



小豆島観光協会 DMO KPIについて

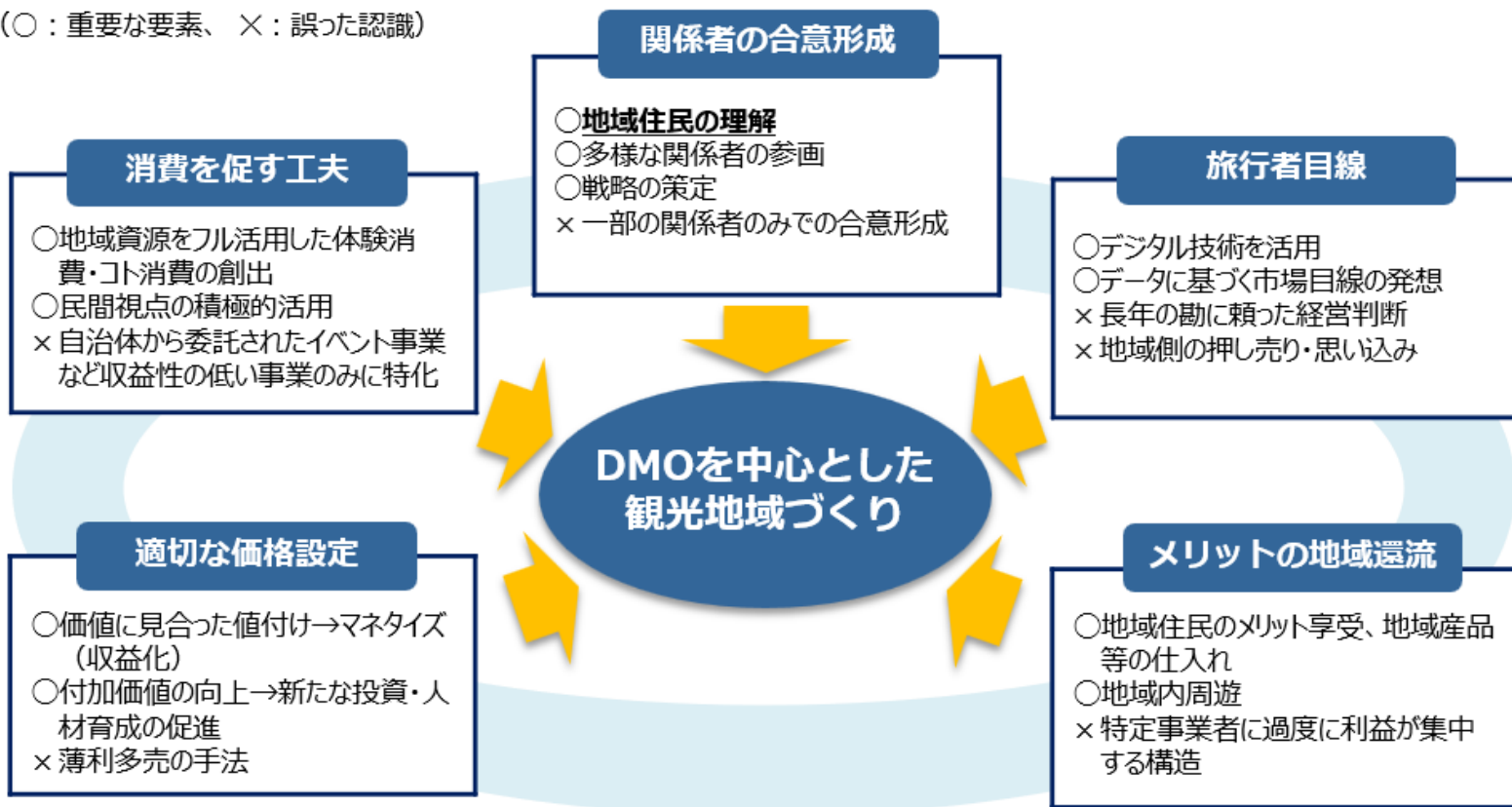
一般社団法人小豆島観光協会

2026/6/25

DMOの使命

持続可能な観光地域づくり

(○：重要な要素、×：誤った認識)



小豆島観光協会 2025年 DMO KPI達成状況

| 指標項目 | 目標値 | 実績値 | 達成率 |
|-----------|------------|------------|--------|
| ★必須KPI | | | |
| 旅行消費額 | 33,360 百万円 | 33,851 百万円 | 101.4% |
| 延べ宿泊者数 | 301 千人 | 309 千人 | 102.6% |
| 来訪者満足度 | 92.0 % | 7月発表待ち | - |
| リピーター率 | 36.0 % | 7月発表待ち | - |
| +その他指標 | | | |
| 住民満足度 | 82.0 % | 82.0 % | 100.0% |
| Webアクセス | 90 万UU | 78 万UU | 86.7% |
| インバウンド比率 | 16.0 % | 16.6 % | 103.7% |
| 映画・ドラマ等撮影 | 4 本 | 3 本 | 75.0% |

