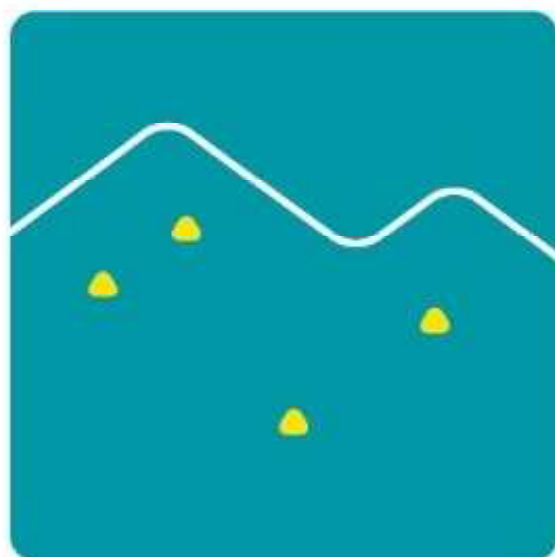


にし阿波～剣山・吉野川観光圏 整備計画



にし阿波
剣山・吉野川観光圏

徳島県・美馬市・三好市・つるぎ町・東みよし町

目次（整備計画の構成）

はじめに	1
<主な成果>	
<課題>	
<新たな計画の策定>	
1. 計画の名称	3
<基本理念>	
<ブランドコンセプト>	
<にし阿波が世界に誇れる観光地域づくりを目指すための地域ビジョン>	
2. 基本的事項	
(1) 観光圏の整備による観光旅客の来訪及び滞在の促進に関する基本的な方針	4
①地域の概況	4
②圏域市町の観光地の状況	5
③交通・地理条件	5
④観光振興と地域づくりに関わる取組動向	6
⑤本観光圏の特性と諸条件（SWOT分析）	8
⑥本観光圏で狙いとするターゲット	10
⑦本観光圏整備の基本戦略	15
(1) インバウンド回復戦略	
(2) 国内交流拡大戦略	
(3) 高付加価値で持続可能な観光地域づくり戦略	
(2) 観光圏の区域	17
(3) 滞在促進地区の区域	17
(4) 観光圏整備事業の実施体制	18
(5) 観光圏整備計画の目標	19
(6) 計画期間等	21
(7) 住民その他利害関係者の意見を反映させるための措置及び反映状況	21
(8) 地域住民の観光地域づくりに対する意識啓発と参加促進を目指すための取組	21
3. 観光圏整備事業の概要	21
4. 協議会に関する資料等	25
5. その他市町村又は都道府県が必要と認める事項	25

はじめに

西部圏域の2市2町と徳島県は、平成20年10月の制度発足と同時に、四国で初めての観光圏として国から認定を受け、3期目となる現計画も今年度3月末で5年間の計画期間が終了します。

国においては、観光圏の整備による観光旅客の来訪及び滞在促進に関する基本方針について、前回の改正から約5年を経過することを受け、観光立国推進基本法に基づく新たな観光立国推進基本計画の改正に向けた検討内容及び、観光圏における現状の課題を踏まえた上で所要の改正が行われます。

この度の国の観光立国推進基本計画の改正は、新型コロナウイルス感染症（以下「コロナ」という。）で影響を受けた観光産業の回復のために、「インバウンド回復戦略」「国内交流拡大戦略」「高付加価値で持続可能な観光地域づくり戦略」を踏まえた施策が盛り込まれた改正内容となる見通しです。

ポストコロナ新時代を迎え、こうした国の動きにしっかり呼応するとともに、にし阿波においてコロナ禍以前に積み上げてきた観光地域づくりのノウハウ、取組みの成果、課題等を踏まえ、ニューノーマルに対応した新たな旅の確立を目指します。また、2025年「大阪・関西万博」や2027年「ワールドマスターズゲームズ関西」の開催、観光産業のDX・GX、SDGs、持続可能な観光への関心の高まりなどを契機として、さらに地域が一体となった観光による地域づくりの取組みをリードするための新たな観光圏整備計画を作成し、世界に通用する競争力の高い観光地域づくりのステップアップに取り組めます。

<主な成果>

① 延宿泊客数

宿泊施設の魅力向上に努めるとともに、単に観光地を巡る従来型の観光ではなく、「住んでよし、訪れてよし」の体験交流型の新しい観光地域づくりを目指した観光圏事業の取組により、来訪者の滞在時間の増加につながり、ピーク時の令和元年には宿泊客数が、平成19年と比較して42.8%増加しました。

平成19年 161千人→平成28年 214千人（32.9%増）→令和元年 230千人（42.8%増）

② 外国人延宿泊客数

外国語パンフレットの作成、外国語案内看板の設置等による受け入れ態勢の整備を行うとともに、民間構成員と一体となったPR・営業活動や当地を宿泊目的地とした旅行商品の造成などにより、外国人宿泊客数が大幅に増加しました。

また、令和3年には、英大手旅行誌「ロンリープラネット」が選ぶ「2022訪れるべき10の旅行先」に四国が日本で唯一選定され、祖谷のかずら橋が写真付きで紹介されました。

平成19年952人→平成28年23,681人（24.9倍増）→令和元年31,828人（33.4倍増）

③ 体験型教育旅行

都会では体験できない、民泊による農山村の暮らしを体験する教育旅行については、関西だけでなく首都圏からの学校からも含め、受け入れ学校数・泊数ともに増加しています。

平成21年度 12校、2,863人泊 → 令和元年度 25校、3,319人泊

また、R2年度以降のコロナ禍にあっても、受入家庭では感染防止対策などの品質管理を徹底し、受け入れ生徒にコロナ感染者を一人も出すことなく教育旅行の受入を継続しました。

④ 観光地域づくりプラットフォームの体制強化

地域内の着地型旅行商品の提供者と市場（旅行会社、旅行者）をつなぐワンストップ窓口としての機能を担う事業体として、観光地域づくりプラットフォーム「一般社団法人そらの郷」（以下「そらの郷」という。）を平成23年2月に設置しました。

平成29年11月、そらの郷は多様な関係者と連携し観光地経営の視点に立った観光地域づくりの舵取り役を担う組織である日本版DMO（地域連携DMO）として観光庁に登録されるとともに、重点支援DMOとしても毎年継続的に認定され、様々な支援を受けています。

また、平成29年度からは県市町からの常勤職員派遣が始まり、人的・財政的の両面から観光地域づくりプラットフォームの組織力向上を図っています。

⑤ SAVOR JAPAN（農泊 食文化海外発信地域）、世界農業遺産の認定

日本の原風景を感じさせる山腹の傾斜地に張り付くように点在する居宅と急傾斜地が展開し、伝統的な農法に基づく集落景観や人々の素朴な暮らしによって守られてきた昔ながらの技術や知恵が、にし阿波最大の特徴として評価され、「SAVOR JAPAN（農泊 食文化海外発信地域）」や「世界農業遺産」に認定されました。

これらの取組の成果の一つである、外国人観光客の来訪者数の大幅増から、減少傾向にある国内の旅行者数を補う経済効果等を期待し、今後益々、外国人観光客の増加を目指していくことが重要であることが改めて確認されました。

その一方、これまでの取組みの中で、いくつかの課題が明らかになるとともに、コロナ禍により一層深刻さを増しました。

<主な課題>

- ・ブランドコンセプト「千年のかくれんぼ」の認知不足
- ・目玉となる滞在プログラムの不足
- ・取組成果の地域全体への波及効果の不足
- ・地域住民や事業者の参画不足、活動の認知度の低迷
- ・関係者の高齢化と後継者不足、人材難

＜新たな計画の策定＞

こうした成果と課題を地域でしっかり共有し、改めて事業者や住民の「モチベーション」を高め、これまで以上に地域が一体となる「取組を再構築」する必要があることから、「観光圏の整備による観光旅客の来訪及び滞在の促進に関する基本方針」に則り、新たな観光圏整備計画を策定します。

1 計画の名称

「にし阿波～剣山・吉野川観光圏整備計画」

＜基本理念＞

地域の豊かな資源を連携させ、個々を超える魅力を生み出し、世界に通用する競争力の高い観光地域づくりに取り組むことにより「次世代につなぐ魅力ある地域を創造」します。

＜ブランドコンセプト＞

「千年のかくれんぼ」～分け入るごとに、時は遡り～

そびえ立つ山々が悠久の時を閉じ込めたのか。

変わらぬ営みと人のぬくもりが息づく、にし阿波、無垢の里。

A thousand years, a hidden hamlet

※ブランドコンセプトの解説

「千年」 ゆっくりと流れる時の経過の中に刻まれた歴史・伝統が、先人達の叡智の結集として暮らしの中に今もなお息づく

「かくれんぼ」 四国の中央部という地形に閉ざされた空間、妖怪伝承、平家伝説など、誰もが覗いてみたい神秘的な魅力や懐かしさ、秘めやかさ、優しさ、純真さ

＜にし阿波が世界に誇れる観光地域づくりを目指すための地域ビジョン＞

- 海外の観光客が5日間以上滞在できる地域づくり
- また訪れたくなる地域まるごとおもてなしの体制づくり
- にし阿波物産ブランドの高付加価値化や外国人観光客への販売促進
- にし阿波ならではの持続可能な観光地域づくりの推進

