

観光地域づくり法人形成・確立計画

記入日：令和5年7月19日

1. 観光地域づくり法人の組織

申請区分 ※該当するものを ○で囲むこと	広域連携DMO・ <u>地域連携DMO</u> ・地域DMO	
観光地域づくり法人の名称	(一社) 土佐れいほく観光協議会	
マネジメント・マーケティング対象とする区域	区域を構成する地方公共団体名 高知県、本山町、大豊町、土佐町、大川村	
所在地	高知県本山町本山 582 番地 2	
設立時期	令和2年12月1日	
事業年度	4月1日から翌年3月31日までの1年間	
職員数	6人【常勤6人(正職員4人・出向等2人)】	
代表者(トップ人材：法人の取組について対外的に最終的に責任を負う者) ※必ず記入すること	(氏名) 澤田 和廣 (出身組織名) 本山町	本山町長として、地域の様々な課題に取り組んでおり、地域の各種組織の長を兼任し、4町村及び各関係機関を取りまとめる組織の中核かつパイプ役を担う。
データ分析に基づいたマーケティングに関する責任者(CMO：チーフ・マーケティング・オフィサー) ※必ず記入すること	(氏名) 森尾 弥留「専従」 (出身組織名) (一社) 土佐れいほく観光協議会	ホテルのフロントマネージャーとして2年間勤務し、観光案内やプラン作成の経験を有する。弊社での1年間超の勤務ではデータの収集・分析を行い、観光マーケティングについて研修・実践を積み重ねている。
財務責任者(CFO：チーフ・フィナンシャル・オフィサー) ※必ず記入すること	(氏名) 濱崎 剛士「専従」 (出身組織名) 高知県庁	民間企業8年間(広告企画営業、労務管理)、高知県庁で11年間勤務(経営企画、商工、地域振興) 令和3年4月から事務局次長として運営収支、財源確保を担う。
総務・経理・体験プログラムに関する予約受付等の責任者(専門人材)	(氏名) 上村 裕子「専従」 (出身組織名) (一社) 土佐れいほく観光協議会	令和4年4月採用。総務・経理・体験プログラムに関する予約受付等の責任者として各種業務を担当する。

プロモーション及び旅行商品の造成の責任者（専門人材）	（氏名） 松島 弘「専従」 （出身組織名） （一社）土佐れいほく観光協議会	体験プログラム提供施設の長として6年間、プロモーションや商品造成に携わり、ヒット商品も開発し、国内外のプロモーションについての知識・経験・人脈を有する。
	（氏名） 久保 竜太「専従」 （出身組織名） 大豊町	大豊町にて11年間観光業務に携わり、嶺北地域における観光商品の造成・実施を地域観光体験プログラム提供事業者とともに進めており、修学旅行受入等の知識・経験・ノウハウを有する。
連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	<ul style="list-style-type: none"> ・高知県観光振興部地域観光課（広域観光の推進・支援） ・大豊町産業建設課（地域づくり、地域資源を活かした観光素材の発掘・磨き上げ、旅行商品づくり、地域ネットワークづくり、財政支援） ・本山町まちづくり推進課（〃） ・土佐町企画推進課（〃） ・大川村むらづくり推進課（〃） 	
連携する事業者名及び役割	<ul style="list-style-type: none"> ・一般財団法人大豊町観光開発協会（地域づくり、地域資源を活かした観光素材の発掘・磨き上げ、旅行商品づくり、地域ネットワークづくり） ・本山町観光協会（〃） ・NPO 法人土佐さめうら観光協会（〃） ・おいでよおとよ民泊推進協議会（教育旅行の受入に向けた地域づくり、地域ネットワークづくり） ・本山町民泊推進協議会（〃） ・土佐町民泊推進協議会（〃） ・体験プログラム提供事業者（着地型旅行商品の開発・運営・受入） ・農林水産業関連事業者（教育旅行向け体験プログラムの開発、運営） ・田舎暮らし体験受入家庭（教育旅行の受入） ・宿泊事業者（着地型旅行商品の紹介、教育旅行の受入） ・商工関係者（土産、特産品等の開発、販売） ・交通事業者（二次交通） ・飲食店（食情報を活用した周遊策、外国人観光客の受入対応） 	
官民・産業間・地域間との持続可能な連携を図るための合意形成の仕組み	<p>【該当する登録要件】②観光地域づくり法人が主導して行政や関係団体をメンバーとするワーキンググループなどの委員会等を設置すること</p> <p>観光地域づくり法人が主導して、観光資源の関係者、宿泊事業者、交通事業者、商工会、行政をメンバーとする委員会を設置。3カ月に1回、委員会を開催し、事業戦略に沿った事業進捗状況等について意見交換、合意形成を図っている。</p>	
地域住民に対する観光地域づくりに関する意識啓発・参画促進の取組	<ul style="list-style-type: none"> ・民泊受入家庭を対象とした研修（座学・視察）を年2～3回開催。 ・弊社が運営するLINEアカウントを活用した地域の飲食店等によるクーポン券提供の推進。 	
法人のこれまでの活動実績	【活動の概要】	
	事業	実施概要
情報発信・プロモーション	令和2年度～ <ul style="list-style-type: none"> ・土佐れいほく観光ポータルサイト構築・運営 ・広告宣伝（地元新聞紙折込広告、デジタルサイネージ、SNS（Facebook、Instagram、YouTube）広告、テレビCM、ラジオ、高速道路SAチラシ設置、クーポンキャンペーン特設サイト制作等） 	

