観光地域づくり法人形成･確立計画

記入日：令和 7 年　7 月　31 日

１．観光地域づくり法人の組織

申請区分 ※該当するものを〇で囲むこと	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	平成 29 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	22 人【常勤 18 人（正職員 5 人・出向等 4 人・無期雇用 1 人・有期雇用 8 人、）、非常勤 4 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）	髙濵　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に持つ大倉工業株式会社代表取締役相談役であり、丸亀商工会議所会頭として、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	西宇　絵理「専従」 （一財）丸亀市観光協会 主査	民間企業（日本旅行等）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）	林　裕司［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、観光業務の委託元である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（インバウンド）の責任者（専門人材）	河﨑　瞳［専従］ （一財）丸亀市観光協会	民間企業（JTB）勤務の経験と人脈を生かし、2024 年に営業を開始した丸亀城キャッスルエクスペリエンス（丸亀城城泊事業）などの国内海外向けの誘客を担当しています。
各部門（プロモーション）の責任者（専門人材）	本田　哲朗 丸亀市産業観光課 観光交流担当長	観光担当長として前任者からの引継を受け、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。

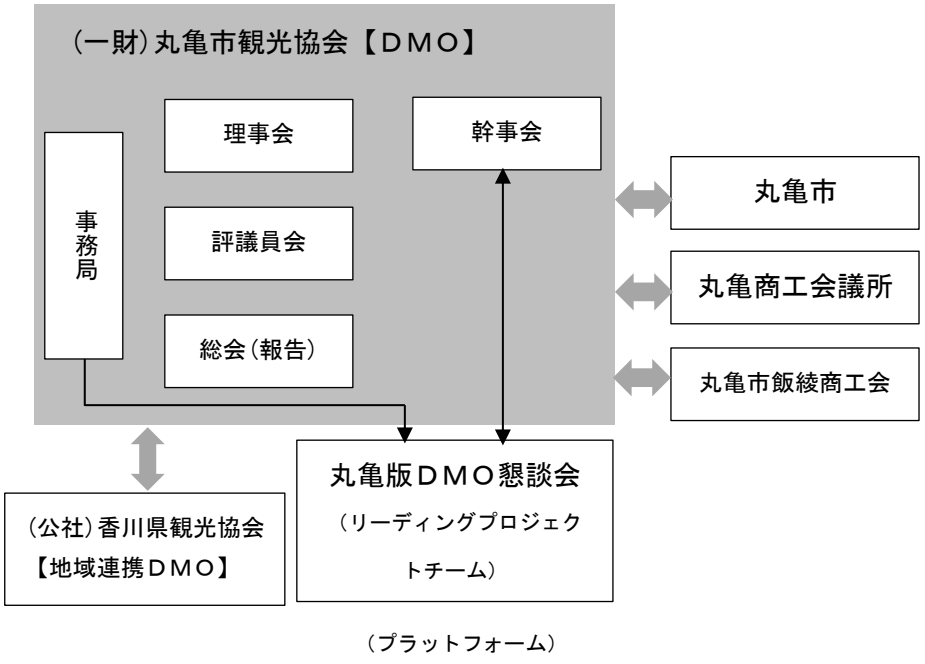
様式１

各部門（旅行商品の造成･販売）の責任者（専門人材）	宮竹　祐輝 丸亀市産業観光課 主任	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。サステナビリティコーディネーターとして丸亀市の持続可能な観光の推進において舵取り役を担っています。
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） まなび文化課（文化芸術振興、瀬戸内国際芸術祭の開催） 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（丸亀城等歴史的資源の活用） 離島振興室（観光における離島関係全般、特に日本遺産）	
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） 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）	
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	（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・賛助会員総会）・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 ・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。 令和６年度　２回実施　延べ５２名参加	
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	（定期的に住民参加型のワークショップ開催 ・ＤＭＯリーディングプロジェクト会議の開催 令和 6 年度「ニッカリ青江」公開に伴うコラボイベントの内容（特に市民からの参加者、団体の活動、取り組み手法等について） ２回実施　延べ６６名参加	

