

観光地域づくり法人形成・確立計画

記入日：令和6年1月12日

1. 観光地域づくり法人の組織

| | | |
|-------------------------------------------------|----------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 申請区分 | 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 | 公益社団法人 玉野市観光協会 | |
| マネジメント・マーケティング対象とする区域 | 岡山県玉野市 | |
| 所在地 | 岡山県玉野市築港1丁目1番3号 | |
| 設立時期 | 平成13年4月5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 | 9人【常勤4人（正職員2人、臨時職員2名）、非常勤5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） | （氏名） 山根 一人 （出身組織名） （株）アール・ケア | 日本理学療法士連盟会長、玉野商工会議所会頭、宇野港振興協会会長、（株）アール・ケアの代表取締役として、地域の様々なパイプ役となっており、様々な取組で成果を挙げている。さらに、地域内外における幅広い人的ネットワークを有し、地域貢献に寄与している。 |
| 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） | （氏名） 阿部 あけみ「専従」 （出身組織名） （公社）玉野市観光協会 | （公社）玉野市観光協会において19年間勤務。様々な経験を有し、企画立案、Webサイト管理、データ分析を含む多様な業務を担当。これらの経験を通じて、マーケティング戦略の策定、市場動向の解析といった能力を養成。また、地域内事業者・地域コミュニティとの関係構築も積極的に行い、市内事業者のイベント参加を促進。さらに、様々なステークホルダーとの調整を行うなど、調整力と高いコミュニケーション能力をもつ。 |
| 財務責任者（CFO：チーフ・フィナンシャル・オフィサー） | （氏名） 金川 洋一「専従」 （出身組織名） （有）みどりの館みやま | 道の駅みやま公園の指定管理者である（有）みどりの館みやまの支配人を7年間勤務。令和5年6月から玉野市観光協会専務理事を務める。各事業者・各団体と良好な関係を構築、新規店 |

| | | |
|--------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | <p>舗誘致等も積極的に進めるなど、高い交渉能力を持つ。</p> <p>また、資金調達、財務諸表の分析、予算管理、財務戦略の立案や余剰資金の運用などについて高い知見と能力を持つ。</p> |
| <p>催事運営部門の責任者 (専門人材)</p> | <p>(氏名) 坂井 心「専従」 (出身組織名) (公社) 玉野市観光協会</p> | <p>(公社) 玉野市観光協会において 12 年間勤務。市内で実施する催事等の運営、管理を担当。イベント規模に関わらず、公共・各種イベントの運営において豊富な経験を有し、効率的かつ効果的な運営手法の開発と実施する能力を持つ。</p> <p>また、長年の経験により、官公庁をはじめ、各団体との良好な関係を構築、催事の安全とスムーズな運営に尽力している。</p> |
| <p>旅行商品の造成・販売・プロモーション部門の責任者 (専門人材)</p> | <p>(氏名) 阿部 あけみ「専従」 (出身組織名) (公社) 玉野市観光協会</p> | <p>地域限定旅行業の資格の資格を有しており、当協会による旅行商品の造成、販売を担うことで、着地型商品造成並びに、安定的な運営資金確保の体制構築を行っていく。</p> |
| <p>連携する地方公共団体の担当部署名及び役割</p> | <p>【行政】</p> <p>岡山県玉野市</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 商工観光課 玉野海洋博物館 (渋川マリン水族館) ・ 競輪事業課 ・ 総合政策課 (総合計画・地方創生・地域連携・移住定住促進) ・ 秘書広報課 (シティプロモーション・広報・都市交流) ・ 農林水産課 玉野市農林水産振興センター (農業・漁業振興・六次産業化) ・ 公共施設交通政策課 (公共交通) ・ 都市計画課 (都市計画・都市公園管理) ・ 教育委員会社会教育課 (文化財管理・活用) | |
| <p>連携する事業者名及び役割</p> | <p>【観光関係団体】</p> <p>渋川観光協会、常山観光協会、玉野市特産品協議会、渋川海水浴場運営協議会、渋川・王子が岳活性化推進協議会、倉敷玉野地域国立公園美化推進協議会、瀬戸内国際芸術祭たまの☆おもてなし推進協議会、宇野港航路誘致推進協議会</p> <p>【商工関係団体】</p> <p>玉野商工会議所、岡山南商工会、玉野産業振興公社</p> <p>【農業関係団体】</p> <p>岡山市農業協同組合、(有) みどりの館みやま、玉野市雑穀生産組合</p> | |

| | |
|-----------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | <p>【地域事業者】 belk、うのまち珈琲店、おまち堂、玉野市魚市場、なかや宗義、シェアショップ uz、瀬戸大橋カントリークラブ、東兎が丘マリンヒルズゴルフクラブ、玉野ゴルフクラブ、宇野港土地、PowerX、道の駅みやま公園、玉野ショッピングモール メルカ、邦美丸</p> <p>【観光事業者】 玉野コミュニティ・デザイン、たまの湯、おもちゃ王国、渋川動物公園、玉野市活性化共同企業体、岡山県PGフライト協会、渋川マリンアクティビティ協会、駅東創庫、せとうちヨットチャーター、観光ボランティアガイドつつじの会、一般社団法人デスティネーションせとうち</p> <p>【宿泊】 ダイヤモンド瀬戸内マリンホテル、UNO HOTEL、KEIRIN HOTEL 10、Shibukawa Marine Village</p> <p>【公園】 玉野市公園緑化協会</p> <p>【イベント関係団体】 玉野まつり振興会、たまの港フェスティバル実行委員会</p> <p>【交通事業者】（情報提供・事業連携・交通アクセス改善・ツアー商品企画） 両備バス・JR 西日本岡山支社、玉野市タクシー部会、海上タクシー事業者等</p> <p>【文化財】 文化財保護委員会、櫻屋幸吉保存会、ひびきなだ文化研究会、玉比咩神社、与太郎神社</p> <p>【移住】 うのづくり実行委員会</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>①および②</p> <p>①当協会には多種多様な業界から会員 202 名(企業・団体・個人)が参画、各種業界を代表する会員が役員(理事)となっている。役員により構成する理事会において、玉野市の観光に関する事業等を協議するほか、年 1 回総会を開催し、方向性や経営状態の確認・共有を行っている。</p> <p>②多様な業種の関係者が参画する「理事会」や「ワーキンググループ」を設置。今後実施するマーケティング等に基づいた観光施策について関係者との合意・連携・協働を図り、観光産業の育成、振興に取り組んでいく。</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>WEB サイトや SNS 等を活用し、玉野市民が当市の事を知る機会を作り、地元「玉野市」への愛着や誇りを醸成することで、玉野市の町づくり・地域づくりに興味や関心をもってもらい、地域の皆さんも参加し地域一体となり、町づくりを推進していく。</p> <p>その一環として、定期的に住民参加型のワークショップ（瀬戸内国際芸術祭連携等）を開催するほか、地域住民への啓発を目的とし、教育委員会と連携した地域歴史等に関する講演会やシンポジウムを開催。</p> <p>さらに、合意形成について、当協会の事業はもちろんのこと、当協会理事会やワーキンググループ・セミナー・意見交換会等の様々な活動を通じて、域内事業者や市民に対して、理解を深める活動に取り組んでいく。</p> |