	<ul style="list-style-type: none"> ・動画制作、配信 ・自社アカウントによる SNS 情報発信 (Facebook、Instagram、LINE、Twitter、YouTube)
受入環境の整備	<p>令和 3 年度～</p> <ul style="list-style-type: none"> ・観光人材、担い手創出に向けた研修・勉強会の開催 ・来訪者アンケートの集計・分析をもとにした、受入環境（ソフト及びハード）整備に向けた協議の実施 ・職員のスキルアップのための研修受講 ・四国運輸局事業に参画し、嶺北地域における訪日外国人旅行者に対する観光資源等調査事業による課題抽出・協議・情報共有の実施（令和 3 年度限り） <p>令和 4 年度～</p> <ul style="list-style-type: none"> ・インバウンド対応強化に向け、多言語サイト制作 ・デジタルデータを活用した人流の調査・分析による受入環境の整備に向けた協議の実施
観光資源の磨き上げ	<p>令和 3 年度～</p> <ul style="list-style-type: none"> ・地域資源を活用した高付加価値型の体験プログラムや宿泊・周遊商品の開発 <p>令和 4 年度～</p> <ul style="list-style-type: none"> ・体験型観光促進事業に対して補助制度を創設、造成支援 ・県のサステナブルな観光商品造成事業に参画
セールス・PR	<p>令和 3 年度～</p> <ul style="list-style-type: none"> ・旅行会社との商談会参加 ・関西・首都圏等へのセールスの実施 <p>令和 4 年度～</p> <ul style="list-style-type: none"> ・旅行会社貸切バスツアーへの補助制度を創設、ツアー誘致を推進

【定量的な評価】

項目（単位）	R2 年度	R3 年度	R4 年度
主要観光施設入込数（延べ入込数）（名）	340,096	351,245	371,326
主要宿泊施設宿泊者数（名）	18,627	25,957	27,897
主要施設消費額（円）	392,838,007	473,022,350	504,429,246

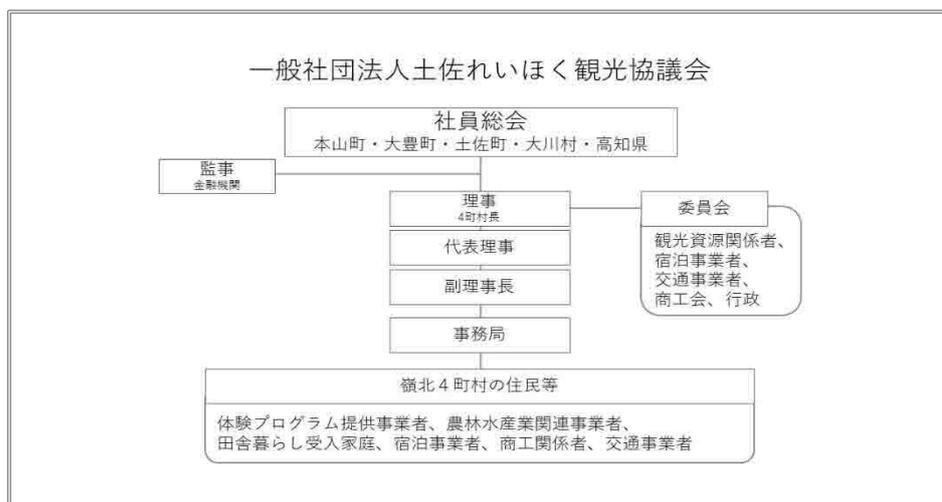
新型コロナウイルス感染症の影響により、令和 2 年度から集客が落ち込んだが、令和 3 年度は、地道な情報発信やプロモーション、セールス活動を行い、行政や地域の関連事業者との連携を図りつつ、旅行需要喚起策として打ち出したクーポンキャンペーン（宿泊者に 3,000 円クーポン券進呈）を実施したことにより、主要宿泊施設宿泊者数は対元年度比 109.6%と、新型コロナウイルス感染症拡大前以上の宿泊者を域内へ呼び込むことができた。令和 4 年度はコロナの影響が弱まる中、営業活動をより精力的に行いつつ、新たに創設したバスツアー補助制度や体験事業者への補助制度、クーポンキャンペーン第 2 弾により誘客増、コンテンツ開発を進めた。

実施体制
 ※地域の関係者との連携体制及び地域における合意形成の仕組みが分かる図表等を必ず記入すること（別添可）。

【実施体制の概要】

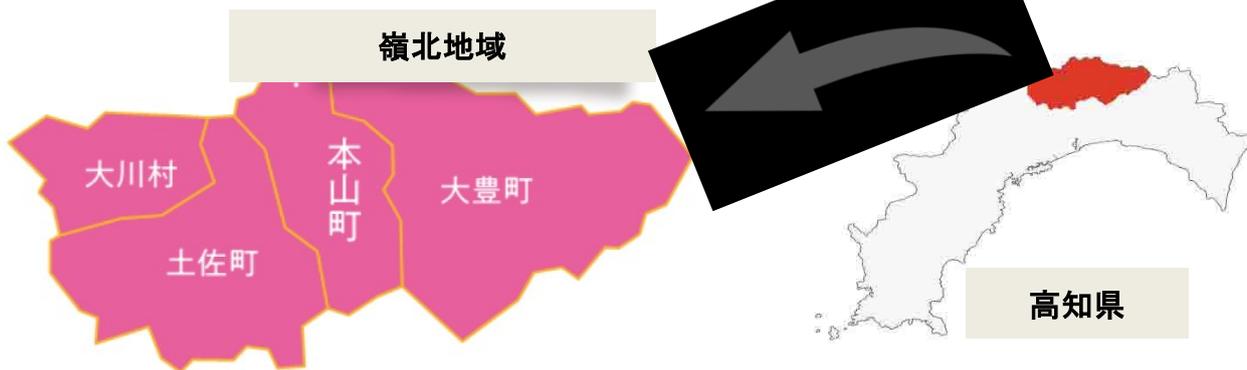
高知県嶺北地域の4町村、高知県が社員となって設立した（一社）土佐れいほく観光協議会が実施。
 弊社の事業戦略や事業評価等に対して、地域の商工業者、交通事業者、観光協会、民泊推進協議会、商工会、行政が意見交換を実施し、持続可能な観光地域づくりを推進することができる組織として、「委員会」を設置し、年4回「委員会」を開催。