様式１

<table>
<tr><td></td><td>・インバウンドおもてなしセミナーの開催
　賛助会員・DMO 懇談会参加者等地域の事業者を対象に、インバウンド客への対応とおもてなしの機運を高めてもらうため、外部より講師を招聘し講義と英会話セミナーを実施した。参加者１９名</td></tr>
<tr><td>法人のこれまでの活動実績</td><td>【活動の概要】
<table>
<tr><th>事業</th><th>実施概要</th></tr>
<tr><td>情報発信・プロモーション</td><td>・6 年度商談会事業
7 月 9 日 （一社）四国ツーリズム創造機構、四国アライアンス、JTB 協定旅館ホテル連盟四国 4 支部合同台湾商談会
台北　28 社
10 月 3 日　四国観光商談会　東京　12 社
10 月 9 日　四国観光商談会　大阪　9 社
10 月 23 日　2024 年度高付加価値旅行国内関係者ネットワーキングイベント事業　商談会
東京　13 社
11 月 13 日　2024 年度四国インバウンド商談会 in kochi
高知　5 社
2025 年 2 月 24 日 25 日　香川県・高知県台湾商談会
台北・台中　33 社
全国での物産展の開催、参加 6 回
・持続可能な観光地としてインバウンド等視察の受け入れ
６件　４３名</td></tr>
<tr><td>受入環境の整備</td><td>・6 年インバウンド対策事業
飲食店多言語メニュー開発支援事業　完成 6 件
広域 DMO 主催　外国人観光案内所研修に参加　2 月
ご当地通訳ガイド養成講座の開催　1 月
多言語版ホームページの作成（観光庁補助事業）</td></tr>
<tr><td>観光資源の磨き上げ</td><td>・６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
・うちわ作り体験のブラッシュアップ、多言語 PR 動画の作成
・体験型観光流通環境整備事業
事業者が体験型観光を OTA に掲載し、支払う手数料の一部を支援する助成制度　助成件数 1 件</td></tr>
</table>
【定量的な評価】
観光案内所利用者数　24,022 人
旅行会社商談件数　100 社
丸亀城天守入城者数　120,244 人
キャッスルロード　丸亀城夜間開館入場者数　2,946 人</td></tr>
</table>

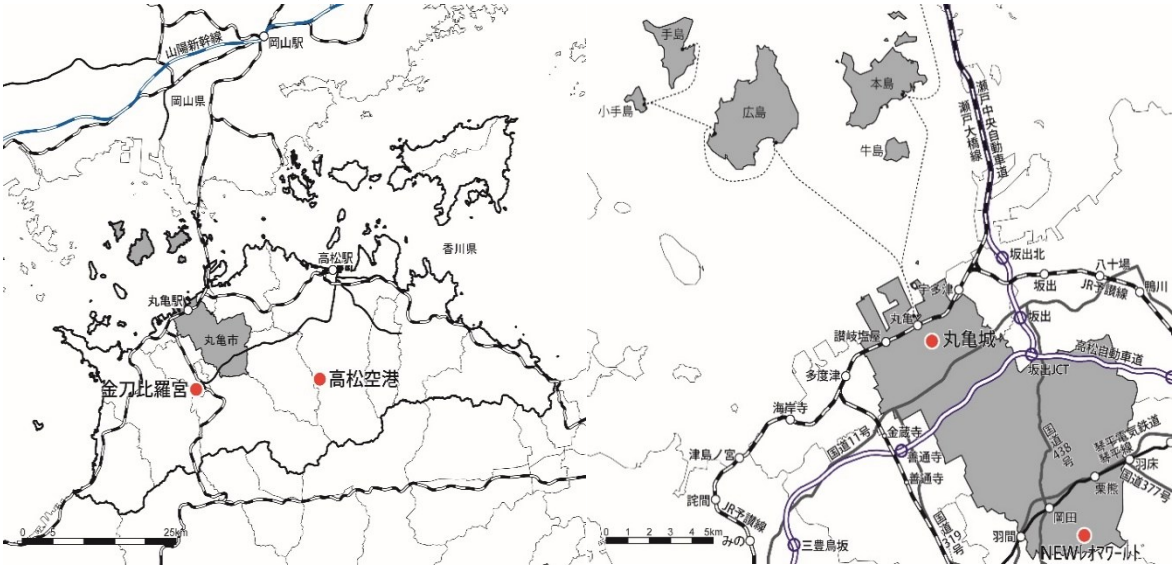
様式１

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ます。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】** 