※将来ビジョンの解説

日本人観光客はもとより、欧米豪や東アジア、東南アジアなどからの外国人観光客に対し、地域にいきづく暮らし、自然、歴史、文化など、地域の幅広い資源を活用した滞在交流型のプログラムやコンテンツ等を提供することにより、にし阿波で長期間の宿泊を伴う周遊を可能とした観光地域づくりを進めます。

また、来訪者が「にし阿波」に愛着を持ち、リピーターとして繰り返し訪れてもらうためには、地域に誇りを持った住民ひとりひとりが、普段どおりのあたたかい気持ちで来訪者をもてなすことが求められます。

さらには、地域の多くの事業者に経済的な効果を波及させるため、「にし阿波」の特徴的な素材を活用した食や工芸品を、日本人観光客のみならず、外国人観光客に向けて情報発信をすることが不可欠です。

これらを実現するため、次世代の観光人材を発掘・育成し、地域に誇りと愛着を持つ、たくさんの方が参画する、「住んでよし、訪れてよし」の観光地域づくりを目指します。

2 基本的事項

(1) 観光圏の整備による観光旅客の来訪及び滞在の促進に関する基本的な方針

① 地域の概況

<自然特性>

圏域は徳島県の北西部に位置し、北は香川県、西は愛媛県、南は高知県にそれぞれ隣接しています。面積は県全体の約3分の1で、その8割以上を北部の阿讃山脈や南部の四国山地の森林が占め、中央部には「四国三郎」の異名を持つ吉野川が流れています。

吉野川は愛媛県と高知県境の瓶ヶ森付近に水源を発し、四国山地を南北に横断し、三好市池田町でほぼ直角に曲がり、西から東へと流れています。四国山地や阿讃山脈から「祖谷川」や四国一の清流「穴吹川」、「貞光川」など、数々の支流が流れ込んでいます。

さらに、日本百名山に数えられる、西日本第二の高峰・^{つるぎさん} 剣山 (1,955m) をはじめ、^{じろうぎゆう} 次郎 笈や^{みうね} 三嶺など1,800mを超える山々がそびえ立ち、美しく雄大な自然環境を有する地域です。

<人口特性>

○ 人口の推移

総人口は令和2年国勢調査によると72,997人（県全体の10.1%）で、前回国勢調査の平成27年と比較すると、7,905人、9.8%の減少（県全体3.8%の減少、国全体0.8%の減少）

となっており、全県的、全国的に見ても人口減少が著しく進んでいます。

○ 少子高齢化の現状

徳島県年齢別推計人口（令和4年7月1日現在）によると、年少人口（15歳未満）の構成比は9.3%（県全体11.0%）、老年人口（65歳以上）の構成比は43.1%（県全体35.2%）であり、県全体よりも少子高齢化の進行が加速しています。

② 圏域市町の観光地の状況

【美馬市】

「脇町うだつの町並み」や「寺町」などの歴史・文化、「穴吹川」などの自然素材や「藍染め」、「和傘」などの伝統工芸を題材にした製作体験などを観光素材として活かすとともに、そこを訪れる交通手段として折り畳み自転車を活用した「ポタリング」など、域内の周遊観光の多様化を進めています。

【三好市】

「かずら橋」や「古民家」、「池田町本町うだつの町並み・酒蔵」などを観光素材として活かすとともに、吉野川の景勝地である「大歩危・小歩危」では、遊覧船による「船下り」やゴムボートでの迫力ある「ラフティング」が行われています。また、新しいアウトドア体験として「ツリートレッキング」や「キャニオンジップスライド」、池田ダム湖の静水面を利用した「SUP（スタンド・アップ・パドルボート）」、さらにはガストロノミーツーリズム（おいしいものの食べ歩き）の取組も進んでいます。

【つるぎ町】

「貞光二層うだつの町並み」や「巨樹」など、守ってきた歴史文化や自然素材とともに、それらを体感できる「剣山トレッキング」「貞光川カヌー、カヤック」などのアウトドア体験が観光資源となっています。また、冬場の乾燥した気候を利用した「干し柿」「半田そうめん」などの特産物の販売も盛んです。

【東みよし町】

国の特別天然記念物「加茂の大クス」や「吉野川ハイウェイオアシス」を交流拠点として、「ジビエ料理」や「イチゴ狩り」を売りにした農林漁家民宿や「パラグライダー」などのアウトドアスポーツ、今なお作り継がれる伝統工芸「桐下駄」を活用した観光振興が行われています。

③ 交通・地理条件

圏域は、高速道路、国道及び鉄道が、隣接する三県へ繋がる四国の交流拠点となっています。

特に、香川県、高知県とは、国道32号及び吉野川の地理的な形状の影響もあり、以前から隣接する観光エリアとして関係性がありました。外国人観光客を重点的なターゲットとする今後は、広域周遊観光促進に注力していく必要があるため、

圏域と隣接する自治体とも緊密に連携することがますます重要となっています。

圏域へのアプローチは、近隣からは自家用車利用が多いものの、徳島阿波おどり空港をはじめとし、コロナ禍以前からアジアとの直通便を就航させてきた高松空港、そのほか四国内の空港や関西国際空港等の国際空港から、また、鉄道、高速バス等による公共交通機関を利用して訪れる観光客も多く、それらの公共交通機関と観光地とを結ぶ2次交通の整備や円滑な接続案内などを充実させることが課題となっています。

また、圏域は山間部が多く山腹崩壊などの発生もあり、空港からレンタカーで訪れる観光客の通行の安全を図る取り組みも重要となっています。

このため、主要幹線道路である国道32号については、大雨等の異常気象時に通行規制となる区間の規制解消や安全性向上に向け、大規模な道路整備事業が進められています。なお、令和2年12月には新猪ノ鼻道路が開通し、香川県三豊市から三好市池田町まで間の冬季難所の峠越え区間が解消されるとともに所要時間の大幅な短縮が図られ、大いに利便性が向上しました。

さらには、観光地へ繋がる山間部の幹線道路である一般国道438号、439号、492号及び主要地方道山城東祖谷山線などについても、幅員が狭く自動車の対向が困難な場所や交通渋滞が発生している箇所でのトンネル化や道路拡幅などの改良に取り組んでいます。

④ 観光振興と地域づくりに関わる取組動向

○ ブランド価値の明確化

他の地域と差別化された「にし阿波らしさ」を明確にするとともに、その価値を深掘りし、ブランドコンセプト「千年のかくれんぼ ～分け入るごとに、時は遡り～」を地域一体となり、来訪者がコンセプトを体感できるような取組を進めてきました。

○ 地域の魅力の創出

景観や地域資源の保全に配慮し、ブランドコンセプトを体感できるコンテンツ、プログラム、地域ならではの食、宿泊施設の設えなど、にし阿波らしさを体感できる魅力の創出を図ってきました。また、にし阿波地域の特徴の一つである山間部での農林業体験が可能な農泊エリアを活用したコンテンツづくりにも注力しています。

○ 受入環境の整備

来訪者が必要とする観光情報の提供や、増加する外国人旅行者に対する多言語対応や宿泊施設の品質向上の取組、二次交通の実証実験など、国内外の来訪者が快適かつ安心して周遊・滞在できるための受入環境の整備に取り組んできました。

○ マネジメント体制の確立

観光地域づくりが持続的に取り組まれるよう、地域をマネジメントする組織（プラットフォーム）と中核人材（観光地域づくりマネージャー、あわこいサポーター）の育成に努めてきました。

○ 多様な関係者との地域連携

官民・産業・地域間連携によって、ブランドコンセプトのもと共同して戦略を策定し、戦略に基づき地域を巻き込んだ取組を進めてきました。

また、相互に誘客が図られるよう、県内や近隣のDMOと連携し、広域周遊の促進に努めています。

○ 来訪者からの評価

アライアンスを組んでいる全国観光圏推進協議会との連携により、来訪者へのアンケート調査を実施し、満足度や再来訪意向などの実態把握に努め、観光事業者との情報の共有を図り、誘客戦略策定に活用してきました。