【実施体制図】



2. 観光地域づくり法人がマネジメント・マーケティングする区域

【区域の範囲が分かる図表を挿入】



【区域設定の考え方】

これまで4町村で連携して取り組んできた体験型観光や教育旅行、土佐れいほく博のスケールメリットを生かしたプロモーションの効果を実感したことにより、4町村で連携した広域観光を振興することを目的に、令和2年12月に高知県の北部に位置する嶺北地域を構成する4町村及び高知県を社員として、一般社団法人土佐れいほく観光協議会を設立。交流人口のさらなる拡大や宿泊施設や体験施設、小売店等の地域事業者への経済波及効果の増大を実現し、持続可能な観光地域とするために、マーケティング、商品開発、セールス、情報発信、受入体制づくりの推進を軸とした「土佐れいほく観光協議会事業戦略」を設定し、戦略的に事業を推進している。

弊社の区域である4町村は、地理的、文化的、経済的に一体性があり、観光資源の面から見ても、早明浦ダム湖や吉野川を核とする「四国の水を生み出す里」という共通コンセプトを掲げ、4町村のつながりのある山、川、湖といった豊かな自然を生かした体験プログラム、宿泊・周遊ツアーによる誘客を進めており、当該4町村で連携した区域設定とするのが適切。

【観光客の実態等】

※設定区域における観光客入込客数、延べ宿泊者数、消費額等を踏まえて記入すること。

項目 (単位)	R2 年度	R3 年度	R4 年度
主要観光施設入込数 (延べ入込数) (名)	340,096	351,245	371,326
主要宿泊施設宿泊者数(名)	18,627	25,957	27,897
主要施設消費額(円)	392,838,007	473,022,350	504,429,246

【観光資源：観光施設、商業施設、自然、文化、スポーツ、イベント等】

※観光資源の活用方法についても記入すること。

町村	施策等	内容
本 山 町	「アウトドアヴィレッジ本山」を拠点とした交流人口拡大の取組	四国の中心に位置する立地条件や高速道路からのアクセスの良さを活かし、「アウトドアヴィレッジ本山」を総合的なアウトドア拠点として位置づけ、高知県や近隣町村との広域連携で、豊富な自然資源を活用したアウトドア体験づくりによる交流人口の拡大を進めるとともに、町内の交流事業等と連携しながら地域の経済活動の活性化を図る。 また、汗見川でのピザづくり体験、木工体験や宿泊、なめかわでのカフェ、ピザづくり体験、苔テラリウムづくりなど多様なプログラムを実施する地域事業者と連携し、滞在型観光を推進するとともに、インバウンド観光の受入体制の整備やスポーツツーリズムを進める。
	観光情報発信拠点機能の充実	観光協議会において、棚田遺産に登録された吉延の棚田、買い物ができる本山さくら市、吉延の棚田で生産される日本一に2度輝いたお米「土佐天空の郷」を使った握りたてのおにぎりが食べられる「こめのみみ」など、自然や食といった町内観光情報発信を推進する。また、「アウトドアヴィレッジ本山」を核とし、町外の広域観光情報とも連携して、情報発信を行う。
大 豊 町	地域間交流の推進	ラフティング、トレッキングなど地域の自然を生かしたアウトドアスポーツと山の暮らしを組み合わせた商品を、都市に暮らす人々に非日常のアクティビティとして販売する取り組みや、日常の生活の営みや生産の営みを体験型教育旅行のコンテンツとして商品化する取り組みを進めるなど、交流機会の創造から地域を元気にする取り組みを進める。
	交流推進体制の整備	民泊推進協議会を中心とする民泊農家や体験交流団体への研修の実施など、民泊事業の推進に向けた体制整備を積極的に進める。また、民泊組織の広域連携により交流事業を拡大していく。
土 佐 町	カヌー等のアクティビティを通じたスポーツツーリズムの推進	日本有数の環境である「さめうら湖」を活用し、競技カヌーやレジャーカヌー、SUP等のアウトドアアクティビティを通じたスポーツツーリズムを推進するとともに、レンタサイクルやその他のアクティビティの充実にも取り組む。この取組の拠点として、カヌーの練習施設やジム、観光インフォメーション等が併設された複合型施設湖の駅を整備。運営組織として、観光、スポーツ、アウトドア等の関係者が参画したスポーツコミッションを設立。
	滞在型観光の促進	さめうら荘を拠点とするさめうら湖を活用した体験や棚田遺産に登録された高須の棚田や瀬戸川渓谷やアメガエリの滝などの自然、地域の特産である土佐あかうしBBQといった食などとあわせ、滞在型観光の定着を促進する。

	SDGs プログラムの推進	令和 2 年度には国が推進する「SDGs 未来都市」に選定され、修学旅行プログラム等として SDGs カードゲームを実施し、観光における SDGs を実現している。
大川村	体験型観光プログラムの造成と磨き上げ	早明浦ダム湖面、サイクリングコース、旧白滝鉱山遺構群、山岳等の村の自然を活用した体験型観光プログラムの磨き上げを行い、さらに魅力的な新しい体験プログラムの作成を目指すことで白滝の里を中心とした滞在型観光への誘客を進め交流人口及び関係人口の増加を図る。
	広域的な観光連携の推進	2019 年の広域観光イベント「土佐れいほく博」における土佐町、本山町、大豊町、大川村の嶺北 4 町村の連携と、西条市、久万高原町、いの町、大川村の四国西部エリアの 4 市町村で実施中の四国西部エリア 戦略型観光サービス創出事業の成果と PR 効果、集客効果を引き継ぎ、大川村東部、西部の各地域での広域的な観光連携を推進する。
	観光拠点施設の機能強化	村の東側の玄関に位置する集落活動センター結いの里における物販・軽食サービスの拡充とレンタサイクルやダム湖面アクティビティの展開と村の観光振興の中心となる拠点施設である白滝の里の施設改修により集客の増加を目指す。
	人材育成	観光の産業化を成功させるために、十分ではない観光人材の育成を引き続き行う。結いの里の関係者や大川村ふるさとむら公社職員らのスキルアップに加え、3 年間の任期を満了した地域おこし協力隊員が観光産業を生業として村への定住を希望する場合等においては就業に対しての支援を進める。