様式１

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ることから、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】

コロナ禍収束から 2 年、関東など遠方からの観光客の割合が増加し、旅行需要は回復が顕著に見られる。

●観光入込客数

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）→3,416 千人（2023 年度）→3,253 千人（2024 年度）

※居住地域割合(2024 年度)：県内：3.3%、県外：87.0%、国外 9.8%（※関東・関西圏が多い）

●宿泊者数等

・のべ宿泊者数：552 千人（2024 年度）←530 千人(2023 年度) ←473 千人(2022 年度) ←317 千人(2021 年度)←279 千人(2020 年度)

様式１

・宿泊者に占める外国人の割合：7.0%（2024 年度）←5.2%(2023 年度)←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：1.29 日（2024 年度）←1.20 日(2023 年度）←1.28 日(2022 年度）←1.25 日(2021 年度)

●一人あたり市内消費額

・宿泊なし 7,772 円（2024 年度）←6,897 円(2023 年度）←3,845 円(2022 年度）← 4,459 円(2021 年度)

・宿泊あり 28,305 円（2024 年度）←32,142 円(2023 年度）←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】

	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
	太助灯篭	丸亀		瀬戸内海	島嶼部
	金比羅湊・金比羅街道	丸亀		塩飽諸島	島嶼部
	丸亀うちわ	丸亀	イベント・行事	丸亀城桜まつり	丸亀
	笠島重要伝統的建造物群	島嶼部		丸亀お城まつり	丸亀
	塩飽勤番所	島嶼部		香川丸亀国際ハーフマラソン大会	丸亀
美術館等	猪熊弦一郎現代美術館	丸亀		瀬戸内国際芸術祭	島嶼部
	丸亀美術館	丸亀		HOT サンダルプロジェクト	島嶼部
	丸亀平井美術館	丸亀		お大師まいり	島嶼部
	丸亀うちわミュージアム	丸亀		正覚院夏まつり	島嶼部
	NEWレオマワールド	綾歌		桃喰うまつり	飯山
食	骨付鳥			あやうたふるさとまつり	綾歌
	さぬきうどん			チャコリの日	丸亀
	しょうゆ豆		スポーツ	レグザムボールパーク丸亀(野球場)	丸亀
	おいり			Pikara スタジアム(陸上競技場)	丸亀
	しょうゆ豆			カマタマーレ讃岐(プロサッカーチーム)	丸亀
	香川本鷹			香川オリーブガイナーズ(プロ野球独立リーグ)	丸亀
	ピンチョス			Boat Race まるがめ	丸亀

※観光資源の活用方法についても記入すること。

・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・収穫体験・藍染め体験・農泊体験
クルージング・お茶席・うどんバス・うどんタクシーなど
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、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、事業者の体験プログラムの提供が安定的に継続し、体験プログラムの件数自体も増えることを目指して、OTA に掲載する手数料の一部を助成する制度を開始しました。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（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。
・瀬戸内海に隣接して１施設、綾歌町山側にリゾートホテル１　大部分は駅周辺のビジネスホテル

施設規模	施設数	収容人数
～99 室	4	395
100～199 室	5	762
200 室以上	3	1965
合計	11	3122

【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。(毎月 20 日は無料となる)

＜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。(毎月 20 日は無料となる)

【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）

・ポケトーク及び Voice tra アプリの活用

・JNTO 認定外国人案内所（カテゴリー1）

※丸亀市観光案内所（JR 丸亀駅構内）の外国人案内実績は 2024 年 4 月～2025 年 3 月で 1054 人と増加傾向であるが、割合は台湾が 33%と最も高く、次いで中国が 12%、米国が 11%となっている。コロナ禍以降伸び悩んでいた中国からの観光客が戻りつつある。

・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。
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。	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。	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）。

様式１

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	**強み（Strengths）** **・自地域で積極的に活用できる強みは何か？** ①　丸亀城・中津万象園（城泊 2024 年度開業歴史的資源の活用） ②　塩飽諸島（日本遺産）での宿泊施設増加 ③　ボートレース丸亀 ④レオマワールド ⑤市民球場・陸上競技場 ⑥讃岐富士 ⑦質の高いイベント ⑧讃岐うどん ⑨丸亀うちわ（世界の持続可能な観光地トップ 100 選 2023） ⑩骨付鳥	**弱み（Weaknesses）** **・自地域で改善を必要とする弱みは何か？** 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お土産品の魅力不足・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）** **・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インバウンド客の地方へのシフト 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	**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

