組合
丸亀市漁業協同組合 本島漁業協同組合
丸亀商工会議所 丸亀市飯綾商工会



【主な観光資源】

丸亀城、島しょ部(瀬戸内国際芸術祭等)、丸亀うちわ など



合意形成の仕組み

【該当する登録要件】①及び②

【概要】

- ①観光協会の賛助会員は、宿泊や運輸、飲食など観光事業者のみならず、多分野の事業者により構成。
- ②地域の多様な関係者が参加する丸亀版DMO懇談会の取組を重視するとともに本法人が事務局を務める幹事会を設置

法人のこれまでの活動実績

【活動実績】

- ・丸亀城イベント(毎月)
- ・ホームページ、SNS事業
- ・レンタサイクル事業
- ・JR丸亀駅構内観光案内所、丸亀城内観光案内所の運営
- ・団体旅行、合宿・修学旅行等誘致促進
- ・まち歩き事業
- ・観光親善大使活動事業
- ・交流都市等での物産展、県観光協会の海外現地商談会への参加
- ・海外旅行会社対象モニターツアー
- ・ポートルース丸亀と連携したPR
- ・現存12天守PRプロジェクト交流 など

戦略

【主なターゲット】

●第1ターゲット層

・関西(特に大阪府と兵庫県)に居住する女性個人客

●第2ターゲット層

・台湾、香港、バンコク(タイ)のインバウンド客

【ターゲットの誘客に向けた取組方針】

●第1ターゲット層

・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力に訴求するコンテンツを磨き上げ、情報発信を行う。

●第2ターゲット層

・台湾と香港は、地域連携DMOの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む。

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

- ・丸亀版DMO懇談会による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、戦略を共有する。
- ・その他、(一財)丸亀市観光協会の総会(年1回)DMO幹事会(年3回)など複数の機会を通じて、共有する。

KPI(実績・目標)

※()内は訪日外国人旅行者に関する数値

指標項目	2017 (H29) 年度	2018 (H30) 年度	2019 (R1) 年度	2020 (R2) 年度	2021 (R3) 年度	2022 (R4) 年度	2023 (R5) 年度
一人あたり旅行消費額 (宿泊なし) (円)	目標	未実施	未設定	3,481	3,506	3,531	3,557
	実績	()	()	()	()	()	()
一人あたり旅行消費額 (宿泊あり) (円)	目標	未実施	未設定	16,715	16,916	17,119	17,324
	実績	()	()	()	()	()	()
延べ宿泊者数 (万人)	目標	未実施	未設定	26.0	26.0	26.0	26.0
	実績	46.3	51.4	49.4	27.9	()	()
来訪者満足度 (%)	目標	未実施	未設定	30.7	31.6	32.6	33.5
	実績	()	()	()	()	()	()
リピーター率 (%)	目標	未実施	未設定	37.0	38.1	39.2	40.4
	実績	()	()	()	()	()	()

活動に係る運営費の額及び調達方法の見通し

【主な収入】丸亀市からの受託事業(観光開発、観光案内所管理運営事業等)73百万円(R2年度)

【総支出】88百万円(一般管理費31百万円、事業費57百万円)

※R3年3月決算

【自律的・継続的な活動に向けた運営資金確保の取組・方針】

丸亀城内おみやげショップ(商品開発販売等)、レンタサイクル事業