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

町村	主要宿泊施設数	総部屋数
大豊町	2	23
本山町	2	18
土佐町	2	22
大川村	1	11
合計	7	74

【利便性：区域までの交通、域内交通】

○区域までの交通

交通手段	内容
自動車	関西方面から：名神吹田 IC～大豊 IC 約 3 時間 15 分 広島方面から：広島 IC～大豊 IC 約 2 時間 55 分 岡山方面から：岡山 IC～大豊 IC 約 1 時間 30 分 高松方面から：高松中央 IC～大豊 IC 約 1 時間 10 分 松山方面から：松山 IC～大豊 IC 約 1 時間 20 分 徳島方面から：徳島 IC～大豊 IC 約 1 時間 30 分 高知方面から：高知 IC～大豊 IC 約 20 分
鉄道	関西方面から：新大阪駅～大杉駅 約 3 時間 高松方面から：高松駅～大杉駅 約 2 時間 05 分 徳島方面から：徳島駅～大杉駅 約 2 時間 10 分 松山方面から：松山駅～大杉駅 約 3 時間 30 分
飛行機	関西方面から：神戸～高知 約 45 分 大阪～高知 約 45 分 東京方面から：東京（羽田）～高知 約 80 分 東京（成田）～高知 約 80 分 九州方面から：福岡～高知 約 50 分

○域内交通

交通手段	内容
バス	有限会社嶺北観光自動車
自動車	レンタカー、タクシー

【外国人観光客への対応】

- ・ 中国語（繁体字）での民泊・家業体験パンフレット制作
- ・ 嶺北地域への窓口となる JR 四国の大杉駅への停車本数の増加に伴う、域内バス時刻表の変更
- ・ 多言語サイト制作（令和 4 年度未完成）

3. 各種データ等の継続的な収集・分析

収集するデータ	収集の目的	収集方法
旅行消費額	各施策の効果を図るための KPI として活用するため	各町村を通じた施設に対する月 1 回の調査
延べ宿泊者数	各施策の効果を図るための KPI として活用するため	各町村を通じた施設に対する月 1 回の調査
来訪者満足度	各施策の効果を図るための KPI として活用するため	来訪者アンケートによる調査
リピーター率	各施策の効果を図るための KPI として活用するため	来訪者アンケートによる調査
WEBサイトのアクセス状況	地域に対する顧客の関心度や施策の効果等を把握するため	Google アナリティクス
住民満足度	観光振興に対する地域住民の理解度を測るため	各町村を通じたガイド数調査、当法人による民泊家庭数確認
観光関連施設の入込数	各施策の効果を図るための KPI として活用するため	各町村を通じた施設に対する月 1 回の調査

4. 戦略

(1) 地域における観光を取り巻く背景

人口減少、高齢化が急速に進む中、新型コロナウイルス感染症の旅行市場への影響等を鑑みると、町村単位では観光を取り巻く環境の変化に対応することが難しい面もあるため、嶺北地域全体で広域観光を推進していく必要があった。

広域観光で目指すべき嶺北地域の将来像を議論するため、令和 2 年度に 12 回のワーキンググループにて事業戦略等の検討を行い、一般社団法人土佐れいほく観光協議会の理念とミッション、事業戦略を構築した。この新たな法人が「嶺北地域が一体となって、地域力を上げながら嶺北地域の観光情報を県内外に発信し、知ってくれる人、来てくれる人＝交流人口が増えることで、観光を切り口に地域経済が活性化し、地域の人々が地域にさらに誇りを持ち元気になっている」ことを目指す。

(2) 地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	<p>強み (Strengths)</p> <p>自然</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ラフティング世界大会も開催されたことのある吉野川 ・カヌー、SUP 等のアクティビティができるさめうら湖 ・農水省の棚田遺産にも認定された絶景を誇る棚田 ・美しい滝、溪谷、星空、雲海、銀不老豆 <p>食</p> <ul style="list-style-type: none"> ・道の駅食 1 グランプリに輝いた土佐あかうし ・2 度日本一に輝いた土佐天空の郷米 ・大川村のはちきん地鶏と大川黒牛の BBQ <p>アクティビティ</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ラフティング世界大会も開催されたことのある吉野川でのラフティング ・さめうら湖でのカヌー、SUP 等 ・各地域にある集落活動センターで、石窯ピザ焼き体験、そば打ち体験、苔テラリウムづくり等の体験プログラムが豊富 <p>アクセス</p> <ul style="list-style-type: none"> ・四国中央部に位置しており、四国や関西などからの車でのアクセスが良い 	<p>弱み (Weaknesses)</p> <p>認知度が低い</p> <ul style="list-style-type: none"> ・PR 力が弱い ・商品の生産体制が小規模で大量生産できない <p>二次交通の利便性が悪い</p> <ul style="list-style-type: none"> ・公共交通のカバー率が低く、移動はレンタカー、タクシーがメインとなる <p>インフラが脆弱</p> <ul style="list-style-type: none"> ・道路が狭く、大型バスの乗り入れに十分対応できない ・飲食店・小売店等が少ない ・洋式トイレ、Wi-Fi、キャッシュレスが不十分。インバウンド対応に対する意識は特に弱い <p>地域住民の理解</p> <ul style="list-style-type: none"> ・元々観光客が少ない地域であるため、地域住民が観光客等外部の方が遊びに来ることに慣れていない <p>大人数に対応できる宿泊施設がない</p>
外部環境	<p>機会 (Opportunity)</p> <p>各種イベント</p> <ul style="list-style-type: none"> ・瀬戸内国際芸術祭、豊穰祭、謝肉祭、れいほくスタンプラリー 等 <p>連携</p> <ul style="list-style-type: none"> ・民泊における徳島県との連携 <p>新型コロナウイルス感染症の影響</p> <ul style="list-style-type: none"> ・リモートワークやワーケーションへの意識の高まり ・アウトドアやキャンプへのニーズの高まり <p>早明浦ダムの改修工事</p> <ul style="list-style-type: none"> ・インフラツーリズムによる新たな誘客 	<p>脅威 (Threat)</p> <p>地域における人口減少・高齢化</p> <ul style="list-style-type: none"> ・体験プログラム等の担い手の減少 ・ガイド、インストラクター等の専門人材不足 <p>新型コロナウイルス感染症等の影響</p> <p>(感染症拡大防止のため、また、感染拡大に対して民泊家庭の強い懸念があることから、令和 2 年度～4 年度まで民泊受入を停止していた)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・民泊受入に前向きだった意識の低下 (コロナの影響と、高齢化に伴う体力の低下)

