



第2次多度津町タウンプロモーション戦略

令和2年4月

多度津町

目 次

I 第2次タウンプロモーション戦略について	1
① 多度津町のタウンプロモーション	1
② 戦略策定の背景と目的	1
③ 第2次戦略の策定にあたって	2
④ 多度津町まねさねこ課について	3
⑤ 計画期間と位置づけ	4
II 多度津町の現状と課題	5
① 総人口と年齢3区分別人口の推移と将来推計	5
② 社会増減（転入・転出）の状況	6
③ 地域の特性（近隣市町との比較）	8
④ ブランドイメージ	9
⑤ 町の情報発信などについて	15
⑥ SWOT分析による現状と課題の整理	17
III 多度津町のタウンプロモーション	18
① タウンプロモーションの目的	18
② 推進にあたっての基本的な考え方	19
③ シビックプライド醸成との連携・循環	20
④ 推進体制	21
⑤ メイン・ターゲット	22
⑥ ブランドコンセプト・ロゴマーク	23
⑦ 進捗管理と数値目標	24
IV 戦略の具体的な進め方	25
① 「魅力づくり」の取り組み	26
② 「情報発信」の取り組み	28
V これまでの主な取り組みと今後の展開	30
魅力づくり	
○ たどつ桜たんプロジェクト	30
○ 多度津の魅力まるごとグルメプロジェクト	31
○ まるごと体験 in 多度津プロジェクト	32
情報発信	
○ たどりつけたどつプロジェクト	33
○ たどりつく多度津！魅力発見クイズスタンプラリー	34
○ たどつを語ろうプロジェクト	34
VI 巻末資料	35
○ 多度津町にある地域資源の例	35

第2次タウンプロモーション戦略について

1 多度津町のタウンプロモーション

タウンプロモーションという概念には、地方創生、観光振興、住民協働など様々な考え方が含まれますが、多度津町の「タウンプロモーション事業」は、本町にある「魅力」を発掘・再発見し、それを事業に関わる全ての人々が、お互いに工夫・協力をしながら、町内外に効果的・戦略的に情報を発信していくことにより、「多度津町に住まう人」と「多度津町に来てくれる人」を増やすことを目的として、平成28年度から取組をスタートさせています。

この取組は、本町の認知度や魅力度の向上だけではなく、本町の「熱烈なファン」ともいえる、関係人口※の創出、町民のまちに対する愛着や誇り(シビックプライド)の醸成にも繋がっていくもので、町の未来を切り拓いていくために必要不可欠なものです。多度津町民だけでなく、できるだけ多くの方々が、この取組にご参画いただけることを願っています。

※ 関係人口: 移住した「定住人口」でもなく、観光に来た「交流人口」でもない、地域や地域の人々と多様に関わる人々のこと

2 戦略策定の背景と目的

日本は、本格的な人口減少社会に突入しており、特に地方部においては、生産年齢人口の減少や、高齢化率の上昇等による社会保障費等の増加が引き起こす、「地域経済の縮小」や「地方自治体の財政基盤への悪影響」などが懸念されています。

今後さらに進むことが見込まれる「人口減少と高齢化」を背景に、国が掲げる「地方創生」の旗印のもと、全国の自治体が様々な取り組みを行っています。観光客の誘致などによる交流人口の拡大や、各種補助制度をはじめとする定住人口確保策の充実など、自治体間の競争は益々激しくなっており、本町でも「人口減少対策」を最重要課題と捉え、「第6次多度津町総合計画」や「たどつの輝き創生総合戦略」、そして「多度津町タウンプロモーション戦略(以下、「第1次戦略」という。)」に基づいた、地域資源を活用したプロモーションに官民協働で取り組む中で、本町の認知度・魅力度の向上や交流人口の増加、並びに移住・定住の促進を図ってきました。

この度、第1次戦略の計画期間が最終年度を迎えることから、これまで取り組んできた内容やその成果・課題を確認するとともに、本町にある様々な「魅力」や、人口減少対策として本町が取り組んでいる事業などの行政情報を、「誰をターゲットに、どんなツールで、どう届けていくのか」あらためて整理し、「第2次多度津町タウンプロモーション戦略(以下、「第2次戦略」という。)」としてまとめることで、本町のタウンプロモーション事業の更なる推進を図り、本町が抱える課題の一つである、町内外への「情報発信力」の強化を目指します。

3 第2次戦略の策定にあたって

第2次戦略の策定にあたっては、ここまで本町のタウンプロモーション事業の推進主体として活動してきた「多度津町まねきねこ課」のメンバーなどからヒアリングを行うとともに、町外の方を対象に実施したWebアンケート(以下「町外アンケート」という。)^{※1}や、並行して策定作業を進めた「第2期たどつの輝き創生総合戦略」の策定にむけたアンケート調査^{※2}(以下「町民アンケート」という。)結果等も活用する中で、ここまでの取組成果を確認し、地方創生関連事業の総括本部である「たどつの輝き創生本部」で、プロモーションの方向性などについての協議・検討を行いました。なお具体的なアクションについては、本戦略の中で例示しているものをベースとしながらも、得られた成果や町内外からの反応などによる検証を行い、時代の変化等にあわせて柔軟に追加・修正等をしていきます。

たどつの輝き創生本部

多度津町の地方創生関連事業の総括本部。

【構成メンバー】 町長・副町長・教育長・課長級の町職員

多度津町まねきねこ課

官民協働によるタウンプロモーション事業の推進組織。

【構成メンバー】 町内で地域活性化に向けて活動している各種まちおこし団体や、町内の民間企業・事業所及び町職員有志(若手中心)など

※1 「香川県多度津町のイメージ・移住などに関する Web アンケート調査」の概要

- 調査対象者：香川県内(高松市・丸亀市・三豊市・観音寺市・坂出市)及び、香川県外(岡山県・大阪府・兵庫県・広島県・愛媛県・徳島県・高知県・東京都)にお住いの20歳以上の男女
- 調査期間：令和元年11月20日(水)～令和元年11月29日(金)
- 調査方法：Webによるアンケート調査(登録されているインターネットパネルをアンケートサイトに誘導し、アンケートに回答してもらう手法)

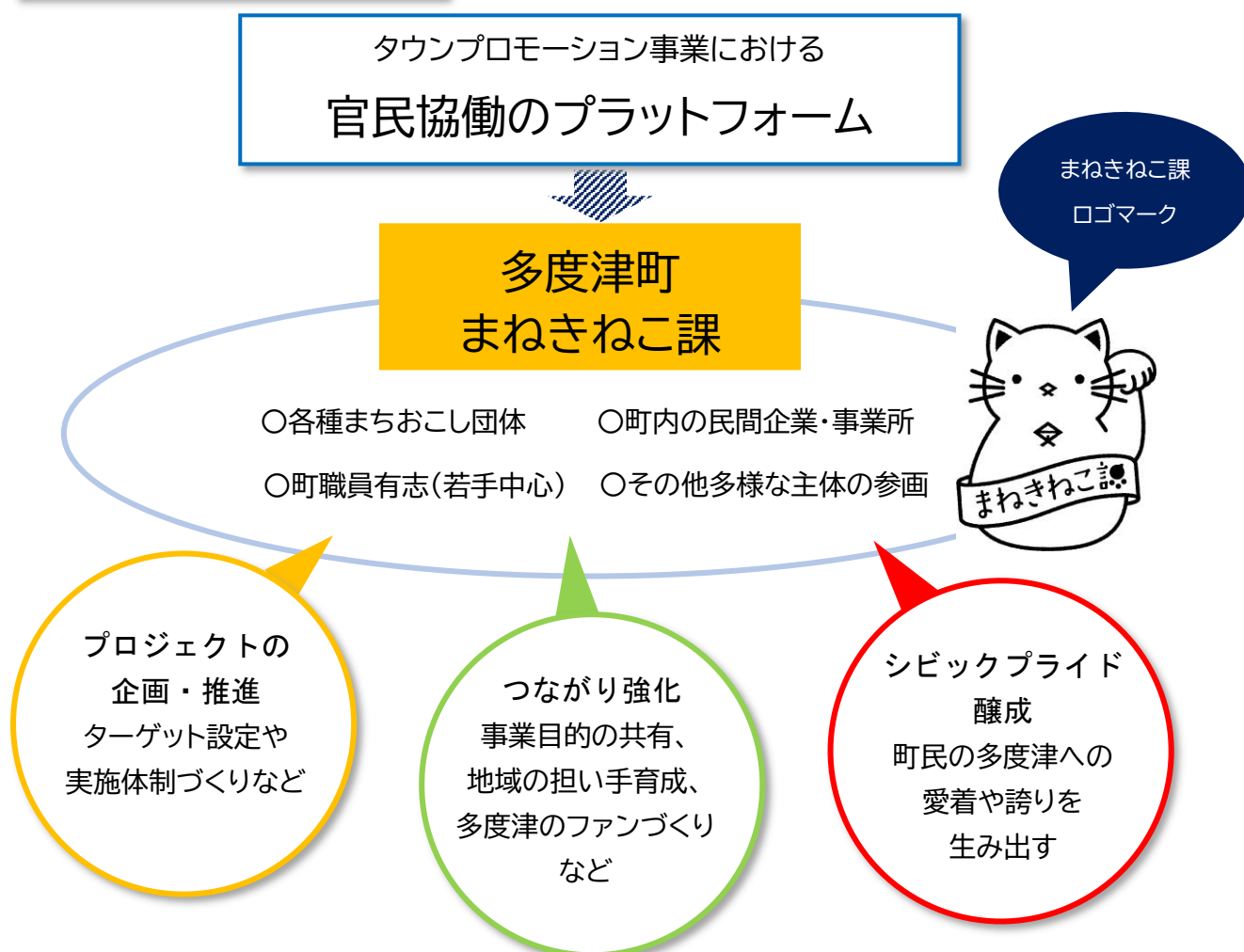
※2 「多度津町将来を見据えた「まちづくり」のための町民アンケート調査」の概要

- 調査対象者：令和元年11月1日現在で17歳以上の町民2000名
- 調査期間：令和元年11月8日(金)～令和元年11月20日(水)
- 調査方法：郵送による配布・回答

4 多度津町まねきねこ課について

本町の「タウンプロモーション事業」は、官民を問わず、事業に関わる全ての人々が、互いに繋がり、工夫や協力をしながら、推進していく事業です。そのため、本事業における官民協働のプラットフォームである「多度津町まねきねこ課」を通じて、事業効果を高めるとともに、本事業への多様な主体の参画を促していくこととします。

まねきねこ課のイメージ



「まねきねこ課」の由来など

本事業の目的の1つが「人をまねくこと」であることから、第1次戦略策定に向けた官民合同での会議の中で、本町を訪れる人への「おもてなしの気持ち」を込めた「まねきねこ課」という会議の愛称が発案され、その後誕生した「事業推進組織」にもこの名がつけられました。組織のロゴマークは、「まねきねこ」をモチーフにしており、「人をまねく」という意味のある左手を挙げています。

