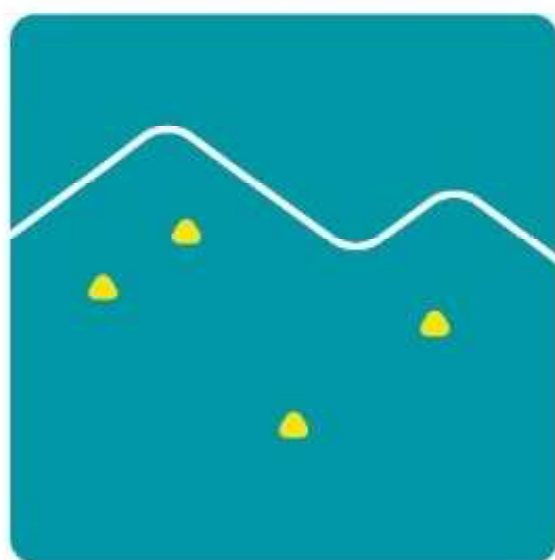


にし阿波～剣山・吉野川観光圏整備計画



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>	
<地域の将来ビジョン（地域の5年後の具体的な姿）>	
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）	7
⑥本観光圏で狙いとするターゲット	8
⑦本観光圏整備の基本戦略	11
(ア) DMOを中心に地域一体となった取組	
(イ) 世界水準の受入環境整備	
(ウ) 世界に向けた戦略的な情報発信	
(エ) 広域周遊観光への対応強化	
(2) 観光圏の区域	13
(3) 滞在促進地区の区域	13
(4) 観光圏整備事業の実施体制	14
(5) 観光圏整備計画の目標	15
(6) 計画期間等	18
(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	18
3. 観光圏整備事業の概要	19
4. 協議会に関する資料等	23
5. その他市町村又は都道府県が必要と認める事項	23

はじめに

徳島県西部の美馬市、三好市、つるぎ町及び東みよし町の2市2町からなるエリア（以下「圏域」という。）は、西日本第2位の高峰「剣山」、「四国三郎」の異名を持つ「吉野川」などの圏域の豊かな資源を活かそうと、地域で観光交流活動を行っている人たちによる「西部にぎわい交流のネタを語る会」での地域資源発掘の取り組みや、圏域の2市2町と徳島県が、剣山周辺の観光振興に協力して取り組むことを申し合わせ、共同で情報発信するなど、連携協力した広域的な観光振興に取り組んできました。

平成20年7月に「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法律（平成20年法律第39号）」が施行されたことから、西部圏域の2市2町と徳島県は、平成20年10月の観光圏制度発足と同時に観光圏整備計画を作成し、四国で初めての観光圏として国土交通大臣から認定を受け、他のエリアにさきがけて、観光地域づくりの新しい考え方のもと、観光を活用した圏域の活性化に取り組んできました。

また、国は「世界が訪れたい日本」を目指してインバウンド戦略としてとりまとめた「明日の日本を支える観光ビジョン」の下、これまで以上に訪日外国人旅行者を受け入れるため、「ゴールデンルート」に集中しているインバウンドの効果を「全国津々浦々に届ける」ことに主眼をおいた施策を実施しています。

2020年東京オリンピック・パラリンピック開催を控え、さらに個人旅行の増加等旅行形態の多様化や、「モノ消費」から「コト消費」への消費スタイルのシフト等、旅行者ニーズは日々変化しており、「インバウンド戦略」、「DMO機能強化」、「広域周遊観光」の重要性が増すなど国内外の情勢のめまぐるしい変化に対応するとともに、圏域へのさらなる交流人口増加を促進し圏域経済の活性化を図るため、今回、新たな観光圏整備計画を策定することにより、「世界に通用する競争力の高い観光地域づくり」の取り組みを加速させることとします。

<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、宿泊客数が32.9%増加しました。

平成19年 161千人 → 平成28年 214千人（32.9%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、平成29年12月には、米大手旅行誌「トラベル+レジャー」が選ぶ「2018訪

れるべき50の旅行地」に I y a V a l l e y（祖谷溪谷）が日本で唯一選定されました。

平成19年 952人 → 平成28年 23,681人（24.9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 → 平成28年度 27校、3,827人泊

また、外国人の若年層の交流拡大を図り訪日外国人旅行者の増加に繋がる可能性が大いに期待できる「訪日教育旅行」についても、地元関係者らで協議会を立ち上げ、官民と地域が一体になった新たな取組を始めました。

④ 日本版DMO登録実現

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。）が平成23年2月に設置されました。

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ました。

⑤ 食と農の景勝地、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、「食と農の景勝地」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、これまでの取組の中で、次のような課題が明らかになってきました。

<課題>

- ① ブランドコンセプト「千年のかくれんぼ」の不徹底、滞在プログラムの不足等
- ② 取組成果の地域全体への波及効果の不足
- ③ 地域住民や事業者の参画不足、活動の認知度の低迷
- ④ 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、改めて住民や事業者の「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