| | | |
|--------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| 法人のこれまでの活動実績 | 【活動の概要】 | |
| | ○公益社団法人 玉野市観光協会 | |
| | 事業 | 実施概要 |
| 情報発信・プロモーション | <p>■観光公式 WEB サイトを活用した、広報宣伝・管理運営。情報提供はタイムリーに更新。</p> <p>■各 SNS を活用した広報宣伝・各種キャンペーン実施。SNS では、地元地域の小規模イベントの紹介なども積極的に発信。</p> <p>■観光パンフレットの制作（瀬戸内国際芸術祭、特産品紹介、サイクリング、王子が岳ハイキング等）</p> <p>■たまのづくし（オンラインストア）運営、送料無料キャンペーンや特別セット販売など、市内特産品 PR の為の様々な企画を実施。</p> <p>■イベント催事等において、インターネット広告や新聞折り込み等を効果的に活用している。また、市外の各商業施設や官公庁施設等とも連携し、市外に向けてプロモーションを実施。</p> <p>■イベント開催時には、観光ブースを設置し、市内観光スポットや特産品のプロモーションを実施。</p> <p>■地元 sea 級グルメ「たまの温玉めし」を活用し、亀田製菓株式会社とコラボした「たまの温玉めし風味の柿の種」を製造・販売。大手企業とコラボし、そのブランド知名度を活かすことで、幅広く効率よく宣伝。</p> <p>■一般社団法人 海洋連盟と共催し、ポスターコンテスト「玉野まちぼす」を実施することで、子どもから大人まで幅広い層にアプローチし、市内の観光スポット等の周知を図る。</p> | |
| 受入環境の整備 | <p>■JR 宇野駅構内 観光案内所の運営（レンタサイクル事業）</p> <p>■瀬戸内国際芸術祭開催時の案内所運営（宇野駅案内所内併設※瀬戸芸期間のみ）</p> <p>■JR 宇野駅前ロータリー内に、観光客向けデジタルサイネージを設置（船やバスなど二次交通の時刻や観光スポットなどを季節に合わせて表示）</p> <p>■外国人旅行者に対する案内業務やガイド、多言語標記の案内板等設置</p> <p>■海の駅ビジターバスの運営受託（海からの観光客受け入れとして、受付・市内スポットの案内業務を実施）</p> <p>■2020 年、宿泊施設利用助成事業を実施。 コロナ禍で落ち込んだ消費回復のため、宿泊補助事業を実施。 参加施設数：17 施設 利用者数：382 人</p> <p>■2022 年、玉野市催事促進支援事業を実施。 地元資源を活用した催事開催に係る経費を補助することで、新型コロナウイルス感染症により事業活動に大きな影響を受けている観光関連事業者（主に交通事業者、宿泊事業者、イベント関連事業者等）の支援に繋げるとともに、観光モデル事業の実施により、本市への来訪意欲向上を図り、周遊を促進させるもの。</p> <p>事業内容</p> <p>(1) 催事促進支援事業/4 件(募集し地域事業者が開催)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 34 年ぶりの宇高鉄道連絡船 ・ ワクワクハロウィン@玉比咩神社 ・ 玉野グルメスタンプラリー ・ 晴れの国まつり FARMFES in TAMANO <p>(2) モデル事業/7 件(当協会が企画・開催)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ たまのでアートと自然を楽しもう！特急バス無料デー ・ 玉野をすすめ♪海岸線を走る、トゥクトゥク号実証実験 | |

| | | |
|--|-----------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | <ul style="list-style-type: none"> ・～おうちで楽しめる玉野のごちそう～玉野!!バイキングテイクアウト ・玉野市PRコンテスト2022 玉野まちぼす ・内尾和正×AR夢のいきものデジタルスタンプラリー ・オンライン「たまのづくし」特産品販促キャンペーン ・特産品販路開拓支援及び地域ブランディング業務 |
| | 観光資源の磨き上げ | <p>■壮大な瀬戸内海の景色・自然等を活かした資源の磨き上げ 王子が岳・渋川海岸周辺地区において、観光客(日本人・外国人)の来訪を促進する取り組みの実施 具体的事業内容「瀬戸内海エリアにおける次世代の人づくり事業」として補助事業に申請中。 王子が岳や渋川海岸等の瀬戸内海エリアを中心としたフィールドワークを通じて、若い世代が地域の良さを再認識するとともに、地域資源の利活用・二次交通の課題・観光スポットの発掘などの地域課題について、観光を通じて取り組む。</p> <p>■宇野港周辺の拠点強化 瀬戸内海の玄関口である宇野港は、宿泊や移動など滞在の拠点として、近年、飲食店や多目的店舗・宿泊施設が増加傾向にあり、2025年の瀬戸内国際芸術祭や大阪万博も開催されることから、観光客等の滞在時間を増加させるような、コンテンツや情報発信を推進する。</p> <p>■アート、海・港・船、温暖な気候によって生産される農産物、瀬戸内海の海産物、自然環境などを「たまのオリジナル」に磨き上げ ・特産品の開発(地元水産資源を活用したメニュー開発補助等) 例えば、未利用魚・低利用魚である「黒鯛」を活用し、市内の飲食事業者や加工品事業者と連携し、「クロダイプロジェクト」として推進し、提供メニューの一部として、観光客などに提供、水産資源を有効活用し、資源を磨き上げていく。 また、「番田いも(紫芋)」や「塩」等の資源についても、生産・加工事業者と協力し、魅力ある観光資源として磨き上げをかける。 ・古くから残してきた歴史・文化の活用 玉野市無形文化財に指定されている地踊り「かっからか」をアレンジし、多くの人と共に、地踊りを継承していく。 約900mの藤棚の公園で開催する藤まつり、西行法師の来訪の地で開催する西行まつりや、日本で初めて空を飛んだとされる浮田幸吉にちなんだ鳥人幸吉まちづくりフェア等の地域資源を活用したイベント開催を通じた賑わいづくりを推進する。</p> <p>【定量的な評価】</p> <p>○観光入込客数(千人):令和2年度1,225、令和3年度1,352、令和4年度1,599</p> <p>○延べ宿泊者数(人):令和2年度データ無、令和3年度データ無、令和4年度データ無、令和5年度約90,000</p> <p>○会員数(人):令和2年度209、令和3年度209、令和4年度200、令和5年度202</p> |