○ 「住んでよし、訪れてよし」の効果測定のための地域住民意識調査

地域の住民や事業者のモチベーション向上に向けた課題を見つけ、住民参画型の観光地域づくりを目指すため、にし阿波の住民を対象に観光地域づくり施策の推進に対する意識調査を実施し、地域が一体となった観光地域づくりの気運醸成や課題抽出に取り組んできました。

○ 持続可能な観光地域づくりのための観光人材の育成

宿泊・観光施設、飲食等の観光事業の担い手の裾野拡大を図るため、管内の小中高等学校へ観光地域づくりマネージャーが出向いて講師を務める『観光出前講座』を開催し、自分たちの住む町の観光情報やインバウンドの受入れ状況、「にし阿波体験プログラムあわこい」を題材としたSNSプロモーションの実技演習など、自らの地域の観光振興の取組みについて、地元で活躍する人材から直接話を聞く機会を設け、若い世代の人材育成に取り組んできました。

⑤ 本観光圏の特性と諸条件（SWOT分析）

本観光圏の特性、今後の本圏域における観光を取り巻く諸条件をSWOT分析で整理すると、概ね次のようになります。

		好影響	悪影響
		強み (Strengths)	弱み (Weaknesses)
内部環境	【自然・景観】		
	<ul style="list-style-type: none"> ・山（1000m以上の山々、折り重なる山々） ・川と溪谷（吉野川、穴吹川、祖谷川、深い峡谷、V字溪谷、エメラルドグリーンの川、豊富な水、飲める水） ・四季折々の景観（桜、チューリップ、若葉、紅葉、キレンゲショウマ、雲海、雪など） ・手つかずの自然、閑静な環境、巨樹、日本三大秘境 	<ul style="list-style-type: none"> ・自然景観の荒廃（廃屋、耕作放棄地、放置された人口林） ・屋外での体験、プログラムや道路状況が気象条件に左右される 	
	【観光素材】		
	<ul style="list-style-type: none"> ・温泉（大歩危・祖谷温泉郷、秘湯） ・主要観光資源（うだつの町並み、かずら橋、大歩危船下り、二層うだつの町並み、吉野川ハイウェイオアシス） ・アウトドアスポーツ（ハイキング、ラフティング、ツリートレック、ジップスライド、パラグライダー、グラススキー、ポタリングカヌー・カヤック） ・ガストロノミーツーリズム ・農泊体験（農林業体験） ・傾斜地集落めぐり ・体験プログラム （藍染め、茜染め、桐下駄鼻緒付け、蕎麦打ち、平家衣装、和傘ランプシェードづくり） 	<ul style="list-style-type: none"> ・認知度不足 ・滞在プログラム、体験メニュー、着地型商品のバリエーション不足（季節での偏重、夜間催行） ・マーケティング不足（ターゲット毎のニーズ把握、分析、コンセプト） ・情報発信不足（国内外のリピーター獲得策、多言語対応したウェブ対策） ・持続的な観光商品開発の仕組み ・当日でも受付可能な体験メニューの提示 	
	【食べ物】		
<ul style="list-style-type: none"> ・特産品（みまから、祖谷そば、そば米雑炊、でこまわし、雑穀もち、半田そうめん） ・果物（ブルーベリー、あたご柿、イチゴ） ・ハラール牛、阿波尾鶏、鮎、アメゴ ・ジビエ（シカ肉、イノシシ肉） 	<ul style="list-style-type: none"> ・グルメ、地産地消品を食べることができるスポットが少ない ・特産品、土産品のバリエーション不足 ・土産品等を買えるスポットが少ない 		
【歴史文化・伝説伝承・暮らし】			
<ul style="list-style-type: none"> ・伝説伝承（平家伝説、武家屋敷阿佐家、妖怪、郡里廃寺、寺町、段の塚穴、白人神社、伊射奈美神社、三木家・忌部、大剣神社、ソロモンの秘宝） 	<ul style="list-style-type: none"> ・来訪者がにし阿波らしいストーリーを体感できるようなわかりやすい工夫（文化財の説明、情報発信）が不十分 ・地域ならではの店舗の魅力を伝えきれてい 		

	<ul style="list-style-type: none"> ・ 伝統文化（三味線餅つき、安楽寺の能、阿波おどり、祖谷の襖からくり、西祖谷の神代祭り、お亥の子さん、桐下駄、端四国八十八ヵ所、藍染め、和傘） ・ 暮らしに根付いた山岳集落の傾斜地農耕と文化的景観 （天空の村：木屋平、一字、落合、増川） ・ 地域ならではの個性的な店舗 	ない
【人材・地域の特色】		
	<ul style="list-style-type: none"> ・ 中核となる関係者の魅力(元気でユニーク、積極的) ・ 地域の人々の魅力(温かい、優しい、素朴、おもてなしの心、高齢者の活気) ・ 団結力 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 人材の偏り（観光地域づくりを引っ張る中核人材の連携不足、育成不足） ・ 後継者不足、高齢化 ・ ワンストップ機能を担う人材の不足 ・ 地域に対する認識・愛着不足
【地理的特性・アクセス】		
	<ul style="list-style-type: none"> ・ 四国中央部にある地理的優位性（四国各県のハブになる可能性） ・ 空港、JR、高速道路の便利さ 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 2次交通の不便さ ・ 交通機関の情報不足
	機 会 (Opportunity)	脅 威 (Threat)
外部環境	<ul style="list-style-type: none"> ・ 観光立国の実現に向けインバウンド消費拡大の効果を全国津々浦々に届けるための国の施策展開 ・ ナショナルジオグラフィックトラベラー、ミシュラン、トラベルアンドレジャー、ロンリープラネット等による海外向け情報発信 ・ 訪日外国人の飛躍的増加 ・ 旅行形態の変化(個人旅行、ネット) ・ JTBボウクンの導入による着地型旅行商品のオンライン販売の拡大によるDX ・ 旅行者の旅行目的の多様化(モノ消費からコト消費への消費スタイルのシフト) ・ 世界農業遺産の認定 ・ 「農泊」の推進 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 新型コロナウイルスの流行 ・ 国際情勢の変化 ・ 自然災害の発生 ・ ネット環境上の攻撃に対する脆弱性

⑥ 本観光圏で狙いとするターゲット

<現状データ>

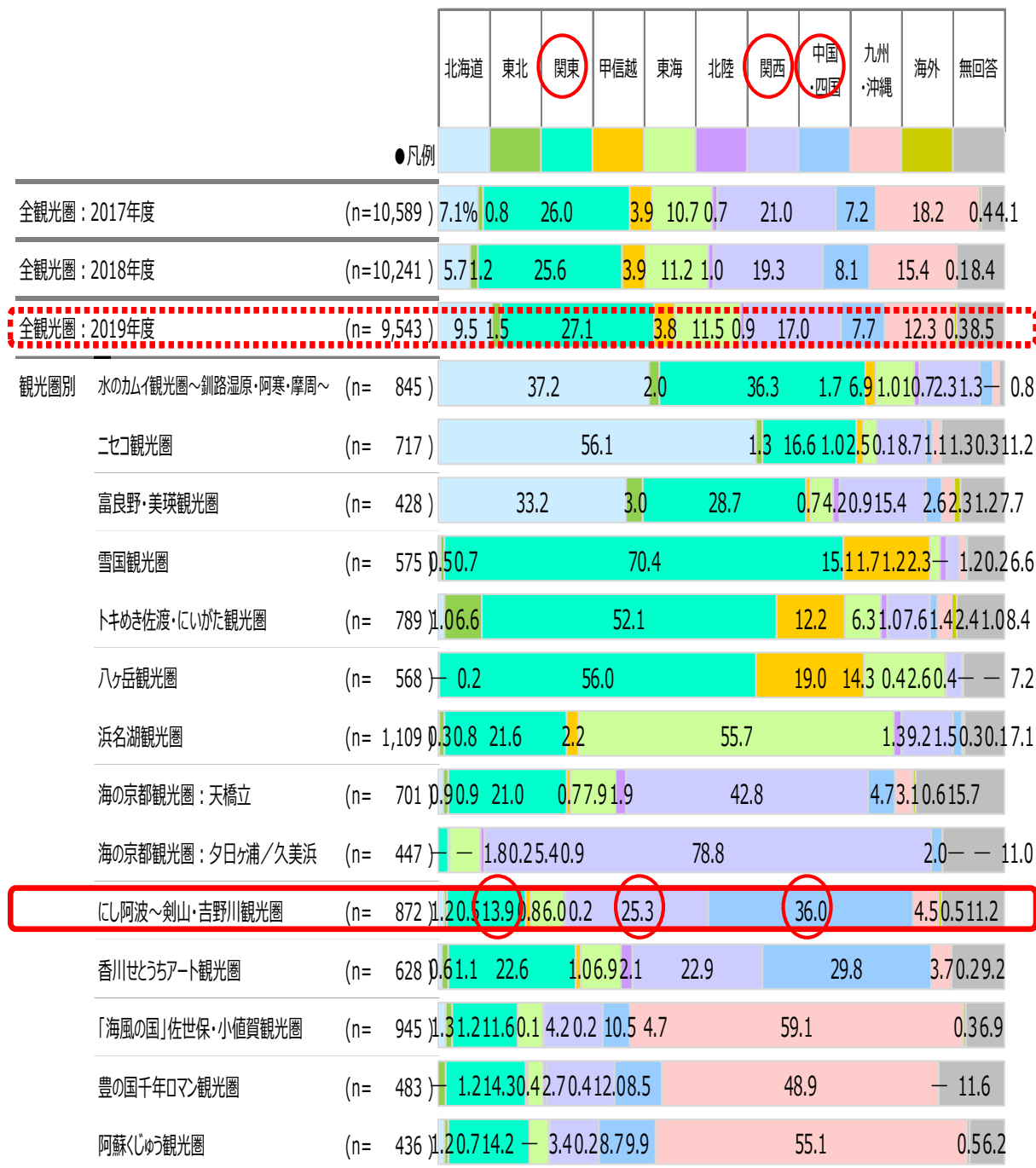
(令和元年度全国観光圏来訪者満足度調査による)