	⑧民泊法 ⑨丸亀製麺	

※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 ・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。
○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 年度からファムトリップや商談会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、商談会など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	・「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	・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。 【「縁起のええまち」とは】 ・「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。

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 ・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います。2024 年度２回開催 ・ＤＭＯリーディングプロジェクトチーム会議 2024 年度は、ニッカリ青江イベント開催につて２回開催 ・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。
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	・（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インスタグラム・フェイスブックのハッシュタグ等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。

様式１

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

（１）

指標項目		2022（Ｒ４）年度	2023（Ｒ５）年度	2024（Ｒ６）年度	2025（Ｒ７）年度	2026（Ｒ８）年度	2027（Ｒ９）年度
●一人当たり旅行消費額（宿泊なし：円）	目標	3,556	3,582	3,608	3,634	3,660	3,686
		（未）	（未）	（未）	（未）	（未）	（未）
	実績	3,845	6,897	7,772			
		（未）	（未）	（未）			
●一人当たり旅行消費額（宿泊あり：円）	目標	17,324	17,532	17,742	17,955	18,170	18,388
		（未）	（未）	（未）	（未）	（未）	（未）
	実績	17,276	32,142	28,305			
		（未）	（未）	（未）			
●延べ宿泊者数（千人）	目標	40.0	50.0	60.0	61.5	63.0	64.8
		（未）	（未）	（未）	（未）	（未）	（未）
	実績	47.4	53.0	55.2			
		（未）	（未）	（未）			
●来訪者満足度（%）	目標	33.5	34.5	35.5	36.6	37.7	38.8
		（未）	（未）	（未）	（未）	（未）	（未）
	実績	23.5	23.3	27.4			
		（未）	（未）	（未）			
●リピーター率（%）	目標	40.4	41.6	42.8	44.1	45.4	46.7
		（未）	（未）	（未）	（未）	（未）	（未）
	実績	33.0	33.8	32.8			
		（未）	（未）	（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、各回 100 サンプル）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、2026 年度までに 37.7%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、2026 年度までに 45.4%まで高めていきます。

（２） その他の目標

指標項目		2022（Ｒ４）年度	2023（Ｒ５）年度	2024（Ｒ６）年度	2025（Ｒ７）年度	2026（Ｒ８）年度	2027（Ｒ９）年度
●丸亀版ＤＭＯ懇談会参加者数（人）：累計	目標	160	180	200	220	240	260
		（未）	（未）	（未）	（未）	（未）	（未）
	実績	133	156	170			
		（未）	（未）	（未）			
●体験型観光プログラム件数（件）：累計	目標	33	36	39	42	45	48
		（未）	（未）	（未）	（未）	（未）	（未）
	実績	24	25	26			
		（未）	（未）	（未）			

様式１

●Web サイトへのアクセス数（回）	目標	520,000 （未）	550,000 （未）	560,000 （未）	570,000 （未）	580,000 （未）	590,000 （未）
	実績	543,482 （未）	454,310 （未）	930,324 （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。

様式１

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（具体的に記入すること）		
2022（Ｒ４）年度（実績）	（円） 173,329,245	**【会費収益】** 1,271,000 **【事業収益】** 153,729,090 受託収益 116,269,034 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		（円）
2023（Ｒ５）年度（実績）	（円） 183,448,932	**【会費収益】** 1,312,000 **【事業収益】** 152,647,673 受託収益 112,253,439 物産展収益 18,001 商品売上収益 2,523,307 レンタサイクル収益 2,091,025 城内おみやげショップ収益 35,761,901 **【国補助金】** 7,400,000 **【市補助金】** 19,683,866 **【協賛金】** 0 **【使用料及び手数料】** 2,355,132 **【受取負担金】** 7,296 **【雑収益】** 42,965		（円）