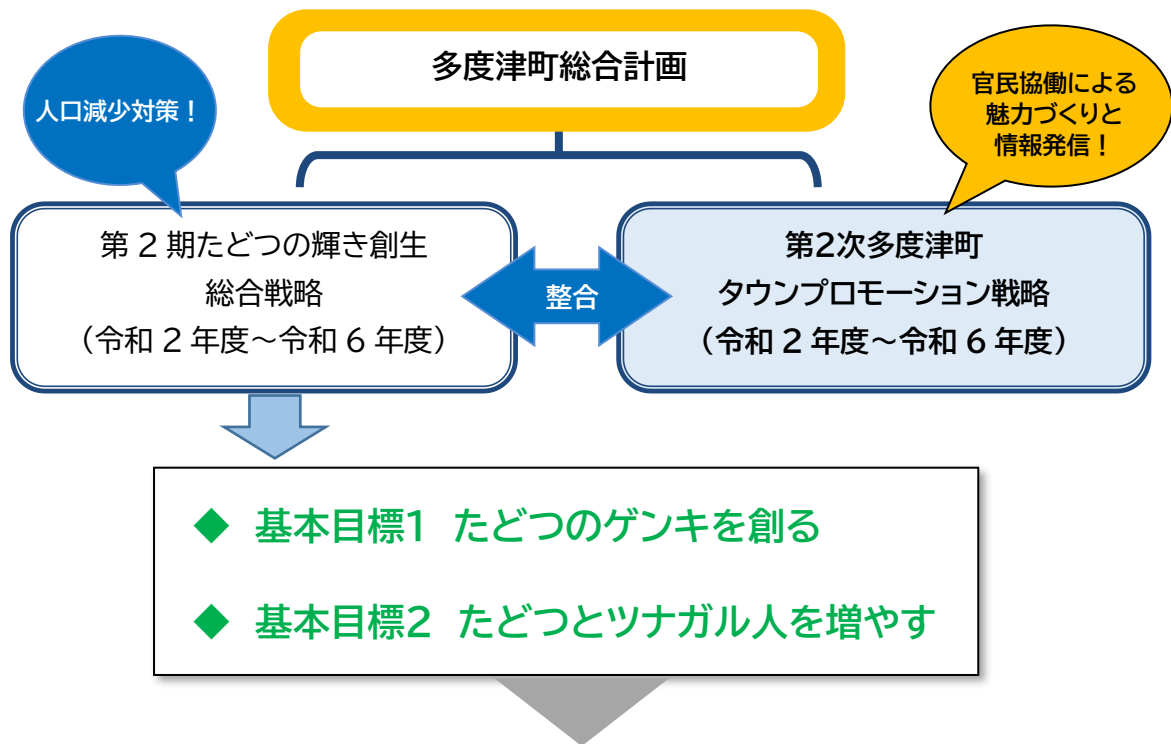
5 計画期間と位置づけ

◆ 計画期間

第2次戦略の計画期間は、令和2年度から令和6年度の5か年とします。これは第1次戦略同様、まち・ひと・しごと創生法に基づいて策定している「第2期たどつの輝き創生総合戦略」の最終年度に合わせたものですが、本戦略の根幹をなす部分の変更等の必要が生じた場合は、その都度一部改訂等を行い、戦略を推進していくこととします。

◆ 位置づけ

第2次戦略は本町の将来像と施策の方向性を示した「多度津町総合計画」を踏まえながら、人口減少対策に重点を置いて策定している「第2期たどつの輝き創生総合戦略」と整合を図りながら推進を図る、分野別計画の1つとして位置づけられます。



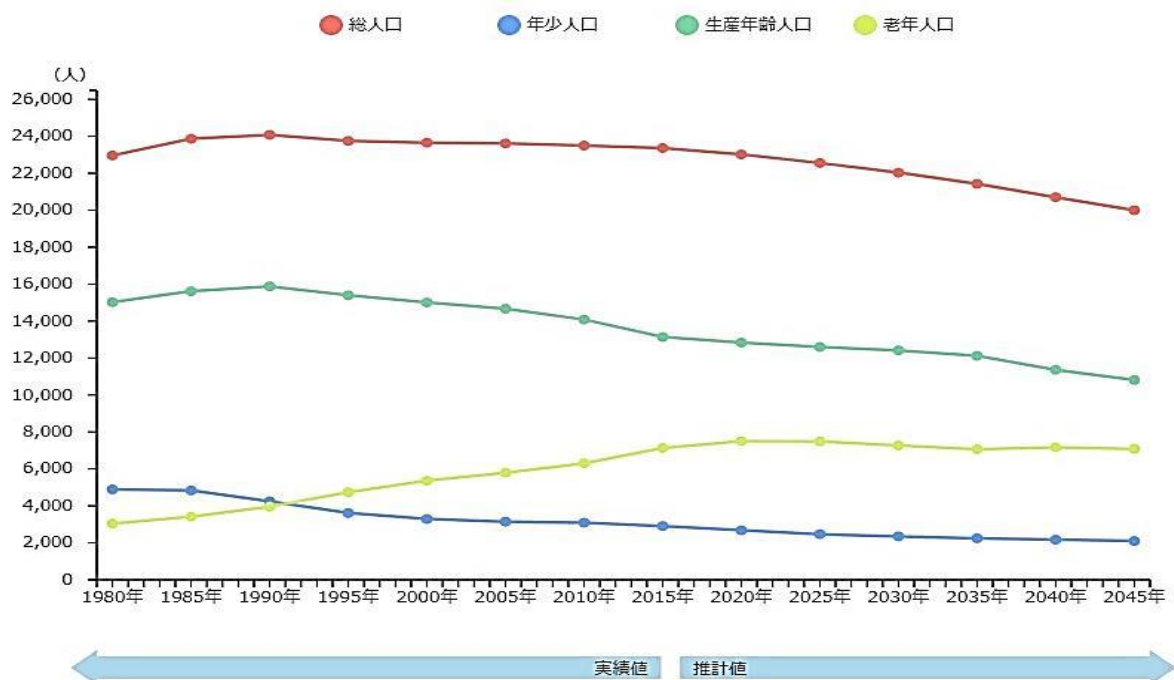
■ タウンプロモーション事業 【第6次総合計画:政11施1基4】	主担当課
【取組内容】 タウンプロモーション戦略に基づき、官民協働での「まちの活力維持」・「にぎわい創出」を目的とした、町の「魅力づくり」と国内外への「情報発信」を推進するとともに、関係人口づくりにも取り組みます。	政策観光課
	11 住み続けられるまちづくりを 17 パートナシップで目標を達成しよう

Ⅱ

多度津町の現状と課題

1 総人口と年齢 3 区分別人口の推移と将来推計

本町の総人口は、近年微減の状態が続いています。また、少子高齢化は本町においても進行しており、今後もさらに進むと推計されています



出典：RESAS(地域経済分析システム)総務省「国勢調査」、国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口」

	1985 年	1995 年	2005 年	2015 年	2025 年	2035 年	2045 年
総人口	23,870	23,749	23,613	23,366	22,557	21,431	19,999
年少人口	4,835	3,613	3,147	2,908	2,469	2,245	2,099
生産年齢人口	15,616	15,396	14,667	13,138	12,599	12,120	10,814
老年人口	3,418	4,740	5,797	7,132	7,489	7,066	7,086
年少人口割合	20.26%	15.21%	13.33%	12.45%	10.95%	10.48%	10.50%
生産年齢人口割合	65.42%	64.83%	62.11%	56.23%	55.85%	56.55%	54.07%
高齢化率 (老年人口割合)	14.32%	19.96%	24.55%	30.52%	33.20%	32.97%	35.43%

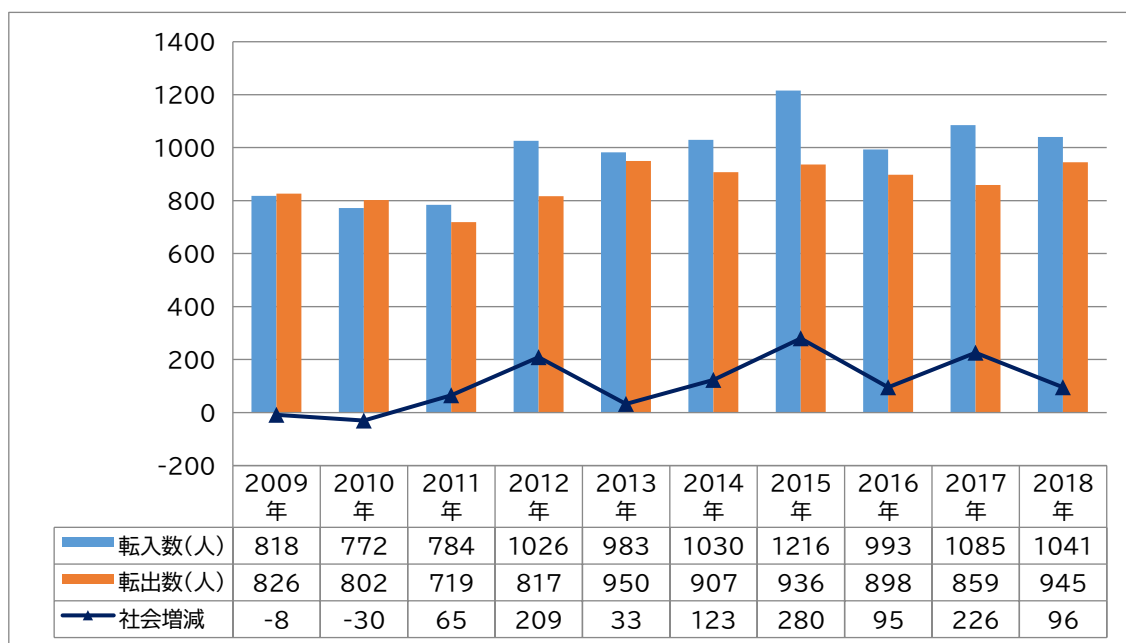
資料：2015 年までは国勢調査。以降は国立社会保障・人口問題研究所の推計に準拠

2 社会増減(転入・転出)の状況

本町の社会増減(転入数と転出数の状況)をみると、外国人人口の増加を背景に、近年は「社会増」の状況が続いていますが、日本人のみの移動を見るとマイナスです。

2018年の人口移動では、転出・転入ともに丸亀市が多く、丸亀市、高松市、観音寺市に対しては、転出者数が転入者数を上回ったことから、転出超過、逆に坂出市、善通寺市、宇多津町に対しては転入超過でした。また 2018 年の転入元と転出先を見ると、転入・転出ともに四国圏内や岡山、大都市圏との間での移動が多くなっています。

■社会増減

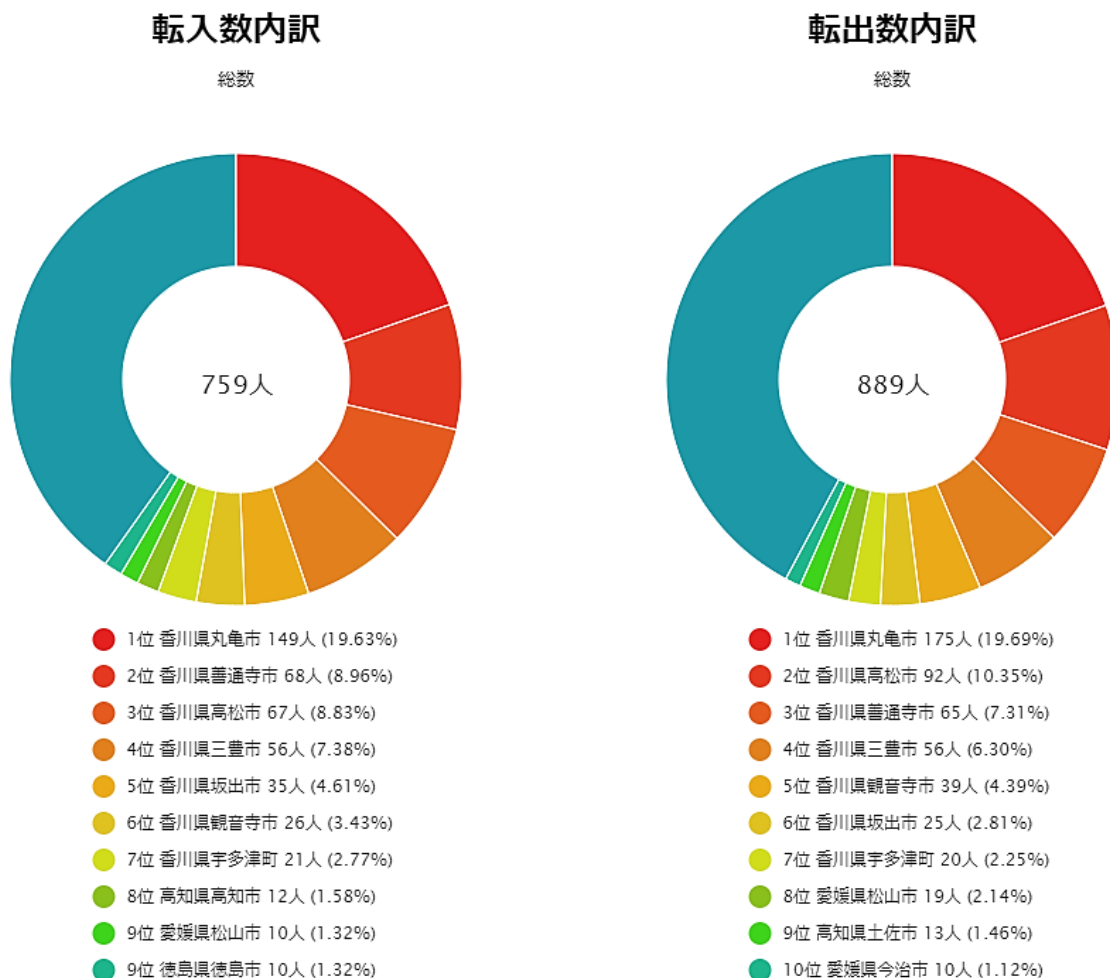


出典:RESAS(地域経済分析システム)※データを用いて多度津町作成

※総務省「住民基本台帳に基づく人口、人口動態及び世帯数調査」再編加工

※2012年までは年度データ、2013年以降は年次データ。2011年までは日本人のみ、2012年以降は外国人を含む数字。

■2018 年の主な転入元と転出先(国内のみ:市町村別)