○ 宿泊客の居住地 (令和元年度)

中国・四国地方 (36.0%)、近畿地方 (25.3%)、関東地方 (13.9%) の順に多い。

■居住地 (全体/単一回答)

Q15-③. お答えいただいたご本人様の性別、年齢、居住地を教えてください。



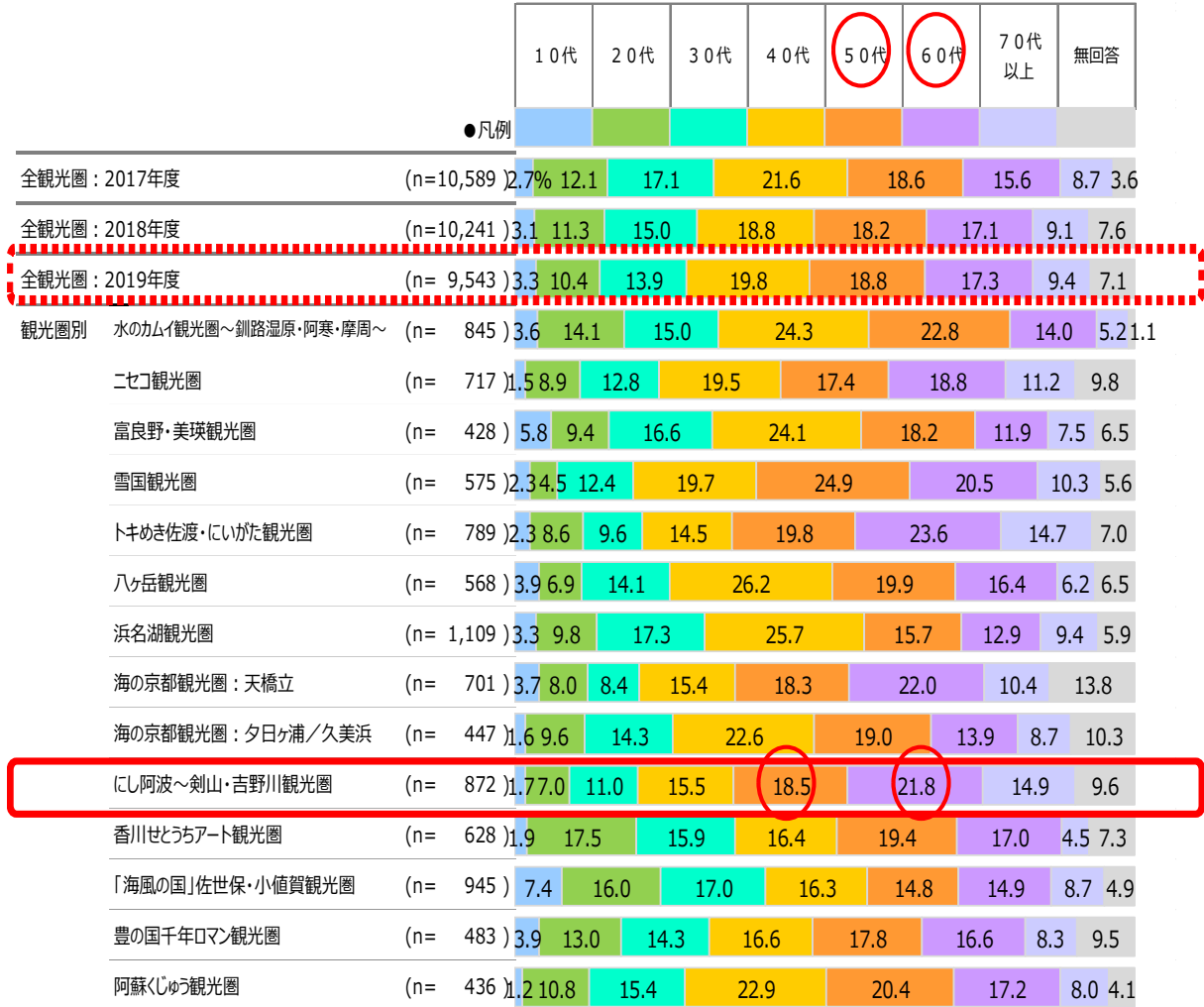
○ 宿泊客の年代別比率（令和元年度）

60代（21.8%）が最も多く、次いで50代（18.5%）が多い。

30代（11.0%）、40代（15.5%）の働き盛り世代や10代（1.7%）、20代（7.1%）の若い世代が少ない。

