

1. 地域概要

計画名	にこ淵を中心とした仁淀川流域の オーバーツーリズム対策
対象エリア	にこ淵を中心とした仁淀川流域
実施主体	高知県のいの町
年間観光客入込数	約30万人（令和5年） ※にこ淵周辺、推計
年間延べ宿泊者数	約4万泊・人（令和5年） ※いの町全体
主な観光資源	・清流仁淀川およびその支流（仁淀ブルー） ・にこ淵 ・仁淀川流域沈下橋 ・グリーンパークほどの



にこ淵



沈下橋

● 観光ビジョン

にこ淵を通じた交流人口の増加

- ・ にこ淵を中心とした仁淀川流域の食や自然、祭りや歴史、住民との交流など、「仁淀川」の魅力を体感した観光客が、仁淀川を好きになり、また訪れたい観光地をめざす

● 推進体制（協議の場）

オーバーツーリズムの未然防止・抑制による持続可能な 観光推進事業関係者協議会

- ・ 本事業実施に向け、新たに協議会を創設

行政機関	事業者	住民関係者
いの町	高知大学次世代 地域創造センター	程野地区長
いの町観光協会	モデルビレッジ	吾北区区長会会長
仁淀川町	NTTコミュニケーションズ	グリーンパーク ほどの 管理人
仁淀ブルー観光協議会	四国 情報管理センター	
高知県		
四国運輸局		

2. 課題

● 主な課題

	主な現状・問題点	影響を受けている主な対象
1. 特定観光スポットの混雑	- 特定の観光スポット（にこ淵）に人や車が集中し、混雑が発生している - 山稜の狭いエリアが混雑することで、人と車両の接触が危ぶまれるなど、安全・安心な観光に懸念が生じている	観光客
2. 観光客受け入れ負担の増加	- 観光スポットがにこ淵に限られ、にこ淵を見て帰るだけの日帰り客が多く、地域での周遊や宿泊が見られない 地域にお金は落ちない一方で、観光客管理の地域負担が増えている状態（警備員の配置や仮設トイレの汲み取り等）	地域経済

1. にこ淵の混雑



にこ淵へ至る道路の混雑



大型バスと一般車両のすれ違いが
難しい狭い山道

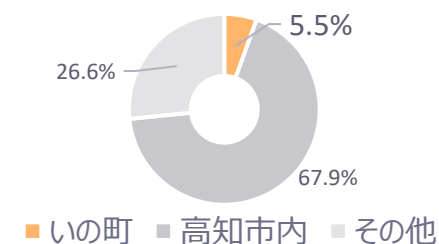


にこ淵周辺の混雑
道路まで列が伸び車両接触の危険



観光地への遊歩道
狭く急で危険な斜面

2. 観光客受け入れ負担の増加



約95%が日帰り客
にこ淵観光客 宿泊地アンケート



車両誘導のための警備員配置

3. 背景・要因

● 課題の背景・要因

主な背景・要因

- | | |
|-----------------|---|
| 1. SNSによる観光客急増 | <ul style="list-style-type: none">・ にこ淵は、仁淀ブルーのSNSによる知名度向上に伴い、観光客が急増
数千人(2010年)→約30万人(2023年)・ そのため、観光客の受け入れ環境整備が追い付いていない |
| 2. 車や人が集中しやすい地形 | <ul style="list-style-type: none">・ 急峻や山間にある観光地のため、アクセス道路は一車線かつカーブが多く、混雑が起きやすい地形・ 道路脇は谷合で、平地が少ないことから駐車場など観光インフラが不足しており、観光客の受入能力が弱い |
| 3. 観光スポットが限定的 | <ul style="list-style-type: none">・ 移動経路の少なさ、狭さに加え、観光スポットがにこ淵に限られるため、回避するための観光地がなく、人・車の集中が起きやすい・ 観光スポットが急峻な山間地の広い範囲に点在しており、周遊性も低い |