出典:RESAS(地域経済分析システム) 総務省「住民基本台帳人口移動報告」

■2018 年の主な転入元と転出先(県外のみ:都道府県別)

ランキング	転入元		転出先	
1	愛媛県	46	大阪府	53
2	徳島県	33	愛媛県	46
3	大阪府	28	高知県	31
4	岡山県	23	東京都	27
5	兵庫県	20	岡山県	26
6	高知県	20	兵庫県	21
7	東京都	19	広島県	20
8	広島県	18	福岡県	15
9	神奈川県	12	神奈川県	13
10	福岡県	11	徳島県	11

出典:総務省「住民基本台帳人口移動報告」により多度津町作成

3 地域の特徴(近隣市町との比較)

居住や仕事に関するデータを近隣市町と比較すると、多度津町は町外へ通勤している人の割合が比較的多いことから、他市町で働く人のベッドタウンになっていることが考えられます。また第2次産業に就業している人の割合が、他市町と比べて多くなっています。

		多度津町	丸亀市	善通寺市	高松市
人口(人)		23, 366	110, 010	32, 927	420, 748
核家族世帯比(%)		57. 3	60. 4	55. 2	55. 9
可住地面積人口密度(人)		1235. 0	1348. 5	1069. 8	1800. 8
昼間人口比(%)		96. 4	95. 4	100. 6	103. 6
市町外への通勤者割合(%)		56. 1	43. 1	47. 4	24. 2
産業割合 (%)	第1次産業	4. 6	3. 9	6. 2	2. 8
	第2次産業	35. 0	30. 7	23. 7	20. 4
	第3次産業	60. 4	65. 4	70. 1	76. 8
持ち家率(%)		70. 1	69. 8	65. 5	62. 2

		三豊市	坂出市	観音寺市	宇多津町
人口(人)		65, 524	53, 164	59, 409	18, 952
核家族世帯比(%)		56. 6	59. 1	57. 0	54. 1
可住地面積人口密度(人)		453. 6	801. 7	802. 3	2628. 6
昼間人口比(%)		93. 4	113. 1	100. 4	98. 6
市町外への通勤者割合(%)		36. 2	39. 5	25. 2	65. 6
産業割合 (%)	第1次産業	12. 1	5. 2	10. 5	1. 2
	第2次産業	32. 4	27. 9	32. 6	32. 2
	第3次産業	55. 6	66. 9	56. 9	66. 5
持ち家率(%)		86. 1	71. 5	76. 9	45. 6

資料：国勢調査（平成27年）、統計でみる市区町村のすがた2019、
平成25年住宅・土地統計調査

4 ブランドイメージ

■ 多度津町民の愛着度(町民アンケート)

全体では、「1.愛着を感じる」が32.5%、「2.どちらかと言えば愛着を感じる」が42.6%と75.1%の方が町に対して愛着を感じています。年齢別に見ると、「1.愛着を感じる」「2.どちらかと言えば愛着を感じる」の割合の合計が80%を超えているのが、「10歳代」「60歳代」「70歳代」「80歳代」でした。また地区別で見ると、「白方小学校区」が80%を超えており、他の地区よりも愛着度が高い結果となっています。

	1. 愛着を 感じる	2. どちら かとい えは愛 着を感 じる	3. ど ちら かとい えは愛 着を感 じない	4. 愛着 を感じ ない	5. なん ともか いえない	無効・ 無回答
全体 (N=714)	32.5%	42.6%	4.6%	5.6%	14.4%	0.3%
10歳代 (n=45)	37.8%	44.4%	2.2%	6.7%	8.9%	0.0%
20歳代 (n=106)	27.4%	48.1%	2.8%	6.6%	15.1%	0.0%
30歳代 (n=180)	27.2%	41.1%	4.4%	8.9%	18.3%	0.0%
40歳代 (n=258)	30.6%	45.3%	6.2%	3.5%	14.3%	0.0%
50歳代 (n=16)	37.5%	31.3%	6.3%	12.5%	12.5%	0.0%
60歳代 (n=34)	35.3%	47.1%	5.9%	2.9%	8.8%	0.0%
70歳代 (n=45)	46.7%	33.3%	4.4%	2.2%	11.1%	2.2%
80歳代以上 (n=21)	85.7%	14.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
多度津小学校区 (n=176)	38.1%	36.4%	4.0%	8.5%	13.1%	0.0%
豊原小学校区 (n=242)	33.9%	45.0%	5.4%	2.9%	12.8%	0.0%
四箇小学校区 (n=201)	28.4%	42.8%	4.5%	6.0%	18.4%	0.0%
白方小学校区 (n=64)	32.8%	50.0%	4.7%	6.3%	4.7%	1.6%
わからない (n=22)	13.6%	40.9%	4.5%	9.1%	31.8%	0.0%

出典:町民アンケート

■ 町民の居留意向(町民アンケート)

全体では、「1.住み続けたい」が44.6%と一番高く、次いで「2.どちらかと言えば住み続けたい」が37.6%と合計で8割を超えています。年齢別に見ると、年齢が上がるに従って、「1.住み続けたい」の割合が高くなる傾向があり、20歳代については、「3.どちらかと言えば住み続けたくない」が16.9%と、各年代の中で一番高くなっています。

	1 ・ 住 み 続 け た い	2 ・ 住 み ど ち ら か と い え ば	3 ・ 住 み ど ち ら か と い え ば	4 ・ 住 み 続 け た く な い	5 ・ そ の 他	無 効 ・ 無 回 答
全体 (N=625)	44.6%	37.6%	8.5%	2.6%	6.2%	0.5%
20歳代(n=71)	23.9%	46.5%	16.9%	4.2%	8.5%	0.0%
30歳代(n=180)	36.1%	47.2%	7.8%	3.3%	5.6%	0.0%
40歳代(n=258)	46.1%	36.8%	8.9%	1.2%	7.0%	0.0%
50歳代(n=16)	56.3%	18.8%	6.3%	6.3%	12.5%	0.0%
60歳代(n=34)	70.6%	17.6%	2.9%	2.9%	5.9%	0.0%
70歳代(n=45)	64.4%	22.2%	4.4%	4.4%	2.2%	2.2%
80歳以上(n=21)	76.2%	14.3%	0.0%	0.0%	0.0%	9.5%

※20歳代は、23歳以上の方を指す。

出典:町民アンケート

■ 多度津町の認知度・訪問度(町外アンケート)

町外にお住まいの方に多度津町を知っているか尋ねたところ、「知っている」と答えた人が多かったのは、県内を除くと岡山県、愛媛県でした。また訪問度では「愛媛県」が、他県に比べると高くなっています。認知度が高く、訪問度が低いのは、岡山県、徳島県、高知県でした。

(認知度)

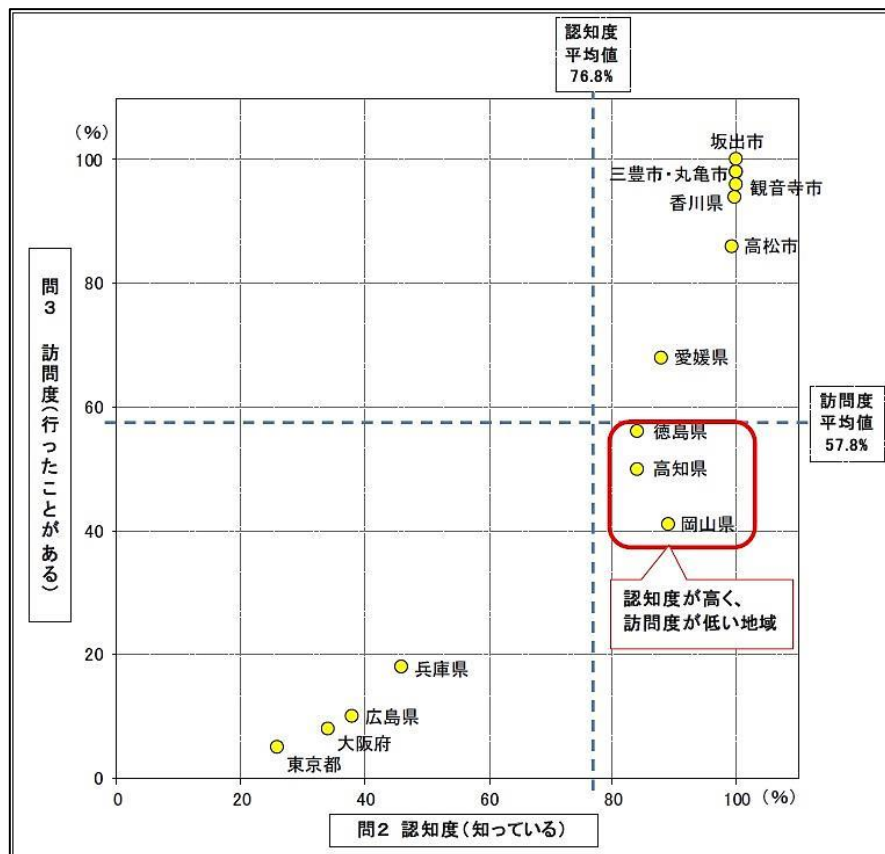
	回答数(N)	よく知っている	知っている	少しだけ知っている	名前だけは知っている	名前も知らない	知っている
全体	1,000	15.6	32.2	11.7	17.3	23.2	76.8
性別							
男性	500	18.0	34.4	11.2	18.0	18.4	81.6
女性	500	13.2	30.0	12.2	16.6	28.0	72.0
居住地域別							
香川県	450	29.8	48.4	13.3	8.2	0.2	99.7
高松市	150	22.0	45.3	16.0	16.0	0.7	99.3
丸亀市	150	34.7	49.3	13.3	2.7	-	100.0
三豊市	50	32.0	56.0	8.0	4.0	-	100.0
観音寺市	50	28.0	52.0	12.0	8.0	-	100.0
坂出市	50	38.0	44.0	12.0	6.0	-	100.0
岡山県	100	5.0	30.0	15.0	39.0	11.0	89.0
大阪府	100	-	8.0	7.0	19.0	66.0	34.0
兵庫県	50	4.0	12.0	4.0	26.0	54.0	46.0
広島県	50	2.0	8.0	2.0	26.0	62.0	38.0
愛媛県	50	16.0	34.0	16.0	22.0	12.0	88.0
徳島県	50	4.0	44.0	12.0	24.0	16.0	84.0
高知県	50	6.0	26.0	24.0	28.0	16.0	84.0
東京都	100	1.0	4.0	6.0	15.0	74.0	26.0
年代別							
20歳代	84	11.9	28.6	13.1	11.9	34.5	65.5
30歳代	256	14.1	27.3	12.1	19.1	27.3	72.6
40歳代	302	14.6	30.8	11.9	15.9	26.8	73.2
50歳代以上	358	18.4	37.7	10.9	18.4	14.5	85.4

表単位：(%)

(訪問度)