(3) ターゲット

○第1ターゲット層

関西・中四国の個人・団体

○選定の理由

嶺北地域に訪れる観光客は関西、中四国からが多いこと、その層はマイカーでの来訪が多いことから「弱み」である「二次交通の利便性が悪い」ことの影響を受けないこと、また、2025年には大阪・関西万博が開催されることから、多くの観光客の来訪が期待されるため。

弊社設立時（令和2年12月）の事業戦略において、「土佐れいほく博観光動向調査」結果をもとに、同ターゲットを設定した。「土佐れいほく博」は令和元年7月7日から12月25日の期間に開催した、嶺北地域の「食」「自然」「アクティビティ」等を提供する博覧会。この博覧会における観光動向調査（アンケート）の上位3つが四国69.1%、関西11.2%、中国9.4%という結果であった。教育旅行においてはこれまで関東からの実績はほぼなく、関西・中四国からとなっている。また、令和3年度アンケートにおいては、四国80.3%、関西8.6%、中国3.6%となっており、教育旅行も同様の実績であったことから、引き続き同ターゲットをメインターゲットとして取り組んでいく。

○取組方針

来訪者アンケートにより「満足度」「リピーター率」等を、観光関連施設から集計したデータにより「入込数」「宿泊者数」「消費額」を捕捉し、調査結果から来訪要因等を分析し、分析結果を再来訪につなげるように、以下の5つの事業戦略に反映しながら事業を推進していく。

1 エリアマーケティング機能強化

- ・アンケート（ニーズ）、デジタル（人流）、宿泊などのマーケティングデータを活用した施策による誘客の促進とリピーター獲得

2 れいほくならではの魅力ある商品開発の推進

- ・地域資源を活用した高付加価値型の観光及び宿泊商品の開発
- ・宿泊や周遊を促進する、滞在型観光プランの推進

3 セールスの強化・推進

- ・2025年の大阪・関西万博に向け、関西圏の旅行会社へのセールス強化・推進

4 れいほくならではの情報発信・PRの強化・推進

- ・デジタルデータ（人流）やニーズに基づく、WEB、SNSを中心としたPRの強化・推進
- ・4町村間の情報共有スピード及び質の強化など、広域連携によるPRの強化・推進

5 受入体制づくりの推進、基盤の整備・強化

- ・ウィズ&アフターコロナにおいて、国内外からの観光客等にとって、魅力的かつ快適に過ごせる、サステナブルな観光地域づくり

○ターゲット層

台湾等の団体

○選定の理由

四国内の国際空港であり、台湾線が就航している高松空港からのアクセスが良いことに加え、新型コロナウイルス感染症が拡大する以前は、台湾の中学・高校の修学旅行が大豊町を来訪し、民泊体験を実施することが定番であったことから、新型コロナウイルス感染症が落ち着けば、台湾からの再来訪が期待できるため。

○取組方針

新型コロナウイルス感染症が落ち着くタイミング前後を見計らい、過去に来訪していた団体の再来訪に向けて営業していく。また、戦略4の情報発信・PRの強化において、令和4年度に予定している「多言語サイト制作」を皮切りに、公益社団法人日本観光振興協会等関連団体とも連携しながら新規団体に対して営業を強化していく。

(4) 観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	<p>「四国の水を生み出す里」である嶺北地域は、他地域に負けない提供できる価値を「自然」「食」「アクティビティ」「アクセス」の四つに置き、その強みを活かし、デジタルデータをもとに、「宿泊を伴う滞在型観光」「高付加価値型の商品開発」を推進していくことで、サステナブルな観光地域づくりを目指していく。</p> <p>自然</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ラフティングの世界大会も開催されたことのある激流ポイントのある吉野川 ・カヌー、SUP等のアクティビティを楽しむことができるさめうら湖 ・農水省の棚田遺産にも認定された絶景を誇る棚田 ・美しい滝、溪谷、星空、雲海、銀不老豆 <p>食</p> <ul style="list-style-type: none"> ・道の駅食1グランプリに輝いた土佐あかうし ・2度日本一に輝いた土佐天空の郷米 ・大川村のはちきん地鶏と大川黒牛のBBQ <p>アクティビティ</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ラフティング世界大会も開催されたことのある吉野川でのラフティング ・さめうら湖でのカヌー、SUP等 ・各地域にある集落活動センターで、石窯ピザ焼き体験、そば打ち体験、苔テラリウムづくり等の体験プログラムが豊富 <p>アクセス</p> <ul style="list-style-type: none"> ・四国中央部に位置しており、四国や関西などからの車でのアクセスが良い
②コンセプトの考え方	<p>地域の将来のありたい姿を以下に設定した。</p> <p>「嶺北地域が一体となって、地域力を上げながら嶺北地域の観光情報を発信し、交流人口が増えることで観光を切り口に地域経済が活性化し、地域の人々が地域にさらに誇りを持ち、元気になっている」</p> <p>嶺北地域を訪れる観光客等に、早明浦ダムを象徴とする四国の水を生み出す里から生まれた、誇れる資源を通じて、非日常体験・やすらぎ・感動を提供するだけでなく、ストーリーも伝えていく。</p> <p>山や川、早明浦ダムからの水により、美しい棚田を維持し、そこから生まれる日本一のお米やお酒を提供していること、農家民泊等を展開していることなどの活動を通じて、持続可能な地域の生業、観光資源の提供、美しい景観の保全といったSDGsを意識した取組を継続し、サステナブルな観光地域づくりを目指す。</p>