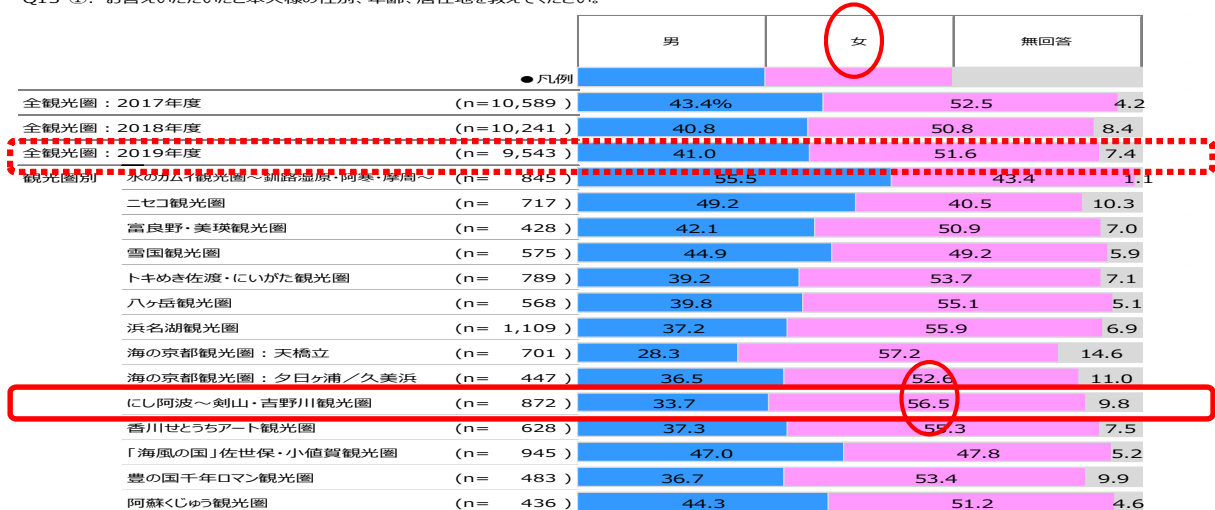
■年代（全体/単一回答）

Q15-②. お答えいただいたご本人様の性別、年齢、居住地を教えてください。

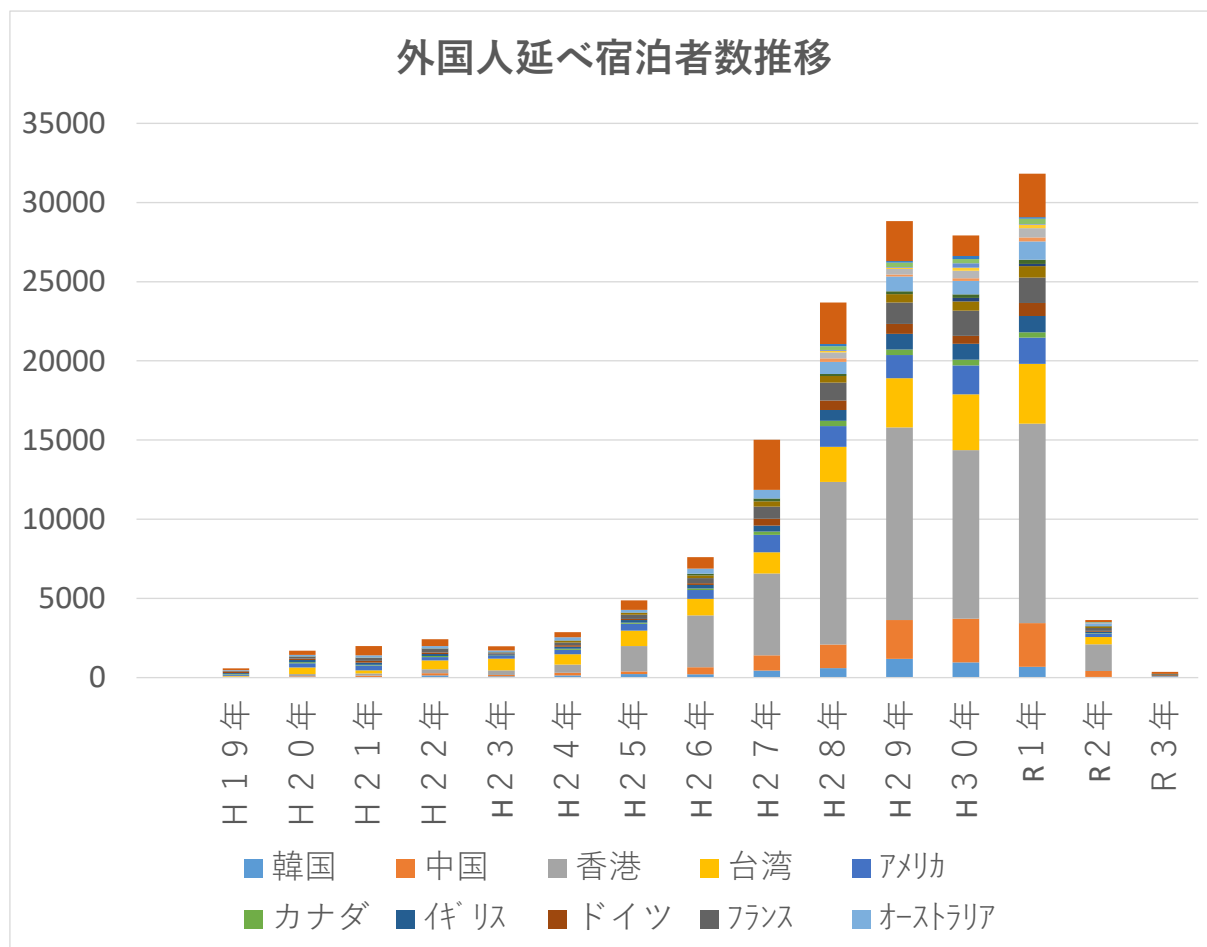


■性別（全体/単一回答）

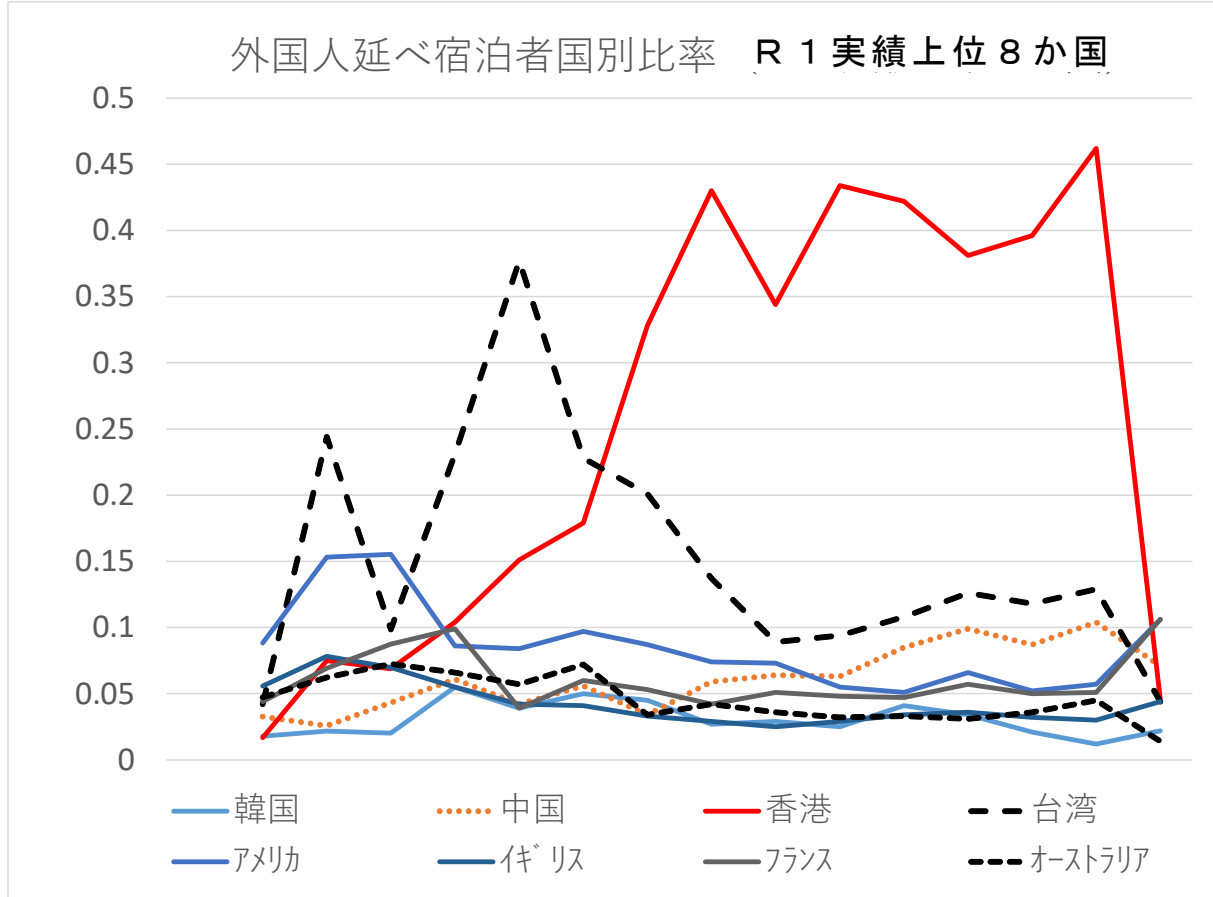
Q15-①. お答えいただいたご本人様の性別、年齢、居住地を教えてください。



○ 外国人宿泊者の推移
 (平成19年～令和3年市町調査結果による)