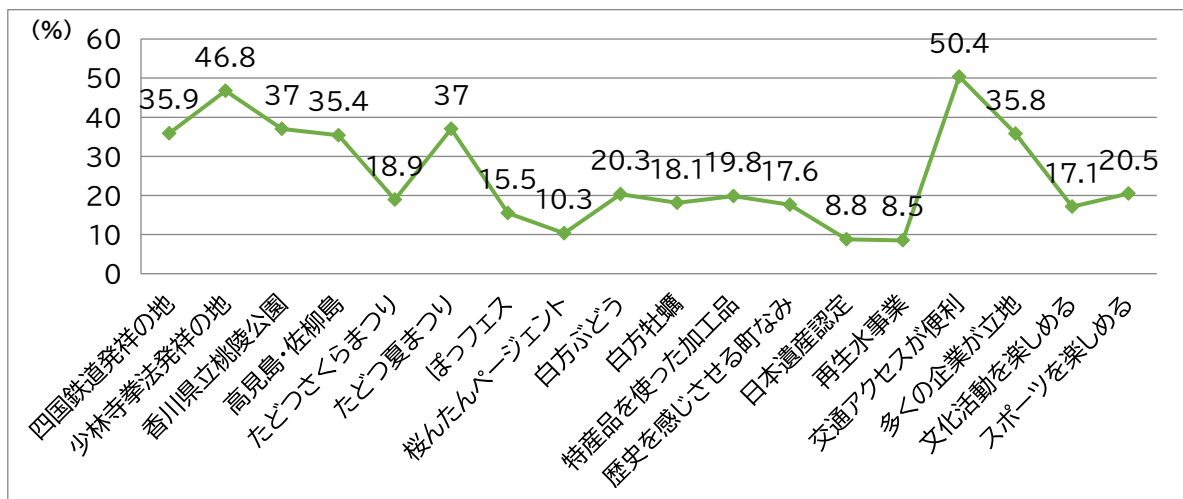
	回答数(N)	2度以上行ったことがある	1度だけ行ったことがある	行ったことがない	行ったことがある
全体	1,000	49.9	7.9	42.2	57.8
性別					
男性	500	53.8	7.2	39.0	61.0
女性	500	46.0	8.6	45.4	54.6
居住地域別					
香川県	450	87.6	6.4	6.0	94.0
高松市	150	74.0	12.0	14.0	86.0
丸亀市	150	92.7	5.3	2.0	98.0
三豊市	50	96.0	2.0	2.0	98.0
観音寺市	50	94.0	2.0	4.0	96.0
坂出市	50	98.0	2.0	-	100.0
岡山県	100	27.0	14.0	59.0	41.0
大阪府	100	5.0	3.0	92.0	8.0
兵庫県	50	12.0	6.0	82.0	18.0
広島県	50	6.0	4.0	90.0	10.0
愛媛県	50	48.0	20.0	32.0	68.0
徳島県	50	42.0	14.0	44.0	56.0
高知県	50	36.0	14.0	50.0	50.0
東京都	100	1.0	4.0	95.0	5.0
年代別					
20歳代	84	40.5	7.1	52.4	47.6
30歳代	256	46.9	7.0	46.1	53.9
40歳代	302	50.0	7.6	42.4	57.6
50歳代以上	358	54.2	8.9	36.9	63.1

表単位：(%)



■ 地域資源・特産品・暮らしやすさの魅力度(町外アンケート)

「多度津町」の地域資源等について、「よく知っている」または「聞いたことはあるがよく知らない」と答えた人の割合では、「瀬戸大橋・JRなどを利用しやすく、交通アクセスの便利な地域であること。」が50.4%で最も多く、次いで「少林寺拳法発祥の地であり、その総本山や少林寺拳法連盟の総本部があること。」が46.8%でした。

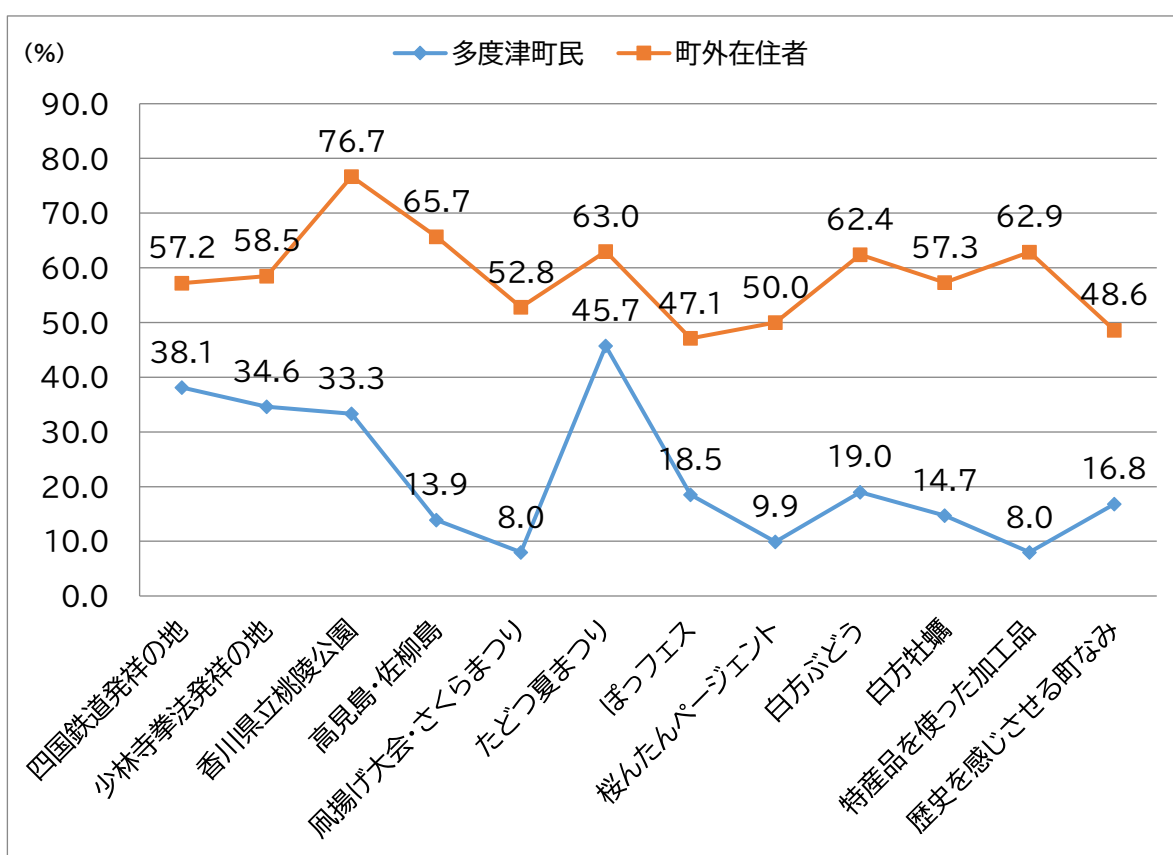


■ 地域資源・特産品の魅力度(町民アンケート×町外アンケート)

多度津町に関する事ならについての「魅力度」をアンケートで尋ねたところ、多度津町民が魅力的だと答えた割合が高かったのは、「たどつ夏まつり」や「四国鉄道発祥の地」、「少林寺拳法発祥の地」、「香川県立桃陵公園」でした。

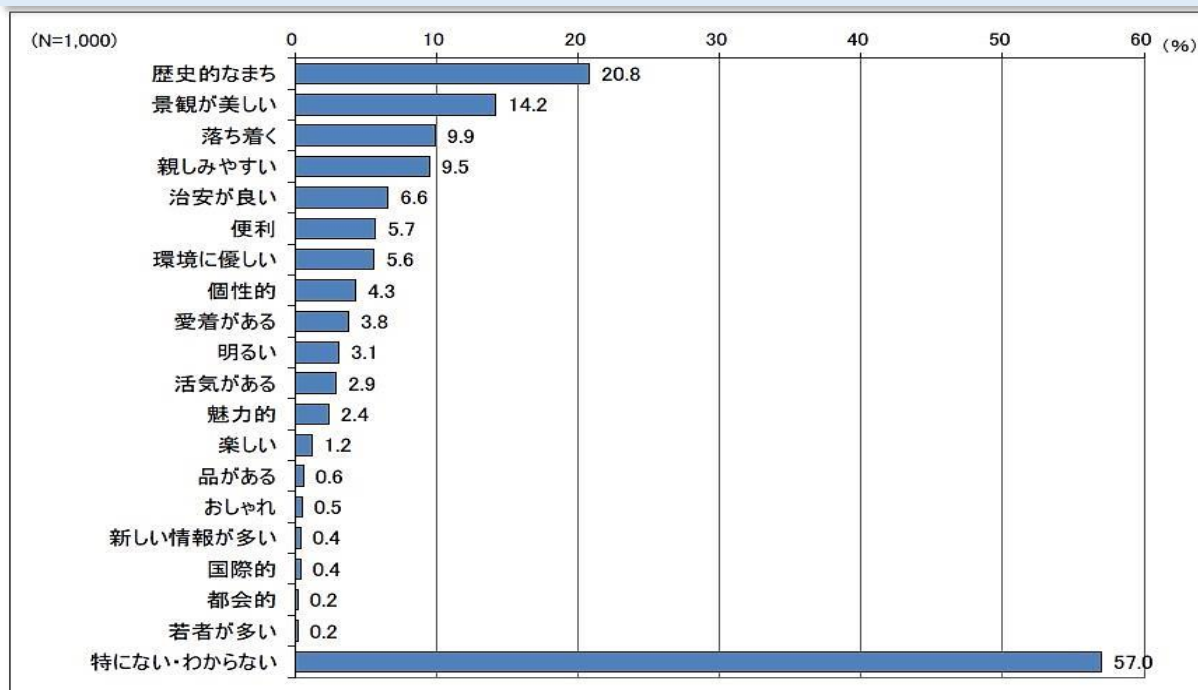
町外在住者のアンケートでは、「香川県立桃陵公園」、「高見島・佐柳島」、「たどつ夏まつり」、「特産品」などが上位になっており、町民アンケートと比較すると結果に若干の違いが出ています。

また全体的に認知度は低かったものの、すべての項目について町民よりも町外在住者の方が「魅力的」と答えた割合が高い傾向がみられました。



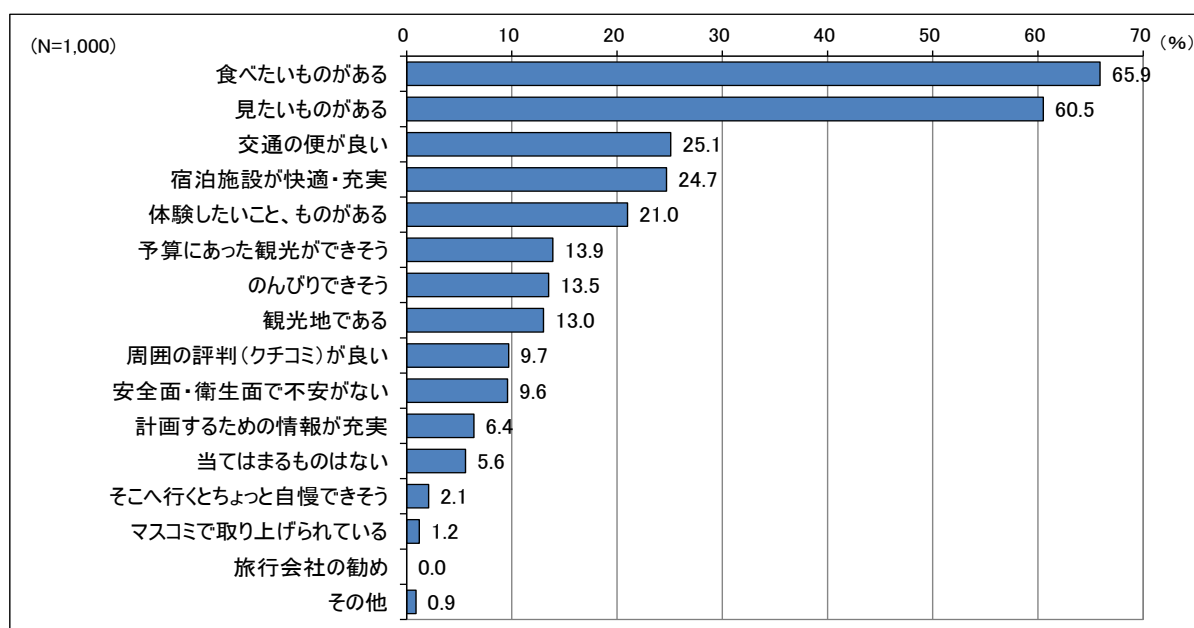
■ 多度津町のイメージ(町外アンケート)

町外から見た多度津町のイメージは、「歴史的なまち」が最も多く、次いで「景観が美しい」、「落ち着く」でした。ただ一方で、「特にない・わからない」と答えた方が半数以上を占めていることから、町外、特に県外での多度津町の認知度の低さがうかがえます。



■ 旅行やレジャーの行き先に選ぶ際に重視する項目(町外アンケート)