| | |
|-------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | <p>○観光案内所窓口の利用者数(人)：令和2年度4,444、令和3年度3,285、令和4年度11,844、令和5年度13,508</p> <p>○レンタサイクルの利用者数(人)：令和2年度123、令和3年度139、令和4年度660、令和5年度245</p> <p>○公式WEBサイト(PV数)：令和3年度343,304、令和4年度438,290、令和5年度493,096</p> <p>※令和5年度については、令和6年1月時点で集計した数値。</p> |
| <p>実施体制</p> | <p>【実施体制の概要】</p> <p>(公社)玉野市観光協会が母体となり、メンバーには、行政、宿泊業者、飲食業者のみならず、交通事業者、文化財、国立公園、農泊、アクティビティ、農林水産業、商工業等、多様な関係者が参画する官民が密接に連携した運営を実施。市内事業者等と密に連携することで、着地型観光開発の開発や販売、海産物・農産物など市内資源を活用した商品開発・販売等の事業を推進していく。</p> <p>また、当協会が中心となり、行政との連携を図ることで、観光プロモーション、観光情報の発信などについて一元化を推進する。</p> <p>【実施体制図】</p> <pre> graph TD A[公益社団法人 玉野市観光協会] --- B[総会] A --- C[理事会] D[玉野市] --> A E[玉野商工会議所 岡山南商工会東児支所] --> A F[会員] --- A G["宿泊・飲食・ 交通等事業者・ 市民等"] --- F A --- H["DMO事業推進協議会 (事業推進プラットフォーム) 事務局:玉野市観光協会"] </pre> |

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】

玉野市は、岡山県の最南端、児島半島の基部に位置し、東部、南部は瀬戸内海に面し、北部は岡山市、西部は倉敷市に隣接している。海岸線の総延長約 44 km の臨海都市であり、「晴れの国」とも呼ばれる美しい自然と温暖な気候に恵まれた本市の沿岸一帯には屈曲した入江が多く、太古より舟航の便に恵まれた天然の良港として知られている。

西部に国立公園（王子が岳、渋川海岸）や水族館を中心とした観光施設が成立しており、中心部には瀬戸内国際芸術祭を核とした新規店舗等が増えている宇野港周辺、東部には塩田に関わる遺構や八浜歴史施設等のコンテンツが点在しており、今後、玉野市観光協会が中心となり、宇野港周辺を旅の拠点とし、市内の観光スポット・コンテンツへの誘客を行い、地域経済活性化へ向けて、全体的なマネジメントを担う。

上記のとおり区域設定とすることが適切と考える。

【観光客の実態等】

玉野市宇野港エリアは、瀬戸内の島々への発着点として、多くの観光客が行き来している拠点で、瀬戸内国際芸術祭の開催等により、飲食店等の新規オープンが増えるなど、賑わいを創出している。さらに、ホテルが 2027 年には新規開業する予定もあり、当市を拠点として利用する観光客も増えると予想している。

また、自然景観を活かした観光スポットが点在する「王子が岳・渋川エリア」は、体験コンテンツや飲食店など長時間滞在可能なスポット等が少なく、二次交通の問題もあり、回遊性が低いことから、今後、地元事業者はもちろんのこと、若い世代とも積極的に協同し、自然を活かした観光コンテンツの開発を積極的に推進するとともに、観光客がスムーズに移動できるよう二次交通事業者との連携も進めていく必要がある。

瀬戸内の島々へ訪れる観光客が当市にも回遊するような、滞在コンテンツの企画開発を進めていく。

【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】

○観光施設

玉野海洋博物館（渋川マリン水族館）、道の駅みやま公園、深山イギリス庭園、玉野競輪、駅東倉庫、八浜町並み保存拠点施設、渋川動物公園、おもちゃ王国、瀬戸内温泉たまの湯

○商業施設

玉野ショッピングモールメルカ

○自然

国立公園（王子が岳、渋川海岸）、深山公園、穏やかな瀬戸内海の景観（多島美）、干潮時に道が現れる坊子島、田園風景、常山からの岡山平野の情景、巨岩・奇岩（ニコニコ岩、番田の立石）

○アート、文化・歴史

瀬戸内国際芸術祭（パブリックアート）、玉野の盆踊り（かっからか）、八浜の秋祭り（だんじり）、波知の獅子舞、化粧地蔵、常山城址（鶴姫）、玉比咩神社

○スポーツ

ビーチスポーツ（ビーチサッカー、ビーチバレー、ビーチテニス）、サイクリング、ボルダリング

○イベント

玉野まつり（おどり大会、花火大会）、たまの・港フェスティバル、渋川藤まつり、深山さくらまつり、西行まつり、鳥人幸吉まちづくりフェア、渋川海水浴場浴客サービスデー、大型客船歓迎イベント、宇野港でのマルシェイベント、競輪イベント