○ 外国人宿泊者の国別比率（H19年～R1年実績合計の上位8カ国）



○ 外国人宿泊者の推移（H19年～R3年実績：市町調査結果による）

	韓国	中国	香港	台湾	アメリカ	カナダ	イギリス	ドイツ	フランス	シンガポール	マレーシア	タイ	オーストラリア	その他	計	前年比
H19年	17 1.8%	31 3.3%	16 1.7%	40 4.2%	84 8.8%	49 5.1%	53 5.6%	100 10.5%	42 4.4%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	45 4.7%	112 11.8%	952 100.0%	—
H20年	38 2.2%	45 2.6%	131 7.5%	427 24.4%	268 15.3%	64 3.7%	137 7.8%	88 5.0%	121 6.9%	8 0.5%	8 0.0%	3 0.2%	109 6.2%	257 14.7%	1,749 100.0%	183.7%
H21年	40 2.0%	86 4.3%	137 6.9%	196 9.9%	309 15.5%	43 2.2%	139 7.0%	112 5.6%	174 8.7%	14 0.7%	14 0.7%	15 0.8%	144 7.2%	581 29.2%	1,990 100.0%	113.8%
H22年	132 5.5%	147 6.1%	253 10.4%	559 23.1%	209 8.6%	59 2.4%	134 5.5%	87 3.6%	240 9.9%	8 0.3%	8 0.3%	3 0.1%	161 6.6%	430 17.9%	2,422 100.0%	121.7%
H23年	77 3.9%	82 4.2%	299 15.1%	745 37.7%	166 8.4%	24 1.2%	82 4.2%	37 1.9%	77 3.9%	9 0.5%	9 0.5%	1 0.1%	113 5.7%	262 13.3%	1,974 100.0%	81.5%
H24年	144 5.0%	161 5.6%	515 17.9%	656 22.8%	280 9.7%	74 2.6%	117 4.1%	97 3.4%	171 6.0%	118 4.1%	118 4.1%	12 0.4%	208 7.2%	319 11.1%	2,872 100.0%	145.5%
H25年	219 4.5%	165 3.4%	1,602 32.8%	983 20.1%	425 8.7%	80 1.6%	163 3.3%	72 1.5%	259 5.3%	119 2.4%	119 2.4%	27 0.6%	164 3.4%	602 12.3%	4,880 100.0%	169.9%
H26年	205 2.7%	446 5.9%	3,276 43.0%	1,041 13.7%	567 7.4%	91 1.2%	224 2.9%	111 1.5%	323 4.2%	171 2.2%	171 2.2%	107 1.4%	317 4.2%	732 9.6%	7,611 100.0%	156.0%
H27年	437 2.9%	967 6.4%	5,166 34.4%	1,342 8.9%	1,095 7.3%	208 1.4%	379 2.5%	441 2.9%	760 5.1%	334 2.2%	334 2.2%	184 1.2%	542 3.6%	3,170 21.1%	15,025 100.0%	197.4%
H28年	603 2.5%	1,482 6.3%	10,270 43.4%	2,223 9.4%	1,299 5.5%	342 1.4%	679 2.9%	596 2.5%	1,139 4.8%	413 1.7%	413 1.7%	130 0.5%	766 3.2%	2,620 11.1%	23,681 100.0%	157.6%
H29年	1,180 4.1%	2,458 8.5%	12,160 42.2%	3,112 10.8%	1,459 5.1%	349 1.2%	992 3.4%	622 2.2%	1,348 4.7%	530 1.8%	530 1.8%	184 0.6%	939 3.3%	2,520 8.7%	28,824 100.0%	121.7%
H30年	953 3.4%	2,760 9.9%	10,651 38.1%	3,520 12.6%	1,830 6.6%	365 1.3%	999 3.6%	499 1.8%	1,595 5.7%	582 2.1%	582 2.1%	227 0.8%	216 0.8%	1,300 3.1%	27,921 100.0%	96.9%
R1年	679 2.1%	2,764 8.7%	12,594 39.6%	3,771 11.8%	1,655 5.2%	341 1.1%	1,032 3.2%	820 2.6%	1,602 5.0%	728 2.3%	728 2.3%	132 0.4%	271 0.9%	2,745 8.6%	31,828 100.0%	114.0%
R2年	42 1.2%	378 10.4%	1,677 46.2%	470 12.9%	206 5.7%	20 0.6%	108 3.0%	51 1.4%	187 5.1%	88 2.4%	88 2.4%	17 0.5%	20 0.6%	163 4.5%	3,633 100.0%	11.4%
R3年	8 2.2%	26 7.1%	17 4.6%	16 4.4%	39 10.6%	7 1.9%	16 4.4%	37 10.1%	39 10.6%	3 0.8%	3 0.8%	1 0.3%	8 2.2%	5 1.4%	367 100.0%	10.1%
H19～R3 合計	4,774 3.1%	11,998 7.7%	58,764 37.7%	19,101 12.3%	9,891 6.4%	2,116 1.4%	5,254 3.4%	3,770 2.4%	8,077 5.2%	3,125 2.0%	3,125 2.0%	377 0.2%	1,181 0.8%	5,691 3.7%	155,729 100.0%	

＜ターゲット設定＞

国の「基本方針」、本観光圏の特性及び圏域への来訪者の状況等を勘案し、ターゲットを次のとおり設定します。

○ 欧米豪や東アジア、東南アジアからのインバウンド

日本の歴史や文化に基づいたストーリーに興味を持ち、旅行での一人あたり平均消費額が高いとされる「欧米豪」、大自然や原風景に興味をもつ香港・台湾をメインとする「東アジア」、新たなターゲットとして期待されるマレーシア・シンガポール・タイをメインとする「東南アジア」といったターゲットごとに戦略をたて、市場へのプロモーションを実施します。

○ 自然を体験する機会が少ない大都市圏住民

現状において、近畿地方と関東地方の来訪者を合わせると全体の過半数を占める客層であることから、圏域の豊かな自然を楽しむ滞在プログラム、山や川でのアクティビティ、古民家ステイ等により、日常生活では味わえない、大自然の中でのリラックス効果を期待する都市部住民の誘客に取り組みます。

○ 体験型教育等

農山村部の一般家庭での受入を中心とした体験型教育旅行については、これまでどおり春季が多い関西の中学校、秋期が多い関東の高校をターゲットとした取り組みを継続します。また、農林漁家民宿での宿泊による体験型観光の一般展開については、農泊志向の個人旅行者をはじめ、専門学校や大学等のゼミ合宿、企業研修、さらには欧米豪やアジアからの訪日教育旅行の誘致に取り組みます。

○ 中高年層

現状で来訪が最も多い60代女性の誘客を更に進めるため、自然風景、おいしい食事を楽しみたい中高年層をターゲットとした滞在スポットや滞在プログラムのブラッシュアップを進めます。

○ 20代から30代

インスタグラム等のSNS、デジタルメディアのロコミ効果を戦略的に活用し、世代別に見て旅行消費額が高いとされる若い男女の更なる誘客を図ります。

⑦ 本観光圏整備の基本戦略

国においては、「観光立国」の実現に向け、国際競争力の高い魅力ある観光地域の形成を推進するため、地域の関係者が連携し、地域の幅広い資源を活用して魅力を高めることにより国内外から観光客が2泊3日以上滞在交流型観光を行うことができる観光圏の形成を促進しているところです。

本観光圏においても、世界に誇れる観光地域づくりを目指すため、地域の魅力を活かした観光コンテンツや食事、土産物などの付加価値を高め、海外からの観光客が5日間以上滞在できるよう受入環境の整備を進めます。また、観光客が「にし阿波」に愛着を持ち、繰り返し来訪してもらえるようにするため、観光事業者だけではなく、地域が一体となった温かいおもてなしの心で迎え入れられるよう観光に携わる人材の裾野を広げます。

なお、観光圏の整備を図るため実施する事業の基本戦略は、次のとおりです。

(1) インバウンド回復戦略

「2025大阪・関西万博」や「2027ワールドマスターズゲームズ関西」を見据え、地域の特色を活かした付加価値の高いコンテンツ造成や戦略的プロモーションにより、インバウンドの回復を図ります。

- 欧米豪、アジアの国・地域ごとの特徴を踏まえ、キーパーソンや民間事業者など国内外のパイプ役と連携した戦略的な誘客活動の実施
- 剣山や吉野川を核とした自然・文化・アクティビティの要素を備えた、にし阿波ならではの体験が可能なアドベンチャーツーリズムの磨き上げ
- にし阿波ならではの地域資源を活用し、インバウンドに対しても価値が伝わる高付加価値な食コンテンツ、土産品等の開発及びブランド化
- 海外に知られる「Iya Valley」の知名度のさらなる向上と圏域全体への周遊促進
- 「2025大阪・関西万博」や「2027ワールドマスターズゲームズ関西」を見据え、関西観光本部・せとうちDMO・四国ツーリズム創造機構など近隣DMOとの相互連携による誘客促進

(2) 国内交流拡大戦略

国内旅行の回復を図りつつ、新たな需要の開拓を進め、国内の交流拡大を推進します。

- トリプル認定の強みを活かした農泊エリアを核とするサステナブルツーリズムの推進
- 「2025大阪・関西万博」や「2027ワールドマスターズゲームズ関西」の開催効果を活用した広域周遊につなげる取組
- 観光以外の要素と観光を組み合わせたワーケーションなどの新たな旅のスタイルの需要開拓による旅行機会の創出

(3) 高付加価値で持続可能な観光地域づくり戦略

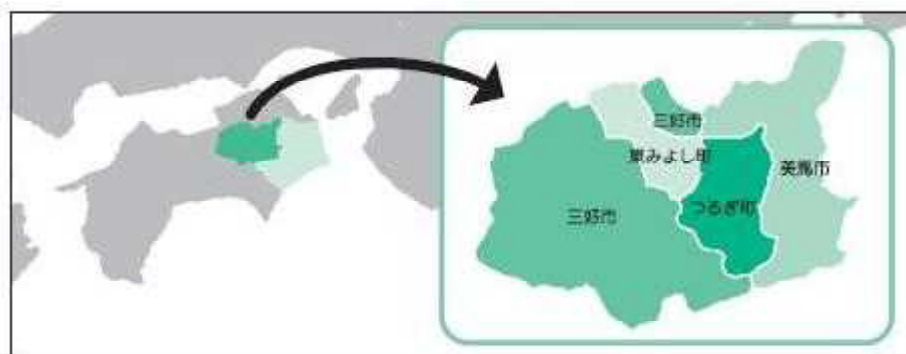
観光により地域活性化を図るとともに、観光人材の育成や自然・文化などの保全に

配慮したコンテンツ造成による高付加価値で持続可能な観光地域づくりを進めます。

- DXによる旅行者や観光事業者の利便性向上、GXである環境負荷低減型の傾斜地農法を活用した農泊の推進
- 持続可能な観光地域づくりに向けた地域の住民や事業者の主体的な参画促進及び観光に携わる人材の発掘・育成による裾野の拡大