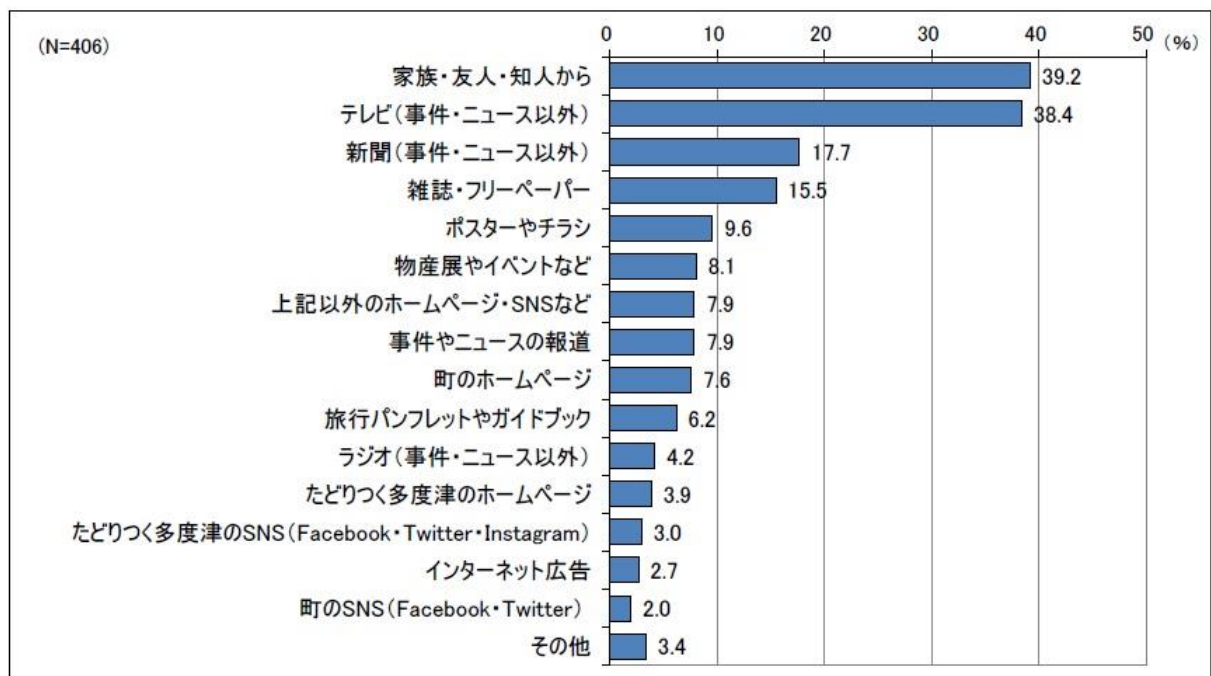
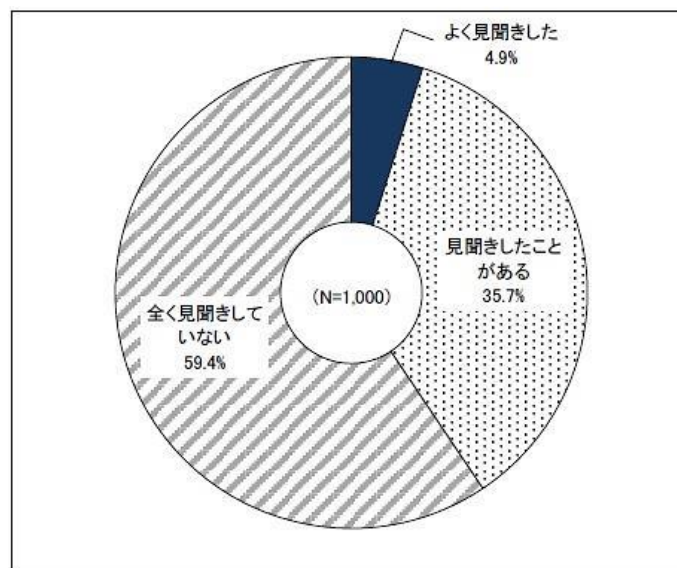
旅行やレジャーの行き先を選ぶ際に重視する項目は、「食べたいものがある」が65.9%で最も多く、次いで「見たいものがある」が60.5%、「交通の便が良い」が25.1%でした。



5 町の情報発信などについて

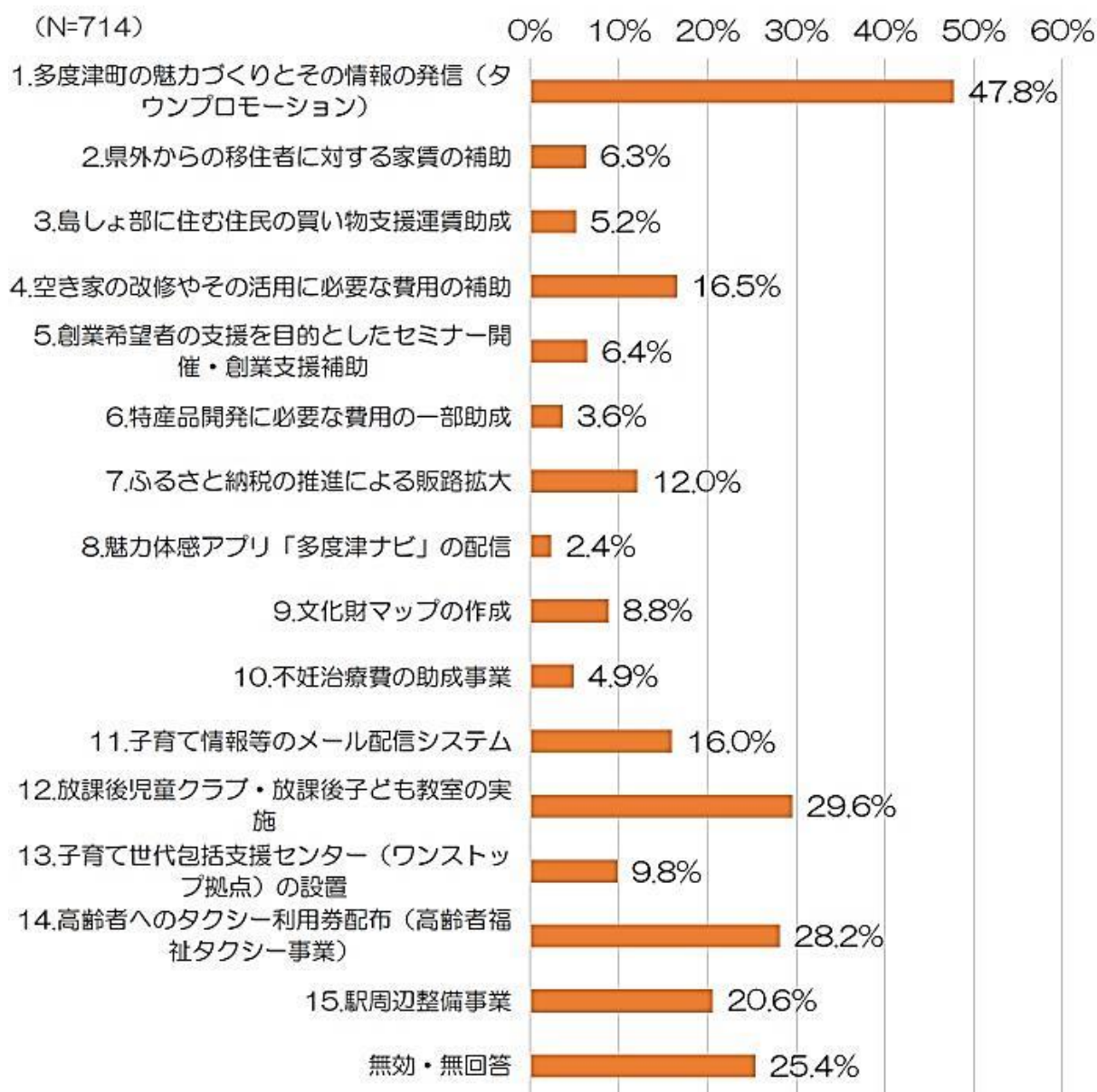
■ 多度津町に関する情報について(町外アンケート)

「多度津町」についての情報や話題については、約 6 割が「全く見聞きしていない」という結果となっています。情報を見聞きした方の情報源としては、「友人や知人・家族から」、「テレビ」、「新聞」、「雑誌」が多くなっています。



■ 多度津町に関する情報について(町民アンケート)

町民アンケートで、町が行っている各種の取組・事業を知っているかどうかを尋ねた結果、それぞれの認知度はあまり高いとは言えない状況でした。行政の取組に関する情報を、町民の皆さんに十分に届けられていない可能性があります。



6 SWOT分析による現状と課題の整理

本町の移住・定住や、交流人口増加、関係人口づくりに関する現状と課題をSWOT分析し、以下のように整理を行いました。

内部環境	S強み(Strength) ・地域住民同士の顔の見える温かい関係性 ・子育てしやすい環境 ・豊かな水源等、地域性豊かな自然環境 ・白方ぶどう、ミニトマトなどの特産品 ・臨海工業地帯に企業が多い ・少林寺拳法発祥の地 ・四国鉄道発祥の地、JR 四国鉄道工場 ・官民連携による取組の増加	W弱み(Weakness) ・移住・定住の受け入れ態勢 (転入数にかなり地域差がある) ・多度津ブランドが確立できていない ・産業の担い手・後継者不足 ・知名度の低さ(大都市圏で考えた場合) ・行政の町内外への情報発信力
	O機会(Opportunity) ・地方創生への機運の高まり ・大型分譲等による新しい住宅の増加 ・町内中小企業に活気がある ・福祉や医療のニーズ増大 ・瀬戸内国際芸術祭等による交流人口増加 ・四国まんなか千年ものがたりの運行 ・インバウンド需要の高まり (東京オリンピック・大阪万博 2025 など)	T脅威(Threat) ・近隣都市の転入増の傾向 ・少子高齢化の進行 ・人口減少による地域経済の縮小 ・地域コミュニティのあり方の変化
外部環境		

移住・定住分野の強み

- ◎地元愛の強い住民が多い
- ◎妊娠・出産・子育てまでの切れ目ない支援
- ◎近隣の市への良好なアクセス（買い物など、生活に不便が少ない）
- ◎岡山・高松へもアクセス良好
- ◎臨海工業地帯の企業が雇用の受け皿に

観光分野の強み

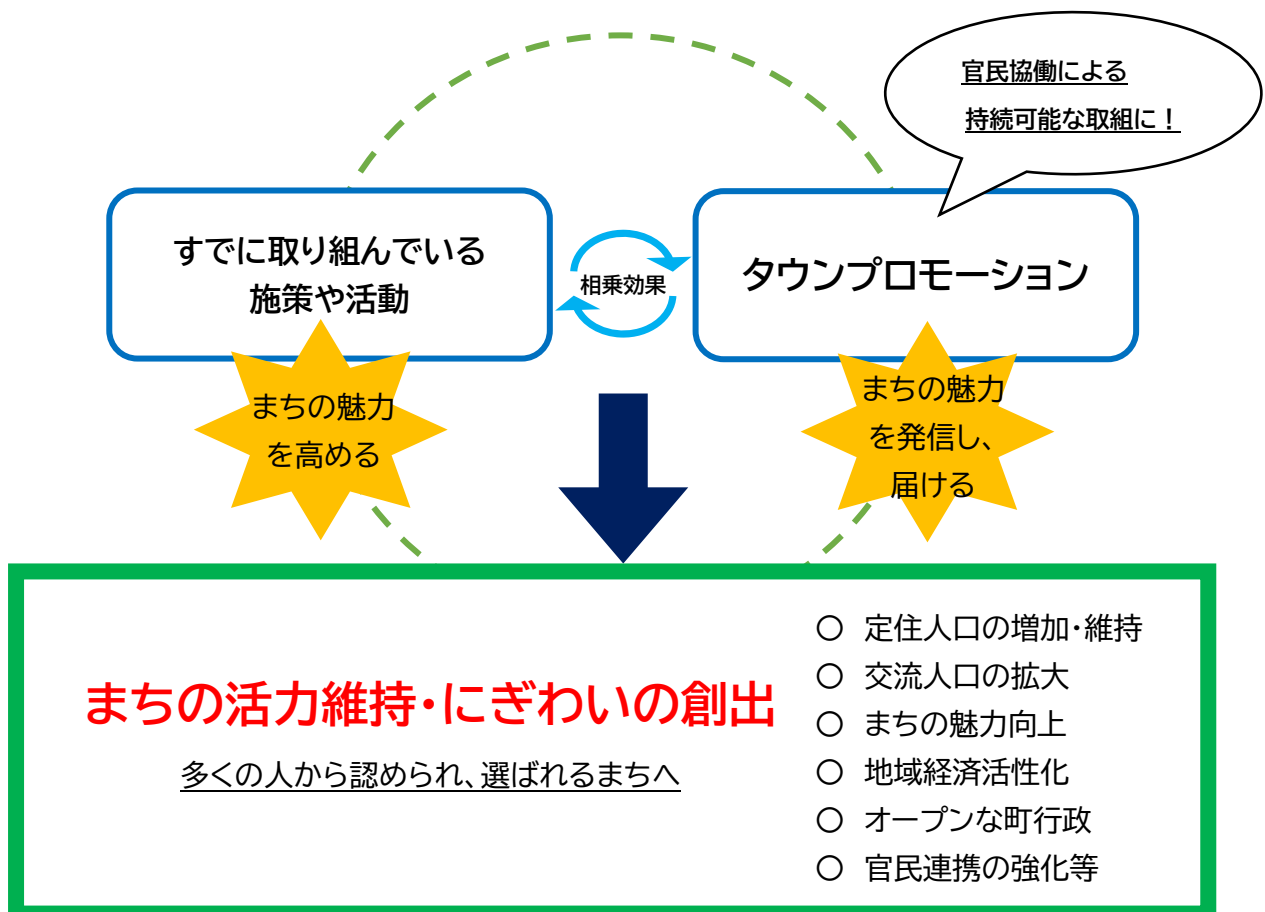
- ◎ 近隣の観光地（こんぴらさん、父母ヶ浜など）へのアクセスが良く、「うどん県内」での広域観光が可能
- ◎ 古くからの鉄道車両工場がある（鉄道ファンにも名が知れている）
- ◎ JR 四国の観光列車の発着駅であり多くの方が多度津駅で乗降されている
- ◎ 世界中に拳士を抱える「少林寺拳法」の総本部がある