○食

・海産品

塩、海苔、メバル、ゲタ、サワラ、タイ、ハモ、アナゴ、マナガツオ、ベイカ

・農産物

米、麦、大豆、なす、トマト、サツマイモ、しいたけ、なし、みかん、雑穀（きび、たかきび、はとむぎ、あわ）、黒米、赤米、白小豆、ハチミツ

・酒類

紫笑伝（紫いもの焼酎）、たまの藤ロマン（藤の実リキュール）

・菓子類

紫いものソフトクリーム、玉野太鼓、紫いものスイートポテト・パイ・クッキー、進水久寿玉（もなか）、紫いもバターカステラ、レモンケーキ（玉野産レモンを使用）、むらさきいもパウンドケーキ、雑穀シフォン・クッキー、レモンカステラ・ブッセ・カステララスク、フルーツフィナンシェ、玉野米粉マドレーヌ

・グルメ

たまの温玉めし

○玉野観光大使

「尼神インター」渚 氏

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

宿泊施設は、宇野港周辺、渋川、玉、田井、山田・東児の5つの地域に分布しており、施設数・収容力、施設規模については以下の通りです。

- ・施設数・・・29 店舗
- ・収容力・・・～2,120
- ・施設規模・・・少人数から大人数に対応可能な宿泊施設有

宿泊施設区分(令和5年1月末時点)

| 種別 | 施設数 | 部屋数 | 収容人数 |
|---------|-----|-----|-------|
| シティホテル | 4 | 385 | 927 |
| ビジネスホテル | 5 | 39 | 97 |
| 旅館 | 5 | 59 | 100 |
| 民宿・民泊 | 9 | 16 | 43 |
| 公的宿 | 1 | 41 | 240 |
| グランピング | 4 | 97 | 701 |
| 合計 | 29 | 642 | 2,120 |



【利便性：区域までの交通、域内交通】

各地から岡山駅まで「新幹線」を利用した場合

| 駅名 | 所要時間 |
|------|---------|
| 東京駅 | 約3時間20分 |
| 新大阪駅 | 約50分 |
| 広島駅 | 約35分 |
| 博多駅 | 約1時間40分 |
| 鹿児島駅 | 約3時間 |

宇野駅まで「在来線」・「路線バス」を利用した場合

| 駅名 | 所要時間 | |
|------|------|------|
| 岡山駅 | 在来線 | 路線バス |
| 新大阪駅 | 約50分 | 約50分 |

玉野市内まで「自家用車」を利用した場合

| | |
|-------|-------------|
| 大阪 | 約 3 時間 |
| 広島 | 約 2 時間 30 分 |
| 高松 | 約 1 時間 30 分 |
| 早島 IC | 約 45 分 |
| 児島 IC | 約 40 分 |
| 水島 IC | 約 35 分 |

玉野市宇野港から、瀬戸内海の各島々への航路

宇野港から、直島・豊島・小豆島・高松(経由)へ航路があり、瀬戸内の島々への玄関口として、多くの方の拠点となっている。



【外国人観光客への対応】

- 観光協会・観光案内所・地域ボランティアガイドなどによる、インバウンド対応を実施。
- 宇野駅観光案内所による観光窓口・・・外国語に対応したスタッフを常駐させ、外国人観光客の案内を実施。
- 宇野駅から宇野港への導線には、外国人向けの言語表記の看板を設置。
- 英語表記したパンフレットの作成や、隣接の市内外の多言語対応した各種パンフレットを設置し、インバウンド対応を実施。
- 今後は、観光協会公式 WEB サイトを多言語対応化し、インバウンド向けに情報発信を行っていく。

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。 主要駅・各観光施設・宿泊施設・公的施設等と連携し、観光客に対して実施する。併せてRESASも活用し包括的な情報取得を実施する。 |
| 延べ宿泊者数 | 宿泊者数の推移を把握するため。 | 市内宿泊施設と連携し、宿泊者数を把握する。1か月毎または四半期毎に調査シートにて報告できる体制を構築する。 |
| 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。主要駅・各観光施設・宿泊施設・公的施設等と連携し、観光客に対して実施する。 |
| 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。主要駅・各観光施設・宿泊施設・公的施設等と連携し、観光客に対して実施する。 |
| WEBサイト（観光協会HP）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。 | Google 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。 | 市実施の市民アンケート調査と連携して実施。市と連携し実施データを取得、企画策定に活用する。 |

4. 戦略

(1) 地域における観光を取り巻く背景

現状分析

玉野市は、豊かな観光資源を持つ地域で、主要な観光スポットには渋川海水浴場、王子が岳、おもちゃ王国、玉野海洋博物館、みやま公園など多彩な観光資源を有している。

しかし、これらの魅力的な資源にも関わらず、観光客の滞在時間が短く、観光消費額も少ない。

宿泊施設は約 530 名を収容可能な大型ホテルや宇野港周辺のホテル・旅館があり、2025 年の瀬戸内国際芸術祭や大阪・関西万博もあることから、これは地域の観光促進において大きなチャンスとなる。

戦略

・宇野港周辺の強化：瀬戸内国際芸術祭 2022 での来場者数が 35,479 人に達し、この地域は観光客の滞留ポテンシャルを持っている。新しい飲食店や宿泊施設の増加(2027 年新規ホテル開業予定)により、宇野港周辺を観光の主要な拠点として機能強化し、王子が岳や渋川方面などその他の観光資源に誘客を促進する。

さらに、玉野市の既存の観光スポットを組み合わせ、観光施設の統合とパッケージ化を行うことにより、魅力的なツアー等を造成する。これにより、観光客に市内の複数の場所を訪れるインセンティブを与え、滞在時間の延長を図る。

・自然との調和：玉野市の自然環境を維持しつつ、地域資源を活かした観光のまちづくりを進める。特に、漁業における水産資源や農業資源などを最大限活かし、地元企業と協業し、食の面も積極的に推進していく。

・地域ブランディングとプログラム開発：瀬戸内国際芸術祭をはじめとする地域の文化イベントを活用し、文化体験型の観光プログラムも開発。さらに、地域ブランドを活用した滞在交流プログラムも

開発し、観光客の関心を引く新しい体験を提供。これにより、地域経済への波及効果と雇用創出を目指す。

・地域資源の活用：PowerX社による蓄電池組み立て工場（オープンファクトリー）の建設は、新たな観光施設として機能する大きな機会を提供。この施設を観光ルートに組み入れ、観光の多様性を高める。