5. 関係者が実施する観光関連事業と戦略との整合性に関する調整・仕組み作り、プロモーション

項目	概要
戦略の多様な関係者との共有 ※頻度が分かるよう記入すること。	<p>地域の商工業者、交通事業者、観光協会、民泊推進協議会、商工会、行政が戦略について情報共有、意見交換を行う組織として、「委員会」を設置し、年4回開催。</p> <p>当観光協議会を中心に、委員会の場で事業戦略、KPI についての進捗状況などを説明し、情報共有を行うとともに、意見交換とあわせて必要な施策への協力を依頼。</p>
観光客に提供するサービスについて、維持・向上・評価する仕組みや体制の構築	<p>体験プログラムや民泊体験等について、行政やアドバイザーの支援をいただきながら、研修を実施し、サービス向上に向けた人材育成、担い手支援の体制を構築。</p> <p>また、継続的な来訪者アンケートの実施・分析や観光関連施設の入込数等を共有し、観光客の評価を認識するとともに、データに基づく地域の観光素材や体制の磨き上げを行う仕組みを構築しており、これにより、観光客の満足度向上、誘客促進を図る。</p>
観光客に対する地域一体となった戦略に基づく一元的な情報発信・プロモーション	<p>弊社の嶺北地域全域のパンフレットや公式ウェブサイト、各種 SNS (Twitter、Facebook、Instagram、LINE) を通じて、一元的かつ効果的に地域の観光・イベント情報等を発信するとともに、県内外メディアや旅行会社等の個別の問い合わせを通じて、広く観光客に対して、ワンストップ窓口として観光素材の詳細やツアー行程の企画、提案を行っている。</p>

※各取組について、出来る限り具体的に記入すること。

6. KPI（実績・目標）

※戦略や個別の取組を定期的に確認・改善するため、少なくとも今後3年間における明確な数値目標を記入すること。

※既に指標となりうる数値目標を設定している場合には、最大で過去3年間の実績も記入すること。

（1）必須KPI

指標項目		2020 (R2) 年度	2021 (R3) 年度	2022 (R4) 年度	2023 (R5) 年度	2024 (R6) 年度	2025 (R7) 年度
●旅行消費額 (百万円)	目標		432	475	522	549	576
		()	(—)	(—)	(0.84)	(0.89)	(0.93)
●延べ宿泊者数 (千人)	実績		473				
		()	(—)	(—)			
●来訪者満足度 (%)	目標		20	22	24	25	27
		()	(—)	(—)	(0.15)	(0.16)	(0.17)
●来訪者満足度 (%)	実績		26				
		()	(—)	(—)			
●来訪者満足度 (%)	目標		85	87	88	88	88
		()	(—)	(—)	(—)	(—)	(—)
●リピーター率 (%)	実績		94.2				
		()	(—)	(—)			
●リピーター率 (%)	目標		78.1	78.1	78.1	78.1	78.1
		()	(—)	(—)	(—)	(—)	(—)
●リピーター率 (%)	実績		66				
		()	(—)	(—)			

※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値

目標数値の設定にあたっての検討の経緯及び考え方

【検討の経緯】

土佐れいほく観光協議会事業戦略第1期計画（令和3～5年度）により、令和5年度までのKPIを設定。翌令和6年度以降のKPIは第1期計画の目標設定を基準とした暫定数値。次期戦略を検討中で、今年度末までには完成予定。

【設定にあたっての考え方】

●旅行消費額

弊社設立直前の令和2年度実績を元に数値目標を設定。

●延べ宿泊者数

弊社設立直前の令和2年度実績を元に数値目標を設定。

●来訪者満足度

令和元年度に開催した土佐れいほく博におけるアンケート調査結果と元に数値目標を設定。

●リピーター率

令和元年度に開催した土佐れいほく博におけるアンケート調査結果と元に数値目標を設定。

(2) その他の目標

指標項目		2020 (R2) 年度	2021 (R3) 年度	2022 (R4) 年度	2023 (R5) 年度	2024 (R6) 年度	2025 (R7) 年度
●観光入込数 (千人)	目標		379	417	459	482	506
		()	(—)	(—)	(—)	(—)	(—)
●周遊促進商品 の開発 (商品)	実績		351				
		()	(—)	(—)			
●セールス社数 (社)	目標		4	4	4	4	4
		()	(—)	(—)	(—)	(—)	(—)
●デジタルメディア活用数 (回)	実績		5				
		()	(—)	(—)			
●アナログメディア活用数 (回)	目標		100	150	200	210	220
		()	(—)	(—)	(—)	(—)	(—)
●Web サイト PV(ページビュー 数)	実績		150				
		()	(—)	(—)			
●デジタルメディア活用数 (回)	目標		6	6	6	80	90
		()	(—)	(—)	(—)	(—)	(—)
●アナログメディア活用数 (回)	実績		70				
		()	(—)	(—)			
●Web サイト PV(ページビュー 数)	目標		4	4	4	4	4
		()	(—)	(—)	(—)	(—)	(—)
●Web サイト PV(ページビュー 数)	実績		11				
		()	(—)	(—)			
●Web サイト PV(ページビュー 数)	目標		28,200	141,660	283,320	156,180	163,989
		()	(—)	(—)	(—)	(—)	(—)
●Web サイト PV(ページビュー 数)	実績		59,393				
		()	(—)	(—)			

※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値

※各指標項目の単位を記入すること。

指標項目及び目標数値の設定にあたっての検討の経緯及び考え方

【検討の経緯】

土佐れいほく観光協議会事業戦略第1期計画（令和3～5年度）により、令和5年度までのKPIを設定。翌令和6年度以降のKPIは第1期計画の目標設定を基準とした暫定数値。次期戦略を検討中で、今年度末までには完成予定。

【設定にあたっての考え方】

●観光入込数

弊社設立直前の令和2年度実績を元に数値目標を設定。

●周遊促進商品の開発、セールス社数、デジタルメディア活用数、アナログメディア活用数
観光アドバイザー等からの助言や近隣地域連携DMOを参考に関係者協議を元に数値目標を設定。