1 タウンプロモーションの目的

将来に亘って本町を持続的に発展させていくためには、若者や子育て世帯の移住・定住の促進などにより、年齢別人口構成のバランスを整えるなど、官民で連携しながら人口減少対策に取り組む必要があります。

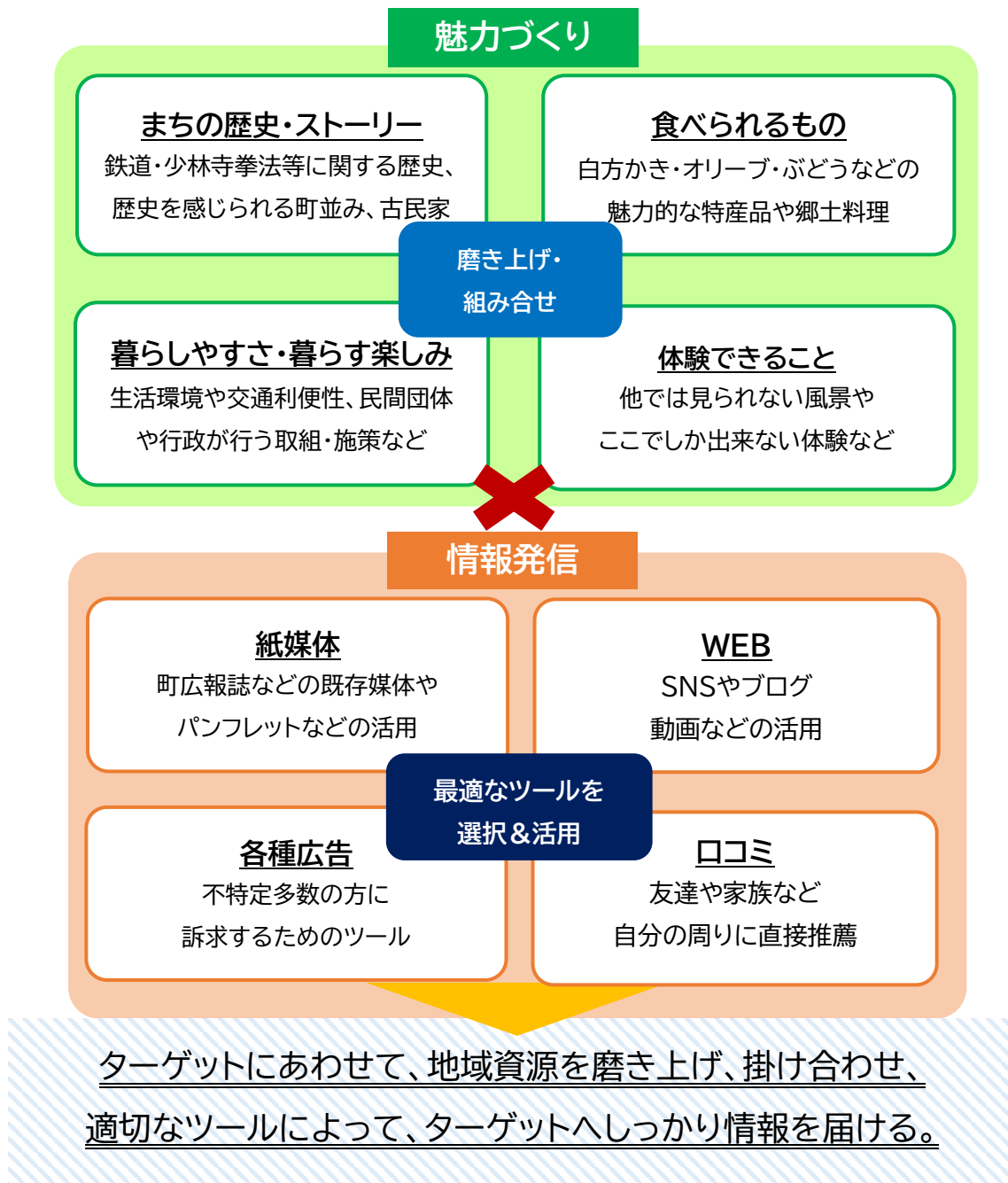
行政はもちろん、町内の様々な主体が取り組んでいる施策・活動のさらなる充実などによって、まち全体としての「魅力」を高めていくとともに、その魅力をタウンプロモーションの取組の中で発信するなど、「選ばれるまち」を目指した取組が今後必要です。

また、本町のタウンプロモーションのような取組は、効果を実感できるようになるまでにある程度の期間が必要であることから、中・長期的な視点に立ち、事業の担い手となる人材の確保・育成、事業実施に必要な資金の調達方法などについても、官民で協働し、工夫・改善を繰り返す中で、持続可能な取り組みへとつなげていくことが求められます。



2 推進にあたっての基本的な考え方

タウンプロモーションの推進にあたっては、「移住・定住促進」・「観光振興」など、それぞれの観点から「地域にある資源」を磨き上げたり、掛け合わせたりすることによって、『魅力づくり』を進めるとともに、その魅力に関する情報を、適切な方法・タイミングでの『情報発信』を行い、ターゲットとする人々にしっかりと情報を届けられるよう努めます。

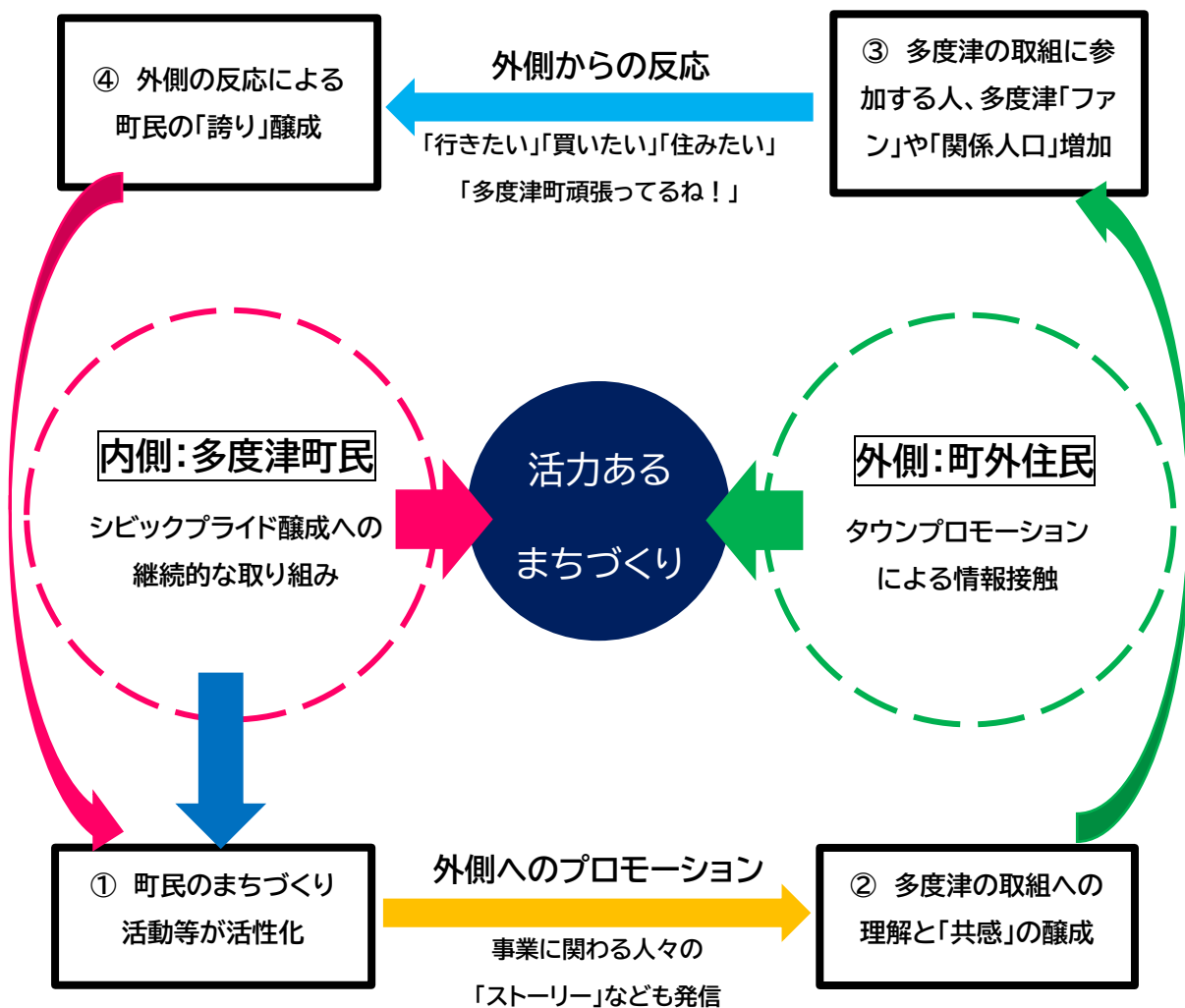


3 シビックプライド醸成との連携・循環

本町のタウンプロモーションは、官民が協働で「魅力づくり」と「情報発信」に継続的に取り組むことで、まちの認知度や理解度を上げていくとともに、町民のシビックプライド(多度津町に対する愛着や誇り)を醸成し、それを更なる「活力あるまちづくり」につなげていくことを目的としています。

タウンプロモーションに関わる人々のストーリー(まちへの想い・まちとの関わり方など)を町外に向けて発信すること等により、町外に住む人々の「共感」を得ていく中で、多度津町のファンや、「関係人口」と呼ばれる地域の担い手となる地域外の人材が増え、そのことがさらにシビックプライドやまちの活力を増幅していくような「好循環」を生み出し、持続可能な「活力あるまちづくり」を目指します。