<地域の将来ビジョン（地域の5年後の具体的な姿）>

- 海外の来訪者が5日間以上楽しめる滞在・交流エリアづくり
- また訪れたいくなる「地域丸ごとおもてなし」の態勢づくり
- 食をはじめ地域資源を活かした「にし阿波ブランド」物産の世界発信
- 世界に誇れる「住んでよし、訪れてよし」の観光地域づくり

※将来ビジョンの解説

国内旅行者はもとより、欧米豪をはじめアジア各国等の外国人旅行者に対し、地域にいきづく暮らし、自然、歴史、文化等に係る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回遊を可能とした観光地域づくりを進めます。

また、来訪者に何度も訪れてもらいうりピーターになってもらうためには、この地域に愛着をもってもらうことが必要であり、そのためにも、にし阿波地域に誇りを持った住民一人一人が普段どおりのあたたかい態度で来訪者をもてなすことが求められます。さらには、地域が持続的・経済的に潤うためには、地域の特徴ある食や伝統文化を活用した食事・物産を提供・販売することが不可欠です。

もって地域住民が誇りと愛着を持つことのできる活力に満ちた地域社会の実現を促進し、「住んでよし、訪れてよし」の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・剣山(1,955m)をはじめ、次郎笈じろうぎゅうや三嶺みうねなど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

総人口は平成27年国勢調査によると80,902人(県全体の10.7%)で、前回国勢調査の平成22年と比較すると、7,104人、8.1%の減少(県全体29,758人、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（平成27年7月1日現在）によると、年少人口（15歳未満）の構成比は10.0%（県全体12.0%）、老年人口（65歳以上）の構成比は37.8%（県全体30.7%）であり、県全体よりも少子高齢化が進んでいます。

② 圏域市町の観光地の状況

美馬市においては、「脇町うだつの町並み・大谷川」や「寺町」などの歴史・文化、「穴吹川」などの自然素材とともに、「藍染めや和傘」などの伝統工芸を題材にした製作体験などを活用した観光を進めています。

三好市においては、「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」や新しいアウトドア体験として「ツリートレッキング」などが行われています。

つるぎ町においては、「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、その自然を体感できる「カヌー、カヤック」などが観光資源となっています。

東みよし町においては、「吉野川ハイウェイオアシス」を核にして、「ジビエ料理」を売りにした農家民宿や「パラグライダー」などのアウトドアスポーツ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益々重要となっています。

圏域へのアプローチは、アジアとの直通便を就航させている高松空港、徳島阿波おどり空港をはじめとする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、猪ノ鼻道路や改築防災大歩危工区で

事業が進められています。

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などの改善整備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に努めてきました。

○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）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。

○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。

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） 川と渓谷（吉野川、穴吹川、祖谷川、深い峡谷、V字渓谷、エメラルドグリーンの水、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、パラグライダー、グラススキー、カヌー・カヤック） 農林業体験 傾斜地集落めぐり 体験プログラム（蕎麦打ち、平家衣装） 	<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 	
	【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） 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、端四国十八カ所、藍染め） 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 	<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 		

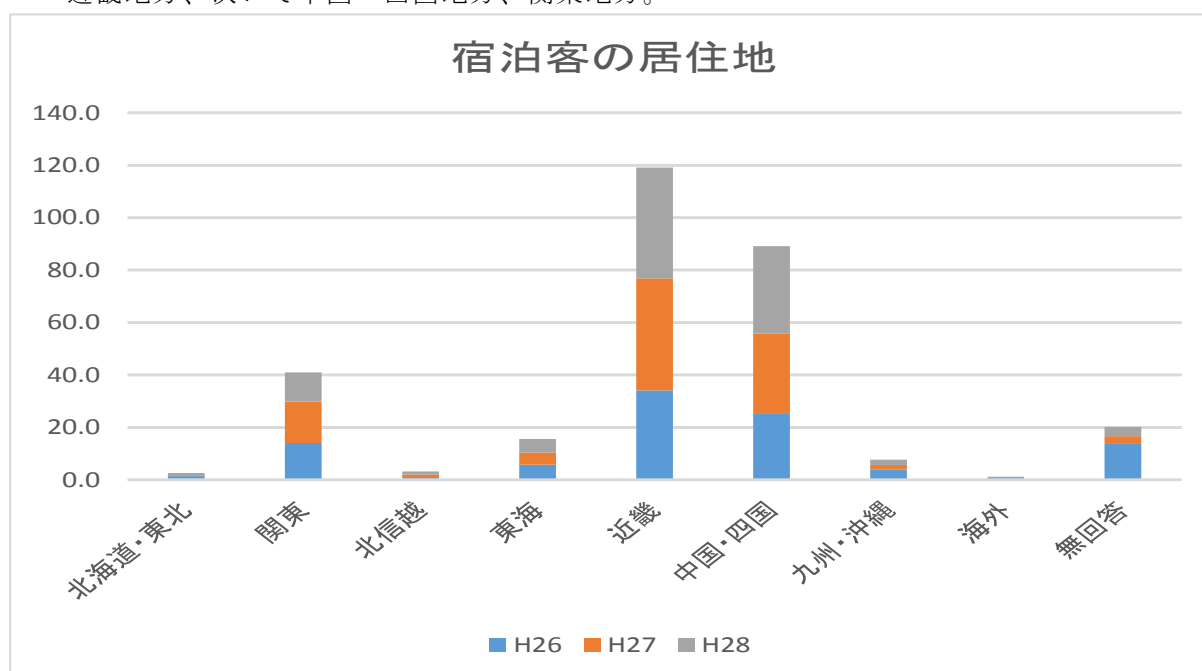
【人材・地域の特色】	
<ul style="list-style-type: none"> ・中核となる関係者の魅力(元気でユニーク、積極的) ・地域の人々の魅力(温かい、優しい、素朴、おもてなしの心、高齢者の活気) ・団結力 	<ul style="list-style-type: none"> ・人材の偏り(観光地域づくりを引っ張る中核人材の連携不足、育成不足) ・後継者不足 ・人材育成の課題 ・ワンストップ機能を担う人材の不足
【地理的特性・アクセス】	
<ul style="list-style-type: none"> ・四国中央部にある地理的優位性(四国各県のハブになる可能性) ・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 ・ミシュラン、トラベルアンドレジャー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) ・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"> ・国際情勢の変化 ・自然災害の発生