7. 活動に係る運営費の額及び調達方法の見通し

※少なくとも今後3年間について、計画年度毎に(1)収入、(2)支出を記入すること。

※現に活動している法人にあっては、過去3年間の実績も記入すること。

(1) 収入

年(年度)	総収入(円)	内訳(具体的に記入すること)(円)
2021(R3) 年度	60,123,557	【都道府県からの補助金】 22,798,000 【市町村からの負担金】 34,720,810 (うち、地方創生推進交付金 6,859,000) (うち、れいほく広域ふるさと市町村圏基金 5,110,000) 【収益事業】 2,529,747 【雑収入】 75,000
2022(R4) 年度	77,758,099	【都道府県からの補助金】 15,959,000 【市町村からの負担金】 50,739,000 (うち、地方創生推進交付金 7,979,000) (うち、れいほく広域ふるさと市町村圏基金 7,900,000) 【収益事業】 6,373,441 【雑収入】 4,686,658
2023(R5) 年度	100,633,000	【都道府県からの補助金】 26,959,000 【市町村からの負担金】 37,440,000 (うち、地方創生推進交付金 7,979,000) (うち、れいほく広域ふるさと市町村圏基金 4,000,000) 【県・町からの委託料(地域おこし協力隊経費)】 9,600,000 【収益事業】 17,820,000 【前期繰越金】 8,814,000
2024(R6) 年度	69,819,000	【都道府県からの補助金】 15,959,000 【市町村からの負担金】 26,440,000 (うち、地方創生推進交付金 7,979,000) (うち、れいほく広域ふるさと市町村圏基金 4,000,000) 【県・町からの委託料(地域おこし協力隊経費)】 9,600,000 【収益事業】 17,820,000
2025(R7) 年度	69,819,000	【都道府県からの補助金】 15,959,000 【市町村からの負担金】 26,440,000 (うち、地方創生推進交付金 7,979,000) (うち、れいほく広域ふるさと市町村圏基金 4,000,000) 【県・町からの委託料(地域おこし協力隊経費)】 9,600,000 【収益事業】 17,820,000

(2) 支出

年(年度)	総支出(円)	内訳(具体的に記入すること)(円)
2021 (R3) 年度	60,123,557	【エリアマーケティング 機能強化】 2,436,882 【魅力ある商品開発の推進】 1,708,921 【セールスの強化・推進】 18,962,422 【情報発信・PRの強化・推進】 7,366,357 【受入体制づくりの推進、基盤整備】 217,900 【事務所運営費】 25,550,242 【旅行取扱事業】 2,406,602 【繰越金】 1,474,231
2022 (R4) 年度	77,758,099	【エリアマーケティング 機能強化】 1,257,588 【魅力ある商品開発の推進】 2,375,942 【セールスの強化・推進】 24,913,878 【情報発信・PRの強化・推進】 6,394,237 【受入体制づくりの推進、基盤整備】 716,570 【事務所運営費】 27,182,662 【旅行取扱事業】 6,032,587 【繰越金】 8,814,135
2023 (R5) 年度	78,213,000	【エリアマーケティング 機能強化】 1,584,000 【魅力ある商品開発の推進】 2,700,000 【セールスの強化・推進】 18,433,000 【情報発信・PRの強化・推進】 7,514,000 【受入体制づくりの推進、基盤整備】 719,000 【事務所運営費】 29,445,000 【旅行取扱事業】 16,907,000 【予備費】 911,000
2024 (R6) 年度	69,819,000	【エリアマーケティング 機能強化】 396,000 【魅力ある商品開発の推進】 3,400,000 【セールスの強化・推進】 27,867,000 【情報発信・PRの強化・推進】 4,568,000 【受入体制づくりの推進、基盤整備】 717,000 【事務所運営費】 39,904,000 【旅行取扱事業】 16,957,000 【予備費】 6,824,000

2025 (R7) 年度	69,819,000	【エリアマーケティング機能強化】	396,000
		【魅力ある商品開発の推進】	3,400,000
		【セールスの強化・推進】	27,867,000
		【情報発信・PRの強化・推進】	4,568,000
		【受入体制づくりの推進、基盤整備】	717,000
		【事務所運営費】	39,904,000
		【旅行取扱事業】	16,957,000
		【予備費】	6,824,000

(3) 自律的・継続的な活動に向けた運営資金確保の取組・方針

- 旅行商品販売手数料
体験プログラムの販売手数料のほか、自社企画の旅行商品の造成を増やし、手数料増を目指す。
- 協議会関連商品販売
インフラツーリズム用グッズの企画・販売
- 高知県補助金、嶺北地域4町村からの負担金

8. 観光地域づくり法人形成・確立に対する関係都道府県・市町村の意見

※設定対象区域の都道府県及び市町村が、本法人を当該都道府県・市町村における観光地域づくり法人として認める旨を含む意見を記入すること。
高知県、本山町、大豊町、土佐町、大川村は、一般社団法人土佐れいほく観光協議会を当該地域における地域連携DMOとして登録したいので一般社団法人土佐れいほく観光協議会とともに申請します。

9. マネジメント・マーケティング対象区域が他の地域連携DMO（県単位以外）や地域DMOと重複する場合の役割分担について（※重複しない場合は記載不要）

大川村は地域連携DMOの株式会社ソラヤマいしづちの対象区域でもある。株式会社ソラヤマいしづちでは、石鎚山を中心とした石鎚山系の地域資源を活かした観光振興。弊社では、早明浦ダム湖や吉野川を核とする「四国の水を生み出す里」として観光振興を進めている。

【他の地域連携DMOや地域DMOとの間で、重複区域に関する連携や役割分担等について協議を行った（行っている）か】

マネジメント対象区域が一部重複する株式会社ソラヤマいしづちとは、不定期だが継続して協議を実施しており、直近の2022年度には3回協議を実施。重複区域に関する連携や役割分担、各取組の意見交換を行った（6/15、7/13、7/22）。

【区域が重複する背景】

株式会社ソラヤマいしづちが中心コンテンツとしている石鎚山系は標高1,982m西日本最高峰であり、日本百名山のひとつに数えられる石鎚山を中心として、東西約50kmに広がり、愛媛県と高知県

をまたいでいること、また生活圏をともにしてきている部分があることから、県境に位置する高知県側のいの町（仁淀ブルー観光協議会）と大川村（土佐れいほく観光協議会）を対象区域としている。

【重複区域における、それぞれのDMOの役割分担について】

株式会社ソラヤマいしづちでは、石鎚山系の地域資源を活かした観光振興、弊社は吉野川や早明浦ダムといった「水」系の地域資源を活かした観光振興であり、異なるコンテンツ開発を進めている。弊社は、吉野川流域をひとつながりの観光モデルコースと考え、早明浦ダムの上流に位置する大川村と、ダムを擁する土佐町と本山町、そして下流域の大豊町という4町村をひとつながりのストーリーとして提案している。