(2) 地域の強みと弱み・

| | 好影響 | 悪影響 |
|------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 内部環境 | <p>強み (Strengths)</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 自然の美しさと地理的利点：玉野市は自然豊かな地域で、美しい海と山、瀬戸内海沿岸の景色が主な魅力 ● 豊富な観光コンテンツ：王子が岳、玉野競輪場、渋川海水浴場、おもちゃ王国、みやま公園など、多種多様な観光スポットが存在する ● 特別な観光体験の提供：海や山などの自然を活かした体験コンテンツ、日の出や夕焼けの鑑賞、温泉文化など、訪問者に特別な体験を提供できる ● 人的資源の豊富さと地域の活力：地元事業者は、イベントや観光政策に協力的であり、進めやすい環境が整っている ● 地域愛とプライド：事業者や市民が自分たちの街に誇りを持ち、地域経済の活性化に向けた行動を積極的に行っている ● 「ものづくりのまち」としての歴史：造船業を中心とした企業城下町として発展しており、現在も多くの造船関連企業が集積している ● 瀬戸内国際芸術祭の本州側の会場：宇野港周辺は瀬戸内国際芸術祭の本州側の発着点として重要である ● 文化とアートの融合：瀬戸内海の島々で展開される現代アートと自然環境の一体化は、ユニークな魅力を生み出している ● 多様な観光客の受け入れ可能性：国内外から多様な観光客を惹きつけるポテンシャルがある ● 新鮮な地元産魚介と料理：海に面した立地を生かし、新鮮な海の幸や地元食材を活かした料理を提供できる環境がある ● 地場産品の利用：地域特有の産品を活かした特産品の開発と販売が可能である ● PowerX社の蓄電池工場：国内最大級の蓄電池組み立て工場が立地しており、オープンファクトリーとしての機能を有している | <p>弱み (Weaknesses)</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 認知度の低さ：玉野市の観光地としての認知度がまだ低い ● 活動の分散：地域内の観光活動が点在しており、統一的な取り組みに欠ける ● キーとなる観光コンテンツの不足：特定の引き付ける力を持つ観光コンテンツが不足している ● 消費機会の不足：観光客が地域内でお金を使える場所や体験が限定的であり、観光消費を増やすための機会が不足している ● 特産品のブランディング不足：地域特有の特産品があっても、それらのブランディングが不十分 ● 観光エリア間のアクセス問題：宇野港と渋川海岸など主要観光地間の移動が難しい ● 観光マネジメントの不在：市全体の観光事業を統括する組織や機関が不足している ● 宿泊施設の不足：観光客を受け入れるための宿泊施設が不足している ● 交通インフラの問題：地域全体の二次交通アクセスに課題がある ● 言語能力：英語など外国語のコミュニケーション能力が不足している ● ITリテラシーの低さ：ITスキルの不足が、デジタルマーケティングやオンラインプレゼンスに影響を及ぼしている ● 労働力の不足：若年層や中間層の労働力が不足し、特に観光分野での人材が育ちにくい環境がある |

| 外部環境 | 機会 (Opportunity) | 脅威 (Threat) |
|------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | <ul style="list-style-type: none"> ● 自然景観の活用: 瀬戸内海沿岸の豊かな自然景観を基にした観光開発の可能性 ● 宇野港の戦略的活用: 瀬戸内海に面する重要港湾であり、「海・港・船」を活かした観光資源の開発 ● 直島への航路: 宇野港から瀬戸内の島々へのアクセスがあり、芸術祭期間中は多数の観光客が訪れる ● オーバーツーリズムの分散化: 直島、豊島への観光客の集中を緩和し、周辺地域への観光客を誘導する機会がある ● 瀬戸内国際芸術祭 2025: 現代アートの祭典を通じて、国内外からの観光客を惹きつける機会がある ● 大型客船寄港: 宇野港への大型客船の寄港が観光客の増加に寄与できる環境がある ● インバウンド市場の拡大: 国際的な観光市場の拡大を活かした施策の展開が期待できる ● 文化的資源の活用: 地域の文化や歴史に基づいた施設やイベントの開催 ● デジタル技術の活用: 観光情報のデジタル化や多言語対応による観光客の獲得 | <ul style="list-style-type: none"> ● 競合地域との競争: 後楽園、美観地区、直島などの文化財やアートアイランドなど、世界的に著名な競合地域の存在が挑戦となる ● 潜在顧客のニーズへの未対応: 現在の観光施設やサービスが、潜在的な顧客の多様なニーズに応えられていない ● 公共交通の減便: 鉄道や路線バスの減便により、観光客のアクセスが困難になりつつある ● 交通インフラの制約: 地域の交通インフラの不足が観光客のアクセスや移動に影響を与えている ● 観光受け入れ体制の不足: 観光客を十分に受け入れるための施設や人材が不足している ● 郊外型の大型施設の影響: 岡山市、倉敷市など近隣市町村の郊外にある大型施設による競争圧力 ● 少子高齢化と人口減少の影響: 地域の少子高齢化と人口減少が進む中、労働力の確保や地域活性化が難しくなっている ● 経済的制約: 予算や資金の制約により観光開発の遅延やプロジェクトの制限が生じている |

(3) ターゲット

| |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>○第1ターゲット層 第1ターゲット層: 文化とアートに興味を持つ観光客</p> |
| <p>○選定の理由 瀬戸内国際芸術祭の統計情報から、関西・関東の都市圏在住の女性が多く訪れている傾向にある。直島や豊島に訪れる観光客が多く、2025年に開催される瀬戸内国際芸術祭及び大阪・関西万博によりさらに観光客数が増えることが見込まれるため。</p> <p>○取組方針 関西・関東を中心に瀬戸内国際芸術祭に絡めた旅行コンテンツを、旅行会社等を通して、プロモーションを実施していく。</p> |
| <p>○第2ターゲット層 海や山など自然や景観アウトドアを楽しむファミリー層・女性層</p> |
| <p>○選定の理由 玉野市の豊かな自然環境や観光スポット（王子が岳の壮大な景色・空間、渋川マリン水族館・渋川海水浴場、おもちゃ王国・ライト登山・ゆっくり楽しめるカフェ等）があり、ファミリー層をはじめ、今後も観光客の増加を見込めるため。</p> <p>王子が岳・渋川方面には、素晴らしい自然景観を活かしたカフェなどもあり、スタイリッシュでゆっくりできそうなスペースを好む層を中心に選定。</p> |