⑥ 本観光圏で狙いとするターゲット

<現状データ>

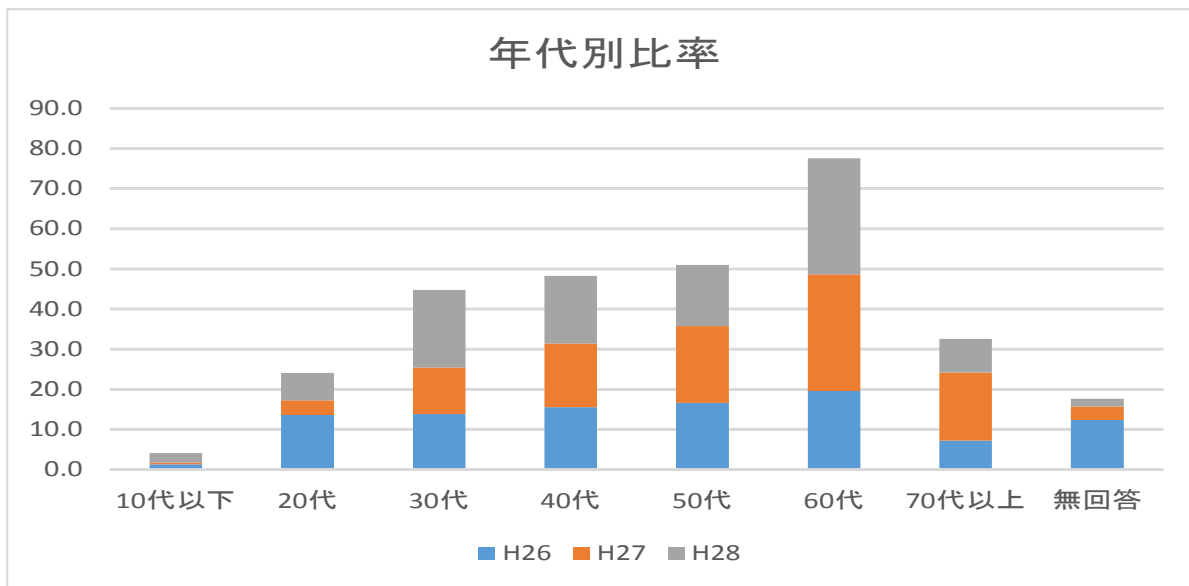
○ 宿泊客の居住地 (H26～H28年度)