2. 点在した駐車場・駐車スペース



- ・ 駐車可能場所が点在しており、どこに駐車可能かわかりづらく、空いている駐車場が視認できず駐車可能場所を探してしまう

2. 狭い一本道



- ・ 山岳地帯のため道路が一本・一車線であり混雑しやすい



3. 観光スポットがにこ淵のみ

- ・ にこ淵はSNSによって急激に観光客が増加
- ・ 観光スポットが近隣になく、にこ淵に集中しやすい
- ・ 周遊がなく日帰りが多いため、地域にお金が落ちない



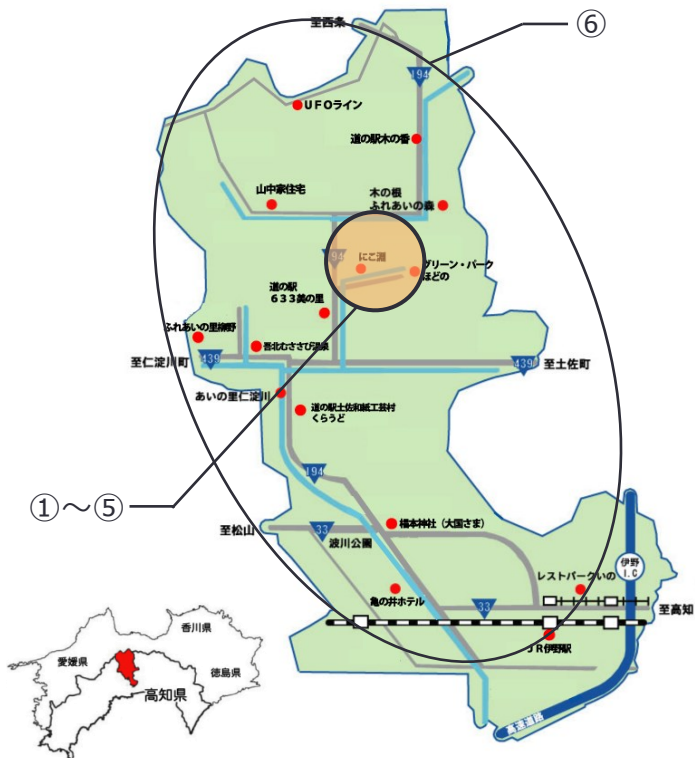
2. 混雑しやすい山岳地形



- ・ 急峻な山間に観光地があり、平地が少ないことから観光客が滞留しやすい上、駐車場等インフラ整備が難しい
- ・ 急で狭い遊歩道しかなく、急増する観光客を受け入れきれしていない

4. 対策の概要

- 山岳地形であることから人・車が集中しやすく、急増する観光客を受け入れるインフラ整備が課題。
観光客へのアンケートの実施や地域住民交えた協議会の議論踏まえ、右記①～⑤のハード整備の実施を決定
※観光客からは、遊歩道・トイレなどについて不満の声
- 観光客急増の一方、観光地が限られるため周遊性がなく、地域への宿泊も少ないため、地域へお金が落ちない状況。
局所集中からの分散、地域への経済波及効果を目的に、新たなコンテンツ開発事業の実施を決定（右記⑥）



受入環境の整備・増強

**取組み
背景
内容**

①なだらかな遊歩道・ビューポイント新設

- ・現状の急で狭い階段では高齢者などがこ淵まで下ることができない
- ・なだらかな遊歩道とビューポイントを新設し、観光客の分散や行列が車道まで伸びることを防ぐとともに、高齢者等も楽しむことができる環境を整備

取組み 背景

② 駐車場拡幅＜大型バス転回スペース＞

- 大型バスが展開場所を求めて狭く危険な山道を余計に運転をする必要が出ており、混雑の原因となったり観光客の安全に懸念が生じている

内容
取組み
背景

- にこ淵駐車場に大型バス転回スペースを設け、観光客・地域住民の安全を確保

③トイレ新設

- ・現状の仮設トイレは容量が小さく、繁忙期に利用できない事態が発生するほか、異臭の原因ともなる。また、周辺から見えやすい場所に設置しているため、女性観光客を中心に安心・安全な利用ができない