| |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>○取組方針 自然を体験できるアクティビティやコンテンツを造成。 カフェはあるが、食事等が楽しめる場所が少ない為、ゆっくりと食事ができるような場所やコンテンツの造成を行っていく。</p> |
| <p>○第3ターゲット層 インバウンド観光客</p> |
| <p>○選定の理由 瀬戸内国際芸術祭や大阪万博などの国際的イベントは、外国人観光客を引き付ける大きなチャンス。宇野港が豪華大型客船の寄港地であることや、直島や豊島等に訪れる欧米豪の外国人観光客が多いことや、2025年に開催される瀬戸内国際芸術祭及び大阪・関西万博によりさらに観光客数が増えることが見込まれるため。 多言語対応の観光情報やサービスを提供することで、国際的な観光客をより積極的に誘致。</p> <p>○取組方針 体験型コンテンツを造成し、地元ガイドによるツアーの実施を想定。 ローカルガイドの育成実施。 リピーターをターゲットとした訪日旅行プラットフォームを活用したプロモーション施策を検討。</p> |
| <p>○第4ターゲット層 ワーケーション目的の長期滞在者（都市圏）</p> |
| <p>○選定の理由 都市圏での仕事や暮らしで忙しく過ごしている人を対象とする。 本市は岡山市（街）と倉敷市（文化）の間にあり、瀬戸内諸島の玄関口となっており、「せとうちのど真ん中」である。ここを拠点とし、のんびりとした環境や新しい関係性をつくり、“あそぶ” “はたらく” “くらす” を体験してもらう。</p> <p>○取組方針 個別の状況に応じたプランを構築、提供（コンシェルジュ）</p> |

（４）観光地域づくりのコンセプト

| | |
|------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ①コンセプト | <p>コンセプト：「多様な魅力を活かした、瀬戸内の拠点」</p> <p>目的：宇野港から始まるアート体験、玉野市内の自然・文化・食・人を結びつけ、訪問者に豊かな体験を提供する。これにより、観光客の滞在時間の延長とともに、地元経済の活性化を目指す。また、宿泊施設や飲食店、サービス業界との連携を強化し、観光客にとって魅力的な滞在体験を創出する。この取り組みを通じて、訪問者には玉野市の豊かな自然・文化・食・人との関りを深く体験してもらい、地域経済への貢献を図る。</p> |
| ②コンセプトの考え方 | <p>玉野市は宇野港を瀬戸内海でのアートの世界への入り口と位置づけ、市内にある他の観光地への関心を喚起する戦略を展開する。この戦略の核は、宇野港から始まるアート体験と市内の豊かな自然や文化を結びつけること。王子が岳や渋川海岸での自然探索、地元温泉でのリフレッシュや農水産資源を活かした食といった多彩な体験を組み合わせ、これにより、観光客の滞在時間の延長とともに、地元経済の活性化を目指す。</p> <p>この取り組みは、訪問者に玉野市の豊かな自然・文化・食・人を深く体験</p> |

| | |
|--|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | <p>してもらふことに重点を置く。また、このプロジェクトは宿泊施設や飲食店、サービス業界との連携を強化し、観光客にとって魅力的な滞在体験を創出する。玉野市の独自の魅力を最大限に活かし、訪問者に忘れられない旅の体験を提供することで、地域ブランドの強化と地域経済への貢献を図るのがこの戦略の目的である。</p> <p>宇野港を起点として、市内にある他の観光地への関心を高めることで、観光客の滞在時間と消費を増やすことが可能。このアプローチは、地域の文化と自然の魅力を融合させ、訪問者に多様な体験を提供することを目指す。</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 | <p>域内の観光等の事業に関わる事業者が参画する当協会理事会(年2回)をはじめ、関係事業者同士を集めたワーキンググループを発足し、年4~6回程度、意見交換会を開催。地域の関係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。オンラインでの情報共有環境づくりも率先して推進する。</p> <p>・玉野市観光協会の総会(年1回)、各プロジェクトチームのワーキンググループ会議を実施する等、複数の機会を通じて共有する。 地元教育機関との連携(高校生等)次世代の意見も取り込む。</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>飲食店や宿泊施設等の観光サービスを提供する各観光施設・スポットや、イベント開催時において、アンケート調査やヒアリング調査等を行って結果を分析し、それぞれの目標と評価に基づき、PDCAサイクルを回していく。</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>宇野駅観光案内所におけるワンストップ窓口の設置や観光協会が運営するWEBサイトでのイベント情報の一元化、玉野市及び観光協会が運用しているSNSを活用し、情報発信を実施する。</p> <p>観光大使との連携。当協会WEBサイトを、観光総合ポータルサイトとして、機能するようにブラッシュアップを図っていく。</p> |

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 (R2) 年度 | 2021 (R3) 年度 | 2022 (R4) 年度 | 2023 (R5) 年度 | 2024 (R6) 年度 | 2025 (R7) 年度 |
|--------------------------|----|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| ●旅行消費額 (1人当たり) (円) | 目標 | — () | — () | — () | 12,000 () | 12,500 () | 13,000 () |
| | 実績 | — () | 11,106 () | — () | | | |
| ●延べ宿泊者数 (千人) | 目標 | — () | — () | — () | 90 () | 95 () | 100 () |
| | 実績 | — () | 38 () | — () | | | |
| ●来訪者満足度 (%) | 目標 | — () | — () | — () | 85 () | 88 () | 90 () |
| | 実績 | — () | 84 () | — () | | | |
| ●リピーター率 (%) | 目標 | — () | — () | — () | 45 () | 47 () | 49 () |
| | 実績 | — () | 40 () | — () | | | |

※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】

●旅行消費額

令和3年度に実施した市場調査において観光消費額平均値 11,106 円で設定。
令和6年度に今後、継続的に調査を行うための調査手法の検討を行い、継続して測定できるようにしていく。その他にも、国等の統計資料や RESAS の活用や、市と協力して調査体制を構築していく。

●延べ宿泊者数

令和3年度に実施した市場調査における実績値を基準として設定。
令和6年度に今後、継続的に調査を行うための調査手法の検討を行い、継続して測定できるようにしていく。各宿泊事業者と連携し、正確な数値をデータとして取得できるよう体制を構築していく。