【 シビックプライド醸成とタウンプロモーションの連携・循環イメージ 】



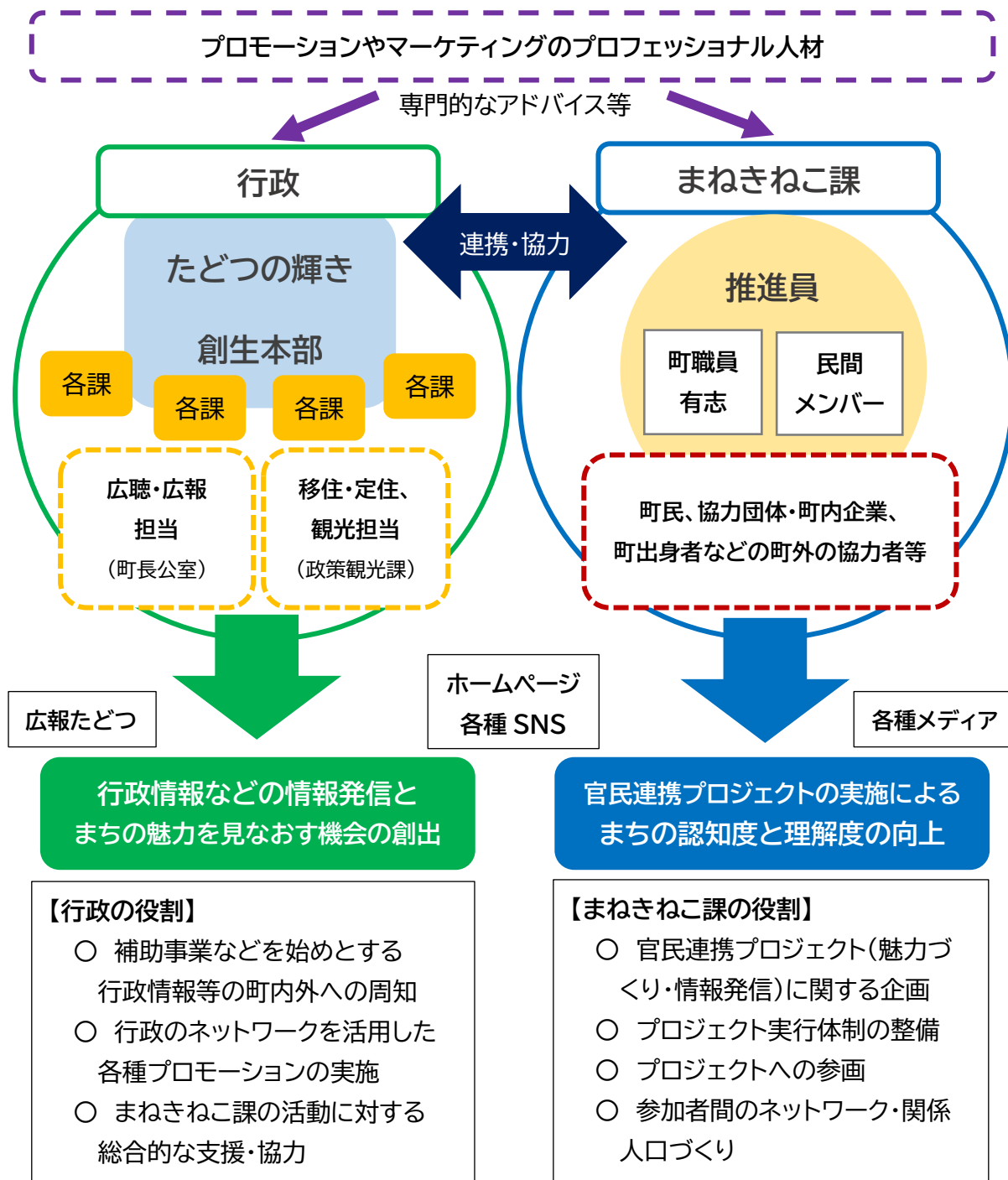
【参考文献】

牧瀬 稔・読売広告社ひとまちみらい研究センター編著 (2019) 『シティプロモーションとシビックプライド事業の実践』 東京法令出版.

4 推進体制

本町のタウンプロモーションは、必要に応じて、プロモーションやマーケティングに関する専門知識を持った外部人材(プロフェッショナル人材)からのアドバイス等を受けながら、行政側での情報発信等の取り組みと、官民の様々なメンバーで組織される「多度津町まねきねこ課」が企画などを行う官民連携プロジェクトの両輪によって、推進していきます。

行政は、行政情報などを町内外にしっかり届けていくとともに、町民が自分たちのまちの魅力を再発見できるような機会の創出に取り組み、まねきねこ課は官民連携で取り組むプロジェクトの実施によって、主に町外に向けた情報発信を行い、町外住民の多度津町に対する認知度や理解度の向上を目指すこととします。



5 メイン・ターゲット

タウンプロモーションにおいては、情報を届けたい相手(ターゲット)をできるだけ詳細に設定したうえで、取組を進めることがとても大切です。アンケート調査の結果や各種の統計資料などを踏まえ、「移住・定住」と「観光」の2つの観点から、本町のタウンプロモーション戦略におけるメイン・ターゲットをそれぞれ以下のように設定します。

タウンプロモーション事業の メイン・ターゲット

移住・定住

【年代】

20～40 歳代

【どんな人】

- ◆ 0～4 歳の子どもを持つ共働きの夫婦
- ◆ 進学や就職などで香川県へ来る人
- ◆ 多度津町にゆかりのある人
(町出身者や通学等で通っていた人)

【エリア】

- ◆ 岡山県、愛媛県、徳島県、高知県、関西圏、県内他市町及び多度津町内
- ◆ 国外

観光

【年代】

20～40 歳代

【どんな人】

- ◆ オシャレな女性・カップル
- ◆ 小学生までの子ども持つ鉄道ファン
- ◆ 武道や日本文化を体験したい外国人

【エリア】

- ◆ 岡山県、愛媛県、徳島県、高知県、関西圏、県内他市町
- ◆ 国外

6 ブランドコンセプト・ロゴマーク

四国の鉄道や少林寺拳法が生まれたまちとして、本町では、まちの背景にある様々な歴史やストーリーを探ることができ、町内に残る趣ある町並みからも、歴史を彩ってきた昔の多度津の姿を垣間見ることができます。

多度津を訪れた人や、多度津に住んでいる人たちに、こうしたまちの魅力を感じてもらい、歴史だけではなく、グルメや文化など、様々な「多度津町の魅力」にたどりついてもらいたい、ずっとこのまちに住み続け、まちへの愛着を深めながら、たくさんの幸せにたどりついてもらいたい、という思いを込めて、本戦略における「ブランドコンセプト」及び「ロゴマーク」を以下のように設定しています。

なおロゴマークについては、利用シーンにあわせて、4つのパターンの中から使用するものを選択していきます。

◆ ブランドコンセプト

たどりつく多度津

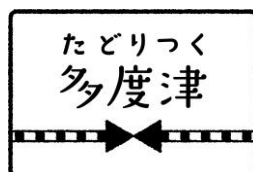
◆ ロゴマーク



パターン A



パターン A-2



パターン B



パターン B-2

矢印(リボン)には、
多度津は「分岐点」ではなく、
「みんなが集まってくる場所」だと
いう想いが込められています。

◆ ぜひロゴマークをご活用ください！

タウンプロモーション戦略に掲載している各種のロゴマークについては、「多度津町タウンプロモーション・ロゴマーク使用規定」に基づいて使用許可を得れば、民間企業や個人の方も利用することができます。(申請の必要がない場合もあります。)詳しくは、多度津町のホームページをご覧ください。

7 進捗管理と数値目標

本事業の目的は、本町への「移住・定住の促進」と「観光振興」によって、将来に亘って持続可能な地域を創っていくことです。

本事業の進捗管理に用いる目標項目・目標値については、「第2期たどつの輝き創生総合戦略」に掲載されている以下の項目とします。

◆成果目標

目標項目	現状値 (H30 実績)		目標値 (R6 時点)
観光入込客数(年次)	100,000 人	→	120,000 人
町に愛着を感じる人の割合 【※R5 アンケート調査実施】	75.1%	→	80.0%
これからも多度津町に住みたいと思う人の割合 【※R5 アンケート調査実施】	82.2%	→	85.0%

◆KPI(重要業績評価指標)

目標項目	現状値 (H30 実績)	目標値 (R6 時点)
ホームページ※の総ページビュー数(年度) (※町公式+たどりつく多度津+観光協会)	575,268PV	700,000PV
タウンプロモーション事業実施プロジェクト数(年度)	3	5
ふるさと納税の件数(年度)	6,250 件	20,000 件
町広報誌やSNS※での魅力・情報発信件数(年度) (※町 facebook+たどりつく多度津 facebook+町広報)	161 件	200 件

「魅力づくり」と「情報発信」の両輪での戦略展開

本町のタウンプロモーションでは、基本フレームとして、「魅力づくり」と「情報発信」の2つを設定し、これらに両輪で取り組むことによって、事業効果の最大化を図ります。

基本フレーム1

魅力づくり



資源価値向上と、愛着と誇り
(シビックプライド)の醸成によ
る、多度津ブランドの確立



基本フレーム2

情報発信



マーケティング思考に基づく
情報発信と多度津ファンや町
出身者と多度津町が継続的に
つながることができる仕組み
づくりによる戦略的・継続的
な情報発信



事業効果の最大化

① 「魅力づくり」の取り組み

多度津町がもつ魅力ある資源は、磨き上げたり、組み合わせたりすることによって、多度津町の顔となり、多度津町を象徴する資産になっていく可能性を秘めています。

タウンプロモーションにおける「魅力づくり」に向けた取り組みである、「資源価値向上」と、町民の多度津町に対する「愛着と誇り(シビックプライド)醸成」の2つの戦略を軸に、多度津町の「好意的なイメージ(多度津ブランド)」の確立をめざします。

戦略

資源価値向上

四国の鉄道や、少林寺拳法の発祥など、多度津町がもつ歴史やストーリー、観光資源、行政の取組などの魅力を磨きあげたり、組み合わせたりすることで、資源価値の向上を図ります。



「多度津ブランド」の確立へ

戦略

愛着と誇り(シビックプライド)醸成

町民が多度津町にある様々な魅力や、多度津町の住みやすさ等の「魅力」を再認識できる機会を創出し、町民の多度津町への愛着と誇りの醸成を図ります。



戦略 資源価値向上戦略

◆ まちの魅力を発信できるイベントなどの創出・実施

本町にある様々な「地域資源」を活かし、ターゲットとする層に遡及できるようなイベントなどを創出・実施していきます。また町内で既に行われているイベントなどについても、主催者同士の連携促進などにより、魅力度の向上を図ります。

◆ 新たな特産品の開発と既存の特産品のブラッシュアップ

本町の農産品や海産物などを使った新たな特産品などの開発や、既存の特産品のパッケージ等のブラッシュアップを進めると同時に、その過程などを含めて、町内外への細やかな情報発信を行い、認知度向上及び販路の拡大を目指します。

戦略 愛着と誇り(シビックプライド)醸成戦略

◆ 町民等が多度津の魅力に触れられる機会の創出

町内にある魅力・資源を活用したイベント・体験活動の開催、離れた場所にある魅力・資源などをつなぎ合わせるスタンプラリー、フォトコンテストなど、町民等が多度津の魅力に触れられる機会を創出していきます。

◆ 町民が多度津について語ることができる場の創出

住民参加型のワークショップなど、多度津町が抱える課題や街の将来について、町民が気軽に話し合える場を創出することで、まちのことを「自分ごと」として捉える町民の増加を図ります。

② 「情報発信」の取り組み

タウンプロモーションでは、ただ闇雲に情報を出していくのではなく、マーケティング思考に基づき、ターゲットをしっかりと設定したうえで、適切な媒体・タイミングで情報発信を行っていくこととします。

また本町のタウンプロモーションを担う人材を育成していくとともに、この取り組みに共感して多度津町の「ファン」になってくれた方々や、本町に貢献したいと考えてくれている町出身者の方々などと、繋がり続けていくための手法を検討するなど、継続的にタウンプロモーションを実施していくための「土壌づくり」にも取り組んでいきます。

戦略

マーケティング思考に基づく情報発信

「魅力づくり」戦略によって、ブラッシュアップされた多度津町の魅力などの情報を戦略的に発信し、まちの認知度や理解度の向上を図ります。

戦略

継続的なプロモーションのための土壌づくり

タウンプロモーションの担い手育成に取り組むとともに、多度津町のファンになってくれた方々や、想いをもった町出身者の方々などとの繋がり方について検討を進めます。

戦略的・継続的な
プロモーションによる
多度津町の認知度・理解度の向上



戦略 マーケティング思考に基づく情報発信

◆ ターゲット層を意識したプロモーションの実施

メイン・ターゲットとする年齢層(20～40歳代)の方が、よく使用している各種 SNS や動画サイトを活用し、本町の魅力などに関する情報を町内外へ戦略的に発信していきます。また既に作成している WEB サイト「たどりつく多度津」については、運用体制を見直し、SNS で発信された本事業の関連情報がアーカイブされていく場所として機能させていきます。

◆ プロモーションツールの作成・活用

プロモーションのコンセプトに基づいたデザイン性の高いプロモーションツール(オリジナル缶バッジ・のぼり・名刺デザインなど)を作成し、様々な主体が実施するプロモーション活動などで活用します。また町職員については、普段の業務の中でもロゴマークなどを活用し、様々な場面でまちの PR に取り組んでいきます。