内容
取組み
内容

- ・ 安心安全に利用できるユニバーサル対応トイレを新設、満足度向上をはかる

④情報掲示板（サイネージ等）新設

- ・ アクセス道沿いにLEDビジョンを設置、駐車場場所や満空情報を提供
- ・ 併せてサインージを設置。マナー、歴史、協力金のお願い、近隣観光コンテンツに関する情報を提供する

取組み 背景

⑤案内看板設置くにご淵への進入口および駐車スペースを案内>

- アクセス道路情報提供不足により、狭い道路や私有地でUターンをすることで、渋滞の原因や、住民への迷惑となっている

内容

- 案内看板を設置し、スムーズな誘導、誤侵入時転回等による渋滞軽減を図る

地域住民と協業した観光振興

取組み 背景

⑥あらたな観光コンテンツ造成

- ・現状の観光客は、にこ淵等観光地に直線的に向かい、周遊しない日帰り観光が多いため、地域にお金が落ちない状況

内容

- ・観光客増加を経済波及につなげるため、地域住民が運営する屋台型カフェを周辺に複数設置し、周遊観光の案内も行う
- ・他事業で実施する渋滞予報も活用し、観光客を時間分散を分散させ、新たに造成した観光コンテンツへ分散することで、地域への経済波及の実現を目指す

5. 主な取組み（詳細）

課題

にこ淵の滝つぼまで至る現行の階段が狭く急なため、
安全な使用に懸念がある
（高齢者等身体が不自由な方が利用できない）

取組み

なだらかな遊歩道・ビューポイント新設

- ・ 実施期間：令和7年2月～
- ・ 実施主体：高知県の町

事業内容

■ なだらかな遊歩道・ビューポイント新設

- ・ にこ淵の滝つぼまで行くことができる「なだらかな遊歩道」と、遊歩道の途中ににこ淵を見ることができる「ビューポイント」を新設する

【背景】

- ・ 現行の階段は急峻な山道に設置しており、体力のない観光客は、にこ淵に下り仁淀ブルーを楽しむことができない状況
- ・ 階段が狭くすれ違いが難しいため、階段待ちの行列が車道にまで伸び、交通の妨げや観光客の安全に懸念が生じている

【目的】

- ・ 現行の階段ではにこ淵の景色を楽しむことができない人も、にこ淵を見たり、滝つぼまで下りたりできるような環境を整える
- ・ 既存の階段に加え新たに遊歩道が作ることで、滝つぼまでの経路が2つとなり、階段や遊歩道待ちの列が車道に伸びる状況を解消する

既存の階段（傾斜が急で幅が狭い）



車道に伸びる階段待ちの行列



成果及び今後に向けて

令和6年度事業の目標

- 遊歩道の傾斜をなだらかにし、遊歩道の途中ににご淵を視認できるビューポイントを設置することで、**体力のない方でも、仁淀ブルーを楽しむことができる環境を提供する**

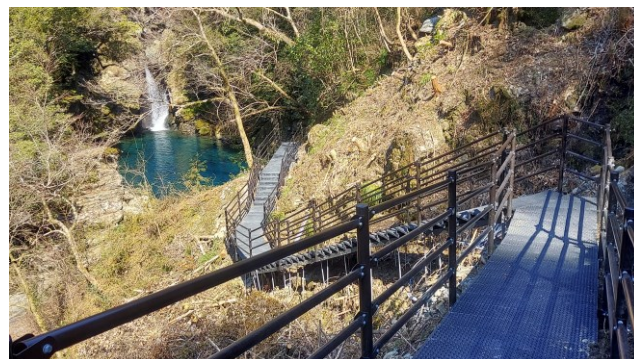
事業の成果／目標の検証結果

- 目標である**ユニバーサルな環境を整備することができた**
 - 不満点として遊歩道を挙げる率：
36.4% (n=192) から 0% (n=28) に減少