様式１

2024（Ｒ６） 年度（実績）	（円） 230,262,412	（円） **【会費収益】** 1,357,000 **【事業収益】** 208,788,268 受託収益 128,556,276 物産展収益 382,094 商品売上収益 4,382,542 レンタサイクル収益 2,524,840 城内おみやげショップ収益 72,942,516 **【国補助金】** 9,034,079 **【市補助金】** 6,795,000 **【協賛金】** 281,819 **【使用料及び手数料】** 3,750,849 **【受取負担金】** 0 **【雑収益】** 255,397
2025（Ｒ７） 年度	（円） 196,132,500	（円） **【会費収益】** 1,420,000 **【事業収益】** 177,467,500 受託収益 135,167,500 物産展収益 300,000 商品売上収益 4,300,000 レンタサイクル収益 2,700,000 城内おみやげショップ収益 35,000,000 **【国補助金】** 0 **【市補助金】** 13,795,000 **【協賛金】** 200,000 **【使用料及び手数料】** 2,940,000 **【受取負担金】** 20,000 **【雑収益】** 290,000
2026（Ｒ８） 年度	（円） 208,840,000	（円） **【会費収益】** 1,450,000 **【事業収益】** 183,050,000 受託収益 140,000,000 物産展収益 400,000 商品売上収益 4,400,000 レンタサイクル収益 2,750,000 城内おみやげショップ収益 35,500,000 **【国補助金】** 0 **【市補助金】** 21,000,000

		【協賛金】 0 **【使用料及び手数料】** 3,020,000 **【受取負担金】** 20,000 **【雑収益】** 300,000
2027（Ｒ９） 年度	**（円）** 220,070,000	**（円）** **【会費収益】** 1,480,000 **【事業収益】** 194,250,000 受託収益 150,000,000 物産展収益 450,000 商品売上収益 4,500,000 レンタサイクル収益 2,800,000 城内おみやげショップ収益 36,500,000 **【国補助金】** 0 **【市補助金】** 21,000,000 **【協賛金】** 0 **【使用料及び手数料】** 3,000,000 **【受取負担金】** 20,000 **【雑収益】** 320,000

（２） 支出

年（年度）	総支出	内訳（具体的に記入すること）
2022（Ｒ４） 年度（実績）	**（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（実績）	**（円）** 182,105,350	**（円）** **【一般管理費】** 74,725,767 **【情報発信・プロモーション】** 4,656,292 **【受入環境整備等の着地整備】**25,552,721 **【コンテンツ開発（城泊等観光資源の磨き上げ）】**31,102,773

様式１

		【マーケティング（市場調査、ブランド戦略等)】　1,627,020 【観光イベントの開催費】等　20,298,692 【商品仕入費】　24,142,085
2024（Ｒ６） 年度（実績）	（円） 226,902,809	（円） 【一般管理費】　104,780,643 【情報発信・プロモーション】 5,704,676 【受入環境整備等の着地整備】35,325,504 【コンテンツ開発（城泊等観光資源の磨き上げ)】11,218,614 【マーケティング（市場調査、ブランド戦略等)】　534,181 【観光イベントの開催費】等　18,632,287 【商品仕入費】　50,706,904
2025（Ｒ７） 年度	（円） 220,210,000	（円） 【一般管理費】　109,165,000 【情報発信・プロモーション】 7,315,000 【受入環境整備等の着地整備】44,800,000 【コンテンツ開発（観光資源の磨き上げ)】16,600,000 【マーケティング（市場調査、ブランド戦略等)】1,385,000 【観光イベントの開催費】等　19,845,000 【商品仕入費】　21,100,000
2026（Ｒ８） 年度	（円） 241,600,000	（円） 【一般管理費】　119,000,000 【情報発信・プロモーション】 8,100,000 【受入環境整備等の着地整備】45,000,000 【コンテンツ開発（観光資源の磨き上げ)】　17,500,000 【マーケティング（市場調査、ブランド戦略等)】　1,400,000 【観光イベントの開催費】等　22,000,000 【商品仕入費】　28,600,000
2027（Ｒ９） 年度	（円） 245,650,000	（円） 【一般管理費】　120,000,000 【情報発信・プロモーション】 8,250,000 【受入環境整備等の着地整備】45,000,000 【コンテンツ開発（城泊等観光資源の磨き上げ)】　20,000,000 【マーケティング（市場調査、ブランド戦略等)】　1,300,000 【観光イベントの開催費】等　22,500,000 【商品仕入費】　28,600,000