※来訪者満足度・リピーター率は「じゃらん観光国内宿泊調査」の結果に基づき更新します。



必須KPI

➤ ①旅行消費額

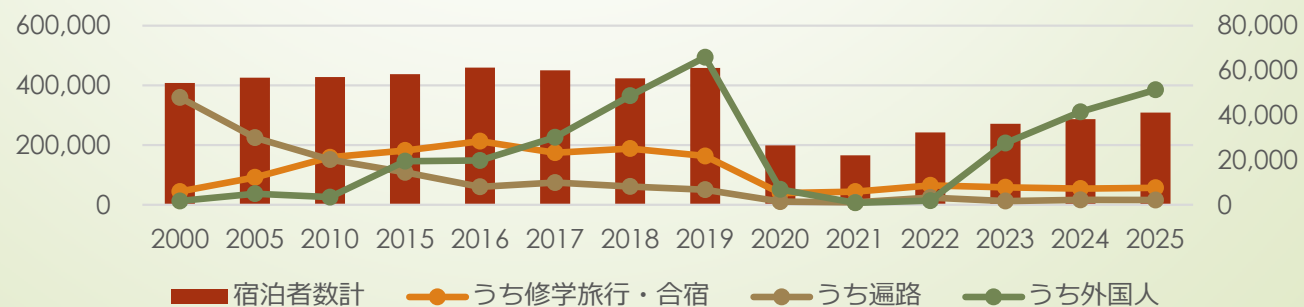
- 2023年までは香川県観光客動態調査より小豆島部分を抽出して算出していたが、2024年よりwebによる独自調査に切替
- 2025年結果：338億5157万円(目標333億6000万円 ◎)
昨対10.9%アップ
2026年目標：356億2221万円（昨対5.2%アップ）
- 想定：1人あたり宿泊客単価：5%アップ
1人あたり日帰り客単価：2%アップ
宿泊客数：2%アップ
日帰り客数：現状維持（瀬戸芸開催翌年のため）
- プラス要因：高付加価値宿泊施設OPENによる宿泊単価アップ
お土産、飲食代などの値上げ
- マイナス要因：旅行意欲減衰による人数ダウン
- 主な施策：付加価値UP→協会で販売する現地ツアーの販売促進
誘客→商談会、島外イベント出展、閑散期対策、

必須KPI

②延べ宿泊客数

- 2025年は直近のピーク2019年比で70%弱の回復となっており、コロナ禍による宿泊施設大幅減少による供給不足が大きく響いている
- 2025年結果：308,842人(目標301,000人 ◎) 昨対7.7%アップ
2026年目標：315,000人 昨対2%アップ
- 想定：国内客 横ばい、インバウンド客10%アップ
- プラス要因：edit x seven、島泊(9月)開業により宿泊キャパがアップ
- マイナス要因：瀬戸芸の翌年、旭屋旅館の閉業
物価高、原油価格高止まりなどによる国内需要の減衰
- 主な施策：商談会、島外イベント出展
YOKAI EXPO 2027など閑散期対策
宿泊ワーキンググループの組成による具体策検討

宿泊客数年次推移



必須KPI

➤ ③来訪者満足度

- 近隣他地域と比較して高い水準となっており、これを維持していく
- 2025年目標：91%（じゃらん調査 7月発表予定）
- **2026年目標：92%**
- 主な施策：二次交通の充実（スモールEV、シェアサイクル等
R8オーバーツーリズム対策）
マナー向上などのセミナー開催

➤ ④リピーター率

- 近隣他地域と比較して10ポイント程度低く、大きな課題となっている
- 2025年目標：36%（じゃらん調査 7月発表予定）
- **2026年目標：38%**
- 主な施策：単にスポットを観て終わる旅でなく、ガイドなど島民と時間をかけてふれあい「また小豆島に来たい」と思ってもらえることを主眼においた観光協会主催ツアーの販売促進
マナー研修などの実施

その他指標

➤ ⑤住民満足度

- 国内客と比してインバウンド客増加に対する満足度が低いことが課題
- 2025年結果：82.0%（目標82% ○）昨対1ポイントアップ
- **2026年目標：83%**
- 主な施策：インクルーシブ事業(R8オーバーツーリズム対策事業)

➤ ⑥WEBアクセス

- 生成AI普及に伴うゼロクリック現象によりアクセスが減少
- 2025年結果：78万UU（目標90万UU ×）
- **2026年目標：90万UU**
- 主な施策：ウェブサイトにはAI対策を施し、AIでも検索してもらえるページに全面再構築（観光DX事業）

その他指標

➤ ⑦インバウンド比率：

- コロナ禍後順調に回復しており、昨年度は過去最高の比率となった
- 2025年結果：16.6%(目標16% ◎)
- **2026年目標：18%**
- プラス要因：高松空港国際線台湾線、韓国線が好調
- マイナス要因：同上海線の運休継続
- 主な施策：海外向け商談会への出展加速
(広域周遊事業：台湾、JNTOなど)

➤ ⑧映画ドラマCM撮影本数

- 映画ドラマは波があるため、CM誘致に注力する
- 2025年結果：3本（目標4本 ×）
- **2026年目標：5本**
- 主な施策：JFCロケ地フェアへの出展
JFCデータベースへの登録