成果詳細



遊歩道・ビューポイントの俯瞰図



遊歩道（既存の階段に比べ道幅が広くなだらか）



遊歩道途中のビューポイント（車いすでの来訪も可）

令和6年度取り組みから見てきた課題

■ 持続可能な観光管理に向けた収益基盤の強化

- 利便性向上によりさらなる来訪者増加が見込まれるが、現状の収益源は協力金のみ
- 増大する観光管理費用をカバーするため、にご淵における新たなマネタイズポイントの創出が必要

令和7年度以降に取り組むべきと考えること

■ 拡張スペースの有効活用による収益化

- ビューポイントなど拡張スペースを活用し、屋台型ポップアップカフェを設置
- 観光体験の向上とともに、収益化できる場を創出
- （本事業「新たなコンテンツ造成」の実証で、省スペースでの実施が可能であることを確認済み）

5. 主な課題（詳細）

課題

にこ淵のみに観光客が集中
日帰り客が多く、地域への経済波及効果が限定的

取り組み

新たな観光コンテンツの造成

- ・ 実施期間：令和6年9月～令和7年1月
- ・ 実施主体：高知県の町

事業内容

■ 地域資源を活用した新たな観光コンテンツの造成

- ・ にこ淵などの観光地周辺や、景観等がよい場所において、地域住民が運営する屋台型ポップアップカフェを複数設置する
- ・ 「地域コンテンツを楽しむ新たな観光地」と「観光案内所」としての2つの機能を持たせ、屋台型カフェ自体を新たな観光目的地にするとともに、地域住民だからこそ知る観光地情報を提供し、観光客の他の観光コンテンツへの送客を図る

【背景・目的】

- ・ にこ淵を含む仁淀川上流域には、近隣に観光スポットがなく周遊につながない。そのため、地元への観光による経済波及効果も少なく、持続的な観光振興につながない状況。
- ・ 地方部では、巨大な投資を伴う、大規模施設のような観光コンテンツの開発が難しい。そのため、既存の景観や文化遺産等を利用した小規模な観光コンテンツを分散して造成することで、大きな投資を行わず、観光コンテンツを造成し、周遊促進と観光振興を実施する。

屋台型ポップアップカフェ（スペシャルプレイスキット）



令和6年度事業の目標

- 地域住民が運営する屋台型カフェを周辺に複数設置し、観光客の周遊を促すことで、観光客増加を地域全体の経済波及につなげるための運用体制の基礎を確立する

事業の成果／目標の検証結果

- にこ淵以外の地元スポットへの誘客を複数回実施
- にこ淵を訪れる観光客が求めるものなど、地域内他エリアへの展開に向けた基礎的な方向性や運用体制について確立することができた
 - 計6回の実施で、にこ淵以外のスポットへ計31組送客

成果詳細

■ イベント結果の概要

- 実施した下記イベントのうち、①・⑤については、10%程度の送客を行うことができた。一方、コーヒーフестаや音楽イベントイノビエンナーレなどのイベントへの誘因率は低い
- このことから、にこ淵からの誘客においては、「美しい景色や、地元の食事・産品が楽しめるもの」を訴求することが有効であることを把握
- あわせて、②についても、9%の誘引率を示しており、「グリーンパークほどの」など近隣地域への誘客も期待できる

結果詳細

	日付	にこ淵に流入した車の台数	送客先への訪問数	送客先訪問率	周遊促進（送客先）
①	10/5	114組	10/104組	9.6%	神楽と鮎と酒に酔う @仁淀川河川敷の波川公園
②	11/3	112組	9/100組	9%	簡易カフェ・うどん店舗はちのじ @にこ淵からさらに山奥に位置するグリーン・パークほどの
③	11/4	191組	4/120組	3%	地域住民向けの音楽イベントイノビエンナーレ @商店街
④	12/7	88組	2/77組	2.6%	簡易カフェ @道の駅土佐和紙工芸村クラウド
⑤	1/13	52組	4/43組	9.3%	簡易カフェ・焚火イベント @道の駅土佐和紙工芸村クラウド
⑥	1/19	46組	2/48組	4.3%	コーヒーフеста @商店街内の古民家カフェ店舗ukikiコーヒー