近畿地方、次いで中国・四国地方、関東地方。



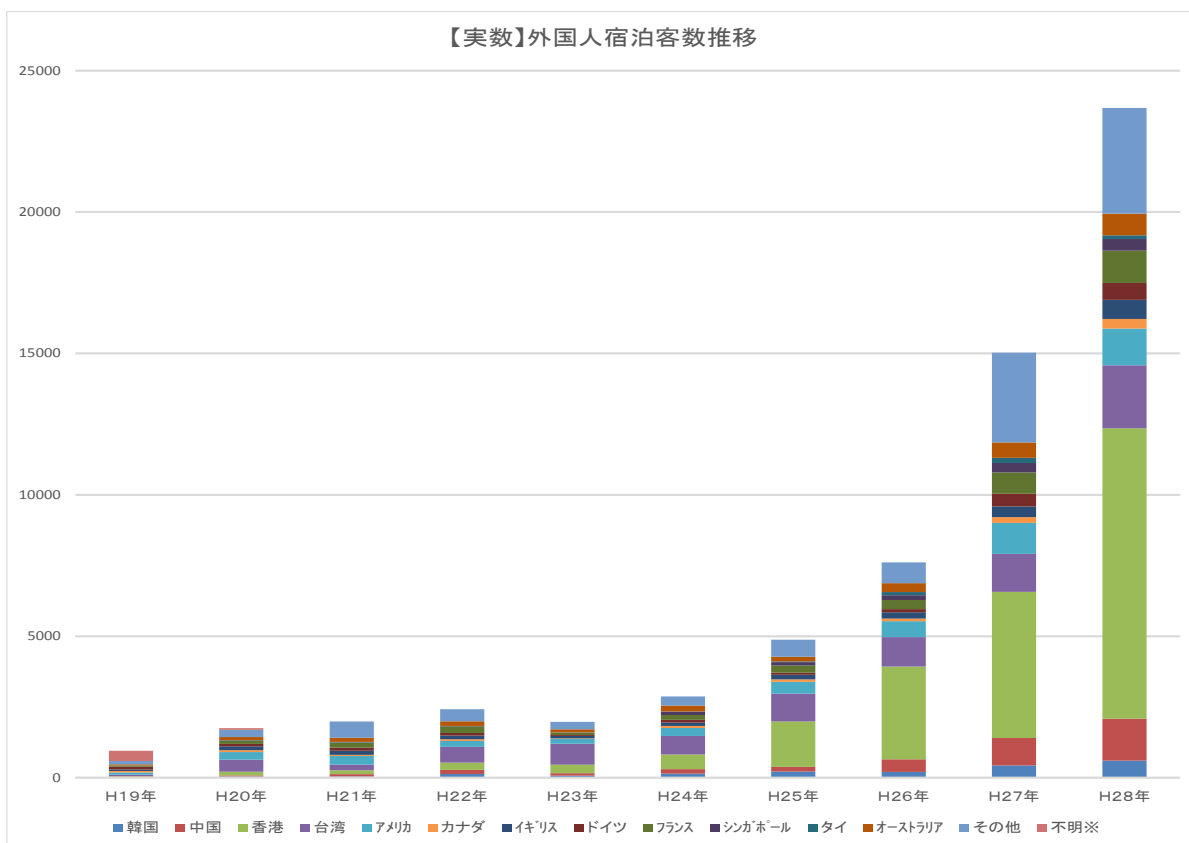
○ 宿泊客の年代別比率（H26～H28年度）

30代～50代は、ほぼ同程度の割合。60代が最も多い。10～20代の若い世代が少ない。

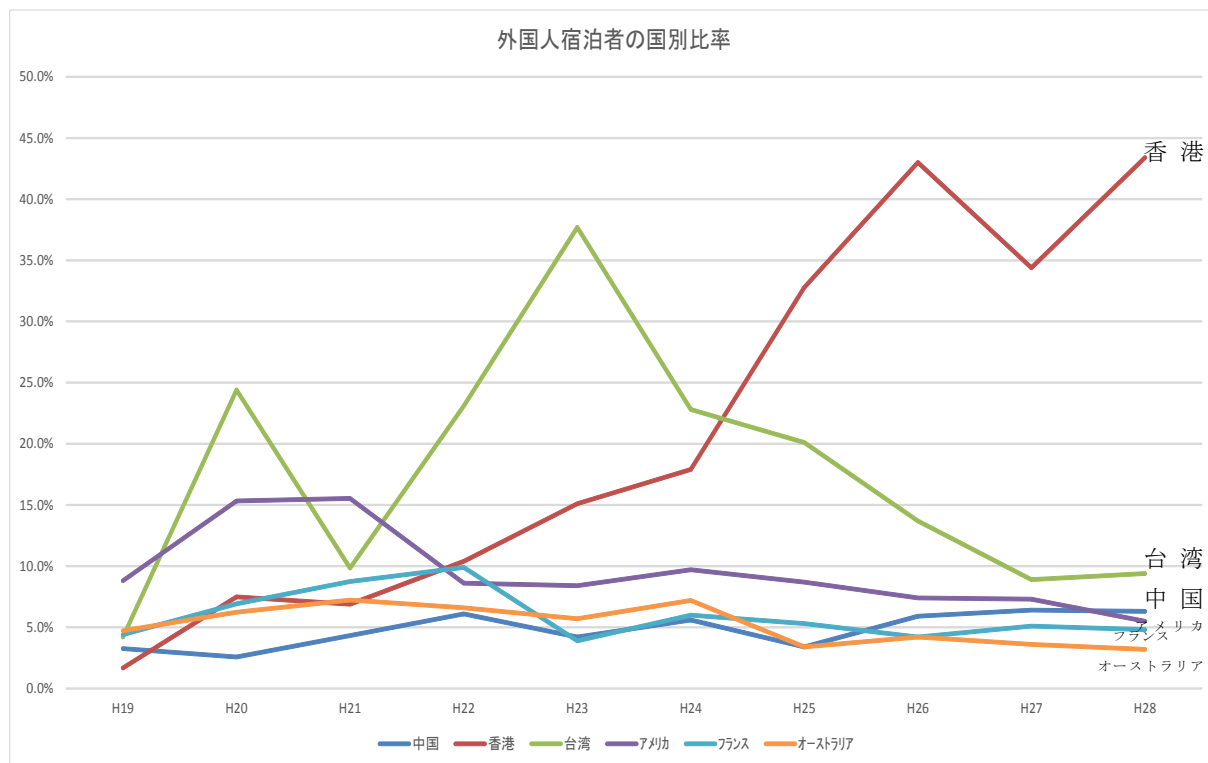


(平成26～28年度実績:にし阿波観光圏観光戦略調査・分析事業による)