●来訪者満足度・リピーター

令和3年度に実施した市場調査における実績値を基準として設定。
令和6年度に今後、継続的に調査を行うための調査手法の検討を行い、継続して測定できるようにしていく。主要な観光スポットや飲食店・宿泊施設等と連携し、正確な数値をデータとして取得できるよう体制を構築していく。

(2) その他の目標

| 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 |
|----------------------|----|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| ●WEB アクセス数 (観光協会 HP) | 目標 | () | () | () | 460,000 () | 483,000 () | 507,000 () |
| | 実績 | () | 343,304 () | 438,290 () | | | |
| ●宿泊施設の稼働率 (%) | 目標 | () | () | () | 45% () | 47% () | 49% () |
| | 実績 | () | () | () | | | |
| ●観光案内所案内数 (人) | 目標 | () | () | () | 12,000 () | 12,600 () | 13,230 () |
| | 実績 | 4,444 () | 3,285 () | 11,844 () | | | |

※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】

●WEB アクセス数 (観光協会 HP)

現状値を基準とし、5%ずつの増加を目標値として設定。

設定した目標を達成する為、イベント・観光客向け情報等をなるべく集約して掲載できる体制づくりを進めると同時に、SNS等を有効活用し、サイトへの誘導を促進していく。

●宿泊施設の稼働率 (%)

現状値を基準とし、目標値として設定。

設定した目標を達成する為、滞在時間が増加し宿泊施設稼働率を高められるような、観光コンテンツ等の開発・実施を進める。

●観光案内所案内数 (人)

現状値を基準とし、5%ずつの増加を目標値として設定。

設定した目標を達成する為、電車・バス・タクシーの乗降者への声掛けや、出入り口に、季節に合わせたPOP等を掲示し、周知する。また、SNSにて観光案内所で取り扱いの、市内特産品等を積極的にPRし、来場客促進をはかる。

7. 活動に係る運営費の額及び調達方法の見通し

(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) 42,891,752 | (円) 【市町村からの補助金】 22,370,777円 4,035,202円 【公物管理受託】 10,566,579円 【公的催事受託】 743,629円 【収益事業】 3,997,909円 【会費】 1,152,000円 【雑収入】 25,656円 |
| 2021(R3) 年度 | (円) 35,359,619 | (円) 【市町村からの補助金】 22,838,851円 【公物管理受託】 8,147,720円 【公的催事受託】 466,371円 【公的事業受託】 1,971,000円 【収益事業】 811,651円 【会費】 1,064,000円 【雑収入】 60,026円 |
| 2022(R4) 年度 | (円) 58,898,702 | (円) 【市町村からの補助金】 23,560,000円 【公物管理受託】 16,622,160円 【公的催事受託】 15,704,773円 【公的事業受託】 340,000円 【収益事業】 1,454,964円 【会費】 1,038,000円 【雑収入】 178,805円 |
| 2023(R5) 年度 | (円) 30,652,000 | (円) 【市町村からの補助金】 23,986,000円 【公物管理受託】 2,807,000円 【公的催事受託】 300,000円 【公的事業受託】 600,000円 【収益事業】 1,789,000円 【会費】 1,150,000円 【雑収入】 46,000円 |
| 2024(R6) 年度 | (円) 35,548,000 | (円) 【市町村からの補助金】 28,856,000円 【公物管理受託】 2,807,000円 【公的催事受託】 300,000円 【公的事業受託】 600,000円 【収益事業】 1,789,000円 【会費】 1,150,000円 【雑収入】 46,000円 |

| | | |
|-----------------|-----------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 2025 (R7) 年度 | (円) 67,212,000 | (円) 【市町村からの補助金】 60,520,000 円 【公物管理受託】 2,807,000 円 【公的催事受託】 300,000 円 【公的事業受託】 600,000 円 【収益事業】 1,789,000 円 【会費】 1,150,000 円 【雑収入】 46,000 円 |
|-----------------|-----------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

(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) 42,619,061 | (円) 【一般管理費】 24,073,891 円 【情報発信・プロモーション】 280,000 円 【受入環境整備等の着地整備】 3,917,454 円 【観光イベントの開催費】 719,087 円 【施設等管理経費】 105,666,582 円 【収益事業経費】 2,887,544 円 等 |
| 2021 (R3) 年度 | (円) 34,565,366 | (円) 【一般管理費】 24,387,358 円 【情報発信・プロモーション】 1,157,180 円 【マーケティング(市場調査、ブランド戦略等)】 480,792 円 【観光イベントの開催費】 754,808 円 【施設等管理経費】 6,589,054 円 【収益事業経費】 1,196,178 円 等 |
| 2022 (R4) 年度 | (円) 58,023,287 | (円) 【一般管理費】 27,192,044 円 【情報発信・プロモーション】 545,800 円 【観光イベントの開催費】 15,119,140 円 【施設等管理経費】 14,684,289 円 【収益事業経費】 482,014 円 等 |
| 2023 (R5) 年度 | (円) 30,546,000 | (円) 【一般管理費】 25,300,000 円 【情報発信・プロモーション】 390,000 円 【受入環境整備等の着地整備】 600,000 円 【観光イベントの開催費】 1,392,000 円 【施設等管理経費】 2,345,000 円 【収益事業経費】 519,000 円 等 |
| 2024 (R6) 年度 | (円) 35,536,000 | (円) 【一般管理費】 30,096,000 円 【情報発信・プロモーション】 390,000 円 【受入環境整備等の着地整備】 600,000 円 【コンテンツ開発(観光資源の磨き上げ)】 250,000 円 |

| | | | |
|-----------------|-----------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|
| | | 【観光イベントの開催費】 1,300,000 円 【施設等管理経費】 2,400,000 円 【収益事業経費】 500,000 円 | 等 |
| 2025 (R7) 年度 | (円) 66,410,000 | 【一般管理費】 50,300,000 円 【情報発信・プロモーション】 1,390,000 円 【受入環境整備等の着地整備】 600,000 円 【コンテンツ開発 (観光資源の磨き上げ)】 1,200,000 円 【マーケティング (市場調査、ブランド戦略等)】 1,000,000 円 【観光イベントの開催費】 3,400,000 円 【施設等管理経費】 8,000,000 円 (海水浴場運営管理 等) 【収益事業経費】 520,000 円 | (円) 等 |