【前述の役割分担等によって、効率的、効果的な活動の遂行が期待できるか】

各DMOのコンセプトに沿った役割分担となっており、各地域の特色を活かしたプロモーションにつながり、効果的な活動の遂行が期待できる。

10. 記入担当者連絡先

担当者氏名	濱崎剛士
担当部署名（役職）	事務局（次長）
郵便番号	781-3601
所在地	高知県長岡郡本山町本山 582-2
電話番号（直通）	0887-72-9400
FAX番号	0887-76-2350
E-mail	info@tosareihoku-kanko.com

11. 関係する都道府県・市町村担当者連絡先

都道府県・市町村名	高知県
担当者氏名	中村公祥
担当部署名（役職）	観光振興部地域観光課（課長）
郵便番号	780-8570
所在地	高知県高知市丸ノ内 1-2-20
電話番号（直通）	088-823-9612
FAX番号	088-823-9256
E-mail	020601@ken.pref.kochi.lg.jp

都道府県・市町村名	本山町
担当者氏名	田岡明
担当部署名（役職）	まちづくり推進課（課長）
郵便番号	781-3601
所在地	高知県長岡郡本山町本山 504
電話番号（直通）	0887-76-3916
F A X 番号	0887-76-2943
E - m a i l	akira_taoka@town.motoyama.lg.jp

都道府県・市町村名	大豊町
担当者氏名	中澤亘
担当部署名（役職）	産業建設課（課長）
郵便番号	789-0392
所在地	高知県長岡郡大豊町津家 1626 番地
電話番号（直通）	0887-72-1021
F A X 番号	0887-72-0474
E - m a i l	info-main@otoyo-kankou.com

都道府県・市町村名	土佐町
担当者氏名	和田誠
担当部署名（役職）	企画推進課（課長）
郵便番号	781-3492
所在地	高知県土佐郡土佐町土居 194
電話番号（直通）	0887-82-2450
F A X 番号	0887-70-1333
E - m a i l	tosat-40@town.tosa.lg.jp

都道府県・市町村名	大川村
担当者氏名	近藤諭士
担当部署名（役職）	むらづくり推進課（課長）
郵便番号	781-3703
所在地	高知県土佐郡大川村小松 27-1
電話番号（直通）	0887-84-2211
F A X 番号	0887-84-2328
E - m a i l	s-kondou@vill.okawa.lg.jp

基礎情報

【マネジメント・マーケティング対象とする区域】

高知県、本山町、大豊町、土佐町、大川村

【設立時期】 令和2年12月1日

【設立経緯】

区域に観光協会があるが、役割分担等をした上でDMO新設

【代表者】 代表理事 澤田 和廣

【マーケティング責任者(CMO)】 森尾 弥留

【財務責任者(CFO)】 濱崎 剛士

【職員数】 6人(常勤6人(正職員4人・出向等2人))

【主な収入】 収益事業(旅行取扱手数料等)260万円、補助金2,270万円、負担金3,470万円(令和3年度決算)

【総支出】 60百万円(一般管理費27百万円、事業費33百万円)(令和3年度決算)

【連携する主な事業者】

体験プログラム事業者、宿泊事業者、民泊関係者、農林水産事業者、商工関係者、交通事業者 等

記入日: 令和5年7月19日

KPI(実績・目標)

※()内は外国人に関するもの。

項目		2020 (R2)年	2021 (R3)年	2022 (R4)年	2023 (R5)年	2024 (R6)年	2025 (R7)年
旅行消費額 (百万円)	目標	()	432 ()	475 ()	522 (0.84)	549 (0.89)	576 (0.93)
	実績	392 ()	473 ()	504 ()	—	—	—
延べ 宿泊者数 (千人)	目標	()	20 ()	22 ()	24 (0.15)	25 (0.16)	27 (0.17)
	実績	18 ()	26 ()	28 ()	—	—	—
来訪者 満足度 (%)	目標	()	85 ()	87 ()	88 ()	88 ()	88 ()
	実績	84 ()	94 ()	96 ()	—	—	—
リピーター率 (%)	目標	()	78 ()	78 ()	78 ()	78 ()	78 ()
	実績	76 ()	66 ()	62 ()	—	—	—

戦略

【主なターゲット】

関西・中四国の個人・団体、台湾等の団体

【ターゲットの誘客に向けた取組方針】

- 1 エリアマーケティング機能強化
- 2 魅力ある商品開発の推進
- 3 セールスの強化・推進
- 4 情報発信・PRの強化・推進
- 5 受入体制づくりの推進、基盤整備・強化

【観光地域づくりのコンセプト】

「四国の水を生み出す里」である嶺北地域は、他地域に負けない提供できる価値を「自然」「食」「アクティビティ」「アクセス」の四つに置き、その強みを活かし、デジタルデータをもとに、「宿泊を伴う滞在型観光」「高付加価値型の商品開発」を推進していくことで、サステナブルな観光地域づくりを目指していく。

具体的な取組

【観光資源の磨き上げ】

- ・地域資源を活用した高付加価値型の体験プログラムや宿泊・周遊商品の開発
- ・体験型観光促進事業に対して補助制度を創設、造成支援
- ・県のサステナブルな観光商品造成事業に参画

【受入環境整備】

- ・観光人材、担い手創出に向けた研修・勉強会の開催
- ・インバウンド対応強化に向け、多言語サイト制作
- ・デジタルデータを活用した人流の調査・分析による受入環境の整備に向けた協議の実施

【情報発信・プロモーション】

- ・広告宣伝(地元新聞紙折込広告、デジタルサイネージ、SNS(Facebook、Instagram、YouTube)広告、テレビCM、ラジオ、クーポンキャンペーン特設サイト制作等)
- ・動画制作、配信
- ・自社アカウントによるSNS情報発信(Facebook、Instagram、LINE、Twitter、YouTube)

【その他】

- ・旅行会社との商談会参加
- ・関西・首都圏等へのセールス実施
- ・旅行会社貸切バスツアーへの補助制度を創設、ツアー誘致を推進