○ 外国人宿泊者の推移



○外国人宿泊者の国別比率（H19年～H28年実績合計の上位6カ国）



○外国人宿泊者の推移（H19年～H28年実績：市町調査結果による）

年		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	タイ	オーストラリア	その他	不明※	計
		H19年	宿泊数	17	31	16	40	84	49	53	100	42	0	0	45	112
	割合	1.8%	3.3%	1.7%	4.2%	8.8%	5.1%	5.6%	10.5%	4.4%	0.0%	0.0%	4.7%	11.8%	38.1%	100.0%
H20年	宿泊数	38	45	131	427	268	64	137	88	121	8	3	109	257	53	1,749
	割合	2.2%	2.6%	7.5%	24.4%	15.3%	3.7%	7.8%	5.0%	6.9%	0.5%	0.2%	6.2%	14.7%	3.0%	100.0%
H21年	宿泊数	40	86	137	196	309	43	139	112	174	14	15	144	581	0	1,990
	割合	2.0%	4.3%	6.9%	9.9%	15.5%	2.2%	7.0%	5.6%	8.7%	0.7%	0.8%	7.2%	29.2%	0.0%	100.0%
H22年	宿泊数	132	147	253	559	209	59	134	87	240	8	3	161	430	0	2,422
	割合	5.5%	6.1%	10.4%	23.1%	8.6%	2.4%	5.5%	3.6%	9.9%	0.3%	0.1%	6.6%	17.9%	0.0%	100.0%
H23年	宿泊数	77	82	299	745	166	24	82	37	77	9	1	113	262	0	1,974
	割合	3.9%	4.2%	15.1%	37.7%	8.4%	1.2%	4.2%	1.9%	3.9%	0.5%	0.1%	5.7%	13.3%	0.0%	100.0%
H24年	宿泊数	144	161	515	656	280	74	117	97	171	118	12	208	319	0	2,872
	割合	5.0%	5.6%	17.9%	22.8%	9.7%	2.6%	4.1%	3.4%	6.0%	4.1%	0.4%	7.2%	11.1%	0.0%	100.0%
H25年	宿泊数	219	165	1,602	983	425	80	163	72	259	119	27	164	602	0	4,880
	割合	4.5%	3.4%	32.8%	20.1%	8.7%	1.6%	3.3%	1.5%	5.3%	2.4%	0.6%	3.4%	12.3%	0.0%	100.0%
H26年	宿泊数	205	446	3,276	1,041	567	91	224	111	323	171	107	317	732	0	7,611
	割合	2.7%	5.9%	43.0%	13.7%	7.4%	1.2%	2.9%	1.5%	4.2%	2.2%	1.4%	4.2%	9.6%	0.0%	100.0%
H27年	宿泊数	437	967	5,166	1,342	1,095	208	379	441	760	334	184	542	3,170	0	15,025
	割合	2.9%	6.4%	34.4%	8.9%	7.3%	1.4%	2.5%	2.9%	5.1%	2.2%	1.2%	3.6%	21.1%	0.0%	100.0%
H28年	宿泊数	603	1,482	10,270	2,223	1,299	342	679	596	1,139	413	130	766	3,739	0	23,681
	割合	2.5%	6.3%	43.4%	9.4%	5.5%	1.4%	2.9%	2.5%	4.8%	1.7%	0.5%	3.2%	15.8%	0.0%	100.0%
H19～28年合計	宿泊数	1,912	3,612	21,665	8,212	4,702	1,034	2,107	1,741	3,306	1,194	482	2,569	10,204	416	63,156
	割合	3.0%	5.7%	34.3%	13.0%	7.5%	1.6%	3.3%	2.8%	5.2%	1.9%	0.8%	4.1%	16.2%	0.7%	100.0%
	順位		4	1	2	3		7			5			6		

＜ターゲット設定＞

国の新しい「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の富裕層、大自然や原風景に興味をもつアジア諸国の中間層へのターゲットごとに、戦略をたてて市場開拓します。

○ 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クセ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、専門学校、大学等のゼミ合宿、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代男性の誘客を更に進めるため、歴史文化、伝説伝承を探求したい中高年層をターゲットとした滞在プログラムの開発を進めます。

○ 20代から30代の女性

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するとともに、自分磨きに関心のある女性をターゲットとしたプログラムを実施する「にし阿波体感プログラムイベント・あわこい」の開催等により、女性の更なる誘客を図ります。