（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
〇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。
〇着地型旅行商品の造成
〇体験型観光商品を販売する事業者がＯＴＡ等に支払う手数料の一部を地域ＤＭＯ（丸亀市観光協会）が負担する助成制度を創設した。
〇史跡丸亀城跡城内施設指定管理事業の受託
〇ボートレース事業との連携による受託予算の確保
〇オリジナルのお土産品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
〇観光協会会員の増による会費収入の増加
〇教育旅行・視察旅行等の受け入れプログラムの開発・販売

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、丸亀市産業振興計画及び丸亀市観光戦略を基づき、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】
〇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】
〇地域連携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】
〇当協会は地域資源の掘り起こしやコンテンツ造成を行い受け入れ態勢の充実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プロモーション、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】
〇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	西宇　絵理
担当部署名（役職）	一般財団法人丸亀市観光協会　主査
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　主任
郵便番号	763-8501
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	冨田史恵、伊丹隆二
担当部署名（役職）	交流推進部観光振興課（課長補佐、課長代理）
郵便番号	760-8570
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	Hz4172@pref.kagawa.lg.jp

（登録）【地域連携DMO】一般財団法人丸亀市観光協会

様式2

記入日：　令和7年　7月31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】
香川県　丸亀市
【設立時期】 2017年7月3日
【設立経緯】
区域の観光協会がDMOに移行
【代表者】 髙濵　和則
【マーケティング責任者（CMO）】 西宇　絵理
【財務責任者（CFO）】 林　裕司
【職員数】 22人（常勤18人（正職員5人・出向等4人・無期雇用1人・有期雇用8人）、非常勤4人）
【主な収入】
・収益事業（物産展収益、商品売上収益、レンタサイクル収益、城内おみやげショップ収益） 40百万円
・受託事業（受託収益、国補助金、市補助金等）143百万円（6年度決算）
【総支出】
・事業費（情報発信・プロモーション、受入環境整備等の着地整備、コンテンツ開発、マーケティング、観光イベントの開催費等、商品仕入費　160百万円
・一般管理費　65百万円（6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）

※（　）内は外国人に関するもの。

指標項目		2022（R4）年度	2023（R5）年度	2024（R6）年度	2025（R7）年度	2026（R8）年度	2027（R9）年度
●一人当たり旅行消費額（宿泊なし：円）	目標	3,556（未）	3,582（未）	3,608（未）	3,634（未）	3,660（未）	3,686（未）
	実績	3,845（未）	6,897（未）	7,772（未）			
●一人当たり旅行消費額（宿泊あり：円）	目標	17,324（未）	17,532（未）	17,742（未）	17,955（未）	18,170（未）	18,388（未）
	実績	17,276（未）	32,142（未）	28,305（未）			
●延べ宿泊者数（千人）	目標	40.0（未）	50.0（未）	60.0（未）	61.5（未）	63.0（未）	64.8（未）
	実績	47.4（未）	53.0（未）	55.2（未）			
●来訪者満足度（%）	目標	33.5（未）	34.5（未）	35.5（未）	36.6（未）	37.7（未）	38.8（未）
	実績	23.5（未）	23.3（未）	27.4（未）			
●リピーター率（%）	目標	40.4（未）	41.6（未）	42.8（未）	44.1（未）	45.4（未）	46.7（未）
	実績	33.0（未）	33.8（未）	32.8（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に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】
・６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
・ニッカリ青江おもてなし事業
・うちわPR動画・体験プログラムのブラッシュアップ
【受入環境整備】
・６年インバウンド対策事業
飲食店多言語メニュー開発支援事業
インバウンドおもてなしセミナー
まるがめご当地通訳ガイド養成講座
JNTO主催認定案内所地域セミナー参加

【情報発信・プロモーション】
・６年商談会
7月9日　台湾商談会　商談数27社
10月3日　四国観光商談会2024 in 東京　商談数10社
10月9日　四国観光商談会2024 in 大阪　商談数8社
11月13日　四国インバウンド商談会（高知）商談数5社
全国での物産展でのPR、参加6回
【その他】
キャッスルエクスペリエンス（丸亀城城泊）事業　実績3件6名