(2) 観光圏の区域

徳島県
美馬市
三好市
つるぎ町
東みよし町



圏域は、剣山を源とする穴吹川などの支流が四国一の流域面積を誇る吉野川に合流し、その吉野川の恵みにより、たばこや藍、水運で栄えた池田、貞光、脇町には、富の象徴である「うだつ」をあげた古い町並みが残るなど、川が地域の歴史文化を育み、剣山・吉野川を中心とした自然・歴史・文化等における地域間の密接な関係があり、生活圏としても通勤・通学、商業活動から見ても一体性があります。

圏域での観光地域づくりの取り組みについては、地域が来訪客と交流する参加体験型プログラムを集中的に提供する「にし阿波体験プログラムイベント」の開催、民泊による体験型教育旅行の受け入れなど、圏域全域の地域住民が主体となり活動しています。

さらに、圏域の地域振興を担う徳島県西部総合県民局においては「徳島県西部圏域振興計画」を策定し、地域づくりや産業振興において、2市2町及び地域住民と連携して圏域振興の取り組みを進めており、また、各市町の地域振興を図る総合計画において「にし阿波」を圏域とした広域観光を位置付けており、圏域の連携は今後中長期的にも安定的に継続するものと見込まれます。

(3) 滞在促進地区の区域

<滞在促進地区の設定>

本計画における滞在促進地区の区域は、宿泊地としての魅力向上に取り組み、観光客の滞在促進を図るとともに、宿泊施設が一定規模集積している次の区域とします。

○ 区域

徳島県三好市「大歩危・祖谷地区」

○ 設定理由

全国知名度の高い「大歩危・祖谷温泉郷」を中核として、宿泊施設が複数集積しているエリアであることに加え、「大歩危・祖谷いってみる会」を中心として早くから複数の温泉施設が共同して東アジア営業を重ねるなど、インバウンド誘客に取り組み、観光圏内の観光事業者の中でもインバウンド誘客のノウハウ

ウを持った団体として、第1期から第3期においても、観光圏事業に積極的に取り組んできた豊富な経験が挙げられます。

その成果として、外国メディアでも旅行先として取り上げられることが多くなり、にし阿波を代表する観光地「Iya Valley」として認知度があがり、にし阿波圏域への来訪のきっかけとしての役割がますます高まっています。

(4) 観光圏整備事業の実施体制

新たな基本戦略を基に、にし阿波ならではの事業を実施するためには、観光地域づくりプラットフォームそらの郷がこれまでの官民連携の取組をさらに一歩進め、より広がりをもって地域住民や事業者の主体的な参画を促進し、「観光地域づくりの舵取り役」としてより一層戦略的に取組むことが必要であり、将来的には「世界的なDMO」の認定に向けた組織体制の強化を支援します。

なお、各事業の実施については、その事業実施主体を明確にした上、観光地域づくり法人（DMO）そらの郷の中心的な構成員として、主に民間事業者である複数の観光地域づくりマネージャーが主体性をもって、また、彼らをサポートする行政等の構成員が協力し、各事業の総合的な企画・立案、関係者間の調整、実施状況の管理・評価、各種情報の収集・分析による取組への活用及び関係者間の調整等の下で実施します。さらには、四国運輸局が実施する広域連絡調整会議等の地域方針に基づき、適切な役割分担と効果的な連携の下、効率的かつ来訪者の利便性を考慮した事業の実施に努めます。

(5) 観光圏整備計画の目標

(ア) 必須KPI

①延べ宿泊者数

(人泊)	R5年	R6年	R7年	R8年	R9年
合 計	166,000	194,000	230,000	233,500	237,000
日本人	158,000	178,000	198,000	200,000	202,000
外国人	8,000	16,000	32,000	33,500	35,000
対象範囲	圏域内				
数値の取得方法	市町による各宿泊施設への調査				

②一人あたり旅行消費額

(円/人)	R5年	R6年	R7年	R8年	R9年
合 計	—	—	—	—	—
日本人	30,000	30,500	31,000	31,500	32,000
外国人	42,000	42,500	43,000	43,500	44,000
対象範囲	圏域内来訪者、宿泊者				
数値の取得方法	各施設での対象者への調査、ヒアリング調査（全国観光圏推進協議会での共同事業）				

③来訪者満足度（7段階評価中「大変満足」の割合）

(%)	R5年	R6年	R7年	R8年	R9年
合 計	23.0	24.0	25.0	26.0	27.0
日本人	23.0	24.0	25.0	26.0	27.0
外国人	23.0	24.0	25.0	26.0	27.0
対象範囲	圏域内来訪者、宿泊者				
数値の取得方法	各施設での対象者への調査、ヒアリング調査（全国観光圏推進協議会での共同事業）				

④リピーター率

(%)	R5年	R6年	R7年	R8年	R9年
合 計	—	—	—	—	—
日本人	46.0	48.0	50.0	52.0	54.0
外国人	14.0	18.0	22.0	23.0	24.0
対象範囲	圏域内来訪者、宿泊者				
数値の取得方法	各施設での対象者への調査、ヒアリング調査（全国観光圏推進協議会での共同事業）				

(イ) その他 K P I

①平均宿泊数

(泊)	R5年	R6年	R7年	R8年	R9年
日本人	1.26	1.27	1.28	1.29	1.30
外国人	1.30	1.60	1.90	1.95	2.00
対象範囲	圏域内来訪者、宿泊者				
数値の取得方法	各施設での対象者への調査、ヒアリング調査（全国観光圏推進協議会での共同事業）				

②観光地域づくりマネージャー養成数（累計）

(人)	R5年	R6年	R7年	R8年	R9年
観光地域づくりマネージャー数	24	26	28	30	32
対象範囲	国の認定研修を受講し、観光地域づくりマネージャーに認定された者				
数値の取得方法	研修を受講し、観光庁から認定された者を集計				

③農泊施設の延べ利用者数

(利用者数)	R5年	R6年	R7年	R8年	R9年
利用者数	4,000	5,000	6,000	7,000	8,000
対象範囲	教育旅行受入家庭、農家民宿事業者				
数値の取得方法	教育旅行体験者数、宿泊事業者から提出された資料を集計				

④体験型観光参加者数

(人)	R5年	R6年	R7年	R8年	R9年
参加者数	1,060	1,120	1,180	1,240	1,300
対象範囲	圏域内体験型観光の参加者				
数値の取得方法	プログラム実施者から提出された資料を集計				

⑤千年のかくれんぼ物産ブランド登録品目数

(延べ品目数)	R5年	R6年	R7年	R8年	R9年
品目数	50	55	60	65	70
対象範囲	登録品目認証数				
数値の取得方法	「千年のかくれんぼ」ブランドとして登録された品目数を計上				

(6) 計画期間等

本計画の期間は、令和5年4月1日から5か年とします。

また、本計画は、観光客及び圏域住民のニーズに対応するため、目標設定の見直し及び整備事業の改善見直し等について、観光圏協議会と諮りながら、毎年度検討を行います。

(7) 住民その他利害関係者の意見を反映させるための措置及び反映状況

にし阿波観光圏協議会の構成員による各部会、幹事会、総会において協議を重ね、計画への意見反映を図るとともに、広く県民からの意見を募るため、パブリックコメントを実施しました。

(8) 地域住民の観光地域づくりに対する意識啓発と参加促進を目指すための取組

これまで観光圏では、来訪者の誰もがブランドコンセプト「千年のかくれんぼ」を体感できる観光地域づくりを目指し、官民・産業間・地域間の3つの連携を図ることとし、観光地域づくりマネージャーや観光地域づくりプラットフォームがその間の橋渡し役を務めてきました。

今後は、従事者の高齢化や後継者不足といった喫緊の課題を解決するため、これらの取組をさらに継続・発展させ、にし阿波での持続可能な観光地域づくりが図られるよう、多くの地域住民や事業者がこれらの取組に主体的に参画し、観光の担い手の発掘・育成に努めることにより、観光産業の裾野拡大を図ります。

3 観光圏整備事業の概要

(1) 宿泊サービスの改善及び向上

ポストコロナの新時代を迎え、来訪者のますます多様化する宿泊ニーズを踏まえた高品質で付加価値の高いサービスの提供に取り組むとともに、宿泊施設は広域周遊観光の滞在拠点としての役割が重要となってきたことから、来訪者が長期間滞在可能な質の高い環境の整備に取り組みます。