⑦ 本観光圏整備の基本戦略

国が新しく示した基本方針に則り、特に欧米豪を中心としたインバウンド誘客を重視するとともに、本地域のSWOT分析に基づき設定した「ブランドコンセプト」（3ページ参照）に基づき、他地域との差別化を図り、独自ブランドの確立と浸透を目指すとともに、「住んでよし、訪れてよし」の観光地域づくりによる、活力ある地域社会の実現を図るため、次の基本戦略のとおり本観光圏の整備を進めます。

(ア)DMOを中心に地域一体となった取組

■世界水準DMOの育成

- ・多様な関係者の合意形成機能の強化
- ・マーケティング機能の強化
- ・観光地域づくりマネージャーやインバウンド対応ガイドなどの育成、地域リーダーとの連携
- ・行政による人的、財政的支援

■地域住民による主体的な参画促進

- ・インバウンド観光に対する意識啓発
- ・観光人材の裾野拡大

(イ)世界水準の受入環境整備

■外国人目線でのタビマエ（出発前）、タビナカ（滞在中）、タビアト（帰国後）環境の充実

- ・外国語表記、ワンストップ窓口、二次交通提供システム、長期滞在プログラムの整備による「スーパーモデル」づくりと全域への波及
- ・インバウンドに対応した観光施設評価基準「サクラクオリティ」を浸透させること等による徹底したコンテンツ、サービスの品質向上・管理

■「大歩危・祖谷地区」に続く新たな 滞在・交流エリア の創出

- ・剣山や吉野川を活かしたロングトレイル、ウォーターアクティビティ
- ・「食と農の景勝地」、「世界農業遺産」を活かした「農村景観や食」の魅力を感じられる農泊の拡大や既存宿泊施設との連携

(ウ)世界に向けた戦略的な情報発信

■「にし阿波インバウンド戦略」の深化・展開

- ・欧、米、豪、アジアの国、地域ごとの「特性」を考慮
- ・これまでの実績に基づく「国内外のパイプ」を最大限活用

■「Iya Valley」ブランドの更なる向上と波及

- ・「大歩危・祖谷地区」を「トップブランドエリア」に位置付け、圏域全体のブランド化のリード

■にし阿波物産のブランド化

- ・食コンテンツ、土産品等のブラッシュアップと地域資源を活用した規範づくり

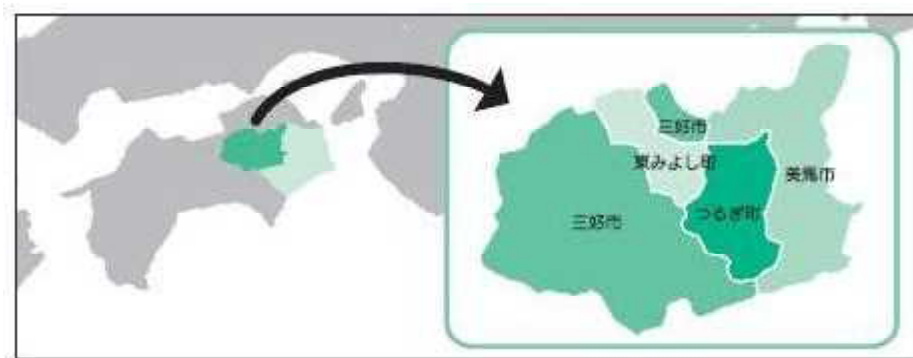
(エ)広域周遊観光への対応強化

■訪日外国人目線での広域連携による誘客

- ・四国ツーリズム創造機構、瀬戸内DMO、関西観光本部との連携強化
- ・香川せとうちアート観光圏はじめ全国13観光圏との連携強化
- ・ビジットジャパン地方連携事業を活用した周遊ルートの定着促進

(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「にし阿波体感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、第1期及び第2期においても、観光圏事業を積極的に取り組んできたことによります。

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「Oboke・Iya」として認知度が上がり、にし阿波圏域への来訪のきっかけとしての役割が益々高まってきました。

「大歩危・祖谷いってみる会」が中心となって実施した主な観光圏事業

- ・現代湯治プラン企画開発事業
 - ・滞在促進地区魅力向上事業
 - ・「海の秘境vs山の秘境」相互交流・対決・キャンペーン・情報発信事業
 - ・癒やしの健康ウォーキング
 - ・「春節祭」
- など

(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、日本版DMO「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、将来的な世界水準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、日本版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、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)	H30年	H31年	H32年	H33年	H34年
合 計	218,000	219,500	221,000	222,500	224,500
日本人	189,500	189,500	189,500	189,500	189,500
外国人	28,500	30,000	31,500	33,000	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聞き取り調査				

②一人あたり旅行消費額

(円/人)	H30年度	H31年度	H32年度	H33年度	H34年度
合 計	28,000	28,500	29,000	29,500	30,000
日本人	26,500	26,800	27,100	27,400	27,700
外国人	38,000	39,000	40,000	41,000	42,000
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）