戦略 継続的なプロモーションのための土壌づくり

◆ タウンプロモーションの担い手育成

本町のタウンプロモーションに興味をもち、さらにはこの取組に賛同・参画してくれる人々を増やすことを目的に、タウンプロモーションの担い手育成に取り組めます。情報発信に関する知識やスキルを習得できる場を創出することによって人材を育成しつつ、育成した人材が実際にタウンプロモーションに関わる仕組みをつくりまします。

◆ 多度津ファンや町出身者との継続的なつながり方の検討

オンライン会議の導入などタウンプロモーションに取り組んでいる人々や、まちに共感し、多度津の「ファン」になっていただけた方々や、町に貢献したいと考えてくれている町出身者の方々と、多度津町が継続的につながり、いつでも協力体制をとれるような仕組みについて検討を進めます。

本事業では平成28年度に策定した第1次戦略に基づいて、これまで以下のようなことに取り組んできました。第2次戦略では、これまでの取り組みの成果や課題を確認し、さらにブラッシュアップなどを行う中で、より効果的な取り組みの実施を目指します。

魅力づくり

○ たどつ桜んたんプロジェクト

企画 多度津町まねさねこ課

実施主体 多度津町タウンプロモーション事業推進プロジェクト実行委員会



取組の概要 桜の名所として知られる「香川県立桃陵公園」を冬にも楽しんでもらいたい、若い世代の方にも多度津町へ遊びに来てもらいたいという想いから生まれた「たどつ桜んたんページェント」という、「オシャレ」をテーマにしたイベントを3回開催した。

主な成果 四国では数少ないLED スカイランタンを使ったイベントということで、毎回県内外からの多くの来場者で賑わっており、3回目は国外から来場された方もいた。イベントへの来場者数は、初回が延べ7千人、2回目が延べ1万人、3回目が延べ8千人。県内外から「オシャレ」なお店を集めたマルシェも同時開催し、多度津町の冬のイベントとして認知度も徐々にあがってきており、開催後の SNS でも多くのイベント会場の様子が投稿されている。

課題や今後の取り組み

LED スカイランタンを軸に少しずつ工夫を凝らしてきたものの、これまでイベント内容の大幅なリニューアルは行っていない。第1回目から続けて来てくれている方も多いため、今後の来場を促せるような新たなコンテンツが必要ではないか。

また遠方からの来場者が、スカイランタンリリースまでの時間を持て余しているような状況も確認しているため、イベント会場以外の情報(お店や魅力など)を来場者等に発信するような取り組みも検討する必要がある。



○ 多度津の魅力まるごとグルメプロジェクト

企画 多度津町まねさねこ課

実施主体 多度津町タウンプロモーション事業推進プロジェクト実行委員会

取組の概要 町の特産品を使ったお弁当をつくり、「食」をキッカケとして、多度津町の魅力を感じてもらうというプロジェクト。2年目以降はお弁当の枠を超えて、グルメ開発をテーマに取り組んできた。3年目には、プロジェクトで開発した気軽に持ち運べるグルメ「たどつ押しメシ」を販売した。

主な成果 瀬戸内国際芸術祭 2019 の開催期間中の土日に販売した「たどつ押しメシ」については、用意した数が完売になる日も多く、味などについても購入者から好評を得た。また、まねさねこ課の他の取り組みとも連携し、グルメを通じた多度津町のプロモーションを行った。

課題や今後の取り組み

グルメ開発については、まねさねこ課のメンバーの力である程度進めることができたが、常に販売していくためには、製造体制や販路の確保が必要であり、その部分で課題が残った。今後はその部分の解決策を模索するとともに、「生もの」ではなく、日持ちのするお菓子などの開発等に取り組みたい。



○ まるごと体験 in 多度津プロジェクト

企画 多度津町まねさねこ課

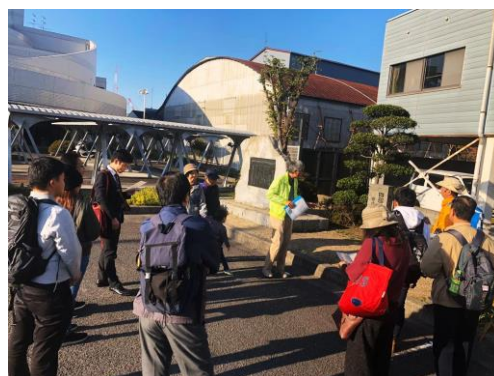
実施主体 多度津町タウンプロモーション事業推進プロジェクト実行委員会

取組の概要 JR 四国及び関連会社との協働により、特別列車「たどりつく多度津号」を運行し、四国の鉄道発祥の地としての歴史をもつ「多度津町」のことを参加者に学んでいただきながら、普段はあまり行かない秘境駅(坪尻駅)や、スイッチバック体験、JR 四国多度津工場への引き込み線での入場など、貴重な体験を楽しめるツアーを令和元年度に初めて実施した。

主な成果 鉄道ファンをメイン・ターゲットに実施したツアーだったが、子どもから大人まで、県内外から計74名の方が参加され、希少性の高い体験を楽しんでいただくことができたと同時に、鉄道教室や「たどつ推しメシ」の提供などにより、多度津町の歴史・ストーリー、グルメを参加者に向けて PR することができた。

課題や今後の取り組み

好評であったため、関係各所と連携しながら継続していきたい。
初回は予算が潤沢ではなかったこともあり、かなり手作り感たっぷりのツアー開催となった。あくまで多度津町のプロモーションであるので、チラシやMAPなどのPR ツールについては、ブランドイメージを損なわない程度のクオリティは確保していきたい。



情報発信

〇 たどりつけたどっプロジェクト

企画 多度津町まねきねこ課

実施主体 多度津町タウンプロモーション事業推進プロジェクト実行委員会

取組の概要 官民協働でアナログ・デジタルの両面からの情報発信に取り組むプロジェクト。多度津町の魅力を紹介する「オリジナルフリーペーパー」や PR ツール(缶バッジ・手ぬぐい・Tadoruca)を制作・配布した。また町広報誌で活動報告を連載したり、中讃ケーブルビジョンとの連携による「多度津クエスト」の制作などに取り組んだ。

主な成果 まねきねこ課の情報発信部隊として、Facebook や Instagram などの SNS を中心に据えた情報発信を行い、集客等に大きく貢献した。Facebook ページの「いいね！」数は、令和2年3月末現在で約 3,200 人。Instagram のフォロワー数は約 1,400 人となっている。また「多度津クエスト」は、中讃ケーブルビジョンのエリアだけでなく NHK や県内外の他のケーブルテレビ局などでも放送されており、合計約 63 万世帯以上で視聴可能となっている。

課題や今後の取り組み

様々なツールをつかった情報発信に継続的に取り組んでいく必要があるため、ある程度のマンパワーが必要だった。SNS など発信するコンテンツも不足気味だったため、今後はコンテンツの開発や、情報収集の仕組みづくりなども検討が必要。



○ たどりつく多度津！魅力発見クイズスタンプラリー

実施主体 多度津町



取組の概要 多度津町内に点在する魅力的な「資源」をつなぎ合わせ、町民等が多度津の魅力に触れる機会を醸成するため、それぞれの資源に関するクイズに回答しながら、各チェックポイントを巡っていただくスタンプラリーを開催した。

主な成果 平成30年度と令和元年度の2回開催。初回は多度津町内の小・中学校、高校に通う生徒を対象に実施したが、参加者数が少なかったため、2回目は対象を拡大して実施。瀬戸内国際芸術祭2019の会期にあわせて開催したこともあり、161名の方に参加いただくことができた。

課題や今後の取り組み

現在はスタンプラリーに専用の用紙を使用するスタイルで実施しているが、この場合、チェックポイントとして設定できる施設やスポットが限られてしまうため、将来的にはスマートフォンなどを活用したスタイルへの変更が必要になる可能性がある。

○ たどつを語ろうプロジェクト

実施主体 多度津町

取組の概要 主にシビックプライドの醸成を目的に、町民等の参加者が、多度津町の現状や課題等について語り合ったり、情報発信などに関する知識を得られるような「場」の創出を行った。

主な成果 平成29年度には「ねこカフェ」、令和元年度には「たどつミライ会議」という、住民参加型の取り組みを行い、参加者間で多度津町のことを語り合う中で、将来のまちのことや、自分ができる取り組みなどを考えるキッカケづくりを行うことができた。

課題や今後の取り組み

関係人口の創出という面でも多度津町に関わる人々のネットワークを構築し、ワークショップの参加者同士が、当日だけのつながりではなく、その後もつながっていきけるような形態を考えていく必要がある。



多度津町にある地域資源の例

■観光スポット

■県立桃陵公園

本町の桃山にある県立公園で、春には町花・町木である桜が約 1,500 本咲きほころぶ県内有数の名所となっています。



■町立資料館

多度津町制百周年を記念して、平成2年に建設されたもので、多度津町にゆかりのある文化財等を展示しています。



■高見島

多度津内港からフェリーで 25 分のところにある高見島は、弘法大師の開基と伝わる大聖寺や、山の斜面を利用した石垣が立ち並ぶ集落などがあります。



■佐柳島

多度津内港からフェリーで 55 分のところにある佐柳島は、貴重な両墓制の習俗が残っています。近年では「猫の島」として有名になっており、国内外から猫愛好家が集まっています。



■道隆寺

「眼なおし薬師」の名でも親しまれ、四国八十八ヶ所霊場第 77 番札所でもあるため、年間を通じて多くの参拝客でにぎわっています。



■屏風ヶ浦「海岸寺」

真言宗を開いた弘法大師(空海)ゆかりの地である海岸寺。本坊奥の「屏風ヶ浦」からは多島美が広がる瀬戸内海が一望できます。



歴史

■四国鉄道発祥のまち

明治 22 年、讃岐鉄道株式会社が多度津を起点に営業を始めたことが、現在の四国の鉄道網のルーツとなっています。JR 多度津駅舎の北側には、蒸気機関車が展示されています。



■金剛禅総本山少林寺

少林寺拳法は、宗道臣が、昭和 22 年、多度津町において「人づくり」のための「行」として創始しました。

敷地内には、総本山・総本部をかまえています。



■合田邸

多度津の近代産業の発展に尽くした本町の七人の豪商「多度津七福神」の一人、「合田房太郎」を初めとする合田家の邸宅です。日本遺産の構成文化財にも認定されています。



■白方ぶどう

温暖な気候と水はけのよい傾斜地という好条件からぶどうの産地であり、「白方ぶどう」のブランド名で西日本有数の産地となっています。



■白方かき

備讃瀬戸の豊かな海で育った「白方かき」は県内産として初めて商標登録されました。ぷりっと引き締まった大きな身が特徴です。



■ミニトマト

県内一の生産量と出荷量を誇り、ハウスで作られたミニトマトは特に糖度が高くて甘いことから、ジャムや焼き肉のたれなどの加工品も生産されています。



■オリーブ

オリーブの育成に適した土壌と気候を活かして近年、栽培が盛んとなっています。収穫したオリーブは、オリーブオイルや新漬けなどへ加工もされています。



■たどつさくらまつり

約1,500本のソメイヨシノが咲きほこる県立桃陵公園で、毎年4月上旬の日曜日に開催されています。各種イベントの開催や開花時期は、桜のライトアップも行われています。



■たどつ夏まつり(花火大会)

8月第1土曜日に行われる夏まつりでは、町内企業など1,000名あまりが「たどつばやし」や「たどつおんど」を盛大に踊ります。フィナーレには、約4,000発の花火が打ちあがり、多度津町の夏の風物詩となっています。



■多度津フェスティバル

多度津最大の秋のお祭りイベントとして開催されており、多度津町民の参加型イベントが盛りだくさん。近年はJR四国多度津工場の「きしゃぽっぽまつり」と合同で開催されており、「ぽっフェス」として親しまれる中、多くの鉄道ファンや家族連れで賑わいます。



■たどつ桜んたんページェント

官民連携組織「多度津町まねきねこ課」が企画を担当し、若い女性がイメージする「オシャレ」をテーマに開催されているフォトジェニックなイベントです。県内外から多くの方がお越しになっており、イベント直後のSNSには、イベント会場等での素敵な写真がたくさん投稿されます。





発行:令和2年4月

編集:多度津町政策観光課

香川県仲多度郡多度津町栄町一丁目1番91号

Tel:(0877)-33-1116 Fax:(0877)-33-2550

Eメール:seisaku@town.tadotsu.lg.jp