- ・ 宿泊施設サービス高付加価値化事業（受入環境整備事業）

実施主体：観光圏協議会

実施期間：R 5～9

(2) 観光資源を活用したサービスの開発及び提供

観光圏における訪日外国人旅行者をはじめとした来訪者の滞在・周遊を促進するために、剣山や吉野川の自然を活かしたウォーキングやトレッキング、自転車を使ったポタリング、ウォーターアクティビティ等の豊富なアウトドア体験・伝統文化体験などのメニューを組み合わせたアドベンチャーツーリズムを造成するとともに、にし阿波の最大の強みでもある、農泊エリアでの農林業体験とそこで生活する人たちとの交流による、にし阿波ならではのサステナブルツーリズムによって、付加価値の高い長期滞在の契機となるように魅力の向上を図ります。加えて、観光以外の要素と観光を組み合わせたワーケーションなどの新たな旅のスタイルの需要開拓によって、にし阿波への旅行機会の創出を図ります。

また、持続可能な観光圏の形成を実現するため、地域の環境保全への配慮や、にし阿波ならではの景観の維持・向上等、保全と活用に努めます。

さらには、ターゲットとすべき国・客層を定めた上で、欧米豪・東アジア・東南アジアのエリアごとにインバウンド戦略を策定し、歴史・文化・伝統芸能・自然景観・食・工芸品などを体験、購入できる機会をストーリー性を持たせて提供し、「何度でも訪れたい」地域を目指した取組みを行います。

- ・「千年のかくれんぼ」物産ブランド化事業

実施主体：観光圏協議会

実施期間：R 5～9

- ・体験プログラム予約システム構築事業

実施主体：観光圏協議会

実施期間：R 5～9

- ・「千年のかくれんぼ」サステナブルツーリズム／アドベンチャーツーリズム体験プログラム造成事業

実施主体：観光圏協議会

実施期間：R 5～9

(3) 移動の利便性の向上

観光圏における訪日外国人旅行者をはじめとした来訪者が、快適に圏内を移動できるよう、公共交通機関や民間交通事業者の活用等により、移動手手段の確保についての取組みを図るとともに、利便性の向上により来訪者の満足度を高めるため、時刻表や案内表示、案内図などの多言語表記化により来訪者目線にたった情報整備をあわせて進め、タビマエ、タビナカでの情報取得にストレスを感じさせないような観光地域を

目指して取り組みます。

- ・二次交通利用促進Wi-Fiモニタリング調査・分析事業
実施主体：観光圏協議会
実施期間：R 5～9

（４）情報提供の充実強化

観光旅客の動向やニーズを踏まえ、単に圏内の名所旧跡の紹介にとどまらず、滞在プログラム、滞在コンテンツ、宿泊、飲食、移動等の滞在の促進に係る各種情報について、情報提供の手段の特性を考慮しながら、SNSやホームページなどのウェブサイト等を用いたデジタルマーケティングを積極的に活用し、来訪者の目的・ニーズに応じた的確に情報が届く態勢を構築できるよう取り組みます。

- ・「千年のかくれんぼ」観光案内所連携事業
実施主体：観光圏協議会
実施期間：R 5～9
- ・WEB情報発信DX事業
実施主体：観光圏協議会
実施期間：R 5～9

（５）地域住民が一体となった観光地域づくりの推進

官民・産業・地域間連携によって、地域内外、国内外からの来訪者の誰もがブランドコンセプト「千年のかくれんぼ」を体感できる地域づくりのため、観光地域づくりマネージャーを中心に、地元で活躍している人材が広く携わり、住民も巻き込んで一体となった観光地域づくりを進めます。

- ・ブランドコンセプト「千年のかくれんぼ」地域住民浸透事業
実施主体：観光圏協議会
実施期間：R 5～9
- ・「にし阿波体験プログラムイベントあわこい」推進事業
実施主体：観光圏協議会
実施期間：R 5～9
- ・にし阿波観光人材育成事業

実施主体：観光圏協議会

実施期間：R 5～9

(6) その他の事業

<マーケティング調査>

地域の特色を活かした付加価値の高い体験や食などのコンテンツを造成し、他地域に負けない国際競争力の高い魅力のある観光地域づくりを一層推進し、「2025大阪・関西万博」や「2027ワールドマスターズゲームズ関西」などの国際イベントの開催を機に、インバウンドの早期回復を図るため、現地での営業活動や国内のランドオペレーターなどへのプロモーション活動を行い、ターゲット層の嗜好や傾向などのデータの継続的な収集・分析、その分析結果に基づく戦略策定とKPI設定により、効果的な事業の実施に努めます。

また、相互に誘客が図られるよう県内や近隣のDMOと連携し、広域周遊を推進します。

- ・「にし阿波」マーケティング力強化事業

実施主体：観光圏協議会

実施期間：R 5～9

- ・インバウンド（欧米豪・東アジア・東南アジア）戦略事業

実施主体：観光圏協議会

実施期間：R 5～9

- ・全国観光圏共通来訪者満足度調査事業

実施主体：観光圏協議会

実施期間：R 5～9

- ・全国観光圏推進協議会「Undiscovered Japan」情報発信事業

実施主体：観光圏協議会

実施期間：R 5～9

<各事業の管理、評価改善>

観光圏事業の取組の成果として、来訪者から高い評価を得ていることを確認できるよう、満足度や延べ宿泊者数などの定性的・定量的な成果を定期的に分析し、関係者で共有するとともに、必要に応じて戦略の見直しを行う。

また、全国観光圏推進協議会への参画により広域で連携し、国や観光関係団体な

どから情報収集を行い、にし阿波の事業計画等に反映させるとともに、観光地域づくりマネージャーのスキルアップ研修の受講等により、観光地域づくりに携わる人材の育成を図ります。

- ・にし阿波観光戦略推進事業

実施主体：観光圏協議会

実施期間：R 5～9

- ・全国観光圏推進協議会事業

実施主体：観光圏協議会

実施期間：R 5～9

4 協議会に関する資料等

<協議会の名称>

にし阿波～剣山・吉野川観光圏協議会

<にし阿波～剣山・吉野川観光圏協議会事務局>

徳島県西部総合県民局地域創生観光部<三好>

<にし阿波～剣山・吉野川観光圏協議会規約>

別添のとおり

5 その他市町村又は都道府県が必要と認める事項

圏域では、地域活性化・観光振興のため、次の社会資本整備等の各事業と連携し、総合的に取り組んでいます。

<社会資本整備総合交付金>

①都市再生整備計画

<地域防災機能と市の道路ネットワークの強化に資する社会基盤整備による安全・安心な地域づくり（美馬市）H 3 1～R 5>

美馬市内の集落と主要幹線道路へのアクセス道路となる市道の整備を行うことにより、災害時の円滑な避難道路の確保及び通勤通学路の整備等安全・安心な生活環境への改善を図ります。

○道路整備等

＜ＪＲ阿波池田駅前駐輪場整備事業（三好市池田地区）Ｒ２～Ｒ５＞

三好市の玄関口であるＪＲ阿波池田駅周辺には駐輪場がないため、自転車が乱雑に駐輪され駅利用者の支障となっていることから、駐輪場を整備します。

うだつの町並みや池田総合体育館等の主要施設周辺の道路を整備することで、歩行者及び自転車利用者にとって危険と感ずる箇所を解消し、快適性の向上を図ります。

○地域生活基盤施設、道路整備

＜三好市役所周辺改良事業（三好市池田地区）Ｒ２～Ｒ５＞

中心市街地には行政・商業・教育等の様々な機能が集積していることから、生活・文化の拠点として賑わいや交流をさらに促進させるため、主要施設周辺の道路整備などの都市空間形成を行います。

○公園、高質空間形成施設、道路整備

＜東みよし町における地震や風水害等災害に強いまちづくりの推進（東みよし町金川地区）Ｒ３～Ｒ５＞

東みよし町金川地区において、大規模地震や土砂災害等から地域住民の生命財産を守るため、避難路等の整備を行い、安全・安心のまちづくりを推進します。

関係機関が連携した合同点検を実施し、子どもからお年寄りまで幅広い世代が安全に避難できるよう、安全対策等を推進します。

○避難路拡幅、交差点カラー舗装等

② 道路事業関係

＜観光支援に資する県管理道路の整備について（徳島県）＞

観光地への主要アクセス道路となる一般国道４３８号、４３９号、４９２号、主要地方道山城東祖谷山線などの路線では道路改良等に取り組むとともに、改良事業区間以外についても、通行の円滑化や安全性の向上を図るため、道路の維持管理に努めるなど、安全な周遊観光ルートの確保を図ります。

＜観光支援に資する国管理道路の整備について（国土交通省）＞

主要幹線道路である国道３２号については、大雨等の異常気象時に通行規制となる区間の規制解消や安全性・走行性向上に向け、改築防災大歩危工区等で事業が進められています。