(%)	H30年度	H31年度	H32年度	H33年度	H34年度
合 計	20.0	22.0	24.0	25.0	25.0
日本人	20.2	22.3	24.3	25.0	25.0
外国人	18.5	20.1	21.8	23.4	25.0
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

(%)	H30年度	H31年度	H32年度	H33年度	H34年度
合 計	52.0	53.0	54.0	55.0	55.0
日本人	59.0	60.0	61.0	62.0	62.0
外国人	6.0	7.0	8.0	9.0	10.0
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KPI

①にし阿波WEBサイトのアクセス数

(ページビュー)	H30年度	H31年度	H32年度	H33年度	H34年度
SNS・ホームページ等	50,000	55,000	65,000	80,000	100,000
対象範囲	にし阿波観光圏・そらの郷のHP、ゴーゴーにし阿波のSNS				
数値の取得方法	サイト管理者画面から抽出				

②平均宿泊数

(泊)	H30年	H31年	H32年	H33年	H34年
合計	1.25	1.26	1.27	1.28	1.29
日本人	1.16	1.17	1.18	1.19	1.20
外国人	1.80	1.85	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）				

③滞在プログラム満足度（7段階評価中「大変満足」の割合）

(%)	H30年度	H31年度	H32年度	H33年度	H34年度
圏域全体	21.0	22.0	23.0	24.0	25.0
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「あわこい」実施コンテンツ件数

(件)	H30年度	H31年度	H32年度	H33年度	H34年度
圏域全体	82	84	86	88	90
対象範囲	にし阿波体感プログラム「あわこい」で実施されるプログラム				
数値の取得方法	「あわこい」で実施されたプログラムを集計				

⑤観光地域づくりマネージャー及びその候補者の養成数（累計）

(人)	H30年度	H31年度	H32年度	H33年度	H34年度
観光地域づくりマネージャー数	17	19	21	23	25
観光地域づくり人材の養成数	5	10	15	20	25

対象範囲	国の認定研修と併せてにし阿波で実施する人材育成研修受講者
数値の取得方法	研修を受講し、観光庁から認定された者及びにし阿波で実施する人材育成研修を受講した者を集計

⑥体験型観光延べ受入泊数（そらの郷＋農泊）

（受入泊数）	H30年度	H31年度	H32年度	H33年度	H34年度
合計	5,000	5,250	5,500	5,700	6,000
日本人	4,650	4,850	5,050	5,200	5,450
外国人	350	400	450	500	550
対象範囲	圏域内農林漁家民宿、農家民宿事業者				
数値の取得方法	宿泊事業者から提出された資料を集計				

⑦体験型観光参加者数

（人）	H30年度	H31年度	H32年度	H33年度	H34年度
圏域全体	760	820	880	940	1,000
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				

⑧千年のかくれんぼ物産ブランド登録事業者数

（延べ品目数）	H30年度	H31年度	H32年度	H33年度	H34年度
圏域全体	4	8	12	16	20
対象範囲	物産事業者				
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				

⑨新たに増加した移住者数（累計）

（人）	H30年度	H31年度	H32年度	H33年度	H34年度
圏域全体	30	60	90	120	150
対象範囲	圏域内全域				
数値の取得方法	市町の人口統計資料を計上				

(6) 計画期間等

本計画の期間は、平成30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りました。

また、民間の方から選定した観光地域づくりマネージャーを中心としたワークショップの開催や、従前の取組には参加していなかった地域の新しい人材に広く声掛けしたタウンミーティングの開催等を通じて意見を聴取しました。

3 観光圏整備事業の概要

(1) マーケティング調査

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するため、マーケティング調査等による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。

- ・「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：H30～34
- ・インバウンド2方面（欧米豪・アジア方面）戦略事業
実施主体：観光圏協議会
実施期間：H30
- ・全国観光圏共通マーケティング調査事業
実施主体：観光圏協議会
実施期間：H30～34
- ・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：H30
- ・三好市訪日外国人旅行者観光動態調査事業
実施主体：三好市
実施期間：H30

(2) 宿泊サービスの改善及び向上

宿泊者の満足する品質向上の取組が必要なのは当然のこと、来訪者の多様化する宿泊ニーズを踏まえたサービス向上に取り組むとともに、観光圏内の宿泊施設は広域周遊観光の滞在拠点の中核としての役割も期待されていることから、来訪者が滞在するための環境整備に取り組みます。

- ・宿泊施設サービス向上事業（受入環境整備事業）
実施主体：観光圏協議会
実施期間：H30～34

(3) 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・回遊を促進するために、滞在コンテンツについて、地域の特徴を踏まえ、農業体験、自然を活かしたアクティビティ等の体験・交流・学習の参加メニューなど、長時間の滞在の契機となるように魅力の向上を図ります。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・アジアの国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、「何度でも訪れたくなる」地域を目指した取組を行います。