(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

- ・玉野市補助金、委託事業 (継続)
- ・地域限定旅行業務 (観光コンシェルジュ) …観光やワーケーションを目的とした観光客を対象に、予算や日数に応じて宿泊施設の手配、観光モデルルートの提示を実施し、手数料を得る
- ・テナント収益…にぎわい創出拠点。宇野駅を取得 (予定) し、改装後テナント収益を得る
- ・特産品、地場産品の販売手数料…イベントへの出店や観光案内所 (直売所機能) での販売手数料
- ・公的補助金、交付金等の財源確保。申請書作成支援手数料
- ・着地型旅行商品販売における収入を目指す
- ・イベント開催における収益の確保 (例/出店料・申請手数料等)

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

玉野市では、令和2年度から観光関連事業者等への観光地域づくり法人への理解を深め、その必要性やあり方を検討してきました。

令和2年度に行政、観光関連事業者 (飲食、物産、アミューズメント施設等)、農業関係団体、イベント関係団体、交通事業者、宿泊施設事業者により構成された DMO 設立検討会にて、中心的な役割を担う観光地域づくり法人の必要性・あり方や、当市観光に関する強みや弱みについてワークショップを通し検討した結果、地域の多様な関係者と連携し、市内全体の観光振興を実践してきた (公社) 玉野市観光協会が観光地域づくり法人を担うべきとの結論に至りました。

玉野市は観光資源として、渋川海水浴場、王子が岳、玉野海洋博物館 (渋川マリン水族館)、みやま公園などを有するものの、通過型の観光がメインとなっており、地域での滞在時間が短いことや観光消費額の低下が課題となっております。玉野市としましても、(公社) 玉野市観光協会が観光地域づくりの中核的な役割を担う組織として、2025 年に開催される瀬戸内国際芸術祭、大阪・関西万博

に向けた受入体制の整備及び誘客に向けた PR 等により、このような課題解決を目指すことに対し、引き続き支援・連携を図ってまいります。

以上のことを踏まえ、岡山県玉野市は、(公社)玉野市観光協会を玉野市における地域DMOとして登録したいため、(公社)玉野市観光協会とともに申請します。

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）

重複なし

10. 記入担当者連絡先

| | |
|-------------|-------------------------|
| 担当者氏名 | 阿部 あけみ |
| 担当部署名（役職） | 企画情報室 主事 |
| 郵便番号 | 706-0002 |
| 所在地 | 玉野市築港 1-1-3 玉野産業振興ビル 1階 |
| 電話番号（直通） | 0863-21-3486 |
| F A X 番号 | 0863-32-3331 |
| E - m a i l | info@tamanokankou.com |

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 | 岡山県玉野市 |
| 担当者氏名 | 内尾 崇人 |
| 担当部署名（役職） | 産業振興部商工観光課 主査 |
| 郵便番号 | 706-0002 |
| 所在地 | 玉野市築港 1-1-3 玉野産業振興ビル 3階 |
| 電話番号（直通） | 0863-33-5005 |
| F A X 番号 | 0863-33-5001 |
| E - m a i l | syoukougankou@city.tamano.lg.jp |

記入日：令和6年1月12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】

岡山県玉野市

【設立時期】平成13年4月5日

【設立経緯】

③区域の観光協会がDMOに移行

【代表者】山根 一人

【マーケティング責任者(CMO)】阿部 あけみ

【財務責任者(CFO)】金川 洋一

【職員数】9人(常勤4人(正職員2人、臨時職員2人)、非常勤5人)

【主な収入】

収益事業 2.5百万円、委託事業 32.3百万円(令和4年度決算)

【総支出】

事業費 31.3百万円、一般管理費 27.2百万円(令和4年度決算)

【連携する主な事業者】

区域の主な観光関係団体、商工関係団体、農業関係団体、地域事業者、宿泊観光事業者、イベント関係団体、交通事業者等

KPI(実績・目標)

※()内は外国人に関するもの。

| 項目 | | 2020 (R2)年 | 2021 (R3)年 | 2022 (R4)年 | 2023 (R5)年 | 2024 (R6)年 | 2025 (R7)年 |
|-----------------------|----|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| 旅行消費額 一人当たり (円) | 目標 | () | () | () | 12,000 () | 12,500 () | 13,000 () |
| | 実績 | () | 11,106 () | () | — | — | — |
| 延べ 宿泊者数 (千人) | 目標 | () | () | () | 90 () | 95 () | 100 () |
| | 実績 | () | 38 () | () | — | — | — |
| 来訪者 満足度 (%) | 目標 | () | () | () | 85 () | 88 () | 90 () |
| | 実績 | () | 84 () | () | — | — | — |
| リピーター率 (%) | 目標 | () | () | () | 45 () | 47 () | 49 () |
| | 実績 | () | 40 () | () | — | — | — |

戦略

【主なターゲット】

文化とアートに興味を持つ観光客、アウトドアを楽しむファミリー層・女性層、インバウンド観光客、ワーケーション目的の長期滞在者(都市圏)

【ターゲットの誘客に向けた取組方針】

瀬戸内国際芸術祭に絡めた旅行コンテンツを旅行会社等を通してプロモーション実施。自然を活かしたアクティビティや地元ガイドツアー等の観光コンテンツ造成。

【観光地域づくりのコンセプト】

多様な魅力を活かした、瀬戸内の拠点

具体的な取組

【観光資源の磨き上げ】

- ・瀬戸内海の景観・自然等を活かした資源の磨き上げ(観光客来訪促進)
- ・宇野港周辺の拠点強化
- ・農水産物を活かした特産品開発
- ・歴史・文化発掘及びコンテンツ造成

【受入環境整備】

- ・JR宇野駅構内 観光案内所の運営(瀬戸内国際芸術祭案内も兼ねる)
- ・観光客向けデジタルサイネージ設置
- ・玉野市催事促進支援事業を実施(トウクトウク号実証実験等)

【情報発信・プロモーション】

- ・観光公式WEBサイトで広報宣伝
- ・各SNSを活用した広報宣伝、各種キャンペーン実施
- ・オンラインストアの運営、販売
- ・市内観光スポットを題材としたポスターコンテストを開催
- ・地元sea級グルメ「たまの温玉めし」と亀田製菓(株)とコラボ商品の開発