成果詳細



②簡易カフェ・うどん店舗はちのじ



①イベント「神楽と鮎と酒に酔う」

スペシャルプレイスキット設置による にこ淵からの分散化 全体像



スペシャルプレイスキットを設置し、近隣や商店街などへ分散



⑥コーヒーフェスタ



③地域住民向けの音楽イベントイビエンナーレ



④簡易カフェ



⑤簡易カフェ・焚火イベント

令和6年度取り組みから見えてきた課題

- 令和6年度はコンテンツの中身を創り上げることに焦点を当てたが、そのコンテンツを活かすための誘客や支える人材の確保が課題となった

1 マーケティング戦略の練り上げ

- コンテンツは作り上げたが、コンテンツへの来訪を促すための仕掛けが不足

2 旅行前の周知の強化

- 旅程を組んで訪れる観光客が多く、旅行中段階での新規コンテンツ発信では来訪・周遊につながりにくい
- 来訪前の段階で適切な情報を届ける施策が必要

3 担い手人材の確保

- 現在は地域おこし協力隊（県外からの流入人材）に依存しており、さらなる人材確保が課題。
- 県内人材の活用など、新たな人材確保の仕組みが必要

令和7年度以降に取り組むべきと考えること

- 観光客ニーズを精査し、媒体や大学などの関係機関と連携しながら、観光客の地域内分散に寄与するほど強力な集客力を持つコンテンツへアップデートしていく

1 ターゲット別の訴求ポイント整理

- にこ淵来訪者は「通過型」と「滞在型」に大別され、それぞれ異なるニーズを持つと仮説設定
- 各ターゲットに適した訴求ポイントを整理し、効果的なマーケティングを展開

2 適切な媒体と連携した事前周知

- いの町旅行に関心のある層にアプローチできる媒体を選定し、連携して情報発信を強化
- 事業者ごとに発信しているイベント情報を集約し、効果的に媒体と連携する仕組みを構築

3 高知大学との連携

- 県内の若手起業家支援や定着推進の文脈で高知大学と連携し、大学卒業後にいの町で活躍する人材を確保する

新たな観光コンテンツ造成の今後について

観光コンテンツの新たな造成の今後の方針について

- 観光コンテンツの造成を通じて、地元の人が副業で観光収入があげられるよう、観光事業を行う人材を育成する取り組みを実施する。
- 本取り組みを通じて、地域おこし協力隊などの移住者に職を提供し、定住につなげていく。

いの町の目指す姿

対策（案）

①分散型観光スポットの創出

- メインスポットの周辺に「行く場所」を作る

②小規模店舗（カフェなど）による案内拠点づくり

- 人を通じて観光情報を案内
- 小さなマネタイズモデルを作る

③空き家を活用した宿泊施設でマネタイズ

- 少額投資での宿泊施設モデルを構築
- 宿泊＋カフェ＋観光スポットのセットを構築

仁淀川流域独自の
分散型観光モデルを構築

モデル例



実際に1軒目をやってみて、そこを研修場所
として地域内への開業（起業）を支援



あまり知られていない
地元の観光スポット

案内



太鼓など
伝統芸能

地域おこし協力隊など
若者を受け入れ、経営ノウハウや物件選定
を支援して地域内で開業してもらう。



【事例】

- いの町大国町でコーヒーショップ「Ukikiコーヒー」を経営する浮木さん。※2024年11月までのいの町の地域おこし協力隊
- 現在、本取り組みを行っており、にこ淵においてスペシャルプレイスキットを用いたポップアップカフェを今後実施
- いの町での定住を目指し、空き家を活用した少額投資ホテルについても、今後、取り組む予定