- ・「千年のかくれんぼ」インバウンド物産ブランド化事業（食のブランドストーリー構築事業）
実施主体：観光圏協議会
実施期間：H30
- ・「千年のかくれんぼ」剣山周遊プログラム造成事業（滞在コンテンツ充実強化事業）
実施主体：観光圏協議会
実施期間：H30
- ・「千年のかくれんぼ」吉野川ウォーターアクティビティ開発事業
実施主体：観光圏協議会
実施期間：H30
- ・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：H30
- ・三好市訪日外国人周遊促進滞在プログラムブラッシュアップ事業
実施主体：三好市
実施期間：H30

(4) 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段の確保についての取組を

を図るとともに、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。

- ・二次交通広域調整・発信事業

実施主体：観光圏協議会

実施期間：H30

- ・三好市二次交通対策JR利用訪日外国人向け大歩危祖谷バス運行実証実験事業

実施主体：三好市

実施期間：H30

（５）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、特に、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」観光案内所づくり事業

実施主体：観光圏協議会

実施期間：H30～34

- ・デジタル情報発信進化事業

実施主体：観光圏協議会

実施期間：H30

- ・三好市訪日外国人旅行者受入環境整備事業

実施主体：三好市

実施期間：H30～32

- ・三好市訪日外国人旅行者多言語案内向上改善事業

実施主体：三好市

実施期間：H30

（６）各事業の管理、評価改善

地域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、

満足度などの定量的な成果を定期的に分析して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図る取組を行います。

- ・「千年のかくれんぼ」インバウンド戦略推進事業

実施主体：観光圏協議会

実施期間：H30～34

- ・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：H30～34

（7）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：H30～34

（8）その他

日本一の「住んでよし」の地域を目指し、地域の特徴でもある景観形成の保全に努めるとともに、業界の有識者やこれまで培ってきた人的ネットワーク、他のDMO組織との連携等を活用し、地域住民の意識啓発、人材育成等を進め、持続的な観光地域づくりを実施する態勢を作ります。

- ・三好市訪日外国人向け旅行商品企画造成情報提供事業

実施主体：三好市

実施期間：H30

- ・三好市訪日外国人受入環境整備景観形成事業

実施主体：三好市

実施期間：H30～32

（9）農山漁村交流促進事業（観光圏整備法第5条）

- ・国際ボランティア受入れによる集落受入体制強化事業

実施主体：観光圏協議会

実施期間：H30

- ・にし阿波「食と農の景勝地」の国内プロモーション事業

実施主体：観光圏協議会

実施期間：H30

- ・食・農・観連携ネットワーク構築事業

実施主体：観光圏協議会

実施期間：H30

- ・集落における企業研修、学生フィールドワーク等受入れによる交流促進事業

実施主体：観光圏協議会

実施期間：H30

- ・農泊人材育成事業

実施主体：観光圏協議会

実施期間：H30

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企画振興部（三好庁舎）

<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・観光振興等のため、次の社会資本整備等の各事業等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

(美馬市：脇町地区(第3期)) H27～H31

吉野川や大谷川の水運を活かし発展してきた町並みの歴史・文化・景観と、現在の生活様式が調和したまちづくりを推進します。

○地域交流センター整備、市立図書館整備、道路整備等

(美馬市：美馬地区(第2期)) H30～H34

歴史文化と観光が融合する寺町や史跡の観光資源化を推進し、地域の活性化を図ります。

○寺町・段の塚穴周辺整備、観光ルート整備等

② 地域住宅計画

(三好市：東祖谷落合) H30～

重要伝統的建造物群保存地区保存修理事業

保存地区内の住宅等は老朽化が進み、屋根や外壁の傷みが多くみられるため、重要伝統的建造物群保存修理ガイドラインに沿って、修理修景を行いながら、交流拡大による地域の活性化と、併せて景観の維持向上を図ります。

③ 街なみ環境整備事業

(三好市：祖谷のかずら橋周辺) H30～

祖谷の蔓橋周辺整備事業

平家落人伝説に代表される「祖谷のかずら橋」は重要有形民俗文化財に指定されており、毎年多くの観光客数が訪れ、三好市及びにし阿波を代表する伝統的建造物となっています。かずら橋の周りには、橋とともに栄えてきた兩岸の集落や里道がそのまま残されており、こうした周辺環境も貴重な歴史文化と捉え、地域住民と連携しながら活性化を目指します。

④ 道路事業関係

(東みよし町) H29～H31

災害に強く生活しやすいまちづくりを形成し、人口の減少を防ぎ、町の活性化を図ります。

○加茂の大クス、西庄地区周辺等へのアクセス道路整備等

＜三好市東祖谷山村落合伝統的建造物群保存地区景観改善事業＞

(三好市：東祖谷落合) H30～

保存地区の建造物の屋根を塗り替え、張り替えにより改修し、色彩を統一すること

により、保存地区の景観の改善を図ります。

<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に努めていきます。

<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、猪ノ鼻道路や改築防災大歩危工区で事業が進められています。